

汽车之家

看车 · 买车 · 用车 · 换车

2024

汽车之家

环境、社会及管治(ESG) 报告



目录

关于本报告	02
董事长致辞	04
董事会声明	06
关于汽车之家	07
年度关键绩效表	08
2024 年度荣誉奖项	10

附录	90
ESG 绩效指引表	90
HKEX 守则索引	94
读者意见反馈	98



01 稳健前行，治理引领

公司治理	14
风险治理	15
ESG 治理	17



02 合规为本，责任共建

商业道德	22
信息安全与隐私保护	27
知识产权	32
供应商管理	34



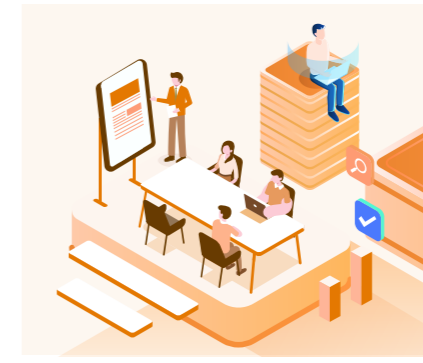
03 强化内容，焕新服务

内容管控	40
广告责任	43
用户体验	44
技术创新	50



04 清洁低碳，绿色未来

应对气候变化	54
绿色运营	62



05 齐心协力，赋能人才

平等雇佣	68
员工发展	69
员工关爱	74
职业健康与安全	76



06 满蓄热忱 回馈社会

赋能行业发展	80
社会公益活动	86

关于本报告

报告简介

本报告为汽车之家 (Autohome Inc.) 发布的 2024 年环境、社会及管治报告,旨在客观披露汽车之家在环境、社会及管治 (以下简称“ESG”) 方面的表现。为便于表达,报告表述中分别使用“汽车之家”、“本公司”、“公司”或“我们”指代汽车之家。

报告范围

时间范围: 本报告覆盖时间周期为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日,与 2024 年度报告保持一致,部分内容向前后适度延伸。

披露范围: 本报告披露范围覆盖汽车之家总部连同其所属区域公司、业务中心,与 2024 年度报告保持一致。

资料说明

报告中的财务资料均来自汽车之家 2024 年度经审核财务报表,其他资料均来源于公司内部相关统计报表、文档等。本报告中所涉及货币金额以人民币为计量币种,特别说明处除外。



汇报原则

本报告编制遵循香港交易及结算所有限公司 (简称“联交所”) 发布的主板上市规则附录 C2《环境、社会及管治报告守则》(“联交所 ESG 守则”) 及该指引有关“重要性”、“量化”、“平衡”、“一致性”原则要求。同时,本报告参考 MSCI、S&P DJSI 等主流 ESG 评级指数,并结合国际可持续发展标准理事会 (ISSB) 之建议进行编写,力求透明、公允、充分地反映本公司本年度在 ESG 方面的管理现状及绩效成果,以帮助读者更全面地了解本公司的 ESG 表现。

“重要性”原则: 本报告已在编制过程中识别主要利益相关方及其关注的 ESG 议题,并根据其关注议题的相对重要程度,在本报告中做有针对性的披露。

“量化”原则: 本报告采用量化资料的方式展现环境与社会层面的关键绩效指标,有关本报告中关键绩效指标的计量标准、方法、假设及 / 或计算工具、以及使用的转换系数来源,均已在相应位置进行了说明。

“平衡”原则: 本报告不偏不倚地呈报本公司的表现,避免可能会不恰当地影响报告读者决策或判断的选择、遗漏或呈报格式。

“一致性”原则: 除另有注明外,本报告所披露资料采取与往年一致的统计方法。

报告语言

本报告以中文简体、中文繁体和英文三个版本发布。当语言文本存在差异时,请以中文简体版本内容为准。

报告获取

本报告以电子档发布供读者参阅,可在公司投资者关系网站 (<http://ir.autohome.com.cn>) 及联交所网站 (www.hkexnews.hk) 获取。为减少环境负担,本公司鼓励及推荐您参阅电子版本。如有任何关于汽车之家 ESG 管理的建议和意见,可通过电子邮箱 ir@autohome.com.cn 联系我们。

董事长致辞



龙泉
汽车之家董事长

尊敬的股东、合作伙伴及社会各界朋友：

在全球经济绿色转型与产业变革深度融合的当下，汽车之家始终秉持“赋能汽车产业可持续发展”的初心，积极履行企业公民责任。今日，我们正式发布《汽车之家 2024 年环境、社会及管治 (ESG) 报告》，系统阐述公司对可持续发展的承诺、实践与未来方向。



企业治理：

合规为基， 科技向善

我们始终将合规经营与信息安全作为企业生命线，严格执行国家法律法规与行业规范，构建覆盖全业务链的风险防控体系。我们通过技术创新强化数据隐私保护，确保用户信息的安全可控。在内容生态治理中，我们坚持真实、客观、专业的原则，以技术手段与人工审核双管齐下，维护平台内容的公信力。

社会责任：

以人为本， 共创共享价值

我们致力于构建公平、多元、包容的职场环境，完善员工职业发展与健康保障体系，确保人才成长与企业战略同频共振。在社会公益领域，汽车之家通过线上线下联动的公益项目践行社会责任。同时，我们与行业伙伴共建开放生态，推动汽车消费服务标准化、透明化，切实保障消费者权益。

环境担当：

深化绿色运营， 助力低碳转型

汽车之家积极响应国家“双碳”战略，制定自身运营碳中和目标，将绿色发展理念融入企业战略。我们持续优化自身运营能效，通过技术升级降低数据中心与办公场景的碳排放强度，带动价值链上下游共同应对气候变化。

可持续发展是一场需要长期投入、多方协作的征程，唯有坚定信念、携手共进，方能在时代浪潮中行稳致远。面向未来，汽车之家将坚持以用户为中心，继续发挥平台与技术优势，优化服务体验，为用户打造更智能、更便捷的汽车生活服务平台。通过线上线下融合，我们努力构建更完善的服务生态，推动汽车产业数字化升级，为中国汽车行业的高质量发展贡献力量。

董事会声明

汽车之家董事会（以下简称“董事会”）保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对董事会的 ESG 监督及管理工作做出如下声明。

管治架构

汽车之家高度重视环境、社会及管治 (ESG) 事项，由董事会作为 ESG 管理的最高决策层，全面监督 ESG 工作事宜，制定 ESG 目标及战略，确保可持续发展工作顺利开展；管理层领导负责 ESG 相关决策的具体实施；ESG 工作小组由各部门对接人组成，设立跨部门配合及上下联动相关机制保障其顺利运行。

管理方针及策略

汽车之家严格遵循企业运营中涉及到的 ESG 相关法律法规，并通过多种渠道与各利益相关方进行广泛深入沟通。本报告期内，我们结合自身业务特点及行业发展环境，采用国内外同业对标研究和内外部利益相关方沟通等方式，对主要利益相关方关注的 ESG 议题进行了重要性评估及优先排序，识别和管理相关风险，检讨 ESG 相关目标达成情况，积极采纳有建设性的意见与建议，持续对关键议题展开回应，并在本报告内对于 ESG 关键议题的管理惯例和工作绩效进行重点阐述。

可持续发展实践

2024 年，董事会针对 ESG 管治架构的完善、ESG 关键议题识别、ESG 目标设定、ESG 目标达成情况及 ESG 风险管理进行了审议，进一步加强了公司 ESG 管理，明确 ESG 工作重点方向。本报告期内，本公司已修订环境发展目标以更好地审视和管理公司的环境影响，董事会及可持续发展工作组将对 ESG 目标的完成情况进行定期审视并开展检讨。

本报告旨在客观披露公司 2024 年 ESG 工作进展与成效，并于 2025 年 4 月 2 日由董事会会议审议通过。

关于汽车之家

汽车之家是全球领先的汽车内容社区和汽车消费者线上服务平台。自 2005 年成立以来，我们持续为汽车消费者提供看车、买车、用车、换车等所有环节的全面、准确、快捷的一站式服务，并致力于通过产品服务、数据技术、生态规则和资源为用户和客户赋能，成为国际领先的 2B 和 2C 的“内容生态 + 工具服务 + 交易平台”一站式汽车生活服务提供商，全链路一站式服务好 C 端用户和 B 端客户。

在历经媒体化、平台化、智能化的转型后，汽车之家携手汽车产业链各类合作伙伴，构建起线上与线下相结合的一站式服务生态，为消费者提供省心、省时、又省钱的便捷汽车消费服务体验，帮助主机厂商、经销商、二手车商等商业合作伙伴转化提升和交易达成，助力中国汽车产业蓬勃发展。

2013 年 12 月 11 日，汽车之家在纽约证券交易所正式上市，股票代码 ATHM；

2021 年 3 月 15 日，汽车之家在香港联合交易所二次上市，股票代码 2518。

年度关键绩效表

治理责任

开展年度合规培训

29 次

公司董事及员工接受廉政培训覆盖达

100%

组织商业道德培训

12 次

开展廉政专项培训

32 次

未发生

用户个人信息安全泄露事件

未发生

数据泄露事件

年度专利提案

318 件

新提交受理

128 件

供应商《诚信及反贪污反贿赂承诺书》签订率

100%

环境保护

温室气体范围一排放 420.54tCO₂e,
范围二排放 1,514.10tCO₂e,
总量达 1,934.64tCO₂e

实现 LED 灯具使用率

100%

组织植树活动, 栽种桃树苗

130 余棵

电子章用印量达

90,720 单

产品与服务

产品前端安排专人开展

7×24 小时不间断人工巡查

年度审核内容数量达

413,217 万条

开展用户满意度调查

265 次

用户满意度高达

99.1%

人才发展

参与公司股权激励计划的员工达

25.71%

年度员工培训总时长达

57,146 小时

全职员工五险一金以及补充商业医疗保险覆盖率达

100%

受训人数达

3,083 人

社会贡献

公益项目参与

100 人次

投入时间达

878 小时

公益慈善捐赠总额达

85 万元

2024 年度荣誉奖项



01

稳健前行 治理引领

汽车之家不断完善公司治理体系，强化风险管控与宣贯，将 ESG 管治融入到日常经营过程中，引领公司可持续发展。

- 公司治理 14
- 风险治理 15
- ESG 治理 17



公司治理

董事会效能

汽车之家严格遵守《中华人民共和国公司法》等法律法规和纽约证券交易所及香港联合交易所等资本市场监管规则，构建了稳健有力、高效运转的公司治理架构。董事会是公司的最高决策机构，下设审计委员会、薪酬委员会、提名与企业管治委员会三个专业委员会，各委员会严格依照界定的职权范围履行相关职责。

2024 年，汽车之家董事会及下设委员会分别完成 9 次董事会会议或书面决议审批、5 次审计委员会会议或书面决议审批、4 次薪酬委员会会议或书面决议审批和 3 次提名及公司治理委员会会议或书面决议审批，为公司稳健和可持续运营提供了良好的决策层面基础。

报告期内，公司开展了董事会绩效评估工作，通过发放问卷的方式收集利益相关方对董事会的绩效评价，助力董事会提高整体效率。

董事会独立性与多元化

公司严格遵守纽约证券交易所关于董事独立性的要求，确保董事会决策的公正性与客观性。在董事会候选人选拔和董事任命环节，我们以性别、民族、年龄、专业能力等为考察维度，对候选人能力进行综合考量。独立和多元化的董事会提供了具有科学性和专业性的决策机制，有效保障公司股东和其他关联方权益。公司《董事会章程》规定，经由董事会选举的董事需于股东大会进行重选，2024 年举行的股东大会重选了此前董事会任命的董事。

截至报告期末，汽车之家董事会共计 7 位董事（含女性董事 1 位），包括执行董事 1 位，非执行董事 3 位，独立非执行董事 3 位。董事会成员在汽车行业、互联网行业、风险管理等方面具有丰富经验，保障公司董事会能够具有良好的决策能力和风险应对能力。

税收政策

汽车之家在运营过程中，严格遵守国家税收法律与各项规章制度，保障企业稳健运营。



汽车之家
税收政策
承诺

- 承诺遵守公司业务所在国家和地区的税收法律和规章
- 反对滥用税收规则的行为，承诺不会将公司创造的价值转移到低税率地区
- 重视企业的商业实质和税务结构的合理性，承诺不使用无商业实质的税收结构
- 遵循公平交易原则确定转让价格，确保各方利益符合独立交易原则
- 反对利用保密管辖区或所谓的“避税地”进行避税行为，承诺不参与此类行为
- 遵守国家税收法律法规，对于公司适用的税务政策，董事会都将实行严格的审批和监督程序

风险治理

风险管理架构

汽车之家不断加强风险识别与控制能力，搭建完备的风险管理架构。公司依据《营销活动接入风控规范》《运营活动管理规范》《内部审计制度》等管理制度，搭建由各业务单元的风险治理构成的公司整体风险管理体系，明确了主营业务、财务、法务、内审、稽核、内容安全等业务单元在公司整体风险管理体系中的风险治理责任，保障公司风险治理工作顺利开展。

公司建立“三道防线”风险管理模型，综合了各业务单元主动识别与跨部门协作的风险识别方式。业务、运营、风控、合规等前台、中台、后台部门依照分工，审核业务合规性，识别异常项目，制定处置方案，强化公司的风险管理能力。



汽车之家风险管理三道防线

风险识别与应对

汽车之家董事会在网络安全、信息安全与隐私保护方面承担最高责任，对公司关于网络安全、信息安全和隐私保护的监控、运营及处理情况进行监督管理。公司设立安全委员会作为专门执行机构，由内容安全副总裁担任委员会主任，由 CTO（首席技术官）和分管企业用户与消费者用户端业务的副总裁担任副主任，由中层以上管理人员担任执行秘书及细分板块委员。安全委员会密切关注监管方向、识别新兴风险，针对网络黑色产业链等具体风险展开排查。

在风险识别过程中，公司充分利用先进技术手段，引入算法识别、人工智能技术等新技术辅助风险识别工作，提高风险识别的准确性。公司面临的主要风险是伴随持续经营而自然产生的市场环境风险，同时还面临舆情风险、反商业贿赂等长期风险。鉴于技术发展和互联网进化，我们高度重视相关新兴风险，秉持审慎看待、认真管控的态度予以处置，保障公司的长效发展。

风险管理及审计

2024 年，汽车之家围绕风险管理开展内部审计工作，对公司运营中的关键环节进行全面的审查，并提出整改方案。同时，我们组织多种形式的培训与宣贯工作，培养全体员工特别是关键岗位人员的风险意识。

公司审计委员会、管理层、内审部门对公司的主要风险及应对情况展开深入讨论，明确公司面临的主要经营风险，同时结合公司现行应对举措，制定下一年度内部审计策略及工作计划。

汽车之家针对不同类型的风险进行针对性的管理与防控。2024 年，公司对财务报表相关风险、采购验收及费用报销风险等进行重点管理。针对财务报表相关风险，公司构建了风险控制矩阵，规范所有涉及业务部门的风险管控工作，再由各业务部门向内审部门和管理层汇报管控情况，确保风险管控机制的顺利运行。针对采购验收、费用报销等板块的风险，汽车之家结合采购团队、核算团队梳理的非常规采购或报销的项目，以及稽核指标监控的可能存在异常指标的项目，进行全面的排查与复盘。经过详细审核，公司对其中涉及的违规情况进行评估，对存在问题的部门或团队进行重点提示和整改。我们还对用户增长及内容运营、外包人员管理、关联交易等板块开展专项审查和梳理工作，有效提升运营效率，并通过改善管理方式等举措控制相关运营、管理风险。

报告期内，公司为识别和消除主要业务风险，针对流程、经营、员工行为等方面开展了 13 个专项风险审计项目，同时，向相关业务部门提出 40 个优化建议，其中 35 个已整改完毕，全年问题整改率 88%，到期整改率 100%。通过以上举措，公司风险防范能力显著提高。

风险意识培养

汽车之家重视员工风险防范意识的提升，以增强公司合规管理水平。公司定期发布全员合规风险提示邮件作为常规提示，并对公司业务相关的合规知识进行宣传 and 普及。对于新实施的法律法规，我们会及时进行普法宣传，并对社会反响较大的典型案例进行解读，发挥风险合规警示作用。

公司聘请专业外部团队，通过线上线下相结合的方式对员工开展了知识产权保护、个人信息保护等合规方面的专项培训，并借助公司内部线上知识平台分享课程内容，覆盖全体员工。重点岗位人员在关键人员培训中接受了与经营变化相关的培训与宣贯。我们还在新员工入职培训中融入了基础合规知识及考核内容，从源头加强对新员工的警示教育。2024 年，公司共组织线上线下合规培训 29 次，包括知识产权保护、内容安全、个人信息保护、反腐败等关键内容。

ESG 治理

ESG 管治体系

汽车之家构建了完善的 ESG 管治体系，包括董事会、管理层、跨部门三个层级。董事会是公司 ESG 治理的最高责任机构，负责制定 ESG 战略和目标，听取 ESG 相关事项汇报并进行决策，监督工作落实情况。管理层基于董事会授权，负责领导 ESG 相关决策的具体实施。多部门组成的 ESG 工作小组围绕工作职能落实 ESG 工作，通过跨部门配合和上下联动，显著提高公司 ESG 工作效率。



汽车之家 ESG 管理体系

为提升公司 ESG 治理整体水平，我们组织董事会及相关员工参加相关专题培训，为 ESG 工作的执行提供支持。报告期内，我们开展了 1 场 ESG 能力培训，覆盖 7 位管理层，培训内容包括 ESG 政策解读、公司治理优化等。通过系统化的培训，公司管理层对 ESG 理念的理解更加深入，相关技能得到显著提升，为公司 ESG 目标的实现奠定坚实基础。



