



中国外运股份有限公司  
SINOTRANS LIMITED

股票代码：H 股 0598 A 股 601598

# 2019

## 社会责任报告

(环境、社会及管治报告)

成就客户 创造价值



中国外运股份有限公司  
SINOTRANS LIMITED

地址：北京市朝阳区安定路 5 号院 10 号楼 B 栋

邮编：100029

传真：8610 52296519

电子邮箱：ir@sinotrans.com

公司网址：http://www.sinotrans.com



## 报告编制说明

欢迎您阅读中国外运股份有限公司(「本公司」或「公司」, 连同其子公司简称「本集团」、「中国外运」或「我们」)2019社会责任暨ESG(环境、社会及管治)报告(「本报告」)。本报告是中国外运发布的第6份年度ESG报告, 旨在披露本集团在开展综合物流业务的同时, 于履行社会责任(包括环境、社会及管治)方面的管理方法、主要实践和成效。

本公司董事会及全体董事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, 并对其报告的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。本公司董事会已审阅及批准本报告。

## 报告范围

报告时间范围为2019年1月1日至2019年12月31日(「报告期」), 部分内容或有合理延伸。报告中数据及信息均来自本公司及其附属公司。

## 编制依据

本报告根据香港联合交易所有限公司(简称「联交所」)《环境、社会及管治报告指引》(简称「指引」)及上海证券交易所(简称「上交所」)《上市公司环境信息披露指引》而编制, 同时参照全球报告倡议组织(「GRI」)《可持续发展报告指南》(「G4」)。有关本公司企业管治的进一步内容, 亦请参阅本公司《2019年年报》(以下简称「年报」)「企业管治报告」章节。

## 数据与信息说明

本报告所载数据与信息主要通过内部数据收集与统计、日常梳理和总结。如无特别说明, 报告中所涉及货币金额均以人民币列示。

本报告所披露的经营性数据均来自于本公司年报。如所列数据有异, 均以年报为准。

## 发布形式

本报告以中文简体、中文繁体及英文三种文字的PDF电子文档形式发布, 可在中国外运网站浏览下载(网址: <http://www.sinotrans.com>)。如对报告内容有任何歧义, 请以中文简体为准。

## 联系方式

如对本报告的内容有任何意见或建议, 可通过以下联系方式致电或致信于本公司。

地址: 北京市朝阳区安定路5号院10号楼B栋10层中国外运投资者关系部邮编: 100029

联系电话: 8610-5229 5721

Email: [ir@sinotrans.com](mailto:ir@sinotrans.com)

|                      |    |                      |
|----------------------|----|----------------------|
| ● 报告编制说明             | 25 | ● 客户至上 合作共赢 赋能新成效    |
| ● 2 董事长致辞            | 25 | ● 客户服务与管理            |
| ● 4 关于我们             | 25 | ● 客户服务               |
| ● 14 战略引领 治理优化 赋能新阶段 | 25 | ● 客户管理               |
| ● 14 社会责任管理          | 26 | ● 供应链管理              |
| ● 15 公司治理            | 27 | ● 27 以人为本 社区关爱 赋能新面貌 |
| ● 17 利益相关方沟通         | 27 | ● 27 员工管理            |
| ● 18 品牌宣传            | 27 | ● 27 人力资源管理          |
| ● 19 投资者关系           | 29 | ● 29 员工发展            |
| ● 20 信息披露            | 29 | ● 29 员工关爱            |
| ● 21 强本固基 创新驱动 赋能新动力 | 31 | ● 31 社区关爱            |
| ● 21 风控与合规管理         | 34 | ● 34 保护环境 绿色发展 赋能新理念 |
| ● 22 安全管理            | 34 | ● 34 环境管理            |
| ● 23 廉洁建设            | 37 | ● 37 环境与天然资源         |
| ● 24 科技创新及知识产权管理     | 38 | ● 38 附: 指标索引         |



## 董事长致辞



李关鹏  
董事长

2019年是中国外运「十三五」战略的收官之年，我们秉承着与员工、客户、股东及社会「共生共享、共创共赢」的理念，以「提质与优化、转型与推广、整合与增效、创新与引领、变革与转化、管理与赋能」为着力点，在业务拓展及企业经营管理的诸多方面取得跨越式发展和历史性突破，较好地履行了社会责任。

这一年，我们企业使命实现升级。我们确立了中国外运「运万物、连世界、创生态，以物流成功推动产业进步」的新的企业使命。

这一年，我们商业模式渐入佳境。中国外运第一个全国标准化产品「外运E拼」在国内实现全系统覆盖，上线了第一个全国共享中心——关务云，推出了中国外运全国统一的物流电商平台——运易通，物流提供商、物流整合商、物流平台商三位一体的商业模式已初具格局，客户体验和满意度极大提升。

这一年，我们网络格局组建成形。我们形成了五大区域公司，重组设立了中国外运海外发展有限公司、中外运物流投资控股有限公司，并设立了中外运创新科技有限公司，形成了五大专业公司和全网运营格局，「以口岸带动内地、以解决方案带动全局」的效果进一步显现。

这一年，我们资本运作实现突破。我们在上海证券交易所A股主板市场成功登陆，实现了A+H两地上市；完成了KLG集团旗下七家欧洲物流公司多数股权的收购，为未来发展带来增长空间。

这一年，我们智慧物流持续发力。致力于打造中国第一智慧物流品牌，完成了数字化规划，组建了第一个智慧物流技术中心，ABCDT(人工智能、区块链、云计算、大数据、物联网)在物流全场景的应用全面开花。

这一年，我们文化驱动共创共生。我们打造了「客户为天、价值为根、创变为魂、奋斗为本」的文化体系，致力于成就多维客户、创造多维价值。我们建立了「以奋斗者为本、以价值创造者为本」的人力资源体系，关注员工发展，使员工与企业同发展、共成长。

这一年，我们积极履行社会责任。我们持续关注环境保护，企业生产经营产生的排放物排放量和资源消耗较上年均实现大幅下降，环境保护的管理能力进一步加强。我们继续热心社会公益事业，助力帮贫扶贫，积极开展志愿者活动，真诚回馈社会，努力实现企业与社区的和谐共建。

2020年，新型冠状病毒疫情在全球范围内呈现爆发态势，中国外运积极履行社会责任，抗击疫情。展望2020，我们将守正守定，坚持长期价值主义，坚守「打造世界一流智慧物流平台企业」的战略目标；我们将知重负重，实现从传统优势到新优势的转变，擦亮中国外运的金字招牌；我们将砥砺前行，以创变精神为引领，打赢业务重构、运营重塑、组织重建的三场硬仗，以客户驱动、数字驱动、创新驱动、人才驱动、文化驱动体系化赋能战略决胜。

