

CHINA ZHENG TONG AUTO SERVICES HOLDINGS LIMITED 中國正通汽車服務控股有限公司

(根據開曼群島法律註冊成立的有限公司)

股份代號：1728



2024

環境、社會及管治報告

目錄



關於本報告

董事會聲明

4

5

可持續發展管理

業務及ESG策略及管治

利益相關方參與

重要議題評估

6

6

10

11

精益求精，穩健經營

黨建引領發展

商業道德與反貪腐

強化風險管理

信息安全與隱私保護

知識產權與交流創新

14

14

16

19

19

20

責任經營，優質服務

多元業務佈局

提升客戶體驗

供應鏈可持續管理

負責任營銷

21

21

24

27

29

心繫員工，攜手共進

員工權益保障

人才培訓與發展

職業健康與安全

33

33

39

43

五

低碳運營，綠色發展

資源高效利用

綠色辦公

排放物管理

應對氣候變化

48

48

52

55

58

六

踐行公益，和諧共創

63

附錄

66



關於本報告

報告簡介

本報告乃中國正通汽車服務控股有限公司(下稱「本集團」「集團」「正通汽車」或「我們」)發佈的第九份《環境、社會及管治報告》(以下簡稱「ESG報告」),旨在呈現本集團2024年在環境、社會及管治方面的管理實踐與所得成效。

編製基礎

本報告按照香港聯交所《上市規則》之附錄C2《環境、社會及管治報告守則》編製。

發佈周期

本報告為年度報告,下一報告期間(2025年)的報告預計將於2026年發佈。

匯報原則

在編製及披露ESG報告時,本集團充分考慮以下匯報原則:

- **重要性原則:** 我們通過重要性評估確定主要ESG議題,相關過程與結果已在本報告中披露。
- **量化原則:** 本集團依據聯交所「上市規則 — 附錄C2 環境、社會及管治報告守則」中「關鍵績效指標」要求,對「環境」和「社會」範疇的具有歷史數據的關鍵績效指標進行量化的披露,對前瞻性的信息比如目標盡可能進行量化的披露,並將在未來進一步擴大統計範圍。
- **平衡原則:** 本報告披露以客觀、公正、真實的標準反映本集團2024年於環境、社會及管治方面的管理實踐及所得成效,並且以負責的態度披露所遇到的問題及改善措施。

- **一致性原則：**我們遵循一致的披露統計方法，此份報告中，對上年報告中曾經披露過的信息保持了相同的披露統計方法，對首次披露的信息，我們將在往後年度採用一致的方法進行ESG信息的披露，以便於做同等比對。

報告範圍

本報告披露本集團自2024年1月1日至2024年12月31日期間(下稱「報告期」)的與環境、社會及管治方面的管理方法、舉措及績效表現，部分內容覆蓋了報告期之前的歷史活動。

本報告著重於匯報報告期內本集團在中國主營的中高端品牌汽車與其他品牌汽車的銷售、售後服務、衍生業務及供應鏈業務的環境和社會政策。在關鍵績效指標或其他統計信息方面，社會層面的數據涵蓋了本集團的全部業務板塊，而環境層面的數據來自於經營活動對環境影響最為顯著的汽車銷售和售後服務板塊，即4S店或5S店。相比過往年度，本集團已進一步擴充門店數據收集的覆蓋範圍，在綜合考慮地理位置、開業時間、門店面積、合作品牌和單店銷售等因素後，選擇了78家門店(2023年：52家，2022年：47家，2021年：45家)。

數據來源

本報告數據來源於本集團的內部文件和相關統計資料。

報告獲取

您可以在聯交所的網站<http://www.hkexnews.hk>與本集團官方網站下載本報告的中英文版本。本報告以中英文兩種文字出版，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

董事會聲明

本集團董事會對集團的環境、社會及管治策略及匯報承擔全部責任，負責評估及釐定集團有關環境、社會及管治的風險，並確保集團設立合適且有效的環境、社會及管治風險管理及內部監控系統。

我們已建立健全的ESG管治體系，由董事會領導並參與ESG重大事宜的審議與決策，包括批准每年度的ESG報告、識別與評估ESG風險、督導管理層在業務經營過程中制定ESG戰略與方針並建立相關工作規劃和酌情進行檢核和調整等。

基於外部環境和本集團發展戰略，本集團結合披露準則要求、資本市場關注以及利益相關方溝通，識別出關鍵ESG議題，包括產品責任、供應鏈管理、信息安全與隱私保護等，並在日常工作中進行重點審視與績效提升。未來，將持續根據利益相關方期望和本集團運營實際不斷提升可持續發展水平。

本集團的董事會作為ESG事宜的最高負責及決策機構，確保本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，對其內容的真實性、準確性和完整性承擔全部責任。

可持續發展管理

1

1.1 業務及ESG策略及管治

集團業務

本集團致力於打造一站式汽車服務平台，業務主要包括：

- 中高端品牌汽車銷售；
- 售後服務，包含保養、維修服務及配件銷售；
- 衍生業務，包括保險代理、二手車交易及電商平台等高附加值業務；
- 供應鏈業務，涵蓋汽車物流及汽車養護用品貿易等方面。

截至2024年12月31日，本集團在全國15個省、直轄市的36個城市擁有93家運營網點，同時還有已獲授權及籌建的經銷店網點5家，分別來自1家中高端品牌和4家國內市場相對穩定的新能源自主品牌，具體為，一家路虎4S店、一家AITO問界4S店、兩家奇瑞iCAR 4S店以及一家捷途4S店。

集團管治

本集團一向承諾恪守奉行高水準的企業管治，以保障股東權益及提升企業價值與問責性。本集團亦充分認知良好企業管治對本集團的成功與持續經營極為重要。我們已採用香港聯交所《上市規則》附錄C1所載企業管治守則所載的守則條文。

企業管治	我們的實踐
董事會	<ul style="list-style-type: none">• 公司董事會從多個方面考慮董事會成員多元化，包括專業經驗及資格、性別、年齡、種族及文化和教育背景以及其他因素。截至報告期末，董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成，其中包括兩名女性董事。• 主席和首席執行官分別由不同人士出任。主席主要負責領導和確保董事會有序規範運作，首席執行官主要負責公司業務發展和日常管理運營。

企業管治

我們的實踐

- 公司董事會下設四個專業委員會，包括薪酬委員會、提名委員會、審核委員會及環境、社會及管治委員會以監察本公司事務的特定方面，且各專委會均已制定明確的書面職權範圍。
- 報告期內，公司董事會召開十次會議，下設的專業委員會共召開二十次會議，且每次會議需出席董事的出席率均為100%。
- 報告期內，本集團持續向董事提供有關法律及監管制度發展，以及業務及市場環境變化的最新資料，以協助在任董事更好履行職責。於報告期內，在任董事均已透過參加培訓課程或閱讀與本公司業務及董事職責有關材料的方式，參與適當持續專業發展。

風險管理及內部
監控

- 董事會主要透過本集團之內部審計部監察風險管理及內部監控制度，並承諾每年最少檢討一次本集團風險管理及內部監控制度之有效性，包括財務、運作及合規方面的監控，如會計、內部審核、財務匯報職能以及與公司的環境、社會及管治表現和匯報相關的治理架構、員工資歷及經驗，以及員工所接受的培訓課程及有關預算是否足夠。
- 董事會已透過審核委員會完成截至2024年12月31日止年度對本集團風險管理及內部監控制度有效性的年度審閱，董事會認為當前制度整體有效及充足。

與股東及投資者
溝通

- 本集團致力通過一系列投資者關係活動保持高水平的投資者關係，該等活動包括電話會議、單對單會議、路演和實地訪問。本集團亦定期與海外及中國大陸機構投資者會面，以保證我們可以及時向投資者更新本集團的主要發展狀況及策略。

更多有關企業管治的信息，請參閱本集團2024年度《企業管治報告》。

集團ESG策略

本集團注重人、經營效益與環境三者之間的和諧關係。在追求企業的發展規模和利潤的同時，通過制訂與完善環境和社會範疇的願景、政策和措施，將可持續發展的理念融入到經營活動的各個環節中，並致力於持續提高企業管治水平，為供應商、客戶和員工等利益相關者共享發展成果做出努力，並盡可能降低對生態環境的影響。

ESG管治

本集團設立了自上而下的ESG管治結構。其中董事會負責本集團環境及社會事宜的監管，以指引企業可持續發展的方向和路徑。同時董事會下設環境、社會及管治委員會並已獲得董事會授權，委員會主席由執行董事王明成擔任，委員由集團董事會主席黃俊鋒及首席執行官陳弘擔任，委員會每年定期召開兩次會議。集團制定的《中國正通汽車服務控股有限公司環境、社會和管治委員會職權範圍》闡明了ESG委員會的職責、責任及權力。

此外，我們也組建了由高層管理人員領銜、中層管理人員參與的環境、社會與管治工作組，該工作組成員由黨委辦公室、人力資源部、行政部、證券事務部、法務部、戰略投資管理部、數字化管理部、內控審計部、監察室等部門負責人組成，涵蓋了本集團經營管理的各相關部門，是本集團可持續發展必不可缺的執行力量。



正通汽車ESG管理架構



董事會

- **ESG重大事項的審議和決策**



環境、社會
及管治
委員會

- **方針與策略制定**：負責制定並更新集團的ESG管理方針、願景以及長期戰略目標，並確保相關內容符合行業最佳實踐、法律法規要求以及利益相關方期望。
- **風險與機遇識別**：系統性地識別和評估集團運營中對環境、社會及管治有重大影響的關鍵議題，建立相關標準以篩選出重大ESG指標，並持續監控和評估由其帶來的潛在風險和商業機遇。
- **政策審批與監控**：審批與ESG相關的各項公司政策，定期審查內部的ESG風險管理程序和內部控制體系的有效性，確保它們能夠應對不斷變化的外部環境和內部業務需求。







環境、社會
與管治
工作小組

- **ESG工作落實**：負責ESG信息披露相關的材料整理、數據統計，推動落實日常的可持續發展工作，維持和保障利益相關方的順暢溝通。
- **定期匯報溝通**：定期向環境、社會及管治委員會匯報，聽取意見和建議，傳達、溝通並落實環境管治與社會管治方面的集團戰略、具體舉措和反饋意見。

1.2 利益相關方參與

本集團環境、社會與管治的利益相關者包括外部和內部利益相關者，其中外部利益相關者包括供應商與合作夥伴、消費者、投資人／股東、政府與監管機構、媒體及業務所在地社區；內部利益相關者除董事會成員和高級管理層外，也包括中層管理者和廣大基層員工。本集團通過訪談、在線問卷、參與報告編製等方式，確保利益相關方的參與並了解和響應其期望與訴求。

利益相關方	關注議題	溝通與回應
政府與監管機構 	<ul style="list-style-type: none"> • 合規經營 • 經濟績效 • 安全環保 • 促進就業 • 廉潔與反腐敗 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期信息報送 • 接受考核監督 • 合規運營管理
投資人／股東 	<ul style="list-style-type: none"> • 經濟績效 • 信息透明 • 業務戰略和財務業績 • 股東權益保護 	<ul style="list-style-type: none"> • 增加信息披露 • 股東大會 • 投資者調研接待
供應商與合作夥伴 	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任供應鏈 • 互利共贏 • 行業合作與發展 	<ul style="list-style-type: none"> • 公佈供應商管理規定 • 簽訂合作協議 • 日常業務交流
消費者 	<ul style="list-style-type: none"> • 信息安全與隱私保護 • 客戶權益保障 • 負責任營銷 • 產品質量 	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者滿意度調研 • 多渠道的投訴及反饋

利益相關方	關注議題	溝通與回應
<p>媒體</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 經濟績效 • 行業合作與發展 • 負責任營銷 • 發展規劃 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司網站及社交媒體 • 組織活動
<p>員工</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 員工薪酬及福利 • 公平性及多元化 • 員工健康與安全 • 培訓與發展 	<ul style="list-style-type: none"> • 內外部培訓 • 員工活動 • 工會組織 • 職工代表大會 • 員工意見調查、反饋
<p>社區</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 公益活動 • 社區發展 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期走訪交流 • 社會活動 • 資金物資幫扶

1.3 重要議題評估

本集團高度重視並採取系統化的方式處理ESG(環境、社會和治理)相關議題，結合集團面臨的可持續發展挑戰，每年進行定期複核、更新重要議題評估，以確保報告盡可能全面地反映本集團在環境、社會及管治方面的管理實踐與進展。

2024年進一步擴充了實質性議題範圍，新納入合規經營與風險管理議題，並對部分議題進行合併、拆分或修改名稱，同時對各項議題進行優先級排序並劃分「高度重要」、「重要」和「相關」三級，以形成重要性議題矩陣。

正通汽車ESG重要性議題評估流程

01 ESG議題識別和確認

- 通過多渠道與利益相關方溝通，結合所獲取的反饋、行業內可持續發展熱點以及集團運營實際情況，劃定議題範圍，確定ESG議題；
- 參考資本市場ESG報告指引、ESG評級等相關評估要素，結合國內外可持續發展信息披露相關政策和標準，識別所在行業於可持續發展領域的關注重點、前沿目標和潛在風險，篩選形成議題清單。

