

# 汽车之家

看车·买车·用车·换车



# 2023 汽车之家

環境、社會及管治(ESG)報告

# 目錄

關於本報告	04
董事長致辭	06
董事會聲明	08
關於汽車之家	10
年度關鍵績效表	12
2023 年度榮譽獎項	14

## 01

### 永續發展，強健管治

公司治理	18
風險治理	19
ESG 治理	22

## 02

### 責任為先，合規經營

商業道德	26
信息安全與私隱保護	30
知識產權	36
供應商管理	38

## 03

### 創新引領，服務用戶

內容治理	42
廣告責任	46
用戶體驗	47
技術創新	52

## 04

### 清潔低碳，綠色未來

應對氣候變化 (TCFD)	58
綠色營運	62

## 05

### 凝心聚力，人才發展

平等僱傭	68
員工發展	70
員工關愛	74
職業健康與安全	78

## 06

### 心懷熱忱，回饋社會

賦能行業發展	82
公益與慈善	88

## 附錄

ESG 績效指引表	90
HKEX ESG 指標索引	94
讀者意見反饋	97



## 關於本報告

### 報告簡介

本報告為汽車之家發佈的第二份環境、社會及管治報告，旨在客觀披露汽車之家 (Autohome Inc.) 2023 年在環境、社會及管治 (以下簡稱「ESG」) 方面的表現。為便於表達，報告表述中使用「汽車之家」、「本公司」、「公司」或「我們」指代汽車之家。

### 報告範圍

**時間範圍：**本報告覆蓋時間週期為 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，與 2023 年度報告保持一致，部分內容向前後適度延伸。

**披露範圍：**本報告披露範圍覆蓋汽車之家總部連同其所屬區域公司、業務中心，與 2023 年度報告保持一致。

### 資料說明

報告中的財務資料來自汽車之家 2023 年度經審核財務報表，其他資料均來源於公司內部相關統計報表、文檔等。本報告中所涉及貨幣金額以人民幣為計量幣種，特別說明處除外。

### 匯報原則

本報告編制依據香港交易及結算有限公司發佈的《香港聯合交易所有限公司 (「聯交所」) 證券上市規則》(「上市規則」) 所載之附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(「聯交所 ESG 指引」)，遵循重要性、量化、平衡及一致性披露原則，力求透明、公允、充分地反映本公司本年度在 ESG 方面的管理現狀及績效成果，以幫助讀者更全面地了解本公司的 ESG 表現。

**「重要性」原則：**本報告已在編制過程中識別主要利益相關方及其關注的 ESG 議題，並根據其關注議題的相對重要程度，在本報告中做有針對性的披露。

**「量化」原則：**本報告採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標，有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及 / 或計算工具，以及使用的轉換係數來源，均已在相應位置進行了說明。

**「平衡」原則：**本報告不偏不倚地呈報本公司的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

**「一致性」原則：**除另有註明外，本報告所披露資料採取與往年一致的統計方法。

### 報告語言

本報告以中文簡體、中文繁體和英文三個版本發佈。當語言文本存在差異時，請以中文簡體版本內容為準。

### 報告獲取

本報告以電子文件發佈供讀者參閱，可在公司投資者關係網站 (<http://ir.autohome.com.cn>) 及聯交所網站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 獲取。為減少環境負擔，本公司鼓勵及推薦您參閱電子版本。如有任何關於汽車之家 ESG 管理的建議和意見，可通過電子郵件 [ir@autohome.com.cn](mailto:ir@autohome.com.cn) 聯繫我們。

## 董事長致辭



“

道阻且長，行則將至；

行而不輟，未來可期

”

龍泉

汽車之家董事長

尊敬的各位股東、合作夥伴和社會各界朋友：

我謹代表汽車之家，向大家呈交 2023 年度環境、社會及管治 (ESG) 報告。回首奮進開局之元年，當今世界正面臨著可持續發展與經濟復蘇的新平衡，「雙碳」背景下的產業綠色轉型與行業高質量發展也為我們帶來了全球性的機遇與挑戰。汽車之家作為汽車互聯網行業的領軍企業，始終堅持履行可持續發展承諾，在高質量、高水平踐行企業社會責任的同時，致力於推動全產業鏈的綠色轉型與 ESG 管理提升，力求為行業的可持續發展貢獻更多力量。

在 2023 年，汽車之家持續夯實自身 ESG 管理根基，堅持履行環境、社會與治理責任，以可持續發展核心理念驅動 ESG 關鍵議題的重大目標達成，推動行業的綠色、智能、共享發展，為員工、股東、客戶和社會各界創造更大的價值。

**環境責任方面**，汽車之家堅守綠色發展理念，積極響應國家「雙碳」目標號召，結合自身發展情況，制定自身營運碳中和目標，並細化節能減排相關環境目標及管理措施，帶動價值鏈上下游共同應對氣候變化。

**社會責任方面**，汽車之家秉持廣納人才、多元共融的理念，堅持以人為本，不斷完善科學的人才招聘、晉升、發展及激勵體系，全方位保障員工的職業發展及職場體驗，最大限度地提升員工的幸福感和歸屬感。同時，我們基於自身實踐優勢，通過產學研合作、行業交流、推動標準制定等多種方式，主動賦能行業發展，通過科普公益、慈善捐贈等方式踐行企業社會公民義務，以期與社會共創共贏。

**企業治理方面**，汽車之家始終堅持依法治企、合規營運的原則，恪守誠信、嚴守責任，聚焦健康高質量的內容、穩定可靠的信息安全，完善價值鏈管理，切實保障企業的穩健運行和健康發展，並持續優化用戶體驗。

道阻且長，行則將至；行而不輟，未來可期。感謝各位股東、合作夥伴和社會各界朋友對汽車之家持續的關注和支持，我們將始終秉持著嚴謹、穩重、理性的態度，堅定不移地推進消費者的綠色購車行為，不斷開拓創新，為價值鏈的低碳轉型提供有力支持，推動中國汽車產業的綠色、健康、穩定、向好發展。

# 董事會聲明

汽車之家董事會（以下簡稱「董事會」）保證本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對董事會的 ESG 監督及管理工作做出如下聲明。

## 管治架構

汽車之家高度重視環境、社會及管治 (ESG) 事項，由董事會作為 ESG 管理的最高決策層，全面監督 ESG 工作事宜，制定 ESG 目標及戰略，確保可持續發展工作順利開展；管理層領導負責 ESG 相關決策的具體實施；ESG 工作小組由各部門對接人組成，設立跨部門配合及上下聯動相關機制保障其順利運行。

## 管理方針及策略

汽車之家嚴格遵循企業營運所涉及 ESG 相關法律法規，並通過多種渠道與各利益相關方進行廣泛深入溝通。本報告期內，我們結合自身業務特點及行業發展環境，採用國內外同業對標研究和內外部利益相關方溝通等方式，對主要利益相關方關注的 ESG 議題進行了重要性評估及優次排序，識別和管理相關風險，檢討 ESG 相關目標達成情況，積極採納有建設性的意見與建議，持續對關鍵議題展開回應，並在本報告內對 ESG 關鍵議題的管理慣例和工作績效進行重點闡述。



## 目標

2023 年，董事會重點審視了以下核心工作及進展：

### 合規管理

汽車之家始終堅持依法治企、合規營運、恪守誠信、踐行廉潔原則，持續優化合規、信息安全與私隱保護、知識產權管理體系，完善供應商管理系統，切實保障企業的穩健運行和健康發展。

### 創新發展

汽車之家秉承提供健康和高质量內容的理念，積極完善內容治理和廣告審核，持續優化用戶體驗，並不斷推進應用系統研發、數字化營運管理等方面的創新革新，以期為用戶提供更具價值的使用體驗。

### 節能減排與應對氣候變化

汽車之家堅守綠色發展理念，積極響應「雙碳」目標，結合自身發展情況，制定節能減排相關環境目標及管理措施，帶動價值鏈上下游共同應對氣候變化。

### 關愛員工

汽車之家堅持以人為本，不斷完善科學的人才招聘、晉升及發展體系，全方位保障員工的職業發展及職場體驗，提升員工的幸福感與歸屬感。

### 社會共建

汽車之家利用自身優勢，積極參加公益慈善活動，主動賦能行業發展，以期與社會共創共贏。

2023 年，董事會針對 ESG 管治架構的完善、ESG 關鍵議題識別、ESG 目標設定、ESG 目標達成情況及 ESG 風險管理進行了審議，進一步加強了公司 ESG 管理，明確 ESG 工作重點方向。本報告期內，本公司已修訂環境發展目標以更好地審視和管理公司的環境影響，董事會及 ESG 工作小組將對 ESG 目標的完成情況進行定期審視並開展檢討。

本報告旨在客觀披露公司 2023 年 ESG 工作進展與成效，並於 2024 年 3 月 27 日由董事會會議審議通過。

# 關於汽車之家

汽車之家是全球領先的汽車內容社區和汽車消費者線上服務平台。自 2005 年成立以來，我們持續為汽車消費者提供選車、買車、用車、換車等所有環節的全面、準確、快捷的一站式服務，並致力於通過產品服務、數據技術、生態規則和資源為用戶和客戶賦能，建設「車媒體、車電商、車金融、車生活」4 個圈，建立以數據和技術為核心的智能汽車生態圈，全鏈路一站式服務好 C 端用戶和 B 端客戶。

2013 年 12 月 11 日，汽車之家在紐約證券交易所正式上市，股票代碼 ATHM；

2021 年 3 月 15 日，汽車之家在香港聯合交易所二次上市，股票代碼 2518。

# 年度關鍵績效表



# 2023 年度榮譽獎項

	<p>2023 年 3 月</p> <p><b>富途牛牛年度盤點 -2022 ESG 優秀治理企業</b></p> <p>富途證券</p>	<p>2023 年 12 月</p> <p><b>最佳上市公司 ESG 實踐獎</b></p> <p>香港國際 ESG 聯盟</p>	
	<p>2023 年 6 月</p> <p><b>2022 年度社會責任獎</b></p> <p>央廣網</p>	<p>2023 年 12 月</p> <p><b>最佳上市公司 ESG 責任進取獎</b></p> <p>香港國際 ESG 聯盟</p>	
	<p>2023 年 12 月</p> <p><b>2023 'EDGE AWARDS' 年度 ESG 創新企業</b></p> <p>鈦媒體</p>	<p>2023 年 12 月</p> <p><b>2023 卓越社會責任企業</b></p> <p>投資時報</p>	



# 01

## 永續發展, 強健管治

汽車之家切實推進可持續發展理念, 踐行高水平公司管治, 積極防範營運風險, 以期實現高質量可持續營運及發展。



# 公司治理

## 董事會效能

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國公司法》等法律法規和紐約證券交易所及香港聯合交易所等資本市場監管規則，搭建起高效穩健的公司治理架構。公司以董事會作為最高決策機構，下設三個專業委員會：審計委員會、薪酬委員會、提名與企業管治委員會，各委員會依據明晰的職權範圍認真履行職責。

2023 年，公司通過發放問卷的方式組織開展董事會績效評估，以幫助董事會不斷提高整體效率。

## 董事會獨立性及多元化

公司嚴格遵守紐約證券交易所關於董事獨立性的要求，規範和強化董事會運作機制。與此同時，我們在選取董事會候選人或任命董事時充分考慮候選人的性別、民族、年齡、專業能力等多元背景，以提高董事會決策的科學性和專業性，保障投資者權益。

2023 年，公司修訂《董事會章程》，要求從 2024 年起，經由董事會選舉的董事需於每年度股東大會進行重選。報告期內，公司三名董事退任，公司董事會選舉三名董事接任。

截至報告期末，汽車之家董事會共計 7 位董事，其中執行董事 1 位，非執行董事 3 位，獨立非執行董事 3 位，女性董事 1 位。董事會成員在汽車行業、互聯網行業、風險管理等方面具有豐富經驗。

## 稅收政策

在營運過程中，汽車之家重視稅務法規的遵守和社會責任的履行，始終堅持誠信、公正、透明的原則，遵守稅收法律和規章。

### 汽車之家稅收政策承諾

- 承諾遵守公司業務所在國家和地區的稅收法律和規章
- 反對濫用稅收規則的行為，承諾不會將公司創造的價值轉移到低稅率地區
- 重視企業的商業實質和稅務結構的合理性，承諾不使用無商業實質的稅收結構
- 遵循公平交易原則確定轉讓價格，確保各方利益符合獨立交易原則
- 反對利用保密管轄區或所謂的「避稅地」進行避稅行為，承諾不參與此類行為
- 遵守國家稅收法律法規，對於公司適用的稅務政策，董事會都將實行嚴格的審批和監督程序

# 風險治理

## 風險管理體系

汽車之家建立起健全的風險管理制度，強化風險控制與識別的能力建設。公司由各業務單元的風險治理構成公司整體風險管理體系，在主營業務、財務、法務、內審稽核、內容安全等各個領域制定了《營銷活動接入風控規範》《營運活動管理規範》《內部審計制度》等管理制度，為公司風險治理工作的開展提供制度保障。

公司建立起「三道防線」風險管理模型，採用業務單元主動識別與跨部門協作相結合的綜合方法進行風險識別。在具體業務開展時，法務、風控、業務等各部門各司其職，對業務的合規性進行審核，識別異常項，並制定針對性的處置方案。



汽車之家風險管理三道防線

## 風險識別與應對

公司董事會作為網絡安全、信息安全與隱私保護方面的最高責任機構，監督管理公司關於網絡安全、信息安全和私隱保護的監控、營運和處理情況。公司設立安全委員會作為專門執行機構，由內容安全副總裁擔任委員會主任、由 CTO（首席技術官）和分管企業用戶與消費者用戶端業務的副總裁擔任副主任，執行秘書及細分板塊委員均由中層以上管理者擔任，緊跟監管方向，識別新興風險，識別網絡黑色產業鏈等具體風險。在風險識別過程中，公司積極採用算法識別、人工智能技術等新技術手段輔助風險識別。公司目前面臨的主要風險是伴隨持續經營而自然產生的市場環境風險，長期風險有反商業賄賂，輿情風險等。同時，我們高度關注技術發展、互聯網進化等因素產生的新興風險，本著審慎看待、認真管控的態度予以處置。

## 內控審計

2023年, 公司以風險為導向開展內部審計工作, 同時加強全員風險意識的培養, 組織多種形式的宣貫與培訓工作。

公司由審計委員會、首席財務官及內審團隊負責對公司的主要風險及應對情況進行討論, 確定主要面臨的經營風險情況, 並結合公司目前的應對措施, 制定內部審計策略及工作計劃。公司內部審計部門針對季度專項審計情況、內控合規情況、員工違規情況向董事會下屬審計委員會進行季度匯報。

2023年, 公司完成 22 個風險審計項目, 主要針對流程、經營、員工行為等方面, 識別並把控主要業務風險。全年相關業務部門落實優化建議 40 個, 內審優化整改項到期整改率達到 100%, 有效提升了公司整體的風險防範能力。



### 汽車之家業務活動風險審計與管控

在組織開展「2023 汽車之家 818 盛典」活動過程中, 公司積極應用創新科技手段進行業務活動風險審計與管控。公司在資源、安全、策略等方面對於風控體系進行了全面的優化, 支持 10 餘項業務的實時反作弊, 在風控策略方面引入圖模型、關聯網絡、歷史畫像用戶重新進行風險刻畫並應用於實時風控, 確保社區生態不受網絡黑色產業鏈干擾。公司技術委員會成立技術重保項目組, 依託全新升級的全鏈路壓測平台進行 6 輪壓力測試, 為流量高峰期間的穩定運行提供了保障。

## 風險意識培養

公司加強風險合規提示與培訓工作, 定期發佈全員合規風險提示郵件, 對公司業務涉及的合規知識進行普法宣貫。除常規合規提示外, 我們對於新實施的法律法規會及時進行普法宣傳, 並對社會反響較大的相關合規處罰案例予以解讀, 以警示全員, 提高全員合規意識。

對於個人信息保護、知產保護等重點合規事項, 公司聘請專業律師團隊, 採取授課, 線上直播的形式進行專項培訓, 並在公司內部線上知識平台分享課程內容, 覆蓋全體員工。重點崗位人員還需相關合規內容進行線上考核, 保障合規意識貫徹到位。我們還將基礎合規知識學習及考核納入新員工入職培訓範疇, 加強警示與提醒。2023年, 公司共計組織線上線下合規培訓 10 餘次, 內容覆蓋個人信息保護、內容安全、知識產權保護、反腐敗等多個重點領域。

2023 年

10 餘次

公司共計組織線上線下合規培訓



汽車之家風險合規培訓課程



### 二手車交易平台法律風險培訓

2023年 2月 10日, 公司通過線下授課與線上直播相結合的方式組織開展二手車交易平台法律風險培訓, 對二手車交易平法律合規內容進行重點宣講, 通過對典型案例的深入解析, 為相關員工介紹二手車線上平台中常見的法律風險及防範措施, 從而提高員工在二手車業務中對法律風險的識別與管理能力, 共計 236 人參與此次培訓。



二手車交易平台法律風險培訓



# ESG 治理

## ESG 治理架構

汽車之家建立了由董事會負責、管理層領導、跨部門配合的自上而下的 ESG 管理體系。由董事會作為 ESG 治理的最高責任機構，負責 ESG 戰略和目標的制定，定期聽取匯報，對關鍵 ESG 事項進行決策，並監督相關工作落實情況。管理層負責領導 ESG 相關決策的具體實施，指導由多部門組成的 ESG 工作小組圍繞工作職能落實 ESG 工作。



