



中大元通集团
ZHONGDA YUANTONG GROUP

浙江物产中大元通集团股份有限公司 非公开发行股票预案

二〇一三年九月

发行人声明

本公司及董事会全体成员声明：本次非公开发行股票预案不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

本次非公开发行股票预案后，公司经营收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行承担。

本预案所依据的基础信息系公司董事会对本次非公开发行股票事项，任何与之相关的声明均不构成承诺。投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行的核准意见，审批机关对于本次非公开发行的核准，不代表其对发行人投资价值或市场前景的判断，也不构成对发行人的任何承诺或保证。

中国证监会核准发行后，除本预案中披露的信息外，任何与之相关的声明均不构成承诺。

重要提示

1、本次非公开发行股票方案已经公司第六届董事会第十四次会议审议通过，根据有关法律法规的规定，本次非公开发行股票事项尚须经浙江省人民政府国有资产监督管理委员会核准，并经中国证监会核准。

2、本次发行对象为不超过10名特定对象，发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%。发行对象中，除物产集团外，其他特定对象均符合中国证监会关于非公开发行股票的相关规定。

3、本次非公开发行的股票数量不超过31,700万股，在上述范围内，由股东大会授权董事会根据发行情况与保荐机构（承销商）协商确定最终发行数量。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、转增股本、配股等除权、除息事项，本次发行数量将进行相应调整。

4、本次非公开发行的定价基准日为第六届董事会第十四次会议决议公告日（2013年9月25日），发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的90%，即发行价格不低于76.32元/股。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、转增股本、配股等除权、除息事项，发行价格将进行相应调整。

5、本次非公开发行的募集资金总额不超过20亿元，扣除发行费用后将投入汽车金融服务项目、中大国际商贸项目、汽车金融服务项目。

6、物产集团持有物产集团股份自本次发行结束之日起36个月内不得转让，其他发行对象认购的股份自本次发行结束之日起12个月内不得转让。

7、本次发行不会导致公司控股股东、实际控制人发生变化。

8、本次发行前投资者持有的合理回报，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的平均可分配利润的30%。公司近三年现金分红及股利情况如下：

年度	每10股派息 (元,含税)	现金分红的数额(元,含税)	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润(万元)	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润(万元)
2012年	1.8	14,229.28	42,823.38	33.23%
2011年	0.3	3,293.82	52,763.25	6.24%
2010年	0.5	1,317.53	50,070.65	2.63%

为了进一步落实公司的利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护投资者的合法权益，根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发〔2012〕37号）的要求，公司对《公司章程》中关于股利分配政策进行了修订，并于2013年10月11日经股东大会审议通过。

2013年9月25日，公司召开第六届董事会第十四次会议审议通过了《关于公司未来三年（2013年-2015年）现金回报规划的议案》，对未来三年的分红回报进行了合理规划。该议案将提交公司2013年第一次临时股东大会审议。

释义

在本预案中，除非另有特别说明，下列词语之特定含义如下：

公司、本公司、发行人、物产中大	指	浙江物产中大元通集团股份有限公司
浙江省国资委、实际控制人	指	浙江省人民政府国有资产监督管理委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
物产集团、集团、控股股东	指	浙江省物产集团有限公司
物产集团全资子公司	指	浙江物产中大集团有限公司、物产集团之控股子公司
中大国际	指	浙江中大国际有限公司
元通租赁	指	浙江元通汽车租赁有限公司
物产大通	指	浙江物产大通汽车服务有限公司
元通有限	指	浙江元通汽车租赁有限公司
中大投资	指	浙江中大集团投资有限公司
中大地产	指	中大房地产集团有限公司
元通二手车	指	浙江元通二手车有限公司

本次非公开发行股票、非公开发行、本次发行

指 物产中大以非公开发行的方式，向不超过10名特定对象发行不超过11,700万股人民币普通股股份的行为

4S店

指 整车销售(sale)、零配件(autopart)、售后服务(service)、信息反馈(survey)四项功能于一体的汽车服务企业

汽车后服务

指 汽车销售后使用过程中一系列需求及前道后的交易机会的业务和，包括汽车金融服务、售后维修保养、车辆置换、二手车置换以及汽车零部件配送等

定价基准日

指 公司第六届董事会第十四次会议决议公告日

元

指 人民币元

本预案

指 公司本次非公开发行股票预案

一、本次非公开发行的背景和目的
(一)本次非公开发行的背景

1. 汽车流通产业面临转型升级，汽车后服务空间广阔

汽车流通产业是国民经济支柱产业之一，目前公司已拥有奔驰、宝马、奥迪等41个国内外主流品牌车型的代理权，已拥有1,600余个汽车经销商网络，构建了完善的营销服务体系。多年来，凭借完善的服务网络和专业化管理体系，公司取得了良好的经营业绩，是国内最大的汽车综合服务提供商之一，处于行业领先地位。

2. 汽车后服务业务发展前景广阔

随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

3. 汽车后服务业务是提升公司盈利能力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司盈利能力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

4. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

5. 汽车后服务业务是提升公司客户忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

6. 汽车后服务业务是提升公司综合竞争力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司综合竞争力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

7. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

8. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

9. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

10. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

11. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

12. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

13. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

14. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

15. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

16. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

17. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

18. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

19. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

20. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

21. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

22. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

23. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

发展，符合国家鼓励消费升级的政策导向。

3. 汽车后服务业务面临广阔的发展空间

汽车后服务业务是国民经济支柱产业之一，目前公司已拥有奔驰、宝马、奥迪等41个国内外主流品牌车型的代理权，已拥有1,600余个汽车经销商网络，构建了完善的营销服务体系。多年来，凭借完善的服务网络和专业化管理体系，公司取得了良好的经营业绩，是国内最大的汽车综合服务提供商之一，处于行业领先地位。

2. 汽车后服务业务发展前景广阔

随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

3. 汽车后服务业务是提升公司盈利能力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司盈利能力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

4. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

5. 汽车后服务业务是提升公司客户忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

6. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

7. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

8. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

9. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

10. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

11. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

12. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

13. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

14. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

15. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

16. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

17. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

18. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

19. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

20. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

21. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

22. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

23. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

24. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

25. 汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司客户满意度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

26. 汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌美誉度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

27. 汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌忠诚度的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

28. 汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径

汽车后服务业务是提升公司品牌影响力的重要途径。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

29. 汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素

汽车后服务业务是提升公司品牌价值的核心要素。目前，汽车后服务业务在国内尚处于起步阶段，随着汽车消费市场的不断扩大，汽车后服务业务将有较大的成长空间。从成熟市场来看，汽车后服务业务是汽车经销商的主要利润来源之一，其毛利水平远高于新车销售业务。本公司将发挥汽车后服务业务的先发优势，不断提升汽车后服务业务的竞争力。

(下转A22版)

股票代码:600704 股票简称:物产中大 编号:2013-028
浙江物产中大元通集团股份有限公司
第六届董事会第十四次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、会议基本情况
(一)会议时间：2013年9月25日
(二)会议地点：浙江省物产集团有限公司会议室
(三)会议主持人：董事长王克敏
(四)会议记录人：董事会秘书王克敏

二、会议议程
(一)听取并审议《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》
(二)听取并审议《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》

三、会议决议
(一)审议通过《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》
(二)审议通过《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》

四、会议结论
(一)审议通过《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》
(二)审议通过《浙江物产中大元通集团股份有限公司2013年第一次临时股东大会决议公告》