



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

2019

環境、社會
及管治報告



目錄

關於本報告	2
管理層致辭	3
1. 務實篤行，匯馭責任未來	4
1.1 關於我們	4
1.2 企業管治	7
1.3 ESG 治理	10
2. 品質為先，匯享美好服務	14
2.1 竭誠服務	14
2.2 權益保障	18
2.3 責任採購	22
3. 以人為本，匯聚英才力量	25
3.1 員工概況	25
3.2 人才激勵	26
3.3 人才培育	27
3.4 安全健康	29
3.5 員工關愛	31
4. 守護環境，匯流綠色源泉	32
4.1 環境管理	32
4.2 節約資源	32
4.3 減少排放	35
5. 點亮希望，匯愛暖心社會	38
5.1 服務社會	38
5.2 共克時艱	39
附錄一：法律法規及內部政策清單	40
附錄二：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引	42

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「廣匯寶信」或「本公司」)發佈的第四份環境、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，部分內容涉及本集團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2019年1月1日至2019年12月31日(以下簡稱「報告期」)。

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《環境、社會及管治報告指引》文件。本報告內容按照一套有系統的程序而釐定。有關程序包括：識別和排列重要的利益相關方、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。

可靠性保證

本報告經管理層確認後，於2020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。本報告電子版可從香港聯交所網站廣匯寶信「財務報表／環境、社會及管治資料」類別及本公司官網「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：baoxin@pordahavas.com

管理層致辭

二零一九年，儘管國家以供給側結構性改革為主線的宏觀逆週期政策推動了高質量發展，展現了宏觀經濟的強大韌性，但受內外諸多因素影響，加之二零二零年初新型冠狀病毒肺炎（「COVID-19」）疫情的爆發、中國政府其後執行的隔離措施，以及其他國家採取的旅遊限制，汽車產銷收到了一定程度的影響。所幸，本集團順應行業發展趨勢，對行業總體趨勢和發展潛力進行分析判斷，基於企業現有資源狀況和經營情況，通過放緩採購節奏、降低庫存、持續調整品牌結構、優化管理等更為審慎的措施，進一步優化業務結構，提高盈利能力。報告期內，本集團實現毛利人民幣2,845.9百萬元，增長2.1%。

在過去的一年裡，本集團將責任視為企業立足發展之本，將可持續發展納入企業運營核心，通過不斷完善企業管治架構，恪守商業道德，積極履行企業社會責任。在客戶服務方面，我們立足「唯精唯一，專業執著」的品牌初衷，洞察客戶需求，保障客戶權益，用心提升服務質量；在攜手供應商方面，我們通過構建互利共贏的供應商關係，打造公平、公開、高效及互信的合作關係；在員工管理方面，我們始終秉承「尊重人才、關心人才、愛護人才」的理念，保障每一位員工的合法權益，努力為員工營造一個公平、公正、公開的工作和發展環境；在環境保護方面，我們制定並不斷完善環境保護措施，通過機制建設、體系監管、效果考核，竭盡所能地減少企業運營對環境負面影響。此外，我們在保障企業平穩運營的基礎上，積極參與社區公益活動，傳播愛心和正能量，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。

未來，本集團將一如既往地秉承「服務至上」的企業理念，順應市場趨勢，及時根據自身經營狀況調整發展戰略，以精細化管理不斷優化業務結構，並最終鞏固及提升企業的核心競爭力。面對中國廣闊的市場空間，我們有信心在各位股東、廣大客戶、業務夥伴的鼎力支持下不斷前進，攜手各利益相關方以責人之心踐行可持續發展。

1. 務實篤行，匯馭責任未來

廣匯寶信將責任視為企業立足發展之本，將可持續發展納入企業運營核心。我們不斷完善企業管治架構，恪守商業道德，積極履行企業社會責任，追求為各利益相關方創造更多的價值。

1.1 關於我們

廣匯寶信汽車集團有限公司成立於1999年，並於2011年在香港聯交所上市，股票代碼01293.HK。廣匯寶信是國內領先的以經營中高端、豪華品牌及超豪華品牌為主的汽車銷售服務集團，主要業務涵蓋售前服務、新車銷售、售後服務、汽車金融、二手車銷售、汽車保險、汽車零部件銷售及其他汽車相關產品銷售等相關業務。



廣匯寶信主要業務

- 企業文化

自成立以來，我們始終保持著「唯精唯一、專業執著」的初心，以「誠信、務實、超越」為企業理念，堅持貫徹「客戶至上、管理至善、服務致遠」的企業宗旨，展示自身積極正向的企業精神，不斷完善自身管理水平、提高服務品質，持續履行對環境、社會及投資者的責任。



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



企業理念

誠信
務實
超越

• 網絡佈局

我們深耕華東市場，並以華東區域為軸心，向華北、華中、華南、東北及西北等中國其他區域輻射。報告期內，我們持續鞏固本集團在核心區域的戰略優勢及品牌佈局，收購了控股股東廣匯汽車的2家寶馬4S店，同時收購其原有的其他品牌4S店面並升級改造成寶馬4S店。

報告期內，本集團執行以內部調整為主的戰略政策，對網絡擴張持更為謹慎態度，並專注於對現有店面執行管理優化和經營效率的改善，提升優質品牌集中度及淘汰弱勢品牌，以達到降本優化的目的。同時，對現有店面進行改建優化，在降低公司的資本支出的同時，進一步提升資金使用效率，以平穩度過目前的行業調整期。

截至2019年12月31日，本集團共計經營各類店面116家，分佈於全國13個省市及自治區，擁有10個超豪華及豪華的汽車品牌組合，其中包括94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。

廣匯寶信超豪華



豪華汽車品牌組合



廣匯寶信超豪華及豪華汽車品牌組合

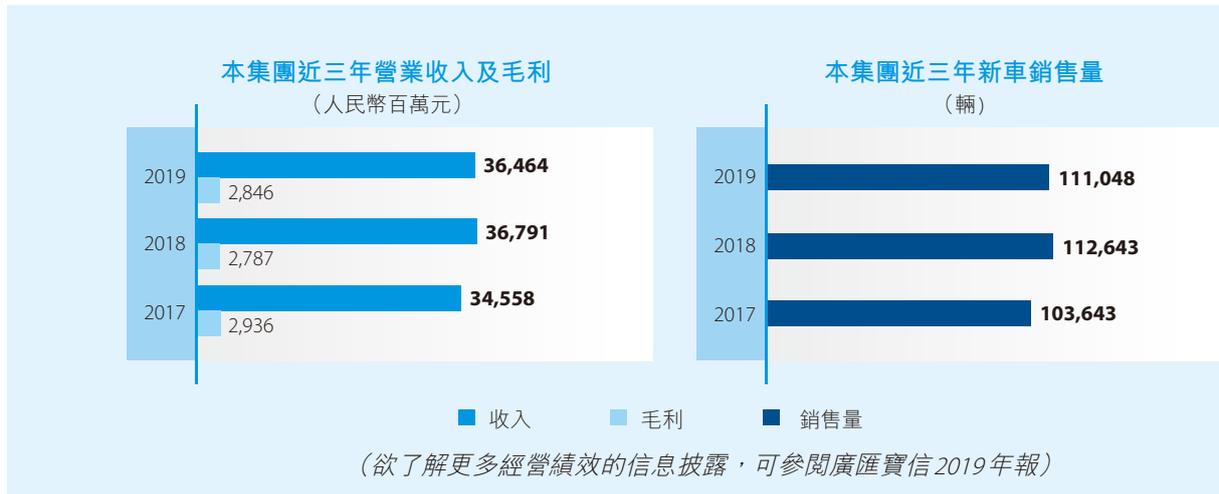
廣匯寶信經銷網絡



- 經營表現

2019年，全球經濟放緩對汽車行業造成了一定的壓力。報告期內，廣匯寶信基於對行業總體趨勢和發展潛力的分析判斷，立足公司現有資源狀況和經營情況，在保持新車銷量整體平穩的同時，注重業務轉型升級，堅持由「重銷售」向「重服務」轉變，在促使公司利潤結構得以優化的同時，大力提升售後業務的服務質量。本集團2019財年的經營業績在行業承壓的背景下表表現得較為穩定。

截至2019年12月31日，本集團收入約人民幣36,463.9百萬元，實現毛利人民幣2,845.9百萬元，同比增長2.1%。報告期內，本集團共銷售新車111,048輛，新車銷售收入為人民幣31,687.7百萬元；售後服務收入為人民幣4,732.8百萬元，同比增長5.1%，佔本集團總收入的13.0%；售後服務的毛利為人民幣2,078.4百萬元，同比增長2.0%。



- **榮譽獎項**

作為一個合格的企業公民，我們先後獲得「中國汽車銷售服務十大企業公司」、「最具影響力的十大汽車經銷公司」、「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，獲得社會各界的高度肯定。

