

# 第一章 绪 论

搞好邮政经营，首先要明确邮政产业的性质和特征。只有对邮政产业的性质特征有比较全面准确的认识，才能够确立正确的经营思想和经营方针，也才能够制定出切合实际的经营目标和经营决策，减少失误。同时，结合了解邮政经营发展的现状和问题，掌握经营科学的性质和学习方法，才能够取得好的学习效果。

## § 1-1 邮政产业的性质和经济特征

### 一、邮政产业的性质

关于邮政产业的性质问题，长期以来因缺乏系统深入的研究，认识上很不一致。除了一度的“专政工具”说法以外，还有认为是属于物质生产部门的，也有视为事业性质的，众说不一、各执其理。这种现象的产生，主要是脱离了邮政产业本身的内在经济规律和特征，特别是对邮政产品的属性和特征缺乏分析研究的结果。1992年，《中共中央、国务院关于加快发展第三产业的决定》把邮电通信划归第三产业，明确为“对国民经济发展具有全局性、先导性影响的基础行业”，并将它作为加快发展的第三产业的重点，从而为正确认识邮政产业的性质问题提供了基本

理论依据。研究邮政产业的性质和特征十分必要，因为性质不清、方向不明，制定经营目标、方针和决策就缺乏科学依据，因而邮政产业的性质问题是涉及邮政产业的地位作用和前途命运的根本问题。而要弄清产业性质问题，首先要弄清邮政产品的性质，因为产品的属性决定产业性质。在此基础上才便于分析邮政通信的产业性质及其有关的部门性质问题。

邮政通信是人类社会最为古老的一种交往联系方式，它对人类的生存发展和社会进步做出了非常重要的贡献。可以说，邮政与人们的社会生活休戚相关，凡是有人群的地方，几乎都有邮政服务存在。著名唐诗中有“烽火连三月，家书抵万金”“一行书信千行泪”等警句，足见人们对通信联络的迫切心愿和邮政在人们心目中的崇高地位。邮政职工也普遍受到人们的尊敬和爱护，被誉为“绿衣使者”。

邮政通信是通过传递具有实物形态的信息载体来实现信息交流的通信方式。用户要求邮政企业为之传递的正是用文字表达的信息和无法用文字表达的丰富的感情。有人说“电信传递信息，邮政传递物品”，这是误解，是把邮政与交通运输混淆起来了。邮政与运输在传递方式上有相似性，但有实质区别。运输的任务是运送货物，邮政通信的基本任务是传递信息，所传递的实物只是外在形态、是信息载体。实际上，电信传递信息也是通过各种各样的载体来实现的，比如没有载波，直接传递人们的语言信息是很困难的。

邮政为社会提供通信、物品寄递和其他社会性服务，这些服务就是邮政产业的产品，它们是看不见、摸不着、不具备外在物质形态的服务性产品。在商品经济社会里，这些服务就是邮政部门与用户进行社会交换的特殊商品。邮政为用户提供的通信等服务性产品的功能是有益效用。这种效用满足了用户交流信息

和其他服务的市场需求，体现了使用价值；同时也实现了邮政职工协作劳动所创造的价值，这个价值是通过用户交纳邮政资费来体现的。

由以上分析可以清楚地看到，邮政企业联合劳动向社会用户提供邮政通信和其他社会化服务，这种服务性产品的基本属性决定了邮政产业是社会服务性产业，属于第三产业，即是向社会提供具有全局性、基础性社会服务的服务性产业，而不是从事物质生产的生产性产业。

与产业性质有关的一个问题是部门性质问题。产业（又叫行业）与部门既有联系、又有区别，不是一个概念。产业是社会生产力发展的结果，是根据社会分工的专业化区分的一个开放的经济组织系统；而部门是计划经济的产物，是根据企业的行政隶属关系区分的，具有封闭性的“行政—经济”组织体系。部门性质多是指因经营管理的不同方式，有企业、事业之分。邮政法已经明确规定我国邮政部门是公用企业，由邮政企业组成的邮政部门也是企业性质的，实行企业化经营管理。

