



中國外運股份有限公司 SINOTRANS LIMITED

股票代碼：0598HK 601598SH



成就客戶 創造價值

2020 社會責任報告
(ESG 報告)

報告編制說明

歡迎您閱讀中國外運股份有限公司（「本公司」或「公司」，連同其子公司簡稱「本集團」、「中國外運」或「我們」）2020社會責任暨環境、社會及管治（「ESG」）報告（「本報告」）。本報告是中國外運發佈的第7份年度ESG報告，旨在披露本集團在開展綜合物流業務的同時，於履行社會責任（包括ESG）方面的管理方法、主要實踐和成效。

本公司董事會及全體董事保證本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其報告的真實性、準確性和完整性承擔個別及連帶責任。本公司董事會已審閱及批准本報告。

報告範圍

報告時間範圍為2020年1月1日至2020年12月31日（「報告期」），部分內容或有合理延伸。報告中數據及信息均來自本公司及其附屬公司。

編制依據

本報告主要根據香港聯合交易所有限公司（簡稱「聯交所」）《環境、社會及管治報告指引》（簡稱「指引」）及上海證券交易所（簡稱「上交所」）《上市公司環境信息披露指引》而編制。有關本公司企業管治的進一步內容，亦請參閱本公司《2020年年報》（以下簡稱「年報」）「企業管治報告」章節。

數據與信息說明

本報告所載數據與信息主要通過內部數據收集與統計、日常梳理和總結。如無特別說明，報告中所涉及貨幣金額均以人民幣列示。

本報告所披露的經營性數據均來自於本公司年報。如所列數據有異，均以年報為準。

ESG 報告原則回應

公司在編制本報告的過程中遵守聯交所指引中關於重要性、量化、平衡及一致性的匯報原則，並將持續加強ESG管治與管理提升。

發佈形式

本報告以中文簡體、中文繁體及英文三種文字的PDF電子文檔形式發佈，可在中國外運網站瀏覽下載（網址：<http://www.sinotrans.com>）。如對報告內容有任何歧義，請以中文簡體為準。

聯系方式

如對本報告的內容有任何意見或建議，可通過以下聯系方式致電或致信本公司。

地址：北京市朝陽區安定路5號院10號樓B棟外運大廈10層資本運營部 郵編：100029

聯系電話：8610-5229 5721

電子郵箱：ir@sinotrans.com



目錄

01	報告編制說明	20	管理篇：提升管理效能 增強發展動力
03	董事長致辭	20	(一) 風控與合規管理
05	抗疫專題	21	(二) 科技創新及知識產權管理
07	「十三五」規劃回顧專題	22	(三) 客戶服務與管理
09	關於我們	22	(四) 供應鏈管理
09	(一) 公司概況	23	人文篇：牢記初心使命 共建美好家園
09	(二) 網絡佈局	23	(一) 人才培養與員工關愛
10	(三) 業務板塊	23	人才培養與激勵
11	(四) 創變文化	26	員工關愛
12	(五) 發展戰略	27	(二) 社區關愛
13	聆聽各方意見	29	(三) 環境保護
14	品牌宣傳	29	環境管理
15	投資者關係	31	環境及天然資源
15	信息披露	32	附：指標索引
16	治理篇：加強責任管理 促進可持續發展		
16	(一) 社會責任管理		
16	(二) 公司治理		
18	(三) 安全生產		
19	(四) 廉潔建設		

董事長致辭

2020年是極不平凡的一年，面對新冠肺炎疫情（「疫情」）的嚴重沖擊，公司與客戶共克時艱，與員工眾志成城，深入貫徹「以戰略引領全局，以質效貫穿始終」的工作方針，實現了疫情防控安全穩定、復工復產有力有序，收入規模穩步上升，改革發展持續深入，各項工作取得了長足的進步，較好地履行了社會責任。

這一年，我們逆行出征抗擊疫情。我們將人民群眾的生命安全和身體健康放在首要位置，第一時間復工復產、第一時間奔赴疫區，在國際運輸停航撤班、國內運輸斷點斷線的嚴峻形勢下，我們在「連通」上下功夫，第一時間築起抗疫生命線和復工復產運輸線，累計將2.06萬噸應急抗疫物資運輸至國內外抗疫一線，履行了企業社會責任擔當，我們的「災急送應急物流志願服務隊」被評為「全國抗擊新冠肺炎疫情先進集體」。

這一年，我們成就客戶創造價值。在疫情危難時刻，我們在「往來」上下功夫，主動化解客戶原料運不進、產品運不出的痛點難點問題，通過客改貨包機、增開班列、設置專線等創新模式，保障了客戶的生產鏈穩定、供應鏈不斷，有效推動了社會生產、流通和貿易等領域的正常運轉。

這一年，我們主動融入新發展格局。全年開行跨境班列1,580列，新增「灣區號」歐線班列，全年發運15.75萬標準箱，同比增長21.7%；緊抓區域發展機遇，上海臨港項目、北京物流基地、瀋陽班列平台等項目取得積極進展。

這一年，我們持續創新數字驅動。我們以智慧物流為方向，以數字化轉型為主線，全力提升自主創新能力，我們的智慧物流項目入選「交通強國試點項目」，我們的數字化平台「運易通」入選「科改示范行動企業」名單，「人機協同數字化倉庫解決方案」榮獲首屆中國數字化倉庫解決方案大賽一等獎。

這一年，我們持續變革圓滿收官。我們圍繞「打造世界一流智慧物流平台企業」願景，保持戰略定力、持續變革，並在「十三五」期間形成了專業物流、代理及相關業務、電商業務三大板塊的發展格局，建立了五大區域、五大專業子公司的經營佈局，完成了公司歷史最大規模的海外收購—收購KLG集團，並推出了人力資源體系和創變文化，進一步凝聚發展的內生動力。

這一年，我們積極履行社會責任。我們踐行「綠水青山就是金山銀山」環保理念，深入實施以智慧物流推動綠色發展戰略，堅持走生態優先、綠色發展之路，嚴控生態環境風險、杜絕環境污染事件、強化節能減排，有力推動可持續發展。同時，我們繼續熱心社會公益事業，助力幫貧扶貧，積極開展志願者活動，真誠回饋社會，努力實現企業與社區的和諧共建。

李關鵬
董事長

奮鬥創造歷史，實干成就未來。當前疫情尚未結束，變局仍在演化，我們將繼續危中求機、在變局中開新局。踏上「十四五」新征程，中國外運將堅定推進世界一流目標的實現，力爭在2025年形成以數據驅動為核心，以平台化生態為支撐，以全網運營為主線的數字化、網絡化、智能化發展模式，初步建成世界一流智慧物流平台企業。

萬裡征程風正勁，千鈞重任再揚帆。2021年是「十四五」的開局之年，中國外運將繼續保持「闖」的精神、「創」的勁頭、「干」的作風，將「打造世界一流智慧物流平台企業」的藍圖繪到底，以物流成功推動產業進步！



2020年，突如其來的新冠肺炎疫情席卷全球，中國外運積極投身到抗疫行動中，對內實施全程、全員、全覆蓋疫情防控，對外充分發揮全網絡、全鏈路優勢，築起抗疫生命線和復工復產運輸線，有力履行了企業社會責任擔當。



聚焦零感染，堅決打贏疫情防控阻擊戰

中國外運以對員工生命安全和身體健康高度負責的態度，把疫情防控作為最重要的工作來抓，實現了國內疫情零感染，海外未發生群體性感染事件，沒有發生境外輸入事件。

中國外運在冊員工3萬多人，網點遍佈全國，海外網絡覆蓋亞洲、非洲、美洲、歐洲等區域和地區，人員多、跨度大，疫情防控任務十分艱巨。面對複雜的防控形勢，中國外運實施全程、全員、全覆蓋疫情防控，制定防控指南，進行78次疫情防控巡查，確保疫情防控形勢總體穩定。

中國外運高度重視疫情期間員工關愛工作，**一是積極籌備防疫物資**，疫情初期為員工籌集發放30多萬個口罩，有效保障了抗疫一線員工的安全，並及時對身處湖北疫區的單位和員工提供特殊應急支援；**二是加強員工關愛**，啟動海外員工關愛「一對一」專項行動，第一時間送出海外防疫生活愛心物資，並向疫情防控先進集體和個人頒發獎項；**三是推出面向全员的疫情防護和心理疏導課程，並舉辦抗疫相關活動**（比如「飛往武漢的千紙鶴」抗疫主題的線上生日會、三八婦女節最美「疫」中人等），為廣大員工加油鼓勁，形成了「隔離病毒不隔離愛」的溫暖氛圍。



中國外運董事長李關鵬向白俄羅斯駐華大使提供援助白俄羅斯防疫物資支持函



疫情防控先進集體表彰

聚焦補鏈強鏈，充分發揮全網集成能力和平台優勢

在國際運輸停航撤班、國內運輸斷點斷線的嚴峻形勢下，中國外運第一時間將防疫物資運送到國內外抗疫一線，在確保供應鏈暢通方面發揮了重要作用，充分展現了中國外運的擔當和實力。

1. 第一時間馳援湖北武漢，為全國範圍內支援湖北疫情防疫物資提供倉儲支持與應急運輸，確保「最後一公里」暢通。在疫情較為嚴峻的2020年上半年，累計發運應急防疫物資243車次、近9,000立方米、4,000噸。

2. 第一時間啟動了班列服務並保持常態化運行，全力承接海運、空運轉移貨源，成為國際供應鏈的重要支撐。中國外運的長沙班列和西安班列成為疫情和春節期間全國僅有的四個「天班」班列之一，有效保障了國際供應鏈暢通。疫情期間中國外運新開行多條歐線班列，擴大了在歐洲境內服務輻射範圍。2020年，中國外運班列開行1,580列，發運量15.7萬標箱，同比分別增長25.6%、21.7%，其中歐線班列1,388列，發運13.4萬標箱，同比分別增長23.05%、22.57%。

3. 第一時間啟動了歐洲到國內的列日-杭州包機服務，該包機成為疫情爆發後從歐洲出發到中國的第一架全貨機，在歐洲國際航班大面積停飛中國的情況下，成為聯繫歐洲與中國的重要空中通道。第一時間開創性地開通國內首個「客機改貨機」的運輸，有力地解決了航空運力短缺的問題。

4. 第一時間發揮全網集成優勢，打造了無縫銜接的跨境抗疫模式，架起了中外防疫物資雙向運轉的橋梁。在國內防疫物資短缺時，採用「海外多國集貨+國內多地分撥」的跨境抗疫運輸模式，先後從澳大利亞、俄羅斯、墨西哥、土耳其、印度、巴西、美國、西班牙、巴基斯坦、印尼、文萊等國家及地區完成2,000多票、6,000多萬噸防疫物資的運輸服務。在海外運輸服務的過程中，採用「國內多地集貨+海外直運」將多批次防疫物資送到日韓、文萊、意大利、科威特、馬爾代夫、白俄羅斯、南非、德國、比利時、蒙古等國家。

