



SUSTAINABILITY

GEELY

吉利汽車控股有限公司

GEELY AUTOMOBILE HOLDINGS LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：0175)

2020
環境、社會及管治報告

目錄

- 1 關於本報告
- 2 董事會主席致辭
- 3 可持續發展委員會主席致辭

4 1. 關於我們

7 2. ESG 管理

- 8 2.1 ESG 管治
- 10 2.2 利益相關方溝通
- 11 2.3 ESG 重要性議題

17 3. 創新先行 體驗升級

- 18 3.1 研發與創新
- 25 3.2 產品質量與安全
- 31 3.3 服務與體驗

38 4. 藍色吉利 低碳發展

- 39 4.1 應對氣候變化
- 43 4.2 汽車減排
- 46 4.3 綠色生產
- 56 4.4 低碳價值鏈

61 5. 合規透明 責任運營

- 62 5.1 企業管治
- 63 5.2 風險管理與內部控制
- 64 5.3 合規與商業道德
- 67 5.4 隱私保護與信息安全

70 6. 攜手同行 共創未來

- 71 6.1 負責任供應鏈
- 74 6.2 助力經銷商成長
- 77 6.3 推動行業發展

79 7. 凝聚員工 匠心成長

- 80 7.1 僱傭概況
- 80 7.2 勞工管理
- 86 7.3 培訓與發展
- 89 7.4 安全健康

95 8. 關懷社會 共抗疫情

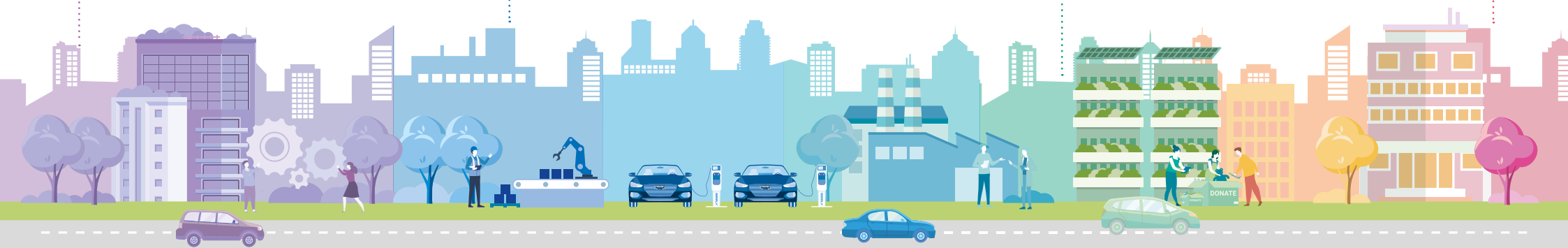
- 96 8.1 公益事業
- 98 8.2 抗擊疫情
- 104 8.3 精準扶貧

107 附錄 1 適用的法律法規及
相關標準清單

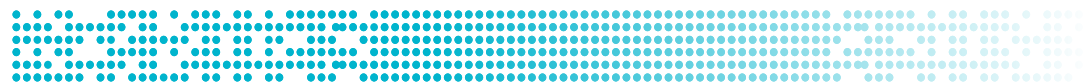
109 附錄 2 ESG 關鍵績效指標

113 附錄 3 香港聯交所 ESG 報告指引 -
內容索引

115 附錄 4 GRI 可持續發展報告標準 -
內容索引



關於本報告



GEELY

報告簡介

自2015年始，吉利汽車控股有限公司（簡稱「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」、「吉利汽車」、「我們」）發布其環境、社會及管治（簡稱「ESG」）內容，並包含在本集團母公司浙江吉利控股集團有限公司及其附屬公司（統稱「吉利控股集團」）的社會責任報告對外發布。為使各利益相關方能更直觀及清晰瞭解本集團的ESG表現，自本年度起我們將通過獨立的ESG報告介紹本集團在ESG管理、科技創新、產品與服務、環保低碳、管治和商業道德、業務夥伴和行業協同、員工權益、公益慈善等方面的策略和實踐情況，並按年度進行發布。

報告範圍

時間範圍：本報告時間範圍覆蓋2020年1月1日至2020年12月31日（簡稱「報告期」、「本年度」、「2020年」），為增強報告完整性，部分內容適當向前追溯或向後延伸。

業務範圍：本報告內容範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司和聯營公司，業務上包括旗下汽車品牌：吉利汽車、幾何汽車、領克汽車，以及於報告期後發布的極氫汽車。本報告部份內容亦涉及吉利控股集團的相關信息。

編制依據

本報告編製遵循香港聯合交易所有限公司（簡稱「香港聯交所」）於2020年7月1日生效的新版《環境、社會及管治報告指引》；同時，我們參考：全球報告倡議組織（GRI）發布的《可持續發展報告標準（GRI Standards）》之核心選項；氣候相關財務資訊披露工作組（TCFD）之建議披露氣候變化相關信息；可持續會計準則委員會（SASB）發布的《重要性地圖—汽車行業》之重要議題，以及國際標準化組織（ISO）發布的《社會責任指南ISO 26000》進行編製。

資料來源與說明

本報告中所使用的資料和數據均來自本集團的正式文件和統計報告，且經過相關部門審核。如無特別說明幣種，本報告中的金額類數據均為人民幣。

可靠性保證及批准

本集團未發現報告內容存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。本報告經可持續發展委員會審閱後，於2021年5月7日獲董事會批准通過。

獲取及回應本報告

本報告提供中文版和英文版供讀者參閱，如中英文版本有歧異，概以中文版為準。為支持環保，本報告只以電子版形式發布。本報告可在香港聯交所披露易網站公司公告中「財務報表／環境、社會及管治資料」類別內或本公司官方網站（<http://www.geelyauto.com.hk/>）內獲取。

我們十分重視利益相關方的寶貴意見，歡迎閣下發送電郵至 general@geelyauto.com.hk 並註明主題「ESG報告 2020」以提供意見，協助我們進一步改進。

董事會主席致辭

2020年，汽車市場面臨著內外環境衍生的諸多機遇與挑戰。國際環境的變局為全球經濟一體化帶來了巨大挑戰，新型冠狀病毒肺炎疫情的爆發讓經濟發展和社會生活受到嚴重影響。報告期內，吉利汽車響應積極抗疫和復工復產的號召，在挑戰中尋求機遇，不斷提升企業可持續發展和自我顛覆的能力，廣泛協同全球生態夥伴，加快數字化轉型，以創新驅動發展，旨在發展經濟的同時踐行可持續發展。

在過去的一年裡，吉利汽車連續第四年產銷破百萬輛，迎來了第一千萬個用戶的誕生。領克汽車上市三年來，累計收穫超過40萬用戶，並以全新的商業模式啟動歐洲市場，不斷刷新中國高端品牌紀錄。在欣然接受這振奮結果的同時，我們意識到自身肩負著更大的企業責任，即使在這充滿挑戰性的一年裡，我們依然堅持推動企業的可持續發展。

在產品創新方面，吉利汽車始終堅持為用戶創造價值，不斷提升用戶體驗感，持續加大研發投入，完善產業佈局。我們通過推出智能純電動SEA浩瀚架構，加速智能電動汽車發展，創造超越期待的出行體驗，亦為全球節能減排作出貢獻。

在環保與應對氣候變化方面，吉利汽車高度重視全球氣候變化的風險與機遇，支持中國努力爭取2060年前實現碳中和的目標。以兩個藍色吉利行動計畫，既保留吉利汽車在傳統節能與新能源汽車領域的優勢，又開拓純電動智慧汽車新局面，構建起符合未來清潔、綠色、可持續發展趨勢的環保出行生態。

在商業道德方面，吉利汽車遵守各國法律法規及文化，尊重市場規律，建立符合上市規則及充分考慮股東利益的企業管治架構。在人才培養方面，我們始終貫徹「充分授權、依法合規、考核清晰、公平透明」的方針，不斷營造人才成長的環境，以



替代等級導向，為員工賦能。在行業協作方面，我們通過與供應商和業務夥伴的緊密合作，構建起合規透明的負責任生態鏈。

在履行社會責任方面，面對突如其來的新冠疫情，吉利汽車攜手李書福公益基金會，採取了多項防疫措施，確保員工安全的同時，力所能及幫扶合作夥伴，並積極支援社會抗擊疫情。伴隨著「吉時雨」精準扶貧項目的成功收官，我們將逐步把「吉時雨」範圍擴大至公益事業，用更加科技化的手段實現「讓世界感受愛」的公益主張。

在科技引領變革的當下，吉利汽車看到了未來。汽車產業的邊界已被顛覆，未來的汽車是線上、線下高度融合的「超級智能移動終端」。我們以「新四化」為核心，掌握核心技術優勢，在新能源科技、車聯網、智能駕駛、共享出行、車載芯片等前沿技術領域不斷提升能力，積極佈局未來智慧立體出行生態。

本人代表董事會感謝股東、客戶、業務夥伴對公司的支持以及全體員工的通力協作。吉利汽車將在未來與全球夥伴一同為全球科技出行產業轉型升級、高質量發展大膽實踐，勇往直前！

李書福

董事會主席

2021年5月7日

可持續發展委員會主席致辭

吉利汽車深信可持續發展是企業不可或缺的核心元素。2020年是充滿了變局與挑戰的一年，但我們從未放緩可持續發展的脚步，堅持以創始之初便秉持的「不給自己設限」的態度，將可持續發展作為創新與變革的宗旨，在危機中尋找機遇，在探索和完善可持續發展的過程中解決問題。

為進一步推進吉利汽車的可持續發展，董事會於2020年12月成立了可持續發展委員會，進一步完善了ESG管治架構，由董事會、可持續發展委員會、ESG工作組與監督考核部門以及ESG相關部門構建而成，由上至下將ESG管理工作融入企業經營管理的各個方面。與此同時，吉利汽車不斷增強自身ESG信息披露與透明度。從2020財務年度開始，我們將首次以獨立的ESG報告披露吉利汽車在ESG重大議題方面的表現。在編制這份報告的過程中，我們亦擴大收集了利益相關方對吉利汽車ESG方面的期望及意見，以此不斷完善ESG報告的信息披露，令各利益相關方可以更加清晰評估我們的ESG表現。

吉利汽車高度重視全球氣候變化的風險與機遇。我們基於汽車產業及應用場景的變化，形成兩個藍色吉利行動計劃，分別推動智能化的節能與混動汽車，及智能化純電動車，加速低排放及零排放汽車的使用。我們以藍色吉利行動計劃為核心，設立專項小組進一步規劃實施碳中和的技術路線，並融入公司發展戰略。我們積極支持中國努力爭取2060年前實現碳中和的目標，為應對全球氣候變化做出貢獻，並不斷追求可持續發展帶動經濟發展的美好願景。

2020年新型冠狀病毒肺炎疫情對全世界引起了重大的影響。在疫情爆發初期，我們立即採取了多項防疫措施，確保員工的安全，力所能及幫扶合作夥伴，並積極支援社會抗擊疫情；同時，我們細心策劃復工安排並對供應鏈交付能力進行評估及幫扶，以此減低疫情對我們營運的影響，使得在復工復產道路上有條不紊。此外，我們充分利用自身的研發能力與科技優勢，率先推出CN95健康車產品，保障用戶的健康與安全。

吉利汽車堅信，企業的發展與社會的發展是相輔相成的，積極地回饋社會方能帶動企業走向更美好的未來。未來，吉利汽車繼續以人才為基石，以技術為核心，以用戶為導向，以綠色為目標，在遵守世界各國法律及全球合規前提下，携手上下游產業鏈，積極踐行社會責任、助力可持續發展，胸懷勇擔責任和回饋社會的感恩之心！

安聰慧

可持續發展委員會主席

2021年5月7日





關於我們



... 1.0



成立年份
1996



香港聯交所主板上市(股票代碼：0175.HK)
2017年成為恆生指數成份股
浙江吉利控股集團有限公司為本集團之控股股東



2020年底員工人數
38,000+

吉利、幾何及領克品牌銷售網絡

中國經銷商：**1,456**家；

海外經銷商：**225**家

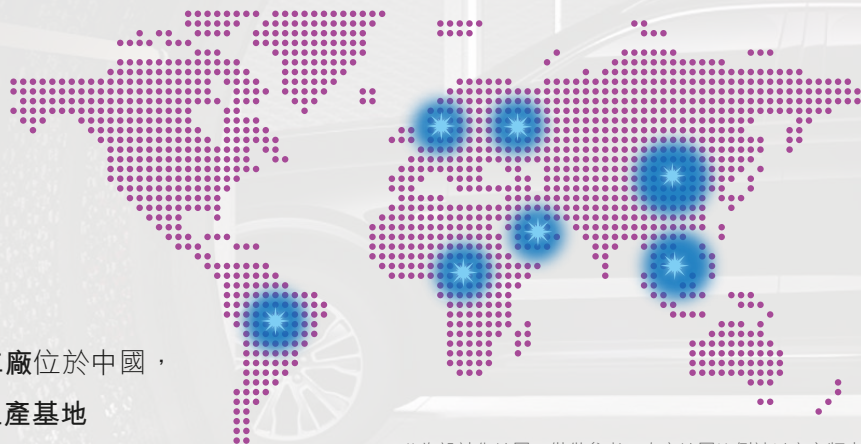
(主要分佈在俄羅斯、沙特阿拉伯、菲律賓、白俄羅斯、秘魯、智利、烏拉圭等國家)

領克俱樂部：**2**家(阿姆斯特丹和哥德堡)

吉利、幾何及領克品牌生產設施

14個整車生產基地及**7**個發動機工廠位於中國，

1個發動機工廠及**1**個聯營KD整車生產基地位於白俄羅斯。



此為設計化地圖，僅供參考，真實地圖比例請以官方版本為準。

MSCI
ESG RATINGS



CCC B BB **BBB** A AA AAA

2020年吉利汽車取得MSCI ESG評級BBB



香港品質保證局(HKQAA)
可持續發展評級



Hong Kong
Business
Sustainability Index 2019
香港企業可持續發展指數2019



表現者

Performer



品牌

吉利



星瑞 - 2021年中國年度車

領克

LYNK & CO



領克01 - 首款進軍歐洲市場的產品

幾何



幾何C - 高達550公里續航里程的純電動SUV

極氪

ZEEKR



極氪001 - 首款基於浩瀚智能進化體驗架構(SEA)的智能純電動汽車

由3.0時代向4.0時代邁進
四大模塊化架構



覆蓋傳統節能、新能源和電氣化動力配置





2020年
銷售表現



總銷量：**132**萬輛



轎車銷量：
47.2萬輛



運動型多功能車(SUV)銷量：
81.9萬輛



多功能用途車(MPV)銷量：
2.9萬輛



2020年中國批發市場
市佔比達**6.5%**



連續**4**年中國品牌
乘用車銷量第一



2020年新能源及電氣化車
(NEEV)銷量：
68,142輛

更多有關本集團的財務及營運表現的詳細內容，請參閱吉利汽車《年度報告2020》



ESG 管理

吉利汽車聚焦：

吉利汽車高度重視ESG管理，通過強化各層級ESG責任，積極將ESG管理工作融入企業經營管理的各個方面。我們在業務發展過程中充分吸納利益相關方的訴求與意見，綜合考慮經濟、環境及社會因素，持續提升本集團的可持續發展表現。

策略方針

我們相信創造長遠價值有賴於公司業務的可持續發展。本集團在規劃與踐行企業的願景、使命及核心價值觀的同時，積極融入聯合國《變革我們的世界:2030年可持續發展議程》提出的可持續發展目標(SDGs)，並從利益相關方期望和自身實際出發，在多個重點領域持續為全球可持續發展貢獻一份力。

願景

讓世界充滿吉利



使命

創造超越期待的出行體驗



核心價值觀

人本、創新、卓越



2.1 ESG 管治

為進一步提升健全的管治架構，董事會於2020年12月11日已通過成立可持續發展委員會，委任執行董事安聰慧先生擔任可持續發展委員會主席，執行董事及行政總裁桂生悅先生與獨立非執行董事汪洋先生擔任可持續發展委員會成員。可持續發展委員會旨在協助董事會監察本集團在ESG方面的發展及指導相關措施的實施，以推動本集團的可持續發展。關於委員會之職權範圍，請參閱：



http://www.geelyauto.com.hk/core/files/corporate_governance/sc/2021022400440_c.pdf

ESG管理機制

本集團搭建了自上而下的ESG管理架構，共由四個層級組成：董事會、委員會、ESG工作組與監督考核部門，以及ESG各相關部門。各級職責分工明確、協調統一。與此同時，我們參考ISO 26000社會責任指南並基於PDCA管理模式（Plan計劃—Do執行—Check檢查—Act處理），強化各層級ESG責任，在業務發展過程中綜合考慮經濟、環境及社會因素，持續提升本集團的可持續發展表現。



ESG管治架構	ESG角色與主要責任
董事會	<ul style="list-style-type: none"> 針對ESG重大事宜作出總體監督及批准； 針對委員會提出的建議進行討論與決策。
可持續發展委員會	<ul style="list-style-type: none"> 審閱可持續發展的戰略、風險與機遇及重大事宜； 向董事會提供建議，監督可持續發展戰略的執行及協調所需資源； 評估可持續發展的工作進展及表現，以及改善方案的有效性。
ESG工作組與監督考核部門	<ul style="list-style-type: none"> 支持ESG各相關部門設定ESG目標與計劃； 持續跟進監管機構、投資者與評級機構的要求； 開展ESG差距分析並反饋至各部門； 覆核各部門制定的ESG改善方案，確保符合要求； 協助委員會執行具體監督與考核。
ESG各相關部門	<ul style="list-style-type: none"> 負責制定部門ESG相關目標及執行相關工作； 負責內部自我檢查，確保目標有效完成； 負責制定改善方案，並融入下一年度的工作計劃中。

回顧報告期內的ESG工作，我們在以下方面進行了提升：

<p>1. 健全ESG管治架構：</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✦ 董事會已批准成立可持續發展委員會； ✦ 完善ESG管治架構與管理機制。
<p>2. 董事會ESG參與</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✦ 董事會會議上充分討論多項ESG議題：本集團ESG目標及規劃、ESG相關指數／評級表現的差距分析、同行最佳實踐的對標分析、重要性ESG議題評估與確認等。
<p>3. 豐富人員及資源配置：</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✦ 聘請專職ESG人員； ✦ 成立專項ESG工作組； ✦ 外聘ESG專業顧問； ✦ 投入更多管理人員的時間和資源支持ESG工作。
<p>4. ESG培訓活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✦ 2020年3月，董事會及高級管理層參與了香港聯交所推出的網上培訓課程「聯交所有關ESG事宜的新規定」，內容涵蓋六大議題：聯交所有關ESG事宜的新規定、董事會管治、彙報原則及範圍、設定目標、氣候變化以及社會關鍵績效指標； ✦ 2020年7月，ESG工作組開展了內部培訓分享會，執行董事、高級管理層及員工參與並了解有關可持續發展的最新趨勢，包括：可持續投融资及ESG評級、減緩氣候變化與ESG風險、國際及中國市場ESG最新發展等，並探討未來ESG提升方向； ✦ 2020年10月，我們邀請第三方專業機構對ESG各相關部門開展了關於ESG背景和重要性的培訓，以及聯交所有關ESG事宜的新規定；同時，我們組織各部門對接人進行ESG數據收集培訓，包括定性及定量信息數據，使各部門更了解其業務運營中的ESG因素，持續推動ESG信息收集與管理。

下一年度，我們將進一步鞏固ESG治理，完善ESG各相關部門的角色和職責，並深化ESG監督責任。另外，我們將針對氣候變化及碳減排計劃設立專項小組，推動相關工作的規劃。此外，我們亦會強化ESG各相關部門的量化目標設定，在未來的報告中更清晰披露相關目標及達成的情況，進一步提升ESG信息透明度。

2.2 利益相關方溝通

本集團深知企業的可持續發展需要各利益相關方的支持。我們高度重視與利益相關方溝通並形成了常態化的溝通機制。報告期內，我們回顧並總結了對本集團業務運營重要的利益相關方類別、其關注的議題、以及溝通渠道和頻次（如右表所示）。我們通過多種溝通渠道，加強利益相關方對我們推行的戰略與舉措的理解，並給予通暢反饋渠道，讓利益相關方提出觀點及期望，以幫助本集團持續提升與完善管理機制。



利益相關方	主要關注議題	溝通渠道及反饋方式	溝通頻次
投資者	<ul style="list-style-type: none"> 能源使用與碳排放 負責任供應鏈管理 股東回報 	<ul style="list-style-type: none"> 即時通訊及電話交流 投資者會議（線上/線下） 業績發布會 投資者信箱 路演及反向路演 	<ul style="list-style-type: none"> 每週 每月 每半年 每週 不定期
員工	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 能源使用與碳排放 職業健康與安全 員工權益保障 	<ul style="list-style-type: none"> 員工培訓 總經理接待日 員工大會 員工座談會 董事長、工會主席、紀委書記信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 每天（「吉時學」線上培訓平台，隨時提供網絡課堂） 每年 每半年/每年 每季度 每週
經銷商	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 客戶服務與滿意度 	<ul style="list-style-type: none"> 現場訪問與調研 經銷商能力培訓 客戶滿意度調查 	<ul style="list-style-type: none"> 每月 每月 每年
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 負責任供應鏈管理 產品質量與安全 科技創新與知識產權 公司治理與風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商考核 供應質量溝通 供應商培訓 	<ul style="list-style-type: none"> 每年 每月 每月/每季度
客戶	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 助力行業發展 客戶服務與滿意度 智能出行 	<ul style="list-style-type: none"> 社交媒體（公眾號、視頻號、微博等） 線上及線下活動推廣 客戶滿意度調查 客戶投訴與處理 車友會 	<ul style="list-style-type: none"> 每天 每月 每年 依實際情況，爭取24小時回復處理 每月
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 守法合規 經濟績效表現 降低排放 提供就業 	<ul style="list-style-type: none"> 政企溝通與彙報 合規信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 每月 每月
社會	<ul style="list-style-type: none"> 公益慈善事業及志願服務 	<ul style="list-style-type: none"> 公益項目 精準扶貧 	<ul style="list-style-type: none"> 每月 每月

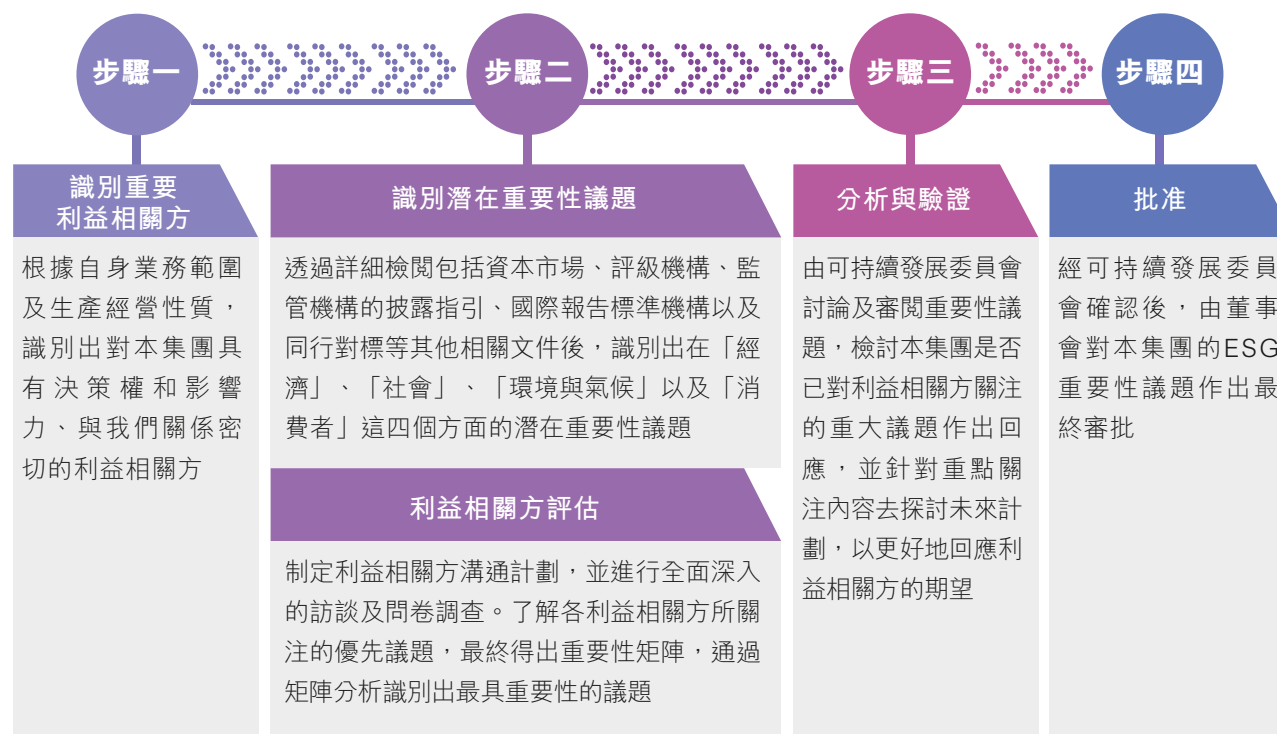
本集團將持續檢討與利益相關方的溝通機制，在未來以更多方式擴展我們與利益相關方的溝通渠道並逐步加強對可持續發展相關事宜的探討。我們相信只有攜手利益相關方，才能加快實現本集團的可持續發展願景。

2.3 ESG重要性議題

我們深入了解各方訴求、意見和建議，將利益相關方及其關注點融入運營和決策過程，實現ESG與日常運營相結合，驅動共同發展。報告期內，我們根據自身業務範圍及生產經營性質，識別出對本集團具有決策權和影響力、與我們關係密切的利益相關方，包括如下組別：



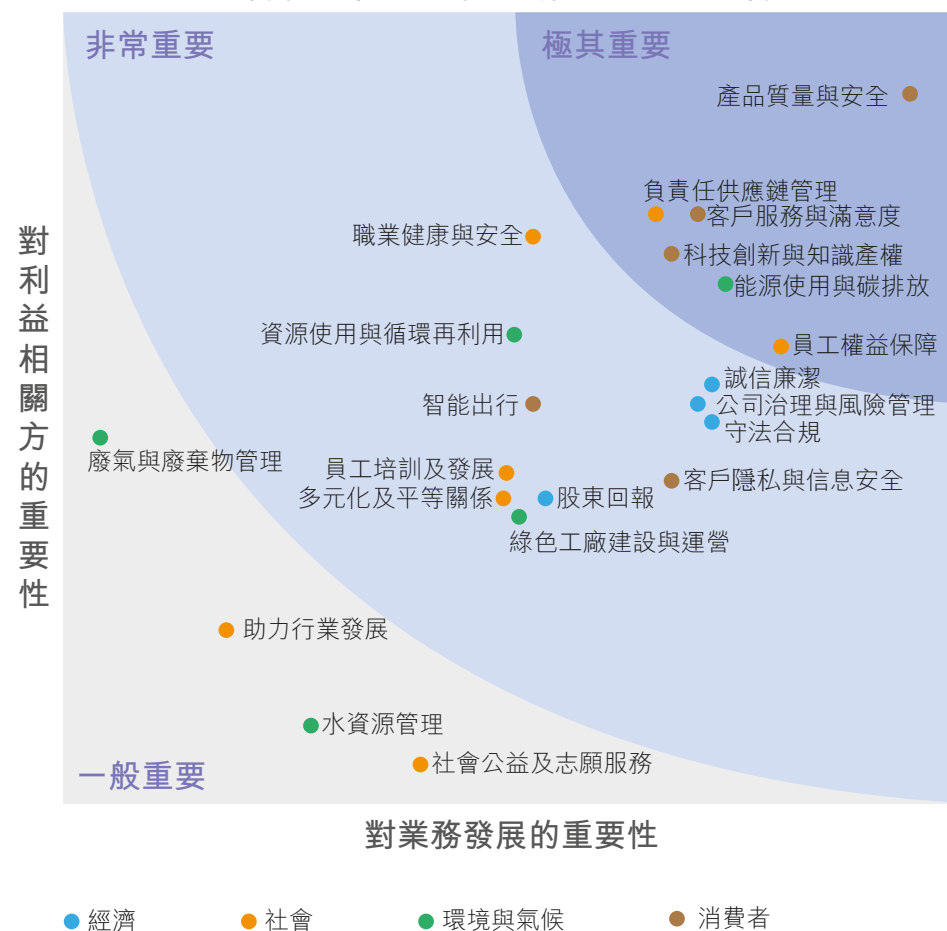
報告期內，為更好回應利益相關方的訴求與期望，本集團開展了重要性議題的識別工作。我們重點參考SASB重要性地圖之汽車行業重要議題，以及參考監管機構披露指引、資本市場、評級機構、國際報告標準機構以及同行企業關注的可持續發展議題，進行了39場內部利益相關方深度訪談，6場外部利益相關方訪談，同時向上述與我們關係密切的利益相關方組別均開展了重要性議題調研問卷，以此整理、分析及歸納重要利益相關方關切的議題。報告期內，本集團通過以下流程對重要性議題進行評估與分析：














報告期內，我們根據「對吉利汽車業務發展的重要性」和「對利益相關方的重要性」這兩個維度，將各項議題按照重要程度進行排序，識別出對於本集團極其重要的6項ESG議題，非常重要的11項ESG議題，以及一般重要的4項ESG議題。
























吉利汽車2020年重要性ESG議題矩陣



重要性	議題	範疇	本報告回應章節	可持續發展目標
極其重要	產品質量與安全	消費者議題	3. 創新先行，體驗升級	SDG 3 SDG 9 
	客戶服務與滿意度	消費者議題	3. 創新先行，體驗升級	\
	負責任供應鏈管理	社會議題	6. 攜手同行，共創未來	SDG 9 SDG 12 SDG 17 
	科技創新與知識產權	消費者議題	3. 創新先行，體驗升級	SDG 9 SDG 11 
	能源使用與碳排放	環境與氣候議題	4. 藍色吉利，低碳發展	SDG 7 SDG 13 
	員工權益保障	社會議題	7. 凝聚員工，匠心成長	SDG 8 
非常重要	職業健康與安全	社會議題	7. 凝聚員工，匠心成長	SDG 3 SDG 6 SDG 8 
	資源使用與循環再利用	環境與氣候議題	4. 藍色吉利，低碳發展	SDG 12 SDG 13 
	誠信廉潔	經濟議題	5. 合規透明，責任運營	SDG 8 SDG 16 
	守法合規	經濟議題	5. 合規透明，責任運營	SDG 8 SDG 16 
	公司治理與風險管理	經濟議題	5. 合規透明，責任運營	SDG 16 
	智能出行	消費者議題	3. 創新先行，體驗升級	SDG 9 SDG 11 



重要性	議題	範疇	本報告回應章節	可持續發展目標
非常重要	客戶隱私與信息安全	消費者議題	3. 創新先行，體驗升級	SDG 9 
	股東回報	經濟議題	5. 合規透明，責任運營	\
	員工培訓及發展	社會議題	7. 凝聚員工，匠心成長	SDG 8 
	綠色工廠建設與運營	環境與氣候議題	4. 藍色吉利，低碳發展	SDG 7  SDG 9  SDG 12 
	多元化及平等關係	社會議題	7. 凝聚員工，匠心成長	SDG 5  SDG 8  SDG 10 
一般重要	廢氣與廢棄物管理	環境與氣候議題	4. 藍色吉利，低碳發展	SDG 12  SDG 13 
	助力行業發展	社會議題	6. 攜手同行，共創未來	SDG 17 
	水資源管理	環境與氣候議題	4. 藍色吉利，低碳發展	SDG 6  SDG 12 
	社會公益及志願服務	社會議題	8. 關懷社會，共抗疫情	SDG 1  SDG 2  SDG 3  SDG 4  SDG 8  SDG 10  SDG 11  SDG 17 



基於前述重要性議題調查結果，我們審視了該結果與目前可持續發展規劃的一致性，進一步強化重要性議題的管理與披露，並在下一年度工作規劃中作出適當調整。與此同時，我們圍繞「環境與氣候」、「社會」、「消費者」及「經濟」這四個方面，按照 PDCA 管理模式有效控制管理過程和提升工作質量，促使向良性循環發展，從而回應和滿足重要利益相關方的要求與期望。

