# 最新国际业务发展思路 邮政寄递业务发展思路(三篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-07-16

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。国际业务发展思路 邮政寄递业务发展思路...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**国际业务发展思路 邮政寄递业务发展思路篇一**

谢

长

桥

检验科是医院最重要的医技科室之一，业务收入一般占医院收入10﹪左右，最高接近15﹪。相对于临床科室而言，收入含金量高；相对于影像科室，其投资相对较少；特别是在公立医院改革正式实施，药品实行零差价销售的今天，强化检验科业务，对稳定医院经济尤为重要。据不完全的统计，2024年我院检验科收入为2488万元，试剂耗材支出为864万元，试剂耗材成本为34.7﹪。参照同级兄弟医院情况分析，我院检验收入与利润增长还有一定的空间。站在分管设备的这方面就业务发展发表几点看法。

一、设备运行状况

共有大小仪器设备60台左右，大部分为医院自行购置，但在2024～2024年由不同公司投放了几台, 他们是德国罗氏化学发光仪、美国雅培化学发光仪、国产新产业化学发光仪、尿沉渣分析仪、定量pcr仪、迈瑞6800与5300血球分析仪等。目前急需更新设备是全自动生化分析仪、血球分析仪等……

二、影响纯利润增长的可能因素

⑴收入结构不很合理: 检验收入一般而言, 常规类(血细胞分析, 尿液分析, 电解质检测,)生化类试剂成本较低, 而化学发光类, 细菌培养等成本较高。我院化学发光类收入比例相对偏高, 从而利涧相对减少。造成这局面的原因是常规类,生化类试剂是开放的, 其竞争性大所以价格较低, 化学发光类试剂没有开放, 没有竞争性,所以价 格较高。

⑵试剂部分过期报废：由于现在试剂大部分是试剂盒，试剂盒都有一定的有效期且不拆零，一般不超过一个月。由于多方面的原因，有些项目医生开得不多，但也不能不开展，造成部分试剂过期失效。

⑶少数设备陈旧，故障较多：一般国产设备5~6年使用寿命，进口设备10年左右使用寿命，且后期故障逐惭增多，维修相对频繁，影响科室工作进度。

⑷其他：人力资源、水电费用、其他耗材支出

三、利润影响因素的对策

⑴加强与临床的对接，减少试剂过期浪费；有针对性，有计划开展新的检测项目，满足病人需要；适当控制成本较高的项目。

⑵有序淘汰超期（或接近报废期限）服役仪器设备，尽量减少因设备因素拖检验的后腿。

⑶尽力想办法压缩试剂耗材成本。

四、业务拓展与设备引进方案比较

在以前，绝大多数医院均采用自己出资购买设备，自行采购试剂，自主拓展业务。在2024年以后逐惭出现供应商免费投放设备，医院有偿定点定购试剂的模式，此模式后又演变为单个设备投放与整体打包两种形式。三种方案各有优劣：

⑴自行采购仪器设备与试剂耗材

优点是医院拥有自主权，灵活性较大，招标掌握好可以采购价廉物美的设备，若能使用开放试剂，往往试剂成本相对低。缺点是一 次性投资较大，保期过后维修有时不方便，试剂供应及时不一定能真正做到，试剂供应商多素质参差不一，物流往往采用快递渠道质量压力大。

⑵单个设备投放，定点采购试剂

优点是医院不用一次性投入，设备品牌、型号可以自已选择，保期过后维修由投放方承担。缺点是试剂没有自主权，试剂供应及时不一定能真正做到，往往试剂成本相对较高，没有专门物流通道路途质量可能难以保证，院内促销有可能存在。

⑶整体打包，降低采购试剂成本

优点是添置仪器设备医院不要一次性大投入；设备品牌、型号可以自已选择；公司有专业维修队伍，质保期过后维修不需要担心；集团优势试剂价格打折从可减少试剂成本且质量可信度高；有专门物流通道路途质量可以保证。缺点是原有供应商及设备投放商需妥善处置。

综上所述，个人认为压缩试剂成本，扩大检验业务，增大利润空间非常重要，是医院为适应公立医院改革所必须；更新和增加一部分检验设备也迫在眉切。在财力有限的情况下，实行公开招标，采用“整体打包，降低采购试剂成本”是可行的。

