



**长城汽车**  
专注 专业 专家

**長城汽車股份有限公司**

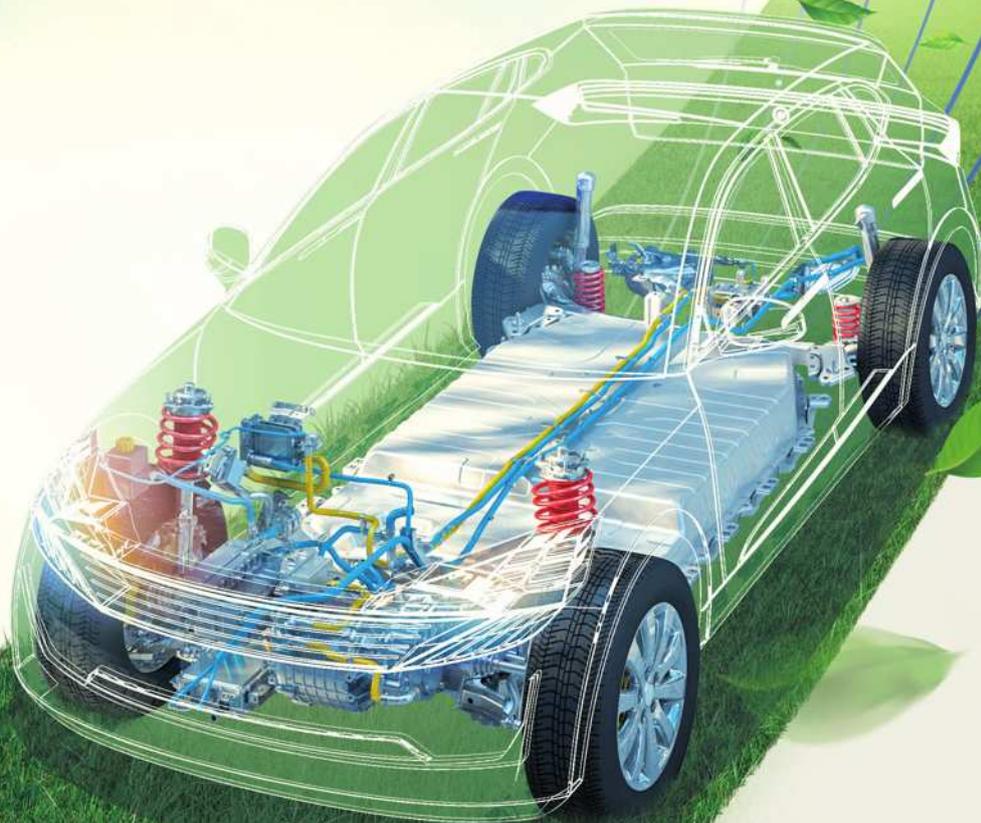
**GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED\***

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

H 股股份代號：2333 A 股股份代號：601633

**2021**

企業社會責任報告



\* 僅供識別

# 目錄

<b>新格局、新機遇、新挑戰、新生態</b>	
高層致辭	02
<b>綠智潮玩嗨世界 廉信創變共分享 每天進步一點點</b>	
走近長城	04
<b>蓄勢領跑，共變革•贏未來</b>	
公司治理	15
<b>聚力「雙碳」，綠色健康發展</b>	
環境責任	28
<b>創變潮玩，智享安全出行</b>	
產品責任	44
<b>長城人兒，幸福領航</b>	
員工責任	61
<b>攜手前行，可持續•向未來</b>	
社會責任	66
ESG報告指引	83
反饋意見表	87



## 關於本報告

### 一、 報告時間

本報告為長城汽車股份有限公司自2011年開始發佈的第11份年度社會責任報告，本報告時間範圍為2021年1月1日至2021年12月31日，部份內容適當向前後年度延伸。

### 二、 報告範圍

本報告覆蓋本公司及其子公司，部份內容涉及保定市長城控股集團有限公司及其子公司，由於涉及內容的連續性及可比性，部份信息內容根據需要將作適當延伸。詳細公司信息請參考長城汽車股份有限公司年度報告。

### 三、 報告內容

本報告將對外披露公司2021年度經濟、社會、環境績效指標及社會責任與可持續發展情況。

### 四、 報告依據

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

### 五、 報告釋義

「長城汽車」或「公司」或「本公司」 指 長城汽車股份有限公司

「本集團」 指 本公司及其子公司(附屬公司)

「長城控股集團」 指 保定市長城控股集團有限公司(本公司之間接控股股東)及其子公司

### 六、 報告說明

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

### 七、 報告獲取

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





「必須把握住新一輪變革的機遇，  
持續打造競爭力，競逐新賽道，  
實現走向全球的目標，  
推動長城汽車向全球化智能科技公司轉型。」

— 魏建軍

2021年，我國國內生產總值(GDP)突破110萬億元，經濟增速達8.1%。2021年，中國汽車行業面對芯片短缺、原材料價格持續高位等不利因素，迎難而上，主動作為，全年汽車產銷呈現穩中有增的發展態勢，展現出強大的發展韌性和發展動力。2021年中國汽車產銷實現同比增長3.4%和3.8%，結束了2018年以來連續三年的下降局面。其中新能源汽車成為最大亮點，全年銷量超過350萬輛，市場佔有率提升至13.4%，中國品牌汽車受新能源、出口市場向好帶來的拉動作用，市場份額已超過44%，接近歷史最好水平。2022年，汽車行業伴隨供給端芯片供應不足、原材料價格高位運行等問題在新的一年逐步改善，預計2022年汽車市場將繼續呈現穩中向好的發展態勢，全年產銷表現好於2021年。

2021年，對於長城汽車來說，也是持續深化變革的一年。

2021年，長城汽車正式發佈「2025戰略」，基於「全球大佈局」「研發大投入」「企業大變革」和「用戶大運營」的定位，長城汽車持續推進全面、徹底的創新變革，向全球化智能科技公司轉型。



2021年，長城汽車加快全球化佈局，年內泰國羅勇工廠投產，並發佈泰國市場戰略目標：聚焦用戶聲音；持續創造用戶全新體驗；致力於成為泰國新能源汽車領導者。年內長城汽車正式在慕尼黑開設德國子公司並設立歐洲總部，發佈歐洲市場戰略。年內，長城汽車與戴姆勒集團簽署協議，收購其巴西伊拉塞馬波利斯工廠。長城汽車收購巴西伊拉塞馬波利斯工廠後，將按照長城汽車全球製造標準將工廠打成長城汽車全球智能化生產基地之一，以覆蓋巴西國內及南美其他國家市場。

長城汽車嚴格遵守低碳環保要求，通過提高對資源與能源的科學利用與管理，打造節約型、環境友好型企業，築起綠色的產業鏈生態。

在生產排放環節，長城汽車以高標準、高要求的管理，確保廢水、廢氣、噪聲等污染物全部滿足國家排放標準，不斷降低溫室氣體排放。2023年，長城汽車將實現首個「零碳工廠」，並圍繞碳排放的全生命週期，建立汽車產業鏈條的循環再生體系，實現經濟、環境以及社會效益最大化。

長城汽車不斷落實新技術、新工藝、新材料、新設備的推廣與應用，淘汰高耗能設備，大力推進清潔能源利用，有效促進能耗的持續降低。得益於多年來對「可持續發展」理念的貫徹執行與積極貢獻，長城汽車2020年正式加入歐洲企業社會責任協會(CSR-Europe)及其下屬的可持續發展聯合組織(Drive sustainability)，成為首家加入的中國汽車企業。

長城汽車在持續提升產品質量，為消費者帶來更高品質產品的同時，積極踐行企業社會責任，彰顯民族企業擔當。

新冠疫情爆發至今，長城汽車在國內已累計捐贈款項及車輛總價值達人民幣1,385萬元，並始終堅守企業責任與擔當，第一時間投入疫情防控中，不斷為打贏疫情防控阻擊戰做出努力。2021年7月，河南省多地發生嚴重的內澇災害，長城汽車積極踐行企業社會責任，捐贈人民幣2,000萬元馳援河南。

長城汽車將持續以用戶為中心，以對用戶的真心、對合作夥伴的誠心、對汽車行業的熱心，對中國汽車市場的拳拳赤子之心，為中國汽車產業貢獻力量，為社會貢獻效益。

# 一、公司概況

走近長城

長城汽車是一家全球化智能科技公司，  
致力服務於全球用戶的智能、  
綠色出行。



面向未來，長城汽車發佈「2025戰略」，持續進行研發投入，為全球用戶打造更綠色、更智慧、更安全的產品；以產業互聯網為依託，深化C2B用戶運營模式；建立「產品+軟件+服務」的全新商業模式，推動價值鏈向後端轉移，打通汽車消費全生命週期的價值鏈條，實現與用戶共創、共享、共贏。



以「綠智潮玩嗨世界」為使命願景，長城汽車構建一套集綠色碳中和、認知智能化、全球潮牌潮品、共玩眾智眾創於一體的出行新生態：秉承全產業鏈低碳環保理念，堅持綠色、清潔能源的研發與投入；為用戶提供新型駕駛體驗，讓全場景高智能元素融入每一個交通工具；捕捉潮流趨勢，打造個性化、富有創意的產品及服務；重塑產品定義，以出行開啟社交，讓全球用戶享受科技力量帶來的出行新樂趣。



長城汽車股份有限公司

二零二一年社會責任報告

長城汽車的業務包括汽車及零部件設計、研發、生產、銷售和服務，並涉足智能網聯、智能駕駛等前瞻科技的研發和應用，本集團旗下擁有哈弗、魏牌、歐拉、坦克及長城皮卡五大整車品牌，孵化全新獨立運營汽車科技公司——沙龍機甲科技有限公司，並與寶馬集團合資成立光束汽車有限公司（「光束汽車」）。



目前，長城汽車銷售網絡覆蓋全球，海外超過700家，並在中國、美國、加拿大、德國、奧地利、日本、韓國以及印度等國家和地區設立研發中心和技術創新中心。在中國，長城汽車擁有10大全工藝整車生產基地。海外，長城汽車在泰國、巴西建立了全工藝整車生產基地，在厄瓜多爾、馬來西亞、突尼斯等地擁有多個KD工廠。

長城汽車時刻以促進員工成長、提升生活幸福為己任：提供全球工作機會，激活員工潛能，成就不凡；通過股權激勵計劃，實現員工由「打工者」向「合夥人」轉變，未來將滾動實施廣覆蓋的股權激勵模式；同時加大醫療、住房、教育等板塊的投入，讓發展成果惠及員工。此外，長城汽車積極投身全球社會公益事業。

未來，長城汽車將以用戶體驗為依歸，把社會責任融入產品及服務，為用戶帶去智能出行、綠色出行，全力助推全球可持續發展。



## 二、企業文化

2021年，公司持續踐行「綠智潮玩嗨世界，廉信創變共分享，每天進步一點點」的企業文化，進一步聚焦「以用戶為中心」的發展方向，全力踐行全球化戰略，共同助推長城汽車朝著「全球化智能科技公司」的目標全速邁進。

走近長城



### 使命願景： 綠智潮玩嗨世界

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

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

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

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

**嗨世界：**  
讓全球用戶在「綠智潮玩」中享受驚喜和極致體驗



### 核心價值觀： 廉信創變共分享

**廉：**  
公平公正、簡單透明；廉潔自律，對腐敗零容忍

**信：**  
始終堅持以用戶為中心，秉承契約精神，誠實守信、合規經營

**創：**  
堅持研發精準投入，營造活力開放氛圍，培育創新土壤，以創新驅動公司發展

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

**共分享：**  
秉承利他精神，與員工、合作夥伴價值共創、利益共享，構建共生共贏生態圈

### 企業精神： 每天進步一點點

**穩健務實：**  
居安思危、腳踏實地持久專注、持續發展

**奮鬥進取：**  
責任擔當、持續奮鬥勇於挑戰、持續創新



## 三、榮譽及社會評價

### 一、長城汽車榮膺2020年中國汽車企業創新排行榜第一；長城汽車董事長魏建軍榮獲「中國汽車創新人物」大獎

3月21日，第四屆中國汽車企業創新大會暨中國汽車企業創新「安亭指數」發佈會在上海舉行。會上，中國汽車企業創新排行榜正式公佈，長城汽車分別榮獲中國汽車（乘用車）企業創新排行榜第一名和中國汽車（乘用車）企業創新排行榜之自主企業第一名。

長城汽車董事長魏建軍憑藉對行業變革的獨創性前瞻思考，引領長城汽車進行顛覆式創新的舉措，為汽車行業發展做出了重要貢獻，榮獲「中國汽車創新人物」大獎。



### 二、長城汽車第1,000萬輛整車入藏北京汽車博物館

4月16日，「共鑑歷史 攜手同行」長城汽車第1,000萬輛整車北京汽車博物館收藏暨雙方戰略合作簽約儀式在北京汽車博物館正式舉行。雙方攜手建立更深層次的戰略合作關係，推動汽車文化發展。