每一個重要性議題更深入的 PDCA 的管理，請參閱相關章節的內容。

	Plan 計劃	Do 執行	Check 檢查	Act 處理
環境與氣候方面	<ul style="list-style-type: none"> 響應國家碳中和目標，助力應對全球氣候變化； 藍色吉利行動作為長期戰略，增加低碳排放和零碳排放產品佔比； 持續優化全生命周期的環境管理體系，減低能耗、污染排放。 	<ul style="list-style-type: none"> 研究先進技術，改善傳統燃油汽車的節能減排表現，提供多樣化的高性能新能源汽車產品； 建立綠色工廠，提升工藝及採用低能耗設備減少能耗，增加可再生能源的佔比； 升級廢水和廢氣處理設施，減少污染物排放； 提升循環利用物料的應用； 採用低碳物流和可循環包裝。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續檢視新能源汽車產品的銷量和市場認可度； 取得綠色產品、建築、工廠等認證； 通過ISO14001認證的複審； 監察各項環保指標的達標情況。 	<ul style="list-style-type: none"> 迅速調整戰略以適應市場及完成目標； 藍色吉利行動演化為兩個計劃，更有針對性加速新能源產品的增長； 成立有關的專項工作小組，加速減碳排放的規劃； 基於環保指標的達標情況，實行相關的改善行動。
社會方面	<ul style="list-style-type: none"> 帶領供應商共同打造具可持續性的供應鏈； 制定供應商需遵守及達到的ESG要求； 培育員工，支撐企業可持續的發長，同時成就員工及保障其權益； 制定員工全生周期的計劃，從培訓、福利、健康安全、權益、融入企業文化多方面進行完善規劃。 	<ul style="list-style-type: none"> 在選擇供應商上，執行ESG方面的評價； 透過培訓和指導，提升供應商對ESG的重視及應對能力； 對員工因材施教，開展各類培訓； 持續完善及落實員工福利及權益保障； 按照職業安全體系，執行各項排除工作風險隱患的措施； 以不同渠道與員工溝通，加強歸屬感。 	<ul style="list-style-type: none"> 進行供應商審核，對其ESG表現進行評價； 完成多場供應商培訓，亦協助部份供應商提升管理； 完成多樣化的員工培訓項目； 通過員工滿意度調查，識別不足及可提升空間； 持續檢視各項職業安全指標的達標情況。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供應商ESG評價機制，增加及調整更合適的指標； 加重ESG表現對供應商總體評價的權重； 進一步豐富員工應力提升途徑，增加更多溝通方式，加強員工對企業的信賴關係； 汲取安全事故的教訓，執行整改及向全集團宣貫。

	Plan 計劃	Do 執行	Check 檢查	Act 處理
消費者方面	<ul style="list-style-type: none"> 以科技及創新創造超越期待的出行體驗，同時實現可持續發展； 突破新能源、智能化、網聯化、共享化等方面的技術，應用到給消費者的產品上； 設立各項質量及服務指標，規劃相關的工作計劃，以用戶為中心，提供卓越的產品質量及服務。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續投入各項技術的研發，在新產品上應用以體現其效果； 持續完善質量管理體系，實施各項質量保障及提升； 培訓提升服務人員的能力，提供更好的服務； 與客戶保持持續的溝通，迅速處理客戶投訴。 	<ul style="list-style-type: none"> 以新產品的市場反應論證研發成果； 取得質量體系的認證，如 ISO 9001及IATF 16949； 分析第三方的質量相關調研和質量指標； 完成多項服務人員的培訓，對客戶投理的處理率為100%； 進行客戶滿意度調研及與同行對標。 	<ul style="list-style-type: none"> 以市場為導向，去優化研發及創新的計劃； 不斷強化質量各項質量管理措施，提升質量表現； 基於投訴和調研，彌補不足，同時以更多創新模式去提升客戶體驗。
經濟方面	<ul style="list-style-type: none"> 以穩定的管治架構及風險管理，保障股東的投資回報； 遵守法規及商業道德，建立可持續的經濟發展的運營模式。 	<ul style="list-style-type: none"> 按照上市規則、投資者意見、各國法規，不斷優化管治架構及風險管理； 執行合規方面的管理制度及培訓宣貫，履行法規及商業道德的承諾。 	<ul style="list-style-type: none"> 由董事會、管理層、內部審計等持續評估風險管理的有效性； 聽取監管機構、投資者、資本市場等各利益相關方的意見。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續優化管治架構和風險管理，同時增加對各利益相關方的信息透明度。





創新先行 體驗升級

吉利汽車聚焦：

吉利汽車以創造超越期待的出行體驗為使命，基於人本、創新、卓越的核心價值，始終堅持創新研發、安全品質、貼心服務。創新不但推動我們迎接全球汽車和出行行業的變革挑戰，亦促使我們把握機遇，致力成為全球出行科技領先者，為行業帶來革命性改變，為全球用戶及社會創造更大的價值，以科技創新實現可持續發展。

策略方針

積極向汽車出行
科技企業轉型

創造超越
期待的出行
體驗

完善的研發
和生產質量
體系

以用戶需求為
導向，以用戶
體驗為中心

... 3.0

- 3 良好
健康與福祉
- 9 產業、創新和
基礎設施
- 11 可持續
城市與社區

3.1 研發與創新

研發與創新是實現可持續發展的支撐，可持續發展是研發與創新源源不斷的驅動力。

當前汽車行業將成為融合多領域前沿技術的重要科技創新陣地，成為眾多創新技術實現產業化落地的關鍵領域，包括新能源、自動駕駛、智能網聯及共享出行等一系列顛覆性的技術創新和商業模式創新將為汽車行業創造新的機遇和挑戰。同時，我們相信這些創新亦將有助推動更好的可持續發展。

本集團主動迎接行業變革新趨勢，繼續秉承以創新引領發展的基本方針，通過與全球領先企業交流、協作和分享，佔領技術制高點，打造未來汽車出行新業態，逐步實現從汽車製造商向汽車出行科技企業轉型的戰略目標。

創新佈局

本集團持續致力於自主研發，掌握核心技術。我們通過自主及合作研發，持續推進技術升級和創新，目前已掌握了底盤、動力總成、新能源汽車、智能駕駛等領域的多項關鍵核心技術，對相關領域的主流技術路線實現了全面的覆蓋，並達到行業領先水平。在汽車行業「新四化」（電動化、智能化、網聯化、共享化）變革背景下，本集團積極佈局前瞻行業技術方向，致力於把握行業轉型發展的新機遇，重點進行相關領域的技術研發，率先開展業務轉型調整，形成了多項自主核心技術，並具備完全自主開發軟件的能力，進一步夯實行業地位。

研發技術體系

我們秉持「以客戶為中心、平台化、模塊化、同步工程、精益、敏捷和扁平化管理」的理念，確保具有競爭力的新產品高效投產並順利上市，提供超越客戶期待的產品和服務，促進全球研發中心全天候不間斷的高效運行。我們創建了全行業領先的新產品開發體系（NPDS），詳細定義了新產品生命週期內開發過程，將戰略規劃、市場調研、產品設計開發、產品驗證、生產、銷售、售後服務等全價值

鏈環節都納入開發範疇。除了已建立了完善的研發體系，我們擁有規模龐大及由全球優秀人才組成的研發團隊，以成為技術領先、服務全球的品牌。截至報告期末，本集團研發人員共計7,516人。



以下內容為我們在汽車及出行行業各項新技術領域的發展情況：

新能源及電動化

吉利汽車積極推動新能源和電氣化技術在車型產品中的應用。其中48V輕混、高電壓油電混動（HEV及PHEV）技術均達到了行業領先的節油率水平。在純電動技術和燃料電池技術方面，我們已經克服了技術難題，掌握了自主研發的核心技術。在電動化方面取得的各項技術成果已應用於量產車型。

48V輕混技術

- 吉利博瑞GE車型，全系標配48V弱混控制系統，其控制系統為獨立自主研發完成，形成多項自主知識產權。

油電混動技術(HEV/PHEV)

- 吉利汽車HEV技術領先行業，目前已經上市的相關車型配置的自主研發第一代油電混動系統，節油率可達30%-32%左右；
- 目前正在研發第二代HEV系統，目標節油率將達45%。

純電動技術

- 我們的純電動汽車應用自主掌握的三合一驅動系統（電機、電控、減速器），機械效率達到行業領先水平，並實現了更低的綜合生產成本；
- 在電池成組(Pack)方面，公司已掌握國際領先的Pack集成開發和平台化開發、電池管理系統（BMS）軟硬件自主設計開發、仿真分析與測試技術，已應用於多個車型的配套開發和量產。

燃料電池及甲醇燃料等技術

- 吉利汽車已經掌握了電堆控制系統和軟件、整車集成等技術，將開展小批量試產；
- 目前已攻克甲醇的腐蝕性及排放控制等技術難題，擁有多項相關專利，是行業中率先推出甲醇燃料量產車型的公司，相關產品已在貴州等地投產。



智能化

本集團率先加強軟硬件相關開發能力，目前我們已擁有上千名智能化研發人員，在電子電氣架構、電控技術、自動駕駛等方面形成了多項自主核心技術。同時，我們積極將智能化應用於生產製造，打造智慧工廠，全方位實現智能化發展路線。

電子電氣架構升級

新一代電子電氣架構平台開發是圍繞以功能為主導的正向開發方式，與屬性開發、功能開發、系統開發、零部件開發進行匹配，實現項目產品平台化的方案落地，搭建國內領先的整車電氣架構平台。吉利汽車自2015年開始研發整車電子架構、佈局軟件自主研發能力。2017年推出的領克01車型已經採用自主研發的集成化電子控制單元(ECU)架構。我們計劃於2021年推出搭載域架構的全新車型，以Flexrey（即專為車內局域網設計的一種具備故障容錯的高速車載總線系統）和以太網作為主幹網，具備整車遠程在線升級(OTA)和部分以服務為導向的電子架構(SOA)，實現用戶個性化選擇安裝整車功能。

自動駕駛

面對智能汽車時代來臨，本集團已提早佈局自動駕駛。除2018年已率先推出搭載L2級別輔助的駕駛車型，以及2019年發布自主代客泊車系統「爬行者」，我們正在研發的L2++級別自動駕駛技術計劃於2021年在旗下車型中配置。我們所研發的個人車輛將在未來實現完全自動駕駛，可實現脫手、脫眼、自主泊車、自動變道、自動導航等自動駕駛功能。以雙冗余標準打造的全場景、全過程功能模塊，滿足了國際最高安全等級認證的安全保障。我們相信自動駕駛的進步將會為駕駛者帶來更好的駕駛體驗，亦同時為駕駛者、乘客及行人創造一個更安全的交通環境。



案例：

亞運會車路協同

我們自主開發的高階自動駕駛系統將在2022年杭州亞運會期間開展試運營。通過對亞運會場景的考察，針對體育館及亞運村周邊道路，選取杭州灣新區近似道路場景。通過杭州灣智慧小鎮項目，建設路側基礎設施包括感知攝像頭、毫米波雷達，車路通訊的路側智慧單元(RSU)、路側邊緣計算單元(MEC)等。我們自主研發的智慧交通雲控平台可以通過感知設備和計算單元處理感知信息和交通流信息，並通過車用無線通信技術(V2X)專網直連通道發送給具備V2X功能的無人駕駛車輛。也可通過5G/4G公網發送到具備普通網聯功能的車輛，提供智慧交通的服務。與政府城市大腦的對接目前仍在溝通交流中，該項目實施過程中，阿里巴巴將打通從路端到城市大腦的通道，我們的智慧交通雲控平台與阿里巴巴的平台，即可實現車路協同。



智慧工廠

在生產製造方面，本集團持續推進工廠智能化建設和升級，不斷提升製造能力，提高生產效率。同時，生產智能化亦創造更安全的工作環境，亦同時讓產品製造消耗更少的能耗及材料，減少對環境的破壞。報告期內，我們已形成以多家智能化工廠為主的產能結構，具備自動化、柔性化、智能化的生產能力。



案例：

餘姚基地的數字化技術應用

車間各類設備每天都產生大量的底層過程數據，以往未做採集處理。現通過系統平台採集，借助機器學習算法和大數據分析能力，從工業大數據中充分挖掘價值，以實現預測維修、質量預警、工藝優化、能耗優化、降低耗材、設備壽命管理等目標。

點焊參數監控與質量控制

通過採集焊接曲線（電流、電壓、電阻），焊點參數，焊接結果等數據，可以做到焊點質量追溯功能；在UIR基礎上，全域管理焊點質量預警；過對比分析，優化焊接參數，降低飛濺和能耗；延長電極帽使用壽命，降低耗材費用；結合工程經驗，建立更多有效的數據模型。

監控機器人工作狀態

通過採集機器人每個軸的電機扭矩、電流、位置、角度、距離、模式等伺服狀態、操作模式、報警數量，溫度等，監控機器人的工作狀態，降低故障率和停線率。



網聯化：

車輛的網聯化同步發展，一方面是通過實時路況、導航服務等共同實現更高級別的自動駕駛功能，另一方面則通過提供網絡信息服務、娛樂服務等，提供更加豐富多彩的駕乘享受。

在2020年所發布的浩瀚電動汽車架構中，推出了全新SEA OS整車智能解決方案，以從三域（動態域、安全域、影音娛樂域）融合到中央集成的電子電氣架構為基礎，通過硬件軟件化、軟件算法、雲計算以及應用場景，形成一套完整的開發系統。



- 搭載全新SEA OS的純電豪華概念車—ZERO Concept



報告期內，我們智能網聯汽車團隊分別針對4G網聯提升和未來5G出行場景規劃進行了技術推進和創新提升。針對4G網聯提升，我們將更加推進集成化和平台化，將功能模塊化並提高其擴展性，同時加強智能家居互聯，提升整車FOTA¹性能。

共享化

汽車共享化時代，汽車分時租賃、網約車等正快速興起，催生新的商業模式。吉利控股集團旗下另一分支產業曹操出行亦是本集團價值鏈上的重要一環，其主力運營車輛為吉利帝豪EV純電動汽車、幾何A純電動汽車等。曹操出行以「不辜負每一程的相遇」為使命，將全球領先的互聯網、車聯網、自動駕駛技術以及新能源科技，創新應用於共享出行領域，致力於重塑低碳、健康、共享的人車生活圈，發展成為更安全、更智能、更具情感的一站式出行服務引領者。報告期內，同為純電車的幾何A也成功上線曹操出行，為乘客帶來全新升級的乘坐體驗的同時，其零油耗、零排放、零污染、零噪音的特性，真正做到了不讓污染上路。



• 曹操出行使用的幾何A車型

2020年，曹操出行全年綠色出行里程超18.7億公里，累計碳減排量26.6萬噸，用電量3億度，節約燃油資源13,102萬升。

為進一步推行汽車共享化理念，以改善用戶的擁車體驗、提升車輛實際使用效率為目標，領克在歐洲的商業模式由「車輛銷售」擴展到「車輛分享」。用戶可自行選擇訂閱式短租、長租或者直接購買車輛，讓用戶擁有更為便捷及靈活的出行體驗。我們不僅提出了與家人分享的理念，還可以與鄰居分享汽車的使用權，讓汽車成為社區的一份子，為整個社區服務。此商業模式傳達了「生而全球，開放互聯」的品牌理念，向構建「全球新高端品牌」與「持續改變出行方式」的目標邁出嶄新的一步。

除此之外，領克於歐洲推出的車款為混合動力汽車和插電式混合動力汽車，我們相信新能源汽車和共享化的配合，將會進一步減低碳排放，為應對氣候變化作出貢獻。

¹ FOTA (Firmware Over-The-Air)，汽車FOTA是指可以通過網絡來更新車輛的固件系統，其中包括但不限於控制發動機、電動機、變速箱、底盤懸架等核心零部件的控制系統

SEA浩瀚智能進化架構

2020年9月，吉利發布了浩瀚智能進化架構(SEA)，我們將會基於此架構推出未來的電動汽車產品。浩瀚架構歷時4年打造，不但承載著我們未來電動化及智能出行的重要使命，亦充分體驗科技及創新去推動可持續發展，打破傳統汽車的邊界，在低碳、安全、開放性等帶來無限的可能：

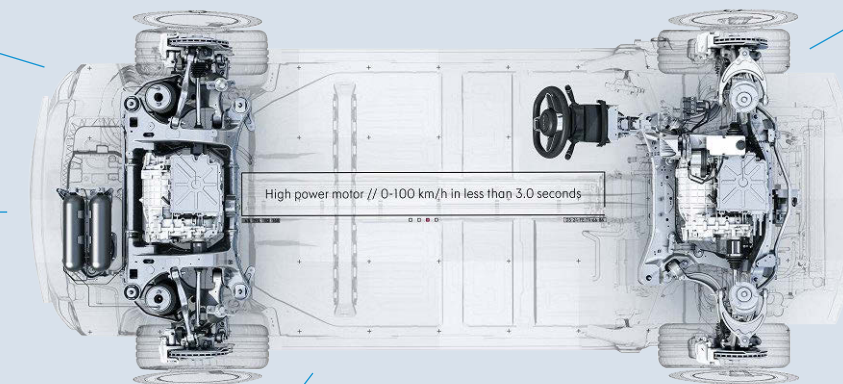
- 浩瀚架構帶來高效的電動化性能，從續航里程、充電時間及電池壽命的表現都獲得大幅提升，將使更多用戶願意使用電動汽車，推動零排放的低碳出行
- 浩瀚架構具備更佳的自動駕駛和安全性性能，將為用戶及弱勢道路參與者帶來更安全的體驗
- 浩瀚架構是一個開放性的架構，不局限自家品牌，目前已開啟8大領域，超過34個智慧出行場景的產業集群共創，將進一步推動行業發展，亦留下更多科技提升的空間推動更多的可持續發展機會

空間零邊界

- 帶寬1800-3300毫米軸距，更大更靈活的越級空間體驗

能量零邊界

- 續航里程可達700公里或以上，極速充電800V，在5分鐘內可達到續航120公里
- 20萬公里無衰減及200萬公里長壽命
- 自主研發高性能兩檔電驅動變速器：最高8000牛米



進化零邊界

- 一套完整的開發系統 - SEA OS
- 逐步自研核心芯片元器件
- API接口超過4000個
- 全場景 全生命周期 FOTA

安全零邊界

- 全球五星整車安全
- 202項電池包+模組電芯測試
- 通過側柱碰撞測試保護汽車電池
- 專門加密芯片保障用戶數據安全

駕駛零邊界

- 50:50 高性能統電底盤
- 600千瓦電驅於3秒內加速從0-100公里/每小時

交互零邊界

- 獲得ISO 276262 道路車輛功能安全標準，汽車安全完整性等級最高功能安全等級(ASIL-D)認證
- 架構滿足未來完全自動駕駛能力

知識產權管理

在深耕研發的同時，本集團嚴格執行知識產權管理的相關要求，通過知識產權保護，為科技發展保駕護航。我們嚴格遵守《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《企業知識產權管理規範》、《工業企業知識產權管理指南》、《知識產權對外轉讓有關工作辦法（試行）》等相關法律法規，並持續推進本集團相關規範制度的制定與細化。在各項制度的指導下，我們開展了一系列知識產權創造、管理、保護、運用工作，推動集團技術進步，提高市場競爭能力，在保障自己擁有的知識產權不被侵犯的同時，避免侵犯他人的知識產權。

我們已建立並規範了知識產權申請審批流程。通過內部知識產權保護審批流程進行申請。申請後，通過內部知識產權管理系統以及外部代理機構管控，以內外結合的方式管理和維護本集團的知識產權。我們還制定了專利維權業務操作流程、供應商維權業務操作流程，一旦發生維權糾紛，及時保護本集團的利益。通過關鍵環節的管理，對企業核心技術形成及時有效的保護。同時，我們還通過內外部知識產權許可、知識產權交易、知識產權放棄等方式進行成果轉換。

另一方面，我們繼續加大知識產權獎勵力度。在專利申請階段和授權階段，根據價值度和屬性進行分類和評級，最終根據評級發放發明專利申請激勵和專利授權激勵。通過獎勵，進一步激發了全員的創新熱情。

研發成果

依託於先進的研發平台、全面的知識產權制度、完善的人才體系，通過自主研發形成了大量境內外專利、計算機軟件著作權，並獲得了多項科技獎勵、參與承擔了多項各級研發項目。截至報告期末，本集團取得的主要已授權專利共計9,796件，其中境內已授權專利9,694件、包含發明專利2,388件，境外已授權專利102件；本集團已登記的與生產經營相關的計算機軟件著作權共計42個。

報告期內，吉利汽車已獲得包括國家技術發明獎二等獎、中國汽車工業科學技術進步獎一等獎在內的各類科技獎勵36項。我們已承擔9項國家級及省部級研發項目，包括4項國家科技重大專項。於2020年4月份申報的吉利汽車自主研發的三大領先技術包攬2020年度「中國汽車工業科學技術獎」一等獎、二等和三等獎：「高性能動力總成平台關鍵技術及應用」項目榮獲一等獎；「中國弱勢道路參與者交通事故傷害研究及防護技術的開發」項目榮獲二等獎；「乘用車高效48V混合動力系統關鍵技術研發及產業化」項目榮獲三等獎。該獎項是行業最高級別科學技術獎。此次獲獎，是業內專家對我們科技創新的充分肯定，是汽車行業自主品牌崛起的自信展示，是堅持科技強企、落實國家創新驅動戰略的最有力證明。

此外，我們還參與國家或地方級別的行業標準制定。報告期內，我們主導或參與制定標準共134項，其中32項已發布，102項正在編製中。部分參與制定的標準如下：



標準名稱	國家歸口單位
綠色設計產品評價技術規範汽車座椅總成	中國汽車工程學會
電動汽車用電池管理系統功能安全要求及試驗方法	全國汽車標準化技術委員會電子與電磁兼容分會
缺陷汽車產品召回效果評估指南	全國產品缺陷與安全管理標準化技術委員會
電動汽車用動力蓄電池安全要求	全國汽車標準化技術委員會電動車輛分會
電動汽車安全要求	全國汽車標準化技術委員會電動車輛分會
電動汽車無線充電系統第2部分：車載充電機和無線充電設備之間的通信協議	中國電力企業聯合會

3.2 產品質量與安全

吉利汽車始終堅持以用戶體驗為中心，通過質量4-3-10戰略，在質量體系、新能源質量、耐久質量、供應鏈質量四個方面推進變革，在前期質量、製造質量、服務支持三個戰區進行十項攻關，精準定位終極用戶極致體驗，持續完善質量經營管理。

質量管理體系

為使本集團各項業務有效運行，吉利汽車建立了417份各級質量管理體系文件。報告期內，結合業務發展的需要，新增／修訂文件共93份，如引入質量成本管理機制，新增《質量成本分析控制程序》，目的是有效、正確的掌握產品的各項質量成本，並對其進行控制和管理。修訂《風險控制管理程序》，目的是規範集團各單位風險管理，提高風險防範和控制能力。我們還修訂了《產品安全控制程序》，目的是更充分履行產品安全義務，避免企業產品責任風險。

吉利汽車依據ISO 9001質量管理體系、IATF 16949汽車質量管理體系、質量相關法律法規等要求建立了內部的質量管理體系，範圍覆蓋吉利汽車的設計開發、製造、銷售和服務的管理全過程。位於中國研發及生產本集團旗下三個汽車品牌的公司均通過ISO 9001質量管理體系認證，動力總成公司通過IATF 16949汽車質量管理體系認證。

領克品牌已策劃單獨覆蓋領克質量系統的ISO 9001質量管理體系認證。目前領克汽車的餘姚基地已單獨獲得ISO 9001質量管理體系認證證書和西班牙UCA頒發的工廠准入證書。



● 餘姚基地的ISO 9001質量管理體系認證證書

全流程質量體系成熟度評價

為準確地評價本集團質量管理水平，吉利汽車以ISO 9001和IATF 16949標準、德國汽車工業協會（VDA）質量標準等為基礎，借鑒管理成熟度評價的理論和方法、卓越績效模式評分方法的思想，結合汽車行業各領域專家的管理經驗，從系統視角出發，運用過程方法構建了基於成熟度評價的「全流程競爭力質量體系評價標準」。通過對各業務過程職責、流程、標準、目標、執行、績效和標桿7個緯度定性評價和定量分析，對各基地實施等級化評定，確定其競爭力水平現狀，有效識別質量管理體系建設和運行中的薄弱環節，明確改進方向，總結出一系列最佳做法和經驗，促進各項業務不斷流程化、標準化、制度化、體系化，奠定質量管理基礎。

製造過程質量保障

吉利汽車的製造質量自主保證體系以標準化作業為原則，以過程檢驗（沖壓、焊裝、塗裝）、出廠檢驗、整車評價標準（GCPA）、顧客出廠前檢測（PDI）全數檢驗和過程質量控制為策略，以全流程質量實名制精準追溯和問責，堅持「我的質量我保證，我的缺陷我買單」的原則，實現全員過程質量零缺陷。13個量產基地均全面標準化運行製造

質量自主保證體系，通過體系的有效運行，報告期內，吉利汽車製造單台不良率的水平較2019年改善了64.9%，整體製造過程保證水平較2019年提升9%。

2020年度，根據君迪（J.D.Power）最新的調研報告顯示，吉利汽車新車質量研究（IQS）每百輛車問題數（PP100）在主流車市場從2019年34名提升至2020年的第20名，其中吉利星越在中型SUV細分市場排名第一。



案例：

嚴格的過程控制確保問題車輛不流出

領克汽車遵循三不原則（不接受不合格品、不製造不合格品、不流出不合格品）及自工序保證的原則，確保質量問題不流出。衝壓單件下線，100%在線檢查和抽查。焊裝過程中，各主線設置檢查點進行超聲波抽查各總成零部件的焊接質量，完成線進行最終的白車身質量100%檢查。塗裝過程中，對電泳參數、漆膜膜厚進行檢測，完成線對塗裝質量進行100%檢查。而在總裝過程中，各工段設置檢查點進行裝配質量檢查。整車總裝下線後，在最終線進行靜態內外飾表面和功能檢查，檢測線進行四輪定位調整和燈光調整，法規線進行360環視攝像頭標定、轉股測試等，淋雨線，路試檢測，最終進行PDI檢測。



產品召回與預防

吉利汽車嚴格按照國家《缺陷汽車產品召回管理條例》制定了《吉利汽車產品召回管理規定》。針對海外市場，結合海外的法律法規，制定了《海外市場缺陷汽車產品召回管理辦法》。通過召回制度，加強對缺陷汽車產品召回管理過程，消除缺陷汽車產品對使用者及公眾人身、財產安全造成的危險，維護公共安全、公眾利益和社會經濟秩序，最大限度地減少損失。我們成立了產品安全委員會，按照以下流程組織進行公開召回。

缺陷論證

- 接收到生產中/市場產品的缺陷信息；
- 組織缺陷分析，確認是否存在疑似缺陷問題，再進行論證；
- 若認為缺陷問題後，上報國家召回中心，進入主動召回流程。

主動召回

- 制定消除缺陷方案，並對消除缺陷方案進行驗證，再採購相關備件；
- 查找車輛流向及客戶檔案，並下發停止缺陷車輛銷售通知；
- 制定召回計劃並驗證，發布召回通知並實施召回；
- 在召回過程中實時監控市場召回執行效果，每三個月出具階段性報告及達到完成率的總結報告。

吉利汽車通過信息化系統建立缺陷排查流程，對國內外召回問題及潛在批量問題，輸入至量產車型及新產品項目進行排查規避。

通過從研發、製造及供應鏈質量等各環節的缺陷預防管理，報告期內，吉利汽車實現零召回。

指標	單位	吉利汽車召回情況		
		2018	2019	2020
公開召回	次數	1	1	0
	萬台	4	9	0

質量文化建設

吉利汽車以實物質量為抓手，建立雙向雙循環質量改進體系，運用3824質量改善法（由吉利汽車獨創的一個由3個階段、8個步驟和24個節點組成的質量改善法），開展多項質量改善活動，並憑藉多個優秀項目被推薦至省級、國家級質量控制（QC）項目發布。同時，領克品牌推出領克質量文化七條：「對未來的激情、專注於為客戶創造價值、化戰略為行動、專業能力決定影響力、系統性的合作、建立互信互敬、培育團隊和人員」。

我們通過質量知識競賽、一線質量技能大賽、品牌故事大賽、吉質時代月刊等形式多樣的質量文化活動，弘揚吉利汽車的質量文化，營造質量氛圍，樹立全員質量意識。

案例：

一線質量技能大賽

2020年開展以「技創精品、質贏未來」為主題的一線質量技能大賽活動，共計17家單位，1,295名選手參賽，13名選手獲得集團獎項，促進一線質量人員知識經驗的提升，打造了一批批質量序列複合型技能人才隊伍。



報告期內，本集團在質量改善方面獲得了省級、國家級多項榮譽，其中「提升NL-3車型前車門關門品質QC項目」獲得了浙江省機械工業聯合會的標桿項目獎，8個項目獲得一等獎，13個QC項目獲得國家級的專業獎及優秀成果獎；吉利汽車的特色3824質量改善法被評為浙江省先進質量管理方法，同時被蘇浙皖贛滬四省一市市場監督管理局評為百家先進案例。

產品安全基因

吉利汽車「以人為本」的安全基因根植於吉利汽車人心對「安全第一」造車理念的傳承和秉持，以及安全技術水平的不斷進化。圍繞著保護與汽車產品相關的用戶，以及環境中的潛在對象的理念，應用最新的安全保護技術和安全產品，不斷兌現造出「最安全」車的承諾。

我們盡力將「造最安全的汽車」的理念落到實處，排除萬難進行技術攻關，保證了之後開發的車型全系達到了五星安全要求，部分車型如領克01、領克02分別在中國新車評價規程（C-NCAP）碰撞成績裡獲得五星+的評級，而承載優質基因的領克02更是獲得了「全球五星安全車身」的最高等級優異成績。

在售車型在中國新車評價流程(C-NCAP)獲得的評級

品牌	車款	類別	C-NCAP管理規則	星級
吉利	嘉際	MPV	2018年版	5星
	帝豪GL	A類乘用車	2018年版	4星
	博越	SUV	2015年版	5星
	博瑞	B類乘用車	2015年版	5星
幾何	幾何A	純電動汽車	2018年版	5星
領克	01	SUV	2015年版	5星+
	02	A類乘用車	2018年版	5星+



• 全域安全的九大安全系統

多年來，吉利汽車的安全基因不斷充實和更新。從傳統的「先進車身結構、優化匹配乘員保護和行人保護系統」起步，構建了吉利汽車全方位安全管理系統(GTSM)，然後進化到「安全識別圈」，現在升級到最新的、內涵更為全面的「全域安全」技術。這三個安全技術的提出都是從更好地保護「人」的生命和財產為出發點。

吉利汽車全域安全發展願景為「生命零傷亡」、「健康零危害」、「財產零損失」、「隱私零洩漏」。以生命安全域、健康安全域、財產安全域以及隱私安全域為基礎，全域安全包括九大安全系統，強調以人為本，全方位關注自身及對方車輛駕乘人員、弱勢道路參與者、維修及救援人員的安全，綜合覆蓋車輛在使用中的各種場景，如行駛、停車、保養、維修等。

完善的安全性能

為了保障安全技術和產品的有效性，我們建立了完善先進的安全技術開發和驗證體系，以實際交通事故研究成果為基礎，將技術和產品開發與市場和客戶實際需求緊密結合，精準設定開發目標。而我們在設計階段利用先進的虛擬仿真手段識別問題並通過優化解決問題，避免重複試錯過程，極大的增加了產品一次性設計正確的概率，從技術上實現降低開發成本並縮短開發週期，有利於用戶以實惠的價格獲得高性能的汽車產品。

我們建立了以第三方評價中國新車評價規程（C-NCAP）、歐洲新車評價規程（Euro NCAP）、中國保險汽車安全指數（C-IASI）等為基準的安全性能評價體系，該評價體系包括乘員保護安全性能評價體系、車身結構安全性能評價體系和行人保護安全性能評價體系，體系標準要求高於國家標準，並覆蓋多項國家標準中未包含的項目。另外，對於平台架構的安全性能開發，也提出了高於國家標準的要求。

在整車安全方面，我們將汽車安全全面貫穿至車型產品的整體架構之中，我們的安全實驗室滿足目前國際上主流的標準及法規的測試要求，擁有中國合格評定國家認可委員會（CNAS）認證資質和齊全的安全零部件驗證能力。

電池安全性

新能源汽車用戶在購車用車中的其中一個最為關注的痛點是電池安全，因此我們開展技術突破並推出以下的解決方案：

- 按照美國保險商實驗室的UL 2580和歐盟的ECER100安全認證標準開發和驗證動力電池
- 通過大數據監測動力電池健康狀態，實現毫秒級安全響應預警

- 領克02榮獲C-NCAP五星+安全評級，綜合得分率達95%。



自動駕駛安全性

自動駕駛安全性的提升需要依靠整個鏈路各方面性能指標的提升。我們在設計過程中採用國際通用的ISO 26262功能安全標準，保證系統設計的安全性的同時提升自動駕駛的可用性。



- 搭載智能駕駛設備的吉利汽車

我們通過雷達與攝像頭等設備的原始數據進行感知融合，提高對目標識別和追蹤能力。再通過高精度圖與感知數據融合，實現車道內的高精定位，當遇到突發的車道線及道路信息質量下降時，依然能夠保持車輛的安全控制。同時我們擁有的備份控制技術的核心專利能夠保證在系統出現單一失效的情況下及時介入，備份的控制、制動和轉向能最大程度保證車輛安全行駛。

健康產品

為了保證用戶在駕駛和乘坐汽車過程中的健康感和舒適度，吉利汽車提出了「健康車」理念，從健康空氣、健康內飾、健康防禦、健康監測和健康環保共五大領域進行技術路線規劃。

為了保證用戶在駕駛和乘坐汽車過程中空氣質量，我們制定了完整的車內空氣質量標準體系，從整車、零部件、材料三個等級來進行車內空氣相關管控。整車級別的控制遵循現行國標GB/T-27630乘用車內空氣質量評價指南，同時對整車「五苯三醛」指標進行控制，確保滿足國家相應的整車標準要求。對於零件總成級別和材料級別的管控，吉利汽車通過制定企業內部標準進行控制。

吉利汽車通過對低氣味低散發的環保材料和工藝的應用，量產後供應商的材料工藝倉儲物流等各環節的管控，保證車內空氣環境質量，確保給客戶帶來健康舒適的車內空氣。在車內重點空氣污染物的揮發性有機化合物（VOC）的管控上，我們將整車的管控分解到零部件，要求車內主要的29個零部件、180多個子零件氣味VOC必須達成管控指標才可在車內使用。對於車內關重的非金屬材料，吉利汽車建立環保材料庫，要求車內使用材料優先選擇庫內的環保材料，從而保證車內空氣質量。



