

# 汽车之家

看车·买车·用车·换车



# 2023 汽车之家

环境、社会及管治(ESG)报告

# 目录

关于本报告	04
董事长致辞	06
董事会声明	08
关于汽车之家	10
年度关键绩效表	12
2023 年度荣誉奖项	14

## 01

### 永续发展，强健管治

公司治理	18
风险治理	19
ESG 治理	22

## 02

### 责任为先，合规经营

商业道德	26
信息安全与隐私保护	30
知识产权	36
供应商管理	38

## 03

### 创新引领，服务用户

内容治理	42
广告责任	46
用户体验	47
技术创新	52

## 04

### 清洁低碳，绿色未来

应对气候变化 (TCFD)	58
绿色运营	62

## 05

### 凝心聚力，人才发展

平等雇佣	68
员工发展	70
员工关爱	74
职业健康与安全	78

## 06

### 心怀热忱，回馈社会

赋能行业发展	82
公益与慈善	88

## 附录

ESG 绩效指引表	90
HKEX ESG 指标索引	94
读者意见反馈	97



## 关于本报告

### 报告简介

本报告为汽车之家发布的第二份环境、社会及管治报告，旨在客观披露汽车之家 (Autohome Inc.) 2023 年在环境、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 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，与 2023 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 2023 年度报告保持一致。

### 资料说明

报告中的财务资料来自汽车之家 2023 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

本报告编制依据香港交易及结算所有限公司发布的《香港联合交易所有限公司 (“联交所”) 证券上市规则》 (“上市规则”) 所载之附录二十七《环境、社会及管治报告指引》 (“联交所 ESG 指引”)，遵循重要性、量化、平衡及一致性披露原则，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 (<https://ir.autohome.com.cn>) 及联交所网站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 获取。为减少环境负担，本公司鼓励并推荐您参阅电子版。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](mailto:ir@autohome.com.cn) 联系我们。

## 董事长致辞



“

道阻且长，行则将至；

行而不辍，未来可期

”

龙泉

汽车之家董事长

尊敬的各位股东、合作伙伴和社会各界朋友：

我谨代表汽车之家，向大家呈交 2023 年度环境、社会及管治 (ESG) 报告。回首奋进开局之元年，当今世界正面临着可持续发展与经济复苏的新平衡，“双碳”背景下的产业绿色转型与行业高质量发展也为我们带来了全球性的机遇与挑战。汽车之家作为汽车互联网行业的领军企业，始终坚持履行可持续发展承诺，在高质量、高水平践行企业社会责任的同时，致力于推动全产业链的绿色转型与 ESG 管理提升，力求为行业的可持续发展贡献更多力量。

在 2023 年，汽车之家持续夯实自身 ESG 管理根基，坚持履行环境、社会与治理责任，以可持续发展核心理念驱动 ESG 关键议题的重大目标达成，推动行业的绿色、智能、共享发展，为员工、股东、客户和社会各界创造更大的价值。

**环境责任方面**，汽车之家坚守绿色发展理念，积极响应国家“双碳”目标号召，结合自身发展情况，制定自身运营碳中和目标，并细化节能减排相关环境目标及管理措施，带动价值链上下游共同应对气候变化。

**社会责任方面**，汽车之家秉持广纳人才、多元共融的理念，坚持以人为本，不断完善科学的人才招聘、晋升、发展及激励体系，全方位保障员工的职业发展及职场体验，最大限度地提升员工的幸福感与归属感。同时，我们基于自身实践优势，通过产学研合作、行业交流、推动标准制定等多种方式，主动赋能行业发展，通过科普公益、慈善捐赠等方式践行企业社会公民义务，以期与社会共创共赢。

**企业治理方面**，汽车之家始终坚持依法治企、合规运营的原则，恪守诚信、严守责任，聚焦健康高质量的内容、稳定可靠的信息安全，完善价值链管理，切实保障企业的稳健运行和健康发展，并持续优化用户体验。

道阻且长，行则将至；行而不辍，未来可期。感谢各位股东、合作伙伴和社会各界朋友对汽车之家持续的关注和支持，我们将始终秉持着严谨、稳重、理性的态度，坚定不移地推进消费者的绿色购车行为，不断开拓创新，为价值链的低碳转型提供有力支持，推动中国汽车产业的绿色、健康、稳定、向好发展。

# 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所涉及 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次排序，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 ESG 关键议题的管理惯例和工作绩效进行重点阐述。



## 目标

2023 年，董事会重点审视了以下核心工作及进展：

### 合规管理

汽车之家始终坚持依法治企、合规运营、恪守诚信、践行廉洁原则，持续优化合规、信息安全与隐私保护、知识产权管理体系，完善供应商管理系统，切实保障企业的稳健运行和健康发展。

### 创新发展

汽车之家秉承提供健康和高质量内容的理念，积极完善内容治理和广告审核，持续优化用户体验，并不断推进应用系统研发、数字化运营管理等方面的创新革新，以期为用户提供更具价值的使用体验。

### 节能减排与应对气候变化

汽车之家坚守绿色发展理念，积极响应“双碳”目标，结合自身发展情况，制定节能减排相关环境目标及管理措施，带动价值链上下游共同应对气候变化。

### 关爱员工

汽车之家坚持以人为本，不断完善科学的人才招聘、晋升及发展体系，全方位保障员工的职业发展及职场体验，提升员工的幸福感与归属感。

### 社会共建

汽车之家利用自身优势，积极参加公益慈善活动，主动赋能行业发展，以期与社会共创共赢。

2023 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 ESG 工作小组将对 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 2023 年 ESG 工作进展与成效，并于 2024 年 3 月 27 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，致力于成为国际领先的 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。

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



# 2023 年度荣誉奖项



2023 年 3 月  
**富途牛牛年度盘点  
-2022 ESG 优秀治理企业**  
富途证券



2023 年 6 月  
**2022 年度社会责任奖**  
央广网



2023 年 12 月  
**2023 “EDGE AWARDS  
年度 ESG 创新企业”**  
钛媒体

2023 年 12 月  
**最佳上市公司 ESG 实践奖**  
香港国际 ESG 联盟



2023 年 12 月  
**最佳上市公司 ESG 责任进取奖**  
香港国际 ESG 联盟



2023 年 12 月  
**2023 卓越社会责任企业**  
投资时报



# 01

## 永续发展, 强健管治

汽车之家切实推进可持续发展理念, 践行高水平公司管治, 积极防范运营风险, 以期实现高质量可持续运营及发展。



# 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, 搭建起高效稳健的公司治理架构。公司以董事会作为最高决策机构, 下设三个专业委员会: 审计委员会、薪酬委员会、提名与企业管治委员会, 各委员会依据明晰的职权范围认真履行职责。

2023 年, 公司通过发放问卷的方式组织开展董事会绩效评估, 以帮助董事会不断提高整体效率。

## 董事会独立性及多元化

公司严格遵守纽约证券交易所关于董事独立性的要求, 规范和强化董事会运作机制。与此同时, 我们在选取董事会候选人或任命董事时充分考虑候选人的性别、民族、年龄、专业能力等多元背景, 以提高董事会决策的科学性和专业性, 保障投资者权益。

2023 年, 公司修订《董事会章程》, 要求从 2024 年起, 经由董事会选举的董事需于每年度股东大会进行重选。报告期内, 公司三名董事退任, 公司董事会选举三名董事接任。

截至报告期末, 汽车之家董事会共计 7 位董事, 其中执行董事 1 位, 非执行董事 3 位, 独立非执行董事 3 位, 女性董事 1 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。

## 税收政策

在运营过程中, 汽车之家重视税务法规的遵守和社会责任的履行, 始终坚持诚信、公正、透明的原则, 遵守税收法律和规章。

### 汽车之家税收政策承诺

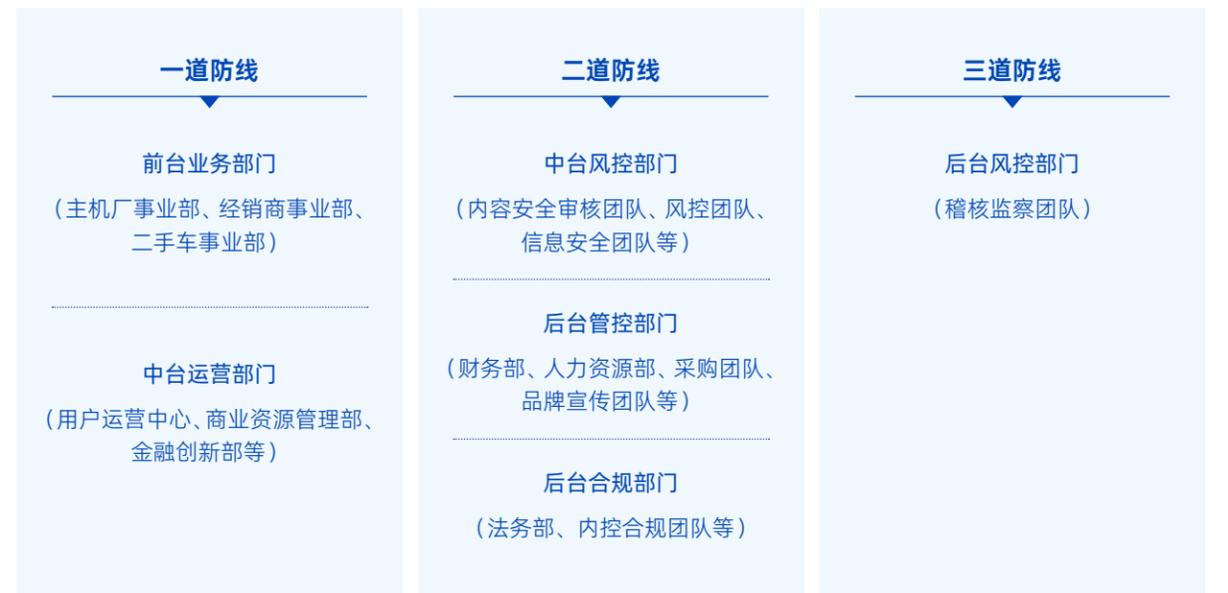
- 承诺遵守公司业务所在国家和地区的税收法律和规章
- 反对滥用税收规则的行为, 承诺不会将公司创造的价值转移到低税率地区
- 重视企业的商业实质和税务结构的合理性, 承诺不使用无商业实质的税收结构
- 遵循公平交易原则确定转让价格, 确保各方利益符合独立交易原则
- 反对利用保密管辖区或所谓的“避税地”进行避税行为, 承诺不参与此类行为
- 遵守国家税收法律法规, 对于公司适用的税务政策, 董事会都将实行严格的审批和监督程序

# 风险治理

## 风险管理体系

汽车之家建立起健全的风险管理制度, 强化风险控制与识别的能力建设。公司由各业务单元的风险治理构成公司整体风险管理体系, 在主营业务、财务、法务、内审稽核、内容安全等各个领域制定了《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, 为公司风险治理工作的开展提供制度保障。

公司建立起“三道防线”风险管理模型, 采用业务单元主动识别与跨部门协作相结合的综合方法进行风险识别。在具体业务开展时, 法务、风控、业务等各部门各司其职, 对业务的合规性进行审核, 识别异常项, 并制定针对性的处置方案。



汽车之家风险管理三道防线

## 风险识别与应对

公司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, 监督管理公司关于网络安全、信息安全和隐私保护的监控、运营和处理情况。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, 执行秘书及细分板块委员均由中层以上管理者担任, 紧跟监管方向, 识别新兴风险, 识别网络黑色产业链等具体风险。在风险识别过程中, 公司积极采用算法识别、人工智能技术等新技术手段辅助风险识别。公司目前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, 长期风险有反商业贿赂、舆情风险等。同时, 我们高度关注技术发展、互联网进化等因素产生的新兴风险, 本着审慎看待、认真管控的态度予以处置。

## 内控审计

2023年,公司以风险为导向开展内部审计工作,同时加强全员风险意识的培养,组织多种形式的宣贯与培训工作。

公司由审计委员会、首席财务官及内审团队负责对公司的主要风险及应对情况进行讨论,确定主要面临的经营风险情况,并结合公司目前的应对措施,制定内部审计策略及工作计划。公司内部审计部门针对季度专项审计情况、内控合规情况、员工违规情况向董事会下属审计委员会进行季度汇报。

2023年,公司完成22个风险审计项目,主要针对流程、经营、员工行为等方面,识别并把控主要业务风险。全年相关业务部门落实优化建议40个,内审优化整改项到期整改率达到100%,有效提升了公司整体的风险防范能力。



### 汽车之家业务活动风险审计与管控

在组织开展“2023汽车之家818盛典”活动过程中,公司积极应用创新科技手段进行业务活动风险审计与管控。公司在资源、安全、策略等方面对于风控体系进行了全面的优化,支持10余项业务的实时反作弊,在风控策略方面引入图模型、关联网络、历史画像用户重新进行风险刻画并应用于实时风控,确保社区生态不受网络黑色产业链干扰。公司技术委员会成立技术重保项目组,依托全新升级的全链路压测平台进行6轮压力测试,为流量高峰期间的稳定运行提供了保障。

## 风险意识培养

公司加强风险合规提示与培训工作,定期发布全员合规风险提示邮件,对公司业务涉及的合规知识进行普法宣贯。除常规合规提示外,我们对于新实施的法律法规会及时进行普法宣传,并对社会反响较大的相关合规处罚案例予以解读,以警示全员,提高全员合规意识。

对于个人信息保护、知产保护等重点合规事项,公司聘请专业律师团队,采取授课,线上直播的形式进行专项培训,并在公司内部线上知识平台分享课程内容,覆盖全体员工。重点岗位人员还需相关合规内容线上考核,保障合规意识贯彻到位。我们还将基础合规知识学习及考核纳入新员工入职培训范畴,加强警示与提醒。2023年,公司共计组织线上线下合规培训10余次,内容覆盖个人信息保护、内容安全、知识产权保护、反腐败等多个重点领域。

2023年

10余次

公司共计组织线上线下合规培训



汽车之家风险合规培训课程



### 二手车交易平台法律风险培训

2023年2月10日,公司通过线下授课与线上直播相结合的方式组织开展二手车交易平台法律风险培训,对二手车交易平台法律合规内容进行重点宣讲,通过对典型案例的深入解析,为有关同事介绍二手车线上平台中常见的法律风险及防范措施,从而提高员工在二手车业务中对法律风险的识别与管理能力,共计236人参与此次培训。



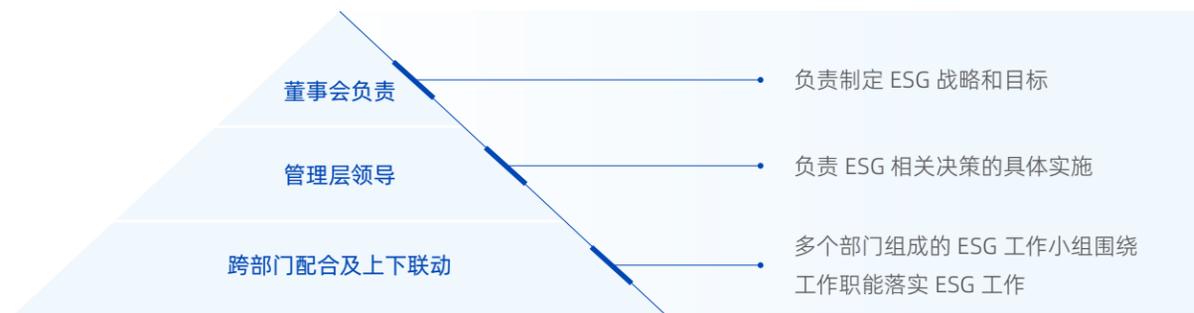
二手车交易平台法律风险培训



# ESG 治理

## ESG 治理架构

汽车之家建立了由董事会负责、管理层领导、跨部门配合的自上而下的 ESG 管理体系。由董事会作为 ESG 治理的最高责任机构, 负责 ESG 战略和目标的制定, 定期听取汇报, 对关键 ESG 事项进行决策, 并监督相关工作落实情况。管理层负责领导 ESG 相关决策的具体实施, 指导由多部门组成的 ESG 工作小组围绕工作职能落实 ESG 工作。



