



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*

(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

2020

企業社會責任報告



* 僅供識別

關於本報告

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10份年度社會責任報告，本報告時間範圍為2020年1月1日至2020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2020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。



目錄

■ 沒有退路，才見出路

高層致辭2

■ 綠智潮玩嗨世界 廉信創變共分享 每天進步一點點

走近長城4

■ 共築長城

公司治理16

■ 創進步，智出行

產品責任25

■ 長城人•落地生根

員工責任44

■ 攜手前行，共建共贏

社會責任47

■ 綠色文明，奔向繁榮

環境責任53

ESG報告指引60

反饋意見表65



沒有退路，才見出路

「用三十年的積澱，去迎接此刻的巨變。在企業命懸一線的時候，把自己的命，也懸在上面。我認為這是做企業，應該有的「誠意」。沒有退路，才見出路。」

— 魏建軍



2020年一場突如其來的新冠疫情擾亂了全球的經濟節奏，在1季度由於國內新冠疫情影響較為嚴重，中國汽車市場在1季度銷量實現同比大幅下滑。得益於中國政府強大的領導力，國內疫情在2季度開始逐步得到控制，相應的中國汽車市場也開始穩步復蘇，在2季度中國汽車市場開始復蘇，在3、4季度車市保持穩步恢復，全年中國車市實現同比下降1.9%。

2020年也是汽車行業向智能、網聯、新能源方向加速發展的一年。中國品牌車型的智能、網聯水平大幅提升，相關技術已超越部分外資品牌，顯示了中國品牌強大的創新能力。同時2020年也是汽車行業加速洗牌的一年，由於疫情的影響，導致汽車市場競爭更加激烈，一些二線品牌面臨着更大的生存壓力，銷量下滑嚴重。

全球汽車產業正在經歷百年一遇的重大變革，外部環境複雜多變。未來，隨着科技的加速發展，汽車產業將面臨更大的壓力，也孕育着新的機會。

2020年是長城汽車創變革新的一年，是長城汽車國際化加速推進的一年，是長城汽車數字化變革的元年。這一年，長城汽車以科技賦能、以新品類力量實現突破，旗下哈弗、歐拉、長城皮卡及WEY四大品牌集中發力，創歷史新高，連續第五年突破百萬銷量。



2020年，長城汽車推出全新檸檬、坦克、咖啡智能三大技術品牌，加速產品向平台化、智能化、網聯化方向發展；發佈檸檬混動DHT技術，實現長城汽車產品動力的多樣化，加速混合動力產品的推出速度；升級智能駕駛戰略，發佈咖啡智駕「331戰略」，打造更為智能、舒適的用車體驗；此外，長城汽車在氫能研發方面也進一步提速。

2020年，長城汽車推進組織結構變革，對品牌進行充分授權，讓聽得到炮火的人做決策；以用戶為中心推進數字化升級，打造了汽車行業第一個集團級中台，建立用戶全生命周期管理體系，建立汽車、服務、營銷數據三位一體；加速執行輪崗機制、完善考核與評價機制，打造更開放、更高效、更具吸引力的平台。

2020年，長城汽車發佈「綠智潮玩嗨世界 廉信創變共分享 每天進步一點點」的全新企業文化；提出去總化倡議，倡導更加互聯網化的管理環境。

2020年，長城汽車持續完善全球化研產銷佈局，俄羅斯工廠的產量穩步提升，在年初與通用簽署協議擬收購其在印度與泰國的工廠，並在2020年11月正式獲得泰國工廠的所有權，加速推動了長城汽車國際化進程。

長城汽車在持續提升產品質量、提升銷量的同時，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。

面對突如其來的新冠疫情，長城汽車火速馳援一線，已先後向湖北、重慶、河北等地累計捐贈款項及車輛總價1,385萬元。全球疫情蔓延下，長城汽車也與全球人民共克時艱，向南非、印度、智利、厄瓜多爾、伊拉克等地積極捐款捐物。公司還結合自身業務，積極助力一些地區脫貧攻堅，推動民間救援體系的發展。

憑借多年來對「可持續發展」理念的貫徹執行，長城汽車於2021年1月正式加入歐洲企業社會責任協會及其下屬的可持續發展聯合組織，與全球汽車產業夥伴共建健康、可持續的發展環境。

守望相助，共克時艱。當下，全球疫情防控形勢仍然嚴峻。長城汽車將持續關注疫情發展，以身作則，全力支持配合疫情防控，發揮中國汽車領軍企業的社會責任與擔當，為早日戰勝疫情貢獻力量。

過往已成序章，征途漫漫，惟有奮鬥。面對未來，長城汽車將保持赤子之心，為產業、為社會，為中國汽車品牌向上貢獻更大力量。



一、公司概況

綠智潮玩嗨世界
廉信創變共分享
每天進步一點點



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H股和國內A股上市，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，具備發動機、變速器等核心零部件的自主配套能力。目前，下屬控股子公司100餘家，員工6萬餘人。截止2020年12月，長城汽車總資產達1,541.93億元。

2020年，長城汽車共銷售新車1,111,598輛，同比增長4.8%，連續第五年突破百萬銷量大關（來源：中國汽車工業協會數據統計）。面對複雜的外部環境，長城汽車以變應變，進行技術、產品、組織機制、企業文化、營銷創新等全方位變革，發佈檸檬、坦克、咖啡智能三大技術品牌，推出哈弗大狗、坦克300、歐拉貓等新產品，併發佈檸檬混動DHT技術，升級智能駕駛戰略；構建了「以用戶為中心」的全新組織架構，打通品牌、商企、研發部門，打通作戰單元；發佈「綠智潮玩嗨世界 廉信創變共分享 每天進步一點點」的全新企業文化，開展數字化營銷模式變革，加速由中國汽車製造企業向全球化科技出行公司轉型。

目前，長城汽車在全球已形成研、產、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，追求行業領先」的理念，注重有效研發，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。



公司概況

長城汽車擁有迄今國內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，長城汽車還將投入300億元人民幣，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」、「博士後科研工作站設站單位」、「國家創新型企業」。



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，依託俄羅斯、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）網絡數量500餘家，累計銷售70多萬輛。

長城汽車秉承「綠智潮玩嗨世界 廉信創變共分享 每天進步一點點」的全新企業文化理念，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。

近年來，長城汽車的發展潛力得到了外界的廣泛肯定和認可，被評為「中聯上市公司業績百強」之首、「最具價值汽車類上市公司」、「中國汽車上市公司十佳」等，並多次入選「中國企業500強」、「中國機械500強」、「中國製造500強」、「福布斯亞太最佳上市公司」、「福布斯2000強」、「《財富》中國500強」、「BrandZ最具價值中國品牌100強」等榜單，被評為中國機電進出口商會的「推薦出口品牌」，也是商務部、發改委授予的「國家汽車整車出口基地企業」，還是國際氫能委員會成員中的首家中國汽車企業。

長城汽車在國際、國內兩個市場一直保持着領先優勢。在國內市場，SUV車型、長城皮卡已連續多年保持銷量領先；在國際市場，長城汽車品牌知名度和美譽度不斷提升。

二、企業文化

2020年11月，長城汽車全面升級了使命願景與核心價值觀，煥新發佈「綠智潮玩嗨世界，廉信創變共分享，每天進步一點點」的企業文化，進一步聚焦「以用戶為中心」的發展方向，全力踐行全球化戰略，共同助推長城汽車朝着「全球化科技出行公司」的目標全速邁進。

長城汽車企業文化

使命願景

綠智潮玩嗨世界

綠

始終秉承全產業鏈低碳環保的理念，堅持綠色、清潔能源的研發與投入，成為綠色能源革命的主力，為保護綠色地球持續做出貢獻

智

與科技創新時代同頻共振，以智能產品為核心，打造涵蓋智能製造、智能運營、智能服務、智慧管理在內的全場景高智能產業生態；為用戶提供更便捷、更愉悅、更豐富的智能出行體驗

潮

洞察產業浪潮，弄潮能源革命、捕捉時代潮流，為用戶提供更加個性化、智能化、更有創意、有價值認同感的產品及服務，為用戶帶來驚喜

玩

智能科技讓車更加好玩，更加酷炫；賦予產品文化內涵，匯聚具有共同愛好的用戶群體玩在一起，共創專屬的社交生活

嗨世界

讓全球用戶在「綠智潮玩」中享受驚喜和極致體驗

核心價值觀

廉信創變共分享

廉

公平公正、簡單透明；廉潔自律，對腐敗零容忍

信

始終堅持以用戶為中心，秉承契約精神，誠實守信、合規經營

創

堅持研發過度投入，營造活力開放氛圍，培厚創新土壤，以創新驅動公司發展

變

唯一不變的是變化，敢於衝破規則，主動求變；時刻以空杯歸零的心態、以敬畏之心重新出發，以向死而生，堅如磐石的信念砥礪前行

共分享

秉承利他精神，與員工、合作夥伴價值共創、利益共享，構建共生共贏生態圈

企業精神

每天進步一點點

穩健務實

居安思危、腳踏實地
持久專注、持續發展

奮鬥進取

責任擔當、持續奮鬥
勇於挑戰、持續創新

企業文化



關愛員工，持續提升員工幸福感

長城汽車致力打造更加開放、更加高效、更有吸引力的發展平台，讓志同道合的優秀人才可以施展才華、實現夢想，並以升級的核心價值觀「廉信創變共分享」為準則，通過實施六大「幸福工程」，關愛員工，持續提升員工幸福感。

- » 收入保障方面：確保普通員工薪酬達到當地競爭領域領先水平，關鍵崗位薪酬達到行業領先水平；
- » 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，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、高中等教育工程的建設，滿足員工學齡子女需求，確保員工子女能夠在「家門口」上學；
- » 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、籃球比賽等各項健身活動，開展免費員工年度健康體檢，並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、交通補貼，與政府共同建設公交場站，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多樣化、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的溫暖與關懷；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，全面提高員工幸福感和歸屬感。



三、全球化佈局

目前，長城汽車已經構建了以中國保定總部為核心，涵蓋歐洲、亞洲、北美的「七國十地」全球化研發佈局，並在全球範圍內建立了12座整車生產基地和5座KD工廠。國內，長城汽車泰州智慧工廠竣工投產，華北、華東、西南三位一體的生產佈局形成，為全球化發展提供有力支撐；海外，長城汽車簽署收購印度塔里岡工廠協議，另外還獲得泰國羅勇工廠所有權。長城汽車正式簽署俄羅斯特別投資合同，啟動俄羅斯發動機工廠項目，以高標準規劃、繼續拓展俄羅斯市場，長城汽車的全球化生產體系不斷得到完善。

全球開展合作

多年來，長城汽車聯合全球各行業巨頭，共同打造未來汽車產業生態。長城汽車與大陸、博世、偉巴斯特、里卡多、博格華納、采埃孚、海拉等眾多國際知名供應商發展戰略合作夥伴關係，打造內外融合發展的零部件生態，強力保證產品質量。

全球銷售網絡

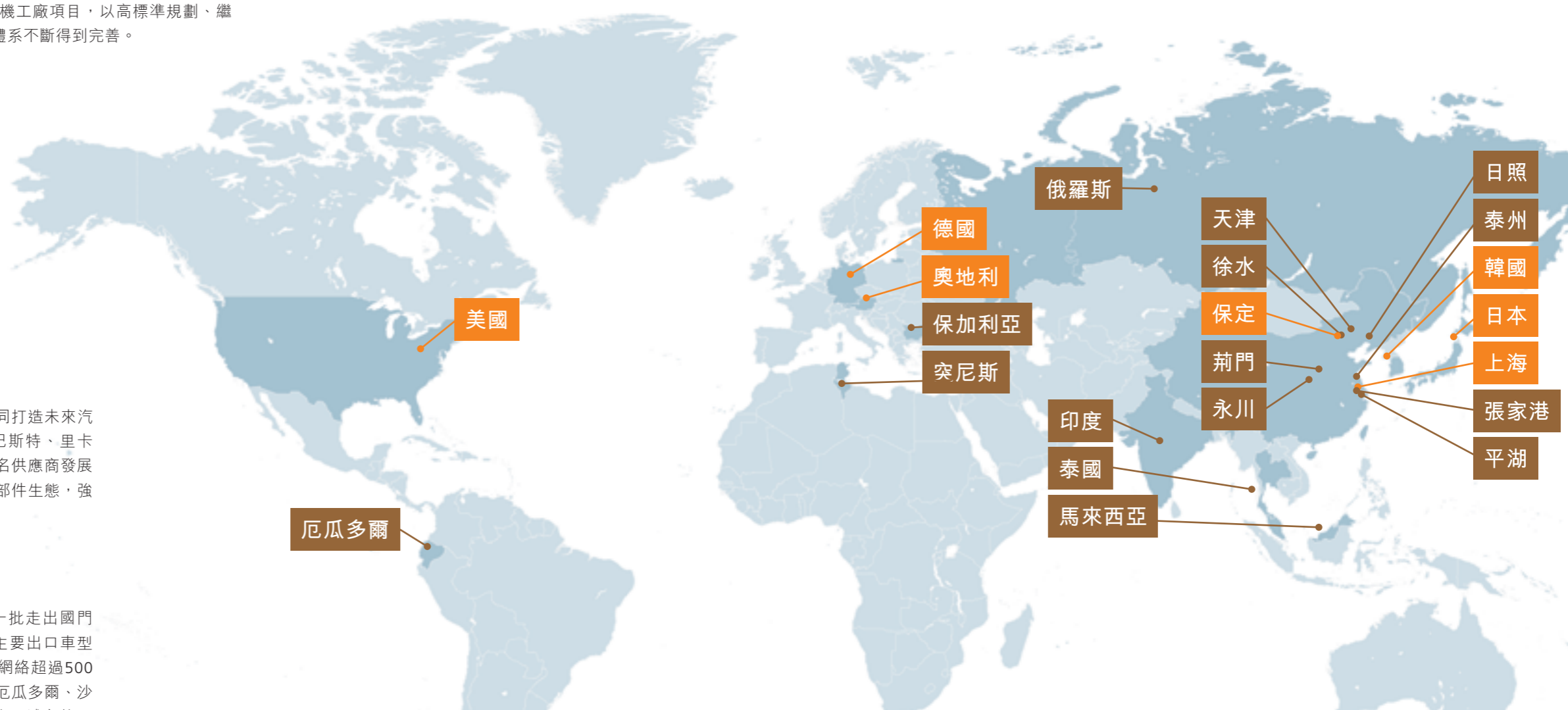
在全球範圍，在海外市場，長城汽車是第一批走出國門的中國汽車企業，1998年即已實現出口，主要出口車型包括SUV、皮卡等。長城汽車在全球的銷售網絡超過500家，覆蓋俄羅斯、澳大利亞、南非、智利、厄瓜多爾、沙特、阿聯酋、馬來西亞等全球60餘個國家核心城市核心商圈。銷售服務網點位置優先選擇在當地城市核心汽車商圈開展網絡建設，網點形象以高起點、高標準進行策劃，樹立起了自主品牌在海外的形象標桿，助推哈弗品牌在海外的推廣。另外，長城汽車重視海外市場售後服務網絡建設，其中澳大利亞、南非等重點市場建立海外配件中心庫，滿足售後市場需求，提升客戶滿意度。