3.3 服務與體驗

吉利汽車致力於為用戶創造空間、能量、進化、交互、安全、駕趣六大零邊界的智能出行體驗。堅持用戶為本，技術引領，創造極致體驗。我們始終將堅持以市場為導向，以用戶為中心，把握和引領用戶需求，通過創新科技以及創新模式為用戶提供全生命週期的極致駕乘體驗，將產品和服務立體化融入到用戶社會生活之中。

客戶服務理念與文化

我們始終以創造超越期待的出行體驗為使命，以「人本、創新、卓越」為品牌核心價值，致力於通過科技創新，為用戶提供優質的產品體驗和用車體驗。報告期內，吉利汽車持續深化「關愛在細微處」為服務理念，強化「1-2-3優質服務工程」為核心，將追求極致服務作為我們的目標，做到讓客戶知心、省心、放心，全面提升服務質量。

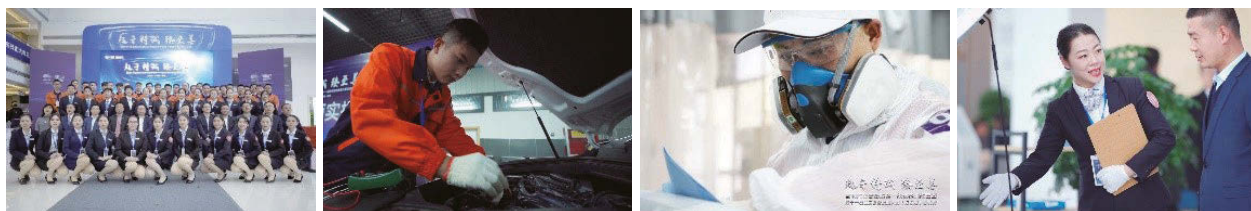
吉利堅持「以賽代練、以賽促練」，自2010年起已連續舉辦11屆全國售後服務技能大賽，不斷提升員工服務技能和服務質量，持續滿足每一位用戶的個性化需求。報告期內，領克品牌開展了銷售人員「領秀精英」選拔暨第三屆領克服務技能大賽，真正實現人才的選用育留閉環。不斷提升和擴大領秀精英能力及標桿影響力，提升榮譽感及品牌忠誠度。



案例：

服務技能大賽

2020年吉利汽車堅持以「用戶滿意為中心」，開展吉利汽車售後服務精英訓練營暨第十一屆售後服務技能大賽。通過比賽，達到了「以賽代練、以賽促練」的目的。吉利汽車全國近千家服務商的近萬人次一線售後服務人員參與選撥，最終96名選手脫穎而出，涵蓋服務顧問、維修技師、鉸噴技師、鉸金技師四大關鍵崗位。通過比賽，展現了過硬的服務技術、親善的服務態度，推動了服務流程、維修作業的標準化、規範化，對售後服務技能水平的提升、服務意識的強化起到了極大的促進作用。經過十一屆大賽的舉辦，樹立了一批標桿，挖掘、塑造了一大批精英人才，為吉利汽車高品質售後服務打下堅實的基礎。



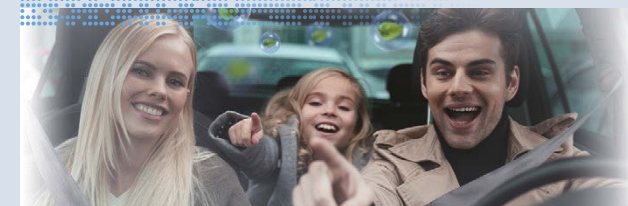
案例： 售後維修人員培訓及提升體系

為加強售後服務能力建設，不斷提高售後服務人員基本素養和服務技能，我們為各服務站提供了全方位的技能認證體系及培訓提升體系。吉利汽車海外客戶服務人員也進行了吉利關鍵崗位認證和吉利維修技術認證，認證率分別同比2019年提升27%和159%。戰「疫」之下，為保障海外市場新車型上市和用戶服務體驗，我們快速創新、多方協同，採用雲直播培訓和零點培訓方式，實現防疫、服務兩不誤。



• 海外客戶服務人員進行「雲直播培訓」和「零點培訓」

在疫情背景下，「吉利健康車」項目集中全集團的資源，在行業內率先推出了CN95濾芯，首批CN95濾芯安裝在馳援國內重點疫區的158台嘉際，保障救援團隊的出行。我們也針對海外經銷商和用戶發起主題為「Geely CARE will always be with you」的抗疫服務關懷特別活動，秉持「Care for your care—想你所想」的服務理念，攜手經銷商為全球「戰疫」傳遞力量，免費提供CN95空調濾芯更換服務。



АВТОМОБИЛИ GEELY
НОВЫЙ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ
ВСЕЙ СЕМЬИ



受益於超高的過濾效率，CN95推向市場後，立即收到了消費者大量的預約和更換需求。2020年新上市的ICON已搭載了該濾芯，除新車型外，吉利汽車也為全部在售車型的老客戶均提供免費更換服務。自2月份投產以來，吉利汽車已累計為客戶更換CN95濾芯超52萬次，更換區域遍佈大江南北。繼CN95後，為增強車內表面材料的抗菌防護性能，吉利汽車陸續開發了抗菌的塑料、塗料和軟飾材料，目前已經投產的抗菌方向盤已搭載在新上市的ICON車型。

**聚焦健康科技
守护自在呼吸**

科技净化, 健康 ICON

- 全系标配行业首款乘用车级“CN95”高效复合空调滤芯
- AQS 空气质量管理系统 PM2.5 空气过滤系统
- 绿色环保座舱
- 手机远程控制车窗透气



**智能科技领跑
安全互联随行**

科技护航, 安全 ICON

- L2+ 级别智能驾驶
- APA 全自动泊车
- S4D+全景影像含180°底盘透视
- 三指飞屏
- 360°高清行车记录仪
- 无枕安全离车模式

**让每一辆家轿都具备
健康汽车的最高标准**

如同带上口罩的
CN95空滤



可以实现自清洁的
抑菌方向盘



如同天然氧吧的
负离子空气净化系统



- 吉利ICON搭載健康科技，包括CN95空濾、抑菌方向盤和負離子空氣淨化系統

客戶溝通

堅持用戶思維是我們實現創新發展的出發點。1,000萬用戶是吉利汽車發展的基石與財富，不斷滿足用戶需求亦是我們創新與成長的源泉。我們已經與用戶之間建立了良好的互動機制，通過吉行天下俱樂部、Co:club 等互動平臺，加強互聯互動，為我們實現創新持續提供靈感來源，並創造新的價值。我們持續構建共創、共享的用戶生態體系，打造與用戶互動、共生的和諧新關係。

吉行天下

吉利吉行天下俱樂部成立於2008年10月，一直致力於在品牌與車主之間，搭建溝通的橋梁，塑造吉利汽車專屬的車主文化，提高用戶對品牌的滿意度、忠誠度。我們已建立1000多家全國各經銷商車友分會，會員人數達30多萬人。俱樂部本著「關愛在細微處」的理念，通過制定客戶關懷計劃與用戶深入溝通，傾聽用戶的意見，隨時關注用戶的新需求，解決用戶的難題。俱樂部為用戶提供優良品質、先進理念、全方位服務這一全新的企業營銷和售後戰略。通過俱樂部平台將企業的理念傳達給用戶，為用戶提供多元的生活和服務內容，營造一個車友大家庭。





案例：

「奇C異想幾何C550KM奇妙旅程」

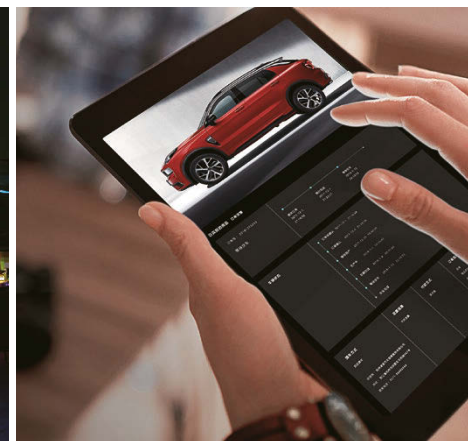
幾何C上市以來，在中國各地已積累大批車主，為發揮車主的力量為品牌傳播和零排放低碳車輛銷售助力，我們聚集首批車主，在重點城市北京、深圳、上海三地分別邀請40組車主及潛客，開展以重點城市周邊半徑550km內兩天一夜的自駕游，利用新車主的用車熱情，通過幾何C自駕活動將都市青年的分享熱情轉化為產品證言口碑；同時，通過展示「真會生活的幾何家」車主形象，形成示範效應，以此吸引更多年輕群體關注並購買幾何汽車，共同打造低碳出行生態圈。



案例：

Co:club社區聯結領克與用戶

作為一個新生代的年輕品牌，領克沒有任何品牌歷史作為束縛和限制，極大地釋放了創造力；堅持以用戶為中心，持續改變移動出行。領克APP已經成為領克與用戶聯結的重要紐帶。跨越傳統汽車維度，以「個性、開放、互聯」的品牌價值，提供了「不止於車」的消費體驗。領克通過構建Co客社區、Co幣生態、全國領地計劃等，創建用戶生態體系。以領克App為基礎的Co:club社區已經擁有113萬+粉絲，年齡層覆蓋40後到00後7代人，67%的用戶尚未成為領克車主，卻因為相同的審美、品味聚集到Co:club社區。





案例：

科技與藝術融合所打造的領克歐洲體驗店

領克汽車在歐洲的第一家線下體驗店於報告期內在阿姆斯特丹正式開業。於2021年1月，領克汽車哥德堡體驗店也正式開業。領克的線下體驗店並非一家傳統意義上的汽車銷售店，除店內少量實車，現場到店的用戶將通過互聯技術，利用VR科技獲得全新沉浸體驗。與此同時，我們的歐洲線下體驗店亦為志趣相投的人們打造了一個社區，店內展示了當地設計師的藝術作品與時尚單品，設計師們的創意作品還會通過領克汽車獨特的線上數字渠道，出現在歐洲乃至全球的領克俱樂部中，供全球消費者挑選。



消費者服務與支持

為提供客戶更好的使用體驗，吉利汽車提供了24小時全天候快捷服務，當中包括24小時的服務熱線、超過1,000個遍佈中國的服務站點、官方網站、微信公眾號等多樣化的服務渠道。

在客戶購買我們的產品前，他們可以通過以上渠道，進行試駕預約，在充分了解產品的性能及體驗後，作出合適的消費。

在購買產品後，客戶可以透過服務熱線、官方網站、微信公眾號快捷查詢到我們品牌的經銷商和售後網點的地址及聯繫方式，以讓消息者明確知悉售後服務的渠道。此外，我們亦在官方網站和微信公眾號定期發放汽車維護的相關資訊，使產品的壽命透過良好的使用習慣得到延長。客戶也能在微信公眾號上找到汽車產品的用戶手冊，方便他們隨時查閱。

為使售後服務的相關費用更加透明，客戶可以在我們的官方網站上查詢到售後備件的建議零售價，維護我們客戶的消費者權益。



客戶投訴

在處理售後問題上，我們堅持用戶至上原則，在建立客戶檔案管理的同時，不斷完善客戶意見反饋機制、投訴處理機制和快速響應機制。

我們提供7*24小時受理用戶的諮詢及投訴，設有專人負責投訴的記錄，並對投訴問題組織調查、分析和處理。我們建立了「2小時響應，72小時閉環」的投訴處理標準。經銷商或服務站客訴處理人員在收到客戶投訴信息後，須於2小時內在系統響應並於72小時內妥善解決並給予投訴者滿意答覆。

我們從處理投訴本身、與投訴有關的技術問題和管理問題這三個維度去解決客戶投訴及引起問題的原因，積極落實糾正及預防措施，預防問題再次發生。

我們在一般客訴處理流程基礎上建立緊急事件預警機制，處理緊急事件引起的大量同類型投訴。我們亦建立了客戶聯絡中心，將客戶抱怨前置解決，進一步提高客戶滿意度。

2020年	吉利品牌	幾何品牌	領克品牌
投訴總數	44,936	1,177	990
處理率	100%	100%	100%

客戶滿意度

吉利汽車注重與客戶友好合作關係的建立，為追求卓越、持續改進和提高顧客滿意度，我們每年委託第三方評測中心開展顧客滿意度調查，調查評分能夠充分體現我們的產品及服務質量，更客觀有效地獲取顧客反饋的信息，全面了解客戶對我們產品和服務的滿意情況，從而有針對性地採取改善措施，以贏得客戶的認可。

於報告期內，吉利汽車在君迪（J.D.Power）汽車售後滿意度研究（CSI）中獲得753分，高出行業整體水平11分，並已連續八年位於高滿意度行列，於本年度成為主流汽車品牌第8名，自主品牌第二名；在顧客感受的品牌魅力指數（APEAL）表現中，吉利繽瑞位於中型轎車細分市場排名第一。

吉利品牌和幾何品牌以電話和短信兩種形式開展共有12-15項關鍵指標項的服務滿意度調查，並且每半年調整一次，主要指標如：及時接待、服務顧問態度、約定交車時間合理性、維修技師評價等，通過多方面綜合評價以最終得出滿意度分數。

吉利品牌&幾何品牌售後服務滿意度

	2020年全國目標值	2020年全國調查結果
電話滿意度(分數)	92	92.8
短信滿意度(分數)	93	96.9



吉利國際銷售始終貫徹以用戶為中心的思想，持續提升用戶滿意度，堅持「對標管理、品質經營」的理念，致力於打造安心、放心、舒心和暖心的「四心」用戶服務體驗。報告期內，通過與全球各合作經銷商協同，以電話回訪、郵件調研等方式，從服務預約及服務設施、人員態度、服務接待、維修質量、服務交車、服務成本等六大維度開展客戶服務滿意度調研。累計在俄羅斯、白俄羅斯、沙特阿拉伯、菲律賓、科威特等13個海外重點市場開展了滿意度調研工作，各市場整體服務滿意度均穩定在92%以上。

領克售後實施全方位的客戶滿意度跟踪回訪體系，全面多維度跟踪客戶感知體驗。調查方式包括電話、領克APP及微信等，調查維度包含客戶售後服務體驗全程，重點關注一次性解決車輛問題/客戶需求、服務人員態度、售後服務時長、服務交車後車輛清潔等。於本年度領克品牌成功回訪超過8萬名客戶，覆蓋100%全面運營經銷商，服務滿意度平均得分為94分。

針對滿意度調研，本集團將進一步分析重點弱項及待提升指標，制定並下發改善指導方案，通過召開整改提升會議及進行不定期入店抽查等形式，推進指導經銷商落實改善。

獎項榮譽

吉利汽車不斷完善服務體系，得到行業的認可。從2009年至2020年，連續十二年獲得中國汽車服務金扳手獎，其中2019年獲得中國汽車服務金扳手—品質服務獎；2020年獲得中國汽車金扳手獎—客戶滿意度獎。





藍色吉利 低碳發展

吉利汽車聚焦：

吉利汽車積極應對氣候變化，支持中國2060年前達到碳中和。我們緊抓新能源發展機遇，透過藍色吉利行動計劃，逐步提升節能低碳及零排放產品的比例，致力於降低汽車使用的碳足跡。我們亦從生命週期視角出發，在產品設計、綠色工廠、低碳生產及綠色物流等各環節實現節能降耗，進一步降低我們在經營過程中的碳足跡。我們在生產過程中嚴格遵守國家及地區環保法律法規，致力於降低三廢排放以減少對環境的影響。吉利汽車將透過科技、生產技術、經營模式的提升持續構建低碳價值鏈，全面拓展產品全生命週期的低碳管理，積極履行企業環保責任，致力於實現高質量綠色可持續發展。

策略方針



... 4.0

6



7



9



12



13



4.1 應對氣候變化

氣候變化對地球及所有人類都構成了威脅，亦是我們必須面對的重大挑戰。我們身處的汽車和出行產業是全球碳排放的主要來源之一，因此吉利汽車在應對氣候變化上肩負著重要的責任。同時，我們認為氣候變化將對本集團的業務構成風險亦造就機遇。我們計劃在未來通過穩健的企業風險管理和戰略規劃，應對相關氣候變化風險所帶來的財務影響，並積極採取相應舉措以抓住其帶來的相關機遇。

自2019年度，我們參考金融穩定理事會(FSB)成立的TCFD工作組的建議，從治理、戰略、風險管理、指標目標四方面，披露應對氣候變化風險開展的相關工作。本報告參照TCFD的披露如下：

治理

於報告期內及可持續發展委員會成立之前，董事會已就氣候變化的議題展開兩次討論，以評估相關的風險與機遇，並討論對本集團戰略的影響。

董事會於2020年12月通過成立了可持續發展委員會，旨在協助董事會監察本集團在ESG方面的發展及指導相關措施的實施。在氣候變化方面，可持續發展委員會負責：

- 檢討應對氣候變化的戰略及重大政策；
- 檢討氣候變化的風險及機遇；
- 監督氣候變化相關工作的實施，管理其進度及績效。

可持續發展委員會將最少每年一次進行上述工作，並直接向董事會匯報及提出建議。董事會在接納可持續發展委員會的建議後，將進一步審閱及討論，以判斷是否批准相關建議。在評估本集團的風險管理有效性時，董事會和審核委員會亦將ESG方面的相關風險(包括氣候變化相關風險)納入考量。此外，董事

會亦將每年度進行一次ESG重要性議題(包括氣候變化相關議題)的評估，其結果亦將作為本集團可持續發展的重要考慮因素。

報告期內，為更好回應利益相關方的訴求與期望，我們開展了重要性議題的識別工作。我們參考監管機構披露指引、資本市場、評級機構、國際報告標準機構關注的可持續發展議題，並同步進行同行披露情況對標。通過利益相關方問卷調查和訪談，了解其關注重點，並結合董事會與管理層的調研結果，識別與公司未來戰略方向關聯度最高的ESG議題。通過上述分析，「能源使用與碳排放」被識別為ESG高度重要議題。這意味著，能源使用與碳排放將會是我們接下來ESG工作的戰略管理方向之一。

本集團已搭建了完善的ESG管理機制(包括董事會、可持續發展委員會及相關管理層)，從而進一步加強管理本集團ESG相關事宜(包括氣候變化)。詳情請見本報告第2章第8頁的「ESG管理機制」。



戰略

報告期內，中國政府進一步提高對氣候變化的貢獻力度，提出「二氧化碳排放力爭於2030年前達到峰值，努力爭取2060年前實現碳中和」。吉利汽車亦高度重視全球氣候變化的風險與機遇，積極支持中國努力爭取2060年前實現碳中和的目標。

我們在識別氣候相關風險與機遇上，參考了中國十四五規劃的減碳目標，並考慮當中可能出現的相關政策對行業的影響，及行業發展週期，我們以2021至2025年為短期風險與機遇的期間，並同步開展各項減少碳排放技術路徑的內部研究和實施；考慮市場及行業發生重大變革的週期，我們以2026至2035年為中期風險與機遇的期間；考慮技術變革及國家能源結構的變化，我們以2035年後至2060年前達到碳中和目標為長期風險與機遇的期間。

為識別對本集團有重大財務影響的氣候變化風險與機遇，我們考慮了氣候變化與汽車及出行行業的關係、政府政策與行業發展趨勢，並結合本集團的戰略與相關減碳規劃等進行具體分析。

按照TCFD對風險的分類，與氣候變化有關的風險分為兩類：轉型風險和實體風險。轉型風險來自全球向氣候適應性強的低碳經濟過渡轉型，包括政策與法律風險、技術、市場、聲譽等風險。實

體風險則來自極端天氣事件及全球平均溫度升高，包括急性風險(颱風、洪水)、慢性風險(平均氣溫上升、海平面上升)等風險。我們識別出以下的主要氣候變化風險與機遇：

政策及法規風險

- 本集團需遵守中國政府發布的《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分並行管理辦法》(簡稱「雙積分政策」)的相關規定。報告期內，雙積分政策進行了修訂，並明確2021至2023年新能源汽車積分比例要求。汽車企業必須達標，否則需要通過積分交易去彌補，因此造成了短期風險；
- 對中期及長期而言，為達到長遠的碳中和目標，相關的法規將可能更為嚴格，積分價格可能會持續增長，相應不達標的處罰亦可能越加嚴厲；
- 隨著政府對環境監管力度的加強，除了汽車尾氣排放，在生產能耗及排放，以及污染物的處理方面，亦會面臨更嚴峻的法規要求，及不合規所帶來處罰的風險。

科技風險

- 氣候變化、減少碳足跡、能源需求、城市污染等因素造成全球對低排放及零排放汽車產品的需求。隨著充電設施的普及化和不可再生能源的日漸耗盡，從中期及長期來看，傳統燃油汽車的佔比將會不斷下降，隨之將逐步被新能源汽車代替；
- 短期而言，汽車企業將要面臨對新能源科技更大的研發投入。同時相關科研成果的成敗和相關科技技術應用在量產產品的速度，將對汽車產品的競爭力構成極大影響，此風險將一直持續到長期階段；
- 低碳生產的需求促使科技和工藝技術不斷突破，但要應用相關的新科技及工藝，原有設備可能需要作出更換，在中期階段將會造成資產減值的風險。



市場風險

- 科技的發展亦可能改變消費者使用汽車產品的習慣，各種共享化和自動駕駛技術的成熟，將創造更多使用環境。部份消費者，尤其是追求低碳生活的群體，可能不再視汽車為擁有的資產，而追求更環保的使用體驗。從中期及長期階段來看，汽車企業可能面臨業務轉型的風險；
- 隨著不可再生資源和能源的稀缺，相關價格亦會更加難以估計及影響產品的成本和售價，這將影響消費者對汽車產品的需求，及汽車產品類別選擇的變化。在中期及長期階段，這將增加汽車企業面臨產品是否能獲得市場接受的風險；
- 同時，傳統能源價格的增加亦可能使沒有採取可再生能源的生產設施面臨更高昂費用。

聲譽風險

- 隨著政府對氣候變化的大力推廣，公眾對氣候變化意識越來越高。負責任的企業必須以身作則，鼓勵低碳經濟，避免破壞生態環境的行為，否則將不會受到各利益相關方的支持，亦會對企業都會造成聲譽方面的不良影響。

實體風險

- 氣候變化的惡化可能帶來包括極端天氣在內的重大事故。在極端情況下，將可能影響我們生產運作及供應鏈的穩定性，因此在預防和抵禦相關實體風險上，我們亦要投入更多的資源於風險識別，及應對規劃和執行能力的提升。

雖然氣候變化會使企業面對上述的風險，但同時亦創造了前所未有的機遇。氣候變化可督促我們大力發展低碳及可抵抗氣候變化風險的產品及產業鏈，儘早預防及穩固我們的生產價值鏈。同時，氣候變化可激發我們在產品及業務上的創新和嘗試，例如大力推廣新能源技術，有助於企業走向低碳經濟的業務佈局。更重要的是，氣候變化將為我們開發具有彈性的商業模式以及新產品帶來可觀的機遇，如提供新能源出行服務以及新能源汽車產品，不斷滿足市場及消費者對可持續發展及低碳出行的殷切需求。

基於全球汽車的變革和新能源汽車市場的興起，吉利汽車已制定了相關戰略，並於2021年發布了兩個藍色吉利行動計劃，亦同時應對氣候變化相關的風險及機遇：

計劃一：

智能化節能與新能源汽車，體現為混合動力汽車、插電混合動力汽車、增程式插電混合動力汽車以及小排量節能汽車。

計劃二：

智能化純電動汽車，組建全新的純電動汽車公司，正面參與智能純電動汽車市場的競爭。



藍色吉利行動計劃方案既保留我們在傳統節能與新能源汽車領域的優勢，又開拓純電動智能汽車新局面。同時，兩個計劃將組成一個完整清晰的藍色吉利行動總計劃綱領，充分吸收全球碳達峰、碳中和時間表，為全球碳中和行動作出貢獻。

我們將以藍色吉利行動計劃為核心，進一步規劃實施技術路線，並融入公司發展戰略，為應對全球氣候變化作出貢獻。目前，我們集合研究院、戰略部門、製造工程及採購部門等組建了碳中和工作組，並將在再生能源、再生材料、燃油車、電動車、循環材料、減重、尾氣排放、工廠排放、供應鏈等多個方向，探討詳細的碳減排規劃，從各方面促進碳中和目標的達成。

風險管理

本集團已建立了完善的風險管理框架及相關的風險管理制度，亦應用在氣候變化相關的風險。按照此風險管理框架，管理層制訂風險管理政策及內部監控流程，以識別、評估及管理風險。各個業務部門會於日常營運中實施該等政策及流程，並定期向管理層報告所識別之重大風險。管理層辨識及評估相關已作出報告之重大風險，隨後則分配充足資源以管理相關風險，並監察由相關業務單位不時作出報告之風險管理狀況。管理層會將風險管理及內部監控的結果傳達給董事會，以

供評估本集團相關風險管理及內部監控系統之有效性。董事會與審核委員會亦透過其風險監察角色確保管理層建立有效之風險管理，並符合本集團之策略及風險承受程度。

在實施上述的氣候變化風險識別及評估上，相關單位會考慮與風險相關的各方因素：現存及新興法規要求、更先進科技及技術、市場的變化等。在評估過程中基於相關風險的可能性及所構成的影響(財務或非財務方面)，判斷其重要性。

就管理氣候變化的風險上，我們按其重要度及處理的複雜程度制定相關的風險應對策略。針對重大的氣候變化風險，本集團已成立跨部門的專項小組負責制定應對計劃(例如：雙積分管理小組、碳中和工作組)。如上述「治理」提及，可持續發展委員亦將負責定期檢討氣候變化的風險和機遇，同時亦監督氣候變化相關工作的實施，進一步完善我們對氣候變化的風險管理。針對本集團於「戰略」提及的氣候變化風險及其他重要風險，我們制定了相關的風險管理措施，如下表所列參考章節：

主要氣候變化風險	應對措施(參考章節)
車輛尾氣排放	4.2 汽車減排
共享化業務	3.1 研發與創新
生產過程碳減排	4.3 綠色生產
水資源管理	4.3 綠色生產
材料循環利用	4.4 低碳價值鏈
低碳包裝及物流	4.4 低碳價值鏈



指標與目標

本集團(含合營品牌領克)氣候變化相關的指標如下：

財務類型	相關章節	指標	計量單位	2018	2019	2020
收益	4.2	新能源及電氣化車銷量	輛	67,069	113,067	68,142
收益	4.2	年末提供新能源及電氣化車版本產品的佔比	%	33	57	75
收益	4.2	乘用車企業平均燃料消耗量 ¹	升/百公里	5.60	5.53	6.24
收益	4.2	平均燃料消耗量積分 ¹	分數	963,296	283,457	-1,234,120
收益	4.2	新能源汽車積分 ¹	分數	315,801	247,671	-22,584
開支	4.3	整車基地 能源消耗中可再生能源佔比	%	4.95	6.85	8.68
資產	4.3	單位銷量溫室氣體排放量 (整車基地的範圍1+2)	tCO ₂ e/輛	0.38	0.41	0.43

有關上述氣候變化指標的討論，請見各相關章節的內容。

註：

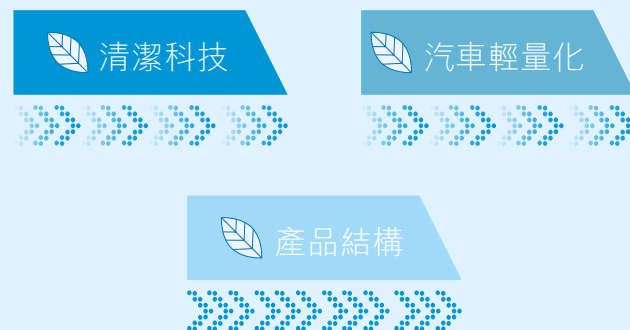
1. 為吉利控股集團持有汽車目錄的若干子公司因採購本集團旗下汽車品牌(含領克)的整車成套件進行最後組裝，落實繳納中國消費稅，然後將相關組裝而成的整車售回予本集團分銷，所形成的相關雙積分及計算的乘用車企業平均燃料消耗量



- 吉利汽車7DCT變速器傳動效率高達97.2%
- 本集團的發動機已連續七年獲得「中國心」十佳發動機榮譽稱號；變速箱連續兩年獲得「世界十佳變速器」稱號

4.2 汽車減排

汽車使用階段是汽車碳足跡最重要的環節，為減低我們的產品在其使用過程造成的碳排放，我們在以下各方面均採取應對的策略：



清潔科技

動力總成技術

吉利汽車秉承節能減排戰略，貫徹創新科技、低碳環保的理念，在保證產品的動力性能和用戶駕乘體驗的同時，降低產品對環境的負面效應。本集團的發動機覆蓋自然吸氣、進排氣氣門可變正時技術(DVVT)、渦輪增壓、缸內直噴，運用先進技術降低原始排放及油耗。我們開發了雙循環冷卻回路的發動機熱管理系統，可實現快速暖機的發動機熱管理，進而降低油耗。與此同時，本集團耗時5年打造的7DCT變速箱，擁用97.2%的傳動效率，亦搭載電子換檔技術，可降低能量消耗。

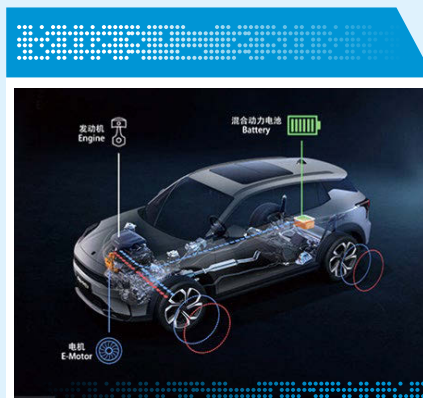
未來發動機將採用米勒循環、高壓縮比、EGR等技術提高熱效，進一步降低油耗，提升環保效益。

新能源和電氣化技術

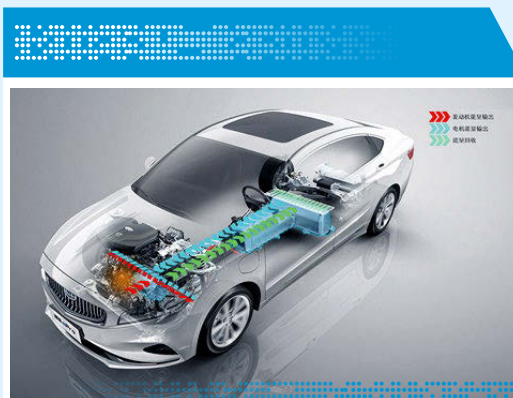
吉利汽車積極佈局新能源和電氣化技術，主要技術路線覆蓋：



以上技術的詳情請參考本報告第3章第19頁。



- 領克06 MHEV版通過智能能量管理、智能發動機扭矩管理、智能啓停和航行管理等功能，使綜合油耗可低至5.9升/100公里，最高節油率可達15%。



- 吉利汽車ePro車系採用PHEV動力，由驅動電池提供動力時可實現零排放。在強力加速時採用混合驅動，智能分配發動機和電機輸出，達到動力和油耗最佳平衡點。2020年上市的星越ePro綜合油耗可低至1.2升/100公里。

為使純電動汽車能進一步普及，我們制定了多項針對延長續航里程和延長電池壽命的舉措：

延長電池續航

- ⚡ 提升整車電池體積容量比
- ⚡ 開發高電壓體系、高鎳體系、C-Si複合體系等電池產品，提升電池比容量
- ⚡ 高效率驅動系統
- ⚡ 整車輕量化和減少風阻

實現快速充電

- ⚡ 放開充電倍率
- ⚡ 精準標定

延長電池壽命

- ⚡ 10萬公里零衰減三元鋰電池
- ⚡ 20萬公里零衰減磷酸鐵鋰電池
- ⚡ 應用最佳電池安全策略
- ⚡ 電芯正負極材料循環使用
- ⚡ 高性能電解液的開發
- ⚡ 通過用戶駕駛習慣的學習，提升電池的應用場景的匹配度
- ⚡ 電池高效熱管理的開發



我們的產品續航里程每年增長，於報告期內上市的幾何C的續航里程已達到550公里。未來產品基於浩瀚架構將可以實現700公里以上的續航里程。

於2021年2月，我們宣佈與沃爾沃汽車AB公司(簡稱「沃爾沃汽車」)已找到了最佳合併方案，其中我們與沃爾沃汽車將以股權合併形式進行動力總成業務合併，並將開發動力總成產品和下一代應用於混合動力汽車和插電混合動力汽車的雙電機混合動力系統。這將會進一步提升我們傳統節能汽車和混合動力類別汽車的節能減排。

我們和沃爾沃汽車亦會共同開發下一代純電動車模塊化架構，共享電氣化(包括電池包和電驅系統)和智能網聯的技術，並通過聯合採購降低成本。這將為我們帶來更具競爭力的未來純電動車產品，進一步推廣零排放產品的普及。

輕量化

汽車輕量化將為所有動力類型的產品帶來有效的能耗降低。本集團近年大力開發輕量化技術研究及應用，共25款車型實現平均降重50公斤以上。我們產品採用的全新架構，如浩瀚SEA等更是向行業最頂尖的L等級邁進，並嘗試輕量化策略朝著更極致化「每個零件精益化設計」的方向前進。

