

# 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

## 2023

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策略與管治

6

6

利益相關方參與

8

重要議題評估

9

## 精益求精，穩健經營

黨建引領發展

12

12

商業道德與反貪腐

14

強化風險管理

16

信息安全與隱私保護

17

深化行業交流

18

知識產權保護

18

## 責任經營，優質服務

多元業務佈局

19

19

提升客戶體驗

23

供應鏈可持續管理

29

負責任營銷

31

# 四

## 心繫員工，攜手共進

34

員工權益保障

34

人才培訓與發展

40

職業健康與安全

46

# 五

## 低碳運營，綠色發展

49

資源高效利用

49

綠色辦公

54

排放物管理

56

應對氣候變化

59

# 六

## 踐行公益，和諧共創

62

## 披露索引

64



## 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」)發佈的第八份《環境、社會及管治報告》(以下簡稱「ESG報告」),旨在呈現本集團2023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

本報告按照香港證券交易所《證券上市規則》之附錄C2《環境、社會及管治報告指引》編製。

### 發佈週期

本報告為年度報告,下一報告期間(2024年)的報告預計將於2025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「上市規則指引 — 附錄C2環境、社會及管治報告指引」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儘可能進行量化的披露,並將在未來逐步完善統計流程實現全部披露。

**平衡原則:**本報告披露努力實現客觀、公正、真實地反映本集團2023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,以方便逐年做有意義的比較。



## 報告範圍

本報告披露本集團自2023年1月1日至2023年12月31日期間(下稱「報告期」)於環境、社會及管治方面的管理方法、舉措及績效表現，部分內容對本集團以往的相關活動和本報告報出前的相關內容進行了簡要的回顧和介紹。

本報告著重於匯報報告期內本集團在中國主營的豪華及超豪華品牌汽車與其他品牌汽車的銷售、售後服務、後市場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涉及統計的信息上，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。本集團近年正逐步系統化地收集環境層面的數據，因此在綜合考慮地理位置、開業時間、合作品牌和單店銷售的基礎上，選擇了52家店(2022年：47家，2021年：45家)作為有代表性的試點收集對象(該52家門店主要為高端品牌，且店面面積較大，故能耗指標在全集團平均水平之上)，並藉此繼續積累經驗，為條件成熟後，進一步擴大收集範圍打下堅實的基礎。

## 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<https://www.zhengtongauto.com/>下載本報告的中英文版本。本報告以中英文兩種文字編製，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及有效的環境、社會及管治風險管理及內部監控系統。

我們的發展機遇來自於人們對美好便捷生活的追求。本集團格外關注企業的可持續發展，建立健全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，包括識別與評估ESG風險、制定ESG戰略與方針、建立管理政策與計劃、審批和審視ESG目標管理，並批准每年度的ESG報告等管理內容。

基於外部環境和本集團發展戰略，報告期內本集團基於利益相關方溝通，識別出關鍵ESG議題，以此明確工作重點，包括：產品責任、供應鏈管理、信息安全與隱私保護等，在日常工作中對上述議題進行重點審視與績效提升，並相應地進行目標管理。未來，我們將持續根據利益相關方期望和本集團運營實際調整可持續發展管理策略及推進方式，不斷提升可持續發展水平。

本報告詳盡披露本集團2023年ESG工作的進展與成效。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。

# 1

## 可持續發展管理

### 1.1 業務及ESG策略與管治

#### 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(i)豪華及超豪華品牌汽車銷售，(ii)售後服務，包含保養、維修服務及配件銷售，(iii)後市場業務，包括保險代理、融資租賃、二手車交易及電商平台等高附加值業務，及(iv)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2023年12月31日，本集團在全國16個省、直轄市的37個城市擁有109家運營網點，同時還有已獲授權及籌建的經銷店網點3家，分別為一家奧迪4S店、一家蔚來授權售後服務中心及一家路虎4S店。

#### 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，堅信這對於企業實現穩定增長和可持續發展具有重要意義。在追求企業的規模擴大和利潤增加的同時，我們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，持續提高企業管治水平，為供應商、客戶和員工等各利益相關者共享企業的發展成果做出努力，並儘可能降低經營活動對環境的負面影響。

#### ESG管治

本集團設立了自上而下的ESG管治結構，推動各營運地區之間的可持續發展工作，提升ESG管治成效。

董事會負責本集團環境及社會事宜的監管，從而指引企業可持續發展的方向和路徑。我們設立環境、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，委員包括執行董事黃俊鋒先生及陳弘先生。委員會每年定期召開兩次會議。我們制定了《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ESG委員會的職責、責任及權力，自上而下的方式著力推進可持續發展及履行企業社會責任。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，該工作組成員由人力資源部、運營管理部、網絡發展部、戰略投資管理部、法務部、行政部、數字化管理部、審計合規部、證券事務部等的骨幹代表組成，涵蓋了本集團日常管理的各相關部門，是本集團可持續發展必不可缺的執行力量。



## 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，並確保這些內容符合行業最佳實踐、法律法規要求以及投資者期望，最終提交給董事會批准。
- **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因素，並持續監控和審查這一清單，分析這些因素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。
- **目標跟蹤與報告**：監測集團在實現既定ESG目標方面的進展情況，並定期向董事會匯報。
- **報告審查與合規**：審閱集團年度或定期發佈的ESG報告，確保披露的信息準確無誤且充分滿足香港聯合交易所有限公司證券上市規則和其他適用法規的要求，並基於報告結果提出具體的決策建議。
- **授權事務處理**：處理董事會授權的與ESG相關的其他特別任務或突發事項。







環境、社會  
與管治  
工作組




- **ESG工作落實**：推進日常的可持續發展工作，配合ESG信息披露相關的材料整理、數據統計，保障利益相關方溝通渠道暢通。
- **定期匯報溝通**：定期向董事會匯報，聽取意見和建議，傳達、溝通並落實環境、社會與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內部和外部利益相關者，其中主要利益相關者包括內部人員、供應商、客戶、股東及投資者、消費者、媒體、政府及業務所在地社區。內部利益相關者除了有作為集團戰略的決策者和設計者的董事會和高級管理層，也有廣大工作在一線的中層管理者和基層員工。在組織利益相關方參與工作時，本集團通過訪談和在線問卷的形式，持續擴大利益相關方參與群體並了解他們的期望與訴求。

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



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

### 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，在響應國家宏觀政策趨勢、緊跟資本市場焦點、參照國際可持續發展報告標準對照分析的過程中，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，以確保報告儘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所得進展。2023年，集團進一步擴充了實質性議題範圍，新納入客戶關係管理、負責任營銷以及氣候變化三個議題。

通過訪談、調研等活動收集利益相關方的觀點以及反饋以識別ESG重要議題，在報告中有針對性地進行披露，有效提升集團的可持續發展管理水平，加強與利益相關方的溝通與合作。2023年，我們通過問卷調研，邀請集團內部各級人員，供應鏈合作夥伴、行業協會等外部利益相關方對ESG議題庫中的各項議題進行評分與優先級排序，完成ESG議題重要性評估，形成本報告的重要性議題矩陣，將其劃分為「高度重要」、「重要」和「相關」三級。

## 正通汽車ESG實質性議題評估流程

### 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，確定重點議題；
- 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。

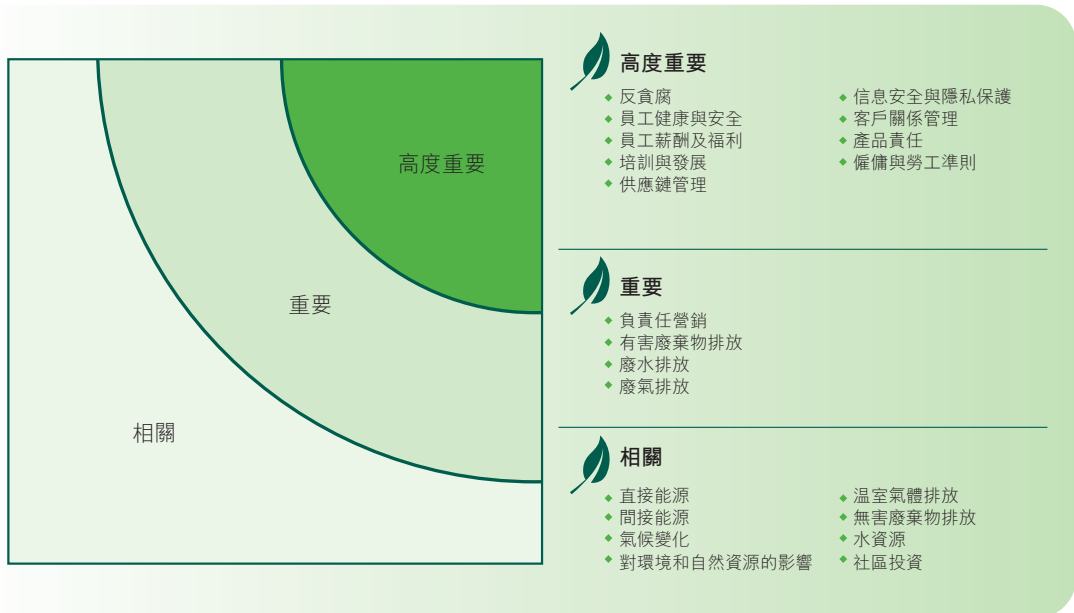
### 02 利益相關方溝通與調研

- 以議題清單作為利益相關方調研核心內容編製ESG實質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實質性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議題的實質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：



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
 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
 治理	信息安全與隱私保護		信息安全與隱私保護
 治理	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
 環境	有害廢棄物排放	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	直接能源	相關	資源高效利用
 環境	間接能源		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	無害廢棄物排放		排放物管理
 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

## 2 | 精益管理，穩健經營

### 2.1 黨建引領發展

正通汽車已於2021年12月正式成立正通汽車黨委，現有4個黨支部。本集團始終堅持黨的領導與完善公司治理相統一，明確了公司黨委在公司決策、執行、監督各環節的權責和工作方式，不斷強化黨委「把方向、管大局、保落實」的作用，將黨的領導有機融入公司治理各環節，將黨的建設融通於本集團「十四五」戰略規劃。