汽车之家 ESG 管理体系

此外, 为整体提升公司 ESG 治理能力, 我们组织董事会及相关员工参与 ESG 能力培训, 为 ESG 工作开展提供帮助和支持。

## 利益相关方沟通

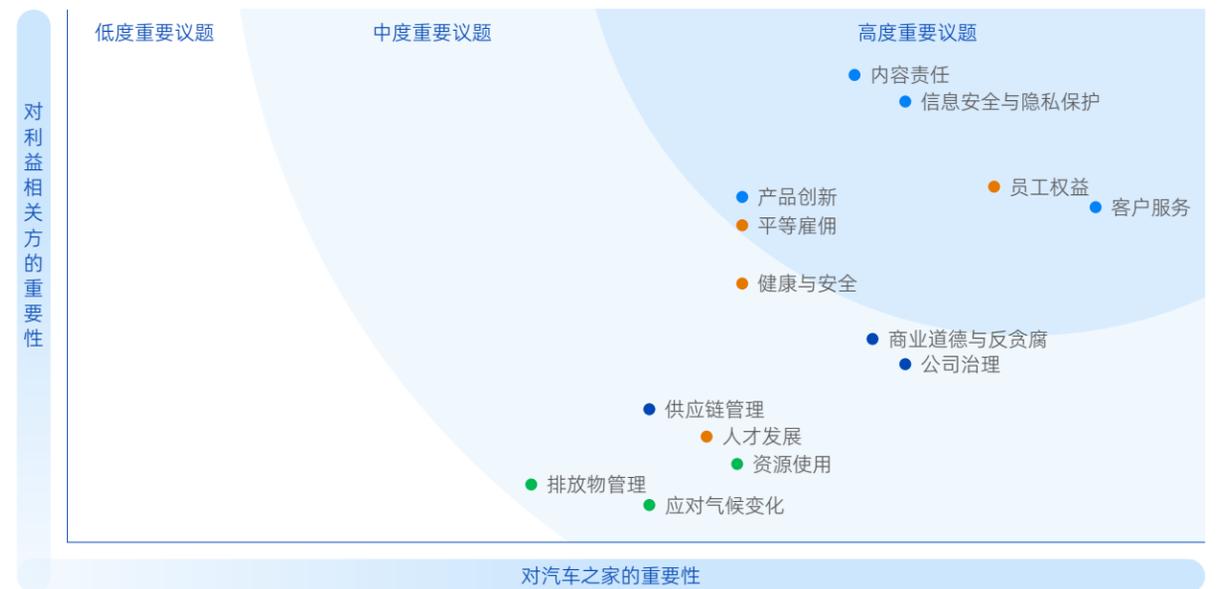
汽车之家认真倾听利益相关方诉求, 以此作为我们开展 ESG 工作的重要参考。我们持续加强与利益相关方的沟通和联络, 并依据自身业务特点和主要利益相关方沟通结果总结出主要利益相关方及主要的沟通与反馈渠道。

主要利益相关方	主要沟通与反馈渠道			
政府及监管机构	● 信息披露	● 监管会议		
股东及投资者	● 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	● 员工意见调查	● 员工内部沟通会议	● 企业内部公告	
个人用户	● 用户满意度调查与回访	● 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	● 供应商管理制度	● 行业交流		
经销商及主机厂	● 经销商管理制度	● 实地考察		
公众及社区	● 公益活动	● 社交媒体		

## 重要性议题评估与排序

2023 年, 我们重新审视了原有的重要性议题清单, 深入洞察行业和监管发展趋势, 参考同行的最佳实践并紧密结合了国际评级机构的标准, 对 ESG 实质性议题清单进行了重新梳理。我们对各项议题进行了细致的调研、分析和评估, 并通过问卷调查、会议、深度访谈等方式收集了各利益相关方对与汽车之家环境、社会和管治问题的意见和期望, 总结形成了新的 ESG 实质性议题矩阵和清单, 包含环境、社会和治理三个领域共 14 项议题。

汽车之家 2023 年 ESG 重大性议题矩阵



● 客户议题 ● 管治议题 ● 环境议题 ● 员工议题

议题重要性	议题名称	议题维度
高度重要议题	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

# 02

## 责任为先, 合规经营

汽车之家持续践行高标准商业道德, 持续加强信息安全与用户隐私保护, 推进知识产权体系建设, 打造可持续供应链, 筑牢公司运营根基。



# 商业道德

汽车之家严格遵守《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，制定《汽车之家道德规范与商业行为准则》《汽车之家清廉文化建设管理办法》《汽车之家员工舞弊及违规行为调查处理办法》《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》等内部制度，加强商业道德制度化、体系化建设，对员工商业道德行为进行严格规范与约束，明确违规行为及处罚管理规定，营造清正廉洁的商业环境。

## 商业道德管治

公司董事会下设的审计委员会由三名独立董事组成，监督公司在行为准则和商业道德规范方面的遵守情况，负责审阅内部控制程序的充分性和有效性，并负责每季度听取合规委员会关于行为准则和商业道德规范的汇报。公司合规委员会作为商业道德的执行管理机构，由公司合规负责人——首席财务官担任委员会主席，法务部、内审稽核部配合执行，负责监督道德规范与商业行为准则的遵循情况、反海外腐败法的合规情况、内幕交易的防范、举报调查等相关事宜。合规委员会每月审核公司合规月报，掌握公司商业道德工作开展情况。

## 商业道德审计

我们制定年度专项审计计划，由内审稽核部牵头开展相关审计工作，针对重点关注的高风险领域每 2-3 年至少进行一次内部审计。在高风险领域专项审计过程中，我们开展针对性排查和审计，例如：针对采购项目进行外部供应商商业道德情况审核；针对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，并将审计结果上报至审计委员会。

2023 年，我们针对员工利益冲突进行了排查，并将以每年两次的审计频率持续开展，同时对礼品上交和库存情况进行每季度复核。

## 廉政宣贯与培训

公司董事及员工接受廉政培训比例均达

100%

公司持续加强廉洁从业宣传和培训，树立廉洁意识，推进清正风气的形成。2023 年，公司通过线上线下相结合的方式共计组织廉政培训 23 次，并通过日常邮件提醒、主题宣传、问答竞赛等多种方式持续开展廉洁宣贯，董事及员工接受廉政培训比例均达到 100%，增强了全员廉洁从业意识。公司将道德规范与商业行为准则培训情况纳入合规月报内容，充分体现公司对于道德意识宣贯的重视程度。我们还通过合规邮箱向全体员工发送邮件提醒可交易期及不可交易期，并通过外部第三方系统进行管控，避免员工出现股票购买违规情况。

针对全体董事，我们通过年度问卷、季度问卷等定期问卷进行反贪腐法规重点宣贯和反馈收集，我们在问卷中要求董事对于礼品、其他支付方式等情况进行全面阐述，要求董事申报其关联方及与公司的交易情况，并宣贯相关要求，以实现全面提醒与合规保障的作用。

## 汽车之家 2023 年廉洁合规亮点培训及宣导项目

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，入职 3 个月以上员工 100% 完成培训及考试，全年完成职业道德培训及考试共计 806 人
廉洁专题课堂	在《之家学宫》中创建“廉洁课堂”专题，引入外部清廉文化职业示范培训课程，并自制公司管理层访谈视频推送员工学习，学习近 354,000 人次
廉洁文化宣导	<p>通过海报、会议、培训、谈话等多种形式进行廉洁文化宣导：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全年制作 29 张廉洁主题海报，包括礼品礼金上交、919 之家廉洁合规日、12 月 9 日国际反腐败日、廉洁合规答题竞速赛、“防腐拒变 克己奉公”微视频征集等主题，覆盖公司总部、分公司及分站职场</li> <li>召开 42 场清廉文化专题宣导会，覆盖核心干部员工 1,200 余人次</li> <li>邀请外部司法体系专家开展 2023 年度清廉文化建设系列培训两场，触达管理层及关键岗位员工 450 人，深入了解互联网从业人员违法犯罪的法律问题、常见刑事法律风险及防范</li> <li>与关键岗位员工进行廉洁谈话，覆盖 130 余人，进行廉洁文化宣导及谈话提醒</li> </ul>
廉洁主题活动	<p>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：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>组织 50 余名关键岗位人员至警示教育基地开展主题教育活动</li> <li>组织 122 名采购权限人员进行廉洁宣誓及廉洁自律承诺书的签署，观看警示教育片，实现 100% 覆盖采购角色</li> <li>开展廉洁合规答题竞速赛，300 余名员工参加</li> <li>组织“防腐拒变 克己奉公”微视频征集活动，并将优秀微视频在办公区及之家视频号进行展映</li> </ul>
《廉之家》专栏	通过《廉之家》专栏定期推送公司内外部廉洁从业相关重大事件分享、公司内部相关廉洁政策传达、公司内部处罚通报及其它廉洁相关的宣传等，2023 年共计推送 8 期，专栏线上点击量近 15,000 次

### “清廉文化” 合规培训

2023年5月16日和9月19日, 公司以线下讲座的方式组织开展两场“清廉文化” 合规主题培训, 共计450余人参加。我们邀请外部司法专家解读国家法律政策对民营企业的支持、《中华人民共和国刑法修正案(十二)(草案)》以及互联网从业人员常见的刑事法律风险等内容, 并通过典型违法违纪案例的深刻剖析, 勉励大家牢记底线思维、严守红线意识、永葆敬畏之心、遵守国法司规。



“清廉文化” 合规主题培训

此外, 我们还积极参与商业道德方面的行业共建, 为构建行业整体的廉洁文化积极做出贡献。2023年, 汽车之家荣获第二届“民营企业廉洁合规创新奖”, 并响应中国互联网协会倡议, 参与发布了《加强互联网企业廉洁文化建设倡议》。会上, 汽车之家作为互联网企业代表与中国互联网协会共同发布《倡议》。



汽车之家荣获第二届“民营企业廉洁合规创新奖”



汽车之家参与发布《加强互联网企业廉洁文化建设倡议》

### 违规调查与处理

我们制定了严格的违规调查流程和员工违规处理标准, 推动廉政建设工作有序开展, 公平公正。依据《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》, 我们设定了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, 配套《员工违规行为处理执行标准》进行对应的处置。2023年内, 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的事项和行为, 组织人员实施调查;
- 对已查实有舞弊或违规行为, 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, 公司内审稽核部提出处理建议并提交处罚小组审议, 并经公司管理层批准后, 下达处罚决定, 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。

### 举报与举报人保护

汽车之家积极发挥监督举报对于廉政建设的促进作用, 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提供了反贪污举报渠道, 为全体员工和外部伙伴进行监督和检举提供了便利。



汽车之家举报投诉渠道

我们对于举报人提供保护和奖励措施, 在《员工手册》及《汽车之家“红、黄、蓝”牌处罚规定》中明确了针对打击报复行为、对检举人, 证人等实施威胁、恐吓或打击报复的违纪条款及从重处罚条款。



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及美国证券交易委员会颁布的《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》，建立了全面系统的信息安全内部管理制度体系，制定了《汽车之家数据安全标准》《汽车之家信息安全规范》《汽车之家数据安全策略》《汽车之家数据安全方针》等数十项信息安全管理制度及标准，明确公司信息安全与隐私保护管理工作的目标、原则、安全框架、具体安全要求以及应急响应处理流程，对于网络信息安全、数据安全、用户信息保护、数据全生命周期等各个层面加强安全管理。公司由信息安全组专职负责制定信息安全管理制度及标准，并由公司高级管理层审批后通过邮件、公司 OA 系统、汽车人 APP 系统进行发布。

## 管理架构

公司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，监督管理公司关于网络安全、信息安全和隐私保护的监控、运营和处理情况。公司设立安全委员会作为专门执行机构，由分管内容安全的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，执行秘书及细分板块委员均由中层以上管理者担任。安全委员会连同网络、数据、算法、内容、产品、政府监管沟通、业务组、法务组、投资者关系组和公共关系组等多个细分板块构建起高效联动的信息安全管理体系。公司的管理层将不时向董事会就网络安全等关键领域情况进行汇报。如发生网络安全事件，公司的管理层将在安全委员会和公司其他相关部门的协助下统筹决策，并根据《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》和其他相关法律法规的要求对于重大网络安全事件进行披露。此外，公司管理层也将及时向董事会汇报重大的网络安全事件。

我们根据数据的属性或特征，按照一定原则和方法对数据进行区分和归类，并建立适当的分类体系和排列顺序，加强数据的使用与管理。我们制定了《汽车之家数据安全标准 - 数据分类分级》，结合业务特征、安全要求、数据关联性、数据范围、影响范围、影响程度、数据公开要求等属性或特征，对数据进行分级。公司根据数据分类分级结果，建立相应的访问控制、数据加解密、数据脱敏等安全管理和控制措施及授权使用方案。



# 信息安全与隐私保护审计

公司采用行业内通用标准对数据进行保护，并由第三方公司定期进行审计验证。我们根据自身系统与业务划分等级保护对象，并完成等级保护备案。备案系统涵盖公司全部信息系统，能够做到有效覆盖，并保证等级与系统实际情况相适应。我们聘请具备合格资质的网络安全等级保护测评机构，对公司所有等级保护三级备案网络安全系统每年进行一次全面测评，所有网络安全等级保护二级备案系统每两年进行一次全面测评。2023 年，公司三级等保年度测评已经审计认证通过，网络安全等级保护二级备案系统仍在认证有效期内。

公司每年组织内部安全系统测试、攻防演练和内部信息系统安全评估等工作，扫描产品漏洞，针对发现的问题及时进行修复，通过多样化的技术手段和管理措施，为信息安全和网络系统安全提供保障。2023 年，公司还推动业务部门信息技术团队和信息安全团队分别在前后端进行自查自纠，并由内审部门进行复核。前端提升主要体现在从严核验账号信息、对用户账号进行信息标注、落实账号网络地址归属地、加强有害账号信息清理、敏感信息脱敏、隐私政策<sup>1</sup>更新等工作。后台落实了敏感信息存储去标识化、弱密码扫描、APP 个人隐私合规检测、多维度安全系统效率自查等工作。通过自查自纠，我们发现了三项待改善项目，均已提出对应措施并进行了妥善的优化处理。

公司每年度至少一次聘请外部机构对所上架 APP 进行用户个人信息保护合规性检测，以发现个人信息与隐私保护方面的问题并进行修复。2023 年 4 月 25 日，我们邀请环球律师事务所对汽车之家、汽车报价、二手车之家三款 APP 出具隐私合规测评报告，从个人信息收集、个人信息主体权利、未成年个人信息保护、隐私政策、安全保障措施五个方面进行测评。经评估，三款 APP 的用户个人信息保障措施已满足法律法规及国家相关标准要求。2023 年，公司未发生用户个人信息安全泄漏事件。

## 应急响应处理

公司制订《网络信息安全事件应急响应规范》以及系统漏洞应急响应预案。对不同形式的网络安全事件规定了相应的处理流程。我们还制定了值班制度，确保工作日、休息日和节假日均有专人负责安全事件的响应及处理。2023 年，公司未发生数据泄漏事件。



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

## 汽车之家 2023 年亮点信息安全评估测试工作

主要对外网站	用户个人信息数据重要数据	通信网络安全防护	门户网站系统
攻防演练 1 次	安全合规性评估 1 次	符合性评估 1 次	风险评估 1 次

### 汽车之家专属安全应急响应中心 (SRC)

公司自 2016 年起与国内领先安全漏洞收集平台——补天漏洞响应平台建立合作，成立专属安全应急响应中心 (SRC)，用于收集“白帽子”发现的公司信息安全漏洞。项目启动以来，公司接获多项漏洞信息，确认后修复，提升了公司信息系统安全性。针对提交有效漏洞的“白帽子”，公司发放奖励金进行奖励，引导多方参与，共建安全网络，2023 年累计发放 15 万余元奖励金。

## 隐私保护原则

汽车之家认真落实保障用户权益及隐私安全的相关工作，严格按照国家法律法规和标准对 APP 索要权限执行“最小必要”原则，为客户提供便捷服务的同时切实提供信息安全保护。公司制定了《用户协议》和《隐私政策》，对于各项收集功能和各个环节中需要使用的用户个人信息类别和具体内容，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进行明确，强调用户知情同意的重要性。

