

C R A F T E D B Y



T H E D R I V E N

廣州汽車集團股份有限公司
環境、社會及管治報告

關於本報告

概覽

本報告為廣州汽車集團股份有限公司（以下簡稱「廣汽集團」）的年度環境、社會及管治報告，全面披露廣州汽車集團股份有限公司 2020 年在環境、社會及管治方面各重要議題的理念、目標、措施、成果和未來計劃。

編制依據

本報告根據香港聯合交易所《主板上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》（「ESG 指引」）進行編寫，同時參考了全球報告倡議組織（GRI）準則核心方案，社科院 CASS CSR 4.0 標準進行編制。

本報告內容按照一套系統性程序而釐定。本報告的編制過程包括識別重要的利益相關方、識別和排列 ESG 相關的重要議題，從而決定 ESG 報告的邊界，收集相關材料和數據、對數據進行整理和檢視、編制報告內容等。

匯報原則

本報告編制過程遵循「重要性」「量化」「平衡」「一致性」四大匯報原則，準確響應利益相關方對於廣州汽車集團股份有限公司的關注。

- 重要性：**廣汽集團在報告編制過程中聘請第三方專業機構充分考慮企業業務特點，同時通過利益相關方溝通來識別當前的 ESG 重要性議題，並將結果交由董事會審批，最終確定重要議題，作為編制本報告的基礎並透過報告予以響應。
- 量化：**廣汽集團建立了 ESG 數據獲取與覆核機制，在適用的情況下，本報告披露年度對比數據，讓利益相關方了解 ESG 管理進度。
- 平衡：**廣汽集團在本報告內討論了在相關議題上的改進空間和計劃，避免遺漏或不恰當地影響利益相關方決策或判斷的選擇。
- 一致性：**本報告的量化信息保持了與以往基本一致的方式進行了統計和披露，以便利益相關方可分析及評估於不同時間的績效。部分數據範圍的變化和更新亦已附帶說明，供利益相關方參考。

報告範圍及邊界

本報告覆蓋範圍為廣州汽車集團股份有限公司研發、整車（汽車、摩托車）、零部件、商貿服務、金融五大業務板塊，時間段為 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日（「本年度」、「報告年度」），報告部分內容適當超出上述期間。除另有說明，本報告以人民幣為貨幣單位。

稱謂說明

本報告中，「公司」、「本公司」指「廣州汽車集團股份有限公司」；「廣汽集團」、「廣汽」、「本集團」、「集團」指本公司及其附屬公司；除另有指明外，本報告所使用的詞彙與廣州汽車集團股份有限公司二〇二〇年年度報告所界定者具有相同涵義。

數據來源及可靠性聲明

報告中所使用數據均來自「廣州汽車集團股份有限公司」及其子公司或投資公司，經董事會審核。除特別說明外，本報告的數據覆蓋範圍為廣州汽車集團股份有限公司研發、整車（汽車、摩托車）、零部件、商貿服務、金融五大業務板塊，時間段為 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日（「本年度」、「報告年度」）。

確認及批准

本報告經廣州汽車集團股份有限公司管理層確認，於二〇二一年三月二十五日獲董事會批准。

獲取及響應本報告

本報告包括中、英文兩個版本，若內容有出入，請以中文版本為準。電子版本報告已上載廣州汽車集團股份有限公司網點 <https://www.gac.com.cn/cn/csr/reportList>。如閣下對廣州汽車集團股份有限公司的環境、社會及管治 / 企業社會責任表現有任何意見或建議，歡迎電郵至 csr@gac.com.cn，或致電 +86 20 8315 1139。

CONTENTS | 目錄



| | | | |
|----------|----|----------|-----|
| | 03 | | |
| | 05 | | |
| | 09 | | |
| | 11 | | |
| | 11 | | |
| | 13 | | |
| | 13 | | |
| 1 | | | |
| | 15 | | |
| | 15 | | |
| | 22 | | |
| 2 | | | |
| | 24 | | |
| | 27 | | |
| | 30 | | |
| | 36 | | |
| 3 | | | |
| | 41 | | |
| | 44 | | |
| | 50 | | |
| | 56 | | |
| | | 4 | |
| | | | 59 |
| | | | 62 |
| | | | 67 |
| | | | 75 |
| | | | 80 |
| | | | 80 |
| | | | 86 |
| | | | 89 |
| | | | 102 |

領導致辭

親愛的朋友：

剛剛過去的 2020 年，無疑將是歷史長河中濃墨重彩的一年。承蒙您的關心與支持，廣汽集團上下一心、乘風破浪，在堅決打贏疫情防控阻擊戰的同時，經營業績保持平穩，重大項目穩步推進，品牌價值持續提升。在此，謹代表廣汽集團和公司全體員工對您的關心和支持表示衷心感謝！

2020 年，是中國「兩個一百年」的歷史交匯之年，也是全面建成小康社會、「十三五」規劃收官以及脫貧攻堅決戰決勝之年，註定載入歷史史冊。關鍵之年我們遭遇了史無前例的新冠肺炎疫情的衝擊，對全球政治經濟社會均產生了深遠影響。面對疫情給汽車行業和企業發展帶來的空前挑戰，廣汽集團堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，始終堅定信心、同舟共濟，始終保持定力、精準施策，取得了經濟效益和社會效益的雙豐收。



曾慶洪
廣汽集團董事長



馮興亞
廣汽集團總經理

集團汽車產量

203.48 萬輛

集團汽車銷量

204.38 萬輛

集團新能源汽車銷量同比增長

42.9%

《財富》世界 500 強排名

206 位

創新廣汽（IGA）活動創造直接經濟效益近

12.6 億元

公益慈善事業投入

1.46 億元

這一年，我們堅決貫徹落實習近平總書記關於統籌推進疫情
**防控和經濟社會發展工作的重要講話精神，在疫情防控和復工復
 產鬥爭中衝鋒在前、勇挑重擔。**疫情期間，集團通過跨界生產口
 罩、捐款捐物全力馳援抗疫前線，累計捐款捐物價值 3,178 萬元，
 包括口罩、防護服等醫用物資 123 萬個（件）；同時僅用 5 天就
 組裝出第一條口罩生產線，通過自用 12 台口罩機累計生產口罩
 超 1 億隻，充分發揮了廣汽集團作為龍頭國有企業的頂樑柱作用。
 在推動經濟社會發展中，集團迎難而上、眾志成城，全力落實「六
 穩」「六保」，率先推動復工復產，屬全國第一批復工復產車企。
 經過全體員工的共同努力，集團生產經營逐步好轉，經濟效益企
 穩回升，最終實現汽車產銷 203.48 萬輛和 204.38 萬輛，同比增
 長 0.54% 和下降 0.89%，分別優於行業 2.5 和 1 個百分點，品牌
 佔有率提升 0.4 個百分點，產銷增速跑贏行業大勢，年度產銷規
 模排名提升至行業第四位，創本集團成立以來的最高排名，充分
 發揮了國有經濟的壓艙石和主力軍作用。

這一年，我們堅決貫徹新發展理念，引領高質量發展，推動
企業進一步實現質量變革、效率變革、動力變革。集團堅定不移
 推動自主創新，廣汽研究院完成具有獨立知識產權、具備世界先
 進水平的 GPMA 架構平台設計；發佈全新一代動力總成平台品牌
 「鉅浪動力」，發動機熱效率刷新中汽中心公開認證記錄；燃料
 電池車達示範運行條件，動力電池電芯、集成電驅動、石墨烯技
 術等項目研發取得重大進展和突破；廣汽埃安實現品牌獨立營運，
 全面打造成為高端科技的電動車品牌，體現了新形勢下集團全力
 發展新能源事業、推進節能減排綠色發展的信心和決心。2020 年，
 全集團累計新增專利 1,961 件，其中發明專利 823 件；累計專利
 申請 8,040 件，其中發明專利 2,753 件；繼續開展創新廣汽（IGA）
 活動，累計創造直接經濟效益超 81 億元。

這一年，我們堅決貫徹黨中央關於打贏脫貧攻堅戰的部署要
求，全面高質量完成脫貧攻堅任務。集團自成立以來，在精準扶
 貧及其他各類公益事業上累計投入超過 29.7 億元，先後對口幫扶
 20 條村，共幫助 1,259 貧困戶 5,676 名貧困人口全部實現脫貧。
 在脫貧攻堅中，我們高度重視發揮黨建引領作用。2016 年以來，
 集團和下屬投資企業共組織開展 120 多次脫貧攻堅實地調研，組
 織各基層黨組織黨員、幹部逾 10,000 人次到貧困村開展幫扶工作。
 集團還充分利用產業鏈、供應鏈以及人才優勢，結合扶貧單位和
 扶貧物件實際情況，通過產業扶貧、消費扶貧、教育扶貧等途徑，
 有效構建起精準扶貧和鄉村振興相互支撐、相互配合、有機銜接
 的良性互動格局，切實鞏固脫貧成果。

艱難方顯勇毅，磨礪始得玉成。全面建設社會主義現代
 化國家新征程即將開啟，集團也已確立「十四五」發展規劃和
 二〇三五年遠景目標。我們將繼續以習近平新時代中國特色社會
 主義思想為指導，堅定不移貫徹新發展理念，把握構建新發展格
 局機遇，大力推動高質量發展，努力在危機中育先機，於變局中
 開新局，著力成為客戶信賴、員工幸福、社會期待的世界一流企
 業。積極響應習近平主席主持召開的中央財經委員會第九次會議
 中提到的「把碳達峰碳中和納入生態文明建設整體佈局」，落實
 習近平主席的號召，「堅定不移貫徹新發展理念，堅持系統觀念，
 處理好發展和減排、整體和局部、短期和中長期的關係，以經濟
 社會發展全面綠色轉型為引領，以能源綠色低碳發展為關鍵，加
 快形成節約資源和保護環境的產業結構、生產方式、生活方式、
 空間格局，堅定不移走生態優先、綠色低碳的高質量發展道路。」
 讓我們不忘初心、風雨同舟、砥礪前行，共同開創「十四五」發
 展和社會主義現代化國家的絢爛未來！


 廣汽集團董事長


 廣汽集團總經理

關於本集團

概況

廣州汽車集團股份有限公司（簡稱廣汽集團），成立於1997年6月，總部位於廣州市天河區珠江新城，是一家A+H股上市的大型國有控股股份制企業集團，擁有員工約9.4萬人，帶動上下游產業鏈近80萬人。2020年集團第八次入圍《財富》世界500強，排名第206位。

廣汽集團主營業務涵蓋汽車研發、整車、零部件、商貿服務、金融服務和移動出行六大板塊。旗下擁有廣汽研究院、廣汽乘用車^[1]、廣汽埃安、廣汽本田、廣汽豐田、廣汽菲克、廣汽三菱、廣汽蔚來、廣汽日野、廣汽比亞迪、五羊-本田、廣汽部件、廣汽豐田發動機、上海日野發動機、廣汽商貿、同方環球、大聖科技、廣汽匯理、眾誠保險、廣汽資本、中隆投資、廣汽財務、時代廣汽、如祺出行等二十多家知名企業與研發機構，生產銷售傳祺、AION、雅閣、奧德賽、凱美瑞、漢蘭達、JEEP、歐藍德、合創、日野等數十種知名品牌汽車產品。

「十三五」時期，廣汽集團堅決貫徹落實習近平新時代中國特色社會主義思想，積極踐行新發展理念，基本實現「十三五」規劃各項目標，企業規模、綜合實力、發展質量實

現全面跨越式發展。汽車銷量從「十二五」期末的130萬輛增至「十三五」期末的204萬輛，連續四年超200萬輛，年均複合增長率9.5%，市場佔有率由5.3%提升至8.1%；匯總口徑營業總收入連續四年突破3,000億元。

面向「十四五」，廣汽集團確立了「1615」總體發展戰略，即實現1個目標（力爭在「十四五」末期汽車產銷量達350萬輛，匯總營業收入超6,000億元，利稅總額超660億，保持世界企業500強和中國企業100強地位，新能源汽車產品佔集團整車產銷規模超20%）；夯實6大板塊（做強做實研發、整車、零部件、商貿、金融、出行服務等六大板塊）；突出1個重點（全面提升自主創新能力，實現集團高質量發展）；實現5個提升（全面實現電氣化、智聯化、共享化、數字化和國際化五個方面的提升）。

展望未來，面向2035年，廣汽集團將力爭實現汽車產銷500萬輛，匯總營業收入超1萬億元，成為客戶信賴、員工幸福、社會期待的世界一流企業，為人類美好移動生活持續創造價值。

[1] 廣汽傳祺是廣汽乘用車的產品品牌，本報告中廣汽傳祺指廣汽乘用車



主要投資企業

研發板塊



整車板塊



商貿服務



金融服務



零部件



時代廣汽

移動出行



其他



注：1. 廣州汽車工業集團有限公司持有廣州汽車集團股份有限公司 53.13% 的股權

2. 限於篇幅，只列出主要投資企業

責任榮譽



- 全國文明單位——中央精神文明建設指導委員會
- 全國慈善會愛心企業——中華慈善總會
- 2020 年度中國全面小康特別貢獻企業——中國全面小康論壇
- 「中國廉潔創新獎」特色創新項目——中國管理現代化研究會廉政建設與治理研究專業委員會、清華大學廉政與治理研究中心
- 可持續品牌傳播卓越企業——中國企業管理研究會、社會責任與可持續發展專業委員會
- 廣汽集團社會公益故事片社會公益事蹟傳播 優秀作品——社會責任大會組委會
- 奧納獎-2020 年度社會責任社會貢獻典範公司——社會責任大會組委會
- 中國汽車企業社會責任暨中國汽車戰「疫」英雄譜——優秀戰「疫」擔當企業——中國汽車報
- 中國汽車工業科學技術獎二等獎「中型 SUV 關鍵技術開發與產業化」
- ——中國汽車工程學會
- 中國汽車工業科學技術獎特等獎「智能網聯汽車雲控系統關鍵技術及應用」
- ——中國汽車工程學會
- 第二十一屆中國外觀設計金獎 汽車
- ——國家知識產權局、世界知識產權組織
- 第二十一屆中國專利優秀獎發明專利「一種進氣歧管及汽車發動機」——國家知識產權局
- 「新車型項目設計開發質量評價體系的建立和應用」獲中國質量協會質量技術獎二等獎——中國質量協會
- 2019 年度廣東扶貧濟困紅棉杯金杯——廣東省扶貧開發領導小組
- 抗擊新冠肺炎疫情公益愛心單位——廣東省鐘南山醫學基金會
- 廣東省科學技術獎一等獎「A 級純電動乘用車關鍵技術自主研發與產業化」——廣東省人民政府
- 第七屆廣東專利金獎汽車——廣東省人民政府
- 第七屆廣東專利銀獎發明專利「一種發動機設計方法」——廣東省人民政府
- 廣東省節能先進企業——廣東省工業和信息化廳
- 廣東省環境教育基地——廣東省生態環境廳
- 2020 年度廣東創新綜合實力百強企業——廣東省科技廳
- 廣東省機械工程學會科學技術獎二等獎「GPMA 車身高性能平台化開發關鍵技術及應用」——廣東省機械工程學會
- 廣東省機械工程學會科學技術獎三等獎「新能源汽車電控系統關鍵技術研發及應用」——廣東省機械工程學會

1

2

3

4



- 中國優秀工業設計金獎——中華人民共和國工業和信息化部
- 廣東省職工服務示範點——廣東省總工會



- J.D.Power 新車質量研究 (IQS) 中國品牌 NO.1——J.D.POWER
- 抗疫積極貢獻獎——湖北省商業聯合會
- J.D.Power 2020 中國汽車售後服務滿意度研究 (CSI) 中國自主品牌第一——J.D.POWER



- 2020 世界智能汽車大會 - 智造大獎——世界智能汽車大會組委會
- 2020 年度粵港澳大灣區社會責任傑出貢獻企業——廣州市民政局、廣州日報報業集團、廣州市慈善會
- 最佳新能源汽車製造商——搜狐汽車
- 中國車聯網技術應用獎——證券日報
- 最值得期待新能源品牌——車市紅點

广汽 HONDA

- IQS (新車質量研究) 調研主流車市場第一名——J.D.Power
- 2020 年中國汽車主流車細分市場銷售滿意度 SSI 第二名——J.D.Power
- 2020 年汽車用戶售後滿意度測評 (CACSI) 合資品牌第一名——中國質量協會
- 2020 年汽車企業綠色發展指數 (GDI) 第二名——汽車工業節能與綠色發展評價中心
- 廣東省環境教育基地——廣東省生態環境廳
- 2020 年度粵港澳大灣區公益項目創新優異表現企業——廣州市民政局、廣州日報報業集團、廣州市慈善會

广汽丰田

- 中國汽車用戶滿意度測評 (CACSI) 中, 連續榮膺銷售、售後服務滿意度第一名——中國質量協會
- 中國汽車售後服務客戶滿意度卡斯 (CAACS) 調查中榮獲「售後服務客戶滿意度」第一名——中國汽車維修行業協會
- 2020 年度粵港澳大灣區公益項目創新優異表現企業——廣州市民政局、廣州日報報業集團、廣州市慈善會
- 榮獲 2020 年度 ai 優質職場評選「卓越疫情應對獎」——人民網
- 年度綠色發展企業獎——南方週末

广汽菲克
GAC FCA

- 全國汽車行業智能製造與技術創新成果特等獎——中國設備管理協會
- 全國產品和質量服務誠信示範企業 -Jeep 汽車——中國質量檢驗協會
- 2020 年度長沙市危險廢物規範化管理標準單位——長沙市生態環境局
- Jeep 指南者車型榮獲中國新車質量研究 (IQS) 緊湊型 SUV 並列第二——JD Power 中國

广汽三菱

- 年度社會責任公益企業——中國汽車電視總評榜
- 年度創新營銷獎——網易

广汽部件
GAC COMPONENT

- 2020 年中國機械 500 強第 36 位——中國機械工業企業管理協會
- 2020 年全球汽車零部件百強企業第 68 位、中國汽車零部件百強企業第 7 位——中國汽車報
- 中國汽車工業零部件三十強第八位——中國汽車工業協會
- 省級企業技術中心 (複評) ——廣東省經濟信息化委員會
- 省級工程技術中心 (複評) ——廣東省科學技術廳

广汽商貿
GAC BUSINESS

- 2020 年度 CSUA 金龍獎優勝獎——中國計算機使用者協會
- 2020 中國百強卓越經銷商——中國汽車流通行業協會
- 行業傑出管理精英獎——廣東省汽車流通協會
- 廣州市勞動關係和諧企業 AAA 級——廣州市人力資源和社會保障局、廣州市總工會

广汽資本
GAC CAPITAL

- 2020 年度中國投資機構退出力 TOP10——母基金週刊
- 2020 年度中國最佳先進製造投資機構 TOP20——中國風險研究院
- 2020 年度中國成長型 VC 投資機構 TOP10——中國風險研究院
- 2020 中國最受母基金歡迎的 PE 基金創始合夥人 TOP20——母基金聯盟

广汽匯理
汽車保險

- 2019 年度納稅信用 A 類納稅人——國家稅務總局廣州市稅務局
- 2019 年度企業徵信系統數據質量工作優秀機構、個人徵信系統數據品質工作優秀機構——中國人民銀行徵信中心廣東省分中心

广汽財務
GAC FINANCE

- 2020 年度行業數據統計優秀單位——中國財務公司協會

五羊-本田

- 全國質量檢驗穩定合格產品——中國質量檢驗協會
- 全國產品和服務質量誠信示範企業——中國質量檢驗協會

1

2

3

4

2020 年廣汽集團大事記

→

1

2月初

為做好疫情防控和復工復產，廣汽集團研發製造口罩機，並於2月20日正式開始批量生產自製口罩，由旗下的廣汽部件負責生產。全年口罩日產量最高超100萬隻，累計產量超過1億隻。

3月3日

廣乘國際首款出口海外的電動車型廣汽傳祺GE3在以色列上市，廣汽正式進入以色列市場。

3月20日

中共中央政治局常委、國務院總理、中央應對新冠肺炎疫情工作領導小組組長李克強與中辦國辦赴廣東、河南復工復產調研工作組負責人視頻連線，叮囑要急企業所急、邊調研邊幫助解決困難和問題。集團董事長曾慶洪在視頻連線中匯報了廣汽集團復工復產的情況。

3月30日

廣汽集團與廣州呼吸健康研究院簽訂戰略合作協議，共同打造防疫系列產品。雙方於12月8日舉行戰略合作深化活動。中國工程院院士、「共和國勳章」獲得者鐘南山，受聘為廣汽集團健康防疫顧問。雙方共同合作研發了電子集成過濾及24節氣國風系列生物香氛。

4月1日

廣汽本田正式完成對本田汽車（中國）有限公司的吸收合並，生產體系中又新增了廣州開發區工廠，實現整車「四線生產」。

4月10日

廣汽蔚來成立兩周年之際，首款智能電動全能SUV——廣汽蔚來007正式上市。

3

4月17日

廣汽研究院自主研發的廣汽7WDCT（7速濕式雙離合自動變速器）榮獲第三屆「世界十佳變速器」稱號。

4月底

廣汽數字化加速器GDA項目啟動，大聖科技作為實施主體為廣汽集團及自主品牌事業數字化轉型找準實施路徑，制定作戰地圖。

5月16日和9月26日

廣汽商貿分別舉辦了兩次「廣汽商貿購車節」，合計銷售7,691輛車，創歷史新高。

6月1日

中共中央政治局常委、國務院副總理韓正調研廣汽菲克，了解外資外貿企業經營和復工復產情況，鼓勵汽車產業要在合資合作基礎上，培育壯大自主品牌、提升品牌知名度和影響力、大力發展新能源汽車。

6月28日

公司成立23周年之際，廣汽集團舉行「628超級品牌日」直播，推介所有投資企業品牌和扶貧產品，總觀看人次合計超5,900萬。

7月6日

廣汽日野在廣州舉行百萬公里俱樂部活動，現場共簽售重卡400台。

4

7月8日

廣汽三菱新能源車項目開工暨研發中心大樓竣工活動舉行。該項目將推出廣汽集團和三菱汽車首款聯合開發的新能源車型，計劃於2021年正式量產。

7月27日

廣汽豐田累計產量達成500萬台。借此契機，廣汽豐田開展高負荷慰問活動，向全員發放「創造不限速」驚喜禮盒。

7月28日

以「感·創未來」為主題的2020廣汽科技日（GAC TECH DAY 2020）以線上形式舉行，集中亮出廣汽首款氫燃料電池乘用車——Aion LX FuelCell、廣汽3DG石墨烯製備技術、超級快充電池等多項行業領先的「黑」科技。

8月6日

如祺出行進駐佛山，深度助力城際聯通。

8月10日

廣汽集團八度入圍《財富》世界500強，排名206位。

8月20日

廣汽比亞迪獲得純電動自卸式垃圾車、純電動壓縮式垃圾車產品3C證書，同時具備純電動客車和純電動專用車生產能力。

→

1

8月28日

眾誠保險披露 2020 年半年度報告，實現營業收入約 9.5 億元，同比增長 15.15%；實現歸屬於掛牌母公司淨利潤 4,248.30 萬元，同比增長 45.33%。

2

3

4

8月29日

廣汽豐田新能源車產能擴建項目二期正式動工，達產後將每年貢獻在地產值 500 億以上。

9月7日

廣汽資本、廣汽研究院石墨烯技術團隊與第三方戰略夥伴持股平台共同出資，成立廣州巨灣技研有限公司。這是廣汽集團首家內部孵化技術創新公司，標誌著廣汽在高科技產業化應用領域邁上新台階。

9月10日

廣汽智聯新能源汽車產業園智聯汽車小鎮與廣大附中合作辦學簽約，標誌著智聯汽車小鎮成功引入省級名校，配套更為完善。

9月15日起

廣汽集團對自主品牌事業一體化進行深化整合，設立經營管理委員會，與整車事業本部合署營運，並作出相關人事任命安排。

9月23日

廣汽菲克發佈全新企業文化理念，旨在以「文」增強內核動力，從而為客戶用心提供超越期待的產品和服務，為所有同事、股東、合作夥伴、社會創造更大價值，充分體現公司更加注重新顧客視點與需求。

9月24日

廣汽傳祺發佈營銷服務「金三角戰略」，聚焦產品增值、科技增值、服務增值三大版塊，實現為消費者增值、為經銷商增益、為廣汽傳祺賦能的目標。

9月26日

在北京車展上，廣汽集團正式發佈廣汽數字化加速器 GDA 項目，明確數字化三年轉型目標和實施路徑。廣汽傳祺發佈全新一代動力科技「鉅浪動力」。

10月24日

第七屆 Honda 中國區技能奧林匹克大賽舉行。五羊 - 本田代表隊共獲得 4 項金獎、6 項銀獎、2 項銅獎、9 項優秀獎。

10月30日

廣汽本田第 800 萬輛整車正式下線，距離 700 萬輛產量達成過去不到 16 個月。

11月14日

廣悅公司推進的永大集團 1 號地塊項目取得重要成果，新調規方案完成公示，為該地塊的出讓提供了有力保障。

11月20日

廣州國際車展上，廣汽集團發佈「十四五」規劃「1615」戰略，並攜廣汽傳祺、廣汽埃安公佈廣汽自主品牌「雙子星」計劃。廣汽傳祺正式發佈全新品牌口號——「一祺智行 更美好」。廣汽埃安宣佈獨立營運，成為與廣汽傳祺並列的廣汽自主品牌。

11月21日

廣汽匯理成立十周年之際，再度蟬聯「最佳汽車金融公司」獎項，同年零售客戶數突破 200 萬。

11月22日

廣汽集團在廣州車展主會場舉行「1122 廣汽購車節直播」活動，進行 8 小時超長直播，旗下 9 大品牌、全國近 3,000 家經銷店參與。在線觀看人次達 3,265.96 萬。