輕量化技術應用的實例：吉利ICON

系統	減重 (公斤)	主要方式
動力	7	結構優化、集成設計、鋁合金
底盤	7.5	集成設計、佈置優化、高強鋼
車身	36	高強鋼、結構膠、前後聯動剎車系統(CBS)、薄板
外飾	1	造型優化
內飾	8	薄壁高剛
電器	2.2	集成設計、線束優化
合計	61.7	

我們在輕量化亦掌握了不等厚熱衝壓(TRB)結構應用的核心技術，此技術可形成不同位置不同料厚，根據性能需求進行變料厚設計，如在碰撞衝擊度高的位置增加料厚，其餘位置降低料厚，在提升碰撞安全性能的基礎上，減輕重量。目前，我們已在車身多處重點結構位置應用此技術，形成結構專屬技術。



產品結構

吉利汽車在傳統燃油汽車上，一直以節能產品為主。同時採取多元化新能源路線，提供不同類型的新能源汽車產品，從而滿足不同地域和客戶群體的需求，進一步擴大新能源產品的普及性，達到減低排放的目的。

吉利汽車目前產品矩陣中，節能及新能源車型佔據主導。截止2020年末，在售產品有提供排量為1.6升或以下的車型佔比約91%。受到新能源補貼政策及新冠肺炎等原因，我們於2020年的新能源及電氣化產品銷量為68,142，比去年下降。但我們仍致力於提供更多新能源及電氣化產品選擇給客戶。截止2020年末，在售產品提供新能源及電氣化版本佔比約75%，較2019年末的57%大幅上升。

我們亦嚴格遵守中國的「雙積分政策」。受到上述新能源及電氣化產品銷量下降影響，以及油耗相對較高的SUV產品銷量的高佔比，我們於2020年的平均燃料消耗量積分和新能源汽車積分均為負分。我們十分重視此情況及其相關帶來的風險。因此，我們按照藍色吉利行動計劃加速我們未來產品結構的規劃。於2021年3月我們已開始執行藍色吉利行動計劃二，建立全新的純電動汽車品牌「極氪」，提供更具競爭力的浩瀚架構智能化純電動汽車，以加快純電動汽車在我們產品結構的佔比。此外，我們第二代的HEV亦將於2021年上市，其節油率將達45%，大幅增強其競爭力，亦有助提高新能源汽車在我們產品結構中的佔比。

此外，我們於報告期內已成立了雙積分管理小組，積極響應節能與新能源汽車協調發展的市場化機制。通過制定雙積分達標的總體策略和具體任務，一方面，從產品規劃和研發階段，將油耗目標和新能源汽車積分作為產品開發的目標指標之一；另一方面，我們結合市場需求，持續推廣新能源汽車產品以及傳統車型的節能技術的搭載應用，積極響應國家政策，推動新能源汽車產業的發展。

未來，我們的產品結構將會按照藍色吉利行動計劃一和二規劃，進一步提高節能低排放和零排放產品的銷量佔比，減低碳足跡並邁向碳中和的長遠目標。

註：

1. 本節所指基地均位於中國地區

4.3 綠色生產¹

本集團堅持實行環境方針：

建立無害於環境的綠色工廠、造有利於人類的環保汽車。

我們的短期目標：

- 持續完善基地的能源管理系統覆蓋率；
- 增設光伏電站，提升清潔能源佔比；
- 對生產過程中的水資源加強中水回用、循環利用；
- 三廢排放標準嚴於國家標準。

我們的長期目標：

將通過開展前沿性課題研究應用，引領汽車行業綠色工廠的未來發展方向，並持續推進各基地取得綠色工廠、綠色建築、能源管理體系認證，基地最終致力於實現可再生能源電力佔比100%，綠色工廠建成率100%。

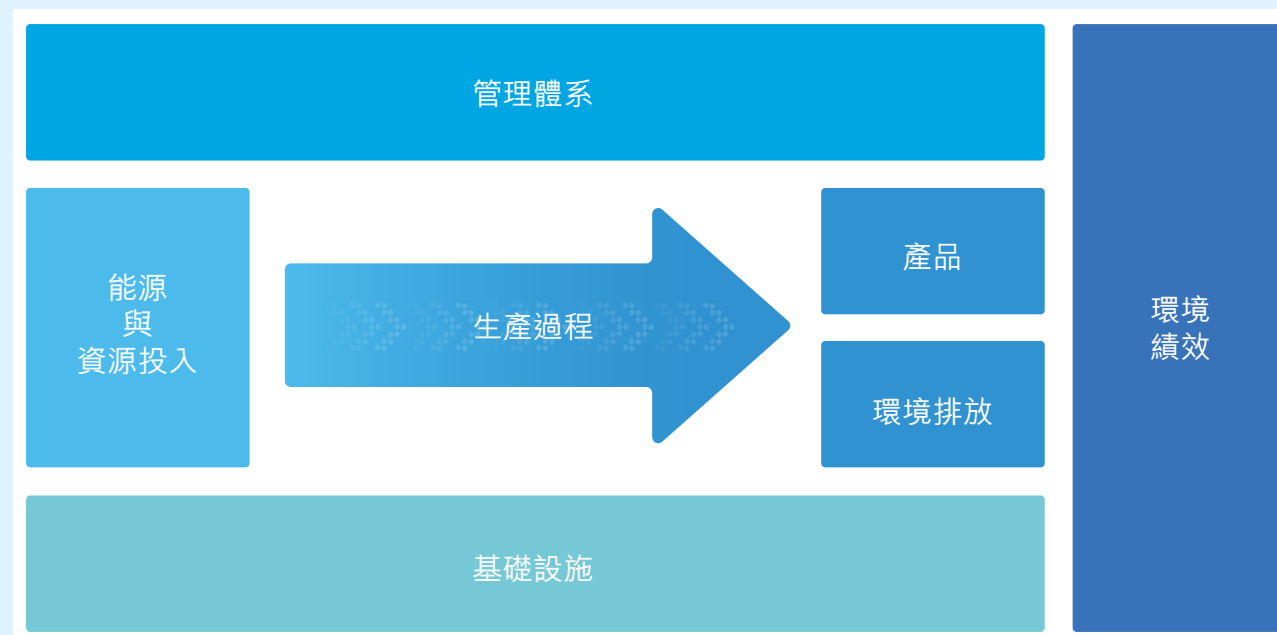
自2018年起，我們根據《綠色工廠評價要求》，同時參考《綠色工業建築評價技術細則》、《綠色工業建築評價標準》、《綠色工業建築評價導則》等指導準則，建設可持續的綠色工廠和綠色工業建築。根據《綠色工廠評價要求》，各工廠在保證產品功能、質量以及製造過程中員工職業健康安全的前提下，引入生命週期思想，滿足基礎設施、管理體系、能源與資源投入、產品、環境排放、環境績效的綜合評價要求。並從節能減碳、水資源管理、污染物排放管理等環節入手，加強各環節的管理體系建設(如能源管理架構)，投入基礎設施設備，致力於不斷提升工廠的環境績效。

截至2020年末，本集團春曉基地、寶雞基地、張家口基地、臨海基地均取得中華人民共和國工業和信息化部(簡稱「國家工信部」)的綠色工廠認證，極氫基地同時取得國家三星級綠色建築設計標識，預計量產一年後將取得綠色工廠認證。

節能減碳

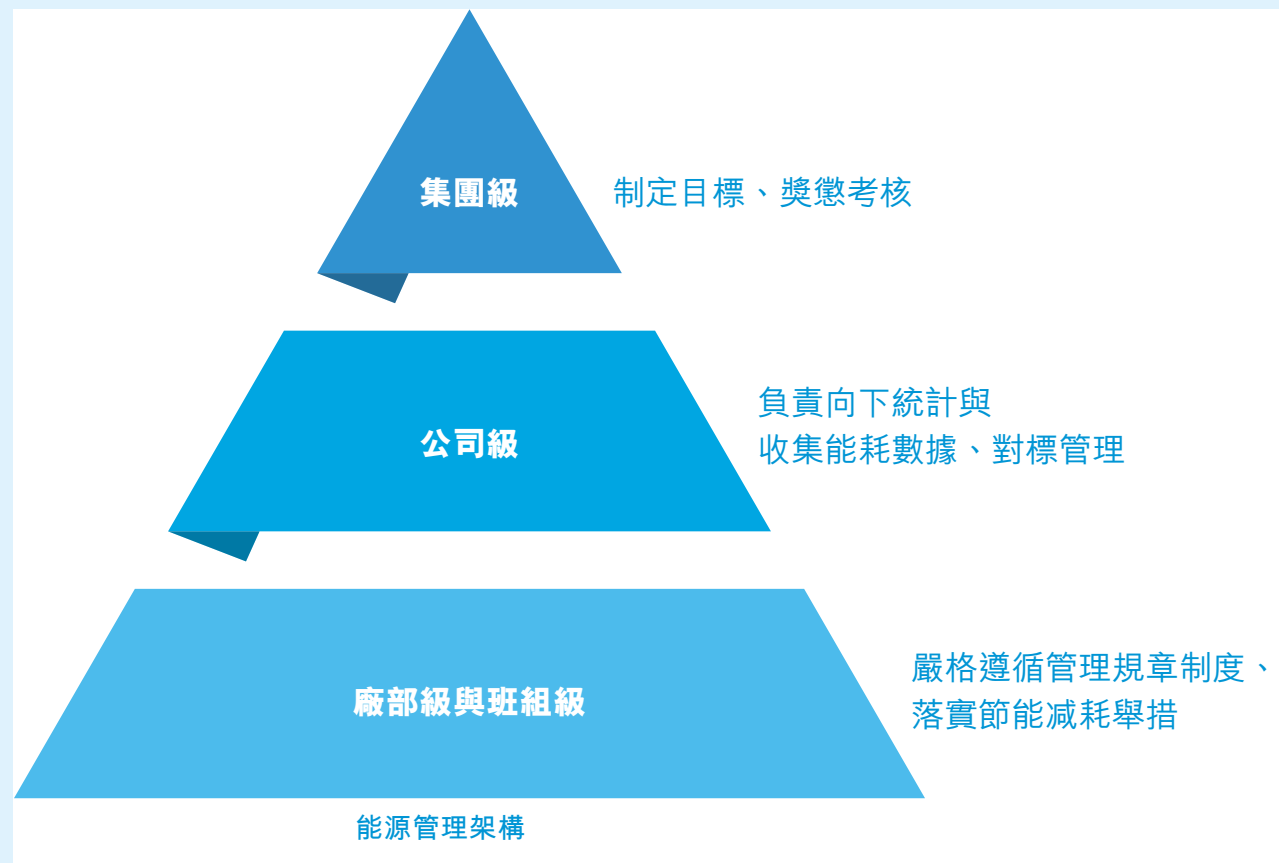
在生產過程中能耗管理方面，本集團實行三級能源管理架構：即集團級—公司級—廠部級與班組級。其中，本集團與各基地分別建立有相應的能源管理制度及流程，用以提升各生產基地以及各車間班組的能源管理效率；同時本集團每年會根據歷史數據、行業對標、產量預測等方面制定各基地下一年的單車能耗指標，並根據達成情況進行獎懲考核。我們每月收集各基地的能耗數據，進行各基地單車能耗的對比分析，對標管理，以及優秀節能案例分享等措施，指導各基地實現節能降耗。

廠部級與班組級需嚴格遵守集團內部能源相關的管理規章制度，以單車能耗指標為重點關注數據，在基地運營和生產過程中落實節能降耗舉措。



綠色工廠評價指標





能耗管理

報告期內，我們通過新增能源管理系統(EMS)、組織節能審計以及加強對一線員工的節能降耗意識培訓，不斷推進綠色工廠的低碳運營。

EMS覆蓋率達到50%，量產基地中寶雞、臨海、杭州灣二廠、張家口及餘姚基地已投入運用。EMS包含數據採集、生成報表等功能，支撐能源管理部門用於異常分析、對標管理等管理節能措施，以加強對基地能耗的實時及動態化分析；

我們不定期組織專家組對子公司進行節能審計及診斷活動，其中張家口基地2020年相較2019年單車能耗下降35.15%；

2020年4月，我們開展節能宣傳月活動，並結合4月22日世界地球日活動，宣傳節能降耗理念，提升全員節能降耗意識。

報告期內，我們針對不同生產製造環節進行節能技術改進或設備升級，以降低生產製造環節的能源消耗。例如：我們在耗能較大的塗裝環節進行烘乾爐的餘熱回收節能，目前該節能工藝已運用於臨海等基地。另外，我們亦對餘姚基地塗裝車間的廢氣餘熱回收進行改造和應用，未來將該節能改造設施推廣至更多基地應用。



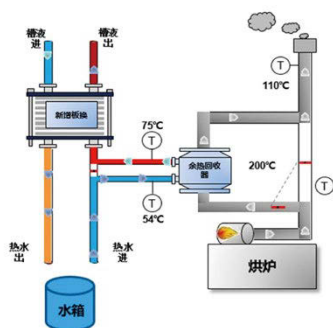


案例：

臨海基地塗裝環節烘乾爐餘熱回收

節能改造內容：採用餘熱回收設備，將烘乾高溫廢氣熱量進行回收，與前處理熱水進行換熱，利用餘熱回收設備，形成烘乾與前處理的「熱量橋」。

節能改造效果：每小時節約66標準立方米 (Nm³) 天然氣；廢氣排煙溫度由250℃下降到110℃左右，我們以廢氣量12,000標準立方米／時 (Nm³/h) 計算，每小時回收熱量571,200千卡(kcal)，並用於提高工藝回水溫度，由70℃提升至90℃。



報告期內，本集團整車基地可再生能源使用量達11,871萬千瓦時，其中光伏發電7,400萬千瓦時及直購水電4,471萬千瓦時。此外，於2020年光伏發電亦應用於研究院，提供了96萬千瓦時的研發辦公用電。本集團光伏發電項目的裝機總容量約110兆瓦，2020年光伏發電總量達到10,012萬千瓦時，非自用部份已供應電網，相比於燃煤發電減少了約7萬噸二氧化碳排放量。

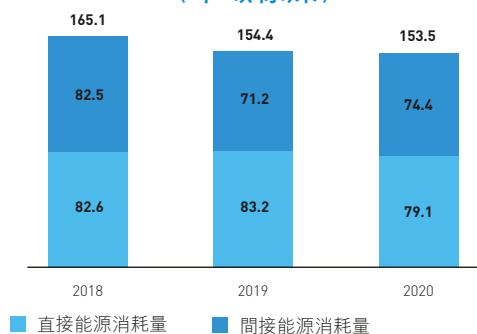
我們將逐步擴大光伏項目的投入，預計於2021年光伏發電項目總裝機容量達到260兆瓦，年可發電量超26,000萬千瓦時，相比於燃煤發電每年可減少約18萬噸二氧化碳排放量。



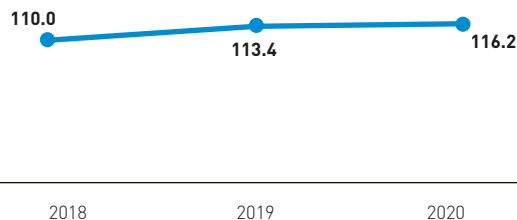
再生能源

本集團不斷投入可再生能源的使用。截止報告期末，我們已在臨海、湘潭、杭州灣等9個量產基地投入光伏電站，將太陽能光伏板安裝在車間屋面及停車場，成都基地在豐水期與當地電力公司簽署直購水電合同，為廠區內的生產或生活運營提供電力使用。

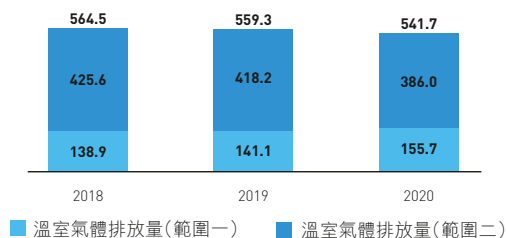
整車基地直接能源與間接能源消耗量
(千噸標煤)



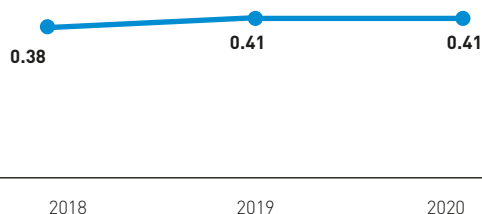
整車基地能源消耗密度
(千克標準煤/輛)



整車基地溫室氣體排放量
(千噸二氧化碳當量)



整車基地溫室氣體排放密度
(噸二氧化碳當量/輛)



水資源管理

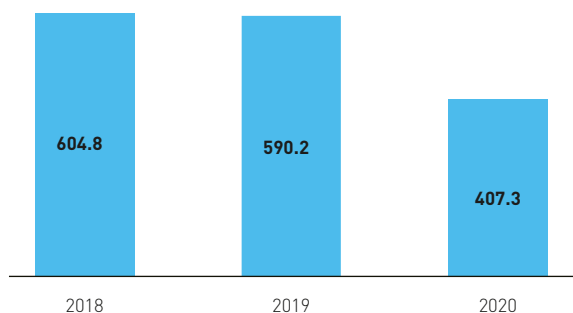
本集團在選址建廠初期會進行環境影響評估，亦考慮當地的水資源情況。我們在生產階段，貫徹一水多用和重複利用的理念，以減少排水量，提高用水效率。報告期內，本集團無求取適用水源上的任何問題。

- 在塗裝車間分別採取溢流漂洗工藝、超濾處理清洗水等相應的節水、回用水方案；
- 噴漆工序更新換代，採用先進的乾式噴漆工藝，使用紙箱吸收漆霧，避免傳統濕式噴塗工藝中的大量用水；
- 總裝車間淋雨測試線用水採用閉路循環方式重複使用。

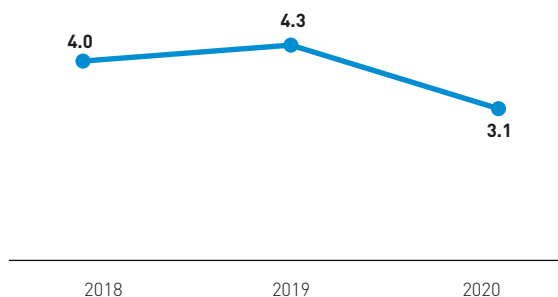
由於往年新建的塗裝乾式噴漆工藝基地陸續投產，生產用水降低效果開始顯現，使報告期內的整車基地的生產用水量大幅下降；同時，塗裝前處理工序循環水利用率升高，較大幅度減少了工業用水量。近三年來，吉利汽車生產用水量持續降低，水資源循環率基本維持在99%，極大地節約了水資源。



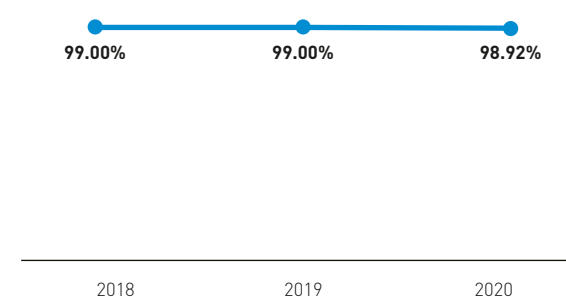
整車基地生產用水消耗量
(萬噸)



整車基地生產用水消耗密度
(噸/輛)



整車基地工業用水資源循環利用率
(%)



報告期內，我們針對春曉、臨海餘姚基地等進行了節水工藝和設備改造，並在大部分基地投用中水回用設備，以提升水資源利用效率，降低水耗。

案例：春曉、臨海基地的節水工藝和設備改造

乾式紙盒噴漆室

節水改造內容：採用乾式噴漆室+循環風技術；

節水改造效果：無工業水消耗，以30小時工作量，單班10小時計算，每年各減少工業用水處理量3,350噸/年；各減少廢水處理量2,150噸/年¹。



案例：餘姚基地中水回用效果

中水回用設備

節水內容：中水回用為雜用水標準，回用至綠化、道路沖洗、沖廁等；

節水效果：污水處理能力達40立方米/小時，中水回用量60,873立方米/年。



污染物排放管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《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》、《固體廢物污染環境防治法》、《噪聲污染環境防治法》、《揮發性有機物無組織排放控制標準》相關法律法規。報告期內，生產基地已100%完成ISO 14001環境管理體系認證。

本集團制定了HSE管理體系程序文件、標準和評價規範。其中，針對HSE管理體系中的E板塊(即Environment，環境)，我們亦制定了《環境因素識別及評價程序》、《水污染防治管理程序》、《大氣污染防治管理程序》、《固體廢物污染防治管理程序》、《環境噪聲污染防治管理程序》、《溫室氣體排放核算標準》，用以規範和加強各生產基地的水氣聲渣的合規。

報告期內，各基地對污染物分級分類，開展日、月、季及年度的環境監測，並實施污水和廢氣實時在線監測。同時組織年度定期的監督評價及不定期的飛行評審，包含對各基地的環保「三同時」¹執行、污染防治、環境監測、排污許可執行等系列環境管理進行綜合評價，以監督管理各生產基地的污染物排放情況。報告期內，各基地污水、廢氣、噪聲等污染物達標排放率達100%，固體廢物合規處置率100%。

另外，我們將突發環境事件、環保投訴、行政處罰、限期治理書下達等納入各生產單位年度環保考核指標，並寫入目標責任書。由公司、廠部、班組進行層層分解，並在年末實行各單位目標指標達成情況考核，加強各層級管理成員對環保及污染排放的重視。

註：

1. 《中華人民共和國安全生產法》規定了生產經營單位在新建、改建、擴建工程中安全設施必須堅持「三同時」的原則。「環保三同時」，即建設項目的污染防治的措施，必須與主體工程同時設計、同時施工、同時投入生產和使用

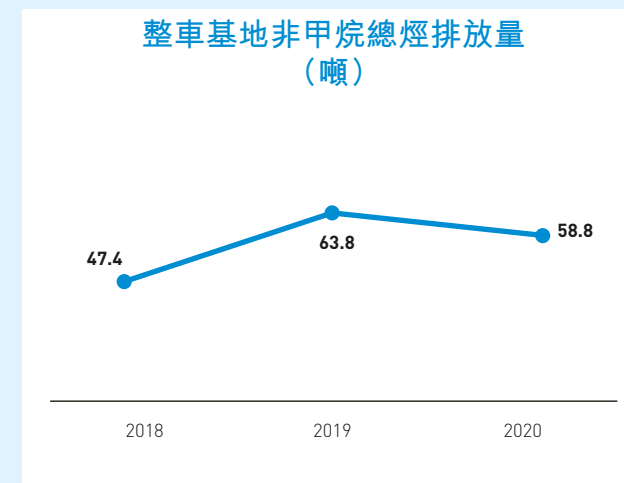
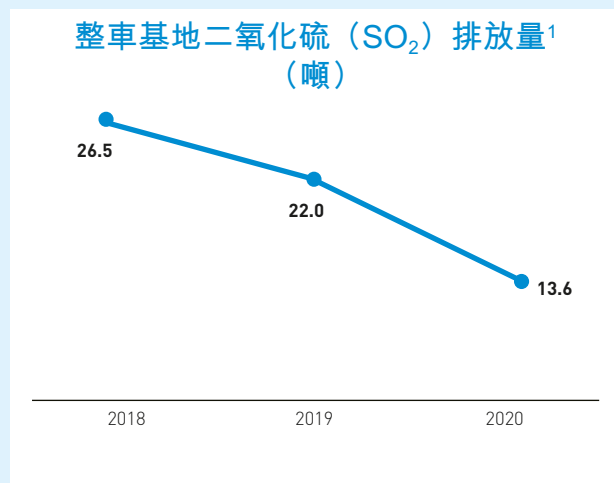
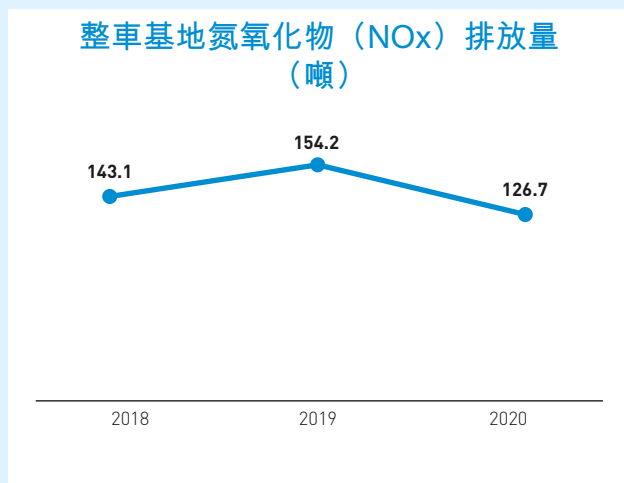


廢氣排放及管理

我們的廢氣主要來源塗裝車間的噴塗廢氣、烘乾廢氣。其中杭州灣基地等新建項目採用全自動噴塗形式，且大塗裝中塗、色漆採用水性漆，大大減少噴漆線的揮發性有機物(VOCs)排放；另外，大塗裝線採用乾式除漆霧經沸石轉輪濃縮，小塗裝線採用乾式除漆霧，同時我們還引入了蓄熱式焚燒爐(RTO)，採用焚燒的方式，將各塗裝線收集的有機廢氣進行統一處理，將VOCs總淨化效率提高到90%以上。



• RTO處理實現VOCs總淨化率達90%以上



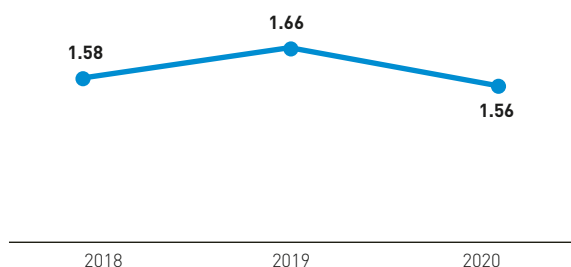
註：

1. 整車基地二氧化硫排放量下降的主要因為各地方天然氣來源含硫量降低

廢水排放及管理

我們的生產廢水主要來源於噴漆廢水和淋雨試驗過程。生產廢水經過工廠內的廢水處理設施進行處理後排入市政污水處理站，最終經處理達到《城鎮污水處理廠污染物排放標準》一級標準的A標準後排海。

整車基地生產廢水排放密度
(噸/輛)



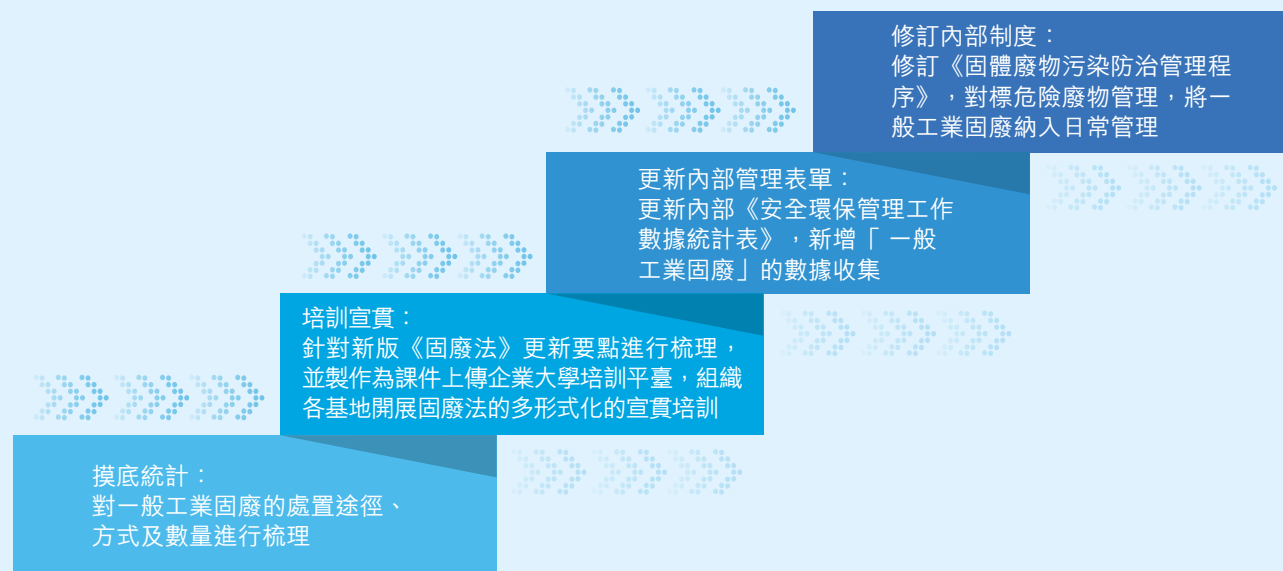
廢水管理

- 一、生產廢水主要包含洗模廢水、電泳廢水、脫脂廢水、磷化廢水、噴漆廢水、淋雨實驗廢水、機加工廢水、生活廢水等，各類廢水採用相關工藝處理後，外排廢水污染因子能夠達到納管排放標準要求。廠區污水處理系統能夠維持各類廢水穩定達標排放；
- 二、嚴格執行清污分流、雨污分流，生產、生活廢水分質處理，採用便於區分的管道系統，分質轉移輸送；
- 三、工藝廢水採用專管收集、輸移，以便檢查、維護，廢液輸送泵建議採用耐腐蝕泵，以防洩漏；不同廢水的收集管採用不同色標標出，便於對廢水管道有無破損等進行檢查；
- 四、廠區內生產區、倉庫、其它輔助生產裝置以及廢水處理等各單元均設置了一定厚度的硬化地面，對車身前處理區、油化庫、危廢庫、污水站等處採取了必要的防腐、防滲措施，防止物料和廢水下滲；在廠區內設置地下水採樣監測；
- 五、設置規範化污水排放口，并安裝污水在線監測設備，實時監控污水水質情況；
- 六、應急準備：突發環境污染影響事故發生時，事故廢水接入事故應急池，事故結束後對事故廢水進行檢測，根據其水質情況，分質、分量進入污水站處理，達標納管排放。



廢棄物管理

報告期內，為了進一步規範工業固廢管理，在新版《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》(簡稱「固廢法」)要求下，我們逐步規範對固體廢物的管理工作。



我們的危險廢物主要來源於在汽車裝配、焊接、塗裝、維修、報廢等過程中產生的廢油、廢膠桶、廢油漆、污泥等。本集團積極響應危廢減量化，嚴格遵循國家法律法規進行危廢歸口管理。報告期內，我們組織開展2021年浙江區域危險廢物處置項目，在浙江區域內開展危廢統一招標處置，為各基地單位的危險廢物管理降本增效工作。

案例：新版《固廢法》解讀和危險廢物規範化管理方面的培訓

報告期內，研究院共組織兩場大型專項培訓，主題分別為新版《固廢法》解讀和危險廢物規範化管理方面的培訓，共50餘人參與。通過兩次培訓拓展了業務負責人的專業知識，同時根據培訓內容對公司進行了合規評價，及時發現問題並整改，使業務更加合法合規化運營。



綠色辦公

我們不僅注重生產製造過程中的環境保護、致力於綠色工廠的建設，亦倡導綠色辦公、低碳生活的辦公方式，引導並帶動全體員工形成節能降耗的良好習慣，旨在推行可持續的辦公方式，降低辦公場所對環境的影響。

我們結合實際情況，不斷細化關於辦公區用電、用水節能的管控辦法，細化完善並執行《公務車管理辦法》、《辦公用品管理辦法》管理制度，我們強烈不鼓勵浪費，通過資源消耗的數據監控、宣貫培訓、監管落實以及獎懲規定等精細化管理方式倡導和實行節能和低碳辦公。

空調系統節電

- 使用空調期間，辦公室的門窗關閉，確保空調的使用效果；
- 夏季室外溫度在30℃以上方可開啟空調，製冷設置不低於26℃；冬季制熱不高於18℃；
- 提倡每天上班時空調晚開1小時，下班前20分鐘關閉空調，辦公室內的溫度將持續一段時間。

照明系統節電

- 將辦公大樓電燈更換成節能燈，積極努力達到更好的節能效果；
- 通過線路優化保證大廳燈光每天只開一半燈光。燈光開關放有「人走關燈」的提醒標語；
- 辦公室、會議室等要做到人走關燈，每天21:00巡邏檢查，杜絕「長明燈」現象。

其他節電措施

- 大樓電梯隔層停靠，倡導6層以內不乘電梯；
- 加強對計算機、打印機、複印機等辦公設備的用電管理，減少待機消耗，盡可能即用即開，用完後和下班前關閉電源。

4.4 低碳價值鏈

生命週期分析

我們從2017年開展生命週期碳排放技術研究工作，並開發了生命週期評價核算系統(LCA)，逐步開展整車和零部件基地的碳排放分析工作。我們對新車型的全生命週期從原材料，生產，使用，回收等多個階段進行模擬分析，識別碳排放影響因素，對生產工藝，能源類型，排放控制，回收利用技術等的選擇提出建議，以實現整車產品碳足跡的降低。



博瑞GE



B級轎車 - 48V輕混1.5T+7DCT

碳排放總值：

33,125.8千克二氧化碳當量

生命週期二氧化碳排放值：

220.8克二氧化碳當量/公里

繽越



緊湊型SUV - G-Power 240T+6DCT

碳排放總值：

33,330.0千克二氧化碳當量

生命週期二氧化碳排放值：

222.2克二氧化碳當量/公里

領克02



跨界SUV - 1.5TD+7DCT

碳排放總值：

35,077.6千克二氧化碳當量

生命週期二氧化碳排放值：

233.9克二氧化碳當量/公里

我們目前已成功開發和應用相關可持續材料，提升整車產品的環保屬性。報告期內，我們應用循環鋼材，循環鋁材，循環塑料，回收織物(用於座椅面料等)及天然纖維(麻纖維，秸稈纖維等)。我們在星越車型上應用麻纖維材料作為門板，成功推廣可持續材料的應用。麻纖維作為有機材料替代傳統的玻璃纖維，不僅減輕了車身重量，又解決了玻璃纖維無法降解的環境問題。