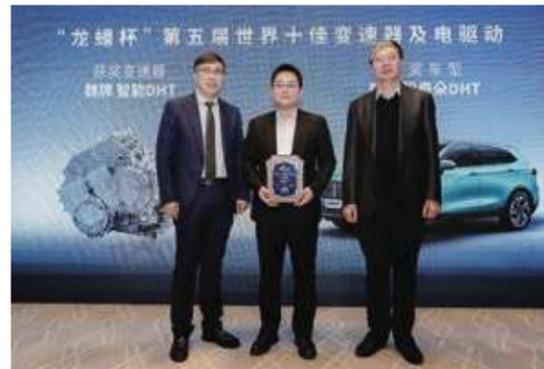
### 三、1.5T檸檬混動DHT系統入選「中國心」2021年度十佳發動機

11月8日，長城汽車1.5T檸檬混動DHT系統入選「中國心」2021年度十佳發動機。作為中國汽車品牌首個推出的雙電機混聯混動架構產品，長城汽車這套1.5T檸檬混動DHT系統憑藉1.5T混動專用發動機的中置VVT、高壓縮比、高滾流進氣道、深度米勒循環、980℃ VGT增壓器，以及DHT130混動變速器的定軸式多擋直驅結構、14,500rpm高轉速扁線電機等先進技術，使參選車輛魏牌拿鐵DHT在動力響應性與燃油經濟性之間取得了理想的均衡效果，在評選過程中獲得眾多權威評委的一致肯定。同時，這也是長城汽車第八次斬獲該獎項。



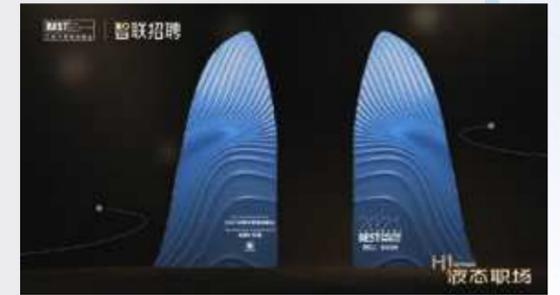
### 四、長城汽車檸檬混動DHT再獲「世界十佳變速器」殊榮

2022年1月9日，「龍蟠盃」第五屆世界十佳變速器評選結果揭曉，長城汽車檸檬混動DHT再次榮獲「世界十佳變速器」獎項，這已是長城汽車第四年獲得該項殊榮。同時，搭載這款變速器的魏牌瑪奇朵DHT也成為評選中的獲獎車型。



### 五、長城汽車榮獲2021中國年度最佳僱主全國100強

12月18日，「Hi液態職場」2021中國年度最佳僱主頒獎盛典首次以線上直播的形式舉辦，長城汽車榮獲2021中國年度最佳僱主全國100強。此次評選活動由智联招聘聯合北京大學社會調查研究中心於2005年共同發起，旨在以獨立客觀的立場，通過專業科學的調查評選，發現中國僱主品牌標桿企業。



### 六、用戶滿意度穩居前列長城汽車攬獲2021 CACSI多項第一

10月12日，第五屆中國汽車質量論壇暨2021年汽車行業用戶滿意度測評(CACSI)結果新聞發佈會在北京召開，長城汽車旗下哈弗、魏牌、坦克及旗下車型攬獲多項殊榮，充分體現出廣大用戶對長城汽車品質和服務的高度認可。其中哈弗H6、哈弗大狗、哈弗H9、魏牌摩卡等榮膺各細分市場第一名。



### 七、長城汽車造型中心榮獲「中國十佳企業設計中心」大獎

10月22日，在由中國工業設計協會舉辦的2021年度中國設計產業100強發佈盛典上，長城汽車造型中心以優秀的設計實力榮獲「中國十佳企業設計中心」大獎。



### 八、長城汽車上榜2021 BrandZ中國全球化品牌50強

5月10日，KANTAR攜手Google谷歌聯合發佈「2021 BrandZ中國全球化品牌50強」，長城汽車榮登榜單，並躋身印度、巴西等新興市場中國明星品牌20強，長城汽車的造車實力與品牌成長速度受到全球市場關注。



### 九、長城汽車海外屢獲大獎

沙特吉達國際車展最佳新車發佈獎—HAVAL DARGO：

長城炮斬獲素有智利汽車界「奧斯卡」之稱的權威大獎—「年度最佳皮卡」大獎：



長城炮榮獲智利「年度最佳皮卡」獎項

長城炮在澳大利亞獲得權威媒體Autocar的皮卡品類「年度最佳車型獎項」；

風駿皮卡榮膺厄瓜多爾2020年度十大暢銷車；

長城汽車榮獲最佳展位體驗獎、最佳概念車獎、最佳電動汽車設計獎、最佳創新皮卡獎等六項大獎，成為曼谷國際車展有史以來獲獎數量最多的汽車企業；

哈弗品牌榮獲「中國品牌領導者」大獎。

## 四、2021年長城汽車大事記

### 一、提出未來五年規劃 重磅發佈「2025戰略」

長城汽車第8屆科技節開幕式上，董事長魏建軍正式對外發佈「2025戰略」，基於「全球大佈局」「研發大投入」「企業大變革」和「用戶大運營」的定位，長城汽車持續推進全面、徹底的創新變革，向全球化智能科技公司轉型。



### 二、加快全球化佈局：發佈泰國市場戰略 推出GWM品牌



長城汽車正式發佈GWM品牌和泰國市場核心戰略目標：聚焦用戶聲音；持續創造用戶全新體驗；致力於成為泰國新能源汽車領導者。泰國核心戰略目標發佈，不僅是長城汽車進軍泰國和東盟市場的關鍵，也是長城汽車全球化戰略的重要舉措。

### 三、加快全球化佈局：發佈歐洲市場戰略 成立歐洲總部

長城汽車旗下魏牌與歐拉攜熱門車型亮相德國慕尼黑國際車展，並發佈歐洲市場戰略。其中，魏牌發佈歐洲商業模式及用戶運營計劃：2021年魏牌以德國為起點，全面發力歐洲市場；長城汽車正式在慕尼黑開設德國子公司並設立歐洲總部。長城汽車將在歐洲投入最先進的綠色、智能汽車並建立本地化研發中心和生產基地。歐洲總部的職能將涵蓋研發、銷售、管理等，其中，研發將集中在整車集成、車輛部件開發、電子動力系統平台開發和集成、智能駕駛和車聯網等領域。長城汽車慕尼黑團隊將持續擴大。



### 四、全球化進程加速：收購戴姆勒集團巴西伊拉塞馬波利斯工廠

長城汽車和戴姆勒集團就收購巴西伊拉塞馬波利斯工廠正式簽署協議。根據雙方簽署的資產收購協議，包括土地、廠房、機器設備等在內的巴西伊拉塞馬波利斯工廠將移交給長城汽車。



長城汽車收購巴西伊拉塞馬波利斯工廠後，將按照長城汽車全球製造標準將工廠打成長城汽車全球智能化生產基地之一，以覆蓋巴西國內及南美其他國家市場。

### 五、構建國際級氫能產業生態 發佈氫能戰略

長城汽車氫能戰略，構建了國際級「製-儲-運-加-應用」一體化供應鏈生態，打破核心技術壁壘，還聯通上下游產業鏈，加速氫能商業化推廣。此外，氫能戰略還推出了一套國際領先的車規級「氫動力系統」全場景解決方案-氫檸技術，加速產品落地，助力我國能源結構轉型。



### 六、技術新突破：3.0T+9AT超級動力總成量產下線



長城汽車3.0T+9AT超級動力總成在重慶永川工廠已完成量產下線。作為國內首套全自研高階動力，這套動力總成最大功率260kW，峰值扭矩550N·m，並可承載750N·m扭矩傳遞，首搭車型為坦克500。

### 七、打造細分市場冠軍 發佈新品牌坦克/沙龍

坦克300自上市以來，持續引爆國內消費市場，成為2021最為炙手可熱的熱門車型之一。為了最大化滿足品牌發展需求，2021上海車展之際長城汽車重磅宣佈坦克品牌獨立發展。坦克品牌全方位闡釋了品牌理念、文化價值以及用戶共創計劃等。作為長城汽車第五大整車品牌，坦克品牌的誕生，全方位滿足用戶全場景用車需求。

2021年11月19日，沙龍機甲科技在廣州首發亮相。沙龍是由長城集團孵化，全新並獨立運營的機甲科技出行公司，主攻40萬-80萬價格區間的豪華純電市場，以極致創新開闢「機甲科技」品類新賽道。沙龍開創了汽車行業機甲品類先河，引發行業多品牌產品模仿及營銷跟風，在未來，沙龍將覆蓋轎車、SUV、轎跑等全品類機甲產品。



### 八、邁入千萬級俱樂部：第1,000萬輛整車、第1,000萬台發動機下線

1月，「跨越千萬 智在全球-長城汽車第1,000萬輛整車下線儀式」在長城汽車徐水智慧工廠隆重舉行。伴隨著一輛全新的第三代哈弗H6的緩緩下線，長城汽車正式成為國內首個聚焦SUV和皮卡品類進入「千萬俱樂部」的車企，在發展歷程中又迎來了一個全新里程碑。

6月，長城汽車蜂巢動力第1,000萬台發動機正式下線。未來，還將提供4種燃料、6大平台、23款發動機以及N種使用場景，實現1.5L-3.0T發動機的全面佈局。



### 九、從「打工者」到「合夥人」 發佈2021年股權激勵計劃

長城汽車正式發佈《長城汽車股份有限公司2021年股票期權激勵計劃》、《長城汽車股份有限公司2021年限制性股票激勵計劃》，首次授予已分別向8,147名激勵對象授予股票期權30,059.40萬份，向不超過557名激勵對象授予限制性股票3,265.32萬股。長城汽車通過構建創新的長期激勵機制，形成全新的「利益共同體」，有效推動員工由「打工者」向「合夥人」轉變，把「做工作」變成「幹事業」，促進公司長期穩健發展。

績效指標選取	銷售量	淨利潤
各績效指標權重	55%	45%
業績目標達成率(P)	$\Sigma(\text{績效指標實際達成值} / \text{績效指標目標值}) \times \text{績效指標權重}$	
第一個解除限售期	2021年公司汽車銷量不低於149萬輛	2021年淨利潤不低於68億元
第二個解除限售期	2022年公司汽車銷量不低於190萬輛	2022年淨利潤不低於82億元
第三個解除限售期	2023年公司汽車銷量不低於280萬輛	2023年淨利潤不低於115億元

### 十、踐行企業社會責任 彰顯民族企業擔當

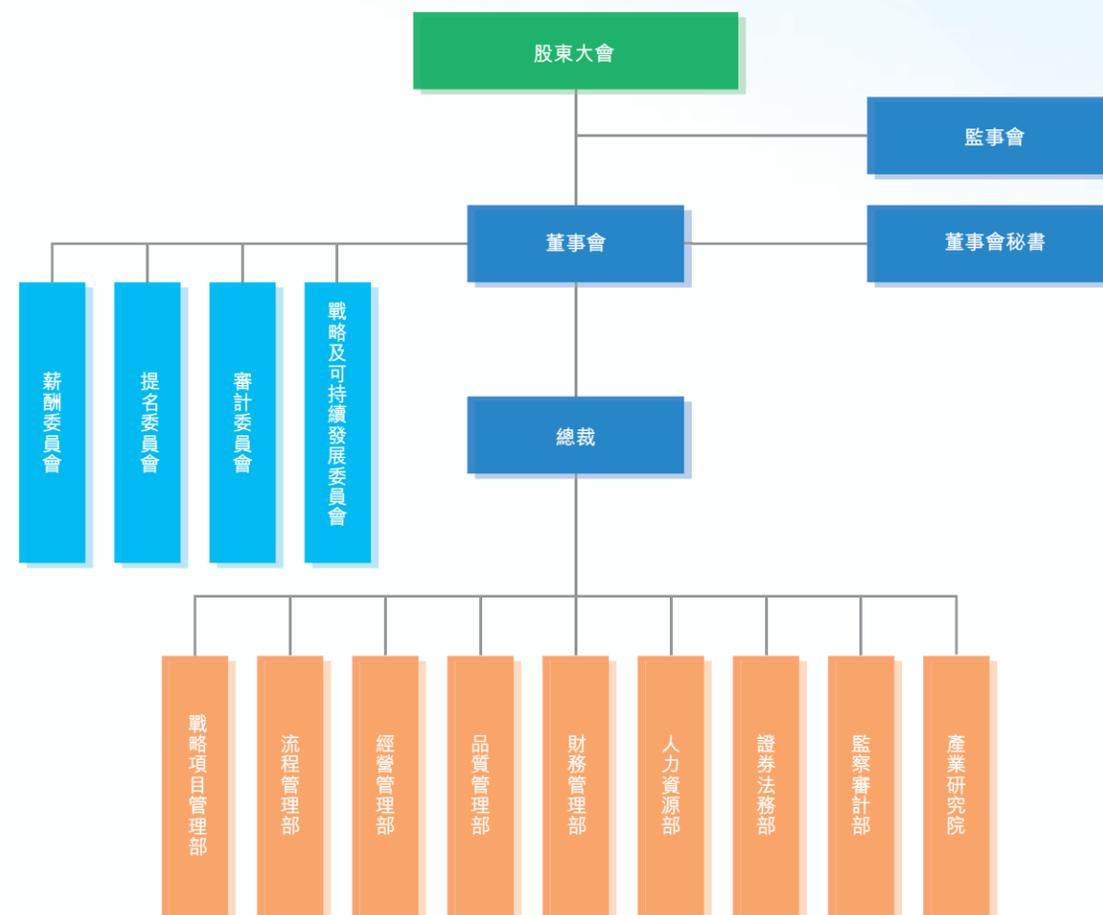
2021年，河南省遭遇罕見的持續強降雨，造成鄭州等地發生嚴重的內澇災害。對此，長城汽車積極踐行企業社會責任，捐贈2,000萬元人民幣馳援河南，其中1,000萬元贈予河南慈善總會，用於緊急救災和災後恢復工作；1,000萬元專項資金用於用戶受損車輛的救援、檢測、維修。

