

出國報告（出國類別：其他）

觀摩新加坡郵政 POPStation 設備 、VPost 及新一代概念郵局

服務機關：中華郵政股份有限公司

姓名職稱：周瑞祺 副總經理

李諸禮 科長

連千惠 管理師

曾文俊 管理師

出國地區：新加坡

出國期間：104 月 12 月 21 日至 23 日

報告日期：105 年 1 月 5 日

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：觀摩新加坡郵政 POPStation 設備、VPost 及新一代概念郵局報告書
頁數 24 頁 含附件：有 無

出國計畫主辦機關：中華郵政股份有限公司

聯絡人：柯裕銘

聯絡電話：(02) 23921310-2536

出國人姓名：周瑞祺 李諸禮 連千惠 曾文俊等 4 人

職稱：副總 科長 管理師 管理師

服務機關：中華郵政股份有限公司

電話：(02)23921310-2363

出國類別： 1.考察 2.進修 3.研究 4.實習 5.開會 6.其他

出國期間：104 年 12 月 21 日至 104 年 12 月 23 日

出國地區：新加坡

報告日期：105 年 1 月 5 日

分類號 / 目 /

關鍵詞：POPStation、VPost、新一代郵局、智慧型取件箱、SmartLocker、Locker__

內容摘要：

本報告共計四項目，第一項目為出國目的，第二項目為此次觀摩之內容規劃行程作概略性介紹，第三項目分為三個重點：(一)觀摩新郵 POPStation 設備之建置與推動經驗；(二)研討 VPost 之建置、可能之合作模式與推動經驗；(三)觀摩新一代概念郵局 (next generation post office concept)。最後第四項目則為心得與建議事項，內容則包含對此次觀摩及參訪部分的心得感想，以及學習後對公司的建議等。

新加坡郵政正朝著「物流科技業」的方向發展，結合機器人、物聯網、人工智慧，努力拋開老單位的陳舊氣息，2015 年新加坡郵政（以下簡稱「新郵」）更獲得 2015 年世界郵件獎 (World Mail Award) 之「Retail Customer Access」。另外，新郵的員工齊心一致努力的目標，是設法讓新(下)一代的年輕顧客會繼續來使用郵局的服務。的確，「懷舊」已不能成為郵局繼續存在的理由，郵局應該迎合新一代的客源，開發符合新一代的服務與產品。新郵打造新一代概念郵局 (next generation post office concept) 的成功經驗，確有值得借鏡之處。

VPost 是新郵 B2C 跨境電商及物流整合業務，它為消費者提供海外郵購代收轉寄服務，該項業務已開辦 12 年，直到最近因為與 POPStation 結合，才逐漸熱門受到國內外重視，VPost 註冊會員約 80 萬人左右，目前新郵積極開拓海外市場，已有澳洲、紐西蘭、奧地利、馬來西亞、印度、泰國等 6 國郵政加入合作。VPost 成功的五大基石：(一)多元的市場行銷策略；(二)國內網路銷售平台；(三)倉儲；(四)遞送；(五)顧客關懷。新郵強調五項基石必須同步兼顧，缺一不可。

目 次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	4
參、參訪內容.....	5
一、觀摩新郵 POPStation 設備之建置與推動經驗.....	5
二、研討 VPost 之建置、可能之合作模式與推動經驗.....	9
三、觀摩新一代概念郵局（next generation post office concept）..	14
肆、心得與建議事項.....	20

壹、目的

網際網路與手機之興盛，給傳統遞送業者帶來很大衝擊，新加坡郵政為因應此一趨勢，開始減少對傳統郵政業務和國內市場的依賴，提出『轉型為區域電商、物流的領導者』目標，強化電商和物流領域整合，以發掘新的收入來源，並改造郵局通路，建置新一代郵局(提供 ezy2ship、SAM、POPStation 等自助服務)與 B2C 電子商務平臺，提供品牌商和零售商從銷售、倉儲、運送、至投遞一條龍式服務(例如：SP eCommerce 子公司、Samplestore.com 子公司、Omigo 電子商城、VPost 服務、vShop4U 服務)。本次參訪目的即在借鏡新加坡郵政的經驗，打造適合國內郵件終端收投設備，重新形塑郵局通路，暨評估新加坡之跨境電商物流業務(VPost)模式之商機。

