

# 浙江吉利控股集团 社会责任报告

ZHEJIANG GEELY HOLDING GROUP  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

# 2016





# 目录

关于本报告 .....	1
30 年峥嵘岁月 .....	3
开放互联, 全新品牌惊艳问世 .....	5
“吉时雨”精准扶贫项目 .....	7
吉利概况 .....	11
集团简介 .....	12
企业文化建设 .....	15
2016 吉利动态 .....	18
责任经营 .....	19
公司治理 .....	20
企业社会责任管理 .....	22

造每个人的精品车 .....	27
责任聚焦 .....	27
智能互联安全第一 .....	28
由内而外质量控制 .....	32
客户体验全面升级 .....	35
尊重人、成就人、幸福人 .....	39
责任聚焦 .....	39
平等机遇汇聚人才 .....	40
健康安全精心呵护 .....	41
持续学习共同成长 .....	41
快乐工作快乐生活 .....	43

与伙伴合作共赢 .....	47
责任聚焦 .....	47
供应商筛选 .....	48
经销商管理 .....	48
推动行业科学发展 .....	50
与环境融合发展 .....	51
责任聚焦 .....	51
新能源车项目蓬勃发展 .....	52
甲醇汽车厚积薄发 .....	52
循环经济变废为宝 .....	54
全新模式共享出行 .....	55
清洁生产绿色升级 .....	56

与社会和谐共建 .....	57
责任聚焦 .....	57
吉利公益体系 .....	58
百年大计教育为先 .....	58
“寻血猎犬”展示科技的力量 .....	60
里约奥运奖励计划 .....	61
公益行动关怀民生 .....	62
数字绩效 .....	65
未来展望 .....	73
荣誉及社会评价 .....	75
ESG&GRI 索引 .....	78
读者反馈表 .....	87

# 关于本报告

本报告是浙江吉利控股集团自 2012 年以来连续第五次发布的企业社会责任报告。



## 时间范围

本报告时间范围覆盖 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，并包含部分历史信息。

## 指代说明

为了便于阅读，报告中“浙江吉利控股集团”也以“吉利”或“我们”表示。

## 报告范围

除特别说明，本报告范围仅覆盖吉利汽车集团（包括吉利汽车控股有限公司及其附属公司（香港联交所股份代号 175），但不包括沃尔沃汽车）。同时，本报告在数据索引部分，分别披露了吉利汽车集团、吉利汽车控股有限公司及其附属公司的核心数据。

## 报告内容

本报告主要披露了浙江吉利控股集团旗下吉利汽车品牌以及教育产业在社会责任管理、公司治理、质量控制、客户服务、人才培养、价值链管理、环境保护和社会公益等方面的社会责任理念和实践情况。

## 编制依据

本报告依据全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南》（以下简称“G4”）以及香港联合交易所有限公司发布的《环境、社会及管治报告指引》（《主板上市规则》附录二十七，以下简称“ESG”）编写，并参考社会责任国家标准《社会责任指南》（GB/T 36000-2015）、《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、《社会责任绩效分类指引》（GB/T 36002-2015）以及国际标准化组织发布的《社会责任指南 ISO 26000》。

在本报告数据索引中，G4 索引的数据范围为吉利汽车集团，ESG 索引的数据范围为吉利汽车控股有限公司。

## 遵守法律法规的情况

浙江吉利控股集团严格遵守《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》、《中华人民共和国环境影响评价法》、《工业节能管理办法》、《清洁生产审核办法》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《中华人民共和国安全生产法》、《生产安全事故应急预案管理办法》、《生产安全事故报告和调查处理条例》、《中华人民共和国产品质量法》、《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》、《乘用车车内空气质量评价指南》、《智能制造发展规划（2016-2020）》、《联合国气候变化框架公约》等对吉利有重大影响的法律法规、标准和规划的要求。

作为一家香港上市公司，吉利汽车控股有限公司严格按照 2015 年 12 月 ESG 最新版的指引要求编制 2016 年度社会责任报告。截至 2016 年 12 月 31 日，吉利汽车控股有限公司一直遵守香港联合交易所有限公司证券上市规则附录 27 所载《环境、社会及管治报告指引》之守则条文。（ESG 相关数据与报告内容的对应关系请参见 ESG&G4 索引）。

## 数据来源与说明

本报告中所使用数据均来自浙江吉利控股集团以及吉利汽车控股有限公司的正式文件和统计报告，且经过相关部门审核。除特别说明，本报告正文中的数据范围仅包括吉利汽车集团。

## 可靠性保证

浙江吉利控股集团以及吉利汽车控股有限公司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。

## 报告索取方式及延伸阅读

可登陆浙江吉利控股集团官方网站

<http://www.geely.com>

以及吉利汽车控股有限公司官方网站

<http://www.geelyauto.com.hk/>

下载本报告电子文本，并获取更多集团社会责任信息。

“三十年前的今天，恰逢中国改革开放伟大历史机遇，吉利应运而生。三十年后的今天，恰逢中国共产党第十八届六中全会胜利闭幕，供给侧结构性改革又给吉利带来了新的历史机遇。”

——浙江吉利控股集团董事长 李书福



## 30年峥嵘岁月

1986年，吉利诞生于浙江台州路桥一个偏远的小村庄，带着自己的光荣与梦想，从无到有，从小到大，一步一个脚印，不断探索未知的远方。从市场中来，到市场中去，30年来，我们始终专注实业，坚持自主创新和人才培养，秉承“以用户需求为导向”的理念，扎扎实实地向国际化汽车集团迈进。

吉利创业三十年、造车二十年，期间有过一些里程碑式的事件：2007年的战略转型，我们摒弃了成本

和价格导向的竞争方式，着力提升技术和品质；2010年并购沃尔沃，吉利成为名副其实的跨国汽车集团；2014年提出“造每个人的精品车”的品牌使命，并陆续推出了博瑞、博越、帝豪GS、帝豪GL等3.0时代精品车型。这几次战略部署，全面提升吉利的体系化竞争力，品牌销量显著增长。

世界汽车工业正在进入快速变幻的阶段，未来依然充满挑战。在《中国制造2025》的国家战略背景下，我们不忘初心，践行供给侧结构性改革。尊重沃尔沃、英伦出租车的独特品牌定位，发布LYNK & CO、新能源商

用车远程两个全新品牌，追求与各利益相关方的密切合作以及融合发展。我们的企业文化也因此变得更加多元，帮助我们在激烈的市场竞争中勇立潮头。

源自对吉利技术和产品的信心以及全球化布局的推进，我们在2016年发布20200战略——到2020年实现年产销200万辆目标，进入全球汽车企业前十强，成为最具竞争力并且受人尊敬的中国汽车品牌。我们将从产品规划、技术研发、造型设计、生产制造、营销服务、品牌塑造等环节不断深化精品车战略，依法合规地开展各项工作，主动承担社会责任，共同实

现吉利的梦想蓝图。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越！我们感恩这个伟大的时代，它赋予我们前所未有的机遇，为我们的梦想提供了支点。而每位吉利人都是了不起的筑梦者，因为大家的陪伴与坚持，我们前进的步伐将更加坚定而有力。最后，用一句千年古训与大家共勉：“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。”

李书福

# 开放互联， 全新品牌惊艳问世

这个世界可能不需要一款新车，但是一定需要对汽车的新的理解。

——LYNK & CO 高级副总裁 魏思澜 (Alain Visser)

全球汽车制造 130 年来，商业模式几乎是一成不变，但它的用户行为已发生显著改变。新的用户群体需要的不仅是汽车，更注重用户体验以及汽车能够提供的附加服务。唯有把汽车制造与互联互通、用户体验、分享经济融合起来，才能为用户提供既符合时代特性又独具竞争力的产品和服务。

2016 年 10 月 20 日，吉利在德国柏林发布全新汽车品牌 LYNK & CO。LYNK 意为融合东西方文化和汽车工业优势，在人、场景和体验之间建立全新的连接模式。CO 代表互联网时代开放与协作的精神以及无限可能。同时，LYNK & CO 品牌中文名称为“领克”，“领”，寓意领先与引领，以开放的思维、潮流的设计、前沿的技术始终领先于时代；“克”，寓意改变与突破，通过创新科技连接人、车、世界，持续改变出行方式。品牌名称寄托了我们对未来汽车产品的信心与期待，以及不断突破自我、挑战一切惯例的人生态度。

与传统汽车品牌不同，主张个性、互联和开放的 LYNK & CO

是一个开放且不断发展的平台，由那些乐意表达自我、融入世界、探索未知的人共同创造并为他们服务。我们以超前的模块化开发理念、个性鲜明的设计语言、无间互联的创新技术和全新的商业模式，重新定义出行方式，创造最智能的出行平台，为汽车工业注入新的活力。

## 生而全球

LYNK & CO 基于吉利和沃尔沃联合开发的全新中级车基础模块架构 CMA (Compact Modular Architecture) 建立，是吉利汽车与沃尔沃不断深化合作的成果。CMA 由来自全球 20 多个国家的两千余名顶尖工程师历时 3 年多研发完成，具有高度灵活性和可扩展性，适用于多种车身形式和尺寸，兼容传统动力、纯电动和混合动力等不同的动力系统。位于瑞典哥德堡的吉利汽车欧洲研发中心 (CEVT) 团队，从现代都市生活节奏的变化和场景切换中找到灵感，开创全新设计理念——“都



市对立美学”，打造出 LYNK & CO 独具一格的设计语言。

LYNK & CO 的未来产品将拥有极为先进的车身结构和理想的重量分布方式，可达到中国及欧美地区的最高碰撞标准。搭载 AEB 紧急自动刹车系统、行人识别系统、带排队功能的 ACC 自适应巡航系统、FCW 前方碰撞预警系统、盲点监测系统、RCTA 后方交通预警系统、LKA 车道保持辅助系统、智能远近光控制、交通限速标识识别、360° 全景泊车影像等诸多主动安全配置及智能驾驶技术，在令驾驶者行车安全无忧的同时，也为未来自动驾驶的实现提供有力保障。

## 无间互联

互联网技术重塑了世界和人们的生活，汽车行业也毫不例外。LYNK & CO 的所有车型和细节都将融入互联网基因，与云端和大数据无缝连接，实现通过互联网驾驶或者控制汽车。LYNK & CO 还拥有自己的车载应用商店，使得 LYNK & CO 不仅是一台拥有智能触屏并连入云端的汽车，更是一个开放的互联网平台，开启了汽车行业在互联网技术创新领域的新篇章。我们期待与用户一起探索未知，不断调整和改进。

当你需要预约维修和保养、获取行程或查找其他信息，只需手指轻轻一点或用声音控制即可。它拥有的先进智能互联车载信息系统，能够实现人、车、世界的无间连接，颠覆汽车只是一种交通工具的传统观念，更像是一个真实存在的智能私人助手，为用户和行业创造无限的想象空间。

## 异想车开

LYNK & CO 是首个实现汽车分享技术的汽车品牌。我们从全新的角度，去尝试、购买、拥有、维护和共享一辆汽车。LYNK & CO 特有的数字钥匙不仅作为安全系统的一部分对车辆进行保护，也为汽车共享和租赁提供了全新的技术支持。LYNK & CO 不仅仅是一辆汽车，更是代表创意的应用平台，一个服务俱乐部，一把开启城市的钥匙。

用户不需要“真正”拥有一辆汽车，除选择购买之外，也可以长期租赁或按需租用。同时，LYNK & CO 还可以是一个移动式的共享收发室，无论何时何地，都可以使用数字钥匙打开车门接收订购的商品或服务。我们希望以汽车为载体，传递共享精神，充分发扬百年汽车工业的艺术和文化。

# “吉时雨”精准扶贫项目

“精准扶贫、精准脱贫”是党中央打赢脱贫攻坚战，确保实现全面建成小康社会目标的重大决策部署。在解决了“要扶谁”和“谁来扶”的问题后，“怎么扶”成为精准扶贫更大的难题。我们积极探索和实践，于2016年3月启动“吉时雨”精准扶贫项目，致力于打造吉利企业精准扶贫样板。

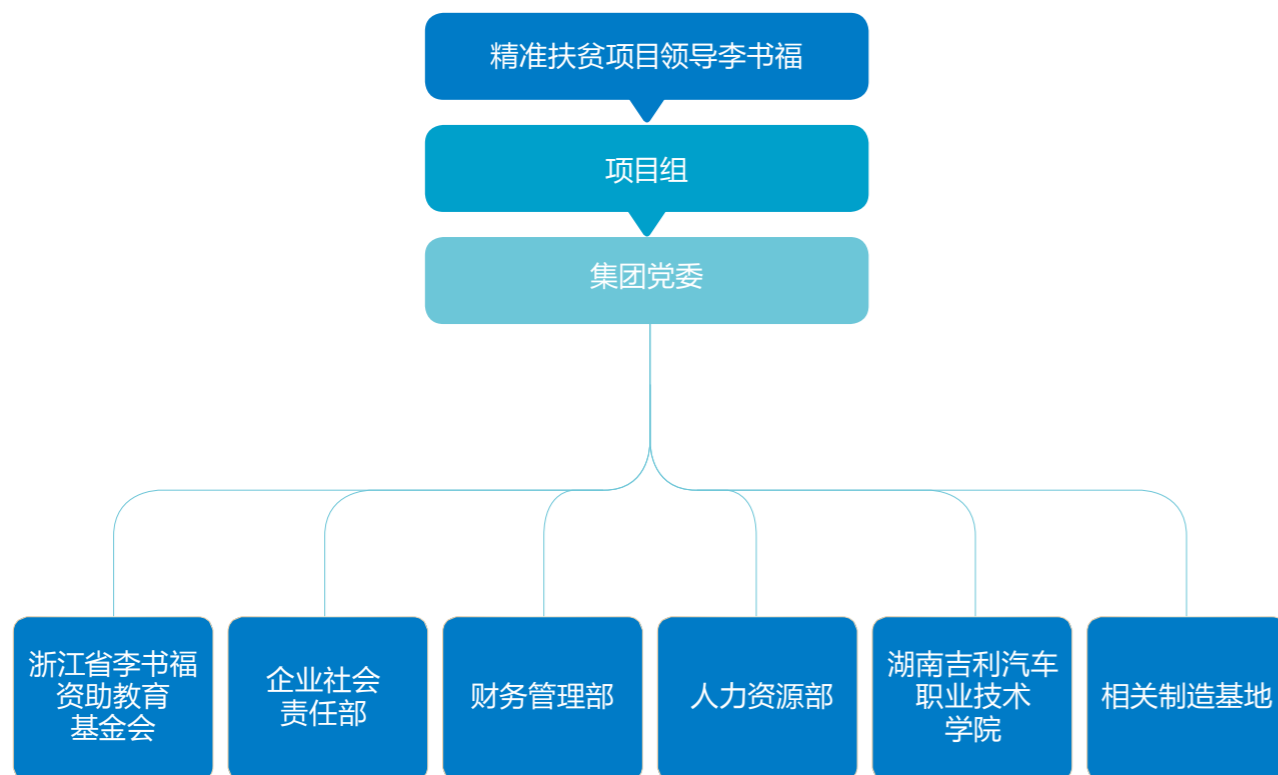
## 深入调研，精准实施

为了稳步推进“吉时雨”精准扶贫项目，董事长李书福亲自挂帅，党委负责具体实施，下设推进组和执行组，并成立企业社会责任部作为执行组的重要成员以全力推进项目。

一个没有社会责任心的企业，最终总是会被市场无情抛弃，这样的企业是不可能实现永续经营的。

——浙江吉利控股集团董事长 李书福

## “吉时雨”精准扶贫项目组织架构图



为使项目内容更加精准，我们对张家口、贵阳、宝鸡和四川成都、南充、雅安等地进行了为期15天的调研，对接当地政府，进行资源共享，确定项目方向及具体实施计划。接下来，我们与各地教育部门、扶贫部门深入接触，了解各地精准扶贫的实际需求。并深入精准户家中进行实地寻访，以确立最终资助对象名单及资助举措。

## “输血”和“造血”相结合

“授之以鱼，不如授之以渔”。精准扶贫，既要适当“输血”，更需要因地制宜帮助“造血”，激发贫困地区的内生动力。我们重点围绕产业扶贫、教育扶贫、就业扶贫和农特产扶贫四个方面精准发力。2016年，我们投入1.720.09万元，直接帮扶3,190人，帮助551人实现就业脱贫。

<p>产业扶贫</p>	<p>教育扶贫</p>	<p>就业扶贫</p>	<p>农特产扶贫</p>
-------------	-------------	-------------	--------------

推进思路	依托吉利基地建设，带动当地经济发展，解决就业	资助技术学院学生、大学生完成学业	<ul style="list-style-type: none"> <li>与当地职业技术学院开展校企合作，建立“吉利班”</li> <li>整车厂及配套厂商同等条件下优先招录建档立卡贫困户人员</li> </ul>	结合重点帮扶村需求，提供设备设施、定向采购农副产品
------	------------------------	------------------	---	---------------------------

2016年成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>稳步推进张家口、宝鸡、贵阳、南充等新基地建设。其中宝鸡基地已于2016年9月正式投产</li> <li>引入汽车零部件、物流等配套企业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>资助贫困学生1276.01万元，其中帮扶大学及职业院校学生2563人，小学生76人，共2639人</li> <li>帮扶浙江淳安县枫树岭镇50万元，用于当地小学设施建设</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宝鸡、张家口、贵阳、南充、晋中等基地招收精准户员工133人</li> <li>与27所职业技术学院合作创建吉利班，投入167万元用于教学设备采购以及教学方案、师资力量提升</li> <li>在四川雅安捐赠66万元，帮助180名残疾人实现居家灵活就业，全年增收总计27余万元</li> <li>在四川南充捐资100万元成立养殖合作社，至少可帮扶238人脱贫</li> </ul>	累计投入60余万元，向张家口、宝鸡、雅安等基地附近的贫困村采购水果、蔬菜、肉类、蛋类等农副产品
---------	---	--	---	---

## 责任实践

### 在雅安撒播希望

2016年11月28日，“吉时雨”精准扶贫项目走进四川雅安，播撒梦想与希望的种子。我们为雅安市荥经县民建彝族乡中心小学、宝峰彝族乡中心小学的500多名山区学生带去了575套冬装、冬鞋，344套书包和文具书包，以及76名住校学生的早晚餐补助。穿上温暖的冬装，拿着精致的学习用品，孩子们的脸上挂满了笑容，纷纷表示：一定会珍惜这来之不易的美好时光，用实际行动和优

异的学习成绩来报答这份爱心。

针对雅安地区，在教育扶贫方面，除捐赠冬装和学习用具之外，我们还为53位建档立卡户的大学生提供学费资助；在就业扶贫方面，我们计划每年投资66万，用于支持雅安地区残疾人居家就业项目，至少可以解决240户家庭真正实现脱贫；在农副产品扶贫方面，我们采购山区留守老人种植的农特产，让大山深处的老人也能感受到吉利的关怀。

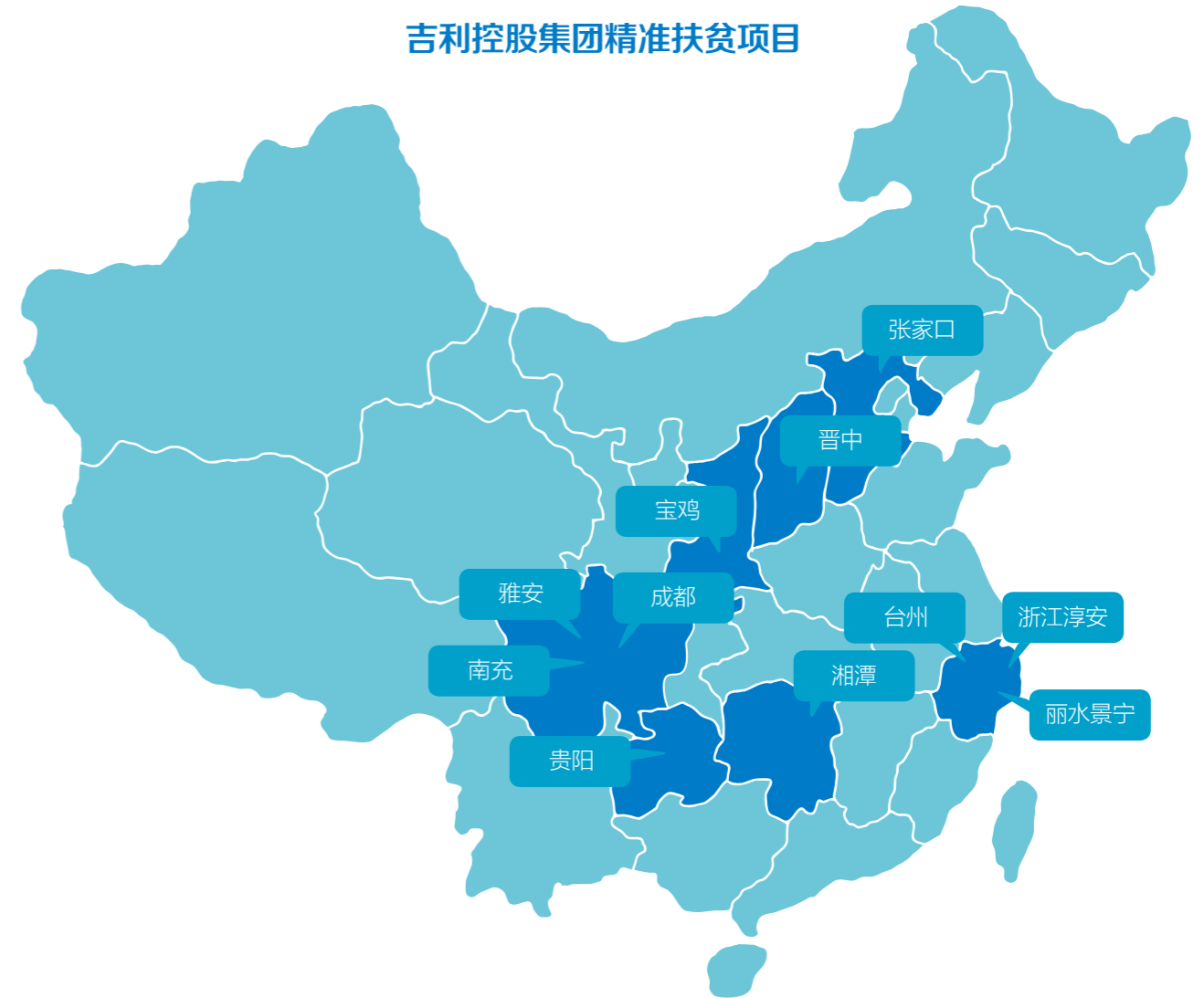


### 精准扶贫中长期目标

“十三五”既是我国全面建成小康社会的决胜期，也是脱贫攻坚的冲刺期。在新的历史发展阶段，吉利计划用3-5年时间，紧紧围绕各地提供的“建档立卡户”，以“集团牵头、基地主办、伙伴协同、全员参与”的扶贫工作机制，通过“产业扶贫、教育扶贫、就业扶贫、农副产品扶贫”等举措，投入4-6

亿元，精准帮扶河北张家口，陕西宝鸡，贵州贵阳，山西晋中，湖南湘潭，四川成都、南充、雅安，浙江杭州淳安、台州、景宁畲族自治县七省十一地，超过12,000个贫困家庭。我们将认真学习贯彻中央扶贫工作新精神、新要求，以求真务实的作风，立足实际谋划精准扶贫，不断探索企业推进精准扶贫的新路径。