# 关于我们

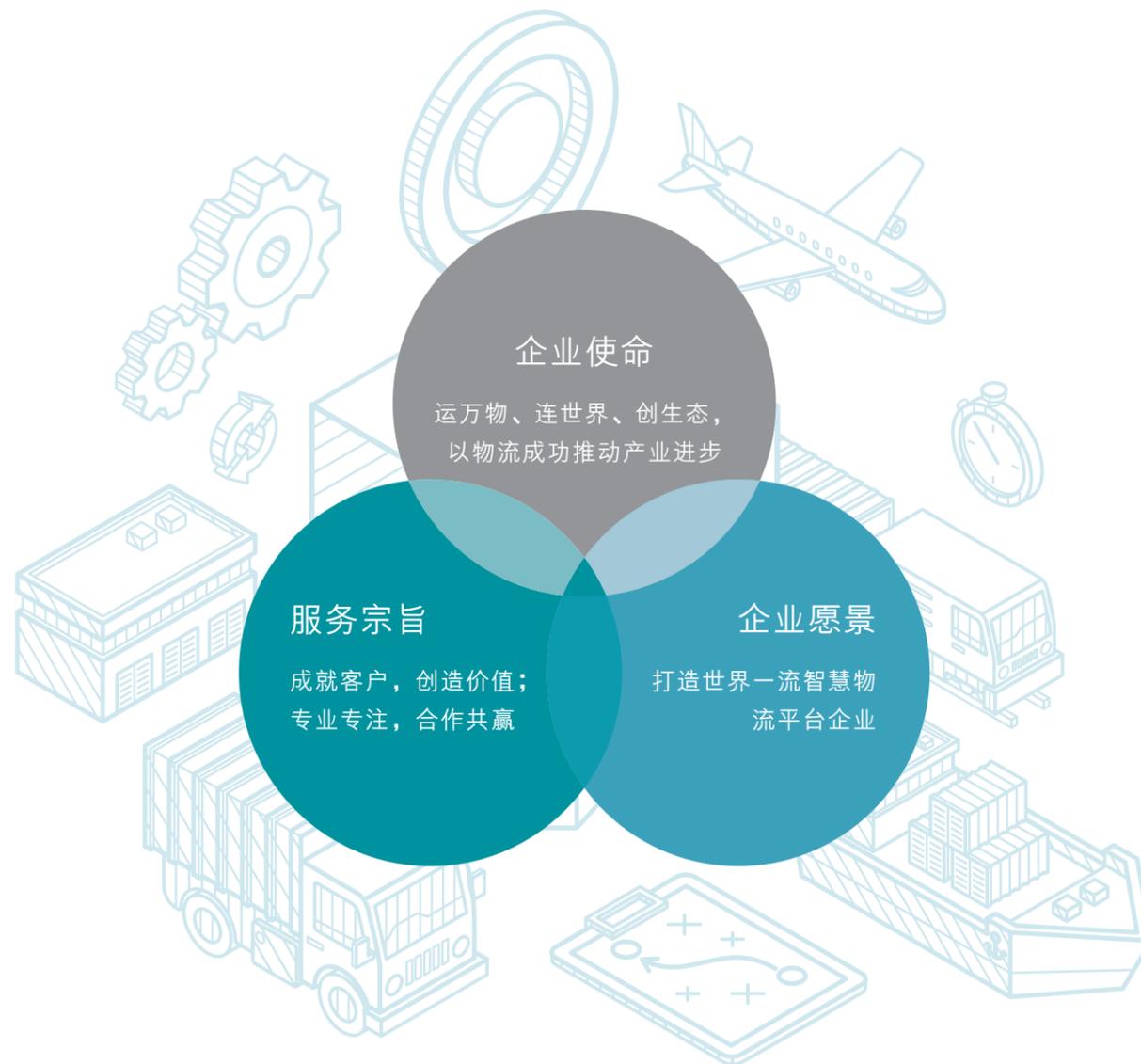
中国外运成立于2002年11月20日，并于2003年2月13日在香港联合交易所成功上市(0598HK)，2019年1月18日在上海证券交易所挂牌上市(601598SH)，是招商局集团控股的子公司和物流业务的统一运营平台。

本集团是中国具有领先地位的综合物流服务供货商，主营业务包括代理及相关业务、专业物流和电商业务，主要集中于中国发展迅速的沿海地区和战略性地区，并拥有广泛而全面的国内服务网络和海外网络。凭藉完善的服务网络资源以及综合物流服务模式与专业能力，本集团能够为客户提供全方位的综合物流服务，成为客户专业的物流合作夥伴，并在市场竞争中居于领先地位。



# 发展战略

中国外运定位为物流行业领跑者、产业整合者、供应链物流生态圈的构建者、智慧物流的引领者和实现世界一流的物流产业的推动者，将通过深化企业转型、重构商业模式，实现由物流服务供应商向智慧物流服务整合商的转变，最终发展成为世界一流的智慧物流平台企业。



### 企业发展里程碑



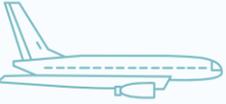
**1950**  
中国对外贸易运输(集团)总公司成立(简称「中国外运集团」)



**1958-1985**  
中国外运集团行使外贸部运输局的行政职能



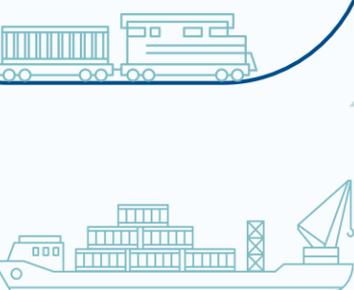
**1973**  
开辟中国首条集装箱运输航线,开创我国集装箱运输的先河



**1986**  
成立中外运-敦豪国际航空快件有限公司(DHL中国国际航空快件有限公司)、中国船务代理有限公司



**1980**  
首条国际大陆桥运输通道、首家开辟国际「多式联运」业务、首次实现了「一票到底」的「门到门」服务、中国首家航空快件服务商、中国首次试行挂式集装箱、成为国际货运代理协会联合会(FIATA)正式会员



**1977**  
中国首家推出海铁联运服务,开创了铁路运输货物经香港中转,海运至世界各地的铁海联运业务



**2000**  
空运板块在上交所上市中外运空运发展股份有限公司(简称「外运发展」)(600270SH)国内航空货运代理行业首家上市公司



**FIATA**  
**2015**  
招商局集团有限公司(简称「招商局」,连同其子公司简称「招商局集团」)与中国外运长航实施战略重组中国外运长航整体并入招商局中国外运成为中国首家当选FIATA华人主席的企业



**2002**  
中国外运集团将从事综合物流业务的优良资产拆分出来中国外运股份有限公司成立

**2003**  
中国外运在香港上市(0598HK),成为首家实现境外上市的国内物流企业



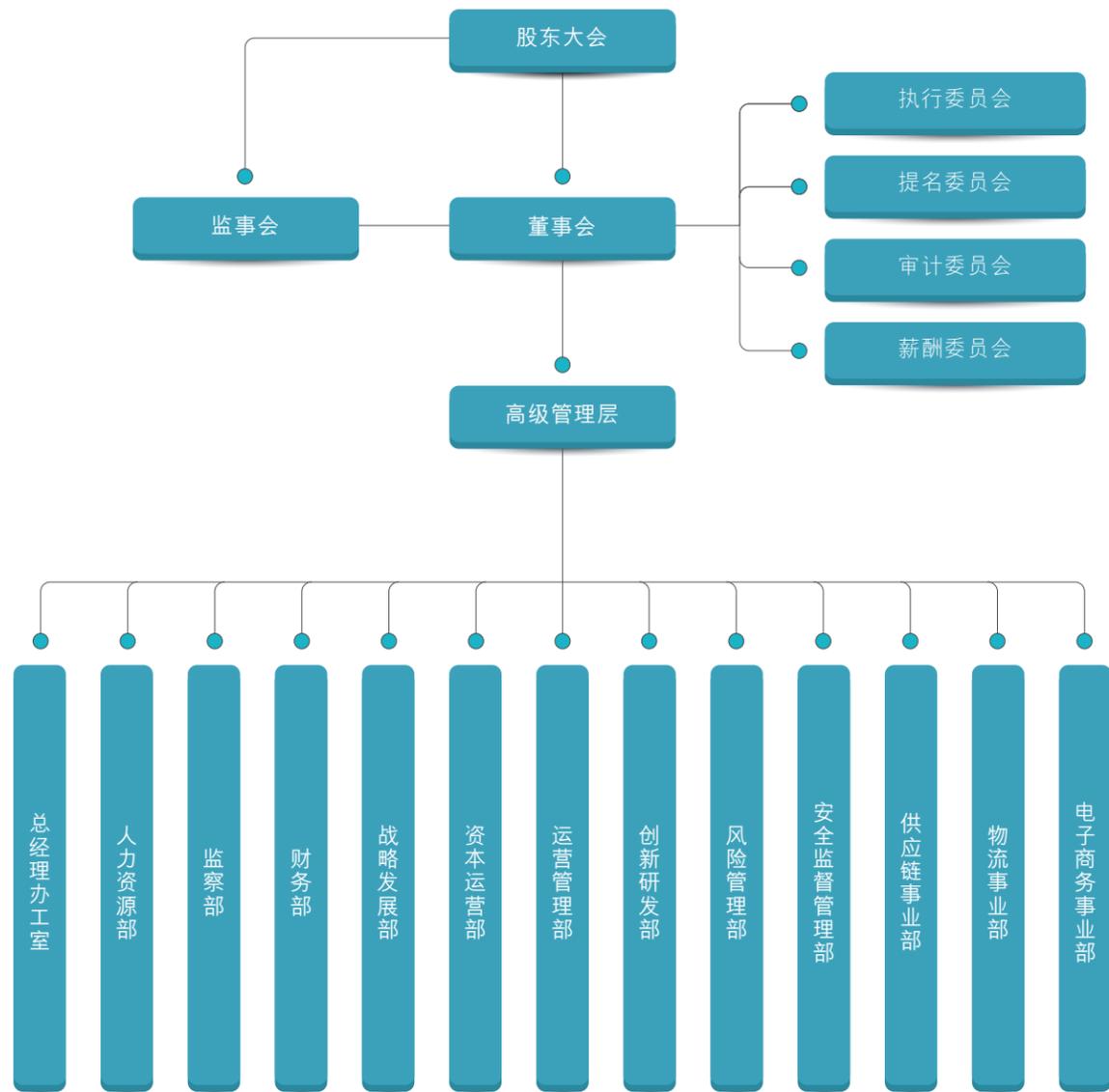
**2016**  
确定中国外运「十三五」规划并与招商局集团深度整合,明确「打造世界一流的智慧物流平台企业」愿景