12月15日

廣豐發動機 TNGA 項目 1.5L 發動機正式量產，向百萬台生產體制邁出堅實的一步。

12月22日

由廣汽集團作為項目承辦單位的廣州市廢棄物安全處置中心二期項目竣工。該項目佔地 500 畝，以「國內領先、優於歐標」的標準建成，年處置危險廢物 18.3 萬噸。

12月28日

時代廣汽動力電池有限公司主廠房正式封頂，廣汽集團新能源汽車產業鏈核心零部件戰略佈局取得階段性成果。

12月29日

廣汽愛信自動變速器有限公司、廣州祺盛動力總成有限公司二工廠竣工開業活動，在廣汽智聯新能源汽車產業園內舉行。這是廣汽集團增強產業鏈、供應鏈自主可控能力的重要舉措。

抗擊疫情，我們在一起

2020年，突如其來的疫情牽動著所有人的心。面對疫情，廣汽集團快速行動，與社會各界聯手抗擊疫情。一方面，廣汽集團積極承擔企業社會責任，通過慈善捐助、出行供車等多種形式支持一線醫護人員以及多個行業一線抗疫工作人員；另一方面，集團始終將員工的生命健康放在第一位，在保障員工健康安全的基礎上開展復工復產，堅實承擔起國企的責任。

助力抗疫前線

廣汽集團整合各類抗疫物資支持疫情防控，助力一線工作人員抗疫工作的開展。

| 捐贈資金和物資合計 | 其中現金 | 醫療物資、口罩生產線和汽車 | 捐贈資金和物資共 | 受贈單位 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|--------------|
| 3,178 萬元 | 1,580 萬元 | 1,598 萬元 | 85 批 | 117 個 |



廣汽集團向鍾南山醫學基金會捐贈首批自製口罩及資金



廣汽集團執委會委員郁俊（右一）代表廣汽集團向廣州市衛健委進行捐贈

在疫情重災區，廣汽集團發揮企業優勢，向醫院及防控指揮中心捐贈工作車輛，為醫護人員及志願者提供出行方便。

廣汽集團捐贈抗疫工作用車情況

| 捐贈單位 | 受贈單位 | 捐贈物資 | 數量 (台) |
|-----------|--------------------------|-------|-----------|
| 1 廣汽傳祺 | 湖北宜昌市各級一線 抗疫單位 | 工作用車 | 30 |
| | 廣東省廣州市各級一 線抗疫單位 | 工作用車 | 20 |
| 2 廣汽三菱 | 湖北武漢市同濟醫院、 武漢市金銀潭醫院 | 工作用車 | 6 |
| | 中國社會福利基金會 芒果 V 基金抗疫單位 | 工作用車 | 6 |
| 3 廣汽菲克 | 湖南省慈善總會 | 工作用車 | 2 |
| 4 廣汽本田 | 南方醫科大學 南方醫院 | 工作用車 | 1 |
| | 湖北武漢同濟醫院和 武漢協和醫院 | 電動自行車 | 46 |

廣汽傳祺定向捐贈抗疫工作用車

疫情期間，廣汽傳祺向廣州、武漢、宜昌等城市一線抗疫單位捐贈價值 908 萬元的抗疫工作用車共 56 輛。這些車輛由各地衛健委或疾控中心統籌分配至定點收治新冠肺炎病例的醫院，為打贏疫情防控阻擊戰貢獻力量。



廣汽傳祺向廣東省、廣州市各級一級抗疫單位捐贈工作用車



廣汽傳祺為援鄂凱旋廣東醫療隊保駕護航

五羊 - 本田定向捐贈武漢醫院電動自行車



五羊 - 本田向武漢醫院捐贈電動自行車

2020 年 2 月 1 日，為防止疫情擴散，武漢市內的公共交通系統全部停運。為了高效解決武漢醫護人員短途交通出行問題，提升醫院的工作效率，廣汽集團旗下五羊 - 本田公司向武漢協和、同濟兩家定點接收醫院捐贈抗疫電動自行車 46 台，為醫務人員提供交通便利。廣汽集團工作人員經過 16 個小時、長達 1,050 公里的長途跋涉，快速及時地將電動自行車交付兩家醫院。

生產救援物資

在疫情期間，社會對抗疫物資的需求在短時間內陡增，廣汽集團迅速承擔企業責任，積極研發和生產防疫口罩，支持社會抗擊疫情。

- 廣汽集團響應政府號召，迅速調動資源，生產防疫物資口罩機和口罩。工作團隊於一個月內完成 41 台口罩機的生產和交付，累計生產口罩超 1 億隻。
- 廣汽集團旗下各板塊企業針對疫情防控下的市場新需求，持續升級旗下產品，滿足市場對健康用車的需求，保障車主的健康。集團第一時間啟動研發「過濾殺毒一體式」健康座艙科技，並提供湖北地區車主免費升級服務，並且在短時間內開發出 N95 級高效空調濾芯、「紫外殺菌消毒燈」、中藥香氛系統等抗疫用品。

抗疫不只是在疫情期間，更在於防患於未然。2020 年，廣汽集團與鐘南山院士團隊廣州呼吸健康研究院建立長期合作關係，雙方以打造健康產品為目標，共同推進病毒防護和消毒裝置在醫療及汽車領域的應用。

一個月內完成生產
和交付口罩機 **41** 台

累計生產口罩 **100,000,000+** 只

維持企業運作

面對疫情，廣汽集團始終堅定信心、精準施策，維持企業穩定運作。通過推行線上辦公、保障環境清潔及開展員工關懷，集團全面保證復工復產期間的員工健康，並結合實際情況，制定因地制宜的年度生產經營方案，並協助合作夥伴全力復產增產，取得優秀業績。

保障員工健康

在疫情期間，盡全力保障員工的健康安全，是廣汽集團作為僱主最基本的責任，也是維持業務延續性的基本要求。在疫情發生後，廣汽集團迅速建立防疫應急響應機制，制定各項疫情防控工作方案，並開展多樣措施保障順利復工復產。

廣汽集團在疫情發生初期推行線上辦公，有效減少辦公室的人員聚集造成的傳播風險，並通過搭建和推行有效的智能化遠端辦公系統，保證遠端協作工作的效率。除此之外，集團在公共區域進行全面消毒，並配備充足的消毒用品，保障在辦公室每一位員工的工作環境是衛生安全的。

疫情期間，集團員工未發生群體性疫情，累計確診 3 人，均已康復。



廣汽集團自製口罩生產車間

推行線上辦公

- 廣汽集團旗下廣汽研究院啟動數字化辦公模式研發，快速搭建了包括智能會議管理系統、雲桌面系統、線上協同工具鏈等在內的遠端辦公系統
- 廣汽集團旗下各整車企業積極開展各種線上營銷活動和創新銷售模式，充分利用既有的「VR 看車」、「智能展廳」等先進的數字化手段

保障環境清潔

- 制定「因區制宜」的消毒方案，根據感染風險大小確定消毒頻率，建立消毒工作台账
- 全面做好內部環境衛生和消毒工作，包括辦公區域、廠區、食堂、宿舍、樓梯等公共區域
- 辦公場所配備洗手液、消毒劑、酒精噴霧等醫用防疫用品
- 嚴格管理人員進出，要求每名員工和訪客務必測量體溫、佩戴口罩

開展員工關懷

- 編撰防疫知識手冊，持續普及疫情防控和復工安全知識
- 組織員工收聽心理微課，調整積極健康的心態
- 舉辦在線防疫知識競賽，強化員工的防疫意識和安全意識

如祺出行保障公眾出行用車安全

2020 年新冠疫情期間，如祺出行積極助力科學抗疫，在廣州火車站出租車侯客點設立公益消毒點，免費為來往出租車和其他平台網約車提供消毒服務，全年累計為近 4.8 萬輛次計程車消毒，還將車輛消毒服務點向社會開放共用；並為營運車輛加配免洗洗手液，進一步降低用戶交叉感染可能性，為用戶安心出行提供安全保障。此外，還向新冠肺炎定點收治醫院等一線防疫單位推出免費租車公益項目，解決一線防疫人員用車需求。

穩定恢復營運

廣汽集團嚴格落實「六穩」「六保」，在安全復產增產的基礎上，制定穩健、積極的年度生產經營方案及目標。集團開展「開源節流、降本增效」活動，旗下各整車企業積極響應，以「不產生一例疫情，也不錯失多生產一台車的機會」為原則，持續穩定恢復營運。

- 召開經營挽回專題會，研究制定經營挽回舉措
- 集團管理層統領相關人員至各地一線銷售店開展市場調研
- 制定經營目標責任管理辦法，將經營目標管理責任落實至各執行層
- 針對廣州市政府促進汽車消費的政策，在政府補貼基礎上對不同車型加碼補貼
- 提供必要的物資援助和政策措施幫助特約店度過難關

廣汽集團主動協助產業鏈供應鏈共渡難關，優化零部件供應體系。通過「一企一策」「一件一策」，集團積極為零部件供應商協調解決生產問題，協調 14 個省市共 521 家零部件供應商復工復產，並及時啟動海外零部件應急管理機制，採取調配全球庫存、國產件替代等舉措提早應對斷供風險。

廣汽集團加強與經銷商的緊密溝通，督促各品牌經銷商嚴格按照當地政府部門要求落實防控主體責任，為顧客營造安心的購車環境。廣汽集團各有關企業根據市場變化調整銷售節奏和供需計劃，從實際出發，「一店一策」幫助經銷商調整經營策略，為經銷商減負增效，增強經營信心。



如祺出行公益消毒點

企業管治

1.1 公司治理

1.1.1 公司治理

廣汽集團嚴格遵照《公司法》《證券法》《上市公司治理準則》《上海證券交易所股票上市規則》及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》及其附錄《企業管治守則》等相關公司治理的要求，不斷完善公司治理結構，有序規範集團股東大會、董事會和監事會運作，依法合規進行信息披露，建立健全科學規範、有效制衡、運作高效的現代公司治理體系。

2020年，廣汽集團根據國務院關於境外上市公司召開股東大會通知期限等事項的最新規定，以及開展合規管理體系建設試點工作方案，分別於5月和11月兩度完成對《公司章程》的修訂，並對股東大會議事規則進行相應修訂，確保公司制度符合境內外監管要求，強化合規管理體系建設；同時根據公司法、兩地上市規則等相關法規要求，完成補選董事工作；並結合公司董事會多元化政策，經對候選人背景、經歷、經驗等因素綜合考慮，完成對連任任期滿6年的獨立董事進行換聘。

廣汽集團嚴格遵守兩地監管規則和要求，統籌考慮A、H股兩地披露規則，持續以「真實、準確、完整、及時、公平」為原則，堅持兩地市場信息披露一致性和同步性，連續五年獲上海證券交易所信息披露年度「A類」最高評價。同時，在疫情嚴重影響投資者線下調研交流活動的不利條件下，採用「線上」「線下」相結合的方式，與投資者展開日常溝通，確保公司與資本市場高質量的交流。2020年，廣汽集團共接待投資者來訪調研16次，舉辦電話溝通會76次，分別參加線上、線下投資者峰會15次、3次，組織年度業績線上發佈溝通會4次，累計溝通投資者/分析師近2,200人次，較去年同期有近2倍的增長；同時，針對中小投資者開展的上證e互動平台的回覆超過100條，回覆率達100%。

公司治理 關鍵數據

新增制度數

29 項

制度修訂（廢止）數

83 項

現共有管理制度數

193 項

累計接待投資者來訪調研數

16 次

累計接待投資者及分析師數

2,200 人次

審議議案數

80 項

舉辦投資者電話溝通會數

76 次

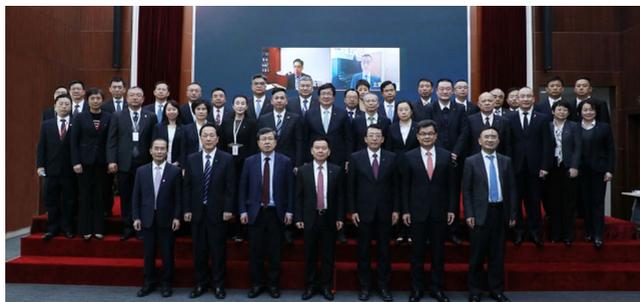
1.1.2 董事會責任

公司董事會由 11 名董事組成，其中獨立董事 4 名，佔董事會總人數的三分之一以上，分別具備汽車行業、法律合規、審計財務、發展戰略等不同專業背景。獨立董事知悉上市公司董事、獨立董事的權利與義務。

公司全部獨立董事已根據香港《上市規則》第 3.13 條，就其獨立性作出年度確認函。全體獨立董事仍具有獨立性。

本年內，獨立董事均能按照相關法律、法規的要求，忠實履行誠信與勤勉義務。獨立董事參與公司董事會、董事會各專門委員會討論決策有關重大事項，以其專業知識和經驗，對公司的規範運作提出意見，對關聯交易的公平、公正性情況進行認真審核，獨立發表意見，履行獨立職責，其行為不受公司控股股東或者其它與公司存在利害關係的單位或個人的影響。

本年內，公司董事積極參加交易所或監管部門組織的上市公司治理、董事職責相關培訓，積極出席並參與各行業組織或仲介機構召開的經濟、財務、經營管理等方面的專題培訓、講座、會議等。前述舉措協助促進所有董事及時了解公司的業務發展、競爭和監管環境以及行業發展趨勢，有利於董事了解其應盡的責任，有利於董事作出正確的決策和有效的監督。



廣汽集團第五屆董事會第 58 次會議

1.1.3 合規營運

2020 年初，廣汽集團作為廣州市屬國企合規管理體系建設首批四家試點企業之一，為貫徹落實《廣州市國資委關於在監管企業開展合規管理體系建設試點工作的通知》（下稱「《通知》」）的要求，在全集團開展了合規管理體系建設相關工作，主要包括組織體系、制度體系、運行體系、保障體系等四大模塊十項工作任務。主要包括：

對標一流企業實踐，搭建合規管理組織體系

通過走訪調研、文獻研究等方式與國外先進企業、國內試點央企、國內優秀民企積極開展對標對表，深入剖析企業自身現狀及不足，並結合自身發展需求，搭建起了具有廣汽特色的「總部—投企」兩層合規管理組織架構。

一是集團總部的合規管理組織體系覆蓋治理層、管理層、執行層三個層面，將董事會審計委員會列為合規管理專門機構；設置企業合規管理領導小組和體系建設領導小組；設置合規管理辦公室和體系建設工作小組；設置合規管理專責部室。二是要求在 21 家全資、控股或共同控制投資企業結合實際情況建立合規管理體系，並開展一對一指導。

夯實根基落實責任，建設合規管理制度體系

為確保合規工作的開展有法可依、有規可循，廣汽集團制定了《合規管理辦法（試行）》，該制度為集團全面開展各項合規管理工作提供制度依據和指導原則，並在制度層面明確各層級、各領域合規管理職責，實現合規管理「進章程、進部室、進投企」。

務求實效尋求突破，構築合規管理運行體系

第一，開展集團總部重點領域工作。以穩紮穩打、務求實效為原則，開展了網絡問卷調查、管理層訪談、重點領域法律法規清單梳理等集團合規管理重點領域識別工作，分步深入剖析挖掘合規風險，形成了《合規風險識別評估報告》《合規管理手冊》等指導性文件。

第二，推動合規管理重點領域對下試點工作。指定七家具備條件的企業分別試點推進一步重點領域課題（具體試點企業及試點課題安排見下表）。通過「對下試點」，由總部統籌取長補短，有利於快速鋪開重點領域指引覆蓋面，達到整體工作成效最大化，突破了重點領域合規工作只能分步推進、逐項攻克的效率瓶頸。截止目前，全部7家企業均已落實推進各自的重點領域試點工作，其中廣汽本田、廣汽豐田、如祺出行等企業已形成階段性成果。

合規企業試點名單

| 重點領域 | 合規試點企業 |
|----------|--------------|
| 合規文化建設 | 廣汽本田 廣汽豐田 |
| 糾紛案件合規管理 | 廣汽乘用車 |
| 知識產權合規管理 | 廣汽研究院 |
| 特約店合規管理 | 廣汽商貿 |
| 新業態合規 | 廣汽埃安 |
| 數據合規 | 如祺出行 |

第三，開展外規內化工作。一是結合集團數據化戰略，開展合規數字化建設，建立了合規知識庫，包括法規庫、合規案例庫、合規實踐指引等模塊，一次性解決系統內基礎數據庫的使用需求，目前第一期建設已上線；對集團總部現有223部制度開展了合規性檢查，發現了64項問題，提出了19項修訂建議。

強化賦能營造氛圍，構建合規管理保障體系

結合集團法治文化建設工作，推動合規文化建設，推出以「合規學習年」為主題的系列活動，開展了廣汽集團合規管理論壇、民法典培訓、合規「3+3」教育培訓等共計8場相關培訓，規模覆蓋所有投資企業的法務、業務及中高層管理人員，營造了合規文化氛圍，並結合集團品牌建設工作，着力打造合規廣汽品牌。



廣汽集團《民法典》之物權編專題講座

廣汽本田舉辦「憲法進企業」活動

為迎接第七個國家憲法日，深入學習宣傳習近平法治思想，大力弘揚憲法精神，12月3日，由廣東省委宣傳部、省委依法治省辦、省司法廳、省普法辦、廣州市司法局、市普法辦聯合主辦、廣汽集團承辦的2020年廣東省憲法宣傳周「憲法進企業」主題日活動在廣汽本田黃埔工廠舉行。廣東省委、省政協、省司法廳的相關領導，廣汽集團黨委書記、董事長曾慶洪，副總經理李少、副總經理陳漢君，廣汽本田執行副總經理鄭衡、黨委書記程林參加活動，廣汽集團法律與合規部、總經辦、安保部、品牌公關部負責人，廣汽本田各部門領導、員工代表共計600余人參加活動。

此次活動圍繞「深入學習宣傳習近平法治思想，大力弘揚憲法精神」主題，結合廣汽集團及廣汽本田法治文化建設，將文藝表演分為「法治護航發展」「和祖國在一起」「讓生活更美好」三個篇章，通過男女四重唱、舞台劇、少兒快板舞、情景詩朗誦、小品等多種表演方式，突出宣傳「法治是最好的營商環境」，集中展示憲法法律對國有經濟、非公有制經濟的保障和規範，展示民營經濟法治建設成果以及廣東「七五」普法的成效。



廣汽本田舉辦「憲法進企業」活動

廣汽集團舉辦合規管理論壇

9月21日，廣汽集團舉辦主題為「合規創造價值，誠信助力發展」的合規管理論壇。廣州市國資委副主任覃海寧，政策法規處、市紀委政策法規研究室負責人，國資委專家顧問及廣東省律師協會會長肖勝方，安永諮詢大中華區諮詢服務主管合夥人王海瑛，24家市屬國企合規分管負責人等30多名領導、嘉賓應邀參加論壇。廣汽集團董事長曾慶洪、總經理馮興亞及全體班子成員，投資企業主要負責人和合規分管領導等共計60餘人出席論壇，集團下屬35家投資企業經營班子成員、總部中層幹部200多人以視頻接入方式參與論壇。

論壇主要有分享和沙龍兩個環節。分享環節，廣汽集團副總經理陳漢君以「廣汽集團合規管理實踐和思考」為主題，

分享廣汽集團自成立至今的合規誠信經營工作情況，及如何通過強化合規管理、實現企業管理持續改善的思路和體會。國資委專家顧問以「對標世界一流合規體系建設」為主題，解讀國務院國資委提出的「對標世界一流企業」管理提升行動，結合國際合規管理的優秀案例，深刻闡述企業應如何建立健全全球合規管理體系。

沙龍環節，馮興亞、肖勝方、王海瑛等分別從國資監管、市屬國企及外部專家三個層面，深入探討新時期企業合規管理面臨的挑戰、應對思路及建議，監管部門對國企合規管理的期望與要求，以及如何促使合規創造價值等多個議題，為參會人員帶來思考和啟發。



廣汽集團舉辦合規管理論壇

1.1.4 風險管控

廣汽集團下設審計部及風險控制部。審計部直接向董事會和經營層負責，依法獨立開展經濟責任審計、專項審計、建設項目、研發審計、內控審計等審計項目，根據《企業內部控制基本規範》及配套指引的要求，開展內部控制評價工作，強化對內部控制的監督檢查，對經營管理的高風險環節和領域進行有針對性的內控診斷和改進。同時，集團積極探索審計改革創新，圍繞自身業務特色拓展內部審計工作的範圍，推進經濟責任審計全覆蓋，強化審計質量控制，加強整改情況監督檢查，較好地發揮審計在完善內控體系、加強風險管控、營造良好公司治理環境等重要作用。

為進一步提升集團應對各類風險挑戰的水平，集團深化風控體系建設工作，制定了《全面風險管理辦法》，修訂了《投資企業領導幹部經濟責任審計實施辦法》《董事會審計委員會實施細則》，確保審計及風險管理工作有章可循，促進公司風險管理和內部審計工作的規範化、程序化和標準化。集團已初步搭建了「集團 - 板塊 - 企業」與「核心指標 + 輔助指標」相結合的風險指標體系，通過建設「審計 + 風控」雙平台，形成「自上而下監控、自下而上分析、上下結合匯報」的風險管理模式，提升了集團識別、評估、防範和應對風險的能力，為實現集團經營目標保駕護航。

1.1.5 商業道德建設

廉潔文化建設

廣汽集團嚴格遵守國家反商業賄賂法規政策以及《聯合國反腐敗公約》《關於在國際商業交易中反敲詐和賄賂的建議》等國際慣例倡議，堅持挺紀在前、紀嚴於法，把嚴明政治紀律和政治規矩放在首位。2020年，廣汽集團編制了《廉潔從業法律法規知識要點》等教材，依託紀檢監察電子平台，對集團

系統中層以上領導幹部、重點領域從業人員和黨員共 5,580 人（次）進行了黨紀政紀法紀教育。組織集團共計 11,760 名在職黨員參與黨員隨身微教育，完成率 100%。除此之外，廣汽集團還致力於在黨風廉政建設及反腐敗鬥爭工作中探索廉潔創新，發表多篇紀檢監察經驗文章：

- 《圍繞組織和制度創新做文章 深化國企紀檢監察體制改革》發表在《黨風》雜誌；
- 《大型國企落實監察力量的廣汽經驗》發表在《南方》雜誌；
- 《廣汽集團紀委：立足監督 落實責任 優化服務 全面護航疫情防控和復工復產》發表在《國企清風》雜誌；
- 《重構制度體系 深化國企紀檢監察體制改革》發表在《南粵清風網》。

對集團重點領域從業人員和黨員
進行了黨紀政紀法紀教育共計

組織集團在職黨員參與黨員隨
身微教育共計

5,580 人(次) **11,760** 名

- 廣汽本田《藉「文化自信」創合資企業「廉潔教育自主品牌」》、廣汽商貿《科學構建國有企業廉潔風險防控工作體系》創新案例獲評「中國廉潔創新獎」特色創新項目
- 廣汽集團集團紀委書記受邀參加「中國廉潔創新獎」高端論壇，並在論壇上就「廉潔廣汽監督數位化實踐探索」作分享發言，獲得好評。

舉報及保護措施

受理信訪舉報是廣汽集團各級紀檢監察機構聯繫群眾，強化監督，查處違紀違法問題的主要工作措施，為增強監督的針對性和有效性，廣汽集團紀委要求各投資企業紀委結合企業實際，辦公區域顯眼位置粘貼廉潔宣傳展報，公開集團紀委及投資企業紀委舉報電話、郵箱及來信來訪地址，暢通信訪舉報渠道，加強宣傳引導，鼓勵提倡實名舉報，健全來信、來訪、來電、3161 系統平台「四位元一體」的信訪舉報渠道，各利益相關方可通過上述 4 種渠道進行舉報。接到舉報後，集團紀委按照「分級負責、歸口受理」和「誰主管、誰負責」的原則進行分辦，並按規定時限辦結，如為實名舉報，將按照有關規定進行查辦結果反饋。

舉報人保護的政策與措施

《廣州汽車集團股份有限公司紀檢監察信訪舉報工作辦法》第三十七條規定：「信訪舉報工作人員要從維護集團切身利益和廉潔國企建設全域出發，認真履行崗位職責，努力提高工作質量，切實維護黨章、黨紀和國家法律法規的嚴肅性；維護信訪舉報人和被舉報人的合法權利，不得刁難、歧視、壓制或打擊報復信訪舉報人及其親屬。」

1.1.6 公司營運與發展戰略

- **打好「雙百改革」收官戰。**開展季度督辦、層層壓實責任，確保改革任務完成率達 90%，在職業經理人試點、組織機構改革、強化激勵約束機制等多個方面取得顯著成效。在國務院國資委雙百企業「三項制度」改革專項評估中獲得最高 A 類評級。
- **實施機構改革「回頭看」，梳理優化大部制相關運作機制，構建精簡高效合署機構。**推動國際業務本部等 2 個專項體制機制優化方案落地。成立自主品牌經管會，進一步強化一體化運作和實現經營管理層的一體化深化，提升自主品牌體系競爭力。
- **大力推進混合所有制改革。**推動廣汽蔚來引入戰略投資者，整合外部資源，實現跨產業的合作，不斷提升集團競爭力。與科大訊飛成立合資公司，並推進員工持股計劃。完成石墨烯項目孵化及員工持股的規劃。
- **探索多種方式相結合的激勵機制。**創新採用複合型激勵工具，實施 A 股股票期權與限制性股票激勵計劃，覆蓋激勵對象 2,872 人，強化了對激勵對象的綁定，增強了激勵效果。優化集團領導人員考核指標體系，強化考核指標的相關性、客觀性和可量化性。
- **打好對標世界一流、國企改革三年行動衝鋒戰。**提出集團對標世界一流管理提升行動方案，從戰略、組織、營運等八大領域提出 37 條核心目標和對標舉措。精準把握中央國企改革三年行動計劃精神，突出問題導向，統籌推動三年行動方案制定，帶動集團整體競爭力提升。
- **講好改革故事，引領示範推廣。**大力宣傳集團職業經理人改革等相關優秀經驗，分別入選國務院國資委「雙百企業」典型案例和市國資委新時代廣州改革發展實踐等書，有效宣傳推廣廣汽改革經驗。