貳、過程

一、本次參訪新加坡郵政，安排實際參觀其 POPStation 操作及介紹新一代郵局，期透過參訪座談，深入了解郵政業務未來發展動態及因應策略，並吸取其如何克服困境之成功經驗。

二、參訪行程如下：

- (一) 104 年 12 月 21 日：由臺灣桃園國際機場直飛新加坡樟宜機場。
- (二) 104 年 12 月 22 日：交流與研討會議
 1. POPStation 及 VPOST 之建置經驗、合作方式與推動計畫。
 2. 參觀 POPStation 設備及 SingPost next generation post office concept (新一代概念郵局)
- (三) 104 年 12 月 23 日：由新加坡樟宜機場返回臺灣桃園國際機場，結束參訪行程。

參、參訪內容

本次參訪行程重點如下：一、觀摩新加坡郵政（以下簡稱「新郵」）POPStation 設備之建置與推動經驗；二、研討 VPost 之建置、可能之合作模式與推動經驗；三、觀摩新一代概念郵局（next generation post office concept）。

一、觀摩新郵POPStation設備之建置與推動經驗

(一)POPStation（Pick/Post Own Parcel：智能包裹箱）現況：

- 1.POP Station 自 2013 年營運以來，目前已建置 135 台，計畫推廣至 200 台，大約 1 萬箱格。
- 2.箱體(含套裝軟體)係向外界購買，但介接及相關處理系統(Processing System)所需軟體及程式更新等係自行開發。

(二)POPStation 佈點原則

- 1.人流聚集處：交通便利的商場、商務大樓、社區中心、郵局、大學等。
- 2.密度：平均 2 公里，幾乎每 2 個巴士站即佈建 1 台。

(三)POPStation 初期試辦一年並未成功，但結合 VPOST 之 80 萬會員後，約有 35%的客戶使用。新郵的郵件，普通件(不指定時段)比較便宜。但若要指定投遞時段，每件貴 5 元郵資。但是 POPStation 7-24 都可以去領件，不加價。

(四)POPStation 提供之服務：

- 1.投遞
- 2.收寄
- 3.退回
- 4.改投(第 1 次 Home Delivery 不成功，改投 POPStation)
- 5.代收貨價(台灣是 Cash on Delivery 收現金，新加坡是 Card on Delivery 刷卡付費)
- 6.「換新鈔」投遞(合作洽談中，限額 2,000 元)
- 7.慢性病之「領藥」投遞(合作洽談中)
- 8.小型賣家租箱服務(計次收費)
- 9.ODD (on demand delivery) 服務:：與 DHL 合作 international inbound 之郵件。

(五)POPStation 之包裹一般可放 5 天，經統計 50%一天可領走，3 天內領取者約有 100%。其他按址投遞之包裹，一次投遞不成功，會放單子(card)通知至 POPStation 領取(有 QR code、持至 POPStation 上感應後輸入手機號碼，接著輸入簡訊中之 Password 後，櫃門打開、領出郵件)。

(六)新郵目前一組 4 人專責 POPStation 之投遞，從 9:00~16:00 左右都在投箱。以前每人一天僅投 70 個包裹，現在每人每天約可投 200 個-300 個包裹，投遞量約為以前之 4-5 倍，平均每件投遞時間約 2 分鐘。每人約負責 30~40 個站 (Station)。

(七)lockers 的箱體大小

每個 POPStation 有 3 種 locker 尺寸

Type	Size
Small (小)	42cm (w) x 10cm (h) x 61cm (d)
Medium (中)	42cm (w) x 23.5cm (h) x 61cm (d)
Large (大)	42cm (w) x 37cm (h) x 61cm (d)

(八)POPStation 之研發及推廣：

新郵 POP Station 自 2013 年營運以來，其投入之資本皆尚未回收，但是，仍堅持不斷投入資金與人力之理由：

- 1.為留住顧客(增加黏著度)。
- 2.掌握控制郵遞市場。
- 3.因應新一代客戶 (New generation) 需求。
- 4.因應 Bank 4.0 來臨 (即實體通路減少、手機與雲端虛擬介面之大量使用)。

