



中国外运股份有限公司 SINOTRANS LIMITED

股票代码：0598HK 601598SH



成就客户 创造价值

2020 社会责任报告
(ESG 报告)

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”）2020社会责任暨环境、社会及管治（“ESG”）报告（“本报告”）。本报告是中国外运发布的第7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ESG）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2020年1月1日至2020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

本报告主要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。有关本公司企业管治的进一步内容，亦请参阅本公司《2020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。

ESG 报告原则回应

公司在编制本报告的过程中遵守联交所指引中关于重要性、量化、平衡及一致性的汇报原则，并将持续加强ESG管治与管理提升。

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本公司。

地址：北京市朝阳区安定路5号院10号楼B栋外运大厦10层资本运营部 邮编：100029

联系电话：8610-5229 5721

电子邮箱：ir@sinotrans.com



目录

01	报告编制说明	20	管理篇：提升管理效能 增强发展动力
03	董事长致辞	20	（一）风控与合规管理
05	抗疫专题	21	（二）科技创新及知识产权管理
07	“十三五”规划回顾专题	22	（三）客户服务与管理
09	关于我们	22	（四）供应链管理
09	（一）公司概况	23	人文篇：牢记初心使命 共建美好家园
09	（二）网络布局	23	（一）人才培养与员工关爱
10	（三）业务板块	23	人才培养与激励
11	（四）创变文化	26	员工关爱
12	（五）发展战略	27	（二）社区关爱
13	聆听各方意见	29	（三）环境保护
14	品牌宣传	29	环境管理
15	投资者关系	31	环境及天然资源
15	信息披露	32	附：指标索引
16	治理篇：加强责任管理 促进可持续发展		
16	（一）社会责任管理		
16	（二）公司治理		
18	（三）安全生产		
19	（四）廉洁建设		

董事长致辞

2020年是极不平凡的一年，面对新冠肺炎疫情（“疫情”）的严重冲击，公司与客户共克时艰，与员工众志成城，深入贯彻“以战略引领全局，以质效贯穿始终”的工作方针，实现了疫情防控安全稳定，复工复产有力有序，收入规模稳步上升，改革发展持续深入，各项工作取得了长足的进步，较好地履行了社会责任。

这一年，我们逆行出征抗击疫情。我们将人民群众的生命安全和身体健康放在首要位置，第一时间复工复产、第一时间奔赴疫区，在国际运输停航撤班、国内运输断点断线的严峻形势下，我们在“连通”上下功夫，第一时间筑起抗疫生命线和复工复产运输线，累计将2.06万吨应急抗疫物资运输至国内外抗疫一线，履行了企业社会责任担当，我们的“灾急送应急物流志愿服务队”被评为“全国抗击新冠肺炎疫情先进集体”。

这一年，我们成就客户创造价值。在疫情危难时刻，我们在“往来”上下功夫，主动化解客户原料运不进、产品运不出的痛点难点问题，通过客改货包机、增开班列、设置专线等创新模式，保障了客户的生产链稳定、供应链不断，有效推动了社会生产、流通和贸易等领域的正常运转。

这一年，我们主动融入新发展格局。全年开行跨境班列1,580列，新增“湾区号”欧线班列，全年发运15.75万标准箱，同比增长21.7%；紧抓区域发展机遇，上海临港项目、北京物流基地、沈阳班列平台等项目取得积极进展。

这一年，我们持续创新数字驱动。我们以智慧物流为方向，以数字化转型为主线，全力提升自主创新能力，我们的智慧物流项目入选“交通强国试点项目”，我们的数字化平台“运易通”入选“科改示范行动企业”名单，“人机协同数字化仓库解决方案”荣获首届中国数字化仓库解决方案大赛一等奖。

这一年，我们持续变革圆满收官。我们围绕“打造世界一流智慧物流平台企业”愿景，保持战略定力、持续变革，并在“十三五”期间形成了专业物流、代理及相关业务、电商业务三大板块的发展格局，建立了五大区域、五大专业子公司的经营布局，完成了公司历史最大规模的海外收购—收购KLG集团，并推出了人力资源体系和创变文化，进一步凝聚发展的内生动力。

这一年，我们积极履行社会责任。我们践行“绿水青山就是金山银山”环保理念，深入实施以智慧物流推动绿色发展战略，坚持走生态优先、绿色发展之路，严控生态环境风险、杜绝环境污染事件、强化节能减排，有力推动可持续发展。同时，我们继续热心社会公益事业，助力帮扶扶贫，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。



李关鹏
董事长

奋斗创造历史，实干成就未来。当前疫情尚未结束，变局仍在演化，我们将继续危中求机、在变局中开新局。踏上“十四五”新征程，中国外运将坚定推进世界一流目标的实现，力争在2025年形成以数据驱动为核心，以平台化生态为支撑，以全网运营为主线的数字化、网络化、智能化发展模式，初步建成世界一流智慧物流平台企业。

万里征程风正劲，千钧重任再扬帆。2021年是“十四五”的开局之年，中国外运将继续保持“闯”的精神、“创”的劲头、“干”的作风，将“打造世界一流智慧物流平台企业”的蓝图绘到底，以物流成功推动产业进步！



2020年, 突如其来的新冠肺炎疫情席卷全球, 中国外运积极投身到抗疫行动中, 对内实施全程、全员、全覆盖疫情防控, 对外充分发挥全网络、全链路优势, 筑起抗疫生命线和复工复产运输线, 有力履行了企业社会责任担当。



聚焦零感染, 坚决打赢疫情防控阻击战

中国外运以对员工生命安全和身体健康高度负责的态度, 把疫情防控作为最重要的工作来抓, 实现了国内疫情零感染, 海外未发生群体性感染事件, 没有发生境外输入事件。

中国外运在册员工3万多人, 网点遍布全国, 海外网络覆盖亚洲、非洲、美洲、欧洲等区域和地区, 人员多、跨度大, 疫情防控任务十分艰巨。面对复杂的防控形势, 中国外运实施全程、全员、全覆盖疫情防控, 制定防控指南, 进行78次疫情防控巡查, 确保疫情防控形势总体稳定。

中国外运高度重视疫情期间员工关爱工作, 一是**积极筹备防疫物资**, 疫情初期为员工筹集发放30多万个口罩, 有效保障了抗疫一线员工的安全, 并及时对身处湖北疫区的单位和员工提供特殊应急支援; 二是**加强员工关爱**, 启动海外员工关爱“一对一”专项行动, 第一时间送出海外防疫生活爱心物资, 并向疫情防控先进集体和个人颁发奖项; 三是**推出面向全员的疫情防护和心理疏导课程, 并举办抗疫相关活动** (比如“飞往武汉的千纸鹤”抗疫主题的线上生日会、三八妇女节最美“疫”中人等), 为广大员工加油鼓劲, 形成了“隔离病毒不隔离爱”的温暖氛围。



中国外运董事长李关鹏向白俄罗斯驻华大使提供援助白俄罗斯抗疫物资支持函



疫情防控先进集体表彰

聚焦补链强链, 充分发挥全网集成能力和平台优势

在国际运输停航撤班、国内运输断点断线的严峻形势下, 中国外运第一时间将抗疫物资运送到国内外抗疫一线, 在确保供应链畅通方面发挥了重要作用, 充分展现了中国外运的担当和实力。

1. 第一时间援驰湖北武汉, 为全国范围内支援湖北疫情防疫物资提供仓储支持与应急运输, 确保“最后一公里”畅通。在疫情较为严峻的2020年上半年, 累计发运应急抗疫物资243车次、近9,000立方米、4,000吨。

2. 第一时间启动了班列服务并保持常态化运行, 全力承接海运、空运转移货源, 成为国际供应链的重要支撑。中国外运的长沙班列和西安班列成为疫情和春节期间全国仅有的四个“天班”班列之一, 有效保障了国际供应链畅通。疫情期间中国外运新开行多条欧线班列, 扩大了在欧洲境内服务辐射范围。2020年, 中国外运班列开行1,580列, 发运量15.7万标箱, 同比分别增长25.6%、21.7%, 其中欧线班列1,388列, 发运13.4万标箱, 同比分别增长23.05%、22.57%。

3. 第一时间启动了欧洲到国内的列日-杭州包机服务, 该包机成为疫情爆发后从欧洲出发到中国的第一架全货机, 在欧洲国际航班大面积停飞中国的情况下, 成为联系欧洲与中国的重要空中通道。第一时间开创性地开通国内首个“客机改货机”的运输, 有力地解决了航空运力短缺的问题。

4. 第一时间发挥全网集成优势, 打造了无缝衔接的跨境抗疫模式, 架起了中外抗疫物资双向运转的桥梁。在国内防疫物资短缺时, 采用“海外多国集货+国内多地分拨”的跨境抗疫运输模式, 先后从澳大利亚、俄罗斯、墨西哥、土耳其、印度、巴西、美国、西班牙、巴基斯坦、印尼、文莱等国家及地区完成2,000多票、6,000多万吨防疫物资的运输服务。在海外运输服务的过程中, 采用“国内多地集货+海外直运”将多批次防疫物资送到日韩、文莱、意大利、科威特、马尔代夫、白俄罗斯、南非、德国、比利时、蒙古等国家。

