

# 北京巴士传媒股份有限公司

## 2013年度社会责任报告

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，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

### 第一部分 前言

**一、报告概述：**北京巴士传媒股份有限公司 2013 年社会责任报告，涵盖了北京巴士传媒股份有限公司对股东、对客户、对员工、对合作方、对社会负责的社会责任体系中重要的信息内容。

**二、时间范围：**2013 年 1 月 1 日——2013 年 12 月 31 日

**三、报告范围：**北京巴士传媒股份有限公司及下属分子公司。数据范围涵盖公司的主要业务板块，更为详细的财务数据请参阅《北京巴士传媒股份有限公司 2013 年年度报告》。

#### **四、报告参考标准：**

本报告参考上海证券交易所《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南》等规定和要求编写。根据公司的实际情况，一些不适用公司的指标在本报告中未涉及或只作简要说明。

#### **五、报告查阅方式**

本报告可登陆上海证券交易所网站 <http://www.sse.com.cn> 或本公司网站 <http://www.bbcm.com.cn> 下载查阅。

## 第二部分 公司概况

### 一、公司基本情况

北京巴士传媒股份有限公司（简称“北巴传媒”，原名“北京巴士股份有限公司”）成立于1999年6月18日，是由北京市公共交通总公司（后更名为北京公共交通控股（集团）有限公司，简称“北京公交集团”）作为主发起人发起设立的，并于2001年1月4日在上海证券交易所成功发行人民币普通股股票（A股）8,000万股，并于同年2月16日成功上市，股票代码600386，现有注册资本40320万元人民币。

北巴传媒公司自上市以来，历经多次资产重组和业务整合，公司的主营业务从最初的城市公交客运为主，转型为以广告传媒业务和汽车服务业务共同发展的双主业经营格局，逐步进入了健康发展的轨道，并呈现出良好的发展势头。目前公司主要经营北京公交集团现有的全部公交广告媒体及相关传媒业务，包括：19,000余部公交车身媒体、7,000余个候车厅灯箱媒体、移动电视媒体以及车内、站牌等其他公交媒体资源；同时，北巴传媒旗下拥有集车辆驾驶员培训、汽车租赁、车辆销售、维修保养、车辆报废回收拆解等为一体的汽车服务产业链条。

公司现下设8个分、子公司：北京巴士传媒股份有限公司广告分公司、北京公交广告有限责任公司、北京巴士海依捷汽车服务有限责任公司、北京市公共汽车驾校有限公司、北京隆源工贸有限责任公司、北京巴士汽车租赁有限责任公司、北京天交报废汽车回收处理有限责任公司、北京北巴传媒投资有限公司。