5. 第一時間開通了運易通線上抗疫平台，將貿易物流服務由線下推向線上，確保了疫情防控和復工復產兩不誤；重點保障「一帶一路」沿線項目，疫情期一直堅守物流陣地，以多年來深耕海外市場的專業優勢全力推動海外項目復工復產，幫助客戶訂制經長沙至明斯克專列的物流方案，將企業物流時間縮短了近三分之二；組織發運客戶專列，切實解決重點企業海外復工復產的物流保障難題；為哈薩克斯坦謝列克風電項目運輸超體超大超寬風電葉片等。



中國外運協助助力援意防疫物資運輸



公司完成吉布提新冠疫苗運輸服務

當前全國疫情防控依然複雜艱巨，中國外運將慎終如始，繼續抓緊抓實抓細，堅持打贏疫情防控阻擊戰，繼續為保障供應鏈暢通貢獻力量，為新發展格局提供有力支撐。



「十三五」規劃回顧專題



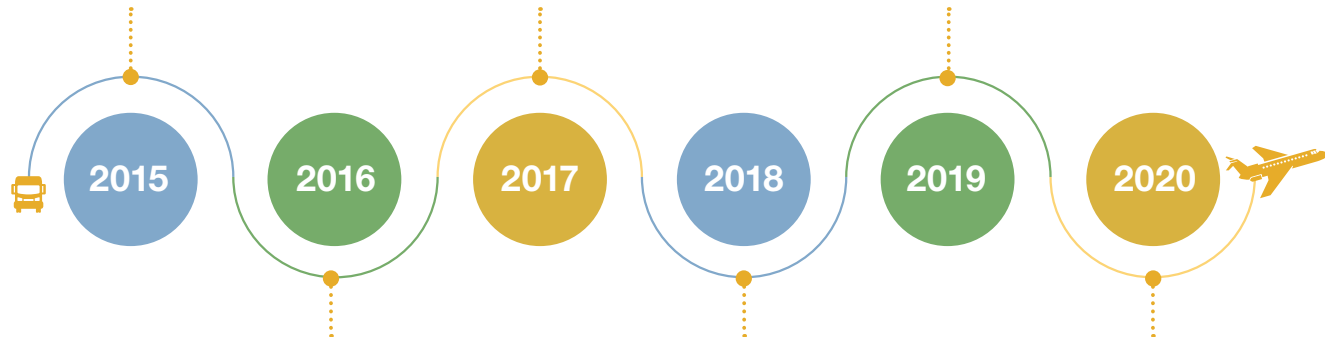
發展戰略：中國外運定位為物流行業領跑者、產業整合者、供應鏈物流生態圈的構建者、智慧物流的引領者和實現世界一流的中國物流產業的推動者，將通過深化企業轉型、重構商業模式，最終發展成為世界一流的智慧物流平台企業。



我們形成「十三五」規劃，確定了「一個平台、三大板塊、五個通道」的全新發展思路

我們將戰略目標調整為「打造世界一流的智慧物流平台企業」，進一步形成了「一個一、三個三、五個五」的戰略體系

我們升級了「運萬物、連世界、創生態，以物流成功推動產業進步」的全新使命，確立了「以戰略引領全局，以質效貫穿始終」的經營方針，完成了數字化轉型規劃



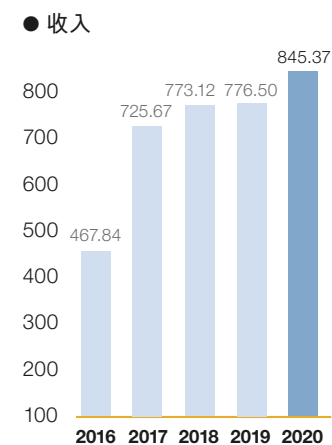
我們將公司願景調整為「打造世界一流的綜合物流平台企業」，進一步明確三大業務板塊轉型升級的路徑（專業物流向價值鏈整合轉型、代理及相關業務向全程供應鏈轉型、電商業務向平台化和生態圈轉型）

我們明確了智慧物流發展路徑，提出了「點、線、面、體」的價值主張

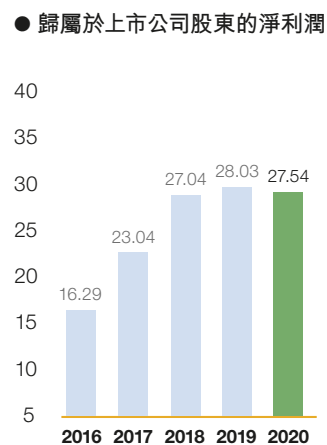
我們升級制定了「一二三四五」戰略體系，並以「五個中心」來落地戰略

主要財務指標 (單位：億元人民幣)

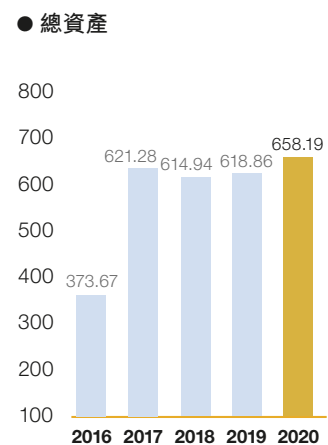
↑年複合增長率 15.94%



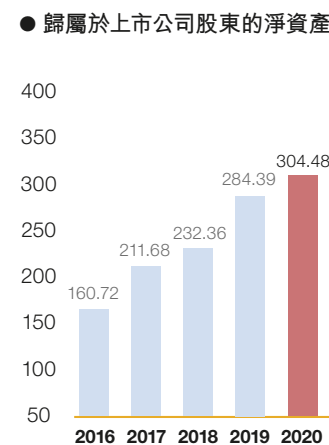
↑年複合增長率 14.02%



↑年複合增長率 15.20%



↑年複合增長率 17.32%



註：以上數據為當年度經審計財務數據，未考慮後續同一控制下企業合併調整因素。

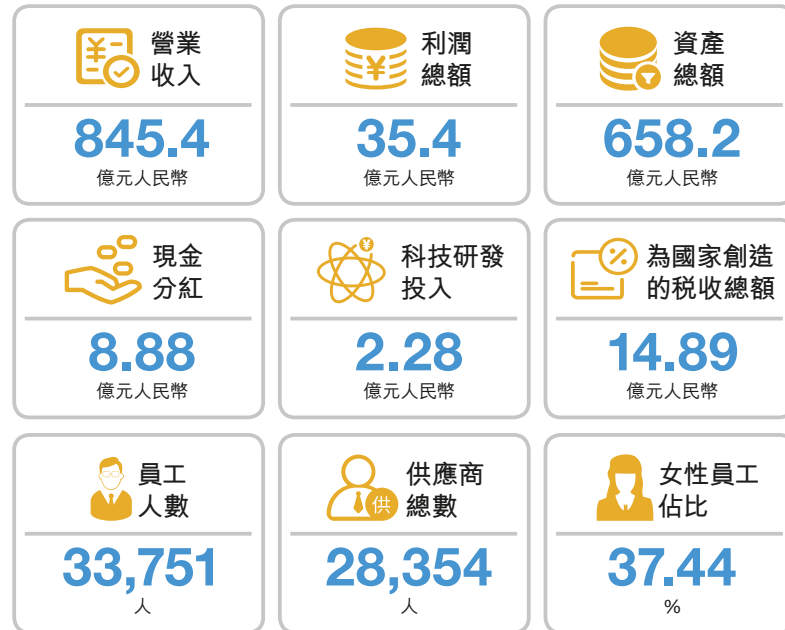
主營業務加快轉型蛻變，科技創新驅動發展引擎

產品化	
專業物流	<ul style="list-style-type: none"> 加強「銷售行業化」持續提升物流解決方案能力，迭代控制塔、算法、自動化創新技術，打造數字化專業物流解決方案 零售及消費品行業向供應鏈上下游及國際化延伸，行業地位全國領先 買方集運板塊加強全球化銷售戰略，在鞏固澳洲零售市場基礎上，成功拓展南美地區業務，以新技術提升一體化、精益化、全鏈條運營能力
代理及相關業務	<ul style="list-style-type: none"> 「外運E拼」成為第一個全國性產品，市場份額排名前列 整箱產品以運力集採為抓手，推動東南亞、印巴、歐地航線產品建設，完成NVOCC系統在五大區域的全覆蓋 班列產品開行跨境班列線路40餘條，累計開行量突破4,400列，2020年居全國第四 空運產品整合干線運力資源，形成15條全鏈路產品、33條標準化全鏈路產品
電商業務	<ul style="list-style-type: none"> 物流電商：形成關務雲、海鐵聯運、歐亞/中日韓/東南亞全鏈路等數字化產品，探索「產品+網絡+平台+模式」的路徑 跨境電商物流：結合客戶業務需求，打造快遞小包（B2C）產品，列日、迪拜海外倉配產品和中日進口B2B2C產品
平台化	
<ul style="list-style-type: none"> 運易通平台：打造統一的物流電商公共平台，上線全鏈路、海運、鐵路、陸運、空運、報關、跨境小包、外運E拼、散雜貨、物流裝備、在線科技等產品 2020年，運易通平台月均活躍企業8,650家，日均頁面訪問量達到60,500次，公共交易金額（不包括中國外運交易）達10.23億元 	
網絡化	
<ul style="list-style-type: none"> 進一步加快全球化佈局，充分對接國家區域發展戰略，形成五大區域、五大專業公司佈局，並統籌推進海外區域建設，海外區域輻射歐亞絲路區域、東南亞、中東、南亞、非洲、日韓澳新等地區 水運、空運、陸運、汽運通道在國內端、海外端和干線端建設取得實質成效 	
國際化	
<ul style="list-style-type: none"> 成立海外公司，打造海外業務統一運營平台，推進區域化管理 通過收購完善歐洲自有運營網絡 在海外設有經營網點65個，分佈於34個國家和地區 	
資本化	
<ul style="list-style-type: none"> 完成招商物流股權及托管企業部分資產注入 吸收合並中外運空運發展有限公司，打造中國外運「A+H」統一資本運作平台 第一次收購歐洲物流公司——KLG集團，並參股投資南航貨運、京東物流 參與「雙百行動」，實現路凱國際股權多元化 	
數字化	
<ul style="list-style-type: none"> 制定《數字化轉型規劃》，成立數字轉型辦公室（DTO），以「1+3+1」項目組（主營業務線上化項目組+3個業務項目組+運營管理體系項目組）為試點，全面啟動數字化轉型 發佈行業第一份《新時代中國智慧物流報告》，提出了點、線、面、體智慧物流建設之路 制定業務主系統整體方案，歸集信息化系統數量，形成覆蓋水、鐵、空、汽的端到端業務狀態節點跟蹤、軌跡跟蹤能力 成立外運創科技有限公司，定位為互聯網運營平台、創新項目投資管理平台和技術研發能力中心 	
科技創新（推進ABCDEF智慧物流全場景創新）	
<ul style="list-style-type: none"> 人工智能（A）：單證智能化處理平台已支持5大類2,700種單證處理，2020年年單證處理能力超過500萬單，其中RPA（Robotic process automation）技術、智能裝載算法、智能收發貨系統等應用在多個業務場景，有效提升服務質量和效率 區塊鏈（B）：完成基於區塊鏈技術的供應鏈金融服務場景的平台開發部署，服務對象超過100家，成功簽發國內第一張基於區塊鏈技術的NVOCC電子提單。 雲計算（C）：搭建混合雲的IaaS（Infrastructure as a Service）層基礎架構，通過實施混合雲策略，近4年來IT基礎設施建設成本降低40%，服務效率提高3倍等；自主研發的FROS（frontal routing of signals）框架全面支持微服務架構，已在50個以上的應用中使用。 大數據&算法（D）：實現與115家內外數據源對接，覆蓋60餘家船公司、120家航空公司、8個國內主要港口；物流控制塔幫助個別核心客戶實現老舊庫存下降近70%，呆滯庫存減少近10%，冗餘庫存減少近30% 物聯網（T）：研製完成物聯網硬件設備的迭代升級，物聯網軟硬件一體化的解決方案已應用於公司共計60多個業務項目 	