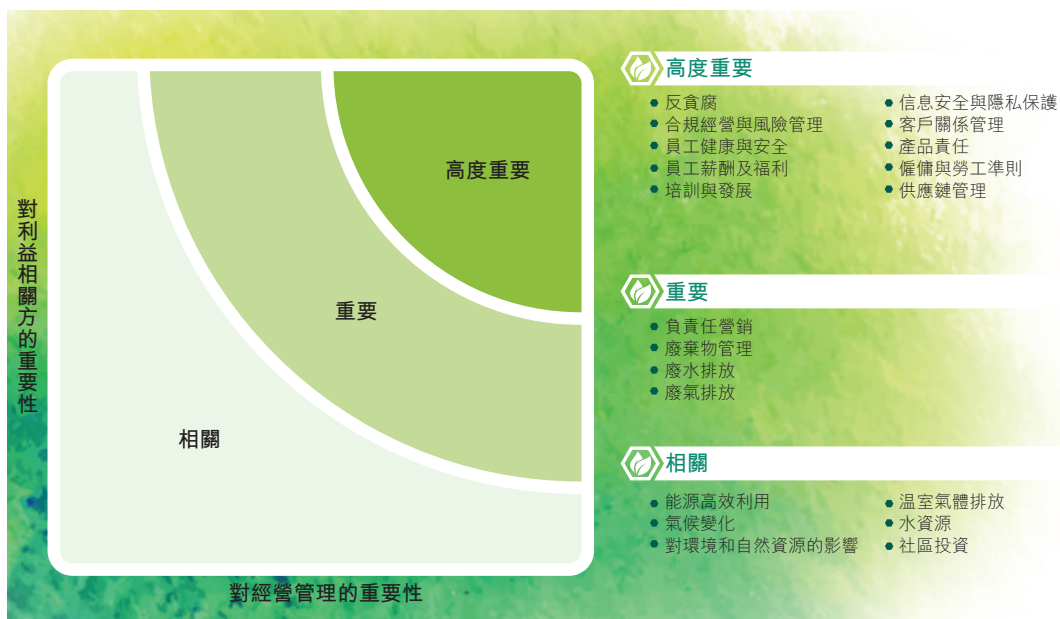
02 利益相關方溝通與調研





















- 以議題清單作為利益相關方調研核心內容編製ESG重要性議題評估在線調研問卷，邀請內、外部利益相關方對相應ESG議題的重要程度進行打分，並通過整理、分析得出最終調研結果及內部利益相關方對集團可持續發展滿意度情況。

03 實質性議題評估

- 依據利益相關方調研問卷的結果，結合企業發展情況，從「對利益相關方的重要性」和「對經營管理的重要性」兩個維度開展重要性議題評估，將各項ESG議題的重要性按照評分進行排序，相關結果經由外部專家審核後，生成矩陣圖。

基於ESG議題重要性評估，我們生成了如下矩陣：



2024年正通汽車議題清單			
所屬範疇	議題	重要性	本報告的回應
 治理	反貪腐	高度重要	商業道德與反貪腐
 治理	合規經營與風險管理		強化風險管理
 社會	員工健康與安全		職業健康與安全
 社會	員工薪酬及福利		員工權益保障
 社會	培訓與發展		人才培訓與發展
 社會	供應鏈管理		供應鏈可持續管理
 社會	信息安全與隱私保護		信息安全與隱私保護
 社會	客戶關係管理		提升客戶體驗
 社會	產品責任		多元業務佈局 負責任營銷 提升客戶體驗
 社會	僱傭與勞工準則		員工權益保障
 社會	負責任營銷	重要	負責任營銷
 環境	廢棄物管理		排放物管理
 環境	廢水排放		排放物管理
 環境	廢氣排放	排放物管理	
 環境	能源高效利用	相關	資源高效利用
 環境	氣候變化		應對氣候變化
 環境	對環境和自然資源的影響		低碳運營，綠色發展
 環境	溫室氣體排放		應對氣候變化
 環境	水資源		資源高效利用
 社會	社區投資		踐行公益，和諧共創

精益管理，穩健經營

2.1 黨建引領發展

正通汽車黨委於2021年12月正式成立，現有6個黨支部。本集團始終堅持黨建引領，不斷促進黨的領導與完善公司治理相統一，明確了黨委在公司決策、執行、監督各環節的權責和工作方式，將黨的領導有機融入公司治理各環節並將黨的建設融通於公司「十四五」戰略規劃中。



正通汽車黨委榮獲2024年武漢市「先進基層黨組織」稱號

始終堅持忠誠履職盡責。正通汽車認真落實「第一議題」制度、黨委理論學習中心組學習制度，認真履行全面從嚴治黨、黨風廉政建設、意識形態(含網絡意識形態)等主體責任，宣傳學習並貫徹落實黨的二十屆三中全會精神。

黨紀學習教育走深走實。正通汽車黨委扎實開展黨紀學習教育，深入學習貫徹習近平總書記講話重要指示精神，落實上級黨委部署要求。組織黨委班子成員、支部書記及黨員、高管、關鍵崗位人員等300餘人分批次參加11場專題黨課；聯合武漢經開綜合保稅區及港口物流園開展「嚴明黨紀銘於心，清風正氣踐於行」主題黨日活動；通過參觀中國共產黨紀律建設歷史陳列展、瞻仰第一屆中央監察委員會舊址強化廉政教育；同步成立群眾身邊不正之風專項整治工作專班，建立常態化監督機制，為企業經營管理開展深度「體檢」，築牢拒腐防變思想防線。



正通汽車扎實開展黨紀學習教育

基層組織建設再上新台階。正通汽車黨委牽頭創建「依鷺啟航」、「擎動先鋒」等黨建品牌7個，以「品牌」提「品質」，作為發揮基層黨組織堡壘作用的重要抓手，推動爭先創優；進一步規範基層組織建設，落實「應建必建」要求，推動成立2個獨立法人企業黨支部，選舉產生4名兼職黨務工作人員，夯實基層黨組織建設基礎；舉辦2024年度黨務、紀檢監察幹部能力提升培訓班，提升基層黨建工作質量與規範化水平。

落實並全方位打造廉潔企業。正通汽車黨委認真履行全面從嚴治黨和黨風廉政建設主體責任，傳達上級反腐敗會議精神，每年總結反腐敗工作情況，督促企業全方位防止腐敗行為出現。針對賄賂行為，黨委堅定不移實行零容忍政策，為踐行ESG理念、實現良好治理築牢堅實根基，保障企業健康、穩定、可持續發展。

2.2 商業道德與反貪腐

本集團奉行高標準的商業道德，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等相關法律法規，堅決反對任何形式的欺詐、腐敗、賄賂、舞弊等不正當行為，並採取了一系列預防舉措以維護企業的良好形象和正常運營秩序。在反貪反腐方面，本集團堅持無禁區、全覆蓋、零容忍的原則。報告期間內，本集團未發現貪腐事件。

加強組織領導，完善機構設置。正通汽車設立監察室，圍繞監督檢查、宣傳教育、執紀問責三項職能開展工作。此外還成立黨風廉政建設和反腐敗工作領導和協調小組，建立黨內監督聯席會議機制，集團黨委定期組織監察、審計、法務等監督部門研究廉潔建設和反腐敗工作，主動識別和預判潛在風險隱患，提出針對性的建議和完善措施。同時公司已建立多元化的反賄賂誠信經營行為舉報體系，設立專門舉報郵箱，負責受理外部、內部的舉報投訴，按照「分級負責、歸口受理」原則，開展調查、反饋，減少不必要的知情人，以最大程度保護舉報人信息。

加強制度建設，夯實監督保障。本集團持續推進廉潔制度建設，通過深入調研和分析，對汽車、物流、保代等業務板塊的業務流程進行全面梳理，並結合行業特點及企業實際情況制定子公司《廉潔風險防控嵌入經營風險防控工作管理辦法》《廉潔風險防控手冊》，將廉潔風險防控貫穿到經營管理的全過程、各環節。制定《關於深化落實「1+X」監督機制的實施辦法》《關於設立企業廉潔專員的工作方案》等規章制度，在各黨支部、品牌管理部和下屬企業設立廉潔專員和廉潔監督員，不斷夯實監督基礎保障。

事前預防	事中監督	事後處置
《廉潔風險防控手冊》結合廉潔從業負面清單規定，明確汽車、物流、保代等板塊各環節可能存在的廉潔風險點，提出相應的風險防控措施；構建「一企一策」廉潔風險防控體系，制定《關於開展物資採購項目嵌入式監督的實施方案》，為規範經營管理提供制度保障。	不定期對日常經營業務及重點領域（如採購、招投標等）開展專項監督，及時發現工作中存在的不足，及時防治廉政風險隱患。	對檢查中發現的問題，下發《紀律檢查建議書》，要求限期整改到位。對於嚴重違規、整改不到位、工作敷衍等問題，將嚴肅追究相關人員責任。

加強廉政教育，築牢思想防線。為繼續深入推進黨風廉政建設，強化黨員幹部思想廉潔意識，2024年，集團圍繞招投標、採購、金融等重點領域，組織相關職能部門及投資企業參加廉潔「業務共學」專題培訓7次，提升重點領域風險防範化解能力，引導員工廉潔從業。同時，集團黨委以廉潔文化宣傳教育月活動為契機，組織開展廉潔教育、黨紀知識測試、組織參觀廉政教育基地等活動37場，營造風清氣正的從業氛圍。



黨紀送教上門



黨紀學習教育主題活動



參觀廉政教育基地



紀委全會會議精神學習

2.3 強化風險管理

為規範各項業務運營，強化經營風險的識別、預警和控制，本集團制定《經營風險管理辦法(試行)》和《經營風險管控事項報送管理細則(試行)》等內部制度。本集團亦建立有效的全面風險管理體制和機制，成立風險評審會，開展風險管理相關培訓，明確重大經營風險事件採集、整理和報告工作，提高風險防範與管理水平，保障穩定經營和持續發展。

本集團根據《運營風險層級分類指標表》，按照風險由小到大的程度將各類風險因素分為「關注」、「警示」和「應對」三個層級，並制定對應的量化標準，明確風險層級、匯報時限、責任部門及風險控制措施。

為提高員工對於風險管理的認知和重視，本集團於2024年開展了信用證專題培訓、「以案說法」、風控體系建設宣貫會等培訓。於報告期內，本集團對二手車出口業務進行了全面的風險評估，並通過制定《中國正通二手車出口業務風險管理指引》、《中國正通二手車出口業務物流管理規定》等制度明確工作流程，以提高業務風險應對能力。

2.4 信息安全與隱私保護

本集團嚴格遵守《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》、《信息安全技術個人信息安全規範》等法律法規及規定，同時制定《保密工作管理辦法》，並成立保密工作領導小組，構建信息安全制度體系，尊重和保護客戶隱私。我們嚴格按照主機廠安排，收集、保存和使用客戶信息。同時也建立了客戶檔案管理制度，按國家相關法律法規妥善保存和使用客戶車輛維修檔案(包括車輛信息、車主送修人信息、預檢單、報價單、定損單等)。

本集團為了切實有效地保護顧客的個人信息，實行嚴格的管理控制，從制度和設備上保護客戶隱私：

- 所有門店的辦公電腦禁止拷貝客戶信息；
- 普通職員只能向系統輸入自己所服務的客戶信息，無權查閱其他客戶的信息；
- 客戶信息查閱權僅向少數的管理人員開放，且他們都與本集團簽訂了保密協議；

- 對客戶進行關懷和回訪時與客戶確認是否存在信息泄露的情況發生；
- 對客戶的隱私信息進行脫敏處理，普通職員無法下載。

上述措施強化了本集團職員的保密意識，有效地防止了客戶隱私的泄露。本集團要求員工入職時需與本集團簽訂《保密及競業限制協議》。此外，數字化管理部不定期對信息系統操作歷史進行複核，以確保沒有不合規登錄、信息使用和Info外泄。

報告期內，本集團多措並舉重點宣貫網絡安全風險相關內容，包括通過增加郵件客戶端獨立登錄密碼的方式，防止密碼泄露以及不定期宣傳新的釣魚郵件傳播方式，多措並舉提示員工注意個人信息的保護。

報告期內，本集團共組織8次與信息安全和隱私保護相關培訓，覆蓋本集團總部及子公司的員工，參訓人員達2,000人次；於報告期內，本集團未發生任何有關客戶隱私泄露的事件。

2.5 知識產權與交流創新

面對不斷變化的市場環境，本集團保持創新和開放的態度，積極參加行業相關活動，了解主機廠客戶及經銷商客戶需求，把握行業發展趨勢，積極分享企業成功經驗，加強與同行的合作與溝通，推動行業進步。報告期內，本集團參與了2024中國汽車流通行業年會，與行業夥伴共同探討中國汽車市場的發展趨勢。

我們高度重視知識產權保護，不斷強化知識產權保護意識，一方面積極保護本集團形成的知識產權，支持打擊侵權及其他各種不正當競爭行為；另一方面尊重他人的知識產權，避免侵權。

我們將創新作為第一動力，推動物流技術創新研發工作的開展。本集團不斷完善物流服務及產品研發體系，著力開發適配不同客戶需求的物流服務和更精細化的整體解決方案，以支持未來客戶對物流服務的多樣化及低成本的需求。2024年，我們持續積極地投入研發創新。截至報告期末，我們已累計獲得8項實用新型專利，累計獲得軟件著作權37件，報告期內科技創新資金研發投入1,153萬元（包含研發人員工資社保、折舊攤銷以及部分運費）。