**国际业务发展思路 邮政寄递业务发展思路篇二**

2024年全区短信业务发展思路及工作措施

一、发展思路

2024年，短信业务要在立足营业窗口，强化营销激励，不断巩固老客户，努力挖掘新客户，在发展邮储、汇兑、速递等邮政业务短信的基础上，积极开发彩信业务。

二、发展目标

1.2024年全区要力争实现纯增有效用户65.7万户，全区扣款成功率达到80%以上，年底在网用户规模达到220万户以上。

2.继续稳中有升发展速递汇兑短信业务，速递短信加办率达到85%，汇兑短信加办率达到75%。

三、具体措施

1.以效益为核心，及时兑现业务奖励。

（1）继续开展以发展有效用户为核心的业务营销活动，坚持抓好新开户加办工作，努力挖掘存量用户市场，积极发展高端用户和包年用户，保证发展质量，提高新增用户扣款成功率，促进短信业务收入稳定增长。积极发展新用户的同时，做好在网用户的维护工作，提高在网稳定率。

（2）制定科学有效的奖励政策，围绕有效发展制定业务奖励政策，按照谁发展谁受益的原则制定考核标准，确保业务发展奖励兑现到网点一线营销人员，杜绝业务奖励网点平均分配的现象。各盟市局还要及时兑现短信业务发展奖励，保证奖励兑现周期不超过一个月。

2.加强调研和分析，有针对性地做好帮扶工作，重点抓好发展不平衡的问题，努力促进短信业务全面发展。

（1）重点关注新开户加办率，提高网点人员主动营销意识，要重视新开户用户市场，密切关注该项指标偏低的网点，逐步改善营业网点人员的短信业务推荐方式，如采取用户账户安全案例、分解短信业务资费到每天、并与用户在邮政开户办卡不收手续费年费工本费等优惠结合，推荐储蓄短信业务。变被动营销为主动营销，最终实现业务向平稳常态的方向发展。

（2）注重网点日均纯增短信用户数，消灭业务发展低效网点。2024年全区1-12月全区网点日均纯增短信用户数在5户以上的邮政网点有99个，4-1户的网点222个，1户以下的网点312个，占全区总网点数的49%。各局要跟踪每日网点加办情况，对连续日纯增户数呈负增长的网点进行重点督导，分析是加办量过低还是撤办量较高，根据原因采取对策，提高网点日均纯增户数。

（3）注重纯增扣款成功户数和新增收入，坚持量质并举。各盟市局要结合新增用户扣款明细，累计用户扣款成功户数，及收入同比增幅等指标，考察网点发展用户的质量，量质并重发展储蓄短信业务。

（4）注重速递、汇兑短信业务加办率分析，促进各项业务之间平稳发展。各盟市速递、汇兑短信加办率发展不平衡的情况也十分明显，速递汇兑加办率落后的盟市局要找到本局业务加办率长期偏低的原因，特别是对加办率偏低的网点进行重点帮扶，切实提高本局速递、汇兑业务加办率。

3.坚持不懈抓好规范经营，促进短信业务健康、持续发展。规范经营是今年集团短信业务工作的重中之重，明年规范经营工作的力度将在今年的基础上进一步加强，我区要坚决贯彻集团公司工作部署，强化规范经营管理。

（1）各盟市要印制新版储蓄短信用户申请书，遵从用户的自愿的原则，盟市局安保视察部门也要将短信用户申请书的检查纳入检察范围，有效地维护用户的知情权和选择权。

（2）加强对营销人员的培训和教育，强化规范经营理念，有效控制了自行加办、违规“一绑多”等违规经营行为，并配合好区电子商务局对相关违规加办行为的监督工作，结合区电子商务局的统计数据和11185的回访结果，对网点违规加办行为进行调查，并将调查结果真实客观的向区电子商务局进行反馈。

（3）继坚持用户投诉“首问负责制”，杜绝推诿现象，各盟市电子商务局要重点监督本局现金返款流程是否通畅，及时妥善处理用户投诉，避免投诉升级。

4.积极探索和尝试短信新业务，丰富短信服务内容，提升服务价值，力争在彩信业务上有实质性突破，以形成短信业务新的增长点。（1）伴随、单独性彩信广告宣传业务

伴随、单独性彩信业务是利用邮政丰富的客户资料，提供一种更为廉价、快捷、发送目标可控、接收结果可查的一项新型广告宣传方式，在业务发展初期各盟市可以与函件部门合作开展，作为商函业务的有力补充，收入分成可与当地函件部门协商，电子商务局每条彩信业务收取0.3元/条成本（伴随性彩信可发6页内容，单独性彩信业务可以发送8页内容，图片文字要求不超过100k），揽收人业务发展奖励建议不高于扣除短信成本后收入的30%。