**2017**  
中国外运以发行股票的方式收购中外运物流有限公司(原名为招商局物流集团有限公司),成为招商局旗下经营和发展综合物流业务的统一运营平台

**2009**  
中国外运集团与中国长江航运(集团)总公司重组,更名为中国外运长航集团有限公司(简称「中国外运长航」)

**2019**  
中国外运吸收合并外运发展在上交所上市(601598SH),成功实现A+H两地上市。

### 组织架构



### 业务板块



网络分布

# 国内网点



网络范围覆盖全国:

32个省、自治区、直辖市以及香港地区

境内企业:

近1,000家

自有车辆

2,242辆  
75,137载重吨

租赁车辆

261辆  
4,918载重吨

自有仓库

418万平方米

租赁仓库

305万平方米

堆场

集装箱37个

散货堆场17个  
197万平方米

船舶

29艘  
63,143总载重吨(吨)

铁路专线

6条  
9,071米

码头

8个  
3,700米

网络分布

# 海外网络

海外经营网点

73个

分布国家和地区

37个



### 抗击疫情

#### —国家有需，外运必达

- 助力[灾急送]应急物流平台，为全国范围内支援疫情防控物资提供应急物流保障
- 为武汉火神山、雷神山医院提供工程建设物资、医疗设备、医用防护用品的物流服务
- 调动全网跨境资源，从海外采购、提派、空运通道保障到国内派送，实现了海外多国向国内提供救援物资全程物流服务
- 在欧洲与中国之间航班往来大幅缩减的情况下，全力保持杭州—列日包机航线持续顺畅运营，成为在全球抗击疫情的不同阶段保障亚欧之间物资运输的重要航空通道
- 在保证安全的情况下积极复工，全力以赴完成今年经营任务



## 战略引领 治理优化 赋能新阶段



### 社会责任管理

我们始终相信，积极履行社会责任是良好企业的基本素质，既是顺应经济社会发展趋势的外在要求，也是提升企业可持续发展能力的内在需求。在战略引领下，中国外运将履行社会责任与企业发展战略有效对接，推动社会责任融入企业生产经营各个方面，努力打造受人尊敬的国际化公司。

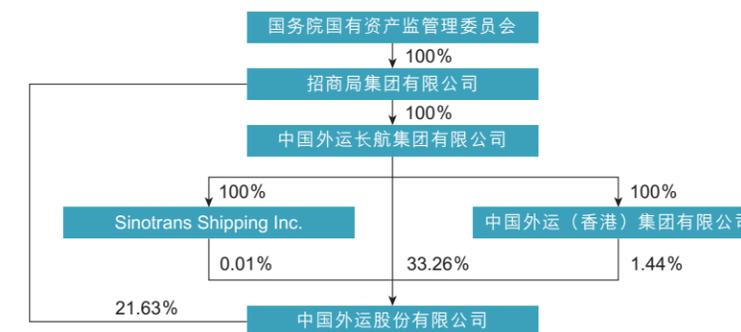
2019年度，本集团继续将社会责任管理的理念以及对利益相关方的承诺贯穿于企业经营管理中，并转化为实际行动。公司董事会对年度社会责任报告进行专项审议，并就社会责任相关的重大事项进行审议与决策。公司管理层积极贯彻社会责任理念，通过设立社会责任专项小组，宣导社会责任、开展社会责任活动，定期梳理或收集社会责任履行情况。同时，要求各下属子公司积极践行社会责任，并在所在地区开展各类社会责任活动，比如本公司下属中外运化工国际物流有限公司与多家化学品制造商、物流商

签订了应急服务协议，能够提供专项应急救援服务，并多次应属地政府部门、应急管理部门要求，主导和参与化学品事故应急救援工作，如2015年天津港爆炸事故、2017年易燃气体集装箱泄漏事故应急处置等。为进一步提升应急响应能力，2019年中外运化工国际物流有限公司向国家应急管理部申请成为化学品事故应急救援专业队，以获得更加全面、专业指导，更好服务社会。

报告期内，我们继续按照国务院国有资产监督管理委员会、中国证券监督管理委员会、上交所和联交所等监管机构的要求，进一步强化社会责任信息披露和管理，通过对比最佳实践，形成了环境、社会和治理优化意见，努力在2020年改进和完善。

### 公司治理

于2019年12月31日，中国外运发行总股本为7,400,803,875股，其中A股5,255,916,875股，H股2,144,887,000股。招商局为本公司实际控制人，与其一致行动人合计持有本公司4,169,376,639股股份，占本公司已发行总股本约56.34%。股权架构图如下：



本公司严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。本公司已制订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等一系列规章制度。报告期内，公司持续完善法人治理制度建设，修订了《公司章程》、《总经理工作细则》、《董事会执行委员会议事规则》共三项制度，新制定了《董事会审计委员会年报工作规程》、《与关联方资金往来管理制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》等六项工作制度。

股东大会为本公司的最高权力机构。为确保所有股东，特别是中小股东享有平等地位，充分行使其权力，公司鼓励所有股东出席股东大会，努力使其成为与投资者进行直接沟通，并建立良好关系的渠道。股东大会采用现场投票和网络投票两种方式召开，严格履行表决投票程序，积极维护股东合法权益。2019年度，本公司共召开股东周年大会1次，临时股东大会2次，共审议20项议案，所有议案均获股东大会投票表决通过。

董事会以公司利益最佳为原则对股东大会负责。根据法律法规及股东大会的授权，董事会积极履行企业管治职能，包括制定及检讨公司企业管治政策，检讨公司遵守企业管治守则的情况及披露信息等。同时，董事会高度关注战略规划、业务发展、风险管理、重大投资以及与社会相关等重要事项。各位董事忠实、勤勉、尽责地履行董事职责，并以股东利益为前提对公司管理、监控承担共同及个别责任。于2019年12月31日，公司董事会由11名董事组成(其中1名女士)，包括公司治理、企业管理、法律、财务及物流行业的专家。2019年度，本公司董事会共召开12次会议，审议议案41项，听取汇报2项。

监事会作为公司的监督检查机构，检查公司财务、重大项目，对董事会及其成员以及高级管理人员进行监督，保护公司股东利益。监事会通过召开监事会会议，列席公司的董事会，以及对附属公司开展现场检查和调研等方式，对公司的财务状况、公司依法运作情况和高级管理人员的尽职情况进行审查。各位监事以积极、勤勉、谨慎、诚信为原则，有效展开了各项工作。于2019年12月31日，公司监事会由5名监事组成(其中2名女士)。2019年度，监事会共召开6次会议，审议议案14项。

## 利益相关方沟通

公司持续与利益相关方接触并保持沟通，包括监管机构、股东、员工、客户、合作伙伴、媒体、社区和公众等，以了解他们的期望并处理他们关注的环境、社会及管治方面的问题。本集团透过会议、访谈、内部讨论、调查及意见回馈计划等一系列渠道来收集利益相关者的意见，董事会据此识别、评估与本公司的发展相关的最具重要性的环境、社会及管治方面的问题。

| 利益相关方 | 期望和要求  | 沟通方式和渠道  | 公司回应   |
|-------|--|--|--|
| 监管机构  | <ul style="list-style-type: none"> <li>经营安全</li> <li>遵纪守法</li> <li>合规运营</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>制定政策</li> <li>信息报送</li> <li>日常沟通</li> <li>高层会晤</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>守法经营，依法纳税</li> <li>严格遵守各类法律法规</li> <li>仔细研读政策文件，积极配合监管机构</li> <li>推广使用清洁能源，大力倡导节能技术改造</li> </ul>                |
| 股东    | <ul style="list-style-type: none"> <li>盈利水平</li> <li>现金分红</li> <li>信息披露</li> <li>公司治理</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>股东大会</li> <li>公司公告</li> <li>定期报告</li> <li>路演/反向路演</li> <li>上证e互动</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>不断提升公司盈利能力</li> <li>保持现金分红政策</li> <li>加大公司信息披露力度</li> <li>遵照政策法规和市场意见不断完善公司治理</li> </ul>                        |
| 员工    | <ul style="list-style-type: none"> <li>奖励福利</li> <li>健康安全</li> <li>职业发展</li> <li>教育培训</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>职工代表</li> <li>员工沟通</li> <li>劳动合同</li> <li>生活关爱</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>完善薪酬绩效制度及员工保障体系</li> <li>启动股权激励计划</li> <li>提供良好的工作条件和环境</li> <li>提供长远的职业发展机会</li> <li>丰富的培训形式，提升培训质量</li> </ul> |
| 客户    | <ul style="list-style-type: none"> <li>优质服务</li> <li>价格合理</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>服务保障</li> <li>产品供应</li> <li>合同签订</li> <li>客户服务</li> <li>公司网站</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>科学突破，保障服务稳定与安全</li> <li>提供优质，个性化的产品及服务</li> <li>建立便捷的销售网络</li> </ul>  |
| 合作伙伴  | <ul style="list-style-type: none"> <li>公开招标</li> <li>公平公正</li> <li>诚实守信</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>合同协议</li> <li>服务质量</li> <li>合作开发</li> <li>共同发展</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>公开公平公正的招标流程</li> <li>严格合同约定和协议</li> </ul>   |
| 媒体    | <ul style="list-style-type: none"> <li>信息透明</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>发布报告</li> <li>多渠道披露信息</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>定期披露社会责任信息和公众关心的重大事件</li> </ul>   |
| 社区和公众 | <ul style="list-style-type: none"> <li>和谐社区</li> <li>公益活动</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>合作共建</li> <li>宣传活动</li> <li>社区建设</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>共同参与和谐社区建设</li> <li>积极开展公益慈善活动</li> <li>带动运营地区经济发展</li> </ul>   |