5. 第一时间开通了运易通线上抗疫平台, 将贸易物流服务由线下推向线上, 确保了疫情防控和复工复产两不误; 重点保障“一带一路”沿线项目, 疫情期一直坚守物流阵地, 以多年来深耕海外市场的专业优势全力推动海外项目复工复产, 帮助客户订制经长沙至明斯克专列的物流方案, 将企业物流时间缩短了三分之二; 组织发运客户专列, 切实解决重点企业海外复工复产的物流保障难题; 为哈萨克斯坦谢列克风电项目运输超体超大超宽风电叶片等。



中国外运协同助力援意防疫物资运输



公司完成吉布提新冠疫苗运输服务

当前全国疫情防控依然复杂艰巨, 中国外运将慎终如始, 继续抓紧抓实抓细, 坚持打赢疫情防控阻击战, 继续为保障供应链畅通贡献力量, 为新发展格局提供有力支撑。



“十三五”规划回顾专题



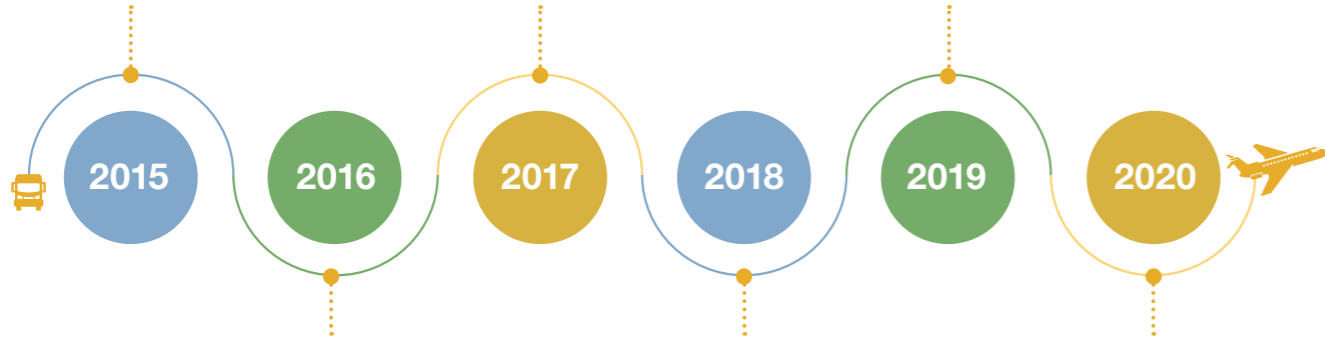
发展战略：中国外运定位为物流行业领跑者、产业整合者、供应链物流生态圈的构建者、智慧物流的引领者和实现世界一流的中国物流产业的推动者，将通过深化企业转型、重构商业模式，最终发展成为世界一流的智慧物流平台企业。



我们形成“十三五”规划，确定了“一个平台、三大板块、五个通道”的全新发展思路

我们将战略目标调整为“打造世界一流的智慧物流平台企业”，进一步形成了“一个一、三个三、五个五”的战略体系

我们升级了“运万物、连世界、创生态，以物流成功推动产业进步”的全新使命，确立了“以战略引领全局，以质效贯穿始终”的经营方针，完成了数字化转型规划



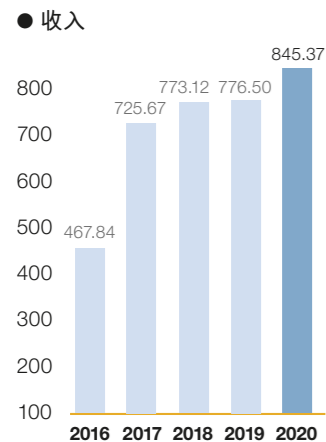
我们将公司愿景调整为“打造世界一流的综合物流平台企业”，进一步明确三大业务板块转型升级的路径（专业物流向价值链整合转型、代理及相关业务向全程供应链转型、电商业务向平台化和生态圈转型）

我们明确了智慧物流发展路径，提出了“点、线、面、体”的价值主张

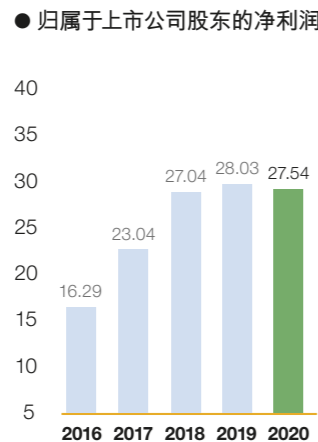
我们升级制定了“一二三四五”战略体系，并以“五个中心”来落地战略

主要财务指标 (单位: 亿元人民币)

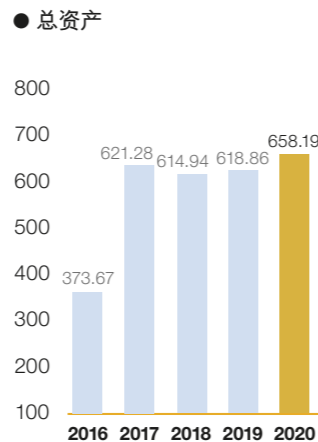
↑年复合增长率 15.94%



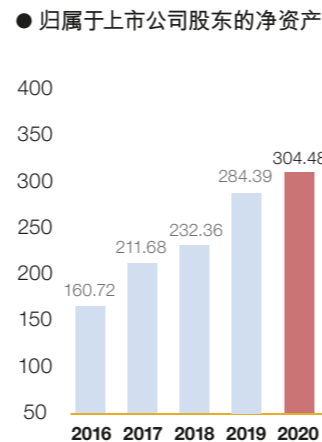
↑年复合增长率 14.02%



↑年复合增长率 15.20%



↑年复合增长率 17.32%



注：以上数据为当年度经审计财务数据，未考虑后续同一控制下企业合并调整因素。

主营业务加快转型蜕变，科技创新驱动发展引擎

产品化	
专业物流	<ul style="list-style-type: none"> 加强“销售行业化”持续提升物流解决方案能力，迭代控制塔、算法、自动化创新技术，打造数字化专业物流解决方案 零售及消费品行业向供应链上下游及国际化延伸，行业地位全国领先 买方集运板块加强全球化销售战略，在巩固澳洲零售市场基础上，成功拓展南美地区业务，以新技术提升一体化、精益化、全链条运营能力
代理及相关业务	<ul style="list-style-type: none"> “外运E拼”成为第一个全国性产品，市场份额排名前列 整箱产品以运力集采为抓手，推动东南亚、印巴、欧地航线产品建设，完成NVOCC系统在五大区域的全覆盖 班列产品开行跨境班列线路40余条，累计开行量突破4,400列，2020年居全国第四 空运产品整合干线运力资源，形成15条全链路产品、33条标准化全链路产品
电商业务	<ul style="list-style-type: none"> 物流电商：形成关务云、海铁联运、欧亚/中日韩/东南亚全链路等数字化产品，探索“产品+网络+平台+模式”的路径 跨境电商物流：结合客户业务需求，打造快递小包（B2C）产品，列日、迪拜海外仓配产品和中日进口B2B2C产品

平台化	
<ul style="list-style-type: none"> 运易通平台：打造统一的物流电商公共平台，上线全链路、海运、铁路、陆运、空运、报关、跨境小包、外运E拼、散杂货、物流装备、在线科技等产品 2020年，运易通平台月均活跃企业8,650家，日均页面访问量达到60,500次，公共交易金额（不包括中国外运交易）达10.23亿元 	

网络化	
<ul style="list-style-type: none"> 进一步加快全球化布局，充分对接国家区域发展战略，形成五大区域、五大专业公司布局，并统筹推进海外区域建设，海外区域辐射欧亚丝路区域、东南亚、中东、南亚、非洲、日韩澳新等地区 水运、空运、陆运、汽运通道在国内端、海外端和干线端建设取得实质成效 	

国际化	
<ul style="list-style-type: none"> 成立海外公司，打造海外业务统一运营平台，推进区域化管理 通过收购完善欧洲自有运营网络 在海外设有经营网点65个，分布于34个国家和地区 	

资本化	
<ul style="list-style-type: none"> 完成招商物流股权及托管企业部分资产注入 吸收合并中外运空运发展有限公司，打造中国外运“A+H”统一资本运作平台 第一次收购欧洲物流公司——KLG集团，并参股投资南航货运、京东物流 参与“双百行动”，实现路凯国际股权多元化 	

数字化	
<ul style="list-style-type: none"> 制定《数字化转型规划》，成立数字转型办公室（DTO），以“1+3+1”项目组（主营业务线上化项目组+3个业务项目组+运营管理体系项目组）为试点，全面启动数字化转型 发布行业第一份《新时代中国智慧物流报告》，提出了点、线、面、体智慧物流建设之路 制定业务主系统整体方案，归集信息化系统数量，形成覆盖水、铁、空、汽的端到端业务状态节点跟踪、轨迹跟踪能力 成立外运创科技有限公司，定位为互联网运营平台、创新项目投资管理平台和技术研发能力中心 	