1.2 企業發展觀

1.2.1 企業願景

**成為客戶信賴、員工幸福、社會期待的世界一流企業，
為人類美好移動生活持續創造價值。**

始終堅持以客戶為中心，以卓越的產品和服務持續滿足客戶需求，贏得客戶信賴；關愛員工，營造平等、尊重的氛圍，為員工提供價值實現的平台和機會，滿足員工自我實現的需求，使員工具有強烈的獲得感和幸福感；積極承擔社會責任，實現企業與社會、自然的和諧發展，傳遞正能量，讓社會期待；不斷提升全球競爭力與影響力，成為在國際資源配置中佔據主導地位、在行業發展中發揮引領作用、在產業發展中掌握話語權和影響力的標桿企業；緊緊圍繞人類移動生活需求不懈創新，持續創造價值，讓人們的移動生活體驗更加豐富和美好。

1.2.2 企業理念

人為本

人才為本、消費者為本、股東為本、合作夥伴為本、社會大眾為本。員工是企業發展的第一資源，關心員工成長，全心全力滿足客戶需求，為股東帶來合理回報，與合作夥伴互惠共享，造福社會大眾。

信為道

堅持誠信，誠信待人、誠信做事，贏得客戶與社會各界的信賴；崇尚信任，以信任為紐帶，促進員工、企業以及合作方之間緊密合作，實現共同進步與發展。

創為先

重視創新，將創新作為發展的第一動力，致力於持續改善、尋求突破；鼓勵創造，為客戶創造產品，為員工創造平台，為股東創造財富，為社會創造價值。

1.2.3 營運方針

尊重人性，崇尚溝通

理解個體差異，尊重不同觀點，善於換位思考，倡導平等待人；注重雙向交流，完善溝通機制，確保信息反饋及時有效。

誠信合作，開放共享

堅持原則，信守承諾，以誠信為基礎廣泛開展內外部的合作；包容開放，廣納百川，優勢互補，資源分享，互利共贏。

創新驅動，務實高效

創新驅動發展，勇於挑戰變革，不斷探索突破；尊重實踐，崇尚實幹，持續學習，靈活高效。

1.2.4 文化口號

創無止境 心有未來

富有激情活力，勇於創新挑戰，持續改善永無止境；心懷遠大理想，立足長遠規劃，共創共享美好未來。

1.2.5 品牌價值體系

品牌願景 **不忘匠心 追求卓越**

品牌口號 **匠於心 品於行**

至精·志廣

| | | |
|------|---------------|---------|
| 品牌核心 | 精心，是不斷超越的積極態度 | 廣和，包容世界 |
| | 精緻，是完美品質的不懈追求 | 廣遠，放眼全球 |
| | 精彩，是實現美好生活的承諾 | 廣益，貢獻社會 |

品牌主張 **以匠心之道，精心盡力地為消費者與員工、合作與投資夥伴、行業與整個社會，用心創造價值。**

品牌定位 **移動生活價值創造者**

品牌價值觀 **敏銳 務實 自強 開放**

→ 智聯價值移動生活

廣汽集團堅持推進產品智能化升級，以科技驅動創新，搶佔未來汽車產業制高點，推動廣汽集團高質量發展邁上新台階，為消費者的移動出行生活創造更多精彩！

1

2

3

4



廣汽傳祺發佈全新服務品牌 FUN Car+e，為客戶提供數字化的特色服務

以「金三角戰略」為起點，秉承「以客戶為中心」的服務理念，廣汽傳祺再次升級服務品牌，以數字化為核心，打造包含一鍵掌控、一鍵直聯、一鍵趣享的傳祺數字化特色服務體系；依託智慧互聯 APP、微信「加分服務」平台、車機互聯、人機交互打通線上線下服務，打造直服直連模式，提供 60+ 項線上服務，全面覆蓋買車、養車、修車、用車、出行等服務場景以及售前 - 售中 - 售後全生命週期，形成「全場景、全週期」的服務特色。讓車主的用車生活更無憂、更安心、更經濟、更便捷。

一鍵掌控

通過手機端的「服務視覺化生態平台」，使用者可以實現從生產製造、到服務實施、再到體驗評價的全流程視覺化，對每一環節都能了如指掌。



一鍵趣享

客戶可以在線報名銷售店舉辦的活動，與同城車友互動交流。2020 年，在行業內首創代步車服務，2020 年配備代步車共計 6,228 台，日均服務客戶 5,479 人，滿足客戶銷售 / 維修等待的用車需求、提升客戶滿意度和客戶粘性，同時還推出上門服務站，客戶可足不出戶，完成車輛養修。

一鍵直聯

廣汽傳祺以 APP 為載體構建全渠道的移動端服務觸點，並通過互聯網 + 創新模式讓客戶實現直連廠家，直接與廠家客服、工程師在線互動，對車輛進行遠程問診。



【目標管理】

1

年度計劃

- 嚴格落實「六穩」「六保」，穩定汽車產銷量，持續為股東創造價值
- 加強產品質量管理，全面開展 ISO9001 質量管理體系認證
- 創新客戶服務，減少投訴，提升客戶滿意度
- 加大創新投入，優化創新激勵機制

2

實施情況

- 抵抗疫情影響，汽車產銷量保持穩定
- 報告期內，ISO9001 質量管理體系認證 / 復核通過的投資企業共計 11 家
- 設定創新研發類考核指標，綜合體現研發產品的市場表現及產品競爭力，集團視實際情況給予相應獎勵

3

4

下一步規劃

- 把握後疫情機遇，穩步提升汽車產銷量
- 擴大 ISO9001 質量管理體系認證覆蓋範圍
- 採取智能化服務，使用數字化技術改善服務品質
- 加大創新人才引進，繼續落實創新激勵制度

2.1 推進高質發展

面對突如其來的新冠肺炎疫情，廣汽集團展現出極強的抗風險能力，積極克服宏觀形勢和不利市場環境的影響，保持穩健營運，深化機制改革創新，緊跟國家戰略發展，持續推動企業高質量發展。

2.1.1 保持穩健營運

2020年受宏觀經濟下行與新冠肺炎的雙重影響，市場競爭愈發激烈，同時排放法規趨嚴，汽車行業仍處於低位運行狀態。廣汽集團採取積極有效的舉措，克服外部不利因素的影響，保持了經營平穩運行。2020年，集團全年汽車產量為203.48萬輛，同比增長0.54%，銷量為204.38萬輛，同比下降0.89%。銷量同比優於行業水平約1個百分點。其中，廣汽本田、廣汽豐田及廣汽埃安逆勢而上，銷量分別增加2.65%、12.17%和42.9%。

2020年廣汽集團主要產品銷量

| | | 單位：輛 |
|-----|------------------|-----------------------|
| 乘用車 | 廣汽乘用車有限公司 | 293,313 |
| | 廣汽埃安新能源汽車有限公司 | 60,692 ^[2] |
| | 廣汽本田汽車有限公司 | 805,786 |
| | 廣汽豐田汽車有限公司 | 765,008 |
| | 廣汽菲亞特克萊斯勒汽車有限公司 | 40,513 |
| | 廣汽三菱汽車有限公司 | 75,001 |
| 商用車 | 廣汽日野汽車有限公司 | 3,005 |
| | 廣州廣汽比亞迪新能源客車有限公司 | 438 |
| 摩托車 | 五羊-本田摩托（廣州）有限公司 | 813,010 |

[2] 資料包含廣汽蔚來新能源汽車科技有限公司。

2.1.2 深化機制改革

2020年，廣汽集團以國企改革三年行動計劃為引領，打好國企改革「雙百行動」第一階段收官戰。全面啟動對標世界一流管理提升行動，聚焦組織機構、混合所有制與多種方式相結合的激勵機制等專項領域，深入推進綜合改革方案的實施，全面提升企業活力和效率，不斷激發內生動力，在國務院國資委雙百企業「三項制度」改革專項評估中獲得最高A類評級。

未來，廣汽集團將繼續深入貫徹落實習近平總書記關於國企改革的重要指示批示精神，堅持問題導向，全面落實國企改革三年行動計劃精神，增強憂患意識，紮實抓好對標世界一流管理提升行動，敢於自我革命，縱深推進「雙百改革」深化行動，帶動廣汽集團整體競爭力提升。

組織機構改革

- 梳理優化大部制運作機制，持續完善機構職能，構建精簡高效合署機構。
- 推動國際業務本部等2個專項體制機制優化方案落地。
- 成立自主品牌經管會，提升自主品牌體系競爭力。

混合所有制改革

- 完成石墨烯項目孵化及員工持股改革。
- 與科大訊飛簽署合資合作協議。
- 推動廣汽蔚來引入戰略投資者，通過增資擴股方式實現跨產業合作。

激勵機制改革

- 創新採用復合型激勵工具，實施股票期權與限制性股票激勵計劃；
- 優化集團領導層考核指標體系，強化考核指標的相關性、客觀性和可量化性。

2.1.3 服務國家戰略

廣汽集團深入貫徹落實習近平總書記關於「十四五」規劃編制工作的重要指示精神，以及《中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和二〇三五年遠景目標的建議》，按照國家和省市「十四五」規劃總體部署，堅持「開

門問策、集思廣益」的總體思路，積極順應「新四化」和「軟件定義汽車」的行業發展趨勢，服務國家戰略，同時把握戰略機遇，在時代的進程中不斷發展壯大。

廣汽攜「十四五」規劃與「雙子星」計劃駕領未來

2020年11月20日，在第十八屆廣州國際車展，廣汽集團在國家「十四五」規劃指引下重磅發佈《廣汽集團「十四五」規劃綱要》，引領下一個五年工作的開展。《綱要》創新性提出「1615」總體戰略、「兩優兩專一穩一突破」的乘用車發展策略、六大板塊業務戰略等內容，為打造創新引領、持續創造價值的科技廣汽，為實現集團「十四五」高質量發展奠定了堅實基礎。同時，廣汽集團公佈了自主品牌廣汽傳祺、廣汽埃安「雙子星」計劃，提出了《廣汽集團二〇三五年遠景目標建議》方案，為廣汽集團未來15年發展指明了方向，明確了目標。



2.1.4 提升國際化水平

廣汽集團積極響應國家「一帶一路」倡議，穩步推進國際化戰略。通過多樣化合作模式，已佈局全球 26 個國家和地區汽車市場。以「成為享有國際聲譽的中國中高端汽車品牌」為願景，持續提升品牌國際知名度。自主品牌廣汽傳祺逐步形成了「全球化研發、全球化採購、全球化銷售」的新格局。未來，廣汽集團將不斷豐富產品矩陣，加快市場開拓，導入更多高品質的產品，持續為全球消費者創造價值移動生活。

研發國際化

- 以美國研發中心為支撐，逐步構建聚合全球優勢供應商和研發機構資源的廣汽全球研發網。
- 研發團隊來自德、意、美、日、韓等十餘個國家。
- 美國研發中心重點圍繞前瞻性和領先性的設計創新工作、信息安全、大數據分析等業務開展研發工作。

市場國際化

- 廣乘國際開拓國際市場，進駐全球 26 個國家和地區，構建起全球銷售網絡和服務體系。
- 廣汽部件、廣汽商貿及五羊—本田等投資企業持續開展整車新車、二手車及零部件的出口交易。

廣汽集團全球研發網、銷售網



2.2 打造匠心品質

廣汽集團堅守「至精·志廣」的品牌核心，對汽車全生命週期開展質量安全管理，緊跟汽車行業與科技發展趨勢，不斷創新產品與服務，著力打造出令消費者「心動」的創新性、引領性產品。

2.2.1 加強質量安全

為了保證產品質量安全，廣汽集團下屬投資企業積極開展質量管理體系認證，不斷完善質量管理體系，嚴格開展產品質量安全檢定，加強對產業鏈上下游的質量管理要求，主動召回缺陷產品，全方位提升產品質量安全。在提升自主品牌質量安全方面，廣汽集團持續發力，擔任「中國汽車品質技術聯盟」副理事長單位，踐行國家質量強國戰略，引領汽車質量技術創新發展。2020年自主品牌廣汽傳祺連續第八年榮膺 J.D. Power 中國新車質量研究 (IQS) 中國品牌第一，展現了社會各界對廣汽集團產品質量安全的高度認可。

廣汽集團投資企業質量管理認證通過情況

ISO9001 質量管理體系認證 廣汽研究院、廣汽乘用車、廣汽埃安、廣汽本田、廣汽豐田、廣汽菲克、廣汽日野、廣汽比亞迪、五羊 - 本田、上海日野

IATF16949 汽車行業質量管理體系標準 廣汽部件、上海日野

研發源頭把控質量

廣汽集團始終堅持以品質加持技術，將質量意識植入到研發的各個領域，從源頭把控產品質量安全，為把高質量產品交到使用者手中而不懈努力。

廣汽研究院厚植質量意識 從研發源頭把控產品質量安全

產品法規符合性

廣汽研究院建立了從法規收集、解讀、到排查實施的全過程閉環管理機制，保障各車型嚴格符合法規。以制動法規為例，廣汽研究院參與制動法規制定並深入研用法規內容，根據法規要求開展制動系統的設計，分別通過樣車驗證和小批量車輛驗證後，最終保障所有車型性能高於法規要求才上市。

產品標準符合性

廣汽研究院產品開發過程基於 ISO9001-2018 標準，建立覆蓋整車、系統 / 子系統及零部件的研發 V 型開發流程，涵蓋對整車 / 系統 / 零部件性能從定義、開發到驗證的全面要求，從產品定義至 SOP 上市的設計開發全過程進行支持和管理。

閥門抓手強管控

廣汽研究院在開發的各個階段以閥門為抓手進行管控，在設計預研、概念設計、試製試驗及量產認證等階段制定嚴格的過關標準，重點圍繞車型法規、整車性能等方面，對相應交付是否符合流程標準進行審核判斷，保障產品合規量產。

產品質量安全檢定

廣汽集團下屬整車投資企業遵守國家《強制性產品認證實施規則 汽車》等質量安全檢定相關文件標準，制定了完善的產品質量安全檢定制度和指引，包含廣汽埃安《生產一致性控制計劃》、廣汽本田《工序質量管制規程》、廣汽乘用車《整車品質基準書》《零件品質基準書》等，通過行業領先的試驗手段、確保量產的產品車滿足國家法規及企業標準的各項要求方可投入市場。

廣汽菲克建立完善的產品質量安全檢定體系，確保質量的符合性和穩定性

廣汽菲克從零件來料、製造過程、整車產品下線等全過程建立了完善的質量檢查監督體制，並設立相關指標進行月度跟蹤管理，確保質量的符合性和穩定性。廣汽菲克工廠品質部依據檢查清單對整車進行完工檢查，依次進行電器檢測、內外飾檢查、四輪定位、轉轂、燈光調節、尾氣檢測、淋雨、動態測試、靜態檢查，並在記錄卡上加蓋合格章或不合格章，所有項目均合格後才予以放行。並同步開展進行使用者產品評審、新車型可靠性測試等。



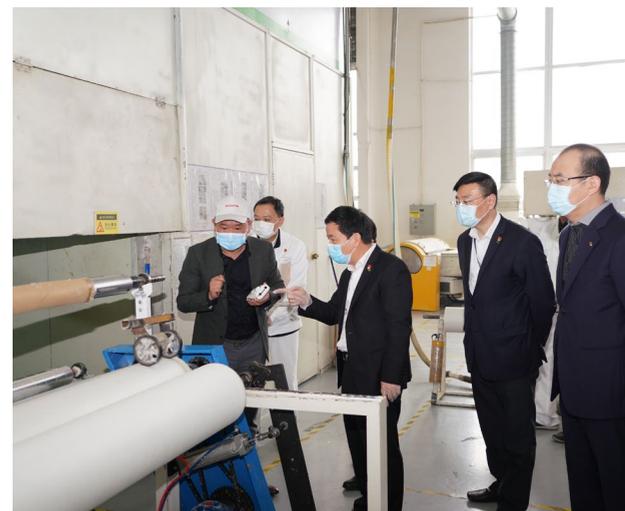
廣汽菲克車間質檢現場

產業鏈質量管理

除加強自身質量管理外，廣汽集團對下屬企業的供應商和經銷商也明確了嚴格的質量管理要求，全面提升產業鏈質量水平。

廣汽本田多模式提升供應商質量管理水平

廣汽本田以顧客為關注焦點，深入開展供應商現地工序檢證、變化點檢證，保證整體外作零件品質穩定；持續開展外作零件（有害物質、VOCs 揮發性有機化合物、CCC 中國強制認證、機能重要商品性）量產一致性抽查，物件零件 100% 覆蓋，確保零件的符合性；對供應商實施質量管理體系的審核和改善，並採用線上形式開展供應商質量保證培訓和講師競賽，確保供應商對廣汽本田品質管理要求的遵守程度。強化全過程品質風險管控，確保工序保證能力，實現品質的持續改善。



廣汽集團董事長曾慶洪帶隊調研廣汽本田供應商

廣汽乘用車進行全生命週期的質量管理，保障產品質量

- **新車質量管理：**設置八個閘門控制項目，以客戶觀點嚴格評審閘門交付物。同時，從生產準備階段開始，開展全面專項檢證，防止不良流出。持續開展「品培」改革先試先行，推進改革措施落實，提升新車品質成熟度。
- **零件質量管理：**通過系統分析供應商的品質管理弱項，針對性的開展系列專項活動，深化供應商品質培育及輔導，提升源流保證能力。通過開展嚴苛的質量保證活動，嚴格遵守產品質量檢驗標準，確保零件質量的穩定。
- **製造質量管理：**結合中國法規和國際標準，制定了獨特的「傳祺三法」，在生產製造到整車檢查實施全程序控制的流防體系，以基於客戶觀點的全過程質量檢查標準，確保製造品質。同時，為了確保品質一致性，公司堅持標準化作業，挑戰行業領先的製造水平，以「零缺陷」為目標，推進平台化管理模式。
- **市場品質管理：**為快速響應顧客的需求，通過強化初期品質管理及聯合作戰體制，滾動推進重點品質問題，確保不良項目速斷速決。同時，通過精準分析和對應，強化要件閉環管理，促進耐久品質提升。

2020年，通過徹底貫徹「品質優先」的理念，全面落地「品培」改革，快速解決品質問題。廣汽乘用車整體質量水平較2019年穩步提升。



主動召回缺陷產品

廣汽集團嚴格遵守《缺陷汽車產品召回管理條例》和《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》等產品召回的相關法律法規要求，積極履行缺陷產品召回義務，各投資企業根據自身管理特點，在內部制定與召回相關的管理制度。如廣汽本田制定《市場措施管理規程》，對認定為缺陷的產品按照流程實施召回。

同時，廣汽集團各整車企業建立了缺陷排查流程，從源頭預防汽車召回風險。2020年，集團旗下整車企業發出整車產品召回1,269,716輛，全年實際完成召回1,301,006輛（其中包含之前年度發出的召回，在本年度實際完成的數據），積極消除潛在安全隱患，有效保障用戶的用車安全，獲得社會各界廣泛的認可。

2.2.2 尊享貼心服務

廣汽集團嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國廣告法》《廣告管理條例》，在廣告營銷過程、銷售介紹過程向消費者傳遞真實、全面、有效的信息，說明消費者做出理性的消費決策。並且，在服務過程中，全面應用數字化技術，開展針對客戶需求的差異化服務，建立了針對不同使用者群體的服務品牌，包括廣汽傳祺 FUN Car+e、廣汽三菱 M-SPACE 等，從營銷服務到售後服務，為客戶提供全方位的貼心服務。

1

2

廣汽三菱「M-SPACE」數位化服務平台，為客戶探趣汽車生活

借助數位化技術，廣汽三菱「M-SPACE」全新數字化服務平台將緊密聯結品牌與用戶，推動企業從經營「產品」向服務使用者和粉絲轉變，使廣汽三菱成為一個更有溫度的品牌，實現高質量發展，提高用戶忠誠度。

「M-SPACE」APP，不僅是一個創新數字化服務的線上體驗平台，更是廣汽三菱為「粉絲」傾心打造的潮流社交陣地，聚合了品牌活動、優惠信息等即時資訊，並為「粉絲」提供線上看車、選車、買車、用車「一站式」自助服務。



廣汽三菱「M-SPACE APP」正式上線

→

3

4

廣汽埃安打造精彩埃安車生活，為埃安車主帶來別樣車主體驗

廣汽埃安為車主提供一系列獨具特色的產品服務，為消費者帶來全新的品牌體驗。全新推出了「AION 合夥人」項目，讓新能源的使用者、關注者變成推廣新能源事業的合夥人，和廣汽攜手助力新能源汽車事業的發展。同時，推出豐富多彩的埃安車主活動，提高埃安車主的幸福感與品牌歸屬感。為車主提供豐富多彩的埃安服務體驗，邀請百位元埃安車主參加線下觀影「狂歡趴」。



廣汽埃安特邀百名埃安車主，開展線下觀影「狂歡趴」新能源技術

暢通溝通渠道，了解客戶需求是廣汽集團關注的重點和服務提升的指引，集團下屬各個投資企業通過多樣化的溝通方式傾聽客戶聲音，及時響應客戶投訴與需求。廣汽集團及下屬投資企業依據各自業務特點，制定了《客戶投訴管理辦法》等內部制度，建立了完善的投訴響應與分級處理流程，快速響應客戶投訴，提升客戶體驗。2020年，廣汽集團共通過售後客服與客戶溝通3,673,641次，其中涉及客戶投訴61,276項，年內投訴關閉率100%。

廣汽集團多樣化溝通渠道



廣汽集團共通過售後客服與客戶溝通

3,673,641次

年內投訴關閉率

100%



廣汽本田快速響應客戶投訴 實行全流程閉環管理

廣汽本田應對客戶投訴制定快速反應機制，收到客戶投訴後按標準進行投訴分級與主題分類，通過 CRM 系統將投訴工單派發給對應特約店進行跟進處理，系統同時觸發短信通知相關業務部門的負責人員，由負責人員對特約店進行指導支持。隨後由特約店聯繫客戶協助處理完投訴問題，並將處理結果通過系統反饋給客服中心，最後由客服中心人員結合特約店的反饋內容和相關部門的指導意見回訪客戶，完成投訴閉環管理。

2.2.3 保障信息安全

隨著汽車「新四化」的快速發展，汽車信息安全日益受到關注。廣汽集團從整車端和銷售端，構建雙重隱私保障體系。廣汽集團各整車企業均構建完善的內部信息安全體系。

1



廣汽乘用車從車輛軟件如何防止惡意攻擊、用戶信息如何保密以及企業數據中心如何做好數據保密和安全等方面大力推進車輛信息安全工作。在體系方面，圍繞著邊界防護體系、車端安全體系、PKI 認證傳輸體系、安全服務體系等維度，系統推進車聯網安全體系建設，以避免車輛軟件被惡意攻擊。在技術研發上，採用行業先進的安全演算法（例如使用者數據加密存儲、作業系統簽名驗簽啟動、CA 私密金鑰加密機存儲、傳輸協議雙向認證等），對車內 ECU、APP、雲平台進行研發。採用 OTA 技術，實現車聯網汽車安全漏洞遠程修復，確保產品信息安全。在管理體制上，嚴格落實網絡安全法要求，2019 年發佈《廣汽乘用車有限公司網絡安全管理體制》，組建由總經理和黨委書記第一責任人的網絡安全委員會，2020 年 6 月發佈網絡路安全管理制度，確保企業資料中心的資料保密和安全。廣汽乘用車與天融信開展信息安全合作，對車輛信息安全定期檢測評估，已完成國家網信辦及國家工信部部級專項檢測及省市級聯合檢測。

2

→

3

4



廣汽豐田建立《個人信息保護規定》和《敏感性數據抽取脫敏規則》，明確個人信息管理體制以及顧客個人信息主管部門的職能職責、顧客個人信息從收集、使用、保管等全週期的管理要求、個人信息修改反饋途徑、數據下載審批流程等。針對廣汽豐田個人信息管理人員、推進擔當、經銷店主管人員等定期開展個人信息安全培訓。廣汽豐田豐雲行、豐雲惠、公司官網等涉及到收集消費者個人信息的平台，導入《隱私協議》，需經消費者同意後方可收集。2020 年廣汽豐田完成 16 個信息系統的備案、測評，並全部通過等級保護認證。



廣汽本田自 2019 年起，開展保障「顧客個人信息安全合規」專項工作，2020 年制定《個人信息保密管理制》、與供應商簽訂《廣汽本田供應商 / 服務商信息保密協議》，與第三方簽訂《客戶信息委託 / 共享協議》、對特約店下發《廣汽本田特約店個人信息保護管理指引》。同時對銷售本部和特約店開展信息保護宣貫說明，務求做到有規可依，有規必依，為每一位元車主築起信息安全保衛的防線。



廣汽商貿在銷售端制定《客戶檔案管理制度》《客戶信息管理規定》，各特約店針對存有客戶敏感信息的業務系統，深入分析安全風險，從管理和技術上有針對性地持續提升信息安全管控能力。通過不斷改進管理技術與方法，開發核查工具，提升網絡安全防護能力，說明特約店安全合法的正常開展日常業務，確保客戶信息不外泄。

2.3 厚植研發創新

汽車產業正處在轉型升級的關鍵時機，包含「電動化、智能化、網聯化、共享化」的「新四化」疊加交匯、相互賦能，為汽車產業的發展帶來能源動力、生產運行、消費趨向的全面變革，廣汽集團厚植研發創新，激發創造活力，培育發展動能，鑄就高品質自主品牌，創造移動生活創新價值。

2.3.1 激發創造活力

人才創新活力是企業創造活力的源泉，廣汽集團以廣汽研究院為成熟平台不斷完善創新體系、流程、工具、方法，有規劃地從人員招聘與培養、績效激勵改革等方面，全面激發集團創造活力。

