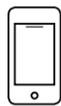




2015

广州汽车集团股份有限公司 社会责任报告



扫描二维码
关注广汽集团社会责任报告

广州汽车集团股份有限公司
地址：广州市天河区珠江新城兴国路 23 号广汽中心
电话：86-20-83150407

 本报告采用 100% 可再生环保纸印刷
This report was printed on 100% recycled paper.

报告说明

本报告是广州汽车集团股份有限公司发布的第四份社会责任年度报告。本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告范围：

本报告覆盖广州汽车集团股份有限公司，为便于表达，在报告表述中使用“广汽集团”、“集团”等称谓。报告时间跨度是2015年1月1日至2015年12月31日，部分内容超出此时间范围。

编写标准：

本报告依据社会责任国家标准《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）、《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、《社会责任绩效分类指引》（GB/T 36002-2015），上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上市公司环境信息披露指引〉的通知》、《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》和香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》等相关规定，并参考国际标准化组织《组织社会责任指南（ISO26000）》、《全球报告倡议组织可持续发展报告指南（GRI4.0）》、《AA1000 原则标准（2008）》进行编制。

数据说明：

本报告所使用数据均来自公司统计报告、正式文件。本报告中对未来所做规划或预测内容存在一定不确定性，不排除公司未来会对有关规划或预测进行调整；本报告所述内容没有经过独立机构审查，特此提请注意。

报告获取方式及延伸阅读：

您可以在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）、广汽集团公司网站（www.gagc.com.cn）下载本报告电子文本，并获取更多集团社会责任信息。

联系方式：

广州汽车集团股份有限公司
地址：广州市天河区珠江新城兴国路23号广汽中心
电话：86-20-83150407



广州汽车集团股份有限公司
社会责任报告
2015

目录 CONTENTS

- 04 领导致辞
- 06 关于我们
- 12 公司治理
- 14 责任管理
- 18 责任专题

- 62 展望 2016
- 63 关键绩效表
- 64 GRI 索引
- 66 反馈意见表



扫描二维码
关注广汽集团社会责任报告



24 客户服务 精心铸就品质

- 26 提供优质产品
- 28 完善客户服务
- 30 加强质量管理



32 股东价值 精致卓越管理

- 34 创新经营管理
- 35 诚信廉洁自律
- 36 坚持正向研发
- 37 维护良性投资者关系



38 员工成长 精彩共享生活

- 40 保障职业安全
- 40 维护员工权益
- 42 关爱员工发展



44 环境保护 广和绿色世界

- 46 新能源事业全面提速
- 48 节能减排全面落实
- 50 绿色文化全面践行



52 伙伴拓展 广远全球合作

- 54 推动产业合作
- 55 促进国际合作



56 社区贡献 广益爱心传播

- 58 支持文体事业
- 59 推动公益慈善
- 59 开展救灾应急
- 60 致力扶贫济困
- 61 推广安全驾驶

领导致辞

张房有

广汽集团董事长 张房有



曾庆洪

广汽集团总经理 曾庆洪



亲爱的朋友：

承蒙您的关心与支持，在刚刚过去的2015年，广汽集团取得长足进展，呈现出发展稳进、创新增强、结构调优、改革深化、质量提升的良好态势。在此，谨代表广汽集团和公司全体员工向您表示衷心的感谢！

2015年，在宏观经济形势下行压力下，集团“十二五”完美收官。汽车产销较快增长，汽车销量129.97万辆，汽车销量同比增幅10.86%，高于行业平均水平约6个百分点；摩托车板块逆势增长，销量107.02万辆，同比增长0.74%，增幅高于行业约11个百分点；利润总额连续三年超过300亿元。“十二五”期间，集团综合能力全面提升。汽车销量从2011年的74万辆增长到2015年的近130万辆，年均复合增长率为15%，高于行业平均增速8个百分点；实现了汽车、摩托车销量双超百万辆，连同合营及联营企业营业收入超两千亿元的跨越式发展，为下一个五年发展奠定了坚实基础。

我们积极促进经济社会发展，营造互利共赢的企业内外关系。秉承“人为本、信为道、创为先”的企业理念，以铸造社会信赖的公众公司为目标，提升经济效益，促进企业内外利益共同体的发展。2015年，集团（含各投资企业）员工总数达67205人，带动上下游产业链就

业人数将近70万人；培训员工41.46万人次，充分提升员工技能和素质。

我们注重生态环境保护，为孩子们创造美好蓝天。加快新能源汽车、节能环保汽车的发展步伐。增程式电动轿车传祺GA5 REV进入上海、广州等重点城市，开展新能源示范推广；广汽比亚迪首辆纯电动客车K9为广州市公交系统提供公交客车运营；广汽丰田混合动力“凯美瑞双擎”、“雷凌双擎”引领绿色出行新潮流。落实生产环保责任，超标准完成节能减排目标。开展植树造林、光伏发电等环保活动和项目，传递绿色环保理念。

我们努力推动社会公益事业，共同建设和谐社会。2015年，集团及各投资企业在慈善、文体、教育等公益事业上的累计投入超过8264万元。同时，高度重视车辆安全领域，开展驾驶安全教育和普及工作，为消费者提供安全、舒适的驾乘体验。

当前，广汽集团站在新的发展起点上。集团发布“十三五”规划，致力于成为先进的汽车集团，做强做实研发、整车、零部件、商贸服务和金融服务五大板块，实现自主品牌事业跨越式发展，实现电动化、国际化、网联化三个方面的重大突破。

创新与突破源于集团的企业文化，源于集团经济与社会的双重责任。展望未来，任重道远。集团将继续以至精志广的品牌核心理念，以高度的使命感和责任感履行社会责任，创新驱动未来。朋友们，让我们一起携手，逐梦前行，为共同建设美好社会而努力！

2015年，在宏观经济形势下行压力下，广汽集团“十二五”完美收官

129.97 万辆
汽车销量

107.02 万辆
摩托车销量

8264 万元
公益事业投入超过

300 亿元
利润总额连续三年超过

关于我们

公司概况

广州汽车集团股份有限公司（简称广汽集团、集团）是一家大型国有控股股份制企业集团，其前身为成立于1997年6月的广州汽车集团有限公司。2005年6月28日，广州汽车工业集团有限公司、万向集团公司、中国机械工业集团有限公司、广州钢铁企业集团有限公司和广州市长隆酒店有限公司作为共同发起人，对原广州汽车集团有限公司进行股份制改造，设立广汽集团。集团目前拥有员工6万余人，总部位于广州市天河区珠江新城。在中国大型国有控股汽车集团中，首家实现了A+H股整体上市。母公司广汽工业集团位列2015《财富》世界500强第362位，2015中国企业500强第73名，2015中国制造业企业排名第23名。

经过多年战略布局，广汽集团坚持合资合作与自主创新共同发展，已经形成了以整车（汽车、摩托车）制造为中心，涵盖上游的汽车研发、零部件和下游的汽车商贸服务、汽车金融、汽车保险、汽车租赁、汽车物流等完整的产业链条，成为国内产业链最为完整的汽车集团之一，也是国内汽车行业首家拥有保险经纪、汽车金融和保险、资本、融资租赁等多块金融牌照的企业集团。

目前集团旗下拥有广汽乘用车、广汽本田、广汽丰田、广汽三菱、广汽菲亚特克莱斯勒、广汽研究院等数十家知名企业及研发机构。生产销售GS4、GA6、雅阁、奥德赛、凯美瑞、汉兰达、自由光、菲翔、劲炫等数十种知名品牌汽车产品。推进汽车互联网生态圈项目，打造自主品牌“传祺”新标杆，初步形成自主品牌、日系、欧美系三足鼎立发展格局。

362位
2015《财富》
世界500强

73名
2015中国企业
500强

广汽集团以“铸造社会信赖的公众公司”为目标，不断提升经济效益，取得了良好的财务绩效。同时，制定相对稳定、连续的利润分配方案，积极回报股东；坚持依法纳税，为国家创造的税收逐年增加；销售网络覆盖全国，产业布局以广州为中心，以华中、华东为两翼，辐射全国。在全国31个省区拥有经销商近1600家，带动零部件配套供应、销售物流、金融服务等上下游产业链就业人数将近70万人。在广州地区，形成北部商用车产业区、东部和南部乘用车产业区、中部汽车金融服务业的布局。



发展沿革

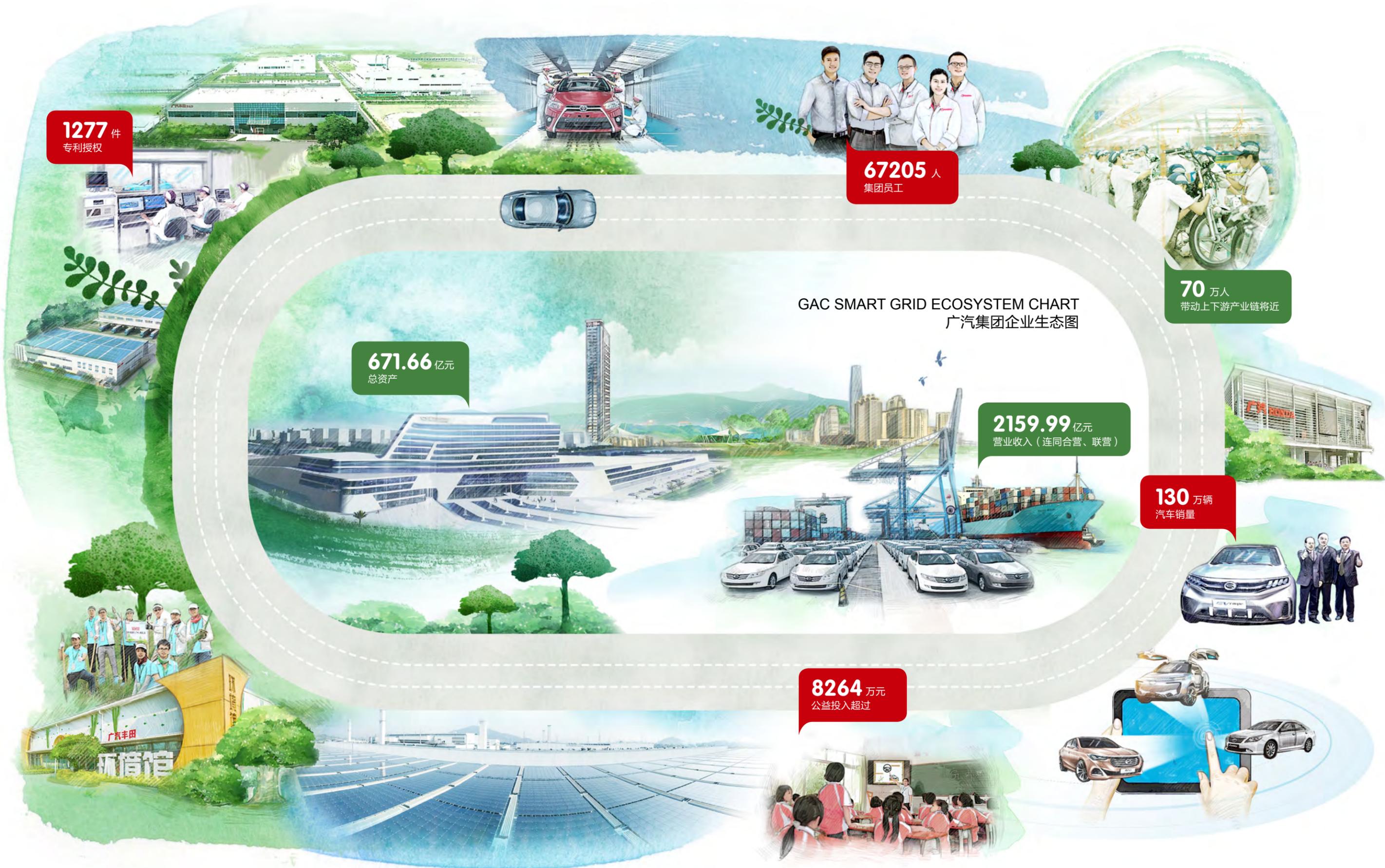


投资架构



公司理念与文化





1277 件
专利授权

67205 人
集团员工

70 万人
带动上下游产业链将近

671.66 亿元
总资产

2159.99 亿元
营业收入 (连同合营、联营)