(九)新加坡正研發新一代 POPStation：

- 1.使用手機螢幕取代 POPStation 上之螢幕。
- 2.結合 Cloud tec. (雲端技術)。
- 3.可減少機器上的主機設備，節省空間，也大量節省成本。

(十)POPStation 之成本主要有：

- 1.控制 POPStation 套裝軟體。
- 2.Processing System(新郵團隊自行研發)。
- 3.數據專線加上雲端(Cloud)硬碟儲存空間。

4.場地租金。

(十一)新郵認為推廣 POPStation 成功關鍵因素：

新郵初期佈建 5 個點時，網路平台都不感興趣，但等他們佈建 50 個點時，越來越多業者便想串接 POPStation。目前新郵有 135 個點，將陸續擴充至 200 點。

1.形成服務網：必須具備相當規模，以新郵為例，至少要 50 台以上，才有與業者合作暨談判的籌碼。

2.結合電子商務及物流：

- (1) 必須開發程式介面(API)提供給網購平台與倉儲業者，讓其成為作業流程中的一環。
- (2) 提供行動 APP，以吸引年輕族群。
- (3) 以客戶體驗為導向，設計自己的作業與管理流程，並串接後端系統。

3.獨立運轉之團隊，並負責研發 (R&D)、創新 (Innovation) 及後續擴充、營運策略、客服、Marketing(行銷)等全套業務。

(十二)其他

1.為維護安全，POPStation 之操作分為管理人員、投遞人員、維護人員、清潔人員及消費者等權限。

2.不讓投遞人員做資料輸入的動作，以免發生錯誤而產生糾紛，只允許掃描包裹，選取箱子。

3.POPStation 收寄後如發現有欠資，會通知消費者至窗口補足資費。





How does POPStation work?



For parcel delivery

- 1 eRetailer build POPStation API on website and offer customers option to deliver to desired POPStation
- 2 Choose a POPStations delivery address
- 3 SingPost will notify customer via sms when parcel arrives at station and customer can pick up with secured access code



For parcel collection

- 1 SingPost courier attempts delivery at customer address
- 2 Customer not at home. SingPost courier drops a notification card to collect at parcel station
- 3 Customer brings card to station and retrieves parcel with secured access code

For Return of parcel*

- 1 eRetailer provides customers who want to return items with EzyReturn label
- 2 Customer returns items together with the EzyReturn label to any desired POPStation



POPStation offers a comprehensive last mile solution



收件訊息方式：
1.簡訊(取件密碼)
2.Email
(QRcode)
3.行動 APP

支付工具有 3 項：
1.EZlink(儲值卡)
2.NETS (網路轉帳)
3.信用卡

二、研討VPost之建置、可能之合作模式與推動經驗

(一)VPost 是新郵 B2C 跨境電商及物流整合業務，它為消費者提供海外郵購代收轉寄服務，該項業務已開辦 12 年，直到最近才逐漸熱門受到國內外重視，註冊會員約 80 萬人左右，目前新郵積極開拓海外市場，已有澳洲、紐西蘭、奧地利、馬來西亞、印度、泰國等 6 國加入合作。

