

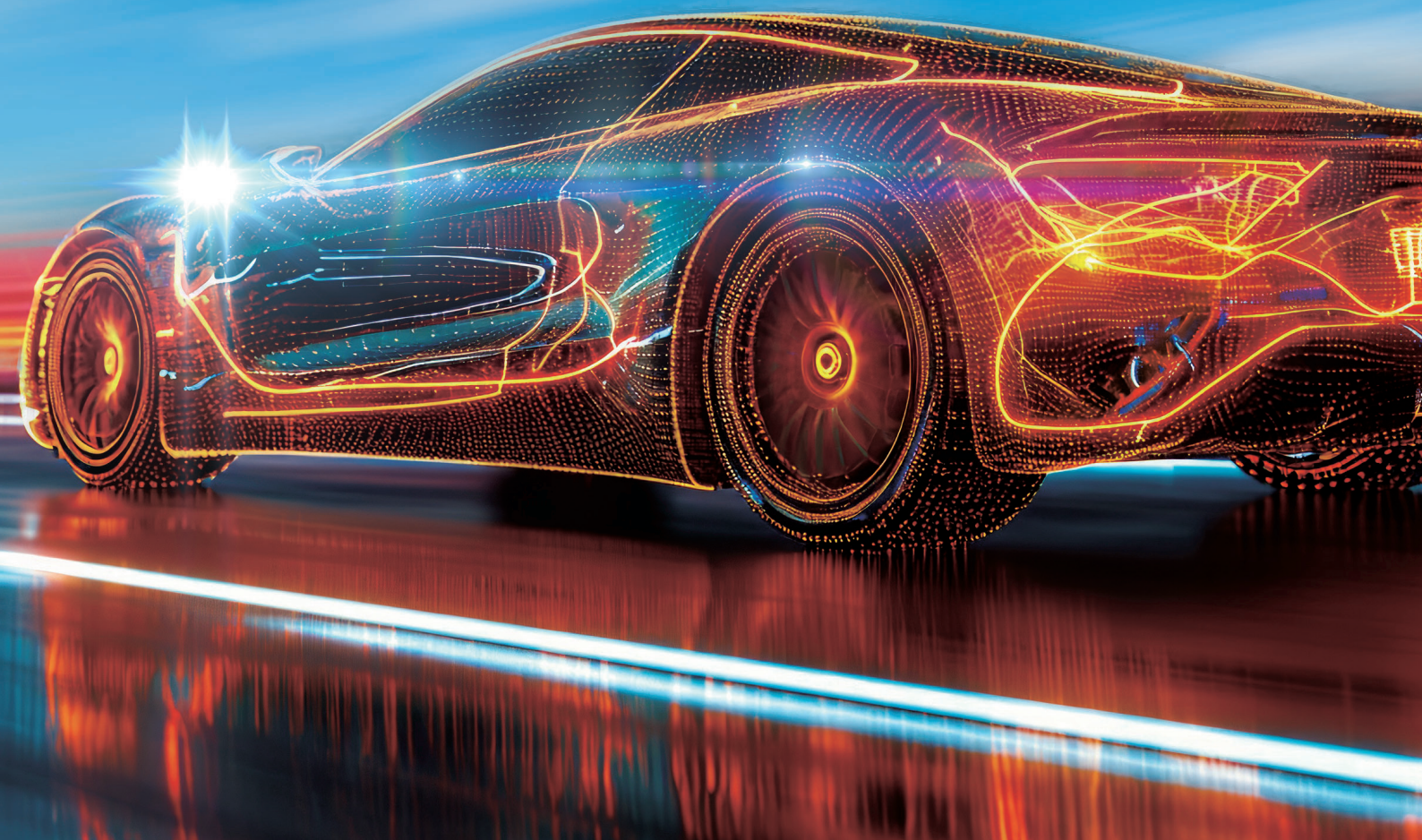


GRAND BAOXIN AUTO GROUP LIMITED  
廣匯寶信汽車集團有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)  
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 1293

2023 環境、社會及  
管治報告



# 目錄

## 頁次

2	關於本報告
3	董事長致辭
5	1. 以正為本，夯實管治水平
5	1.1 走進廣匯
10	1.2 企業管治
15	1.3 ESG 治理
20	2. 客戶至上，廣匯服務至遠
24	2.1 陽光售前
31	2.2 盡責售後
37	2.3 客戶關懷
43	2.4 隱私保護
45	2.5 知識產權保護
46	3. 廣納賢良，匯聚天下英才
46	3.1 員工僱傭
52	3.2 人才發展
57	3.3 安全健康
63	3.4 心系員工
66	4. 綠色營運，助力低碳未來
66	4.1 環境管理
68	4.2 應對氣候變化
69	4.3 資源管理
71	4.4 排放管理
75	5. 普惠發展，廣至價值共享
75	5.1 供方合作
78	5.2 公益慈善
81	附錄一：法律法規清單及內部政策清單
83	附錄二：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

## 關於本報告

### 報告概覽

本報告是廣匯寶信汽車集團有限公司(以下簡稱「廣匯寶信」或「本公司」)發佈的第八份環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)報告，重點披露本公司及其附屬公司(以下簡稱「本集團」或「我們」)的環境、社會和管治等方面表現的相關信息，部分內容涉及本集團的控股股東廣匯汽車服務集團股份公司(以下簡稱「廣匯汽車」)。本報告為年度報告，時間跨度為2023年1月1日至2023年12月31日(以下簡稱「報告期」)。

### 編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司(下稱「聯交所」)主板上市規則附錄C2所載《環境、社會及管治報告指引》(下稱「指引」)的強制披露及「不遵守就解釋」條文要求做出匯報。本報告內容是按照一套系統的程序而釐定的，有關程序包括：識別和排列重要的持份者、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編製報告、對報告中的資料進行檢視等。本報告根據環境、社會及管治報告指引所載以下四個匯報原則編製：

重要性	本報告已識別及於報告中披露重要ESG議題及選擇這些議題的準則，以及描述持份者參與的過程。
一致性	本報告披露數據所使用的統計、計算方法等，與去年保持一致。如有變更，將於報告中清楚說明。
量化	本報告披露的KPIs和相關的數據所用的統計標準、方法、假設及計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告中進行說明。
平衡	本報告不偏不倚地呈報本集團報告期內的表現，避免可能會因選擇、遺漏或呈報格式而不恰當地影響讀者決策或判斷。

### 報告範圍及邊界

本報告中的政策文件、聲明、數據等基本覆蓋公司總部和下屬實際控制的子公司、控股公司，特別說明除外。本報告所引用的歷年數據均為本年度最終統計數據，報告中的財務數據以人民幣為單位。

## 可靠性保證

本報告經管理層確認後，於2024年4月26日獲董事會通過。本集團保證報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。我們承諾對報告內容的真實性、準確性及完整性負責。

## 獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文及英文版本，如有任何歧義，概以繁體中文版本為準。本報告電子版可從香港聯交所網站廣匯寶信「財務報表／環境、社會及管治資料」類別及本公司官網「投資者關係」欄目獲取。如您對本報告內容有任何疑問或建議，歡迎通過以下渠道向我們提出：

地址：上海市閔行區虹橋鎮虹莘路3998號廣匯寶信大廈

電話：+86-21-24032888

傳真：+86-21-24032900

郵箱：info@klbaoxin.com

## 董事長致辭

回顧2023年，國內經濟發展承壓，汽車市場也在多方因素疊加影響下跌宕起伏、艱難回升。在新能源汽車和燃油車深度競爭，「價格戰」愈演愈烈的情形下，身處產業鏈末端且直面消費者的汽車經銷商面臨多重壓力，被迫以價換量，品牌經銷渠道進入深度調整。面對困難局面，本集團秉承「認真、用心、激情、信念、決心」的廣匯坐標，依靠與時俱進的經營理念和敢為人先的全面改革，依託所有員工的努力奮鬥，從而保障企業的平穩運行，夯實企業發展底盤。

2023年，廣匯寶信秉持「客戶至上，管理至善，服務至遠」的企業宗旨，聚力夯基固本，「廣匯寶信」品牌價值凸顯。圍繞汽車經銷商根基業務主軸，以客戶需求為中心，持續擴大新車銷售、售後維修等基礎業務的領先優勢，挖掘關聯業務的增量空間，為客戶提供差異化、個性化的產品與服務保障，打造覆蓋汽車全生命週期的服務閉環。在中國乘用車市場整體電動化變革的大趨勢下，本集團將密切關注各傳統豪華品牌的轉型升級進展，尤其是我們所經銷的幾大核心品牌。在夯實主營傳統豪華品牌業務的前提下，我們也將積極探索與各豪華品牌主機廠在新能源領域的合作模式，以加強對豪華品牌中新能源重點車型的經銷，以適應新的市場競爭環境及客戶需求。



廣匯寶信深知社會責任對企業可持續發展的重要性。2023年，我們圍繞管治層面，充分結合自身業務特點，堅持內部挖潛，治理優化蹄疾步穩。以精細化管理為主線，加快打造科學、高效經營管理體系的步伐，財務管理中心和資金管理中心賦能落地見效，職能部門平台化釋放經營活力，存量資產盤活提升效能，公司經營效率和服務水準持續提升，穩健發展的活力更足、動能更強。

圍繞環境層面，我們積極響應國家「碳达峰、碳中和」目標，我們堅守初心使命，強化責任擔當。堅持黨建引領，踐行ESG理念，持續完善治理體系，以低碳經營推動綠色發展，堅持走「清潔、高效、減排」的綠色發展道路，共同實現企業與環境和諧共存。

圍繞社會層面，我們通過全週期客戶服務流程，進一步推動數字化轉型，以優質服務創造價值。同時我們重視每一位員工的合法權益，關注員工身心健康，為員工提供持續學習與成長的渠道。我們積極攜手員工深度參與社區公益活動，以公益行動回饋社會，與社區共用發展成果，在共用共贏、科學發展中充分彰顯了新時代民營企業的社會價值並積極，為社會進步創造正向價值，將廣匯寶信的向善力、凝聚力投入到社會發展的每個環節。

展望2024年，廣匯寶信將順應時代變化，秉承「追求卓越，科學發展」的企業精神，發掘企業發展新方向，激發新活力，提升長期競爭力和品牌建設，賦能行業轉型發展。同時，我們還將聚焦內生長，穩中求進，在精細化營運的基礎上融入可持續發展，提升企業發展韌性和長期競爭力，為各股東創造更大的價值。

## 1. 以正為本，夯實管治水平

廣匯寶信堅持以正為本，致力於夯實管治水平，維護誠信廉潔的企業氛圍。在合規運營的基礎上，本集團持續關注ESG相關事宜對集團營運環境的影響，並不斷加強ESG治理力度，從環境、社會以及管治三大維度綜合提升ESG表現，優化ESG管理體系，落地各項ESG工作，支持企業實現可持續發展。

### 1.1 走進廣匯

廣匯寶信汽車集團有限公司(HK.01293)，於2011年12月14日在香港聯交所股票主板市場上市。作為一家以經營豪華品牌及超豪華品牌為主的汽車銷售服務集團，我們始終堅持在汽車行業中「唯精唯一、專業執著」，為客戶提供包括售前服務、新車銷售、售後服務、汽車金融、二手車銷售、汽車保險、汽車零部件銷售及其他汽車相關產品銷售等一系列業務。

#### 企業文化

一直以來，本集團以「客戶至上、管理至善、服務至遠」為宗旨，以堅持「誠信、務實、超越」為價值理念，努力實現最高的客戶滿意度，最大限度地實現整體綜合競爭力的提升。此外，我們致力於成為一家富有公益大愛之心與社會責任感的溫度企業。近些年來，我們積極參與社會公益活動，在增進社會福祉方面貢獻集團的力量，用愛心回饋社會。

#### 生存法則

人無我有、人有我優、人優我快

#### 服務方針

以滿足客戶全方位需求為核心



#### 企業精神

效益效率、堅韌執著  
忠誠和諧、合作互助

#### 企業理念

誠信、務實、超越

#### 企業宗旨

客戶至上、管理至善、服務致遠

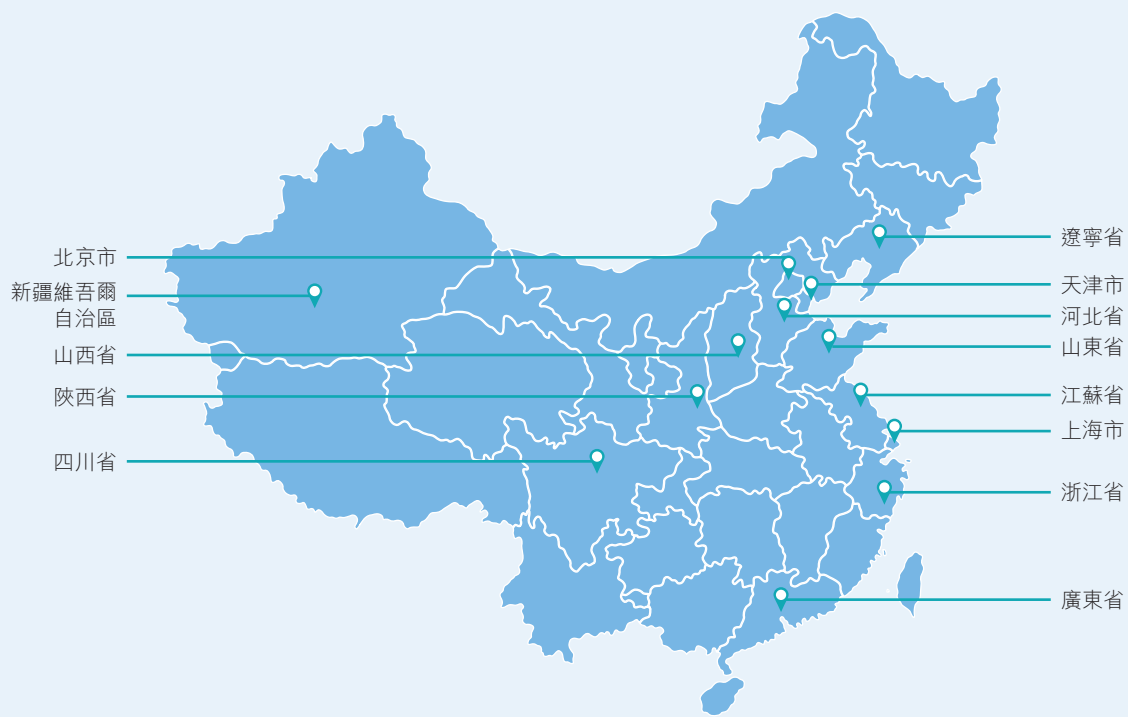
## 商業佈局

作為汽車授權經銷商，廣匯寶信充分發揮汽車售前售後服務一體化優勢，為客戶提供各品牌汽車全球統一標準的售前、售後服務，包括新車銷售、售後維修保養、汽車美容改裝、二手車銷售、汽車保險業務、汽車零部件銷售及其他汽車相關產品銷售等一系列服務。



廣匯寶信主要業務

我們持續深耕超豪華汽車品牌與豪華汽車品牌兩大市場，逐步發展覆蓋全國的多品牌汽車銷售網絡佈局。截至二零二三年十二月三十一日，本集團共計102家各類經銷網點，擁有9個豪華及超豪華的汽車品牌組合（寶馬（含MINI）、奧迪、捷豹路虎、沃爾沃、凱迪拉克、埃爾法羅密歐、保時捷、勞斯萊斯及馬莎拉蒂），也包括廣汽豐田、廣汽本田、一汽豐田等中高端級自主品牌，覆蓋中國大部分的豪華及超豪華汽車主流市場。我們的業務主要佈局於華東地區，同時向華北、華中、華南、東北及西北等經濟發達、人口稠密、具有強大市場潛力的地區發展擴張。