汽車之家 ESG 管理體系

此外，為整體提升公司 ESG 治理能力，我們組織董事會及相關員工參與 ESG 能力培訓，為 ESG 工作開展提供幫助和支持。

## 利益相關方溝通

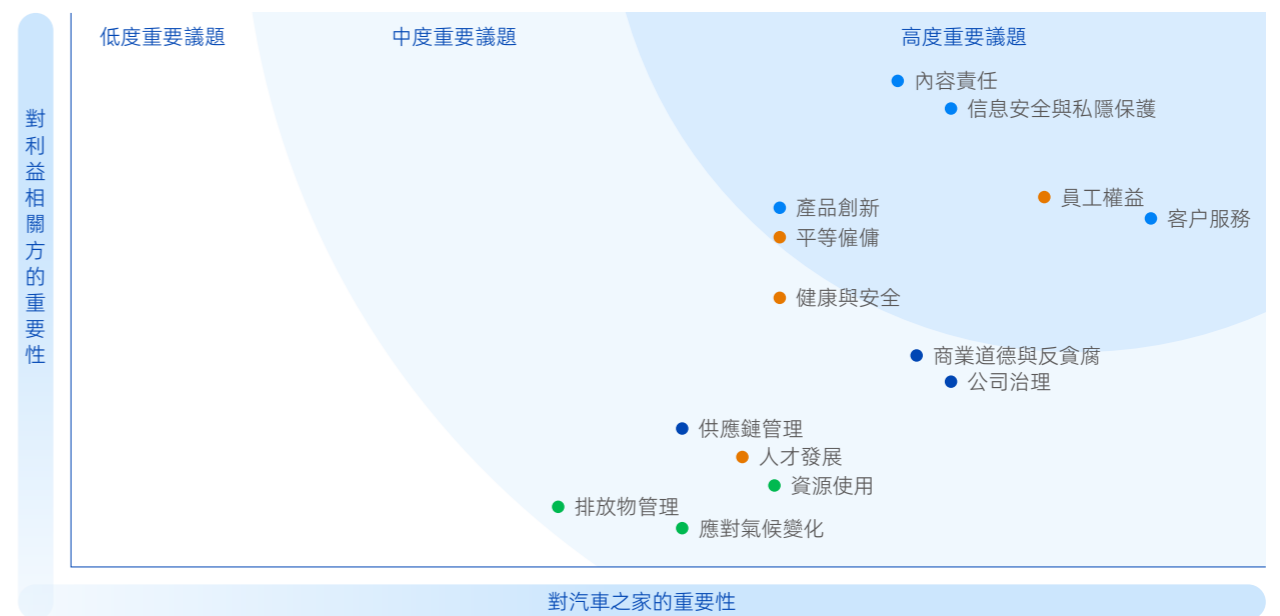
汽車之家認真傾聽利益相關方訴求，以此作為我們開展 ESG 工作的重要參考。我們持續加強與利益相關方的溝通和聯絡，並依據自身業務特點和主要利益相關方溝通結果總結出主要利益相關方及主要的溝通與反饋渠道。

主要利益相關方	主要溝通與反饋渠道
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息披露</li> <li>監管會議</li> </ul>
股東及投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東大會</li> <li>信息披露（年報與中期報告、業績公佈、企業聯交所公告、投資者關係專頁等）</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工意見調查</li> <li>員工內部溝通會議</li> <li>企業內部公告</li> </ul>
個人用戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶滿意度調查與回訪</li> <li>日常營運 / 交流</li> <li>投訴與反饋渠道</li> <li>問卷調查</li> </ul>
供應商及合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應商管理制度</li> <li>行業交流</li> </ul>
經銷商及主機廠	<ul style="list-style-type: none"> <li>經銷商管理制度</li> <li>實地考察</li> </ul>
公眾及社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>公益活動</li> <li>社交媒體</li> </ul>

## 重要性議題評估與排序

2023 年，我們重新審視了原有的重要性議題清單，深入洞察行業和監管發展趨勢，參考同行的最佳實踐並緊密結合了國際評級機構的標準，對 ESG 實質性議題清單進行了重新梳理。我們對各項議題進行了細緻的調研、分析和評估，並通過問卷調查、會議、深度訪談等方式收集了各利益相關方對與汽車之家環境、社會和管治問題的意見和期望，總結形成了新的 ESG 實質性議題矩陣和清單，包含環境、社會和管治三個領域共 14 項議題。

汽車之家 2023 年 ESG 重大性議題矩陣



● 客戶議題 ● 管治議題 ● 環境議題 ● 員工議題

議題重要性	議題名稱	議題維度
高度重要議題	客戶服務	客戶議題
	信息安全與私隱保護	客戶議題
	員工權益	員工議題
	內容責任	客戶議題
	產品創新	客戶議題
	平等僱傭	員工議題

議題重要性	議題名稱	議題維度
中度重要性議題	公司治理	管治議題
	商業道德與反貪腐	管治議題
	健康與安全	員工議題
	人才發展	員工議題
	資源使用	環境議題
	供應鍊管理	管治議題
	應對氣候變化	環境議題
	排放物管理	環境議題

# 02

## 責任為先， 合規經營

汽車之家持續踐行高標準商業道德，持續加強信息安全與用戶私隱保護，推進知識產權體系建設，打造可持續供應鏈，築牢公司營運根基。



# 商業道德

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《反海外腐敗法》等法律法規，制定《汽車之家道德規範與商業行為準則》《汽車之家清廉文化建設管理辦法》《汽車之家員工舞弊及違規行為調查處理辦法》《汽車之家「紅、黃、藍」牌處罰規定》《汽車之家員工違規行為處理執行準則》等內部制度，加強商業道德制度化、體系化建設，對員工商業道德行為進行嚴格規範與約束，明確違規行為及處罰管理規定，營造清正廉潔的商業環境。

## 商業道德管治

公司董事會下設的審計委員會由三名獨立董事組成，監督公司在行為準則和商業道德規範方面的遵守情況，負責審閱內部控制程序的充分性和有效性，並負責每季度聽取合規委員會關於行為準則和商業道德規範的匯報。公司合規委員會作為商業道德的執行管理機構，由公司合規負責人——首席財務官擔任委員會主席，法務部、內審稽核部配合執行，負責監督道德規範與商業行為準則的遵循情況、反海外腐敗法的合規情況、內幕交易的防範、舉報調查等相關事宜。合規委員會每月審核公司合規月報，掌握公司商業道德工作開展情況。

## 商業道德審計

我們制定年度專項審計計劃，由內審稽核部牽頭開展相關審計工作，針對重點關注的高風險領域每 2~3 年至少進行一次內部審計。在高風險領域專項審計過程中，我們開展針對性排查和審計，例如：針對採購項目進行外部供應商商業道德情況審核；針對發現內部人員違反商業道德行為時，或當接獲相關舉報線索時，進行業務排查，並將審計結果上報至審計委員會。

2023 年，我們針對員工利益衝突進行了排查，並將以每年兩次的審計頻率持續開展，同時對禮品上交和庫存情況進行每季度複核。

## 廉政宣貫與培訓

公司董事及員工接受  
廉政培訓比例均達

**100%**

公司持續加強廉潔從業宣傳和培訓，樹立廉潔意識，推進清正風氣的形成。2023 年，公司通過線上線下相結合的方式共計組織廉政培訓 23 次，並通過日常郵件提醒、主題宣傳、問答競賽等多種方式持續開展廉潔宣貫，董事及員工接受廉政培訓比例均達到 100%，增強了全員廉潔從業意識。公司將道德規範與商業行為準則培訓情況納入合規月報內容，充分體現公司對於道德意識宣貫的重視程度。我們還通過合規郵箱向全體員工發送郵件提醒可交易期及不可交易期，並通過外部第三方系統進行管控，避免員工出現股票購買違規情況。

針對全體董事，我們通過年度問卷、季度問卷等定期問卷進行反貪腐法規重點宣貫和反饋收集，我們在問卷中要求董事對於禮品、其他支付方式等情況進行全面闡述，要求董事申報其關聯方及與公司的交易情況，並宣貫相關要求，以實現全面提醒與合規保障的作用。

## 汽車之家 2023 年廉潔合規亮點培訓及宣導項目

新員工道德培訓	針對全體新員工進行汽車之家道德規範與商業行為準則培訓，入職 3 個月以上員工 <b>100%</b> 完成培訓及考試，全年完成職業道德培訓及考試共計 <b>806 人</b>
廉潔專題課堂	在《之家學宮》中創建「廉潔課堂」專題，引入外部清廉文化職業示範培訓課程，並自製公司管理層訪談視頻推送員工學習，學習近 <b>354,000 人次</b>
廉潔文化宣導	<p>通過海報、會議、培訓、談話等多種形式進行廉潔文化宣導：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全年製作 <b>29 張</b> 廉潔主題海報，包括禮品禮金上交、919 之家廉潔合規日、12 月 9 日國際反腐敗日、廉潔合規答題競速賽、「防腐拒變 克己奉公」微視頻徵集等主題，覆蓋公司總部、分公司及分站職場</li> <li>召開 <b>42 場</b> 清廉文化專題宣導會，覆蓋核心幹部員工 <b>1,200 餘人次</b></li> <li>邀請外部司法體系專家開展 2023 年度清廉文化建設系列培訓兩場，觸達管理層及關鍵崗位員工 <b>450 人</b>，深入了解互聯網從業人員違法犯罪的法律問題、常見刑事法律風險及防範</li> <li>與關鍵崗位員工進行廉潔談話，覆蓋 <b>130 餘人</b>，進行廉潔文化倡導倡導及談話提醒</li> </ul>
廉潔主題活動	<p>舉辦主題活動對關鍵人群進行線下觸達，提升公司廉潔文化：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>組織 <b>50 餘名</b> 關鍵崗位人員至警示教育基地開展主題教育活動</li> <li>組織 <b>122 名</b> 採購權限人員進行廉潔宣誓及廉潔自律承諾書的簽署，觀看警示教育片，實現 <b>100%</b> 覆蓋採購角色</li> <li>開展廉潔合規答題競賽，<b>300 餘名</b> 員工參加</li> <li>組織「防腐拒變 克己奉公」微視頻徵集活動，並將優秀微視頻在辦公區及之家視頻號進行展映</li> </ul>
《廉之家》專欄	通過《廉之家》專欄定期推送公司內外部廉潔從業相關重大事件分享、公司內部相關廉潔政策傳達、公司內部處理處罰通報及其它廉潔相關的宣傳等，2023 年共計推送 <b>8 期</b> ，專欄線上點擊量近 <b>15,000 次</b>

### 「清廉文化」合規培訓

2023年5月16日和9月19日，公司以線下講座的方式組織開展兩場「清廉文化」合規主題培訓，共計450餘人參加。我們邀請外部司法專家解讀國家法律政策對民營企業的支持、《中華人民共和國刑法修正案（十二）（草案）》以及互聯網從業人員常見的刑事法律風險等內容，並通過典型違法違紀案例的深刻剖析，勉勵大家牢記底線思維、嚴守紅線意識、永葆敬畏之心、遵守國法司規。



「清廉文化」合規主題培訓

此外，我們還積極參與商業道德方面的行業共建，為構建行業整體的廉潔文化積極做出貢獻。2023年，汽車之家榮獲第二屆「民營企業廉潔合規創新獎」，並響應中國互聯網協會倡議，參與發佈了《加強互聯網企業廉潔文化建設倡議》。會上，汽車之家作為互聯網企業代表與中國互聯網協會共同發佈《倡議》。



汽車之家榮獲第二屆「民營企業廉潔合規創新獎」



汽車之家參與發佈《加強互聯網企業廉潔文化建設倡議》

### 違規調查與處理

我們制定了嚴格的違規調查流程和員工違規處理標準，推動廉政建設工作有序開展，公平公正。依據《汽車之家「紅、黃、藍」牌處罰規定》，我們設定了41條紅牌處罰條目、29條黃牌處罰條目及15條藍牌處罰條目，配套《員工違規行為處理執行標準》進行對應的處置。2023年內，未發生對公司或公司僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

### 汽車之家違規調查處理流程

- 對違反國家法律法規及公司經營管理規章制度等的事項和行為，組織人員實施調查。
- 對已查實有舞弊或違規行為，按照《汽車之家「紅、黃、藍」牌處罰規定》需要予以亮牌並處罰的行為，公司內審稽核部提出處理建議並提交處罰小組審議，並經公司管理層批准後，下達處罰決定，根據實際需要下發處罰通告。
- 對涉嫌違法的人員，移交公安機關立案偵查。

### 舉報與舉報人保護

汽車之家積極發揮監督舉報對於廉正建設的促進作用，在汽車之家外部網站、內部OA官網、供應商招採平台等多個平台提供了反貪污舉報渠道，為全體員工和外部夥伴進行監督和檢舉提供了便利。



汽車之家舉報投訴渠道

我們對於舉報人提供保護和獎勵措施，在《員工手冊》及《汽車之家「紅、黃、藍」牌處罰規定》中明確了針對打擊報復行為、對檢舉人，證人等實施威脅、恐嚇或打擊報復的違紀條款及從重處罰條款。



汽車之家關於舉報人保護與獎勵的公告



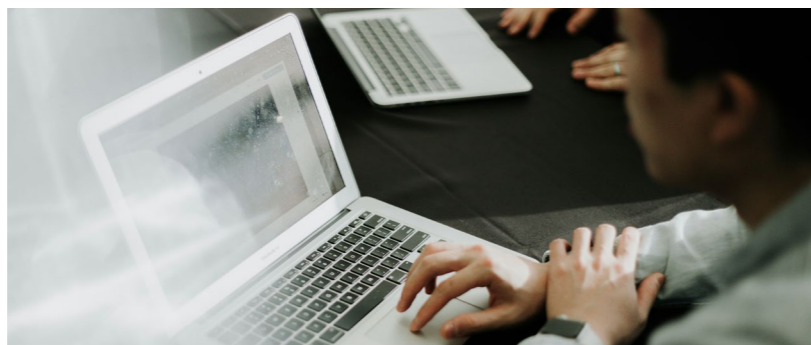
## 信息安全與私隱保護

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《互聯網信息服務算法推薦管理規定》等法律法規及行業規範及美國證券交易委員會頒佈的《關於上市公司網絡安全風險管理、策略、治理和事件披露的規則》，建立了全面系統的信息安全內部管理制度體系，制定了《汽車之家數據安全標準》《汽車之家信息安全規範》《汽車之家數據安全管理策略》《汽車之家數據安全管理方針》等數十項信息安全管理制度及標準，明確公司信息安全與私隱保護管理工作的目標、原則、安全框架、具體安全要求以及應急響應處理流程，對於網絡信息安全、數據安全、用戶信息保護、數據全生命週期等各個層面加強安全管理。公司由信息安全組專職負責制定信息安全管理制度及標準，並由公司高級管理層審批後通過郵件、公司 OA 系統、汽車人 APP 系統進行發佈。

### 管理架構

公司董事會作為網絡安全、信息安全與私隱保護方面的最高責任機構，監督管理公司關於網絡安全、信息安全和私隱保護的監控、營運和處理情況。公司設立安全委員會作為專門執行機構，由分管內容安全的副總裁擔任委員會主任、由 CTO（首席技術官）和分管企業用戶與消費者用戶端業務的副總裁擔任副主任，執行秘書及細分板塊委員均由中層以上管理者擔任。安全委員會連同網絡、數據、算法、內容、產品、政府監管溝通、業務組、法務組、投資者關係組和公共關係組等多個細分板塊構建起高效聯動的信息安全管理體系。公司的管理層將定期向董事會就網絡安全等關鍵領域情況進行匯報。如發生網絡安全事件，公司的管理層將在安全委員會和公司其他相關部門的協助下統籌決策，並根據《關於上市公司網絡安全風險管理、策略、治理和事件披露的規則》和其他相關法律法規的要求對於重大網絡安全事件進行披露。此外，公司管理層也將及時向董事會匯報重大的網絡安全事件。

我們根據數據的屬性或特徵，按照一定原則和方法對數據進行區分和歸類，並建立適當的分類體系和排列順序，加強數據的使用與管理。我們制定了《汽車之家數據安全標準 - 數據分類分級》，結合業務特徵、安全要求、數據關聯性、數據範圍、影響範圍、影響程度、數據公開要求等屬性或特徵，對數據進行分級。公司根據數據分類分級結果，建立相應的訪問控制、數據加解密、數據脫敏等安全管理和控制措施及授權使用方案。



## 信息安全與私隱保護審計

公司採用行業內通用標準對數據進行保護，並由第三方公司定期進行審計驗證。我們根據自身系統與業務劃分等級保護對象，並完成等級保護備案。備案系統涵蓋公司全部信息系統，能夠做到有效覆蓋，並保證等級與系統實際情況相適應。我們聘請具備合格資質的網絡安全等級保護測評機構，對公司所有等級保護三級備案網絡安全系統每年進行一次全面測評，所有網絡安全等級保護二級備案系統每兩年進行一次全面測評。2023 年，公司三級等保年度測評已經審計認證通過，網絡安全等級保護二級備案系統仍在認證有效期內。

公司每年組織內部安全系統測試、攻防演練和內部信息系統安全評估等工作，掃描產品漏洞，針對發現的問題及時進行修復，通過多樣化的技術手段和管理措施，為信息安全和網絡系統安全提供保障。2023 年，公司還推動業務部門信息技術團隊和信息安全團隊分別在前後端進行自查自糾，並由內審部門進行複核。前端提升主要體現在從嚴核驗賬號信息、對用戶賬號進行信息標註、落實賬號網絡地址歸屬地、加強有害賬號信息清理、敏感信息脫敏、私隱政策<sup>1</sup>更新等工作。後台落實了敏感信息存儲去標識化、弱密碼掃描、APP 個人私隱合規檢測、多維度安全系統效率自查等工作。通過自查自糾，我們發現了三項待改善項目，均已提出對應措施並進行了妥善的優化處理。