2021年伊始，在河北省石家莊市、邢台市等地爆發新一輪新冠疫情，長城汽車迅速行動，於1月10日向河北省紅十字會捐贈人民幣500萬元，馳援河北疫情防控工作的開展，保護一線醫療人員及前線志願者的防疫安全。截至目前，長城汽車在國內已累計捐贈款項及車輛總價值達人民幣1,385萬元。自新冠疫情爆發以來，長城汽車始終堅守企業責任與擔當，第一時間投入新冠疫情防控中，不斷為打贏疫情防控阻擊戰做出努力。

## 公司治理

蓄勢領跑，共變革·贏未來

### 公司治理架構圖



#### 一、治理結構及三會管理

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

根據《公司法》及兩地上市規則等相關要求，2020年本公司完成董事、監事的換聘工作。現董事會由7名董事構成，其中包括3名執行董事、1名非執行董事、3名獨立非執行董事。各位董事的經歷與背景各不相同，在企業管理、產品創新、資本運作方面有著豐富的經驗，在提高公司治理水平、不斷實現公司戰略目標方面發揮著重要的作用。有關董事的詳細資料請參閱《長城汽車股份有限公司2021年年度報告》。2021年，公司共召開7次股東大會、20次董事會、20次監事會。



這一年，公司黨委繼續豐富黨建內涵、服務黨員群眾工作生活。用重溫誓詞、唱紅歌、評優樹先等方式，為黨的100歲慶生；開展了「黨建徵文」、「黨史學習答題」、「永遠跟黨走文藝匯演」等活動，發揮黨建實質作用，實現黨員自身理論水平的不斷提升；指導工青婦開展「單身職工聯誼」、「勞動技能競賽、夏日送清涼、職工攝影展」等工作，鼓勵職工群眾立足崗位創新創業創優，推動企業文化踐行、增加歸屬感、助力公司經營發展。

奮鬥不止，永葆初心！

長城汽車將繼續苦練內功，篤定全球化發展戰略，全力打造有價值、有全球影響力的中國品牌，為國家經濟和社會發展貢獻力量。

長城汽車黨委將繼續提高企業黨的組織和工作覆蓋質量，堅持黨建與生產經營「雙輪驅動」，更好發揮黨組織戰鬥堡壘作用和黨員先鋒模範作用，以完善的黨建工作點燃賦能高質量發展的「強力引擎」。

### 三、風控合規管理

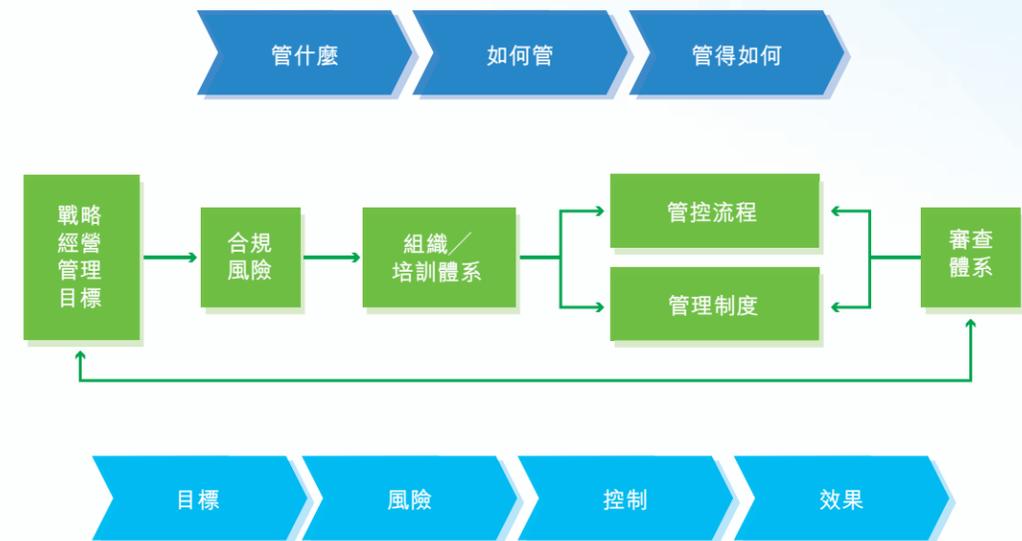
長城汽車為實現全球化戰略目標，以國際化視野審視內外部環境，積極防控及化解重大合規風險，以三道防線理論為指導，「風險為導向、合規為底線、內控為抓手」為管理思路，建立合規管理委員會領導、合規辦公室牽頭、相關合規責任部門協同聯動的合規管理工作機制，積極發揮合規辦公室統籌協調、組織推動、督促落實的作用，強化合規責任部門的一線主體責任，以保障體系的有效運行。

長城汽車經過對標ISO37301合規標準，行業合規實踐及與律所諮詢和交流，結合公司合規建設的痛點，探索出以完善合規組織架構、合規制度體系和合規保障機制為主線的合規體系建設思路。

- ① 在組織建設方面，發佈《合規管理組織設置及職責》，明確了合規管理委員會、合規管理辦公室和相關責任部門協同的組織架構和職責，公司共設合規官10名，是本組織合規管理的負責人和監督者，合規BP75名，負責推動本組織合規要求的落地執行，包含合規培訓、組織風險評估、合規自查、合規文化宣傳等。



- ② 為提升依法合規經營的管理水平，着力打造法治企業，總部建設一個全球統一的合規管理體系+N個重點領域合規專項合規管理制度，以《長城汽車全球合規通用手冊》為綱領，《全球合規管理制度》為核心，配套機制為基礎，重點合規領域專項指引為補充的的合規管理規則體系。



- ③ 針對重點市場、重要領域、重點人員逐步建立合規管控體系，例如針對泰國市場，聘請專業諮詢團隊構建東盟合規管理體系；為實現車聯網業務隱私合規，根據印、泰、俄、歐盟等的個人數據保護相關條例，對車聯網業務進行分析、拆解，建立了車聯網產品的隱私保護體系，實現出海車型的車聯網數據合規；對反壟斷開展了風險評估，並將整改對策標準化，防範反壟斷合規風險；針對出口管制及經濟制裁法規，規劃建立合規篩查系統平台和業務操作指引；
- ④ 為提升員工的合規意識，防範合規風險，長城汽車將合規聲明發佈至全球官網，通過內外講師結合的方式對全員進行了合規培訓和合規意識提升，形成了良好的合規文化。真正將合規要求轉化為全體員工的自覺行動，形成了「人人合規、事事合規」「合規創造價值」等工作理念。

#### 四、企業廉潔建設工作

公司以遵守國家相關法律法規為基礎，依法合規經營，始終堅持廉潔、誠信的基本理念，堅決杜絕腐敗行為，著力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境，不斷加強風險管理，提高全員廉潔從業意識，打造公司廉潔誠信的品牌形象，弘揚優秀的企業文化，傳播社會正能量，助力公司向全球化智能科技公司高速發展邁進，為社會發展和進步做出積極貢獻。

##### (一) 加強組織領導，健全反腐倡廉工作機構

公司設立獨立的「反腐敗委員會」，由董事長任反腐敗委員會主任，主要對公司廉潔工作開展提出目標，下達工作任務，把握整體工作開展方向。委員會下設紀檢組，主推集團廉潔體系建設工作，包括制度的制定、維護和完善，員工/相關方舉報信息的接收、調查、懲處，重點廉潔崗位監察以及各層級廉潔教育工作，同時基於公司全球化發展戰略，監察審計組織不斷變革，已形成覆蓋國內、外不同國家不同區域，協同互助、相互制約的網狀監察審計系統。

##### (二) 注重廉潔教育，打造反腐倡廉文化

企業的競爭也是人才的競爭，本集團在員工入職或續簽合同時，簽署《廉潔承諾書》，致力於持續提升個人職業道德素養，倡導全員廉潔從業。為持續培養高素質人才，針對員工職業生涯各個階段，分別設置導入教育、晉升教育、專項教育等課程，主要通過培訓、崗前測試、視頻教學、拓展活動等多種形式開展。2021年，全年共開設廉潔教育課堂30餘場，總時長80餘課時，參與線上、線下廉潔教育的相關人員達5,300餘人次，其中開設高層(包含董事)廉潔文化大講堂，共140餘人次參與，全年共計組織7.1萬餘人次參與專項教育測評；倡導員工線



上自主學習、自我檢測，2021年各層級員工通過信息化平台進行自我測評達12.2萬餘人次，針對職業生涯各階段不同類型的廉潔課程對所有員工開放，並鼓勵全員參加反腐倡廉培訓，同時不斷通過集團門戶、監察通報等不同方式共享內部案例及相關培訓內容，及時向全員傳遞公司反腐倡廉的態度及相關要求，倡導全員共同參與企業反腐倡廉建設。

本集團創新廉潔文化傳播模式，運營「廉潔長城」微信公眾號，截止到2021年12月份，公眾號已擁有15萬餘粉絲，粉絲涵蓋員工、相關方、商業夥伴及家屬等不同人群，通過圖片、視頻、文字、漫畫等多種形式，實現與員工、相關方的無障礙溝通，2021年共計推送原創內容70餘篇，通過多樣化、開放的形式助推公司廉潔品牌的傳播。

##### (三) 完善制度體系，規範反賄賂管理

在當前風險類別持續發展、變化的背景下，長城汽車不斷強化風險管控，增強反腐倡廉的規範化、制度化、科學化，不斷摸索、完善，建立了一整套《廉潔體系制度》，2008年頒佈實施，並根據公司戰略發展、經營理念等情況，對制度內容適時調整，截止到2019年完成了5次修訂。隨著公司國際化戰略實施，為提升國際影響力及競爭力，長城汽車依據ISO37001:2016《反賄賂管理體系要求及使用指南》，在《廉潔體系制度》基礎上，再次進行全面升級，搭建完成反賄賂管理體系，反賄賂管理體系共包含I級管理手冊、16個II級程序文件、15個III級指導文件及IV級支撐文件。2021年7月正式通過第三方機構認證，獲得ISO 37001反賄賂管理體系證書，成為國內首家通過ISO 37001反賄賂管理體系認證的車企，標誌著長城汽車全球合規體系建設邁出了重要一步，為全球化戰略提供了強有力的支持和保障。

腐敗預防方面，識別存在腐敗風險的領域和崗位，通過識別賄賂風險、完善制度流程，實現多方參與、過程監督；在正式合作前對存在賄賂風險的特定交易、項目、商業夥伴等開展反賄賂調查，並通過內部審計暴露內、外業務風險漏洞，為管理提供決策依據，降低賄賂風險。對採購、招標等重點監督崗位的人員，實施定期崗位調動，防止因任期過長而產生腐敗。在業務往來、商務接待中，規範接待人數及區域，秉承公開、透明的原則，避免出現不正當行為。經統計，2021年拒絕賄賂達387人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計1,610人次，單次拒腐最高金額達35萬元，各級員工共上交禮品約11.4萬件，90名員工被評為「廉潔自律模範」。

商業夥伴權益保護方面，以簽署《陽光協議》為合作前提，並基於合規要求，對協議內容不斷升級、完善，規範雙方廉潔行為，維護商業夥伴利益及「公平公正、簡單透明」的合作平台，構建共生共贏生態圈。