公司已将隐私保护纳入公司整体合规风险管理中，对于隐私政策每年至少一次聘请第三方机构进行合规性检测并出具报告，并针对已发现的问题进行及时整改和修订。在公司日常业务开展过程中，如因业务模式涉及修改隐私政策的情况，将由内部责任部门及外部专业律师共同评审，确保隐私政策合规、透明。

我们强调用户作为数据主体的权利，明确告知用户如何访问、修改删除、注销账号、改变或撤回授权、撤回同意收集个人信息。我们于《隐私政策》中公开提供了有效的用户信息查询、更正、撤销同意、删除以及用户注销的方式和程序，同时明确不得对用户信息查询、更正、撤销同意、删除以及用户注销设置不合理条件。

除法律法规明确规定的其他情形外，未经用户单独同意，公司不会向除汽车之家以外的任何公司、组织和个人共享用户的信息，仅以完成服务为目的向提供相关服务的第三方提供用户个人信息，杜绝超范围、超目的信息收集和共享。

### 汽车之家用户个人信息管理举措

- 在实际业务需要获取用户个人信息时，系统对用户发出多次具体提示并要求用户进行授权。个人信息收集是基于用户特定的业务和场景，仅收集业务和场景所需的用户信息；对于所有业务和场景收集的信息类型，均经过内部严格评估，并由第三方安全公司进行检测确认，确保数据收集最小化。
- 在获得用户授权后，公司在隐私政策框架内收集和使用用户的个人信息，以向其提供所需的业务服务，并同时采用各种技术手段来确保在服务过程中用户个人信息的安全，例如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，以确保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。用户可以在 APP 中查看已收集的信息，并向公司提出导出、更正、删除等请求。
- 针对在 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的情况，公司已经梳理了各种场景下的安全和隐私风险，并采取了一系列措施，包括告知用户、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，以明确双方责任并加强对第三方的管理。
- 用户注销账户时，系统将彻底删除其全部个人信息。

公司持续加强创新技术在用户信息加密方面的应用，为加密技术改造提供持续升级支持。在保持敏感数据加密状态的前提下，公司引入数据库加密中间件，在保持原有 API 的基础上，引入新的加密工具，提高加密效率、稳定性与可靠性，并为后续加密算法更新提供保障。新加密工具具备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和持久性，确保用户的隐私安全得到持续的保护。

## 宣传培训

公司高度重视强化信息安全与隐私保护意识，针对全体员工和关键岗位员工提供信息安全和隐私保护意识的培训，我们要求每年至少组织两次面向全员的信息安全及隐私保护相关的培训。我们采取线上、线下相结合的方式组织开展培训工作，通过内部在线教育平台“之家学宫”向全体员工发布信息安全培训课程，课程内容广泛涵盖网络安全意识、数据合规性、个人信息保护等领域，深入解读相关法律法规，并整理出一套完善的企业合规应对方案，旨在全面提升全员对信息安全保护的重视程度，强化红线意识。2023 年，汽车之家总计组织 4 次隐私保护培训。



### 汽车之家 2023 年组织开展信息安全与数据隐私保护培训

2023 年 7 月, 公司聚焦实务中关注的个人信息认定标准、个人信息处理核心原则、产品设计中的个人信息合规要点等话题, 组织开展《个人信息处理合规培训》, 协助相关员工掌握个人信息处理全生命周期中需注意的合规要素, 本次培训采用线上必修与线下授课相结合的方式, 共计 1,603 人参与。



汽车之家组织开展《个人信息处理合规培训》



报告期内我们还组织开展了三次线上主题培训, 覆盖安全标准合规、安全应急响应、安全开发建设等方面, 为员工提升合规意识、加强应急能力、减少系统安全隐患提供了帮助和指导。



汽车之家线上信息安全与隐私保护培训

此外, 公司还定期面向全员发布信息安全意识月刊, 围绕安全防范意识、公司安全要求、安全技术知识、安全合规要求等多个方面进行日常宣传推广和风险提示, 持续提升全体员工的信息安全和隐私保护相关的风险意识和风险识别能力。

## 法务部定期风险提示 (2023年第六期)

### 双十一特别提示 不得未经消费者同意或请求擅自发送营销短信

“双十一”临近, 工业和信息化部信息通信管理局严查线上平台短信营销行为。未经消费者允许推送商业信息和广告宣传行为涉嫌违法。线上平台需严格遵守《电子商务法》《民法典》《个人信息保护法》等相关规定, **不得未经消费者同意或请求擅自发送营销短信**



汽车之家向全体员工发布信息安全和个人隐私保护相关提示邮件

## 投诉与处理

公司已建立了关于个人信息的咨询和投诉的全面机制, 并设有投诉跟进流程, 为用户提供了客服热线、APP 在线客服、专用邮箱等个人信息咨询与投诉渠道, 并及时处理接获的信息。我们对于受理与处理流程进行全过程记录, 并定期回访确认整改成果。



# 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, 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, 建立起全面的知识产权保护与管理, 加强对于专利权、著作权、商标权等知识产权成果的管理。同时我们积极跟进知识产权最新法律法规要求和行业规范, 关注知识产权的时效性与合规性, 我们尊重和保障内容创作者的知识产权权益, 并积极维护自身知识产权成果。

公司公开发布《知识产权声明》, 明确公司对于知识产权成果的保护责任与义务, 同时明确保护知识产权权利人的合法权益的措施和步骤, 为权利人提供了侵权反馈渠道, 针对权利人反馈平台上存在侵犯知识产权行为的内容进行删除或断开链接等措施, 同时也为内容发布者提供了信息反馈渠道, 保障知识产权保护的相关行为落到实处。

## 维护原创权益

2023 年

根据全网监测结果, 我们共计保护汽车之家文章

305 篇

图片

66 余万张

视频

273 段

发送报告邮件

186 封

公司坚持维护内容创作者的合法权益。我们建立起由原创内容全网监测与互联网法院联动、竞品专利分析、商标监控拦截共同组成的预警体系, 依托先进的搜索技术和算法进行全天候、全平台监测。

发现侵权行为后, 我们将在第一时间在法院许可范围内进行电子取证行为, 并对侵权人发送删除通知, 并将相关信息同步律师, 律师将发送律师函并跟进维权诉讼。

针对侵权个人或平台我们还设置了黑名单加强管理。对于监测到的中大型平台的侵权行为, 我们会迅速确认应对方案, 对于检测到的三无网站侵权行为, 我们将直接责令其下架处理。

2023 年, 根据全网监测结果, 我们共计保护汽车之家文章 305 篇, 图片 66 余万张, 视频 273 段, 发送报告邮件 186 封。我们还对于 21 个公众号进行了历史监测, 共计检查历史文章 24,987 篇。在公众号新发监测部分, 我们共计保护公众号 21 个, 新发文章 2,790 篇, 发送报告邮件 93 封。

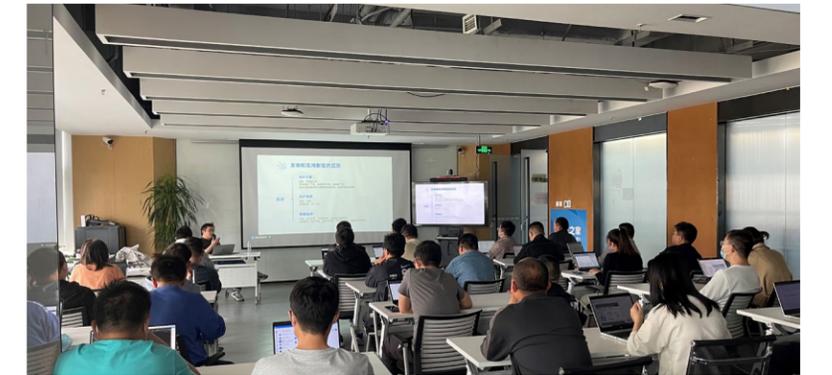
针对商标监测及保护, 在商标申请阶段, 本公司将对疑似侵权竞品的商标和初审公告的近似商标进行严密监控。一旦发现侵权行为, 我们将迅速采取措施进行拦截, 并每月对监控结果进行汇总。

我们已经将全网全类别审核通过进入公告期的商标纳入监控范围, 对于所发现的近似商标采取及时告警措施, 针对预计对公司产生影响的商标提出异议。我们对于商标的使用同样进行全网监测, 对于违法冒用公司商标和使用近似 logo 的行为开展维权, 通过对于侵权事实进行公证, 我们将制定针对性的维权方案。

# 创新成果

在全方位的知识产权管理体系和管理监控手段之外, 公司同样高度重视知识产权自主创新, 树立创新意识和创新氛围。我们积极鼓励员工进行发明专利与技术创新, 为激发员工创新热情, 我们制定《职务发明奖励管理规定》, 设立“产品技术专项奖励”, 按季度随工资进行发放。截至报告期末, 共 110 件发明获得“发明专利受理奖”, 67 件 (含 7 件外观) 专利获得授权奖, 颁发奖金 53 万余元, 共计 291 人次获奖。

公司组织专利申请培训为员工提供相关指导和参考, 2023 年我们通过线下授课与线上直播的形式面向全体技术部门员工组织开展《专利挖掘与软著撰写》《互联网领域专利挖掘申请》两项培训, 同时还配套了视频培训课程, 以及专利挖掘与撰写技巧培训共计 3 次, 有利于知识的触达, 帮助员工在工作中建立起知识产权意识和习惯, 更加高效精准地进行价值提炼。



汽车之家组织开展知识产权申请相关培训

133 件  
发明专利

27 件  
外观专利

79 件  
新取得授权

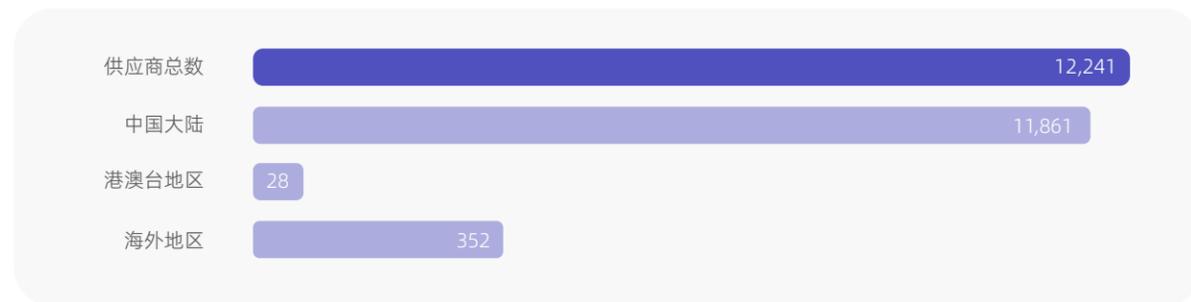
截至 2023 年 12 月 31 日, 本公司专利提案 386 件, 新提交受理 160 件, 其中发明专利 133 件, 外观专利 27 件, 新取得授权 79 件, 其中发明专利 73 件, 外观专利 6 件。与 2022 年相比, 公司专利提案按量增加 37%, 专利受理提高 83%, 专利授权量提升 75%; 在软件著作权方面, 提交申请 258 件, 已出证 153 件, 审核中 105 件, 较 2022 年提升 46%; 在商标方面, 提交申请 273 件, 较 2022 年提升 51%, 取得商标注册证书 81 件, 较 2022 年提升 12%。

# 供应链管理

汽车之家积极拓展绿色合规的商业合作模式, 打造可持续供应链。公司制定《汽车之家供应商管理制度》等制度, 建立起专门的供应商管理系统, 针对供应商筛选及准入考核、新增和变更标准流程、风险及绩效评估、监督和改进行管理以及沟通交流进行全流程管理, 不断提高采购质量和效率。

供应商准入	根据实际情况判断实地考察必要性, 对于确需实地考察的供应商进行资质等方面的严格审查, 并按照《汽车之家供应商现场考察评估报告》进行评价。 对于实物类供应商着重考量其供应链是否符合绿色供应链和产品责任标准。对服务类供应商在安全管理和员工权益保障等方面提出严格要求, 以确保其符合相关标准和规定。
供应商新增和变更	设定标准流程, 加强对供应商档案的维护。
供应商风险和绩效评估	依据多指标综合评价法, 坚持系统全面性、简明科学性、稳定可比性、灵活可操作性四大原则。针对供应商通过线上评估的方式进行绩效评估, 集采品类按照订单进行评估, 其他品类按照合同进行评估。 评估覆盖所有入库正式供应商 (不包括个人、境外和无合同付款供应商), 评估率达 100%。2023 年, 公司对于供应商风险库进行完善, 搭建了风险库采盾, 并针对利益冲突和关联关系供应商进行了风险管控。 汽车之家所有供应商 (不包括个人、境外供应商) 均已对接天眼查征信系统, 对于供应商管理和风险防范进一步提供了保障。
供应商监督和改进行管理	为进一步提升供应质量, 督促供应商提供优质产品或服务, 我们对部分品类采取末位淘汰制, 低分供应商我们也将对其进行访谈, 督促整改。若供应商存在违法违规问题, 供应商管理系统将根据风控监测结果直接进行处置或责令退出。2023 年共计 25 家供应商被纳入供应商黑名单。
供应商沟通交流	2023 年, 公司加强与供应商的沟通与交流, 进一步加深合作。我们组织集采供应商年度复盘会, 覆盖 39 家供应商。在供应商年度总结中, 我们对于供应商黑名单、反腐败等内容和要求进行宣贯和重点强调, 在供应商门户进行发布, 覆盖全体供应商。

## 汽车之家按地区划分的供应商数量 (家)



公司致力于与全体供应商共建可持续供应链, 降低供应链风险, 践行绿色理念和阳光采购, 与合作伙伴实现互利共赢。公司在对外招采过程中明确提出廉洁、社会责任和环境相关要求, 对供应商进行规范与约束。

# 供应商商业道德

公司将清正廉洁纳入供应链的各个环节, 加强廉洁供应链建设。为规范公司采购管理工作, 2023 年公司成立采购管理与纪律委员会, 由副总裁担任主任, 供应链与合规管理相关部门共同开展工作。全年抽检 292 个招采项目, 升级 4 大核心招采制度, 增设 5 项管理举措。在招采阶段, 我们于招采平台供应商端发布廉洁倡导, 并提供反贪腐举报渠道, 明确举报受理范围、举报要求等。我们要求供应商签订《诚信及反贪污反贿赂承诺书》, 招采岗位员工也需要签署《员工廉洁自律承诺书》方可上岗, 为招采各环节的廉正建设提供坚实保障, 相关承诺书签订率均已达到 100%。在日常管理过程中, 我们通过“汽车之家采购合作平台”公众号发布《汽车之家致供应商廉洁合作共建倡议信》, 加强廉正宣贯与提醒。



《汽车之家致供应商廉洁合作共建倡议信》

供应商廉洁倡导及举报渠道

# 供应商信息安全与隐私保护

公司将信息安全与隐私保护作为供应链管理的重点领域之一, 对相关供应商及合作伙伴提出严格要求, 以促进公司整体信息安全以隐私保护工作的合规开展。在数据共享前我们单独获取用户授权, 并告知用户接受数据接收方及共享目的。我们与涉及信息共享或委托处理的供应商及业务合作伙伴签署《数据处理协议》, 协议中约定共享或委托处理的数据范围及目的、数据处理期限、双方数据保护义务, 公司将在符合规定的情况下对其数据处理措施进行审计, 以保障合作伙伴信息安全与隐私方面制度、能力与实践符合公司要求。

# 绿色采购

公司将绿色和可持续发展理念纳入采购过程, 积极采购绿色环保产品。2023 年, 公司在采购新年礼盒礼品时选择使用 RPET<sup>2</sup> 环保材料和运用节能环保工艺的相关产品, 对于采购项目的包装盒也采用了收纳盒的方式, 具有循环使用功能, 有效避免了资源浪费。

<sup>2</sup> RPET 面料 (Recycled PET Fabric) 又称为可乐瓶环保布, 是采用回收宝特瓶纱线纺织而成的一种新型的绿色环保面料, 其来源的低碳性, 创造了再生领域的概念。

