

2020 企业社会责任报告

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT



让梦走得更远

广汽本田汽车有限公司

目录 CONTENTS

- 02 经营层致辞
- 04 关于我们
- 08 责任管理
- 12 2020 年大事记
- 14 专题：“疫”路同行，为爱而战
- 18 专题：全面从严治党永远在路上

与梦同行 创享价值

- 24** **用车价值**
商品价值
智研先进技术
 - 24 畅享出行乐趣
 - 25 驾驭环保动力
 - 27 极致安全驾驶
 - 29 夯实研发体系
- 30** **责任故事**
航空机械师的冠道奇缘

- 32** **用车价值**
体验价值
悦享贴心服务
 - 32 购买体验更愉悦
 - 34 售后服务更便捷
 - 34 权益保障更放心
- 36** **责任故事**
专业服务夯实“安心信赖”

- 38** **用车价值**
保有价值
功成卓越品质
 - 38 高品质高价值
 - 38 保值回购服务
 - 38 完善质量管理
 - 39 全周期质量保障
- 40** **责任故事**
“广本质造”背后的宝藏匠人

- 42** **共创文化价值**
共创文化价值
情聚执着热爱
 - 42 社交共享平台
 - 42 粉丝圈层活动
- 44** **责任故事**
把一个人的热爱，
变成一群人的情怀

责任引领 逐梦未来

- 48** **公众责任**
助力美好生活
 - 48 普及安全教育
 - 50 投身精准扶贫
 - 52 构建和谐社区
- 54** **责任故事**
脱贫攻坚路上最美的“相遇”

- 56** **环境责任**
守护绿水青山
 - 56 夯实环境管理
 - 57 践行绿色生产
 - 59 提供绿色产品
 - 60 推进绿色运营
 - 62 呵护绿色生态
- 64** **责任故事**
点滴关爱，共创未来生态

- 66** **伙伴责任**
携手互惠共赢
 - 66 打造责任供应链
 - 67 赋能升级特约店
 - 69 创优行业生态
- 70** **责任故事**
携手特约店，赋能公益梦想

- 72** **员工责任**
营造幸福职场
 - 72 坚持以人为本
 - 74 搭建成长平台
 - 76 关心员工生活
 - 78 保证安全生产
- 80** **责任故事**
你为什么选择广本

- 82** 公司治理
- 86** 展望 2021

经营层致辞



森山克英

广汽本田总经理
森山克英



郑衡

广汽本田执行副总经理
郑衡

梦想，让美好发生

不平凡的 2020 年，必将被时代铭记。面对疫情带来的极大变革和考验，广汽本田以超强魄力迎难而上，不断优化体系内循环“应变力”，实现发车终端销量双增长，品牌价值稳步提升，全新战略布局落地，彰显了主流车企的责任与担当。

在这充满变化和挑战的一年，广汽本田知责于心、担责于身、履责于行，坚守“成为社会期待存在的企业”的目标，不忘超越顾客期待梦想，与用户相互激发、彼此成就，并持续在环保、安全等领域深耕助力，努力为社会创造更大价值，前进的每一步都温暖、有力。

我们以真诚铸稳底盘，全力以赴迎接挑战实现高质量发展。

2020 年，广汽本田以 22 年体系经营厚积薄发，展现出强大的韧性和创变能力，开创了逆势增长的新局面。自新冠肺炎疫情发生以来，我们在扎实做好疫情防控工作的同时，全力推进复工复产。不产生一个疫情，更不会错失多生产一台车的机会！广汽本田全体员工与合作伙伴勠力同心，稳保生产销售基盘。4 月，正式吸收合并本田汽车（中国）有限公司，迈入整车“四线生产”阶段。10 月，成为广汽集团旗下首家累计产量达 800 万辆的企业。2020 年，我们实现全年生产汽车 80.6 万辆、销售汽车 80.6 万辆，实现营业收入 1,184 亿元，纳税总额 115 亿元。

我们以真心服务用户，为用户智造畅享美好汽车生活的喜悦。

与用户共赴热爱、分享精彩，是我们不变的追求。2020 年，我们发布“广汽本田车生活全价值”战略，深化商品价值、体验价值、保有价值，并与用户共创文化价值，构建品牌与用户间的全新共生形态。我们强化商品价值，拥抱汽车“新四化”变革潮流，导入 Honda SENSING、Honda CONNECT 等先进技术，推出凌派锐·混动、皓影锐·混动 e+、VE-1⁺ 等明星车型，迈入全矩阵电动化布局时代。我们刷新体验价值，持续深化“FUN LINK 创享车生活”服务品牌，率先布局线上云展厅，让用户的用车生活更加便利、贴心和愉快。我们深挖保有价值，以“广本智造”锻造过硬的价值成色，在 IQS 新车质量和保值率排名中收

获双料冠军，为用户提供更可靠的资产性价值保障。我们与用户共创文化价值，万人共聚第二届广汽本田“躁梦节”，以共同的热爱和信仰相互激发梦想的力量。

我们以真情回馈社会，携手相关方筑梦可持续发展的未来。

2020 年，我们以开放的品牌生态，与利益相关方共同构建安全、绿色、和谐的社会环境，为每个人的幸福生活“加速”。秉承“为了所有人的安全”的理念，广汽本田面向不同年龄人群开展道路安全普及活动，安全中国行举办首届道路安全创新大赛，截至 2020 年，安全驾驶体验营累计培训近 5 万名驾驶者，“梦想童行”儿童道路安全公益行直接参与人数近 10 万；我们将“让孩子的天空更蔚蓝”的环保口号贯彻于企业生产、经营和社会公益活动的全过程，全年减排温室气体近 2.4 万吨，截至 2020 年，广汽本田与相关方在广东东江、河北丰宁和内蒙古兴和累计造林 23,320 亩。我们与员工、伙伴共同成长、共享发展，建立全方位、全周期人才培养平台，不断完善供应链管理体系，创建良性行业生态。我们积极向社会“释放”温暖力量，全年公益投入 1,082 万元，对口帮扶的清远连州市九陂镇联一村实现整体脱贫。

2021 年是创新突破的一年。站在中国奋进第二个百年目标的历史节点，我们将加速推进企业“新四化”进程，向 2030 愿景“为您智造悦享移动生活的无限可能”创变前行，推动社会可持续发展，让更多美好发生，让梦走得更远。



关于我们

广汽本田汽车有限公司成立于1998年7月1日，是由广州汽车集团股份有限公司、本田技研工业株式会社和本田技研工业（中国）投资有限公司按50：40：10的股比共同投资建设和经营的企业，合资年限为30年。广汽本田汽车研究开发有限公司、广汽本田汽车销售有限公司为广汽本田全资子公司。

2020年4月，广汽本田正式吸收合并本田汽车（中国）有限公司，并将其更名为广州开发区工厂。自此，广汽本田

迈入整车“四线生产”阶段，基本生产能力达到年产77万辆。2020年，广汽本田全年生产汽车80.6万辆、销售汽车80.6万辆、工业总产值1,092.5亿元，均创历史新高，实现营业收入1,184.27亿元。

面向未来，广汽本田将以2030愿景“为您智造悦享移动生活的无限可能”为指引，助力更多消费者实现精彩的汽车生活梦想。广汽本田不仅要成为顾客信赖并主动选择的品牌，将喜悦不断传递，更要成为社会所期待存在的汽车企业。

企业哲学

基本理念

尊重人：以平等的关系互相信赖，互相尊重各自独立的个性，发挥各自拥有的力量，并以此共同分享喜悦。

平等

互相承认并尊重个人的差异。而且，对有干劲的人，不论个人的属性（岗位、职位、国籍、学历、性别等）如何，一律给予机会。

自立

不拘泥于已有的概念，自由地思维，根据自己的信念具有自主性地行动，并对其结果负责。

信赖

它产生于每个人互相承认，互相取长补短，诚心诚意地发挥自己的作用。广汽本田希望在一起工作的每个人经常保持能够互相信赖的关系。

三个喜悦：它所表达的信念是，希望根据“尊重人”与所有和广汽本田的企业活动发生关系的人们建立一种能够共同分享喜悦的互相信赖关系。

购买的喜悦

通过商品和服务，不仅让顾客感到满意，而且让顾客发生共鸣，引起感动。

销售的喜悦

我们用有价值的商品和周到热情的服务使顾客得到了满意，并且把由此而得到的信赖关系培养下去，在这个过程中便产生了销售的喜悦。

创造的喜悦

我们通过各自的业务，充分发挥各自的能力，创造出超过顾客和特约店期待的具有高价值的商品和服务，让顾客和特约店的每个人感到喜悦。

公司宗旨

我们竭尽全力提供超越顾客期待的商品，赢得顾客与社会信赖。

运营方针



不断向高目标挑战



尊重理论、创意和时间



重视合作与沟通，
共创和谐、有条不紊的
工作流程



以三现主义
(现场、现物、现实)
开展工作



坚持不断地学习和钻研

企业品牌

作为中国汽车行业的先行者，广汽本田不断创新变革。2016年，广汽本田以实现用户梦想为中心进行品牌升级，发布全新企业品牌口号“让梦走得更远 (Your Dreams. Our Drive.)”。广汽本田洞察新消费层的期待，以“梦想同行者”的姿态，期望为消费者带来更多惊喜与感动。

品牌口号

让梦走得更远
Your Dreams. Our Drive.

品牌定位

梦想同行者

品牌使命

梦想有大有小，对广汽本田来说，每个人的梦想都是独一无二且无比珍贵的。我们始终认真聆听，尊重每个人的梦想，陪伴你一路同行，相互激励，追寻梦想，让你比预想的走得更远，成就更多。

品牌形象属性

年轻于心 持续创新 富于洞察 值得信赖 鼓舞人心

企业产品

广汽本田正式迈入“混动、插电式混动、纯电动”的全矩阵电动化布局时代，丰富强大的电动化产品在轿车、MPV、SUV市场全面铺开，为顾客提供更多元的购车选择，尽显科技环保、年轻运动的无限魅力。

新产品



皓影 (BREEZE) 锐·混动 e+



凌派 (CRIDER) 锐·混动



第四代飞度 (ALL NEW FIT)
SPORT 潮跑 Pro 系列和 CROSSTAR 潮越 Max 系列



NEW CDX A-Spec 运动款



RDX A-Spec 运动款



纯电动 SUV VE-1*



纯电动轿车 绎乐 (EA6)

责任管理

广汽本田积极履行企业社会责任，建设和完善企业社会责任管理体系，通过传递责任理念、优化责任治理、加强责任沟通等方式，促进社会责任与企业文化、制度及实践的融合，持续提升企业履责能力，以责任担当成就企业梦想。

责任理念

广汽本田将社会责任工作融入企业经营发展之中，围绕“为了所有人的安全”的安全理念和“让孩子的天空更蔚蓝”的环保口号，持续开展“安全中国行”“梦想童行”“流溪河水源地保护”“Honda 在华关联企业内蒙古植树”“Honda 中国节能竞技大赛”等重点活动，建立起聚焦于安全和环保两大领域的社会责任实践体系。

责任治理

广汽本田建立健全社会责任管理组织体系，社会责任管理工作由环境·职业健康安全委员会、生态环境管理事务局、公司治理委员会、慈善基金管理委员会等在各领域分别落实。与此同时，在各部门、子公司建立社会责任联络员体系，搭建各部门、子公司内社会责任事务的沟通与推进渠道。

责任议题

广汽本田关注社会责任核心议题的识别和确定，建立完善的实质性议题识别流程，分析比较不同议题对利益相关方的影响和对公司自身发展的重要性。

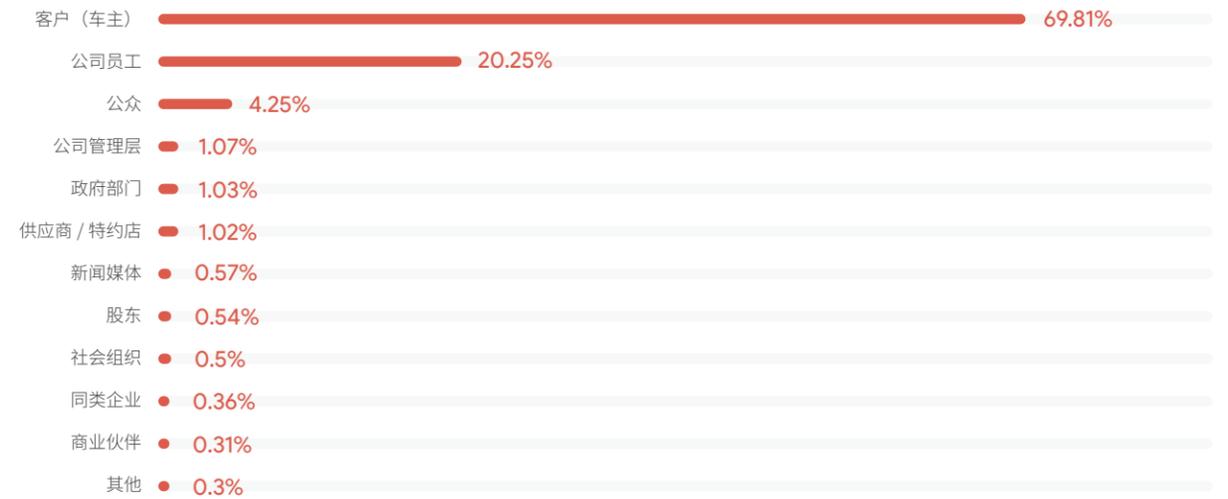
梳理阶段

广汽本田深入解读国家宏观政策及汽车行业政策要求，分析国际、国内社会责任标准，对标多家同行业优秀企业社会责任报告，并结合广汽本田发展计划及愿景，梳理出广汽本田社会责任的一般性议题。议题共计 33 项，涉及经济责任、客户责任、伙伴责任、员工责任、环境责任和社区责任六大类。

调研阶段

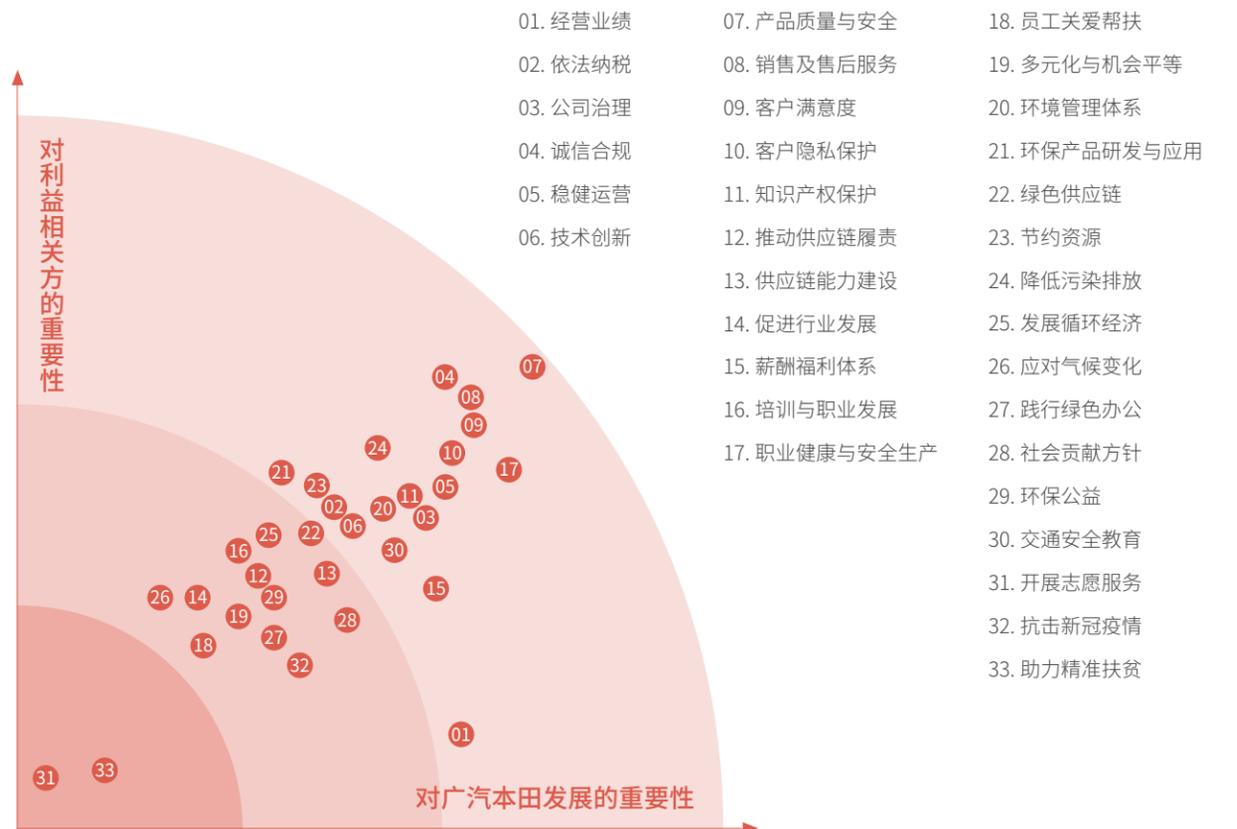
公司针对已识别的 33 项一般性议题，开展利益相关方专项调查，通过在线问卷方式，邀请内外部不同利益相关方对议题的重要程度进行打分，确定各项议题的重要性排序。调研共回收有效问卷 9,440 份，覆盖广汽本田管理层、员工、客户、供应商等各类利益相关方。

调查覆盖利益相关方情况



分析阶段

我们对调研问卷进行统计分析，通过建立“对广汽本田发展的重要性”和“对利益相关方的重要性”二维矩阵，识别出广汽本田实质性社会责任议题，为公司更好开展社会责任工作提供方向。



责任沟通

广汽本田将各利益相关方视为经营与发展的重要伙伴，建立完善利益相关方沟通交流渠道，认真聆听并以实际行动回应不同相关方的期望，为社会创造更多价值。

通过《广汽本田》内刊、内部网站、微信企业号、电视等渠道，搭建企业内部沟通交流平台	通过官方网站、官方微信公众号、微博等渠道，搭建企业外部沟通交流平台	自 2018 年起每年发布企业社会责任报告，积极披露企业履责实绩
工厂对非营利性社会团体免费开放，可通过公司官网进行预约参观	邀请行业媒体参与工厂体验、公益活动，实地考察企业社会责任履行情况	积极参与《21 世纪经济报道》《经济观察报》等主流媒体的社会责任分享及评选

