



GRAND BAOXIN AUTO GROUP LIMITED
廣匯寶信汽車集團有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 1293

2017

Environmental, Social and
Governance Report
環境、社會及管治報告

Towards a Green Future
邁向綠色未來



目錄

管理層致辭	2
關於本報告	3
第一章 走進廣匯寶信	4
第二章 治理至善	6
第三章 合作至贏	11
第四章 客戶至上	14
第五章 環保至誠	17
第六章 員工至親	20
第七章 社區至和	27

管理層致辭

二零一七年，中國經濟增長總體平穩，居民消費水平進一步提高。國內生產總值同比增長6.9%，消費對經濟增長的貢獻率為58.8%。作為我國國民經濟的支柱產業之一的汽車行業，在經歷了前幾年高速增長後，正在進行全方位的轉型和思考，逐步從增量市場轉換為存量市場。

作為負責任的公眾公司，廣匯寶信與控股股東廣匯汽車服務股份公司(以下簡稱「廣匯汽車」)始終秉承企業效益與環境保護並重的社會理念，在減少我們的業務可能對環境帶來影響的同時，始終致力於同所有股東、顧客、雇員、供應商及非政府組織一起建立相互信任及依賴的關係。

面對環境挑戰，廣匯寶信致力於採取預防措施，堅決支持及遵守政府相關法律、法規及政策，主動承擔對環境的責任，並促進更環保產品和服務的推廣和傳播。我們深知，環境責任是我們從員工到高級管理層的集體關切重點。

廣匯寶信在持續發展的同時，亦積極關注員工幸福感提升，並營造和諧文化。公司不僅致力於提高職工的物質生活水平，更積極滿足雇員精神文化方面的需求。公司每年組織員工進行團隊建設、生日會等多種形式的員工關愛活動來提升凝聚力及歸屬感。此外，公司實施員工績效評級、擁有完善的人才培訓機制，讓每個有才華、有能力的雇員都能在廣匯寶信找到可以發揮能量的平台。

展望未來，隨着消費升級，消費者的消費習慣及體驗感受日趨成熟，中國汽車市場也已顯現出國際成熟市場的特徵，廣匯寶信將一如既往地秉承客戶至上原則，打造全新、多方位的客戶服務體驗，強化客戶對於廣匯寶信品牌的認可度。同時，也積極履行社會責任，在企業管理和業務運營過程中貫徹可持續發展的理念，致力於推動經濟、環境與社會的可持續發展。

關於本報告

報告概覽

本報告是廣匯寶信汽車集團有限公司(以下簡稱「本公司」或「廣匯寶信」)發佈的第二份環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)報告，重點披露本公司及其附屬公司(以下簡稱「本集團」或「我們」)的經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2017年1月1日至2017年12月31日，部分信息涉及到2017年以前。本報告為年度報告。

編制依據

本報告主要參考香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「香港聯交所」)於2015年12月公佈經修訂的《環境、社會及管治報告指引》文件。本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：識別和排列重要的權益人、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編制報告、對報告中的資料進行檢視等。

報告範圍及邊界

本報告中的政策文件、聲明、數據等基本覆蓋公司總部和下屬實際控制的子公司、控股公司，特別說明除外。本報告所引用的歷年數據為最終統計數據，報告中的財務數據以人民幣為單位。

第一章 走進廣匯寶信

1.1 公司簡介

廣匯寶信是全國領先的，以經營豪華品牌及超豪華品牌為主的汽車經銷商集團。本集團服務網點主要分佈於經濟發達、人口稠密、市場潛力巨大的地區。本集團先後獲得過「中國汽車銷售服務十大企業集團」、「最具影響力的十大汽車經銷集團」、「上海市汽車銷售行業傑出貢獻會員企業」、「誠信服務五星級企業」、連續獲得「著名汽車銷售企業」、「上海名牌」等一系列榮譽稱號，並於2011年12月14日成功在香港聯交所股票主板市場上市，股票代碼01293.HK。

作為豪華品牌汽車的授權經銷商，本集團為客戶提供各品牌汽車全球統一標準的售前、售後服務，我們致力於全方位一體化服務，提供新車銷售、售後維修保養、汽車美容改裝、二手車銷售、汽車保險業務、汽車零部件銷售及其他汽車相關產品銷售等一系列服務。同時，以客戶的需求作為各品牌公司服務的出發點與原則，從而實現最高的客戶滿意度，貫徹以滿足客戶全方位需求為核心的服務方針，充分發揮本集團的一體化優勢，最大限度地實現整體綜合競爭力的提升。

面對激烈多變的市場，本集團以獨特的經營理念以及多年初衷不改的堅持，在汽車行業中始終「唯精唯一、專業執著」，做到心無旁騖，專注於汽車行業的發展，一心創好一個品牌，一心做好一個品牌。