責任經營，優質服務

3

3.1 多元業務佈局

正通汽車作為國貿控股體系在汽車賽道的核心平台企業，以「4S體系」、「新零售」、「新興業務」為三大核心業務支柱。

- 在4S體系搭建方面，本集團持續優化品牌結構及店端盈利能力，加強與中高端汽車品牌包括保時捷、奔馳、寶馬、奧迪、捷豹路虎、紅旗、沃爾沃等的合作。在擴大傳統優勢品牌佈局的同時，也關注自主品牌的迅速崛起，進一步拓展新的增長點。
- 在新零售模式打造方面，本集團推進向線上與線下渠道協同的新模式轉變，通過電商平台、社交媒體等線上渠道進行營銷推廣，同時結合線下門店提供試駕、交付、售後等服務，為消費者提供更便捷、更個性化的購車體驗。
- 在新興業務的發展方面，本集團通過積極申請、併購等方式投向新能源經銷／代理品牌及售後授權钣噴等業務，以適應汽車行業變革趨勢。加快新能源產業鏈上下游探索，聚焦新能源光伏、充電、廢舊車及電池回收拆解等項目研判，開拓新能源產業鏈等新興業務發展機會。

推廣新能源汽車

新能源是汽車可持續發展的重要方向之一。正通汽車積極響應國家、地方與主機廠的政策，積極部署新能源戰略，申請新能源車型銷售以及售後授權，與多家造車新勢力頭部品牌開展廣泛深入的合作，2024年成功獲得了8個新能源品牌的經銷及售後授權。

我們根據業務發展需要推出焦點展台，擴大新能源車展出機會、促進成交，並結合新能源車輛特性與品牌優勢針對性開展車主深度體驗活動，提高客戶對新能源車接受度，積累新能源客群的同時樹立良好的品牌口碑。不斷加速為用戶打造超越期待的綠色智能生活，加大新能源車銷售力度，汽車總銷量中新能源汽車比例也逐漸提升。

本集團制定指引性的新能源車銷售激勵方案，促進新能源車銷量提升。在門店銷售的過程中，我們會為新能源車的潛在消費者做充分的車輛介紹，積極協助他們獲取相關牌照、安裝新能源充電設備。此外，許多門店提供新能源汽車試乘試駕活動，讓更多的消費者能夠親身體驗新能源汽車，也會組織公益活動積極地推廣新能源車、宣傳環境保護的理念。

與此同時，正通汽車也在不斷探索新能源汽車產業鏈上下游如電池回收、汽車拆解以及充電樁等領域的商業潛力，持續對這些業務進行深入分析與評估，以期發掘出具有投資價值的機遇。

推動數字化轉型

本集團積極推動數字化轉型工作，致力於實現統一平台的業財一體化，協同推進汽車生態數字產業化和產業數字化，實現雙向融合、相互賦能。結合業務發展的現狀、趨勢，我們與第三方專業機構合作，在數字化管理、數字化運營、數字化營銷、數字化交易四個方面推動本集團業務向更高效、更智能的方向發展。



數字化管理：構建標準化的業務系統，涵蓋CRM客戶管理、車輛定價、庫存管理與分析、智能報表等業務場景，利用數字化手段解決門店業務數據失真情況，提高本集團高效運營價值；



數字化運營：制定用戶全生命周期解決方案，包括售前的DCC線索（線索獲客、分配、轉化等）、售中的CRM管理（客戶管理、跟進、試駕等）及售後管理（維修、保養等），有效提升線索轉化水平，促進用戶／業務運營及商業決策；



數字化營銷：實時分析數據，精準了解客戶需求和市場趨勢以進行決策；建立B2C零售和大數據營銷平台，拓展包括小紅書、抖音、易車、汽車之家、小程序等主流連接消費者的營銷渠道，不斷創新直播營銷手段，提升營銷和盈利水平；



數字化交易：建立線上購車平台，提供汽車信息瀏覽、配置選擇、價格計算等功能及多種數字化支付方式，為消費者提供更加便捷、安全的支付體驗。

報告期內，本集團在科技引領數字化轉型升級的方針下，穩步推進數字化轉型，自主研發了包括智能盤點、代步車、寄售模式、全新會員核算體系、數字電票等多項核心業務系統；引入先進的RPA (Robotic Process Automation，機器人流程自動化) 技術，實現了廠家系統與內部OMS (運營管理系統) 的無縫對接；提升了各職能部門的業務運營能力，實現了企業的降本增效，充分發揮了數字化賦能帶來的價值。

2024年，本集團聚焦數字化戰略規劃「334」願景和未來三年的發展藍圖，以「數據資產化」、「決策智能化」、「客戶生態化」三大數字化戰略方向為指引，全面推進數字化產業轉型。通過推進戰略諮詢、運營BI駕駛艙、STS系統升級、網絡安全建設等多個項目，優化數字化平台功能與系統集成。

發展二手車業務

在中國自主品牌汽車出海蓬勃發展以及國家鼓勵二手車出口的政策紅利的發展大背景下，本集團將加快、加大在二手車出口業務方面的佈局，通過擴充業務團隊、尋找行業內合作夥伴進行資源互補、積極進行海外佈局並延長出口供應鏈體系範圍，全面拓展出口業務的廣度和深度。

正通汽車已成功申報成為二手車出口業務核准企業。未來，我們將以獲批二手車出口企業資質為契機，總結出口業務經驗，立足區域、整合資源、延伸鏈條，全力拓展國際國內市場。充分發揮企業跨境平台優勢，深挖二手車「出海」業務機會，推動國內汽車零售與國際汽車出海雙循環、互促進，「駛」上二手車出海業務轉型新道路。

3.2 提升客戶體驗

正通人始終將「為客戶提供高品質的汽車生活」的使命牢記心間，致力於為客戶提供高品質的服務，繼續為實現本集團的願景「成為汽車生態領先的綜合服務商」而努力。

優質門店服務

本集團持續優化售前服務質量，以客戶需求為導向、客戶關注為焦點，為客戶打造精品服務。

在新車銷售方面，制定《新車銷售業務管理辦法》，以規範售前服務各項環節，及時響應客戶諮詢，積極跟進潛在客戶需求，提供購車諮詢、試乘試駕等服務，滿足客戶購車需求。同時，各門店不定期開展業務培訓和考評，包括車輛知識、銷售政策、銷售話術等方面的專業知識，以提高服務質量。

在售後服務方面，各門店組建完善的售後服務團隊，負責服務接待、機電維修、鈑噴維修、車輛保修等工作，售後服務流程包括服務顧問接待客戶並了解客戶需求、檢查車輛並提供維修保養建議、安排技師維修，檢修過程中採取自檢、互檢、完工檢查三級檢查，確保維修質量。

就銷售的產品以及提供的服務而言，本集團在每個4S店或5S店都堅持明碼標價，公開透明。每家門店配備的電子顯示屏均滾動顯示店內各配件和服務的價格以及質保信息，以保證每一個客戶都獲得透明和公正的價格信息。除在硬件上為客戶營造良好的消費環境和使用便利，我們還積極地從客戶的反饋中挖掘提高客戶滿意度的延伸服務，如上門救援服務、夜間延時服務、代步車服務等專業化服務，並不定期開展車主關懷活動、車主講堂、鈑噴開放日等活動。

客戶關懷

本集團會定期與車主、客戶聯繫，提醒用車安全、客戶權益使用、車輛保險續約、技術升級和回廠維修保養等。為持續給客戶提供高質量服務，本集團通過定期的接待流程演練和車間技能競賽，模擬真實場景交流經驗，強化服務意識與提升業務能力。

報告期內，集團舉辦了多場活動加強與客戶互動。銷售方面，我們舉辦了五一購車節、十一金秋換購節、雙十二淘車嘉年華等多場集團性活動，結合國貿薈平台開展線上下單、訂金支付、訂單禮盒抽取等相關銷售活動，豐富活動形式和內容；售後方面，舉辦售後暑期服務月活動及售後專項提升行動，推出空調、發動機、變速箱、剎車系統的養護政策，期間借助新媒體發佈專題短視頻729條、專場直播372場，與近22萬客戶產生有效互動。同時借助車微星線上招攬工具加強與客戶互動及對客戶關懷，提醒客戶及時回店檢查車況維保或辦理車險續保等相關業務，加強客戶服務。

客戶溝通

客戶心聲是正通高品質服務的起點。本集團切實承擔起消費者權益保護工作的主體責任，堅持開展客戶滿意度調查，從4S店環境、服務質量、員工專業性等維度獲取和評估客戶的評價，2024年滿意度約97%。2024年，我們未收到具有重大影響的投訴，就零星質量反饋問題，公司均已協同整車廠商積極解決。

我們積極認真應對各類客戶反饋，以為客戶提供更好服務。報告期內，本集團共通過汽車主機廠、總部客服熱線、4S店客服電話等渠道收到客戶反饋5,119次，對於接收的客戶反饋我們逐一及時回覆客戶，解答疑惑。

本集團建立了《4S店客戶投訴處理流程》，確保與顧客進行有效溝通。先由客服部記錄投訴人信息及投訴內容並傳遞給業務部門，經業務人員分析後提供解決方案並及時執行直至妥善處理，並由客服部門閉環跟蹤。在收到重大客戶投訴(如有)時，我們將召集危機處理小組開會商討應對辦法，並按廠家相關技術規範和業務規範要求進行預警；對並無實質內容的投訴，我們將積極做好客戶的安撫與情緒疏導工作。

客戶健康與安全保障

本集團通過制定《汽車經銷業務三包管理規定》構建客戶安全保障體系，在業務中實施以下措施：

- 交付時提供三包手冊及車輛使用說明書並進行操作指導；
- 運用車主講堂、短視頻等形式普及車輛功能與安全駕駛知識；
- 搭建企業微信、車微星小程序、客服熱線等多元化服務平台，提供遠程技術診斷服務；
- 定期開展服務場所安全檢查，維護安全整潔的設施環境，打造高品質服務體系。

質量管理

正通汽車銷售的新車均採購自主機廠，已通過嚴格的產品質量檢測，在交付時也會為每輛新車進行PDI交車前檢查程序，確保車輛符合主機廠交付標準。

本集團秉持以維護消費者權益為根本原則，於2024年度，協助15個品牌進行了不影響用車安全的主動召回和善意召回共計64,873台次，並妥善安排相應召回流程與服務，一方面保障了顧客安全，極大提升了客戶的滿意度，同時也增加了客戶黏性與品牌認知度。於報告期內，本集團未發生汽車產品銷售與流通後因安全與健康理由而產生的產品召回與回收。

在車輛維修方面，公司遵守國家《機動車維修管理規定》、《汽車維護、檢測、診斷技術規範》及廠家關於車輛檢測、診斷、維修的規範要求。同時已建立「技師自我診斷、本店技術專家聯合會診、品牌技術專家聯合會診」的三級技術支持體系，並制定了控制維修質量的具體指標，要求內部返修率在1%以內，外部返修率在1%以內，且報告期內已經達成相關目標。維修技師均已通過主機廠的技能培訓並獲得主機廠資格認證，在車輛維修過程中會進行自檢、互檢、完工檢查三級質量檢查。

3.3 供應鏈可持續管理

對於本集團的汽車銷售和售後業務而言，供應鏈是經營重點，穩定的整車以及零配件供應是我們向消費者銷售產品和提供服務的保障。對於供應商採購，本集團堅持公開、公平、公正、合法、擇優和誠實守信的原則，降低採購成本及控制採購風險。制定招標方案之後，由相關部門的負責人及評標小組進行初步審批和資質考核，對合格的供應商發出招標邀請，通過公開評標環節基於綜合評分選定供應商。

本集團不斷加強對供應商的培訓工作，通過向供應商開展各類培訓，向供應商傳遞廉潔公正精神，分享安全、商業道德、環境保護等方面相關知識。

供應商評價是供應商管理重要環節，為進一步規範評價行為、完善評價結果應用，我們建立了「執行、評價、應用」循環管理的供貨商評價體系。2024年，我們對所有供貨商均進行了慣例監察，對重點供貨商進行考核，考核內容包括但不限於持續履約能力、實際履約情況、產品質量、下屬子公司滿意度調查等方面。我們推進採購項目的抽查和監督，每年不定期對產品質量和服務進行抽檢，對重點供應商進行不定期現場實地考察。通過檢查流程體系文件及現場安全生產管理、規範操作管理、質量保障管理等評估供應商生產管理體系，在評估、走訪和調研過程中一旦發現問題，我們會針對實際情況與供應商討論合適的解決方案，並要求其限期整改；若涉及紅線問題則無整改機會。2024年我們共對25家供應商進行現場評估，覆蓋70%重要供應商。

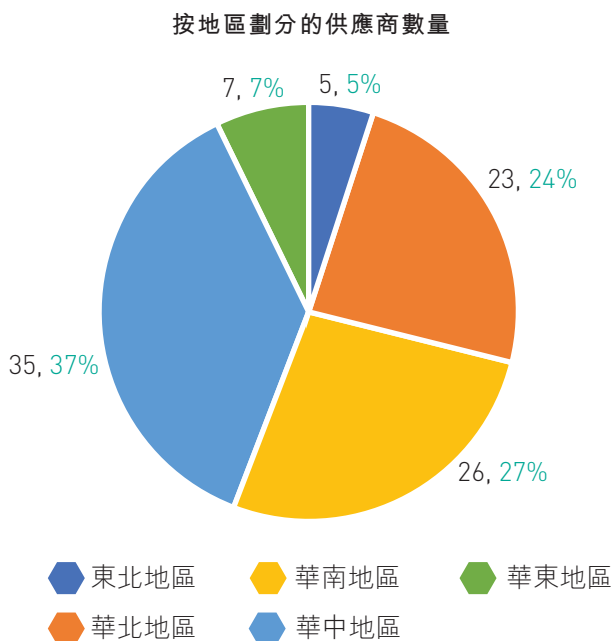
在供應商退出方面，本集團制定了《客戶負面清單管理暫行辦法》，根據不良事項發生層級、業務規模、業務形態、負面影響等因素，將負面清單內客戶的風險層級進行分級管理。正通汽車使用「國貿蒼」負面清單系統對納入負面清單的客戶進行管理，對於負面清單加入、移出／降級、擬繼續合作管理事項制定審批流程。主要項目供應商，我們實行兩年一次重新招標。針對物流供應商，本集團要求其入網前需提供公司的技術明細，例如自有車輛明細、車輛保險信息與相關對流資源業務等，還需提供最新的財務報告、法務信息及三方內容，符合要求方能入網。