(二)VPost 業務概述

1.開辦地區：美國、歐洲地區(集倉在英國)、日本、中國。

2.收寄限制：

(1) 最大長度：150 公分。

(2) 最大長度加周長(2W+2H)：不得超過 300 公分。

(3) 禁寄物品：依各國法令。

3.郵遞時效：全部流程空運約 5~8 工作天、海運 35~60 工作天。

4.附加服務：

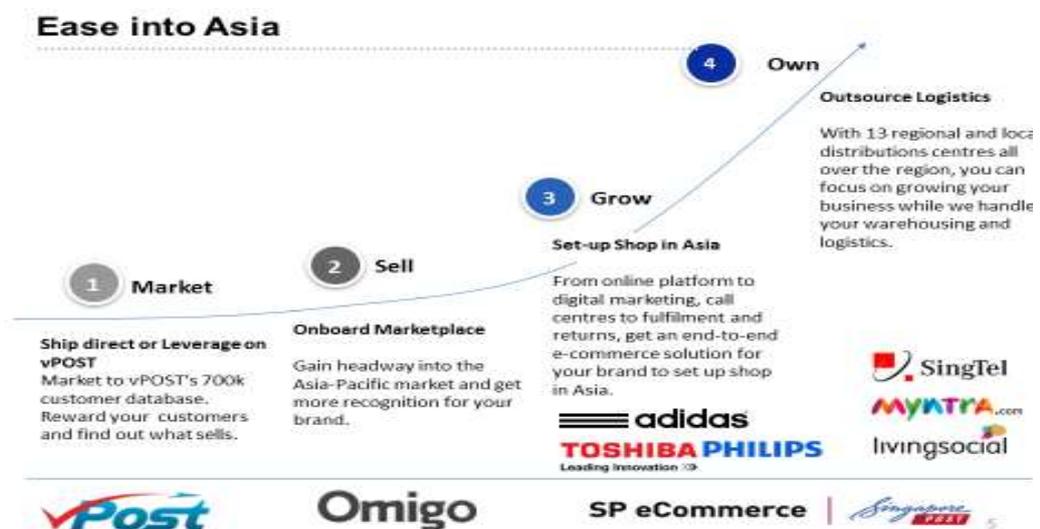
(1) 重新包裝：美國商家傾向使用較大紙箱裝貨，而運費係依包裹「材

積重量」和「實際重量」何者孰重計算，只要包裹「材積重量」超過 2 公斤，新郵即提供此項服務，改用較小紙箱重新打包，以減少運費。

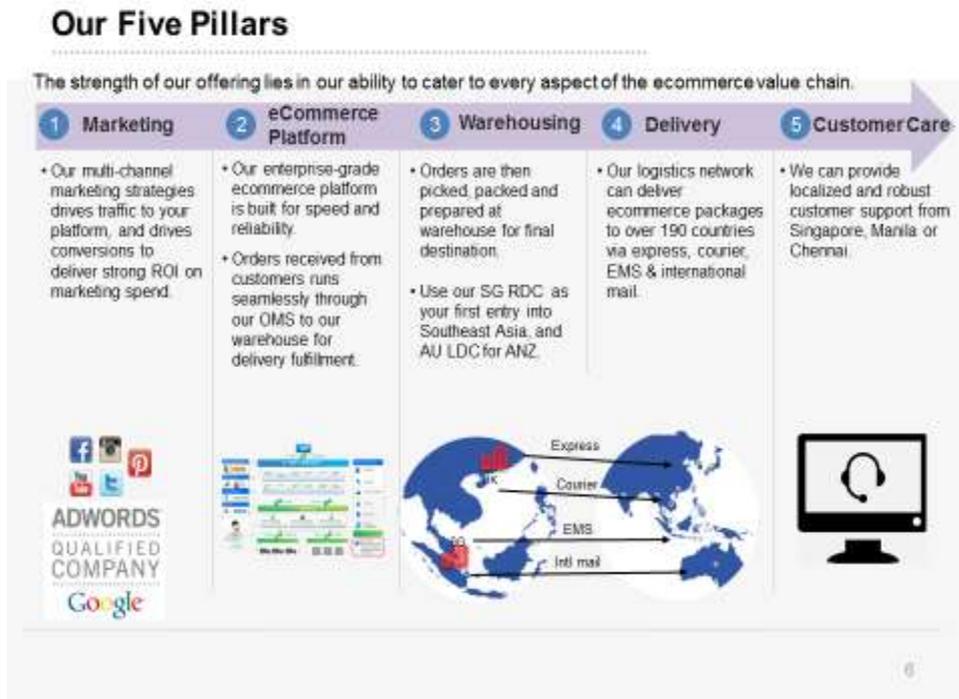
- (2) vCare 保險服務：消費者可選擇附加保險，若包裹送達時有受損或遺失，可向新郵求償商品的全數價值及運費。
- (3) 合併運送：若每件商品到岸價格(CIF)均在 400 新幣以下，消費者可以辦理多件商品合併寄送，以減少運費。
- (4) 寄倉服務：基於前項合併寄送目的，提供免費寄倉 21 天。
- (5) 包裹追查服務：自海外集倉收到包裹日起，提供包裹處理及運送狀況追查服務。

5.其他：

- (1) 因美國海外集倉設置在免稅州(俄勒岡州波特蘭市)，故於美國網站郵購可免付銷售稅。
- (2) 部分知名品牌店不接受國外信用卡，因此新郵另提供 vShop4U 代購服務，運送也是走 VPost 機制。
- (3) 提供 VISA、MasterCard、與 Paypal 方式付款。
- (4) Vpost 成功進入亞州之作法：