公司每年度至少一次聘請外部機構對所上架 APP 進行用戶個人信息保護合規性檢測，以發現個人信息與私隱保護方面的問題並進行修復。2023 年 4 月 25 日，我們邀請環球律師事務所對汽車之家、汽車報價、二手車之家三款 APP 出具私隱合規測評報告，從個人信息收集、個人信息主體權利、未成年個人信息保護、私隱政策、安全保障措施五個方面進行測評。經評估，三款 APP 的用戶個人信息保障措施已滿足法律法規及國家相關標準要求。2023 年，公司未發生用戶個人信息安全洩漏事件。

### 應急響應處理

公司制訂《網絡信息安全事件應急響應規範》以及系統漏洞應急響應預案。對不同形式的信息安全事件規定了相應的處理流程。我們還制定了值班制度，確保工作日、休息日和節假日均有專人負責安全事件的響應及處理。2023 年，公司未發生數據洩漏事件。



<sup>1</sup> 汽車之家《私隱政策》：<https://www.autohome.com.cn/about/falv.htm>



## 汽車之家 2023 年亮點信息安全評估測試工作

主要對外網站	用戶個人信息數據重要數據	通信網絡安全防護	門戶網站系統
攻防演練 1 次	安全合規性評估 1 次	符合性評估 1 次	風險評估 1 次

### 汽車之家專屬安全應急響應中心 (SRC)

公司自 2016 年起與國內領先安全漏洞收集平台——補天漏洞響應平台建立合作，成立專屬安全應急響應中心 (SRC)，用於收集「白帽子」發現的公司信息安全漏洞。項目啟動以來，公司接獲多項漏洞信息，確認後進行修復，提升了公司信息系統安全性。針對提交有效漏洞的「白帽子」，公司發放獎勵金進行獎勵，引導多方參與，共建安全網絡，2023 年累計發放 15 萬餘元獎勵金。

## 私隱保護原則

汽車之家認真落實保障用戶權益及私隱安全的相關工作，嚴格按照國家法律法規和標準對 APP 索要權限執行「最小必要」原則，為客戶提供便捷服務的同時切實提供信息安全保護。公司制定了《用戶協議》和《隱私政策》，對於各項收集功能和各個環節中需要使用的用戶個人信息類別和具體內容，以及如何收集、使用、共享、轉讓、公開、存儲、刪除和傳輸用戶個人信息進行明確，強調用戶知情同意的重要性。

公司已將私隱保護納入公司整體合規風險管理中，對於私隱政策每年至少一次聘請第三方機構進行合規性檢測並出具報告，並針對已發現的問題進行及時整改和修訂。在公司日常業務開展過程中，如因業務模式涉及修改私隱政策的情況，將由內部責任部門及外部專業律師共同評審，確保私隱政策合規、透明。

我們強調用戶作為數據主體的權利，明確告知用戶如何訪問、修改刪除、註銷賬號、改變或撤回授權、撤回同意收集個人信息。我們於《隱私政策》中公開提供了有效的用戶信息查詢、更正、撤銷同意、刪除以及用戶註銷的方式和程序，同時明確不得對用戶信息查詢、更正、撤銷同意、刪除以及用戶註銷設置不合理條件。

除法律法規明確規定的其他情形外，未經用戶單獨同意，公司不會向除汽車之家以外的任何公司、組織和個人共享用戶的信息，僅以完成服務為目的向提供相關服務的第三方提供用戶個人信息，杜絕超範圍、超目的信息收集和共享。

### 汽車之家用戶個人信息管理舉措

- 在實際業務需要獲取用戶個人信息時，系統對用戶發出多次具體提示並要求用戶進行授權。個人信息收集是基於用戶特定的業務和場景，僅收集業務和場景所需的用戶信息；對於所有業務和場景收集的信息類型，均經過內部嚴格評估，並由第三方安全公司進行檢測確認，確保數據收集最小化。
- 在獲得用戶授權後，公司在私隱政策框架內收集和使用用戶的個人信息，以向其提供所需的業務服務，並同時採用各種技術手段來確保在服務過程中用戶個人信息的安全，例如對個人數據進行加密或匿名存儲、對數據的訪問權限採用嚴格的控制機制以及多重身份驗證技術等，以確保數據處理系統和服務的保密性、公正性、有效性以及可恢復性。用戶可以在 APP 中查看已收集的信息，並向公司提出導出、更正、刪除等請求。
- 針對在 APP 服務和營運過程中委託第三方處理用戶個人信息以及共享第三方個人信息的情況，公司已經梳理了各種場景下的安全和私隱風險，並採取了一系列措施，包括告知用戶、展示第三方標識，以及與第三方簽署《數據處理協議》和《數據共享協議》等，以明確雙方責任並加強對第三方的管理。
- 用戶註銷賬戶時，系統將徹底刪除其全部個人信息。

公司持續加強創新技術在用戶信息加密方面的應用，為加密技術改造提供持續升級支持。在保持敏感數據加密狀態的前提下，公司引入數據庫加密中間件，在保持原有 API 的基礎上，引入新的加密工具，提高加密效率、穩定性與可靠性，並為後續加密算法更新提供保障。新加密工具具備先進的加密算法升級功能，顯著增強了用戶信息加密的穩定性和持久性，確保用戶的私隱安全得到持續的保護。

## 宣傳培訓

公司高度重視強化信息安全與私隱保護意識，針對全體員工和關鍵崗位員工提供信息安全和私隱保護意識的培訓，我們要求每年至少組織兩次面向全員的信息安全及私隱保護相關的培訓。我們採取線上、線下相結合的方式組織開展培訓工作，通過內部在線教育平台「之家學宮」向全體員工發佈信息安全培訓課程，課程內容廣泛涵蓋網絡安全意識、數據合規性、個人信息保護等領域，深入解讀相關法律法規，並整理出一套完善的企業合規應對方案，旨在全面提升全員對信息安全保護的重視程度，強化紅線意識。2023 年，汽車之家總計組織 4 次私隱保護培訓。



### 汽車之家 2023 年組織開展信息安全與數據私隱保護培訓

2023 年 7 月，公司聚焦實務中關注的個人信息認定標準、個人信息處理核心原則、產品設計中的個人信息合規要點等話題，組織開展《個人信息處理合規培訓》，協助相關員工掌握個人信息處理全生命週期中需注意的合規要素，本次培訓採用線上必修與線下授課相結合的方式，共計 1,603 人參與。



汽車之家組織開展《個人信息處理合規培訓》



報告期內我們還組織開展了三次線上主題培訓，覆蓋安全標準合規、安全應急響應、安全開發建設等方面，為員工提升合規意識、加強應急能力、減少系統安全隱患提供了幫助和指導。



汽車之家線上信息安全與私隱保護培訓

此外，公司還定期面向全員發佈信息安全意識月刊，圍繞安全防範意識、公司安全要求、安全技術知識、安全合規要求等多個方面進行日常宣傳推廣和風險提示，持續提升全體員工的信息安全和私隱保護相關的風險意識和風險識別能力。

### 法務部定期風險提示 (2023年第六期)

#### 双十一特別提示 不得未經消費者同意或請求擅自發送營銷短信

“双十一”臨近，工業和信息化部信息通信管理局嚴查線上平台短信營銷行為。未經消費者允許推送商業信息和廣告宣傳行為涉嫌違法。線上平台需嚴格遵守《電子商務法》《民法典》《個人信息保護法》等相關規定，**不得未經消費者同意或請求擅自發送營銷短信**



汽車之家向全體員工發佈信息安全和個人私隱保護相關提示郵件

### 投訴與處理

公司已建立了關於個人信息的諮詢和投訴的全面機制，並設有投訴跟進流程，為用戶提供了客服熱線、APP 在線客服、專用郵箱等個人信息諮詢與投訴渠道，並及時處理接獲的信息。我們對於受理與處理流程進行全過程記錄，並定期回訪確認整改成果。



# 知識產權

汽車之家嚴格遵守《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》《計算機軟件保護條例》等知識產權相關法律法規，制定《汽車之家知識產權管理辦法》《汽車之家註冊商標申請指引》《汽車之家軟著申請流程》等相關制度，建立起全面的知識產權保護與管理體系，加強對於專利權、著作權、商標權等知識產權成果的管理。同時我們積極跟進知識產權最新法律法規要求和行業規範，關注知識產權的時效性與合規性，我們尊重和保障內容創作者的知識產權權益，並積極維護自身知識產權成果。

公司公開發佈《知識產權聲明》，明確公司對於知識產權成果的保護責任與義務，同時明確保護知識產權權利人的合法權益的措施和步驟，為權利人提供了侵權反饋渠道，針對權利人反饋平台上存在侵犯知識產權行為的內容進行刪除或斷開鏈接等措施，同時也為內容發佈者提供了信息反饋渠道，保障知識產權保護的相關行為落到實處。

## 維護原創權益

2023 年

根據全網監測結果，我們共計保護汽車之家文章

305 篇

圖片

66 餘萬張

視頻

273 段

發送報告郵件

186 封

公司堅持維護內容創作者的合法權益。我們建立起由原創內容全網監測與互聯網法院聯動、競品專利分析、商標監控攔截共同組成的預警體系，依託先進的搜索技術和算法進行全天候、全平台監測。

發現侵權行為後，我們將在第一時間在法院許可範圍內進行電子取證行為，並對侵權人發送刪除通知，並將相關信息同步律師，律師將發送律師函並跟進維權訴訟。

針對侵權個人或平台我們還設置了黑名單加強管理。對於監測到的中大型平台的侵權行為，我們會迅速確認應對方案，對於檢測到的三無網站侵權行為，我們將直接責令其下架處理。

2023 年，根據全網監測結果，我們共計保護汽車之家文章 305 篇，圖片 66 餘萬張，視頻 273 段，發送報告郵件 186 封。我們還對於 21 個公眾號進行了歷史監測，共計檢查歷史文章 24,987 篇。在公眾號新發監測部分，我們共計保護公眾號 21 個，新發文章 2,790 篇，發送報告郵件 93 封。

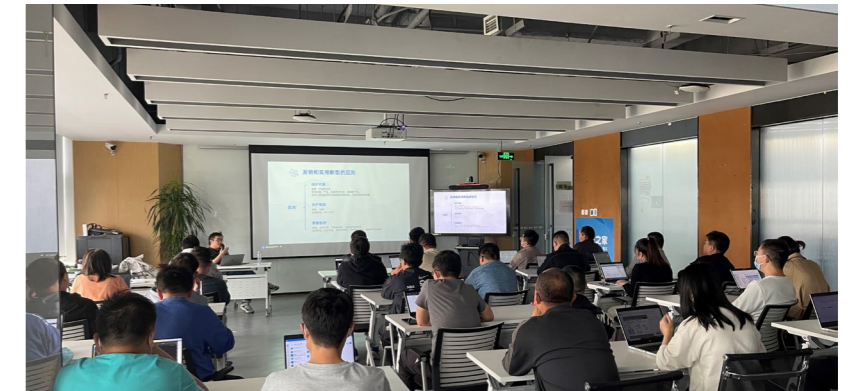
針對商標監測及保護，在商標申請階段，本公司將對疑似侵權競品的商標和初審公告的近似商標進行嚴密監控。一旦發現侵權行為，我們將迅速採取措施進行攔截，並每月對監控結果進行匯總。

我們已經將全網全類別審核通過進入公告期的商標納入監控範圍，對於所發現的近似商標採取及時告警措施，針對預計對公司產生影響的商標提出異議。我們對於商標的使用同樣進行全網監測，對於違法冒用公司商標和使用近似 logo 的行為開展維權，通過對於侵權事實進行公證，我們將制定針對性的維權方案。

# 創新成果

在全方位的知識產權管理體系和管理監控手段之外，公司同樣高度重視知識產權自主創新，樹立創新意識和創新氛圍。我們積極鼓勵員工進行發明專利與技術創新，為激發員工創新熱情，我們制定《職務發明獎勵管理規定》，設立「產品技術專項獎勵」，按季度隨工資進行發放。截至報告期末，共 110 件發明獲得「發明專利受理獎」，67 件（含 7 件外觀）專利獲得授權獎，頒發獎金 53 萬餘元，共計 291 人次獲獎。

公司組織專利申請培訓為員工提供相關指導和參考，2023 年我們通過線下授課與線上直播的形式面向全體技術部門員工組織開展《專利挖掘與軟著撰寫》《互聯網領域專利挖掘申請》兩項培訓，同時還配套了視頻培訓課程，以及專利挖掘與撰寫技巧培訓共計 3 次，有利於知識的觸達，幫助員工在工作中建立起知識產權的意識和習慣，更加高效精準地進行價值提煉。



汽車之家組織開展知識產權申請相關培訓

133 件

發明專利

27 件

外觀專利

79 件

新取得授權

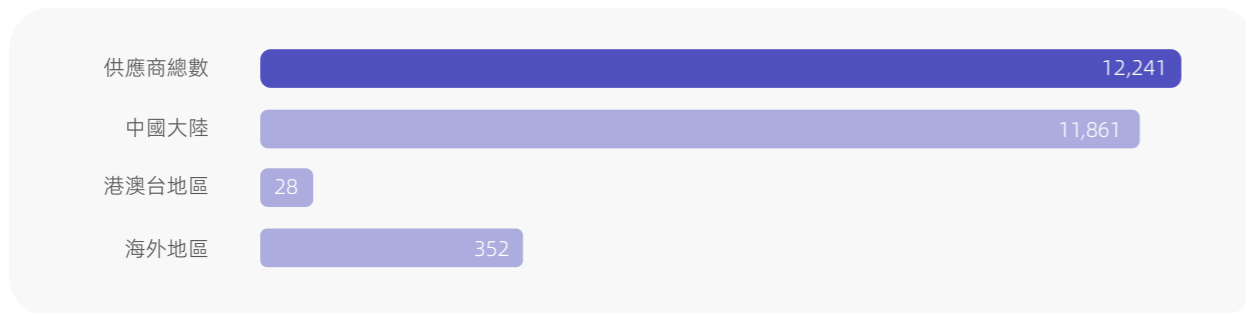
截至 2023 年 12 月 31 日，本公司專利提案 386 件，新提交受理 160 件，其中發明專利 133 件，外觀專利 27 件，新取得授權 79 件，其中發明專利 73 件，外觀專利 6 件。與 2022 年相比，公司專利提案按量增加 37%，專利受理提高 83%，專利授權量提升 75%；在軟件著作權方面，提交申請 258 件，已出證 153 件，審核中 105 件，較 2022 年提升 46%；在商標方面，提交申請 273 件，較 2022 年提升 51%，取得商標註冊證書 81 件，較 2022 年提升 12%。

# 供應商管理

汽車之家積極拓展綠色合規的商業合作模式，打造可持續供應鏈。公司制定《汽車之家供應商管理制度》等制度，建立起專門的供應商管理系統，針對供應商篩選及准入考核、新增和變更標準流程、風險及績效評估、監督和改進管理以及溝通交流進行全流程管理，不斷提高採購質量和效率。

供應商准入	根據實際情況判斷實地考察必要性，對於確需實地考察的供應商進行資質等方面的嚴格審查，並按照《汽車之家供應商現場考察評估報告》進行評價。 對於實物類供應商著重考量其供應鏈是否符合綠色供應鏈和產品責任標準。對服務類供應商在安全管理和員工權益保障等方面提出嚴格要求，以確保其符合相關標準和規定。
供應商新增和變更	設定標準流程，加強對供應商檔案的維護。
供應商風險和績效評估	依據多指標綜合評價法，堅持系統全面性、簡明科學性、穩定可比性、靈活可操作性四大原則。針對供應商通過線上評估的方式進行績效評估，集採品類按照訂單進行評估，其他品類按照合同進行評估。 評估覆蓋所有入庫正式供應商（不包括個人、境外和無合同付款供應商），評估率達 100%。2023 年，公司對於供應商風險庫進行完善，搭建了風險庫探盾，並針對利益衝突和關聯關係供應商進行了風險管控。 汽車之家所有供應商（不包括個人、境外供應商）均已對接天眼查徵信系統，對於供應商管理和風險防範進一步提供了保障。
供應商監督和改進管理	為進一步提升供應質量，督促供應商提供優質產品或服務，我們對部分品類採取末位淘汰制，低分供應商我們也將對其進行訪談，督促整改。若供應商存在違法違規問題，供應商管理系統將根據風控監測結果直接進行處置或責令退出。2023 年共計 25 家供應商被納入供應商黑名單。
供應商溝通交流	2023 年，公司加強與供應商的溝通與交流，進一步加深合作。我們組織集採供應商年度復盤會，覆蓋 39 家供應商。在供應商年度總結中，我們對於供應商黑名單、反腐敗等內容和要求進行宣貫和重點強調，在供應商門戶進行發佈，覆蓋全體供應商。

## 汽車之家按地區劃分的供應商數量（家）



公司致力於與全體供應商共建可持續供應鏈，降低供應鏈風險，踐行綠色理念和陽光採購，與合作夥伴實現互利共贏。公司在對外招採過程中明確提出廉潔、社會責任和環境相關要求，對供應商進行規範與約束。

# 供應商商業道德

公司將清正廉潔納入供應鏈的各個環節，加強廉潔供應鏈建設。為規範公司採購管理工作，2023 年公司成立採購管理與紀律委員會，由副總裁擔任主任，供應鏈與合規管理相關部門共同開展工作。全年抽檢 292 個招採項目，升級 4 大核心招採制度，增設 5 項管理舉措。在招採階段，我們於招採平台供應商端發佈廉潔倡導，並提供反貪腐舉報渠道，明確舉報受理範圍、舉報要求等。我們要求供應商簽訂《誠信及反貪污反賄賂承諾書》，招採崗位員工也需要簽署《員工廉潔自律承諾書》方可上崗，為招採各環節的廉正建設提供堅實保障，相關承諾書簽訂率均已達到 100%。在日常管理過程中，我們通過「汽車之家採購合作平台」公眾號發佈《汽車之家致供應商廉潔合作共建倡議信》，加強廉正宣貫與提醒。