長城汽車立足產業踐行社會責任，傳播正能量，面向社會開通可查詢失信違規人員和企業信息的陽光誠信自助系統，通過信息披露、社會監督，維護相關方利益，提高從業人員的職業素養，2021年因腐敗、不誠信等問題被列入《失信名單》的合作方共572家。2018年9月加入企業反舞弊聯盟，2020年榮升為常務理事單位，積極致力於聯盟反舞弊建設工作，努力與所有成員企業共同建設廉潔的商業環境，共享不誠信、失信人員名單，共享反舞弊經驗，提供有效的信息及技術輸入等，為打造綠色健康的商業環境、合作環境提供助力。

#### (四) 實施監督懲處，強化反腐倡廉紀律約束

長城汽車對行賄、受賄等硬腐敗行為秉承「零容忍」的態度，同時對失職瀆職、推諉扯皮、拉幫結派、弄虛作假等軟腐敗行為進行嚴厲打擊，一經發現由股份紀檢組對腐敗行為進行調查、懲處。為充分發揮全員和相關方的監督作用，搭建多種舉報渠道：QQ、電話、郵箱、微信等。

舉報郵箱：gwlianjie@163.com

通訊地址：河北省保定市朝陽南大街2266號股份紀檢組

郵編：071000

2012年本集團利用信息化工具，開發第一個舉報信息管理平台，由專人專線負責平台的運行、維護，同時從信息上傳、推送、接收、事件調查等進行管理，實現了舉報信息快速、有效、高質量的閉環監管，也實現了舉報內容及舉報人員等相關信息的嚴格保密。公司重視在內外部環境中營造共同預防和打擊腐敗的氛圍，維護員工、利益相關方，通過全員及相關方共同努力讓腐敗行為得到充分暴露並及早查處，對於違反公司製度要求的，依據制度要求進行處理，涉及違反法律的行為，一律移交司法機關處置。2021年因涉嫌違法犯罪移送司法機關處置2人，已依法對其進行判決。同時為維護舉報人權益不受侵害，制定嚴格的管理要求，如：任何人不得調查、洩露舉報人信息，不得對舉報人及其親屬進行打擊報復，或者指使他人打擊報復，如有發生直接解除勞動合同，違反法律的，依法追究法律責任。

在反腐的道路上，長城汽車始終將「廉」和「信」作為行為準則，秉持公平公正、廉潔自律的作風，始終以用戶為中心，誠實守信、合規經營，以透明、開放的態度與用戶「玩」在一起，未來長城汽車將繼續堅守初心，與眾多優秀企業廉心攜手，積極履行社會責任，傳播社會正能量。



## 責任管理

### 環境責任

長城汽車秉承「人、車與環境和諧共存」的理念，堅持走「低污染、低能耗」的可持續發展道路。積極構建全球低碳汽車產業鏈，將可持續發展的理念滲入企業文化，堅持綠色、清潔能源的研發與投入。

### 產品責任

長城汽車始終奉行「安全至上」的核心理念，秉承「綠智潮玩嗨世界」的使命願景，打造各具特色的新時代「潮牌、潮品」。以合規、環保、安全、可靠的品質贏得顧客信賴，以智能、潮玩、共創的體驗超越顧客滿意。

### 員工責任

長城汽車堅持以「開放、包容」的態度，匯聚全球優秀人才，堅持以人為本，不斷創新人才發展機制，通過安全生產標準化規範運行，提升生產現場本質安全化管理水平，打造安全健康的工作環境。

### 社會責任

長城汽車始終踐行以「客戶滿意」為中心的忠誠服務標準，致力於打造用戶尊享的服務體驗，與供應商互惠共贏，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境，建立行業領先、運營質量卓越的銷售體系，同時扶貧濟困，助力公益，彰顯企業社會責任。

### 一、我們的社會責任理念

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

#### 社會責任管治：

公司將社會責任融入日常運營之中，專門成立戰略及可持續發展委員會，負責可持續發展和環境、社會及管治等方面統籌管理工作，明確規劃層與實施層的聯動機制，確保人力資源部、監察審計部、品質管理部、生產企劃管理部、戰略管理部等各職能部門，以及各生產公司、各營銷公司和整車製造工廠等多個實施主體貫徹執行社會責任工作相關的要求，保證社會責任目標上下貫通、工作層層推進。

戰略及可持續發展委員會的主要職責是：對公司可持續發展，以及環境、社會及管治(ESG)等相關事項開展研究、分析和風險評估，提出可持續發展的制度、戰略與目標；組織或協調公司可持續發展及ESG事項相關政策、管理、表現及目標進度的監督和檢查，提出相應建議；審閱公司可持續發展、ESG事項相關報告，並向董事會匯報。具體參照2021年12月31日發佈的《長城汽車股份有限公司戰略及可持續發展委員會管理制度》。

### 董事會ESG聲明

長城汽車董事會是ESG事宜的最高負責及決策機構，負責定期審閱公司可持續發展相關事宜，包括制定公司的ESG戰略並定期審議戰略執行情況；識別和評估ESG風險，制定應對計劃；審核ESG管理政策，確保政策得以持續地執行及實施；授權可執行發展委員會，負責統籌、落實與執行相關工作；審核ESG計劃和目標，並定期審核ESG目標的達成情況；審議ESG績效，ESG報告。

公司在分析行業動態及競爭格局和企業可持續發展戰略的基礎上，結合參考監管機構披露要求、國際報告披露標準、行業政策與發展趨勢、評級機構重點關注內容，識別ESG重要性議題及行業未來的機遇和挑戰，將提升公司環境、社會和企業管治等方面作為可持續發展年度重點工作。

本報告詳盡披露了長城汽車2021年ESG工作的進展和成效，並於2022年3月29日經由第七屆董事會第三十四次會議審議通過。

### 二、實質性議題管理

我們依照香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》，參考全球報告倡議組織《可持續發展報告標準》(GRI Standards)等標準，結合內外部利益相關方對潛在議題的期望以及長城汽車的業務特徵，識別、評估與總結出與公司相關的27項實質性議題。同時，我們通過同業對標、管理層及利益相關方反饋、專家意見徵詢，對議題的重要性進行排序，得出實質性議題矩陣。

### 實質性議題確定流程

#### 1. 利益相關方識別

公司根據自身業務範圍以及生產經營性質，識別出對公司有決策力和影響力的利益相關方。

#### 2. 議題識別

公司在分析行業動態及競爭格局和企業可持續發展戰略的基礎上，結合參考監管機構披露要求、國際報告披露標準、行業政策與發展趨勢、資本市場評級重點等內容，訪談調研了解各利益相關方的訴求，識別出可能直接或間接影響我們業務的27項實質性議題。

我們在進行實質性議題的識別時，重點考慮以下因素：

- (1) 國際公認標準、準則和指引：包括SASB「實質性議題地圖」中的汽車行業重要性議題標準、《可持續發展報告標準》(GRI Standard)、香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》，進行實質性議題初篩；
- (2) 利益相關方的利益和期望：通過訪談調研股東、員工、供應商、當地社區和社會組織等利益相關方，了解公司內部與外部利益相關方的利益與期望；
- (3) 同業對標：進行同業對標，分析由同行業和競爭對手確定的主要議題以及行業未來的機遇與挑戰；
- (4) 企業戰略與發展：結合公司自身戰略、業務、運營管理體系以及價值觀，篩選符合公司發展的實質性議題；
- (5) 資本市場評級重點：分析MSCI ESG針對汽車行業重點關注的實質性議題，對關鍵議題進行補充。

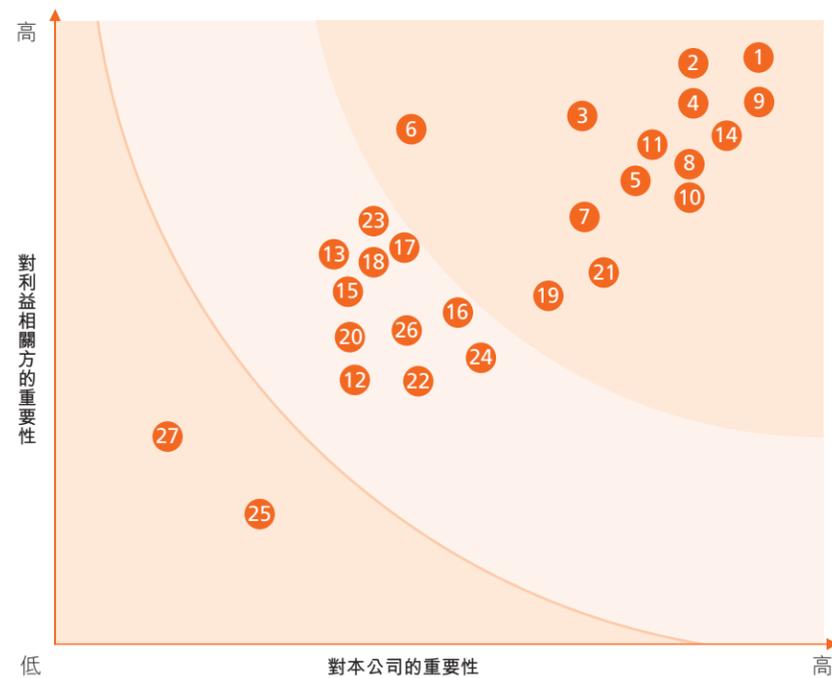
#### 3. 議題評估

公司的「可持續發展工作小組」通過訪談及問卷調查等形式，了解各利益相關方所關注議題的重要性程度，通過排序與初步評估得出重要性議題矩陣。

#### 4. 議題分析與驗證

公司成立由集團各部門成立的專家組，對已評估和排序的實質性議題進行最終確定，得出實質性議題矩陣，並以此作為優化運營管理，編製本報告的重要依據。

2021年核心實質性議題重要性矩陣：



三、利益相關方溝通

利益相關方	關注的議題	溝通機制	本公司回應
政府及監管機構	減少碳排放策略 經濟增長 降低生產汙染排放 清潔技術發展戰略 誠信廉潔  合規運營 減少能源使用策略  應對氣候變化 水資源管理	日常管理 監督檢查 會議交流 項目合作	秉承全產業鏈低碳環保理念，堅持綠色能源的研發與投入 良好經營，貢獻經濟增長 積極節能減排，堅持走低汙染的可持續發展道路 擁有眾多低碳技術研究應用規劃，加大創新研發 堅持誠信、廉潔的基本理念，著力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境 遵守法律法規及政策，依法納稅 推動能源清潔高效利用，強化和完善能源消耗強度管控制度，合理分解能耗目標並嚴格目標責任落實 秉承全產業鏈低碳環保理念，進行節能改造、開展綠色運營提高用水效率和效益
股東及投資者	經濟增長 清潔技術發展戰略 公司治理與風險管理  誠信廉潔  合規運營 應對氣候變化	股東大會 業績發佈會 定期信息披露 路演 日常性郵件及電話溝通	穩健經營，持續提升盈利能力 擁有眾多低碳技術研究應用規劃，加大創新研發 不斷完善治理結構；以國際化視野審視內外環境，積極防控及化解重大合規風險；定期全面、準確披露信息 堅持誠信、廉潔的基本理念，著力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境 遵守法律法規及政策，依法納稅 秉承全產業鏈低碳環保理念，進行節能改造、開展綠色運營
客戶	產品質量與安全 客戶服務質量 客戶權益保障 產品創新與研發 產品節能與環保 客戶隱私與信息安全	公司網站 線下活動 官方微信、微博、電話 市場調研	完善產品質量管理體系，確保產品合規、環保、安全、可靠，滿足客戶多元化需求 提高客戶滿意度、高效處理售後服務 提升自主創新能力，打造全場景高智能產業生態 堅持綠色能源的研發與投入，積極發展新能源動力 確保消費者信息與隱私得到充分保護
供應商/合作夥伴	供應鏈環境、社會風險管理 關鍵供應商識別 減少能源使用策略  綠色採購	現場調研 質量溝通會議 供應商培訓 供應商審核	營完善供應商管理、優選環保產品及服務 加強內部採購管理、開展供應商培訓 推動能源清潔高效利用，強化和完善能源消耗強度管控制度，合理分解能耗目標並嚴格目標責任落實 積極參與國內「汽車產業鏈碳排放數據體系」共建體系倡議書的簽署，與相關夥伴共同推動中國汽車碳排放管理體系及低碳產業鏈的建設
行業/協會	產品創新與研發 知識產權保護 清潔技術發展戰略 推動行業發展	線上及線下活動 相關論壇交流	提升自主創新能力，打造全場景高智能產業生態 完善企業知識產權管理體系 擁有眾多低碳技術研究應用規劃，加大創新研發 行業信息交流共享，維護與促進行業健康發展
員工	安全生產 吸引與留任人才 保障員工權益 員工培訓與發展 員工福利	工會活動 員工培訓 投訴與反饋	完善安全與健康體系、加強安全信息化平台管理 暢通員工晉升通道 維護員工合法權益 提供多養化的培訓和發展 關注員工福利、完善薪酬管理
公眾/社區	產品節能與環保 降低生產汙染排放 應對氣候變化 開展公益活動	參與社區項目 媒體溝通 定期溝通	堅持綠色能源的研發與投入，積極發展新能源動力 積極節能減排，堅持走低汙染的可持續發展道路 秉承全產業鏈低碳環保理念，進行節能改造、開展綠色運營 助力抗擊疫情、扶危濟困、開展志願者活動