科技创新（推进ABCDT智慧物流全场景创新）	
<ul style="list-style-type: none"> 人工智能（A）：单证智能化处理平台已支持5大类2,700种单证处理，2020年年单证处理能力超过500万单，其中RPA（Robotic process automation）技术、智能装载算法、智能收发货系统等应用多个业务场景，有效提升服务质量和效率 区块链（B）：完成基于区块链技术的供应链金融服务场景的平台开发部署，服务对象超过100家，成功签发国内第一张基于区块链技术的NVOCC电子提单。 云计算（C）：搭建混合云的IaaS（Infrastructure as a Service）层基础架构，通过实施混合云策略，近4年来IT基础设施建设成本降低40%，服务效率提高3倍等；自主研发的FROS（frontal routing of signals）框架全面支持微服务架构，已在50个以上的应用中使用。 大数据&算法（D）：实现与115家内外部数据源对接，覆盖60余家船公司、120家航空公司、8个国内主要港口；物流控制塔帮助个别核心客户实现老旧库存下降近70%，呆滞库存减少近10%，冗余库存减少近30% 物联网（T）：研制完成物联网硬件设备的迭代升级，物联网软硬件一体化的解决方案已应用于公司共计60多个业务项目 	

关于我们

公司概况

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上市（0598HK），2019年1月18日在上海证券交易所上市（601598SH），是招商局集团有限公司（简称“招商局”）控股的子公司和物流业务的统一运营平台和统一品牌，主营业务包括专业物流、代理及相关业务和电商业务三大板块。作为中国具有领先地位的综合物流服务提供商，中国外运拥有广泛而全面的国内服务网络和海外网络。



网络布局



业务板块



专业物流

合同物流 | 项目物流 | 化工物流
冷链物流 | 其他服务

目标客户行业集群

- 消费品及零售
- 电子及高科技
- 供应链金融
- 汽车及工业制造
- 医疗健康
- 买方集运

- 加快向价值链整合转型，聚焦高成长性、高附加值细分领域
- 按照目标行业进行集群式管理，向客户全产业链延伸，从传统的仓储+运输服务，延伸到产前、产中、产后全价值链服务



代理及相关业务

海运代理 | 空运代理 | 铁路代理
船舶代理 | 仓码服务 | 其他服务

- 海运代理**
集装箱海运代理
散杂货海运代理
整箱
拼箱-外运E拼
承运人综合物流服务
- 空运代理**
提供专业化的空运货运代理服务
航线产品43条
全链路产品15条
标准化全链路产品33条
- 铁路代理**
国内/国际铁路运输
散杂货海运代理
运营东莞、长沙、沈阳、西安、威海、新乡等多点跨境班列40余条，累计开行4,400余列
- 船舶代理**
在中国70余个主要江海港口为客户提供船舶代理服务
散杂货船舶/特种船
集装箱班轮船务代理
- 仓码服务**
码头：提供泊船、货物装卸、堆存、发运等服务
场站：提供集装箱装卸、转运存放、交接、拆装箱，以及修箱、货物存储等服务
- 其他服务**
货代相关的配套服务
公路货代/报关报检/多式联运
理货业务/保税业务等

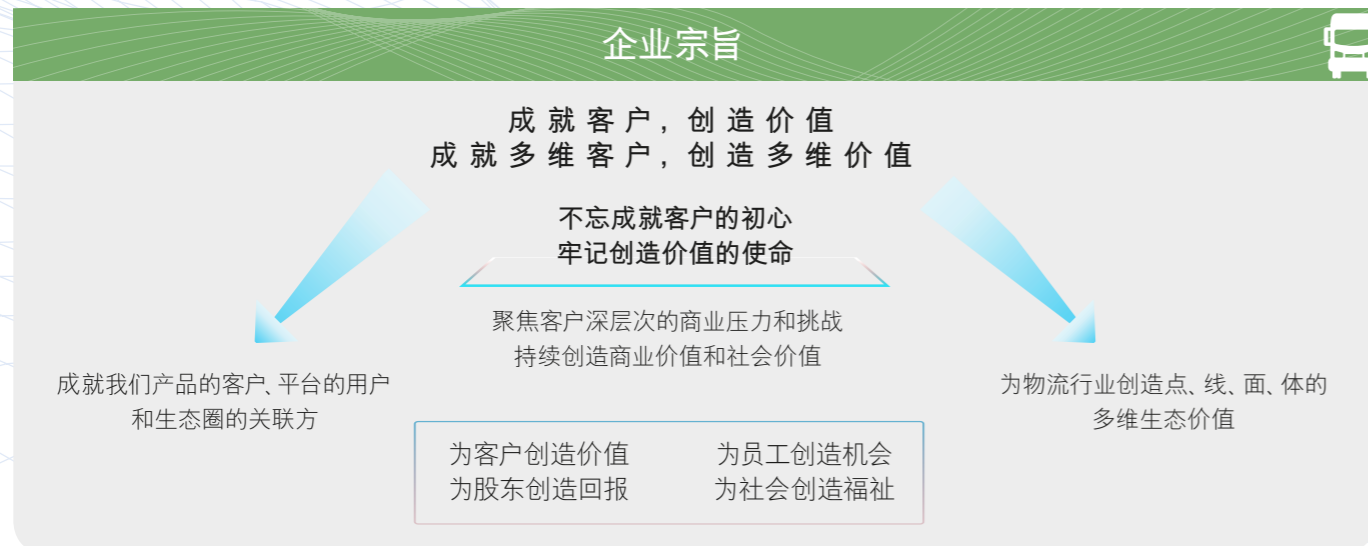
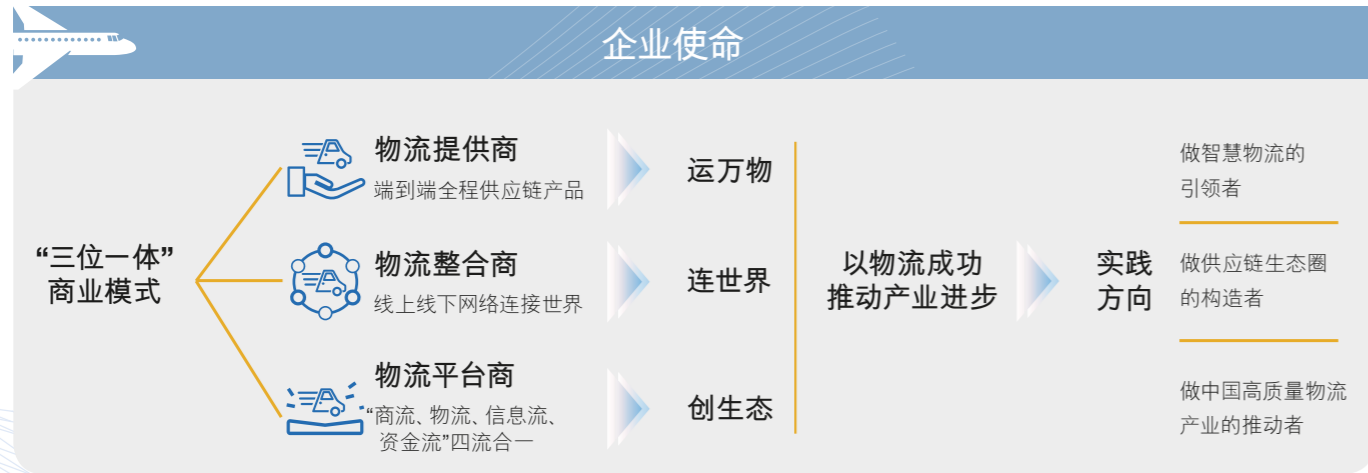


电商业务

跨境电商物流 | 物流电商平台
物流装备共享平台

- 跨境电商物流**
跨境电商物流全链路产品
涵盖上门揽收/国内（保税）仓库管理/进出口清关/国际段运输/海外仓管理/末端配送等服务
- 物流电商平台**
提供：可视、可追踪等信息服务/操作服务/代结算服务/运费保理服务/技术服务等公众服务
涵盖E拼/网络货运（汽运）/关务/空运/铁路/多式联运等产品
- 物流装备共享平台**
提供集装箱和移动冷库等物流设备租赁及追踪、监控服务