### 吉利控股集团精准扶贫项目



#### 四大扶贫项目

教育扶贫、就业扶贫、产业扶贫、特产扶贫

#### 扶贫资金规划

3-5年，投入4-6亿元

#### 帮扶地区

贵州贵阳、陕西宝鸡、河北张家口、山西晋中、湖南湘潭、四川成都、四川南充、四川雅安、浙江台州、浙江淳安、浙江景宁

#### 帮扶目标

12,000个贫困家庭脱贫

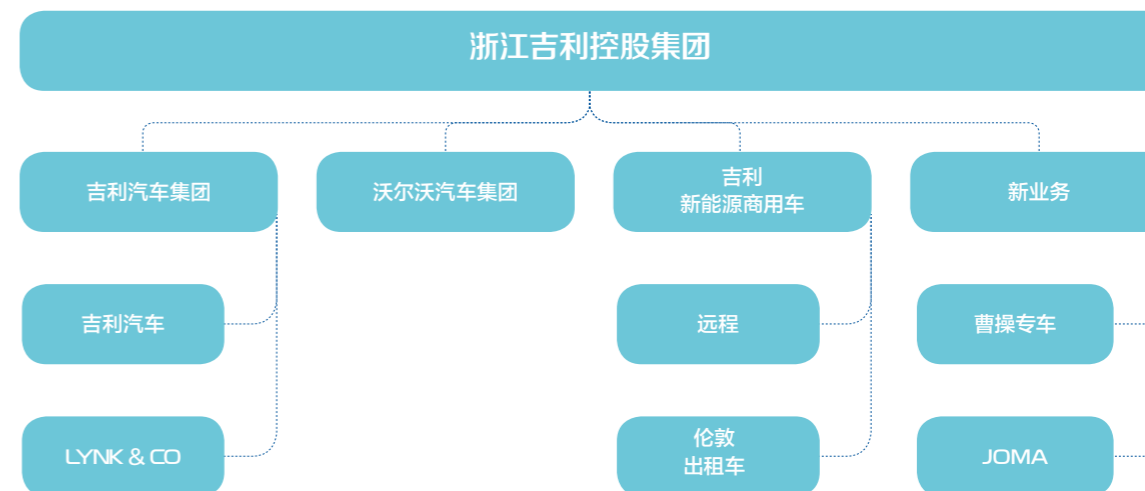
# 吉利概况

连续 5 年进入世界 500 强, 连续 14 年进入中国企业 500 强

2016 年吉利汽车总销量 76.6 万辆, 同比增长 50%

2016 年吉利新能源汽车销量 1.7 万辆<sup>1</sup>

2016 年浙江吉利控股集团营业总收入 2,087.99 亿元



## 集团简介

浙江吉利控股集团始建于1986年, 1997年进入汽车行业。经过30年的发展, 吉利始终专注技术创新和人才培养, 为消费者提供高质量产品和服务的同时, 积极响应中央号召, 开展“精准扶贫”等社会公益事业, 致力于推动整个社会的可持续发展。

2016年, 浙江吉利控股集团营业收入2,087.99亿元, 连续5年进入世界500强, 连续14年进入中国企业500强, 是中国汽车行业十强企业、国家“创新型企业”和“国家汽车整车出口基地企业”。

### 1. 产品与服务

浙江吉利控股集团总部设在杭州, 旗下拥有吉利汽车、沃尔沃汽车、伦敦出租车、远程商用车等品牌。其中, 吉利汽车在浙江台州、宁波和湖南湘潭、山东济南、四川成都等地建有汽车整车和动力总成制造基地。吉利汽车集团在浙江杭州建立研究院, 在中国上海、瑞典哥德堡、西班牙巴塞罗那和美国加州设立造型设计中心, 在瑞典哥德堡设立吉利汽车欧洲研发中心(CEVT), 着力打造具有全球竞争力的汽车基础架构。

目前, 吉利汽车在售帝豪EC7、博瑞、博越、帝豪GL、帝豪GS、帝豪EV、远景、金刚等10多款整车产品及1.0-3.5L全系列发动机及相匹配的手动/自动变速器, 以满足用户不同类型的需求。2016年是吉利汽车SUV战略发展的元年, 也是全面迈进精品车3.0时代的关键之年, 同时也是吉利汽车厚积薄发的进发之年。这一年, 吉利汽车相继推出博越、帝豪GS和帝豪GL三款倍受青睐的全新车型, 加上此前推出的博瑞, 吉利3.0时代产品已经形成了完善的产品矩阵, 覆盖了包括B级轿车、A+级轿车、SUV、跨界SUV在内的主要细分市场。

吉利汽车集团在国内建立了完善的营销网络, 拥有750多家品牌4S店和近千个服务网点; 在海外建有近200个销售服务网点; 投资数千万元建立国内一流的呼叫中心, 为用户提供24小时全天候快捷服务。2016年, 吉利汽车总销量76.6万辆, 同比增长50%, 新能源汽车销量1.7万辆, 累计社会保有量近500万辆, 吉利商标被认定为中国驰名商标。

### 2. 技术与人才

吉利汽车集团已通过ISO 9001质量管理体系、TS 16949: 2009质量管理体系、ISO/IEC 27001: 2005信息安全管理体系、ISO 14001: 2004环境管理体系、OHSAS 18001: 2011职业健康安全管理体系、GB/T 23331-2012能源管理体系等体系认证以及3C、环境标志产品认证。为适应国际市场需要, 开展了海湾GCC、欧盟EEC&ECE、澳洲ADR等国际认证工作。

吉利熊猫、帝豪EC7、吉利GX7、吉利豪情SUV、吉利博瑞、吉利博越等先后获得C-NCAP五星安全评价; 自主研发的1.3T涡轮增压发动机、1.8TD涡轮增压直喷发动机被评为“中国心”年度十佳发动机。目前, 吉利汽车专利申请和授权量分别超过13,800件和7,200件。其中发明专利申请和授权量分别超过2,600件和1,400件。被列为“中国企业知识产权自主创新十大品牌”, 是国家级“企业技术中心”和“高新技术企业”。

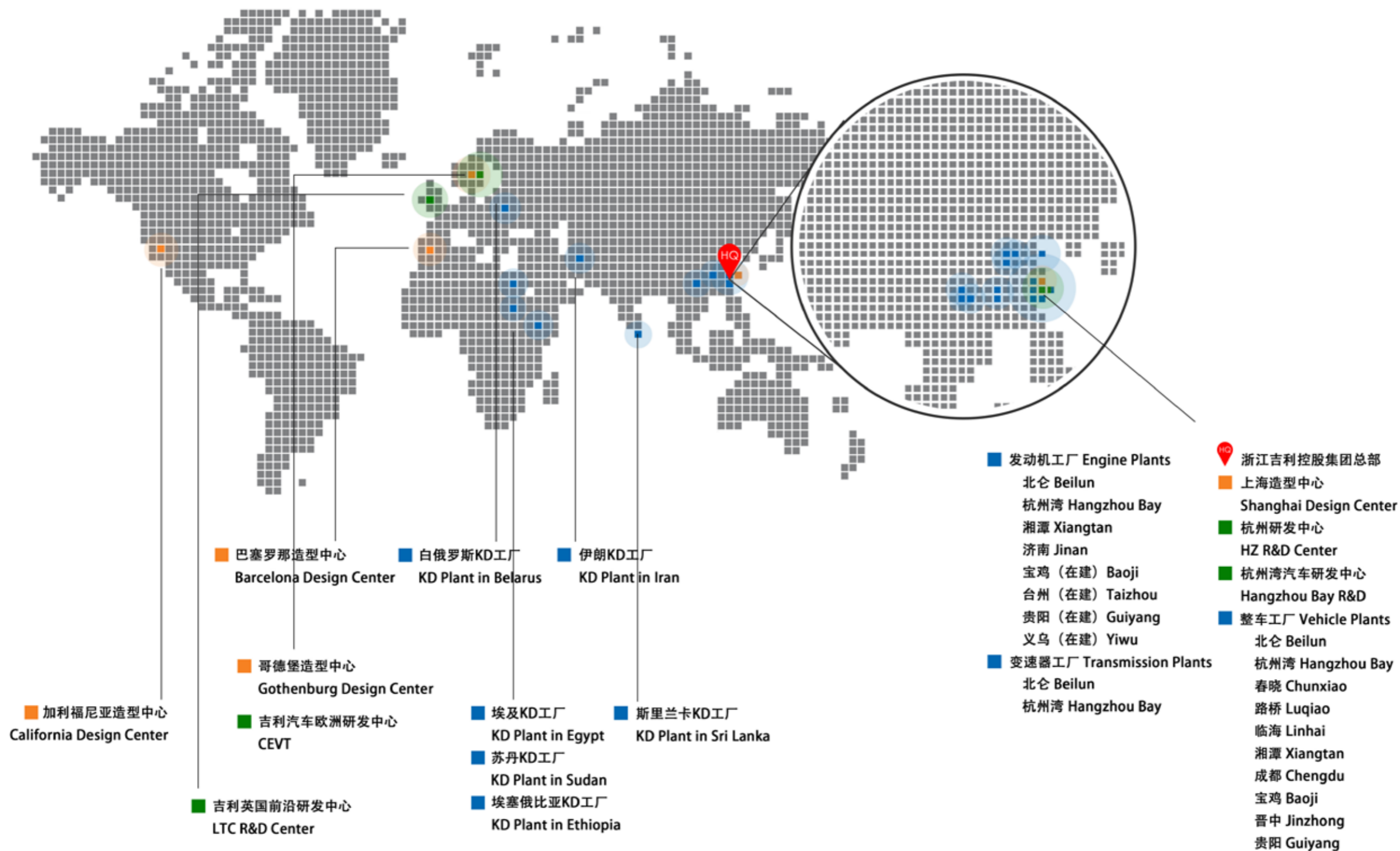
吉利汽车集团现有员工29,344<sup>2</sup>人, 其中工程技术人员7,600余人。拥有院士3名、外国专家数百名, 在册博士100余名、硕士1,400余名、高级工程师及研究员级高级工程师数百名; 10人入选国家“千人计划”, 成为拥有“千人计划”高端人才最多的民营企业。

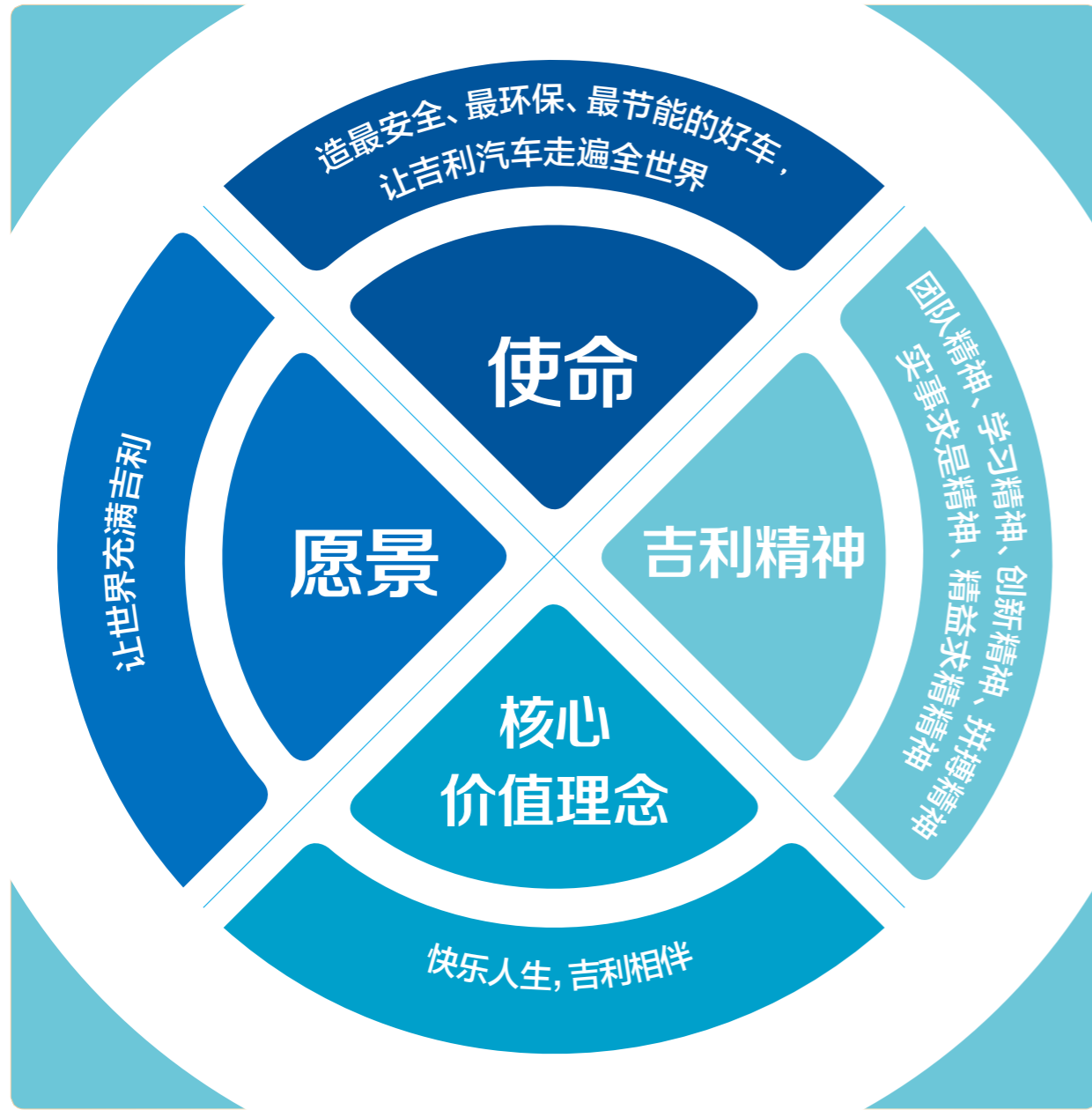
<sup>1</sup> 仅包含吉利帝豪EV。

<sup>2</sup> 2016年浙江吉利汽车集团平均人数。



# GEELY | 全球业务分布





### 企业文化建设

从造车伊始，吉利就提出了企业使命、愿景、核心价值理念等，经过不断的实践和调整，已经形成了成熟完备、凝聚共识、全员知晓的文化理念体系。吉利坚持以人为本，构建和谐劳动关系。对内倾心关爱员工，构建和谐企业；对外倾力回报社会，打造有社会责任感、受人尊敬的企业。我们构建了“元动力工程”文化体系，这是吉利企业经营管理与和谐劳动关系的重要基础，通过“员工提案”、“问题文化”和“快乐经营体”的建设，推动吉利文化深植落地。2015年始，吉利提出与自身发展相适应的企业文化主题——以奋斗者为本，引导员工

将个人的价值观和组织的价值观相统一，将个人的奋斗目标融入于企业整体目标。我们把企业文化纳入吉利发展的战略层面，通过文化的建设让员工不再是为了谋生、赚钱的企业雇员，而是有着一定人生目标，愿为用户快乐、行业发展自觉做出贡献的奋斗者。

吉利给“奋斗者”的定义为“以用户为中心，以结果为导向，追求卓越，持续创造价值，成为受尊敬的人”。2016年，吉利为寻找吉利奋斗者，弘扬奋斗者文化做了一系列的措施，如以奋斗者为本简报的编制，吉利奋斗者故事采集发布，以奋斗者为本的演讲比赛等。

### 吉利奋斗者文化的核心要素

时刻对品牌负责，永远让顾客满意	对吉利事业充满激情，对吉利的发展富有责任感和使命感	具备将“不可能”变为“可能”的创业精神，不为失败找借口只为成功找方法	视问题解决为组织绩效的提高机会，关注结果、持续改善、提高效率、不断突破
用户至上	充满激情	自我挑战	绩效导向

### 责任实践

#### 奔跑吧，吉利！

30 周岁，30 公里接力跑，吉利选择以别样的方式为自己庆生。从青春年少到成熟稳健，吉利 30 年的成长离不开所有吉利人的努力拼搏。汽车工业本身就是一场没有尽头的马拉松赛跑，持续奔跑就像一种信仰，传递吉利人乐观、向上精神面貌的同时，更彰显出吉利奋斗者文化的力量。

2016 年 10 月，吉利“30 公里接力活动”在杭州、宁波等地陆续开跑，近 1,500 名吉利人共同参与。涂

着彩绘的笑脸，火红的运动服，记录吉利发展史关键节点的彩旗，可爱的吉祥物以及火辣的健身操等构成了一幅幅充满活力与笑声的图画。多变的造型，前进的姿势，嘹亮的口号，充分发扬吉利人团结合作，互帮互助的品质。

30 公里的赛程，各地接力跑吉利人平均 2 小时 36 分钟就完成了，这就是吉利速度！未来，吉利人不会停止奔跑的脚步，将以“奋斗者”的姿态，在推动中国汽车工业向前发展的道路上排除万难、一路前行。



## 责任实践

### 定个小目标，万一实现了呢

管理有时候像是一种游戏，企业为游戏提供平台。如何设定游戏剧本，让员工作为游戏玩家在这个剧本中更好地实现自身的价值和追求，是这款游戏是否具备吸引力的关键，也是管理的艺术所在。吉利游戏剧本的关键词是“快乐经营”，通过经营体小目标的实现，不断追逐企业制定的大目标。

2016年，吉利销售公司实现了经营体全覆盖，分为销售、市场和支持三大模块。销售公司每月召开经营体例会，持续优化经营体管理制度。让每位员工主动参与到企业经营管理中，激发员工潜力，实现员工价值和团队发展目标的双赢。

其中，市场经营体以营销策划、提升品牌影响力、促进销量完成为目标。我们的市场二部经营体因地制宜地开展营销活动，统筹协调公关、媒介、产品和培训等各个部门，为3.0时代精品——博越SUV的成功上市做出了突出贡献。策划“我要买博越”、“首席体验官上市预售”等活动，首创厂家购置税补贴模式，利用创新的营销手段积累大量订单，有些订单甚至排到了五个月之后。通过市场经营体这一创新激励体系的成功运作，极大地提升了员工的创造性和工作效率。2016年，吉利SUV销量占全系汽车销量的22.7%，同比增长190%，初步完成轿车和SUV“两翼齐飞”的战略目标。



## 2016 吉利动态

- 1月1日  
吉利全新金刚在国内正式上市
- 1月11日  
吉利博瑞在沙特及海湾地区上市
- 2月23日  
首批6辆甲醇汽车亮相冰岛首都雷克雅未克
- 2月23日  
吉利与爱立信在车联网领域全面开启合作
- 2月28日  
吉利与科力远合作的，年产100万套混动总成产业化项目首期工程启动
- 3月26日  
吉利博越SUV上市
- 4月25-5月4日  
吉利携博瑞、博越、帝豪GS、帝豪EV、新帝豪甲醇车等参展第十四届北京国际汽车展览会，吉利汽车正式迈入“精品车3.0时代”
- 4月8日  
吉利帝豪EV在北京地区上市
- 5月4日  
吉利帝豪GS借助虚拟现实(VR)技术，打造“360°全景VR发布会”
- 6月23日  
“吉利帝豪EV外事礼宾用车交车仪式”在北京钓鱼台举行
- 6月28日  
30辆吉利远景SUV作为甘肃地区医疗巡诊专用车正式发布
- 7月18日  
交付330辆吉利汽车，作为杭州G20峰会期间接待、安保等领域的指定用车
- 7月19日  
贵阳市政府发布吉利甲醇出租车一周大数据，并再次采购113辆甲醇出租车，贵阳甲醇出租车保有量达到329辆
- 7月20日  
吉利位列《财富》世界500强第410位，排名较2015年提升67位
- 8月23日  
吉利与国家电网达成战略合作，探索新能源汽车出行新模式
- 8月31日  
吉利在井冈山召开高管述职会议
- 9月2日  
吉利博越以58.2分获C-NCAP五星安全评定，刷新SUV车型安全碰撞记录
- 9月20日  
在杭州举行吉利帝豪GL上市发布会
- 9月26日  
英国“寻血猎犬”超音速车项目与吉利开展为期三年的合作。中国品牌首次参与世界陆上极速挑战
- 9月27日  
吉利应邀出席首届中国扶贫论坛，并荣膺“中国扶贫·企业贡献奖”
- 10月12日  
第三届轩辕奖得主吉利博瑞入藏北京汽车博物馆
- 10月20日  
吉利在德国柏林发布全新品牌LYNK & CO
- 10月26日  
吉利新能源商用车品牌——远程及新产品发布
- 11月5日  
在吉利创业30周年庆典晚会上，吉利正式发布“吉利汽车2020战略”
- 11月18日  
古巴政府采购675台吉利汽车，吉利博瑞首次登陆美洲市场
- 11月25-26日  
吉利承办第十三届国际汽车交通安全学术会议
- 11月28日  
“吉时雨”精准扶贫项目将梦想与希望的种子撒播到四川雅安
- 12月8日  
吉利员工吕义聪当选为新一届浙江团省委挂职兼职副书记
- 截至12月31日  
吉利汽车集团2016年实现整车销量76.6万辆，同比增长50%

# 责任经营

企业的可持续发展，除遵守最基本的法律法规外，还需要践行超越法律法规范畴的、符合道德规范的企业准则。吉利将公司治理作为最重要的经营课题之一，不断优化治理结构，完善合规管理机制和风险控制体系。我们制定社会责任战略并将其与公司运营实践相融合，稳步提升运营效率和管理水平，逐渐赢得各利益相关方的信任，为成为受人尊重的全球综合型企业的目标夯实了基础。

## 公司治理

### 1. 治理结构

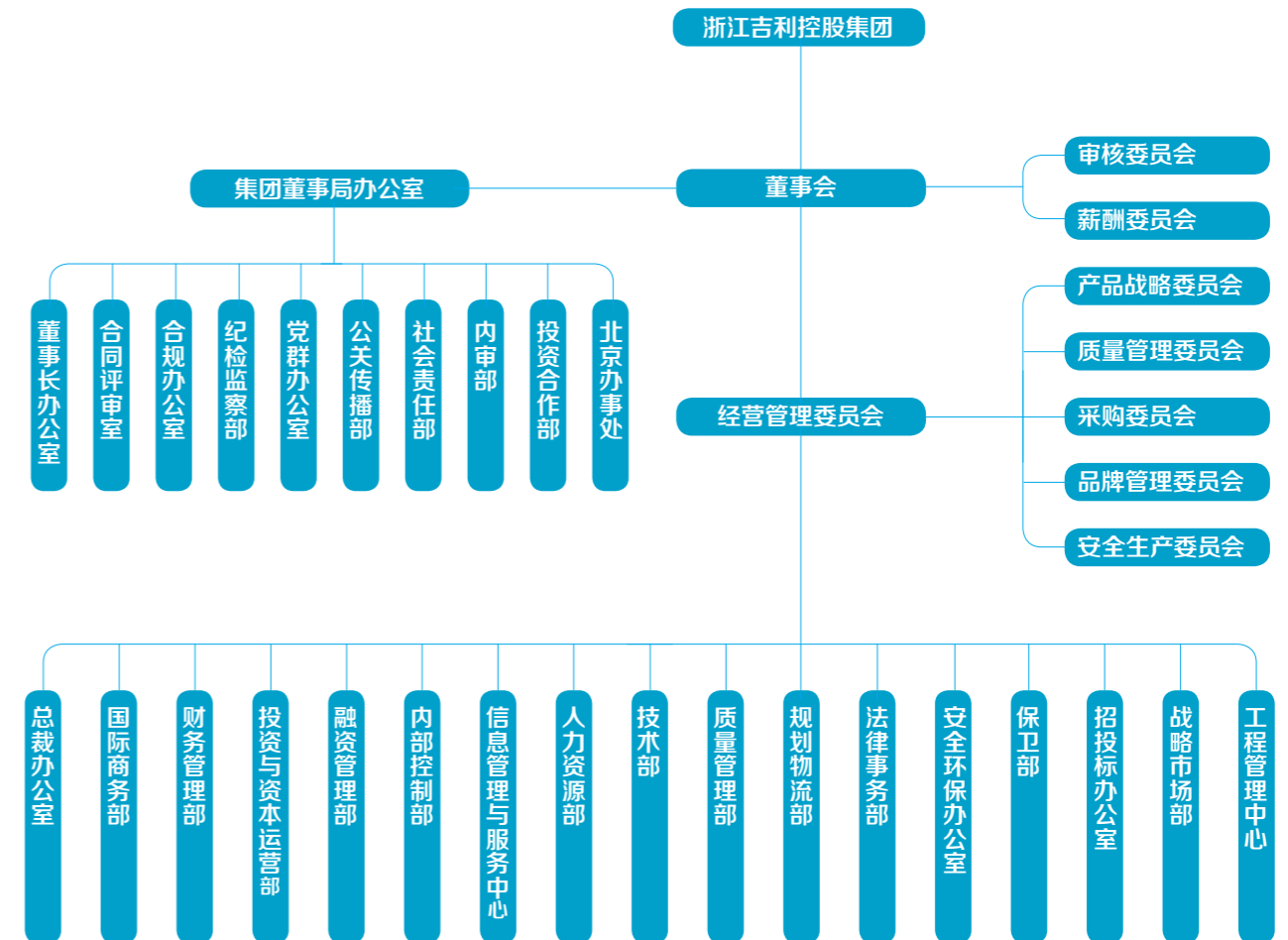
吉利以完善的法人治理结构为依托，设立董事会、经营管理委员会以及各个职能部门，明确各自的职责和权限。

