

2023 社會責任報告

Environmental, Social and
Governance Report



目錄 CONTENTS

| | | | |
|--------------|----------|----------------|----------|
| 關於本報告 | 2 | 董事長致辭 | 3 |
| 報告簡介 | 2 | 關於中通 | 5 |
| 報告編制依據 | 2 | 2023年榮譽 | 8 |
| 報告範圍及邊界 | 2 | ESG管理 | 9 |
| 資料來源及可靠性保證 | 2 | ESG治理架構 | 9 |
| 確認及批准 | 2 | 利益相關方參與 | 9 |
| 獲取及聯繫方式 | 2 | 重要性議題評估 | 11 |

專題一

推動高質量發展 不負時代使命 13

| | |
|------------|----|
| 學思想 把握時代脈搏 | 13 |
| 擔責任 爭做時代先鋒 | 15 |

專題二

應對氣候變化 縱貫綠色郵路 17

| | |
|--------|----|
| 應對氣候變化 | 19 |
| 節能減碳 | 23 |
| 包裝材料使用 | 25 |

遞聯四海

匯萬物 通天下 28

| | |
|--------|----|
| 廣續創新基因 | 29 |
| 優先客戶體驗 | 34 |
| 打造責任鏈條 | 43 |
| 助力行業發展 | 47 |

同心協力

聚溫情 暖人心 50

| | |
|--------|----|
| 保障員工權益 | 51 |
| 賦能員工發展 | 60 |
| 共建富美鄉村 | 68 |
| 熱心社區公益 | 70 |

至誠至信

謀長遠 築久安 74

| | |
|--------|----|
| 築牢經營之基 | 75 |
| 夯實環境管理 | 80 |

| | |
|------------|----|
| 附錄一：關鍵績效匯總 | 83 |
|------------|----|

| | |
|-------------|----|
| 附錄二：ESG指標索引 | 87 |
|-------------|----|





用我們的產品
造就更多人的幸福

關於本報告

報告簡介

本報告是中通快遞(以下簡稱「中通」、「公司」、「我們」)發佈的第七份環境、社會及管治報告(以下簡稱「本報告」或「ESG報告」),旨在如實披露公司在ESG方面的表現,以及對於股東、客戶、夥伴、員工、環境、社區等重要利益相關方的履責實踐。本報告涵蓋2023年1月1日至2023年12月31日財務年度(「報告期」)的工作,特別說明之處除外。

報告編制依據

本報告參照香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「香港聯交所」)證券上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「香港聯交所《ESG報告指引》」)、全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的《GRI可持續發展報告標準(GRI Standards 2021)》、中國社會科學院《中國企業社會責任報告指南(CASS-ESG5.0)》《聯合國可持續發展目標企業行動指南》(SDGs)相關要求進行編制。本報告遵循以下編制原則:

重要性:公司ESG事宜重要性由董事會厘定,利益相關方溝通、重要性議題識別過程及重要性議題矩陣均在本報告中進行披露。

量化:本報告中定量關鍵績效指標的統計標準、方法、假設及/或計算工具,以及轉換因子的來源均在報告釋義中進行說明。

平衡:本報告不偏不倚地呈報公司報告期內的表現,避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷地選擇、遺漏或呈報格式。

一致性:本報告披露數據所使用的統計方法及口徑,如無特別說明,均與往年保持一致。

本報告附錄二詳列ESG指標索引,以方便讀者快速查閱。

報告範圍及邊界

本報告中提供的政策及數據若無特別注明,口徑與年報一致。

資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於公司統計報告和相關文件,且通過各部門層層審核。公司董事會承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述,並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告已獲ESG委員會及董事會審批通過。

獲取及聯繫方式

讀者可通過香港聯交所官網www.hkexnews.hk或公司官網<https://www.zto.com/index.html>「投資者關係」欄目獲取本報告電子版。如您對公司環境、社會及管治方面的披露和表現有任何意見或建議,請通過以下方式與我們取得聯繫。

總部地址:上海市青浦區華新鎮華志路1685號

郵遞區號:201708

聯繫電話:95311

企業郵箱:ga@zto.com

董事長致辭



中通快遞集團董事長兼首席執行官 賴梅松

2023年是中通快遞進入其第二個二十年發展的全新階段，這一年對於中通的戰略佈局和發展進程至關重要。站在共同拼搏鑄就的新起點上，我們肩負著更為重大的責任和擔當，懷抱著更為遠大的使命和理想。為此，我們唯有以更加飽滿的熱情、更為腳踏實地的態度以及更為堅韌不拔的精神，全力以赴地推動中通不斷攀登新的高峰，以期不負廣大客戶和社會各界的殷切期待。

在逐夢前行的同時，我們深刻地意識到ESG不僅僅是企業社會責任的一部分，更是企業確保長期穩健和可持續發展的戰略導向和核心驅動力。2023年，我們積極踐行ESG理念，在穩固企業治理水平的基礎上，不斷推進綠色轉型，保障員工發展，以高效服務及貼心的人文關懷回饋社會，不斷提升公司ESG表現。

在堅持黨的領導方面，我們認識到政治引領對於企業長遠發展的基礎性意義，通過深入推動黨建活動與教育宣傳，嚴謹推進黨風廉政建設，加強對員工的思想教育，以及充分發揮黨員的先鋒模範作用，促進了企業內部的和諧共融，從而為企業健康發展提供了堅實保障。

在應對全球氣候變化方面，我們深知氣候變化對社會和經濟的深遠影響，因此在2023年，我們通過主動識別並應對氣候變化風險，打造綠色物流模式，加強能源利用效率與溫室氣體排放管理，持續優化綠色環保包裝體系等舉措，著力減少企業碳足跡，致力於建設更為可持續發展的物流生態系統。

在產品創新方面，我們致力於研發更為智慧化、便捷化、安全化和可靠化的物流解決方案，以提升用戶體驗。通過引入人工智慧和數據分析等先進技術，優化物流運作流程，提高配送速度和準確性。這不僅是對市場需求變化的響應，更是我們借助高效率的物流運作模式，力求實現資源的最大化利用，從而達成可持續發展的長遠目標。

在員工關懷方面，我們進一步加強對員工權益的保障，更加注重員工精神需求，增強員工獲得感和幸福感。通過不斷豐富和完善員工權益保障體系，提供多元化的職業技能培訓和明晰暢通的職業晉升路徑，致力於構建極具吸引力且有利於員工成長的工作環境。此外，我們積極投身公益活動，通過支援偏遠地區教育事業、援助弱勢群體等方式，踐行企業的社會責任，積極回饋社會。

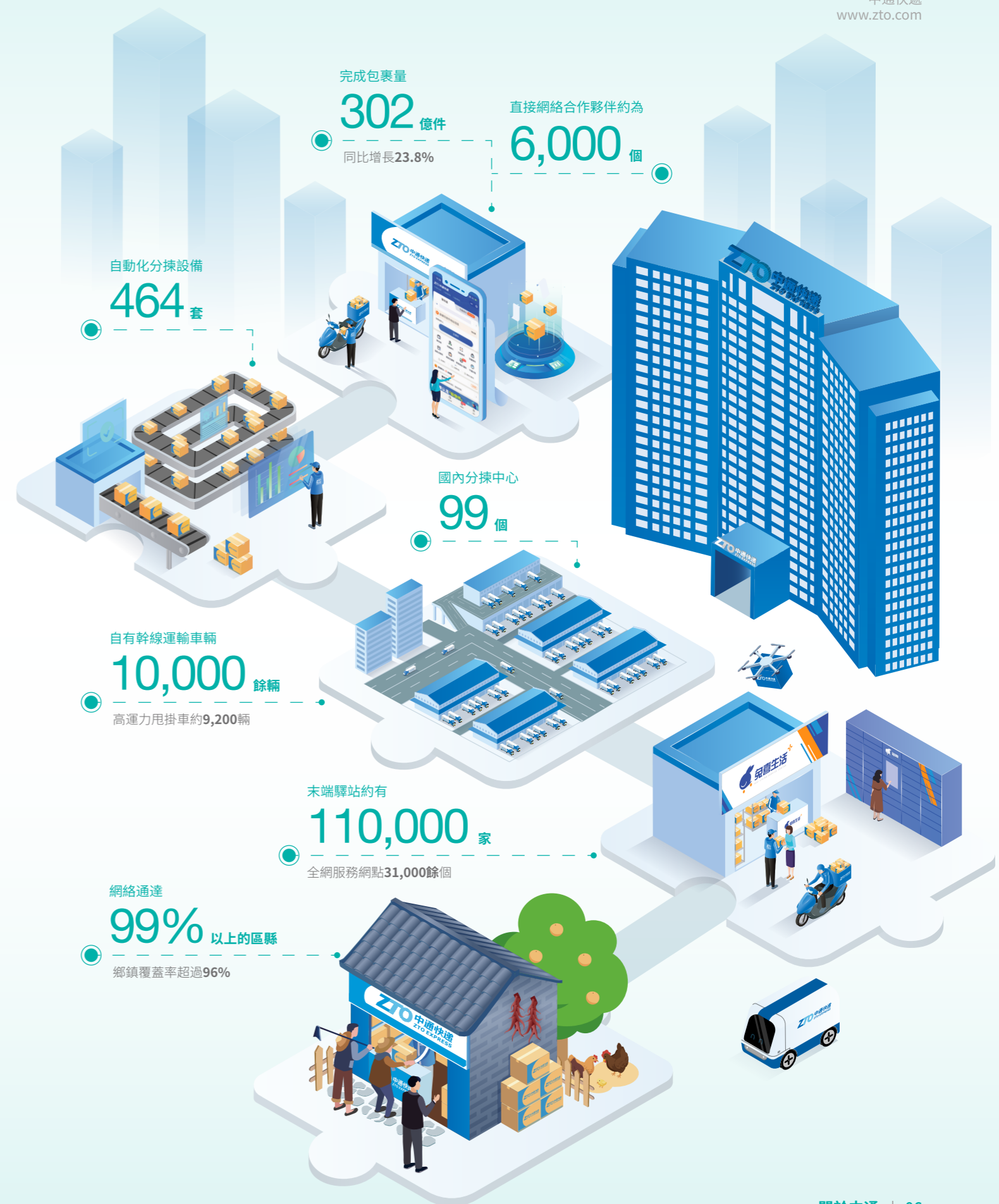
在公司治理與環境治理方面，我們強化企業管治水平，通過增強董事會多元性，優化風險管理流程，強化商業道德規範建設等方式，確保企業決策的合理性和企業運營的合規性。同時，我們通過引入更先進的環保技術、構建綠色辦公環境等方式，以實際行動踐行可持續發展理念，不斷提升企業的綠色發展水平。

不負韶華，唯有奮鬥。未來我們將順應行業發展趨勢，持續深化ESG各方面的實踐工作，與全體員工、廣大用戶和社會各界攜手並進，共同推動企業實現高質量發展，以實際行動踐行社會責任。

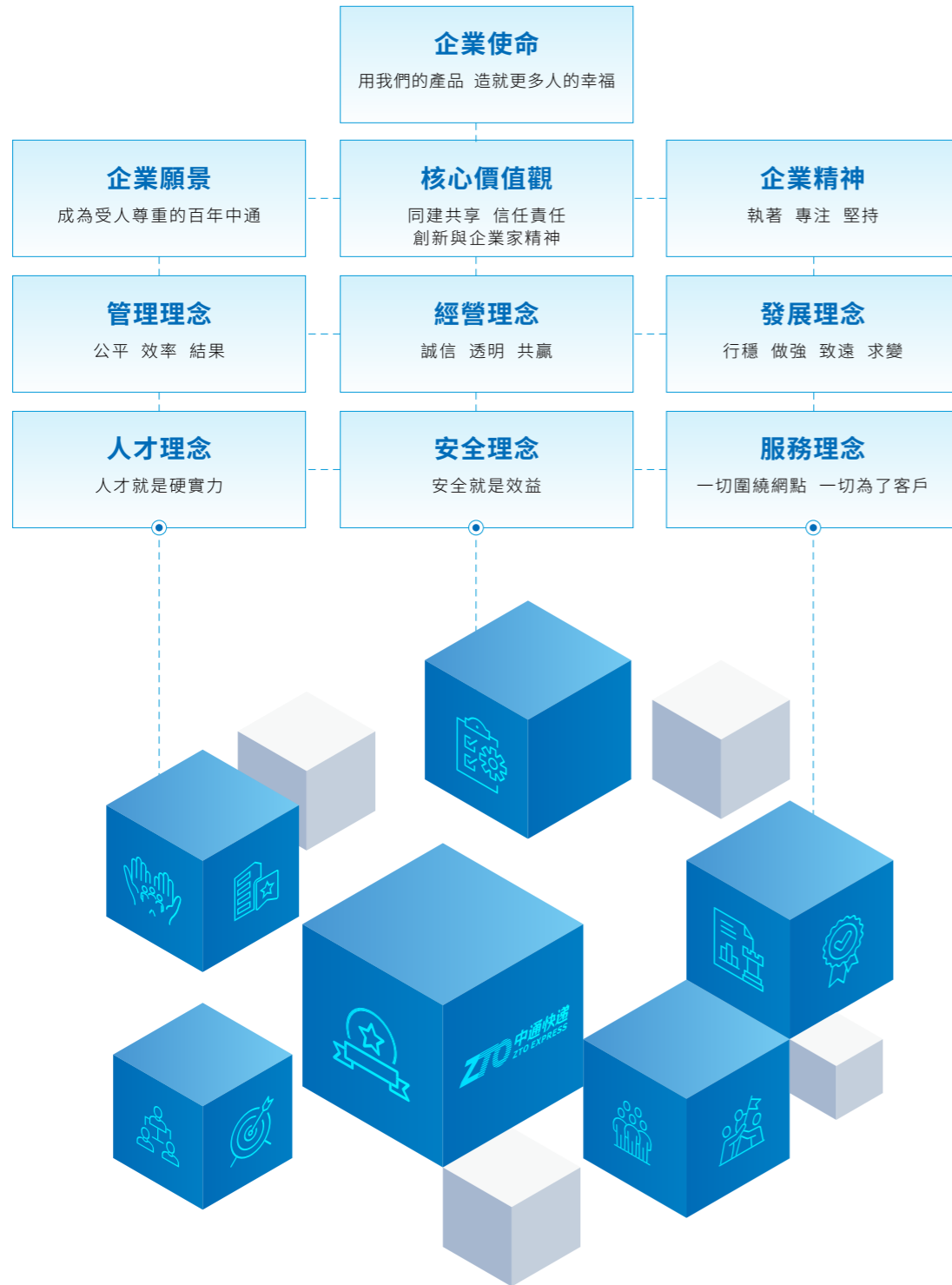
關於中通

中通快遞創建於2002年5月8日，是一家以快遞為核心業務，集跨境、快運、雲倉、冷鏈、金融、商業(免喜生活)等生態版塊於一體的綜合物流服務企業。2016年10月27日，中通快遞登陸美國紐約證券交易所，2020年9月29日，中通快遞根據《香港上市規則》第19C章在香港聯合交易所主板掛牌上市，成為第一家在美國和中國香港兩地上市的中國快遞企業。2023年5月1日，公司自願將其在香港交易所主板的二級上市身份轉換為主要上市身份正式轉換為香港聯交所及美國紐交所雙重主要上市公司。

中通快遞是全球包裹量最大的快遞企業。2023年，中通快遞完成包裹量**302億件**，同比增長**23.8%**，市場占比達**22.9%**，連續八年穩居行業第一。中通快遞擁有國內最廣、最深、最密的民營快遞網絡。2023年，中通快遞全網服務網點**31,000餘個**，國內分揀中心**99個**，**464套**自動化分揀設備，直接網絡合作夥伴約為**6,000個**，自有幹線運輸車輛**10,000餘輛**，其中約**9,200輛**為高運力甩掛車，幹線運輸線路**3,900餘條**，網絡通達**99%**以上的區縣，鄉鎮覆蓋率超過**96%**。



核心理念



2023年榮譽

報告期內，公司榮獲多項社會認可獎項：

| 榮譽名稱(部分) | 頒獎機構 |
|------------------------------|-------------------------|
| 2018-2019年度全國交通運輸行業文明單位(複審) | 交通運輸部 |
| 第21屆全國青年文明號 | 國家郵政局 |
| 2022年度全國郵政快遞業青年安全生產示範崗 | 國家郵政局 |
| 2022年度「公益之申」年度十佳公益企業 | 上海市民政局、上海公益新媒體中心等 |
| 2022年度上海市平安示範單位 | 平安上海建設協調小組 |
| 2023年「供應鏈管理服務與製造業深度融合發展」典型案例 | 上海市經濟和信息化委員會、上海市郵政管理局 |
| 2022年度青浦區服務業十強 | 上海市青浦區人民政府 |
| 2022年度青浦區創新創業優秀人才團隊獎 | 上海市青浦區人才工作領導小組 |
| 2023年上海市優秀學習型企業事業單位 | 上海市學習型社會建設與終身教育促進委員會辦公室 |
| 第一屆「杭州慈善獎」機構捐贈獎 | 浙江省杭州市人民政府 |
| 2023年中國民營企業500強(341位) | 中華全國工商業聯合會 |
| 2023年中國服務業民營企業100強(80位) | 中華全國工商業聯合會 |
| 2022年保通保暢貢獻獎 | 中國快遞協會 |
| 2022年服貿會快遞行業特別貢獻獎 | 中國快遞協會 |
| 2022年度全國先進物流企業 | 中國交通運輸協會 |
| 2022年度全國先進物流企業創新成長獎 | 中國交通運輸協會 |
| 2023年度中物聯科學技術進步獎 | 中國物流與採購聯合會 |
| 2023年中國物流企業50強(9位) | 中國物流與採購聯合會 |
| 2023年上海市五一勞動獎狀 | 上海市總工會 |
| 2023年上海生產性服務業領軍企業 | 上海生產性服務業促進會 |
| 「慈善捐贈 愛滿人間」榮譽 | 上海市慈善基金會 |
| 2022胡潤品牌榜(70位) | 胡潤研究院 |
| 2023中國品牌價值500強(196位) | 「品牌金融」(Brand Finance) |

ESG管理

我們堅信健全的ESG管治體系是企業高效履行對外環境社會責任的內部基礎。中通快遞致力於持續完善企業ESG管治體系，促進業務的長遠及可持續發展，為各利益相關方創造長遠的價值。

ESG治理架構

公司持續完善ESG治理，搭建了自上而下的ESG管治架構與管理機制。公司董事會作為中通快遞ESG管治的最高決策機構，對公司ESG工作承擔最終責任。董事會下設ESG委員會¹，負責協助董事會制定及檢討公司的ESG管理方針、管治架構、運營管理及執行效果等，並定期向董事會匯報ESG相關工作的績效表現及提供意見，監督落實相應改進方案。

ESG委員會下設ESG工作小組作為整體協調機構，負責做好ESG委員會決策的前期準備工作，協同本公司各部門、單位和子公司全面落實ESG工作，定期梳理匯總公司ESG相關工作進展與成效，並向ESG委員會進行匯報。