利益相关方沟通

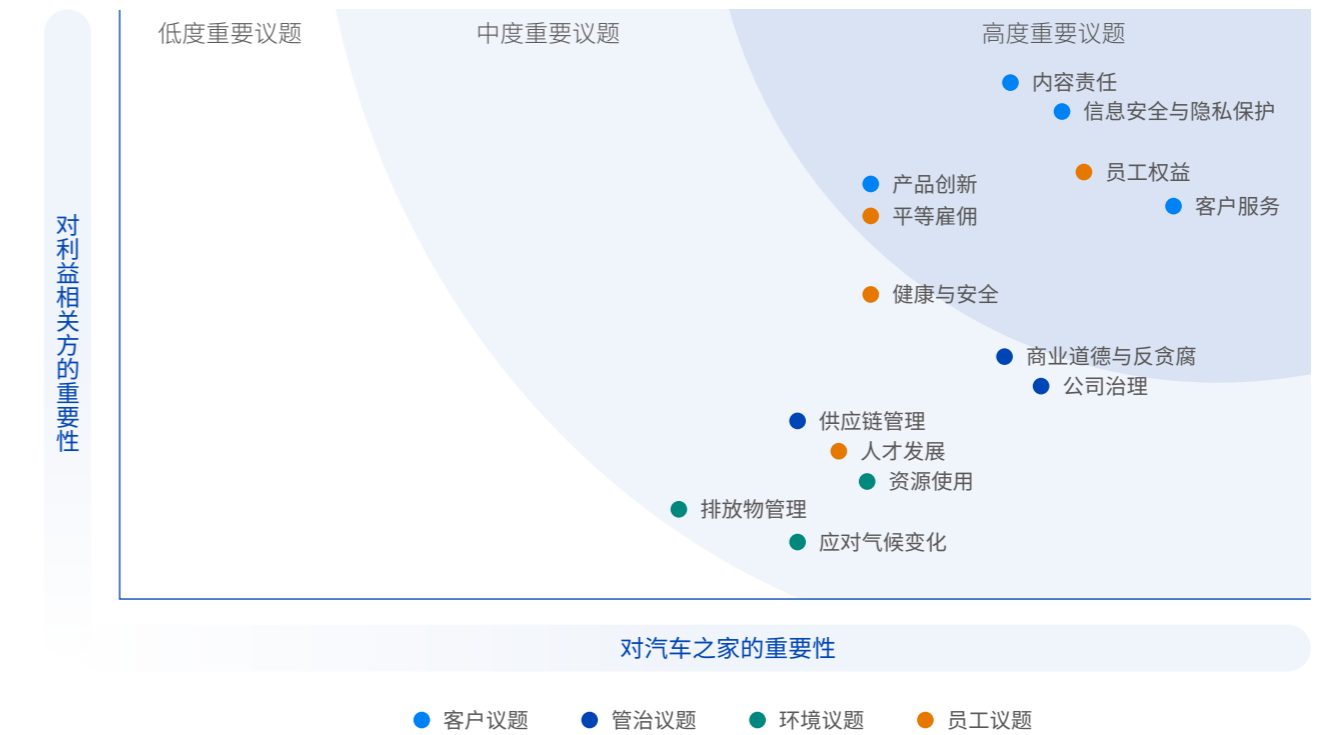
汽车之家重视利益相关方沟通，始终秉持开放的态度，了解利益相关方关注的议题，并将其诉求作为公司开展 ESG 工作的关键依据。公司结合与各利益相关方的沟通结果和自身业务特点，梳理并总结出主要利益相关方清单，建立畅通的沟通与反馈渠道。

主要利益相关方	主要沟通与反馈渠道
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 监管会议
 股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 信息披露 (年报与中期报告、业绩公布、企业联交所公告、投资者关系专区等)
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工意见调查 员工内部沟通会议 企业内部公告
 个人用户	<ul style="list-style-type: none"> 用户满意度调查及回访 日常运营 / 交流 投诉与反馈渠道 问卷调查
 供应商及合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 供应商管理制度 行业交流
 经销商及主机厂	<ul style="list-style-type: none"> 经销商管理制度 实地考察
 公众及社区	<ul style="list-style-type: none"> 公益活动 社交媒体

汽车之家主要利益相关方及主要沟通与反馈渠道

重大性议题评估与排序

公司深度剖析行业动态和监管政策发展趋势，同时参照国际评级机构制定的标准与同行最佳实践，全面梳理 ESG 实质性议题清单。针对各项议题，我们通过问卷调查、线上线下会议、深度访谈等形式开展了详尽的调研、分析和评估工作，收集各利益相关方在环境、社会和管治方面对于公司的意见和期望。在此基础上，我们总结出 ESG 实质性议题清单，涵盖环境、社会和治理三个领域共 14 项议题。



汽车之家 2024 年 ESG 重大性议题矩阵

议题重要性	议题名称	议题维度
高度重要性议题	客户服务	客户议题
	信息安全与隐私保护	客户议题
	员工权益	员工议题
	内容责任	客户议题
	产品创新	客户议题
	平等雇佣	员工议题

议题重要性	议题名称	议题维度
中度重要性议题	公司治理	管治议题
	商业道德与反贪腐	管治议题
	健康与安全	员工议题
	人才发展	员工议题
	资源使用	环境议题
	供应链管理	管治议题
	应对气候变化	环境议题

汽车之家 2024 年实质性议题清单

02

合规为本 责任共建

汽车之家以合规为公司发展的基础，重视商业道德，深耕信息安全与用户隐私保护领域，积极推进知识产权体系建设，精心打造可持续供应链，构建了完善的管治架构和高效的多部门协调体系。

- 商业道德 22
- 信息安全与隐私保护 27
- 知识产权 32
- 供应商管理 34



商业道德

为打造廉洁的商业环境，汽车之家推进并完善商业道德制度化、体系化建设，严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《反海外腐败法》等法律法规。2024 年，公司修订了《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》《汽车之家员工违规行为处理执行准则》《汽车之家信访举报工作管理办法》《汽车之家员工舞弊及违规行为调查处理办法》等内部制度，完善商业道德管理流程，严格规范员工商业道德行为，并制定详细处罚规定。

管治职责及架构

汽车之家董事会下设由三名独立董事组成的审计委员会，对公司商业道德行为进行监督，并负责核查内部控制程序的有效性和充分性，每季度听取合规委员会关于公司商业道德行为的汇报，为后续决策提供有力支持。合规委员会是公司商业道德的管理机构，由公司合规负责人——首席财务官担任委员会主席，掌握公司商业道德工作开展情况，监督商业道德行为准则遵循情况、内幕交易的防范、举报及举报人保护等事项。内审稽核部每月向合规委员会发送合规月报、同步培训与举报反馈的最新信息、对员工进行合规邮件提醒、避免员工出现股票购买违规情况等。

商业道德审计

汽车之家制定年度专项审计计划，明确由内审稽核部组织开展相关审计工作，针对重点关注的高风险领域每 2-3 年进行一次内部审计。公司重视高风险领域，为此开展排查与审计工作，包括针对采购项目进行外部供应商商业道德审计，以及内部人员违反商业道德行为或当接获相关举报线索时进行业务排查，审计结果经由内审稽核部整理后将上报至审计委员会。

2024 年，公司针对员工利益冲突进行了 2 次全面排查。我们根据《汽车之家员工利益冲突管理政策》内容明确员工利益关系及利益冲突风险的管理方式。员工在入职时需要申报利益关系，全体员工每年 2 次进行定期申报，并由内审稽核部进行员工利益冲突的检测和稽核。同时，我们会发布相应宣传海报，确认申报的内容、原则、时间等，在申报系统中亦突出提示了利益冲突的禁止和限制行为清

单，帮助员工准确填写申报内容，梳理潜在的利益冲突风险，完善合规管理。

公司依照《汽车之家礼品礼金上交登记处理制度》，进一步规范全体员工礼品礼金收取行为及上交登记处理工作，每季度对礼品上交及处理情况、礼品在库情况进行复核，有效保障员工实现廉洁从业。

汽车之家将合规要求纳入员工绩效评估，针对确定存在违规行为的员工根据《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定（2024 版）》进行亮牌处罚，并基于影响程度给予直接责任人及相关责任人处罚，处罚内容按照《汽车之家员工违规行为处理执行准则（2024 版）》进行处理，包括经济处理（扣减月薪、限制加薪、调整长期激励及权益）和其他处理（限制晋升、限制评优评奖、限制年度绩效等六类）。

商业道德培训

汽车之家强化商业道德的培训和宣传工作，推行廉洁文化建设。2024 年，公司组织商业道德培训 12 次，通过新员工培训、线上线下培训及宣传等共计开展廉政专项培训 32 次。培训覆盖全体员工包括兼职员工和承包商，公司董事及员工接受廉政培训比例均达到 100%，提高全员遵守商业道德的意识，推动廉洁理念深入人心。公司通过日常邮件提醒、主题宣传、问答竞赛等多种方式持续开展商业道德宣贯，取得了积极的效果。我们还借助合规邮箱向全体员工发送邮件，明确提醒可交易期和不可交易期，同时引入外部第三方系统进行管控，规避员工可能出现的股票购买违规情况。

为了切实加强公司廉政建设，公司设计年度问卷、季度问卷等调查活动，进行反贪腐法律法规重点宣贯和反馈收集。我们要求全体董事申报其关联方及其与公司的交易情况，要求其统计礼品、非薪酬资金流水的数量、来源并进行详细说明，有效提高公司董事的廉政意识，规范商业道德行为。

2024 年

商业道德培训共计

12 次

廉政专项培训共计

32 次

覆盖全体员工包括兼职员工和承包商，公司董事及员工接受廉政培训比例均达到

100%



新员工道德培训

- 针对全体新员工进行汽车之家道德规范与商业行为准则培训，新员工在入职 3 个月内 **100%** 完成培训及考试，考试满分方可通过。全年完成职业道德培训及考试人数共计 **491 人**，培训总时长 **245.5 小时**。

廉洁文化宣导

通过海报、会议、培训、谈话等多种形式进行廉洁文化宣导：

- 在之家学宫、公司各楼层会议室、职场大屏中播放 2024 年度廉洁警示教育片《脚下的路》，全年观看 **2,006 人次**，总时长 **334.3 小时**。
- 举办汽车之家“零容忍”行动动员部署大会及“5.15”打击和防范经济犯罪宣传日主题培训教育活动，覆盖公司领导班子、核心部门长、团队长 **150 余人**。
- 开展 8 场廉洁合规宣讲及案例警示教育培训，覆盖核心干部员工 **360 人次**，加强对班子成员、部门长、团队长等“关键少数”的廉洁文化思想教育，层层落实。
- 开展 8 场 F1 新人廉洁合规培训宣讲，覆盖新员工 **340 余人次**，介绍汽车之家清廉文化，加强新员工廉洁从业意识，从源头加强对新员工的警示教育。
- 结合国际反腐败日进行线上廉洁合规答题活动，答题考试覆盖全体员工，内容包括公司内部违规行为判断等。

廉洁主题活动

举办主题活动对关键人群进行线下触达，提升公司廉洁文化：

- 组织关键部门核心干部 **40 余人** 以及关键岗位员工近 **40 人** 至警示教育基地开展 **2 次** 主题教育活动。
- 举办 **4 期** 汽车之家警企服务日暨廉洁合规咨询日活动，其中 **2 期** 邀请了辖区公安机关。
- 与外部企业联合举办“廉名赠饮，请你喝茶”清廉文化宣导活动，公司 **750 余名** 员工参加。
- 开展汽车之家第二届“919 廉洁合规日”系列活动，覆盖全体员工。
- 开展廉洁主题线上及线下互动活动，公司近 **250 余名** 员工参与了线上廉洁合规互动答题，并参与了清廉主题“廉味”活动。

推送商业道德信息

- 汽车之家通过 OA、《廉之家》专栏及全员邮件定期推送商业道德信息，及时传达公司内部相关廉洁政策，通报公司内部处理处罚决定，分享内外部廉洁从业相关重大事件等。2024 年《廉之家》专栏共计推送 8 期，专栏线上点击量 **14,000 余次**。

2024 年廉洁合规亮点培训及宣导项目

汽车之家商业道德创意视频、海报征集活动

汽车之家开展了“清正廉洁守底线、反贪反腐敲警钟”创意视频、海报征集活动，鼓励全体员工积极制作专题海报并利用钉钉通知进行全员公告和宣传，提升员工忠诚担当、清廉自守、廉洁奉公的思想。我们共收集 2 个视频及 6 张海报在平安集团体系中参选，其中视频《脚下的路》获得平安集团优秀作品二等奖，并在在之家学宫、公司各楼层会议室、职场大屏中播放。



2024 年度廉洁警示教育片《脚下的路》

汽车之家发布廉洁合规系列漫画

为提高员工廉洁合规意识，汽车之家推出了廉洁合规系列漫画制作活动，将公司的关键制度形象化并以漫画形式呈现，内容包括拒收礼品礼金、利益关系申报、近亲属履职回避、商业秘密保护等。我们鼓励员工积极参与，通过线上线下相结合的方式对本次活动进行通知宣传，员工反响积极，贡献了多幅通俗易懂、符合公司及员工需求的优秀作品。



廉洁合规系列漫画优秀作品

违规调查与处理

汽车之家构建了完备的违规管控体系，制定了严格的违规调查流程，明确了员工违规处理标准。公司结合《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》，设定了 41 条红牌处罚条目、29 条黄牌处罚条目及 15 条蓝牌处罚条目，参考《汽车之家道德规范与商业行为准则》的规定，在专项审计或举报调查中发现员工存在违反商业道德准则的行为，应当追究违规责任的，经公司处罚小组形成处罚意见并由管理层批准后，基于影响程度给予直接责任人及相关责任人对应处罚。处罚内容依照《汽车之家员工违规行为处理执行准则（2024 版）》，包括经济处罚、限制晋升、限制评优评奖等。2024 年，公司共处理 13 起员工违规行为，处罚 23 人，未发生对公司或公司雇员提出并已审结的贪污诉讼案件。

汽车之家违规调查处理流程

对违反国家法律法规及公司经营管理规章制度等事项和行为，组织人员实施调查；

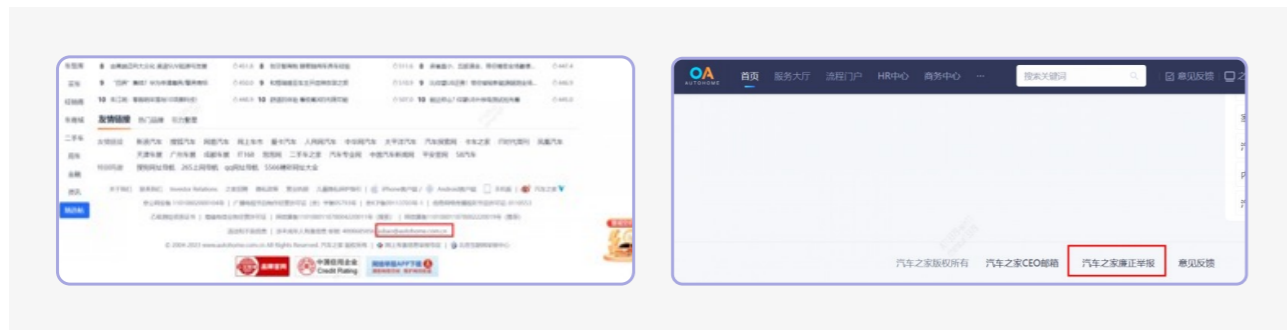
公司内审稽核部对已查实的舞弊或违规行为，或按照《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》需要予以亮牌并处罚的行为提出处理建议，并提交处罚小组审议。经过公司管理层批准后，下达处罚决定并根据实际需要下发处罚通告；

对涉嫌违法的人员，移交公安机关立案侦查。

商业道德监察与举报人保护

汽车之家高度重视监督举报在促进商业道德建设方面的关键作用，重视来自各级员工及公司相关供应商、客户及用户的意见、投诉、举报事宜。公司在汽车之家外部网站、内部 OA 官网、供应商招采平台等多个平台设置廉政举报渠道并提供举报电话。对于各类渠道收到的投诉举报事项，我们均按照《汽车之家信访举报工作管理办法（2024 版）》进行严格处理。

对于反映违规违纪问题线索的举报事项，内审稽核部收到举报事项后将立即进行信息初步核对，根据初核结果开展稽核专项调查，经查证确实存在违规违纪行为的依照法律法规和公司制度进行处理。



汽车之家举报投诉渠道

为鼓励员工积极参与公司商业道德建设，公司对举报人实施全面的保护和奖励机制，在《员工手册》中设置了对应条款，明确了我们将对威胁、恐吓、打击报复等行为从严处罚。



汽车之家关于举报人保护与奖励的公告

信息安全与隐私保护

汽车之家严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等法律法规和行业规范，搭建并持续完善信息安全与隐私保护管理体系。我们制定数十项信息安全与隐私保护管理制度，规范信息安全与隐私保护工作目标、原则、安全框架以及具体安全要求，强化网络信息安全、数据安全、用户信息保护、数据全生命周期等各层面安全管理要求，保障公司所有业务的信息安全。2024 年，公司更新《汽车之家数据安全标准》《汽车之家信息安全规范》等多项制度，对于信息安全和隐私保护进行了更详细的规范要求。公司设立信息安全组专职制定信息安全管理及标准，经高级管理层审批通过后，借助邮件、公司 OA 系统和汽车人 APP 系统向全员发布，推动信息安全工作规范开展。

管理架构

汽车之家董事会作为网络安全、信息安全与隐私保护方面的最高责任机构，对于网络安全、信息安全和隐私保护的监控、运营和处理情况进行监督与管理。公司确立安全委员会为信息安全与隐私保护的专门执行机构，委员会主任由内容安全副总裁担任，副主任由 CTO（首席技术官）以及分管企业用户与消费者用户端业务副总裁担任，执行秘书与各细分板块委员来自中层以上管理者。安全委员会联合网络、数据、算法、内容、产品、政府监管沟通、业务组等多个细分板块，共同搭建起高效联动的信息安全管理体系统，全方位保障公司信息安全和隐私保护工作扎实落地。

公司管理层不定期向董事会汇报网络安全等关键领域的动态情况。一旦遭遇网络安全事件，管理层将在安全委员会以及公司其他相关部门的协助下，迅速开展统筹决策工作。

我们依据《关于上市公司网络安全风险管理、策略、治理和事件披露的规则》与其他相关法律法规的明确要求，对重大网络安全事件予以披露，管理层将及时对于重大网络安全事件情况向董事会汇报。

我们依据数据的属性与特征，遵循既定原则与方法，对数据进行区分、归类，进而构建起适配的分类体系和排列顺序，强化数据在使用及管理流程中的规范性与高效性。公司制定了《汽车之家数据安全标准 - 数据分类分级》，综合考量业务特性、安全要求、数据关联性、数据范围、影响程度、数据公开要求等多方面因素，对各类数据进行分级。我们结合分类分级结果，建立起配套的安全管理与防控手段，包括访问控制、数据加解密、数据脱敏操作等，同时制定完备的授权使用方案。



汽车之家 2024 年
未发生重大网络安全事件

信息安全与隐私保护审计

公司在数据保护方面积极采用行业通用标准，同时委托专业的第三方公司定期开展审计验证工作，确保数据安全防护措施落实到位。我们依据自身系统与业务划分等级保护对象，完成等级保护备案，备案系统覆盖公司全部信息系统，保障各系统的保护等级与其实际情况适配。公司聘请具备合格资质的网络安全等级保护测评机构，每年开展一次所有等级保护三级备案网络安全系统位测评，每两年开展一次网络安全等级保护二级备案系统测评。2024 年，公司完成全部三级与二级备案系统的等级保护年度测评，且测评结果全部经保测评机构审计认证通过。按照工信部要求，我们聘请第三方机构对公司备案的工业和信息化领域重要数据进行数据安全风险评估，测评未发现高危风险，顺利通过测评。2024 年，公司申请并获取了由“中国网络安全产业联盟 (CCIA) 数据安全工作委员会”“数据安全共同体计划 (DSC)”颁发的个人信息保护影响评估 (PIA) 标识。

公司每年开展强化信息安全管理的相关工作，组织内部安全系统测试、攻防演练，实施内部信息系统安全评估，全方位扫描信息安全漏洞并及时修复。公司推动业务部门信息技术与信息安全团队分前后端自查自纠，由内审部门复核。前端重点在从严核验账号、标注用户账号信息、落实账号归属地、清理有害信息、脱敏敏感信息、更新隐私政策¹，后台落实敏感信息去标识存储、弱密码扫描、APP 隐私合规检测及多维度安全系统自查。我们聘用专业的第三方安全服务公司进行攻防演练，根据演练报告进行安全策略优化。针对与财务报表及相关流程关联的主要业务系统，公司每年对相关信息系统安全开展自评估及外部审计工作，2024 年公司自测共发现 4 项权限管控问题，风险较低且均已完成整改，外部审计师在信息系统层面未发现重大管控缺陷。



