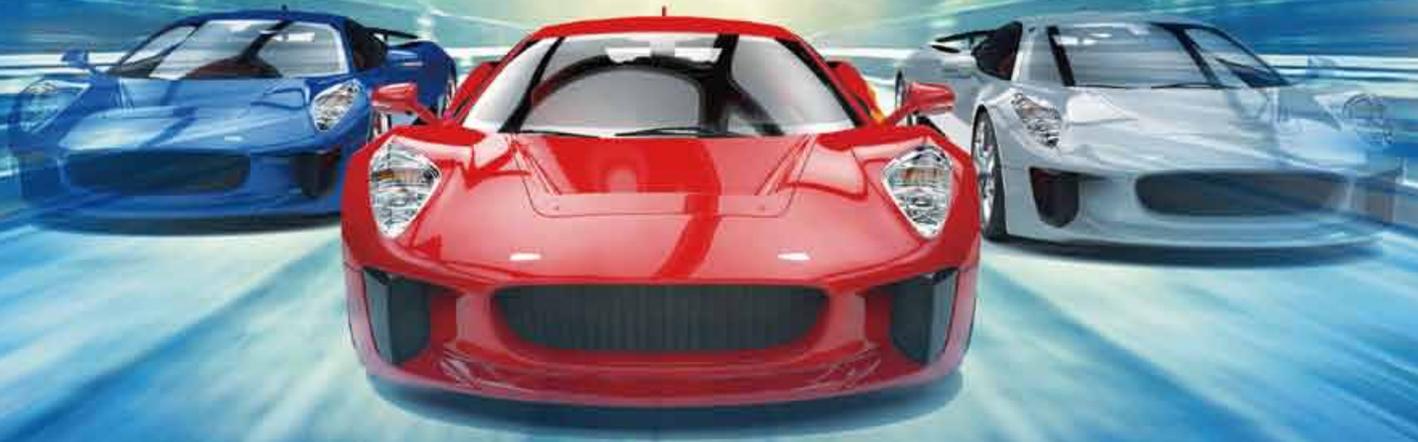




GRAND BAOXIN AUTO GROUP LIMITED
廣匯寶信汽車集團有限公司

(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



*Environmental,
Social and Governance Report*

2018 環境、社會
及管治報告

目錄

關於本報告	2
管理層致辭	3
1. 關於廣匯寶信	
1.1 關於我們	4
1.2 公司治理	7
1.3 ESG 治理	11
1.4 重要性議題評估	12
1.5 公司榮譽	15
2. 唯精唯一，堅守品質服務	
2.1 精誠服務	16
2.2 權益保障	19
3. 唯才是舉，引領員工成長	
3.1 僱傭概況	22
3.2 人才培養	23
3.3 發展激勵	25
3.4 健康安全	26
3.5 關愛支持	28
4. 唯伴與共，營造價值生態	
4.1 供應商管理	29
4.2 價值合作	31
5. 唯美致遠，助力綠色發展	
5.1 環境管理	33
5.2 節能減排	34
5.3 廢棄物管理	37
6. 唯愛永駐，共建和諧社區	
6.1 公益慈善	39
6.2 志願服務	40
6.3 就業帶動	42
附錄	
一、適用法律法規清單	43
二、香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引	44



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」)發佈的第三份環境、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「廣匯寶信」、「本集團」或「我們」)的經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，部分內容涉及本公司的控股股東廣匯汽車服務集團股份公司(以下簡稱「廣匯汽車」)。本報告為年度報告，時間跨度為2018年1月1日至2018年12月31日。

編製依據

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月公佈經修訂的主板上市規則附錄二十七之《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、根據資料編製報告、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、數據等基本覆蓋本公司及其附屬公司。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。

可靠性保證

本報告經管理層確認後，於2019年7月24日獲董事會通過。本集團保證報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。我們承諾對報告內容的真實性、準確性及完整性負責。

獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文及英文版本。本報告電子版可從聯交所網站廣匯寶信「財務報表／環境、社會及管治資料」類別及本集團官網「投資者關係」欄目獲取。如您對本報告內容有任何疑問或建議，歡迎通過以下渠道向我們提出：

地址： 上海市閔行區虹橋鎮虹莘路3998號
電話： +86-21-24032888
傳真： +86-21-24032900
郵箱： baixin@pordahavas.com



管理層致辭

二零一八年，中國經濟由高速增長階段向高質量發展階段轉變，經濟下行壓力增大，但總體仍保持著總體平穩，穩中有進的發展態勢。全年國內生產總值突破90萬億元，增長6.6%。受內外部諸多因素影響，我國車市也出現了近三十年來的首次負增長，汽車銷量下滑2.8%，乘用車銷量下滑4.1%。

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集團股份公司（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、僱員、供貨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，廣匯寶信致力於在追求實現經濟價值的同時，關注並解決影響環境和社會的重大議題，並將承擔社會責任內化到企業文化和戰略中，主動承擔相應的責任，以保持企業的生命力。

廣匯寶信在持續發展的同時，亦積極關注員工幸福感提升，並營造和諧的企業文化。本集團一方面通過團隊建設、生日會等多種形式的員工關愛活動，給員工打造幸福的工作環境及感受，滿足僱員精神文化方面的需求，以提升凝聚力及歸屬感。同時，本集團實施員工績效評級、擁有完善的人才培訓機制，並創造有效的激勵機制，讓每個有才華、有能力的僱員都擁有可大展拳腳的事業發展平台。

展望未來，隨著消費升級，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「因人制宜」的原則，打造健康、舒適、綠色環保的客戶服務及出行體驗，強化客戶對於廣匯寶信品牌的認可度。

本集團始終堅信，積極承擔企業自身所在行業和領域中亟待解決的社會責任議題，是企業實現長期健康發展和踐行社會責任的最好方式。廣匯寶信致力於實現企業、社會和環境的和諧，並積極響應社會號召，持續為公益事業創造價值。當前，廣匯寶信的社會責任工作已經融入到所有經營活動以及全體員工意識當中，並對本集團的健康發展帶來了良性循環。

1. 關於廣匯寶信

1.1 關於我們

公司簡介

廣匯寶信主要是以經營豪華及超豪華品牌為主的汽車銷售服務公司。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。經過多年的拼搏和努力，於2011年12月14日在香港聯交所股票主板市場成功上市，股票代碼01293.HK。本集團成立至今先後獲得「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。

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、汽車美容裝潢、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一系列服務。同時，以客戶的需求作為本集團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。



截至2018年12月31日，本集團共計經營各類網點113家，擁有10個豪華及超豪華的汽車品牌組合（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、勞斯萊斯及瑪莎拉蒂），其中91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。



企業文化

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

發展歷程

2017年

- 更改公司名稱及股份簡稱，由「寶信汽車集團有限公司」正式變更為「廣匯寶信汽車集團有限公司」
- 2017年上半年公別於浙江省收購了包括保時捷、寶馬及瑪莎拉蒂共6家4S店和1家展廳
- 根據一般授權配售新股份

2014年

- 於5月榮獲中國汽車流通協會頒發的中國汽車百強經銷商第6名
- 於1月鼎信融資租賃系統全面上線

2012年

- 於11月榮獲由中國汽車流通協會頒發的中國汽車流通行業傑出貢獻獎
- 於10月8日與上海晨隆簽訂股權轉讓協議
- 於10月8日與瑞安寶隆簽訂股權轉讓協議
- 於8月30日與燕駿汽車集團簽訂股權轉讓協議

2018年

- 於上半年分別收購了位於華東區域的1家捷豹路虎店、3家寶馬4S店及1家寶馬二手車店面，並升級改造了其他區域部分店面，以期更好地發揮本集團在核心區域的戰略優勢及優化品牌佈局

