

# CNML

DRIVES THE WORLD WITH YOU

长安民生

同行天下

重慶長安民生物流股份有限公司

Changan Minsheng APLL Logistics Co., Ltd.\*

(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號: 01292)

2019年

环境、社会及管治报告

\* 僅供識別

# 目 录

1. 關於本報告.....	01
2. 責任發展 長治久安.....	02
2.1 可持續發展理念.....	02
2.2 可持續發展管理架構.....	03
2.3 利益相關方識別與溝通.....	03
2.4 重要性議題及列表.....	04
2.5 倡廉善治.....	04
3. 行達四方 追求卓越.....	07
3.1 創新物流解決方案.....	07
3.2 保障客戶服務質量.....	14
3.3 全方位提升客戶服務.....	17
4. 車行天下 安全為本.....	20
4.1 安全管理.....	20
4.2 安全營運.....	21
4.3 職業健康.....	26
5. 綠色物流 環保使命.....	27
5.1 環境管理體系.....	27
5.2 排放物管理.....	29
5.3 能源資源管理.....	31
5.4 環保宣教.....	35
6. 互助發展 共創生態.....	36
6.1 共創產業鏈生態圈.....	36
7. 勞資共融 人本發展.....	41
7.1 以人為本.....	41
7.2 培訓及發展.....	44
7.3 員工關懷.....	47
8. 為愛而為 潤澤社區.....	50
8.1 定點扶貧.....	50
8.2 社區貢獻.....	51
9. 可持續發展表現概述.....	53
9.1 環境指標.....	53
9.2 社會指標.....	55
10. 《環境、社會及管治報告指引》內容索引.....	57

## 1. 關於本報告

### 概覽

本報告是重慶長安民生物流股份有限公司（本公司）發佈的第四份環境、社會及管治（「ESG」）報告，時間跨度為 2019 年 1 月 1 日—2019 年 12 月 31 日。

### 編制依據

本報告主要參考香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市規則之附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》（「ESG 指引」）進行編撰，並遵循「ESG 指引」中「不披露即解釋」以及有關「重大性」、「量化」、「平衡」、「一致性」原則的要求。

本報告內容按照一套系統化程序釐定，該程序包括：識別和排列重要的利益相關方、識別和排列 ESG 相關重要議題、決定 ESG 報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編制報告、對報告中的資料進行檢視等。

### 報告範圍及邊界

除特別說明外，本報告中的政策文件、聲明、數據等覆蓋範圍與本公司年度財務報告一致。

### 數據來源及可靠性聲明

本報告的數據和案例主要來源於本公司統計報告、相關文件。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

### 確認及批准

本報告經管理層確認後，於 2020 年 3 月 30 日獲董事會通過。

### 獲取及迴應本報告

本報告為獨立報告。報告電子版可在聯交所披露易網站（[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)）或本公司官方網站（[www.camsl.com](http://www.camsl.com)）獲取。

## 2. 責任發展 長治久安

2019 年，本公司在往年 ESG 工作的基礎上繼續鞏固和推進，完善自身的可持續發展戰略，構建可持續發展管治架構，從而不斷提高自身對於環境、社會風險的管治水平。

### 2.1 可持續發展理念

本公司一直以來秉持着以實際行動踐行可持續發展的理念。我們堅持以人為本，尊重人才，用創新推動發展，攜手行業合作伙伴，以優質服務回報客戶、股東和社會，並以為放心託付、備受信賴的一流智慧物流平台服務商為願景，努力實現企業核心價值以及長久可持續的發展。

#### 我們的願景

*成為放心託付、備受信賴的一流智慧物流平台服務商*

本公司致力於打造一體化物流平台，通過做強汽車物流，拓展非汽車物流，壯大物流生態圈，依靠專業、高效的智慧物流運營管理體系和能力，為客戶提供「省錢、省時、省心、增值」的一體化物流解決方案，讓客戶放心託付，備受客戶信賴。

#### 我們的使命

*創新物流服務 創造美好生活*

本公司致力於站在時代的前端，不斷精益物流管理和創新物流模式，以專業高效的服務奉獻社會，創造更加美好的生活。

- 
-  對社會： 我們致力於做負責任的企業公民楷模，積極履行社會責任，不斷改革和創新，成為行業的開拓者和引領者，促進社會、經濟、環境的可持續發展。

---

  -  對客戶： 我們致力於提供最專業、最高效和最優質的一體化解決方案和服務，持續為客戶創造價值，以「極致感動，令人欣喜」的服務不斷提升客戶的滿意度和忠誠度。

---

  -  對員工： 我們視員工為價值創造的根本，致力於構建「尊重、快樂、創造並分享價值」的平台，營造「公平公正、簡單透明、真誠合作」的氛圍，為員工搭建職業發展平台，認可員工的貢獻，幫助員工職業發展，提升員工幸福感。
-

- 👁️ 對股東： 我們致力於透明、高效、成長、穩健的經營，追求盈利能力不斷提升和業績持續增長，為股東提供長期、穩定和良好的回報。
- 👁️ 對合作夥伴： 我們致力於以誠信、平等、共贏的方式開展業務，與合作夥伴建立共創價值、共享價值、共擔風險的長期合作關係。

## 我們的核心價值觀

- 👁️ 成就客戶
- 👁️ 發展員工
- 👁️ 清正擔當
- 👁️ 協同精進

## 2.2 可持續發展管理架構

完整、科學的管治架構是 ESG 工作有序、高效進行的基礎，也是企業可持續發展的關鍵。本公司設立了 ESG 工作小組，高效推進本公司的 ESG 管理工作。通過建立符合自身業務發展的環境、社會工作管理體系，本公司各部門明確職責、各司其職，共同推動可持續發展實踐工作的開展。

## 2.3 利益相關方識別與溝通

本公司根據自身 ESG 戰略和利益相關方訴求，建立了常態化的利益相關方溝通機制。我們希望通過針對性、多樣化的溝通方式，實現與各個利益相關方的良性互動，積極回應相關訴求，促進本公司可持續發展工作的落實。

利益相關方	溝通方式	
客戶	官方網站 客戶訪談 客戶服務熱綫 客戶關係定期維護	客戶滿意度 VIP 客戶溝通年會 季度質量溝通會
員工	公司內網 員工信箱 員工家庭走訪	員工會議 員工文體活動 員工培訓
股東與投資者	股東會議 官方網站 公開報道	定期報告 投資者接待
政府部門與相關協會	部門拜訪 溝通會議	公開活動

利益相關方	溝通方式	
供應商	直接溝通訪問 供應商會議 網上意見調查	採購與資源管理平台 定期審核及評估 招投標活動
社區	定點扶貧 慈善捐贈 提供就業機會	公益活動 志願服務 綠色運營
其他	網上意見調查	走訪

## 2.4 重要性議題及列表

經過對本公司的 ESG 現狀分析、輿情分析及同行對標分析，同時結合本公司的發展規劃及利益相關方溝通結果，本公司管理層確認聯交所 ESG 指引上列出的所有適用於本公司業務的議題均為自身發展的 ESG 重要議題。同時，通過聘請外部專家和邀請企業高管對實質性議題進行審視，我們對各項議題進行了重要性排序，並在報告內容中予以迴應，具體議題名稱及重要性排序如下：

議題名稱	議題重要性排序
產品責任	1
健康與安全	2
排放物	3
資源使用	4
供應鏈管理	5
僱傭	6
發展及培訓	7
勞工準則	8
反貪污	9
環境及天然資源	10
社區投資	11

## 2.5 倡廉善治

本公司堅持誠信經營，堅決始終堅持反腐倡廉，逐步提升內部的廉政建設。我們將廉潔運營視為不可逾越的底線，不斷完善廉政建設制度體系，強化紀檢隊伍建設，同時注重開展廉潔培訓與教育活動，以促進廉政建設制度的推廣和落實。

## 廉政建設制度體系

本公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》等相關法律，及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）之企業管治守則的條文規定。本公司亦制定了一系列內部政策，約束和管理各層級員工行為，促進企業的廉潔經營。

本公司廉政建設制度包括廉政工作制度類、員工行為規範類、監察問責類以及舉報管理類。

- 👉 廉政工作制度類： 《黨委管理領導幹部談心談話制度》《紀律檢查委員會工作制度》《黨風廉政建設和反腐敗協調小組工作規則（試行）》等；
- 👉 員工行為規範類： 《員工行為手冊》《員工廉潔從業行為規範》《中層以上管理人員廉潔自律規定》《嚴格管理禁令》《貫徹落實中央八項規定精神負面清單》《不正之風和「微腐敗」負面清單》等；
- 👉 監察問責類： 《關於實行中層管理人員問責的規定》《關於對中層管理人員進行提醒、函詢和誠勉的管理辦法》《黨風廉政建設責任追究辦法》等；
- 👉 舉報管理類： 《紀檢監察信訪舉報工作實施辦法（試行）》《舉報有功人員獎勵辦法》等。

2019 年度，本公司更新了《不正之風和「微腐敗」負面清單》《貫徹落實中央八項規定精神負面清單》《黨風廉政建設和反腐敗協調小組工作規則（試行）》等制度，進一步規範本公司內部廉政監管制度，規範廉政工作的開展。

## 紀檢隊伍建設

在完善廉政建設制度體系的同時，我們強化紀檢隊伍的建設，實現本公司的透明、公正管理。

2019 年度，本公司嚴格執行《監督工作清單》，壓實紀委、黨支部、紀委委員、紀檢幹部和紀檢委員兩級三崗 43 項監督任務，將監督責任落到終端。我們設立每週一為紀檢幹部「集中學習日」，每半年開展紀檢委員培訓，學習案件監督管理、信訪舉報受理、審查調查、執紀監督等方面內容，增強理論水平。同時，我們抽取 40 家相關方，通過向其發放廉潔從業回訪函，切實了解真實狀況。

## 廉潔培訓與教育

我們高度重視反腐倡廉培訓與教育。2019 年，本公司從上至下開展強化員工廉潔教育培訓和監督活動，通過日常定期教育、節假日強化教育、季度警示教育及專題教育，力爭提升全員工的反腐意識，打造深度廉潔的工作環境。

 日常定期教育： 2019 年，本公司通過定期開展日常教育活動與節假日宣傳教育等活動，對本公司上下級全面進行廉潔教育活動，以提高員工的反腐倡廉意識。本公司定期開展日常教育「三會五必講」，要求基層班組、科室每日晨會、夕會必講廉潔。同時，公司開拓創新教育方式，通過組織觀看員工自編自演的廉潔小品、梳理 7 起微腐敗典型案例，組成 23 人宣講團，開展 30 場基層巡講等方式，提升員工參與度、感知度，做到讓廉潔文化走進基層。

---

 節假日強化教育： 本公司在節假日前下發節前紀律重申，開展「廉潔娃說廉節」主題教育，推送廉潔祝福短信 3 萬餘條，時刻提醒員工繃緊拒腐防變弦。

---

 季度警示教育： 本公司堅持每季度開展警示教育，形成凡追責問責，必通報曝光的固化程序

---

 深度專題教育： 本公司圍繞「明規矩·嚴紀律」、「遠離微腐敗 守好廉潔心」開展兩次專題教育活動，組織參觀重慶黨風廉政教育基地 134 人次，黨規黨紀、規章制度學習教育黨員 966 人次，員工 8,293 人次。

---

2019 年度，未出現針對本公司或者僱員的有關貪污腐敗的法律訴訟。

### 3. 行達四方 追求卓越

本公司秉承着「成就客戶」的理念，致力於與客戶建立良好的關係，我們一直以為客戶提供最優質的服務為目標，通過不斷拓展服務網絡，創新物流解決方案，提高服務質量等方案措施，力爭為客戶提供專業、高效、優質的一體化解決方案和服務。

2019年，汽車物流行業持續變革。作為汽車產業的重要支撐，汽車物流行業面臨業務結構調整，服務轉型升級的新要求。國家 GB1589 新標準、貨車尾氣排放管理和治超政策的不斷收嚴，讓汽車物流在企業運輸能力準備和運營成本方面面臨着機遇與挑戰並存的局面。作為一家專業的汽車供應鏈綜合服務商，在汽車物流行業不景氣和企業降本增效的雙重壓力下，我們持續擴大主營業務，覆蓋汽車供應鏈全產業鏈，涉及整車物流、零部件物流、供應鏈物流、國際物流、物流生態圈五大領域，同時依託汽車供應鏈物流領域豐富的經驗資源優勢，本公司已進入家居、冷鏈、化工、大宗物資等非汽車物流行業發展。我們在「創新」與「質量」方面共發展，力爭打造全國汽車物流行業中的標杆企業。

#### 3.1 創新物流解決方案

##### 3.1.1 創新物流模式

科技賦能業務，智慧創造價值。我們致力於通過不斷改進創新物流模式，讓客戶體會到更優質的服務。本公司提出了「一體兩翼」的轉型升級發展戰略，正全面加速向現代智慧物流企業轉型升級。本公司正在努力打造「數據驅動」「在線管理」的現代創新型智慧物流模式，向着「放心託付、備受信賴的一流智慧物流平台服務商」的願景目標砥礪攀登。