利益相关方	对广汽本田的期望	广汽本田的回应
 政府	遵守国家法律法规 诚实守信经营 依法纳税	守法合规 规范治理 完善内控
 股东	资产保值增值 经营风险防范	稳健经营 提高盈利水平 加强股东关系管理 与股东及时沟通
 客户	丰富的汽车产品 优质的驾乘体验 良好的质量和服务	持续导入新产品 导入先进技术 自主研发 保障产品质量 提高服务水平
 合作伙伴	平等合作、互惠互利 拓展合作领域 遵守商业道德 公平采购	保障供应商 / 特约店权益 合作共赢 公平、公正、公开采购
 员工	良好的职业生涯规划 and 成长机会 劳动权益保护	实施现代化人才培养战略 畅通职业发展通道 完善薪酬福利体系
 社区	关注社区发展 共建幸福和谐社区	投身社会公益事业 扶助弱势群体 开展志愿者行动
 环境	关注气候变化 支持低碳经济 倡导节能减排	培育环保理念 开展植树造林行动 发展节能与新能源汽车技术

责任荣誉

	颁奖机构	所获奖项及称号
政府	广东省工业和信息化厅	广东省节能先进企业
	广东省生态环境厅	广东省环境教育基地
	广东省科技厅	2020 年度广东创新综合实力百强企业
	广东省扶贫开发领导小组	广东扶贫济困红棉杯铜杯
	广州市人民政府	广州市排水单元达标单位
	党中央、国务院	全国劳动模范——曾俊钦
股东	本田技研工业株式会社	全球客户服务提升活动金奖
社会团体	广州市慈善会	2020 年新冠肺炎紧急驰援项目爱心捐赠单位
权威机构	广东知识产权保护协会	广东省知识产权示范企业
	中国质量协会	2020 年中国汽车用户售后服务满意度 (CACSI) 合资品牌第一名
	汽车工业节能与绿色发展评价中心	2020 年汽车企业绿色发展指数 (GDI) 第二名
	中汽数据有限公司	中国汽车行业绿色环保行动 VOCs 治理标杆企业——广汽本田汽车有限公司黄埔工厂
	中汽研 (北京) 汽车文化有限公司	2020 年度公益引领者
	J.D.Power	主流车细分市场新车质量研究 (IQS) 第一名
		主流车细分市场销售满意度 (SSI) 第二名
		主流车细分市场客户满意度 (CSI) 第三名
		中型高端轿车新车质量研究 (IQS) 第一名——雅阁 (ACCORD)
		大型 SUV 新车质量研究 (IQS) 第一名——冠道 (AVANCIER)
媒体	中央广播电视总台	2020 年度最佳畅销车——雅阁 (ACCORD)
	《经济观察报》	最受尊敬企业
	《南方日报》	南方致敬品牌评选南方致敬贡献奖
	《21 世纪经济报道》	2020 中国企业公民评选优秀企业公民
	《羊城晚报》	2020 羊城车坛风云榜年度汽车企业

2020 年大事记



以“不产生一个疫情，也不错失生产一台车的机会”为原则复工复产



正式吸收合并本田汽车（中国）有限公司，并将其更名为广州开发区工厂



广汽本田-绿芽·流溪河水源地生态环境教育基地被授予“广东省环境教育基地”称号



首款战略混动中级车凌派（CRIDER）锐·混动上市，并宣告成立锐·混动联盟



面向道路安全高校联盟，举办安全中国行·首届道路安全创新大赛



第四代飞度（FIT）上市



广汽 Acura RDX A-Spec 运动款上市，并发布全新品牌主张“以性能论豪华”

2月17日

4月1日

4月7日

6月10日

8月-12月

8月26日

9月12日

12月

11月24日

11月20日

11月14-15日

10月30日

9月26日

2020 年产销双双突破 80 万辆，创历史新高



员工曾俊钦在人民大会堂接受“全国劳动模范”表彰，这是广汽本田员工首次获得该荣誉



发布“广汽本田车生活全价值”战略，首款纯电动轿车绎乐（EA6）首次亮相



第二届“躁梦节”在广州举办



第 800 万辆整车下线，成为广汽集团旗下首家累计产量达成 800 万辆的企业



第十代雅阁（ACCORD）星空限量版和纯电动 SUV VE-1+ 联袂上市



专题 “疫”路同行，为爱而战

2020年初，一场突如其来的新冠肺炎疫情席卷全球。广汽本田积极承担企业社会责任，捐款捐物支援抗疫一线；秉持“不产生一个疫情，也不错失多生产一台车的机会”的信念，抓好复工复产各项工作，实现全体员工零感染；携手伙伴共同战“疫”，为客户提供暖心服务，用实际行动诠释广汽本田的使命与担当。

为爱而战

驰援抗疫一线

2020年1月23日，武汉宣布暂时关闭离汉通道，成为全国抗击疫情的最前线。广汽本田第一时间表达守望相助之情，向武汉市慈善总会捐赠100万元，由武汉市抗击新型冠状病毒肺炎防控指挥部统一购买急需的防护及医疗用品。

全国各地的疫情防控工作同样刻不容缓。公司千方百计调动可用资源，向广州市各医院捐赠医疗口罩13,000个，并通过广州市慈善会向南方医科大学南方医院捐赠一台奥德赛（ODYSSEY）锐·混动，作为抗疫工作用车，保障各项防控工作顺利开展。



向广州市红十字会医院捐赠口罩



向南方医科大学南方医院捐赠奥德赛（ODYSSEY）锐·混动

展现大爱担当

隔离病毒，不隔离爱。面对新冠肺炎疫情这场大考，广汽本田积极号召广大员工参与疫情防控志愿活动，向社会传递正能量。公司党员自愿捐款35万元；各级党、工、团组织成立献血突击队，共无偿献血约15.5万毫升。广汽本田坚持与社区共建、共治，2020年共组织2,000余名党员投身社区疫情防控值守工作，为社区居民生活的有序恢复提供了重要支撑。



党员投身社区抗疫



广大员工无偿献血

抗疫故事 | 驻村干部闯关回村防抗疫情

刘龙腾是广汽本田驻清远连州市九陂镇联一村第一书记、扶贫工作队队长。面对疫情对扶贫计划的影响，他虽远在500公里外的广东河源龙川山区老家，心却早已飞到了联一村。“我必须尽快回到联一村，带领村民共同抗防疫情，保生产促扶贫。”当时所有公共交通停运，出行成为难题。刘龙腾辗转搭乘镇上的快递物流车，与在梅州探亲的广汽乘用车驻连州市九陂镇四联村第一书记、扶贫工作队队长霍溥源会合，共同奔赴连州。疫情期间，口罩等防护用品紧缺，广汽本田第一时间协调各方资源，通过刘龙腾的同事、同学、朋友接力，将口罩等防护用品及时送达，为他免除后顾之忧。刘龙腾返回工作岗位后，联一村的疫情防控和脱贫攻坚工作有条不紊地开展起来。



“疫”路同行

统筹部署疫情防控

新冠肺炎疫情发生以来，广汽本田第一时间成立疫情防控工作领导小组，制定《广汽本田应对新型冠状病毒感染的肺炎应急预案》，确保“5个到位”（防控机制到位；员工排查到位；防疫设施物资到位；内部管理到位；宣传教育到位）和“8个一”（一报健康状况；一测体温；一戴口罩；一设隔离留观室；一致电；一开展爱国卫生运动；一次健康教育；一强化人文关怀）要求以及公司各项防控责任切实落地，全力打好疫情防控阻击战。

复工复产逆势上扬

2020年2月，在满足政府规定的条件下，广汽本田第一时间开始复工复产。公司以“不产生一个疫情，也不错失多生产一台车的机会”为口号，有序开展各项疫情防控工作。在公司零疫情的前提下，实施极限排产和最大化补产。全体员工以积极饱满的热情，有条不紊地投入到生产经营当中。广汽本田全年产销和工业总产值均实现同比正增长，为提振国家经济做出了贡献。



有序复工复产

抗疫故事 | 连续加班多方协调转移几十万种零部件

广汽本田有 47 家供应商在湖北，受疫情影响巨大。公司采购部零部件供应科李书国团队在疫情初期就开始关注并提醒供应商做好库存准备。1 月 23 日武汉封城，李书国团队立即与 441 家供应商建立起应急联络与信息共享平台，确保人员安全并盘点库存。春节本来是和家人团聚的日子，李书国团队却从大年初五就开始了早上 7 时上班、凌晨 12 时下班的状态，高峰期连续加班 36 个小时。随着疫情蔓延，李书国团队利用一切可动员的资源，对几十万种零件逐一落实，将全部成套库存零件共计 15,094 台套转移到广州，有力保障了公司的顺利复产。

保障员工安全生产

保障员工安全是企业复工复产的头等大事。广汽本田制定并更新《员工复工指引》，通过导入热成像测温系统、设立预检分诊处、新增隔离观察室、开发健康信息系统、启用视频会议系统等措施，守护每一位员工的健康与安全。2020 年，通过精细有力的防控管理，公司全体员工无一例感染。

医疗保障

为员工提供线上问诊、电话问诊服务，上线以来累计服务员工超 2,000 人次；建立医疗应急预案，在各厂区设置隔离室，及时将厂区内发热员工送医治疗；为近 600 余人次员工报销核酸检测费用，解决员工后顾之忧。

健康饮食

建立全新膳食配送模式，开辟 80 余个用餐点，最大限度实施分散用餐；为每位出勤员工提供一份免费正餐，每餐发放水果、饮品，确保员工营养均衡。

降低感染风险

通过增加考勤机、派衫点、交通车、停车位，优化员工宿舍入住方式等措施，避免人群聚集。每天对公共区域按照防控标准进行全面消毒，为员工发放各种防疫物资，在公共场所配备消毒洗手液，降低感染风险。

开发在线服务

员工服务系统“e 员工服务中心”在线推出抗击疫情栏目，包括复工出行证明、健康状况调查、疫情防控手册等，保障员工顺利复工；开发劳动合同续签电子化系统，成为广汽集团内首家实施劳动合同电子化的企业。

携手伙伴共渡难关

2020 年 1 月 26 日，广汽本田向全体特约店和供应商发出《关于防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情的应对通知》，指导相关方做好防疫措施，每日动态了解各特约店和供应商的人员健康状况，及时共享防疫信息。此外，广汽本田推出多项帮扶政策，为特约店纾困减压，携手各特约店砥砺前行、共渡难关。

提供健康暖心服务

广汽本田要求特约店按照高标准流程进行消毒处理，让消费者在疫情之下依然能够放心购车、用车，并通过广汽本田车主服务号，发布防疫注意事项、疫情期间用车建议等信息，关怀每一位车主的健康。此外，广汽 Acura 首次将深度试驾触达一线医护人员，为抗疫医护提供专属福利用车，同时线上打造“讲暖心故事致敬逆行者”微博话题，传递温暖力量。



为客户提供特殊时期关爱服务

抗疫故事 | 封城 70 多天里的“逆行者”

武汉封城第二天，广汽本田车主马定便瞒着家里人，成为接送医护人员的车队志愿者。“他们拼了命地治病救人，我要让他们后顾之忧。”马定帮助解决医护人员通勤问题、为他们特制营养可口的饭菜，无偿运送及捐赠食材给小区居民，两个多月里只休息过一天半。他用于接送医护的冠道累计行驶里程超过一万公里，驾驶轨迹密密麻麻如春蚕织茧，将武汉这座城市稳稳守护。抗疫战场上，车成了马定最可靠的战马与最亲密的战友，就像侠客手中的剑。四月初，伴随着无数个马定一样的普通人所传递出来的温暖，武汉的“春天”终于到来。



专题 全面从严治党永远在路上

2021 年将迎来中国共产党成立 100 周年。近百年来，党带领全国人民谱写了中华民族自强不息、顽强奋进的壮丽史诗。广汽本田坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大精神，强化责任担当，严守政治纪律和政治规矩，增强四种意识，推动全面从严治党不断向纵深发展。

强化党的领导，凝聚发展合力

落实管党治党责任

广汽本田坚持把党的政治建设摆在首位，毫不动摇地坚持党对公司各项工作的全面领导。2020 年 4 月 17 日，公司党委召开全面从严治党工作会议，部署 2020 年工作要点。6 月 29 日，召开“落实全面从严治党主体责任 营造良好政治生态”专题民主生活会，增强班子凝聚力、战斗力、创造力，营造风清气正、干事创业的良好政治生态。

完善公司治理体系

广汽本田制定 2020 年基层党建活动方案，统一部署基层党组织建设工作，推动基层党组织和全体党员在公司复工复产中发挥战斗堡垒作用和党员先锋模范作用。此外，公司党委持续推进“加强党的领导，完善公司治理”专项整改工作，结合六个方面 19 项改善措施，健全完善《党委议事规则》《三重一大实施细则》等 12 项制度，全年党委会共审议“三重一大”事项 23 项。

推进落实“书记项目”

广汽本田以“党建引领复产补产增产，‘红色引擎’催生企业内动力”为课题，创新开展“书记项目”。10 月 23 日，成功举行成果发表交流会，创新推进合资企业党建与生产经营深度融合实践。课题获评广汽集团 2020 年基层党建“书记项目”优秀成果二等奖，典型事迹获“广州国企党建”公众号报道。



“书记项目”成果发表会



获评广汽集团 2020 年基层党建“书记项目”优秀成果二等奖

强化思想引领，把稳发展方向

开展党委中心组学习

广汽本田充分发挥党委理论学习中心组的火车头作用，全年共自学《习近平关于“不忘初心、牢记使命”论述摘编》等 12 本相关书籍。同时，公司坚持用好“大学习、深调研、真落实”工作方法，党委委员分别赴生产、销售、采购等领域，围绕 8 个主题成立调研小组、开展现地调研等工作，带头发现问题、破解难题，持续推进企业党建与生产经营深度融合，并召开党委中心组课题调研成果交流会，互相学习借鉴解决课题的思路与对策。



党委中心组课题调研成果交流会

举办“党课开讲啦”活动

广汽本田创新举办“党课开讲啦”活动，引导各级党组织严格落实“三会一课”制度，不断增强党课吸引力和感染力。公司党委班子分别赴各基层党支部讲授专题党课 19 场次；84 个基层党组织采用经典再现、情景互动等广大党员更加喜闻乐见的形式，开讲精彩党课 168 场次；8 月、9 月分别举办了“当前国际形势与中国安全环境”专题党课和“学党章党规 固党性纪律 扬清风正气”纪律教育学习月专题党课。



党委书记送党课下基层



“微党课”传递大能量活动



专题党课

加强思想政治工作

广汽本田制定《2020年广汽本田党委宣传工作计划》，明确思想政治工作责任制工作清单。组织各级党组织对思想政治问题开展自查自纠，梳理相关文章2,300余篇。举办思想政治工作研究会活动，并表彰2019年政研会先进集体和个人。申报的《机械行业统筹推进疫情防控和恢复正常生产秩序研究》被列为中国机械政研会重点课题，《完善“令行禁止、有呼必应”基层党建工作格局面临的挑战及对策研究》被列为广州市党建学会重点课题。

强化组织管理，筑牢发展根基

基层党组织建设

广汽本田扎实开展党支部标准化建设，着力打造适应新形势的高素质党员队伍，制定全年党员发展计划并组织入党积极分子培训，切实增强基层党组织的生机活力。此外，组织开展“党员示范岗”和党员民主评议工作，真正树立起“一个党员、一面旗帜”的先锋模范作用。

专兼职党务干部培养

广汽本田组织专兼职党务工作者61人次参加广汽集团2020年基层党务工作者培训班；开展2020年党务信息系统线上培训，100余名党务工作者完成学习；组织先进集体代表、优秀个人200余人分4批次先后赴井冈山、延安等地开展专项研修学习，多措并举打造一支素质高、业务强的专兼职党务干部队伍。

党支部激励机制建设

广汽本田着力推进党（总）支部“七一评先”考核评审项目，2020年创新开展基层党支部书记“党课开讲啦”微党课评审活动，作为年度品牌党建创新项目纳入基层党组织考核中。

强化作风改善，提升发展水平

抓选用，建强干部队伍

广汽本田修订《广汽本田领导干部管理暂行办法》《广汽本田领导干部考核暂行办法》，从严选好、用好、管好干部，并实施党委书记、纪委书记廉政意见“双签字”制度，进一步落实“德才兼备、以德为先”的用人标准，不断提高选人用人质量和公信力。

抓教育，提升廉政意识

广汽本田突出抓好党性党纪教育、廉洁从业教育和警示教育，积极探索运用新媒体、新手段、新方法，开辟线上、线下立体教育渠道，创建了微、讲、悦、智“四廉堂”，打造合资汽车企业廉洁文化建设的“自主品牌”，并开展2020年新任管理者“3161”廉政学习及考评工作。

抓责任，增强履职担当

广汽本田按照主体责任、监督责任和“一岗双责”要求，全面落实管党治党责任制。组织开展“集团-广本-职能部门-员工”四级责任签约，层层传导、压实党风廉政建设责任，并组织部长级干部开展现场“三述”及民主测评。

抓监督，强化规范运行

一是坚持“抓早抓小”。坚持严管就是厚爱，把握运用好“四种形态”，特别是在提醒教育上下功夫；同时在日常监督、长期监督上持续发力，把中央八项规定及其实施细则精神落实情况作为监督检查重点。二是持之以恒开展正风反腐工作。切实推进实施《基层正风反腐三年行动方案（2018年—2020年）》，实行党支部每月自查；在重要节日及时开展廉洁提醒，防止“四风”问题反弹回潮。

CAR LIFE with
NEW
TOMORROW
— 车生活 全价值 —

与梦同行 创享价值

2020年，广汽本田发布“车生活全价值”战略。在用车价值方面，我们整合“商品价值、体验价值、保有价值”三大核心优势价值，贯穿用户“售前、售中、售后”车生活全周期；在共创文化价值方面，我们以“梦想同行者”的身份定位与用户相互激发梦想的力量，建立共创文化的全新生态，为新时代用户带去更多喜悦。

商品价值
智研先进技术

24

体验价值
悦享贴心服务

32

保有价值
功成卓越品质

38

共创文化价值
情聚执着热爱

42

商品价值 智研先进技术

以电动化、智能化、网联化、共享化为趋势的汽车“新四化”正加速推进行业升级。广汽本田拥抱变革潮流，导入 Honda FUNTEC 卓越科技，设计充满人性化思考的智能网联配备，开发节能环保且饱含驾驭激情的动力系统，智能化升级产品安全性能，让梦想座驾照进现实。

畅享出行乐趣

广汽本田深入钻研顾客需求，引领前瞻智慧科技。我们导入 Honda CONNECT 3.0 智导互联系统等新技术、新装备、新产品，推进汽车“智能化”“网联化”发展，以手可及的舒适体验让顾客畅享移动乐趣。