2016年

- 廣匯汽車集團正式完成對本集團的要約收購
- 完成對四川港宏的收購

2013年

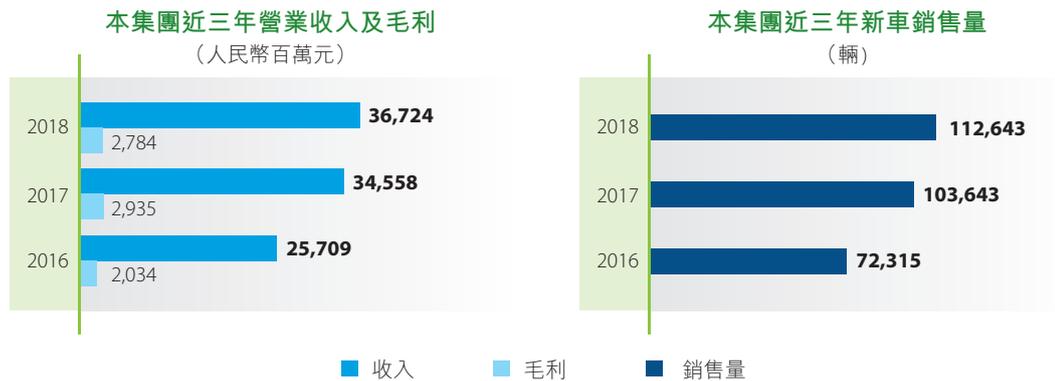
- 於9月寶信二手車官方網站全面上線
- 於6月榮獲中國汽車流通協會頒發的中國汽車百強經銷商第7名

2011年

- 榮獲2011年度中國汽車經銷商集團百強
- 於12月14日在香港聯交所主板成功掛牌上市
- 開設首家捷豹路虎經銷店

經營績效

受經濟形勢和政策環境變化的影響，汽車產業在2018年有所承壓，中國汽車經銷商的收入與毛利構成已經初步完成了從新車銷售向售後服務的結構性轉型。本集團2018財年的經營業績在新車銷售增速放緩的條件下較為滿意。截至2018年12月31日，本集團收入約人民幣36,723.8百萬元，同比增長6.3%，實現毛利人民幣2,784.5百萬元，減少5.2%。報告期內，本集團共銷售新車112,643輛，同比上升7.8%，新車銷售收入為人民幣32,203.4百萬元，同比上升4.8%。



(欲了解更多經營績效的信息披露，可參閱廣匯寶信2018年報)

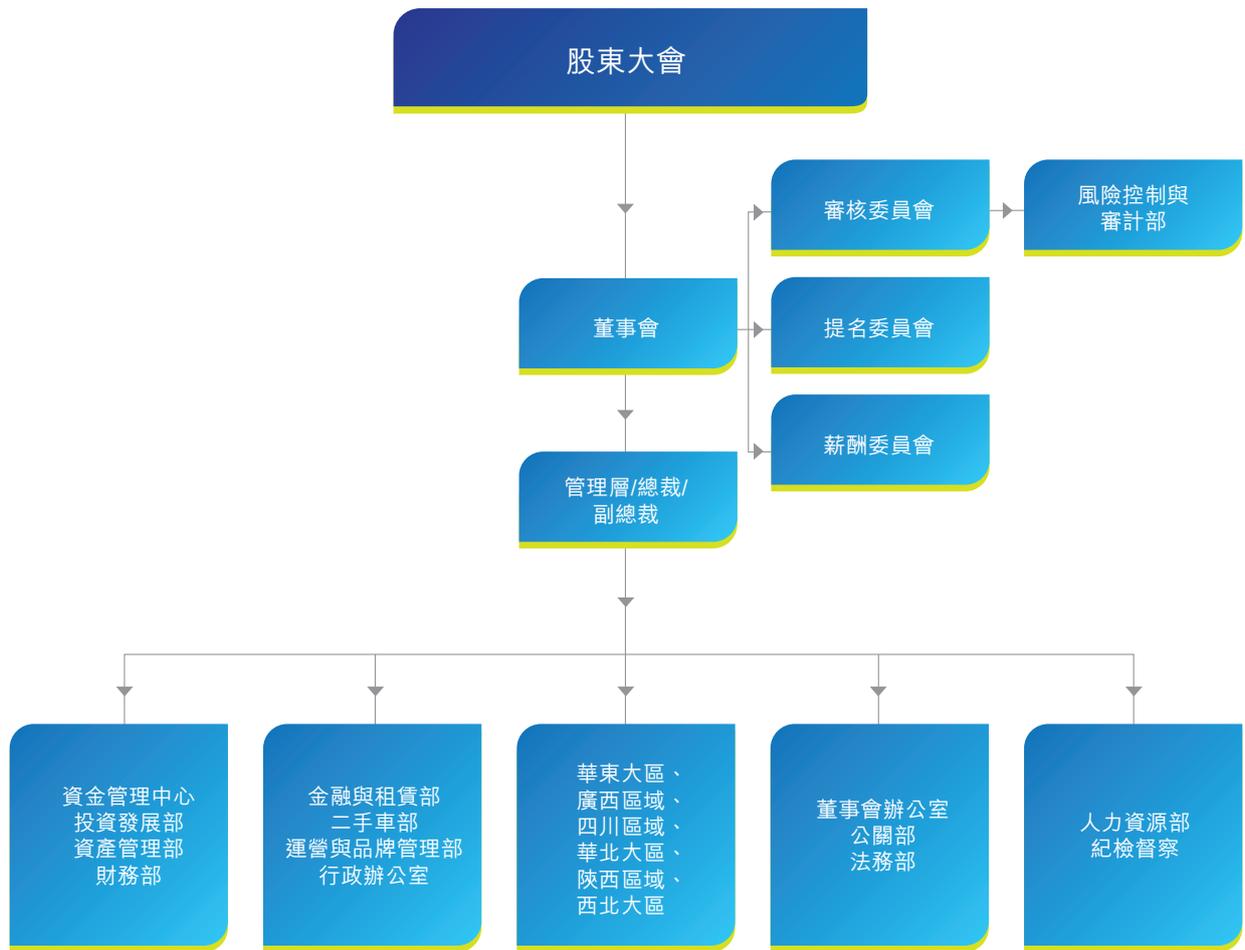
1.2 公司治理

合規治理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》和《中華人民共和國證券法》等法律法規的要求，不斷完善公司治理架構，提高綜合治理水平。董事會依照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄十四所載的《企業管治守則》，持續檢討及監督本集團發展戰略、管理層任命、激勵措施及風險管控等內部治理工作。

本集團董事會下設審核委員會、提名委員會和薪酬委員會，並通過管理層統籌財務管理部、投資發展部、法務部和人力行政部等各部門，具體治理架構設定如下：





(欲了解更多公司治理的情況披露，可參閱廣匯寶信2018年報內的企業管治報告部分)



風險管控

本集團根據《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，即事前業務部門進行風險信息收集，事中職能部門進行風險評估與管控，事後內審部門負責審核和監督。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，從而進行有針對性的整改工作。

我們認為公司要健康平穩的發展必須要從企業管理層到基層員工樹立對風險的管理意識。報告期內，本集團進一步從三方面優化了風險管理體系，全面識別和控制潛在風險，保障我們遇到風險後仍能健康平穩地經營發展。

建立健全的 企業管理職責

- 建立健全的企業各管理部門職責，以保障全面風險管理體系的有效實施

建立嚴格的 內部控制體系

- 規範公司治理結構和議事規則，明確決策、執行、監督等方面的崗位職責權限
- 加強內部審計工作，確保內部審計機構設置、人員配備及審計工作的獨立性
- 建立順暢的溝通機制，加強各業務環節、利益相關者之間的信息溝通

建立素質過硬的 人才隊伍

- 在各個部門設立符合公司情況的競爭機制及培訓機制，讓企業優秀的專業人才脫穎而出，保障企業全面風險管理體系在各個部門成功地實施

誠信廉潔

本集團倡導遵紀守法和遵守誠信道德，嚴格依照《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》和《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等相關法律法規，貫徹反腐倡廉制度體系，保障投資者合法權益和本集團的穩健發展，並積極維護誠信、廉潔及合規的商業環境。報告期內，本集團進一步加大制度創新力度，使反腐倡廉制度的覆蓋面更廣泛，形成不敢腐的懲戒機制、不能腐的防範機制和不易腐的保障機制，最大限度地減少滋生腐敗的體制障礙和制度漏洞。