2019年，本公司在結合客戶需求與項目推進，在創新物流模式方面不斷探索，取得顯着突破。

### 案例：區塊鏈技術助力新型物流模式

2019 年 11 月 19 日，本公司與上海萬向區塊鏈股份公司、中都物流有限公司啟動「運鏈盟」- 汽車供應鏈共享服務平台戰略合作發佈儀式，通過平台化、共享化、聯盟化的模式創新，通過以區塊鏈為核心的技術應用，致力打造成為行業性的共享服務平台。

2020 年 1 月，「運鏈盟」已正式上線。未來，我們將在區塊鏈技術 + 汽車整車物流領域，展開更加深入的合作，利用區塊鏈技術打造專業化、數字化、智能化的汽車整車物流服務平台，共建「區塊鏈 +」創新生態，以推動創新物流模式的快速發展。



### 3.1.2 提升服務效率

本公司從內部管理到外部業務全方位提升服務效率。內部管理方面，我們繼續開展管理效率倍增工程，調整市場板塊架構；業務方面，我們通過開通公海聯運，創新運輸模式等縮短運輸時間，提升服務效率。

## （1） 內部管理提升

2019 年，本公司繼續開展管理效率倍增工程，主要包含：

<p>👉 授權效率倍增</p>	<p>完成職能授權 v2.0 調優發布；結構化和精細化調優關鍵事項，從 291 項優化調整至 380 項，調整優化率達 30.58%；精細化調優批准場景，公司級領導及以上批准場景優化從 240 項調整至 225 項；總監級批優化調從 73 個整至 149 個；經理級優化從 0 個調整至 29 個；完成長安民生（上海）供應鏈有限公司集分權調優梳理，形成管理變革報告。</p>
<p>👉 流程效率倍增</p>	<p>累計固化流程 134 個；優化流程 201 個；電子化流程 60 個，累計在用電子化流程達到 134 個；完成網上流程實例 15,692 個；電子化流程實例同比減少 160 分鐘，流程執行效率同比提升 8.38%。</p>
<p>👉 表單效率倍增</p>	<p>全級次表單同比減少 227 個，降幅 32%，完成職能與事業部兩級表單地圖 2.0 升級，其中公司級表單同比減少 10 個，減負 9.5%；首次標準化班組級表單，班組級表單同比減少 24 個，減負 43.6%。</p>

同時，我們開展了市場板塊架構調整，整車市場板塊原「西大區」細化為「西南大區」、「西北大區」，並設立相應的市場崗，負責各自區域的市場工作，並制定「1 ≤ 3」原則，保證每位專職市場專員對接的大客戶數量不得超過 3 位，大大提升服務效率，更好地保證客戶體驗。

## （2） 業務能力提升

我們不斷提升業務能力，擴大物流運輸模式的可選擇性，為客戶提供定製化物流方案，最大限度提升服務效率。

### 案例：哈爾濱 – 杭州公海聯運啓動，提升服務效率

2019 年 3 月 30 日，哈爾濱 – 杭州公海聯運模式正式啟動，也是本公司供應鏈事業部備件運輸網絡進一步優化升級。我們通過公海聯運模式的推廣實施，豐富了幹線物流運輸模式，減少該線路對單一運力依賴，增加線路運力儲備，同時也有利於實現運輸質量、配送時效、物流費用的最佳平衡。



杭州PDC-宁波港：短驳运输（220KM）



宁波港-营口港：海运（约1800KM）



营口港-哈尔滨：短驳运输（约810KM）

### 3.1.3 打造智慧物流

本公司堅持不斷的推進智慧物流建設，以先進的信息技術為支撐，在物流的運輸、倉儲、流通加工、配送、信息服務等各個環節實現實時系統感知，努力通過智慧物流技術將服務做到極致，打造高效、優質的客戶物流體驗。

2019 年，本公司持續助力智慧物流轉型，並通過成立智慧實驗室、試運行北京無人倉等為未來物流試驗提供平台和載體，逐步提升公司的核心競爭力。

- 
- 載具包裝標準化
- ☞ 參與發佈多項包裝標準，包括金屬網箱、圍板箱企業技術標準 2 個，金屬網箱技術產品手冊 1 個
  - ☞ 開展試點應用，上綫共享循環包裝，先後進行渝北五工廠和魚嘴轎車開展試點示範
- 
- 作業裝備智能化
- ☞ 推廣無人倉複製推廣
  - ☞ 渝北五工廠投入 40 台自動導航搬運車（AGV）小車
  - ☞ 開展輪胎分裝智能化，實現輪胎生產全程自動化
  - ☞ 運行杭州立體庫項目
  - ☞ 物流實驗室建設
- 
- 信息系統平台化
- ☞ 推進 10 個數字化運輸項目
  - ☞ 整車結算實現 OTM+EBS+VDS 三位一體
  - ☞ 推進 18 個數字化倉儲項目，整車倉儲提效 12.4%，零部件倉儲提效 12%，覆蓋率達到 61.5%
  - ☞ 推進 7 個數字化運營項目
  - ☞ 打造「e 運車」和「車夥計」電商平台，「車夥計」平台商品銷售 10,957 件
  - ☞ 建成 SpringBoot 開發平台 V1.0 和 uni-app 移動應用平台 V1.0，完成《軟件測試規範》等
- 
- 運營管理數據化
- ☞ 實現業財一體化，建立統一的財務核算管理體系，完成人員、組織架構、合同、供應商、客戶、資產、資金等信息共享
  - ☞ 推廣運力數字化，有效支持本公司在途可視及精細化運營管理，共計接入約 6,000 台車輛數據。同時，本公司積極發展電子地圖可視化，實現多維度在途全景監控，提高各環節操作效率
-

### 專題展示：智慧物流實驗室

智慧物流實驗室是本公司的創新「大腦」，基於本公司實際業務場景，遵循「技術引領 – 靈活使用 – 多元合一」的創新理念，通過「科學認知 – 技術實驗 – 應用創新」三個層次的研究，提高自主創新能力和核心競爭力，推進戰略性、前瞻性、關鍵性等核心技術開發與實驗能力的整體提升，探索適用於汽車物流行業的整體智能化解決方案。

智慧物流實驗室基於業務實際打造了智能倉儲、智能識別、智能分揀等六大類的實際應用場景，以 AGV+ 智能分揀機器人、立體庫、KIVA 機器人、VR 仿真、無人機盤點等智能裝備為核心的研究場景，着力提升本公司在智能物流的應用型匹配研究的軟實力。



### 案例：北京無人倉正式投入運行，智慧化物流初見成果

2019 年，圍繞智慧汽車物流，本公司開啟北京智能化物流的建設。北京無人倉在渝北無人倉建設經驗的基礎上，創新性的採用租賃 KIVA 設備的方式建設北京無人倉，以實現倉儲、配送等各環節運作標準化、智能化、信息化的目標。北京無人倉於 2019 年 12 月 15 日完成一期建設並投入試運行。此項目的完成可節省區域分發中心（RDC）庫房面積近 500m<sup>2</sup>，同時也將提高配送準時率、正確率達到 90% 以上，提升物料安全性，降低貨物丟失風險。除此之外，也提升物流精益化管理程度，加強信息化管理，提升本公司的智能化水平。

### 案例：智能倉儲助力威馬汽車滾裝運輸首航

2019年5月30日，本公司承運的300多台威馬汽車依次駛向即將直達天津港的滾裝船，標誌着本公司助力威馬汽車在商品車多式聯運方面邁入新徵程。

本公司作為威馬汽車整車物流第三方物流服務商，全力支持構建威馬汽車公鐵水多式聯運體系，做好商品車海

運出庫、集港及相關操作，確保物流時效與操作質量。隨着威馬汽車商品車海運揚帆，我們協同威馬汽車共同打造「倉儲智能化 + 全程可視化、數據化」的智慧物流 2.0。



2019年本公司智慧物流發展初見成效，我們在智慧物流層面榮獲多個獎項，包括：

- ☞ 「基於互聯網技術和智能硬件技術的汽車物流全鏈路運輸管理協同平台」項目榮獲「中國物流與採購聯合會科技進步一等獎」
- ☞ 「基於創新管理模式的汽車智慧物流倉儲管理研究與應用」項目則榮獲「中國物流與採購聯合會科技進步二等獎」



## 3.2 保障客戶服務質量

本公司以戰略規劃為指引，以客戶滿意為中心，以 ISO9001 質量保證體系、IATF16949 質量管理體系及客戶相關要求為綱要，同時結合長安 MLQOS（重慶長安汽車股份有限公司（「長安汽車」）對於供貨商的物流服務質量管制體系）、福特 Q1MSA（福特汽車公司評估供貨商製造現場的標準要求）要求提升客戶服務質量工作。本公司通過完善質量管理制度體系、開展多項質量管理工作助推物流服務水準，提升客戶服務品質。

### 3.2.1 質量管理制度

2019 年，本公司根據 ISO9001、Q1MSA、MLQOS 等相關標準要求，結合本公司物流實際運作，分別從零部件類、整車成品類、流通加工類建立 200 餘條 QOS 落地實施標準，並組織實施。將「CMAL-QOS」定義為零部件物流、整車物流、流通加工類三大核心區域並前後延伸至研發、供應商。

其中「CMAL-QOS」質量操作體系中分為三級要素：

- 👉 一級要素 13 個： 對業務進行梳理，甄別其業務中影響物流質量、效率的關鍵物流要素。

---

- 👉 二級要素 27 個： 對關鍵要素進行分析，識別構成要素的業務過程，釐清其業務邏輯。

---

- 👉 三級要素 73 個： 針對具體業務，結合行業做法或標準要求，確定業務的具體實踐性操作指南。

---

同時，本公司提升管理體系標準化，做到增減有度，保證體系質量穩步提升，2019 年更新管理體系標準化的內容包括：

- 👉 管理架構調優： 基於「客戶導向、流程精益、制度完備、價值創造」原則，完成 12 個流程架構調優。

---

- 👉 體系標準化增加方面： 共完成黨委巡視體系整改建設優化制度 34 個，開展 e 運車管理體系增量建設，固化體系文件 19 個，輸出南沙項目 71 個體系文件。2019 年共發佈體系文件 538 個，其中流程文件 179 個，管理辦法 115 個，作業指導書 244 個，累計在用體系文件 4,256 個，體系文件數量同比提升 14.5%。

---

- 👉 體系標準化減少，共組織開展 20 餘次標準化討論與評審會議，完成整車、審計、財務、質量、行政等 10 個單位體系標準化評定統一，並廢止 129 個體系文件。

---

2019年為持續提升本公司內部管理水平和對外服務保障能力，進一步增強顧客滿意度，同時保護環境，保障員工身心健康和人身安全，根據本公司職能職責優化、新版標準及顧客特殊要求等，於2019年1月進行《QHSE管理手冊》修訂。

質量管理制度的完善明確質量檢查標準、評價標準和責任主體，實現質量管理的指標化和數據化，為嚴控客戶服務質量打下堅實的基礎。



### 3.2.2 打造「品質物流」

#### (1) 質量管控目標

本公司秉承全面質量管理(TQM)的思路，以「質量價創」為導向，樹立質量為本的意識，並結合高質量發展要求，深入開展質量提升。通過有效管控，本年度質量管控目標均已按計劃達成。

序號	指標項	目標	達成情況
1	質量損失率	0.06%	已達成
2	質量淨損率	0.01%	
3	質量體系審核通過率	100%	
4	顧客滿意度	≥ 92分	
5	準時出庫率	≥ 98%	
6	準時到達率	≥ 93%	
7	產品交付不良品率	≤ 50PPM	
8	重大質量投訴	0	
9	質量風險識別覆蓋率	100%	
10	叉車叉翻，整車運輸擦挂碰撞事件次數	同比降低 20%	
11	嚴重及重大質量問題事件	0	

#### (2) 質量風險識別與管控

2019年，本公司重新修訂了質量風險識別程序。各事業部、分子公司組織員工結合崗位對存在的質量風險進行再次審視與識別，同時組織員工開展「質量風險識別流程」培訓，對CMAL-QOS「風險評估和應急處理」條款再次解讀，對《質量風險清單》及風險控制措施進行再次梳理更新。2019年，本公司共組織事業部進行風險識別與評估5次，辨識評估出共性質量風險40餘條，通過內部審核進行現場風險檢查與驗證，同時將質量風險管控要求已經納入到星級班組建設規定中。

### 案例：質量管理知識培訓

2019 年開展分層級培訓，建立「質安學堂」進行業務培訓共 30 餘期。策劃開展業務線培訓 20 餘次，建立 16 個《質量崗位應知應會》及知識宣傳冊，組織完成管理培訓計劃 100%。內部形成全員 AB 角，提升跨崗跨界能力，部門形成了總監與經理、經理與經理，經理與崗位、崗位與崗位的 4 類 AB 角，建立邏輯關係圖，對質量、環境、安全、精益、工程、保密、保衛進行全面覆蓋，部門全面覆蓋率 100%。