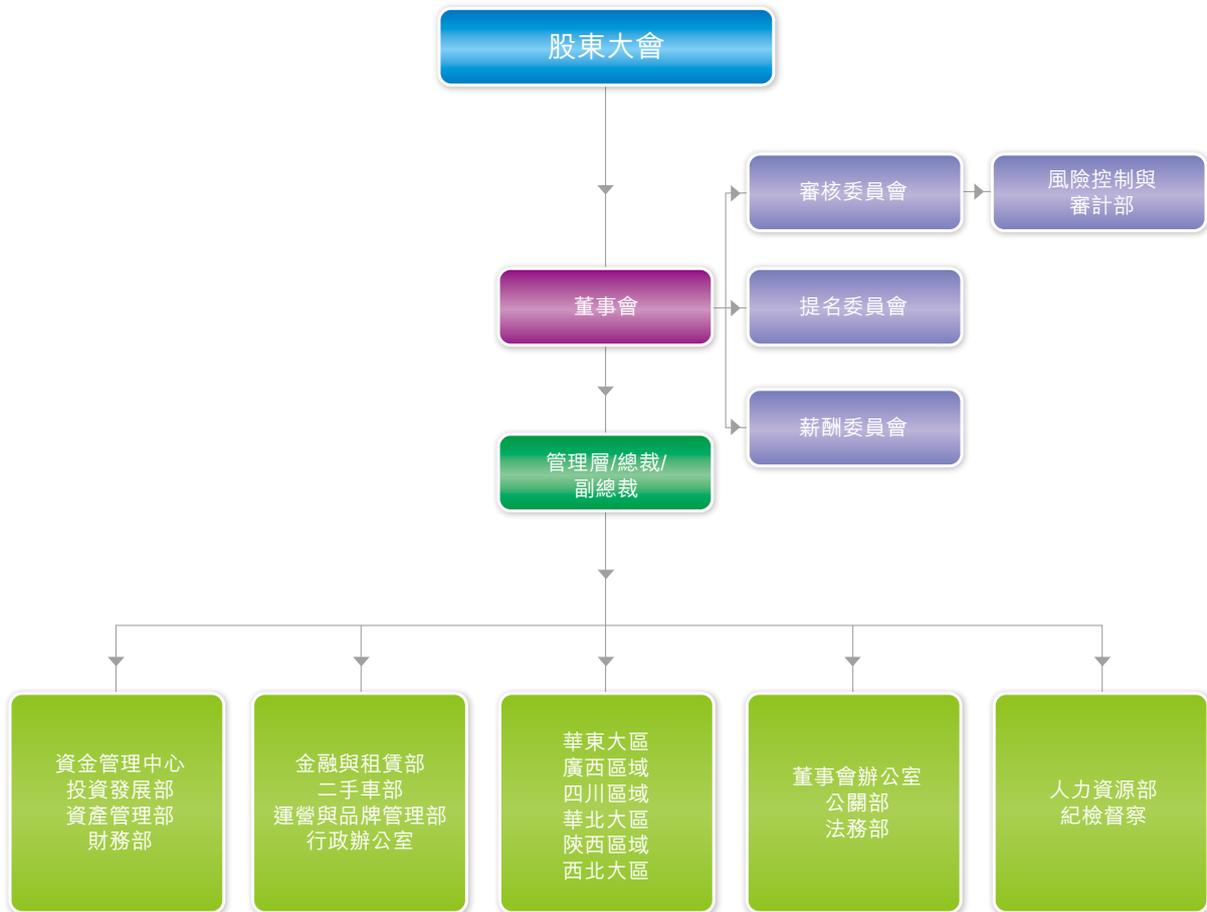
1.2 企業管治

本集團嚴格遵照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》以及上市公司企業管治的法律法規、規範性文件要求，持續完善企業治理構，保障股東及其他利益相關方的權益，有效促進本集團的運營及業務發展。

- **管治體系**

我們相信權責分明、高效穩定的企業管治架構是實現有效問責、保障合規運營的重要基礎。本集團董事會主要負責企業整體的領導及監控，通過制定業務戰略及管控措施不斷尋求更高標準的企業管治。廣匯寶信高度重視董事會成員的多元化，我們的董事會目前由七名成員組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事，其中女性董事成員佔比約29%，各成員均擁有不同的營商經驗，助力本集團的可持續發展。

為進一步提升企業效率及管理能力，本集團董事會下設審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。審核委員會主要負責執行內部控制及風險管理制度，並制定審核計劃、檢查財務申報等。提名委員會主要負責檢討董事會架構、人數及組成，並就董事委任或重新委任以及繼任計劃向董事作出提議。薪酬委員會主要負責人力資源各項決策，包括制定董事及高級管理人員的薪酬架構，並向董事會提出其薪酬待遇調整的相關建議。

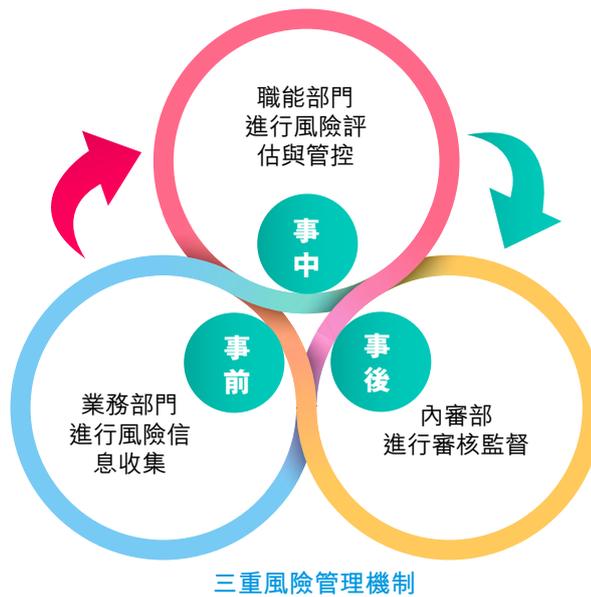


廣匯寶信管治架構

(更多內容請參考本集團2019年報中「企業管治報告」章節)

- 風險管理

我們嚴格遵守《中華人民共和國審計法》等法律法規，並根據《企業內部控制基本規範》《企業內部控制評價指引》與自身情況制定內部風險控制制度及相應管理守則。我們基於長期風險管理經驗，制定覆蓋出事前、事中及事後全過程的三重風險管理機制，並從部門職責落實、內部審計強化、溝通機制建立、人才隊伍建設四方面進一步完善企業風險管理體系。



部門職責落實	規範公司治理結構和議事規則，建立健全的企業各管理部門職責，並明確決策、執行、監督等方面的崗位職責權限
內部審計強化	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
溝通機制建立	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
人才隊伍建設	在各個部門設立符合廣匯寶信自身情況的競爭機制及培訓機制，挖掘更多優秀的專業人才出，推動企業風險管理體系在各個部門的順利落實

風險管理體系完善

此外，我們亦通過覆蓋全經銷門店的內控自評工作，從戰略、財務、技術、人力資源、公共關係等多方面及時排查內部控制相關缺陷，並進行全面整改，夯實本集團風險管理基礎。

- **廉潔誠信**

本集團高度重視廉潔管理，嚴格遵守《中華人民共和國合同法》《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反不當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》以及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，建立並持續完善內部反腐倡廉制度體系，通過懲戒、防範、保障三大機制在全集團範圍內形成「不敢腐、不能腐、不易腐」的廉潔氛圍。

廣匯寶信相信員工的廉潔從業意識是打造廉潔自律的企業文化的重要條件。我們持續開展廉潔宣傳教育，提升各層級員工的道德標準。

為有效貫徹落實本集團廉潔管理機制，我們建立健全的舉報管理制度，並嚴格執行問責機制。我們暢通信件、熱線、電子郵件等多種舉報渠道，鼓勵內外部人員向本集團紀檢工作人員反映、檢舉或控告任何可疑行為。本集團嚴格保密舉報人信息，並承諾於五個工作日內給予舉報人答覆，若舉報人未能在該期限內得到回應，則可以選擇向更高層級進行反映。對於經核實後的舉報事項，我們將嚴格按照相關規定進行處理，情節嚴重者將被解聘並訴諸於法律。

報告期內，本集團未發生任何腐敗訴訟事件。

1.3 ESG 治理

廣匯寶信認為承擔對社會、環境以及各利益相關方的責任是本集團可持續發展的重要前提。我們不斷完善 ESG 治理架構，明確各層級職責，通過持續開展與各利益相關方的密切溝通，對其關切的議題進行正確識別及有效回應，逐步提升自身 ESG 管治水平。

- **ESG 治理架構**

為進一步提升企業 ESG 治理水平，貫徹落實 ESG 相關治理工作，我們自上而下建立了由董事會、ESG 工作小組、ESG 執行小組構成的三級 ESG 治理架構，各級職責分工明確、協調統一。其中，董事會為本集團 ESG 治理最高決策機構，起主要的領導和監管作用；ESG 工作小組為主要推動力，由總部職能部門構成，統籌推進董事會就 ESG 事宜的相關決議；ESG 執行小組為落實主力，覆蓋本集團下屬附屬公司及銷售門店，執行 ESG 相關具體工作。