案例：領克歐洲上市產品採用新型環保材料

在歐洲上市的領克01採用了ECONYL新型環保材料，此材料是由廢物製成的纖維類材料（紗線織物等），比如回收的工業塑料、海洋垃圾（漁網等）或織物邊角料等。回收的原料經化工廠處理，分解成原料，然後再後加工，作為循環尼龍材料應用在汽車內飾上。



註：

1. 生命週期碳排放計算方法參考ISO 14040/44 環境管理 - 生命週期評價

可持續材料應用

汽車材料的環保及可持續性同樣也是汽車產品生產過程中的重要一環。我們通過促進開發回收利用性和環保性較好的新材料，加強對替代材料和再生材料技術的應用推廣，並不斷擴大回收材料的再生領域，提高再生產品質量，形成新的綠色競爭優勢，促進汽車全產業鏈的綠色發展。

報告期內，我們率先於主機廠基地倡導可持續開發理念，建立可持續材料應用策略以及回收循環認證體系，形成了一套管控流程和標準，並對供應商材料的來源、生產加工過程，進行有效管控。我們與鋼材、鋁材以及塑料材料供應商聯合開展可持續材料開發與應用，以擴大回收材料的使用率，加強與供應商的環保合作力度。

綠色物流包裝

傳統的包裝更多以滿足汽車零部件的安全與穩固要求為主，隨著我國環保以及資源節約型社會建設的不斷推廣，我們已採取塑料箱、鐵質托盤等可循環回收利用的包裝材料，並根據生產基地及包裝產品的特性，推廣綠色物流包裝理念及模式。報告期內，我們分別從國內外循環包裝材料應用模式以及減量化入手，持續推進綠色物流包裝。

案例：張家口基地實施綠色包裝模式

報告期內，張家口基地因一次性紙包裝零件較多，我們對張家口基地35家零件供應商開展包裝優化，採用動態租賃和包裝共享模式，將一次性紙箱包裝替代為循環包裝。該項目實施後預計實現單台降本，另外循環包裝推廣後零件可直接上線，減少一次性垃圾。

當供貨地距生產地 $\leq 1,000\text{km}$ 時，我們要求運輸過程必須使用可循環包裝材料。在我們的影響和帶動下，2020年使用循環包裝材料的供應商(不包含海外)比例達75%(2019年：70%)，覆蓋84%的零部件(2019年：82%)，相較於2019年持續提升。報告期內，我們進一步加強包裝材料的數據統計與分析，以下展示循環包裝及一次性包裝使用情況：

循環包裝	2018	2019	2020
發動機包裝材料使用量(噸)	4,420	4,386	4,149
變速器包裝材料使用量(噸)	980	854	1,060

* 循環包裝主要包括塑料箱及鐵質托盤等

整車製造端一次性包裝

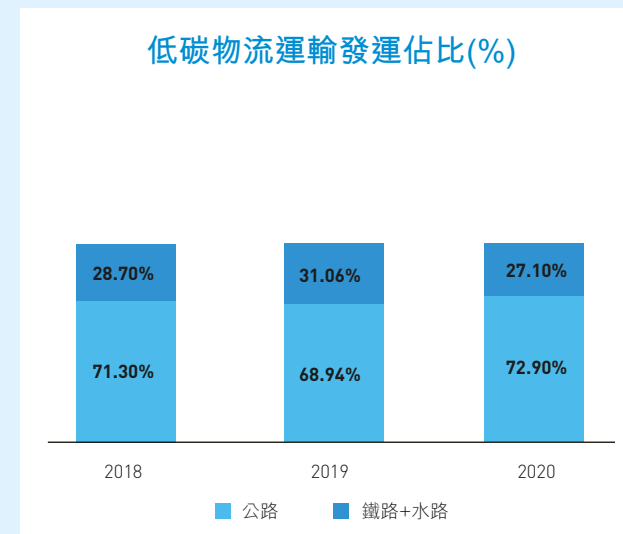
一次性包裝材料使用量(噸)	6,238
一次性包裝材料消耗密度(千克/輛)	5

* 一次性包裝主要包括廢紙箱及木託盤等，報廢後將委託第三方合資格單位回收/再利用

低碳物流

隨著2017年國務院出臺的《打贏藍天保衛戰三年行動計劃》，2018年國家新運輸標準《汽車、掛車及汽車列車外廓尺寸、軸荷及質量限值》正式執行，公路運輸面臨巨大壓力，我們整車物流不斷拓展鐵路、水路運輸線路(即「鐵水聯運」)，推廣應用多種低碳運輸方式。從2018年到2020年，我們的鐵水聯運的發運佔比保持穩定。

低碳物流運輸發運佔比(%)





• 水路發運



• 鐵路發運

在物流倉儲建設方面，我們持續建立中轉庫。目前已在武漢、鄭州、東莞、重慶、瀋陽等設立中轉庫，同時利用北侖、濟南、西安自有中轉庫，合計庫容達到14,900個。為了推動訂單前移，我們充分利用鐵水聯運進行批量的商品車中轉，減少前端的公路運輸，降低由公路運輸造成的碳排放。

在新能源運輸車投入使用方面，我們投入20輛新能源運輸車用於杭州灣至寧波北火車站的物流發運，同時也作為新能源運輸車運輸試點路線。截止到2020年末，我們已初步和第三方合作商達成合作計劃，待試運行到達預計效果後，將在吉利汽車物流體系整車鐵路、水路物流商中進一步推廣。

截至2020年末，本集團全年因採用鐵路運輸相較於陸運而降低碳排放477,838噸二氧化碳。



• 集團動力蓄電池溯源管理工作實施程序

回收再利用

回收與再利用是汽車生命週期的重要一環。吉利汽車積極推進產品可再利用率 and 可回收利用率，限制使用不可回收材料，在零件設計時優先考慮材料可回收性。

整車報廢材料			
	2018	2019	2020
可再利用率(%)	94.4	94.2	93.7
可回收利用率(%)	96.8	96.8	96.1

註：參考：GB/T 19515-2015《道路車輛可再利用率 and 可回收利用率計算方法》

吉利汽車積極響應國家政策，制定《新能源汽車動力蓄電池回收利用溯源管理辦法》，規範吉利汽車的新能源汽車產品動力蓄電池回收利用溯源管理工作。吉利汽車從動力蓄電池生產、銷售、使用、報廢、回收等過程出發，對各個環節回收再利用情況進行監測，全面把控動力蓄電池的回收再利用情況。



綠色成就

2020年11月，國家工信部公佈了「工業產品綠色設計示範企業」名單，憑藉4大國家級綠色工廠；材料可回收利用率高於96%，並獲中國環境標誌認證；100多項低油耗技術，降低碳排放；以及4重防護「生態淨化艙」，構造全使用場景、全生命週期的智能生態健康圈，吉利汽車成為本年度唯一上榜的乘用車企業。在生產製造、產品開發等領域，全面遠超國家健康安全標準。

另外，本集團在綠色產品方面持續獲得認可。報告期內，吉利豪越、ICON、新遠景X6車型已列入國家工信部綠色設計產品名單（汽車產品M1類傳統能源車），我們已連續三年累計15款產品入選，佔全部入選汽車產品的38.5%。與此同時，我們已有6款車型獲得中國汽車技術研究中心（簡稱「中汽研」）《中國生態汽車評價規程》（C-ECAP）白金牌。

綠色產品認證	獲獎車型	頒獎機構	獲獎日期
綠色設計 產品認證	帝豪、帝豪GS、帝豪GL、博越、博瑞GE、領克01	國家工信部	2018
	領克02、領克03、繽瑞、繽越、嘉際、星越		2019
	豪越、ICON、新遠景X6		2020
《中國生態汽車 評價規程》 (C-ECAP) 白金牌	新帝豪	中汽研	2016
	帝豪GL		2017
	博瑞GE、繽瑞		2018
	嘉際、星越		2019





合規透明 責任運營

吉利汽車聚焦：

創造良好的企業管治和商業道德環境是企業能夠不斷創新和持續發展的必要前提。我們以「充分授權、依法合規、考核清晰、公平透明」作為企業治理的核心思想，建立符合上市規則及充分考慮股東利益的企業管治架構。同時，我們遵守經營地區的法律法規，尊重其文化及市場規律，不斷學習全球公司合規管理的最佳實踐，致力維護公平透明及誠實可信的經營環境。

關於管治、合規與商業道德的基本承諾：

- 嚴格按照上市規則及相關法律法規要求，以維護股東利益及為股東帶來持續回報為前提，不斷完善公司治理架構
- 定期檢討風險管理與內部控制的有效性，創造穩健可控及可持續的經營環境
- 公平、公正地對待所有商業夥伴，僅與具備良好聲譽、誠信經營的商業夥伴開展合作，堅決反對任何形式的商業賄賂和舞弊欺詐等行為
- 公平競爭，恪守反壟斷和反不正當競爭方面的法律法規，保護公平公開的競爭免受不正當限制的影響
- 遵守其業務涉及國家或地區相關的國際貿易法律法規、稅務法規、貿易制裁和進出口管制的相關限制和條件及貿易合作夥伴
- 遵守反洗錢的相關法律法規，同時確保個人嚴格遵守規定的報告要求，避免涉及非法資金的活動及交易
- 遵守信息安全及隱私保護的相關法律法規，持續提升業務過程的信息安全管控，保障數據安全及消費者隱私
- 遵守其他ESG適用的法律法規，密切關注識別相關的法規法律發展，透過制定合適的管理制度，使相關員工知悉該等法律並應用於有關工作中
- 建立良好的合規諮詢與舉報機制，鼓勵所有員工、客戶、商業夥伴和其他相關方通過恰當渠道對合規風險或違規問題進行諮詢或舉報，營造開放、誠信、負責的企業文化環境



... 5.0

8 体面工作和经济增长



16 和平、正义与强大机构

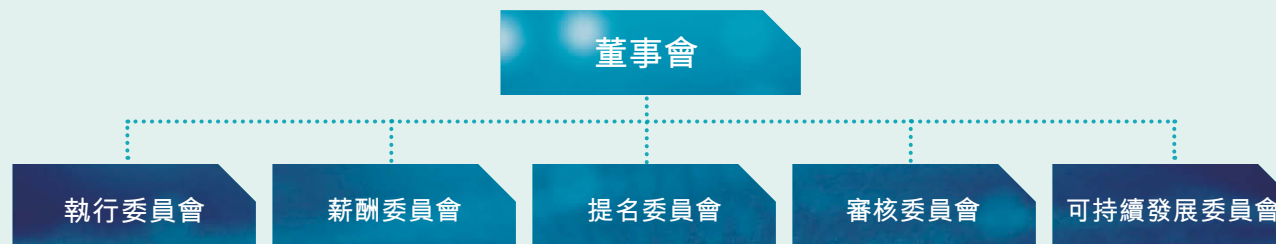


5.1 企業管治

本集團嚴格按照上市規則和相關法律法規要求，並以維護股東利益及為股東帶來持續回報為前提，不斷完善公司治理架構，形成權力機構、決策機構、監督機構和經營管理機構之間的制衡，並定期對內部控制制度與運行的有效性進行跟蹤評價，確保本集團各項業務的持續健康發展。

本公司的董事會(簡稱「董事會」)的主要職責包括制定發展戰略、審議重大議題、維護投資者關係以及監督風險管控。報告期內，董事會由11名董事構成，包括7名執行董事及4名獨立非執行董事。為確保權力和授權分佈均衡，董事會主席及行政總裁由不同人士擔任。董事會現設有五個董事委員會，分別為執行委員會、薪酬委員會、提名委員會、審核委員會及新增的可持續發展委員會(於2020年12月成立)

報告期內，董事會召開會議23次，涉及投融資方案、年度預算、年度/半年度業績、關連交易、可持續發展戰略等重要事項。董事會亦已最少一次以會議討論或相關文件審閱形式履行(包括但不限於)以下企業管治職務：(i)檢討本公司現有企業管治政策，包括舉報政策、薪酬政策、股東溝通政策、股息政策、董事提名政策及董事會成員多元化政策；(ii)檢討本公司為董事及／或高級管理層



安排之持續專業發展之知識及技能的涵蓋範圍；(iii)檢討監察適時披露重大內幕消息及維護消息保密性之內部程序的有效性；(iv)監控董事及本集團相關僱員有否遵守標準守則；及(v)檢討本公司有否遵守企業管治守則及審閱《年度報告2020》之資料披露。

報告期內，本公司持續審閱企業管治的狀況，並作出以下改進：

- 於兩次董事會上深入討論ESG的未來發展戰略及提升方案，並批准成立可持續發展委員會，以加快推動ESG發展；
- 於2020年度股東週年大會，將授予董事一般授權以配發及發行的股本總數，由不得超過本公司已發行股本總數之20%降至10%；
- 探討了董事會組成及多元化的提升空間，於未來董事的遴選上將會更著重多元化的因素(如：董事性別比例)。

更多企業管治相關信息，包括但不限於董事會組成、董事委員會職能、多元化政策等請參閱本集團《年度報告2020》第34至60頁的企業管治報告。

投資者溝通

本集團致力於與股東及投資者保持有效溝通，適時向他們提供必要資料，以方便他們評估董事會和本集團的表現。

本集團維持以開放溝通及公平披露為原則，制定及對公眾發布《股東通訊政策》。根據此政策，不同利益相關方提出有關對我們一般性資料披露的合理問題，都會獲得合理的回應。同時，本集團的投資者關係團隊建立了雙向的定期溝通機制，通過不同形式包括但不限於路演、投資者會議、面談等，令各利益相關方(如：股東、投資者、分析師)可以更加瞭解本集團的商業運營及未來發展規劃。

報告期內，本集團投資者關係部平均每週多次與投資者進行溝通，亦會在官方網站發布月度報告介紹本集團業務及ESG近況。有關投資者關注的ESG議題與溝通渠道，請參考本報告第2.2章「利益相關方溝通」。

根據投資者溝通中的查詢和意見反饋，本集團亦會不時向董事會彙報，使董事會在決策時能充分考慮投資者之訴求。同時，董事會每年檢討《股東通訊政策》以確保其有效性。

更多股東權利及投資者關係相關信息，請參閱本集團《年度報告2020》的第53至60頁。

5.2 風險管理與內部控制

為了推進內部控制的落實和制度流程的完善，我們定期對風險管理與內部控制的有效性開展評價，及時揭示潛在風險和內部控制缺陷，確保本集團風險管理與內部監控系統有效運行。我們參考COSO委員會(美國反舞弊性財務報告委員會發起組織)內部控制框架和國家財政部等五部委發布的《企業內部控制基本規範》，建立本集團的風險管理框架及相關的風險管理制度。

在此框架下，董事會、審核委員會、管理層(包括風險管控部門)、業務部門、內部審計部均各自承擔其風險管理的職責。詳情請參閱本集團《年度報告2020》的第49至50頁。

根據董事會及審核委員會每年對風險管理系統的有效性檢討，於報告期內，我們進一步規範了風險管理控制程序。風險識別以年度及不定期兩種形式進行，由各業務單位(包括但不限於研發、採購、製造、銷售、人力資源、信息科技)透過研究與業務相關的內外部信息及分析歷史風險等方法識別風險，再根據風險的影響度和可能性進行評估以形成風險地圖，並制定及實施風險應對策略。

為驗證風險評估和風險應對的有效性，由內部控制部、內部審計部、合規辦公室、財務部、法務部、人力資源部和其他風險管控相關部門對各業單位相關工作進行評審。相關結果將於每年總結成年度全面風險管理報告遞交至管理層，並作為下一年度風險管理工作安排和實施計劃的依據。

審核委員會利用內部審計及外部審計去評估風險管理和內部控制的有效性。內部審計部功能上直接向審核委員會彙報以確保其獨立性。內部審計範圍覆蓋本集團所有業務，基於風險評估，制定出年度審計計劃，由審核委員會審閱後批准執行工作。根據項目規模，內部審計項目開展頻率平均至少每月一次。內部審計項目主要以測試各業務流程內部控制的有效性，以識別戰略、營運、財務、合規方面的重大風險。審計報告發送給被審計單位後，被審計單位必須就當中識別出的問題制定出整改計劃，指定負責人及整改完成時間。為加強監督審計問題的有效閉環，審計報告亦會發送給管理層及內部控制部，以確保整改工作按時完成，及獲得需要的資源支持。與此同時，內部審計部亦會定期對整改狀況進行跟蹤覆核。



審核委員會每年至少兩次在沒有管理層的情況下聽取內部審計部的工作彙報，以評估其獨立客觀性及工作的有效性。內部審計部亦會不定期向審核委員會彙報及聽取其意見，以提升審計工作的有效性。

於報告期內，內部審計部強化其標準化工作指引，以增加其工作效率及客觀性。另外，內部審計結果及相關的的整改狀況亦會作為被審計單位的考核因素，以促進更有效的審計問題閉環。近年來，審計範圍亦不斷延展至ESG相關風險。例如於報告期內，我們針對銷售業務開展了客戶隱私保護專項審計。

於報告期內，外聘核數師對本集團的年度綜合財務報表進行審計，並對中期綜合財務報表進行審閱。更多關於外部審計及審核委員會對其獨立性及客觀性的評估，請參閱本集團《年度報告2020》的第49、51至52頁。



5.3 合規與商業道德

合規是企業可持續發展的前提，是全球經濟相互依存、依法競爭的關鍵，也是人類經濟社會不斷發展進步的規則。我們始終堅持誠實守信、合規經營，力求培育高標準的、符合商業道德和合規原則的企業文化。本集團以「聯合國全球契約十項原則」、運營過程中適用的國家或地區的法律法規、ISO 19600合規管理體系指南、國家相關部委合規管理指引和全球公司合規管理的最佳實踐等為指導，持續建立完整的合規及商業道德體系。

吉利汽車在遵循外部法律法規和行業規範的基礎上，建立了準則類、管理類、操作類、業務類四個層次的合規制度體系：

- ❖ 準則類：適用於全體員工的《合規行為準則》，分別從產品質量與安全、環境保護與健康安全、員工權利和義務、數據隱私及信息安全、利益衝突、反貪腐、反洗錢、公平競爭與反壟斷、對外捐贈等方面提出了多項合規管理的具體要求；
- ❖ 管理類：適用於全體員工，主要包括：《廉潔自律準則及其處分實施細則》、《禮品與招待管理制度》、《利益衝突管理制度》、《商業夥伴合規管理制度》等；
- ❖ 操作類：適用於合規系統管理人員，指導和規範合規管理人員開展合規業務，例如：《合規培訓實施細則》等；
- ❖ 業務類：是由各職能部門依據國家法律法規和行業標準內化的各種制度規則，如：《個人信息安全合規管理辦法》、《合規風險管理辦法》、《合同管理辦法》、《知識產權管理辦法》、《招標管理辦法》。

我們緊跟國家及地區法律法規的更新，針對合規領域的法律法規(如個人數據保護、反壟斷、反腐敗等)，由外部專業機構對最新法律進行研究，並向本集團提供建議。本集團內部亦積極關注和掌握最新法律法規，對內部相關制度和程序作出及時更新。針對安全環保領域的法律法規，我們亦按照最新要求增加數據收集範圍和擴大評價範圍，如發現問題及時作出整改，進而滿足合規要求。

利益衝突

《利益衝突管理制度》明確要求我們的所有員工應當盡力避免個人利益與公司利益發生衝突或可能導致發生衝突的情況，始終堅持維護本集團的利益和聲譽。為了防止員工在工作過程中因涉及利益衝突而給本集團造成利益損害，本集團員工須遵循以下要求：

1. 簽署《關於利益衝突的聲明》，確保員工已閱讀知悉《利益衝突管理制度》及承諾遵守相關要求；
2. 當有利益衝突情況發生時，員工應立即中止導致利益衝突的行為，並遵循必要的申報和審批程序；
3. 存在利益衝突且未按要求申報的，一經發現，將按照相關制度執行違規處理。

反貪腐

吉利汽車嚴格遵《中華人民共和國反洗錢法》、《中華人民共和國刑法》等反貪腐、防止勒索、欺詐及洗黑錢方面的法律法規。

我們參考《廉潔自律行為準則》和《八個不准》等內部制度，指導員工的廉潔自律行為。當任何員工違反法律、法規、規章以及行政決定和命令時，應承擔紀律責任，並依照相關規定給予處理。我們特成立了紀檢督察辦公室負責公司的反貪腐監督檢查工作，並向負責的管治機構直接進行彙報。

為保證本集團與商業夥伴以合法合規的方式開展合作，我們在合同簽訂中加入了《誠信自律特別條款》，以確保雙方在業務往來期間嚴格遵守誠信自律相關要求。為提高商業夥伴的合規意識，我們每年對商業夥伴開展合規政策宣講和培訓。報告期內，我們開展24場合規(含反貪腐)培訓及5場外部宣貫，切實保障供應商及相關人員充分了解在其履職過程中必須堅守反貪腐等合規行為。同時，《商業夥伴合規管理制度》、《禮品與招待管理制度》及《商業夥伴合規盡職調查表》進一步規範了商業夥伴管理工作及相關處理程序，確保本集團與聲譽良好、誠信經營的商業夥伴保持穩定合作，從而防範商業往來中可能遇到的貪污及腐敗行為。本集團亦對商業夥伴進行年度和階段性合規盡職調查評估，對於評估不合格的商业夥伴提出整改要求，對於違規情節嚴重者，亦可能取消合作資格。

公平競爭與反壟斷

本集團承諾公平競爭，恪守反壟斷和反不正當競爭方面的法律法規，保護公平公開的競爭免受不當限制、串謀限制或反競爭限制的影響。我們制定了競爭政策，包括但不限於禁止與競爭對手簽訂統一定價協議、談論成本或定價信息，以不正當手段限制競爭。我們在處理與供應商、經銷商及客戶的關係時，亦制定了相關競爭規定，避免壟斷等不公平情況的發生。

貿易制裁及出口管制

我們遵守業務涉及國家或地區貿易制裁及出口管制相關的法律法規，涉及產品、技術或服務的跨國研發、傳輸、交易，業務單位須事先向法務或合規部門諮詢以規避貿易制裁或出口管制風險，對出口活動進行相關的審核，進出口交易記錄將按規則妥善保存。同時，相關員工會定期了解出口管制、制裁名單的最新動態。

稅務策略

本集團在稅務方面同樣採取依法合規的態度，嚴格遵守本集團各單位運營所在地區的稅務法例及規定。我們根據中國轉讓定價法律法規以及經濟合作與發展組織(OECD)轉讓定價指南，以獨立交易原則作為本集團內關聯方關聯交易定價的基礎原則，在此基礎上進行各項跨地區交易業務。



為確保上述合規制度和商業道德的貫徹執行，我們每年通過《合規績效評價方法》，採取人員訪談、問卷調查、實地調研、飛行檢查、資料查核等方式，將員工及業務單位的合規情況納入考核。我們亦透過文化建設不斷提升員工對相關制度和標準的認知和重視。本集團的內部審計也將合規作為審計範圍的重要範疇之一。另外，我們設立了投訴舉報渠道，以確保萬一違規情況發生時，有相關途徑與機制妥善處理。

合規培訓及文化建設

合規文化是吉利汽車企業文化的重要組成部分。按照《合規培訓實施細則》，所有業務單位每年至少開展一次全員合規培訓，並要求新員工必須在3個月內完成合規培訓。本集團為不同級別的員工(如新員工、中層及關鍵崗位員工、高級員工、合規管理人員)制定了不同程度的合規培訓課程。報告期內，本集團共開展合規(含反貪腐)培訓1,519場次，參與培訓85,368人次，累計授課時長2,158.9課時。

我們亦要求所有員工仔細閱讀合規管理的相關制度，並填寫聲明保證在履行自身職責時遵守相關法律法規及規章制度。為進一步開展合規文化建設，我們也組織了「合規文化月」、定期反腐敗的宣貫等活動，以推動合規文化。



報告期內，首席合規官孫宏講授《疫情帶來的合規思考》培訓。現場及直播聽課801人、視頻回放及轉訓12,000餘人次。



由全國企業合規委員會副主席、北京新世紀跨國公司研究所王志樂教授講授《強化合規競爭力，打造世界一流企業》課程。現場8名高管參訓，全集團2,300余名中層幹部視頻參訓，後續52個單位轉訓，參訓幹部5,338人。

在致力於促進企業商業道德建設中，本集團亦得到了來自社會各界的認可。我們通過積極參與各協會與組織的相關工作，加強行業間專業交流與信息共享的能力。

相關榮譽及獎項

- 浙江省經濟犯罪偵防協會常務理事單位
- 杭州市公安局高新區(濱江)公安分局授予反詐宣傳形象大使
- 杭州市濱江區企業刑事合規促進會會員單位

指標	單位	2020年
每位董事及員工參加合規(包含反貪腐)培訓平均時數	小時	3.5
員工參加合規(包含反貪腐)培訓百分比	%	100

合規與內部審計

內部審計部每年執行的審計計劃中，會適當地將合規納入審計範圍。於審計中發現的不合規事項，或相關控制的缺陷將會陳述在審計報告中，並要求被審計單位進行整改。在發現嚴重違規的情況下，亦會移交相關部門進行紀律處理。更多內部審計相關內容，請見本報告第5.2章「風險管理與內部控制」。

投訴舉報

本集團承諾以坦誠開放、廉潔守法及承擔問責的態度恪守及貫徹高標準的商業原則和操守。我們制定了《舉報政策》，該政策旨在鼓勵本集團員工、供應商及客戶等與公司有往來之人士在保密情況下，對任何與公司事務或人員有關的不當行為、舞弊及違規情況表達關注及舉報。同時，透過此政策亦可保護有關舉報者，防止因舉報而受到報復等行為。

舉報者按照符合《舉報政策》的恰當方式做出舉報，將獲得《舉報政策》承諾的保護，即舉報者免於因此受到不公平解僱、傷害、報復、威脅報復或不當的警告及處分。若被舉報者對根據本政策提出舉報的人士採取報復行動或報復威脅，本集團有權向其採取適當的法律行動。任何報復或威脅報復的員工將受到包括可能被即時解僱的處分。本集團管理層支持並鼓勵員工提出疑慮而毋需害怕遭受報復。

此外，調查期間所涉及的任何個人資料，將依據香港個人資料(私隱)條例(如適用)高度保密處理，並僅向審核委員會授權之指定人士披露及處理。

5.4 隱私保護與信息安全

吉利汽車高度重視隱私保護與信息安全管理，嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、歐盟《通用數據保護條例》等國內外相關法律法規。伴隨著科技與智能時代的高速發展，我們為用戶提供智能化產品與服務的同時，亦重視消費者個人隱私保護及商業信息安全問題，致力於維護良好合規的數據生態環境。報告期內，本集團並無用戶數據洩漏的情況發生，亦未接獲與消費者數據丟失和隱私保護相關的投訴。



隱私安全保護

隨著《中華人民共和國個人信息保護法(草案)》及歐盟《通用數據保護條例》的發布，本集團參考《個人信息安全合規管理辦法》、《APP業務個人數據處理自評估模板》、《APP違法違規收集使用個人信息自評估指南》等制度文件，對APP自評估政策進行解讀，並組織開展軟件安全檢查，對本集團旗下的APP隱私條款和流程漏洞進行修訂和梳理。

此外，本集團信息工程部亦針對個人信息保護開展了多次培訓，包括APP個人信息保護知識介紹、APP隱私合規介紹和實施等。同時，我們特別為研發人員提供APP個人數據保護培訓，從而提高產品在研發和運營階段的個人隱私數據保護水平。

在產品開發過程中，我們逐步完善軟件開發安全保障工作，將個人隱私保護納入到開發需求的一部分，並要求開發部門保證落實。報告期內，研發部門也在產品信息安全方面取得了創新性研究成果。傳統信息安全主要以軟件加密為主，我們在新的產品中應用了硬件加密芯片，並採用國密算法，提高了信息安全等級，保障用戶隱私及數據安全。該技術將在未來新上市的車型中全部使用。

消費者隱私保護

消費者隱私保護主要通過本集團合規管控與銷售公司業務管控兩條路徑，從信息採集、信息使用、信

息管控等方面對消費者隱私進行保護。在合規方面，各銷售公司及經銷商須嚴格遵守本集團合規制度及體系。各銷售公司合規辦依照本集團制度，制定了《總部及分公司傳播類業務傳遞流程》、《營銷分公司廣宣合規準則》、《吉利品牌營銷分公司戰區市場部作戰指導》等開展年度合規性審查工作，確保銷售業務符合相關規範。在實際業務開展過程中，吉利汽車主要從銷售數據管理、外部業務調研與IT信息保障三個層面對消費者隱私進行保障，具體如下：



銷售數據管理

- 經銷商端口數據：設置嚴格的管理查詢權限，防止銷售顧問查詢非本人客戶信息；
- 主機廠端口數據：僅有相關人員可接觸客戶檔案，制定嚴格的信息安全保護制度。



外部業務調研

- 與外部簽署合同時嚴格要求數據不允許用於其他任何用途；第三方入場調研禁止攜帶手機或使用任何數據存儲設備；
- 調研結果向經銷商、分公司及相關業務部門發送前，會對敏感信息進行覆蓋；
- 對於消費者信息泄露所產生的客戶投訴，將進行相應調查，對問題相關人員及經銷商採取警告、處分、負激勵等措施。



IT信息保障

- 客戶檔案信息查詢均有嚴格的權限設置，需多層審批通過後可進行客戶檔案查詢，但仍受相應限制及管控。

信息安全管理

本集團高度重視信息安全管理，特成立了信息安全管理組織和執行組織，為信息安全管理提供充分的資源支持。此外，我們根據ISO 27001信息安全管理體系標準制定信息安全管理制度，現行制度覆蓋了新版標準所有114個控制點。報告期內，我們針對《信息安全事件管理規範》、《信息安全事件管理程序》、《第三方信息安全管理程序》、《數據安全管理程序》、《工業控制系統信息安全管理辦法》、《業務信息安全合規管理辦法》等內部制度進行工作部署和優化，更加貼近業務目標及行業標準，進一步完善研發和製造階段的信息安全管控。

信息安全培訓

為確保員工理解及遵守本集團信息安全要求，報告期內我們開展了四次關於網絡安全問題的培訓（例如釣魚模擬、認知活動等），並於2020年9月舉行合規信息安全月活動，通過線下培訓、視頻、展板、漫畫、標語等宣傳形式，提升員工的信息安全意識，並得到員工的積極響應。

為保障疫情期間生產和辦公過程的信息安全，信息安全技術團隊提供了多種遠程辦公方案，滿足用戶需求。同時，信息安全管理團隊為員工開展了疫情期間辦公的信息安全培訓，並要求全體員工須簽署遠程辦公信息安全承諾書。在此期間，本集團未發生任何信息安全事件。

信息安全測試

為保證網絡信息安全，本集團成立了網絡安全團隊安排專人負責網絡威脅跟蹤及漏洞管理。與此同時，我們制定了網絡突發事件應對計劃，並每年平均開展4次模擬測試及更新。我們通過進行桌面模擬，即模擬潛在的網絡安全事件，以評估

應對計劃及人員配置是否合理和充分。此外，我們針對所有互聯網接入的應用進行滲透測試和漏洞篩查，以此避免暴露重大漏洞風險。於報告期內，我們亦完成了紅隊測試，並設有正式的流程來彌補和改進測試中發現的問題。

信息安全外部認證及內部審核

2018年，吉利汽車對信息安全管理體系進行了梳理和提升，取得ISO 27001信息安全管理體系認證，並於2019年和2020年分別通過信息安全管理體系年度審計。

此外，於報告期內本集團信息工程部開展了內部信息安全檢查，並聯合內部審計部進行每年至少一次的信息安全審計，以確認信息安全管理體系的有效性並及時提出改善建議。基於安全檢查結果和內部審計建議，信息工程部規劃及執行相關的改善計劃。另外，內部審計部亦針對銷售業務開展了客戶隱私保護的審計，從客戶信息收集、使用、存儲、銷毀等個人數據的全生命週期過程進行風險排查。



- ISO 27001信息安全管理體系認證





攜手同行 共創未來

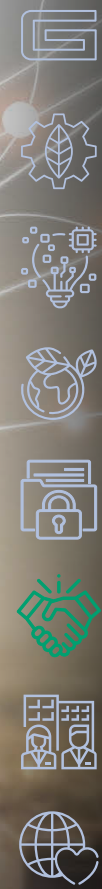


吉利汽車聚焦：

為支撐快速發展戰略，構建行業新生態，吉利汽車已建立具有競爭力的全球供應鏈體系，以及具有自身特色的營銷服務體系，並不斷助力以提升他們的可持續發展。同時通過行業互助以及互利共贏戰略協同的夥伴關係，推動行業協作發展，共創可持續的未來前景。