汽车之家获取了由“中国网络安全产业联盟 (CCIA) 数据安全工作委员会”“数据安全共同体计划 (DSC)”颁发的个人信息保护影响评估 (PIA) 标识

我们每年至少开展一次所有上架 APP 用户个人信息保护合规性外部检测，2024 年，公司邀请外部专业机构对于汽车之家 APP、汽车报价 APP、二手车之家 APP 三款 APP 进行隐私合规测评，在个人信息收集、个人信息主体权利、儿童个人信息保护以及个人信息保护政策方面均满足合规要求。2024 年，公司未发生用户个人信息安全泄露事件。



¹ 《汽车之家隐私政策》：<https://www.autohome.com.cn/about/falv.htm>

应急响应处理

汽车之家制定《网络信息安全事件应急响应规范》以及恶意代码应急响应、数据泄露应急响应、网络入侵响应、网络信息安全事件应急响应、系统漏洞应急响应等一系列应急预案，全面落实信息安全应急防控与管理举措。我们细化应急事件处理机制，规定值班制度，保障工作日、休息日和节假日均有专人负责安全事件的响应和处理。我们还通过组织应急演练，模拟紧急信息安全事件，测试系统的有效性。同时，汽车之家与国内领先的安全众测服务平台开展合作，通过该平台上的“白帽子”专家协助公司测试信息安全漏洞，并开展针对性修复，我们通过向发现安全漏洞的“白帽子”发放奖金的形式鼓励、引导多方参与，共建网络安全，年度共计发放奖金近 9 万元。



2024 年，公司
未发生数据泄露事件

汽车之家组织信息安全事件模拟演练

2024 年，汽车之家组织实战化网络安全演练，通过真实模拟黑客入侵场景，深度挖掘潜在安全问题、精准验证安全防御体系有效性，演练范围覆盖所有 IDC 机房与公有云服务器及全部系统，攻击方在不影响业务连续性、可用性前提下全力获取服务器或数据访问权限，演练总时长不少于 40 小时。演练结束后专业团队迅速梳理报告、复盘总结并提交，此次演练有助于及时规避因安全漏洞引发的合规风险，切实消除潜在安全隐患，营造安全业务环境，持续提升公司整体安全能力。



隐私保护原则

汽车之家高度重视保障用户权益与隐私安全，全力落实相关工作。各项 APP 权限索要严格依循国家法律法规和标准，执行“最小必要”原则，在为客户提供便捷服务时筑牢信息安全防线。公司制定《汽车之家用户服务协议》与《汽车之家隐私政策》，明确各项收集功能、各环节涉及的用户个人信息类别与内容，以及如何收集、使用、共享、转让、公开、存储、删除和传输用户个人信息，强调用户知情同意，确保用户信息合理运用与安全守护。

公司将隐私保护融入整体合规风险管理体系，针对隐私政策每年至少委托开展一次第三方专业机构合规性检测，依据检测结果出具报告，针对所发现的问题迅速落实整改与修订措施，确保政策的严谨性与有效性。在公司日常业务运营期间，一旦业务模式变动涉及隐私政策修改，由内部责任部门与外部专业律师协同评审，从多角度把关，保障隐私政策合规、全程，切实维护用户权益。

我们始终坚持以用户为核心，着重强调用户作为数据主体的权利，明确告知用户访问、修改删除数据、注销账号、改变或撤回授权、撤回同意收集个人信息等方式。在《汽车之家隐私政策》中，公司公开用户信息查询、更正、撤销同意、删除及注销的方法与流程，明确不得针对上述客户需求设置不合理条件，全方位保障用户对自身数据的权益。

在信息处理过程中，公司严格遵守合规要求。除法律法规所明确规定的其他情形外，未经用户单独同意，公司不会将用户信息共享给汽车之家以外的其他公司、组织或个人。公司仅以完成服务为目的，向提供对应服务的第三方提供必要的用户个人信息，坚决杜绝出现超范围收集信息以及超目的共享信息的行为。

2024 年，公司向经销商和二手车商共享个人信息场景方面通过个人信息保护影响二星级评估。



- 实际业务开展过程中有获取用户个人信息需求时，系统多次向用户发出提示信息，要求用户给予明确授权。个人信息收集基于用户特定的业务与场景，仅收集该业务及场景所需用户信息。针对所有业务和场景下拟收集的信息类型，公司内部展开严格评估，由专业第三方安全公司进行检测与确认，保证数据收集遵循最小化原则。

- 获得用户授权后，公司在隐私政策框架内收集并合理使用用户的个人信息，并保障用户个人信息在服务全程中安全。我们对个人数据进行加密或匿名存储、对数据的访问权限采用严格的控制机制以及多重身份验证技术等，杜绝信息泄露风险，保证数据处理系统和服务的保密性、公正性、有效性以及可恢复性。用户能够直接在 APP 中查看已收集的个人信息详情，并且向公司发起导出、更正、删除个人信息等请求。

- 公司梳理 APP 服务和运营过程中委托第三方处理用户个人信息以及共享第三方个人信息时各种场景下的安全和隐私风险，通过告知用户、展示第三方标识，以及与第三方签署《数据处理协议》和《数据共享协议》等，明确双方在隐私保护方面的责任，同时强化第三方管理。

- 系统将在用户注销账户时彻底删除其全部个人信息。

汽车之家用户个人信息管理举措

公司全面加强创新技术在用户信息加密上的应用，助力加密技术改造升级。在确保敏感数据加密的前提下，引入数据库加密中间件，基于原有 API 引入新加密工具，提升加密效率、稳定性与可靠性，为加密算法更新打下基础，该工具先进的加密算法升级功能，显著增强了用户信息加密的稳定性与持久性，保障用户隐私安全。我们还在漏洞挖掘方面使用了开源引擎 Opensca，通过软件成分分析、依赖分析、特征分析、引用识别、合规分析等方法，深度挖掘组件中潜藏的各类安全漏洞及开源协议风险，保障应用开源组件引入的安全。

隐私保护宣传培训

公司高度重视信息安全与隐私保护培训，每年至少组织两次覆盖全体员工的培训，并针对关键岗位员工提供定制化培训。我们采用线上线下结合的模式，线上依托内部学习平台“之家学宫”发布针对全体员工的信息安全学习课程，提供涵盖网络安全意识、法规解读、数据合规性、个人信息保护等领域课程。同时我们积极参加监管机构组织的培训或邀请外部专家进行培训。2024 年，汽车之家总计组织 3 次内部信息安全与隐私保护培训。

信息安全与数据隐私保护专题培训

2024 年，汽车之家针对数据合规监管要求、技术视角解读数据信息安全的合规要求、典型案例解读等主题先后组织了《线索业务合规实务》《技术视角下的数据合规要求与实践》《商业秘密与保密专题普法培训》等主题培训，有效提升员工隐私安全与隐私保护意识。

此外，我们多次参加中国信通院、北京市通信管理局组织的 APP 隐私保护培训，并邀请工信部中国信通院专家举办“APP 开发个人信息保护培训”，公司首席技术官、党委副书记及各主要部门关键岗位员工 70 余人参与培训，有效提升团队合规意识，保护用户权益。



汽车之家组织开展信息安全与数据隐私保护培训

公司首席技术官、党委副书记及各主要部门关键岗位员工参与培训

70 余人



公司重视日常宣贯与提醒，定期面向全员发布信息安全意识月刊，针对安全防范意识、公司安全要求、安全技术知识、安全合规要求等重点领域进行风险提示，强化员工信息安全与隐私保护意识。

投诉与处理

公司建立完备的个人信息咨询与投诉机制，设有投诉跟进流程，开通客服热线、APP 在线客服、专用邮箱等多种渠道。我们在接到信息后迅速处理，对受理、处理全程激励，还定期回访确认整改成果，切实保障用户权益与满意度。

知识产权

汽车之家严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《计算机软件保护条例》等知识产权相关法律法规，全面强化知识产权保护体系。公司制定《汽车之家知识产权管理办法》《汽车之家注册商标申请指引》《汽车之家软著申请流程》等相关制度，对专利权、著作权、商标权等各类知识产权成果，进行严格管理与保护。我们始终密切关注知识产权领域的最新法规动态与行业规范，审慎把控知识产权的时效性与合规性，管理相关风险。我们认真履行知识产权方面的责任和义务，尊重与保护创作者知识产权权益，同时保护自身知识产权。

为进一步明确公司在知识产权保护方面的原则，我们公开披露发布《知识产权声明》，明确自身在知识产权成果保护上的责任义务，全面守护知识产权成果。同时，我们为权利人提供保障权益的详细措施，设立侵权反馈渠道，如遇侵权将依流程进行删除或断开链接等处理，阻断风险。我们还为发布者设置信息反馈渠道，构建良好知识产权使用生态。

维护创作者权益

汽车之家始终坚持对内容创作者合法权益的维护，构建起全方位预警体系，涵盖原创内容的全网监测并与互联网法院联动、竞品专利分析、商标监控拦截等多个关键环节，凭借前沿的搜索技术与算法开展全天候、跨全平台的精准监测。

公司在发现侵权行为后，在法院许可范围内第一时间进行电子取证，在法院规定的合法范畴内，第一时间完成电子

汽车之家高效开展知识产权申请和布局工作，实时针对最新公开的相关专利进行跟踪预警。我们将知识产权申请的负责流程标准化、自动化和标签化，提高工作效率，保持知识产权申请数量与质量。同时公司分类梳理知识产权资产，实现分层分级管理，全流程多维度覆盖知识产权申请与保护，完成全领域动态跟踪监控，系统化提升知识产权管理工作，助力公司知识产权战略深入推进。

2024 年，汽车之家创新上线知识产权全领域动态预警管理系统，实现公司专利、软件著作权、商标全领域知识产权的线上管理和动态监控，具有全面、深入梳理和盘点公司知识产权资产的功能。此外，该系统实现对竞争对手的知识产权最新状况及风险进行动态跟踪和实时预警，有助于公司精准把握行业专利态势，优化自身专利布局与管理，提升专利运用效益与市场竞争力。

在公司内部的知识产权申请方面，申请知识产权的员工可以通过该系统查看申请过程，全体员工可以查看系统中的公开信息。供应商也可以将提交至知识产权局的知识产权申请登记至汽车之家知识产权系统，知识产权管理更加透明化。

取证，同步向侵权人发出删除通知，并将侵权事件信息传递给律师，由律师寄出律师函且持续跟进维权诉讼流程。

我们设置侵权黑名单机制，强化侵权个人或平台管控力度。面对中大型平台出现的侵权状况，我们迅速研判并给出应对策略。当监测到三无网站侵权行为时，公司直接责令其下架侵权内容。

2024 年

根据全网监测结果，公司共计保护汽车之家文章

518 篇



视频

232 段

发送报告邮件

304 封

新发文章

3,210 篇



图片

820,901 余万张



在公众号新发监测部分，我们共计保护公众号

21 个



发送报告邮件

110 封



在商标监测和保护方面，我们在商标申请阶段严密监控疑似侵权竞品的商标和初审公告的近似商标。我们在发现侵权行为后迅速采取拦截措施，并月度汇总上报监控结果。

我们构建严密保护网，把全网全类别审核通过进入公告期的商标纳入精准监控，对于近似商标采取立即告警的措施，

对预计产生影响的商标提出异议，防范源头风险。同时我们强化商标使用管控，用前沿工具全网巡查，打击冒用商标、擅用近似 LOGO 等侵权行为，针对侵权行为进行公证，制定维权方案，切实维护公司品牌与利益。2024 年，公司成功化解一起知识产权主诉案件，最终以和解方式圆满解决。

创新成果

汽车之家全面重视自身知识产权自主创新，全力营造创新氛围。我们制定《职务发明奖励管理规定》，设立“产品技术专项奖励”，激发员工创新热情。2024 年，我们开展两次知识产权申请专项培训，为员工创新提供支持和帮助。截至 2024 年 12 月 31 日，公司共计 118 件发明获得“发明专利受理奖”，93 件专利获得授权奖，颁发奖金 76 万元，共计 459 人次获奖。

截至 2024 年 12 月 31 日，本公司专利提案 318 件，新提交受理 128 件，其中发明专利 127 件，外观专利 1 件。2024 年公司新取得授权证书 99 件，其中发明专利 77 件，外观专利 22 件，创历史新高；在软件著作权方面，提交申请 272 件，已出证 272 件；在商标方面，提交申请 74 件，取得商标注册证书及商标续展证书 66 件。

供应链管理

汽车之家深度聚焦供应链管理实践，积极构建绿色可持续的供应链体系。2024 年，公司进一步完善《汽车之家供应商管理制度》《供应商操作手册》等制度，优化供应商管理、考察、评估、沟通等管理细则，并依托智能管理系统，对供应商全生命周期实施全流程管控，保障供应链稳定高效运作。

供应商准入

- 结合实际情况评估实地考察供应商的必要性，针对确实需要实地考察的供应商严格审核期资质，同时严格参照《汽车之家供应商现场考察评估报告》进行评价。
- 针对实物类供应商，着重考察其供应链是否满足绿色供应链以及产品责任标准，对于服务类供应商，在安全管理及员工权益保障层面提出高标准、严要求，全方位确保供应商的运营符合相关标准与规定。

供应商新增和变更

- 严格执行公司内部标准流程，强化供应商档案管理。

供应商风险和绩效评估

- 严格遵循系统全面性、简明科学性、稳定可比性、灵活可操作性这四大基本原则，运用多指标综合评价法，对供应商展开绩效评估工作。在评估方式上，采用线上评估模式，其中，集采品类以订单为单位实施评估，而其他品类则依据合同来进行相应评估。
- 我们针对全体入库正式供应商（除个人、境外和无合同付款供应商）进行风险和绩效评估，覆盖率 100%。
- 此外，汽车之家所有正式供应商（不包括个人、境外供应商）均已对接天眼查征信系统，有效防范和管理供应商风险。

供应商监督和改进管理

- 为保障供应商服务质量，我们针对特定品类启用末位淘汰机制。对于综合评分较低的供应商，我们主动开展访谈调研，以监督并推动其落实整改工作，提升供应水平。如果供应商出现违法违规行径，供应商管理系统依据风控监测数据，采取直接处置措施或责令退出，保障供应链的合规性与高质量运行。我们还在供应商处置规定中新增供应商扣款细则，进一步细化违规管理。2024 年共计 28 家供应商被纳入供应商黑名单。

供应商沟通交流

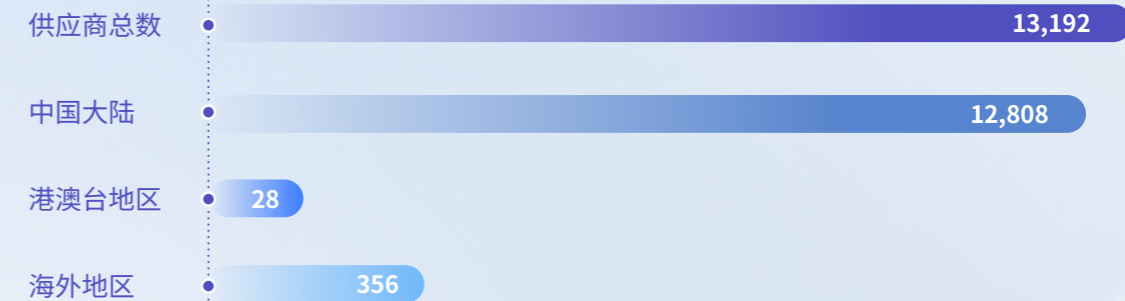
- 我们重视加强供应商合作交流，帮助供应商获得能力提升。在供应商年度总结中，我们着重对供应商黑名单、反腐败等内容要求进行宣贯，强调重点，并在供应商门户发布，覆盖全体供应商。2024 年，我们针对管理制度与举措更新情况、线上系统功能等 4 项内容组织全体供应商沟通及培训，覆盖率 100%。

汽车之家上线供应链风控系统“采盾”

汽车之家自主研发了风控体系“采盾”并持续进行优化及模块新增，2024 年新上线风控模块 3 个。“采盾”系统通过搭建风控全库数据，实现对业务流程全盘监测，在可视化一体化平台展示风控结果。针对公司运营过程中在供应商管理、招采管理等关键节点可能存在的合规风险，“采盾”运用提前判断、预警、终止策略构建前置风控体系，事前拦截，最大程度前置性减少围标串标风险，并具有周期性盘点隐患与迅速对应处置的功能。

通过该系统，我们有效规范需求部门采购执行，推动阳光采购，推动采购管理严谨、合规，强化风险管控，筑牢运营防线。自该系统上线以来，我们已累计拦截或识别 48 个风险项目。

按地区分布的供应商 / 家



汽车之家按地区划分的供应商数量 (家)

供应商商业道德

汽车之家携手全体供应商共建可持续供应链，降低供应链风险，保障运营稳定高效，同时深度践行绿色理念，积极推行阳光采购，力求与合作伙伴互利共赢。在对外招采时，公司明确管理原则，针对廉洁、社会责任及环境等维度提出严格要求，规范供应商行为，促使供应链生态健康有序发展。

公司成立由副总裁担任主任的采购管理与纪律委员会，协同供应链与合规管理相关部门开展供应链合规管理。在招采环节，我们在招采平台发布供应商廉洁倡导，与供应商同步《汽车之家供应商管理制度》对供应商的管理要求。我们在与每家供应商合同签订环节对于公司廉洁供应链相关要求进行宣传，确保全体供应商接受公司商业道德培训、了解并掌握公司关于供应商商业道德的管理举措，并进行日常宣贯，经由供应商门户的启用供应商 100% 接受商业道德培训。

同时我们为供应商提供反贪腐举报渠道，将举报受理范围、具体举报要求等信息清晰呈现。全体供应商均需签署《诚信及反贪污反贿赂承诺书》，招采相关员工在上岗前也需要签署《员工廉洁自律承诺书》，相关承诺书签订率均为 100%。我们还在日常合作过程中通过“汽车之家采购合作平台”公众号发布《汽车之家致供应商的一封信》等宣导材料，进一步明确廉正管理要求。

供应商《诚信及反贪污反贿赂承诺书》、招采员工《员工廉洁自律承诺书》签订率均为

100%



汽车之家供应商廉洁廉正举报渠道



汽车之家发布《汽车之家致供应商的一封信》



汽车之家在供应商管理平台明确管理要求

供应商信息安全与隐私保护

公司在与供应商开展合作的过程中，高度重视信息安全与隐私保护，我们制定《供应商数据合规义务审核清单》《线索业务合规指引》等制度，向相关供应商及合作伙伴提出严格要求，保障公司信息安全和隐私保护工作合规推进。

我们在与供应商数据共享前，单独获取用户授权，向用户明确数据接收方、共享目的等。对于涉及信息共享或委托处理

的供应商及业务合作伙伴，公司与其签署《数据处理协议》，明确共享或委托处理的数据范围、目的、数据处理期限，双方的数据保护义务。另外，公司在符合规定的情况下，对供应商数据处理措施开展审计，确保合作伙伴在信息安全与隐私方面的制度、能力、实践与公司要求相符，为供应链信息安全保驾护航。