《汽車之家致供應商廉潔合作共建倡議信》

供應商廉潔倡導及舉報渠道

# 供應商信息安全與私隱保護

公司將信息安全與私隱保護作為供應鏈管理的重點領域之一，對相關供應商及合作夥伴提出嚴格要求，以促進公司整體信息安全以私隱保護工作的合規開展。在數據共享前我們單獨獲取用戶授權，並告知用戶接受數據接收方及共享目的。我們與涉及信息共享或委託處理的供應商及業務合作夥伴簽署《數據處理協議》，協議中約定共享或委託處理的數據範圍及目的、數據處理期限、雙方數據保護義務，公司將在符合規定的情況下對其數據處理措施進行審計，以保障合作夥伴信息安全與私隱方面制度、能力與實踐符合公司要求。

# 綠色採購

公司將綠色和可持續發展理念納入採購過程，積極採購綠色環保產品。2023 年，公司在採購新年禮盒禮品時選擇使用 RPET<sup>2</sup> 環保材料和運用節能環保工藝的相關產品，對於採購項目的包裝盒也採用了收納盒的方式，具有循環使用功能，有效避免了資源浪費。

<sup>2</sup> RPET 面料 (Recycled PET Fabric) 又稱為可樂瓶環保布，是採用回收寶特瓶紗線紡織而成的一種新型的綠色環保面料，其來源的低碳性，創造了再生領域的新概念。

# 03

## 創新引領， 服務用戶

作為全球領先的汽車內容社區和汽車消費者線上服務平台，汽車之家始終將創新作為公司發展的核心動力，並以向用戶提供卓越的服務為最終目標，認真傾聽客戶聲音，致力與為用戶提供健康和高质量的內容以及真實、負責的廣告信息。



# 內容治理

## 內容治理原則

汽車之家內容治理理念以遵循國家法律法規和相關政策為審核基礎，以積極履行社會責任為核心導向，以保障平台安全營運為不懈動力。在符合上述原則的基礎上，我們鼓勵健康、多元的內容廣泛流通，努力實現用戶、平台和社會的多方共贏。

### 關鍵審核治理方向

- 反對憲法所確定的基本原則的；
- 宣揚恐怖主義、極端主義或者煽動實施恐怖活動、極端主義活動的；
- 破壞國家宗教政策、宣揚邪教和封建迷信的；
- 煽動民族仇恨、民族歧視、破壞民族團結的；
- 散佈謠言，擾亂經濟秩序和社會秩序的；
- 散步淫穢、色情、賭博、暴力、兇殺、恐怖或者教唆犯罪的；
- 侮辱或誹謗他人，惡意侵害他人名譽、私隱和其他合法權益的；
- 含有法律、行政法規禁止的其他內容，且情節嚴重的。



## 內容治理管治

公司安全委員會專注於管理和維護平台的內容安全、數據安全、信息安全、產品安全及算法安全等關鍵領域，監督平台內容治理相關工作，直接向董事會匯報，確保內容安全管理的高效性和專業性。此外，公司的管理層將不時向董事會就網絡安全等關鍵領域情況進行匯報。如發生網絡安全事件，公司的管理層將在安全委員會和公司其他相關部門的協助下統籌決策，並根據《關於上市公司網絡安全風險管理、策略、治理和事件披露的規則》和其他相關法律法規的要求對於重大網絡安全事件進行披露。此外，公司管理層也將及時向董事會匯報重大的網絡安全事件。

## 內容治理方法

汽車之家建立了覆蓋公司全部業務及產品的審核標準和審核流程，包含了圖片、文字、音頻、視頻、直播、即時通訊在內的多種形態，對公開傳播的平台內容進行治理。公司堅持內容審核一致性的原則，對所有賬號和內容均實行無豁免的「先審後發」機制。2023年我們新增了內容先驗的審核模式，以保證內容的質量和合規性。內容創作團隊在選題和腳本創作前需提交給審核團隊進行初審，審核團隊負責對可能存在風險的內容進行預警並告知創作團隊。

## 汽車之家內容審核流程

### 內容機器審核

- 在用戶端和業務端產生內容後，內容會進行封裝加密，交由機器審核。通過與市場頭部的審核供應商合作，運用其優質高效的大數據審核模型，對內容進行初步過濾。

### 內容人工審核

- 對於機器初審中存疑和不通過的內容，則交由經驗豐富的人工審核團隊進行複審，提升審核的準確性

### 巡查質檢

- 被最終判定為違規的內容，我們會進行巡查質檢，確保所有內容均嚴格遵守審核標準。同時，巡查質檢幫助我們識別審核過程中可能存在的漏洞，以便我們能夠及時調整和不斷優化我們的審核策略。

### 申訴機制

- 內容被判定為違規時，我們會告知用戶處置意見，同時賦予用戶申訴權。用戶提交申訴後，我們會進行仔細的複審。如果申訴被認定為有效，我們將及時通知用戶並恢復相應內容。

為加強社會監督並提升內容治理透明度，我們在所有產品的顯著位置均設有用戶舉報入口。當接收到用戶舉報時，我們的系統會立即對舉報內容進行分析，並迅速將其轉交給相應的業務部門進行處理。完成處置後，我們向舉報者反饋處理結果，確保形成完整的舉報反饋閉環。

2023年，汽車之家採取了多項舉措來深化內容治理，擴大內容審核範圍，增加內容審核的效率和精度。



### 汽車之家內容治理舉措

舉措名稱	舉措內容
擴大審核範圍	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年汽車之家將B端業務和在其他平台發佈的相關內容納入了審核範疇。所有內容均通過預先設定的業務通道進入審核系統，並遵循一致的審核規則，確保了審核流程和審核規則的統一性。</li> <li>擴大了審核範圍後，審核的內容量較前增加約33%。</li> </ul>
AIGC內容審核管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年汽車之家為人工智能生成內容(AIGC)建立了標準的管理流程和專屬審核通道，確保了AIGC內容審核的效率和合規性，並為後續的精細化營運提供了技術基礎。</li> <li>在AIGC內容生成後，我們首先通過算法進行內容去重，再對內容進行安全審核，審核通過後將內容存入AIGC專用內容池並最終通過算法推送給用戶。</li> <li>在內容合規性方面，AIGC與用戶產生的內容標準相同。在安全審核過程中，我們會識別並糾正AIGC內容中的明顯錯誤，如汽車品牌和車型圖片錯用等，進而提升內容質量，改善用戶體驗。</li> </ul>
淨化網絡氛圍	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年，我們秉承淨化網絡空間、踐行企業社會責任的原則，對惡意舉報、網絡戾氣和不當行為等對網絡空間秩序有害的內容採取依法依規、尊重客觀事實的態度，審慎取證，並採用更嚴格的審核標準進行內容審核治理。</li> </ul>
保護未成年人	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強未成年個人信息保護和數據安全的監管，確保未成年個人信息不被濫採濫用。</li> <li>加強對可能誤導未成年人有害信息的清理和整治，尤其是欺騙性和誤導性內容，確保未成年用戶不受此類不良信息的影響或侵害。</li> <li>與打擊網絡謠言和MCN機構信息內容亂象整治行動相呼應，集中整治欺騙誤導未成年人的虛假信息和惡意營銷信息。</li> <li>針對專為未成年人設計的智能終端機產品執行更加嚴格的內容審核政策，全面清理違法和不良信息，適應未成年身心健康發展規律和特點。</li> <li>在電商領域，尤其是直播產品中的打賞、消費等功能的內容，加強審核要求。</li> </ul>

#### 與政府部門密切合作提升審核精度

汽車之家與公安部門的網絡安全大隊密切合作，及時掌握網絡內容管理的方向、尺度等方面的重要變化，並對公司平台的內容審查策略進行優化和調整。2023年，公司通過合作對違規內容特徵的提煉，針對網絡詐騙內容進行重點審核，對數十個嫌疑賬號進行了封禁處理。

### 內容治理培訓

2023年，汽車之家加強了內容審核的安全風險培訓，共計開展了30次專業培訓課程，培訓時長總計達90小時，培訓涵蓋了公司的多個職能部門和內容生產部門，共計約480人次參加。內容治理培訓有效提升了員工們對內容安全和風險管理的認識，提升了公司整體團隊在應對可能的安全風險時的應急處理能力。

#### 清洗歷史存量內容

2023年，汽車之家對約50億條歷史存量內容進行了回溯審核，重點對涉及到網絡賭博、網絡詐騙、誇大宣傳等內容進行了清理。報告期內，清洗查刪歷史內容約1,000萬條，佔歷史存量內容的0.2%。

#### 2023年內容治理關鍵績效表

160,736.77 萬條 內容審核數量	8,967.14 萬條 違規內容數量	5.58% 違規內容佔比	
109.70 萬條 通過人工巡查清理有害信息數量	8,857.44 萬條 通過機器、大數據清理有害信息數量	100% 違規內容處理率	
209 條 治理煙草製品信息數量	956 條 治理酒精製品信息數量	408,956 條 治理色情信息數量	12,358 條 治理武器信息數量
80,300 條 治理賭博信息數量	6,779 條 治理歧視信息數量	313 條 治理侵犯私隱和信息洩露、人肉搜索信息數量	322,921 條 治理網絡暴力信息數量

# 廣告責任

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《廣告管理條例施行細則》《互聯網廣告管理暫行辦法》等相關法律法規和標準規範，制定了《內部廣告審核規範》等內部規章制度，細化廣告內容審核的標準和流程，以確保平台所發佈的廣告內容真實、合法。

公司要求廣告內容不得出現 包含酒精製品、煙草製品、博彩、暴力、血腥、性別歧視、違法捕獵、野生動物交易以及各種形式網絡詐騙等內容的廣告。同時，為了增強透明度和識別度，所有廣告都需要在顯眼位置明確標註「廣告」字樣。

為了確保廣告內容的質量和合規性，公司實行了全量人工審核的機制。所有廣告內容在經過機器初審之後，還需通過人工審核團隊進行更為細緻的二次審核。該審核流程旨在最大限度地避免廣告中出現不適當的營銷手段、對未成年人產生不良影響的內容、虛假或誇大的宣傳，或低俗或色情等不良信息。

為有效識別和管理偽裝的隱性廣告內容，2023年我們採取了先進的回溯法，對內容審核技術進行了逆向應用，通過精準的關鍵字和音頻檢索來主動搜索潛在的隱性廣告並進行相應的處理。此外，為了確保這一過程的有效性，我們也採取了特殊措施來規避自身網站的自動屏蔽機制。

## 廣告審核培訓

2023年，我們邀請行業專家到公司開展專項講座，通過對廣告審核中實際案例進行分析講解的方式，對廣告中管制類商品、需備案類商品、極端用語、過度暴露著裝、挑逗暗示等違反廣告法的內容，向審核人員進行了培訓。同時將培訓中的主要內容和公司的相關業務團隊進行了分享和傳達，旨在從審核源頭遏制廣告違規內容，提升平台廣告內容質量。

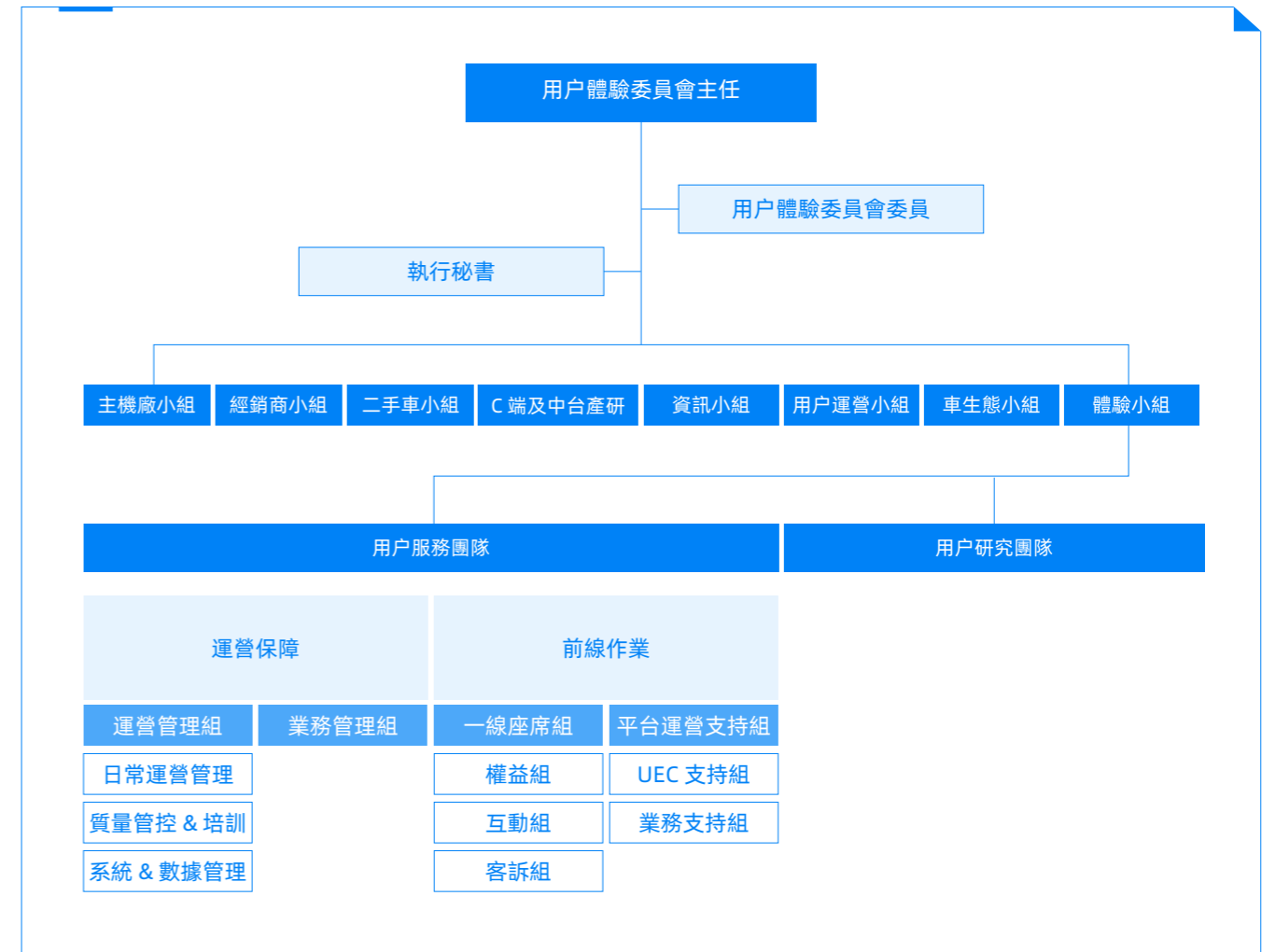


# 用戶體驗

## 用戶體驗管理體系

汽車之家建立了以用戶為中心，以服務為根本的用戶服務管理架構，為用戶提供及時有效地服務和說明。為了不斷提升用戶體驗，公司建立了用戶體驗委員會，負責制定和實施整體的用戶體驗發展戰略。在服務標準方面，我們制定了《客服中心服務手冊》，明確了標準化的服務規範，向用戶提供一致的高質量服務。此外，我們還制定了《客服中心質檢比例規定》《客服中心質檢標準》和《客服中心質檢流程》，通過定期抽查一線客服服務質量，確保為用戶提供良好的服務和體驗。

### 用戶體驗委員會架構圖





## 用戶體驗提升

2023年，我們對用戶端產品 (APP) 提出了技術優化目標，要求從用戶視角出發，通過流暢度、穩定性和清晰度的治理及優化，提升用戶體驗。此外，我們對用戶端產品設定了核心考核指標，包括 APP 啟動達標率、頁面秒開率、閃退率、整體卡頓率、嚴重卡頓率以及 H5 頁面 1.5 秒打開率、優質好用戶 UV 率和全部好用戶 UV 率。2023 年，上述核心指標均達成設定的考核目標。此外，我們統一了 APP 的產品體驗，確保了相同模塊在對話模式和視覺設計上的一致性，讓用戶能夠更輕鬆地理解和使用我們的功能產品，從而增強整體使用的流暢性。

### 汽車之家 APP 用戶體驗統一舉措

#### 用戶詢價體驗統一

我們對線上 200 多個不同的留資場景進行了全面梳理，並制定了一套標準化的統一規範。基於這些規範，我們推動了程序化模板的開發，實現網站內所有留資環節的統一。這一舉措有助於降低用戶在留資過程中的顧慮，顯著提升了用戶留資的體驗。

#### 發佈體驗統一

我們針對用戶過去反映的發佈流程繁瑣、效率低下及發佈狀態難以跟蹤等問題，簡化了發佈流程，並設計了直觀且易用的發佈工具。這些改進提升發佈流程的效率，使用戶能夠更加輕鬆地發佈內容。