策略方針

- 9 产业、创新和基础设施
- 12 负责任消费和生产
- 17 促进目标实现的伙伴关系



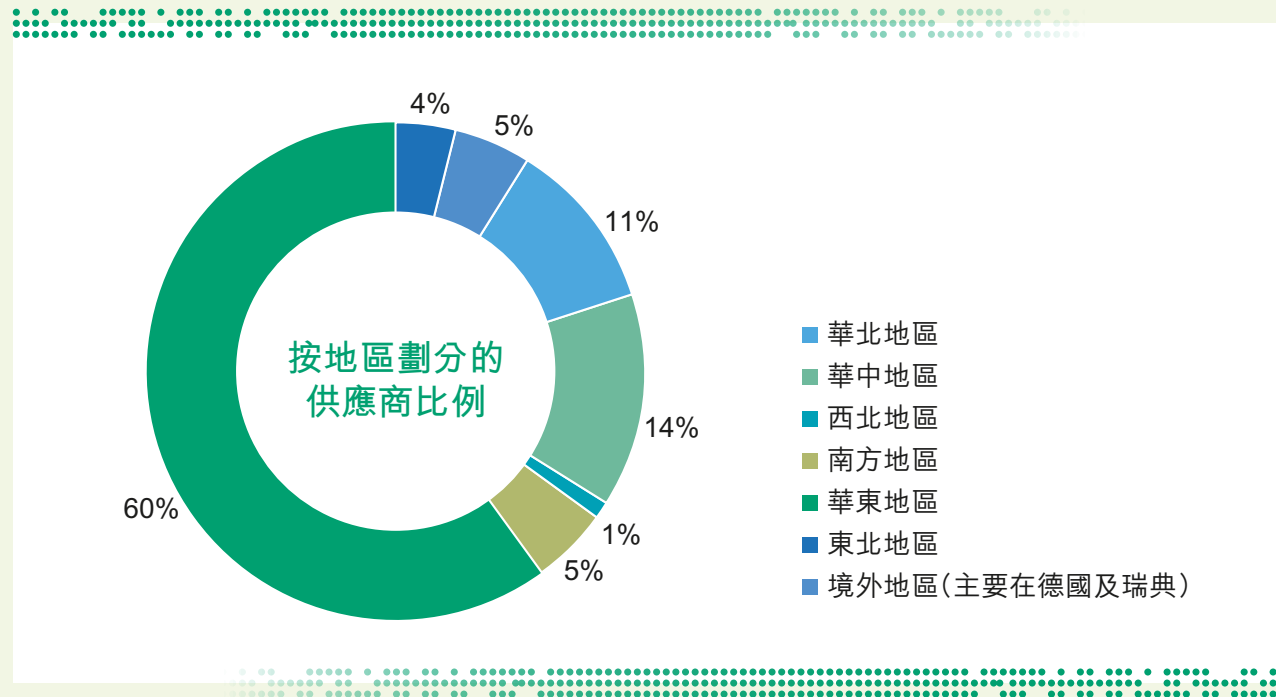
6.1 負責任供應鏈

經過多年的發展，中國國內的汽車零部件供應鏈已經逐步成熟並具備全球競爭力，本集團能夠充分利用自身的產業鏈地位優勢以及上游零部件產業鏈專業化分工帶來的規模效應，實現責任採購，打造負責任的供應鏈。

供應鏈管理

根據採購產品的不同，採購公司的運營模式包含直接採購和間接採購。直接採購包括零部件採購，依照本集團《採購控制程序》中有關整車零部件的採購實施流程執行。間接採購包含研發採購、重大裝備採購、信息化採購和綜合輔料採購，亦會依照本集團相關的採購制度執行。

本集團的採購流程包括供應商尋源及定點、供應商准入及開發、採購訂單及結算、供應商日常管理四個方面。我們的採購部門推薦預選供應商，研發部門、供應鏈質量管理中心(SQE)與供應商進行技術和質量交流。採購部門會再組織研發部門、SQE等單位召開定點會，會上由三方共同定點供應商，並與供應商進行商務談判。


























供應商准入和評價

在新供應商開發過程中，我們積極開展供應商風險評估和准入評審，對於質量、技術、經營(含ESG)風險等做到提前識別，提前應對供應商准入。潛在供應商准入需經過研發部門、SQE、採購部門三方現場評審，合格後方可被納入供應商系統。採購部門負責經營管理能力評價(包括不但限於：經營與財務狀況、成本競爭力、資質與經驗、客戶滿意度、交付服務、環境、商業道德、職業健康、安全生產、勞工人權、員工關愛等能力表現)，以此篩選出與本集團可持續發展目標一致的最優供應商；研發部門則負責供應商的研發技術能力評價；SQE負責製造能力以及質量保證等能力的評價。

我們針對供應商開展例行審核和飛行審核工作。一方面，保證供應鏈合規運行，另一方面，確保供應商對其自身的ESG風險進行管理，以打造負責任的可持續供應鏈。報告期內，我們對65%的供應商開展了例行審核和飛行審核。例行審核包括新供應商准入審核、3A例行審核等，這些均是對供應商的綜合能力評級。評級優秀的供應商將進行深入交流合作，而評級欠佳的供應商將不被允許准入。其中評級條款涉及質量、環境、安全、勞工、廉潔等要求，詳細的從各方面約束供應商行為，對供應商的綠色設計能力、人才培訓體系、生產環境、物料包裝、應急預案、排放標準、環保材料，新技術應用，勞工權益等均制定了嚴格的要求。

於報告期內，我們對100%新供應商在准入過程中進行環境和社會影響評估，未發現具有重大負面環境及社會影響。經統計，本集團已有82%的供應商通過ISO 14001環境管理體系認證，99%通過IATF 16949質量管理體系認證，並要求新准入供應商應制定其可持續採購政策(包括不使用童工、不強制勞工等要求)。另外，具體到新車型項目，當供貨地距離生產 $\leq 1,000$ 公里時，運輸過程必須使用可循環包裝材料。在本集團的影響和帶動下，2020年使用循環包裝材料的供應商比例達75%，覆蓋84%的零部件。

供應商審核中關於ESG方面的評分準則

 質量	 安全	 環境	 勞工	 廉潔自律
<ul style="list-style-type: none">  IATF 16949質量管理體系；  質量保證體系；  對質量目標進行管理；  管理團隊每月開展持續質量改善活動。 	<ul style="list-style-type: none">  滿足國家房屋建築安全和消防安全有關法律法規要求；  設置安全生產組織，如安全生產委員會；  易燃易爆等危險物品的生產、存儲、運輸滿足要求；  符合信息安全要求，對於軟件類供應商符合ISO/IEC 33020。 	<ul style="list-style-type: none">  遵守國家及地方的環境相關的法律法規；  「三廢」合規排放；  ISO 14001環境管理體系的認證；  保證提供的產品或服務滿足買方相關環境的要求。 	<ul style="list-style-type: none">  無僱傭童工及相關人員從事危害身體健康工作；  遵守國家勞動法；  取得職業健康安全認證，如OHSAS 18000；  有清晰的薪酬和福利制度；  有工會定期開展員工滿意度調研工作。 	<ul style="list-style-type: none">  不以任何名義向對方人員輸送各種財產性和非財產性利益或好處；  不得與對方人員開展經常活動，相互有親屬關係的人員應主動回避；  在雙方合作終止後2年內未經對方同意不得接受對方人員任職或提供服務。

另外，我們正在積極與沃爾沃汽車共同規劃聯合開發與採購。其中，可持續發展指標已被納入供應商選擇標準，將會運用在未來智能純電動架構的聯合開發和採購。吉利汽車聯合沃爾沃汽車，在商業道德、社會責任、減少碳排放、可循環材料、可再生能源利用等方面規劃上述未來架構產品的共同目標，再帶動供應鏈共同實現。

供應鏈風險應對

為應對供應鏈風險，我們開展了供應鏈風險分析項目。針對供應鏈的質量風險、產能風險、交付風險、資金鏈風險以及ESG風險等均制定了預警機制和應對措施。同時，我們在供應鏈全週期均開展了相應的風險防控舉措。針對供應商准入階段，我們基於3A審核結果對供應商能力進行評估。產品開發階段，做好每個階段的質量評審，完成生產件批准程序。在此期間基於質量和交付風險，對識別出高風險的供應商進行重點管理。供應商製造階段，量產後我們將識別供應商的關鍵工序和質量控制點，通過開展定期和不定期的檢查來確保量產質量一致性。同時結合整車裝配過程中識別有關供應商的質量問題，要求他們進行質量改善。於用戶使用階段，我們通過對市場質量表現從大數據做好供應商質量防控和趨勢遏制。

對於ESG風險，我們已在准入和評價過程中，對供應鏈ESG風險進行識別及篩查，盡可能減低ESG風險暴露。針對ESG風險應對方面，我們利用Sedex SAQ¹、鄧白氏²、道瓊斯指數³等工具對供應商夥伴的ESG現狀積極排查及做好數據分析管理工作，並多次組織大型供應商參加相關課題的培訓活動，鼓勵和推進供應商的持續改進，得到了尤其是中國供應商夥伴們的廣泛支持和響應，為汽車行業未來的持續發展注入能量。

供應商能力提升

為更好的針對供應商開展培訓及宣貫，本集團在吉利企業大學質量學院下設供應商品質經營學院，負責對供應商進行體系導入、管理導入、文化導入，並加強供應商專業培訓及專業資質認可項目，將供應商能力規範化，採購流程標準化，促進雙方長久合作，從而打造具有競爭力的供應鏈保障體系。

報告期內，我們進一步強化了供應鏈在研發技術能力、生產製造能力以及質量控制能力的提升，開展定點幫扶培訓的供應商總數達243家，開展供應商培訓達3,614人次。與此同時，我們對標改善供應鏈管理方式，基於供應鏈薄弱點，對成本優勢大、質量競爭力弱、有基礎且意願強烈的供應商進行專項提升，攜手打造供應鏈命運共同體。

我們重視供應商能力提升與智能化管理，提升產線效率及供應鏈效益。報告期內，我們協助重慶某家供應商開展了提升項目，使供應商物流庫房轉型為智能化庫房。主要通過：機械設備替代人工搬運，提升作業效率；通過掃碼核對的打造方式打造精準管理；通過對批次信息的自動採集，實現產品生產和銷售過程的精確追溯；通過安裝周轉箱設備清洗機器，實現周轉箱再次利用和環保效益。



● 零部件倉庫高位貨架、電子板及掃碼入庫，打造智能倉儲打下夯實的基礎



● 周轉箱設備清洗，實現再次利用和提升環保效益。

¹ Sedex SAQ是指供貨商商業道德信息交流平台上關於「自我評估問卷」，可提供供應鏈成員相關社會責任信息

² 鄧白氏：全球領先的商業信息供應商，被廣泛應用於風險管理、營銷和供應管理決策領域

³ 道瓊斯指數：股價指數，可提供各供應商資本市場情況

6.2 助力經銷商成長

吉利汽車沿用了汽車行業以經銷為主的銷售模式，我們積極佈局營銷網絡，擁有覆蓋全中國且高度下沉的銷售渠道，以獲得更廣泛的客戶資源。並且致力於提升經銷商的能力，以更優質的服務，助力公司品牌力向上升級。

合規營銷

為更好地保護消費者權益，規範經銷商管理工作，我們結合實際業務情況從市場秩序、核銷誠信、金融誠信、對客戶誠信、合規誠信等方面進行規範性管理，並進行年度制度更新，包括《經銷商運營管理辦法》、《經銷商誠信積分管理辦法》、《經銷商運營績效檢核管理辦法》等。

本集團致力於與經銷商共同維護良好的市場秩序，持續提升消費者的購車體驗，我們在吉利汽車品牌的官方網站(www.geely.com)上公開披露車型信息及官方指導價，給予經銷商和消費者合理透明的價格參考和詳細的產品參數。同時，我們亦在網站披露提供試駕服務以及新能源汽車廢舊動力電池回收服務的經銷商信息(名稱、地址、電話等)，以幫助消費者選擇最適合、最便捷的產品與服務。另外，吉利和領克品牌均提供統一的購車合同模板供經銷商參考，避免誤導和不準確的說明，保障消費者的權益及公平性。

為確保營銷傳播方向與內容在符合相關法規的前提下，同時滿足業務需求，我們從傳播內容制定、分發及審核環節均設立了相應的制度與流程保障，並明確品牌營銷策略委員會作為審批管理機構。隨著新聞傳播方式的不斷更新與變化，吉利汽車適時推出針對新媒體運營、媒體關係、經銷商管理類的傳播規劃制度，在制度上對營銷活動及公關活動作出規劃，確保宣傳內容不含虛假、誤導、欺詐、不公平、不清晰或模糊的信息。同時，銷售公司法務部門對重要的傳播素材進行傳播誇大性、是否遵守廣告相關法律法規進行評估審核。針對經銷商的營銷及傳播發布，我們提供專屬的營銷素材下載平台，該平台內素材須通過銷售公司產品組、傳播組、法務部審核後方可上傳，我們亦提出相應的傳播素材製作和規範要求，確保營銷傳播的統一和規範。

為確保經銷商嚴格按照集團制定的相關制度執行營銷活動，並為客戶提供滿意周到的服務。我們各品牌均針對經銷商的運營及合規情況展開定期及不定期的評審，如有違規傳播現象將執行嚴厲的考核處罰。

經銷商培訓

吉利品牌不定期對經銷商進行產品上市以及銷售能力培訓，對銷售思路進行梳理和引導，對銷售服務過程中經常碰到的問題做出分析和歸納，並不斷開發服務上的新思維。與此同時，我們引導經銷商向消費者傳遞負責任的消費觀念及購買決

策，要求銷售人員需對產品的健康安全與環保性能(如CN95健康車、安全駕駛、防盜系統、綜合工況油耗、排放標準等)，以及不同車型提供的新能源版本進行清晰介紹，為消費者提供更多元化及環保的購買選擇，進一步提升消費者評估產品的能力。此外，我們促進經銷商對新能源汽車廢舊動力電池回收服務進行詳盡的介紹，向消費者提供或建議其採取回收和處理服務，鼓勵消費者選擇對社會及環境負面影響較小的產品和服務。

領克品牌一直重視對經銷商的培訓開展，日常針對經銷商的業務培訓主要包括產品培訓和銷能提升兩部分。報告期內，我們通過線上課程及時為經銷商提供支持。同時，針對新入網經銷商開展孵化項目，為新入網經銷商熟悉領克運營管理體系提供全程支持，提供運營標準及業務指引，幫助經銷商快速形成戰力。組織運營及講師團隊入店輔導，為經銷商管理人員賦能，幫助經銷商規範業務開展。領克品牌對經銷商的賦能培訓，一般從人員培育、產品效能、運營質量和品質服務四個方面開展。

此外，為了方便經銷商學習，我們提供多種學習平台，除PC/手機學習系統外，我們還建設了微信公眾號和抖音賬號。通過線上和線下相結合的方式，為經銷商提供多種學習渠道和豐富的知識儲備，以促進各經銷商提升銷售能力。同時將各種先進理念授予銷售人員，提倡數字化營銷。





案例：

吉利品牌經銷商培訓



通過開展新車上市培訓(包括產品體驗點講解、參觀生產線、零部件講解等)，幫助經銷商在預售期具備客戶接待、解決客戶疑慮能力和簽單能力。

豪越新車上市集中訓：

293家經銷商1,058人參訓，通關率99.9%；

星瑞新車上市集中訓：

300家經銷商1,081人參訓，通關率100%。



G學堂「每周一講」欄目集結全集團資源為一線銷售顧問提升軟實力。從5月份開啓，目前已發布16門精品課程，平均每課學習量達6,200人。



疫情期間，我們與經銷商充分進行線上互動，通過手機應用G學堂開展10場視頻直播PK賽，提升銷售人員的競爭力。

2020年7月，我們舉辦了精品活動「我就是STAR專項直播PK賽」。截至賽事結束，共171家經銷商參與，直播總場次1,340場，點贊數71,282次，綫索增量近3000多條。賽事期間，100餘台車轉化成交。

我們注重經銷商的實戰與體驗，於2020年9月-12月開展年度銷售精英大賽，全國共7大賽區組成，共計3,758名銷售精英參賽，占總銷售顧問40.8%，賽事傳播覆蓋全網經銷商。

案例： 領克品牌經銷商培訓



通過崗位認證培訓，對經銷商關鍵崗位和體驗顧問進行基礎知識和從業能力培訓。關鍵崗位認證人數1,016人，整體認證率90%；體驗顧問/電商體驗顧問認證2,265人，整體認證率91%。

領克01新車上市培訓：從新出發，全方位體驗產品特性，合計441人參訓，合格率100%。

領克06新車上市培訓：融合銷售技巧課程，基地體驗式培訓，293家經銷商1,316人參訓，通關率99.9%。





案例：

成立吉利國際營銷學院，打造人才生態鏈



報告期內，為打造集吉利汽車的國際銷售團隊、海外經銷商人員以及技術服務人員，三位一體的人才生態環境，我們成立了「吉利國際營銷學院」，加速人才的深度融合。在本集團全球化發展背景下，打造健康、可持續發展的海外營銷人才生態鏈，培養海外頂尖營銷人才，進一步提升吉利的全球競爭力和影響力。

6.3 推動行業發展

吉利汽車積極促進和推動行業發展，我們始終致力於在推廣行業溝通、資源共享等各方面發揮積極作用，為行業搭建交流合作平台。此外，我們最新發布的浩瀚架構，其開放性亦為行業帶來更多的共創機會。現已開啟超過34個智慧出行場景的產業集群，吸引了眾多全球頂級生態合作夥伴加入共創，推動行業新生態的發展。

參與行業互動

本集團通過加入行業協會，積極參與行業互動。目前，吉利汽車擔任中國消費品質量安全促進會、杭州市首席質量官聯盟等協會的副理事長單位、中國汽車工業學會、中國質量協會等會員單位。與此同時，我們與國內部分汽車企業、科研院所，以及行業機構共同成立了中國汽車質量技術聯盟，作為聯盟的副理事單位，承辦2021年中國汽車質量技術大會，響應國家質量強國戰略的號召，搭建汽車行業質量技術領域交流平台，引領汽車質量技術的創新發展。吉利汽車作為浙江製造新名片，與浙江省市場監督管理局、標準化研究院等共同成立了杭州市首席質量官聯盟，2020年9月「杭州市企業首席質量官制度深化推進會暨首席質量官聯盟」成立大會在吉利汽車總部召開，為加快推進企業質量管理現代化，打造具有國際競爭力的杭州發展新高地發揮了積極作用。



我們積極參與行業協會活動，2020年吉利汽車推選優秀案例參加浙江省機械工業聯合會、中國機械工業質量管理協會等協會舉辦的質量控制活動大賽、品牌故事大賽等活動，與各合資及自主品牌汽車企業同台競技，我們參賽的改進案例分別獲得了國家級及省級的標桿項目獎、一等獎、專業示範獎等各類獎項，其中《有一種態度叫每一個分貝都很講究》的品牌故事獲得了第八屆全國品牌故事演講比賽總決賽一等獎。

推動行業研發能力

作為戰略佈局全球的企業，我們積極與行業開展全球各類合作交流。報告期內，動力研究院與查姆斯大學在哥德堡通過博士生項目開展合作，主要研究鄰域包括變速器控制及換流器研發及能源優化。研究院與工業和信息化部裝備工業發展中心、中國汽車技術研究中心有限公司、全國汽車標準化技術委員會合作研討制定《智能網聯汽車數據交互與綜合應用平臺數據上傳》，目前經過兩輪的研討已經完成初步意見稿，計劃2021年完成。

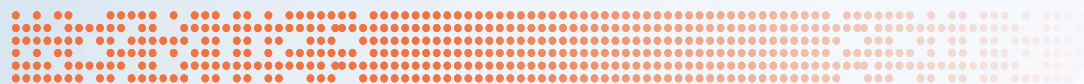
2020年11月28日，浙江省汽車安全技術研究重點實驗室學術委員會換屆暨第三屆第一次會議在寧波杭州灣吉利汽車研究總院召開。我們陸續與同濟大學、湖南大學等高校開展了開放課題研究，課題內容涵蓋智能網聯、新能源電池包防護、主被動安全測試場景等領域。

報告期內，我們與同濟大學、華南理工大學提報的《中國弱勢道路參與者交通事故傷害研究及防護技術的開發》項目獲得中國汽車工業科學技術進步獎二等獎。為了提高車輛弱勢道路參與者安全性能，該項目自主完成了弱勢道路參與者保護技術開發平台。項目擁有自主知識產權45項，授權發明專利19項，對外發表論文10篇，項目總體技術達到國際先進水平。





凝聚員工 匠心成長



... 7.0

- 3 良好健康与福祉
- 5 性别平等
- 6 清洁饮水和卫生设施
- 8 体面工作和经济增长
- 10 减少不平等

吉利汽車聚焦：

吉利汽車始終遵循「尊重人、成就人、幸福人」的人才理念，多渠道吸納國內外優秀人才。我們秉承「快樂人生，吉利相伴」的核心價值理念，不斷完善人力資源體系和職業健康與安全體系，以培養具有核心競爭力的優秀人才，也保障所有員工的身心健康。

策略方針

吉利汽車人才森林理論：

- 通過引進外部高端人才，形成人才大樟樹，並提供良好的陽光雨露環境，使其扎根吉利汽車；
- 通過內部培養，形成一棵棵人才小樹苗，讓大樟樹帶動小樹苗一起成長，最終共同成長為有高有低、有大有小、具有強大的生命力和生態調節功能的吉利汽車人才森林。



SEE，看見模型

包含兩層寓意：

- 一是從外向內看，通過企業的發展戰略及優秀的企業文化，實現全球人才集聚，讓外部「大樟樹」看見我們的平台和空間；
- 二是從內向外看，通過「內生型人才培養」機制及有競爭力的激勵體系，激發員工活力與創造力，讓內部「小樹苗」看得見自己的成長成才。



7.1 僱傭概況

面向全球市場，本集團建立了「行動本土化、思維全球化」的管理機制，以更符合全球人才發展和管理的SEE 模型為動力，最大限度賦能員工，激發員工無限創造力。我們嚴格執行國家及地方法律法規，支持聯合國契約所倡導的尊重、保護人權要求，不論是對員工、合作夥伴、客戶等利益相關方，始終促進和保障運營和價值鏈遵守人權規範，適時檢討自身在運營範圍的遵守情況。截至2020年末，本集團的員工總人數為38,376人，其中於中國(包括港澳台)的員工人數為38,255人，於海外工作的人數為121人。

本集團秉持多元化及反歧視理念，以「尊重、適應、包容、融合」的態度，拒絕種族、國籍、宗教、殘疾、性別、學歷等方面的歧視和強迫勞動，致力於為每位員工營造多元化、平等、公平、和諧的工作環境。我們持續投放資源吸納不同背景的人才和支持員工發展，因地制宜地開展跨文化溝通與融合，整合不同歷史及文化背景的全球人才，持續打造多元化的人才隊伍；同時，致力為所有人提供平等機會，不實施任何直接或間接歧視行為，亦為殘障人士開放平等就業機會，向他們提供可發揮各自所長以及天賦的平台，在運營過程中貫徹落實國家及當地政府關於少數民族、殘疾人員的政策與規定，推動提高弱勢群體的權利意識，保障相關員工群體的基本利益。截至2020年末，本集團的少數民族員工人數為1,021人。

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國就業促進法》、《女職工勞動保護特別規定》、《中華人民共和國工會法》以及《中華人民共和國未成年人保護法》等法律法規及相應的慣例，不斷規範人力資源管理，承擔相應法律賦予僱主的義務。

報告期內，我們強化人才管理體系及配套制度，修訂了包括《人力資源體系資源文件管理標準》、《招聘管理制度》等制度，力求打造公平合理、高效激勵、尊重員工的人力資源管理體系，保證員工的各項權益。我們堅持圍繞「人才森林」戰略落地並順應汽車行業「新四化」戰略轉型，積極開展人才引進、培養，以及僱主品牌建設工作，在人才市場分析、人才精準供給、人才入口把關等方面持續創新和突破。

在提升招聘效果方面，我們基於定崗定編科學制定招聘規劃，通過招聘和勞動法規的培訓，進一步規範招聘流程，亦開展全員徵信減低招聘風險。

7.2 勞工管理

為保障員工合法權益，建立良好的勞動關係，我們在工作時間、假期保障、招聘、解聘等方面制定了如《福利管理制度》、《入職與異動管理制度》、《招聘管理制度》等制度，相關管理制度嚴格遵守國家勞動法規規定如《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》、《企業勞動爭議調解規定》。同時，我們嚴格執行國家關於禁止聘用童工及強制勞工的法律法規。如在人才甄選時，我們嚴令禁止錄用低於16週歲及以下的員工，並要求下屬各單位嚴格執行此標準。報告期內，我們未出現錄用或者使用童工情況亦未發生違反與僱傭、童工和強制勞工相關法律法規情況。

報告期內，我們對《崗位管理標準》進行補充修訂。通過對崗位說明書、崗位價值評價進行補充規定，進一步落實精益管理，全面升級崗位和編制管理體系，落實「人本、創新、卓越」的核心價值觀。同時，我們更新《入職與異動管理制度》，進一步規範有關員工入職管理、調動管理、離職管理、重新僱傭管理、退休管理、退休返聘管理等管理要求，充分保障勞工的各項權益，消除任何隨意性或歧視性的解僱行為，落實「尊重人、成就人、幸福人」的人才經營理念。



員工溝通

本集團以溝通渠道為鏈接，建立面向全員的正式與非正式溝通渠道，提供無障礙、公平及清晰透明的溝通程序。我們舉辦全員參與的年度經營工作大會，讓全體員工了解本集團的戰略及發展方向。同時，我們也舉辦中期及年終的員工大會，季度員工座談會等，引導員工了解企業動態信息，收集員工需求與建議。

我們開展「雙愛工程」，即企業關愛員工及員工熱愛企業的活動。透過不同形式的雙愛活動提升員工歸屬感和凝聚力，亦給予員工直接與高管交流的機會和平台，豐富員工意見反饋渠道。此外，我們建立了員工跟領導交流的「心通道」，通過收集員工意見，幫助員工直接約見公司管理層。報告期內，通過「心通道」，共建立溝通11次，及收集員工意見161條，並推動改善落實。

為避免員工遭遇不正當對待，當發現相關情形，我們以制度規定為支撐，對話和調解為基準，提供合理的申述與反饋渠道。例如：員工對績效結果存在疑問，可在考評結果發布後兩個工作日內，向人力資源部門提起申訴，由人力資源部門負責調查、協調，提出建議。另外，員工在察覺到不合規情況或因此造成不公平的情況，亦可向合規部門進行申訴。報告期內，已收到的申訴案總數為339項(其中合規類申訴320項，績效類19項)，均已全部得到處理，及時給予申訴人正面、積極回復，並得到申訴人對處理結果的認可。為進一步提供更獨立的申訴渠道，我們在各單位設立了總經理信箱。在集團層面也提供了董事長、工會主席、紀委書記等信箱，確保申訴處理的獨立。

組織開展各式員工民主溝通會

報告期內，本集團各業務單位，依托自身資源和渠道和實際需要，組織開展各式員工民主溝通會，將民主生活作為企業和員工溝通交流的一個重要渠道。

參與員工覆蓋一線員工、各層級幹部、各系統骨幹等，溝通內容涵蓋工作環境、公共設施、團隊培養、人員發展、後勤、交通、公司安保、員工勞保等。員工民主溝通會已形成本集團關注民生的一個品牌活動，通過常態化開展，得到公司員工的正面認可。

各業務單位領導亦主動參與、引導與各級員工的交流，不定期開展總經理接待日，解決各類員工問題。





我們傾聽員工最真實的聲音，以樹洞為名，採用匿名投稿的形式，將員工心中「想說但不敢說、想說但沒時間說、想說但不知道跟誰說的話」收集起來，細細傾聽，切實可行地解決員工朋友們工作上/生活上的各種問題，讓他們能够在輕鬆愉快的氛圍中快樂地、心無旁騖地投入工作。我們每個月輸出一期《樹洞回聲》，對當月期間投稿的內容進行整理解答和發布，積極回應員工心聲，打造出充滿著愛的工作氛圍。

我們已連續6年與外部第三方機構合作開展員工效能調研工作，旨在了解員工對本集團各維度經營管理活動的滿意度、傾聽員工意見和提升組織效能。2020年，滿意度調研結果為88.6%，自實施效能調研以來連續提升。根據本年度調研結果，我們對比2019年度效能調研數據，開展定性、定量分析，為後續改進

行動提供方向指引；同時，我們賦能內部專業團隊，配合指導各專業綫、各級單位形成員工效能提升行動計劃並開展落地實施，依托信息化共享平台，建立效能提升行動計劃實施情況追蹤機制，季度、年度追蹤各單位計劃完成情況與實施效果，進一步推進和落實敬業度調研結果應用。

晉升通道

在人才發展管理方面，我們為內部員工提供三條主發展通道：管理通道，專業通道和技能通道。並以年度為週期，分別組織幹部盤點述職任命工作、專業任職資格評價和技能員工星級評定，保證員工主通道的暢通且平等發展機會，

同時，我們十分重視建設內部人才市場，在組織內部拓展員工發展的寬度、培養複合型人才的同时，促進了員工於組織內的長期發展。我們構建了「活力計劃」內部人才流動文化標籤，以高自由、高包容度支持員工在組織內的跨通道間轉崗發展，全年發布綫上活力計劃82場，崗位涉及84家業務單位，投遞簡歷755份，實現成功轉崗138人。

績效與薪酬福利

報告期內，我們圍繞「高挑戰、高績效、高回報」的管理導向，進一步推動績效管理變革。我們修訂完善《員工績效管理制度(2020版)》，持續推行高績效動態管理機制。同時，我們系統梳理幹部、專家、經營體成員三類重點人群的績效評價規則，以促使組織更加敏捷無界，員工更加高效創新，持續推動組織效能提升。



薪酬管理優化

- 經營體激勵：於組織中形成各個經營體，基於各類的經營成果和價值創造制定各自的目標，目標的完成會得到相應的激勵。
- 高效人員激勵：創造更高價值和付出更多努力的員工，將會得到更高回報的激勵，以提升員工的士氣，打造高績效組織。
- 製造人員激勵：不斷完善以崗位技能為基礎、以績效為驅動的製造薪酬體系，採取基於利益共享、專項成果、特殊工種、高峰期人員保留等設立激勵機制，以規劃合適技術人員的薪酬機制，確保他們的工匠精神受到認可。
- 實施核心人才中長期激勵：以中長期激勵有效結合企業和個人利益，吸引和激勵中高級管理幹部及核心關鍵骨幹。
- 輪崗福利：提供多樣化的福利去支持員工輪崗到偏遠地區及協助他們適應新崗位。例如：輪崗津貼、探親福利、安置津貼。

我們視人才為企業的寶貴資產，為了進一步提升員工留用率，我們為員工提供多樣化的福利保障。我們每年為員工提供季度福利、節假日福利、生日福利、安排免費體檢。在假期福利方面嚴格按照國家規定為員工提供年假、病假、產假/陪產假、婚嫁、喪假等各項假期福利。



醫療福利

- 整合多方醫療健康資源，開展員工健康關愛項目的自主員工健康管理品牌。聘請具有豐富臨床經驗及健康管理經驗的醫生為品牌帶頭人，搭建健康管理體系，開展各項健康管理服務，適應員工健康需求，提高員工健康水平；
- 分析員工團體體檢結果，解讀個人體檢報告，以體檢數據為基礎關注員工健康狀況，早期發現亞健康狀態和潛在的疾病，實現早發現、早預防、早診斷、早治療。



保險福利

- 推行員工商業保險福利項目，為全體員工及其家屬（配偶、子女及父母）提供全方位的商業保險福利保障，整體保障內容覆蓋了意外/疾病身故、重疾及門急診等責任，幫助員工及其家庭規避或減少因意外及疾病帶來的經濟和精神壓力和風險，解決員工後顧之憂，提升員工及家庭的體驗感和幸福感，增強企業凝聚力。



物質福利

- 2019年和2020年，委托娃哈哈集團，採用來自吉利貴州雷山扶貧示範項目的夏秋茶為原料，新研一款健康綠茶飲料，為員工夏季送去一份清涼；
- 生日福利引入「福利小天使」形象，將關愛直接送至員工工位；並舉辦「生日趴」系列活動，獲得員工高度參與；
- 我們建立了一個內部的網上商城「吉好的」，透過集體採購為員工提供折扣商品。在報告期內，我們進一步優化此購物體驗，豐富員工福利。

員工關愛

吉利汽車致力於構建員工全過程生命週期關愛體系，我們一方面持續構建從員工入職、交友、結婚、生育、入學入托、居住、教育引導、發展通道、風險保障、節日慶祝、奉獻社會到離職退休的全過程生命週期關愛體系。另一方面，我們努力實現分門別類的關愛，盡可能實現精準關愛。

我們通過集體婚禮、家庭開放日、接力跑等司慶系列活動、季度文化主題活動，以及形式多樣的社團活動、志願者活動、員工雙愛工程活動，文化之旅讓員工以及家屬等社會各界都有機會和平台了解吉利汽車的企業文化，讓員工有歸屬感和幸福感，讓整個企業有責任更有溫度。



員工生命週期關愛

- 為了保障員工的切身利益，我們先後出台了關愛激勵、職工互助、教育援助制度，實現「婚育生日必祝賀、傷病住院必看望、家庭困難必幫扶、身亡喪葬必撫恤、進步義舉必獎勵」；
- 自2017年起，我們每年投入近億元為全體員工及配偶、子女、父母購買大病商業保險，讓全體吉利人切實感受到企業強有力的關懷。