廣匯寶信經銷網絡





超豪華汽車品牌組合



豪華汽車品牌組合



廣匯寶信超豪華及豪華汽車品牌組合

## 經營績效

本報告期內，本集團始終堅持汽車銷量和服務質量並重的政策，在目前外部環境持續承壓的情況下，本集團在注重新車整體銷量提升的基礎上，持續優化品牌結構和單店效率，努力實現新車價格的穩定；同時保證售後服務業務的品質不斷提升，更好地滿足客戶需求；以及實現衍生業務有質量的健康發展。本集團始終緊跟市場趨勢，積極應對變化及調整經營策略，在逆勢中始終穩健經營、並取得了積極向好的發展態勢。

截至二零二三年十二月三十一日止年度，我們錄得收入約人民幣319.070億元，同比上升0.7%；實現毛利人民幣12.946億元，上升179.4%；股權持有人應佔溢利達人民幣1.257億元，同比轉虧為盈，而截至二零二二年十二月三十一日止年度則為股權持有人應佔虧損人民幣6.980億元；本報告期內，錄得每股盈利為人民幣0.04元。

## 收入

下表載列我們於所示期內收入的明細：

收入來源	截至十二月三十一日止年度			
	二零二三年 收入 (人民幣千元)	對總收入 的貢獻 (%)	二零二二年 收入 (人民幣千元)	對總收入 的貢獻 (%)
汽車銷售	27,633,956	86.6	27,948,010	88.2
豪華及超豪華品牌	25,973,625	81.4	25,955,432	81.9
中高檔市場品牌	1,660,331	5.2	1,992,578	6.3
售後業務	4,236,566	13.3	3,713,369	11.7
豪華及超豪華品牌	4,042,866	12.7	3,508,409	11.1
中高檔市場品牌	193,700	0.6	204,960	0.6
融資租賃服務	36,457	0.1	37,308	0.1
總收入	31,906,979	100	31,698,687	100

來自汽車銷售的收益較截至二零二二年十二月三十一日止年度減少1.1%，此乃由於報告期內，受全年汽車價格戰影響的波及，整體「以價換量」的主基調導致了本集團新車銷售收入較去年同期有所下降。

(欲了解更多經營績效的信息披露，可參閱廣匯寶信2023年報)

## 企業榮譽

- 廣匯寶信控股股東廣匯汽車榮獲2023年《財富》中國500強第103位；
- 廣匯寶信控股股東廣匯汽車榮獲「2023汽車經銷商集團百強」，其銷量位居百強首位；
- 廣匯寶信旗下捷豹路虎店面榮獲「捷豹路虎總裁獎」；
- 廣匯寶信旗下開隆奧迪榮獲東部區「最佳經銷商獎」。

## 1.2 企業管治

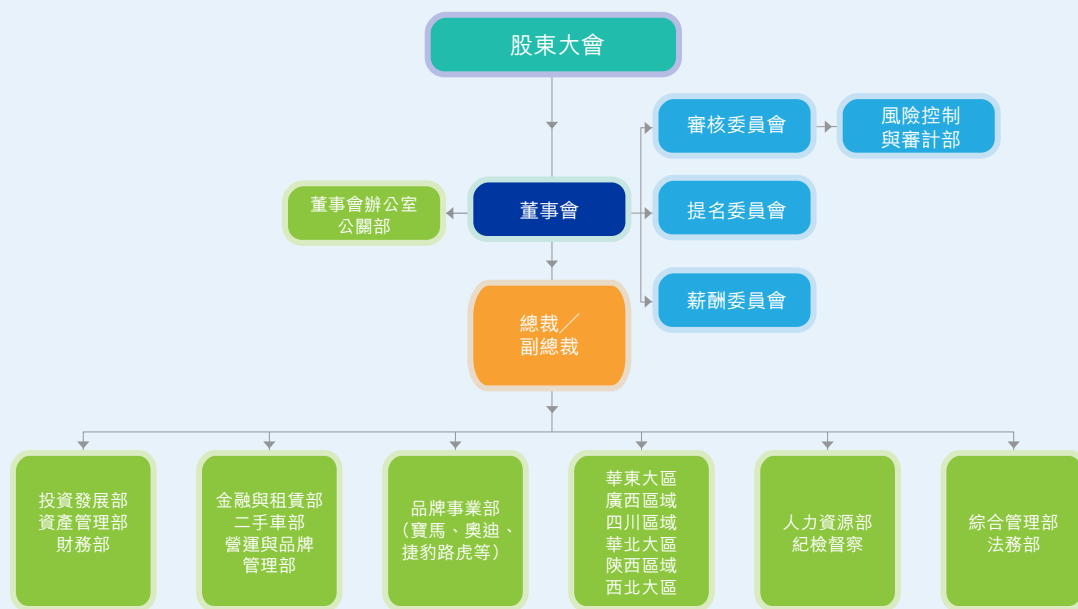
本集團嚴格遵照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》、《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》以及上市公司企業管治相關的法律法規、規範性文件要求，通過構建規範的企業治理體系，夯實內控管理基礎，創造可持續的經濟效益。

### 治理架構

科學規範、有效制衡、運作高效的治理體系是公司長久穩健可持續發展的關鍵。本集團董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成，女性董事成員佔比約43%，各成員擁有不同的專業背景且均具備豐富的行業經驗，助力集團在各方面得以均衡發展。

本集團董事會下設審核委員會、提名委員會和薪酬委員會，以提高董事會運作效率：

- 審核委員會：主要職責是確保企業內部控制的有效實施，制定風險管理制度和審核計劃，檢查財務報告和審計報告等。
- 提名委員會：主要職責包括協助董事會發展及管理一套公平及透明的程序以制定公司有關於董事及高級管理層的人力資源策略，同時評估獨立非執行董事的獨立性。
- 薪酬委員會：主要確保薪酬符合企業的戰略目標，並在合規合法的前提下提供可以吸引、激勵和挽留公司高級管理人員的薪酬方案。



### 廣匯實信管治架構

(更多內容請參考本集團 2023 年報中「企業管治報告」章節)

### 內部控制與風險管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國審計法》、《中國內部審計準則》等法律法規，根據《企業內部控制基本規範》、《企業內部控制評價指引》的專業指引，結合自身實際情況，制定了《內部審計管理規定》，以保障公司審計體系實現分級管理並正常運行，明確各級審計機構的職責、權限和工作關係，保障審計機構獨立向管理層報送審計報告和提供風險管理分析、評價及建議，保障審計人員恪守獨立、客觀、公正的職業道德規範。

本集團建立了內部風險管理守則和風險控制體系，致力於搭建貫穿各個部門和階段的全方位內控體系。我們建立了涵蓋事前、事中及事後三重風險管理機制，達到全週期風險管控。我們將風險管理意識充分融入至日常營運管理中，在各流程環節做好風險識別、評估及應對工作，最大化降低因風險時間所造成的巨大經濟損失。本集團審計委員會代表董事會檢查管理層在風險管理和內部控制方面的建設、執行和監督工作，並每年檢驗其有效性。





### 三重風險管理機制

本集團從部門職責落實、內部審計強化、信息溝通機制建立和人才隊伍建設四個方面不斷優化風險管理體系的運作效率，綜合性提升集團的風險管理水平。在內部控制方面，我們以內控自評為主要管理辦法，評估範圍覆蓋了戰略、財務、技術、人力資源、公共關係等多方面，在自評過程中不斷識別內部控制痛點，並對此展開針對性整改。報告期內，本集團積極採取措施從不同層面辨識、評估和管理在業務及不斷變化的商業環境中所產生的重大風險（包括ESG風險）。本集團的風險管理結合事前、事中及事後的策略性檢討和自下而上的風險評估流程，以識別、評估和管理重大風險。我們的風險管理已涵蓋了本集團各職能部門及經銷網點。

### 部門落實職責

01

規範公司架構，明確各部門職責，界定決策、執行、監督等方面的權責

### 內部審計強化

02

加強內部審計效力，確保內審人員的獨立性和審計工作的客觀性

### 人才隊伍建設

03

定時組織培訓，建立符合自身情況的競爭機制以挖掘內部更多人才

### 建立溝通機制

04

完善溝通機制，內部建立清晰的匯報線；保證對於外部利益相關方之間流暢溝通

## 風險管理體系優化內容

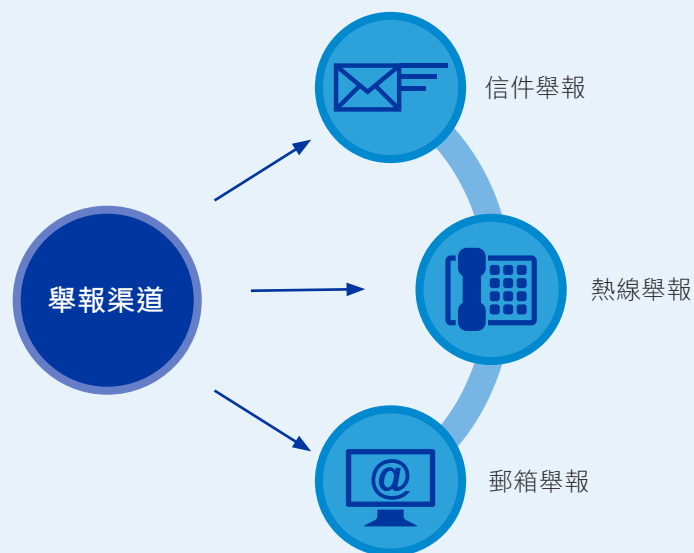
### 誠信廉潔

本集團秉持「誠信、務實、超越」的企業理念，嚴格遵守《中華人民共和國合同法》、《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反壟斷法》以及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，在與合作夥伴的互動中保持著誠信廉潔公平的商業價值觀和社會責任感。

我們建立並持續完善內部反腐倡廉制度體系，通過日常培訓和宣傳，使員工能夠充分了解相關法律法規和集團內部規章制度，引導員工廉潔履職、守信從業，為維護企業廉潔文化環境而努力。本報告期內，集團向全體員工提供共計8小時的反貪污培訓，其中董事參與反貪污培訓共2小時。集團通過懲戒、防範、保障三大機制構成完整的反腐倡廉鏈條，在全集團範圍內營造「不敢腐、不能腐、不易腐」的廉潔企業氛圍，保證集團可持續發展。

我們鼓勵集團內部、外部持份者對貪污腐敗事件發起舉報，我們建立了完善的舉報管理機制，內外部人員都能通過信件、熱線、電子郵件等舉報渠道向本集團紀檢工作人員反映舉報違規行為，通過嚴格執行問責機制，對每一個舉報事件的處理、管理形成完整閉環。

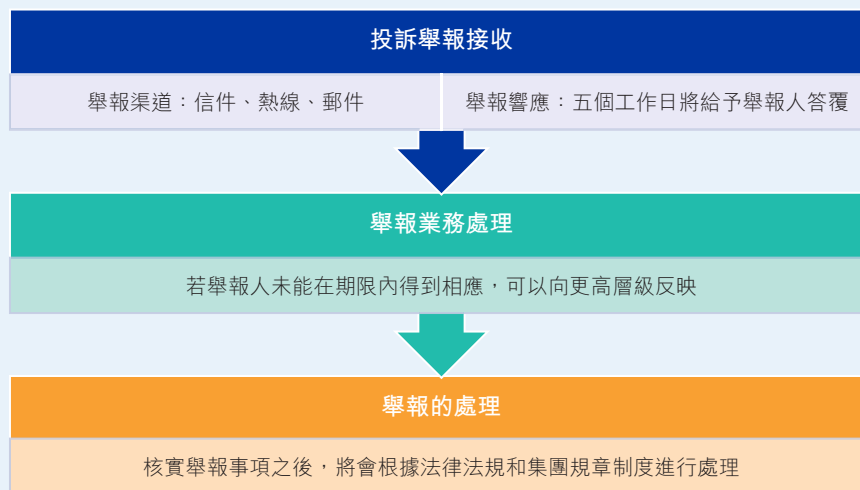
此外，本集團也明確了舉報人信息保密措施，我們對舉報人個人信息、舉報材料等進行保護。同時，舉報人需對自己的舉報行為、提供的線索負責，需真實可靠，不得借舉報投訴之便對他人造謠誣陷。針對歪曲事實、趁機報復他人的舉報人員亦增設相關責任追究處理機制。



廣匯寶信舉報渠道如下：

舉報電話：028-60665487

舉報郵箱：cgajianju@chinagrandauto.com



### 廣匯寶信投訴舉報流程

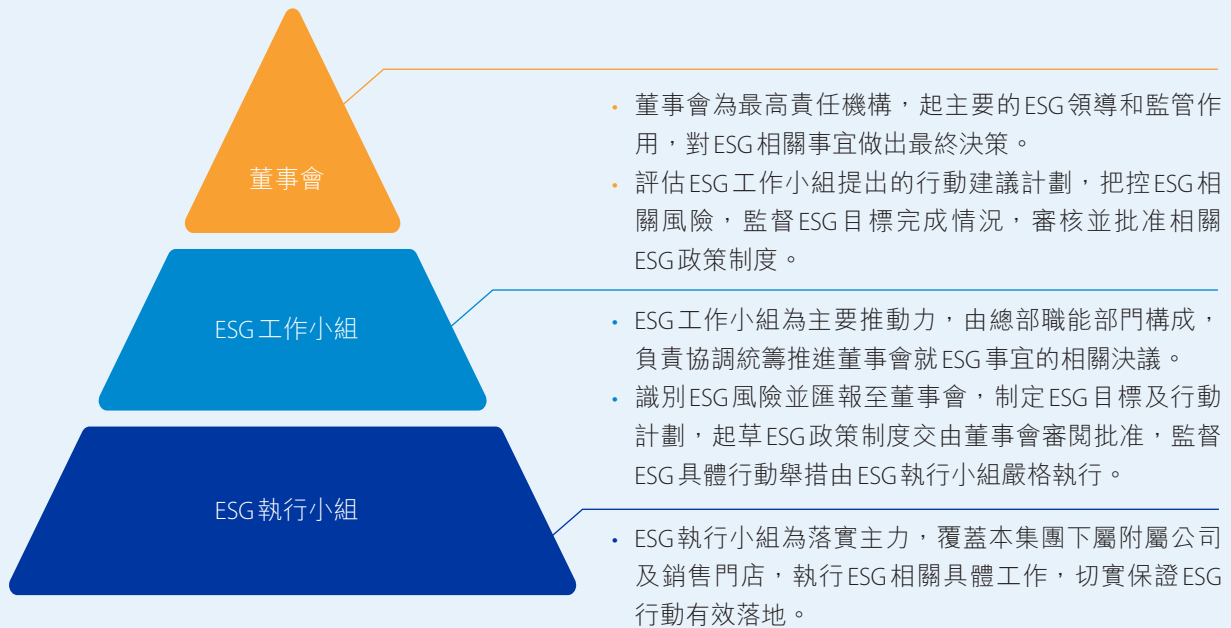
為打造廉潔自律的企業文化，我們持續開展廉潔宣傳，通過對新入職員工開展商業道德培訓、例會、年度廉潔培訓等方式持續加強員工對於誠信廉潔的認識和理解，貫徹落實集團誠信廉潔理念。此外，我們通過董事會會議，積極強化董事的反腐倡廉意識，形成自上而下的反腐倡廉企業文化。