**紮實開展主題教育。**2023年，正通汽車黨委紮實開展學習貫徹習近平新時代中國特色社會主義思想主題教育，將其作為首要政治任務抓實抓好。公司黨委牢牢把握「學思想、強黨性、重實踐、建新功」總要求，紮實有序推進理論學習、調查研究、推動發展、檢視整改等各項工作，在以學鑄魂、以學增智、以學正風、以學促幹方面取得實實在在成效。



正通汽車紮實開展主題教育

**持續加強幹部人才隊伍建設。**2023年，正通汽車黨委堅持黨管幹部原則，進一步梳理明確黨管幹部範圍，通過內部民主推薦和競聘、外部市場化選聘等方式選拔中層幹部，不斷補充新鮮血液、壯大公司中堅力量。聚焦思想政治建設、企業文化、公司戰略規劃和業務發展等方面，持續加強幹部職工教育培訓，報告期內，共組織開展內部培訓16期，參訓人員達10,587人次。

**正通汽車黨委牢固樹立大抓基層的鮮明導向，紮實抓好基層黨組織建設。**堅持以提升組織力為重點，突出政治功能，依託主題教育，指導各支部嚴格落實「三會一課」、主題黨日等制度。報告期內，正通汽車先後聯合武漢經開綜保區及港口物流園開展「傳承紅色基因，凝聚奮進力量」主題教育黨建共建活動與「不忘初心鑄就『旗』跡 接續奮鬥『旗』領新程」政企共建活動，助力營造親情「政商關係」、加強黨建與業務相融互促、整合資源擴大「朋友圈」。所屬支部與屬地高校、銀行機構以及業務鏈條上下游企事業單位開展黨建聯建活動，以黨建共建加強交流、共享資源，黨建業務融合成效明顯。

**深化標本兼治，營造良好政治生態。**公司黨委積極構建「大監督」格局，對各部門、各投資企業開展政治監督，持續推進廉潔風險防控和政治監督具體化常態化，一以貫之紮實推進黨風廉政建設工作，營造風清氣正良好政治生態。

### 案例：

#### 正通汽車與武漢經開綜保區及港口物流園聯合開展「政企共建」活動

2023年11月24日，武漢經開綜保區及港口物流園聯合正通汽車組織開展「不忘初心鑄就『旗』跡 接續奮鬥『旗』領新程」政企共建活動，雙方共32名黨員赴正通汽車旗下湖北長澤4S店參加活動，開展座談交流會，通過高質量黨建引領業務高質量發展。



## 2.2 商業道德與反貪腐

本集團堅決反對任何形式的欺詐行為或腐敗行為，通過採取一系列舉措預防和嚴懲貪腐的行為，以維護企業的良好形象和正常運營秩序。

**構建廉潔體系，強化監督管理。**基於「預防為主」的理念，本集團已建立覆蓋審計、紀檢、財務、人資、法律等部門共同參與的大監督體系，推進公司懲治和預防腐敗體制建設；公司設立專門舉報郵箱受理外部、內部的舉報投訴，按照「分級負責、歸口受理」原則，開展核查、反饋，並對投訴、舉報人的信息保密；對違規泄露投訴舉報人信息或對投訴、舉報人採取打擊報復行為的人員，將予以嚴肅處理。

**完善制度建設，深入風險排查。**公司目前已制定《關於規範領導人員廉政約談工作的實施辦法》《領導幹部辦理婚喪喜慶事宜紀律》《領導幹部廉政檔案管理辦法》《深化落實中央八項規定精神「1+X」專項督查暫行辦法》《問責管理辦法》等制度，指導和規範廉政建設和反腐敗反舞弊工作。同時針對招投標管理、資產管理、股權管理、財務管理、投資管理等容易發生貪腐問題的重點領域和關鍵環節深入開展廉潔風險點排查，針對性制定廉潔風險防控措施。

**加強廉政教育，築牢思想防線。**為了深入推進廉政建設，提升廉潔從業意識，在本報告期內，多次組織開展反貪腐、規範招標管理等法律培訓，積極組織開展廉政黨課學習等廉潔教育活動，開展糾治違規旅遊、糾治不擔當不作為問題等「一月一主題」專題學習教育4次；組織廉潔文化宣傳教育月系列活動，組織參觀廉政教育基地，觀看警示教育片，開展廉政教育、法紀教育、主題教育活動共20餘場，覆蓋員工6,000餘人。通過廉潔教育，以案明紀釋法，加強全體員工的廉潔意識，築牢廉潔思想防線。

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腐敗、賄賂、舞弊等不正當行為，努力為全社會營造健康的商業發展環境貢獻自己的一份力量。

在反貪反腐方面，本集團堅持無禁區、全覆蓋、零容忍的原則，通過執行嚴格的制度，維護企業正常的管理秩序，保護廣大職員的職業生涯。我們也不斷加強職員道德教育，定期組織相關培訓，營造廉潔自律的企業文化。報告期間內，本集團未發現任何有關貪污、行賄、受賄類的貪腐案件。

### 案例：

#### 「職務行為中常見的非國家工作人員職務犯罪的解讀與預防」課程培訓

為進一步提高員工對「職務犯罪」的認知，本集團於2023年2月通過線上直播和正通學院錄播的方式開展「職務行為中常見的非國家工作人員職務犯罪的解讀與預防」課程培訓，約500人次參與本次培訓。



## 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。本集團亦成立風險評審會，開展風險管理相關培訓，建立有效的全面風險管理體制和機制，提高風險防範與管理水平，明確重大經營風險事件採集、整理和報告工作，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》針對業務中的各類風險因素按照風險由小到大的程度分為「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。

### 案例： 舉辦「企業合規」法律專題培訓

2023年12月，在集團總部為各部門及投資企業舉辦「企業合規」法律專題培訓，內容包含銷售合規、數據合規、知識產權合規等企業合規的法律知識，以提升風險防範意識，規避企業經營風險。



合規培訓





## 2.4 信息安全與隱私保護

本集團嚴格遵守《網絡安全法》《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，構建信息安全制度體系，尊重和保護客戶隱私，助力守護網絡與信息安全。

為了本集團長期健康穩定的發展，也為了切實有效地保護我們顧客的個人信息，我們實行嚴格的管理控制，從制度和設備上保護客戶隱私：

- 1、 所有門店的辦公電腦禁止拷貝客戶信息或私自使用；
- 2、 普通職員只能向系統輸入自己所服務的客戶信息，而無權查閱其他客戶的信息；
- 3、 客戶信息查閱權僅向少數的管理人員開放，他們都與本集團簽訂了保密協議；
- 4、 對客戶進行關懷和回訪時也會與客戶確認是否存在信息泄露的情況發生。

上述措施強化了本集團職員的保密意識，也極大地消除了消費者或潛在消費者的顧慮，有效地防止了客戶隱私的泄露。本集團要求員工入職需與本集團簽訂《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、信息使用和外泄。

報告期內，本集團多措並舉重點宣貫的網絡安全風險相關內容：

- 1、 通過增加郵件客戶端獨立登錄密碼的方式宣導密碼安全，提高員工對密碼安全的重視程度，防止密碼泄露；
- 2、 不定期企業微信內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。

於本報告期內，本集團共組織2次與信息安全和隱私保護相關培訓，參訓人員達100人次；未發生任何有關客戶隱私泄露的相關事件。

## 2.5 深化行業交流

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，了解消費者需求，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。

### 案例：

#### 正通汽車受邀參加2023年中國二手車大會

在以「拓新路啟新程」為主題的2023年中國二手車大會上，正通汽車代表成都恒悅行總經理受邀發表主題演講——「新時代下經銷商集團二手車的機遇與挑戰」，不僅輸出了正通智慧，也加強了與其他經銷商的溝通，拓寬了經營思路。



## 2.6 知識產權保護

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。

### 案例：

#### 本集團開展自媒體營銷侵權法律風險課程培訓

2023年11月，為提高員工崗位技能，培養流量時代自媒體人的專業性，助推公司經銷新常態，本集團開展「自媒體營銷侵權法律風險」課程培訓。



我們將創新作為第一動力，推動科技創新研發工作的開展。本集團不斷完善產品研發體系，著力開發適配不同市場需求的產品和適用於更高階應用場景的功能，以支持未來複雜駕駛場景的需求。2023年，我們持續積極投入研發創新，已累計獲得15項軟件著作權及1項新型專利。

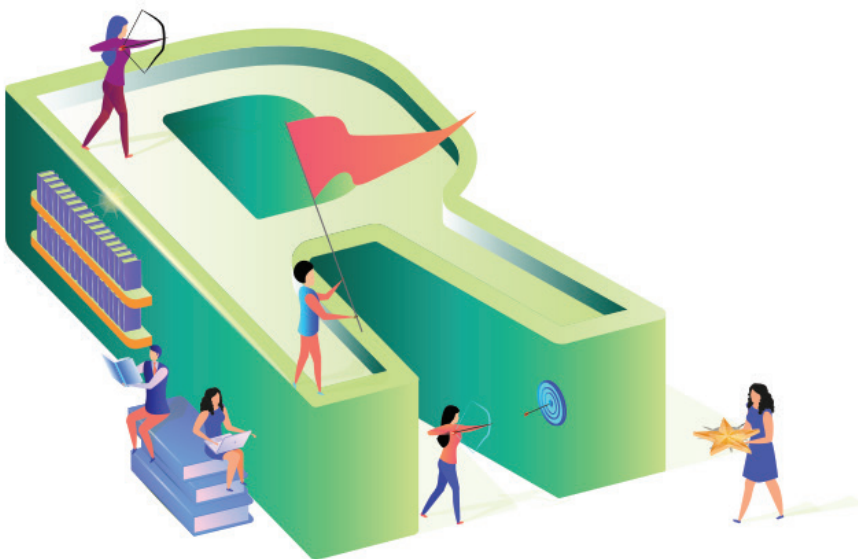
# 3

## 責任經營，優質服務

### 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，加強與豪華及超豪華汽車品牌包括保時捷、奔馳、寶馬、奧迪、捷豹路虎、沃爾沃等的合作。在擴大傳統豪華品牌的優勢佈局的同時，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。



## 案例： 搭建新興業務平台探索多元發展戰略

2023年11月，正通汽車成立正通啟行科技服務有限公司(以下簡稱「正通啟行」)，作為公司的新興業務綜合性平台，統籌負責汽車產業鏈相關新興業務領域的投資、運營及管理工作。正通啟行在武漢周邊地區積極調研商改車等業務可行性，開展汽車精品業務的市場調研工作。