挖掘及培養創新人才

廣汽集團已建成一支 4,300 多人的高素質、國際化的研發人才隊伍。2020 年，集團規劃核心領域專家佈局，面向全球引進高端人才。通過多渠道、多形式向全球進行招募，成功引進來自多個國家、多個國際先進汽車企業的 8 位頂級專家。同時，集團深化人才梯隊建設，基於未來戰略儲備人才。同年，廣汽集團首次建立了「後備人才發展計劃」（TDP 項目），設定嚴格的入庫標準，經過層層篩選建立了約 300 人的「後備人才庫」，並已開展第一階段（為期 3 年）的針對性培養計劃。

深化績效激勵變革

為了充分發揮人才效用，目標管理是龍頭。廣汽研究院通過落實研發目標層層分解至個人，實現院級目標從部門級到科級，再到近 100 個項目組、4,000 餘名員工逐層分解與承接，並落地簽署績效任務書；同時，對關鍵人才（各級管理者、技術專家）的目標進行評審與公示，強化「使命必達」的責任與信念。

加強集團激勵機制

廣汽集團設定研發類考核指標，綜合體現研發產品的市場表現及產品競爭力。如自主研發取得重大改革創新發展成果、突破關鍵核心技術難題、相關領域達到行業領先水平、產品或研發項目取得重大成功等，集團將視實際情況給予相應獎勵。

十五年改善創新 創新廣汽（IGA）活動持續激發創造活力

2020 年 11 月 7 日，廣汽集團第十五屆創新廣汽（IGA）活動成功舉辦。IGA 活動是廣汽集團及其屬下投資企業的一項特色文化活動，秉承「人為本、信為道、創為先」的理念，圍繞持續創新，以 QC 活動、改善提案、勞動競賽、技術革新為主要活動內容，不斷改善工作方法，鼓勵員工參與改善和創新。自 2006 年創立以來，IGA 活動累計 QC 參與人數超過 55 萬人次，共產生改善提案近 489 萬條，創造直接經濟效益超 81 億元。其中，2020 年創造直接經濟效益近 12.6 億元，比 2019 年增加 1.9 億元。



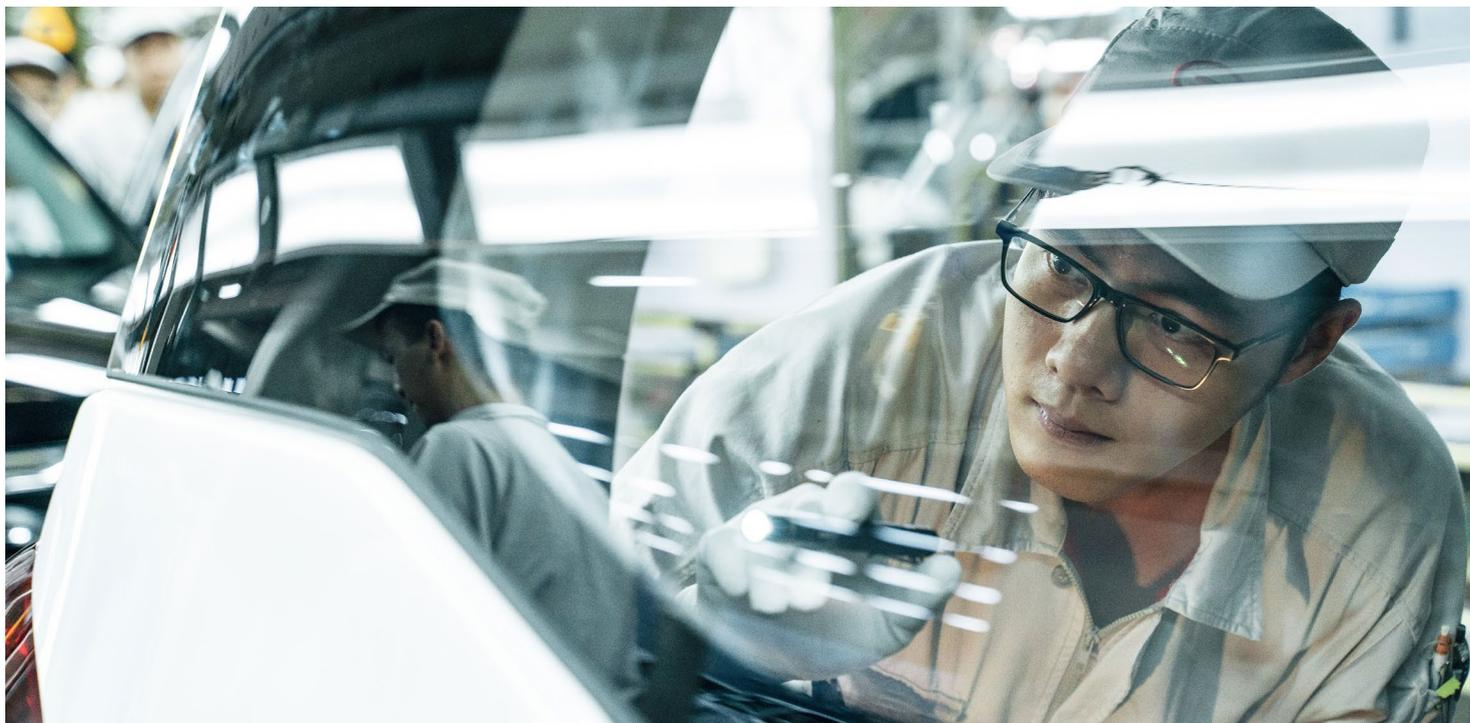
員工與 IGA 活動吉祥物「創創俠」合影

知識產權保護是保障企業創造活力可持續的必要手段。廣汽集團遵守《專利合作條約》《與貿易有關的知識產權協議》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國商標法》等國際及國內的法律法規，並制定《知識產權管理辦法》《專利工作管理辦法》《技術檔案管理辦法》《技術成果獎勵辦法》《基於價值評估的專利分級管理辦法（試行）》《知識產權糾紛與訴訟管理辦法（試行）》等公司政策嚴格保護知識產權。截至 2020 年底，廣汽集團累計專利申請 8,040 項，其中發明專利 2,753 項；2020 年，新增專利申請 1,961 項，新增專利授權數 1,439 項。

2020 年廣汽集團專利授權申請情況一覽表

單位：項

| | | |
|----------------|-------------|-----|
| 新增專利授權數 | 新增發明專利授權數 | 193 |
| 1,439 項 | 新增實用新型專利授權數 | 956 |
| | 新增外觀設計專利授權數 | 290 |
| 新增專利申請數 | 新增發明專利申請數 | 823 |
| 1,961 項 | 新增實用新型專利授權數 | 857 |
| | 新增外觀設計專利授權數 | 281 |



2.3.2 培育發展動能

面對萬物互聯帶來的汽車產業新一輪技術浪潮，廣汽集團發揮科技創新的支撐引領作用，提升自主創新體系能力，推進關鍵系統總成、核心零部件的規劃佈局和自主研發，不斷提升科技實力，搶佔未來汽車產業制高點。同時，廣汽集團聚焦汽車「電動化、智能化、網聯化、共享化」，開展技術創新，為產品賦能，持續推出更符合市場期待的新產品，推動產業轉型與技術升級，為集團創新發展提供動能，為消費者的移動出行生活創造精彩。

1

2

→

3

4

廣汽豐田與相關方合作，探索以「銷售店為中心」的共享化模式

廣汽豐田與滴滴出行深度合作，探索以「銷售店為中心」的網約車業務，並已成功開發了 3 種共用模式。通過廣汽豐田品牌優質車型與渠道店的良好服務，為網約車業務生態鏈中的各相關方提供便利服務。

共享模式 1 開發資產營運 -KA (Key Account) 模式。以廣汽豐田授權經銷商營運帳號的模式開展網約車服務，累計為 400 萬組乘客提供差異化的出行服務。

共享模式 2 開發網約車生態服務 -AMP (Asset management Partner) 模式。廣汽豐田汽車有限公司開發針對網約車經營公司的服務能力，在面向網約車營運車型設定專項套餐的基礎上，推廣行業內首創 30 分鐘高效保養作業流程，提升網約車司機的滿意度。

共享模式 3 開發網約車司機服務管理 -HDMP (Hybrid Driver management Partner) 模式。面向司機管理的新領域，廣汽豐田著力打造好的服務體系，作為滴滴出行司機服務夥伴，為多品牌網約車司機提供司機認證、安全培訓等專業服務，獲得合作平台的高度認可及司機的廣泛好評。

廣汽本田 WOW STATION，智能化的全新價值服務體系

2020 年廣汽本田聯合本田技研工業（中國）投資有限公司、本田技研科技（中國）有限公司推進 Honda Connect 3.0 的導入。同時，不斷優化 VE-1 車用 APP——WOW STATION 的功能和體驗，擴大用戶基盤及提升用戶滿意度，並啟動廣汽本田統一 APP 項目，開發建設包括資訊、活動、社交圈子、車主服務、手機控車、線上商城、會員成長等豐富功能的生態型用戶 APP。



廣汽本田 WOW STATION APP 介面

大聖科技開發車載應用商店，實現車主與互聯網服務的無縫觸達

車載應用商店是一個第三方互聯網生態應用管理平台，專為車主打造的車載生態服務分發管理平台，實現車主與互聯網服務的無縫觸達，車主可以通過車機實現生態應用下載、安裝、使用、卸載等服務。車載應用商店平台通過搭建平台營運方、生態應用開發商、車企方，實現三層審核驗證流程，為車主提供優質良好體驗的生態服務。



大聖科技車載應用 APP 介面

2.3.3 鑄就自主品牌

在「十四五」規劃全面提升自主創新能力的指引下，廣汽集團以「廣汽傳祺」和「廣汽埃安」組成「雙子星」計劃，從自主品牌的研發、營銷服務、組織機制等多方面入手，大力推進自主品牌的創新發展。

研發方面

廣汽集團以技術創新為驅動不斷追求卓越，使廣汽傳祺這一中國品牌鍛造出了「國際品質」。構建了「廣州總院+北美三地研發中心+上海前瞻設計工作室」的全球研發網絡，充分保障自主品牌產品的研發水平和產品質量。2020年，廣汽傳祺連續8年獲得J.D.Power中國新車質量研究（IQS）中國品牌第一。

營銷服務方面

廣汽傳祺不斷強化用戶對品牌調性的認知和情感理念的認同，圍繞全新品牌口號「一祺智行 更美好」，持續以客戶體驗為中心，逐步構建出「趣、質、親」的核心品牌價值，打造「科技傳祺、品質傳祺、服務傳祺」三大領先形象，向著「世界級品牌，全球化企業」的目標穩步前進。廣汽埃安以「AION 合夥人」的獨特營銷服務模式，打造了世界級的產品和服務，贏得了市場認可，並在用戶心中形成了「先進、好玩、新潮、用不壞」的科技品牌形象。

組織機制方面

廣汽集團成立自主品牌經營管理委員會，強化集團自主品牌一體化營運能力，促進運行效率和體系競爭力的提升；同時以問題為導向，充分調研現狀問題，積極開展對標研究，以自主品牌車型成功為目標，全面實施車型大總監體制。

1

2

→

3

4

成立自主品牌經營管理委員會 強化集團自主品牌一體化營運能力

2020年9月15日，集團成立自主品牌經營管理委員會（以下簡稱「經管會」），下設專業委員會制定運作方案並召開宣貫會議啟動運作。經管會成立以來，重點圍繞強化用戶研究、一體化成本管控、平台模塊化開發、智能化水平提升、大總監體制及整合產品企劃部與銷售職能六大方面開展工作。通過經管會和專委會的運作，調動自主品牌經營團隊的主觀能動性，提升決策效率。通過在專委會下設專項工作組，增強跨企業、跨領域、跨部門的業務協同，提高決策執行效率，為鑄就自主品牌進一步提供組織保障。



經管會運作方案宣貫及工作部署大會

全面實施車型大總監體制 創新自主品牌管理機制

2020年，廣汽集團自主品牌以問題為導向，充分調研現狀問題，積極開展對標研究，形成了車型大總監體制方案。這改變了以往直線職能式結構，導入現代企業的矩陣式管理機制，構建敏捷、高效、以市場為導向的新車型開發體制，持續向市場提供具有競爭力和超越使用者期待的產品。目前，已完成3批、12個車型系列的大總監任命和團隊啟動。



第一批車型大總監團隊啟動會

→ 智聯綠色低碳出行

廣汽集團秉承自主創新的體系優勢，致力於提供世界級的移動智能新能源產品和服務，積極響應政府關於碳達峰和碳中和的規劃和各項工作，從生產環節落實綠色生產、提升能源使用效率，從業務端大力發展新能源汽車，為社會提供綠色出行模式，如李克強總理在政府工作報告裡提到的，「將以實際行動為全球應對氣候變化作出應有貢獻」。

1

2

3

→

4

1

2

3

→

4

廣汽集團主動承擔企業環境保護責任，建設廣州市廢棄物安全處置中心

2020年12月22日，由廣汽集團負責建設營運的廣州市廢棄物安全處置中心二期項目正式竣工。二期項目佔地500畝，總投資5.29億元，歷時9個月完成建設。在處置中心項目建設之前，廣東省廢棄物處理能力不足的矛盾非常突出，企業需要跨省處理廢棄物，處理成本從2,000元/噸飆升至14,000元/噸，廢棄物處理能力亟待提升。廣汽集團肩負起項目建設的責任，項目建成投產後，處置中心年處置危險廢物可達18.3萬噸，其中物化處理15萬噸，焚燒處置3.3萬噸，有效緩解廣州市廢棄物處理壓力，展現了廣汽集團的責任與擔當。

廣汽集團高度重視項目建設工作，主動對標國內外先進水平項目，以超前設計的方式打造了一個國內領先、優於歐

標的綜合性危廢處置示範基地。其中，主要排放指標如二噁英類、一氧化碳、氮氧化物、顆粒物等分別比國家標準嚴格5倍、6倍、2.5倍、2倍；排放指標總體均優於歐盟標準，如顆粒物、氮氧化物分別比歐盟標準嚴格3倍、2倍。該項目將補齊廣州市危廢處置能力短板，構建流溪河流域乃至整個城市環境安全和應急體系。

同時，廣汽集團亦將抓住此次項目建設的契機，在集團汽車產業集群的基礎上加快佈局綠色環保產業，致力於把固體廢棄物處置、資源再生、汽車拆解、新能源電池回收處理深度結合，打造國內一流的汽車環保完整產業鏈，助力廣州生態文明建設出新出彩，推動廣州經濟社會高質量發展。



竣工活動現場



處置中心項目外觀

【目標管理】

1

2

3

→

4

年度計劃

- 響應國家新能源汽車戰略，加大新能源汽車的研發和創新
- 穩步優化汽車產品油耗表現，不斷提升新能源產品發展水平
- 持續推動生產營運過程污染物減排工作，提高集團能源及資源使用效率

實施情況

- 新能源汽車銷量同比增長 42.9%，全年產生 51.7 萬正積分
- 廣汽集團企業平均油耗 4.71L/100Km，同比下降 7.1%
- 高質量完成十三五「雙控」目標，不斷削減 VOC 等污染物排放水平，完成廣州市廢棄物安全處置中心二期項目建設工作

下一步規劃

- 持續提高汽車產品能耗效率，加強新能源核心科技技術儲備
- 積極響應十四五規劃和政府工作報告，促進生產生活綠色轉型，大力支持 2030 碳達峰、2060 碳中和目標的實現，制定碳減排目標及工作計劃
- 進一步推動廢棄物減量工作效果，提升集團污染物管控水平



3.1 低碳出行

廣汽集團順應汽車產業「新四化」發展趨勢，積極響應政府關於碳達峰、碳中和的規劃工作，通過大力發展新能源汽車，將新能源產品轉型視作集團最重要的戰略機遇之一，推動社會綠色出行。本集團推出了一系列深受市場青睞的新能源車型，發佈了多項業界領先的新能源汽車核心技術，並積極佈局新能源汽車產業生態圈。「十四五」期間，廣汽集團將全面實施「1615 戰略」與「雙子星」計劃，2025 年全集團新能源汽車銷量佔比將超過 20%，其中自主品牌新能源車佔比將超過 36%。

3.1.1 新能源產品

2020 年，廣汽集團將旗下新能源品牌獨立營運，把「廣汽埃安」打造成廣汽集團的高端智能電動車品牌，向外界展示了廣汽集團在新能源汽車時代的雄心壯志與堅定決心。

廣汽集團致力於為消費者帶來世界級的新能源產品與服務。截至 2020 年，廣汽集團已發佈 AION S、AION LX 等 4 款技術領先、安全可靠的埃安品牌車型，以車型導入、技術合作等方式攜手合作夥伴推出廣汽豐田 iA5、廣汽本田 VE-1+ 等多款合資品牌新能源產品，極大地豐富了消費者的消費選擇，贏得廣大用戶的口碑。在優秀的新能源產品與技術的加持下，2020 年廣汽集團新能源車型銷量再創新高，推動汽車消費市場綠色低碳轉型。

廣汽埃安推出基於超次元設計理念的全新 AION Y 車型

2020 年 11 月 20 日，廣汽埃安於廣州國際車展全球首發 AION 家族第 4 款車型——「超定律智能純電 SUV」AION Y。最新發佈的 AION Y 代表了廣汽集團新能源產品的最新發展方向：以超次元設計理念打破固有的造車思維和設計定律，為追逐新潮、敢於創新的年輕人而來；以超實力產品技術挑戰汽車設計禁區，為消費者帶來技術先進、安全可靠的新能源汽車產品。



廣汽埃安 AION Y



2020 款 廣汽埃安 AION S



廣汽埃安 AION V



廣汽本田 VE-1+



廣汽豐田 C-HR EV

廣汽集團面向不同使用場景推出多款定制化的新能源產品，不斷提高新能源汽車在專業市場的佔有率，並根據出租車、網約車等移動出行行業的需求特點，在普通車型版本基礎上推出行業版、出租版、換電版等特殊產品，以差異化、定制化的產品有效滿足出行市場的特殊需求，推動行業向新能源轉型，進一步促進整體社會的綠色出行。

面向未來，廣汽集團將持續為汽車市場帶來世界級產品和服務，計劃於 2025 年實現自主品牌產品全面電氣化，2023 年大批量推出應用 L3 級別智慧駕駛技術的智能汽車產品，適時推出氫燃料電池汽車，為構建「未來智慧出行生態」和「可持續利用能源生態」貢獻廣汽智慧。

1

2

3

AION S 面向出租車及網約車行業推出定制化車型，產品深受使用者青睞

AION S 炫專版出租車是首款聯合廣州市交委、公交通集團定制開發的專版出租車車型，依據出租行業需求實現終端設備一體化，並根據使用場景針對性地加強了產品在安全、品質方面的表現。

AION S 炫網約車是唯一進入滴滴優享目錄純電 B 級車型。2020 年 AION S 炫網約車以優質可靠的口碑贏得銷量 8,569 台，在 141 個城市投入營運。

4



AION S 炫專版出租車



AION S 炫網約車

3.1.2 新能源技術

好的體驗靠科技創造，好的產品靠科技支撐。作為新能源汽車行業的領軍者，廣汽集團深知新能源核心技術的價值，堅持正向自主研發，積累了多項業界領先的「三電」系統核心科技，持續為消費者帶來性能優越、安全可靠的新能源技術。

廣汽集團持續投入大量資源研發新能源技術，推出了純電專屬平台、「三合一」電驅、廣汽第四代電池管理系統、ADiGO3.0 自動駕駛、5G 智能健康座艙等全球領先技術，彰顯了廣汽集團在新能源領域的前瞻技術與領先實力。



廣汽埃安 AION V

深耕電池研發，掌握多項核心技術

廣汽集團深耕電池研發，掌握多項核心科技，不斷提高電池安全表現與使用性能。

電池無明火技術

開發應用高安全性電芯等先進技術，實現電池包熱失控時包外無明火，帶來遠超國標安全要求的電池安全表現；

大數據診斷技術

通過後台大數據實施分析和診斷，有效預警和識別故障產品，實現市場電池包壽命的整體把握

高性能電池技術儲備

開發電池殼體輕量化設計、超新型成組技術，有效提高電池能量密度，並成功搭載項目量產；完成高能量密度電芯的設計和試驗，通過採用自主研發的新型矽負極技術，將動力電池電芯能量密度提升至 280Wh/kg 的當前行業最高水平。

1

2

3

4

建立體系化研發體系 推出多項市場領先的電驅、電控技術

廣汽集團建立起體系化的電驅與電控系統研發體系，不斷推出多項市場領先電驅、電控技術，實現國內領先的駕駛、經濟以及安全能技術水平。

領先驅動 1 發佈全球首創高性能兩檔雙電機四合一集成電驅，實現了雙電機、控制器和升級版減速器深度集成，帶來更加強勁動力的同時體積、重量進一步降低，綜合驅動效率、功率提升超 10%；

領先驅動 2 建立起涵蓋硬件、軟件、演算法、結構和熱設計、EMC、測試驗證等技術領域的電機控制器開發能力，自主研發的首款電驅動產品即將搭載整車量產；

電控技術 完成新一代自主控制系統開發和升級產品的預研，完全掌握新能源車型中對高壓安全、扭矩控制、電池監控、電池均衡等核心控制演算法，並應用於 AION S、AION LX、AION V 等多款暢銷新能源車型。

「十四五」期間，廣汽集團將繼續圍繞「新四化」方向深耕新能源技術，通過自主創新與開放合作相結合，着力打造新能源核心技術的強大自主研發核心體系，為 2025 年實現自主品牌全面電氣化的目標打下堅實基礎。廣汽集團將繼續聚焦三電核心技術，重點突破動力電池技術、集成電驅動技術、網域控制站技術，適當儲備燃料電池整車集成技術，持續提升新能源時代廣汽的產品力與品牌力，推動新能源品牌走向國際領先水平。

三電系統產品研發規劃

• 電池

不斷提升電池能量密度、安全以及電池壽命，降低生命週期成本，進一步提高電池熱失控後的安全表現，使電池綜合性能由當前的國內先進向國內領先邁進；

• 電控

電控系統由多核 MCU 向微處理器升級進化，在算力、存儲能力、結構可拓展性等方面不斷提高競爭力，並實現至少降低成本 10% 的目標。

• 電驅

基於純電驅動總成產品開發計劃和方案，加快超級升級版電驅的整車搭載與量產工作，同時在溫控集成和餘熱回收、無動力中斷換擋、變頻變壓技術等方面不斷升級。

除了新能源技術的研發，廣汽集團還在積極研發推進內燃機節能技術，全面提升產品環保效益，降低產品碳排放。

廣汽研究院規劃多項先進汽車節能技術 降低汽車產品碳排放水平

廣汽研究院根據油耗法規、雙積分政策以及市場趨勢分析，提前規劃節能總體目標、分領域目標和技術路線以及行動計劃，確保節能領域的前瞻性和合規性，有效降低產品的碳排放水平。

規劃主要從發動機節能、傳動系統節能、整車節能和電動化節能四方面進行目標分解和技術路線確定，大力推動「高效燃燒」「濕式雙離合變速器」和「機電耦合變速器」等動總項目的立項和研發工作，並取得優異成績。2.0ATK 發動機最高熱效率為 42.1%，達到國際先進水平，獲得中汽研「能耗之星」稱號；7WDCT 變速器綜合傳動效率高達 96%，榮獲「龍蟠杯」第三屆「世界十佳變速器」稱號；G-MC 混動變速器綜合傳動效率為 96.6%，達到國際先進水平，榮獲「龍蟠杯」第二屆「世界十佳變速器」稱號。

在多項先進汽車節能技術的加持下，2020 年廣汽集團取得節能減排豐碩成果，實現企業平均油耗 4.71L/100km，相比 2019 年度 5.07 L/100km 提升 7.1%，遠超 2020 年度行業平均油耗水平；同時，廣汽埃安銷售新能源車 60,033 台，同比增長 42.9%，全年產生 51.7 萬正積分，超額完成年度目標。

3.1.3 新能源產業園

為了順應智聯新能源汽車「視窗期」和「爆發期」的到來，推動廣汽集團製造服務化戰略轉型，成為「中國製造」走向「中國創造」的排頭兵，廣汽集團努力把握粵港澳大灣區歷史性建設機遇，在番禺區與合作夥伴共同投資建設廣汽智能網聯新能源汽車產業園（以下簡稱「產業園」）。作為廣汽集團的「1 號工程」，廣汽集團希望將產業園打造為實現智能網聯產業協同的重要載體，推動廣汽在智能網聯新能源汽車「智能化、網聯化、電動化、共享化」四個領域實現突破。

廣汽集團堅持「規劃先行，突出重點、合理佈局，紮實推進」的原則，結合廣汽智能網聯汽車的發展戰略，經過科學論證，制定了產業園的整體規劃：產業園總體規劃面積約 7,500 畝（5 平方公里），廣汽集團攜各合作夥伴總投資額預計超 450 億，圍繞「智慧製造 + 創新研發 + 汽車小鎮」三大領域，重點佈局汽車整車製造、核心零部件製造、汽車研發、智能網聯示範、5G 體驗等幾大業態，產業園還與毗鄰的廣汽番禺化龍基地形成南北呼應之勢，實現汽車產業鏈的橫向配套和縱向延伸，形成國內具有特色的超大型綜合汽車生產基地。



廣汽新能源產業園規劃圖

1

2

3

4

廣汽新能源產業園大事記

- 2017年4月27日** ● 在省、市領導的大力支持下，產業園舉行了奠基活動，在2年多的時間裡，產業園按照「整體規劃，分佈實施，龍頭帶動，產業協同」的原則有條不紊推進建設，已取得階段性成果。
- 2017年9月2日** ● 產業園首個重點項目廣汽埃安新能源（時稱廣汽新能源）智能生態工廠正式打樁進行建設，2018年12月23日，工廠封頂竣工，2019年5月項目正式投產。項目總投資46.94億元，占地面積707畝，建成新能源汽車20萬輛/年的產能。
- 2018年7月19日** ● 在廣州市政府的大力支持下，廣汽集團與寧德時代在廣州市政府舉行動力電池項目合作協議簽約活動，宣佈在動力電池領域進行合資合作，雙方在產業園共同投資42億元建設動力電池項目，佔地面積407畝，項目建成後將形成12GWH/年的動力電池、電芯、PACK的生產規模。
- 2019年8月1日** ● 廣汽集團與日本電產公司合資在產業園共同投資11億元建設新能源汽車集成電驅動系統，項目佔地面積70畝，建成40萬台套/年的新能源汽車集成電驅動系統。
- 2020年12月28日** ● 時代廣汽動力電池有限公司主廠房正式封頂，廣汽集團新能源汽車產業鏈核心零部件戰略佈局取得階段性成果。