130 万辆
汽车销量

8264 万元
公益投入超过

GAC SMART GRID ECOSYSTEM CHART
广汽集团企业生态图

公司治理

2015年，集团健全公司治理结构，完善管理制度体系，严格按照《公司章程》及议事规则进行股东大会、董事会会议、监事会会议的召开和审议，优化中长期激励计

划体系，强化内部控制审计，完善信息披露制度，加强廉洁从业建设，为公司治理提升运作效率和管理水平夯实了基础。

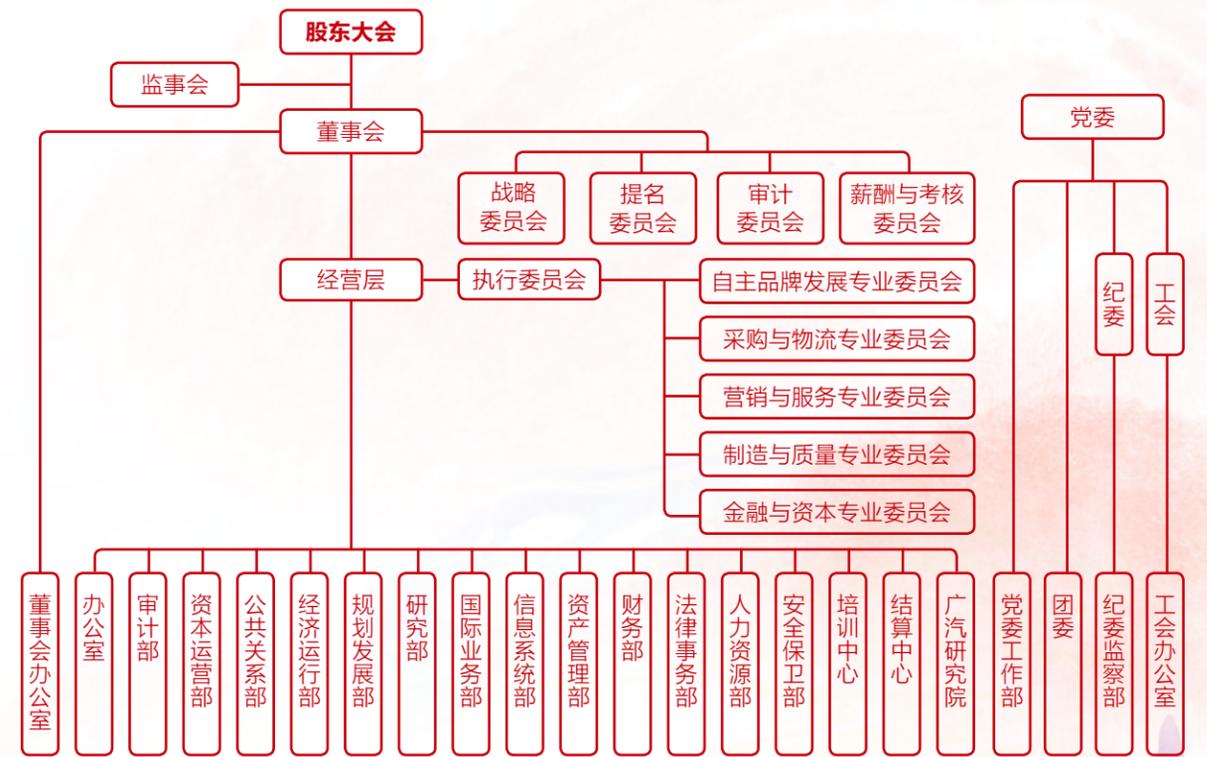
| | |
|-------------|---|
| 制度完善 | <p>规章制度修订 16 项、新增 15 项、废止 2 项，总数为 176 项，比 2014 年增加 13 项、增幅 8%</p> <p>制订《广汽集团战略规划管理办法》、《广汽集团货物和服务采购管理办法》等</p> <p>修订《公司章程》、《董事会审计委员会实施细则》、《广汽集团“三重一大”决策制度实施细则》等</p> |
| 三会运作 | <p>召开 3 次股东大会、22 次董事会会议，6 次监事会会议</p> <p>董事会开展投企董事会规范运作检查</p> <p>监事会将重大项目管理规范性评价纳入重要业务内容</p> <p>董事会专业委员会召开 3 次战略委员会会议、5 次审计委员会会议、2 次薪酬与考核委员会会议，为重大项目投资、完善内控机制等提供支持</p> |
| 内部控制 | <p>编制并披露 2015 年度内部控制评价报告</p> <p>聘请中介机构审计内控情况</p> <p>对集团本部及属下 15 家投资企业开展内控评价，对 10 家投资企业开展内控审计</p> |
| 信息披露 | <p>建立集团系统内投资企业的信息披露管理制度</p> <p>在上交所网站和法定媒体披露公告及文件 135 项</p> <p>在香港联交所网站披露定期报告及临时公告 134 项</p> <p>实现年度信息披露“无错漏、无更正、无补充”</p> |
| 廉洁从业 | <p>制定《落实“两个责任”的责任追究办法》</p> <p>修订《“三重一大”决策制度》，“三重一大”事项决策系统上线</p> <p>确立效能监察项目 151 项并完成 144 项，落实整改措施 550 项，避免经济损失 1.32 亿元，挽回经济损失 220 万元</p> |

董事、监事、高级管理人员名单

| | | | | | | |
|---------------------|---------------------------|---------------------------------------|----------------------|---------------------|------------------|------------------|
| 张房有 董事长 | 曾庆洪 副董事长 | 袁仲荣 副董事长 | | | | |
| 付于武 独立董事 | 蓝海林 独立董事 | 李舫金 独立董事 | 梁年昌 独立董事 | 王苏生 独立董事 | | |
| 姚一鸣 董事 | 冯兴亚 执行董事、常务副总经理 | 卢飒 执行董事、副总经理、 公司秘书、董事会秘书 | 陈茂善 董事 | 吴松 执行董事 | 李平一 董事 | 丁宏祥 董事 |
| 高符生 监事会主席 | 吴春林 监事 | 苏展鹏 监事 | 叶珊瑚 职工代表监事 | 王路 职工代表监事 | | |
| 张青松 副总经理 | 李少 副总经理 | 王丹 副总经理、财务负责人 | 蒋平 副总经理 | 区永坚 副总经理 | | |

本届任期开始日期 2015.6.25. 本届任期结束日期 2018.6.24.

组织架构图



注：共设 1 个执行委员会（下设 5 个专业委员会）、19 个部门（行政 15 个、党群 4 个）和 3 个分支机构（培训中心、结算中心、广汽研究院）。

责任管理

广汽集团致力于做有责任、有温度的汽车品牌，把对人与社会的责任关怀融入社会责任管理，在提供安全、环保和美好的汽车生活中践行社会责任。2015年，广汽传祺作为集团责任标杆，荣膺第五届中国公益节“2015年度责任品牌”大奖，社会责任工作得到了社会公众的广泛认同。



2016年1月达沃斯世界经济论坛期间，国家副主席李源潮会见了集团董事长张房有，对广汽近年发展表示肯定，鼓励广汽做大做强。

开展社会责任实践活动

旗下23家投资企业积极融入社区运营，结合自身优势开展社会责任实践活动。在教育、人才培养、低碳环保等问题上，践行社会责任理念。

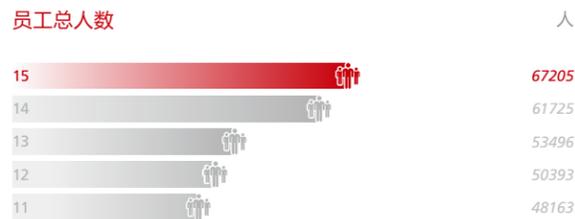
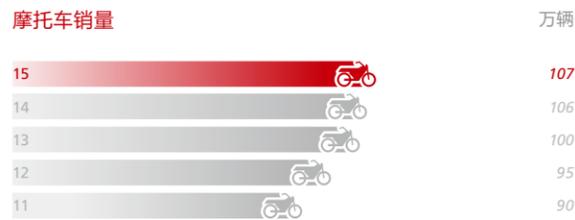
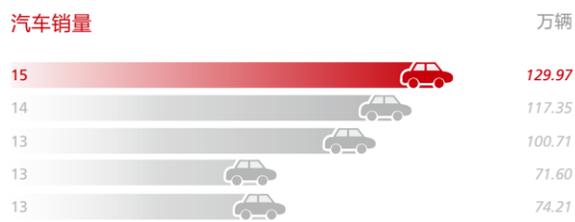
完善社会责任组织管理

健全社会责任组织体系，完善社会责任管理体系。集团要求成立集团总部及各投资企业社会责任事务统筹小组，制定集团层面社会责任理念、战略，并指导各投资企业展开相关工作；公关部负责社会责任事物的具体执行，并以小组推进的方式开展社会责任报告的编制发布工作。

加强利益相关方沟通交流

重视利益相关方沟通，对客户完善投诉处理机制，开展服务进社区活动，提升客户体验；对股东通过国际车展、工厂参观、非交易路演等形式，构建起覆盖大中小股东的沟通渠道；对公众通过微博、微信和网站，传播社会责任实践，通过领导接待日等形式，增进员工的家园情怀。

2011-2015年关键责任绩效



利益相关方期望与回应

| 利益相关方 | 期望与需求 | 回应措施 |
|-------|--|--|
| 政府 | <ul style="list-style-type: none"> 带动经济持续、健康发展 协助公共财政，服务政府发展目标 守法合规经营 | <ul style="list-style-type: none"> 遵守国家政策，积极响应“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念 依法纳税 加强合规管理 诚信经营 |
| 股东 | <ul style="list-style-type: none"> 满意的投资回报，良好的市值水平 充分了解公司经营状况 | <ul style="list-style-type: none"> 稳健经营，提高盈利能力 加强投资者关系管理，及时披露信息 |
| 客户 | <ul style="list-style-type: none"> 丰富的汽车产品 优质的驾乘体验和服务 良好的质量 | <ul style="list-style-type: none"> 加大技术创新，创立自主品牌 提升服务品质，关注客户体验 |
| 合作伙伴 | <ul style="list-style-type: none"> 公平采购 诚信互惠 | <ul style="list-style-type: none"> 公开透明的采购机制 坚持平等互利、和谐双赢原则 |
| 员工 | <ul style="list-style-type: none"> 良好的职业生涯规划 and 成长机会 基本权益保护 | <ul style="list-style-type: none"> 实施人力资源提升项目，完善员工培训体系 完善薪酬激励、保险与福利体系 |
| 社区 | <ul style="list-style-type: none"> 关注社区发展 共建和谐社区 | <ul style="list-style-type: none"> 积极投身公益事业，扶助弱势群体 开展志愿者活动 |
| 环境 | <ul style="list-style-type: none"> 关注气候变化，支持低碳经济 倡导节能减排，构建节约型社会 | <ul style="list-style-type: none"> 发展新能源汽车 建设先进环保节能绿色工厂 加大节能减排投入 培育环保理念 |

社会评价



| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|---|---|
| <p>广汽集团母公司 第三度入选财富世界500强，排名362位，比2014年上升4位</p> | <p>广汽集团母公司 位列2015中国企业500强第73名，位列2015中国制造业企业第23名，2015年中国机械500强前10强。</p> | <p>广汽集团母公司 广东省制造业100强（2014年-2015年）、广东省企业500强（2014年-2015年）</p> | | <p>广汽丰田 连续第五年荣获“2015年度中国低碳典范”</p> | <p>广汽丰田 连续第四年荣获“2015年度中国汽车企业公益贡献金益奖”</p> | <p>广汽乘用车 被评为中国汽车行业唯一信用形象典范企业</p> |
| <p>广汽集团 荣获“2015年度广州市最具竞争力总部企业”称号</p> | <p>广汽集团 荣获“2015年度中国汽车行业最佳雇主TOP10”称号</p> | <p>广汽集团 获批设立广东省院士专家企业工作站（2014-2016年）</p> | | <p>广汽乘用车 被认定为广东省省级企业技术中心</p> | <p>广汽乘用车 获 Bloomberg（彭博商业）“The Fastest Growing Chinese Automaker”（中国发展最快的汽车企业大奖）</p> | <p>广汽三菱 获得“年度社会公益特别贡献奖”</p> |
| <p>广汽集团 H股首次入选“富时中国50指数”成份股</p> | <p>广汽研究院 常务副院长吴坚作为企业界唯一一名代表，获得“2015中国汽车工业优秀科技人才”奖。</p> | <p>广汽本田 五度获得“中国最受尊敬企业”称号</p> | | <p>广汽日野 荣获“全国质量诚信标杆典型企业”荣誉称号</p> | <p>五羊一本田 获得“2015年度国家守合同重信用企业”荣誉称号</p> | <p>广汽部件 荣获“2015年中国机械500强”荣誉称号，位列零部件企业排行榜第31位</p> |
| <p>广汽本田 荣获“2015中国汽车总评榜年度风云企业”奖</p> | <p>广汽丰田 连续三年被授予中国企业社会责任杰出企业奖</p> | <p>广汽丰田 荣获2015年中国汽车售后服务客户满意度调查合资品牌第一名</p> | | <p>众诚保险 广东分公司获得“企业信用评价AAA级信用企业”荣誉称号</p> | <p>广汽汇理 荣获“2015中国最具创新性汽车金融公司”荣誉称号</p> | |

责任专题

广汽集团用产品的品质、安全和性能，在时代大势中彰显了责任优势，为实现汽车工业“中国梦”贡献力量。中国汽车既要为中国顾客创造价值，也要为世界贡献中国人创造的智慧 and 人文关怀的善意。这不仅是一种态度，更是汽车从业人员的责任。“十二五”完美收官，广汽集团将以最佳的姿态步入新的责任时代。

亮相国际舞台 壮大中国汽车工业

集团推动中国汽车工业发展，推进海外战略。集团旗下的传祺品牌在国际舞台上展出代表未来汽车技术发展趋势的车型，彰显了中国汽车工业致力技术创新、与国际接轨的汽车研发及制造实力。



2015 年集团（含投资企业）出口情况



广汽集团 2015MPV 概念车 i-Lounge(朗智)

推动地方经济社会发展

广汽集团是广州先进装备制造业乃至广东工业实力的重要代表。2015 年，广汽集团（含旗下广州市内企业）占广州市规模以上工业企业的工业总产值 9.2%，工业增加值 10%，利税总额超过 330 亿元，被广州市总部经济协会评为“2015 年度广州市最具竞争力总部企业”。广汽集团围绕珠三角及广州市推广应用需求，牵头承办重要行业、学术论坛，加快推进新能源乘用车产品产业化，引领新能源行业风向标。集团还承担了广州工业机器人制造和应用产业联盟当值理事长责任，切实增强了广州机器人企业的全国影响力。

集团旗下企业对推动其所在区域的经济社会发展贡献了重要力量。广汽乘用车 2015 年工业总产值 162 亿元，同比增长 46%，分别占其所在的广州市番禺区生产总值和经济总量的 10%；全年利税总额达到 24.6 亿元，较去年同比增长 91%，在区内规模以上企业（154 亿元）中占比 16%；积极配合番禺区相关部门、单位开展招聘会，提供大量就业岗位，2015 年末人员总数 5956 人。战略性新兴产业工业（新能源汽车）总产值 1619 万，较 2014 年同比增长 46%，有力推动了番禺区高端化产业的结构调整。2015 年，广汽本田实现工业总产值 666 亿元，占其总部所在的广州市黄埔区（并区前）40%，企业利税总额 122.6 亿元；广州市南沙区围绕广汽丰田示范工厂，已经形成了一个现代化的汽车产业园，包含整车、发动机、汽车零部件及物流配送全产业链，汽车制造业产值占全区规模以上工业总产值的一半以上，成为南沙区重要的支柱产业；广汽比亚迪项目对广州市从化区是一个新的支撑点，对于加快广州北部城市副中心建设具有现实而深远的意义。其在广州投放的纯电动公交客车，将进一步促进华南地区公共交通电动化快速发展。此外，广汽菲克还承担了广东省《营运电动汽车维修和保养技术规范》编制工作，深度参与了地方标准的制定。



广东省委书记胡春华参观投洽会广汽新能源展车



广州市市长陈建华率队调研广汽集团

专题一

祺推“一带一路”友好合作

“一带一路”战略为中国汽车业走向全球市场，提供了前所未有的发展契机。作为汽车行业中国自主品牌先行者的广汽传祺，把握机遇，借助广州绝佳区位优势，打造具有全球竞争力的品牌，树立“Best Chinese Car Brand”形象，获得海外消费者认可。

此外，广汽集团在文化公益事业上也大力支持，积极宣扬丝路精神。集团斥资 150 万支持纪录片《海上丝绸之路》拍摄，还派员配合了节目录制；旗下广汽三菱作为全国首家响应“一带一路”号召的车企，携手陕西卫视打造了“丝绸之路万里行”名牌栏目，完成了首次重走丝路的探索旅程，社会反响热烈。

兹将“面向未来的创新”奖 (Innovation For The Future) 授予广汽乘用车公司，因其树立了中国汽车的全新基准。他所带来参展的 GS4 车型完全具备了与全球对手的同等水准，充分表明了该公司参与国际市场竞争的信心与决心。