### 聚焦新能源汽車

新能源車，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導向，積極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密切交流並探討合作機會。我們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，總銷量中新能源汽車比例也逐漸提升。

我們根據業務發展需要積極推進焦點展台，擴大新能源車展示機會、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。

在內部管理上，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。



## 推動數字化轉型

正通汽車積極擁抱數字化，推動數字化轉型工作。本集團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。結合公司業務發展的現狀、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公司業務向更高效、更智能的方向發展。



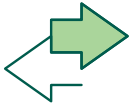
數字化管理：構建標準化的業務系統，涵蓋CRM客戶管理、車輛定價、庫存管理與分析、智能報表等業務場景，利用數字化手段解決門店業務數據失真情況，提升公司高效運營價值；



數字化運營：制定用戶全生命週期解決方案，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：實時收集和分析大量的數據，更精準地了解客戶需求和市場趨勢進行數據決策；建立B2C零售和大數據營銷平台，拓展包括微店、小程序以及易車、汽車之家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、選擇配置、計算價格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，穩步推進企業數字化轉型，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技術，實現了廠家系統與內部OMS系統的無縫對接；各投資企業數字化及全流程系統化，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。

## 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展出口供應鏈體系範圍，全面拓展出口業務的廣度和深度。

2023年7月，正通汽車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。

本集團深入結合宏觀經濟趨勢，對二手車出口業務展開了全面的風險評估。目前我國二手車出口行業正逐步走向規模化，為提高我們開展相關業務、面對相關風險的管理能力，我們已制定《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，並採取一系列措施應對相關風險。

### 案例： 深圳奧澤榮獲奧迪官方認證二手車技能競賽優勝獎

在奧迪南區奧迪官方認證二手車技能競賽中，奧迪品牌部深圳奧澤以優異的表現斬獲「優勝獎」。

**品牌引導，深耕細作：**奧迪品牌部二手車業務工作小組逐級推動各店組織架構、落地績效方案的規劃，通過數據對標、問題診斷、解決方案等給予全面指導。在品牌各門店試點，全面提升二手車運營能力，其中深圳奧澤一季度銷售認證、置換目標、舊新比均超額完成任務。

**借勢而上，合作共贏：**奧迪品牌部充分整合內外部資源，外拓優勢二手車採購資源，打通包括二手車銷售、金融、保險、延保、精品附件、保養等全價值鏈。未來，奧迪品牌將跨品牌嘗試二手車資源共享，通過品牌協同合作，推動業務更上一層樓。



## 3.2 提升客戶體驗 優質門店服務

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。

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。正通汽車已制定《新車銷售業務管理辦法》，指導門店為客戶提供更專業、真誠和高效的服務，貫穿售前服務各項環節：及時響應來店、電話或線上客戶諮詢，積極跟進潛在客戶需求；安排銷售顧問接待現場到訪客戶，提供新車產品介紹、耐心解答客戶購車問題，為簽署試乘試駕協議的意向客戶提供試乘試駕服務；主動向客戶推薦汽車附件、精品等汽車用品，也提供二手車置換、金融按揭、延保、美容養護套餐等組合服務產品選擇，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，以提高銷售顧問接待和服務技能，提高售前服務水平。

在售後服務方面，本集團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：(1)服務顧問接待客戶，了解客戶需求，安排專業技術人員進行車輛檢查，提供用車提醒或維修保養建議；(2)與客戶做充分溝通並確定方案，預估維修價格及交車時間，安排技師維修；(3)車輛維修過程中，採取自檢、互檢、完工檢查三級檢查，確保維修質量。

在客戶關懷方面，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，查細節找差距，強化服務意識與提升業務能力，確保在各客戶接觸點體現品牌的人性化溫度。

關於客戶隱私保護，我們嚴格按照主機廠安排，收集、保存、使用客戶信息。本集團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)。

## 案例： 正通汽車保時捷品牌再獲多項殊榮

2023年12月12日，正通汽車旗下三家保時捷中心在「卓越·出眾」2023保時捷卓越服務評選中榮膺殊榮：廣州番禺保時捷中心蟬聯「最佳保修冠軍團隊」，成都北湖保時捷中心榮獲「最佳服務冠軍團隊」，大連華南保時捷中心被評為「最佳保修優勝團隊」。正通汽車保時捷品牌部以「全員協作，追求卓越」為核心目標，售後團隊聚焦主動預防、專業服務和客戶體驗三大維度，構建9個觸點的矩陣式服務體系，致力於實現「超越滿意的服務承諾」。未來，正通汽車將繼續秉持卓越出眾的理念，勇擔責任，銳意進取，不斷前行。



正通汽車旗下保時捷中心獲得多項殊榮

「想客戶之所想，急客戶之所急」是我們持續改進的指南，除了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發現他們未滿足的需求。我們開展上門救援服務、夜間延時服務、代步車服務等，並不定期開展車主關懷活動、車主講堂、飯噴開放日等活動。

對於本公司銷售的產品以及提供的服務，本集團在每個4S店都堅持明碼標價，公開透明。每家門店都配備了一塊或兩塊的大型電子顯示屏，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道的價格信息。



## 客戶關懷

為了向客戶提供更好的購車和用車體驗，我們一方面進一步打造營銷新模式，優化客戶互動體驗；另一方面擴大服務的廣度，提供更全面的服務。本集團十分重視與汽車品牌的合作，共同提升客戶體驗。

### 案例： 綠洲探尋，激情綠暑

2023年7月，「綠洲探尋·激情綠暑」BMW湖南8城覓悅之旅活動圓滿落幕。此次活動以綠色出行為核心理念，車友們駕駛著BMW純電動車型，體驗純電出行的環保與便捷，深入自然的懷抱。在龍泉漂流的清涼水域中，車友們與大自然零距離接觸，感受自然的韻律。



### 案例： 共馳新境 • 新款保時捷 Cayenne 上市試駕會

2023年10月14日，新款保時捷Cayenne上市試駕活動在廣州海鷗島漁人碼頭公園舉行。產品專家解析了新款Cayenne的設計理念與技術亮點，並引領嘉賓試駕體驗。活動中，車隊與嘉賓同遊海鷗島，享受燒烤與露營環節。在秋日宜人的環境中，嘉賓們交流駕駛體驗，共享保時捷帶來的高品質生活方式與非凡駕駛體驗。



### 案例： 馭一路盎然春色，探索無止境

隨著春天的腳步漸近，2023年4月，捷豹路虎北區春季露營季以「發現無止境」和「春季露營 LET'S GO GLAMPING」為主題，邀請車友們一同探索春日的無限魅力。此次活動旨在讓參與者們能夠駕駛捷豹路虎的卓越車型，穿梭於迷人的春色之中，感受大自然的的魅力，在欣賞盎然春色的同時，也能盡情享受駕駛的樂趣。



## 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，確保消費者權益保護目標和政策得到有效貫徹和執行。我們堅持開展客戶滿意度調查，從4S店環境、服務質量、員工專業性等服務體驗相關維度以獲取和評估客戶的評價，2023年滿意度超過95%。

本集團建立了《4S店客戶投訴處理流程》，確保在產品提供後與顧客進行有效溝通。消費者的投訴先由客服部接待，有專業的客服人員耐心傾聽客戶的訴求，準確記錄包括投訴人姓名、電話、車型、車牌、投訴內容等信息，傳遞給業務部門經分析後提供解決方案並及時執行，直至妥善處理，由客服部門閉環跟蹤。在發生重大客戶投訴時，投訴受理人第一時間通知部門負責人、總經理，由總經理召集4S店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；如有媒體介入時，本集團按照《4S店媒體公關管理流程》進行處理。對並無實質內容的投訴，我們也積極做好客戶的安撫與情緒疏導工作。2023年，我們未收到具有重大影響的投訴，有零星對質量的反饋，均已協同整車廠商積極解決。

## 客戶健康與安全保障

本集團為客戶提供安全、健康的產品和服務。正通汽車銷售的新車均採購自主機廠，通過嚴格的產品質量檢測，符合相關法律法規要求。我們為每輛新車進行PDI交車前檢查程序，確保車輛符合主機廠交付標準。我們建立健全制度體系，根據汽車產品修理更換退貨責任等要求制定了《汽車經銷業務三包管理規定》，為新車、維修車輛提供三包服務。基於主機廠要求，我們提供三包手冊和車輛使用說明書並在交車時為客戶介紹車輛使用和車輛操作方法。通過舉辦車主講堂和發佈短視頻內容，向車主全面普及車輛各項功能及其使用方法，並強調安全駕駛知識。我們通過企業微信、車微星小程序以及客服熱線等多元化的溝通渠道與客戶保持緊密聯繫，以便客戶在用車過程中能方便快捷地獲取專業支持，並享受到遠程技術診斷服務。為了應對可能發生的緊急情況，我們還提供現場救援服務，為客戶提供及時有效的支援。

在門店運營方面，我們重視安全生產與環境管理，通過制定並執行《安全生產管理辦法》等制度規範4S店運作，定期進行安全檢查以確保服務環境、設施設備的安全整潔，為客戶營造安全舒適的高品質服務體驗。

## 案例： BMW廣州寶澤車主講堂

2023年3月，正通汽車旗下BMW廣州寶澤組織新車主使用培訓。該培訓活動由經驗豐富的BMW內部認證講師主持，針對新車常見故障解決、保養操作、儀表指示解讀、季節性駕駛技巧等進行了深度教學。培訓現場互動性強，車主可提問並獲得針對性解答，講師還分享了許多實用的日常保養小貼士，以助車主增進對車輛的了解和管理能力，從而優化用車體驗、延長車輛壽命。



### 質量管理

正通汽車銷售的新車均採購自主機廠，通過嚴格的產品質量檢測，符合相關法律法規要求。我們為每輛新車進行PDI交車前檢查程序，確保車輛符合主機廠交付標準。對問題車輛的及時召回是汽車行業消除缺陷的重要手段，也是保證產品質量和顧客生命財產安全的必要措施。正通始終堅信召回是對消費者真正的負責，而且大多數情況下的召回是針對不影響用車安全的主動召回和善意召回。正通作為終端客戶的直接服務提供者，在汽車產品召回發生時以維護消費者權益為根本原則，與廠商緊密配合，承擔汽車召回過程中的有力參與者和執行者的責任，第一時間通知顧客並妥善安排相應召回流程與服務，保障顧客與道路的安全，極大提升了客戶的滿意度，增加了客戶黏性與品牌認知度。