## 聚力「雙碳」，綠色健康發展

## 一、應對環境變化

中國高度重視應對氣候變化，實施一系列應對氣候變化戰略、措施和行動，參與全球氣候治理，應對氣候變化取得了積極成效。長城汽車積極應對氣候變化問題，我們進一步根據TCFD(氣候相關財務信息披露工作組)框架的建議，從管治、風險管理、策略、指標和目標四個方面進行披露。

## 管治

公司的董事會在氣候相關風險和機遇的監督中所起的作用以及管理層在氣候相關問題的評估和管理中起到的作用。

## A. 委員會對氣候相關風險和機遇的監督

戰略及可持續發展委員會是公司戰略及可持續發展的審議機構，委員會負責對公司可持續發展、以及環境、社會及管治等相關事項的研究、分析和風險評估，並提出可持續發展的制度、戰略與目標；同時組織和協調公司可持續發展及ESG事項相關政策、管理、表現及目標進度的監督和檢查，提出相應建議。

## B. 管理層在評估和管理氣候相關風險和機遇方面的作用

- 1、信息中心、營銷公司、產品企劃本部主責進行外部宏觀環境、行業、競爭對手、顧客市場需求等外部分析，各職能模塊主責進行內部資源能力分析
- 2、戰略及可持續發展委員會在對公司外部環境、內部資源和能力進行分析的基礎上，初步提出公司的發展戰略建議；
- 3、經營監察本部對戰略實施情況進行監控，定期收集和分析相關信息，對於偏離戰略的情況及時報告戰略及可持續發展委員會；
- 4、經營管理本部每季度組織召開績效分析會，每年度組織召開戰略質詢會，進行階段性戰略評估與檢討。

## 風險管理

我們識別出氣候風險和可能的機遇，將氣候風險納入公司風險管理的一部份，並逐步推進氣候風險評估。

## • 評估流程



## • 對公司影響較大的氣候變化風險

- 政策及法規風險—尾氣排放、廢棄物排放
- 技術風險—低碳材料及技術、材料再利用、綠色供應鏈
- 聲譽風險—尾氣排放、廢棄物排放、水資源管理

## a. 風險與策略

風險類型		風險描述	應對措施
轉型風險	政策與法規風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 報告期內《乘用車企業平均燃料消耗量和新能源汽車積分並行管理辦法》修訂，明確2021-2023年雙積分考核要求，促使車企向節能、新能源領域轉型。為實現雙碳目標，雙積分政策亦會逐步加嚴，不達標將給企業帶來巨額罰款。</li> </ul>	積極獲取政策動向，及時納入公司長期規劃。
	技術風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 伴隨政府低碳政策發佈、消費者低碳意識提升、不可再生能源價格上漲、新能源基礎設施不斷完善，市場對新能源車型需求逐步擴大。</li> <li>• 汽車製造產業鏈複雜，國內基礎行業低碳化發展起步晚，打造低碳化整車產品，僅靠車企自身的技術創新很難實現。</li> </ul>	加快對新能源產品的技術研發、生產。並且，依託基礎行業的清潔化發展及供應鏈的低碳化轉型。
	市場風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 伴隨共享化、智能化的融合發展，以共享為基礎的智能汽車，將更便捷的服務消費者，消費者對汽車產品的需求度縮小，從而導致汽車市場總量逐年降低。</li> <li>• 國家雙碳政策落實以及不可再生資源緊缺、價格上漲等因素，消費者對低碳認知不斷提升，越來越多的消費者將更傾向於新能源車型，追求更低碳的生活，因此對傳統燃油車型的需求會逐步降低。</li> </ul>	加強對低碳生產及產品的傾斜力度。提高消費者用戶體驗，進一步促進新能源汽車消費。
	聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 雙碳背景下低碳社會的構建，雙碳政策的大力推行，公司管理運營過程中若違反可持續發展相關要求，將對企業聲譽造成不良影響。</li> </ul>	積極響應政府號召，建設資源節約型、環境友好型企業，不斷提升企業的低碳水平，減少污染物的排放，最大程度的保護生態環境。
實體風險	急性風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 氣候變化的惡化可能帶來包括極端天氣在內的重大的事故。極端天氣發生，將影響企業的生產運作及供應鏈的穩定性。</li> </ul>	投入更多的資源，用於風險的識別、預防與應對。消除或最大程度減少此類風險對企業的影響。
	慢性風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 企業穩定生產受到影響，訂單交付準時性無法保證，對企業聲譽帶來不良影響。</li> </ul>	

## b. 機遇

開發/擴展低排放產品和服務、使用可再生能源和節約能源降低生產成本等因素為公司帶來發展機遇，我們會持續研究和分析客戶需求，力求減少氣候風險影響，創造機會，適應市場。

## 指標和目標

長城汽車高度重視國家「3060」雙碳目標，並積極響應號召。報告期內長城汽車發佈「2025戰略」目標，加速企業低碳智能升級，計劃2045年全面實現碳中和。在製造端，通過能源結構調整及低碳工藝應用，2023年實現長城汽車首個零碳工廠，並建立汽車產業鏈條的循環再生體系，實現經濟、環境以及社會效益最大化。

為有效推行碳中和目標的實現，長城汽車將通過工藝創新，管理節能、引入分佈式光伏等措施，最大限度的減少生產過程的碳排放。

## 二、長城汽車可持續發展戰略

長城汽車作為民族汽車企業的代表，一直積極踐行企業社會責任，積極構建全球低碳汽車產業鏈，將可持續發展的理念滲入企業文化，始終秉承全產業鏈低碳環保的要求，堅持綠色、清潔能源的研發與投入。

同時企業內部擁有全生命週期碳排放管理的專業團隊，從整車研發、配套供應鏈、車輛生產、物流運輸、銷售使用、報廢回收的生命週期各階段，提前規劃佈局，建立循環的生態鏈，為實現企業2045碳中和目標夯實基礎。

### 1. 可持續發展的理念

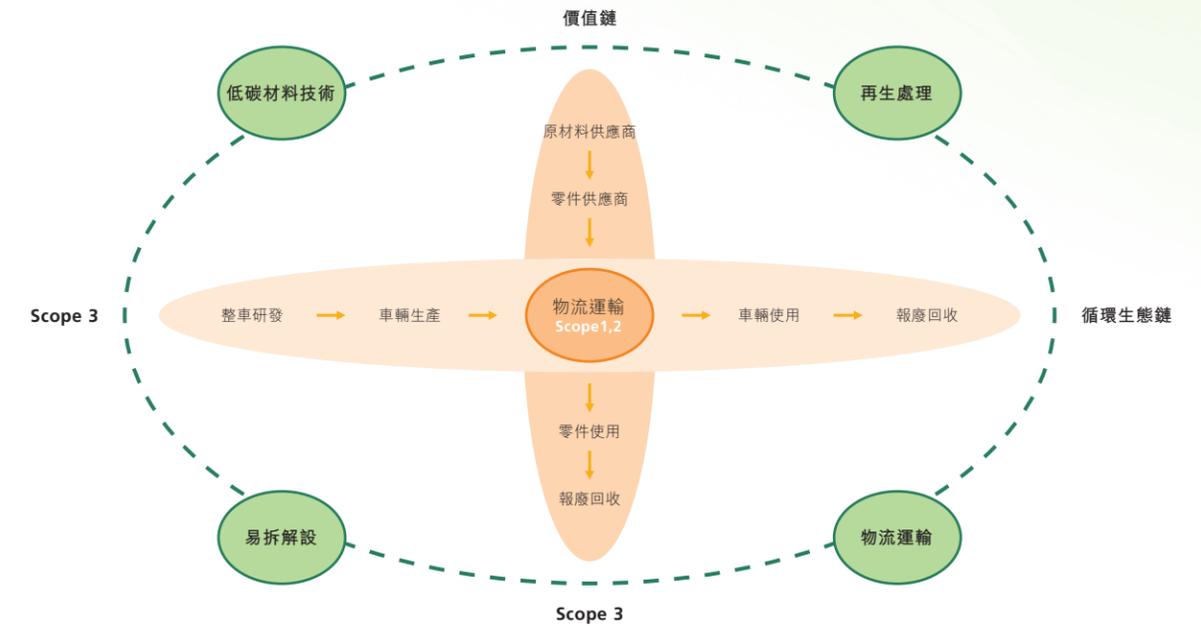
長城汽車秉承低碳環保的理念，堅定走可持續發展之路，將Rock the World with Our GIFT (Green Intelligent Future Technology) 融入企業文化，堅持清潔能源的技術研發(光伏鈣鈦礦太陽能電池技術、V2G技術、電氫「制-儲-運-用」產業佈局)，提前進行燃料電池汽車佈局，推進五大品牌及合資車型電動化進程。



- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 低碳新材料研發應用</li> <li>• 零件節能低碳設計</li> <li>• 零件易拆解回收設計</li> <li>• 綠色供應鏈管理</li> <li>• 綠色倉儲及物流</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加清潔能源佔比</li> <li>• 精細化能源資源管理</li> <li>• 生產自動化電氣化轉型</li> <li>• 綠色倉儲及物流</li> <li>• 未來智能新工廠規劃</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現代動力模塊技術升級迭代</li> <li>• 搭建整車智能化節能新架構</li> <li>• 未來節能新技術規劃</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 車輛報廢回收管理</li> <li>• 零件回收再製造</li> <li>• 動力電池回收溯源管理</li> <li>• 推動低碳材料產業鏈、創新鍊雙向融合</li> </ul> |
|--|---|---|--|

## 2. 產品全生命週期低碳可持續開發理念

長城汽車堅持產品全球化生態設計研發，結合整車研發流程建立產品端碳排放管控機制，並在車型開發中予以應用，將低碳可持續理念貫穿到產品的全生命週期。



## 3. 可持續發展目標

為積極響應國家低碳減排政策指導，快速應對國家「3060」碳達峰•碳中和遠景戰略目標，我們建立節能減排目標、能源使用目標及用水量目標。

我們的短期目標：

- 2023年實現首個零碳工廠
- 2025年將推出50餘款新能源車型
- 持續推廣可再生清潔能源的落地應用，增設光伏電站
- 對生產過程中餘熱、餘能、中水回用，循環利用

我們的長期目標：

長城汽車堅持綠色生產，通過能源結構調整以及低碳工藝應用，圍繞碳排放的全生命週期，建立汽車產業鏈條的循環再生體系，在新工廠規劃中提升工廠電氣化程度，減少高碳排放能源資源的投入，推進電能替代，實現經濟效益、環境效益以及社會效益最大化

#### 4. 汽車產品可持續發展技術研究規劃

目前長城汽車擁有眾多低碳技術研究應用規劃，例如：各類材料低碳技術路線研究、車身結構化少件化輕量化研究、動力域節能技術類路線研究、綠色供應鏈管理研究、物流倉儲減碳研究、智能工廠規劃、精工回收再製造等。為汽車產品可持續發展落地奠定基石。

##### (1) 生產減碳

開發應用各類低碳材料，例如：再生材料、生物基材料、清潔製材料、其他低碳材料。

再生材料：	車身內外飾件，主要包括再生織物、再生塑料等，具有環保低碳的特性；
生物基材料：	應用於車身內飾件，生物基材料是指利用可再生生物質，主要包括生物基塑料、生物基纖維、生物基功能高分子材料等，具有環保低碳、原材料可再生、可降解等特性；
清潔製材料：	應用於車身骨架、底盤動力類金屬件，清潔製材料指材料生產利用清潔能源，如綠電鋁、電爐鋼等，水電鋁與火電鋁相比，碳排放可降低約70%；
其他低碳材料：	免維護潤滑油液、新型環保製冷劑材料、天然材料；



##### (2) 使用減碳

通過動力技術的迭代更新實現更低的車輛能耗，在車輛使用階段更低碳環保。當前已開發應用檸檬混動DHT系統架構、高效率發動機、高效變速器、燃料電池發動機、熱泵空調等技術。為汽車產品的可持續發展落地奠定基石。