创变文化



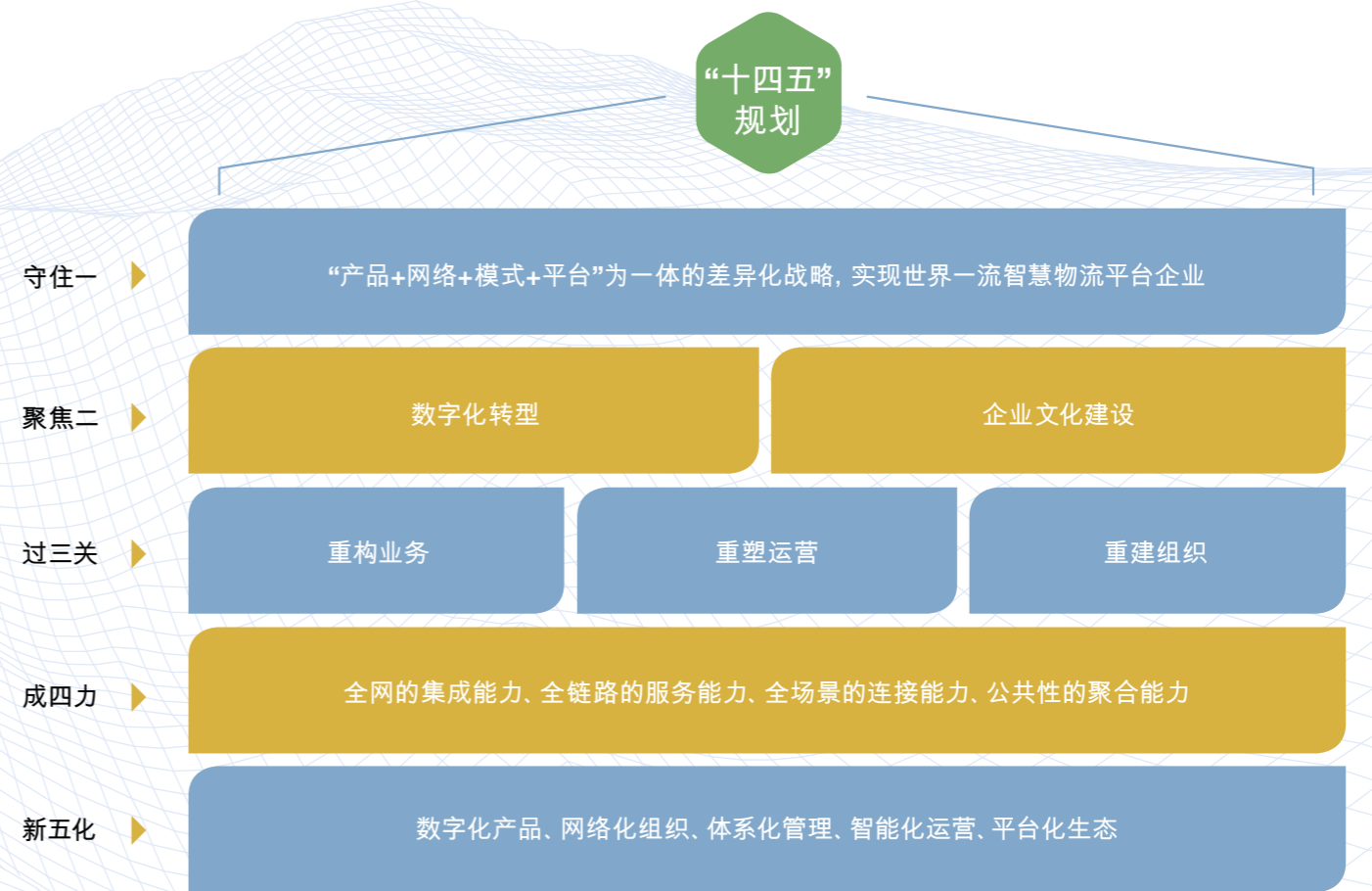
创变理念 | 客户为天，价值为根；创变为魂，奋斗为本 | **人才理念** | 以奋斗者为本，以价值创造者为本

发展战略

战略目标：至2025年，形成以数据驱动为核心，以平台化生态为支撑，以全网运营为主线的数字化、网络化、智能化发展模式，初步建成世界一流智慧物流平台企业。

战略体系

通过守住一，即实施“产品+网络+模式+平台”为一体的差异化战略，实现世界一流智慧物流平台企业；聚焦二，即数字化转型和企业文化建设；过三关，即通过转型、整合和变革，实现重构业务、重塑运营、重建组织；成四力，即打造全网的集成能力、全链路的服务能力、全场景的连接能力、公共性的聚合能力四个核心竞争力；最后形成数字化产品、网络化组织、体系化管理、智能化运营、平台化生态的新五化目标。





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



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运营及发展,并与同业伙伴交流以了解行业最新发展情况。

2020年,为加强品牌宣传,我们推出了《中国外运企业文化手册》,并初步搭建形成中国外运融媒体运营平台传播渠道,提升媒体、公众和员工对公司品牌形象的正面认知。



第一, 加强品牌宣传。一是丰富并完善了中国外运创变文化体系,发布了《中国外运企业文化手册》,成功举办了“1120企业文化日”和“弘扬蛇口精神、改进工作作风、提高工作效率、创变行动,中国外运企业文化暨十三五成果展”等活动;**二是**全面升级官网内容及设计,推出“运易通”、“外运E拼”、“扶贫攻坚”等专题,实现了统一平台引流、突出了用户引流作用;**三是**打造微信公众矩阵平台,实现了对旗下子公司微信公众号的统一管理,一键集体推送;**四是**助力“智汇物流 追梦同行”为主题的“中国外运杯”全国大学生物流设计大赛,加强与各大高校继续深化校企合作,吸引了来自全国的600多所高校50,000名师生共同关注。

第二, 加大产品推广。一是策划开展多个业务专题宣传推介,产生了较强的社会反响,包括“运易通”数字化来助力、中国外运“铁哥们”系列、中国外运“拼”出来的逆行者、空中购物车包机产品打通空中“绿色通道”等主题报道;**二是**专注于与相关者进行价值沟通,重点对接监管机构和重点媒体渠道资源(如今日头条、人民日报、罗戈网、中国航空周刊、物流时代等),进行内容转发



公司董事长李关鹏出席“江海联动与物流体系建设”专题研讨会,并作题为“江海联动、交互赋能、共同推进长江经济带的创新融合发展”的主旨演讲

和转载,产生了良好的社会舆论效应;**三是**积极对接行业论坛发声,参与线上线下论坛直播,特别是借助“进博会”、“中国物流企业家协会年会”、“2020年长江经济带江海联动发展论坛”等活动,向市场分享了中国外运实践,加强与同业交流。

未来,我们将继续围绕中国外运的品牌目标,强化企业文化,讲好品牌故事,保证品牌推广渠道的常态化运营,进一步巩固与市场沟通平台。

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之间的顺畅沟通，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。

公司始终重视全体股东特别是中小股东的利益。2020年，新冠肺炎疫情在全球蔓延，公司在确保安全的情况下通过多种方式与资本市场保持顺畅沟通。

第一，公司通过线上、线下等多种方式举办了2019年年度及2020年中期业绩说明会、分析师电话会、投资者调研等投资者交流活动。2020年，公司参加投行年会及策略会十余次，接待投资者调研近150人次，回复上证E互动问题约170个。目前有十余家国内外主流投行分析报告覆盖了公司。

第二，公司通过周密筹备和积极沟通成功举办“投资者走进中国外运”系列反向路演活动，共有近40位投资者参加了嘉兴跨境电商物流中心和深圳“外运E拼”的反向路演活动。

第三，公司积极参加“2020沪市公司质量行”走进“中国外运”暨全景云调研线上直播特别节目，全景网和资本市场主流媒体专访了公司董事长、董事会秘书、证券事务代表等领导，旨在通过本次直播节目使投资者对公司有更全面、深入的了解。

与此同时，公司以投资者问题为导向，定期和不定期总结分析投资者关注的问题及建议；公司股价出现重大波动或者举办大规模资本市场活动后，公司投资者关系团队会第一时间搜集资本市场的反馈并进行分析，并及时反馈至管理层及相关部门并提出管理提升建议。



深圳“外运E拼”反向路演活动



嘉兴跨境电商物流中心反向路演活动

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。

报告期内，我们持续提升信息披露水平，编制《公司日常上市合规事项指南》、制订《信息披露审核清单》、起草诸多上市合规专题总结，并组织开展多场上市合规培训，邀请公司董事、监事、高级管理人员、总部职能部门和区域公司主要负责人参加，提升上市合规意识。

2020年度中国外运共披露公告文件310份，其中A股公告文件125份，H股英文版公告文件68份，中文版公告文件117份。公司坚持法定披露和自主披露相结合的原则，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（比如大股东增持H股）进行披露，确保投资者能够及时、公平、准确、完整地了解到公司运营的真实情况。