Honda CONNECT 3.0 智导互联系统

案例

Honda CONNECT 3.0 智导互联系统以行业领先的智能语音为交互界面，实现 AI 智能助理、日常生活互联、远程操控、OTA 在线升级等创新性能，并全面升级精准导航、在线娱乐等先进功能，为用户打造全新的智慧出行体验。



随心搭载智能用品

案例

广汽本田根据用户需求，开发出 ACC/AVA 的 360° 全景影像、ODY 电动尾门、电动侧踏板等具有超高性价比的售后用品，为广大用户提供更舒适的用车体验。



为特殊群体打造福祉车

案例

广汽本田推出奥德赛 (ODYSSEY) 锐·混动福祉车，将第二排右侧固定座椅调整为可移动升降式座椅，为特殊群体打造舒适、便利的乘坐方式，帮助更多用户实现每一位家庭成员自由移动的梦想。



开发建设生态型用户 App

案例

广汽本田不断优化 VE-1 用车 App——WOW STATION 的功能和体验，提升用户满意度，并启动广汽本田统一 App 项目，开发建设包括资讯、活动、社交圈子、车主服务、手机控车、线上商城、会员成长等丰富功能在内的生态型用户 App。

驾驭环保动力

广汽本田重视保护人类健康与地球环境，为用户提供唤醒驾驭激情的环保动力。我们不断提升现有产品的燃油经济性，加速拓宽“电动化”事业版图，为建设节能型社会贡献力量。

动力系统设计

广汽本田坚持生产绿色产品，通过导入 Earth Dream 1.5L 发动机、Earth Dream 1.0L 发动机、Sport Hybrid 等先进节能动力总成，实现高功率输出、低燃油消耗和清洁排放的理想平衡，所有车型均实现了优秀的燃油经济性，且排放均达到国 VI 标准（即国家第六阶段机动车污染物排放标准）。



Earth Dream 1.5L 发动机



Earth Dream 1.0L 发动机



Sport Hybrid

节能环保产品

广汽本田基于气候变化和能源风险考虑，以绿色低碳技术创新和应用为重点，积极推进低油耗、节能车型及新能源车型的研究开发。2020 年，广汽本田成立锐·混动联盟，并发布首款纯电动轿车绎乐（EA6），加速推进电动化进程。

成立锐·混动联盟，科技赋能绿色环保

案例

广汽本田 i-MMD 双电机混合动力系统具有极佳的燃油经济性，第十代雅阁（ACCORD）锐·混动曾以 60L 油量创下 2,143.8 公里的极限续航里程。6 月，广汽本田加速电动化布局，推出凌派（CRIDER）锐·混动，并正式成立锐·混动联盟，以先行者的身份践行节能减排、绿色环保的理念。锐·混动联盟全年累计销量 118,247 辆，同比增长 77.3%。



全年累计销量

118,247 辆

同比增长

77.3%

纯电动“双子星”贡献绿色出行

案例

广汽本田紧跟国家新能源汽车相关政策，不断拓展旗下纯电动车型矩阵。9 月，广汽本田首款纯电动 SUV VE-1 焕新推出 VE-1⁺ 和 VE-1^S 运动款，全系续航里程提升至 470km，为重视环保节能又喜爱 SUV 的顾客提供超越期待的驾乘享受。

11 月，广汽本田首款纯电动轿车 EA6 亮相。EA6 基于第二代 GEP 纯电专属平台打造，是广汽本田导入广汽东方的首款纯电动轿车。2021 年 3 月，EA6 正式上市并发布中文名“绎乐”。



极致安全驾驶

广汽本田通过“智能化”升级产品的安全性能，努力构筑“零事故”社会。我们秉持“为了所有人的安全”的理念，为产品搭载 Honda SENSING 安全超感系统、ACE 兼容性车身等先进的安全技术。雅阁（ACCORD）、皓影（BREEZE）等多款车型获得 C-NCAP 五星安全认证。

主动安全

为减少交通事故的发生，广汽本田重视主动安全技术的研发及推广。在产品中应用本田最新的主动预防安全技术，如偏离车道时进行方向盘纠正及振动提示的 RDM 车道偏移抑制系统、与前车快要碰撞时自动辅助制动的 CMBS 碰撞缓解制动系统等，提前预警可能出现的危险情况，防患于未然。

Honda SENSING 安全超感系统



CMBS

防碰撞预警系统



ACC with LSF

带低速跟随的主动巡航



LKAS

车道保持辅助系统



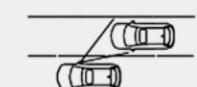
RDM

车道偏移抑制系统



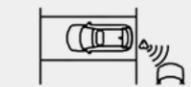
TSR

道路标识智能识别



LWC

盲点显示系统



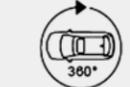
CTM

后视动态提醒系统



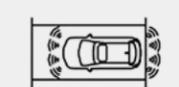
PA

泊车辅助系统



MVC360

全景影像系统



PSS

车身一体式泊车雷达 (前4后4式8探头)

CMBS 碰撞缓解制动系统能够感应并识别前方车辆、对向车辆和行人。在监测到车辆与行人的距离越来越接近的情况下，系统会通过警示音和仪表盘提醒、轻微制动提醒以及强力制动辅助操作，降低碰撞事故发生的几率。

ACC 主动巡航控制系统能够精确检测自身车辆与前方车辆的距离和速度差，并通过自动调整自身速度与前方行车保持一定安全距离。LSF 低速追随模式专为拥堵路况设计，可以自动跟随前车停车或启动，大大缓解驾驶疲惫。

LKAS 车道保持辅助系统在判断车辆可能偏离车道时，会通过方向盘振动提醒驾驶员进行操作，并辅助施加方向盘转向操作，使车辆始终保持在车道中间行驶。RDM 车道偏移抑制系统还会在车辆较大幅度偏移车道时施加制动。

第三代飞度 (FIT) 全面提升主动安全性

案例

广汽本田 2020 年投产的第三代飞度 (FIT) 配备了 VSA 车辆稳定性辅助控制系统, 包含牵引力控制、防抱死和制动力分配等系统, 能有效防止车辆紧急制动时发生的转向过度 and 转向不足等失控状况。第三代飞度 (FIT) 还采用极细 A 柱设计, 在保证 A 柱强度的前提下, 最大程度削减 A 柱视野截面投影宽度, 有效减少视野盲区, 提高行车安全性。



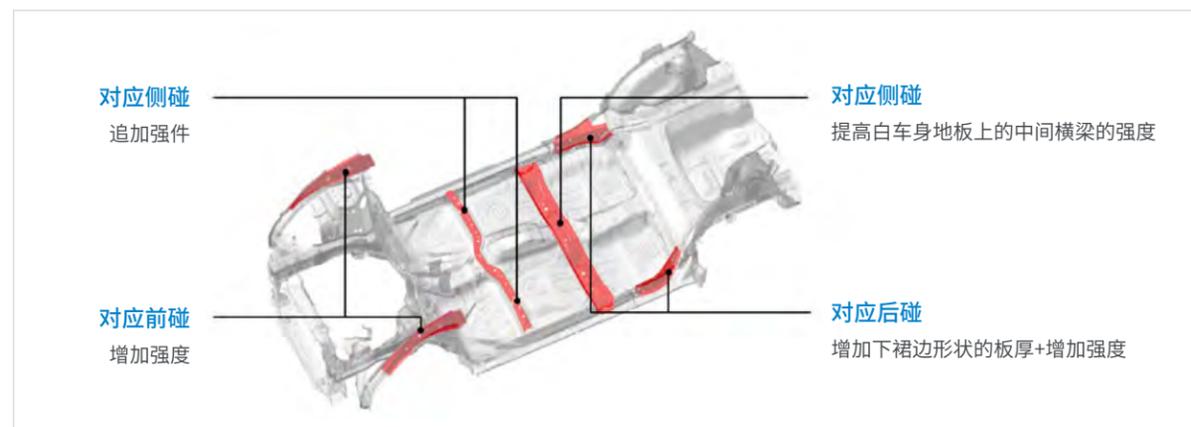
被动安全

广汽本田希望通过提升被动安全技术, 降低事故伤害, 保护所有道路使用者的安全。我们从“共存安全”理念出发, 研发 ACE 兼容性车身构造, 设计专用的气囊系统, 在提高自身保护力的同时, 降低对外的攻击力。

ACE 高级兼容性车身结构

案例

第三代飞度 (FIT) 搭载的 ACE 高级兼容性车身结构, 大幅度采用高强度钢材, 扭转刚度提高 13%, 弯曲刚度提高 6%, 提升了车体能量吸收和减少变形的性能, 给车内乘员更加坚固可靠的保护。ACE 兼容性车身还考虑了对行人的保护, 车身前部采用缓冲式构造, 当与行人发生碰撞时, PUH 行人碰撞防护系统还将自动抬高发动机罩, 提升溃缩空间, 将对行人的伤害降到尽可能低的程度。



夯实研发体系

广汽本田深入贯彻国家创新驱动发展战略, 为产品技术升级提供不竭动力。公司建立研发中心, 大力培育研发人才, 夯实知识产权管理体系, 推进自主品牌研发, 全面激发创新创造活力。

研发中心

作为广汽本田的研发中心, 广汽本田研究开发有限公司累计投资超过 20 亿人民币, 总占地面积 200 万平方米, 集研发区与试车跑道于一体, 已具备商品企划、造型设计、整车试作、实车测试、零部件开发等在内的整车开发能力。



高速环道试验场

环境实验室

风洞实验室

碰撞实验室

研发人才培养

广汽本田现拥有研发人员 1,990 人, 实现人才现地化培养, 并通过技术资格授予及项目负责人任命, 激励员工不断提升业务水平和管理能力。2020 年, 公司设立“广汽本田汽车有限公司科学技术奖”, 对工程技术领域的科技活动成果及其主要完成人进行奖励, 充分调动科技工作者的积极性和创造性。

知识产权管理

作为广汽集团首家知识产权体系贯标认证企业, 广汽本田为保持体系的适宜性和有效性, 于 7 月顺利通过体系年度外部监督审查。2020 年, 公司凭借良好的科技创新实力, 新增专利授权数 137 项、新增有效专利数 243 项, 被评为“广东创新综合实力百强企业”。

新增专利授权数	新增有效专利数
137 项	243 项

自主品牌研发

广汽本田以 Honda 开发技术为基础, 以创造自己独特的研发文化为目标, 努力开发适合地球环境和中国社会的优秀商品, 为广汽本田事业和中国汽车产业发展作出贡献。公司自主研发的首款纯电动车型 VE-1 于 2018 年投产上市, 并于 2020 年推出 VE-1⁺ 和 VE-1^{S+} 升级款, 为消费者提供了更多元化的用车选择。

责任故事 01

航空机械师的冠道奇缘

来自新疆的陈先生，是国内第一批冠道车主。他热爱去远方自驾旅行，和亲密的爱人，或是志同道合的好友，一同去发现旅途中的风景与意义。

选择广汽本田，就是选择高品质和安全感

陈先生是一名不折不扣的本田铁粉，自己开的是冠道，父亲开的则是讴歌。作为飞机维修机械师的他，对技术有着天生的职业敏感。在陈先生看来，冠道无论在性能、品质，还是各种科技配置和人性化设计上，都能带给他满满的安全感。在冠道上市后不久，陈先生就从新疆飞赴济南，提到了爱车。在返回时，陈先生有了一个大胆的想法。他与妻子在杭州会合，开启了一场“说走就走”的自驾旅行，游完大半个中国。



走遍大江南北，穿山越岭随心所欲

穿越微风和煦的烟雨江南，驶过高低起伏的丘陵山地，翻越新疆的戈壁和群山，一路走来冠道的动力操控让陈先生感受深刻。经常走南闯北的他，虽不追求速度与激情，但冠道强劲澎湃的动力带来的推背乐趣还是让他最难忘。起步加速轻松从容，动力输出饱满有力且更加线性。整个换挡过程清晰平顺，不管是堵车蠕行还是高速行驶，都能衔接得非常自然。再加上冠道配备的AWD适时四驱系统，非常适合像他这样喜欢到处撒欢儿的车主。不局限于城市平坦的公路，陈先生可以开着冠道穿山越岭，面对各种路况都能灵活自如地操控。



在旅途中，冠道的 Honda SENSING 安全超感带给陈先生很多帮助，“对于长途自驾来说，真的非常安全有效”。ADS 全时自适应减震系统充分减少了因路面不平导致的车体震动，提升乘坐舒适性。旅途的许多烦恼，也因为冠道的大空间而烟消云散，先生说：“即便满载行装也不会显得拥挤，可以让我更从容地用取景框记录美好瞬间。”

充裕心灵的时光体验，在云南遇见全新的自己

一次非常适合的机会，让陈先生第一次走进了彩云之南的秘境，来一次纵享时光的体验之旅。旅行中少不了音乐的加持，听一场自然音乐会，或者打开车中的高级环绕立体声影院音响系统，再加上 ANC 主动降噪系统带来的静谧性，让陈先生坐在车内就能享受高品质音乐。远离城市的喧嚣与嘈杂，感受苍山洱海的风花雪月，亲手采摘松茸品尝大自然的的味道，登上日照金山感悟心境的从容。新款冠道带来的这次时光之旅，不仅再次开阔了他的视野，更让他遇见了全新的自己。



“心有天地路自远”，在陈先生看来，长期生活在都市与喧闹中，当代人更需要个性挥洒和独立思考的空间。不是物质表面的豪华，而是心里把握每一处直觉，出发，无惧山高路远，无忧车水马龙，在冠道这个静谧的空间中感受自我，专注于驾驶乐趣也好，沉浸于在线音乐也罢，有着最踏实、充裕的精神享受，才是一种难得的财富。



扫码了解更多

体验价值 悦享贴心服务

广汽本田以客户需求为导向，不断创新服务模式，让顾客在售前、售中、售后持续享受“购买的喜悦”。2020年，我们深化服务品牌“Fun Link 创享车生活”落地，完成600家店服务形象升级和219家店“透明e体化服务”导入，革新服务3.0时代的4S标准，与客户共同探索车生活的更多可能性。

购买体验更愉悦

广汽本田关注并及时响应客户销售服务需求，按高标准实施建店，构筑高质量的销售服务网络。截至2020年底，广汽本田拥有694家特约店，服务网络延伸至中国六线城市。在J.D.Power销售满意度（SSI）调研中获得主流车细分市场第二名，连续三年位居行业前三。



开展创新营销

广汽本田以数字化助力创新营销。持续企划电商活动，通过内容营销、异业合作、网红直播等方式，强化数字营销底盘；首创飞度（FIT）虚拟线上发布会，增强用户品牌认知。

首创大型3D虚拟世界

案例

第四代飞度（FIT）升级营销手法，提出“Z圈营销”概念，以新潮有趣的语言与泛Z世代沟通。于8月26日举办上市发布会，首创互动性与创意性十足的大型3D虚拟世界FIT VIRTUAL WORLD（飞度虚拟世界），向年轻消费者释放全新品牌价值。



广汽Acura品牌微电影《不一样的父亲》

案例



9月12日，广汽Acura发布全新品牌主张“以性能论豪华”，并打造首部品牌微电影《不一样的父亲》，深化演绎“i'm Different 异行者”品牌世界观，增强用户情感共鸣。

线上看车·线下体验

广汽本田应用3D云渲染技术，实现全新线上数字展厅部署，满足疫情环境下非接触式看车需求；打造涵盖“单一车型、多车联合”的线下主题传播活动，提供真实试车体验。

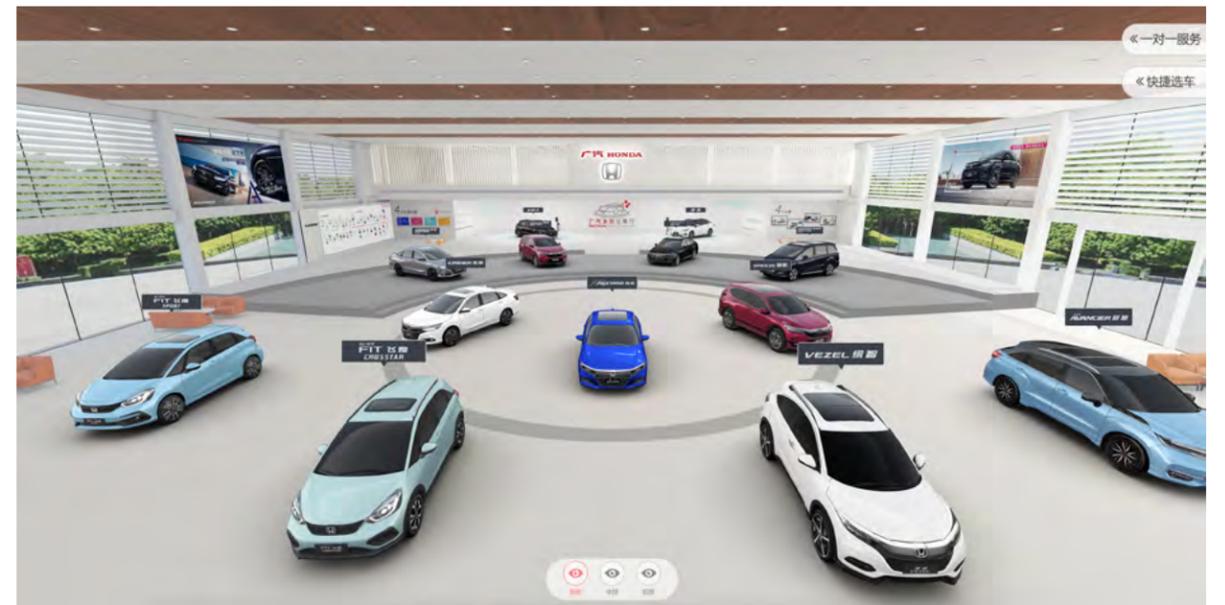
云展厅让线上看车更专业

案例

2020年，广汽本田云展厅（GAC Honda Virtual Showroom）全新升级，采用实时3D渲染光影技术，100%还原真实车辆效果。顾客可360°观察自己心仪的车型，还可选择车漆、内饰颜色，切换主驾驶、后座等多方位视角，动态体验车灯、车门、后备箱。除了视频讲解和仿真动画展示，云展厅还配置专业顾问一对一为用户提供讲解服务。