同時，我們加強對反腐倡廉制度的宣傳和教育工作，健全制度執行監督和問責機制，鼓勵員工通過多種舉報渠道對索賄、受賄等違規違紀行為進行檢舉或控告。紀檢工作人員收到舉報信息後，應在五個工作日內給予舉報人答覆，舉報事項一經核實，我們將督促相關部門按照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之於法律。如通過上述渠道舉報未能得到及時回復，舉報人可選擇向更高層級進行舉報。

報告期內，本集團未發生貪污訴訟事件。

1.3 ESG 治理

企業責任競爭力的提升需要健全的ESG管理體系作為保障。本集團不斷深化ESG責任理念與經營戰略的互相融合，完善ESG責任管理體系，成立了以董事會為最高決策機構，總部各職能部門為主要推動力，下屬附屬公司及銷售門店為落實主力的多層次ESG治理架構，並明確界定了各級工作職責和任務。



本集團 ESG 治理架構

1.4 重要性議題評估

利益相關方溝通

本集團一直尋求與所有利益相關方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，討論與本集團發展密切相關的各項議題。我們希望與各利益相關方都能在基於互信和尊重的基礎上，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。

本集團識別出對我們具有決策權、影響力或與本集團關係密切的主要利益相關方，通過與他們的溝通交流，以了解他們所關心的議題，並定期檢討有關行動的成效，進一步完善溝通渠道。下表列出報告期內不同利益相關方組別所關注的議題。

利益相關方組別	主要溝通渠道	頻率	利益相關方關注議題
投資者／股東	<ul style="list-style-type: none"> 年報及公司公告 專題匯報 定期披露 	<ul style="list-style-type: none"> 定期／不定期 定期／不定期 定期 	<ul style="list-style-type: none"> 收益回報 合規經營 信息披露
政府部門	<ul style="list-style-type: none"> 定期報告／臨時公告 往來函件 實地調研 	<ul style="list-style-type: none"> 定期／不定期 不定期 定期／不定期 	<ul style="list-style-type: none"> 貫徹落實國家政策和法律法規 推動行業發展

利益相關方組別	主要溝通渠道	頻率	利益相關方關注議題
客戶	<ul style="list-style-type: none"> ● 商務溝通 ● 顧客反饋 ● 交流研討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不定期 ● 不定期 ● 定期／不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 依法履約 ● 誠信經營 ● 優質產品與服務
員工	<ul style="list-style-type: none"> ● 員工代表大會 ● 集體協商 ● 員工溝通平台 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期 ● 不定期 ● 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 員工權益 ● 職業健康 ● 職業發展
當地社區	<ul style="list-style-type: none"> ● 社區活動 ● 新聞稿 ● 公告 ● 訪問與調查 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不定期 ● 不定期 ● 定期 ● 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社區貢獻 ● 日常業務對周邊社區產生的影響 ● 周邊社區融入 ● 遵守環境保護相關法規
媒體	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司網站 ● 公司公告 ● 探訪交流 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不定期 ● 不定期 ● 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 信息公開透明
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> ● 商務溝通 ● 信息反饋 ● 採購公告與公示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不定期 ● 不定期 ● 定期／不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 嚴格管理 ● 採購流程 ● 按合同履約

重大性議題矩陣

為識別本集團的重大可持續發展風險及機遇，本集團每年會參考集團管理層建議、內外部利益相關方意見以及媒體信息分析、國內外同業對標的結果，在香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》的規範下對重大性議題進行調整。

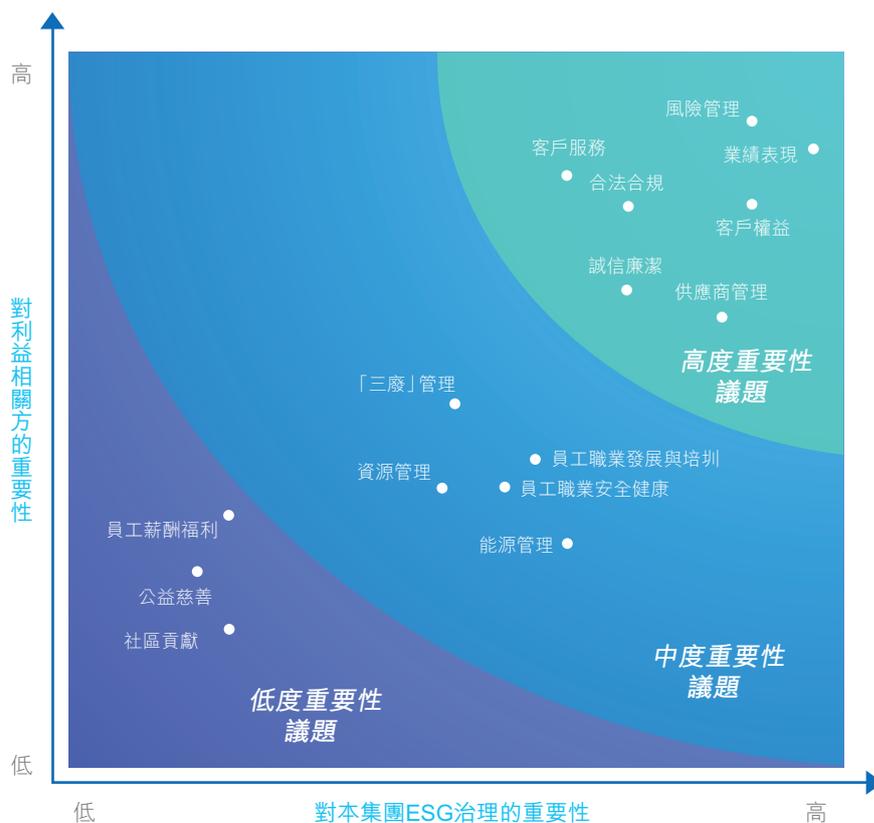
識別潛在重大性議題

我們透過詳細檢閱包括媒體分析、同行對標分析及其他相關文件，識別能夠反映本集團業務對經濟、環境和社會的影響，或影響利益相關方對本集團評估和決策的潛在重要議題。

通過利益相關方訪談、了解各利益相關方所關注的優先議題，最後得出重大性矩陣，由矩陣分析辨別真正具有重大性的議題。

對潛在重大性議題進行排序

本集團通過以上評估過程識別出對於7項高度重要 ESG 議題，5項中度重要 ESG 議題，以及3項低度重要 ESG 議題，其中最重要的議題構成本報告內容的重點部分，我們將會在本報告內詳細披露有關內容。



重大性議題矩陣

1.5 公司榮譽

本集團在創造經濟效益的同時，努力承擔相應的社會責任，認真做好社會公民，贏得社會尊重。我們結合自身業務和發展，在員工發展、風險管控等方面不斷優化管理，持續強化公司治理，助力實現汽車流通行業的穩健發展，獲得了社會各界的認可。

本集團成立以來，先後獲得的部分榮譽稱號及獎項有：

- 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
- 「著名汽車銷售企業」榮譽稱號
- 「上海名牌」榮譽稱號
- 年度扶貧愛心獎(「繪彩童真」大型公益活動)
- 2018年度公益踐行獎(「繪彩童真」大型公益活動)

2. 唯精唯一，堅守品質服務

廣匯寶信自創立以來，一直堅守「唯精唯一，專業執著」的品牌初衷，秉持「專業、高效、透明、關愛」的服務理念，致力於搭建以客戶為核心的全方位一體化品質服務體系，懂客戶所需，為客戶著想，充分保障客戶權益，全面爭取客戶滿意，在服務日益精進中實現企業持續發展。

2.1 精誠服務

作為一家汽車銷售服務集團，本集團提供涵蓋新車銷售、二手車銷售、售後維修保養、汽車保險業務、汽車零部件銷售等一系列售前售後服務及衍生服務。我們設立並不斷完善自身的客戶服務標準體系，為每一位客戶建立檔案，在汽車銷售服務生命週期的每一個環節都實現專人專用，保證精誠服務的平穩輸出。

售前服務

售前服務是我們面向客戶、與客戶互動、建立信任關係的重要窗口。報告期內，我們已根據集團上下通用的《銷售運營手冊》，對來電接聽、來電介紹、產品介紹、試乘試駕、訂單合同、交車等售前服務內容做出了詳細規定，明確了每項服務的客戶期望、服務目的、標準操作流程以及關鍵事項。