2023年，我們協助16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58,247台次，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，我們遵守國家《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、維修的規範的要求，作為汽車維修作業、交付的質量標準。我們已建立「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，確保車輛故障和維修方案的正確、效率。維修技師都通過主機廠的技能培訓、獲得主機廠資格認證。在車輛維修過程中，我們會進行自檢、互檢、完工檢查三級質量檢查，確保維修質量。我們也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。

### 3.3 供應鏈可持續管理

汽車經銷是一個承上啟下的行業，向上對接著廣大的上游供應商，向下直接面對著終端的客戶。對於本集團的汽車銷售和售後服務來說，供應鏈是經營的重點，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。

汽車品牌和正通是同一個利益鏈條上的兩個不同的利益主體，汽車品牌提供產品，正通直接面對客戶，共同制定市場開發步驟和戰略規劃。正通積極發揮自身在終端和地區的優勢，在區域經銷市場深耕細作，實現汽車品牌戰略目標的同時實現自身的發展。我們與整車供應商雙向選擇，憑藉高品質的產品與服務、高效的銷售渠道和溝通方式、注重員工利益與環境影響所積累的良好口碑，贏得知名品牌的經銷代理權並保持穩定關係。

於此同時，本集團也在社會和環境方面與各個汽車品牌、其他供應商展開合作，希望能夠共同為整個行業和社會的可持續發展貢獻自己的力量。在售後服務方面，我們與服務供應商緊密合作，定期舉行會議，以促進雙向溝通。本集團定期針對供應商在環境和社會責任方面的表現進行評估，依據公開、公平、公正、合法、擇優和誠實守信的原則規範公司採購流程，提高採購工作效率，降低採購成本及控制採購風險。制定招標方案之後，先由相關部門的負責人及評標組進行初步審批和資質考核，對合格的供應商發招標邀請，通過公開評標環節基於綜合評分選定集採供應商。

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)》《汽車用品集採供應商評價實施細則》，其中均明確規定了關於供應商的環境和社會責任的條款，包含「禁止使用童工」、「健康與安全」、「環境保護」以及「綠色採購」等多項具體的要求。在對供應商的環境保護要求方面，我們進一步細化在污染控制、節能減排、產品環保方面的考量細則，鼓勵供方在節能、節材、節地等方面持續引進新技術、新產品、新管理。對於特定供應商(化學品、養護品類)，我們也提出ESG相關要求，要求提供環保和安全資質證明比如環評或者安全生產許可，基於業務經驗會在制定招標要求中發佈。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規範進行作業。

本集團與所合作的供應商都簽訂有「廉潔條約」，進一步明確觸犯之後的賠償機制及面臨的風險，將本集團反腐敗的決心和政策與供應商分享，面向所有新簽約供應商進行宣貫，也藉此向他們提出遵守的要求，2023年與超過20家新簽約供應商進行一對一溝通宣講。長期合作的供應商每次重新簽合同也都會再次進行宣貫，任何未遵守上述標準的供應商都會在評估時受到影響。此外，對於處於需要相關行業資質的供應商，我們確認並確保所有供應商和製造商都已獲得各自行業所需的所有資質。

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，本集團建立「執行、評價、應用」閉環管理的供應商評價體系。2023年，我們對所有供應商均進行了慣例監察。集採部門每年組織重點供應商的考核，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。我們推進採購行為的抽查和監督，每年不定期開展對產品質量和供應商的店端服務和工作情況的抽檢，進行店內的臨時走訪和調研，特別關注重點供應商（佔公司年採購額佔比80%-90%的供應商）的檢查走訪。在評估、走訪和調研過程中若發現問題，集採部門會針對實際情況給出一定期限整改；若涉及紅線問題則無整改機會。主要項目供應商，我們實行兩年一次重新招標。針對新物流供應商，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物流資源業務等，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，且在實際業務中也有一系列指定的考核機制。

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》以評估供應鏈環節中是否存在具有重大風險與影響的供應商，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，分為一級風險和二級風險。正通汽車使用「國質薈」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。

報告期內，我們共有86家供應商，其中15家為2023年新增供應商且均經過環境及社會事宜審核；針對環境及社會事宜審核不通過的供應商，我們堅決不與其合作，本年度共與28家供應商終止合作，其中無因環境和社會事宜停止合作的供應商。

主要供應商數目		2023年
按地區	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)	50
	中區(含湖北、湖南、江西、四川)	5
	南區(含福建、廣東、海南、雲南、重慶、浙江)	31

### 3.4 負責任營銷

本集團始終秉持負責任營銷理念，在營銷過程秉持高度的責任感，堅持以客戶為中心，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《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，以誠實守信的態度為客戶提供各類產品服務，避免出現虛假和誇大營銷的情況。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下屬門店的市場營銷活動，制定市場營銷活動指引，制定市場營銷計劃並監督市場營銷計劃的執行和效果評估，維護陽光透明的銷售推廣環境。

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。

我們推進多元化營銷方式的開展。各4S店每週組織展廳銷售營銷活動，邀約意向購車客戶來店體驗、試乘試駕；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、上海車展、武漢車展等；開展異業合作，2023年與銀行機構等內外部單位舉辦了包括車主活動、講座論壇等28場聯合營銷活動。



展廳營銷活動



新車型上市巡展活動



戶外體驗活動



親子體驗日活動



武漢車展

## 數字化與新媒體營銷

自2018年起，正通汽車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，提升門店與人的高效管理。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，滿足從潛在客戶到保留客戶的個性化體驗及流量轉化，實行客戶深度運營和多重價值挖掘。



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。

正通汽車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、聲音、視頻。轉發廠家或集團已發佈的圖文、聲音、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公司要求的流程審批。此外，直播前，直播腳本需要經過相關負責人審批，確保符合要求。

2023年，本集團主要在抖音、小紅書、視頻號、公眾號、B站等5個新媒體平台開通300多個新媒體賬號，發佈短視頻作品超過7.7萬個，瀏覽人次近4億次。各門店累計開展3.2萬場汽車直播，直播總時長3.14萬小時，累計看播人數近5,726萬人次，賬號粉絲總數超236萬，直接面向銷售者的營銷預算佔銷售額的0.5%-1%之間。結合店端實際情況與地區分佈，2023年共組織門店進行8場直播技能培訓，自培訓後直播場次逐月增加，每月直播場次基本維持在2.6場以上。我們還提供了內部交流平台，讓多家直播經驗豐富的店長或員工進行內部分享，探討執行層面的難點解決方案，提升整體的媒體運用、直播技巧及轉化效果。2023年度，本集團共獲得各類新媒體營銷獎項115項，包括主機廠頒發的「抖音直播大賽優秀經銷商、抖音挑戰賽最佳創意獎」等核心獎項。

### 案例： 正通汽車國貿薈「五一購車節」圓滿落幕

2023年4月29日至2023年5月7日，正通汽車成功舉辦了「五一購車節」。活動期間，各店通過國貿薈小程序和APP累計實現訂單1,515台，目標達成率151%。國貿薈發揮了數字化商務平台的優勢，與外部企業合作，推進系統內橫向聯動和系統外縱深發展。

正通汽車憑藉多品牌、多城市覆蓋的資源優勢，75家經銷商門店參與，通過多種媒體廣泛宣傳，吸引客戶到店享受優惠和優質服務。



# 4

## 心繫員工，攜手共進

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、強迫或強制勞動、違反結社自由或不尊重集體談判權益、侵犯員工隱私、歧視或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》等內部政策中明確規定員工錄用基本條件為「年滿18週歲」。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覆核，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工作和生活的環境。我們為所有人提供平等就業機會，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）人數為7人。報告期內共有8位殘疾員工、203位少數民族員工、2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，總是儘可能地聘用所在地的僱員。

報告期內，本集團新進員工情況如下：

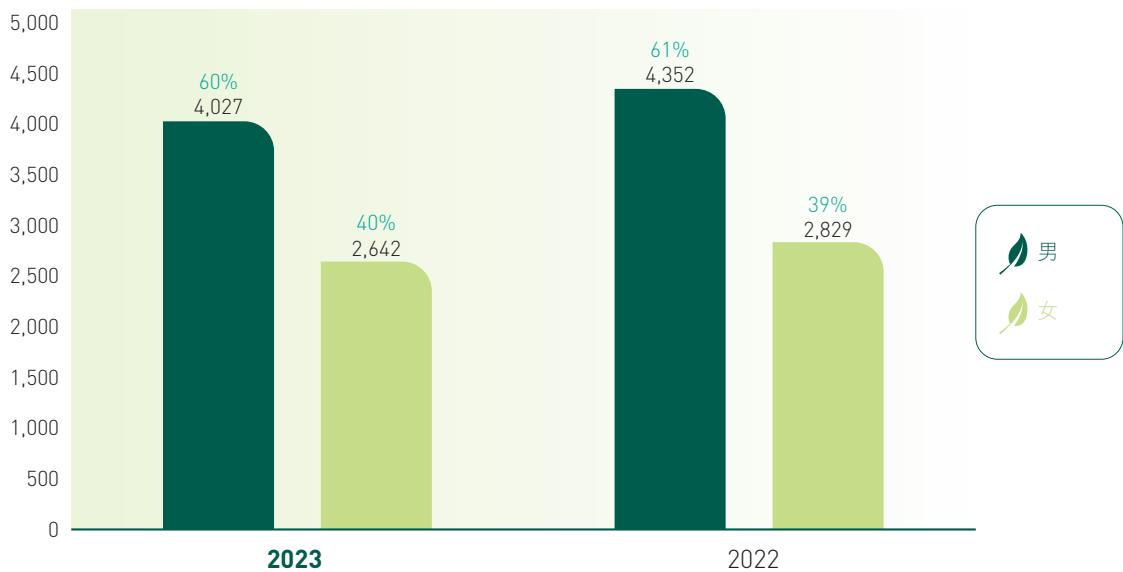
新進員工指標	類別劃分	單位	2023年	2022年
新進員工總人數	/	人	<b>2,266</b> (其中， 女性 <b>886</b> )	2,791 (其中， 女性1,069)
按招聘渠道劃分	校招	人	<b>176</b>	288
	社會招聘	人	<b>2,090</b>	2,393