## 二、邮政产业的两重属性

邮政通信为社会提供通信服务、特别是为生产部门提供迅速准确的信息服务，加快了物质生产的进程，从而提高了物质生产部门的生产效率，起到了促进社会经济发展的作用。从这一意义上讲，邮政通信属于社会生产力这一范畴，但不是物质生产本身，仅仅是为物质生产提供通信和其他服务。过去曾把邮政产业视为物质生产，是把具有实物形态的信息和物品的空间转移，解释为物质形态的变化。实际上，各类邮件在寄递过程中的形态并未改变，仅仅是完整的实物形态的空间转移。正像运输业是货物运输而不是物质生产一样，并未为社会增加新的物质产品。把邮

件的位移解释为形态改变，因而把邮政通信视为物质生产，这与邮政产业的性质特征是相矛盾的。因为信息和效用都不具备实物形态，负载信息的实物原件既不是邮政产业的产品，也不允许在传递过程中发生任何形态上的改变。科技发展和社会进步使产业分工越来越细，这是历史发展的趋势。工业化社会以前的产业分工已经不适应现代社会产业分工越来越细化的趋势。

邮政作为一个服务性产业部门，并非单纯为经济和生产领域提供服务，同时还为其他所有领域服务，这种特征使邮政产业具有两重属性，即自然属性和社会属性。自然属性是指邮政具有生产力的性质，它通过为社会提供通信和其他服务参与了社会化大生产进程，体现为社会生产力的属性；社会属性是指邮政产业具有上层建筑性质，它在管理国家，为党政领导和国民经济各部门进行宣传教育、发布信息、指导工作等方面具有一定的社会职能性作用，体现着生产关系的属性。邮政产业的两重属性使得经营邮政业的部门性质在世界各国也不相同，有的按事业对待由国家直接经营管理；更多的是按企业对待，由国家行政主管部门实行企业经营。在我国基本上也是按企业经营，《中华人民共和国邮政法》已明确规定邮政机构为“全民所有制的经营邮政业务的公用企业”，从法律地位上说明我国邮政部门是代表全体人民利益的，是国家所有的、为全社会提供邮政服务的公用性质的并按企业化经营的产业部门。

邮政机构作为企业实行企业化经营，具备了一定的特征和条件。如有一定的固定资产和资金，有一定的业务收入和利润，实行单独的经济核算并具有法人资格，具备了企业的基本要素，能够作为相对独立的经济实体。但是，邮政产业的公用性和两重性，使得邮政企业又区别于其他物质生产企业，如邮政基本资费实行法定和低资费的政策以及义务兵免费信函等，说明在目前

邮政企业还不能像其他企业一样按照成本和利润去核定资费，在实行企业化经营中还具有一定的事业性质。

### 三、邮政产业的经济特征

邮政产品的性质和特征决定了邮政产业的性质和特征，这是不以人们意志为转移的客观存在。邮电通信以及交通运输等公用服务产业，都有着产品的非物质性、全程全网联合作业以及企业“生产”与用户消费过程的一致性等三个基本特征。邮政与电信又是两种截然不同的通信方式，因此邮政产业还有其个别特征，这些产业特征主要有：

第一、邮政寄递实物原件。信息和感情都是无形的，它依附在载体上传递，使得载体也具有一定的信息性质。实物原件不仅负载着大量的信息，而且还包含着丰富的情感因素。有些是其他通信方式取代不了的。如亲手制做的各种礼品、纪念品等邮件，寄托着交寄人的深情厚意，使收件者“见物如见人”。这种特殊的感情交流往往用语言文字是难以表达的。邮政企业通过传递实物原件，实现人们交流信息和思想情感的愿望，因而要求在邮件传递过程中，必须保持其完整无损，如果损害了邮件就损害了用户利益，同时也就损害了邮政的特殊性质和信誉。

第二、邮件运输的依赖性。大量的实物原件的长距离空间转移，必须通过运输过程才能实现。我国国土辽阔，邮政本身运能有限，长期以来以铁路为主要运输渠道，因此产生了邮政运输的依赖性。这种依赖性，既是正常的社会分工，也是各种事物之间互相依存的协作关系，一切都靠自己一定时期内既办不到也不尽合理。在中国这样地大物博人口众多的国家，未来邮政的发展和人们之间用邮的潜力都十分可观，完全靠邮政部门自己完成所有邮件的运输任务实属相当困难。当然，邮件运输的依赖性