目前吉利董事会设立集团董事局办公室，下辖董事长办公室、纪检监察部、党群办公室、公关传播部、企业社会责任

部、内审部和投资合作部等 10 个部门。此外，董事会另设有薪酬委员会和审核委员会两个专业委员会。

作为吉利的经营管理机构，集团经营管理委员会下设产品战略委员会、质量管理委员会、采购委员会、品牌管理委员会以及安全生产委员会 5 个专业委员会。在各经营管理委员会的统筹协调下，由集团设立的 17 个职能部门展开日常工作。

浙江吉利控股集团组织架构图



## 2. 合规管理与风险控制

随着法律法规体系的不断健全和行业监管的日益加强，我国政府和社会公众对企业合规经营提出了更高的要求。2016年，吉利合规工作开展了一系列新的尝试并取得显著成效。

完善合规组织架构，设立首席合规官来负责整个集团的合规管理工作，吉利首席合规官直接向董事会和合规委员会负责。由合规办公室具体组织落实集团各项合规制度，并定期向吉利首席合规官汇报。同时，我们在法律事务部、内审部、纪检监察部、内控部等集团业务部门，以及各分（子）公司设置合规管理岗，进一步明确各业务单位合规管理人员职责，全面确保集团合规管理信息的顺畅沟通，以及合规管理制度的有效落实。2016年，合规管理办公室组织集团合规培训27,348人次。

健全合规制度体系，发布《浙江吉利控股集团廉洁自律行为准则及其处分实施细则》等管理条例。全员签订《廉洁自律承诺书》，将反腐败宣传教育纳入各单位年度培训计划，并部署年度工作方案。

增加对商业合作伙伴廉洁自律的约束，发布《2016吉利控股集团招标管理办法》，要求所有合作伙伴在签订合同时，同步签署《诚信经营自律协议》，明确合作双方廉洁自律责任、义务及违规处置方式。目前，246家合作单位愿与我们共同营造简单、廉洁的伙伴关系，对商业腐败采取“零容忍”态度。

建立内部控制部、法律事务部、质量管理部和内审部多部门联动的风险管理体系，积极开展销售、研发、工程、海外市场等各个业务模块的风险评估工作，编制集团风险控制地图，及时提出预防和应对风险的合理化建议。

## 责任实践



### 红色井冈山的高管述职会议

为考核吉利高层管理者履行“一岗双责”情况，以及党风廉政建设责任落实情况，2016年9月1日，我们在革命圣地井冈山召开高管述职会。集团开展“两学一做”，进行管理干部述职，目的在于确保吉利发展大方向不偏离轨道的前提下，推动我们的汽车产业形成更强的全球竞争力。

会议上，集团高管从领导班子运行和建设、职责履

行和工作任务完成、廉洁自律和党风建设、工作中存在的问题四方面进行了述职报告。通过自我教育、自我反省和自我升华，总结经验，查找差距，并提出新的思路和举措。未来，我们将持续推进高管述职工作，形成制定目标、发现问题、推动工作、检验成效方面的合力，推动集团20200战略的全面实现。

## 3. 经济绩效

单位：亿元

指标	年度	2014	2015	2016
总资产		372.80	422.92	675.83
营业总收入		217.38	301.38	537.22
企业所得税		4.94	5.86	10.34
净利润		14.49	22.89	51.70

备注：各项经济指标仅指吉利汽车控股有限公司

## 企业社会责任管理

### 1. 社会责任理念和模型

我们的社会责任管理以吉利使命“造最安全、最环保、最节能的好车”为基础，在产品、经济、环境以及社会四个领域全力投入，以汽车为载体连接世界，开启美好车生活，用实际行动贡献社会的可持续发展。



产品



不断推进技术创新，为顾客提供健康安全、节能环保的精品，并通过便捷、高效的客户服务赢得信任和口碑



经济



依法合规经营，恪守商业道德，为股东创造价值



环境



持续推进绿色运营，提高生命周期资源利用效率，开展节能减排，控制环境风险，降低企业及产品对环境的影响

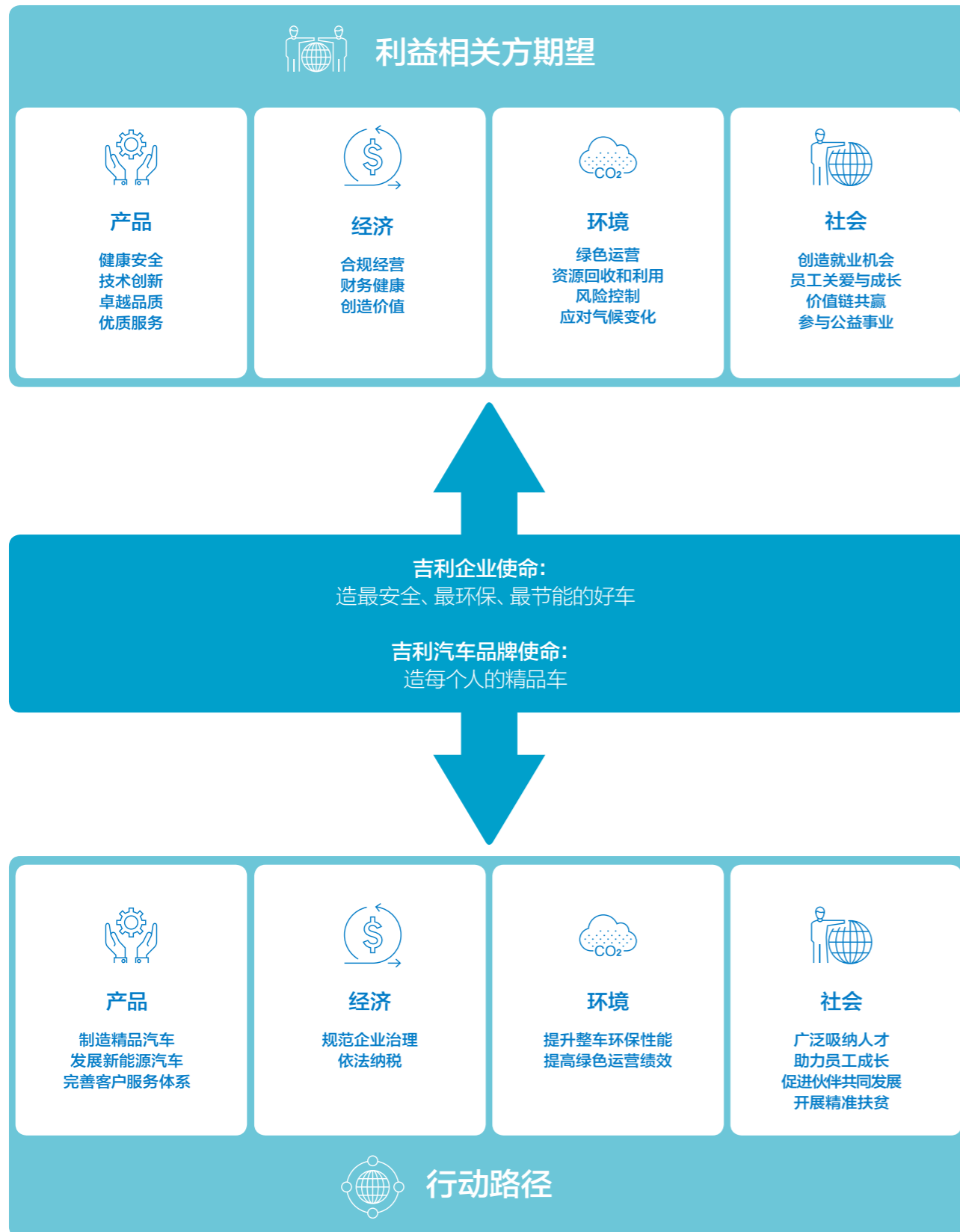


社会



保障员工健康安全，关爱员工并提供广阔成长空间；推动价值链合作共赢，贡献行业发展；开展精准扶贫，关注教育事业，贡献和谐社会

## 浙江吉利控股集团企业社会责任模型



## 2. 社会责任管理架构

社会责任管理是吉利生产经营过程中一项重要的管理维度，董事局办公室下设企业社会责任部承担集团整体企业社会责任和可持续发展事务。合规办公室、质量管理

部、安全环保办公室、规划物流部、人力资源部、党群办公室等集团职能部门，以及吉利汽车研究院、销售公司和采购公司等核心子公司贯彻执行集团社会责任相关的政策措施。

## 浙江吉利控股集团企业社会责任管理架构

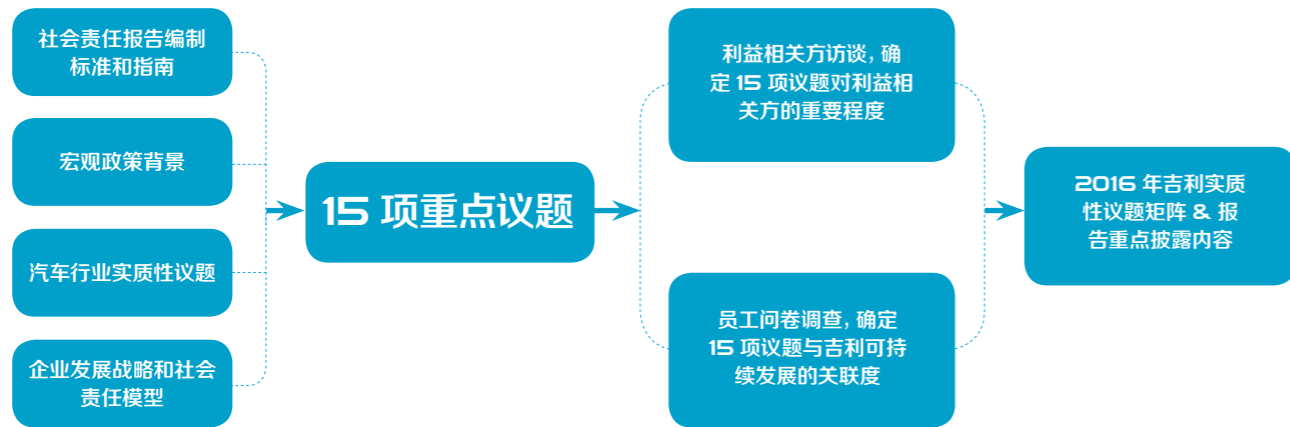


## 3. 实质性议题筛选

为进一步了解吉利各利益相关方的期望与诉求，提升报告的针对性和回应性，我们参照 G4、ISO 26000 等企业社会责任相关标准、指南和政策要求，对标国内外汽车行业社会责任报告议题和实质性矩阵等内容，结合吉利发展战略和企业社会责任理念模型，最终筛选出 15 项重点议题。

基于识别出的重点议题，我们针对客户、供应商、经销商等多个利益相关方开展专项访谈，确定了 15 项议题对利益相关方的重要程度。同时，我们以内部系统推送的形式，针对吉利员工开展了在线问卷调查，评估了 15 项议题与吉利可持续发展的关联度，最终形成 2016 年度吉利实质性议题矩阵，据此确定本报告重点披露内容。

### 2016 年吉利实质性议题识别过程



### 4. 利益相关方沟通

建立多元化的利益相关方对话机制, 是企业提高运营效率, 调整发展方向的重要保障。作为一家负责任的企业, 吉利严格按照信息披露的相关要求, 公开企业经营信息。我们通

过多种渠道与各利益相关方积极互动, 2016 年吉利官网、浙江吉利控股集团和吉利汽车微信公众号分别发布吉利动态 83、154 和 1,001 条。我们倾听并回应利益相关方的需求, 期待与大家一起创造共享价值!

利益相关方	关注的议题	我们的回应
政府与监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>合规经营</li> <li>经济增长</li> <li>提供就业</li> <li>降低排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守法律法规, 依法纳税, 反垄断</li> <li>带动合作伙伴诚信经营, 反腐败</li> <li>加强环境和安全管理, 接受监管考核</li> <li>吸纳就业, 培养人才</li> <li>参与公共事务, 与经济社会共同发展</li> </ul>
投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>投资回报</li> <li>经营信息公开</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>稳健经营, 维持良好的市值水平</li> <li>完善治理和战略规划, 保护投资者权益</li> <li>加强沟通, 及时披露经营信息</li> </ul>
客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元的产品结构</li> <li>产品质量和安全环保性能</li> <li>驾乘体验和客户服务</li> <li>售后和产品召回体系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大技术创新, 造每个人的精品车</li> <li>关注客户体验, 开展客户满意度调查</li> <li>快速响应紧急维修和消费者投诉</li> <li>保护客户隐私和信息安全</li> <li>通过车友会、俱乐部活动等与客户积极互动</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>职业健康和</li> <li>安全</li> <li>职业培训和生涯规划</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展安全信息化建设, 关注员工健康</li> <li>提出蓝领计时工作制和奋斗者激励计划</li> <li>建立“吉点点”等弹性福利体系</li> <li>开展吉利学堂经营体建设, 完善员工培训体系</li> <li>通过合理化建议、效能调查等形式, 广泛聆听员工声音</li> <li>通过“为员工办十年实事”, 提升员工满意度</li> <li>提供丰富多彩的员工关爱和员工志愿活动</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>规范和透明的采购过程</li> <li>诚信互惠</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定招标管理办法, 保障供应商合法权益</li> <li>签订《诚信自律承诺书》, 开展合规性检查</li> <li>建立供应商数据库平台, 提供指导和培训</li> </ul>
经销商	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障产品和服务质量</li> <li>提供必要的技术支持</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定经销商运营管理办法, 优化销售网络</li> <li>组织能力建设培训和技能大赛</li> <li>开展销售促进活动</li> <li>签订《诚信自律承诺书》, 开展合规性检查</li> </ul>
环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品节能环保</li> <li>生命周期绿色运营</li> <li>关注气候变化</li> <li>环境信息披露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>发展新能源汽车, 提升整车环保性能</li> <li>研究甲醇等替代燃料使用</li> <li>倡导“曹操专车”等共享出行方式</li> <li>加强材料回收利用, 促进循环经济发展</li> <li>进行技术升级改造, 降低生产过程排放</li> <li>公开生产项目竣工验收监测报告</li> </ul>
社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>公益事业和志愿服务</li> <li>汽车安全教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投资建立多所高等院校</li> <li>开展“精准扶贫”等项目</li> <li>参与“寻血猎犬”超音速车项目, 展示科学的力量</li> </ul>

# 造每个人的精品车

## 责任聚焦

进入 2016 年, 我们已初步形成吉利 30 产品矩阵, 管理、研发、设计、制造、营销以及服务各个环节配套进入 30 时代。吉利用工匠精神“造每个人的精品车”。

新帝豪 2017 百万款 1.3T 手动向上版荣获 C-ECAP 白金牌

JDPOWER 客户满意度调查取得 741 分, 较 2015 年提高 26 分

吉利吉行天下俱乐部会员人数已达 50+ 万, 在全国已有 1,000+ 家车友会



## 智能互联安全第一

吉利制定了“安全第一”的产品研发战略, 朝着“交通事故零伤亡”的目标不断前进, 并希望借助无人驾驶技术最终实现“零事故”的梦想。

我们很早就提出了在汽车生命周期内进行全方位的安全管理 GTSM (Geely Total Safety Management), 制定了主被动安全一体化的技术路线, 并以此为基础, 提出“安全识别圈”的设计理念。2014 年, 吉利率先在国内开展中国真实交通事故的深入研究, 将降低中国道路交通安全风险作为产品设计的必要条件, 形成了以交通事故数据为起点的汽车安全技术开发体系。

## 1. “安全识别圈”理念

我们认为, 威胁驾驶安全的主要原因在于驾驶者疏忽、驾驶环境突变和驾驶者操作不当。针对这三大因素, 我们提出并实施保障行车安全的一套整体解决方案——“安全识别圈”, 包括驾驶安全感、辅助驾驶系统、信息辅助及安全警示、主动避祸安全、被动碰撞安全、事故报警及救援六个层面。

六重“安全识别圈”以吉利安全管理体系 GTSM 为基础, 针对性地设计每一款吉利汽车, 以确保产品拥有极高的综合安全性能。目前已经全面应用于吉利博越、吉利帝豪 GS、吉利帝豪 GL 以及即将上市的新车型。





## 2. 汽车安全技术开发体系

随着对汽车安全问题本质认识的不断深入，我们越来越注重从实际交通事故的角度评估车辆的安全性能，逐步形成

从事故深入调查研究、技术发展规划，到技术创新和提升、技术验证和可行性分析，再转化为产品标准规范并应用于产品，且遵循“PDCA”<sup>3</sup>循环的吉利汽车安全技术开发体系。



以技术验证能力建设为例，我们投资数亿元配套建立了国际先进的汽车安全实验室，并获得CNAS认证<sup>4</sup>和欧美汽车出口认证资质，可完成整车碰撞、行人保护、车身结构、模拟驾驶、安全辅助等多个分系统的全球主流测试要求。2016年投入使用柔性腿动态试验、碰撞力墙等高精度试验设备，以满足更加精细的产品开发需求。

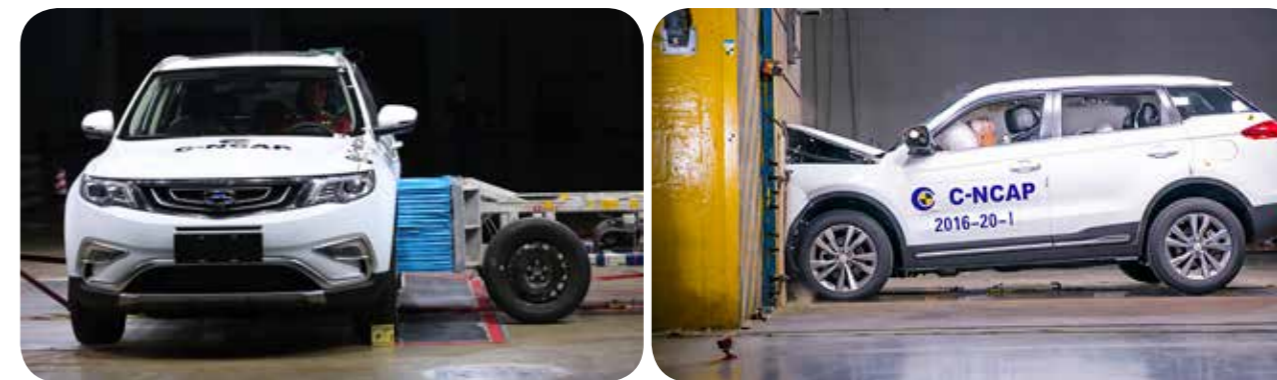
安全技术并非纸上谈兵，需要反复多次的试验和测试来加以验证和优化。2016年，我们开展试验总数2,190次，其中，整车碰撞287次，滑台试验227次，通用撞击测试

176次，车身结构试验241次，安全气囊点爆245次，安全带性能测试1,014次。

<sup>3</sup> 计划(Plan)、实施(Do)、检查(Check)、行动(Action)。  
<sup>4</sup> CNAS(China National Accreditation Service for Conformity Assessment, 中国合格评定国家认可委员会)认证由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作。

## 吉利博越获得2015版C-NCAP测试成绩中的最高分

	厂商	浙江吉利汽车有限公司
	品牌	博越 1.8T 自动两驱智慧型
	总体得分	58.2
	星级	★★★★★



### 责任实践

#### 大胆模拟“十字路口魔鬼碰撞”

中国交通事故深入研究(CIDAS)统计显示，在中国的交通事故中，被称为“十字路口魔鬼碰”的车对车侧面碰撞发生概率位列车与车事故的第二名，事故对车内乘员造成的伤亡比例非常高。

2016年8月5日，在第三届中国汽车安全日暨C-NCAP十周年活动中，两辆吉利帝豪GL公开模拟了闹市区十字路口的一起交通事故。其中一辆车以50km/h的速度撞向垂直方向行驶的速度为16.7km/h的另一辆车，