#### 基礎組建統一

我們不斷完善基礎組件的設計規範，並在開發完成後驅動各業務接入，通過提高基礎組件的復用率，實現基礎功能體驗的統一。

同時，我們在技術方面進行了全面的更新和優化，以提升用戶體驗和系統性能。具體包括：

### 汽車之家 APP 技術更新優化表

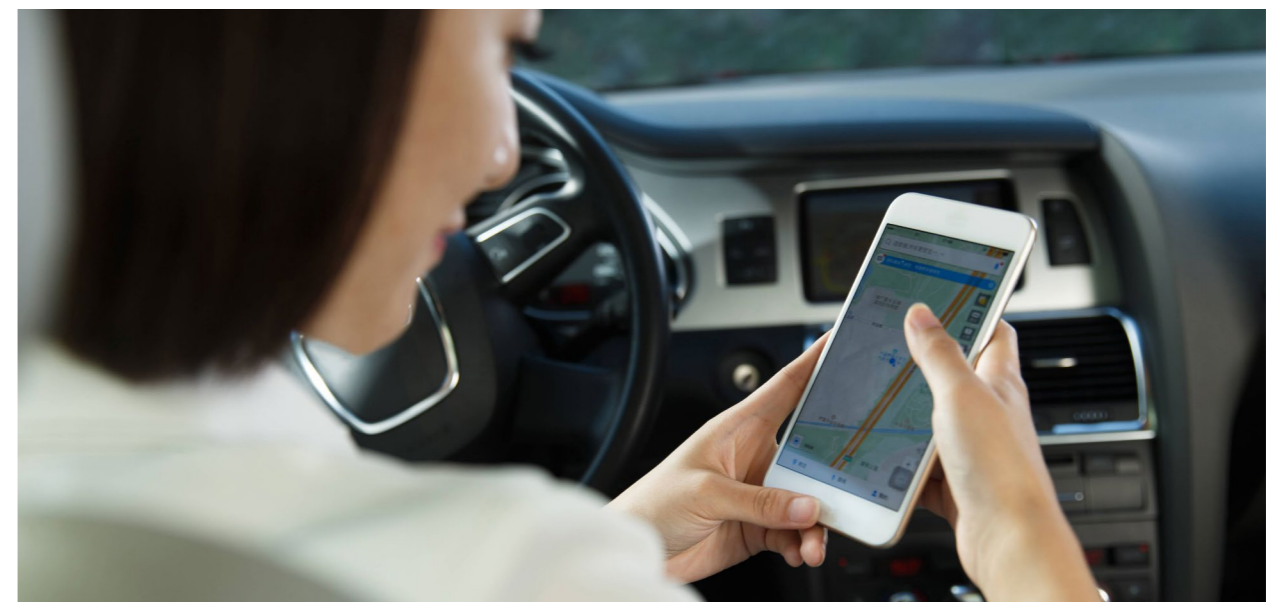
優化項目	優化內容
圖片專項優化	引入高效的影像處理技術，包括更先進的圖像壓縮方法和多種圖片格式支持，以提高圖片質量的同時減少數據傳輸量。
網絡鏈路優化	通過改進內容分發網絡 (CDN) 和增強網絡穩定性措施，優化用戶訪問速度和系統的可靠性。
視頻專項優化	採用先進的視頻編碼技術，提升視頻清晰度並減少頻寬消耗。
基礎架構升級	基礎架構得到全面升級，包括渲染引擎、應用性能管理 (APM) 和組件化，以提高系統的靈活性和響應速度。
業務專項優化	對業務流程進行了深入優化，包括容器化和雲渲染，提高了處理速度和效率。

## 增加 3D 仿真動畫，幫助用戶更好地理解車輛信息

2023 年，汽車之家在 APP 的實測、超測、新能源圖述等工具產品中針對性能、安全、空間、智能駕駛、參配等提供了 3D 動畫示意，幫助用戶理解車型功能和測試結果，提升趣味性的同時提高用戶決策效率。



3D 仿真動畫示意圖



## 聆聽用戶聲音

汽車之家高度重視用戶意見與反饋, 仔細聆聽每一位用戶的聲音。我們通過 APP、移動端和 PC 端的意見反饋平台、400 熱線、實時消息在線、輿情手機和主動對用戶回訪等方式收集用戶的意見與反饋, 進行改進並持續提升用戶滿意度。

報告期內, 我們共收到 35,149 個投訴批次, 投訴應答率達 100%; 已解決投訴 35,128 起, 剩餘 21 起還在規定時效內, 正在積極處理中, 投訴解決率 99.94%; 人工服務滿意度達 95%。

### 汽車之家用戶訪談

汽車之家採取了電話、問卷、線下觸達等多種訪談方式, 對平台用戶、4S 店訪客以及第三方平台樣本用戶進行了訪談, 並按照不同的訪談需求選取了不同的用戶畫像。我們通過多元化訪談, 多維度收集寶貴意見反饋, 以更好地理解用戶群體的多樣性和複雜性, 從而提供更加精準和貼合用戶需求的服務。2023 年, 我們共計開展了 45 個訪談項目, 訪談 400 餘人。通過訪談和用戶意見採納平台, 共採納落地意見 6,512 條, 推進汽車之家 APP 滿意度 NPS 整體提升 2.6%。



用戶現場訪談

## 客戶投訴管理

汽車之家建立了完善的用戶投訴處理機制和用戶投訴反饋流程, 並發佈了《重大 / 突發事件報備機制》《各業務投訴處理流程》《典型問題投訴處理流程》《各渠道業務投訴處理流程》等制度文件。我們針對不同業務制定了《閉環時效管理機制》, 通過結合投訴升級機制、預警機制, 通過客服工單系統記錄流轉、釘釘觸達、郵件升級等管理工具, 高效推動客訴閉環流程的執行。

### 汽車之家投訴處理流程

- 1 接受投訴:** 在接收到用戶投訴後, 根據內容進行初步分類。
  - 2 初步處理:** 接下來, 投訴將被轉到相應的專業團隊進行初步處理; 然後, 根據初步處理的結果, 決定是否需要繼續調查或是直接解決問題。
  - 3 深入調查:** 如果需要更深入的調查, 問題將被轉入詳細調查的階段, 以便收集更多信息。
  - 4 問題解決:** 在經過調查後將通過用戶滿意的解決方案或其他途徑, 解決客戶投訴的問題。
- 反饋和閉環:** 最後, 將解決結果反饋給用戶, 並確保問題得到徹底解決, 實現閉環。



同時, 我們在 2023 年採取了一系列舉措, 保障對客戶投訴的及時響應和有效處理。

升級客服系統	對客服 IM 系統進行了重大升級, 顯著提高了在線服務的效率和用戶體驗。
提升坐席業務能力	對全體坐席人員進行了專項能力提升培訓, 涵蓋業務能力、專業能力和職業素養等方面。
延長服務時間	服務時間由原先的 9 點至 18 點調整為 8 點至 22 點, 延長服務窗口時間。
首問負責制和閉環時效管理	結合首問負責制和閉環時效管理, 確保所有投訴在規定時效內得到 100% 處理和解決, 包括滿足用戶合理的時效要求。

## 關懷弱勢群體

我們考慮到不同用戶的視力水平和需求, 對 APP 採取了大字號大小適配的策略。用戶可以在 APP 設置頁面根據個人偏好, 選擇合適的字體大小, 提升閱讀體驗, 幫助老年人和視力有障礙的用戶更容易閱讀和識別 APP 上的內容。

# 技術創新

汽車之家深耕技術領域創新，加速在應用系統研發、數字化營運管理等方面的創新技術研發，並持續加大研發投入。公司堅持以用戶為中心的策略，通過創新技術，我們的技術平台由AI、大數據及雲技術驅動，全方位賦能看車、買車、用車、換車等服務領域，為客戶提供卓越的沉浸式智能化體驗。

公司充分發揮技術優勢，專注於提升產品品質、效果和服務，以滿足用戶數字化轉型需求。我們持續推進AI、3D技術能力的研發與應用，憑藉AI、大數據、雲計算等方面的優勢積累創新研發車智雲、品牌私享家、VI銷冠神器、AI促銷羅盤等創新數科產品。我們為經銷商推出3大模塊12個產品的數字化營銷解決方案，以增值服務助力經銷商提升經營水平，進一步提升降本增效能力，實現高質量營運。

同時，我們還構建起豐富的用車車型庫、摩托車車型庫和改裝車車型庫以及3D改裝工具，有助於延長用戶汽車服務生命週期，為客戶提供優質服務。

## 技術創新激勵

公司鼓勵員工發揮自主創新能力，為公司創新研發持續貢獻力量。我們鼓勵員工積極提出創新想法和思路，員工可將內容、應用產品、商業產品、技術等方面的創新想法通過系統提交，通過審核則成為公司創新「火花點」，我們對於提出「火花點」的員工予以獎勵，一經立項還可獲得專業支持。

2023年，公司總計研發投入人民幣13.49億元。

2023年

# 13.49

億元

公司總計研發投入人民幣



## 創新成果

2023年，公司在創新技術研發與應用方面繼續取得優秀成果，我們在線上技術創新方面進一步加強AIGC、大數據雲計算技術與全息影像的研發與應用。在線下推進形態革新，加速「汽車之家能源空間站」建設，為主機廠、經銷商、消費者打造多方共贏生態，為消費者提供涵蓋新能源汽車和二手車在內的一站式看、選、買、換服務，同時持續賦能主機廠和經銷商夥伴的零售、營銷業務，為新能源汽車產業發展注入新活力。

## 大數據創新成果

### 汽車之家 AI 促銷羅盤

汽車之家 AI 促銷羅盤是行業內第一個基於大數據分析的量價洞察類產品。該產品依託汽車之家與平安集團的深度合作，在平安新車保險的海量業務數據中，合法合規地有效分離提取到主機廠業務相關的關鍵數據，並通過創新方式將數據價值以業務診斷的形式呈現給主機廠，獲得客戶的廣泛認可和好評。

該項突破自2023年底正式開啟商業化應用以來，僅一個季度便達成全年銷量任務的293%，為汽車之家與主機廠客戶在後鏈路合作奠定了數據基礎。AI促銷羅盤的數據分析報告已成為汽車之家服務主機廠客戶日常經營決策的重要輔助工具。與此同時，其在汽車之家新零售項目中的應用，也為汽車之家線下形態革新創造了人無我有的差異化價值，為客戶和用戶提供了更加權威和精準的價格衡量參考。



## 全息影像創新成果

### 汽車之家全息艙

汽車之家全息艙是汽車之家首創的虛實融合講車產品。該產品具備汽車之家獨創的裸眼 3D 看車功能，通過 3D 全息技術對車輛實現 1:1 精確仿真，搭配真人講車和 3D 動態效果，以及對汽車之家獨有數據和內容的呈現，為用戶提供了更生動、更炫酷的看車、選車新體驗。用戶在全息艙中可實現對多型號車輛的外觀、內飾、結構、三電系統以及智能駕駛功能、電池數據、用戶測評等的全方位了解，使消費者看車更高效。

該產品目前已覆蓋 90% 國產新能源車輛，並依託汽車之家新能源空間站項目在全國超 20 個城市落地。未來，汽車之家全息艙計劃完成對國產新能源車輛 100% 全覆蓋，同時繼續探索其技術創新應用場景，致力為用戶打造集汽車體驗、科普學習、互動娛樂為一體的「第三生活空間」。



## 線上技術創新成果

### 汽車之家特邀 AI 體驗官 - 宮玖羽項目

汽車之家 AI 數字人宮玖羽是汽車之家推出的能夠滿足汽車行業全棧式實時交互場景的 AIGC 內容生成智能化 SOP AI 虛擬人。該數字人由國內外先進的大語言模型雙模型併發，在滿足國內用戶文化理解的同時在數據處理和回復的準確度上與國際大模型齊平，並應用公司獨有的大數據智庫，實際表現已優於同類數字人對標項目。

該項目未來在線上線下場景均具有廣闊應用空間，實現汽車行業首個高時效的虛擬人內容產出。該虛擬人上線 1 年以來，已獲得全網曝光 4 億餘次，播放量 2 億餘次，全網粉絲 110 餘萬，互動量可達千萬；獲得「2022 中國超寫實虛擬人十強 -TOP5」、「2023 年中國虛擬人百強榜（全品類）-Top18」等多項獎項認可；並參與了 CCTV-2「818 晚會」主持、2023 上海國際車展等多項 IP 聯動。

## 線下形態革新成果

### 汽車之家能源空間站

汽車之家能源空間站是以用戶為核心的「一站式服務」供應商，為消費者帶來全新的新能源汽车消費體驗。

汽車之家能源空間站在線上線下均具有獨家優勢資源，為消費者提供高效服務。在線上，汽車之家 APP 站內開闢專屬頻道，與各城市汽車之家能源空間站對應聯動，對於活動進行宣傳和投送。在線下，能源空間站擁有業內獨有技術打造的「全息智駕艙」，可以深度解析產品性能優勢賣點，提供競品同屏對比。能源空間站還配備了試駕車隊和試駕教練，及時滿足用戶的試駕需求。

目前，汽車之家能源空間站已完成全國 20 個城市佈局，覆蓋一線城市、新一線城市、二線城市，並於 2023 年設置三四線地級城市試點，形成覆蓋東南西北的區域效應，在未來，將成為城市汽車市場新名片。



汽車之家能源空間站全國佈局



汽車之家空間站重慶站

# 04

## 清潔低碳， 綠色未來

汽車之家秉持綠色發展理念，積極應對氣候變化，堅持綠色營運，持續完善環境管理，將節能減排落實到日常。汽車之家對內不斷提升綠色營運可持續發展能力，對外不斷輸出低碳轉型可持續發展助力，以綠色低碳實踐為建設環境友好型社會貢獻力量。



# 應對氣候變化

氣候變化已成為全人類面對的共同挑戰，減緩氣候變化的行動刻不容緩。汽車之家支持全球氣候行動，參照氣候相關財務信息披露工作組 (TCFD) 和國際可持續準則理事會 (ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 2 號—氣候相關披露》的框架與建議，對氣候變化治理體系、風險與機遇的識別、管理和目標等方面進行披露。

## 治理

汽車之家將應對氣候變化作為一項重要議題，正在規劃由汽車之家管理層牽頭成立碳中和工作相關領導小組，支持公司營運的綠色轉型，促進公司業務為汽車產業碳中和作出更大貢獻。

## 戰略

汽車之家作為汽車乃至交通運輸行業綠色低碳轉型的「發動機」，持續發力於賦能價值鏈上下游，助力「雙碳」目標的實現。

### 節能提效

通過積極運用最新技術與內部管理效率提升，我們減少非可再生能源使用，力求提高現有能源使用的效率，在保持業務增長的同時降低能源消耗強度。

### 可再生能源

我們將持續關注綠電交易動態，力爭儘早實現營運過程 100% 綠色電力使用；與主要數據中心供應商共同推動數據中心用電綠色化。

### 碳抵消

鼓勵全員負碳增匯行為，助力地方鄉村振興和生態文明建設。多措並舉抵消企業經營過程中的碳排放，彰顯汽車之家的社會責任感，最終實現碳中和目標。

## 風險管理

汽車之家主動識別、適應氣候變化帶來的物理風險與轉型風險，對不同類型的潛在風險制定相應的預防措施與管理辦法，力求實現全面識別、科學評估、有效預防、有序管控。

## 氣候變化風險識別及應對

風險類型	風險描述	應對措施
實體風險	急性風險 洪水、高溫、颱風等極端天氣頻發，將導致供電、網絡故障，從而增加汽車之家安全穩定營運風險。	<ul style="list-style-type: none"> <li>密切關注氣象預報。</li> <li>建立極端天氣應急預案，制定異地備份數據解決方案，為營運服務器等建立容災機制。</li> </ul>
	慢性風險 全球氣候逐漸變暖和海平面上升將對汽車之家線下門店及所使用數據中心的設計和營運產生影響。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續關注氣候變暖趨勢報告。</li> <li>在選擇建立線下門店和租賃數據中心時將此類因素納入考慮。</li> </ul>
轉型風險	政策與法律風險 碳交易、碳稅、環保稅等政策逐漸落實，綠色低碳轉型勢在必行，對於汽車之家節能減排實踐提出了更高的要求。	<ul style="list-style-type: none"> <li>優化能源精細化管理，提升能源利用效率。</li> <li>優先選擇應用可再生能源和使用低能耗設備的數據中心。</li> </ul>
	監管機構對於企業申報的環境數據的準確性有更高要求，增加汽車之家環境信息統計壓力及合規風險。	<ul style="list-style-type: none"> <li>嚴格按照合規要求進行信息披露。</li> <li>使用數字化管理系統統計經營過程中的環境數據。</li> </ul>
	技術風險 政府對低碳事項的關注增加，汽車之家在生產營運中需為低碳投入更多成本。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續推進低碳節能技術改造。</li> <li>通過資源循環利用減少低碳投入成本。</li> <li>選擇更加節能環保的產品及供應商。</li> </ul>
	市場風險 市場對低碳節能公司及產品的偏好日益明顯，增加汽車之家低碳營運的壓力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>研判市場動向，及時調整業務佈局。</li> <li>通過技術、產品、服務賦能二手車市場發展，增加二手車、新能源二手車流轉率，提升資源利用效率。</li> <li>開設新能源汽車板塊及線上展廳，多渠道多元化地開展市場推廣，通過內容和服務與用戶及客戶共享可持續發展理念，幫助用戶做出新能源汽車選購決策。</li> </ul>
聲譽風險	應對氣候變化工作未達到利益相關方的預期，可能導致對汽車之家的商譽造成負面影響。	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強利益相關方溝通，充分了解其訴求。</li> <li>積極宣貫公司在綠色低碳方面的進展，如推廣新能源汽車、參與創新新能源技術、倡導公眾綠色出行等。</li> <li>圍繞《汽車之家碳足跡與碳中和行動報告》中的減排目標及行動計劃，落實有效的碳減排項目，並定期披露減排措施及成效。</li> </ul>

氣候變化為本公司帶來風險的同時也帶來了機遇。為此，我們不僅對上述氣候變化風險進行識別和響應，也高度關注氣候變化轉型機遇，並努力將這些機遇轉化融入到企業未來發展中。

### 氣候變化機遇

機遇	機遇描述
資源效率 提升能效機遇	隨著更低碳的技術不斷推出，汽車之家可利用新興技術優化自身營運過程中的能源消耗，提高生產營運過程中資源和能源效率，降低營運成本。
產品與服務 行業發展機遇	國家對新能源、循環經濟越來越關注和利好，與汽車之家的新能源汽車及二手車業務高度匹配，業務需求量將大幅提升，從而提高市場競爭力。