中通快遞ESG管治架構

¹更多關於ESG委員會的職能信息，請參見《ESG委員會經修訂及重述職權範圍》

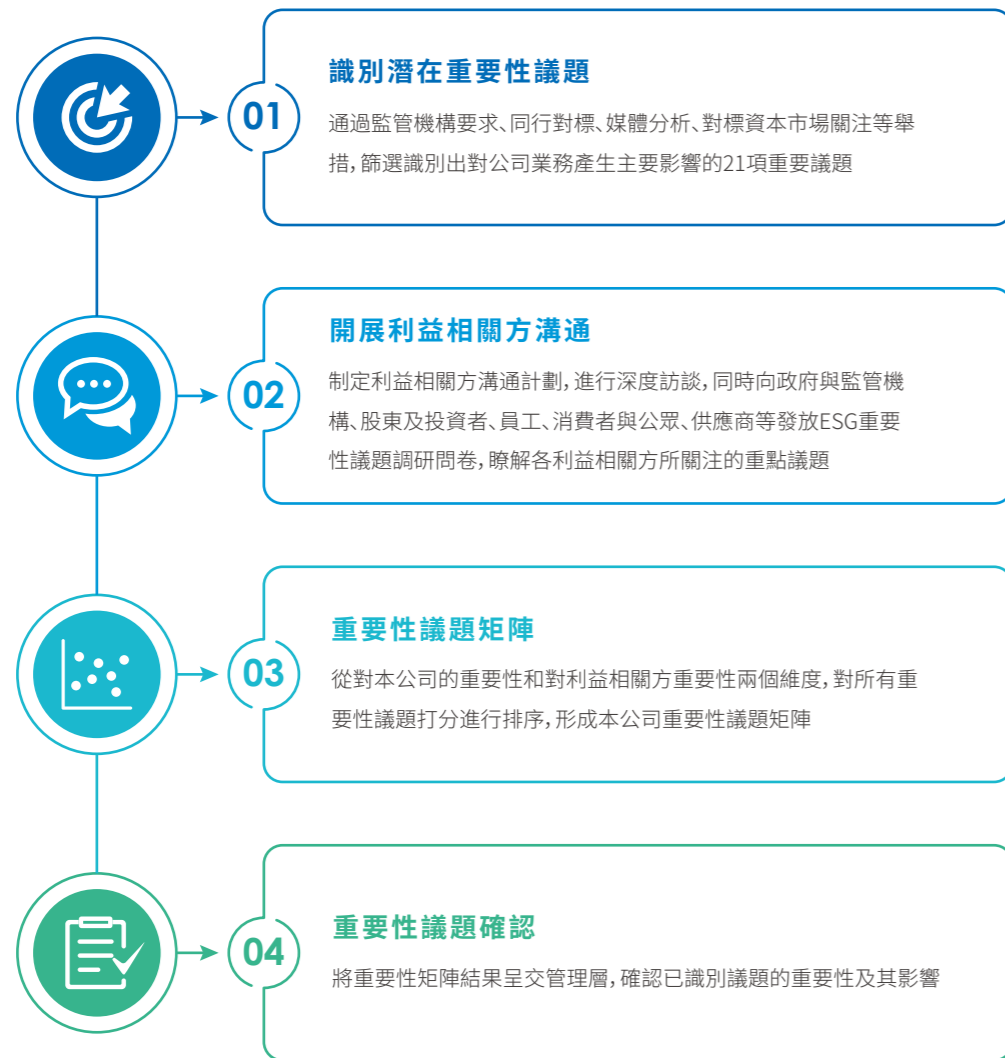
利益相關方參與

瞭解利益相關方的關注重點有助於我們厘定可持續發展計劃和未來業務方針。我們始終秉承開放、透明、合作的原則，積極開展利益相關方溝通，通過多元化的方式與各方保持緊密聯繫，以確保各方的訴求得到充分理解和有效回應，以瞭解他們對ESG議題的優次選擇和期望，收集其對公司ESG表現的建議與意見。

| 利益相關方類別 | 關注議題 | 溝通渠道 |
|--|---|--|
|  政府及監管機構 | <ul style="list-style-type: none"> • 合規經營 • 鄉村振興 • 綠色發展 • 支持社區發展 | <ul style="list-style-type: none"> • 公文報送 • 專題會議 • 定期公告 • 接待調研 |
|  股東與投資者 | <ul style="list-style-type: none"> • 運營風險管理 • 規範公司治理 • 數據隱私安全 • 投資者權益 | <ul style="list-style-type: none"> • 股東會議 • 業績發佈會 • 新聞稿、公告及路演 |
|  客戶與消費者 | <ul style="list-style-type: none"> • 安全寄遞與運輸 • 產品與服務優化 • 數據隱私安全 | <ul style="list-style-type: none"> • 滿意度調查 • 定期溝通、座談 • 客戶調研 |
|  員工 | <ul style="list-style-type: none"> • 薪酬福利 • 安全寄遞 • 健康安全 • 職業發展 | <ul style="list-style-type: none"> • 員工溝通 • 員工培訓 • 員工活動 |
|  加盟網點 | <ul style="list-style-type: none"> • 客戶滿意度 • 網點發展支援 | <ul style="list-style-type: none"> • 網點評估考核 • 網點現場訪問 |
|  供應商及承包商 | <ul style="list-style-type: none"> • 供應鏈ESG管理 | <ul style="list-style-type: none"> • 供應商考核 • 供應商走訪 |
|  合作夥伴 | <ul style="list-style-type: none"> • 行業進步 • 誠信經營 | <ul style="list-style-type: none"> • 公開透明招標程序 • 行業交流 • 實地調研 |
|  社區 | <ul style="list-style-type: none"> • 社區發展 • 鄉村振興 | <ul style="list-style-type: none"> • 公益慈善活動 • 志願服務 |
|  媒體 | <ul style="list-style-type: none"> • 支持社區發展 • 鄉村振興 • 技術創新 | <ul style="list-style-type: none"> • 新聞發佈 • 媒體交流 • 社會責任與可持續發展信息披露 |

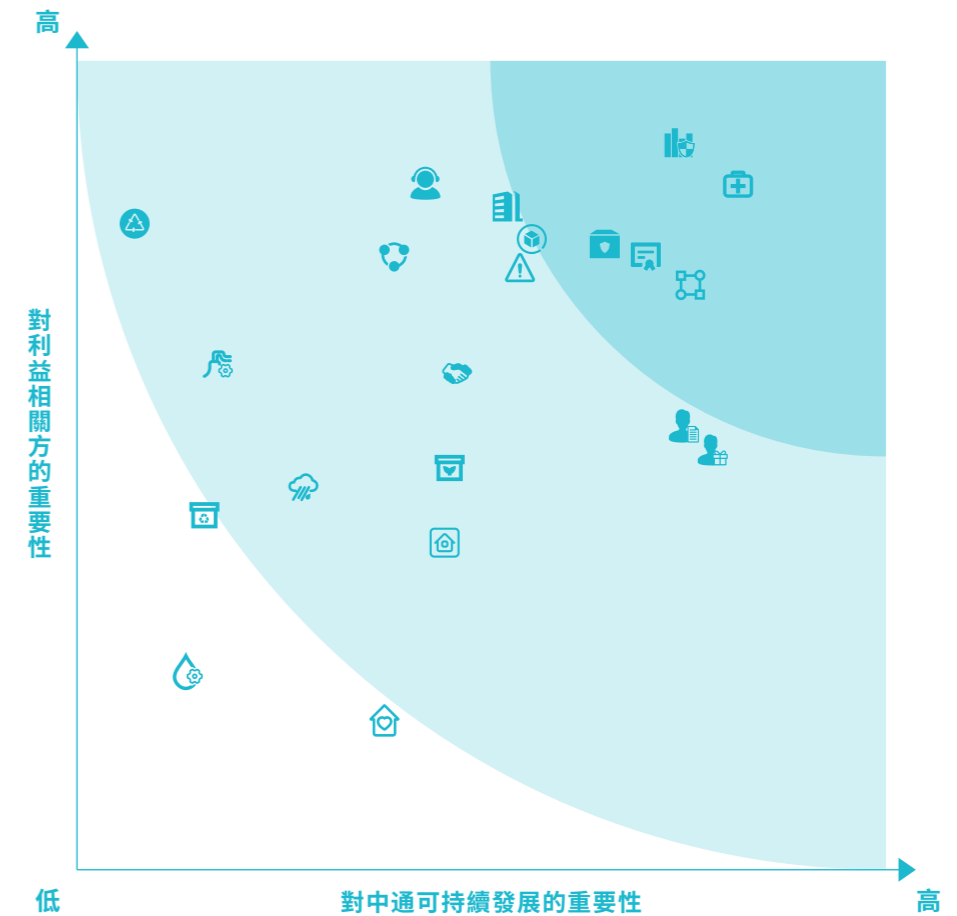
重要性議題評估

中通快遞根據利益相關方的反饋與全球可持續發展趨勢的評估，定期從對中通可持續發展的重要性和對利益相關方的重要性兩個維度審視與業務相關的ESG議題。我們根據聯交所《環境、社會及管治報告指引》，結合GRI標準、SASB、資本市場評級機構以及同行的關注議題，考慮行業特色與企業文化，識別出與公司高度相關的21個重要性議題。



重要性議題識別與評估過程

報告期內，我們對重要性議題進行回顧與檢討，並持續關注和分配資源，管理所有影響公司及利益相關方的議題。具體重要性矩陣圖如下：



- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ☑ 職業健康安全 ☑ 多元化與包容性 ☑ 數據與隱私安全 ☑ 寄遞安全 ☑ 合規與商業道德 ☑ 能源管理與溫室氣體排放 ☑ 減少污染 | <ul style="list-style-type: none"> ☑ 包裝材料使用 ☑ 應對氣候變化 ☑ 員工培訓與發展 ☑ 員工權益與福利 ☑ 供應鏈管理 ☑ 優質的客戶服務 ☑ 鄉村振興與共同富裕 | <ul style="list-style-type: none"> ☑ 產品服務創新 ☑ 合作共贏 ☑ 公司治理 ☑ 風險管理 ☑ 水資源管理 ☑ 廢棄物管理 ☑ 社區參與 |
|--|---|--|

中通快遞重要性議題矩陣

01
專題
SPECIAL TOPIC

推動高質量發展 不負時代使命

中通快遞堅信黨建工作是企業有效發揮黨組織政治優勢、組織優勢，讓企業行穩致遠的重要保障。這些年來，我們創新培育「幸福中通」黨建品牌，通過政治引領，用相信的力量澆灌企業成長。在工作中始終堅持黨的領導，在新時代不斷更迭思想、落實責任、培育優良企業文化。做到在思想上與黨中央保持高度一致，在行動上知行合一、勇於創新、敢於擔當，交上時代新答卷。

學思想 把握時代脈搏

中通快遞黨委堅持深入學習貫徹習近平新時代中國特色社會主義思想和黨的二十大精神，通過主題教育，用黨的創新理論統一思想、統一意志、統一行動，促進黨員幹部深刻領悟「兩個確立」的決定性意義，自覺增強「四個意識」、堅定「四个自信」、做到「兩個維護」，始終在思想上、政治上、行動上同黨中央保持高度一致。

公司黨委各支部通過制定「三會一課」、開展主題黨日等形式的學習計劃和黨建活動，傳承和弘揚黨的優良傳統和優良作風，積極組織為民服務、文明宣傳、環境整治等各類志願活動，並落實消防演練、發放寒潮暖心物資、小學生走進中通感受物流新科技等「一個支部一件實事」舉措，使主題教育「學思想、強黨性、重實踐、建新功」的總要求入腦入心，見行見效。



2023年4月，中共中通快遞股份有限公司委員會黨員代表大會在集團總部舉行

擔責任 爭做時代先鋒

中通快遞作為行業引領者，在行業發展中敢於作為、勇於擔當。在高度責任感和使命感的驅動下，不斷提升自身素質和能力，以身作則，為行業樹立良好榜樣，奮力成為全球一流的綜合物流服務商，切實解決行業難題，做真正的時代先鋒。



中通快遞總部舉辦「忠誠敬業向黨，責任擔當向中通」七一建黨節活動



2023年陝西管理中心「冬季送溫暖」活動



《中通快遞集團系列紅課》被評為上海市浙江商會第二屆優秀黨建品牌「最佳實踐案例」。同時，中通《創新培育「幸福中通」黨建品牌，讓黨的聲音傳遞「神經末梢」》黨建品牌項目獲得青浦區華新鎮「一支一品」十大基層黨建特色項目。



02
專題
SPECIAL TOPIC

應對氣候變化 縱貫綠色郵路

當前，氣候變化不僅對企業乃至社會的可持續發展構成了嚴峻挑戰，亦已成為人類極需解決的全球性問題。中通快遞致力於構建綠色物流體系，努力踐行運輸、倉儲、辦公等各場景的綠色運營，持續優化包裝選擇，助力國家「碳達峰、碳中和」目標達成，努力應對和緩釋氣候變化影響。

我們關注的議題

- 應對氣候變化
- 能源管理與溫室氣體排放
- 包裝材料使用
- 廢棄物管理

對應的SDGs



我們的行動

- 積極識別並開展氣候行動，強化能源管理，加大清潔能源投入和設備升級，減少溫室氣體排放
- 推廣綠色包裝，提高資源利用效率，減少廢棄物，引導綠色低碳的快遞消費模式

中通包裹綠色路線全景圖



應對氣候變化

作為一家負責任的企業，我們深知氣候變化對公司運營的影響。我們參照氣候相關財務披露工作組 (TCFD) 框架，將氣候變化納入企業治理和戰略框架，加強氣候變化風險與機遇識別管理，並及時檢討企業低碳發展達成效果，助力國家「碳達峰、碳中和」目標實現。此外，公司制定《滅火和應急疏散預案演練制度》《防汛應急預案》等管理制度，降低實體風險對企業正常運營的影響。

氣候變化治理

公司董事會對氣候變化相關風險和機遇負責，並授權ESG委員會全面監督相關管理工作，包括風險識別、評估及管理，同時ESG委員會每年定期向董事會匯報公司包括氣候風險的ESG相關事宜。我們將董事會薪酬績效表現與公司相關氣候變化表現掛鉤，持續提升公司氣候變化治理水準。

氣候變化策略

我們根據政府氣候變化專門委員會 (IPCC) 採用的共享社會經濟路徑 (SSP) 假設，對於公司運營的客觀情況以及可能在未來遇到的外部環境，如自然生態和社會經濟環境，識別包括升溫、海平面上升、極端氣候、氣候政策、能源技術變化的影響因素，我們選擇SSP1、SSP3路徑開展氣候情景分析。

| 類別 | | SSP1 | SSP3 |
|-------------------|--------|--|--|
| 自然生態 ² | 升溫 | 2040年較前工業化時期上升1.5°C (2100年上升1.5°C) | 2040年較前工業化時期上升1.6°C (2100年上升3.9°C) |
| | 海平面上升 | 2040年較現在上升0.1米 (2100年上升0.4米) | 2040年較現在上升0.1米 (2100年上升0.6米) |
| | 極端氣候 | 頻率和強度一定程度上增加 | 頻率和強度大幅增加 |
| | 陸上強降水 | 氣溫上升1.5°C-2°C時，降水強度會增加10.5%-14% | 氣溫上升2°C-4°C時，降水強度會增加14%-30.2% |
| 社會經濟環境 | 氣候政策 | 多個國家、地區和經濟體發佈逐步趨嚴的低碳相關政策及法規，進行遠期的淨零排放或碳中和目標承諾，對全球性環境問題進行管理 | 主要國家已開展氣候政策行動，但部分國家及地區缺乏碳中和目標，並無詳細的近期行動及計劃目標 |
| | 能源技術變化 | 減少化石燃料使用，轉向可再生能源 | 非化石燃料在一次能源消費中仍占一定比例 |
| | 新能源運輸 | 新能源汽車應用比例快速增加，將作為主要運輸車輛方向 | 新能源汽車比例有序增加，傳統能源車輛經歷有序轉型 |

²數據來源：IPCCAR6ClimateChange2021:ThePhysicalScienceBasis

氣候變化風險與機遇分析

我們分析了SSP1和SSP3情境下對中通快遞運營的潛在影響，並識別出不同場景下潛在的實體風險和轉型風險。

• SSP3情景下中通快遞業務的風險識別及應對

在SSP3的情景下，伴隨著溫室氣體排放處於高水平、極端天氣發生比例顯著提高等問題，中通快遞將面臨更多來自實體風險上的挑戰。我們識別並分析了急性實體風險及慢性實體風險下的潛在影響。

| | | 主要影響描述 | 影響維度 |
|------|--|---|--|
| 實體風險 | 急性 | <ul style="list-style-type: none"> 強降水和洪水 低窪處的轉運中心、運營網點淹水、受損風險增加 影響運輸時效性，快件損毀遺失風險提升 對企業設施及車輛造成嚴重破壞 影響員工通勤及快遞派送 可能對電力設施造成破壞，影響運營地的正常運營 | <ul style="list-style-type: none"> 基礎設施損壞 運營成本增加 人員健康威脅 營收下降 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 極熱/極寒天氣 可能對運營、辦公場所的用水、用電造成影響，干擾正常生產運營 司機及員工戶外作業風險增加 運營、辦公場所里保障恆溫的能源消耗增加 | <ul style="list-style-type: none"> 運營成本增加 人員健康威脅 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 颱風 運營線路受損，影響快遞運輸派送 颱風起降，運營網點受損風險增加 | <ul style="list-style-type: none"> 營收下降 基礎設施破壞 |
| | 慢性 | <ul style="list-style-type: none"> 平均氣溫上升 高溫天氣對員工身體健康造成不利影響 製冷設備需求增加 | <ul style="list-style-type: none"> 人員健康威脅 運營成本增加 |
| | <ul style="list-style-type: none"> 海平面上升 位於高風險沿海地區資產及運輸線路運營穩定性降低 | <ul style="list-style-type: none"> 基礎設施損壞 | |

• SSP1情景下中通快遞業務的風險識別及應對

在SSP1的情景下，伴隨著低排放情景下宏觀政策趨嚴，以及全社會低碳轉型浪潮，中通快遞將更多面臨來自轉型風險方面的挑戰。我們基於政策和法規、市場、技術及聲譽四個維度，識別並分析了轉型風險下的潛在影響。



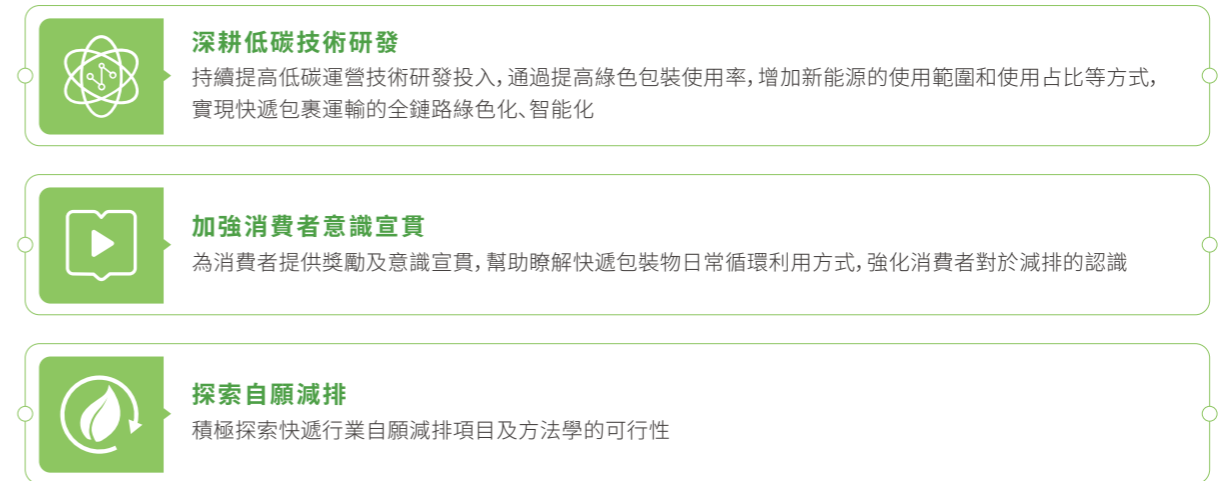
• 氣候變化機遇

中通快遞深信氣候變化在帶來風險的同時，低碳、綠色發展趨勢也為企業轉型發展帶來了各種機遇。報告期內，我們識別的相關機遇及應對措施如下。

| 機遇 | 資源效率 | 能源種類 | 產品服務 | 氣候適應性 |
|----|--|--|---|---------------------------------------|
| | 通過採用更高效的運營和生產方式，提高資源使用效率，減少溫室氣體、污染物和廢棄物排放，踐行可持續發展和循環經濟理念，降低公司中長期運營成本 | 在生產運營過程中引入更多的可再生能源，能夠提升公司應對能源供給變化風險的能力，獲得支持性政策激勵，在碳市場中獲得優勢，降低公司中長期運營成本 | 持續的綠色低碳產品創新，確保公司能夠提供符合綠色消費理念的產品和服務，在行業內獲得競爭優勢 | 開展工藝流程優化、產品類型調整等低碳轉型措施，提升企業韌性與整體抗風險能力 |