## 品牌宣传

中国外运重视品牌管理工作，通过品牌宣传使客户更了解我们的产品与服务，使员工更了解我们的企业文化与理念，使股东及潜在投资者更了解公司的发展，并与同业夥伴交流以了解行业最新发展情况。

2019年，公司着重加强企业形象提升、品牌宣传，并以「以世界一流智慧物流平台企业塑造形象」进行品牌重塑，内部重塑品牌认知、外部推广品牌理念。具体包括：

- (1) 建立并打造了专业推广团队，以微信企业公众号为载体，加强宣传力度，围绕品牌理念，在企业内部通过物流大讲堂、微课等多渠道宣贯品牌认知。报告期内，线下品牌推广展会及活动发声12次，组织参报并获得多项国内外奖项。企业微信号发布量565篇，行业发声事件图片直播5次，单图片直播渠道品牌曝光率超过20万次，全年推出专题报道45篇，点击率超过10,000的文章6篇，包括「中国外运A股上市仪式」、「6月的慕尼黑，‘外运蓝’惊艳了全世界」、「中国外运，‘三维’一体—专访中国外运股份有限公司董事长」等。
- (2) 围绕「智慧物流、战略引领」等主题，加大行业推广力度，树立打造多维度管理层形象。报告期内，开展多维度线下品牌推广活动10余次，包括成功参展德国慕尼黑物流展。同时，公司管理层接受了来自《中国航务周刊》、《物流时代周刊》、人民日报德国分社、罗戈网、物流沙龙等媒体的专访，还就智慧物流、一带一路等话题在新华社等平台增加媒体曝光。此外，公司制作了中国外运多语言、多场景版本宣传片，广泛应用在客户洽谈、展览展会推介过程中。



中国外运参展德国慕尼黑物流展



中国外运董事长李关鹏先生接受《物流时代周刊》采访

## 投资者关系

公司始终重视并提升投资者关系，在符合相关法律法规的前提下，竭力保障广大投资者与公司管理层之间的沟通，通过多种方式及时传递本集团业务发展与经营上的最新信息，及时将投资者意见和建议整理上报管理层，并依据公司管治原则进行准确的信息披露。我们深信与投资者持续有效的沟通，将有助于公司管理透明度和管治水平的提高，并能为股东创造更大价值。

2019年是公司A股上市元年，一是接触了A股重要买方和卖方机构，建立了初步沟通渠道，二是首次组织A股投资者反向路演，考察了中国外运上海奉贤物流中心，约20位投资者应邀参加活动；回覆上证E互动问题60余个；从2019年6月开始，根据资本市场重点关注问题的频率，整理了《资本市场关注的重点问题》对内定期反馈，对内进行督促和改进。

报告期内，公司安排投资者一对一会议及电话会议近80场，并完成香港路演两次、国内路演一次、反向路演两次，参加投行年会及策略会14次。为进一步丰富投资者获取信息的渠道，公司已于2020年初建立投资者关系群企业微信，及时推送公司最新公开信息披露及信息资讯。2019年，共有11家机构发布关于公司的研究报告42份。



2019年中期业绩投资者发布会

## 信息披露

本公司自2019年A股上市以来，严格遵守《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》、《香港联合交易所有限公司证券上市规则》等有关法律法规及《公司章程》，按照真实、准确、完整、及时、合规的披露原则，积极履行信息披露义务，做好各项强制性信息披露工作。

2019年，为进一步提升信息披露质量，加强公司重大信息报送主体的合规意识和责任意识，公司多次召开内部合规专题会及培训会，编制重要合规事项总结，建立内部合规专项联络人制度和线上实时监控，形成了关联交易、对外投资等事项的日常统计与监控机制，实现了持续关连交易的实时线上监控。同时，为提高公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员依法合规履职的能力，编制了《控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员上市合规义务及行为规范汇编》，并积极组织公司董事、监事及高级管理人员参加内外部培训。

报告期内，中国外运共披露公告文件335份，其中A股公告文件123份，H股英文版公告文件79份，中文版公告文件133份。公司在完成定期报告等强制性信息披露的同时，还就股东和投资者关心的重大事项(比如重大项目的进展情况)进行披露，确保投资者能够及时、公平、准确、完整地了解公司运营的真实情况。

## 强本固基 创新驱动 赋能新动力

### 风控与合规管理

中国外运以「体系优化、风险防范、风险化解、监督整改、文化建设」五方面工作为抓手，持续推进风控、合规、审计、追责「四位一体」的风险管理闭环体系建设，着重实现风险管理工作的基础提升、体系提升、价值提升。

2019年，公司根据内外部形势，评估确定了十大风险(包括运营管理风险、核心竞争力风险、战略实施风险、人力资源管理风险、资源整合风险等)，持续推动风险管控措施的执行，并每季度对管控措施的实施进展情况进行跟踪，加强风险管理水平。此外，启动了数据监控及风险预警前期工作，借助信息系统管理并监控日常商业结算与财务数据，有针对性的开展对应风险检查、应收款及资金检查、业务数据清理及业务情况检查等工作。同时，计划选取典型业务风险案件，梳理业务操作、客户与供应商信息、商务结算、财务核算、资金收付等具体流程与环节，通过全面的数据与信息技术复盘，从中发现关键核心风险点的事先控制与管控手段。目前，正在逐步摸索和研究数据监控及风险预警工作，完成了部分典型风险案例的选取与流程梳理等。

2019年，本公司启动内控体系的全面更新工作，全面系统地梳理了公司职能管理全流程，加强内控评价执行和缺陷整改力度，确保2018年度及以前年度的内控缺陷均已整改完毕。此外，还实现了内控体系与ISO质量管理体系的融合，统一了内控流程与质量管理的管控程序，建立了一体化评审机制。按照资产与收入两个维度来进行分析，目前中国外运内控体系整体覆盖率均达到了90%以上。此外，审计委员会评估公司风险管理及内部控制的有效性，审议同意年度内部控制评价报告后，最终提请董事会审议。同时，公司还聘请外部审计机构出具年度内部控制审计报告。这些举措保障了内部这些控制体系有效运行。

2019年，本集团持续加强合规管理体系建设，完善合规管理组织体系和制度体系。公司将合规管理体系建设工作向纵深推进，加大体系覆盖，逐步将合规要求贯彻落实到各主要二级子公司，包括建立合规管理工作组织体系、设立专职合规工作岗位、全面梳理规章制度、梳理日常经营中的合规风险并建立相应的合规风控机制等。进一步完善合规管理的顶层设计，本集团将合规运营风险进行评估，并将工作结果汇报审计委员会。明确董事会的合规管理职责，将法治建设与合规管理的要求加入公司章程(尚待公司股东大会批准)；持续完善合规管理制度体系，制定并完成了《中国外运股份有限公司2019年度规章制度更新计划》；制定合规管理制度与违规经营追责制度，推进规章制度合规评审工作，确保公司经营活动有规可循、有矩可依；依托现有业务规划、管理规章与操作流程，开展合规风险研究、风险提示与预警以及专项合规检查等工作，强化合规风控管理体系。通过开展微课大赛、新员工培训等方式开展制度宣贯工作，普及合规知识，宣传合规文化。报告期内，公司较好地完成了年度合规工作方案并予以组织落实，基本实现了预定的工作目标，使依法合规与风险防控的管理能力得到进一步提升。

报告期内，公司风险管控状况总体平稳，基础管理能力有所提升，风险管控体系化管理能力逐步增强，部分风险事件处置取得有效进展，总部及各下属公司的风险意识、责任意识进一步提高。报告期内，公司未发现与合规运营相关的任何重大内部控制缺陷，风险损失也控制在可承受的范围内。