對於售後服務供應商，本集團定期舉行會議，以促進雙向溝通，同時定期針對供應商在環境和社會責任方面的表現進行評估；對於零配件和其他供應商，本集團制訂了嚴格的供應商篩選標準《採購管理規定》、《汽車用品及生產工具採購管理辦法(修訂)》和《汽車用品集採供應商評價實施細則》；對於物流供應商，我們出台了《運輸管理辦法》，分別從計劃管理、現場管理、品質管理、在途管理、行為管理、投訴管理等方面監督、考核物流供應商按要求進行規範作業。

本集團將環境和社會風險視為與供貨商開展合作前需考慮的一個重要因素。本集團對除主機廠渠道採購的零部件用品，均要求供貨商提供產品授權資質證明、相關質量、環境危害物質檢測報告，以確保本集團銷售的產品符合環保要求，例如本集團要求油漆供貨商提供產品符合最新環保要求的相關材料，如VOCs含量檢測報告等，並拒絕與無法提供相關材料的供貨商合作。同時，我們在合同文件等相關文件中也約定「禁止使用童工」及「綠色採購」等多項具體的要求。我們鼓勵供貨商在節能、節材、節地等方面持續引進新技術、新產品、新管理。2024年本集團亦將供貨商參與慈善公益活動的情況，如捐款、志願服務、環保行動等，也納入供貨商准入和考核的依據之一。我們根據對供貨商的考核結果對供貨商進行劃分管理，對於優秀供貨商會重點關注並給予合規範圍內的適當激勵與支持。

報告期內，我們共有96家供貨商，全部為一級供貨商，其中35家為一級重要供貨商，佔供貨商總數的36.5%。2024年新增43家供貨商，均經過環境及社會事宜的審核；針對環境及社會事宜審核不通過的供貨商，我們堅決不與其合作，本年度共與33家供貨商終止合作，其中無因環境和社會事宜停止合作的供貨商。

2024年，我們的供貨商分佈如下：



3.4 負責任營銷

本集團始終秉持負責任營銷理念，嚴格遵守《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》等法律法規，制定並執行《市場營銷業務管理辦法》等內部制度。

在營銷過程中，我們尊重客戶的安全保障權、知情權、自主選擇權、公平交易權等，向消費者真實、全面、準確地傳遞公司產品／服務信息，遵守各店與廠家簽署的協議中對廣宣、品牌授權的相關約定，及時履行必要的告知義務。各品牌管理部統籌組織屬下門店的市場營銷活動、制定市場營銷計劃並監督市場營銷計劃的執行，維護陽光透明的銷售推廣環境。

我們推進多元化營銷方式的開展。各4S店也定期組織展廳銷售營銷活動，積極參加大型車展、新車型上市巡展、戶外體驗活動等，如廣州國際車展、成都國際車展、粵港澳大灣區車展、華中國際車展等；開展異業合作，2024年與期貨公司、地產公司、銀行機構等內外部單位舉辦了包括車主活動、講座論壇、外展試駕等14場聯合營銷活動。同時，也舉辦了多場集團性營銷活動，如五一購車節、十一金秋換購節、雙十二淘車嘉年華等，為客戶提供多樣購車福利禮盒。

正通汽車也積極向客戶傳遞ESG理念，倡導環保綠色出行理念。門店銷售人員會主動向客戶推薦並提供試乘試駕的新能源車型，以此鼓勵客戶選擇綠色出行方式，減少環境排放負擔。



成都車展



展廳營銷活動



數字化與新媒體營銷

自2018年，本集團便開通企業微信進行數字化營銷的探索。2021年，引入「易客連」數字化營銷體系，實現集團內部、運營網點與客戶的直連直通，提升門店與員工的管理。同時，我們重視數字化營銷工具的使用能力培養，通過參與「夥伴之星2022」等活動，提升DCC專員的數字化營銷能力，精準觸達客戶、提高邀約轉化率，實現門店質效雙增。

隨著新媒體營銷的普及與應用，我們持續加強新媒體平台運維，一方面各門店在汽車垂直媒體獲得銷售線索；另一方面，多渠道開展直播、雲看車、短視頻、小紅書筆記分享、APP等線上營銷活動，通過打造線上線下全場景，不斷豐富消費者觸點、深度連接客戶，線上直播在消費者層面始終維持著高活躍度。同時，我們組織新媒體營銷案例分享會，在各店間廣泛傳播優秀的新媒體營銷方法，促進能效提升。本集團門店在汽車之家、易車、懂車帝等主要垂直網站的線索數量和質量，已穩定在汽車經銷商集團第一陣營，大部分店位列區域前茅。

本集團在市場營銷和宣傳方面制定了檢查機制，要求各店需認真審核在媒體上發佈的圖文及視頻。轉發廠家或集團已發佈的圖文及視頻時要求遵守相關規定，由發佈部門進行交叉審核，其他情形比如引用相關內容均應按要求的流程審批。

2024年，我們加強新媒體營銷管理，通過強調新媒體人、貨、場的和諧有效搭建，為客戶提供良好的在線體驗。報告期內，組織多場新媒體培訓和新媒體大賽，增強本集團整體新媒體服務能力。

案例：

駕趣新風尚，惠購正當時

2024年4月28日-5月9日，我們組織「駕趣新風尚 惠購正當時」新媒體挑戰賽，挑戰賽產生直播及視頻作品71個，作品播放量達110萬次。



案例：

「馭新駕 探真經 金秋換購節」直播大賽

2024年9月27日-10月14日，我們組織了「馭新駕 探真經 金秋換購節」新媒體直播大賽，活動期間共發佈600餘條活動專項視頻，直播2,280場，收獲10,990條線索。



案例：

「臻心護駕 無憂出行」暑期售後服務月直播專場活動

我們組織開展「臻心護駕 無憂出行」暑期售後服務月直播專場活動，期間開展372場售後專場直播，發佈729條短視頻，為車主提供更全面的用車知識和養車、維修福利。



心繫員工，攜手共進

4

員工一直是我們關注的重點，也是本集團可持續發展最有力和最有效的推動力。本集團制定了標準化的招聘流程，給予員工有競爭力的薪酬待遇，提供無歧視的工作氛圍以及公平、公正的晉升機會。我們也始終堅持為不同員工提供多渠道、多樣化培訓，提高員工工作和生活的幸福感，增加員工對企業的歸屬感，為企業未來的發展奠定穩健的人才基礎。

4.1 員工權益保障

平等多元僱傭

本集團遵守所有對本集團有重大影響的相關勞工法律法規，如《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《中華人民共和國社會保險法》等國家相關法律法規及各地區出台的勞動條例。本集團勞動合同簽訂率為100%，社會保險覆蓋率為100%。

在遵紀守法的前提下，我們不干涉員工遵奉信仰和風俗的權利，以及滿足涉及國籍、宗教、身體健康、殘疾、性別、工會成員和政治面貌方面需要的權利。在任何情況下，我們都不允許管理人員以包括姿態、語言和身體接觸在內的任何方式強迫、威脅、侮辱或剝削員工，並堅決杜絕僱傭童工及強制勞動等行為。平等機會原則適用於僱傭的各個環節，尤其是在招聘、培訓、職業發展和員工晉升中。報告期內，本集團未發生與童工、強迫／強制勞動、違反結社自由或不尊重集體談判權益、侵犯員工隱私、歧視／騷擾及利益衝突事件有關的違法違規事件。

我們在《員工手冊》及《人力資源操作手冊》等內部文件中明確規定員工錄用基本條件為「年滿18周歲」。我們會要求候選人提供身份證、學歷證等證件，並在招聘審批流程中對證件進行驗證複核，以避免誤用童工。人力資源部不定期在內部審計中抽查員工入職資料，一經發現誤用童工或強制勞動的情形，將立即糾正，終止僱傭，並對相關責任人進行追究。截至報告期內，本集團未發生僱傭童工的事件。

我們倡導多元化和機會平等，歡迎來自各地的員工，我們重視員工的不同背景、語言、性別等帶給企業多樣的視角，營造多元化、開放平等且適宜所有員工的工作環境。我們為所有人提供平等就業機會與工作環境，報告期內，本集團支出招聘費用約132萬元；空缺崗位共計90個，內部候選人填補空缺職位佔比51%，於報告期末，本集團有女性經理（包括女性中級和高級管理人員）6人，佔比15%。女性在IT、工程相關職位中佔比21.7%，其中IT職位女性人數為2人，工程相關職位女性人數為7人。報告期內共有6位殘疾員工、186位少數民族員工及3位外籍員工。

為了促進各子公司所在地的就業，本集團每有新的門店開業，在確保有一定來自其他門店的成熟團隊的同時，總是盡可能地聘用所在地的僱員。

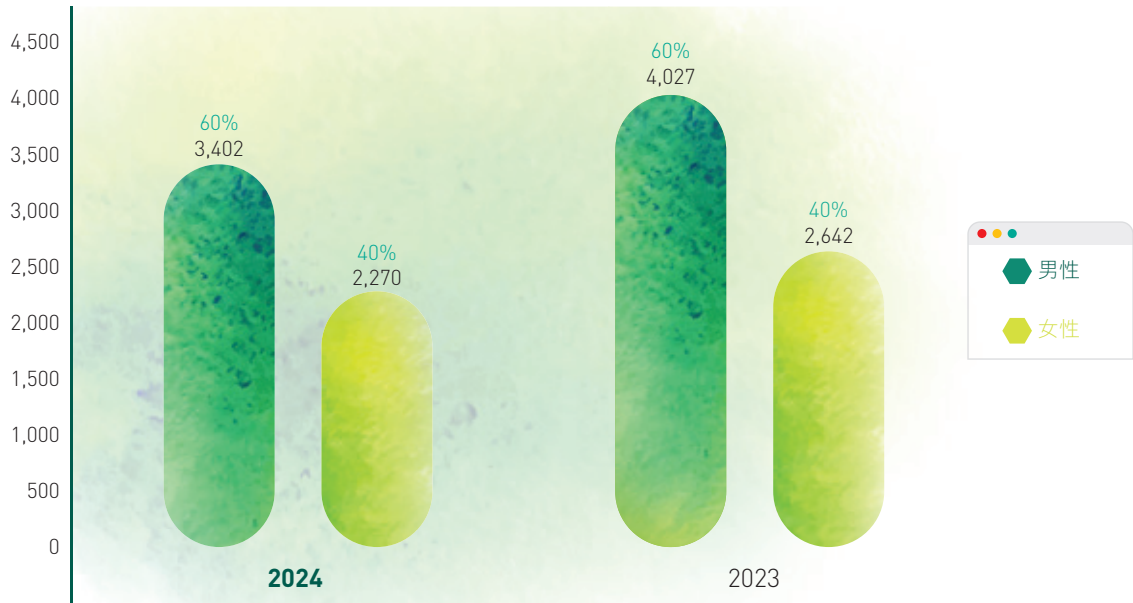
報告期內，本集團新進員工情況：

新進員工指標	類別劃分	單位	2024年	2023年
新進員工總人數	/	人	1,468	2,266
按招聘渠道劃分	校招	人	132	176
	社會招聘	人	1,336	2,090
報告期內空缺崗位總數	/	個	90	81
內部候選人填補空缺職位的人數	/	人	753	1,108
內部候選人填補空缺職位的百分比	/	%	51%	49%
按性別劃分的員工人數	新增女性僱員	人	567	886
支出招聘費用	/	萬元	131.55	160.65

年輕力量將是企業未來發展的重要力量，我們為年輕人提供了大量的勞動機會，以及鍛煉、學習的平台。為了打造一支了解年輕人所思所想的管理團隊，本集團持續為相關崗位的職員提供有針對性的培訓。於本報告期末，6位品牌總中80後有1位，中層幹部中90後有2位。