1.2 公司理念

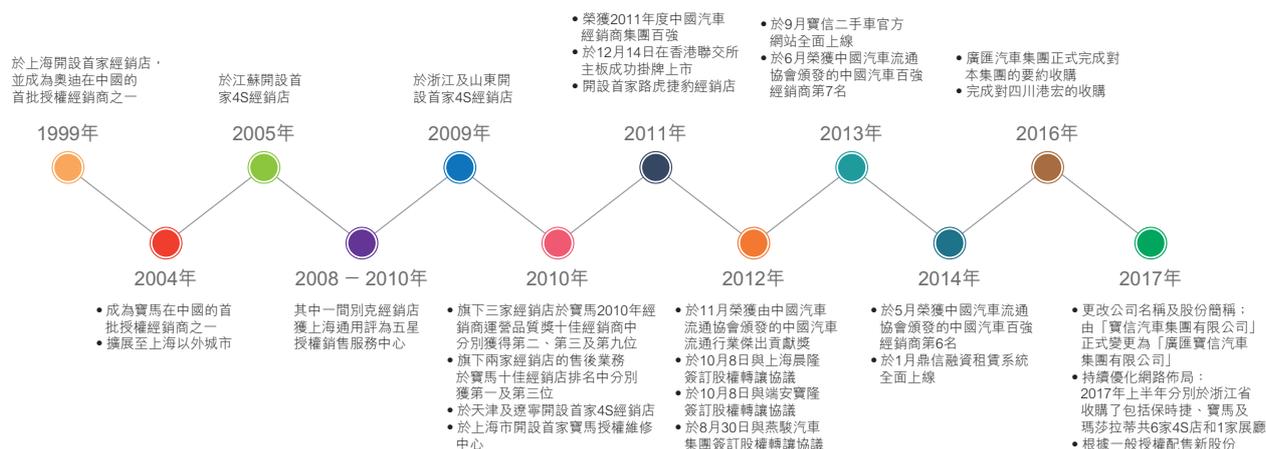
企業精神：效益效率、堅韌執著、忠誠和諧、合作互助

企業宗旨：客戶至上、管理至善、服務至遠

企業價值理念：誠信、務實、超越

企業生存法則：人無我有、人有我優、人優我快

1.3 我們的里程碑



1.4 經銷網絡佈局

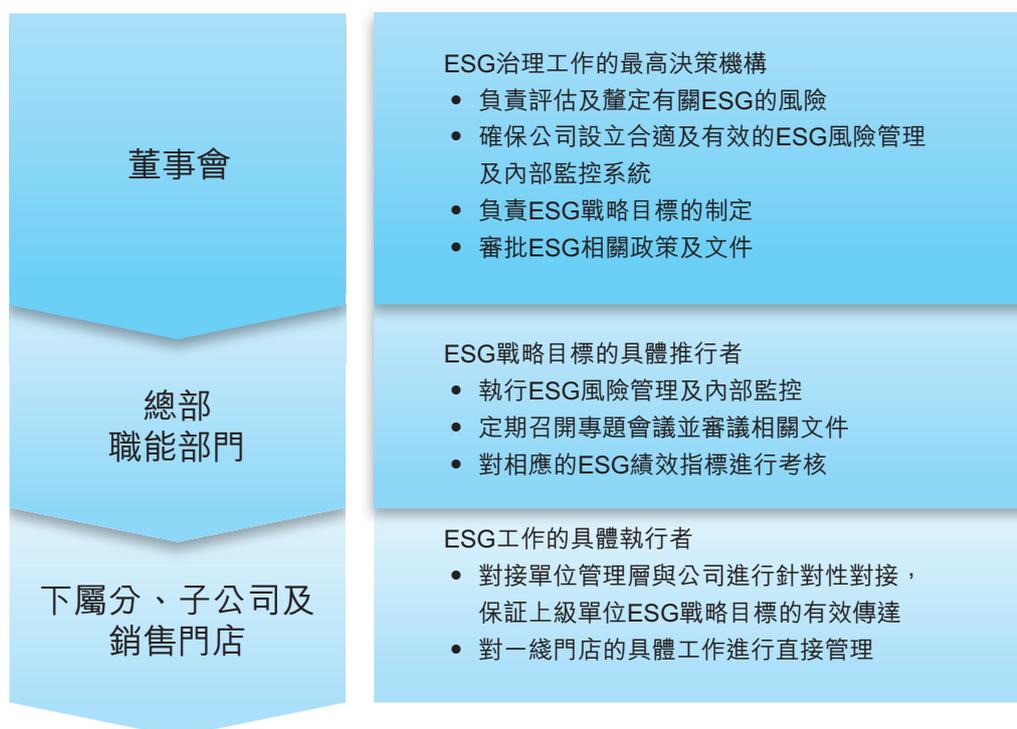
近年來，本集團的經銷網絡不斷地擴大，目前覆蓋全國十多個省會城市。截至2017年12月31日，本集團共擁有108家汽車經銷網點，其中包括86家豪華及超豪華品牌經銷網點，17家中高端品牌經銷網點及5家獨立售後服務（維修及裝潢，定損中心）網點。目前我們共擁有的汽車品牌組合包括11個豪華及超豪華品牌，即寶馬（含MINI）、奧迪、捷豹路虎、沃爾沃、凱迪拉克、英菲尼迪、埃爾法羅密歐、保時捷、勞斯萊斯、瑪莎拉蒂及法拉利。



第二章 治理至善

2.1 ESG 治理

本集團本着「誠信、務實、超越、綠色可持續」的發展理念，積極應對ESG風險和機遇。本公司將實質的ESG考量融入到企業的日常運營當中，在以董事會領導的ESG治理架構下，不斷推進ESG責任建設，提升自身管理水平。

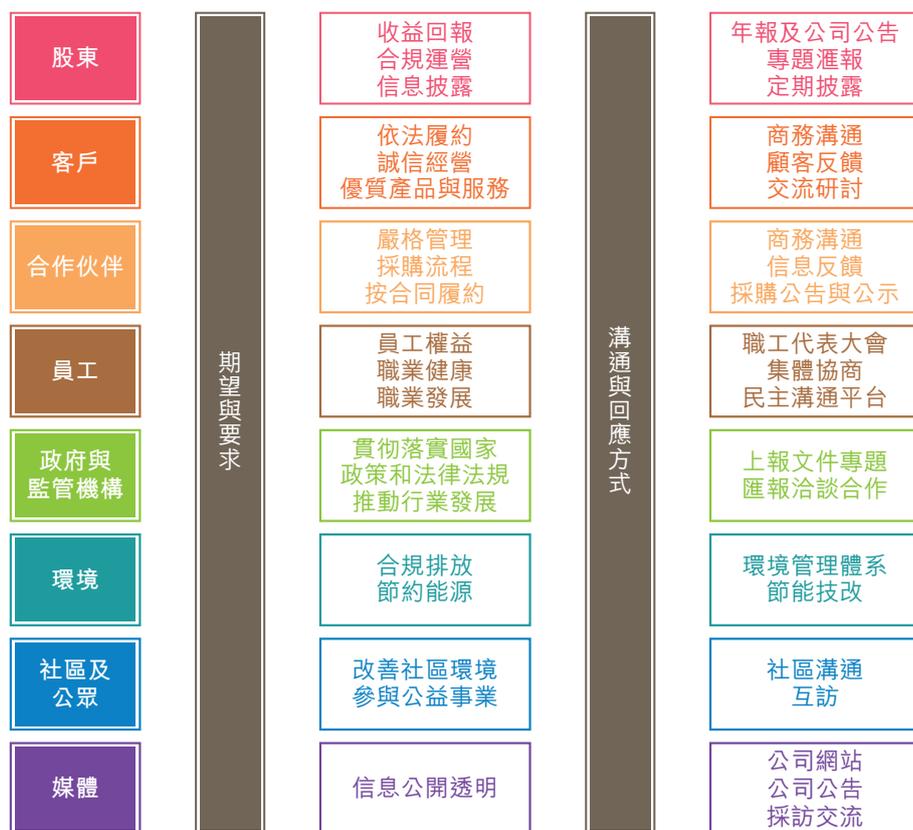


立體化 ESG 治理架構

權益人溝通

本公司一直尋求與所有權益人建立多方面的溝通與聯繫，在雙向、透明和常規化的溝通機制下，分享觀點、經驗，討論與本公司發展密切相關的各項議題。我們希望與權益人各方都能基於互信和尊重的基礎，通過豐富的對話和積極影響，共同實現互利互惠和可持續發展。

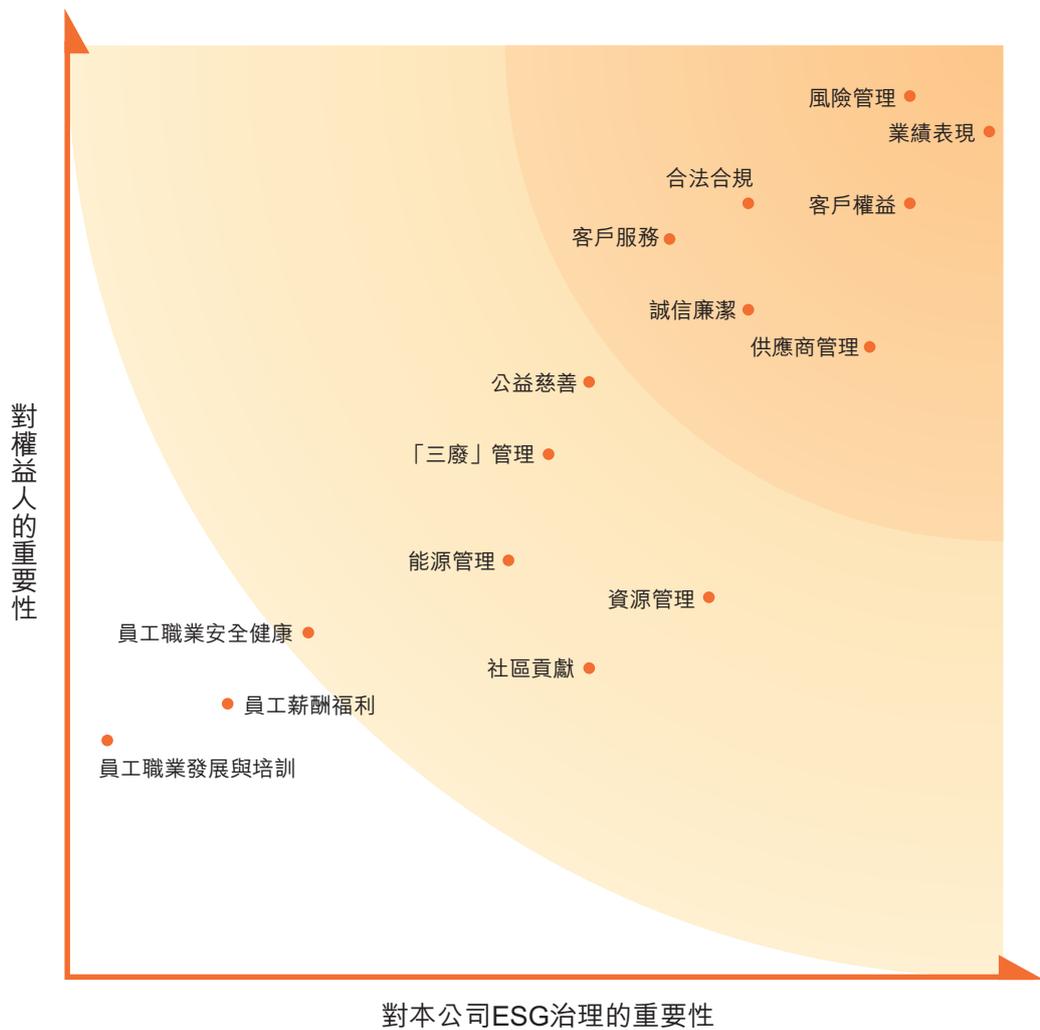
本公司識別出對本集團具有決策權、影響力或與本集團關係密切的主要權益人，通過與權益人各方的溝通交流，以了解他們所關心的議題，並定期檢討有關行動的成效，完善溝通渠道及更全面反映權益人的意見。下表列出報告期內不同權益人組別所關注的議題。