研發中心

生產基地

全球化佈局

長城汽車全球化佈局圖



開拓海外市場



海外經銷佈局



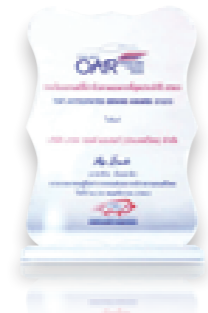
長城汽車泰國羅勇工廠揭牌儀式在泰國羅勇府舉行

四、榮譽及社會評價

榮譽	媒體評選獎項
長城汽車上榜2020《財富》中國500強 長城汽車上榜2020中國民營企業500強 長城汽車入圍2020中國最具價值品牌榜 長城汽車旗下哈弗上榜2020 BRANDZ™ 中國全球化品牌50強 長城汽車入圍「2020中國零部件百強榜」 長城汽車7DCT變速器再次榮獲「世界十佳變速器」獎項 長城汽車GW4N20發動機入選「中國心」十佳發動機 長城汽車榮獲泰國2020年度「最受期待品牌」 長城汽車榮獲2020年中國品牌節華譜獎	長城汽車榮獲2020年度十大汽車品牌 長城汽車榮獲2020年度影響力品牌獎 長城汽車榮獲年度傑出貢獻獎 長城汽車榮獲2020年度最具影響力汽車品牌 長城汽車榮獲2020年度最具社會責任感企業 長城汽車榮獲2020可持續發展綠色獎 長城汽車榮獲2020中國企業ESG最佳環境(E)責任獎



長城汽車蜂巢傳動7DCT變速器三度蟬聯「世界十佳變速器」殊榮



長城汽車榮獲泰國2020年度「最受期待品牌」獎項



入圍紫檀獎2020中國汽車保值率風雲榜—長城汽車



中國主流汽車新媒體聯盟車壹圈年度最具創新傳播車企



第十二屆中國獵車榜2020年度最具影響力汽車企業—長城汽車



2020年度最佳環境(E)責任獎—長城汽車



第二屆中國皮卡行業高峰論壇 2020皮卡文化開拓先鋒獎—長城皮卡



2020年中國新能源汽車用戶滿意度指數測評 A00級純電動轎車 滿意度並列第一名—歐拉R1



長城汽車蜂巢傳動7DCT榮獲“世界十佳變速器”獎項



在2020中國品牌節上，長城汽車憑借全球化品牌建設方面的突出表現獲得「華譜獎」

榮譽及社會評價

社會評價

1 中國汽車技術研究中心有限公司黨委書記、董事長、總經理安鐵成

長城汽車多年來積累的整車和零部件自主研發能力業界有目共睹，在智能化、新能源領域的技術投入和研發佈局，體現了企業向「新四化」轉型的決心和實力。

2 中國汽車工業協會常務副會長兼秘書長付炳鋒

哈弗H6全球300萬輛、哈弗品牌十連冠不僅是個銷量數據，更是吹響了中國品牌全球化的號角。長城汽車將是最有希望成為豐田、大眾的中國車企之一。

3 俄羅斯圖拉州州長阿列克謝·久明(Alexey Dyumin)

我們歡迎長城汽車在俄羅斯開展第二階段的投資，圖拉政府也將創造一切有利的條件，支持長城汽車在俄發展。相信，長城汽車在俄羅斯、獨聯體，乃至歐洲地區都將迎來更廣闊的發展。

4 泰國駐華特命全權大使阿塔育·習薩目

參觀後，我對長城汽車在新能源汽車、智能駕駛等領域積累的技術優勢印象深刻。泰國政府對長城汽車這樣了不起的國際化企業在泰國投資表示歡迎和感謝，也將在各方面對長城汽車在泰國的發展給予大力支持。

5 南非兒童福利院全國慈善總會執行理事Benny Obayi博士

長城汽車的捐贈將有力的保障兒童福利院的正常運營，為孤兒們提供持續的保護，為孤兒提供改變命運的機會。



長城汽車攜南非經銷商向兒童福利院捐贈

榮譽及社會評價

6 央視《新聞聯播》報道

面對疫情挑戰，企業積極作為，政府精準施策，復工、復產、達產各項工作有力推進。作為龍頭企業，長城汽車的復工復產，也讓上下游產業鏈上的350多家中小微企業有了訂單。

7 寰球汽車傳媒集團董事長兼CEO吳迎秋

過去三十年中，長城汽車作為中國品牌發展的參與者與建設者，目前進行的革命性的變化，給行業和中國汽車企業的發展提供「樣本價值」。

8 北京大學新聞與傳播學院副院長、教授、博士生導師劉德寰

長城汽車最可圈可點就是產品、技術整個命名體系的邏輯變化，不管這個名字好與不好，但是邏輯絕對走到了前面。因為它貼近消費者的感受。

9 同濟大學教授、汽車安全技術研究所所長朱西產

長城汽車能夠把安全作為重中之重，並聯合眾多科技巨頭一同開發，這為解決問題帶來了值得參考的範本，具有很好的行業示範效應，應當點讚。

10 高通公司產品市場高級總監中國區汽車業務負責人艾和志

在與長城汽車的合作過程中，高通非常敬重長城汽車對於安全的極致追求，也認可長城汽車的觀點。我們將和長城汽車一起打造能夠讓消費者放心的優質車型。

11 湖北駿馬、成都建國等124家經銷商

艱難時刻，一系列支持抗疫貼近客戶的愛心善舉，彰顯了長城汽車作為民族企業的責任與擔當，極大地振奮凝聚了員工的士氣和信心，在廣大客戶中贏得了口碑，贏得了贊譽。廠家及時出台對經銷商的暖心舉措，也增強了我們攻堅克難的底氣和動力。

12 新西蘭哈弗H2車主Robin

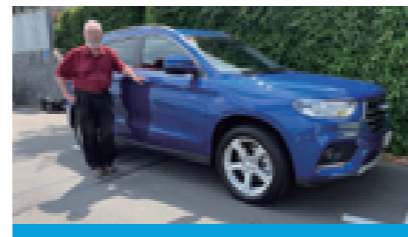
感謝哈弗H2的結構工程師們，我的車不幸發生了事故，但堅固的側門保護了我們。經歷了這樣的事故，像我們這樣的七旬老人還能安然無恙，一定是車的高安全設計救了我們，真的是太感謝了！



哈弗品牌經銷商復工



長城汽車與高通簽約



哈弗H2安全贏得新西蘭車主點贊

五、2020年長城汽車大事記

1 疫情期間，長城汽車採取了一系列國內、海外抗疫及援助舉措

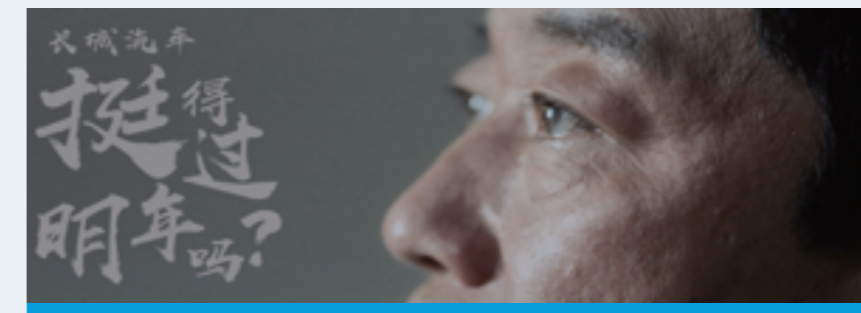
為助力早日戰勝疫情，1月開始，長城汽車向湖北省慈善總會、重慶市慈善總會、河北保定捐助款項及物資價值人民幣885萬元；啟動2,000萬元用戶關愛基金，推出「三減三賦」經銷商支持政策，並主動開展營銷模式變革，推出「零接觸」計劃，全面賦能用戶。

在海外抗疫及援助層面，6月，長城汽車印度哈弗子公司與CARE(國際救助貧困組織)攜手，向印度1100戶困難家庭，累計5,500餘人，提供救濟包，在新冠疫情肆虐、全國封鎖期間為貧困家庭送去溫暖。10月，長城汽車南非哈弗子公司攜7家經銷商向南非兒童福利院全國慈善總會捐贈8萬蘭特及物資，用於改善兒童生活狀況，並表示兒童福利院將成為長城汽車在南非的長期幫扶單位。



2 哈弗品牌全球累計銷售超650萬輛，哈弗H6突破300萬輛

3月27日，「神車H6 300萬哈弗十冠嘉年華」的首場盛典在數十家媒體平台同步啟動直播。「國民神車」哈弗H6於2011年上市，截至2019年12月底實現全球累計銷量300萬輛，強勢沖入300萬俱樂部，成功為中國汽車品牌樹立功勳碑。截止到2020年12月，哈弗品牌全球累計銷量已超650萬輛，成為中國首個進入600萬輛俱樂部的專業SUV品牌。



3 三十周年之際，長城汽車提出向全球化科技出行公司轉型

7月13日，長城汽車在創立30周年之際，發佈了魏建軍董事長《致長城汽車夥伴們的一封信：長城汽車如何挺過明年》。魏建軍董事長提出，企業必須進行一次「脫胎換骨」式的改變，必須完成從「中國汽車製造企業向全球化科技出行公司」的蛻變，並提出「兩個打通」，即打通品牌、商企、研發部門，在商品企劃階段就關注競爭、關注市場、關注客戶；作戰單元的打通，通過流程及數字化變革推進，強化品牌公司管理。

2020 年長城汽車大事記

4 長城汽車發佈「檸檬、坦克、咖啡智能」三大技術品牌

7月20日，長城汽車重磅發佈「檸檬」、「坦克」、「咖啡智能」三大技術品牌，以深厚技術積澱、前瞻技術佈局和創新技術理念，向全球化科技出行公司的目標邁進。8月3日，首批「科技長城專家天團」正式亮相，長城旗下16位汽車行業各領域頂級專家組成「專家天團」，以用戶為中心，展示科技長城的硬核技術實力，為轉型提供新動能。



6 長城汽車正式獲得泰國羅勇工廠所有權

11月2日，長城汽車泰國羅勇工廠揭牌儀式在泰國羅勇府舉行，標誌着長城汽車正式獲得泰國羅勇製造工廠的所有權。作為長城汽車發力泰國和東盟市場的重要生產基地，泰國羅勇工廠將被打造成為全球標準的智能工廠，助力長城汽車整車高品質生產與高效出口，開啟長城汽車在東盟發展的新篇章。

5 長城汽車簽署俄羅斯特別投資合同總投資424億盧布

9月25日，長城汽車俄羅斯圖拉工廠與俄羅斯聯邦工業和貿易部正式簽署在俄特別投資合同(以下簡稱「SPIC」)。作為中國首家也是目前唯一一家簽署俄羅斯SPIC的中國車企，該合同的簽訂標誌着長城汽車將享受同俄境內車企同等的優惠政策，獲得更加公平和開放的市場環境。



7 長城炮開啟全球市場銷售 長城皮卡全球累計用戶近190萬

2020年長城炮正式在海外市場上市銷售，陸續在澳洲、南美、南非、中東四大地區上市，開啟了中國皮卡海外拓展的新征程。2020年，長城皮卡年銷量達到225,002輛，同比增長51.2%，市佔率近50%。長城炮連續8個月銷量過萬，年銷達114,878輛，穩居皮卡市場銷量冠軍寶座。長城皮卡已連續23年奪得國內、出口銷量第一，全球累計用戶近190萬。

2020 年長城汽車大事記

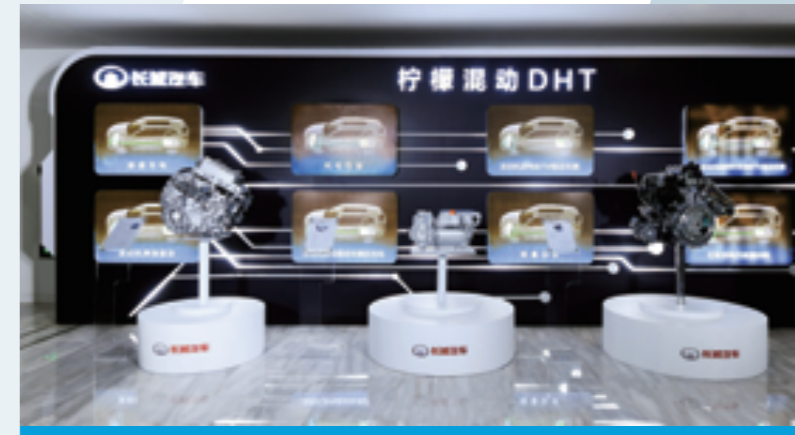
8 長城汽車煥新文化共創發佈

11月16日，長城汽車發佈了全新的企業文化，創新性地將使命與願景合二為一。長城汽車新的使命、願景升級為「綠智潮玩嗨世界」，它既是長城汽車追求的目標，也是實現的路徑；核心價值觀升級為「廉信創變共分享」，這是支撐長城汽車走向全球、攜手更多全球用戶的根基；新的使命、願景和「每天進步一點點」的企業精神，一起形成了長城汽車全新的企業文化。

9 全球首款發佈橫置9速濕式雙離合變速器下線，全球首發「檸檬混動DHT」技術

11月19日，長城汽車自主研發的新一代動力總成下線。新一代動力總成，分別是GW4N20發動機、全球首款發佈橫置9速濕式雙離合變速器—9DCT變速器、9HDC變速器和三合一電驅動總成，全面覆蓋高效燃油、混動、純電領域，體現了長城汽車在自主研發道路上又邁出重要一步。