報告期內，本集團未發生任何涉及貪污腐敗的訴訟案件。

### 1.3 ESG 治理

廣匯寶信積極踐行可持續發展理念，不斷優化管理體系建設，關注經營業務對環境、社會及其他持份者的影響。我們搭建了由董事會、ESG工作小組、ESG執行小組組成的三級ESG治理構架，明確各層級工作職責，形成董事會主導，集團所有、旗下經銷網點及部門、各投資企業參與的協同管理機制，攜手各持份者在持續發展、綠色營運的道路上創造價值。

廣匯寶信 ESG 治理架構





## 董事會聲明

### 董事會責任

- 董事會是本集團ESG管理的最高領導和決策機構，對ESG工作承擔全面責任。公司營運中，董事會負責審閱集團的ESG相關事宜及制定公司的ESG願景、目標、策略及架構，同時評估ESG工作小組提出的行動建議計劃，把控ESG相關風險，監督ESG目標完成情況，審核並批准相關ESG政策制度，確保ESG管理始終契合於公司的未來發展。

### ESG工作執行

- 在業務營運層面，公司董事會下設ESG工作小組與ESG執行小組，為ESG管理的有效推進與落實打下堅實基礎。ESG工作小組由總部職能部門構成，負責制定針對ESG相關的目標、政策、具體舉措、績效指標及效果評估方案，並定期向ESG委員會與董事會匯報，協調統籌推進董事會就ESG事宜的相關決議。作為ESG管理的落實主力，ESG執行小組覆蓋本集團下屬附屬公司及銷售門店，執行ESG工作計劃，將ESG管理理念貫徹到日常營運的方方面面。

### 重要ESG議題

- 廣匯寶信始終關注各類權益人的相關需求，重視ESG風險和機遇可能對本集團產生的重大影響，並通過積極開展溝通交流從而識別與評估重要ESG議題。基於獨立第三方的重要性評估，公司董事會審批確定最終重要ESG議題的優先次序，並定期評估往期ESG表現。

### ESG風險管治

- 為有效防範和控制各類內外部風險，ESG工作小組通過評估環境和社會相關風險，識別ESG風險並做出初步分析評估匯報至董事會，由董事會審查和批准將要披露的風險，提前制定相應的應對措施以緩解其對公司營運產生的負面影響。報告期內，我們開展了包括氣候變化風險在內的風險識別、評估和應對工作。

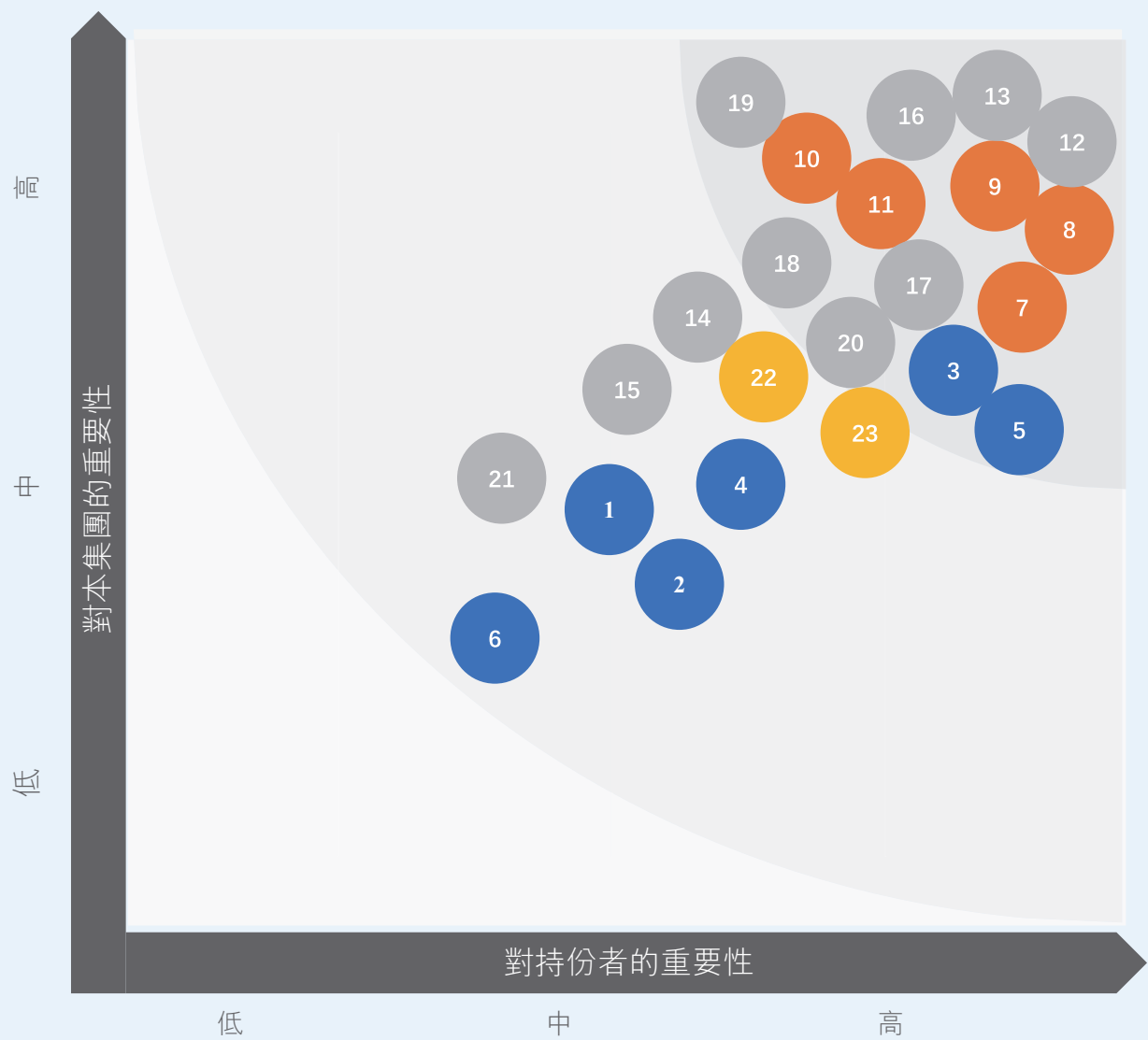
## 持份者溝通

廣匯寶信始終關注與持份者的溝通交流，我們深知企業的可持續發展離不開各持份者的緊密支持，並希望通過建立多樣化、透明化的溝通機制以確保各持份者可以有效監督並參與到企業的重大決策中來。廣匯寶信的重要持份者包括投資者、政府部門、客戶、員工、當地社區、媒體和合作夥伴等。報告期內，我們累計完成多場投關活動，交流投資者逾800人次。

持份者組別	持份者關注議題	主要溝通渠道
投資者／股東	業績表現 風險管理 誠信廉潔	年報及公告 專題匯報 定期披露
政府部門	合法合規 排放管理 能源管理 資源管理 應對氣候變化	定期報告／臨時公告 往來函件 實地調研
客戶	客戶服務 客戶權益 客戶溝通	商務溝通 顧客反饋 交流研討
員工	員工薪酬福利 員工職業安全健康 員工職業發展與培訓	員工代表大會 集體協商 員工溝通平台
當地社區	社會貢獻 日常業務對周邊社區產生的影響 公益慈善	社區活動 新聞稿 公告 訪問與調查
媒體	信息披露 公益慈善 合法合規 應對氣候變化	集團網站 集團公告 探訪交流
合作夥伴	供應商管理 業務發展 誠信廉潔	商務溝通 供應商會議採購公告與公示

### 實質性議題分析

持份者對可持續發展議題的反饋和建議始終是本集團關注的重點。報告期內，我們通過梳理 ESG 重要事項以及各持份者的關注點，將持份者及其關注點融入營運和決策過程，同時結合上一年度 ESG 實質性議題矩陣，持續根據識別出的重要議題不斷改善公司的可持續發展管理。



## 環境

1. 廢氣排放管理
2. 溫室氣體排放管理
3. 廢棄物管理
4. 能源使用及管理
5. 不可再生資源使用及管理
6. 氣候變化應對

## 員工

7. 員工福利及吸引人才
8. 員工培訓及職業發展
9. 員工健康與安全
10. 員工合規性
11. 員工多樣性、平等及包容

## 業務

12. 產品質量與安全
13. 風險評估與管治
14. 負責任投資
15. 知識產權管理
16. 優質客戶服務
17. 可持續的供應鏈管理
18. 行業合作與生態共建
19. 商業道德與反貪污
20. 信息安全與商業機密保護
21. 研發與技術創新

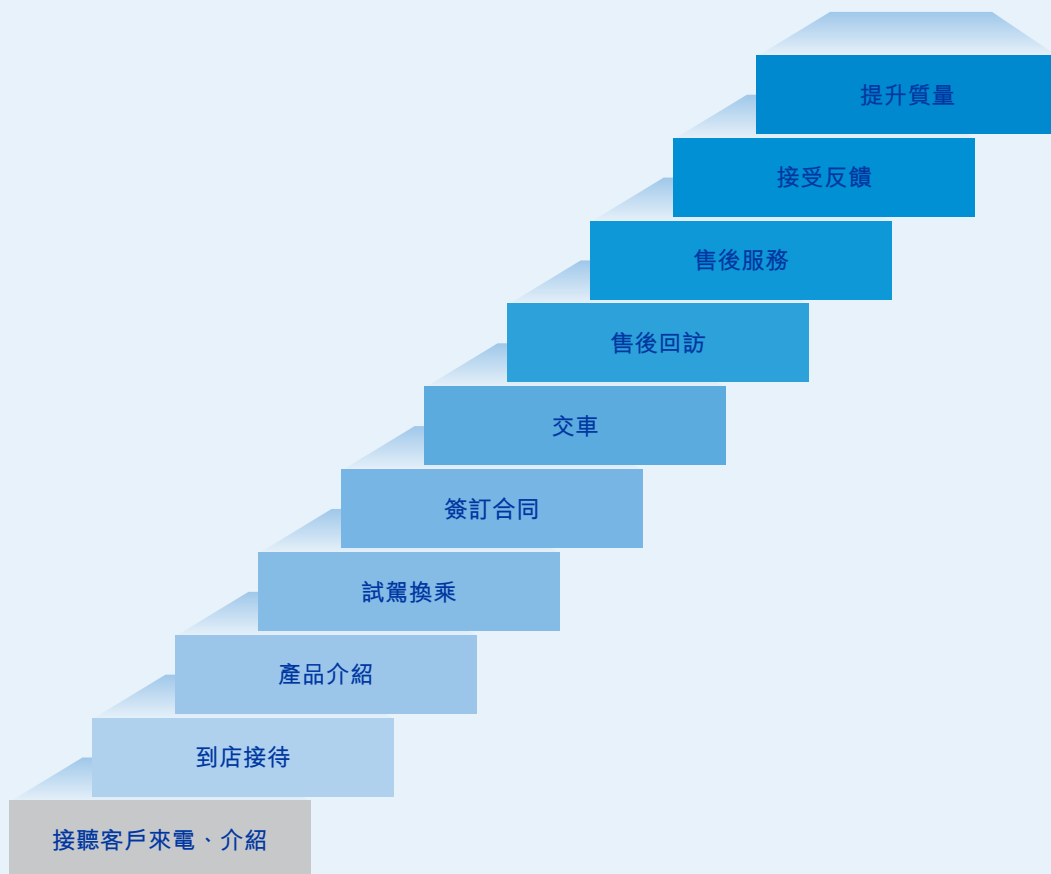
## 社會

22. 社會貢獻
23. 公益投入



## 2. 客戶至上，廣匯服務至遠

廣匯寶信秉持「客戶至上，管理至善，服務至遠」的企業宗旨，在尊重客戶需求的同時，提供從售前覆蓋到售後的全週期高質量服務。集團開展汽車銷售服務數十年，致力於全方位一體化服務，提供新車銷售、售後維修保養、汽車美容改裝、二手車銷售、汽車保險業務、汽車零部件銷售及其他汽車相關產品銷售等一系列服務。我們以客戶的需求作為各品牌公司服務的出發點與原則，從而實現最高的客戶滿意度，貫徹以滿足客戶全方位需求為核心的服務方針，充分發揮集團的一體化優勢，最大限度地實現整體綜合競爭力的提升。



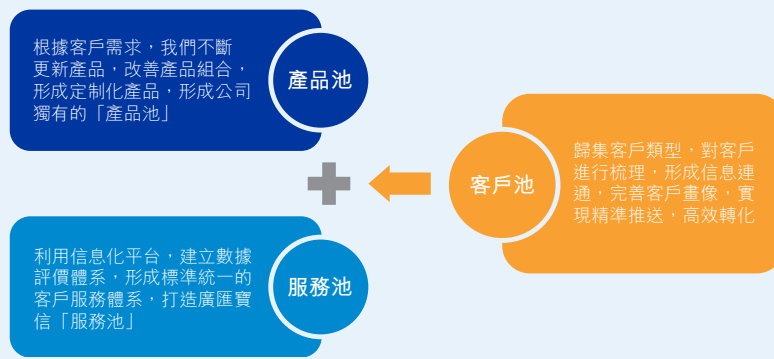
廣匯寶信全週期客戶服務流程

集團通過提供全方位、一站式的銷售服務，確保客戶在購車和用車過程中得到及時、專業的幫助和解答，從而大大提升客戶的滿意度，並通過為客戶提供個性化的服務，如定期客戶回訪、節日問候、專屬優惠等，進一步拉近旗下門店與客戶之間的距離，旨在與客戶達成長期的合作關係。

集團優質的服務通過口碑傳播和推薦，將在未來吸引更多的潛在客戶，進一步擴大集團市場份額。

## 數字發展

廣匯實信堅持「以客戶為中心」的核心理念，確立了圍繞經營支持、業務賦能和客戶營運三方面推動數字化信息服務平台建設，逐步實現對內提升效率輔助經營管理決策，對外建設數字化客戶服務平台的目標。在數字化轉型的引領下，我們深挖自身優勢，全力打造「客戶池、產品池、服務池」三大戰略方向，旨在於打造開放共贏的產業聯盟，全面提升公司營運管理效率。



廣匯實信數字發展方向

此外，我們利用企業資源規劃(ERP)、客戶關係管理(CRM)等數據系統群構建屬性豐富、人群分層、畫像清晰、有效觸達的客戶池，精準匹配客戶群體和定位客戶需求，並通過數字化營銷平台進行精準營銷。同時，我們搭建會員體系，從多渠道豐富線上服務，保障高品質會員權益，以提供更優質貼心的服務。

本集團還採用汽車經銷商系統(DMS)與ERP系統相關聯，自動同步數據，以實現內部生產效率數字化；引入海康威視系統監控，即時遠程監督門店展廳銷售活動開展、售後烤漆房安全檢查、整體安全聯防聯控等，以提升內部服務質量；採用創新的業務模式，通過數據平台為客戶提供電子不停車收費(ETC)、行車記錄儀等汽車載體相關合作業務，以提升客戶體驗。

## 線下客流管理與線上服務

廣匯寶信旗下各門店會借助企業微信平台進行客流登記，通過平台客流看板進行數據分析。

我們利用企業微信、公眾號和小程序為客戶提供線上服務，全面覆蓋客戶諮詢、意見回饋、客戶關懷以及客戶消費過程互動等多個環節。線上服務拉進了我們與客戶之間的距離，實現與客戶之間及時、雙向緊密溝通，更在無形中提升了客戶滿意度。

## 信息化營銷平台

我們以企業微信為渠道載體，以ERP系統為核心，構建客戶信息化管理檔案，賦能門店提升服務能力。

集團針對不同客戶群體構建了完善的標籤體系，以實現對客戶精細分群分層，為後續制定相應營銷策略奠定堅實基礎。基於客戶畫像分析結果，我們利用小程序、企業微信等多元化線上平臺，對不同類型客戶實行相應的營銷策略，實現多渠道自動、精準的營銷推送。通過精準分析客戶需求，我們能夠隨時調整營銷策略，確保營銷效果最大化。