——雅虎财经

海上丝路沿线国家的商人云集广州已近两千年，商贸繁荣，经久不衰。广州是“一带”和“一路”紧密对接的重要平台，是“一带一路”战略不可替代的经济支撑点。作为融合了中国文化、岭南智慧和国际基因的传祺品牌从起步就坚持正向研发，坚持国际标准，着眼于国际舞台和世界格局。2015 年传祺海外市场同比增长 38%，已在全球 18 个国家建立营销网络。雅虎财经盛赞广汽乘用车是“中国最优秀的汽车企业”。

广汽传祺积极发展战略值得美国企业学习。

——福布斯 (Forbes)

未来，广汽传祺将以中东为重点，布局东欧、南美、非洲、东南亚等市场，强化以重点市场带动周边市场的发展的战略。传祺在 2015 年北美车展上凭借 3 款车型，引起《底特律自由报》、《波士顿邮报》、《赫芬顿邮报》等 20 家全球重量级媒体报道，纷纷盛赞传祺是世界级品牌的中国汽车。传祺争取 2017-2018 年进入北美市场，满足海外消费者多元化购车需求，并提供便利的销售及售后服务，打造中国汽车品牌的责任竞争力。



斐济总理点赞中国创造

2015 年 7 月 19 日上午，斐济总理姆拜尼马拉马一行走进广汽乘用车，体验了传祺 GS4 等中国原创汽车产品。

希望享誉中东、南美的传祺，也能尽快进入斐济市场，让斐济人民能够体验到传祺这样高品质的中国产品。

——姆拜尼马拉马总理竖起大拇指点赞



18 万辆
传祺 2015 年
汽车产销量超

50%
同比增长约

传祺是“中国最佳汽车品牌”。
——《国际财经时报》

2015 年传祺在中东地区捷报频频。目前已开拓科威特、阿联酋等市场，并推进沙特、阿曼等市场，赢得众多中东消费者的信赖。中东以科威特为例，传祺已在当地市场占据中国汽车品牌 40% 的市场份额，成为消费者口中“最好的中国品牌”。中东和北非多个国家和地区的 20 余家经销商巨头，包括阿联酋 Gargash Motor、科威特 Mutawa Motor、迪拜 Belhasa Motor、苏丹 Samhar Group、突尼斯 ATLAS 等，都表示希望尽快将传祺车引入当地市场。

2014-2015 年，广汽传祺还在美洲（智利和巴拉圭）、非洲（尼日利亚和埃及）、欧洲（阿塞拜疆）、东南亚（柬埔寨）等地拓展市场，并在相应区域建立了销售和服务渠道。广汽乘用车（俄罗斯）销售有限公司成立，集团海外战略规划有序推进。



2015.11.10 传祺闪耀亮相迪拜车展
中国驻阿联酋大使常华
中国驻迪拜总领事李凌冰为传祺助阵

专题二

“e起” 驭见未来

围绕“两个中心、四个平台”，即以广汽研究院为技术研发中心和以广汽乘用车为生产制造中心，整合共享研发、采购、品牌销售与服务渠道四大平台资源。

2015年3月，广汽集团“整车 NVH 性能开发技术的研究与应用”项目获 2014 年广东省机械工程学会科学技术奖特等奖。项目技术申请发明专利 7 件、实用新型专利 6 件、软件著作权 3 件；完成企业标准规范 98 项，杂志论文 13 篇，会议论文 18 篇。研究成果应用于广汽传祺多款车 NVH 性能开发中，达自主品牌领先水平，部分指标达同级合资品牌水平，提升了传祺的市场竞争力。

在 2015 年中国车市整体低迷的大背景下，广汽本田逆势增长，随着第三生产线正式投产，广汽本田将拥有年产 72 万辆的总产能储备，实现从“制造”到“智造”跨越式发展；广汽丰田第三生产线将于 2017 年内投入运作，首期产能将达 10 万辆。两大主力车企进一步夯实广汽集团日系业务板块的实力，提升汽车工业的竞争力。

广汽菲亚特克莱斯勒汽车销售公司成立，随着 Jeep 品牌的国产化及未来克莱斯勒车型的导入，全面的品牌布局和产品矩阵，将使广汽菲克形成集研发、制造和销售的汽车产业链布局，推动集团欧美合资板块业务多元均衡发展、开拓产业布局。

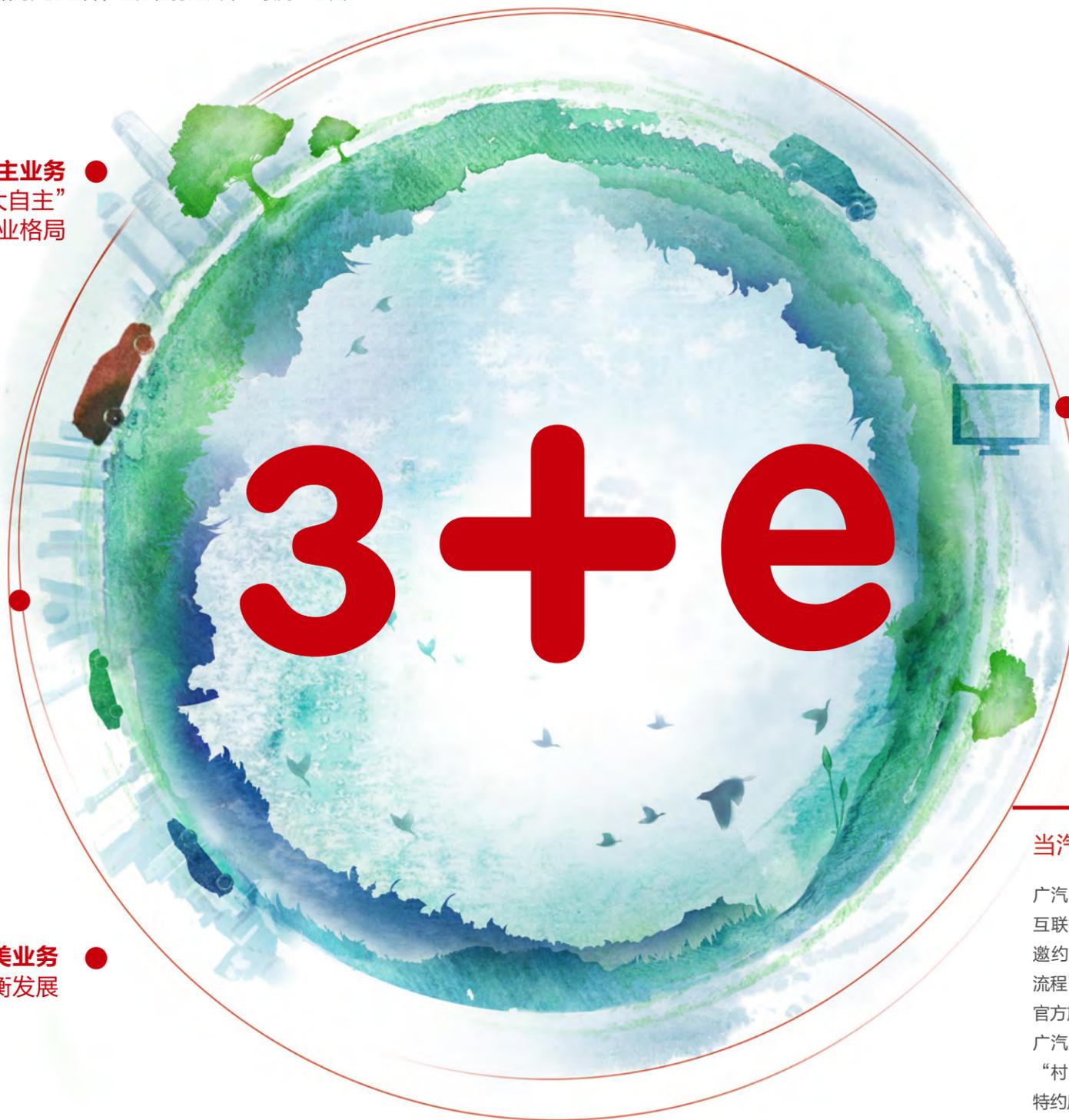
2015年，广汽集团打破封闭的产业思维，洞见“互联网+”的机遇与挑战，凭借旗下大自主、日系合作和欧美系合作“三足鼎立”的资源优势，全面布局，跨界融合，“3+E”发展格局火力全开，全方位打造汽车互联网生态圈。

2015年，广汽集团通过互联网实现销售汽车 127765 辆，其中，广汽本田 49640 辆，广汽丰田 72301 辆，广汽乘用车 5371 辆，广汽三菱 453 辆。

自主业务
构建“大自主”
产业格局

日系业务
转型升级

欧美业务
均衡发展



电商战略
服务车生活



当汽车遇见互联网

广汽本田将客户服务从展厅延伸到互联网，建立了从网络集客、电话邀约，再到实体店体验的“e销售流程”。2015年以众筹形式在天猫官方旗舰店预售，反响良好。此外，广汽本田天猫旗舰店还与阿里巴巴“村淘”项目联合，将电商深入到特约店无法覆盖的区域。

广汽三菱坚持“以数字化营销集客，以体验营销促成交”营销思路，其数字化营销战略——凌云计划对营销渠道和模式进行创新。广汽三菱天猫商城、唯品会等电商平台开展线上营销，同时培育优秀代理人，结合“亚冠决赛”等热点事件，线上线下打通，建立以人为核心、去中心化的无边界传播和营销生态闭环。



投资 14 亿的汽车互联网生态圈项目将全力推进整车电商、车生活、车联网 3 大业务平台及互联网创投平台，实现汽车与互联网的跨界融合。由“制造型”向“制造服务型”转变，以创新的商业模式，面向旗下整车厂、经销商和服务商全面开放、共享，充分发挥广汽集团汽车全产业链的优势，面向未来，以用户体验为中心，致力于打造最值得信赖的修车、用车、买车、租车、换车一站式平台，使之成为用户体验的乐园、互联网汽车创业者的舞台、汽车生态的纽带。

22 款

“十二五”期间
推出新产品

2404 家

全国服务销售门店共



CUSTOMER SERVICE

客户服务 精心铸就品质

- 26 提供优质产品
- 28 完善客户服务
- 30 加强质量管理

| 品质逐梦·服务前行 |

中国是全球最大的汽车生产和消费市场，中国汽车市场正因为质量和技术的跃升而步入品牌时代。广汽集团积极响应“中国制造 2025”、“智能制造”的战略号召，践行客户责任，将产品品质放在首位，完善客户服务，强化质量管理，用国际标准打造精品车型、提供精品服务。

提供优质产品

广汽集团支持供给侧改革，助力“中国制造 2025”。“十二五”期间推出全新车型 22 款，并每年都对现有车型进行大量增补和改款换代，满足了市场多样化的需求。打造自主品牌“传祺”优秀品质新标杆，据 J.D.Power 中国新车质量研究（IQS）报告显示，广汽传祺超越了众多合资品牌，连续三年位列中国品牌新车质量第一名。

2015 年集团产品线的最新进展

全新车型



传祺 GS4



混动雷凌



JEEP 自由光

改款换代车型



新奥德赛



新凌派



2016 款歌诗图



2015 款雅阁



新锋范



新汉兰达



全新凯美瑞



2016 款传祺 GS5 SUPER (速博)



2016 款传祺 GA5 增程式



2015 款劲炫



2015 款劲畅

增补车型



1.5L 缤智



凌派超配限量版



致炫橙色限量版



传祺 GS5 速博



传祺 GA6 1.6T 风尚型



致悦夜行者版



菲翔



1.8L CVT 缤智



广汽本田缤智获得 2015 年 J.D.POWER 新车质量调研紧凑型 SUV 第二名

广汽本田产品屡获殊荣：雅阁获得 2015 年中国量产车性能大赛推荐车型及 CPC 特别贡献奖，全新锋范还获得首批中国生态汽车评价（C-ECAP）金牌评价。2015 年 J.D.POWER 新车质量调研中，奥德赛获得大型 MPV 第二名，缤智获得紧凑型 SUV 第二名，J.D.POWER 中国车辆可靠性研究中，锋范获得中型基础轿车第一名。

广汽丰田全新凯美瑞荣获媒体颁发的“2015 最值得期待新车大奖”，雷凌获得了中国汽车技术研究中心 2015 年度 C-NCAP 五星安全认证、“年度创新车型”、“年度最具性价比新能源车”、“年度环保新能源车”、“汽车功能设计大奖”等 13 个奖项。全新汉兰达获得“年度十佳车型”、“2015 十大强烈推荐新车”、“年度最受欢迎新车”等称号，成为引领行业潮流的风向标。



金牌评价

广汽本田全新锋范
首批中国生态汽车评价
(C-ECAP) 金牌评价



五星安全

广汽丰田雷凌
中国汽车技术研究中心
2015 年度
C-NCAP 五星安全认证”

广汽菲克通过导入菲亚特-克莱斯勒集团先进经验，建立了覆盖各部门、各层级、各过程的质量管理体系，完善和提高质量管理和产品水平。继菲翔之后，致悦荣获 C-NCAP 2014 年度五星安全评价，名列紧凑型车前茅。2015 年 J.D.Power 排名显著提升：广汽菲克品牌在主流车市场排名较 2014 年提升 12 名，菲翔在中型轿车细分市场排名较 2014 年提升 18 名，均超过同级别排名平均水平。

完善客户服务

广汽集团致力于提供全方位的最贴心、省心、放心的客户服务。目前，集团已形成涵盖研发、整车、零部件、商贸服务、金融服务等完整的产业链布局，是国内汽车行业首家拥有保险经纪、汽车金融和保险、资本、融资租赁等金融牌照的企业集团。广汽汇理金融平台5年来为经销商及终端消费者提供稳定充裕的贷款资金累计2157亿元。广汽商贸的汽车租赁、二手车及精品用品业务，众诚保险、广爱保险经纪等汽车保险业务发展良好，汽车服务更全面，更便捷，更到位。

服务理念有新意

广汽本田推行“购买的喜悦、销售的喜悦和创造的喜悦”，“三个喜悦”已成为深受消费者喜爱和欢迎的服务品牌。广汽传祺打造“加分服务·至亲关爱”、“暖冬服务月”等活动，五羊一本田践行“阳阳服务，心悦诚服”服务理念，为广大顾客构建安心信赖的服务体系。

12%

提高到



8%

金融服务贸易板块比重

2157

亿元

为经销商及终端消费者
提供稳定充裕的贷款

服务形式有惊喜

不断刷新汽车服务标准。广汽丰田全新凯美瑞“MY CAR 尊享计划”——3年或6万公里免费基础保养服务，刷新了中高级车服务标准的先例。广汽汇理创新推出免费差额保全服务，帮助顾客抵御车辆折旧所带来的损失。