很可能对邮政通信质量、特别是对时限产生不良影响，因此要求邮政企业与铁路等运输部门搞好公关与协作，通过协议和合同的方式，坚持以法办事，确定协作关系和双方义务，以保证邮件正常运递。

第三、邮政通信服务的普及性和广泛性。这首先体现为邮政服务网点遍及全国城乡各地，营业和投递人员广泛接触用户；其次是邮政服务项目多，方便于各类用户使用，特别是信件，是人们使用最普及最广泛也是最古老的通信方式。邮政的公用性、服务性和低资费，体现了国家对公民通信自由权利的优惠和保证。世界各国邮政多为国家经营，这种经营方式给具有普及性和公用性的邮政通信活动提供了强大的后盾。

邮政产业的性质和特征，使邮政企业在经营活动过程中表现为一定的经济特征。这些经济特征对于企业营销过程的组织和经营决策的制定有着重要的影响。这些经济特征主要有：

第一、邮政产品的非实物性。邮政产业向社会提供的产品是服务而不是实物，这一特性决定了邮政产品特殊的构成要素和流通过程。即产品（服务）中不含有原材料。产品的“生产”和流通过程也不同于一般物质产品。

第二、邮政产业的服务特性。即不仅邮政产品是服务，而且邮政营销活动过程也是提供服务的过程。邮政的第三产业属性，决定了邮政是为第一、第二产业和其他行业部门提供全方位邮政服务的社会服务产业。邮政企业经营就是要以服务为宗旨开展营销活动。

第三、提高产品质量和实现现代化处理的特殊性。邮政企业和职工的劳动对象是千家万户交寄的各种各样的邮件，这些用户在一定程度上是邮件处理和传递过程的参与者，他们的协作程度直接影响着邮政产品的质量水平，尤其是对这些形态各异

的邮件进行自动化处理有着复杂的技术要求，同时也决定了实现自动化处理，不仅对邮件数量、而且对资金和技术都有一定的条件和要求。

第四、邮政产品供求矛盾的特殊性。邮政业务量往往受政治、经济、气候等自然和社会环境因素的影响，在不同时期和季节负荷量是不均匀的。一方面邮政企业不了解用户潜在性需求，表现为市场开拓有被动性；另一方面，用户又不了解在邮政企业内部邮政处理和运输能力与用户需求的矛盾。这些特征要求邮政企业在考虑发展建设和组织生产营销活动，必须深入调查市场需求、适应需求变化，才能既有高效率，又有好效益。

第五、邮政专业核算的复杂性。由于邮政企业是全程全网联合作业完成邮件寄递任务，因而给各地区、各企业的经济核算和全程全网成果评价和收入分配带来复杂性；也使邮政专业核算显得十分困难。

以上经济特征，要求邮政经营者在确定邮政发展目标、制定经营方针和经营决策时，要结合邮政实际、深入调查研究，进行科学合理的判断和决策。

## § 1—2 邮政产业在国民经济中的地位和作用

人类社会自产生文字以来，邮政通信方式就成为人们之间进行交往和联系的重要渠道。邮政提供的服务项目和服务方式，也在随着社会的发展不断丰富着，由最初只传递军情政令的官邮，逐步发展为可寄递官商信函、汇款和民间书信，直到现代社会发展成为治理国家、发展经济、丰富人们生活不可缺少的社会基础设施之一，由“绿衣使者”到“和平使者”邮政的信誉、地位

和作用已越来越重要。

随着科学技术的日新月异、特别是市场经济的繁荣发展，人们之间的交往联系将越来越广泛和频繁。由精神文化领域到物质生产领域，由居民个人到机关团体，由大中城市到广大农村，邮政产业将通过各级邮政企业和广大邮政职工的协作劳动向广阔的社会市场提供更加丰富多彩的邮政服务。邮政产业将成为未来经济社会生存和发展的必不可少的基础条件。邮政在国民经济中的具体作用表现在以下四个方面：

