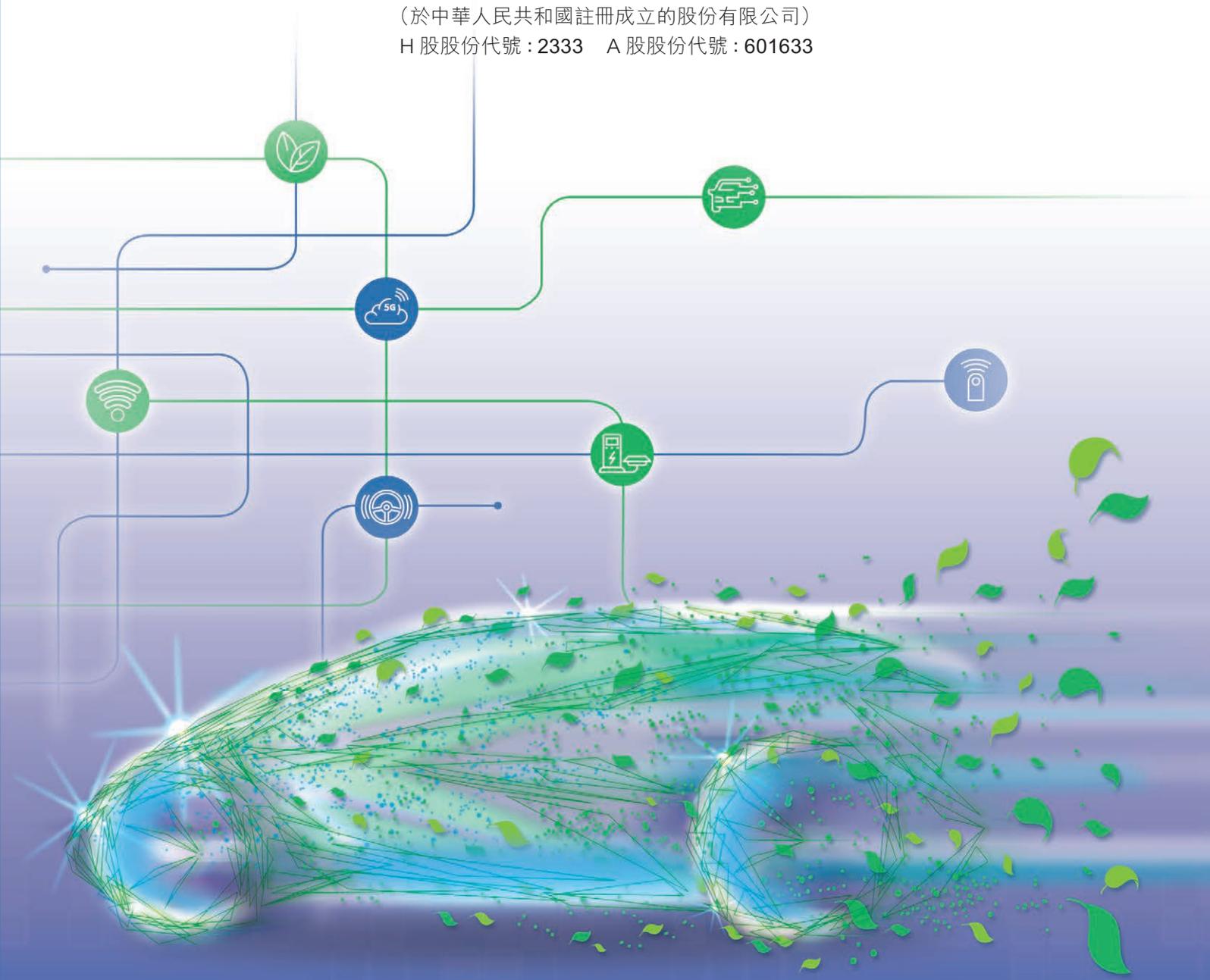




長城汽車股份有限公司
GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

H 股股份代號：2333 A 股股份代號：601633



2019

企業社會責任報告

* 僅供識別

目錄

	關於本報告	02
	高層致辭	04
	走近長城	06
	公司治理	22
	責任管理	30
	產品責任	34
	員工責任	49
	社會責任	53
	環境責任	63
	ESG 報告指引	72
	反饋意見表	78

一、報告時間：

本報告為長城汽車股份有限公司自2011年開始發佈的第9份年度社會責任報告，本報告時間範圍為2019年1月1日至2019年12月31日，部分內容適當向前後年度延伸

二、報告範圍：

本公司及其子公司，部分內容涉及保定市長城控股集團有限公司及其子公司，詳細公司信息請參考長城汽車股份有限公司年度報告

三、報告內容：

本報告將對外披露公司2019年度經濟、社會、環境績效指標及社會責任與可持續發展情況

四、報告依據

本報告依據上海證券交易所《關於加強上市公司社會責任承擔工作暨發佈〈上海證券交易所上市公司環境信息披露指引〉的通知》及香港聯合交易所有限公司《環境、社會及管治報告指引》的要求編製

五、報告釋義

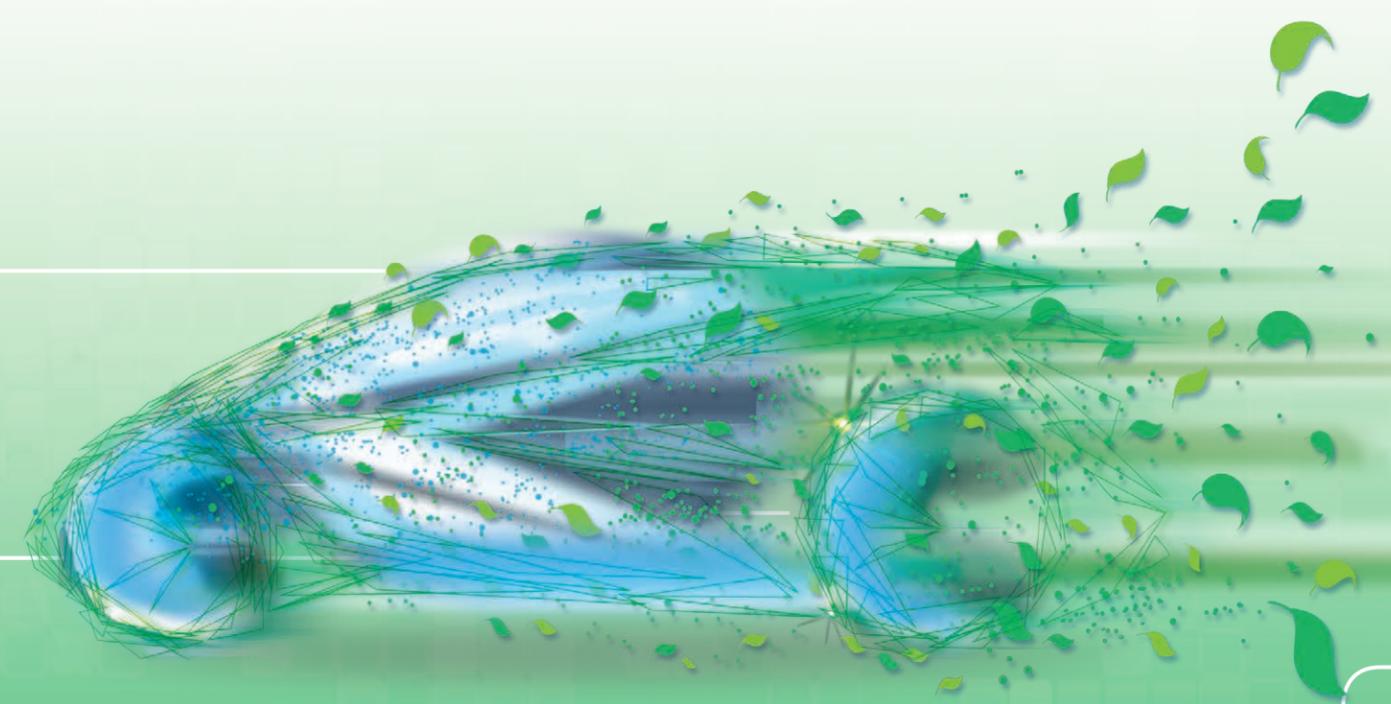
「長城汽車」或「公司」或「本公司」	指	長城汽車股份有限公司
「本集團」	指	本公司及其子公司(附屬公司)
「長城控股集團」	指	保定市長城控股集團有限公司(本公司之間接控股股東)及其子公司

六、報告說明

本報告數據來源於本公司審計報告、年報或其他統計文件。本報告對未來所做規劃或預測內容存在不確定性，本報告未經獨立機構審核，提請投資者注意風險

七、報告獲取

本報告於香港聯合交易所有限公司(www.hkexnews.hk)、上海證券交易所(www.sse.com.cn)及本公司官方網站(www.gwm.com.cn)刊載





“ 为了更好的實現長城汽車的全球化戰略，我們將更開放的與全球領先的科技公司、零部件供應商加強合作。 ”

2019年是新中國成立70周年，是中國汽車行業發生深刻轉型變化的一年。這一年來中國汽車工業出現20年來第二次同比下滑，外資品牌持續價格下探與中國品牌競爭，新能源汽車行業首次出現下滑。與此同時，新一輪科技革命背景下，全球汽車產業也面臨轉型升級和秩序重建，新四化進程加快推進。

2019年是長城汽車全球化戰略快速推進的一年，中國經濟已經進入深化轉型期，中國品牌全球化是必然趨勢。放眼全球，中國汽車有重大的市場機會和市場空間。立足逐步完善的軟硬件基礎，中國汽車在技術研發、產品品質等方面已取得長足進步，特別是在智能化、網聯化、清潔化方面的創新，已具備了相當優勢。我們要做的，是走出國門，拓展更廣闊的海外市場。

打造有全球競爭力的產品，成就有全球影響力的品牌，是中國汽車的真正夢想。哈弗作為中國SUV的領導者品牌，一定要率先走出去，建立起哈弗在全球品牌的影響力和用戶口碑。WEY品牌也確立了進軍歐洲和北美市場的明確目標，致力於成為世界級豪華品牌、汽車智能的標桿品牌。誠然，中國汽車要走出去，還需提升品牌影響力，但我們並不缺產品的創新實力，也不缺打硬仗的決心。

中國汽車市場，是全球市場競爭的縮影，早已成為中國品牌與全球品牌競爭的市場。我們走出去，應該不懼強手，只是需要找對路徑。這一年，長城汽車在「新四化」領域的開拓中奮發前行，於純電動、插電式混合動力和氫能源在內的新能源領域持續投入，並發佈了GTO全域智慧生態戰略。在全球市場上，長城汽車構建了研、產、供、銷的全球化產業佈局，建立起了「七國十地」的全球化研發佈局、「11+5」的全球化生產體系。為了讓全球化道路走得更加穩健，長城汽車還從四大品牌獨立運營、零部件板塊轉為投資管控等多個層面深化了創新變革。

为了更好的實現長城汽車全球化戰略，我們將以更開放的態度與全球領先的科技公司、零部件供應商加強合作。長城汽車與寶馬集團合資成立了光束汽車公司，我們將重點在新能源領域共享創新。為了中國汽車全球化，長城汽車也願與優秀的中國品牌，共享創新全球技術，聚焦在新能源、智能網聯、自動駕駛等重點領域進行深度合作，推進中國汽車全球化的進程。

同時，長城汽車還以切實行動持續踐行企業社會責任，關注消費者需求、社會可持續發展、環境保護、出行安全、扶貧攻堅等民生領域。面對正在席捲全球的新型冠狀病毒疫情，長城汽車責無旁貸，勇於擔當，向全國各地捐款、捐車共計885萬元，並設立2000萬元的用戶關愛基金，同時我們全力復工復產，為疫情防控和穩定經濟貢獻力量。當前，新冠肺炎疫情在全球蔓延，我們唯有眾志成城、共克時艱，才能早日打贏這場疫情防控阻擊戰。

回望過去，在中國市場這個海灣，長城汽車以往的成績，只是一次成功的泛舟。全球市場，才是真正的汪洋大海，我們將直掛雲帆，乘風破浪，開闢出中國品牌全球發展的主航道！

一、公司概況

長城汽車是全球知名的SUV和皮卡製造企業，已於2003年、2011年分別在香港和內地上市，旗下擁有哈弗、WEY、歐拉和長城皮卡四個品牌，產品涵蓋SUV、轎車、皮卡三大品類，動力包括傳統動力車型和新能源車型，具備發動機、變速器等核心零部件的自主配套能力。截至2019年末，下屬控股子公司80餘家，員工近6萬人。2019年，長城汽車實現歸母淨利人民幣44.97億元，截至2019年底，資產總計人民幣1,130.96億元。2019年，長城汽車共銷售新車1,058,648輛，同比增長1.43%，連續第四年突破百萬銷量大關。



目前，長城汽車在全球已形成研、產、供、銷的全球化體系佈局。在技術研發上，長城汽車始終堅持「精準投入」，注重有效研發，追求行業領先，為持續的自主創新奠定了堅實的基礎。長城汽車擁有國際一流的研發設備和體系，具備SUV、轎車、皮卡三大系列以及動力總成的開發設計能力。先後在日本、美國、德國、印度、奧地利和韓國設立海外研發中心，構建以保定總部為核心，涵蓋歐洲、亞洲、北美等的「七國十地」全球研發佈局。

長城汽車擁有迄今國內最先進的汽車綜合試驗場之一，具有研發、試制、試驗、造型、數據五大功能的哈弗技術中心，實現了整車及零部件的研發佈局，研發實力實現質的飛躍。未來5年，長城汽車還將持續打造全球化研發體系，在主被動安全技術、智能互聯、自動駕駛等方面形成領先優勢。長城汽車的技術實力也得到了社會的廣泛肯定，被國家發改委、科技部等五部委聯合認定為「國家認定企業技術中心」、「國家創新型企業」。



長城汽車在全球已形成「11+5」的生產佈局，包括11大工藝整車生產基地和5個KD工廠。在國內，保定、徐水、天津、重慶永川生產基地已經建成投產，江蘇張家港、山東日照、浙江平湖和江蘇泰州幾大項目已經啟動或開工建設。在海外，長城汽車俄羅斯圖拉工廠於2019年正式竣工投產，2020年1月和2月，長城汽車與通用汽車簽署了具有約束力的協議，將分別收購通用汽車的印度塔里崗工廠和泰國羅勇府製造工廠，雙方計劃在2020年底完成交易和最終移交。該協議尚需政府和監管機構的批准。除此之外，長城汽車還在厄瓜多爾、馬來西亞、突尼斯、保加利亞等「一帶一路」輻射國家進行KD組裝生產。



在營銷渠道方面，長城汽車已在亞洲、非洲、南美、中東歐等60多個國家和地區市場完成佈局，依托俄羅斯、澳大利亞、南非、南美、中東5大區域營銷中心，暢銷全球60多個國家和地區，建立全球（不包括國內）網絡500餘家，累計銷售60多萬輛。



長城汽車秉承「每天進步一點點」的企業理念，擁有先進的企業文化和管理團隊，創建了獨具特色的經營和管理模式，經營質量在國內汽車行業首屈一指。長城汽車以「安全」作為品牌核心價值，秉持「安全至上」的造車理念，在追求安全之路上一直不斷努力，砥礪向前。

二、公司文化

長城汽車在近30年發展歷程中，高層領導率先垂範，始終肩負「以打造顧客驚喜為己任，為員工創造幸福，為客戶創造價值，為社會創造效益」的使命，以「每天進步一點點」的企業精神，精心培育了以廉潔、誠信、創新、品質為精髓，凝聚員工、感動顧客、吸引合作方的優秀企業文化，為長城汽車創造業界傳奇、持續協調發展提供了恒久驅動力。下圖為長城汽車企業文化核心理念部分：