大力推广免费上门服务。广汽传祺开展的部队服务月、秋季服务月活动都是“走出去”的活动，全国共开设高速路、景区服务点50个，下乡服务点60个，共接待车主超过1700位，获得部队和客户一致好评；五羊一本田“下乡、进村”及走进“名优企业”贴心服务，众诚保险“送保险进社区”等等，极大地方便了客户。

贴心打造新媒体服务平台。众诚保险在微信平台上线了交通意外险、境内旅游意外险、境外旅游意外险3个产品，用户可在出行途中随时用手机购买，提供了更便捷全面的安全保障。



服务能力有保障

2015年，集团（连同联营、合营企业）共有销售门店2404家，覆盖全国31个省、市、自治区、直辖市（除香港、澳门、台湾外），288个地级市，311个县级市、县。

广汽汇理提供高质量专业化服务，建成的灾备数据中心和影像系统，实现流程自动化，为超过1290家经销商、20.3万名零售客户的业务数据保驾护航，提供更高效更智能化的零售贷款服务。在中国人民银行对于广东省金融机构反洗钱工作的评估中，广汽汇理被定为A级。

广爱保险服务网络遍布全国200多个城市，以独特的驻点或驻厂模式为集团各汽车品牌及主机厂等企业和客户提供现地化专业的保险经纪服务。DIMS续保改善系统帮助销售店系统化进行续保跟进管理，处于行业较高水平。



服务质量有口碑

广汽丰田践行心悦服务的专业、便利、安心、尊贵、信赖五大宗旨，再次荣获2015年中国汽车售后服务客户满意度调查合资品牌第一名。

广汽乘用车下沉服务渠道，力争以车为桥梁与顾客建立终身信赖的关系。在中国汽车技术研究中心售后满意度调查中获得自主品牌第一名；在卡思(CAACS)CSI调查报告中，获得自主品牌第二名；在J.D. Power CSI调查排名中，同比提升12名。

客户感言

广汽的车，安全省心！之前我们用的其他牌子的车，经常半夜接到司机电话，不是车栽沟了，就是出毛病了，操控经常出问题。自从换了广汽日野卡车后，事故率一年比一年低。省去了很多维修烦恼，我们也睡得安心。

——佳木斯华龙货运公司（广汽日野商用车客户）

加强质量管理

广汽集团坚持质量至上，完善质量体系，将质量职责落实到各阶段各工序，实行全员、全过程的质量管理，建立具有广汽特色的质量管理责任制，不断推出更高品质的产品，确保为顾客提供最优水平的产品目标。

健全质量管理体系

集团倡导全面质量管理，从零部件供应商的过程策划与控制，到整车出厂检测，提高工序保证能力。关注用户信息反馈，制定预见性和预防性措施，提供卓越品质。集团把欧美和日本的全面质量管理理念，融入旗下广汽乘用车的企业文化，塑造有序分工协调作战的卓越质量管理团队。



广汽乘用车“6C”企业文化精神

广汽丰田通过自工序完结打造 100% 优质产品，创造性建立了“创意提案改善制度”，以独立于工厂以外的态度提出改善建议并督促整车水平的提高。连续 8 年达成丰田出荷品质监查的全球目标（0.2 件/台），两度获得丰田全球品质监查“零不良率”的全球最高评价。实行动态品质管理，市场情报处理时间由 2014 年的平均 8.9 天下降到 2015 年的 3.8 天。2015 年全车型不良率相比 2014 年低减 16%，荣获丰田无偿修理全球优秀奖，在丰田日本本土和海外工厂中排名第一。对 205 家供应商进行了 271 次巡回监查指导，达成了供应商不良率在 1PPM 以下的年度目标。

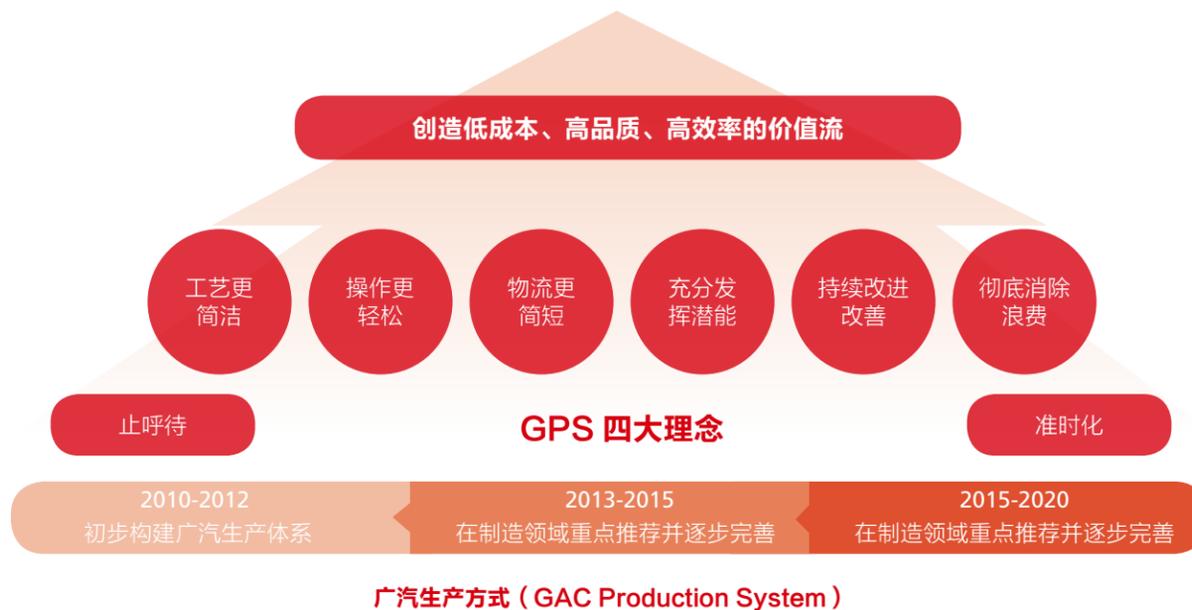
广汽菲克执行菲克集团最严格的世界级制造标准（WCM），与北美及欧洲的工厂完全一致。WCM 是一套系统化降低损耗、提高生产率并改善品质与安全的方法体系，致力于为全球及中国消费者打造最高品质的产品。



创造广汽生产方式

集团打造特色管理机制，融合各方优势，创建了国企的平台、民企的效率、合资的流程这一管理模式，塑造了有序分工、协调作战的卓越团队。行为规则方面，集团把持续创新改善精神融入企业文化之中。通过整合本田精益管理、丰田生产方式，融合岭南文化的细腻务实和

多年来生产经营经验，创建了业内领先的广汽生产方式，以广汽集团自主品牌传祺为代表，工艺更简洁、操作更轻松、物流更简短、发挥员工潜能、持续质量改善、彻底消除浪费。



广汽生产方式（GAC Production System）

保障早期品质稳定化

广汽乘用车推进 GPS-Q 领域全工序实施，实行 GS4 量产初期特别管理体制，进行品质风险分析和预防管理，对重点问题制定应急预案，上市初期采取 15 项主动式售后服务，新车上市首月市场品质即达到 GS5 等车型量产一年质量水平。

广汽菲克引入菲亚特克莱斯勒对应新车型阶段问题管理的特殊机制 SAQ，首次采用该模式对新车型阶段所发现的问题进行管理，取得了很好的质量保障。

五羊一本田对新摩托产品实施早期品质稳定化战略，快速解决新车上市用户反馈问题，并对生产过程中易产生异物的环节进行排查，把问题消灭在萌芽状态。

接受社会和行业监督

五羊一本田为响应国家质量监督检验检疫总局（质监局）[2015] 49 号关于《企业质量信用报告》号召，作为广州市辖区内试点企业之一，于 2015 年定期自主公告发布《企业质量信用报告》。

广汽菲克 2015 年首次导入 FCA 售后问题蝎子图管理方法，有效避免人为失误；2015 年菲翔、致悦售后保修千台故障率相比 2014 年改善显著；3 个月投诉率下降 57%，达成 FCA 亚太区同级车型最佳水平，12 个月投诉率下降 38%。

广汽本田建立了客服数据对标体系，指导改善特约店业务短板。2015 年在全国特约店导入了双快业务，培训覆盖了 70% 的维修人员，提升了服务品质，带给客户更好的服务体验。

362 位
第三次入围《财富》
世界 500 强

10.86%
汽车销量同比增长

6 年
摩托车销量
连续逆势增长

SHAREHOLDER VALUE

股东价值 精致卓越管理

- 34 创新经营管理
- 35 诚信廉洁自律
- 36 坚持正向研发
- 37 维护良性投资者关系

| 价值逐梦 · 管理前行 |

广汽集团作为国内首家实现 A+H 股整体上市的大型国有控股汽车企业集团，重视资本运营能力培养和平台搭建，变革经营管理，重视技术创新，加强信息披露与投资者关系管理；强化市值管理，兼顾公司短期利益及长远发展，实施稳定的分红派息政策，且保持较高分红水平，一直坚持每年两次派息，保持资本市场信心，为股东创造可持续价值。

创新经营管理

广汽集团积极推进组织机构、管控模式和体制机制创新变革，管理流程得到简化，管理效率大幅提升。“十二五”完美收官，经营业绩逆市上扬。2015年，母公司第三次入围《财富》世界500强，排名362位再创新高。

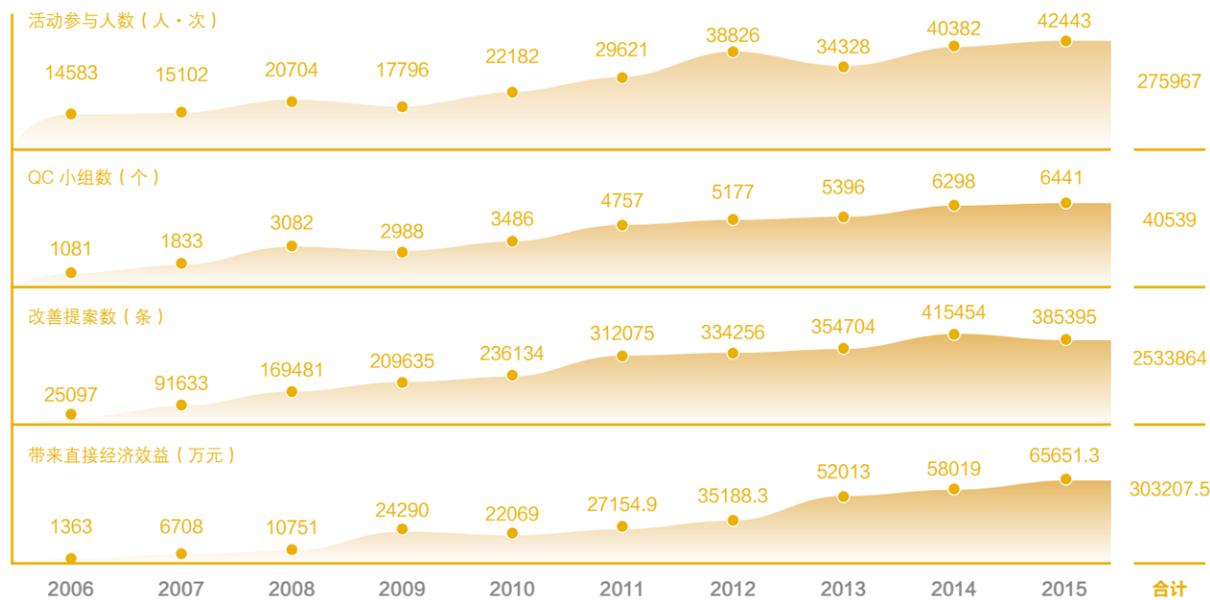
2015年，集团汽车摩托车产销保持快速增长，销量增速为行业增速2.32倍。汽车销售将近130万辆，销量同比增长10.86%，在国内前六大汽车集团中增速最快；摩托车销量107多万辆，在行业整体下滑的背景下实现了连续六年的逆势增长，增幅高于行业12个百分点，总体销售和出口均再创历史新高，在国内行业排名第二；集团SUV车型销量大幅提升，产销分别实现423,897辆和428,531辆，同比增长54.54%和61.20%；集团利润总额继续保持较好水平，本集团连同合营、联营公司实现营业收入约2159.99亿元，实现工业总产值1885.98亿元，工业增加值464.07亿元，利税总额连续三年超过300亿元。目前，集团实现汽车产能162万辆，摩托车产能125万辆。

创新发展模式。集团创新发展理念，在全球化视野下，以市场为导向，以资本为纽带，创新了中外战略联盟、多样化资本合作等发展模式，从“请进来”为主的单向合作模式向“请进来”与“走出去”相结合的双向合作模式转型，助力建设汽车强国。

| 指标 | 单位 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|-----------|----|--------|--------|--------|
| 总资产 | 亿元 | 577.89 | 623.18 | 671.66 |
| 营业收入 | 亿元 | 188.24 | 223.76 | 294.18 |
| 归属于母公司净利润 | 亿元 | 26.68 | 31.86 | 42.32 |
| 基本每股收益 | 元 | 0.41 | 0.50 | 0.66 |
| 现金派息 | 亿元 | 5.15 | 11.58 | 10.30 |

创新企业文化。集团秉承“人为本、信为道、创为先”的企业理念，打造最具特色的创新企业文化，连续十年在全集团系统内开展创新广汽（IGA）活动（即 Innovate Guangzhou Automobile）。活动以人才培养为出发点，围绕生产经营目标改进品质、提高效率、节能减排、实现自动化。十年来，IGA活动累计参与人数超过27万人次，产生改善提案253万余条，直接经济效益超过30.3亿元，切实提升了企业软实力和综合竞争力。

历届创新广汽（IGA）活动 KPI 数据汇总表



诚信廉洁自律

广汽集团坚持“反对腐败没有旁观者，廉洁广汽需要践行者”的廉洁理念，加强反腐倡廉，保障股东利益。2015年，作为廉洁广州建设的唯一国企试点单位，完善“廉洁广汽测评指标体系”。市纪委市监察局《全面从严治党广州反腐实践——廉洁广州品牌综述》一书刊登了集团的经验材料，肯定了集团考核指标体系的科学性、指导性和完整性。

2015年，通过制定《员工廉洁从业规范》、启用廉洁广汽视觉识别（VI）标识、举办“廉洁广汽诚信之星”评比大赛，培育廉洁意识；开发“三重一大决策&监督系统”，强化科技防腐力度；创新监督监察体制机制，首次以集团股东身份到投资企业开展以“物业出租管理”和“企业领导班子及派驻人员任职取酬”为重点的专项综合监察；全年确立效能监察项目151项，节约资金40.39亿元。