第一、邮政是国家党政领导部门、机关团体发布政令文件、进行宣传教育、指导工作与协调关系必不可少的重要手段。体现为上层建筑的重要作用。

第二、邮政在经济领域是各产业部门和企业交流信息资料、组织生产和流通、促进技术进步和提高生产效率的重要条件，起到了经济基础的作用。具体内容包括：一是沟通市场需求信息，引导企业走向市场；二是为企业加快生产进程和提高生产效率提供迅速及时的邮政服务；三是方便周到的邮政服务为企业节约了人力物力财力消耗，为社会节省了能源；四是优质高效的邮政服务加快了资金周转、提高了资金利用率。

第三、邮政通信和物品寄递等公用服务，是广大城乡居民沟通信息、联络感情、互通有无的主要渠道，它为提高人们精神和物质生活作出了贡献。

第四、邮政是国际交往和各国之间交流信息资料，经济以及民族文化联系的纽带，为建立和发展各国人民之间的友谊、促进国家之间关系正常化、实现世界和平提供了特别的服务。

总之，邮政在政治文化领域，尤其是在经济领域起着越来越重要的作用。邮政服务贯穿在社会生产、分配、交换、消费四个环节之中，通过优质高效的邮政服务，加快信息和物品的寄递，为

用户赢得宝贵的时间。不仅促进了企业的生产效率，也提高了社会生产力水平，取得了明显的社会效益。在一些经济发达国家，通信所带来的社会效益已经有充分的统计资料，我国近十年的实践中也表明通信的重要作用。比如，中国银行在世界许多著名银行开有户头，与国外一千多家银行有业务往来。邮政开办特快专递以后，加快了用于银行之间业务联系的“红边信”的处理和传递速度，尽管邮局增加收入并不很多，但给银行却带来了巨大效益。按照国际惯例 10000 美元 1 天按 3 美元利息计算 若将我国在一年内外贸出口价值按 200 亿美元计算，结算单据的寄递速度加快 1 天，一年就可增加 600 万美元的利息收入。

邮政通信对企业加强经营管理、提高经济效益的作用也是显而易见的。资料表明，企业经济效益由决策中的信息反馈的迅速、准确、处理正确、简化管理、节省人力和减少库存等因素有关，其中与通信有关的两个主要因素所取得的效益，占总效益的 58%。

重要的作用决定了重要的地位。邮政正是通过它在社会发展和国民经济中的显著作用，显示出邮政产业不仅在企业经济活动中是提高效率、增收节支的重要手段；而且在国民经济基础构成中占有重要地位，已经成为国民经济的基础设施和构成社会生产力的一般条件。

随着改革开放的深入发展，在由产品经济到有计划的商品经济，再到社会主义市场经济的转变过程中，邮政为发展我国商品经济，特别是在广大农村使一向以种植为主、自给自足的单一农业经济，提供了十分重要的条件，向多种经营、商品化生产的农业商品经济发展。农村的乡镇企业和专业户对科技知识、商品信息和物资交流有着迫切的需要，促使农村通信和商业信函业务量大量增加 像“一封信打开一条产品销路”、“两毛钱做成一

笔买卖”“函销法救活一家工厂”等无数事例都充分说明邮政在发展农村商品经济中是大有作为的。

## § 1—3 我国邮政经营发展状况和前景

### 一、中国邮政经营发展的四个历史阶段

中国邮政的经营发展有着漫长的历史，有文字记载的就可以追溯到三千多年前的殷商时期，在世界邮政史上也是出现最早的国家之一。在这漫长的历史发展过程中，按照不同的通信方式和内容特征可划分为四个不同的历史时期。第一个时期约从公元前六千多年前的母系氏族社会直到公元前 771 年西周灭亡。这一时期的原始人类主要采用形象、火光、声响的方式，如“击鼓传声”“烽火报警”和“以物示意”等进行距离较近、内容简单和方式原始的沟通，故称作原始联络阶段；第二个时期是古代邮驿阶段，从公元前 770 年直到 19 世纪中期以后的近代邮政出现，也就是从东周春秋开始，历经秦、汉、隋、唐、宋、元、明，直到清朝后期，历经两千五百多年。这一时期的通信方式由原始声光联络到“烽火报信”，进一步发展为通过邮驿传递具有实物形态的军情政令文书，开始具有邮政通信的基本特征。邮驿开始只传递军情政令，宋朝起开始为官吏个人传书送信，仍不为普通百姓服务。邮驿组织随着社会不断发展完善，并出现了邮驿律令等邮驿法规。在这一时期的后期，先后出现了唐代的“飞钱”“邸报”，宋代的“便钱务”，宋元的“急递铺”以及明朝的民信局。民信局的产生适应了经商者和广大居民的需要，它除了经办信函传送外，还兼办汇兑和包裹、报刊等业务。到清朝后期民信局发展最盛，