以人為本，關愛員工，持續提升員工幸福感

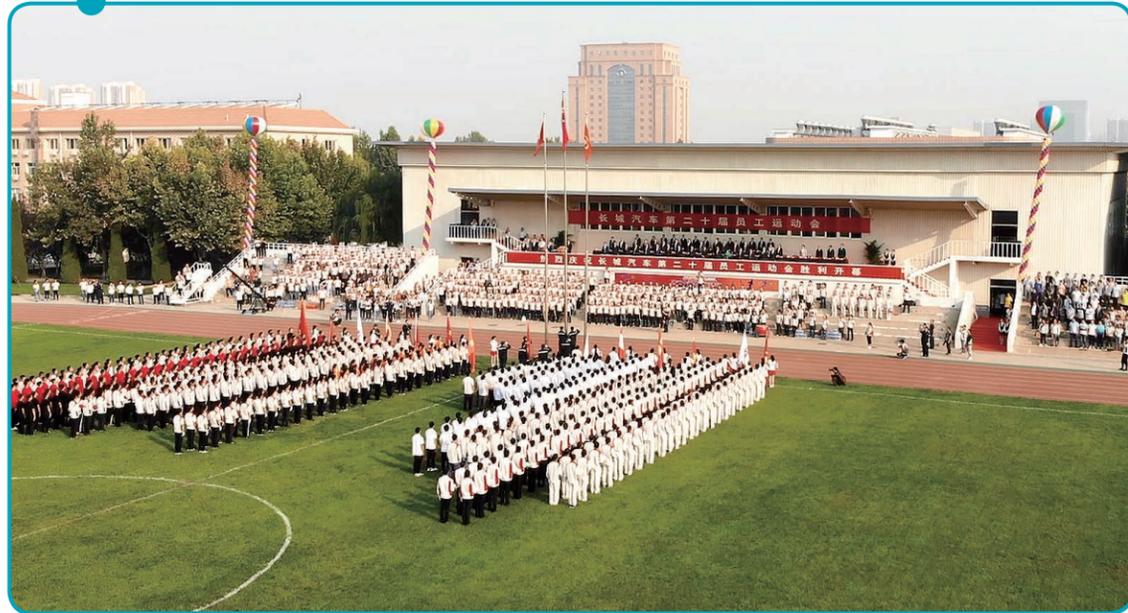
員工是我們事業持續發展的中堅力量，為員工謀求幸福是我們追求的核心目標之一。長城汽車根據員工普遍年輕的特徵，實施六大「幸福工程」，打造具有長城特色的「汽車新城」，構築長城人「生活·工作·人文」一體化特色空間。

- 收入保障方面：長城汽車確保普通員工薪酬水平達到當地競爭領域領先，關鍵崗位薪酬達到汽車行業一線城市水平。
- 安居工程方面：長城汽車秉承「關愛員工要真」的文化理念，為員工營造安居樂業的生活環境。通過高品質公共、家政服務及購物優惠政策，為員工在吃、穿、住、用、行等方面提供優質的生活保證，提升員工幸福指數。
- 安心教育方面：長城控股集團借鑑新加坡的先進教學方式與管理模式，致力於打造一流的高品質、高標準的教育工程。通過托育、早教、幼兒園、小學、初中、高中教育工程的建設，滿足員工學齡子女需求，確保員工子女能夠在「家門口」上學，既節省了員工的時間，又能保證孩子安全，讓所有長城人遠離「上學遠、擇校熱、大班額、交通擁堵」等煩心問題，提升員工幸福指數。

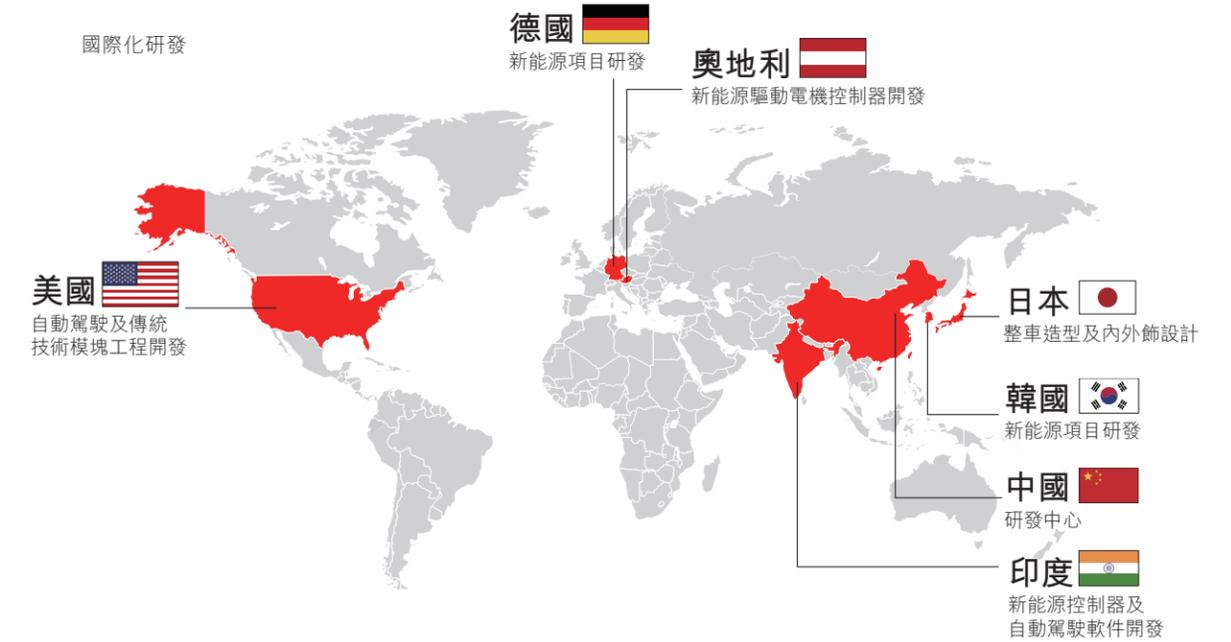


- » 健康工程方面：通過建設體育場、羽毛球館、乒乓球館、游泳館等娛樂設施，開展運動會、半程馬拉松等各項健身活動，並每年免費為員工安排健康體檢，同步向員工提供心理健康諮詢服務，打造「快樂工作，健康生活」的工作環境。
- » 出行保障方面：公司為員工提供購車優惠和交通補貼，與政府共同建設長城公交場站，並聯合「歐了出行」推進內部員工乘車優惠業務，最大限度滿足員工工作、生活的出行需求。
- » 福利保障方面：公司為員工免費提供三菜一湯、葷素搭配的營養、衛生工作餐，並設有三八婦女節、中秋節、春節專項福利；針對不同員工及其家屬推出特定福利項目，如：結婚慰問、老壽星慰問、生育慰問等，讓員工家屬同樣感受到公司福利，支持員工的工作，免除員工的後顧之憂；假期方面，公司安排高溫假及超過法定假期的春節假期，給員工提供更多的與親朋好友、家人團聚的時光。

公司堅持「以人為本，關愛員工」，多方面為員工生活提供保障，同時提供個性化支持，讓員工安心工作、省心生活，全面提高員工工作積極性和幸福感。

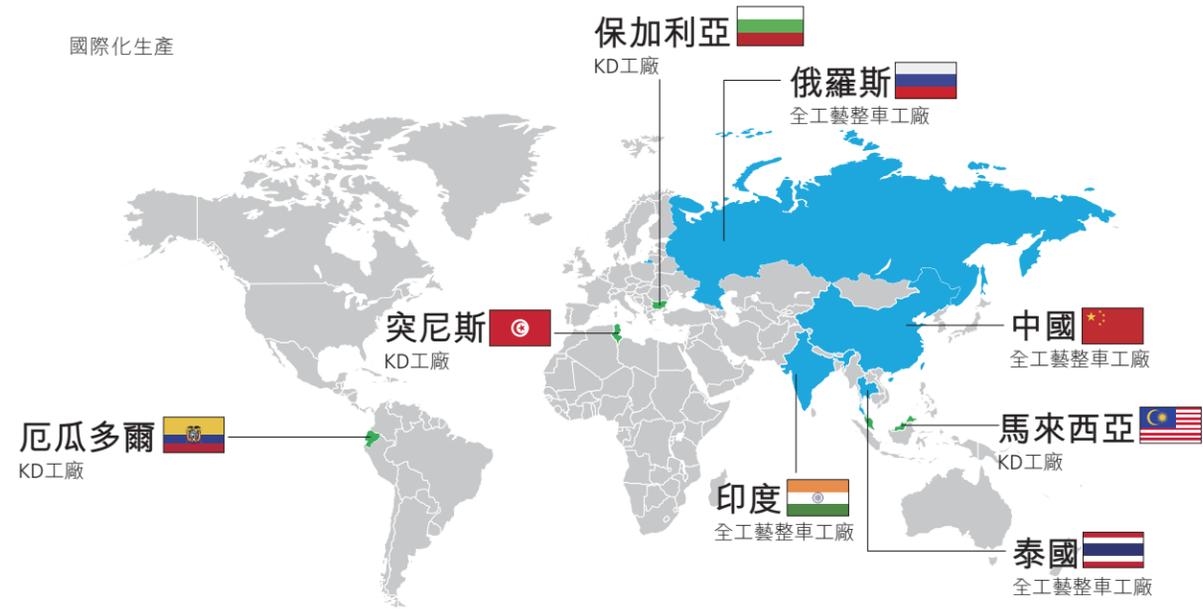


三、全球化佈局



長城汽車在國內設立保定、上海研發中心，同時積極整合全球優勢資源，海外設立日本、印度、德國、美國和奧地利研發中心，已經形成了「七國十地」的全球化研發格局。

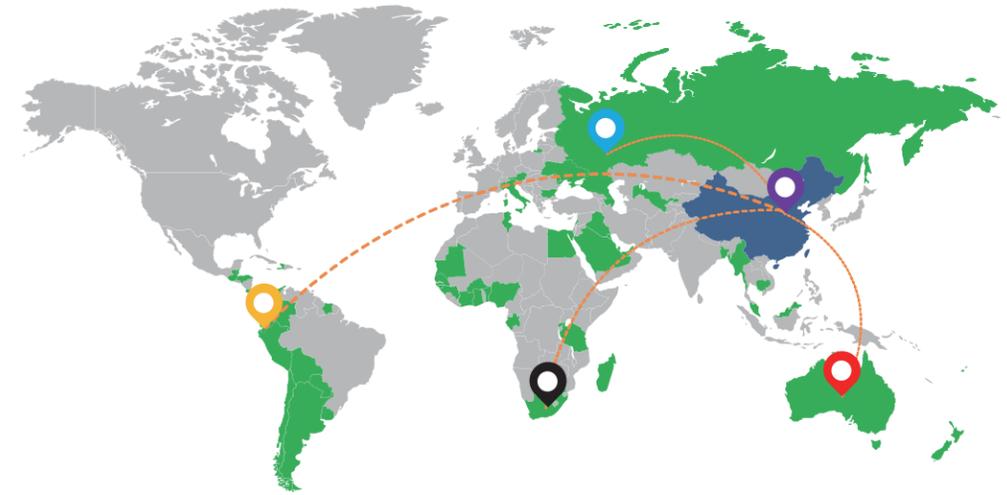
國際化生產



長城汽車在國內，打造保定、徐水、天津、江蘇張家港、江蘇泰州、山東日照、浙江平湖，以及重慶永川八大生產基地。

國際上，擁有俄羅斯、印度和泰國三個工廠，以及在厄瓜多爾、馬來西亞、突尼斯、保加利亞等地進行KD組裝生產，形成「11+5」全球化生產佈局，進一步支撐起長城汽車全球化戰略。

國際化銷售



長城汽車是第一批走出國門的中國汽車企業，截至2019年，長城汽車海外市場覆蓋歐洲、中南美洲、南亞地區、中東地區和非洲地區。長城汽車在全球60多個國家建立了營銷網絡，海外網絡已達500餘家，累計實現海外汽車銷售60多萬輛。



2019年中國汽車金像獎最佳年度企業



2019年度風雲汽車企業



2019年度中國汽車企業



2019「推動中國」影響力品牌—國際發展獎

四、榮譽及社會評價

榮譽

- 入選「福布斯亞太最佳上市公司」
- 上榜「福布斯2000強」
- 上榜「BrandZ最具價值中國品牌100強」
- 中國企業500強
- 長城汽車GW4C20B 2.0T汽油機獲「中國心」2019年度十佳發動機
- 長城汽車7DCT變速器入選2018年度「世界十佳變速器」，獲2019年「中國汽車工業科學技術進步獎」一等獎
- 長城汽車獲陶朱獎最佳供應鏈金融獎重點推薦
- 長城汽車獲聯合國國際電信組織表彰

媒體評選獎項

- 2019「推動中國」影響力品牌—國際發展獎
- 2019中國上市公司品牌價值榜總榜Top100
- 2019中國汽車金象獎最佳年度企業
- 2019年度風雲車企
- 2019年度投資價值汽車品牌
- 2019年度中國自主品牌
- 獵車·2019年度傑出自主品牌企業
- 2019年度中國汽車企業

社會評價

全國政協副主席、中國科學技術協會主席萬鋼

對長城汽車自主創新的精神，我很感動，尤其是長城汽車在新能源研發方面，跟我設想的很相近，在有些方面的進展甚至出乎我的意料。

俄羅斯圖拉州州長久明·阿列克謝·根納季耶維奇

中俄雙邊關係已經進入新時代，我們將借此機遇全力支持長城汽車在俄羅斯的發展，我們希望長城汽車能進一步擴大在俄羅斯的本地化發展。

中國汽車工程學會名譽理事長付于武

當下傳統內燃機動力總成迫切需要更加高效和清潔化，長城汽車旗下蜂巢易創科技有限公司(公司之直接全資子公司，以下簡稱「蜂巢易創」)發佈新一代動力總成技術，折射出中國汽車產業面臨困難依然不斷突破自我，前景廣闊，充滿希望。

聯合國國際電信聯盟電信標準局ITU-T主任李在攝

長城汽車對汽車多媒體焦點組的參與支持有助於編寫第一份關於車輛多媒體使用案例和要求的技術報告。非常感謝長城汽車長期以來為促進國際協作車輛多媒體架構的發展而進行的國際對話所作出的貢獻。

中國駐澳總領事龍舟

澳大利亞是全球第4大右舵車市場，第2大右舵緊湊型皮卡市場，也是全球典型的高競爭發達市場。長城汽車為最早進入澳洲市場的中國汽車品牌，早在2009年就已成功登陸市場運營，通過十年的市場運作，現已經成為中國汽車品牌的代表。

汽車評價研究院院長李慶文

在過去十年的市場競爭中，長城汽車不但實現了持續增長，而且做到了五次逆勢增長，給下滑的中國汽車品牌帶來了奮鬥的信心、未來的希望、可供借鑑的經驗。

資深媒體人、專欄作家李安定

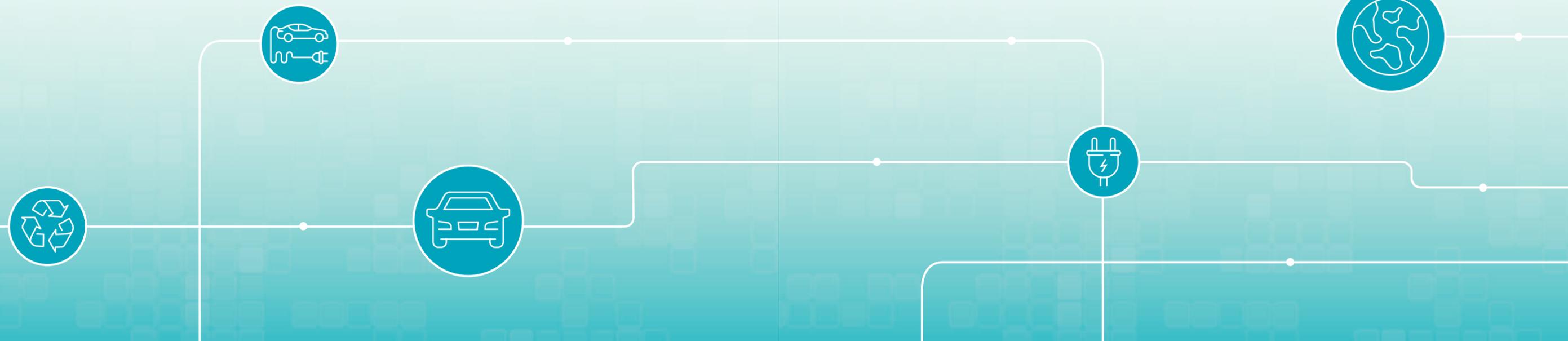
長城汽車以「每天進步一點點」的精神，經過近30年的積累進步，一抔抔黃土已經累積成高山。如今參與全球化競爭的長城汽車，已經讓中國品質成為榮譽的象徵。以長城汽車WEY為標誌，中國汽車進軍世界盃的火候到了。

