



海虹控股携手艾美仕 开拓医疗信息服务市场

海虹控股日前与美国 IMS Health Inc 公司(IMS)下属艾美仕市场调研咨询(上海)有限公司签订战略合作协议,双方结为医疗信息服务战略合作伙伴,共同开拓中国医疗信息服务市场。

据公告,艾美仕负责 IMS 在中国地区的业务,主要业务范围为市场信息调查、向医药保健行业的合作伙伴发布调查数据和商业咨询。

公告显示,IMS 是全球领先的医疗健康行业信息服务提供商,在全世界的 100 多个国家开展服务,在亚太地区的 18 个国家都有分支机构,IMS 覆盖全球超过 70% 的药品销售,以及美国超过 90% 的药品销售,每天跟踪超过 100 万个处方药品牌。

海虹控股称,公司从事医疗福利管理业务和医药电子商务及电子交易业务,拥有专业、强大的临床医药数据库,而艾美仕作为全球领先的医疗健康行业信息服务提供商,在医疗健康行业的数据挖掘、分析及服务方面拥有独特优势。

海虹控股表示,双方共同合作有利于公司原有医药电子商务及电子交易业务的进一步发展,同时会对公司医疗福利管理业务商业模式的深化起到积极作用,进而提升公司的竞争力和盈利能力。(一财)

大众交通设立第三家小贷公司

大众交通旗下第三家小额贷款公司上海嘉定大众小额贷款股份有限公司 5 月 29 日挂牌。公司董事长兼总经理杨国平强调,这将进一步增强大众交通集团自营金融产业的含金量,有效推进实施公司“小贷大业”战略规划。

据悉,注册资金 2 亿元的嘉定大众小贷公司将是嘉定区规模最大的第一家小额贷款公司,为嘉定区、该公司与上海江桥经济开发区、上海杨柳经济开发中心、上海江丰经济发展有限公司、上海新江桥现代经济发展有限公司和上海西郊服务业集聚区经济发展有限公司等 5 家公司签署了共同服务中小企业战略合作协议,携手拓展嘉定区中小企业融资渠道。

此前,大众交通旗下已有徐汇大众和长宁大众两家小贷公司。据了解,徐汇大众分别于 2011 年和 2012 年实施了两次增资扩股,目前资本金已达 4 亿元,并荣获由中国小额信贷机构颁发的“中国小额信贷发展潜力奖”,同时跻身 2012 年“全国百强小贷公司”;长宁大众将于今年 6 月进行增资,增资后资本金可达 3 亿元。(杨伟中)

上汽布局产业链深挖利润

依托于母公司上汽集团股份有限公司(以下简称上汽集团)的资源,上海汽车工业销售有限公司(以下简称上汽销售公司)正在加速其网络扩张步伐。

5 月 30 日,上汽集团 2012 年股东大会审议并通过了《关于上汽销售公司为其投资的经销商提供担保的议案》。按照议案内容,在 2014 年股东大会召开前,上汽销售公司可向旗下投资的经销商提供 5 亿元资金担保,用于经销商新增网点或兼并重组等融资需求。

恰好在 5 月,上汽销售公司旗下的 8 家新经销网点相继投入运营。这对于上汽销售公司来说,无疑是一次密集的经销网点扩容。

在此次上汽集团股东大会上,上汽集团董事长、党委书记胡茂元表示:“按照上汽集团正在制定的 2030 规划,未来上汽集团将进一步改变目前过多依赖整车和零部件销售的利润模式,形成以整车、零部件、汽车金融以及服务贸易四大板块为支撑的利润构成模式。”这也意味着上汽销售公司等服务贸易板块将为母公司提供更多的利润贡献。

与国内第一阵营中的经销商集团相比,由于仅经营上汽集团旗下的汽车品牌及相关品牌,上汽销售公司的网络扩张速度并不快。目前上汽销售公司拥有 25 家经销网点,多集中于上海及其周边的长三角地区。来自中国汽车流通协会的排名显示,2012 年上汽销售公司销售车辆 6.85 万辆,销售额 102.8 亿元,在经销商集团中排名第 25 位。

去年以来,由于汽车市场增长放缓,经销商退网情况频频发生,各大汽车经销商集团相继出现利润下滑。从庞大、中升、夏夏、正道、宝信五大上市经销商集团去年的年报可以看出,除了庞大集团亏损之外,其他经销商集团的净利润出现不同程度下滑,其中中升集团净利润下滑了 47%。