試乘試駕責任分工

來電接聽和來店接待是客戶對店面及銷售人員留下良好印象的「關鍵時刻」。為此，我們嚴格要求前台接聽人員和銷售人員遵守儀錶規範及接待禮儀，培養其客戶信息管理能力，要求其凸顯對客戶的尊重與關心，與客戶形成良好互動關係。在良好互動關係基礎上，我們規定銷售人員對客戶進行準確的需求分析，為客戶提供精準可靠的歷史數據，並讓客戶親自參與、體驗和感受產品。試乘試駕是產品介紹的延伸，能夠高效強化深化客戶體驗。因此，我們細緻劃分了各工作人員在試乘試駕環節的權責，設定責任到人的《試駕車使用登記表》，邀請客戶簽訂《試乘試駕協議書》及《試乘試駕意見表》等，確保每一位客戶在試乘試駕環節中的安全、舒適及愉快體驗。

對於已購車客戶，我們高度重視訂單簽訂與交車過程，積極管控預防潛在風險。按照規定，訂單／合同由銷售顧問填寫並簽名後，需由銷售經理、銷售主管及展廳經理逐級審核確認。為保證汽車銷售的公平透明性，所有車輛的銷售價格必須按限價規定經過逐級審批，財務人員憑藉銷售管理層的審批及簽名，逐一審核合同中各項目價格，確認無誤後出具收款收據並親自交予客戶，銷售顧問不得參與其中。作為衍生服務支持，我們依託廣匯汽車的金融風控平台，以客戶資金週期為中心推出多款創新型汽車金融產品，實現貸前風險審查、貸中風險管理及貸後風險控制，進一步為客戶鑄造放心購車的「盾牌」。交車服務則屬於與售後服務銜接的重要環節，因而我們設置了步驟嚴謹、責任明確、充滿關懷的交車過程，讓客戶充分感受到廣匯寶信汽車銷售服務的可靠、可信、可用。



廣匯寶信交車流程

長期以來，我們將客戶的顯性和潛在需求根植於整個汽車售前服務流程中，點滴沉澱出廣匯寶信令人信賴的品牌形象。



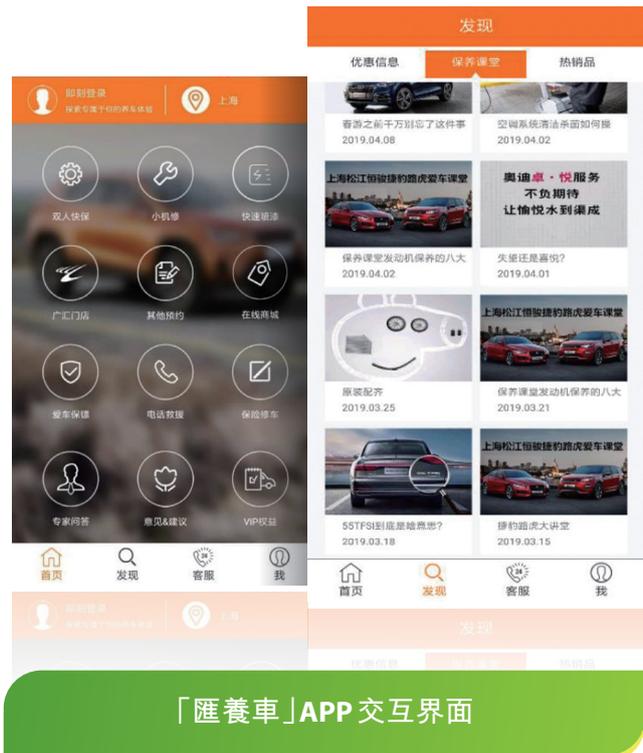
售後服務

我們衷心承諾為保有客戶提供優質、專業的售後服務，持續探索汽車產業價值鏈的延伸方向，拓展服務邊界，深化服務實踐，加強服務創新，竭力幫助每一位客戶實現價值最大化。

截至2018年12月31日，我們已實現大部份4S經銷店均配備完善的汽車維修設備，提供包括意外後車身修復在內的多項現場維修服務。同時，我們也將客戶的汽車裝潢需求納入服務範圍，向客戶提供高度定制化裝潢服務。通過對各區域的汽車產品進行集中採購和調撥，我們提高了供應鏈和門店運營效率，保證客戶可在各個4S經銷門店一站式完成對汽車零配件和其他汽車相關產品的購買。

報告期內，我們繼續完善與廣匯汽車共同打造的「匯養車」這一自有移動端應用，有機結合線上線下資源，形成多元化、差異化、個性化的售後服務格局。客戶可運用「匯養車」平台在線預約保養、噴漆、機修等服務，了解各4S經銷門店的經營信息及以往評價，以及在關鍵時刻調用電話救援、保險修車等後備支持。我們將平台視為全面對接客戶的窗口，引入專家論壇、保養課堂、24小時客服及VIP權益定制等附加業務，從而提升客戶群體粘度，打造長期客戶關係。

憑藉精誠的售前售後服務體系，廣匯實信已樹立起品質服務標準，打造出忠誠的客戶群體，並不斷吸納新客戶，繼而推動整體業務健康、持續地發展。



「匯養車」APP交互界面

2.2 權益保障

全力保障客戶權益是廣匯寶信經營至今的立足之本。我們始終將客戶權益置於第一位，廣泛聽取客戶意見並加以改進，嚴格維護客戶隱私並持續強化，努力將客戶滿意度維持在最優層次。

客戶意見管理

我們高度重視客戶對產品和服務的意見反饋，將其作為流程檢驗和內部考核的重要參考。我們制定了《客戶投訴管理》、《客戶滿意度管理》等制度文件，規定集團上下必須對客戶意見投訴做出標準、及時、精準的處理和回應，把握客戶滿意度的關鍵影響要素，提升客戶對我們的信心水平。

客戶投訴層面上，我們對客戶投訴進行了分級，開放了多樣化的客戶投訴渠道，設立了完善的客戶投訴處理流程，並及時對投訴處理結果做出考核、總結和分析。根據投訴嚴重程度，我們將客戶投訴分成一般投訴、升級投訴、重大投訴以及危機投訴，並依據投訴類型採取針對性的處理方式。在投訴處理進程中，我們的投訴處理原則體系起到重要的指導作用。



在接到客戶通過電話、意見箱、門店、售後服務回訪、各級客服(總部、區域、廠家)等途徑傳達的投訴信息之後，我們要求業務部門負責人作為第一責任人和處理人按照規定流程、時限及要求對投訴進行處理，解決並回應客戶需求，將反饋處理結果提交至客服部。客服部作為第二責任人負責監督各部門投訴處理情況，對超時未處理的投訴及投訴處理中出現的問題進行通報和責任明確，並採用閉環流程關鍵指標鑒別改進空間。日常運營中，我們設立了客戶投訴周、月例會制度以及預警機制，分析投訴內容、原因及對象，評估投訴處理情況，改善服務細節水平，以加強長期客戶關係維繫。

報告期內，我們實施全面綜合的客戶滿意度管理。我們要求每家4S經銷門店根據主力廠商的滿意度商務政策制定年度滿意度管理目標，目標須分解至職能部門和具體執行人員，其實現程度將作為人員績效獎懲依據。各部門經理作為客戶滿意度管理的主要責任人，擔負進度控制和質量控制的任務，對關鍵活動進度、工作協調性、崗位職責、人員配備和相關培訓進行把關。



客戶滿意度管理工作內部管控流程

我們通過電話回訪、店內面訪、第三方暗訪等渠道了解記錄客戶滿意度基本情況，開展專業滿意度問卷調查，在公司上下層面識別客戶滿意度重點提升事宜。客服部門作為主力推進部門，負責每週及每月召開各門店和部門的滿意度例會，全面溝通內部調查結果反饋。

客戶隱私保護

客戶隱私保護是我們維護客戶權益的重中之重。我們嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》相關要求，實行嚴密的客戶隱私保密制度。我們與客戶簽署《客戶個人信息保護聲明》並加蓋公章作為保證，依據合法、正當、必要的信息採集原則，明確目的、方式和範圍，在客戶認同下收集和使用客戶信息。