此外，本集团严格遵守所有与物流服务相关的法律法规(包括危险品运输、超限运输、禁运规定等)，以及国家关于健康与安全的政策、法律和规定。本集团制定了检验控制程序，对各项经营管理活动、业务活动中规定的质量、环境管理活动的全过程和各阶段的工作结果进行检验，以保证各过程环节和总体任务符合规定的要求，确保产品、服务以及环境符合规定及相关法规的要求。

## 安全管理

公司始终高度重视安全管理工作，将安全生产视为企业生产经营的第一要务，努力为社会提供安全优质的服务及产品、为公众提供安全良好的环境、为员工创造安全健康的工作条件。长期以来，中国外运已建立形成完善的安全管理机制，包括安全生产制度化及规范化建设、安全管理及督查、安全教育、重大事故防范等。以危化品为例，中国外运非常注重危化品的安全装卸、运输和仓储，建立了全国范围内的危化品应急救援网络，并且拥有经过国外专业团队培训的应急队伍和先进的应急设备，如具有7\*24快速响应能力及夜间应急处置能力的应急指挥车和专用化学品救援消防车，能够处理各类场外应急事件，包括大宗散装液体化学品、易燃易爆及有毒有害化学品处置等，对200公里以内发生的事故基本可以实现两小时到达现场。

2019年，公司进一步加强制度层面建设，编制下发了《普货仓储单位安全生产标准化手册(试行版)》，修订了《中国外运股份有限公司安委会章程》和《中国外运股份有限公司安全生产责任清单》；深入开展消防安全集中整治、「防风险保安全迎大庆」专项行动和交通运输「百日行动」，聚焦重点区域，紧盯重点领域，深入开展隐患排查治理；继续组织开展应急预案演练，开展「安全生产月」活动，全年演练457场次，参与演练19,346人次，还在厦门开展了2019年中国外运防台抗台应急演练；通过开展「安全生产大讲堂」，公司董事长及总经理亲自专题授课，以及线上安全生产知识有奖问答活动和「出境安全」、「海外防恐」等专题知识培训，提升员工安全意识和知识，全年各单位共开展安全培训2,922次，累计74,353人次参与，共计17,611人次参与知识竞答。

报告期内，全年安全隐患整改率99.91%，问题隐患存量大幅减少，增量得到有效遏制，且全年未发生一般二级以上生产安全事故，事故风险持续下降，安全管理水平得到稳步提升。全年因工伤损失工作日数273天。



中国外运在厦门开展防台抗台应急演练

## 廉洁建设

中国外运持续大力加强反腐倡廉建设，推进反腐败工作法治化和规范化。通过单独设立监察部门，有效整合监督资源，聚焦腐败源头，预防职务犯罪，遏制职务腐败。

2019年，本集团严格遵守有关防止贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗钱的国家 and 地方法律法规。为进一步提升合规经营理念，本集团将廉政建设和反腐败工作占比KPI考核指标大幅提高。通过开展「反腐倡廉宣传教育月」活动及案例警示教育，进一步提升广大干部员工遵纪守法的纪律意识。此外，不断完善反腐倡廉配套制度，年内先后修订出台了公司《企业负责人履职待遇、业务支出管理规定》、《所出资企业负责人履职待遇、业务支出管理规定》、《违规经营投资责任追究实施办法》等制度。结合企业内控建设，将廉洁风险防控工作延伸到海外公司。报告期内，没有针对本集团或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件。

## 科技创新及知识产权管理

中国外运按照「整合、开放、共享、协同」的原则，通过积极搭建科技创新交流平台，积极营造创新环境，推进业界先进技术与企业实际场景对接、合作，在智能化、自动化、物联网、区块链、数字化平台建设等领域持续加大投入，取得了一系列科技成果并得到了外界的认可。关务共享中心推动了关务业务组织模式向「小前端、强后台」转型，形成了外运股份关务业务平台化的服务能力；金链物流平台分别与招商银行、民生银行总行正式开展了供应链金融服务业务，并荣获了中国物流与采购联合会区块链应用分会「十佳区块链应用企业」；「智慧场站物流项目」被授予2018中央企业熠星创新创业大赛三等奖等等。

在推进科技成果研发、应用推进业务提升的同时，中国外运在知识产权方面也在不断积累，并积极探索与行业里有技术优势的科研院所合作、交流，不断增加我们的技术储备能力。2019年中国外运申报的专利数量为19件、申报并获得授权的软件著作权数量为45件。本集团于生产经营活动中严格遵守《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律，对知识产权的创造、保护、运用、管理及风险防控等实施全方位管理。

## 客户至上 合作共赢 赋能新成效

### 客户服务与管理

#### 客户服务

中国外运始终秉承「成就客户，创造价值；专注专业，合作共赢」的服务宗旨，严格执行服务合同，注重提升服务质量，提高客户满意度。在与客户合作的过程中，公司坚持平等互利原则，主动向客户提供详实的服务信息，保障客户的知情权和选择权。

2019年，公司以全面推进数字化转型为核心，以提质增效和创新驱动为主线，以智慧物流技术与主营业务线上化为重要抓手，加强智慧物流平台化建设，尝试在各业务领域通过数字化技术提升产品和服务，在业务端的各个领域开展试点。包括在数十个专业物流项目进行基于物联网的物流控制塔试点，提供供应链全程可视化工具，可随时查看货物状态和位置、进行误差预警、事后分析等支持类操作；结合B2C城市配送业务场景，基于大数据及运筹优化算法技术，对现有的汽运城配业务进行分析、建模和优化，提升调度和作业效率。报告期内，本集团无发现产品及服务不符合有关健康与安全法例的个案。

#### 客户管理

公司注重加强客户管理，通过了解不同价值客户的个性化需求，提高客户满意度和忠诚度，实现客户价值贡献，从而提升企业盈利能力。根据数十年客户关系的积累，公司连续多年不定期委托独立调查机构进行客户满意度调查，并分析产品与服务的不足之处，以持续改进服务质量、促进产品创新。

2019年，根据战略推进方向，继续开展了客户满意度调查。此次调查扩大了客户样本数量和质量，增加了对线上业务的测评，从整体感知(包括价值感受、突发应急事件的处理、业务创新及科技运用能力等)、业务板块改进方向、客户流失预警、客户需求分析、公司竞争优势及劣势以及公司线上平台优化意见共六个方面向客户调研，形成了改进意见和建议。此次调查范围覆盖中国外运旗下区域型公司及专业子公司的客户。通过定量调查和定性调研、网络邮件调查和电话调查等方式，共收回总样本量1,207份。其中收入贡献500万以上客户共计364家，占回收样本的30.16%。

根据调查结果，2019年度客户总体满意度依旧保持在较高水平，客户满意度测评综合得分91.86分，满意客户占比93.9%。2019年客户对中国外运的推荐程度为93.94%，继续合作程度为94.44%，忠诚度分析指标一净推荐值大于70%，表明中国外运是一家拥有一大批高忠诚度客户的企业。此外，客户投诉抱怨占比10.77%，投诉抱怨原因主要为及时性、货物破损、沟通反馈、运输和流程等方面，投诉抱怨处理结果满意度为80.56分。

此外，中国外运注重保护客户隐私，在参与重大项目招投标过程中以及物流合同执行中，中国外运均会与客户签订《保密协议》，避免透露客户资料。报告期内，公司没有收到因泄露客户资料而引起的投诉。我们将进一步健全客户隐私和数据保护措施，避免泄露客户的数据(包括不限于客户姓名、联系方式、托运物品内容等)。

## 供应链管理

稳定的供应链是公司正常有效运作的保障，对公司的服务质量和工作水平有着重要影响。按照「集中管理、分层实施、信息共享」及「公开、公平、公正」的原则，公司对供应商的选择、使用、评价、培育、退出进行全生命周期管理，实现公司与供应商的共同发展。公司制定了《采购管理实施细则》(试行)，加强对采购活动的合法监督，要求按照管理、实施、监督相分离的内控原则及阳光、公平、公正和诚实信用的工作原则开展采购活动。本集团每年均对长期合作(即超过2年的)供货商进行至少一次审评，对于不能达到要求的供货商，本集团按流程决定是否取消其合格供货商的资格。

2019年，我们完成了供应商管理系统(一期)建设，实现了供应商准入、供应商使用、供应商评价与分级、供应商关系管理以及供应商处置等全生命周期的管理等功能。供应商管理系统中全球合格供应商已达22,251家(较2018年增加了9,883家)，其中中国合格内地供货商总数21,651家，另有28家供应商因不达要求被停用。在一期成果的基础上，公司将继续开展采购业务模块和供应商合同信息管理模块的建设，构建完整的供应商和采购管理体系，实现供应商寻源管控、采购业务流程化操作、采购信息整合分析，进一步提升采购管理信息化、标准化、规范化水平。