治理篇：加强责任管理 促进可持续发展



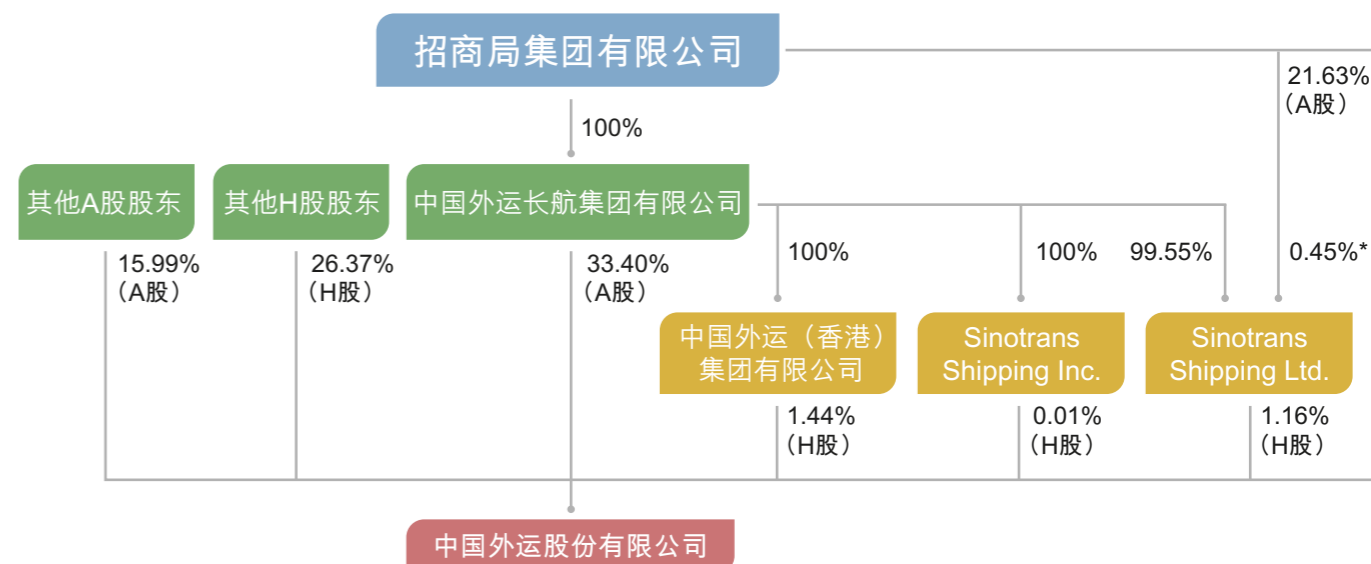
社会责任管理

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。

2020年度，本集团持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等。

公司治理

于2020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4,265,791,639股股份，占本公司已发行总股本约57.64%。本公司股权架构图如下：



*注：招商局通过招商局轮船有限公司控制持有Sinotrans Shipping Ltd.的0.45%股权。

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结构，将董事会下设的原执行委员会更名为战略委员会，调整经营管理授权机制，不断提升决策效率。同时，加强制度建设，组织修订了《公司董事会战略委员会议事规则》、《公司内幕信息知情人管理制度》等14项制度。

股东大会为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。2020年度，本公司共召开股东周年大会1次，临时股东大会2次，类别股东会议2次，共审议28项议案。除有关公司股票期权激励计划及股票期权激励计划（第一期）议案外，其他议案均获股东以投票表决方式通过。本公司将继续优化薪酬与绩效考核体系，充分调动管理层和专业骨干的积极性，并与股东充分沟通，在相关条件成熟时，继续研究推出有效的长期激励计划，健全本公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，促进本公司健康发展和股东价值最大化。

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责任等相关重要事项。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2020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。报告期内，公司注重加强会议组织效率，全年共召开5次会议（去年同期为12次会议），审议议案38项，听取汇报事项4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 and 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2020年12月31日，公司监事会由5名监事组成（其中1名女士）。2020年度，监事会共召开4次会议，审议议案13项。

安全生产

中国外运深入贯彻“人民至上、生命至上”的安全理念，以全面推进依法治安、科技兴安、人才强安“三位一体”战略实施为核心，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、为员工创造健康安全的工作条件。中国外运从事综合物流业务，不涉及重大安全隐患及职业性危害的业务，对较为特殊的比如化工物流业务，制订了环境、职业健康安全管理规定，确保员工安全作业环境的不断改善。2020年，本集团不断强化专业巡查监督，持续提升应急管理水平，大力推进安全生产信息化建设，着力优化健康安全的工作环境，为企业战略推进提供了有力保障。

第一，持续完善安全管理体系建设。坚持在源头治理、系统治理和综合治理上下功夫，努力“从根本上消除事故隐患”。一是建立了完善了一系列安全制度规范，并定期发布《平安外运》月报，形成了全流程管理的制度体系；二是积极落实“一岗双责”，细化安全工作任务并积极督导下属公司对照清单，切实筑牢安全生产防线；三是制定“十四五”安全生产发展规划，确定安全生产文化理念，指导各级公司把准安全发展方向；四是完善海外安保管理体系，在不断优化运行HSSE（即健康、安全、安保、环保）体系的同时，构建完善的应急联动机制。



组织危险化学品道路交通事故应急救援综合演练



第二，强化安全生产检查。全年共派出40个专业巡查组，覆盖260余家单位，针对重点区域、重点环节和重点部位深入一线排查安全隐患、科学评估管理现状，指导制订并落实整改方案，实行彻底排查、立行立改。

第三，高度重视安全培训与应急演练。组织各单位开展“安全生产月”和“安全警示教育日”等活动，定期组织培训交流，创办安全生产云课堂，组织安全生产知识竞赛，制作道路运输安全系列宣传片等。2020年，公司共组织应急演练3,838场次，参与演练66,784人次，全面提升应急救援能力；全年参与安全培训268,287人次，大力提升全员安全文明素质。

第四，注重安全信息化管理工作。2020年，公司建立了涵盖消防、道路运输等重点领域的一体化综合信息平台并试运行，实现了安全风险实时监管和预警预判，切实提升安全风险识别和实时监管能力；持续完善叉车在线管理系统，不断提升告警准确率，提高管理精度；推动下属公司加装电气火灾监控系统，组织各道路运输企业应用车载主动安全系统，进一步强化安全风险实时管控。

管理篇：提升管理效能 增强发展动力



报告期内，本集团安全隐患整改率98.79%，隐患总量、增量均呈现明显下降趋势，安全整治取得明显成效，全年未发生一般二级以上生产安全事故，公司安全生产形势保持稳定态势。安全隐患整改尚未全部完成是由于本集团在2020年底持续开展全面的安全大检查活动，部分隐患需要施工改造，完成整改需要一些时间。此外，全年因工伤损失工作日数330天，工伤人数为32人，工伤原因主要是搬货、卸货时受伤以及上下班路途中的摔伤、交通意外等。



举办2020年安全生产经验交流会

廉洁建设

中国外运持续大力加强和深化企业廉政建设和反腐败工作，并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。同时，中国外运严格遵守有关防止贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的国家和地方法律法规，制订了《合规手册》，以规范本集团及其员工在反洗钱、反腐败等方面的合规义务及行为准则，并制订了《商业伙伴合规管理办法》，注重商业伙伴在合法经营、反腐败、反贿赂、反洗钱等方面的合规义务履行能力。

2020年，本集团始终保持高压态势，强化“不敢腐”的震慑力度，同时不断强化“监督重在防范”理念，做到抓早抓小、防微杜渐。第一，制订《日常监督长期监督工作实施办法》，健全完善《企业负责人履职待遇、业务支出管理规定》、《采购管理实施细则》等制度办法，强化执行力。第二，开展反腐倡廉宣传教育月活动和典型案例警示教育，教育引导广大干部员工。第三，建立巡察工作机构，稳步推进对下属公司的巡察工作。此外，为提供员工合规意识，2020年组织了反洗钱、反腐败等专题的法律合规培训，并专门针对公司经营中可能出现的反洗钱风险进行了分析和提示。

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。随着企业的发展，本集团将继续完善监督体系，不断强化和加大监管力度，为本集团可持续发展提供有力保障。

风控与合规管理

中国外运以建设“风险管理、内控、合规、审计、追责”五位一体大风控格局为目标，充分借助质效管理提升工具，通过完善体系建设、强化监督管理、积极应对风险，不断提升公司依法治企能力与风险防控水平。

2020年，公司持续完善风险管理体系工作，强化风险识别、评估、化解及预警，有效保障了重大风险管控平稳，促进了管理水平提升。第一，根据疫情影响、经济形势及年度经营规划，启动了专项风险评估工作，对疫情风险、流动性风险、产品设计风险、IT风险及涉外风险采取定性及定量相结合的方式进行评估并建立应急预案。第二，评估确定了公司前十大重点风险（包括市场竞争风险、运营操作风险、安全管理体系建设风险、应收账款与客户信用管理风险、供应商管理风险等），并定期跟踪应对计划与措施的实施进展情况，确保各项措施有效落地。第三，注重复盘以往风险事件，提炼总结相关风险特征，运用数字化手段，建立五类风险场景（包括应收账款风险、供应商合规等）下的基本风险预警模型，初步完成数字化预警和审计工具平台搭建工作。