河北省阜平縣委常委、政府副縣長雷伯勇

長城汽車是保定、河北省和中國的驕傲，是眾多學子嚮往的就業企業。阜平縣對長城汽車一直以來對阜平扶貧、就業做出的重要貢獻表示感謝和欽佩。

智利哈弗H2車主克里斯蒂安

交通事故發生後，我和家人都無大礙，多虧了長城哈弗。之前家人並不理解我為什麼要買這個中國品牌，但事實證明，我的選擇是對的。



五、2019年長城汽車大事記

領跑中國，逐鹿全球—哈弗全球銷量超500萬

1月13日，哈弗全球500萬盛典暨全球戰略發佈會隆重舉行，公司旗下哈弗SUV全球累計銷量突破500萬輛，成為中國首個進入500萬俱樂部的專業SUV品牌。



董事長魏建軍出席「一帶一路」國際合作高峰論壇

4月25日，第二屆「一帶一路」國際合作高峰論壇在北京隆重召開。作為中國汽車行業的領軍人物，長城汽車董事長魏建軍代表中國汽車企業受邀出席本次大會。在接受採訪時，魏建軍表示，全球化是必由之路，中國汽車企業必須要抓住機遇「走出去」。

長城汽車向河北省阜平縣捐贈價值千萬元車輛及設備

5月29日，在「不忘初心，情系老區」長城汽車助力阜平縣脫貧攻堅捐贈交車儀式上，長城汽車向國家級貧困縣—河北省阜平縣捐贈價值人民幣1,000萬元車輛及設備。長城汽車切實履行企業的社會責任，用實際行動，幫助國家級貧困縣阜平打好脫貧攻堅戰。

長城汽車俄羅斯圖拉工廠正式投產，「全球車」哈弗F7海外上市

6月5日，中國汽車品牌在海外的全工藝獨資製造工廠—長城汽車俄羅斯圖拉工廠正式竣工投產，「全球車」哈弗F7海外上市。圖拉工廠的竣工投產，是長城汽車助力中國經濟在全球市場尋求新空間的關鍵一步，也標誌著長城汽車全球化戰略進入全新階段。



蜂巢易創發佈「I紀元」動力總成技術

6月20日，蜂巢易創發佈包括4N20發動機、9DCT變速器、6001系列電驅動在內的「I紀元」動力總成技術產品。4N20發動機的首款產品最大效率可達38.3%，9DCT是目前全球首款公開發佈的9速濕式雙離合變速器。



長城汽車發佈GTO全域智慧生態戰略

7月15日，長城汽車GTO全域智慧生態戰略正式發佈。長城汽車將告別傳統功能車時代，基於5G+AI技術開創出行機器人新時代，並聯合騰訊、阿里高德、百度、中國電信、中國聯通、中國移動、華為、高通組建全域智慧生態聯盟。



長城汽車牽手世界機器人大賽總決賽，舉辦「992愛心夏令營」活動

7月25日-28日，2019世界機器人大賽總決賽在長城汽車徐水智慧工廠舉行。同期，長城汽車攜手河北交通廣播舉辦「992愛心夏令營」活動，組織承德灤平縣三道河村的孩子，參觀長城汽車哈弗技術中心、徐水智慧工廠和觀看機器人大賽，踐行科技育人。

長城汽車重慶智慧工廠竣工投產，長城炮皮卡量產下線

8月30日，長城汽車重慶智慧工廠竣工投產，同時「全球化乘用大皮卡」長城炮量產下線。重慶永川工廠是長城汽車全球第五個、中國南方首個全工藝整車生產基地，是長城汽車積極融入「一帶一路」建設，帶動區域經濟發展的重要舉措。



長城汽車GW4C20B 2.0T汽油機獲「中國心」2019年度十佳發動機

11月4日，「中國心」2019年度十佳發動機名單正式揭曉，長城汽車的GW4C20B 2.0T汽油機成功入選。這是長城汽車第六次斬獲該項殊榮。

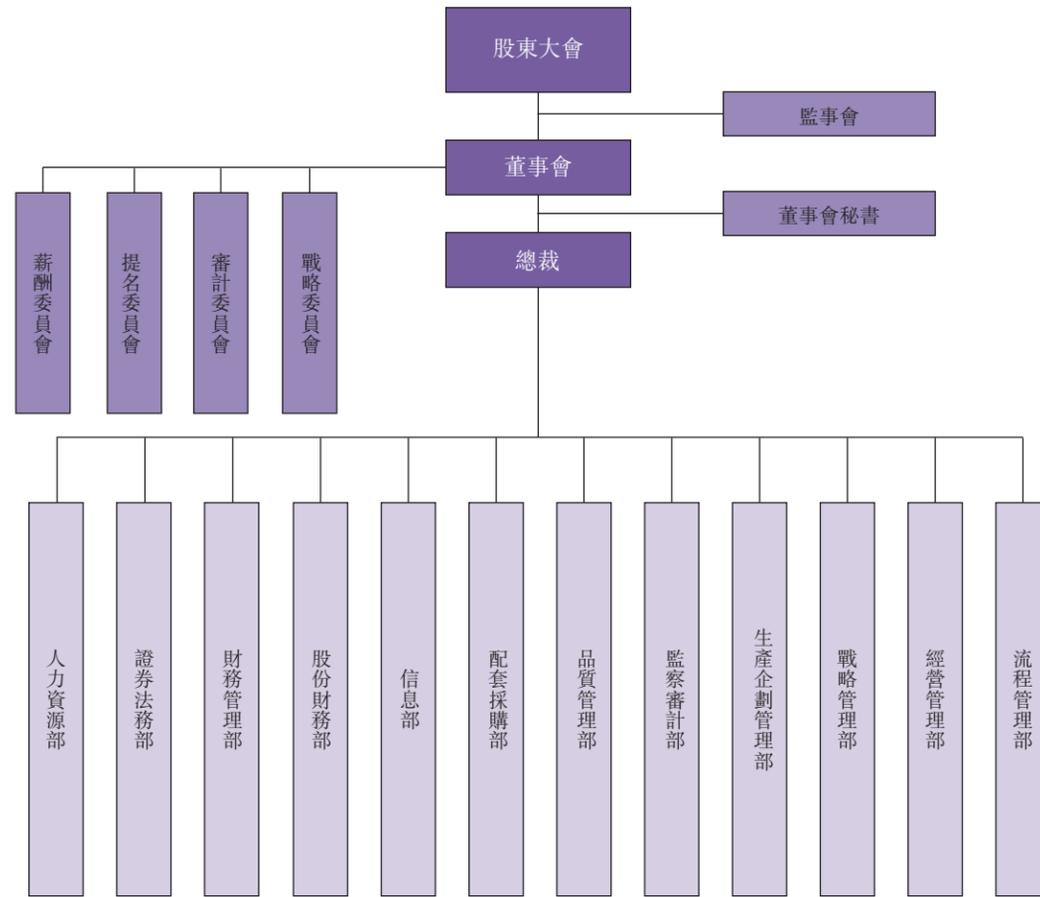
光束汽車項目正式啟動，長城汽車與寶馬集團共建電動出行未來

11月29日，長城汽車與寶馬集團合資的光束汽車項目在江蘇省張家港市正式啟動。光束汽車項目立足於股東雙方的研發能力和研發資源，實現「聯合研發，中國製造，服務全球顧客」的嶄新業態模式。



一、治理結構及三會管理

本公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》等相關法律法規的要求，不斷完善現代法人治理結構，建立了涵蓋股東大會、董事會、監事會、高級管理團隊以及公司員工的制度體系。目前，公司董事會下設戰略委員會、審計委員會、提名委員會以及薪酬委員會四個專門委員會，助力提高公司董事會工作的效率和質量。



公司治理結構

本公司董事會由7名董事構成，其中包括3名執行董事、1名非執行董事、3名獨立非執行董事。各位董事的經歷與背景各不相同，在企業管理、產品創新、資本運作方面有著豐富的經驗，在提高公司治理水平、不斷實現公司戰略目標方面發揮著重要的作用。有關董事的詳細資料請參閱《長城汽車股份有限公司2019年年度報告》。2019年，公司共召開5次股東大會、14次董事會、10次監事會。

二、黨建

長城汽車黨委於2003年成立，現有黨員2,800餘名，黨組織全面覆蓋。2019年，圍繞黨中央對民營經濟發展一系列積極論述，長城汽車始終堅持把握國家大政方針，積極響應國家「一帶一路」戰略佈局，通過實施全球化戰略，創新驅動力、核心競爭力、品牌影響力不斷提升。

開展主題教育、收獲顯著

在區委理論學習中心組《「不忘初心、牢記使命」主題教育集中學習方案》的指導下，我們細化了公司黨委學習方案，按照《長城汽車黨委主題教育活動總體安排》紮實開展了各項工作。期間，組織了各項黨員學習教育活動，包括觀看先進典型事跡紀錄片和警示教育片、組織多輪次黨課學習；並在國慶節期間，開展「紅歌嘹亮，歌唱祖國」、朗誦大賽、職工運動會等，教育活動積極推進、開展，成果顯著。



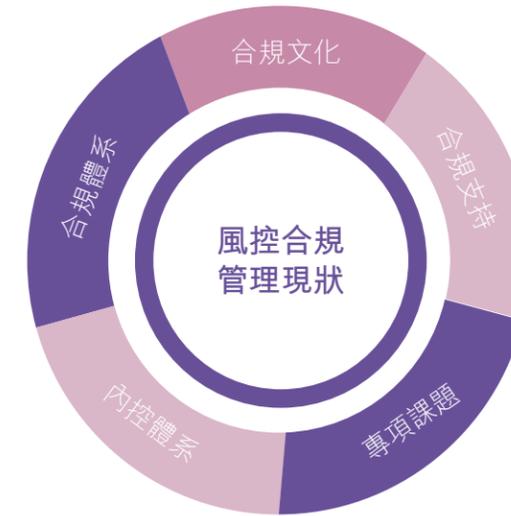
領導工青婦團體紮實工作

在公司黨委的領導下，工青婦工作紮實開展。2019年4月，經保定市總工會推薦，長城汽車被評為「省先進集體」，受到省委、省政府表彰；6月，河北省婦聯黨組書記、主席賈玉英，香港婦聯主席葉順興女士率隊，來到長城汽車就婦女工作進行交流指導。公司有關團體團結動員廣大職工，凝聚職工聰明才智，立足平凡崗位，創造不凡業績，成長成為了一支講政治、懂規矩、素質良好、技術過硬的新時代產業隊伍。

事實證明，黨建是推動企業健康發展的強大理論武器，強化企業黨建工作，是推動企業健康發展的有效路徑。為此，長城汽車要繼續提高企業黨的組織和工作覆蓋質量，充分發揮黨員先鋒模範作用，加強理論學習，建立健全結合業務推進黨建的工作機制，以完善的黨建工作促進企業科學健康發展。

三、風控合規管理

長城汽車目前已建立集團控制體系和內部控制體系，由各個職能部門對風險實施條線管理。為打造科學、務實、高效的長城汽車風控合規管理模式，公司正在進行風控合規體系1.0-2.0升級，主要以法律法規的遵從(合規)為業務底線，以制度、流程管理(內控)為手段，以重要業務、重點崗位、重點人員為抓手(切入點)開展全業務領域的風險管理，逐步形成全員參與、「多面一體」的全面風險管理體系。風控合規科從體系架構策劃到合規文件宣傳等方面開展了一系列的風控合規主導工作：



內控體系管控：

- 2013年搭建完成內控體系
- 監察審計部開展集團日常專項評價和每年至少一次的內部控制評價
- 證券法務部開展內部控制監督評價/評價報告的對外披露工作

合規體系建設和文化宣傳：

- 策劃輸出長城汽車全球通用的合規手冊及合規管理辦法並梳理各專業領域的合規指引
- 組織合規承諾全員簽訂、通過釘釘平台及微信公眾號宣傳風控合規知識，增強全員風控合規意識

合規專項課題：

- 梳理重要領域並開展專項合規，如海外勞動用工合規、軟件專項合規、數據跨境傳輸合規以及車聯網合規；國內反腐敗、保密信息、員工利益衝突等
- 策劃海外風控合規方案支撐海外(印度)項目合規推進

四、企業廉潔建設工作

公司以遵守《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國刑法》系列修正案、《中華人民共和國治安管理處罰法》、《中華人民共和國公司法》等相關法律法規為基礎，著力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境，歷經20多年的沉澱創新，始終堅持廉潔、誠信的基本理念，弘揚優秀的企業文化，傳播社會正能量，打造公司廉潔誠信的品牌形象，為民族復興和社會進步做出積極貢獻。

加強組織領導，健全反腐倡廉工作機構

公司設立獨立的「反腐敗委員會」，由董事長任反腐敗委員會主任，主要對公司廉潔工作開展提出目標，下達工作任務，把握整體工作開展方向。委員會下設紀檢組，主推集團廉潔體系建設工作，包括制度的制定、維護和完善，員工／相關方舉報信息的接收、調查、懲處，重點廉潔崗位監察以及廉潔教育工作。

注重廉潔教育，打造反腐倡廉文化

為提升公司人員廉潔認知水平，築牢員工思想道德防線，保障反腐倡廉制度的落實，公司為此搭建廉潔教育體系，針對員工職業生涯的各個階段，分別設置了導入教育、晉升教育、專項教育，採取培訓、崗前測試、視頻教學、拓展活動等多種形式開展專項教育，僅2019年結合信息化平台及「廉潔長城」微信公眾號，為集團新員工約1.7萬餘人次提供導入教育測評，同時利用線上學習、課時積累、自我檢測的方式，提升員工的職業道德素養。

自2015年開闢自媒體「廉潔長城」微信公眾號以來，截止到2019年12月份，擁有8萬多粉絲，粉絲涵蓋員工、相關方、合作方及家屬等不同人群，通過圖片、視頻、文字、漫畫等多種形式，實現與員工、相關方的無障礙溝通，2019年共計推送原創內容60餘篇，助力公司廉潔品牌的傳播。

完善制度體系，規範反腐倡廉管理

為增強反腐倡廉的規範化、制度化、科學化，長城汽車以相關法律法規為準繩，並嚴格遵守國家法律法規，不斷在實踐中摸索、完善，建立了一整套《廉潔體系制度》，自2008年頒佈實施以來，至今已修訂過5次，制度的每次修訂都是一次升級，制度內容主要包括《腐敗預防管理制度》、《合作方廉潔管理制度》、《員工廉潔行為規範》等14項子制度，為反腐倡廉工作的開展提供了重要制度保障。

在腐敗預防方面，公司識別存在腐敗風險的領域和崗位，通過完善制度流程，實現多方參與、過程監督；同時通過內部審計暴露對內和對外業務風險漏洞，為公司管理提供輸入。對於分配到採購、招標等重點監督崗位的人員，實施定期崗位調動，防止因任期過長而產生腐敗。在業務往來、商務接待中，規範了接待人數及區域，秉承公開、透明的原則，避免出現不正當行為。經統計，2019年拒絕賄賂達200人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計989人次，單次拒腐最高金額達35萬元，各級員工共上交禮品約3.5萬件，80名員工被評為「廉潔自律模範」。



在合作方權益保護方面，公司以廉潔促誠信，以誠信促發展，與合作方互惠共贏，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境，簽署《陽光協議》作為合作前提，向相關方傳遞廉潔文化，規範雙方合作的行為，嚴厲打擊腐敗，致力於維護合作方利益，維護合作平台，為持續、健康合作提供重要保證。

2016年搭建陽光誠信自助系統，為打造綠色健康的商業環境提供助力，因腐敗、不誠信等問題被列入《腐敗黑名單》的合作方共413家。

長城汽車2018年9月正式加入企業反舞弊聯盟，作為企業反舞弊聯盟成員及理事單位與其他成員單位信息共享、互助互通。2019年11月，在企業反舞弊聯盟經驗交流年會上，長城汽車榮獲企業反舞弊工作「先進單位」、「先進工作者」榮譽稱號，得到廣大成員單位的認可。