### 案例：質量月專項提升活動

2019 年，本公司以「迴歸質量本源 聚焦質量提升 推進高質量發展」為主題開展了質量月活動。活動中，製作發放宣傳橫幅 30 餘副，現場發放宣傳手冊 500 餘份，製作易拉寶宣傳展板 6 副，現場諮詢 2 次，發佈「質量月專刊」23 期，宣傳覆蓋率 100%。

同時，對零部件類、整車產品類、流通加工類等現場設立現場質量諮詢服務點共 3 場，通過現場發放宣傳手冊、設立「易拉寶」質量主題展板，對全面質量管理基礎知識、質量工具、質量風險，以及 CMAL-QOS 操作標準知識向項目現場人員講解、答疑，並結合零部件類、整車產品類、流通加工類操作過程特點、現場風險點進行指導、糾正，現場參與達 200 餘人次，對 10 餘項典型質量案例、質量風險案例進行現狀講解分享。

同時在「質量月」活動期間，各事業部、分子公司、項目單位還利用晨會、夕會等，對作業指導書、業務操作流程、質量風險識別、應急預案等進行培訓，培訓覆蓋率 90% 以上。

### (3) 質量認證審核

2019 年，本公司繼續積極開展質量認證審核，為保證客戶服務質量增添屏障。

- 👉 2019 年 3 月，本公司組織進行了 16949 內部體系審核、過程審核（依據 VDA6.3）及產品審核（依據 VDA6.5），共開出 4 個一般不符合項及 40 餘個改進建議項。
- 👉 2019 年 5 月，本公司組織了 QHSE 體系審核（項目現場按照 CMAL-QOS 要求檢查），共開出 8 個一般不符合項，以及 70 餘項改進建議項。

- 👁️ 2019年7月，本公司組織接受杭州萬泰認證有限公司進行質量體系換版監督審核並順利通過。同時根據業務發展要求，我們新增了「國際普通貨物運輸代理範圍」，並獲得認證資格。
- 👁️ 2019年8月，本公司迎接 NSF 體系認證審核並一次通過現場審核認證。

### 3.3 全方位提升客戶服務

#### 3.3.1 客戶服務制度建設

本公司內部制定了較為完善的客戶服務制度體系，規範客戶服務工作，包括《客戶拜訪管理程序》《客戶信息管理程序》和《客戶投訴處理管理程序文件客戶之聲管理程序》等，以維護良好的客戶關係，保證了本公司客戶信息管理的規範性、統一性以及客戶信息更新的及時性，規範了客戶反饋管理工作。

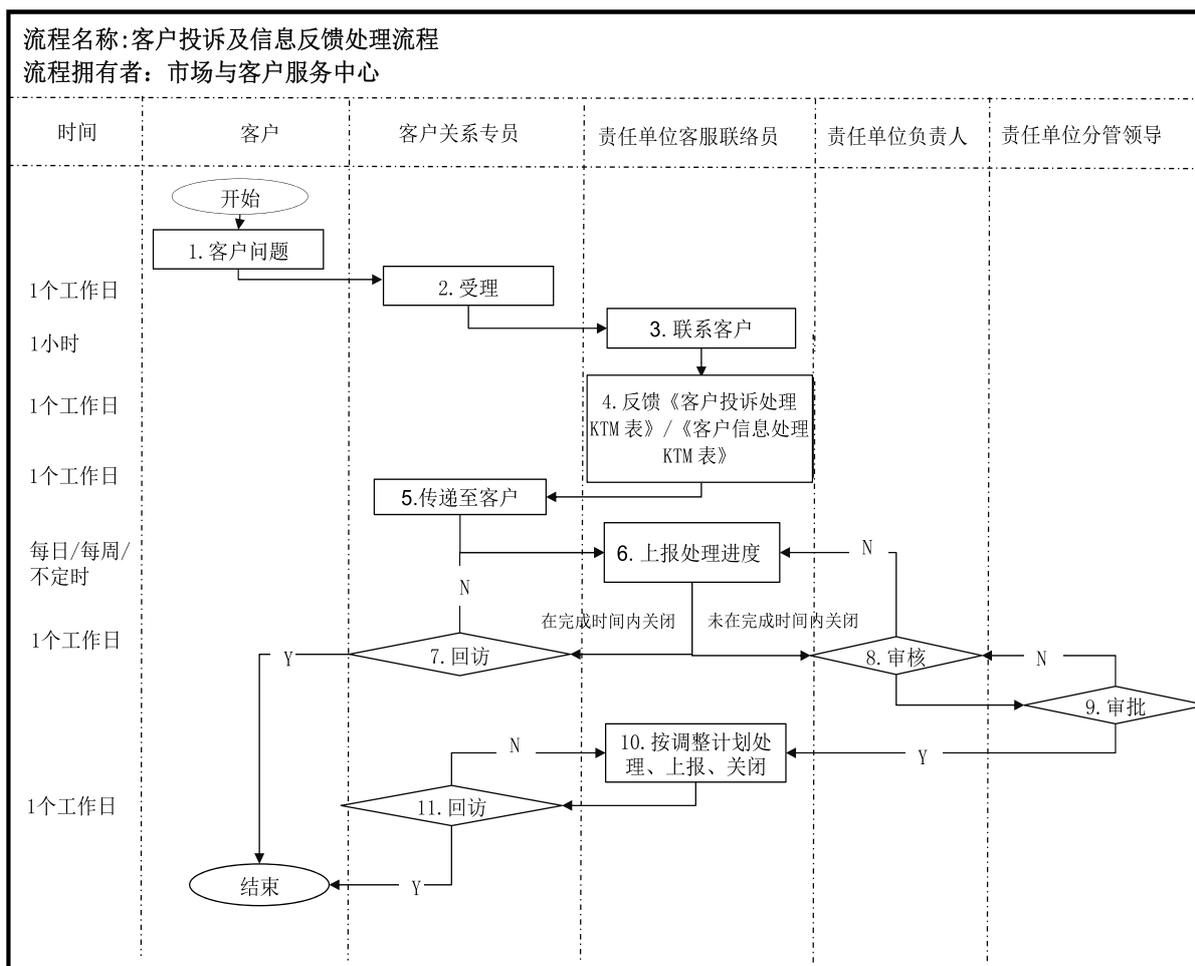
2019年，本公司延續使用《客戶 TOP3 痛點管理流程》，圍繞「親情、專業、高效」的客戶服務理念，促進各單位積極梳理客戶 TOP3 痛點並高效解決，從而提升全體員工的服務意識和服務質量，營造良好的工作環境及氛圍，最終提升客戶體驗。2019年全年度回訪客戶滿意度達 100%。

同時，本公司 2019 年對長城汽車、拜騰汽車、中進汽貿、兵裝集團、國機集團等客戶進行拜訪與溝通，了解掌握客戶的真實情況並針對問題進行回覆與建議，以構建和客戶的良好溝通機制。

2019 年度客戶滿意度調查共收到客戶反饋問卷 500 份，總得分 96.18 分，較 2018 年提高 0.8 分。

#### 3.3.2 客戶投訴處理

本公司建立了多渠道的客戶投訴體系，覆蓋電話服務、郵箱及微信，客戶投訴按照《客戶投訴及信息反饋處理流程》相關規定處理，客戶投訴需在 1 個工作日內做出響應，並制定解決方案，每週進行問題跟蹤直至問題解決。客戶投訴流程圖如下：



同時，為了更加及時有效地處理客戶投訴，2019 年，本公司在辦公自動化系統正式上線了「客戶投訴處理流程」系統，通過多類投訴渠道收集客戶訴求，建立客戶投訴檔案，通知各二級單位對應責任人，並對處理過程進行跟蹤，完成投訴及處理的閉環工作。

本公司 2019 年共計收到客戶投訴 8 項，其中管理性問題投訴 3 項，操作性問題投訴 5 項。

### 3.3.3 客戶隱私保障

客戶隱私保障是提供優質客戶服務必不可少的工作。本公司高度重視客戶隱私保障，全面遵守《中華人民共和國憲法》《中華人民共和國民法通則》《中華人民共和國侵權責任法》中關於個人信息保護的相關法律條款，以保障客戶隱私、保護商業祕密、維護客戶的利益。2019 年，本公司在此基礎上，更新下發《計算機終端安全防護管理流程》《網絡和信息化安全專項應急預案》《信息安全風險評估管理流程》《信息安全管理制度（試行）》《信息安全事件應急響應管理流程》《信息系統安全保障管理流程》《信息系統安全建設基線標準》等七項文件進一步保障客戶信息安全。

同時，本公司內部設立了完善的信息安全制度，確立了商業祕密保護「七不準」原則，確保客戶信息的私密性，讓商業合作建立於互相信任、可持續發展的基礎之上。

#### 重慶長安民生物流股份有限公司商業祕密保護「七不準」原則

- ☞ 不准將公司商業祕密泄露給無關人員；
- ☞ 不准利用手機、互聯網傳輸公司商業祕密信息；
- ☞ 不准擅自在公司涉密場所拍照、錄音、錄像；
- ☞ 不准將公司商業祕密載體存放在無保護措施場所；
- ☞ 不准攜帶公司商業祕密載體探親訪友或至工作無關場所；
- ☞ 不准私自複製、留存、遺棄或向他人出借公司商業祕密；及
- ☞ 不准擅自接受媒體採訪或在公開的信息中發佈公司商業祕密。

#### 3.3.4 客戶溝通方式創新

本公司在通過日常拜訪交流以加強與客戶溝通的同時，亦開展全國汽車物流行業年會等，改革客戶溝通服務手段，協助合作更加緊密，攜手砥礪前行。

#### 案例：舉辦 2019 年全國汽車物流行業年會，近距離了解客戶需求

2019 年 11 月，本公司舉辦汽車物流行業年會，年會前梳理各類客戶共計 259 家，並在年會上開展了重點客戶對接及機會分析。此次溝通對接獲得客戶的高度肯定，為公司客戶服務提升及下一步市場開發工作打下堅實基礎。



## 4. 車行天下 安全為本

本公司把安全工作視為企業發展的重要基石，視為工作生產中不可逾越的紅線。本公司從安全管理制度出發，不斷健全管理體系以保證安全生產。同時，我們也時刻關注員工的健康與安全。2019 年，我們通過持續完善安全管理體系、安全營運與職工健康與安全等多方面，提升本公司的安全運營，進一步向本公司可持續發展邁進。

### 4.1 安全管理

本公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》等國家法律法規的要求，並在此基礎上，依據國家法律法規及公司情況，在內部安全管理方面制定一系列規章制度，堅持「安全第一，預防為主，綜合治理」方針，堅持安全生產「黨政同責，一崗雙責，齊抓共管」，「誰主管，誰負責」和「紅線意識」的原則，構建企業安全文化，落實安全管理工作。

在安全體系建設方面，本公司近年來不斷推進各項國際體系的認證，並通過制定內部制度文件落實安全管理。

2016 年	獲得了 OHSAS18001 國際體系的認證。
2017 年	構建精益管理制度，即融合質量（GB/T9001）、職業健康安全（GB/T28001）、環境（GB/T24001）管理標準，編制「三標合一」的管理手冊和程序文件，建立管理統一的 QHSE 精益管理體系。
2018 年	以 QHSE 精益體系建設為主線，根據 ISO14000、OHSAS18000、GB/T33000 的標準要求，完善了相關職業健康安全環保的制度，更新了《職業健康、安全、環保、消防責任制》《職業病防治管理辦法》《工傷管理辦法（試行）》等 50 餘份體系文件。
2019 年	完成了 ISO 14000 和 ISO18000 認證。同時也更新了有關安全管理的制度《建設項目「三同時」管理程序》，進一步提升體系文件的有效性及指導性，為安全生產工作打下良好的制度基礎。

在安全生產架構方面，本公司設置了安全生產委員會，實行一把手負責制。2019 年，根據公司的合併和調整，同步更新了安全委員會的組成成員。目前安全委員會含主任、副主任、成員共計 29 人。

2019年在安全管理投入人民幣625.9萬元。全面加強安全管理控制，進一步提高生產設施的安全水準。

### 獲獎情況

- ☞ 榮獲2019年兩江新區道路運輸企業安全知識競賽一等獎
- ☞ 榮獲2019年翠雲街道優秀內保單位



## 4.2 安全營運

2019年，本公司以安全體系建設為主綫，結合精益體系建設，通過安全生產標準化建設、消防安全建設以及安全文化建設等重點工作，為安全營運保駕護航。

### 4.2.1 安全生產標準化建設

#### (1) 企業級達標

2019年，本公司通過開展體系內審、外審，提高安全、環境、質量管理體系有效運行。2019年7月，我們接受兩江新區交管中心道路貨運企業年度安全服務質量考核，考評結果合格；2019年8月，我們接受職業健康安全體系、環境體系外審，均一次通過審核；同時，2019年8月，我們在本公司普貨運輸、貨運站場安全生產標準化二級審核中，取得二級達標資質。經審核，安全生產標準化集團公司達二級、一個子公司達二級、三個分子公司達三級。

#### (2) 班組級達標

本年度，根據本公司《星級精益班組評價標準》，我們對在渝項目共計59個班組按照《星級精益班組管理辦法》中抽查審核比率不低於班組總數量的30%開展了年度公司星級精益班組審核評價。