（2）彩信报刊业务

彩信报刊业务目前已经开发成熟，集团公司正在与“时尚”杂志社积极洽谈，商定全国性彩信报刊业务合作，目前正在商谈定价及业务利润分成等细节，预计该业务将在2024年正式上线。业务上线后各盟市局要做好彩信报刊业务的前台订阅推广工作，业务推广前期也可以依靠大客户经理和专职推销员对邮政的大客户进行上门推广。迅速使该业务形成规模，抓住彩信业务这一新的增长点。

**国际业务发展思路 邮政寄递业务发展思路篇三**

集邮业务存在的问题：

1、集邮协会会员组织薄弱，会员数量少，会员之间邮品信息不畅通。

2、集邮品信息宣传不到位，市局资源交少，业务宣传方式单一，宣传效果不明显，同时也很难了解客户的需求，不便于服务跟进要数发展。

3、无项目立项少，成功的项目更少，信息来源缺乏，一些单位的庆典，重大节日活动，不能够及时掌握，导致一些项目错失良机。

4、新邮预订户较少，全员营销没有完全落实，员工在集邮业务上没有引起足够的重视，特别是今年邮市这么好的环境下，没有充分调动员工的积极性，导致集邮短信发展滞后。

发展思路、措施：

一、宣传到位

通过多种渠道dm宣传单、向个人客户推荐，向广大报刊征订用户宣传集邮产品，让用户了解集邮产品信息，引导用户及时选择购买自己喜爱的集邮产品。二是短信电话通知往年预订户新的集邮产品信息。三是通过小型集邮展，开展集邮知识讲座让更多的老百姓参与到集邮收藏的队伍中来。

二、要注重公共营销信息的收集，函件集邮部就定期向各支局所、各部门、委代办网点收集一些社会营销信息，不定期根据信息的特点及时制定新的集邮项目。

三、重视集邮协会工作，壮大会员队伍。广纳协会会员，集邮业务。

四、发展集邮业务，走集邮礼品化道路

在做好市场调查的基础上，不失时机抓住一切商机，寻找邮品开发的切入点。特别是当今市场经济，礼品消费市场还很大，社会的各种重大庆典、经济活动、重要会议都是集邮礼品（纪念品）的开发契机，把发展集邮业务与企业文化、部队文化、校园文化、旅游文化有机结合起来。做好做足集邮礼品这篇文章，对拉动集邮业务的增长将起到决定性作用。如节日市场集邮礼品的开发。八一建军节可向双拥办策划“军民鱼水情”专题册，作为县委领导“八一节”慰问部队官兵的专用礼品；教师节，以“感恩教师节”为题材作为教育体育局慰问学校教师的专用礼品；其次为各单位职能部门定制定向个性化邮册，一来展示本职能部门历年来所取得的成绩，作为政绩展示，二来也可以作为有价值礼品册赠送给社会各界领导。

二是要注重潜在集邮市场的挖掘。各农村支局所，发展乡镇集邮市场的潜力还很大。农村经济改革推动了农村经济的发展，我县乡镇中小企业规模大小都有，企业要发展、要壮大，就要宣传自己，扩大社会影响。这是一个潜在的、很大的市场。2024年，函件集邮部应加大工业园区中小企业的营销攻关力度。弥补历年来工业园区邮政业务领域的空白。

五、细分市场

（一）、校园市场

一是培育校园集邮文化，加大集邮知识宣传力度；营造校园集邮文化氛围。二是加大对校园市场的定向邮册的开发力度，先从县城的中小学校及职业院校入手。成立校园邮品业务开发项目小组，全力开发《学生、毕业生纪念册》、《金色童年》业务。

（二）中小企业

以产品推广，提升企业品牌形象，企业礼品市场、企业文化、公司周年庆为切入点，向中小企业推介定向邮册、礼品册。我们县中小企业邮政业务的发展相对比较薄弱，2024年中小企业市场的集邮业务发展根据企业现状和企业自身特性，推出不同层次、多类主题的个性化集邮产品，满足各类中小企业的集邮业务需求。

（三）政府市场

一是开发政府礼邮册；二是积极融入地方经济，紧扣地方政情、民情，服务政府、中小企业，据了解到往年的招商画册客户总是看过就扔，画册的宣传时间不够长久。今年，我们可以向政府部门建议用邮政个性化邮票融入招商宣传画册，发挥礼品和宣传品的双重功能。可有效解决这一问题；三是借助政府平台，抓住热点事件，开发主题个性化邮册。四是以崛起的沾益为主题向政府部门开发礼品册，全面反映新建几年来的光辉历程和人文、经济发展所取得的巨大成就。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找