我們制定貫徹《CRM系統客戶信息保密安全管理通知》，對所有4S門店，區域及總部相關業務條線對客戶數據的導出申請審批權限做出規定。



基於CRM系統，我們可對每次數據導出操作進行異常預警以及記錄，實現責任可追溯的目的。我們採用人員保密人事制度，數據應用關鍵崗位需簽訂《崗位保密協議》以防止關鍵數據洩露。離職交接過程中，我們要求數據應用崗位離職人員確保其所負責業務數據全部正常，其上級對該人員數據導出情況進行審核確認。重重權限關卡高度保障了客戶隱私，也保障了廣匯寶信作為汽車經銷品牌的良好聲譽。



3. 唯才是舉，引領員工成長

廣匯寶信的每一步向前邁進，都離不開人才紮實鋪就的道路。我們深信人才對於企業可持續發展的不可替代性，時刻秉持「尊重人才、關心人才、愛護人才」的理念，充分保障員工合法權益，打造和諧良好工作氛圍，提供員工晉升發展機遇，完善員工激勵機制，助推員工追求並實現自我價值，從而得以廣聚行業人才，強勁發展，在全國汽車銷售行業格局中佔據競爭優勢。

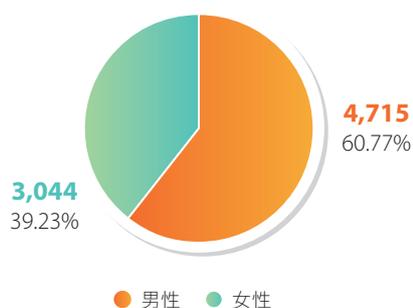
3.1 僱傭概況

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國婦女權益保障法》、《勞動保障監察條例》等國家及地方法律法規，相應制定了《員工手冊》作為指導內部政策，對僱員招聘錄用及解僱、晉升機制、行為準則、績效考核、薪酬福利體系、安全管理、培訓發展及多元化與反歧視等議題實施系統化、規範化的管理，高度明確公司與員工雙方的義務和合法權益。

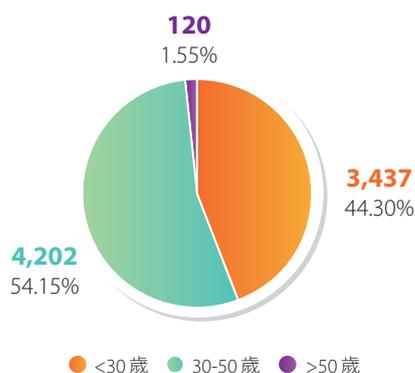
我們堅決杜絕僱用童工、強迫勞動及任何其他不合法的用工行為，並相應設有應對措施。我們主張招聘適需性和僱傭多元化，以尋找最合適、可發揮崗位作用的人才為招聘目的，承諾對不同性別、年齡、民族文化、婚姻狀況、家庭狀況、宗教信仰的應聘者和員工均一視同仁，營造平等、包容、友善、和諧的企業文化和工作氛圍，讓廣匯寶信成為可信賴的、具有吸引力的人才薈萃之地。

截至2018年12月31日，本集團共有全職僱員7,759名。按性別、年齡和僱傭類型劃分的員工人數情況如下：

按性別劃分的員工人數



按年齡劃分的員工人數



3.2 人才培養

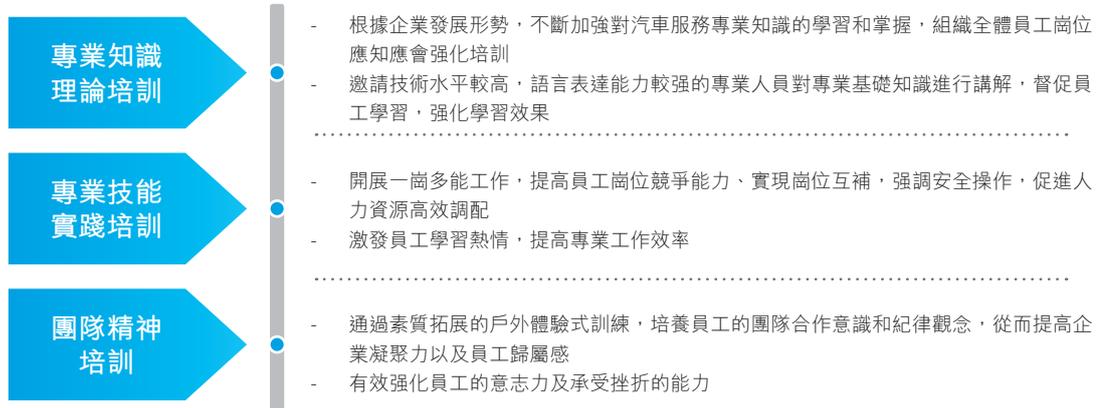
人才儲備是本集團的核心競爭力所在，是促進我們長遠發展的內在動力。我們以開放且嚴謹的心態培養每一位員工，使其在綜合素質、業務技能以及專業水平方面持續精進，成為汽車銷售服務行業不可多得的人才。為此，我們踐行全員培訓和持續教育，培訓形式包括崗前、在職、專項、雙向交流、外出考察等，培訓情況將以積分形式轉化為員工績效考評、薪資調整、晉升機會、勞動合同續簽等人才管理工作的關鍵依據。

每年度我們常規開展新員工入職培訓項目、常規基礎培訓項目及能力提升培訓項目，通過三段式進階培訓來循序漸進地培養人才。入職培訓主要幫助新員工了解公司詳情和崗位職責，儘快融入公司節奏。常規基礎培訓涉及廠方培訓、4S店內培訓、集團認證培訓和集團測評培訓，面向一線銷售員工、一線售後員工及關鍵管理崗位。能力提升培訓涵蓋兩套培訓體系，分別針對管理層和儲備管理人員展開，傳授不同管理崗位所需專業知識和管理技巧。針對每類培訓項目，我們均設立專門的管理制度，對培訓流程和課程體系詳情做出明確規定，由此確保培訓項目的順利施行。



常規基礎培訓項目流程安排

報告期內，我們引入「提升綜合素質員工培訓項目」，從專業知識理論培訓、專業技能實踐培訓、團隊精神培訓三個方面切入，全面加強員工的綜合素質、使命感和歸屬感，從而進一步推動企業競爭力升級。



「提升綜合素質員工培訓項目」項目內容

3.3 發展激勵

本集團堅信激勵機制對於員工發展成長的重要性，並為之不斷努力。我們提供富有競爭力的薪酬體系和福利支持，創造明晰的職場晉升通道和靈活的崗位調動機會，讓每一位員工都能夠充分挖掘自我潛能，實現事業價值。

薪酬福利

薪酬福利是員工獲得工作價值感的直接體現。我們建立了完善的薪酬福利體系，涵蓋工資、獎金、福利、股權激勵四個方面，並針對每項薪酬設定了明確的評價指標，保證薪酬發放的公平、公正、透明，體現市場要求、崗位差異、利益分享、多勞多得等關鍵原則。

在既有框架之中，我們應用靈活的薪酬調整機制，分為正向調整和負向調整兩類，涉及轉正調薪、任職調薪、特別調薪到全面調薪等互不衝突的調薪手段，一方面充分調動員工積極性，另一方面可以對員工工作失誤等問題進行警示。與此同時，我們倡議同工同酬，嚴格保障女性員工與男性員工享有平等的薪酬福利，從而鼓勵女性職工在自身工作崗位中充分施展才能，發揮重要的支柱作用。

我們全面保障員工福利，設置五險一金、年假、病假及各類特別假期。同時，我們設定合理的福利支持，提供節日補貼、交通和通訊補助等，並參照員工年齡、工齡及對企業的價值提供多樣化的福利支持。

晉升機制

企業經營戰略及員工發展需求屬於相輔相成的關係，唯有保障通暢、可期的員工晉升通道，方能激發每一位員工的工作潛力，為廣匯寶信的發展增加驅動力。我們依據內部制定的晉升和調職調崗政策，根據崗位類別不同設定不同的職等職級，設定職級晉升標準比例，為所有員工提供公平的晉升機會，並鼓勵合理的人才內部調動。