### 客戶線上化

服務+工具助門店保有客戶進店客戶線上化



### 基於場景人群分組

自動化標籤助力常用業務場景客戶分群，建立客戶數字化檔案



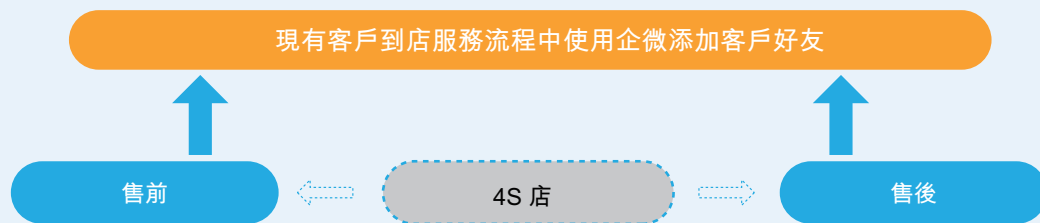
### 營銷精細化

智能多樣的私域流量精準營銷，千人千面數字化商城



### 業務效果閉環

營銷SOP使營銷步驟自動化，效果可視化



### 會員體系與權益服務

我們構建並不斷完善會員體系，結合高頻用車生活權益（如互聯網、衣食住行、加油等高頻消費權益）、低頻養車權益和門店專享權益（道路救援、輪胎服務、車身漆面服務、代步車服務等），推出數字化權益業務，幫助門店促活高頻權益，延長汽車產業價值鏈，實現營運活動的升級。高質量的會員服務與權益服務使客戶體驗得到提升，為集團以客戶需求為核心的長遠發展注入強勁動力，贏得客戶的忠誠與信任。



## 2.1 陽光售前

優質的售前服務是企業的競爭優勢，是我們面向客戶、與客戶互動、建立信任關係的重要窗口。我們開展的任何廣告宣傳活動都嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》，確保銷售人員宣傳的所有內容及形式均合規恰當，避免出現誇大或虛假宣傳的情況，堅決維護公平透明的銷售推廣環境。

為此，本集團制定並實施了《銷售營運手冊》進一步規範化和標準化售前服務，對來電接聽、產品介紹、試乘試駕、簽訂合同和交車等環節作出詳細規定，明確銷售人員進行各項售前服務環節的標準服務流程、專業行為規範與優質服務態度。



### 到店接待 — 前台接待人員

- 相關服務人員均接收了工作流程和接待禮儀方面的員工培訓
- 提供標準且高質量的接待服務，給客戶留下良好的第一印象

### 產品介紹 — 專業人員

- 接待人員具有豐富的行業背景和專業的產品介紹能力
- 精準洞察客戶需求，同時藉助已有的歷史客戶信息為客戶提供專屬購買方案

### 試乘試駕 — 試乘專員

- 《試駕車使用登記表》：管理車輛的試駕使用情況
- 《試乘試駕協議書》：與客戶簽訂，有利於客戶清晰地理解服務內容
- 《試乘試駕意見表》：通過反饋有針對性的提升服務質量

### 簽訂合同 — 銷售管理層及財務人員

- 合同需逐級進行審批，需銷售管理層審批通過後方能生效
- 待財務人員審核合同價款確認無誤後，出具收款收據並親自交予客戶
- 銷售顧問全程不得參與審批審核流程

## 交車服務 — 銷售顧問

- 與客戶確認交付車輛信息
- 介紹車輛的主要功能和使用說明並交付隨車資料
- 介紹保險服務等售後服務
- 創新交車服務：祝福語錄、紀念留影、紀念品贈送等

### 廣匯實信售前服務全流程

為提升售前服務管理質量，本集團旗下門店會定期採取現場演練、不定期安排神秘訪客前往銷售現場進行突擊巡查或暗訪等方式，及時發現各個服務節點運作的不足，總結服務環節中存在的問題並進行整改。同時，部分門店會舉行銷售知識競賽，致力於提高員工服務的專業性，全面提高售前服務質量。

#### 現場演練

為及時發現售前服務環節發生的問題，本集團旗下各門店不定時開展現場演練，對銷售顧問現場打分，演練後召開複盤總結會議，針對過程中失分項和弱分項分組進行交叉點評，並對發現的問題進行分析及時整改，為後期客戶進店做好充足的準備。同時，各大品牌事業部定期邀請優秀門店進行經驗分享，分享優質流程預演示範和管理工具，促進各門店的共同進步。





## 銷售技能競賽

為進一步提升店面銷售團隊專業水平，更好的服務客戶並滿足客戶需求，同時也為銷售顧問搭建一個學習和交流的平台，打造更具專業性的服務團隊，本集團旗下奧迪事業部不定期舉辦銷售技能大賽。



本集團旗下寶馬事業部為了保證寶馬品牌旗艦產品改款上市的推廣、營銷工作順利取得成功，舉辦了產品銷售技能大賽，採用線上考試、線下演練的賽制，融「學、練、賽」為一體，進一步提升了員工們的銷售服務水準。



### 尊貴的門店服務體驗

為提高客戶購車體驗，多家門店會提供向顧客提供餐飲服務與節慶活動，致力於提供創新、暖心的門店服務，結合自身高端的品牌形象，給客戶創造更多的驚喜點，讓客戶感受到尊貴的服務體驗。

本集團旗下沃爾沃事業部以景區草坪為展廳，將兩款經典車型帶進自然，並沿用一整套露營裝備搭建露營實景，引領客戶切身體驗駕車旅行，在推廣品牌的同時為客戶提供輕鬆、愉悅的氛圍，展現自然與人文的完美融合。





## 個性化交車服務

在客戶提車的重要時刻，本集團門店將精心準備一套完整的交車儀式：贈送鮮花、交付車輛鑰匙、送上美好祝福，並為客戶詳細講解車輛功能，開具提車證明與發票等文件，辦理車輛保險。我們為客戶提供細緻入微、貼心周到的交車服務，讓每一位客戶感受廣匯寶信團隊的專業與用心。

在交車儀式上，夢幻的交車花禮、真摯的用車祝福共同為新車主們留下美好的回憶。交車儀式展現了廣匯寶信對客戶的重視和對服務品質的追求。這樣的儀式不僅是一種慶祝，更是一種承諾，承諾廣匯寶信將與車主們共同馳騁在無垠的征程中。

儀式結束後，門店還會為新車主安排養車講堂，讓新車主更快速地瞭解自己的愛車以及平時保養的注意事項。養車講堂為車主們提供了線下交流平台，並加深車主之間、車主與廣匯寶信之間的瞭解與情感聯係，提升客戶忠誠度，增強客戶對廣匯寶信的信任，擴大品牌影響力。



此外，面對客戶資金需求，我們利用旗下專業的融資租賃公司，為客戶提供專業化、創新化、差異化的汽車金融產品，解決客戶在購車時可能面臨的資金周轉困難，幫助客戶進行貸前風險審查、貸中風險管理及貸後風險控制，實現「購車無憂」，點滴中沉澱出廣匯寶信令人信賴的品牌形象。

## 2.2 盡責售後

我們承諾為客戶提供優質、專業的售後服務，持續探索汽車產業價值鏈的延伸，拓寬服務邊界，幫助客戶實現價值最大化。我們從增值服務、客戶投訴管理、客戶滿意度調查等各方面提升售後服務品質，盡職盡責為客戶提供優質的售後服務。

本集團不涉及自主生產車輛，所涉及的產品退回、產品召回主要為汽車主機廠家因經銷車輛出現潛在安全隱患而發起。針對汽車質量問題，本集團設立汽車召回服務體系以配合產品召回，積極主動與客戶進行溝通協商，嚴格根據各主機廠的召回信息及時進行召回，盡最大努力降低產品品質對客戶造成的潛在安全威脅。

報告期內，本集團未發生任何涉及產品退回或產品召回事件。

### 增值服務

我們的增值服務包括維修、汽車改裝服務以及汽車保險等。汽車維修改裝服務是本集團對汽車產業鏈延伸和多元化商業價值的實現，我們堅持採購高質量的汽車零配件，購入完備的維修設備和工具，並組建專業的技工團隊，為客戶保質保量、高效及時地解決各種汽車故障。在汽車改裝方面，我們結合客戶需求，在保障安全的基礎上提供個性化汽車改裝方案，同時提供豐富多元的汽車周邊產品。

通過企業微信群，我們積極與客戶溝通，溫馨發送車貸還款、保險到期、售後維修保養等提醒，以及特殊情況的事故車拉修、店面自駕遊免費活動等。在車輛保險方面，我們結合不同需求推出「無憂卡服務」和「雙保無憂服務」等保險產品。另外，我們通過「保險雲」來實現業務操作全界面的平台化操控，並通過雲平台對接主要合作保險公司，實現理賠、送修一站式服務，對保單和對賬單進行360度統計分析，實現保險業務的閉環管理。

### 無憂卡服務

- 中控防盜、車輛置換補償、車輛自燃補償、輪帶更換、玻璃更換、代步車費用補償、鑰匙和車牌丟失補償七項售後服務。

### 雙保無憂服務

- 客戶可享受免費基礎保養服務，在原廠3年質保期後，我們會再提供3年不限公里的延長保修服務。參與此項目的客戶於第七年起可享受維修保養終身八五折的優惠。此項目亦可隨車轉讓從而幫助客戶提高二手車輛殘值。

## 廣匯寶信保養服務

## 客戶投訴管理

我們高度重視客戶對產品和服務的意見，通過制定並實施《客戶投訴管理》等管理制度規範客戶投訴處理流程，按照優先性、有效性原則，在「一級管控、二級處理」的指引下，搭建由各經營公司客服部為主，其他相關職能部門為輔的投訴處理管理體系，優化流程，提升售後服務品質。



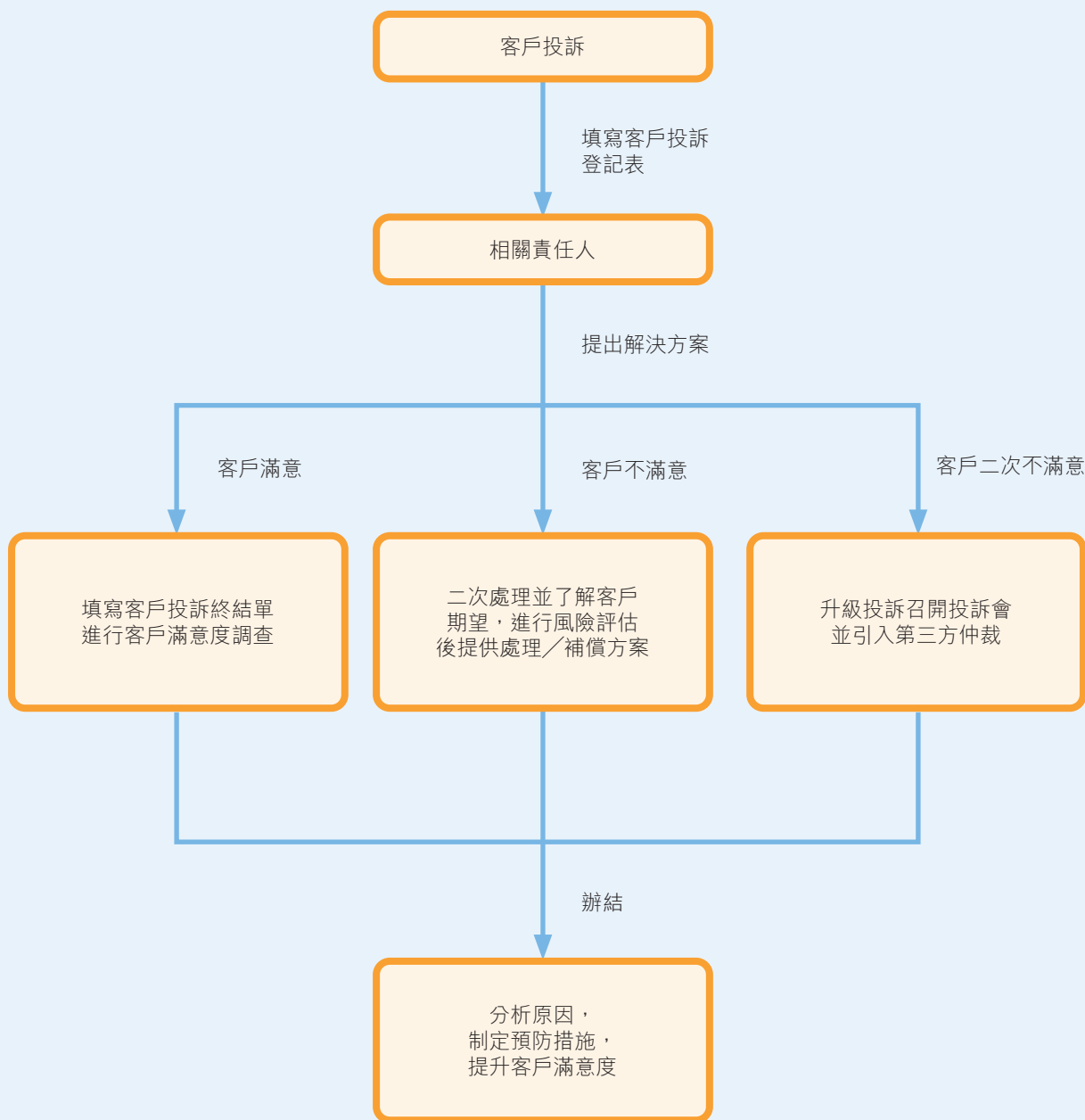
廣匯寶信客戶投訴管理體系



在傳統的熱線、郵件、意見箱、售後回訪、現場投訴等基本溝通渠道的基礎上，我們不斷在網絡上拓展客戶的溝通反饋渠道，開設了集團官網、匯養車APP、微信社群和各大涉車宣銷平台等渠道，靈活度更高，覆蓋度更廣，有助於我們更高效的解決客戶問題，樹立負責任的企業形象。

一旦接到客戶的問題和意見，我們會在第一時間查實，並分析事件產生原因，彌補管理不足，並定期輔以內部考核，提升管理時效性和有效性保證客訴處理的及時性和有效性。

報告期內，廣匯寶信接到2起關於產品及服務的客戶投訴，但通過後續及時處理，以及有效溝通，都已妥善解決，並得到客戶滿意反饋。



廣匯實信處理客戶投訴流程

### 客戶滿意度調查

客戶滿意度是評價本集團產品和服務質量的關鍵指標，廣匯寶信高度重視客戶對產品及服務的意見反饋，要求各門店制定客戶滿意度管理目標，並將其與內部績效考核相關聯，從而加強員工對客戶服務質量的重視程度。我們安排各部門經理作為客戶滿意度管理的直接負責人，在制定計劃、指導監督門店等方面起著關鍵作用。



廣匯寶信客戶滿意度管理流程

為了進一步提升客戶滿意度，我們採用電話回訪、問卷調查、專業滿意度問卷調查等方式向客戶收集服務過程中的不足之處，對服務中存在的問題與潛在風險進行全方位瞭解與分析，直面服務流程中的痛點並制定相應的解決方案，在後續服務中加以改善，通過優化服務流程、提升服務人員的專業技能和素質，確保服務的持續升級。報告期內，廣匯寶信客戶滿意度結果達到98分，未來我們會繼續以高滿意度為服務目標，致力於讓每一位客戶滿意我們的產品與服務，用心服務每位客戶。