绿色采购

我们将绿色理念融入运营和采购过程中，注重采购绿色环保产品。我们筹备员工节日礼品时，严格遵循绿色采购原则，优先选环保包装礼盒，减轻环境负担。

汽车之家 2024 年亮点绿色采购举措：

- 采购选用环保隔热垫的新年礼盒，选用栓皮栎橡树树皮制成的软木材料，具备无毒无味、无有害物质、对人体无害的特性，且可完全回收再利用，丢弃后自然降解无污染
- 2024 年中秋礼盒，外包装采用环保纸浆压塑工艺，纸张源自环保回收纸，运用环保油墨印刷，同时优化工艺削减生产浪费，成品可分解
- 2024 年端午礼盒的书包由回收塑料瓶制作而成，总计使用 11.5 万个塑料瓶，约减少 3.45 吨二氧化碳排放



03

强化内容 焕新服务

汽车之家始终秉持创新理念，努力成为全球前沿的汽车内容社区与线上服务平台。我们严格管控内容质量，高度重视用户体验，用心聆听用户声音，确保输出健康优质内容。同时，我们致力于负责任营销，确保广告内容真实可靠。

- 内容管控 40
- 广告责任 43
- 用户体验 44
- 技术创新 50



内容管控

原则

汽车之家在内容管控方面，秉持严格且清晰的策略。借助平台公告栏目“内容红绿灯”，以“红绿灯”准则为审核核心，大力倡导用户发布如新能源车资讯、汽车专业文章等绿灯内容，坚决杜绝暴力色情、仇恨言论、恐怖主义和暴力极端主义内容、虚假信息、网络骚扰、自我伤害、歧视以及伤害未成年人等红灯内容出现在平台。同时，通过这一栏目以倡议形式向用户阐明发布合法合规、积极健康内容的要求，让用户清晰知晓平台的倡导与禁止事项。

在遵循国家法律法规与相关政策的基础上，汽车之家积极履行社会责任，全力保障平台安全、稳定运营。通过促进健康多元内容的广泛传播，推动用户、平台和社会三方实现共赢，构建积极向上的网络汽车交流生态。

管治

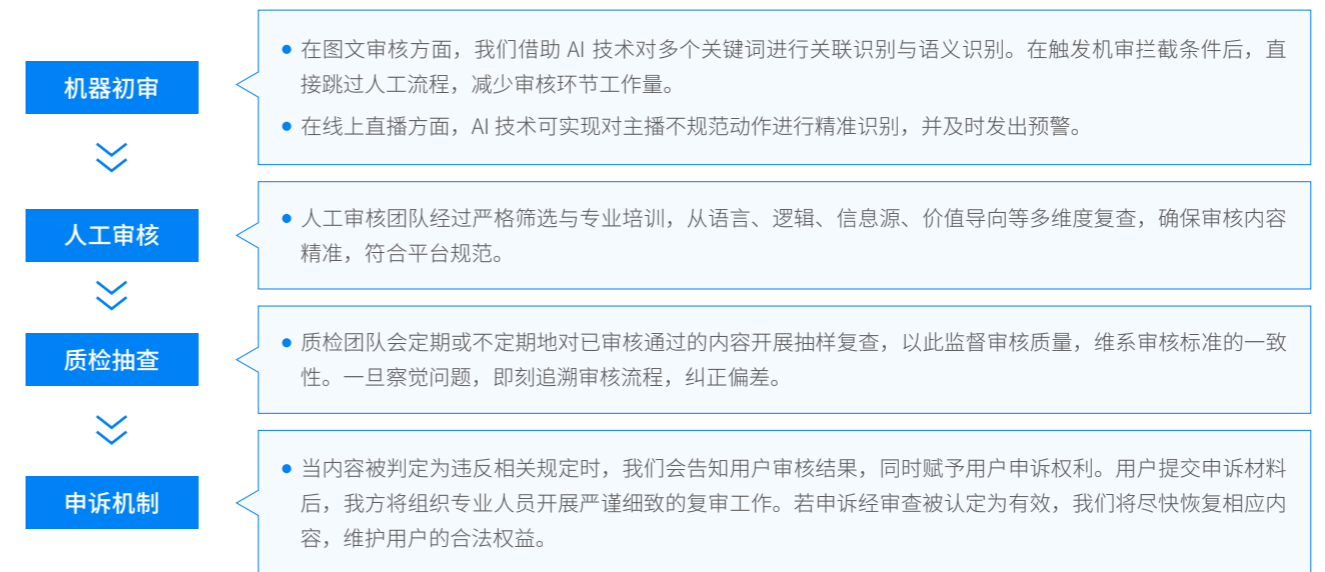
公司成立安全委员会，聚焦平台内容、数据、产品及算法等关键领域的安全维护，重点监督平台内容治理工作，直接向董事会汇报，以保障内容安全管理的高效与专业。



方法

内容审核机制

为维护公司所属平台的健康生态，公司对平台发布内容严格执行先审后发机制，包含机器初审、人工审核、质检抽查三个阶段，同时设有申诉机制。完成审核发布后，产品前端会安排专人开展 7×24 小时不间断的人工巡查。针对涉及过激行为以及明显造谣等负面内容，公司采取从严审核标准，最大限度降低违规内容出现。



汽车之家内容审核流程

内容管控举措

未成年人保护	汽车之家一向重视对未成年人的保护，对内容中涉及未成年人的内容均采取从严审核的策略。所有涉及未成年人的内容，包括动图、表情包等搞笑擦边的内容，均作不通过处理，严格落实上级监管部门针对未成年人保护发起的专项行动要求。
内容清理	面对行业新形势，为确保公司传播内容的合规性与一致性，公司决定对过往积累的海量存量内容进行全面梳理与规范。此次内容清洗工作规模浩大，涵盖约 40 亿条数据，整个项目耗时长达 4 个月。通过严谨的筛查流程，共识别出约 842 万条违规内容，占总内容容量的 0.08%。
违规账号处理	在执行过程中，我们创新性地优化了审核流程。根据内容形式的不同，如图片、文本、视频、音频和注册信息等，分别制定了针对性的审核策略，并依次对每个类别进行集中清洗。这一举措有效整合了审核资源，避免了频繁的规则切换，极大提升了审核效率。
防范电信诈骗	因名称、头像、行为、发布内容等违规原因，2024 全年共查删各类账号 9,700+ 个。
	公司制定了针对防范电信诈骗的策略，根据内容中出现的参加活动的流程指导、夸大中奖概率、明显诱导充值、点击网址链接等特征，在机器识别能力中加入上述特征对应的关键词，对内容中涉及网址、诱导点击、兑奖、现金等内容进行从严筛查，封禁相关账号 26 个。

培训

2024 年，汽车之家针对内容审核团队、内容质量标注团队及有内容产出的业务运营人员在重要时间节点开展了 3 次针对性的培训，培训主题涉及“两会”、“75 周年国庆”等国家重大政治活动，场均 25 人次。此外，为加强内容生产风险管理，审核团队组织培训共计 430 次，培训时长长达 370 小时。

日常质检错题培训

为降低因理解偏差导致的错误发生率，我们每日开展质量检查错题培训，为工作人员提供一对一的详细讲解，深入剖析错误根源。

质量问题汇总培训

为加强员工对质量问题的认知与处理能力，我们以月度为单位开展质量问题汇总培训，让员工及时了解各类质量问题及解决方案，有效保障产品与服务质量。全年累计开展 12 次。

规则更新同步培训

当合规规则有变更时，我们会尽快组织专业人员，以现场或线上的形式开展同步培训，确保新规解读准确、到位。

审核团队培训介绍

内容审核数量	万条	413,217
违规内容数量	万条	10,021
违规内容占比	%	2.43
通过人工巡查清理有害信息数量	万条	1,349
通过机器、大数据清理有害信息数量	万条	8,671
违规内容处理率	%	100
治理网络暴力信息数量	条	406,295
治理烟草制品信息数量	条	176
治理色情信息数量	条	422,375
治理酒精制品信息数量	条	763
治理武器信息数量	条	6,044
治理赌博信息数量	条	98,541
治理歧视信息数量	条	7,238
治理侵犯隐私和信息泄露、人肉搜索	条	105

2024 年内容管控关键绩效表

广告责任

汽车之家以高度的社会责任感，全力确保广告业务合规、健康发展。公司全面契合《中华人民共和国广告法》《广告管理条例实施细则》《互联网广告管理暂行办法》等法律法规及标准规范要求，精心打磨《内部广告审核规范》，深入细化广告内容审核的具体标准与操作流程，力求平台呈现的每一条广告都具备真实性与合法性。

公司明确设立严格的广告内容准入门槛，针对广告涉及的产品和行为制定了清晰明确的准则。董事会与管理层在广告业务板块充当关键决策角色，全面把控广告业务的战略方向与整体策略。产品范畴内，严禁烟草制品、酒精类产品、武器以及赌博相关产品的广告发布。行为层面上，坚决抵制暴力血腥场景、歧视思想、误导性信息、文化敏感性问题、危害儿童福利以及有损安全与健康的内容出现在广告中。同时严禁涉及非法捕猎行径、野生动物交易以及各类网络诈骗手段等不良元素的广告上线。此外，为便于用户清晰辨别，所有广告均需在醒目位置显著标注“广告”字样。

在审核流程方面，公司搭建了一套严密且科学的全流程审核机制。审核工作以《广告法》为核心依据，具体涵盖机器初审、人工复核以及质检抽查三个关键环节。广告需先经机器初步审查，随后人工审核团队对初步筛选出的内容进

行二次审核，最后质检部门还会进行随机抽查。尤其针对广告文案中频繁出现的“最”“第一”“全网”等极端用语，以及广告海报人物着装规范进行重点细致核查。该流程旨在彻底排除广告中可能存在的营销手法、对未成年人产生负面影响的内容、虚假夸大宣传信息以及低俗色情等不良资讯。

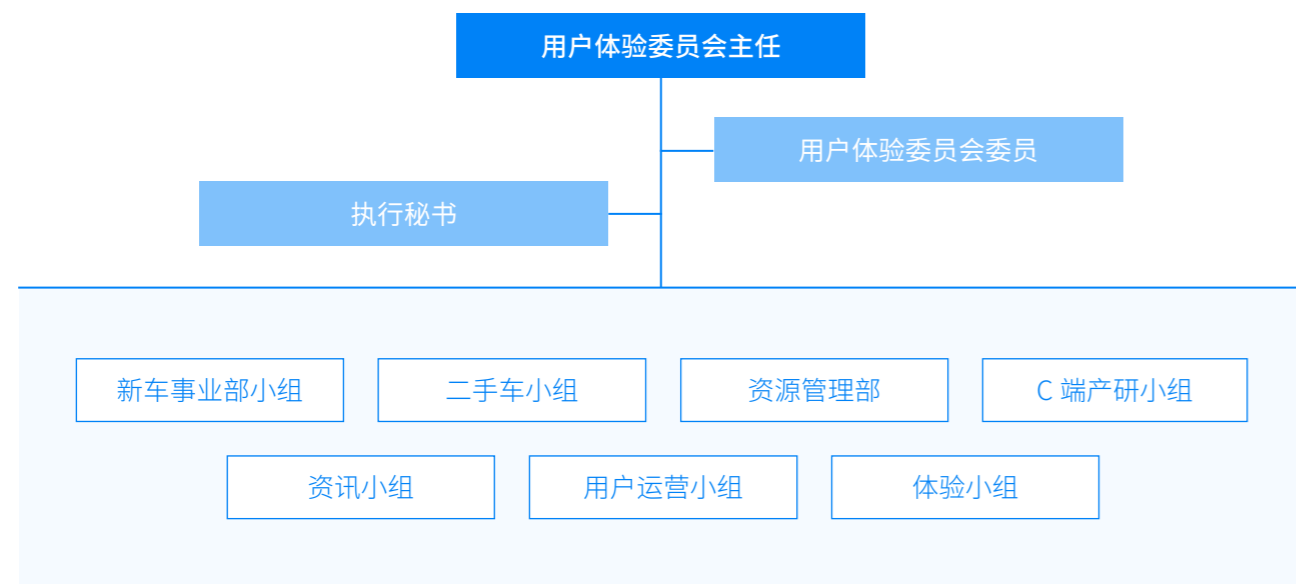
公司深知广告责任对于维护平台生态的意义，从广告营销的起始环节发力，有效预防广告违规问题的发生。公司围绕广告中管制类商品、需备案类商品、违规极端用语、着装暴露及暗示性内容等违反广告法的要素对销售部门员工开展广告专题培训，深入解析广告审核过程中的实际案例。在培训后，销售团队将公司的各项要求传达给各个经销商，助力平台广告内容质量迈向新高度。



用户体验

用户体验管理体系

汽车之家构建以用户为中心、以服务为根本的用户服务管理体系，致力于为用户提供及时且高效的服务与支持。公司成立了用户体验委员会，携手各部门持续优化用户体验。我们制定了《客服中心服务手册》，清晰界定标准化的服务规范，以此向用户提供始终如一的高品质服务。此外，我们还制定了《客服中心质检比例规定》《客服中心质检标准》以及《客服中心质检流程》等制度，定期对一线客服的服务质量展开抽查，切实保障为用户带来优质的服务与良好体验。



用户体验委员会架构



用户服务体验提升

2024 年，我们启动用户体验优化专项，深入分析用户反馈，精准识别问题根源，并以双周为周期开展整改与复盘工作，持续推动产品与服务体验的升级。我们通过优化规范监管机制、完善权益提醒信息、系统化解决全链路卡点等多项举措，显著提升了服务效率与用户满意度，最终实现客诉率平均下降 36%。其中，留资骚扰专项客诉率降低 15%、家家购车客诉率降低 73%、洗车投诉率降低 36%、加油投诉率降低 20%。

流程构建

- 制定售后物流操作手册及处理流程，规范售后物流环节，提升整体服务效率。
- 与部分业务线确定权益类站短模板，以站短替代电话回呼，有效提高工作效率。
- 完成二手车商家合作信息反馈流程，增强与二手车商家的信息交互与合作效果。

文案优化

- 为“智效店铺”和“超级补贴”提供短信文案优化建议，助力提升营销信息传达效果。
- 提供“论坛封禁”C 端提示语优化建议，改善用户被封禁时的提示体验。

评价体系

- 构建并优化供应商服务评价体系，从履约服务（商品缺货率、商品品质损率、配送服务）和售后处理（处理效率、沟通配合度、服务质量）两大指标对供应商进行综合评价，提升供应商服务质量。

精细管理

- 对用户问题类型实施精细化管理，依据各业务及场景细分到三级标签，确保用户问题高效精准触达。
- 收集用户声音并积极推动优化改进，通过“需求分析 - 精准触达 - 双向沟通 - 每周定期追踪”的流程，逐步提升需求反馈的准确性以及采纳率。2024 年度用户需求建议采纳率成功提升至 38.5%。

用户服务体验提升基本流程

关怀弱势群体

汽车之家充分关怀弱势群体，在软件的用户交互设计时采取了多种设计方式，致力于为用户提供更好体验。通过简洁直观的用户界面以及高对比度的视觉设计，我们确保每一位用户都能轻松地使用我们的服务。

针对年长以及视力存在障碍的用户，我们在 APP 中添加大号适配与护眼模式等功能。用户可以根据偏好调整 APP 内的“正文字号”设置选项，选择合适的字号，畅享 APP 内的丰富内容。

聆听用户声音

汽车之家高度重视用户意见反馈，致力于为用户呈现更优质、贴心的汽车资讯与服务体验。我们通过严谨的用户调研和深入的用户访谈广泛收集用户需求，持续优化产品服务。

用户调研

汽车之家深度挖掘用户需求，积极开展全方位用户调研。我们紧密围绕汽车用户群体，努力挖掘汽车用户的关注兴趣、消费偏好、品牌及车型偏好、支付能力与用户画像等关键信息。

为确保数据收集的高效性与全面性，我们主要采用线上调研模式。在汽车之家平台，我们凭借专业汽车资讯与服务领域的深厚积淀，精准定位并触达核心用户圈层。与此同时，我们充分利用微信、微博等新媒体平台的海量用户基础和多元传播特性，广泛投放问卷，全面拓宽调研覆盖面。通过多平台协同的问卷投放策略，汽车之家深度整合用户反馈，精准洞察用户需求脉络，为后续服务迭代升级筑牢数据根基，矢志为用户打造更贴合其需求的汽车相关服务，持续提升用户体验的广度与深度。

自 2024 年 5 月起，客服团队汇总用户对产品库的咨询问题，并分配给负责人员处理。截至 12 月 6 日，我们共提炼 95 个需求，解决 328 个问题。

确定调研目标

- 确定调研所要达成的目标，包括目标人群、样本量以及调研期限。

圈定调研用户

- 根据调研目标，确定用户筛选的原则，如：地域、年龄、收入、有 / 无车、有 / 无购车计划等。

制定调研计划

- 根据目标与圈定的用户，匹配可用资源，制定合理的调研计划。

明确投放渠道

- 根据用户属性、样本量需求、调研内容确定调研投放的渠道。

开展问卷设计

- 通过专家座谈、业务人员访谈及企业调研，了解调研对象的基础情况与各相关方对于调研数据的需求，以此为基础进行问卷设计。

回收样本处理

- 问卷回收后，判断其可信性，识别并剔除无效问卷。

开展问卷分析

- 量化分析：描述性分析、回归分析、相关性分析、聚类分析、画像分析等。
- 可视化：柱状图、折线图、饼状图等。

形成分析报告

根据调研数据分析结果，撰写分析报告，支持业务决策或为行业提供参考：

- 基于改装用户调研，形成《2024 定制改装消费洞察报告》；
- 基于用户安全调研，形成《2024 新能源用户需求与产品洞察报告》；
- 基于智能电动车用户调研，形成《中国智能车“智”在何方—2024 中国智能电动汽车用户洞察》；
- 基于用户交互设计需求调研，形成《2024 中国汽车潮流观察报告》。

用户调研流程图

用户访谈

2024 年，汽车之家通过合作第三方供应商、汽车之家短信问卷、系统外呼等方式招募用户，并借助在线腾讯会议、线下座谈会等途径开展深度访谈，了解核心产品使用场景及体验和消费者偏好等关键信息。根据每次的调研主题，选取涵盖之家新用户、女性用户等 8 大核心客群的目标用户进行访谈。2024 年，我们共开展 31 次用户访谈，触达 579 位用户，收集 341 条有效意见，采纳 164 条建议。

汽车之家针对用户意见进行针对性改进。如，针对用户反馈新车内容更新不及时、找不到等问题，我们开发上线新车日历产品，为订阅用户推送最新信息，确保用户最快掌握最新车型资讯。新车日历上线后，累计订阅人数达 68.5 万，消费内容人数占比高达 40.33%。

客户投诉

汽车之家高度重视客户投诉事宜，制定了《重大 / 突发事件报备机制》《各业务领域投诉处理规范流程》《典型问题的投诉处理流程指引》以及《各渠道业务场景下的投诉处理流程细则》等一系列制度，确保每个环节都有章可循，让客户的每一次反馈都能收获满意答复。