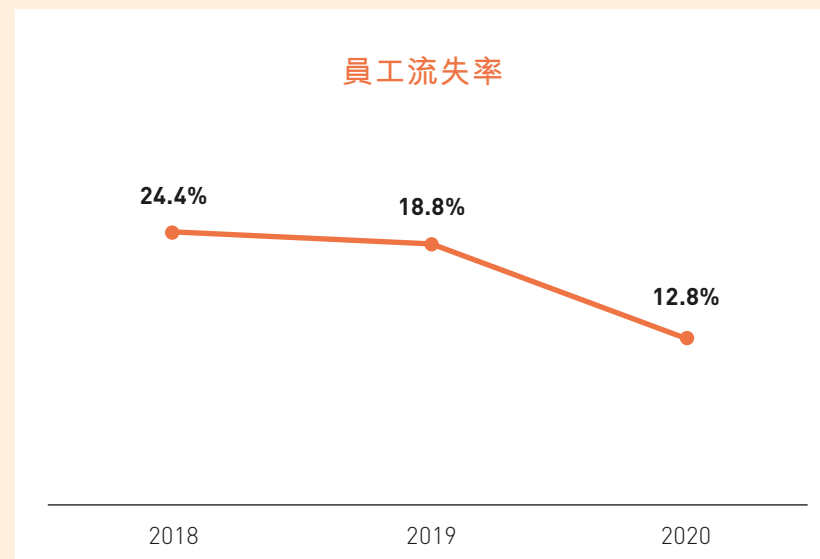
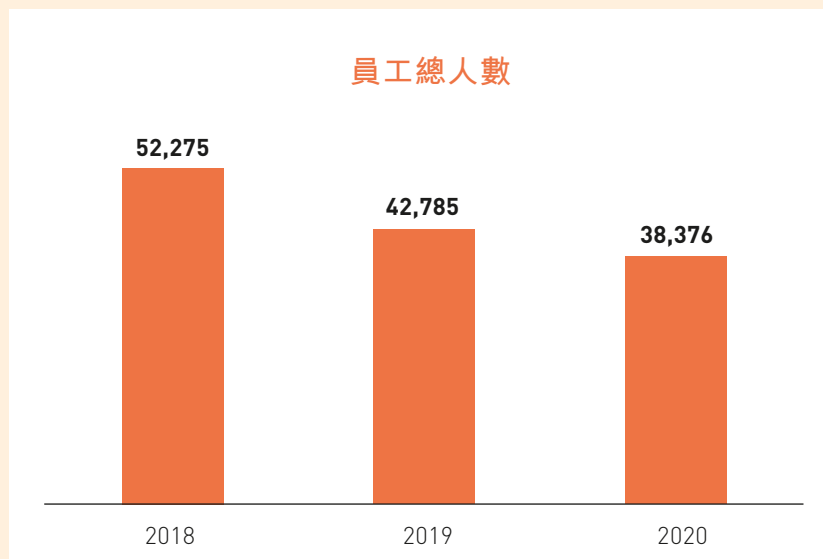
分門別類關愛

- 針對女員工、吉二代、少數民族員工、港澳台員工、外籍員工、複轉退軍人軍屬、歸國留學員工、志願者、先進典型員工、退休員工、在職身故員工的配偶等進行針對性關愛與慰問；
- 針對女性職工，我們在每年3月8日國際婦女節前後都會舉辦各種女性職工福利活動；
- 針對生活困難職工，工會相應開展慰問工作。



為促進外籍員工及派駐海外員工的團隊融入與文化融合，我們已制定《本地僱傭外籍人員管理規定》、《本地僱傭外籍人員薪酬福利管理規定》、《國際派遣管理規定》等管理規範，並通過採取定制化關愛方案以提升海外員工群體的滿意度。我們對本地僱傭外籍員工設計入職培訓方案，幫助員工快速融入吉利汽車的文化與企業環境，熟悉本地的工作與生活；並注重海外節日文化，開展系列節日關懷活動。

吉利汽車持續不斷努力為員工創造家的氛圍，真正為員工謀求福利。報告期內，本集團員工流失率已連續三年逐年降低，新聘員工中僱傭已離職的人數為785人，員工返崗率(育兒假期後返崗)達100%。



7.3 培訓與發展

本集團搭建了人才森林體系，從管理幹部、專業人才、技能人才、業務夥伴人才等設計了針對性的培養項目。我們以行動學習的方式，學以致用、訓戰結合，學員帶著組織年度關鍵任務進入培養項目，帶著解決方案和落地成果從項目中結業，實現了能力發展與組織績效雙提升。

培訓與發展體系

我們建立了自己的企業大學針對不同員工群體、不同層級，聚焦關鍵領域，深化人才梯隊建設，制定了人才培養體系。除對在崗人員和高潛/後備人才實施專項培養，亦為業務合作夥伴開發培養課程共同成長。基於管理、專業及技能三類人才，企業大學也搭建不同方向的人才梯隊培養機制。



針對員工發展的不同時期，不同階段，吉利汽車規劃制定了個性化的培養及提升方案，確保每個層級員工在各自崗位工作之外都能得到能力提升。

新員工培養

為幫助新員工深度理解企業文化，了解集團及各公司組織架構及運作方式，理解產品理念，提升員工職業化素養，我們的企業大學針對社招新員工、校招新員工、新進幹部分別配置了「追夢計劃」、「蓄水池項目」、「轉身計劃」等不同的入職培訓體系。同時，我們對新員工進行「四大階段」培養以及「三大模子」塑造。根據培訓對象的不同，在《企業文化》、《產品體系介紹》、《合規管理基礎》、《HR相關知識》等全員必修課的基礎上個性化地設置相關課程，幫助新員工融入企業文化、熟悉工作環境、快速勝任工作崗位。

新員工「四大階段」培養以及「三大模子」塑造



高層次人才

我們依託浙江汽車工程學院，以培養汽車工程、企業管理、汽車營銷專業的碩士、博士(後)為目標，開啓了探索研究生教育改革的新路徑，並與國內外知名高校合作，共同探索高層次人才培養模式。報告期內，我們與多所高校聯合人才情況如下：

校企合作培育高層次人次

- 與浙江大學工程師學院聯合培養專業學位碩士研究生，共同開發課程內容，提供師資承擔教學任務，讓研究生走進吉利汽車研發中心。2020年課程開發4門，18人被浙江大學聘請為兼職研究員、兼職教授、實踐導師。自2017年啓動以來，累計聯合培養研究生209人；
- 與南京航空航空大學聯合培養專業學位碩士研究生，聯合設置培養方案。自2019年啓動以來，聯合培養學生59人；
- 與燕山大學建立了聯合培養本、碩、博各層次學生培養機制；
- 與哈爾濱理工大學建立了聯合人才培養和共建聯合研發基地，捐贈2輛試驗車輛，供哈爾濱理工大學教師學生拆解研究使用。

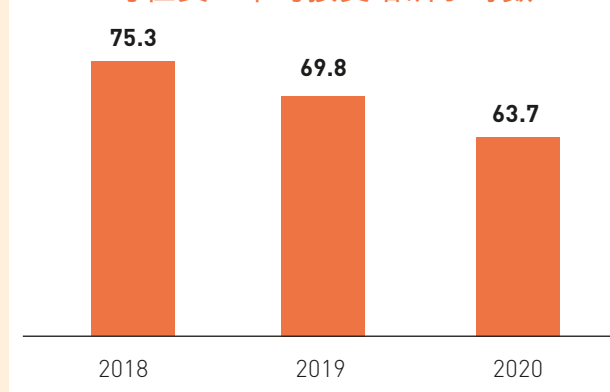
一線員工的技能專業培養

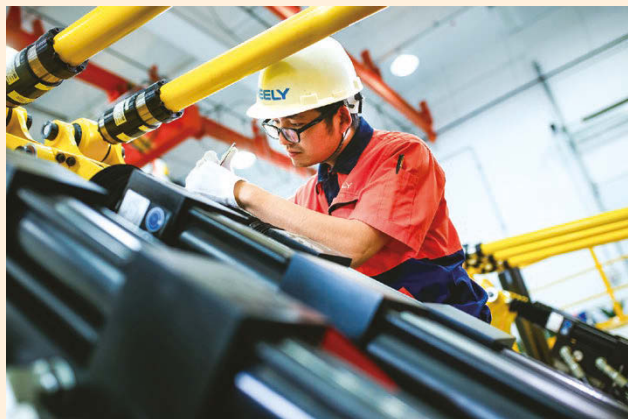
我們通過完善技能導向的發展評價激勵機制和推進職工技能競賽等方式，從行業特點出發，建立技能人才發展通道，大力推進高技能人才培養評價的組織、制度和體系建設，建立具有吉利汽車特色的技能人才評價機制。

同時，我們建立技能大師工作室，根據不同的技能水平設定不同的星級補貼，激發員工主動提升自身技能。堅持多勞者多得、技高者多得，不斷完善以崗位技能為基礎、以績效為驅動的一線產業工人薪酬體系。

報告期內，由於疫情原因第一季度的線下培訓無法正常開展，導致員工受培訓的時間受到影響。但我們靈活應變，迅速改為採用多種線上培訓的方式，將疫情對培訓造成的影響降到最低。未來，我們也將制定更多元化的培訓策略，建立更牢固的培訓發展體系。

每位員工平均接受培訓小時數





7.4 安全健康

吉利汽車非常重視員工身心健康，致力於為員工創造健康安全的工作環境，持續完善職業健康與安全管理體系。報告期內，我們積極響應國務院安委會印發的《全國安全生產專項整治三年行動計劃》，嚴格遵循《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》、《工作場所職業衛生監督管理規定》、《職業健康檢查管理辦法》等國家有關職業健康與安全的法律法規，持續強化員工職業健康與安全工作。報告期內，我們的生產基地已100%完成OHSAS 18000/ISO 45001 職業健康安全體系建設並通過第三方認證。

2020年，我們已達成設立的事務指標、隱患整改及健康、安全和環境(HSE)評價的目標，並通過HSE體系的優化更新，生產安全管控以及安全文化建設，深化風險辨識和隱患排查治理，推動安全管理水平不斷提升。

已達成2020目標

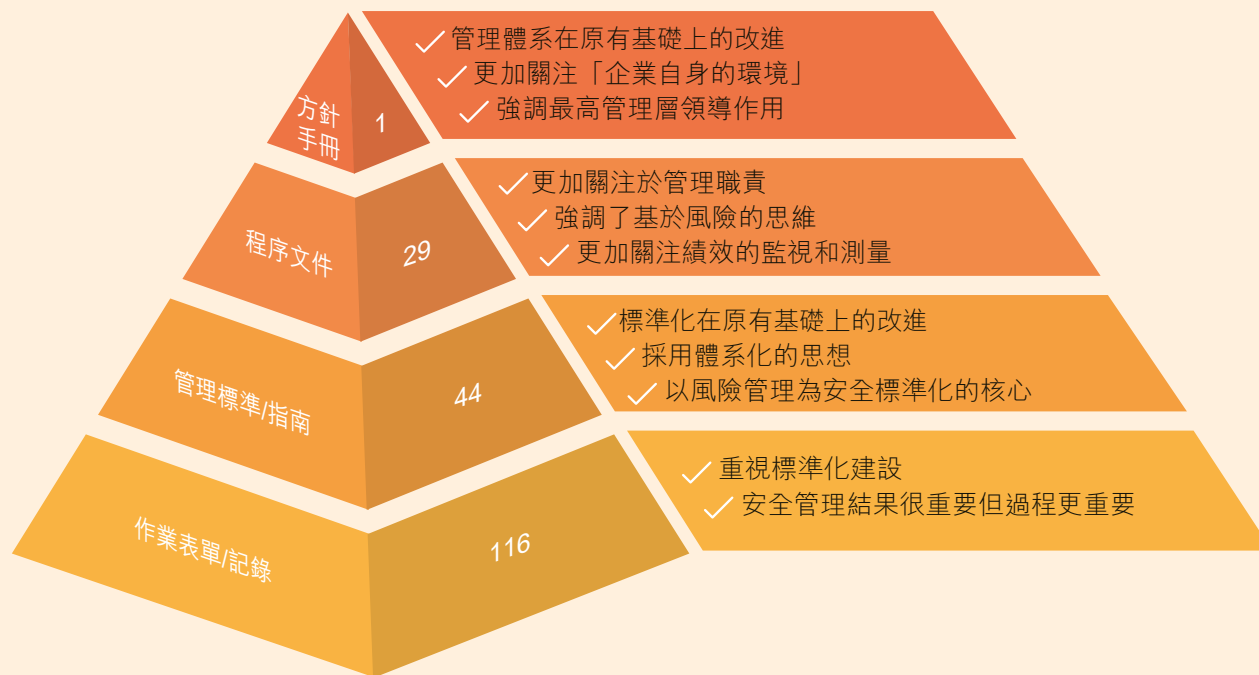
- 四類事故0.035%。
- 三類事故0.2%。
- 二類事故3%。
- 一般及以上火災事故0.05%。

隱患整改：整改率大於等於98.5%

HSE管理體系及評價

本集團我們致力於建設高水平的安全和健康標準，制定了一套全面的管理體系，以風險管理為安全標準化的核心，強化關鍵績效指標的監視和測量，持續開展標準化體系建設。報告期內，我們通過HSE管理體系程序文件、標準和評價規範管理各生產基地的職業健康和生產安全。





其中，針對職業健康模塊，我們制定了《勞動防護用品控制程序》、《職業衛生檔案管理標準》、《職業病危害告知與警示標準》、《職業健康體檢管理標準》等，針對安全模塊，我們制定了《危險源辨識及風險評價程序》、《設備HSE管理程序》、《危險作業審批管理程序》、《危險化學品管理程序》、《安全生產信息化管理程序》、《新能源動力電池包HSE管理標準》以及《新能源安全相關崗位內部持證管理標準》等制度，以規範要求安全生產及保障員工的職業健康。此外，各生產基地結合自身工藝特點，建立了適用於各單位的HSE管理體系，同時由安全生產委員會（簡稱「安委會」）定期組織安全專項檢查，以落實安全管理工作。為確保HSE管理體系精準落地，我們制定了《HSE管理體系評價規範(A1版)》用以評價各生產基地的職業健康安全表現，並組建了一支專業HSE審核隊伍。

我們的整體安全管理機構包括：集團級安委會、子公司級安委會，以及子公司廠部安全領導小組的三層機構設置，並分別設置集團級安全環保部、子公司安全環保部、子公司廠部安全員，配備專職安全管理人員，分級負責，協同開展安全生產工作。

職業健康

在員工職業健康監護方面，我們通過建立完整的職業健康管理制、對崗位職業危害因素進行辨識、對職業病防護設施進行投入、定期進行職業危害因素檢測、定期開展職業健康監護、為員工配備個人防護用品、貫徹職業健康一人一檔的要求，努力為員工打造健康安全的工作環境：

- 我們根據法規規定對工作崗位的職業危害因素進行全面辨識，確保工作崗位的職位衛生可控；
- 我們設置通風、除塵、降噪等職業病危害防護設施，減少職業病危害因素濃度；
- 我們定期開展年度現場職業病危害因素檢測及季度監測，監控作業現場職業病危害接觸水平；
- 我們為員工配備勞保用品，減少員工在有害環境中的暴露；
- 開展上崗前、在崗期間及離崗時的職業健康體檢工作，保證員工職業健康安全；
- 建立職業健康個人檔案，記錄員工職業病危害接觸史、職業病史、職業健康體檢結果等信息，實施全面可追溯性管理。



同時，為貫徹落實職業健康發展理念，提高從業人員的職業健康意識，強化員工對從業場所職業病危害的防範知識與技能，我們實施職業健康培訓管理。我們對業務影響範圍內的所有從業人員進行上崗前公司級、廠部級和班組級職業健康教育，經考試合格後方可上崗作業，確保從業人員具備足夠的職業健康知識。報告期內，疫情期間，我們通過線上「夜課堂」培訓方式，開展施工過程職業健康教育，提升建設單位人員職業健康防護專業技能。

職業健康週培訓

2020年的職業健康周期間，我們組織對從事或接觸職業病危害因素作業人員的職業健康培訓教育，以提高員工職業病危害防護技能。培訓100%覆蓋接觸職業病危害因素的作業人員，培訓人員合格率96.81%。

疫情保障

另外，在應對疫情期間，我們迅速部署成立疫情防範小組，確保疫情期間各項工作有序展開，極力保障員工的健康，維持無人感染的情況。



• 單一入口上班測溫實名登記



• 及時檢查作業人員健康情況



• 開展「新冠」感染事件專項應急演練



• 實行隔離就餐



• 宿舍、食堂、茶水間等公共區域消毒



• 設立口罩垃圾桶，集中銷毀



安全風險及隱患管理

2020年4月，我們結合設備安裝調試安全事故及相關法律法規，識別設備安裝調試階段現場安全風險，梳理安全風險清單，並制定操作指引下發建設項目。該安全風險清單作為開展預驗收的指導文件和驗收標準，由安環人員充分參與預驗收，及時開展問題整改，盡可能避免驗收後出現整改困難、整改投入大的困境。報告期內，我們組織各基地單位建立三級安全應急機制，公司級、廠部級、班組級，搭建各層級應急小組，並按照每年定期組織應急演練，保持應急響應能力。

為進一步加強施工安全管理，我們於2020年5月組織召開了施工安全現場會議，通過對近三年行業事故整體形勢全面分析，總結在建項目施工安全管理過程中的痛點和難點，切實遏制亡人事故的發生；我們根據《全國安全生產專項整治三年行動計劃》要求，依據《工貿行業重大生產安全事故隱患判定標準》、《重大火災隱患判定方法》及地方建築施工重大隱患判定標準，整理編制了《集團重大隱患清單》，並開展重大隱患排查治理工作，於2020年8月，開展生產安全隱患排查治理「回頭看」工作，深入推進安全隱患排查治理工作及成效。



- 施工安全現場會議，全面分析施工過程中存在的管理短板和不足



- 開展安全隱患排查治理工作，以及生產安全隱患排查治理「回頭看」工作

另外，針對消防安全管理，報告期內我們通過開展消防管理人員業務培訓項目、制定乾式噴漆自動消防設施配備標準等方式，加強對消防安全的管控。

消防管理人員業務培訓項目



- 消防培訓從7月28日開始，至9月底結束，共理論授課及答疑6場次27.5課時，拍攝實操視頻共213次，輸出71處重點部位消防管理標準。

制定乾式噴漆自動消防設施配備標準

- 2020年4月，安全環保部聯合製造工程中心、杭州灣基地對乾式噴漆室自動消防設施配備情況進行了調研，針對導遊層下設的閉式噴頭進行糾偏，並制定了配備標準，提出了管理措施。

安全文化建設

2020年6月，我們開展2020年「安全生產月」活動。各基地結合當地政府要求和季節性工作要點，突出工作重點，從氛圍營造、培訓教育、知識和技能、應急能力、隱患排查與治理等方面開展活動，形式多樣包括安全生產主題微課大賽、主題攝影比賽、安全宣傳諮詢日及環境保護日活動，營造了良好的文化氛圍，提升了全員安全專業能力。

杭州灣發動機廠開展KYT評比活動

KYT活動是一種受到廣泛使用的危險預知訓練。我們採用KYT提高全員發現及挖掘隱患的能力，實現消除事故隱患，築牢安全防線，以貫徹工廠安全方針。



2020年6月，杭州灣發動機廠開展了「KYT活動實施最佳分享者評比」活動。通過賽前動員等預選活動的實施，提升了工廠各車間、科室KYT活動開展水平，激發了全員開展KYT活動的積極性，通過以賽代練的形式推動工廠KYT活動向更高要求發展。

BMA成都項目部舉行安全改善發表會

2020年6月，BMA成都項目部總裝車間舉行了由安全組主辦，總裝組承辦的首屆安全改善專題發表會。發表會由衝壓組、焊裝組、塗裝組、總裝組、裝備組、物流組、質量組共計7個廠部，經內部評比各自推選1個最優改善課題進行發表競賽。



通過本次活動，讓員工們能夠形成發現風險與隱患的良好意識，並將安全改善課題發表要常態化，發揮員工的動力。



• HSE主題活動(寶雞基地急救員培訓)



• HSE主題活動(貴陽基地1月總結計劃宣貫)



• 安全生產月活動(微課大賽)



• 安全生產月活動(宣傳諮詢日)

報告期內，我們開展安環系統特戰隊培養項目，對所有參訓人員進行了安全環保體系審核員資格認證。2020年11月，安全生產委員會組織HSE審核員對各在產、新投產整車等基地單位實施了為期15天的系統評價，覆蓋基礎管理、環境保護、職業健康、機械安全、熱工燃爆、電氣安全、消防安全、作業環境等方面。總體上，各單位HSE體系運行良好，新基地本質安全水平

註：

1. 參考《事故傷害損失工作日標準》(GB/T 15499-1995)之規定，員工死亡損失以6,000工作日計算
2. 缺勤率計算方法=因工損失的工作日數/總工作日

明顯提升，各項安環指標受控。綜合整體情況，作業安全、環境保護及職業健康的符合率均超過90%，我們也將對個別工廠的薄弱環節及時提出整改要求，明確整改完成時間，加強專業知識的學習與運用，切實將安全、環保、消防風險管控融入企業人力、裝備等業務管理過程中，加強HSE合規義務的履行，不斷提高符合率。

針對個別的重大傷亡事故，我們會立即在事後進行深入調查，處罰相關責任人員，及要求有關部門去實施有效的改善預防措施。我們會把這些調查、處罰及改善預防措施，以正式通知形式通報全集團的員工，以作出提醒及落實適用的改善預防措施，防止同類事件的再度發生，亦減低其導致的因工損失日數及經濟損失。

指標	2018	2019	2020
安全事故數量(個)	19	13	15
因工傷死亡人數(個)	0	0	1
因公死亡人數比率(‰)	0	0	0.026
因工損失工作日數(天) ¹	454	336	6,773
重傷事故率(‰)	0.042	0	0
輕傷事故率(‰)	0.22	0.20	0.36
職業病事故數量(個)	0	0	0
職業病比例(‰)	0	0	0
工傷率(‰)	0.27	0.22	0.39
缺勤率(‰) ²	0.025	0.044	0.706
因安全事故造成的經濟損失(萬元)	29.10	11.60	237.88





關懷社會 共抗疫情



吉利汽車聚焦：

吉利汽車始終將社會責任議題作為企業發展戰略的重要組成部分，攜手員工、客戶、合作夥伴等利益相關方共同參與社區建設，不斷探索企業社會公益的模式和路徑，將溫暖精準地送往千家萬戶。



- 1 无贫穷
- 2 零饥饿
- 3 良好健康与福祉
- 4 优质教育
- 8 体面工作和经济增长
- 10 减少不平等
- 11 可持续城市和社区
- 17 促进目标实现的伙伴关系



策略方針

本集團共享吉利控股集團的社會責任理念及體系，也參與其主辦的相關公益活動。我們以「讓世界感受愛」為公益價值主張，將教育公平和環境友好作為公益聚焦領域，同時輻射賑災助困、文化傳播和人文關懷三大公益議題；在社會責任的規劃上，我們採取以解決真實的社會問題、實現社區融合、推動利益相關方深度參與、探索可持續的公益模式為四大原則。



8.1 公益事業

公益事業是我們一直以來堅守的一份工作，更是一種情懷。我們以基於上述「社會責任體系」，秉持向善為公的理念，懷揣對社會的關懷。

本集團深知推動公益事業的發展，需要不斷加強與社會的溝通，將社區發展和企業發展有機融合，方能見證彼此進步。報告期內，我們通過與利益相關方開展多種形式的溝通，傾聽社會需求，著重于關愛青少年群體與弱勢群體。

我們會每月訪問政府有關部門、公益團體、弱勢社群等去了解社會需求，部署我們的公益計畫，優化我們的公益資源。我們亦會對於員工、供應商、經銷商弘揚我們的公益理念，並鼓勵他們積極參與到我們的公益活動中。為更有效地聆聽訴求和傳播公益，我們通過互聯網在官方網站、博客、社交網路平台等及時發布我們公益事業的最新發展，並藉此管道收取各利益相關方的意見。

我們已連續7年開展明星專案「綠跑道」鄉村少年體育夢想計畫，並連續10次舉辦無償獻血活動，號召員工共同參與到公益事業中。



「綠跑道」項目



「綠跑道」鄉村少年體育夢想計畫，持續關注青少年教育成長和潛能發展。報告期內，我們聯合健身軟件KEEP發起以「線上+線下」的公益形式，吸引10萬人次參與線上活動，將用戶運動產生的「運動值」轉化為公益額度，用公益額度兌換體育器材，並捐贈給山西晉中南白小學、黔東南雷山縣丹江小學、浙江奉化大堰鎮學校、四川南充儀隴縣芭蕉鄉小學、四川昭覺縣灑拉地坡鄉上游村吉利幼稚園。

校園來訪交流活動



2020年8月與11月，我們分別組織了兩所小學的師生到本集團參觀園區與工廠，向師生們介紹了吉利汽車的發展歷程與企業文化，共同暢想汽車未來。

員工無償獻血活動



員工無償獻血活動已成為本集團的一項年度活動。2013年9月，員工尹義成功捐獻造血幹細胞，成為本集團首位、全國第3,723位造血幹細胞捐獻者。為了致敬該員工的奉獻精神，同時鼓勵廣大員工踐行友善的價值觀，本集團將每年9月16日定為「吉利獻血日」。報告期內，我們組織了本集團杭州總部園區義務獻血活動，獻血成功156人，累計獻血量達49,940毫升。截止目前，我們在杭州地區已連續舉辦了十次無償獻血活動，累計參加人次達到730人，獻血216,760毫升。



立冬送溫暖·濃濃敬老情



2020年11月，我們開展了以「立冬送溫暖·濃濃敬老情」為主題的慰問白雲區夕陽紅老年公寓活動，共有十餘名志願者參加此次慰問活動。我們為敬老院老人們送去了牛奶、大米、食用油等生活物資，與老人們面對面地親切交談，幫助老人們打掃院內的衛生，為老人們修剪頭髮、指甲，還與老人們一起包餃子，充分彰顯了我們對老人群體的溫暖和關心。

我們在不斷探索可持續的社會公益的模式和路徑，充分利用「線上+線下」的公益模式，清晰捕捉公益覆蓋人群及參與度，不斷提高公益專案運行模式。

8.2 抗擊疫情

「眾志成城、全力以赴，全球總動員，吉利在行動」

2020年，新冠肺炎疫情(簡稱「疫情」)全球爆發，帶來前所未有的挑戰。這場戰疫不單影響到本集團、我們的員工、商業夥伴、客戶、利益相關方，更影響到世界全人類。作為一家負責任的企業，我們不單就疫情帶來的重大風險作出迅速應對措施，同時秉承「讓世界感受愛」的價值主張，對賑災助困情況，發起了「眾志成城、全力以赴，全球總動員，吉利在行動」的倡議，調動全球資源，攜手李書福公益基金會共同支援疫情嚴重地區的防控工作。



有效防控，有序復工

疫情爆發時正值中國春節假期，許多員工在跨省市返鄉和返崗中面臨重大感染隱憂。本集團高度重視，並由最高管理層帶領下，由相關部門共同規劃及採取一系列應對措施，並對全體員工發出正式通知，在保障員工健康前提下，竭力將疫情對公司運營的影響降至最低：

- ❖ 給予指引安排涉及武漢地區行程的安排，提供隔離期間應急處理方案；
- ❖ 收集假期期間員工健康情況及去向，根據不同情況安排暫緩返崗、居家辦公等舉措，對直系親屬為醫護工作者的家庭開展慰問及向有需要者提供支援救助；
- ❖ 安排大巴接載員工回到生產基地，減低復工期間公眾交通感染的風險；
- ❖ 邀請疾控中心專家進行防疫防控知識實操培訓；
- ❖ 上班期間統計員工體溫、徹底消毒工作場所，員工分散就座保持安全社交距離、取消公眾食堂用膳改用統一用餐配送；
- ❖ 成立遠端辦公支持小組，提供各項在家辦公的軟體及資訊科技解決方案；
- ❖ 各生產基地積極與政府溝通、跟進供應商復工及物流運輸情況，逐步實現產能爬坡。



為確保上述措施有效推行，我們兩次下發關於打贏疫情防控阻擊戰促進復工復產的通知，並在集團層面設立了緊急防控小組，以支援本集團各業務單位，並由監督部門確保各單位按要求實施。以此同時，我們要求各單位歸檔此次防疫工作的全過程檔。

在各項防疫措施的有效推行下，於報告期內本集團員工未出現疫情感染的情況，各業務運作亦未受重大影響。

❖ 2020年2月底，本集團大部份生產基地已經正式達到100%復工復產；

❖ 2020年3月底，本集團在浙江省內331家供應商已全部復工生產；湖北省內150家供應商也已全部完成復工批復，產能穩步爬升，國內供應鏈風險已得到全面有效的管控。本集團經銷商已基本完成復工。吉利汽車經銷商復工率達99.8%，幾何汽車經銷商復工率達97.08%，領克汽車經銷商復工率達96.5%。



除此之外，本集團深入開展「雙愛」活動（即企業關愛員工、員工熱愛企業活動），圍繞主題開展了領導慰問一線、員工座談會、員工優惠服務等活動，起到了鼓舞士氣、凝聚人心的效果。本集團亦積極指導各層級組建志願者隊伍，關心慰問抗疫一線員工，為保衛、食堂工作人員送上預防肺炎中藥湯劑，安排人員上門理髮。



- 通過員工調查與溝通，本集團共為20名在湖北地區參加醫療抗疫的員工家屬發放了慰問金；
- 為教育和引導廣大員工共克時艱、持續奮鬥，通過回顧和評選本集團各單位在疫情防控和復工復產工作中的表現情況，頒發最美戰「疫」奮鬥者集體和個人榮譽稱號。

儘管在一系列防疫措施和管理制度的執行下，本集團能夠迅速恢復高效運作，但我們從未對疫情掉以輕心。此次疫情考驗了我們的應急管理體系、公共衛生防控體系、生產供應安全體系，同時形成了許多寶貴經驗做法。在復工復產後，本集團總結相關經驗，在內部開展分享與討論，進一步完善抗疫防疫的機制與制度，以提高應對突發事件的能力。

眾志成城，全力抗疫

吉利控股集團攜手李書福公益基金會，設立2億元人民幣疫情防控專項基金，用於支援疫情防控工作。與此同時，員工工會發出捐助倡議，共募集善款840餘萬元，其中700萬元專款捐贈武漢市慈善總會，專款用於關愛疫情受難家庭的公益項目，其餘140餘萬元捐贈給各分子公司當地黨組織，支援地區抗疫行動。



武漢市慈善總會頒發榮譽證書

本集團亦力所能及地投身於此次疫情支援活動中。我們充分考慮自身的全球資源、產業鏈、科研能力，迅速聯動內外部在健康車研發、抗疫車捐贈，以及為員工、客戶、經銷商、供應商、醫護人員與受難家庭等國內外利益相關方提供關懷與幫扶。通過一系列防疫方案的規劃與執行，我們與各界建立了緊密的合作關係，攜手抗擊疫情。

員工心聲



阿麗娜

吉利汽車俄羅斯子公司前臺負責人

“中國是俄羅斯最大的商業合作夥伴之一，也是俄羅斯人民最好的朋友。俄羅斯願意說明中國抗擊病毒，吉利汽車俄羅斯公司已經行動起來，為中國疫區援助了醫療裝備。我們相信俄羅斯和中國一定會擊敗新型冠狀病毒。中國加油！”



王睿

吉利汽車研發中心整車工程中心環保模組工程師

“疫情期間，吉利汽車啟動了「健康車」研發專案。前期籌備階段，我們每天工作基本上要達到十三四個小時，大家這麼努力，就是為了在復工之後第一時間啟動相關的研發工作。希望通過我們的努力，使中國的汽車產業往健康汽車的方向進一步推進，也希望用戶能夠感知到我們的努力，吉利加油！中國加油！”

醫療物資採購及捐贈

- 國內外團隊緊急聯動，從全球採購口罩、防護服、護目鏡等醫療物資，共計4,213萬元，陸續捐贈給武漢市紅十字會、貴州省慈善總會、上海市公共衛生臨床中心、浙江部分醫院等社會組織及醫療機構；
- 向白俄羅斯、德國、瑞典、英國、馬來西亞等13個國家捐贈一次性醫用外科口罩、呼吸機等防疫物資，共計2,168萬元；
- 向31家海外經銷商捐贈約9萬隻一次性醫用外科口罩，發起主題為「Geely CARE will always be with you」的抗疫服務關懷特別活動，攜手經銷商為全球「戰疫」傳遞力量。



在國內疫情嚴峻期間，由白俄羅斯員工組織的「醫療用品採購捐助行動團隊」捐贈至浙江大學第一醫院、浙江省公安廳



在國外疫情爆發時，本集團向白俄羅斯捐贈醫療物資

車規級CN95健康車研發及抗疫車捐贈

- 投入3.7億元，通過開發行業領先的IAPS智能空氣淨化系統，啟動具備病毒防範功能的「全方位健康汽車」的研發工作，僅用20天時間完成了車規級「CN95空調濾芯」研發，30天內實現量產，並率先裝備在吉利汽車捐贈疫區的150輛嘉際



• 抗疫車隊

上，隨後陸續推出了全國車主免費更換政策；

- 該空調濾芯獲得了中國汽車技術研究中心華誠認證中心頒發的「CATARC CN95」認證標誌，成為國內首家(001號認證)獲得該認證，以及全球知名認證機構「德國萊茵TUV集團」001號整車級固體顆粒物/氣溶膠過濾防護China-mark(中國標識)的官方認證；
- 向武漢、陝西、貴州、山西、浙江等省市共捐贈169輛嘉際車和3輛領克車。