報告期內，我們按照《績效考核與能力評估管理制度》制定了「2018年度績效考核與能力評估方案」，運用體系化績效考核手段和目標分解方式，將員工定位和工作要求進行量化和科學化，助力員工進行自身發展分析和狀態調整。我們要求管理者與下屬員工進行不定期的當面溝通，幫助下屬員工釐清自身優勢和不足，從而不斷提升業績表現和綜合素質。我們亦側重於為在本職崗位中表現出色且發展潛力巨大的員工提供職業生涯發展規劃，將其培養成公司未來核心與骨幹，在成就自身價值的同時為公司發展添磚加瓦。

3.4 健康安全

本集團將員工的健康安全視為企業發展的第一要務。我們依據《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，建立健全集團層面的職業健康安全管理體系，完善安全生產標準，增強健康篩查機制，最小化員工健康安全風險。

安全管理

我們以「安全第一、預防為主」為指導方針，制定了《安全管理制度》，對安全管理職責和事項做出詳細規定，囊括安全教育與培訓、安全監督檢查、安全隱患排查、危險作業管理、安全事故報告、應急救援與救護等重要舉措。



廣匯寶信安全管理舉措

我們要求員工接受安全生產技術與消防知識培訓，培訓成果將經過測試錄入員工檔案，作為日後管理幹部選拔任用的參考之一。經過完整培訓，員工可掌握安全生產知識和操作方法，大幅提高事故預防和處理能力，降低工傷事件的發生概率。同時，特種作業人員必須做到「持證上崗」，嚴格杜絕安全生產風險。

報告期內，我們制定了安全隱患排查計劃，致力於從宣傳、組織架構、克難攻堅、工作落實等四個方面著手消除各項安全隱患。

加大安全隱患整治的宣傳
力度

建立安全領導小組來組織
隱患排查整治工作，並通
過制定專項工作長效機制
來形成長效監管體系

安全隱患排
查計劃

各部門落實隱患排查責任
制及安全隱患排查整治專
項基金

聯合上級主管部門實行掛
牌督辦，集中力量攻關治
理高難度隱患

廣匯寶信安全隱患排查計劃

報告期內，本集團未發生任何因工受傷或死亡的事件。

健康管理

員工健康管理是一個常態、長期的工作。我們制定了《職業病預防措施管理辦法》、《勞工保護用品管理規定》等章程文件，搭建起職業健康管理制度。根據我們的崗位工作特性，我們將粉塵和噪聲崗位的勞工防護用品、勞動時間、勞動強度等列為健康管理重要關注對象，並相應制定了應對措施。此外，我們積極舉辦有益於員工身心健康的文體活動，通過舒緩員工工作壓力、帶領員工增強體魄、提升員工幸福指數的方式來實現長遠的員工健康管理目標。

3.5 關愛支持

員工溝通

我們高度看重員工訴求，將員工意見建議視為公司建設不可或缺的引導。我們在公司內部已建立了雙向溝通渠道，員工可通過工作面談、工作會議、郵件往來等方式與管理層進行坦誠、有效的溝通。除此之外，我們開設了專門的申訴渠道和受理答覆平台，鼓勵員工提出建設性意見，並針對員工所反饋問題進行積極整治和及時披露，從而打造友好、平等、參與感強的工作氛圍，讓員工對公司治理和運營充滿主人翁意識。

員工關愛

我們堅信，唯有讓員工感受到公司的溫暖，才能讓員工對公司產生真正的歸屬感。因此，我們與控股股東廣匯汽車建立了匯愛互助會，匯集各方力量，打造互助平台，為在職員工及直系親屬提供最切實、可靠的幫助。匯愛互助會自2017年正式成立以來，已在全國10個區域先後成立分會，著力為因重大疾病、緊急突發事件造成家庭經濟困難、子女就學困難的員工提供及時的經濟援助，以關愛、團結、互幫互助為紐帶將所有員工緊緊相連。

4. 唯伴與共，營造價值生態

廣匯寶信致力於與供應鏈上下游建立長期、互信、公開的夥伴關係，共同構築充滿前景、價值共贏的行業發展格局。我們將供應商視作關鍵戰略夥伴，深度完善供應鏈管理，營造價值鏈生態，在流程、平台和協作模式等重要方面持續深耕。

4.1 供應商管理

採購管理是價值鏈搭建的第一步，供應商擇選將決定價值鏈質量和整體競爭力。為此，我們立足長遠，以供應商擇選為導向，以質量優先、價格優先、效率優先為原則，制定了完整的採購管理制度及採購流程，保證了採購管理的有序、健康、透明和高效。

報告期內，我們採用集中採購、原廠採購及門店自採三種形式來進行裝飾及零配件採購，其中以集中採購為主要形式。總部集採中心依據《集採流程手冊》、《零配件採購業務管理手冊》等制度文件，依託企業資源計劃系統(ERP)和供應商關係管理系統(SRM)的高度嵌合，開展集中化、規模化、系統化的採購，對採購資源進行整合和監督。集採條線內部具備完整、細緻的人員組織架構，從戰略規劃、採購策略、集採目標跟蹤、集採售後訴求管理、集採任務協調、採購金額核算等方面提供全面支持。

報告期內，我們進一步調整供應商選擇權，將供應商選擇統一歸口至集採部門，由技術等相關部門提出包含 ESG 考量在內的選擇建議，保障供應商選擇的規範性和科學性，打造出公平公正、廉潔誠信的採購平台。在供應商准入的具體執行過程中，自主申請或受邀請的供應商須在 SRM 系統填寫《供應商調查表》並上傳資質憑證，由集採審核專員覆核其真實性，通過審核的供應商可成為潛在供應商。配件採購經理從中篩選出優勢供應商參加採購試用。我們設立了採購管理委員會，由運營部、集採部、法務部等部門高層組成，承擔集採供應商准入的審批工作。鑒於資質審核人員、採購業務執行人員、審批人員均實現職責分離，且整體准入審批流程高度完善，我們得以充分避免採購流程中的不正當舞弊行為。



供應商試用流程

4.2 價值合作

廣匯寶信始終將企業與供應商的價值創造緊密聯繫在一起。我們在為供應商提供商業機會的同時，也在與其共同搭建發展平台，促進行業協同效應，創造共贏機遇。

我們在公司層面制定並定期更新《供應商手冊》，對供應商業務準備、日常業務開展、協同深化、商業道德規範等重點合作信息做出界定。在與新供應商建立合作之初，配件採購經理需向其提供該手冊，確認書面簽收並提供手冊內容培訓，確保新供應商在合作過程中可以尋求制度依據，遇到合作問題及時獲取解決方法。我們通過SRM系統形成集採中心、門店、供應商一體化管理，安排供應商參加SRM系統操作培訓課程，為每家供應商建立檔案，日常進行供應商資料的維護和變更，持續提升供應商管理效率和能力。

報告期內，我們繼續完善供應商績效評價體系，將評價結果應用於供應商分級管理、扶持培育、改善提升等維度。在供應商考核評估中，我們引入預警和調整機制，集採評估組根據業績、質量及服務水平、合規情況、環境體系認證等指標來進行綜合評分，集採負責人則審批處置意見並對供應商權限進行相應調整。目前，我們將供應商權限分級為五類：戰略(A級)、優秀(B級)、合格(C級)、預警(D級)、不合格(E級)，合格線以下的預警供應商需在期限內實施整改措施，經3個月整改無效的不合格供應商則被取消合作資格。我們對供應商每年進行至少一次評估，並根據項目完成情況進行不定期的項目評估。為保障供應商被公平歸入其所在級別，我們設置了詳細的、受監督的供應商考核控制流程，並對考核結果實施多級審批。



戰略合作夥伴 (90-100分)

- 評價：對廣匯寶信具有較大貢獻
- 措施：建立戰略互信、穩定、長期的合作關係

優秀供應商 (80-89分)

- 評價：業績穩定且提供具有競爭力的產品
- 措施：後續新產品供應商首選，優先考慮發展為長期供應商

合格供應商 (70-79分)

- 評價：產品質量好且服務能力強
- 措施：根據考核結果及其意願，推動其成為優秀供應商

預警供應商 (60-69分)

- 評價：業績、質量、服務出現問題
- 措施：質量問題產品下架處理，業務及服務問題縮小供應範圍和區域權限

不合格供應商 (60分以下)