12月15日，長城汽車正式全球首發面向全速域、全場景的「檸檬混動DHT」技術。「檸檬混動DHT」的技術前瞻性與先進性，體現在了「1-2-3」上，即一個混動系統，HEV和PHEV兩種動力架構，三套動力總成；「檸檬混動DHT」技術打破了合資壟斷，樹立中國混動技術新的風向標，引領行業不斷向上，也是長城汽車全球化戰略重要的技術支撐。



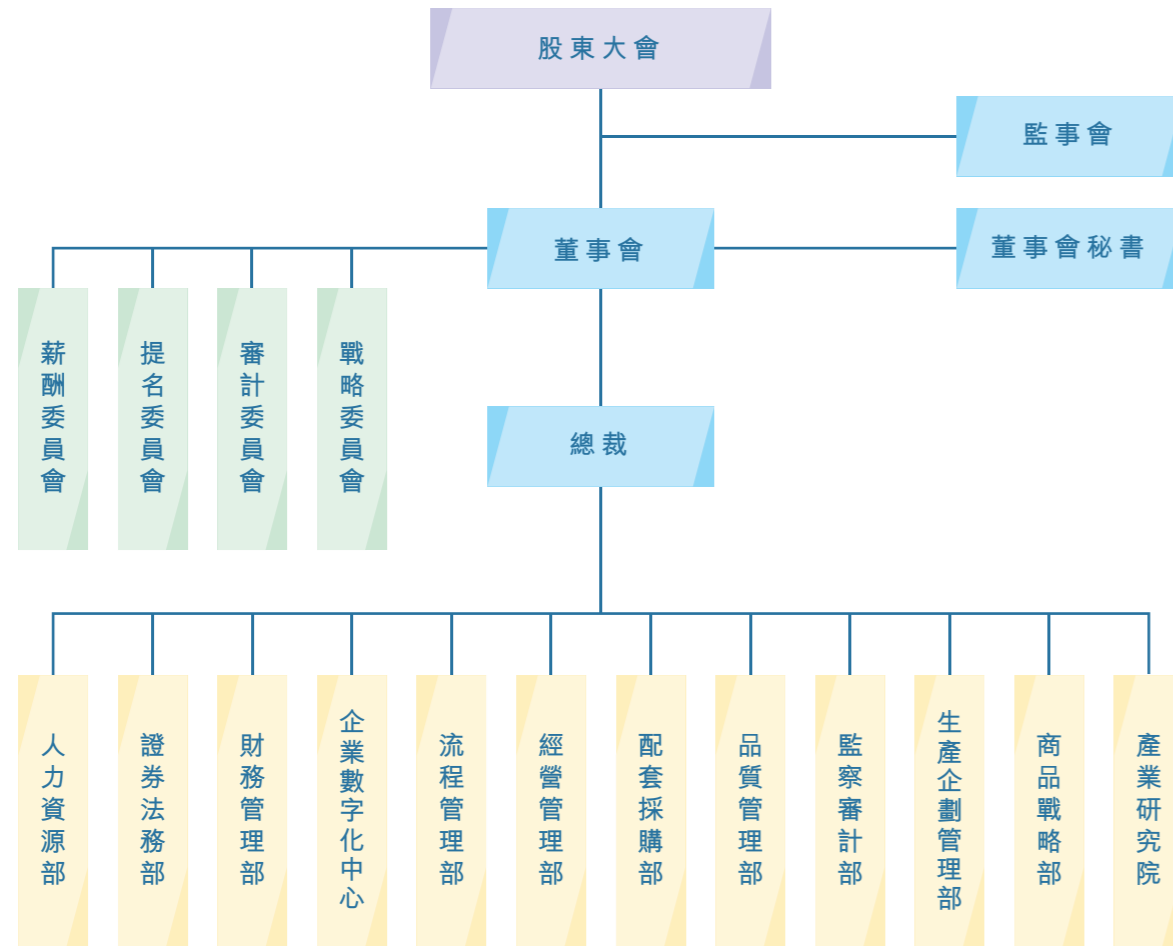
10 長城汽車發佈咖啡智駕「331戰略」智能駕駛戰略全面升級

12月30日，長城汽車正式發佈全新的咖啡智駕「331戰略」，並將在2021年實現全車冗餘L3級自動駕駛。咖啡智駕「331戰略」，即利用三年時間實現用戶規模行業第一、用戶體驗評價最好、場景功能覆蓋最多三個領先，打造智能時代自動駕駛的領導者。2021年，長城汽車將實現全車冗餘的L3級能力自動駕駛、配置激光雷達的自動駕駛、具有NOH (Navigation On Highway Pilot, 「高速自動領航輔助駕駛」)能力的自動駕駛。同月，長城汽車5G車載無線終端獲得了工信部頒發的「無線電發射設備型號核准證」。



公司治理

共築長城



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。

根據《公司法》及兩地上市規則等相關要求，2020年6月本公司完成董事、監事的換屆工作，其中董事會由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、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2020年年度報告》。2020年，公司共召開11次股東大會、17次董事會、13次監事會。

2020年，長城汽車根據新《證券法》以及相關法律法規並結合公司實際情況，對《公司章程》、《對外擔保管理制度》、《對外投資管理制度》、《股東大會議事規則》、《董事會議事規則》、《募集資金使用管理辦法》進行了修訂；本公司信息披露工作獲上海證券交易所信息披露最高級評價結果為最高等級A(優秀)。

公司治理

二、黨建

長城汽車黨委於2003年成立，現有黨員2,900餘名，黨組織全覆蓋。2020年，長城汽車黨委持續推進黨建工作、開展品牌建設，深化與公司職能、業務融合，通過黨員活動、黨員激勵等舉措，發揮黨建示範引領作用，促進公司人才隊伍建設及激勵機制創新。

2020年初，面對突如其來的新冠肺炎疫情，公司黨員響應上級號召自願捐款支持新冠肺炎疫情防控工作，並在復工復產中，堅定信仰、立足崗位、努力付出。這一年，公司黨委開展了「學黨史、知黨史、做新時代合格黨員」線上答題活動、黨員宣誓大會、志願者服務等一系列黨員活動，豐富了公司黨建內容及內涵，服務黨員群眾工作生活、增加歸屬感、助力公司經營。



在長城汽車黨委領導下，工青婦工作紮實推進。公司工會累計舉辦了5期「單身青年聯誼會」活動，關注員工身邊事、提升職工穩定性。此外，開展系統的技能大赛、職工培訓，實現員工自身能力的不斷提升。

2020年，長城汽車分別到中國電信、河北省建、富士康等黨建先進單位開展黨建交流，通過「走出去」進一步學習貫徹黨的十九屆五中全會精神，充分交流借鑑民營企業黨建工作優秀做法，並與有關單位簽訂黨建共建協議。

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。長城汽車黨委將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。



預備黨員轉正需要宣誓

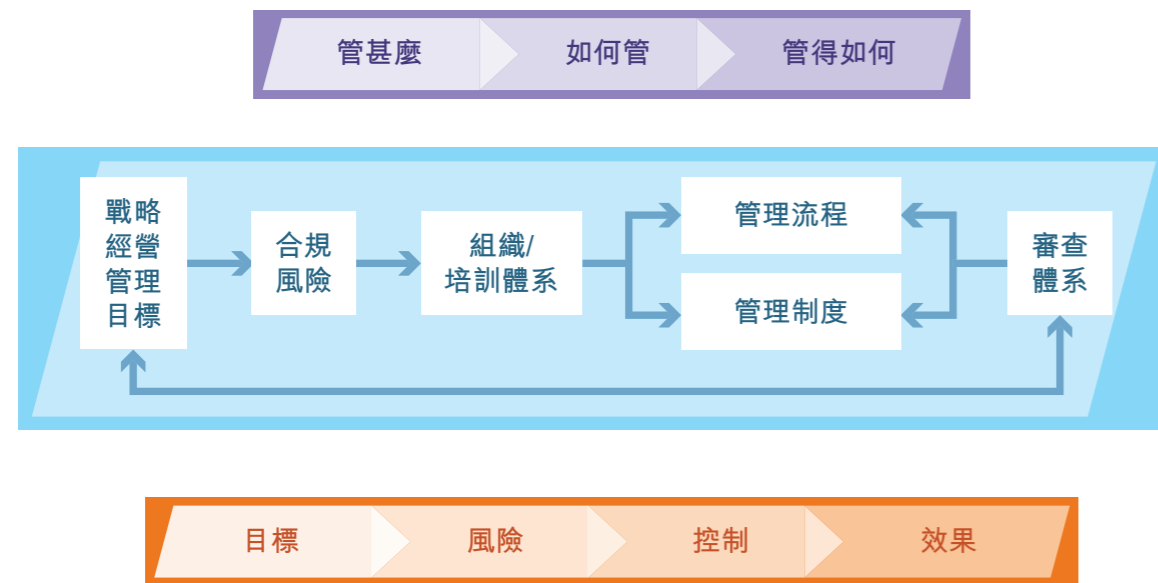
公司治理

三、風控合規管理

長城汽車為實現全球化戰略目標，以國際化視野審視內外部環境，積極防控及化解重大合規風險，構建起了「以用戶為中心」的全新組織架構，建立了面向用戶、面向市場、面向競爭的作戰隊形，形成了作戰單元、合規管理部門、監察審計部門各負其責的風險防控的「三道防線」。

長城汽車通過建制度、組架構、定職責、廣宣傳等，建立起了橫到邊、縱到底的合規風險管控機制：

- ① 為規範員工的日常工作行為，長城汽車董事長魏建軍先生主持發佈了《全球通用合規手冊》，為保證手冊內容的有效落地，公司通過電子合同平台組織全員簽署了合規承諾書。
- ② 為提升依法合規經營的管理水平，着力打造法治企業，發佈了《全球合規管理制度》，明確了合規管理框架，規範了合規管理程序。



- ③ 按公司的要求，長城汽車下屬各版塊確定了合規職能，建立了合規管理負責人機制。合規要求從總部輻射至長城汽車全產業鏈的各個環節。
- ④ 針對重點市場、重要領域、重點人員逐步建立合規管控體系，例如針對泰國市場，聘請專業諮詢團隊構建東盟合規管理體系；為實現車聯網業務隱私合規，根據印、泰、俄、歐洲等的個人數據保護相關條例，對車聯網業務進行分析、拆解，建立了車聯網產品的隱私保護體系，實現出海車型的車聯網數據合規；對美德俄日數據跨境傳輸進行風險評估，並將評估結果嵌入業務的信息化建設過程中，防範數據合規風險；針對出口管制及經濟制裁法規，規劃建立合規篩查系統平台。
- ⑤ 為提升員工的合規意識，防範合規風險，長城汽車通過現場講解、視頻轉訓、電腦桌面提示等方式對集團高層、中層、基層員工進行合規宣傳，形成了良好的合規文化。真正將合規要求轉化為全體員工的自覺行動，形成了「人人合規、事事合規」「合規創造價值」等工作理念。

公司治理

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，着力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境，歷經30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，為社會發展和進步做出積極貢獻。

（一）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各層級廉潔教育工作。

（二）注重廉潔教育，打造反腐倡廉文化

為持續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2020年結合信息化平台及「廉潔長城」微信公眾號，為集團新員工導入教育、階段教育、晉升教育提供測評入口，共計3.5萬餘人次參與，同時利用線上學習、課時積累、自我檢測等方式，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2020年12月份，擁有10萬多用戶，用戶涵蓋員工、相關方、商業夥伴及家屬等不同人群，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，2020年共計推送原創內容70餘篇，助力公司廉潔品牌的傳播。



（三）完善制度體系，規範反賄賂管理

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，截止到2019年完成了5次修訂，制度的每次修訂都是一次升級。2020年隨着公司國際化戰略實施，為提升國際影響力及競爭力，有效規避公司在國際市場的合規風險，長城汽車依據ISO37001:2016《反賄賂管理體系要求及使用指南》，在《廉潔體系制度》基礎上，再次進行全面升級，嚴格按照ISO37001標準並結合業務實踐，搭建完成反賄賂管理體系文件，為公司反腐倡廉工作開展、合規經營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，通過識別賄賂風險、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

公司治理

的人員，實施定期崗位調動，防止因任期過長而產生腐敗。識別存在賄賂風險的特定交易、項目、活動、商業夥伴和員工，在正式合作前開展反賄賂調查，為管理提供決策依據，降低賄賂風險。在業務往來、商務接待中，規範接待人數及區域，秉承公開、透明的原則，避免出現不正當行為。經統計，2020年拒絕賄賂達190人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計1,179人次，單次拒腐最高金額達35萬元，各級員工共上交禮品約8.8萬件，86名員工被評為「廉潔自律模範」。

在商業夥伴權益保護方面，公司以廉潔促誠信，以誠信促發展，與商業夥伴利益共享，構建共生共贏生態圈，簽署《陽光協議》作為合作前提，強調廉潔要求，並於2020年11月對《陽光協議》進行換版升級，規範雙方合規要求，致力於維護商業夥伴利益及「公平公正、簡單透明」的合作平台，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，面向社會開通可查詢失信違規人員和企業的信息化平台，互聯、互通、共享資源，通過社會的監督，提高從業人員的職業素養，因腐敗、不誠信等問題被列入《失信名單》的商業夥伴共485家。

2018年9月長城汽車受邀加入企業反舞弊聯盟，2019年11月，榮獲企業反舞弊聯盟「先進單位」、「先進工作者」榮譽稱號，2020年9月，成為常務理事單位。長城汽車積極致力於聯盟反舞弊建設工作，努力與成員企業共同建設廉潔的商業環境，共享不誠信、失信人員名單，共享反舞弊經驗，提供有效的信息及技術輸入等，為打造綠色健康的商業環境、合作環境提供助力。

（四）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，同時對失職瀆職、推諉扯皮、拉幫結派、弄虛作假等軟腐敗行為進行嚴厲打擊，一經發現由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，依據制度要求進行處理，涉及違反法律的行為，一律移交司法機關處置，2020年因涉嫌違法犯罪移送司法機關處置6人。在反腐的道路上，長城汽車始終將「廉」和「信」作為行為準則，秉持公平公正、廉潔自律的作風，始終以用戶為中心，誠實守信、合規經營，未來長城汽車將繼續堅守初心，與眾多優秀企業廉潔攜手，積極履行社會責任，傳播社會正能量。