(5) VPost 成功的五大基石：



(三)VPost 在新加坡市場受到歡迎原因

1. 新加坡為城市國家，生活用品全靠進口導致物價高昂，相較之下海外郵購費用較為低廉。
2. 許多知名品牌未於新加坡開分店，消費者需出國或上網購買。
3. 許多知名品牌網站及購物網站，寄件地址僅限國內，新加坡消費者無法選購。
4. 現有代購或代收轉寄服務公司規模較小，消費者無信賴感。

(四)VPost 代收轉寄服務流程：(以美國波特蘭集倉為例)



1. 註冊：

消費者至 VPost 平臺填寫表格或利用 FaceBook 註冊申請會員，取得美國

波特蘭海外集倉地址及 VP ID(客戶編號)。VP ID 格式為國碼加上 8 位數字，最後 1 位為檢查碼，例如：CH-12345678。

2. 網購：

消費者至美國網站購物下單，收件地址寫美國波特蘭集倉，收件人寫註冊之姓名及 VP ID。

3. 申報及付費

一旦商品包裹送到美國波特蘭集倉，倉管人員會先檢查包裹有無破損，然後以電子郵件通知消費者。消費者可選擇：

- (1) 自行申報：登入 VPost 平臺，上網申報包裹填寫內容物價值及類別，然後支付所有費用，如果包裹價值超美金 2,500 元，還要附商家出口申報單。
- (2) 委託申報：由 VPost 代申報包裹內容物及類別，消費者須同意倉管人員拆開包裹，且包裹價值仍須消費者自行輸入。
- (3) 選擇是否重新包裝，以降低運費。

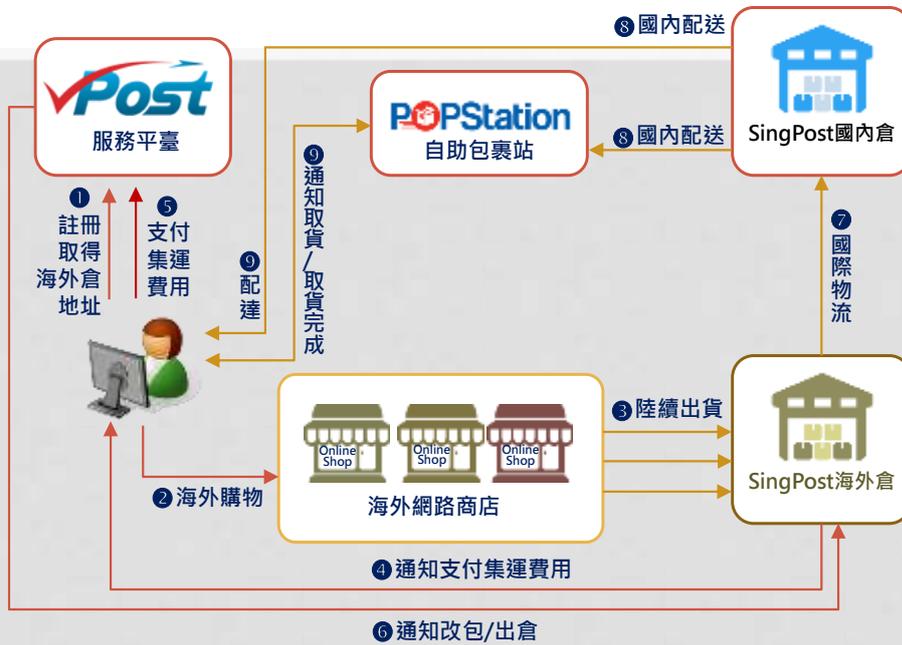
前述作業完成後，包裹即入庫上架，等待運送。

4. 運送及投遞

包裹出貨時，以海運或空運送到新加坡倉儲，待清完關後，循郵政系統投遞，投遞可以選擇送到 POPStation 或一般投遞。

5. VPost 海外集倉作業流程：

Post - 海外集倉服務作業流程



(五)新郵提議與我方合作方式

1. 新郵提供 VPost 平台、倉儲操作、海外運送、報關，並向我方收取處理費用，我方則提供終端之投遞作業。
2. 我方以付費方式請新郵建立及維護資訊系統：
 - (1) 將 VPost 網站中文化。
 - (2) 於美國倉設立作業區並修改倉管系統(WMS)，以適合我方流程。
 - (3) 與我方付款閘道介接。
 - (4) 與我方郵件追查系統介接。
 - (5) 負責 VPost 系統維運(含租用雲端伺服器、軟體增修)。
3. 同意我方指派第 3 方稽核人員赴新郵查核是否符合資安及個資規定。