## 03

创新引领,  
服务用户

作为全球领先的汽车内容社区和汽车消费者线上服务平台, 汽车之家始终将创新作为公司发展的核心动力, 并以向用户提供卓越的服务为最终目标, 认真倾听客户声音, 致力与为用户提供健康和高质量的内容以及真实、负责的广告信息。



# 内容治理

## 内容治理原则

汽车之家内容治理理念以遵循国家法律法规和相关政策为审核基础, 以积极履行社会责任为核心导向, 以保障平台安全运营为不懈动力。在符合上述原则的基础上, 我们鼓励健康、多元的内容广泛流通, 努力实现用户、平台和社会的多方共赢。

### 关键审核治理方向

- 反对宪法所确定的基本原则的;
- 宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的;
- 破坏国家宗教政策、宣扬邪教和封建迷信的;
- 煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的;
- 散布谣言, 扰乱经济秩序和社会秩序的;
- 散步淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的;
- 侮辱或诽谤他人, 恶意侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的;
- 含有法律、行政法规禁止的其他内容, 且情节严重的。



## 内容治理管治

公司安全委员会专注于管理和维护平台的内容安全、数据安全、信息安全、产品安全及算法安全等关键领域, 监督平台内容治理相关工作, 直接向董事会汇报, 确保内容安全管理的高效性和专业性。此外, 公司的管理层将不时向董事会就网络安全等关键领域情况进行汇报。如发生网络安全事件, 公司的管理层将在安全委员会和公司其他相关部门的协助下统筹决策, 并根据《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》和其他相关法律法规的要求对于重大网络安全事件进行披露。此外, 公司管理层也将及时向董事会汇报重大的网络安全事件。

## 内容治理方法

汽车之家建立了覆盖公司全部业务及产品的审核标准和审核流程, 包含了图片、文字、音频、视频、直播、即时通讯在内的多种形态, 对公开传播的平台内容进行治理。公司坚持内容审核一致性的原则, 对所有账号和内容均实行无豁免的“先审后发”机制。2023年我们新增了内容先验的审核模式, 以保证内容的质量和合规性。内容创作团队在选题和脚本创作前需提交给审核团队进行初审, 审核团队负责对可能存在风险的内容进行预警并告知创作团队。

## 汽车之家内容审核流程

### 内容机器审核

- 在用户端和业务端产生内容后, 内容会进行封装加密, 交由机器审核。通过与市场头部的审核供应商合作, 运用其优质高效的大数据审核模型, 对内容进行初步过滤。

### 内容人工审核

- 对于机器初审中存疑和不通过的内容, 则交由经验丰富的人工审核团队进行复审, 提升审核的准确性

### 巡查质检

- 被最终判定为违规的内容, 我们会进行巡查质检, 确保所有内容均严格遵守审核标准。同时, 巡查质检帮助我们识别审核过程中可能存在的漏洞, 以便我们能够及时调整和不断优化我们的审核策略。

### 申诉机制

- 内容被判定为违规时, 我们会告知用户处置意见, 同时赋予用户申诉权。用户提交申诉后, 我们会进行仔细的复审。如果申诉被认定为有效, 我们将及时通知用户并恢复相应内容。

为加强社会监督并提升内容治理透明度, 我们在所有产品的显著位置均设有用户举报入口。当接收到用户举报时, 我们的系统会立即对举报内容进行分析, 并迅速将其转交给相应的业务部门进行处理。完成处置后, 我们向举报者反馈处理结果, 确保形成完整的举报反馈闭环。

2023年, 汽车之家采取了多项举措来深化内容治理, 扩大内容审核范围, 增加内容审核的效率和精度。



### 汽车之家内容治理举措

举措名称	举措内容
扩大审核范围	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年汽车之家将B端业务和在其他平台发布的相关内容纳入了审核范畴。所有内容均通过预先设定的业务通道进入审核系统,并遵循一致的审核规则,确保了审核流程和审核规则的统一性。</li> <li>扩大了审核范围后,审核的内容量较前增加约33%。</li> </ul>
AIGC内容审核管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年汽车之家为人工智能生成内容(AIGC)建立了标准的管理流程和专属审核通道,确保了AIGC内容审核的效率和合规性,并为后续的精细化运营提供了技术基础。</li> <li>在AIGC内容生成后,我们首先通过算法进行内容去重,再对内容进行安全审核,审核通过后将内容存入AIGC专用内容池并最终通过算法推送给用户。</li> <li>在内容合规性方面,AIGC与用户产生的内容标准相同。在安全审核过程中,我们会识别并纠正AIGC内容中的明显错误,如汽车品牌 and 车型图片错用等,进而提升内容质量,改善用户体验。</li> </ul>
净化网络氛围	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年,我们秉承净化网络空间、践行企业社会责任的原则,对恶意举报、网络戾气和不当行为等对网络空间秩序有害的内容采取依法依规、尊重客观事实的态度,审慎取证,并采用更严格的审核标准进行内容审核治理。</li> </ul>
保护未成年人	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强未成年个人信息保护和数据安全的监管,确保未成年人个人信息不被滥采滥用。</li> <li>加强对可能误导未成年人有害信息的清理和整治,尤其是欺骗性和误导性内容,确保未成年用户不受此类不良信息的影响或侵害。</li> <li>与打击网络谣言和MCN机构信息内容乱象整治行动相呼应,集中整治欺骗误导未成年人的虚假信息和恶意营销信息。</li> <li>针对专为未成年人设计的智能终端产品执行更加严格的内容审核政策,全面清理违法和不良信息,适应未成年人身心健康发展规律和特点。</li> <li>在电商领域,尤其是直播产品中的打赏、消费等功能的内容,加强审核要求。</li> </ul>

#### 与政府部门密切合作提升审核精度

汽车之家与公安部门的网络安全大队密切合作,及时掌握网络内容管理的方向、尺度等方面的重要变化,并对公司平台的内容审查策略进行优化和调整。2023年,公司通过合作对违规内容特征的提炼,针对网络诈骗内容进行重点审核,对数十个嫌疑账号进行了封禁处理。

### 内容治理培训

2023年,汽车之家加强了内容审核的安全风险培训,共计开展了30次专业培训课程,培训时长总计达90小时,培训涵盖了公司的多个职能部门和内容生产部门,共计约480人次参加。内容治理培训有效提升了员工们对内容安全和风险管理的认识,提升了公司整体团队在应对可能的安全风险时的应急处理能力。

#### 清洗历史存量内容

2023年,汽车之家对约50亿条历史存量内容进行了回溯审核,重点对涉及到网络赌博、网络诈骗、夸大宣传等内容进行了清理。报告期内,清洗查删历史内容约1,000万条,占历史存量内容的0.2%。

#### 2023年内容治理关键绩效表



# 广告责任

汽车之家严格遵守《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》等相关法律法规和标准规范, 制定了《内部广告审核规范》等内部规章制度, 细化广告内容审核的标准和流程, 以确保平台所发布的广告内容真实、合法。

公司要求广告内容不得出现包含酒精制品、烟草制品、博彩、暴力、血腥、性别歧视、违法捕猎、野生动物交易以及各种形式网络诈骗等内容的广告。同时, 为了增强透明度和识别度, 所有广告都需要在显眼位置明确标注“广告”字样。

为了确保广告内容的质量和合规性, 公司实行了全量人工审核的机制。所有广告内容在经过机器初审之后, 还需通过人工审核团队进行更为细致的二次审核。该审核流程旨在最大限度地避免广告中出现不适当的营销手段、对未成年人产生不良影响的内容、虚假或夸大的宣传, 或低俗或色情等不良信息。

为有效识别和管理伪装的隐性广告内容, 2023年我们采取了先进的回溯法, 对内容审核技术进行了逆向应用, 通过精准的关键词和音频检索来主动搜索潜在的隐性广告并进行相应的处理。此外, 为了确保这一过程的有效性, 我们也采取了特殊措施来规避自身网站的自动屏蔽机制。

## 广告审核培训

2023年, 我们邀请行业专家到公司开展专项讲座, 通过对广告审核中实际案例进行分析讲解的方式, 对广告中管制类商品、需备案类商品、极端用语、过度暴露着装、挑逗暗示等违反广告法的内容, 向审核人员进行了培训。同时将培训中的主要内容和公司的相关业务团队进行了分享和传达, 旨在从审核源头遏制广告违规内容, 提升平台广告内容质量。

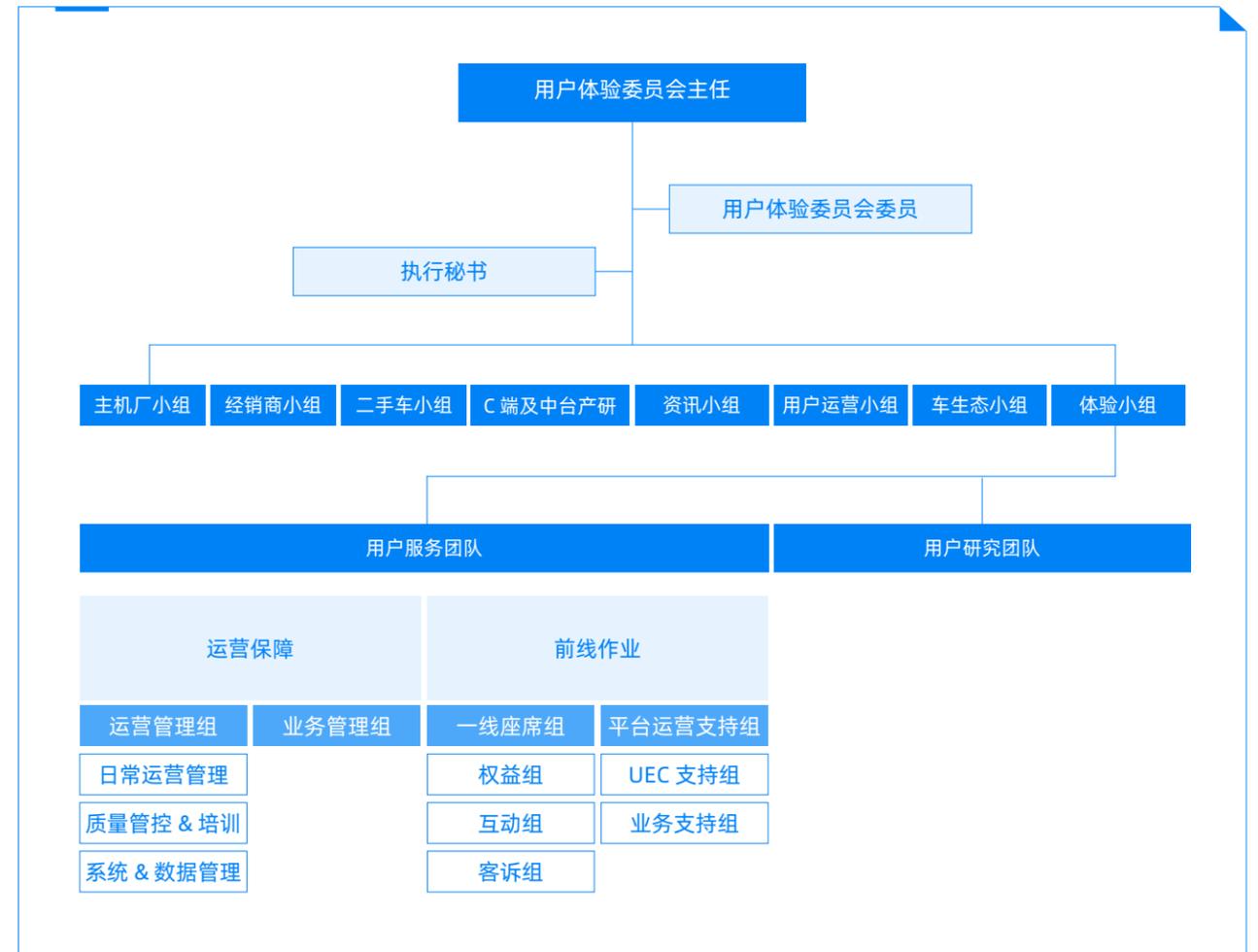


# 用户体验

## 用户体验管理体系

汽车之家建立了以用户为中心, 以服务为根本的用户服务管理架构, 为用户提供及时有效地服务和帮助。为了不断提升用户体验, 公司建立了用户体验委员会, 负责制定和实施整体的用户体验发展战略。在服务标准方面, 我们制定了《客服中心服务手册》, 明确了标准化的服务规范, 向用户提供一致的高质量服务。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》和《客服中心质检流程》, 通过定期抽查一线客服服务质量, 确保为用户提供良好的服务和体验。

### 用户体验委员会架构图



## 用户体验提升

2023年, 我们对用户端产品 (APP) 提出了技术优化目标, 要求从用户视角出发, 通过流畅度、稳定性和清晰度的治理及优化, 提升用户体验。此外, 我们对用户端产品设定了核心考核指标, 包括 APP 启动达标率、页面秒开率、闪退率、整体卡顿率、严重卡顿率以及 H5 页面 1.5 秒打开率、优质好用户 UV 率和全部好用户 UV 率。2023年, 上述核心指标均达成设定的考核目标。此外, 我们统一了 APP 的产品体验, 确保了相同模块在交互方式和视觉设计上的一致性, 让用户能够更轻松的理解和使用我们的功能产品, 从而增强整体使用的流畅性。

### 汽车之家 APP 用户体验统一举措

#### 用户询价体验统一

我们对线上 200 多个不同的留资场景进行了全面梳理, 并制定了一套标准化的统一规范。基于这些规范, 我们推动了程序化模板的开发, 实现网站内所有留资环节的统一。这一举措有助于降低用户在留资过程中的顾虑, 显著提升了用户留资的体验。

#### 发布体验统一

我们针对用户过去反映的发布流程繁琐、效率低下及发布状态难以跟踪等问题, 简化了发布流程, 并设计了直观且易用的发布工具。这些改进提升发布流程的效率, 使用户能够更加轻松地发布内容。

#### 基础组件统一

我们不断完善基础组件的设计规范, 并在开发完成后驱动各业务接入, 通过提高基础组件的复用率, 实现基础功能体验的统一。

同时, 我们在技术方面进行了全面的更新和优化, 以提升用户体验和系统性能。具体包括:

### 汽车之家 APP 技术更新优化表

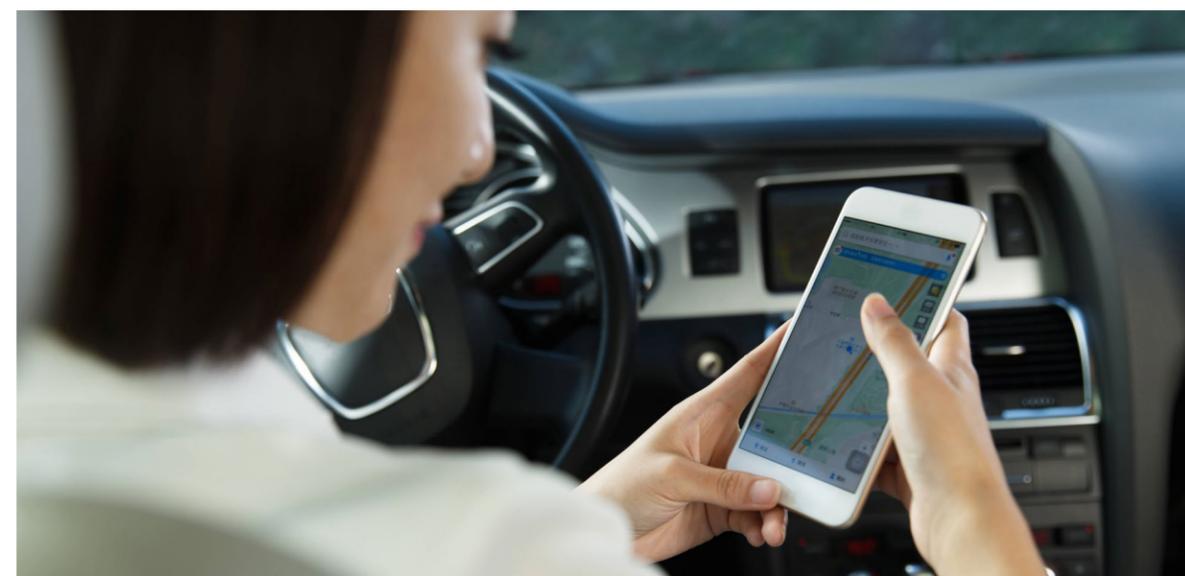
优化项目	优化内容
图片专项优化	引入高效的图像处理技术, 包括更先进的图像压缩方法和多种图片格式支持, 以提高图片质量的同时减少数据传输量。
网络链路优化	通过改进内容分发网络 (CDN) 和增强网络稳定性措施, 优化用户访问速度和系统的可靠性。
视频专项优化	采用先进的视频编码技术, 提升视频清晰度并减少带宽消耗。
基础架构升级	基础架构得到全面升级, 包括渲染引擎、应用性能管理 (APM) 和组件化, 以提高系统的灵活性和响应速度。
业务专项优化	对业务流程进行了深入优化, 包括容器化和云渲染, 提高了处理速度和效率。