客户系统升级	<ul style="list-style-type: none"> IM 在线客服系统升级，在“家家小七”的基础上升级为新的 IM 客服系统，优化转人工逻辑、聊天表情、前端聊天信息复制、保留历史聊天记录等功能，提升用户使用便利性。IM 在线有效会话量增加 18%，服务质量提升效果显著。
提升坐席业务能力	<ul style="list-style-type: none"> 日常答疑：每天开展半小时晨夕会，集中解答坐席遇到的疑难问题； 专题培训：通过现场面授、在线远程及情景模拟等方式，针对客服坐席人员进行了 1,252 人次的培训，涉及业务知识培训、技能提升培训和各类业务处理情景模拟。
延长服务时间	<ul style="list-style-type: none"> 人工客服服务时间延长为：每日 8:00-22:00
首问负责制	<ul style="list-style-type: none"> 对于突发事件 / 重大事件，一线坐席需在 10 分钟内报备，现场组长 30 分钟内于突发事件报备群提报。管理团队知悉后需立即报告部门长、品宣及法务部门。
闭环时效管理	<ul style="list-style-type: none"> 一般客诉需在 24 小时内关闭处理。重大投诉，需在半小时内上报，按一事一议原则处理。

积极响应客户投诉举措

投诉案例	投诉问题	解决方案
会员洗车核销码提示文案优化	用户使用会员洗车年卡核销时，提示时间与实际可用时间不符，要求核销洗车券并退还线下支付费用。	客服反馈业务后，告知用户无法满足诉求，并建议业务侧优化提示文案。
黑名单用户解封处理	用户注册账号时显示被列入黑名单，无法注册。	客服核实用户多次注册注销账号且发布内容异常。鉴于封禁时间较长，特殊申请解禁账号并提醒用户遵守社区规范。
用户不认可超级补贴订单驳回理由	用户参加购车返现活动，上传购车发票因品牌车系被业务方驳回，用户认为自身在活动名额内且购车车型符合要求，要求兑现权益。	客服与业务侧和用户侧多次沟通协商，让用户重新上传购车发票和购车合同参与审核。
用户投诉超级补贴需要上传购车凭证	用户参与超级补贴活动，因签署车价保密协议遮挡购车合同部分内容，导致审核被驳回，用户对审核结果不认可。	客服核实后告知用户订单详情页规则及信息安全性，同时提示活动名额限制。
用户卖车后商家不结尾款	用户通过平台卖车后商家以车辆未购买交强险为由不付尾款，且后续联系不上商家。	客服收到投诉后与商家积极沟通，督促商家结清尾款。

客户投诉案例

汽车之家通过 App、移动端和 PC 端的意见反馈平台、400 热线、即时消息在线和主动回访等渠道收集用户的意见与反馈，响应客户投诉。2024 年，汽车之家共接收 34,858 起投诉，实现 100% 应答，投诉解决率高达 99.95%。

满意度提升

为持续提升客户服务体验，公司始终重视客户满意度调查，广泛收集客户对于产品和服务设计的建议与反馈，进而为产品和服务的持续优化提供有力指导。为提升客户满意度，公司在网页端设置了用户满意度插件，通过在线插件实时收集用户对当前页面产品的反馈评价。与传统问卷相比，该方式显著提升了用户的参与积极性，且能够更为精准地锚定问题。

优化首页 OPU 分发机制

解决首页内容质量问题，
首页满意度同比提升

13.2%

提升图库相关指标

解决图库覆盖不全问题，
图库满意度同比提升

4.7%-5.1%

完善数据相关工作

解决参配覆盖不全和数据准确性问题，
待售车参配满意度同比提升

5.7%

用户满意度插件提升效果

2024 年，公司聚焦净推荐用户占比、用户贬损和推荐原因开展用户满意度调查，全年累计开展 265 次，覆盖 1,972,889 人次，平均满意度高达 99.1%。此外，汽车之家全年累计开展 NPS 调查共 13 次。其中，汽车之家站内 12 次，第三方供应商 1 次，覆盖 25,548 人次。汽车之家站内调查显示，2024 年 NPS 呈上涨态势，月均约 51%，表现优于上一年度。

2024 年



技术创新

在汽车行业数字化转型加速的当下，汽车之家严格遵循智能网联汽车网络安全与数据安全等技术领域的相关法律法规，依据内部管理架构和制度，稳步推进技术创新工作。

汽车之家线上平台通过技术创新优化用户交互体验，提供更精准的汽车资讯与智能推荐服务；线下利用技术手段革新车展、试驾等活动形式，为用户带来沉浸式体验。

为进一步激发创新活力，公司积极鼓励员工发挥自主创新能力。在内容创作、应用产品、商业产品以及技术研发等方面，员工可通过系统提交创新想法。一旦这些想法通过审核，便成为公司的创新“火花点”，提出者将获得相应奖励。若想法成功立项，还能获得专业团队的全方位支持，助力创新项目落地生根。这种创新激励机制充分调动了员

工的积极性，为公司创新研发持续贡献力量，推动汽车之家在技术创新道路上不断前行。

2024 年

汽车之家总计投入研发资金人民币

13.18 亿元

创新成果

在汽车行业加速智能化、数字化转型的大环境下，汽车之家以技术创新为驱动，遵循行业发展趋势，围绕用户与业务需求开展研发工作，在本年度创新研发领域取得了一系列成果。

汽车之家车型库 - 场景化图库，提供更高效便利的看选服务

行业首创场景化图库，挖掘用户看车刚需的夜间、空间智驾、座舱四大场景，结合 46 个车生活相关车品展示，3 种路况动态展示车型智驾能力，超 15 种智能座舱功能交互展示，将车辆融入到各种真实生活场景中，让用户能够想象自己在这些场景中使用车辆的情景，直观、贴切的图库素材给用户在选买阶段提供了关键决策，提升用户的消费和体验，2024 年累计服务用户超 5,000 万人次。



汽车之家场景化图库



AI 对话机器人

随着汽车行业数字化转型加速，汽车之家积极创新研发，推出集成 AI 智能体与 IM 机器人的 AI 对话机器人，显著提升了业务运营效率，为行业数字化转型提供了实践参考。

AI 智能体：多场景赋能，优化业务流程

AI 智能体在多个业务环节发挥重要作用，大幅提升运营效率。在店铺运营方面，新建店铺的 AI 初始化时间从 30 分钟缩短至 5 分钟，基础设置时间从每周 1 小时减少至 15 分钟，报价功能每日节省 40 分钟用于价格情报收集。在内容创作中，AIGC 助力营销文章撰写，耗时从 1 小时缩短至 10 分钟。在客户跟进环节，AI 智能体可识别高意向客户，为 DCC 每日节省 1 小时工作时间。在决策支持层面，司南 2.0 将数据解读转变为互动解答，使查看和分析数据的时间从 30 分钟缩短至 5 分钟。

IM 机器人：高效沟通，提升销售转化

IM 机器人主要应用于销售沟通场景，能够替代顾问与用户沟通并解决问题，承接各类咨询。通过多维度引导，实现用户留资转化，快速搭建商家与用户之间的沟通渠道，有效降低商家运营成本。其成交率更是达到车商汇大盘的 1.1 倍，展现出强大的销售能力。

04

清洁低碳 绿色未来

在全球积极应对气候变化的大背景下，汽车之家高度重视企业的环境责任。通过持续推进节能减排，大力倡导资源节约，不断优化废弃物管理流程，我们积极践行绿色发展理念，努力为生态环境改善贡献力量，在绿色发展道路上稳步前行。

- 应对气候变化 54
- 绿色运营 62



应对气候变化

气候变化正在对人类福祉和地球环境构成威胁。为此，汽车之家将应对气候变化全面融入公司发展规划中，明确气候变化目标，逐步增强企业运营的气候韧性，以有效应对气候变化的不利影响和风险。

治理

汽车之家由董事会作为包括应对气候变化在内的 ESG 治理最高决策机构，及积极推进碳中和工作相关领导小组建设，在各层级全面推进气候变化治理。

战略

为全面评估汽车之家面临的气候相关风险与机遇，公司开展了气候变化情景与时间范畴设定的分析工作。在物理气候风险分析方面，公司参考《联交所 ESG 守则》（附录 D）的建议，并开展一系列对标工作，选择 IPCC 第六次评估报告中所采用的共享社会经济发展路径（Shared Socioeconomic Pathways, SSPs）作为物理情景分析的基础。在气候转型风险分析方面，公司聚焦于未来的能源构成和排放趋势，选择了国际能源署（IEA）的两种全球能源情景（Global Energy Scenarios, GEC）作为转型情景分析的依据。

情景类型	情景选择	对应升温度数	情景含义
物理气候情景	SSP1-2.6	低于 2°C	符合《巴黎协定》的低排放情景
	SSP5-8.5	4.5-6°C	最差减排情景
转型气候情景	净零排放情景（NZE）	低于 2°C	2050 年实现全球净零排放，符合《巴黎协定》
	气候承诺情景（APS）	2-3°C	所有国家做出减排承诺并付出努力

汽车之家情景选择

时间阶段

汽车之家将气候风险管理时间阶段进行划分，涵盖短期（2025-2026 年）、中期（2027 至 2030 年）和长期（2030 至 2050 年），以助于公司制定针对性策略。

	短期	中期	长期
时间阶段	2025-2026 年	2027 至 2030 年	2030 至 2050 年
时间长度	2 年	3 年	20 年

汽车之家气候风险区间

汽车之家希望可以在汽车及交通运输行业绿色低碳转型进程中发挥关键作用，持续对价值链上下游施加影响，助力达成“双碳”目标。

▶ 节能提效

汽车之家通过积极采用最新技术，同时提升内部管理效率，减少对非可再生能源的使用量，致力于提高现有能源利用效率。在保持业务规模增长的同时，降低单位业务量的能源消耗强度。

▶ 可再生能源利用

汽车之家持续关注绿色电力交易的动态情况，力求在运营过程中尽早实现 100% 绿色电力的使用。我们将与主要数据中心供应商合作，通过多种手段共同推动数据中心用电向绿色化转变。

▶ 碳抵消行动

公司将适时探索绿电交易和新能源业务模式，号召全员参与减碳增汇和生态保护活动，逐步降低单位产值的碳排放强度，计划在 2030 年实现运营碳中和，通过节能提效、增加新能源和碳消除的路径实现脱碳。



风险管理

汽车之家结合业务性质及运营的地理位置以及价值链运营等信息，对各类有可能产生实质性影响的气候变化风险与机遇的潜在影响、影响环节与周期进行分析，并制定相应的应对策略。

风险类型	风险描述	应对措施
急性风险	<ul style="list-style-type: none"> 极端天气事件，如暴雨、洪水、热浪等，可能对公司的办公设施、数据中心等造成直接破坏。导致业务中断，数据丢失或损坏，影响公司的正常运营和服务提供。例如，严重的洪水可能淹没位于低洼地区的数据中心，使服务器等关键设备受损，导致线上业务长时间瘫痪。 极端天气还可能影响供应链的正常运转，如物流运输受阻，导致设备维修所需零部件无法及时送达，进一步延长业务中断时间。洪水、高温等极端天气频发，将导致供电、网络故障，从而增加汽车之家安全稳定运营风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 对租赁的办公场所和数据中心进行风险评估，新办公场所选址时尽量避开高风险区域，如洪水频发的河谷地带、台风常袭的沿海地区等。 加强基础设施的防护措施，选择数据中心时考虑是否配备防水、防洪、防风设施，安装备用电源和制冷系统，以应对突发停电和高温情况。 建立完善的应急预案，定期进行演练，确保在极端天气发生时员工能够迅速响应，保障人员安全，并最大程度减少财产损失。 与多家供应商建立合作关系，分散供应链风险，确保在物流受阻时仍能获取必要的物资和服务。 加强数据备份与恢复能力，定期将数据备份到异地存储中心，以便在数据丢失时能够快速恢复业务。密切关注气象预报。
实体风险	<ul style="list-style-type: none"> 长期的气候变化，如气温升高、海平面上升、降水模式改变等，会逐渐影响公司的运营环境。气温升高可能增加数据中心的制冷成本，降低设备使用寿命。 海平面上升可能威胁到沿海地区办公设施和数据中心的安全。降水模式改变可能导致水资源短缺或水质恶化，影响公司的日常运营及员工健康。 慢性气候变化还可能引发社会不稳定因素，如资源争夺、人口迁移等，进而影响公司的市场环境和员工队伍的稳定性。 	<ul style="list-style-type: none"> 制定长期的设施规划，考虑逐步将位于高风险沿海地区的业务设施迁移至更安全的内陆地区。 加强水资源管理，优化用水流程，提高水资源利用效率，寻找替代水源，以应对可能的水资源短缺问题。 关注气候变化引发的社会动态，积极参与社会公益活动，支持当地社区的可持续发展，提升公司的社会形象和声誉，增强员工的归属感和忠诚度。 通过与政府、非政府组织等合作，共同应对气候变化带来的社会挑战，为公司营造稳定的运营环境。持续关注气候变暖趋势报告。 在选择建立线下门店和租赁数据中心时将此类因素纳入考虑。

风险类型	风险描述	应对措施
政策与法律风险	<ul style="list-style-type: none"> 为应对气候变化，政府可能出台一系列严格的环境政策和法规，如提高碳排放税、设定严格的碳排放标准等，这将增加公司的运营成本。 如果公司未能及时满足这些政策要求，可能面临罚款、限产甚至停业整顿等处罚。 政府对互联网行业的能源使用监管力度可能加大，要求公司披露更多的能源消耗和碳排放信息，这对公司的管理和运营提出了更高的要求。 随着气候变化问题日益受到重视，相关的法律法规不断完善。互联网公司在数据中心运营、产品设计和提供服务等方面可能面临新的法律合规要求。 对于数据中心的能源效率标准可能会进一步提高，产品的环保标准也可能更加严格。 如果公司的产品或服务不符合这些法规要求，可能引发法律诉讼，导致巨额赔偿和声誉损失。 	<ul style="list-style-type: none"> 成立专门的政策研究团队，密切关注国内外气候变化相关政策法规的动态，及时解读政策变化对公司的影响。 提前制定应对策略，调整公司的业务模式和运营流程，以适应新的政策要求，如优化数据中心的能源结构，增加可再生能源的使用比例，降低碳排放。 积极参与行业协会和政策研讨活动，向政府部门反馈行业实际情况和需求，争取有利于行业发展的政策环境。 加强内部管理，建立完善的碳排放管理体系，准确监测和报告公司的能源消耗和碳排放数据，确保公司合规运营。 加强法务团队建设，定期开展气候变化专项培训。 建立法规跟踪机制，及时了解不同国家和地区法规的变化情况，提前调整公司的业务策略。 在向客户提供服务过程中，将环保要求纳入标准流程，确保符合最新的法规要求。 加强与行业内其他企业的交流与合作，共同应对法规挑战，分享合规经验。 对于可能出现的法律诉讼风险，提前购买相关保险，降低潜在的经济损失。 严格按照合规要求进行信息披露。 使用数字化管理系统统计经营过程中的环境数据。
转型风险	<ul style="list-style-type: none"> 为实现低碳转型，汽车之家需要不断应用新的技术，如节能技术、可再生能源技术、碳捕获与封存技术等。这些新技术的研发和应用存在不确定性，可能面临技术不成熟、成本过高、兼容性差等问题。新的节能技术可能在实际应用中无法达到预期的节能效果，或者与现有的设备和系统不兼容，需要进行大规模的改造和升级，增加了公司的技术投入和运营风险。技术的快速发展也可能使公司现有的技术和设备面临淘汰风险，如果公司不能及时跟上技术更新的步伐，可能在市场竞争中处于劣势。 	<ul style="list-style-type: none"> 加大技术研发投入，建立自己的研发团队或与科研机构合作，开展针对气候变化相关技术的研究和创新。 在引入新技术之前，进行充分的可行性研究和试点应用，评估技术的成熟度、成本效益和兼容性。 建立技术储备机制，关注行业内的技术发展动态，提前布局未来可能需要的技术。 加强与供应商的合作，共同推动技术的改进和升级，确保技术的稳定性和可靠性。 制定合理的技术更新计划，根据公司的业务需求和技术发展趋势，逐步淘汰落后的技术和设备，降低技术过时风险。
技术风险	<ul style="list-style-type: none"> 为实现低碳转型，汽车之家需要不断应用新的技术，如节能技术、可再生能源技术、碳捕获与封存技术等。这些新技术的研发和应用存在不确定性，可能面临技术不成熟、成本过高、兼容性差等问题。新的节能技术可能在实际应用中无法达到预期的节能效果，或者与现有的设备和系统不兼容，需要进行大规模的改造和升级，增加了公司的技术投入和运营风险。技术的快速发展也可能使公司现有的技术和设备面临淘汰风险，如果公司不能及时跟上技术更新的步伐，可能在市场竞争中处于劣势。 	<ul style="list-style-type: none"> 加大技术研发投入，建立自己的研发团队或与科研机构合作，开展针对气候变化相关技术的研究和创新。 在引入新技术之前，进行充分的可行性研究和试点应用，评估技术的成熟度、成本效益和兼容性。 建立技术储备机制，关注行业内的技术发展动态，提前布局未来可能需要的技术。 加强与供应商的合作，共同推动技术的改进和升级，确保技术的稳定性和可靠性。 制定合理的技术更新计划，根据公司的业务需求和技术发展趋势，逐步淘汰落后的技术和设备，降低技术过时风险。

风险类型	风险描述	应对措施
市场风险	<ul style="list-style-type: none"> 消费者对气候变化的关注度不断提高，越来越倾向于选择环保、低碳的服务。如果公司不能及时调整服务策略，满足消费者对绿色互联网产品的需求，可能导致市场份额下降。气候变化可能引发供应链中断、原材料价格波动等问题，影响公司的产品成本和供应稳定性。例如，用于制造服务器的某些原材料可能因气候变化导致供应短缺，价格上涨，从而增加公司的数据中心建设和运营成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 开展市场调研，了解消费者对绿色互联网产品和服务的需求和偏好，将环保理念融入产品设计和提供服务中，推出具有低碳、节能特色的产品和服务。 加强与供应商的合作，建立长期稳定的合作关系，共同应对气候变化带来的供应链风险。 通过签订长期合同、套期保值等方式，稳定原材料价格，确保原材料的供应稳定性。 加强品牌建设，宣传公司在应对气候变化方面的努力和成果，提升公司的品牌形象和市场竞争力。
转型风险	<ul style="list-style-type: none"> 在气候变化问题上，公司的任何不当行为或不作为都可能引发公众的负面评价，对公司的声誉造成严重损害。例如，公司被曝光数据中心能源消耗过高、碳排放超标，或者在应对气候变化方面缺乏积极行动，可能引发消费者、投资者和社会各界的不满和抵制。社交媒体的快速发展使得信息传播更加迅速和广泛，一旦出现负面事件，可能在短时间内引起广泛关注，对公司的声誉造成更大的冲击。声誉受损可能导致客户流失、投资者撤资、合作伙伴关系破裂等一系列严重后果，影响公司的长期发展。 	<ul style="list-style-type: none"> 制定明确的企业社会责任战略，将应对气候变化作为重要内容，积极开展节能减排、绿色办公等活动，并定期向社会公布公司的环保成果。 建立完善的舆情监测机制，及时了解公众对公司在气候变化问题上的评价和反馈，对负面舆情进行及时有效的回应和处理。 加强与媒体的沟通与合作，通过正面宣传，展示公司在应对气候变化方面的积极行动和贡献，树立良好的企业形象。 加强员工培训，提高员工的环保意识和责任感，确保员工在日常工作中践行公司的环保理念，避免因员工个人行为给公司带来声誉风险。 围绕《汽车之家碳足迹与碳中和行动报告》中的减排目标及行动计划，落实有效的碳减排项目，并定期披露减排措施及成效。
声誉风险		