評定的結果為：五星班組 4 個，佔比 6.8%；四星班組 22 個，佔比 37.3%；三星班組 33 個，佔比 55.9%；無二星及以下班組；經過審核下半年的評估結果，各班組管理水平有明顯提升。

### （3） 崗位達標

2019 年度，本公司為提升基層安全管理水平，大力開展安全管理人員和班組長能力認證活動，制定崗位培訓計劃和能力認證標準和相應評估細則，通過培訓、檢查、指導、評估等形式，以全面加強安全生產基層基礎工作，實現安全文化落實到班組終端。

### 4.2.2 消防安全建設

本公司高度重視生產過程中消防、應急安全工作的開展，深入貫徹落實《消防安全管理辦法（試行）》及《倉庫防火管理辦法》。同時，為了加強消防安全教育宣傳工作，本公司積極組織開展各層級應急演練活動，通過庫房火災應急演練活動、志願消防隊消防應急技能培訓活動、以及要求各單位結合實際情況開展應急演練活動來提升本公司的應對緊急情況時的消防安全管理能力。

為了強化本公司庫房消防安全管理工作，提高員工消防意識及「四個能力」建設，我們明確緊急情況下各級人員職責，以確保本公司庫房在發生緊急突發事件時能快速、安全地撤離現場至緊急集合點，最大限度地減少人員傷亡和財產損失。

#### 案例：多單位聯合開展消防應急演練活動

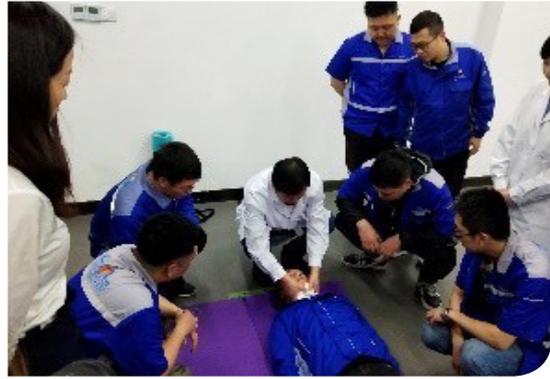
2019 年 6 月 21 日下午，本公司結合「防風險、除隱患、遏事故」全國「安全生產月」這一主題，開展了 2019 年庫房火災應急演練活動。

此次演練還特邀請翠雲消防支隊、三博江陵醫院前來指導。本公司總經理、黨委副書記、副總經理、現場來自安全中心和各事業部負責人、一線員工總計 100 餘人現場參加演練，在渝項目單位近 50 人前來觀摩。



### 案例：志願消防隊消防應急技能培訓

2019年5-6月，本公司組織了4期志願消防隊技能培訓，培訓內容包括：消防理論、滅火防護服穿戴、消火栓滅火技能、應急救援救護、滅火緊急撤離等。由翠雲消防中隊和三博江陵醫院相關人員進行講解和動作指導，進一步提升公司應急處理能力。



### 案例：「11.9」消防日活動

本公司組織開展了「11.9」消防日安全活動，新進P序列員工、安全管理人員、物業、食堂相關方等共計100餘人參加。

此次培訓由重慶利民消防中心進行，分為理論和實操兩部分。理論培訓部分為對火災初期撲救、逃生理論知識、消防器材的使用進行講解指導，以圖文並茂、真實案例、現場演示和交流等方式，結合在工作和生活中用電、用氣、用火的知識，介紹了事故發生的原由及所造成的危害情況，詳細講解了發生火災後的自防、自救、逃生技能，並現場邀請參訓人員上台實際操作滅火器和防煙面罩的使用方法。實操為滅火實際操作演練，主要對本公司新進員工和食堂、物業工作人員。



通過本次培訓和演練不僅提升了員工個人消防安全意識消防素養，同時也加強了本公司救援隊伍建設及火災自救能力，確保消防安全。

### 4.2.3 安全教育培訓

2019 年度，為規範本公司安全教育培訓工作，提高員工安全生產素質，減少並杜絕「三違」現象發生，防止安全生產事故，減少職業危害。我們根據國家《安全生產培訓管理辦法》修訂了《職業健康安全教育培訓管理辦法》，持續對管理職責、管理內容、檢查與考核等進行優化與完善。

為了保證所有負責人及安全管理人員持證上崗，2019 年，本公司對 50 餘名主要負責人及安全管理人員進行了安全管理持證培訓，通過率達 100%。同時，本公司對 247 名班組長和 843 名特種作業人員和特種設備管理及操作人員進行專項考核，考核合格率達 100%。

為了將安全教育培訓落實到個人，我們要求各單位按照本公司培訓計劃，自行組織開展形式多樣的安全教育培訓，內容涵蓋安全、消防、環境、職業健康、操作規程等方面。2019 年度，本公司面向全員工開展了多種形式的安全教育培訓，共計 2,510 學時，累計培訓人次達 114,808。

### 4.2.4 安全文化建設

安全是本公司長久以來關注的主題，安全文化是企業文化的重要組成部分，也是公司安全發展的需要。本公司秉承着「規則成習慣，風險成預控」的安全理念，進行長期的安全文化建設。

2019 年，為推進本公司的安全文化建設，逐步將安全文化理念滲透在員工思想中，本公司通過安全公開課、「安全諮詢服務日」、「安康杯」安全生產知識競賽、安全管理經驗分享以及「安全屋」文化建設等活動，提高員工遵紀守法的自覺性，增強安全意識和自我保護意識。

#### 案例：安全生產板報評比活動

2019 年，本公司在渝北、魚嘴片區開展安全生產宣傳諮詢日活動，利用員工休息時間，通過播放安全警示教育視頻、發放安全宣傳小手冊、「易拉寶」展示及有獎知識回答等多種方式，向現場員工講解安全生產理念和行為規範，宣傳安全科普常識、應急處置、自救互救等內容。



### 案例：全方位、立體式開展安全警示教育活動

2019年，本公司組織員工安全警示教育視頻；同時利用公共宣傳屏播放安全警示教育片；在各辦公區、作業現場懸掛宣傳標語 80 餘幅、大力營造安全文化氛圍。



### 案例：安全管理優秀經驗分享活動

2019年，本公司組織安全管理對標學習暨安全研討座談會活動，在渝單位領導和安全管理人員共計 35 人參加。座談會從 HSE 體系建設、車輛動態管理（超速監控 APP）、安全文化建設、安全系統管理等方面進行了經驗分享。同時，參會人員結合「HSE 體系落地不到位，指令層層衰減，執行力弱的問題如何解決」和「安全管理人員、班組長能力如何提升」兩大課題進行討論。讓規則成為習慣，切實提高安全管理人員的安全意識。



本公司 2019 年發生工傷事件 0 起，因工作關係死亡人數 0 人，工傷損失工作日數 0 天。

數據：工傷情況	2018 年	2019 年
因工作關係死亡人數（人）	0	0
普通工傷日數（天）	176	0
工傷次數（次）	5	0

### 4.3 職業健康

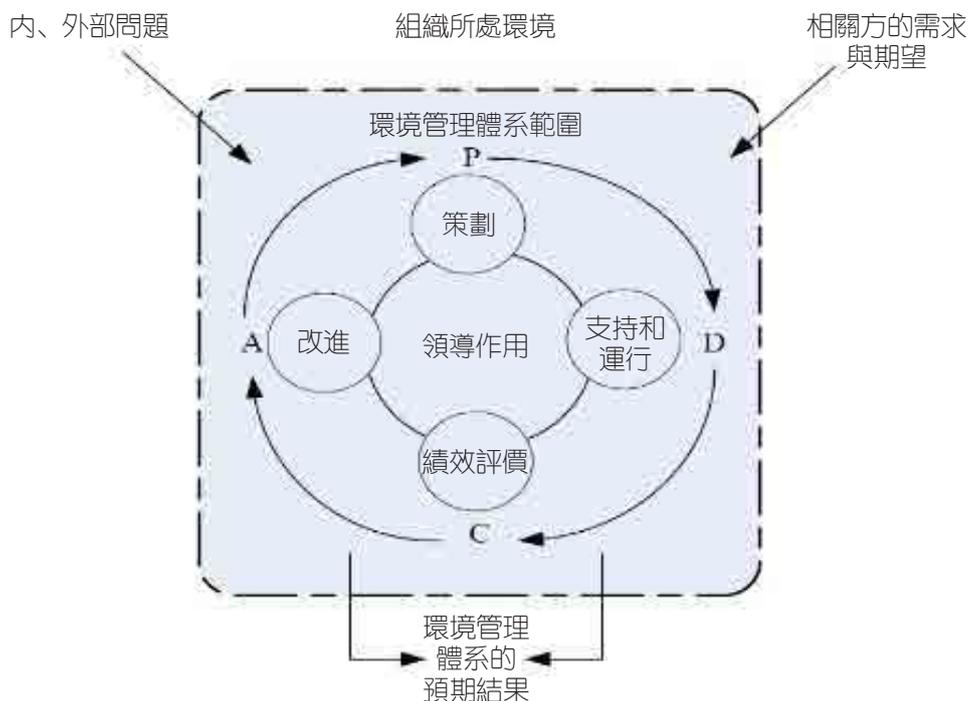
本公司高度重視員工的職業健康，我們按照國家法律法規要求，2019 年 12 月進行了每年一次的職業病危害因素檢測，對噪聲等影響進行評估。檢測結果均符合國家《工作場所有害因素職業接觸限值 第 2 部分 物理有害因素》（GBZ2.2-2011）要求。在涉及到的職業危害因素崗位，要求員工正確佩戴其崗位的勞保用品，定期做好職業病體檢，完善員工職業健康監護檔案。

## 5. 綠色物流 環保使命

本公司始終將環境保護作為推動企業可持續發展的重要內容之一。我們緊跟國家政策，不斷建設完善本公司環境管理體系，積極貫徹落實節能減排理念，致力於降低本公司在運營過程中可能對自然環境產生的影響，為本公司的可持續發展之路打下堅實基礎。

### 5.1 環境管理體系

本公司深入貫徹習近平生態文明思想，制定節能減排、美化環境的環境管理方針，牢固樹立「零排放，零污染」的管理理念，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規。同時，為了積極響應節約資源和保護環境的基本國策，本公司出台了《環境保護管理辦法》《環境保護管理制度》《環境污染防治管理辦法》《QHSE 管理手冊》《職業健康、安全、環保、消防責任制》《安全、環保規劃方案管理程序》《環境因素識別與評價管理程序》《環境、職業健康安全合規性管理程序》等相關環境管理政策，明確各組織機構職責，形成科學的環境管理體系，落實環境保護工作內容。



環境管理體系運作模式

本公司旨在通過運用科學的管理體系，建立職責分明的環境保護機構，建設以污染預防為核心，先進的科學技術為手段，降低能源消耗，減少生產排放，最終實現清潔生產，樹立環境友好型公司形象。

在環境管理架構方面，本公司設立安全環保委員會，形成由總部質量安全與精益管理中心作為牽頭者與監督者，各個單位作為執行者的公司內部環境保護機構。各單位在環境保護工作開展過程中，各司其職，牽頭者負責制定環境保護相關管理制度和程序，並對公司環境管理工作進行統籌策劃；各執行者負責識別所轄單位涉及到的環境因素，組織制定並落實相應的管控措施，確保污染物達標排放，將環境風險降到最低，確保QHSE管理體系在公司內部的有效實施與運行。

本公司在完善環境管理架構的同時，根據GB/T24001-2016《環境管理體系要求及使用指南》規定，組織建立並完善環境管理體系。本公司質量安全與精益管理中心通過組織編制環境管理手冊、管理辦法、指導各單位編制相關操作規程、管理規定、控制要求等三層次作業文件，並督促實施。同時，我們制定《內部審核控制程序》《管理評審管理程序》要求各單位按計劃定期組織開展本單位體系內部審核和管理評審工作，並接受外部審核。我們承諾，如若在各類審核中發現問題，責任單位將負責落實整改關閉工作，各事業部/子公司輔以驗證工作，並由本公司總部質量安全與精益管理中心對整改落實情況進行監督檢查。

為確保本公司在生產、辦公過程中的綠色健康營運，我們使用《HSE標準化審核評價標準》開展環境及職業健康安全審核工作。該標準以一線執行落實情況為重點關注對象，從職業衛生（H）、安全（S）、環境保護（E）和消防四個方向出發，設立18項一級要素，96項二級要素和441條標準條款（不含設備設施評價標準）。公司根據以上要素及標準，對日常HSE結構化工作從四個維度推進，開展自評與審核工作。報告期內，本公司已完成內部的年度自評與審核工作。

#### 案例：年度環境審核工作開展情況

2019年6月5日-10日，本公司開展年度審核，零部件事業部發現問題43個，與2018年相比，降低50%，未發現嚴重不符合項，通過該項工作的開展，促進了本公司環境與職業健康安全的管理。



專家組現場審核情況

## 5.2 排放物管理

本公司在運營過程中涉及固體廢棄物、廢水、廢氣的排放。為了減少排放物對環境的影響，我們制定了嚴格的環境管理體系，開展相應的環境管理活動，落實相應的管控措施，確保污染物達標排放。