廣汽埃安辦公大樓

3.2 清潔生產

作為國內領先的大型汽車工業集團，廣汽集團主動肩負企業節能環保的責任，堅持節能環保與生產效益同步推進，積極推動清潔生產，落實國家在環保上的戰略規劃。

3.2.1 溫室氣體排放管理

廣汽集團高度重視國家 2030「碳達峰」、2060「碳中和」目標，已將節能減排的內容納入到集團「十四五」規劃當中，

並聯合各投資企業穩步推進碳減排目標制定工作。目前，廣汽集團制定了《公司能源管理規定》《能源基準績效參數能源目標管理規程》等規章制度，積極推動能源管理系統建設、高能耗關鍵設備改造等節能減排舉措，有效管控企業生產過程中能源使用情況，降低生產製造的能源使用強度，為降低社會整體碳排放水平作出重要貢獻。

廣汽研究院持續優化能源管理，有效降低企業能耗水平

廣汽研究院不斷提升能源使用水平，設定 2020 年能耗雙控目標，制定《能源管理辦法》，開展內部節能考核並形成《能源自查報告》，積極實施 LED 燈替換、安裝自動刀閘、更換隔熱玻璃等多項節能改造項目。與 2019 年相比，2020 年廣汽研究院全年電能節約 160 余萬度，大幅減少廣汽研究院能源消耗，助力綠色低碳發展。



廣汽研究院節能自查報告

為掌握關鍵設備的運行及能源消耗狀況，廣汽研究院建立起資產管理系統，有效監控關鍵設備的工作狀態及耗能水平，確保關鍵設備處於良好運行的工作狀態，避免設備異常運轉造成的能源浪費。與此同時，覆蓋全院所有設備及用能點的能源線上監測系統也在籌建中，助力廣汽研究院實現能源消耗情況的全面管控。



廣汽研究院資產管理系統介面

1

2

3

4

廣汽本田訂立碳減排目標 採取體系化措施減少溫室氣體排放

廣汽本田秉承「讓孩子的天空更蔚藍」的節能環保理念，一直致力於節能減排、保護地球環境，為減緩氣候變化作出積極貢獻。

作為廣州市萬家重點用能企業之一，廣汽本田在十三五期間均超額達成嚴格的能源雙控目標，為中國的碳減排作出了積極貢獻；同時，廣汽本田主動制定 2030 年碳減排目標，計劃降低二氧化碳排放量 25,732 噸，並已按照超額達成的姿態制定了推進計劃，力爭在 2040 年前提前實現廣汽本田生產過程的碳中和工作。

為有效落實訂立的碳減排目標，廣汽本田通過體系化措施落地減排目標。廣汽本田制定了健全的能源管理體系，制定單台能耗目標，導入最先進的節能降耗技術，最大限度減少生產過程的碳排放；同時，廣汽本田利用廠房屋頂，導入 17MW 規模的分散式光伏發電工廠，每年可減少 CO₂ 排放量 17,500 噸，產生巨大的經濟效益與環保效益。此外，廣汽本田積極開展植樹造林工作，自 2008 年起，廣汽本田攜手本田在華關聯企業累積栽種 180 萬棵苗木，總綠化面積達到 18,700 畝，切實履行改善生態環境的承諾。

廣汽埃安建立全面的能源管理系統 助力氣候變化治理

廣汽埃安將能源管理績效指標納入本公司環境事業計劃進行管控，規範和細化了廣汽埃安的能源管理要求，並動員全體員工深入發掘節能潛力，開展改善課題和行業先進工廠對標行動，不斷提升廣汽埃安的節能減排表現。

廣汽埃安能源消耗單台目標

- 耗電量 897.3kwh/ 台，天然氣使用量 44.04m³/ 台。

廣汽埃安汽車製造過程中的節能管理辦法和技術

管理節能：

- 根據銷售訂單，靈活調整排產，保持焊塗高節拍生產，降低能耗。持續優化能源供應時間和供應量，做到晚開早關，並定期檢討最低需要量。
- 優化設備維護方法，集中設備維護時間，降低設備維護頻率，落實同類工事合並維修措施。
- 優化非生產時段能源供應標準，降低待機能耗。

技術節能：

- 提出降低鍋爐系統能耗的節能改善提案，節約電能 90 萬 kwh，節約天然氣 14.8 萬 m³。
- 改善前處理升溫系統節能模式，節能電能 4.2 萬 kwh，節約燃氣 4.9 萬 m³。
- 優化壓縮空氣供壓調整，降低單機能耗 2%，每年節約電費 9.6 萬元。
- 提升衝壓線尾及返修作業區節能表現，預計年節能 16.1 萬 kwh，換算年節約電費 9.66 萬元。

3.2.2 排放物管理

廣汽集團嚴格遵守國家《大氣污染防治法》等各項法律法規，積極落實《「十三五」揮發性有機物污染防治工作方案》，制定並實施了《環境保護管理辦法》《廢（污）水控制管理規定》等多個專項制度。本集團已建立起較為完善的集團排放物監管體系，掌握所有投資企業廢水、廢氣等排放物數據並實施有效監管，同時結合切實有效的排放物處理措施，全力降低生產製造過程中排放物產生的污染。未來，廣汽集團將在現有環境管理目標的基礎上進一步深化，制定顆粒度更細、標準更嚴格的排放物管控指標，持續提升廣汽集團排放物管理水平。



廣汽比亞迪生產車間

廣汽比亞迪多措並舉，減少汽車生產的排放物產生

廣汽比亞迪制定了《塗裝廢水管理規定》以及排放物減排目標，努力實現廢氣中顆粒物、甲苯、二甲苯、VOCs 排放分別減少 0.06kg/h、 7.8×10^{-5} kg/h、 4.07×10^{-3} kg/h、0.03 kg/h，廢水中 COD、BOD5 分別減少 3.9 噸 / 年、1.77 噸 / 年的減排目標。

為了達成以上目標，廣汽比亞迪採取了多項切實有效的措施，通過引入先進技術並結合綜合治理方案，全面提升廣汽比亞迪廢氣、廢水及 VOCs 的排放表現。

• **廢氣減排：**採用活性炭吸附濃縮、催化燃燒、布袋除塵 + 旋風除塵等技術減少苯系物、VOCs、顆粒物排放；車架噴塗

採用水性漆替代油性漆以減少苯系物、VOCs 排放；強化廢氣治理設施運行維護保養以提高污染物去除率。

• **廢水減排：**公司內部排水管網全部實現「雨污分流」、雨季做好防汛措施避免雨水流入污水處理站以減少工業廢水排放；定期對排水管網進行維護並形成長效管理機制以避免水污染物直接排放；噴塗作業過程中合理投放藥劑提升噴塗廢水回用率以減少水資源浪費及廢水排放。

通過開展揮發性有機物綜合整治「一企一方案」，廣汽比亞迪每生產一台新能源客車可減少約 13.09kg VOCs 排放。

1

2

3

4

廣汽菲克長沙廠區設定嚴格的排放物內控要求，降低汽車生產過程的排放物污染

廣汽菲克長沙廠區制定了《水污染控制》《大氣污染控制》《噪聲控制》等公司級程序文件，對公司產生的廢水、廢氣、噪音等排放進行全面管理；並制定了多項比排放標準更為嚴苛的內控排放目標，其中 BOD 內控排放目標低至限值要求的 6.7%，確保所有排放物 100% 達標。通過採用多項先進生產工藝，廣汽菲克長沙廠區有效減少排放物的生成，有效減少汽車生產製造環節的排放物污染。

- 總鎳內控排放目標：低於 0.1mg/L（限值 0.2mg/L 的 50%）
- COD 內控排放目標：低於 100mg/L（限值 500mg/L 的 20%）
- BOD 內控排放目標：低於 20mg/L（限值 300mg/L 的 6.7%）
- 油類排放目標：低於 15mg/L（限值 20mg/L 的 75%）

污水處理與回用

- 開展中純水回用項目，國內首批引進 MBR+RO 深度處理工藝，出水水質滿足塗裝工藝用水水質要求，回用水量可達 50 m³ /h。廢水經物化、生化、深度處理後，出水用於廠區的道路、衛生間清洗、廠區綠化，降低了廢水排放量；
- 電泳塗裝工藝採用全封閉超濾循環沖洗系統，減少廢水排放量，節約去離子水。

生產廢氣管理

- 合理運用含 VOCs 低的原輔塗料，塗裝電泳、中塗、面塗均採用水性塗料，罩光漆用溶劑性塗料，同時分開設水性塗料和溶劑性塗料調漆間，大幅減少有機廢氣排放；
- 開展塗裝 VOCs 廢氣治理項目，通過增加沸石轉輪吸附+RTO 焚燒設備對清漆噴房排放廢氣進行淨化處理，VOCs 濃度由 36mg/m³ 降至 16mg/m³，減少 VOCs 排放 12.8 噸；
- 落實多個整車生產環節的廢氣管控，在塗裝烘乾、面塗罩光漆噴塗、整車返修等過程中採用文丘裡式噴漆室、轉輪吸附裝置、RTO 焚燒爐、活性炭吸附裝置等設備處理有機廢氣，並使用除塵設備處理焊裝過程中產生的煙塵。

燃氣鍋爐低氮改造

- 實施燃氣鍋爐低氮燃燒改造項目，通過更換低氮燃燒器並增加 FGR 回流渠道，氮氧化物排放濃度由 99mg/m³ 降至 37mg/m³，減少氮氧化物排放 110.23kg。

3.2.3 廢棄物管理

廣汽集團依照「減量化、再利用、再循環」的原則，加強對有害及無害廢棄物的管控，降低固體廢物的產生量。本集團嚴格遵守《環境保護法》《固體廢物污染環境防治法》等國家環保法規政策以及相關國際公約和慣例，集團總部制

定了《環境保護管理辦法》，各投資企業制定了《一般工業固體廢物管理規程》《污染物控制管理程序》《危險廢物管理規程》等廢棄物管理專項制度，嚴格管控生產營運中「三廢」排放對周邊環境的影響。

1

2

3

4

廣汽集團積極踐行廢棄物 3R 原則，有效管控廢棄物環境風險

廢棄物 3R 原則

(Reduce, Reuse, Recycle) 是國際上行之有效的廢棄物管控手段，通過減量、循環再用的手段降低廢棄物的環境風險與處理壓力，助力企業、社會、環境實現多方共贏。

- 廣汽乘用車將塗裝車間產生的廢油漆渣導入烘乾設備，將廢油漆渣的含水量降低至 30%，使汽車生產過程中單台廢油漆渣的產生量由 2.65kg/ 台降低到 1.65kg/ 台，有效減少廢油漆渣的生成；

- 廣汽本田導入熱泵型低溫污泥幹化機，通過低溫幹化工藝實現污泥脫水，並通過熱泵回收熱量，減少能耗，實現污泥含水率從 83% 下降至 30%，污泥減量 1,332 噸 / 年；
- 廣汽比亞迪通過及時更換活性炭箱前端過濾棉、及時對吸附飽和活性炭進行脫附，減少廢活性炭 2.75 噸。
- 廣汽本田對塗料 / 密封膠原輔料的包裝桶增加內襯，避免污染物沾染包裝桶內壁，使其能夠重複利用，減少危險廢棄物的產生量；
- 廣汽菲克與荊門市格林美新材料有限公司簽訂《高壓電池包回收服務》協議，對公司生產過程中產生的高壓動力電池包進行回收處置。

針對汽車生產、運輸、銷售過程中產生的大量物料包裝需求，廣汽集團積極推動包裝材料的節約使用與循環再生，全力降低包裝材料產生的環境負擔。廣汽集團攜同各供應商一起採用環保產品包裝方式，通過制定《零件包裝設定標準》等政策制度與工作

標準，建立包裝工藝管理 KPI，優化採購方案，最大限度使用可回收、可迴圈利用的包裝材料，實現集團範圍內可持續包裝材料管理。

1

2

3

4

上海日野採取多項措施實現可持續包裝

上海日野在設計、生產、運輸過程中積極採取措施，通過規範化設計、使用可循環利用材料、優化採購方案等多項手段，降低企業生產營運中包裝材料使用的強度。

合理包裝設計

選擇、設計包裝材料的過程中，嚴格參照國標 GB/T 7284-2016 執行，合理設計包裝方案；

在出口零部件用包裝設計及採購過程中，要求設計、採購部門應盡可能減少木制包裝方案的選用，避免使用原木（包含薰蒸後的原木製品）的使用。

選擇環保材料

與供應商合作，在生產材料包裝中要求供應商優先選擇鐵架、塑膠盒等可回收周轉材料；針對油品類等易產生污染廢物的生產物料，嚴格要求使用可回收利用包裝。

優化採購方案

優化生產輔料採購方案，優先採購大包裝物料，減少到貨包裝物的用量。

可持續包裝的典型案例及成效

循環再用發動機支架，通過使用鐵制發動機支架替代木制支架實現運輸包裝的循環再用，每台發動機可減少 30kg 的木材使用。2020 年，上海日野已減少木材使用量超過 60 多噸；

優化出口包裝材料，使用紙箱與膠合板箱的複合包裝，替代原本膠合板箱包裝方案，減少膠合板用量 55% 以上，每年可減少 15 噸膠合板使用。

3.2.4 水資源管理

廣汽集團採取切實可行的措施減少經營生產過程中水資源的消耗，通過制定節水目標與各項節水管理制度，革新生產工藝與設備水平，落實水資源使用管控，有效減少了不必要的水資源損耗，提升用水效率。

- 廣汽乘用車每年持續開展節水改善項目，將焊裝冷凝水回收利用於冷卻塔，每年節水 2,000 噸。此外，廣汽乘用車改造了前處理電泳水槽，由手動補水升級為自動補水系統，提高控制精度，全年節水 1,837 噸。
- 廣汽本田建立完善用水節水規章制度，並配齊專兼職管理人員，加強用水情況的監督檢查，鼓勵全體員工參與節水工作，並建立廠區計量監控及數據獲取系統，定期對計量系統的計量監測數據、設備運行狀況及相關記錄進行監督、抽查，監管用水情況。廣汽本田還定期開展水平衡測試工作，依照水平衡測試規範要求形成成果報告報市水務局審批，並依據水平衡測試結果落實補漏措施，提高企業用水效率。增城工廠為降低廠內污水站處理負擔，減少廢水排放量，並節約使用新水量，塗裝三科車間摒棄常用的濕式噴房，導入了紙盒式幹式噴房，實現「0」使用水、「0」排放廢水。塗裝三科車間每年將減少新水用量 5,000m³。
- 廣汽豐田 2020 年制定每年用水量減少 1% 的節水目標，並實現 1.81 噸 / 台的單位用水量，遠低於《廣東省用水定額 DB 44/ T 1461-2014》20 噸 / 台的要求。同時建立並導入廢水深度處理系統，降低自來水消耗，並在新建生產線導入幹式噴房，降低用水量，以及對成型搪塑線自來水進行循環水改造，提升用水效率。



廣汽乘用車持續開展節水改善項目，
每年節水

2,000 噸

3.3 綠色文化

廣汽集團將綠色辦公理念貫徹於日常辦公營運中，從一點一滴做起，降低辦公營運的能源與資源消耗水平。

在制度上，制定《公司能源管理規定》《用水管理規程》《能源基準績效參數目標指標管理規程》等多項規章制度，規範水、電、辦公耗材的合理使用；

在手段上，開展節能巡檢工作，採取多種手段監控水電使用水平，及時發現用水用電異常情況；

在設施上，定期維護設備設施，推動 LED 燈等節能設備的更新替代，提高資源與能源的使用效率；

在宣傳上，開展綠色辦公宣傳活動，張貼節水節電宣傳標語，使綠色辦公理念深入人心。



廣汽蔚來精細化綠色辦公要求

廣汽蔚來從日常辦公的點點滴滴出發，制定精細化的綠色辦公指南，將綠色環保的要求落實到日常辦公的每個細節。

⚡ 節約用電措施：

- 要求辦公場所及時關閉照明燈具及空調，每天多次巡查辦公場所檢查電源關閉情況；
- 溫度降低時統一關閉空調，開窗通風。

💧 節約用水措施：

- 增加過濾式直飲水機，減少使用桶裝水；
- 減少一次性紙杯及瓶裝水的使用；
- 二次利用丟棄瓶裝水，將廢棄的用水進行統一收集，澆灌公司綠植。

📄 節約用紙措施：

- 降低用紙標準，要求員工列印一般文件時使用 70g 列印紙，合同類文件使用 80g 列印紙，使用 A5 尺寸列印紙印刷發票；
- 使用 OA 系統線上審批流程，減少線下審批的紙張使用量，全面推進無紙化辦公；
- 對於非保密性的廢舊紙張，放置於打印機旁進行循環利用。

✍️ 共享辦公設備：

- 設置共享文具角推動常用文具共享使用；
- 加強用車管理，同一目的地原則上只使用一台車輛出行。

廣汽集團總部及各投資企業在不斷提升企業環保水平之外，亦積極參與環保公益互動，共同推動社會環保理念。

廣汽本田流溪河水源地「廣東省環境教育基地」舉辦揭牌活動

為倡導更多人關注和參與環境保護，2020 年 10 月 30 日，廣汽本田流溪河水源地「廣東省環境教育基地」揭牌儀式在廣州從化樂明村舉辦。

流溪河是唯一一條全流域位於廣州境內的戰略備用水源地，擁有多個廣州市飲用水水源保護區。為改善流溪河上游水域環境，2016 年，「廣汽本田·點滴關愛」流溪河水源地保護行動正式開啟。經過近五年的耕耘，2020 年，廣汽本田·綠芽·流溪河生態環境教育基地已成為廣州市首個廣東省級鄉村生態環境教育基地，其生態治理模式與經驗為推進更廣闊的可持續環保事業起到示範作用。



廣汽本田流溪河水源地「廣東省環境教育基地」揭牌儀式

1

2

3

4

廣汽豐田環保公益活動

廣汽豐田自 2006 年開展環保項目以來，以生物多樣性保護為主題，在廠區、社區、城市周邊、保護區等地域持續開展環保宣教活動，累計覆蓋人次超 8,000 萬。

地球芳鄰物種網課 & 物種奇緣號發車

自 4 月 22 日世界地球日開始，廣汽豐田攜手山水自然保護中心，在微信、微博等各種渠道連續推出四期地球芳鄰科普網課，內容覆蓋森林、草原、海洋、天空，邀請生態專家在線上開展系列物種科普，呼籲關注瀕危物種。同時聯動有軌列車「物種奇緣號」專列，運用多形式、多渠道、聯動線上線下加大物種網課曝光。傳播覆蓋達到 1,221 萬人次。



廣州有軌電車「物種奇緣號」專列

「自然昆明」轎子山生物多樣性調查活動

為推動公眾了解身邊的生物多樣性和創造參與生物多樣性保護的可能，助力 COP15 會議，2020 年 11 月 12-15 日，廣汽豐田聯合山水自然保護中心等諸多合作夥伴機構在雲南轎子山國家級自然保護區舉辦了為期 4 天的昆明城市周邊生物多樣性調查活動。該活動讓公眾通過觀察、了解、記錄身邊的生物多樣性，建立個人與自然的關聯，喚起公眾保護生物多樣性的意識，以實際行動參與到生物多樣性的調查和保護當中。



「自然昆明」轎子山生物多樣性調查活動—公眾拍到紅胸啄花鳥

→ 智聯和諧企業生態

廣汽集團堅信要主動順應全球產業變革大勢，著眼未來，對內注重員工成長，對外堅持與全球合作夥伴深度合作，積極整合資源共謀發展。

1

2

3

4

→



汽車行業「新四化」——電動化、智能化、網聯化、共享化正快速重塑汽車行業價值鏈，廣汽集團在這時代趨勢當中，不斷加強自主創新和跨界合作，保持競爭優勢，持續向消費者提供與時俱進的優質產品和服務，促進自身的可持續發展。

1

2

3

4

廣汽集團與科大訊飛合作成立星河智聯汽車科技有限公司

2020年11月30日，廣汽集團投資企業廣汽資本、安徽訊飛雲創、合肥砥石三家企業在廣汽中心簽署合資合作協議，正式成立星河智聯汽車科技有限公司。

三方將充分發揮各方技術、資源、人才上的優勢，共同把握整車產品從設計研發到長線服務的週期性規律，以更高效的團隊組織來完成解決方案的設計、產品的研發和打磨，並在用戶全生命週期裡完成功能和服務的快速反覆運算升級，不斷推出新技術的應用。

星河智聯專注於將人工了解、大數據、軟件工程等核心能力應用於智能座艙、車聯網等領域，共同為國內外汽車企業提供智能化數字座艙整體解決方案，為汽車用戶提供安全、智能、高效的數字化服務體驗。



廣汽集團與科大訊飛簽署合資合作協議



【目標管理】

1

2

3

4

年度計劃

- 實現供應鏈與研發、生產、銷售等方面拉動式協同，構建全產業鏈國際化能力，提高供應鏈的可持續發展能力
- 落實共創共建共享的理念，讓員工能感受到公司的關懷
- 打造可持續發展的社會公益體系，打響廣汽公益品牌

實施情況

- 以國內外「雙統籌」為核心關注零部件供應鏈安全
- 2020年，集團基金會合計救助498人次，發出救助金348萬元
- 2020年廣汽負責幫扶的貧困人口全部脫貧，扶貧過程中注重將智能製造、工業化生產等先進管理理念引入貧困地區，貫徹可持續發展思路

下一步規劃

- 加快制定供應鏈發展戰略，加大資金、人才和技術投入
- 進一步落實將關懷切實送到員工手中，不僅要關懷特殊員工，也要加大對普通員工特殊需求的關注力度
- 在繼續做好社會公益的基礎上，加大對安全出行、文體事業等公益項目的支持，提升廣汽公益品牌影響力



4.1 拓展夥伴關係

1

廣汽集團著眼於未來，主動順應全球產業變革大勢，通過自主創新和與全球合作夥伴不同層次的合作，打造實現智能網聯和新能源核心技術「兩個領先」的強大的自主研發核心體系。

2

3

4.1.1 推進多元合作

廣汽集團在現有合資合作的基礎上，深化與同行的研究合作，並進一步加強與華為、百度、科大訊飛等高科技企業就加快開展車聯網、自動駕駛、智能座艙等創新技術研發，通過多樣化合作模式，與合作方實現互利互贏，加速了智聯化、電氣化、數字化、國際化過程和行業進步，助力建設一個更加清潔環保、智能的移動出行社會。

4

廣汽集團與眾公司攜手共建更加清潔環保的移動出行社會

2020年8月20日，廣汽集團與中國第一汽車股份有限公司、東風汽車集團有限公司、北京汽車集團有限公司、北京億華通科技股份有限公司、豐田汽車公司在北京合資成立聯合燃料電池系統研發（北京）有限公司，專注於開發燃料電池系統及其主要元件，加快氫燃料電池車在中國商用車市場的普及，推動中國氫能源汽車產業的發展。



聯合燃料電池系統研發（北京）有限公司簽約發佈儀式

1

2

3

4

廣汽集團與百度深化在智能駕駛、智能車聯等領域的合作

2020年12月8日，廣汽集團與百度簽署戰略合作框架協議，雙方將通過資源互補、技術互補等有效合作方式，共同進行智能駕駛、智能車聯、數字化營銷方面相關技術及產業的開拓，共同為自動駕駛與移動出行、智能網聯和智能交通領域提供全面、系統、可靠的解決方案。



百度與廣汽集團戰略合作簽約現場

智能駕駛

深化在自主泊車技術、自動駕駛技術以及 RoboTaxi 無人駕駛出租車營運等領域的合作，提升廣汽產品的體驗感、科技感及品牌影響力。

智能車聯

結合百度車聯網 OS、生態應用、汽車雲服務、車聯網大資料等產品，將人工智能平台、雲計算能力與智駕系統深度融合，攜手共同打造廣汽特色的新一代智能汽車。

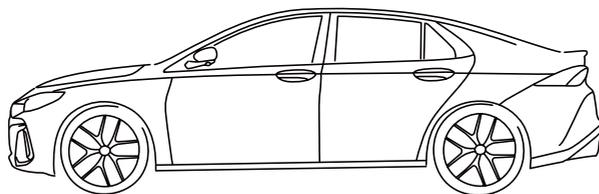
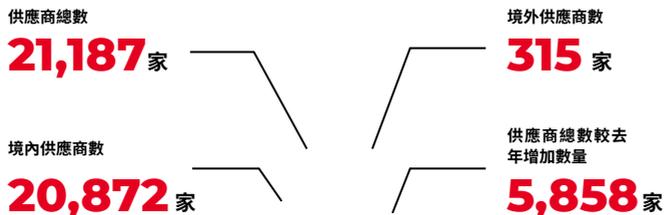
數字化營銷

充分利用百度平台「搜索 + 推薦」智能營銷雙引擎，依託百度領先的 AI 技術以及雲計算，圍繞消費者使用場景，逐步形成從品牌認知、產品銷售、產品使用等多場景、全生命週期的整合營銷服務能力，提升使用者購車、用車出行體驗。

4.1.2 完善供應管理

完善的供應鏈管理是保證產品質量標準和準時交付的關鍵，廣汽集團積極推動供應商產業協同，打造健康、有競爭力的供應鏈生態。本集團以國家採購法規政策為基準，在原有供應商管理制度的基礎上進一步加強，制定了《廣州汽車集團股份有限公司工程建設項目管理辦法》，進一步將零部件採購和供應商管理流程規範化，並且把安全和環境等因素納入供應商管理體系，促進綠色供應鏈發展。