(六)待進一步洽商事項

1. 新郵現有海外合作商家是否也提供我方使用。
2. 商品超過鑑賞期之處理方式(因我國法定商品鑑賞期僅有 7 天)。
3. 收件人若需補繳稅款時，處理機制尚待研討。

(七)新郵的觀點--VPost 業務之好處

1. 可以幫客戶節省約 40%費用。
2. 會讓郵件回到郵政而非交由貨運或快遞。

三、觀摩新一代概念郵局（next generation post office concept）

- (一)從 2014 年 3 月起，新郵開始設立新一代郵局，主要概念在佈建『24 小時服務自動化郵局大廳』，除配置自助服務設備外，並設法簡化產品和處理流程，用戶可以在郵局自助辦理包裹交寄、取件、購買郵資和支付帳單等業務。



(二)新郵表示，新一代郵局以數位化為導向，支援網上零售，郵局基本都要遷移到現代化的商業樞紐區內（如大型購物中心等），提供必要的郵政業務及數位介面的綜合服務，截至 2015 年為止已推出 8 家新概念郵局，並計畫在未來數年將全島 58 間支局全部改頭換面。

(三)新一代郵局空間規劃上分為自助區、包材區、郵品展示區、商務中心、服務櫃檯等 5 個區域，相關用途說明如下：

1. 自助區：配置有 ezy2ship、SAM 及 POPStation 等 3 種主要自助服務設備，以及電子磅秤、郵筒等附屬設備。另外值得一提是 ezy2ship 與 SAM 都是新郵開發的網路服務功能，可以用手機、平版或電腦上網操作這些功能，但新郵特別將這些功能客製成自助服務機(KIOSK)，放在郵局大廳供客戶使用，其功能簡述如后：

(1) ezy2ship：

主要功能為辦理網路收寄，讓客戶可以在交寄郵件前自己輸入郵件資料(地址、重量、尺寸等)、列印託運單及郵寄標籤，追查包裹流向、郵局也因此掌握了郵件資料與數量，同時減少櫃檯收寄作業時間。

可以收寄郵件種類：簡訊郵件(SMS Mail)、掛號郵件(Registered Article)、快捷郵件(Speedpost)。亦可以辦理零星或大宗收寄。



(2) SAM(Self-service Automated Machines : 自助服務機) :

係新郵自行研發之機器，目前已邁入第 6 代，共佈建約 550 台，SAM 兼具金融與郵務功能，方便客戶支付帳單、支付罰款，匯款，卡片儲值、列印收據、包裹秤重、郵資計算、購買郵資券、列印郵寄標籤、找到郵局位置等。

SAM 旁連接一台電子磅秤，用以計算郵資，秤面貼有測量包裹尺寸的量表，由於與櫃子採用一體成型設計，外表極為精緻，看不出磅秤樣貌。



- (3) POPStation：為包裹交寄及取件之自助設備，因本報告已有專章說明，此處不再贅述。



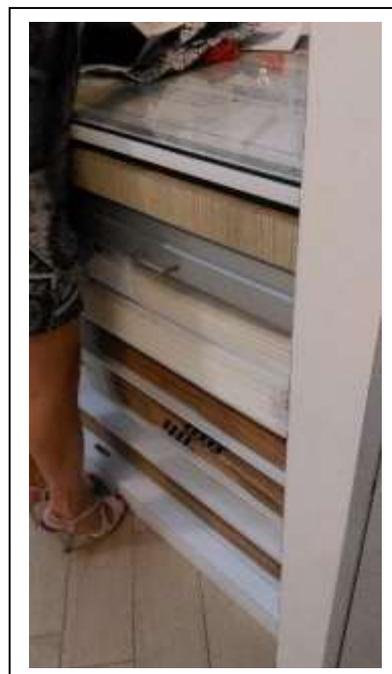
- (4) 郵筒：分國內及國際兩種郵筒，投郵時必須已貼郵票或郵資券，郵筒外表載明郵遞時效，與我國不同的是郵筒設計有一大一小投入口，可收寄小包郵件。