2020年，公司努力做实内控建设与评价，全面更新内控体系文件的基础，搭建中国外运海外发展有限公司、中国外运物流投资有限公司等新设立公司内控体系，实现了系统内内控体系建设全覆盖。第一，明确对二级公司、一线经营单位、境外企业分层次的内控体系建设和流程范围。第二，注重内控与业务的深度融合，更新物流电商、“外运E拼”、冷链物流等业务内控体系，制定有效的控制措施。第三，加强内控执行的评价与监督力度，根据风险排查、内控他评价发现问题，强化并落实风险管理各道防线的意识和责任，对业务操作中出入库、货物日常监管盘点等关键环节进行风险提示，从而减少重大风险隐患、杜绝高风险领域造成重大损失。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。

2020年，公司继续深入合规管理体系建设工作，进一步明确董事会的合规审查职责，并在系统推进合规管理体系建设全覆盖的同时，聚焦合规管理的重点领域、重点单位、重点环节和重点人员，切实加强合规风险防范。第一，结合管理实际，依照“全

面建设、重点突出、务实高效”的原则，向各二级公司推广覆盖。第二，深入联系业务实际，制定合同评审流程指引，推进合同管理制度细化与线上化评审覆盖。第三，梳理制度管理要求，要求下属公司查找现行规章制度与管理要求的差异并整改，以确保总部各项规章制度的管理要求得以贯穿和落实至末端的经营单位。第四，加强合规风险的排查应对，强化公司经营中主要风险领域的风险管控工作，在供应商管理、应收账款管理、合同管理、印章管理方面的基础能力得到加强，相关风险的防控能力逐步提升。第五，制作并组织播放合规宣传视频，在学习平台上发布合规课程、组织风险知识测验和问卷调查，开展系列业务与合规风险的专题培训，提升重点企业与重点人员的风险意识与应对能力。

此外，本集团严格遵守所有与物流服务相关的法律法规（包括危险品运输储存、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，并协同外部机构，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。

报告期内，公司较好地完成了年度风险管理、内控、合规工作方案，风险管控能力逐步增强，风险事件处置有效进展，总部及各下属公司的风险意识、责任意识进一步提高，使公司基础管理能力有效提升。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。



科技创新及知识产权管理

公司依托相对丰富的综合物流全场景与大数据优势,积极开展“场景+科技”、“客户+科技”的科技创新活动。公司制定了数字化转型规划,组建了创新科技公司和智慧物流技术中心,将ABCDT(人工智能、区块链、云计算、大数据、物联网)等智能科技应用于物流全场景,五大类智能科技应用均有显著突破。截至报告期末,公司科技研发团队人数增长至603人,共申报发明专利75件、软件著作权185件,累计获得16项各级政府(省部级以上)及行业组织颁发的创新类奖项。

为增强核心竞争力,中国外运正在持续加强科技研发与知识产权保护力度,加大专利和知识产权的申报力度,不断强化与前沿技术领军企业、科研院所、创新孵化平台的对接合作,增加我们对前沿技术的趋势跟踪和技术储备。报告期内,中国外运申报的专利数量为34件(其中发明专利22项)、申报并获得授权的软件著作权数量为22项,自有软件品牌商标申报3项。

报告期内	中国外运申报的专利数量	申报并获得授权的软件著作权数量	自有软件品牌商标申报
	34件(其中发明专利22项)	22项	3项

案例一：2020年11月,公司“人机协同数字化仓库解决方案”荣获中国物流与采购联合会首届中国数字化仓库解决方案大赛一等奖

技术特点	通过包括RFID、智能移动终端、视频采集、自动测体测重、AR/VR等技术的融合应用,将车、货、库的全部要素信息进行了感知和连接,显著优化了关键业务流程。
业务价值	该解决方案基于较合理的投入成本推动仓储业务的操作与管理向流程自动化、管理可视化以及运营数字化发展;推动对仓储业务自动化应用研发与规模化推广力度,有效实现了降本增效和精益运营。该技术已经应用在部分海关监管仓库、化工物流、“外运E拼”中心仓等场景。

案例二：研发推广智能收发货系统

技术特点	基于表观图像自动学习分类规则,采用数据增强算法,在多传感器协同获取整托全景图像基础上,实现复合式分类识别;通过拖拽方式进行标注、训练并形成算法迭代,显著降低算法开发难度和部署周期。
业务价值	有效实现提质增效目标,通过优化业务流程,使仓库收发货环节的货物扫码分拣的作业效率提升超过2倍,整体识别准确率可达到近100%。通过与RFID、传感器技术的融合,实现了对货物的各项信息的实时采集和感知,最终实现物流资源要素数字化和可视化。目前,已经应用于个别科技电子行业项目,正在计划应用于化工、汽车零配件项目中。

案例三：研发推广基于区块链技术的NVOCC电子提单

技术特点	中国外运作为国内首家基于自主可控的区块链技术和创新的联盟网络,成功签发基于区块链技术的NVOCC电子提单。
业务价值	提高单证流转效率,加快跨境贸易,降低交易风险,推动整个流通环节中信任体系、销售渠道、交易模式和支付体系的变化。目前公司各大区域公司已经应用该技术。

案例四：升级开发物流控制塔2期项目

技术特点	基于物流可视化和可控化的基础,打造可分析、可优化的行业服务模型和技术架构,通过打通供应链端到端的数据流,用图形界面为客户提供库存分析(包括库存健康度分析、冗余库存分析、库存预警等)及仓配一体化分析(包括运输运营分析、货品流向分析、客户画像等)。
业务价值	为客户提供全场景的供应链优化服务,解决实际业务运作中的痛点,帮助客户实现降本增效。目前已经应用于石油化工、汽车及零配件等行业头部客户项目。截至2020年年底,帮助个别核心客户实现老旧库存下降近70%,呆滞库存减少近10%,冗余库存减少近30%。

客户服务与管理

公司秉持“成就多维客户,创造多维价值”的服务理念,成为我们产品的客户、平台的客户和生态圈的关联方,为物流行业创造点、线、面、体的多维生态价值,并通过数字化手段和工具,为客户不断创造新的价值,提升公司客户的满意度和忠诚度。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。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。

2020年,公司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“外运E拼”产品及数字化服务的调研,形成了详细的改进意见和建议。此次调查范围覆盖中国外运旗下区域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1,869份(较上年同期增加54.8%)。其中,收入贡献500万以上客户共计740家(较上年同期增加103.3%),占回收样本的39.59%。根据调查结果,2020年度客户总体满意度依旧保持在较高水平且较上年度有所提升,客户满意度测评综合得分92.40分,满意客户占比95.8%。2020年客户对中国外运的推荐程度为95.17%,继续合作程度为95.62%,忠诚度分析指标一净推荐值大于80%,表明中国外运仍然是一家拥有一大批高忠诚度客户的企业。此外,客户投诉抱怨占比为10.38%,投诉的原因是希望服务质量、服务流程能够得到进一步优化和改善,投诉抱怨处理结果满意度为76.54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(包括但不限于客户姓名、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《公司采购管理实施细则》(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、公正和诚实守信的工作原则开展采购活动。本集团每年均对供应商进行履约评价,对于不能达到要求的供应商,暂停交易资格1年,重新恢复交易资格需根据整改情况进行评审。

2020年,我们持续完善各级采购管理组织和管理制度的建设,从体制上保障采购和供应商管理工作的有效开展和举措落地。第一,在制度方面,结合公司业务特点和管理现状,修订完善《公司采购管理实施细则》,并开展了制度宣贯、培训与交流。第二,明确采购主体责任,要求下属各三级公司建立和完善各级采购和供应商管理组织和制度,明确采购要求、流程、权限。第三,针对汽运、货代等业务类型,通过优化运作流程和采购方式降低采购价格,实现采购降本目标。

目前,公司供应商管理系统中全球合格供应商已达28,354家(较2019年增加6,103家),其中中国内地合格供应商总数27,584家,另有28家供应商因不达标要求被停用。



人才培养与员工关爱

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。本集团重视与员工的关系，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。为满足本集团员工身心健康的需要，本集团组织了多项活动丰富职工的生活。同时，本集团高度重视员工的人身安全和身心健康，致力于为员工创造安全、和谐的工作环境，不断完善职业健康与安全的体系。

人才培养与激励



本集团严格遵守国家《劳动法》、《劳动合同法》、《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《公司总部招聘管理办法》、《公司职位与职业发展管理办法》、《公司绩效管理（试行）办法》等多项制度，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。

中国外运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。对于高级管理人员设定关键业绩、战略等考核指标，考核结果与绩效奖金挂钩。公司董事会和薪酬委员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。