• 利益相關方溝通

廣匯寶信致力於打造與利益相關方間雙向、透明、常態化的溝通機制。報告期內，本集團識別出對集團決策權和影響力、與集團關係密切的七組主要利益相關方群體，並鼓勵利益相關方群體參與本集團的重大決策及其他戰略調整的過程。我們通過多種溝通渠道積極與利益相關方分享觀點與經驗，同時有效了解並回應各利益相關方的期望及訴求，將其密切關注的各項議題融入運營和決策過程，以提升企業自身的履責水平。

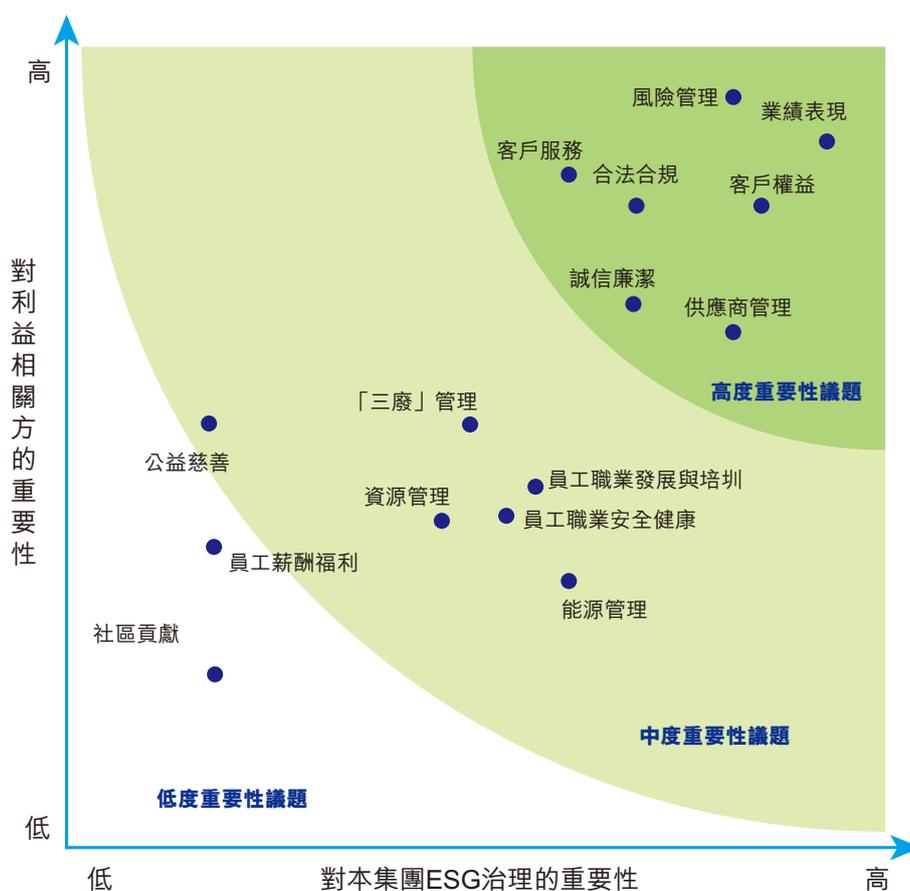
利益相關方組別	主要溝通渠道	頻率	利益相關方關注議題
投資者／股東	<ul style="list-style-type: none"> 年報及公司公告 專題匯報 定期披露 	<ul style="list-style-type: none"> 定期／不定期 定期／不定期 定期 	<ul style="list-style-type: none"> 業績表現 風險管理 誠信廉潔
政府部門	<ul style="list-style-type: none"> 定期報告／臨時公告 往來函件 實地調研 	<ul style="list-style-type: none"> 定期／不定期 不定期 定期／不定期 	<ul style="list-style-type: none"> 合法合規 「三廢」管理 能源管理
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"> 客戶服務 客戶權益 客戶溝通

利益相關方組別	主要溝通渠道	頻率	利益相關方關注議題
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"> 員工薪酬福利 員工職業安全健康 員工職業發展與培訓
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 公益慈善
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"> 信息披露 公益慈善 合法合規
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> 商務溝通 信息反饋 採購公告與公式 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期 不定期 定期／不定期 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商管理 業務發展 誠信廉潔

• 重大性議題評估

報告期內，我們通過媒體輿情分析、同行對標分析以及監管機構要求梳理，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。此外，我們聽取內外部利益相關方意見，了解其對本集團ESG實踐的關注重點及期望；並基於本集團戰略規劃、發展現狀及管理層建議，對各項議題的重要程度進行排序，為集團制定長遠的ESG戰略提供有力依據。

我們從對本集團戰略運營影響程度以及對利益相關方影響程度兩個方面識別出15項ESG議題。其中，高度重要性議題7項，中度重要性議題6項，低度重要性議題2項。高度重要性議題構成本報告內容的重點披露部分，我們將會在本報告內詳細披露相關內容。



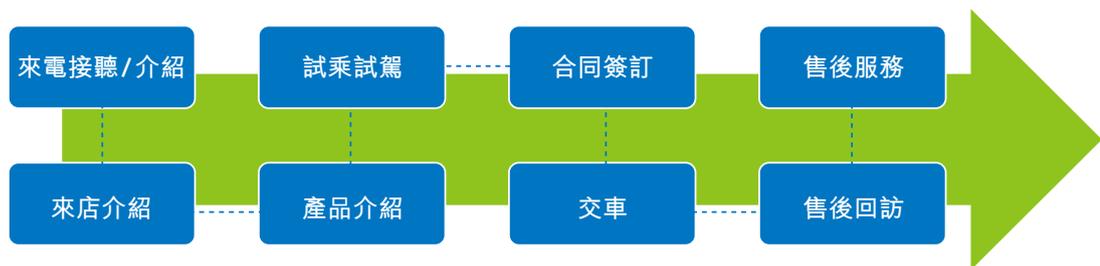
重大性議題矩陣

2. 品質為先，匯享美好服務

廣匯寶信堅信客戶的信任是公司賴以生存和發展的基礎。我們立足「唯精唯一，專業執著」的品牌初衷，洞察客戶需求，保障客戶權益，用心提升服務質量，致力於打造以客戶為核心的全方位一體化品質服務體系。

2.1 竭誠服務

作為國內領先的汽車銷售服務集團，我們始終秉承「專業、高效、透明、關愛」的服務理念，將提升服務意識、優化客戶體驗納入本集團經營管理的核心。我們致力於提供覆蓋全生命週期的品質服務，不斷完善客戶服務標準體系，為每一位客戶建立客戶檔案，並針對其在各階段的需求提供全方位的服務解決方案。



廣匯寶信全週期客戶服務

報告期內，我們立足多年的管理經驗，緊跟信息化、智能化的潮流，從佈局信息化管理系統、運用移動互聯、完善門店售後運營體系、推進智慧門店建設等方面，為客戶提供更為便捷、智能的服務體驗，在贏得客戶信賴中實現企業可持續發展。



廣匯汽車客戶服務提升舉措

- **售前服務**

為保證精益的服務質量，我們制定了《銷售運營手冊》並在其中明確了各項售前服務的標準服務流程。在客戶接待方面，我們為前臺客戶來電接聽人員和店內銷售人員提供針對性的流程及禮儀培訓，要求其切實履行相應崗位的行為準則；在產品介紹方面，我們培養了一支專業的銷售顧問團隊，為客戶提供準確的需求分析及精準的歷史記錄，全力滿足客戶所需；試乘試駕環節中，我們制定《試駕車使用登記表》，明確銷售經理、試駕專員、銷售顧問的權責。同時，我們要求客戶簽訂《試乘試駕協議書》以確保安全舒適的試駕試乘體驗，並在該環節結束時向客戶徵收《試乘試駕意見表》以不斷提高我們的服務質量。

我們嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》，要求銷售人員向消費者真實、全面、準確地傳遞產品信息，嚴禁誇大宣傳、虛假宣傳，堅決維護透明的銷售推廣環境。為保證陽光銷售，我們要求所有車輛的銷售價格必須按限價規定經過逐級審批，在獲得銷售管理層的審批及簽名後，財務人員需逐一審核合同中各項目的價格，確認無誤後出具收款收據並親自交予客戶，銷售顧問不得參與此過程。此外，我們亦十分重視客戶的交車體驗，我們引導客戶確認車輛，向其介紹車輛功能及使用說明，並交付隨車資料；同時，我們向客戶詳細介紹售後服務及保險服務，並提供紀念品與祝福語錄贈送、紀念留影等特色交車服務，不斷升級客戶體驗。

金融風控平台

依託於本集團控股股東廣匯汽車的金融風控平台，我們圍繞客戶資金週期為其提供創新化、差異化、專業化的汽車金融產品，旨在幫助客戶進行貸前風險審查、貸中風險管理及貸後風險控制，以實現「購車無憂」的服務願景。