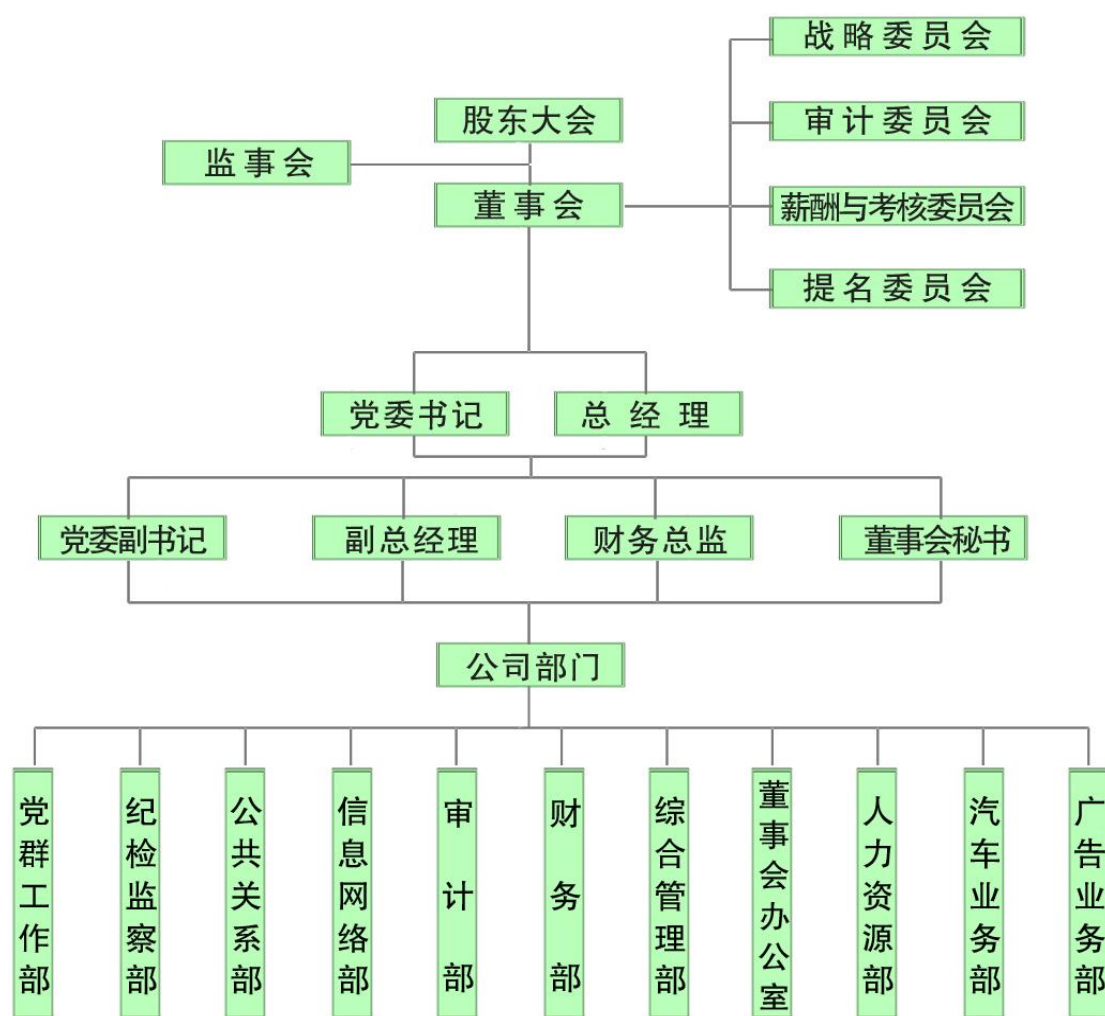
截至2013年12月31日，北巴传媒资产总额为24.76亿元，负

债总额为 8.18 亿元，净资产为 16.58 亿元；2013 年度，北巴传媒累计完成营业收入 31.06 亿元，实现利润总额 2.51 亿元，归属于母公司的净利润 1.74 亿元，每股收益 0.43 元。

## 二、公司治理结构

公司按照《公司法》、《公司章程》及其他相关法律、法规及规范性文件的规定，建立了股东大会、董事会及其各专业委员会、监事会、经营管理层等决策、监督及经营管理机构，明确了各机构的职权范围，建立了规范、有效的法人治理结构和适合自身业务特点及业务发展需要的组织机构，拥有独立的职能部门，各职能部门之间分工明确，各司其职，相互配合，保证了公司的规范运作。

目前，公司的内部组织架构如下：



### 三、内部控制建设

自 2011 年开始启动了内控体系建设项目以来，公司及各分子公司能够扎实有效地做好内控体系建设和运行工作，确保内部控制建设成果的有效落地和巩固。2013 年，公司开展了内部控制自查整改专项活动，继续完善公司内部控制体系建设工作，公司及下属各单位通过自查、整改、总结和复查四个阶段，对公司各个业务板块的工作流程和管理制度进行了重新梳理，对《内控管理手册》、《风险控制手册》和《内控评价手册》进行了修订完善，使现有制度更加规范、合理、有效。公司所属各单位企业在经营管理中能够严格执行内控管理的相关要求，在实践和经营过程中逐步实现规范运行和持续改进，内控及风险管理理念和意识深入人心，公司管理更为科学规范。

## 第三部分 公司履行社会责任情况

### 一、股东债权人权益保护

本着对企业负责、对股东负责、对社会负责的态度，公司通过各种措施加强投资者关系管理，以加深投资者对公司的了解，进一步完善公司治理结构和内控规范体系，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

#### 1、完善法人治理结构，切实保护股东利益

公司不断完善公司及各分子公司的法人治理结构。公司股东大会为最高权力机构，下设董事会、监事会，董事会下设审计委员和薪酬委员会。公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，严格按照相关法律法规召开“三会”和专门委员会会议，并鼓励中小投资者参与股东大会。公司全年成功召开了 1 次股