- 評價：連續三個月整改不力
- 措施：啟動退出機制，終止與其合作

供應商分級管理機制

我們強調與供應商的商務溝通和常態交流。在商務溝通中，集採中心通過官方郵箱和SRM信息發佈平台推送針對供應商的官方信息，包括供應商管理政策、供應商會議、門店公告等，推送流程需經歷發佈範圍設定、發佈申請、審閱及書面確認、專員負責發佈等多步流程，高度規範信息發佈的內容統一性和時效性。此外，在常態交流中，我們要求品牌經理定期與供應商展開對話，邀請供應商為產品定位和銷售策略提供建議。我們同時積極推動供應商的落地發展，為其提供培訓機會及現場支持。正是在一次次合作和交流中，我們與關鍵供應商共同營造了互信互惠的價值生態，從而為整個行業的發展助力添輝。



5. 唯美致遠，助力綠色發展

廣匯寶信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

本集團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。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》，制定了環境管理的相關政策和管理辦法，並積極推行改善環境管理的具體措施，大力倡導節能環保理念。

我們堅持以低碳發展和減少污染物排放為己任，嚴格落實雙軌管理機制，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。本集團有多家門店通過了ISO 9001 質量管理體系認證和ISO 14001 環境管理體系認證。獲得國際質量認證意味著我們的質量管理及環境管理體系已與國際標準接軌，能夠將綠色、低碳、可持續理念體現在運營管理的全過程中。



雙軌環境管理機制

同時，為進一步增強全體員工節約資源、節能降耗的意識，杜絕浪費行為的發生，我們於報告期內加強了節約資源、能源的宣傳教育，積極推廣節能新技術、新設施，使全體員工逐步形成憂患意識、節約意識、環保意識和責任意識。我們鼓勵全體員工自覺參加節能降耗活動，並且主動監督資源浪費行為，發現浪費行為要進行及時的檢舉和制止。

5.2 節能減排

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》和《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，厲行節約與效能統一的原則，進一步加強資源使用和能源消耗的管理工作。報告期內，我們安排專人收集、分析資源和能源的使用數據，建立目標考核機制，定期評估資源使用效益與目標的差距，制定和實施一系列措施用以提升資源與能源的使用效益。

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的方法，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及能源的節約。

在門店、區域及總部辦公室的日常運營中，我們也積極倡導在各方面減少對自然資源的使用。

節約用電措施

- 合理使用空調，確需開啟空調時，辦公區域的空調溫度夏季不低於26攝氏度、冬季不高於20攝氏度。下班前半小時將關閉空調
- 白天充分利用自然光照，盡量減少照明設備使用時間；離開辦公或值班室做到隨手關燈。杜絕「白晝燈」和「長明燈」現象
- 盡量減少待機能耗，打印機等用電設備長時間不用應及時關閉。下班時要關閉所有設備電源

節約用水措施

- 營造節水氛圍，製作節水的宣傳標識在用水的地方進行粘貼
- 洗手後要及時關閉水龍頭，杜絕「跑冒滴漏」現象
- 確保飲用水不做他用，循環利用水資源澆灌辦公室的植物

辦公用品節約措施

- 提倡雙面用紙，修改文稿盡量在電腦上進行，減少紙張消耗
- 充分發揮電子政務的優勢，內部文件盡量使用網絡辦文，減少用紙，向無紙化辦公的方向努力
- 提倡自帶喝水杯，少用或不用一次性紙杯
- 完善辦公用品的採購、發放制度，採購以節能、環保為先
- 筆記本、筆等低值易耗辦公用品在使用時，請確保已完全利用，再申領新辦公用品

報告期內，我們還成立了節能減排工作領導小組對資源使用和能源消耗行為進行監督檢查，對造成嚴重浪費的，要予以嚴厲批評並追究有關責任人的責任。對於嚴格執行上述節約規定的，將在全公司進行表揚，並給予一定的物質獎勵。報告期內，節能減排工作小組沒有發現嚴重浪費資源或能源的行為，本集團綜合能耗為6,932.18噸標準煤，每萬元收入綜合能耗為0.0019噸標準煤。

報告期內，本集團能源使用情況如下：

	單位	2017年	2018年
汽油使用量	升	1,305,453	1,742,439
汽油使用密度	升／萬元收入	0.38	0.47
耗電量	千瓦時	38,648,391	41,280,774
耗電密度	千瓦時／萬元收入	11.32	11.24

報告期內，本集團水資源使用情況如下：

	單位	2017年	2018年
生活用水量	噸	453,935	526,618
耗水密度	噸／萬元收入	0.13	0.14

報告期內，本集團溫室氣體排放情況如下：

溫室氣體排放	單位	2017年	2018年
溫室氣體排放範疇一 ¹	噸二氧化碳當量	2,899.5	3,843.6
溫室氣體排放範疇二 ²	噸二氧化碳當量	26,783.3	29,919.3
溫室氣體總排放	噸二氧化碳當量	29,682.8	33,762.9
溫室氣體排放密度	千克二氧化碳當量／萬元收入	8.7	9.2

¹ 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，即汽油燃燒產生的溫室氣體排放量

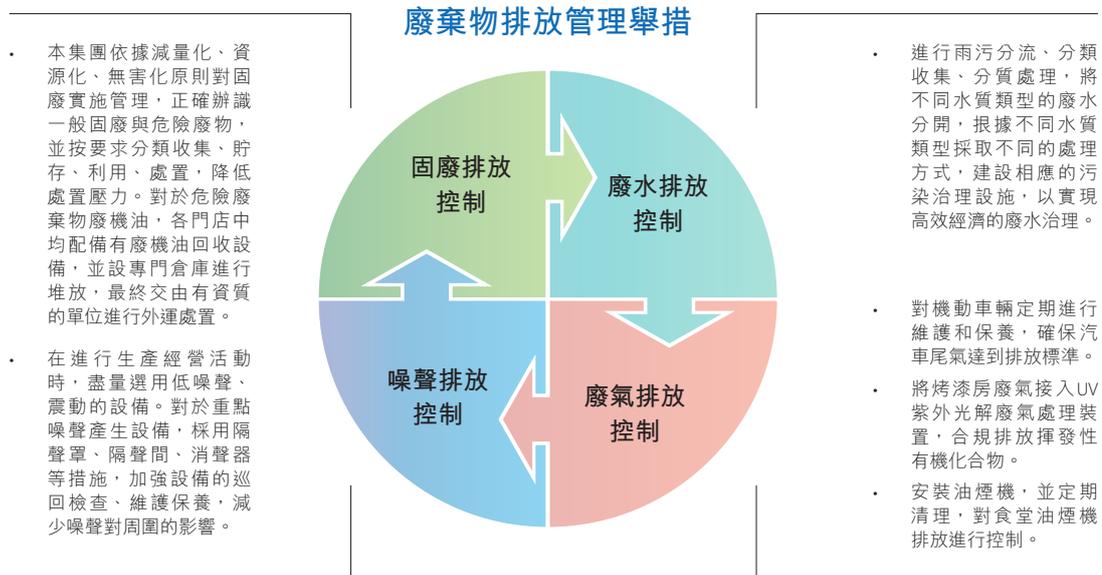
² 溫室氣體排放範疇二：涵蓋來自本集團消耗的間接能源，即外購電力產生的溫室氣體排放量

5.3 廢棄物管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》和《危險廢物轉移聯單管理辦法》等國家、地方相關法律法規和政策的要求，繼續強化固體廢棄物、廢氣、廢水和噪聲的排放管理。本集團於報告期內開展了全面的污染物排查工作，依據環評文件和批復以及污染物排查工作報告，對企業污染物種類進行了全面地梳理。我們運營過程中產生的排放物主要來自以下五個方面：

- 1 汽車維修工序如車身或零件打磨產生的微粒及噴漆工序散發出的揮發性有機廢氣；
- 2 汽車維護過程中產生的廢舊零部件、廢機油等廢棄物；
- 3 沖洗及維修車輛過程中產生的廢水；
- 4 汽車維護過程中產生的噪聲；
- 5 生活、辦公過程中產生的生活廢水及廢棄物。