重大性議題和矩陣

為了解權益人的期望與訴求，提升報告的針對性與響應性，本公司依據香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》的要求，對ESG相關議題進行重大性判定，確定報告披露的信息全面覆蓋本集團發展和權益人關注的重點議題。

1. 議題來源	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司管理層建議 ● 內外部專家分析建議 ● 媒體信息分析 ● 同行對標研究 ● 社會責任標準指南 ● 香港聯交所ESG報告指引
2. 篩選標準	<ul style="list-style-type: none"> ● 對可持續發展的貢獻 ● 權益人關注程度 ● 社會責任相關指南重點強調 ● ESG報告指引重點推薦 ● 符合公司戰略發展需要
3. 重大性判定結果	<ul style="list-style-type: none"> ● 重大性議題矩陣



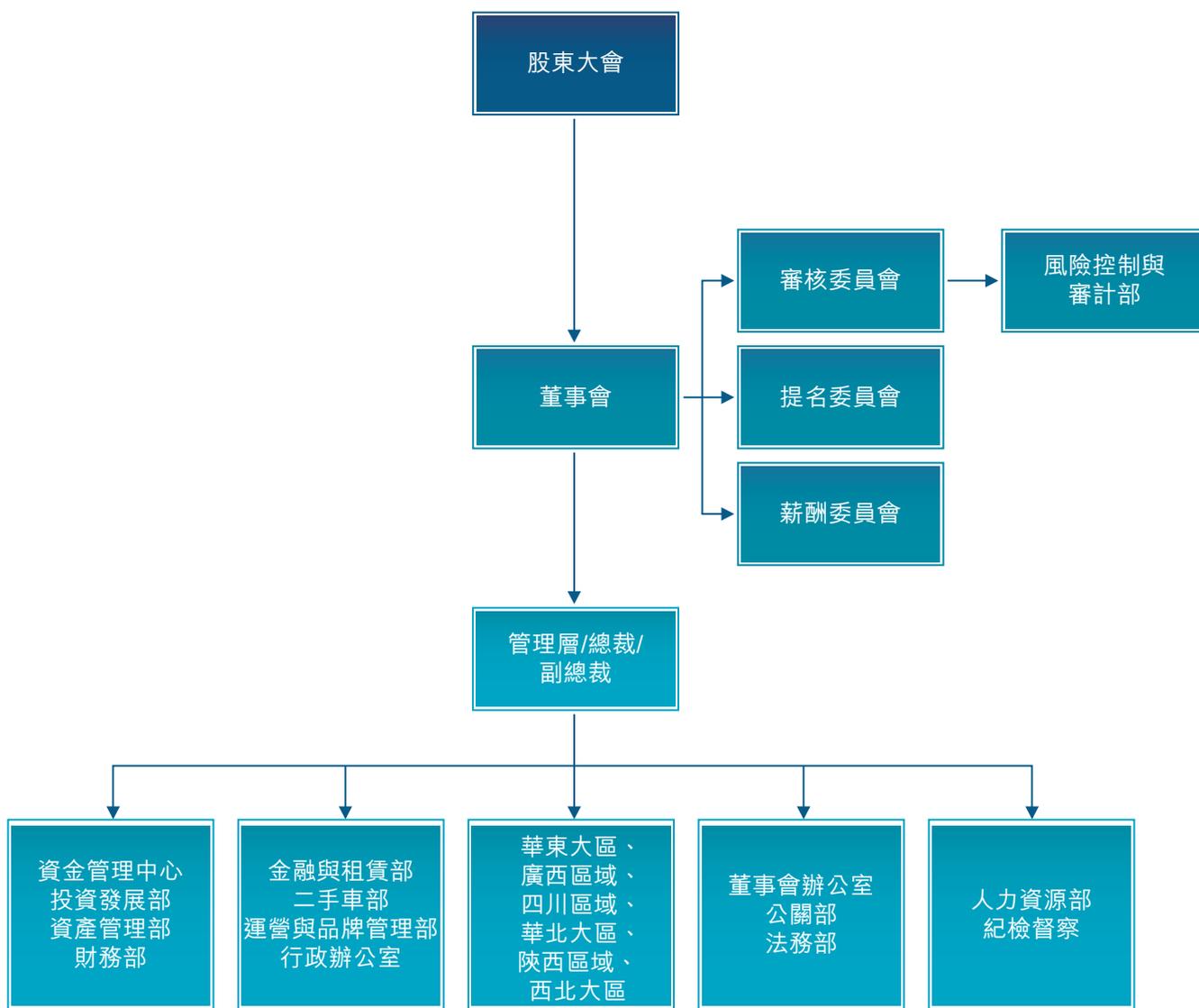
重大性議題矩陣

2.2 合法合規

企業管治

本集團嚴格遵守《香港聯交所證券上市規則》、《中華人民共和國公司法》以及上市地相關法律法規、規範性文件和公司章程的規定，不斷完善公司治理架構，提高綜合治理水平。

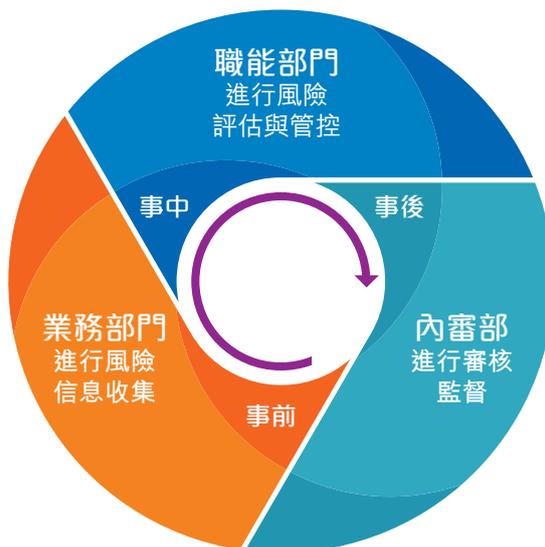
股東大會是本公司的最高權利機構，下設董事會。董事會下設審核委員會、薪酬委員會和提名委員會，監督和檢查包括公司戰略、管理層任命、激勵措施及風險管控等的內部治理工作。



更多本公司企業管治內容請參見本公司2017年年報。

2.3 風險管理

本公司根據《企業內部控制基本規範》建立並不斷完善風險管理與合規體系。我們結合自身管理情況和長期風險管理的經驗總結，逐步發展出事前、事中及事後的三重風險管理機制，從財務、技術、人力資源及公共關係等方面加強企業風險管理。我們的內控自評工作覆蓋所有的經銷門店，通過自評過程及時發現內部控制缺陷，從而進行有針對性地整改工作。



三重風險管理機制

2.4 誠信廉潔

本公司崇尚並恪守商業道德，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反壟斷法》、《中華人民共和國廣告法》等國家及地方法律法規，不斷規範自身商業活動，致力於構建一個誠信、公平、廉潔的商業環境。我們在和供應商的合作中，也會將反賄賂及商業道德規範的要求傳達給所有的供應商，任何供應商都不得自己或通過第三方贈予或以非公允價值給予本集團員工以及直系親屬回扣、傭金、有價證券、實物、股權/股份或其他形式的好處，也不得通過任何方式將合同項下的合作內容和衍生利益直接/間接授予或分配給本集團員工或其直系親屬，以致影響交易公平性。

本公司絕不容忍腐敗問題，認真嚴肅對待每一起舉報事件。我們制定舉報管理制度，積極營造誠信和反舞弊反欺詐的企業文化，建立並保持多種舉報渠道暢通，包括信件舉報、電話舉報、電子郵件舉報和當面舉報。對於任何違反本公司原則的行為，我們都會進行調查處理。紀檢工作人員若收到舉報信息，將及時將舉報內容轉交更高層級討論進一步處理方案，並在五個工作日內給予舉報人答覆。若舉報事項一經核實，我們將督促相關部門按照本公司規定對投訴對象做出相應的處理，情節嚴重者將被解聘並訴諸於法律。

報告期內，本集團未發生貪污訴訟事件。

第三章 合作至贏

我們本着「雙贏」原則，積極展開與相關合作方的合作，在新時代新局面下攜手邁進，不斷開創更加輝煌的新局面，共同實現可持續發展的目標。

3.1 經營績效

本集團2017財年的經營業績在新車銷售增速放緩的條件下仍然取得令人滿意的增長。2017年營業收入34,136.2百萬元，同比增長32.8%，實現毛利人民幣2,908.3百萬元，增長43.0%，股權持有人應佔溢利達人民幣803.7百萬元，增長94.0%，每股人民幣盈利0.30元。2017年本公司新車銷量103,643輛，同比上升43.2%。