扫码尊享云展厅
一对一全景看车服务



线下集结深度体验锐·混动联盟

案例

广汽本田在北京、上海、成都、广州等地推出“锐·混动联盟限时体验店”，在天津、重庆、上海开展线下活动“锐·混动联盟驾悦计划”，与全国用户集结成团，深度体验广汽本田锐·混动联盟4款重磅车型，为用户带来更广泛的销售服务。



售后服务更便捷

广汽本田打造专属服务团队，构建全新售后服务体系，为客户提供超越期待的服务享受。我们在特约店导入 DQC 品质认证体系（Dealer Quality Certification），建立全流程管控、可追溯的质量管理标准，并以先进科技帮助特约店提升服务质量。2020 年，广汽本田荣获 CACSI 第一名、CAACS 卡思调查第三名、J.D.Power CSI 主流车第三名等多项行业售后满意度大奖。



会员体系运营

广汽本田建立“Fun 享”会员体系，为用户创造更为便利、优惠、愉快的用车生活。我们以用户需求为导向，整合全平台用车功能，建立广汽本田官微、官网、商城通行的“ONE ID”，形成以积分体系、等级体系为驱动的权益类服务，让每一位会员切身感受尊贵体验。2020 年 10 月，广汽本田会员体系正式上线。

提升客户满意

广汽本田始终将客户满意放在第一位，从改善体制、改善流程、工具支持三方面，持续提高客户满意度。2020 年，公司结合全新 DMS 向特约店提供一系列数字化支持措施，推进“透明 e 体化服务”体系导入，将微信预约、上门取车、透明车间及远程线上支付、送车上门等多个环节便捷串联，有效提升服务效率和透明度。



iPad 接待服务

权益保障更放心

保障顾客权益是企业的基本职责之一。广汽本田成立客户服务中心，以专业的服务 24 小时回复客户需求，尊重客户隐私，普及产品知识，及时召回不良产品，为顾客提供更加踏实的消费体验。

客户服务中心

广汽本田成立喜悦客服中心，秉承“3V 服务理念”（Voice 心声、Variety 全面、Velocity 迅速），以客户为中心，提供 7×24 小时全年无休服务，站在客户角度、迅速高效解决客户问题。2020 年，公司共通过售后客服与客户沟通 35,468 件，其中涉及客户投诉 12,329 件，客户投诉解决率 100%。

售后客服与客户沟通	客户投诉解决率
35,468 件	100 %



客户信息保护

广汽本田尊重客户隐私，开展保障“顾客个人信息安全合规”专项工作。2020 年，制定《个人信息保密管理制度》，与供应商签订《广汽本田供应商/服务商信息保密协议》，向特约店下发《广汽本田特约店个人信息保护管理指引》，与第三方签订《客户信息委托/共享协议》；同时，对销售公司和特约店开展信息保护宣贯说明，为每一位车主筑起信息安全保卫防线。

产品知识普及

广汽本田积极普及产品知识，保障客户合法权益。通过零部件标签标识、价格公示、门店物料、交付单据等有效形式，主动向客户公开所销售汽车车型的零部件信息，并拓展官网、微信、宣传视频等渠道，巩固客户对零件知识的掌握水平；结合各店各区域客户需求，以售前售后联动开展的方式，企划一店一策车主讲堂活动，培养客户选用安全可靠零件意识。

“全民约跑”宣介新车

案例

RDX A-Spec 上市之际，广汽 Acura 跨界联合 Keep、咕咚运动 App 打造“全民约跑”话题，通过用户线下跑步、线上专题打卡的形式，宣介新车相关知识，话题整体曝光量超过 6,000 万次，达到了良好的产品知识宣介及健康生活提倡效果。



缺陷产品召回

广汽本田一直把召回作为企业重要的社会责任，严格执行国家《缺陷汽车产品召回管理条例》《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》等相关要求。按照 GHQS-F1803《市场措施管理规程》规定，积极主动履行缺陷产品召回义务。2020 年，广汽本田共发布召回 4 项次，积极消除潜在安全隐患，有效保障用户的用车安全，获得社会各界广泛认可。

责任故事 02

专业服务夯实「安心信赖」

广汽本田如何获得 800 万用户的喜爱与信赖？超越期待的售后服务绝对是原因之一。随着汽车行业逐渐进入体验消费时代，售后服务成为打动消费者的关键因素。广汽本田从服务人员的能力建设出发，全方位强化售后服务实力。

2020 年，“匠心·梦燃”广汽本田第十四届售后服务技术技能大赛全面升级与强化，创新突破服务精英的选拔模式。大赛自 6 月 15 日启动，历时半年，覆盖全国 570 多家特约店，以赛促练全面提升服务领域一线人员的业务水平。



大赛合影

量身定制能力模型，创新考核炼就服务精英

本届大赛以优秀维修技师应具备的能力为导向，打造“优秀 GR（维修技师）能力模型”，比赛的形式和内容均根据该能力模型进行设定。除了理论知识和技能考核之外，还创新性增加了对选手的抗压力、学习力及自信心的考核，更全面多元地提升售后服务人员的综合能力。

对标国际赛事水准，全面提升比赛“含金量”

本届大赛总决赛在比赛内容和形式上均对标了 Honda 全球服务技术技能竞赛，借鉴其在理论、保养维修及故障诊断等不同维度的考核方式，采用“理论考试 + 发动机单体拆装 + 实车故障诊断”三种竞赛形式对选手进行考核。通过这样的竞赛设置，不断推升广汽本田售后服务水平的全球化高度。



选手在大赛中的优异表现

发动机单体拆装开创行业先河，引领售后服务新标杆

在这一考核项目中，每位选手需在 40 分钟内完成一台发动机单体拆装检修作业，按照维修手册标准对 1.5L 自然吸气发动机进行拆装检修，参赛选手需要充分展示其作业的规范性、熟练度和流程完整度等。该项考核与前期理论答题的成绩叠加，排名前 20 的选手晋级到下一轮——实车故障诊断，该环节考核内容包括实车发动机、空调、车身电气等故障的排除，实现对维修技师维修专业能力的综合检验。



发动机单体拆装实操比赛



实车故障诊断比赛

持守匠心、热血逐梦，成就金牌水准

广汽本田售后服务技术技能大赛为全国特约店提供了售后服务水平进阶的良好契机。从签署大赛响应书、开启动员大会，到店内售后服务七大岗位全员练兵、积极备战，再历经店内选拔赛、海选赛、分站赛和总决赛四大赛段，广汽本田全体售后服务人员以不变匠心炼就专业实力、致敬梦想初心。

正如冠军选手徐振所言：“在这个有梦敢做的时代，有梦想就要燃起来！售后服务大赛不仅磨练了我们的专业技能，更激励我们不断精进业务能力，未来更好地服务用户。”

保有价值 功成卓越品质

广汽本田将产品质量视为企业生命，始终以 120% 的合格率为目标，夯实质量管理体系，实施全周期质量保障措施，努力为顾客提供世界最高水平的产品，以权威认证的可靠品质，为用户保“价”护航。

高品质高价值

在消费观念越来越理性的当下，消费者更在乎产品的高价值“内核”。广汽本田坚持革新进化，以权威认证的可靠品质，赢得超 800 万用户的信赖，旗下车型多年来一直高居各个保值率榜单前列。

2020 年，在 J.D.Power 中国新车质量研究 (IQS) 中，广汽本田荣获主流车品牌第一名，雅阁 (ACCORD) 蝉联中型高端轿车市场第一名，冠道 (AVANCIER) 首获大型 SUV 市场第一名。11 月，58 同城·58 汽车和 J.D.Power 联合发布“2020 中国汽车保值率风云榜”并颁发第二届保值率“紫檀奖”，广汽本田凭借卓越技术实力与优良口碑，荣获厂商保值率第二名，旗下多款车型斩获大奖。2021 年初，雅阁 (ACCORD) 荣获 CCTV《2020 中国汽车风云盛典》年度最佳畅销车。



保值回购服务

广汽本田合作机构于 2020 年推出融资产品“保值融”，帮助客户实现低首付、低月供购车，同时享受保值回购服务。“保值融”可以提前锁定车辆回购价格，并将回购价格设定为尾款；车辆融资租赁合同到期时，客户可选择一次性缴纳尾款、展期或者按期初约定的回购价格处置旧车，真正实现“买得放心，用得安心，卖得舒心”。



完善质量管理

广汽本田融合国内外汽车行业先进的管理标准，通过内外审进一步提升管理水平，推进全员全过程质量管理。公司持续完善质量管理体系，体系包含新车型导入、采购、生产过程、产品放行、销售和售后服务各方面的质量管理，共计 69 份质量规程文件。



质量管理基础规程

包含质量方针管理、质量标准管理、质量组织管理、风险管理、知识管理等

过程质量管理规程

包含供应商管理、生产管理、检查管理、不合格管理、销售管理、市场服务管理等

功能支持管理规程

包含法规管理、计量器具管理、教育培训管理等

2020 年，公司修订《工序质量管理规程》《新能源车辆实时监控管理基准》等 31 份质量规程文件，新增《发动机 5 阶段评价的实施要领》等 3 份规程文件，不断巩固顾客期待的品质。广汽本田通过中汽研 (天津) 华诚认证有限公司 ISO 9001 / GB/T 19001 质量管理体系审核认证，认证范围包含广汽本田系列轿车 (含 Honda 品牌、Acura 品牌、理念品牌) 的设计、开发、生产制造和服务的管理。

全周期质量保障

品质是制造出来的。广汽本田严格执行“不接受、不制造、不放过”任何缺陷的“三不”原则，以质量负责制开展质量保障管理，切实遵守公司的制造质量管理文件要求，确保产品设计到实际使用所有过程的关键环节都安全合规。

新车型质量保证

广汽本田为新车型构建了全天候、全场景的整车试验验证体系。从顾客的多样用车场景出发，开创性建立双极限 (极限环境、极限工况) 验证模式，通过“三高试验 (高原、高热、高寒)”“耐久试验”“道路适应性”“信赖性验证”等，充分验证设计可靠性，发现制造过程中存在的问题，在车型投放市场之前全数解决。

2020 年，广汽本田新导入系统测试平台，升级新车型设计质量安全测试体系，对新车型实施覆盖汽车开发的可靠性、行驶性能、安全、电器、动力等领域的 45 项质量安全测试，提升顾客用车安全保障。

出厂质量保证

广汽本田通过行业领先的试验手段，确保量产的产品车满足国家法规及企业标准的各项要求，方可投入市场。产品下线后的产品质量安全保证以全检加抽检的模式来实施，并以 QA 设备测量结合模拟用户使用工况的模式进行严格的质量把控。

在产品安全合规性监察方面，遵循国标 GB 7258 关于车辆运行的要求，实施车轮定位数据、几何参数、质量参数和喇叭声级等检测，确保产品 100% 符合公安部发行的《机动车运行安全技术条件》；

在车辆排放一致性方面，遵循 GB 18352 及 GB 18285 的法规要求实施每日动态检测，数据实时上传至国家生态环境部，履行企业生产绿色生态产品的社会责任。



GB 18285 双怠速法及简易工况法

责任故事 03

「广本质造」背后的宝藏匠人

有许多人在平凡的生活中，始终心怀热爱，长期坚守着内心的梦想，郑世卿便是其中一位。作为广汽本田资深激光焊接工程师，郑世卿以专注、专情的态度热爱着工作，在追逐梦想的过程中不断收获成功和喜悦。

开启技术实践之路

2014年，郑世卿来到广汽本田，成为焊装二科的激光焊接工程师。在这之前，从清华大学的本科到博士，他已经在激光焊接技术领域坚持不懈地研究了十年。激光焊接技术与汽车的结合为郑世卿开启了一条技术实践之路。他总是辗转在车间的各种设备之中，时而眉头紧锁，时而嘴角笑意。

长时间地面对机器设备和试验，郑世卿非但没觉得枯燥，反而觉得充满乐趣。他热爱着这里的一切，焊装车间的每一个工业机器人、每一道焊缝，对他来说都是艺术品，就像具有生命活力的精灵。而生命，是需要成长和进化的。

2017年，广汽本田首次导入顶篷激光焊接工艺。在郑世卿看来，这是他面对的一次挑战，更是一次充满激情的逐梦之旅。



技术是艺术，更是梦想

实践出真知，技术领域更是如此。凭着对技术的热爱和探索精神，郑世卿和团队通过不断的试验、分析，持续调整和改善激光焊接过程中的各项参数。“激光焊项目遇到的工艺问题，全部都是我们自己解决的。”郑世卿说。



车型量产之前，需要在一个月之内完成体量庞大的波动性验证，确保产品的高品质。时间紧，任务重。而且波动性验证需要在生产线停工时才能进行，所以郑世卿和团队基本都是利用凌晨1点到早上6点多的这段时间来进行检验工作。

周末无休，夜深不寐。经过10,000多次的试验后，他们终于信心十足地将试验数据提交给本田研究所。郑世卿说：“我们试验的结果非常完美，最后项目顺利投产，为领导进行项目判断奠定了坚实的数据基础。”

郑世卿和团队研究的激光焊技术远超80毫米每秒的业界焊接速度，达到110毫米每秒的领先水平，焊接产品的一次性合格率也达到业界最高水平，实现了郑世卿追求“第一”的技术梦，更是广汽本田以卓越的产品品质助力消费者探索更多梦想可能性的体现。



在广汽本田，有许许多多的“郑世卿”用热情、用深情奔跑在逐梦的路上，将高于行业标准的生产工艺“注入”到每一道工序之中，用“匠心”铸就高品质产品，成为广汽本田品质保障的“秘密武器”。

共创文化价值 情聚执着热爱

“你有梦敢追，我一路同行。”广汽本田与用户相互激发，成为彼此的“伙伴”，打造社交共享平台，举办粉丝圈层活动，鼓励更多用户去追寻梦想并探索自身更多可能，以热爱和信仰与用户缔结深厚的关系，共创文化价值。

社交共享平台

广汽本田以人和车为双核心，打造车主圈交流平台，使广汽本田与用户、用户与用户之间实现自由沟通，让超 800 万车主社交互联，共创更精彩、更多元的汽车生活，共享更多乐趣与价值。

以用户思维，打造特约店车友俱乐部，建立车主与车主的交流圈层，实现“宠粉”的专业“姿势”。为飞度（FIT）粉丝打造专属基地——iFIT Club，粉丝们可以在这里尽情分享自己的热爱，品牌也可以分享最新资讯以及活动福利等信息，共创更有温度的车型文化。

开展 FUN Party 社交平台活动、FUN Plogging 公益平台活动，组织全国 10 家特约店进行“共创美好”标准试点活动，总参与人数 13.5 万人。在探索过程中逐步提炼“共创美好”落地标准，促进客户与客户连接。

粉丝圈层活动

广汽本田重构粉丝关系，与粉丝形成“品牌⇌用户”双向输出的良性共生形态，以“梦想同行者”的初心和姿态，组织兴趣化、生活化粉丝圈层活动，为车主及粉丝提供圆梦舞台。

永葆好奇心，让年轻梦想绽放

案例

10月23日—25日，广汽本田打造了一场“雅阁好奇创想展”。活动共收获 298 份好奇创想，从视觉、产品、体验创新等角度呈现了第十代雅阁（ACCORD）带给 95 后创客的创作灵感。活动还带来了“雅阁好奇专属空间”“好奇大陆探索”“玩味香水机”等创意设计展示及趣味互动体验，传递了雅阁（ACCORD）与新生代共创无限可能的年轻化品牌形象。



“宠粉”不止步，你就是主角

案例

广汽本田致力于守护更多粉丝的梦想，助力每一位车主成为美好生活的主角。2020 年 11 月 14 日，第二届广汽本田“躁梦节”在广州长隆燃情开“躁”，梦想合伙人共创躁梦金曲，上千台广汽本田车辆、上万名广汽本田车主和粉丝共同打造了一场空前震撼的汽车生活嘉年华。

性能爱好者专区



让热爱速度与激情的粉丝
领略广汽本田的极致驾控魅力

电动梦世界专区



展现广汽本田最新的电动化技术
和对未来出行新生活的创新构想

创梦潮改专区



256 台全系潮改车大集结，
车主登台分享爱车、爱生活的故事

荣耀共创区



众多粉丝在现场生成梦想合伙人大片、
共同放飞热气球

责任故事 04

把一个人的热爱，变成一群人的情怀

成立 22 年，广汽本田已经陪伴超 800 万车主和粉丝实现了美好生活的梦想。他们常常有一个共同特点：汽车对他们的意义远远超过代步工具，要么变成日常生活的一部分，要么变成信仰的支撑。在第二届广汽本田“躁梦节”上，多位车主代表分享了他们与广汽本田的故事。

“玩车，让我有了更多能力去激发自己身上的极限”

叶国华是一名金融高管，也是一名赛车手。90 年代“入坑” Honda 汽车，后来自费百万用自己的广汽本田锋范（CITY）参赛，拿下三个圈速赛年度总冠军，赢了比赛，也赢了自己。“玩车这个爱好，对我来说是一种激励，逼着我更加努力，在能力范围内做到更好。我那么热爱 Honda 文化，更敬佩本田宗一郎这位把事情做到极致的人，我也得把喜欢的事情做到极致。”对他来说，广汽本田的车已不是交通工具，而是有生命的人生伙伴。



“车是声音灵感的来源，变成我的合伙人”

躁梦节上有一支“车主乐队”，Vocal 担当是缤智（VEZEL）车主啊鑫，他同时也是全国 BeatBOX 圈的领路人。2020 年，他用自己的爱车办了一场以“声音合伙人”为主题的特殊音乐会。在他看来，BeatBOXer 热爱生活、有探索精神，想要挑战最平常、最普通的声音，“所以我就做了一个大胆尝试，把我的车当成声音灵感的来源，变成我的合伙人。”这种勇于挑战、突破限制、创造更多可能性的精神，也正是广汽本田的品牌基因。



“飞度是我人生中的见证者和陪伴者”

从一名普通的汽车爱好者，到全国小有名气的汽车周边产品头部电商创始人，何毅翔的人生转变源自第一台车——飞度（FIT）。因为热爱，他不顾所有人的反对辞职创业。因为热爱，他克服了创业路上的无数艰难，甚至一口气买了十多台 Honda 汽车，圆了心中追求极致性能的梦想，也收获了一群志同道合的朋友。把热爱变成事业，是何毅翔的飞度人生。