• 氣候變化指標及目標

我們將持續推動內部低碳轉型，明確企業低碳發展目標，按年度開展績效考核，確保既定目標的有效達成。



中通快遞節能降碳承諾

中通快遞致力於構建綠色、迴圈、低碳的快遞物流體系。我們以科技創新為驅動，以綠色低碳為路徑，以引領物流行業可持續發展為航標，聚焦運輸環節低碳轉型、中轉環節清潔智能、網路運營提質增效，實現2028年自身運營單票碳排放下降20%的減排目標，攜手價值鏈合作夥伴，在綠色低碳高質量發展之路上行穩致遠。

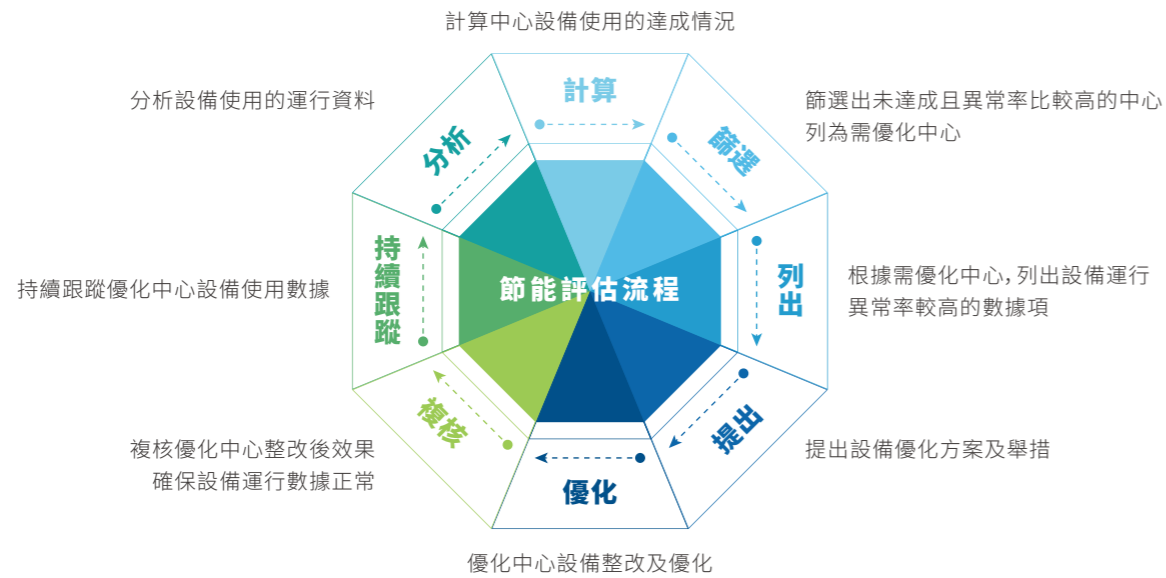
中通快遞溫室氣體減排目標

| 指標 | 目標類型 | 基準年 | 2028年目標 |
|---------------------------------------|------|------|---------|
| 單件快遞溫室氣體排放強度 (千克CO ₂ 當量/件) | 強度 | 2023 | 減少20% |



節能減碳

中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等運營所在地的相關法律法規，通過建立健全內部能源管理制度及流程要求，制定並持續追蹤能源目標達成情況，為員工進行能源效率相關的培訓和宣傳教育，提升節能意識。對於外包物流供應商，公司致力於改善其環境績效，將倉庫資源是否具備光伏設施，車輛排放標準是否是國五及國五以上，配送是否有新能源車輛資源作為篩選要求，共同打造綠色運營體系。



我們認識到優化能源使用是減少運營產生溫室氣體排放的重要途徑之一。報告期內，我們通過管理提升和技術革新，不斷探索節能降耗空間，並通過分析能源管理目標落實情況，持續跟蹤並全面提升能源使用效率。此外，我們大力推行能源結構優化，積極採用清潔能源，著力提高清潔能源使用比例。其中，在光伏發電方面，2023年公司光伏鋪設面積約37萬平，實際發電量40,150兆瓦時，發電量同比增加34%，其中自用部分26,010兆瓦時。

| 能源消耗 | 單位 | 2023年數據 |
|----------------|-----|-------------------|
| 綜合能耗量 | 噸標煤 | 732,619.73 |
| 直接能源消耗量 | 噸標煤 | 648,856.31 |
| 柴油 | 噸 | 444,284 |
| 天然氣 | 立方米 | 1,120,623 |
| 可再生能源發電量 | 兆瓦時 | 40,150 |
| 可再生能源使用量 | 兆瓦時 | 26,010 |
| 間接能源消耗量 | 噸標煤 | 83,763.42 |
| 外購電力 | 兆瓦時 | 681,557 |

| 能源消耗密度 ³ | 單位 | 2023年數據 |
|---------------------|-----------|---------|
| 直接能源消耗密度 | 噸標煤/萬元人民幣 | 0.169 |
| 間接能源消耗密度 | 噸標煤/萬元人民幣 | 0.022 |
| 綜合能源消耗密度 | 噸標煤/萬元人民幣 | 0.191 |

| 溫室氣體排放 ⁴ | | | |
|---------------------|---------|-----------|--------|
| 直接排放(範圍一) | 噸二氧化碳當量 | 1,402,275 | |
| 間接排放(範圍二) | 噸二氧化碳當量 | 388,692 | |
| 其他間接排放 (範圍三) | 透明膠帶 | 噸二氧化碳當量 | 2,151 |
| | 面單 | 噸二氧化碳當量 | 54,537 |
| | 其他 | 噸二氧化碳當量 | 98,277 |
| 溫室氣體排放總量 | 噸二氧化碳當量 | 1,945,932 | |

| 溫室氣體排放密度 | | |
|-------------|----------------|-----|
| 直接排放密度(範圍一) | 千克二氧化碳當量/萬元人民幣 | 365 |
| 間接排放密度(範圍二) | 千克二氧化碳當量/萬元人民幣 | 101 |
| 溫室氣體排放密度 | 千克二氧化碳當量/萬元人民幣 | 507 |

³能源消耗量的計算參照中華人民共和國國家標準《GB/T2589-2020綜合能耗計算通則》。

⁴溫室氣體排放量的計算參照《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》、中華人民共和國國家發展改革委《工業其他行業企業溫室氣體核算方法與報告指南(試行)》，電力折算系數(2022中國電網平均排放因數:0.5703千克/千瓦時)參照國家生態環境部《關於做好2023-2025年發電行業企業氣體排放報告管理有關工作的通知》。

積極投身清潔能源與設備改造

2023年，中通快遞合肥分撥中心在清潔能源持續方面加大投入力度，我們利用閒置房頂開展光伏鋪設，增加20,000平方光伏發電設施，年發電量達220萬千瓦時，為廠區提供源源不斷的綠色電能。同時，我們通過更新淘汰現有低效高能耗的供用電設備，優化分揀作業流程，提高設備運行效率，實現全年節約約50萬千瓦時。

包裝材料使用

中通快递致力於從源頭減少資源消耗及廢棄物，制定了《增值服務監督管理條例》《中通快递快件包裝操作規範》，明確了包裝原則、工具和包裝材料的選擇標準，要求在滿足市場需求的前提下，盡可能減少包裝材料的使用。

同時，我們在包裝材料選擇及循環利用方面持續投入，探索諸如高效冷媒開發、高保溫袋開發、廢棄瓦楞紙板二次利用、循環折疊周轉筐開發等一系列綠色、循環包裝材料研發及應用場景，以最大限度地減少包裝和包裝廢棄物的環境影響。

截至報告期末，我們的電商快件不再二次包裝比例為93.34%，採購使用符合標準的包裝材料應用比例91.83%，按照規範封裝操作比例95.15%，使用可循環包裝的郵件快件達2,522萬件以上，回收復用質量完好的瓦楞紙箱達14,652萬個以上。

数据摘要

電商快件不再二次包裝比例為 **93.34%**

採購使用符合標準的包裝材料應用比例 **91.83%**

按照規範封裝操作比例 **95.15%**

使用可循環包裝的郵件快件達 **2,522** 萬件以上

回收復用質量完好的瓦楞紙箱達 **14,652** 萬個以上

| 包裝採購量 | 單位 | 2023年數據 |
|-------|----------|------------|
| 透明膠帶 | 千克 | 777,895 |
| 面單 | 千克 | 29,132,749 |
| 防水袋 | 千克 | 3,624,120 |
| 信封 | 千克 | 33,976,125 |
| 紙箱 | 千克 | 111,685 |
| 其他包裝 | 千克 | 442,030 |
| 包材密度 | 千克/百萬人民幣 | 1,681.91 |

擴大環保袋循環使用能力

在中轉過程中，我們致力於逐步提高環保袋使用占比。我們在分撥中心部署了帶RFID電子標籤可循環環保袋，相較於傳統的只能使用約兩次的編織袋，環保袋實際可重複使用達到100次以上。

基於感應RFID的電子標籤，我們可收集快件中轉、丟失、流向等信息，在減少浪費、降低污染的基礎上，提高轉運中心操作效率，實現了中轉過程中的綠色化、循環化與智慧化。

同時，為了加強環保袋的流動效率，公司開發專門的網點發放回收系統，提升一級網點與下屬網點之間的環保袋流通循環使用，方便一級網點內部管理發送至下屬網點環保袋的跟蹤和庫存情況，並利用中心幹線運輸空倉車輛調撥環保袋，實現環保袋的合理調度和追蹤管理。



為了持續加強內部綠色包裝知識的普及，我們設計並上線了關於綠色包裝的一系列專項培訓課程，宣傳綠色規範包裝方式，避免過度包裝，實現節約資源，防止污染環境。同時，我們通過網點包裝抽檢、調研等形式，對相關培訓結果開展閉環驗收，致力於將綠色包裝治理工作落到實處。



中通快递綠色包裝培訓



遞聯四海 匯萬物 通天下

中通快遞深耕快遞主業，致力於以創新的產品和優質的服務更好滿足人民群眾日益增長的用郵需要。以「同建共享」的網絡合作夥伴模式與集中管理的自有中天系統，構建差異化的底層加盟網絡，利用核心快遞基礎設施和資源接入整合能力，逐步構建起綜合物流生態圈，用實際行動兌現「用我們的產品造就更多人的幸福」的企業使命。

我們關注的議題

- 優質的客戶服務
- 數據與隱私安全
- 產品服務創新
- 寄遞安全
- 供應鏈管理
- 合作共贏

對應SDGs



我們的行動

- 技術與服務相融合，保障客戶隱私安全，優化客戶服務體驗
- 數字化轉型升級，通過創新品質產品與服務滿足客戶多樣化需求
- 賦能直鏈，加強基層網點建設
- 踐行綠色採購原則，完善供應鏈ESG管理
- 聯動上下游夥伴，實現合作共贏

廣續創新基因

中通快遞始終堅持以創新為動力，不斷健全完善研發管理體系，創新產業佈局和產品研發，將數字化、智慧化作為當前轉型升級，打造智慧物流的必由路徑，更好地為客戶業務發展保駕護航。

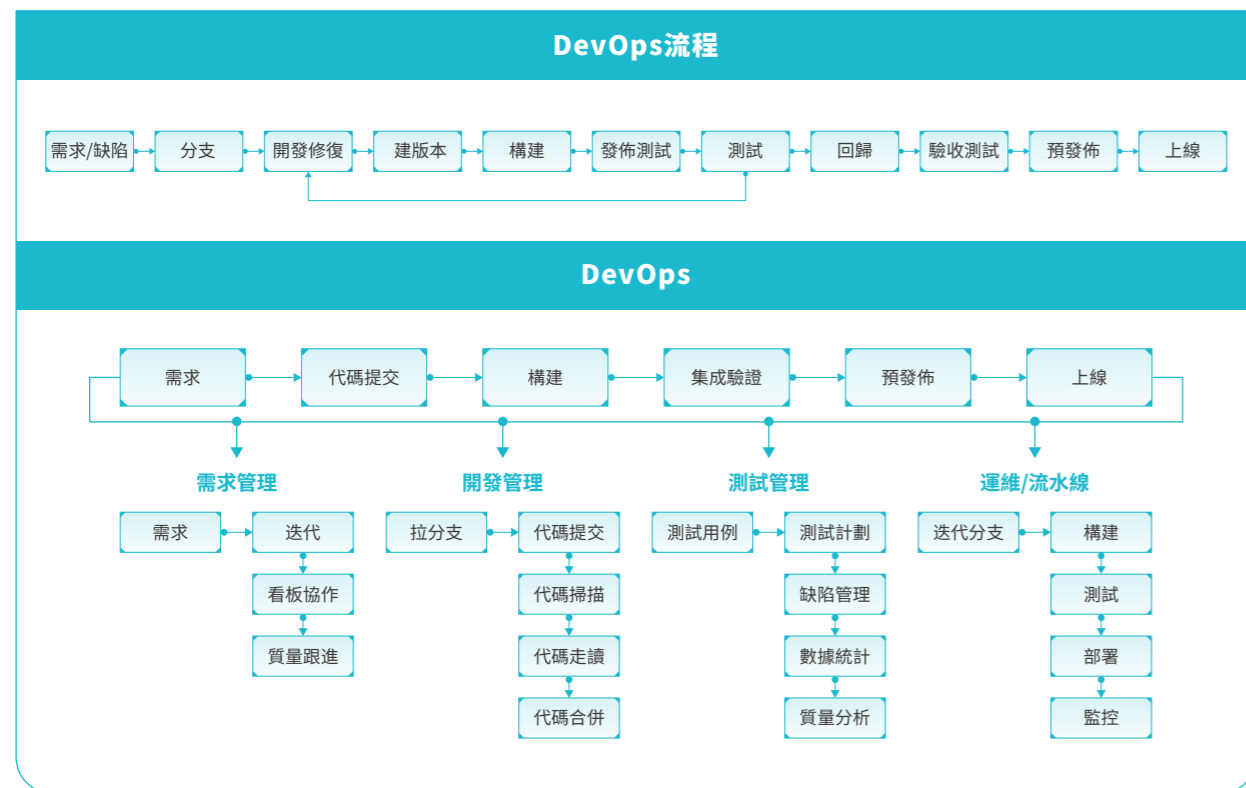
科技創新

中通快遞持續深化科技創新，借助自身先進的研發管理機制，積極開展自主研發，將數字化技術融入快遞業務全場景，以技術創新提高全鏈條運營效率，滿足客戶多樣化的需求。

• 研發創新管理

中通快遞專注於為消費者和客戶提供轉型升級的物流解決方案，持續加大研發投入力度，完善研發創新機制，加速成果轉化，助力創新成果在業務端實現高質量快速交付。

中通快遞搭建了由各部門分散建設向企業統一建設的一站式產研工作平臺 (DevOps)，集合需求管理、缺陷管理、任務管理、版本迭代管理、項目管理、測試管理、目標管理、應用與集群管理、發佈管理等產研全流程功能，暢通各環節信息溝通，實現開放、高效的協作，提升研發能效。



中通快遞產研流程一站式工作平臺

• 技術創新提升運營效率

中通快遞積極踐行「互聯網+物流」的理念，以數字化賦能業務，實現數據服務業務流程，驅動業務決策，通過自主研發的科技產品和技術創新，促進數字化轉型在「收、轉、運、派」快遞全週期的應用，實現物流全環節的數字閉環。

全網數據跟蹤報表和快件跟蹤，為商家提供快遞視覺化信息

中通快遞通過數據整合、場景聚合、閉環操作，為客戶提供進出港跟單服務，實現實時運單跟單狀態查詢及操作。同時，還面向客服（總部、管區、網點）、網點各級職能人員、業務員、各級網管等幾十種角色提供快件跟蹤，圍繞著運單維度的基礎信息及異常數據，作為使用者去處理問題及處理問題的決策依據。



攬派AOI分組，智慧化措施優化工作效率

攬件AOI分組：基於系統訂單分配給取件員後混在一個列表導致攬收取件效率低的問題，中通快遞研發並推廣使用攬件AOI分組，AOI可理解為「最小攬派區域」，業務員不僅可以按分組規劃合理路線取件，還可以移動矯正分組，提升訂單搜索與取件效率，間接提升了網點業務量。

派件AOI分組：為解決包裹在分揀、派送到簽收環節效率低的問題，中通快遞設計AOI四段碼圍欄，將業務員送貨上門包裹按地址做精細化分組，提升分揀、派送、簽收效率，現已覆蓋7個管區，「100+」網點。

「快遞管家系統」為不同類型商家提供便利服務

為提升中小商家和大商家客服體驗，中通快遞持續升級並優化「快遞管家系統」功能。對於中小商家，快遞管家系統可實現智慧AI群聊售後和退款自動攔截功能，更及時、更自動化的處理商家店鋪售後服務需求。此外，快遞管家面向中小商家還上線了面單自助充值功能，支援商家隨時隨地進行面單充值，極大的方便了商家使用體驗。

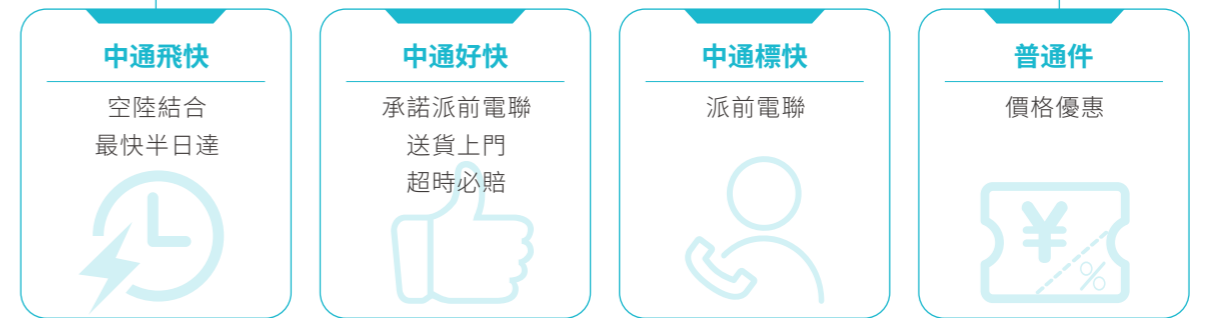
對於大商家群體，快遞管家提供了訂單自主對接接口能力，支援商家通過接口加密形式，將訂單對接通過快遞管家系統回傳單號，全程不僅保證了商家客戶數據的安全，更輔助商家在自研系統內完成了訂單管理、打單發貨的閉環處理，極大的提升了商家訂單管理及打單發貨效率。在售後服務方面，快遞管家面向大商家對外攔截退改接口，支援大商家通過接口對接的形式在自研商城內發起攔截、退改等售後工單，極大的提高了自研大商家的服務體驗。



產品創新

中通快遞持續優化產品結構，不斷完善和升級多元化產品矩陣，加速實現產品的分層及生態體系建設，同時，公司繼續深入拓展「兩進一出」，加速推進最後一公里的末端建設。報告期內，公司先後推出和升級多款高附加值產品，更好地滿足多樣化的客戶需求。

中通快遞旗下產品矩陣全面升級



• 產品賦能多行業發展

中通快遞主動嵌入多個行業上下游產業鏈，為客戶量身定制個性化服務，提供集運輸、包裝、出入庫、嵌入供應鏈、售後等於一體的一攬子解決方案，使中通快遞成為眾多行業產業鏈中不可或缺的一環。