- **售後服務**

我們重視客戶的售後體驗，通過售後回訪跟蹤細則跟蹤並改進服務品質。報告期內，我們依託於領先行業的「保險雲」平台，實現了業務操作全界面的平台化管控，為客戶提供優質的無憂服務，有效提升了首保率、續保率、延保總滲透率、非車險滲透率。我們積極開發雙保無憂項目、無憂卡服務等創新非車險服務產品，進一步提升本集團的售後服務質量。

雙保無憂項目

報告期內，我們推出汽車服務創新服務產品——「雙保無憂項目」。該項目為客戶提供6年的免費基礎保養服務，同時在原廠3年質保期後再提供3年不限公里的延長保修服務，客戶於第七年起可享受維修保養終身八五折優惠，著力幫助客戶節約車輛維修成本。此外，「雙保無憂項目」服務可以隨車轉讓，提高二手車輛殘值。優質的用車、養車保障服務幫助我們提高客戶的滿意度和忠誠度，進一步提升了本集團的業內口碑。

無憂卡服務

「無憂卡服務」為客戶提供包括機動車中控防盜、車輛置換補償、車輛自燃補償、輪胎更換、玻璃更換、代步車費用補償、鑰匙和車牌丟失補償在內的七項服務，旨在讓客戶用優惠的價格享受多項高端服務，實現無憂用車。

同時，我們積極拓展汽車產業價值鏈，致力於為客戶打造覆蓋汽車服務全生命週期的一站式綜合服務平台。我們通過提供廣泛的維修及汽車改裝服務，高質量汽車零件銷售、配件及其他汽車相關產品銷售等售後服務，與已購車客戶建立長期穩定的客戶關係，並不斷吸納新客戶。

報告期內，本集團加快售後業務的產業佈局，通過與本集團控股股東廣匯汽車共同打造的「匯養車」互聯網汽車服務平台，開發「雙人快保」「快速噴漆」及「信息發佈」等模塊，增加外部售後客戶引流渠道，打通客戶與門店的線上連通，進一步提升客戶粘性。同時，得益於本集團新車銷售的穩定，本集團通過加強數據分析，對線上及線下進行有效結合，滿足各階層客戶對於不同品牌及不同車型的個性化需求，為其制定差異化及人性化的服務產品及內容。

2.2 權益保障

我們高度重視客戶權益保障，積極保護客戶隱私及個人信息安全，認真傾聽客戶對產品和服務的意見反饋，持續提高客戶滿意度。

- **信息安全**

廣匯實信在持續提升客戶服務水平的同時，也注重客戶的隱私保護。我們嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規，通過實施嚴格的客戶隱私保密制度，持續強化客戶信息管理技術，不斷提升本集團的整體數據安全與隱私保護水平。

我們與客戶簽訂《客戶個人信息保護聲明》，明確客戶信息收集、使用及保密要求；制定《客戶管理系統客戶信息保密安全管理通知》，明確總部、區域及各門店工作人員的客戶信息使用權限及管理職責，並規範客戶數據導出申請的三級審批流程；採取數據應用關鍵崗位上的工作人員簽訂《崗位保密協議》，同時要求該崗位人員離職時嚴格審查其數據導出情況，確保業務數據全部正常。

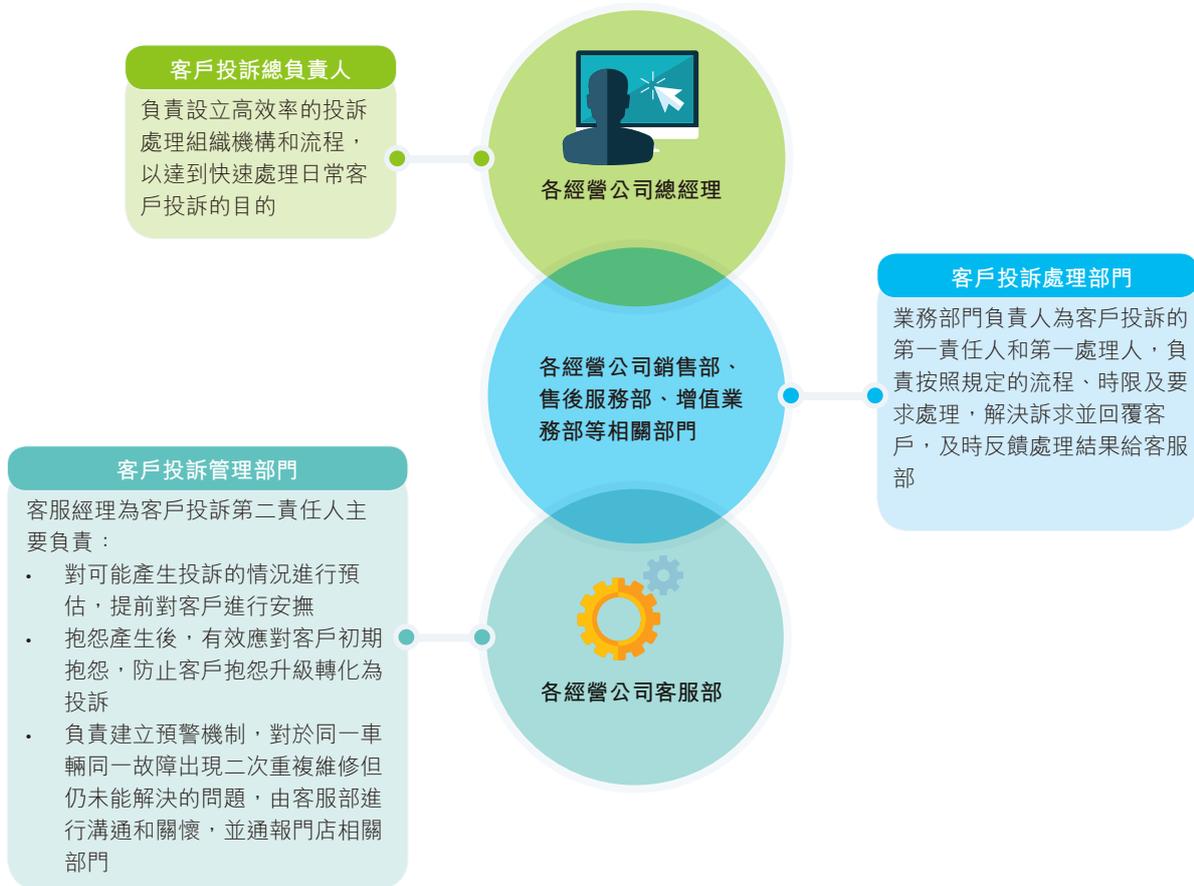
此外，我們加強信息技術的應用，為了保證客戶信息獲取行為的可追溯性，我們在OA (Office Automation, 辦公自動化) 系統中記錄每個工作人員的每次數據導出操作並進行異常預警。

報告期內，公司未發生客戶信息及隱私洩露事件。

- **訴求響應**

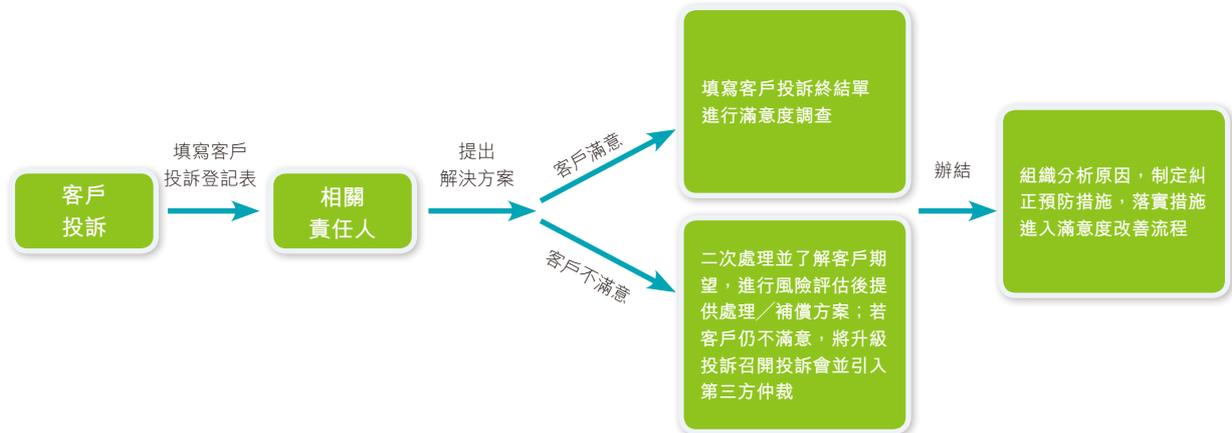
廣匯寶信始終堅持以開放的心態多方面、多角度傾聽客戶意見以不斷優化客戶服務品質。我們制定並不斷完善《客戶投訴管理》《客戶滿意度管理》等一系列保障產品售後服務水平的內部政策，並在熱線、電郵、意見箱、售後服務回訪、現場投訴等渠道基礎上，新增以本集團官方網站、匯養車APP、社交微信圈和各大涉車宣銷平台等線上服務管道，與客戶保持良好的雙向溝通，獲取產品質量及服務改進信息。