截至本報告期末，本集團共有僱員5,672人(2023年：6,669人)，員工分類人數及比例列示如下¹：

按性別劃分員工人數及比例

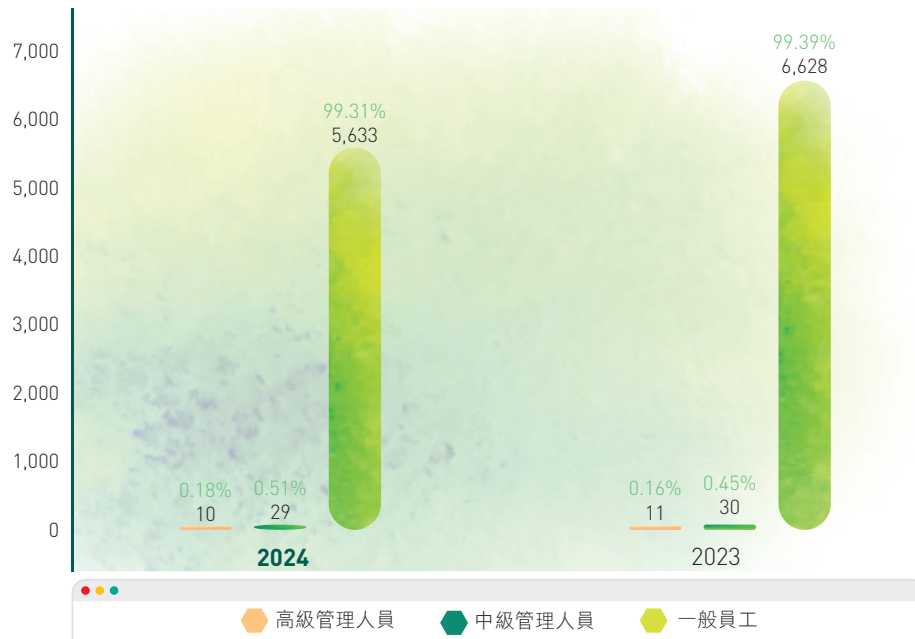


按僱傭類型劃分員工人數及比例

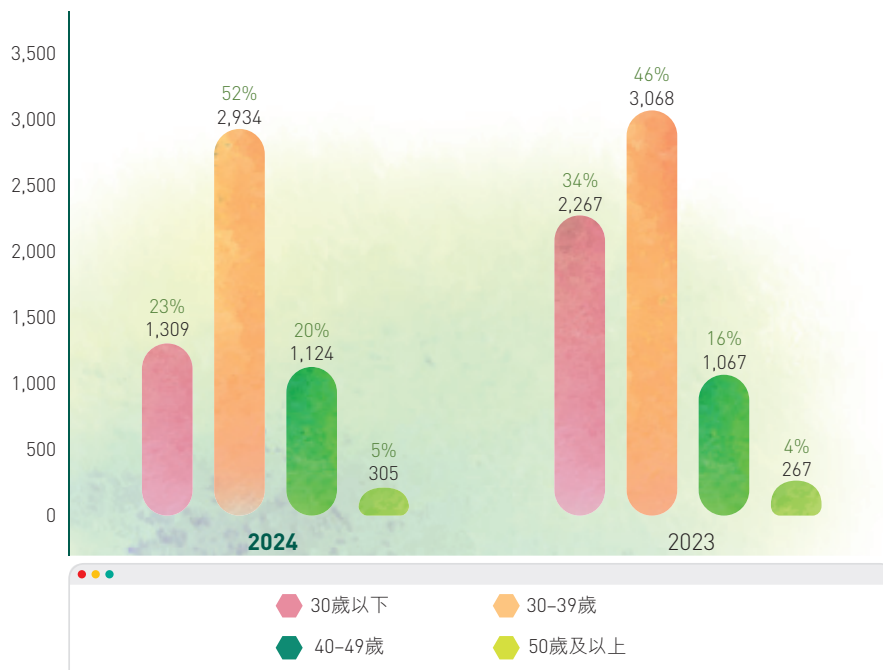


¹ 其中按地域劃分的員工人數中區域具體包含省份為：北區(含北京、天津、上海、吉林、遼寧、河北、河南、山東、內蒙古、安徽、江蘇省份)，中區(含湖北、湖南、江西、四川省份)，南區(含福建、廣東、海南、雲南、重慶、浙江省份)，其他(含香港)。

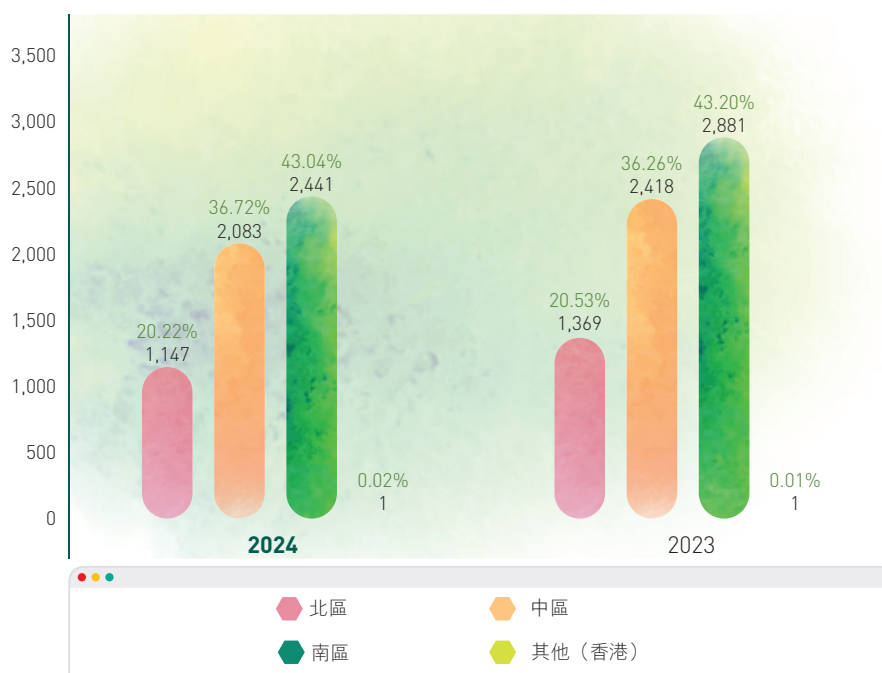
按職級類別劃分員工人數及比例



按年齡劃分員工人數及比例



按地區劃分員工人數及比例



於報告期末，本集團員工的平均工齡為6年，員工流失率為25.44%，流失率具體情況如下：

類別	類別劃分	2024年	2023年
按性別劃分	男	25.5%	29.8%
	女	25.4%	29.4%
按年齡劃分	30歲以下	32.6%	38.6%
	30-39歲(含30歲)	22.8%	28.7%
	40-49歲(含40歲)	17.1%	20.3%
	50歲及以上	43.0%	17.9%

2024年末，員工人數較2023年減少15%，剔除因業務轉型而進行崗位調整外，個人發展為員工離職的主要原因之一，其他變動均為員工家庭、交通、求學等原因。於本報告期末，在本集團內服務年限為3年以上的員工佔比64.9%，5年以上員工佔比50.21%。

薪酬與福利

本集團薪酬體系遵循市場化、公平合理、激勵與約束並重和創先文化導向原則，制定了《中國正通汽車服務控股有限公司薪酬管理規定》，規定員工薪酬由固定工資和績效獎金按一定比例構成，此外，在崗員工可享受公司福利，我們也對特殊崗位設置了津貼、貨幣化福利等。員工薪酬基於多元化的考量因素，包括工作責任、專業技術水平、任職能力、績效表現等方面綜合確定；高管薪酬則與ESG相關的目標和指標掛鉤，如重大安全事故等。在此基礎上，本集團建立收入能增能減的薪酬分配制度，薪酬與部門績效、個人績效緊密關聯，亦與人均營收，人均毛利及人均台次等效能指標匹配和掛鉤。

員工績效管理評估工作根據不同崗位職責，在財務、客戶、內部運營、學習與成長四個維度中設置不同的權重進行綜合評估，評估周期一般為月度和季度，並與年度綜合評估和考核掛鉤。員工可以通過企業微信交流反饋，相關制度中亦明確有績效申訴的通道，保證考核的公正性。

員工福利

員工關懷是我們維繫和員工良好僱傭關係的重要方式。我們從員工的真實需要著手，讓關懷項目可以真正惠及員工衣食住行的方方面面。2024年，本集團90%以上的投資企業均配有員工食堂。

我們不定期開展員工慰問、員工團建及員工生日會等文體活動，推動員工的溝通交流，凝聚員工向心力。

我們關懷員工及其家庭，已設立「中國正通汽車服務控股有限公司員工關愛基金」，並制定《正通汽車員工關愛基金章程》。基金發揮「一方有難、八方支援」的優勢，促進企業和諧穩定發展，切實解決員工的實際困難，建立對困難員工關愛救助長效機制。2024年關愛基金成功資助了1位同事。

在員工照顧家庭方面，本集團大多數主要照顧者的帶薪育兒假為38.7周，大多數非主要照顧者的帶薪育兒假為26.2周。

本集團每年均進行員工調研，2024年我們開展公司管理幹部年度調研，主要從結構導向的業績和綜合能力兩個維度進行。我們預計明年將實施集團範圍的員工滿意度調查，並將其與總部層面的調查相結合，以全面了解公司員工的工作情況。

4.2 人才培訓與發展

企業的可持續發展，需要高素質的人才支撐，培訓不僅是提升員工內在素質、促進其成長的重要途徑，更是企業構建核心競爭力、實現可持續發展的戰略基石。

汽車零售業是重勞動力的產業，本集團制定及修訂了《員工職業發展管理規定（試行）》、《薪酬管理規定》、《子公司負責人選拔任用管理規定》等內部規定。人力資源部基於集團業務，結合崗位，構建了覆蓋全員的四級系統性培訓，按照參訓對象的職級分為四級課程體系架構：

- 「領創計劃」：提升中高層管理者思維及能力；
- 「領睿計劃」：提升基層管理者崗位技能；
- 「領跑計劃」：提升優秀骨幹員工的崗位技能；
- 「領新計劃」：提升新員工對企業文化的適應能力。



根據各層級不同受訓對象的需求和提升方向，開展不同主題系列的課程計劃；針對不同專業條線、不同崗位的員工，以提升專業工作的知識技能和管理效果為目標，以學習和宣貫各專業板塊的新理念及新方法為主要內容，設置「活力計劃」及其他專項培訓課程系列。我們採用線上與線下、現場授課與互動體驗、必修與選修、長訓與短訓結合的培訓形式，培訓對象覆蓋全部員工，通過督促員工完成培訓與相關測試、考核，打造了一支質量過硬的團隊，提升員工管理能力和職業素養，推動企業文化的傳播與落地。

本集團亦積極組織職員參加整車廠的銷售、技術等培訓，以便為顧客提供更專業、更優質的服務。此外，為了適應穩步擴張的集團業務，本集團亦高度重視儲備幹部的培養，培訓項目參與者皆經由嚴格篩選，包括集團公司各部門、各4S店或5S店選拔的中層幹部。前來授課的講師既有本集團的高管、部門總監或資深店總，也有來自外部的講師。報告期內，本集團邀請外部講師開展培訓講座共計72次。

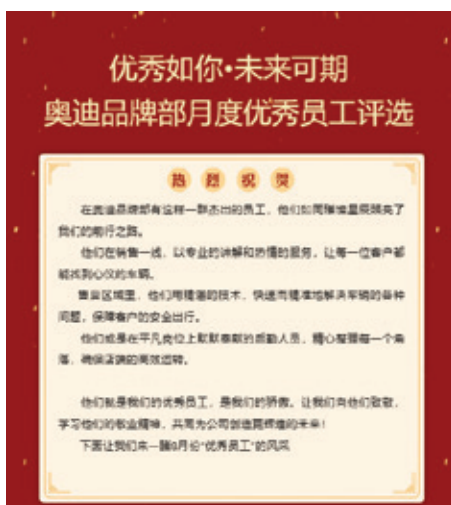
在綠色辦公技能方面，為提高員工對辦公產品的認知和使用，提高辦公效率，本集團舉辦了OFFICE高效辦公長訓營。