气候变化风险识别及应对

在国家及行业低碳经济转型的过程中，我们希望把握能源革命和市场变革所带来的历史性机遇，为应对气候风险提供新型绿色方案。

机遇	机遇描述
绿色出行技术推广	随着电动汽车、氢燃料电池汽车等新能源汽车技术发展，公司可利用技术优势，深度解析新能源汽车节能技术、智能续航管理系统等。通过制作专题报道、科普视频等形式，向用户普及绿色出行技术，吸引新能源汽车厂商投放广告，拓展盈利模式。
技术创新驱动发展	开发针对汽车的碳排放计算工具，根据车辆型号、行驶里程、驾驶习惯等因素，精确计算碳排放。该工具可集成在公司平台上，为用户提供服务，同时吸引环保组织、政府部门合作，提升公司的行业影响力。
虚拟现实与增强现实试驾体验	运用虚拟现实 (VR) 和增强现实 (AR) 技术，为用户提供线上新能源汽车试驾体验。减少用户实地看车、试驾的碳排放，同时提升用户购车决策效率，吸引更多汽车品牌合作，拓展线上营销业务。
新能源汽车市场资讯服务	消费者对新能源汽车关注度持续攀升，公司可打造专业的新能源汽车资讯平台，涵盖新车发布、车型对比、购车指南、电池技术发展等内容。满足消费者对新能源汽车信息的需求，吸引大量用户流量，进而通过广告、付费会员等形式实现商业变现。
新兴市场需求增长	<ul style="list-style-type: none"> 可持续交通解决方案推广：关注城市交通拥堵与环境污染问题，推广共享出行、智能交通系统等可持续交通解决方案。与相关企业合作，为用户提供实时共享汽车、共享单车信息，以及智能交通路线规划服务，增加用户粘性，拓展业务合作机会。 汽车环保改装市场拓展：随着环保意识增强，部分车主有将传统燃油汽车进行环保改装的需求。公司可提供汽车环保改装资讯，包括技术介绍、改装案例、合规指南等，吸引改装配件厂商、改装服务提供商合作，拓展汽车后市场服务业务。
响应国家政策号召	“以旧换新”政策机遇 随着“以旧换新”政策的实施，汽车之家可以通过数据平台和市场分析，帮助消费者做出更加精准的置换决策，推动二手车市场和新车销量的增长。

气候变化相关机遇

指标和目标

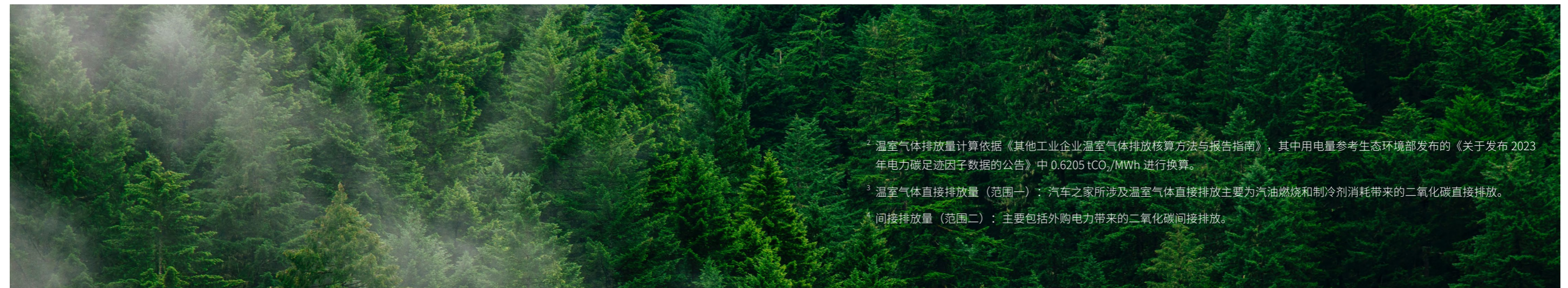
碳中和已由全球共识落实到企业发展规划和实际行动中，汽车之家深知企业是实现“双碳”目标的关键主体，积极承担和履行自身减排责任。我们已制定了企业碳中和目标，承诺到 2030 年实现运营层面的碳中和。

目标类型	目标内容	2024 年进展
排放量目标	到 2030 年实现运营碳中和。	持续按目标执行
能源使用效益目标	以 2021 年为基准，到 2026 年底，本公司将通过整合办公区域集中能源管理、安装节能灯、加大节电宣传力度等途径，将人均耗电量减少 3%；	持续按目标执行
	到 2026 年，本公司新能源车车辆比率将提升至 50%，后续更换车辆优先采购混动及纯电车辆。	减少公务车 3 辆，提高用车效率。
减废目标	自 2022 年起，本公司将由保洁人员协助员工分拣垃圾，并开展面向全员的垃圾分类科普，全面实施垃圾分类回收。	已达成

汽车之家环境目标

指标	单位	2023 年	2024 年
温室气体排放量 - 范围一 ³	吨二氧化碳当量	362.41	420.54
温室气体排放量 - 范围一密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.01	0.02
制冷剂	吨二氧化碳当量	28.55	27.6
公车耗油	吨二氧化碳当量	333.86	392.94
温室气体排放量 - 范围二 ⁴	吨二氧化碳当量	1,337.58	1,514.10
温室气体排放量 - 范围二密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.05	0.06
外购电力	吨二氧化碳当量	1,337.58	1,514.10
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1,700.01	1,934.64
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.07	0.08
大气污染物排放量	千克	96.83	26.84
氮氧化物	千克	94.57	24.94
二氧化硫	千克	2.26	1.90

汽车之家温室气体排放量²



² 温室气体排放量计算依据《其他工业企业温室气体排放核算方法与报告指南》，其中用电量参考生态环境部发布的《关于发布 2023 年电力碳足迹因子数据的公告》中 0.6205 tCO₂/MWh 进行换算。

³ 温室气体直接排放量（范围一）：汽车之家所涉及温室气体直接排放主要为汽油燃烧和制冷剂消耗带来的二氧化碳直接排放。

⁴ 间接排放量（范围二）：主要包括外购电力带来的二氧化碳间接排放。

绿色运营

在当今社会对企业环保责任日益重视的背景下，汽车之家积极践行绿色运营理念，制定《职场环境 7S 管理规范》等制度，致力于在资源使用及管理、废弃物管理和绿色办公等多方面实现可持续发展，以契合外部法律法规要求，并依据自身内部管理架构和制度稳步推进各项工作，取得了显著成效。

资源使用及管理

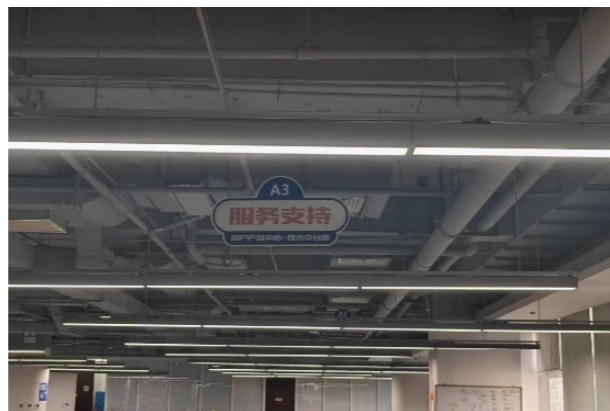
汽车之家严格依据《中华人民共和国节约能源法》及国家、地方能源管理法规运营。公司行政部统筹节能事务，强化办公区域管理，确保法规要求落实到位。

日常工作中，汽车之家采取多项资源节约举措。截至报告期末，我们将办公区灯具全部更换为 LED 灯，实现 LED 灯具使用率 100%。我们对公务车汽油、办公用电、冬季供暖天然气消耗严格管控。2024 年，公司减少 3 辆公务车，以实际行动降低运营能耗、助力节能减排。

在选取租用的数据中心时，我们综合考量能耗水平，优先选择符合国际能效标准（如 PUE 值低于 1.5）的绿色数据中心，以降低整体碳足迹。目前使用的数据中心电源使用效率（PUE）年平均值在 1.3 - 1.4 之间，低于北京市平均水平。

实现 LED 灯具使用率

100%



汽车之家 LED 灯改造

在办公模式优化上，我们推行无纸化办公。鼓励员工用电子邮件、内网等电子方式传达信息，汽车之家采用电子章逐步替代实体印章。新购入车辆优先选择油气混动车型。在提升能源利用率方面，我们在办公设备张贴节能减排标识，设定空调温度限制，要求人员离开随手关灯，在午休及下班后对未使用的会议室及公共区域巡查关灯，并开展电梯改造提升承运效率。我们禁止用饮用水清洗杯具，减少水资源浪费。

2024 年，汽车之家持续推进节能减排。我们设置默认双面打印，累计 14,765 张纸张双面打印，公章申请流程新增双面打印选项，294 份公章申请文件双面打印。我们在办公区张贴 4 张环保海报，强化员工节能意识。汽车之家电子章用印量达 90,720 单，提升办公效率同时进一步降低能源消耗。未来，汽车之家将继续推进节能减排工作。



汽车之家环保宣传海报

指标	单位	2023 年	2024 年
直接能源消耗	兆瓦时	1,334.51	1,546.23
汽油使用量	兆瓦时	1,334.51	1,546.23
间接能源消耗	兆瓦时	2,345.40	2,440.12
外购电力	兆瓦时	2,345.40	2,440.12
综合能耗 ⁵	兆瓦时	3,679.90	3,986.35
每平方米办公区楼面能源消耗	兆瓦时 / 平方米	0.15	0.16
耗水量	吨	15,940.0	14,547.0
每平方米办公区楼面用水量	吨 / 平方米	0.64	0.59

汽车之家能源及水资源使用量

⁵ 综合能耗根据《综合能耗计算通则 GBT2589-2008》各种标准煤换算系数折算得出。

废弃物管理

作为一家低能耗、轻污染的互联网企业，汽车之家以商务办公为主，不涉及工业废水、废气、空气污染物、废弃物的排放以及制成品包装材料的消耗。我们始终严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，规范自身排放物管理，尽可能地使用环保物料，制定减废目标并定期检讨，努力减少运营环境足迹。



2024 年，我们进一步加强了废弃物分类处理工作。公司依据环保法律法规及内部废弃物管理规定，在卫生间设置了分类垃圾桶，并开展垃圾分类宣传引导，促使员工能够精确分类废弃物后按类归集。同时，我们科学优化办公区垃圾桶配置方式，减少垃圾桶配置密度，这一举措有效提升了废弃物分类管理效率。未来，我们也将持续探索更多环保举措，进一步提升绿色运营水平，为环保事业贡献更多力量。

指标	单位	2023 年	2024 年
有害废弃物	吨	0.015	0.022
人均有害废弃物	千克 / 人	0.005	0.007
无害废弃物	吨	103.08	101.52
人均无害废弃物	吨 / 人	0.03	0.03

汽车之家废弃物排放量

践行绿色理念

为积极响应绿色发展号召，汽车之家策划并开展了一系列别开生面的趣味环保科普活动。活动通过多种新颖有趣的形式，如植树骑行、创意手工等，向员工普及环保知识，深度培养员工的环境保护意识。

汽车之家举办植树骑行活动

2024 年 4 月，公司组织植树骑行活动。经多场地勘察，选定怀柔神堂峪仙翁度假村为植树地点，该场地会保留树苗让其持续生长。公司共有 124 人参与到本次活动中，共栽种桃树苗 130 余棵。午餐后，大家环雁栖湖骑行 10 余公里。此次活动不仅持续输出环保理念，还彰显了员工对环保行动的热情与支持。



员工植树骑行剪影

职场低碳，爱心传递环保

2024 年 7 月，公司举办职场内低碳环保主题活动。活动亮点为设立员工捐赠兑换环节，当天员工捐赠的旧物以公司名义捐赠给平安希望小学。同时邀请专业机构回收员工闲置电子产品，设置 DIY 手拓环保丝巾等互动环节。活动覆盖 2,700 位员工，有效提升了员工环保及节能意识。



汽车之家员工参加 DIY 现场

05

齐心协力 赋能人才

汽车之家坚定地将人才确立为驱动公司可持续发展的核心驱动力，始终秉持广纳贤才、拥抱多元的理念，致力于构建一个平等包容的职场生态，全方位保障员工在多元化背景下享有平等的发展机遇。

- 平等雇佣 68
- 员工发展 69
- 员工关爱 74
- 职业健康与安全 76



平等雇佣

雇佣原则

汽车之家严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国劳动合同法实施条例》等相关法律法规，结合自身实际情况，持续对《员工手册》等内部规章进行优化完善。

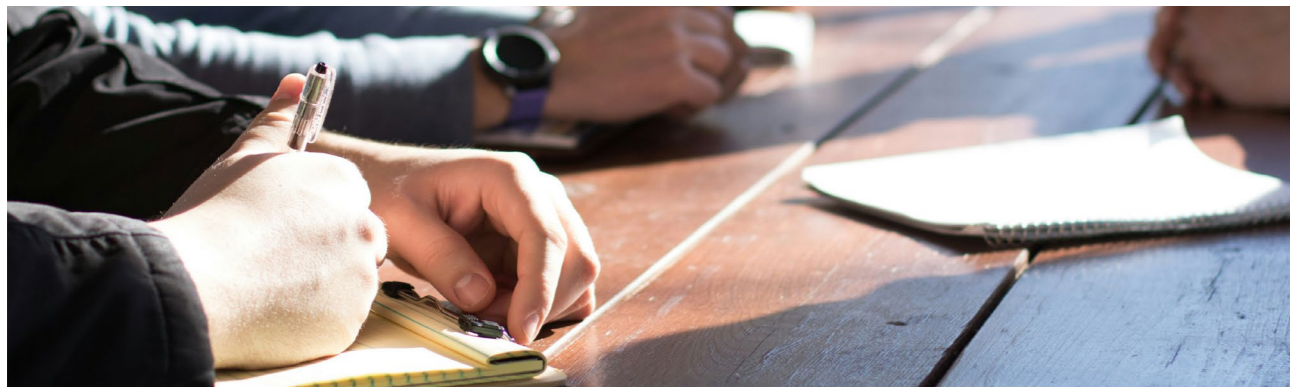
我们承诺在招聘、任用、薪酬福利、培训、晋升、离职、退休各阶段向所有员工提供平等机会，尊重员工文化的多

样性，努力营造一个包容多元、平等的工作环境。此外我们严禁工作场所出现性骚扰等不友好、不文明行为，并坚决抵制基于族裔、宗教信仰等受保护群体的非法歧视，员工有疑问可咨询合规负责人。同时，对于违反社会公德并造成不良影响的行为，如拉帮结派、性骚扰等行为，我们将严格依据《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》予以相应处罚。

人权保障

汽车之家始终高度重视员工人权保障工作，遵循《世界人权宣言》《国际劳工组织公约》《禁止使用童工规定》等一系列相关法律法规，确保员工的合法权益在法律框架下得到充分保护。在劳动合同签订过程中，公司明确禁止强制劳工和雇佣童工等违法行为，从源头上杜绝此类侵害员工权益的现象发生。在报告期内，汽车之家未出现任何雇佣童工和强迫劳动的不良事件，充分彰显了公司在遵守劳动法规、保障员工权益方面的坚定执行力。

汽车之家打造了一套完善的人权风险应对体系。各部门均配备人力资源业务伙伴 (HRBP)，负责处理人权风险及侵权事件。HRBP 收到相关报告后，会立即评估事件性质和严重程度，提供紧急援助，防止侵害行为恶化。随后，公司将会深入调查，收集证据并与相关人员沟通，确认是否存在人权侵害情况。基于调查结果，HRBP 会同管理层及利益相关方制定解决方案，包括纠正不当行为、开展培训和调整公司政策。公司还会持续跟踪评估，确保措施有效，预防类似问题再发生，同时依据规定处置涉事人员，保障员工合法权益。



员工发展

2024 年，汽车之家持续把员工发展作为公司战略的核心组成部分。我们通过多元化的培训体系、透明的绩效评估机制以及清晰的晋升通道，全面支持员工的成长与发展。这些举措不仅提升了员工的专业技能，也为员工在公司内部实现更好的职业发展和个人进步提供了坚实的保障。

培训体系

汽车之家致力于为员工创造丰富的培训机会与渠道。公司积极鼓励员工参与社会上各类有助于提升个人综合素质的培训，同时也根据岗位职责的类别和层级，设计和开展了一系列差异化的培训品牌，以精准满足不同员工群体的成长需求。2024 年，汽车之家员工培训总时长为 57,146 小时，受训人数为 3,083 人。

在线上，公司搭建了学宫平台，为员工提供便捷的学习资源。在线下，针对不同阶段和岗位的员工，分别设有新员工 - F1 训练营、F1 青训营、管培生 - 优 + 计划、团队长 - TOP 新锐训练营以及部门长 - TOP 精英训练营等。

新人融入培训

- 基础性培训：帮助新员工了解公司环境、线上系统及工具的使用。
- “新人训”项目：帮助新员工了解企业规章制度、公司文化、行业及公司业务。
- 岗位及部门介绍：HRBP 和新人主管介绍岗位职责和目标。
- 专业能力培训：为新员工提供业务流程、产品知识和业务技能的培训。

管培生 - 优 + 计划

- 由公司高层亲自带队，培养年轻优秀人才，打造未来中坚力量。
- 引入系统职业化思维课程，结合内部嘉宾的经验分享，以 IDP 为牵引，推动公司与管培生之间的沟通，从而使管培生快速完成职场思维和习惯转变。
- 提升管培生职业通用能力和岗位专业能力，最终帮助管培生胜任岗位工作，符合汽车之家人才定位。

线上学宫平台

- 支持 PC 端和移动设备端 APP，旨在贯彻企业战略，提升人才赋能，快速应对业务挑战。
- 设有五大学堂：互联网学堂、市场营销学堂、管理学堂、商业产品学堂及技术学堂，涵盖近 30 个课程类别。
- 提供大量课程、直播及学习任务，推动团队能力提升。

汽车之家员工培训体系

此外，公司还推出了家有大咖、家有好课、学宫论坛等全员赋能项目，全方位满足各类员工在不同层次的学习与发展需求，为员工提供科学、系统且丰富的学习内容，助力员工不断成长与进步。

团队长 - TOP 新锐训练营

2024 年 6 月 27 日，团队长培养项目——TOP 新锐训练营如期举办，来自汽车之家 10 个部门的 27 位团队长参加了本次培养项目。历经 2 个半月的培养项目圆满落幕，共 25 位团队长顺利结业。训练营从“想事、做事、带队伍”三个层面出发，结合实际工作场景中真实问题，开展了深度交流，传递公司管理文化。课程内容聚焦团队长关键管理场景，从传递公司管理要求到角色认知，从精准识人到高效用人，系统性赋能团队长。