在上汽销售公司市场总监谈哲炜看来,目前的经销商市场环境,这正好是上汽扩充网络的“有利时机”。他认为,过去两年来,由于经销商利润下滑,不少经销商都选择退出或“另谋出路”,上汽销售公司此举下手则在谈判中掌握更多的主动权。

据谈哲炜介绍,到今年年底,上汽销售公司将在全国范围内新增 20 家网点。未来 5 年内,新增网点将提升至 100 家。除了布局长三角之外,还将重点围绕上汽的生产基地进行扩张。对于新增的网络,谈哲炜表示,上汽销售公司将采取“合资新建”或“收购控股”的方式进行布局。也正因此,上汽销售公司可为其投资的经销商提供相应的资金担保。

或为自主品牌提供网络支持

“上汽销售公司 5 年内扩张 100 家网络的速度并不算快,它更多地是在为上汽自主品牌的快速发展提供网络准备。”汽车分析师张志勇认为。

在上汽集团的乘用车板块,自主品牌的发展无疑是极为重要的一环。2012 年,上汽乘用车累计实现销量 20 万辆。

“上汽自主双品牌荣威和 MG 无论在销量还是品牌溢价上,都有一定程度提升。”对此,胡茂元坦言,“对自主品牌的规模感到不满意”。

按照上汽乘用车的规划,2013 年将实现 24 万辆的销量,而渠道扩容无疑是推进销量增长的重要保证。

“在某种程度上,上汽销售公司的网络扩容不排除是在为自主品牌荣威和 MG 进行渠道配套。”张志勇分析,“如果上汽能利用自己的资源,掌握旗下自主品牌的销售渠道,不仅有利于其在将来的新车销售中

吉利布局城市微公交 寄望新能源汽车突破销量

李书福表示,新能源汽车是吉利控股集团的战略业务板块,通过近年来的技术积累和市场准备,新能源汽车要抢抓战略机遇期,进入快速发展通道。

■ 陈妍妍

继上海车展帝豪 EC7 纯电动汽车高调亮相后,最近,吉利汽车在新能源汽车上的动作备受关注。日前,与吉利合资成立电动汽车公司的康迪车业宣布任命刘金良为销售和营销副总裁,而就在前不久,刘金良刚刚从吉利集团销售公司总经理变为集团新能源汽车营销工作副总裁。

据悉,此次任命是在今年 3 月上海华普国润(吉利汽车控股有限公司的子公司)与康迪车业签署合资协议后的一次合作延伸。此前,吉利集团与康迪车业已合资成立一家康迪电动汽车有限公司,从事投资、研发、生产、市场推广及销售电动汽车业务。

酝酿多年只欠“东风”

在上海车展上,吉利集团董事长李书福对媒体表示:“吉利在电动汽车的研发方面已经投入了很大的力量,这次展示出来的一款电动汽车,是马上要量产的,我相信这一款电动汽车,也是引起大家的广泛关注。”同时,他认为:“汽车工业的电动化是一个大方向,吉利要符合遵守这么一个大规律。”

西部航空将转型低成本航空

对于想低价乘坐飞机的旅客,未来可能会有多一种选择。记者日前获悉,海航集团旗下成员西部航空公司,将成为中国国内第二家低成本航空公司。西部航空公司董事长兼总裁祝涛日前表示,公司目前已基本完成低成本转型工作。

多措施保障低成本

如今,许多国外低成本航企,如亚航、瑞安、美国西南航等公司已具备相当规模和市场认知度。但在国内航空市场上,目前只有基地位于上海的春秋航空公司一家,低成本航企的发展才刚刚起步。

西部航空于 2007 年 6 月首航,目前已开通近 30 条航线,通航城市为 28 个,覆盖近 20 个省份。

“低成本航空公司没有大航空公司需要设立头等舱等沉重包袱。”祝涛表示,通过单一机型(减少维修费用)、单一客舱(只设经济舱)、快速过站(减少飞机在机场停留时间、提高飞机每

5 亿担保金逆势扩容

掌握更多的利润,还将有利于经销商体系的稳定健康发展。”