實施監督懲處，強化反腐倡廉紀律約束

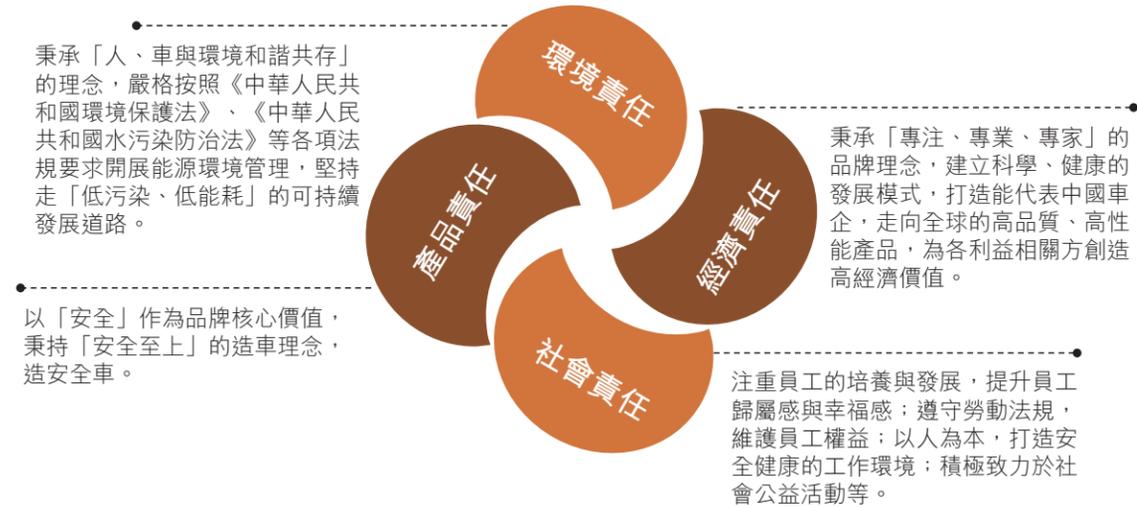
長城汽車對行賄、受賄等硬腐敗行為秉承「零容忍」的態度，同時對推諉扯皮、老好人、拉幫結派等軟腐敗行為也進行嚴厲打擊，一經發現由股份紀檢組對腐敗行為進行調查、懲處。為充分發揮全員和相關方的監督作用，搭建多種舉報渠道：QQ、電話、郵箱、微信等。2012年利用信息化工具，開發第一個舉報信息管理平台，由專人專線負責平台的運行、維護，同時從信息上傳、推送、接收、事件調查等進行管理，實現了舉報信息快速、有效、高質量的閉環監管，通過全員及相關方共同努力讓腐敗行為得到充分暴露並及早查處，違反公司制度要求的，依據《廉潔體系制度》等相關條款進行處理，涉及違反法律的行為，一律移交司法機關處置。在反腐的道路上，長城汽車將一如既往的堅持初心，與眾多優秀企業攜手同心，積極履行社會責任，傳播社會正能量。

一、我們的社會責任理念

公司以「安全」作為品牌核心價值，秉持「安全至上」的造車理念，注重綠色、創新與可持續協同發展，密切關注各利益相關方的期望與訴求，在員工培養、社會公益、保護環境等方面積極踐行社會責任。

公司專門成立社會責任工作小組負責統籌管理，人力資源部、監察審計部、品質管理部、生產企劃管理部、戰略管理部等各職能部門，以及各生產公司、各營銷公司和整車製造工廠等貫徹執行社會責任工作相關的具體要求。

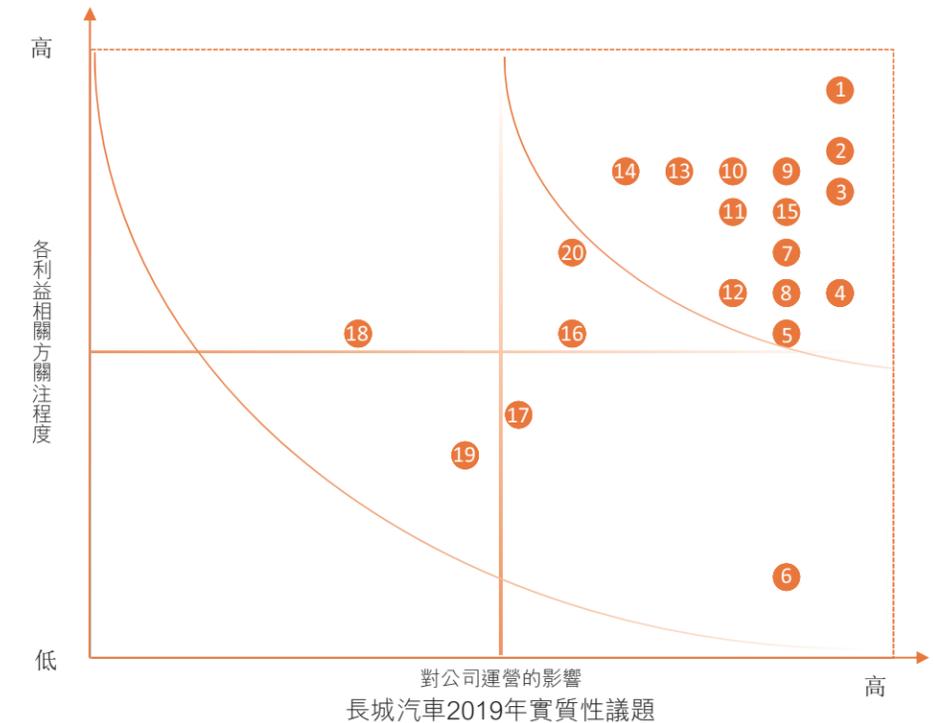
社會責任管理模型



二、實質性議題管理

公司對社會責任實質性議題的管理高度重視，依據聯交所《環境、社會及管治報告指引》等相關要求，基於行業特點來細化實質性問題判定的原則和標準，並廣泛收集並徵求公司內外部各利益相關方的意見，在此基礎上對公司經營過程中涉及的社會責任議題進行了識別與分析，最終確定了20項實質性議題。

實質性議題確定流程：



三、利益相關方溝通

在社會責任報告實質性議題確定的過程中，我們通過路演、現場訪談、調查問卷、電話等多種形式與客戶、供應商、經銷商、員工、政府及其他監管機構等多方利益相關者進行了深入的溝通與交流，公司高度重視各利益相關方的期望與訴求，並將其作為公司社會責任報告實質性議題的選題標準之一。我們根據各利益相關方的特點，開設了不同的溝通渠道，並嚴格按照信息披露的相關要求，確保信息披露的及時性、真實性、準確性與完整性，利益相關方可以動態地關注公司的運營、發展情況，與公司保持密切的互動，實現雙贏。

利益相關方	關注的議題	溝通途徑
 政府及監管機構	合規經營 保證產品質量 節能減排與環境保護 知識產權保護 模式創新與經濟增長 提供就業崗位	<ul style="list-style-type: none"> 遵守相關法律法規，依法納稅 加強安全管理與環境保護工作，積極配合監管工作、參與監管考核 加強風險控制，注重知識產權保護 提供就業崗位，吸納人才
 股東及投資者	投資回報 經營信息公開透明	<ul style="list-style-type: none"> 穩健經營，保持良好的盈利能力 不斷完善治理結構，保護投資者權益 不斷健全信息披露機制，確保信息披露及時、完整與準確
 客戶	產品多元化 產品質量與安全性能 優質的駕乘體驗和服務 售後服務與產品召回管理	<ul style="list-style-type: none"> 加大技術創新，借助科技的力量打造「清潔化、智能化、網聯化、共享化」的高質產品 強化品質管理，提高產品安全性能 積極開展用戶乘駕活動，提升客戶體驗度 提高售前、售後服務的質量與效率，提升用戶滿意度

利益相關方	關注的議題	溝通途徑
 合作夥伴	公開、公平、公正採購 互利、互惠、共贏	<ul style="list-style-type: none"> 公開透明的採購機制 以廉潔促誠信，以誠信促發展，與合作夥伴互惠共贏，營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境
 員工	職業健康和安全管理 基本權益的保護 專業培訓與職業發展 薪資待遇和福利	<ul style="list-style-type: none"> 深度推進職業健康管理體系，關注員工身體健康與安全 尊重員工合法權益，創新人才發展機制，充分激發員工的積極性和創造性 完善薪酬激勵體系、保險與福利體系
 社會	公益慈善事業 志願服務	<ul style="list-style-type: none"> 積極開展公益事業 秉承「扶貧濟困」的理念，構建綜合扶貧體系 開展志願者活動
 環境	產品節能環保 循環利用資源，走可持續發展之路 關注氣候變化	<ul style="list-style-type: none"> 堅持研發精準投入，積極發展新能源動力 減少排放，低碳發展；節能降耗、持續發展

一、公司產品

公司秉承「專注、專業、專家」的品牌理念，建立科學、健康的發展模式，堅持自主研發、以用戶為中心，圍繞汽車清潔化、智能化、網聯化、共享化，致力於打造能代表中國車企，走向全球的高品質、高性能產品，為用戶提供愉悅輕鬆的駕乘感受和駕駛樂趣，促進社會進步和環境改善。

用智能科技守護用戶出行安全

安全是汽車領域永恒不變的話題，也是長城汽車永遠堅守的準則和不變的追求。公司堅持創新技術，用科技武裝安全。2019年，長城汽車推出的汽車產品均搭載了公司最新的智能安全系統和技術，為用戶帶來全維度的智能安全守護。

2019年7月，公司旗下WEY品牌發佈Collie牧羊犬全維智能安全系統，涵蓋生命安全、財產安全、信息安全與環境安全，為用戶帶來全維度安全關懷與守護。新上市的WEY 2020款VV6、VV7 PHEV&VV7 GT PHEV等車型均搭載了Collie全維智能安全系統，涵蓋情緒／表情識別在內的3項全球領先技術，低速移動物體檢測、人臉識別在內的15項中國領先技術，以及MEB低速緊急制動、ESP 9.3在內的25項同級領先智能安全技術，共計43項智能安全配置，從行人、乘員以及駕駛員三方出發，全維度保障用戶的生命安全。



型歐拉iQ智聯版採用電池包與車身底盤的融合設計，「井」形結構保證電池包安全性，416項整車電安全設計舉措進行全方位防護。

公司旗下皮卡產品長城炮在主被動安全配置上全方位提升安全指數，最大範圍保障出行安全。車輛按照NCAP五星碰撞標準打造，主動安全方面配備了最新一代9.3版本ESP，搭載百萬像素的360環視系統，以及車道偏離、並線輔助、車道保持、ACC自適應巡航、AEB自動剎車、半自動泊車等配置。全新哈弗H6 GT版全系搭載博世最新一代ESP、並線輔助、車道偏離預警、高清360環視等多項越級主動安全配置，讓用戶出行更安全。2020款哈弗F7增配了L2級別自動駕駛，可實現車道居中保持、車道偏離預警、TJA交通擁堵輔助、ICA智能巡航輔助等功能，進一步提升了行車安全係數。新能源車

踐行汽車清潔化助力綠色出行

公司堅持「綠色、低碳、環保」理念，大力發展新能源汽車產品以及清潔化技術，著力降低碳排放指標，為用戶提供綠色環保的優質汽車產品，努力踐行保護環境的社會責任。

在新能源汽車方面，公司同步開展EV、HEV、PHEV三種技術架構的車型開發以及氫能源車型的策劃，發佈了基於Pi4平台的插電式混動車型和基於純電動專屬ME平台的歐拉iQ和歐拉R1，未來還將推出48V混動平台和基於專屬平台的燃料電池車型，並迭代衍生出更多車型。基於Pi4平台，2019年上市的WEY VV7 PHEV&VV7 GT PHEV後電機最大功率85kW，峰值扭矩為195N·m，匹配兩檔減速器，百公里電耗可改善5%，採用同級獨有的iBooster電子助力制動系統，與ESP 9.3 HEV系統配合，可實現100%的制動能量回收。新能源車型歐拉R1通過新材料應用、斷面優化、集成化設計，實現整備重量990kg，較市面同級產品輕10%以上，耗電量更低。



自主研發的包括4N20發動機、9DCT變速器、6001系列電驅動在內的「I紀元」動力系統，4N20發動機燃油消耗最大可降低



公司還一直致力於實現發動機燃燒效率的進一步提升，達到汽車的「清潔化」目標。2019年11月，長城汽車自主研發的GW4C20B 2.0T發動機獲「中國心」2019年度十佳發動機稱號，採用領先的缸內直噴技術降低PN排放，優化排氣歧管、採用變量機油泵極大降低油耗，滿足國六排放標準。搭載該發動機的哈弗F7x、哈弗H9-2020款、長城炮產品在保持高性能的同時，具備低油耗、低排放特性。同時公司旗



下蜂巢易創發佈了第一款產品熱效率可達38.3%，升級產品的樣機最佳指示熱效率更高達48%；採用米勒循環、350bar高壓中置噴油器等技術，發動機的燃燒更加充分，在降低PN排放方面更具優勢。

提升用戶體驗與服務滿意度

公司以打造顧客驚喜為己任，從品牌年輕化、產品智能化、佈局全球化三大維度出發，通過優化產品結構、產品迭代升級，為用戶提供愉悅輕鬆的駕乘感受和駕駛樂趣，同時大力改善終端服務品質，推動品牌銷售及售後服務體系升級，提升用戶體驗和滿意度。

2019年9月，中國質量協會發佈了2019年汽車用戶滿意度(CACSI)測評結果，長城汽車旗下哈弗品牌及旗下車型哈弗H6、哈弗F7、哈弗M6取得行業最高分，分別獲得「銷售服務滿意度」、「10-15萬A級SUV」、「市場關注新車」、「7萬以下A級SUV」數個獎項第一。WEY品牌獲年度「售後服務滿意度」第一，WEY VV6獲「2019年市場關注新車(10-15萬元SUV)」滿意度第一。

在人機交互體驗方面，公司旗下全新哈弗H6鉑金版產品搭載哈弗Hi-Life智能網聯繫統，擁有很強的語音識別及語義解析能力，並提供豐富的在線娛樂資源、支持車家互聯功能。哈弗H9-2020款配備全新一代車聯網系統，涵蓋「影音娛樂、新聞資訊、出行服務、車友互動」等全方位的用戶關懷。WEY VV7 PHEV&VV7 GT PHEV產品為用戶提供了純電、高效、智能四驅、全時四驅、運動、超級運動六種駕駛模式，以及沙地、雪地和泥地三種全地形模式可供選擇，豐富用戶的駕控體驗，並通過NVH降噪、智能科技配置等提升用戶的駕乘體驗。長城炮乘用皮卡在靜謐舒適度上採用100餘處隔/吸音設計處理，多連桿後懸架應用，使整車怠速時噪聲僅38.5分貝，低於正常人講話的音量，並進行專屬香氛氣味設計，為用戶營造良好的駕乘環境。新能源汽車產品歐拉R1在保有小型電動車靈活易操作、用電環保特點的同時，通過改變軸距（軸距同級最長達到2,475mm，軸距與車長佔比超過70%）和優化空間（基於純電動車開發的ME平台打造，把電池倉佈置在車底部對車內空間進行了合理的佈局），為用戶釋放更大的乘坐空間。



二、知識產權保護

專利數量：

截至2019年12月31日，長城汽車累計獲得授權專利7,512件，其中授權發明專利1,386件，授權實用新型專利4,207件，授權外觀設計專利1,919件。

2019年，長城汽車申請專利1,485件，授權專利951件，其中授權發明專利197件，授權實用新型專利533件，授權外觀設計專利221件。

2018年，長城汽車申請專利1,278件，授權專利854件，其中授權發明專利67件，授權實用新型專利579件，授權外觀設計專利208件。

知識產權保護：

戰略方面：長城汽車歷來注重知識產權保護，經過20餘年的發展，長城汽車已經建立了完善的知識產權管理體系。2010年，公司制定了以「激勵創新、提質保量、科學佈局、有效運用」為方針的知識產權戰略體系。

制度方面：公司完善、修訂《專利工作管理規定》、《專利激勵管理規定》、《專利檢索流程》等管理規定、標準文件及相關工作流程，內容涵蓋申請、維護、放棄等專利工作的全過程。

激勵方面：公司重新修訂《專利激勵管理規定》，實行專利獎勵每月落實制，該項制度的嚴格執行極大地激發了員工的創新積極性。

三、產品品質管理與考核

責任實踐

針對汽車質量把控和問題產品回收，長城汽車嚴格按照《缺陷汽車產品召回管理條例》的相關要求，對於汽車召回活動進行了全面的研究和落實，制定了一套完整的實施流程，建立《長城汽車產品召回管理規定》。從問題反饋，到糾正、預防，再到實施市場召回活動，每一個環節都有嚴格的程序去執行，保證快速、有效的實施召回活動。

產品的健康安全

長城汽車始終牢記以打造顧客驚喜為己任、為員工創造幸福、為客戶創造價值、為社會創造效益的發展使命，定位於全球市場，融匯最新技術，致力於打造高質價比創新技術的精美產品。其中產品的健康與安全是長城汽車產品特性的重中之重，長城汽車通過控制排放，控制氣味及VOC，完善主被動安全，管控回收利用等多種方法打造符合國家要求、給顧客帶來驚喜的健康安全產品。

◇ 排放方面管控措施

» 整合優勢資源，大力發展新能源車型，實現零排放

新能源車型將是未來汽車市場的主角，長城汽車長期以來一直特別重視新能源技術的研究與探索。2019年長城汽車在新能源車型開發方面已取得了不俗的成果。純電動方面，歐拉IQ已實現4款車型量產；歐拉R1已實現7款車型量產，實現在A00級別中的領先地位；另外，在乘用車純電動／商用車純電動品類中繼續豐富產品線，覆蓋家用、運營等領域。