廣汽集團供應商地區分佈情況



廣汽豐田發動機積極完善供應商管理體系，保障產品質量

廣汽豐田發動機通過 GTE、NSER 和定期審查等方式加強了對供應商的管理。

- 相關部門對供應商展開綜合評估，評估內容涵蓋安全環境，技術開發，生產技術，製造生管，品質管理等方面，之後通過新規導入 NSER 活動，只有評價通過的供應商才會被納入候選供應商庫中。
- 每年初 GTE 都會分別向供應商提出年度目標，並且於年末對各家供應商的成績進行評價，並對表現優異的供應商進行表彰活動，促進供應商發展，鼓勵供應商進一步提高產品質量。
- 廣汽豐田發動機要求每月對安全，環境，品質，供貨各方面的達成情況進行反饋，對未達情況的供應商及時跟進，排除潛在問題。同行加強對合作供應商的定期審查，通過開展年度概況調查，財務狀況調查，突發事件對應調查等，及時對可能的風險進行排查和提前預警，打造健康產業鏈生態，提高產業鏈可持續發展能力。

4.1.3 支持銷售夥伴

廣汽集團在疫情期間彰顯企業責任與擔當，為經銷商提供強有力的支持，保證經銷商在特殊時期也能提供優質的服務。本集團也通過探索新的銷售模式和更人性化的考核方式不斷為經銷商賦能，持續提高其業務素養與服務水平，為顧客提供更加專業、貼心的購車服務。

1

2

3

4

廣汽傳祺探索新銷售模式，助力銷售店安全復工

廣汽傳祺成立領導專項小組，針對全國各地一線銷售店推出了以考核減負、金融減負、新銷售模式的探索和發掘、新春開業啟動安全基金等「四大舉措」，並成立內部環境衛生安全監測小組切實為銷售店提供強有力的關懷和支持，助力銷售店安全復工。各企業特約店不僅做足店內防護措施，還加強客戶防疫關懷，推出多種線上線下營銷服務，包括線上看車、選車、購車，甚至上門取送車，確保用戶能享受更安心、安全、便利的購車、用車服務。



廣汽集團總經理馮興亞復工第一天調研廣汽傳祺銷售店

1

2

3

4

廣汽集團調研 327 家銷售店，促進經銷商堅定擁抱轉型

2020年6月16日至7月5日，廣汽集團董事長曾慶洪、總經理馮興亞等人分別赴華北、華東、西南、西北、華南、華中等地區16個省市自治區開展銷售調研。本次調研覆蓋集團旗下七大品牌共327家銷售店，召開座談會21場，走訪廣汽各品牌銷售店47家及競品銷售店8家，收集到各品牌經銷商涉及18個方面的446條意見和建議，促進了各品牌之間的相互交流與提升。

調研期間，曾慶洪董事長作了題為「認清形勢、轉變觀念、創新營銷、合作共贏」的講話，充分肯定了廣汽品牌各經銷商目前取得的成績，並對廣汽各品牌經銷商在疫情期間一手抓疫情防控，一手抓復工營業，快速恢復營運表示感謝。同時勉勵大家正視問題，認清形勢，轉變觀念，堅定信心，共克時艱，不斷優化創新營銷，與主機廠實現共贏。馮興亞總經理對廣汽各品牌經銷商克服疫情影響，積極復工營業，為廣汽集團發展做出的貢獻表示感謝，鼓勵大家堅定信心，持續提升盈利能力，不斷提高銷售店營運水平，主動融入數字化建設，提升數字化營銷能力和服務能力。



廣汽集團曾慶洪董事長帶隊在廣汽傳祺濟南潤祺店開展銷售調研

4.2 關注員工成長

廣汽集團努力為員工打造公平公正的僱傭環境和安全健康的工作環境，通過完善的培訓體系及文體活動給員工賦能，激發員工活力，讓企業成為員工發光發熱，實現理想的人生舞台。

4.2.1 維護合法權益

廣汽集團嚴格遵守《勞動法》《禁止使用童工規定》等國家專項勞工法規和國際勞工準則及慣例，按照國家相關專項勞工法律法規和國際勞工準則及慣例，建立了完善的人力資源體系和管理制度，堅決杜絕一切形式的僱傭童工和強制勞動情況，保障員工在招聘、薪資福利、離職等方面的基本權益，努力建立一個公平公正的招聘體系和晉升機制。

2020年，集團員工總數為

93,745人

勞動合同簽訂率

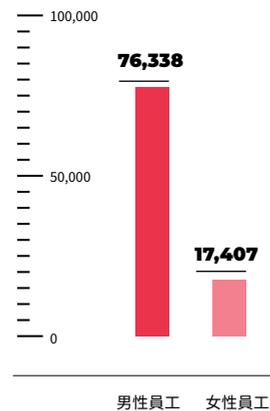
100%

員工流失比率為

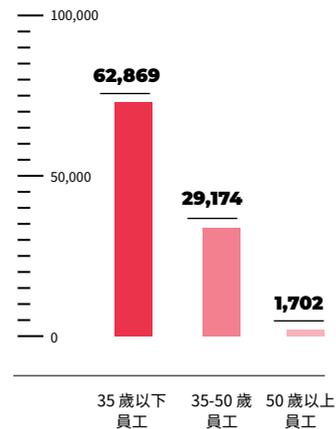
12.3%^[3]

廣汽員工情況一覽表

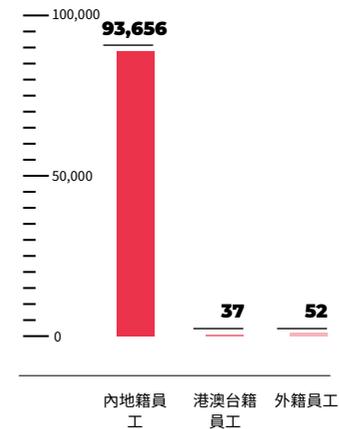
員工性別結構



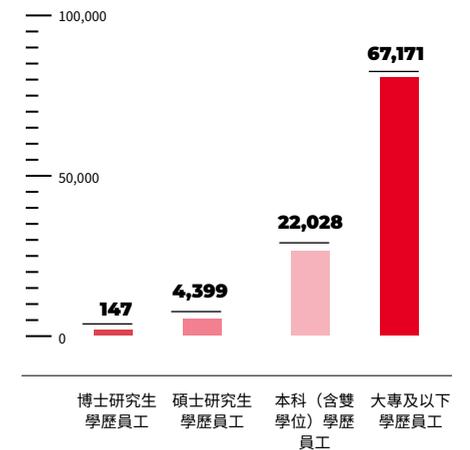
員工年齡結構



員工崗位結構

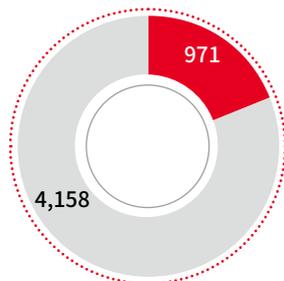


員工學歷結構



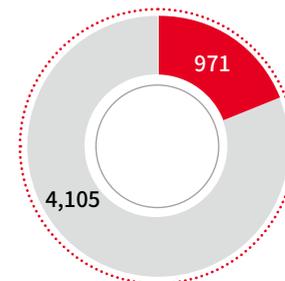
[3] 員工流失比率 = 報告期內員工流失人數 / 報告期員工平均數

享有產假的員工數



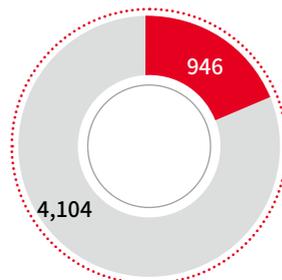
■ 男性員工數 ■ 女性員工數

實際使用產假的員工數



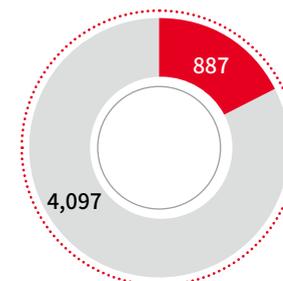
■ 男性員工數 ■ 女性員工數

休完產假後，應該返崗的員工數



■ 男性員工數 ■ 女性員工數

休完產假後，實際返崗的員工數



■ 男性員工數 ■ 女性員工數

獲得合理的薪酬和福利保障，是員工的基本權益。廣汽集團制定了內部酬薪福利政策《廣州汽車集團股份有限公司員工薪酬福利管理制度（修訂）》，明確各項薪酬福利規定，讓管理者和員工都能夠清晰各項薪酬、福利和權益。即使在疫情的特殊期間，廣汽集團及各個投資企業也嚴格合法合規執行發放員工的薪酬福利。

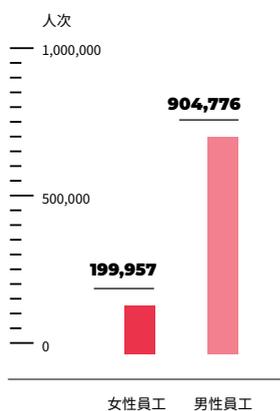
4.2.2 促進職業發展

廣汽集團為員工搭建了完善的發展和培訓平台，並針對各類別、各職級的員工特點，提供具有針對性的培訓內容，持續提升員工的競爭力。

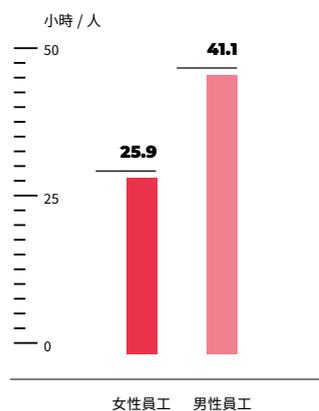
2020年，廣汽集團員工培訓共投入7,527.45萬元，受訓員工達1,104,733人次，較2019年增加4.1%。在這一年裡，本集團實施了廣汽工會講壇、戰疫不停學等項目，舉辦了省級汽車營銷師、汽車智能焊接等職業競賽，提升了員工的職業素養與專業技術水平。

廣汽員工受訓情況一覽表

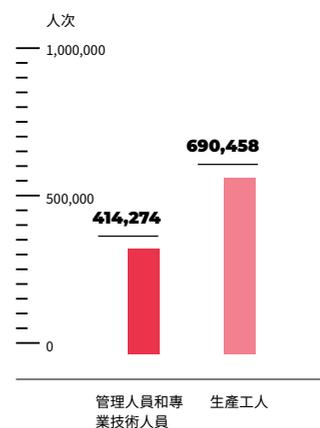
培訓員工性別結構



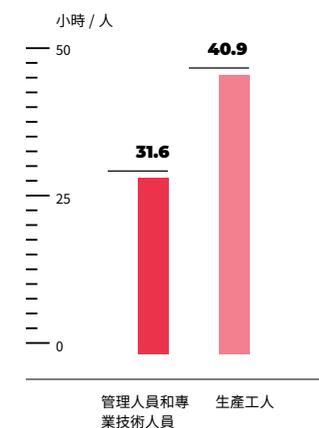
平均培訓時間性別結構



培訓員工職級結構



平均培訓時間職級結構



廣汽集團承辦全國首屆汽車智能焊裝職業技能競賽活動

廣汽集團承辦了全國首屆汽車智能焊裝職業技能競賽活動，來自全國的5家汽車集團共23家單位、88名選手參加決賽，其中廣汽集團共33名選手參與角逐。最終3名選手獲一等獎，6名選手獲二等獎，9名選手獲三等獎，培養全國五一勞動獎章獲得者1人，全國技術能手稱號獲得者3人；廣汽集團獲得競賽團體優勝獎，並獲得本次賽事突出貢獻獎。



全國首屆汽車智能焊裝職業技能競賽活動頒獎儀式

4.2.3 保障健康安全

廣汽集團高度重視員工在工作場所的生命安全和職業健康，制定了《集團安全生產綜合管理制度》等內部文件，在辦公和生產場所明確各項健康安全管理規定並嚴格執行和審核，並且監督、指導、服務下屬投資企業開展 ISO45001 職業健康安全管理體系、安全生產標準化等體系建設工作。2020 年集團安全生產總投入 15.29 億元，沒有發生較大及以上生產安全事故，安全生產總體有序運行。

各企業安全生產負責人參與學習培訓班，不斷提升安全生產意識和能力

在廣汽集團 2020 年度安全生產培訓班上，廣汽集團總經理馮興亞以「深入貫徹習近平總書記關於安全生產重要論述，嚴格落實企業安全生產主體責任」為題主講安全生產公開課，活動現場反響熱烈。



廣汽集團 2020 年度安全生產培訓現場

公司採納的具體措施以及相關執行與監察的方法如下：

落實安全責任

- 健全完善安全生產責任體系，組織總部部室及下屬投資企業各層級責任人簽訂目標管理責任書，並且開展安全生產目標管理考核，推進安全主體責任落到實處。

強化雙重預防

- 分級管控風險，對集團及投資企業主要風險點實施分類分級管控主要風險點實施分類分級管控。
- 貫徹「一線三排」工作機制，全力整治隱患，組織安全督導檢查約 165 間次，發現安全隱患 634 餘項，隱患按期整改率達 100%。

保障員工職業健康

- 集團及下屬投資企業嚴格按照國家《職業病防範法》等法律法規要求，開展相關活動保障員工的職業健康。

堅持疫情防控與安全生產一盤棋

- 主動謀劃，超前部署，建立防疫應急響應機制，分類指導投資企業落實疫情防控各項工作。
- 集中力量做好復工復產疫情防控和安全生產工作，嚴格落實復工復產安全生產「五個一」防控措施，確保萬無一失。

營造安全氛圍

- 多途徑開展安全生產、職業健康管理人員能力提升學習培訓。
- 全方位開展安全專項培訓交流活動，與中國機械工業安全衛生協會、廣州市氣象局等單位緊密合作，開展專項培訓交流活動 3 次。

1

2

3

4

廣汽集團積極開展 社會交通安全知識推廣活動

9月1日，廣汽集團攜廣汽本田、廣汽研究院、廣汽日野參與協辦「看不見的危險——交通安全開學第一課」活動，該活動面向全廣東省中小學生及集團全體員工，以體驗式和現場感相結合的形式，圍繞汽車盲區、一盔一帶等「知危險、會避險」、「被看見、才安全」的交通安全知識開展宣講培訓，通過多平台同步VR全景直播，強化學生們和全體員工的交通安全意識。



「看不見的危險——交通安全開學第一課」活動現場

廣汽豐田發動機積極保障生產現場安全與 員工職業健康

廣汽豐田發動機依據國家《安全生產法》、《職業病防治法》等法律法規及規範要求，落實安全生產「三同時」和職業健康「三同時」工作，並在員工上崗前、在崗期間、離崗時定期開展職業健康檢測工作，確保生產現場的安全及員工的職業健康。



安全生產及職業健康「三同時」工作會議

4.2.4 暢通溝通渠道

廣汽集團總部開設員工溝通交流機制與渠道，不定期舉行集團領導接待日，2020年5位集團領導參與了接待日活動，7位員工來訪，提出8條意見建議，6條採納，2條進行了解釋。

各投資企業工會也紛紛通過設立微信群、信箱等方式拓寬員工意見反饋途徑，同時打造了《對話》等企業文化品牌活動來加強管理層與基層間的溝通。

2020年，廣汽集團總部工會共解決258條員工提出的意見。

廣汽研究院連續舉辦《對話》活動

2020年，廣汽研究院連續舉辦《對話》活動，舉行前，提前在全院開展問題徵集，充分了解員工心聲，做到有的放矢；活動現場，針對前期徵集時提及頻次較高的問題，由院長從不同角度進行探討、碰撞，並設置現場提問環節，

員工可就感興趣的內容與院長進行現場交流；活動結束後，及時開展活動效果調查，滿意度91.9%，獲取有效建議近百條。通過自上而下傳播院級理念，自下而上獲取員工反饋，打通文化互通渠道。



2020《對話》活動



員工現場提問

4.2.5 用心幫扶關懷

廣汽集團注重對員工的人性化關懷，落實共創共建共享的理念，積極幫扶、慰問有困難的在職、離職員工。截至2020年，集團基金會合計救助498人次，發出救助金348萬元。

特殊時期提供特殊關懷，廣汽集團對確診新冠肺炎員工立刻進行慰問和救助，合計發放94,600元，以實際行動將關懷送至有需要的員工手中，成為員工能依賴、有溫度的幸福家園。



廣汽集團慰問新冠肺炎康復職工



廣汽集團領導慰問長重病困難職工

4.2.6 工作生活平衡

廣汽集團關注員工工作與生活相平衡，舉辦了涵蓋德體美等方面的各類活動。豐富多彩的活動不僅促進了員工間多維度的交流合作，更好地將團隊凝聚在一起，也讓員工勞逸結合，保持活力與生活激情，更具幸福感和獲得感。

廣汽文化節，傳播員工正能量

2020年6月23日，廣汽集團以「向上的力量」為主題舉行紀念建黨99周年暨第二屆廣汽文化節專題分享會。活動共有來自十幾家企業的黨員和員工代表登台，並通過線上採訪武漢員工等方式，分別分享在踐行廣汽文化、抗疫行動、全面復工復產和增產補產以及脫貧攻堅等方面的故事，全面展示員工積極奮進的風採和傳播正能量。



員工講述援產口罩齊心抗疫故事

廣汽集團工會舉辦「大戰下半年 奮力齊向前」 乒乓球賽、氣排球賽

2020年11月，廣汽集團工會舉辦題為「大戰下半年 奮力齊向前」廣汽集團職工乒乓球賽、氣排球賽。共有19個企業，近210人參加乒乓球賽；共17個企業、近250人參加氣排球賽。



活動現場合影

廣汽集團工會繼續開展「愛在廣汽」 交友聯誼活動

為助力單身職工擴大交友圈子，解決個人問題，廣汽集團工會每年持續開展「愛在廣汽」交友聯誼活動。圖為與中山一院聯合舉辦了「愛在廣汽，邂逅中一」星座奇緣主題聯誼活動。活動共約80人參加。



「愛在廣汽」交友聯誼活動現場

廣汽集團工會舉辦「小小廣汽人，指尖愛接力」六一線上愛心活動

在六一兒童節期間，廣汽集團工會舉辦了「小小廣汽人 指尖愛接力」六一線上愛心活動，讓小朋友們通過參與精心設計的廣汽特色線上小遊戲進行愛心接力，贏取積分，向廣州市困難職工子女、困境兒童和集團系統長重病職工子女（14歲以下）捐贈開學愛心文具包，讓小朋友們在遊戲中參與公益活動，在遊戲中體驗廣汽文化，通過遊戲傳遞善良友愛和廣汽集團大愛文化。線上愛心活動共約4,000人次參與，捐贈愛心文具包共計約3萬元。



六一兒童節活動頁面截圖

4.3 貢獻社區和諧

廣汽集團積極承擔社會責任，推動公益慈善事業發展，打造可持續發展的公益體系，統籌和發動下屬企業參與新冠肺炎疫情防控捐贈、扶貧、助殘、見義勇為、職工濟難等各類公益活動，獲得多個獎項：

1

2

3

4



中華慈善總會授予「全國慈善會愛心企業」



2020年度廣州慈善榜五星慈善單位



廣東省扶貧濟困紅棉杯金杯



2020年度廣州慈善榜最具影響力慈善企業

廣汽集團 2020 年慈善公益投入概況

 **1.46** 億元 在精準扶貧、疫情防控及各類慈善公益事業累計投入資金達 1.46 億元

資金主要用於精準扶貧、抗疫資源、見義勇為、濟困、助殘、助學、開展產學研、綠色環境水資源生態保護、交通安全、支持各地馬拉松全民文體運動等多個公益文化幫扶項目。

4.3.1 助力脫貧攻堅

2020 年，全面建成小康社會取得偉大歷史性成就，決戰脫貧攻堅取得決定性勝利。這一年，廣汽集團貫徹落實國家脫貧攻堅戰略，為全面建成小康社會、為開啟全面建設社會主義現代化國家新征程貢獻國企力量。

廣汽集團堅持扶貧與扶志扶智相結合，大力推進產業扶貧、教育扶貧、消費扶貧、就業扶貧，補齊貧困地區民生短板，發展惠民工程，激發貧困戶內生動力，構建起廣汽特色「大扶貧」格局。先後對口幫扶 20 條貧困村，派出 30 位駐村幹部，共幫助 1,259 貧困戶 5,676 貧困人口實現脫貧。得到國務院扶貧辦和省委省政府、市委市政府高度肯定，並獲評「2020 年度中國全面小康特別貢獻企業」。



連州菜心種植農戶笑逐顏開

幫扶成效明顯

廣汽集團定點幫扶清遠連州市九陂鎮聯一村、白石村和四聯村，累計投入幫扶資金超 6,000 萬元。經過 5 年幫扶，3 個貧困村 229 戶貧困戶 581 人貧困人口全部脫貧，人均可支配收入超過 2 萬元，村集體收入均超過 30 萬元。鄉村基礎設施建設不斷完善，村民生產生活環境持續改善，貧困村發展基礎不斷夯實。



廣汽集團累計投入幫扶資金

6,000+ 萬元

1

深度參與東西部扶貧協作

廣汽集團結對幫扶畢節市納雍縣庫東關鄉 5 個深度貧困村（李子村、白泥村、黑紗垮村、下廠村、箐腳村），2020 年派出駐村幹部 1 名，投入幫扶資金 955 萬元，累計幫助 1,030 戶 5,095 個貧困人口全部脫貧。堅持教育扶貧，與貴州省畢節市職業技術學院共建「廣汽班」，已連續招收兩屆共 80 名學生，其中 33 名為建檔立卡貧困戶學生。今後將擴大辦學規模，繼續招收兩屆學生。此外，集團也將與黔東南州台江縣中等職業學校合辦「廣汽班」，定向培養汽車行業專業技術人員。聚焦產業扶貧，打造李子村木梳苗寨鄉村振興示範點；推進消費扶貧，2020 年組織集團 22 家投資企業積極踴躍認購畢節農產品，認購金額超 1,600 萬餘元；此外，投入 6,300 余萬元，在畢節市完成 3 家、黔南州完成 4 家等共 7 家廣汽品牌 4S 店建設，2020 年，銷售汽車 2,778 輛，實現營業收入 4.46 億元。為支援當地扶貧工作開展及疫情防控工作，向畢節市當地捐贈廣汽傳祺工作用車 7 輛及口罩等防疫物資。



累計幫助全部脫貧

1,030 戶貧困戶



5,095 個貧困人口

2

3

4

助力粵東、西北地方振興發展

2020 年，廣汽集團繼續推進梅州廣汽零部件產業園的建設，積極落實和深化廣州 - 梅州產業對口幫扶工作。整個項目的整體規劃投資達 16 億元，預計入園項目共計 15 個，截至 2020 年底，已有 10 個項目建成投產，5 個項目在推進建設，已累計完成投資超 7 億元，實現營業收入約 3 億元，實現稅收超 300 萬元，帶動當地就業約 900 人。廣汽集團派出公司的青年才幹，並通過產業園的建設為當地引入智能製造和工業化生產的理念，真正做到給幫扶物件赋能，將可持續發展的理念貫徹對口幫扶工作。

廣汽集團一直積極推進產業援疆。積極響應「一帶一路」倡議和產業援疆政策精神號召，促進廣汽乘用車有限公司新疆分公司高質量發展，推進喀什華匯汽車銷售服務有限公司廣汽品牌產品銷售，支持當地經濟的發展。2020 年，廣乘新疆分公司累計產量 5,014 輛，實現產值 5.47 億元，稅收 2,701 萬元；1-12 月喀什華匯店實現廣汽品牌銷量 1,672 輛，營收 2.56 億元，稅收 143 萬元。



廣梅共建 - 廣汽零部件產業園三期開工儀式

4.3.2 熱心文體事業

熱心文體事業，培育健全人格。廣汽集團積極推動體育事業的發展，通過協助舉辦馬拉松等活動帶動城市居民運動，增強居民身體素質，營造全民健康運動氛圍。

1

2

3

4

廣汽本田全程護航廣州黃埔馬拉松

12月27日，2020廣州黃埔馬拉松載譽歸來，20,000名跑者奔跑在黃埔「最美賽道」共同逐夢。作為黃埔馬拉松的官方合作夥伴，廣汽本田攜旗下貼近自然、倡導綠色環保理念的銳·混動聯盟，為官方賽事用車全程貼心陪跑，給選手加油打氣。作為紮根黃埔區的企業，廣汽本田秉承「年輕於心」的企業基因，連續四年助力黃埔區打造「全民健康」「幸福黃埔」的靚麗名片。



2020 廣州黃埔馬拉松活動現場

4.3.3 倡導安全出行

安全出行常伴心，幸福回家樂融融。廣汽集團深知安全出行的重要性，對內注重安全生產，對外積極傳播安全出行理念，努力營造一個人人都能享受安全便捷出行的社會環境。

「G4+2」聯席工作助力營造良好交通環境

廣汽研究院聯合廣汽乘用車等周邊單位開展「G4+2」聯席工作，定期召開聯席會議辨識周邊道路交通狀況痛點並制定改善措施，疏通交通黑點，同時定期開展交通聯合整治，對周邊車輛違規違章行為進行處置。這些舉措營造了化龍周邊良好的交通環境，並且提升了行車的安全係數。



「G4+2」研討會議現場

1

2

3

4

2020 廣汽本田·安全中國行

自 2007 年起，廣汽本田創辦「安全中國行」項目，積極向社會推廣安全駕駛理念和行為準則。2019 年，廣汽本田聯合中國汽車技術研究中心有限公司，以及國內六大高校成立安全中國行·道路安全高校聯盟，為聯盟學子打造專屬的道路安全學習、實踐平台。