為了控制排放、降低對環境的污染，我們針對各類污染物提出包括調整工藝、源頭治理、提高管理水平、實施考核等一系列管理辦法及措施。報告期內，本集團沒有發生違規排放廢棄物的情況。



報告期內，本集團廢棄物排放情況如下：

廢棄物種類	單位	2017年	2018年
無害廢棄物	噸	5,068	3,926
無害廢棄物排放密度	噸/萬元收入	0.0015	0.0011
有害廢棄物	噸	996	1,234
有害廢棄物排放密度	千克/萬元收入	0.29	0.33

6. 唯愛永駐，共建和諧社區

作為社區的一員，廣匯寶信在為股東、員工、社會創造經濟價值的同時，也時刻銘記履行社會責任，無論是捐助社會公益、鼓勵志願服務，還是促進就業方面，都積極承擔企業責任，真正做到取之於社會，回饋於社會。未來，我們將繼續肩負起新時代賦予本集團的社會使命，助力美好和諧社會的創建。

6.1 公益慈善

本集團始終支持教育脫貧工作。報告期內，我們以重教興學、關愛貧困學生作為慈善公益的重點，持續發力公益捐助活動，比如「繪彩童真」大型公益活動，四川區域的「廣匯愛心，你我傳遞」—大涼山八寨鄉公益行，以及華東大區的同心圓夢，「書」送未來和「悅之行，愛無界」—愛心公益助學活動。

「繪彩童真」大型公益活動

報告期內，本集團及廣匯汽車聯合中國扶貧基金會，共同舉辦了「繪彩童真」關注山區貧困兒童成長教育大型公益活動。我們為青海果洛貧困山區及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，並為孩子們送去了飽含全國同胞真誠關懷的「愛心包裹」，助力他們放飛純真的夢想。從2014年到2018年，「繪彩童真」活動先後為四川、雲南、貴州、新疆、青海近60餘所學校、10,000餘名貧困兒童送上了3大類產品，28個品種，共計135件單品的愛心包裹—小畫家寶盒。「繪彩童真」大型公益活動曾連續2年榮獲中國扶貧基金會「年度扶貧愛心獎」，並在2018年榮獲中國公益節「2018年度公益踐行獎」。



「廣匯愛心，你我傳遞」—大涼山八寨鄉公益行動

2018年12月4日，本集團積極參加廣匯汽車四川區域舉辦的「廣匯愛心，你我傳遞」—大涼山八寨鄉公益行動。行動共分為三站，第一站是完成彝族拉巴村村幼兒園、村小學的廣匯愛心閱讀室及多媒體教室的佈置工作。第二站則是看望拉巴村幼兒園小朋友，為110名小朋友準備了帽子、圍巾、手套等防寒物品，並為小學生購置了防寒服。行動第三站是專項幫扶四川省涼山州雷波縣八寨鄉中心學校，向學校捐贈了書架、書桌、圖書和文具等物資，幫助學校建立了「廣匯愛心圖書室」。此行動共向3所學校捐贈了7萬元現金及2萬餘元的教學用品。



6.2 志願服務

隨著本集團公益活動的深入開展，我們希望可以號召更多的人，參與到各個社會活動中，讓公益行動覆蓋更廣的領域，從而為社會做出更多貢獻。本集團鼓勵員工積極參與志願服務活動，彰顯志願精神。同時，我們也積極響應主力廠商的號召，協助配合寶馬、捷豹路虎等品牌廠商在各個領域開展相關社會活動，共同努力回饋社會。報告期內，我們開展了包括關愛特殊人群、響應社區需求以及美化社區環境等志願服務活動。參與志願服務活動人數共139人，累計服務小時數為602.5小時。

關愛特殊人群

- 慶「六一」，溫暖「特殊兒童」
- 中秋節探訪孤獨老人
- 探訪抗戰老兵

響應社區需求

- 無償獻血
- 安全服務志願活動
- 「陽光之家」手工製作活動
- 走進六戶鎮神堂村開展愛心活動
- 走進周山畚族鄉開展結對幫扶活動

助力綠化環保

- 社區綠化帶垃圾清理活動
- 學雷鋒美化社區環境

安全服務志願者活動

報告期內，本集團附屬四川港宏企業管理有限公司積極參加成都市武侯區武侯新城安全服務志願活動。與武侯新城安委會全體成員、園區安全生產專家一起，探索具有實效的安全工作模式，協助對企業負責人及安全員進行相關安全法和安全常識培訓，幫助企業排查安全隱患，並提出合理整改意見和建議。此次活動整體提升了武侯新城工業園區安全生產管理水平，不僅深受企業好評，還得到了區委區政府領導的肯定，經驗做法被市級部門和中國安全生產報推廣，被成功選為武侯區優秀志願服務項目。

用愛溫暖「特殊兒童」

本集團大中華區上海眾國寶泓汽車銷售服務有限公司(下稱：寶泓)從開業以來，持續在愛心之路上行走。2018年6月1日，寶泓攜手成佳學校一起用愛溫暖「特殊兒童」，關愛折翼的天使們。活動現場，我們為不同情況的特殊兒童精心準備了多項遊藝，包括「百變紙藝」「趣味積木」和「手工DIY」等。遊藝活動結束後，我們還為折翼的天使們帶來了精彩的表演。本集團同時呼籲更多的愛心車主們，加入到我們的愛心大家庭中。



6.3 就業帶動

本集團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，本著「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。報告期內，本集團繼續與逾40多所高校建立合作關係，為各大高校提供就業崗位。基於本集團在校企合作領域開創的邊學習邊實踐的教學理念，我們致力於幫助學生將理論與實際充分結合，大大提升學生的動手能力，為提升服務的技術和質量奠定牢固的基礎。同時，我們也會在學生實踐過程中，不斷融入企業、團隊概念，增強學生對企業的文化認同感，共同培養適合本集團汽車服務業的高端技術技能人才。

附錄

一、適用法律法規清單

主要遵守的法律法規
《中華人民共和國公司法》
《中華人民共和國證券法》
《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》
《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》
《中華人民共和國消費者權益保護法》
《中華人民共和國勞動法》
《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》
《勞動保障監察條例》
《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》
《中華人民共和國環境保護法》
《中華人民共和國節約能源法》
《中華人民共和國水污染防治法》
《中華人民共和國大氣污染防治法》
《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
《危險廢物轉移聯單管理辦法》



二、香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
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 廢棄物管理
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	5.3 廢棄物管理
關鍵績效指標 A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.3 廢棄物管理
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.3 廢棄物管理
關鍵績效指標 A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A1.6	描述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 廢棄物管理



一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
A. 環境		
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。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	5.2 節能減排
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)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
關鍵績效指標 A3.1	描述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。	本集團生產經營活動未有對環境及天然資源的重大影響

一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
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。	3.1 僱傭概況
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	3.1 僱傭概況
關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	本集團計劃在未來開展精細化管理
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僱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。	3.4 健康安全
關鍵績效指標 B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	3.4 健康安全
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	報告期內，本集團未發生任何因工受傷事件，故無因工傷損失工作日數的產生
關鍵績效指標 B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	3.4 健康安全



一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
層面 B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	3.2 人才培養
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	本集團計劃在未來開展精細化管理
關鍵績效指標 B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	本集團計劃在未來開展精細化管理
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。	3.1 僱傭概況
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	3.1 僱傭概況
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	3.1 僱傭概況
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。	4. 唯伴與共，營造價值生態
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	本集團計劃在未來開展精細化管理
關鍵績效指標 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。	4.1 供應商管理 4.2 價值合作

一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
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。	2. 唯精唯一，堅守質量服務
關鍵績效指標 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
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.2 權益保障 有關產品及服務的投訴數目，本集團計劃在未來開展精細化管理
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	不適用
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1 精誠服務
關鍵績效指標 B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.2 權益保障



一般披露及關鍵績效指標		2018年環境、社會及管治報告
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。	1.2 公司治理
關鍵績效指標 B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.2 公司治理
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.2 公司治理
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。	6. 唯愛永駐，共建和諧社區
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	6.1 公益慈善 6.2 志願服務 6.3 就業帶動
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	6.1 公益慈善 6.2 志願服務 6.3 就業帶動



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