培育廉洁意识见成效

广汽本田纪委参加市检察院、团市委举办的“讲廉洁广州好故事，筑青年干部廉洁梦”主题演讲比赛，分获一、二等奖。广汽本田袁昊博，获得广州市国资委评选的十大“廉洁广州诚信之星”的光荣称号。袁昊博作为2013年广州百大监督工程——广汽本田第三生产线和发动机项目的总负责人，他构建了广汽集团首例“同步预防职务犯罪”监察体系，主导了工程建设“整合采购”效能监察工作。曾获得一项发明、两项专利以及广汽集团改善提案铜奖，并获得广本员工标兵等多项荣誉。

广汽部件的效能监察

2015年，广汽部件实施工程建设监察可视化看板管理，坚持“一体双线互促”（工程建设监察线和业务线相互促进）监察理念，对4家投资企业新工厂建设搬迁项目进行效能监察，按照“三步走”梯级递进法，将效能监察工作推入了管理精细的创新阶段。



坚持正向研发

广汽集团秉承“内部协同创新、外部开放合作”原则，大自主体系初步构建，正向研发不断突破，并拟在系统内设立广汽科技奖，全面实施创新驱动发展战略。集团“十三五”规划确立了举全集团之力发展自主品牌重点任务，以市场为导向，建立起整车企业与广汽研究院之间的有偿开发合作制度，为大自主的发展提供了有力保障。



构建“国内领先，国际先进”研发体系。以世界眼光，聚合全球优势资源，打造以广汽研究院为核心、合资企业研发中心及零部件企业为支撑的全球研发体系。基于跨平台模块化架构的正向开发技术，获得中国汽车工业科学技术一等奖；首个国家的863计划重大课题“增程式纯电动轿车研发与产业化技术攻关”通过国家科技部技术验收；“GS5 GAC6470 系列中高级SUV车型自主研发”项目获广东省科学技术奖一等奖。形成了同时主导3款整车及多个核心部件的自主开发能力，获得“企业博士后科研工作站”、“院士专家企业工作站”等资质和荣誉。以广汽研究院为核心的广汽集团国家认定企业技术中心，在2015年全国各行业1100多家国家级企业技术中心评价中获得排名前1%的优秀评价，排名第12位，上升了5位，整体研发实力达到国内先进水平。

实施知识产权战略。2015年，举办首届4.26世界知识产权日活动。新增有效专利申请634件，获得专利授权361件，新增软件著作权登记28件。截至2015年末，专利申请共计1973件（发明491件，实用新型856件，外观设计626件），授权共计1277件（发明77件，实用新型726件，外观设计474件）；累计软件著作权登记87件。

12位
在对1100多家国家级企业技术中心评价中排名

361项
2015年获得专利授权

“十二五”期间广汽集团专利申请、授权情况

| 年份 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------|------|------|------|------|------|
| 发明（件） | 30 | 48 | 107 | 136 | 148 |
| 实用新型类（件） | 65 | 105 | 180 | 209 | 230 |
| 外观设计类（件） | 50 | 116 | 62 | 103 | 256 |
| 合计（件） | 145 | 269 | 349 | 448 | 634 |
| 授权专利（件） | 106 | 136 | 299 | 331 | 361 |

维护良性投资者关系

广汽集团坚持遵循“透明、公开、真实”的原则，加强投资者信息沟通，促进公司与投资者之间的良性关系，强化公司回报投资者意识，倡导理性投资，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化。着力建立及完善多种沟通渠道，打造以投资者为中心的多层次沟通交流平台，倾听投资者心声，提升投资者关系工作水平，尽最大努力促进公司整体利益最大化和股东的财富增长。



畅通沟通平台。集团在稳定推进投资者关系常规工作的同时，积极构建多元化、全方面的投资者沟通平台，除了通过不断完善投资者热线电话、证券邮箱、投资者关系网站、投资者访谈调研等日常沟通渠道外，还定期组织和参加各种投资者交流活动，如大型投资者开放日、境内外路演、车展调研等，进一步加深投资者对集团的了解和认同。2015年共接待机构投资者、分析师等来访27次，全球分析师电话会议16次，参加境内外投资者策略会7次，累计接待投资者人数超过500人，有效保障了投资者沟通需求，传递了公司的经营理念和投资价值。

完善信息披露内容与形式。积极响应监管要求，根据上交所《关于就上海证券交易所第一号至第七号行业信息披露指引公开征求意见的通知》，将每月产销快报作为必需披露内容，在2015年度报告中增加新能源汽车业务等内容。全年在上交所、法定媒体及香港联交所网站实现信息披露“无错漏、无更正、无补充”。

投资者感言：

广汽A股股价是国内汽车集团最为强劲的，港股股价也是2016年汽车股中表现最好的。
——瑞士信贷 汽车研究员

2015年，A股和H股两个市场的投资者对于广汽的关注度显著提高。
——中国国际金融有限公司 汽车行业研究队

广汽对投资者的利益非常注重，一直保持着对资本市场非常开放的态度。
——康曼德资本

EMPLOYEE DEVELOPMENT

员工成长 精彩共享生活

- 40 保障职业安全
- 40 维护员工权益
- 42 关爱员工发展

| 青春逐梦·职业前行 |

广汽集团情系职工、共建共享，坚持把解决广大职工最关心、最直接、最现实的利益问题，切实维护职工根本权益，作为构建和谐劳动关系的出发点和落脚点，不断完善对职工的生活、关怀、文化和心理关怀，促进和谐发展与共享发展。目前，集团（含各投资企业）员工总数达 67205 人，带动上下游产业链就业人数将近 70 万人。集团荣获 2015 年度中国汽车行业最佳雇主 TOP10 称号。



900 多人次
救助困难员工

保障职业安全

广汽集团坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的方针和“以人为本、安全发展”的原则，落实安全生产责任制，强化责任目标管理，完善事故应急救援体系，开展安全生产宣传教育和事故隐患治理活动。全年无死亡等事故发生，安全生产形势总体平稳。

广汽乘用车 11 项安全措施

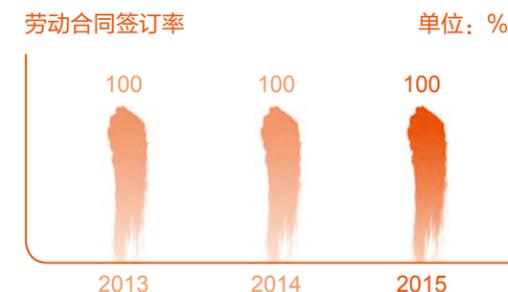
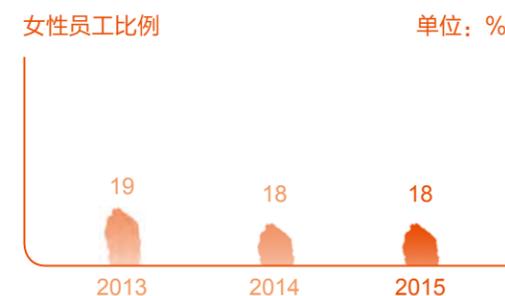
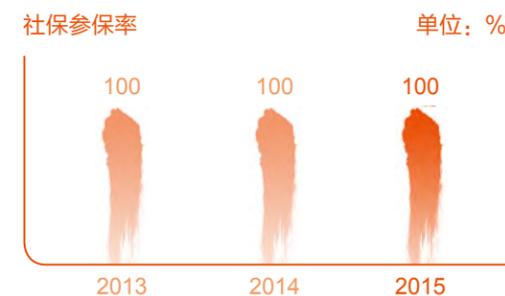


维护员工权益

集团健全人力资源管理制度，加强薪酬宏观管理，制定有激励性、约束性的薪酬绩效政策。完善员工福利体系，按时足额缴纳五险一金等法定福利，集团严格遵守《劳动法》及相关法律法规，在《招聘录用制度》和《总部员工守则》等制度中明确规定了用工年龄及劳动时间，未存在使用童工或强制劳工的情况。

开展员工意识调查

广汽本田随机抽样 2000 多名员工，以匿名问卷形式开展 2015 年员工意识调查，调查结果显示，大家对于停车场改造、饭堂膳食改造、资格评审、住房公积金比例等 10 个问题比较关注，广汽本田经营层亲自督办重点项目，极大鼓舞了员工士气。员工对于公司信心加强，愿意为公司成功付出更大的努力。



关爱员工发展

广汽集团重视员工成长，健全培训体系，加快人才体系建设，畅通沟通渠道，扶贫济困，心系患病职工，关爱退休职工、女员工、青年员工和下一代，丰富文体活动，关注心理健康，实现共建共享、共同成长。



张房有董事长慰问退休职工



曾庆洪总经理慰问患病职工

注重知识管理和素质提升。2015年，集团完善帮扶制度，加大帮扶力度，帮扶救济职工 268 人，救助金额 142.5 万元。投资企业设立的基金会共计救助员工 900 多人次，救助金额 302.06 万元。

2015 年，广汽乘用车销售公司一名员工患上了恶性淋巴瘤。广大员工捐款 179813.60 元，并制定了“捐款资金使用管理办法”，托起了全家的希望。



职业技能培训



商务演示与呈现技巧培训

注重知识管理和素质提升。2015 年，集团及投资企业开展内训公开课 2229 场，培训员工 41 万多人次，其中培训管理人员和专业技术人员 14.53 万人次，占 35%，培训生产工人 26.93 万人次，占 65%。投入培训费用 4978 万元，全面提升了员工专业技能和综合素质。2015 年 3 月启动“千人提素”圆梦计划，采取“先有鼓励，后有奖励”办法，对 6 万多名职工学历教育和技能培训设置助学补贴，推荐广汽集团系统内各企业的 680 名青年员工就读高等院校。

推动青年人才库建设。大学生就业创业能力提升“展翅计划”，为全省高校毕业生提供 170 个实习岗位，推进广汽本田、广汽丰田、广汽乘用车和广汽日野的“广州共青团青年创业就业见习基地”工作，为青年积累经验、提高就业创业能力提供帮助。



关爱青年员工

2015 年，集团举办 2 期“广汽集团夏日单身泡泡派对联谊活动”，共 110 多名单身员工参加。广汽本田也与南航、万科等企业组织青年联谊活动，广汽菲克与蓝思科技举办七夕单身联谊活动，成就了许多美满姻缘。

关爱下一代

“六·一”儿童节，集团举办“我是职场小能手”嘉年华亲子活动，60 余个家庭参加，促进家庭和谐。广汽乘用车、广汽菲克等企业开展员工家属开放日活动，提升了员工幸福感、凝聚力和认同感。

关爱女职工

集团工会创建女职工“馨悦家园”，划拨 27 万元支持第一期 27 家的创建，受益女员工 7000 余人。

丰富文体活动

2015 年，集团举办“广汽杯”职工篮球赛、趣味运动会、“精彩广汽人”、“广汽员工新风尚”等赛事，还组织职工参加了 2015“广州国际马拉松比赛”。

关注心理健康

关注心理健康。广汽集团“EAP 员工帮助计划”(Employee Assistance Program)项目已开展 5 年，借助国内权威心理咨询机构的专业服务，通过健康手机报、微信平台等渠道，主动关心和疏导员工心理压力和困扰。2015 年，举办 4 场讲座和 2 期 EAP 辅导员培训班，为 39 名员工提供心理保健咨询。



17500 吨

光伏发电每年减少
二氧化碳排放

5000 亩

捐资建设水源涵养林

ENVIRONMENTAL PROTECTION

环境保护 广和绿色世界

- 46 新能源事业全面提速
- 48 节能减排全面落实
- 50 绿色文化全面践行

| 绿色逐梦·环保前行 |

中国是全球应对气候变化事业的积极参与者，目前已成为世界节能和利用新能源、可再生能源第一大国。汽车产业与环境息息相关，作为中国汽车产业的重要一员，广汽集团始终致力于新能源及节能环保汽车事业，贯彻新能源发展战略，缓解能源和环境压力，推动汽车产业的可持续发展。

新能源事业全面提速

作为具有高度社会责任感的国内大型汽车企业集团，广汽集团根据国家政策要求，确立新能源汽车发展战略部署，在乘用车、商用车、公共交通等出行运营市场开放平台，构建绿色产业链，促进新能源事业发展，助力“中国制造2025”，领跑转型升级。

1 “1个研发平台”

5 大核心技术

- 掌握电池系统
- 电机系统
- 机电耦合系统
- 系统集成
- 系统集成

3 大产品系列

- 纯电驱动
- 增程动力
- 混合动力



新能源乘用车：绿色产品市场化。广汽集团投资成立新能源汽车公司，加强对新能源汽车市场的投入。集团的新能源产品领域已初步覆盖了混合动力、插电式混合动力、增程式纯电动、纯电动车四大板块，建立起了研、产、供、销的整体能力。继传祺 GA5 REV 已在珠三角示范运行后，集团还将重点推出包括 GA3S PHEV（插电式混合动力轿车）、GS4 EV（纯电动车）和 GS4 PHEV（插电式混合动力 SUV）三款新能源车型，为国内新能源汽车市场换挡加速。预计到2020年，广汽集团新能源汽车产销规模将突破20万辆，并形成新能源汽车的技术优势和拳头产品，为达成国家第四阶段油耗目标值5.0L/100Km的要求提供保障。

集团新能源管理技术和生产制造人才队伍迅猛增长。广汽乘用车新能源战略全面加速，实现“零油耗，零排放”；广汽本田所有车型均实现了优秀的燃油经济性，携手汉能建成中国汽车行业规模最大的分布式光伏发电工程，在节能减排方面相当于种植95万棵树；广汽丰田导入凯美瑞和雷凌双擎混合动力车型；广汽三菱成立动力新能源部，落实“SUV+新能源”战略。

20 万辆
广汽集团2020年
新能源汽车产销规模将突破

95 万棵
在节能减排方面
相当于种植树木

新能源物流：绿色物流更环保。广汽集团积极贯彻交通部《关于加快新能源汽车推广应用的实施意见》等国家政策法规关于新能源物流用车的有关精神，积极推广新能源物流商用车的生产和推广，并且在旗下商贸物流板块推进新能源物流车的更新换代。

新能源商用车：绿色出行成潮流。广汽集团还充分调动各业务板块的创造性，积极投身于新能源及节能环保汽车事业。广汽比亚迪新能源客车有限公司生产的400辆纯电动公交车陆续进入广州公交系统向市民提供服务。广汽商贸公司下属的丽新出租首批50台雷凌双擎混合动力出租车驶上广州街头，正式投入运营，为市民提供低碳环保出行的最新选择。同时，广汽集团还将通过优势互补中国展开战略合作，共同推进包括纯电动汽车在内的节能与新能源汽车的推广、应用，倡导绿色出行。在广汽集团助推下，广州市涵盖新能源私家车、新能源公交车以及节能与新能源出租车的全方位“绿色出行”体系已现雏形。