### 固體廢棄物管理

本公司制定了《資源管理辦法》《固定資產處置程序》《固定資產報廢評審程序》等專項程序，以嚴格規範固體廢棄物的回收與利用。

本公司在日常生產運營過程中，可能產生的固體廢棄物包括廢舊燈管、辦公產生的廢硒鼓、電瓶叉車及其他設備的電池失效形成的廢舊電池、車輛維修保養換下來的廢機油。我們對這些廢棄物的處理秉持高度重視的態度，要求各負責部門秉承「誰污染，誰治理」的原則，把環境保護工作作為生產管理的重要組成部分，對廢棄物的處理必須嚴格按照相關環境保護規章制度執行，以確保最大程度降低公司在生產過程中可能造成的環境污染。

同時，我們在處理環境問題上，堅持預防為主，防治結合的方針，致力於將環境污染問題考慮在生產之前，採取必要的預防措施，防患於未然。2019年，本公司考慮到叉車充電液溢出可能導致土壤污染的環境風險，全面推行叉車電池托盤，對所有可能產生泄露的叉車電池下方安裝防泄漏托盤，從源頭上防止廢液下滲致土壤污染。同時，為了提倡綠色照明，我們將所有燈泡更換為LED燈，在實現延長照明燈使用壽命的同時，達到節能增效的效果。

有害廢棄物處理	2018年	2019年
廢機油（千克）	2,616	4,683 <sup>1</sup>
廢機油密度（千克 / 萬元收入）	0.0051	0.01
硒鼓（個）	560	1,322 <sup>2</sup>
電瓶（個）	194	65
燈管（個）	1,104	423
有害廢棄物密度（個 / 萬元收入）	0.0036	0.0042

<sup>1</sup> 2019年實行叉車自主維修，機油使用由以前的維修供應商採購變更為本公司自行採購，導致廢機油數據增加。

<sup>2</sup> 廢硒鼓數量增加主要原因有：（1）2019年渝北入廠、北京分公司、合肥分公司增加無人倉作業，數據打印量增加，導致硒鼓用量增加；（2）2019年5月開始，備件運輸項目新增批售件業務，該業務需要的打印資料較多，導致硒鼓用量增加。

無害廢棄物處理	2018 年	2019 年
廢舊輪胎（條）	517	359
廢舊輪胎密度（條 / 萬元收入）	0.0010	0.0008
廢紙張（噸）	4.03	16.39 <sup>3</sup>
重量計廢紙張密度（噸 / 萬元收入）	0.0000079	0.000038

### 溫室氣體管理

氣候變化問題是近年來全球社會關注的焦點之一，本公司亦深知氣候變化會對每一個企業的生產運營產生影響，需深刻識別潛在的氣候變化風險並及時做出應對措施。本公司一直以來積極開展能源使用管理，以減少溫室氣體的排放。本公司產生的溫室氣體主要來自運輸過程使用的汽油、柴油等能源消耗的直接排放和使用外購電力的間接排放。

溫室氣體排放	2018 年	2019 年
溫室氣體排放（二氧化碳當量 - 噸）（僅限範疇一）	116,766	15,142
溫室氣體排放（二氧化碳當量 - 噸）（僅限範疇二） <sup>4</sup>	6,410	7,544
溫室氣體排放總量（二氧化碳當量 - 噸）（範疇一 + 範疇二）	123,176	22,686
溫室氣體排放排放密度（二氧化碳當量 - 噸 / 萬元收入）（僅限範疇一、二）	0.24	0.05

### 廢水管理

本公司制定嚴格的環境管理制度，包括《廢水、廢氣排放控制管理程序》，把控廢水的產生和處理。本公司生產廢水較少，主要為汽車清洗廢水，污染較小，經環境監管部門核定後，與生活廢水一起排入市政污水管網進行統一處理。同時本公司在辦公室張貼了節約用水標識，提高員工的節水意識，從源頭上減少水的使用從而減少廢水的產生。

廢水管理	2018 年	2019 年
廢水排放（立方米）	274,184	219,646
廢水排放密度（立方米 / 萬元收入）	0.54	0.51

<sup>3</sup> 2018 年廢紙張僅統計總部，2019 年新增各分公司用紙情況統計。分公司紙張主要為辦公用紙以及運單打印紙。

<sup>4</sup> 範疇二溫室氣體均為來自於外購電力使用。2019 年範疇二溫室氣體排放使用的排放因子為聯交所 2020 年 3 月發佈的《如何編制環境、社會及管治報告》附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引中，表「在中國內地營運的排放係數」中所列的分地區電力排放因子，大於往年使用的電力排放因子。

## 廢氣管理

本公司廢氣主要來自於汽車運輸產生。我們嚴格控制用油源頭，確保機動車使用合格合規汽油，減少有害廢氣的產生。此外，我們亦通過使用新能源汽車運輸、規範駕駛員操作習慣、推廣車用尿素等方法減少有害廢氣的產生。

### 案例：車用尿素推廣

2019年，本公司與市場上主流的車用尿素廠家達成戰略合作，完成車用尿素孵化推廣。車用尿素是幫助重型卡車、客車等柴油車達到國四排放標準的必備產品，其作用可用於處理汽車尾氣的氮氧化物。本公司不僅嚴格管控自身排放，也希望通過為客戶提供環境友好型產品與服務，鼓勵客戶一同參與到環境保護的工作中。我們為用戶提供小桶裝、噸桶、加註站等不同服務方式，並建設魚嘴和空港場地的一體化尿素加註站，以滿足不同用戶群體多種需求，實現車用尿素全面推廣，與客戶共同努力降低污染排放。

## 噪聲管理

本公司在生產過程中涉及噪聲污染。我們制定了《噪聲排放控制管理程序》，減少噪聲對員工及周圍環境的影響。2019年，我們對庫房進行隔音改造，在噪音的傳播過程中將其削弱，降低對周圍環境的影響。此外，我們定期進行噪聲監測，避免因過強的噪聲污染對員工造成職業病危害。

## 5.3 能源資源管理

本公司在運營過程中，強化資源能源管理，充分並合理地利用各種資源、能源，提供環境友好型的產品與服務，致力於節能減排和減少污染排放，創造良好的工作生活環境。

我們嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國清潔生產促進法》《中華人民共和國循環經濟促進法》等法律法規，並出台《能源管理控制程序》《資源管理辦法》《環境保護管理辦法》等內部制度，不斷加強能源和資源的有效管理。

## 能源管理

本公司在能源使用方面，主要耗用的能源為電力、汽油、柴油、天然氣等能源。2019年，我們採取多種節能降耗措施，通過採用添加劑，改善汽車油耗問題；通過戰略合作，推廣綠色清潔能源有效改善公司在運營過程中的能源消耗問題。

### 案例：燃油寶項目孵化

2019 年，本公司完成燃油寶項目孵化，實現油耗平均下降 6.15%。該項目中，我們採用 Green Fuel Max (GFX) 燃油添加劑以改善汽車油耗問題，尤其對發動機工況較差、油耗偏高的車輛有較明顯的改善效果。截至報告期末，我們已完成整車承運商切換，在節能降耗方面實現較好的燃油經濟性和動力輸出。

除了在業務方面深入開展能源節約項目外，我們在辦公過程中也注重能源的節約。2019 年，本公司為了降低不必要的用電消耗，實行夜間關燈的巡查通報機制。機制中要求所有員工下班後應當關閉所在區域的照明系統，以倡導節約用電。如經巡查人員發現未關燈現象，將在公司內部進行通報批評，以示警醒，並提高員工的節約用電，環境保護意識。

能源使用情況	2018 年	2019 年
外購電力（兆瓦時）	10,573	8,527
無鉛汽油（升）	754,981	145,722
柴油（升）	44,030,130	5,670,471
天然氣（立方米）	51,512	36,710
總能耗（兆瓦時）	451,159	66,027
總能耗密度（兆瓦時 / 萬元收入）	0.88	0.15

### 水資源管理

本公司重視水資源的合理利用，嚴格把控廢水污水的排放，強化用水監控管理，避免水資源的流失，廢水的不合理排放，以提升水資源使用效率。

2019 年，本公司在水資源管理方面設立了降耗的目標，對本公司存在「跑冒滴漏」問題的庫房及消防管道開展全面的排查工作，並進行追蹤整改，有效地提高公司水資源利用效率，響應公司環境管理方針，強化資源管理工作機制。

### 案例：「跑冒滴漏」排查工作

2019 年本公司對在重慶的所有自有庫房和場站消防管道集中開展了兩次「跑冒滴漏」問題排查工作，排查過程中發現供應鏈 B 庫、C 庫，福特入場物流中儲庫房、輪胎分裝廠房、福集庫房、福特整車項目均存在因管道老化造成的不同程度的漏水問題，每月漏水總量約在 3.5 萬噸左右。

2019 年我們完成了對所有漏水的庫房、場站的堵漏工作，目前漏水問題已基本得到控制。仍有部分漏水點未被查出，每月的漏水消耗量約為 2,000 噸，我們將在 2020 年持續對該項工作進行追蹤整改。

### 案例：管網排查

2019 年 8 月 -9 月，零部件事業部對所屬各單位的用水管網開展排查工作，通過停止用水、查水錶、專業施工隊伍排查，共發現漏水點 5 處，並進行及時維修。通過整修，10 月份用水量與 9 月份相比，已減少約 1,000 餘噸，節約 5%，有效地節約了水資源，實現節能降耗。

水資源管理	2018 年	2019 年
耗水量（立方米）	304,649	253,394
耗水密度（立方米 / 萬元收入）	0.60	0.58

## 物料資源管理

綠色產品服務的開發，是塑造企業綠色形象的關鍵。本公司致力於綠色產品的開發，從技術創新、產品設計、產品生產與包裝等各環節，加強全過程管理，優化原料投入，大力開展技術創新，減少污染物排放，塑造環境友好型企業形象。

2019 年，本公司在運營過程中減少一次性材料的使用，引進可循環使用的新包裝材料，減少一次性包裝成本，延長產品生命週期，提高資源利用效率，減少一次性廢棄物的產生。

### 案例：改善包裝方式，節約包裝材料

本公司旗下子公司南京長安民生住久物流有限公司在 J59R 車型中採用抓絨布做布袋直接裝件，取代料架 +PE 袋保護零件的方式，在保證零件包裝質量的同時，減少一次性包裝的使用。同時，採用圍板箱進行循環包裝，取代一次性紙包裝出貨。不僅更好的保護了零件，也大量節約包裝成本，實現循環利用，提高資源利用率。

改善前



改善後



## 5.4 環保宣教

環境管理體系是本公司在環境管理方面的理論基礎，而環境保護的實踐則需要廣大員工共同努力。2019年，為了確保員工們能夠更好地將環境保護工作踐行於日常工作中，本公司持續加大環境保護宣傳教育力度，並面向員工組織開展環保專項培訓。我們旨在通過對環保法律法規、垃圾分類、節能減排等多個維度講解環保的重要性，不斷提高員工環境保護的工作能力和管理水平，為公司創造並保持美好環境。

### 案例：環保專項培訓

2019年11月14日，本公司邀請外部環保專業講師對公司員工開展了2019年環保知識專項培訓，兩位講師就當前環保形勢、垃圾分類現狀、企業環保主體責任、固廢管理、環境相關法律法規知識等方面進行全面的講解指導。

本次培訓不僅豐富了員工個人環保知識，同時也增強了公司環境保護管理隊伍建設，為公司合法合規經營保駕護航。



## 6. 互助發展 共創生態

### 6.1 共創產業鏈生態圈

#### 6.1.1 持續科研創新

本公司秉承着「持續改善，精益求精」的運營理念，大力推進自主創新體系建設，積極向科技創新型企業轉型，以增強企業的核心競爭力。

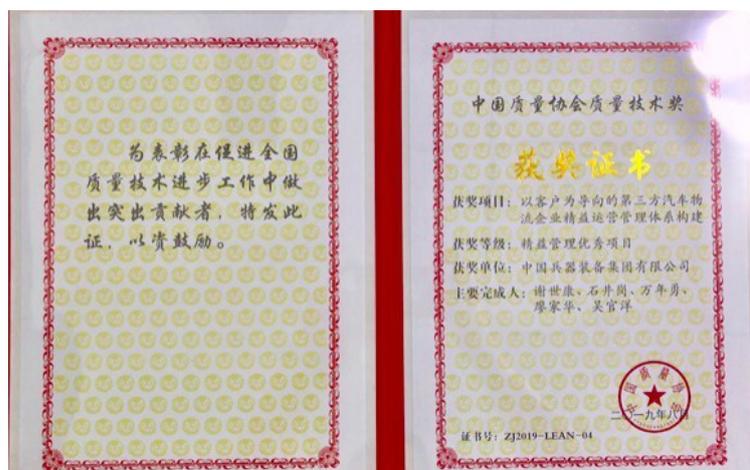
##### (1) 科研制度建設

為了更好鼓勵和規範創新，公司制定了較為完善的科研管理制度，主要包含組織管理、資金使用和促進科研成果轉化三大方面：

- 在企業研究開發的組織管理方面，本公司制定了《IT 項目立項投資審批程序》《IT 項目實施管理程序》《IT 項目驗收管理程序》《科研立項管理程序》規範了研發相關部門的組織架構以及確定了研發項目管理流程；
- 在研發資金使用方面，本公司制定了《科研項目經費及驗收管理程序》，每項研發費用支出都嚴格按照規章制度執行，確保每項資金的使用安全性；
- 在促進科技成果轉化相關制度方面，本公司制定了《科技成果轉化實施與獎勵制度》及《知識產權管理制度》，規範科技成果轉化管理工作，充分調動研發技術人員的工作積極性。