真实还原十字路口“魔鬼碰撞”。

之所以称为“魔鬼碰撞”，是因为该测试工况的撞击能量比国标高出58%，对于车身刚性、焊接工艺、车身设计等要求更为严苛，试验的难度已超过C-NCAP现行标准。

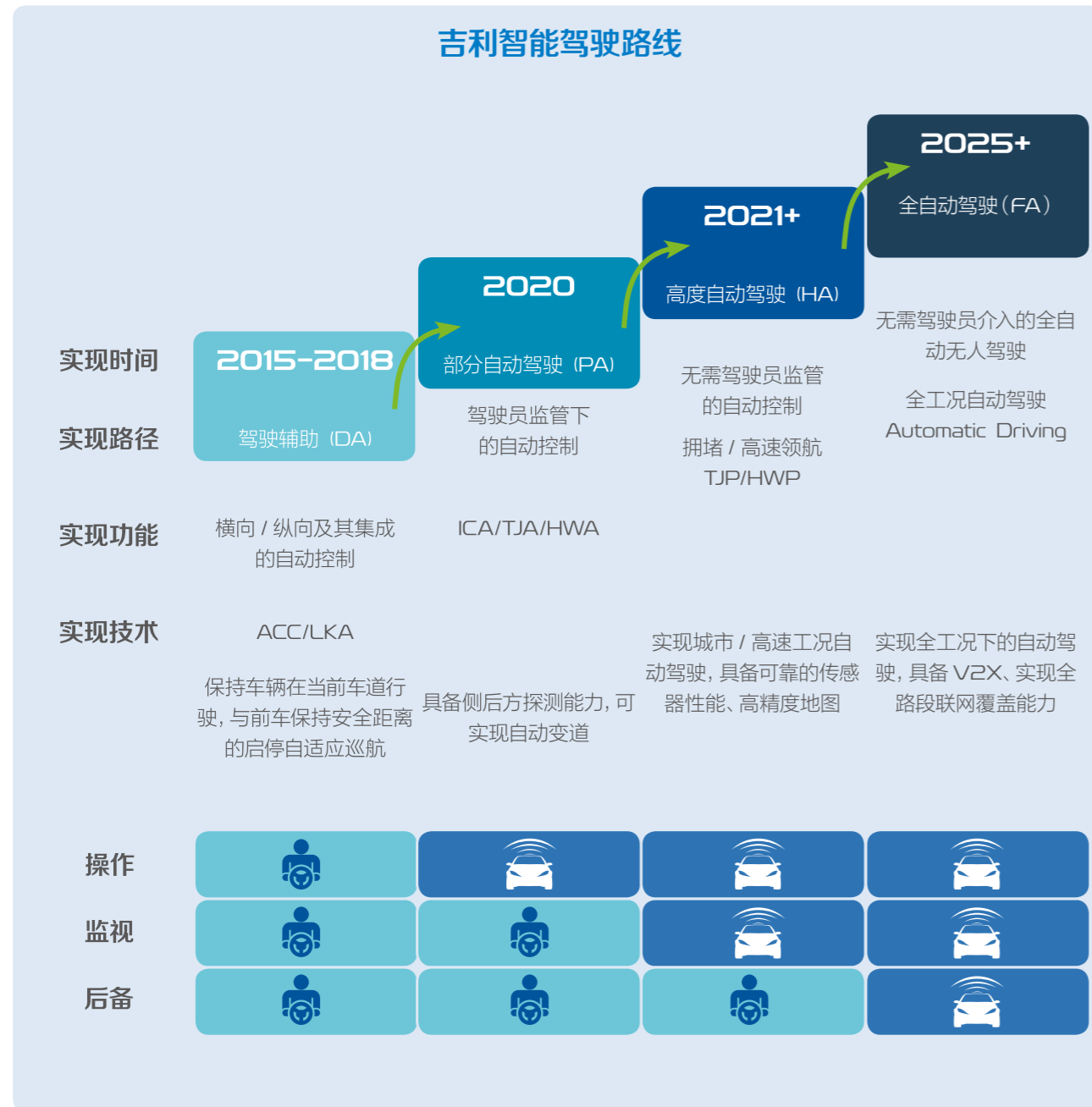
按照C-NCAP拟定的假人伤害情况的评分标准，吉利帝豪GL正侧面碰撞分别获得1792分和18分(满分均为18分)，表明车内乘员能够享有较为充分的安全保护。此次碰撞试验为中国汽车安全领域提供极具参考价值的试验数据的同时，也为公众上了一堂“震撼”的汽车安全教育课。



### 3. 智能驾驶到自动驾驶

尽管我们无法定义汽车未来的样子，但更智能、更安全、更便捷无疑是未来汽车的发展趋势。吉利制定了与自身发展相适应的自动驾驶中长期规划，分享沃尔沃领先的无人驾驶平台的自动驾驶技术成果，计划在不久的将来，实现所有车型

100% 配置智能驾驶辅助系统，并于 2020 年初步实现驾驶员监管下的部分自动驾驶 (PA)。我们坚信，交通拥堵、交通安全等诸多汽车带来的社会问题，最终都可以通过智能驾驶技术来解决。



### 4. 车联网整体解决方案

随着云计算、传感器等技术的飞速发展以及智能通信和道路设施的不断完善，智能网联汽车正逐渐改变现有的交通模式。2016 年，我们启动 G-NetLink3.0 版智能互联系统

开发项目，集成自然语音、生物识别、大数据、人工智能等技术。除为车主提供更安全、更便捷的驾乘体验之外，我们更希望借助车联网平台，融合上下游产业链，推动整个车联网生态的发展。

## 责任实践

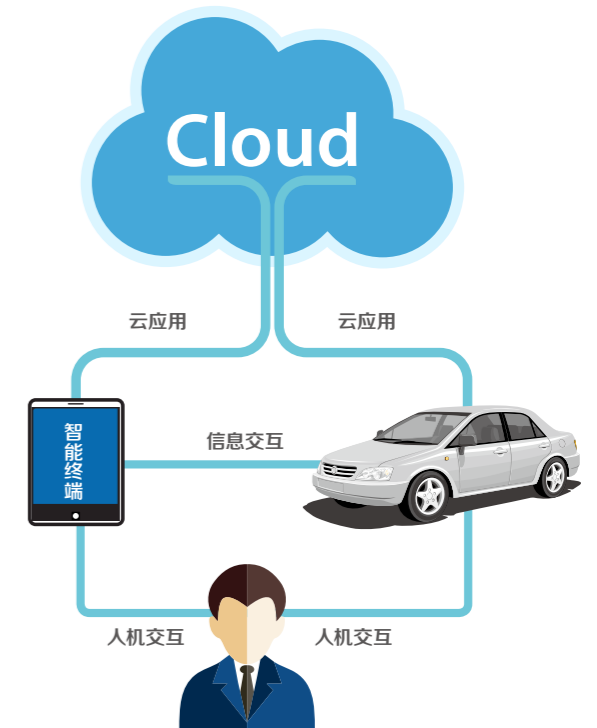
### 与爱立信的车联网云平台

2016 年 2 月 23 日，吉利与爱立信就车联网领域全面开启合作，由爱立信提供车联网云平台的所有核心功能。无论身在何处，只要可以接入网络，就能够充分享受吉利车联网带来的便利。同时，我们建立了完善的网络信息防护措施以保证智慧出行的安全。

举例而言，如果车辆行驶的前方道路有结冰、积水等危险状态，拥有车联网云平台的车辆就会自动发出警戒，同时保护前后可能出现的行人或其他车辆。此外，车主还能借助车联网平台随时检查车辆的油耗，实时监控车辆运行数据，甚至可以自动预约附近的 4S 店或指定的维修站。

车联网通过实现车与车、车与人、车与其他智能终端的多种连接，让车成为可信赖的伙伴，共同构建智能交通网络。

### “人-端-云”交互示意图



### 由内而外质量控制

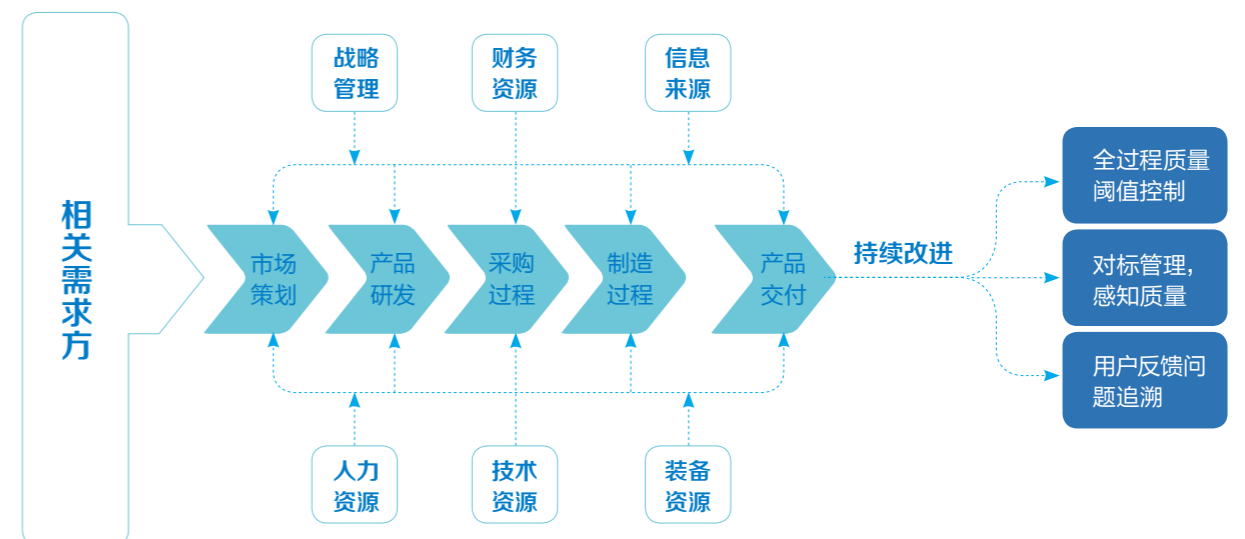
质量是汽车制造企业的生命线。吉利通过全流程质量控制，弘扬工匠精神，不断提升“中国制造”整体形象。

#### 1. 建立质量管控程序

我们建立新品、零部件、制造过程、检验试验、售后、质

量改进六位一体的质量管理体系，实施质量管理体系集中认证。通过《新产品质量管理手册》、《吉利汽车产品召回管理规定》等一系列管理办法的落实，进一步提升质量保证能力。

### 吉利质量管控程序



## 2016 年 J.D.POWER 产品满意度调查结果

指标	考核内容	得分 (以每百辆车出现的问题数 (PP100) 衡量, 分数越低, 发生故障的频率越小)	
		2016 年	2015 年
IQS (新车质量调研)	新车使用 2-6 个月内遇到的设计质量和生产质量 (包括产品缺陷和功能故障) 抱怨问题	118	124
VDS (可靠性质量调研)	拥车期在 37-48 个月内的车主, 在过去 6 个月当中遇到的问题, 共计 202 个问题症状	146	152

### 2. 车内健康关怀

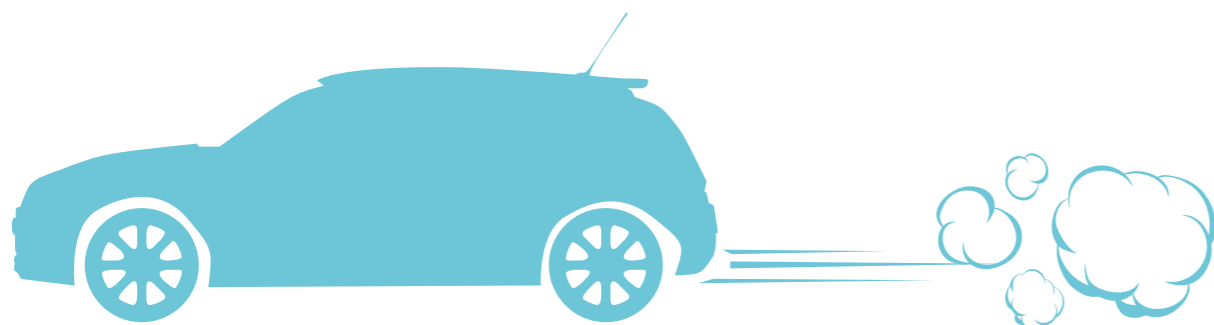
我们借助 HPLC<sup>5</sup> 与 GC-MS<sup>6</sup> 等仪器设备, 对重点车型非金属材料进行气味溯源分析。将全谱中 TOPI00 数据加以区分和识别, 并与化学物质气味类型相互匹配, 结合零部件制造过程中的原料、辅料、工艺参数等信息, 对样件气味性能进行整改及提升。

零部件及材料的气味性评价方法也由单纯的主观评价方

式逐步向客观评价方式过渡, 最终形成主、客观评价结合的科学评价体系。

对于车内可挥发性有机物 (VOC), 我们从最基本的五苯三醛<sup>7</sup> 控制, 扩展到对邻苯、胺类等欧盟国家的禁用法规要求。从原材料、零部件到整车集成, 均通过 VOC 绿色认证。自动车内循环、负离子空气清新技术也逐步在新款车型平台应用, 全面保证车内空气质量最优化。

### 气味评价方法演变过程



## 责任实践

### 2016 年 我们的 3 次召回

我们通过强化产品安全性能、实施缺陷汽车召回等措施, 对重大质量问题进行预防管控和快速处理。24 小时监控安全和召回风险信息, 限期 14 日内处置批量风险问题。不断强化市场质量监控分析、生产过程问题改进及供应商质量保证推进, 全面提升产品质量。

召回车辆	召回起始日	数量	原因	解决方案
部分吉利 EC8	2016.1.22	1,593 辆	供应商生产制造原因, 极端情况下可能会出现车辆侧气囊信号不能准确传递的情况, 可能导致侧气囊无法正常展开	对召回范围内的车辆进行免费检测, 加装线束转接装置
部分 2016 年款吉利帝豪和 2015 年款吉利 GC7	2016.6.29	共计 521 辆	零部件供应商制造原因, 车辆在极端工况下行驶, 变速器可能在第 6 档时跳入空档, 车辆暂时出现动力中断现象	对召回范围内的车辆免费更换改进后的变速器总成
部分 2015 年款吉利 GX7, 2015 年款吉利 GX9, 以及 2014、2015 年款吉利 GC7	2016.10.14	共计 56,121 辆	供应商高田制造原因, 碰撞传感器工作异常。极端情况下, 可能出现气囊报警灯点亮、安全气囊自爆或车辆达到起爆条件时不起爆等情况	对召回范围内的车辆免费检查, 免费更换其中存在问题的碰撞传感器

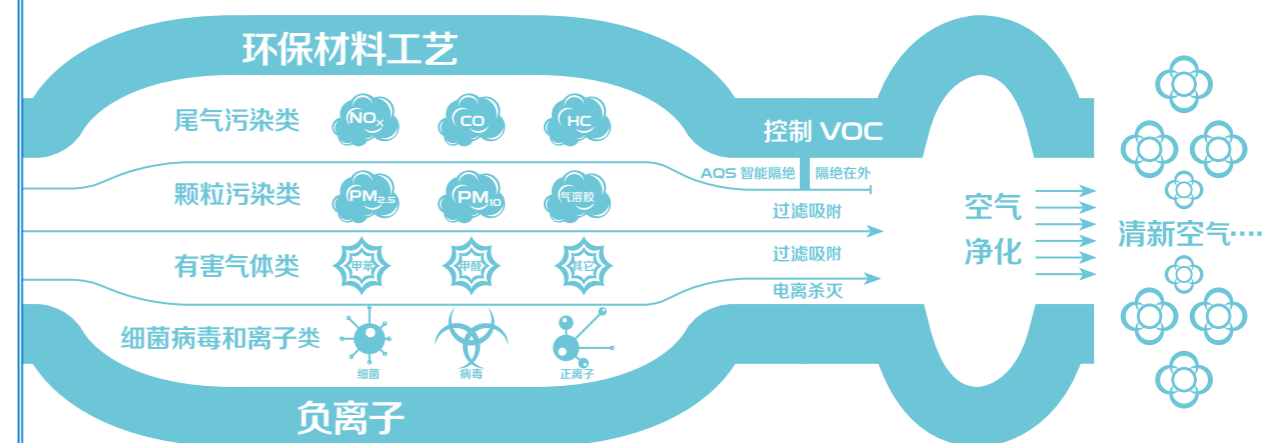
## 责任实践

### 吉利帝豪 GL “生态净化舱”

雾霾肆虐不休, 空气质量日益恶化。在致霾的各种因素中, 汽车当然无法全身而退。除汽车尾气排放外, 车内空气质量也是一个重要的指标。

吉利帝豪 GL 在环保材料工艺、智能污染隔绝、高效空气净化和清新空气再生的 4 重保护下, 2 小时内总 VOC 去除率超过 99%, 30 分钟内 PM2.5 指数从 5,000 (10 倍于爆表值) 降低至 7, 全力打造移动的“生态净化舱”。

### “生态净化舱”作用原理



5 高效液相色谱法。  
6 气象色谱-质谱联用仪。  
7 苯、甲苯、乙苯、二甲苯、苯乙烯、甲醛、乙醛、丙烯醛。

### 3.C-ECAP 白金牌

《中国生态汽车评价规程》(C-ECAP)于2015年正式编制完成。中国生态汽车评价基于全生命周期的理念,从“健康、节能、环保”三个方面对汽车产品进行生态性能评价,包括车内空气质量、车内噪声、有害物质、综合油耗、尾气排放五项基础指标。

评价结果以直观量化的等级来划分生态汽车等级,并以白金、金、银、铜牌以及无牌形式进行发布,并获得相应的认证标志。2016年,新帝豪2017百万款1.3T手动向上版荣获C-ECAP<sup>®</sup>白金牌。

### 客户体验全面升级

我们坚持“关爱在细微处”的服务理念,主动倾听用户声音,保护客户隐私,并通过一系列的车友活动提升品牌凝聚力。

2016年,我们的J.D.POWER客户满意度调查取得741分,较2015年提高26分,位列自主品牌第3位,客户服务同步迈进精品车3.0时代。





#### 1. 客户服务品质提升

我们持续推进关爱中心、关爱俱乐部、关爱到家、关爱随行、关爱四季以及关爱课堂六大关爱体系的落实。通过电话、微信、论坛、邮件等渠道为潜在客户以及终端客户提供全天候咨询、道路救援和投诉受理服务。此外,我们以神秘客户调研等形式,对客户满意度进行多维度测评。

同时,在国家信息化战略背景下,确保客户信息的安全存储和传输,是每个企业义不容辞的责任。我们通过搭建先进的信息安全系统,联合吉利4S店和服务站构建严格的用户数据调取管理制度,充分保护客户隐私。2016年,未收到客户关于吉利呼叫中心泄露车辆车主信息的相关投诉。

## 2016 客户服务质量提升措施

2016年,我们应答34万次咨询,受理12,495次道路救援;电话调研近10万名用户,分别在15个城市开展了60场用户座谈,开展第三方神秘客户调研800次。

 <b>400 热线效率提升</b>	 <b>话术创新</b>	 <b>漏电回访</b>	 <b>建立投诉派单标准</b>	 <b>服务网点形象建设</b>
*系统功能设置、制定客服绩效指标、开展人员培训 *客服代表日均应答从2015年的54次提升至75次	*对标同行业呼叫中心,调整关键业务话术,迅速、准确回复信息 *换位体验客服质量,回听通话录音总结经验	*一天内漏电全部回访 *回访通过微信公众号、汽车论坛等提出疑问或抱怨的客户	*建立免责投诉业务类型,服务站可申诉,避免盲目考核 *快速响应并有效处理客户投诉	*提供VIP休息室、电子维修看板和IPAD接车等用户体验设施 *电子维修进度看板已完成502家,VIP休息室已建设313家

8 <http://123.127.164.45:8290/cecac-report/testGrade/forCecacTestGradeGrid.action>

### 2. 追求极致产品体验

极端条件下,吉利汽车能带给用户极致的产品体验吗?我们工程师的回答是“必须的”!吉利新车型除需满足试验场4.2万公里环路、山路、高环等循环的工况模拟,也会同时验证其在各种极端环境下的可靠性。

从极寒-51℃,到酷热47℃,再到海拔5,320m,走

过广西、海南、黑龙江、内蒙、新疆、青海、西藏等中国大部分省市,吉利博越携手近5,000名首席体验官们共同体验在极端使用环境,以及用户操作失误的情况下,可能给车辆带来的安全挑战。四驱原地旋转、冰道漂移、拔山涉水、越野穿越沙地、戈壁挑战,每项测试都是吉利新车上市前必经的考验。



地点	黑河、牙克石、根河冷极点
时间	2015.12-2016.12
验证	整车低温启动、操控性、空调制热、除霜除雾效果和密封性能
效果	满足设计目标,极寒条件仍能满足用户需求



地点	新疆
时间	2016.8, 气温35℃
验证	整车高温启动、热平衡、操控性、空调制冷、密封效果、橡胶件老化
效果	整车热启动、热平衡满足设计目标,驾驶性、空调制冷效果良好



海拔	2,000-5,400m
验证	整车高原环境中的启动性能、动力性能、制动性和操控性等
效果	海拔5,000m正常启动,增压器开启后动力正常



吉利吉行天下俱乐部经过 8 年的发展，会员人数已达 50+ 万，较 2015 年环比增长 57.3%，在全国已有 1,000+ 家车友会。

### 3.“我们”吉行天下

2016 年，随着博越、帝豪 GS、帝豪 GL 等 3.0 产品的上市，新的用户群体不仅追求产品质量和服务，更愿意主动分享自己的用车体验，开展车友之间的互动。吉行天下俱乐部推出大型官方线下粉丝活动——“我们”，邀请 200 余名车主，开展“我们——SUV 首届车友年会”、“我们——豪友圈向上狂欢队”等系列活动。不仅拉近了与吉利车主间的距离，更倡

导了积极向上的进取精神。

我们以感恩的心为会员提供免费保养、生日祝福等服务，办理象征身份的 VIP 电子会员吉卡，累积的吉币可以在俱乐部官网兑换礼品和电子券等。同时，我们以吉币的形式设立车友活动基金，支持车友自发组织的自驾游、绿跑道等活动，衷心祝愿每位用户“快乐人生，吉利相伴”。

## 责任实践

### 今天，我们吉婚啦

最吉利的时辰，最吉利的地方，办最吉利的婚礼。2016 年 11 月 5 日，在吉利创业 30 周年之际，由远景 SUV 车主、吉利员工等组成的 30 对新人，在吉利总部举行神圣的集体婚礼。

经历了相识、相知、相恋，30 对新人由吉利开启他们

的幸福之旅，向对方许下一生的诺言。除打造隆重的婚礼仪式，我们还安排新人们游览西湖，参观 G20 峰会场馆，并为他们免费拍摄精美的游览婚纱照。而作为此次婚礼车队用车的吉利远景 SUV，自诞生之日起就一直延续着传递幸福的使命，如今更是满载着新人对家庭幸福的憧憬与承诺，成为名副其实的“幸福座驾”。



### 4. 让赛车运动成为一种生活方式

为了让更多的赛车爱好者亲身体验赛车运动的“速度与激情”，吉利旗下铭泰赛车倾力打造赛车运动生态链，掀起了一场涵盖从平民赛车到国际方程式比赛的速度浪潮。2016 年，铭泰赛车着力打造国际汽车联合会 F4 中国锦标赛、CFGP 中国方程式大奖赛、吉利帝豪杯市民汽车挑战赛等系列赛事，为中国车手及车迷奉献精彩纷呈的赛事盛宴。

“吉利帝豪杯市民挑战赛”针对热爱赛车文化的普通市民设计，使用吉利帝豪房车作为赛事用车，搭载吉利自主研发、享有“中国心”十佳发动机美誉的涡轮增压发动机，精心改装悬挂和刹车系统，配备 EPS 随速电动助力转向系统，与生俱来的运动能力带给驾乘者极致的赛道体验。通过连续三年的成功举办，我们在赛制上不断创新：5 月成都站，除传统专业组外，首次加入学员组，并引入“排位”赛制；7 月北京站，吸引来自全国各地一线的警界精英前来展现职业必备的高水准驾车技能；9 月上海站，举办首届“木兰精英赛”，为中国女子赛车爱好者提供竞技舞台；11 月珠海站，五国车手上演竞速巅峰对决，持续半年之久的赛事正

式收官，来自海内外的 1,292 名发烧友和普通市民试驾体验赛车。

除了市民挑战赛，还面向专业赛车手提供中国方程式大奖赛 (CFGP) 和国际汽车联合会 F4 中国锦标赛，以体验速度更快、更刺激的方程式赛事。F4 是国际汽车联合会力推的一项方程式赛车，旨在普及方程式赛事，为年轻车手搭建一条从卡丁车到 F4 再到 F3 最终升入 F1 的晋升之路。目前 CFGP 赛车搭载吉利 1.8L4G18 发动机，FIA F4 中国锦标赛赛车搭载吉利 2.0L (NL-1C 4G20) 自然吸气发动机，特别是吉利 4G20 发动机，是第二款通过国际汽车联合会认证的 F4 赛车发动机。在目前国际汽车联合会认证通过的 4 款发动机中，吉利发动机是唯一一款欧洲之外的品牌，并被国际汽车联合会向多国 F4 锦标赛推荐。

作为国内赛车运动的践行者，吉利的“动感精致、自信激昂”品牌内涵已经渗透到中国赛车界的各个角落。完整的赛车运动生态链条，更加成熟的赛制，不仅为爱好赛车文化的普通市民提供了展示的舞台，也能够帮助职业车手在赛车道路上走得更远。