2024年，本集團以各4S店或5S店為單位，各自進行優秀員工評選活動：

案例：

優秀如你·未來可期|奧迪品牌部月度優秀員工評選

2024年8月，奧迪品牌部進行了月度優秀員工評選，11家門店23名員工獲獎。

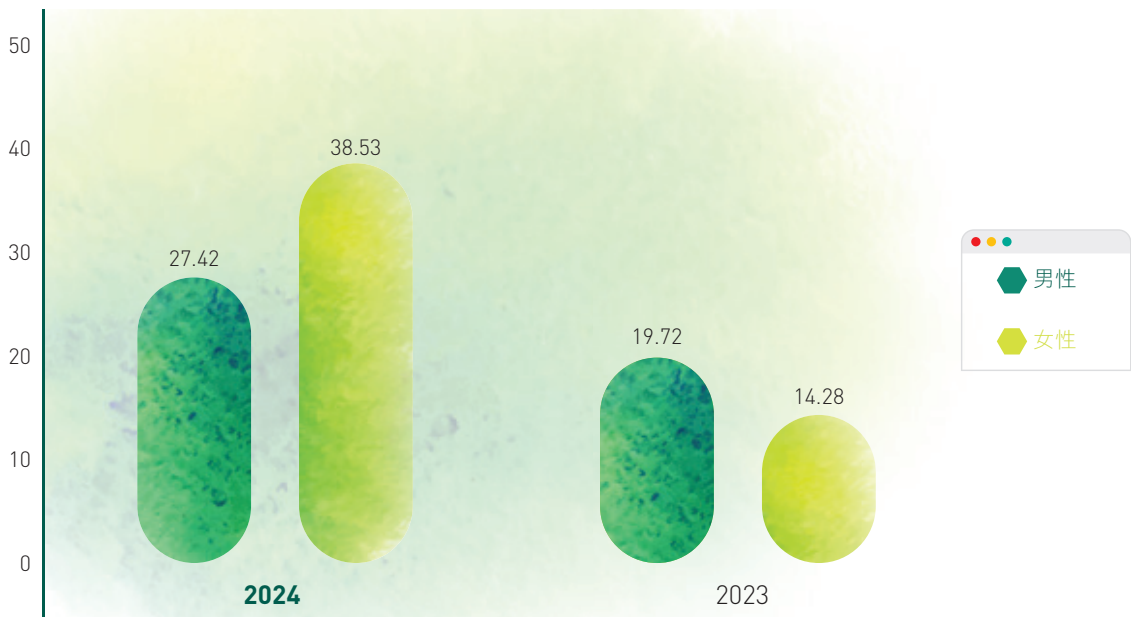


正通學院

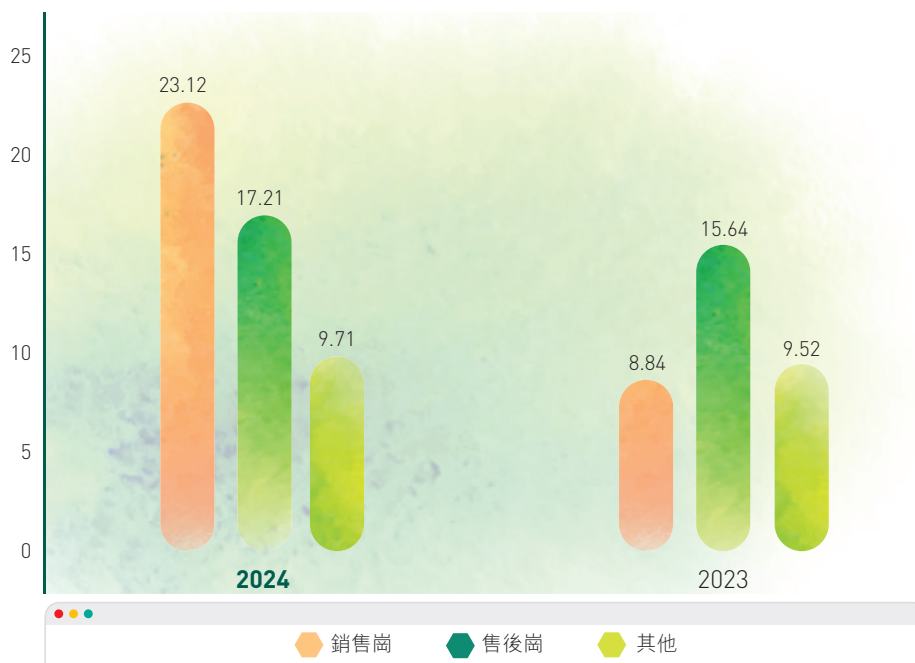
本集團於2019年成立正通學院作為正通集團管理的企業內部學院，依託內部自建學習平台，整合內外部講師、課程等資源，積極開展各崗位線上、線下學習項目，為企業持續輸出人才。

學院定位為員工的成長顧問、業務發展夥伴、企業變革助手。我們打造了四級培養體系，通過線上賦能、一線實踐、強化結果等方式對不同層級因材施教、系統培養，幫助員工漸進成長，積極構建學習型組織。截至報告期末，本集團現有內部講師194名，培訓課程6,479門（62門線上課程、6,417門線下課程），覆蓋新員工和在崗員工各崗位（銷售、售後、市場、客服等）專業能力提升課題。報告期內，本集團員工受訓比例為100%，培訓總學時達92,354小時，培訓投入超過人民幣500萬元，其他培訓相關指標披露如下圖：

按性別劃分的人均受訓時長(小時/年)



按崗位類別劃分的人均受訓時長(小時/年)



職業發展

本集團制定了《正通汽車員工職業發展管理規定》明確員工職業發展通道，員工可以了解自己在公司中的職業發展方向，從而有目標地提升自己的能力和技能。內部晉升機制有助於激勵員工更加努力工作，提高工作積極性和忠誠度，同時也有助於公司留住優秀人才，集團內部晉升機制遵循以下原則開展：

- 公平公正：晉升機會對所有員工開放，以能力和業績為主要評價標準。
- 激勵與留人：通過內部晉升，激勵員工更加努力工作，提高員工的忠誠度和工作積極性。
- 多元化發展：鼓勵員工多元化發展，提供多種晉升通道，滿足不同崗位和不同能力員工的晉升需求。具體操作包括：
 - 發佈競聘信息：當公司有相應崗位需求時，通過內部公告、郵件等官方渠道向全體員工發佈競聘信息。

- 自我推薦與提名：員工可以根據自身能力、業績情況、崗位職責匹配度自我推薦或被直屬上級提名參加競聘評選。
- 評審與考核：人力資源部組織競聘領導小組和競聘工作小組對參評人員進行考核及評審，包括筆試、面試等。

報告期內，本集團絕大多數員工已接受定期的績效和職業發展評估。

4.3 職業健康與安全

本集團高度重視職工健康與工作環境安全，盡量減少經營過程中發生任何可能導致傷亡的事故。報告期內，本集團繼續嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》和《用人單位勞動防護用品管理規範》等對本集團有重大影響的相關法律法規，力求為職工提供一個安全、健康、舒適的工作環境。2024年，本集團在員工職業健康與安全方面總計投入543.96萬元。

本集團要求各門店每年開展職業衛生場所檢測、組織相關崗位員工參加職業病體檢（崗前、崗中、崗後全覆蓋），定期檢查職業病場所工作環境，並在車間區域設置職業健康安全公示欄，向全體員工公示職業健康的危害因素、預防措施及職業衛生場所危害因素檢測報告。針對工作過程中可能對特定崗位造成的職業健康風險，積極採取預防措施，提供個人防護用品，為特殊崗位人員配置了專業的職業病防護器材，同時採用環保、無害或者危害小的材料（如採用水性漆進行烤漆），降低對員工可能造成的身體損害。2024年，本集團未有確診職業病的員工。

報告期內，本集團門店聖澤捷通已獲得職業健康和安全管理體系ISO45001認證。



聖澤捷通ISO45001認證證書

本集團定期進行大型設備如舉升機的檢查維護，以確保其運行安全；對配電房、配電櫃均要求上鎖管理，由具備電工資質的人員保管鑰匙及操作強電設施；每季度組織各門店安全生產相關管理人員召開安全生產專項會議；要求各門店定期開展覆蓋全員的消防安全培訓、演練，宣貫安全生產知識並開展職業病危害因素培訓、危化品泄漏應急演練等主題活動。本集團開展健康與安全培訓約424小時／年。

本年度我們在安全隱患識別與排查方面的工作主要有：

- 例行安全檢查：
 - 建立隱患排查制度：各門店每日由消防安全管理負責人對消防設備設施、特種設備、燃氣設備等大型設備及全司區域進行巡查，及時發現安全隱患，防止事故發生；每周由人事行政部進行安全生產專項檢查；每月由安全小組主要領導成員對消防、環保、安全生產幾方面進行安全檢查；
 - 針對食堂可能存在的食品安全風險，我們要求每天留樣，嚴格管理並檢查食堂及廚師的衛生；
 - 建立安全生產檔案，對事故隱患排查、安全培訓等工作進行記錄和歸檔；
 - 外部安全監督，每年由有資質的供應商對消防系統進行消防檢測並出具年度消防檢測報告。
- 完善應急救援與處理預案：
 - 完善應急預案，包括火災等緊急情況的處理措施和責任分工；
 - 配備必要的應急設備，如滅火器、消防栓、急救箱等，並定期檢查和維護設備的使用狀況。
- 應急演練：
 - 定期組織各類應急演練，查驗應急預案的可行性，並對演練中發現的問題進行整改；
 - 本報告期內，本集團與消防安全培訓中心合作，定期舉辦消防安全培訓，也與消防大隊合作舉行消防演習，演習門店內全員參與，通過模擬滅火和逃生演練，強化安全意識，提高應急能力。2024年，本集團組織開展安全事件應急演練共282場次，共有12,347人次參與。



聖澤捷通消防演練



深圳產業園區消防應急演練



宜昌寶澤防汛演練



成都恒悅行電梯救援演練

- 安全教育和培訓：
 - 進行定期安全教育和培訓，包括安全意識教育、急救知識培訓、危險化學品管理等培訓；
 - 不斷提升安全教育培訓質量，堅持舉辦多元化形式的培訓，包括安全知識考試和競賽等，不斷提高員工的安全意識和自我防範能力。



十堰紳協消防培訓



成都恒悅行安全急救培訓



深圳天汽安全生產月培訓

於報告期內，本集團因工傷損失工作日數為451.5天。工傷事件發生後，本集團均第一時間與當事人及相關部門溝通，了解員工事故成因和工傷後的治療情況，加強職業健康與安全教育。自2022年至2024年，本集團工亡人數為1人(2022年發生)。報告期內，本集團未發生任何安全生產、職業健康安全方面的違法違規事件。

低碳運營，綠色發展

5

本集團在經營活動中盡可能採用環保的運營方式，以減少排放物、降低能源消耗。在本集團的經營場所如維修中心和展廳的建設與運作中，以及在非經營場所進行產品宣傳的活動中，均嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國環境影響評價法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等對本集團有重大影響的相關法律法規。於報告期內，本集團在環保方面共投入資金超過人民幣200萬元。

5.1 資源高效利用

能耗管理

本集團高度重視資源的節約，在能耗管理方面不斷完善管理體系，優化節能措施，以提高能源資源的使用效率。為此，我們採取了一系列措施：

- **採購節能生產設備**：更新部分維修工具及設備，替換成更高效的新型號，這不僅減少了單位產品的能耗，也提高了生產效率；
- **節能照明系統升級**：將傳統照明燈具替換為LED燈，並安排專人進行用電巡查，根據環境光線關閉或開啟照明燈，減少不必要的電力浪費；
- **員工培訓與意識提升**：加強員工對於節能減排重要性的認識，鼓勵大家積極參與到日常節能行動中來；
- **多部門共同參與管理**：由總經理牽頭，聯合行政部門、財務部門等進行目標設定，行政部門負責定期檢查各項節能措施的落實情況，並及時反饋問題給相關部門，年末由行政部門主導對全年節能成效進行全面回顧，總結經驗教訓並調整下一年度的目標。

門店是本集團能耗的主要產生地，包括用電和用氣(包括自備廚房和北方門店的供暖，具體如下表)，綜合能源消耗量63,761.71兆瓦時。截至報告期末，已有深圳奧澤、湖北奧澤、聖澤捷通、武漢路澤4家門店已獲得環境管理體系ISO 14001：2015認證。



湖北奧澤ISO14001認證證書

深圳奧澤ISO14001認證證書

本集團能源使用情況²

	2024年	2023年
用電(萬度)	4,630.48	2,774.24
店均用電量(萬度/店)	59.37	53.35
天然氣(食堂)(萬立方米)	5.40	4.45
店均天然氣(食堂)用量(萬立方米/店)	0.68	0.74
天然氣(供暖)(萬立方米)	31.72	18.88
店均天然氣(供暖)用量(萬立方米/店)	5.29	4.7
液化氣(萬升)	0.92	213.07
柴油(萬升)	1.36	2.41
汽油(萬升)	127.23	134.16
汽油車單位耗量(升/百公里)	14.56	10.76

² 由於本報告能源消耗的門店統計數量較2023年增加了50%，故部分能源消耗量增幅較大。

案例：

湖北國貿新能源科技有限公司的光伏節能

本公司參投的湖北國貿新能源科技有限公司的光伏業務繼2023年完成從0到1突破後，2024年已基本實現立足湖北，走向全國的戰略目標。通過強化與屬地政府、行業合作夥伴、上下游企業合作關係，深挖股東公司資源稟賦，新能源業務已累計簽約分佈式光伏項目7個、充電樁項目1個，累計簽約容量31.23MW，簽約項目總投資額近6,500萬元。

其中：

- 捷悅行供應鏈產業園區分佈式光伏發電項目位於武漢市漢南區，該項目建設容量為5.462MW，並網等級10KV，發電模式為「自發自用，餘電上網」，靜態總投資額約2,497萬元。項目使用屋頂面積6.2萬平方米，建成並網後，全年可提供約700萬度清潔電力，每年可節約標準煤2,104噸，降低二氧化碳排放約5,767噸，對節能減排的貢獻相當於植樹14.2萬棵。
- 湖北汽車運輸有限公司項目預計投資總額1,480萬元，將使用湖北汽運蔡甸物流基地屋頂面積約4.5萬平方米。湖北國貿新能源將利用光伏清潔能源助力該園區優化能源消費結構，項目建成並網後，全年可發電約350萬度，每年可節約標準煤約1059.13噸，降低二氧化碳排放約2,886.13噸，降低二氧化硫排放約87.05噸，相當於植樹8.77萬棵，將為區域綠色節能減排發展作出重要貢獻。



漢南捷悅行光伏發電項目

水資源使用

節約水資源不僅是保護環境和履行社會責任的體現，也是守護自身的發展之基，生命之源。在水資源使用方面，各門店採取一系列措施加強對於用水設備的日常維護和管理：

- 水龍頭使用後及時關閉，杜絕跑冒滴漏和長流水現象；
- 對單位內的水管道系統進行了全面檢修和維護，及時修復漏水問題；
- 在茶水間、樓道間黏貼節約用水標識；
- 定期巡視和檢查衛生間、空調機房、消防泵房、鍋爐房等區域，對漏水的管道及時維修更換，減少非必要用水量。

此外，我們也積極採取節水和循環用水相關措施：

- 節水措施：安裝水流控制裝置，降低洗車等環節的用水量；
- 廢水循環：安裝廢水過濾循環裝備，實現洗車廢水循環利用，減少新鮮水量；
- 廢水處理：安裝廢水處理設施，對廢水進行處理，確保排放符合國家和地方相關標準。

同時，我們也積極：

- 加強宣傳教育：組織了一系列宣傳活動，包括張貼海報、發放宣傳資料、舉辦講座等，向全體員工宣傳節水意識的重要性和節水技術；
- 提倡員工節水行為：組織了一系列員工參與的節水活動，如節水比賽、節水簽約等，鼓勵員工從生活和工作中尋找節水的方法並實踐。