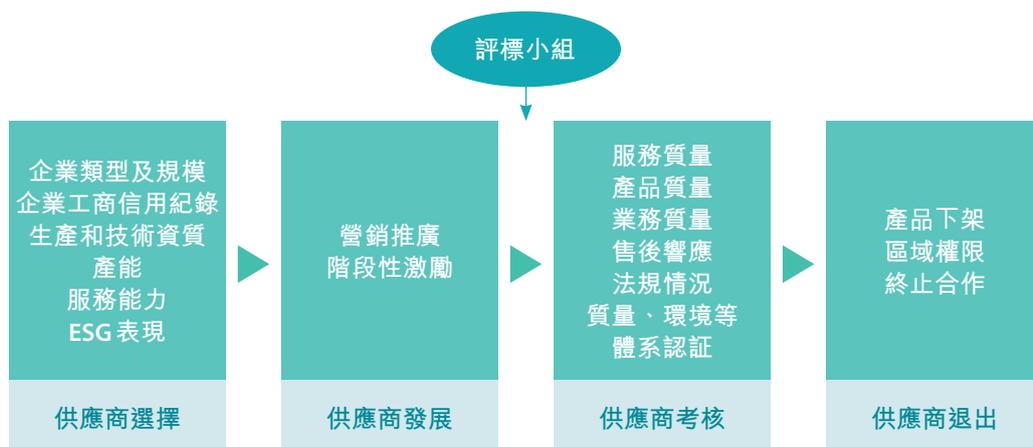


3.2 合作方共贏

本公司致力於構建互利共贏的供應商關係，與供應商一起創造公平、公開、高效及互信的合作關係。本集團採購的主要產品為汽車裝飾及零配件，我們通過不斷優化改進供應商管理體系，積極創新採購模式，在保證採購質量的前提之下進一步降低採購成本。我們採取集中採購、原廠採購和門店自採三種模式相結合的採購模式，整個採購工作由廣匯汽車總部集採中心，區域片區及各門店負責。



為建立公開、有序的供應商良性競爭平台，規範集採供應商管理，為願意促進本集團採購業務不斷發展的優質供應商創造出良好的公平競爭環境，我們制定並不斷完善供應商考核流程、供應商准入標準、供應商考評管理辦法。同時，我們也制定供應商退出機制，對產品質量不穩定、服務能力弱、業績指標表現差的供應商形成退出機制。2017年，供應商的ESG表現也已逐漸納入我們的准入和考評標準當中。



本公司不斷為供應商打造最好的合作環境，為客戶提供最有競爭力的產品。我們會向所有的供應商合作伙伴發放本集團的《供應商手冊》，手冊中通過業務準備、開展業務、協同深化和供應商須知四大方面向供應商伙伴詳細介紹了我們的採購制度、需遵守的條款及規範等一系列內容，使供應商伙伴了解到我們能夠為他們提供公平有效的競爭環境，致力於公平、高效以及透明地開展業務的願景，也希望通過《供應商手冊》讓供應商在遇到問題時有制度可依據、有人員可詢問以及有方法可解決，使我們和供應商伙伴雙方都能在合作中互惠互利，共同成長。



第四章 客戶至上

客戶需求是我們發展的原動力。我們一直堅持客戶至上的服務原則，在充分尊重客戶要求的同時，誠心給與客戶高品質的服務。我們也一直努力讓廣大客戶在享受我們優質服務的同時，合法權益能夠得到最大限度的保障。

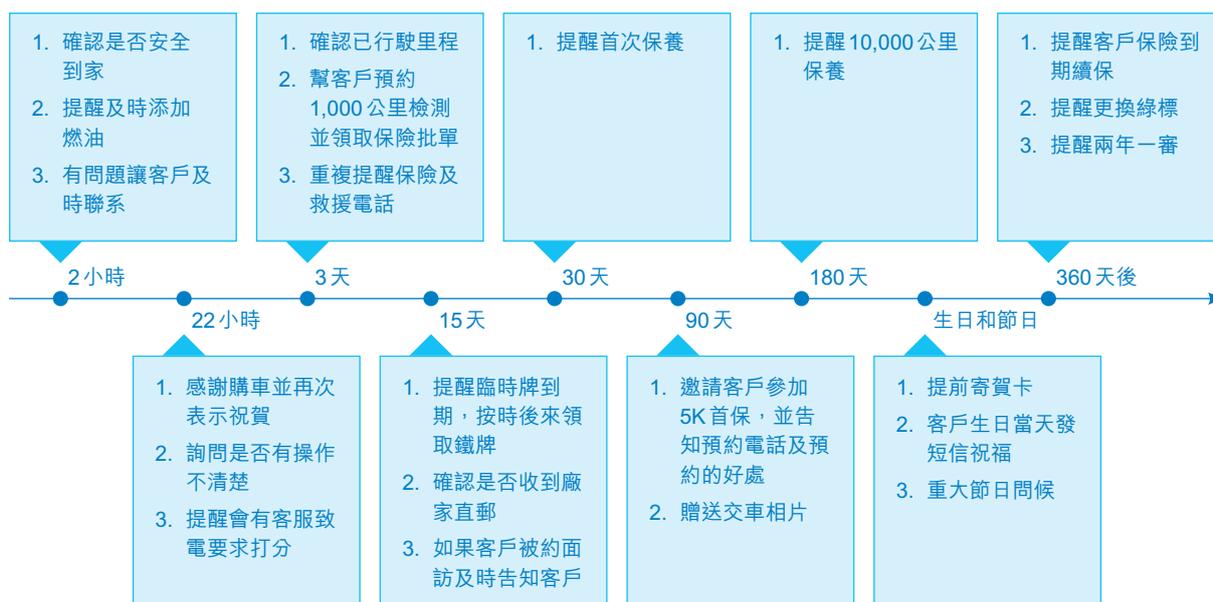
4.1 客戶責任

客戶服務

我們努力讓客戶對我們的服務留下良好第一印象。本公司在了解客戶期望基礎之上，為了提供禮貌、熱情、專業的來電接聽及來店接待模式，把握建立店面與客戶良好關係的時機，培養忠誠客戶，同時也為了通過良好的產品介紹能力吸收，轉換競爭品牌的意向客戶，提高自身品牌意向客戶的購買欲望，縮短購買週期，要求銷售人員必須嚴格按照《銷售運營手冊》內的來電接聽標準流程、來店接待標準流程、產品介紹標準流程等標準服務流程對客戶開展服務，並要求工作人員切實履行相應崗位的行為準則，以禮貌、熱情、友好、專業的工作態度，給顧客留下最好的印象，盡最大努力為客戶提供最好的服務，贏得信賴，建立起良好持久的互動關係。

我們誠摯希望客戶能對我們的服務做出客觀的反饋，以讓我們能夠發現不足，不斷提高服務水平。我們每年都會由客戶服務相關部門通過「神秘訪客」、問卷、電話回訪、區域第三方暗訪等多種調查方式進行滿意度調查。

我們建立了詳細的售後回訪跟蹤細則，在客戶購車後的不同時間段內對客戶進行回訪，讓客戶感受到我們無微不至的關懷和用心。



售後服務

隨著汽車產業的價值鏈不斷延伸，汽車服務的增值能力和潛力大幅提升，售後服務已經成為現代汽車銷售公司持續發展的關鍵部分，關乎着我們全方位的客戶服務能否真正做到讓客戶滿意，提高客戶的忠誠度。本集團針對各車型、各車齡段客戶的不同需求，提供針對客戶個性化需求的高效、高質的售後服務，並不斷吸納新客戶，建立起長期的客戶關係。我們的目標是不僅為客戶提供覆蓋汽車服務全生命週期的一站式綜合服務，更將客戶需求植入汽車服務流程中，滿足客戶的現有需求和潛在需求，實現客戶價值最大化。

我們的售後服務包括提供維修及汽車改裝服務、汽車零件銷售、配件及其他汽車相關產品銷售。我們在預約階段、到店接待階段、休息室服務和保養階段都將個性化、人性化的服務考慮在內，盡最大努力讓客戶感受到我們的用心，例如我們4S店的等候廳都會提供免費飲品、無線上網等服務。

1

維修及汽車改裝服務

維修質量的好壞直接影響到4S店的生存和發展。我們提供廣泛的維修服務，從加油至意外後車身修復服務一應俱全，並保持較高的一次性修復率。同時，也滿足客戶多樣化的汽車改裝需求。