此外，第三方公路运力集采基于2018年试点经验的基础上，挖掘可以固化的成分，通过持续覆盘，提炼共性之后，公司专业物流板块迭代了新的采购流程与方法，在2019年全国运力集采推广中有效推行，取得了更为显著的成效。

## 以人为本 社区关爱 赋能新面貌

### 员工管理

#### 人力资源管理

中国外运始终坚持「以人为本」理念，保障员工权益和健康安全，不断完善职业健康与安全的体系。公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》等相关劳动人事法律、法规，遵循「公开公平、竞争择优」的原则，在薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及待遇及福利等方面制定了多项制度，确保实现多元、平等用工，坚决反对用工歧视，杜绝使用童工。此外，公司严格执行国家和地方有关劳动人事的法律法规，通过规范严格的招聘流程和入职手续坚决杜绝使用童工和强制劳工等违法情形。报告期内，本集团没有收到任何雇用童工或强制劳动呈报个案。

在薪酬管理方面，公司根据《中华人民共和国劳动合同法》及有关的法律法规，建立符合公司特点的薪酬福利管理制度，规范薪酬管理行为。对于全体员工，以为岗位付酬、为绩效付酬、为人付酬为原则，在公司成本预算管理范围内，以市场数据为参考依据，确定薪酬标准和调整方案。对于公司高级管理人员设定关键业绩、战略等指标进行考核，考核结果与绩效奖金挂钩。公司董事会根据相关绩效与薪酬管理办法，结合考核结果确定本年度高级管理人员激励标准。2019年，为促进股东价值最大化，形成股东、公司与员工之间的利益共享与风险共担机制，以及确保公司在人才市场上能够提供具有竞争力的整体薪酬，公司推进了股权激励实施方案，已获董事会审议通过，并将最终提请股东大会投票表决。

于2019年12月31日，中国外运共有33,751名从业员工(其中31,389名在册在岗员工)，新入职员工为5,826人。于2018年12月31日，中国外运共有36,441名从业员工(其中33,676名在册在岗员工)，新入职员工为3,319人。上述从业员工包括合同制员工以及其他用工形式的员工，例如劳务派遣工、非全日制员工等，在册在岗员工指从业在岗合同制员工。

报告期内，本集团雇员流失比率为12.52%(上年同期为12.43%)，其中雇员主动离职率为10.2%，离职雇员绝大部分为基层员工(包含驾驶员、库管员、业务操作人员、客服等)，占全部离职雇员的96.4%。基层员工离职率高的主要原因是工作内容单一、工作强度大，且业务同质化程度较高。相关离职率低于行业平均水平，符合物流行业的特点。

截至2019年12月31日，公司在册在岗员工按照年龄、职级、教育程度及性别构成情况如下：

#### 按年龄和职级划分

| 人数    | 年龄     |        |       |       |      | 总计     |
|-------|--------|--------|-------|-------|------|--------|
|       | 30及以下  | 31-40  | 41-50 | 51-60 | 60以上 |        |
| 公司负责人 | 22     | 382    | 644   | 263   | 3    | 1314   |
| 部门负责人 | 335    | 1,545  | 1,058 | 317   | 0    | 3,255  |
| 一般员工  | 10,869 | 9,848  | 4,530 | 1,563 | 10   | 26,820 |
| 总计    | 11,226 | 11,775 | 6,232 | 2,143 | 13   | 31,389 |

#### 按教育程度和职级划分

| 人数    | 研究生以上 | 研究生   | 大学     | 大专    | 中专/高中 | 初中及以下 | 合计     |
|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|
| 公司负责人 | 6     | 170   | 692    | 376   | 67    | 3     | 1,314  |
| 部门负责人 | 5     | 183   | 1,453  | 1,032 | 452   | 130   | 3,255  |
| 一般员工  | 4     | 765   | 9,080  | 8,393 | 6,339 | 2,239 | 26,820 |
| 总计    | 15    | 1,118 | 11,225 | 9,801 | 6,858 | 2,372 | 31,389 |

#### 按性别和职级划分

| 人数    | 男      | 女      | 总计     |
|-------|--------|--------|--------|
| 公司负责人 | 1,073  | 241    | 1,314  |
| 部门负责人 | 2,169  | 1,086  | 3,255  |
| 一般员工  | 16,818 | 10,002 | 26,820 |
| 总计    | 20,060 | 11,329 | 31,389 |

## 员工发展

中国外运珍视每一位员工，相信员工将随着本集团业务扩展而不断成长，并为员工提供针对性、系统性和前瞻性的培训，鼓励员工在本集团范围内合理流动，为员工提供学习及晋升机会，不断发掘员工的潜能以配合公司的可持续发展。公司制定了《中国外运股份有限公司培训管理指导意见》、《中国外运股份有限公司总部培训管理细则》等制度，以便更好地指导和规范本集团员工发展及培训工作。

2019年，本公司线下培训总时数为1,234,551小时，完成了在线学习总课程数15,122门(总学习时长31,756小时)。本公司培训内容包括：公司组织战略及企业文化培训、员工基本工作技能培训、员工业务知识培训、管理技能和领导力提升培训、新员工入职培训、员工自主学习等。随着本集团不断发展，为确保团队素质不断提升，我们将增加员工接受培训的机会，并不断检视和改进培训课程，使其配合业务营运和员工的需要。

报告期内，公司员工按照职级划分的培训情况如下：

| 职级    | 平均培训时数 | 平均培训比率 |
|-------|--------|--------|
| 公司负责人 | 11.8   | 120%   |
| 部门负责人 | 30.4   | 229%   |
| 一般员工  | 57.8   | 533%   |

注：平均培训比率的计算方式为培训人次/员工人数。由于出现同一个员工参加多次培训的情况，所以员工的平均培训百分比超过100%并不代表所有员工均有参加培训。

## 员工关爱

2019年本集团坚持「安全第一、预防为主、综合治理」的指导方针，不断完善职业健康与安全的体系和制度，尽可能为员工提供全面的防护措施，杜绝各类潜在的健康与安全风险。同时，关注员工生活健康，多次举办员工活动，丰富员工的健康文化生活，继续对在职工提供健康体检，对患病、生活困难的员工进行走访慰问和帮扶，发放困难补助，帮助解决实际困难。同时，公司注重民主建设，为保障广大员工作为「主人翁」的知情权、参与权、表达权、监督权，报告期内召开两次职工代表大会，充分发挥工会组织在健康和谐建设中的作用，实现真正的民主。

此外，公司注重企业文化建设，加大对企业文化的宣传力度，通过橱窗专栏、电子显示屏、文化横幅、文化墙报、文化视频、文化彩信、微信、微博平台、电子周刊等宣传媒体，以及透过志愿者活动、征文活动等形式多样、丰富多彩的方式加强对企业文化理念对外对内的宣传力度。

2019年，中国外运通过组织开展生日会、运动会、三八节活动、联谊会等10余项文体大型活动丰富广大员工的业余生活，有效提升员工对企业的认同感、归属感、幸福感。公司在2019年11月20日「公司日」开展了「中国外运股份有限公司荣誉表彰颁奖盛典」，对优秀个人和团体进行了表彰，达到了高覆盖、深影响、广好评的积极作用。

中国外运在2019年度组织主要员工活动情况如下：

| 活动名称                    | 参与人数   |
|-------------------------|--|
| 【一带一路】物流夥伴交流活动          | 来自一带一路沿线7个国家的14名学员，以及参会领导4人，案例分享、课程培训的内部讲师11人，工作人员4人 |
| 妇女节活动                   | 公司女员工100人左右  |
| 主题生日会                   | 公司员工400人左右   |
| 招商与国共命运 外运同心共发展         | 公司员工100人左右   |
| 青年座谈会及植树活动              | 公司青年员工80人左右  |
| 众志成城聚赛场—展外运真风采          | 公司员工200人左右   |
| 【蓬勃青春守初心、智慧物流担使命】主题篮球比赛 | 公司员工100人左右   |



公司日荣誉表彰颁奖盛典



【一带一路】物流夥伴交流活动



生日会



篮球赛

### 社区关爱

中国外运在自身发展的同时，扶持带动地方经济社会发展，通过增效创收、依法纳税等方式，努力实现企业与地方的和谐共赢发展。同时，中国外运热心社会公益事业，助力帮贫扶贫，积极开展志愿者活动，真诚回馈社会，努力实现企业与社区的和谐共建。