新能源论坛：绿色主张更规范。集团参加了博鳌亚洲论坛2015年年会以及“新能源汽车：技术路线的选择”分论坛，承办了中国广州国际投资年会新能源及节能环保汽车论坛、广州国际电动汽车产业峰会等重要的全国性新能源知识论坛，在国内外重要论坛上积极倡导新能源主张。



节能减排全面落实

2015年，广汽集团秉承绿色环保理念，围绕节能、降耗、减污、增效的目标，开发节能环保车型，推行智能集约型环保工厂建设，参与节能减排行业标准制定，打造“环境友好型”的环保先驱企业。

开发节能环保车型。在集团的推动下，广汽丰田推出可持续发展的汽车产品“凯美瑞”、“雷凌”双擎混合动力车型，遵守环境法规新动向，坚持开展“中国 No.1 环境可持续发展产业链”活动，异常投诉为“0”。雷凌双擎百公里综合工况油耗仅 4.2 升。以一年 20 万公里行驶里程计算，省油超过 8000L/年，减少二氧化碳排放约 9 吨。凭借超过 30% 的节油率以及优异的环保性，和“凯美瑞”混合动力双双进入广州和天津市车辆上牌的绿色通道。

此外，广汽集团一直致力于低油耗车型的开发，许多车型都是“节油王”。广汽乘用车传祺 GS4 在节能驾驶体验活动中，跑出了最低百公里油耗 5.8L/公里的惊人成绩，用事实证明 SUV 也可以非常省油；广汽日野 700 系列 6×4 牵引车在时速 65 公里的等速状态下，吨百公里油耗量仅为 1.16 升，节油表现也是相当优异。

参与节能减排行业标准起草。五羊一本田参加了环保部《摩托车排气污染物排放限值及测量方法（工况法，中国第Ⅳ阶段）》和《摩托车和轻便摩托车噪声限值及测量方法（中国Ⅲ阶段）》2项节能减排规定的起草工作。

建设智能环保工厂。旗下广汽本田携手汉能薄膜发电集团有限公司建成的 17MW 发电项目，是中国汽车行业建成启用的规模最大的分布式光伏发电工程，按当量热值计算每年可节约标煤 2300 吨、减少二氧化碳排放 17500 吨，相当于种植 95 万棵树。采用“合同能源”模式，开创了工业企业新型商业模式，对于光伏发电产品的规模应用及光伏产业的健康发展具有深远影响。

广汽本田是中国汽车行业和本田全球体系第一个实现“废水零排放”的样板工厂，被《每日经济新闻》授予“中国企业环保清馨奖和年度节能环保创新企业”荣誉称号。广汽本田的环保口号是“让孩子的天空更蔚蓝”，环保宗旨是“作为对社会担负责任的一分子，为了人与地球健康和谐共存，在企业活动的各个领域，发挥前瞻创意和先进技术的力量，率先从自身做起，并带动身边所有人，共同不懈努力。”

作为国内领先的环保工厂，广汽丰田采用先进环保技术，在废水处理、噪音控制、废气处理等方面都达到世界领先水平。以水资源管理为例，广汽丰田采用先进环保技术，实现废水 100% 再利用。经处理后的废水可用于生产、绿化、冲厕等，仅此一项，广汽丰田每年能节省 100 万吨水。



广汽本田·汉能 17MW 分布式光伏发电工程

2015 年集团各企业节能减排降耗情况

| 企业 | 节能减排降耗情况 |
|--------|---|
| 广汽本田 | <ul style="list-style-type: none"> 节电量约 1,291,608KWH，折合标煤约 159 吨 |
| 广汽丰田 | <ul style="list-style-type: none"> 获得 ISO50001 能源管理体系认证资格，顺利通过环境、能源与职业健康三体系联合外部审核 截至 2015 年 12 月，实施节能改善 24 件，能耗节约 3.75 万 GJ，CO₂ 排放减少 3,658 万吨，节约成本 405 万元，实际节能量为 2,269 吨标煤 累计完成“十二五”进度节能量 12,207 吨标煤，超额完成“十二五”7,875 吨标煤的节能目标 |
| 广汽乘用车 | <ul style="list-style-type: none"> 厂区污水处理投入 299 万元 |
| 本田（中国） | <ul style="list-style-type: none"> 减排 277 吨标煤，比 2014 年多减排 155 吨 |
| 广汽三菱 | <ul style="list-style-type: none"> 开展“我是节油王”节能降耗活动 通过湖南省环保厅对 13 万台技改环保验收和有关主管部门的环保审查，并获长沙经开区生态园建设专项奖励资金 |
| 广汽菲克 | <ul style="list-style-type: none"> 通过 WCM 世界级制造环境管理体系与 ISO14001 体系标准相结合的模式，深入开展环境管理与环境保护工作，通过“Refuse 拒绝”、“Reduce 减少”、“Reuse 重复”、“Recycle 循环”、“Recover 替代”5R 工具持续改善 通过推进 ABS 前处理采用常温药剂、改造空压机冷却系统等 13 个节能减排项目，年用能总量为 4,427.71 吨标煤（折算 CO₂ 为 21,624 吨），与 2014 年减少了 556.71 吨标煤（折算 CO₂ 为 2,392 吨） |
| 五羊本田 | <ul style="list-style-type: none"> 采用污水处理站、布袋除尘系统等高效的环保设施对废水、废气、固体废物等污染进行控制治理，污水处理量 184,354 吨，重复用水量 68,194 吨，与 2014 年同比减少 37,019 吨；污水排放量 108,000 吨，与 2014 年同比减少 26,562 吨；SO₂ 排放量 10.21 吨、NO_x9.56 吨、颗粒物（烟尘）2.48 吨，与 2014 年同比分别减排 33%、26%、18% |

广汽本田智慧工厂

2015年9月，广汽本田第三工厂暨发动机工厂正式投产，这是基于“Smart—SSC”（Smart，即智能；SSC 即 Small、Simple、Compat，小型、简练、紧凑）核心理念打造的一座“智慧工厂”。以“创建 QCD（质量、成本、效率）体质世界最强的绿色工厂，制造令消费者感动的商品”为愿景，应用了 Honda 全球最新生产技术，旨在建成“智能集约型环保工厂”，是“中国制造 2025”战略落地的样本，树立了汽车行业新标杆。

广汽本田第三工厂暨发动机工厂在先进性、生产效率、节能环保等方面，都位居本田全球工厂的前列。

——本田技研工业株式会社社长八乡隆弘



绿色文化全面践行

广汽集团积极倡导绿色文化，融合高效节能发展理念，打造绿色供应链，开展绿色办公，推广绿色环保宣传教育行动，践行可持续发展之路。



绿色供应链。植入环保理念，构筑绿色可持续发展产业链。在原材料采购和汽车零部件供应链管理体系建设中，将环保、高品质视为必备要素，通过对产品品质的要求帮助供应商产业升级，提升产品质量的同时关注环境保护。

推动绿色供应链

广汽乘用车每一款产品从商品规划、制造、物流、服务各个环节，全程植入环保理念，全部采用高品质环保材料，让车内无刺激性气味，烷烃、烯烃、芳烃、醛类或酮类等挥发性有机化合物的排放远低于国家标准。

广汽丰田向全体供应商发布了新版《绿色采购指南》，号召供应商一道成为“环保先锋企业联盟”。每季度的供应商环保交流会、环保点检及优秀环境事例展示等活动，提高供应商环保意识。2015年1级供应商ISO14001环境管理体系认证通过率达99.7%。

广汽本田推行绿色采购，要求供应商尽量使用无毒害、无污染的原材料，降低铅、铬、汞等有害物使用，国内供应商ISO14001环境管理体系认证取得率超过98%。面向销售网络，启动了“绿色特约店”项目。

99.7%

环境管理体系认证
通过率达

98%

环境管理体系认证
取得率超过



推动供应链节能减排

同方环球要求所有下辖物流企业车辆必须满足国家和地方排放要求，并建立二氧化碳的指标体系，要求下辖物流企业逐年降低排放。还通过推进南北共通物流、鼓励下辖物流企业增加车辆扰流板等方式推动节能减排。

广汽本田督促物流商积极采取措施满足国家要求的车辆排放标准及相关环保要求，2015年将取货物流领域使用的黄标车及超龄车辆全部切换为车龄8年以内、车况良好的合规车辆，降低了物流过程污染物排放。

绿色办公。集团坚持绿色办公理念，倡导员工在日常工作中节约纸、笔、电、水，推进公文信息平台建设，坚持无纸化办公，致力于资源和能源的合理化利用。

绿色行动。集团践行“绿色发展”理念，支持绿色行动，加强与政府、周边及上下游产业链等相关方的环保交流。广汽集团是广东省“感恩东江”环保公益活动的首批支持者和参与者，2013年起，组织旗下广汽丰田、广汽本田和广汽乘用车为东江源区龙川县共同捐赠400万元资助建设5000亩水源涵养林。截止到2015年6月，项目已全部完成，共种植阔叶苗木44.5万棵，成活率均在95%以上。成林后每年防堵水土流失6500吨，增加蓄水量10000吨，吸收二氧化碳122275吨，释放氧气89425吨，明显增强和改善了东江水源的生态功能和碳汇功能。

期间，广汽集团为传播和倡导生态文明，持续性、常态化地开展了多种形式的环保志愿活动。广汽丰田多次组织用户、员工和志愿者义务植树，得到了南方日报、广州日报等省市媒体的报导，社会反应良好；广汽本田组织了以青少年环保教育为主题的“绿色有我·伴我童行”亲子环保活动，以家庭为模式组成“寻绿之旅”，种植“亲情树”。这些活动的开展丰富了环保公益活动的内涵，得到了发起者广东省环保基金会以及省市有关部门的高度肯定。

400 万元
捐建 5000 亩
水源涵养林

44.5 万棵
共种植
阔叶苗木

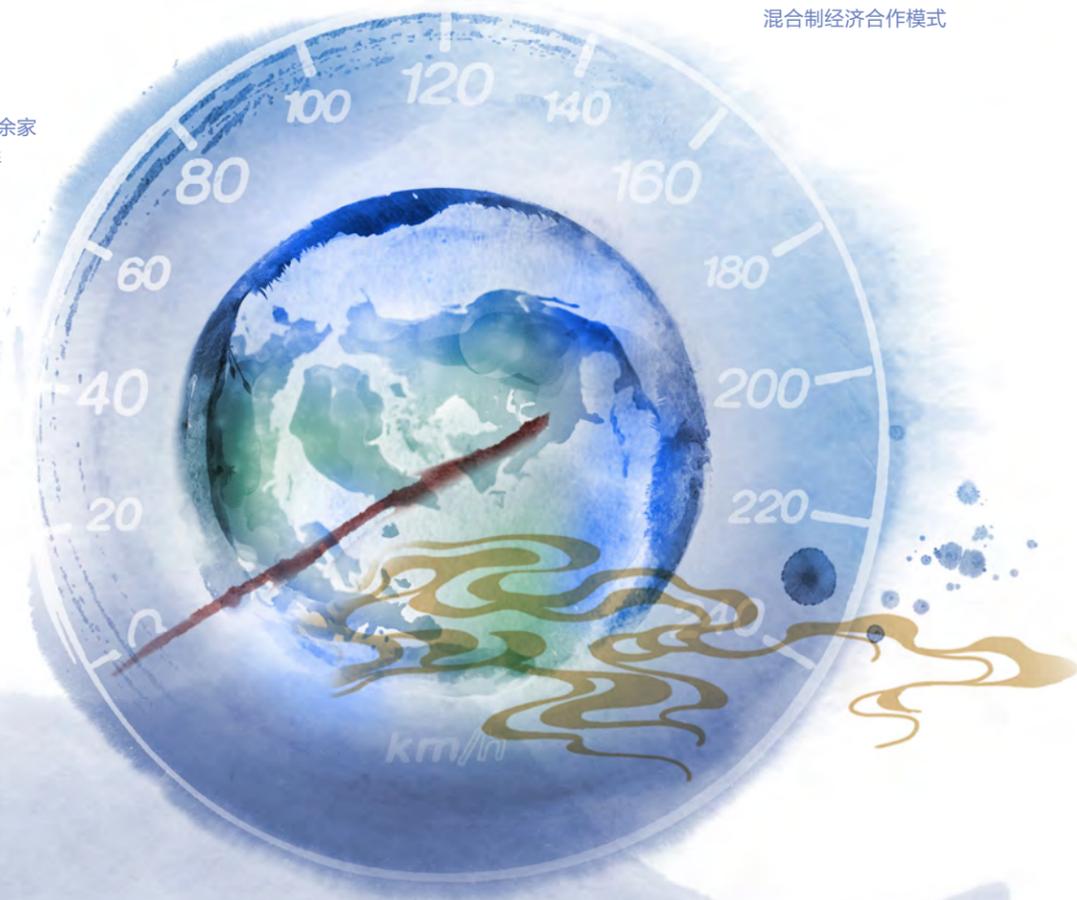
五羊一本田向42家供应商收集CO₂的排出量及削减量，并持续通过刊物宣传、现场走访交流等形式，引导供应商开展节能减排活动，同比削减1%排放量。要求供应商对产品实施简化包装或不采用包装，2015年11家企业对111种直供物料进行了裸件化，减少纸箱使用88875个，减少包装废弃物60吨。

广汽菲克对零件供应商采取母台车取货，减少卡车的使用。母台车通过牵引车牵引（电动）驱动，2015年园区取货环节相当于节约8925L柴油的消耗。



50 余家
外资合作伙伴

 传为佳话
混合制经济合作模式



PARTNERS EXPANDING

伙伴拓展 广远全球合作

- 54 推动产业合作
- 55 促进国际合作

| 伙伴逐梦·合作前行 |

广汽集团坚持诚信经营，履行伙伴共赢责任，以企业发展带动产业发展，推动政企合作，促进国际交流。目前，以中国品牌广汽传祺为代表的广汽集团，以“吸收和创新”的发展模式连续多年实现了 10% 以上的增长。广汽集团打造世界的中国品牌之路和责任之路已然前行。

推动产业合作

广汽集团积极促进行业发展，参与制定行业标准，同时寻求合作机遇，加大投资力度，不断完善产业布局，进一步扩大产业集群优势。此前，广汽集团与吉利合作，与比亚迪合作，融合了国企和民企的优良“基因”，创造了混合制经济合作模式的佳话。