2

汽車零配件及其他汽車相關產品銷售

我們為客戶提供品種齊全、高質量的汽車零配件及汽車相關產品銷售服務，提供客戶一份買的放心，用的安心的一站式購買體驗。

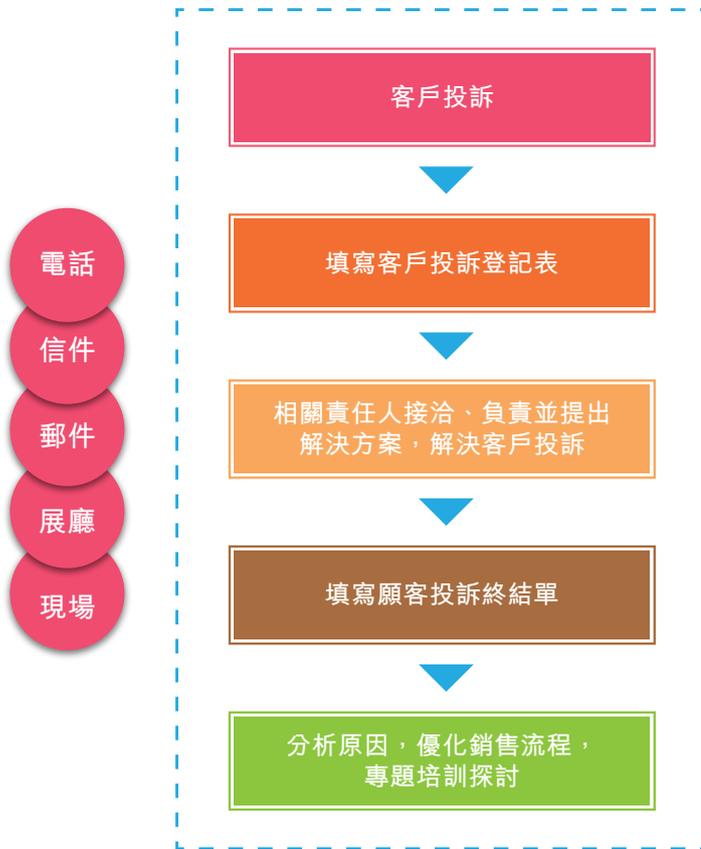
售後服務

4.2 客戶權益

客戶投訴管理

本公司高度重視客戶投訴，我們將客戶的每一次投訴都視為自身修正和改進的機會，妥善處理投訴是我們完善店內服務流程、人員素質等各環節不足的重要推進部分。面對客戶投訴，我們將第一時間回應，安撫客戶的不滿情緒，儘快給出讓客戶滿意的處理方案。

本公司建立了完善的客戶投訴處理流程，客戶可通過電話、信件、郵件、展廳或現場投訴等方式向我們提出投訴意見。通過任何渠道的投訴都將由相應的部門責任人負責，與客戶溝通並提出解決方案，直至客戶滿意。最後我們會在內部進行總結分析，進行專題培訓探討，並通過總結經驗教訓，對銷售流程進一步優化，不斷提升我們的服務水平。



客戶投訴處理流程

客戶隱私保護

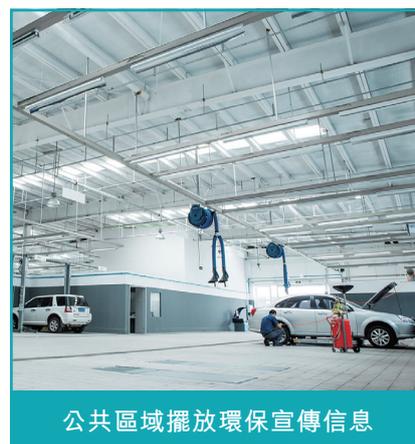
本公司嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，對客戶隱私施行嚴格的保密制度。我們根據各合作品牌的要求，在收集客戶信息時將與客戶簽署《客戶個人信息保護聲明》。我們加強客戶信息接觸的內部管控，對客戶信息設置調取權限。任何需要調用客戶信息的行為都需要通過辦公系統申請，保證信息獲取行為的可追溯性，切實保障客戶信息的安全。同時，我們也在《供應商手冊》中對供應商的信息保密工作作出嚴格規定，要求供應商不得以非法或不符合商業道德的方式尋求獲得我們的任何保密信息。

第五章 環保至誠

我們持續深入探索綠色環保管理新模式，通過機制建設、體系監管、效果考核，將綠色環保理念根植於公司全面經營建設工作中，致力於打造汽車銷售和售後的閉環綠色環保體系，以更高標準樹立行業典範。

5.1 環境管理

本公司在運營中高度重視履行企業環保責任，踐行可持續發展理念。2017年，通過每一個人的努力，我們做到了全公司環保工作零事故率。我們要求各區域店面採取專業排污辦法，切實保證環保排放，與國標和當地規範要求同步，並在合規的基礎上進一步努力，達成全面節水、節能、降噪等具體指標，優化工作流程，減少對環境的影響。為了達成此目標，我們嚴格落實雙軌管理，即各門店在執行區域、總部環境相關的公司制度、政策的同時，也需要遵守主力廠商對於門店的環保要求。部分門店根據主力廠商規定，均已通過ISO9001質量管理體系和ISO14001環境管理體系認證。



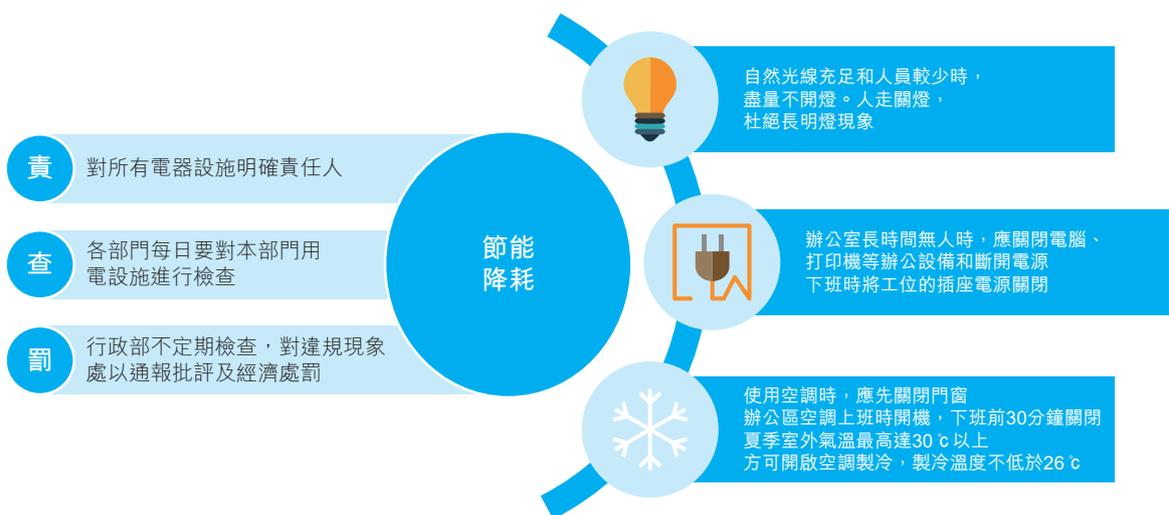
同時，我們不斷宣傳推廣環保概念，積極倡導全員提高環保意識和綠色辦公理念，鼓勵員工珍惜每一度電、每一滴水、每一張紙、每一升油、每一件辦公用品，具體措施包括雙面打印、辦公用品回收再利用、水電精細化管理等。

5.2 資源管理

我們尊重自然資源，重視資源使用的效率，不斷完善相關制度建設，大力推動節能降耗工作。本公司通過每年對門店進行節能減排的預算管理，並要求門店將運營所產生的資源及能源消耗控制在合理的範圍之內，達到對公司資源的使用進行有效控制及效率最大化的目的。2017年，我們繼續嚴格貫徹由總部開展的節能降耗工作。在汽車維修、清洗及美容過程中，我們不斷探索在保證服務質量的前提下，最大化地利用自然資源，如使用高效能的設施設備及通過先揮塵、後水洗的洗車程序等優化服務過程的手段實現資源與能源的節約等。

針對門店、區域及總部辦公室的日常運營，我們積極倡導在各方面減少對自然資源的消耗，如確保飲用水不做他用，循環利用水資源澆灌辦公室的植物；儘量使用電子版進行文件傳閱，在必須打印時，採取雙面打印以節省紙張。針對電力消耗，我們要求各電器設備所對應部門的負責人在實施節能降耗過程中根據實際情況做出調整，使各措施的成果更有效率。總部的節能降耗通知中要求員工合理使用照明設施，下班前關閉所有非必要電源；合理使用空調，按規定運作。行政部不定期對節約用電情況進行檢查，若發現違規現象，則會對相應負責人處以通報批評或其它經濟處罰。