- (5) 網路攝影機：用來安全監控及處理客戶問題。



2. 包材區：設置包裝檯方便客戶打包郵件，另外也販售紙箱、信封、硬紙筒(Post Tube)、各式包材等，其中紙箱、信封採開架式由客戶自取至櫃檯或 SAM 付費，硬紙筒及包材則必須至櫃檯購買。



3. 郵品展示區：此區擺設一個開放的展示櫃，陳列促銷郵票和郵品，另外也在展示櫃放置平板電腦，讓客戶可以在購買前先透過平板電腦瀏覽查詢喜愛的集郵票品。



4. 商務中心：出租行動商務辦公室，內部提供網路、電話、桌椅等基本辦公設施。



5. 窗口櫃檯：

- (1) 採開放式城垛型設計，設置 3 個櫃檯，整體來看相當明亮整潔，後方安裝 2 台大型看板，用來播放行銷廣告，營業廳地上標示辦理業務種類箭頭，指引排隊方向。



- (2) 窗口設置有磅秤、刷卡機及簽名板，另外還有一個隱藏在櫃檯內，只能由上方往下看的顯示螢幕，算是相當貼心的防窺設計。



櫃台標示“請以同理心對待我們的同仁”

肆、心得與建議事項

一、心得

透過與新加坡郵政之深度座談與觀摩，新加坡郵局正朝「物流科技業」的方向走，結合機器人、物聯網、人工智慧，努力拋開老單位的陳舊氣息。本公司業務包含了「物流」、「資訊流」、「金融」、「金融商品銷售」、「保險」等，除學習新加坡郵政整合網路行銷創造商機外，更應多多思考提供何種服務來吸引、符合新的、年輕一代的顧客需要。本次參訪可說是獲益良多，參訪心得臚列如下：

- (一) 新加坡郵政因應傳統郵務業務急速萎縮，電商快速成長跟區域物流需求，勇敢轉型為「跨境電商服務」，在紐約時報 2015 年 5 月的報導中，新加坡郵政成為鄰近區域內六億人市場、以及五小時飛行距離內 22 億人市場的物流首選，電商物流佔營收比從 4 年前微不足道成長到佔了 1/4，整體營收更成長了 60%。阿里巴巴去年也投資了 2 億 5 千萬美金取得新加坡郵局的 10% 股份，近期更與其共同成立新公司，專攻東南亞物流。反觀本公司，受限於預算、投資績效與法令限制，無法大刀闊斧的投入創新與高效之資產與設備。
- (二) 新郵告訴我們，他們這一代必須做的，是設法讓新(下)一代的年輕顧客會繼續來使用郵局的服務。的確，「懷舊」已不能成為郵局繼續存在的理由，郵局應該迎合新一代的客源，開發符合新一代的服務與產品。新郵打造新一代郵局（next generation post office concept）的成功經驗，將有值得借鏡之處。
- (三) 新郵正在開發新一代的 POPStation，未來的機器已經不需操作面板，因為操作介面與面板都將移植於手機上，因此可節省更多製造成本。歐洲現在亦已經逐漸減少使用實體鈔票，轉而使用虛擬貨幣或用手機轉帳。ATM 未來恐怕亦將淘汰…這已經不是「裁撤郵局」的問題而已，是”手機與雲端”科技的世代來臨了。五年內，誰能掌握手機就能掌握一切商機與財富，未來就是這樣一個世代…