## 2.3 客戶關懷

本集團重點提升客戶體驗，通過客戶分級管理與相應個性化服務加強客戶關懷，提升客戶黏性，有效擴大客戶基盤。我們認為客戶關懷應貫穿客戶購車、用車及增換購的全生命週期，除了基本的業務提醒，如續保、年審、質保、延保、促銷活動等，廣匯寶信各經銷門店還會根據客戶需求舉行多元化活動，例如愛車講堂、戶外露營、節慶活動等。

## 多元化活動

寧夏奧立生門店開展奧迪用戶月客戶關懷維繫活動，邀請購車客戶免費加入奧迪車主會員俱樂部，享受奧迪車主權益，使客戶獲得與奧迪車友之間溝通的平台，並通過各類車主活動，加深與門店服務人員面對面的交流機會，深刻體驗奧迪品牌及寧夏奧立升的優質服務。





#### 微信群送溫暖

我們定期在節假日、天氣惡劣情況、季節用車小知識在企業微信客戶群裡為客戶發送祝福語，關懷提示語以及用車小知識，提升客戶愛車養車及安全行駛意識，並在特殊節日或客戶生日時送上溫馨的祝福和優惠活動，讓客戶感受細緻入微的溫暖，增強客戶對品牌的好感、信任及歸屬感，更為廣匯寶信贏得了良好的口碑和更多的商機。

### 愛車講堂

我們不僅僅關注已購車的老客戶，還歡迎所有到店潛在客戶和成交客戶參加每月開展的愛車講堂和相關關愛活動，向客戶講解愛車保養知識和技巧，用我們對愛車養護的專業見解與真誠熱情的服務態度不斷提升客戶滿意度。







## 救援服務

當客戶遇到暴風雨、車輛行駛故障、車輛被困等突發情況，廣匯寶信旗下門店為廣大車主提供救援服務。當客戶撥打救援電話，我們會派出門店事故接待員、機電技師等專業技術人員立即前往，將受災車輛拖回店面，進行後續的維修及保養工作。廣匯寶信始終堅持「在客戶需要的時候必須第一時間趕到」的信念，贏得了廣大客戶的一致好評。



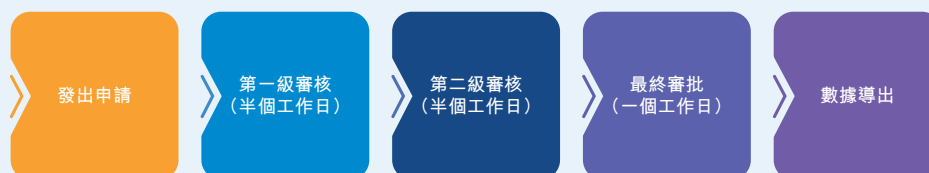
## 2.4 隱私保護

本集團尊重且注重保護客戶隱私，我們嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規，制定並實施了《客戶管理系統客戶信息保密安全管理通知》等隱私保護制度，不斷健全信息安全和隱私保護管理體系，加強客戶信息接觸的內部管理，對客戶信息設置調取權限，切實保障客戶信息安全。對於在職人員，我們要求所有數據相關崗位關鍵人員簽訂《崗位保密協議》以防止隱私數據洩露，加強數據安全管理。當該崗位人員離職時，為確保數據安全，我們會對該員工離職前的數據操作痕跡進行嚴格核查。

針對客戶個人信息的數據導出操作，我們規定了嚴密的申請及審核流程，對數據的獲取用途及合理性進行重點核查及逐級審批，通過全部審核後，申請人方可導出數據。此外，基於辦公室自動化(Office Automation)系統，我們可以對所有被導出的信息進行監控及追溯，嚴防異常操作。

報告期內，本集團未發生客戶信息及隱私泄露事件。

集團旗下一汽豐田事業部和奧迪事業部為保證客戶檔案的完整、準確及保護客戶信息與商業秘密，印發了《顧客信息管理規範》，其中規定了客戶檔案管理職責、審批制度和違規翻閱客戶信息的懲罰措施，有效落實了信息保密制度。



客戶數據導出流程

本集團對內積極開展信息安全培訓，以提高全體員工的信息安全意識。2023年6月，本集團組織員工集中開展信息安全培訓，重點介紹信息安全對公司的影響以及相應的管理方式。集團所有的非生產環境資料都採用脫敏的方式進行處理，員工必須通過公司的網路環境訪問內部資料並執行相關的系統操作。

針對IT部門，本集團積極組織網路安全環境專項培訓。2023年9月，本集團組織全體IT人員進行了包含存取控制制度和程式在內的網路安全環境相關培訓。這次培訓旨在提高公司全體IT人員網路安全意識，強化存取控制制度的執行和程式的規範化管理，從而確保公司網路環境的安全和穩定運行。

同時，我們也要求供應商尊重本集團信息安全與客戶隱私保護相關制度，不得以非法途徑或不符合商業道德的方式從本集團獲取客戶信息。

## 2.5 知識產權保護

廣匯寶信營運過程中不涉及自行生產、研發產品，因此集團知識產權保護的重點在於與品牌方合作。我們嚴格遵守《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，不侵害、挪用或以其他方式侵犯第三方廠商有效及可強制執行的知識產權，在日常經營、銷售、提供維修服務等業務中，集團對所有品牌車輛及車輛保養、維修所使用的產品嚴格把控，只使用受品牌認證的產品，抵制任何假冒偽劣及不受認證的產品，對合作夥伴負責、對客戶負責。

集團重視知識產權保護，並將尊重智慧、支持正版的理念融入日常營運。集團鼓勵員工積極主動保護知識產權，在日常培訓中學習品牌方的操作規範、產品細節、品牌內核，並將所學用於銷售活動中，提升客戶對品牌的信任度、好感度及忠誠度。

報告期內，無任何重大知識產權侵權對集團的業務產生或可能產生重大不利影響，集團已在所有重大方面遵守所有適用知識產權法律及法規。

### 3. 廣納賢良，匯聚天下英才

廣匯寶信注重員工的發展與培養，始終秉持著「以人為本」的人才理念，重視每一位員工的合法權益。我們在保障員工健康安全的基礎上，致力於打造公正、平等、和諧、包容的工作環境，並不斷完善薪酬福利體系及培訓機制，激發員工的積極性與創造性，同時持續豐富創新員工溝通渠道，提高員工幸福感及歸屬感，共同實現廣匯寶信的可持續發展。

#### 3.1 員工僱傭

本集團堅持以公平、公正的原則選拔人才，堅持合法僱傭、平等對待，確保員工的合法權益得到保障。同時，我們感恩於每一位員工的辛勤付出，將以豐富完善的薪酬福利體系，全方位滿足員工的各項需求，以提升員工的幸福感和積極性。

##### 員工權益

我們嚴格遵守營運所在地的法律法規及適用條例，包括《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國婦女權益保障法》以及國務院制定的《禁止使用童工規定》等有關法律法規，同時制定了《員工手冊》等公司內部的規章制度，堅持以公平、公正的原則任用人才，尊重並平等對待每一位員工，不因性別、年齡、民族、宗教信仰及種族等差異而區別對待，確保員工的合法權益得到保障。

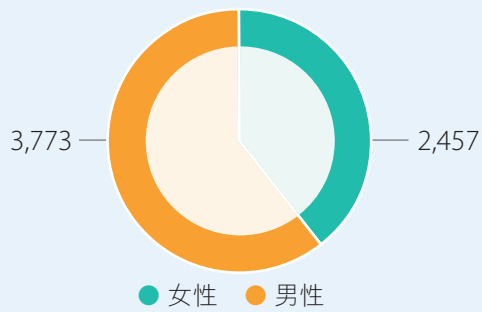
本集團嚴禁僱傭童工和強迫勞工，並通過設置專員進行嚴格的入職檢查來確保合規僱傭。員工個人隱私信息始終受到我們的嚴格保護，避免員工遭遇任何不當行為，多方位保障員工各項基本權益。

如集團發現存在僱用童工的情況，我們將即時將其帶離工作場所，立即終止僱傭關係，妥善安置，並及時與其監護人取得聯繫。我們將回顧招聘流程，檢討勞工常規，以識別漏洞和採取相應的應對行動，避免類似情況再次發生。

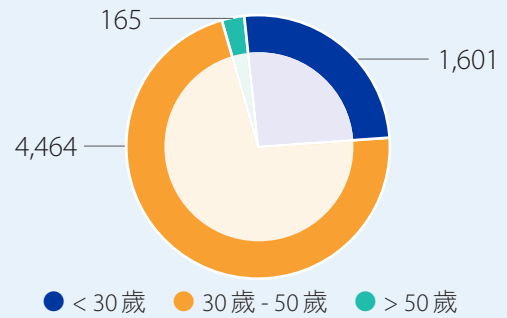
本集團嚴格遵守法定工作時間及法定節假日等相關要求，秉持著對員工負責、促進員工身心健康發展的原則，依法規定員工工作時間，尊重員工的意願，合理安排工作，確保員工有足夠的休息時間的同時避免出現強制勞工的情況。

截止至2023年12月31日，本集團共有全職員工6,230名。按性別、僱傭類型、年齡及地區劃分的員工情況如下：

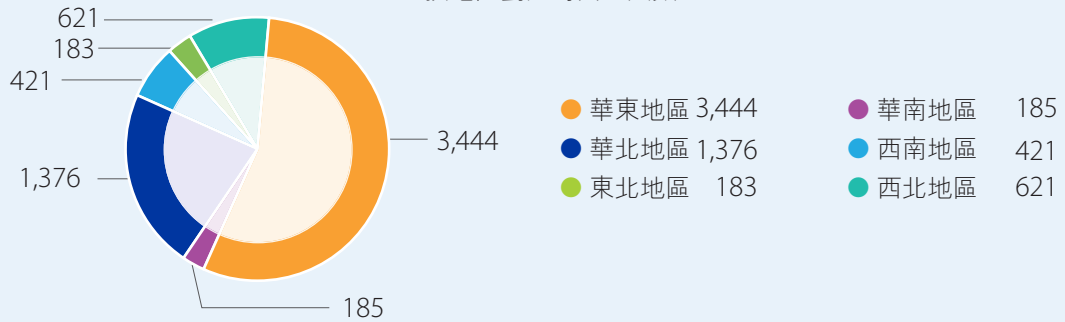
按性別劃分的員工人數



按年齡劃分的員工人數



按地區劃分的員工人數



集團旗下各店面結合員工民主管理方法，以一對一的形式與員工悉心交流，溝通員工對自身工作及上級管理的真實想法和建議，瞭解員工心理狀態，傾聽員工心聲，以及時發現管理制度運行中的不足，並對有需要的員工進行思想及行為輔導，提升員工歸屬感及團隊凝聚力。同時，我們成立工會委員會，堅持貫徹為員工服務的宗旨，積極組織員工關愛活動，多傾聽基層員工意見，並把員工意見及時進行回饋落實。我們還定期組織員工代表對公司現狀進行了民主調研，進行不記名意見建議徵集，彙集員工的想法，針對提出問題及時整改。

### 薪資福利

報告期內，我們進一步完善薪酬結構、豐富福利支持，為員工提供更具競爭力的薪酬待遇和多方面的福利保障，重視每一位員工的辛勤付出並給予回饋。同時我們構建了科學的薪酬體系，提高員工績效與激勵之間的關聯性，並在此基礎上完善雙向薪酬調整機制，包括轉正調薪、任職調薪、特別調薪、全面調薪四種薪酬調整方法，全方面調動員工積極性。

員工股權激勵是完善公司薪酬激勵體系的重要工具之一，可將員工與公司利益長期捆綁，積極調動員工主動為公司創造更大價值，並通過資本市場兌付權益類回報。未來，公司將進一步建立健全公司長效激勵機制，充分調動公司管理層及核心骨幹員工的積極性，吸引和留住優秀人才，為公司戰略轉型及穩定發展提供可持續保障。



此外，我們還以法定福利五險一金和節假日調休為基礎，根據各地區的福利狀況及員工的相關需求，額外提供激勵性的福利待遇及補貼組合，包括假日福利、交通和通訊補貼、年度免費體檢等。我們始終關注著員工的各項需求，進一步保障福利體系的多元化與人性化，增強員工對本集團的認同感與歸屬感。



#### 廣匯寶信員工福利體系

關愛員工，凝心聚力共謀發展，本集團以「健康生活、快樂工作」為文化理念，為了豐富員工的精神文化生活，提升員工的獲得感、幸福感和安全感，我們積極推動各分區、店面組織開展了形式多樣的文化活動。集團於春節、端午、中秋、三八婦女節、兒童節等佳節之際，特別關注員工的情感需求，為員工送去溫暖與關懷，讓他們在繁忙的工作之余能夠發揮所長、展現風采，集團精心策劃了一系列豐富多彩的慶祝活動，營造歡樂祥和的節日氛圍。這些活動不僅讓員工們感受到了節日的溫暖，也增強了團隊之間的凝聚力和向心力，提升了員工的歸屬感和榮譽感。

集團旗下奧迪事業部組織開展「兒童節·伴我成長」為主題的「六一」兒童節禮物發放活動，讓員工的孩子們在歡樂的節日裡不僅擁有父母的愛，更有廣匯寶信的愛心禮物陪伴。廣匯寶信殷切的希望每一家的寶貝，六一兒童節快樂，願孩子們童心永駐、開心快樂、健康成長。



集團旗下寶馬事業部為員工準備中秋節慶禮品，感謝各位員工的辛勤付出，傳遞集團人文關懷，體現廣匯寶信大家庭的團圓溫暖，提升員工幸福感，並表達「願公司乘風破浪向闊海、行穩致遠更輝煌」的美好願景。



通過開展文化活動，我們有效激發員工工作熱情，保障員工身心健康，增強企業凝聚力。員工們在活動中展現出積極向上的精神風貌，為企業發展注入新的活力。我們堅信，在未來的日子裡，我們的團隊將更加團結、更加奮進，共同創造更加輝煌的成績。

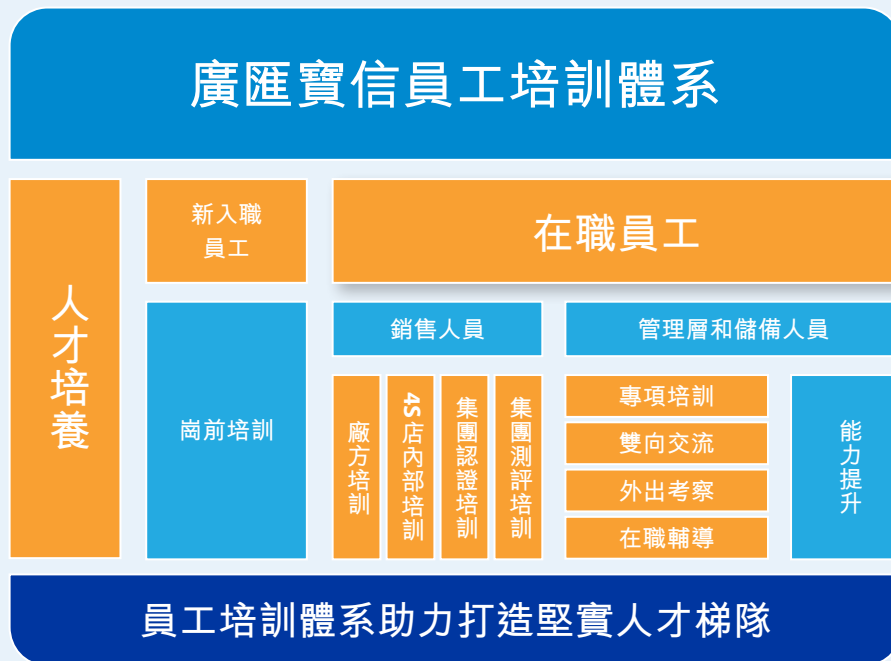


### 3.2 人才發展

員工是企業的寶貴財富，也是企業實現可持續發展、創新驅動的重要保障。我們始終重視員工的個人職業發展，通過完善的人才培訓機制、健全的晉升體系幫助員工提升專業素養與職業技能，鼓勵並引導員工實現職業夢想，實現組織與個人的互相成就，不斷壯大與穩固人才隊伍。