与菲亚特克莱斯勒汽车集团加深合作

2015年1月，广汽菲亚特正式更名为广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司（以下简称“广汽菲克”）。7月，广汽菲克销售公司成立；10月，广汽菲克第一款国产SUV—Jeep 自由光在长沙工厂下线，广汽集团和菲亚特克莱斯勒集团的合作快速推进。未来Jeep品牌在华产品线将覆盖从小型SUV到全尺寸SUV各个主要细分市场，形成业内最丰富的SUV产品线；将开启多业态化、模块化经销商发展模式，在华工厂将执行最严格的世界级制造标准（WCM），为中国消费者提供最高品质标准的汽车产品。



广汽菲克
GAC FCA

帮扶梅州产业园

帮扶项目总投资约3亿元，分别是梅州广汽部件汽车系统有限公司、梅州广汽华德汽车零部件有限公司和梅州广达物流有限公司，将全面助力梅州市培育主导产业、提升产业集聚度、加快经济振兴发展。

与鞍钢加深合作

2015年11月，广汽商贸与鞍钢股份有限公司签订《鞍钢广州汽车钢项目合资合作备忘录》，加快推进鞍钢广州汽车钢项目，促进钢铁产业与汽车产业上下游产业链良性发展。

与太平财险合作

2015年，广汽乘用车与太平财产保险有限公司签署战略合作协议，450辆传祺GA3S作为太平财险车险查勘用车投入运营。双方在加强传统领域合作的基础上，借助互相的国际市场根基，加深渠道开拓与合作。



广汽集团帮扶梅州项目效果图

促进国际合作

广汽集团以国际化的企业战略，管理人才和品牌影响力，与全球顶级优秀供应商达成战略合作，打造高品质、硬实力，以卓越的国际化企业为目标，铸造社会信赖的公众公司。

目前，广汽集团及其投资企业的外资合作伙伴有50余家，主要有本田技研、丰田汽车公司、菲克集团、三菱集团、日野汽车、法农集团旗下东方汇理、东京座椅、电装、普利司通、斯坦雷电气、爱和谊、昭和、三叶、帕卡、丰田纺织、丰田通商、林天连布、木村联合、日本邮船、车美仕、香港华刚、台湾东阳等。

积极参与达沃斯世界经济论坛

广汽集团董事长张房有作为企业会员的中国企业家代表，2015、2016年连续两年受邀出席在瑞士召开的世界经济论坛（达沃斯论坛）年会，以及在中国大连举行的2015年夏季达沃斯论坛，与来自世界各地的企业家就未来经济发展趋势，行业发展方向等议题进行广泛地交流。广汽集团掌握发展先机，洞察世界最前沿的信息和技术，增进国际交流与合作。



张房有董事长和雷诺日产 CEO Carlos Ghosn 亲切会面

与中国优步签订战略合作协议

2015年12月18日，广汽集团与中国优步（Uber (China), Ltd.）签订《战略合作框架协议》，双方基于未来汽车市场与互联网经济的发展，在股权投资、汽车销售、维修保养、二手车、汽车信贷、保险及租赁等领域展开全方位深度合作。Uber在全球80多个城市的运营数据能促进广汽了解当地城市交通和用车特点，进而了解用户习惯，提高客户满意度。

“广汽传祺将携2.0时代产品进军中东市场，标志着传祺将加快全球战略布局！”

——路透社（Reuters）



广汽传祺的世界顶级战略合作伙伴

TRW（美国天合所）：提供的EPS电动助力转向系统，让传祺车辆拥有汽车操纵的稳定性和舒适性。
MAGNA（麦格纳）：全球知名五百强企业，为广汽传祺的车型提供寿命持久、操作灵敏顺畅的玻璃升降器，而传祺GS4采用的广受好评的瓦尔塔（VATRA）蓄电池，来自美国江森自控。

COMMUNITY CONTRIBUTION

社区贡献 广益爱心传播

4994.89

万元

全力支持精准扶贫

5

年

连续赞助
国际乒联赛事



8264

万元

公益事业上的
累计投入超过

- 58 支持文体事业
- 59 推动公益慈善
- 59 开展救灾应急
- 60 致力扶贫济困
- 61 推广安全驾驶

| 爱心逐梦·公益前行 |

广汽集团以“做一个优秀的企业公民”为目标，支持文体事业，开展公益慈善，扶贫济困，救灾应急，推动安全驾驶，持续为社会公益事业作出新的更大的贡献。2015年，集团及各投资企业在慈善、文体、教育等公益事业上的累计投入超过 8264 万元。

支持文体事业

广汽集团积极支持中国文体事业发展，并将其纳入企业社会责任体系，为 2010 年广州亚运会提供 6 个亿的赞助和优质服务，多次赞助世乒赛、全运会等高端体育赛事，以及迎春花市、国际灯光节等广府特色活动。尽展为人民群众服务之热忱，自发履行党和政府在文艺座谈会上提出的丰富人民群众精神生活、振兴文化产业的要求，为科教文卫、体育活动提供全方位支持。



乒乓球

从 2011-2015 年连续五年独家冠名分别赞助世界乒乓球锦标赛、国际乒联世界巡回赛和总决赛，使国际乒联赛事在世界范围内得到更大关注。



广州国际马拉松赛

广汽丰田连续三年赞助广州国际马拉松。2015 年雷凌双擎作为赛事引导车，彰显“生态马拉松”主题，向公众传递了“年轻与活力”的品牌形象。



赛车

6 月，由广汽丰田赞助的 YARISL 致炫车队在 2015CTCC 中国房车锦标赛上海站包揽冠亚军。这款性能出色的时尚品质小车在国内汽车赛事上，屡获佳绩，而在上海国际赛车场上，致炫的荣耀簿上又增添了浓墨重彩的一笔。



广府文化

集团连续两年成为广州迎春花市唯一合作伙伴，传达了“源于广州、造福广州”的良好企业形象。广汽乘用车连续助力广州国际美食节，打造广州文化名片。

广汽本田赞助了第 117 届中国（广州）进出口交易会，并携手广汽租赁连续 9 届为广交会提供车辆及司机驾驶服务。广汽租赁保障了北京两会、中国广州国际投资年会等的贵宾用车服务。广汽乘用车四季度与泰达论坛进行合作，GA6 及 GA5 REV 新车型成为论坛指定 VIP 接待用车。广汽三菱以唯一指定用车合作厂商的身份，连续两年深度参与大型人文历史全媒体体验活动“丝绸之路万里行”，其专业 SUV 新帕杰罗·劲畅和新劲炫以零故障率出色地完成了 15000 公里的征途，保障了活动的顺利开展。



推动公益慈善

2015 年，广汽集团及旗下企业积极配合广州市老龄事业发展基金会、市慈善项目推介会等开展公益活动，在第三届广州市慈善项目推介大会上，广汽集团对接 16 个慈善项目的总金额达 1664.6 万元，项目涉及济困扶贫、朝阳助学、夕阳扶老等，社会受惠面广。集团获得“广州优秀慈善企业”荣誉称号和“广东扶贫济困红棉杯”金奖。

助圆春运“回家梦”

2015 年 2 月，集团独家赞助“美丽家园·有爱返乡”春运直通车公益活动，组织 20 辆爱心大巴，13 条返乡路线，免费送 1000 名在穗外来工回家，获得了团市委“冬日暖阳、青春关爱”志愿服务行动爱心支持单位的荣誉称号。



寻找湖南美丽乡镇活动

通过以“传递爱心，发现生活之美”为主题的寻找湖南美丽乡镇活动，广汽菲克向 5 位革命老兵、16 位寒门学子、7 所学校、1 所养老院和 2 位老人进行了物资和现金捐赠合计 54085 元，广汽三菱对 16 个乡镇进行爱心基金捐赠。



公益助残助力“追梦天使”

广汽集团捐赠 15 万元支持广州市残疾人福利基金会“追梦天使”项目。追梦天使艺术团 30 多名残障青少年在广州大剧院演出了“亲爱的小孩，感恩慈善音乐会”，2000 多名社会人士参与音乐当中，取得了良好社会反响。此外，2015 年广汽传祺与中国残联战略合作，提供近 500 台高品质流动服务车，担负起为基层残障人员提供流动服务的公益重任。



开展救灾应急

5 月清远连州普降暴雨。集团全力抵御台风、暴雨灾害。广汽部件、广汽本田和本田（中国）等启动应急预案，奔赴到村民及贫困户家中、农田水利设施、蔬菜种植基地等抢险救灾，确保受灾群众生命财产安全。

10 月粤西及珠三角等沿海地区遭遇台风“彩虹”灾害。众诚保险广东分公司客服部秉承“客户第一”的宗旨，启动大灾应急预案，启动快赔、预赔等绿色通道，提供上门定损服务为客户排忧解难。截至 2015 年末，受损案件共 210 件，其中车险 201 件，财产险 9 件，案件结案率超过 90%。

致力扶贫济困

广汽集团坚持“不求喧哗作势，只究埋头为民”的扶贫理念，创新精准扶贫模式，加大帮扶力度，取得了实在而显著的成效。集团帮扶联西村的精准扶贫模式受到国务院扶贫办的肯定，被选为精细化扶贫示范点，为全国的扶贫管理工作提供了经验参考。

2013-2015年，集团对口帮扶清远连州市星子镇联西村、新村和内洞村，共有村民4316户15859人，其中贫困户826户2781人。三年来，集团共投入各类帮扶资金4994.89万元（其中自筹2950.48万元），平均每个村1665万元。经过帮扶，三个村有劳动能力的贫

困户年人均纯收入由帮扶前的2685元增加到9935元，增加了7250元，增幅达270%；村集体经济收入平均每村由帮扶前的0.2万元增加到29.2万元，增加了29万元，约为广东省考核标准的6倍。集团母公司荣获全省扶贫开发“优秀单位”称号。

精准扶贫的广汽模式

广汽集团将企业精益化管理方式融入到扶贫工作中，强化组织领导，立足真帮实扶，打造精准扶贫广汽模式。扶贫工作组给贫困户建档立卡、实施动态看板管理、根据不同致贫原因，一户一法，“靶向治疗”，开拓扶贫新路径，受到国务院扶贫办及省、市的认可及推广。

“广汽集团在联西村的帮扶工作是‘村企共建的典范、以工哺农的标杆、扶贫开发的专家’，在帮扶工作中做到了‘准、新、实、真’。‘准’：贫困户识别得准、贫困原因找得准、帮扶措施做得准；‘新’：开拓了新思路、建立了新方法、创建了新机制；‘实’：举措扎实有力，做到了真扶贫，扶真贫，取得了实实在在的成效；‘真’是广汽真情实意开展扶贫工作、真实投入巨大帮扶资金、认认真真做好帮扶工作，取得了真正的帮扶成效。”

——国务院扶贫办督察组



助学扶志的广益爱心

除了定点帮扶外，集团在2015年还开展了多项扶贫济困措施。

广汽集团向清远市教育局捐赠的1000万“助学扶志”教育基金，已经帮助140名家庭经济特别困难的普通高中学子圆学业梦。

广汽丰田21名志愿者带着1000本课外读物和596名捐赠伙伴的期望，来到山西运城韩家小学，开展“阳光博爱”小学项目一年一度的小学回访之旅。

广汽乘用车“羚羊车”项目，凝聚了广泛的社会力量，经过几年持续发展，截至2015年，传祺羚羊车已先后在青海的368所山区学校开展送教活动2024课时，行驶总里程约6万公里，受益教师和学生总人数超过3万人，解决了当地教育资源匮乏的燃眉之急，并且吸引了著名歌唱家齐豫女士参与送教活动，共同为学龄儿童送去知识和梦想。该项目获得第四届中国公益慈善项目大赛社会创新类项目银奖。



推广安全驾驶

快速发展的汽车产业和公众相对薄弱的安全驾驶意识成为一大矛盾。广汽集团开展多项活动，助力安全驾驶理念深入人心。承担宣传安全驾驶，普及安全知识的社会责任。



更新传播方式和途径。广汽本田已在广州建成喜悦安驾中心、青少年汽车安全科普展厅及儿童公园安全体验区三个基地，广汽丰田在成都、青岛、郑州捐建了儿童安全体验教室，面向儿童、青少年、成人提供交通安全知识科普和安全驾驶培训服务。

广汽本田安全中国行活动2015年走进北京交通大学、成都理工大学等高校，向未来90后车主们传播汽车安全知识，致力于创建一个“零事故社会”。

五羊一本田通过“公司培训→全国销售服务店→用户”和“公司活动→用户”模式，推广2015年安全驾驶普及活动。众诚保险在集团旗下产品4S店内，开展安全驾驶宣传，引导消费者保护人身安全。

向青少年及儿童普及交通安全知识。2015年，是广汽丰田安全驾驶项目“幸福方向盘”开展的第五个年头，在全年的三次活动中，呼唤各界“许孩子一个安全的未来”。携手广州市公安局交警支队，在安全教育活动中根据春运交通情景和安全隐患，设置体验项目和互动游戏，结合丰田GOA安全车身结构原理，开发了“鸡蛋不怕碰石头”亲子课程，吸引了5000多名公众参与。

寓教于乐，广汽丰田与广州市少年宫还联合举办“安全童学体验营”活动，24名孩子在七天时间内，用3D技术造出自己的安全车。全国首创的交通安全绘本《幸福小镇系列绘本》是面向儿童安全教育的最佳材料。



展望 2016

广汽集团“十三五”规划提出了未来五年的总体发展战略——“1513”战略，即在秉承“内部协同创新、外部开放合作”的发展原则基础上，完成1个目标、夯实5大板块、突出1个重点、实现3大突破，全方位提升核心竞争力，实现可持续发展。

未来五年，广汽集团将围绕着“1513”战略继续深化发展，通过：1) 掌握成套核心技术，开发出有竞争力的汽车产品，铸牢核心技术研发载体，以科技创新驱动支撑集团可持续发展；2) 将整车板块作为集团的核心业务支柱，拉动其他板块共同发展，培育海外市场，发展新能源汽车，构筑三足鼎立整车格局；3) 从产品组合、企业结构、研发生产能力及配套体系入手，提升部件整体配套能力；4) 夯实服务集团整车主业的业务基础，提升在汽车销售及后市场业务的领先地位，延伸服务产业链，拓展商贸业务竞争优势；5) 构建多元化金融服务平台，打造以多元化金融服务为主的资本引擎。

随着中国经济进入新常态，智能制造成为产业转型升级的必经之路，“互联网+”成为未来发展潮流，消费者需求越来越多元化，汽车产业面临着机遇与挑战并存的发展局面。广汽集团站在“十三五”规划的新起点上，将认真落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，继续以创新超越之势，明晰产业布局，拓展国内外事业，积极抓住“一带一路”和“互联网+”带来的机遇，加