记者也从上汽销售公司的规划中发现,其“已在全国 32 个主要城市启动了上汽荣威、MG 品牌 4S 店的建设计划”。

挖掘售后服务市场利润

“对我们(上汽销售公司)来说,单纯的扩网并不是目的,而是希望在网络扩张的同时,兼顾售后服务利润提升。”谈哲炜表示,“从目前来看,无论是销售公司还是集团,利润都主要依赖新车和零部件。”而从经销商层面而言,新车销售利润的下滑已经成为常态。

“未来的盈利点将集中在广义上的售后服务市场,即汽车后市场。”张志勇认为。鉴于此,上汽也着力于挖掘汽车后市场的利润。

“目前,上汽销售公司旗下已经形成了租赁、二手车以及汽车维修等一系列细分业务板块,但是整合得不好,售后服务对利润的贡献率也不高。”谈哲炜坦言。

为此,上汽销售公司也正在通过新的经营业态实现整合,去年安吉汽车生活广场在上海启动,这种经营模式是在引入上汽集团旗下品牌经销商的同时,导入二手车、汽车金融、汽车美容、汽车租赁、保险上牌、融资租赁等服务项目,以形成完整的销售和链条。按照上汽销售公司的规划,公司计划在哈尔滨、南京、成都等城市建立“汽车生活广场”。

“这种模式一方面有利于形成集群效应,降低各商户的成本分摊;另一方面,有利于将上汽销售公司目前的租车业务、以及二手车等全产业链导入,增大后市场产业链对公司利润的贡献。”谈哲炜表示。(吴铭)

吉利布局城市微公交 寄望新能源汽车突破销量

李书福表示,新能源汽车是吉利控股集团的战略业务板块,通过近年来的技术积累和市场准备,新能源汽车要抢抓战略机遇期,进入快速发展通道。

■ 陈妍妍

继上海车展帝豪 EC7 纯电动汽车高调亮相后,最近,吉利汽车在新能源汽车上的动作备受关注。日前,与吉利合资成立电动汽车公司的康迪车业宣布任命刘金良为销售和营销副总裁,而就在前不久,刘金良刚刚从吉利集团销售公司总经理变为集团新能源汽车营销工作副总裁。

据悉,此次任命是在今年 3 月上海华普国润(吉利汽车控股有限公司的子公司)与康迪车业签署合资协议后的一次合作延伸。此前,吉利集团与康迪车业已合资成立一家康迪电动汽车有限公司,从事投资、研发、生产、市场推广及销售电动汽车业务。

酝酿多年只欠“东风”

在上海车展上,吉利集团董事长李书福对媒体表示:“吉利在电动汽车的研发方面已经投入了很大的力量,这次展示出来的一款电动汽车,是马上要量产的,我相信这一款电动汽车,也是引起大家的广泛关注。”同时,他认为:“汽车工业的电动化是一个大方向,吉利要符合遵守这么一个大规律。”

西部航空将转型低成本航空

对于想低价乘坐飞机的旅客,未来可能会有多一种选择。记者日前获悉,海航集团旗下成员西部航空公司,将成为中国国内第二家低成本航空公司。西部航空公司董事长兼总裁祝涛日前表示,公司目前已基本完成低成本转型工作。

多措施保障低成本

如今,许多国外低成本航企,如亚航、瑞安、美国西南航等公司已具备相当规模和市场认知度。但在国内航空市场上,目前只有基地位于上海的春秋航空公司一家,低成本航企的发展才刚刚起步。

西部航空于 2007 年 6 月首航,目前已开通近 30 条航线,通航城市为 28 个,覆盖近 20 个省份。

“低成本航空公司没有大航空公司需要设立头等舱等沉重包袱。”祝涛表示,通过单一机型(减少维修费用)、单一客舱(只设经济舱)、快速过站(减少飞机在机场停留时间、提高飞机每

5 亿担保金逆势扩容

掌握更多的利润,还将有利于经销商体系的稳定健康发展。”

记者也从上汽销售公司的规划中发现,其“已在全国 32 个主要城市启动了上汽荣威、MG 品牌 4S 店的建设计划”。

挖掘售后服务市场利润

“对我们(上汽销售公司)来说,单纯的扩网并不是目的,而是希望在网络扩张的同时,兼顾售后服务利润提升。”谈哲炜表示,“从目前来看,无论是销售公司还是集团,利润都主要依赖新车和零部件。”而从经销商层面而言,新车销售利润的下滑已经成为常态。