##### (a) 檸檬混動DHT技術

檸檬混動DHT技術是全球首創高度集成的智能DHT油電混動系統，具有全場景全速域效能最優的特點，油電系統智能匹配，城市工況節油率50%以上，整車饋電綜合油耗低至4.4L/100km。該系統採用多種動力總成靈活匹配，涵蓋HEV/PHEV架構，滿足不同平台車型的搭載需求。



(b) 混動高效發動機

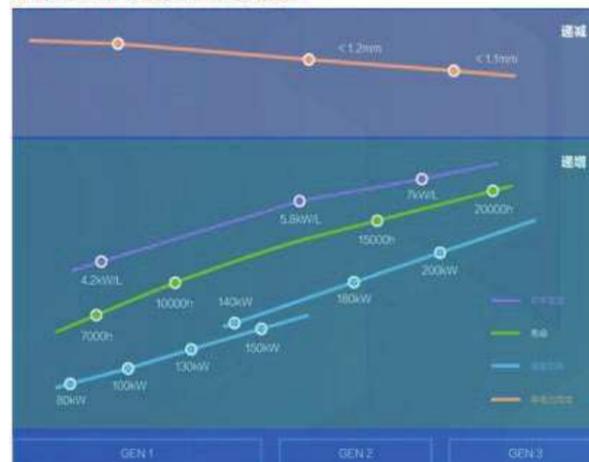
長城汽車開發出混動高效發動機，致力於燃燒系統、壓縮比、充氣效率、熱管理、降摩擦、EGR等技術研發，提升熱效率，並匹配混動系統工作模式，優化工作點實現低油耗。



(c) 燃料電池發動機

氫燃料電池是以氫氣為燃料，通過電化學反應將燃料中的化學能直接轉變為電能的發電裝置，具有能量轉換效率高、零排放等優點。長城燃料電池發動機具有高度集成一體化設計，並結合精密控制策略、高效熱管理系統及集成NODS檢測技術，性能指標先進、可靠性高，實現超高系統功率密度，並保證系統高安全性。並且其核心零部件也實現100%國產化。

燃料電池電堆技術路線規劃



(3) 回收減碳

國家大力發展雙碳目標的背景下，長城汽車圍繞報廢汽車回收拆解、汽車零部件再製造等再生資源全產業鏈已率先佈局，積極響應國家政策發展，參與《汽車零部件再製造出廠驗收》、《汽車零部件再製造出廠裝配》、《再製造機械產品裝配技術規範》國家標準制定工作，推動再製造產業良性發展。

1. 報廢汽車回收拆解：

長城汽車報廢汽車回收拆解公司，致力於應用先進技術對報廢車輛進行規範化、低碳化拆解，建立完善的拆解工藝，配備先進、高效的拆解設備，以及信息化管理系統，從車輛報廢、回收、拆解、再利用等環節，規範報廢汽車全生命週期管理工作，具備報廢汽車綠色精拆技術，實現報廢車材料回收利用率≥95%，達到年拆解報廢汽車1萬輛的拆解能力。

2. 電池回收

隨著新能源汽車的逐步普及，動力電池回收利用成為行業問題，長城汽車構建了完善的電池回收體系，退役電池以及電池生產過程中的報廢電池、極卷廢料，可通過長城汽車回收網絡進行回收，拆解破碎後通過濕法冶金提煉出硫酸鹽、碳酸鋰，進而製成前驅體和正極材料，形成回收閉環，促進行業良性發展。

3. 汽車零部件再製造

長城汽車現已具備發動機、變速器、前照燈等3款再製造產品生產能力，預計2022年3月獲得第三方再製造質量認證，變速器再製造技術目前處於建設中。



### 測量上游碳排放的目標

長城汽車始終堅持低碳可持續發展理念，從原材料開發應用、綠色供應鏈打造，使用過程降碳等多方面開展降低碳排放工作。目前長城汽車擁有眾多低碳技術研發應用規劃，如開發各類低碳材料、動力領域節能技術等，下一步長城將聯合原材料供應商開展產品層面碳排放量摸底工作，全流程推動降低產品層面碳排放。

### 運輸和物流階段減碳

在長城汽車生產過程中，其使用的許多物料都是園區內子公司進行生產，大量的物料需要不斷的在園區內進行調撥，為了提升園區運輸效率，減少運輸過程碳排放，長城汽車將園區運輸的燃油車替換成無人駕駛電動車，減少碳排放；

針對零部件運輸過程中涉及使用包裝材料，以前都是使用的一次性包裝材料，長城汽車通過推行標準包裝統一規劃投入，打造數智+循環包裝共享體系，實現包裝低碳循環運作。

同時，長城汽車響應國家政策，還積極推動零部件以及整車物流運輸多式聯運，擴大鐵水發運規模，實現節能減碳。

## 案例 | 汽車產品全生命週期低碳開發

長城汽車將低碳可持續理念貫穿到產品的全生命週期。例如在全生命週期理念下研發的歐拉好貓車型，單車全生命週期碳排放僅22.4t CO<sub>2</sub>e (149.5g CO<sub>2</sub>e/km)，位於新能源汽車市場領先水平，相較於同級別A級汽油車平均值31.7t CO<sub>2</sub>e (211.5g CO<sub>2</sub>e/km)，一輛車全生命週期節約9.3t CO<sub>2</sub>e。

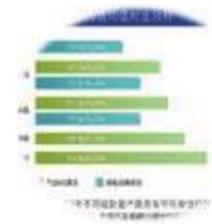
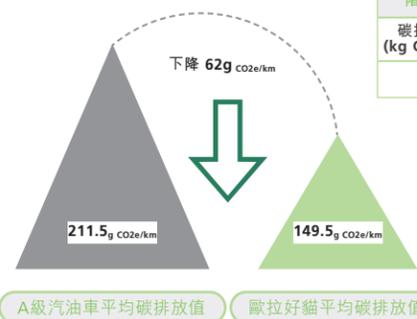
以歐拉好貓車型2021年銷量為基礎，其全生命週期碳減排總量：376,650t CO<sub>2</sub>e，相當於增加了32.9個奧林匹克森林公園的年碳儲量。奧林匹克森林公園一年的碳儲量為11,455t CO<sub>2</sub>e (北京林業大學)

**95KW燃料電池發動機**  
最高系統效率：  
60%、-30℃快速冷啟動>700W/L超高提及功率密度雲端升級



- 系統峰值功率(kW) 95
- 系統最高功率(%) 60
- 系統功率密度(W/L) 700
- 系統壽命(h) 5,000
- 系統冷啟動溫度(℃) -30

階段	原材料階段	生產階段	使用階段	生命週期
碳排放 (kg CO <sub>2</sub> e)	8,470	316	13,642	22,428
生命週期CO <sub>2</sub> 排放值(g CO <sub>2</sub> e/km)：				149.5



## 三、排放物管理

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

### 減少排放，低碳發展

長城汽車嚴格落實《環境保護法》要求，廢水、廢氣、危廢、噪聲的污染治理設施與主體工程同時設計、同時施工、同時投入使用，確保所有污染物全部滿足國家排放標準。廢氣主要由塗裝車間產生，其中烘乾工藝產生的廢氣經RTO處理，噴塗工藝以及塗裝車間其他廢氣經沸石濃縮轉輪+RTO處理後達標排放；生產廢水及生活污水經污水處理站處理，達到國家/地方排放標準後排入市政污水管網。廠區周圍無文化、教育等噪聲敏感區域，排放噪聲最高值均低於國家規定的排放標準。

2021年公司危險廢物種類為污泥、漆渣、廢有機溶劑、沾染廢物等，均按照各屬地生態環境主管部門要求開展轉移手續備案、運行轉移聯單，全部交由具備危險廢物經營資質的公司處置，合規處理率100%。

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

公司對各類污染物排放實施嚴格管控，通過運用系統管理措施與配備、升級改造污水處理站、廢氣處理設施等各類環保設施以及減排技術，確保合規排放的基礎上實現減排目標，以河北生產基地為例：

- COD內控排放目標：低於300mg/L(限值500mg/L的60%)
- 氨氮內控排放目標：低於40.5mg/L(限值45mg/L的90%)
- 非甲烷總烴內控排放目標：低於35mg/m<sup>3</sup>(限值50mg/m<sup>3</sup>的70%)
- 危險廢物減量目標：污泥產生量降低20%、漆渣產生量降低15%

在廢水減排方面，開展中水回用項目以及優化處理工藝，降低公司廢水污染物排放指標；在廢氣減排方面，針對塗裝車間的噴漆廢氣引進沸石轉輪濃縮+RTO系統進行深度處理，實現了揮發性有機物的超低排放水平；在危險廢物方面，污泥、漆渣採用乾化、瀝水方式，實現減排目標。

同時，公司不定期舉行關於廢棄物管理的培訓、對廢棄物存放處進行檢查、運用公眾號普及垃圾分類知識，強化員工對垃圾分類的意識，豐富公司文化活動，為公司環保工作的開展起到了積極作用。

## 四、能耗管理

### 1、智能化節能

21年完成能源智能化改造，利用數字化、信息化手段搭建「智能成本分析+智能供應管控」能源管控平台，根據能源業務需求，自主優化/增加管理模型，實現能耗數據可視化、工位/線體用能異常直接鎖定、智能分析提供解決方案，項目實施後，實現收益335.7萬元/年。

### 2、管理節能

通過能源使用過程精細化管理，對塗裝車間、動力站房重點能耗設備進行精準化開關機管理、生產佈局調整、生產節拍提升等，減少設備運行、待機時間，多維度完善開關機標準、自主開發智能分析系統，實現設備自動啟停(待機)，改變過去單一依據室體溫度、手動定時開關機操作，項目實施後，減少電能成本162.97萬元/年。



### 3、技術節能

生產工藝/設備參數的優化：對重點耗能線體、設備進行工藝、設備參數優化，開展烘乾燃氣利用率提升、噴漆室溫濕度參數優化等項目，提高能源使用效率。

開展塗裝烘乾燃氣利用率提升項目，基於工藝需求，綜合考慮塗裝烤房爐膛的設定溫度、廢氣排放溫度、排放量，調試最優設備參數進行改善驗證，形成設計及管控標準，提升烘乾燃氣利用率，國內7大主機廠已全部實施，年排放熱量減少24%，燃氣用量降低1,784m<sup>3</sup>/h，實現收益955.8萬元/年；

通過調整噴漆室送風空調運程序，對噴漆室工藝溫度進行優化，實現送風空調能源使用的精準化控制，提高能源使用效率，實現收益299萬元/年引入新型零氣耗壓縮熱乾燥機替代微熱吸附式乾燥機，利用壓縮空氣餘熱為乾燥機進行再生，並對乾燥機再生過程中的冷吹壓縮空氣進行回收，消除乾燥機再生過程中的電加熱能耗及冷吹壓縮空氣能耗，實現收益274萬元/年。



### 五、水資源管理

長城汽車非常重視水資源節約管理，我們遵循「節約用水、計劃用水、高效用水」的方針原則，制定了嚴格的節水規劃，強化用水管理，通過施行水資源降級利用和污水處理中水回用等節水措施，實現水資源回用量超百萬噸。

長城汽車全面推進節水型企業的創建工作，走可持續發展之路。公司注重節能減排等方面的技術改造、技術革新工作，不斷加強宣傳，改善工藝，改變了過去單純靠末端治理的方式，同時致力於資源的節約和污染的防治，企業節水工作取得了一定成效，河北生產基地被評為2021年「河北省工業領域節水型企業」，重慶生產基地被評為2021年重慶市「重點用水企業水效領跑者」，天津生產基地被評為「國家級綠色工廠」。

### 六、可再生資源發展

長城大力推廣綠色新能源，積極推廣可再生清潔能源的落地應用，截止2021年，長城汽車已安裝263MW太陽能光伏電站，並規劃265MW太陽能光伏電站的後續建設計劃，2021年累計實現太陽能發電7,127萬度。



### 七、垃圾分類愛環保，現場活動聚人心

為提升員工垃圾分類知識水平，使現場員工在工作的同事獲得放鬆，總務安全科將活動帶入車間現場，為現場人員組織垃圾分類知識問答活動。本次活動與以往活動不同，總務安全科將活動組織地點拓展到車間現場，為了避免人員大範圍聚集，且在不影響員工工作，採取小聚集，多頻次的措施，使員工們增強垃圾分類知識，營造環保生產意識。

為確保徐水整車生活垃圾處理時垃圾不亂飛，經與中標廠家溝通，廠家自行提供無價垃圾存放容器，以保障垃圾不直接接觸地面，收取時僅收取容器袋即可，提升公司環境，降低了廠家垃圾收取時間。