報告期內，本集團支出招聘費用1.61百萬元；空缺崗位共計81個，內部候選人填補空缺職位的佔比49%。

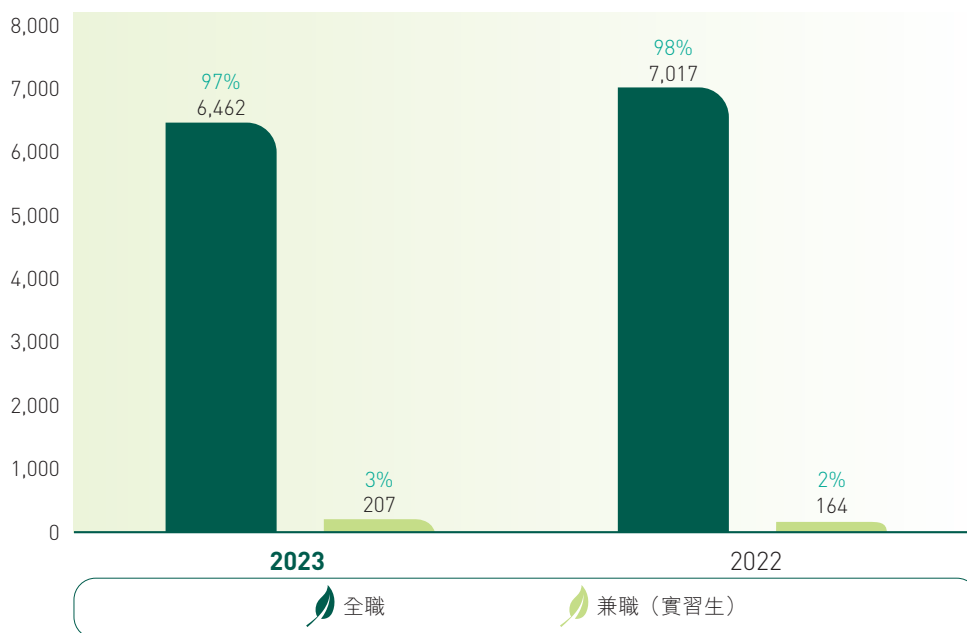
年輕力量將是企業未來發展的重要力量，我們為年輕人提供了大量的勞動機會，為年輕人提供了鍛鍊、學習的平台，本報告年度，7位品牌總中80後有2位，中層幹部中90後有2位。於本報告期末，在本集團內服務年限為3年以上的員工佔比55%，5年以上員工佔比43%。

截至本報告期末，本集團共有僱員6,669人(2022年：7,181人)，員工分類人數及比例列示如下：

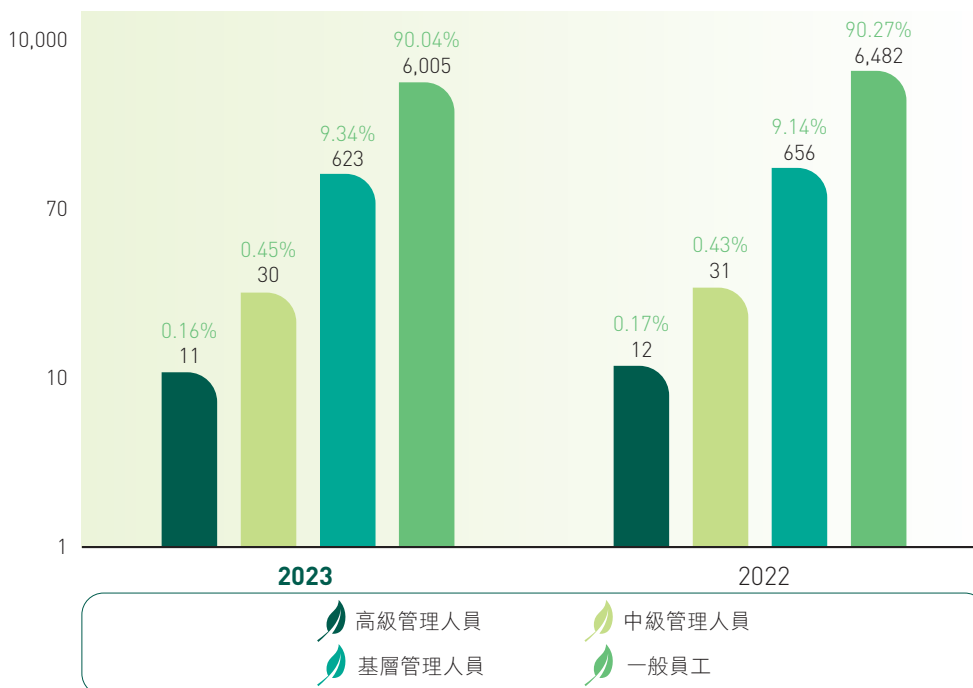
按性別劃分員工人數及比例



按僱傭類型劃分員工人數及比例

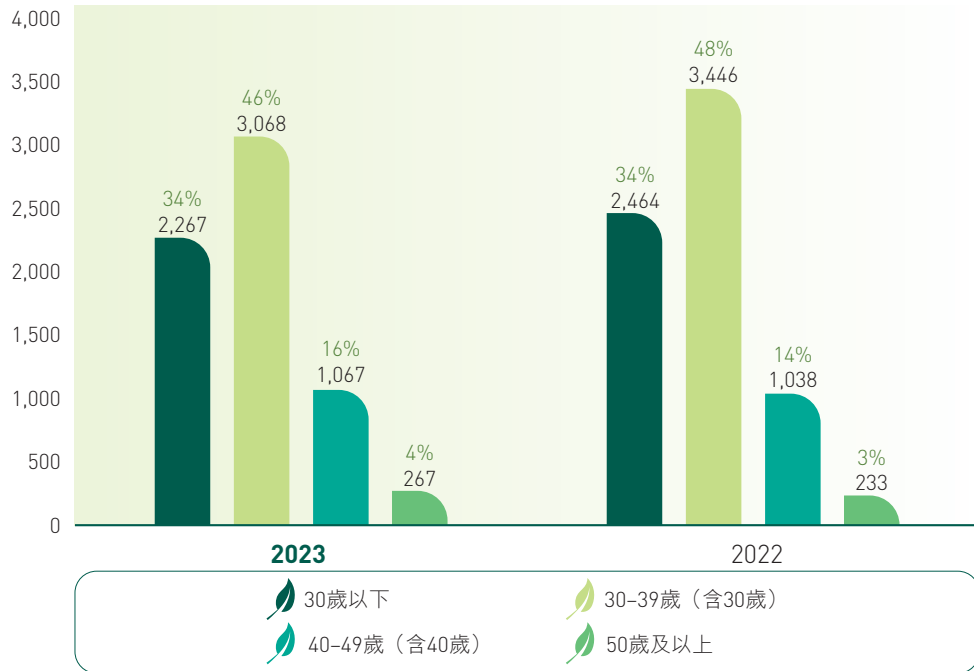


按職級類別<sup>1</sup>劃分員工人數及比例

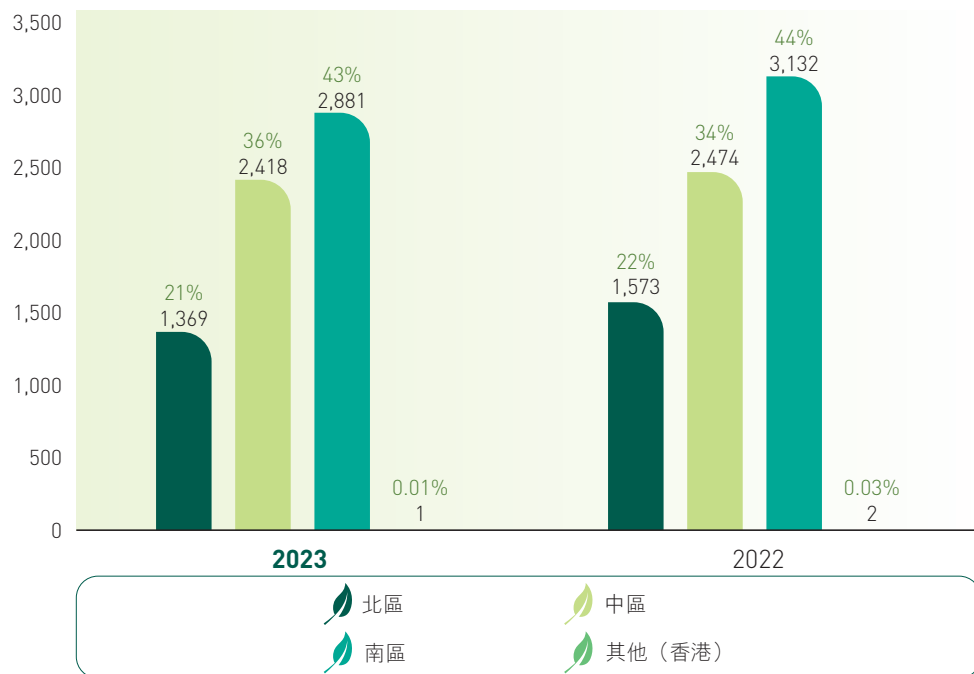


<sup>1</sup> 高級管理人員為總裁助理級別以上領導，中級管理人員為總部各部門負責人及副職、品牌部負責人，主要投資負責人，基層管理人員為各子公司管理團隊成員。

按年齡劃分員工人數及比例



按地域劃分員工人數及比例<sup>2</sup>



<sup>2</sup> 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)，中區(含湖北、湖南、江西、四川)，南區(含福建、廣東、海南、雲南、重慶、浙江)，其他(含香港)。

於報告期末，員工在本集團服務年限平均為5年，主動流失率17.4%。

具體構成情況如下：

類別		2023年	2022年
按性別劃分	男	<b>60.7%</b>	61.0%
	女	<b>39.3%</b>	39.0%
按年齡劃分	30歲以下	<b>38.2%</b>	43.0%
	30-39歲(含30歲)	<b>47.2%</b>	45.0%
	40-49歲(含40歲)	<b>11.2%</b>	10.0%
	50歲及以上	<b>3.4%</b>	2.0%
按地區劃分	中國大陸	<b>99.9%</b>	99.9%
	香港地區 <sup>3</sup>	<b>0.1%</b>	0.1%

2023年末，員工人數較2022年減少7%。剔除因公司業務轉型而進行崗位調整導致的離職原因外，回鄉發展為員工離職主要原因之一；其他變動均為員工個人職業發展、家庭、交通、求學等原因；公司亦就一線崗位人員補員，以滿足業務快速發展的需要。