為積極應對客戶投訴，及時處理產品質量爭議，我們以「一級管控、二級處理」為原則，建立由各經營公司客服部為主，銷售部、售後服務部、增值業務部等相關部門相互配合的投訴處理管理體系。



廣匯寶信客戶投訴管理體系

我們建立了完善的客戶投訴處理流程，並明確投訴業務問題的受理標準及各部門職責，力求及時跟進處理質量問題投訴直至客戶滿意，並針對客戶投訴進行原因分析，提出相應整改方案。



廣匯寶信客戶投訴處理流程

- 滿意度管理

客戶滿意度是評價本集團產品和服務質量最為關鍵的指標，為了了解顧客對我們產品和服務的滿意度，我們採用暗訪（神秘訪客）與滿意度相結合的方式，安排工作人員前往銷售現場進行突擊巡查，同時輔以問卷、電話回訪、專業滿意度問卷調查等多種方式，全面了解服務中存在的問題。

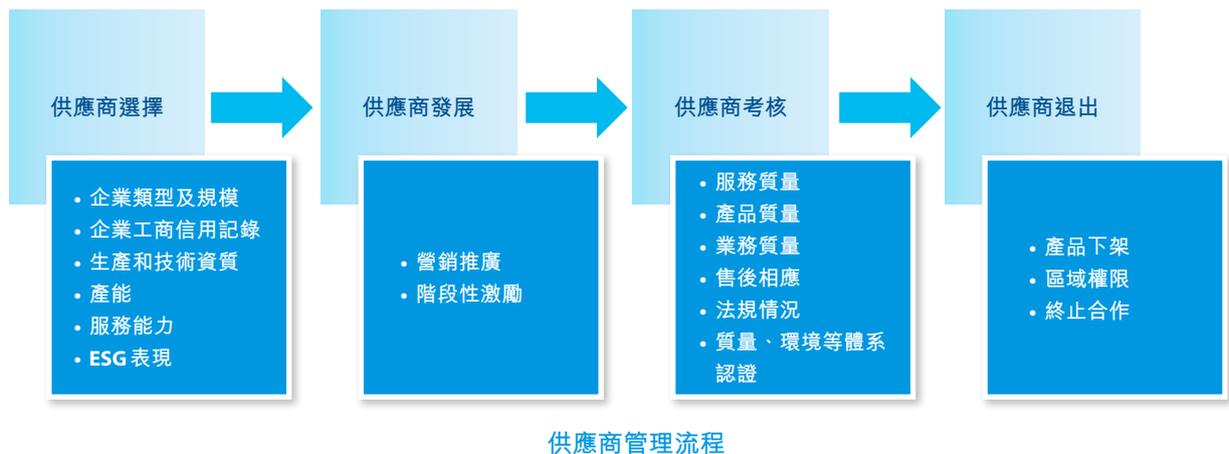
我們要求各4S門店制定年度滿意度管理目標，並將此與人員績效考核相掛鉤。其各部門經理為客戶滿意度管理的直接責任人，負責制定每月客戶滿意度管理工作行動計劃，並以此對店面進行工作檢查和指導。根據每月監督檢查結果，各部門經理召開客戶滿意度分析會，查找自身滿意度弱項，並確定後續改進目標，制定弱項整改計劃及負責的相關人員，持續監控整改行動的進度與完成質量。

2.3 責任採購

廣匯寶信將供應商視為共同發展進步的合作夥伴，致力於通過構建互利共贏的供應商關係，打造公平、公開、高效及互信的合作關係。為了保證產品和服務質量，我們建立了對供應商的考評與管理機制，以定期對供應商的表現進行評估。

- 供應商管理

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，我們制定並不斷完善包括供應商考核、准入、考評相關管理辦法在內的供應商管理制度。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。通過對資質審核人員、採購業務執行人員、審批人員進行職責分離，同時依託完善的准入審批，我們竭盡所能地避免採購流程中的舞弊行為發生。



- **供應商選擇**

我們採購的產品主要為汽車裝飾及零配件，由廣匯汽車總部集採中心、區域片區及各門店負責，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，通過集中採購、原廠採購和門店自採三種模式相結合的採購模式展開。

集中採購

- 集採中心負責引入集中採購供應商及產品，採購供應商必須與廣匯汽車總部簽署採購合同
- 各門店通過SRM系統向供應商下單，供應商在系統中接收訂單後向門店發貨

原廠採購

- 各門店可直接通過授權品牌原廠制定業務系統(「原廠系統」)向原廠下達採購訂單，並直接與原廠進行對賬與付款

門店自採

- 各門店向臨時外部供應商進行採購
- 各門店在系統中向區域及總部提交採購申請，通過審批後向供應商線下下單，並將採購訂單及入庫單錄入ERP系統中

採購模式

此外，我們積極探索創新採購模式，致力於通過後臺智能運維引入數據化平台體系，使管理更加簡潔、精準、高效，更好地服務店面銷售，規範供應商行為，降低風控風險。報告期內，我們的OCP平台(集採目錄在線化平台)順利上線，基於多功能集成化的數字平台載體，實現提高人工效能輔助銷售工作的目的，並完善了線上集採目錄查詢、視頻宣傳展示、產品信息公示、質量服務評價、通知公告發佈等功能。

- **供應商評估**

我們制定並定期更新《供應商手冊》，通過明確在採購制度中業務準備、開展業務、協同深化和供應商須知四大方面，營造公平有效的競爭環境。在與新供應商建立合作之初，我們會向其提供《供應商手冊》及相關採購制度內容培訓，以持續提升供應商管理效率和能力。我們亦向供應商合作夥伴分發《供應商手冊》，希望讓供應商夥伴在與我們合作的過程中有制度可依據、有人員可詢問，有方法可解決。

自2017年起，我們已逐漸將供應商的ESG表現納入我們的准入和考評標準當中，以保障供應商選擇的規範性和科學性。報告期內，我們繼續完善供應商績效評價體系，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，並根據考核結果對供應商進行分類，具體包括：戰略(A級)、優秀(B級)、合格(C級)、預警(D級)、不合格(E級)。



供應商評級劃分

此外，我們要求合格線以下的預警供應商需在期限內實施整改措施，並在3個月完成整改。對於在規定整改期限內無法達到合格線的供應商，我們將取消其合作資格。我們也通過供應商退出機制，淘汰產品質量不穩定、服務能力弱、業績指標表現差的供應商。

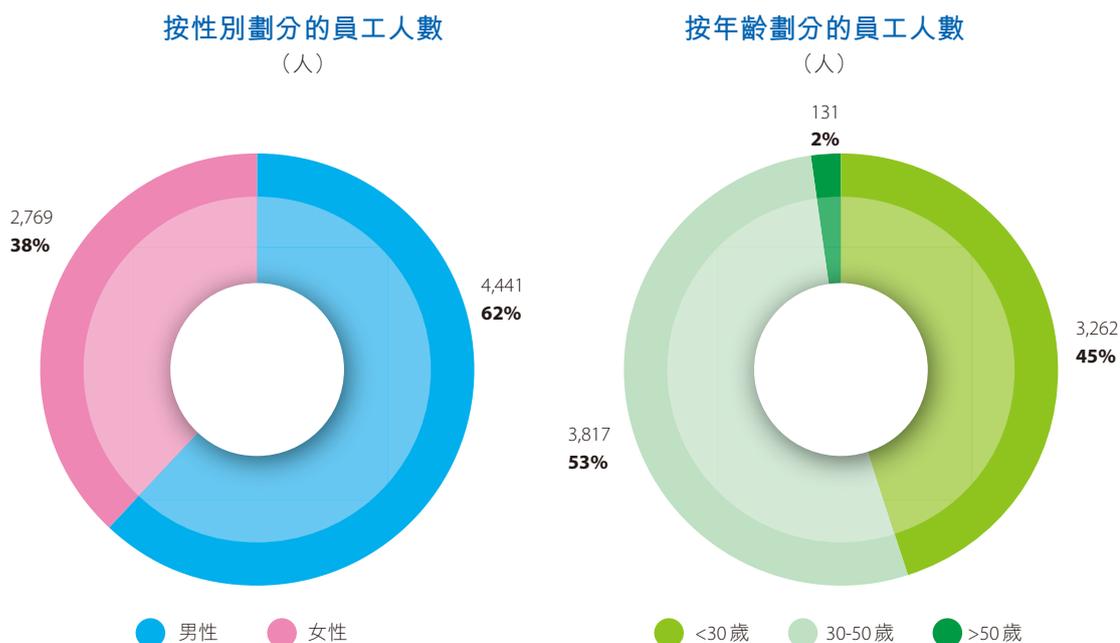
3. 以人為本，匯聚英才力量

廣匯寶信相信員工是企業可持續發展的基石。我們始終秉承「尊重人才、關心人才、愛護人才」的人才理念，保障每一位員工的合法權益，重視人才培養，努力為員工營造一個公平、公正、公開的工作和發展環境。