開拓備件物流供應鏈，為客戶安上融合發展「風火輪」

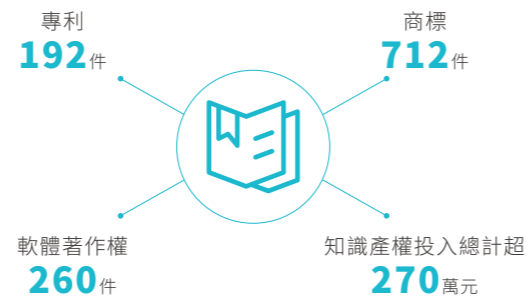
如何高效、準確地管理大量不同類型的汽車備件，並確保它們能夠及時送達全國各地的服務中心是汽車行業在備件供應鏈管理中一個典型挑戰。中通快遞依託快遞和快運兩張大網的資源優勢，提升客戶備件物流網絡的靈活性和響應速度，通過快遞和快運網絡之間的無縫銜接，確保了訂單在最合適的網絡中得到處理，以提高整個備件供應鏈的運輸效率。該合作模式為客戶降低約10%的物流成本，同時配送時效達到預期服務水準，高效服務滿足了終端4S門店及經銷商的經營需求。

聚合優勢資源，協力打造酒類物流及供應鏈新格局

中通快遞依託自身資源優勢，與茅臺物流進一步合作，共同打造標準化的智能白酒供應鏈服務體系，探索出酒類供應鏈系統模型，助力白酒產業鏈向智慧化、精細化轉型升級，提升效率和服務體驗。

• 知識產權保護

中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規要求，修訂《知識產權管理制度》，激勵員工積極參與知識產權的創造和應用，確保專利申請質量，促進公司的技術創新和核心競爭力提升。報告期末，公司獲得專利192件，軟體著作權260件，商標712件，本年度知識產權投入總計超270萬元。



拓展農產品全鏈路，探索預製菜物流新賽道

預製菜配送有著新鮮、時效等最關鍵訴求。中通快遞充分依託全國倉配網絡，強化數字化城市配送平臺和自研預製菜加工管理系統賦能，高效完成農產品原材料“采、加、倉、配、銷”一體化管理，保障每一份預製菜新鮮、安全送達，助力預製菜行業新發展。

• 快遞出海讓世界無界

基於共商共建共享理念的「一帶一路」倡議與各國發展戰略無縫對接，物流領域的對接與合作正快速發展，中通快遞依託強大的地面服務網絡與全球資源整合能力，打造以快遞為核心的綜合物流體系，加快構築全球可達、自主可控的國際物流網絡。



中通國際產品及服務內容

連結跨國友誼 共享經貿發展

在「一帶一路」倡議的引導下，中通快遞老撾公司抓緊機遇，整合優化運營資源，依託成熟健全的本土服務網絡，憑藉F2B2C一站式冷鏈服務能力及「中老泰」全程鐵路運輸優勢，已發展成為集中老跨境冷鏈、普貨運輸、本土快遞、貨運、倉配、鐵路運輸等於一體的綜合物流服務公司。截至報告期末，中通快遞老撾公司已開通網點200多個，服務覆蓋老撾17省，為中老兩國及東盟經濟貿易發展更好地貢獻中通力量，助力RCEP經貿合作提速升級。



優先客戶體驗

中通快遞將客戶服務視為企業的核心競爭力之一，始終堅持以客戶為中心的服務理念，保障寄遞安全，全面構築客戶服務體系，提升客服人員服務意識，竭誠為客戶提供專業的快遞物流服務。

安全寄遞

中通快遞嚴格落實「實名收寄、開箱驗視、過機安檢」三項制度，強化寄遞安全管理機制，聚焦平安寄遞，以科技手段加強安全管控，保障寄遞渠道安全暢通。

寄遞安全目標及達成情況

- **目標制定:** 重點管控高危風險禁運品，降低事故事件、重大安全事故發生；投放智慧安檢機52台、下單階段攔截系統31,500條；開發及推廣違禁品處罰線上化、處罰單約談線上化、承諾書電子簽、違禁品客戶黑名單等系統
- **整改舉措:** 網點自查自糾、警示約談
- **達成情況:** 2023年寄遞安全事故0起，違禁品導致的重大事故事件0起

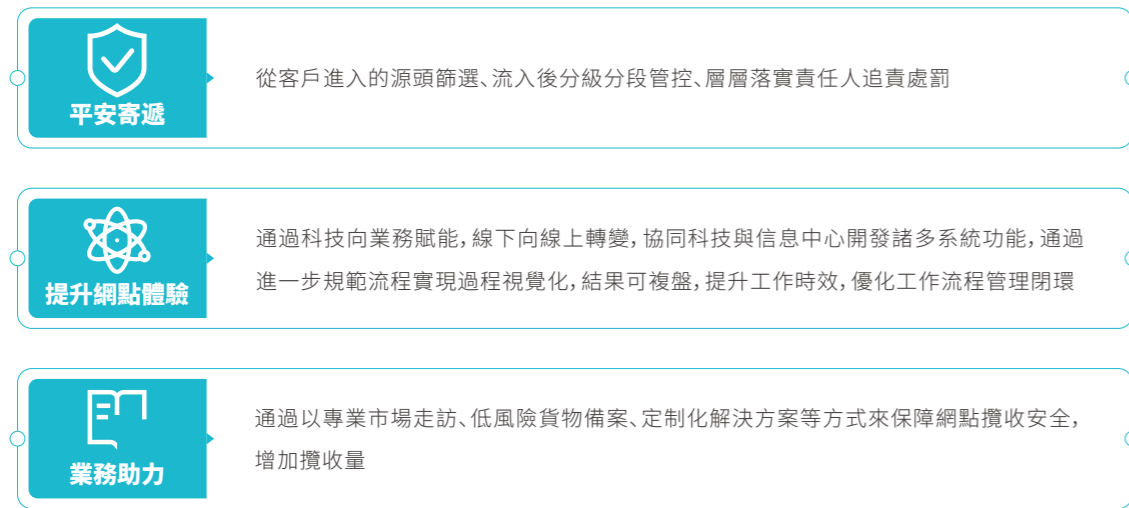
• 落實三項制度

中通快遞認真執行《中華人民共和國郵政法》《郵政行業安全監督管理辦法》《快遞安全生產操作規範》等法律法規，嚴格落實「三項制度」，保障寄遞安全。2023年，公司針對違禁品快件、電池類違規快件、實名寄遞等方面開展專項管控舉措，持續提升寄遞安全管理。



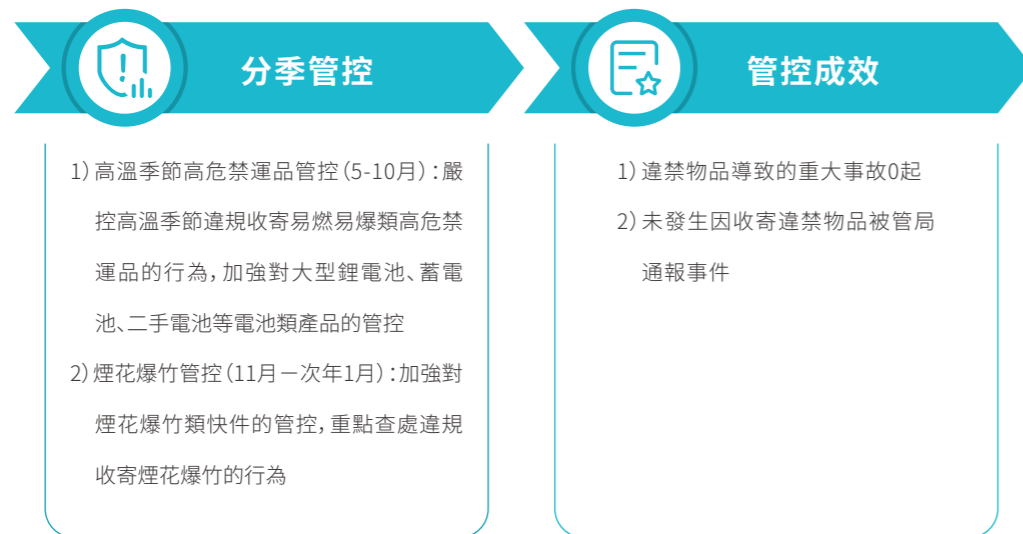
• 寄遞安全提升專項

中通快遞為解決因違規貨物攬收造成的燒車損失、網點信息傳遞慢，重大會議管控效果差、網點有貨不能收等問題，在報告期內開展專項提升計劃，提升網點/中心感知效率，提升寄遞安全。



違禁品分級、分季管理，保障寄遞安全

公司在寄遞管控方面針對違禁品展開分級、分季管理，實施「平安寄遞專項」，禁止毒品、槍支爆炸物品、反宣品、危險化學品、侵權假冒商品、假劣藥品、外來入侵物種、假幣及野生動植物等禁寄物品流入中通寄遞網絡。

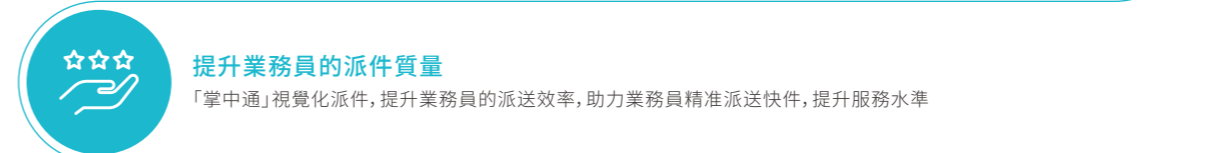


優質服務

公司一直重視穩定和發展與客戶之間關係，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，秉承「一切圍繞網點，一切為了客戶」的服務理念，不斷完善客戶服務機制，提升服務質量，在追求「卓越」服務品質的道路上持續發力。

• 優化管理舉措

中通快遞致力於建設完整、全面、科學的客戶體驗監測能力，通過服務智能化、高效化等方式持續優化服務模式，注重提升客戶物流體驗，精準高效地滿足客戶多樣化的訴求，持續提升客戶體驗。



提高服務質量舉措

| 線上策略和線上客戶 | | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|---|------|------|------|
| 使用線上服務/平臺的客戶數量 占總客戶量的百分比 | % | 92 | 94 | 95 |
| 線上渠道帶來的收入 占總收入的百分比 | % | 90.3 | 92.1 | 92.4 |

• 客戶反饋

中通快遞建立高效的客戶服務體系，打造多渠道反饋機制。2023年中通快遞不斷拓展客戶反饋渠道，全量收集客戶訴求，目前共有95311官方渠道、線上機器人、官方小程序等多個受理渠道，並對部分反饋渠道進行升級，通過三方群聊、生態互通、定向推評、處理流程優化、異常管控等方式為客戶反饋和解決問題提供便利。同時，公司依託服務質量評價體系指標，降低服務異常情況及服務失敗的影響程度。2023年，中通快遞全渠道接通率96.07%，較2022年提升2.56%。每萬件客戶投訴數量1.99次，較2022年下降2.45%。

中通快遞積極瞭解客戶對服務方面的期望和評價，通過客戶反饋及滿意度調查結果分析，不斷改進服務質量，滿足客戶的需求。

| 客戶滿意度 | | | |
|----------------|-------|------|---|
| 客戶滿意度 (近四年) | 2020年 | / | % |
| | 2021年 | 90.8 | % |
| | 2022年 | 91 | % |
| | 2023年 | 94 | % |
| 2023年客戶滿意度覆蓋範圍 | | 96 | % |
| 2023年客戶滿意度目標 | | 92 | % |

數據邏輯：企業內部取調研樣本，覆蓋全國各區域數據情況進行計算

• 客服培訓賦能

為提升全網客服受理能力，促進公司一線人員的發展，讓全網一線客服融為一體，共同發力，提升中通快遞服務體驗。報告期內，公司開展了條例培訓、預警網點培訓、新員工培訓、在職員工培訓（心態類、技能類、業務類、管理類、溝通類）等一系列賦能培訓活動，共涉及178個場次，3,510人。此外，公司堅持創新驅動，通過為員工、網點業務人員構建賦能工具，持續提升客戶服務水平。



全息質量分析系統

全網正式推廣全網6,000+個考核網點、99個中心以及34個管區條線管理人員均能從分析系統內直觀的查看對應服務質量的表現結果，以及造成這個結果的過程和源頭影響因素，直接影響和間接影響因素，並給到整改建議書



業務員學習平臺

通過部門從業務技能、政策規則、管理技巧等多個維度的指導賦能，總部與省區、網點高度協同配合，全面覆蓋一線員工工作需求



門店服務學習平臺

梳理門店必學服務課程，主要包括：《門店如何提供服務保障》《門店如何與快遞公司/業務員確認好合作模式》《門店如何征得客戶同意將包裹代收》《門店如何保持良好的服務禮儀》《門店工單處理》



“通關寶典”每日答題

客服89%，環比2022年提升8.89%
業務員93.49%，環比2022年提升3.32%

服務質量提升工具



保障信息與數據安全

中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《關鍵信息基礎設施安全保護條例》等國家及行業相關法律法規，制定《中通快遞集團數據安全管理制度》《中通快遞集團信息安全事件管理辦法》等制度，鞏固和完善公司信息安全管理體系，保障信息數據和隱私安全。

• 信息安全管理機制

中通快遞持續完善信息安全管理機制，報告期內成立了中通快遞信息安全委員會負責公司整體信息安全和隱私保護工作，委員會主任由常務副總裁朱晶熙擔任，成員包括集團各分管副總裁、生態圈公司負責人、總部各職能中心負責人、省市區管控中心負責人。公司每年制定信息安全和隱私保護管理目標並定期審閱目標進度。公司隱私政策同樣適用於合作夥伴，並將隱私政策融入風險管理流程，對隱私政策合規情況進行內外部審計。

| 2023年目標 | 2023年進展 |
|----------------|---|
| 強化個人信息保護制度 | <ul style="list-style-type: none"> 更新《個人信息保護管理辦法》和《個人信息安全影響評估辦法》 實現自有渠道隱私運單100%覆蓋，全網隱私運單使用率達76% 更新《中通帳號與權限管理辦法》，強化帳號安全 |
| 提升客戶隱私保護透明度 | <ul style="list-style-type: none"> 在《中通快遞隱私政策》中明確告知客戶隱私權利 提供客戶註銷帳戶、信息更新、刪除等選項，並明確信息保留時長和保護方式 |
| 加強信息安全基礎設施和監控 | <ul style="list-style-type: none"> 上線全流量檢測系統和實盒安全代理，提高辦公網絡安全 實施集合處理安全日誌及告警系統，提高安全事件應急響應能力 |
| 優化信息安全風險監控管理流程 | <ul style="list-style-type: none"> 維護和更新安全運營管理平臺，確保有效性和適應性 開展定期信息安全風險評估，及時預警和應對安全風險 |

公司在管理運營過程中，持續改進風控流程，通過體系結構優化、技術升級和流程改進，提升整體信息安全管理質量和效率。公司依託安全運營管理平臺，對信息系統基礎設施、應用程序、網絡環境以及員工的操作行為進行實時監測和分析，利用入侵偵測系統、安全事件管理系統、日誌分析系統等技術手段，對信息系統進行實時監測和分析，並及時發現和預警可能存在的安全風險，並根據不同的安全事件級別，採取不同的應對措施。同時，公司定期審核和更新監測風控系統，確保監測風控系統的有效性和適用性。



信息安全與隱私保護舉措

公司制定《信息安全事件應急預案》《信息洩露事件應急預案（隱私事件演練預案）》《信息安全事件與脆弱性報告和處置制度》等管理流程，並至少每半年進行一次應急計劃和事件響應程序測試，確保應急處置工作，迅速、高效、有序地進行，最大程度地減少網絡安全風險。此外，公司制定一系列數據隱私與安全政策，為公司落實隱私保護提供指導依據。



數據隱私與安全政策主要承諾

- 承諾在政策變更或數據洩露時，及時通知數據當事人
- 承諾執行領先的數據保護標準
- 承諾通過合法、透明的方式獲取用戶數據，必要時征得數據主體明確同意
- 承諾收集和處理使用者數據僅限於所述目的
- 政策有涉及收集、使用、共享和保留用戶數據（包括轉讓給第三方的數據）的明確條款
- 承諾要求與之共享數據的第三方遵守公司政策
- 公司數據隱私與安全政策適用所有業務



為進一步提高信息安全風險防控能力，公司每年至少會組織一次紅藍對抗演練，紅藍對抗演練為與第三方專業安全公司合作模擬黑客攻擊。另外，公司安全應急響應中心與第三方安全公司以及白帽黑客合作，不定期對中通的系統進行類比黑客攻擊，以提高公司的網絡攻擊防禦能力。此外，公司設置公開聯繫方式和郵箱，員工及公眾對發現的信息安全事件均可進行舉報，針對信息安全和隱私洩露事件，經查證屬實，公司按照相關制度進行懲處，視情節輕重對涉事員工予以警告、通報批評、降職停薪、開除處罰等處分。

● 信息與隱私安全培訓

中通快遞建立信息安全培訓體系，定期在全公司和整個生態系統內開展信息安全教育活動、培訓活動和考試，說明員工拓展信息安全知識，增強安全意識。2023年，公司更新《信息安全培訓制度》，並將培訓考試結果與績效考核掛鉤，確保每年一次的信息安全培訓全員參與。

| 培訓活動 | 培訓範圍 | 培訓成果 |
|----------------------------------|-----------|--------------------|
| 信息安全意識培訓 | 科技與信息中心員工 | 人均培訓時長35分鐘 |
| 信息安全提升月專項活動 | 全網及生態圈人員 | 累計參加22,830人次 |
| 網絡釣魚專項培訓 | 全網及生態圈人員 | 累計參加10,383人次 |
| 中通信息安全部服務號【信息安全宣貫】欄目 | 全公司員工 | 全年發佈推送22次，閱讀量超過70萬 |
| 中通信息安全部服務號全網推送包含信息安全意識、隱私安全保護等內容 | 全公司員工 | 閱讀量12w+人次 |



公司的設計與開發、應用系統、IT基礎架構、運維服務等核心業務系統已通過ISO 27001、ISO 27701、GB/T 22080信息安全體系認證和ISO 9001質量管理體系認證，並獲得英國認可服務組織(UKAS)和中國合格評定國家認可委員會(CNAS)認可標誌。公司每年定期對信息安全與隱私管理體系運行狀況進行一次內部審計，同時聘請第三方認證審核機構進行一次外部審計。



2023年信息安全與隱私保護成效

- 公司未發生信息安全洩露或其他網絡安全事件，信息安全漏洞總數0，受違規行為影響的客戶、客戶和員工總數0
- 隱私政策告知客戶覆蓋率100%
- 客戶提供數據控制服務的覆蓋率（包括個人資料查閱、更正、刪除等）100%
- 客戶需要選擇同意個人隱私才會被使用覆蓋率100%

打造責任鏈條


中通快遞致力發揮自身規模優勢，聯動上下游各個環節實現優勢互補，持續為合作夥伴賦能，共同推進快遞物流行業可持續價值鏈建設。

網點支援與發展

中通快遞秉承持續健康發展末端的宗旨，進一步擴大末端市場數量和業務規模，不斷提升服務水平和標準化建設，主動幫扶網點加速調整優化運營管理模式，直鏈降本，與終端夥伴攜手共贏。


| | |
|------------------------|--|
| <p>末端發展</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 主控+直送: 鼓勵網點轉型至「主控+直送」模式，有效加強網點對門店的管理力度，提高派送時效，優化直鏈配送成本 • 門店服務: 提升門店散件業務，提增時效產品的覆蓋面和滲透率，加快末端建設，強化門店服務，深化並賦能網點能力建設 • 終端管理: 搭建配送地圖服務的數據視覺化管理，通過信息化工具進一步降低末端運營成本，推動末端配送的品質升級，為客戶和消費者提供更好的服務 • 建站規模: 對現有網點的產品和服務做進一步優化，繼續探索門店發展新模式，利用自身優勢和現有資源，不斷滿足消費者需求，提升服務能力，保障末端健康持續發展 |
| <p>提升網點管理能力</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 將業務發展、服務質量等數據的監控下沉到三段碼維度，方便網點快速定位到異常三段碼所對應的服務人員，提供更有針對性的整改意見，提升攬派時效與服務水平 • 為網點提供集約化工具—違規處理系統，將原本散落於各個系統中的違規數據整合在其中並進行精細化分析，各級職能部門和網點自身可以通過違規處理系統發現問題所在，揭露網點潛在經營風險。同時通過為網點提供數據工具，使網點工作邁向智能、高效的新階段 |
| <p>到邊到角</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 保證網點既得利益，確保服務穩定和客戶體驗提升，激發網點業務人員的內生動力，加速實現加盟模式的直鏈管理，更好地支援網點末端發展和網點經營模式升級，提高了網點人員的工作積極性、穩定性及收入 |