##### (2) 科研成果累累

2019 年，本公司共申請發明專利 19 項，獲得發明專利 2 項，實現公司零突破；實用新型 13 個、計算機軟件著作權 8 個。同時，我們獲得多項國家、省部及行業的榮譽獎勵，體現了外界對本公司科技創新能力的認可。



- 👉 國家級層面，本公司以「以客戶為導向的第三方汽車物流企業精益運營管理體系構建」項目獲得「2019年中國質量協會質量技術獎」精益管理項目榮譽。
- 👉 省部級層面，本公司榮獲2019年重慶市新型智慧城市示範項目、2019年國防科工委管理創新成果二等獎1項、三等獎2項。
- 👉 行業級層面，本公司榮獲2019年中物聯科技進步一、二等獎各1項一級2019年汽車物流行業創新獎。

### (3) 開展產學研合作

本公司注重產學研一體化發展，堅持提高自身創新驅動力，積極尋求合作，以實現合作共贏，同創未來。2019年本公司繼續推進產學研合作，與重慶大學、重慶交通大學、風神物流有限公司、一汽物流有限公司等開展20餘次技術交流，全面推進產業生態圈發展。

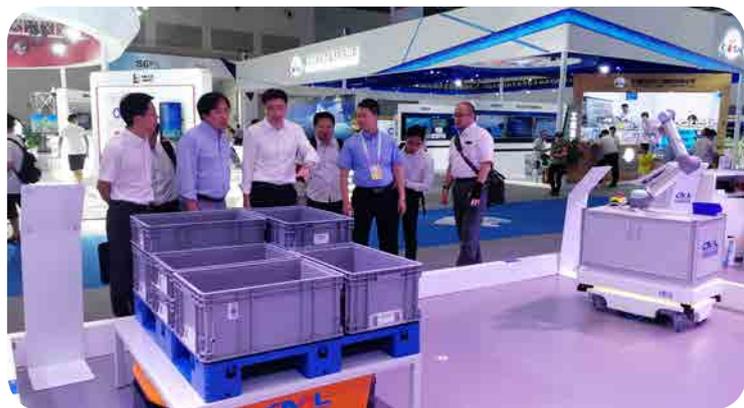
#### 6.1.2 推動行業進步

本公司充分意識到行業整體發展對公司自身發展有直接影響。2019年，公司提出積極貫徹落實集團質量提升「365」登高行動，充分發揮「三千精神（千辛萬苦、千言萬語、千方百計）」，緊盯核心和重點業務，加大市場拓展與合作。本公司通過承接並成功舉辦重慶智博會，參與行業技術標準制定，攜手日日順物流等物流公司，努力實現汽車物流融合新生態，積極推動了行業進步。

本公司參與編制金屬網箱、圍板箱行業技術標準2個，內部企業技術標準新發布4個，累計15個。其中包括《汽車物流圍板箱載具》《信息系統安全建設基線標準》《系統業務運營標準》《鐵網箱技術標準》《虛擬化平台建設規範》等，為推動運包一體化、原包裝上線、循環包裝等業務的實施奠定了基礎。

#### 案例：積極參與行業會展，共同推動行業進步

2019年8月26日第二屆智博會在重慶開幕，本公司展示了現代化的智能物流解決方案獲得到場客戶及業內人員的頻頻點贊，同時與到場客戶共同對推進智慧物流項目進行交流，增加持續跟進與客戶的相關業務的機會，以實現市場突破，推動行業向前發展。



### 6.1.3 新生態物流

本公司充分發揮第三方物流公司在供應鏈中對信息和實物的控制優勢及延展性，延伸物流供應鏈服務，與上下游合作，共同打造物流生態圈，實現價值創造。目前，我們提供商用車銷售、融資租賃、一體化加油、保險、路橋、潤滑油、輪胎、尿素以及各種商貿物流服務、類金融服務、物流園區規劃設計服務等。2019 年我們完成多項創新業務孵化及推廣。

- (1) 完成一體化保險項目孵化。開發產品覆蓋車險、貨險 / 物流責任險、倉儲險、僱主責任險、信用險等，2019 年商品車投保 47.8 萬，成立商品車交付中心，啓動保險費用剝離，通過與商品車進行單票綁定的模式，推出個性化定製服務（商品車運輸貨運險），與保險公司共同解決承運商後端交車問題，降低承運商交車成本。
- (2) 完成一體化路橋孵化。引入高速公路通行費折扣卡 – 快捷通卡，由本公司統一為自營車輛及實際管理的車隊辦理快捷通 40 天記賬產品，單車單月可為承運商降本約人民幣 60 元，截止目前已完成 11 家承運商，共計 504 台車的辦卡需求。
- (3) 完成尿素孵化推廣。上線第三方貿易平台。與市場上主流尿素溶液生產廠家達成戰略合作，為用戶提供小桶裝、噸桶、加註站等不同服務方式，滿足用戶多種需求。建設魚嘴和空港場地的一體化尿素加註站。
- (4) 完成燃油寶項目孵化。進行競品調研分析，產品測試，按照車型、地形、大區覆蓋、線路固定、車況穩定等原則進行樣本選取，選取 12 台車進行測試，從 2019 年 6 月開始進行試驗，得出試驗結果，添加 Green Fuel Max (GFX) 燃油添加劑後，油耗平均下降 6.15%，發動機工況較差、油耗偏高車輛，連續添加 GFX 燃油添加劑可以使油耗得到明顯改善，從而達到較好燃油經濟性和動力輸出，截止目前已完成整車承運商切換。
- (5) 完成類保理產品孵化兩項。①中兵保兌單孵化推廣。引入兵裝保理公司，建立業務合作關係。②完成「雲信」產品孵化推廣。開發了多級電子保理業務，供應商在中企雲鏈服務平台，向工商銀行推送應收賬款債權數字信用憑據、保理融資申請及相關貿易背景等資料，由工商銀行為供應商提供在線貿易融資服務。

#### 6.1.4 供應商管理

本公司的可持續發展離不開供應商夥伴的支持，我們的產品及服務質量也與供應商息息相關。我們致力於與供應商及各業務夥伴建立長久健康、互惠共贏的合作關係。

##### （1）供應商管理制度

本公司通過建立完備的供應商管理政策，把控供應商的產品與服務質量。本公司持續沿用《供應商變更管理程序》《供應商年度評價管理程序》《採購管理辦法》《招投標管理辦法》《供應商管理辦法》等政策，建立健全供應商開發、維護、服務、淘汰管理流程。在選擇供應商時，我們成立專門小組對供應商服務質量、財務報表及信用、安全環保等方面進行審查，確保其符合國家政策及本公司要求。

2019年，我們更新了《供應商准入流程》《供應商淘汰流程》《供應商評價流程》《供應商動態管理流程》等政策，以加強對供應商的選定和考核標準，保證供應鏈的品質。

##### （2）供應商溝通與交流

與供應商良好的溝通與交流有助於促進採購質量以及供應商管理水平的提升，最終提升公司的產品及服務質量。本公司注重與供應商進行良好的溝通與交流，制定有專門的《供應商信息處理管理程序》，規範公司供應商信息處理流程，及時、有效的解決供應商意見投訴，增進與供應商的合作與交流，提升服務質量，提高供應商整體滿意度。

除了日常工作中與供應商的溝通外，本公司通過舉辦年度供應商大會，全方位了解供應商對公司的評價和期待，促進與優秀供應商的長期合作。除此之外，公司針對2020年的計劃進行了目標設定，要求對核心供應商進行走訪和了解，以掌握供應商最真實的情況，加強與供應商之間的交流並及時解決問題。

案例：「砥礪奮進 勇拼未來」——2019 年供應商大會

2019 年 4 月 18 日，本公司組織召開第二屆供應商大會。全國 100 餘家優秀供應商，齊聚一堂，分享成果、交流經驗，共謀新理念、新發展。本公司各板塊分別以供應商大會主題、生態物流圈、精益管理主題、安全主題進行報告演講，並且邀請供應商代表開展案例分享，以促進供應商之間的相互交流，共同成長。



數據：供應商地區分佈	2019 年
華南（廣東、廣西、海南）	33
華東（山東、江蘇、安徽、上海、浙江、江西、福建）	369
華中（河南、湖北、湖南）	26
華北（北京、天津、河北、山西、內蒙古）	180
東北（黑龍江、吉林、遼寧）	47
西南（四川、貴州、雲南、重慶、西藏）	785
西北（陝西、甘肅、寧夏、青海、新疆）	1
港澳台	7
海外	2
<b>總計</b>	<b>1,450</b>

## 7. 勞資共融 人本發展

本公司堅信員工是最寶貴的財富，也是本公司的核心競爭力。我們以「發展員工」為本公司核心價值觀，充分尊重和保障員工權益，提供公平公正的僱傭機制及晉升渠道，豐富員工關愛活動，暢通內部溝通渠道，為員工打造一個能夠多元化發展的事業平台。

### 7.1 以人為本

本公司在遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規的基礎上，逐步建立並完善人力資源制度和管理體系。我們秉承公平、公正、公開的原則向所有合格人員提供就業與晉升機會。我們承諾不因種族、宗教信仰、年齡、國際、性別、婚姻狀況、殘疾等問題而歧視員工，為員工打造公開、公平的良性工作環境。同時，我們嚴格遵守國家《禁止使用童工規定》，在人才招聘過程中對應聘者進行嚴格篩選避免童工僱傭問題。在勞動用工問題上，我們遵守《國務院關於職工工作時間的規定》，實行每日工作 8 小時，每週工作 40 小時標準工時制度，確保合法用工。2019 年，本公司未發生有關僱傭童工及強制勞工的行為。

#### 內部管理機制

2019 年，本公司着重優化幹部管理機制，貫徹落實選拔任用要求，修訂任職資格條件，助力骨幹員工快速成長；優化現行事業部制管控模式，提升組織運行效能；貫通幹部選育用留體系，完善培訓機制為員工職務職級晉升、薪酬調整做基礎建設；同職級內增設職檔，根據績效、培訓情況實現幹部動態升降檔。同時，我們着力關注對優秀年輕幹部的培養與任用，讓更多優秀骨幹看到事業希望；分層分類打造幹部梯隊，對總監級、經理級優秀年輕幹部進行選拔，進一步夯實幹部梯隊建設。

#### 薪酬與福利

本公司結合行業特點及自身發展情況，為全體員工提供合理的薪酬及晉升機制，嚴格按照國家相關法律法規為員工繳納公積金及社保等法定福利，並保障帶薪年假、婚假、產假、陪產假等一切休假權利。2019 年，本公司提高員工企業年金繳費基數，由原崗位工資調整至社保基數的 70%，有效的加強了員工的退休保障。同時，我們為員工積極爭取「4050 人員社保補貼」、「新進大學生社保補貼」、「困難企業社保優惠」、「困難企業穩崗補貼」、「鴻雁計劃引才補貼」等五大人力資源優惠政策補貼。此外，我們在企業內部開展薪酬合規性檢查，共深入 7 個二級單位、4 家勞務公司，累計發現 36 個問題點，針對可實現立行立改的問題要求現場整改，針對限期整改問題進行及時跟蹤與深入指導。

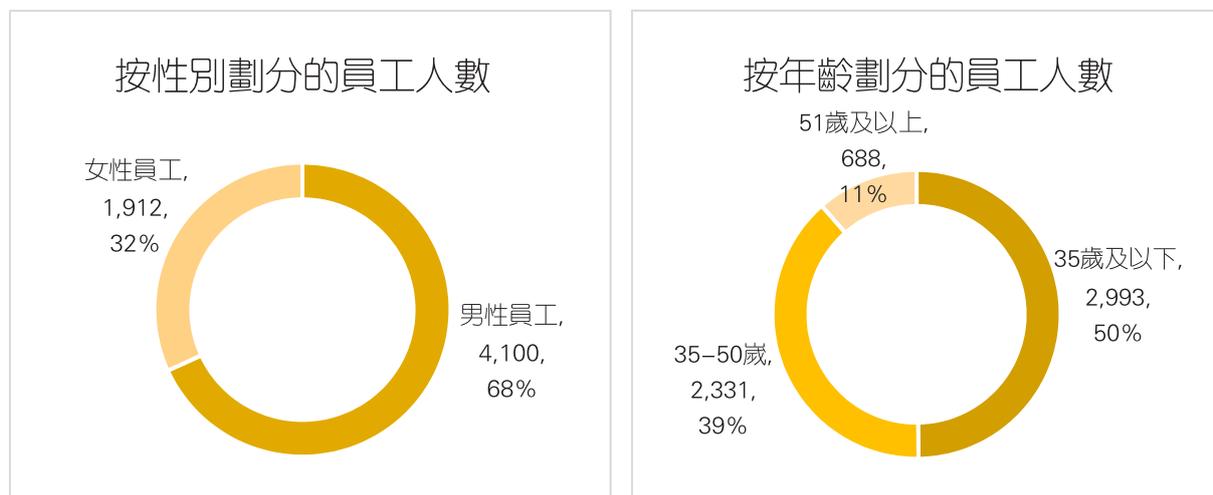
## 人力配置

2019 年，為了提升員工勞動效率，減少生產用工，節約人工成本，公司推行人力資源平準配置計劃及用工模式切換計劃。平準配置計劃是通過內部調動、內部招聘、內部借用實現跨公司、跨項目的人員平準調劑，通過人員內部流動，滿足公司新業務、異地項目的人員需求；用工模式切換計劃是通過推進業務外包模式，實現外包靈活用工，降低風險。報告期內，該兩項計劃共實現人員調劑 310 人，項目操作人員切換外包 400 餘人。