## 增加 3D 仿真动画, 帮助用户更好的理解车辆信息

2023年, 汽车之家在 APP 的实测、超测、新能源图述等工具产品中针对性能、安全、空间、智能驾驶、参配等提供了 3D 动画示意, 帮助用户理解车型功能和测试结果, 提升趣味性的同时提高用户决策效率。



3D 仿真动画示意图



## 聆听用户声音

汽车之家高度重视用户意见与反馈, 仔细聆听每一位用户的声音。我们通过 APP、移动端和 PC 端的意见反馈平台、400 热线、即时消息在线、舆情手机和主动对用户回访等方式收集用户的意见与反馈, 进行改进并持续提升用户满意度。

报告期内, 我们共收到 35,149 个投诉批次, 投诉应答率达 100%; 已解决投诉 35,128 起, 剩余 21 起还在规定时效内, 正在积极处理中, 投诉解决率 99.94%; 人工服务满意度达 95%。

### 汽车之家用户访谈

汽车之家采取了电话、问卷、线下触达等多种访谈方式, 对平台用户、4S 店访客以及第三方平台样本用户进行了访谈, 并按照不同的访谈需求选取了不同的用户画像。我们通过多元化访谈, 多维度收集宝贵意见反馈, 以更好地理解用户群体的多样性和复杂性, 从而提供更加精准和贴合用户需求的服务。2023 年, 我们共计开展了 45 个访谈项目, 访谈 400 余人。通过访谈和用户意见采纳平台, 共采纳落地意见 6,512 条, 推进汽车之家 APP 满意度 NPS 整体提升 2.6%。



用户现场访谈

## 客户投诉管理

汽车之家建立了完善的用户投诉处理机制和用户投诉反馈流程, 并发布了《重大 / 突发事件报备机制》《各业务投诉处理流程》《典型问题投诉处理流程》《各渠道业务投诉处理流程》等制度文件。我们针对不同业务制定了《闭环时效管理机制》, 通过结合投诉升级机制、预警机制, 通过客服工单系统记录流转、钉钉触达、邮件升级等管理工具, 高效推动客诉闭环流程的执行。

### 汽车之家投诉处理流程

- 1 接受投诉:** 在接收到用户投诉后, 根据内容进行初步分类。
  - 2 初步处理:** 接下来, 投诉将被转到相应的专业团队进行初步处理; 然后, 根据初步处理的结果, 决定是否需要继续调查或是直接解决问题。
  - 3 深入调查:** 如果需要更深入的调查, 问题将被转入详细调查的阶段, 以便收集更多信息。
  - 4 问题解决:** 在经过调查后将通过用户满意的解决方案或其他途径, 解决客户投诉的问题。
- 反馈和闭环:** 最后, 将解决结果反馈给用户, 并确保问题得到彻底解决, 实现闭环。



同时, 我们在 2023 年采取了一系列举措, 保障对客户投诉的及时响应和有效处理。

升级客服系统	对客服 IM 系统进行了重大升级, 显著提高了在线服务的效率和用户体验。
提升坐席业务能力	对全体坐席人员进行了专项能力提升培训, 涵盖业务能力、专业能力和职业素养等方面。
延长服务时间	服务时间由原先的 9 点至 18 点调整为 8 点至 22 点, 延长服务窗口时间。
首问负责制和闭环时效管理	结合首问负责制和闭环时效管理, 确保所有投诉在规定时效内得到 100% 处理和解决, 包括满足用户合理的时效要求。

## 关怀弱势群体

我们考虑到不同用户的视力水平和需求, 对 APP 采取了大字号适配的策略。用户可以在 APP 设置界面根据个人偏好, 选择合适的字体大小, 提升阅读体验, 帮助老年人和视力有障碍的用户更容易阅读和识别 APP 上的内容。

# 技术创新

汽车之家深耕技术领域创新, 加速在应用系统研发、数字化运营管理等方面的创新技术研发, 并持续加大研发投入。公司坚持以用户为中心的策略, 通过创新技术, 我们的技术平台由AI、大数据及云技术驱动, 全方位赋能看车、买车、用车、换车等服务领域, 为客户提供卓越的沉浸式智能化体验。

公司充分发挥技术优势, 专注于提升产品品质、效果和服务, 以满足用户数字化转型需求。我们持续推进 AI、3D 技术能力的研发与应用, 凭借 AI、大数据、云计算等方面的优势积累创新研发车智云、品牌私享家、VI 销冠神器、AI 促销罗盘等创新数科产品。我们为经销商推出 3 大模块 12 个产品的数字化营销解决方案, 以增值服务助力经销商提升经营水平, 进一步提升降本增效能力, 实现高质量运营。

同时, 我们还构建起丰富的用车车型库、摩托车车型库和改装车车型库以及 3D 改装工具, 有助于延长用户汽车服务生命周期, 为客户提供优质服务。

## 技术创新激励

公司鼓励员工发挥自主创新能力, 为公司创新研发持续贡献力量。我们鼓励员工积极提出创新想法和思路, 员工可将内容、应用产品、商业产品、技术等方面的创新想法通过系统提交, 通过审核则成为公司创新“火花点”, 我们对于提出“火花点”的员工予以奖励, 一经立项还可获得专业支持。

2023 年, 公司总计研发投入人民币 13.49 亿元。

2023 年

# 13.49 亿元

公司总计研发投入人民币



## 创新成果

2023 年, 公司在创新技术研发与应用方面继续取得优秀成果, 我们在线上技术创新方面进一步加强 AIGC、大数据云计算技术与全息影像的研发与应用。在线下推进形态革新, 加速“汽车之家能源空间站”建设, 为主机厂、经销商、消费者打造多方共赢生态, 为消费者提供涵盖新能源汽车和二手车在内的一站式看、选、买、换服务, 同时持续赋能主机厂和经销商伙伴的零售、营销业务, 为新能源汽车产业发展注入新活力。

## 大数据创新成果

### 汽车之家 AI 促销罗盘

汽车之家 AI 促销罗盘是行业内第一个基于大数据分析的量价洞察类产品。该产品依托汽车之家与平安集团的深度合作, 在平安新车保险的海量业务数据中, 合法合规地有效分离提取到主机厂业务相关的关键数据, 并通过创新方式将数据价值以业务诊断的形式呈现给主机厂, 获得客户的广泛认可和好评。

该项突破自 2023 年底正式开启商业化应用以来, 仅一个季度便达成全年销量任务的 293%, 为汽车之家与主机厂客户在后链路合作奠定了数据基础。AI 促销罗盘的数据分析报告已成为汽车之家服务主机厂客户日常经营决策的重要辅助工具。与此同时, 其在汽车之家新零售项目中的应用, 也为汽车之家线下形态革新创造了人无我有的差异化价值, 为客户和用户提供了更加权威和精准的价格衡量参考。



## 全息影像创新成果

### 汽车之家全息舱

汽车之家全息舱是汽车之家首创的虚实融合讲车产品。该产品具备汽车之家独创的裸眼 3D 看车功能, 通过 3D 全息技术对车辆实现 1:1 精确仿真, 搭配真人讲车和 3D 动态效果, 以及对汽车之家独有数据和内容的呈现, 为用户提供了更生动、更炫酷的看车、选车新体验。用户在全息舱中可实现对多型号车辆的外观、内饰、结构、三电系统以及智能驾驶功能、电池数据、用户测评等的全方位了解, 使消费者看车更高效。

该产品目前已覆盖 90% 国产新能源车辆, 并依托汽车之家新能源空间站项目在全国超 20 个城市落地。未来, 汽车之家全息舱计划完成对国产新能源车辆 100% 全覆盖, 同时继续探索其技术创新应用场景, 致力为用户打造集汽车体验、科普学习、互动娱乐为一体的“第三生活空间”。



## 线上技术创新成果

### 汽车之家特邀 AI 体验官 - 宫玖羽项目

汽车之家 AI 数字人宫玖羽是汽车之家推出的能够满足汽车行业全栈式实时交互场景的 AIGC 内容生成智能化 SOP AI 虚拟人。该数字人由国内外先进的大语言模型双模型并发, 在满足国内用户文化理解的同时在数据处理和回复的准确度上与国际大模型齐平, 并应用公司独有的大数据智库, 实际表现已优于同类数字人对标项目。

该项目未来在线上线下场景均具有广阔应用空间, 实现汽车行业首个高时效的虚拟人内容产出。该虚拟人上线 1 年以来, 已获得全网曝光 4 亿余次, 播放量 2 亿余次, 全网粉丝 110 余万, 互动量可达千万; 获得“2022 中国超写实虚拟人十强 -TOP5”“2023 年中国虚拟人百强榜 (全品类) -Top18”等多项奖项认可; 并参与了 CCTV-2 “818 晚会”主持、2023 上海国际车展等多项 IP 联动。

## 线下形态革新成果

### 汽车之家能源空间站

汽车之家能源空间站是以用户为核心的“一站式服务”供应商, 为消费者带来全新的新能源汽车消费体验。

汽车之家能源空间站在线上线下均具有独家优势资源, 为消费者提供高效服务。在线上, 汽车之家 APP 站内开辟专属频道, 与各城市汽车之家能源空间站对应联动, 对于活动进行宣传 and 投送。在线下, 能源空间站拥有业内独有技术打造的“全息智驾舱”, 可以深度解析产品性能优势卖点, 提供竞品同屏对比。能源空间站还配备了试驾车队和试驾教练, 及时满足用户的试驾需求。

目前, 汽车之家能源空间站已完成全国 20 个城市布局, 覆盖一线城市、新一线城市、二线城市, 并于 2023 年设置三四线地级城市试点, 形成覆盖东南西北的区域效应, 在未来, 将成为城市汽车市场新名片。



汽车之家能源空间站全国布局



汽车之家空间站重庆站

# 04

## 清洁低碳, 绿色未来

汽车之家秉持绿色发展理念, 积极应对气候变化, 坚持绿色运营, 持续完善环境管理, 将节能减排落实到日常。汽车之家对内不断提升绿色运营可持续发展能力, 对外不断输出低碳转型可持续发展助力, 以绿色低碳实践为建设环境友好型社会贡献力量。



# 应对气候变化

气候变化已成为全人类面对的共同挑战, 减缓气候变化的行动刻不容缓。汽车之家支持全球气候行动, 参照气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 和国际可持续准则理事会 (ISSB) 发布的《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》的框架与建议, 对气候变化治理体系、风险与机遇的识别、管理和目标等方面进行披露。

## 治理

汽车之家将应对气候变化作为一项重要议题, 正在规划由汽车之家管理层牵头成立碳中和工作相关领导小组, 支持公司运营的绿色转型, 促进公司业务为汽车产业碳中和作出更大贡献。

## 战略

汽车之家作为汽车乃至交通运输行业绿色低碳转型的“发动机”, 持续发力于赋能价值链上下游, 助力“双碳”目标的实现。

### 节能提效

通过积极运用最新技术与内部管理效率提升, 我们减少非可再生能源使用, 力求提高现有能源使用效率, 在保持业务增长的同时降低能源消耗强度。

### 可再生能源

我们将持续关注绿电交易动态, 力争尽早实现运营过程 100% 绿色电力使用; 与主要数据中心供应商共同推动数据中心用电绿色化。

### 碳抵消

鼓励全员负碳增汇行为, 助力地方乡村振兴和生态文明建设。多措并举抵消企业经营过程中的碳排放, 彰显汽车之家的社会责任感, 最终实现碳中和目标。

## 风险管理

汽车之家主动识别、适应气候变化带来的物理风险与转型风险, 对不同类型的潜在风险制定相应的预防措施与管理办法, 力求实现全面识别、科学评估、有效预防、有序管控。

## 气候变化风险识别及应对

风险类型	风险描述	应对措施
实体风险	急性风险 洪水、高温、台风等极端天气频发, 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"> <li>密切关注气象预报。</li> <li>建立极端天气应急预案, 制定异地备份数据解决方案, 为运营服务器等建立容灾机制。</li> </ul>
	慢性风险 全球气候逐渐变暖和海平面上升将对汽车之家线下门店及所使用数据中心的设计和运营产生影响。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续关注气候变暖趋势报告。</li> <li>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。</li> </ul>
转型风险	政策与法律风险 碳交易、碳税、环保税等政策逐渐落实, 绿色低碳转型势在必行, 对于汽车之家节能减排实践提出了更高的要求。	<ul style="list-style-type: none"> <li>优化能源精细化管理, 提升能源利用效率。</li> <li>优先选择应用可再生能源和使用低能耗设备的数据中心。</li> </ul>
	监管机构对于企业申报的环境数据的准确性有更高要求, 增加汽车之家环境信息统计压力及合规风险。	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格按照合规要求进行信息披露。</li> <li>使用数字化管理系统统计经营过程中的环境数据。</li> </ul>
	技术风险 政府对低碳事项的关注增加, 汽车之家在生产运营中需为低碳投入更多成本。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续推进低碳节能技术改造。</li> <li>通过资源循环利用减少低碳投入成本。</li> <li>选择更加节能环保的产品及供应商。</li> </ul>
	市场风险 市场对低碳节能公司及产品的偏好日益明显, 增加汽车之家低碳运营的压力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>研判市场动向, 及时调整业务布局。</li> <li>通过技术、产品、服务赋能二手车市场发展, 增加二手车、新能源二手车流转率, 提升资源利用效率。</li> <li>开设新能源汽车板块及线上展厅, 多渠道多元化地开展市场推广, 通过内容和服务与用户及客户共享可持续发展理念, 帮助用户做出新能源汽车选购决策。</li> </ul>
声誉风险	应对气候变化工作未达到利益相关方的预期, 可能导致对汽车之家的商誉造成负面影响。	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强利益相关方沟通, 充分了解其诉求。</li> <li>积极宣贯公司在绿色低碳方面的进展, 如推广新能源汽车、参与创新新能源技术、倡导公众绿色出行等。</li> <li>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。</li> </ul>

气候变化为本公司带来风险的同时也带来了机遇。为此, 我们不仅对上述气候变化风险进行识别和响应, 也高度关注气候变化转型机遇, 并努力将这些机遇转化融入到企业未来发展中。

### 气候变化机遇

机遇	机遇描述
资源效率 提升能效机遇	随着更低碳的技术不断推出, 汽车之家可利用新兴技术优化自身运营过程中的能源消耗, 提高生产运营过程中资源和能源效率, 降低运营成本。
产品与服务 行业发展机遇	国家对新能源、循环经济越来越关注和利好, 与汽车之家的新能源汽车及二手车业务高度匹配, 业务需求量将大幅提升, 从而提高市场竞争力。

## 指标和目标

为响应国家“双碳”目标和汽车产业的碳减排目标, 汽车之家已承诺在 2030 年实现运营碳中和。2023 年, 公司结合实际情况, 明确应对气候变化的行动, 在节约能源、改善排放物管理方面采取相关措施以减少碳排放, 并不断审视实践活动, 适时调整。未来, 我们进一步完善策略制定、风险管理、指标和目标识别与管理, 携手各界一起应对气候变化, 共同实现绿色发展。