• CN95健康車

醫護人員關懷計劃

- 疫情期間開通綠色通道，為抗疫工作者及浙江馳援湖北醫護人員及家屬免費提供安全健康出行服務；
- 全國醫護人員購買本集團吉利、領克及幾何品牌汽車將專享額外優惠，例如吉利ICON（配置車規級「CN95空調濾芯」）聯合丁香醫生在2020年3月30日「國際醫師節」開展答謝全國醫護人員活動，推出在規定時間內購車專享終身免費保養服務和關愛基金的優惠政策。



後疫情關懷計劃

- 疫情讓全國工商業正常生產秩序受到極大影響，招聘市場需求量整體下滑。秉承提供平等計劃與反歧視的原則，為緩解因受到疫情影響的湖北地區高校畢業生就業問題，我們推出了「職援荆楚」湖北地區高校就業助力計劃，面向駐武漢高校2020級應屆生、其他城市湖北籍應屆生及奮鬥在全國疫情一線醫護人員的直系親屬（應屆生）。我們協同吉利控股集團旗下院校的教育資源，推行助升學、助就業等優惠政策；
- 推出「疫安心」保障計劃（含新冠病毒肺炎導致的身故險、飛機與軌道交通意外險），為吉利車主、領克車主、幾何車主及其直系親屬、全國經銷商夥伴以及本集團旗下員工及家屬免費提供3,000萬份專項保險；
- 主創公益歌曲《笑容依然燦爛》，由董事長李書福作詞，向抗疫一線奮戰的「逆行者」致敬。歌曲發布後，各界人士廣泛傳唱，隨後更發布了國際版，傳遞人類命運共同體的理念，為全球抗疫助力。

賑災助困是我們公益體系的三大輻射議題之一。除了保障企業迅速恢復高效運營的同時，我們基於完善的公益體系，真正從利益相關方的角度出發，攜手走出疫情困境。我們不僅得到了來自幫扶機構的感謝，同時通過不斷檢驗各項行動的效果，進一步完善公益項目的合作機制與透明度。



8.3 精準扶貧

為認真貫徹「堅決打贏脫貧攻堅戰」的指示精神，響應國務院扶貧辦東西部扶貧協作的倡議，切實執行全國工商聯「萬企幫萬村」精準扶貧行動，吉利控股集團聯合李書福公益基金會於2016年3月正式啟動「吉時雨」精準扶貧項目。

本集團積極回應並投身於「吉時雨」的各項精準扶貧專案中。以汽車產業為基礎，充分發揮產業規模與優勢，秉承「生產基地建設到哪裡，就要把精準扶貧工作開展到哪裡」的指導思想，聯動上下游夥伴，並積極與扶貧當地的弱勢社群溝通，了解他們的需要和我們發展對他們的影響和帶來的機。在生產基地所在貧困地區開展教育扶貧、就業扶貧、農業扶貧、消費扶貧，使各項資源得到了有效承接和轉化升級，為貧困地區的脫貧致富注入動能。

產業扶貧

本集團積極助力吉利控股集團發揮產業規模與優勢，聯動上下游夥伴，帶動當地經濟發展的同時，解決就業難題。報告期內，吉利控股集團向貴陽市慈善總會捐贈6000餘萬元，新建「吉時雨」貴陽扶貧工廠，為本集團整車廠配套生產零部件，招聘100名建檔立卡戶就業，同時每年盈利的40%用於當地鄉村振興。



教育扶貧

本集團大力支持「吉時雨」教育扶貧專案，始終將教育作為扶貧工作的治本之策。「吉時雨」教育扶貧已投入資金超過4億元人民幣，累計幫扶學生超過13,000人次。透過充分利用吉利控股集團旗下5所院校的教育資源優勢，向貧困學子開放學習資源，免除學雜費並給予補助，幫助貧困學子圓大學夢。「吉時雨」教育扶貧專案與貧困地區百餘所職業技術學院達成校企合作，開設260個「吉利成才班」，定向招收建檔立卡貧困戶學生3,000餘人，向貧困學生發放補助金近150萬元，並投入1,300餘萬元用於幫助合作院校提升軟硬體設施。



就業扶貧

本集團堅信就業扶貧是盤活貧困家庭勞動力資源的有效途徑，是穩定脫貧的重要保障。在整車廠及配套廠商招聘藍領工人時，同等條件下我們優先招錄建檔立卡貧困戶人員，在招錄綠化、保潔、食堂等後勤保障人員時，優先招聘貧困家庭人員，力爭達到建檔立卡戶佔當年新入職員工數的10%。同時，開展技能培養項目，幫助貧困戶掌握就業技能。「吉時雨」已通過就業扶貧幫助建檔立卡戶5,000餘人脫貧。



農業扶貧

「吉時雨」因地制宜扶持特色農業專案，積極推進「萬企幫萬村」定點幫扶工作，共投入5,000餘萬元，在全國20縣43個村開展種養殖項目共計31個，約幫扶建檔立卡戶3,000戶10,000人，惠及村民約11,000戶40,000人。

其中，「吉時雨」對口幫扶貴州省黔東南州雷山縣茶產業項目，投入2,000萬元，新建茶葉精深加工廠房及配套設備，說明當地實現「當地採摘、當地加工」。該專案的意義不單是幫助農民實現脫貧，更是尊重和保留當地寶貴的天然資源及文化遺產，亦幫助其實現可持續性發展。



消費扶貧

消費扶貧亦是一個行之有效、立竿見影的精準扶貧模式。本集團連同吉利控股集團，致力於「讓扶貧更有深度，讓消費更有溫度」，依託員工人數優勢，對幫扶地區採取「消費兜底」的模式，我們優先採購貧困地區農產品作為食堂原料、職工福利。



經過近5年的精準扶貧實踐，我們已形成了「集團牽頭、基地主辦、夥伴協同、全員參與」的扶貧工作機制，為創新社會力量參與脫貧攻堅貢獻智慧和方案。精準扶貧項目已累計投入超過6.8億元，幫扶建檔立卡戶超過30,000人次，其中教育幫扶超13,000人，解決就業超5,000人，在20縣43村開展農業專案31個，責任採購農副產品超1億元。

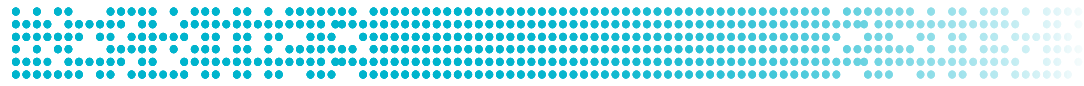
作為「吉時雨」精準扶貧項目的收官之年，我們已盡力做到激發貧困地區和貧困群眾脫貧致富的內在動力和自我發展能力，從根本上說明貧困地區實現穩定脫貧。我們相信，脫貧不是終點站，我們亦將盡力說明扶貧地區和扶貧物件防止返貧問題的發生。與此同時，我們將逐步把「吉時雨」的範圍擴大至公益事業。基於在原有扶貧專案的豐富經驗基礎上，不斷探索可持續的公益新模式。





附錄 1

適用的法律法規及相關標準清單



作為一家香港上市公司，吉利汽車嚴格遵守香港聯合交易所有限公司《主板上市規則》及附錄二十七所載《環境、社會及管治報告指引》之守則條文；吉利汽車主要運營所在地位於中國內地，運營管理嚴格遵守對本集團有重大影響的法律法規及相關標準，亦執行其中相關適用條款。

序號	名稱
一 節能環保適用法律法規清單	
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	《中華人民共和國水土保持法》
4	《中華人民共和國大氣污染防治法》
5	《國家第六階段機動車污染物排放標準》
6	《排污許可證申請與核發技術規範 汽車製造業》(HJ971-2018)
7	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
8	《國家危險廢物名錄》
9	《中華人民共和國水污染防治法》
10	《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
11	《排污許可管理條例》
12	《固定污染源排污許可分類管理名錄》
13	《揮發性有機物無組織排放控制標準》
14	《汽車行業整車製造綠色工廠評價導則》
15	《綠色工廠評價要求》
16	《中華人民共和國節約能源法》
17	《中華人民共和國清潔生產促進法》
18	《中華人民共和國循環經濟促進法》
19	《中華人民共和國可再生能源法》
20	《中華人民共和國環境保護稅法》
21	《固定資產投資項目節能審查辦法》
22	《部分工業行業淘汰落後生產工藝裝備和產品指導目錄(2010年本)》
23	《工業節能管理辦法》
24	《關於加強工業固定資產投資項目節能評估和審查工作的通知》
25	《關於進一步加強淘汰落後產能工作的通知》

序號	名稱
26	《關於開展國家重大工業節能專項監察的通知》
27	《國務院關於加強節能工作的決定》
28	《節能監察辦法》
29	《節約用電管理辦法》
30	《清潔生產審核辦法》
31	《建設項目環境保護管理辦法》
二 職業健康和安全的法律法規及相關標準清單	
1	《中華人民共和國職業病防治法》
2	《中華人民共和國消防法》
3	《中華人民共和國安全生產法》
4	《中華人民共和國道路交通安全法》
5	《中華人民共和國特種設備安全法》
6	《中華人民共和國突發事件應對法》
7	《工作場所職業衛生監督管理規定》
8	《職業衛生檔案管理標準》
9	《職業病危害告知與警示標準》
10	《職業健康檢查管理辦法》
11	《職業病危害項目申報辦法》
12	《職業病分類和目錄》
13	《危險化學品安全管理條例》
14	《易制毒學品安全管理條例》
15	《特種設備作業人員監督管理辦法》
16	《全國安全生產專項整治三年行動計劃》
17	《工貿行業重大生產安全事故隱患判定標準》
18	《重大火災隱患判定方法》
三 人力資源適用的法律法規及相關標準清單	
1	《中華人民共和國勞動合同法》
2	《中華人民共和國勞動合同法實施條例》
3	《中華人民共和國工會法》
4	《中華人民共和國勞動法》
5	《中華人民共和國未成年人保護法》
6	《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》

序號	名稱
7	《中華人民共和國就業促進法》
8	《中華人民共和國社會保險法》
9	《中華人民共和國社會保險法實施細則》
10	《女職工勞動保護特別規定》
11	《工傷認定辦法》
12	《工傷保險條例》
13	《禁止使用童工規定》
14	《工資支付暫行規定》
15	《職工帶薪年休假條例》
16	《企業職工帶薪年休假實施辦法》
17	《企業職工患病或非因工負傷醫療期規定》
18	《全國年節及紀念日放假辦法》
19	《失業保險條例》
20	《勞務派遣暫行規定》
21	《殘疾人就業條例》
22	《住房公積金管理條例》
23	《職業學校學生實習管理規定》
四	產品質量管理適用的法律法規及相關標準清單
1	《中華人民共和國消費者權益保護法》
2	《中華人民共和國產品質量法》
3	《家用汽車產品修理、更換、退貨責任規定》
4	《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》
5	《乘用車內空氣質量評價指南》
6	《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分并行管理辦法》
7	《新能源汽車動力蓄電池回收利用溯源管理暫行規定》

序號	名稱
五	其他適用的法律法規及相關標準清單
1	《中華人民共和國刑法》
2	《中華人民共和國公司法》
3	《中華人民共和國反洗錢法》
4	《中華人民共和國反不正當競爭法》
5	《中華人民共和國反壟斷法》
6	《中華人民共和國網絡安全法》
7	《中華人民共和國數據安全法(草案)》
8	《個人信息保護法(草案)》
9	《通用數據保護條例(GDPR)》
10	《中華人民共和國廣告法》
11	《中華人民共和國商標法》
12	《中華人民共和國專利法》
13	《中華人民共和國著作權法》
14	《企業知識產權管理規範》(GB/T 1.1-2009)

ESG 關鍵績效指標

附錄 2

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
環保運營				
新建、擴建項目的「環境影響評價」和「三同時」的執行完成率	%	100	100	100
環境事故和環境問題投訴率	%	0	0	0
環保設施配備率及正常運轉率	%	100	100	100
企業建成區綠化覆蓋率	%	19.9	20	20
違反環境法律法規被處重大罰款的金額	萬元	0	0	0
違反環境法律法規受非經濟處罰的次數	次	0	0	0
重要洩漏物的重量	噸	0	0	0
污染物排放				
氮氧化物(NO _x)排放量	噸	143.05	154.18	128.79
二氧化硫(SO ₂)排放量	噸	26.52	21.97	13.56
揮發性有機物(VOC _s)排放量	噸	-	-	39.73
非甲烷總烴排放量	噸	47.39	63.83	60.44
顆粒物排放量	噸	-	-	45.44
生產廢水排放量	噸	2,369,079.40	2,259,478.10	2,078,145.38
單位銷量生產廢水排放量	噸/輛	1.58	1.66	1.56
生活廢水排放量	噸	-	-	812,233.08
化學需氧量(COD)排放量	噸	-	-	250.37
氨氮排放量	噸	-	-	8.96
主要污染物達標排放率	%	100	100	100
所產生無害固體廢物總量	噸	-	-	160,163.37
所產生無害固體廢物密度	千克/輛	-	-	121.32
廚餘垃圾	噸	-	-	145
所產生的危險廢物總量	噸	-	7,592.19	11,180.25
所產生的危險廢物密度	千克/輛	7.28	5.58	8.47
固體廢物循環利用率 ¹	%	92.23	91.91	99.50
固體廢物達標排放率	%	100	100	100
固體廢物無害化處理率	%	100	100	100

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
能源資源使用				
天然氣	標準立方米	-	-	59,609,987.13
汽油	公升	-	-	13,579,492.71
柴油	公升	-	-	56,302.81
可再生能源使用—光伏發電	千瓦時	41,869,560.00	65,813,432.00	74,956,685.40
可再生能源使用—水電	千瓦時	28,089,400.00	26,547,553.00	44,710,482.00
直接能源消耗量	噸標煤	82,599.97	83,222.54	80,126.03
外購電力	千瓦時	-	-	741,987,956.43
外購蒸汽	噸	-	-	70,791.62
間接能源消耗量	噸標煤	82,513.46	71,222.41	100,294.12
能源消耗總量 ²	噸標煤	-	-	180,420.15
能源消耗密度	千克標準煤/輛	-	-	136.66
生產用水消耗量(新水)	萬噸	604.27	590.16	440.34
水資源消耗總量	萬噸	604.27	590.16	497.01
單位銷量水資源消耗量	噸/輛	4.03	4.33	3.76
工業用水資源循環利用率 ³	噸	-	-	4,355,868.55
工業用水資源循環利用率	%	99.00	98.92	98.92
溫室氣體排放				
溫室氣體排放量(範圍一) ⁴	噸二氧化碳當量(tCO ₂ e)	138,921.43	141,099.52	157,820.18
溫室氣體排放量(範圍二) ⁵	噸二氧化碳當量(tCO ₂ e)	425,621.87	418,179.98	506,704.25
溫室氣體排放總量(範圍1+2)	噸二氧化碳當量(tCO ₂ e)	564,543.30	559,279.50	664,524.43
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量/輛	0.38	0.41	0.50
原材料使用—製造環節				
鋼材消耗量	噸	428,279.13	383,020.44	355,508.38
鋼材消耗密度	千克/輛	285.36	281.31	269.28
油漆消耗量	噸	19,555.92	19,726.40	16,105.34
油漆消耗密度	千克/輛	13.03	14.49	12.24
包裝材料				
循環包裝—發動機包裝材料使用量	噸	4,420	4,386	4,149
循環包裝—變速器包裝材料使用量	噸	980	854	1,060
一次性包裝—整車製造包裝使用量	噸	-	-	6,238
一次性包裝消耗密度	千克/輛	-	-	5

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
僱員人數及分佈				
年末員工總人數	人	52,275	42,785	38,376
新聘員工數量	人	-	-	1,676
吸納應屆畢業生就業人數	人	-	-	1,606
年末少數民族員工	人	-	-	1,021
按僱傭類型劃分的年末員工分佈				
全職員工	人	44,352	36,865	31,785
其他類型員工(含儲備人員、實習生、 勞務派遣工、退休返聘人員)	人	7,923	5,920	6,591
按性別劃分的年末員工分佈				
男員工	人	46,674	37,037	33,048
女員工	人	6,601	5,748	5,328
按年齡組別劃分的年末員工分佈				
30歲以下	人	34,543	27,751	21,133
30-50歲	人	17,032	14,433	16,639
50歲以上	人	700	601	604
按地區劃分的年末員工分佈				
華北地區	人	-	-	1,181
西北地區	人	-	-	2,008
西南地區	人	-	-	3,707
華東地區	人	-	-	28,336
華南地區	人	-	-	3,003
港澳地區	人	-	-	20
海外地區	人	-	-	121
最高治理機構年末成員數量				
最高治理機構成員	人	12	11	11
最高治理機構女性成員	人	1	1	1

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
僱員權益及福利				
勞動合同簽訂率	%	100	100	100
社會保險覆蓋率	%	100	100	100
體檢及健康檔案覆蓋率	%	100	100	100
接受定期績效及職業發展考評的員工的百分比	%	100	100	100
參加工會的內地員工比例	%	100	100	100
僱員流失				
離職員工總數	人	11,348	8,921	5,206
總流失率	%	24.4	18.8	12.8
按性別劃分員工流失比率				
男員工	%	-	-	13.2
女員工	%	-	-	12.1
按年齡組別劃分員工流失比率				
30歲以下	%	-	-	14.2
30-50歲	%	-	-	10.9
50歲以上	%	-	-	6.5
健康安全				
安全事故數量	個	19	13	15
因工傷死亡人數	個	0	0	1
因工死亡人數比率	‰	0	0	0.026
因工傷損失工作天數	天	454	336	6,773
重傷事故率	‰	0.042	0	0
輕傷事故率	‰	0.22	0.20	0.36
職業病事故數量	個	0	0	0
職業病比例	‰	0	0	0
工傷率	‰	0.27	0.22	0.39
缺勤率	‰	0.025	0.044	0.706
因安全事故造成的經濟損失	萬元	29.10	11.60	237.88

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
發展與培訓				
組織員工培訓的總小時數 ⁶	小時	5,258,149	4,854,023	2,444,846
員工培訓百分比	%	100	100	100
按性別劃分的員工培訓百分比				
男員工	%	100	100	100
女員工	%	100	100	100
按僱員類別劃分的員工培訓百分比				
高級管理層	%	100	100	100
中級管理層	%	100	100	100
普通員工	%	100	100	100
按性別劃分的每位員工平均培訓時數				
男員工	小時	75.50	69.60	64.50
女員工	小時	74.50	70.40	58.77
按僱員類別劃分的每位員工平均培訓時數				
高級管理層	小時	76.00	59.80	65.78
中級管理層	小時	75.50	63.60	66.84
普通員工	小時	75.00	62.60	63.64
按僱員崗位劃分的每位員工平均培訓時數				
研究	小時	76.00	79.30	54.70
技術	小時	75.80	60.20	74.09
行政	小時	75.30	63.80	53.36
操作	小時	75.00	65.50	63.68
供應商				
按地區劃分的供應商比例				
華北地區	%	-	-	11
華中地區	%	-	-	14
西北地區	%	-	-	1
南方地區	%	-	-	5
華東地區	%	-	-	60
東北地區	%	-	-	4
海外地區(主要在德國及瑞典)	%	-	-	5
供應商管理				
開展日常及不定期飛行審核的供應商比例	%	-	-	65
通過ISO 14001 體系認證的供應商比例	%	-	-	82
通過IATF 16949 體系認證的供應商比例	%	-	-	99
經確定為具有實際和潛在重大負面社會影響的供應商數量	個	0	0	0

指標名稱	單位	2018年	2019年	2020年
產品質量安全				
通過安全健康評估的產品比例	%	100	100	100
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而回收的車輛	%	0	0	0
千車故障率(12MIS) ⁷	‰	31	28	20
公開召回	次	1	1	0
IQS ⁸	%	115	103	203
經銷商管理				
中國經銷商數量	個	1,228	1,416	1,456
組織經銷商培訓次數	次	-	-	691
參與培訓的經銷商比例	%	-	-	93
產品與客戶服務				
中國車友人數	人	2,003,959	2,358,908	2,459,707
車友增長率	%	58.59	17.71	4.27
車友活動次數	次	854	644	3,180
產品與服務投訴	起	29,545	31,501	47,103
投訴處理比例	%	100	100	100
客戶滿意度	分	-	-	94
J.D.Power汽車售後滿意度研究(CSI)	分	719	750	753
反貪污				
開展合規(含反貪腐)培訓總課時	小時	-	-	2,158.9
每位董事及員工參加合規(包含反貪腐)培訓平均時數	小時	-	-	3.5
員工參加合規(包含反貪腐)培訓百分比	%	100	100	100
社區活動				
員工參與社區活動總時數	小時	-	-	2,592

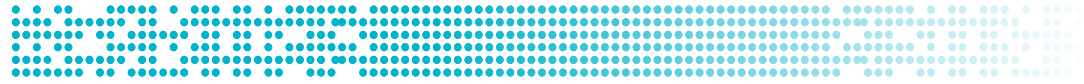
備註：

- * ESG關鍵績效指標統計範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司，除僱員人數及分佈的指標包含海外子公司，其他指標不包含海外子公司
- * 吉利汽車的產銷模式為「以銷定產」，故本報告以單位銷量的數據表示相關資源消耗和環境排放情況
- * 為加強數據完整性，2020年環保運營、污染物排放、能源資源使用以及溫室氣體排放指標的統計範圍，在以往年度只包括具有重要影響的整車基地的基礎上進一步擴大。2020年的數據包含14個整車基地(杭州灣一廠/二廠、春曉、成都、晉中、寶雞、大江東、貴陽、湘潭、臨海、路橋、領克成都、領克餘姚、領克張家口)，以及增加了對該指標具有重要影響的相關動力基地、位於杭州總部/寧波杭州灣研究院。由於部份環境指標披露範圍的擴大，因此相比往年有明顯的增加
- * 由於2020年ESG關鍵績效指標的披露範圍擴大，並且新增部分GRI指標，因此部分指標無2018和2019年數據，並以“-”代表此等未作收集的數據

1. 固體廢物循環利用率計算方式為：一般工業固體廢物綜合利用量／一般工業固體廢物產生量，披露範圍僅包含各生產基地
2. 能源消耗數據參考《綜合能耗計算通則》(GB2589-2008)進行計算
3. 工業用水資源循環利用量計算方式為：生產用水消耗量*工業用水資源循環利用率
4. 溫室氣體數據參考《中國能源統計年鑒2013》、《省級溫室氣體清單指南(試行)》及政府部門發布的數據進行計算。溫室氣體排放量(範圍一)包括14個整車基地(杭州灣一廠／二廠、春曉、成都、晉中、寶雞、大江東、貴陽、湘潭、臨海、路橋、領克成都、領克餘姚、領克張家口)，8個具重要影響的動力基地，以及位於杭州總部及寧波杭州灣研究院運營過程中使用天然氣、汽油、柴油等直接能源產生的直接排放量
5. 溫室氣體排放量(範圍二)包括14個整車基地(杭州灣一廠/二廠、春曉、成都、晉中、寶雞、大江東、貴陽、湘潭、臨海、路橋、領克成都、領克餘姚、領克張家口)，8個具重要影響的動力基地，以及位於杭州總部及寧波杭州灣研究院，運營過程中使用外購電力、蒸汽產生的間接排放量。溫室氣體排放量(範圍二)計算中，辦公運營外購電力統一按華東地區電力產生的溫室氣體計算因子進行計算
6. 培訓總小時數根據A類員工平均培訓小時數*A類員工數+ B類員工平均培訓小時數*B類員工數+ C類員工平均培訓小時數*C類員工數+.....
7. 千車故障率12MIS=前推12月生產并銷售的車輛發生的維修／前推12個月生產并銷售的車輛數X1,000
8. IQS=抱怨數／車輛數X100



香港聯交所 ESG 報告指引 - 內容索引



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼 / 備註
A. 環境		
層面A1	排放物	
一般披露	有關廢氣及GHG排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	52-55
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	
關鍵績效指標A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	109
關鍵績效指標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)。	109
關鍵績效指標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)。	109
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及未達到這些目標所採取的步驟	52-55
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	52-55
層面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。 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	47-50
關鍵績效指標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)。	109
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	109
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及未達到這些目標所採取的步驟。	47-49
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	50-51
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	109
層面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。	52
關鍵績效指標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。	52, 56-59

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼 / 備註
層面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其後相關事宜的政策。	39
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大其後相關事宜，及應對行動	40-42
B. 社會		
層面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： (a) 政策；及 (b) 對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	80
關鍵績效指標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。	110
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	110
層面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： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	89-90
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括彙報年度)每年因工亡故的人數及比率。	94
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	94
關鍵績效指標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。	89-94
層面B3	發展及培訓	
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。 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	86-88
關鍵績效指標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。	111
關鍵績效指標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。	111

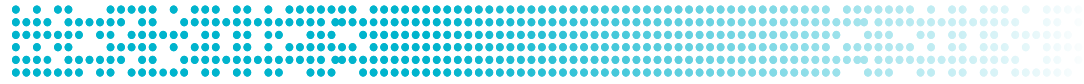
主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼 / 備註
層面B4 勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	80
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	80
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	80
層面B5 供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	71-73
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	71
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	72
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的管理，以及相關執行及監察方法。	72-73
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的管理，以及相關執行及監察方法。	72-73
層面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、私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	24, 30, 35-36, 68
關鍵績效指標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。	111
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	36
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	24
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	27
關鍵績效指標B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	68

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼 / 備註
層面B7 反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	64-67
關鍵績效指標B7.1	於彙報期內對我們或其僱員提出并已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	/
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	65-67
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	66-67
層面B8 社區投資		
一般披露	有關以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。	96
關鍵績效指標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)。	96-104
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	111



附錄 4

GRI 可持續發展報告標準 - 內容索引



披露議題／披露項	披露項標題	頁碼／備註
GRI101：基礎2016		
GRI102：一般披露2016		
組織概況		
102-1	組織名稱	1
102-2	活動、品牌、產品和服務	4-7
102-3	總部位置	4
102-4	經營位置	4
102-5	所有權與法律形式	1
102-6	服務的市場	4
102-7	組織規模	4
102-8	關於員工和其他工作者的信息	80
102-9	供應鏈	70
戰略		
102-14	高級決策者的聲明	2-3
102-15	關鍵影響、風險和機遇	11-12
道德和誠信		
102-16	價值觀、原則、標準和行為規範	7
102-17	關於道德的建議和關切問題的機制	61
管治		
102-18	管治架構	8, 62
102-19	授權	8, 62
102-20	行政管理層對於經濟、環境和社會議題的責任	8
102-21	就經濟、環境和社會議題與利益相關方進行磋商	8-9
102-22	最高管治機構及其委員會的組成	61
102-23	最高管治機構主席	61
102-24	最高管治機構的提名和甄選	61
102-25	利益衝突	65
102-26	最高管治機構在制定宗旨、價值觀和戰略方面的作用	7-8
102-29	經濟、環境和社會影響的識別和管理	11-16
102-30	風險管理流程的效果	63
102-31	經濟、環境和社會議題的評審	11
102-32	最高管治機構在可持續發展報告方面的作用	8-9
102-33	重要關切問題的溝通	10-11
102-34	重要關切問題的性質和總數	12
102-35	報酬政策	62, 83

披露議題／披露項	披露項標題	頁碼／備註
利益相關方參與		
102-40	利益相關方群體列表	10
102-42	利益相關方的識別和遴選	11
102-43	利益相關方參與方針	11
102-44	提出的主要議題和關切問題集體	11
報告實踐		
102-46	界定報告內容和議題邊界	1
102-47	實質性議題列表	13-14
102-48	信息重述	1
102-49	報告變化	1
102-50	報告期	1
102-51	最近報告日期	1
102-52	報告週期	1
102-53	有關本報告問題的連絡人信息	1
102-54	符合GRI標準進行報告的聲明	1
102-55	GRI內容索引	115
GRI103：管理辦法2016		
報告管理方法的一般要求		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	8
103-2	管理方法及其組成部分	8-9
103-3	管理方法的評估	8-9
實質性議題		
經濟		
GRI201：經濟績效2016		
GRI103：管理方法2016		
201-2	氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇	39-43

披露議題／披露項	披露項標題	頁碼／備註
GRI204：採購實踐2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	70
103-2	管理方法及其組成部分	70-73
103-3	管理方法的評估	70-73
GRI205：反腐敗2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	65
103-2	管理方法及其組成部分	65-67
103-3	管理方法的評估	65-67
205-1	已進行腐敗風險評估的運營點	65-67
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	66-67
205-3	經確認的腐敗事件和採取的行動	65-67
GRI206：不當競爭行為2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	65
103-2	管理方法及其組成部分	65
103-3	管理方法的評估	65
206-1	針對不當競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	65
環境		
GRI301：物料2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	45, 57
103-2	管理方法及其組成部分	45, 57
103-3	管理方法的評估	45, 57
301-1	所用物料的重量或體積	58, 10
301-2	所使用的回收進料	58
301-3	回收產品及其包裝材料	58-59

披露議題／披露項	披露項標題	頁碼／備註
GRI302：能源2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	47-50
103-2	管理方法及其組成部分	47-50
103-3	管理方法的評估	47-50
302-1	組織內部的能源消耗量	109
302-3	能源強度	109
302-4	減少能源消耗量	49
302-5	降低產品和服務的能源需求	56-57
GRI303：水資源2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	50-51
103-2	管理方法及其組成部分	50-51
103-3	管理方法的評估	50-51
303-1	按源頭劃分的取水	50
303-2	因取水而受重大影響的水源	50
303-3	水循環與再利用	50-51
GRI305：排放2016		
GRI103：管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	52-55
103-2	管理方法及其組成部分	52-55
103-3	管理方法的評估	52-55
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	109
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	109
305-3	其他間接(範疇3)溫室氣體排放	57
305-4	溫室氣體排放強度	109
305-5	溫室氣體減排量	49
305-7	氮氧化物(NO _x)、硫氧化物(SO _x)和其他重大氣體排放	109

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼 / 備註
GRI306 : 污水和廢棄物2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	52-54
103-2	管理方法及其組成部分	52-54
103-3	管理方法的評估	52-54
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	109
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	109
306-3	重大洩漏	109
306-4	危險廢物運輸	55
GRI307 : 環境合規2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	46-55
103-2	管理方法及其組成部分	46-55
103-3	管理方法的評估	46-55
307-1	違反環境法律法規	52
GRI308 : 供應商環境評估2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	70-72
103-2	管理方法及其組成部分	70-73
103-3	管理方法的評估	70-73
308-1	使用環境標準篩選的新供應商	72
308-2	供應鏈對環境的負面影響以及採取的行動	73
社會		
GRI401 : 僱傭2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	79-80
103-2	管理方法及其組成部分	80-83
103-3	管理方法的評估	80-83
401-1	新進員工和員工流動率	110
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	83-84
401-3	育兒假	83
GRI402 : 勞資關係2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80-81
103-2	管理方法及其組成部分	80-81
103-3	管理方法的評估	80-81

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼 / 備註
GRI403 : 職業健康與安全2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	89-94
103-2	管理方法及其組成部分	89-94
103-3	管理方法的評估	89-94
403-1	勞資聯合健康安全委員會中的工作者代表	90
403-2	工傷類別、工傷、職業病、損失工作日、缺勤等比率	94
403-3	從事職業病高發職業或高職業病風險職業的工作者	90-92
GRI404 : 培訓與教育2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	86-88
103-2	管理方法及其組成部分	86-88
103-3	管理方法的評估	86-88
404-1	每名員工每年接受培訓的平均小時數	88
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	82, 87
404-3	定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	110
GRI405 : 多元化與平等機會2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80
103-2	管理方法及其組成部分	80
103-3	管理方法的評估	80
405-1	管治機構與員工的多元化	110
GRI406 : 反歧視2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80
103-2	管理方法及其組成部分	80
103-3	管理方法的評估	80
406-1	歧視事件及採取的糾正行動	80

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼 / 備註
GRI408 : 童工2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80
103-2	管理方法及其組成部分	80
103-3	管理方法的評估	80
GRI409 : 強迫或強制勞動2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80
103-2	管理方法及其組成部分	80
103-3	管理方法的評估	80
GRI412 : 人權評估2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	80
103-2	管理方法及其組成部分	80
103-3	管理方法的評估	80
GRI413 : 當地社區2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	96-106
103-2	管理方法及其組成部分	96-106
103-3	管理方法的評估	96-106

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼 / 備註
GRI414 : 供應商社會評估2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	72
103-2	管理方法及其組成部分	72
103-3	管理方法的評估	72
414-1	使用社會標準篩選的新供應商	72
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	73
GRI416 : 客戶健康與安全2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	28-30
103-2	管理方法及其組成部分	28-30
103-3	管理方法的評估	28-30
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	28-30
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	111
GRI417 : 營銷與標識2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	31-37
103-2	管理方法及其組成部分	31-37
103-3	管理方法的評估	31-37
417-1	對產品和服務信息與標識的要求	31-37
417-2	涉及產品和服務信息與標識的違規事件	31-37
417-3	涉及市場營銷的違規事件	31-37
GRI418 : 客戶隱私2016		
GRI103 : 管理方法2016		
103-1	對實質性議題及其邊界的說明	67-68
103-2	管理方法及其組成部分	67-68
103-3	管理方法的評估	67-68
418-1	與侵犯客戶隱私和丟失客戶資料有關的經證實的投訴	67