“未来的盈利点将集中在广义上的售后服务市场,即汽车后市场。”张志勇认为。鉴于此,上汽也着力于挖掘汽车后市场的利润。

“目前,上汽销售公司旗下已经形成了租赁、二手车以及汽车维修等一系列细分业务板块,但是整合得不好,售后服务对利润的贡献率也不高。”谈哲炜坦言。

为此,上汽销售公司也正在通过新的经营业态实现整合,去年安吉汽车生活广场在上海启动,这种经营模式是在引入上汽集团旗下品牌经销商的同时,导入二手车、汽车金融、汽车美容、汽车租赁、保险上牌、融资租赁等服务项目,以形成完整的销售和链条。按照上汽销售公司的规划,公司计划在哈尔滨、南京、成都等城市建立“汽车生活广场”。

“这种模式一方面有利于形成集群效应,降低各商户的成本分摊;另一方面,有利于将上汽销售公司目前的租车业务、以及二手车等全产业链导入,增大后市场产业链对公司利润的贡献。”谈哲炜表示。(吴铭)

吉利布局城市微公交 寄望新能源汽车突破销量

李书福表示,新能源汽车是吉利控股集团的战略业务板块,通过近年来的技术积累和市场准备,新能源汽车要抢抓战略机遇期,进入快速发展通道。

■ 陈妍妍

继上海车展帝豪 EC7 纯电动汽车高调亮相后,最近,吉利汽车在新能源汽车上的动作备受关注。日前,与吉利合资成立电动汽车公司的康迪车业宣布任命刘金良为销售和营销副总裁,而就在前不久,刘金良刚刚从吉利集团销售公司总经理变为集团新能源汽车营销工作副总裁。

据悉,此次任命是在今年 3 月上海华普国润(吉利汽车控股有限公司的子公司)与康迪车业签署合资协议后的一次合作延伸。此前,吉利集团与康迪车业已合资成立一家康迪电动汽车有限公司,从事投资、研发、生产、市场推广及销售电动汽车业务。

酝酿多年只欠“东风”

在上海车展上,吉利集团董事长李书福对媒体表示:“吉利在电动汽车的研发方面已经投入了很大的力量,这次展示出来的一款电动汽车,是马上要量产的,我相信这一款电动汽车,也是引起大家的广泛关注。”同时,他认为:“汽车工业的电动化是一个大方向,吉利要符合遵守这么一个大规律。”

西部航空将转型低成本航空

对于想低价乘坐飞机的旅客,未来可能会有多一种选择。记者日前获悉,海航集团旗下成员西部航空公司,将成为中国国内第二家低成本航空公司。西部航空公司董事长兼总裁祝涛日前表示,公司目前已基本完成低成本转型工作。

多措施保障低成本

如今,许多国外低成本航企,如亚航、瑞安、美国西南航等公司已具备相当规模和市场认知度。但在国内航空市场上,目前只有基地位于上海的春秋航空公司一家,低成本航企的发展才刚刚起步。

西部航空于 2007 年 6 月首航,目前已开通近 30 条航线,通航城市为 28 个,覆盖近 20 个省份。

“低成本航空公司没有大航空公司需要设立头等舱等沉重包袱。”祝涛表示,通过单一机型(减少维修费用)、单一客舱(只设经济舱)、快速过站(减少飞机在机场停留时间、提高飞机每

5 亿担保金逆势扩容

掌握更多的利润,还将有利于经销商体系的稳定健康发展。”

记者也从上汽销售公司的规划中发现,其“已在全国 32 个主要城市启动了上汽荣威、MG 品牌 4S 店的建设计划”。

挖掘售后服务市场利润

“对我们(上汽销售公司)来说,单纯的扩网并不是目的,而是希望在网络扩张的同时,兼顾售后服务利润提升。”谈哲炜表示,“从目前来看,无论是销售公司还是集团,利润都主要依赖新车和零部件。”而从经销商层面而言,新车销售利润的下滑已经成为常态。