快转型升级，提升综合竞争力，在跻身国内领先汽车集团的同时，为消费者带来放心、便捷、优质的汽车产品和服务，构筑美好车生活。

2016年是广汽集团“十三五”规划的开局之年。广汽集团将积极适应经济新常态，以质量和效益为中心，突出创新驱动；切实推进管理创新、产品创新、营销创新和服务创新；继续深化体制机制改革，转变发展方式，提升发展质量和效益；强化资本运营能力，促进产业结构调整升级，拓展可持续发展空间，增强企业核心竞争力，确保年度经营计划各项指标的实现。

2016年，广汽集团将继续完善管理体制建设，提升公司治理水平；大力加强品牌和企业文化建设，加强人才战略规划与实施，继续抓好风险控制和廉洁从业；扎实推进扶贫开发与青年文明号建设等工作，强化企业人文关怀，丰富职工精神文化需求，促进和谐劳动关系发展；积极履行企业社会责任，积极响应国家节能减排号召，以建设节约型企业为目标，认真贯彻国家节能减排相关法律法规。预计2020年生产企业年度平均单产品二氧化碳排放量（千克/台）、年度工业增加值综合能耗、年度挥发性有机化合物VOC排放量分别比2015年降低10%、10%和15%，各项节能减排指标继续保持行业领先水平，为铸造社会信赖的公众公司和优秀的企业公民形象而不懈努力。

• 力争十三五期末完成汽车产销量达240万辆，年复合增长率约12%，营业收入超4000亿元，利税总额超500亿元，成为先进的汽车集团

• 举全集团之力发展自主品牌，实现自主品牌事业的跨越式发展



• 研发
• 整车
• 零部件

• 商贸服务
• 金融服务

• 电动化
• 国际化
• 网联化

关键绩效表

| 指标名称 | 单位 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|--------------|-----|--------|--------|--------|
| 总资产 | 亿元 | 577.89 | 623.18 | 671.66 |
| 营业收入 | 亿元 | 188.24 | 223.76 | 294.18 |
| 汽车销量 | 万辆 | 100.71 | 117.35 | 129.97 |
| 摩托车销量 | 万辆 | 100 | 106.23 | 107.02 |
| 上缴企业所得税（汇总） | 百万元 | 3608 | 4038 | 3782 |
| 归属于母公司净利润 | 亿元 | 26.68 | 31.86 | 42.32 |
| 基本每股收益 | 元 | 0.41 | 0.50 | 0.66 |
| 现金派息 | 亿元 | 5.15 | 11.58 | 10.30 |
| 《财富》世界500强排名 | 位 | 483 | 366 | 362 |
| 申请专利 | 件 | 349 | 448 | 634 |
| 授权专利 | 件 | 299 | 331 | 361 |
| 员工总人数 | 人 | 56313 | 61725 | 67205 |
| 女性员工比例 | % | 19 | 18 | 18 |

GRI 索引

| 序号 | 指标内容 | 采用情况 |
|--------------------|--|----------|
| 战略与分析 | | |
| 1 | 机构最高决策者的声明 | P4 |
| 2 | 主要影响、风险及机遇的描述 | P4 |
| 机构概况 | | |
| 3 | 机构名称 | P1 |
| 4 | 主要品牌、产品和服务 | P6 |
| 5 | 机构总部的地点 | P6 |
| 6 | 机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展主题特别相关 | P6 |
| 7 | 所有权的性质和法律形式 | P6 |
| 8 | 机构所服务的市场（包括地区区分、所服务的行业、客户/受益者的类型） | P6 |
| 9 | 机构的规模，包括员工人数、运营地点数量、净销售额或净收入、按债务和权益细分的总市值、所提供的产品或服务的数量 | P6 |
| 10 | 按雇佣合同和性别划分的员工总人数 | P41 |
| | 按雇佣类型和性别划分的固定员工总人数 | P41 |
| | 按正式员工、非正式员工和性别划分的员工总数 | P41 |
| | 按地区和性别划分的员工总数 | P41 |
| | 机构的工作是否有一大部分由法律上认定为自雇的人员承担，或由非员工及非正式员工的个人（包括承包商的员工及非正式员工）承担 | P41 |
| | 雇佣人数的重大变化 | P41 |
| 11 | 集体谈判协议涵盖的员工人数百分比 | P41 |
| 12 | 描述机构的供应链情况 | P53-55 |
| 13 | 报告期内，机构规模、结构、所有权或供应链的重要变化 | P6,53-55 |
| 14 | 机构是否及如何按预警方针及原则行事 | P35 |
| 15 | 机构参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议 | P2 |
| 确定的实质性方面与边界 | | |
| 17 | 列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体 | P8 |
| | 说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体 | P8 |
| 18 | 说明界定报告内容和方面边界的过程 | P1 |
| | 说明机构如何应用“界定报告内容的报告原则” | P1 |
| 19 | 列出在界定报告内容的过程中认定的所有实质性方面 | P1-63 |
| 20 | 对于每个实质性方面，说明机构内方面的边界 | P1 |
| 21 | 对于每个实质性方面，说明机构外方面的边界 | P1 |
| 22 | 指明重订前期报告所载信息的影响，以及重订原因 | P1 |
| 23 | 说明范围、方面边界及此前报告期间的的重大变动 | P1 |
| 利益相关方参与 | | |
| 24 | 机构的利益相关方列表 | P15 |
| 25 | 就所选定的利益相关方，说明识别和选择的根据 | P14 |
| 26 | 利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的参与频率，并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行 | P14 |
| 27 | 利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式，包括以报告回应。说明提出了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别 | P14 |

| 序号 | 指标内容 | 采用情况 |
|-------------|--|--------|
| 报告概况 | | |
| 28 | 所提供信息的报告期（如财务年度或日历年度） | P1 |
| 29 | 上一份报告的日期（如有） | P1 |
| 30 | 报告周期（如每年一次、两年一次） | P1 |
| 31 | 关于报告或报告内容的联络人 | P1 |
| 32 | 说明机构选择的“符合”方案（核心或全面） | P64-65 |
| | 说明针对所选方案的 GRI 内容索引 | P64-65 |
| | 如报告经过外部鉴证，引述外部鉴证报告。GRI 建议进行外部鉴证，但并非成为“符合”本指南的要求 | - |
| 治理 | | |
| 34 | 机构的治理架构，包括最高治理机构下的各个委员会。说明负责经济、环境、社会影响决策的委员会 | P12-13 |
| 35 | 说明从最高治理机构授权高级管理人员和其他员工管理经济、环境和社会议题的过程 | P12-13 |
| 36 | 机构是否任命了行政层级的高管负责经济、环境和社会议题，他们是否直接向最高治理机构汇报 | P12-13 |
| 37 | 利益相关方和最高治理机构就经济、环境和社会议题磋商的过程。如果授权磋商，说明授权的对象和向最高治理机构的反馈过程 | P12-13 |
| 38 | 报告最高管理机构与其委员会的组成 | P12-13 |
| 39 | 最高治理机构的主席是否兼任行政职位（如有，说明其在机构管理层的职能及如此安排的原因） | P12-13 |
| 40 | 最高治理机构及其委员会的提名和甄选过程，及用于提名和甄选最高治理机构成员的条件 | P12-13 |
| 41 | 最高治理机构确保避免和控制利益冲突的程序，是否向利益相关方披露利益冲突 | P12-13 |
| 42 | 在制定、批准、更新与经济、环境、社会影响有关的宗旨、价值观或使命、战略、政策与目标方面，最高治理机构和高级管理人员的角色 | P12-13 |
| 43 | 为加强最高治理机构对于经济、环境和社会主题的集体认识而采取的措施 | P12-13 |
| 44 | 评估最高治理机构管理经济、环境和社会议题绩效的流程。此等评估是否独立进行，频率如何。此等评估是否为自我评估 | P12-13 |
| | 对于最高治理机构管理经济、环境和社会议题的绩效评估的应对措施，至少应包括在成员组成和组织管理方面的改变 | P12-13 |
| 45 | 在识别和管理经济、环境和社会的影响、风险和机遇方面，最高治理机构的角色。包括最高治理机构在实施尽职调查方面的角色 | P12-13 |
| | 是否使用利益相关方咨询，以支持最高治理机构对经济、环境和社会的影响、风险和机遇的识别和管理 | P12-13 |
| 46 | 在评估有关经济、环境和社会议题的风险管理流程的效果方面，最高治理机构的角色 | P12-13 |
| 47 | 最高治理机构评估经济、环境和社会的影响、风险和机遇的频率 | P12-13 |
| 48 | 正式审阅和批准机构可持续发展报告并确保已涵盖所有实质性方面的最高委员会或职位 | P12-13 |
| 49 | 说明与最高治理机构沟通重要关切问题的流程 | P12-13 |
| 50 | 说明向最高治理机构沟通的重要关切问题的性质和总数，以及采取的处理和解决机制 | P12-13 |
| 51 | 说明最高治理机构和高级管理人员的薪酬政策 | P12-13 |
| | 说明薪酬政策中的绩效标准如何与最高治理机构和高级管理人员的经济、环境和社会目标相关联 | P12-13 |

| 序号 | 指标内容 | 采用情况 |
|-----------|--|--------|
| 52 | 说明决定薪酬的过程。说明是否有薪酬顾问参与薪酬的决定，他们是否独立于管理层。说明薪酬顾问与机构之间是否存在任何其他关系 | P12-13 |
| 53 | 说明如何征询并考虑利益相关方对于薪酬的意见，包括对薪酬政策和提案投票的结果，如适用 | P12-13 |
| 56 | 说明机构的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则和道德准则 | P9 |
| 57 | 寻求道德与合法行为建议的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如帮助热线或建议热线 | P35 |
| 58 | 举报不道德或非法行为的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如通过直线管理者逐级上报、举报机制或热线 | P35 |
| 经济 | | |
| EC1 | 机构产生和分配的直接经济价值 | P34 |
| EC2 | 气候变化对机构活动产生的财务影响及其风险、机遇 | P44-51 |
| EC3 | 机构固定收益型养老金所需资金的覆盖程度 | P40 |
| EC5 | 不同性别的工资起薪水平与机构重要运营地点当地的最低工资水平的比率 | P40 |
| EC6 | 机构在重要运营地点聘用的当地高层管理人员所占比例 | P40 |
| EC7 | 开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响 | P24-37 |
| EC8 | 重要间接经济影响，包括影响的程度 | P20-63 |
| EC9 | 在重要运营地点，向当地供应商采购支出的比例 | P52-55 |
| 环境 | | |
| EN6 | 减少的能源消耗量 | P47 |
| EN7 | 产品和服务所需能源的降低 | P47 |
| EN8 | 按源头说明的总耗水量 | P49 |
| EN9 | 因取水而受重大影响的水源 | P49 |
| EN11 | 机构在环境保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区或其毗邻地区，拥有、租赁或管理的运营点 | P44-51 |
| EN12 | 机构的活动、产品及服务在生物多样性方面，对保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区的重大影响 | P44-51 |
| EN13 | 受保护或经修复的栖息地 | - |
| EN14 | 按濒危风险水平，说明栖息地受机构运营影响的列入国际自然保护联盟（IUCN）红色名录及国家保护名册的物种总数 | - |
| EN15 | 直接温室气体排放量（范畴一） | P48-49 |
| EN16 | 能源间接温室气体排放量（范畴二） | P48-49 |
| EN17 | 其他间接温室气体排放量（范畴三） | P48-49 |
| EN18 | 温室气体排放强度 | P48-49 |
| EN19 | 减少的温室气体排放量 | P48-49 |
| EN21 | 氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量 | P49 |
| EN22 | 按水质及排放目的地分类的污水排放总量 | P49 |
| EN23 | 按类别及处理方法分类的废弃物总重量 | P49 |
| EN25 | 按照《巴塞尔公约》附录 I、II、III、VIII 的条款视为有害废弃物经运输、输入、输出或处理的重量，以及运往境外的废弃物中有害废弃物的百分比 | P49 |
| EN26 | 受机构污水及其他（地表）径流排放严重影响的水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值 | P49 |
| EN27 | 降低产品和服务环境影响的程度 | P44-51 |
| EN28 | 按类别说明，回收售出产品及其包装物料的百分比 | P51 |

| 序号 | 指标内容 | 采用情况 |
|------------------|--|--------|
| EN30 | 为机构运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大影响 | P44-51 |
| EN31 | 按类别说明总环保支出及投资 | P44-51 |
| EN32 | 使用环境标准筛选的新供应商的比例 | P50 |
| EN33 | 供应链对环境的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施 | P50 |
| 劳工实践和体面工作 | | |
| LA1 | 按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和离职员工总数及比例 | P41 |
| LA2 | 按重要运营地点划分，不提供给临时或兼职员工，只提供给全职员工的福利 | P38-43 |
| LA9 | 按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均小时数 | P42 |
| LA10 | 为加强员工持续就业能力及协助员工管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划 | P42 |
| LA11 | 按性别和员工类别划分，接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比 | P42 |
| LA12 | 按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分，治理机构成员和各类员工的组成 | P41 |
| LA16 | 经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量 | P42 |
| HR2 | 就经营相关的人权政策及程序，员工接受培训的总小时数，以及受培训员工的百分比 | P42 |
| 社区 | | |
| SO1 | 实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例 | P56-61 |
| SO2 | 对当地社区具有重大实际和潜在负面影响的运营点 | P56-61 |
| SO3 | 已进行腐败风险评估的运营点的总数及百分比，以及所识别出的重大风险 | P35 |
| SO4 | 反腐败政策和程序的传达及培训 | P35 |
| SO6 | 按国家和接受者/受益者划分的政治性捐赠的总值 | P56 |
| 产品责任 | | |
| PR1 | 为改进现状而接受健康与安全影响评估的重要产品和服务类别的百分比 | P30-31 |
| PR3 | 机构关于产品和服务信息与标识的程序要求的产品及服务信息种类，以及需要符合这种信息要求的重要产品及服务类别的百分比 | P26 |
| PR5 | 客户满意度调查结果 | P28-29 |

反馈意见表

为持续改进公司社会责任工作，不断提高履行社会责任的能力和水平，我们非常希望倾听您的意见和建议。恳请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

电 话：86-20-83150407

邮 寄：广州市天河区珠江新城兴国路 23 号广汽中心

您的信息

姓 名：_____

联系电话：_____

工作单位：_____

Email: _____

职 务：_____

意见反馈

1、您对公司社会责任报告的总体评价是

好 较好 一般

2、您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的影响

能 一般 不了解

3、您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

高 较高 一般 较低 低

4、您认为公司在服务用户、保护客户利益方面做得如何

好 较好 一般 差 不了解

5、您最满意本报告哪一方面?

6、您希望进一步了解那些信息?

7、您对我们今后发布报告还有哪些建议?