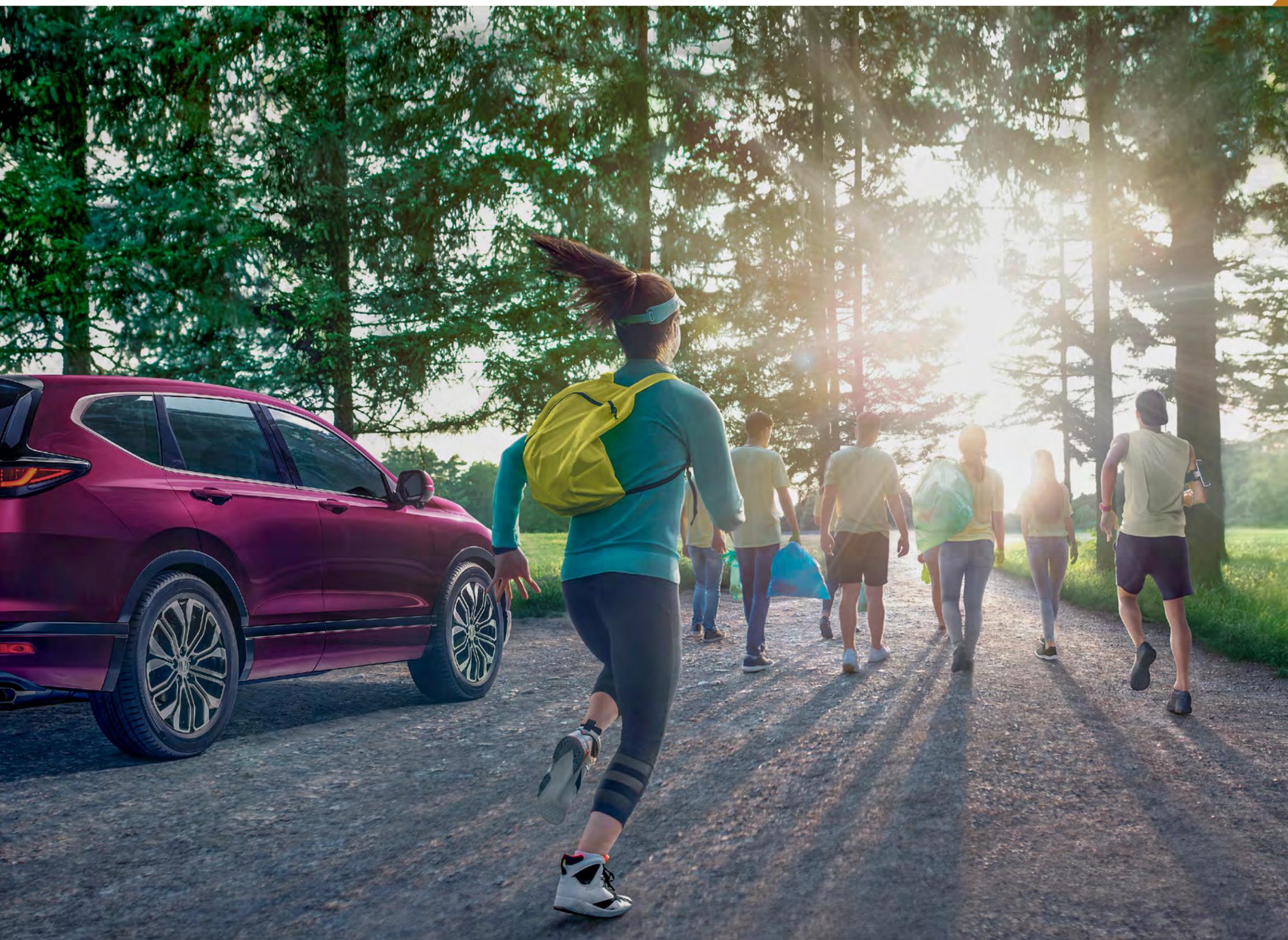


“车就是我自己生活里的快乐源泉”

小 Z 是一位 13 岁的“资深”汽车迷，他一直希望拥有“一台可以承载无数人梦想的高性能机器”，有朝一日开着它去看看外面的世界。广汽本田为他发起了“潮改 Z 计划”。躁梦节现场，梦想助力人何毅翔和王凯现身助阵，在八小时内紧锣密鼓地精心改装了两台第四代飞度（FIT）。对他们来说，这次改装不仅是在帮助小 Z 圆梦，也是在激发更多梦想的力量！



22 年的发展，22 年的创新与挑战，广汽本田真正正地走进了无数车主的生活，参与了他们的人生故事。车主和粉丝的共鸣与热爱是广汽本田最珍贵的品牌积淀。



责任引领 逐梦未来

2020 年是广汽本田“价值升维”的一年，也是广汽本田“尽责笃行”的一年。这一年，我们一步一个脚印，不断突破自我，朝着“成为社会期待存在的企业”坚定前行；这一年，我们倾尽所能，与每一位相关方携手共建安全、绿色、和谐的社会环境，逐梦更美好的未来。

公众责任
助力美好生活

48

环境责任
守护绿水青山

56

伙伴责任
携手互惠共赢

66

员工责任
营造幸福职场

72

公众责任 助力美好生活

广汽本田以真情回馈社会，共享企业经营成果。我们积极普及安全教育、投身精准扶贫、开展志愿活动、助力体育事业，用实际行动传递温暖力量，携手公众创建和谐社会，筑梦美好生活。

普及安全教育

广汽本田关注每一位交通参与者的生命安全，始终以实际行动践行安全梦想。公司打造交通安全基地，开展面向成人的“安全中国行”和儿童的“梦想童行”交通安全教育活动，汇聚各方力量共同构筑和谐交通社会。

安全教育基地

广汽本田携手广州市公安局交通警察支队，共建青少年汽车安全科普展厅、喜悦安全驾驶中心、儿童交通安全体验园三大安全教育基地，为不同年龄段、不同交通参与需求的人提供汽车驾驶知识和道路交通安全知识。

安全中国行

广汽本田“安全中国行”项目聚焦成人安全驾驶能力及意识的提升，通过成立面向大学生群体的道路安全高校联盟，并面向驾驶者开展安全驾驶教育，积极向社会推广安全驾驶理念和行为准则。

首届道路安全创新大赛

案例

2020年，广汽本田举办安全中国行·首届道路安全创新大赛，面向联盟内六大高校广泛征集“公益广告”及“产品设计”作品，使学生结合专业知识和创意思维，自发传递道路安全理念。大赛受到联盟高校的积极关注，参与人次超过3,000人，共收集200余份优秀作品，展示了大学生对构建道路安全社会的责任与担当。



安全驾驶体验营

案例

12月4日—6日，广汽本田安全中国行·安全驾驶体验营在增城工厂内的喜悦安全驾驶中心开展。通过专业的场地条件及完善的安全驾驶培训体系，帮助驾驶员提高安全意识和驾驶技术，增强风险防范和应对技能。截至2020年底，该项目已培训近5万名驾驶者。



梦想童行

2020年9月，广汽本田发布“梦想童行——2020—2021年度广汽本田儿童道路安全公益行”活动，聚焦学校、特约店、家庭教学线上线下的双线课堂，通过寓教于乐的形式，为儿童普及道路出行安全知识。



扫码观看儿童安全课程

发布《中国儿童道路交通安全绿皮书》第一卷

案例

广汽本田联合中国汽车技术研究中心有限公司、高校科研机构发布《中国儿童道路交通安全绿皮书》第一卷，首次分年龄、分区域研究儿童交通行为与事故特征、提出对应防范举措，为国内儿童道路安全事业提供参考。

升级“梦想童行”课程设置

案例

“梦想童行”在现有课程蓝本基础上，根据3~12岁儿童心理、行为特点，设置四个年龄段的“生涯式”学习课件，并通过趣味IP场景教学，让孩子们轻松、快乐地学会道路安全知识。广汽本田精心打造的童行侠大战危险怪第一季动画片《童行侠的奇幻之旅》已在多个平台公映。



在全国范围高效落地

案例

在线上，广汽本田联合广东省教育厅推出“梦想童行”道路交通安全云课堂，并在9月开学季为全国学生送上“交通安全大礼包”，超过1.6亿人次获得课程指导。在线下，“梦想童行”安全课堂走进675家特约店，邀请车主亲子家庭到店体验；同时，广汽本田联动中国汽车技术研究中心有限公司、公益教育组织，走进小学开展安全教育课堂100余场。截至2020年底，直接参与人数累计近10万。



投身精准扶贫

2020年，全面建成小康社会取得伟大历史性成就，决战脱贫攻坚取得决定性胜利。广汽本田深入贯彻国家脱贫攻坚战略，连续第五年对口帮扶清远州市九陂镇联一村，为开启全面建设社会主义现代化国家新征程贡献力量。

强化责任担当

广汽本田高度重视精准扶贫，党委领导多次入村指导调研脱贫攻坚工作。2020年，公司自筹资金100万元，全部划拨广东省扶贫基金会，并于广东扶贫济困日捐款200万元；发动各级党组织赴联一村开展精准扶贫活动，入户慰问对口帮扶贫困户93户。

广东扶贫济困日捐款 **200** 万元
慰问贫困户 **93** 户

落实帮扶举措

广汽本田抓教育扶贫重点，强产业扶贫弱项，补基础设施和精神文化短板，创新消费扶贫模式，将各项帮扶举措落到实处。

教育扶贫

为达康幼儿园和联一小增设美劳和音乐等特色课程，并捐赠益智教具；开展爱心营养奶工程，为达康幼儿园的师生每周发放两次牛奶；积极动员各级党组织资助保教费**1.56万元**，保障**11名**贫困户子女顺利上学。

产业扶贫

投入扶贫资金**24万元**，帮助新建高标准水肥一体化蔬菜基地**100亩**；选种优良品种，提升经济效益；开展粤港澳大湾区“菜篮子”基地建设，创建良好品牌。

基建扶贫

对联一村口三角地带和曾文屋实施路面硬化改造，新建朝阳村公交站，完善杨屋村排水系统，维修曾文屋水井，补足联一村基建短板。

文化扶贫

新建清水塘和车田村文化室，捐赠广场舞设备，指导组建广场舞队和少年舞蹈团，促使联一村精神面貌焕然一新。

消费扶贫

销售蔬菜**23万元**，为当地村民及贫困户增加务工收入**10万元**；探索在广本迎春花市上设立农产品摊位、联合媒体和网红开展直播带货等创新销售模式。与蔬菜供应商建立扶贫合作长效机制；发动公司员工参与消费扶贫，累计消费农产品近**170万元**。



教育扶贫



文化扶贫

直播
带货



入驻
电商



传递向上力量

2020年2月以来，广汽本田扶贫工作受到媒体宣传报道达60余次，并13次荣登“学习强国”平台。微纪录片《菜地里的“黑科技”》被央视网等13家中央重点新闻网站宣传报道，扶贫纪录片《相遇》在广州市公益宣传平台刊播。

受到媒体宣传报道 60 余次
荣登“学习强国”平台 13 次

构建和谐社区

广汽本田与社区共同建设、共同治理、共享成果。公司积极发起各类志愿活动，持续助力体育事业发展，让员工感受到个体与社会的联结，为构建和谐社区贡献力量。

开展志愿活动

广汽本田成立志愿者协会，鼓励广大员工参与志愿活动，树立志愿服务意识。2020年，公司志愿者活动参与人数1,405人次，志愿服务时长2,905小时。

志愿者活动参与人数 1,405 人次
志愿服务时长 2,905 小时

交通文明督导志愿活动

案例

为助力广州市创建全国文明城市，广汽本田组织350名志愿者在黄埔区、增城区5个重点路口站岗执勤，协助交警进行交通指引、文明教育、防疫提醒等。经过两个多月的督导，各个路口的交通情况大大改观，市民出行行为得到良好提升。



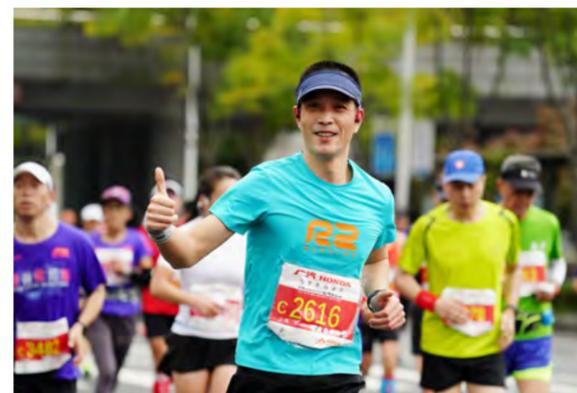
助力体育事业

广汽本田积极推动体育事业发展，通过赞助2020杭州马拉松、2020广州黄埔马拉松，助阵黄埔区教育局“黄马进校园”活动等，带动城市居民运动，增强居民身体素质，营造全民健康运动氛围。

携锐·混动联盟高燃助阵马拉松赛事

案例

广汽本田2020杭州马拉松与2020广州黄埔马拉松分别于11月22日和12月27日鸣枪开跑。广汽本田携锐·混动联盟高燃助阵，作为官方赛事用车全程贴心陪跑，为绿色生活梦想续航。此外，公司还全面助阵黄埔区教育局首届“黄马进校园”系列活动，陪伴青少年儿童强身健体之路。



责任故事 05

脱贫攻坚路上最美的「相遇」

清远连州九陂镇联一村交通不便，长期发展滞后。2016年，广汽本田扶贫工作队进驻联一村，利用自身资源和优势，全力开展精准扶贫。截至2020年底，广汽本田在联一村共投入1,600余万元扶贫资金；贫困户人均可支配收入达2.03万元，村集体年收入达30万元；联一村从贫困村出列，92户241人全部脱贫。

夯实基础，联一村旧貌换新颜

2016年前，联一村内基础设施和公共服务场所年久失修，严重影响了村民的日常生活。四年间，广汽本田围绕群众最关心的问题，按照“缺啥补啥”原则，使得联一村的面貌发生翻天覆地的变化：一条条平坦的水泥路、一盏盏太阳能路灯延伸至每户；一个“七位一体”的综合服务中心、九个功能齐全的文化室等，让村民的文体生活更加丰富多彩。



联一村“七位一体”综合服务中心奠基仪式

精准帮扶，乐做贫困户贴心人

广汽本田进驻联一村后，详实了解贫困户的致贫原因，通过危房改造、种养资助、子女学费资助等措施，解决了贫困户和村里的生产、生活困难。四年来，广汽本田驻村干部和各党支部逐渐成为村里贫困户的贴心人。

村里“五保户”老人杨水门因房屋破败不堪长期寄居在侄子家中，生活十分不便。驻村干部为杨水门申请危房改造资金，实现在新房过新年。随后，在对口党支部的支持下，杨水门又在家里喝上了安全卫生的自来水。



驻村干部刘龙腾联系对口党支部出资为杨水门安装自来水水塔



王建双家里订单式养殖的土鸡

贫困户王建双自幼身体残疾，但能用一只手制作白茶，广汽本田为他专门制造了一台自动加工白茶机，帮助他快速增收。然而祸不单行，2018年王建双因突发重疾完全丧失劳动能力，全家再次陷入困境。广汽本田又一次倾力相助，帮他落实低保、开展订单式养殖，助其女儿就读幼儿园减免保教费等，让王建双一家逐步走出困境。

绿色产业，联一村“输血”变“造血”

授人以鱼不如授人以渔。广汽本田探索由“输血”变“造血”的可持续发展模式，打造100亩朝阳蔬菜种植基地，解决4户贫困户就业，带动村集体增收，形成了联一村可持续发展的绿色产业链。2019年，为基地导入智慧农业系统，大大减少人工成本，实现农产品种植全过程可控、来源可追溯。



联一村朝阳蔬菜种植基地



公司员工通过手机下单购买联一村农特产

面对疫情期间村里蔬菜滞销的难题，广汽本田搭建电商平台，推广“以购代捐”“以购代销”等消费扶贫模式。公司内部食堂采购联一村种植的无公害菜心，员工通过电商平台购买新鲜蔬菜、农特产等，实现农产品线上线下销售渠道的充分融合。

教育扶贫，阻断贫困代际传递

联一村的留守儿童学前教育一直是老大难问题。广汽本田于2017年新建设现代化的达康幼儿园，解决了联一村90余名适龄儿童的教育难题，还吸引了周边村庄的幼儿前来就读。达康幼儿园对贫困户的暖心减免政策，极大缓解了村民的困难。此外，驻村干部和党支部也会定期上门家访并了解需求，无论是疫情期间网课设备援助，还是创业路上的培训辅导，都会尽力提供帮助。



联一村达康幼儿园的小朋友正在认真听课

2016年，在脱贫攻坚路上，广汽本田与联一村“相遇”，历经四个寒暑，汇聚了共同努力的巨大能量，也见证了齐心协作的丰硕成果。跨越山水，心意相通，广汽本田用责任和担当，为联一造血，让致富生根，描绘出一幅从“精准扶贫”到“乡村振兴”的最美画卷。



扫码观看纪录片《相遇》

环境责任 守护绿水青山

广汽本田以“让孩子的天空更蔚蓝”的环保口号为引领，联合相关方共同构建绿色产业体系，在企业活动的每个阶段，积极改善环境质量，助力国家实现2030年碳达峰和2060年碳中和目标。

夯实环境管理

广汽本田夯实生态环境管理责任，加强环境预警及应急机制，定期开展员工节能环保培训，生态环境管理体系运行稳定、有效。

健全管理体系

广汽本田按照 GB/T 24001 标准要求，制定《污水控制程序》《废物管理程序》等环境管理的指导与约束性文件，设立生态环境管理委员会深入推进环境管理工作，不断健全环境管理指标体系、评价体系，实施“源头治理 - 生产过程管控 - 排放监控”环境全过程管理。

实施量化考核

广汽本田分解落实各项环保指标，实施量化管理，每年严格考核。通过对产品设计、原辅材料和设备采购、产品制造、成品外运全过程的污染预防与控制，实现环境绩效管理的跨越式发展。2020年，公司 ISO 14001 环境管理体系有效运行，顺利通过体系外审，获得第三方专业机构认可。

环境应急机制

广汽本田针对各类突发环境事件进行风险评估，根据“综合预案 + 专项预案 + 现场处理方案”的预案体系要求，明确事故事件分级标准与应急联络体制，完善环境应急的预防和处置的各项措施，尽可能降低突发环境事件带来的不利影响。2020年，公司共开展应急演练 47 次，强化全员应急处置能力。

开展应急演练

47 次



环境应急演练



环境应急演练

节能环保培训

广汽本田定期开展节能环保培训，为各项环保措施的有效落地奠定坚实基础。2020年，公司环保培训总投入 26.41 万元。我们还将每年的 4 月 22 日—6 月 5 日定为公司环境月，通过线上知识竞答和丰富多彩的线下活动，提升员工的节能环保意识。