“未来的盈利点将集中在广义上的售后服务市场,即汽车后市场。”张志勇认为。鉴于此,上汽也着力于挖掘汽车后市场的利润。

“目前,上汽销售公司旗下已经形成了租赁、二手车以及汽车维修等一系列细分业务板块,但是整合得不好,售后服务对利润的贡献率也不高。”谈哲炜坦言。

为此,上汽销售公司也正在通过新的经营业态实现整合,去年安吉汽车生活广场在上海启动,这种经营模式是在引入上汽集团旗下品牌经销商的同时,导入二手车、汽车金融、汽车美容、汽车租赁、保险上牌、融资租赁等服务项目,以形成完整的销售和链条。按照上汽销售公司的规划,公司计划在哈尔滨、南京、成都等城市建立“汽车生活广场”。

“这种模式一方面有利于形成集群效应,降低各商户的成本分摊;另一方面,有利于将上汽销售公司目前的租车业务、以及二手车等全产业链导入,增大后市场产业链对公司利润的贡献。”谈哲炜表示。(吴铭)

吉利布局城市微公交 寄望新能源汽车突破销量

李书福表示,新能源汽车是吉利控股集团的战略业务板块,通过近年来的技术积累和市场准备,新能源汽车要抢抓战略机遇期,进入快速发展通道。

■ 陈妍妍

继上海车展帝豪 EC7 纯电动汽车高调亮相后,最近,吉利汽车在新能源汽车上的动作备受关注。日前,与吉利合资成立电动汽车公司的康迪车业宣布任命刘金良为销售和营销副总裁,而就在前不久,刘金良刚刚从吉利集团销售公司总经理变为集团新能源汽车营销工作副总裁。

据悉,此次任命是在今年 3 月上海华普国润(吉利汽车控股有限公司的子公司)与康迪车业签署合资协议后的一次合作延伸。此前,吉利集团与康迪车业已合资成立一家康迪电动汽车有限公司,从事投资、研发、生产、市场推广及销售电动汽车业务。

酝酿多年只欠“东风”

在上海车展上,吉利集团董事长李书福对媒体表示:“吉利在电动汽车的研发方面已经投入了很大的力量,这次展示出来的一款电动汽车,是马上要量产的,我相信这一款电动汽车,也是引起大家的广泛关注。”同时,他认为:“汽车工业的电动化是一个大方向,吉利要符合遵守这么一个大规律。”

西部航空将转型低成本航空

对于想低价乘坐飞机的旅客,未来可能会有多一种选择。记者日前获悉,海航集团旗下成员西部航空公司,将成为中国国内第二家低成本航空公司。西部航空公司董事长兼总裁祝涛日前表示,公司目前已基本完成低成本转型工作。

多措施保障低成本

如今,许多国外低成本航企,如亚航、瑞安、美国西南航等公司已具备相当规模和市场认知度。但在国内航空市场上,目前只有基地位于上海的春秋航空公司一家,低成本航企的发展才刚刚起步。

西部航空于 2007 年 6 月首航,目前已开通近 30 条航线,通航城市为 28 个,覆盖近 20 个省份。

“低成本航空公司没有大航空公司需要设立头等舱等沉重包袱。”祝涛表示,通过单一机型(减少维修费用)、单一客舱(只设经济舱)、快速过站(减少飞机在机场停留时间、提高飞机每

5 亿担保金逆势扩容

掌握更多的利润,还将有利于经销商体系的稳定健康发展。”

记者也从上汽销售公司的规划中发现,其“已在全国 32 个主要城市启动了上汽荣威、MG 品牌 4S 店的建设计划”。

挖掘售后服务市场利润

“对我们(上汽销售公司)来说,单纯的扩网并不是目的,而是希望在网络扩张的同时,兼顾售后服务利润提升。”谈哲炜表示,“从目前来看,无论是销售公司还是集团,利润都主要依赖新车和零部件。”而从经销商层面而言,新车销售利润的下滑已经成为常态。

“未来的盈利点将集中在广义上的售后服务市场,即汽车后市场。”张志勇认为。鉴于此,上汽也着力于挖掘汽车后市场的利润。

“目前,上汽销售公司旗下已经形成了租赁、二手车以及汽车维修等一系列细分业务板块,但是整合得不好,售后服务对利润的贡献率也不高。”谈哲炜坦言。

为此,上汽销售公司也正在通过新的经营业态实现整合,去年安吉汽车生活广场在上海启动,这种经营模式是在引入上汽集团旗下品牌经销商的同时,导入二手车、汽车金融、汽车美容、汽车租赁、保险上牌、融资租赁等服务项目,以形成完整的销售和链条。按照上汽销售公司的规划,公司计划在哈尔滨、南京、成都等城市建立“汽车生活广场”。