2019年度，公司组织制定了落实消费扶贫方案，热心开展社区活动，积极主动承担社会责任。2019年内圆满完成了「安哥拉青少年篮球支持计划」、「C-PAL一带一路夥伴」、「威宁农产品冷链扶贫项目」等公益活动及「招商局志愿者支持计划」，组织完成中国外运2020年16个公益项目及5个「招商局志愿者支持计划」申报工作。

2019年度，公司通过招商局慈善基金会捐赠扶贫资金1,100万元人民币，由招商局基金会统筹规划并实施。2019年全年招商局慈善基金会精准扶贫工作实际支出6,223.9万元人民币，专项用于实施住房、教育、产业扶贫等9个项目，其中在贵州威宁、湖北蕲春、新疆叶城、新疆莎车等国家级贫困县共计投入帮扶资金5,725.2万元，在云南楚雄州投入帮扶资金498.7万元人民币。2019年，中国外运主要参与的主要精准扶贫项目情况如下：

- (1) **贵州威宁贫困乡镇精准扶贫项目。**支持威宁扶贫办为6个贫困乡镇开展房屋改造及维修，保障贫困户住房安全，直接受益239户建档立卡贫困户；支持世界宣明会在威宁4所学校开展教师教授生活技能训练、困境儿童心理辅导等活动，直接受益1,563名师生；支持善小公益基金会在威宁实施乡村医生德技双馨项目，培训了50名基层医生，提升整体就医水平。

- (2) **贵州威宁农产品公共品牌项目。**为解决威宁县农产品品牌零散、市场竞争力弱，农业产业规模化发展受到阻碍等问题，支持威宁县打造县域农产品公共品牌，设计出马铃薯博览会标识、「三白」蔬菜品牌标识，并在农产品推介会、广告等场景使用，有效帮助威宁农产品提升整体形象，做大做强其优势主导产业。
- (3) **威宁农产品冷链扶贫项目。**威宁地处偏远高寒地区，物流运输交通成本高，农产品销售困难。为此，以补贴物流企业形式支持威宁开展冷链扶贫项目，帮助威宁进一步提升农产品冷链运输能力，助力山货出山。该项目自2019年9月启动以来，共运输34车，帮助销售农产品120多万元人民币。
- (4) **湖北蕲春精准脱贫项目。**支持湖北蕲春刘河镇石马山村建设扶贫车间，并优先安排石马山村贫困户就业，取得「贫困户得薪金、村集体得租金」的效果，助力石马山村实现稳定致富。
- (5) **云南楚雄精准脱贫帮扶项目。**支持永仁县外普拉大村基础设施提升项目、永仁县社区综合发展项目、武定县乡村教育扶贫项目，从基础设施建设、社区发展能力和贫困乡镇儿童素质教育等方面夯实了云南楚雄永仁县和武定县的脱贫基础。

中国外运在2019年度组织的社会关爱活动情况如下：

| 活动名称                   | 参与的志愿者人数 | 受益者人数      |
|------------------------|----------|------------|
| 东北区域「山里的梦想合唱团」留守儿童关爱项目 | 30人      | 留守儿童80人    |
| 苏州建雄职业学院               | 7人       | 110人       |
| 麦盖提县慈善助学金              | 5人       | 116人       |
| 贵州威宁农产品冷链扶贫项目          | 10人      | 350人       |
| 【情满星空】关注自闭症儿童          | 35人      | 自闭症儿童33名   |
| 【大手牵小手】关注特殊困境青少年群体     | 32人      | 特殊困境青少年46人 |
| 安哥拉篮球友谊赛               | 50人      | 约4000人     |

| 活动名称                          | 参与的志愿者人数 | 受益者人数              |
|-------------------------------|----------|--------------------|
| 【用爱筑梦，助力起航】爱心助学项目             |          |                    |
| 「我和爸爸妈妈去外运」职场体验暨南通外运春蕾班亲子助学活动 | 26人      | 南通市港闸区实验小学的受助学子20人 |
| 「让爱不孤单」甘肃环县一中爱心助学活动           | 81人      | 甘肃环县一中受助学子56人      |
| 【情系贵州学子，异地传送真情】助学志愿服务项目       |          |                    |
| 放飞梦想快乐成长—庆六一活动                | 6人       | 弄袍全校学生303人         |
| 助学圆梦我们一起加油向未来                 | 5人       | 弄袍学生66人            |
| 大手牵小手，助力【折翼天使】展翅志愿服务项目        |          |                    |
| 手牵手，弘扬端午文化，共庆快乐六一             | 24人      | 13个脑瘫康复患儿          |
| 手牵手，感恩有你，一路相伴                 | 24人      | 25个脑瘫康复患儿          |



「大手牵小手」志愿者活动



「用爱筑梦，助力起航」爱心助学项目

## 保护环境 绿色发展 赋能新理念

### 环境管理

中国外运始终认为环境保护是企业可持续发展和社会进步的福祉，在追求经济效益的同时，将环境保护贯穿于企业经营管理之中，注重提升能源使用效率。

作为物流服务供应商，中国外运营过程中的能源消耗主要发生在道路运输领域，经营活动的主要排放物为二氧化碳、氮氧化物及二氧化硫，主要来自从事运输的车辆和船舶。由于并非从事工业生产，营运过程中并没有产生或向水、土地排放大量有害废弃物或无害废弃物，所以没有特别的有关有害废弃物、无害废弃物的数据统计，或制定特别的规章制度，且不涉及产品回收问题。中国外运不属于北京市环境保护局公布的《北京市重点排污单位名录(2019年)》中公示之重点排污单位。此外，鉴于本集团在业务过程中不会大量使用水资源或其他原材料，因此本集团在适用水源上不存在问题，且不涉及大量过度包装的产品或服务，尚无产品包装材料的正式统计数据。

2019年，公司经营活动产生的主要排放物排放量较往年有较大幅度下降，资源消耗总量包括能源消耗总量、电力消耗总量、汽油消耗总量等较往年亦有较大幅度下降，表明排放物管理能力进一步增强，资源使用效率进一步提升。

报告期内，中国外运主要从以下四个方面加强环境管理与保护：

第一，在制度机制建立方面，中国外运严格遵守空气污染、污水排放、能源消耗、废弃物处理等法律法规，包括《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、国际海事组织《73/78防污公约》附则I第15条、《道路运输车辆燃料消耗量监测和监督管理办法》等，同时制定了《中国外运股份有限公司安全生产管理规定》、《中国外运股份有限公司节能减排管理办法》、《危险化学品露天储存管理指南》等规定，明确规定了不得任意抛弃危化品废弃物污染环境，并禁止在危化品储存区域内堆积可燃废弃物。

第二，在基础管理方面：(1)对于能源消耗(简称「能耗」)和主要污染物排放，本公司将旗下公司划分为重点、关注和一般共三类，并按照能耗和排放量每年进行调整，有针对性地进行监管，并将节能减排的责任分层和落实到各子公司、管理部门、班组，尽可能减少废气排放对环境造成的影响。(2)对于无害废弃物(如废纸、废塑料等)，本集团从源头开始避免废弃物的产生，例如采用高效环保的打印及扫描设备，推广无纸化办公，减少纸张使用；鼓励纸张双面打印，减少纸张浪费。此外，中国外运持续推进各种不同类型的回收工作，并对办公室产生的废弃物进行统一处理，例如回收废弃纸张并由专门机构实现废纸的循环再造、统一回收废弃墨盒等。(3)对于危化品仓储，加强检查，并要求相关公司设立污水储存池及具备污水处理能力。(4)运输船舶方面，公司制定了相关要求，包括船在锚地、港池禁止向舷外排放污水，以及在特殊区域以外的污水排放方式。

第三，针对节能减排、污水处理以及优化资源使用效率方面制订具体举措如下：

- 在节能减排方面的具体管理举措包括：(1)加强节能减排基础管理工作，以落实节能减排责任作为生产经营单位最基本的管理要求，明确重点工作，量化考核指标；(2)加强节能指标统计监测和管理，有针对性地采取节能降耗措施，确保完成年度节能减排目标。(3)改进生产运营模式，积极探讨生产运营质量和生产运营效率，达到提质增效的目的。(4)持续推动降低车辆燃油消耗，降低污染物排放。货运车辆方面，除燃油定额消耗考核外，加强调度管理和监控，强调对不同项目同方向线路的运输订单进行统一集拼，提高车辆利用率。2019年通过优化调度模式，引入智能线路优化引擎，利用多年数据沉淀，实现算法优化，有效降低燃油使用量，减低有害物排放。(5)加强仓库管理环节的节能减排。除仓库节约用电的日常管理工作外，投入驶入式、Double\_Dip、穿梭式货架等高密度仓储，增加先进运作设备、物流技术的投入。2019年基于仓库数字化、可视化、智能化需求，完成海关监管库智能化解决方案的研发试点实施，形成了针对同类型仓库作业的人机协同出入库、自动盘库、智能安防、资产及资源动态管理解决方案以及对应的可推广复制的共性关键技术。(6)认真做好生态环境保护问题排查治理工作，加强资源循环利用，减少废弃物排放。