### 薪酬與福利

本集團專門制定了《中國正通汽車服務控股有限公司薪酬管理規定》，按照制度規定，員工薪酬是根據其所在崗位及職級參照公司薪酬職級體系確定，並由固定工資和績效獎金按一定的比例構成；除此以外，在崗員工可享受公司福利，我們也對特殊崗位設置了津貼。

公司薪酬體系遵循市場化原則、客觀性原則和激勵性原則。在薪酬總額範圍內，充分考慮市場、行業薪酬水平，有效吸引、激勵、留住關鍵人才。員工薪酬基於多元化的考量因素，包括但不限於學歷、工作經驗、職稱、績效考核結果等方面綜合確定。在此基礎上，公司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。2023年，本集團81家投資企業中74家有員工食堂。

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。

<sup>3</sup> 由於本集團香港地區團隊規模較小，個別人員流動和崗位調整可能會對整體人員結構產生較為明顯的影響。

### 案例： 開展員工讀書會，提升文化內涵

2023年，共計開展7次讀書分享會，涵蓋3大主題：阿米巴經營、誦讀經典傳承文化、閉環思維，46位嘉賓走上講台，覆蓋1,629人次。



### 案例： 舉辦歌唱比賽，豐富員工生活

2023年11月，正通汽車舉辦「聲匯力量，齊頌創先」創享金曲比賽，13名選手通過「全民K歌」平台開展比賽，共6名獲獎。



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。員工或其親屬發生突發事件而導致經濟困難時，基金給予一定補助性的經濟資助，以緩解員工的暫時困難，由此增強企業的凝聚力，並增強員工以正通為家的歸屬感。2023年共資助公司員工5名，發放關愛基金44,000元。

## 4.2 人才培訓與發展

企業的可持續發展，來自高素質的人才支撐，而高素質的人才一方面來自於外部的招聘，更多的是來自於內部的培養。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。

根據公司發展和人才隊伍建設實際需要，人力資源部基於公司業務，結合崗位，圍繞領導力，構建了覆蓋全員的系統性的培訓體系，有針對性的進行培訓，從而實現分層分級賦能。結合專項性培訓、內訓等多維度培訓體系，通過督促職員完成培訓與相關測試、考核，本集團打造了一支品質過硬的服務團隊。

- 1、 提升員工專業水準和服務能力，激發企業活力的各項專業知識、業務技能技巧、職業標準規範的「活力計劃」；
- 2、 增強新員工的認同感與歸屬感，幫助新人快速融入的「領新計劃」；
- 3、 提升優秀年輕骨幹員工綜合能力的「領跑計劃」；
- 4、 為基層管理者及後備人才搭建溝通交流平台，為公司選拔、儲備人才，提升基層管理者管理技能的「領睿計劃」；
- 5、 提升中高層管理者戰略思維及領導力的「領創計劃」；
- 6、 打造內部講師團隊的「蒲公英計劃」。



不同品牌的整車廠亦不定期地針對新車型開展銷售、技術等類型多樣的培訓，本集團積極組織職員參加相關培訓，確保向顧客提供銷售服務、維修與保養服務的職員都經過了最新的技能培訓，以便為顧客提供更專業、更優質的服務。此外，我們在重視傳統培訓模式的同時，也將新媒體運用植入日常經營中，以加深員工對新媒體的熟悉度。為了適應穩步擴張的集團業務，保持一貫的高質量服務，本集團高度重視儲備幹部的培養。自2009年開始持續舉辦「高級經理培訓班」，培訓項目參與者皆經由嚴格篩選，均為集團公司各部門、各4S店裡選拔出來的中層幹部。前來授課的講師既有本集團的高管、部門總經理或資深店總，又有來自外部的講師。2023年，本集團共有190餘名內部講師。



### 綠色辦公培訓

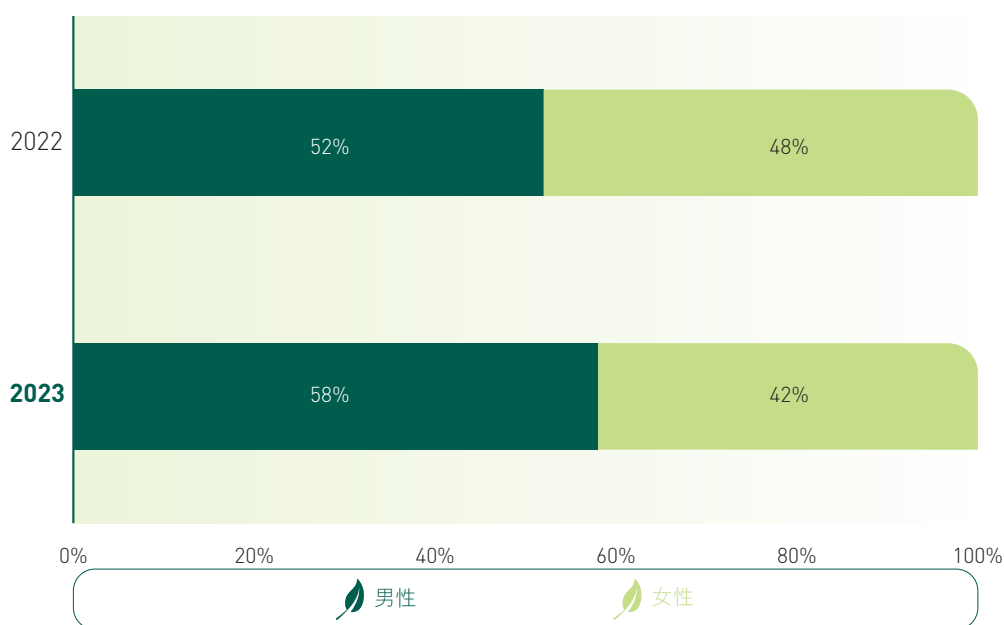
在綠色辦公技能方面，為增強公司員工的會議系統使用技能，優化會議服務保障質量，本集團組織一系列會議操作培訓，確保員工熟練掌握會議系統的操作關鍵及常規故障處理方法；為提高員工對雲辦公產品的認知和使用，提高線上協作效率，本集團舉辦雲辦公培訓。

### 正通學院

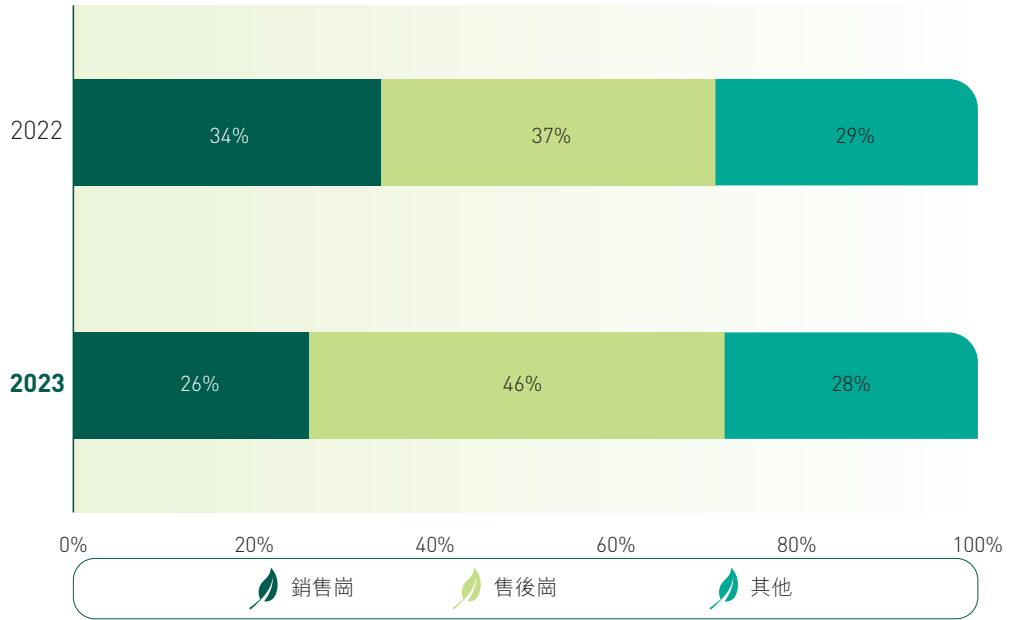
本集團於2019年成立正通學院，作為正通集團管理的企業內部學院，依託內部自建學習平台，整合內外部講師、課程等資源，積極開展各崗位線上、線下學習項目，為企業持續輸出人才。

學院以成為員工成長的顧問、業務發展的夥伴和企業變革的助手為己任，旨在打造一個全方位、系統化、專業化的企業學院，肩負著成為人才孵化基地和業務增長加速器的使命。公司人才培訓體系在正通學院得以有效實現，通過線上賦能、一線實踐、強化結果等多種方式，針對不同層級的員工進行個性化和系統化的培訓，助力員工漸進成長，並積極推動學習型組織的構建。正通學院學習平台現有內外部線上課程7,663門，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21,120小時，其他培訓相關指標披露如下圖：