混合動力方面，基於全新Pi4平台重磅推出WEY品牌技術形象代表車型—VV7 PHEV，實現綜合油耗1.6L/100km，滿足國六b排放標準；同時車型搭載WEY品牌Collie全維智能安全系統，囊括3項全球領先、15項國內領先、25項同級領先的共43項智能安全配置，實現智慧躲閃、AEB主動緊急制動、RMI防側翻、AI智能面部識別等主動安全功能；為顧客打造出綠色、安全、智能、科技的高性價比新能源產品。另外，開發48V BSG、RE300、P2/P2+P4等多種架構車型，其中RE300覆蓋中低端突出性價比及油耗；P2/P2+P4覆蓋中高端，突出動力性，致力於為客戶打造覆蓋各層次需求、全系列性價比最優混動產品。

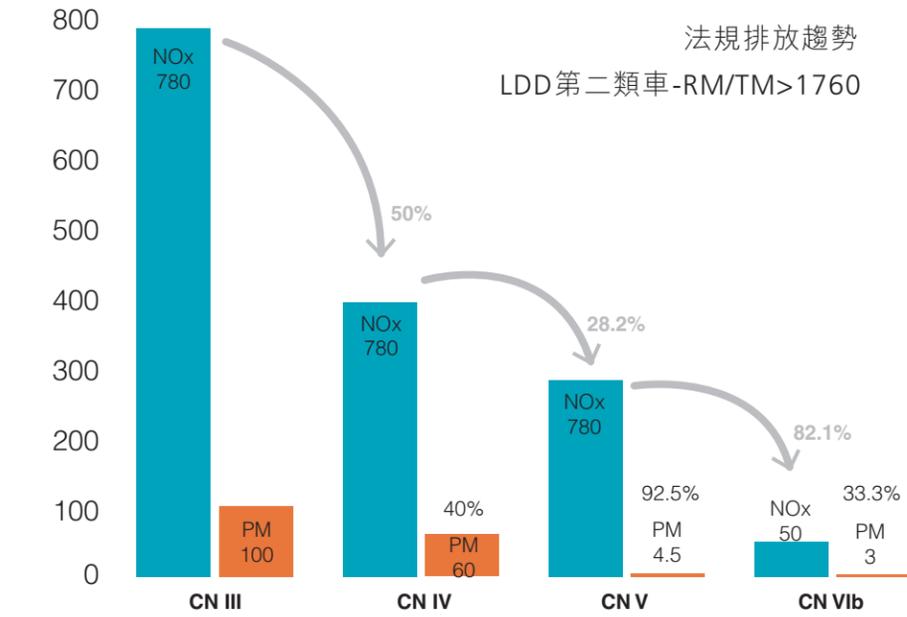
» 持續更新、加嚴排放管控要求

公司針對排放的基本管理模式為，首先明確國家、行業關於排放方面的法規、標準，並進行深入解讀，其次基於法規、標準並結合未來發展趨勢、公司規劃制定更加嚴格的公司內部標準及管控規範。基於國六排放要求，公司制定了更加嚴格的《排放試驗驗證過程管控規範》從樣車準備、確認，試驗開展，一致性管控等方面對排放驗證過程進行規範，建立了科學嚴謹的管控模式。

長城汽車持續提升優化尾氣排放物的開發應用能力，公司在車型開發初期便結合產品定位，深入解讀相關法律法規，如：《GB 18352輕型汽車污染物排放限值及測量方法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》等，基於法規、標準並結合未來發展趨勢，規劃制定了清晰地開發技術路線和更具挑戰目標。經過公司多年持續投入，長城汽車在2019年上市所有車型都應用了最新的發動機及催化劑技術，許多車型排放水平都提前達到國家2023年排放法規要求，尤其是在柴油皮卡車型開發方面，獨樹一幟。

柴油國六項目：長城汽車在國內皮卡市場22年國內銷量第一，其中皮卡柴油車型佔70%左右，目前主要有風駿系列和炮系列兩個主要平台。

與歐六標準不同之處，國六排放法規採用燃油中立的原則，汽油和柴油車需滿足相同的排放限值，並且比歐六的限值加嚴了40-50%左右；同時，在OBD監控系統和環保關鍵部件質保等方面均嚴於歐洲。



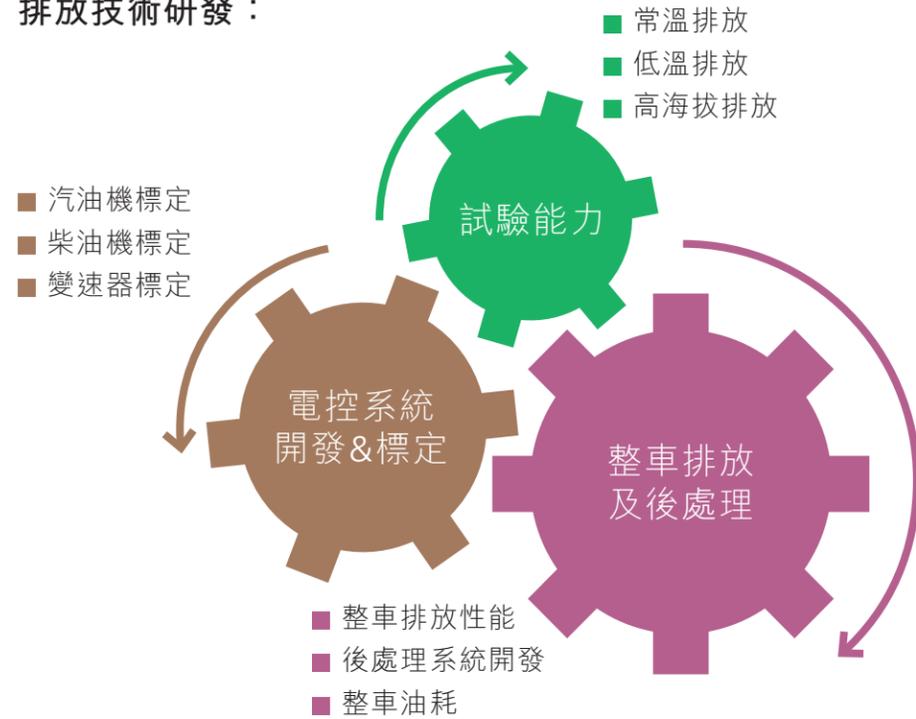
柴油皮卡國六法規加嚴趨勢圖

為滿足節能減排的國家號召，同時客戶對長城柴油皮卡又有強烈市場需求。長城汽車依托完備的排放研發能力和資源，公司上下積極推動，全力以赴；聯合供應商與長城汽車精誠協作，攻堅克難，進行了長達6個月的排放性能開發，並經歷了高溫、高寒、高海拔等極限工作環境的測試，累計超過60萬公里各種路況的試驗驗證；終於成功推出了國內首款滿足國六排放標準的輕型柴油車型，為我國政府達到「節能減排、保衛藍天」目標做出積極貢獻，及時填補市場空白。風駿7國六柴油皮卡於2019年7月份推向市場，獲得市場一致好評。2019年底累計生產2萬多台，銷售持續火爆。

長城炮柴油國六皮卡作為商用版炮系列皮卡的主力，2019年10月底一經推出就取得出色的市場響應。



排放技術研發：



» 設置排放質量門，嚴格把關排放指標

公司始終堅持將排放作為關鍵管控指標，納入項目節點通過條件即質量門，進行管控。各車型研發過程中，需由專業的測試部門針對排放達成水平進行測試，測試結果是否達標將作為進入下一階段開發的否決項。排放不達標堅決不允許進入下一開發階段，各相關專業團隊將排放問題作為第一序列問題，投入優勢資源，徹底將問題解決，確保排放目標達成。

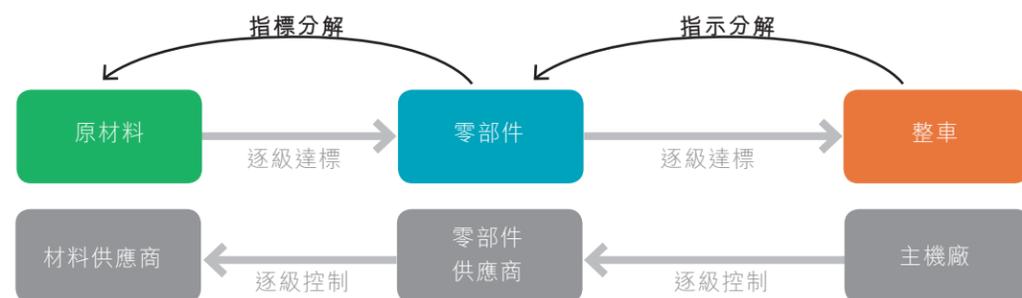


◇ VOC、氣味方面管控措施

長城汽車通過建立專業化的技術標準、規範化的質量控制、前瞻性的技術應用三個方面建立了一套完整的車內空氣質量控制體系。

» 完善的車內空氣質量控制體系

公司從材料、零部件、整車三個層面建立了完善的技術標準體系，涉及各類標準10餘項，規範了各層級技術要求，保證了產品從源頭到整車的規範性。另外，從源頭開始對材料、零部件、整車分別進行正向控制，整個產業鏈從主機廠到零部件供應商到材料供應商逐級對上游供應商進行管控，有效保證了整個產業鏈到整車的環保性。



» 規範化的氣味及VOC試驗驗證體系

公司擁有專業的氣味及VOC檢測團隊，專職從事氣味及VOC質量控制，並且擁有專業配套的氣味及VOC檢測設備、儀器和實驗室，確保檢測方法科學、有效。在國內汽車行業率先建立起了一套完整的採樣、分析、研究的試驗體系，有效保證了所有車型開發及量產的品質。

試驗及分析技術能力，投入400多萬資金分別建立了氣味、霧化、VOC性能試驗室，具備了材料、零部件、整車空氣質量檢測分析能力。



材料、零部件氣味
評價能力



材料、零部件霧化
檢測能力



材料、零部件VOC
檢測能力



整車氣味、VOC
檢測能力

» 通過技術創新，提升氣味及VOC品質

公司通過技術創新，為顧客提供更加安全、舒適的產品，是公司堅持不變的重要戰略舉措。公司歷來對技術投入毫不吝嗇，經過專業工程師不懈努力，公司擁有眾多新型專利，例如：車載香氛、具有香味的人造革及物件蒙皮和車輛等實用新型專利，通過香味揮發，避免異味對顧客造成的不舒適體驗。

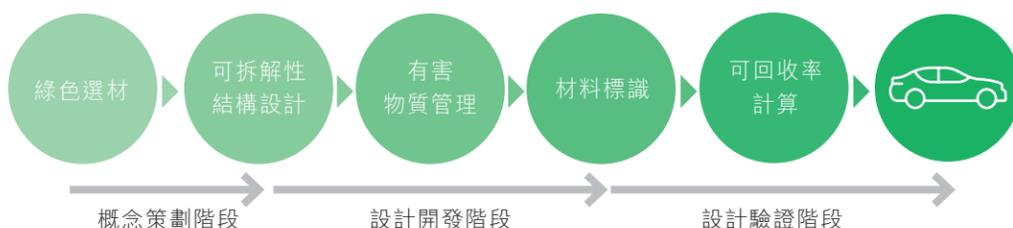
同時通過開發主動式座艙清潔系統消除整車高溫及各種環境下長時間停放造成的車內有害物質及異味積聚，可通過汽車鑰匙、手機app提前進行主動座艙淨化。另外，在行業內率先應用防菌抗病毒的「N95級」車載防護濾芯，有效保證了駕乘顧客的身體健康，在整個汽車行業內起到了引領的作用。

◇ 回收再利用方面管控措施

» 設計方案融入回收再利用理念，驗證過程嚴格把關

公司一向提倡綠色設計方案，產品工程師的設計方案需考慮各種設計要素，可回收性設計(DFR)是其中尤為重要的一項內容。在產品設計的初期，由產品工程師考慮產品的可拆解性、可回收性，並以之作為產品結構設計和材料選擇的一個重要準則，使得產品易於拆解、利於回收、回收費用最低、回收利用價值最高，最終達到減少廢棄物的產生、節約資源和保護環境的目的。

在設計驗證階段，公司設有專職部門對回收再利用率進行計算、把關，針對不達標的產品由產品驗證工程師和產品設計工程師，共同探討制定改進方案，直至產品回收再利用率達標。



» 供應商參與產品設計，充分利用供應商資源

公司基於整車的循環再造要求，合理選擇供應商，能否滿足回收再利用要求是我們選擇供應商的一個重要條件。同時，公司大力推行並行工程，在先行設計階段即邀請供應商充分參與，公司產品設計工程師與供應商技術人員共同進行產品的設計開發，充分利用優秀供應商資源，共同努力創造更加環保的產品。

» 以法規標準為準繩，以信息化手段為保障開展工作

中華人民共和國工業和信息化部制定的《汽車有害物質和可回收利用管理要求》、國標《GB/T 19515道路車輛可再利用率和可回收利用率計算方法》，是公司開展回收再利用工作的基本準則。公司逐步開發或引入GW-MCC、CAMDS等系統，並設置專職部門，結合法規、標準要求及公司具體情況建立起科學、高效的回收利用信息化管理體系，促進產品回收再利用工作開展。

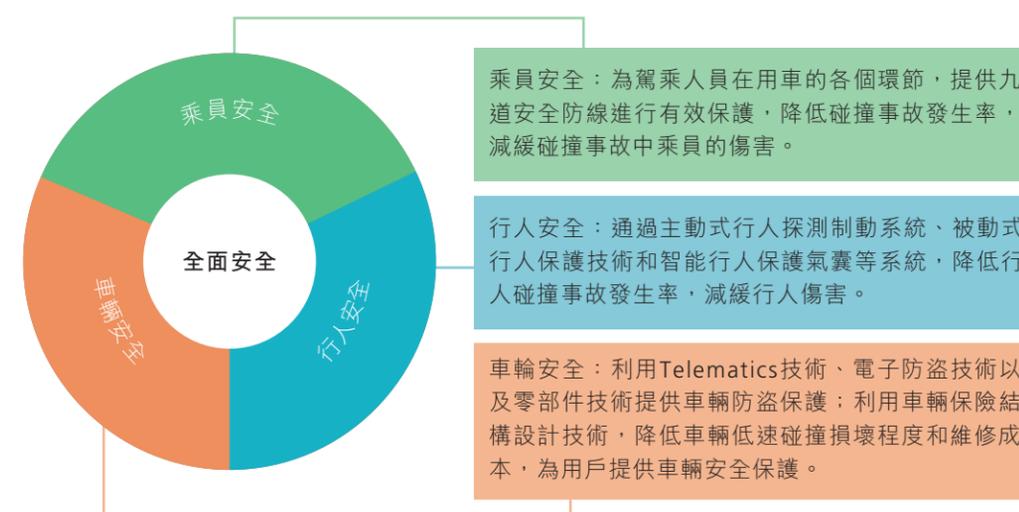
◇ 主被動安全方面管控措施

» 安全願景

長城汽車始終奉行「安全至上」的核心理念，所有開發活動都以「交通事故零傷亡願景」為目標，不斷追求駕駛安全「最大化」和事故傷害「最小化」。長城汽車致力於2023年實現「零死亡」的目標，即2023年實現無人因駕駛或乘坐新款長城汽車發生交通事故而導致死亡。