“这种模式一方面有利于形成集群效应,降低各商户的成本分摊;另一方面,有利于将上汽销售公司目前的租车业务、以及二手车等全产业链导入,增大后市场产业链对公司利润的贡献。”谈哲炜表示。(吴铭)

境污染。

此前,吉利方面曾透露,迄今为止在新能源汽车的研发投入累计已超过 10 亿元。

加速“市场化”

刘金良从 1995 年起加入吉利汽车,2005 年起分管吉利集团销售。刘金良任内完成品牌的整合,调整了产品结构,可谓战绩辉煌,或者说是位从谷底将吉利拉起的人。

刘金良非常重视“品牌”二字。他说:“目前,我们要做的是树立品牌形象,包括产品质量、售后服务、维修等各个方面。”

上海车展上,吉利推出 EC7 纯电动车,预计 2014 年第一季度逐步投放市场,初期将主要销往企业用户和公共部门,第一年预计销售 3000 辆,到 2016 年希望年销售达到 30000 辆。

此外,杨学良告诉记者:“我们未来还会推出混合动力车型,包括目前已经在山西试点的甲醇汽车,这些都属于新能源汽车的战略部署。”

“新能源汽车是吉利控股集团的战略业务板块,通过近年来的技术积累和市场准备,我们的新能源汽车要抢抓战略机遇期,进入快速发展通道。”在刘金良的任命书中,吉利控股集团董事长李书福对他提出了这样的期望。

在汽车行业分析师张志勇看来,吉利此番在新能源汽车上的动作是紧跟国家政策走的。“不论是从十二五规划还是政府出台的各项补贴政策来看,国家在未来很长一段时间内都会大力支持新能源汽车;此外,目前的新能源汽车发展已经相对成熟,比亚迪的电动出租车获得了市场较大的认可。因此,最近吉利在新能源汽车业务上有比较大的调整。”



环境健康产品问世 蒙发利 产业转型见成效

在 6 月初于北京举办的 2013(第 31 届)体博会上,蒙发利旗下品牌奥佳华亮相,其推出的空气净化器健康环境类产品,将陆续在奥佳华全国各零售终端展现。公司高管接受采访时表示,蒙发利去年提出的从按摩器具行业向健康大产业延伸的战略转型思路已初见成效。

由于国际市场疲软、劳动力成本及汇率上升等因素制约,中国出口型企业既有的商业模式面临严峻挑战。在此背景下,蒙发利去年提出了转型的三个主要方向:一是确立品牌、渠道同步发展的战略目标;二是从按摩器具行业向健康大产业延伸;三是调整产业结构,逐步淘汰劳动密集型项目,重点发展附加值高的技术创新项目。

在拓展海外市场业务的同时,做大做强中国本土市场,走 OBM 品牌运营之路成为蒙发利的战略首选。去年初,经过深思熟虑,蒙发利与国际著名健康品牌 OGAWA 奥佳华成立合资公司,迈出了从 ODM 向 OBM 战略升级的第一步。

2012 年年报显示,奥佳华品牌全年完成新开和改造门店 116 家。截至去年底,全国已布局门店 160 家,其中直营门店 67 家,主要分布于北京、上海、深圳、广州一线城市的高端百货商场。报告期内,单店平均营业额逐月呈现良性增长态势,至 2012 年末单店营业额平均增长 30%。

蒙发利董事长邹剑寒接受记者专访时表示,在产业视野上,未来奥佳华将突破传统按摩器具行业的局限,从消费者消费习惯和需求出发,立足于行业长期健康发展的目标,着眼于健康产业大创新,提前做好“品牌”和“产品”的战略规划。

目前,蒙发利已开始从按摩器具行业向健康、保健产业延伸。2012 年度,公司从部分环境健康产品品类着手,快速整合资源并积极推进,完成了空气净化器、空气清新机、空气加湿器等新项目的研发、开发及量产出货,当年实现营业收入 9114 万元。公司预计,今年环境健康类产品的业务量将呈现较大的增长势头。

此外,在“调整产业结构,逐步淘汰劳动密集型项目,重点发展技术附加值高的项目”的经营思路下,蒙发利近期大大加快了生产基地布局调整的脚步,以实现整合资源、提升效率的目标。(彭飞)