多达数千家,历经五百多年 第三个时期可从 1878 年海关在上海、天津、北京、烟台、牛庄 营口 筹五处试办邮政并与当年发行邮票开始,进入近代邮政时期。邮政与邮驿比较,组织机构进一步健全 全国统一、业务固字、资费明确 并公开向公众收寄各类邮件,经办的业务种类也日渐增多,网络组织也进一步建立完善,逐步有了铁路、公路运输和固定班期,但仍然是人工操作处理;第四个时期是指从中华人民共和国建立起进入的现代邮政时期。现代邮政与近代邮政的主要区别在于有更加完善的系统组织和管理体制,有用机械化、自动化的现代技术设备组成的现代邮政通信网路。实现邮政现代化是邮政发展的必然趋势,它能够使邮政自古以来的繁琐的人工操作和笨重的体力劳动的落后面貌得以彻底改变,邮政运输也将朝着多手段、多渠道和多层次发展,保证邮件传递过程紧密衔接,以加快邮件传递速度并能按照商品经济要求改善经营管理,大幅度提高邮政服务水平。

目前,我国邮政正处在向着现代化迈进的过渡时期,在首都北京等大中城市的部分环节已经开始采用机械化和计算机自动化处理。在广大中小城市和农村的邮政企业,虽然仍以人工处理为主,但生产条件和处理能力已得到明显改善。

## 二、我国邮政经营发展的现状和问题

40 多年以来,我国邮政经历了一条艰难曲折的发展道路,在种种困难之中成长壮大,并且取得了可喜的成果。特别是进入 80 年代以来,十年的改革开放和商品经济促使我国邮政事业有了长足的发展。邮政建设速度明显加快,通信能力迅速增加,业务种类和业务量大大幅度增加,经营管理工作不断改善,服务水平和通信质量也有一定的提高。多少年来落后的邮政面貌正在发生着带有根本性的变化。经营发展的成果主要有以下几个方面:

### 1. 适应商品经济要求，新、轻型业务迅速增长

进入 80 年代以来，邮政部门在原有传统业务稳定增长的基础上，为适应商品经济和市场需求的多样化趋势，适时调整业务方针和业务结构，重点开拓发展新型、轻型业务，特别是大力开拓特快专递、邮政储蓄、商业信函和集邮业务，促进邮政业务量和业务收入迅速增长。1990 年邮政业务总量已达到 21.98 亿元，比 1985 年增长 117% 年均增长率为 16.7%。1993 年为 80.3 亿元 增长率 24.7%。“七五”期间各项邮政业务增长状况如表 1-1 所示。

表 1-1 “七五”期间邮政业务增长状况表

业务种类	业务量	比 1985 年增长%	平均年递增%
函 件	59.89 亿件	23	4.26
包 裹	1.05 亿件	37.4	6.6
汇兑款额	380 亿元	122	17.3
报刊流转额	32.7 亿元	92	13.9
特快邮件	338 万件	2400	91.47
邮政储蓄	180.6 亿元	—	138
集 邮	11 亿元(5 年)	270	

### 2. 邮政建设速度加快，系统能力明显增强

“七五”期间邮政基本建设投资共计 19.7 亿元，为“六五”期间的 3.4 倍，等于建国 36 年来邮政建设投资总和的两倍。建设投资的增加，有效地增强了邮政系统的处理能力，彻底改变了邮件大量积压的被动局面。同时，在实行机械化、自动化方面也取得了可喜成果。省会市邮局大多数已建成邮政枢纽，并安装了包裹自动化分拣等处理设备，在发行、储蓄、汇兑稽核等业务处理的某些环节也都采用了微机处理，不仅提高了工作质量和效率，

而且大大减轻了职工劳动强度，改善了生产条件。

此外，经营环境的改善和资费的调整，对邮政经营的发展起到了一定的促进作用。自 1990 年 7 月 31 日邮政资费较大幅度调整以来，邮政产品价格背离价值的不合理现象，有了明显的改善，并且为满足市场多样化需求和增强企业自我发展能力创造了有利条件。