日常運營節能降耗措施



報告期內，本集團汽油使用情況如下：

	單位	2016年	2017年
汽油使用量	升	-	1,305,453
萬元收入耗油量	升/萬元	-	0.38

報告期內，本集團電力使用情況如下：

	單位	2016年	2017年
耗電量	千瓦時	32,540,598	38,648,391
萬元收入耗電量	千瓦時/萬元	12.66	11.32

報告期內，本集團溫室氣體排放情況如下：

溫室氣體排放(噸二氧化碳當量)*	數值
溫室氣體排放範疇一	2,899.5
溫室氣體排放範疇二	26,783.3
溫室氣體總排放	29,682.8
溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量/萬元收入)	0.0087

*註：

直接能源來源為無鉛汽油，間接能源來源為外購電力

溫室氣體排放範疇一： 涵蓋由本集團擁有或控制的業務消耗的直接能源，即無鉛汽油消耗而直接產生的溫室氣體排放量

溫室氣體排放範疇二： 涵蓋來自本集團內部消耗(購買或取得的)間接能源，即電力消耗產生的溫室氣體排放量

報告期內，本集團水資源使用情況如下：

	單位	2016年	2017年
生活用水	噸	692,400	453,935
萬元收入耗水量	噸/萬元	0.27	0.13

5.3 責任排放

我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國環境影響評價法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《污水綜合排放標準》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》及國家、地方相關政策的要求，嚴格執行相應的排放物監管要求。報告期內，本公司沒有發生違規排放的情況。

本公司對於廢棄物管理秉持3R原則(Reduce, Reuse, Recycle)，在廢棄物的堆放、分類、處置方面有明確要求。4S及維修門店主要產生的一般固體廢棄物為廢舊汽車零部件，根據廢棄物管理原則可分為回用件、再造利用件和回收件。對於回用件和再造利用件，門店交由合作伙伴進行處理，確保零部件發揮最大的實用價值；對於回收件則進行資源化利用。在汽車維護中產生的廢機油屬於危險廢棄物，各門店中均配有廢機油回收設備，並設專門倉庫進行存放，最終交由有資質的單位進行外運處置，以此確保油料的安全存放，避免對環境造成影響。

報告期內，本集團廢棄物排放情況如下：

廢棄物種類(單位)	數值
生活垃圾(噸)	5,068
生活垃圾排放密度(噸/萬元收入)	0.0015
廢機油(升)	1,141,317
廢機油排放密度(升/萬元收入)	0.33

第六章 員工至親

我們堅信公司的持續發展離不開人才，我們得以在汽車行業做強做大也與人才密切相關。因此，我們多年來秉承著「尊重人才、關心人才、愛護人才」的理念，致力於為員工提供公平競爭的平台，營造和諧的工作環境，創造良好的合作氛圍，打通職業發展通道，助力員工充分體現自我價值，讓員工有信心與公司一同長期發展。

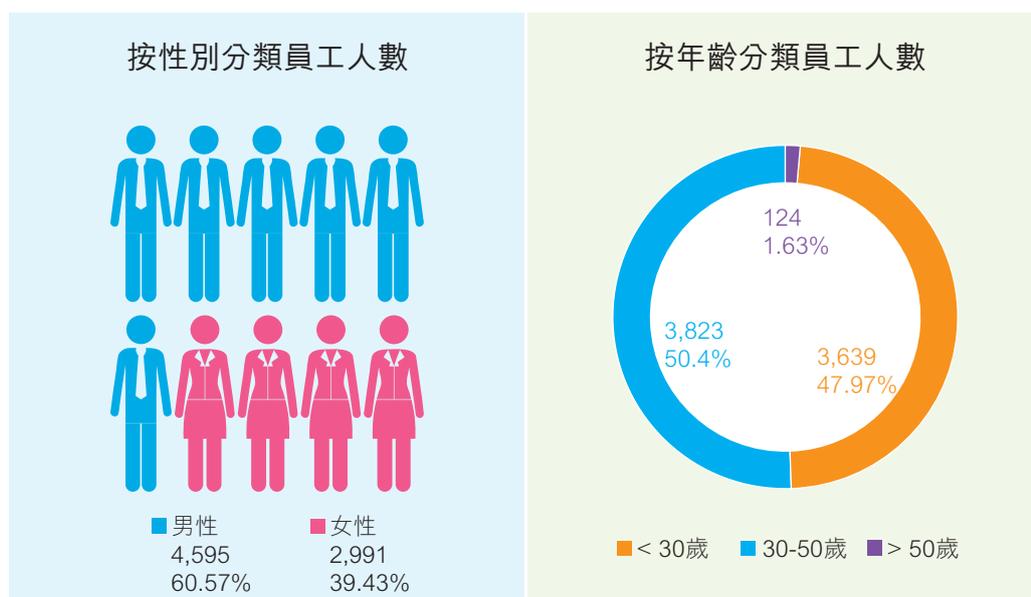
6.1 員工概覽

勞工政策

本公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《勞動保障監察條例》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國婦女權益保護法》及國家、省、市有關法律法規，並據此制定了《員工手冊》，對勞動人事制度、招聘流程和辦法、員工行為規範、薪酬福利體系、安全管理制度、培訓發展、績效考核等方面作出系統化規定，以明確公司與員工的義務並維護雙方的合法權益。

本公司保證招聘過程公平公正，嚴格遵從《禁止使用童工規定》並禁止強制勞工。如發現使用童工，我們將指示相關部門將有關童工送交其原居住地之父母或其他監護人。同時，我們對不同性別、年齡、婚姻狀況、殘疾狀況、宗教的員工一視同仁，努力為員工提供一個多元化、包容、不歧視的工作環境。

截至2017年12月31日，本集團員工人數總數共計7,586人，按性別和年齡劃分的員工人數如下：



員工福利

本公司重視保障所有員工的合法權益，堅持民主管理，實現同工同酬，關注員工訴求，開展多種員工關愛活動，為每一位員工的個人發展提供保障。我們為員工提供有市場競爭力的薪酬、待遇及福利，通過公平合理的薪酬管理和考核獎勵機制，保障員工切身利益，以提高雇員的工作積極性。我們保障全面的法定福利，包括五險一金、年假、病假等。同時，我們還提供其他多元化福利，如節日補貼、交通和通訊補助、上下班班車接送服務、親屬亡故慰問、困難員工幫困等，讓員工在方方面面感受到公司的關愛。

此外，我們嚴格遵守有關女性員工保護的法律法規，不斷改善女性員工的工作環境和工作條件，落實女性員工孕產期、哺乳期休假規定。同時，保障女性員工和男性員工享有平等而具有競爭力的薪酬福利，提供職業發展機會。

員工溝通

本公司十分注重了解員工訴求，通過建立暢通有效的內部溝通交流和意見反饋渠道，讓員工放心地充分表達意見，與管理者全面、坦誠地進行雙向溝通。我們亦非常重視傾聽員工的聲音，在積極解決及改善員工反饋的問題的同時，對可行、有建設性的建議進行採納，以激勵員工積極參與到公司管理中。營造良好的溝通環境能夠創造出一種民主、平等、合作的健康氛圍，讓員工對公司有更強烈的歸屬感和使命感，激發員工工作熱情，提高員工工作滿意度。我們提供的員工溝通渠道多種多樣，包括以下形式：