中通快遞定期開展培訓賦能活動，規範網點業務人員的合規操作，提高網點相關人員的能力素質，保證網點管理與服務能效。2023年，中通快遞組建「藍蜂指數」項目，搭建藍蜂指數積分體系，從「時效」、「服務」、「合規」、「安全」四大板塊展示業務員各項數據，實施面向一線業務員各個環節操作合規的監管，幫助並激勵業務員提升其服務能力和服務質量。截至報告期末，全國共有2,700多名業務員整改成功，指數整改成功率達56.20%。



業務員新手必備課程推廣

針對業務員培訓主要採用線上培訓視頻課程學習的形式，課程包含安全認知、攬收、派送、簽收、藍蜂保障等9個模組，涵蓋快遞員日常工作中的安全情況及應對突發危險事件的處理方式、攬派簽全階段的業務技能培訓、業務員權益保障政策等相關專業知識和技能的培訓。截至2023年底，整體學習完成率超過92%



新入職業務員培訓權限管控

全網上線針對新入職業務員培訓權限管控，進一步提升服務質量，規範攬派操作，提高客戶體驗



提升供應商ESG管理

中通快遞積極謀求快遞行業可持續發展之道，將環境和社會責任融入到供應鏈管理的各個環節，以夥伴賦能和交流合作等方式，帶動整個產業鏈上下游實現可持續轉型。

• 供應商ESG管理

中通快遞嚴格參照國家相關法律法規，制定了《供應商動態管理制度》《採購管理制度地采細則》《中轉設備招標投標管理辦法》等制度，明確供應商引入、評估、退出的全生命週期管理流程。同時，為進一步提高供應商ESG管理能力，公司制定適用於所有供應商的《供應商指導原則》，對供應商的人權與勞工、環境、商業道德等提出明確要求，由公司高層負責監督及決策。此外，公司為採購及其他供應商管理人員提供ESG宣貫培訓，並在供應商准入和考核等環節融入質量管理、商業道德、勞工權益、綠色環保等要素。



- 業務部門、法務部、採購部依據各自職責審核供應商准入申請資料，並將供應商的環境保護政策、社會責任履行情況等ESG因素作為加分項
- 在合同加入涉及商業道德、職業健康安全、童工、強迫勞動、員工權益、環境保護等條款，明確具體違規事件的處置措施，降低供應商管理風險
- 公司在篩選重要供應商時不僅考量供應商的業務相關性，如產品質量與服務、資質認證等，還將環境管理與績效、職業健康安全、員工權益、商業道德與合規等環境、社會和治理表現納入考量，同時在篩選重要供應商時，還會關注供應商的行業和商品等特定風險，提升供應商管理韌性

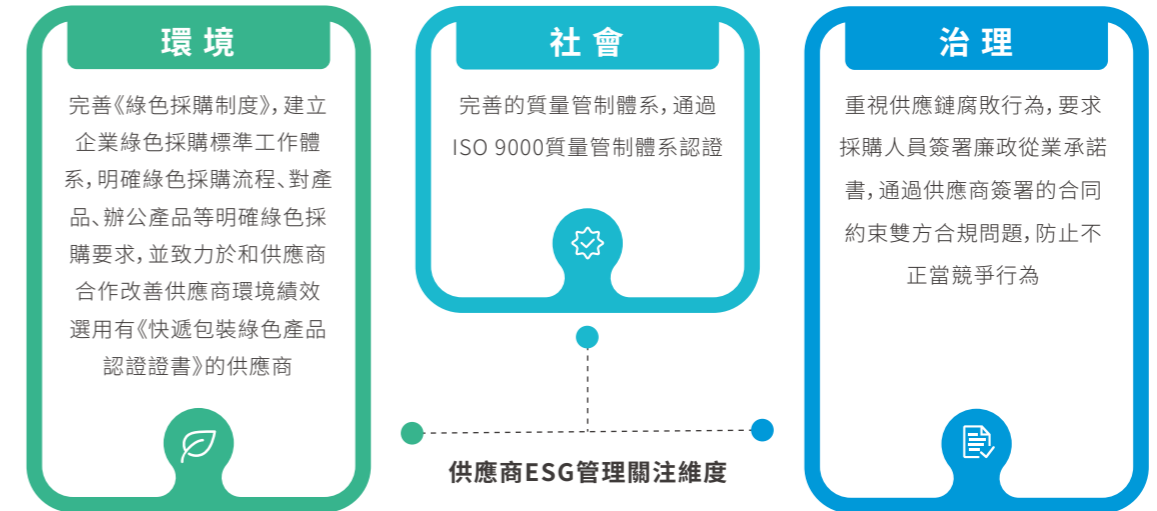


- 採用日常項目管理和定期年度評價相結合的方式，採購人員基於《供應商指導原則》等要求對供應商開展案頭評估、問卷調查或現場評估，內容包括童工、商業道德、環境管理、最高工作時長、最低生活工資、體罰和騷擾等，各類供應商根據考評結果實行等級分類管理，對評估考核發現的問題制定糾正措施計劃並提供改進措施的實施指導。當涉及供應商全面能力建設及特定ESG管理績效提升時，公司提供深入的技術支援和培訓，提高供應商的能力和ESG業績
- 如果供應商不能在規定的時間內達到公司ESG最低要求，則被取消合作



- 對供應商持續審查，確保與《供應商指導原則》保持一致，並避免與ESG要求發生潛在衝突，若供應商發生違反制度的行為，則直接確定為不合格供應商，退出合格供應商庫

供應商管理流程



中通快遞不斷完善供應商管理機制，建立供應商信息管理系統，加強供應商的技術支援和創新能力。報告期內，公司完善慧花採購系統，實現數字化採購，進一步提高供應鏈管理的效率。

| 關鍵績效指標 | 2023年(家) |
|-----------|----------|
| 供應商總數 | 7,394 |
| 中國大陸 | 7,332 |
| 境外地區 | 62 |
| 新聘用供應商數量 | 1,632 |
| 一級供應商總數 | 327 |
| 一級重要供應商總數 | 12 |

• 供應商培訓

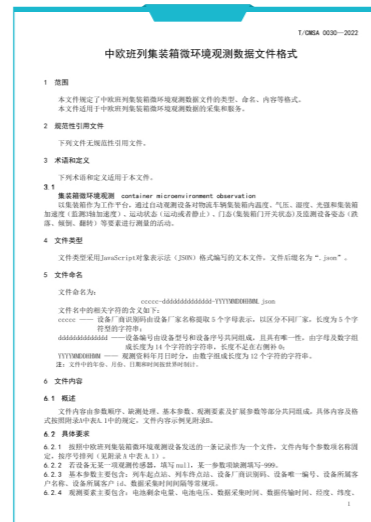
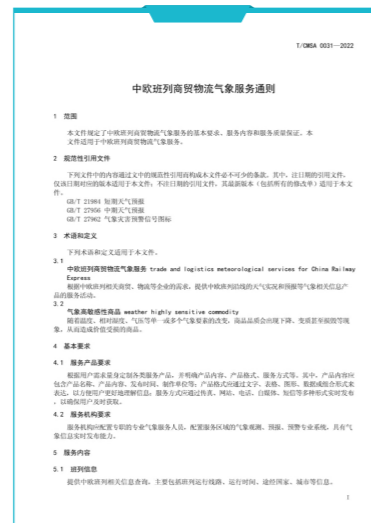
中通快遞秉持合作共贏的理念，還不斷拓展供應商溝通與合作渠道，與供應商分享優秀ESG實踐，對供應商定期開展涉及商業道德、質量提升、安全生產等內容培訓，持續提高供應商的綜合能力水平。2023年，公司開展供應商ESG相關培訓1次，供應商培訓時長2小時。

助力行業發展

中通快递參與多項標準評審和意見反饋，積極參與行業交流活動，在助力行業發展工作中發揮引領示範作用，為快遞物流行業健康發展貢獻中通力量。2023年，公司參與制定行業標準1項，參與標準評審9項。

中通參與制定的行業標準

中通快递與浙江省氣象部門、中國氣象局公共服務中心合作，在「一帶一路」商貿物流氣象服務領域的標準制定方面進行了探索。中通快递提供天氣影響快遞資料數據、問卷調查人員及條件，與相關部門共同完成《公路物流高影響天氣類型及風險等級》行業標準的制定。



推動無人車在配送領域的規模化落地應用

快遞物流無人車不僅可以顯著提高物流效率、安全性和降低物流配送成本，還可以實現更加靈活、便捷的配送服務，推動快遞企業向智慧物流轉型。中通快递與新石器無人車簽署戰略合作協定，共同推動自動駕駛技術在配送領域的規模化落地應用。截至報告期末，雙方合作的首批無人車已在鹽城、合肥等城市常態化運行，後續還將進一步擴大無人車交付規模和落地城市。



聚力無人機產業，助推無人機物流快速發展

中通快递與南京航空航天大學城市空中交通研究院達成戰略合作，雙方聚焦無人機物流新興產業，圍繞無人機物流領域的關鍵問題與核心技術，共同開展科技項目申報、立項與聯合攻關，開展無人機物流示範應用，推動無人機物流新興產業落地應用與快速發展。

在大型無人運輸機應用方面，公司與壹通無人機系統共同簽署戰略合作協定，依託中通快递應用場景，與壹通無人機公司共同探索大型無人機的規模化商業運營。



同心協力 聚溫情 暖人心

中通快遞始終秉持「人才就是硬實力」的理念，將人才放在發展首位，依法保障員工合法權益、賦能員工發展、支持員工成長，致力於打造平等、包容、健康的職場環境，推動實現員工與企業共同發展。

我們關注的議題

- 員工權益與福利
- 多元化與包容性
- 職業健康安全
- 員工培訓與發展
- 社區參與
- 鄉村振興與共同富裕

對應SDGs



我們的行動

- 打造多元化的職場環境，關注女性員工、外籍員工與少數民族員工
- 構建完善的人才僱傭體系，清晰的職業發展機制，提供有競爭力的薪資
- 健全完善安全管理組織架構，制定安全管理目標，並加強職業健康安全培訓
- 積極響應國家發展戰略，深入推進「快遞進村」項目，帶動農村經濟發展，便利農村民眾生活
- 持續推進慈善項目，履行社會責任

保障員工權益

中通快遞重視員工的權益保障，為員工提供平等、多元的發展機會，增強與員工的溝通交流，不斷提升員工滿意度，傳遞以人為本的管理理念。

打造多元職場

中通從人權、招聘與僱傭、多元化人才培養等各方面著手，通過政策制度規範行為和流程，致力於為員工打造一個多元、包容、健康的職場環境，促進企業和員工共同發展。

• 人權承諾

中通快遞將保障人權貫穿在公司運營管理各環節中，嚴格遵守《國際勞工組織公約》，以提倡平等、民主協商等為基本原則，制定適用於自身運營管理、供應商及其他合作夥伴的相關制度，嚴令禁止反對人口販賣、禁止強迫性用工、禁止使用童工、禁止暴力與騷擾，反對歧視，確保員工不因性別、年齡、國籍、種族、宗教信仰、家庭與健康狀況等因素受到區別對待，並保障員工的結社自由及集體談判等權利。對各類侵犯人權的相關事件，公司設立全天候、多語言匿名舉報郵箱和電話熱線，並對舉報人採取保護政策，鼓勵員工對相關事項進行舉報投訴。針對接到的舉報，公司公開披露舉報數量、不當行為和處理措施。

我們也制定相關政策，對歧視與騷擾事件（含性騷擾）進行規範，對任何形式的歧視行為零容忍，明確規定歧視與騷擾事件的逐級匯報流程；對實施暴力威脅、恐嚇、任何形式騷擾、影響團體秩序者嚴肅處理，進行談話糾錯，嚴重者視情節給予處分；在日常培訓中，公司也對此進行培訓宣貫，以提升員工人權保護和反歧視與騷擾的意識，保障員工權益。

此外，我們還關注合作夥伴的人權保障情況，政策中明確對供應商和合作夥伴也採取同樣的人權要求，確保供應商和合作夥伴也積極遵守人權政策，以期與合作夥伴一起為員工提供安全、平等的職場環境。

公司定期開展人權評估，對員工、重要供應商展開評估，以識別存在的人權問題。報告期內，公司未發生侵犯人權的事件，也無重大勞動爭議事件，並順利簽署《集體合同》《女職工權益保護專項集體合同》《工資專項集體合同》等文件。報告期末，集體協議覆蓋率100%。

• 招聘與僱傭

中通快遞遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，並不斷修訂完善《招聘管理制度》《培訓管理辦法》《員工晉升管理辦法》《福利管理制度》等內部規章制度。在招聘中，秉持「人才就是硬實力」的理念。報告期內，公司完善招聘流程、提升招聘質量，為公司吸納人才；通過校園招聘、社會招聘、內部晉升等方式搭建人才隊伍；公司整體招聘滿意度較去年有所提高，員工整體學歷水平上升，開發和測試等高技術員工占比提高。

| 員工數量 | 2022 | 2023 |
|------|------------|--------|
| 員工總數 | 24,888 | 23,554 |
| 性別 | 男 | 15,941 |
| | 女 | 8,947 |
| 僱傭類型 | 全職 | 24,888 |
| | 兼職 | 0 |
| 年齡 | 29歲及以下 | 6,753 |
| | 30-50歲 | 14,982 |
| | 50歲以上 | 3,153 |
| 地區 | 國內(含港、澳、臺) | 23,847 |
| | 柬埔寨 | 278 |
| | 老撾 | 86 |
| | 緬甸 | 49 |
| | 泰國 | 30 |
| | 越南 | 6 |
| | 美國 | 1 |
| 日本 | 1 | |

| 2023年員工流失率 | | |
|------------|--------------|--------|
| 員工總流失率 | | 24.32% |
| 員工自願流失率 | | 24.21% |
| 性別 | 男 | 22.40% |
| | 女 | 27.50% |
| 年齡 | 29歲及以下 | 35.21% |
| | 30-50歲 | 20.12% |
| | 50歲以上 | 18.99% |
| 職級 | 高級管理層 | 8.17% |
| | 中級管理層 | 13.36% |
| | 基層員工 | 25.58% |
| 民族 | 少數民族 | 29.89% |
| | 國內員工(含港、澳、臺) | 22.91% |
| 國籍* | 柬埔寨員工 | 20.11% |
| | 老撾員工 | 27.12% |
| | 緬甸員工 | 63.70% |
| | 泰國員工 | 81.01% |
| 越南員工 | 98.47% | |

*注：因東南亞部分業務調整，部分國家人員流失率增加

| 2023年新晉員工 | 單位 | 2023年 |
|-----------|--------------|--------|
| 新進員工人數 | 人 | 6,120 |
| 平均僱傭成本 | 元人民幣 | 289.69 |
| 性別 | 男 | 3,469 |
| | 女 | 2,651 |
| 年齡 | 29歲及以下 | 3,310 |
| | 30-50歲 | 2,622 |
| | 50歲以上 | 188 |
| 職級 | 高級管理人員 | 7 |
| | 中級管理人員 | 263 |
| | 基層員工 | 5,850 |
| 國籍 | 中國國籍(含港、澳、臺) | 5,960 |
| | 柬埔寨 | 55 |
| | 老撾 | 54 |
| | 緬甸 | 17 |
| | 泰國 | 32 |
| | 越南 | 2 |





「員工保留」專項舉措，降低員工流失率

為降低員工離職率，公司持續推進「員工保留」專項。報告期內，公司更新了考核指標，從原來只關注入職一個月內的新員工擴展到關注月度整體員工離職率；同時針對過往員工流失沒有原因留痕，導致員工保留工作無法有的放矢的問題，2023年通過系統流程改造、意識理念宣傳對齊、每月數據通曬等形式，員工離職的原因實現線上留痕，將系統內月度離職原因未明確占比從年初的89.4%降低至目標值20%以內，並維持該比例。另對月度高頻聚焦的員工離職原因和離職率高的地區進行單點分析及應對舉措輸出。通過以上舉措，2023年操作員年度流失率55.06%，較2022年（58.65%）降低3.59%，達成年度降低3%的目標。

2023年操作員年度流失率
較2022年降低**3.59%**
達成年度降低**3%**的目標



關鍵績效

2023

• 員工薪酬福利

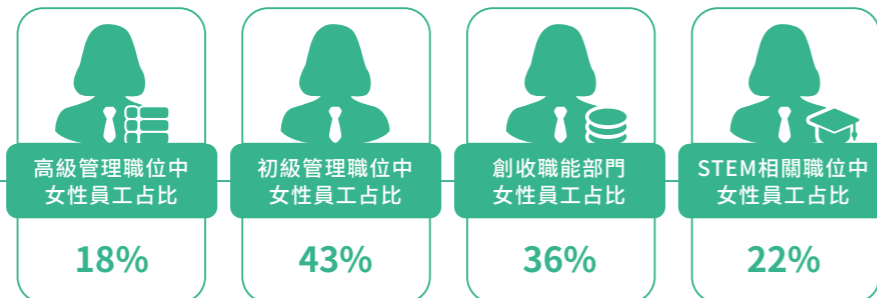
中通快遞為員工提供有競爭力的薪酬福利。依據員工職級、經驗、能力等制定薪酬政策，激發員工動力，並通過每年開展多維度績效評估、基於團隊的績效評估、敏捷談話等方式進行績效評估。同時，公司為員工提供全面的福利保障體系，包括法定社會保險和住房公積金等。此外，我們也積極維護女性員工權益，引導各地設立愛心媽咪小屋，員工子女託管班，設立產檢假、產假、陪產假、哺乳假等福利政策，全網各地管理中心在每年「3·8」婦女節當天還會開展各類關心關愛女性員工活動。報告期內，公司員工五險一金繳納比例達到100%。

• 多元化人才發展

中通快遞注重多元化人才發展，積極保障少數群體的權益，設立女性員工專項保護合同，並為殘障人士和少數民族人士提供定向招聘，以期打造包容、開放的工作環境，培養多元、上進的人才隊伍。

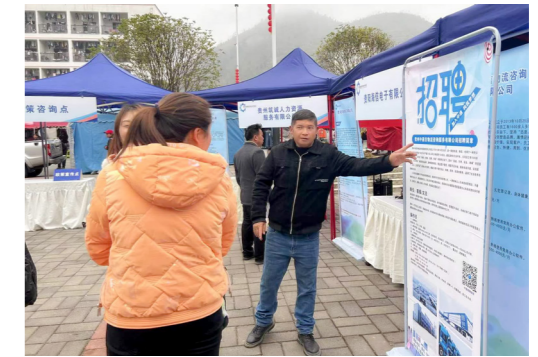
報告期內，公司員工共23,554人，其中少數民族員工占比為5.88%，女性員工占比為36.01%，女性管理者（包括初級、中級、高級）占比為31.00%，其中各管理層級女性員工占比如下

2023年數據



深入就業困難地區定向招聘，解決當地就業

中通快遞全網積極拓展招聘區域，通過自主尋訪、與各地政府協同以及積極響應國家「春風行動」等形式，前往就業困難地區實地開展招聘工作。2023年度公司去到雲南省怒江傈僳族自治州福貢縣、貴州省黔南布依族苗族自治州羅甸縣、四川省阿壩藏族羌族自治州黑水縣等多個少數民族地區，通過招聘會、就業推薦、現場地推等形式，共吸納當地勞動力1,000餘人，用實際行動助力少數民族地區解決就業問題。