2024年本集團用水量為444,318噸，店均5,696噸。2024年店均用水量下降的主要原因為相較於2023年改造項目有所減少及各門店積極推行上述節水、廢水循環措施。部分門店已結合往年能耗及水資源使用數據開展動能分析，了解能耗和用水實際情況。後續將結合門店的實際情況和發展需求，制定具體的能耗和用水目標，持續細化改進措施、時間表、責任分配，以實現更好的能耗和用水表現。

包裝材料使用

本集團積極推進包裝材料的節約與循環使用，簡化包裝結構以減少不必要的材料使用，選擇可回收、可降解或環境友好的綠色包裝材料。我們在配件運輸及存儲中主要使用木材(托盤、支架)和紙箱作為包裝材料，具有較高的可回收利用價值。大部分木材包裝材料(如托盤和支撐結構)因材質堅固、耐用性強，僅有少量損壞或不可回收。紙箱包裝材料多為標準化規格，90%的紙箱可回收並二次利用，少部分由於受潮或破損不可回收。

本集團包裝材料使用情況³

	2024年	2023年
包裝物料總量(噸)	177.62	110.75
紙箱(噸)	134.24	88.40
木板(噸)	38.79	19.98
塑料(噸)	4.59	2.36
包裝物料密度(噸/店)	2.28	2.13

5.2 綠色辦公

我們積極倡導員工踐行綠色低碳理念，與員工攜手共同打造綠色辦公環境。對於門店硬件及運營方面，我們積極進行綠色建造、綠色運營。2024年奔馳、寶馬品牌門店積極響應國家政策及主機廠家要求，採購使用綠色電力(風電、太陽能電等)，綠電比例超過全部用電量的50%。截至報告期末，總計25家門店已獲得綠色電力證書，共計約12,456兆瓦時來源於可再生能源產生的電力。

³ 由於本報告包裝材料的門店統計數量較2023年增加了50%，故部分包裝材料使用量增幅較大。

寶馬於2022年推出了「BMW領創綠星」計劃，從綠色環境、綠色能源、綠色運營、綠色踐行四個方面打造可持續零售網絡。截至2024年末，本集團共擁有15家寶馬領創煥新店。領創煥新店通過採用可持續的設計、使用高效率的設備、減少資源浪費、使用綠色家具建材等措施，為顧客營造環境友好、安全舒適的全新體驗：



全新多元陳列：採用全新領創設計理念，將場景、功能做分區展示，新展廳劃分為五大核心區域，即亮點車型展示區、產品集展示區、X車型展示區、新能源車型展示區，全新陳列令客戶一目了然。



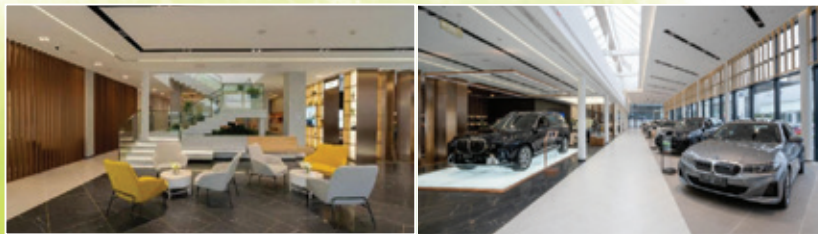
綠色環保設計：整體為明亮的淺色調，將簡約豪華的設計風格貫融於實體服務及數字化觸點。選材上，充分體現了寶馬可持續理念，牆面採用百分百可降解材料；家具均有環保認證。從硬件到軟件全方位為客戶打造溫馨舒適的沉浸式體驗。



數字科技應用：數字化科技也在「加持」客戶體驗，電子服務屏能盡覽產品參數、價格等信息，通過MR設備，客戶可以看到整車結構，包括電機結構、電磁結構、車型特有配置等。



產品全面呈現：深度融合現實場景與虛擬環境，營造出一個全新的可視化數字銷售環境，從而全面展現車輛底盤結構、動力驅動系統、車身材料、空氣動力學和駕駛輔助系統。



BMW領創煥新門店

2024年，本集團總部及各門店積極組織環保知識培訓，整體覆蓋率超50%，培訓課時約95小時／年。報告期內，本集團有60人次參與環保公益活動。我們主要開展了以下綠色辦公舉措：

- ◆ 節能措施：使用低能耗辦公設備，如LED燈泡；啟用休眠模式減少待機能耗；
- ◆ 節水措施：安裝水龍頭節流器限制水流量；定期檢查水管、水箱和水龍頭，及時修復漏水問題；提供桶裝水或安裝過濾器減少塑料瓶裝水使用；
- ◆ 減少紙張使用：使用電子文檔，如電子郵件、電子公告板和共享文件夾；研發數字簽名技術，減少紙質文件打印和存檔；限制打印機使用，雙面打印，廢紙回收；
- ◆ 環保採購：拒絕購買不可降解的一次性用品；購買和使用具有環境標誌的新產品；
- ◆ 綠色消費：雙面用紙，簡約配置辦公用品；
- ◆ 綠色服務：會議不使用一次性文件袋；食堂避免食用保護類野生動植物食品；澆灌花草避免大水漫灌和隨意流失；
- ◆ 廢棄物管理：設置分類垃圾桶，對可回收垃圾、有害垃圾和其他垃圾進行分類收集；
- ◆ 綠色出行：鼓勵員工騎自行車或步行上班；提供自行車停放設施和淋浴設施；對於遠距離員工，鼓勵乘坐公共交通工具；
- ◆ 垃圾分類：對車間、食堂、辦公區分別設立專門的垃圾桶，車間危廢由專門機構進行處理，食堂廚餘垃圾由專人進行回收，辦公區廢紙、飲料瓶等進行集中收集，送到相關工廠成為再生資源；
- ◆ 低碳烹調：採用電烹飪方式，減少煎炒烹炸的菜肴，多煮食蔬菜和蒸菜，調整火苗的燃燒範圍以獲得最佳加熱效果。

5.3 排放物管理

本集團的業務涉及汽車的售後維修及保養，相關環節會不可避免地產生排放物。我們將環境保護視為企業社會責任的重要組成部分，致力於通過技術創新和管理優化來減少各類排放物的產生，確保所有活動符合國家和地方的相關法律法規要求。2024年本集團無環境方面的違法違規及受處罰情況。

固體廢棄物管理

危險廢棄物

在有害廢棄物方面，本集團涉及的種類主要有廢機油、廢蓄電池、廢油漆桶、廢油壺、廢舊機油濾清器、廢含油抹布等。危險廢物產生部門負責收集生產過程中產生的危險廢物並運送至各門店設置的廢棄物專門場所進行分類存放。倉庫管理員作為責任人，負責分類做好危險廢物進出台賬。危險廢物貯存倉庫場所外和容器上均設有警示標誌，並做好防揚散、防雨、防流失、防滲、防火措施，分類分區存放，非危險廢物不得與危險廢物混存。

各門店與有資質的危險廢物經營單位簽訂合同，相關負責人每月檢查售後危廢台賬並存檔，確保轉運過程規範且在處理的過程中嚴格按照國家和當地環保政策執行。將危險廢物委託第三方安全處置後，按規定辦理危險廢物轉移聯單，聯單須保存5年以上。本集團各大區行政部門也會定期在相關網站上查詢相關廢棄物處置供應商是否仍具有政府許可的資質，以杜絕安全隱患。

2024年，我們積極減少危廢品的產生及排放，包括：

- 改進危廢品的清潔方式；
- 鼓勵員工參與循環再利用和資源回收使用；
- 鼓勵客戶綠色消費，引導客戶選擇環保產品。

無害廢棄物

在本集團的無害廢棄物主要涉及廢鐵、廢鋁、廢塑料、廢紙、廢剎車片、廢橡膠等。我們將具備回收價值的無害廢棄物進行統一管理，交由供應商進行回收再利用。在採購時也盡可能選用耐用、節能、利於垃圾減量的產品，如辦公設備盡量採購具有循環利用標誌和符合節能認證的辦公用品。本集團要求各門店通過垃圾分類，將可回收物、廚餘垃圾和其他垃圾進行分類處理，做到廢棄物的分類處理和再利用。通過推廣資源回收與再利用實踐，提高廢棄物資源化和再利用水平，強化大宗固體廢棄物綜合利用，加強再生資源高效利用，例如鼓勵店內重複使用二手紙張、採購可更換筆芯的簽字筆等，顯著降低能源消耗，減少環境污染，有力地推動集團內部的減廢目標實現。

在電子廢棄物處理方面，針對汽車所含的電子元件，各門店可根據實際情況採取措施將其退回原廠進行專業處理；對於辦公設備類別的電子廢棄物，如不再具備使用價值或無法修復的計算機、傳真機、複印機以及打印機等，門店會交由正規廢品回收機構進行妥善回收和環保處置。

我們積極組織各門店開展環保相關法規政策的及時學習，比如國務院辦公廳發佈的《關於加快構建廢棄物循環利用體系的意見》、政府下發的環保相關文件與通知等，不斷提升員工對管理規範與環保法律法規的理解水平，進一步加強全體員工在環保實踐中的責任意識。



垃圾分類

報告期內，本集團產生有害廢棄物2,359.43噸（2023年：1,534.76噸），店均有害廢棄物產生強度30.25噸／店（2023年：29.51噸／店）；產生無害廢棄物1,718.90噸，店均無害廢棄物產生強度22.04噸／店。2024年，我們通過推廣綠色包裝、優化生產工藝等方式，廢棄物的總量將得到有效控制，特別是有害廢棄物的產生量有明顯減少。

廢水及廢氣排放管理

廢水

本集團產生廢水的環節和種類主要包括：

- 洗車廢水：主要來源於洗車服務；
- 生活污水：正常工作產生的辦公生活污水；
- 生產廢水：主要來自於維修車間的沖洗廢水，含有油和固體顆粒等。

我們已建立廢水處理體系，包括建設沉沙池、隔油池、化糞池三級過濾等，對產生的廢水進行預處理，採取例如廢水濾油、三級沉澱池過濾等措施，確保排放符合國家和地方相關標準後，排放到市政污水管道。各門店结合自身實際情況，實現雨污分流，對雨水經過簡單處理後循環利用，確保資源最大化使用。同時，我們定期進行廢水檢測，檢測項目為pH、懸浮物、BOD₅、COD、石油類、氨氮、總磷、總氮、陰離子表面活性劑等，檢測結果均達標。

2024年，各門店新建或升級了污水處理設備，採用更高效的淨化技術，使得廢水排放質量明顯改善，滿足甚至優於當地標準。同時，得益於污水處理能力的增強以及水資源循環利用比例的提高，各門店廢水排放量也保持較低水平。

廢氣

本集團涉及廢氣產生的主要環節是汽車維修的噴漆作業，我們努力通過技術手段對產生的廢氣排放物進行處理，從而進一步減少其對環境的影響。各門店積極引入VOCs光氧淨化設備、UV光分解和活性炭吸附裝置，配備在烤漆房等維修過程產生廢氣的場所，對產生的廢氣進行處理，達標後再進行排放，同時對排放設備配備監控設施以實時監控排放數據合理性。安裝相關設備後廢氣中的污染物得到有效淨化，降低了對環境的污染，提高了工作環境的安全性，極大防止了廢氣對人體的危害。我們每年聘請第三方進行廢氣檢測，檢測項目包括有組織廢氣和無組織廢氣，如煙氣流量、顆粒物、苯、苯系物、非甲烷總烴等，檢測結果均達標。

同時，我們積極進行廢氣減排，包括：使用水性油漆，增加活性碳更換次數等。隨著清潔能源使用的增加和技術升級，本集團廢氣污染物的排放量正在逐年遞減。2024年，我們通過更新生產設備和技術改造及上述相關減排舉措，成功降低了各類廢氣污染物的排放水平，達到了預先設定的年度減排目標。

應急處理

為建立健全本集團環境事件應急機制，針對可能發生的突發環境事故（比如化學品等物料泄露事故、廢氣、廢水處理設施異常、超標排放事故等），本集團已要求各門店制定《突發環境事故現場處置預案》等內部制度，包括：

- 環境影響因素識別與風險點排查：噴漆作業廢氣、危險廢物存儲泄漏等關鍵環節隱患治理；
- 應急響應組織架構：設立應急指揮中心，並合理分工；
- 具體應急處置措施：如廢氣治理設備維護、危險廢物規範管理、化學品泄漏封堵與清理等關鍵措施。

本集團要求更新新增的法規及地方規範，並且及時更新應急團隊人員裝備配置，完善環境風險物質分析（如刪減與「廢包裝容器」重複的廢空桶，重新核對色母的成分，修正廢機油、廢油漆渣、廢包裝容器的臨界量），完善應急物資和應急措施，同時完善對水污染、大氣污染的防控措施。制定針對廢氣超標排放、危險廢物污染、危險化學品泄漏及火災次生環境污染等事件的專項應急預案。通過本次預案的更新，進一步提高了突發環境事件的防範與處置能力。以此確保各門店能迅速、有序、高效的開展應急處置，控制、減輕和消除環境危險。

除了維修過程外，因向客戶提供救援車輛和試駕車、代步車，以及日常工作中用車與經營場所和食堂的天然氣使用，2024年度，我們產生的氮氧化物、硫氧化物、顆粒物如下：

	2024年	2023年
氮氧化物排放(千克)	1,306.17	1,341.45
店均氮氧化物排放(千克/店)	16.75	25.80
硫氧化物排放(千克)	85.50	61.96
店均硫氧化物排放(千克/店)	1.10	1.19
顆粒物排放(千克)	135.95	123.77
店均顆粒物排放(千克/店)	1.74	2.38