- 在污水处理方面的具体举措包括：部分子公司在生产经营过程中产生少量污水，为避免环境污染，建立配套了污水处理设施，并经环保相关机构检测。2019年定期对污水处理设施进行检查和维护，及时更换相关配件，并加强污水处理结果的检测。
- 在优化资源使用效率方面的具体举措包括：(1)对标《道路运输车辆燃料消耗量达标车型表》，以《绿色货运车辆标准》为指南，严格执行车况监控，加强维修和排放管理，控制购车选型标准。(2)优化自营车辆配置，加强车辆管理，统一调度、合理规划车辆行程，并借助GPS实现全方位监控，进一步提高车辆运营效率，降低车辆运营能耗。(3)加强照明管理，仓库大规模安装LED灯具，并采用分区照明控制来降低电能消耗、提高照明灯使用寿命。(4)规范叉车作业操作程序，量化叉车每日作业能力，合理调度使用叉车，做好叉车及叉车电池的日常维修保养。同时，加快淘汰落后产能，注重通过设备更新换代、引进清洁能源的方式。2019年加强电动叉车和LNG汽车和电动车的更新和投入，代替柴油、汽油设备，降低运营能耗。(5)2019年加大先进运作设备、物流技术的投入。提高仓库运作效率和现代化管理水平。整体而言，通过加强日常管控、优化流程、整合资源，提高操作技术水平，优化能源使用效率。

第四，中国外运积极推进完善管理体系建设，加强宣导，深入开展节能减排全民行动，积极倡导节约、绿色、低碳理念，大力推动视频会议、电话会议的使用，减少差旅次数，降低能源消耗。具体举措包括：(1)搭建视频会议系统，提供会议室级的视频会议(CISCO)系统及通过移动设备观看企业微信直播会议。2019年全年共计召开视频会议676次，直播59次，全年参会人数达45,445人次，直播方式的视频会议达6,691人次。(2)沿用集中打印，替代原有分布打印的方式。(3)为节能降耗，开展「工作日午休熄灯一小时」活动。

中国外运近三年排放物排放量及排放密度情况如下：

|                  | 2019年度     | 2018年度     | 2019/2018<br>数据比较 | 2019年每亿元<br>营收数据密度 |
|------------------|------------|------------|-------------------|--------------------|
| 二氧化硫排放量(吨)       | 104.88     | 144.86     | 72.40%            | 0.14               |
| 氮氧化物排放量(吨)       | 83.86      | 108.94     | 76.98%            | 0.11               |
| 温室气体(二氧化碳)排放量(吨) | 154,758.16 | 192,831.12 | 80.26%            | 199.30             |

中国外运近三年资源消耗总量及密度情况如下：

|              | 2019年        | 2018年        | 2019/2018<br>数据比较 | 2019年每亿元<br>营收数据密度 |
|--------------|--------------|--------------|-------------------|--------------------|
| 能源消耗总量(吨标准煤) | 95,200       | 117,700      | 80.88%            | 122.60             |
| 耗水量(吨)       | 350,295.697  | N/A          | N/A               | 451.12             |
| 电力消耗总量(万千瓦时) | 14,044.78    | 17,145.16    | 81.92%            | 18.09              |
| 汽油消耗总量(吨)    | 5,224.52     | 6,596.29     | 79.20%            | 6.73               |
| 柴油消耗总量(吨)    | 42,529.02    | 53,332.27    | 79.74%            | 54.77              |
| 天然气消耗总量(立方米) | 5,596,085.04 | 5,655,634.14 | 98.95%            | 7,206.81           |
| 煤炭消耗总量(吨标准煤) | 394.00       | 512.00       | 76.95%            | 0.51               |

### 环境及天然资源

中国外运的业务性质对环境及天然资源(如生物多样性等)并没有重大的影响。本集团会不断强化环境保护工作，降低营运可能对环境产生的影响。本集团制定了环境因素识别与评价控制程序，确保重要环境因素能够得到必要的重视和有效控制，以减少对环境的不利影响。

公司在进行有关建设项目如物流中心建设时，会根据我国环保法律、法规和有关政策的规定，针对该项目生产过程中可能的污染发生情况、治理措施是否可行、生产过程和产品是否符合清洁生产要求，以及最终排放的污染物对周围环境的影响等的评价，向环保部门递交环境影响报告书。

## 附：指标索引

本报告指标索引采用《香港联合交易所有限公司证券上市规则》附录二十七所载《环境、社会及管治报告指引》，为读者提供中国外运在可持续发展方面表现的总览。

| A. 环境       |      |  |                |
|-------------|------|--|----------------|
| 层面          | 指标编号 | 指标内容   | 所在报告位置         |
| A1: 排放物     | 一般披露 | 有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等：<br>(1) 政策；及<br>(2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例。 | P. 34-37       |
|             | A1.1 | 排放物种类及相关排放资料。  | P. 36          |
|             | A1.2 | 温室气体总排放量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。                                    | P. 36          |
|             | 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)。                                  | P. 34, 暂无相关统计。 |
|             | 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)。                                  | P. 34, 暂无相关统计。 |
|             | A1.5 | 描述减低排放量的措施及所得成果。   | P. 34-36       |
|             | A1.6 | 描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。   | P. 34          |
| 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。<br>注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。                      | P. 34-36       |
|             | 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)。                   | P. 37          |
|             | A2.2 | 总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。   | P. 37          |
|             | A2.3 | 描述能源使用效益计划及所得成果。   | P. 34-36       |
|             | A2.4 | 描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。   | P. 34-36       |
|             | 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。   | 交通运输行业，不适用此指标  |
| 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。  | P. 37          |
|             | 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。  | P. 37          |

| B. 社会范畴   |      |  |                |
|-----------|------|--|----------------|
| 层面        | 指标编号 | 指标内容   | 所在报告位置         |
| 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：<br>(1)政策；及<br>(2)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 | P. 27-30       |
|           | B1.1 | 按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。   | P. 28          |
|           | B1.2 | 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。  | 未统计            |
| B2: 健康与安全 | 一般披露 | 有关提供安全工作环境及保障员工避免职业性危害的：<br>(1)政策；及<br>(2)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规定的资料。                      | P. 22          |
|           | B2.1 | 因工作关系而死亡的人数及比率。  | P. 22          |
|           | B2.2 | 因工伤损失工作日数。   | P. 22          |
|           | 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。   | P. 22          |
| B3: 发展与培训 | 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。<br>注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外部课程。                             | P. 29          |
|           | B3.1 | 按性别及雇员类别(如高级管理层、中级管理层等)划分的受训雇员百分比。   | P. 29          |
|           | 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。  | P. 29          |
| B4: 劳工准则  | 一般披露 | 有关防止童工或强制劳工的：<br>(1)政策；及<br>(2)遵守对发行人有重大影响相关法律及规定的资料。                                  | P. 27          |
|           | B4.1 | 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。   | P. 27          |
|           | B4.2 | 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。  | 公司无童工或强制劳工情况出现 |

| B. 社会范畴   |      |   |                |
|-----------|------|---|----------------|
| 层面        | 指标编号 | 指标内容  | 所在报告位置         |
| 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。  | P. 26          |
|           | B5.1 | 按地区划分的供货商数目。  | P. 26          |
|           | B5.2 | 描述有关聘用供货商的惯例, 向其执行有关惯例的供货商数目以及有关惯例的执行及监察方法。                                   | P. 26          |
| 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、标签及私隐事宜以及补救方法的:<br>(1)政策; 及<br>(2)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 | P. 18,22,25    |
|           | 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。  | 交通运输行业, 不适用此指标 |
|           | B6.2 | 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。   | P. 25          |
|           | B6.3 | 描述与维护及保障知识产权有关的惯例。  | P. 24          |
|           | B6.4 | 描述质量检定过程及产品回收程序。  | 交通运输行业, 不适用此指标 |
|           | B6.5 | 描述消费者资料保障及私隐政策, 以及相关执行及监察方法。  | P. 25          |
| B7: 反贪污   | 一般披露 | 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的:<br>(1) 政策; 及<br>(2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。                | P. 23          |
|           | 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的数目及诉讼结果。  | P. 23          |
|           | B7.2 | 描述防范措施及举报程序, 以及相关执行及监察方法。   | P. 23          |
| B8: 社区投资  | 一般披露 | 有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。   | P. 31-33       |
|           | 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)。   | P. 31-33       |
|           | B8.2 | 在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。   | P. 31-33       |