關於我們

公司概況

中國外運成立於2002年11月20日，並於2003年2月13日在香港聯合交易所上市(0598HK)，2019年1月18日在上海證券交易所上市(601598SH)，是招商局集團有限公司(簡稱「招商局」)控股的子公司和物流業務的統一運營平台和統一品牌，主營業務包括專業物流、代理及相關業務和電商業務三大板塊。作為中國具有領先地位的綜合物流服務提供商，中國外運擁有廣泛而全面的國內服務網絡和海外網絡。



網絡佈局

自有海外網絡覆蓋
34
個國家和地區

國內網絡覆蓋
32
個省、自治區、直轄市以及香港地區

境內企業近
750
家

擁有土地
1,000 餘萬平方米

自有倉庫
400 餘萬平方米

租賃倉庫
約 300 萬平方米

60 個集裝箱堆場
240 餘萬平方米

30 個散貨堆場
9 餘萬平方米

10 個碼頭
4,000 餘米

業務板塊

專業物流

合同物流 | 項目物流 | 化工物流
冷鏈物流 | 其他服務



- 加快向價值鏈整合轉型，聚焦高成長性、高附加值細分領域
- 按照目標行業進行集群式管理，向客戶全產業鏈延伸，從傳統的倉儲+運輸服務，延伸到產前、產中、產後全價值鏈服務

代理及相關業務

海運代理 | 空運代理 | 鐵路代理
船舶代理 | 倉碼服務 | 其他服務

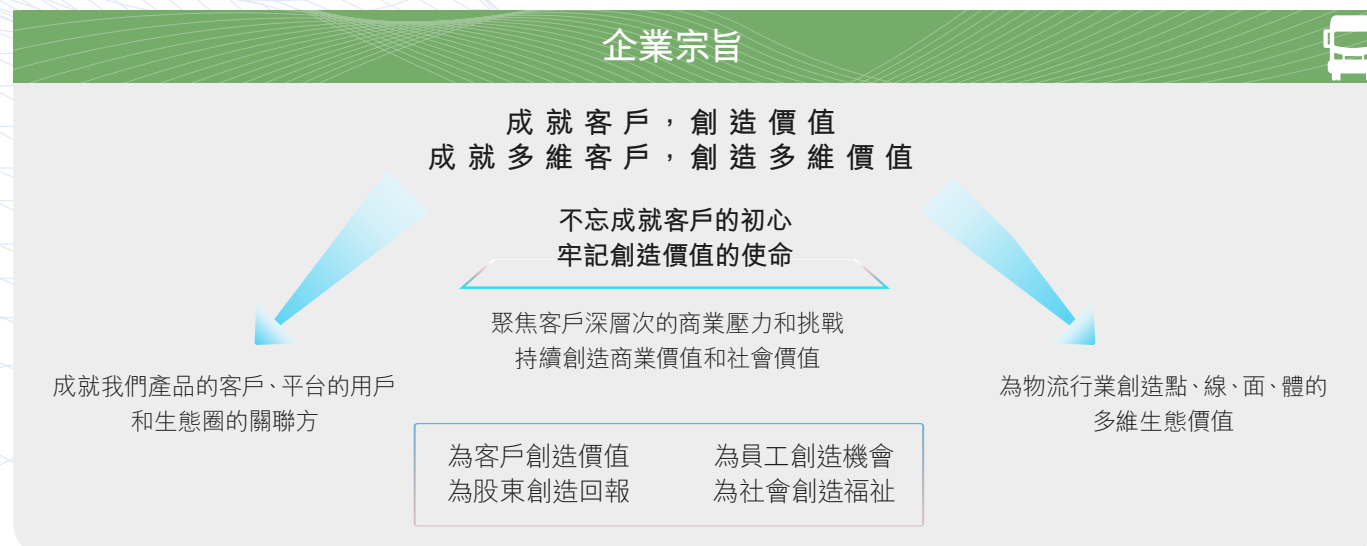
海運代理 集裝箱海運代理 散雜貨海運代理 整箱 拼箱-外運E拼 承運人綜合物流服務	空運代理 提供專業化的 空運貨運代理服務 航線產品43條 全鏈路產品15條 標準化全鏈路產品33條	鐵路代理 國內/國際鐵路運輸 散雜貨海運代理 運營東莞、長沙、沈陽、西安、威海、新鄉等多點跨境班列40餘條， 累計開行4,400餘列
船舶代理 在中國70餘個主要江海港口 為客戶提供船舶代理服務 散雜貨船舶/特種船 集裝箱班輪船務代理	倉碼服務 碼頭：提供泊船、貨物 裝卸、堆存、發運等服務 場站：提供集裝箱裝卸、轉 運存放、交接、拆裝箱，以及 修箱、貨物存儲等服務	其他服務 貨代相關的 配套服務 公路貨代/報關報檢/多式聯運 理貨業務/保稅業務等

電商業務

跨境電商物流 | 物流電商平台
物流裝備共享平台

跨境電商物流 ● 跨境電商物流全鏈路產品 ● 涵蓋上門攬收/國內(保稅)倉庫管理/進出口清關/國際段運輸/海外倉管理/末端配送等服務	物流電商平台 ● 提供：可視、可追蹤等信息服務/操作服務/代結算服務/運費保理服務/技術服務等公眾服務 ● 涵蓋E拼/網絡貨運(汽運)/關務/空運/鐵路/多式聯運等產品	物流裝備共享平台 ● 提供集裝箱和移動冷庫等物流設備租賃及追蹤、監控服務
---	---	--

創變文化



創變理念 | 客戶為天，價值為根；創變為魂，奮鬥為本

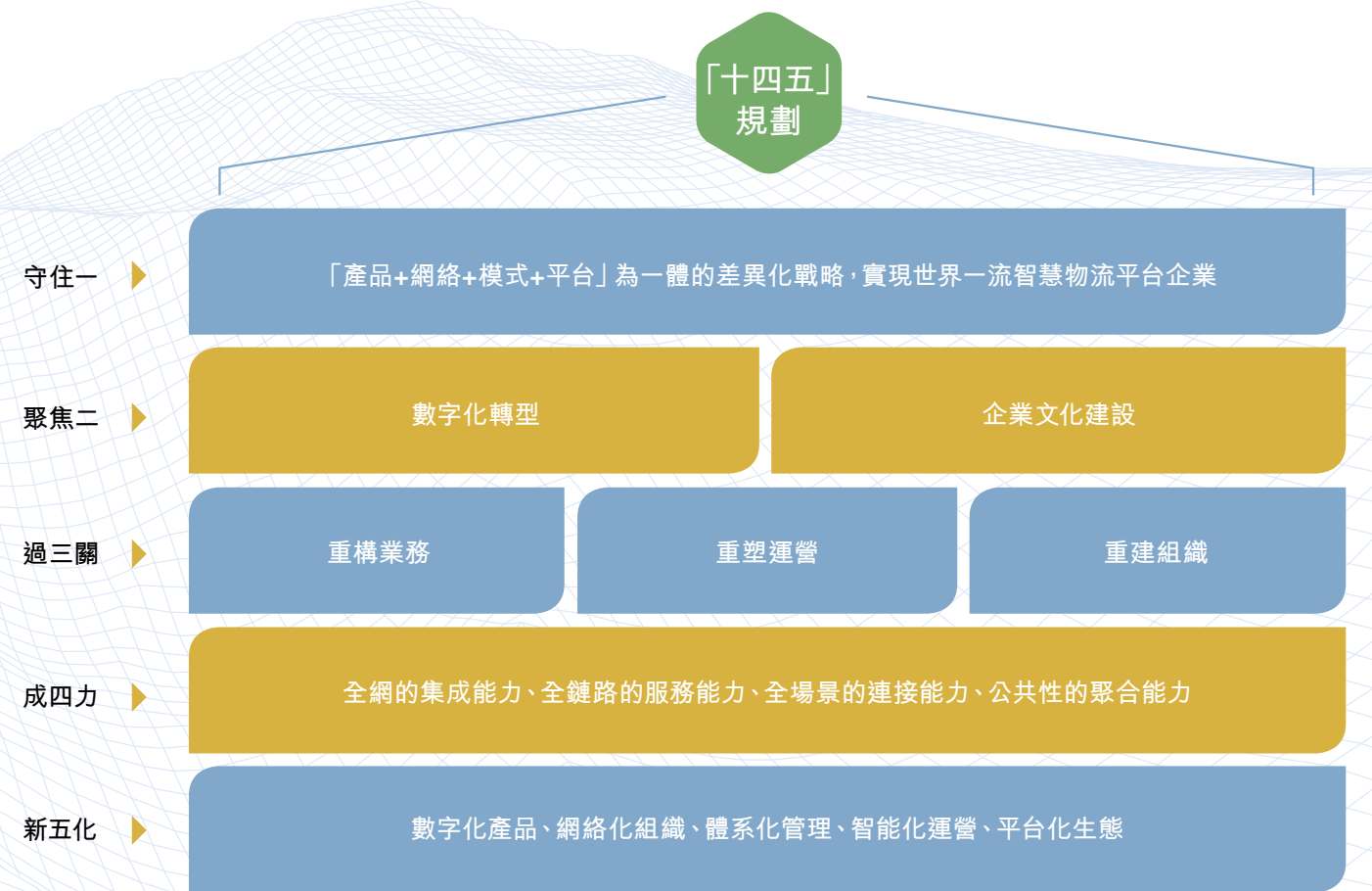
人才理念 | 以奮鬥者為本，以價值創造者為本

發展戰略

戰略目標：至2025年，形成以數據驅動為核心，以平台化生態為支撐，以全網運營為主線的數字化、網絡化、智能化發展模式，初步建成世界一流智慧物流平台企業。

戰略體系

通過守住一，即實施「產品+網絡+模式+平台」為一體的差異化戰略，實現世界一流智慧物流平台企業；聚焦二，即數字化轉型和企業文化建設；過三關，即通過轉型、整合和變革，實現重構業務、重塑運營、重建組織；成四力，即打造全網的集成能力、全鏈路的服務能力、全場景的連接能力、公共性的聚合能力四個核心競爭力；最後形成數字化產品、網絡化組織、體系化管理、智能化運營、平台化生態的新五化目標。