3.1 員工概況

廣匯寶信嚴格遵守《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》以及《嚴禁童工使用規定》等法律法規，堅持公平平等的就業觀，尊重員工及求職者在種族、性別、宗教、年齡、社會出身及其他等方面的差異。我們通過建立和規範人力資源管理體系，制定《員工手冊》作為指導內部政策，保障員工在招聘、晉升、離職、薪酬福利、安全管理、培訓發展及多元化反歧視等方面的合法權益。此外，我們通過規範化的管理，堅決杜絕僱傭童工、強迫勞動、限制員工自由等一切非法用工行為。報告期內，概無聘用童工或強制勞工事件。

截至2019年12月31日，本集團共有7,210人，員工按性別和年齡劃分的情況如下圖所示：



3.2 人才激勵

廣匯寶信始終相信完善且具有競爭力的激勵機制是吸引和保留傑出人才的重要因素。對此，我們建立科學、全面的薪酬福利體系，並為員工的職業發展暢通晉升通道，充分調動員工的積極性。

- **薪酬福利**

我們建立並完善科學合理的薪酬福利體系，從工資、獎金、福利、股權激勵四個方面切實為員工謀福利。為確保每一位員工勞有所值，我們針對每項薪酬設定了明確的評價指標，通過將薪酬與績效聯動，使所有員工都能通過績效薪酬獲得公平公正的回報。此外，為進一步調動員工積極性，提升其工作效率，我們制定了包括正向、負向兩類調整在內的薪酬調整機制，根據員工的工作表現實施轉正調薪、任職調薪、特別調薪和全面調薪等調薪舉措。

福利方面，我們在提供帶薪年假、婚假等假期及足額繳納五險一金的基礎上，額外提供節日補貼、交通補貼和通訊補貼等各類補助；同時，根據員工年齡、入司時長及對本集團的貢獻價值提供具有多樣性、激勵性的人性化福利方案。

此外，廣匯寶信注重對女性員工的關愛保護。我們提倡同工同酬，鼓勵女性員工在任職崗位上發揮所長；我們堅決保障女性員工孕產期、哺乳期等合法權益，並通過不斷改善其工作環境和工作條件，持續提升員工對企業的歸屬感、認同感和幸福感。

- **人才晉升**

廣匯寶信重視激發人才價值，致力於為員工提供廣闊的發展平台。我們建立並持續完善員工職業發展體系，制定相關內部政策以規範化晉升、調職及調崗事宜。我們堅持集團發展與個人發展相結合的原則，根據不同崗位類別設置不同的職等職級，以員工培訓記錄和考評結果為依據，根據集團經營戰略和員工發展需求，設置職業晉升標準及比例，並提倡合理的人才內部流動以激發人才活力。

報告期內，我們按照《績效考核與能力評估管理制度》制定了「2019年度績效考核與能力評估方案」以促進員工的積極性。我們幫助員工分解個人目標，並通過系統化的績效考核方案促進個人目標的高效達成，進而助力完成本集團的年度業績。

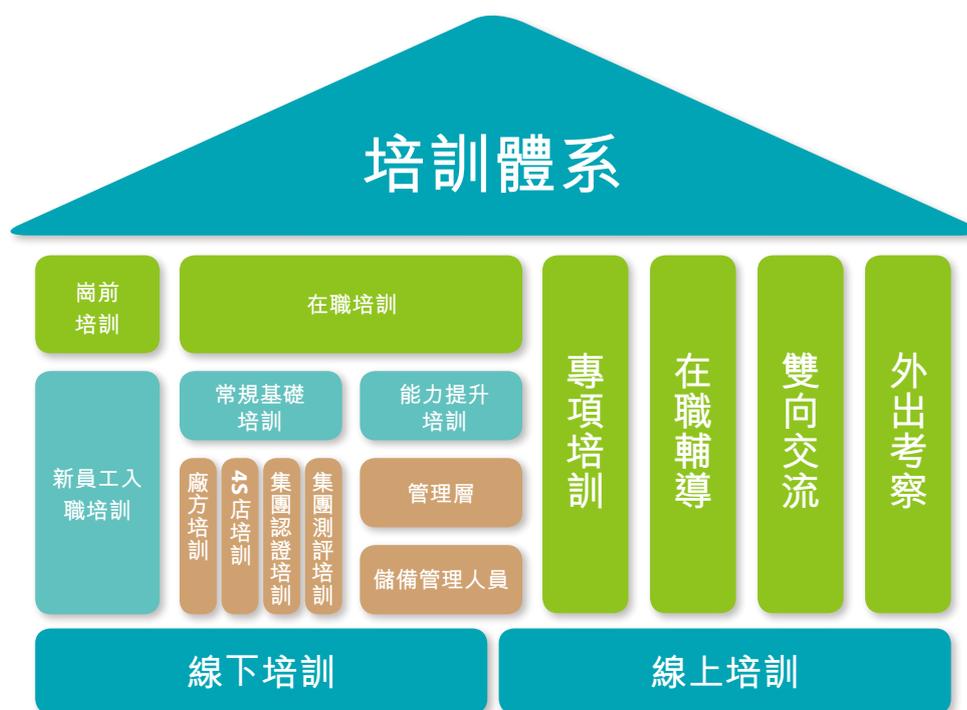
3.3 人才培育

廣匯寶信堅信一支高效、專業化的人才團隊是企業可持續發展的基石。我們以「打造學習型組織」為導向，為不同職能範圍的員工提供有針對性的培訓，幫助員工增進專業知識、提高技能水平和提升綜合素質，穩步推進企業人才隊伍的建設。

我們建立並不斷完善以員工職責和發展前景為導向的培訓體系，針對重點人群打造三段式進階培訓。面向新員工舉辦崗前培訓，旨在幫助其快速融入公司、進入崗位角色；面向一線銷售員工、一線售後員工及關鍵管理崗位，舉辦常規基礎培訓，涵蓋廠房培訓、4S店內培訓、集團認證培訓和集團測評培訓，助力員工持續精進業務技能；面向管理層與儲備管理人員分別開展不同培訓體系的能力提升培訓，為企業輸送管理人才。此外，我們特設在職輔導，由本集團領導或資深同事通過制訂工作計劃、分配工作、業績評價、工作改善、解決問題等途徑在日常工作中展開培養和指導工作。

我們注重在交流實踐中幫助員工成長。為增加員工的實際操作經驗，我們選送員工至其他4S店學習鍛煉或實際參與工作，加強其對各品牌店運作特點的了解，實現各品牌公司範圍內的交流與資源共享；同時，管理人員和業務尖子生將有機會前往其他企業或境外進行實地考察。

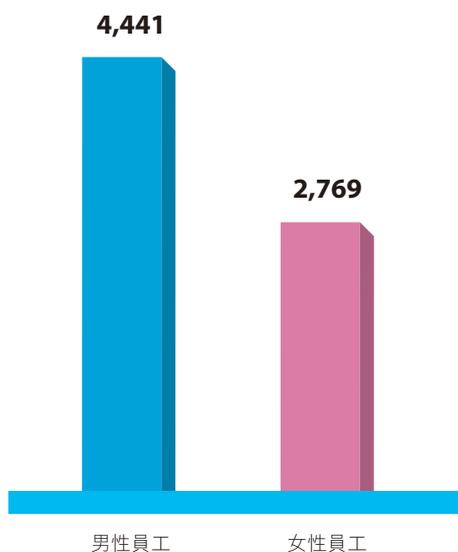
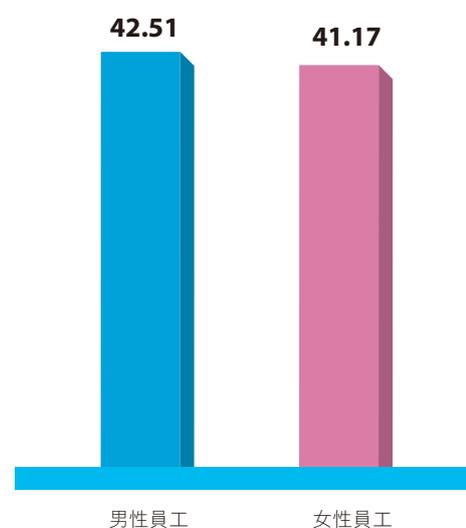
為提高員工培訓效能，本集團培訓實行積分制管理辦法，員工的培訓情況及考核結果將轉換成相應分值，作為員工績效考評、調薪、晉升的重要依據。我們採用線上線下相結合的培訓形式，進一步擴大員工學習通道，建立學習型組織。