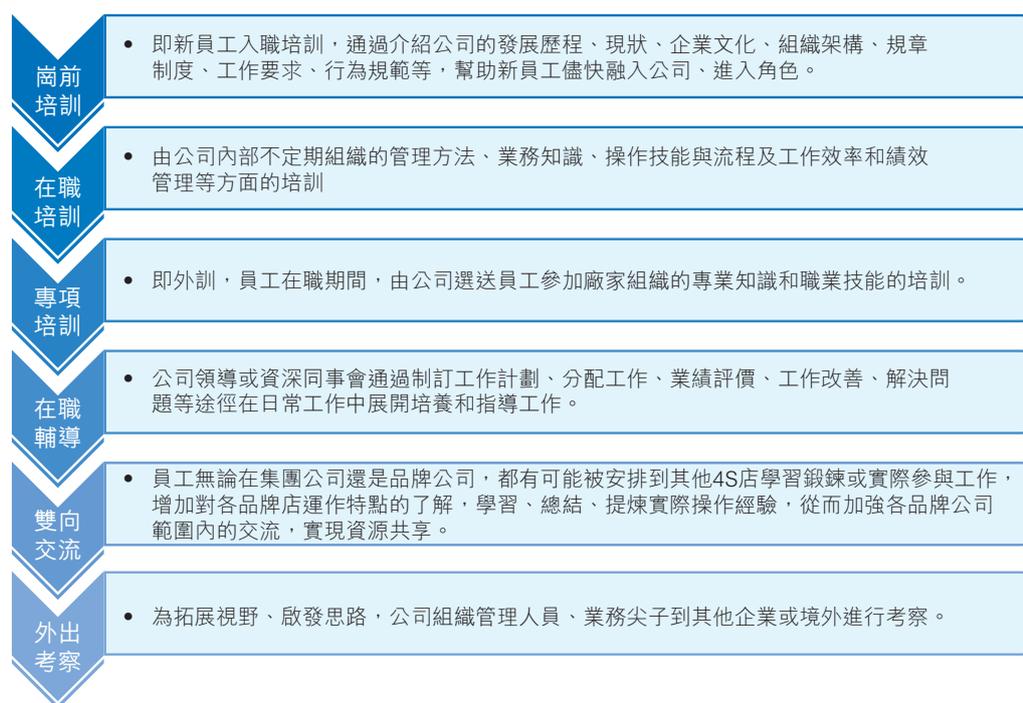
打造雇主品牌-「廣匯生」、「廣匯人」

為打造規範統一、有競爭力的雇主品牌，成為吸引優秀人才的一面旗幟，廣匯寶信根據控股股東廣匯汽車的統一要求及規劃，持續推進雇主品牌建設。雇主品牌項目在2017年7月啟動，對外積極履行社會職責，傳播愛心和正能量，加強雇主品牌的宣傳，打造「廣匯生」、「廣匯人」項目，提高品牌認知，增強品牌價值，吸引優秀人才；對內積極推進創新項目評選，宣傳榜樣力量，落實團建工作，推動公司企業文化建設持續健康發展。廣匯汽車雇主品牌的推廣建設，吸引了近7,000名優秀人才加入，提升了公司美譽度，更榮膺「前程無憂」頒發的「年度人力資源管理傑出獎」。

6.2 員工發展

職業培訓

員工是我們的寶貴財富和資源，為提高員工綜合素質、業務技能和專業水平，本公司實行全員培訓和持續教育制度。員工培訓遵循學習與工作相結合的原則，有計劃地對員工進行基礎和專業知識培訓。培訓對象包括一線銷售與售後員工、店面管理員工、區域基礎員工和區域管理人員。本公司培訓實行積分制管理辦法，員工的培訓情況及考核結果將轉換成相應分值，作為員工績效考評、調薪、晉升的重要依據。



員工職業培訓及發展方式

財務培訓持續加強

為提升公司中高層管理人員的財務知識的掌握和運用，本公司自2016年8月啟動了財務培訓，16年10月30日，總部及各區域公司的培訓都已經順利完成，2017年全年對此培訓效果進行加強。公司採用抽檢的形式，覆蓋區域高管、區域職能經理、店總、店面除財務外各條線負責人(經理、主管、專員)逾萬人。



「人力培訓」全面覆蓋

通過人力資源的工作理念、技巧、工具的教授，加強管理者的團隊領導和自我領導力，提升管理者崗位勝任度，截至12月底「人力培訓」完成率100%，覆蓋5,662名管理人員，同時考試完成率100%，均分92.4分，已經完成中基層管理全員覆蓋。



2017年，本集團為14,349人次提供了共440,700小時的培訓，具體信息如下：

	受訓總人次	受訓百分比	受訓總時數
女性	5,600	39%	172,000
男性	8,749	61%	268,700

職業發展

我們為員工提供完善的人才職業發展通道。本公司以滿足經營戰略及員工發展需求為前提，以公司制定的晉升、調職調崗等人事政策為依據，以員工培訓記錄和考評結果為參考，根據公司需要，本着人盡其才、才盡其用的原則，為管理人員、銷售人員、技術人員以及行政人員搭建不同的職業發展通道。根據不同的崗位類別設置不同的職等職級，明確職級晉升標準比例，確保所有員工均享有公平、公正的晉升機會。

同時，為規範本公司高層管理人員的變動流程，我們於今年對高層管理人員變動流程的管理辦法進行了修訂，並將遵循以下高層管理人員選拔晉升原則：



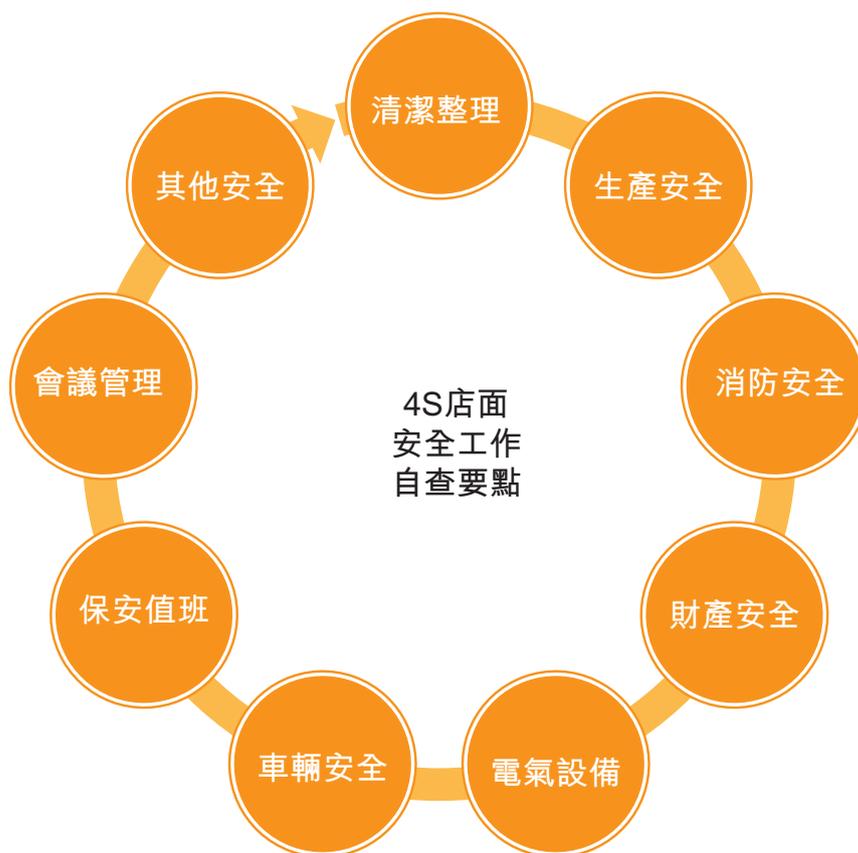
本年度內，本公司根據控股股東廣匯汽車《績效考核與能力評估管理制度》，制定了2017年度績效考核與能力評估方案，組織員工參與考核。對於公司層面，我們運用體系化的績效考核方案，以及對員工個人目標的分解，通過個人目標的高效達成，促使公司年度業績達成。對於員工個人層面，通過考核與評估，促使員工定位及要求科學化、可衡量化，借助人力發展及培訓提升員工的能力，激發員工工作的積極性、創造性，幫助員工實現個人職業規劃，提高員工對公司的責任心與歸屬感。同時，通過管理者與員工本人面對面的交談，使員工了解管理者對自己的期望、認識到自己的優勢與待改進方面；員工也可以在交談過程中提出自己在完成績效目標中需要的管理者指導或幫助，最終達到提升員工業績表現和綜合素質的目標。

6.3 員工健康

安全健康

安全生產是企業發展的命脈，我們認真貫徹「安全第一、預防為主」的方針，關注每一位員工的安全與健康。我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》等國家及地方法律法規和政策要求，制定了《安全管理制度》。同時，我們不斷完善標準化管理、健全職業健康安全管理體系、制定應急處理措施辦法、編發相關制度手冊、定期不定期進行安全生產檢查、堅持安全生產教育培訓，為保障每位員工的安全工作做出不懈努力。報告期間，本集團未發生任何因工受傷或死亡事件。

為全面加強企業安全生產工作，《安全管理制度》中對每層的安全管理責任制進行了明確，本公司總裁和總經理為安全管理的第一責任人，分管行政工作的副總裁、副總經理為安全管理的主要責任人，各部門經理為安全管理的直接責任人。《安全管理制度》還針對防火、防盜、防突發、防網絡攻擊等多個維度建立了完善的安全管理措施。嚴格通過值班監控、配備勞動防護用品、安全檢查等多種方法，盡一切可能杜絕風險。同時，本公司每個區域分公司均制定了符合自區域特點的安全手冊，要求下屬各家4S店面首先進行自查，區域分公司則對店面進行複查並提出整改建議，區域分公司還需代表所轄4S店向總部匯報整改成果。