践行绿色生产

广汽本田致力于打造绿色工厂，建立实施绿色可持续生产模式。2020年，公司积极践行节能减排，从源头削减污染，提高资源利用效率，荣获汽车行业绿色发展指数第二名。

推进技术改造

广汽本田开展全员节能环保课题活动，2020年共完成 209 项课题技术改造，节约费用 1,330 万元，实现 CO₂ 减排 823 吨 / 年、固废削减 187 吨 / 年、废水减排 5,000m³ / 年，节约电能 168 万 kW·h / 年。其中，生产部门《开发 F 线清洗油与拉延压机气垫油热交换系统》课题获全国汽车行业智能制造与技术创新成果。2020 年底，广汽本田环境实验室投入使用，大大提升环保检测应对速度及能力。

CO ₂ 减排	固废削减	废水减排	节约电能
823 吨 / 年	187 吨 / 年	5,000 m ³ / 年	168 万 kW·h / 年

自主改造提升品质保证能力

案例

为应对清洗设备老旧化、品质无法保证的冲压领域常见难题，广汽本田以 F 线清洗机为试点，推进“开发在线热交换系统降低清洗油品粘度、开发在线清洗机电子调压系统保证油膜厚度”两项自主创新课题，推翻原设备设计框架和结构，完成设备电子化升级。其中热交换系统为行业首创，具备同类型设备升级改造借鉴意义。课题节约费用 20.4 万元 / 年，减少废油 10,520 升 / 年。

减少资源使用

广汽本田建立能源在线管理系统，对站房设备能耗数据及运行状态进行实时监测，并依据能源消耗趋势、能源消耗对比情况，挖掘节能空间。2020年，广汽本田实现节约用电 1,413 万 kW·h、节约用气 485 万 m³、节约蒸汽 2,479 蒸吨，获得广州市十佳优秀节能企业称号。

节约用电	节约用气	节约蒸汽
1,413 万 kW·h	485 万 m ³	2,479 蒸吨

水资源管理

广汽本田建立完善用水节水规章制度，配备专兼职管理人员，加强用水情况的监督检查，鼓励全体员工参与节水工作。建立厂区计量监控及数据采集系统，定期对计量监测数据、设备运行状况及相关记录进行监督、抽查。定期开展水平衡测试工作，提高用水效率。增城工厂涂装三科车间摒弃常用的湿式喷房，导入纸盒式干式喷房（本田全球首次），实现“0”使用水、“0”排放废水，每年将节约新水 5,000m³，同时减轻厂内污水站处理负担。



纸盒式干式喷房

绿色包装

广汽本田积极开展 3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活动，以资源有效利用和废弃风险零化为目标，从资源采购、使用、报废各环节，严格把控绿色包装的措施执行，助力绿色物流的可持续发展。公司以供应链整体物流效率最大化为导向，建立广汽本田包装容器基准，并明确具体推进方法、设立包装工艺管理 KPI，指导并衡量包装工作的开展。全面实施可循环包装，优化容器结构，杜绝一次性包装辅材，并最大限度减少包装辅材。

降低污染排放

广汽本田制定并实施“三废”管理举措，在产品生命周期的各个阶段严格控制污染物排放。2020 年，凭借在排放物治理领域的深耕，被评为汽车行业 VOCs 治理标杆企业，“24 万辆 / 年喷漆喷房废气治理工程”被列入 2020 年国家重点环境保护实用技术和示范工程。

废气管理

广汽本田采用废气全流程管理方法，在废气产生源头使用水性化涂料削减 VOCs 排放；采用最新壁挂式喷涂机器人和高电压涂装机，最大限度减少涂料使用；在生产过程中采用水帘漆雾处理系统及浓缩转轮 RTO 处理装置，对生产废气进行深度治理，确保废气无害化排放。

废水管理

广汽本田增城工厂导入膜处理技术，实现厂内废水 100% 回收利用，达到“废水不对外排放”目标，按每年生产 24 万辆汽车计算，每年可节约自来水水量 60 万吨，相当于 2,000 户家庭一年的总用水量。

废弃物管理

广汽本田实行危废包装桶的减量化，对涂料 / 密封胶原辅料的包装桶增加内衬，避免污染物沾染包装桶内壁，实现包装桶的可循环利用及无害化处理，每年可减少 3.5 个桶的使用，节约铁矿 1,050 吨、削减 CO2 排放 3,212 吨、减少 VOCs 排放 4.2 吨；导入热泵型低温污泥干化机，对污泥进行干化处理，并通过热泵回收热量，减少能耗，实现污泥含水率从 83% 下降至 30%，污泥减量 1,332 吨 / 年，节约污泥处理费用 261.6 万元 / 年。

厂内废水回收利用率

100%

节约自来水

60 万吨 / 年

削减 CO₂ 排放

3,212 吨 / 年

污泥减量

1,332 吨 / 年



危废包装桶减量化



危废包装桶减量化

应对气候变化

广汽本田积极实行温室气体减排计划及行动，制定了“2030 碳减排目标”，并按照超额达成的姿态制定整体推进计划，提出 18 项减排 CO₂ 500 吨以上的施策，涵盖新增可再生能源、设备更新改造、新设备工艺导入等。2020 年，公司共减少温室气体排放 23,998 吨。

减少温室气体排放

23,998 吨

碳中和主要对策

导入最先进的节能降耗技术、设备，以最大限度减少生产过程的碳排放

在 17 兆瓦太阳能发电项目基础上（年发电能力约 1,900 万 kW·h，相当于减排 17,000 吨 CO₂），扩大太阳能发电范围，进一步提升可再生能源比例

积极开展植树造林工作，增加碳汇，中和生产过程的碳排放

提供绿色产品

广汽本田基于气候变化和能源风险考虑，积极推进电气化汽车产品的开发普及，将绿色环保概念体现在汽车的产品设计之中，构建丰富、高效、节能的产品矩阵。

坚持绿色设计

广汽本田在汽车轻量化、可拆卸性、可回收性等各层面进行环境友好的设计，注重整车安全、减油耗；在生产过程中减少资源消耗、杜绝有害物质使用；运用数据化同步工程技术，杜绝过剩设计，缩短开发周期和减少投资成本，全开发过程监控物质可回收再利用，推动绿色设计向纵深发展。

绿色产品研发成果

成功开发 VE-1 系列车型，在油耗、有害物质含量及可回收利用性能方面领先设计，超越国家相关要求

通过使用行业领先的高泳透性电泳涂料，在降低生产成本的同时提高了整车车身的外观品质和防腐能力

与国内主流内饰表皮材料供应商合作研发多种新型布料及皮革材料，其中某些表皮材料在本田产品体系中为首次开发应用

开发缓释芳香型技术和材料，研究探讨芳香型储物盒与香味座椅表皮材料应用，从而减少车内有害挥发物

推广绿色产品

广汽本田响应国家新能源汽车发展号召，于 2020 年 4 月成立创新业务部，专职于新能源车销售业务。为了向广大用户提供优质的新能源车购车服务，公司制定了一套全新的销售体系，全面提升客户对新能源车的认知和体验。

纯电动 SUV VE-1 多元营销推广

案例

以绿色低碳技术创新和应用为重点，VE-1 在市场推广层面倡导绿色消费观念，通过创新广告创意、DMP 精准投放、VE-1 专属用车 App WOW STATION 运营及媒体试驾体验活动等一系列营销举措，提升新能源汽车和新能源应用比例。VE-1 全年实现销量 2,376 台，同比增长 80.5%。

VE-1 全年实现销量

2,376 台

提供便捷服务

基于汽车行业“共享化”发展趋势，广汽本田积极鼓励各特约店充分发挥行业领先的新能源硬件设施优势，实施自店充电桩的共享运营，为广大 EV 车主提供高效、便捷、贴心的充电服务。截至 2020 年底，公司全网已有 323 家特约店开通了充电桩共享服务。



特约店充电桩共享运营

推进绿色运营

广汽本田面向供应商、特约店等相关方推行绿色管理，拓展自身的绿色发展影响力；在日常运营中贯彻绿色办公理念，从一点一滴做起，降低办公运营的资源消耗水平。

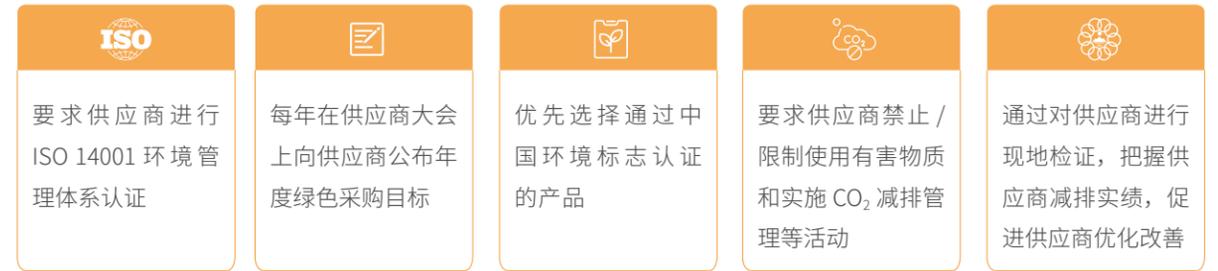
绿色采购

广汽本田坚持绿色采购，构筑环保合规的绿色采购体系。公司要求供应商优先使用安全环保的材料和设备，产品符合节能环保要求，并在确定合作关系的同时签订《禁限用物质与回收利用法规对应符合宣言书》。2020 年，公司绿色零配件采购比例达 99%。

绿色零配件采购比例

99%

绿色采购体系

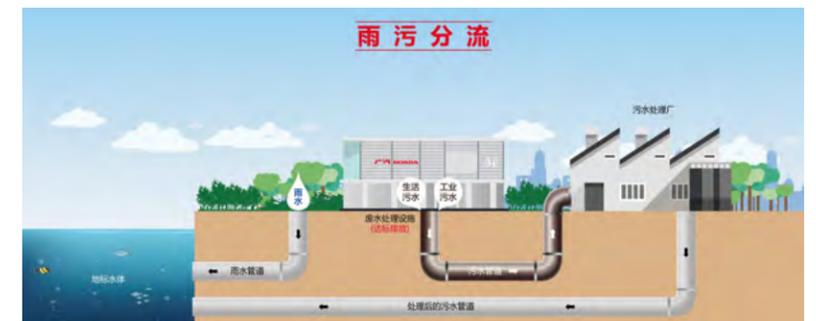


绿色零配件采购标准



绿色特约店

广汽本田开展绿色特约店项目，将环保法律法规、标准要求、环保治理要点等绿色环保管理理念逐步渗透到全国各地的特约店。公司建立并实时更新绿色特约店标准，2020 年标准覆盖国家法律法规技术标准（含非强制性行业标准）共 113 部，确保绿色特约店标准的前瞻性和先进性。



绿色特约店

针对废旧新能源电池，特约店可自行选择有资质的回收处理单位实施回收，并将资质证件报广汽本田进行审查和备案。用户经由特约店更换的废旧锂电池，特约店应根据广汽本田锂电池现地或就近报废原则进行回收报废处理，每半年向公司反馈一次报废信息。

绿色办公

广汽本田倡导绿色办公理念，从日常小事培养员工的节能环保意识。鼓励无纸化办公，全面建设智能服务体系，上线 30 多个电子化系统，构建“信息化+无纸化”新模式；设定空调温度基准、关灯时间及管理责任人；制定《生活垃圾分类管理规程》，改善厂区生活垃圾处置；定期组织节能巡查，结果共享至公司全员。

呵护绿色生态

广汽本田持续保持与政府及周边居民的密切沟通交流，通过开展线上及线下的环保活动，将自身的环保理念传递给身边更多的人，构建人与自然和谐共处的格局。

加强环保宣教

广汽本田努力为环保事业培养新生力量。2020 年，联合广州市生态环境局举办“广汽本田杯”广州生态环境保护知识竞赛，吸引近 17,000 人参与；定期与广州市生态环境局黄埔分局共同组织环保宣教进校园活动，提升孩子们的环保意识，共有 61 所广州市中小学参与活动。



环保宣教进校园

参与环保知识竞赛
17,000 人
参与活动的中小学
61 所



“广汽本田杯”广州生态环境保护知识竞赛启动仪式

共创绿色生活

广汽本田激励社会公众切身守护绿色环境。2020 年，公司举办环保宣教进社区活动，共有 2,000 户居民参与；此外，公司还邀请周边居民体验流溪河水源地环保公益营，共同维护和谐生态。



环保宣教进社区



流溪河水源地环保公益营

绿色未来，你我共创

案例

8 月，广汽本田携手 Honda 在华其他 14 家关联企业在内蒙古兴和共同举行“绿色未来，你我共创”主题植树活动。受疫情影响，员工通过线上“云植树”小游戏获取积分，助力树苗成长。截至 2020 年，广汽本田与相关方在广东东江、河北丰宁和内蒙古兴和累计造林 23,320 亩。

累计造林
23,320 亩



责任故事 06

点滴关爱，共创未来生态

2020年，广汽本田-绿芽·流溪河水源地生态环境教育基地获评“广东省环境教育基地”，并于10月30日在广州从化乐明村举行揭牌仪式。活动还发布了基地的全新视觉形象。水，滋养万物，又包容万物，广汽本田以水滴为灵感，将水滴演变为流溪河的植物、鸟类、动物等，展现流溪河万物的蓬勃生机，并以此号召更多人加入环保的行列，爱护生命之源。



基地全新视觉形象

汇聚点滴，水源地保护纵深发展

流溪河是唯一一条全流域位于广州境内的战略备用水源地，拥有多个广州市饮用水水源保护区。为改善流溪河上游水域环境，2016年，“广汽本田·点滴关爱”流溪河水源地保护行动正式开启。经过五年的耕耘，广汽本田-绿芽·流溪河水源地生态环境教育基地已成为广州市首个广东省级乡村生态环境教育基地，其生态治理模式与经验为推进更广阔的可持续环保事业起到示范作用。

结合乡村经济，筑牢生态环保之基

为了解决乡村生态治理难以平衡环保与经济发展的关键难题，广汽本田在广州市生态环境局的指导下，联合广东省绿芽乡村妇女发展基金会，为村民提供生态种养支持，在乐明村建立了三大生态基地，通过生态种植和生物防治技术，大力推广生态农业，改良土壤超过1,000亩、治理黄化沙糖桔树近39,250棵、生态农产品种类达到10余种，参与生态改良的村民月均收入提高了1,000多元。生态效益与经济效益的结合，调动了村民的主动性，激发了乡村的内生发展动力，助力了乡村振兴。



益生菌堆肥基地



生态种植者 邹顺清

“我是从16年开始创办乐享家庭农场的，坚持不用化学肥料、农药，不用转基因品种等影响生态和健康的东西。虽然一开始产量不多，但坚持下来，你就会发现土壤和水都变好了，种出来的农产品品质更好，也卖价更高。”

农户邹顺清的生态莲藕田已经扩建到二十多亩。今天，越来越多的村民像她一样，靠生态农业走上致富道路。

创新自然教育，强健生态环保之体

守护绿水青山，需要生态文明教育。乐明村的丰富物种资源，为自然教育的开展提供了很好的实地素材。截至目前，基地面向公众开展的生态环境教育年接待3,000人次以上。同时，广汽本田联合广东省绿芽乡村妇女发展基金会，研发了水源保护、自然教育和生态农耕三大体系课程，结合不同季节主题设计出具有基地特色的环境教育活动方案。



环保公益营

生态治理非一年之功，稳步推进方显成效。广汽本田用第一个五年的时间，扎根本地化环保事业，依托流溪河水源地环保生态基地，以共创思维探索出一条农村经济与生态环境保护协同发展的示范模式。随着全新阶段的开启，广汽本田将进一步发挥省级环境教育基地的重要作用，加强生态文明理念的宣传与实践，汇聚每一滴关爱的力量，共建绿色社会。



扫码观看纪录片
《水生万物·溯源新生》

伙伴责任 携手互惠共赢

广汽本田建设责任价值链，与行梦路上的每一位伙伴共同发展。我们努力提升供应链各环节能力水平，持续完善特约店管理，带动经销商成长；恪守商业道德，创优营商环境，为行业高质量发展贡献力量。

打造责任供应链

广汽本田不断完善透明、负责任的供应链管理体系，倡导本地化采购，积极组织供应商交流培训，助力供应商提升履责能力，带动供应链实现高质量发展。

全生命周期管理

广汽本田制定《供应商的选定及国产化开发规程》《一般物品采购管理办法》《招投标管理办法》等相关管理制度和工作流程，对供应商实行全生命周期管理，严控供应商的准入、预警、考核和退出。



供应商质量管理

广汽本田编制并发放《供应商质量手册》，定期开展质量体系监察、专项巡察、月度评价等，促进供应商持续提高产品的可靠性。2020 年，公司深入开展供应商现地工序检证、变化点检证，保证整体外作零件品质稳定；持续开展外作零件量产一致性抽查，对象零件 100% 覆盖，确保零件的符合性；采用线上形式开展供应商质量保证培训和讲师竞赛，确保供应商对广汽本田质量管理要求的遵守度。

供应商交流培训

广汽本田定期组织供应商交流培训，分享公司履行社会责任的理念和案例，并结合当前经营环境，在劳资、安全、环保新趋势、新法规等方面提出要求或倡议，促使诚信经营、共同履责。2020 年，公司开展供应商培训 2,705 人次。

开展供应商培训
2,705 人次

本地化采购

广汽本田倡导本地化采购，不断挖掘和培育中国本地供应商，缩短配套半径，带动本地经济发展。2020 年，公司国内采购零部件占比达 95%。其中，配套半径 2 小时以内的采购占比达 80%，广州市内采购占比 60% 以上。

国内采购零部件占比达
95%

赋能升级特约店

广汽本田为特约店提供全方位的政策保障和资源支持，大力培育特约店销售人才，携手特约店为客户提供最优质的服务体验。

助力特约店成长

广汽本田建立特约店运营管理标准，以网络渠道发展为基础，探索业务智慧化转型，打造并推广全国示范店，通过渠道品牌形象及能力提升等举措，促进特约店成长。



销售人才培育

广汽本田建立“Fun Training”人才培育体系，为特约店培育知识过硬、服务优良、功底扎实的销售服务人才。依托线上学习平台“广本趣学”App，创新性开发人脸督学、场景化直播等功能，实现线上线下培训的无缝衔接和相互促进。2020 年共开展销售培训 354 场，荣获“最佳创新实践奖”“第四届 CSTD 全国学习设计大赛银奖”“企业数字化学习卓业实施贡献奖”等多项大奖。