TOP 新锐训练营授课过程

员工激励

为打造并维系一支高素质的人才队伍，汽车之家构建了一套公平公正、极具市场竞争力的薪酬福利体系与激励机制。2024 年，我们更新了《汽车之家员工手册》，优化员工薪酬体系与日常薪酬管理，以提升管理效率和员工福利。

在绩效管理方面，公司根据绩效目标和工作要求两部分，全面综合地考量员工的绩效目标完成情况以及工作要求的达标程度。其中，公司针对管理者考核“想事、做事、带队伍”维度，针对员工考核“想事、做事”维度，并分为季度、半年度和年度考核，对员工努力工作的成果发放绩效奖金。

为了确保评估过程的透明与公正，公司还专门建立了健全的绩效申诉机制。员工对设定的绩效指标或考核结果存在异议，可通过绩效系统发起申诉，与直属上级沟通。当直属上级给予反馈后，员工仍有异议，则由隔级主管根据实际情况客观、公正地给出最终处理意见，并反馈给员工。

公司高度重视合规管理和风险管理，将其纳入绩效考核的重要范畴。若员工出现违反合规管理规定或风险管理规定的行为，公司会根据违规情节的轻重，降低其绩效评级，相应地减少甚至取消绩效奖金。对于那些性质恶劣、给公司造成重大损失、严重损害公司品牌声誉的违规行为，除了采取上述措施外，还会严格依照 2024 年版本的《汽车之家员工手册》的相关规定，对涉事员工采取其他纪律处分，以维护公司的正常运营秩序和良好形象。

此外，为了激励和留住优秀的骨干人才，公司特别设立了股权激励机制，并制定了《汽车之家长期激励管理手册》。对于表现卓越的骨干员工，公司会给予股权激励类的激励，共享公司成长带来的红利。2024 年，公司参与股权激励计划的员工占员工总数的 25.71%，这一比例在行业内处于领先地位。

员工晋升

为保持组织活力并促进人才合理流动，汽车之家构建了全面且完善的晋升制度及内部调岗机制。在公平竞争的环境下，公司为表现卓越的员工开辟晋升通道，激励员工不断提升自我，实现个人与公司的共同成长。公司精心设计了“专业序列”与“管理序列”两条清晰的职业发展路径。

专业序列

着重深化员工的专业技能与知识储备，通过专业领域的深耕细作，助力员工成为行业内的技术专家。

管理序列

聚焦于提升员工的管理能力和领导力，培养具备战略眼光和团队管理能力的管理人才。

汽车之家职业发展路径

为确保新晋升管理者能够顺利适应新角色，有效履行管理职责，汽车之家为不同层级的新晋升管理者量身定制了领导力培训计划。这些培训计划涵盖管理理念、团队建设、沟通技巧等多个方面，通过系统培训与实践指导，帮助管理者快速提升管理能力，融入新的工作角色。2024 年，汽车之家晋升人数达到 253 人。

2024 年

汽车之家晋升人数达到

253 人

内部调岗机制

汽车之家重视员工的职业发展多元化需求，建立了灵活的内部调岗机制。此举为员工提供了更多职业发展的机会，帮助他们发掘潜力，推动职业生涯的多元化发展。

“之家人才库”精准赋能内外部人岗匹配

2024 年，“之家人才库”招聘系统引入了先进算法模型，进一步助力岗位需求与简历的精准匹配。新版人才库能自动计算匹配度并推送给招聘经理，通过 AI 自动生成岗位描述，并优化算法以提高匹配准确度。在绩效方面，自动生成岗位描述功能为每个职位节约提报时间及简历筛选时间，候选人命中率达 91%，误判率低于 9%，显著提升工作效率。

人才吸引与保留

汽车之家始终致力于吸引和保留顶尖人才，打造多元化的员工团队。公司营造开放透明的招聘环境，秉持公正平等的原则，确保每一位员工和应聘者都能获得公平的机会。通过多样化的招聘渠道，广泛吸引来自不同背景、专业和文化的专业人才加入，并着力提升员工的职业发展空间。2024 年，汽车之家员工队伍进一步优化，总人数达 3,083 名，其中包括 33 名残障人士、151 名少数民族员工，以及 581 名新进员工。

2024 年，汽车之家员工队伍进一步优化



汽车之家 2024 年荣获两项雇主大奖

- 在 2024 人力资源管理卓越大奖 (HRoot Awards) 评选中，荣获“2024 卓越雇主奖”
- 在由友邦保险主办、北京大学公共卫生学院作为合作伙伴，HR flag 协办的“2024 亚洲最佳职场 (中国大陆区)”奖项评选中，荣获“最健康雇主奖”

员工满意度

2024 年，汽车之家开展了年度员工满意度调查，通过线上问卷与线下互动相结合的方式获取员工反馈，员工满意度达到 88.2%。

员工满意度达到
88.2%

员工沟通

汽车之家高度重视与员工的沟通交流，致力于打造一个开放、透明且高效的沟通环境。为此，公司建立了多渠道、多层次的沟通机制，确保信息在组织内部能够顺畅流通，各项决策得以高效落地执行。

为进一步畅通自下而上的沟通渠道，公司设立了董事长沟通在线平台，员工可通过该平台直接向董事长反馈意见和建议。自平台建立以来，已累计收集到 127 条员工反馈信息。我们有效提升了内部沟通的效率，同时增强了员工的参与感与归属感，从而为团队合作营造了积极的氛围。

2024 年之家中层干部见面会

2024 年 1 月 22 日，汽车之家组织举行“之家中层干部见面会”，之家经管会全体成员、公司全体部门长参加了本次活动。活动中，汽车之家时任 CEO 吴涛总提出了汽车之家 2024 年的重点业务方向，倡导走出差异化的竞争道路。除此之外，公司高管与之家中基层管理干部对本年度战略规划和业务重点进行了深度沟通与探讨。

汽车之家储备干部交流机制

为了有效识别并解决储备干部面临的痛点和问题，公司同步建立了储备干部交流机制——潜才沟通会。截至目前，潜才与各层级高管共计完成 2-3 轮沟通，梳理出共性和个性问题，建立了潜才档案。该机制通过加强内部沟通，致力于为储备干部针对性持续赋能。

汽车之家通过优化工作环境、提高员工福利和提供职业发展机会，增强了员工的参与感和归属感。同时，开放的沟通渠道和管理机制帮助员工更好地理解企业文化与价值观，提升了工作满意度和团队合作精神。2024 年汽车之家主动离职率为 9.35%，低于行业平均水平，彰显了公司在人才保留方面做出的有效努力。



员工关爱

汽车之家致力于关爱员工，开展了丰富的非薪酬福利和人文关怀举措。通过文体活动和特别的女性关怀措施，我们为员工创造了更好的工作和生活环境，确保每位员工都能在公司文化中获得全面的支持与关爱。

非薪酬福利

汽车之家为员工提供了超越薪酬的全面福利，以支持员工的身心健康和幸福感。公司不仅为所有员工按规定缴纳社会保险，还为全体员工及公司实习生提供额外的商业保险保障。2024 年，汽车之家全职员工的五险一金、养老金和退休金，以及额外提供的补充商业医疗保险覆盖率均达到 100%。

汽车之家十分重视员工的休假权益，除国家法定假日和年假外，还为员工提供福利假期。例如，公司参考员工工龄以及入司年限，在国家规定的基础上提供额外的福利年假。春节期间，公司也会在国家规定放假时间基础上增加额外的春节福利假。

为了保障员工能够合理安排工作与生活，我们实施灵活工作制度，允许员工在 9:00 至 10:00 之间自由选择上班时间，18:00 至 19:00 之间灵活下班。同时，综合考虑各岗位的不同需求，我们还提供个性化的弹性工作方案，并为员工提供必要的技术支持和工作工具，确保在高效工作的同时，努力增强员工幸福感。

2024 年，公司持续开展安家计划，旨在为入职满一年、达到特定职级且绩效表现出色的员工提供银行贷款利息补贴，全年共计 41 名员工从中受益。公司将持续关注员工的购房需求，并根据计划实施效果进行适时调整与优化，确保更好地满足员工的多样化需求。

额外提供的补充商业医疗保险覆盖率均达到

100%



普惠型商业补充医疗保险

针对员工商业补充医保福利，汽车之家 2024 年为员工购买普惠型商业补充医疗保险，致力于实现真正的“无门槛”覆盖。无论年龄大小、既往病史或健康状况如何，员工均可无障碍参保。即使患有恶性肿瘤、肝肾疾病等 5 类特定既往症的员工，也能享受保障，并获得理赔。这项保险充分体现了汽车之家商业补充医保福利的 inclusiveness (包容性) 与 accessibility (可及性)。

关怀活动

2024 年，汽车之家持续为员工提供外部健身房福利，并在内部设立了健身区域，鼓励员工保持健康的生活方式。此外，我们积极推动体育文化，组建了足球、篮球和羽毛球等多个运动俱乐部，定期开展活动并举办年度赛事，促进员工之间的互动与团队协作。为了进一步增强员工间的联系和沟通，我们为各社团提供了专项活动基金，支持员工参与各类有意义的社交和团队建设活动，营造了更加活跃和谐的工作环境。

“橙”风破浪，迎“篮”而上

在 2024 年，北京地区“平安一家亲”篮球联赛中，汽车之家篮球队凭借出色的团队协作和高水平的比赛表现，最终摘得桂冠。这一胜利不仅展现了团队的拼搏精神，也体现了公司倡导的团结协作和健康生活理念。



2024 年北京地区“平安一家亲”篮球联赛夺冠合影

正念冥想与情绪管理课程

汽车之家 2024 年共开展两期正念冥想与情绪管理课程，旨在提升员工心理韧性和情绪调节能力。通过专业引导与训练，汽车之家帮助员工认识自我情绪状态，掌握情绪管理技巧。课程让员工学会在正念冥想中专注当下、平静内心、减轻压力，避免影响工作效率和人际关系。公司致力于创造积极健康的工作环境，促进员工全面发展与福祉提升。



正念冥想与情绪管理员工课程

为了帮助员工在繁忙的工作中得到有效放松和休息，汽车之家本年度精心组织了一系列丰富的文娱活动。公司举办了多个节日庆祝活动，如女神节、家庭开放日、产研节和周年庆典等。这些活动不仅为员工的日常生活增添了色彩，也营造了一个和谐、愉快、充满活力的企业文化氛围。

母婴室设施 为女性员工提供舒适、私密的母婴室，满足职场母亲的特殊需求，助力她们平衡工作与家庭生活。

特别假期与节日关怀 在每年国际妇女节，公司不仅为女性员工提供节日礼物，还特别设立带薪半天假期，让员工在重要节日中感受到企业的人文关怀。

补充生育费用保障 除法定的生育假期与生育保险外，公司为女性员工额外购买补充生育费用保障，减轻她们在生育过程中的经济压力。

生育礼金制度 为在职女性员工提供人性化的生育礼金支持。员工在孩子出生 3 个月内可申请 500 元生育礼金，夫妻双方均为公司员工的情况下可分别申请。

职业健康与安全

汽车之家始终遵守《中华人民共和国劳动法》及相关职业健康与安全法律法规，建立了完善的员工健康与安全管理体系，确保员工在安全、健康的环境中工作。

报告期内，汽车之家因工死亡人数为 0 人，因工伤损失工作日数为 78 天，体现了公司在职业健康与安全方面的持续努力和成效。每年年初，公司会与业务负责人对接，确保所有参与试驾的员工名单准确无误，并为他们提供妥善的职业健康保险。目前，汽车之家已为 79 名试驾员工投保，确保所有试驾人员都能享受高规格的意外医疗保障，切实保障员工在工作中的健康与安全。

报告期内

汽车之家因工死亡人数为

0 人

中医按摩理疗及问诊福利

2024 年，汽车之家推出了中医按摩理疗和中医问诊服务。通过邀请中医专家为员工提供专业的健康调理服务，涵盖了理疗推拿、健康科普等内容，特别关注员工在高强度工作环境中的身体健康。2024 年，汽车之家共计组织 4 次中医健康活动，受到员工的广泛欢迎。

未来，公司将继续深化这一健康福利项目，开展更多的中医调理和健康促进活动，打造一个更加舒适、健康的工作环境，帮助员工预防和改善亚健康健康问题，促进整体工作效能与幸福感。



工伤理赔紧急预案

2024 年，汽车之家制定了全面的工伤理赔紧急预案，确保员工在工伤发生时能够得到及时的处理和支持。公司根据事故的严重性划分了不同等级，确保高优先级的事件得到迅速响应。工伤调查小组将根据事故原因进行调查并作出认定，随后依照工伤认定流程处理理赔事宜。员工若符合工伤认定条件，可按照流程申请认定并享受相关的保险待遇。

事件报备

公司对员工工伤事件按严重性分为不同的事件等级：

- 红色（最紧急等级）：重大事故应优先处理，并报备至部门负责人；
- 橙色（重大疾病）：及时报备至部门负责人，逐步处理；
- 蓝色（工伤认定）：依照工伤相关条例进行认定，并报备至团队负责人，按照工伤流程处理。

事故调查

- 事故发生后，工伤调查小组会组织相关部门进行事故调查，确保查明事故原因。

事故认定

- 工伤调查小组对事故情况进行初步判断，依据事故类型进行工伤或重疾出险的相关认定。

工作场所安全

汽车之家始终将办公场所的安全放在重要位置，特别是在消防安全方面。公司严格遵守《中华人民共和国消防法》，并修订了《外来人员安全管理制度》及《保安岗位职责及行为规范》，强化了外来人员准入审核流程与安保岗位操作标准，为消防安全筑牢制度基础。

2024 年，公司依托企安安小程序构建数字化监管闭环，每日执行消防安全自查自检，动态追踪消防设施状态、易燃物存放情况及隐患整改进度。同时，我们联合电子大厦开展综合性消防演习，覆盖 70 名员工，演练设置消防知识普及、逃生帐篷体验、灭火器实操等模块，特别邀请专业消防救援队演示破拆技术、火情扑救等战术动作，使员工掌握灭火器操作要领及逃生技能。



06

满蓄热忱 回馈社会

汽车之家始终秉持责任之心，努力推动自身发展与社会进步的协同共进。我们不仅深度赋能行业发展，为其注入源源不断的活力，还踊跃投身于社会公益慈善事业，以实际行动响应社会各界的多元需求，助力全社会的共建发展。

- 赋能行业发展 80
- 社会公益活动 86



赋能行业发展

汽车之家始终以积极主动的姿态深度参与产业研讨，坚定不移推动新能源汽车和二手车行业发展，同时为经销商赋能，助力其在行业变革中实现突破。

助力中国品牌发展

汽车之家持续引领中国汽车文化潮流，推动公众对中国汽车品牌的认知，激发行业内外对中国汽车创新和未来发展的无限期待，推动产业前进。

汽车之家助力国产车亮相巴黎奥运会

在体育全球化与汽车产业蓬勃发展的时代背景下，巴黎奥运会作为全球瞩目的体育盛会，不仅是运动员展现竞技风采的舞台，也成为各大品牌展示实力与形象的重要契机。

2024 年，汽车之家充分发挥行业影响力，携手红旗、广汽传祺等知名企业，在巴黎奥运会期间通过创新驾驶展示活动，向全球观众展现国产新能源汽车的技术实力与品牌魅力，为中国新能源汽车品牌走向国际市场提供强有力的支持与助力。

汽车之家发布《崛起之路》助力中国品牌发展向上

汽车之家发布独家 IP 栏目《崛起之路》，深度挖掘中国汽车工业的发展历程，展现中国汽车品牌的创新精神和市场活力，引领观众深刻感受中国汽车品牌的骄傲与崛起。全网内容浏览量已超 5,000 万。

全网内容浏览量已超

5,000 万



《崛起之路》独家 IP 栏目

行业交流与合作

汽车之家深度参与各类行业交流活动，与产业链上下游伙伴紧密合作，构建广泛的行业交流网络，深度洞察消费者趋势的动态变化，引领行业对消费者需求的探索。

汽车之家承办首届“科技外交与汽车科普”论坛

2024 年 3 月 1 日，汽车之家在北京汽车博物馆承办了首届“科技外交与汽车科普”论坛，旨在加快推进新能源汽车领域的科技外交与开放合作。论坛汇集了来自政府部门、行业组织、汽车及产业链上下游企业等方面的专家，共同探讨如何通过科技外交与汽车科普助推中国新能源汽车产业发展。



汽车之家承办首届“科技外交与汽车科普”论坛

汽车之家承办第二届中国定制改装汽车峰会

2024 年 3 月，汽车之家顺利承办第二届中国定制改装汽车峰会。汽车之家始终关注中国汽车个性化定制、改装以及后市场的发展。未来将持续发挥平台优势，助力行业参与者更精准地了解汽车改装消费需求，研判未来改装发展及消费趋势，链接主机厂、改装后市场企业与用户，探索定制改装行业的更多可能。

汽车之家受邀参与中国汽车论坛

2024 年 7 月，2024 中国汽车论坛在上海嘉定举办。本届论坛以“引领新变革，共赢新未来”为主题，围绕汽车行业热点重点话题，探索方向，引领未来。面对激烈的竞争与复杂的用户决策，汽车之家积极洞察置换与下沉市场潜力，在行业变革中勇立潮头，不仅拓展自身发展空间，更以行业引领者姿态，重塑汽车消费生态，推动产业链协同发展。



汽车之家时任 CEO 吴涛受邀参与中国汽车论坛

践行绿色低碳，汽车之家入选汽车行业企业可持续发展实践案例

在“国际化视角下的 ESG 发展”主题论坛上，汽车之家因在企业社会责任和推动碳中和方面的积极表现，入选“2024 中国汽车行业企业可持续发展实践案例”，并荣获大会组委会颁发的“合作共赢奖”。这一荣誉不仅是对汽车之家在促进汽车产业绿色、低碳发展道路上所取得成就的充分肯定，更是对其作为行业先锋，积极搭建绿色生态桥梁，携手各界共创美好出行未来的高度认可。



汽车之家入选汽车行业企业可持续发展实践案例

汽车之家承办世界新能源汽车大会分论坛

2024 年 9 月，2024 世界新能源汽车大会在海南海口圆满落幕。汽车之家在此盛会中成功承办《新能源汽车消费与服务》分论坛。活动期间，汽车之家携手汽车产业各领域的企业级专家，围绕新能源汽车的消费趋势、服务模式以及行业发展风向展开深入探讨。

促进新能源汽车行业发展

汽车之家完成全息舱升级，运用 MR 真人讲车技术，3D 展示手段以及前沿科技产品提升用户看车体验，培植消费者对新能源汽车的兴趣。此外，汽车之家平台设立新能源内容专区促进新能源汽车购买。