人才驱动

人才理念

有信念、讲政治；有理想、勇践行；有能力、敢担当；有激情、能抗压；有道德、守法规。

一心四力

事业心-远见力-执行力-领导力-协同力

五种能力

认知-沟通-化解-颠覆-带将

人才标准

守正守定 价值共通

人才配置
精准科学
战略支撑



人才选拔
开放包容
竞争择优

创变学习 多维赋能

人才培养

多渠道选拔

科学考评、全面盘点
内部竞聘、市场化选聘

多层次培养

不同层级面向不同群体培训班
12期（核心、高潜、管培、海外和管理大讲堂），内训师大赛精彩纷呈，百人百课。



案例: 公司成功举办首届内训师大赛决赛

公司于2020年5月启动了首届内训师大赛，希望通过建设内部讲师队伍，达到协调内部专家资源，萃取组织经验、开发培训课程的目的，进而提升公司内部的学习氛围，助力内部智慧的积累、沉淀和传递。本次大赛共有330人参加海选，105位选手入围初赛，最终评选出30名选手进入决赛。大赛历时三个月，克服了疫情带来的困难和影响，穿插安排了数次外部专家的培训辅导，组织了三次现场评审，是公司成立以来参与人数最多的单个培训项目。

公司成功举办2020年核心管理人员及高潜人才培训班

为推进人才强企战略，建设忠诚干净担当的高素质干部队伍，强化公司人才梯队建设，中国外运坚持每年定期组织核心人才培训班。2020年培训班在开班规模、覆盖范围、课程设计上均进行了升级，成员涵盖了公司总部及所属二级、三级单位各领域的管理人员和业务骨干80人，并根据核心管理人员和高潜人才培训班成员特点分别设计课程又在具体聚焦上有所侧重，注重提升不同阶段学员的政治素养、宏观视野、企业经营管理能力以及综合素养，助力其成长为推动公司高质量发展的主力军，并借此搭建沟通交流的平台，进一步促进协同、分享和融合。



于2020年12月31日，中国外运共有34,628名从业员工（其中32,276名在册在岗员工），新入职员工为5,092人。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。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，中国外运雇员流失比率10.40%（上年同期为12.52%）。其中，雇员主动辞职率为8.99%，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82.5%。基层员工离职的主要原因是由于工作内容同质化程度较高、流动性较高，离职率低于行业平均水平，符合物流行业的特征。

截至2020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：

按年龄和职级划分的员工人数情况

职级	30岁及以下	31-40岁	41-50岁	51-60岁	60岁以上	总计
公司负责人	15	272	568	379	3	1,237
部门负责人	73	1,094	1,060	400	0	2,627
一般员工	8,751	11,583	5,618	2,450	10	28,412
总计	8,839	12,949	7,246	3,229	13	32,276

按教育程度和职级划分的员工人数情况

职级	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	121	618	396	91	5	1,237
部门负责人	1	119	1,450	809	215	33	2,627
一般员工	11	1,183	10,573	8,641	5,735	2,269	28,412
总计	18	1,423	12,641	9,846	6,041	2,307	32,276


按性别和职级划分的员工人数情况

职级	男	女	总计
公司负责人	992	245	1,237
部门负责人	1,720	907	2,627
一般员工	17,481	10,931	28,412
总计	20,193	12,083	32,276

报告期内, 公司员工按照职级划分的培训情况

职级	人均培训时数	人均培训比率
公司负责人	21.73	347.45%
部门负责人	19.96	291.53%
一般员工	23.59	420.78%

注: 人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%。



2020年, 本集团线下培训总时数为约777,157小时, 完成了在线学习总课程数513,948门(总学习时长307,039小时)。其中, 男员工人均培训时数约30.23小时, 女员工人均培训时数约36.95小时。本集团培训内容主要包括: 公司组织战略及企业文化培训、新冠疫情防控培训、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, 使其配合业务运营和员工的需要。



员工关爱

一直以来, 本集团高度重视员工健康与安全风险, 尽可能为员工提供全面的防护措施。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, 保障广大员工作为“主人翁”的知情权、参与权、表达权、监督权。

2020年, 为保障员工民主权利, 发挥员工民主参与、民主监督作用, 公司总部共召开2次职工代表大会, 对涉及员工切身利益的相关制度、事宜进行讨论、表决, 切实履行民主监督责任。同时, 为有效改善广大员工的生产、生活、文化、娱乐等条件, 2020年建设9家“员工之家”项目, 使工会建设工作得到完善。

2020年, 在新冠疫情防控常态化的态势下, 公司工会通过线上、线下相结合的形式, 组织开展了“红颜胜儿郎最美疫中人”的评选活动、“飞往武汉的千纸鹤”爱心互助活动、“坚守初心创一流、牢记使命再出发”公司日活动、“爱心传递”的捐赠义卖活动、公司荣誉表彰颁奖盛典等, 有效提升员工对企业的认同感、归属感、幸福感。此外, 公司继续组织“心系员工情、温暖进万家”主题的帮困送温暖活动, 对患病、生活困难的员工进行走访慰问和帮扶, 帮助解决实际困难。



中国外运在 2020 年度组织主要员工活动情况

活动名称	参与人数
红颜胜儿郎最美疫中人	80 人
“磨难相依 与子同衣 悬弧之辰 与子同庆” 第一季度生日会	80 人
青年员工抗疫捐款活动	1,010 人
五四精神薪火相传 外运青年砥砺前行	29 人
奇巧创变人人猜 为党庆生久久情	3,000 人
坚守初心创一流 牢记使命再出发	200 人
热心公益无偿献血 外运青年奉献爱心	15 人

社区关爱

中国外运始终以社会责任担当与奉献责任为准则，积极投身扶贫，社会公益活动，真诚回馈社会，努力实现企业与社区的和谐共建。2020年，公司开展各类志愿者公益活动，金秋助学活动，无偿献血活动，“圆梦计划”职工教育帮扶活动等，定向消费扶贫支出为631万元。



开展助学活动暨“线上舞台‘疫’展风采”才艺大赛

中国外运在 2020 年度组织主要社会关爱情况

活动名称	参与的志愿者人数	受益者人数
“国家有需、外运必达”，勇担招商局“灾急送”社会扶贫公益责任	50 人	10,000 人
“情牵苏堡村”—爱心电脑助力电商扶贫	15 人	300 人
“情系弄袍”持续实施弄袍小学扶贫计划	20 人	200 人
“大爱无疆 温暖依旧”春蕾班助学活动暨“线上舞台‘疫’展风采”才艺大赛	30 人	100 人
“拍全家福照片 留最灿烂笑容”主题志愿活动	20 人	50 人
“邮来已久、绿动未来”主题宣传及志愿者活动	25 人	2,000 人
打造招商局“高原蔬菜包”产品，以消费扶贫助力威宁脱贫	10 人	3,000 人

报告期内，中国外运还通过招商局慈善基金会捐赠扶贫资金1,200万元人民币，该笔资金由招商局基金会统筹规划并实施。截至2020年底，招商局慈善基金会精准扶贫工作实际支出6,244.1万元人民币，启动实施扶贫项目23项，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投入帮扶资金 5,166.1万元，在云南镇雄县、楚雄州永仁和武定县投入帮扶资金576.2万元，其他贫困地区投入帮扶资金501.8万元。中国外运主要参与的精准扶贫项目情况如下：

- 招商局·27° 农公益助农项目**

以品牌建设为重点，不断增强农产品品牌辨识度，提升市场竞争力，帮助贫困户就业增收。截至目前，“27° 农”已累计开发特色农产品60余款，产品覆盖13个国家级贫困县，其中2020年研发新产品12款，创新开拓礼品定制模式，进一步拓宽销售渠道。
- 湖北蕲春贫困乡村社区发展项目**

在蕲春引入专业社会组织力量参与扶贫，实施贫困乡村社区发展项目，支持农户组建互助组、合作社，提供养殖技术和产业发展培训，帮助贫困家庭自力更生。2020年，项目培育禽畜、蕲艾、油茶、茶叶等合作社7个，累计受益项目农户1,075户，有效促进农户增收。
- 湖北蕲春乡村幼儿班计划**

在蕲春县引进社会资源组织修建幼儿园，培训乡村幼儿班老师，解决偏远乡村儿童学前教育难题。2020年项目持续运作16个幼儿班，在蕲春北部山区檀林镇新建成幼儿班5个，累计受益学前儿童及家长600余人。
- 新疆叶城、莎车中小学图书捐赠项目**

叶城县、莎车县义务教育中小学图书配备率与自治区义务教育学校标准化的目标存在较大差距，为助力教育资源均衡化，向叶城县、莎车共计捐赠图书120万册。
- 新疆叶城驻村帮扶（10村）项目**

在叶城县伯西热克乡欧壤（10）村建成妇女创业就业孵化基地，提升妇女就业技能，可覆盖受益近千名妇女，稳定增加收入。
- 云南楚雄精准脱贫帮扶项目**

通过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、元谋县黄瓜镇海洛村卫生室项目等四个子项目，改善贫困县群众生活环境以及困境儿童的教育状况。2020年外普拉项目点被湖南卫视芒果TV选为“希望的田野”拍摄点，带动当地增收。永仁县社区综合发展项目、武定县乡村教育扶贫项目为900名中小学教师开展了普惠性心理支持培训，支持元谋县黄瓜镇海洛村卫生室项目在当地建成一所村卫生室，完善乡村医疗条件。
- “招商局·幸福家园”乡村社区支持计划**