2020 年，廣汽本田面向聯盟內六大高校廣泛徵集「公益廣告」及「產品設計」作品，展示大學生創意及對構建和諧道路安全社會的責任與擔當。自大賽啟動以來，



「安全中國行」活動現場合影

受到聯盟高校的積極關注和參與，直接活動參與人次超過 1,500 人次，總共收集到近 100 份優秀的作品。

廣汽本田還依託「喜悅安全駕駛中心」舉辦了廣汽本田安全中國行·安全駕駛體驗營活動，憑藉國內一流的培訓場地、專業的安全駕駛培訓講師和豐富完善的培訓課程，廣汽本田讓車主在安全的環境中體驗駕駛時可能出現的危險，全方位掌握各種特殊路段的駕駛技巧。



廣汽本田喜悅安全駕駛中心

4.3.4 關注特殊需求

作為一家人性化的企業，廣汽集團不僅將關懷送到特殊群體的手中，更希望能憑藉企業的力量讓更多的人關注到特殊群體和人們的特殊需求，為社會的和諧穩定貢獻一份綿薄之力。

1

2

3

4

指尖復制愛 - 衣舊換心，護航健康跨界輕公益行動

廣汽豐田聯合中國紅十字基金會、中華慈善總會以及京東公益，啟動指尖復制愛 - 衣舊換心，護航健康跨界輕公益行動，守護孩子們的健康與安全。廣汽豐田將配捐安心開學禮（防護口罩、免洗洗手液、文具套裝）至廣汽豐田在全國捐建的博愛小學的師生，捐贈總覆蓋超 13,000 名師生。為期 15 天的跨界輕公益行動，通過無接觸的線上形式、簡單便捷的參與方式和線上公益平台大流量的優勢，吸引了更多的參與者，參與者超過 1,500 人次，募集的閒置衣物超過 15,000 件。



指尖復制愛 - 衣舊換心，護航健康活動海報

99 公益日，一塊做好事，將愛傳遞

2020 年，廣汽集團首次參加騰訊公益「99 公益日」活動，聯合廣州市慈善會和廣州市殘疾人福利基金會在騰訊公益平台為實現殘障青少年藝術夢、愛蕾童行、助力微心願圓夢三個慈善項目發起愛心捐款活動，呼籲大家一塊做好事，用全新的公益「玩法」吸引集團在職員工及家人、朋友、上下游等人員積極參與。這三個公益項目，大家每捐 1 元，廣汽就配捐 5 元，讓大家的愛心「放大」5 倍。9 月 7-9 日三天時間，集團共發動了 3,909 人次為慈善項目捐款，公眾籌款總額達 87,431.85 元。集團相當於用 55 萬元的配捐資金撬動了近 4 千人次的愛心奉獻，廣汽集團希望與慈善機構及騰訊 99 公益平台合作，喚起更多人的公益心以及對弱勢群體的關注，用企業的力量在公益傳播、捐贈文化倡導上起到積極的促進作用。



廣汽集團「99 公益日」活動海報

附錄

廣汽集團關鍵績效表

| 指標名稱 | 單位 | 2019年 | 2020年 |
|---------------------|-----|----------|-------------------------|
| 1 | | | |
| 經濟 | | | |
| 合並總資產 | 億元 | 1,374.10 | 1,428.07 |
| 本集團連同合營、聯營公司實現營業總收入 | 億元 | 3,550.90 | |
| 本集團匯總口徑共實現營業總收入 | 億元 | | 3,954.98 ^[4] |
| 合並營業總收入 | 億元 | 597.04 | 631.57 |
| 汽車銷量 | 萬輛 | 206.22 | 204.38 |
| 摩托車銷量 | 萬輛 | 89.73 | 81.30 |
| 本集團連同合營、聯營公司繳企業所得稅 | 百萬元 | 5,852.69 | 6,648.51 |
| 屬於母公司股東的淨利潤 | 億元 | 66.18 | 59.66 |
| 基本每股收益 | 元 | 0.65 | 0.58 |
| 現金派息 ^[5] | 億元 | 33.78 | 18.43 |
| 《財富》世界 500 強排名 | 位 | 189 | 206 |
| 申請專利數 | 件 | 1,455 | 1,961 |
| 授權專利數 | 件 | 799 | 1,439 |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 社會 | | | |
| 員工總人數 | 人 | 93,854 | 93,745 |
| 員工總人數 - 按性別分類 | | | |
| 男性員工人數 | 人 | 77,129 | 76,338 |
| 男性員工人數比例 | % | 82.2 | 81.4 |
| 女性員工人數 | 人 | 16,725 | 17,407 |
| 女性員工人數比例 | % | 17.8 | 18.6 |
| 員工總人數 - 按年齡分類 | | | |
| 35 歲以下員工人數 | 人 | 70,607 | 62,869 |
| 35 歲以下員工人數比例 | % | 75.2 | 67.1 |

[4] 從 2020 年開始，本集團不再披露「連同合營、聯營公司實現營業總收入」，調整為披露匯總口徑共實現營業總收入

[5] 現金派息為 2020 年度已經實際發生的派息

| 指標名稱 | 單位 | 2019年 | 2020年 |
|-----------------|----|--------|--------|
| 35-50歲員工人數 | 人 | 21,748 | 29,174 |
| 35-50歲員工人數比例 | % | 23.2 | 31.1 |
| 50歲以上員工人數 | 人 | 1,499 | 1,702 |
| 50歲以上員工人數比例 | % | 1.6 | 1.8 |
| 1 | | | |
| 員工總人數 - 按地區分類 | | | |
| 內地籍員工人數 | 人 | 93,749 | 93,656 |
| 內地籍員工人數比例 | % | 99.89 | 99.91 |
| 港澳台籍員工人數 | 人 | 34 | 37 |
| 港澳台籍員工人數比例 | % | 0.03 | 0.03 |
| 外籍員工人數 | 人 | 71 | 52 |
| 外籍員工人數比例 | % | 0.08 | 0.06 |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 員工總人數 - 按僱傭類型分類 | | | |
| 生產人員人數 | 人 | | 55,360 |
| 生產人員人數比例 | % | | 59.1 |
| 銷售人員人數 | 人 | | 5,665 |
| 銷售人員人數比例 | % | | 6.0 |
| 技術人員人數 | 人 | | 14,592 |
| 技術人員人數比例 | % | | 15.6 |
| 財務人員人數 | 人 | | 1,810 |
| 財務人員人數比例 | % | | 1.9 |
| 行政人員人數 | 人 | | 4,293 |
| 行政人員人數比例 | % | | 4.6 |
| 金融保險人數 | 人 | | 1,785 |
| 金融保險人數比例 | % | | 1.9 |
| 其他人員人數 | 人 | | 10,240 |
| 其他人員人數比例 | % | | 10.9 |
| 4 | | | |
| 員工總人數 - 按學歷分類 | | | |
| 博士研究生學歷員工人數 | 人 | 142 | 147 |
| 博士研究生學歷員工人數比例 | % | 0.2 | 0.2 |
| → | | | |

| 指標名稱 | 單位 | 2019 年 | 2020 年 |
|------------------------|----|--------|--------|
| 1 碩士研究生學歷員工人數 | 人 | 4,375 | 4,399 |
| 碩士研究生學歷員工人數比例 | % | 4.7 | 4.7 |
| 本科（含雙學士）學歷員工人數 | 人 | 21,674 | 22,028 |
| 本科（含雙學士）學歷員工人數比例 | % | 23.1 | 23.5 |
| 2 大專學歷員工人數 | 人 | 67,663 | 18,544 |
| 大專以下學歷員工人數（中專、中技） | 人 | | 48,627 |
| 大專學歷員工人數比例 | % | | 19.8 |
| 大專以下學歷員工人數（中專、中技）比例 | % | | 51.9 |
| 員工享有產假情況 | | | |
| 2020 年度享有陪產假的員工數（男） | 人 | | 4,158 |
| 2020 年度 實際使用陪產假的員工數（男） | 人 | | 4,105 |
| 3 休完陪產假後應該返崗的員工數（男） | 人 | | 4,104 |
| 休完陪產假後，實際返崗的員工數（男） | 人 | | 4,097 |
| 2020 年度 享有產假的員工數（女） | 人 | | 971 |
| 2020 年度 實際使用產假的員工數（女） | 人 | | 971 |
| 4 休完產假後應該返崗的員工數（女） | 人 | | 946 |
| 休完產假後，實際返崗的員工數（女） | 人 | | 887 |
| 年度離職率 | % | 14.2 | 12.3 |
| 年度離職率 - 按性別劃分 | | | |
| 男性員工離職率 | % | | 12.2 |
| 女性員工離職率 | % | | 12.6 |
| 年度離職率 - 按年齡劃分 | | | |
| 35 歲以下員工 | % | | 13.7 |
| 35-50 歲員工 | % | | 8.8 |
| 50 歲以上員工 | % | | 6.2 |
| 年度離職率 - 按地區分類 | | | |
| 內地籍員工 | % | | 12.3 |
| 港澳台籍員工 | % | | 14.1 |
| 外籍員工 | % | | 14.6 |
| 工傷死亡情況 | | | |
| 因工作關係死亡人數 | 人 | | 0 |
| 工傷次數 | 次 | | 14 |
| 因工作受傷請假的天數 | 天 | 296 | 422 |

| | 指標名稱 | 單位 | 2019年 | 2020年 |
|---|--------------------------|------|-----------|-----------|
| | 員工培訓總人次 | 人次 | 1,060,786 | 1,104,733 |
| | 管理人員和專業技術人員培訓人次 | 萬人次 | 40.4 | 41.4 |
| | 生產工人培訓人次 | 萬人次 | 65.7 | 69.0 |
| 1 | 培訓員工性別結構 - 男性員工占比 | % | 82.2 | 81.4 |
| | 培訓員工性別結構 - 女性員工占比 | % | 17.8 | 18.6 |
| | 培訓人次崗位結構 - 管理人員和專業技術人員占比 | % | 36.1 | 37.5 |
| | 培訓人次崗位結構 - 生產工人占比 | % | 63.9 | 62.5 |
| | 培訓費用總支出 | 萬元 | 8,304.2 | 7,263.4 |
| 2 | 男性員工培訓平均時數 | 小時/人 | 26.7 | 41.1 |
| | 女性員工培訓平均時數 | 小時/人 | 21.9 | 25.9 |
| | 管理人員和專業技術人員培訓平均時數 | 小時/人 | 24.3 | 31.6 |
| | 生產工人培訓平均時數 | 小時/人 | 28.7 | 40.9 |
| 3 | 接受反腐敗培訓總人數 | 人 | | 57,499 |
| | 接受反腐敗培訓總人次 | 人次 | | 104,004 |
| | 接受反腐敗培訓總時數 | 小時 | | 75,585 |
| 4 | 貪污訴訟案件數 | 件 | | 0 |
| | 供應商總數 | 家 | 15,261 | 21,187 |
| | 境內供應商總數 | 家 | 14,843 | 20,872 |
| | 境外供應商總數 | 家 | 418 | 315 |
| | 供應商審核次數 | 次 | | 8,865 |
| | 供應商培訓次數 | 次 | | 1,332 |
| | 集團旗下投資企業發出的整車產品召回量 | 輛 | 355,571 | 1,269,716 |
| | 集團旗下投資企業整車產品已召回量 | 輛 | 264,722 | 1,301,006 |
| | 集團旗下投資企業整車產品已召回量占全年產量比例 | % | | 63.9 |
| → | 售後客服（電話等形式）溝通數量 | 次 | | 3,673,641 |
| | 客戶有效投訴數量 | 件 | | 61,276 |
| | 志願者人數 | 人 | | 5,414 |
| | 志願者貢獻時數 | 小時 | | 13,102 |
| | 年度各項公益事業總投入 | 萬元 | | 14,600 |
| | 抗疫捐贈資金及物資 | 萬元 | | 3,178 |
| | 精準扶貧及城鄉結對共建文明捐贈 | 萬元 | | 1,713 |
| | 見義勇為、助殘濟困、助學、幫扶弱勢群體 | 萬元 | | 246 |
| | 「幸福工程救助貧困母親」愛心活動專項 | 萬元 | | 59 |
| | 「廣汽獎學金」及開展產學研項目 | 萬元 | | 126 |
| | 環保、保護珍惜動物、安駕培訓 | 萬元 | | 2,984 |
| | 防疫抗疫資源 | 萬元 | | 1,591 |
| | 各地馬拉松全民文體運動 | 萬元 | | 4,661 |

| | 指標名稱 | 單位 | 2019 年 | 2020 年 |
|---|--------------------|-----------|------------|-------------|
| | 環境 ^[6] | | | |
| | 顆粒物排放總量 | 噸 | 68.70 | 105.5 |
| 1 | 苯排放總量 | 噸 | 2.50 | 7.1 |
| | 甲苯排放總量 | 噸 | 5.09 | 26.2 |
| | 二甲苯排放總量 | 噸 | 24.05 | 26.2 |
| | 非甲烷總烴排放總量 | 噸 | | 696.3 |
| 2 | 氮氧化物排放總量 | 噸 | 93.21 | 202.8 |
| | 二氧化硫排放總量 | 噸 | 6.01 | 449.4 |
| | 廢水排放總量 | 噸 | | 2,640,618.6 |
| 3 | COD (化學需氧量) | 噸 | 94.12 | 321.5 |
| | BOD (生化需氧量) | 噸 | 19.15 | 67.2 |
| | 氨氮排放總量 | 噸 | 11.30 | 41.8 |
| 4 | 石油類排放總量 | 噸 | 1.91 | 19.9 |
| | 鎳排放總量 | 噸 | 0.06 | 13.1 |
| | VOCs 排放總量 | 噸 | 1,552.99 | 1,952.4 |
| | 溫室氣體排放總量 (範疇一和範疇二) | 噸 | 752,196.04 | 1,528,513.2 |
| | 溫室氣體排放密度 | 噸 / 萬輛 | 3716.75 | 7478.8 |
| → | 直接溫室氣體排放量 - 範疇一 | 噸 | 95,882.39 | 353,775.5 |
| | 間接溫室氣體排放量 - 範疇二 | 噸 | 656,313.65 | 1,174,737.7 |
| | 減排溫室氣體總量 | 噸 | | 68,017.2 |
| | 有害廢棄物總量 | 噸 | 15,886.70 | 19,185.7 |
| | 有害廢棄物密度 | 噸 / 萬輛 | 78.50 | 93.9 |
| | 無害廢棄物總量 | 噸 | 224,603.89 | 182,169.7 |
| | 無害廢棄物密度 | 噸 / 萬輛 | 1109.81 | 891.3 |
| | 總能源耗量 | 萬千瓦時 | | 315,388.7 |
| | 總能源耗量密度 | 萬千瓦時 / 萬輛 | | 1543.1 |
| | 電消耗量 | 萬千瓦時 | 100,876.83 | 140,401.3 |
| | 電能占總能源耗量比例 | % | | 44.5 |
| | 電消耗量密度 | 萬千瓦時 / 萬輛 | 498.45 | 687.0 |

[6]2019 年度披露口徑為廣汽集團整車生產投資企業，2020 年度披露口徑為廣汽集團所有類型投資企業，並且增加了披露的環境指標

| 指標名稱 | 單位 | 2019 年 | 2020 年 |
|------------------------|-----------|---------------|--------------|
| 1 汽油消耗量 | 噸 | 11,864.71 | 44,840.8 |
| 汽油占總能源耗量比例 | % | | 17.0 |
| 汽油消耗量密度 | 噸 / 萬輛 | 58.63 | 219.4 |
| 2 柴油消耗量 | 噸 | | 55,926.1 |
| 柴油占總能源耗量比例 | % | | 21.0 |
| 柴油消耗量密度 | 噸 / 萬輛 | | 273.6 |
| 3 天然氣消耗量 | 立方米 | 43,554,290.50 | 52,126,189.0 |
| 天然氣占總能源耗量比例 | % | | 14.9 |
| 天然氣消耗量密度 | 立方米 / 萬輛 | 215,210.45 | 213,104.5 |
| 清潔能源（綠電、綠證、光伏等清潔能源）消耗量 | 萬千瓦時 | | 5,293.3 |
| 清潔能源占總能源耗量比例 | % | | 1.7 |
| 清潔能源消耗量密度 | 萬千瓦時 / 萬輛 | | 25.9 |
| 4 其他能源消耗量 | 萬千瓦時 | | 2,569.7 |
| 其他能源占總能源耗量比例 | % | | 0.8 |
| 其他能源消耗量密度 | 萬千瓦時 / 萬輛 | | 12.6 |
| → 總耗水量 | 噸 | 6,912,879.99 | 8,337,061.1 |
| 總耗水量密度 | 噸 / 萬輛 | 34157.92 | 40792.0 |
| 中水使用量 | 噸 | | 3,499,389.0 |
| 回用水量 | 噸 | | 5,990,917.6 |
| 製成品所用包裝總量 | 噸 | 16,160.35 | 5,659.0 |
| 製成品所用包裝密度 | 噸 / 萬輛 | 79.85 | 27.7 |
| 包裝回收量 | 噸 | | 3,845.0 |

廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表

廣汽集團排放物、資源 / 能源使用相關制度一覽表

1

廣汽研究院 《能源管理辦法》

廣汽乘用車 《環境手冊》《污染物控制管理程序》《環境因素識別與評價管理程序》《環境目標、指標和方案管理程序》《環境監測和測量管理程序》《能源與資源管理程序》《能源管理規定》

2

廣汽埃安 《能源資源管理程序》《水污染物控制管理程序》《大氣污染控制管理程序》《噪聲控制管理程序》《固體廢物管理程序》《智能微電網管理程序》《動力電池環境保護管理程序》《生活垃圾管理程序》

3

廣汽本田 《污水控制規程》《噪聲控制規程》《大氣污染控制規程》《能源管理規程》《能源評審規程》《能源基準績效參數目標指標管理規程》《能源採購管理規程》《土壤環境污染控制規程》《用水管理規程》《節能與新能源車用鋰電池回收報廢管理規程》《新能源純電動轎車鋰電池安全管理規程》《施工安全環保管理規程》《一般工業固體廢物管理規程》《危險廢物管理規程》《生活垃圾分類管理規程》《節能方案管理規程》《能源計量管理規程》《能源規劃與設計控制規程》

4

廣汽豐田 《突發環境事件應急預案》《污染物管理控制程序》《用水管理規定》《用電管理規定》《資源和能源管理程序》《能源目標指標控制程序》《能源評審控制程序》《建設項目能源控制程序》《能源服務、產品、設備和能源的採購控制程序》《能源監視測量設備控制程序》

廣汽菲克 《能源管理體系手冊》《衝壓車間節能管理規程》《噪聲控制》《建築施工環境管理》《大氣污染控制程序》《水污染控制程序》《危險廢物管理程序》《一般工業廢物管理制度》《建築施工環境管理》《報廢實施管理辦法》《直接物料物流包裝管理》《廣汽菲亞特克萊斯勒物流及包裝標準說明》

→

廣汽三菱 《廢氣、粉塵及噪音廢水管理程序》《能源管理程序》《廢棄物管理辦法》《塗裝科危險廢物管理制度》《危險廢物管理制度》

廣汽日野 《生活垃圾分類管理制度》《廢（污）水控制管理制度》《固體廢物管理制度》《噪聲控制管理制度》《廢氣污染控制管理制度》

廣汽比亞迪 《環境保護管理規定》《固體廢物管理制度》《固體廢物污染環境防治責任制》

五羊 - 本田 《廢氣污染控制規程》《資源能源節約控制規程》《廢水污染控制規程》《各種化學品的濺漏、洩漏預防及控制規程》

廣汽豐田發動機 《7.1.3 GTE-EP-81-05 能源、資源管理程序》《7.3.3 GTE-EP-81-04 固體廢物控制程序》《7.2.3 GTE-EP-81-01 廢氣控制程序》《7.2.3 GTE-EP-81-02 廢水控制程序》

上海日野 《廢棄物管理制度》《化學危險品管理辦法》

廣汽集團聘用、管理供應商制度一覽表

| | | |
|---|----------------|---|
| 1 | 廣汽研究院 | 《零部件供應商評價管理規定》《一般採購供應商評價管理辦法》《採購管理辦法》 |
| 2 | 廣汽乘用車 | 《相關方環境管理程序》《零部件、直材供應商評價規程》《零部件供應商資格認證管理規程》《零部件供應商配套選擇管理規程》《零部件供應商戰略合作管理規程》《工程、設備採購管理辦法》《資材、備件採購管理辦法》《服務、貿易採購管理辦法》 |
| 3 | 廣汽埃安 | 《零部件、直材供應商管理程序》《零部件、直材供應商週期評價規程》《供應商產能建設及供應保障管理規程》《零部件索賠管理規程》《一件兩點供應商管理規程》《零部件供應商信息管理規程》《廣汽埃安新能源汽車有限公司採購方式實施細則管理辦法》 |
| 4 | 廣汽本田 | 《供應商的選定及國產化開發規程》《一般物品採購管理辦法》《合同審核管理制度》《招投標管理辦法》《供應商質量審核規程》《供應商品質管理規程》《供應商質量評價規程》 |
| | 廣汽豐田 | 《基本採購制度》《新供應商評價制度》《招標管理規定》《特定採購業務規定》《資材採購業務制度》《物流採購業務規定》《研究開發採購管理制度》《供應商年度表彰制度》 |
| | 廣汽三菱 | 《廣汽三菱一般物品採購管理辦法》《廣汽三菱 10 萬元以下項目採購管理辦法》《廣汽三菱汽車有限公司招投標管理辦法》 |
| | 廣汽蔚來 | 《零部件採購管理規定》《供應商評價管理規定》 |
| | 五羊 - 本田 | 《供應商 QCDDM 綜合能力評價管理規定》《供應商選擇及評價管理程序》 |
| | 同方環球（天津）物流有限公司 | 《採購管理規則》《供應商黑名單管理規則》 |
| → | 廣汽匯理 | 《採購管理業務流程手冊》《採購管理細則》《外包風險管理基本制度》《外包風險管理細則》 |
| | 眾誠保險 | 《眾誠汽車保險股份有限公司採購管理制度》 |
| | 廣汽資本 | 《採購管理制度（第二次修訂）》《合同管理辦法》《工程建設項目管理辦法》 |
| | 廣汽部件 | 《採購管理制度》 |
| | 如祺出行 | 《宸祺平台貨物與服務採購管理制度》《供應商管理制度》 |
| | 智誠實業 | 《廣州智誠物業服務有限公司貨物和服務供應商管理辦法》 |

廣汽集團防止欺詐、勒索及洗黑錢相關制度一覽表

| | |
|---|--|
| 1 | <p>廣汽匯理</p> <p>《反欺詐管理細則》《洗錢及恐怖融資風險管理基本制度》《涉及恐怖活動資產凍結管理細則》《零售信貸業務反洗錢工作管理細則》《庫存融資業務反洗錢工作管理細則》《客戶洗錢風險自評估操作細則》《客戶身份識別細則》《可疑交易報送細則》</p> |
| 2 | <p>眾誠保險</p> <p>《眾誠汽車保險股份有限公司反欺詐內部控制制度》《眾誠汽車保險股份有限公司洗錢風險管理制度》《眾誠汽車保險股份有限公司客戶身份識別和客戶身份資料及交易記錄保存管理辦法》《眾誠汽車保險股份有限公司大額交易和可疑交易報告管理辦法》《眾誠汽車保險股份有限公司涉及恐怖活動資產凍結管理制度》《眾誠汽車保險股份有限公司洗錢風險自評估指引》《眾誠汽車保險股份有限公司重大洗錢案件應急處置管理辦法》</p> |
| 3 | <p>廣汽財務</p> <p>《反洗錢和反恐怖融資管理基本制度》《涉及恐怖活動資產凍結實施細則》《客戶洗錢風險評估及分類管理實施細則》《客戶身份識別和客戶身份資料及交易記錄保存實施細則》《反洗錢宣傳培訓工作實施細則》《大額和可疑交易報告管理辦法》《洗錢風險自評估管理辦法》《反洗錢檢查管理辦法》《反洗錢保密實施細則》</p> |

4

→

報告標準索引

香港交易所《環境、社會及管治披露指引》內容索引

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | 報告對應章節 |
|---------------------|--|
| A. 環境 | |
| 1 | |
| 層面 A1: 排放物 | 一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策； (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 3.2 清潔生產 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| | 關鍵績效指標 A1.1 排放物種類及相關排放數據。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A1.3 所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A1.4 所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。 |
| | 3.2 清潔生產 |
| | 關鍵績效指標 A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。 |
| | 3.2 清潔生產 3.3 綠色文化 |
| 層面 A2: 資源使用 | 一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 |
| | 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| | 關鍵績效指標 A2.1 按類型劃分的直接及 / 或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。 |
| | 3.1 低碳出行 3.2 清潔生產 |
| | 關鍵績效指標 A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。 |
| | 3.2 清潔生產 |
| | 關鍵績效指標 A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 層面 A3: 環境及天然資源 | 一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。 |
| | 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| | 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。 |
| | 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| B. 社會 | |
| 僱傭及勞工常規 | |
| 4 | |
| 層面 B1: 僱傭 | 一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策； (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 4.2 關注員工成長 |
| | 關鍵績效指標 B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。 |
| | 4.2 關注員工成長 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。 |
| | 4.2 關注員工成長 廣汽集團關鍵績效表 |
| 層面 B2: 健康與安全 | 一般披露 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 4.2 關注員工成長 |
| | 關鍵績效指標 B2.1 因工作關係而死亡的人數及比率。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 B2.2 因工傷損失工作日數。 |
| | 廣汽集團關鍵績效表 |

| | 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 | 報告對應章節 |
|----|--|---|
| | 關鍵績效指標 B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。 | 4.2 關注員工成長 |
| 1 | 層面 B3: 發展與培訓 | 一般披露 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。 |
| | 關鍵績效指標 B3.1 按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。 | 4.2 關注員工成長 |
| | 關鍵績效指標 B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 2 | 層面 B4: 勞工準則 | 一般披露 有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策； (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 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。 | 4.2 關注員工成長 |
| | 關鍵績效指標 B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。 | 4.2 關注員工成長 |
| 3 | 營運慣例 | |
| | 層面 B5: 供應鏈管理 | 一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。 |
| | 關鍵績效指標 B5.1 按地區劃分的供應商數目。 | 4.1 拓展夥伴關係 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| 4 | 層面 B6: 產品責任 | 一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 關鍵績效指標 B5.2 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。 | 4.1 拓展夥伴關係 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 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。 | 4.1 拓展夥伴關係 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。 | 2.2 打造匠心品質 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。 | 2.2 打造匠心品質 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 關鍵績效指標 B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。 | 2.2 打造匠心品質 |
| → | 層面 B6: 反貪污 | 一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。 |
| | 關鍵績效指標 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。 | 2.2 打造匠心品質 |
| | 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。 | 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| 社區 | 層面 B7: 社區投資 | 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數據。 |
| | 關鍵績效指標 B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。 | 廣汽集團 ESG 政策 / 制度一覽表 |
| | 關鍵績效指標 B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。 | 1.1 公司治理 |
| 社區 | 層面 B8: 社區投資 | 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。 |
| | 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）。 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | 關鍵績效指標 B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。 | 4.3 貢獻社區和諧 廣汽集團關鍵績效表 |