常規基礎培訓項目流程安排

報告期內，我們組織員工培訓總人數達 7,210 人，培訓總時長達 302,810 小時，人均受訓時數達 42 小時。具體受訓僱員人次及平均培訓時數情況如下：

按性別劃分的受訓員工人數
(人)按性別劃分的員工平均受訓時數
(小時)

3.4 安全健康

安全運營是企業發展的命脈，我們依照「安全第一，預防為主」的工作方針，通過健全安全管理體系、加強安全運營監管、開展安全教育宣貫等方面最大程度保障員工生命安全和職業健康。

- **安全管理**

本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》，結合自身運營情況，下屬區域公司和各店面相應成立區域和店面安全生產管理委員會（以下簡稱「安委會」），由區域總經理和店面總經理擔任安委會主任，區域管理層和店面職能經理擔任安委會副主任，同時在區域和店面都設立安委會辦公作為執行機構。

此外，我們編製並發佈《安全管理制度》，並在其中明確和落實各層級的安全生產管理責任，實現責任到人，推進安全生產長效機制的建立。



廣匯寶信安全生產管理責任

為了最大程度保障了廣大員工生命和公司財產安全，我們通過堅持安全生產教育培訓、實行安全監督檢查制度、開展定期安全隱患排查、制定應急處理措施辦法、及時進行安全事故報告及處理、加強危險作業管理等一系列安全管理舉措，確保年度安全生產零事故的目標達成。



廣匯實信安全生產相關管理舉措

同時，我們要求各區域分公司編發符合其自身特點的安全手冊，並要求各家4S店面從清潔整理、生產安全、消防安全、財產安全、電氣設備、車輛安全、保安值班、會議管理及其他安全等方面進行安全自查工作，而後由區域分公司進行複查提出相關整改建議，並持續跟蹤後續整改結果。

此外，為築牢安全生產的堅強防線，本集團積極開展「安全生產月」「11.9消防宣傳月」等安全生產宣傳教育活動，通過懸掛安全生產條幅、製作安全生產板報和舉辦「119對你說」日等一系列宣貫手段，向全員傳播安全生產知識，提升各級員工的安全意識和應對突發生產安全事故應急處置能力。

報告期內，本集團未發生任何因工受傷或死亡的事件。

- **職業健康**

本集團嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《工作場所職業衛生監督管理規定》以及《職業健康檢查管理辦法》等政策法規要求，制定並積極落實《職業病預防措施管理辦法》《勞工保護用品管理規定》等內部政策，建立並不斷完善職業健康管理制度以持續強化和規範職業健康管理工作。

報告期內，我們重點關注勞保物資的充足配置以及勞動時間和強度的科學設置，避免職業性危害；定期組織員工體檢，建立職業健康檔案，全力保障員工的職業健康安全。

3.5 員工關愛

我們鼓勵員工參與本集團經營民主管理，充分重視員工意見，通過工作面談、工作會議、郵件往來等方式在集團員工與管理層間建立起雙向溝通渠道，使得管理層能夠及時有效地回應員工關注的熱點問題，廣泛了解員工在工作或生活方面的訴求。同時，我們開通專門的申訴渠道和受理答覆平台，廣泛徵集和吸納員工意見建議，並針對反饋問題進行積極整治和及時披露，充分調動員工參與民主決策、民主管理、民主監督的積極性，增進員工對本集團的信任和支持。

同時，我們強調工作與生活的平衡，鼓勵員工積極參與各類員工活動。報告期內，我們廣泛開展員工活動，包括第二屆匯風采文化藝術展、第九屆魅力文化節、第三屆飛虎杯趣味運動會、第一屆抖音大賽等豐富多彩的文體活動，促進員工間交流，增強團隊凝聚力，不斷增強廣大員工對企業文化的認同感和歸屬感。

此外，廣匯寶信視員工為家人，積極落實本集團困難員工的幫扶工作。2017年起，我們與控股股東廣匯汽車成立匯愛互助會，並在全國10個區域先後成立分會。通過匯愛互助會，我們著力解決因重大疾病、緊急突發事件造成家庭經濟困難、子女就學困難的員工的實際需求，充分構建企業和員工之間的「情感機制」，讓員工感受到「家」一般的關懷。

4. 守護環境，匯流綠色源泉

廣匯寶信以「清潔、高效、減排」為發展方向，積極樹立環保意識，堅持成為「資源節約型、環境友好型」企業。我們制定並不斷完善環境保護措施，通過機制建設、體系監管、效果考核，竭盡所能地減少企業運營對環境的污染。

4.1 環境管理

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》等國家和當地與環境相關的法律法規要求，不斷完善環境管理的相關政策和管理辦法。

我們要求各區域店面嚴格遵守運營所在地的排污要求及廢棄物管理辦法，切實保證環保排放。我們通過優化工作流程，在保障企業正常運營的情況下盡可能地節水、節能、降噪。為此，我們嚴格落實雙軌管理，即各門店在執行區域、總部環境相關的政策及制度的同時嚴格遵守主力廠商對於門店的環保要求。報告期內，我們多家門店已經通過了ISO 9001 質量管理體系認證和ISO 14001 環境管理體系認證，將綠色、低碳、可持續理念體現在運營管理的全過程中。

為進一步增強全體員工節約資源、節能降耗的意識，我們定期對員工進行環保管理培訓，確保相關人員在危廢物收集、暫存的過程中合規、準確操作；我們定期對廢水、廢氣、噪音進行檢測，確保符合環保管理規定。此外，我們積極推廣並使用節能新技術、新設施，加強了綠色辦公相關的宣傳教育，號召全體員工覺參加節能降耗活動，並且主動監督資源浪費行為。

4.2 節約資源

我們尊重自然資源，重視資源使用的效率，通過嚴格遵守《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，不斷完善相關制度建設，大力推動節能降耗工作。我們厲行節約與效能統一的原則，對門店進行節能減排預算管理的同時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。

針對門店、區域及總部辦公室的日常運營，我們通過宣傳教育、資源節約措施、以及獎懲辦法促進員工節約資源、減少能源消耗。

宣傳教育



通過廣泛開展宣傳教育，增強節能減排意識：

我們通過組織開展形式多樣的宣傳育活動，宣傳節能減排工作的重要性，進一步強化廣大員工的資源意識和節約意識，倡導節檢文明的生活方式。

資源節約措施



通過細化節約資源措施，努力降低能耗和費用：

(1) 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。下班前半小時請關閉空調。
- 白天充分利用自然光照，盡量減少照明設備使用時間；離開辦公室或值班室做到隨手開燈。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。

(2) 節約用水措施

- 營造節水氛圍，制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

(3) 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。
- 充份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。

獎懲辦法



通過制定相應的獎懲辦法，鼓勵節約資源：

- 節能減排工作領導小組對資源使用行為進行監督檢查，對造成嚴重浪費的，要予以嚴勵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。全體工作人員不僅要自覺參加節能降耗活動，而且要主動監督資源浪費行為，人人爭做節能減排工作的模範帶頭人。

此外，我們還成立了節能減排工作領導小組，不定期地對節約用電情況，資源使用和能源消耗行為進行監督檢查。我們通過安排專人收集、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。若發現違反環境管理相關法律法規或內部政策的現象，我們會對相應負責人處以通報批評或其它經濟處罰。對於嚴格執行節能減排措施的員工，我們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7,015.40噸標準煤，每百萬元收入綜合能耗為0.19噸標準煤。

報告期內，我們資源使用情況如下：

	單位	2017年	2018年	2019年
汽油使用量	升	1,305,453	1,742,439	1,929,904
汽油使用密度	升／萬元收入	0.38	0.47	0.53
耗電量	千瓦時	38,648,391	41,280,774	40,330,699
耗電密度	千瓦時／萬元收入	11.32	11.24	11.06
生活用水量	噸	453,935	526,618	589,454
耗水密度	噸／萬元收入	0.13	0.14	0.16

4.3 減少排放

我們嚴格遵守《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》《中華人民共和國污水綜合排放標準》《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的要求，對排污系統進行科學、合理的規劃，嚴格處理「三廢」（廢氣、廢水、廢棄物），盡最大可能減少對環境的影響。

我們運營過程中產生的排放物主要來自以下幾個方面：

廢氣：

- 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

廢棄物：

- 汽車維護過程中產生的廢舊零部件、廢機油等廢棄物
- 生活、辦公過程中產生的生活廢水及廢棄物

廢水：

- 沖洗及維修車輛過程中產生的廢水

噪聲：

- 汽車維護過程中產生的噪聲

為了控制排放、降低對環境的污染，我們通過廢棄物排放管理、廢氣及溫室氣體排放管理、廢水排放管理等管理辦法減少我們的業務運營對於環境的負面影響。

- **廢氣及溫室氣體排放管理**

我們通過完成車間烤漆房油改電工程，將烤漆房廢氣接入UV紫外光解廢氣處理裝置，合規排放揮發性有機化合物，減少廢氣污染；我們對機動車輛定期進行維護和保養，確保汽車尾氣達到排放標準；我們通過安裝油煙機並進行定期清理，確保食堂油煙合規排放。此外，我們號召員工公交低碳出行，積極組織、參與低碳、綠色行動，從身邊的小事做起，為改善環境做出貢獻。