保障員工健康

中通快遞始終堅持「安全就是效益」理念，以安全發展為核心，堅持在保障安全的基礎上謀求發展。我們成立了安全管理中心，積極構建完善的安管理體系，明確職業安全管理目標，準確識別各類安全風險，確保員工的人身安全和健康，為企業的可持續發展奠定了穩定、可靠、安全的扎實基礎。

• 安全管理制度

中通快遞嚴格遵守運營地區的相關法律法規，以《中華人民共和國安全生產法》《建設工程安全生產管理條例》等相關法律法規為安全管理指引，不斷細化內部《快件操作場地信息安全管理規範》《消防安全管理條例》《應急準備與響應控制細則》等規章制度，並通過了ISO 45001:2018職業健康安全管理體系認證。同時，中通也將各類制度應用於承包商，在採購合同中引入職業健康安全標準的相關條款，共同守護員工職業健康安全。

公司建立完善的健康安全管理組織框架，公司董事會是職業健康安全管理政策的最高決策機構，安全管理中心各部門定期採取公司自查、內部審查等方式，監督評估公司的安全生產狀況，以確保相關制度及要求的落實，並依據公司管理層要求、自身實際情況和上一年度安全績效達成情況，設定安全管理績效目標，並承諾持續改進職業健康安全績效表現。員工代表參與基層職業健康安全委員會，識別評估運營中的健康安全問題，針對識別出的健康安全問題，公司確定問題處理級別，並依據優先順序制定問題整改行動計劃及定量整改目標，積極落實整改。

安全管理目標設定及達成情況

- **目標制定:** 根據各中心操作體量、操作總人數及2022年事故實際完成情況，制定2023年場地安全目標
- **定期目標追蹤:** 將2023年目標拆分至省區，每月匯總有責事故，對比省區目標值完成情況，分析超標省區風險隱患，制定專項整治方案
- **達成情況:** 2023年有責事故同比2022年下降
- **目標制定:** 根據各車隊車輛數、司機數、2022年道路事故數，制定2023年道路有責事故目標
- **整改舉措:** 成立專項幫扶組、接受道路安全培訓
- **達成情況:** 2023年有責事故同比2022年下降8.1%

• 安全管理實踐

中通快遞建立了完善的安全健康制度體系，該體系涵蓋了風險評估、隱患排查、應急管理、事故報告、安全績效考核、安全紀律處分及安全培訓等多個方面，形成了完整的閉環管理系統。

風險評估——道路安全風險評估



出車六檢

- 為加強車輛安全管理，確保駕乘人員及車輛安全，降低事故風險
- 要求駕駛員出車進行檢查工作，特制定“出車六檢”流程
- 針對車輛外觀、輪胎、剎車、氣路、儀錶、證件進行發車前檢查，確保不帶“病車”上路



7S巡檢

- 為規範駕駛員行為，保障車輛行駛安全，降低事故風險
- 針對駕駛員私拉亂接、違規使用逆變器、大功率電器、卡式爐小型氣罐、駕駛員出車酒駕檢測、止退器擺放等問題
- 推出7S巡檢系統，對以上問題進行日常巡檢



特殊天氣及行車要求

- 應對雨雪天氣造成的安全事故風險增加情況
- 特殊天氣地區進行電子圍欄劃分，並公佈至全網車隊
- 行駛至圍欄內車輛進行專項提醒並實時監控車速、司機駕駛狀態(如疲勞駕駛)等保障行車安全，降低事故風險
- 為駕駛員提供心理輔導



隱患排查——省區專項整改行動

直爬梯改造

- 為規避安全生產事故，要求各省區中心對場地內所有符合要求的直爬梯進行改造
- 要求1.8米以上直爬梯全部改造為踏步梯，因場地受限無法完成改造的，加裝防護籠
- 制定完成時間節點，跟進完成結果

防撞輪胎

- 裝卸貨口重大風險隱患整治
- 要求各省區中心對操作場地內裝卸口處加裝規格不低於25cm寬的防撞輪胎，杜絕由於人員行為違規導致的重大生產事故

設備防護結構改進

- 聯動設備生產廠家、安裝廠家、集團設備規範設計、操作使用部門，每年開展設備安全防護座談，就防護偏差點、易引起行為違規點、不便於安全操作等問題，展開討論，確定改良方案和新建方案
- 不斷調整和改進防護結構，加強設備防護能力，便於員工安全操作，以此規避員工受傷幾率和傷害程度

“三到”安全標準

- 圍繞“看得到、聽得到、做得到”設置安全標準，持續跟進全網各中心推進“三到”工作部署
- 運用人車分流劃線、掛標識牌、語音播報等方式實現現場管理的視覺化，放置安全宣傳語音24小時循環播放，7S目視化管理讓員工發現問題時能正確、迅速掌握異常情況採取相應措施
- 提升全員安全意識，充分發揮員工主觀能動性，提高安全生產效率

應急管理

制度建設

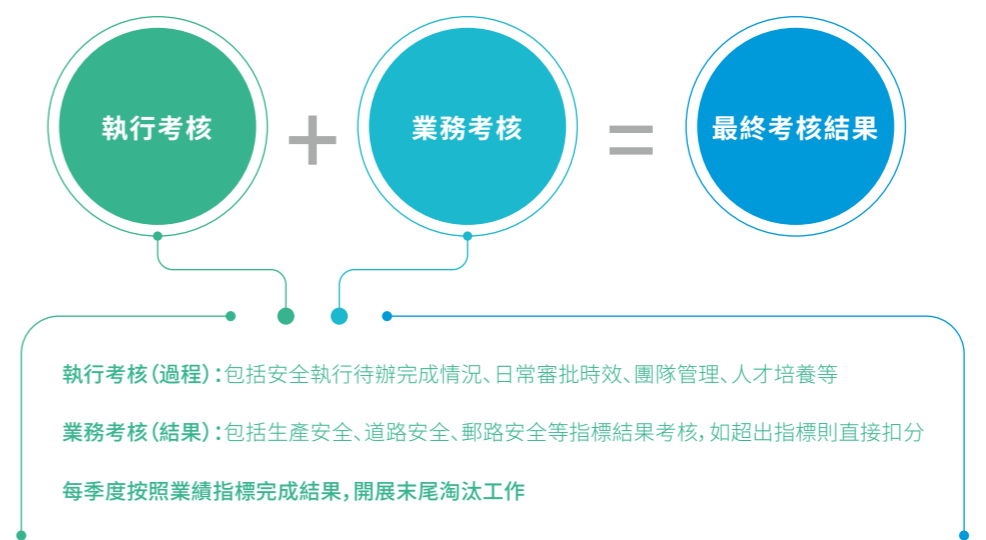
中通為有效響應各類突發事件，豐富人員專項業務救援知識，公司不斷修訂完善現場應急處置方案從自然災害、消防安全、生產事故等角度編制《中通快遞集團綜合應急預案》《中通快遞集團應急準備與響應控制細則》《中通快遞集團防汛應急預案》等預案制度。通過制度的完善，形成科學完整的制度體系

應急儲備建設

制定專項應急響應演練方案，從體能、應急實操、思想建設等方面針對性的開展志願者應急訓練，並根據全網各中心自身情況和可能發生的突發事件，配備所需的應急救援器材和裝備，不斷提高應急救援保障能力，加強應急隊伍建設

事故報告

針對發生的職業健康安全事故，中通制定完善的工傷、疾病、事故調查處理體系；確定事故處理的逐級匯報制度，並成立事故調查組和整改監督小組，明確處理流程、方法及最終處理情況，形成事故處理閉環；並對主要事故責任人問責，將具體指標與責任人掛鉤。



過程管控關聯問責

- 根據重大事故隱患判定標準，對隱患分層設定，分為一般事故隱患和重大事故隱患
- 針對卸貨口車輛靠位元、著裝規範重大事故隱患進行專項管理，將風險管控責任落地一線，捆綁所有轉運中心和作業部門最高負責人，每日遠程和現場雙向巡檢，當日進行違規通報及問責

事故關聯問責

- 事故責任關聯責任人及以上三級管理層（班組長，主管，經理），制定《中通快遞集團生產安全事故責任追究規定》制度，判定事故責任，進行事故追責

安全培訓

中通快遞為持續提升員工的職業健康安全意識，對各業務類型員工開展多元的職業健康安全培訓。通過每日早會培訓、定期培訓、專項培訓等形式，對員工進行培訓宣貫。

| 培訓條線 | 培訓內容 | 培訓主題及場次 |
|--------|---|--|
| 場地安全培訓 | 依據國家法律法規、操作規範、風險警示等制度，從多角度編制《重大人傷風險警示》《三方租賃場所基礎安全培訓》《安全培訓》(季度)《網點專項安全培訓》等培訓材料 | <ul style="list-style-type: none"> • 安全生產法律法規、公司安全制度和保障生產安全的操作規程 • 本單位、本崗位的作業環境危險因素和預防措施 • 突發事故事件的上報及初期應急、自救逃生的知識和技能等 |
| 車隊安全培訓 | 依據《中華人民共和國道路交通安全法》《中華人民共和國交通違法行為處理法》等法律法規，從多角度編制《防禦性駕駛培訓》《車輛安全檢查》《體驗式培訓》《典型事故案例分析》《車隊賦能培訓》等材料 | <ul style="list-style-type: none"> • 每月進行道路安全會議 • 對全網車隊安全員、車隊長進行安全培訓，再以其輻射至各車隊司機，並要求各車隊每月進行一次安全會議(連續4天)，確保駕駛員的參會率，培訓的有效性 |
| 郵路安全培訓 | <ul style="list-style-type: none"> • 官方考證培訓 • 公司內部培訓 | <ul style="list-style-type: none"> • 國家郵政局主導的郵政業安全中心關於郵政、快遞企業安檢人員培訓場次共計6場，參與人數共計80餘人。其中通過培訓考試持證人員62人，同比22年持證人數增長3% • 總部組織全網安檢員、安檢機長開展例會培訓共計24場 • 各省區中心安檢機長每日開展班組例會，重點事項再強調，提高安檢員業務能力和職業素養 |

| 安全統計 | 單位 | 2023年 |
|--------------------|------|-------|
| 因工死亡人數 | 人 | 8 |
| 因工損失工作日數 | 天 | 1,147 |
| 百萬工時損失工時工傷率(LTIFR) | 百萬工時 | 0.16 |

賦能員工發展

中通快遞秉持「人才就是硬實力」的人才理念，將員工發展放在首位，建立全面完善的培訓體系，提升員工職場技能。提供有競爭力的福利待遇，持續改善員工生活，全方位賦能員工發展。

建立多元培訓體系

中通快遞圍繞「全面賦能、開拓創新」的人才培養理念，在《培訓管理制度》、《管理培訓生培養方案》等內部管理制度的指引下，面向全體員工搭建內容多元、形式多樣的培訓體系，以提高員工的專業技能和綜合能力。

報告期內，公司培訓文化部構建了「三大人才+三大賦能+一大平臺」人才培養體系(「331人才培養體系」)，該體系根據不同員工所需要的知識和技能，開展多元化培訓，期望通過共同努力，提高員工業務素養，推動員工實現全方位成長，為中通打造一個充滿活力、創造力和凝聚力的人才團隊，為公司長遠發展奠定堅實基礎。



報告期內，公司的「百優」培訓持續有序開展，為全網不同層級、不同崗位、不同職業發展階段的員工，提供內容多元、形式多樣的培訓課程。新增「領鷹」和「精鷹」兩個項目，採取「直播與面授並存」、「內訓與外訓並舉」的模式，並創新了軍訓實操、辯論賽等環節。該項目期望通過對不同層級員工開展定向培訓，增強其崗位技能，提高工作效率，為公司帶來更多收益。

| 項目名稱 | 培訓對象 | 參訓人數 | 培訓形式 |
|--------------------|----------------|--------------------|------|
| 2023級百優-領鷹 | 公司中高層管理者 | 200餘人參訓 | 線下 |
| 2023級百優-精鷹 | 公司中高層管理者 | 69人參訓 | 線下 |
| 2022級百優飛鷹/雄鷹(第三階段) | 主管、副經理、經理級管理人員 | 371人參訓, 367人結業 | 線下 |
| 2023級百優飛鷹/雄鷹(第一階段) | 主管、副經理、經理級管理人員 | 279人參訓 | 線上直播 |
| 2023級百優飛鷹/雄鷹(第二階段) | 主管、副經理、經理級管理人員 | 205人參訓 | 線下 |
| 2023級百優雛鷹培訓(共四期) | 全網3級(不含)以下優秀員工 | 3,354人參訓, 1,461人結業 | 線上錄播 |

在廣續傳統培訓項目的基礎上,公司還賦能各職能部門、省中心和基層員工,為人才的發展助力。

| | |
|-------------|--|
| 總部各職能中心專項培訓 | <ul style="list-style-type: none"> 針對服務質量中心、人力資源中心、科技與信息中心分別制定了符合其員工需求的特色課程 組織開展了6場個性化培訓 |
| 各省中心管理賦能培訓 | <ul style="list-style-type: none"> 完成江蘇、重慶、浙江、北京、貴州、內蒙古、廣州、河南、天津、廣西、安徽、潮汕、丹陽等地的實地調研與巡迴演講工作 開展《優勢團隊管理之執行力訓練營》《優勢團隊管理之關係訓練營》《OKR敏捷目標管理》等團隊管理系列課程專項培訓 項目平均滿意度高達9.92,經培訓團隊的執行力及協作能力顯著提升 |
| 一線基層員工培訓 | <ul style="list-style-type: none"> 課程安排覆蓋面廣且有針對性,通用類課程注重啟發思維和提升技能賦能,業務類課程注重夯實業務基礎 為操作一線員工搭建了一次學習與交流的平臺 培訓滿意度均分為9.91分 |
| 新員工入職培訓 | <ul style="list-style-type: none"> 「線上+線下」模式 包含《企業文化宣貫》《安全知識普及》等六門課程 |
| 管培生計劃 | <ul style="list-style-type: none"> 包括工作技能類、職業素養類、管理能力類、溝通表達能力類、團隊合作類等課程 |

公司在關注員工培訓的同時,也積極選拔培養優秀講師。報告期內,我們重點開展講師庫的管理工作,共開展11場兼職講師選拔與培養(TTT培訓),參訓人員共計298人,通過考核人數199人;同時,推進了兼職講師管理庫系統上線並在持續優化。

梯隊培訓,增加人才儲備

報告期內,梯隊人才培訓計劃在5月和11月完成兩期培訓,儲備M3-M5參訓人員有545人,完成培訓人數308人;儲備M6-M8參訓人員有59人,完成培訓人數33人。

培訓中,以「管理能力提升」和「讀書自我提升」的課程體系為基礎,從內外部精選「提升梯隊人才角色轉變」與「向上履職能力」的課程,包含《管理者教導力提升》《打造不依賴與能人的執行力體系》《快樂閱讀》《共贏領導力》和《規劃與決策:管理上崗的思維與行為流程》等課程,書籍包含《管理的實踐》與《思考,快與慢》。與此同時,培訓還充分利用了中通學園E-learning學習平臺來推動培訓的實施。該培訓結束後的調研得到了各層級儲備人才的反饋,「培訓組織安排非常有助於自身工作和管理能力的提升」,並且有部分學員計劃把所學知識在其所在部門進行轉訓內化。

公司注重梯隊人才落地和沉澱,通過該項目為公司培養儲備人才。報告期內,梯隊池建設成果初現,梯隊人才充足度100%,同比提升8%;23年晉升通過20人,骨幹人員占比15%,為公司持續發展奠定人員基礎。

該項目在導師端,形成指導手冊,搭建導師交流平臺,提供瞭解梯隊渠道,分享方法和工具;在人才端,開展培訓、宣貫、導師分享和工作實踐等,落地梯隊人才建設。

導師計劃,助力人才培養

公司在管培生項目和梯隊人才培養項目中都融入導師計劃,搭建導師交流平臺,為學員提供幫助,分享方法和工具,協助項目更好落實,保障項目效果。

管培生項目

職業導師——項目優選公司中心(副)總監級及以上級別負責人作為管培生的職業導師,為管培生提供職業發展規劃指導

業務導師——選擇部門負責人作為業務導師,幫助學員迅速獲取資源,參與部門重點項目工作,並將學員表現記錄留存,交由人力資源管理中心存檔

人才梯隊建設項目

每位梯隊人才確定一位培養導師

日常工作指導——講解本單位/部門業務現狀,指導梯隊人才審批日常工作。帶領梯隊人才參加工作會議、完成會議紀要,或下一線進行工作考察或者調研,尋找問題,現場總結分析

關鍵問題解決指引——指導梯隊人才分析解決關鍵工作任務,針對存在的問題提交改善方案;協助制定本單位/部門工作發展規劃

不同類別員工人均受訓時數

| 類別 | | 單位 | 2023年 |
|-------|----------|----|---------|
| 培訓總時長 | | 小時 | 194,780 |
| 性別 | 男性員工 | 小時 | 14 |
| | 女性員工 | 小時 | 26 |
| 職級 | 高級管理人員 | 小時 | 13 |
| | 中級管理人員 | 小時 | 18 |
| | 基層員工 | 小時 | 28 |
| 年齡 | 29歲及以下員工 | 小時 | 15 |
| | 30-50歲員工 | 小時 | 38 |
| | 50歲以上員工 | 小時 | 7 |

不同類別員工受訓人數及占比

| 類別 | | 單位 | 2023年 |
|----|------------|----|-------|
| 職級 | 高級管理層受訓人數 | 人 | 189 |
| | 高級管理層受訓百分比 | % | 1.94 |
| | 中級管理層受訓人數 | 人 | 2,026 |
| | 中級管理層受訓百分比 | % | 20.80 |
| 性別 | 基層員工受訓人數 | 人 | 7,524 |
| | 基層員工受訓百分比 | % | 77.26 |
| | 女性員工受訓人數 | 人 | 3,308 |
| | 女性員工受訓百分比 | % | 33.97 |
| | 男性員工受訓人數 | 人 | 6,431 |
| | 男性員工受訓百分比 | % | 66.03 |

| 培訓投入項目 | 單位 | 2023年 |
|-------------|------|--------|
| 總培訓場次 | 場 | 302 |
| 總受訓人次 | 人次 | 12,661 |
| 總受訓人數 | 人 | 9,739 |
| 人均受訓時長 | 小時 | 20 |
| 人均培訓投入金額 | 元人民幣 | 134.4 |
| 人力資本投資回報率 | | 2.3 |
| 受訓人員占總人數百分比 | % | 41.35 |

關愛員工生活

中通快遞為提升員工歸屬感、獲得感、成就感和幸福感，積極開展員工關愛管理工作，搭建更為全面的福利保障體系，關注員工生活，加強員工溝通，使員工切實感受到公司的溫暖。

• 員工關愛及福利

中通關注員工的身體和心理健康，採取各項舉措持續改善員工生活，提升員工幸福感。

健康生活

- 2023年面向園區舉辦健康知識(含心理健康與壓力管理)講座、家庭醫生簽約等活動，提高大家的健康意識、傳播正確的健康理念
- 製作並發放健康知識手冊共143,056份，旨在增強大家的健康意識、預防疾病和意外的發生
- 鼓勵員工參與體育活動

通勤班車

- 2023年通過對四條班車線路的實時監測，整體運營平穩，對出現的異常情況進行了及時的調整，在日常管理中也積極做到與班車長聯動，充分發揮班車長在日常工作中的管理作用，做到班車運營的穩定安全