通过“未来+乡”社区项目和社会组织能力支持计划两个子项目，支持全国范围内的专业社会组织扎根乡村社区，并以“培育社区自组织”为抓手，从社区公共事务切入，培养村民的公共参与意识和能力，增强乡村治理对脱贫攻坚的良性促进作用。

环境保护

环境管理

中国外运践行“绿水青山就是金山银山”环保理念，深入实施以智慧物流推动绿色发展战略，坚持走生态优先、绿色发展之路，严防生态环境风险、杜绝环境污染事件、强化节能减排，有力推动可持续发展。

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，营运过程中并没有向水、土地排放大量有害废弃物或无害废弃物，所以没有关于有害废弃物和无害废弃物的数据统计，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《2020年北京市重点排污单位名录》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。

2020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，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五个方面加强环境管理与保护：

第一，严守法律法规，完善制度机制，健全管理体系。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》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国节约能源法》、国际海事组织《73/78防污公约》附则第15条等，严控污染物排放，避免造成环境污染，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，建立了沉淀池、生化池等处理设施，并定期进行设施维护与处理结果检测，确保达标排放；组织制定了《危险废物处置管理规定》《危险化学品安全管理办法》等规定，禁止随意丢弃、堆放、处置危险废弃物与危险化学品，避免因保存、处置不当造成环境污染。

第二，奉行发展与节能同步、开发与节约并举的指导方针，注重加强日常管控、优化流程、提高技术、整合资源，进一步提升资源使用效率。一是加大除旧布新力度，淘汰老旧车辆船舶、设施设备，推动传统耗能设备与技术的升级改造，以低碳生产实现绿色经营；二是大力推动新能源生产使用，比如中国外运华中有限公司继续推进光伏发电建设、在港口码头全面落实岸电建设、加大新能源运输车及叉车的更新投入力度，从源头上减少能源不合理消费，有效控制温室气体和污染物排放，推动绿色交通发展；三是推动仓库照明节能改造，要求所有仓库一律使用节能灯具，并采用分区照明控制降低电能消耗，提高灯具使用寿命，要求各单位尽量减少开灯时间，避免长明灯，白昼灯现象。

第三，坚持数字化转型，以智慧物流推动绿色发展。一是构建智能化运营，通过单证智能化平台、仓储视觉识别自动收发货系统、电子智能分拣出入库系统、冷库信息化管理系统等运用，提高了作业的及时性与准确性，实现了提升运作质量、提高运作效率、优化人员结构的质效提升大目标，大幅降低运营能耗成本；二是优化运输过程，利用多年数据沉淀，引入智能线路优化引擎，优化调度模式，降低燃油成本；三是积极调整运输结构，结合运易通平台，推动多式联运发展，并持续推广甩挂运输和班列运输模式，提高运输效率，减少污染物排放。

第四，广泛开展节能环保宣传教育活动，倡导全体员工加强环保意识，共同参与节能环保、绿色低碳行动，树立勤俭节约理念。通过开展节能宣传周、全国低碳日、“讲好节能故事”征文大赛等活动，极大地调动了广大员工参与节能减排活动的积极性，提高了节能环保的意识。同时，公司积极落实垃圾分类，按照国家分类标准和政府部门要求，比如设置分类垃圾箱，将办公活动与生产经营中产生的垃圾进行分类投放，并交由有资质的单位进行回收处理。

第五，注重办公资源节能环保，践行新办公发展理念，开展“践行绿色发展理念，倡导厉行勤俭节约”活动。推行绿色办公理念，提倡无纸化办公，并打破部门办公界限，在公司总部建立共享工位办公模式，降低办公成本；要求员工下班离开公司时要及时关闭工作电脑、打印机、照明、空调等耗电设备；倡导节约使用办公用品及耗材，打印文件要求双面打印，内部传阅文件原则上不得使用彩色打印；以简短、务实、高效为原则，严格管理控制各类会议，提高视频会议系统和会议室的使用率等。此外，倡导节约用水，在用水区域设置节约用水标识，要求用完水后及时关闭、关紧水龙头；加强供水设施检查维护，防止“跑、冒、滴、漏”，杜绝“长流水”现象；切实减少用水量消耗等。



中国外运近两年排放物排放量及排放密度情况¹

	2020年度	2019年度	2020/2019数据比较	2020年每亿元营收数据密度
二氧化硫排放量(吨)	99.88	104.88	95.23%	0.12
氮氧化物排放量(吨)	69.93	83.86	83.39%	0.08
温室气体(二氧化碳)排放量(吨)	133,738.28	154,758.16	86.42%	158.20

¹本集团产生的无害废弃物(办公垃圾)量很少，因此未作此数据统计及披露。

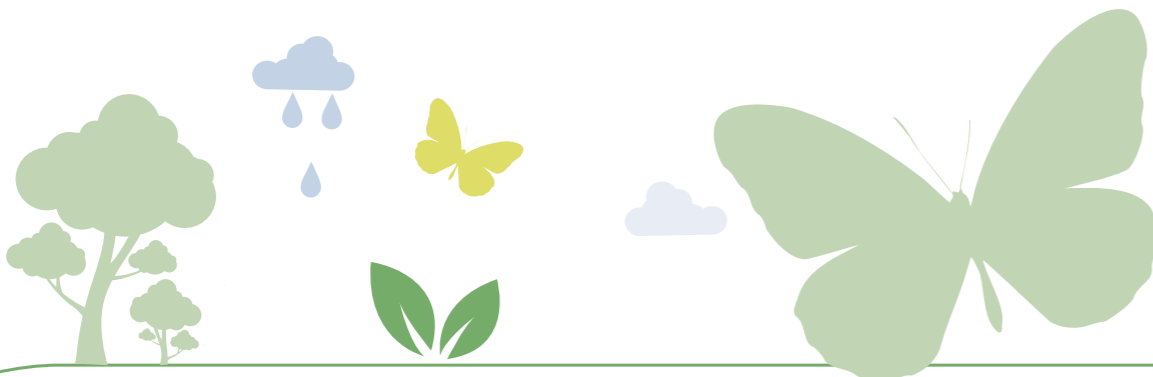
中国外运近两年资源消耗总量及密度情况

	2020年度	2019年度	2020/2019数据比较	2020年每亿元营收数据密度
能源消耗总量 (吨标准煤)	84,896	95,200	89.18%	100.42
耗水量 (吨)	3,765,099.99	3,003,751.85 ²	107.48%	4,453.79
电力消耗总量 (万千瓦时)	14,211.90	14,044.78	101.19%	16.81
汽油消耗总量 (吨)	3,886.07	5,224.52	74.38%	4.60
柴油消耗总量 (吨)	37,232.97	42,529.02	87.55%	44.04
天然气消耗总量 (立方米)	4,626,997.92	5,596,085.04	82.68%	5,473.34
煤炭消耗总量 (吨标准煤)	256	394.00	64.97%	0.30

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的工作, 降低营运对环境可能产生的影响。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。报告期内, 公司编制了《突发环境事件综合应急预案》, 包含突发环境事件分级、应急组织体系与职责、预警与信息报告、应急响应、信息发布、后期处置、应急保障、预案管理等内容, 拟于2021年内履行内部审批并执行。

根据我国环保法律、法规和有关政策的规定, 本集团在进行有关建设项目如物流中心建设时, 首先会分析、预测和评估该项目实施对环境可能造成的影响, 针对性地提出预防或减轻不良环境影响的对策和措施, 评估生产过程和产品是否符合清洁生产要求, 评价最终排放的污染物对周围环境影响等, 均按照法律规定向相关主管部门递交环境影响评价文件。



²上年度ESG报告中的耗水量口径存在差异, 请以此数据为准。

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的: (1) 政策; 及 (2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P29-31
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	P30
	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)。	P30
	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)。	P29, 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)。	P29, 暂无相关统计
	A1.5	描述减低排放量的措施及所得成果。	P29-31
	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。	P29
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。 注: 资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。	P29-30
	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)。	P31
	A2.2	总耗水量及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	P31
	A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	P29-31
	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。	P29-30
	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。	P31
	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。	P31

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: (1) 政策; 及 (2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P23-26
	B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。	P25
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	暂无相关统计
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: (1) 政策; 及 (2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P18-19
	B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	P19
	B2.2	因工伤损失工作日数。	P19
	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。	P18
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。 注: 培训指职业培训, 可包括由雇主付费的内外部课程。	P23-25
	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。	P25
	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。	P25
B4: 劳工准则	一般披露	防止童工或强制工的: (1) 政策; 及 (2) 遵守发行人有重大影响相关法律及规例的资料。	P23
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P23
	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。	P22
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	P22
	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有关惯例的执行及监察方法。	P22
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: (1) 政策; 及 (2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P14, 18, 22
	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。	P22
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	P21
	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。	P22
B7: 反贪污	一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的: (1) 政策; 及 (2) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P19
	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。	P19
	B7.2	描述防范措施及举报程序, 以及相关执行及监察方法。	P19
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。	P27-28
	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)。	P27-28
	B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	P27-28



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>