## 指標和目標

為響應國家「雙碳」目標和汽車產業的碳減排目標，汽車之家已承諾在 2030 年實現營運碳中和。2023 年，公司結合實際情況，明確應對氣候變化的行動，在節約能源、改善排放物管理方面採取相關措施以減少碳排放，並不斷審視實踐活動，適時調整。未來，我們進一步完善策略制定、風險管理、指標和目標識別與管理，攜手各界一起應對氣候變化，共同實現綠色發展。

### 汽車之家環境目標

目標類型	目標內容	2023 年進展
排放量目標	到 2030 年實現營運碳中和。	按此目標執行
能源使用效益目標	以 2021 年為基準，到 2026 年底，本公司將通過整合辦公區域集中能源管理、安裝節能燈、加大節電宣傳力度等途徑，將人均耗電量減少 3%；	按此目標執行
	到 2023 年，本公司 LED 節能燈採用率達到 100%；	已實現
用水效益目標	到 2026 年，本公司新能源車輛比率將提升至 50%，後續更換車輛優先採購混動及純電車輛。	按此目標執行
	到 2023 年，本公司自動感應水龍頭、節水型馬桶、自動感應沖水便池安裝率達到 100%。	已實現
減廢目標	自 2022 年起，本公司將由保潔人員協助員工分揀垃圾，並開展面向全體的垃圾類別科普，全面實施垃圾分類回收。	已實現

### 汽車之家溫室氣體排放量<sup>3</sup>

指標	單位	2023 年	2022 年
溫室氣體排放量 - 範圍一 <sup>4</sup>	噸二氧化碳當量	362.41	118.84
溫室氣體排放量 - 範圍一密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.01	/
製冷劑	噸二氧化碳當量	28.55	28.55
公車耗油	噸二氧化碳當量	333.86	69.22
溫室氣體排放量 - 範圍二 <sup>5</sup>	噸二氧化碳當量	1,337.58	1,413.74
溫室氣體排放量 - 範圍二密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.05	/
外購電力	噸二氧化碳當量	1,337.58	1,413.74
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	1,699.99	1,532.58
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.07	0.06
大氣污染物排放量	千克	96.83	8.65
氮氧化物	千克	94.57	8.20
二氧化硫	千克	2.26	0.45



<sup>3</sup> 溫室氣體排放量計算依據《其他工業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》，其中用電量參考生態環境部發佈的 2022 年度全國電網平均排放因數 0.5703tCO<sub>2</sub>/MWh 進行換算。

<sup>4</sup> 溫室氣體直接排放量（範圍一）：汽車之家所涉及溫室氣體直接排放主要為汽油燃燒帶來的二氧化碳直接排放。

<sup>5</sup> 溫室氣體間接排放量（範圍二）：主要包括外購電力帶來的二氧化碳間接排放。

# 綠色營運

汽車之家致力於打造綠色辦公場所，通過使用節能設備、優化管理的方式，培養員工綠色辦公的習慣，降低環境污染和資源能源浪費。

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《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》等法律法規，制定《職場環境 7S 管理規範》等制度，搭建環境管理制度保障，規範能源合理利用及廢棄物排放，為開展環保實踐提供指導框架。

## 資源使用及管理

汽車之家全面提升資源管理水平，對營運過程中使用的能源及水資源進行嚴格的控制。我們遵守《中華人民共和國節約能源法》的相關規定，在公司內部由行政部負責整體節能工作，加強辦公區域節能管理，全面降低資源消耗，提升員工的減排意識，以減少碳足跡和資源浪費。

我們消耗的資源主要包括公務車使用產生的汽油、日常辦公使用的電力及冬季供暖消耗的天然氣。

在租用數據中心時，我們充分考慮其能耗表現，目前使用的數據中心電源使用效率（PUE）年平均值在 1.3~1.4 之間，低於北京市平均水平。

2023 年，我們對公司照明燈具進行更換，確保 100% 使用 LED 燈具。

**⑧ 倡導無紙化辦公**

印表機預設採用雙面列印，留存內部印表機的列印記錄，以降低用紙損耗；

鼓勵員工優先使用電子郵件、內網及其他電子方式來傳達及發放信息；

鼓勵員工使用線上平台召開內外部會議；

使用電子章逐步替代實體印章。

**⑨ 優化車輛管理**

新購入車輛優先選擇油氣混動車輛。

**⑩ 提升能源利用率**

在辦公設備粘貼節能減排標識；

設定空調溫度限制，以踐行省電低碳；

在所有辦公場所使用 LED 節能燈照明；

要求人走後立即隨手關燈，在午休及下班後對未使用會議室及公共區域進行巡查關燈；

開展電梯改造提升承運效率。

**⑪ 減少水資源浪費**

禁止使用飲用水清洗杯具。

## 汽車之家能源及水資源使用量

指標	單位	2023 年	2022 年
直接能源消耗	兆瓦時	1,334.51	374.69
汽油使用量	兆瓦時	1,334.51	270.46
間接能源消耗	兆瓦時	2,345.40	1,985.87
外購電力	兆瓦時	2,345.40	1,985.87
綜合能耗 <sup>6</sup>	兆瓦時	3,679.90	2,360.56
每平方米辦公區樓面能源消耗	兆瓦時 / 平方米	0.15	0.09
耗水量	噸	15,940.0	14,749.5
每平方米辦公區樓面用水量	噸 / 平方米	0.64	0.57

## 廢棄物管理

本公司屬於低能耗、輕污染的以商務辦公為主的互聯網企業，不涉及工業廢水、廢氣、空氣污染物、廢棄物的排放以及製成品包裝材料的消耗。圍繞商務辦公場景下的環保管理和綠色營運實踐，我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等相關法律法規，規範自身的排放物管理，在營運過程中使用環保物料，制定並定期檢討減廢目標，努力減少營運環境足跡。

廢棄物	
廚餘垃圾	裝袋入桶，並貼有公司標籤，由物業定時清運。
廢舊禮品	交由有資質的第三方處理，並審驗處理結果。
硒鼓、墨盒、電子設備	使用專業供應商進行統一回收。

## 汽車之家廢棄物排放量

指標	單位	2023 年	2022 年
有害廢棄物	噸	0.015	0.04
人均有害廢棄物	千克 / 人	0.005	0.02
無害廢棄物	噸	103.08	106.08
人均無害廢棄物	噸 / 人	0.03	0.04

<sup>6</sup> 綜合能耗根據《綜合能耗計算通則 GBT 2589-2008》各種標準煤換算係數折算得出。



## 綠色辦公實踐

汽車之家積極倡導倡導督促綠色行動，開展垃圾分類等活動，以減少日常營運帶來的環境影響。2023年，汽車之家推行了一系列的節能措施，並在辦公區域設立節約用紙、用電的提示海報，旨在維持以往能耗水平的基礎上，引導員工樹立環保意識，進一步培養員工綠色低碳的生活習慣，提升節能減排成效。



我們開展了一系列趣味環保科普活動，培養員工的環境保護意識，幫助員工養成低碳環保習慣。



### 植樹騎行活動

2023年3月，汽車之家組織員工開展植樹騎行活動，共有百餘人參與其中，協作完成挖坑，種樹，回填，澆水等環節，現場種植海棠果樹83顆，用實際行動踐行「雙碳」。



騎行員工合影

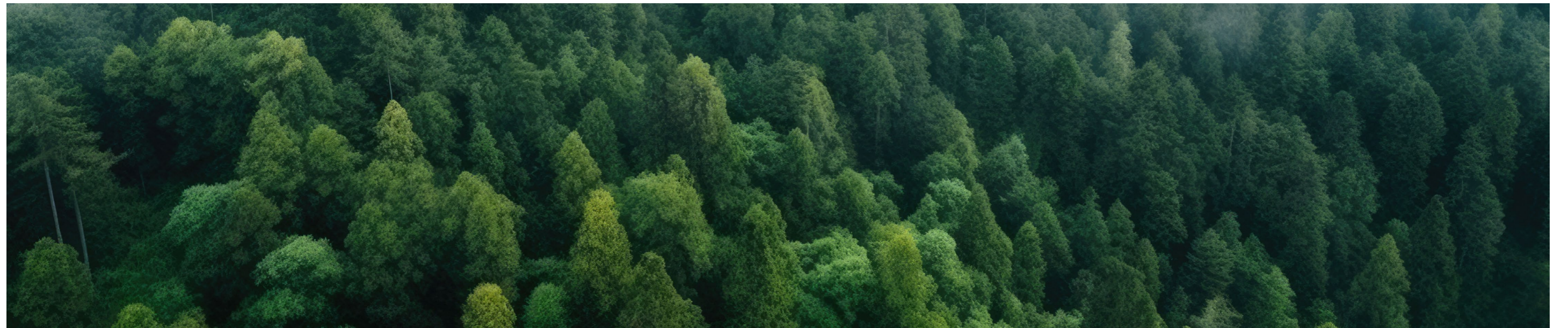


### 綠色行動家

2023年4月，汽車之家發起「綠色行動家」活動，在辦公區域5個樓層的水吧設立多個環保主題打卡點，分別為「環保知識科普」「環保袋DIY」「環保倡議宣讀」「舊物改造」「垃圾分類挑戰」，向員工科普環保知識，發起綠色倡議，號召低碳，將環保意識和行為帶入生活。



參加環保主題活動員工打卡合影



# 05

## 凝心聚力， 人才發展

汽車之家以人才為推動公司發展的核心動力，秉持廣納人才、多元共融的理念，確保員工的多元平等，為員工提供具有競爭力的薪酬和福利，創造包容和支持的工作環境，使個人價值得到充分尊重和發揮。同時，通過持續的培訓和職業發展計劃，支持員工職業成長，實現人才成長與公司發展共同進步。



# 平等僱傭

## 僱傭原則

汽車之家嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，制定了《汽車之家員工手冊 2023 版》等內部規章制度，進一步規範和細化了人力資源管理制度體系。公司堅決禁止任何形式的童工僱傭和強制勞工行為，並採取了具體的舉措以避免相關情況的發生。公司為人力資源部的員工提供了專業的培訓和教育，讓他們充分了解僱傭童工和強制勞工的危害及後果。在招聘過程中，我們嚴格審核候選人員的身份信息，對於違反錄用要求的人員堅決不予錄用，從源頭上避免僱傭童工和強制勞工的情況。2023 年，汽車之家未發生僱傭童工、強制勞工等違法事件。

同時，公司承諾在招聘、任用、薪酬福利、培訓、晉升、離職、退休各階段向所有員工提供平等機會，尊重員工文化的多樣性，努力營造一個包容多元的工作環境，絕不容忍任何基於人種、民族、宗教信仰、性別、年齡、健康狀況、國籍或其他受保護群體的歧視和騷擾，消除就業歧視，落實工作平權。

## 人才引進

為提升公司的人才招聘效率，公司建立了「之家人才庫」，累計儲備了人才簡歷百萬餘份。2023 年，我們通過不斷完善算法和底層數據建設，積極探索 AI 在招聘場景的深度應用，相繼上線了多種數智化功能，幫助公司實現人才與崗位的高效匹配。報告期內，公司從「之家人才庫」中激活了兩百餘份簡歷進入面試環節，最終有多人入職，有效提升了公司人才引進的效率和質量。

## 人權保障

汽車之家遵守國家相關法律，認同國際公認的人權原則，持續踐行人權保障。公司在《汽車之家員工手冊 2023 版》中明確承諾尊重並保障員工的人權和各項基本權利，尊重員工結社自由，對任何形式的歧視、騷擾等侵犯人權的行為秉持零容忍的態度，旨在為員工提供平等、自由的工作環境。

為此，公司建立了一套全面的流程來應對可能發生的人權風險。公司在每個部門配備了人力資源業務夥伴（HRBP），負責處理人權風險或相關的侵權事件。HRBP 在收到關於人權風險或侵犯人權情況的報告時，會迅速評估情況的性質和嚴重程度，並採取必要措施，提供緊急援助，避免侵害人權的事情繼續發生。之後，HRBP 會對事件立刻進行詳細調查，包括收集證據和與相關人員溝通，以全面了解並確認是否存在侵害人權的情況。

基於調查結果，HRBP 會與管理層和相關利益方討論制定解決方案，通常涵蓋糾正措施、培訓和公司政策調整。公司還會對事件進行跟蹤和評估，確保措施有效並預防類似問題再次發生，並對涉事人員採取必要的措施，以保障員工權益。



# 員工發展

## 員工培訓

汽車之家重視員工的發展，為員工提供豐富多樣的培訓機會和渠道，並鼓勵個人參加社會提供的各類提高個人綜合素質的培訓。公司以員工發展為出發點，打造了線上學宮平台、線下新員工 -F1 訓練營 /F1 青訓營、管培生 - 優 + 計劃、團隊長 -TOP 新銳訓練營、部門長 -TOP 精英訓練營和家有大咖、家有好課、學宮論壇 - 全員賦能項目等培訓品牌，為員工提供科學、豐富、系統的學習資源，滿足各個類型的員工不同程度的學習與發展需求。

### 汽車之家培訓計劃

#### 新人融入培訓



- 汽車之家聯動公司的管理層和業務層，為入職 6 個月內的全部新員工提供培訓，確保新員工能夠高效地融入公司，為其職業發展奠定堅實基礎。
- 為新人基礎性培訓，幫助新人快速了解公司環境、線上系統及工具使用等；培訓形式為線下集中培訓，培訓時間為 **0.5 小時**，培訓頻率為每週一次。
- 開展「新人訓」項目，幫助新人快速了解企業規章制度、理解並適應公司文化，認知行業及公司業務以及建立深度人際關係；培訓形式為線上 + 線下，線上共有 **7 門**課程，學習週期為 **3-4 週**；線下課程每月組織一次，為期半天。
- HRBP 及新人主管於新人入職當天進行詳細的部門及崗位介紹，入職 1 週內進行崗位職責及目標梳理，入職 **3 個月**內組織部門內和跨部門分享交流，入職 **6 個月**內進行轉正輔導及帶教。
- 開展新人專業力培訓，為新人提供包括業務流程、產品知識及業務技能等專業培訓。
- 2023 年，共計 **804 名**員工參加了新人培訓。

#### 「管培生」項目



- 由公司董事長親自帶隊負責的「管培生」項目旨在為公司培養年輕優秀人才，打造未來中堅力量。
- 2023 年，汽車之家的「管培生」項目進入了「快速培養期」。項目通過提高職業通用能力和崗位專業能力，助力 **14 名**「管培生」勝任崗位工作。採用體系化的學習內容和高效的學習方式（線上 + 線下），結合有效的實踐手段，實現了職業通用能力和專業能力的提升。

#### 線上學宮平台



- 汽車之家開發的學習管理平台，支持 PC 端和移動設備端 APP，旨在承載企業戰略，助力於大規模、高效地賦能人才，迅速應對業務挑戰並提升團隊能力。
- 學宮平台下設五大學堂：互聯網學堂、市場營銷學堂、管理學堂、商業產品學堂及技術學堂，涵蓋近 **30 個**課程類別。截至目前，平台已上線 **2,650 餘門**課程，累計進行 **300 餘次**直播，並創建了 **1,500 餘個**學習任務。



#### 線下 A<sup>3</sup> 大講堂



- 公司打造的具有前瞻性、戰略性和實用性的學習交流平臺。
- 通過外部專家引領員工共同探索面向未來的前沿科技與發展趨勢，幫助員工構建起立體化的知識體系。
- 截至目前共開展了 **18 期**嘉賓線下分享活動。每次分享均以直播形式覆蓋汽車之家全體員工，線上直播累計學習 **9,766 次**，每位學員平均觀看時長超 **4 小時**。

#### 團隊長 - TOP 新銳訓練營



- 針對團隊長層級學員，我們採用線上學習、沙盤體驗、案例教學、在崗實踐、反饋指導和畢業答辯等多種教學形式，說明學員明確目標要求、識別自身與目標之間的差距，構建系統化的管理框架，有效應對關鍵管理挑戰，並利用所學的方法論思考和解決部門面臨的具體課題。

#### 部門長 - TOP 精英訓練營



- 「TOP 精英訓練營」的目的是為了更好地說明公司的中層和高層管理人員建設公司文化、促進協同發展、拓寬行業視野。
- 此項培訓包含三個核心內容：管理層共識建立、開展團建活動增加團隊凝聚力以及學習管理技巧，提升學員的戰略思維和領導能力。

#### 家有大咖 - 全員賦能項目



- 「家有大咖」是公司面向全體的賦能項目，通過搭建分享平台，讓各專業領域的專家分享專業知識及項目經驗。
- 「家有大咖」每月開展 **1~2 期**，分享時長約 **1 小時**。分享嘉賓以部門長為主，線下學員自主報名參與，並通過之家學宮進行線上直播。

### 家有大咖 - 全員賦能項目

2023年「家有大咖」的分享內容在技術領域的基礎上拓展到了產品、銷售、營運、項目管理等領域，聯動金標獎，邀請優秀團隊分享，促進好項目、好經驗在公司流動。報告期內，共組織了9場分享會，共計2,300餘人參加，豐富了員工的專業知識，增強了團隊協作精神，並為公司整體的創新能力和業務發展注入了活力。

報告期內

共組織了分享會

9場

共計參加人次

2,300餘人



2023年家有大咖活動

### 團隊長 -TOP 新銳訓練營

在2023年，汽車之家針對33位新任團隊長開展了為期3個月的綜合培訓，重點圍繞「想事、做事、帶隊伍」核心框架。培訓內容覆蓋了角色認知深化、管理技能培養和問題解決策略等關鍵領域，並輔以超過10門的精選線上課程，全面提升了新晉團隊長的領導和管理能力。