### 3. 经营管理日益改善，通信质量逐渐提高

近几年来，为了改善服务、提高质量，邮政部门坚持以时限为主线，加强经营管理、强化监督检查、改进质量考核办法，使得以邮件处理传递时限和邮件收寄处理规格为主要内容的邮政服务质量有明显好转。在加强质量管理的同时，结合运用系统理论和现代管理方法，对邮政网路组织和作业组织进行优化，使企业经营要素实现最佳组合，为提高服务质量和经济效益创造了必要的基础条件。

### 4. 加强职工培训 提高职工素质

企业素质是企业适应能力和经营活力的基本因素，而职工素质又是企业素质的决定性因素。为了提高职工素质以适应市场经济和邮政经营发展的需要，各级邮政部门、企业采用各种方式对职工进行教育培训，使职工素质进一步提高，从而改善了企业的效益、增强了企业发展能力，调动了职工的积极性，逐步形成了企业凝聚力。

改革开放以来，尽管我国邮政有了很大的发展，但因历史欠帐太多，不可能在短时间内全部解决所有矛盾，差距仍然存在，主要表现为邮政系统能力的增长还明显低于市场需求的增长，还不能完全适应各种用户的多样化多层次服务需求，落后的局面还没有根本扭转，与发达国家相比差距很大。邮政经营发展的基本差距具体表现为：一是社会主义市场经济观念不足，而传统

的经营观点和作风仍然存在。经营意识不强，表现在市场需求的调查预测和新业务开拓发展方面还缺乏主动性；二是经营组织机构不健全、经营职能不完善、经营实践活动不经常，企业主动走上市场、参与竞争、开拓发展的实践还不够；三是通信能力不足，如网路组织结构、网点布局以及业务处理能力和服务功能尚不适应需要，因而效率不高、速度不快、服务水平和质量也不够高，四是科学组织管理基础薄弱，还不适应市场经济和实现现代化的需要。

### 三、邮政经营发展前景

由于科技进步、通信和物资交流的手段日益增多，使得邮政产业面临着激烈的竞争和挑战，同时由于投资缺少、经营不善使邮政发展一度陷于低谷。因此 邮政能否继续发展、有无前途 在世界范围内曾引起一场争论。70 年代法国的悲观派认为邮政效率低、不好管理 因此前途渺茫 将被电信所取代。甚至有人断言“ 邮政末日已经来临 不出十年便将彻底消亡 ”而以法国邮电部总视察员勒内、马尔戈瓦为代表的乐观派则认为，邮政通过不断改革，以多样化对策满足用户多样化需求，并进一步改善管理、提高效率还是有前途的。两个十年过去了，在万国邮联和各国邮政的共同努力下，邮政在世界范围内继续存在并不断发展的事实已给那场争论做出了明确结论。邮政将永远存在。

在我国，也曾有过邮政会被电信和交通运输取代的论点，那么邮政的前景究竟会怎么样呢？可以肯定地回答：在我国邮政产业还有着广阔的发展前景，可以从以下几点来认识。

第一、邮政产业的基本特征，决定了邮政将永远存在。

邮政的基本特征是传递实物原件，这一特性是电信所不可能取代的。随着社会发展和科技进步，可以预见在未来的社会中

人们之间的交往联系必然是越来越丰富和多样化、多层次，不可能想像未来社会的人们仅仅需要单一的电信服务。相反，人们除了广泛使用迅速方便的电话、电视、传真等纯粹信息交流服务外，还必将需要更多的具有实物形态、表达更为丰富、直观的能反映深刻思想情感的信件、礼品纪念品、各种贺卡、土特产、药品以及必要的原始凭证和单据等实物原件的馈赠与交流服务等，这些既含有信息也表达情意的物品的寄递就需要广泛而方便及时的邮政服务。当然，电话或传真可以取代部分信函业务，但是电信不可能代替所有的信件业务，这是由信件业务的特点决定的，信件信息量大及其真迹所表达的情感色彩和原件特征等是电信难以取代的。在经济发达国家，电话普及率很高，如美国已达 70% 以上，可是 70 年代的信函业务仍以每年 12% 的速度稳定增长就是很好的证明。