責任管理

產品責任

長城汽車秉承「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，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。

員工責任

長城汽車秉承「造車育人」的人才理念，以開放包容來匯聚英才，始終堅持人才培養融入業務，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。

社會責任

長城汽車始終秉承「以用戶為中心」的服務理念，致力於打造用戶尊享的服務體驗，打造穩定、可靠的供應商體系，建立行業領先、運營質量卓越的銷售體系，同時以感恩之心回饋社會，彰顯企業社會責任。

環境責任

長城汽車持續提升能源管理團隊專業水平和技術能力，在集團內開展各能源管理活動和節能宣傳教育，為建設先進的節能環保綠色工廠和構建節約型社會貢獻每一分力量。

一、我們的社會責任理念

本公司秉持用生態文明的理念指導新發展，樹立創新、協調、綠色、開放、共享的新發展觀念，搶抓新一輪科技革命和產業變革的歷史性機遇，積極推進疫情後的經濟「綠色復蘇」，匯聚起可持續發展的強大合力。公司以「安全」作為品牌核心價值，秉持「安全至上」的造車理念，在充分考量各利益相關方的訴求和期望的基礎上，在產品服務、員工發展、環境保護、社會公益等方面，積極踐行社會責任，努力成為世界領先和社會信賴的全球化科技出行公司。

社會責任管治

公司為將社會責任融入日常運營之中，專門成立社會責任工作小組負責統籌管理，明確規劃層與實施層的聯動機制，確保人力資源部、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多個實施主體貫徹執行社會責任工作相關的要求，保證社會責任目標上下貫通、工作層層推進。

責任管理

二、實質性議題管理

公司在社會責任實質性議題的選擇上以上海證券交易所《上市公司環境信息披露指引》、香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》等相關要求基礎，回顧2019年遴選的實質性議題，結合2020年利益相關方最關切的訴求、遵循可持續發展的趨勢，識別判定最終確定的實質性議題，確保精準、全面地披露公司社會責任績效。

實質性議題確定流程：



1 選題來源

實質性議題渠道網絡		
股東及投資者關注問題	內外部專家分析結果	經銷商建議反饋
相關法律法規要求	社會責任指標指南	客戶關注問題
社區意見	供應商及其他合作夥伴關注意見反饋	政府及其他監管機構的監督與期望

2 選題標準

- 利益相關方關注程度
- 對公司生產運營的影響程度

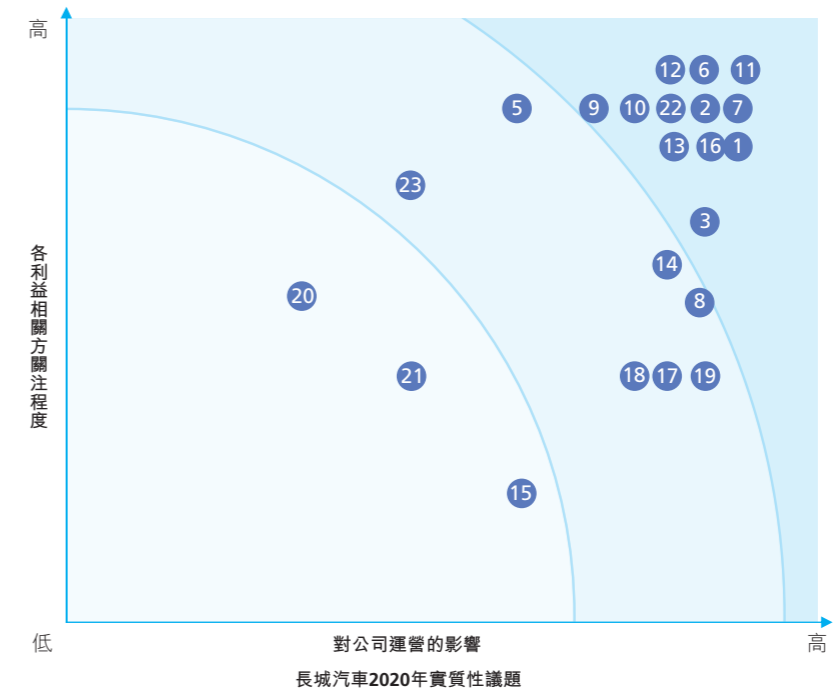
3 選題流程

公司重新評估19年議題選擇結果，結合2020年實際情況即：本年度各利益相關方與公司間互動的關注點、公司2020年實際發展着重點，公司社會責任工作小組通過電話等形式回訪各利益相關方，最後驗證得出對公司影響重大的實質性議題。

責任管理

4 選題結果

長城汽車2020年實質性議題重要性矩陣



責任管理

三、利益相關方溝通

利益相關方	關注的議題	溝通與回應
政府及監管機構	運營合法合規 保證產品質量 保護知識產權 提供就業崗位 促進行業發展	遵守法律法規及政策，依法納稅 緊抓質量與安全管理，配合監管與考核工作 加強法律宣傳，注重知識產權保護 吸納優秀人才，促進員工發展 維護與提升行業健康發展
股東及投資者	經營業績 戰略佈局與技術研發 信息公開透明 投資回報	穩健經營，持續提升盈利能力 前瞻性佈局，持續加大研發力度，打造「科技長城」 不斷提高信息披露的質量，確保信息披露及時、真實、完整、準確，確保簡明清晰，通俗易懂 不斷完善治理結構，保護投資者權益
客戶	滿足客戶多元化需求 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	提升自主創新能力，打造全場景高智能產業生態 狠抓質量管理，加大安全方面投入 為用戶提供更便捷、更愉悅、更豐富的智能出行體驗 提升客戶滿意度，高效處理售後服務
合作夥伴	公開、公平、公正採購 誠信互惠、合作共贏	完善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 提升對經銷商的管理，優化銷售網絡
員工	職業規劃和晉升空間 員工關愛 職業培養與成長機會 基本權益的保護	健全輪崗制度，暢通員工晉升通道 開展「困難員工及老壽星慰問」，關愛員工家庭 創新培訓方式，健全員工學習機制 加強職業健康監護，強化安全教育培訓
社會	踐行公益慈善事業 參與志願服務	共克時艱，助力抗擊疫情，積極開展公益事業 飲水思源，扶危濟困，捐贈車輛助力黃南州發展 構建綜合扶貧體系開展志願者活動
環境	節能環保，走可持續發展之路 關注氣候變化	堅持綠色能源的研發與投入，積極發展新能源動力 秉承全產業鏈低碳環保理念，成為綠色能源革命的主力，為保護綠色地球持續做出貢獻

產品責任

創進步，智出行



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，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。

1、創新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。公司秉承安全第一的造車準則，聚焦「以用戶為中心」的發展方向，堅持自主創新，用智能科技武裝安全。2020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，全力保障所有交付產品的安全。

煥新上市的第三代哈弗H6實現了設計、智能、動力、安全、舒適五維進化，採用的高強度鋼佔比為71.61%，且熱成型鋼的車身強度達到2000MPa，搭配全系標配6安全氣囊。在主動安全方面，第三代哈弗H6全車配備了14個雷達、6個攝像頭，並搭載了先進的Mobile eye Q4自動駕駛芯片，讓新車擁有了L2+級別的自動駕駛能力，AEB自動緊急制動、50米全自動循跡倒車、並線輔助、智慧躲閃等22項智能駕駛功能，為乘客帶來了未來化的安全出行體驗。全新品類哈弗大狗車身滿足C-NCAP五星最高安全等級的同時，考慮了全球法規的拓延性。主動安全性上擁有360°全景環視、隨速助力轉向、泊車雷達系統等配置外，還進行了124個多發場景下的高頻次分析測試。2021款WEY VV6兒童呵護版集後排集成式兒童安全座椅、後排生命體徵監測、智慧健康座艙等前瞻配置於一體，為兒童乘客提供市場最高配置的安全防護，同時保證成人的乘坐體驗。純電動車型歐拉白貓應用“井”型結構底盤及63%高強度鋼車身結構等被動安全科技，並搭載博世最新9.3代ESP系統等諸多主動智能安全科技，駕控安全性和穩定性顯著提升。

公司堅持將安全作為實現智能駕駛的先決條件。2020年12月，公司發佈全新的咖啡智駕「331戰略」，將在2021年實現全車冗餘L3級自動駕駛。咖啡智駕着力打造自動駕駛全冗餘量產平台，具有感知冗餘、控制器冗餘、架構冗餘、電源冗餘、制動冗餘、轉向冗餘6大冗餘系統，未來將陸續搭載在旗下WEY等品牌產品上，為用戶提供全方位的安全保障。

產品責任

2、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，着力降低碳排放指標，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，推出了多款新能源車型，未來還將推出基於專屬平台的燃料電池車型。2020年，公司正式發佈檸檬混動DHT技術，HEV架構主打城區路況超低油耗以及中高速路況瞬時加速能力，動力系統綜合效率可達50%以上，採用HEV動力的A級SUV綜合油耗低至4.6L/100km。推出的新產品中，歐拉白貓電機效率達到94%，充電機效率達到94%，減速箱效率達到97%，百公里電耗僅10.2kwh。歐拉好貓搭載的三合一集成化電驅，動力更強、電池更輕、儲電能力更強，在輕量化方面集成式電驅動體積減少23%，重量降低27%，鋁合金殼體電池包能量密度>177wh/kg，集成電源重量降低15%，輕量化高效換熱模塊打破傳統油改電換熱模塊設計理念，輕量化目標提升38%。推動皮卡行業清潔化的長城炮EV搭載三元鋰電池，並配備同軸一體式電子驅動橋，電機功率為150KW，扭矩為300N·m，續航里程可達405km。

公司同時致力於實現發動機燃燒效率的進一步提升，推動汽車的清潔化。2020年，公司自主研發的新一代動力總成正式下線，包含全球首款橫置9速濕式雙離合變速器、入選「中國心」2020年度十佳發動機（來源：「中國心」年度十佳發動機評選）的4N20發動機以及新一代三合一電驅動系統，擁有高效率、低排放、輕量化、高性能等諸多技術優勢。哈弗大狗、第三代哈弗H6採用2.0GDIT EVO動力的發動機熱效率超38%，米勒循環技術的加持使油耗進一步降低，平衡高效和節油。

3、注重產品設計和智能化提升用戶體驗

公司以打造用戶驚喜為己任，2020年通過開拓新品類、變革設計理念、迭代升級智能化產品，為用戶提供更舒適愉悅的駕乘感受和駕駛樂趣。

2020年，公司推出「3/4刻度座駕」哈弗大狗，填補城市跨界SUV的需求空白；發佈全新豪華越野SUV品類—坦克，兼顧用戶越野與舒適需求；推出了歐拉貓系列車型，注重不斷崛起的女性購車群體需求。在產品造型設計方面，公司着力以創新設計煥新用戶汽車生活。公司旗下歐拉好貓車型採用「復古未來主義」設計理念，從經典中汲取的元素融入未來的設計，將拱形科幻感、全LED大燈、流水動態尾燈、顛覆傳統的尾門設計等融為一體。坦克300採用智能豪華的沉浸式座艙，延續了剛柔並濟、方圓有度的設計理念，以「方」之姿態展現專業越野「剛」的形象，細節上以「圓」為點綴，展現智能豪華舒適體驗的「柔」的關懷。

在人機交互體驗方面，依托公司全新平台的產品智能化水平進一步提升。哈弗初戀搭載了行業領先的「情緒識別」功能，在人臉識別、聲紋識別、疲勞監測／提醒、分心監測／提醒、表情識別等方面，刷新用車感知，細膩呈現用戶



產品責任



關懷，成為細分市場獨一無二的標桿。第三代哈弗H6配備12.3英寸的大尺寸中控屏幕，其內置的科大訊飛定制語音交互系統識別精準，提供良好的人車交互體驗，具備整車FOTA升級功能，可以對軟件、動力等40餘個模塊，上千項功能進行實時遠程升級，滿足用戶「常開常新」需求。2021款哈弗F7/F7x搭載哈弗新一代智能網聯繫統，集成了騰訊車聯TAI3.0功能，可為用戶提供海量智慧服務，視頻新勢力Bilibili也首次上車。歐拉好貓在車機軟件層面的人工智能可根據用戶的駕駛習慣進行AI深度學習，形成不斷進化，應用公司智能科技成果，涵蓋超過14項自動駕駛輔助功能，最高可實現L2+自動駕駛級別。長城炮越野皮卡配備原裝絞盤的皮卡車型，擁有9500磅拖拽質量，配置三把差速鎖、涉水喉、COO蠕行模式、TAB坦克掉頭，加上7種全地形駕駛模式，滿足全天候、全路況、全場景隨意切換。

4、深化產品交互提升用戶服務滿意度

公司提出全新的產品命名邏輯，首創具象化、場景化產品命名，如哈弗大狗、歐拉貓、哈弗初戀等新產品命名，將產品融入用戶生活場景。

同時公司還大力改善終端服務品質，積極推動數字化營銷升級，推動品牌銷售及售後服務體系升級，提升用戶滿意度。2020年10月，中國質量協會發佈了2020年汽車用戶滿意度(CACSI)測評結果，公司旗下哈弗品牌榮獲「售後服務滿意度」第一、「銷售服務滿意度」前三獎項，主力車型哈弗H6、哈弗F7並列獲「10-15萬A級SUV」用戶滿意度第一名，哈弗M6獲「7萬及以下A級SUV」用戶滿意度第一名，哈弗H9、哈弗F5、哈弗H2等車型也在用戶滿意度測評中位列前茅。旗下WEY品牌獲「銷售服務滿意度指數第一（自主品牌）」獎項，WEY VV5與WEY VV6也在「10-15萬A級SUV」與「15-20萬A級SUV」用戶滿意度排名中名列前茅。（來源：中國質量協會2020年汽車用戶滿意度(CACSI)測評）

產品責任

二、知識產權保護：

截至2020年12月31日，長城汽車股份有限公司累計獲得授權專利8,215件，其中授權發明專利1,502件，授權實用新型專利4,474件，授權外觀設計專利2,239件。