在2023年

培訓新任團隊長

33位

培訓時長達

3個月



2023年TOP新銳訓練營

培訓線上課程

10門

### 部門長 -TOP 精英訓練營

2023年，公司所有中、高層管理人員，參加了為期2天1夜的「TOP精英訓練營」，並按照計劃完成了所有培訓課程。TOP精英訓練營為公司的中、高級管理人員提供了學習機會，加強了公司管理團隊的內部凝聚力和領導能力，有助於促進公司文化氛圍培養和業務目標的達成。



2023年TOP精英訓練營

## 員工激勵

2023年，公司參與股權激勵計劃的員工佔員工總數的

25.57%

汽車之家在不斷充實和維護優質人才隊伍的過程中，構建了公平公正且有市場競爭力的薪酬福利體系和激勵機制。我們於《汽車之家員工手冊2023版》中進一步完善和細化了員工薪酬體系及日常薪酬管理制度。

為了客觀公正的評定員工的績效，公司實施了健全的績效管理機制。通過綜合考核員工的績效目標和工作要求，客觀地反映員工的績效表現。績效考核的週期分為季度、半年度和年度，符合績效要求的員工將獲得績效獎金。同時，為確保評估的透明度，公司建立了完善的績效申訴機制，允許員工對考核結果提出申訴和反饋。

同時，我們將合規管理和風險管理納入了績效考核範疇內。當員工出現違反合規管理規定及風險管理規定的行為時，公司會根據違規情況降低員工的績效評級、減少或取消員工的績效獎金。對於性質惡劣並為公司帶來重大損失、對公司品牌聲譽產生嚴重損害的違規行為，除了上述措施外，還會依據《汽車之家員工手冊2023版》中的相關規定採取其他紀律措施。

此外，公司建立了股權激勵機制並制定了《汽車之家長期激勵管理手冊》，對表現優秀的骨幹員工給予股權薪酬類的激勵和認可。2023年，公司參與股權激勵計劃的員工佔員工總數的25.57%，處於領先水平。

## 員工晉升

2023年獲得晉升的員工

369名

為了維持公司活力並促進人才流動性，我們制定了完善的晉升制度和內部調崗機制。在公平競爭的基礎上，為表現優秀的員工提供晉升機遇。

公司設立了「專業序列」與「管理序列」兩條職業發展路徑。專業序列專注於深化員工的專業技能和知識，而管理序列則專注於提升管理和領導力。員工可以根據自己的職業興趣、職業發展規劃和自身能力，選擇最合適自己的職業發展路徑。同時，公司為所有新晉升的管理者提供了不同層級的領導力培訓計劃，幫助他們提升管理能力，快速融入新角色。2023年，公司共有369名員工獲得晉升。

此外，員工在與直屬上級進行溝通並獲得其同意之後，有資格申請公司新開設的空缺職位或進行內部崗位的調整，實現職業生涯的多元發展。



# 員工關愛

## 非薪酬福利

2023年汽車之家全職員工五險一金覆蓋率為

100%

汽車之家為員工提供了薪酬以外的多種福利，關注員工的身心健康。在為全體員工足額繳納各項社會保險的基礎上，為全體員工和公司的實習生提供了額外的商業保險。2023年汽車之家全職員工五險一金覆蓋率為100%。

我們充分保障每位員工的休假權利，除國家法定假日和年假外，還額外為員工提供了福利年休假、帶薪病假、春節福利假、獨生子女護理假等各類福利假期，確保員工能享有足夠的休息時間，保障員工的工作與生活平衡。此外，我們為員工提供彈性工作制度，實行9:00至10:00的靈活上班時間和18:00至19:00的靈活下班時間。同時，考慮到不同崗位的特殊需求，公司提供個性化的彈性工作和遠程辦公方案，並向員工提供必要的技術支持和工作工具，在保證工作效率的基礎上合理適應員工實際需求，有效提升了員工滿意度。

### 安家計劃

公司為減輕員工購房首付壓力並留住優秀人才，推出了安家計劃。該計劃為入職滿一年、達到特定職級且績效表現出色的員工提供銀行貸款利息補貼。截至目前，已有57名員工受益於此項支持。公司將持續關注員工的購房需求，根據實施效果及時調整和優化政策，以更好地滿足員工不同需求。

### 愛心互助基金

2023年汽車之家愛心互助基金在公司內部得到了廣泛的認可和支持，已吸納會員4,000餘名，其中在職員工中有1,711名，佔所有員工總數的51%（含天天拍車）。自愛心互助基金成立以來，已募捐500餘萬元善款，這些善款已經幫助12名會員家庭走出困境。

自成立以來募捐善款

500餘萬元

幫助會員家庭

12名

## 關懷活動

為了鼓勵員工保持健康的生活方式，我們提供外部健身房福利，並在公司內部設有健身房。此外，我們還組織了多種員工活動社團，如公司內部設有足球俱樂部、籃球俱樂部和羽毛球俱樂部，這三個俱樂部會組織開展日常活動和舉辦年度賽事。我們還提供了社團活動基金，以促進員工之間的交流和團隊協作。

### 中國網絡媒體杯足球精英賽

2023年，足球俱樂部組建的汽車之家足球隊代表公司參加了「中國網絡媒體杯足球精英賽」，經過激烈的角逐，汽車之家足球隊表現出色，晉級八強。



中國網絡媒體杯足球精英賽



為確保員工在繁忙工作之餘得到適當的放鬆與休息，我們提供了一系列豐富多彩的文娛活動。汽車之家舉辦了各種節日慶祝活動，如女神節、家庭開放日、產研節以及公司週年慶典等。這些活動不僅增添了員工生活的色彩，也營造了和諧、愉悅、充滿活力的企業文化環境。

### 女神節活動

每年3月8日，我們特別為女性員工舉辦女神節慶祝活動，不僅提供半天帶薪假期，還通過豐富的線上和線下活動，為女性員工營造獨特的關懷體驗，表達對她們貢獻的認可和尊重。



2023 年女神節活動

汽車之家對女性員工提供了全面的關懷和支持。我們為女性員工提供包括產假、育兒假、生育保險在內的全面生育保障，並設有安全舒適的母嬰室，致力於解決職場媽媽們的後顧之憂。

### 設立母嬰室

公司專為女員工設立母嬰室，旨在為女員工提供一個安全、舒適和私密的環境，以便她們安心地哺乳，不必擔心被打擾或暴露私隱。公司母嬰室設置在每個辦公樓層，以便女員工可以隨時方便地使用；公司母嬰室配備舒適的座椅、儲物櫃等設施，以確保員工在使用過程中的舒適度；同時配備專業消毒櫃，符合相關的衛生和安全標準，以確保使用過程中的安全。



汽車之家母嬰室

## 員工溝通

汽車之家重視與員工的溝通和交流，建立了多渠道、多層次的溝通機制，確保信息流通順暢，決策高效落地。

### 汽車之家員工溝通舉措

#### 董事長 溝通在線平台

為了加強自下而上的溝通，公司設立了可以向董事長直接溝通，反饋意見和建議的在线平台。該平台自建立以來，共收集了117條員工反饋，我們採納其中多項建議，並針對這些反饋制定了具體的解決方案和措施，確保員工的聲音得到實質性的回應和行動。

#### 董事長 開放日

我們在每個月底都會舉行董事長開放日活動，讓員工有機會走進董事長辦公室，和董事長面對面的溝通交流，到目前為止，已有幾十位基層員工通過這一活動向董事長直接表達了自己的想法和觀點。

#### 管培生 座談活動

對於管培生，我們安排了專門的董事長座談會，讓董事長能與管培生進行深入交流，從而充分理解並回應他們的想法並制定發展目標。我們邀請公司的中級和高級管理層深度參與管培生培養項目，每月組織一次部中高管與管培生的學習座談活動，就個人發展等相關經驗進行交流與分享，幫助管培生快速成長。

#### 部門長 溝通分享會

我們還舉辦了部門長分享會，讓十餘位不同部門的領導與員工進行知識和經驗的分享，促進了跨部門的理解與合作。

#### 員工參與 管理經營會

為了更好地理解一線員工的實際情況，我們在一些重要的管理層經營會議中邀請了相關骨幹人員參與，使他們能夠直接表達自己的意見和見解。

通過這些舉措，我們不僅增強了內部溝通的效率，還提升了員工的參與感和歸屬感，為團隊協作創造了良好的氛圍。

# 職業健康與安全

汽車之家遵守《中華人民共和國勞動法》及有關職業健康安全的法律法規, 並建立了全面的員工健康與安全管理體系, 保障員工的職業健康與安全。報告期內, 因工死亡人數為 0 人, 因工傷損失工作日數 72 天。

## 職業病防治與健康管理

為降低職業病風險, 公司採取了包括加強工作場所通風、除塵、降噪等措施, 並為員工提供年度體檢服務。我們確保每位員工都接受定期的健康檢查, 2023 年, 汽車之家員工體檢覆蓋率為 100%。

此外, 我們為試車員等特殊一線員工購買了更高級別的商业保險, 包括意外傷害險、補充醫療保險等, 以最大程度降低他們在工作中可能遇到的安全風險。

### 體檢前健康諮詢

- 在 2023 年度的全體體檢開展之前, 公司邀請專業醫生和健康專家, 講解健康飲食和運動知識, 協助員工選擇合適的體檢套餐。
- 我們聯合北大醫療集團為北京員工舉辦了健康問診活動, 邀請了北大國際醫院近 60 名醫護人員參與, 覆蓋 13 個科室為員工提供專業、全面的健康指導。此次活動共有約 600 名員工參與, 接受了從常見疾病預防到各類疾病管理、健康飲食及心理健康的一站式健康諮詢服務。

參與醫護人員近

60 名

覆蓋科室

13 個



2023 年體檢前福利宣傳海報



2023 年健康諮詢活動現場

## 辦公場所安全

汽車之家高度重視辦公場所的消防安全, 嚴格遵循《中華人民共和國消防法》, 並已建立起日常的消防安全管理體系。我們每日對辦公區域的消防設施進行自檢, 並通過小程序每日上報檢查結果。為增強員工的安全意識和應急響應能力, 公司定期舉辦安全知識培訓和消防演習, 通過實際操作和模擬演練, 不斷提高員工在火災等緊急情況下的自救和風險應對能力。

### 消防培訓和消防演習

2023 年 10 月 26 日, 汽車之家邀請了北京市公安消防總隊前防火部指導處副處長來訪, 為員工舉辦了一場消防培訓講座。此次講座吸引了 145 名員工參加, 內容涵蓋了消防理論知識、消防技能、火災預防、消除火災隱患、組織初期火災撲救以及應急逃生自救等內容。

2023 年 10 月 31 日, 汽車之家聯合電子大廈開展了一場消防演習活動, 共有 37 名員工參與。此次演習內容豐富, 包括火災時逃生疏散演練、火災救援過程展示、滅火器實操體驗以及搭建逃生帳篷、使用逃生面罩、濕毛巾等物品輔助進行安全撤離等。

我們通過消防培訓和演習豐富了員工們的消防安全知識、提高了消防安全意識並加強了員工在面對火災時的實際應急能力。

講座吸引員工

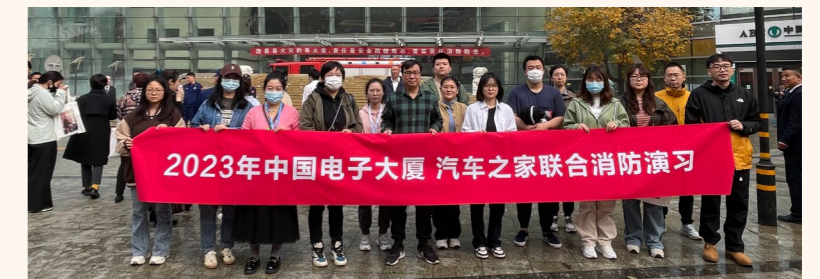
145 名

2023 年 10 月 31 日, 汽車之家聯合電子大廈開展了一場消防演習活動, 參與員工

37 名



2023 年消防知識培訓現場



2023 年消防演習現場





## 賦能行業發展

汽車之家積極參與產業研討、行業共創, 致力於推動行業協同發展, 通過產學研合作、聯盟組織論壇、行業標準編制等多種方式, 共享產業發展經驗與思路, 從而賦能行業可持續升級。2023年, 汽車之家與多家互聯網公司達成戰略合作, 並與價值鏈上下游協作編制行業文件, 以自身力量助力行業可持續發展。

### 汽車之家受邀出席 2023 中國汽車論壇

2023年7月5日至7日, 汽車之家作為三家官方合作夥伴之一以及媒體戰略合作夥伴全程參與由中國汽車工業協會主辦的2023中國汽車論壇。本屆論壇以「新時代、新使命、新動能 助力建設現代化產業體系」為主題, 匯聚汽車行業監管部門、企業、研究機構等各類代表。汽車之家多位主要領導出席分論壇並做演講, 與各位政府部門領導、業內專家和企業家, 就如何建設汽車產業現代化體系的問題展開深度探討, 分析汽車產業新週期特徵, 探討利用建設現代化產業體系幫助行業穿越週期的方法, 推動產業實現新時期的轉型升級。



2023 汽車論壇參與人員合影

### 汽車之家建言全聯車商新 能源汽車轉型發展研討會

2023年4月14日下午, 汽車之家作為副會長單位及本次研討會的獨家支持單位全程參與由中華全國工商業聯合會汽車經銷商商會主辦的「新能源汽車轉型發展研討會」, 與行業優秀從業者共贏新生態, 共享新格局, 探討車企和經銷商如何抓機遇、適變革、健康持續發展。

### 汽車之家出任中國汽車工業協會標準法規工 作委員會汽車行業 ESG 及社會責任專委會

2023年5月18日, 中國汽車工業協會標準法規工作委員會汽車行業 ESG 及社會責任專委會(以下簡稱「專委會」)成立大會在北京召開。汽車之家作為唯一媒體單位出任專委會成員並就標準制定提出建議並參與對話交流。專委會旨在充分發揮聯繫政府、服務行業的橋梁和紐帶作用, 持續展開行業 ESG 指引與團體標準研究, 探索搭建 ESG 國際交流平台, 增強企業 ESG 意識、管理水平和工作能力, 促進汽車企業更好融入國際可持續發展體系。汽車之家與中汽協等相關部門協同, 發揮媒體屬性, 持續打造 ESG 體系影響力。

### 加入《打擊利用惡意投訴非法牟利自律公約》

為促進電信和互聯網行業規範有序發展, 保障企業和用戶合法權益, 打擊利用惡意投訴牟取不當利益的違法違規行為, 在工業和信息化部信息通信管理局的指導下, 中國互聯網協會廣泛徵求了會員單位的建議, 精心制定了《打擊利用惡意投訴非法牟利自律公約》(簡稱《公約》)。這一舉措獲得了熱烈反響, 2023年6月19日, 包括汽車之家在內的39家會員單位率先聯合倡議並支持《公約》的實施, 共同成為首批發起單位。公約的簽署有助於進一步凝聚行業共識, 堅決抵制利用互聯網平台發佈垃圾短信等模板化惡意投訴視頻教程違規內容, 共同打擊利用惡意投訴牟取不當利益的違法違規行為, 促進電信和互聯網行業規範有序發展, 切實保護企業和用戶合法權益。

### 響應協會號召, 汽車之家參與發佈《加強互聯網企業廉潔文化建設倡議》

為深入貫徹《關於加強新時代廉潔文化建設的意見》《中共中央國務院關於促進民營經濟發展壯大的意見》等文件精神, 推進新時代互聯網企業廉潔文化建設, 切實增強互聯網企業廉潔自律意識, 培育清正廉潔的價值理念, 營造風清氣正的從業氛圍和行業生態, 中國互聯網協會研究並起草了《加強互聯網企業廉潔文化建設倡議》(以下簡稱《倡議》)。汽車之家、阿里、騰訊、抖音等響應企業協同中國互聯網協會共同發起此倡議, 共同營造風清氣正、健康向上的互聯網產業生態。

### 召開汽車之家生態戰略合作夥伴大會

2023年, 汽車之家召開首屆生態戰略合作夥伴大會, 華為、快手、百度、支付寶、高德地圖、榮耀手機、中國電信、58汽車、NBA中國、微軟、首鋼體育、英雄互娛等30多家公司的合作夥伴出席, 共同探討互聯網生態下的創新合作, 描繪未來汽車生態新藍圖。



汽車之家生態戰略合作夥伴大會合影

隨著全球對氣候問題的關注度不斷提高，新能源、智能化、網聯化成為汽車行業未來發展的重要趨勢。汽車之家作為全球領先的汽車互聯網平台，致力於打造全球最大的汽車智能生態體系，覆蓋汽車生命週期的每個階段，為用戶提供優質的汽車消費和汽車生活服務，以科技驅動持續降低汽車行業決策和交易成本。我們依託自身的技術優勢，結合平安集團 2B 和 2C 的雙生態，一方面，賦能汽車產業零碳轉型，引導汽車生態合作夥伴全方位踐行綠色低碳發展理念；另一方面，充分發揮內容生態、數字化產品和智能平台的優勢能力，積極倡導消費者綠色行為、助力經銷商線上營銷和數字化經營、支持新能源及二手車市場發展。

**促進新能源汽車行業發展：**從多角度助力新能源汽車開拓市場，為新能源汽車提供專屬宣傳渠道及優先傾向，提升公眾對新能源汽車的認知，促進新能源汽車交易增長。

**設立新能源內容專區**

汽車之家適應新能源市場發展趨勢，單獨增設新能源內容頻道，並且從單一圖文內容擴容短視頻及中長視頻內容，及時發佈新能源市場前沿資訊，根據新能源用戶車型瀏覽偏好，推送定制性專項內容及新能源促銷政策，有效促進用戶看選車體驗及購車決策。