## 創變潮玩，智享安全出行

## 一、公司產品

長城汽車基於品類創新，以品類建品牌，形成哈弗、魏牌、歐拉、坦克、長城皮卡，以及獨立運營的沙龍品牌所組成的品牌矩陣。各品牌秉承「綠智潮玩嗨世界」的使命願景，持續深耕細分市場，打造各具特色的新時代「潮牌、潮品」，在節能環保、引領潮流、智能科技、硬漢機甲、經典進階、復古新生等維度精準發力，為用戶打造各具特色的重磅車型，與用戶群體玩在一起，共創、共享專屬的社交生活。

## 2021年推出的重磅新車型

## NEW 哈弗 H6S

哈弗H6S是本集團「長城檸檬平台」+「咖啡智能」雙平台首款轎跑SUV車型，作為哈弗H6品類品牌的重要產品，H6S以其強大的性能實力、顏值實力，承擔著品牌年輕化、價值向上的使命；H6S具備5大性能實力，同時H6S推出檸檬DHT混合動力系統，具有「快、順、靜、省」四大魅力，混動版百公里油耗4.9L，換擋平順，靜音效果堪比EV車型。



## NEW 哈弗神獸

哈弗神獸作為哈弗品牌新科技旗艦SUV，出自「檸檬平台」+「咖啡智能」雙平台，具備多場景智能交互、個性化語音交互、深度娛樂體驗等智能交互配置，可實現多場景融合泊車功能、低速循跡倒車、高速HWA智能駕駛輔助等智能駕駛功能；擁有100%的全數字智慧座艙，以沉浸式智能打造的超感座艙，是一款承載了消費者年輕化、個性化、精緻化、智能化用車需求的SUV。



## NEW 哈弗初戀

哈弗初戀是繼三代哈弗H6、哈弗大狗之後，長城「檸檬平台」第三款全新車型，定位入門緊湊型SUV。車輛搭載的情緒識別系統、人臉識別+聲紋ID解鎖、情景智能系統、駕駛成就系統及64色氛圍燈+娛樂系統、三屏智慧聯動、全場景L2級自動駕駛+360°自動泊車，真正意義上詮釋了新一代年輕人的用車需求：顏值與實力並存，好開好看更好玩。



## NEW 哈弗赤兔

哈弗赤兔定位新次元激擎座駕，面向Z世代年輕消費者；哈弗赤兔勁享版搭載4G15K+7DCT動力總成，發動機最大功率110kW，峰值扭矩220N·m，百公里油耗低至6.7升，滿足年輕人出行需求的同時，也兼顧了燃油經濟性。而哈弗赤兔混動DHT版則搭載1.5L+DHT動力總成，最大功率140kW，峰值扭矩370N·m，0-60km/h加速僅需3.9秒，百公里油耗4.7L，綜合續航里程可達1,000km，高性能和高效能兼備。



NEW

## 魏牌拿鐵 DHT

拿鐵DHT作為魏牌定位新一代智能DHT車型，以「智能DHT+咖啡智能」為核心，首搭1.5T智能DHT技術，榮獲「2021年度十佳發動機和世界十佳變速器」雙十佳獎項，百公里加速7.5s，綜合續航超1,000km；在智能化方面，HWA高速公路駕駛輔助和導航增強型抬頭顯示為用戶帶來智能、安全、便捷的駕乘體驗，同時對於家庭用戶通過智能兒童模式、電子兒童安全鎖、後排生命體徵監測提供貼心的智能呵護。



NEW

## 魏牌摩卡

摩卡是魏牌品牌煥新之下全新旗艦車型，也是「咖啡智能」平台首款落地產品，集全球領先技術於一身，承載了魏牌在「智能」領域的領先技術實力。它率先搭載AR-HUD等智能配置，成為首個實現高階智能駕駛的量产燃油車型，在「三智融合」的加持下，能夠主動學習、快速迭代升級，為用戶帶來全新的出行體驗。



NEW

## 歐拉好貓 GT

好貓GT是歐拉品牌首款「純電性能車」，具有天然而強大的運動基因。歐拉好貓GT配備了360°仿碳纖維潮酷套裝、L型獵裝獠牙、貓爪撞色輪轂、GT運動尾翼等，兼具復古的同時富含經典運動氣息；結合同級獨有的彈射起步功能，0-100km/h加速僅6.9s！不僅能滿足日常通勤，更可肆意撒野狂歡。



NEW

## 坦克 500

坦克500作為坦克品牌商務豪華系列的首款車型，坦克500定位中大型商務豪華SUV，以3.0T V6+9AT的強勁動力總成和強大產品實力，實現百萬級駕乘體驗，打破價值天花板，構建全球中大型豪華越野SUV的全新標桿。



## 2022年將推出的新車型

COMING SOON

### 哈弗酷狗

哈弗品牌將在2022年陸續推出多款全新車型。最新推出的將是面向「敢性青年」的四分之三刻度潮酷座駕—哈弗酷狗，這也是狗品類第二款車型。新車以哈弗X DOG概念車為起點，憑藉骨子裡的共創基因，與眾多年輕人一同開啟哈弗酷狗的全鏈路產品共創，打造最潮、最酷，最符合年輕用戶需求的潮酷座駕，開啟全民共創新篇章。除此之外，哈弗品牌還將推出至少2-3款全新車型，在造型、科技、品質、格調等方面全面升級，為消費者帶來更有駕駛樂趣、更潮的車型。



COMING SOON

### 魏牌圓夢

魏牌在2022年將推出圓夢，魏牌圓夢以獨特復古藝術顏值突圍同質化紅海競爭，契合個性悅己消費趨勢，引領車界復古風潮，同時以智能DHT技術與舒適體驗加持，開闢復古潮駕全新品類；圓夢將以復古藝術潮駕為產品定位，以品類獨特性，佔位高端市場，分流豪華品牌，塑造魏牌明星爆款。除此之外，魏牌還將推出全新MPV品類車型及全新SUV車型。



歐拉品牌計劃2022年推出芭蕾貓、閃電貓、朋克貓等車型。

COMING SOON

### 歐拉芭蕾貓

芭蕾貓是歐拉兌現「更愛女人」品牌定位的全新力作，致力於打造女性專屬優雅座駕，以寶藏閨蜜之名，引領女性汽車新標準，傳遞歐拉女性友好新典範。歐拉芭蕾貓整體運用了大量弧線設計，車身整體造型將經典與時尚奇妙融合，從車頭到車尾，車身腰線到輪包型面均採用流暢、舒展的線條語言，傳遞復古優雅的時尚態度。



COMING SOON

### 歐拉閃電貓

閃電貓是長城汽車基於全球化研發、配套和生產製造標準及體系打造的全新一代新能源車型，計劃2022年上半年上市，將面向國內、歐盟、東盟等多個國家和地區銷售；歐拉閃電貓擁有高顏值、高性能、高智能、女性友好核心競爭力，將為用戶創造絕佳的產品體驗。



COMING SOON

### 歐拉朋克貓

朋克貓是一款以「經典復新主義美學」為設計理念的歐拉創新品類旗艦車型，車型聚焦品類創新，通過精緻藝術的產品設計融入情感化的用車體驗，以詮釋朋克貓的核心競爭力。朋克貓外觀主要通過對圓形設計元素的運用，充分詮釋經典復新的設計理念；內飾部份則大量採用電鍍質感、水晶質感、懸浮效果等細節刻畫，完美的將三塊液晶屏與更愛女人的智能化系統融入整體設計，為用戶帶來有溫度的駕乘體驗，將朋克貓打造為一款「行走的藝術品」，助推歐拉品牌向上發展。



COMING SOON

## 坦克 700

坦克品牌在2022年將推出坦克品牌機甲科技旗艦車型—坦克700。坦克700定位豪華越野圖騰。新車以強大的越野實力和豪華舒適享受，為用戶帶來極致個性和無限自由的生活方式，賦能美好擁車生活。



COMING SOON

## 金剛炮

金剛炮以全球車標準打造，定位「時尚商用皮卡」，在2021年廣州車展首次亮相，於2022年正式上市。金剛炮提供柴、汽油兩種動力，兩、四驅兩種驅動形式，標箱、長箱、平底貨箱三種貨箱形式，滿足用戶多樣化用車需求。作為長城炮商用品類進化的最新成果，金剛炮以時尚造型、智能科技、舒適便利、百變功能的領先優勢，助力產業升級，拓展新業態，共創新商業。



COMING SOON

## 沙龍機甲龍

2021年11月19日，沙龍品牌於廣州車展攜旗下首款「高性能機甲戰跑」機甲龍全球首發亮相，燃爆行業。不僅收獲廣州車展高聲量，現場101台定價48.8萬元的機甲龍限量版車型3.5小時即售罄。新車將於2022年正式上市，以純電高性能機甲戰跑為產品定位，聚焦中國豪華純電市場，跑贏機甲科技新品類。



## 二、知識產權保護

## 專利數量：



截至2021年12月31日，長城汽車股份有限公司

累計獲得授權專利

10,410 件

其中授權，  
發明專利1,823件/ 實用新型專利5,644件/ 外觀設計專利2,943件

2021年，長城汽車股份有限公司

申請專利

3,091 件

授權專利

2,176 件

其中授權，  
發明專利332件/  
實用新型專利1,167件/  
外觀設計專利677件

長城汽車累計獲得

中國專利獎

6 項

其中，  
金獎3項/ 優秀獎3項

國家科技進步獎

1 項

河北省科技進步獎

16 項

長城汽車遵循《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》、《專利法實施細則》、《企業知識產權管理規範》GBT29490-2013國家標準，對現有各項知識產權制度、企業標準進行全方位梳理，完善企業知識產權管理體系。修訂《專利工作管理規定》、《專利預警管理規定》、《專利申請管理規定》、《專利激勵管理規定》、《專利放棄管理規定》等企業標準或制度，內容涵蓋檢索、申請、維護、激勵、放棄評估等專利全生命週期，從根本上保障了公司知識產權工作的順利、有效開展。

## 知識產權管理體系：

公司組建了梯次合理、管理科學、運轉順暢的三級專利管理體系：第一級由高層領導和各領域技術專家組成集團級專利指導組；第二級，在研發機構設立專利部門，與研發緊密關聯，定位於實現全球專利戰略規劃、佈局、風險防控、許可運營和訴訟的全面管理，讓知識產權為產品和品牌賦能。第三級，在各子公司設置專利負責人，主要負責本單位的專利管理。這種管理模式使公司的專利戰略目標更加明確，管理方式更加科學、合理。

知識產權信息化建設及激勵保障：

長城汽車持續加強知識產權信息化建設，提升知識產權工作效率及管理質量，先後引進多種專利檢索數據庫和專利管理系統，目前已實現全集團專利申請審批流程的數字化管理。長城汽車《專利激勵管理規定》實行月度落實獎勵制度，激勵貫穿專利的提案、申請、授權、轉化等全生命週期，將研發人員的專利保護意識融入到日常研發工作過程當中，極大激發員工的創新熱情和積極性。

三、產品品質質量與安全

產品品質理念

長城汽車以構建品牌為中心持續改進的質量運營模式為方針，以合規、環保、安全、可靠的品質贏得顧客信賴，以智能、潮玩、共創的體驗超越顧客滿意，打造全球領先的品牌；依據國際、國家、行業標準，實施產品設計和製造，從各方面最大限度滿足消費者的需求，為顧客提供高可靠性的產品和優質的服務。

產品質量保障體系

為保證產品的高品質、高可靠性，在研發方面，整合全球資源，擁有國際一流的研發設備和體系。先後在日本、美國、德國、印度、奧地利和韓國設立海外研發中心，構建以保定總部為核心，涵蓋歐洲、亞洲、北美等全球研發體系。建立以再發防止、未然防止體系兩大質量支柱為核心，可靠性設計、軟件質量、工程師育成體系、用戶體驗滿意度提升等為補充的設計質量保證體系，並通過互鎖保證機制，確保設計一次性做好。

全流程產品質量管理

根據《中華人民共和國產品質量法》、《消費者保護法》以及海外《歐盟產品責任指令》《美國侵權法重述》等國內外產品責任相關法律法規，企業對缺陷產品造成的人身傷害和財產損失承擔賠償責任；



製造過程質量保障

在產品製造過程中，通過一流的製造設備和嚴格的過程管控來保證每台下線車輛的高品質，通過建立品質夕會、標準作業、自工程完結等機制，抓基礎、抓執行，在生產現場形成有法可依，有法必依、人人擔責的品質文化，持續提升產品品質水平，確保所有產品和過程符合顧客要求和一切適用的法律法規要求。

在保障產品質量的基礎上，公司還展開了服務質量提升項目，確立了以「客戶滿意」和「市場領先」為主要目標的營銷戰略，通過營銷服務的創新變革，實施一系列組合拳，提升終端形象和服務質量，把人、財、物向「客戶滿意」聚焦，以超值服務為客戶創造驚喜，不斷提升客戶滿意度。