2020年，長城汽車股份有限公司申請專利1,815件，授權專利1,136件，其中授權發明專利272件，授權實用新型專利549件，授權外觀設計專利315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》、《專利預警管理規定》、《專利激勵管理規定》、《專利檢索流程》、《專利放棄管理規定》等管理制度、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，2020年實行專利創新積分獎勵、十大優秀發明人制度，極大地激發了員工的創新積極性。

三、產品品質管理與考核

針對汽車質量把控和問題產品回收，自2004年國家《缺陷汽車產品召回管理規定》實施以來，長城汽車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。



產品責任



責任實踐

長城汽車股份有限公司召回部分長城炮汽車

長城汽車股份有限公司根據《缺陷汽車產品召回管理條例》和《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》的要求，向國家市場監督管理總局備案了召回計劃。決定自2020年9月1日起，召回2019年9月24日至2020年8月9日期間生產的長城炮汽車，共計71,319輛。

本次召回範圍內車輛由於車輛使用說明書未充分明示拖車鉤在特殊使用場景下可能帶來的危險，無法起到足夠的警示作用，存在緊急情況下誤用的可能，在極端使用情況下可能會發生拖車鉤斷裂，存在安全隱患。

長城汽車股份有限公司將對召回範圍內的車輛替換新版電子使用說明書，在車身醒目位置加貼拖車鉤使用警示標籤，明示危險，避免誤用，同時免費對拖車鉤進行技術服務升級，以消除安全隱患。

應急處置措施：如果車輛出現陷車或托底事故，應聯繫專業救援進行車輛脫困或撥打400-666-1990客服電話進行救援。

長城汽車股份有限公司將通過掛號信、電話、短信等方式通知有關用戶此次召回事宜。用戶可致電服務熱線400-666-1990進行諮詢。此外，也可登錄網站dpac.samr.gov.cn、www.recall.org.cn，關注微信公眾號(SAMRDPAC)，了解更多信息，反映缺陷線索。

產品責任

產品的健康安全

長城汽車以「綠智、潮玩、嗨世界」為使命願景，聚焦「以用戶為中心」的發展方向和全力踐行的全球化戰略，始終秉承全產業鏈低碳環保的理念，堅持綠色、清潔的研發與投入，成為綠色能源革命的主力，為保護綠色地球持續做出貢獻，讓全球用戶在「綠智潮玩」中享受驚喜和極致體驗。長城汽車通過排放管控技術升級，整車空氣質量領域技術創新，綠色環保、回收利用產品技術體系搭建，主被動安全、功能安全、網絡安全等技術應用多種方法打造符合法律法規要求，給顧客帶來驚喜的健康安全產品。

(一) 排放方面管控措施

1. 整合優勢資源，大力發展新能源汽車，實現超低排放

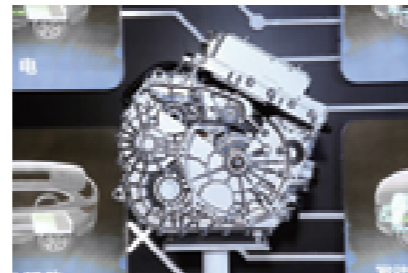
新能源汽車是未來汽車市場發展趨勢，長城汽車長期以來致力於新能源技術的研究與探索，2020年長城汽車在新能源車型開發上不斷前行，並取得了令世人矚目的成績。

純電動方面：純電動乘用車，歐拉系列的白貓、黑貓、好貓相繼上市，構築長城歐拉產品「大年」，誕生僅兩年多便成功躋身全國新能源車銷量TOP5，成為新能源第一梯隊中最年輕的汽車品牌。純電動商用車，風駿7EV及長城炮電動皮卡也於2020年底相繼上市，標誌着長城在商用領域正式進入電動化階段。另外，長城汽車在乘用車純電動/商用車純電動品類中繼續深耕。依托於寶馬合作，完善及總結全球化動力系統開發驗證經驗，並在產品續航、動力性、主被動安全、智能互聯等方面全面提升，為顧客打造出綠色、安全、智能、科技的高性價比純電動新能源產品。逐步形成在家用、運營、商用車領域全球化佈局，為降低排放、綠色環保助力。

混合動力方面：全球首發的「檸檬混動DHT」更是與2020年10月27日國家發佈的《節能與新能源汽車技術路線圖2.0》所強調的「加大混動投入，擴大混動市場」高度契合。這必將為行業帶來引領和示範效應，激勵更多中國汽車品牌在混動領域持續發力，推進市場汽車產品混動化，間接帶動我國新能源產業蓬勃發展，為中國乃至全球的可持續發展貢獻力量。

「檸檬混動DHT」由長城汽車完全獨立自主設計、研發，並具備完全自主知識產權，累計擁有專利199項，其中核心專利80項，體現了長城汽車對能源、環境、人車生活協同發展的綜合考量，為全球用戶提供品質更高、更加節能環保、更多樣化的出行服務。它的技術前瞻性與先進性，還體現在了「1-2-3」上，即一個混動系統，兩種動力架構，三套動力總成。

■ 一個混動系統，指的是「檸檬混動DHT」採用雙電機混聯拓撲結構，擁有純電、混聯、串聯、能量回收等多種工作模式，通過控制系統智能切換，可實現全速域、全場景下高效能與高性能的完美平衡。



高集成混動DHT變速器



「檸檬混動DHT」主要零部件及運行模式示意圖

產品責任

■ 兩種動力架構，是在此基礎上，面對不同的消費需求，衍生出HEV/PHEV兩種動力架構。HEV架構主打城區路況超低油耗以及中高速路況瞬時加速能力，動力系統綜合效率可達50%以上，採用HEV動力的A級SUV綜合油耗低至4.6L/100km，同時也可將排放控制在較佳工作區域；PHEV架構具有較高的純電續航里程，且沒有續航焦慮。另外在實際測試中，以HEV架構B級SUV為例，相比於燃油產品，節油率可達35~50%，0-100km/h加速時間大幅縮短1.5s，僅為7.5s，實現了油耗、排放與動力性能最大化。

■ 三套動力總成，是在HEV/PHEV兩種架構下，有「1.5L+DHT100」和「1.5T+DHT130」的動力總成。在PHEV架構下，有「1.5T+DHT130+P4」四驅動力總成，分別對應不同級別產品，滿足用戶的多元化選擇。

2. 持續更新、加嚴排放管控要求及技術升級

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：《GB18352輕型汽車污染物排放限值及測量方法》、《中華人民共和國空氣污染防治法》等，基於法規、標準並結合未來發展趨勢，規劃制定了清晰的開發技術路線和更具挑戰的目標。

面對日益嚴苛的排放法規，長城公司從發動機、變速器、電池、電機等核心零部件進行深度研發投入，整車匹配及設計驗證方面實現了有效壽命周期內的排放管控。2020年上市的全新車型哈弗大狗、坦克300、哈弗初戀等多款車型均達到國6b領先水平，並且應用了最新的發動機、變速器及後處理技術。

全新發動機平台—EN20:

EN20以低油耗、低排放、低成本、輕量化為開發目標，首款搭載車型為哈弗大狗，同時兼顧整車橫置平台，品牌車型一規劃搭載魏品牌摩卡、哈弗品牌三代H6及高端皮卡一炮、H9升級車型等，涵蓋常規動力、PHEV等配置，搭載車型將出口至北美及歐洲，進軍全球市場。

EN20發動機核心技術：

■ 以缸蓋集成排氣歧管+電子水泵+電子節溫器為核心，實現快速暖機及中高負荷經濟性提升；

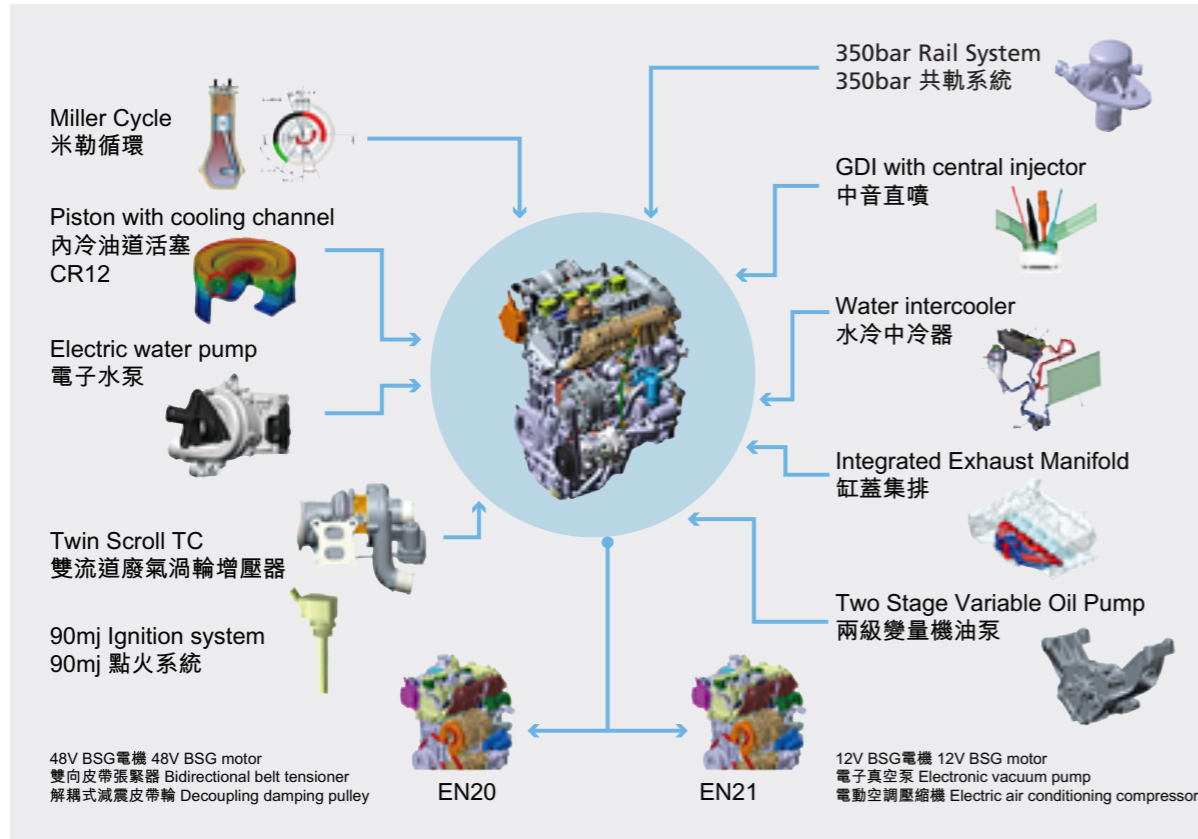
■ 以中置噴油器+350Bar燃油系統壓力+全新優化設計的燃燒系統為核心，實現快速燃燒，低排放及油耗；

■ 降低整機重量及機械損失；

■ 採用全新優化設計的雙流道增壓器，實現低速動力輸出的同時，保證高速性能及動態響應性。



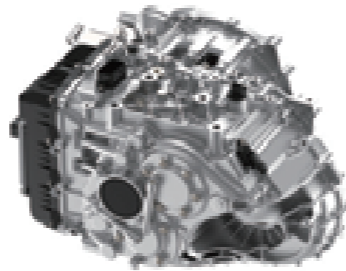
產品責任



全新變速器技術—7DCT300S：

7DCT300S規劃搭載哈弗系列車型，其靜謐的NVH性能、平順的換擋表現，帶來更佳駕駛體驗的同時，也降低了排放和經濟性。

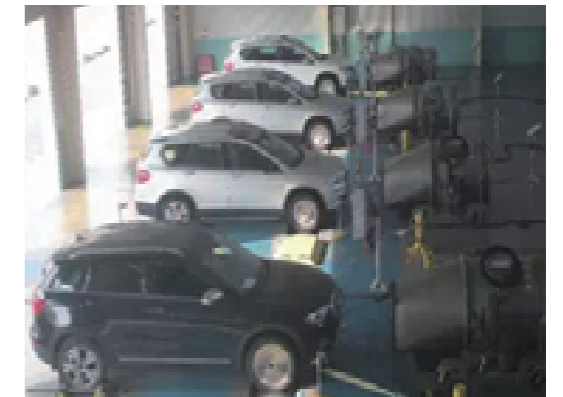
- 緊湊及優化的減重設計，相對於上一代產品整體減重8%，換擋慣量降低11%，效率提升0.9%；
- 液壓驅動式換擋撥叉，每個換擋撥叉獨立控制，響應迅速；
- 模擬不同換擋策略，執行機構衝擊響應，如：駐車機構、同步器結合齒撞擊力等，通過換擋結合速率控制、同步慣量優化等方法降低換擋衝擊和噪音；
- 更優的摩擦材料及優化的溝槽設計，拖曳損失降低5%，具有更好的耐熱及耐久性。



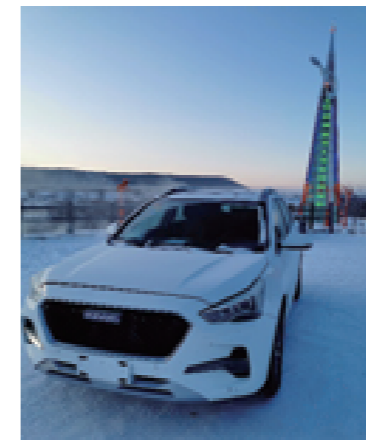
產品責任

3. 排放開發配套設施

整車開發驗證方面，長城公司具備整車常溫、低溫、高溫及高海拔條件下的排放驗證能力，具備整車排放耐久性能的驗證能力，具備整車經濟性、動力性方面的驗證能力等，為高品質、高性能產品的開發驗證提供了強有力的支持。



試驗室開發驗證的同時，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，產品的可靠性得到了保證。



長城汽車立足於當前產品開發，面對未來法規的變化，也將同步進行技術開發儲備，提升機動車尾氣治理水平，為人類的可持續發展做出應有的貢獻。

4. 設置排放質量門，嚴格把關排放指標

始終將排放作為產品關鍵指標，納入項目質量門進行管控。各車型研發過程，由專業測試團隊對排放達成水平進行測試，測試結果不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。