公司持續與利益相關方接觸並保持溝通，包括監管機構、股東、員工、客戶、合作伙伴、媒體、社區和公眾等，以了解他們的期望並處理他們關注的環境、社會及管治方面的問題。本集團透過會議、訪談、內部討論、調查及意見回饋等一系列渠道來收集利益相關者的意見，董事會據此識別、評估與本公司的發展相關的最具重要性的環境、社會及管治方面的問題。



利益相關方	期望和要求	溝通方式和渠道	公司回應
監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 經營安全 遵紀守法 合規運營 	<ul style="list-style-type: none"> 制定政策 信息報送 日常溝通 高層會晤 	<ul style="list-style-type: none"> 守法經營、依法納稅 嚴格遵守各類法律法規 仔細研讀政策文件，積極配合監管機構 推廣使用清潔能源，大力倡導節能技術改造
股東	<ul style="list-style-type: none"> 盈利水平 現金分紅 信息披露 公司治理 	<ul style="list-style-type: none"> 股東大會 公司公告 定期報告 路演/反向路演 上證e互動 	<ul style="list-style-type: none"> 不斷提升公司盈利能力 保持現金分紅政策 加大公司信息披露力度 遵照政策法規和市場意見不斷完善公司治理
員工	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬福利 健康安全 職業發展 教育培訓 	<ul style="list-style-type: none"> 職工代表 員工溝通 勞動合同 生活關愛 	<ul style="list-style-type: none"> 完善薪酬績效制度及員工保障體系 提供良好的工作條件和環境 提供長遠的職業發展機會 豐富培訓形式，提升培訓質量
客戶	<ul style="list-style-type: none"> 優質服務 價格合理 	<ul style="list-style-type: none"> 服務保障 產品供應 合同簽訂 客戶服務 公司網站 	<ul style="list-style-type: none"> 科學調控，保障服務穩定與安全 提供優質、個性化的產品及服務 建立便捷的銷售網絡
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 公開招標 公平公正 誠實守信 	<ul style="list-style-type: none"> 合同協議 服務質量 合作開發 共同發展 	<ul style="list-style-type: none"> 公開公平公正的招標流程 嚴格履行合同和協議
媒體	<ul style="list-style-type: none"> 信息透明 	<ul style="list-style-type: none"> 發佈報告 多渠道披露信息 	<ul style="list-style-type: none"> 定期披露社會責任信息和公眾關心的重大事件
社區和公眾	<ul style="list-style-type: none"> 和諧社區 公益活動 	<ul style="list-style-type: none"> 合作共建 宣傳活動 社區建設 	<ul style="list-style-type: none"> 共同參與和諧社區建設 積極開展公益慈善活動 帶動運營地區經濟發展

品牌宣傳



中國外運重視品牌管理工作，通過品牌宣傳使客戶更了解我們的產品與服務，使員工更了解我們的企業文化與理念，使股東及潛在投資者更了解公司的運營及發展，並與同業伙伴交流以了解行業最新發展情況。

2020年，為加強品牌宣傳，我們推出了《中國外運企業文化手冊》，並初步搭建形成中國外運融媒體運營平台傳播渠道，提升媒體、公眾和員工對公司品牌形象的正面認知。



第一，加強品牌宣傳。一是豐富並完善了中國外運創變文化體系，發佈了《中國外運企業文化手冊》，成功舉辦了「1120企業文化日」和「弘揚蛇口精神、改進工作作風、提高工作效能，創變行動，中國外運企業文化暨十三五成果展」等活動；二是全面升級官網內容及設計，推出「運易通」、「外運E拼」、「扶貧攻堅」等專題，實現了統一平台引流，突出了用戶導流作用；三是打造微信公眾矩陣平台，實現了對旗下子公司微信公眾號的統一管理，一鍵集體推送；四是助力「智匯物流 追夢同行」為主題的「中國外運杯」全國大學生物流設計大賽，加強與各大高校繼續深化校企合作，吸引了來自全國的600多所高校50,000名師生共同關注。

第二，加大產品推廣。一是策劃開展多個業務專題宣傳推介，產生了較強的社會反響，包括「運易通」數字化來助力、中國外運「鐵哥們」系列、中國外運「拼」出來的逆行者、空中購物車包機產品打通空中「綠色通道」等主題報道；二是專注於與相關者進行價值溝通，重點對接監管機構和重點媒體渠道資源（如今日頭條、人民日報、羅戈網、中國航務周刊、物流時代等），進行



公司董事長李關鵬出席「江海聯動與物流體系建設」專題研討會，並作題為「江海聯動、交互賦能、共同推進長江經濟帶的創新融合發展」的主旨演講

內容轉發和轉載，產生了良好的社會輿論效應；三是積極對接行業論壇發聲，參與線上線下論壇直播，特別是借助「進博會」、「中國物流企業家年會」、「2020年長江經濟帶江海聯動發展論壇」等活動，向市場分享了中國外運實踐，加強與同業交流。

未來，我們將繼續圍繞中國外運的品牌目標，強化企業文化，講好品牌故事，保證品牌推廣渠道的常態化運營，進一步鞏固與市場溝通平台。

投資者關係



公司始終重視並提升投資者關係，在符合相關法律法規的前提下，竭力保障廣大投資者與公司之間的順暢溝通，通過多種方式及時傳遞本集團業務發展與經營上的最新信息，及時將投資者意見和建議整理上報管理層，並依據公司管治原則進行準確的信息披露。我們深信與投資者持續有效的溝通，將有助於公司管理透明度和管治水平的提高，並能為股東創造更大價值。

公司始終重視全體股東特別是中小股東的利益。2020年，新冠肺炎疫情在全球蔓延，公司在確保安全的情況下通過多種方式與資本市場保持順暢溝通。

第一，公司通過線上、線下等多種方式舉辦了2019年年度及2020年中期業績說明會、分析師電話會、投資者調研等投資者交流活動。2020年，公司參加投行年會及策略會十餘次，接待投資者調研近150人次，回復上證E互動問題約170個。目前有十餘家國內外主流投行分析報告覆蓋了公司。

第二，公司通過周密籌備和積極溝通成功舉行「投資者走進中國外運」系列反向路演活動，共有近40位投資者參加了嘉興跨境電商物流中心和深圳「外運E拼」的反向路演活動。

第三，公司積極參加「2020滬市公司質量行」走進「中國外運」暨全景雲調研線上直播特別節目，全景網和資本市場主流媒體專訪了公司董事長、董事會秘書、證券事務代表等領導，旨在通過本次直播節目使投資者對公司有更全面、深入的了解。

與此同時，公司以投資者問題為導向，定期和不定期總結分析投資者關注的問題及建議；公司股價出現重大波動或者舉辦大規模資本市場活動後，公司投資者關係團隊會第一時間搜集資本市場的反饋並進行分析，並及時反饋至管理層及相關部門並提出管理提升建議。



深圳「外運E拼」反向路演活動



嘉興跨境電商物流中心反向路演活動

信息披露



本公司自2019年A股上市以來，嚴格遵守《上市公司治理準則》、《上海證券交易所股票上市規則》、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等有關法律法規及《公司章程》，按照真實、準確、完整、及時、合規的披露原則，積極履行信息披露義務，做好各項強制性信息披露工作。

報告期內，我們持續提升信息披露水平，編制《公司日常上市合規事項指南》、制訂《信息披露審核清單》、起草諸多上市合規專題總結，並組織開展多場上市合規培訓，邀請公司董事、監事、高級管理人員、總部職能部室和區域公司主要負責人參加，提升上市合規意識。

2020年度中國外運共披露公告文件310份，其中A股公告文件125份，H股英文版公告文件68份，中文版公告文件117份。公司堅持法定披露和自主披露相結合的原則，在完成定期報告等強制性信息披露的同時，還就股東和投資者關心的重大事項（比如大股東增持H股）進行披露，確保投資者能夠及時、公平、準確、完整地瞭解公司運營的真實情況。

治理篇：加強責任管理 促進可持續發展



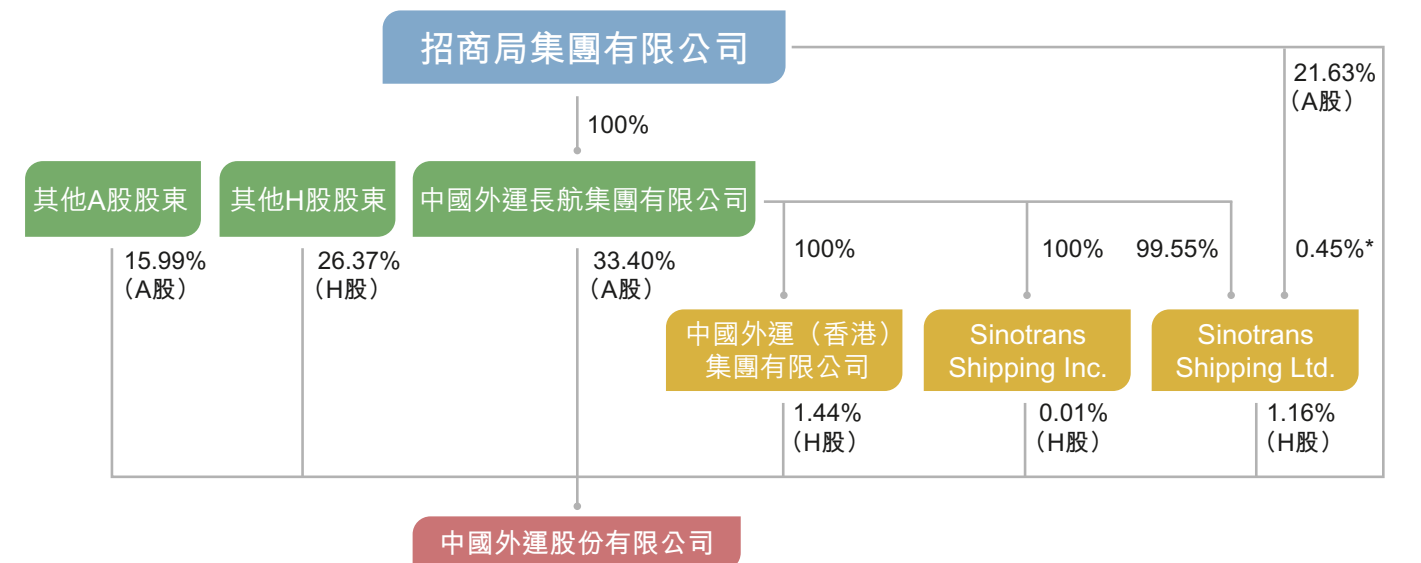
社會責任管理

我們始終相信，積極履行社會責任是良好企業的基本質素，既是順應經濟社會發展趨勢的外在要求，也是提升企業可持續發展能力的內在需求。在戰略引領下，中國外運將履行社會責任與企業發展戰略有效對接，推動社會責任融入企業生產經營各個方面，努力打造受人尊敬的國際化公司。