### 汽车之家环境目标

目标类型	目标内容	2023 年进展
排放量目标	到 2030 年实现运营碳中和。	按此目标执行
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%。	按此目标执行
	到 2023 年, 本公司 LED 节能灯采用率达到 100%。	已实现
用水效益目标	到 2026 年, 本公司新能源车辆比率将提升至 50%, 后续更换车辆优先采购混动及纯电车辆。	按此目标执行
	到 2023 年, 本公司自动感应水龙头、节水型马桶、自动感应冲水便池安装率达到 100%。	已实现
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。	已实现

### 汽车之家温室气体排放量<sup>3</sup>

指标	单位	2023 年	2022 年
温室气体排放量 - 范围一 <sup>4</sup>	吨二氧化碳当量	362.41	118.84
温室气体排放量 - 范围一密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.01	/
制冷剂	吨二氧化碳当量	28.55	28.55
公车耗油	吨二氧化碳当量	333.86	69.22
温室气体排放量 - 范围二 <sup>5</sup>	吨二氧化碳当量	1,337.58	1,413.74
温室气体排放量 - 范围二密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.05	/
外购电力	吨二氧化碳当量	1,337.58	1,413.74
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1,699.99	1,532.58
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.07	0.06
大气污染物排放量	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> 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 2022 年度全国电网平均排放因子 0.5703tCO<sub>2</sub>/MWh 进行换算。

<sup>4</sup> 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带来的二氧化碳直接排放。

<sup>5</sup> 温室气体间接排放量 (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

汽车之家致力于打造绿色办公场所, 通过使用节能设备、优化管理的方式, 培养员工绿色办公的习惯, 降低环境污染和资源能源浪费。

汽车之家严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规, 制定《职场环境 7S 管理规范》等制度, 搭建环境管理制度保障, 规范能源合理利用及废弃物排放, 为开展环保实践提供指导框架。

## 资源使用及管理

汽车之家全面提升资源管理水平, 对运营过程中使用的能源及水资源进行严格的控制。我们遵守《中华人民共和国节约能源法》的相关规定, 在公司内部由行政部负责整体节能工作, 加强办公区域节能管理, 全面降低资源消耗, 提升员工的减排意识, 以减少碳足迹和资源浪费。

我们消耗的资源主要包括公务车使用产生的汽油、日常办公使用的电力及冬季供暖消耗的天然气。

在租用数据中心时, 我们充分考虑其能耗表现, 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。

2023 年, 我们对公司照明灯具进行更换, 确保 100% 使用 LED 灯具。

**⑧ 倡导无纸化办公**

打印机默认采用双面打印, 留存内部打印机的打印记录, 以降低用纸损耗;

鼓励员工优先使用电子邮件、内网及其他电子方式来传达及发放信息;

鼓励员工使用线上平台召开内外部会议;

使用电子章逐步替代实体印章。

**⑨ 优化车辆管理**

新购入车辆优先选择油气混合动力车辆。

**⑩ 提升能源利用率**

在办公设备粘贴节能减排标识;

设定空调温度限制, 以践行省电低碳;

在所有办公场所使用 LED 节能灯照明;

要求人走后立即随手关灯, 在午休及下班后对未使用会议室及公共区域进行巡查关灯;

开展电梯改造提升承运效率。

**⑪ 减少水资源浪费**

禁止使用饮用水清洗杯具。

## 汽车之家能源及水资源使用量

指标	单位	2023 年	2022 年
直接能源消耗	兆瓦时	1334.51	374.69
汽油使用量	兆瓦时	1334.51	270.46
间接能源消耗	兆瓦时	2345.40	1,985.87
外购电力	兆瓦时	2345.40	1,985.87
综合能耗 <sup>6</sup>	兆瓦时	3679.90	2,360.56
每平方米办公区楼面能源消耗	兆瓦时 / 平方米	0.15	0.09
耗水量	吨	15,940.0	14,749.5
每平方米办公区楼面用水量	吨 / 平方米	0.64	0.57

## 废弃物管理

本公司属于低能耗、轻污染的以商务办公为主的互联网企业, 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。围绕商务办公场景下的环保管理和绿色运营实践, 我们严格遵守《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, 规范自身的排放物管理, 在运营过程中使用环保物料, 制定并定期检讨减废目标, 努力减少运营环境足迹。

废弃物	
厨余垃圾	装袋入桶, 并贴有公司标签, 由物业定时清运。
废旧礼品	交由有资质的第三方处理, 并查验处理结果。
硒鼓、墨盒、电子设备	使用专业供应商进行统一回收。

## 汽车之家废弃物排放量

指标	单位	2023 年	2022 年
有害废弃物	吨	0.015	0.04
人均有害废弃物	千克 / 人	0.005	0.02
无害废弃物	吨	103.08	106.08
人均无害废弃物	吨 / 人	0.03	0.04

<sup>6</sup> 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。

## 绿色办公实践

汽车之家积极宣导督促绿色行动, 开展垃圾分类等活动, 以减少日常运营带来的环境影响。2023 年, 汽车之家推行了一系列的节能措施, 并在办公区域设立节约用纸、用电的提示海报, 旨在维持以往能耗水平的基础上, 引导员工树立环保意识, 进一步培养员工绿色低碳的生活习惯, 提升节能减排成效。



我们开展了一系列趣味环保科普活动, 培养员工的环境保护意识, 帮助员工养成低碳环保习惯。

### 植树骑行活动

2023 年 3 月, 汽车之家组织员工开展植树骑行活动, 共有百余人参与其中, 协作完成挖坑, 种树, 回填, 浇水等环节, 现场种植海棠果树 83 颗, 用实际行动践行“双碳”。



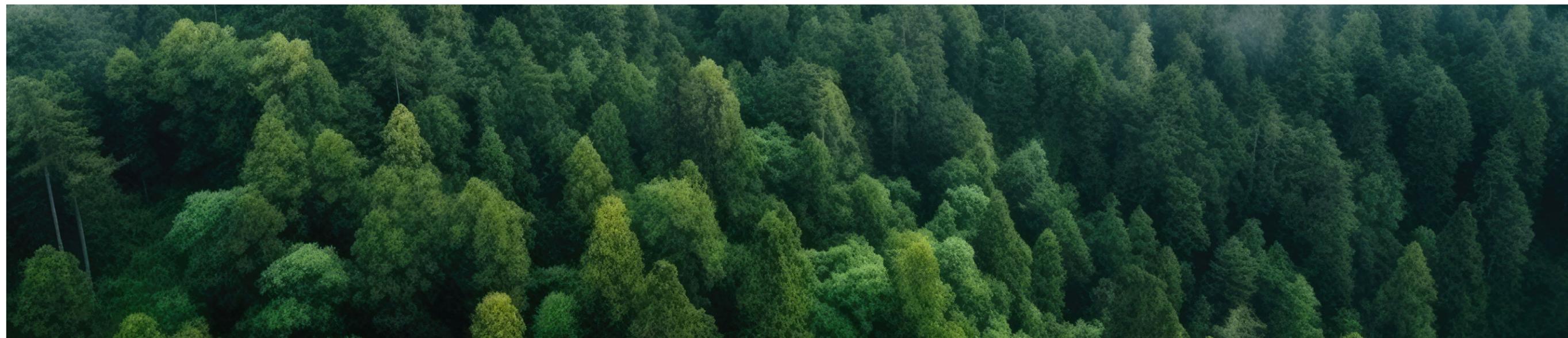
骑行员工合影

### 绿色行动家

2023 年 4 月, 汽车之家发起“绿色行动家”活动, 在办公区域 5 个楼层的水吧设立多个环保主题打卡点, 分别为“环保知识科普”“环保袋 DIY”“环保倡议宣读”“旧物改造”“垃圾分类挑战”, 向员工科普环保知识, 发起绿色倡议, 号召低碳, 将环保意识和行为带入生活。



参加环保主题活动员工打卡合影



# 05

## 凝心聚力, 人才发展

汽车之家以人才为推动公司发展的核心动力, 秉持广纳人才、多元共融的理念, 确保员工的多元平等, 为员工提供具有竞争力的薪酬和福利, 创造包容和支持的工作环境, 使个人价值得到充分尊重和发挥。同时, 通过持续的培训和职业发展计划, 支持员工职业成长, 实现人才成长与公司发展共同进步。



# 平等雇佣

## 雇佣原则

汽车之家严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规, 制定了《汽车之家员工手册 2023 版》等内部规章制度, 进一步规范和细化了人力资源制度管理体系。公司坚决禁止任何形式的童工雇佣和强制劳工行为, 并采取了具体的举措以避免相关情况的发生。公司为人力资源部的员工提供了专业的培训和教育, 让他们充分了解雇佣童工和强制劳工的危害及后果。在招聘过程中, 我们严格审核候选人员的身份信息, 对于违反录用要求的人员坚决不予录用, 从源头上避免雇佣童工和强制劳动的情况。2023 年, 汽车之家未发生雇佣童工、强制劳工等违法事件。

同时, 公司承诺在招聘、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的工作环境, 绝不容忍任何基于人种、民族、宗教信仰、性别、年龄、健康状况、国籍或其他受保护群体的歧视和骚扰, 消除就业歧视, 落实工作平权。

## 人才引进

为提升公司的人才招聘效率, 公司建立了“之家人才库”, 累计储备了简历百万余份。2023 年, 我们通过不断完善算法和底层数据建设, 积极探索 AI 在招聘场景的深度应用, 相继上线了多种数智化功能, 帮助公司实现人才与岗位的高效匹配。报告期内, 公司从“之家人才库”中激活了两百余份简历进入面试环节, 最终有多人入职, 有效提升了公司人才引进的效率和质量。

## 人权保障

汽车之家遵守国家相关法律, 认同国际公认的人权原则, 持续践行人权保障。公司在《汽车之家员工手册 2023 版》中明确承诺尊重并保障员工的人权和各项基本权利, 尊重员工结社自由, 对任何形式的歧视、骚扰等侵犯人权的行为秉持零容忍的态度, 旨在为员工提供平等、自由的工作环境。

为此, 公司建立了一套全面的流程来应对可能发生的人权风险。公司在每个部门配备了人力资源业务伙伴 (HRBP), 负责处理人权风险或相关的侵权事件。HRBP 在收到关于人权风险或侵犯人权情况的报告时, 会迅速评估情况的性质和严重程度, 并采取必要措施, 提供紧急援助, 避免侵害人权的事情继续发生。之后, HRBP 会对事件立刻进行详细调查, 包括收集证据和与相关人员沟通, 以全面了解并确认是否存在侵害人权的情况。

基于调查结果, HRBP 会与管理层和相关利益方讨论制定解决方案, 通常涵盖纠正措施、培训和公司政策调整。公司还会对事件进行跟踪和评估, 确保措施有效并预防类似问题再次发生, 并对涉事人员采取必要的措施, 以保障员工权益。



# 员工发展

## 员工培训

汽车之家重视员工的发展, 为员工提供丰富多样的培训机会和渠道, 并鼓励个人参加社会提供的各类提高个人综合素质的培训。公司以员工发展为出发点, 打造了线上学宫平台、线下新员工 -F1 训练营 /F1 青训营、管培生 - 优+ 计划、团队长 -TOP 新锐训练营、部门长 -TOP 精英训练营和家有大咖、家有好课、学宫论坛 - 全员赋能项目等培训品牌, 为员工提供科学、丰富、系统的学习资源, 满足各个类型的员工不同程度的学习与发展需求。

### 汽车之家培训计划

#### 新人融入培训



- 汽车之家联动公司的管理层和业务层, 为入职 6 个月内的全部新员工提供培训, 确保新员工能够高效地融入公司, 为其职业发展奠定坚实基础。
- 为新人基础性培训, 帮助新人快速了解公司环境、线上系统及工具使用等; 培训形式为线下集中培训, 培训时间为 **0.5 小时**, 培训频率为每周一次。
- 开展“新人训”项目, 帮助新人快速了解企业规章制度、理解并适应公司文化, 认知行业及公司业务以及建立深度人际关系; 培训形式为线上+线下, 线上共有 **7 门课程**, 学习周期为 **3-4 周**; 线下课程每月组织一次, 为期半天。
- HRBP 及新人主管于新人入职当天进行详细的部门及岗位介绍, 入职 1 周内进行岗位职责及目标梳理, 入职 **3 个月**内组织部门内和跨部门分享交流, 入职 **6 个月**内进行转正辅导及带教。
- 开展新人专业力培训, 为新人提供包括业务流程、产品知识及业务技能等专业培训。
- 2023 年, 共计 **804 名**员工参加了新人培训。

#### “管培生”项目



- 由公司董事长亲自带队负责的“管培生”项目旨在为公司培养年轻优秀人才, 打造未来中坚力量。
- 2023 年, 汽车之家的“管培生”项目进入了“快速培养期”。项目通过提高职业通用能力和岗位专业能力, 助力 **14 名**“管培生”胜任岗位工作。采用体系化的学习内容和高效的学习方式(线上+线下), 结合有效的实践手段, 实现了职业通用能力和专业能力的提升。

#### 线上学宫平台



- 汽车之家开发的学习管理平台, 支持 PC 端和移动设备端 APP, 旨在承载企业战略, 助力于大规模、高效地赋能人才, 迅速应对业务挑战并提升团队能力。
- 学宫平台下设五大学院: 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。截至目前, 平台已上线 **2650 余门**课程, 累计进行 **300 余次**直播, 并创建了 **1500 余个**学习任务。



#### 线下 A<sup>3</sup> 大讲堂



- 公司打造的具有前瞻性、战略性和实用性的学习交流平台。
- 通过外部专家引领员工共同探索面向未来的前沿科技与发展趋势, 帮助员工构建起立体化的知识体系。
- 截至目前共开展了 **18 期**嘉宾线下分享活动。每次分享均以直播形式覆盖汽车之家全体员工, 线上直播累计学习 **9,766 次**, 每位学员平均观看时长超 **4 小时**。

#### 团队长 - TOP 新锐训练营



- 针对团队长层级学员, 我们采用线上学习、沙盘体验、案例教学、在岗实践、反馈指导和毕业答辩等多种教学形式, 帮助学员明确目标要求、识别自身与目标之间的差距, 构建系统化的管理框架, 有效应对关键管理挑战, 并利用所学的方法论思考和解决部门面临的具体课题。

#### 部门长 - TOP 精英训练营



- “TOP 精英训练营”的目的是为了更好地帮助公司的中层和高层管理人员建设公司文化、促进协同发展、拓宽行业视野。
- 此项培训包含三个核心内容: 管理层共识建立、开展团建活动增加团队凝聚力以及学习管理技巧, 提升学员的战略思维和领导能力。

#### 家有大咖 - 全员赋能项目



- “家有大咖”是公司面向全员的赋能项目, 通过搭建分享平台, 让各专业领域的专家分享专业知识及项目经验。
- “家有大咖”每月开展 **1-2 期**, 分享时长约 **1 小时**。分享嘉宾以部门长为主, 线下学员自主报名参与, 并通过之家学宫进行线上直播。

### 家有大咖 - 全员赋能项目

2023年“家有大咖”的分享内容在技术领域的基础上拓展到了产品、销售、运营、项目管理等领域，联动金标奖，邀请优秀团队分享，促进好项目、好经验在公司流动。报告期内，共组织了9场分享会，共计2,300余人参加，丰富了员工的专业知识，增强了团队协作精神，并为公司整体的创新能力和业务发展注入了活力。

报告期内  
共组织了分享会 **9** 场  
共计参加人次 **2,300** 余人



2023 年家有大咖活动

### 团队长 - TOP 新锐训练营

在2023年，汽车之家针对33位新任团队长开展了为期3个月的综合培训，重点围绕“想事、做事、带队伍”核心框架。培训内容覆盖了角色认知深化、管理技能培养和问题解决策略等关键领域，并辅以超过10门的精选线上课程，全面提升了新晋团队长的领导和管理能力。

在2023年  
培训新任团队长 **33** 位  
培训时长达 **3** 个月



2023 年 TOP 新锐训练营

培训线上课程 **10** 门

### 部门长 -TOP 精英训练营

2023年，公司所有中、高层管理人员，参加了为期2天1夜的“TOP精英训练营”，并按照计划完成了所有培训课程。TOP精英训练营为公司的中、高级管理人员提供了学习机会，加强了公司管理团队的内部凝聚力和领导能力，有助于促进公司文化氛围培养和业务目标的达成。