產品責任

(二) 車內空氣質量方面管控措施

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

長城汽車一直注重提前佈局和過度投入，早在本世紀初就開始關注車內空氣質量，並率先建立起完備的管理體系；培養金鼻子團隊，在研發、驗證、生產等環節把關氣味品質；先後投入400餘萬元建立起涵蓋材料、零部件、整車的車內空氣質量試驗室，實現了完整的氣味及VOC驗證、評價能力。

1. 車內空氣質量開發理念

基於車內健康品質，用戶舒適體驗開展車內空氣質量開發，為消費者提供健康舒適的汽車座艙環境，通過技術創新持續優化整車座艙健康品質。

2. 車內空氣質量開發技術體系

以車內空氣質量管理體系、技術標準為基礎，通過對整車氣味及VOC全產業鏈設計及管控；新材料、新工藝、新技術的開發應用、迭代升級，持續為用戶提供更加健康、舒適的車內環境。

完善的控制體系

通過車內空氣質量管理辦法及原材料、零部件、整車氣味/VOC標準，規範各層級技術要求，保證整個產業鏈的環保性

車內空氣質量管理規定	材料氣味及VOC技術要求	用材/工藝貨架	禁限用料/工藝清單	內飾件生產現場環境要求
零部件氣味及VOC技術要求	零部件包裝、倉儲、物流要求	整車車內空氣質量技術要求	氣味及VOC生產一致性核對要求	

環保的用材、工藝、倉儲、物流

集成應用多種環保材料及工藝並規範包裝、倉儲及運輸、保證整車品質

低散發塑料	低散發發泡	超淨化海綿	水性革	NAPPA皮	抗過敏織物	環保黏合劑
環保脫模劑	低壓注塑	超聲波焊接	免噴塗裝飾	環保包裝	環保運輸	環保倉儲

健康汽車技術開發應用

通過技術創新，開發應用智能健康技術，引領車內空氣品質

AQS車內空氣質量管理系統	等離子空氣淨化系統	車內健康香氣系統
智能座艙清潔系統	N95級防菌抗病毒保護系統	PM2.5淨化系統

產品責任

產品質量保證

擁有通過國家權威中國汽車技術中心認證的金鼻子團隊，從主觀感知角度把關，保證車內嗅覺愉悅性；通過完善的先進設備從客觀角度把關，保證車內空氣質量



3. 車內空氣質量領域技術創新

目前公司擁有眾多專利，例如：車載香氛、具有香味的人造革及物件蒙皮和車輛等；另外，長城汽車應用防菌抗病毒的「N95級」車載防護濾芯、開發應用等離子淨化系統、車內健康香氣系統、智能座艙清潔系統等技術，有效保證了駕乘顧客的身體健康及車內氣味的愉悅感知。

(1) 健康汽車內飾用材及工藝

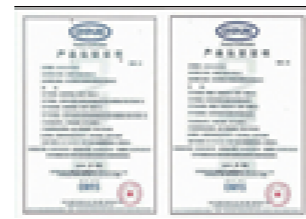
開發應用健康汽車內飾用材及工藝，主要包括：抗菌抗病毒材料、低散發內飾材料、低散發製造技術及氣味植入技術。

抗菌抗病毒材料	方向盤、車門把手、按鍵、換擋球頭等高接觸率部件應用抗菌材料，抑制和殺滅車內產品表面的細菌和霉菌，達到抗菌，除異味的目的
低散發內飾材料	分析內飾材料氣味影響因素，通過優選原材料及其助劑，從源頭保證內飾低散發特性
低散發製造技術	從製造設備及工藝角度進行設計，保證製造過程的環保
氣味植入技術	在內飾面料、塑料、密封條等材料中植入特殊氣味，在掩蓋內飾材料固有氣味的同時營造怡人的車內環境

產品責任

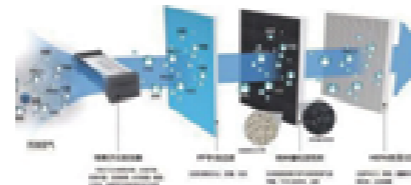
(2) 「N95級」車載防護濾芯

搭載通過權威第三方－中國汽車研究中心頒發的最高等級「CATARC CN95」認證的高效濾芯，車輛秒變移動口罩。濾芯採用低阻熔噴技術生產，可有效阻隔空氣中的有害物質，對多種病菌及PM2.5級小顆粒過濾效率在98%以上。



(3) 等離子空氣淨化系統

搭載的等離子空氣淨化系統可產生大量的活性離子及高能自由基，能夠與細菌病毒中的蛋白、核酸反應，打破其化學鍵，使其降解，消亡，達到殺菌消毒的目的；另外該系統釋放的大量負離子可以降解空氣中的顆粒物，保持如身處大森林般的清新舒適駕乘環境。



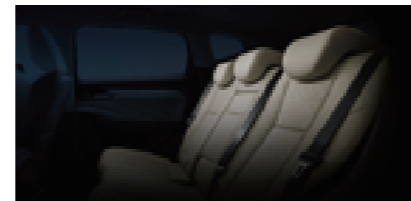
(4) 車載香氛系統

車載香氛系統可根據用戶需求，在車內實現多種的氣味氛圍且濃度可調，營造愉悅的駕乘環境。香氛原料全部由天然植物萃取、精煉製得，並通過國際香料協會IFRA認證及過敏原測試、禁限用物質測試，保證健康品質。



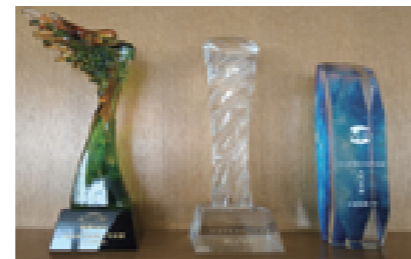
(5) 智能座艙清潔系統

應用智能網聯技術遠程控制座艙清潔系統，在用車前通過手機遠程開啟，1min內快速淨化車內氣味及VOC物質，為駕乘者營造舒適健康的車內環境。



4. 車內空氣質量目標實現

在車內空氣質量方面長城汽車一直秉承嚴苛的標準要求，公司車型除了滿足GB27630(車內空氣質量評價指南)的要求外，還以更加嚴格的「中國生態汽車評價(C-ECAP)」及「中國汽車健康指數評價(C-AHI)」要求作為開發目標。近年來公司多款車型在車內空氣質量領域獲得優異成績，如：2015年H6C和H9車型獲「中國質量認證中心(CQC)車內空氣質量優秀成果獎」，2017-2019年哈弗H7、哈弗F7、魏派VV7等多款車型獲得「中國車內空氣質量人氣獎」。與豪華品牌同台競技，2020年VV6車型獲「中國汽車健康指數(CAHI)五星評價」。



長城汽車在管理體系及試驗室建設、技術研發、技術創新等方面一直積極走在行業前列，未來長城汽車將在健康環保材料開發應用，健康環保製造技術，健康汽車淨化技術以及智能化座艙技術等方面持續發力，引領行業發展，持續為消費者提供更加安全、舒適的汽車座艙環境。

產品責任

(三) 綠色環保與回收再利用方面管控措施

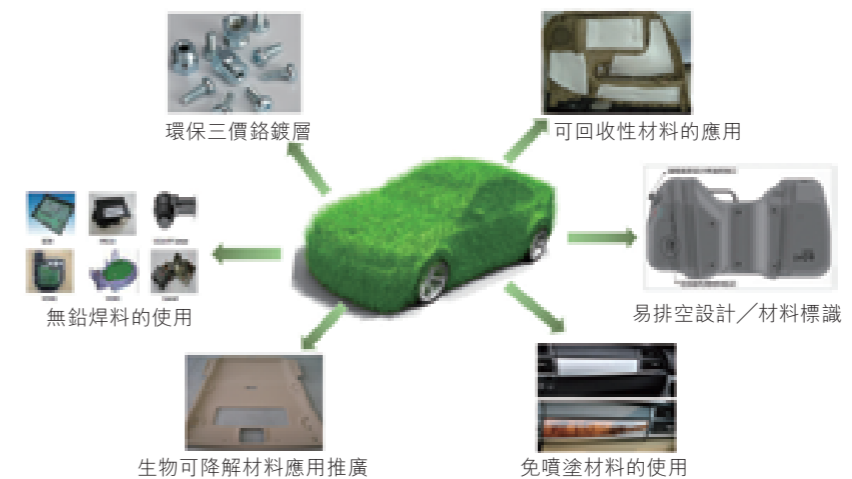
1. 定位全球高端市場的環境物質設計標準

基於公司全球化戰略佈局規劃，我司一直致力於全球各大目標市場禁限用物質法規標準的研究，不斷完善自身法規標準體系的建設，以滿足目標市場日益嚴苛的禁限用物質要求，推動汽車產業綠色環保的可持續發展。



2. 着眼綠色化的產品技術體系

在保護環境、提高資源的綜合利用方面，公司一向堅持綠色設計方案，在兼顧產品性能的同時，將產品的可回收性設計(DFR)作為一項重要的內容。在產品設計的初期，優先選擇綠色原材料，重視產品的可拆解性和易拆解性，從而提高整車產品的回收利用效率和效益，最終達到減少廢棄物的產生、節約資源和保護環境的目的。



產品責任

3. 依托數字化的質量管控體系

為實現禁限用物質及整車回收利用率高效管理，長城汽車建立了數字化管控體系。借助CAMDS數據平台面向全供應鏈收集零部件材料信息，然後數據對接公司內部數據管理平台，對整車零部件材料數據及禁限用物質進行合規性管理。為確保長城汽車滿足目標市場環保法規提供了有效保障。



4. 對接國家電池溯源平台，開展新能源汽車動力蓄電池回收溯源管理

依據國家《新能源汽車動力蓄電池回收利用管理暫行辦法》，長城汽車搭建車企電池溯源平台，與國家電池溯源平台對接，在新能源汽車生產、銷售、維修及電池回收、退役環節開展電池全生命周期溯源信息統計及上報管理。同時積極承擔電池回收主體責任，結合銷售及售後服務網絡，建設市場電池回收服務網絡，並與國家電池綜合利用白名單企業簽訂合作協議，確保回收的廢舊電池被合規合理處置。

產品責任

(四) 主被動安全方面管控措施

1. 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。

2. 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。



產品責任

3. 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。

全過程安全



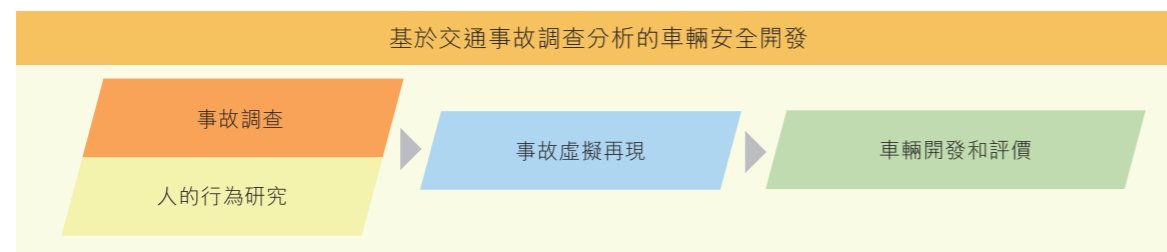
產品平台

自適應巡航(前碰撞預警、自動緊急制動)、車道偏離預警(車道保持輔助)、盲區監測(倒車側向警告)	預碰撞系統	安全氣囊、安全帶、3DP車身	碰撞後自動斷電、斷油、自動煞車	高級eCALL
平台化策略				

技術平台

主動安全	感知技術邏輯判斷動作執行	布置及邊界校核技術	產品	潛在失效模式預防	被動安全	結構耐撞、乘員保護、系統集成、行人保護、兒童保護
		系統設計及開發		驗收及評價技術		

開發策略



產品責任

4. 產品安全實現

(1) 「五星」安全



為提升用戶出行安全，哈弗F7採用超高強度車身設計提升被動安全防護，並同步搭載ADAS全新高級智能駕駛輔助系統，支持L2級自動駕駛功能，助力安全進一步提升，為用戶一路保駕護航。正是憑借一系列主被動安全防護配置，哈弗F7以綜合得分率94.1%的優秀成績獲得了C-NCAP超五星評價。

長城汽車至今已有八款車型獲得了五星評價。另外，在澳大利亞市場，我們的H2車型還獲得了澳大利亞新車評價A-NCAP五星的驕人成績，成為當時中國品牌SUV車型在海外測試評價結果最好的車型。

(2) 安全技術研發與創新



從提升用戶體驗角度出發，以真實需求為導向，WEY品牌率先推出後排集成式兒童安全座椅、後排生命體徵監測、等離子空氣淨化器等一系列主打「兒童優先」的智慧健康座艙，為兒童這類乘客提供市場最高配置的安全防護，同時保證成人的乘坐體驗，充分滿足家庭、兒童對於安全健康的用車需求，刷新業內「智能安全」新標桿。此外，在智能安全方面，我司推出了多項創新安全技術：2018年在VV6車型首搭智慧躲閃功能，實現全球領先；2019年VV6車型首搭倒車側向制動、緊急車道保持功能，實現自主品牌領先；2020年在第三代哈弗H6車型首搭AEB十字路口功能，實現國內領先。

產品責任

5. 功能安全

隨着汽車技術在安全、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。ISO26262標準代表了目前最高的功能安全技術水平，系統化實施功能安全設計開發能提高電氣功能可靠性，提升功能的安全等級。我公司緊跟國際及國內關於道路車輛功能安全的最新標準(ISO26262)，組建功能安全團隊，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。目前已經在檸檬平台車型項目上實施流程的落地，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ASILD等級。

6. 網絡安全

隨着汽車智能化、網聯化的發展，汽車已成為網絡上的終端。汽車「上網」後，黑客可以通過網絡攻擊車輛引起車輛功能故障或者通過車輛攻擊客戶的電子設備，甚至引發對汽車進行大面積攻擊，直接威脅車主的財產安全和人身安全。實施網絡安全可保護整車數據不被破壞、篡改和洩露，車主隱私信息不被非法者獲得，可以放心的連接WIFI和5G網絡，舒心的享受影音娛樂；安全地實現對車輛的遠程控制和遠程更新軟件，有效降低遠程惡意控制風險；對汽車全生命周期進行安全防護，提升黑客惡意攻擊的門檻，保證汽車信息安全；間接地保證OEM的名譽和信譽；