#### 員工培訓

完善的員工培訓體系是助力員工成長、企業發展的有效推手。為打造堅實的人才梯隊，提高員工的職業能力與專業素養，我們積極完善培訓機制，努力踐行全員培訓、全階段培訓，並在培訓體系中嵌入線上線下雙渠道培訓模式，幫助員工實現軟硬能力的綜合性提升。同時，員工在培訓中的具體表現也將以積分形式納入考核評價體系之中，不斷改進培訓內容與考核形式。



廣匯寶信員工培訓體系

我們針對新入職員工、在職員工、管理層和儲備管理人員分別配置了不同的專屬培訓計劃，根據員工的實際工作經驗和崗位層級創新形成多樣的培訓形式，實現全階段賦能員工成長。針對新入職員工，我們設置了崗前培訓，以幫助新員工快速融入新環境為培訓側重點，向新員工介紹公司並講解崗位須知。針對在職員工，我們以業務能力提升為培訓目的，開設了包括廠方培訓、4S店內培訓、集團認證培訓和集團測評培訓等培訓內容的常規基礎培訓項目。針對本集團的管理層和儲備管理人員，我們以提升領導力和培養管理思維為培訓重點，為他們開辦了能力提升培訓項目。

在職業素養與專業能力之外，我們同樣注重員工的全面素質。報告期內，我們開展了面向全員的培訓項目，包含專業知識理論培訓、專業技能實踐培訓、團隊精神培訓等多個方面，幫助員工融入企業文化，增強員工對企業的認同感與歸屬感。



廣匯寶信員工培訓項目

### 「賦能創未來」中高級管理後備人才培訓

2023年為深入貫徹落實廣匯汽車人才梯隊建設決策部署，進一步提升後備幹部綜合素質，在經營班子的高度重視和大力支持下，廣匯寶信總部人力資源部牽頭組織從7月—11月期間，在成都培訓中心分別開展了L4、L3、L2，共計七期中高級管理後備人才培訓，來自各品牌事業部、總部職能部門及店面的388人參加了培訓。

培訓課程緊緊圍繞企業經營大局，以加強精細化管理為主旨，開闊管理視野、轉變工作方法為目標，同時，將黨建工作ABC作為融入經營、促進經營的基礎核心來設置。課程體系為「文化賦能」「經營創新」「安全及廉潔教育」三個模組，形式為「早課活動+正課學習+晚間研討」。

為了更好的滿足學員們的需求和期望，不斷改進和提升培訓效果，每期培訓結束後都會讓學員們無記名填寫《培訓滿意度問卷調查》，七期培訓的平均滿意度達到4.90分。



## 業務專項培訓

2023年各品牌店面銷售、售後兩大業務條線圍繞新車產品知識、銷售話術、金融業務、售後接待流程、維修技能培訓等專案展開一系列專項知識培訓，通過內訓師專業講解、員工實操演練的方式提升職工專業技能水準，為企業蓬勃發展助力賦能。



## 其他類培訓

2023年店面圍繞業務經營情況及安全環保管理工作制定出相關員工培訓計畫。

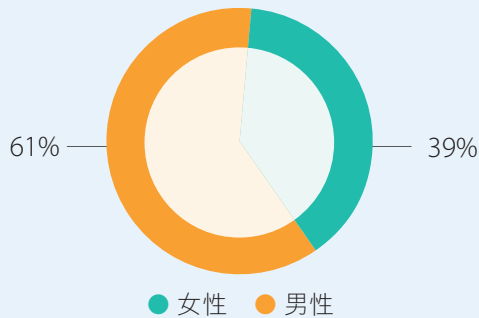
- 心理健康科普及職業病預防培訓：2023年店面還組織涉及鈹金、噴漆崗位的常規職業病知識講解，同時還邀請促健協會進行全體員工的心理健康科普宣講培訓，帶領大家學習了心理健康的常識，也普及了常見慢性病及傳染病的預防，通過培訓來提高單位職工的健康意識，改善亞健康，提高人體體質，減少社會醫療資源的浪費和無效使用，降低患病概率，促使社會和個人生活更加和諧，降低因病致貧，使單位和社會形成人人關愛生命、關愛健康的良好氛圍。

- 新員工培訓：各店面就新進入職員工進行了新員工培訓及企業文化的培訓，通過培訓的方式詳細給新員工介紹了廣彙集團發展史、公司組織結構框架、企業文化、規章制度、商務禮儀、薪酬福利及職業規劃晉升發展通道等。

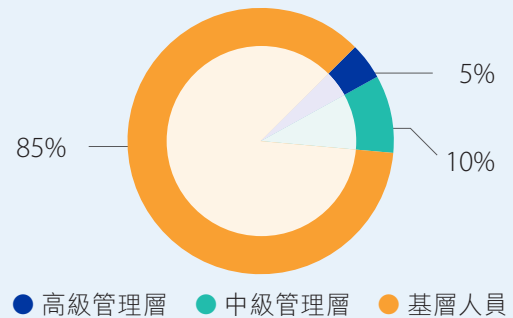


報告期內，本集團員工培訓總時長 323,137 小時，培訓覆蓋率 100%。員工受訓佔比及平均受訓時長情況如下：

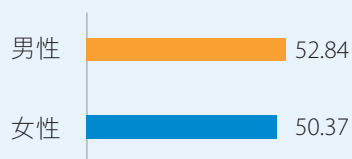
按性別劃分員工受訓佔比



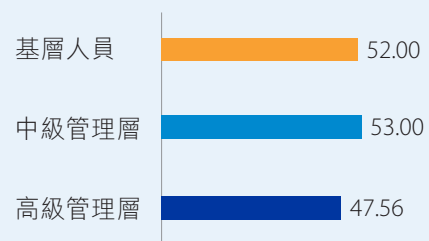
按僱員類別劃分員工受訓佔比



按性別劃分員工平均受訓時長(小時)



按僱員類別劃分的員工平均受訓時長(小時)





## 職業發展

我們設立了規範的管理體系以及公平且多樣化的晉升機制，同時制定《績效考核與能力評估管理制度》，對員工績效考核和晉升發展實現細化管理，定量指標與定性指標相結合，確保考核評價結果清晰透明、公平公正。

報告期內，我們始終秉持著雙向選擇、共同發展的原則，不斷完善崗位職能職責劃分以及崗位職級設立，同時促進各業務部門之間的交流與聯動，支持企業內部的人才流動，實現員工的多樣化發展，最終成長為企業需要的複合型人才。根據部門、崗位、職級的不同，我們採用了多維度、多層次的績效考核辦法，並結合員工培訓記錄和考評結果及其他綜合性因素，確保考核結果的真實性和有效性，以實現對於全體員工的發展激勵和人才保留。

### 3.3 安全健康

員工的安全與職業健康始終是企業的關注重點，「安全第一、預防為主」是我們一貫的管理方針與行動準則，集團堅持生產經營與安全環保兩手抓、兩手硬，把安全環保職業健康當做企業經營發展的一項基礎性工作，貫穿生產經營全過程。我們嚴格遵守《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》、《工作場所職業衛生監督管理規定》以及《職業健康檢查管理辦法》等法律法規，並通過制定實施《職業病預防措施管理辦法》、《勞工保護用品管理規定》、《安全管理制度》等內部制度，嚴格執行員工安全管理舉措，切實提高安全管理水平，引導每一位員工參與到安全宣傳、安全培訓及安全防範的工作中，共建安全防護網。



安全生產管理責任體系



集團持續深化安全文化建設，始終將員工的健康安全置於首位，採取一系列重要舉措來全方位保障員工的安全，包括：定期開展安全教育與培訓，強化員工的安全意識與技能；加強安全監督檢查，及時發現並消除潛在的安全隱患；嚴格管理危險作業，確保作業過程安全可控；規範安全事故報告流程，及時妥善處理事故，防止事故擴大化；完善應急救援與救護機制，確保在緊急情況下能夠迅速回應，最大限度地減少損失。通過這些舉措的實施，我們不斷提升安全生產管理水準，為員工創造了一個更加安全、健康的工作環境，也為公司的可持續發展奠定了堅實的基礎。

同時，我們建立了職責明確、職能清晰的安全生產管理責任體系，明確了安全生產的第一負責人、主要負責人與直接負責人，確保了權責歸屬清晰、責任落實到人。全面的體系構建使得我們在安全生產管理上能夠依法合規、有序高效地進行，為公司的穩定發展提供了堅實的安全保障。

安全建設，意識先行。針對身處不同階段、不同崗位的員工，我們廣泛開展各類針對性強、實用性高的安全培訓及宣傳活動，努力提高員工的安全防範意識，幫助員工增強自我保護能力。報告期內，我們開展了安全月、消防月等安全培訓及宣傳活動，同時將員工安全培訓考核成績作為幹部任用、職務晉升的重要參考指標，實現安全管理工作常態化開展。

於過去三年及本報告期內，本集團未發生因工亡故、因工受傷事件，本集團因工損失工作日數0天。

#### 入職員工

- 安全生產法律法規
- 安全操作規程
- 應急預案
- 消防知識、消防器材使用方案

#### 在職員工

- 安全管理規章制度、崗位潛在危害
- 崗位安全操作規程
- 職業衛生

#### 特種作業 員工

- 特種設備、電工、電焊、油漆、  
機動車駕駛等專業人員
- 培訓合格後持証上崗

#### 安全培訓教育側重點

## 安全生產培訓

2023年，集團回應習近平總書記關於安全生產的會議精神，把安全生產放在首位，要求全員加強安全防範工作，提高安全意識。因此各品牌事業部按照年初培訓計畫的設定，以時間節點推進各期間安全培訓教育工作。

本集團每年設定安全生產月，各店面均會組織全員學習安全生產的內容，通過舉辦安全知識課堂、安全教育培訓等活動，提高員工的安全意識和技能，增強他們對安全的重視和責任感，還組織安全檢查組對各個部門的生產設施、工作環境等進行全面檢查，及時發現和處理存在的安全隱患。同時組織緊急演練活動，提高員工應急處理能力，增強他們在緊急情況下的應對能力等，可以有效提高員工的安全意識和技能，促進企業的安全管理工作，實現安全生產的目標。



我們嚴格落實了各項安全管理制度，並切實採取了相關安全管理舉措來保障員工的健康安全，包括定期組織員工體檢、建立職業健康檔案、提供勞動保護用具、控制勞動強度及時間等，做好日常監督與檢查，營造安全健康的文化氛圍。

### 勞動保護用具

- 按照勞動保護有關規定向員工發放勞動保護用品，定期監督檢查員工的正確使用情況，保障員工健康安全

### 勞動強度

- 根據工作、崗位和個人能力安排員工適當的工作崗位，嚴格控制勞動強度，同時關注員工的個人需求進行調崗、轉崗等

### 勞動時間

- 員工因工作需要加班時，確保工作環境安全，密切關注員工工作狀態，防止員工過度疲勞，嚴謹過勞加班，及時發放加班工資

### 特殊環境保護

- 作業人員要佩戴防塵、減輕噪音要求的勞保用品
- 調整工作時間，避開高溫時間段；對從事高溫作業的人員發放防暑降溫藥品

## 職業健康保障舉措

安全生產的風險識別與隱患排查是我們始終高度關注的重點工作，通過主動開展危險源識別、風險評估及風險控制有效減少和消除職業危害因素，進一步明確了職業健康安全危險源辨識、風險評價、控制措施制定流程，實現安全風險早發現、早處理、全解決的處置原則。報告期內，我們開展了安全隱患排查與安全監督檢查活動，針對風險點開展專項檢查、評估及處置，全面落實安全生產保障。

### 安全隱患排查

- 開展季度綜合性安全排查
- 成立安全隱患排查整治專項基金
- 節假日前開展安全隱患排查
- 安全事故隱患報告至主管領導／綜合辦公室
- 季節性檢查：雨季防雷暴、夏季防高溫、防汛，冬季防火、防凍等

### 安全監督檢查

- 嚴格執行內部安全監督制度
- 每週開展店面例行安全檢查，每月進行月度安全生產檢查，檢查結果及整改進度均需上報總部安委辦。

## 廣匯實信安全生產相關管理舉措

依據國家安全評估規範以及《生產經營單位生產安全事故應急預案編製導則》(GB/T 29639-2020)的規定，我們制定了一系列應急救援與處理預案，並建立完善相關處理流程和負責團隊，以確保高效、及時、妥善地處理突發狀況，始終竭力保障員工的生命健康。

### 門店安全維護

本集團部分門店會受到大雪的侵擾，車輛進出店面困難重重。為了保護客戶與門店員工的安全出入，維護門店安全與整潔，給予員工和客戶尊重與關懷，我們積極掃雪除冰，排除安全隱患。





### 3.4 心系員工

人文關懷使我們更添溫度。報告期內，我們不斷完善同員工的雙向溝通渠道，增進管理層同員工的交流互動，深入了解員工的核心訴求及意見。同時，我們通過多樣化的人文關懷活動豐富員工的工作生活，拓寬員工參與身心健康活動的渠道，幫助員工疏解工作壓力，打造和諧團結的辦公環境。

#### 員工溝通

廣匯寶信始終關注員工的權益訴求，並從溝通主體、溝通渠道、溝通方式上不斷完善溝通交流體系。通過線上、線下相結合的形式，我們設立形式多樣的溝通渠道，同時將更多的相關部門、責任主體納入進來，鼓勵員工積極提出意見及建議。對於員工所反饋的問題，我們會及時反饋並提供具體的解決措施，盡可能滿足員工的合理預期，實現溝通交流的閉環處理。

#### 員工關懷

我們以愛為本，為員工傳遞溫暖。報告期內，我們開展包括企業節系列活動、運動會、崗位練兵、技能大賽等文體活動，幫助員工培養興趣愛好、樹立健康理念、增進企業內部交流，創造了更為和諧、健康的職場環境，增強員工的歸屬感。

#### 趣味運動會

各品牌事業部及各區域店面結合各自情況，舉辦多種類型活動，來提升員工凝聚力。





### 崗位練兵、技能大賽

各品牌事業部及各區域店面針對售後維修等難點，加大各崗位培訓及練兵。

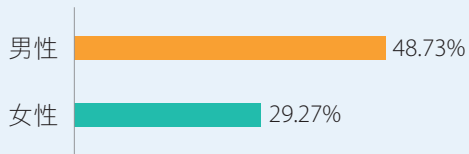


### 員工流失

我們始終深度關注人才保育工作，致力於將廣大的優秀員工凝聚在廣匯寶信這個大家庭之下，共建多元匯聚的企業人才體系。我們尊重員工未來職業選擇，與流失員工開展深入訪談，了解員工的真實意願與寶貴意見，改進反饋意見項，營造溫暖和睦的企業氛圍。

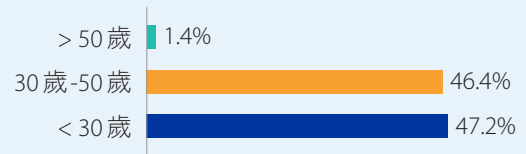
報告期內，廣匯寶信員工流失率為 30.98%，按性別、年齡及地區劃分的員工流失率情況如下：