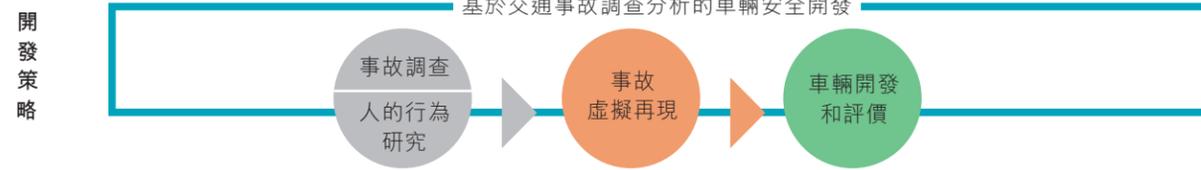
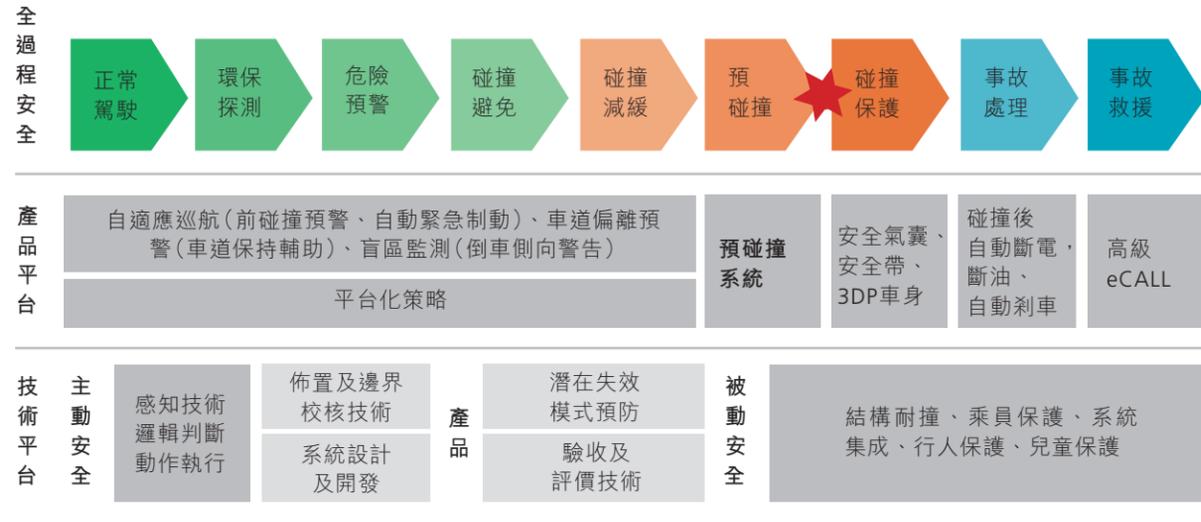
» 安全開發理念

長城汽車秉承「T-Safety」全面安全理念，不僅致力於保護自身及車內乘員的安全，也充分考慮包括汽車、摩托車、自行車、行人在內的所有交通參與者的安全。



» 安全開發技術體系

基於真實道路交通環境和實際交通事故特徵，關注駕駛「全過程安全」，以安全性能開發流程為基礎，利用虛擬分析、試驗測試及主觀評價相結合的方法，推動產品平台與技術平台的實現及迭代升級，持續提升長城汽車的安全性，實現乘員、行人、車輛全面安全。



» 產品安全實現

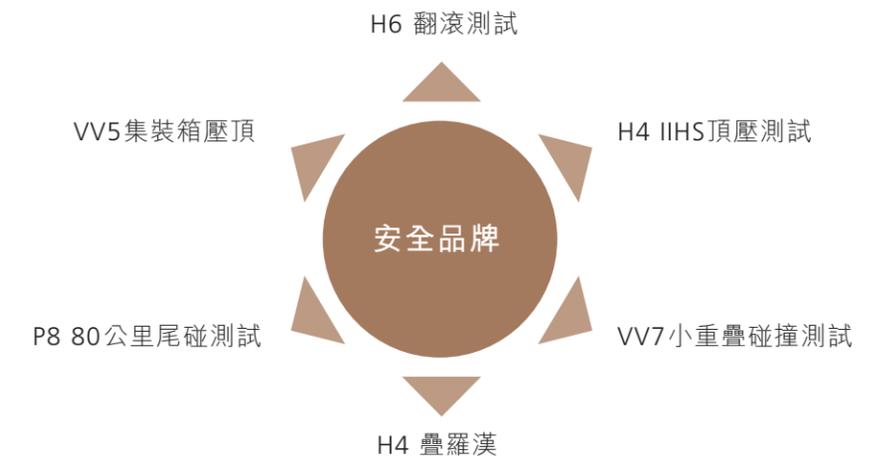
• 「五星」安全

長城汽車在安全性能開發方面，除了滿足中國的C-NCAP(中國新車評價規程)五星標準外，還一直以更加嚴格的歐美標準作為開發目標。在C-NCAP測試評價中，長城汽車至今已有七款車型獲得了五星評價。

長城汽車的安全是無差別安全，比如VV7\VV5車型標配6氣囊、預緊限力式安全帶、ESP、ACC、AEB等主被動安全系統；老款哈弗H6早在2012年獲得C-NCAP五星車型為低配置車型，實現了無差別安全。

• 「安全」品牌

「安全」作為長城汽車的核心價值，除滿足NCAP星級目標外，還考慮了實際交通事故中的安全，同時致力於「安全」的推廣與傳播，率先在行業內進行了多項高難度安全公開測試活動，推動安全理念的普及和安全意識的提升。



» 建立功能安全管理體系

隨著汽車技術在安全、節能、環保、低碳化、集成化、信息化、智能化、網聯化、自動駕駛技術等領域的發展，汽車電子技術已成為汽車發展的重要動力，汽車電子電氣系統及功能的安全變得尤為重要。公司緊跟國際及國內關於道路車輛功能安全的最新標準(ISO 26262)，組建功能安全核心小組，建立公司功能安全設計開發流程，組織公司高層領導及各層級設計工程師的安全文化培訓，推進項目實際應用實施。目前已經在車型項目上實施標準的落地，關鍵零部件ESP(車輛穩定性控制)、EPS(電動助力轉向)、ABM(安全氣囊)安全目標最高已達到功能安全ASIL D等級(汽車安全完整性等級，D級為最高等級)。

◇ 產品責任的夯實

» 產品責任法規要求

根據《中華人民共和國產品質量法》、《缺陷汽車產品召回管理條例》等產品責任相關法律法規要求，企業需要對缺陷產品造成的人身傷害和財產損失承擔賠償責任。

» 產品責任落實方法

公司主要通過對產品責任法規及訴訟案例進行研究解讀，對設計人員進行專項培訓，加深設計人員對法規的理解。針對車輛從設計、生產、售後全生命周期實施嚴格的質量管理，防止缺陷產品的產生和流出，針對已流出的潛在缺陷產品採取積極的應對策略。



設計階段：利用再發防止、未然防止、故障預防等工具開展設計評審



製造階段：實施供應商管理，生產一致性審核等活動，確保製造質量



處置階段：公司針對市場問題有完整的處置流程，包含缺陷產品召回及客戶滿意度向上管理規定等



售後階段：建立信息化一元平台，針對經銷商反饋信息，實施監控

一、僱傭

多元化引進各層次人才

重點院校高校高學歷畢業生招聘

長城汽車將汽車及機械類專業畢業生作為技術研發的中堅力量，為促進新四化轉型，公司對互聯網、大數據、智能駕駛、智能網聯等相關專業的高學歷畢業生需求日益增多。每一名畢業生的專業知識在長城汽車得到充分認可、應用與發揮，長城汽車為其職業發展提供了廣闊的平台。

開展校企合作，互利共贏

為促進新入職大學生職業人角色的順利轉變，快速勝任崗位，公司打造了大學生前置培養項目。與國內眾多高校建立校企合作關係，共同打造優秀校外教學實習基地，推行整車拆解、技能認知訓練、參與技術課題研究等相結合的全方位培養模式。

安置社會務工人員

在退伍軍人幫扶方面，基於保障此類人群生活及社會穩定的考慮，提供多重崗位，安置退伍軍人的就業。

二、勞工準則

遵守勞動法規，維護員工權益

全面貫徹落實《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法規，依法執行用人、工作時間和解僱政策。與員工簽訂勞動合同，依法為員工繳納法定社會保險，解決員工後顧之憂。堅持男女平等，在招聘過程中堅決杜絕性別、民族、種族、宗教、生理等就業歧視，維護員工合法權益；杜絕使用童工，應用身份識別系統，防範童工的招聘；針對女性員工尤其是孕產期女員工，嚴格執行相關法律法規對其工作時間、強度及環境的要求。

三、健康與安全

以人為本，打造安全健康的工作環境

深度推進職業健康管理體系

公司堅持「安全第一、預防為主、綜合治理」的原則，嚴格落實《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國消防法》等法律法規的要求及各層級安全生產責任制，建立安全生產風險分級管控和隱患排查治理雙重預防機制，持續完善職業健康安全管理體系，確保其運行的適宜性、充分性和有效性。通過安全信息化平台、安全綜合審計、安全防錯等系列管理舉措，確保全年無因工死亡事故。

持續改善現場工作環境

通過安全生產標準化規範運行，提升生產現場本質安全化管理水平。對新工廠、新工藝、新設備實施前置安全評審，保證在投入使用前滿足安全生產要求。通過現場作業觀察、工作危險分析、設備檢測等方法系統識別職業危害因素，確定關鍵場所的職業健康危害檢測項目、測量方法和指標，定期評價，動態管理。聘請專業檢測機構對有毒有害作業場所進行檢測和評價。完善現場除塵、降噪等安全設施，改進原材料及工藝，從源頭上控制職業危害因素的產生，建立健全員工健康監護檔案，組織員工職業健康體檢，按標準配備個人防護用品，始終堅持預防與治理相結合，通過提高自動化技術應用，持續改進工藝流程、不斷改善現場作業條件，全年實施安全防錯技術應用2,338項，為員工創造安全、健康、舒適的工作環境。



不斷強化應急處理能力

公司設有專業消防人員負責監督消防設施及現場消防安全。建立現場安全應急管理機制，完善重點防火區域的應急裝備，提升油庫、塗裝作業區域等場所的火災、爆炸應急處置能力，完善應急預案體系，修訂綜合預案、專項預案及現場應急處置方案，全年組織應急演練123次，評估、改進、完善應急處置流程，提升公司重大風險控制應急能力。

四、發展與培訓

公司重視人力資本價值，人才是公司發展的最重要的驅動力量，將吸納、發展行業人才列為公司重要的戰略任務。長期以來，公司秉承「造車育人」的人才理念，始終堅持人才培養融入業務，不斷創新人才發展機制，充分利用內外部資源，着力構建全球人才培養體系，打通各職業晉升通道，充分激發員工的積極性和創造性，讓員工真正成長、成才，以優質一流人才隊伍促進公司不斷發展，實現公司人力資源價值最大化。

人才培養體系

公司致力於打造具備國際化、職業化、專業化的一流企業，搭建人才培養體系和員工職業發展通道，積極縮短人才培養周期，全面打造公司的人才池。公司一方面重視員工培養，通過「訓•練結合」的培訓模式提升員工的素質和能力，另一方面制定員工晉升晉級、輪崗制度等規範，持續牽引各級管理者關注員工成長與發展，提升績效管理的有效性，實現員工與企業的共同發展。

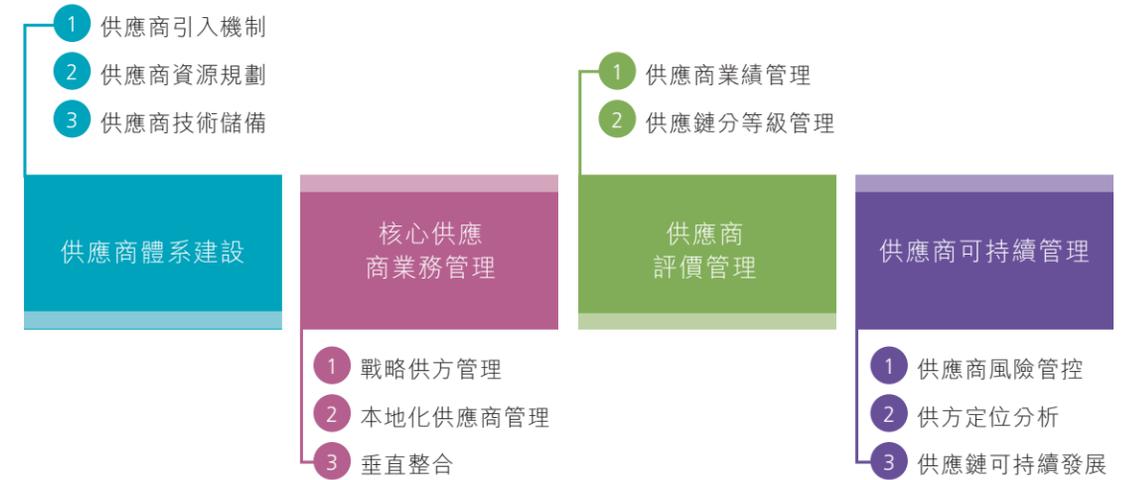


培訓管理

公司重視員工對職業發展的成長訴求，制定了相關管理制度，完善培訓組織架構。根據各類人才的成長特點，採用內外部結合的方式，搭建全面培養體系，培訓人員層次從生產一線到企業高管，內容涵蓋前沿趨勢、專業技能、國際化通用知識、質量管控、領導力發展等領域，對接人才隊伍建設目標和年度人才重點工作任務，持續優化培訓管理體系、培訓課程體系和線上學習平台，加強人才培養工作的創新性、前瞻性、針對性和實效性，加快國際化人才、核心管理人才隊伍的建設，緊扣公司發展的實際需求，依托全球優質資源，系統設計培訓項目。

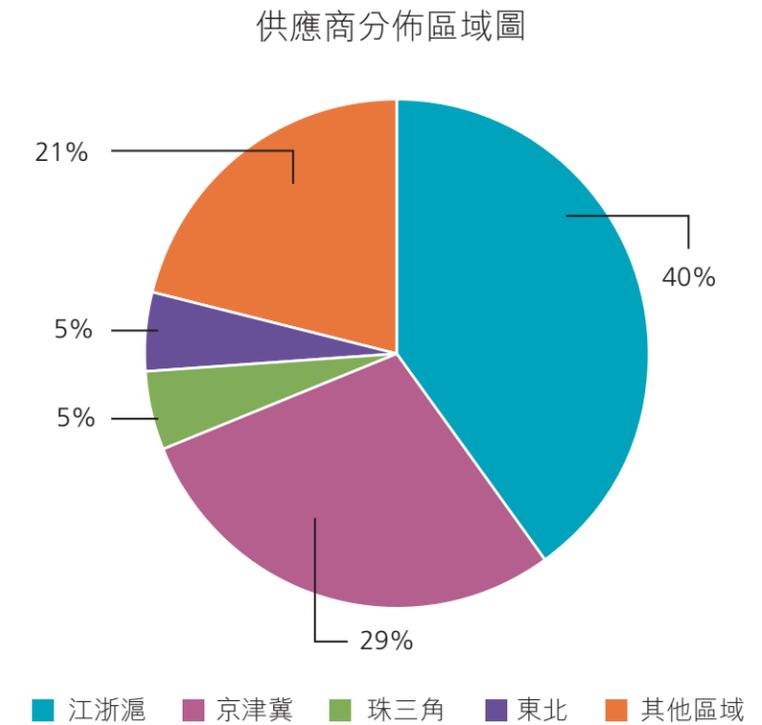
一、供應鏈管理

基於業務發展需求，多維度選擇、評價供應商，開展供應鏈經營活動，打造穩定、可靠的供應商體系，主要開展如下四項工作：



供應商數量

主要供應商600餘家，具體分部如下：



供應商引入

公司建立了完善的供應商准入流程及機制，保證體系供應商的引入質量。在導入新供應商時，使用《供應商調查表》進行調查確認，從生產資質、安全、合規等方面對供應商進行初審，滿足基本條件後，組織專業人員對零部件供應商實施現場審核，確認產品的開發、生產、質量、交付能力，通過審核，納入潛在供應商資源庫備選。

供應商考核管理

從供應商的技術能力、質量、成本、交付等維度，按月度對供應商開展績效考核。評價結果從優到劣分為I、II、III、VI四個等級，根據評價結果，對供應商實施獎懲，對長期不滿足要求的供應商實施淘汰。

供應商權益維護

公司以廉潔促誠信，以誠信促發展，與供應商互惠共贏，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境，簽署《陽光協議》作為合作前提，向相關方傳遞廉潔文化，規範雙方合作的行為，嚴厲打擊腐敗，致力於維護供應商利益，維護合作平台，為持續、健康合作提供重要保證。為規範公司員工行為，公司重點崗位人員均簽訂《廉潔承諾書》；制定《合作方廉潔制度》，與供應商簽署《陽光協議》，規範雙方合作行為；通過設置監察部門，向社會公示監督電話，設立董事長郵箱等，有效監督採購、招標等重點敏感環節，切實維護合作方利益。

公司與供應商在產品研發、質量控制和產品交付等環節密切配合，相互支持，共享改善成果，並針對原材料價格波動的市場環境，為保護供應商利益，與供應商簽訂原材料《價格聯動協議》，保證供應商利潤水平。與供應商共同開展VA/VE活動，從質量、成本、交付多方面實施改善並共享改善成果。通過多渠道收集供應商與公司研、產、供、銷合作過程中的問題及抱怨，並組織相關部門制定對策，不斷優化流程，逐步提高供應商滿意度。