我公司緊隨行業發佈最新法規、標準，並成立專門的網絡安全團隊，從雲、管、端全方位進行安全設計，與國內先進的安全公司建立專業安全聯合實驗室，與國家權威滲透測試公司合作，開展汽車滲透測試，並且與世界領先的安全服務商進行合作，運用加密、簽名、證書等技術，通過雲、管、端全方位防護，有效降低遠程惡意控制風險，確保車輛信息安全。

(五) 產品責任的夯實

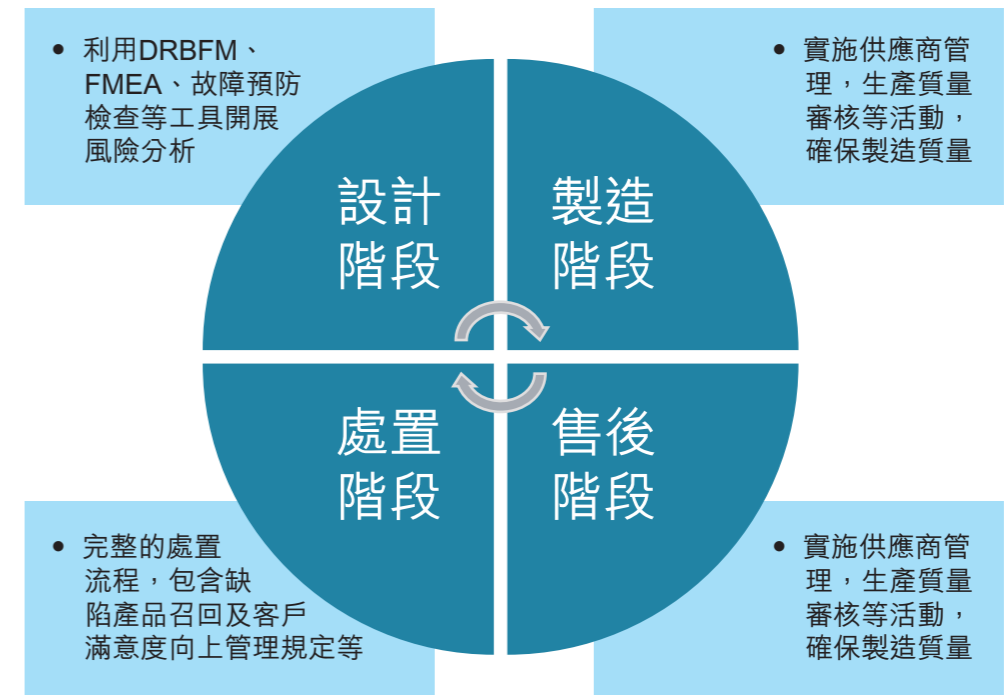
1. 產品責任法規要求

根據《中華人民共和國產品質量法》、《缺陷汽車产品召回管理條例》以及海外《歐盟產品責任指令》《美國侵權法重述》等國內外產品責任相關法律法規要求，均需要企業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

2. 產品責任落實方法

公司聯合外部專業機構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，加深設計人員的產品責任意識。同時公司內部針對車輛從設計、生產、售後全生命周期實施嚴格的質量管理，針對已流入市場的潛在缺陷產品採取積極的應對策略。



員工責任

長城人·落地生根

一、僱傭

開放包容匯聚英才

2020年，長城汽車成立30年之際，啟動了面向未來的科技人才「萬人計劃」，我們通過更加創新、開放的人才戰略舉措加速人才創新，引入全球化領軍人才、經營領袖、各領域專家人才，同時加大高校優秀畢業生招聘力度，全面推動人才結構升級；同時搭建讓各領域人才在長城汽車愉快工作的職業發展平台。

公司堅持以「開放、包容」的態度，開展跨地域、跨文化的溝通與融合，匯聚全球人才，平等對待不同種族、國籍、宗教、性別、學歷的員工，堅決杜絕一切形式的僱傭童工和強制勞動情況。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。

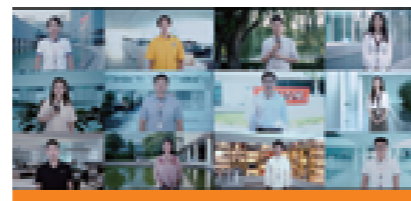
多通道成就員工職業發展

長城汽車致力於人才與企業的雙贏，不僅構建序列發展通道，開展職位管理，支持員工「專精深」發展或跨序列多元化發展，而且在作戰群、資源／職能平台中嘗試角色管理，為人才提供參與規劃及帶團隊的機會，更靈活的授予責任權利，為人才的成功提供更多選擇，成為「精兵強將」聚集地。



創新校企合作模式聯合培養未來人才

為充分發揮企業服務社會的功能，為國家人才培養教育事業貢獻力量，通過與國內高校建立長期穩定、優勢互補、共同發展的戰略合作夥伴關係，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，每年接收在校實習生千餘人。



員工責任

二、勞動準則

遵守勞動法規，保障員工權益

公司堅持以「開放、包容」的態度，開展跨地域、跨文化的溝通與融合，匯聚全球人才，平等對外不同種族、國籍、宗教、性別、學歷的員工，堅決杜絕一切形式的僱傭童工和強制勞動情況。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。

三、以人為本，打造安全健康的工作環境

1、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，避免各類安全事故發生。

2、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2168項，為員工創造安全、健康、舒適的工作環境。近幾年未發生職業病事件。



3、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132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。報告期內，公司未發生火災事故。



員工責任

四、發展與培訓

解碼人才培養方程式

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，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。

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，針對員工的不同發展時期，不同階段，制定相應的場景化、個性化培養模式；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，持續構建「森林模式」生態平台。



新員工培養項目



社會責任

攜手前行，共建共贏

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：



1. 供應商數量

主要供應商700餘家，均為行業內優秀供方，全球知名供應商佔比超30%，具體分佈：

2 供應商引入

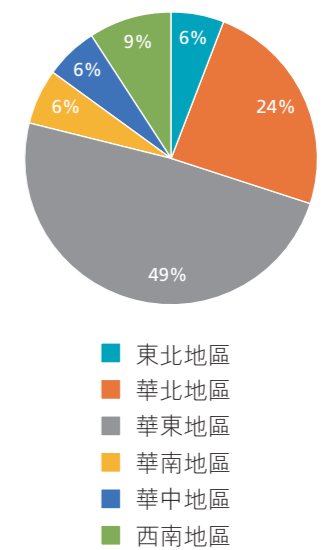
2020年我們強化了供應商准入管理，在供應商准入審核和評價時，加強了環境和社會責任影響評估。從僅審核化工類企業ISO14001環境管理體系認證擴大至全體供方，增加當地的環保、消防認證的要求，增加供應商經營風險的評估，從人文、環境、安全、有害物質管控、守法合規、貿易安全等多維度對供應商進行評審，多個條款設置一票否決權。通過後，組織SQE、技術、商務等專業人員對供應商現場實施審核，確保供應商產品的開發、生產、質量管控、交付能力符合要求，為終端用戶輸出高品質產品增添保證，通過嚴控供應商引入端口，2020年公司引入供方100餘家。

2020年是極為不平凡的一年，新型冠狀病毒在全世界廣泛傳播，美對中貿易壁壘等因素對供應鏈產生嚴重影響，公司在第一時間與供方進行溝通，與供方共同制定應急方案，保證了供應安全，實現全年正增長。

3. 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，定期對供應商開展績效考核。評價結果從優到劣分為I、II、III、IV四個等級，根據評價結果，對供應商實施獎懲，長期不滿足要求的供應商實施淘汰。

國內供應商分佈區域圖



社會責任

4. 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

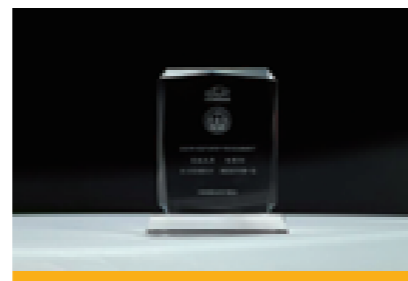
公司以遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規為基礎，以「市場領先、客戶滿意」為戰略目標，秉承「真心為客戶着想」的服務理念，致力於為客戶提供有溫度、有情感、會說話的服務。

公司以客戶為中心，持續推進客戶體驗升級，服務迭代，建立行業領先、運營質量卓越的銷售服務體系。圍繞銷售服務體驗升級、終端運營能力提升，從服務力、營銷力、盈利力、數字化轉型多個維度，開展內容、模式創新，提升經銷商單店運營管理能力。

在終端服務力打造方面，在原有忠誠服務標準基礎上，通過決勝終端回頭看，3次提高銷售服務考核標準、推行服務會戰、服務工具引入賦能，並依據滿意度成績劃分ABC類店管理，借助天網行動監察、正負案例賦能等系列舉措，強化終端服務執行，提升整體服務體驗。

在終端營銷力打造方面，開展銷售服務雙提升，銷售方面，加大垂媒覆蓋，精耕垂媒積分運維和線索運營，推動智能展廳精細維護，實施展廳KPI漏斗管控，促進展廳銷售；服務方面，精細管控服務線索，實現服務線索跟進及時，客戶需求高效觸達，提高終端維保進站量；同時，針對縣鄉市場，搶灘村鎮，大力推進哈弗村、商超門頭、萬店星火計劃，賦能區域市場領先，探索構建渠道下延生態新模式。

在終端盈利力層面，引入智慧網銷和智能外呼工具賦能終端，並開展哈弗口碑優選店評選活動、公司員工親友轉介活動，創新哈弗好弗利保養、小販噴等四類服務營銷產品，推動銷服共戰，引導終端轉變思維，改變盈利模式，實現利潤結構趨於均衡化，提高終端抗風險能力。



社會責任

在數字化轉型方面，疫情初期，推行線上智能展廳、移動端線索跟進、在線直播、遠程辦公、在線培訓等創新舉措，推進終端業務有序進行，順利開展；後疫情時代，圍繞效率提升，推行移動服務助手、CRM系統煥新，研究智慧大屏、虛擬直播等智慧工具，實現線上化、移動化、智能化業務處理，賦能終端營銷管理。

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，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。2020年中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)測評中，作為中國SUV全球領導者，哈弗以實力包攬多項冠軍頭銜。

哈弗榮獲中國汽車行業用戶滿意度(CACSI)多項第一		
廠商品牌	類型	名次
哈弗	售後服務(自主品牌)	滿意度並列第一
哈弗	銷售服務(自主品牌)	滿意度並列第三
車型	細分市場類別	名次
哈弗M6	7萬及以下A級SUV	滿意度第一
哈弗H2	8-10萬A0級SUV	滿意度並列第三
哈弗H6	10-15萬A級SUV	滿意度並列第一
哈弗F5	10-15萬A級SUV	滿意度並列第五
哈弗F7	10-15萬A級SUV	滿意度並列第一
哈弗H9	硬派SUV	滿意度第三

三、客戶權益保護

長城汽車始終秉持「以用戶為中心」的服務理念，致力於打造用戶尊享的服務體驗；同時，公司建立全國統一服務熱線(哈弗+皮卡:400-666-1990, WEY:400-666-6616, 歐拉:400-666-5969)，為用戶提供7*24小時全年無休服務，依託SCRM系統指導終端經銷商進行100%處置，並建有高效的用戶抱怨受理及處置流程，確保問題得到快速、有效的處置；終端層面更是注重服務流程、維修能力、人員素質、硬件實力的標準化、人性化、差異化管理，將尊享的服務體驗貫穿用戶從購車到用車的全生命周期，全面提升品牌服務口碑。

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。

社會責任

2020年4月15日，公司召開2020年第一次臨時股東大會。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6,366,252,520股，佔公司總股數的69.75%。2020年6月12日，公司召開2019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6,079,515,852股，佔公司總股數的66.61%。2020年7月17日，公司召開2020年第二次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,028,158,456股，佔公司總股數的65.69%。2020年10月23日，公司召開2020年第三次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,101,929,738股，佔公司總股數的66.50%。2020年12月18日，公司召開2020年度第四次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,386,652,132股，佔公司總股數的69.60%。從股東大會參與股數看，在報告期內，更多中小股東參與公司股東大會審議事項的決策，提升公司治理水平。



2020年6月12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2020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。

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。報告期內，公司實施2019年度利潤分配方案，以公司總股本9,176,572,500股為基數，每股派發現金紅利0.25元(含稅)，共計派發現金紅利2,294,143,125.00元。

公司近五年分紅情況如下：

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
每股盈利(元)	1.16	0.55	0.57	0.49	0.58
每股派發現金股利含稅(元)	0.35	0.17	0.29	0.25	0.28
總股本(萬股)	912,726.90	912,726.90	912,726.90	917,657.25	917,595.33

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、車展、品牌發佈會、技術發佈會等活動使投資者及時了解公司經營情況，組織境內外線上及線下路演、接待投資者調研、組織電話會議，通過線上及線下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，公司參加投行組織的65次線上及線下策略會，接待境內外投資者調研20次，組織電話會議113次。

社會責任

五、社會公益

(一) 助力公益，彰顯企業社會責任

長城汽車以感恩之心回饋社會，積極倡導員工廣泛參與社會公益活動，並以升級的使命願景「綠智潮玩嗨世界」為引領，促進企業與社會的和諧發展。結合公司全球化發展戰略、行業特點、地域等因素積極實施公益活動，推動社會進步、文化發展、環境保護與經濟增長的和諧共生。



1 齊心戰疫 愛無國界

2020年初，面對疫情，長城汽車火速馳援一線，先後向湖北、重慶、保定等地捐款捐物，用於購買急需的疫情防控物資並為醫護人員、指揮部提供便捷的交通運輸服務保障，包括長城汽車向湖北省慈善總會捐贈人民幣500萬元，向重慶慈善總會捐贈總價值115萬元的長城炮皮卡，向河北省保定市相關慈善機構捐贈270萬元；5月-6月，長城汽車印度哈弗子公司與CARE(國際救助貧困組織)攜手，向印度1,100戶困難家庭，累計5,500餘人，提供救濟包，在新冠疫情肆虐、全國封鎖期間為貧困家庭送去溫暖；5月，長城汽車南非哈弗子公司向南非約翰內斯堡Alexander貧民區捐助價值10萬蘭特的生活物資，助力南非人民抗擊疫情；8月，長城汽車科威特經銷商Ali Alghanim & Sons以哈弗SUV品牌的名義向科威特國家內政部捐贈15台哈弗H2，用於公務人員日常巡邏檢查、區域封鎖等抗疫行動。