用户培养：全息舱 3D 看车

- 2024 年，全息舱完成 5.0 版本升级，此次升级旨在全方位提升用户在看车、选车过程中的服务体验。
- 在展示环节，我们运用 MR 真人讲车技术，对车辆的特性及卖点进行全面且深入的阐释。我们针对外观、内饰、电池、电机、底盘、悬架、钢架结构等七大核心模块，采用 3D 化展示手段，使用户能够清晰洞悉新能源汽车的优势所在。同时，我们通过动画演示智能驾驶、自动泊车、主动避障等智能化功能，充分彰显绿色科技的独特魅力。在技术应用方面，全息舱引入了八连屏、Auto GPT 等前沿产品。此外，依托独有的平安发票数据，全息舱为用户提供本地真实成交价查询服务，助力用户精准把握车系成交价格走势，从而为购车决策提供有力支撑。
- 截至 2024 年 12 月，全息舱 3D 看车功能已覆盖 90 个车系，八连屏技术涵盖 482 个车系。
- 在 26 家应用空间站内，门店对全息舱的使用率达到 100%，用户净推荐值 (NPS) 满意度高达 91 分。

信息整合：新能源内容引导

- 汽车之家新增补贴政策查询引导和两车价格对比落地页，针对用户购车意向和同品牌留资情况进行个性化的智能配置引导，已达到留资 CVR 的最大化应用。

2024 年新能源流量同比增长

20%

为回应广大消费者亟需专业新能源汽车评测的需求，汽车之家依托规范、专业的汽车测评体系及卓越的内容策划能力，深入剖析新能源汽车市场趋势，紧密贴合用户实际需求，构建了一套全面且科学的评价体系，为消费者的决策提供理性客观的参考建议，助力新能源汽车产业蓬勃发展。

汽车之家《冬季首测》聚焦“有用”价值，服务用户赋能行业发展

汽车之家《冬季首测》汇聚超 50 款爆款新能源车，精准捕捉新能源汽车用户在冬季的真实用车痛点，深度聚焦评测的“有用”价值，创新性地融入“双温区、三大核心实测、两大综合评定”的测试环节，提供了实用性强、专业且真实的测评内容，为用户购车决策提供宝贵参考，全网用户浏览量超 5.17 亿次。



汽车之家发布《冬季首测》为用户提供购车决策参考

促进二手车交易市场发展

汽车之家开展以旧换新活动，通过车况车价标准化和诚信车认证降低二手车交易壁垒，并加强售后权益保障，努力打消二手车交易顾虑。

以旧换新

- 汽车之家作为重点合作单位，深度参与商务部汽车以旧换新活动。2024 年 4 月，汽车之家受邀出席“消费品以旧换新暨北京国际汽车展宣介会”，通过发布四大措施，积极支持和响应国家汽车“以旧换新”行动。

车况车价标准化

- 车况标准化：通过一站式车况透明化规避交易风险，累计覆盖 2 万 C 端用户，2.8 万 B 端商户；
- 车价标准化：通过一站式车价查询透明化车价，C 端用户使用量达 20 万 / 日，累计为 4 万车源提供精品车标签，实现营销效率的提升。

诚信车认证

- 对 B 端商家，车源通过诚信车认证后，平台提供诚信车专区、车源诚信车标识以及车辆诚信车报告展示。相对于同品普通车源，诚信车车均线索可提升 28%，以此帮助商家获客。

加强售后权益保障

- 用户完成购车后，将获赠一年或 3 万公里的延保。该延保服务为车辆三大件的售后提供保障。此外，客户购车后还会获得车辆清洗券和维修保养券，可自行前往指定的综合维修厂使用。

经销商赋能

汽车之家运用线上智能展厅、AI 对话机器人和智慧转化工具完成智能化和生态化升级，同时加强用户运营，持续赋能经销商，提高转化率。

线上智能展厅

- 线上智能展厅为用户和商家带来了极具创新性的体验。
- 功能层面，其借助虚拟现实技术，在汽车之家 App 上 1:1 复刻 4S 店实景。用户可获得沉浸式的看车体验，全方位参观心仪车型。此外，我们通过红包领取等丰富的线上互动活动，增添了趣味性 with 用户参与感，有效提升用户购车体验，为提高购车转化率奠定基础。
- 运营管理方面，智能展厅配备强大的数据看板，商家可通过看板清晰查看不同周期的进店 UV 数据与线索转化情况，并将进店 UV 与运营成长值关联分析，精准定位运营中的优势与不足。同时，展厅制定了独特运营规则，同城市商家展厅的曝光顺序依能量值排序。
- 目前，线上智能展厅已获广泛认可，近 2.4 万家 B 端商家正在使用。

智慧转化工具

智慧网销推出多项服务提升商家运营效率与线索利用率：

- 中心化智能线索跟进方案实现战败线索自动孵化激活，使线索浪费率降低 7%；
- 智慧通信多 Y 模式（店铺端智慧号）提供稳定智能通信服务，助力经销商接通率提升 5%；
- 线索评级高意向提醒确保高意向客户优先跟进，线索浪费率降低 7%；
- 邀约助手智能体帮助顾问高效处理繁琐重复问题，顾问处理问题效率提升 20%。

智慧转化工具能自动识别售前、售后、投诉、咨询客户，评估门店分数并定位弱项，还提供通话明细便于复盘。某门店借助智慧转化工具，接待分数与到店率均显著提升。

用户运营

在数字化营销与用户运营体系中，网单、400 热线和 IM 即时通讯构成了全方位、多层次的沟通渠道矩阵，满足用户在不同场景下的多样化需求。

- 网单可承接用户浏览车系和车型页面后的询价需求，并能一键将这些信息下发至多家商家。
- 400 热线便于用户与意向商家直接取得联系。商家可设置订单接收范围、采用多样化接听方案以及运用智慧号拨打等工具，提升服务质量与接听效率。
- IM 即时通讯为不愿留下手机号的户提供了与顾问进行一对一在线沟通的渠道，有效降低了沟通成本，最大程度地提高了线索利用率。

意见反馈渠道涵盖远程客服（400 热线）、企业微信（包括群聊及 1V1 账号）、销售反馈和 ASK 后台提交问题 4 种形式。其中，今年新增的企业微信群由远程顾问负责运营管理，不仅承担着解答经销商日常运营问题的职责，还支持信息触达、通知发布以及开展访谈等工作，其覆盖度已达 96%。

社会公益活动

汽车之家秉持高度的使命感与责任感，持续关注社会价值创造，全面投身于社会公益事业，积极整合各方资源广泛开展各类公益活动，为社会的发展与进步贡献力量。

科普活动

汽车之家将公益战略与公司核心业务深度融合，重点聚焦青少年成长及全民出行安全领域，依托在汽车资讯领域的深厚积淀与独特优势，全力打造一系列极具创新性与影响力的汽车科普公益活动。我们面向青少年开展汽车知识科普，激发孩子们对汽车科学与技术的兴趣，为培养新一代汽车人才、促进汽车行业蓬勃发展添砖加瓦。此外，汽车之家还努力培育全社会安全出行的文化氛围，为构建美好社会贡献智慧与力量。

青少年汽车无限创意征集活动

青少年汽车无限创意征集活动自 2021 年开展以来，已连续成功举办四届，在青少年群体中产生了广泛而深远的影响。本年度活动以北京为起始点，历经数月，汽车之家助力活动深入至 15 座城市的 36 所学校，吸引了全国近 9,000 份创意作品投稿。其中，港澳地区提交作品超百幅。此外，我们还收到了拉美地区的十余幅国际佳作。经过严格的评审流程，汽车之家协同相关主办方邀请 50 位优秀选手前往海南参加年终盛典，并优选 156 幅优秀作品在世界新能源汽车大会进行公开展览。

汽车之家为活动搭建了线上报名平台，积极支持线上线下多种活动，通过多样化的活动和互动体验，让青少年更加深入地了解汽车科技和文化。我们打造了“无限少年团”公益 IP，走进国际车展、汽车制造工厂等场景开展科普教育活动。此次活动犹如一颗科技火种，在青少年心中播下了对汽车科技热爱的种子，引领他们领略汽车工业的独特魅力与创新活力，使他们深切感受到科技变革对汽车产业的深远影响。这对于提升青少年科学素养、激发汽车科技兴趣、储备汽车产业人才具有极为深远的意义，为我国实现汽车强国目标注入了强劲动力。



青少年汽车无限创意征集活动

“智行安全 共筑未来”安全科普视频

2024 年 12 月 2 日，时值全国第十三个“交通安全日”，汽车之家携手中国青年报·中青在线，匠心策划并隆重推出“智行安全 共筑未来”安全科普视频特别节目。

汽车之家充分发挥平台优势，联合一线交警、保险公司代表和道路安全法律专家等权威人士，深度剖析典型案例，为公众普及处理交通事故和交通安全科技等方面的知识。

该节目精心摄制四期，每期时长 5 至 6 分钟。节目一经推出，便获得极高关注度。浏览量高达 361 万次，覆盖 2,072.4 万人次。通过此节目，汽车之家有力助推大众普及交通安全法规与知识，强化了公众的交通安全意识，为营造安全有序的交通环境贡献了力量。

浏览量高达

361 万次

覆盖人次达

2,072.4 万



“智行安全 共筑未来”安全科普视频

公益活动

汽车之家大力倡导员工踊跃投身慈善公益，激励员工以实际行动满足社会多元需求，积极组织各类特色公益活动。2024 年，汽车之家员工参与公益项目近 100 人次，投入时间 878 小时，公益慈善捐赠总额近 85 万元。

汽车之家定期开展骑行活动，倡导绿色出行理念，提升公众环保意识；组织植树活动，为改善生态环境贡献力量；举办献血活动，助力医疗救助事业。在这些活动开展过程中，汽车之家深入挖掘自身在资源、技术、人才等方面的潜在优势，充分释放企业慈善价值，力求为社会福祉带来积极而深远的影响。

2024 年

汽车之家员工参与公益项目近

100 人次

投入时间达

878 小时

公益慈善捐赠总额近

85 万元



2024 中国平安支教行动暨汽车之家党委公益暖橙行动

2024 年 10 月末，在党建引领公益的理念驱动下，汽车之家精心组建支教团队，奔赴黑龙江省牡丹江海林市三道河子平安希望小学开展公益活动。

在物资捐赠方面，汽车之家不定期向学校捐赠各类物资，丰富学生们的精神世界与学习生活。2024 年，我们捐赠了 3 台打印机和 200 多册图书等学习用品，满足学生日常学习与活动需求。依据活动的整体规划与部署，汽车之家高度重视校舍维护工作，投入近 5 万元资金，全面排查并修缮了校舍存在的安全隐患。

此外，汽车之家积极开展“与希望同行 1+1 行动”，对困难家庭学生给予切实的经济援助。2024 年，经过深入调研与精准筛选，我们确定了 5 位困难家庭学生作为帮扶对象，为每位学生捐款 1,000 元，帮助他们缓解家庭经济压力，安心完成学业。

为帮助学校师生拓展视野，汽车之家为学校师生提供了参与夏令营的宝贵学习机会，让师生们能够走出校园，接触更广阔的知识领域。针对学校教师群体，我们开展了“2024 年平安种子讲师及教师培训”活动，从教学方法、课程设计和课堂管理等方面进行教学培训，提升学校教学质量。

汽车之家通过上述一系列实际行动，切实履行了企业的社会责任，彰显了企业的社会担当与奉献精神。



2024 中国平安支教行动暨汽车之家党委公益暖橙行动

附录

ESG 绩效指引表

环境绩效表

绩效名称	单位	2024 年	
温室气体排放	温室气体排放量 - 范围一	吨二氧化碳当量	420.54
	温室气体排放量 - 范围一密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.02
	制冷剂	吨二氧化碳当量	27.60
	公车耗油	吨二氧化碳当量	392.94
	温室气体排放量 - 范围二	吨二氧化碳当量	1,514.10
	温室气体排放量 - 范围二密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.06
	外购电力	吨二氧化碳当量	1,514.10
	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1,934.64
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.08
废气排放	大气污染物排放量	千克	26.84
	氮氧化物	千克	24.94
	二氧化硫	千克	1.90
能源使用	直接能源消耗	兆瓦时	1,546.23
	汽油使用量	兆瓦时	1,546.23
	间接能源消耗	兆瓦时	2,440.12
	外购电力	兆瓦时	2,440.12
	综合能耗	兆瓦时	3,986.35
水资源使用	耗水量	吨	14,547.0
	每平方米办公区楼面用水量	吨 / 平方米	0.59
废弃物	有害废弃物	吨	0.022
	人均有害废弃物	千克 / 人	0.007
	无害废弃物	吨	101.52
	人均无害废弃物	吨 / 人	0.03

社会绩效表

绩效名称	单位	2024 年	
知识产权	专利提案	件	318
	新提交受理专利	件	128
	新提交受理发明专利	件	127
	新提交受理外观专利	件	1
	新取得授权专利	件	99
	新取得授权发明专利	件	77
	新取得授权外观专利	件	22
	商标申请量	件	74
	商标注册证书	件	66
	软件著作权提交量	件	272
软件著作权出证量	件	272	
供应商	供应商总数	家	13,192
	中国大陆供应商数量	家	12,808
	港澳台地区供应商数量	家	28
	海外地区供应商数量	家	356
隐私保护培训	管理层人均隐私保护意识培训小时数	小时	2.6
	员工人均隐私保护意识培训小时数	小时	2.6
	管理层隐私保护意识培训人数	人	740
	员工隐私保护意识培训人数	人	3,675
	管理层隐私保护意识培训占比	%	100
	员工隐私保护意识培训占比	%	100
用户服务	接获的投诉批次	个	34,858
	投诉应答率	%	100
	用户满意度	%	99.10

绩效名称	单位	2024年	
员工雇佣	员工总人数	人	4,415
	员工总人数 (不包含天天拍车)	人	3,083
	男性员工人数	人	2,808
	女性员工人数	人	1,607
	男性员工人数 (不包含天天拍车)	人	1,891
	女性员工人数 (不包含天天拍车)	人	1,192
	30岁及以下员工人数	人	1,187
	31岁 - 50岁员工人数	人	3,203
	51岁及以上员工人数	人	25
	30岁及以下员工人数 (不包含天天拍车)	人	660
	31岁 - 50岁员工人数 (不包含天天拍车)	人	2,401
	51岁及以上员工人数 (不包含天天拍车)	人	22
	中国大陆员工人数	人	4,406
	港澳台地区员工人数	人	9
	海外地区员工人数	人	0
	中国大陆员工人数 (不包含天天拍车)	人	3,074
	港澳台地区员工人数 (不包含天天拍车)	人	9
	海外地区员工人数 (不包含天天拍车)	人	0
	高层管理人员数量	人	44
	中层管理人员数量	人	696
基层员工数量	人	3,675	
高层管理人员数量 (不包含天天拍车)	人	41	
中层管理人员数量 (不包含天天拍车)	人	685	
基层员工数量 (不包含天天拍车)	人	2,357	

绩效名称	单位	2024年	
员工流失 ⁶	员工总流失率	%	11.74
	男性员工流失率	%	8.10
	女性员工流失率	%	3.64
	30岁及以下员工流失率	%	2.47
	31-50岁员工流失率	%	9.27
	51岁及以上员工流失率	%	0
	中国大陆地区员工流失率	%	11.71
	港澳台地区员工流失率	%	0.03
	海外地区员工流失率	%	0
员工培训 ⁷	受训员工总数	人	3,083
	男性员工受训比率	%	100
	女性员工受训比率	%	100
	高层管理层员工受训比率	%	100
	中层管理层员工受训比率	%	100
	基层员工受训比率	%	100
	培训总时长	小时	57,146
	人均受训时长	小时	18.54
	男性员工受训平均时数	小时	16.65
女性员工平均受训时数	小时	21.53	
高层管理层受训平均时数	小时	18.28	
中层管理层受训平均时数	小时	11.43	
基层员工受训平均时数	小时	20.82	
职业健康安全	因工亡故总人数	人	0
	因工亡故比率	%	0
	因工伤损失工作日数	天	78
公益慈善	公益慈善捐赠总额	万元	85
	员工参与公益项目	人次	100
	员工公益慈善投入时间	小时	878

⁶ 所有员工流失率相关数据统计均不包含天天拍车。

⁷ 所有员工培训相关数据统计均不包含天天拍车。

HKEX 守则索引

ESG KPI	指引要求	页码
A. 环境		
A1: 排放物	一般披露 有关废物及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P54
A1.1	排放物种类及相关排放数据。	P61
A1.3	所产生有害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	P63
A1.4	所产生无害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	P64
A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P60
A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P64
A2: 资源使用	一般披露 有效使用资源 (包括能源、水及其他原材料) 的政策。	P64
A2.1	按类型划分的直接及 / 或间接能源 (如电、气或油) 总耗量 (以千个千瓦时计算) 及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	P65
A2.2	总耗水量及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	P65
A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P62、65
A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达这些目标所采取的步骤。	P65
A2.5	制成品所用包装材料的总量 (以吨计算) 及 (如适用) 每生产单位占量。	P66
A3: 环境及天然资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	P66
A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	P57

ESG KPI	指引要求	页码
B: 社会		
B1: 雇佣	一般披露 有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P68
B1.1	按性别、雇佣类型 (如全职或兼职)、年龄组别及地区划分的雇员总数。	P92
B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	P93
B2: 安全与健康	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P76、77
B2.1	过去三年 (包括汇报年度) 每年因工亡故的人数及比率。	P93
B2.2	因工伤损失工作日数。	P93
B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	P76、77
B3: 发展及培训	一般披露 有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	P69、70、93
B3.1	按性别及雇员类别 (如高级管理层、中级管理层) 划分的受训雇员百分比。	P93
B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	P93
B4: 劳动准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P68
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P68
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	P68
B5: 供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。	P34

ESG KPI	指引要求	页码
B5.1	按地区划分的供应商数目。	P91
B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法。	P34
B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	P34
B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	P34
B6: 产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及隐私事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P40、43
B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	/
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	P45
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	P32
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	/
B6.5	描述消费者资料保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	P27
B7: 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的政策及遵守对发行人有重大影响的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P22
B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	P25
B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	P22
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	P23
B8: 社区投资	一般披露 有关以社区参与了解运营所在社区需要和确保其业务活动考虑社区利益的政策。	P86
B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	P86、88
B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	P86、88

气候披露		页码	
气候相关披露	管治	管治	P54
	策略	气候相关风险及机遇	P56-59
		业务模式和价值链	/
		策略和决策	P54
		财务状况，财务表现以现金流量	/
		气候韧性	/
		气候相关风险及机遇的财务影响	/
	风险管理	风险管理	P56
	指标及目标	温室气体排放	P61
		气候相关转型风险	P57
		气候相关物理风险	P56
		气候相关机遇	P59
		资本运作	/
		内部碳定价	/
		薪酬	/
		行业指标	P60
		气候相关目标	P60
跨行业指标以及行业指标适用性	/		

读者意见反馈

尊敬的读者：

您好！

感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业 ESG 信息披露水平、推进企业 ESG 管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

1. 您对我们履行 ESG 的总体评价是

非常好 较好 一般 较差 差

2. 您对本报告的总体评价是

非常好 较好 一般 较差 差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何

非常好 较好 一般 较差 差

4. 您认为我们在产品责任方面做得如何

非常好 较好 一般 较差 差

5. 您认为我们在环境、安全和职业健康方面做得如何

非常好 较好 一般 较差 差

6. 您认为我们在员工责任方面做得如何

非常好 较好 一般 较差 差

7. 本报告中所披露内容是否满足您的期望

是 否 不清楚

8. 您对我们履行 ESG 及本报告有何意见和建议