# 尊重人、成就人、幸福人 >>>

## 责任聚焦

我们尊重每一位员工，保障员工薪酬福利和其他基本权利。通过营造安全的工作环境，持续完善培训发展体系，开展关爱活动和志愿服务，激发员工潜能，提升员工幸福感。

2016 年平均人数 **29,344** 人

2016 年吸纳应届毕业生 **1,581** 人

2016 年员工满意度结果为 **79%**，较 2015 年提升 **1.6%**

2016 年组织培训次数 **13,499** 次



## 平等机遇汇聚人才

随着经济全球化步伐的加快，跨文化的交流和合作日益频繁。我们致力于以“开放、尊重、包容”的态度，为每位员工创造和谐的工作环境。拒绝种族、国籍、宗教、残疾、性别、学历等方面的歧视。坚决反对童工，拒绝强迫劳动。

吉利今天所取得的点滴成绩，都凝聚了每位员工的智慧和力量。我们与员工签订《劳动合同》、《工资专项集体合同》、《女职工权益保护协议》等七项集体约定，保障员工的基本权益。同时，我们持续开展员工互助工作，2016 年，员工互助金资助 205 人，资助金额达 343,400 元。

2016 年，我们在部分生产基地试点优化蓝领工人薪酬体系，通过树立标杆、创新绩效考核等方式调动员工积极性和

主动性，不断提升自身技能和产品质量。通过市场调研和大数据分析，我们丰富了员工福利种类，增加疾病身故和补充医疗保险。并对福利发放方式进行新的尝试，构建了员工福利商城平台——吉淘淘。员工可通过节日祝福、在线培训、知识竞赛、无偿献血、奋斗者激励等方式获得的“吉点点”兑换自己期望的福利产品。

为持续推进人力资源各项政策的有效落实，我们派驻人力资源业务伙伴 (HRBP) 到各业务部门，针对其在人才发掘、能力培养等方面的特殊要求，提供整体解决方案。2016 年，HRBP 模式已深入集团总部、成熟基地和研发系统，以人力资源视角助力各业务部门成长。

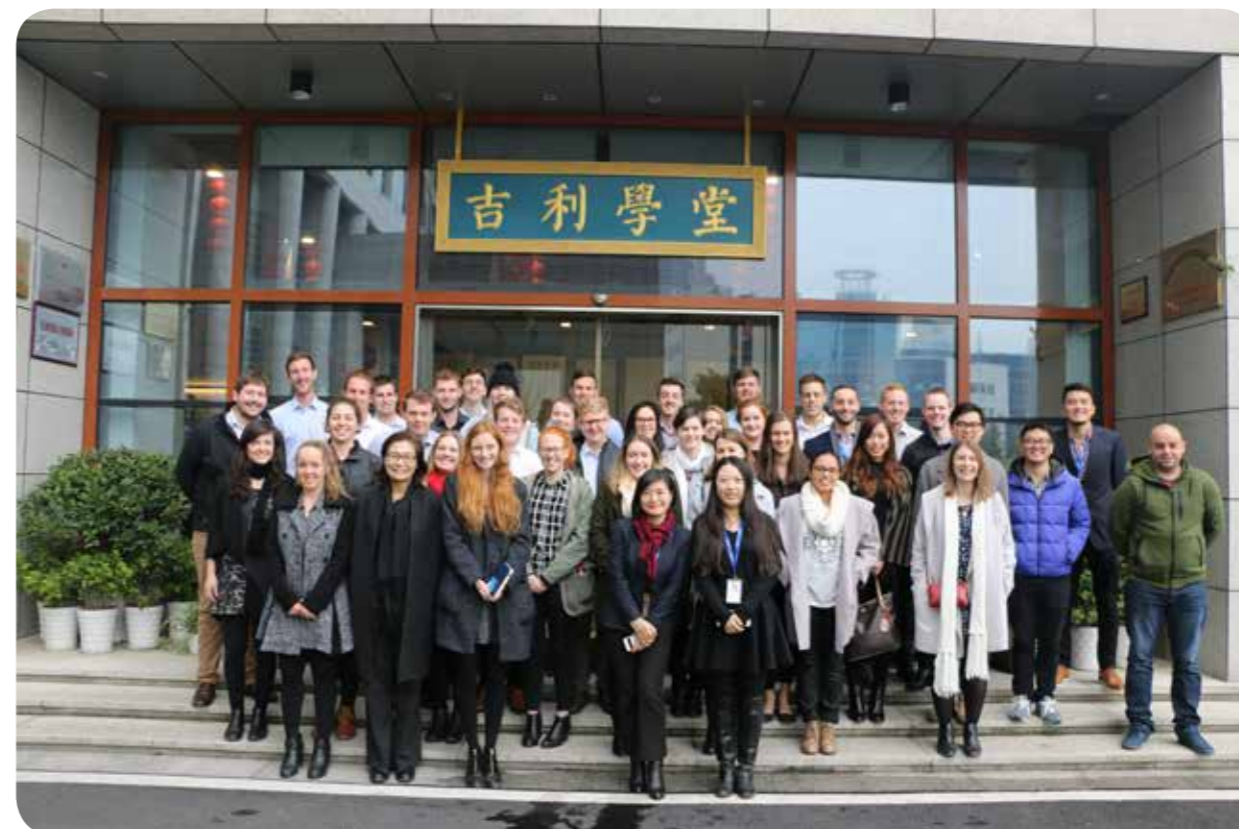
## 责任实践

### 与坎特伯雷大学的跨文化交流

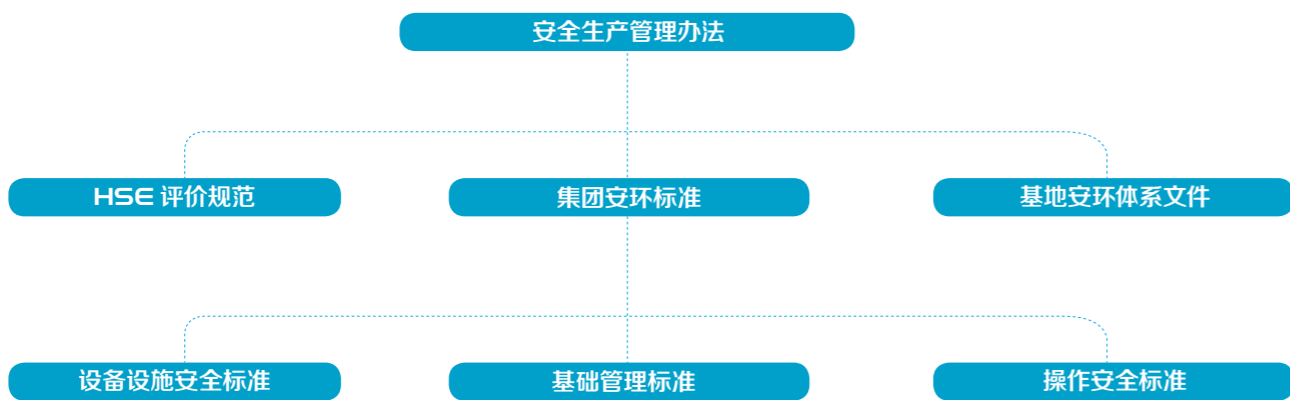
为了增进东西方文化的交流，吸引更多的海外人才加入吉利。2016 年 11 月 25 日，我们迎来新西兰坎特伯雷大学代表团的访问交流。

活动从参观吉利汽车体验馆开始，我们向远道而来的客人介绍了吉利的发展历程、企业文化以及在动力系统、安全

性能、新能源汽车和轻量化等方面的研究进展。坎特伯雷大学的学生代表也为我们分享了新西兰的文化以及汽车工业的发展情况。通过深入探讨，大家对东西方在文化、生活方式、汽车市场等方面的差异形成更为全面的认识。同时，我们也介绍了吉利针对国际学生的招聘和实习政策，希望更多的海外学子加入吉利，共同见证中国汽车工业的创变。



### 安全标准体系建设



### 健康安全精心呵护

我们秉承“安全第一、预防为主、综合治理”的工作方针，把“以人为本”的理念融入安全生产的各个环节。

#### 1. 安全生产管理

我们成立集团安委会、子公司安委会和子公司厂部安全领导小组的三级安委会。配备职业健康、安全和环保(HSE)专职员工约200人，并签订岗位目标责任书。健全安全生产管理办法和评价规范，确保HSE管理符合法律法规和吉利目标要求。

吉利汽车集团各子公司均建立GB/T 28001职业健康安全管理体系，并积极创建安全标准化一级企业。目前，北仑、湘潭和成都等六个基地通过了中国安全生产协会安全标准化一级企业认证，春晓、临海等新基地也根据实际投产情况逐步创建。我们通过系统管理和硬件提升持续改进职业健康安全绩效。

通过分析可能发生紧急情况类型、场所和严重程度，结合吉利应急能力和周边应急资源，我们建立了集团综合预案-专项预案-应急处置方案三级应急救援预案体系，并定期演练和更新。我们对三级预案层层管控，以减少突发情况对员工的伤害和周边环境的影响。

针对业务影响范围内的所有员工，我们全面开展职业健康安全和职业病防治培训，并经考试、评估合格后上岗。我们通过通风、除尘、降噪等硬件设施和劳保用品的使用减少员工接触职业病危害因素，为每位接触职业病危害岗位的员工建立个

人职业健康监护档案，确保员工健康权益的长期跟踪保护。

#### 2. 安全信息标准化

为进一步固化安全生产标准，实时监控危险作业，在线分析历史数据，并预测、预警可能产生的安全问题，2016年，我们突破性开展安全信息标准化建设项目。

我们的安全信息化系统分为职业健康、环境保护、决策辅助等7个模块，包含隐患排查治理、安全预测预警等法律标准规定的内容。能够实现集团及子公司的分级管控、审核以及对可能导致事故发生的征兆事前预警，以便企业有针对性的进行问题整改。

### 持续学习共同成长

吉利不仅仅是一个工厂，更像是一所学校。我们为全体员工提供多元化的培训发展机会，帮助员工最大限度发挥潜能。2016年，我们通过设立吉利学堂经营体来提升培训服务的质量和效率。已服务2000多期的培训及会议，服务人次超过5万人，总课时16万小时。

我们针对经营管理、营销、研发、质量等核心业务，制定了更为明确的培养目标和在线学习(E-learning)计划，搭建社群持续学习平台。各培训发展模块在实践中不断优化，加速培养吉利精品3.0时代的储备人才。同时，我们尝试构建一支具有分享精神的内部培训师队伍，在进行经验传递和交流的同时，寻找更广阔的提升空间。

### 吉利培训发展模块

领导力提升	GM 1000	管理培训生	大雁计划
<ul style="list-style-type: none"> <li>* 针对基层、中层和高层管理人员，分别设置启航、远航和领航三个项目，各基地也开展相应的V航项目</li> <li>* 2016年开展52期，培养管理人员1426，完成709个课题，450+人获得晋升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 吉利千名研究生培养计划。通过理论与一线实践结合的培养模式，以解决实际运营中的问题为目标</li> <li>* 2010-2016级共培养管理和技术人才125名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 通过2-3年时间，采用课程、轮岗、导师辅导等相结合的形式进行一线历练</li> <li>* 培养15-16届营销管培生63人，14-16届财务管培生38人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 针对校园招聘的人才设计的一系列培养计划</li> <li>* 2016届大雁1172名，目前在各基地产线历练中</li> </ul>

### 责任实践

#### 懂得分享才能进步

我是吕义聪，吉利汽车路桥基地的一名普通技术人员，担任浙江省人大代表、浙江团省委兼职副书记。得益于吉利多年的培养，我有幸荣获全国劳动模范、五一劳动奖章、中国青年五四奖章、全国技术能手、全国知识型职工标兵、全国优秀农民工、浙江省职工技能状元金锤奖等诸多奖项。以我的名字命名的“吕义聪技能工作室”也被评为2015年国家技能大师工作室。

在我看来，吉利战略转型要想取得成功，就必须抓技术、抓质量，而这些都离不开每一位一线员工的素质提升。为帮助我们的团队在工作中不断学习和进步，我还“名言正顺”地收了很多徒弟，制定了专业的培训计划，定期开

展汽车专业理论知识培训和技能训练课程，每一个人都可以登台分享自己的一技之长。伴我一起成长的十多名整车调试技能高手，很多都成了集团调试班组的“当家花旦”，有的更凭借技术优势转入集团的其他系统。

自己闷头做事是有一定弊端的，不容易发现自己身上的问题。只有把自己的经验进行分享，在分享的过程中，别人的经验可能会告诉你其实还有很大的提升空间。我给每位徒弟都下了一个“命令”，一定要在某一专项上超越师傅，跟师傅形成竞争或者对抗。这样一方面可以培养徒弟们独立思考的能力，另一方面也可以发现自己的不足，从而促进自己和团队的更大进步，大家每天的工作氛围都充满着正能量。



## 快乐工作快乐生活

2016年，我们设立员工忠诚奖，以勋章的形式给员工授予奖励，鼓励员工跟吉利一起成长，一起奋斗。我们从细微处体现对员工的关怀，不断实践“快乐人生，吉利相伴”的理念。

### 1. 信息共享平台

绩效考核、薪酬管理等人力资源日常管理工作的有效开展，很大程度上依赖于大数据支撑系统的准确性和及时性。2016年，我们持续推进HR Portal信息共享平台的建设，已全面整合员工基础信息、绩效考核、在线学习、资讯中心和福利商城等内容，并根据员工使用习惯开发适配的移动端版本。

我们希望通过信息共享平台，增进各业务部门和员工之间的交流，形成统一标准，提高工作效率。借助信息化手段，营造快乐工作氛围。

### 2. 贴心生活关怀

工作不是生活的全部，除为员工营造和谐的工作环境，我们也主动帮助员工解决生活中的问题。过渡公寓租用、母婴小屋、健康爬楼运动、便民理发周、家属开放日、爱心暑托班……吉利急员工所急，想员工所想，从衣食住行的方方面面为员工提供便利，使员工享受快乐工作的同时能够快乐生活。



## 责任实践

### 每一天都很快乐

我是和妍，2016年3月加入吉利，有幸能与CMA这一全新的事业部共同成长。虽然时间不长，但吉利总能给我近在咫尺的温暖。最打动我的地方就在于“快乐人生，吉利相伴”。

在吉利，即使是一名小员工也能感受到应享有的尊重。工作汇报中，领导会仔细倾听每个人的想法，提出改进的建议，还有一系列的培训和团建帮助我们快速适应吉利节奏，融入吉利大家庭。

同时，我也会参加一些志愿活动，比如G20翻译志愿者、精准扶贫项目等，用我自己小小的努力，让身边的人感受到满满的正能量。

我就像一个成长中的孩子，如果我喜欢跳舞，吉利就会让我尽情跳舞，如果我想加一点唱歌的内容，吉利也会给我很多鼓励和支持。将近一年的时间里，在吉利的每一天都很快乐，每天都有新的收获。



## 责任实践

### 在生产线上感受快乐工作

我是葛畅，负责总装厂生产管理方面的事物，主要包括质量管控、生产安全、成本控制等。因为属于生产制造部门，产品的品质管控与顾客的满意度直接挂钩，首先要确保一致性方面符合标准要求，其次还要满足产品体验的便利和乐趣。

总装相当于产品最后一道工序，直接对接4S店。影响产品的因素很多，如冲压、焊接、涂装过程以及零部件的品质，人员、设备的变化等。我们每年都会开展内审和管理评审，识别出影响产品稳定性的因素，并加以重点控制。

此外，为了降低一线员工的流失率，我们总装厂也采取了一系列的措施，比如集体生日、开展员工座谈会等。

主动帮助解决员工遇到的问题，提升员工满意度，感受到生产线上的快乐。







G20 2016 CHINA

## G20杭州峰会指定产品

G20 Hangzhou Summit Designated Products

### 浙江吉利控股集团有限公司

产品内容：沃尔沃S60L、帝豪GS、吉利博瑞、吉利博越、远景X6、帝豪V6

国际峰会杭州市筹备工作领导小组办公室  
G20 Summit Hangzhou Preparatory Office

二〇一六年九月  
September 2016

### 3.G20 峰会与吉利社区服务

作为全球最具影响力的政治经济论坛，杭州 G20 峰会汇聚全球目光，引领世界经济再出发。为支持 G20 峰会的顺利召开，吉利向组委会交付 330 辆吉利汽车作为峰会期间的接待、安保等领域的指定用车。同时，我们为这批指定用车成立了专门的技术服务小组，提供全天候的保障与支持。

我们招募了 200 多名员工志愿者，经过统一培训后，2016 年 9 月 3 日 -5 日，志愿者们活跃在峰会的会场周边及交通要道上，协助公安、交警部门开展车辆引导、人员疏

导、路人咨询、语言翻译（英、法、俄、韩等）、秩序维护等工作。吉利志愿者们任劳任怨地服务在各自的岗位上，24 小时待命，应对各种变化和突发事件。以专业、热情、细致的服务得到了 G20 峰会组委会、武警、民警及行人的一致认可。

在吉利爱的感召下，我们的员工通过一系列志愿服务，不断激发城市活力。2016 年，我们持续推进无偿献血、地铁服务等志愿活动。以杭州园区为例，员工志愿者人数已达 420 人，较 2015 年增长 213%，提供志愿服务 107 次，累计志愿服务时间 2,146 小时。



# 与伙伴合作共赢

## 责任聚焦

我们与供应商、经销商等价值链上的伙伴形成命运共同体，就如同高铁的各节车厢，各自拥有核心动力系统但又相互约束，唯有互相协调配合才能确保列车的全速前进。我们不断探索与合作伙伴的共赢模式，坚持自主创新，加强行业间交流，持续创造共享价值。

2016 年完成 **6** 期 **100** 余家供应商培训

2016 年合作经销商超过 **920** 家

2016 年开展销售促进活动 **3,582** 场

2016 年申请专利 **1,474** 件，授权专利 **1,254** 件，其中发明专利 **458** 件；发表

学术论文 **69** 篇；主导制定行业标准 **3** 项，参与制定行业标准 **6** 项



## 供应商筛选

供应商的质量对于吉利的发展起着至关重要的作用。无论是全球还是本土供应商，我们要求其不断提升设计研发阶段等方面的响应速度，并承诺持续改进零部件产品的质量。唯有这样才能保持在各自市场中的竞争优势，发挥 1+1 > 2 的聚合效应。

通过不断的创新和实践，我们逐渐摸索出一套具有吉利特色的供应商管理体系。2016 年，我们构建采购信息管理

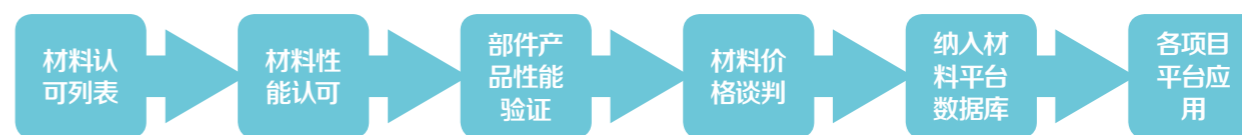
SRM<sup>9</sup> 系统，实现三级供应商准入认证机制和采购过程的全过程管理；与中欧汽车技术中心 (CEVT) 开展联合采购，以高度市场敏感性提升全球化采购能力；实施供应商现场审核，共同实现产品质量一致性管控；推进零部件平台化通用方案落实，实现 42 个平台化项目；完成 6 期 100 余家供应商培训，不断提升供应商产品设计、风险控制、质量检测等能力。

## 责任实践

### 非金属材料平台化建设

为控制零部件产品性能的稳定性，节省开发验证成本，我们搭建了非金属材料数据库。将非金属材料管理模式由供应商主导转变为由主机厂主导，计划实现集团 60% 以上非金属材料选自平台化材料数据库。

以内饰板材料为例，我们从市场筛选 3 款材料进行材料性能认可，之后进行零部件产品性能验证，性能验证合格后开展价格谈判并纳入材料平台数据库，以供各项目平台选用，从而实现同款材料的跨平台应用。



## 经销商管理

2016 年，吉利 3.0 时代产品集中上市，对我们的经销商而言是机遇同样也面临挑战。为加强与经销商之间的沟通与协作，我们制定了《吉利汽车经销商运营管理办法》，更精准的开展各项工作，确保集团 2020 年产销 200 万辆目标的实现。

### 1. 经销商网络优化

吉利产品进入 3.0 时代的同时，我们的渠道建设也同步提升至 3.0 标准。并从前期的三、四、五线市场为集中点，逐步提升一线市场的网点密度。2016 年，吉利汽车全国范围内合作经销商超过 920 家。同时，我们按照不同车型，创新性的开展 G 网（博越、帝豪 GL）、L 网（远景 SUV、帝豪 GS）分网销售，最大限度地提升经销商营销能力并发挥新品优势。

### 2. 电商渠道拓展

我们的电商平台已逐步形成“1+N”渠道模式——自建电商平台（蓝色商城）为主，第三方电商平台（天猫旗舰店 & 汽车之家旗舰店）为辅，实现多渠道客户服务及产品销售。截至 2016 年双十一，总访客超过 1,000 万，订单总量 8,705 个，其中帝豪系列订单达到 4,620 个。

### 3. 销售促进活动升级

为使客户更好地了解吉利产品，感受良好的驾乘体验，我们 2016 年开展了 3,582 场品鉴、团购、车展和优惠促销活动，实现订单 203,687 辆。

除北京、上海和广州等地的国内车展，我们也积极参加斯里兰卡、俄罗斯等地的国际车展。对产品进行一系列符合当地市场需求的修改，推动实现吉利汽车研发、制造、销售的全球化。

9 Supplier Relationship Management, 供应商关系管理。

## 责任实践

### 吉利帝豪 GL“实力体验营”用实力说话

如今中国 A 级车的市场竞争已进入白热化阶段。在琳琅满目的新车面前，消费者该何去何从？为了让潜在客户近距离深度体验产品质感，2016 年 10 月-12 月，我们在成都、济南、天津、杭州、兰州、昆明、长沙、南昌、石家庄、合肥、贵阳、青岛、郑州、厦门、广州和太原举办 16 场吉利帝豪 GL“实力体验营”。累计参与客户 2.725 人次，参与报道媒体 405 家，转化意向客户 2.320 人次，现场交车 636 台。

我们结合区域特色，精心设计每场活动方案。逐步形成以“产品讲解、实力体验、交车仪式”三大模块为核心，可推广的项目模式。借助与合资明星车型的静态盲测和动态体验，吉利帝豪 GL 在车内空气质量、怠速 NVH<sup>①</sup>、乘坐舒适性、材质及制造工艺、造型设计、操控性和安全性等方面可圈可点。吉利帝豪 GL 以实力为中国自主品牌汽车注入新的生机。

#### 产品讲解



针对人群：媒体 + 潜在客户  
主要内容：产品实力介绍  
\* 产品卖点讲解  
\* 实车静态（车模）展示

#### 实力体验



针对人群：媒体 + 潜在客户  
主要内容：竞品对比盲测试驾  
\* 试乘试驾科目及安全讲解  
\* 竞品对比盲测体验  
\* 场内动态试驾体验

#### 交车仪式



针对人群：已购车车主  
主要内容：帝豪 GL 交车仪式  
\* 专属的交车仪式  
\* 新车车主合影留念

### 4. 强化经销商培训

为全面提升经销商营销和服务能力，我们每年开展售前、售后等多样化的培训。2016 年，开展销售培训 165.319 课时，受训人数 16.685 人次；组织售后培训 173 班，受训人数 4.423 人次。

我们举办全国性销售精英技能大赛，参赛规模达 5.000 人，通过各项赛事提升销售技巧和能力。同时，我们持续开展新加盟经销商和主攻城市经销商的驻店辅导工作，不断提升吉利经销商满意度。