**新能源內容優先審核**

新能源、環保等主題相關的內容及廣告在進行明確標註後，將享有優先審核的待遇。這不僅反映了我們對環保和可持續發展價值觀的支持，也是我們積極促進社會責任和正面信息傳播的一部分。

**探索新能源銷售新渠道**

獨家打造的汽車之家 818 汽車晚會收穫行業及用戶多重好評，2023 年汽車之家 818 汽車晚會視頻直播觀看量達 1.5 億，微博熱搜 183 個，全媒體曝光量超過 145 億，全站活躍用戶數突破 8.4 億；汽車之家不止於國內發展，更是積極參與德國慕尼黑國際車展報導，為推動中國新能源汽車出海發展獻智獻策。

**提供新能源專項補貼**

汽車之家電商匯平台為合作新能源品牌用戶提供超過 1000 萬交強險現金補貼，並在 818 汽車主題晚會及 618、「雙 11」等傳統電商銷售旺季期間，聯合新能源品牌車企推出新能源購車專項補貼活動，為新能源購車用戶提供鉅惠購車福利。

**促進二手車交易市場發展：**對二手車業務數字化工具進行全面升級，推出包括一站式服務和職能解析工具在內的多項功能，提升二手車交易透明度，降低二手車交易成本，有效提升交易效率和體量。

**一站式查車況**

面對二手車交易中的信息不對稱和車況評估難題，汽車之家對接國內領先的新能源汽車全生命週期數據庫，以真實數據為基準，評析車輛電池損耗、充電電情況和異常報警故障等，報告查得率超過 80%；整合國內多家維修保養數據，做到車輛歷史維修保養明細全記錄，突出展示車況異常，維保報告查得率 85%，在使用過程中，用戶上傳一張行駛證，即可在 1 分鐘內查詢報告，從而幫助用戶有效規避風險。

**一站式查車價**

針對在二手車交易中常見的價格不統一和波動問題，汽車之家推出一站式查車價產品，整合新車成交價、二手車成交價和二手車網銷價格等多種價格資源，通過 AI 定價模型，結合市場與維保碰撞情況，提供車況定價，實現實時查詢新車、二手車價格，及平均網銷價走勢、銷售週期與銷量趨勢等信息，增強了定價的透明度和準確性，為二手車經銷商減少潛在虧損。

**三合一模式**

將天天拍車、之家二手車、之家零售整合其中，為消費者提供看、選、買、換的「All in One」一站式服務。

**制定二手車交易保障機制**

汽車之家與全國百餘家精選優質二手車經銷商合作，確保車輛源頭的質量，並制定了嚴格的 10 大合作準入規則，如需具備正規經營場所和營業執照，不得上傳事故車、火燒車、水泡車，以及行駛里程必須低於嚴選標準等。我們對所有上架車輛進行全面檢測，保證車輛質量良好，為用戶提供無憂的購車體驗。為進一步增強用戶的信心，汽車之家攜手平安銀行，提供資金監管賬戶服務。用戶的付款首先進入監管賬戶，直至用戶順利提車並完成過戶手續後，資金才會轉移至車商賬戶，有效保障了用戶的資金安全，提升了二手車市場的交易信任度。



## 經銷商賦能

2023 年，汽車之家從數字化逐步向智能化和生態化升級，通過先進數據和技術，持續賦能經銷商核心經營全環節。

### 意向收集類

通過數字化能力將線下場景進行線上數字化孿生，經銷商通過智能展廳和智效店鋪產品，提供線上展廳、線上顧問和線上車輛等數字化服務，多維觸客，提升流量到線索的轉化效率；強沉浸式體驗和交互溝通，提前了解客戶需求；VR 帶看功能可以支持用戶和銷售顧問的雙屏互動，提升顧問與客戶的有效溝通，通過用戶標籤的添加讓顧問在接待中更快速地了解用戶的購車訴求和意向。

### 用戶營運類

為經銷商客戶提供了一系列的用戶營運工具，其中包括企信通、雲智選、車主駕到等，目標群體包括新車潛客、售後保客及增換購客戶。

企信通可以統一全網主流營銷渠道，實時連接客戶，提升溝通效率；其聚合能力可以將垂媒、私域和泛媒渠道進行整合，通過全流程的數據分析，以集中式營運、分散式營運、混合式營運進行智能靈活分發。

### 智慧工具類

提供了一系列智慧轉化工具，包括智慧網銷、智慧助手、智慧外呼等產品，使這些數字化產品成為經銷商顧問的業務幫手，可以做到防故障、防投訴、防異常，其平台能力擴展上可以做到品牌隔離、數據中心化、合規保障和業務模式擴展，業務表現上可以使接通率提高 27%。

### 經營管理類

汽車之家結合自身數據積累與數據模型能力提供了司南、智慧質檢等產品，並在營運模式上提出了服務一致性模式，在新車方面以宏觀市場洞察、本品市場機會、新車量價洞察等能力幫助經銷商洞悉投資 / 轉型 / 拓網機會，賦能新車銷售和網銷能力提升；售後方面通過新客商機獲取和售後指標洞察來提升新客拓展能力和保客維繫能力；二手車方面以本地商機洞察和網銷線索洞察，使經銷商在二手車交易環節能更了解市場需求。

# 公益與慈善

汽車之家十分重視社會價值的實現，持續關注社會公益事業，攜手各界開展公益活動，用實際行動踐行企業的社會公民義務，積極回報社會。

## 科普公益

汽車之家將公益戰略與公司的戰略緊密結合，充分利用自身在汽車資訊平台連接輸入方面的優勢，積極開展汽車相關的科普公益活動。我們關注兒童成長、安全出行等多個領域，開展多項公益服務，以期培養青少年對汽車科學與技術的興趣，幫助公眾更加了解汽車工業文明發展，引導公眾養成安全的出行習慣，為共創美好生活貢獻企業力量。



### 青少年汽車無限創意徵集活動

「2023 第三屆青少年汽車無限創意徵集活動」是由中國科學技術協會指導，世界新能源汽車大會組委會和中國汽車工程學會共同主辦、汽車之家協辦的大型公益活動。在全國科普日期間，「青少年汽車無限創意徵集活動科普校園行」活動走進了長沙市望城區金瀟小學和長沙瀏陽市洲田完小兩所學校，以沉浸式的繪畫體驗、炫酷的汽車文化展示和生動有趣的汽車知識講解，激發青少年對汽車行業和未來出行的濃烈興趣。



來自全球的獲獎青少年代表合影



### 汽車之家賽車隊 601 號賽車入駐北京汽車博物館 汽車之家暑期汽車知識小課堂開班

受北京汽車博物館邀請，汽車之家賽車隊 CEC（中國汽車耐力錦標賽）601 號賽車作為館藏展品入駐四層賽車館，並和館方聯合舉辦了以賽車文化沙龍形式的「汽車大咖說」暑期系列活動，讓剛放暑假的小朋友可以零距離接觸真實的賽車，了解賽車的組成和所需的裝備，進一步體會賽車運動背後的精神和意義。



汽車之家知識講解現場

## 慈善捐贈

汽車之家號召員工積極參與慈善事業，為解決社會需求貢獻自身力量。我們與其他社會力量合作，積極參加線下活動，深入挖掘汽車之家的潛在貢獻價值。2023 年，汽車之家員工參與公益項目 66 人次，投入時間達 864 小時，公益慈善捐贈總額達 208.1 萬元。



### 汽車之家黨建引領交通安全科普公益——「文明交通 你我同行」主題活動

2023 年「全國交通安全日」期間，中國青年報·中青在線、中國道路交通安全協會、中國汽車工業協會、汽車之家等多家單位共同主辦「文明交通 你我同行」主題特別直播活動，通過「校園小課堂」「社會實踐大課堂」「圓桌對話」等方式引導公眾提高交通安全責任意識。活動還走進黑龍江海林市三道河子平安希望小學（簡稱「平安希望小學」），各方愛心志願者代錶、專業講師、當地交警為同學們帶來了豐富多樣的公益環節，其場地兼顧室內和室外，內容兼顧嚴肅與活潑，形式兼顧互動和講授，通過物資捐贈和豐富多彩的活動課程，為平安希望小學的孩子們送去之家人的責任、溫暖和關愛。



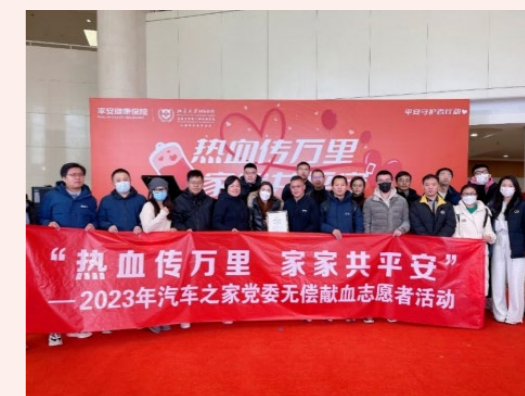
道路交通安全科普公益課堂現場

經充分了解學校需求後，汽車之家向黑龍江海林市三道河子平安希望小學捐贈了學生桌椅 220 套、打印機數台、U 盤數個、保溫杯 50 個、學習筆記本 50 個、無人機 1 架、音響 1 台等。



### 家家共平安——汽車之家無償獻血志願者活動

2023 年 12 月 5 日，汽車之家主要領導帶領之家小夥伴「走出去」，前往北大國際醫院參加「熱血傳萬里 家家共平安」無償獻血志願者活動，進一步將黨建共建活動深度聯結。此次無償獻血志願者活動吸引了眾多之家員工關注，很多員工得知公司組織無償獻血活動，就毫不猶豫的報名參加，貢獻出自己的一份力量。活動現場，汽車之家獲頒「生命聯盟」企業榮譽證書。



獻血志願者活動現場

# 附錄

## ESG 績效指引表

### 環境績效表

績效名稱	單位	2023 年	
溫室氣體排放	溫室氣體排放量 - 範圍一	噸二氧化碳當量	362.41
	溫室氣體排放量 - 範圍一密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.01
	製冷劑	噸二氧化碳當量	28.55
	公車耗油	噸二氧化碳當量	333.86
	溫室氣體排放量 - 範圍二	噸二氧化碳當量	1,337.58
	溫室氣體排放量 - 範圍二密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.05
	外購電力	噸二氧化碳當量	1,337.58
	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	1,699.99
	溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量 / 平方米	0.07
廢氣排放	大氣污染物排放量	千克	96.83
	氮氧化物	千克	94.57
	二氧化硫	千克	2.26
能源使用	直接能源消耗	兆瓦時	1,334.51
	汽油使用量	兆瓦時	1,334.51
	間接能源消耗	兆瓦時	2,345.40
	外購電力	兆瓦時	2,345.40
	綜合能耗 <sup>7</sup>	兆瓦時	3,679.90
	每平方米辦公區樓面能源消耗	兆瓦時 / 平方米	0.15
水資源使用	耗水量	噸	15,940.0
	每平方米辦公區樓面用水量	噸 / 平方米	0.64
廢棄物	有害廢棄物	噸	0.015
	人均有害廢棄物	千克 / 人	0.005
	無害廢棄物	噸	103.08
	人均無害廢棄物	噸 / 人	0.03

<sup>7</sup> 綜合能耗根據《綜合能耗計算通則 GBT 2589-2008》各種標準煤換算係數折算得出。

### 社會績效表

績效名稱	單位	2023 年	
知識產權	專利提案	件	386
	新提交受理專利	件	160
	新提交受理發明專利	件	133
	新提交受理外觀專利	件	27
	新取得授權專利	件	79
	新取得授權發明專利	件	73
	新取得授權外觀專利	件	6
	商標申請量	件	273
	商標註冊證書	件	81
	軟件著作權提交量	件	258
	軟件著作權出證量	件	153
	軟件著作權審核量	件	105
供應商	供應商總數	家	12,241
	中國大陸供應商數量	家	11,861
	港澳台地區供應商數量	家	28
	海外地區供應商數量	家	352
私隱保護培訓 <sup>8</sup>	管理層人均私隱保護意識培訓小時數	小時	1.5
	員工人均私隱保護意識培訓小時數	小時	1.5
	管理層私隱保護意識培訓人數	人	721
	員工私隱保護意識培訓人數	人	2,545
	管理層私隱保護意識培訓佔比	%	100
	員工私隱保護意識培訓佔比	%	100
用戶服務	接獲的投訴批次	個	35,149
	投訴應答率	%	100
	人工服務滿意度	%	95

<sup>8</sup> 所有員工私隱保護培訓相關數據統計均不包含天天拍車。

績效名稱	單位	2023 年
員工總人數	人	5,511
員工總人數 (不包含天天拍車)	人	3,322
男性員工人數	人	3,525
女性員工人數	人	1,986
男性員工人數 (不包含天天拍車)	人	2,037
女性員工人數 (不包含天天拍車)	人	1,285
30 歲及以下員工人數	人	1,876
31 歲 -50 歲員工人數	人	3,611
51 歲及以上員工人數	人	24
30 歲及以下員工人數 (不包含天天拍車)	人	844
31 歲 -50 歲員工人數 (不包含天天拍車)	人	2,463
51 歲及以上員工人數 (不包含天天拍車)	人	15
中國大陸員工人數	人	5,506
港澳地區員工人數	人	5
海外地區員工人數	人	0
中國大陸員工人數 (不包含天天拍車)	人	3,317
港澳地區員工人數 (不包含天天拍車)	人	5
海外地區員工人數 (不包含天天拍車)	人	0
高層管理人員數量	人	86
中層管理人員數量	人	877
基層員工數量	人	4,548
高層管理人員數量 (不包含天天拍車)	人	56
中層管理人員數量 (不包含天天拍車)	人	721
基層員工數量 (不包含天天拍車)	人	2,545
員工總流失率	%	10.69
男性員工流失率	%	10.90
女性員工流失率	%	10.35
30 歲及以下員工流失率	%	20.02
31-50 歲員工流失率	%	7.39
51 歲及以上員工流失率	%	26.67
中國大陸地區員工流失率	%	10.67
港澳地區員工流失率	%	20.00
海外地區員工流失率	%	/

<sup>9</sup> 所有員工流失率相關數據統計均不包含天天拍車。

績效名稱	單位	2023 年
受訓員工總數	人	3,322
男性員工受訓比率	%	100
女性員工受訓比率	%	100
高層管理層員工受訓比率	%	100
中層管理層員工受訓比率	%	100
基層員工受訓比率	%	100
員工培訓 <sup>10</sup>		
培訓總時長	小時	103,648.91
人均受訓時長	小時	31.20
男性員工受訓平均時數	小時	29.58
女性員工平均受訓時數	小時	33.77
高層管理層受訓平均時數	小時	15.02
中層管理層受訓平均時數	小時	17.67
基層員工受訓平均時數	小時	35.39
職業健康安全		
因工亡故總人數	人	0
因工亡故比率	%	0
因工傷損失工作日數	天	72
公益慈善		
公益慈善捐贈總額	萬元	208.1
員工參與公益項目	人次	66
員工公益慈善投入時間	小時	864

<sup>10</sup> 所有員工培訓相關數據統計均不包含天天拍車。

## HKEX ESG 指標索引

ESG KPI	指引要求	報告章節 / 聲明
A. 環境		
A1: 排放物	一般披露 有關廢物及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、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。	P62
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	P63
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）。	P63
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）。	P63
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）。	P63
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。	P60
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。	P60、63
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。	P62
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）。	P63
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	P63
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。	P60、62
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。	P60、62、64
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。	不涉及
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。	P64
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。	P65
A4: 氣候變化	一般披露 識別及應對已經及可能對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	P58
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。	P59

ESG KPI	指引要求	報告章節 / 聲明
B: 社會		
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；及 (a) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P68-69、 P73-74
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。	P92
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	P92
B2: 安全與健康	一般披露 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	P78-79
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	P93
B2.2	因工傷損失工作日數。	P93
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。	P78-79
B3: 發展及培訓	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。	P70-72
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。	P93
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。	P93
B4: 勞動準則	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。	P68-69
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P68-69
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P68-69
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。	P38-39
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	P38
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。	P38
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。	P38-39



ESG KPI	指引要求	報告章節 / 聲明
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	P39
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資料。	P30-34、 P42-46
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。	汽車之家業務 不涉及實體產 品生產，故此 條不適用
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P51
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	P36-37
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	汽車之家業務 不涉及實體產 品生產，故此 條不適用
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	P30-35
B7: 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及遵守對發行人有重大影響的： (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。	P26-29
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。	P28
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	P29
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	P26-28
B8: 社區投資	一般披露 有關以社區參與了解營運所在社區需要和確保其業務活動考慮社區利益的政策。	P88
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）。	P88-89
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P89

## 讀者意見反饋

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們非常重視並期望聆聽您對本報告的反饋意見。您的意見和建議，是我們持續提高企業 ESG 信息披露水平、推進企業 ESG 管理和實踐的重要依據。我們歡迎並由衷感謝您提出寶貴意見！

### 1. 您對我們履行 ESG 的總體評價是

非常好  較好  一般  較差  差

### 2. 您對本報告的總體評價是

非常好  較好  一般  較差  差

### 3. 您認為我們在利益相關方溝通方面做得如何

非常好  較好  一般  較差  差

### 4. 您認為我們在產品責任方面做得如何

非常好  較好  一般  較差  差

### 5. 您認為我們在環境、安全和職業健康方面做得如何

非常好  較好  一般  較差  差

### 6. 您認為我們在員工責任方面做得如何

非常好  較好  一般  較差  差

### 7. 本報告中所披露內容是否滿足您的期望

是  否  不清楚

### 8. 您對我們履行 ESG 及本報告有何意見和建議

---



---

# 汽车之家

看车·买车·用车·换车