东大会、4次董事会会议、4次监事会会议。公司“三会一层”规范有效地运行，保障了公司规范有序地运行，切实维护中小股东的合法权益。

## **2、认真履行信息披露义务，优化投资者关系管理**

公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》的要求，积极主动履行信息披露义务，确保公司信息披露的及时、准确、完整。除了按要求对外披露信息外，还通过接待投资者现场调研，接受投资者电话咨询、公司官网投资者互动平台、“上证 e 互动”等形式与投资者进行交流互动，实现与投资者的良好沟通和交流，实现与投资者沟通的多元化，让投资者详尽了解公司经营发展现状、行业地位和未来战略，维护和优化投资者关系。公平对待所有投资者，确保股东享有了解公司经营状况的权利。

## **3、合理完善利润分配政策，积极回报全体股东**

现金分红为了充分考虑对投资者的回报，利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，公司 2012 年修订的《公司章程》中明确规定了现金分红的比例，“在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，在满足现金分红条件时，公司原则上每年进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润不少于母公司可供分配利润的 10%。”自 2012 年公司完成弥补以前年度亏损恢复利润分配后，连续 2 年共计分配现金股利 24,369.60 万元。

## **4、坚持诚信合作经营理念，保护债权人的合法权益**

在经营管理过程中，通过加强资金预算管理和财务风险控制，保障了公司资产和资金的安全，最大限度地降低公司经营风险和财务风险。在不违反信息披露原则的情况下，公司及时向债权人通报与其债

权相关的公司重大信息，并在必要时配合债权人了解公司有关财务、经营、管理等情况。公司资信状况一直非常良好，并与多家银行建立了长期信贷合作关系。严格遵守税收法律法规，严格按照税法的规定，按时足额缴纳各种税费款项，连续多年被税务机构评为“纳税信用 A 级企业”荣誉称号。

## **二、供应商、合作方和客户权益保护**

### **1、客户权益保护**

公司秉持尊重客户、理解客户，始终以客户的需求为己任的理念，在服务满足顾客常规需求的同时，注重研究分析顾客的潜在需求，有效提高客户对广告和汽车板块的关注度以及扩大其目标人群，为客户提供优质并满意的产品和服务，最大限度地满足客户的需求。公司广告传媒和汽车服务两大板块的营销及客服人员均能够为客户提供迅速、准确的定制及增值服务、客户信息反馈与回复等售前和售后服务；并通过现场、电话、网络等多种服务形式，为客户解决具体问题，直到客户满意为止。

### **2、合作伙伴和供应商权益保护**

公司认真履行协助共赢责任，坚持着眼长远、合作共赢，加强与合作伙伴、供应商、相关企事业等业务伙伴的相互合作、优势互补和利益共享，实现共同发展。公司坚持与业务合作伙伴平等相处，加强横向沟通，建立互信关系。通过合作机制，发挥各自优势，实现互利多赢。公司与供应商之间一直保持平等、理性的沟通，坚持诚实守信、互惠互利的原则，尊重供应商的合理报价，合作共赢，谋求共同发展。公司注重维护合作伙伴和供应商的产品利益，充分尊重并维护其商标权、专利权、著作权等合法权益，保护其商业机密。公司注重供应链一体化建设，不断完善采购流程与机制，保证每一位供应商都能公平

获得知情权、选择权和参与权，为供应商创造了良好的竞争环境。

### **三、员工权益保护**

#### **1、劳动用工保障**

公司成立以来，建立了规范的人力资源管理体系，严格执行国家相关法律法规，与公司在册员工签订劳动合同，并按国家相关规定和标准为员工缴纳社会保险和住房公积金，依法保障员工合法权益。2013年，公司落实了职工工资正常增长机制，顺利完成了2013年员工工资的调整工作；并自2013年7月起，在全公司范围内实施了企业补充医疗保险方案，进一步提高员工的医疗保障水平，减轻个人医疗负担，调动员工的劳动积极性，提高劳动生产率，从而更好的促进企业发展。

#### **2、关注员工培养**

公司坚持“优秀人才优先培养、重点人才重点培养、紧缺人才抓紧培养”和“培养与使用相结合”的原则，加强能力建设，提升专业素养。根据2013年—2015年人才培养行动计划，2013年公司组织开展了工人岗位能力提升培训、新招入大学生及首聘管理人员岗前培训班、与知名大学开办专业特色大学学历提升班、行业专题培训等多种形式的员工培训学习活动。针对各专业、各工种、各级别的差别需求特点进行开发设计，着力培养各领域的适用人才，使公司人才队伍数量稳步增长，结构更加合理。