優惠住房

- 為員工提供人才公寓和公租房

戶籍辦理

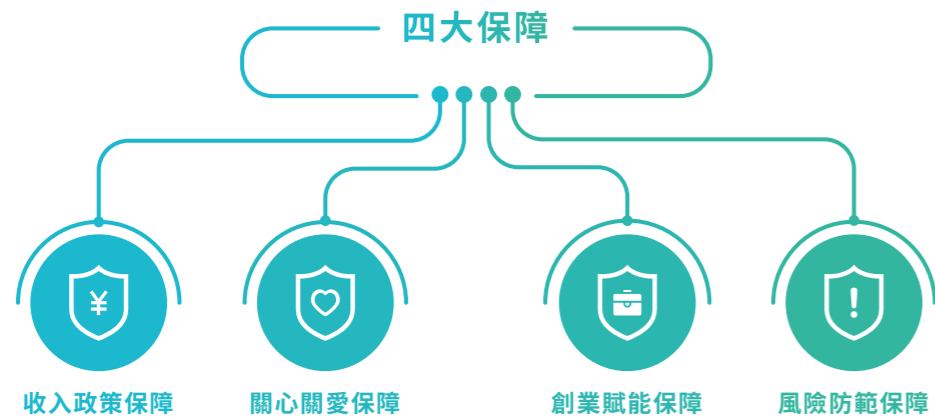
- 進行居住證積分辦理
- 通過人才引進落戶、居轉常落戶、應屆畢業生落戶、留學生落戶等方式，幫助員工完成戶籍辦理213例

63 | 2023年社會責任報告

同心協力 聚溫情 暖人心 | 64

設立「中通小哥日」，保障「小哥」權益

2023年5月8日，中通快遞正式設立「中通小哥日」，發佈《關於全面推進中通小哥權益保障工作的實施方案》，並按照「四大保障」和「六個一」的具體工作要求，在中通全網全面執行，進一步推動中通「幸福文化」建設。



建設一個中心

在浙江桐廬投資建設「中通學院培訓中心」，預計2024年竣工投入使用

搭建一個平臺

堅持同建共享的核心價值觀，致力於搭建創業賦能平臺，提供從門店設計、經營方法、系統工具、快遞業務導入和商業賦能等一站式創業支援和輔導

打造一個節日

使中通小哥過好節日，感受「家」的溫暖與幸福，體會「主人翁」的快樂

建好一個機制

建立完善中通小哥權益保障機制



送好一份保險

2021年起公司出資近千萬元為全體中通小哥購買「小哥寶-團意險」意外傷害保險，並在2023年將保額提高到20萬，免費為小哥提供更全面的人身安全保障

用好一個基金

設立「快遞小哥關愛基金」，2023年基金總額度已增至2億元，保障因疾病、意外事故、見義勇為等致傷、致貧、致困的情形，切實保障快遞小哥的健康安全

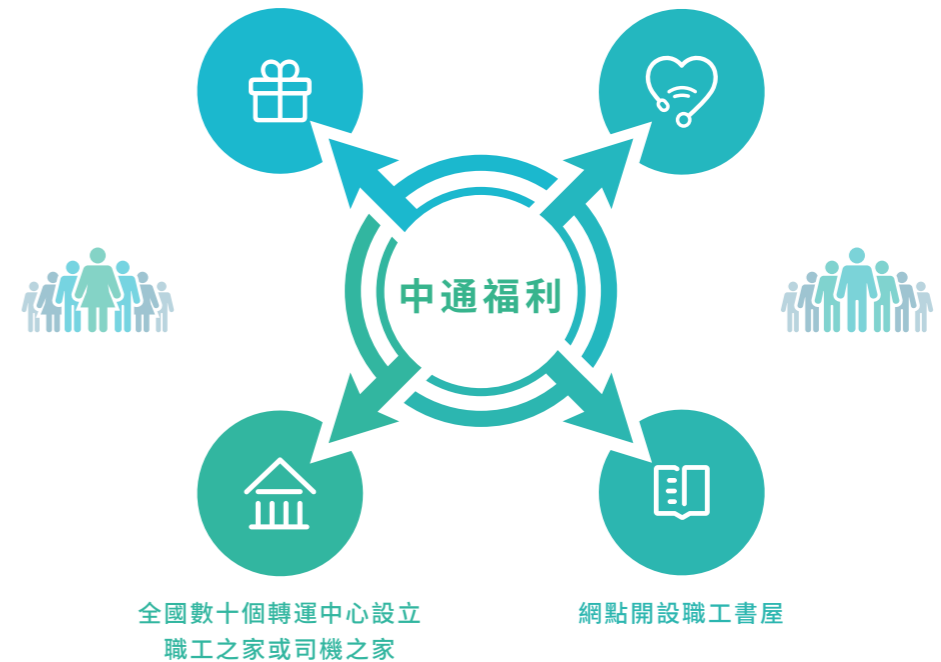
“暖蜂行動”系列活動，溫暖城市守護者

- 連續多年在全網舉辦「快遞員的慢生活」、應急救援培訓、心理關愛活動等「暖蜂行動」系列活動，在保障小哥權益、關愛一線員工、踐行和下沉中通文化、推進中通品牌建設等方面起到積極作用並初步形成品牌效應，也在心理疏導和應急救援等方面發揮了實效。
 - 夏季「送清涼」和冬季「送溫暖」活動。每年面向全國範圍，篩選數十個地區的快遞網點和兔喜生活超市，設立免費清涼小站或溫暖小站，為快遞員、外賣員、交警、保安、建築工人、環衛工人等戶外工作者提供物資支援，同時宣傳工會工作的意義和價值。
- 2023年夏天在全國30座城市設立超74個免費清涼站提供免費服務，也得到社會力量的大力支持，活動登上了微博熱搜。在冬季最寒冷時節免費提供「溫暖六件套」（保溫杯、環保布袋、手套、護膝、耳罩、暖寶貼），獲得社會熱烈反響和好評。

公司也為一線員工提供各種福利，以滿足員工生活和發展需求。

節假日走訪慰問送禮品

成立中通馨享心理小組





開展心理疏導，護航員工心理健康

10月，在快遞業務旺季來臨前夕，中通快遞在上海、湖北、遼寧、山西、廣州、東莞等全國多地同步組織開展「2023年員工心理關愛活動」，讓從事操作、運輸、派送、客服等一線工作的中通人，破除思維禁錮，放下心理負擔，積極面對工作和生活，蓄力職場正能量，增強職業歸屬感、獲得感和幸福感。該活動還邀請專業心理導師授課，並設置「心理小課堂」和「遊園會互動體驗」等多個心理疏導版塊，通過不同形式為促進和保障員工身心健康保駕護航。近幾年，中通快遞通過心理健康知識宣傳、開展心理健康關愛活動、舉辦心理健康講座、開通心理健康輔導熱線等多樣化舉措，為員工心理健康護航，減壓賦能。



企業文化活動

中通快遞為增強員工的歸屬感和凝聚力，積極舉辦各類企業文化活動，以期通過參加活動，使員工更好瞭解企業的核心價值觀和使命，提升員工團隊協作能力。

中通成立日 組織文化活動

- 感受“家文化”特色，提升員工歸屬感、獲得感、幸福感
- 2023年策劃了以“中通愛你”為主題的系列活動，通過形象片、主題歌等實現內外宣傳，舉辦遊園會、集體婚禮等線下活動，營造和諧氛圍

年度公益運動會

- 倡導積極健康、向上向善的理念
- 通過競賽累積公益金並組織募捐愛心物資，調動和助力全員在精神層面收穫更多成就感

“中通家庭日” 活動

- 邀請員工親屬走進中通，透傳融洽和諧的“家文化”，提升員工凝聚力和幸福感

年度影像大賽 暨影像展活動

- 迄今為止，影像大賽已舉辦四屆，累計收集了超7,000張攝影作品和超300個視頻作品
- 內容涵蓋快遞“收、轉、運、派”各環節，以及愛崗敬業、鄉村振興、服務用戶、愛心助學、公益助農、親情節日、“兩進一出”、業務旺季等主題

員工溝通

中通快遞為構建新員工與公司層面的有效溝通渠道，幫助新員工解決工作和生活中的實際問題，提升新員工的入職體驗感，公司每季度舉辦一次新員工座談會。活動包含自我介紹、「破冰」小遊戲、公司介紹、答疑解惑、領導總結致辭等環節，為營造輕鬆開放的氛圍，我們會準備各類豐富小點心，活動結束後，我們會將座談會形成書面文字，將大家關心的問題一一記錄，並形成指導手冊。

報告期內，邀請每一季度新入職員工以及各職能部門負責人參與。活動舉辦熱度逐漸提升，一年參與人數約160人。

共建富美鄉村

中通快遞積極響應《中共中央、國務院關於做好2022年全面推進鄉村振興重點工作的意見》《快遞進村三年行動方案（2020-2022年）》等國家政策，發揮自身行業優勢長處，持續佈局「快遞進村」業務。一方面，幫助快遞「走進鄉村」，切實為偏遠地區人民的生活帶來便利；另一方面，說明鄉村特色產品「走出鄉村」，帶動鄉村產業發展，鞏固鄉村振興成果。

快遞進村，聯通便利生活

中通不斷拓寬自身的快遞網絡，將其延伸到邊遠村莊，在當地郵管局的大力支持下，大力推進「快遞進村」，建立農村快遞服務點，並不斷探索鄉村「快遞發展新模式」。



快遞進村，助力川貨上行

當選「2023年和美鄉村百佳範例」的四川簡陽市平武鎮永安村，地處沱江東岸，現在已經發展成為了遠近聞名的富裕村。中通從2021年9月開始，在當地佈局「快遞進村」產業，建立農村快遞服務點，解決當地村民快遞取件遠的問題。

快遞進村後，快遞員組織網點骨幹實地走訪，摸排出人口密度較大、經濟實力較強、交通較為便利的村落，優先設點、重點探索「快遞+商超」模式；兩年多以來成果顯著，不但進村服務覆蓋面廣了，農村包裹的數量也上漲了30%以上。



特產寄遞，帶動鄉村振興

中通快遞為農戶提供全方位服務，助力農產品走出深山，暢通寄遞渠道，激發內生動力，助力農戶無憂銷售。

智慧物流，降本提速運鮮果

2023年9月，位於甘泉縣的中通快遞陝西延安轉運中心正式啟用，進一步降低了延安蘋果等陝北特色農產品的物流成本，提升了寄遞時效，為當地農戶提供高效、經濟的物流服務。

隨著輻射整個陝北地區的中通快遞延安轉運中心智慧物流園區落地，陝西的農特產品與全國的距離更近了。中通快遞延安轉運中心操作負責人翟高慶表示：「延安中心的投產，極大地拓展了西北地方快遞發往全國的送達範圍，送達時間提升了15個小時左右，有效解決了延安市乃至陝北地區農特產品銷售運輸相對滯後問題。」



升級寄遞方案，獼猴桃省心運

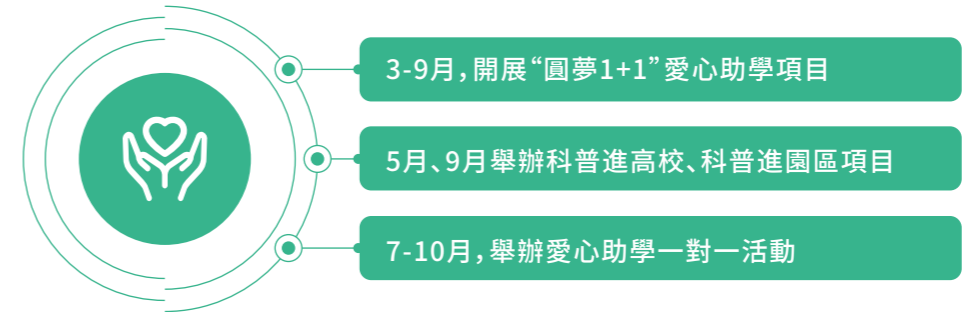
中通快遞為將黑山獼猴桃運出大山，使用中通標快發往全國。作為中通快遞旗下的時效快遞產品，中通標快和果農直接合作，為當地打造專屬物流寄遞方案，提供定制化包裝、高性價比、優先中轉和派送的快遞服務。

2023年，中通標快在原物流寄遞方案基礎上再次升級。在獼猴桃掛果前一個月，重慶萬盛網點便開始對當地5個鄉鎮鋪點佈局，於田間地頭設置5個攬收點，發貨量較去年比翻了一番，可謂遍佈當地村戶。中通標快不僅保證寄遞時效，在售後服務上，也安排專人客服來對接獼猴桃產品，基本可以做到3分鐘內迅速響應，果農普遍對中通標快很有信心。得益於物流寄遞的便捷性，果農戶均增收8,000元左右，解決當地就業問題。



熱心社區公益

中通快遞始終堅持「用我們的產品造就更多人的幸福」，並用愛回饋社會，以實際行動傳遞溫暖和愛心。我們聯合員工、合作夥伴一起開展多項公益活動。圍繞提供優質教育、支持社區發展等方面，打造「圓夢1+1」、科普進校園、尋親膠帶等公益項目。報告期內，中通累計捐助820多萬元。



「圓夢1+1」愛心助學，播撒希望的種子

2023年，中通快遞內部支持公益行動的地域範圍不斷擴大，號召山西、天津、新疆、浙江、貴州、湖北、湖南、遼寧、上海等9個管理中心，推動中心與當地網點聯合開展「圓夢1+1」愛心助學公益活動，募集愛心物資，匯聚更多愛心力量，幫助更多偏遠山區的孩子築造希望。活動啟動一個月以來，中通快遞聯手華新鎮相關部門以及社會愛心力量，累計捐獻生活用品、學習用品、清涼用品、體育用品等愛心物資超160箱，預估價值超13萬元。同時，今年還通過職工公益運動會以及中通網絡互助基金，籌集了5萬元的公益資金，通過雲南省青少年發展基金會指定捐助給雲南省雲龍縣民建鄉中通希望學校，用於改善學校的用水設備，解決師生的用水困難。



關愛城市守護者，讓冬天不再寒冷

2023年12月期間，中通快遞在全國多地舉辦「有你的冬天不太冷」——2023年冬季送溫暖活動，活動覆蓋黑龍江、吉林、遼寧、內蒙古、寧夏、新疆、河北、山東、甘肅、陝西、天津、上海等多個地區，為快遞員、外賣員、環衛工人、建築工人、交警等一線戶外工作者免費提供圍脖、帽子、手套、護膝、暖貼、護手霜等保暖物資。



小小膠帶，傳遞回家的希望

中通快遞為幫助更多失蹤兒童回家，將公安部網站上失蹤兒童的照片和尋親聯繫方式印在膠帶上，用來打包快遞。儘管一卷印有失蹤兒童信息的膠帶比普通膠帶成本多出一倍，但可以隨快遞包裹將希望帶向天南海北，為失蹤兒童早日回家貢獻自己的綿薄之力。





至誠至信 謀長遠 築久安

中通快遞始終堅持以合規、誠信的方式開展工作，通過持續提升公司治理水準、加強企業風險合規管控，落實商業道德保障體系，切實維護各方長期利益，樹立良好的企業形象，為公司的健康、可持續發展奠定堅實的基礎。

我們關注的議題

- 公司治理
- 合規與商業道德
- 多元化與包容
- 風險管理
- 減少污染
- 廢棄物管理
- 水資源管理

對應SDGs



我們的行動

- 通過打造多元化管治及優化董事會績效薪酬體系，持續提升公司治理水準
- 通過完善風險管理框架，加強風險培訓等方式，及時識別和應對企業風險
- 通過完善保障體系、加強意識宣貫、落實舉報人保護等方式，踐行商業道德理念
- 優化水資源利用，加強環境污染物管理

築牢經營之基

中通快遞始終堅持以合規、誠信的方式開展工作，通過持續提升公司治理水準、加強企業風險合規管控，落實商業道德保障體系，切實維護各方長期利益，樹立良好的企業形象，為公司的健康、可持續發展奠定堅實的基礎。

公司治理

我們深知良好的公司管治對提高投資者對公司的信心具有重要意義。我們嚴格遵循國家及交易所的相關監管要求規範運作，並通過打造多元化管治機制、優化董事會績效薪酬體系，全面提升企業管治表現。

• 多元化管治

我們堅信多元化的管治體系將幫助公司推進多方經驗的交流融合，取長補短，助力董事會作出更符合整體利益相關方的決策意見。公司在甄選董事候選人時，提名及公司治理委員在考察候選人的經驗、技能、專業知識、個人誠信及職業操守、品格、業務判斷力等特質的基礎上，也需從多個方面考慮候選人的情況進行綜合權衡，包括但不限於性別、國籍、民族、種族、宗教及文化背景等。

• 績效及薪酬

公司每年定期對董事會績效表現進行自評，內容覆蓋管理程序、管理層溝通、專注戰略發展、高效獲取決策必要信息、合理安排管理工作、管理提升落實追蹤等，持續完善董事會治理能效。公司設立符合公司業務發展需求的薪酬政策及架構，確保本公司董事及高級管理層薪酬水準適當。為持續提升中通快遞的可持續發展表現，公司建立相關機制將ESG績效與董事會薪酬掛鉤，相關考核指標包括但不限於ESG體系建設、ESG風險管理、ESG關鍵指標績效等。

風險合規

公司持續完善風險管控機制和流程，定期開展風險識別和內部審計，提升風險防控意識，防範經營風險。

• 風險合規

公司嚴格參照《薩班斯-奧克斯利法案》(SOX)法規要求，緊抓找、防、控三個環節，建立公司全面風險管控機制，有效識別及應對公司運營各環節的潛在風險。報告期間，公司持續完善《披露管控制度》《廉政建設(利益衝突)申報管理辦法》等相關制度體系，並進行審閱更新，通過搭建風險控制矩陣、優化流程標準、落實控制測試等方式，強化相關板塊風險管理水平。

• 風險管理框架

我們已建立覆蓋公司全部業務部門及成員企業的風險管理組織體系，明確公司審計委員會、內審部門、各職能部門的職責分工。公司審計委員會主要負責評估及厘定達成策略目標時所願意接納的風險性質及程度，對公司風險管理及內部控制政策及程序有效性開展定期審查。內審部門負責監控風險管理及內部監控系統穩妥善地運行，同時對內控流程持續優化，並針對子公司內控情況進行檢查及改進追蹤。各職能部門在統一協調下開展風險自我評估及內部控制管理，全方位管理及應對本公司各類風險。



• 風險管理流程

我們定期開展風險識別與評估工作，具體由各部門的管理負責人根據業務性質與行業發展趨勢，識別包括合規風險、運營風險以及業務連續性風險等在內的現有及潛在風險，並根據風險潛在影響及發生可能性進一步明確風險管理優先順序。

我們高度重視可能面對的風險和現有風險，由內審部門持續監督風險解決方案的實施情況。公司將風險管理納入產品和服務開發過程，每年定期評估風險敞口，並根據識別出的風險管理漏洞，以及具體情況變化進行針對性改進。報告期內，我們最為關注的新興風險為氣候變化，相關應對舉措請參見本報告的專題二章節。

• 風險文化建設

我們致力於將風險管理文化建設融入企業文化建設的全過程，通過對各級人員進行風險管理原則的培訓，提高員工及合作夥伴的整體風險管控意識和技術水平。此外，為提升公司董事會風險評估與應對能力，公司聘請外部機構對公司所有董事(含執行董事、非執行董事、獨立董事)開展風險管理培訓。

落實風險培訓與考核

- 對全體員工開展風險管理培訓，幫助員工了解風險控制理念及審計流程，並設計考核以強化員工的學習態度與學習成果

加強風險管理反饋

- 公司積極開展風險防範預警機制的研究和探討，通過實地調研，調動員工積極性，引導員工發現風險、規避風險
- 開設風險舉報熱線，鼓勵員工及外部夥伴主動識別風險並上報，提高風險防範的主動性，將風險防範進一步從被動管理轉化為主動管理，提高公司的風險管理水平

商業道德

公司嚴格遵守國家法律法規，構建了完善的企業管治體系，並將業務發展與公司的廉潔價值觀、合規要求及各利益相關方的期望相結合。

• 商業道德與反腐敗

中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反貪汙賄賂法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國刑法》和《中華人民共和國監察法》等國家法律法規，制定了《廉政監察實施條例》《商業行為和道德守則》等一系列管理制度，在覆蓋公司全體員工及業務條線的基礎上，將相關廉潔要求拓展至供應商及承包商層面，明確杜絕腐敗、賄賂、舞弊、洗錢、不正當競爭、利益衝突等行為。此外，我們將商業道德事件表現與員工績效相結合，持續加強內部商業道德管理水平，同時公司的反腐敗和賄賂政策適用於慈善捐贈和政治捐贈活動。