2 抗洪水、守護三江源

2020年7月，南方洪澇災害頻發，長城汽車迅速響應，奔赴前線，解燃眉之急；長城皮卡與藍天救援隊達成戰略合作，共同守護三江源，共築綠色長城，還邀請長城皮卡車主探訪褚橙莊園，致敬企業家精神，助力生態農業發展。



3 慈善援助 守望未來

2020年，長城汽車南非哈弗子公司攜7家經銷商向南非兒童福利院(CWSA)捐贈8萬蘭特及物資，用於改善兒童生活狀況並把南非兒童福利院作為長城汽車在南非的長期幫扶對象；在保定總部，公司高層領導定期代表公司到老年公寓及保定市第一福利院慰問，為孤寡老人帶去關愛和溫暖，為殘疾兒童送去希望和堅強。



社會責任

守望相助，大愛隨行。2020年，長城汽車以長城汽車公益宣言為指引，以長城汽車公益支持計劃為依託，號召內部員工及全球產業鏈夥伴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。



(二) 扶貧濟困，構建綜合扶貧體系

在三十年發展過程中，長城汽車始終將履行企業社會責任銘記於心。公司高層非常重視扶貧工作，組織召開扶貧會議，制定貧困地區扶貧計劃及政策，並指派專人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，持續完善貧困地區基礎設施、醫療、教育等公益事業的建設。

1 社會扶貧

2020年7月，長城汽車發揚「飲水思源，扶危濟困」的精神，主動投身東西部扶貧和對口支援的重大戰略，用實際行動，做好、做實幫扶工作，幫助黃南州脫貧，向黃南州捐贈適合其複雜地勢的2020款哈弗F7四驅版車型；為支持重慶永川區扶貧工作開展，向永川區陳食街道捐贈扶貧扶持資金20萬元；同時，長城皮卡「無憂服務中國行」以及「物產中國」公益活動也在全國範圍內有序推進，長城皮卡成為了脫貧致富的得力幫手，為千行百業創造更美好的生活。

2 就業脫貧

結合公司特點，本年度為496名殘疾人員提供就業平台，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。

3 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、慰問困難員工，使其切實感受到公司大家庭的溫暖。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，為中國汽車走向全球樹立榜樣。

環境責任

綠色文明，奔向繁榮



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《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法規要求，以及國家/地方規定的各項污染物排放標準開展環境管理工作，堅持走「低污染、低能耗」的可持續發展道路。

綠色排放，可持續發展

按照《環境保護法》要求，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國家排放標準。廢氣主要由塗裝車間產生，其中烘乾工藝產生的廢氣經RTO處理，噴塗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；生產廢水及生活污水經污水處理站處理，達到國家/地方排放標準後排入市政污水管網。廠區周圍無文化、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。

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。

2020年公司危險廢物種類為污泥、漆渣、廢有機溶劑、沾染廢物等，均按照河北省、天津市、重慶市生態環境主管部門要求開展轉移手續備案、運行危廢轉移聯單，全部交由具備危險廢物經營資質的公司處置，其中天津工廠危險廢物轉移至天津合佳威立雅環境服務有限公司合法處置；保定工廠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、滄州冀環威立雅環境服務有限公司合法處置；重慶工廠危險廢物轉移至重慶利特聚欣資源循環科技有限責任公司合規處置。

公司嚴格按照《中華人民共和國環境影響評價法》以及《排污許可證申請與核發技術規範—汽車製造業》要求申請排污許可證，並委託具備資質的第三方開展年度、季度、月度環境監測。現場安裝廢水/廢氣在線監控系統對污染物排放實時監測，組織編製完成突發環境事件應急預案後報屬地生態環境局備案，做到合法排污。

環境責任

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，針對塗裝車間的噴漆廢氣引進沸石轉輪濃縮+RTO系統進行深度處理，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，污泥、漆渣採用乾化、瀝水方式減少委外處置數量。

公司從2012年至今，依據ISO14064標準、《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，核算溫室氣體排放量。

二、資源使用與環境保護

節能降耗、持續發展

長城汽車作為國內知名汽車製造企業，一直致力於企業節能減排，並在全集團範圍內開展節能降耗相關工作，為建設先進的節能環保綠色工廠和構建節約型社會貢獻每一分力量。2020年是十三五規劃的收官之年，長城汽車進一步加強落實節能減排目標，通過進行工藝改造和設備升級的技術手段，優化管控模式和推進綠色能源替代傳統能源等管理手段，持續減少自身的能源消耗和二氧化碳排放。

長城汽車持續提升能源管理團隊專業水平和技術能力，在集團內開展各項能源管理活動和節能宣傳教育，營造節能降耗氛圍，提升全員節能意識，同時設置能源消耗密度的指標，促進公司能源消耗降低。

長城汽車充分識別、解讀國家能源政策，在工程裝備改進提升、能源結構調整等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。

為驅動可持續發展而努力

長城汽車多年來堅持「可持續發展」理念的貫徹執行，為社會可持續發展做出了積極的貢獻，公司已正式加入歐洲企業社會責任協會(CSR-Europe)，及其下屬的可持續發展聯合組織(Drive sustainability)，成為首家加入的中國車企，將與全球行業夥伴共同為共贏共發展做出進一步的努力。

長城汽車在全球化佈局上堅持可持續發展的理念，各個環節嚴格遵守低碳環保的要求，定位於打造全球科技出行公司，長城汽車及子公司積極學習跨國集團的可持續發展的管理方式，結合自身「人、車與環境和諧共存」的理念，努力提高可持續發展的能力，做到真正踐行承擔企業責任，走可持續發展道路的全球化企業。

近些年來，我國在氣候方面存在着乾旱、洪澇等問題，且面臨部分自然資源短缺的現狀。對於每一個負責任的企業來說，處理氣候變化以及應對自然資源短缺的問題顯得日益重要。如今企業應對氣候變化，共同推進綠色、節能減排，積極承擔減排責任已成為當今世界的主流，我們公司在生產運營中積極推進清潔生產工作，促進節能減排，致力於環境的可持續發展。

公司不斷提高對資源與能源的科學利用與管理，堅持技術層面的創新，努力提高對資源與能源的利用效率，實現「節能、降耗、減排、增效」的目標，打造節約型、環境友好型企業，共築綠色生態環境。



塗裝廢氣處置設施：沸石轉輪濃縮+RTO

環境責任

近兩年長城汽車能源消耗對比



強化能源節約措施

- 積極建立能源管理系統，實現能耗實時監測，加強能效管理
- 強化能源循環利用與二次回收利用，如塗裝餘熱回收利用、空調回風利用、中水二次利用等能源節約措施在集團內各新老工廠大量複製應用
- 改擴建與新建項目全部採用先進節能技術及產品
- 採用綠色光源和智能照明控制系統，減少人為浪費

水資源節約管理

- 長城汽車非常重視水資源節約管理，我們遵循「節約用水、計劃用水、高效用水」的方針原則，制定了嚴格的節水規劃，強化用水管理。通過調整用水結構，改進用水方式等措施減少用水量，並定期檢修、維護水管網、用水設施等，減少跑冒滴漏，避免水資源浪費。長城汽車通過施行水資源降級利用和污水處理中水回用等節水措施，實現水資源回用量超百萬噸。



積極推廣應用清潔能源

- 長城汽車積極推廣可再生清潔能源的落地應用，截止2020年，已累計簽約太陽能光伏發電系統160MW，年發電量超1億千瓦時。

環境責任

三、績效指標

環境績效指標

指標名稱	指標單位	2019年	2020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	48.62	64.98
二氧化硫(SO ₂)排放量	噸	8.29	7.36
工業廢水	噸	1,022,994.00	1,196,077.36
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)			
範圍一：直接溫室氣體排放量	噸	131,502.62	128,438.31
範圍二：間接溫室氣體排放量	噸	1,159,591.60	1,142,275.33
溫室氣體總排放量	噸	1,291,094.22	1,270,713.64
主機廠溫室氣體排放量密度	噸CO ₂ e/台車	0.60	0.34
零部件公司溫室氣體排放量密度	噸CO ₂ e/萬元產值	0.17	0.16
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	11,137.13	12,056.27
有害廢棄物密度	噸/台車	0.01	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	15,900.00	15,723.00
無害廢棄物密度	噸/台車	0.015	0.014
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)			
電總消耗量	千度	1,027,081.54	1,040,102.68
電消耗量密度	度/台車	9,741.09	9,864.59
汽油消耗量	噸	8,083.31	7,041.20
汽油消耗量密度	千克/台車	7.67	6.68
柴油消耗總量	噸	1,494.35	1,863.74
柴油消耗量密度	千克/台車	1.42	1.77
天然氣消耗量	千立方米	49,098.40	47,937.34
天然氣消耗量密度	立方米/台車	46.57	45.46
蒸汽總消耗量	噸	577,183.40	466,751.40
蒸汽消耗量密度	千克/台車	547.41	442.68
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	4,465,355.55	4,963,248.00
水資源消耗密度	噸/台車	4.24	4.71
綜合能源消耗量	噸標煤	280,208.85	265,110.93
單台車綜合能源消耗量	噸標煤/台車	0.27	0.24

環境責任

社會績效指標

指標名稱	指標單位	2019年	2020年
僱傭			
按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡及地區劃分僱員總數			
員工總數	人	59,756	63,174
按性別劃分僱員數量			
男性	人	49,399	51,821
女性	人	10,357	11,353
按僱傭類型劃分僱員數量			
生產人員	人	26,675	26,008
銷售人員	人	2,019	2,157
技術人員	人	17,603	19,347
財務人員	人	899	1,014
行政人員	人	3,240	3,396
其他人員	人	9,320	11,252
按年齡劃分僱員數量			
年齡<30歲	人	31,270	30,446
30≤年齡<40歲	人	24,572	28,019
40≤年齡<50歲	人	3,169	3,795
年齡≥50歲	人	745	914
按地區劃分僱員數量			
中國	人	58,133	60,838
外國	人	1,623	2,336
按教育程度劃分僱員數量			
博士	人	89	64
碩士	人	2,010	2,234
本科	人	16,593	19,185
專科	人	13,210	14,537
高中及以下	人	27,854	27,154
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率：			
按性別劃分的僱員流失比率			
男性	%	16.33	14.81
女性	%	10.51	10.73
按年齡劃分的僱員流失比率			
年齡<30歲	%	20.71	19.73
30≤年齡<40歲	%	8.32	8.21
40≤年齡<50歲	%	5.33	6.98
年齡≥50歲	%	8.15	8.01
按地區劃分的僱員流失比率			
中國	%	15.24	14.16
外國	%	21.41	12.64

環境責任

指標名稱	指標單位	2019年	2020年
健康與安全			
因工傷事故人數	人	23	27
因工傷損失工作日數	小時	281	261

指標名稱	指標單位	2019年	2020年
發展與培訓			
按性別劃分的受訓僱員百分比			
男性	人	—	80.50%
女性	人	—	19.50%
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	人	100%	100%
中級管理層	人	100%	100%
普通員工	人	100%	100%

按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數			
按性別劃分每名僱員完成受訓的平均時數			
男性	人	—	27
女性	人	—	29
按僱員類型劃分每名僱員完成受訓的平均時數			
研發人員	人	52	49
技術人員	人	48	56
銷售人員	人	46	42
行政人員	人	41	47
生產人員	人	45	41

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	件	1	0

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	人民幣萬元	5,635.22	4,653.82
其中扶貧(慈善)投入	人民幣萬元	1,354.96	993.9

專利數量			
申請專利	件	1,485	1,815
授權專利	件	951	1,136

經濟績效指標

指標名稱	指標單位	2019年	2020年
銷量	萬輛	105.86	111.59
營業總收入	人民幣億元	962.11	1,033.08
歸母淨利	人民幣億元	44.97	53.62
總資產	人民幣億元	1,130.96	1,540.11
淨資產	人民幣億元	543.99	573.42

環境責任

四、相關法律法規

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	《中華人民共和國水法》
9	《中華人民共和國電力法》
10	《中華人民共和國能源法》
11	《中華人民共和國節約能源法》
12	《中華人民共和國清潔生產促進法》
13	《中華人民共和國可再生能源法》
14	《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
15	《電力監管條例》
16	《電力供應與使用條例》
17	《節約能源監測管理暫行規定》
18	《重點用能單位節能管理辦法》
19	《能源標準化管理辦法》
20	《國家應對氣候變化規劃(2014-2020年)》
21	《中華人民共和國勞動法》
22	《中華人民共和國勞動合同法》
23	《中華人民共和國社會保險法》
24	《河北省職業技能提升行動實施方案(2019年-2021年)》
25	《工傷保險條例》
26	《住房公積金管理條例》
27	《中華人民共和國職業病防治法》
28	《中華人民共和國安全生產法》
29	《用人單位職業健康監護監督管理辦法》
30	《中華人民共和國消防法》
31	《建設項目職業病防護設施「三同時」監督管理辦法》
32	《工傷認定辦法》
33	《禁止使用童工規定》
34	《中華人民共和國消費者權益保護法》
35	《中華人民共和國廣告法》
36	《中華人民共和國產品質量法》
37	《中華人民共和國專利法》
38	《中華人民共和國刑法》
39	《中華人民共和國治安管理處罰法》
40	《中華人民共和國商標法》
41	《缺陷汽車產品召回管理條例》
42	《中華人民共和國公司法》
43	《中華人民共和國證券法》
44	《上市公司與投資者關係工作指引》
45	《上海證券交易所個人投資者行為指引》

ESG 報告指引

《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、向水及土地的排污、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

ESG 報告指引

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劃及所得成果。	● 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劃及所得成果。	● 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)每生產單位估量。	● 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
A4: 氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	○ 環境責任／ 相關法律法規

ESG 報告指引

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(如全職或兼職)、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／ 績效指標
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
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

ESG 報告指引

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
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
	B4.2	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
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
	B6.3	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

ESG 報告指引

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
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	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	○ 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
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：

郵編：071000

電話：(86)312 2197813

傳真：(86)312 2197812

郵箱：gfzbc@gwm.cn

地址：河北省保定市朝陽南大街2266號



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