按性別劃分的員工人數



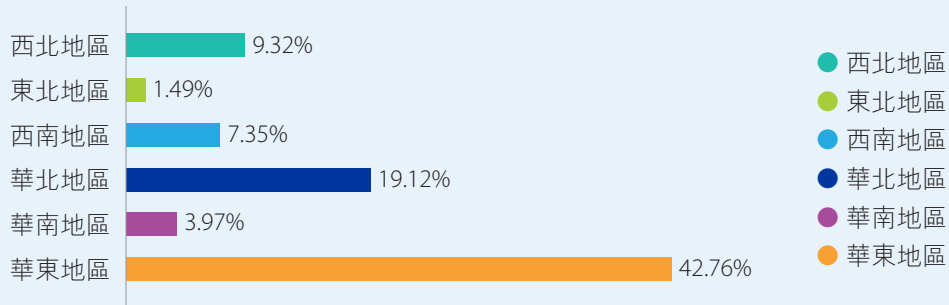
● 女性 ● 男性

按年齡劃分的員工人數



● < 30 歲 ● 30 歲 - 50 歲 ● > 50 歲

按地區劃分的員工人數



● 西北地區  
● 東北地區  
● 西南地區  
● 華北地區  
● 華南地區  
● 華東地區

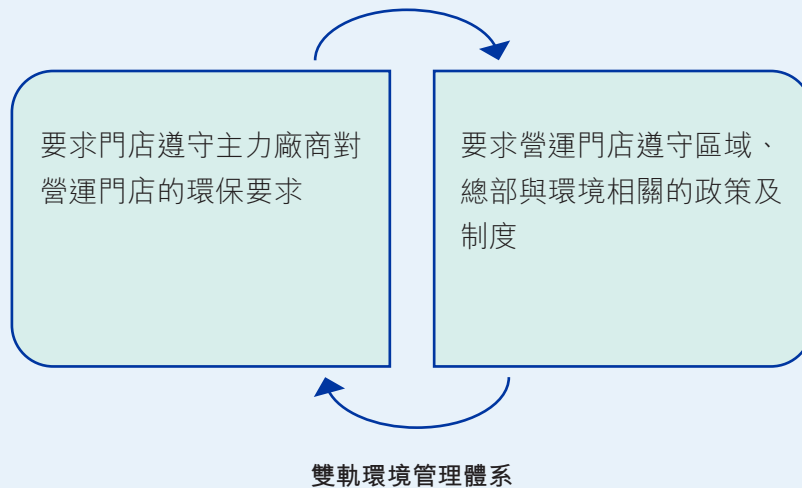
## 4. 綠色營運，助力低碳未來

廣匯寶信始終堅持走「清潔、高效、減排」的綠色發展道路，充分結合自身業務特點，從環境管理、應對氣候變化、排放管理等維度，響應國家建設生態文明的綠色戰略方針，並將綠色可持續發展理念融入公司營運的每一個環節，共同實現企業與環境的和諧共存。

### 4.1 環境管理





廣匯寶信認為環境管理是可持續發展的根本，並依據《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，不定期更新維護相關內部政策。隨著社會和持份者的環境管理觀念日漸深化，環保戰略不斷發展，我們圍繞業務特點，於公司總部、各區域、各店面均成立安全生產委員會，負責組織實施環境保護相關工作，規範環保管理要求，成功實現對環境管理的提質增效。

雙軌環境管理體系作為廣匯寶信環境管理工作的重要環節，為集團的環境管理工作提供方向和標準。在規範的體系制度下，我們嚴格遵守制度要求，保證環保工作有序可靠運行。與此同時，我們以年度為單位與各品牌事業部、各區域店面分別簽訂安全環保目標責任書，明確環保責任；以月度為單位開展安全環保專項檢查，及時整改各類問題隱患，最大程度降低營運對環境所造成的影響。2023年，廣匯寶信已有多家門店通過ISO 14001環境管理體系認證，有效提升能源及自然資源綜合利用水平。



為進一步提升員工的節能低碳環保意識，弘揚低碳節能理念，廣匯寶信定期開展以環境保護、綠色辦公、低碳生活為主題的宣導活動，並鼓勵全體員工積極參與。針對環境相關崗位員工，我們設置專項培訓，為員工的危廢管理工作流程提供標準化培訓，從源頭出發，有效提升集團的環境管理能力。

本集團針對環境管理設定以下目標，務求全方位落實環境管理，確保綠色營運。

	<b>溫室氣體排放</b>	通過提升能源效益和引進節能措施，減少溫室氣體排放。	進行中
	<b>廢棄物管理</b>	通過實施重用、回收、減少3R原則，盡量減少廢棄物產生，避免不必要的消耗。	進行中
	<b>能源耗用</b>	通過實施節能措施，減少能源消耗。	進行中
	<b>水資源耗用</b>	通過實施節水措施，提升用水效能。	進行中

## 4.2 應對氣候變化

廣匯寶信深入貫徹「碳達峰、碳中和」的戰略部署，參考TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 氣候相關財務披露工作小組) 建議，從技術、市場、聲譽等多個維度開展氣候變化風險的識別與評估行動，識別機遇，強化管理，完成應對舉措。

風險類型		對企業的影響	應對舉措
實體風險	急性風險	颱風、高溫等極端天氣氣候突發導致的供應鏈斷供風險等	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期開展應急演練，提升應對能力</li> <li>時刻關注極端天氣預警，強化相應的應急預案舉措</li> </ul>
	慢性風險	因氣溫與降雨量的變化對營運門店產生影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>將地理位置所面臨的慢性風險納入選址考量，為可能出現強降雨地區的營運門店提供特殊保護舉措</li> </ul>
過渡風險	政策與法規	節能減排相關政策日益嚴格，若未能滿足監管要求，集團將面臨處罰等合規風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>時刻關注相關監管法律法規，主動識別違規風險並採取相應舉措</li> <li>提升集團環境管理能力，完善內部管理制度</li> <li>優化完善環境數據的檢測和管理，降低違規風險</li> </ul>
		持份者期望提升公司信息披露的透明性，並對排放量等提出嚴格要求	
		行業監管要求及標準不斷革新，對公司的應變能力要求不斷提升	
	技術	雙碳背景下的減排技術面臨著更大的成本投入	<ul style="list-style-type: none"> <li>優化投前風險評估工作，制定對應的風險分級評估系統，預防潛在投資風險</li> <li>通過成本效益分析降低風險</li> </ul>
		投資新技術，有增加企業開支的風險	
	市場	客戶對低碳產品的銷售需求增加，市場及客戶低碳產品的需求增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>及時關注市場變化及行業動向，敏銳捕捉市場對於低碳產品的需求信號</li> <li>提升供應商的風險應對能力，鼓勵供應商探索新能源動力汽車的研發與生產並建立合作機制</li> </ul>
採購成本上漲			
聲譽	客戶及市場關注企業可持續發展的表現，不良聲譽將對企業造成影響容易忽視由此導致的聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>主動識別客戶偏好，深入了解消費者需求，根據監管要求調整營運銷售計劃</li> <li>提升與持份者的溝通頻率，提高可持續發展與氣候變化相關信息披露的透明度，豐富企業的對外傳播渠道</li> </ul>	
	持份者關注企業負面消息，不良聲譽將對企業造成影響，導致潛在客戶流失		

廣匯寶信重視氣候變化所帶來的風險和機遇，為完善風險預防工作，我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，並結合集團內部情況制定節能降耗相關管理制度，以制度推動氣候變化應對工作，規範能源與資源使用等行為。本集團同時制定追責機制，對違反環境保護相關法律法規及內部制度的行為，一經查實，將嚴肅追究相關人員責任，並採取相應舉措進行處罰。

### 4.3 資源管理

廣匯寶信通過已成立的節能減排工作領導小組，全方位、多角度的對全集團層面的節能減排工作進行管理。為保障節能降耗工作的穩步進行，我們已制定獎懲機制，對於環境保護工作的優秀員工，予以公開表揚和物質獎勵，反之，則予以嚴厲批評並追究其責任。



#### 管理能源消耗數據：

收集、監督水電等其他資源和能源的使用和消耗的數據，並進一步分析研究，在保障環境數據完整性、準確性的同時，為集團的節能減排工作提供量化數據參考。



#### 制定節能降耗目標：

結合資源使用情況和目標達成情況，制定或更新相關節能降耗目標，並採取合理舉措促進目標達成。

#### 節能減排工作領導小組職能

2023年，我們採取制定一系列節能降耗舉措，圍繞環保意識宣傳、綠色辦公、資源節約三個維度，落實廣匯寶信的綠色發展理念。

- 環保意識宣傳：我們通過張貼宣傳標識、組織開展環境保護相關培訓，大力宣導環保意識，增強全體員工的環保意識和環保責任感。
- 綠色辦公：圍繞辦公環節，我們提倡員工推行電子化辦公，盡可能重複使用或雙面使用紙張，減少用紙量；鼓勵採購綠色辦公產品，推廣綠色低碳理念。
- 能源節約：在日常營運過程中，我們通過減少照明時間、控制用電設備使用時間、分區管理、下班關閉電器等舉措節約電能；通過提醒員工節約用水、飲用水不作他用、安裝具有節水標籤的設備等舉措有效節省水資源。

2023年，本集團綜合能耗為6,401.03噸標準煤，較2022年上漲5.28%；每百萬元收入綜合能耗為0.20噸標準煤，較2022年上漲5.59%。資源使用具體情況如下：

	單位	2021年	2022年	2023年
汽油使用量	升	1,042,949	937,184	919,197
汽油使用密度	升／萬元收入	0.28	0.30	0.29
耗電量	千瓦時	54,481,747	41,334,742	44,104,673
耗電密度	千瓦時／萬元收入	14.50	13.04	13.82
直接能源消耗總量	噸標準煤	1,112.58	999.75	980.57
間接能源消耗總量	噸標準煤	6,695.81	5,080.04	5,420.46
綜合能源消耗總量	噸標準煤	7,808.39	6,079.79	6,401.03
綜合能源消耗密度	噸標準煤／萬元收入	0.21	0.19	0.20
耗水量	噸	470,524	423,462	452,790
耗水密度	噸／萬元收入	0.13	0.13	0.14

2023年，本集團的溫室氣體排放情況如下：

溫室氣體排放	單位	2021年	2022年	2023年
溫室氣體排放範圍一	噸二氧化碳當量	2,300.60	2,211.75	2,169.31
溫室氣體排放範圍二	噸二氧化碳當量	41,383.00	23,573.20	25,152.89
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	43,683.60	25,784.96	27,322.20
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／萬元收入	11.60	8.13	8.56



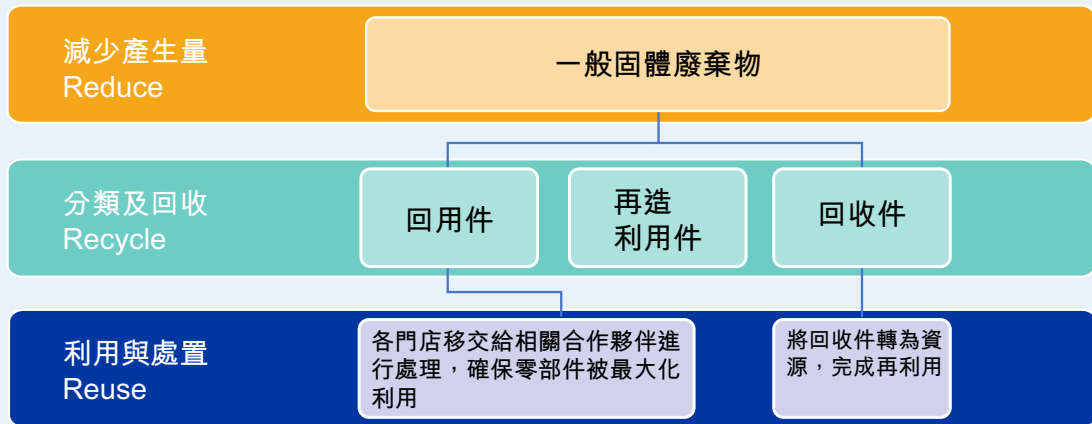
## 4.4 排放管理

廣匯寶信依託於《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《污水綜合排放標準》等排放相關的法律法規，嚴格遵守營運所在地市政府要求，對排放物相關工作進行有序管理。

### 廢棄物管理

廣匯寶信將廢棄物處置工作視為綠色營運中重要一環，其中廢棄物主要來源為汽車維護過程中產生的廢舊零部件、廢機油等廢棄物，以及生活、辦公過程中產生的生活廢水及廢棄物。我們採用分類處理、針對處置的方式，最大程度降低環境影響。

我們通過內部的標準化處理流程，全方位保障一般固體廢棄物在分類、堆放、處置、回收等各個環節的合規，並結合 3R 原則（減少 Reduce，回收 Recycle，再利用 Reuse），全面提升廢棄物管理水平，促進廢棄物管理的規範化、科學化。



一般固體廢棄物分類處理過程及 3R 原則對應環節

關於有害廢棄物，我們依據《危險廢物貯存污染控制標準》、《危險廢物收集貯存運輸技術規範》等相關危廢要求，嚴格把控危廢在收集、存放及外運處置等各個環節的處理情況，並通過張貼廢棄物標識等舉措，提升員工危廢管理意識，提高危廢處理效率。

## 收集

為各營運門店配置專業的廢棄機油回收設備。

- 通過廢棄機油回收設備對已經廢棄的油脂進行回收，還可二次提煉出低端的潤滑油，在充分利用資源的基礎上，避免因隨意排放造成的環境污染。

## 暫存

- 設置專門的儲存室進行暫存，以便後續處置；
- 將有害廢棄物放置在專用儲存室，避免安全隱患；
- 對可能殘留在牆面、地面、門口的油漬，安排專人定期清潔，保障危險廢物儲存桶、機油桶的託盤等被完全清理；
- 定期檢查儲存室的安全設備，例如消防沙數量和滅火器的有效性；
- 定期檢查儲存室內消防栓、滅火器等安全設備的數量、年限等；
- 定期檢查、擦拭儲存室外危險識別標誌，確保安全提示的清晰度。

## 外運處置

- 嚴格遵守《危險廢物轉移聯單管理辦法》，確保記錄在案；
- 將環保局發放的運輸證和處置資格證作為外運處置的機構的必須條件；
- 通過危廢物防治責任制度，使各區域部門和下屬門店對危廢物的處理和管理工作均可追溯到明確的負責人；遵守危廢物台賬管理制度，按時、如實完成記錄。

### 有害廢棄物處理流程及規範

關於無害廢棄物，我們積極宣導垃圾分類，對於廢紙、信封、活頁夾等辦公類可回收廢棄物進行回收再利用，提倡減少一次性餐具、一次性電池的使用等，培養員工的垃圾分類意識及環保意識。

報告期內，本集團不涉及製成品所用包裝材料的產生。

2023年，本集團的廢棄物排放情況如下：

	單位	2021年	2022年	2023年
生活垃圾	噸	2,016	1,890	1,744
生活垃圾排放密度	千克／萬元收入	0.50	0.60	0.50
危險廢棄物	噸	1,791	1,624	2,387
危險廢棄物排放密度	千克／萬元收入	0.50	0.50	0.75

附註：由於危險廢棄物排放量計算係數更新，本年度危險廢棄物排放量漲幅明顯。

### 廢氣管理

基於行業特性，廣匯寶信的廢氣主要來源於汽車燃料使用和維修工序，包括車身和零件打磨產生的微粒及噴漆工序散發出的揮發性有機廢氣等。我們採取針對性處理的方式，對不同類型的廢氣使用不同的處理手段。