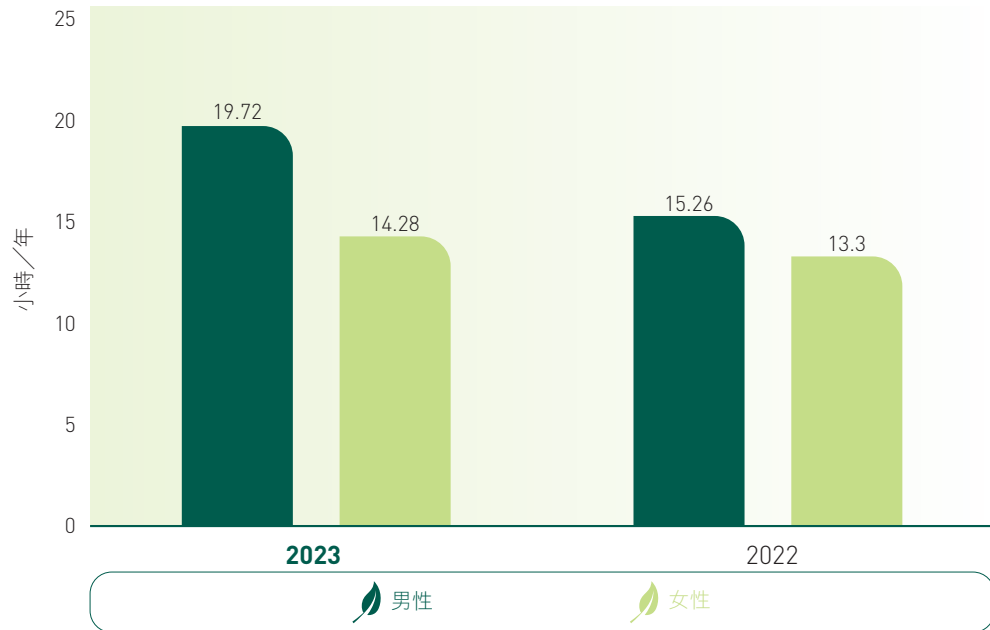
按性別劃分的受訓員工比例



按崗位類別劃分的受訓比例



按性別劃分的人均受訓時長



按崗位類別劃分的人均受訓時長



案例：

本集團組織員工交流及反饋，提高員工工作積極性和滿意度

為致力於協同解決門店運營中存在的問題，提高員工工作積極性和滿意度。2023年內行政部、人力資源部、財務管理、數字化管理及運營管理等部門通過面對面會議、電話會議、在線視頻會議等方式組織開展周例會、月度例會、半年度及年度人員述職等形式的會議，對本條線工作進行交流及反饋，對門店的運營現狀進行了深入探討，並針對存在的問題進行分析。



## 職業發展

2023年度，本集團通過《正通汽車員工職業發展管理規定》明確職業發展通道，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。內部晉升機制遵循以下原則開展：

- 1、 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。
- 2、 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。
- 3、 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：
  - 1) 發佈晉升信息：當公司有晉升機會時，通過內部公告、郵件等方式向全體員工發佈晉升信息。
  - 2) 自我推薦與提名：員工可以根據自身能力和業績情況自我推薦或被他人提名參加晉升評選。
  - 3) 評審與考核：相關部門對參評員工進行評審和考核，包括工作表現、能力、業績等方面。

通過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。

### 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，儘量避免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。

本集團不斷強化安全生產管理和制度建設。各投資企業負責人作為本單位安全生產第一責任人，承擔主要管理責任。我們編製與更新安全指引時，識別公司經營過程中的主要安全風險點，並根據風險的特點採取對應的風險控制措施。在工作過程中，本集團識別到的公司員工在特定崗位可能遭遇的職業健康風險，特別是在鈹噴及油漆崗位中存在一些職業病危害因素，主要包括粉塵、噪音、有害氣體。如防護不當，該職業病危害因素可能導致塵肺、噪音聾、苯中毒等職業病發生。對此本集團採取積極預防措施，提供併發放個人勞動防護用品，為特殊崗位人員配置了專業的職業病防護器材。本集團也逐步用環保、無害或者危害小的材料(如採用水性漆進行烤漆)，降低這些操作對員工可能造成的身體損害。

我們也會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。2023年度，本集團未有確診職業病員工。同時，我們在所有配電房、配電櫃、配電箱等強電設施上均張貼了「有電危險」的警示標識，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並操作強電設施。



針對自營食堂可能存在食品安全風險，我們要求每天留樣，嚴格管理並檢查食堂及廚師的衛生。針對燃氣使用的易爆危險，本集團統一為使用員工提供燃氣安全使用培訓，定期檢查使用情況。此外，我們也積極舉行各類安全事件應急演練包括環保危化品應急培訓、消防培訓，並組織和舉辦相關講座。



武漢寶澤安全生產及消防培訓



武漢悅馳安全生產培訓

本集團對於火災自始至終堅持預防為主，嚴抓消防意識的培養以及消防設備配備兩方面。明確消防安全責任人；保證疏散通道、安全出口的暢通；電器線路鋪設必須嚴格要求；滅火器（乾粉、二氧化碳）等基礎消防設備配備完好，每月進行有效全面排查並形成維保記錄。

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，通過模擬滅火和逃生演練，強化安全意識，提高應急能力。我們每年5月、11月分別組織覆蓋全員的消防演練，並在11月組織所有投資企業安全生產相關人員進行消防安全專項培訓。2023年，各投資企業組織開展消防安全、環保等應急演練共280場次，人員覆蓋率100%。

### 案例： 正通總部展開消防演練與消防培訓系列活動

2023年11月17日，根據國貿控股「119消防宣傳月」活動部署，正通總部展開消防演練與消防培訓系列活動，邀請武漢市消防支隊江岸中隊指導演練、培訓宣講。各投資企業人事行政經理、安全管理人員及義務消防隊長、消防員共350餘名，通過線上、線下相結合的方式參加培訓。



本報告期內，本集團舉辦了形式多樣的健康與安全教育，包括培訓、安全知識考試和競賽。本集團還定期對門店和維修車間安全指引執行檢查，確保法律法規所要求的認證均已具備或更新。我們也邀請外部安全監督，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。

本集團物流板塊定期對供應商和合作方開展交通安全和車輛運輸安全健康培訓。2023年，整車物流部開展安全培訓101次，整改次數101次，整改率達100%，全年無重大安全事故。

本集團嚴格堅持遵守健康與安全的工作要求。於本報告期內，工傷人數共計8人，因工傷損失工作日數為225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，並舉一反三，加強職業健康與安全教育。報告期內，未發生任何安全生產、職業健康安全方面的違法違規事件。

過去三年的工亡人數及比例如下：

	2023年	2022年	2021年
工亡人數(人)	0	1	0
工亡比例[%]	0	0.01	0



# 5 | 低碳運營，綠色發展

本集團致力於在經營活動中儘可能採用環保的運營方式，以減少排放物、降低能源消耗，最終實現降低經營活動對環境的負面影響的目標。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。

## 5.1 資源高效利用

### 能耗管理

本集團重視資源的節約，在能耗管理方面不斷完善管理體系，優化節能措施，以改善我們的能源資源使用效率，已採取的措施包括：

- 室內採光效果良好的情況下，不得開啟室內照明燈具；室外照明、燈箱等均設有智能控制裝置；安排專人落實根據店內日照情況制定展廳大功率燈具（如射燈、金鹵燈等）開關標準並在下班後檢查關閉情況，減少大功率燈具開啟時間；
- 加強辦公設備管理，未使用設備時及時關閉電源，減少電子辦公設備電耗和待機能耗；
- 根據當地氣候制定中央空調開關標準，安排專人負責落實減少中央空調啟動時間，降低設備用電量；
- 安排專人根據面客區域的室溫對中央空調的進出水溫度進行調控；
- 通過多部門協作，提高烤漆房使用效率，集中烤漆房使用時間，減少頻繁的升降溫；



- 新裝或改造設備、燈具推薦選用節能產品，如LED燈具，大功率電器能效不超過3級；
- 對於剩餘使用年限較長的大功率設施設備，進行節能改造。

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59,476.22兆瓦時。報告期內，已有湖北奧澤等4家門店已獲得環境管理體系ISO14001：2015認證標準。



湖北奧澤取得的環境管理體系  
ISO14001：2015認證證書



深圳奧澤取得的環境管理體系  
ISO14001：2015認證證書



## 本集團能源使用情況

	2023年	2022年
用電(萬度)	<b>2,774.24</b>	2,919.49
店均用電量 <sup>4</sup> (萬度/店)	<b>53.35</b>	63.11
天然氣(食堂)(萬立方米)	<b>4.45</b>	6.22
店均天然氣(食堂)用量 <sup>5</sup> (萬立方米/店)	<b>0.74</b>	1.24
天然氣(供暖)(萬立方米)	<b>18.88</b>	25.20
店均天然氣(供暖)用量(萬立方米/店)	<b>4.7</b>	6.30
液化氣(萬升)	<b>213.07</b>	595.28
店均液化氣用量 <sup>6</sup> (萬升/店)	<b>26.63</b>	66.13
柴油 — 車用 <sup>7</sup> (萬升)	<b>1.94</b>	0.68
柴油車單位耗量(升/百公里)	<b>10.34</b>	9.90
柴油 — 烤漆房(萬升)	<b>0.47</b>	/
汽油 <sup>8</sup> (萬升)	<b>134.16</b>	61.37
汽油車單位耗量(升/百公里)	<b>10.76</b>	11.73

<sup>4</sup> 此處店均是以參與環境數據收集的門店數量作為分母，2023年是52家，2022年是47家。

<sup>5</sup> 此處店均是以有食堂且使用天然氣的門店數量作為分母。

<sup>6</sup> 此處店均是以有液化氣使用的門店數量作為分母。本集團門店提供員工餐和客餐，液化氣使用量減少是由於相關門店用餐人數減少。

<sup>7</sup> 車用柴油量有所增加的主要原因是本報告相對門店的統計覆蓋範圍擴大且2023年各門店業務量有所增加。

<sup>8</sup> 車用汽油量有所增加的主要原因是本報告相對門店的統計覆蓋範圍擴大且2023年各門店業務量有所增加。

### 案例： 武漢聖澤物流園分佈式光伏項目

2023年6月，正通汽車與海翼集團旗下國貿新能源在武漢合資成立湖北國貿新能源科技有限公司，擬以武漢為中心拓展光伏、儲能相關業務。武漢捷悅行供應鏈產業園分佈式光伏項目是目前雙方已落地的首個合作協同項目。預計項目建成併網後，按年發電700萬度估算每年可節約標準煤約2,104噸、降低二氧化碳排放約5,767噸，這將為武漢市綠色能源轉型和公司可持續發展作出積極貢獻。



分佈式光伏效果圖



## 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：

- 車間地面清洗，建議先墩擦，再使用自來水沖刷，減少沖刷頻次；
- 水龍頭用後及時關緊水龍頭，杜絕跑冒滴漏和長流水現象；
- 發現水龍頭等用水設備損壞，及時通知行政部及時聯繫有關專業人員進行維修；
- 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，2023年本集團用水量為345,474噸，店均6,643.73噸。2023年店均用水量下降的主要因為相較於2022年改造項目有所減少且各門店積極推進使用節水器具的使用。

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，了解能耗和用水的實際情況。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錶現。