## 责任实践

### 邀请全球优秀服务商来华交流

2016 年 5 月，我们邀请来自俄罗斯、斯里兰卡、埃及、沙特等国家的优秀服务商前来吉利总部交流，分享成功经验。

这些服务商从 2015 年度吉利开展的服务管理与备件营销评价中脱颖而出，评价内容涉及客户满意度、业务维

度、配合程度等。本次交流主要包括制造基地走访、3.0 时代车型驾乘体验、北京国际车展参观、优秀国际服务商表彰等。我们希望通过此次交流让服务商们近距离感受吉利汽车的技术水平，多方位了解吉利管理要求，为全球客户提供更专业、更高质量的服务。



### 推动行业科学发展

吉利汽车集团始终坚持自主创新道路。2016 年，申请专利 1.747 个，授权专利 1.254 个，其中发明专利 458 个；发表学术论文 69 篇，其中 EI/SCI 6 篇，中文核心 12 篇；主导制定行业标准 3 项，其中 1 项已发布，参与制定行业标准 6 项，其中 2 项已发布。同时，我们非常重视技术交流与合作，以我们自己的步调，不断推动整个汽车行业的发展。

吉利拥有一个国家级工程技术中心和一个省级重点实验室，我们每年都会投入大量资金用于与高校和科研机构的项

目合作。我们设立浙江省汽车安全技术实验室开放基金，支持青年人才科学研究的同时，将优秀科研成果转化到产品开发中。基金设立至今，累计发放金额超过 200 万元，惠及 20 多名优秀青年教师。

2016 年，我们持续与湖南大学、北京交通大学、合肥工业大学、同济大学等高校开展合作。牵头申请“新能源汽车试点专项”国家课题，已与全国 15 家一流的科研机构及高校开展联合攻关，计划自筹资金 5.000 多万元，最终实现半自动驾驶汽车的批量示范运行。

## 责任实践

### 承办第十三届国际汽车交通安全学术会议

2016 年 11 月 25-26 日，吉利作为东道主，承办了第十三届国际汽车交通安全学术会议（简称 INFATS）。INFATS 会议创立于 2000 年，是中国知名度最高的国际性汽车交通安全技术会议之一，以推动国内国际的交通安全技术发展和普及作为宗旨。“安全第一”也正是吉利的核心价值和产品战略，我们希望通过本次大会，为推动中国社

会的道路交通安全发展贡献吉利的一份力量。

本届会议集合了国内外主要整车企业、零部件供应商、知名大学及科研院所代表，参会代表多达 300 余人。大会从道路交通安全及交通事故深度调查、车辆安全技术标准与法规、驾驶辅助及自动驾驶技术、车辆碰撞性、乘员保护及损伤生物力学、汽车安全测试技术六大主题，分组进行了深入探讨。



先进安全测试技术展示



冯擎峰副总裁作主题演讲



王正院士作学术报告

① 噪声、振动与声振粗糙度。

# 与环境融合发展

## 责任聚焦

穹顶之下，环境问题关系到每一个人的生活品质。公众对汽车品牌的认可逐步从外观、动力、安全等传统领域，延伸到汽车企业运营过程的节能减排和可持续发展。2016年，我们积极开展甲醇汽车战略布局，不断通过产品的生态设计、共享模式的推广以及产品生命周期排放控制，建设智能化、绿色化、标准化的工厂。

帝豪百万款材料再利用率 **95.3%**

截至2016年国内试点城市投入M100甲醇车 **1,008** 辆

包装材料循环利用率超过 **80%**



## 新能源车项目蓬勃发展

2016年是蓝色吉利行动开始的第一年，新能源车项目蓬勃发展，十余款新能源车型按计划开发中。我们全力打造模块化的纯电动车专用PMA平台，能够覆盖从A0级到B级轿车、SUV等车型。

帝豪EV作为我们新能源首款纯电动战略车型，2016年销量17181辆。在由中国汽车技术研究中心与国家体育总局、中国汽车摩托车运动联合会共同主办的国家级汽车赛事——2016中国量产车性能大赛（CCPC）中，经过克拉玛依、大丰、牙克石三站的比赛，帝豪EV纯电动经受住了极热、极速、极寒三重极限挑战，荣获续航及经济性能金奖。

CCPC中国量产车性能大赛是国内唯一由未改装量产车参赛，全面考验汽车性能、反应最真实汽车数据的国家级专业汽车赛事。2016年，吉利新能源首次征战CCPC，用实力为品质代言，为蓝色吉利行动打下了坚实的基础。

10月26日，吉利控股集团发布全新商用车品牌——远程汽车，旗下产品线覆盖新能源动力系统、纯电动及增程式卡车和客车，专注于城市物流配送、公交、环卫专用车等领域的运输解决方案。随着吉利首款纯电动轻卡远程E200和首款纯电动客车远程E12的首次亮相，标志着我们的新能源战略在商用车领域也迈出了坚实的第一步，也将为尚不成熟的中国商用车市场带来变革。



发展燃料甲醇和甲醇汽车是优化能源结构的战略选择。

—— 甲醇汽车试点专家组组长、原机械工业部部长 何光远

## 甲醇汽车厚积薄发

除电动车之外，我们也立足我国资源禀赋，着眼产业转型升级，积极探索将甲醇作为交通替代燃料，走绿色循环经济之路。这不仅可以帮助减轻国家能源安全问题，也符合国家供给侧结构性改革的要求。

作为我国首家进行甲醇汽车自主研发的企业，从2005年着手研发以来，我们参与两项国家863项目，形成专利近百项，开发4款甲醇动力和14款整车产品，是目前国内首家也是唯一一家获得国家工信部甲醇汽车产品公告的甲醇汽车制造企业。我们攻克冷启动、燃料供给及关键零部件耐高温、抗腐蚀等技术瓶颈，目前正在开发高压压缩比甲醇动力和探索

涡轮增压及缸内直喷甲醇动力，产品将更加高效环保。我们自主研发的甲醇汽车整车技术水平国际领先。

自2013年3月在山西晋中率先启动试运营以来，吉利甲醇汽车目前已经在山西、上海、陕西、贵州、甘肃五个省市10个试点区域投放车辆1,008辆，行驶总里程已超过2亿公里，单车最大行驶里程超过40万公里，运行平稳。其中晋中甲醇汽车试点项目已于2016年5月通过国家工信部、发改委和科技部的联合验收。从车辆检测报告、数据采集情况及运行整体情况看，吉利甲醇汽车在经济性、环保性、安全性、适用性、可靠性等方面的各项指标达到或优于国家标准。常规排放满足国V标准，甲醛排放远低于工信部标准，甚至

低于美国 LEV2 标准。同时,相比汽油车、CNG 车动力性更强,节能优势更加明显。

2015 年 7 月,我们对冰岛碳循环公司投资 4.550 万美金,用以探索清洁甲醇燃料合成生产技术,同时推广 M100 甲醇燃料汽车在中国、冰岛和世界其他地区的使用。冰岛碳循环公司于 2006 年成立,并迅速在可再生清洁能源和采集

二氧化碳合成清洁甲醇燃料技术领域成为世界领先的标杆性企业,该公司还运营着世界首家可再生清洁甲醇工厂。2016 年 2 月,首批 6 辆帝豪甲醇汽车在冰岛进行路面测试。碳循环国际公司利用冰岛的甲醇能源对帝豪甲醇车开展进一步试验,以便更好地评估甲醇汽车的科技含量。



## 吉利甲醇 创领先机

吉利甲醇汽车在中国 **5** 省市 **8** 个试点区域投入试点运行车辆

总数为 **1,008** 辆

行驶总里程已逾 **1.3** 亿公里,运行平稳

单车最大行驶里程超过 **30** 万公里

### 【吉利甲醇汽车第三方评价】

经过两年的试点,从车辆检测报告、数据采集情况及运行整体情况看,甲醇汽车一次加注甲醇燃料的续航里程超过 320 公里,整车平均百公里甲醇消耗 15.3 升,与汽油的替代比例低于 1.7:1,在经济性、环保性、安全性、适用性、可靠性方面符合《实施方案》要求,达到预期效果,试点车辆和各相关参与保障单位整体运行平稳正常。

——《山西省晋中市甲醇汽车试点工作验收意见》

与传统汽油车相比,甲醇出租车首先经济性好。以目前的燃料价格,同排量甲醇、CNG<sup>11</sup> 和汽油出租车的平均每公里能耗成本分别为 0.39 元、0.45 元和 0.7 元。按照出租车每天运行 500 公里估算,甲醇出租车司机比燃油出租车司机平均每月多收入 4,600 元。其次是绿色环保,甲醇燃烧热效率较同型号汽油发动机高 8-10%,PM2.5 排放比同排量传统汽油车低 80%。同时,吉利还建立了售前、售中、售后全流程服务保障工作,培育了完整的涉醇零部件配套服务保障体系。2015 年投放贵阳市场的 100 辆出租车在一年运营中没有出现任何质量纠纷,涉醇件的维修次数为零。

——贵阳甲醇出租车运营一周年大数据发布

有关车辆涉及甲醇燃料的部分,没有发现任何问题。总体来说,车辆表现优秀,悬架、驾驶感觉都非常棒。我们非常认真的记录了燃料消耗。市郊工况大约为百公里 12.3L,市郊和市区综合工况燃料消耗大体为百公里 13.6L。

——冰岛汽车协会

对车辆尾气排放进行了三次测试,所有结果都在法规限值内。同时也表明车辆处于一个良好的状态。

——冰岛专业测试和认证机构 Frumherji ehf.

### 循环经济变废为宝

吉利将绿色环保的理念融入汽车产品研发、制造、销售、使用、报废等的整个生命周期过程中。在研发阶段,所有汽车产品均须进行回收率的核算,并要求整车的可再利用率 and 可回收利用率分别高于 85% 和 95%,从而提升产品的资源利用率和环境效益。

为了保障产品使用和报废过程中顾客的人身健康,保护

自然环境,我们要求整车的所有供应商加入国际材料数据系统 (IMDS) 和中国汽车材料数据系统 (CAMDS),对零部件材料成分和有害物质进行申报。同时,我们实施严苛的抽查和审核制度,严格限制铅、镉、汞、六价铬、多溴联苯和多溴联苯醚、石棉纤维等禁用、限用物质的含量。通过对所有零部件材料化学物质的管控,全面呵护顾客的人身健康,实践绿色环保理念。

回收率	车型				
	帝豪百万款	远景 X6	博越	帝豪 GS	帝豪 GL
可再利用率 (%)	95.3	93.1	87.1	86.0	87.9
可回收利用率 (%)	97.8	97.1	97.2	95.9	95.7

备注:

- 1 欧盟 ELV (2000/53/EC) 法规要求 2015 年 1 月 1 日后,欧盟市场汽车的可回收利用率不低于 95%,可再利用率不低于 85%。
- 2 汽车产品回收利用技术政策要求 2017 年起,所有国产及进口汽车的可回收利用率要达到 95% 左右,其中材料的再利用率不低于 85%。

<sup>11</sup> Compressed Natural Gas, 压缩天然气



## 全新模式共享出行

伴随着人类出行方式的多样化，汽车共享商业模式应运而生。我们积极布局分时租赁、网约专车等业务，为道路出行提供更为便捷和专业的服务。

### 1. 叫曹操“曹操”到

在国内悄然兴起的网约车市场，吉利是“第一个吃螃蟹的整车品牌”。2015年11月25日，吉利首个互联网+出行服务平台——曹操专军在宁波公测。2016年1月1日正式在杭州滨江区上线。目前提供服务的车型主要为帝豪EV纯电动汽车，是业内首个建立新能源汽车出行服务标准的合规专车品牌。

曹操专车已在杭州、宁波、青岛、南京、成都、厦门上线，2017年3月份即将在天津和太原上线。曹操专车提供预约接送、文件收发、分时租赁、导游专车、多语言翻译等一站式出行服务。我们成立“曹操学院”，培训专业司机。通过日常运营采集出行大数据，指导汽车研发设计与生产，为用户提供安全、便捷、低碳、高品质的出行体验。

此外，作为曹操专车的一项特别服务功能，“曹操碳银行”能记录每一个客户使用曹操专车降低的二氧化碳排放量。用户可以把这部分减排量进行交易或兑换成商品。我们紧跟全国碳排放交易市场的建设步伐，倡导低碳环保的生活方式。

2016年在开通的杭州等四座城市，曹操专车累计出行8.632万公里，可绕地球2.153圈，累计接驾人数

3.812.716次，所有人手拉手可连接纽约和伦敦，用户累计碳减排相当于种植了116.399m<sup>2</sup>的森林。

### 2. “微公交”绿色出行

吉利的“微公交”全部采用纯电动汽车，为用户提供一种在运营区域内租车自驾的出行方式。使汽车回归交通工具本质，丰富和完善了城市公共交通体系。

自2013年9月开展试运营以来，“微公交”项目已延伸至上海、南京、武汉、成都、广州、长沙、昆明等20余座城市，投放车辆超过3万辆。除基本市民用车外，还拓展到微警务车、城管服务车、新闻媒体采访车等各个领域。

“微公交”作为一种汽车共享方式，能够代替4-6辆私家车，节约了宝贵的土地资源，缓解了停车位紧缺的状况，减少了能源消耗和资源浪费。



## 清洁生产绿色升级

吉利按照“建无害于环境的绿色工厂，造有益于人类的环保汽车”的环境方针，将节能减排的责任落实到生产运营的各个环节。

### 1. 工厂选址科学规划

吉利汽车集团所属各工厂选址均在规划的一般工业区域中，所有重大建设项目均按照要求获得环境影响评价批复。各工厂所在区域未靠近自然保护区、风景名胜区、水土流失重点防治区等特殊保护目标。

我们采用先进的环保工艺处理各工厂产生的污染物。建立污水处理站对废水进行物化、生化处理，采用吸收、焚烧等工艺处理废气，并严格按照国家法律法规要求对危险废弃物进行收集、处置。确保污染物的达标排放，不影响当地水源，保护生物多样性。

此外，我们积极开展“环境开放日”系列活动，组织周边居民和社会各界人士评估工厂的环境绩效。并借助吉利官网、微博和微信等媒介，实时披露环境信息，接受社会各界的监督。

### 2. 践行清洁生产

我们坚持技术升级和创新，不断降低生产环节资源的使用和废弃物的排放，逐步加强中水和余热等的回收利用。

### 3. 能源信息在线管理

为推动集团智能工厂、绿色工厂、标准化工厂的建设，2016年，我们积极推进能源管理体系的建设和认证，增加了降低温室气体排放的要求。我们在临海、成都等基地试点能源信息管理系统，初步实现能源管理工作的科学计量和在线管理。

2016年，我们也尝试开展了一系列节能项目。临海基地停车场3.79MW光伏发电和杭州湾基地5.7MW屋顶光伏发电项目正式并网发电，上网电量近千万度，预计减少碳排放近万吨。同时，逐步将厂区路灯替换为LED照明设备，相比

### 水性漆免中涂工艺

宝鸡基地创新性采用水性漆免中涂工艺，减少中涂喷涂和烘干打磨等工序，减少涂料用量和能耗的同时，降低VOC的排放量。

### 涂装VOC处理工艺

张家口基地涂装车间针对VOC含量较高的罩光漆废气，采用沸石转轮浓缩吸附和焚烧装置处理净化，有机废气去除率达到98%以上。杭州湾、春晓等基地也相继投入800万，探索“沸石转轮+热氧化VOC处理工艺”的应用。

### 低温磷化工艺

磷化是涂装工艺中重要的质量控制点，也是车身防腐的关键组成部分。北仑基地涂装车间对低温磷化工艺进行了技术改造，取消自来水降温工艺，磷化槽液更加稳定，降温用水量下降100%。同时，针对磷化废液和废水设置单独回用系统，有效降低水资源的使用和废水的排放。

同等照度的金卤灯可节能60%以上。

### 4. 降低物流过程环境影响

我们已将3.066多种零部件的包装材料由纸箱转变为可循环利用的塑料箱，2016年包装材料循环利用率超过80%。

集团叉车完成电动化改造项目，全面更换燃油叉车为电瓶叉车，并引入自动化配送设备。同时，在物料出入库环节应用互联网自动识别技术，并进行集货运输。运营成本降低10%-25%，供应商库存由5天降至3天，物流过程满意度全面提升。



# 与社会和谐共建

## 责任聚焦

吉利是充满社会情怀的企业，我们聚焦教育和扶贫领域，深耕公益慈善事业。邀请员工、经销商、客户及更多的社会资源共同参与，努力营造和谐发展氛围，将吉利的温暖传递给更多有需要的人。

截至 2016 年，高等教育事业投入 **57.59** 亿元<sup>12</sup>

2016 年吉利各高校的平均就业率 **96.94%**，用人单位对毕业生的满意度

**95.33%** 以上

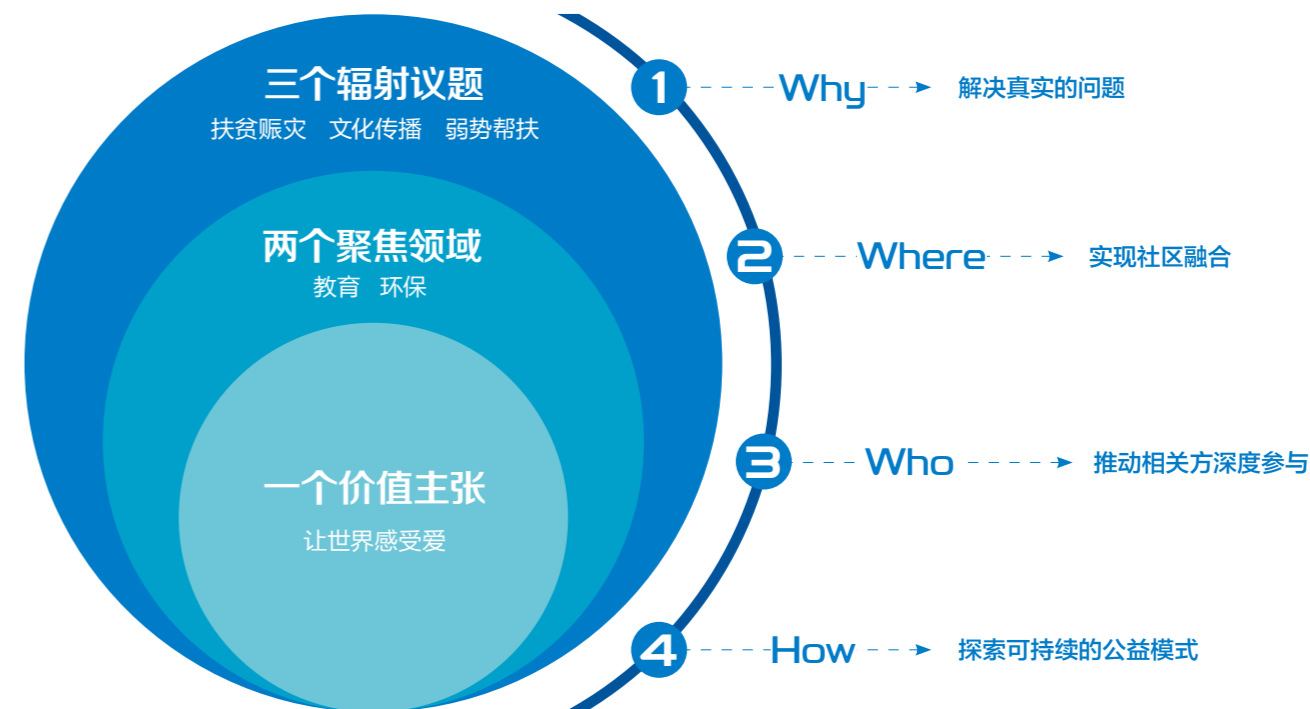
奖励里约奥运会中国国家游泳队帝豪 GS **12** 辆

连续 **4** 年助力韩红爱心慈善基金会百人援助公益行项目，捐赠 SUV 车型 **105** 辆，价

值 **1,300** 万元

## 吉利公益体系

我们以“让世界感受爱”为公益价值主张，将教育和环保作为公益聚焦领域，同时辐射文化传播、扶贫赈灾和弱势帮扶三个公益议题。以解决真实的社会问题、实现社区融合、推动相关方深度参与、探索可持续的公益模式为四大公益原则。



## 百年大计教育为先

吉利视教育为民族振兴和社会进步的基石。从 1997 年至今，我们投资 30 多亿建立北京吉利学院、三亚学院、湖南吉利汽车职业技术学院、三亚理工职业学院等高等院校，在校学生超过 4 万人，每年有近万名毕业生走上工作岗位。同时，受中国汽车工程学会委托，投资建立的浙江汽车工程学院，是中国首个专门培养汽车车辆工程硕士、博士的研究生院，已有近 60 名研究生毕业。

我们的教育事业紧跟地方经济和社会需求，不断调整和优化学科专业结构，逐步实现人才培养、科学研究、社会服务三个基本功能。2016 年，我们投入经费 447.4 万元，在研项目 120 个，并积极探索产学研的合作路径，培

养具有创新精神和实践精神的应用型人才。我们与美国常春藤高校、迈阿密大学、丹麦尼尔斯布鲁克哥本哈根商学院等十余所国际知名院校建立长期交流合作项目，学习全球先进的教育理念和教学技巧，培养具备国际化视野的专业技术人才。

经过多年的摸索实践，各高校逐步形成与自身发展相适应的人才培养模式。同时，我们多方协调政府、企业等优质资源，为莘莘学子创造广阔的实习机会和就业渠道。2016 年吉利各高校的平均就业率为 96.94%，据第三方评估机构的调查显示，用人单位对毕业生的满意度达 95.33% 以上。我们将在专业人才培养的道路上不断实践，为成为中国最受尊敬的民办大学不懈努力。

<sup>12</sup> 主要包括学校基本费用支出、固定资产以及在建设工程投入等。

## 责任实践



你们代表了创意和创业。

——国务院总理 李克强

### 三亚学院的创意和创业

三亚学院结合“创新、创业、创价值”的三创精神，与三亚市政府共同出资 5,000 万元，在学校建设建筑面积近 2 万平方米的大学生创业孵化基地，为学生创业项目提供更广阔的实践平台和专业指导。

截至 2016 年 6 月，三亚学院已有 1,400 余名毕业生开展自主创业。其中鹭溪文化创意工作坊项目结合三亚旅游文化产业市场需求，设计研发青花瓷器、黎尚服饰、原乡手工包、东崖柴烧陶艺品等创新创业产品。国务院总理李克强用“琳琅满目”四个字来赞叹作品的精美，并勉励师生们坚持走好科技创新的道路。

浙江吉利控股集团是我们理想的合作伙伴，不仅因为它是一家拥有卓越远见和强劲实力的国际化技术企业，更是因为吉利和我们一样对挑战和创新充满激情。浙江吉利控股集团在技术和资金上的支持激励我们能够全身心地投入到明年极限速度挑战计划，同时也意味着我们能将启发性信息带给更多人，这对于科学和工程教育以及英国文化交流都十分有益。

——寻血猎犬项目创始人 理查德·诺博先生 (Richard Noble)



### “寻血猎犬”展示科技的力量

“寻血猎犬”超音速车项目始于英国，25,000 所院校参与项目研制。激发英国小学生对科学的兴趣是项目的重要驱动因素，同时也期望激励从事科学、技术、工程和数学工作的年轻英国人做出更突出的业绩。项目在全球拥有广泛影响力，曾在欧洲、加拿大、南非、巴西、印度巡回展出，并受到 200 多个国家 50 亿观众的热切关注。