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	2019年
溫室氣體排放範疇一 ¹	噸二氧化碳當量	2,899.5	3,843.6	4,256.5
溫室氣體排放範疇二 ²	噸二氧化碳當量	26,783.3	29,919.3	29,389.9
溫室氣體總排放	噸二氧化碳當量	29,682.8	33,762.9	33,646.4
溫室氣體排放密度	千克二氧化碳當量／萬元收入	8.7	9.2	9.2

- **廢棄物排放管理**

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，我們積極響應國家環保要求，對於廢棄物管理秉持3R原則（減少Reduce, 回收Reuse, 再利用Recycle），在廢棄物的堆放、分類、處置方面有明確要求。我們將廢棄物分為回用件、再造利用件和回收件。對於回用件和再造利用件，我們的門店交由合作夥伴進行處理，確保零部件發揮最大的實用價值。而對於回收件，我們則進行資源化利用。

我們在汽車維護中產生的廢機油屬於危險廢棄物，各門店中均配備有廢機油回收設備，並設專門倉庫進行堆放，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。按照有關規定，我們邀請具備環保資質的第三方公司進行污水池清掏、清運、防腐等工作；我們建立危廢物污染防治責任制度，明確區域部門和下屬各門店主管人員在危廢物管理工作中的崗位職責；我們建立危廢物處置台賬管理制度，如實記錄危廢物處置情況，危廢物接收處置單位應有環保局發放的運輸證和處置資格證。

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，即無鉛汽油而直接產生的溫室氣體排放量

² 溫室氣體排放範疇二：涵蓋來自本集團內部消耗（購買或取得的）間接能源，即電力產生的溫室氣體排放量

此外，為確保危險廢棄物得到科學處理，我們在收集、暫存、運輸、處置危廢物的容器、車輛、場地按照《危險廢物貯存污染控制標準》(GB18597-2001)附錄 A 和《環境保護圖形標誌——固體廢物貯存(處置)場》(GB15562.2)-1995 所示標籤粘貼危廢物識別標識。我們定期徹底清理危廢物現場，由店面行政、售後安排專人對危廢物儲存室進行檢查，將牆面、地面、門口的油漬清理乾淨，將危廢物儲存桶清洗乾淨。重點清理地面油蹟、機油桶的託盤，檢查消防沙數量和滅火器的有效性，擦拭危廢物儲存室內外的提示牌，保障危廢物儲存工作有序開展，並針對存在的問題積極落地整改。

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	2019年
生活垃圾	噸	5,068	3,926	2,838
生活垃圾排放密度	千克/萬元收入	1.5	1.1	0.8
有害廢棄物	噸	996	1,234	1,538
有害廢棄物排放密度	千克/萬元收入	0.29	0.33	0.42

- **廢水排放管理**

我們針對生活廢水和洗車廢水採取了針對性的處理措施，我們通過雨污分流、分類收集、分質處理，將不同水質類型的廢水分開，根據不同水質類型採取不同的處理方式，建設相應的污染治理設施，以實現高效經濟的廢水治理。對於生活廢水，我們要求相關部門負責人以及水電工定期檢查生活廢水是否超額超標，及時排除潛在隱患；對於洗車廢水，我們設有洗車廢水過濾網和沉砂池，確保廢水過濾達標後排入市政污水管網。

5. 點亮希望，匯愛暖心社會

匯聚愛心，投身社會公益已經成為我們企業文化的基因之一，鑄刻在每一個廣匯寶信人的血液中。在「熱心公益、博施濟眾」的博愛精神指引下，我們積極傳播愛心和正能量，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。報告期內，我們共有285人次參與了社區公益活動，總時長達1,029小時。

5.1 服務社會

我們心懷對社區的感激，在日常運營中盡己所能為社區居民提供幫助。報告期內，我們通過組織並參與關愛兒童及老人等社區活動，在弘揚中華民族「尊老愛幼」精神的同時，為老人和孩子們送去溫暖和愛心。

情暖敬老，與愛同行 — 敬老院慰問公益活動

尊老、敬老是中華民族五千年優良傳統美德。為傳承民族品德，樹敬老愛老正風，廣匯汽車華東大區上海寶信攜手上海寶馬新能源車友，開展了「大愛無疆 情暖夕陽」上海市閔行區虹橋鎮敬老院獻愛心公益活動。在與老人短暫的認識、相處了解之後，上海寶信工作人員及寶馬新能源車友會車主開始自行幫助老人們打掃衛生，收拾房間，並將準備的慰問品送給老人們。大夥兒和老人們歡聚一堂，分享故事，在深秋時節給予老人陪伴。



關愛自閉症兒童「星星的孩子」

廣匯寶信十分關注自閉症患兒的發展，並在日常生活中竭盡所能為他們提供幫助。作為寶馬在華北地區首家授權經銷商，北京燕寶積極參與寶馬廠商的各類公益宣傳並組織各類車主活動，2019年6月，北京燕寶組織員工參與關愛自閉症兒童「星星的孩子」活動，為孩子們送去關愛。



5.2 共克時艱

2019年底，突如其來的「新型冠狀病毒肺炎」疫情將全國捲進一場沒有硝煙的戰爭。我們密切關注疫情發展，在落實企業內部防疫工作、切實保障員工健康安全的同时，第一時間響應疫情防控所需，全力支援防疫防控一線。

致敬最美逆行者 — 上海徐匯寶信戰疫愛心助力

上海徐匯寶信作為廣匯汽車在上海唯一一家寶馬MINI經銷商，積極響應疫情防護工作。雖然徐匯寶信店員工並不多，但面對疫情抗戰到底的信心、決心一點也不小。徐匯寶信克服困難，全店員工上下齊心籌集善款，並將善款全部捐於上海華山醫院，支持華山醫院新冠肺炎疫情的防控工作。



附錄一：法律法規及內部政策清單

法律法規：

- 《中華人民共和國公司法》
- 《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》
- 《中華人民共和國證券法》
- 《上市公司治理準則》
- 《中華人民共和國審計法》
- 《企業內部控制基本規範》
- 《企業內部控制評價指引》
- 《中華人民共和國合同法》
- 《中華人民共和國反不當競爭法》
- 《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》
- 《中華人民共和國廣告法》
- 《中華人民共和國消費者權益保護法》
- 《中華人民共和國網絡安全法》
- 《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障法》
- 《嚴禁童工使用規定》
- 《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》
- 《工作場所職業衛生監督管理規定》
- 《職業健康檢查管理辦法》
- 《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》
- 《中華人民共和國節約能源法》
- 《中華人民共和國水污染防治法》

法律法規：

- 《中華人民共和國污水綜合排放標準》
- 《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》
- 《危險廢物貯存污染控制標準》
- 《環境保護圖形標誌 — 固體廢物貯存(處置)場》

內部政策：

- 《銷售運營手冊》
- 《客戶個人信息保護聲明》
- 《客戶管理系統客戶信息保密安全管理通知》
- 《崗位保密協議》
- 《客戶投訴管理》
- 《客戶滿意度管理》
- 《集採流程手冊》
- 《零配件採購業務管理手冊》
- 《供應商手冊》
- 《員工手冊》
- 《績效考核與能力評估管理制度》
- 《安全管理制度》
- 《職業病預防措施管理辦法》
- 《勞工保護用品管理規定》

附錄二：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
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。 註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。 溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	4. 守護環境，匯流綠色源泉
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放資料。	4.3 減少排放
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)。	4.3 減少排放
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)。	4.3 減少排放
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)。	4.3 減少排放
關鍵績效指標 A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	4.3 減少排放
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。	4.3 減少排放

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
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。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	4.2 節約資源
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)。	4.2 節約資源
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)。	4.2 節約資源
關鍵績效指標 A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	4.2 節約資源
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升水效益計劃及所得成果。	4.2 節約資源
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。	本集團的運營不涉及產品包裝的使用
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。	4.1 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

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
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. 以人為本，匯聚英才力量
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 員工概況
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 安全健康
關鍵績效指標 B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	3.4 安全健康
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	3.4 安全健康
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 安全健康

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
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。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	3.3 人才培育
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。	3.3 人才培育
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。	3.3 人才培育
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 員工概況
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 員工概況
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。	本集團計劃在未來開展精細化管理
營運慣例		
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。	2.3 責任採購
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。	2.3 責任採購

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
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. 品質為先，匯享美好服務
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
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。	不適用
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

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
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 企業管治
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 企業管治
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 企業管治
社區		
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小區利益的政策。	5. 點亮希望，匯愛暖心社會
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)。	5. 點亮希望，匯愛暖心社會
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	5. 點亮希望，匯愛暖心社會



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