## 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包裝材料。各門店主要包裝材料需求涉及汽車零配件和內飾的包裝。

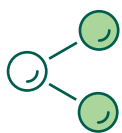
本集團包裝材料使用情況

	2023年
包裝物料總量(噸)	110.75
紙箱(噸)	88.40
木板(噸)	19.98
塑料(噸)	2.36
包裝物料密度(噸/店)	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，湘潭寶澤、長沙瑞寶、珠海寶澤、深圳寶泰行等11家門店已獲得綠色電力證書，共計5,998兆瓦時來源於可再生能源產生的電力，其中廣州寶澤和深圳寶泰行2家門店已實現電力碳中和。

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。正通汽車首批BMW領創經銷商上饒寶澤、湘潭寶澤、珠海寶澤門店自2022年7月開始升級改造。截至2023年末，本集團共擁有14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、使用綠色傢具建材等措施，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、新能源車型展示區和大型豪華車展示區，全新陳列令客戶一目瞭然。



**綠色環保設計：**門店整體以明亮的淺色調，將簡約豪華的設計風格融入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；傢具均有環保認證。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：**數字化科技不斷優化客戶體驗，通過電子服務屏，客戶可以瀏覽產品參數、價格等詳細信息；通過MR設備，客戶更能直觀地看到整車的結構，包括電機結構、電磁結構以及車型特有的配置等。



**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。

2023年，本集團各門店亦組織全員環保節能知識培訓，課時數共計5小時。我們主要開展了以下綠色辦公舉措：

- 提倡打印用紙循環使用，內部溝通文件打印時需使用二次用紙；
- 重複利用激光打印機用硒鼓，對已用完的硒鼓加註碳粉，減少硒鼓用量；
- 提倡辦公用品領用時以舊換新，行政部對舊辦公用品進行重複利用，減少日常辦公用品用量；
- 各門店日常接待不使用一次性紙杯，改為玻璃杯；
- 建立IT耗材管理制度並使用無紙化辦公系統；
- 店內無桶裝水，統一使用淨水器；
- 採購及安裝充電樁設備，要求店內接待和辦公外出使用新能源汽車，降低用油量；
- 採用感應潔具，採購無磷洗手液、洗車液；
- 車輛維修接待，使用可降解材料、可複用式的三件套。



空調溫度設定及隨手關燈提示



不提供一次性紙杯、減少瓶裝水



客戶環保餐盒



複用式三件套樣式

### 5.3 排放物管理

本集團的業務涉及汽車的售後維修以及保養，相關環節不可避免地產生排放物。我們積極從多方面、多渠道採取措施，減少污染物的排放。

#### 固體廢棄物管理

在有害廢棄物管理方面，各門店均設置了放置廢棄物的專門場所，並在場所外和容器上設有警示標誌，按要求製作危廢房存儲分區圖，分類分區規範存放，明確責任部門與責任人，以防止職員或顧客不當觸及。各門店與有資質處理危廢物的公司簽訂處理協議，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處理的過程中嚴格按照國家和當地環保政策。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，以杜絕隱患。



在無害廢棄物排放方面，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離處理。通過推廣資源回收與再利用實踐，例如鼓勵店內重複使用二手紙張等措施，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，各經銷商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。

我們積極推進各門店開展環保相關法規政策的及時學習，比如2023年新固廢貯存標識修改文件、政府下發的環保相關文件與通知等內容，不斷提升員工對管理規範與環保法律法規的理解水平，進一步鞏固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1,534.76噸(2022年：1,020.90噸)，店均有害廢棄物排放強度29.51噸/店(2022年：21.72噸/店)；產生無害廢棄物260.26噸，店均無害廢棄物排放強度4.91噸/店。店均有害廢棄物增加的主要原因是本報告期統計覆蓋門店數量增加且2023年各門店業務量有所增加。

### 廢水及廢氣排放管理

本集團努力通過技術手段對產生的排放物進行初步的處理，從而進一步減少對環境的影響。各門店積極引入VOCs光氧淨化設備，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。

此外，本集團積極響應並遵守按政府及行業管理要求，推進環保材料使用，各門店在烤漆房使用知名品牌的水性漆，保證車輛的維護質量的同時減少對環境的負面影響；逐漸用乾磨工藝取代水磨對車輛進行漆面處理，加大力度配合和推廣無水汽車技術，提高工作效率，減少污水的產生。對於產生的廢水會進行預處理，採取例如廢水濾油、三級沉澱池過濾等措施，達標後排放到市政污水管道。各門店結合自身實際情況，實現雨污分流，對雨水經過簡單的處理後循環利用，確保資源最大化使用。

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，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。建立突發環境事故現場應急小組，由組長負責了解和掌握事故現場情況並指導應急救援具體工作，現場作業人員及應急處置小組成員維護現場秩序，結合實際事故情況採取相應措施。在廢水處理設施異常時，要求現場快速處置啟動，停止對外排污並將廢水存在調節池內，上報企業應急指揮部，安排人員對設備進行檢修。

於報告期內，本集團在環保方面共投入資金人民幣297.75萬元。

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，2023年度，我們產生的氮氧化物、硫化物、顆粒物如下：

	2023年	2022年
氮氧化物排放(千克)	<b>1,341.45</b>	1,157.75
店均氮氧化物排放 <sup>9</sup> (千克/店)	<b>25.80</b>	24.63
硫化物排放(千克)	<b>61.96</b>	65.48
店均硫化物排放(千克/店)	<b>1.19</b>	1.39
顆粒物排放(千克)	<b>123.77</b>	124.37
店均顆粒物排放(千克/店)	<b>2.38</b>	2.65

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。

<sup>9</sup> 2023年各門店業務量有所增加，新車試乘試駕的里程數相較於前一年也有所增加。

## 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，負責識別、評估和監督所有與氣候變化相關的議題。該委員會根據風險層級採取相應行動措施，以確保公司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"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>

類型	氣候相關風險	應對措施	
轉型風險	<p>慢性</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推出針對新氣候環境的定製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；</li> <li>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。</li> </ul>
	<p>政策和法律</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	<p>技術</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	<p>市場</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者對綠色低碳的關注會使其偏好更節能、環保的車型，可能影響汽車市場需求。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	<p>聲譽</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>參與或發起環保活動，提高品牌形象；</li> <li>向消費者普及氣候變化的影響以及如何在不同氣候條件下更好地使用和維護汽車，提高消費者的滿意度和忠誠度。</li> </ul>

## 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。為此，我們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，我們計劃持續推進設立專職的環保與能效管理部門，負責定期收集與分析相關數據，並逐步推進能耗目標設定。

表：溫室氣體排放績效<sup>10</sup>

	2023年	2022年
二氧化碳當量(範圍一)(噸)	<b>7,441.92</b>	12,994.77
店均二氧化碳當量(範圍一)(噸/店)	<b>143.11</b>	276.48
二氧化碳當量(範圍二)(噸)	<b>13,034.98</b>	16,082.60
店均二氧化碳當量(範圍二)(噸/店)	<b>250.67</b>	342.18
二氧化碳當量(總量)(噸)	<b>20,476.90</b>	29,077.37
店均二氧化碳當量(總量)(噸/店)	<b>393.79</b>	618.67

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。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，提升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。

<sup>10</sup> 直接溫室氣體排放根據《中國能源統計年鑑2020》附錄4、GHG Protocol、《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。

## 六、踐行公益，和諧共創

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。社區投資是公司未來源源不斷發展的動力，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35項公益活動項目，志願者服務參與人次超過184人，志願者服務總時長超過162小時，總捐贈金額30.84萬元。

### 案例： 集團通力齊心馳援甘肅地震

2023年，我們結合自身優勢，在諸多方面為甘肅地震受影響社區提供支援和保障，公司黨委、系統工會聯合會呼籲全體員工積極向災區災民伸出熱情援手，傳遞愛心和關懷。2023年，我們有2,433名員工為馳援甘肅共投入了人民幣20.7萬元，幫助災區人民渡過難關。

### 案例： 鄭州奧澤榮獲奧迪廠家東部區「2023半年度最佳社會責任」獎

鄭州奧澤積極參與各類公益活動。2023年春節過後臨床用血量持續增加，鄭州市血液中心庫存告急，鄭州奧澤果斷伸出援手，由公司發起無償獻血號召，46名員工擡起袖子書寫大愛，用13,800毫升熱血詮釋了鄭州奧澤人的愛心和社會責任。2023年8月，鄭州奧澤榮獲奧迪廠家東部區「2023半年度最佳社會責任」獎。

### 案例： 長沙瑞寶關注弱勢群體，2023年開展多項公益活動

長沙瑞寶關注弱勢群體，倡導企業社會責任擔當，推進圍繞留守兒童、孤寡老人及兒童交通安全知識普及展開的公益活動，與寶馬攜手在長沙縣惠農小學成立BMW童悅之家，呼籲車主及社會力量共同關注留守兒童成長和陪伴，將安心與關懷帶去現場開展寶馬愛心運動會。2023年累計開展相關活動6場，參與車主及人數達100人次。



## 披露索引

《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
層面	內容	報告章節	
強制披露	董事會聲明	董事會聲明	
	管治架構	一、可持續發展管理	
	匯報原則	關於本報告	
	匯報範圍	關於本報告	

### 主要範疇 A. 環境

#### 層面 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)。	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



《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
<b>層面A2：資源使用</b>			
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)每生產單位佔量。	五、 低碳運營，綠色發展	
<b>層面A3：環境及天然資源</b>			
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。	—	註1
<b>層面A4：氣候變化</b>			
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。	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。	五、 低碳運營，綠色發展	

《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
主要範疇 B. 社會			
僱傭及勞工常規			
層面 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：	四、	心繫員工，攜手共進
	(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。		
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
層面 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：	四、	心繫員工，攜手共進
	(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。		
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

《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
<b>層面B3：發展及培訓</b>			
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。	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
<b>層面B4：勞工準則</b>			
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
<b>營運慣例</b>			
<b>層面B5：供應鏈管理</b>			
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	按地區劃分的供貨商數目。	三、	責任經營，優質服務

《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、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	描述在揀選供貨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。	三、 責任經營，優質服務	
<b>層面B6：產品責任</b>			
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：	三、 責任經營，優質服務	
	(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。		
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	
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	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	二、 精益管理，穩健經營	

《環境、社會及管治報告指引》		章節	備註
<b>層面B7：反貪污</b>			
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	
<b>社區</b>			
<b>層面B8：社區投資</b>			
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	

註1：本集團的經營活動較少涉及天然資源，因此該項並不重要。



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