

《安徽江淮汽车集团股份有限公司 2022 社会责任报告》 评级报告

受安徽江淮汽车集团股份有限公司委托，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会抽取社会责任与可持续发展、企业所属行业以及公共传播等领域专家组成评级专家组，对《安徽江淮汽车集团股份有限公司 2022 社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

国家标准委《社会责任指南 GB/T36000-2015》、国际标准化组织《组织社会责任标准 ISO26000》、全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》(GRI standards)、中国企业公众透明度研究中心《中国企业社会责任报告评级管理办法 (2023)》。

二、评级过程

企业公众透明度的社会责任报告评级工作由中国企业管理研究会可持续发展评价智库发起，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会组织实施。评级专家组通过报告评审会，对提交《报告》进行过程、内容、形式和传播四个维度评价、打分，形成评级报告，并确认签字。

三、评级结果

经过评级专家组最终评定，《安徽江淮汽车集团股份有限公司 2022 社会责任报告》为 **A** 级报告。

四、评级分析

(一) 过程维度

1. 外部参与性 (BBB)

《报告》中披露公司识别与筛选主要利益相关方群体，以及关键利益相关方参与过程、方法，考虑利益相关方期望，外部参与性体现较为充分。

(二) 内容维度

1. 理念一致性 (AA)

《报告》中披露公司治理信息包含社会责任战略层面的愿景、理念、工作方法，体现了可持续战略理念并融入公司发展愿景，可持续发展理念体现充分。

2. 议题实质性 (C)

《报告》未对实质性议题进行有效识别和展示，议题实质性亟待提升。

3. 指标完整性 (AAA)

《报告》披露了报告范围、时间和边界，阐述了公司在实质性议题方面的实践情况，并通过直观、丰富的数据展示了公司社会责任实践的优秀实践以及行业核心指标，脉络清晰，详略得当，整体内容清晰完整体现卓越。

4. 信息平衡性 (AA)

《报告》中不仅披露公司优秀履责实践，还以定性定量结合的方式披露报告期内公司遇到的主要挑战和消极表现，客观平衡性体现较为充分。

(三) 形式维度

1. 文字可读性 (B)

《报告》中整体文字写作较为外部化，写作体例统一且有一定逻辑性；各主体章节写作方式较为雷同，每个板块与公司主营业务融合度欠佳，表达方式方面有待提升。

2. 设计多元性 (AAA)

《报告》整体设计用色多元、排版活泼、图形及插图应用合理，设计元素与公司定位一致；同时对数据采用了图示化表达，并选用适宜、有冲击力的图片对公司履责实践进行补充与展示，风格整洁、清晰，展现效果卓越。

(四) 传播维度

1. 获取便捷性 (AAA)

《报告》可通过多种公开渠道获取，传播渠道畅通。

2. 互动体验性 (C)

《报告》中未嵌入任何社会责任相关延伸链接，互动体验性有待提升。

评级专家组

组长：

组员：

评级时间：2023 年 11 月 05 日



扫一扫，了解更多评级信息