2020年度，本集團持續將社會責任管理的理念以及對利益相關方的承諾貫穿於企業經營管理中，並轉化為實際行動。公司董事會對年度社會責任報告進行專項審議，並就社會責任相關的重大事項進行審議與決策。公司管理層積極貫徹社會責任理念，通過設立社會責任專項小組，宣導社會責任、開展社會責任活動，定期梳理或收集社會責任履行情況。同時，要求各下屬子公司積極踐行社會責任，並在所在地區開展各類社會責任活動等。

公司治理

於2020年12月31日，中國外運發行總股本為7,400,803,875股，其中A股5,255,916,875股，H股2,144,887,000股。招商局為本公司實際控制人，與其一致行動人合計持有本公司4,265,791,639股股份，佔本公司已發行總股本約57.64%。本公司股權架構圖如下：



*註：招商局通過招商局輪船有限公司控制持有Sinotrans Shipping Ltd.的0.45%股權。

本公司嚴格按照《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》等相關法律法規的要求，建立了由股東大會、董事會、監事會和管理層組成的公司治理架構，形成了權力機構、決策機構、監督機構和管理層之間權責明確、運作規範的相互協調和相互制衡機制。本公司已制訂了《公司章程》、《股東大會議事規則》、《董事會議事規則》等一系列規章制度。報告期內，公司持續完善法人治理結構，將董事會下設的原執行委員會更名為戰略委員會，調整經營管理授權機制，不斷提升決策效率。同時，加強制度建設，組織修訂了《公司董事會戰略委員會議事規則》、《公司內幕信息知情人管理制度》等14項制度。

股東大會為本公司的最高權力機構。為確保所有股東，特別是中小股東享有平等地位，充分行使其權力，公司鼓勵所有股東出席股東大會，努力使其成為與投資者進行直接溝通，並建立良好關係的渠道。股東大會採用現場投票和網絡投票兩種方式召開，嚴格履行表決投票程序，積極維護股東合法權益。2020年度，本公司共召開股東周年大會1次，臨時股東大會2次，類別股東會議2次，共審議28項議案。除有關公司股票期權激勵計劃及股票期權激勵計劃（第一期）議案外，其他議案均獲股東以投票表決方式通過。本公司將繼續優化薪酬與績效考核體系，充分調動管理層和專業骨幹的積極性，並與股東充分溝通，在相關條件成熟時，繼續研究推出有效的長期激勵計劃，健全本公司長效激勵機制，吸引和留住優秀人才，促進本公司健康發展和股東價值最大化。

董事會以公司利益最佳為原則對股東大會負責。根據法律法規及股東大會的授權，董事會積極履行企業管治職能，包括制定及檢討公司企業管治政策，檢討公司遵守企業管治守則的情況及披露信息等。同時，董事會高度關注戰略規劃、業務發展、風險管理、重大投資以及與社會責任相關等重要事項。各位董事忠實、勤勉、盡責地履行董事職責，並以股東利益為前提對公司管理、監控承擔共同及個別責任。於2020年12月31日，公司董事會由11名董事組成（其中1名女士），包括公司治理、企業管理、法律、財務及物流行業的專家。報告期內，公司注重加強會議組織效率，全年共召開5次會議（去年同期為12次會議），審議議案38項，聽取匯報事項4項。

監事會作為公司的監督檢查機構，檢查公司財務、重大項目，對董事會及其成員以及高級管理人員進行監督，保護公司股東利益。監事會通過召開監事會會議，列席公司的董事會，以及對附屬公司開展現場檢查和調研等方式，對公司的財務狀況、公司依法運作情況和高級管理人員的盡職情況進行審查。各位監事以積極、勤勉、謹慎、誠信為原則，有效展開了各項工作。於2020年12月31日，公司監事會由5名監事組成（其中1名女士）。2020年度，監事會共召開4次會議，審議議案13項。

安全生產

中國外運深入貫徹「人民至上、生命至上」的安全理念，以全面推進依法治安、科技興安、人才強安「三位一體」戰略實施為核心，努力為社會提供安全優質的服務及產品、為公眾提供安全良好的環境、為員工創造健康安全的工作條件。中國外運從事綜合物流業務，不涉及重大安全隱患及職業性危害的業務，對較為特殊的比如化工物流業務，制訂了環境、職業健康安全管理制度，確保員工安全工作環境的不斷改善。2020年，本集團不斷強化專業巡查監督，持續提升應急管理水平，大力推進安全生產信息化建設，著力優化健康安全的工作環境，為企業戰略推進提供了有力保障。

第一，持續完善安全管理體系建設。堅持在源頭治理、系統治理和綜合治理上下功夫，努力「從根本上消除事故隱患」。一是建立了系列安全制度規範，並定期發布《平安外運》月報，形成了全流程管理的制度體系；二是積極落實「一崗雙責」，細化安全工作任务並積極督導下屬公司對照清單，切實築牢安全生產防線；三是制定「十四五」安全生產發展規劃，確定安全生產文化理念，指導各級公司把準安全發展方向；四是完善海外安保管理體系，在不斷優化運行HSSE（即健康、安全、安保、環保）體系的同時，構建完善的應急聯動機制。



組織危險化學品道路交通事故應急救援綜合演練



第二，強化安全生產檢查。全年共派出40個專業巡查組，覆蓋260餘家單位，針對重點區域、重點環節和重點部位深入一線排查安全隱患、科學評估管理現狀，指導制訂並落實整改方案，實行徹底排查、立行立改。

第三，高度重視安全培訓與應急演練。組織各單位開展「安全生產月」和「安全警示教育日」等活動，定期組織培訓交流，創辦安全生產雲課堂，組織安全生產知識競賽，制作道路運輸安全系列宣傳片等。2020年，公司共組織應急演練3,838場次，參與演練66,784人次，全面提升應急救援能力；全年參與安全培訓268,287人次，大力提升全員安全文明素質。

第四，注重安全信息化管理工作。2020年，公司建立了涵蓋消防、道路運輸等重點領域的一體化綜合信息平台並試運行，實現了安全風險實時監管和預警預判，切實提升安全風險識別和實時監管能力；持續完善叉車在線管理系統，不斷提升告警準確率，提高管理精度；推動下屬公司加裝電氣火災監控系統，組織各道路運輸企業應用車載主動安全系統，進一步強化安全風險實時管控。

管理篇：提升管理效能 增強發展動力



報告期內，本集團安全隱患整改率98.79%，隱患總量、增量均呈現明顯下降趨勢，安全整治取得明顯成效，全年未發生一般二級以上生產安全事故，公司安全生產形勢保持穩定態勢。安全隱患整改尚未全部完成是由於本集團在2020年底持續開展全面的安全大檢查活動，部分隱患需要施工改造，完成整改需要一些時間。此外，全年因工傷損失工作日數330天，工傷人數為32人，工傷原因主要是搬貨、卸貨時受傷以及上下班路途中的摔傷、交通意外等。



舉辦2020年安全生產經驗交流會

廉潔建設

中國外運持續大力加強和深化企業廉政建設和反腐敗工作，並通過單獨設立監察部門，有效整合監督資源，聚焦腐敗源頭，預防職務犯罪，遏制職務腐敗。同時，中國外運嚴格遵守有關防止貪污、賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的國家和地方法律法規，制訂了《合規手冊》，以規範本集團及其員工在反洗錢、反腐敗等方面的合規義務及行為準則，並制訂了《商業伙伴合規管理辦法》，注重商業伙伴在合法經營、反腐敗、反賄賂、反洗錢等方面的合規義務履行能力。

2020年，本集團始終保持高壓態勢，強化「不敢腐」的震懾力度，同時不斷強化「監督重在防范」理念，做到抓早抓小、防微杜漸。**第一**，制訂《日常監督長期監督工作實施辦法》，健全完善《企業負責人履職待遇、業務支出管理規定》、《採購管理實施細則》等制度辦法，強化執行力。**第二**，開展反腐倡廉宣傳教育月活動和典型案例警示教育，教育引導廣大幹部員工。**第三**，建立巡察工作機構，穩步推進對下屬公司的巡察工作。此外，為提供員工合規意識，2020年組織了反洗錢、反腐敗等專題的法律合規培訓，並專門針對公司經營中可能出現的反洗錢風險進行了分析和提示。

報告期內，沒有針對本集團或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。隨著企業的發展，本集團將繼續完善監督體系，不斷強化和加大監管力度，為本集團可持續發展提供有力保障。

風控與合規管理

中國外運以建設「風險管理、內控、合規、審計、追責」五位一體大風控格局為目標，充分借助質效管理提升工具，通過完善體系建設、強化監督管理、積極應對風險，不斷提升公司依法治企能力與風險防控水平。

2020年，公司持續完善風險管理體系工作，強化風險識別、評估、化解及預警，有效保障了重大風險管控平穩，促進了管理水平提升。**第一**，根據疫情影響、經濟形勢及年度經營規劃，啟動了專項風險評估工作，對疫情風險、流動性風險、產品設計風險、IT風險及涉外風險採取定性及定量相結合的方式進行評估並建立應急預案。**第二**，評估確定了公司前十大重點風險（包括市場競爭風險、運營操作風險、安全管理體系建設風險、應收賬款與客戶信用管理風險、供應商管理風險等），並定期跟蹤應對計劃與措施的實施進展情況，確保各項措施有效落地。**第三**，注重復盤以往風險事件，提煉總結相關風險特徵，運用數字化手段，建立五類風險場景（包括應收賬款風險、供應商合規等）下的基本風險預警模型，初步完成數字化預警和審計工具平台搭建工作。