供應商合規論壇

中通快遞在做好自身廉潔合規建設的同時，也非常重視與供應商/合作夥伴之間的合規合作及合規建設，共同營造「風清、氣正、廉潔」的商業氛圍，共同建立「公平、互信、共贏」的合作關係。12月21日，我們舉辦了「清風行動-廉潔教育宣傳周」供應商合規論壇，向供應商傳遞了中通對做好廉政建設、合規工作的堅定決心。



為了持續加強中通快遞商業道德管理水平，我們會定期根據最新法律法規，對內部相關管理制度進行審閱修訂，以保障其有效性。同時，我們將運營中的商業道德及反腐敗風險納入公司專項審計檢查範疇，由董事會審計委員會進行總體監督，網絡和廉政監察室作為獨立主管部門，通過年度巡查結合不定期專項審查等方式，針對全部運營地、所有業務及承包商開展商業道德相關審計工作和風險評估，加強整體商業道德管理與監督水平。報告期內，公司未發生相關訴訟案件，通過內部自查發現貪污腐敗事件39起，客戶隱私洩露事件69起，利益衝突事件15起，上述事件均已按照公司相關管理制度和處理辦法及時處理。此外，公司未發生歧視或騷擾、洗錢或內幕交易相關事件。

• 廉潔意識宣貫

公司每年面向董事、全體員工、外包人員、承包商等開展多種形式的廉潔宣傳活動和《商業行為和道德守則》培訓，致力於通過加強日常宣貫等方式，說明其識別工作中常見的商業道德事件，並為員工提供關於道德問題諮詢的渠道，持續加強其商業道德意識，減少違規事件的發生。



弘揚廉潔文化 共建廉潔中通——中通快遞舉辦首屆「清風行動—廉潔教育宣傳周」活動

2023年12月18日至22日，中通快遞首屆「清風行動—廉潔教育宣傳周」活動在公司總部及全國各地管理中心同步舉辦。

通過舉辦廉潔從業專題講座、廉潔作品評選、廉政微電影展播、廉政監督員專題會、遊園會等專項活動，幫助員工深刻認識到廉潔從業的重要性，不斷提升全體員工的廉潔合規意識，加強中通網點和供應商合規經營管理，努力營造「風清、氣正、廉潔」的良好氛圍，保障公司持續健康和高質量發展。



員工代表、網點代表簽署合規承諾書



遊園會活動廉潔宣傳遊戲

• 規範舉報管理

公司秉承著對誠信合規的價值理念，致力於塑造開誠佈公的溝通環境，並鼓勵公司所有員工、供應商及其他合作夥伴參與到廉潔誠信的監督體系中，對員工廉潔及勤勉履職情況進行監督，亦對發現的潛在違反公司道德準則、制度及法律的情況及時通報。我們制定並頒佈了《廉政舉報獎勵辦法》，舉報人可以通過電子郵件、電話、信函、預約來訪、廉政舉報平臺等途徑向公司進行舉報。



同時，公司堅決保護舉報人合法權益，設置7*24多語言獨立舉報熱線，允許匿名舉報，並對舉報和調查工作遵循保密原則，嚴禁將舉報人個人信息、舉報辦理情況等洩露給被舉報人或者與辦理舉報工作無關的人員。我們嚴格禁止對舉報人的打擊報復行為，確保任何舉報人都不會遭受包括職場歧視、不公正績效評價等打擊報復行為，實現對舉報及投訴人員最大程度的保護。報告期內，公司共計接收舉報線索368條，並於接到投訴舉報後根據線索情況進行核實及調查。

舉報電話



18930660110
(微信同号)

舉報郵寄地址



上海市青浦區華新鎮華志路
1685號中通快遞集團1號樓
12樓網絡和廉政監察室(收)

舉報郵箱



lianzheng@zto.com

移動端舉報渠道



寶盒APP-廉政監察
-廉政監察舉報

中通快遞7*24
獨立舉報渠道

駕駛員舉報渠道



優運APP-廉政舉報

夯實環境管理

中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等國家和地方政府有關環境管理的法律法規，完善自身環境管理制度，制度適用於生產運營和業務設施、產品和服務、配送和物流、廢棄物管理、供應商、服務提供者和承包商、其他關鍵業務商業夥伴、盡職調查等，承諾持續改進環境績效，設定減少環境影響的目標，並通過相關培訓提升內外部利益相關方對環境管理政策和環境影響的認識。同時，公司根據ISO 14001的相關要求搭建了公司整體環境管理體系，持續規範污染物管理，降低生產運營活動對環境的影響，並規避因不當管理引起的潛在風險。報告期內，公司未發生環保違規重大處罰事件⁶。



⁶重大處罰事件指處罰金額超過1萬美元的事件

中通快遞ISO 14001環境管理體系認證證書

水資源管理

本公司始終恪守國家及地方關於水資源管理的法律法規，持續完善水資源利用和保護的內部管理制度。在水資源管理方面，公司所有業務活動用水均取自市政供水，不從自然直接取水。同時，公司堅持綠色發展理念，致力於引進和建立先進的環保技術及理念，提高水資源的循環利用率，並降低水資源的消耗，改善環境質量，積極探索綠色可持續發展之路。

| 水資源 ⁷ | 單位 | 2023年數據 |
|------------------|----------|---------|
| 取水量 | 萬噸 | 543.8 |
| 排水量 | 萬噸 | 516.6 |
| 耗水量 | 萬噸 | 27.2 |
| 水耗密度 | 噸/百萬元人民幣 | 5.67 |

⁷公司水資源來源主要為市政供水

在水效益目標方面，本公司訂立了明確的目標，致力於通過提高水資源的利用效率和減少水資源的消耗，實現水資源的可持續利用。公司還通過日常節水宣傳和用水效益培訓等活動，提高員工節水意識。

持續優化水資源利用

中通快遞合肥分撥中心在循環節水方面積極響應「海綿城市」建設理念，通過一系列舉措，充分利用水資源，減少污水直接排放對環境造成的污染，實現累計年節水約500噸

通過建立可再利用水的收集處理系統，使水資源得到梯級循環利用
增加3500平凹式綠地，部署LID雨水回收利用系統
利用雨水回收再利用，將雨水回收淨化後作為中水使用於洗車、噴灑綠地、沖洗廁所等

減少污染

針對運營過程中的污染排放物，中通快遞嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《國家郵政局關於全面加強生態環境保護 堅決打好污染防治攻堅戰的實施意見》等相關法律法規要求，持續完善內部相關管理制度，對廢氣、廢水、固體廢棄物、有害廢棄物等多個方面進行嚴格把控，承諾在確保各項污染物合規處理且達標排放的基礎上，通過數據表現追蹤等方式，持續跟進並減少污染物排放。

報告期內，我們針對性評估並識別出本年度污染物管理重點方向及相關改進舉措的部分示例如下：

- **生產過程**：優化生產流程，更換符合排放標準的車輛，減少不必要的浪費和廢氣排放，提高資源使用效率。產生的有害廢棄物和一般固體廢棄物分類收集管理，委托具有服務資質的第三方對不同類別廢棄物進行合規處置
- **供應鏈管理**：與供應商合作，推動環保採購，減少包裝和運輸過程中的廢棄物
- **辦公環境**：推行無紙化辦公，減少紙張浪費
- **員工行為**：加強環保教育，鼓勵員工養成減少廢棄物的習慣
- **產品設計**：優化產品設計，考慮環保因素，提高產品的可持續性
- **採購環節**：優先選擇環保合規的供應商，推動綠色供應鏈建設
- **循環經濟**：推動廢物資源化利用，探索循環經濟模式

| 廢氣 | 單位 | 2023年數據 |
|------------|----|---------|
| 總排放量 | 噸 | 7,945 |
| 氮氧化物 (NOx) | 噸 | 7,313 |
| 硫氧化物 (SOx) | 噸 | 8 |
| 顆粒物 | 噸 | 624 |

注：廢氣排放物來源於柴油車輛，廢氣排放量計算參照香港聯交所《上市規則》《附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》。

| 廢棄物 | 單位 | 2023年排放量 |
|-------|----|----------|
| 無害廢棄物 | 噸 | 9,464 |
| 有害廢棄物 | 千克 | 97,568 |

加強員工環保意識培訓

為了提高員工的環保意識，培養減少廢棄物的良好習慣，我們為員工開展廢棄物管理專項培訓，通過開展專項講座、小組討論等方式，向員工普及了減少廢棄物的重要性、方法及日常實踐，與員工攜手實現公司的可持續發展目標。



附錄一：關鍵績效匯總

| 關鍵績效指標 | 單位 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|--------|
| 業務績效 | | | | | |
| 業務量 | 億件 | 223 | 244 | 302 | |
| 服務網點數 | 個 | 30,400 | 31,000 | 31,000 | |
| 國內分撥中心 | 個 | 99 | 98 | 99 | |
| 自動化分揀設備 | 套 | 385 | 458 | 464 | |
| 幹線運輸車輛數 | 輛 | 10,900 | 11,000 | 10,000 | |
| 幹線運輸線路數 | 條 | 3,700 | 3,750 | 3,900 | |
| 高運力甩掛車數 | 輛 | 9,000 | 9,700 | 9,200 | |
| 環境範疇 | | | | | |
| 直接能源使用 | | | | | |
| 柴油 | 噸 | 428,693 | 420,256 | 444,284 | |
| 天然氣 | 立方米 | / | / | 1,120,623 | |
| 間接能源使用¹ | | | | | |
| 外購電力 | 兆瓦時 | 425,537 | 558,351 | 681,557 | |
| 能源消耗² | | | | | |
| 直接能源消耗 | 噸標煤 | 624,648.57 | 612,355.02 | 648,856.31 | |
| 間接能源消耗 | 噸標煤 | 52,298.55 | 68,621.33 | 83,763.42 | |
| 綜合能源消耗 | 噸標煤 | 676,947.12 | 680,976.35 | 732,619.73 | |
| 能耗密度 | 噸標煤/萬元人民幣 | 0.223 | 0.192 | 0.191 | |
| 溫室氣體排放³ | | | | | |
| 直接排放(範圍一) | 噸二氧化碳當量 | 1,350,926 | 1,324,339 | 1,402,275 | |
| 間接排放(範圍二) | 噸二氧化碳當量 | 247,237 | 318,428 | 388,692 | |
| 其他間接排放(範圍三) | 透明膠帶 | 噸二氧化碳當量 | 1,921 | 1,718 | 2,151 |
| | 面單 | 噸二氧化碳當量 | 46,096 | 49,251 | 54,537 |
| | 其他 | 噸二氧化碳當量 | 78,629 | 78,945 | 98,277 |
| 溫室氣體排放總量(範圍一+範圍二+範圍三) | 噸二氧化碳當量 | 1,724,810 | 1,772,680 | 1,945,932 | |
| 溫室氣體排放密度 | 千克二氧化碳當量/萬元人民幣 | 568 | 501 | 507 | |
| | 千克二氧化碳當量/件快遞 | 0.077 | 0.073 | 0.064 | |

注^{1,2,3}:基於用電量統計方法的優化,提升資料準確度,重述2021、2022年數據。

| 關鍵績效指標 | 單位 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|------------------------|-----------|------------|------------|------------|
| 水資源 | | | | |
| 總取水量 | 萬噸 | 400.7 | 421.1 | 543.8 |
| 廢棄物⁴ | | | | |
| 無害廢棄物總量 | 噸 | 5,645 | 3,168 | 9,464 |
| 無害廢棄物排放密度 | 噸/百萬元人民幣 | 0.186 | 0.090 | 0.246 |
| 有害廢棄物總量 | 千克 | 600 | 3,936 | 97,568 |
| 有害廢棄物排放密度 | 千克/百萬元人民幣 | 0.020 | 0.112 | 2.540 |
| 廢氣排放物 | | | | |
| 硫氧化物 | 噸 | 8.12 | 7.96 | 8.41 |
| 氮氧化物 | 噸 | 7,451 | 7,241 | 7,313 |
| 顆粒物 | 噸 | 536 | 599 | 624 |
| 包裝耗材 | | | | |
| 包裝物料總量 | 噸 | 52,646,062 | 57,383,105 | 64,617,003 |
| 包裝物料密度 | 千克/百萬元人民幣 | 1,732.70 | 1,622.05 | 1,681.91 |
| 電子面單使用率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 累計投入綠色循環中轉袋 | 萬個 | 1,856 | 3,225 | 4,415 |
| 綠色回收裝置累計投入 | 個 | 24,000 | 25,327 | 26,683 |
| 總部採購“瘦身”膠帶的比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 環保培訓 | | | | |
| 環保培訓 | 次 | 10 | 10 | 12 |
| 社會範疇 | | | | |
| 員工概況 | | | | |
| 員工總數 | 人 | 23,865 | 24,888 | 23,554 |
| 全職員工 | 人 | 23,865 | 24,888 | 23,554 |
| 兼職員工 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 男性員工 | 人 | 15,451 | 15,941 | 15,072 |
| 女性員工 | 人 | 8,414 | 8,947 | 8,482 |
| 29歲及以下員工 | 人 | 6,440 | 6,753 | 5,771 |

注⁴:由於2023年公司統計口徑變化,納入更多省市管理中心數據,廢棄物排放量增加。

| 關鍵績效指標 | 單位 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|-----------------|------|--------|--------|---------|
| 30歲至50歲員工 | 人 | 14,836 | 14,982 | 15,031 |
| 50歲以上員工 | 人 | 2,589 | 3,153 | 2,752 |
| 高級管理人員女性員工比例 | % | | 18 | 18 |
| 少數民族員工比例 | % | 6.30 | 5.52 | 5.88 |
| 員工流失率 | % | | 24.09 | 24.32 |
| 男性員工流失率 | % | | 22.68 | 22.40 |
| 女性員工流失率 | % | | 26.48 | 27.50 |
| 29歲及以下員工流失率 | % | | 35.67 | 35.21 |
| 30-50歲員工流失率 | % | | 18.69 | 20.12 |
| 50歲以上員工流失率 | % | | 18.38 | 18.99 |
| 國內員工(含港、澳、臺)流失率 | % | | | 22.91 |
| 柬埔寨員工流失率 | % | | | 20.11 |
| 老撾員工流失率 | % | | | 27.12 |
| 緬甸員工流失率 | % | | | 63.70 |
| 泰國員工流失率 | % | | | 81.01 |
| 越南員工流失率 | % | | | 98.47 |
| 職業健康安全 | | | | |
| 百萬工時損失工時工傷率 | 百萬工時 | 0.19 | 0.16 | 0.16 |
| 因工亡故的人數 | 人 | 10 | 7 | 8 |
| 因工亡故比例 | % | 0.04 | 0.03 | 0.03 |
| 員工培訓 | | | | |
| 員工培訓次數 | 次 | | 334 | 302 |
| 員工培訓總時長 | 小時 | | 55,465 | 194,780 |
| 員工培訓覆蓋率 | % | | 27.85 | 41.35 |
| 員工平均受訓時數 | 小時 | | 8 | 20 |
| 男性員工受訓人數 | 人 | | 4,159 | 6,431 |
| 女性員工受訓人數 | 人 | | 2,773 | 3,308 |

| 關鍵績效指標 | 單位 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|-------------------------------------|----|-------|-------|------------------------------------|
| 高級管理人員受訓人數 | 人 | | 21 | 189 |
| 中級管理人員受訓人數 | 人 | | 821 | 2,026 |
| 基層員工受訓人數 | 人 | | 6,090 | 7,524 |
| 客戶服務 | | | | |
| 客戶滿意度 | 分 | 90.8 | 91 | 94 |
| 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 | — | — | — | 公司不生產實物產 品,主要提供快遞服 務,不涉及回收產品 |


附錄二：ESG指標索引

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 2023 環境、社會與 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、向水及土地的排汙、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。 注：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、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。 有害廢棄物指國家規例所界定者。 | 節能減碳 夯實環境管理 |
| 關鍵績效 指標 A1.1 | 排放物種類及相關排放數據。 | 節能減碳 夯實環境管理 關鍵績效匯總 |
| 關鍵績效 指標 A1.2 | 直接(範疇1)及能源間接(範疇2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度 (如以每產量單位、每項設施計算)。 | 節能減碳 關鍵績效匯總 |
| 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)。 | 夯實環境管理 關鍵績效匯總 |
| 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)。 | 夯實環境管理 關鍵績效匯總 |
| 關鍵績效 指標 A1.5 | 描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 應對氣候變化 夯實環境管理 |
| 關鍵績效 指標 A1.6 | 描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目 標所採取的步驟。 | 夯實環境管理 |
| 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。 注：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。 | 節能減碳 包裝材料使用 夯實環境管理 |
| 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)。 | 節能減碳 關鍵績效匯總 |
| 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)。 | 節能減碳 關鍵績效匯總 |
| 關鍵績效 指標 A2.3 | 描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 節能減碳 |
| 關鍵績效 指標 A2.4 | 描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些 目標所採取的步驟。 | 夯實環境管理 |
| 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)每生產單位占量。 | 包裝材料使用 |

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 2023 環境、社會與 管治報告 |
|---------------------|--|------------------------------------|
| 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。 | 應對氣候變化 節能減碳 包裝材料使用 夯實環境管理 |
| 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。 | 應對氣候變化 節能減碳 夯實環境管理 |
| 層面 A4 | | |
| 氣候變化 | | |
| 一般披露 | 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。 | 應對氣候變化 |
| 關鍵績效 指標 A4.1 | 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。 | 應對氣候變化 |
| 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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 保障員工權益 |
| 關鍵績效 指標 B1.1 | 按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。 | 保障員工權益 關鍵績效匯總 |
| 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。 | 保障員工權益 關鍵績效匯總 |
| 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。 | 保障員工權益 |
| 關鍵績效 指標 B2.1 | 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。 | 保障員工權益 關鍵績效匯總 |
| 關鍵績效 指標 B2.2 | 因工傷損失工作日數。 | 保障員工權益 |
| 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。 | 保障員工權益 |
| 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。 注：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。 | 賦能員工發展 |
| 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。 | 賦能員工發展 關鍵績效匯總 |
| 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。 | 賦能員工發展 關鍵績效匯總 |

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 2023 環境、社會與 管治報告 |
|---------------------|--|------------------------------|
| 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。 | 保障員工權益 |
| 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。 | 保障員工權益 |
| 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。 | 保障員工權益 |
| 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。 | 打造責任鏈條 |
| 關鍵績效 指標 B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。 | 打造責任鏈條 |
| 關鍵績效 指標 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、以及相關執行及監察方法。 | 打造責任鏈條 |
| 關鍵績效 指標 B5.3 | 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。 | 打造責任鏈條 |
| 關鍵績效 指標 B5.4 | 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。 | 打造責任鏈條 |
| 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、標籤及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。 | 優先客戶體驗 |
| 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。 | 公司業務不涉及已售或已運送產品因安全和健康理由回收的情況 |
| 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。 | 優先客戶體驗 |
| 關鍵績效 指標 B6.3 | 描述與維護及保障智慧財產權有關的慣例。 | 廣續創新基因 |
| 關鍵績效 指標 B6.4 | 描述質量檢定過程及產品回收程序。 | 公司業務不涉及質量檢定過程和產品回收程序 |
| 關鍵績效 指標 B6.5 | 描述消費者數據保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。 | 優先客戶體驗 |

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 2023 環境、社會與 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。 | 築牢經營之基 |
| 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。 | 築牢經營之基 |
| 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。 | 築牢經營之基 |
| 關鍵績效 指標 B7.3 | 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。 | 築牢經營之基 |
| 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。 | 共建富美鄉村 熱心社區公益 |
| 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)。 | 共建富美鄉村 熱心社區公益 |
| 關鍵績效 指標 B8.2 | 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。 | 共建富美鄉村 熱心社區公益 |

 本報告採用環保紙張製作



總部地址：上海市青浦區華新鎮華志路1685號

中通官網：www.zto.com

郵遞區號：201708

報告出版的環境考慮

紙張：採用環保紙張印刷

油墨：採用環保油墨以減少空氣污染