身心健康

本公司在確保員工在工作過程中的安全與健康以外，非常注重平衡員工的工作和生活，倡導有效的工作方式和健康的生活理念，將員工文化活動常態化、制度化，以保持員工的身心健康。同時，我們通過讓員工感受到家的溫暖，提升員工的幸福指數和歸屬感。2017年，本集團總部、各區域及門店均組織開展了豐富多彩的文體活動。

廣匯寶信陝西區域2017年度運動會

為豐富員工文化生活，展示員工良好的精神面貌，提高企業團隊凝聚力，塑造積極向上、團結進取、追求卓越的企業文化及團隊凝聚力，廣匯寶信及廣匯汽車陝西區域近日開展陝西區域4s店冬季趣味運動會。

本次活動以「樂運動，做出彩廣匯人」為主題，陝西區域所管轄46家店面，4家專業公司組織近50場趣味運動會，共近3,000人參與。區域各店面的趣味運動會別出心裁，繪聲繪色，獲得廣大員工的一致好評。



第七章 社區至和

作為社區的一員，我們深知沒有社會的支持，則不會有今天的成就。肩負着報答社會的責任促使我們在發展自身的同時不忘反哺社會，堅持用自己的努力讓更多人感受到關懷和愛，承擔更大的社會責任。我們通過積極踐行可持續發展戰略，為弱勢群體提供更好的條件和機會。我們還積極鼓勵企業員工從事環保、慈善與志願活動，實現自身社會價值，在得到當地社區及公眾的信任與支持的同時為社會公平與和諧盡一份力。

7.1 環保行動

各種環保問題迫在眉睫，我們在享受豐富的自然資源的同時，有義務承擔起保護環境的責任。公司各區域組織了一系列綠色環保行動，號召員工攜手顧客一同參與，共同守住寶貴的藍天白雲、青山綠水。



7.2 回饋社會

我們以實際行動在全國各地以多種形式回報社會，為有需要的人群盡一點微薄之力。我們相信，如果我們每一個人都為社會做一些力所能及的貢獻，溫暖的力量將積少成多，世界也將變得更美好。

「繪彩童真」大型公益活動走進新疆

2017年6月1日，廣匯寶信及廣匯汽車聯合中國扶貧基金會舉辦的「繪彩童真」大型公益活動走進新疆，在新疆青河縣的阿魏灌區小學舉行了捐助儀式，與孩子們親切交流，並為孩子們送去了「愛心包裹」，開展了「一次紅領巾儀式、一次精彩的夢想課、一次家訪」，讓他們放飛了純真的夢想。本次捐助儀式為新疆青河縣、庫車縣11所小學送上了2,000份愛心包裹。



愛心助學活動

本年度內，本公司聯合廣匯汽車華北大區河南片區及北京片區，分別前往河南平頂山市魯山縣董周鄉第二小學及安徽省岳西縣毛尖山鄉上舍小學為可愛的孩子們送去新衣服、新文具等愛心物資和溫暖。

2017年12月，廣匯寶信及廣匯汽車陝西區域組織客戶以及社會愛心人士前往安康柞水縣曹坪鎮銀碗小學和剪子溝初小，開始了寒冬裡的公益之行，為學生送去了愛心物資，傳遞企業以及愛心人士對山區孩子的關愛，用實際行動踐行企業的社會責任。



紅粉筆公益活動

2017年12月，紅粉筆公益活動拉開帷幕，志願者帶上精心準備的課案來到江西省南昌市安義縣，伴隨著組織者們的激情與溫暖，開啟了為期3天的紅粉筆鄉村教育計劃。



給孩子上一堂手工課



志願者為小朋友們帶來歡樂

校企合作，帶動就業

本公司長期以來一直堅持推進校企合作，促進校企雙方資源共享、優勢互補，本着「面向市場、適應需要、優勢互補、共同發展」的原則，與學校建立長期、緊密的合作關係。2017年廣匯寶信與41個高校建立合作關係，為各大高校提供4,000餘個就業崗位；共開展53個訂單班，招聘培養訂單班學生1,809人。為提升人才的專業性及動手能力，廣匯寶信聯合廣匯汽車在校企合作領域開創了邊學習邊實踐的教學理念，將理論與實際充分結合，大大提升了學生的動手能力，為提升服務的技術和質量奠定了牢固的基礎。在學生實踐過程中，我們不斷融入企業、團隊概念，增強實習生對企業的文化認同感，共同培養適合廣匯寶信汽車服務業的高端技術技能人才。

附錄 ESG 內容索引

香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

指標	詳情	引用	備註	頁碼
A. 環境				
層面 A1: 排放物				
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	5.3 責任排放		P19
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據	5.3 責任排放		P19
關鍵績效指標 A1.2	溫室氣體總排放量及密度	5.3 責任排放		P18
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度	5.3 責任排放		P19
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度	5.3 責任排放		P19
關鍵績效指標 A1.5	減低排放量的措施及所得成果	5.3 責任排放		P19
關鍵績效指標 A1.6	處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	5.3 責任排放		P19

指標	詳情	引用	備註	頁碼
層面 A2: 資源使用				
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	5.2 資源管理		P17
關鍵績效 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	5.2 資源管理		P18
關鍵績效 A2.2	總耗水量及密度	5.2 資源管理		P19
關鍵績效 A2.3	能源使用效益計劃及所得成果	5.2 資源管理		P17-P18
關鍵績效 A2.4	提升用水效益計劃及所得成果	5.2 資源管理		P17
關鍵績效 A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位估量	不適用		
層面 A3: 環境及天然資源				
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	5.1 環境管理		P17
關鍵績效 A3.1	業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動		生產經營活動未有對環境及天然資源的重大影響	

指標	詳情	引用	備註	頁碼
B. 社會				
層面 B1: 僱傭				
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	6.1 員工概覽		P20
關鍵績效 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的雇員總數。	6.1 員工概覽		P20
關鍵績效 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的雇員流失比率。		計劃在未來披露	
層面 B2: 健康與安全				
一般披露	有關提供安全工作環境及保障雇員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	6.3 員工健康		P24
關鍵績效 B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	6.3 員工健康		P24
關鍵績效 B2.2	因工傷損失工作日數	6.3 員工健康		P24
關鍵績效 B2.3	所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	6.3 員工健康		P24

指標	詳情	引用	備註	頁碼
層面 B3: 發展及培訓				
一般披露	有關提升雇員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。培訓指職業培訓，可包括由雇主付費的內外部課程。	6.2 員工發展		P22
關鍵績效 B3.1	按性別及雇員類別劃分的受訓雇員百分比	6.2 員工發展		P23
關鍵績效 B3.2	按性別及雇員類別劃分，每名雇員完成受訓的平均時數	6.2 員工發展		P23
層面 B4: 勞工準則				
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	6.1 員工概覽		P20
關鍵績效 B4.1	檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	6.1 員工概覽		P20
關鍵績效 B4.2	在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	6.1 員工概覽		P20
層面 B5: 供應鏈管理				
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	3.2 合作方共贏		P12
關鍵績效 B5.1	按地區劃分的供貨商數目		計劃在未來披露	
關鍵績效 B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	3.2 合作方共贏		P12

指標	詳情	引用	備註	頁碼
層面 B6: 產品責任				
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤、私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第四章 客戶至上		P14
關鍵績效 B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	不適用		
關鍵績效 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	4.2 客戶權益		P15
關鍵績效 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	不適用		
關鍵績效 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	4.1 客戶責任		P14
關鍵績效 B6.5	消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	4.2 客戶權益		P16

指標	詳情	引用	備註	頁碼
層面 B7: 反貪污				
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.4 誠信廉潔		P10
關鍵績效 B7.1	於匯報期內對發行人或其雇員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	2.4 誠信廉潔		P10
關鍵績效 B7.2	防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	2.4 誠信廉潔		P10
層面 B8: 社區投資				
一般披露	有關以參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	第七章 社區至和		P27
關鍵績效 B8.1	專注貢獻範疇	7.1 環保行動 7.2 回饋社會		P27
關鍵績效 B8.2	在專注範疇所動用資源		計劃在未來披露	



GRAND BAOXIN AUTO GROUP LIMITED
廣匯寶信汽車集團有限公司



www.klbaoxin.com