开展销售培训

354 场



特约店岗位集训



特约店参与网络销售直播课

“AI 智能趣练”助力销售人才成长

案例

广汽本田应用“广本趣学”App 学习平台，推广使用“AI 智能趣练”功能，精选一线销售场景的真实案例，实现学员与 AI 的智能对话。2020 年，该功能面向特约店销售顾问、直销专员、新能源推广专家等核心人群，开展 59 个专题，共计 11,500 人次参与，着重提升了特约店一线销售人员的语言逻辑、沟通礼仪和产品专业性。



创优行业生态

公平是社会契约的前提，尊重是商业文明的基石。广汽本田倡导诚信经营，尊重每一个合规企业的发展，致力于打造和谐共赢的行业生态。

坚持公平竞争

广汽本田全面遵守《反垄断法》《反不正当竞争法》等法令，恪守商业道德，坚持公平竞争，努力营造透明、公正的营商环境。2020 年，广汽本田积极开展自身及经销商反垄断合规自查，联合政府监管部门开展反垄断培训，助力汽车行业开放有序、竞争充分、秩序规范地发展。

知识产权保护

广汽本田重视每一个创新成果，持续完善知识产权管理，通过知识产权管理体系认证，尊重相关方、合作伙伴及他人的知识产权，以创新推动企业发展、助力行业繁荣。2020 年，公司荣获“广东省知识产权示范企业”称号。

助力行业发展

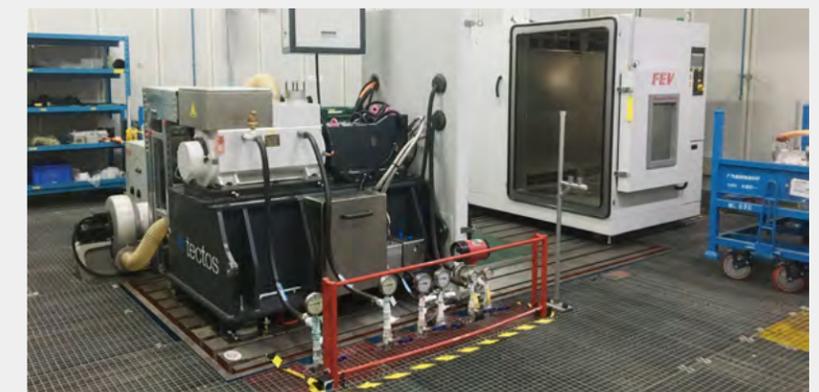
广汽本田始终坚持“全行业价值共赢”的理念，充分发挥合资品牌创新平台及技术优势，分享推广技术经验，参与制定完善行业标准，如 GB/T 31484—2015《电动汽车用动力电池蓄电池循环寿命要求及试验方法》等，促进行业发展。

电动车起火 安全技术积累

广汽本田分别联合天津消防所、国家汽车质量监督检验中心等专业机构，策划开展 811 型电池包模组、电芯及整车电池包起火分析实验，为电池的热失控、起火过程分析、起火原因调查等积累实践基础。

高转速电机测试系统 振动抑制与技术推广

广汽本田在导入高转速电机试验台过程中，通过优化传动系统连接，解决了测试系统振动大这一行业内顽固课题，并通过经验的总结积累，将成果推广至行业内其他主机厂。



高转速电机试验台

责任故事 07

携手特约店，赋能公益梦想

独木难成林，百川聚江海。在履行社会责任的漫漫征途中，广汽本田坚持发挥自身优势，带动产业链上下游和行业伙伴共同行动，传递责任与担当。

6月5日“世界环境日”，广汽本田基于服务品牌“Fun Link 创享车生活”旨在与用户共同探索汽车生活的无限可能，以 Fun 赋能环保，联合全国特约店成立“Fun 公益俱乐部”，开展面向广大车主的环保公益活动，为车主构筑实现自我价值的平台。



“Fun 公益俱乐部”成立仪式

“Fun Plogging·益趣跑”起航

“Plogging (慢跑拾荒)”是瑞典语“捡垃圾 (plocka)”和“慢跑 (jogga)”的合成词。相比普通慢跑，Plogging 结合了蹲下、弓步或弯腰等动作，平均每小时可多消耗热量 50 多卡路里。这项集公益与健身为一体的新型环保跑步方式在诞生后迅速席卷全球，掀起了环保新风潮。

6月5日至7月15日，广汽本田联合中国环境保护产业协会、《中国环保产业》杂志以及全国 500 多家特约店，开展“Fun Plogging·益趣跑”环保主题公益活动，吸引了众多车主朋友的广泛参与，总参与人数超过 3.1 万。



“Fun Plogging·益趣跑”活动海报

作为“Fun 公益俱乐部”的起航活动，Fun Plogging 包含“拾荒慢跑”“垃圾分类”“垃圾称重比拼”“环保手工改造”“环保理念小课堂”等趣味体验，参与者通过各环节积分进行竞赛互动。活动还特别邀请了手工达人 and 环保领域专业人士分享环保小知识。最后，特约店分别评选出排名靠前的团队，授予由中国环保产业协会冠名的“最 Fun 环保达人”荣誉称号。



“Fun Plogging·益趣跑”活动现场

此次活动不仅让车主朋友们在繁忙的工作生活中，有一次与大自然亲密接触的机会，感受健身与公益相结合的巨大益处；还给有孩子的家庭提供了增强环保意识的途径，让健身运动和环保公益不再停留在口头和书本，而是落实到生活实践中。

“一直以来我都支持环保并希望能够付出自己的力量，却找不到合适的平台。广汽本田举办这个活动很有意思，既时尚又环保，还能结交到那么多志同道合的广本车主，非常高兴。”Fun Plogging 活动现场一位车主如是说。



“最 Fun 环保达人”证书

肩负“企业公民”担当

作为顾客和社会所信赖的汽车企业，广汽本田一直践行“让孩子的天空更蔚蓝”的环保口号，从企业自身做起，并带动身边所有人，共同为环境保护做出努力。特约店作为我们的重要伙伴，始终积极履行社会责任，致力于成为能够让车主实现自我价值、为社会做贡献的场所。

面向未来，广汽本田将继续深耕环保事业，依托特约店“Fun 公益俱乐部”，与车主相互激发公益梦想的力量，带动车主及周边更多人，共创更美好的未来。

员工责任 营造幸福职场

广汽本田重视人的价值与发展。我们坚持以人为本，切实保障员工各项权益；为员工搭建成长平台，助力员工梦想启航；丰富员工生活色彩，提升员工幸福感；关注员工职业健康，护航员工追梦之途。

坚持以人为本

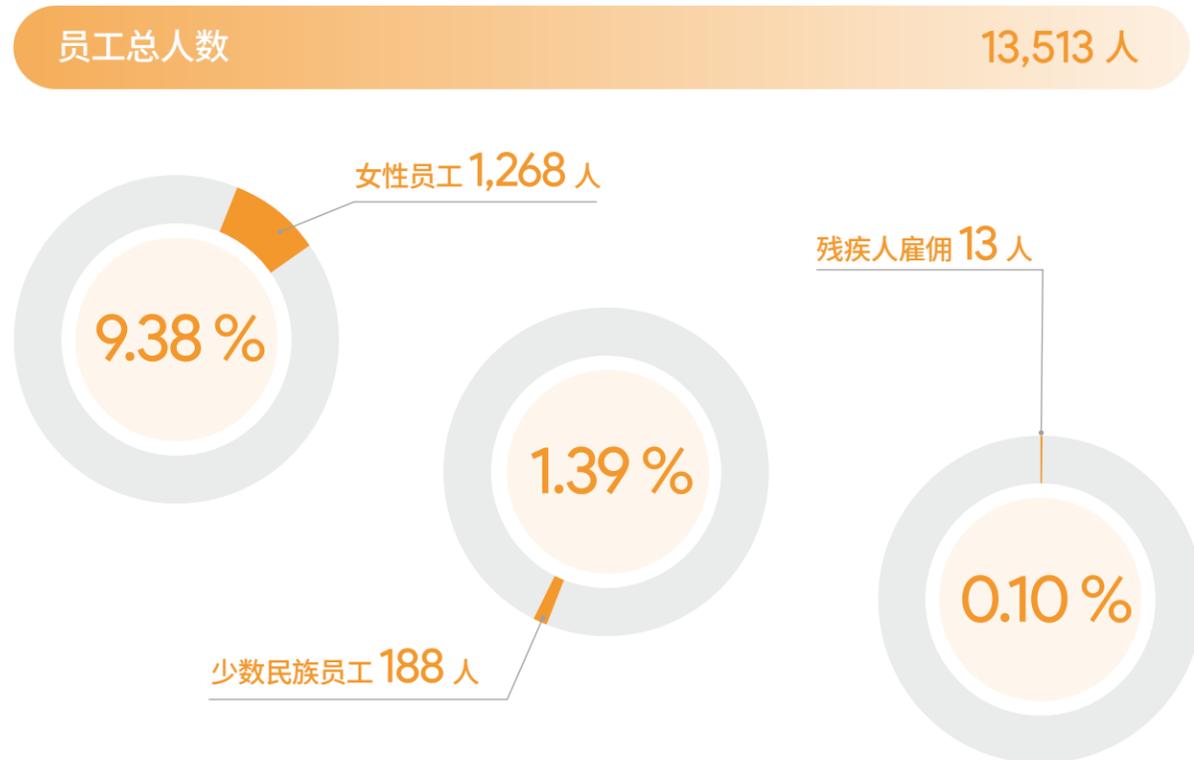
广汽本田全力捍卫每一位员工的合法权益，坚持平等雇佣，不断完善薪酬福利体系，落实民主管理制度，保护员工个人隐私。

保障平等雇佣

平等是广汽本田企业哲学的基本理念之一。广汽本田承认并尊重个人差异，对于有干劲的人，不论个人属性（国籍、性别、学历等）均给予机会。公司致力于招聘优秀人才和多样化人才，实现优势互补，保持公司活力。

公司制定《广汽本田劳动合同管理制度》，2020 年劳动合同签订率达 100%，且每两年签订一次集体合同。坚决反对雇佣童工、强迫劳动和骚扰行为，制定《劳动争议调解工作制度》，妥善处理劳动争议。

广汽本田注重员工本地化雇佣，为当地创造就业机会。2020 年，公司新增吸纳就业人数 932 人，本地化雇佣比例达 99.51%。



完善薪酬福利

广汽本田尊重每一位员工的辛苦付出。公司制定完善的薪酬福利体系，每年根据社会消费水平、行业薪酬水平的变化情况进行薪酬调整。公司还根据经营业绩发放年度奖金，与员工共享发展成果。

广汽本田为员工提供必要及优质的风险保障。为所有员工按时、足额缴纳养老、工伤、医疗、失业、生育保险金及住房公积金，并在此基础上为员工购买补充养老保险及商业医疗保险，为女性员工购买广州市女职工安康互助保险。

广汽本田不断提高员工的福利水平。为员工发放住房补贴、交通补贴、过节费、长假活动费、生日慰问金等多项津补贴，并施行内部购车优惠和短期疗养等项目，帮助员工减轻日常生活负担、更好地享受各类假期。

落实民主管理

广汽本田注重倾听员工心声，健全企业民主管理制度，推进厂务公开。通过电子信息栏、《广汽本田》报、微信平台、内部网等渠道，及时通报公司的生产经营和管理信息；每年召开职工代表大会，开展员工交流日、恳谈会等活动，征询和收集员工意见，切实保障员工的知情权、参与权和监督权。2020 年，公司获得“全国厂务公开民主管理工作示范单位”荣誉称号。

广汽本田第十六次职工代表大会

案例

2020 年，广汽本田召开第十六次职工代表大会，首次选出开发区工厂职工代表和劳务工列席代表出席，充分体现职工参与企业民主管理的广泛性。员工最关注的 36 件提案均得到妥善解决和回复，获得员工的一致认可与赞扬。



重视员工隐私

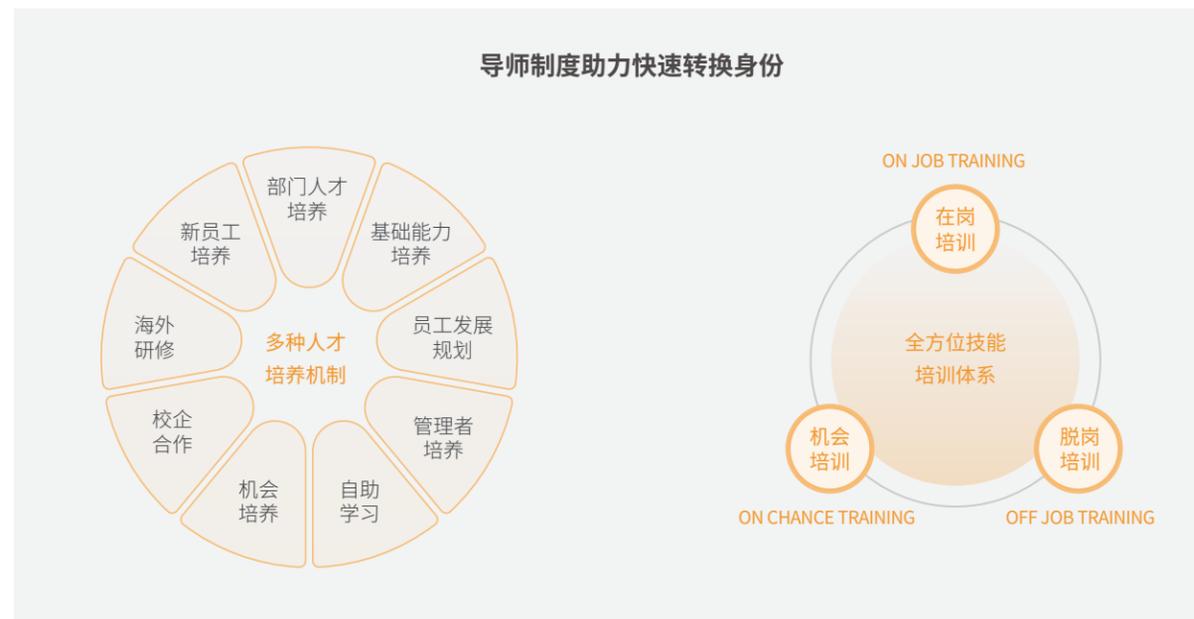
广汽本田尊重每一位员工的个人隐私，在人力资源管理的各个环节注重员工的个人信息保护，并在人力资源系统中实施严格的权限管理，非工作需要不能查看员工信息。

搭建成长平台

广汽本田为每位员工搭建梦想启航的成长平台，为员工提供广泛的学习与晋升机会，鼓励员工不断进步，助力员工长远发展。

员工培训体系

为促进员工全面成长，广汽本田基于《员工培训制度》，开展在岗培训（OJT）、机会培训（OCT）及脱岗培训（OFF-JT）等多样化的人才培养活动，打造全方位、全周期的人才培养体系。



广汽本田尊重员工的差异化发展，基于员工不同能力发展阶段、不同岗位设置，通过线上学习平台、线下课堂，为员工提供基础素养、岗位操作、工作方法、领导力提升等丰富的学习课程。2020年，公司员工培训总投入1,018万元，受训员工达125,050人次。

员工培训总投入
1,018 万元

受训员工达
125,050 人次

为了培育具有精湛技艺、高超技能和较强创新能力的高技能领军人才，公司还开展了新型学徒制、适岗培训、以工代训、高技能人才贯通、设备保全培养等专项培训项目。2020年，共有969人参加专项培训，其中463人获得国家职业资格/职称证书。



新型学徒制培训

能力提升活动

广汽本田建立《改善提案制度》，激励员工以主人翁的态度，发挥个人的活力和创造力完善公司业务，以此促进个人能力提升。2020年，公司策划“主题活动”“现场评审”“年度表彰”“国内研修”四大模块的改善提案活动，共收到改善提案48,829条。

创新发展，共同进步——NGH活动

案例

广汽本田NGH活动通过开展团队协作、探索课题解答、分享研究成果，不断创造新广汽本田(New GAC Honda)。2020年，NGH小组注册数量超过2,700组，达到历史最高水平。在NGH大会上，来自各部门、供应商、特约店的60个NGH优秀小组发表了各自研究课题的创新成果。员工以赛代练、分享学习，与广汽本田共同进步。



职业发展通道

广汽本田注重员工的潜能激发，为员工开辟行政职务以外的能力发展通道，构建双通道职业发展体系（职务发展通道和能力发展通道），并开展轮岗工作，促进不同岗位间的人才流动，助力员工全面发展、匹配适合自己的职业岗位。



关心员工生活

广汽本田关注员工工作之外的生活，关怀慰问困难员工，助力员工身心健康，开展丰富多彩的员工活动，努力为员工创造美好幸福生活感受。

帮扶困难员工

广汽本田成立员工慈善互助基金，通过员工自愿募捐和行政拨款筹集资金，帮扶困难员工，并在重大节日对病困员工进行走访慰问。在新冠肺炎疫情防控关键阶段，公司特别增设专项慰问，向 161 名参与疫情防控一线工作的员工亲属发放慰问金。2020 年，公司共帮扶困难员工 515 人，帮扶总投入 145 万元。

帮扶困难员工

515 人

帮扶总投入

145 万元



员工慈善互助基金员工募捐

关注心理健康

广汽本田重视员工心理健康，提供高水平的精神关怀服务。持续开展“幸福广本，美好生活”EAP 员工关爱计划，开设幸福心理课程培训，并协助有需求的员工进行线上心理测评和咨询。2020 年，公司与清华大学合作开展工会专兼职干部疫情防御心理调适培训，并通过工会兼职干部向员工转训，共计 241 人参与。

增添生活乐趣

为满足员工精神文化需求、丰富员工业余生活，广汽本田开展了文化、文体及员工关怀等系列活动，增进了员工的生活幸福感，并鼓励员工跑团参与杭州马拉松、广州黄埔马拉松比赛，保持活力与生活激情。

“爱阅广本”文化系列活动



广州市职工书屋揭牌仪式暨书画文化活动



“品阅黄埔”走进广汽本田职工书屋

“悦身心·逐梦行”文体系列活动



趣味运动会



全民健身嘉年华活动

员工关怀系列活动



“情满四季”品牌联谊活动



扩建“爱心妈妈小屋”