2020年，公司努力坐實內控建設與評價，全面更新內控體系文件的基礎，搭建中國外運海外發展有限公司、中國外運物流投資有限公司等新設立公司內控體系，實現了系統內內控體系建設全覆蓋。**第一**，明確對二級公司、一線經營單位、境外企業分層次的內控體系建設和流程範圍。**第二**，注重內控與業務的深入融合，更新物流電商、「外運E拼」、冷鏈物流等業務內控體系，制定有效的控制措施。**第三**，加強內控執行的評價與監督力度，根據風險排查、內控他評價發現問題，強化並落實風險管理各道防線的意識和責任，對業務操作中出入庫、貨物日常監管盤點等關鍵環節進行風險提示，從而減少重大風險隱患、杜絕高風險領域造成重大損失。此外，審計委員會評估公司風險管理及內部控制的有效性，審議同意年度內部控制評價報告後，最終提請董事會審議。同時，公司還聘請外部審計機構出具年度內部控制審計報告。這些舉措保障了內部這些控制體系有效運行。

2020年，公司繼續深入合規管理體系建設工作，進一步明確董事會的合規審查職責，並在系統推進合規管理體系建設全覆蓋的同時，聚焦合規管理的重點領域、重點單位、重點環節和重點人員，切實加強合規風險防范。**第一**，結合管理實際，依照「全

面建設、重點突出、務實高效」的原則，向各二級公司推廣覆蓋。**第二**，深入聯繫業務實際，制定合同評審流程指引，推進合同管理制度細化與線上化評審覆蓋。**第三**，梳理制度管理要求，要求下屬公司查找現行規章制度與管理要求的差異並整改，以確保總部各項規章制度的管理要求得以貫穿和落實至末端的經營單位。**第四**，加強合規風險的排查應對，強化公司經營中主要風險領域的風險管控工作，在供應商管理、應收賬款管理、合同管理、印章管理方面的基礎能力得到加強，相關風險的防控能力逐步提升。**第五**，制作並組織播放合規宣傳視頻，在學習平台上發布合規課程、組織風險知識測驗和問卷調查，開展系列業務與合規風險的專題培訓，提升重點企業與重點人員的風險意識與應對能力。

此外，本集團嚴格遵守所有與物流服務相關的法律法規（包括危險品運輸儲存、超限運輸、禁運規定等），以及國家關於健康與安全的政策、法律和規定。本集團制定了檢驗控制程序，並協同外部機構，對各項經營管理活動、業務活動中規定的質量、環境管理活動的全過程和各階段的工作結果進行檢驗，以保證各過程環節和總體任務符合規定的要求，確保產品、服務以及環境符合規定及相關法規的要求。

報告期內，公司較好地完成了年度風險管理、內控、合規工作方案，風險管控能力逐步增強，風險事件處置有效進展，總部及各下屬公司的風險意識、責任意識進一步提高，使公司基礎管理能力有效提升。公司未發現與合規運營相關的任何重大內部控制缺陷，風險損失也控制在可承受的範圍內。



科技創新及知識產權管理

公司依托相對豐富的綜合物流全場景與大數據優勢，積極開展「場景+科技」、「客戶+科技」的科技創新活動。公司制定了數字化轉型規劃，組建了創新科技公司和智慧物流技術中心，將ABC DT（人工智能、區塊鏈、雲計算、大數據、物聯網）等智能科技應用於物流全場景，五大類智能科技應用均有顯著突破。截至報告期末，公司科技研發團隊人數增長至603人，共申報新發明專利75件、軟件著作權185件，累計獲得16項各級政府（省部級以上）及行業組織頒發的創新類獎項。

為增強核心競爭力，中國外運正在持續加強科技研發與知識產權保護力度，加大專利和知識產權的申報力度，不斷強化與前沿技術領軍企業、科研院所、創新孵化平台的對接合作，增加我們對前沿技術的趨勢跟蹤和技術儲備。報告期內，中國外運申報的專利數量為34件（其中發明專利22項）、申報並獲得授權的軟件著作權數量為22項，自有軟件品牌商標申報3項。

報告期內	中國外運申報的專利數量	申報並獲得授權的軟件著作權數量	自有軟件品牌商標申報
	34件（其中發明專利22項）	22項	3項

案例一：2020年11月，公司「人機協同數字化倉庫解決方案」榮獲中國物流與採購聯合會首屆中國數字化倉庫解決方案大賽一等獎

技術特點	通過包括RFID、智能移動終端、視頻采集、自動測體測重、AR/VR等技術的融合應用，將車、貨、庫的全部要素信息進行了感知和連接，顯著優化了關鍵業務流程。
業務價值	該解決方案基於較合理的投入成本推動倉儲業務的操作與管理向流程自動化、管理可視化以及運營數字化發展；推動對倉儲業務自動化應用研發與規模化推廣力度，有效實現了降本增效和精益運營。該技術已經應用在部分海關監管倉庫、化工物流、「外運E拼」中心倉等場景。

案例二：研發推廣智能收發貨系統

技術特點	基於表觀圖像自動學習分類規則，採用數據增強算法，在多傳感器協同獲取整托全景圖像基礎上，實現複合式分類識別；通過拖拽方式進行標注、訓練並形成算法迭代，顯著降低算法開發難度和部署周期。
業務價值	有效實現提質增效目標，通過優化業務流程，使倉庫收發貨環節的貨物掃碼分揀的作業效率提升超過2倍，整體識別準確率可達到近100%。通過與RFID、傳感器技術的融合，實現了對貨物的各項信息的實時采集和感知，最終實現物流資源要素數字化和可視化。目前，已經應用於個別科技電子行業項目，正在計劃應用於化工、汽車零配件項目中。

案例三：研發推廣基於區塊鏈技術的NVOCC電子提單

技術特點	中國外運作為國內首家基於自主可控的區塊鏈技術和創新的聯盟網絡，成功簽發基於區塊鏈技術的NVOCC電子提單。
業務價值	提高單證流轉效率，加快跨境貿易，降低交易風險，推動整個流通環節中信任體系、銷售渠道、交易模式和支付體系的變化。目前公司各大區域公司已經應用該技術。

案例四：升級開發物流控制塔2期項目

技術特點	基於物流可視化和可控化的基礎，打造可分析、可優化的行業服務模型和技術架構，通過打通供應鏈端到端的數據流，用圖形界面為客戶提供庫存分析（包括庫存健康度分析、冗余庫存分析、庫存預警等）及倉配一體化分析（包括運輸運營分析、貨品流向分析、客戶畫像等）。
業務價值	為客戶提供全場景的供應鏈優化服務，解決實際業務運作中的痛點，幫助客戶實現降本增效。目前已經應用於石油、化工、汽車及零配件等行業頭部客戶項目。截至2020年年底，幫助個別核心客戶實現老舊庫存下降近70%，呆滯庫存減少近10%，冗余庫存減少近30%。

客戶服務與管理

公司秉持「成就多維客戶，創造多維價值」的服務理念，成為我們產品的客戶、平台的客戶和生態圈的關聯方，為物流行業創造點、線、面、體的多維生態價值，並通過數字化手段和工具，為客戶不斷創造新的價值，提升公司客戶的滿意度和忠誠度。根據數十年客戶關係的積累，公司連續多年不定期委托獨立調查機構進行客戶滿意度調查，並分析產品與服務的不足之處，以持續改進服務質量、促進產品創新。報告期內，本集團無發現產品及服務不符合有關健康與安全法例的個案。

2020年，公司繼續開展了客戶滿意度調查。此次調查擴大了客戶樣本數量和質量，增加了對「外運E拼」產品及數字化服務的調研，形成了詳細的改進意見和建議。此次調查範圍覆蓋中國外運旗下區域公司及專業子公司的客戶。通過定量調查和定性調研、網絡郵件調查和電話調查等方式，共收回總樣本量1,869份（較上年同期增加54.8%）。其中，收入貢獻500萬以上客戶共計740家（較上年同期增加103.3%），佔回收樣本的39.59%。根據調查結果，**2020年度客戶總體滿意度依舊保持在較高水平且較上年度有所提升**，客戶滿意度測評綜合得分92.40分，滿意客戶佔比95.8%。2020年客戶對中國外運的推薦程度為95.17%，繼續合作程度為95.62%，忠誠度分析指標一淨推薦值大於80%，表明中國外運仍然是一家擁有一大批高忠誠度客戶的企業。此外，客戶投訴抱怨佔比為10.38%，投訴的原因是希望服務質量、服務流程能夠得到進一步優化和改善，投訴抱怨處理結果滿意度為76.54分。

此外，中國外運注重保護客戶隱私，在參與重大項目招投標過程中以及物流合同執行中，中國外運均會與客戶簽訂《保密協議》，避免透露客戶資料。報告期內，公司沒有收到因洩露客戶資料而引起的投訴。我們將進一步健全客戶隱私和數據保護措施，避免洩露客戶的數據（包括不限於客戶姓名、聯繫方式、托運物品內容等）。

供應鏈管理

穩定的供應鏈是公司正常有效運作的保障，對公司的服務質量和工作水平有著重要影響。按照「集中管理、分層實施、信息共享」及「公開、公平、公正」的原則，公司對供應商的選擇、使用、評價、培育、退出進行全生命周期管理，實現公司與供應商的共同發展。公司制定了《公司採購管理實施細則》（試行），加強對採購活動的合法監督，要求按照管理、實施、監督相分離的內控原則及陽光、公平、公正和誠實信用的工作原則開展採購活動。本集團每年均對供應商進行履約評價，對於不能達到要求的供應商，暫停交易資格1年，重新恢復交易資格需根據整改情況進行評審。

2020年，我們持續完善各級採購管理組織和管理制度的建設，從體制上保障採購和供應商管理工作的有效開展和舉措落地。**第一**，在制度方面，結合公司業務特點和管理現狀，修訂完善《公司採購管理實施細則》，並開展了制度宣貫、培訓與交流活動。**第二**，明確採購主體責任，要求下屬各三級公司建立和完善各級採購和供應商管理組織和制度，明確採購要求、流程、權限。**第三**，針對汽運、貨代等業務類型，通過優化運作流程和採購方式降低採購價格，實現採購降本目標。

目前，公司供應商管理系統中全球合格供應商已達28,354家（較2019年增加6,103家），其中中國內地合格供應商總數27,584家，另有28家供應商因不達要求被停用。



人才培養與員工關愛

中國外運始終堅持「以人為本」理念，保障員工權益和健康安全。本集團重視與員工的關係，鼓勵員工在本集團範圍內合理流動，為員工提供學習及晉升機會。為滿足本集團員工身心健康的需要，本集團組織了多項活動豐富職工的生活。同時，本集團高度重視員工的人身安全和身心健康，致力於為員工創造安全、和諧的工作環境，不斷完善職業健康與安全的體系。

人才培養與激勵



本集團嚴格遵守國家《勞動法》、《勞動合同法》、《勞動合同法實施條例》等相關勞動人事法律、法規，遵循「公開公平、競爭擇優」的原則，在薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及待遇及福利等方面制定了《公司總部招聘管理辦法》、《公司職位與職業發展管理辦法》、《公司績效管理（試行）辦法》等多項制度，確保實現多元、平等用工，堅決反對用工歧視，杜絕使用童工。此外，公司嚴格執行國家和地方有關勞動人事的法律法規，通過規範嚴格的招聘流程和入職手續堅決杜絕使用童工和強制勞工等違法情形。報告期內，本集團沒有收到任何僱用童工或強制勞動呈報個案。