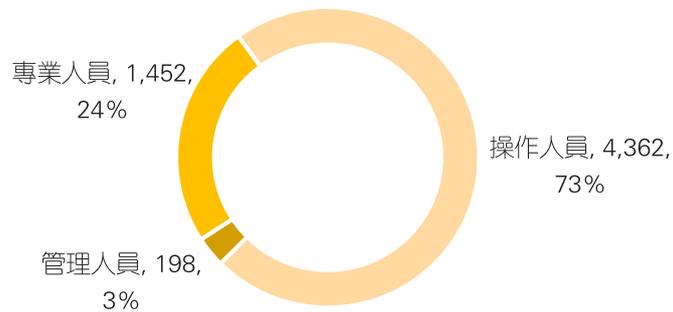
## 員工招聘

本公司在開展人才招聘工作時，秉承「因才招聘、能者勝任」的原則，開設社會招聘、校園招聘等多元化招聘渠道，提供優質崗位以匹配合適的求職者，同時我們鼓勵本地人才引進，以支持當地建設。2019 年，本公司基於戰略轉型制定需求人才地圖，聚焦物流技術、互聯網、大數據和市場開發等重點領域人才的引進。我們首次啓動管培生項目，共成功簽約 26 名大學生；並啓動「CMAL」星計劃，新增 30 名大學生和 32 名高職生；通過社會招聘引入物流技術、大數據等成熟人才 65 人，以支撐公司向數字化、自動化、智慧化轉型升級。

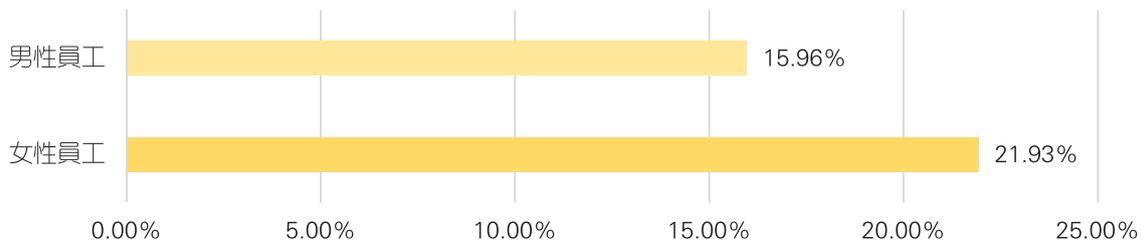
2019 年，我們對內部幹部隊伍建設進行合理化人力配置，提高用工效率，對僱傭人數精簡化，實現崗位與人才的高度契合。截至報告期末，本公司共擁有 6,012 名優秀的人才，其中女性員工佔比 32%。



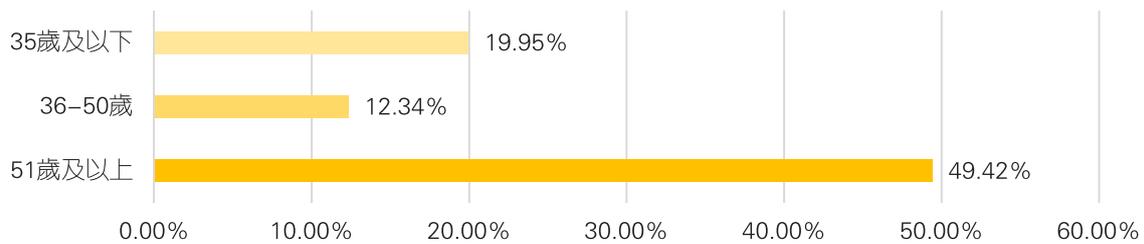
按僱傭類別劃分的員工人數



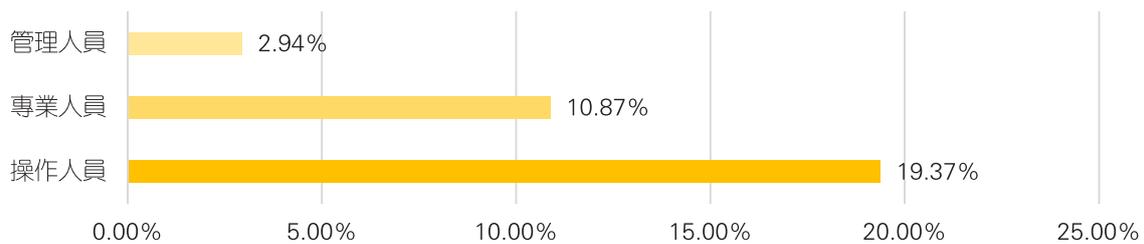
按性別劃分的員工流失率



按年齡劃分的員工流失率



按僱員類型劃分的員工流失率



## 7.2 培訓及發展

本公司十分重視對人才的培養。2019 年我們繼續實施人才發展工程，全方位落實培訓體系，通過多種創新培訓模式，更好地實現員工的自我提升與多維度發展。

### 人才發展工程

2019 年，本公司的人才發展工程主要從領導班子、中層幹部隊伍、科技人才隊伍、黨務幹部與管理者隊伍等四個類別展開人才培養與隊伍建設，優化隊伍建設情況，打造敏捷高效的組織。

---

領導班子建設： 完善領導幹部教育培訓體系，有針對性地彌補知識弱項、能力短板、經驗盲區；推進職業經理人試點，並逐步推廣；

---

中層幹部隊伍建設： 健全乾部管理體系，精益規範管理；精耕梯隊建設，構建「後備 – 新任 – 在職」循環支撐的分級領導力培養體系；開展強化培訓，錘鍊經營意識；

---

科技人才隊伍建設： 根據公司向智慧物流轉型升級發展戰略需要，開展物流規劃、智能化、互聯網等重點領域人才招聘；以專業任職資格評審和職業技能鑑定為基礎，大力開展技術技能大賽及高技能人才資格申報工作；

---

黨務幹部與管理者隊伍建設： 開展黨務知識培訓，提升黨務工作者能力；建設學習型組織，搭建賦能平台，開展管理與業務知識培訓，打造一支高水平的管理者隊伍。

---

### 培訓體系

本公司為員工打造多元化能力提升的培訓體系，主要從領導力、專業能力、技能力三個維度進行培訓。

---

領導力提升： 可分為面向總監層的「北斗計劃」、面向中層幹部的「燈塔計劃」、面向後乾的「火炬計劃」，面向基層管理者的「星火計劃」、培養各層人員管理能力，形成自下而上的管理梯隊；

---

專業能力提升： 通過專項提升、通用技能培養等方面培養專業人員工作技能，提升團隊技術能力和工作效力；

技能能力提升： 培養操作人員業務能力，通過一崗多能、技能認證、技能晉級等形式促進操作人員工作能力提升。

2019年，本公司強化幹部賦能提升，通過編制《領導力模型》教材，匯聚文化力、戰略力、管理力、團隊力、執行力、客戶力、學習力、創新力等八大核心能力維度，明確核心內涵、行為倡導及提升方法，解碼領導力需求。我們鼓勵單位一把手親自開發課程、走上講台，用內部管理案例教學，提升幹部領導力、專業力；同時外聘具備豐富企業管理實戰經驗大咖，實現實戰與理論結合，錘鍊管理技能。2019年，本公司累計培訓總監3期、經理6期、候選青年幹部4期。

此外，本公司組織開展了2019年度P序列員工任職資格評定工作，累計完成547名P序列員工職級認證，旨在通過實施任職資格認證，激發員工工作動力，助力員工技能提升。

#### 案例：班組長全員培訓

2019年，本公司開展班組長全員培訓，由零部件事業部主導牽頭制定策劃培訓方案，人力發展中心對方案的制定進行專業指導，並把控過程的細節，不同事業部就需求差異進行溝通，最終達成共識並輸出方案。本次培訓過程參與單位密切配合，增強了各業務單位的培訓能力。



## 創新培訓模式

有效的培訓模式是培訓體系發揮作用的基礎，我們不斷探索創新培訓模式，通過技術技能大賽等助力人才發展。

### 案例：技術技能大賽

2019 年，本公司開展「賦能提升，變革發展」技術技能大賽，打造以賽促學、以賽促訓的人才開發模式，推動公司技術人才隊伍建設，踐行「各美其美，美人之美，美美與共，賽美更美」的賽美文化。該比賽通過設置叉車駕駛、黨務管理、市場營銷、智慧物流、商品車駕駛、安全環保管理等六大競賽項目，以不同的比賽形式，提升並檢驗員工的多元化技能。我們以辯論賽的形式，培養員工邏輯推理與臨場反應能力；以專業技能比賽的形式，考驗員工叉車、商品車駕駛技能；以模擬真實案例的形式，考驗員工識別風險與專業技術能力。本場比賽歷時五個月，共吸引了 19 個一級單位、500 餘名員工參加，最終共產生 28 個個人獎項，9 個團體獎項。

### 案例：「好講師」授課大賽

2019 年，本公司開展「好講師」授課大賽，創新內訓師的培訓培養模式，以賽促訓，實現精準賦能，為公司人才打造多元化發展平台。2019 年，本公司共沉澱了 21 門精品課程，評選出 10 位「好講師」。



2019 年，本公司開展各項培訓活動，參與者達到 133,151 人次，總學時達 212,041 小時。

### 7.3 員工關懷

員工是公司保持可持續發展的寶貴資源，有效的員工溝通與多樣化的關懷活動是提升員工幸福感與歸屬感的有效保證。我們旨在通過促進民主管理，切實保障員工切身利益；通過搭建員工溝通與反饋平台，聆聽員工心聲，了解員工需求；通過組織多元化活動，豐富員工業餘生活，與員工建立和諧的勞動關係，為員工營造融洽有愛的工作環境。

2019年，為促進民主管理，實現員工參與民主決策，我們共召開兩次職工代表專題會議。會議審議通過了《關於企業年金的調整方案》《關於重慶長安民生物流股份有限公司開展人員精益工作的通知》《重慶長安民生物流股份有限公司加班管理辦法》《重慶長安民生物流股份有限公司員工行為手冊（試行）》等與員工切身利益相關的制度辦法。通過民主決策，公司將更全面了解員工需求，切實從員工角度出發制定公司管理辦法。

為了加強與員工的溝通，本公司設立意見箱、熱線電話、網絡線上「員工意見建議直通車」等溝通平台。截至報告期末，本公司共收集到員工反饋 409 項。本公司就突出問題進行深入分解，並及時反饋與處理；若意見建議涉及組織與人力、薪酬與福利、業務發展等，本公司將針對共性問題及時做出政策宣傳解釋和反饋，以求在第一時間為員工答疑解惑。

為了營造良好的公司氛圍，與員工建立良好的互動關係，本公司定期以節日為契機開展系列群團活動，新中國成立 70 週年，我們開展《我和我的祖國攝影比賽》《我和國旗合個影》系列活動；建軍節開展「不忘初心、牢記使命」演講比賽；青年節開展「青春心向党、建功新時代」五四表彰大會、「青春同行、邁向高質量」健步行等活動。截至報告期末，我們累計開展群團活動 50 餘次。此外，我們就員工群體特殊性開展女性職工專題講座，單身青年追愛活動，讓員工在關愛活動中感受到我們的備至關懷。

系列關愛活動的開展，不僅有助於豐富員工的日常生活，也宣揚了公司「各美其美，美人之美，美美與共，賽美更美」的賽美文化核心理念，進一步激發賽美精神，凝聚全員向心力，提升品牌影響力，激發全員不斷創造「以客戶為中心、以結果為導向、以貢獻者為本」的理念，創造價值、分享價值。

### 案例：女性職工講座

2019 年 8 月 28 日，本公司工會邀請外部專業老師為女性員工進行女職工特殊疾病保險知識講座。女職工們就保險方案、保險責任、保險名詞、理賠指南等方面進行了了解，並現場提問答疑互動。通過本次講座女性職工了解到了更多的女性健康知識，女性保險險種類別，對女性的保障計劃有了更深的了解。



### 案例：豐富多彩的體育比賽活動

2019 年 11 月 21 日，本公司工會組織員工參加了街道舉辦的 2019 年籃球、乒乓球、羽毛球比賽，推動了員工健身活動的蓬勃發展，增強了廣大員工的身體素質，豐富了員工文體生活。