2016 年 9 月，吉利成为英国“寻血猎犬”超音速车项目的主要赞助商及官方汽车合作伙伴。在为期三年的合作中，我们将向该项目提供技术和资金支持，为其在南非开展的冲击世界陆上极限速度新纪录的各项活动提供高性能车辆，并根据需要提供设计和工程支持，助其目标的实现和在全球的推广。我们也希望能够通过该项目，向中国以及全世界的年轻人展示学习科学、技术、工程和数学所带来的巨大机遇。

此次与吉利的合作将助力我们向新的陆上极限速度记录发起挑战，拓展物理学和人类探索的边界。1,000 英里 / 小时 (相当于 1,600 公里 / 小时) 是陆地上所能达到的最快速度，无论是车还是飞机。

——英国皇家空军中校、英帝国官佐勋衔获得者 安迪·格林





### 里约奥运奖励计划

2016年里约奥运会，中国国家游泳队收获1金、2银、3铜，集体爆发洪荒之力。作为国家游泳队的战略合作伙伴，我们于2016年4月25日，在北京车展上发布“里约奥运奖励计划”，激励中国游泳健儿在里约奥运会上发扬拼搏、进取的竞技精神。

凡在里约奥运会上获得游泳单项或集体项目奖牌的国家游泳队员及其教练，均可获得吉利帝豪GS一辆。其中，冠、亚、季军将分别获得帝豪GS冠军版、帝豪GS臻尚版和帝豪

GS领尚版。本届奥运会，中国国家游泳队的5名运动员和6名教练员获得奖励，共赢得吉利帝豪GS 12辆。

除奖励计划外，我们还从赛事用车、医疗保障等多个方面为中国游泳队的训练和比赛提供服务。选择与国家游泳队结成战略合作关系，不仅因为国家游泳队的团结、拼搏精神，与吉利的品牌精神以及品牌内涵非常契合，国家游泳队在国际舞台上的表现，也与吉利汽车积极向上、勇于向国际一流阵营发起冲击的愿景相吻合。



感谢吉利和各爱心人士，正是有大家的关心，山区的孩子们才能感受到来自社会的温暖，他们的成长离不开大家的关心和公益爱心所付出的实际行动。

——天水曹王小学校长

### 公益行动关怀民生

我们相信，如果每个企业公民都付出一点爱，世界会变得更加美好。在传递温暖的道路上，吉利从未停止奔跑。

#### 1.HOPE·绿跑道放飞体育梦想

HOPE·绿跑道乡村少年体育梦想计划以关注乡村少年儿童身体素质的改善为出发点，动员吉利车主、经销商、志愿者、公益组织等共同参与，推动体育教育在贫困地区回归校园。2014-2015年，我们先后走进内蒙古、云南、山西、甘肃、浙江、陕西、贵州、宁夏、湖北以及广东省的10所小学，捐赠体育设施器材，并带去一周的专业体育支教课程和一场

HOPE运动会。

2016年，吉利HOPE·绿跑道再次启程。我们携手经销商和吉利车主，走进云南鲁甸鹤落小学和天水曹王小学，为每位学生捐赠一双运动鞋，以及必需的生活和学习用品。其中，部分运动鞋的费用来自2015年9月吉利在腾讯乐捐平台发起的“为爱担当，运动鞋在飞”公众筹款活动，实现捐款金额24.912.35元。孩子们为志愿者及车主们带上红领巾，亲手送上他们用树叶、鲜花制作的插画等小礼物，以表达他们内心的感激和爱。

吉利HOPE·绿跑道来到乡村小学，成为了孩子们最快乐和期待的日子，志愿者们不仅仅是为这里的孩子带来了崭新的学习用具和生活用品，同时也使他们看到了外面的世界，为孩子们带来了更大的动力和梦想。

——云南鲁甸鹤落小学教师



## 2. 助力韩红百人援甘

从2013年起,我们连续四年助力韩红爱心慈善基金会百人援助公益行项目,共捐赠105辆SUV车型,价值1,300万元。

2016年,我们再次为爱出征,报名39组家庭和144名爱心车手,捐赠30辆远景SUV作为甘肃地区医疗巡诊专用车。携手“韩红爱心百人援甘”公益行,承担扶危济困的重任。



## 3. 牵手“洪哥梦游记”

2016年4月11日,吉利博瑞携手中国教育家俞敏洪开启为期10天的真人秀活动“洪哥梦游记”,途经宜昌、荆州、襄阳、十堰、陕西安康、四川达州、南充、遂宁、眉山、雅安10座城市。作为活动的专属座驾,吉利博瑞一路陪伴2,000公里的梦想之旅。跟俞敏洪一起,带着网友一起深入感受这些城市的人文奇遇,与10城青年学子对话,寻找小城人物的大

梦想,关注各地的环境保护、乡村教育、留守儿童、大学生回乡创业等现实问题。

也正是基于和博瑞这十多天的亲密接触,让俞敏洪毫不犹豫地购买了博瑞行政版车型作为自己的座驾。未来,吉利将携手更多的车主,帮助他们实现梦想的同时,让全社会都感受到来自吉利的温暖。



人的一生都是在路上,通过在路上行走去学习新鲜事物,去寻找机遇,到达梦想中的某个目的地。  
——俞敏洪

# 数字绩效

说明: ESG 关键绩效指标索引的数据范围为吉利汽车控股有限公司 (香港联交所股份代号 175<sup>1</sup>)

ESG 关键绩效指标			
指标类别	单位	2015 年数据	2016 年数据
<b>A 环境<sup>2</sup></b>			
<b>层面 A1: 排放物</b>			
NOx 排放量 <sup>3</sup>	吨	40.25	44.85
SO <sub>2</sub> 排放量	吨	25.18	8.28
单位销量 NOx 排放量 <sup>4</sup>	g/台	78.91	58.56
单位销量 SO <sub>2</sub> 排放量	g/台	49.36	10.82
单位销量非甲烷总烃排放量	g/台	63.30	68.18
单位销量二甲苯排放量	g/台	17.04	10.36
废水排放量	吨	594,633.2	1,019,593.0
废水减少率 <sup>5</sup>	%	16.43	/
单位销量废水排放量	吨/台	1.18	1.33
重要泄漏物的重量 <sup>6</sup>	吨	0	0
单位销量危险废物处理量	kg/台	4.74	4.71
固废循环利用率	%	95.40	96.45
范围一温室气体排放量 <sup>7</sup>	tCO <sub>2</sub> e	N/A	75,971.95
范围二温室气体排放量 <sup>8</sup>	tCO <sub>2</sub> e	N/A	246,066.02
减少的温室气体排放量	tCO <sub>2</sub> e	N/A	12,822.31
<b>层面 A2: 资源使用</b>			
直接能源消耗量	吨标煤	16,960.64	43,531.42
间接能源消耗量	吨标煤	29,893.99	46,454.87
单位销量钢材消耗量	kg/台	280.31	322.94
单位销量油漆消耗量	kg/台	12.06	13.59
总用水量	吨	1,246,256	2,482,625
单位销量水资源消耗量	吨/台	2.44	3.24
能源节约率 <sup>9</sup>	%	47.06	/
水资源节约率 <sup>10</sup>	%	26.73	/
工业用水资源循环利用率	%	97.50	97.55
出口整车包装材料使用量	吨	N/A	3,033
发动机包装材料使用量	吨		1,529.5
变速器包装材料使用量	吨		25.5
单位销量出口整车包装材料使用量	吨/万辆		1,392.6
单位销量发动机包装材料使用量	吨/万辆		19.8
单位销量变速器包装材料使用量	吨/万辆		8.1
包装材料回收利用率	%		80.57

<b>B 社会</b>			
<b>雇佣及劳工准则</b>			
<b>层面 B1: 雇佣</b>			
员工总人数 <sup>11</sup>	人	18,682	28,055
退休员工人数	人	11	11
员工流失总数	人	3,261	4,368
<b>按性别划分的员工人数</b>			
女性	人	2,739	3,883
男性	人	15,943	24,172
<b>按雇佣类型划分的员工人数和比例</b>			
正式工	人 / %	15,026 (80.4)	21,574 (76.9)
实习生	人 / %	3,282 (17.6)	6,032 (21.5)
劳务派遣工	人 / %	48 (0.3)	45 (0.1)
储备人员	人 / %	320 (1.7)	393 (1.4)
退休返聘人员	人 / %	6 (0)	11 (0)
<b>按年龄阶段划分的员工人数和比例</b>			
30 岁以下	人 / %	12,184 (65.2)	19,891 (70.9)
31-50 岁	人 / %	6,173 (33.1)	7,771 (27.7)
50 岁以上	人 / %	325 (1.7)	393 (1.4)
<b>按性别划分的离职员工人数和比例</b>			
女性	人 / %	392 (12.0)	478 (11.0)
男性	人 / %	2,869 (88.0)	3,890 (89.0)
<b>按年龄阶段划分的离职员工人数和比例</b>			
30 岁以下	人 / %	2,532 (77.6)	3,141 (72.0)
31-50 岁	人 / %	685 (21.0)	1,186 (27.1)
50 岁以上	人 / %	44 (1.4)	41 (0.9)
<b>层面 B2: 健康与安全</b>			
安全事故数量	个	8	13
因工伤死亡人数	个	0	0
重伤事故率	‰	0.050	0.075
轻伤事故率	‰	0.350	0.415
职业病事故数量	个	0	1
职业病比例	‰	0	0.037
工伤率	‰	0.40	0.49
缺勤率	‰	0.006	0.045
因工伤损失工作天数	天	299	279
因安全事故造成的经济损失	万元	10.9	17.7
<b>层面 B3: 发展及培训</b>			
组织培训次数	次	7,301	10,799
组织培训的总小时数 <sup>12</sup>	小时	934,100	2,834,502
接受培训员工百分比	%	100	100

员工接受培训的平均小时数	小时/人	50	66
按雇员类别划分的接受培训员工百分比			
高级管理层	%	100	100
中级管理层	%	100	100
普通员工	%	100	100
按性别划分的员工接受培训的平均小时数			
女性	小时/人	49.5	65.6
男性	小时/人	50.08	66.1
按雇员类别划分的员工接受培训的平均小时数			
高级管理层	小时/人	54	68
中级管理层	小时/人	55	69
普通员工	小时/人	46	65.5
按员工类别划分的员工接受培训的平均小时数			
研究	小时/人	50	67
技术	小时/人	50	66
行政	小时/人	48	65
操作	小时/人	47	64.5
营运管理			
层面 B6: 产品责任			
因安全与健康原因回收的产品百分比 <sup>13</sup>	%	0	0

备注:

1 吉利汽车控股有限公司相关数据不包含海外子公司;  
2 环境数据主要采集自各生产基地, 其中临海基地于 2015 年迁建, 未正式生产, 因此 2015 年环境部分数据未包含临海基地。由于 2016 年新增生产基地, 导致部分消耗量和排放量数据较 2015 年有所增加;  
3 2015 年济南、路桥基地数据来自 2014 年监测报告, 济南、春晓基地按半年 150 天计算, 济南、成都基地按单班 8 小时计算; 针对 2016 年 SO<sub>2</sub>、NO<sub>x</sub>、非甲烷总烃以及二甲苯排放量数据, 路桥、济南公司按全年单班 8h 计算, 其他均按全年 1.5 班 12h 计算, 全年 300 天生产;  
4 吉利汽车控股有限公司的产销模式为“以销定产”, 故本报告以单位销量的数据表示相关的资源消耗和环境排放情况;  
5 根据单位销量废水排放量计算。由于 2016 年新增生产基地, 所以废水排放量较 2015 年有所增加;  
6 吉利汽车控股有限公司 2015-2016 年度主要制成品的生产和运输过程不存在油料、燃料以及危险化学品等的泄漏;

7 范围一温室气体排放量包括宁波、济南、成都、湘潭、晋中、宝鸡、路桥、临海等 10 个公司的焚烧炉、锅炉等耗能设备产生的直接排放量;  
8 范围二温室气体排放量包括宁波、济南、成都、湘潭、晋中、宝鸡、路桥、临海等 10 个公司的外购电力、蒸汽产生的间接排放量;  
9 根据单位销量能耗计算。由于 2016 年新增生产基地, 所以直接和间接能源的消耗量较 2015 年有所增加;  
10 根据单位销量水耗计算。由于 2016 年新增生产基地, 所以总用水量较 2015 年有所增加;  
11 2016 年吉利汽车控股有限公司(香港联交所股份代号 175)平均人数;  
12 组织培训的总小时数根据 A 类员工平均培训小时数 \*A 类员工数 +B 类员工平均小时数 \*B 类员工数 +C 类员工平均小时数 \*C 类员工数 +……;  
13 吉利汽车控股有限公司 2015-2016 年没有因安全与健康原因回收的产品。

说明: G4 关键绩效指标索引的数据范围为吉利汽车集团

G4 关键绩效指标 <sup>1</sup>				
指标	单位	年度数据		
		2014 年	2015 年	2016 年
造每个人的精品车				
质量指标				
千车故障率 (12MIS) <sup>2</sup>	‰	60	60	45
公开召回	次	0	1	3
IQS <sup>3</sup>	%	130	124	118
车友数据				
车友人数	人	153,622	330,173	519,371
年增长率	%	9.9	115.0	57.3
组织车友活动次数	次	36	40	58
活动参与人数	人	392,762	425,687	57,000
消费者满意度数据				
处理投诉总数	起	3,986	3,807	25,987
处理比例	%	100	100	100

新车型 VOC 控制

项目	VOC/ 单位: mg/m <sup>3</sup>							
	苯	甲苯	乙苯	二甲苯	苯乙烯	甲醛	乙醛	丙烯醛
国标限值	0.11	1.1	1.5	1.5	0.26	0.1	0.05	0.05
博瑞	0.017	0.183	0.087	0.137	0.009	0.054	0.037	ND
帝豪百万款	0.029	0.176	0.043	0.127	0.008	0.013	0.033	ND
远景 X6	0.009	0.056	0.014	0.056	0.005	0.03	0.03	ND
博越	0.01	0.053	0.009	0.026	0.003	0.04	0.04	ND
GS	0.011	0.242	0.030	0.104	0.011	0.027	0.043	ND
GL	0.012	0.668	0.031	0.055	0.012	0.074	0.044	ND

G4 关键绩效指标 <sup>1</sup>				
指标	单位	年度数据		
		2014 年	2015 年	2016 年
尊重人、成就人、幸福人				
员工总体情况				
员工总人数	人	18,900	19,745	29,344
退休员工人数	人	23	13	12
员工流失总数	人	4,428	4,357	5,268
新聘员工数量	人	4,364	6,809	11,429
残障人士员工雇佣人数	人	0	0	0
少数民族员工雇佣人数	人	465	522	591
最高治理机构人员数量	人	25	30	31
最高治理机构女性人员数量	人	4	4	4
最高治理机构少数民族人员数量	人	0	1	1
公司在当地招聘的高级管理人员数量	人	10	11	11
吸纳应届毕业生就业人数	人	309	643	1,581
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
劳动纠纷申诉数量	个	10	11	22
接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	%	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100
组织员工团队建设活动次数	次	206	211	211
组织员工团队建设活动总小时数	小时	1,058	1,066	1,069
参与活动员工百分比	%	71	73	76
按性别划分的员工人数				
女性	人	3,685	2,914	3,539
男性	人	15,215	16,831	25,805
按雇佣类型划分的员工人数和比例				
正式工	人 / %	N/A	18,097 (91.7)	22,418 (76.4)
实习生	人 / %	N/A	1,281 (6.5)	6,279 (21.4)

劳务	人 / %	N/A	19 (0.1)	29 (0.1)
退休返聘	人 / %	N/A	5 (0)	11 (0)
储备	人 / %	N/A	343 (1.7)	607 (2.1)
按年龄阶段划分的员工人数和比例				
30 以下	人 / %	N/A	11,452 (58.0)	20,100 (68.5)
31-50	人 / %	N/A	7,898 (40.0)	8,804 (30.0)
50 以上	人 / %	N/A	395 (2.0)	440 (1.5)
按年龄阶段划分的新聘员工人数和比例				
30 以下	人 / %	N/A	4,122 (60.5)	8,533 (74.6)
31-50	人 / %	N/A	2,639 (38.8)	2,827 (24.7)
50 以上	人 / %	N/A	48 (0.7)	60 (0.7)
按年龄阶段划分的离职员工人数和比例				
30 以下	人 / %	N/A	2,784 (63.9)	3,434 (65.2)
31-50	人 / %	N/A	1,502 (34.5)	1,775 (33.7)
50 以上	人 / %	N/A	71 (1.6)	59 (1.1)
按性别划分的离职员工人数和比例				
女性	人 / %	N/A	603 (13.8)	627 (11.9)
男性	人 / %	N/A	3,754 (86.2)	4,641 (88.1)
员工健康与安全				
安全事故数量	个	5	8	14
因工伤死亡人数	个	0	0	0
重伤事故率	‰	0	0.10	0.11
轻伤事故率	‰	0.25	0.35	0.40
职业病事故数量	个	0	0	0
职业病比例	‰	0	0	0
工伤率	‰	0.25	0.40	0.51
缺勤率	‰	0.001	0.006	0.056
因工伤损失工作天数	天	53	299	415
因安全事故造成的经济损失	万元	2.7	10.9	32.8
员工培训发展情况				
组织培训次数	次	4,018	7,802	13,499

组织培训的总小时数	小时	690,118.00	1,009,273.15	4,063,108
接受培训员工百分比	%	100	100	100
按雇员类型划分的接受培训员工百分比				
高级管理层	%	N/A	100	100
中级管理层	%	N/A	100	100
普通员工	%	N/A	100	100
按性别划分的员工接受培训的平均小时数				
女性	小时/人	N/A	51.3	65.5
男性	小时/人	N/A	50.1	62.0
按雇员类别划分的员工接受培训的平均小时数				
高级管理层	小时/人	N/A	56.8	55.7
中级管理层	小时/人	N/A	57.1	60.2
普通员工	小时/人	N/A	48.6	52.5
按员工类别划分的员工接受培训的平均小时数				
研究	小时/人	N/A	50.0	61.0
技术	小时/人	N/A	50.0	57.0
行政	小时/人	N/A	55.3	62.0
操作	小时/人	N/A	47.2	50.0
与伙伴合作共赢				
4S店数量	个	589	532	637
经销商数量	个	751	686	920+
经销商数量增长率	%	-21	-9	10
组织经销商活动次数	次	6	6	331
参与活动的经销商比例	%	100	100	100
经销商活动执行率	%	N/A	N/A	95
与环境融合发展 <sup>4</sup>				
节能技改及环保设施投入	万元	6,000	12,900	9,500
新建、扩建项目的“环境影响评价”和“三同时”的执行完成率	%	100	100	100
主要污染物达标排放率 <sup>5</sup>	%	100	100	100
固体废弃物达标排放率	%	100	100	100
固废无害化处理率	%	100	100	100

环境事故和环境问题投诉率	%	0	0	0
环保设施配备率及正常运转率	%	100	100	100
企业建成区绿化覆盖率	%	19.6	20.0	20.0
违反环境法律法规被处重大罚款的金额	万元	0	0	0
违反环境法律法规受非经济处罚的次数	次	0	0	0
NOx排放量	吨	3.90	40.25	44.85
SO <sub>2</sub> 排放量	吨	4.35	25.18	8.28
废水排放量	吨	567,175.7	594,633.2	1,019,593.0
重要泄漏物的重量 <sup>6</sup>	吨	0	0	0
固废循环利用率	%	95.00	95.40	96.45
整车和动力总成资源能源消耗量				
直接能源消耗量	吨标煤	20,522.78	16,960.64	43,531.42
间接能源消耗量	吨标煤	48,527.92	29,893.99	46,454.87
总用水量	吨	1,514,120	1,246,256	2,482,625
工业用水资源循环利用率	%	96.30	97.50	97.55
与社会和谐共建				
教育产业数据 <sup>7</sup>				
教育事业投入总额	万元	63,094.83	37,698.81	57,594.05
招收学生数	人	8,609	8,449	8,664
毕业生人数	人	7,810	8,469	8,253
就业率 <sup>8</sup>	%	97.35%	92.12%	96.94%
科研项目数量	个	105	101	120
科研经费投入总额	万元	429.78	509.81	447.40

**备注:**

1 由于 ESG 指标数据统计范围为吉利汽车控股有限公司, G4 指标数据统计范围为吉利汽车集团, 因此同一指标的数值不同;  
 2 12MIS= 前推 12 月生产并销售的车辆发生的维修 / 前推 12 个月生产并销售的车辆数 \*1,000;  
 3 IQS 计算公式: 抱怨数 / 车辆数 \*100;  
 4 与环境融合发展 2015-2016 年的总量数据吉利汽车集团和浙江吉利控股集团数据相同, 原因在于目前统计范围覆盖各生产制造基地这一主要排污单位, 对零部件、销售、研发、行政等单位暂未进行环保数据统计。各基地的能源、资源消耗数据指制造公司, 基地的污染物排放量数据如废水、二甲苯、重要泄漏物排放量等包含基地范围内制造公司和动力总成;

5 主要污染物包括 NOx, SOx, POP (持久性有机物), VOC (挥发性有机物), HAP (有害气体污染物), PM (可吸入颗粒物), 工业废水量, COD (化学需氧量), SS (悬浮物), 氨氮, pH 等的总量和强度;  
 6 吉利汽车集团 2014-2016 年度主要制成品的生产和运输过程不存在油料、燃料以及危险化学品等的泄漏;  
 7 仅包括北京吉利学院、湖南吉利汽车职业技术学院、三亚学院和三亚理工职业学院, 不包含浙江汽车工程学院;  
 8 北京吉利学院、湖南吉利汽车职业技术学院、三亚学院和三亚理工职业学院就业率的平均值。

# 未来展望 >>>



2016年末,谷歌阿尔法狗(AlphaGo)升级版和各路围棋高手展开对决,以60场不败的战绩再次把公众视线聚焦在人工智能。在经历质疑、争论、启蒙、跟风、试错等一系列沉淀之后,“车联网”、“人工智能”和“自动驾驶”这些关键词必将引领汽车行业的变革,重新构建人、车和社会的关系。

未来的汽车是有智慧和灵魂的,它从人的需求出发,赋予更多驾乘乐趣。当然,万变不离其宗,无论汽车智能化如何发展,安全依然是第一大核心元素。我们将围绕“安全识别圈”

理念,不断拓展主动安全范围,探究网络信息安全,智能监控驾驶员的状态,同时给予车外行人更多的关注,让车辆成为安全出行的智能保镖,实现“零伤亡”的终极目标。

从上世纪90年代末期开始,能源供应和环境污染的双重压力,迫使主要国家和地区陆续制定更加严苛的节能、环保法律法规,促进汽车厂商生产更加节能环保的车辆。我们以“儿童级内饰”、“森林级空气质量”的要求严格控制车内材料的使用,加强回收利用。不断探索新能源动力系统,开

展轻量化研究,逐步实现汽车零排放。同时,我们致力于通过“微公交”、“曹操专车”等全新的出行模式,推动共享经济的发展。

汽车发明130年之后,正步入与移动互联网融合的大时代。未来的汽车不再是一个个“信息孤岛”,将通过云服务和大数据交换,实现车与人、车与车、车与移动终端、车与基础设施的智能连接,新的商业模式应运而生。随着无人驾驶的逐步实现,人类将在汽车中彻底解放,让汽车超越简单交通工

具的范畴,成为智能生活伙伴。

尽管汽车产业生态不断重塑,解决能源、环境、安全、拥堵等重大汽车社会问题的根本需求没有改变。吉利将以更安全、更节能、更环保、更智能的产品,配合更系统、更新颖、更灵活、更高效的商业模式,不断激发新的生产力,重新定位“中国制造”。