中國外運建立符合公司特點的薪酬福利管理制度，規範薪酬管理行為。對於全體員工，以為崗位付酬、為績效付酬、為人付酬為原則，在公司成本預算管理範圍內，以市場數據為參考依據，確定薪酬標準和調整方案。對於高級管理人員設定關鍵業績、戰略等考核指標，考核結果與績效獎金掛鉤。公司董事會和薪酬委員會根據相關績效與薪酬管理辦法，結合考核結果確定本年度高級管理人員激勵標準。

人才驅動

人才理念

有信念、講政治；有理想、勇踐行；
有能力、敢擔當；有激情、能抗壓；有道德、守法規。

一心四力

事業心-遠見力-執行力-領導力-協同力

五種能力

認知-溝通-化解-顛覆-帶將

人才標準

守正守定 價值共通

人才配置
精準科學
戰略支撐



人才選拔
開放包容
競爭擇優

創變學習 多維賦能

人才培養

多渠道選拔

科學考評、全面盤點
內部競聘、市場化選聘

多層次培養

不同層級面向不同群體培訓班
12期（核心、高潛、管培、海外
和管理大講堂），內訓師大賽
精彩紛呈，百人百課。



案例：公司成功舉辦首屆內訓師大賽決賽

公司於2020年5月啟動了首屆內訓師大賽，希望通過建設內部講師隊伍，達到協調內部專家資源，萃取組織經驗、開發培訓課程的目的，進而提升公司內部的學習氛圍，助力內部智慧的積累、沉澱和傳遞。本次大賽共有330人參加海選，105位選手入圍初賽，最終評選出30名選手進入決賽。大賽歷時三個月，克服了疫情帶來的困難和影響，穿插安排了數次外部專家的培訓輔導，組織了三次現場評審，是公司成立以來參與人數最多的單個培訓項目。

公司成功舉辦2020年核心管理人員及高潛人才培訓班

為推進人才強企戰略，建設忠誠干淨擔當的高素質幹部隊伍，強化公司人才梯隊建設，中國外運堅持每年定期組織核心人才培訓班。2020年培訓班在開班規模、覆蓋範圍、課程設計上均進行了升級，成員涵蓋了公司總部及所屬二級、三級單位各領域的管理人員和業務骨干80人，並根據核心管理人員和高潛人才培訓班成員特點分別設計課程又在具體聚焦上有所偏重，注重提升不同階段學員的政治素養、宏觀視野、企業經營管理能力以及綜合素養，助力其成長為推動公司高質量發展的主力軍，並借此搭建溝通交流的平台，進一步促進協同、分享和融合。



於2020年12月31日，中國外運共有34,628名從業員工（其中32,276名在冊在崗員工），新入職員工為5,092人。於2019年12月31日，中國外運共有33,751名從業員工（其中31,389名在冊在崗員工），新入職員工為5,826人。上述從業員工包括合同制員工以及其他用工形式的員工，例如勞務派遣工、非全日制員工等，在冊在崗員工指從業在崗合同制員工。

報告期內，中國外運僱員流失比率10.40%（上年同期為12.52%）。其中，僱員主動辭職率為8.99%，離職僱員絕大部分為基層員工（包含駕駛員、庫管員、業務操作人員、客服等），佔全部離職僱員的82.5%。基層員工離職的主要原因是由於工作內容同質化程度較高、流動性較高，離職率低於行業平均水平，符合物流行業的特徵。

截至2020年12月31日，公司在冊在崗員工按照年齡、職級、教育程度及性別構成情況如下：

按年齡和職級劃分的員工人數情況

職級	30歲及以下	31-40歲	41-50歲	51-60歲	60歲以上	總計
公司負責人	15	272	568	379	3	1,237
部門負責人	73	1,094	1,060	400	0	2,627
一般員工	8,751	11,583	5,618	2,450	10	28,412
總計	8,839	12,949	7,246	3,229	13	32,276

按教育程度和職級劃分的員工人數情況

職級	研究生以上	研究生	大學	大專	中專/高中	初中及以下	合計
公司負責人	6	121	618	396	91	5	1,237
部門負責人	1	119	1,450	809	215	33	2,627
一般員工	11	1,183	10,573	8,641	5,735	2,269	28,412
總計	18	1,423	12,641	9,846	6,041	2,307	32,276


按性別和職級劃分的員工人數情況

職級	男	女	總計
公司負責人	992	245	1,237
部門負責人	1,720	907	2,627
一般員工	17,481	10,931	28,412
總計	20,193	12,083	32,276

報告期內，公司員工按照職級劃分的培訓情況

職級	人均培訓時數	人均培訓比率
公司負責人	21.73	347.45%
部門負責人	19.96	291.53%
一般員工	23.59	420.78%

註：人均培訓比率的計算方式為培訓人次/員工人數。由於出現同一個員工參加多次培訓的情況，所以員工的平均培訓百分比超過100%。



2020年，本集團線下培訓總時數為約777,157小時，完成了在線學習總課程數513,948門（總學習時長307,039小時）。其中，男員工人均培訓時數約30.23小時，女員工人均培訓時數約36.95小時。本集團培訓內容主要包括：公司組織戰略及企業文化培訓、新冠疫情防控培訓、員工基本工作技能培訓、員工業務知識培訓、管理技能和領導力提升培訓、新員工入職培訓、員工自主學習等。隨著本集團不斷發展，為確保團隊質素不斷提升，我們將增加員工接受培訓的機會，並不斷檢視和改進培訓課程，使其配合業務營運和員工的需要。



員工關愛

一直以來，本集團高度重視員工健康與安全風險，盡可能為員工提供全面的防護措施。同時，關注員工生活健康，多次舉辦員工活動，豐富員工的健康文化生活，繼續對在職員工提供健康體檢，對患病、生活困難的員工進行走訪慰問和幫扶，發放困難補助，幫助解決實際困難。同時，公司注重民主建設，保障廣大員工作為「主人翁」的知情權、參與權、表達權、監督權。

2020年，為保障員工民主權利，發揮員工民主參與、民主監督作用，公司總部共召開2次職工代表大會，對涉及員工切身利益的相關制度、事宜進行討論、表決，切實履行民主監督責任。同時，為有效改善廣大員工的生產、生活、文化、娛樂等條件，2020年建設9家「員工之家」項目，使工會建設工作得到完善。

2020年，在新冠疫情防控常態化的態勢下，公司工會通過線上、線下相結合的形式，組織開展了「紅顏勝兒郎最美疫中人」的評選活動、「飛往武漢的千紙鶴」愛心互助活動、「堅守初心創一流、牢記使命再出發」公司日活動、「愛心傳遞」的捐贈義賣活動、公司榮譽表彰頒獎盛典等，有效提升員工對企業的認同感、歸屬感、幸福感。此外，公司繼續組織「心系員工情、溫暖進萬家」主題的幫困送溫暖活動，對患病、生活困難的員工進行走訪慰問和幫扶，幫助解決實際困難。



中國外運在 2020 年度組織主要員工活動情況

活動名稱	參與人數
紅顏勝兒郎最美疫中人	80 人
「磨難相依 與子同衣 懸弧之辰 與子同慶」 第一季度生日會	80 人
青年員工抗疫捐款活動	1,010 人
五四精神薪火相傳 外運青年砥礪前行	29 人
奇巧創變人人猜 為黨慶生久久情	3,000 人
堅守初心創一流 牢記使命再出發	200 人
熱心公益無償獻血 外運青年奉獻愛心	15 人

社區關愛

中國外運始終以社會責任擔當與奉獻責任為準則，積極投身扶貧、社會公益活動，真誠回饋社會，努力實現企業與社區的和諧共建。2020年，公司開展各類志願者公益活動，金秋助學活動，無償獻血活動，「圓夢計劃」職工教育幫扶活動等，定向消費扶貧支出為631萬元。



開展助學活動暨「線上舞臺「疫」展風採」才藝大賽

中國外運在 2020 年度組織主要社會關愛情況

活動名稱	參與的志願者人數	受益者人數
「國家有需、外運必達」，勇擔招商局「災急送」社會扶貧公益責任	50 人	10,000 人
「情牽蘇堡村」—愛心電腦助力電商扶貧	15 人	300 人
「情系弄袍」持續實施弄袍小學扶貧計劃	20 人	200 人
「大愛無疆 溫暖依舊」 春蕾班助學活動暨「線上舞臺「疫」展風採」才藝大賽	30 人	100 人
「拍全家福照片 留最燦爛笑容」主題志願活動	20 人	50 人
「郵來已久、綠動未來」主題宣傳及志願者活動	25 人	2,000 人
打造招商局「高原蔬菜包」產品，以消費扶貧助力威寧脫貧	10 人	3,000 人

報告期內，中國外運選通過招商局慈善基金會捐贈扶貧資金1,200萬元人民幣，該筆資金由招商局基金會統籌規劃並實施。截至2020年底，招商局慈善基金會精準扶貧工作實際支出6,244.1萬元人民幣，啟動實施扶貧項目23項，其中在貴州威寧、湖北蕪春、新疆葉城、新疆莎車等國家級貧困縣投入幫扶資金 5,166.1萬元，在雲南鎮雄縣、楚雄州永仁和武定縣投入幫扶資金576.2萬元，其他貧困地區投入幫扶資金501.8萬元。中國外運主要參與的精準扶貧項目情況如下：

招商局·27° 農公益助農項目

1

以品牌建設為重點，不斷增強農產品品牌辨識度，提升市場競爭力，幫助貧困戶就業增收。截至目前，「27° 農」已累計開發特色農產品60餘款，產品覆蓋13個國家級貧困縣，其中2020年研發新產品12款，創新開拓禮品定制模式，進一步拓寬銷售渠道。

湖北蕪春貧困鄉村社區發展項目

2

在蕪春引入專業社會組織力量參與扶貧，實施貧困鄉村社區發展項目，支持農戶組建互助組、合作社，提供養殖技術和產業發展培訓，幫助貧困家庭自力更生。2020年，項目培育禽畜、蕪艾、油茶、茶葉等合作社7個，累計受益項目農戶1,075戶，有效促進農戶增收。

湖北蕪春鄉村幼兒班計劃

3

在蕪春縣引進社會資源組織修建幼兒園，培訓鄉村幼兒班老師，解決偏遠鄉村兒童學前教育難題。2020年項目持續運作16個幼兒班，在蕪春北部山區檀林鎮新建成幼兒班5個，累計受益學前兒童及家長600餘人。