- (四) 新郵從 2014 年 3 月起，開始設立以數位化為導向，支援網上零售之新一代郵局，主要概念在佈建『24 小時服務自動化郵局大廳』，除配置自助服務設備外，並設法簡化產品和處理流程，用戶可以在郵局自助辦理包裹交寄、取件、購買郵資和支付帳單等業務。截至 2015 年為止已推出 8 家新概念郵局，並計畫在未來數年將全島 58 間支局全部改頭換面。對於人工成本相對較高之新加坡而言，自動化郵局的確具有降低人工作業成本與提供民眾用郵之便利，此亦為值得我郵參考學習之處。
- (五) 此次參觀新郵之新一代郵局，發現大廳正中央的玻璃展覽櫃內(缺乏親民性)擺放了精美的集郵專冊，專冊價格昂貴又占據了大部分的空間，未能吸引民眾駐足觀賞。新加坡與台灣相似，寸土寸金，年輕一代的孩子根本買不起大房子，集郵專冊不但價格不親民，保存更是一大難題，年輕人很難培養出集郵的興趣。但是若能結合現代科技與手機，設計出精美的郵票並克服保管空間與方法之障礙，透過多樣化的行銷宣傳手法，或可提升年輕人收藏郵票的興趣，使集郵業務得以向下扎根。
- (六) 新加坡 VPost 業務，類似本公司「貨轉郵」之郵運型態。新國國民所得高，物價相對也高，官方語言為英文，為節省成本，該國人民喜歡至美國網站購買相同或雷同之物品。我國之國情與新加坡不同，物價相對新加坡並不高，僅少數民眾至美國網站購買高科技產品，國人多數喜歡採買日本等國商品，且多會趁著旅遊或出差機會採買，因此，VPost 業務移植至臺灣估計商機不大。又，新郵在臺灣的子公司冠廷物流公司現有之轉口業務操作模式為香港發貨，經新加坡中轉至美國，未來若與本公司合作改由臺灣中轉，將更具時效優勢。

二、建議事項

- (一) 未來本公司 SmartLocker (智能取件箱) 之推廣策略：

1. SmartLocker 係屬成熟之技術，世界各先進國家（如德國、澳大利亞、日本等）都已大量使用。透過本次參訪，可仿效新郵之佈建與推廣經驗，初期先擇 3-5 個據點試辦營運，運作與系統穩定（約 3-6 個月）後，再逐步擴建，大量佈點。
2. 新郵初期係藉由 POPstion 與 VPost 的結合，成功地將 POPstion 導入郵遞市場，本公司可以郵政商城部分店家做為優先介接點，郵政商城之會員免再註冊 SmartLocker 會員，可直接使用或徵得同意後使用。
3. 優先介接 Yahoo、PChome 大型網站、露天拍賣網站等，並提供折扣等誘因。惟如前述網站不願介接，可發動郵政員工於網站購物時，儘量使用 SmartLocker 並建議其他平台亦能提供 SmartLocker 取件服務。
4. SmartLocker 的建置成本所費不貲，以新郵的佈點經驗，係於交通便利的商場、商務大樓、社區中心、郵局、大學等地區。考量場地取得成本，建議初期亦以分布於前述交通樞紐地區的郵局為佈建地點為宜。本公司初期若僅由小量「試點營運」開始做，為方便人力調度與顧客使用，必須集中區域佈點，建議先從台北市人口集中、交通樞紐處先做「區域集中式」佈建。
5. 本公司跨入經營 SmartLocker 之營運已屬較晚，建議新機器應採用手機結合雲端技術之功能，以因應新一代顧客之使用習性及長遠性發展。另據悉已有國內廠商投入 SmartLocker 之研發及營運，考量後續系統之更新、維護，建議採用國產品。

（二）新一代郵局及櫃檯之設計概念：

1. 建議配合網際網路和行動服務發展，逐步將支局轉型為「數位郵局」，窗口僅保留必要人力辦理大宗郵件、存證信函…等需要特別處理之業務。
2. 佈建『24 小時服務自動化郵局大廳』，依據城鄉差異配置數量不等之自助服務設備、磅秤及包材等，讓用戶可以在郵局自助辦理包裹交寄、取件。
3. 收寄、廣回、公郵、特約戶等業務提供網路申請功能，讓客戶事先填妥資料預約到局辦理時間，利用此一交易預處理功能，可以減少客戶

排隊等候時間及窗口人力，前述功能並建置在新一代支局 Kiosk 方便客戶使用。

4.以客戶體驗為本，設法簡化產品和窗口處理流程，滿足客戶不斷追求便利性的需求，以深化客戶關係，加強客戶黏著度。

附錄：照片集錦-參訪新加坡郵政



新加坡郵政獲得 2015 年世界郵件



新加坡郵政與本次參訪人員合影



參訪人員於新一代郵局前合影



新加坡郵政與本次參訪人員合影