2023年，我們開展多項舉措降低廢氣排放：

#### 揮發性有機廢氣

- 圍繞噴漆工序，對車間烤漆房進行改電工程，接入UV紫外光解廢氣處理裝置。

#### 汽車尾氣

- 定期維護和保養機動車輛，保證尾氣排放量符合排放標準。

#### 食堂油煙

- 定期清理和檢查油煙機，保證合規排放。

上述舉措為公司的綠色、可持續發展作出有效貢獻，最大程度降低廢氣排放對環境的影響。

2023年，本集團的廢氣排放情況如下：

	單位	2023年
氮氧化物	千克	9,958.11
硫氧化物	千克	13.51
懸浮顆粒	千克	954.18

### 廢水管理

廣匯實信嚴格遵守《污水綜合排放標準》等公司營運地行業標準進行廢水管理。本集團廢水主要由生活廢水及洗車廢水兩部分組成，我們通過雨污分流、分類收集、分質處理等方式對齊進行分類處置，改善生態環境。

我們致力於推進廢水的全方位管理，重點通過下列舉措改善廢水的利用管理：

#### 生活廢水

- 實行排放管理責任制，由相關負責人持續監控生活廢水排放情況，對廢水超標超額情況進行檢查，一旦發現異常情況，及時採取補救舉措。

#### 洗車廢水

- 通過設置洗車廢水過濾網和沉砂池，以保證各運營門店的廢水均在達標後排入市政污水管網。

#### 污水廠

- 高度關注本集團污水廠環保清潔工作，定期邀請具備環保資質的第三方公司對污水廠進行清掏、清運、防腐等工作。

## 5. 普惠發展，廣至價值共享

廣匯寶信深知合作共贏的社會關係是推動企業可持續發展源源不斷的動力，我們秉承與合作夥伴攜手共贏的合作理念，積極承擔建立合法合規供應鏈的責任，鼓勵供應商積極承擔社會責任。同時，我們主動投身公益事業，向善而為，逐光而行。

### 5.1 供方合作

廣匯寶信深知良好的合作夥伴關係可以增強雙方的能力，創造價值和促進質量管理。我們注重與供應商的溝通，致力於在相互信任的基礎上，與供應商共擔風險、共享利益，實現互惠互組。

廣匯寶信堅信供應鏈公正度、透明度是建立供應商、公司和客戶之間信任的最佳途徑，我們持續優化供應商管理流程，努力打造公平、陽光、可持續的供應鏈。為此，我們制定了《集採流程手冊》、《零配件採購業務管理手冊》等內部採購管理規範，對採購流程持續監督，以確保採購過程的集中化、規模化、系統化管理，實現資源合理配置。

根據公司各門店的經營情況，我們建立了多樣化的採購模式，設置集中採購、原廠採購與門店自採三種採購方式，最大程度地提高採購過程的靈活性與高效性，實現供應鏈的長期可持續。報告期內，廣匯寶信供應商主要各汽車品牌主機廠總計 15 家，均分佈在中國地區。



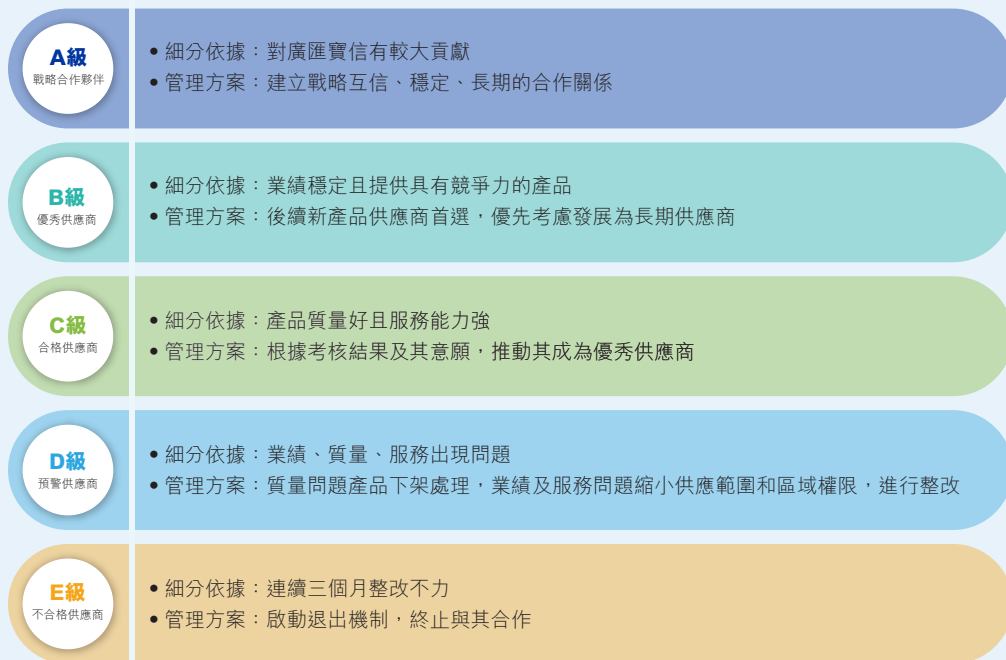
### 廣匯寶信採購模式

#### 供應商管理體系

廣匯寶信作為一家經營4S經銷店及供應售後等綜合性服務的乘用車零售服務提供商，深知供應商對我們的重要性。為確保本集團長期營運穩定，保證供應商合作的公平性與穩定性，我們建立了完善的供應商管理體系，對供應商准入及選擇、供應商考核及評估等管理環節制定了明確的標準和管理流程。

廣匯寶信建立了明確且嚴格的供應商准入制度及流程，秉承公平公正的原則，在供應商提交相關資質證明後，從商企業類型及規模、工商信用記錄、生產和技術資源等方面對待入庫供應商進行多維度考察，以確保其資質及產品質量能夠滿足我們的標準。為了最大程度地降低供應鏈風險，我們在供應商准入過程中設置了供應商試用機制，在試用期內經本集團的採購管理委員會審批合格的供應商，才能成為正式供應商。此外，我們將供應商的ESG表現納入我們的考察範圍，優先選擇通過ISO認證、節能減排達到政府標準等ESG表現較好的供應商，以保障我們有效防控供應鏈端ESG風險。

為了確定供應商是否能按照廣匯寶信的要求按時按質完成訂單，同時進行比較、發現、保留並鞏固優秀的供應商，淘汰績效較差的供應商，我們設立了完善的供應商考核機制以考核供應商的履約表現。我們將供應商的服務質量、產品質量、業務質量、售後響應、法規情況、質量管理體系認證、環境管理體系認證等因素作為考核指標，依據考評結果將供應商分為五個等級，對供應商做好分級分層管理，並建立有效的激勵機制。



### 供應商分級管理



### 供應商溝通和培訓

廣匯寶信充分認識與供應商之間交流和溝通的重要性，為此，我們建立了與供應商的溝通機制，以確保項目溝通保持嚴謹和信息同步，更好的推動與供應商合作的順利進行。我們致力於建設與供應商之間的常態化溝通，定期開展了供應商會議、組織定期約談並在官方渠道發佈相關信息，幫助供應商解決合作中的挑戰及問題。此外，我們也不斷加強對供應商的培訓工作，通過定期面向供應商開展各類培訓，向供應商分享安全文明、商業道德、環境保護等ESG方面相關知識。報告期內，我們共計開展了3場供應商培訓，幫助供應商及時了解行業及公司發展動態，促進企業與行業共同進步。

## 5.2 公益慈善

廣匯寶信堅持服務保障民生，堅持投身社會公益，致力於樹立有質量、有溫度、有擔當的品牌形象。我們始終把回饋社會、奉獻民眾作為企業的神聖責任。本集團心存感恩與大愛，積極參與公益、回饋社會，致力於展現廣匯的責任與擔當，本集團開展多項公益活動，用安心、貼心、暖心的服務理念助力品牌形象建設，積極履行社會責任。

### 無償獻血，傳遞愛心

集團旗下寧波寶信寶馬店面積極響應甬江街道的號召，組織了一場意義非凡的獻血活動。寧波寶信寶馬店面員工積極參與，踴躍獻血，成為融融春日裡的一道亮麗風景。此次活動不僅讓員工們深刻體會到了傳遞愛心、拯救生命的重要性，更展現了店面熱心公益、擔當奉獻的良好形象。



### 熱心助人

2023年10月的一天，集團旗下上海匯寶行店面外突發交通事故，一輛電瓶車違規變道撞到了正常騎行的一位老人，老人摔倒在地無法起身，而肇事者卻逃之夭夭。當時正值下班晚高峰，車流量較大。店面員工孫曉穎及王璽鈞發現後，立馬將老人扶起，攙扶到店內處理傷口，同時又將電瓶車推到安全地點停放妥當，細心地將老人放在車上的財物取下後，通知了老人家屬。店內大部分同事並不知道晚上發生的這一幕，直到11月初的一封信到來。簡單樸實的兩頁紙記錄了一位老人發自內心的感謝。員工也用實際行動詮釋著自身的社會責任感。



### 弘揚雷鋒精神，服務社區

2023年正值「向雷鋒同志學習」60週年，本集團旗下門店組織一系列「弘揚雷鋒精神，爭做時代新人」活動。

集團旗下新疆捷眾店面開展員工一起清掃院內衛生，幫忙送達快遞包裹等一系列志願服務活動，切身體行企業責任和擔當，用行動反哺社會，賦予雷鋒精神新時代的內涵。

集團旗下陝西佳豪店面組織員工將周邊電動車、自行車停放到指定位置，並在擦拭灰塵、進行消毒後擺放整齊。員工們還對周邊公交站臺進行清潔消毒，清掃周邊綠化帶，將周邊垃圾箱打掃乾淨，並對其中垃圾進行分類。陝西佳豪呼籲廣大群眾養成良好習慣，弘揚文明風尚。

### 愛心助學

廣匯寶信深明孩子是國家的未來，特別關注貧困地區學子們的受教育情況與生活情況，彰顯了我們在教育公益事業中的社會責任與擔當。集團旗下天津寶信店面的員工們帶著精心準備的助學禮品及捐贈的助學金前往寶坻區王卜莊鎮，在當地政府的幫助下，對鎮上的幾戶特困家庭的學子進行慰問幫扶。我們希望這些貧困家庭中的學子們可以克服重重困難，繼續奮鬥，成就夢想。

## 關愛老人

廣匯寶信關愛老人身心健康，集團旗下徐州上汽大眾店面組織員工慰問養老院、幫助養老院老人。志願者們來到養老院，與老人們親切交流，嘘寒問暖，仔細查看老人們的生活狀況，為老人們送上日常用品，如衣物、食品和藥物，在陪伴中使老人們感受到我們的真切關懷。我們呼籲社會群眾多多關愛老人身心健康，重視老人福利待遇，並倡導員工多花些時間陪伴家人。

## 附錄一：法律法規清單及內部政策清單

### 法律法規：

《中華人民共和國公司法》
《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》
《中華人民共和國證券法》
《上市公司治理準則》
《中華人民共和國審計法》
《企業內部控制基本規範》
《企業內部控制評價指引》
《中華人民共和國合同法》
《中華人民共和國反不正當競爭法》
《中華人民共和國反壟斷法》
《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》
《中華人民共和國廣告法》
《中華人民共和國消費者權益保護法》
《中華人民共和國網絡安全法》
《中華人民共和國專利法》
《中華人民共和國商標法》
《中華人民共和國反不正當競爭法》
《中華人民共和國勞動法》
《中華人民共和國勞動合同法》
《中華人民共和國婦女權益保障法》
《禁止使用童工規定》
《中華人民共和國安全生產法》
《中華人民共和國職業病防治法》
《工作場所職業衛生監督管理規定》
《職業健康檢查管理辦法》
《中華人民共和國環境保護法》
《中華人民共和國環境影響評價法》
《中華人民共和國節約能源法》
《中華人民共和國水污染防治法》
《污水綜合排放標準》(GB 8978-1996)
《中華人民共和國大氣污染防治法》
《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
《內部審計管理規定》

#### 法律法規：

- 《危險廢物轉移聯單管理辦法》
- 《危廢廢物貯存污染控制標準》
- 《環境保護圖形標誌 — 固體廢物貯存(處置)場》
- 《生產經營單位生產安全事故應急預案編製導則》
- 《銷售營運手冊》
- 《客戶個人信息保護聲明》
- 《客戶管理系統客戶信息保密安全管理通知》
- 《崗位保密協議》
- 《客戶投訴管理》
- 《客戶滿意度管理》
- 《集採流程手冊》
- 《零配件採購業務管理手冊》
- 《供應商手冊》
- 《員工手冊》
- 《績效考核與能力評估管理制度》
- 《安全管理制度》
- 《職業病預防措施管理辦法》
- 《勞工保護用品管理規定》
- 《顧客信息管理規範》

## 附錄二：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

主要範疇、層面	描述	相關章節
<b>A. 環境</b>		
<b>層面 A1：排放物</b>		
一般披露	A1 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。	綠色營運，助力低碳未來
關鍵績效指標	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	排放管理
	A1.2 直接及能源間接溫室氣體排放量及密度。	資源管理
	A1.3 所產生有害廢棄物總量及密度。	排放管理
	A1.4 所產生無害廢棄物總量及密度。	排放管理
	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。	綠色營運，助力低碳未來
	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。	綠色營運，助力低碳未來



主要範疇、層面		描述	相關章節
<b>層面 A2：資源使用</b>			
一般披露	A2	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	綠色營運，助力低碳未來
關鍵績效指標	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	資源管理
	A2.2	總耗水量及密度。	資源管理
	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。	綠色營運，助力低碳未來
	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。	資源管理
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位估量。	排放管理
<b>層面 A3：環境及天然資源</b>			
一般披露	A3	減低對環境及天然資源造成重大影響的政策。	本集團所經營的業務不會對環境及天然資源造成重大影響
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。	
<b>層面 A4：氣候變化</b>			
一般披露	A4	識別及應對已經及可能會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

主要範疇、層面		描述	相關章節
<b>B. 社會</b>			
<b>層面 B1：僱傭</b>			
一般披露	B1	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。	廣納賢良，匯聚天下英才
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。	員工僱傭
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	心繫員工
<b>層面 B2：健康與安全</b>			
一般披露	B2	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。	安全健康
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。	安全健康
	B2.2	因工傷損失工作日數。	安全健康
	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。	安全健康

主要範疇、層面		描述	相關章節
<b>層面 B3：發展及培訓</b>			
一般披露	B3	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。	人才發展
關鍵績效指標	B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	人才發展
	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。	人才發展
<b>層面 B4：勞工準則</b>			
一般披露	B4	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。	員工僱傭
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。	員工僱傭
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工僱傭

主要範疇、層面	描述	相關章節	
<b>層面 B5：供應鏈管理</b>			
一般披露	B5	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	普惠發展，廣至價值共享
關鍵績效指標	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	供方合作
	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。	供方合作
	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。	供方合作
	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。	供方合作

主要範疇、層面	描述	相關章節
<b>層面 B6：產品責任</b>		
一般披露	B6 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。	客戶至上，廣匯服務至遠
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。	盡責售後
	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	客戶投訴管理
	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權保護
	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	盡責售後
	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。	隱私保護

主要範疇、層面	描述	相關章節
<b>層面 B7：反貪污</b>		
一般披露	B7 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。	企業管治
關鍵績效指標	B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	企業管治
	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	企業管治
	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	企業管治
<b>層面 B8：社區投資</b>		
一般披露	B8 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。	公益慈善
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)。	公益慈善
	B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	公益慈善





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