2023 年 TOP 精英训练营

## 员工激励

2023年，公司参与股权激励计划的员工占员工总数的

**25.57%**

汽车之家在不断充实和维护优质人才队伍的过程中，构建了公平公正且有市场竞争力的薪酬福利体系和激励机制。我们于《汽车之家员工手册2023版》中进一步完善和细化了员工薪酬体系及日常薪酬管理制度。

为了客观公正的评定员工的绩效，公司实施了健全的绩效管理机制。通过综合考核员工的绩效目标和工作要求，客观地反映员工的绩效表现。绩效考核的周期分为季度、半年度和年度，符合绩效要求的员工将获得绩效奖金。同时，为确保评估的透明度，公司建立了完善的绩效申诉机制，允许员工对考核结果提出申诉和反馈。

同时，我们将合规管理和风险管理纳入了绩效考核范畴内。当员工出现违反合规管理规定及风险管理规定的行为时，公司会根据违规情况降低员工的绩效评级、减少或取消员工的绩效奖金。对于性质恶劣并为公司带来重大损失、对公司品牌声誉产生严重损害的违规行为，除了上述措施外，还会依据《汽车之家员工手册2023版》中的相关规定采取其他纪律措施。

此外，公司建立了股权激励机制并制定了《汽车之家长期激励管理手册》，对表现优秀的骨干员工给予股权激励类的激励和认可。2023年，公司参与股权激励计划的员工占员工总数的25.57%，处于领先水平。

## 员工晋升

2023年获得晋升的员工

**369** 名

为了维持公司活力并促进人才流动性，我们制定了完善的晋升制度和内部调岗机制。在公平竞争的基础上，为表现优秀的员工提供晋升机遇。

公司设立了“专业序列”与“管理序列”两条职业发展路径。专业序列专注于深化员工的专业技能和知识，而管理序列则专注于提升管理和领导力。员工可以根据自己的职业兴趣、职业发展规划和自身能力，选择最合适自己的职业发展路径。同时，公司为所有新晋升的管理者提供了不同层级的领导力培训计划，帮助他们提升管理能力，快速融入新角色。2023年，公司共有369名员工获得晋升。

此外，员工在与直属上级进行沟通并获得其同意之后，有资格申请公司新开设的空缺职位或进行内部岗位的调整，实现职业生涯的多元发展。



# 员工关爱

## 非薪酬福利

2023 年汽车之家全职工五险一金覆盖率为

**100%**

汽车之家为员工提供了薪酬以外的多种福利, 关注员工的身心健康。在为全体员工足额缴纳各项社会保险的基础上, 为全体员工和公司的实习生提供了额外的商业保险。2023 年汽车之家全职工五险一金覆盖率为 100%。

我们充分保障每位员工的休假权利, 除国家法定假日和年假外, 还额外为员工提供了福利年假、带薪病假、春节福利假、独生子女护理假等各类福利假期, 确保员工能享有足够的休息时间, 保障员工的工作与生活平衡。此外, 我们为员工提供弹性工作制度, 实行 9:00 至 10:00 的灵活上班时间和 18:00 至 19:00 的灵活下班时间。同时, 考虑到不同岗位的特殊需求, 公司提供个性化的弹性工作和远程办公方案, 并向员工提供必要的技术支持和工作工具, 在保证工作效率的基础上合理适应员工实际需求, 有效提升了员工满意度。

### 安家计划

公司为减轻员工购房首付压力并留住优秀人才, 推出了安家计划。该计划为入职满一年、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。截至目前, 已有 57 名员工受益于此项支持。公司将持续关注员工的购房需求, 根据实施效果及时调整和优化政策, 以更好地满足员工不同需求。

### 爱心互助基金

2023 年汽车之家爱心互助基金在公司内部得到了广泛的认可和支持, 已吸纳会员 4,000 余名, 其中在职员工中有 1,711 名, 占有员工总数的 31% (含天天拍车)。自爱心互助基金成立以来, 已募捐 500 余万元善款, 这些善款已经帮助 12 名会员家庭走出困境。

自成立以来募捐善款

**500** 余万元

帮助会员家庭

**12** 名

## 关怀活动

为了鼓励员工保持健康的生活方式, 我们提供外部健身房福利, 并在公司内部设有健身房。此外, 我们还组织了多种员工活动社团, 如公司内部设有足球俱乐部、篮球俱乐部和羽毛球俱乐部, 这三个俱乐部会组织开展日常活动和举办年度赛事。我们还提供了社团活动基金, 以促进员工之间的交流和团队协作。

### 中国网络媒体杯足球精英赛

2023 年, 足球俱乐部组建的汽车之家足球队代表公司参加了“中国网络媒体杯足球精英赛”, 经过激烈的角逐, 汽车之家足球队表现出色, 晋级八强。



中国网络媒体杯足球精英赛



为确保员工在繁忙工作之余得到适当的放松与休息, 我们提供了一系列丰富多彩的文娱活动。汽车之家举办了各种节日庆祝活动, 如女神节、家庭开放日、产研节以及公司周年庆典等。这些活动不仅增添了员工生活的色彩, 也营造了和谐、愉悦、充满活力的企业文化环境。

### 女神节活动

每年3月8日, 我们特别为女性员工举办女神节庆祝活动, 不仅提供半天带薪假期, 还通过丰富的线上和线下活动, 为女性员工营造独特的关怀体验, 表达对她们贡献的认可和尊重。



2023 年女神节活动

汽车之家对女性员工提供了全面的关怀和支持。我们为女性员工提供包括产假、育儿假、生育保险在内的全面生育保障, 并设有安全舒适的母婴室, 致力于解决职场妈妈们的后顾之忧。

### 设立母婴室

公司专为女员工设立母婴室, 旨在为女员工提供一个安全、舒适和私密的环境, 以便她们安心地哺乳, 不必担心被打扰或暴露隐私。公司母婴室设置在每个办公楼层, 以便女员工可以随时方便地使用; 公司母婴室配备舒适的座椅、储物柜等设施, 以确保员工在使用过程中的舒适度; 同时配备专业消毒柜, 符合相关的卫生和安全标准, 以确保使用过程中的安全。



汽车之家母婴室

## 员工沟通

汽车之家重视与员工的沟通和交流, 建立了多渠道、多层次的沟通机制, 确保信息流通顺畅, 决策高效落地。

### 汽车之家员工沟通举措

#### 董事长沟通在线平台

为了加强自下而上的沟通, 公司设立了可以向董事长直接沟通, 反馈意见和建议的在线平台。该平台自建立以来, 共收集了117条员工反馈, 我们采纳其中多项建议, 并针对这些反馈制定了具体的解决方案和措施, 确保员工的声音得到实质性的回应和行动。

#### 董事长开放日

我们在每个月底都会举行董事长开放日活动, 让员工有机会走进董事长办公室, 和董事长面对面的沟通交流, 到目前为止, 已有几十位基层员工通过这一活动向董事长直接表达了自己的想法和观点。

#### 管培生座谈活动

对于管培生, 我们安排了专门的董事长座谈会, 让董事长能与管培生进行深入交流, 从而充分理解并回应他们的想法并制定发展目标。我们邀请公司的中级和高级管理层深度参与管培生培养项目, 每月组织一次部中高管与管培生的学习座谈活动, 就个人发展等相关经验进行交流与分享, 帮助管培生快速成长。

#### 部门长沟通分享会

我们还举办了部门长分享会, 让十余位不同部门的领导与员工进行知识和经验的分享, 促进了跨部门的理解与合作。

#### 员工参与管理经营会

为了更好地理解一线员工的实际情况, 我们在一些重要的管理层经营会议中邀请了相关骨干人员参与, 使他们能够直接表达自己的意见和见解。

通过这些举措, 我们不仅增强了内部沟通的效率, 还提升了员工的参与感和归属感, 为团队协作创造了良好的氛围。

# 职业健康与安全

汽车之家遵守《中华人民共和国劳动法》及有关职业健康安全的法律法规, 并建立了全面的员工健康与安全管理 体系, 保障员工的职业健康与安全。报告期内, 因工死亡人数为 0 人, 因工伤损失工作日数 72 天。

## 职业病防治与 健康管理

为降低职业病风险, 公司采取了包括加强工作场所通风、除尘、降噪等措施, 并为员工提供年度体检服务。我们确保每位员工都接受定期的健康检查, 2023 年, 汽车之家员工体检覆盖率为 100%。

此外, 我们为试车员等特殊一线员工购买了更高级别的商业保险, 包括意外伤害险、补充医疗保险等, 以最大程度降低他们在工作可能遇到的安全风险。

### 体检前健康咨询

- 在 2023 年度的全员体检开展之前, 公司邀请专业医生和健康专家, 讲解健康饮食和运动知识, 协助员工选择合 适的体检套餐。
- 我们联合北大医疗集团为北京员工举办了健康问诊活动, 邀请了北大国际医院近 60 名医护人员参与, 覆盖 13 个科室为员工提供专业、全面的健康指导。此次活动共有约 600 名员工参与, 接受了从常见疾病预防到各类疾 病管理、健康饮食及心理健康的一站式健康咨询服务。

参与医护人员近

60 名

覆盖科室

13 个



2023 年体检前福利宣传海报



2023 年健康咨询活动现场



## 办公场所安全

汽车之家高度重视办公场所的消防安全, 严格遵循《中华人民共和国消防法》, 并已建立起日常的消防安全管理体系。我们每日对办公区域的消防设施进行自 检, 并通过小程序每日上报检查结果。为增强员工的安全意识和应急响应能力, 公司定期举办安全知识和消防演习, 通过实际操作和模拟演练, 不断提高 员工在火灾等紧急情况下的自救和风险应对能力。

### 消防培训和消防演习

2023 年 10 月 26 日, 汽车之家邀请了北京市公安消防总队前防火部指导处副处长来访, 为员工举办了一场消防 培训讲座。此次讲座吸引了 145 名员工参加, 内容涵盖了消防理论知识、消防技能、火灾预防、消除火灾隐患、 组织初期火灾扑救以及应急逃生自救等内容。

2023 年 10 月 31 日, 汽车之家联合电子大厦开展了一场消防演习活动, 共有 37 名员工参与。此次演习内容丰富, 包括火灾时逃生疏散演练、火灾救援过程展示、灭火器实操体验以及搭建逃生帐篷、使用逃生面罩、湿毛巾等物 品辅助进行安全撤离等。

我们通过消防培训和演习丰富了员工们的消防安全知识、提高了消防安全意识并加强了员工在面对火灾时的实际 应急能力。

讲座吸引员工

145 名

2023 年 10 月 31 日, 汽车之家联 合电子大厦开展了一场消防演习 活动, 参与员工

37 名



2023 年消防知识培训现场



2023 年消防演习现场

# 06

## 心怀热忱, 回馈社会

汽车之家将实现自身发展与社会共赢耦合, 主动承担推动社区发展、促进与社会进步的责任, 投身于行业发展赋能和社会公益慈善事业, 积极响应社会各界需求, 为实现全社会共建发展贡献力量。



# 赋能行业发展

汽车之家积极参与产业研讨、行业共创, 致力于推动行业协同发展, 通过产学研合作、联盟组织论坛、行业标准编制等多种方式, 共享产业发展经验与思路, 从而赋能行业可持续升级。2023年, 汽车之家与多家互联网公司达成战略合作, 并与价值链上下游协作编制行业文件, 以自身力量助力行业可持续发展。

## 汽车之家受邀出席 2023 中国汽车论坛

2023年7月5日至7日, 汽车之家作为三家官方合作伙伴之一以及媒体战略合作伙伴全程参与由中国汽车工业协会主办的2023中国汽车论坛。本届论坛以“新时代、新使命、新动能 助力建设现代化产业体系”为主题, 汇聚汽车行业监管部门、企业、研究机构等各类代表。汽车之家多位主要领导出席分论坛并做演讲, 与各位政府部门领导、业内专家和企业家, 就如何建设汽车产业现代化体系的问题展开深度探讨, 分析汽车产业新周期特征, 探讨利用建设现代化产业体系帮助行业穿越周期的方法, 推动产业实现新时期的转型升级。



2023 汽车论坛参与人员合影

## 汽车之家建言全联车商新能源汽车转型发展研讨会

2023年4月14日下午, 汽车之家作为副会长单位及本次研讨会的独家支持单位全程参与由中华全国工商业联合会汽车经销商商会主办的“新能源汽车转型发展研讨会”, 与行业优秀从业者共赢新生态, 共享新格局, 探讨车企和经销商如何抓机遇、适变革、健康持续发展。

## 汽车之家出任中国汽车工业协会标准法规工作委员会汽车行业 ESG 及社会责任专委会

2023年5月18日, 中国汽车工业协会标准法规工作委员会汽车行业 ESG 及社会责任专委会(以下简称“专委会”)成立大会在北京召开。汽车之家作为唯一媒体单位出任专委会成员并就标准制定提出建议并参与对话交流。专委会旨在充分发挥联系政府、服务行业的桥梁和纽带作用, 持续展开行业 ESG 指引与团体标准研究, 探索搭建 ESG 国际交流平台, 增强企业 ESG 意识、管理水平和工作能力, 促进汽车企业更好融入国际可持续发展体系。汽车之家与中汽协等相关部门协同, 发挥媒体属性, 持续打造 ESG 体系影响力。

## 加入《打击利用恶意投诉非法牟利自律公约》

为促进电信和互联网行业规范有序发展, 保障企业和用户合法权益, 打击利用恶意投诉牟取不当利益的违法违规行为, 在工业和信息化部信息通信管理局的指导下, 中国互联网协会广泛征求了会员单位的建议, 精心制定了《打击利用恶意投诉非法牟利自律公约》(简称《公约》)。这一举措获得了热烈反响, 2023年6月19日, 包括汽车之家在内的39家会员单位率先联合倡议并支持《公约》的实施, 共同成为首批发起单位。公约的签署有助于进一步凝聚行业共识, 坚决抵制利用互联网平台发布垃圾短信等模板化恶意投诉视频教程违规内容, 共同打击利用恶意投诉牟取不当利益的违法违规行为, 促进电信和互联网行业规范有序发展, 切实保护企业和用户合法权益。

## 响应协会号召, 汽车之家参与发布《加强互联网企业廉洁文化建设倡议》

为深入贯彻《关于加强新时代廉洁文化建设的意见》《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》等文件精神, 推进新时代互联网企业廉洁文化建设, 切实增强互联网企业廉洁自律意识, 培育清正廉洁的价值理念, 营造风清气正的从业氛围和行业生态, 中国互联网协会研究并起草了《加强互联网企业廉洁文化建设倡议》(以下简称《倡议》)。汽车之家、阿里、腾讯、抖音等响应企业协同中国互联网协会共同发起此倡议, 共同营造风清气正、健康向上的互联网产业生态。

## 召开汽车之家生态战略合作伙伴大会

2023年, 汽车之家召开首届生态战略合作伙伴大会, 华为、快手、百度、支付宝、高德地图、荣耀手机、中国电信、58汽车、NBA中国、微软、首钢体育、英雄互娱等30多家公司的合作伙伴出席, 共同探讨互联网生态下的创新合作, 描绘未来汽车生态新蓝图。



汽车之家生态战略合作伙伴大会合影

随着全球对气候问题的关注度不断提高, 新能源、智能化、网联化成为汽车行业未来发展的重要趋势。汽车之家作为全球领先的汽车互联网平台, 致力于打造全球最大的汽车智能生态体系, 覆盖汽车生命周期的每个阶段, 为用户提供优质的汽车消费和汽车生活服务, 以科技驱动持续降低汽车行业决策和交易成本。我们依托自身的技术优势, 结合平安集团 2B 和 2C 的双生态, 一方面, 赋能汽车产业零碳转型, 引导汽车生态合作伙伴全方位践行绿色低碳发展理念; 另一方面, 充分发挥内容生态、数字化产品和智能平台的优势能力, 积极倡导消费者绿色行为、助力经销商线上营销和数字化经营、支持新能源及二手车市场发展。