#### **3、关爱困难员工**

公司坚持把帮扶困难职工、为职工送温暖活动经常化、制度化，主动深入基层，了解职工生产生活中的实际情况，帮助协调解决问题。2013年，公司各级行政、工会组织共筹措慰问补助金21.17万元，对困难职工进行走访慰问322人次；通过职工互助保障金支付职工住

院医疗费用 42,151 元，切实为职工解决实际困难。

#### **4、丰富员工生活**

公司工会紧紧依托各基层工会，大力开展了健步长走、篮球、数独、踢毽、跳绳、围棋及象棋比赛等丰富多彩、娱乐身心的职工文体活动，丰富职工的业余文化生活；并举办了以“青春梦、北巴梦、中国梦——努力拼搏、实现梦想”为主题的演讲比赛，展现了青年员工对奋斗历程、生活点滴的感悟，反映了新时期广大团员青年热爱生活、热爱企业、热爱国家、拥有梦想的美好情怀。

#### **5、加强生产安全**

2013 年，为进一步加强企业安全应急管理，提升员工处置突发事件的能力，公司对劳动安全事故、火灾事故、治安事件、防汛工作、食物中毒事故等 18 项应急处置方案进行了细化和完善，制定下发了《北巴传媒公司安全应急预案》；同时，按照“全覆盖、零容忍、严检查、重实效”的总要求，全面深入开展“百日“安全生产大检查工作，并结合今年以来全国事故发生的情况、针对企业经营生产实际和安全防范的重点，举一反三。活动开展以来，公司及所属各单位累计出动检查人员 1,714 人次，发现一般安全隐患问题 21 件，落实整改 21 件，清理易燃可燃杂物 8 吨；检查机电设备累计 4,347 台次，检查车辆 8,066 车次，并通过多种形式的安全培训提升员工安全意识和安全技能。

#### **6、企业文化建设**

公司坚持围绕企业在党建创新、业务拓展、安全生产、构建和谐等重点工作，主动寻找工作亮点，挖掘先进事迹，以外树形象，内抓和谐为主旋律，加大宣传报道力度，全年公司在外媒报道 29 篇，公交报上稿 30 篇，编写内部简报 44 期，形成了良好的舆论导向，为公



司的发展营造积极的舆论氛围。同时，为了弘扬先进，学习先进，公司编辑印制了《北巴传媒公司风采录》，收录了公司典型的先进集体和个人的事迹和照片，使公司形成了学、比、赶、帮、超的良好氛围。在建党 92 周年之际，公司党政积极开展共产党员献爱心活动，组织党员、团员、入党积极分子 632 人，捐款 35,465 元，活动的开展促进了公司企业文化的建设，营造了和谐向上的工作氛围。

#### **四、投身社会公益事业**

近年来，公司在不断提升经营业绩和行业影响力的同时，也勇于承担社会责任，注重公益事业。本报告期，公司继续积极投身社会公益领域，将履行社会责任落到实处，为促进社会和经济的发展做出新的贡献。

##### **1、发挥公交媒体舆论引导作用，刊出公益广告数千条**

报告期内，公司通过公交车身、候车厅灯箱、站牌等公交媒体，制作刊出了 2,000 多条公益广告，其中：公交车身广告 1,173 辆，候车亭灯箱大牌广告 222 块，公交站牌广告 1,150 个。主要包括“北京市清洁空气行动计划”环保公益宣传、青年汇公益宣传、园博会公益宣传、水利保护公益宣传、残疾人保护公益宣传、廉政公益宣传、司法公益宣传等诸多内容，充分发挥公交媒体的舆论导向作用，为社会传播正能量。

##### **2、倡导青少年交通安全教育，开办“交通安全训练营”活动**

为加强对青少年的交通安全教育，防止和避免交通事故的发生，培养幼儿从小自觉遵守交通秩序，公交驾校承担起了构建和谐交通，增强文明出行，教育青少年守规、守法，自觉遵守交通安全的一份责任和义务，特成立“北京市青少年交通安全训练营”，训练营免费负责对北京市中小学学生交通安全的教育培训工作。

自 2013 年 5 月 30 日启动至报告期末，“青少年交通安全训练营”共举办了 13 期。至今已有中关村二小、六一幼儿园等十余所知名院校的近千名中小學生、幼儿园小朋友参与其中。通过活动的有效开展，众多青少年儿童从中受益，公交驾校也受到了北京多所学校及社会人士的一致认可与好评。

北京巴士传媒股份有限公司

董事会

2014 年 7 月 11 日