GRI 準則內容索引——核心選項

| | 一般標準披露項 | | 報告對應章節 |
|---|---------|------------------------------|---------------|
| 1 | 組織概括 | 102-1 組織名稱 | 關於本集團 |
| | | 102-2 活動、品牌、產品和服務 | 關於本集團 |
| 2 | | 102-3 總部位置 | 關於本集團 |
| | | 102-4 經營位置 | 關於本集團 |
| | | 102-5 所有權與法律形式 | 關於本集團 |
| | | 102-6 服務的市場 | 關於本集團 |
| | | 102-7 組織規模 | 關於本集團 |
| 3 | | 102-8 關於員工和其他工作者的信息 | 4.2 關注員工成長 |
| | | 102-9 供應鏈 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| | | 102-10 組織及其供應鏈的重大變化 | 無重大變化 |
| | | 102-11 預警原則或方針 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| 4 | | 102-12 外部倡議 | 未披露 |
| | | 102-13 協會成員資格 | 未披露 |
| | | 102-14 高級決策者的聲明 | 領導致辭 |
| | 戰略 | 102-15 關鍵影響、風險和機遇 | 領導致辭 |
| | | 102-16 價值觀、原則、標準和行為規範 | 1.2 企業發展觀 |
| | 道德和誠信 | 102-17 關於道德的建議和關切問題的機制 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-18 管理架構 | 1.1 公司治理 |
| → | 管治 | 102-19 授權 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-20 行政管理層對於經濟、環境和社會議題的責任 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-21 就經濟、環境和社會議題與利益相關方進行磋商 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-22 最高管治機構及其委員會的組成 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-23 最高管治機構的主席 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-24 最高管治機構的提名和甄選 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-25 利益衝突 | 詳見「2020 年度報告」 |

| | 一般標準披露項 | | 報告對應章節 | |
|---|---------|--------|-------------------------|---------------|
| 1 | 管治 | 102-26 | 最高管治機構在制定宗旨、價值觀和戰略方面的作用 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-27 | 最高管治機構的集體認識 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-28 | 最高管治機構的績效評估 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-29 | 經濟、環境和社會影響的識別和管理 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-30 | 風險管理流程的效果 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-31 | 經濟、環境和社會議題的評審 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-32 | 最高管治機構在可持續發展報告方面的作用 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-33 | 重要關切問題的溝通 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-34 | 重要關切問題的性質和總數 | 1.1 公司治理 |
| | | 102-35 | 報酬政策 | 4.2 關注員工成長 |
| | | 102-36 | 決定報酬的過程 | 未披露 |
| | | 102-37 | 利益相關方對報酬決定過程的參與 | 未披露 |
| | | 102-38 | 年度總薪酬比率 | 未披露 |
| 2 | 管治 | 102-39 | 年度總薪酬增幅比率 | 未披露 |
| | | 102-40 | 利益相關方群體列表 | 未披露 |
| | | 102-41 | 集體談判協議 | 未披露 |
| | | 102-42 | 識別和遴選利益相關方 | 未披露 |
| | | 102-43 | 利益相關方參與方針 | 未披露 |
| 3 | 管治 | 102-44 | 提出的主要議題和關切問題 | 未披露 |
| | | 102-45 | 合併財務報表中所涵蓋的實體 | 詳見「2020 年度報告」 |
| | | 102-46 | 界定報告內容和議題邊界 | 未披露 |
| | | 102-47 | 實質性議題列表 | 未披露 |
| 4 | 報告實踐 | 102-48 | 信息重述 | 不涉及 |
| | | 102-49 | 報告變化 | 關於本報告 |
| | | 102-50 | 報告期 | 關於本報告 |
| | | 102-51 | 最近報告的日期 | 2019 年 |
| | | 102-52 | 報告週期 | 關於本報告 |
| | | 102-53 | 可回答報告相關的問題的連絡人信息 | 關於本報告 |
| | | 102-54 | 符合 GRI 標準進行報告的聲明 | 關於本報告 |
| | | 102-55 | GRI 內容索引 | 報告標準索引 |
| | | 102-56 | 外部鑒證 | 不涉及 |

| 一般標準披露項 | | | 報告對應章節 |
|---------|-------|---|------------------------|
| 管理方法 | 103-1 | 對實質性議題及其邊界的說明 | 關於本報告 |
| | 103-2 | 管理方法及其組成部分 | 1.1 公司治理 |
| | 103-3 | 管理方法的評估 | 1.1 公司治理 |
| 經濟績效 | 201-1 | 直接產生和分配的經濟價值 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 201-2 | 氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇 | 3.2 清潔生產 |
| | 201-3 | 義務性固定福利計劃和其他退休計劃 | 4.2 關注員工成長 |
| | 201-4 | 政府給予的財政補貼 | 不涉及 |
| 市場表現 | 202-1 | 按性別的標準起薪水平工資與當地最低工資之比 | 未披露 |
| | 202-2 | 從當地社區僱傭高管的比例 | 未披露 |
| 間接經濟影響 | 203-1 | 基礎設施投資和支持性服務 | 3.1 低碳出行 4.3 貢獻和諧社區 |
| | 203-2 | 重大間接經濟影響 | 領導致辭 |
| 採購實踐 | 204-1 | 向當地供應商採購支出的比例 | 未披露 |
| 反腐敗 | 205-1 | 已進行腐敗風險評估的營運點 | 1.1 公司治理 |
| | 205-2 | 反腐敗政策和程序的傳達及培訓 | 1.1 公司治理 |
| | 205-3 | 經確認的腐敗事件和採取的行動 | 未發生 |
| 不當競爭行為 | 206-1 | 針對不當競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟 | 未發生 |
| 物料 | 301-1 | 所用物料的重量或體積 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 301-2 | 所使用的回收進料 | 3.2 清潔生產 |
| | 301-3 | 回收產品及其包裝材料 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 能源 | 302-1 | 組織內部的能源消耗量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 302-2 | 組織外部的能源消耗量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 302-3 | 能源強度 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 302-4 | 減少能源消耗量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | 302-5 | 降低產品和服務的能源需求 | 3.1 低碳出行 |
| 水資源 | 303-1 | 按源頭劃分的取水 | 不涉及 |
| | 303-2 | 因取水而受重大影響的水源 | 不涉及 |
| | 303-3 | 水循環與再利用 | 3.2 清潔生產 |
| 生物多樣性 | 304-1 | 組織所擁有、租賃、在位於或鄰近於保護區和保護區外生物多樣性豐富區域管理的營運點 | 不涉及 |
| | 304-2 | 活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響 | 不涉及 |
| | 304-3 | 受保護或經修復的棲息地 | 不涉及 |
| | 304-4 | 受營運影響的棲息地中已被列入 IUCN 紅色名錄及國家保護名冊的物種 | 不涉及 |

| | 一般標準披露項 | 報告對應章節 | | |
|------------------------------|------------------------------|--|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | 排放 | 305-1 直接（範疇 1）溫室氣體排放 | 3.2 清潔生產 / 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 305-2 能源間接（範疇 2）溫室氣體排放 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 305-3 其他間接（範疇 3）溫室氣體排放 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 305-4 溫室氣體排放強度 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 305-5 溫室氣體減排量 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 305-6 臭氧消耗物質（ODS）的排放 | 未披露 | |
| | | 305-7 氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ）和其他重大氣體排放 | 3.2 清潔生產 / 廣汽集團關鍵績效表 | |
| 2 | 污水和廢棄物 | 306-1 按水質及排放目的地分類的排水總量 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 306-2 按類別及處理方法分類的廢棄物總量 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 306-3 重大洩漏 | 不涉及 | |
| | | 306-4 危險廢物運輸 | 不涉及 | |
| | | 306-5 受排水和 / 或徑流影響的水體 | 不涉及 | |
| 3 | 環境合規 | 307-1 違反環境法律法規 | 不涉及 | |
| | 供應商環境評估 | 308-1 使用環境標準篩選的新供應商 | 未披露 | |
| 4 | | 僱傭 | 308-2 供應鏈對環境的負面影響以及採取的行動 | 4.1 拓展夥伴關係 / 廣汽集團排放物、資源 / 能源使用相關制度一覽表 |
| | 401-1 新進員工和員工流動率 | | 4.3 關注員工成長 / 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | 401-2 提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利 | | 4.3 關注員工成長 | |
| → | 勞資關係 | 401-3 育兒假 | 4.3 關注員工成長 / 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 職業健康與安全 | 402-1 有關營運變更的最短通知期 | 未披露 |
| | | | 403-1 勞資聯合健康安全委員會中的工作者代表 | 未披露 |
| | | | 403-2 工傷類別，工傷、職業病、損失工作日、缺勤等比率 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 403-3 從事職業病高發職業或高職業病風險職業的工作者 | 未披露 | | | |
| 培訓和教育 | | 403-4 工會正式協議中的健康與安全議題 | 未披露 | |
| | | 404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數 | 4.2 關注員工成長 / 廣汽集團關鍵績效表 | |
| | | 404-2 員工技能提升方案和過渡協助方案 | 4.2 關注員工成長 | |
| 多元化與平等機會 | | 404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比 | 未披露 | |
| | | 405-1 管治機構與員工的多元化 | 廣汽集團關鍵績效表 | |
| 反歧視 | | 405-2 男女基本工資和報酬的比例 | 未披露 | |
| | | 406-1 歧視事件及採取的糾正行動 | 未發生 | |
| 結社自由與集體談判 | 407-1 | 結社自由與集體談判權利可能面臨風險的營運點和供應商 | 不涉及 | |
| 童工 | 408-1 | 具有重大童工事件風險的營運點和供應商 | 不涉及 | |

| 一般標準披露項 | | | 報告對應章節 |
|---------|-------|--------------------------|------------------------|
| 強迫或強制勞工 | 409-1 | 具有強迫或強制勞動事件重大風險的營運點和供應商 | 不涉及 |
| 安保實踐 | 410-1 | 接受過人權政策或程序的培訓的安保人員 | 未披露 |
| 原住民權利 | 411-1 | 涉及侵犯原住民權利的事件 | 未發生 |
| 人權評估 | 412-1 | 接受人權審查或影響評估的營運點 | 不涉及 |
| | 412-2 | 人權政策或程序方面的員工培訓 | 未披露 |
| | 412-3 | 包含人權條款或已進行人權審查的重要投資協議和合約 | 未披露 |
| 當地社區 | 413-1 | 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的營運點 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | 413-2 | 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的營運點 | 不涉及 |
| 供應商社會評估 | 414-1 | 使用社會標準篩選的新供應商 | 未披露 |
| | 414-2 | 供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動 | 未披露 |
| 公共政策 | 415-1 | 政治捐贈 | 4.3 貢獻和諧社區 / 廣汽集團關鍵績效表 |
| 客戶健康與安全 | 416-1 | 對產品和服務類別的健康與安全影響的評估 | 2.2 打造匠心品質 |
| | 416-2 | 涉及產品和服務的健康與安全的違規事件 | 未發生 |
| 營銷與標識 | 417-1 | 對產品和服務信息與標識的要求 | 未披露 |
| | 417-2 | 涉及產品和服務信息與標識的違規事件 | 未發生 |
| | 417-3 | 涉及市場營銷的違規事件 | 未發生 |
| 客戶隱私 | 418-1 | 與侵犯客戶隱私和丟失客戶數據有關的經證實的投訴 | 未發生 |
| 社會經濟合規 | 419-1 | 違反社會與經濟領域的法律和法規 | 未發生 |

1

2

3

4

→

社科院 CASS CSR4.0 內容索引

1

2

3

4

→

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 |
|----|------|---------------------------------|------------|
| P1 | 報告規範 | P1.1 質量保證 | 關於本報告 |
| | | P1.2 信息說明 | 關於本報告 |
| | | P1.3 報告體系 | 關於本報告 |
| P2 | 高管致辭 | P2.1 履行社會責任的形勢分析與戰略考量 | 領導致辭 |
| | | P2.2 年度社會責任工作進展 | 領導致辭 |
| P3 | 責任聚焦 | P3.1 社會責任重大事件 | 抗擊疫情，我們在一起 |
| | | P3.2 社會責任重點議題進展及成效 | 領導致辭 |
| P4 | 企業簡介 | P4.1 企業戰略與文化 | 1.2 企業發展觀 |
| | | P4.2 組織架構及營運地域 | 關於本集團 |
| | | P4.3 主要產品、服務和品牌 | 關於本集團 |
| | | P4.4 企業規模與影響力 | 關於本集團 |
| | | P4.5 報告期內關於組織規模、結構、所有權或供應鏈的重大變化 | 未披露 |
| G1 | 願景 | G1.1 企業使命、願景、價值觀 | 1.2 企業發展觀 |
| | | G1.2 企業社會責任理念或口號 | 1.2 企業發展觀 |
| G2 | 戰略 | G2.1 實質性社會責任議題識別與管理 | 未披露 |
| | | G2.2 社會責任戰略規劃與年度計劃 | 領導致辭 |
| | | G2.3 推動社會責任融入企業發展戰略與日常經營 | 未披露 |
| | | G2.4 塑造有影響、可持續的責任品牌 | 未披露 |
| G3 | 組織 | G3.1 企業高層支持和推動社會責任工作 | 未披露 |
| | | G3.2 社會責任領導機構及工作機制 | 未披露 |
| | | G3.3 社會責任組織體系及職責分工 | 未披露 |
| G4 | 制度 | G4.1 制定社會責任管理制度 | 未披露 |
| | | G4.2 構建社會責任指標體系 | 未披露 |
| | | G4.3 豐富社會責任理論研究 | 未披露 |
| G5 | 文化 | G5.1 組織開展社會責任培訓 | 未披露 |
| | | G5.2 開展社會責任考核或評優 | 未披露 |

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 |
|----|------|--------------------------------------|------------|
| G6 | 參與 | G6.1 識別和回應利益相關方訴求 | 未披露 |
| | | G6.2 企業主導的社會責任溝通參與活動 | 未披露 |
| | | G6.3 機構參與或支持的外界發起的經濟，環境，社會公約，原則或其他倡議 | 未披露 |
| M1 | 股東責任 | M1.1 規範公司治理 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.2 最高治理機構及其委員會的提名和甄選過程 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.3 反腐敗 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.4 合規信息披露 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.5 保護中小投資者利益 | 未披露 |
| | | M1.6 成長性 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.7 收益性 | 1.1 公司治理 |
| | | M1.8 安全 | 1.1 公司治理 |
| M2 | 客戶責任 | M2.1 提升產品 / 服務可及性 | 2.2 打造匠心品 |
| | | M2.2 產品 / 服務質量管理體系 | 2.2 打造匠心品 |
| | | M2.3 合格率 | 未披露 |
| | | M2.4 堅持創新驅動 | 2.3 厚植研發創新 |
| | | M2.5 研發投入 | 2.3 厚植研發創新 |
| | | M2.6 新增專利數 | 2.3 厚植研發創新 |
| | | M2.7 科技成果產業化 | 2.3 厚植研發創新 |
| | | M2.8 嚴禁虛假或者引人誤解的宣傳 | 未披露 |
| | | M2.9 產品知識普及或客戶培訓 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | M2.10 潛在風險警示 | 未披露 |
| | | M2.11 公平交易 | 1.1 企業管治 |
| | | M2.12 倡導可持續消費 | 未披露 |
| M2 | 客戶責任 | M2.13 客戶信息保護 | 2.2 打造匠心品質 |
| | | M2.14 主動售後服務體系 | 2.2 打造匠心品質 |
| | | M2.15 積極應對消費者投訴 | 2.2 打造匠心品質 |
| | | M2.16 投訴解決率 | 2.2 打造匠心品質 |
| | | M2.17 止損和賠償 | 未披露 |
| | | M2.18 客戶滿意度 | 未披露 |

1

2

3

4

→

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 |
|----|------|----------------------------|------------|
| 1 | 夥伴責任 | M3.1 誠信經營 | 1.2 企業發展觀 |
| | | M3.2 經濟合同履約率 | 未披露 |
| | | M3.3 公平競爭 | 1.1 公司治理 |
| | | M3.4 戰略共享機制和平台 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| | | M3.5 尊重和保護知識產權 | 2.3 厚植研發創新 |
| | | M3.6 助力行業發展 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| | | M3.7 公平貿易 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| | | M3.8 針對供應商的社會責任政策、倡議和要求 | 未披露 |
| | | M3.9 因為社會責任不合規被否決的潛在供應商數量 | 未披露 |
| | | M3.10 供應商社會責任日常管理機制 | 未披露 |
| | | M3.11 供應商社會責任審查的流程與方法 | 未披露 |
| | | M3.12 報告期內審查的供應商數量 | 未披露 |
| | | M3.13 因為社會責任不合規被中止合作的供應商數量 | 未披露 |
| | | M3.14 供應商社會責任績效考核與溝通 | 未披露 |
| | | M3.15 供應商社會責任培訓 | 未披露 |
| | | M3.16 供應商社會責任培訓績效 | 未披露 |
| 2 | 政府責任 | S1.1 守法合規體系建設 | 1.1 公司治理 |
| | | S1.2 守法合規培訓 | 1.1 公司治理 |
| | | S1.3 納稅總額 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | S1.4 支持和參與全面深化改革 | 2.1 推進高質發展 |
| | | S1.5 帶動就業 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | S1.6 報告期內吸納就業人數 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 3 | 員工責任 | S2.1 員工構成情況 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | S2.2 平等僱傭 | 4.2 關注員工成長 |
| | | S2.3 勞動合同簽訂率 | 4.2 關注員工成長 |
| | | S2.4 民主管理 | 4.2 關注員工成長 |
| | | S2.5 女性管理者比例 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| 4 | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| → | | | |

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 | | |
|--------------|-----------|------------------------------|------------|---------------|------------|
| 1 | 員工責任 | S2.6 僱員隱私管理 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.7 反強迫勞動和騷擾虐待 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.8 多元化和機會平等 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.9 每年人均帶薪年休假天數 | 未披露 | | |
| | | S2.10 薪酬與福利體系 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.11 職業健康管理 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.12 工作環境和條件保障 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.13 員工心理健康援助 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.14 員工培訓體系 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.15 年度培訓績效 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.16 職業發展通道 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.17 生活工作平衡 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.18 困難員工幫扶 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.19 員工滿意度 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | S2.20 員工流失率 | 4.2 關注員工成長 | | |
| | | 2 | 安全生產 | S3.1 安全生產管理體系 | 4.2 關注員工成長 |
| | | | | S3.2 安全应急管理機制 | 4.2 關注員工成長 |
| | | | | S3.3 安全教育與培訓 | 4.2 關注員工成長 |
| | | | | S3.4 安全培訓績效 | 4.2 關注員工成長 |
| | | | | S3.5 安全生產投入 | 4.2 關注員工成長 |
| S3.6 安全生產事故數 | 廣汽集團關鍵績效表 | | | | |
| S3.7 員工傷亡人數 | 廣汽集團關鍵績效表 | | | | |
| 3 | 社區責任 | S4.1 社區溝通和參與機制 | 4.3 貢獻社區和諧 | | |
| | | S4.2 員工當地語系化政策 | 未披露 | | |
| | | S4.3 當地語系化僱用比例 | 未披露 | | |
| | | S4.4 當地語系化採購政策 | 未披露 | | |
| | | S4.5 支持社區婦女、土著居民、農戶、牧民和漁民的發展 | 4.3 貢獻社區和諧 | | |
| | | S4.6 公益方針或主要公益領域 | 4.3 貢獻社區和諧 | | |
| | | S4.7 建立企業公益基金 / 基金會 | 4.3 貢獻社區和諧 | | |
| | | S4.8 捐贈總額 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | | S4.9 打造品牌公益項目 | 4.3 貢獻社區和諧 | | |
| 4 | | | | | |
| → | | | | | |

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 |
|----|------|-----------------------|------------|
| S4 | 社區責任 | S4.10 支持志願者活動的政策、措施 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | S4.11 員工志願者活動績效 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | S4.12 助力精準扶貧 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | S4.13 扶貧專項資金投入 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| | | S4.14 脫貧人口數量 | 4.3 貢獻社區和諧 |
| E1 | 綠色管理 | E1.1 環境管理體系 | 3.2 清潔生產 |
| | | E1.2 環保預警及應急機制 | 3.2 清潔生產 |
| | | E1.3 環保技術研發與應用 | 3.2 清潔生產 |
| | | E1.4 環境指標統計核算體系方法 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E1.5 環保培訓和宣教 | 3.3 綠色文化 |
| | | E1.6 建設綠色供應鏈 | 4.1 拓展夥伴關係 |
| | | E1.7 支持綠色低碳產業發展 | 3.1 低碳出行 |
| | | E1.8 環保總投資 | 未披露 |
| | | E1.9 應對氣候變化 | 3.2 清潔生產 |
| | | E1.10 碳強度 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E1.11 非化石能源比重 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E1.12 碳匯 | 3.2 清潔生產 |
| E2 | 綠色生產 | E2.1 綠色設計 | 3.1 低碳出行 |
| | | E2.2 採購和使用環保原材料 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.3 提高能源使用效率 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.4 全年能源消耗總量及減少量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E2.5 單位產值綜合耗能 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.6 使用清潔能源的政策、措施 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.7 清潔能源使用量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E2.8 節約水資源政策、措施 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.9 年度新鮮水用水量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E2.10 單位工業增加值新鮮水耗 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E2.11 減少廢氣排放的政策、措施或技術 | 3.2 清潔生產 |
| | | E2.12 廢氣排放量及減排量 | 廣汽集團關鍵績效表 |
| | | E2.13 減少廢水排放的制度、措施或技術 | 3.2 清潔生產 |

| 編號 | 責任範疇 | CASS-CSR4.0 指標 | 報告對應章節 | | |
|-----------|----------|-------------------------------------|--------------|--------------|----------|
| 1 | 綠色生產 | E2.14 廢水排放量及減排量 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | | E2.15 減少廢棄物排放的制度、措施或技術 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.16 廢棄物排放量及減排量 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | | E2.17 發展循環經濟政策、措施 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.18 循環經濟發展績效 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.19 綠色包裝 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.20 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每單位佔量 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | | E2.21 綠色運輸 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.22 產品 / 人力運輸過程中對環境的影響 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.23 節約能源政策措施 | 3.2 清潔生產 | | |
| 2 | 綠色生產 | E2.24 減少溫室氣體排放的計劃及行動 | 3.2 清潔生產 | | |
| | | E2.25 溫室氣體排放量及減排量 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | | 3 | 綠色營運 | E3.1 綠色辦公措施 | 3.3 綠色文化 |
| | | | | E3.2 綠色辦公績效 | 3.3 綠色文化 |
| | | | | E3.3 生態恢復與治理 | 3.3 綠色文化 |
| | | | | E3.4 保護生物多樣性 | 3.3 綠色文化 |
| E3.5 零淨砍伐 | 3.3 綠色文化 | | | | |
| 4 | 綠色營運 | E3.6 環保公益活動 | 3.3 綠色文化 | | |
| | | A1 未來計劃 | 公司對社會責任工作的規劃 | 領導致辭 | |
| → | A2 關鍵績效表 | 企業年度社會責任關鍵數據的集中展示 | 廣汽集團關鍵績效表 | | |
| | A3 企業榮譽表 | 企業年度社會責任重要榮譽的集中展示 | 責任榮譽 | | |
| | A4 報告評價 | 社會責任專家或行業專家、利益相關方或專業機構對報告的評價 | 不涉及 | | |
| | A5 參考索引 | 對本指南要求披露指標的採用情況 | 關於本報告 | | |
| | A6 意見反饋 | 讀者意見調查表及讀者意見反饋管道 | 反饋意見表 | | |

反饋意見表

感謝您閱讀廣汽集團 2020 年度企業社會責任報告，我們非常希望您能夠對本報告進行評價，並提出寶貴意見，幫助我們持續改進。

如您對廣汽集團 2020 年度企業社會責任報告有任何意見或建議，歡迎通過以下方式反饋給我們。

電話：+86 20 8315 1139

郵箱：csr@gac.com.cn

地址：廣州市天河區珠江新城興國路 23 號廣汽中心

姓名 _____

工作單位 _____

職務 _____

聯繫電話 _____

電子郵箱 _____

您對本報告的評價：（請在相應位置打√）

| | 好 | 較好 | 一般 | 差 | 不瞭解 |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 您認為本報告反映廣汽集團對經濟、社會和環境的重大影響方面的重要信息程度如何 | <input type="radio"/> |
| 您認為本報告的內容編排和風格設計如何 | <input type="radio"/> |
| 您認為廣汽集團在服務使用者、保護客戶利益方面做得如何 | <input type="radio"/> |

您對報告哪一部分內容最感興趣？

您認為還有哪些需要了解的信息沒有在本報告中反映？

您對我們今後發佈企業社會責任報告還有哪些建議？



廣州汽車集團股份有限公司

地址：廣州市天河區珠江新城興國路 23 號廣汽中心

電話：+86 20 8315 1139

郵箱：csr@gac.com.cn

網站：<https://www.gac.com.cn/>

掃描二維碼
關注廣汽集團