**促进新能源汽车行业发展: 从多角度助力新能源汽车开拓市场, 为新能源汽车提供专属宣传渠道及优先倾向, 提升公众对新能源汽车的认知, 促进新能源汽车交易增长。**

**设立新能源内容专区**

汽车之家适应新能源市场发展趋势, 单独增设新能源内容频道, 并且从单一图文内容扩容短视频及中长视频内容, 及时发布新能源市场前沿资讯, 根据新能源用户车型浏览偏好, 推送定制性专项内容及新能源促销政策, 有效促进用户看选车体验及购车决策。

**新能源内容优先审核**

新能源、环保等主题相关的内容及广告在进行明确标注后, 将享有优先审核的待遇。这不仅反映了我们对环保和可持续发展价值观的支持, 也是我们积极促进社会责任和正面信息传播的一部分。

**探索新能源销售新渠道**

独家打造的汽车之家 818 汽车晚会收获行业及用户多重好评, 2023 年汽车之家 818 汽车晚会视频直播观看量达 1.5 亿, 微博热搜 183 个, 全媒体曝光量超过 145 亿, 全站活跃用户数突破 8.4 亿; 汽车之家不止于国内发展, 更是积极参与德国慕尼黑国际车展报道, 为推动中国新能源汽车出海发展献智献策。

**提供新能源专项补贴**

汽车之家电商汇平台为合作新能源品牌用户提供超过 1000 万交强险现金补贴, 并在 818 汽车主题晚会及 618、“双 11”等传统电商销售旺季期间, 联合新能源品牌车企推出新能源购车专项补贴活动, 为新能源购车用户提供钜惠购车福利。

**促进二手车交易市场发展: 对二手车业务数字化工具进行全面升级, 推出包括一站式服务和职能解析工具在内的多项功能, 提升二手车交易透明度, 降低二手车交易成本, 有效提升交易效率和体量。**

**一站式查车况**

面对二手车交易中的信息不对称和车况评估难题, 汽车之家对接国内领先的新能源汽车全生命周期数据库, 以真实数据为基准, 评析车辆电池损耗、充放电情况和异常报警故障等, 报告查得率超过 80%; 整合国内多家维修保养数据, 做到车辆历史维修保养明细全记录, 突出展示车况异常, 维保报告查得率 85%, 在使用过程中, 用户上传一张行驶证, 即可在 1 分钟内查询报告, 从而帮助用户有效规避风险。

**一站式查车价**

针对在二手车交易中常见的价格不统一和波动问题, 汽车之家推出一站式查车价产品, 整合新车成交价、二手车成交价和二手车网销价格等多种价格资源, 通过 AI 定价模型, 结合市场与维保碰撞情况, 提供车况定价, 实现实时查询新车、二手车价格, 及平均网销价走势、销售周期与销量趋势等信息, 增强了定价的透明度和准确性, 为二手车经销商减少潜在亏损。

**三合一模式**

将天天拍车、之家二手车、之家零售整合其中, 为消费者提供看、选、买、换的“All in One”一站式服务。

**制定二手车交易保障机制**

汽车之家与全国百余家精选优质二手车经销商合作, 确保车辆源头的质量, 并制定了严格的 10 大合作准入规则, 如需具备正规经营场所和营业执照, 不得上传事故车、火烧车、水泡车, 以及行驶里程必须低于严选标准等。我们对所有上架车辆进行全面检测, 保证车辆质量良好, 为用户提供无忧的购车体验。为进一步增强用户的信心, 汽车之家携手平安银行, 提供资金监管账户服务。用户的付款首先进入监管账户, 直至用户顺利提车并完成过户手续后, 资金才会转移至车商账户, 有效保障了用户的资金安全, 提升了二手车市场的交易信任度。



## 经销商赋能

2023 年, 汽车之家逐步从数字化向智能化和生态化升级, 通过先进数据和技术, 持续赋能经销商核心经营全环节。

### 意向收集类

通过数字化能力将线下场景进行线上数字化孪生, 经销商通过智能展厅和智效店铺产品, 提供线上展厅、线上顾问和线上车辆等数字化服务, 多维触客, 提升流量到线索的转化效率; 强沉浸式体验和交互沟通, 提前了解客户需求; VR 带看功能可以支持用户和销售顾问的双屏互动, 提升顾问与客户的有效沟通, 通过用户标签的添加让顾问接待中更快速地了解用户的购车诉求和意向。

### 用户运营类

为经销商客户提供了一系列的用户运营工具, 其中包括企信通、云智选、车主驾到等, 目标群体包括新车潜客、售后保客及增换购客户。

企信通可以统一全网主流营销渠道, 实时连接客户, 提升沟通效率; 其聚合能力可以将垂媒、私有和泛媒渠道进行整合, 通过全流程的数据分析, 以集中式运营、分散式运营、混合式运营进行智能灵活分发。

### 智慧工具类

提供了一系列智慧转化工具, 包括智慧网销、智慧助手、智慧外呼等产品, 使这些数字化产品成为经销商顾问的业务帮手, 可以做到防故障、防投诉、防异常, 其平台能力扩展上可以做到品牌隔离、数据中心化、合规保障和业务模式扩展, 业务表现上可以使接通率提高 27%。

### 经营管理类

汽车之家结合自身数据积累与数据模型能力提供了司南、智慧质检等产品, 并在运营模式上提出了服务一致性模式, 在新车方面以宏观市场洞察、本品市场机会、新车量价洞察等能力帮助经销商洞悉投资 / 转型 / 拓网机会, 赋能新车销售和网销能力提升; 售后方面通过新客商机获取和售后指标洞察来提升新客拓展能力和保客维系能力; 二手车方面以本地商机洞察和网销线索洞察, 使经销商在二手车交易环节能更了解市场需求。

# 公益与慈善

汽车之家十分重视社会价值的实现, 持续关注社会公益事业, 携手各界开展公益活动, 用实际行动践行企业的社会公民义务, 积极回报社会。

## 科普公益

汽车之家将公益战略与公司的战略紧密结合, 充分利用自身在汽车资讯平台连接输入方面的优势, 积极开展汽车相关的科普公益活动。我们关注儿童成长、安全出行等多个领域, 开展多项公益服务, 以期培养青少年对汽车科学与技术的兴趣, 帮助公众更加了解汽车工业文明发展, 引导公众养成安全的出行习惯, 为共创美好生活贡献企业力量。

### 青少年汽车无限创意征集活动

“2023 第三届青少年汽车无限创意征集活动”是由中国科学技术协会指导, 世界新能源汽车大会组委会和中国汽车工程学会共同主办、汽车之家协办的大型公益活动。在全国科普日期间, “青少年汽车无限创意征集活动科普进校园”活动走进了长沙市望城区金潇小学和长沙浏阳市洲田完小两所学校, 以沉浸式的绘画体验、炫酷的汽车文化展示和生动有趣的汽车知识讲解, 激发青少年对汽车行业和未来出行的浓烈兴趣。



来自全球的获奖青少年代表合影

### 汽车之家赛车队 601 号赛车入驻北京汽车博物馆 汽车之家暑期汽车知识小课堂开班

受北京汽车博物馆邀请, 汽车之家赛车队 CEC (中国汽车耐力锦标赛) 601 号赛车作为馆藏展品入驻四层赛车馆, 并和馆方联合举办了以赛车文化沙龙形式的“汽车大咖说”暑期系列活动, 让刚放暑假的小朋友可以零距离接触真实的赛车, 了解赛车的组成和所需的装备, 进一步体会赛车运动背后的精神和意义。



汽车之家知识讲解现场

## 慈善捐赠

汽车之家号召员工积极参与慈善事业, 为解决社会需求贡献自身力量。我们与其他社会力量合作, 积极参加线下活动, 深入挖掘汽车之家的潜在贡献价值。2023 年, 汽车之家员工参与公益项目 66 人次, 投入时间达 864 小时, 公益慈善捐赠总额达 208.1 万元。

### 汽车之家党建引领交通安全科普公益——“文明交通 你我同行”主题活动

2023 年“全国交通安全日”期间, 中国青年报·中青在线、中国道路交通安全协会、中国汽车工业协会、汽车之家等多家单位共同主办“文明交通 你我同行”主题特别直播活动, 通过“校园小课堂”“社会实践大课堂”“圆桌对话”等方式引导公众提高交通安全责任意识。活动还走进黑龙江海林市三道河子平安希望小学 (简称“平安希望小学”), 各方爱心志愿者代表、专业讲师、当地交警为同学们带来了丰富多样的公益环节, 其场地兼顾室内和室外, 内容兼顾严肃与活泼, 形式兼顾互动和讲授, 通过物资捐赠和丰富多彩的活动课程, 为平安希望小学的孩子们送去之家人的责任、温暖和关爱。



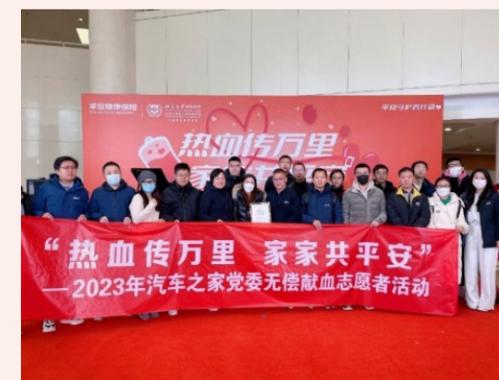
道路交通安全科普公益课堂现场

经充分了解学校需求后, 汽车之家向黑龙江海林市三道河子平安希望小学捐赠了学生桌椅 220 套、打印机数台、U 盘数个、保温杯 50 个、学习笔记本 50 个、无人机 1 架、音响 1 台等。

### 家家共平安——汽车之家无偿献血志愿者活动

2023 年 12 月 5 日, 汽车之家主要领导带领之家小伙伴“走出去”, 前往北大国际医院参加“热血传万里 家家共平安”无偿献血志愿者活动, 进一步将党建共建活动深度联结。此次无偿献血志愿者活动吸引了众多之家员工关注, 很多员工得知公司组织无偿献血活动, 就毫不犹豫地报名参加, 贡献出自己的一份力量。

活动现场, 汽车之家获颁“生命联盟”企业荣誉证书。



献血志愿者活动现场

# 附录

## ESG 绩效指引表

### 环境绩效表

绩效名称	单位	2023 年	
温室气体排放	温室气体排放量 - 范围一	吨二氧化碳当量	362.41
	温室气体排放量 - 范围一密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.01
	制冷剂	吨二氧化碳当量	28.55
	公车耗油	吨二氧化碳当量	333.86
	温室气体排放量 - 范围二	吨二氧化碳当量	1,337.58
	温室气体排放量 - 范围二密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.05
	外购电力	吨二氧化碳当量	1,337.58
	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1,699.99
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 平方米	0.07
废气排放	大气污染物排放量	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	兆瓦时	1,334.51
	汽油使用量	兆瓦时	1,334.51
	间接能源消耗	兆瓦时	2,345.40
	外购电力	兆瓦时	2,345.40
	综合能耗 <sup>7</sup>	兆瓦时	3,679.90
	每平方米办公区楼面能源消耗	兆瓦时 / 平方米	0.15
水资源使用	耗水量	吨	15,940.0
	每平方米办公区楼面用水量	吨 / 平方米	0.64
废弃物	有害废弃物	吨	0.015
	人均有害废弃物	千克 / 人	0.005
	无害废弃物	吨	103.08
	人均无害废弃物	吨 / 人	0.03

<sup>7</sup> 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。

### 社会绩效表

绩效名称	单位	2023 年	
知识产权	专利提案	件	386
	新提交受理专利	件	160
	新提交受理发明专利	件	133
	新提交受理外观专利	件	27
	新取得授权专利	件	79
	新取得授权发明专利	件	73
	新取得授权外观专利	件	6
	商标申请量	件	273
	商标注册证书	件	81
	软件著作权提交量	件	258
	软件著作权出证量	件	153
供应商	软件著作权审核量	件	105
	供应商总数	家	12,241
	中国大陆供应商数量	家	11,861
	港澳台地区供应商数量	家	28
隐私保护培训 <sup>8</sup>	海外地区供应商数量	家	352
	管理层人均隐私保护意识培训小时数	小时	1.5
	员工人均隐私保护意识培训小时数	小时	1.5
	管理层隐私保护意识培训人数	人	721
	员工隐私保护意识培训人数	人	2,545
	管理层隐私保护意识培训占比	%	100
用户服务	员工隐私保护意识培训占比	%	100
	接获的投诉批次	个	35,149
	投诉应答率	%	100
	人工服务满意度	%	95

<sup>8</sup> 所有员工隐私保护培训相关数据统计均不包含天天拍车。

绩效名称	单位	2023 年		
员工雇佣	员工总人数	人	5,511	
	员工总人数 (不包含天天拍车)	人	3,322	
	男性员工人数	人	3,525	
	女性员工人数	人	1,986	
	男性员工人数 (不包含天天拍车)	人	2,037	
	女性员工人数 (不包含天天拍车)	人	1,285	
	30 岁及以下员工人数	人	1,876	
	31 岁 -50 岁员工人数	人	3,611	
	51 岁及以上员工人数	人	24	
	30 岁及以下员工人数 (不包含天天拍车)	人	844	
	31 岁 -50 岁员工人数 (不包含天天拍车)	人	2,463	
	51 岁及以上员工人数 (不包含天天拍车)	人	15	
	中国大陆员工人数	人	5,506	
	港澳台地区员工人数	人	5	
	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	3,317	
	港澳台地区员工人数 (不包含天天拍车)	人	5	
	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	86	
	中层管理人员数量	人	877	
	基层员工数量	人	4,548	
	高层管理人员数量 (不包含天天拍车)	人	56	
	中层管理人员数量 (不包含天天拍车)	人	721	
	基层员工数量 (不包含天天拍车)	人	2,545	
	员工流失 <sup>9</sup>	员工总流失率	%	10.69
		男性员工流失率	%	10.90
		女性员工流失率	%	10.35
30 岁及以下员工流失率		%	20.02	
31-50 岁员工流失率		%	7.39	
51 岁及以上员工流失率		%	26.67	
中国大陆地区员工流失率		%	10.67	
港澳台地区员工流失率		%	20.00	
海外地区员工流失率	%	/		

<sup>9</sup> 所有员工流失率相关数据统计均不包含天天拍车。

绩效名称	单位	2023 年	
员工培训 <sup>10</sup>	受训员工总数	人	3,322
	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	103,648.91
	人均受训时长	小时	31.20
	男性员工受训平均时数	小时	29.58
	女性员工平均受训时数	小时	33.77
	高层管理层受训平均时数	小时	15.02
	中层管理层受训平均时数	小时	17.67
基层员工受训平均时数	小时	35.39	
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	72
公益慈善	公益慈善捐赠总额	万元	208.1
	员工参与公益项目	人次	66
	员工公益慈善投入时间	小时	864

<sup>10</sup> 所有员工培训相关数据统计均不包含天天拍车。

## HKEX ESG 指标索引

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。	P62
A1.1	排放物种类及相关排放数据。	P63
A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	P63
A1.3	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）。	P63
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。	P60、63
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。	P62
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）。	P63
A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	P63
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。	P60、62
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到这些目标所采取的步骤。	P60、62、64
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。	不涉及
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。	P64
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。	P65
A4: 气候变化	一般披露 识别及应对已经及可能对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。	P58
A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜及应对行动。	P59

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 (a) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P68-69、 P73-74
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。	P92
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。	P78-79
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。	P78-79
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。	P70-72
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。	P68-69
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P68-69
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	P68-69
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。	P38-39
B5.1	按地区划分的供应商数目。	P38
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。	P38
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。	P38-39

ESG KPI	指引要求	页码
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。	P39
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。	P30-34、 P42-46
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。	汽车之家业务 不涉及实体产 品生产, 故此 条不适用
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	P51
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	P36-37
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	汽车之家业务 不涉及实体产 品生产, 故此 条不适用
B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策, 以及相关执行及监察方法。	P30-35
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。	P26-29
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。	P28
B7.2	描述防范措施及举报程序, 以及相关执行及监察方法。	P29
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	P26-28
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。	P88
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)。	P88-89
B8.2	在专注范畴所动用资源 (如金钱或时间)。	P89

# 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

---



---

# 汽车之家

看车·买车·用车·换车