# 荣誉及社会评价

## 荣誉

- 1 世界 500 强, 中国企业 500 强
- 2 中国汽车服务金扳手奖
- 3 第五届“浙江慈善奖”机构捐赠奖
- 4 首届中国扶贫论坛“中国扶贫·企业贡献奖”
- 5 全国民营企业文化建设三十佳企业
- 6 智联 2016 中国年度最佳雇主
- 7 2016 全国第四届模具工职业技能竞赛“团体竞赛优秀奖”
- 8 全国第四届汽车装调工职业技能总决赛“团体竞赛优胜奖”
- 9 网易汽车 2016 “年度中国汽车品牌”
- 10 新华社新媒体中心 2016 “年度市场成就奖”
- 11 人民日报社、中国经济周刊“2016 中国创新榜样”
- 12 直喷增压 1.8TD 二代发动机荣获“中国心”2016 年度十佳发动机
- 13 吉利博越荣获“年度最佳操控型 SUV”、“2016 年度安全车(中大型 SUV 级别)”、“年度最受欢迎新车”、“2016 TTA 年度自主车型”等奖项
- 14 吉利博瑞荣获“2016 轩辕奖”、“年度中级车”等奖项
- 15 吉利新帝豪 2017 百万款 1.3T 手动向上版荣获 C-ECAP 白金牌
- 16 吉利帝豪 EV 荣获“2016 中国量产车性能大赛(CCPC) 续航及经济性能金奖”、“2016 年度绿色纯电动轿车”、“2016 年度新能源汽车动力系统金奖”等奖项
- 17 浙江吉利控股集团董事长李书福荣获“第十届人民企业社会责任奖十年致敬人物”、“欧洲汽车新闻亚洲年度最佳高管”称号
- 18 吉利“基于 SAP 的整车研发产品验证管理项目”获得 CSUA 金龙傲天奖

## 评价

吉利汽车的外形设计越来越大气了, 特别是博瑞, “中国最美车”的称谓当之无愧! 吉利能够在困难重重的环境下取得迅速发展, 实属不易, 而这背后正是以李书福董事长为首的全体吉利人践行六面大旗精神的结果, 吉利精神值得肯定。

——国务院参事 刘桓

吉利用了 10 年时间潜心研发甲醇汽车, 其技术已经达到了国际领先水平。同时帮助解决能源安全问题, 改善环境。

——国家工信部甲醇汽车试点专家组组长、原国家机械工业部部长 何光远

吉利自主研发的整车、发动机性能很高, 也正是因为掌握了汽车核心零部件的研发和生产, 吉利汽车才能取得今天的成就, 吉利人坚持走自主创新之路是非常正确的。

——青海省省委书记 王国生

吉利汽车产品对中国汽车产业发展具有里程碑的意义, 极大地促进了中国汽车品牌进入高端领域。在市场上也有不俗的表现, 月销超过 5000 辆, 是第一款进入该销量级别的自主品牌 B 级车。

——轩辕奖评审团评委

在梦想之旅 2,000 公里的途中, 我亲身试驾了吉利博瑞。不论从设计、动力驾驶、高级感以及安全性层面上, 博瑞的表现都让我感到意外和惊喜。在我看来, 博瑞已充分具备挑战同级别合资车型的硬实力, 甚至在很多方面都有胜出, 如造型设计、主动安全配备方面更是问鼎豪华车水准。

——新东方创始人 俞敏洪

我是帝豪 EV 的车主, 经过几个月的驾乘体验, 对帝豪 EV 的舒适性、续航里程、充电的便捷性等方面都满意, 身边很多亲友在自己的推荐下, 也成为了帝豪 EV 的车主。

——国网电动汽车公司总经理 彭建国



吉利 30 精品车在安全性能、外观设计以及产品硬件等方面保障了吉利的良好品质和值得信赖的口碑。同时,吉利自驾游和公益活动带给我很多感受,这些活动对于品牌的影响力提升有较大的帮助。

——汽车之家帝豪版主 孙启炳

对于吉利汽车来说,博越是一款意义非凡的战略车型,也是我们经销商团队的核心销售车型之一。每天来店里看博越的人越来越多,甚至很多人是来直接订车的。博越用出色的产品力吸引消费者,我们也会用出色的服务来回馈消费者对我们的信任。

——杭州远景 4S 店总经理 方文海

非常感谢吉利给我这次体验赛车的机会,我是吉利汽车的忠实粉丝,也是两台吉利车的车主。从帝豪到博越,我深深地感受到吉利汽车卓越的品质和帅气的外观,我对购买的这两辆车非常满意,下次换车,我还选吉利。

——汽车挑战赛市民 李鹏举

从小我就有“赛车梦”,今天帝豪赛车带着我在赛场尽情驰骋,难以忘记这次痛快的体验。此外,吉利帝豪赛车体验营还让我在体验过程中,加强了对行车安全意识和驾驶技能的提升。

——“木兰精英赛”冠军 曹家斌

帝豪赛车给我的感觉就像是身体的一部分,动力强、指向准、底盘稳,指哪打哪。能夺得冠军我非常高兴,平时的警务工作要求我们必须有较高的驾车水平,有一辆出色的车非常的重要。

——第四届警察汽车争霸赛冠军 杨宝权

# ESG&GRI 索引

ESG 索引			对应章节	对应页码	
	不遵守就解释	建议披露			
层面 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: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律法规的资料。 注: 废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。温室气体包括二氧化碳甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。有害废弃物指国家规定界定的部分。		与环境融合发展	51-56	
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。			
	关键绩效指标 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)。		数字绩效	65
	关键绩效指标 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)。			
	关键绩效指标 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)。			
	关键绩效指标 A1.5	描述降低排放量的措施及所得成果。		与环境融合发展	56
层面 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。		与环境融合发展	52-56	
	关键绩效指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油)总耗量(以千千瓦时计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	数字绩效	65	
	关键绩效指标 A2.2	总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。			
	关键绩效指标 A2.3	描述能源使用效率提升计划及取得的成果。		52-56	
	关键绩效指标 A2.4	描述水资源获取和使用过程存在的问题,提升用水效率的计划及所取得的成果。	与环境融合发展	56	
关键绩效指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及(如适用)每生产单位用量。	数字绩效	65		
层面 A3: 环境及自然资源	一般披露 降低机构对环境及自然资源造成重大影响的政策。			56	
	关键绩效指标 A3.1	描述业务活动对环境及自然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	与环境融合发展		

层面 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: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。			尊重人、成就人、幸福人	40
		关键绩效指标 B1.1 按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。		数字绩效	66
		关键绩效指标 B1.2 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。			
层面 B2: 健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。			尊重人、成就人、幸福人	41
		关键绩效指标 B2.1 因工作关系而死亡的人数及比率。		数字绩效	66
		关键绩效指标 B2.2 因工伤损失工作日数。			
		关键绩效指标 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。		尊重人、成就人、幸福人	41
B3: 发展及培训	一般披露 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。			尊重人、成就人、幸福人	41-42
		关键绩效指标 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。		数字绩效	66-67
		关键绩效指标 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。			
B4: 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。	关键绩效指标 B4.1 描述避免童工及强制劳动的招聘措施和政策。		尊重人、成就人、幸福人	40
		关键绩效指标 B4.2 描述消除已发现的违规情况所采取的措施。			
层面 B5: 供应链管理	一般披露 供应链管理的环境及社会风险政策。			与伙伴合作共赢	47-48
		关键绩效指标 B5.1 按地区划分的供货商数目。			
		关键绩效指标 B5.2 描述有关供货商筛选和管理的措施, 执行相关规定的供应商数量、以及供应链管理执行及监察方法。		N/A	N/A

层面 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、标签及隐私事宜以及补救方法的: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。				造每个人的精品车	28-29 33-35
		关键绩效指标 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。		数字绩效		67
		关键绩效指标 B6.2 产品及服务的投诉数目以及应对方法。			造每个人的精品车	35
		关键绩效指标 B6.3 描述保障知识产权有关的管理措施。			与伙伴合作共赢	50
		关键绩效指标 B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。			造每个人的精品车	32-34
		关键绩效指标 B6.5 描述消费者数据保障及隐私政策, 以及相关执行及监察方法。			造每个人的精品车	35
层面 B7: 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的: (a) 政策, 及; (b) 遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。	关键绩效指标 B7.1 汇报期内对机构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。			责任经营	21
		关键绩效指标 B7.2 描述防范措施及举报程序, 以及相关执行及监察方法。				
层面 B8: 社会投资	一般披露 有关机构社区参与及业务活动保障社区利益的政策。				与社会和谐共建	57-64
		关键绩效指标 B8.1 社区投资领域 (如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。		N/A		N/A
		关键绩效指标 B8.2 社区投资所动用资源 (如金钱或时间)。				

# GRI 索引

说明：披露一栏中，●表示完全披露 ○表示部分披露 ◯表示没有披露 N/A 表示不适用

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-1	机构最高决策者致辞	03-04	30 年峥嵘岁月	●
G4-2	描述主要影响、风险及机遇	05-06 19-21	开放互联, 全新品牌惊艳问世 责任经营	●
G4-3	报告组织名称	01-02	关于本报告	●
G4-4	主要品牌、产品和服务	12	吉利概况	●
G4-5	报告组织总部所在地	12	吉利概况	●
G4-6	报告组织经营地所在国家的数量和名称包括组织在当地具有重要经营行为的, 以及与报告中可持续发展议题有特殊联系的国家	12-14	吉利概况	●
G4-7	报告组织所有制和法律形式	12	吉利概况	●
G4-8	报告组织服务的市场	12-14	吉利概况	●
G4-9	报告组织规模	12	吉利概况	●
G4-10	雇佣员工总人数与比例	69-70	数字绩效	●
G4-11	集体谈判协议涵盖的员工总数百分比			N/A
G4-12	描述组织的供应链	48	与伙伴合作共赢	●
G4-13	报告期内, 机构规模、架构、所有权或供应链的重要变化	12 48	吉利概况 与伙伴合作共赢	●
G4-14	报告组织是否设立预防措施或原则, 并如何实现处理	21 34 41	责任经营 造每个人的精品车 尊重人、成就人、幸福人	●
G4-15	组织参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	02	关于本报告	●
G4-16	组织加入的协会(如行业协会)和国家或国际性倡议机构	50	与伙伴合作共赢	●
G4-17	1) 列举包括组织合并报表或其他相关文件中的所有实体; 2) 报告任何出现在组织合并报表或其他相关文件中, 而报告没有覆盖的实体	02 68	关于本报告 数字绩效	●
G4-18	说明界定报告内容和方面边界的过程	24-25	责任经营	●
G4-19	列举定义报告内容过程中确定的所有实质性指标方面	25	责任经营	●
G4-20	对于每个实质性方面, 说明组织内部指标方面边界	25	责任经营	●

G4-21	对于每个实质性方面, 说明组织外部方面边界	25	责任经营	●
G4-22	报告任何对以前报告中信息进行重申的作用, 以及重申的理由			N/A
G4-23	报告与之前报告期间在范围和指标方面边界的重大变化			N/A
G4-24	组织的利益相关方列表	26	责任经营	●
G4-25	就所选定的利益相关方, 说明识别和选择的根据	26	责任经营	●
G4-26	利益相关方参与的方式	26	责任经营	●
G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键议题和关注, 以及组织回应的方式	26	责任经营	●
G4-28	所提供信息的报告期	02	关于本报告	●
G4-29	最近一期报告的日期	02	关于本报告	●
G4-30	报告周期	02	关于本报告	●
G4-31	提供联系方式以便对报告和内容进行询问	87	读者反馈表	●
G4-32	说明组织选择的“符合”方案, 针对所选方案的 GRI 内容索引, 如有, 引述外部鉴证报告			N/A
G4-33	组织为报告寻求外部鉴证的政策和目前的做法			N/A
G4-34	组织的治理架构	20	责任经营	●
G4-35	说明从最高治理机构授权高级管理人员和其他员工管理经济、环境和社会议题的过程	24-25	责任经营	●
G4-36	组织是否任命了行政层级的高管负责经济、环境和社会议题	24	责任经营	●
G4-37	利益相关方和最高治理机构就经济、环境和社会议题磋商的过程	24-25	责任经营	●
G4-38	按分类说明最高治理机构及其委员会的组成	24	责任经营	●
G4-39	最高治理机构的主席是否兼任行政职位			○
G4-40	最高治理机构及其委员会的提名和甄选过程			○
G4-41	最高治理机构确保避免和控制利益冲突的程序, 是否向利益相关方披露利益冲突	26	责任经营	●
G4-42	在制定、批准、更新与经济、环境、社会影响有关的宗旨、价值观或使命、战略、政策与目标方面, 最高治理机构和高级管理人员的角色			○
G4-43	为加强最高治理机构对于经济、环境和社会主题的集体认识而采取的措施			○
G4-44	评估最高治理机构管理经济、环境和社会议题绩效的流程, 以及评估的应对措施			○
G4-45	在识别和管理经济、环境和社会的影响、风险和机遇方面, 最高治理机构的角色, 以及是否使用利益相关方咨询	24-26	责任经营	●
G4-46	在评估有关经济、环境和社会议题的风险管理流程的效果方面, 最高治理机构的角色			○

G4-47	最高治理机构评估经济、环境和社会的影响、风险和机遇的频率			○
G4-48	正式审阅和批准机构可持续发展报告并确保已涵盖所有实质性方面的最高委员会或职位	24	责任经营	●
G4-49	说明与最高治理机构沟通重要关切问题的流程	24-25	责任经营	●
G4-50	说明向最高治理机构沟通的重要关切问题的性质和总数, 以及采取的处理和解决机制	24-25	责任经营	●
G4-51	按类型说明最高治理机构和高级管理人员的薪酬政策			○
G4-52	说明决定薪酬的过程。说明是否有薪酬顾问参与薪酬的决定, 他们是否独立于管理层			○
G4-53	说明如何征询并考虑利益相关方对于薪酬的意见	40 43	尊重人、成就人、幸福人	●
G4-54	在组织具有重要业务运营的每个国家, 薪酬最高个人的年度总收入与机构在该国其他所有员工平均年度总收入的比率			○
G4-55	在组织具有重要业务运营的每个国家, 薪酬最高个人的年度总收入增幅与机构在该国其他所有员工平均年度总收入增幅的比率			○
G4-56	说明组织的价值观、原则、标准和行为规范	15-16 22-23	吉利概况 责任经营	●
G4-57	寻求道德与合法行为建议的内外部机制, 以及与机构诚信有关的事务	21	责任经营	●
G4-58	举报不道德或不合法行为的内外部机制, 以及与机构诚信有关的事务	21	责任经营	●
G4-EC1	创造与分配的直接经济价值	11-12	吉利概况	●
G4-EC2	气候变化对组织活动产生的财务影响及其风险、机遇	51-55	与环境融合发展	●
G4-EC3	组织制定福利计划的覆盖面	40 43	尊重人、成就人、幸福人	●
G4-EC4	政府给予的财务补贴			○
G4-EC5	不同性别的工资起薪水平与重要运营地点当地的最低工资水平的比率			○
G4-EC6	重要运营地点聘用的当地高层管理人员所占比例	71	数字绩效	●
G4-EC7	开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响	07-10 12-14 56	“吉时雨”精准扶贫项目 吉利概况 与环境融合发展	●
G4-EC8	重要间接经济影响	07-10 57-64	“吉时雨”精准扶贫项目 与社会和谐共建	●
G4-EC9	在重要运营地点, 向当地供应商采购支出的比例			○
G4-EN1	所用物料的重量或体积	71-72	数字绩效	●
G4-EN2	投入可再生材料的比例	54	与环境融合发展	●
G4-EN3	组织内部的能源消耗量	72	数字绩效	●
G4-EN4	组织外部的能源消耗量			○
G4-EN5	能源强度			○

G4-EN6	减少的能源消耗量			○
G4-EN7	产品和服务所需能源的降低	51-56	与环境融合发展	●
G4-EN8	不同来源用水总量	72	数字绩效	●
G4-EN9	因取水而受重大影响的水源			N/A
G4-EN10	循环及再利用水的百分比及总量	72	数字绩效	●
G4-EN11	组织在环境保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区或其毗邻地区	56	与环境融合发展	●
G4-EN12	组织的活动、产品及服务在生物多样性方面的重大影响			N/A
G4-EN13	受保护或经修复的栖息地			N/A
G4-EN14	说明栖息地受组织运营影响的列入国际自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种总数			N/A
G4-EN15	直接温室气体排放量 (范畴一)			○
G4-EN16	能源间接温室气体排放量 (范畴二)			○
G4-EN17	其他间接温室气体排放量 (范畴三)			○
G4-EN18	温室气体排放强度			○
G4-EN19	减少的温室气体排放量			○
G4-EN20	臭氧消耗物质 (ODS) 的排放			N/A
G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量	71-72	数字绩效	●
G4-EN22	按水质及排放目的地分类的污水排放总量	72	数字绩效	●
G4-EN23	按类别及处理方法分类的废弃物总重量	71-72	数字绩效	●
G4-EN24	重要泄漏物的总数量和总体积	72	数字绩效	●
G4-EN25	按照《巴塞尔公约》附录 I、II、III、VIII 的条款视为有害废弃物经运输、输入、输出或处理的重量			N/A
G4-EN26	受机构污水及其他(地表)径流排放严重影响的水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值	56	与环境融合发展	●
G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度	51-56	与环境融合发展	●
G4-EN28	按类别说明, 回收售出产品及其包装物料的百分比	57	与环境融合发展	●
G4-EN29	违反环境法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数	71-72	数字绩效	●
G4-EN30	为组织运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响	56	与环境融合发展	●
G4-EN31	按类别说明总环保支出及投资	56 71	与环境融合发展 数字绩效	●

G4-EN32	使用环境标准筛选的新供应商的比例			○
G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施	48	与伙伴合作共赢	●
G4-EN34	经由正式申诉机制提交、处理和解决的环境影响申诉的数量	71	数字绩效	●
G4-LA1	新雇佣员工总数和比例, 以及不同年龄、性别和地区的人员流动总数	69-70	数字绩效	●
G4-LA2	按重要运营地点划分, 不提供给临时或兼职员工, 只提供给全职员工的福利			N/A
G4-LA3	按性别划分, 产假 / 陪产假后回到工作和保留工作的比例			○
G4-LA4	有关重大运营变化的最短通知期, 包括该通知期是否在集体协议中具体说明			○
G4-LA5	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中, 能帮助员工监督和评价健康与安全相关项目的员工代表所占的百分比			○
G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例, 以及和因公死亡人数	70	数字绩效	●
G4-LA7	从事职业病高发职业或高风险职业的工人	41 70	尊重人、成就人、幸福人 数字绩效	●
G4-LA8	与工会的正式协议中覆盖的健康安全议题			○
G4-LA9	按性别和员工类别划分, 每名员工每年接受培训的平均小时数	70-71	数字绩效	●
G4-LA10	为加强员工持续就业能力及协助员工管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划	41-42	尊重人、成就人、幸福人	●
G4-LA11	按性别和员工类别划分, 接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	69	数字绩效	●
G4-LA12	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分, 治理机构成员和各类员工的组成	69-70	数字绩效	●
G4-LA13	按员工类别和重要运营地点划分, 男女基本薪金和报酬比率			○
G4-LA14	使用劳工实践标准筛选的新供应商所占比例			○
G4-LA15	供应链对劳工实践的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施			○
G4-LA16	经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量			○
G4-HR1	含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比			N/A
G4-HR2	就经营相关的人权政策及程序, 员工接受培训的总小时数, 以及受培训员工的百分比			N/A
G4-HR3	歧视事件的总数, 以及机构采取的纠正行动	40	尊重人、成就人、幸福人	●
G4-HR4	已发现可能违反或严重危及结社自由及集体谈判的运营点或供应商, 以及保障这些权利的行动			N/A
G4-HR5	已发现具有严重使用童工风险的运营点和供应商, 以及有助于有效杜绝使用童工情况的措施			N/A
G4-HR6	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商, 以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施			N/A
G4-HR7	安保人员在运营相关的人权政策及程序方面接受培训的百分比			N/A

G4-HR8	涉及侵犯原住民权利的事件总数, 以及机构采取的行动			N/A
G4-HR9	接受人权审查或影响评估的运营点的总数和百分比			N/A
G4-HR10	使用人权标准筛选的新供应商的比例			N/A
G4-HR11	供应链对人权的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施			N/A
G4-HR12	经由正式申诉机制提交、处理和解决的人权影响申诉的数量			N/A
G4-SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例			○
G4-SO2	对当地社区具有重大实际和潜在负面影响的运营点			N/A
G4-SO3	已进行腐败风险评估的运营点的总数及百分比, 以及所识别出的重大风险	21	责任经营	●
G4-SO4	反腐败政策和程序的传达及培训	21	责任经营	●
G4-SO5	确认的腐败事件和采取的行动			N/A
G4-SO6	按国家和接受者 / 受益者划分的政治性捐赠的总值			N/A
G4-SO7	涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断做法的法律诉讼的总数及其结果			N/A
G4-SO8	违反法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数	72	数字绩效	●
G4-SO9	使用社会影响标准筛选的新供应商的比例			○
G4-SO10	供应链对社会的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施			○
G4-SO11	经由正式申诉机制提交、处理和解决的社会影响申诉的数量			○
G4-PR1	为改进现状而接受健康与安全影响评估的重要产品和服务类别的百分比	28-30 33-34	造每个人的精品车	●
G4-PR2	按后果类别说明, 违反有关产品和服务健康与安全影响的法规和自愿性准则的事件总数			N/A
G4-PR3	组织的产品服务信息标签程序要求的产品服务类型, 以及符合此类信息要求的重要产品服务的百分比			○
G4-PR4	按后果类别说明, 违反有关产品和服务信息及标识的法规和自愿性准则的事件总数			N/A
G4-PR5	用户满意度调查的结果	33	造每个人的精品车	●
G4-PR6	禁售或有争议产品的销售			N/A
G4-PR7	按后果类别划分, 违反有关市场推广的法规和自愿性准则的事件总数			N/A
G4-PR8	经证实的侵犯用户隐私权及遗失用户资料的投诉总数			N/A
G4-PR9	如有违反提供及使用产品与服务的有关法律法规, 说明相关重大罚款的总金额			N/A

# 读者反馈表

尊敬的读者:

您好!

非常感谢您百忙之中阅读《浙江吉利控股集团 2016 年度企业社会责任报告》。报告在编写过程中难免存在瑕疵和疏漏, 我将非常欢迎您的意见和建议, 请您不吝赐教!

谢谢!

浙江吉利控股集团

2017 年 5 月

姓名:	单位:				
联系电话:	电子邮箱:				
您对本报告的评价:	非常好	好	一般	较差	
1	您认为本报告结构是否合理?				
2	您通过报告是否能了解公司的责任理念和实践特点?				
3	您认为报告是否友好易读?				
4	您认为报告的内容安排和板式设计是否合理?				
5	您对报告的总体评价如何?				

您对吉利控股集团企业社会责任报告的建议:

您对吉利控股集团履行企业社会责任的建议:

您可以将上表发送邮件至 [ywf@geely.com](mailto:ywf@geely.com), 也可以将上表传真至 +86 571 28097799-8221。我们承诺将认真对待您的意见与建议, 并承诺妥善保护您的上述信息不被第三方获取。

您也可通过以下方式联系我们:

浙江吉利控股集团企业社会责任部

地址: 浙江省杭州市滨江区江陵路 1760 号

网址: <http://www.geely.com/>

邮编: 310051

联系人: 叶先生

电话: +86 571 28098236



本报告采用环保再生纸制作

**GEELY**

浙江吉利控股集团有限公司

地 址: 浙江省杭州市滨江区江陵路 1760 号

网 址: <http://www.geely.com/>

邮 编: 310051