“森临奇境, 梦享奇趣”亲子活动



“欢乐开学季”亲子活动

保证安全生产

安全是幸福生活的保障。广汽本田将员工的生命安全牢记心间，强化安全生产管理，建设安全文化体系，为员工的职业健康保驾护航。

安全生产管理

广汽本田将安全生产放在经营目标的第一位。依据国家安全与职业健康法律法规和标准，导入职业健康安全管理体系，设立安全生产委员会和安全环保部，切实落实安全生产管理措施。2020年，公司安全生产投入共计3.09亿元，死亡、重伤、责任内交通事故、职业病等各项控制指标数量均为0，轻伤事故率为0.3‰。

安全生产投入
3.09 亿元

各项控制指标数量均为
0 人

轻伤事故率
0.3 ‰

安全文化建设

广汽本田重视安全文化培育，完善安全文化理念体系，建设安全文化优秀科室，结合安全生产月、消防安全月、交通安全月等活动，开展知识竞赛、专题讲座、应急演练、实操培训等安全宣教，提高员工的安全意识和技能。2020年，公司开展安全培训79次，参训员工达62,684人次，并顺利通过2020年“全国安全文化建设示范企业”复评。

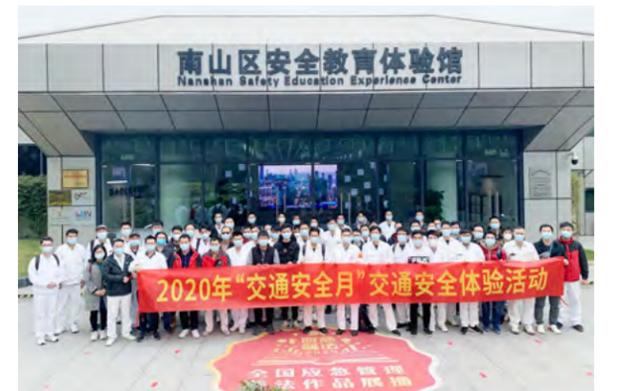
开展安全培训
79 次



安全月主题活动



消防安全月主题活动



交通安全月主题活动

职业健康保障

为员工提供安全舒适的工作环境是广汽本田的职责所在。公司开展职业病危害因素年度检测，发放劳动防护用品，改善噪声超标岗位、高温岗位的员工作业条件，并组织劳动保护专项检查，切实保障员工职业健康。2020年，公司组织从事特殊作业的全部7,242名员工进行职业健康检查。

责任故事 08

你为什么选择广本

“你为什么选择广本？”相信每个广本人都有自己的理由。作为资深员工，麦丹也有着她自己的答案。

这是个平等自立的舞台

本田公司的创始人本田宗一郎最注重工作环境的干净整洁，全员穿着白色工作服的习惯一直延续至今。麦丹觉得，这是平等，也是自信。广汽本田 70% 的员工工作于生产一线，在与钢板、零件、机油等打交道的过程中，敢让员工穿着白色工作服，一方面依赖于公司在智能制造方面持续不断的投入和创新，另一方面也因为员工把 5S 工作做到了极致。



平等的工作氛围，也让广本人更加自立。“每个人在自己的岗位上都能独当一面”，从做普通员工时独立承担人事工作的一环，到成为管理者后带领同事服务公司各部门的人才需求，麦丹深有体会。

这是个充满激情的舞台

为了支撑广汽本田的稳健发展，麦丹所在的人事科每年都会根据需求，从各大高校及社会上招募优秀人才，为公司输送新鲜“血液”。在外招聘时，麦丹和团队一起筛选简历、为候选人评分，经常加班至深夜，但却一丝一毫都不敢倦怠。麦丹说，这股拼劲是职责所在，“广本人好像在骨子里就有责任心，上下游的客户，都要负责。”

人才是第一生产力。人事科除了要招聘到合适的人才外，还要帮助企业管理者通过专业工具更好地发挥员工的能动性。因此，这也要求大家要有全局观念，除了熟悉本职业务，还要深入了解公司其它部门业务，用自己的专业以及丰富的知识储备去做好相关服务。“人事招聘工作并不像大家看到的那么光鲜靓丽，但我热爱这里的氛围、热爱这里的团队、热爱这份带着使命感的工作。”



这是个实现梦想的舞台

从职场新人到一名管理者，麦丹自身得到了成长。她说，每次进步都不是偶然，除了有自身的努力，也离不开广汽本田“成长双通道”的体制及传帮带的良好环境。“当我还是一名招聘新兵时，每次面试完，我的领导都会跟我复盘，从语气、语调、音量、表情等各方面进行指导。”在之后的面试中，麦丹都会关注每个细节，也要求自己的团队注重细节，让求职者第一时间感受到广本的企业氛围。“现在虽然已调到其他岗位，但是在公司里见到自己招聘进来的同事仍然觉得特别亲切，尤其是看到他们在广汽本田实现了自己的梦想时，我觉得特别欣慰、特别幸福。”麦丹说道。



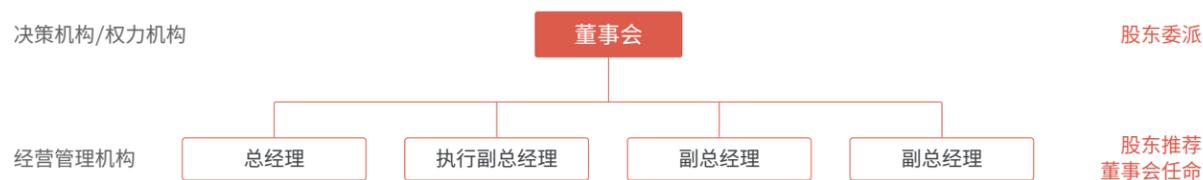
因为向往这里的工作氛围而加入广本，因为这里的企业文化而深爱广本。麦丹眼里的广本，也是 1.3 万名员工所熟悉和热爱的广本。独特的广本文化，便是员工热爱广本的理由。

公司治理

广汽本田构建完善的公司治理体系，全面贯彻“依法治企”理念，保障经营行为合法合规开展，扎实推进反腐败工作和廉洁教育，为企业发展铸就稳健“底盘”。

稳健运营

广汽本田设立董事会，董事会是公司的最高权力机构，人员构成由公司合营各方委派和撤换；设立经营管理机构，负责公司的日常管理工作，人员构成由股东推荐、董事会任命。董事会以《章程》和《董事会会议管理制度》等作为业务管理的制度依据。



运营体制

广汽本田致力于建立有效、健全和透明的企业运营体制，开展企业治理年度检查活动，对比应有状态进行自我检查和验证，有针对性地提出改善和再发防止对策，并将结果向股东方进行汇报，使企业在遵守法律规范，风险得到最大程度控制的基础上，达到业绩、利益最大化，实现健康持续发展。



信息披露

广汽本田制订《重要信息对股东报送制度》，严格遵循“真实、准确、完整、及时”原则，按照相关法律法规、会计准则的要求，履行信息披露义务，通过财务报表、董事会报告等方式向股东及其他相关信息使用者提供财务信息，真实可靠地展示公司经营动态及财务状况。

诚实守信

广汽本田以“赢得顾客与社会信赖”为宗旨，秉持诚信经营理念，与供应商、经销商以及其他商业伙伴共同努力，以高品质实现顾客“购买的喜悦”，助力合作伙伴实现“销售的喜悦”，全领域维护品牌信赖，携手共创诚信经营的市场环境。

严禁虚假或者引人误解的宣传

广汽本田严格遵守相关法律法规，严禁虚假或者引人误解的宣传，保证产品宣传和服务宣传的合法性、真实性。

公平交易

广汽本田践行公平交易原则，致力于打造平等的交易关系，充分尊重客户的知情权和选择权，切实保障合作伙伴及消费者的合法权益。

潜在风险警示

广汽本田尽全力保护客户的行车安全，通过产品标签标注、随车用户手册、日常行车指南等，向客户提示、警告用车安全风险，给予用户暖心关怀。

守法合规

广汽本田坚决贯彻“依法治企”理念，2020年全面开展合规管理体系建设，成立合规管理委员会，制定《广汽本田汽车有限公司合规管理制度》，形成《十四五期间外部法律环境研究报告》，发布《法律风险防范指引手册》，持续开展外规内化、合规检证等工作，由公司律师对各项业务提供法律支持。

为了发扬“法治广本”企业文化，巩固员工守法合规意识，广汽本田积极面向公司全员开展守法合规培训，并通过合规云课堂、法治杂志、法规速递等载体和方式，充实员工的法律知识。与此同时，公司不遗余力地为合作伙伴提供守法合规培训资源和支持。

通过“小Q说法”普法栏目，以通俗易懂的文章，宣传一人公司法律责任、房屋交易瑕疵问题、图片版权问题等法律知识。

开展外商投资法、反垄断法理论和实务、知识产权侵权防范、合规管理体系建设等专题讲座和交流会。

建成员工法律援助工作站，开展员工法律援助143次，有效解决员工在消费维权、房产交易、民间借贷等方面的疑难问题。

举办“宪法进企业”主题活动

案例

为迎接第七个国家宪法日，深入学习宣传习近平法治思想，大力弘扬宪法精神，12月3日，由广东省普法办、广东省司法厅、广州市司法局主办，广汽集团协办，广汽本田承办的2020年广东省宪法宣传周“宪法进企业”主题活动在黄埔工厂举行。活动结合企业法治文化建设，通过多种表演方式，突出宣传“法治是最好的营商环境”。



开展“世界知识产权日”系列活动

案例

为防范知识产权风险，广汽本田开展 2020 年“4·26”世界知识产权日系列活动，包括专利达人 SHOW 视频展播、“专利基础知识与检索实务”云课堂、知识产权线上有奖知识竞赛等。活动增强了员工的知识产权意识，营造了良好的知识产权文化氛围。

反腐败

广汽本田秉承“廉洁安全六指南”工作方针，构筑“三环两支撑”监察体系，以监督环、执纪环、问责环为核心，通过监督评估、机制构建两个支撑，切实开展反腐败和党风廉政建设工作，全年未发生腐败事件。2020 年，公司加强纪检监察干部队伍建设，组织专兼职纪检监察干部参加公司内、外各类培训共 4 期、93 人次，大大提高了纪检监察干部的业务水平。

组织开展 2020 年扶贫工作综合监察，提出监察建议并完成整改。

开展关键岗位廉洁风险排查工作，识别关键岗位 661 个、957 人，明确了岗位廉洁风险，制定并实施防控措施，同时，组织公司纪委委员督导检查重点部门整改落实，并开展廉洁约谈。

对 2020 年新任管理者进行廉政从业审核、任前学习测试、廉政谈话 12 人次。



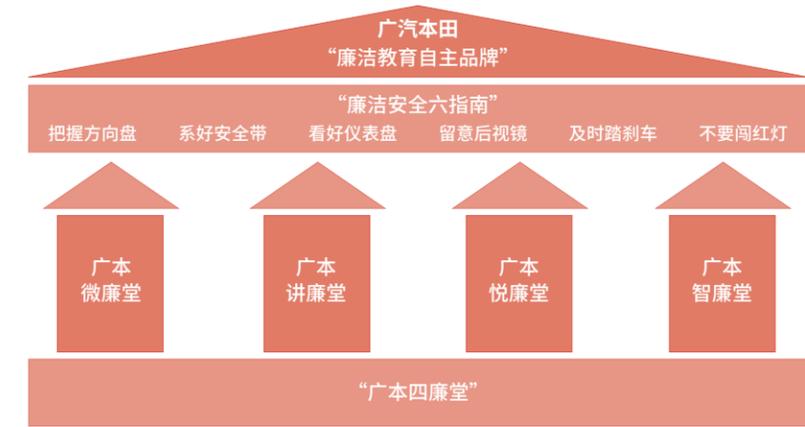
关键岗位廉洁风险防控督导现场



新任管理者廉政谈话会

廉洁教育

广汽本田结合汽车行业特点，创立了广汽本田“廉洁教育自主品牌”，多方位、多渠道、多层次、多形式开展廉洁教育，提高员工廉洁从业意识。全年开展反腐败专题讲座 178 课时，24,427 人次受训。此项目荣获 2020 年第二届“中国廉洁创新奖”评选活动“特色创新项目”奖，成为全国汽车行业唯一获奖的企业。



广本微廉堂

微信“旗帜”栏目全年出刊
50期

总点击量超
23,000人次

广本讲廉堂

全年举办廉洁专题讲座
31场

受教育党员超
1,100人次

广本悦廉堂

大力推进“廉洁文化进企业”“纪律教育学习月”活动
共有 **68** 个党支部参加

广本智廉堂

全年累计征集各党（总）支部
理论研究课题
230篇

评比出优秀论文
36篇



“纪律教育学习月”专题讲座



党员与家属参观反腐倡廉教育基地

招投标

为防范项目采购过程产生权力寻租和滋生腐败问题，广汽本田依据国家法律法规建立招标投标管理制度，并跟随法规动态不断修订完善。对于国家规定必须招标的项目，依法在广州市公共资源交易中心、广东省机电设备招标中心进行招标；对于国家未规定必须招标的项目，依据制度在公司内进行招标。执行立足于事前、事中、事后等关键环节的审计监督制度，实现招标监督全覆盖。2020 年，公司全部项目依法依规进行，违规件数为 0。

2021 年是广汽本田 2021—2025 中期规划的起步之年。我们将融汇于汽车工业的全新发展阶段，践行高质量发展战略，应对变局、乘风破浪。

我们将不断夯实技术实力，围绕汽车“新四化”开展技术创新，持续推出超越顾客期待的产品和服务，努力将每一款产品都打造成精品。

我们将秉持“让孩子的天空更蔚蓝”的环保口号，加强生态环保建设，推动环保技术创新，坚持绿色生产，减少资源消耗，践行绿色运营，为全社会的绿色梦想而努力。

我们将积极履行企业公民责任，以开放的品牌生态，打造公益新模式，持续传递安全理念及环保知识，与公众共筑安全、绿色的社会环境。同时，我们还将结合社会热点问题，拓展更多公益领域，筑梦行远。

我们将一如既往地关注每一位相关方的发展，携手供应链上下游构筑和谐、健康的行业生态；关爱员工，优遇人才，助力员工梦想启航。

山积而高，泽积而长。

2021 年，我们将继续扎实走好每一步，向 2030 年愿景进发，“为您智造悦享移动生活的无限可能”，让梦走得更远！

展望 2021

报告评级

《广汽本田汽车有限公司 2020 企业社会责任报告》评级报告

受广汽本田汽车有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽调专家组成评级小组，对《广汽本田汽车有限公司 2020 企业社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南之汽车制造业（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

公司总经理室企业广报科牵头成立报告编写工作组，把控整体方向和关键节点，总经理、执行副总经理负责报告最终审核；将报告定位为披露履责信息、强化利益相关方沟通、完善社会责任管理、提升企业品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；结合国家宏观政策、国际国内社会责任标准、行业对标分析、公司重大事项、利益相关方调查等识别实质性议题；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品、简版、动图版等形式呈现报告，过程性表现领先。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了贯彻宏观政策、客户关系管理、确保产品安全、科技研发、产品召回、职业健康管理、安全生产、新能源产品的研发与销售、节约能源资源、报废设备回收利用等汽车制造业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★☆)

《报告》主体内容从“商品价值 智研先进技术”“体验价值 悦享贴心服务”“保有价值 功成卓越品质”“共创文化价值 情聚执着热爱”“公众责任 助力美好生活”“环境责任 守护绿水青山”“伙伴责任 携手互惠共赢”“员工责任 营造幸福职场”等角度系统披露了汽车制造业核心指标的 86.75%，完整性表现领先。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“客户投诉数量”“缺陷产品召回次数”“员工流失率”“员工死亡人数”“轻伤事故率”“招标项目违规件数”等负面数据信息，平衡性表现领先。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“销量增长率”“利润总额”“研发投入”“员工总人数”“员工志愿者活动时长”“碳强度”“清洁能源使用量”等 73 个关键指

标连续 3 年的对比数据；并就“2020 年中国汽车用户售后服务满意度（CACSI）合资品牌第一名”“J.D.Power 主流车细分市场新车质量研究（IQS）第一名”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★★)

《报告》延用“让梦走得更远”的主题，从“与梦同行 创享价值”“责任引领 逐梦未来”上、下篇章展开，系统展示了企业履责的年度进展，框架结构清晰，重点议题突出；封面设计延用矢量风格，将美好生活场景巧妙融入“汽车”造型，凸显行业特征；章节跨页采用特色履责场景的实景美图，多处嵌入二维码影像化延伸报告内容，增强了报告的沟通与传播价值；图文搭配相得益彰，案例绩效丰富详实，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★☆)

《报告》设置“疫”路同行，为爱而战”“全面从严治党永远在路上”两大责任专题，聚焦企业在疫情防控、党的建设方面的履责实践，彰显了企业的责任担当；设置“2020 年大事记”，以数据、图片展示年度绩效，提升了报告的沟通效果；各章结尾设置“责任故事”版块，以故事体阐述责任行动，创新性表现领先。

综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价，《广汽本田汽车有限公司 2020 企业社会责任报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。



四、改进建议

1. 增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性；
2. 增加履责不足之处的详细披露，进一步提高报告的平衡性。

王冲
评级专家委员会副主席

张洪忠
评级小组组长

张喜
评级小组专家



出具时间：2021 年 6 月 15 日

扫码查看企业评级档案

意见反馈

尊敬的读者：

非常感谢您阅读本报告，本报告是广汽本田向社会公开发布的第 3 份社会责任报告。为不断改进报告编制工作，提升广汽本田履行社会责任的能力和水平，我们诚挚地邀请您反馈真实感受和热心建议，望您不吝赐教。

1. 相对于广汽本田，您的身份是：

- 股东 公司管理层 公司员工 客户（车主）
- 供应商 / 特约店 商业伙伴 同类企业 政府部门
- 社会组织 新闻媒体 公众 其他

2. 您对本报告的总体印象：

- 很好 较好 一般 较差 很差

3. 您认为本报告是否能反映广汽本田对经济、社会和环境的影响：

- 能 一般 不能 不了解

4. 您认为本报告在披露信息量、版式设计、可读性方面表现如何：

- 披露信息量： 很高 较高 一般 较低 很低
- 版式设计： 很合理 较合理 一般 较差 很差
- 可读性： 很好 较好 一般 较差 很差

5. 对于提升广汽本田企业社会责任报告编制水平和社会责任工作水平，您还有哪些好的建议？

您可以将填写好的问卷扫描或拍照发送到邮箱 wangjiaxin@gnac.cn；
也可以直接扫描右侧二维码填写线上问卷。
再次感谢您的支持！





本报告采用环保纸印制

广汽本田汽车有限公司

地址:广州市黄埔区广本路1号

邮编:510700

总机电话:020-62808888

服务热线:800-830-8999



广汽本田官方网站



广汽本田



广汽本田