未來，我們將逐步建立與完善管理體系，管控減廢以及減排目標。

5.4 應對氣候變化




氣候變化已經成為人類社會面臨的共同挑戰。適應氣候變化已成為國際社會尤其是發展中國家亟待解決的關鍵議題。強化應對氣候變化能力是我國國民經濟和社會發展的重要內容，將成為推進生態文明建設、實現高質量發展的重要抓手。本集團參考TCFD(氣候相關財務信息披露)框架，逐步對因氣候變化所引發的潛在風險與機遇進行深度評估、戰略規劃、風險管理，並在此基礎上識別和管理相應的指標與目標，積極採取應對措施，進一步推動企業可持續發展。



管治

董事會層級下已專門設立ESG委員會，具有識別、評估和監督所有與氣候變化相關的議題的重要職責。該委員會根據風險層級採取相應行動措施，以確保本集團切實執行並達成既定的氣候行動目標。在管理層層面，ESG委員會下設的ESG工作小組，針對氣候變化對業務運營活動的潛在影響進行深入識別與研究，推進具體工作的實施落地，並就上述重要事宜定期向ESG委員會匯報和提供建議，相關內容請參閱本報告「可持續發展管理」章節。

策略

氣候相關風險可以分為向低碳經濟過渡產生的轉型風險及氣候變化帶來的物理性實體風險。轉型風險可分為政策和法規風險、市場和技術風險、聲譽風險，實體風險包括急性實體風險(如颱風、洪水等極端天氣)和慢性實體風險(氣候模式的長期變化如海平面上升、持續性高溫)。

類型	氣候相關風險		應對措施
實體風險	急性 	<ul style="list-style-type: none"> • 所在區域的極端天氣事件比如洪水、颱風、高溫等，這些事件可能損壞庫存車輛、破壞設施，甚至影響員工和客戶的健康安全； • 可能導致供應鏈中的某些環節出現問題，如原材料短缺、運輸延誤等，對於門店的庫存管理和銷售產生一定影響。 	<ul style="list-style-type: none"> • 各區域門店按照當地的氣候特徵和高頻發生的極端天氣事件制定了應急管理辦法，並不定期進行演練，採取增加防水設施、安裝備用發電設備等措施加強基礎設施的抗災能力； • 與供應商建立緊密的合作關係，考慮多元化供應鏈，以降低對單一供應商或地區的依賴，共同應對氣候變化對供應鏈的影響。
	慢性 	<ul style="list-style-type: none"> • 長期的氣候變化趨勢(例如持續高溫或降水模式改變等)可能會對經銷商的業務產生深遠影響。例如，更炎熱的天氣可能導致消費者對汽車空調等設備的需求增加，而更乾燥的氣候可能影響汽車的燃油效率。 	<ul style="list-style-type: none"> • 推出針對新氣候環境的定制化售後保養方案和服務，例如強化空調系統的維護檢查，提供季節性檢測服務，確保車輛在極端氣候條件下能夠保持良好性能； • 加強和完善在線銷售渠道和服務平台建設，適應消費者可能因極端天氣而減少線下活動的趨勢。
轉型風險	政策和法律 	<ul style="list-style-type: none"> • 隨著應對氣候變化的政策趨嚴，如排放標準提高、新能源車補貼政策調整等。 	<ul style="list-style-type: none"> • 關注政策動態，適時調整銷售策略，比如加強對新能源汽車充電設施配套的支持和推廣，順應節能減排的大趨勢。
	技術 	<ul style="list-style-type: none"> • 在邁向更低碳的轉型道路過程中，新能源技術的發展和應用可能改變汽車行業格局。 	<ul style="list-style-type: none"> • 開展新技術員工培訓，投資於必要的技術升級和服務設施，以適應並支持新能源汽車和智能車輛的發展需求。

類型	氣候相關風險		應對措施
	市場	<ul style="list-style-type: none"> 消費者對綠色低碳的關注會偏好更節能、環保的車型，可能影響汽車市場需求。 	<ul style="list-style-type: none"> 研究市場趨勢，推進電動車經銷業務，積極從品牌廠商引進混合動力車型、電動車型，以滿足購車客戶日漸轉變的需求。
		聲譽	<ul style="list-style-type: none"> 公眾對氣候變化問題的關注度提升，可能對未採取積極措施的經銷商產生負面看法。

風險管理

在氣候變化風險管理方面，正通汽車重點識別與評估氣候變化可能帶來的風險，並積極分析和把握綠色經濟中的新機遇。本集團將氣候風險全面融入ESG戰略及風險管理體系，確保業務增長與環境可持續性相協調。2024年我們要求各門店各自制定惡劣天氣應急預案，以應對各類異常氣候，如其中對洪水、颱風等惡劣天氣的應急包括：

- 預案制定：根據歷史氣象數據和氣候預測，提前制定詳細的應急防汛預案，明確責任分工和應急響應流程；
- 基礎設施檢查與維護：定期檢查排水系統、屋頂設施、窗戶和門的密封性，確保抗颱風和暴雨的能力，必要時加強加固工作；
- 物資儲備與保障：確保防汛物資充足，包括沙袋、雨衣、手電筒、應急照明等，保障在極端天氣下的正常運營；
- 地庫抽水泵運行：提前對水泵進行全面檢查，確保設備正常運行工作。

此外，我們不斷優化門店能源管理實踐，優化店內照明、空調等設備能效，積極響應行業轉型趨勢，加大新能源汽車產品線佈局，以減少污染物排放和碳足跡。通過不斷完善風險目標與管理體系，我們致力於推動全鏈條的節能減排，支持集團穩健地向可持續發展商業模式轉變，提升行業競爭力與韌性。

指標與目標

面對氣候變化挑戰，我們識別和監控與氣候相關風險有關的指標，包括：溫室氣體排放（範圍一）；溫室氣體排放（範圍二）等，每年統計與披露相關排放數據，為應對氣候變化工作提供數據支撐。為確保有效監控和管理這些指標，公司已有專職部門負責定期收集與分析相關數據，並逐步推進能耗目標設定。

已識別本集團溫室氣體主要排放源，來自：

- 原材料運輸：從各地採購原材料，通過貨運等方式運輸，過程中的燃油消耗會產生二氧化碳和氮氧化物等溫室氣體；
- 生產過程環節（塗裝工藝）：在汽車維修過程中，塗裝車間使用的塗料在噴塗和乾燥過程中會揮發有機化合物(VOCs)，部分VOCs會在大氣中與氮氧化物發生光化學反應產生溫室氣體。

表：溫室氣體排放績效⁴

	2024年	2023年
直接溫室氣體排放量 ⁵ (範圍一)(噸二氧化碳當量)	3,657.13	7,441.92
間接溫室氣體排放量(範圍二)(噸二氧化碳當量)	20,138.68	13,034.98
溫室氣體排放總量(噸二氧化碳當量)	23,795.81	20,476.90
溫室氣體排放強度(噸二氧化碳當量/店)	305.07	393.79

本集團積極推行以提高能效為核心的優化計劃和措施，鼓勵各門店及維修中心等相關部門通過採用節能設備、優化運營模式等方式減少不必要的能源消耗及水資源浪費。

⁴ 直接溫室氣體排放根據《中國能源統計年鑒2020》附錄4、GHG Protocol、《IPCC, 2014：氣候變化2014：綜合報告，政府間氣候變化專門委員會第五次評估報告第一工作組、第二工作組和第三工作組報告》、《省級溫室氣體清單編製指南》(試行，2011年5月)和《能源統計工作手冊》(國家統計局能源司，2010)計算所得。間接溫室氣體排放根據中華人民共和國生態環境部發佈的《關於做好2023-2025年部分重點行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》中全國電網排放因子計算所得。

⁵ 報告期內本集團進一步將門店用車從燃油汽車替換為電動汽車，因此汽油消耗量降低而耗電量上升，進而與之相關的直接溫室氣體排放量(範圍一)降低而間接溫室氣體排放量(範圍二)上升。

2024年，我們的主要低碳轉型項目包括：

- 引入更先進的塗裝工藝減少VOCs排放；
- 與供應商和合作夥伴共同制定減排策略(如要求供應商採用低碳運輸方式、提供低碳原材料等)；
- 優先選擇電動汽車作為公務車；
- 廚房灶具能源由液化汽改為電能。

結合市場動態和政策環境的變化，本集團將持續審視現有的氣候行動方案，並根據實際情況適時調整節能減排目標與實施策略，實現整體業務運營中能源利用效率的最大化，積極響應和貢獻於全球應對氣候變化的努力。未來，我們仍將繼續完善對氣候相關風險的治理、策略制定、風險管理、指標和目標識別與管理，攜手各界一起應對氣候變化，實現共同的可持續發展。

踐行公益，和諧共創

6

正通始終將「企業財富取之社會，用之社會」作為企業文化的重要組成部分，不斷匯聚向善之力，踐行責任擔當。社區投資是本集團未來發展的動力，踐行社會公益，能塑造良好的企業文化以及公眾形象。因此，正通在各經營所在地積極參與社區建設，組織和鼓勵職員投入形式多樣的公益活動。報告期內，我們共組織10項公益活動項目，志願者服務共有78人次參與，志願者服務總時長超過207小時，總捐贈金額約人民幣5.3萬元。

案例：

正通榮登公益榜單，砥礪前行再譜新篇

2024年11月6日至8日，2024中國汽車流通行業年會在蘇州召開，正通入選「攜手同行博愛擔當」公益榜單。



案例：

鄭州奧澤「以愛之名，傳遞希望」，踐行國企擔當

2024年3月11日，鄭州奧澤積極號召全體員工獻血，共有58名員工報名獻血，參與度超80%，活動還吸引了近30名愛心車主、合作夥伴積極參與。



案例：

宿州安之星勇擔企業責任，積極投身社區建設

2024年度，宿州安之星支部黨員上半年參加三次由社區組織的「建設文明衛生城市」志願活動，下半年參加了經開區黨辦組織的「走訪慰問孤寡老人」公益活動，展現公司社會責任擔當。



案例：

東莞捷運行義賣繪夢，助力殘障人士前行

2024年東莞捷運行與當地殘聯攜手，精心策劃並共同舉辦了一場別具意義的義賣活動，活動對殘疾人員精心創作的繪畫作品進行了展示並售賣，用於支持殘障人士的相關事業。



附錄

香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》索引

層面	內容	在報告中位置
B 部分：強制披露規定		
	董事會聲明	董事會聲明
	匯報原則	關於本報告
	匯報範圍	關於本報告
C 部分：「不披露就解釋」條文		
A. 環境		
A1 排放物		
A1	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。	五、低碳運營，綠色發展
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	五、低碳運營，綠色發展
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍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）。於2025年1月1日刪除	五、低碳運營，綠色發展
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）。	五、低碳運營，綠色發展
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）。	五、低碳運營，綠色發展
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。	五、低碳運營，綠色發展
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。	五、低碳運營，綠色發展

層面	內容	在報告中位置
A2 資源使用		
A2	一般披露 有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	五、低碳運營，綠色發展
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)。	五、低碳運營，綠色發展
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	五、低碳運營，綠色發展
A2.3	描述所訂立的能源使用效益計劃目標及為達到這些目標所採取的步驟。	五、低碳運營，綠色發展
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。	五、低碳運營，綠色發展
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。	五、低碳運營，綠色發展
A3 環境及天然資源		
A3	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。	五、低碳運營，綠色發展
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。	不適用
A4 氣候變化		
A4	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。於2025年1月1日刪除	五、低碳運營，綠色發展
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。於2025年1月1日刪除	五、低碳運營，綠色發展

層面	內容	在報告中位置
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
B1 僱傭		
B1	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。	四、心繫員工，攜手共進
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。	四、心繫員工，攜手共進
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	四、心繫員工，攜手共進
B2 健康與安全		
B2	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。	四、心繫員工，攜手共進
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	四、心繫員工，攜手共進
B2.2	因工傷損失工作日數。	四、心繫員工，攜手共進
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。	四、心繫員工，攜手共進

層面	內容	在報告中位置
B3 發展及培訓		
B3	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。	四、心繫員工，攜手共進
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。	四、心繫員工，攜手共進
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。	四、心繫員工，攜手共進
B4 勞工準則		
B4	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。	四、心繫員工，攜手共進
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	四、心繫員工，攜手共進
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	四、心繫員工，攜手共進

層面	內容	在報告中位置
營運慣例		
B5 供應鏈管理		
B5	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	三、責任經營，優質服務
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	三、責任經營，優質服務
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。	三、責任經營，優質服務
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。	三、責任經營，優質服務
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辦法。	三、責任經營，優質服務
B6 產品責任		
B6	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。	三、責任經營，優質服務
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。	三、責任經營，優質服務
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	三、責任經營，優質服務

層面	內容	在報告中位置
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	二、精益管理，穩健經營
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	三、責任經營，優質服務
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。	二、精益管理，穩健經營
B7 反貪污		
B7	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。	二、精益管理，穩健經營
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。	二、精益管理，穩健經營
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	二、精益管理，穩健經營
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	二、精益管理，穩健經營
社區		
B8 社區投資		
B8	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。	六、踐行公益，和諧共創
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)。	六、踐行公益，和諧共創
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	六、踐行公益，和諧共創

層面	內容	在報告中位置
D部分：氣候相關披露		
D-I 治理	負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構	5.4 應對氣候變化
D-II 策略	氣候相關風險和機遇	5.4 應對氣候變化
D-III 風險管理	用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策	5.4 應對氣候變化
D-IV 指標與目標	溫室氣體排放	5.4 應對氣候變化



**CHINA ZHENG TONG
AUTO SERVICES HOLDINGS LIMITED
中國正通汽車服務控股有限公司**