二、經銷商管理

公司以遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規為基礎，以「市場領先、客戶滿意」為戰略目標，秉承「真心為客戶著想」的服務理念，致力於為客戶提供超預期的服務體驗。

持續推進決勝終端，建立行業領先的銷售服務體系，圍繞客戶驚喜服務體驗打造、終端運營能力提升、渠道穩健發展，從誠信體系、營銷力、盈利力、渠道力、機制建設多個維度，開展內容、模式、工具創新，全面提升經銷商精細化、體系化運營管理能力。



誠信體系打造方面，在原有整車、配件、保修誠信服務基礎上，重新釋義「誠信哈弗」，在客戶業務開展及與合作方商務合作過程中，堅持誠信無欺、信守承諾。明確八大表現形式，圍繞客戶消費體驗，清晰界定誠信範圍邊界，樹立行業誠信服務標桿。

在終端營銷力打造方面，以創造客戶驚喜為標尺，識別客戶服務全場景，結合互聯網時代客戶購車行為改變，以服務內容精細化、可感知為原則，重塑終端銷售服務流程，並開展銷售服務攻堅、智慧網銷、移動服務模式推行等一系列專項行動，使客戶在線上、線下體驗各關鍵觸點，均能體驗尊享、便捷化服務。

在終端盈利力拓展層面，開展內外部業務融合，內部融合方面，整合資源開展保客掘金行動，挖掘保客潛在需求，並匹配服務產品、權益充分響應滿足，同時聚焦後市場盈利點，引導終端盈利結構由銷售主導向全業務均衡發展，推進盈利結構轉型，提升抗風險能力；外部整合方面，圍繞客戶全生命周期，構建終端多元業務生態體系，主動探索跨界合作，結合用戶「衣食住行」，拓展業務邊界，與中國郵政、招商銀行、蘇寧等多業態開展跨界營銷。

在渠道網絡建設層面，以向客戶提供便利服務和便捷體驗為核心目標。通過多元化網絡形態，構建渠道新生態，根據品牌定位，實施差異化網絡建設，推進區域整體合理性佈局，實現區域精細化經營。

在終端機制建設方面，圍繞核心營銷KPI，擴展全員營銷職責、明確具體舉措、豐富完善營銷工具及方法，實現個人收益與品牌收益掛鉤，激發全員營銷積極性；挖掘經銷商機制建設優秀案例，引導建立內部分享機制，實施經銷商集團內、跨集團優秀案例對標分享，優化業務執行、團隊激勵、用戶運營等管理模式。

在專業化團隊塑造方面，為切實給客戶提供專業、真誠的服務體驗，公司始終堅持通過嚴格的人員培訓認證體系，提高一線銷售、服務、管理人員專業性，採取培訓認證上崗制。建立從人員入職、能力提升全周期的培訓支持體系。同時建立客戶滿意反饋閉環機制，通過對銷售服務弱項的識別，持續開展銷售服務專項能力提升培訓。為提高客戶服務能力，公司培訓採取場景化、沙盤化完全還原客戶服務場景，極大的提高培訓應用效果。公司具備專業的培訓場地及師資力量，能夠承接4萬人次/年的培訓實施，並通過線上+線下多種培訓模式為經銷商賦能。



專業培訓場地



實戰化培訓設施

長城汽車堅持以客戶為中心，通過持續的滿意度測評及商務政策考核，引導經銷商關注客戶服務體驗，從人員能力、服務品質、誠信經營、客戶關懷、環境設施等方面，不斷創造客戶驚喜與感動，帶動品牌服務質量及效率的提升。2019年中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)測評中，長城汽車旗下哈弗品牌在自主車企中收獲銷售服務滿意度第一名，連續5年在CACSI銷售/售後服務滿意度保持第一，WEY品牌收獲自主品牌售後服務滿意度第一名，同時長城汽車旗下哈弗及WEY品牌多個車型，在細分市場領域獲得滿意度第一的優異成績。

哈弗榮獲中國汽車行業用戶滿意度(CACSI)多項第一

廠商品牌	獎項類型	名次
哈弗品牌	銷售服務(自主品牌)	滿意度並列第一
車型	細分市場類別	名次
哈弗H6	10-15萬A級SUV	滿意度並列第一
哈弗F7	市場關注新車	滿意度並列第一
哈弗M6	7萬以下A級SUV	滿意度第一

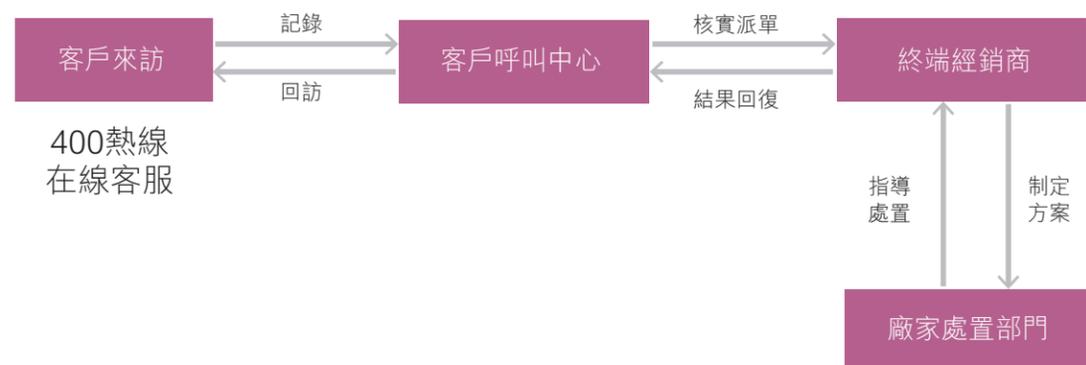
持續推行萬事通平台，打通廠商溝通瓶頸，建立暢通的經銷商聲音傳遞渠道，持續開展經銷商滿意度測評，創造公平、公正、公開、透明的廠商合作環境，通過不同層級、不同範圍的會議機制，強化廠商溝通，解決各類實際問題，以真誠協作、互利共贏的合作理念，構建廠家與銷售服務商合作共贏的夥伴關係。



三、客戶權益保護

公司建立全國統一服務熱線，並設有客戶呼叫中心，由專業坐席負責顧客抱怨及投訴的受理及處置，全過程通過客戶關係管理系統 (SCRM系統) 平台開展，實現信息的快速流轉及處置，異常情況可以得到及時的應對。

顧客抱怨及投訴處置流程：



四、股東及投資者溝通

保護股東權益

公司自2003年上市以來，高度重視投資者權益保護工作，積極建立健全投資者權益保護制度。公司及時、充分、完整進行信息披露，使股東能夠及時完整的獲取公司最新經營情況，並設置投資者熱線，及時回覆投資者的諮詢，維護投資者的權益。

投資者關係管理

公司根據《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》、中國證監會《上市公司與投資者關係工作指引》(以下簡稱「《工作指引》」)、《上海證券交易所個人投資者行為指引》和《長城汽車股份有限公司章程》(以下簡稱「《公司章程》」)等有關規定，並結合公司實際情況，制定《長城汽車股份有限公司信息披露管理制度》、《長城汽車股份有限公司投資者關係管理制度》。

公司嚴格遵守上海與香港兩地證券交易所上市規則及證券市場規定，保障中小股東的合法權益；遵守法律法規及上市規則中對股東權益平等保護的要求，持續完善公司章程、股東大會議事規則等制度，持續為股東提供真實、準確、完整信息。公司持續通過召開業績發佈會、業績電話會，組織投資者現場調研，回覆投資者電話諮詢、郵件諮詢等方式向中小股東匯報公司情況，解答中小股東疑問，同時利用上海證券交易所網站e互動版塊，回覆中小股東的疑問。通過以上方式與中小股東建立良性互動關係。

2019年5月15日，公司參加中國證券監督管理委員會河北監管局組織的河北轄區上市公司2019年度投資者網上集體接待日活動，在此活動中積極與廣大中小股東溝通，回覆中小股東針對公司業績的諮詢，聽取中小股東對公司發展的建議與期望。2019年5月17日，公司召開2018年度股東大會，出席此次股東大會的股東及股東代表擁有及代表的股份為5,583,950,151股，佔公司總股數的61.18%，中小股東積極參與公司股東大會審議事項的決策，提升公司治理水平。

股東回報

公司一貫致力於為社會創造價值、為股東創造收益、為員工創造幸福。公司自2003年在香港聯合交易所上市以來，保持穩定的現金分紅比例。報告其內，公司實施2018年度利潤分配方案，以公司總股本9,127,269,000股為基數，每股派發現金紅利0.29元(含稅)，共計派發現金紅利26.47億元。公司自上市至2019年末，累計派發紅利約人民幣182.85億元。2020年4月24日，公司召開2019年度董事會，審議決定2019年度每股派發現金紅利0.25元(含稅)，共計派發現金紅利22.82億元，此派息金額尚需公司2019年度股東大會審議批准。

公司近五年分紅情況如下：

	2014年	2015年中期	2015年	2016年	2017年	2018年
每股盈利(元)	2.64	1.55	0.88	1.16	0.55	0.57
每股派發現金股利(元)	0.80	0.25	0.19	0.35	0.17	0.29
總股本(萬股)	304,242.30	304,242.30	912,726.90	912,726.90	912,726.90	912,726.90
派息額(億元)	24.34	7.61	17.34	31.95	15.52	26.47

年度內，公司加強與投資者之間的雙向溝通，使廣大投資者及時了解公司的相關經營情況，促進與投資者之間的良性關係，幫助投資者及時、準確理解公司經營情況。年度內，公司通過邀請投資者參加股東大會、展會等活動使投資者及時了解公司經營情況，組織境內外路演、接待投資者調研、組織電話會議，參加投行組織的峰會等方式與投資者進行了充分的溝通。年度內，公司共組織3次境內外路演，接待境內外投資者調研18次，組織電話會議26次，參加投行組織的峰會29次。

五、社會公益

全員參與，建設務實的公益體系

高層領導身體力行，以感恩之心回饋社會，倡導員工廣泛參與公益，提出做真正的「企業公民」，以品牌力量促進人、車、環境和諧發展。結合公司發展策略、行業特點、地域等因素確定「行業科研、教育事業、環境保護、慈善援助」為重點支持領域，積極實施公益活動，推動社會進步、文化發展、環境保護與經濟增長的和諧共生。

- » 行業科研方面：公司大力度支持國家重點院校汽車專業科研工作，先後在河北農業大學等多所高校建設教學科研實驗室，向清華大學、吉林大學、燕山大學等重點院校提供教育教學用車。
- » 教育事業方面：公司積極響應國家產教融合號召，發揮企業優勢，深化校企合作模式，為北京科技大學、燕山大學、河北工業大學、河北大學等學校提供免費的校外實踐基地，助力上千名在校大學生早日成為民族汽車工業棟梁之才。長城汽車始終以開放的心態與多所高校開展交流合作，並分別於7月、11月面向國內高校舉辦「Open Day」活動，為在校大學生提供直觀感受車企「開放、創新」的智能化平台；公司組織來自貧困地區的小學生參加科技夏令營，援建貧困地區希望小學，向高中、中學、小學捐贈教育教學用具，並為貧困生捐資助學。
- » 環境保護方面：除了在產品設計、生產等環節的節能減排外，公司多次組織員工開展義工活動、倡導員工低碳出行，為環保事業貢獻一份力量。

- » 慈善援助方面：公司高層領導定期代表公司到金秋老年公寓、保定市第一福利院進行慰問，並送去公司的慰問品，為孤寡老人帶去關愛和溫暖，為殘疾兒童送去希望和堅強。

長城汽車以公益宣言為指引，以公益支持計劃為依托，在內部營造「全員是義工、人人做公益」的氛圍，同時號召社會各界共同傳承和創新中國的公益文化，形成「公司先行，銷售服務跟進，車友廣泛參與」的公益支持體系，不斷實踐和探索新的公益模式。

公司近些年累計對公益事業投入資金達6,462.71萬元，多年來，公司熱心公益事業的不懈努力，得到了社會的充分肯定，被授予「河北省捐資助學先進單位」、「河北省文明單位」、「愛心企業」等榮譽稱號。

秉承「扶貧濟困」的理念，構建綜合扶貧體系

高層領導非常重視扶貧工作，組織召開扶貧會議，制定貧困地區扶貧計劃及政策，並指派專門人員到省內貧困地區進行走訪調查，了解貧困現狀。結合定點扶貧規劃，繼續完善貧困地區基礎設施、醫療、教育等公益事業的建設。

- » 教育扶貧：長城汽車用實際行動，幫助國家級貧困縣阜平「脫貧摘帽」，向阜平縣捐贈汽車、發動機、變速器以及正時教具、車門解剖教具等教學設備，共計價值人民幣1,000萬元。長城汽車重慶分公司慰問團前往困難兒童家中慰問並送上書籍和生活用品，並在公益晚會上為貧困兒童送上新春禮物，共計10萬元。為體現企業社會責任，長城汽車向圖拉州烏茲洛瓦亞第三十中學捐款96萬盧布（約合人民幣10萬元），用於更換學校窗戶。
- » 就業脫貧：結合公司特點，為貧困地區5,925人提供就業崗位，為620名殘疾人提供就業平台，幫助其解決生活及就業問題，從經濟上幫助困難員工擺脫困境。
- » 健康扶貧：對因天災人禍、患大病等特殊原因致困的特困職工給予扶貧幫困基金一次性救助。公司組織對上報的困難員工基本情況進行摸底調查，結合員工的致困原因、困難程度和生活現狀，在廠慶及春節期間走訪、慰問困難職工，使困難員工切實感受到公司大家庭的溫暖。

- » 其他扶貧：為響應國家關於扶貧工作的開展，長城汽車重慶分公司向重慶永川區提供扶貧扶持資金20萬元。
- » 助力抗擊疫情：2020年，突然爆發的新冠肺炎疫情，牽動億萬中國心。為助力早日戰勝疫情，長城汽車先後向全國各地捐款、捐車總價值達885萬元。其中向湖北省慈善總會捐贈人民幣500萬元，300萬元用於武漢、潛江、黃岡、孝感等湖北十餘個城市購買疫情防控物資及其他醫療耗材，以保護一線醫護人員，另外200萬元用於湖北省新型冠狀病毒感染的肺炎防控指揮部一調配使用。向重慶市慈善總會捐贈10輛總價值115萬元的長城炮皮卡，用於支援防疫應急工作。向保定市相關慈善機構追加捐贈270萬元，其中定向捐贈30萬元，用於獎勵支援武漢的醫務人員。長城控股集團旗下歐拉信息服務有限公司也主動請戰，成立「歐了出行抗擊疫情應急保障車隊」，為醫務人員、指揮部提供便捷的交通運輸服務保障，配合主管部門，全面打贏抗擊疫情攻堅戰。



扶貧濟困既是奉獻愛心的善舉，也是企業價值的突出體現。長城汽車始終堅持扶貧不在於一時、一事，而在於扶根本、扶長遠的理念。長城汽車將繼續秉承每天進步一點點的企業精神，做負責任的中國品牌，為中國自主品牌汽車樹立榜樣。

一、排放物

長城汽車秉承「人、車與環境和諧共存」的理念，嚴格按照《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》等各項法規要求開展能源環境管理，堅持走「低污染、低能耗」的可持續發展道路。

減少排放，低碳發展

廢水、廢氣、危廢、噪聲的污染治理設施與主體工程同時設計、同時施工、同時投入使用確保所有污染物全部滿足環保法規排放標準。廢氣主要為塗裝車間產生，其中烤漆工藝產生的廢氣經RTO處理，噴漆工藝以及塗裝車間其他廢氣經沸石轉輪設備處理後達標排放；廢水經污水處理站處理滿足國家法規要求後排入市政污水管網。廠區周圍沒有文化、教育等噪聲敏感區域，排放噪聲最高值均低於國家規定的排放標準。

2019年公司危險廢物種類為污泥、漆渣、廢沾染物等，均按照《固體廢物動態信息管理平台應用有關工作的通知》以及天津市、保定市政府主管部門的轉移審批制度進行轉移。天津園區危險廢物轉移至天津合佳威立雅環境服務有限公司、天津市雅環再生資源回收利用有限公司等進行合法處置；保定地區危險廢物轉移至秦皇島市徐山口危險廢物處理有限公司處置、衡水睿韜環保技術有限公司等進行合法處置。

公司製成品主要為整車，在物流過程中不涉及大量的包裝材料使用。

公司從2012年至今，依據ISO14064:2006《溫室氣體—第一部分：在組織層面溫室氣體排放和移除的量化和報告指南性規範》、《河北省機械製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》，開展溫室氣體盤查。