### 案例：「青春同行·邁向高質量」健步行活動

2019年3月，為倡導「健康體魄 快樂工作 幸福生活」的理念，切實提高員工身體素質，本公司組織開展「青春同行·邁向高質量」健步行活動，本次活動本公司各團（總）支部青年紛紛響應，離開電腦桌，積極參與到這場活動中。



### 案例：「青春之約·追愛專列」活動

2019年8月10日-11日，本公司單身團員青年參加由共青團重慶市委主辦的「青春之約·追愛專列」活動，到「戀愛之城，邂逅之都」的重慶黔江，去找尋自己的那份愛情。本次活動，本公司共有12名單身青年參加，他們在活動中結交到新的夥伴，並且各自收穫了愛情或友情。未來，我們將繼續從青年角度出發，圍繞青年成長髮展、身心健康等需求方面，不斷營造提供良好的婚戀交友平台。



## 8. 為愛而為 潤澤社區

本公司在發展自身的同時，秉承公益初心，不忘回饋社會。2019 年，我們參與精準扶貧工作，幫助定點單位實現脫貧摘帽；我們支持社區慈善活動，關愛弱勢群體，用多項實際行動踐行國有企業的社會責任。未來我們將繼續推進公益慈善事業，樹立公益新風尚。

### 8.1 定點扶貧

2019 年年初，國家發佈了《國務院辦公廳關於開展消費扶貧助力打贏脫貧攻堅戰的指導意見》，動員國有企業帶頭參與消費扶貧，幫助貧困人口增收脫貧，與社會共同助力打贏脫貧攻堅戰。本公司積極貫徹國家及集團公司系列扶貧工作精神，履行國有企業社會責任，開展定點扶貧資金撥付工作。同時，我們鼓勵員工共同參與，支持消費扶貧工作的開展。

就扶貧資金撥付工作，我們發佈了《2019 年定點扶貧資金撥付方案》，向定點扶貧單位雲南硯山縣捐贈人民幣 60 萬元。

就消費扶貧工作，我們全面落實集團公司「大力開展消費扶貧，切實做到全員參與」的工作要求，精心組織策劃幫扶計劃，優先採購貧困地區產品，促進貧困地區產業持續發展。報告期內，我們對雲南省硯山縣開展消費扶貧約人民幣 14 萬元，對周至縣開展消費扶貧約人民幣 2 萬元。

截至報告期末，本公司在開展定點扶貧活動中，投入金額共計人民幣 76 萬元，並成功幫助雲南省硯山縣和瀘西縣提前實現脫貧摘帽。

#### 案例：消費扶貧 -- 採購雲南省硯山縣高原梨

公司為積極支持定點扶貧單位脫貧攻堅雲南省硯山縣採購當地特產瀘西高原梨，以推動瀘西高原梨產業發展，為瀘西縣貧困群眾實現增收脫貧起到積極的促進作用，本次消費扶貧金額共計人民幣 14 萬餘元。最後，我們將貧困地區採購所得的高原梨均以員工福利的方式發放給公司員工，實現了消費扶貧工作與員工慰問的有效結合。



### 案例：內部動員消費滯銷黑布林

在得知陝西周至縣馬召鎮仁煙村黑布林豐收滯銷的消息後，本公司在內部積極號召，廣泛動員員工，促進貧困地區產品消費。最終在公司統一購買500箱黑布林的同時，員工自發購買達380餘箱，消費金額共計約人民幣2萬餘元。



## 8.2 社區貢獻

落其實者思其樹，飲其流者懷其源。我們深知公司的發展離不開社會公眾的支持，在自身發展過程中，我們不忘初心，持續用實際行動回饋社會，踐行社會責任。同時，我們也鼓勵我們的員工為公益事業貢獻志願服務。

### 案例：「我是賽美青年，我為雷鋒代言」主題活動



2019年3月，本公司以學雷鋒紀念日為契機，開展「我是賽美青年，我為雷鋒代言」的學雷鋒青年志願服務活動，以「立足本崗位，服務生產經營」為主要內容，提升賽美青年志願服務熱情，傳遞愛心善舉。

### 案例：「關愛陪伴，愛在心間」敬老愛老活動

2019 年 4 月 26 日，為迎接五四運動 100 週年，接力傳承五四精神，本公司供應鏈事業部團總支組織開展「關愛陪伴，愛在心間」主題敬老院志願服務活動。本次活動有團總支 10 餘人及福安社區養老服務站 40 餘名老人共同參加。

活動中，團員志願者和老人們共同觀看了電影並與老人們合作完成了有趣的剪紙活動，現場呈現一片歡樂的氣氛。這次活動增強了團員志願者參與公益活動的熱情，為營造敬老愛老的良好社會氛圍持續貢獻力量。



## 9. 可持續發展表現概述

2019年，本公司繼續為企業的可持續發展做努力，我們通過與往年數據的比較，不斷總結與完善，從環境、社會、管治三個層面開展自我提升工作，以切實迴應投資者及社會的需求，提升公司可持續發展表現。

### 9.1 環境指標

#### 用水量 & 密度

水資源管理	2018年	2019年
耗水量（立方米）	304,649	253,394
耗水密度（立方米 / 萬元收入）	0.60	0.58

#### 能耗量 & 密度

能源使用情況	2018年	2019年
外購電力（兆瓦時）	10,573	8,527
無鉛汽油（升）	754,981	145,722
柴油（升）	44,030,130	5,670,471
天然氣（立方米）	51,512	36,710
總能耗（兆瓦時）	451,159	66,027
總能耗密度（兆瓦時 / 萬元收入）	0.88	0.15

#### 溫室氣體排放量 & 密度

溫室氣體排放	2018年	2019年
溫室氣體排放（二氧化碳當量 - 噸）（僅限範疇一）	116,766	15,142
溫室氣體排放（二氧化碳當量 - 噸）（僅限範疇二）	6,410	7,544
溫室氣體排放總量（二氧化碳當量 - 噸）（範疇一 + 範疇二）	123,176	22,686
溫室氣體排放密度（二氧化碳當量 - 噸 / 萬元收入）（僅限範疇一、二）	0.24	0.05

廢水排放量 & 密度

廢水排放	2018 年	2019 年
廢水排放 (立方米)	274,184	219,646
廢水排放密度 (立方米 / 萬元收入)	0.54	0.51

有害廢棄物 & 密度

有害廢棄物處理	2018 年	2019 年
廢機油 (千克)	2,616	4,683
廢機油密度 (千克 / 萬元收入)	0.0051	0.01
硒鼓 (個)	560	1,322
電瓶 (個)	194	65
燈管 (個)	1,104	423
其他有害廢棄物密度 (個 / 萬元收入)	0.0036	0.0042

無害廢棄物 & 密度

無害廢棄物處理	2018 年	2019 年
廢舊輪胎 (條)	517	359
廢舊輪胎密度 (條 / 萬元收入)	0.0010	0.0008
廢紙張 (噸)	4.03	16.39
重量計廢紙張密度 (噸 / 萬元收入)	0.0000079	0.000038

## 9.2 社會指標

### 員工總數

僱員人數：按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分	2018年	2019年
員工總數（人）	7,925	6,012
女性員工（人）	1,641	1,912
男性員工（人）	6,284	4,100
管理人員（人）	199	198
專業人員（人）	1,603	1,452
操作人員（人）	6,123	4,362
35歲及以下（人）	2,994	2,993
36–50歲（人）	4,512	2,331
51歲及以上（人）	419	688

### 員工流失率

員工流失率：按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分	2018年	2019年
女性員工流失率	3.06%	21.93%
男性員工流失率	3.33%	15.96%
管理人員流失率	63.14%	2.94%
專業人員流失率	0.55%	10.87%
操作人員流失率	1.90%	19.37%
35歲及以下流失率	1.92%	19.95%
36–50歲流失率	3.88%	12.34%
51歲及以上流失率	7.89%	49.42%

### 員工健康與安全

	2017年	2018年	2019年
因工作關係死亡人數（人）	0	0	0
普通工傷日數（天）	0	176	0
工傷次數（次）	0	5	0

員工培訓

	2017 年		2018 年		2019 年	
	受訓人次 (人次)	總時數 (小時)	受訓人次 (人次)	總時數 (小時)	受訓人次 (人次)	總時數 (小時)
全體員工	122,381	323,046	111,892	245,713	133,151	212,041
董事長、總經理、 副總經理	46	227	65	556	42	444
總監	1,855	7,549	631	1,262	982	2,866
經理	6,061	12,091	3,905	5,578	1,867	5,446
專業人員	36,188	90,270	42,418	78,159	31,161	53,154
操作人員	78,231	212,909	64,873	160,158	699,099	150,131

供應商數據

	2017 年	2018 年	2019 年
供應商總數 (家)	846	1,044	1,450
分地區供貨商數量			
華南 (廣東、廣西、海南)	17	19	33
華東 (山東、江蘇、安徽、上海、浙江、江西、福建)	282	312	369
華中 (河南、湖北、湖南)	32	33	26
華北 (北京、天津、河北、山西、內蒙古)	109	120	180
東北 (黑龍江、吉林、遼寧)	73	82	47
西南 (四川、貴州、雲南、重慶、西藏)	326	470	785
西北 (陝西、甘肅、寧夏、青海、新疆)	0	1	1
港澳台	7	7	7
海外	0	0	2

產品責任

	2017 年	2018 年	2019 年
客戶滿意度調查結果 (%)	93.32	95.38	96.18
客戶投訴數目	48	23	8

公益總投入

	2017 年	2018 年	2019 年
在公益方面投入的資金 (人民幣元)	1,000,000	600,000	760,000

## 10. 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)		對應章節	對應頁碼	
環境				
A1: 排放物	一般披露		綠色物流 環保使命	27, 29, 31
	KPI A1.1	排放物種類及相關排放數據	本公司營運過程廢氣主要來自於汽車運輸使用汽油和柴油過程產生的二氧化硫和氮氧化物。我們嚴格控制用油源頭，確保機動車使用合格合規汽油，減少有害廢氣的產生。具體排放數據尚未披露，未來我們會持續加強用油數據管理。	-
	KPI A1.2	溫室氣體總排放量及密度	排放物管理 可持續發展表現概述	30, 53
	KPI A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度	排放物管理 可持續發展表現概述	29, 54
	KPI A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度	排放物管理 可持續發展表現概述	30, 54
	KPI A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果	排放物管理	29-31
	KPI A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	排放物管理	29-30
A2: 資源使用	一般披露		能源資源管理	31
	KPI A2.1	能源總耗量及密度	能源資源管理 可持續發展表現概述	32, 53
	KPI A2.2	總耗水量及密度	能源資源管理 可持續發展表現概述	33, 53
	KPI A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果	能源資源管理	31-34
	KPI A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果	本年度本公司在求取水源上無任何問題，但本公司仍注重節約用水，詳見能源資源管理	32-33
	KPI A2.5	製成品所用包材料的總量及每生產單位佔量	能源資源管理	34

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			對應章節	對應頁碼
A3: 環境及天然資源	一般披露		環境管理體系	27
	KPI A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	本公司業務活動未對環境及天然資源產生重大影響，故本指標不適用。	-
<b>社會</b>				
B1: 僱傭	一般披露		以人為本	41
	KPI B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	以人為本 可持續發展表現概述	42-43, 55
	KPI B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	以人為本 可持續發展表現概述	43, 55
B2: 健康與安全	一般披露		安全營運	22, 24
	KPI B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	安全營運 可持續發展表現概述	26, 55
	KPI B2.2	因工傷損失工作日數	安全營運 可持續發展表現概述	26, 55
	KPI B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	安全營運 職業健康	21-26
B3: 發展及培訓	一般披露		培訓及發展	44
	KPI B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	培訓及發展 可持續發展表現概述	56
	KPI B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	培訓及發展 可持續發展表現概述	56
B4: 勞工準則	一般披露		以人為本	41
	KPI B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	以人為本	41
	KPI B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	以人為本	41

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)		對應章節	對應頁碼	
B5: 供應鏈管理	一般披露	共創產業鏈生態圈	36	
	KPI B5.1	按地區劃分的供應商數目	共創產業鏈生態圈 可持續發展表現概述	40, 56
	KPI B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	共創產業鏈生態圈	39
B6: 產品責任	一般披露	保障客戶服務質量 全方位提升客戶服務	14, 17	
	KPI B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	已售或已運送產品總數因安全與健康理由而須回收的百分比為零。	-
	KPI B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	全方位提升客戶服務 可持續發展表現概述	17-18, 56
	KPI B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	共創產業鏈生態圈	36
	KPI B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	保障客戶服務質量	14-17
	KPI B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	全方位提升客戶服務	18-19
B7: 反貪污	一般披露	倡廉善治	5	
	KPI B7.1	於彙報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	倡廉善治	6
	KPI B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	倡廉善治	4-6
B8: 社區投資	一般披露	為愛而為 潤澤社區	50	
	KPI B8.1	專注貢獻範疇	為愛而為 潤澤社區	50-52
	KPI B8.2	在專注範疇所動用資源	為愛而為 潤澤社區 可持續發展表現概述	50, 56