第二、良好的客观环境，协助邮政迅速发展。

我国邮政在改革开放和社会主义市场经济条件下，有着良好的经营发展环境。国家经济建设把邮电通信作为重点发展产业，各地区也根据地方经济发展需要给以支持优惠，又有邮政法规的社会保障，这些都为邮政发展提供了一个良好的环境条件。

第三、巨大的市场需求潜力，期待邮政开拓发展。

我国邮政的发展水平，与经济发达国家相比差距还很大，同时也说明发展潜力还很大。目前，我国人均年交寄函件量不足 6 件，是世界人均年交寄函件量 30 件的五分之一，与发达国家人均数百件相比差距更大。这些数字说明我国邮政的市场需求还处在开拓发展阶段，通过调整业务方针、开拓轻型业务市场，信件业务还有广阔前景。特别是商业信函业务，随着市场经济的发展和广大工商企业和个体户对商业信函特点的认识及其使用商业信函获得实际利益以后，必将呈现商业信函大幅度增长的趋势。

势。

第四、市场经济将促进邮政产业尽快实现现代化。

很显然，随着改革开放的深入发展，特别是市场经济的促进，邮政企业将走向市场。为此，就必须尽快转换机制、增强活力，进一步提高自我发展、自我完善的能力。当然，也要扩大建设投资、改善技术体制，广泛采用现代化处理设备增强邮政系统能力，从根本上改变邮政落后面貌，以更先进更完善的现代化服务水平和通信质量最大限度地满足市场用户不断增长变化的需要，同时，不断提高邮政部门和企业的经济效益。

## § 1-4 《邮政经营概论》的内容和学习方法

经营，作为在商品经济条件下企业管理的首要职能，其中心就是组织和协调企业内外人、财、物、信息、时间等经营环境与要素，使其在商品生产和市场交换过程中发挥出应有的效率和取得最好的经济效果。经营学就是研究企业经营规律的科学，属于应用经济学范畴。《邮政经营概论》就是根据商品经济理论和经营管理科学，探讨经营理论科学知识在邮政企业经营方面的运用，也是广大邮政经营工作者在邮政经营实践活动中的经验和体会。

《邮政经营概论》学习的任务，就是培养学员在学习商品经济理论的基础上，重点掌握社会主义市场经济理论，结合邮政产业的性质和特征，对邮政经营有关的应用经济学理论和经营科学知识进行比较系统的学习，以期了解并掌握邮政经营的基本规律和技能，从而使学员具备有关邮政经营的观察、分析、判断和决策能力，以适应其将来从事邮政经营管理的需要。

《邮政经营概论》学习的内容，主要包括以下几个方面：

第一部分 做为绪论 通过对邮政产业性质、特征、地位、作用及其经营发展状况和前景的阐述，建立对我国邮政概况的了解。

第二部分，从一般经营概念出发，通过对邮政经营概念、邮政产品、邮政市场和营销等问题进行分析阐述，使学员系统地掌握邮政经营基础性知识。

第三部分，以经营决策为中心内容，结合经营艺术、经营组织、经营计划、经营分析与评价，学习和掌握邮政经营决策和分析的技能和方法。

第四部分，根据经济效益观念，分析邮政经济效益特征和经营诊断的基本知识。

应该明确，学习本课程的目的，不在于掌握有关邮政经营的理论知识，而在于提高学员的经营管理能力，即培养学员将所学经营理论和方法运用到经营实践中去的实际技能。也就是说，掌握知识是手段，提高能力才是目的。教学的指导思想是为了培养学员掌握经营规律和观察、分析、决策技能以及解决实际问题的动手能力。根据这一宗旨，为取得好的学习效果，应该采取灵活多样的学习方法：

首先，学员要具有积极主动和自我做主的学习精神，发挥学员善于自学和勤于思考的良好学习习惯，坚持弄通弄懂以提高实际效果；

其次 教学方法要灵活多样 除讲授外 要结合运用自学、讨论、分析案例和参观学习等方式，坚持理论与实践相结合的教学方式。

第三，搞好实习考查，在学习了有关邮政经营理论知识和科学方法后，让学员到邮政企业的经营实践中去，通过跟班考察、