公司嚴格按照《中華人民共和國環境影響評價法》以及其他環境保護許可開展環境管理，並具備排污許可證，做到合法排污。定期委託有資質的第三方開展環境監測，並對污染物排放開展自行監測，監控污染物排放濃度(如：每天對外排污水水質進行監測)，實施、建立了突發環境事件應急預案，並在屬地環保局備案。公司產生的廢水、廢氣、危廢和噪聲未發生過污染物超標排放的違規行為。

公司對各類污染物排放實施嚴格管控，確保合規排放的基礎上實現減排工作的持續開展，通過運用系統管理措施與配備、升級改造污水處理站、廢氣處理設施等各類環保設施以及各項減排技術，降低污染物排放水平。在廢水減排方面，開展中水回用項目，減少公司廢水排放；在廢氣減排方面，對塗裝車間的噴漆廢氣處理設備進行升級改造，引進世界先進的沸石轉輪系統，對塗裝噴漆廢氣進行深度處理，有效降低揮發性有機物的排放水平；在固體廢棄物減排方面，公司採用硅烷工藝代替磷化工藝，降低磷化渣的產生量；在噪聲減排方面，嚴格按照國家《工業企業廠界環境噪聲排放標準》(GB12348-2008)杜絕使用高噪聲設備，並且通過推廣降噪工藝，減少噪聲污染。

公司嚴格按照《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《城市市容和環境衛生管理條例》及公司所在省市要求，將公司產生的生活垃圾等無害不可回收廢棄物移交有資質第三方處置。同時響應國家垃圾分類政策，積極配合公司所在地市垃圾分類推行工作。

二、資源使用與環境保護

節能降耗、持續發展

長城汽車秉承「綠色生產與可持續發展」理念，遵循國家文明建設的決策部署，以促進全產業鏈和產品全生命週期綠色發展為目的，努力創建高效、清潔、低碳、循環的綠色生產體系。自2012年至今，公司組建能源管理專業團隊，持續提升團隊專業水平，推動公司開展各項能源管理活動，並嚴格按照能源管理體系的模式推進公司能源管理工作。公司通過設置能源消耗總量及密度的雙控指標，提升全員節能意識，降低公司能源消耗。

長城汽車充分利用國家與地區政策，重點在工程技術與結構調整兩方面推進節能降耗工作，落實新技術、新工藝、新材料、新設備的推廣與應用，淘汰高耗能設備，並大力推進清潔能源的利用，貫徹能源管理體系，提高能源管理水平，促進公司能耗持續降低。

強化能源節約措施推行與實施

節約能源

- ⚡ 積極推動建立能耗在線監測系統，實現工廠能耗實時監測，提高節能降耗管理效率
- ⚡ 大力推行設備遠程管控系統，有效保證設備設施可靠運行
- ⚡ 新建工廠與改造項目全部採用國家推廣的節能技術、產品
- ⚡ 天津、徐水與新建工廠均採用循環風技術對塗裝車間內風量與熱量進行回收再利用
- ⚡ 廠房照明系統全部升級改造為LED節能光源

節約用水

- 💧 開發、利用節水新技術，深入挖潛，提高水資源利用率
- 💧 開展水資源降級使用、優化用水標準，減少用水浪費
- 💧 建設中水回用系統，實現水資源重復利用，年重復用水量約95萬噸

節約用紙

- 大力推行無紙化辦公，開發線上審批OA流程，減少文件打印
- 提倡雙面打印，並建立二次用紙回收箱，鼓勵紙張二次利用

落實清潔能源推廣應用

本著對社會和生態環境負責任的態度，長城汽車積極推廣可再生清潔能源的落地應用，截止2019年，公司已累計安裝太陽能光伏發電系統100MW，年發電量預計1億KWh。



環境績效指標

指標名稱	指標單位	2018年	2019年
排放物			
排放物種類及相關排放數據			
氮氧化物(NO _x)排放量	噸	61.31	48.62
二氧化硫(SO ₂)排放量	噸	10.61	8.29
工業廢水	噸	742,167.00	1,022,994.00
溫室氣體總排放量(以噸計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)			
溫室氣體總排放量	噸	1,353,839.01	1,291,094.22
主機廠溫室氣體排放量密度	噸/台車	0.57	0.60
零部件公司溫室氣體排放量密度	噸/萬元產值	0.16	0.17
所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)			
有害廢棄物總量	噸	17,309.74	11,137.13
有害廢棄物密度	噸/台車	0.02	0.01
所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)			
無害廢棄物總量	噸	16,100.00	15,900.00
無害廢棄物密度	噸/台車	0.015	0.015
資源使用			
按類型劃分的直接及/或間接能源			
(如電、氣或油)總耗量(以千個計量單位計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)			
電消耗總量	千度	1,038,774.59	1,027,081.54
電消耗量密度	度/台車	10,207.17	9,741.09
汽油消耗量	噸	8,093.46	8,083.31
汽油消耗量密度	千克/台車	7.95	7.67
柴油消耗總量	噸	1,715.70	1,494.35
柴油消耗量密度	千克/台車	1.69	1.42
天然氣消耗量	千立方米	48,519.03	49,098.40
天然氣消耗量密度	立方米/台車	47.68	46.57
蒸汽消耗總量	噸	641,101.55	577,183.40
蒸汽消耗量密度	千克/台車	629.96	547.41
水資源消耗量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)			
水資源消耗總量	噸	4,349,702.74	4,465,355.55
水資源消耗密度	噸/台車	4.27	4.24
綜合能源消耗量	噸標煤	289,423	280,209
單台車綜合能源消耗量	噸標煤/台車	0.28	0.27

社會績效指標

指標名稱	指標單位	2018年	2019年
僱傭			
按僱傭類型(如全職或兼職)、教育程度劃分僱員總數			
員工總數	人	63,455	59,756
按僱傭類型劃分僱員數量			
生產人員	人	30,575	26,675.00
銷售人員	人	1,722	2,019.00
技術人員	人	16,972	17,603.00
財務人員	人	852	899.00
行政人員	人	4,324	3,240.00
其他人員	人	9,010	9,320.00
按教育程度劃分僱員數量			
博士	人	89	89.00
碩士	人	1,805	2,010.00
本科	人	15,714	16,593.00
專科	人	13,892	13,210.00
高中及以下	人	31,955	27,854.00
健康與安全			
過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率			
因工亡故的人數	人	0	0
比率	‰	0	0
因工傷事故人數	人	29	23
因工傷損失工時數	小時	2,392	2,248
工傷事故率	‰	0.0149	0.012

指標名稱	指標單位	2018年	2019年
發展與培訓			
按僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比			
高級管理層	%	100	100
中級管理層	%	100	100
普通員工	%	100	100
按僱員類型劃分每名僱員完成受訓的平均時數			
研發	小時	42	52
技術	小時	44	48
銷售	小時	39	46
行政	小時	38	41
生產	小時	34	45
反貪污			
於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果			
對公司及員工提出的並已審結的貪污訴訟案件數			
		1	1
社區投資			
專注教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育所動用的資源(如金錢或時間)			
金錢	萬元	5,105.41	5,635.22
其中扶貧(慈善)投入	萬元	197.57	1,354.96
專利數量			
申請專利	件	1,278	1,485
授權專利	件	854	951

經濟績效指標

指標名稱	指標單位	2018年	2019年
銷量	萬輛	104.37	105.86
營業總收入	人民幣億元	992.30	962.11
歸母淨利	人民幣億元	52.07	44.97
總資產	人民幣億元	1,118.00	1,130.96
淨資產	人民幣億元	526.89	543.99

備註：

1. 污染物排放數據來源於具備相應資質的第三方出具的環境監測報告。
2. 有害廢棄物是指危險廢物，此數據來源於河北省固體廢物動態信息平台、天津市固體廢物動態信息平台。
3. 綜合能源消耗量採用中華人民共和國國家統計局能源統計折算方法及折算系數。
4. 公司製成品主要為整車，在物流過程中不涉及大量的包裝材料使用。

序號	名稱
1	《中華人民共和國環境保護法》
2	《中華人民共和國環境影響評價法》
3	《中華人民共和國大氣污染防治法》
4	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
5	《河北省機械製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》
6	《城市市容和環境衛生管理條例》
7	《中華人民共和國水污染環境防治法》
8	《中華人民共和國勞動法》
9	《中華人民共和國勞動合同法》
10	《中華人民共和國社會保險法》
11	《河北省職業技能提升行動實施方案》
12	《工傷保險條例》
13	《住房公積金管理條例》
14	《中華人民共和國職業病防治法》
15	《中華人民共和國安全生產法》
16	《用人單位職業健康監護監督管理辦法》
17	《中華人民共和國消防法》
18	《建設項目職業病防護設施「三同時」監督管理辦法》(2017年修訂)
19	《工傷認定辦法》
20	《禁止使用童工規定》
21	《中華人民共和國消費者權益保護法》
22	《中華人民共和國廣告法》
23	《中華人民共和國產品質量法》
24	《中華人民共和國專利法》
25	《中華人民共和國刑法》系列修正案
26	《中華人民共和國治安處罰法》
27	《中華人民共和國商標法》
28	《中華人民共和國刑法》
29	《缺陷汽車產品召回管理規定》
30	《中華人民共和國公司法》
31	《中華人民共和國證券法》
32	《上市公司與投資者關係工作指引》
33	《上海證券交易所個人投資者行為指引》

《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A1: 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、有害及無害廢棄物的產生等的： (一) 政策；及 (二) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	● 環境責任／ 相關法律法規
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	● 環境責任／ 績效指標
	A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	● 環境責任／ 績效指標
	A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	● 環境責任／ 績效指標
	A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	● 環境責任／ 績效指標
	A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	● 環境責任
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，減低產生量的措施及所得成果。	● 環境責任

環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A2: 資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	● 環境責任／ 相關法律法規
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	● 環境責任／ 績效指標
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	● 環境責任／ 績效指標
	A2.3	描述能源使用效益計畫及所得成果。	● 環境責任
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計畫及所得成果。	● 環境責任
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位占量。	● 環境責任
A3: 環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	● 環境責任／ 相關法律法規
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	● 環境責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B1: 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的：(一)政策；及(二)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	●員工責任／ 相關法律法規
	B1.1	按性別，僱傭類型，年齡組別及地區劃分的僱員總數。	○員工責任／ 績效指標
	B1.2	按性別，年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	○員工責任
B2: 健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：(一)政策；及(二)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	●員工責任／ 相關法律法規
	B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	○員工責任／ 績效指標
	B2.2	因工傷損失工作日數。	○員工責任／ 績效指標
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	○員工責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B3: 發展與培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	●員工責任／ 相關法律法規
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層，中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	○員工責任／ 績效指標
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	○員工責任／ 績效指標
B4: 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的：(一)政策；及(二)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	●員工責任／ 相關法律法規
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	○員工責任
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	○員工責任
B5: 供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	●社會責任／ 相關法律法規
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	○社會責任
	B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法。	○社會責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B6: 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的：(一)政策；及(二)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	●產品責任／ 相關法律法規
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	○產品責任
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	○產品責任
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	○產品責任
	B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程式。	○產品責任
	B6.5	描述消費者資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	○產品責任
B7: 反貪污	一般披露	有關防止賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的：(一)政策；及(二)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	●公司治理／ 相關法律法規
	B7.1	于匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	○公司治理／ 績效指標
	B7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	○公司治理

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	●社會責任／ 相關法律法規
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育，環境事宜，勞工需求，健康，文化，體育)。	○社會責任
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	○社會責任／ 績效指標

註：●表示「不遵守就解釋」的指標，○表示「建議披露」的指標。



反饋意見表

感謝您閱讀《長城汽車股份有限公司年度社會責任報告》。我們非常重視並期望聆聽您對公司社會責任工作和此份社會責任報告的回饋意見。您的意見和建議，是我們持續提高企業社會責任信息披露水準、推進企業社會責任管理和實踐的重要依據。您可填寫下表，通過郵寄或電子郵件回饋給我們。我們歡迎並由衷感謝您提出寶貴意見！

您對本報告的總體評價

非常好 好 一般 較差 差

您認為報告結構是否合理

非常合理 合理 一般 較不合理 不合理

您認為報告是否易讀

非常易讀 易讀 一般 較不易讀 不易讀

您所關注信息在報告中披露程度如何

很全面 比較全面 有所涉及 涉及較少 未涉及

您還有哪些關注的信息未反映在報告中

.....
.....
.....

您對公司社會責任工作推進或社會責任報告的建議

.....
.....
.....

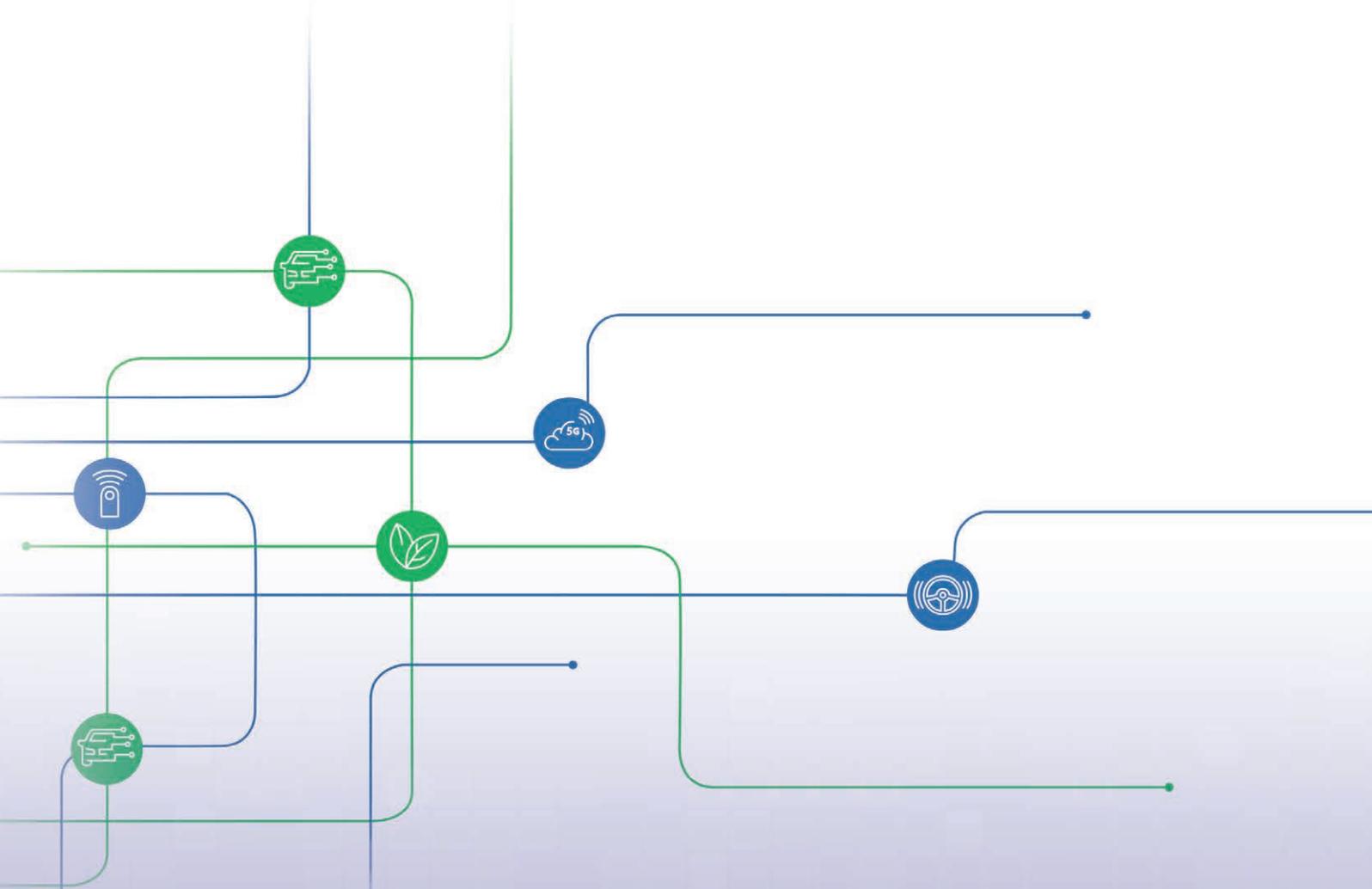
您可以通過以下方式聯繫我們：

電話：(86) 312 2197813

傳真：(86) 312 2197812

郵箱：gfzbk@gwm.cn

地址：河北省保定市朝陽南大街2266號



长城汽车
专注 专业 专家

長城汽車股份有限公司

GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*