新疆葉城、莎車中小學圖書捐贈項目

4

葉城縣、莎車縣義務教育中小學圖書配備率與自治區義務教育學校標準化的目標存在較大差距，為助力教育資源均衡化，向葉城縣、莎車共計捐贈圖書120萬冊。

新疆葉城駐村幫扶（10村）項目

5

在葉城縣伯西熱克鄉歐壤（10）村建成婦女創業就業孵化基地，提升婦女就業技能，可覆蓋受益近千名婦女，穩定增加收入。

雲南楚雄精準脫貧幫扶項目

6

通過永仁縣外普拉大村基礎設施提升項目、永仁縣社區綜合發展項目、武定縣鄉村教育扶貧項目、元謀縣黃瓜鎮海洛村衛生室項目等四個子項目，改善貧困縣群眾生活環境以及困境兒童的教育狀況。2020年外普拉項目點被湖南衛視芒果TV選為「希望的田野」拍攝點，帶動當地增收。永仁縣社區綜合發展項目、武定縣鄉村教育扶貧項目為900名中小教師開展了普惠性心理支持培訓，支持元謀縣黃瓜鎮海洛村衛生室項目在當地建成一所村衛生室，完善鄉村醫療條件。

「招商局·幸福家園」鄉村社區支持計劃

7

通過「未來+鄉」社區項目和社會組織能力建設支持計劃兩個子項目，支持全國範圍內的專業社會組織扎根鄉村社區，並以「培育社區自組織」為抓手，從社區公共事務切入，培養村民的公共參與意識和能力，增強鄉村治理對脫貧攻堅的良性促進作用。

環境保護

環境管理

中國外運踐行「綠水青山就是金山銀山」環保理念，深入實施以智慧物流推動綠色發展戰略，堅持走生態優先、綠色發展之路，嚴防生態環境風險、杜絕環境污染事件、強化節能減排，有力推動可持續發展。

作為物流服務供應商，中國外運營運過程中的能源消耗主要發生在道路運輸領域，經營活動的主要排放物為二氧化碳、氮氧化物及二氧化硫，主要來自從事運輸的車輛和船舶。由於並非從事工業生產，營運過程中並沒有向水、土地排放大量有害廢棄物或無害廢棄物，所以沒有關於有害廢棄物和無害廢棄物的數據統計，且不涉及產品回收問題。中國外運不屬於北京市環境保護局公布的《2020年北京市重點排污單位名錄》中公示之重點排污單位。此外，鑒於本集團在業務過程中不會大量使用水資源或其他原材料，因此本集團在適用水源上不存在問題，且不涉及大量過度包裝的產品或服務，尚無產品包裝材料的正式統計數據。

2020年，公司經營活動產生的主要排放物排放量較往年有較大幅度下降，資源消耗總量包括能源消耗總量、電力消耗總量、汽油消耗總量等較往年亦有較大幅度下降，排放物管理能力進一步增強，資源使用效率進一步提升。

報告期內，中國外運主要從以下五個方面加強環境管理與保護：

第一，嚴守法律法規，完善制度機制，健全管理體系。中國外運嚴格遵守空氣污染、污水排放、能源消耗、廢棄物處理等法律法規，包括《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國節約能源法》、國際海事組織《73/78防污公約》附則第15條等，嚴控污染物排放，避免造成環境污染，部分子公司在生產經營過程中產生少量污水，為避免環境污染，建立了沉澱池、生化池等處理設施，並定期進行設施維護與處理結果檢測，確保達標排放；組織制定了《危險廢物處置管理規定》《危險化學品安全管理辦法》等規定，禁止隨意丟棄、堆放、處置危險廢棄物與危險化學品，避免因保存、處置不當造成環境污染。

第二，奉行發展與節能同步、開發與節約並舉的指導方針，注重加強日常管控、優化流程、提高技術、整合資源，進一步提升資源使用效率。一是加大除舊布新力度，淘汰老舊車輛船舶、設施設備，推動傳統耗能設備與技術的升級改造，以低碳生產實現綠色經營；二是大力推動新能源生產使用，比如中國外運華中有限公司繼續推進光伏發電建設，在港口碼頭全面落實岸電建設，加大新能源運輸車及叉車的更新投入力度，從源頭上減少能源不合理消費，有效控制溫室氣體和污染物排放，推動綠色交通發展；三是推動倉庫照明節能改造，要求所有倉庫一律使用節能燈具，並採用分區照明控制降低電能消耗，提高燈具使用壽命，要求各單位盡量減少開燈時間，避免長明燈、白晝燈現象。

第三，堅持數字化轉型，以智慧物流推動綠色發展。一是構建智能化運營，通過單證智能化平台、倉儲視覺識別自動收發貨系統、電子智能分揀出入庫系統、冷庫信息化管理系統等運用，提高了作業的及時性與準確性，實現了提升運作質量、提高運作效率、優化人員結構的質效提升大目標，大幅降低運營能耗成本；二是優化運輸過程，利用多年數據沉澱，引入智能線路優化引擎，優化調度模式，降低燃油成本；三是積極調整運輸結構，結合運易通平台，推動多式聯運發展，並持續推廣甩掛運輸和班列運輸模式，提高運輸效率，減少污染物排放。

第四，廣泛開展節能環保宣傳教育活動，倡導全體員工加強環保意識，共同參與節能環保、綠色低碳行動，樹立勤儉節約理念。通過開展節能宣傳周、全國低碳日、「講好節能故事」征文大賽等活動，極大地調動了廣大員工參與節能減排活動的積極性，提高了節能環保的意識。同時，公司積極落實垃圾分類，按照國家分類標準和政府部門要求，比如設置分類垃圾箱，將辦公活動與生產經營中產生的垃圾進行分類投放，並交由有資質的單位進行回收處理。

第五，注重辦公資源節能環保，踐行新辦公發展理念，開展「踐行綠色發展理念，倡導厲行勤儉節約」活動。推行綠色辦公理念，提倡無紙化辦公，並打破部門辦公界限，在公司總部建立共享工位辦公模式，降低辦公成本；要求員工下班離開公司時要及時關閉工作電腦、打印機、照明、空調等耗電設備；倡導節約使用辦公用品及耗材，打印文件要求雙面打印，內部傳閱文件原則上不得使用彩色打印；以簡短、務實、高效為原則，嚴格管理控制各類會議，提高視頻會議系統和會議室的使用率等。此外，倡導節約用水，在用水區域設置節約用水標識，要求用完水後及時關閉、關緊水龍頭；加強供水設施檢查維護，防止「跑、冒、滴、漏」，杜絕「長流水」現象；切實減少用水量消耗等。



中國外運近兩年排放物排放量及排放密度情況¹

	2020年度	2019年度	2020/2019數據比較	2020年每億元營收數據密度
二氧化硫排放量(噸)	99.88	104.88	95.23%	0.12
氮氧化物排放量(噸)	69.93	83.86	83.39%	0.08
溫室氣體(二氧化碳)排放量(噸)	133,738.28	154,758.16	86.42%	158.20

¹本集團產生的無害廢棄物(辦公垃圾)量很少，因此未作此數據統計及披露。

中國外運近兩年資源消耗總量及密度情況

	2020 年度	2019 年度	2020/2019 數據比較	2020年每億元 營收數據密度
能源消耗總量 (噸標準煤)	84,896	95,200	89.18%	100.42
耗水量 (噸)	3,765,099.99	3,003,751.85 ²	107.48%	4,453.79
電力消耗總量 (萬千瓦時)	14,211.90	14,044.78	101.19%	16.81
汽油消耗總量 (噸)	3,886.07	5,224.52	74.38%	4.60
柴油消耗總量 (噸)	37,232.97	42,529.02	87.55%	44.04
天然氣消耗總量 (立方米)	4,626,997.92	5,596,085.04	82.68%	5,473.34
煤炭消耗總量 (噸標準煤)	256	394.00	64.97%	0.30

環境及天然資源

中國外運的業務性質對環境及天然資源 (如生物多樣性等) 並沒有重大的影響。本集團會不斷強化環境保護的工作，降低營運對環境可能產生的影響。本集團制定了環境因素識別與評價控制程序，確保重要環境因素能夠得到必要的重視和有效控制，以減少對環境的不利影響。報告期內，公司編制了《突發環境事件綜合應急預案》，包含突發環境事件分級、應急組織體系與職責、預警與信息報告、應急響應、信息發布、後期處置、應急保障、預案管理等內容，擬於2021年內履行內部審批並執行。

根據我國環保法律、法規和有關政策的規定，本集團在進行有關建設項目如物流中心建設時，首先會分析、預測和評估該項目實施對環境可能造成的影響，針對性地提出預防或減輕不良環境影響的對策和措施，評估生產過程和產品是否符合清潔生產要求，評價最終排放的污染物對周圍環境影響等，均按照法律規定向相關主管部門遞交環境影響評價文件。



²上年度ESG報告中的耗水量口徑存在差異，請以此數據為準。

附：指標索引

本報告指標索引採用《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄二十七所載《環境、社會及管治報告指引》，為讀者提供中國外運在可持續發展方面表現的總覽。

A. 環境			
層面	指標編號	指標內容	所在報告位置
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： (1) 政策；及 (2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P29-31
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	P30
	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)。	P30
	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)。	P29，暫無相關統計
	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)。	P29，暫無相關統計
	A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	P29-31
	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。	P29
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。 注：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	P29-30
	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)。	P31
	A2.2	總耗水量及密度 (如以每產量單位、每項設施計算)。	P31
	A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	P29-31
	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。	P29-30
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量 (以噸計算) 及 (如適用) 每生產單位佔量。	交通運輸行業，不適用此指標
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。	P31
	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。	P31

B. 社會範疇

層面	指標編號	指標內容	所在報告位置
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： (1) 政策；及 (2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P23-26
	B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	P25
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	暫無相關統計
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障員工避免職業性危害的： (1) 政策；及 (2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P18-19
	B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	P19
	B2.2	因工傷損失工作日數。	P19
	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。	P18
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。 注：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	P23-25
	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。	P25
	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。	P25
B4：勞工準則	一般披露	防止童工或強制工的： (1) 政策；及 (2) 遵守發行人有重大影响相關法律及規例的資料。	P23
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P23
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	公司無童工或強制勞工情況出現

B. 社會範疇

層面	指標編號	指標內容	所在報告位置
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。	P22
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	P22
	B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目以及有關慣例的執行及監察方法。	P22
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、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (1) 政策；及 (2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P14, 18, 22
	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。	交通運輸行業，不適用此指標
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P22
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	P21
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	交通運輸行業，不適用此指標
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	P22
B7：反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (1) 政策；及 (2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P19
	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。	P19
	B7.2	描述防范措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	P19
B8：社區投資	一般披露	有關以社區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。	P27-28
	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）。	P27-28
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P27-28



中國外運股份有限公司
SINOTRANS LIMITED

地址：北京市朝陽區安定路 5 號院 10 號樓 B 棟

郵編：100029

傳真：8610 52296519

電子郵箱：ir@sinotrans.com

公司網址：<http://www.sinotrans.com>