客戶溝通

長城汽車始終秉持「以用戶為中心」的服務理念，致力於打造用戶尊享的服務體驗；同時，公司建立全國統一服務熱線（哈弗：400-666-1990，魏牌：400-666-6616，歐拉：400-666-5969，皮卡：400-666-9820，坦克：400-666-6688），為用戶提供7\*24小時全年無休服務，並建有高效的用戶抱怨受理及處置流程，確保問題得到快速、有效的處置；2021年，共受理用戶投訴168,214例，依託客服系統指導終端經銷商進行100%處置。終端層面更是注重服務流程、維修能力、人員素質、硬件實力的標準化、人性化、差異化管理，將尊享的服務體驗貫穿用戶從購車到用車的全生命週期，全面提升品牌服務口碑。

用戶滿意度

長城汽車銷售始終堅持以用戶為中心的思想，持續創造客戶驚喜，提升用戶滿意度。2021年總部通過在線直調方式，聚焦服務態度、車輛介紹、試乘試駕、費用透明、新車交付、新車回訪、展廳環境七個維度在南非、澳大利亞、智利、沙特、伊拉克海外市場以季度為單位開展銷售滿意度調研(SSI)，2021年度海外市場整體銷售滿意度為88.79分。

長城售後實施全方位的客戶滿意度跟蹤回訪體系，全面多維度跟蹤客戶感知體驗，調研方式包括電話、哈弗智家APP等，調查維度包含客戶售後體驗全程，重點關注一次性解決車輛問題／客戶需求、服務人員態度、服務等待時長、車輛清潔等，本年度長城品牌成功回訪超20.5萬客戶，覆蓋100%全部運營經銷商，服務滿意度平均得分為903分(自測)。

### 產品召回機制

長城汽車嚴格落實《缺陷汽車產品召回管理規定》，針對汽車質量把控和問題產品回收，建立《長城汽車產品召回管理規定》。從問題反饋，到糾正、預防，再到實施市場召回活動，每一個環節都有嚴格的程序去執行，保證快速、有效的實施召回活動。2021年共開展2起公開召回，其中召回數量17,867輛，召回比例為1.39%。長城汽車始終堅持「安全至上」的理念，嚴格對質量安全把關，及時高效召回。

### 產品召回案例

#### 長城汽車股份有限公司召回部份歐拉iQ電動汽車

長城汽車根據《缺陷汽車產品召回管理條例》和《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》的要求，向國家市場監督管理總局備案了召回計劃。決定自2021年7月16日起，召回2018年7月7日至2019年10月30日期間生產的長城歐拉iQ電動汽車，共計16,216輛。

本次召回範圍內車輛搭載的部份動力電池的一致性與BMS軟件控制策略存在匹配差異。長期連續頻繁快充後，電池性能下降，極端情況下可能發生動力電池熱失控，存在安全隱患。

長城汽車股份有限公司將免費對召回範圍內車輛的動力電池進行檢測，並刷寫適應工況場景的控制策略軟件，必要時更換電池模組，以消除安全隱患。

應急處置措施：召回維修前，在車輛出現「動力電池故障」文字及聲音報警提示時，用戶應放慢車速選擇安全地點停車，並聯繫最近的經銷店進行處理。

本次召回活動是在國家市場監督管理總局啟動缺陷調查情況下開展的。受調查影響，長城汽車股份有限公司決定採取召回措施，消除安全隱患。

長城汽車股份有限公司將通過掛號信、電話、短信等方式，通知有關用戶此次召回事宜。用戶可致電服務熱線：400-666-5969進行諮詢。此外，也可登錄網站dpac.samr.gov.cn、www.recall.org.cn，關注微信公眾號(SAMRDPAC)，了解更多信息，反映缺陷線索。

#### 長城汽車股份有限公司召回部份風駿7汽車

長城汽車股份有限公司根據《中華人民共和國大氣污染防治法》《缺陷汽車產品召回管理條例》及《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》的要求，向國家市場監督管理總局和生態環境部聯合備案了召回計劃。決定自即日起，召回生產日期從2020年3月20日到2020年4月29日的部份風駿7汽車，共計1,651台。

本次召回範圍內的車輛由於供應商生產過程偏差，個別還原劑儲液箱的通氣閥會受到損傷，極端情況下可能出現還原劑滲漏，不滿足污染控制裝置耐久性的要求，造成排放超標風險。

長城汽車股份有限公司將免費對召回範圍內的車輛檢查通氣閥是否滲漏，如果滲漏予以更換，以消除缺陷。

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

### 產品健康安全

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

#### (一) 車內空氣質量方面管控措施

長城汽車以用戶為中心，依據完善的技術標準及車內空氣質量開發體系，通過持續的技術創新、技術迭代，為用戶提供清潔舒適、健康、愜意的駕乘空間。

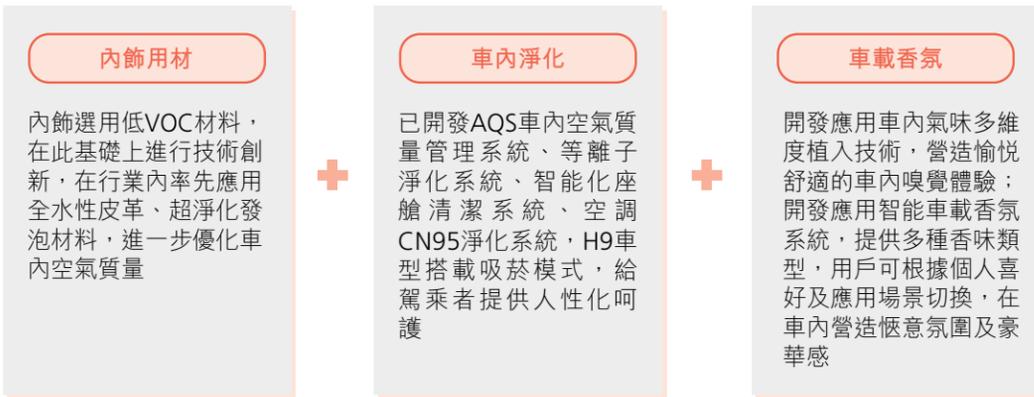
##### 1. 車內空氣質量開發技術要求

基於實際用車場景，長城汽車建立了嚴格的技術標準，滿足行業內通用的常溫標準只是基本要求，在此基礎上所有的車內原材料、零部件及整車的氣味及VOC性能均需要通過嚴苛的高溫測試，為用戶提供純淨的車內空氣。



2. 車內空氣質量領域創新技術開發應用

長城汽車從內飾用材、車內淨化、車內氣味植入及車載香氛三個方面打造車內空氣質量並借助智能化、網聯化技術提升功能應用的便利性及智能化程度，持續進行車內空氣質量新技術開發、迭代，為用戶提供便捷、愉悅的車內嗅覺體驗。



3. 車內空氣質量目標實現

以用戶為中心，從原材料到整車，長城汽車對車內空氣質量秉承最高標準要求，通過全產業鏈管控並持續進行技術創新、迭代，為用戶提供舒適、健康、愉悅的車內空氣環境。

在歷屆車內空氣質量評選中，長城汽車F7、H9、VV6、VV7等多款車型先後獲得(CQC)「車內空氣質量優秀成果獎」，「中國車內空氣質量人氣獎」，「中國汽車健康指數(CAHI)五星評價」等成績。



(二) 主被動安全方面管控措施

1. 安全願景

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

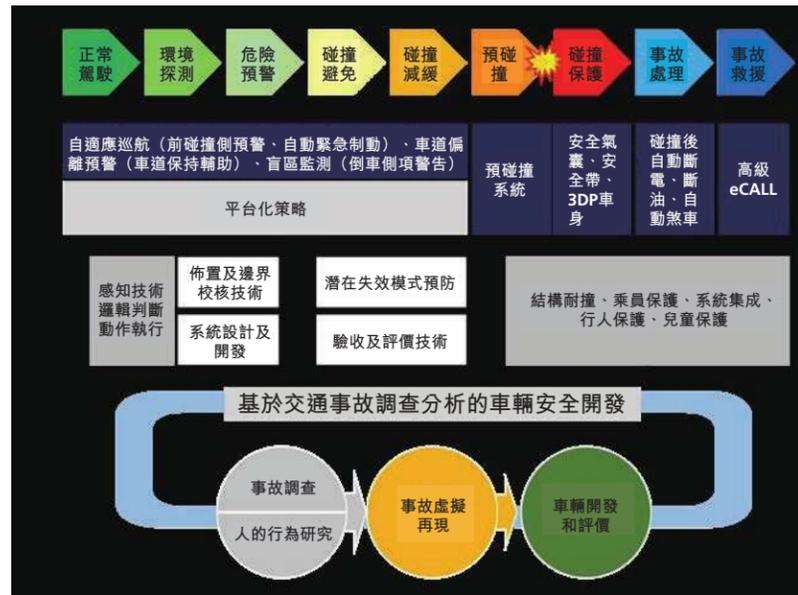
2. 安全開發理念

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



### 3. 安全開發技術體系

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



### 4. 產品安全實現

安全是汽車領域永恒不變的話題。作為中國首個全球化皮卡品牌，長城炮始終秉承「用戶至上」的造車理念，將消費者對於「高安全」「高品質」的需求放在首位，搭載了新一代車身穩定系統，集成二次碰撞緩解、上下坡輔助、牽引力控制等多項配置，保證車輛在行車過程中的穩定性。同時，高強度籠型車身和車門防撞梁、全方位安全氣囊、雙層防撞梁等被動安全配置，也全方位提升了用戶的安全感。正是憑藉一系列主被動安全防護配置，長城炮在澳大利亞新車安全評價組織（以下簡稱ANCAP）測評中，以優異的成績榮膺五星安全標準評，成為澳洲ANCAP新標準下首個五星安全評級的中國品牌。



長城汽車為智能駕駛發展投入近1,000人的研發團隊，為了追求用戶的最大安全體驗精益求精研發，並於2021年取得了行業內的一致認可。

### 認可 | MOCHA 摩卡



#### 2021年5月 / 智能領航金獎

第五屆2021世界智能駕駛挑戰賽中，在量產車最高級別賽段智能領航賽段力壓小鵬P7、理想ONE等一眾車型，獲得智能領航金獎。

#### 2021年12月 / 軒轅獎

智能駕駛佔據中國品牌第一位置（特斯拉排名第一）。

#### 2022年1月 / C-NCAP智能安全項目

針對2022年1月實施的2021版C-NCAP智能安全項目，摩卡在天津測試摸底可達到五星+；E-NCAP-2021版摸底測試結果滿足五星，I-VISTA-2021版法規評測結果為最高等級GOOD。

### 認可 | HAVAL 哈弗神獸



#### 2021年12月 /

哈弗神獸B02實現點對點記憶泊車、探索前行及全自動融合泊車功能，實現同級配置及安全領先，同時搭載領先同級的HWA高速駕駛輔助功能，可以實現0~120KM/h智慧巡航功能，即便行駛在高速路段，車主也能緩解長途駕駛的疲勞感；40~120KM/h的情況下，實現自主變道輔助。

## 5. 功能安全

隨著汽車技術在安全、節能、環保、低碳化、集成化、信息化、智能化、網聯化、自動駕駛技術等領域的發展，汽車電子技術已成為汽車發展的重要動力，汽車電子電氣系統及功能的安全變得尤為重要。ISO26262標準代表了目前最高的功能安全技術水平，系統化實施功能安全設計開發能提高電氣功能可靠性，提升功能的安全等級。我公司緊跟國際及國內關於道路車輛功能安全的最新標準(ISO26262)，組建功能安全團隊，建立公司功能安全設計開發流程，目前公司功能安全流程已通過TUV萊茵功能安全流程認證，全面覆蓋OEM範圍的整車、概念、系統開發、生產運行服務報廢、支持流程；在全公司範圍內組織培訓，營造安全文化氛圍，並推進項目實際應用實施。目前已經在多個平台的近百車型項目上實施流程的落地，關鍵零部件ESP(車輛穩定性控制)、EPS(電動助力轉向)、ABM(安全氣囊)安全目標最高已達到功能安全ASILD等級。

## 6. 網絡安全

隨著汽車智能化、網聯化的發展，汽車已成為網絡上的終端。汽車「上網」後，黑客可以通過網絡攻擊車輛引起車輛功能故障或者通過車輛攻擊客戶的電子設備，甚至引發對汽車進行大面積攻擊，直接危害車主的財產安全和人身安全。實施網絡安全可保護整車數據不被破壞、篡改和洩露，車主隱私信息不被非法者獲得，可以放心的連接WIFI和4G網絡，舒心的享受影音娛樂；安全地實現對車輛的遠程控制和遠程更新軟件，有效降低遠程惡意控制風險；對汽車全生命週期進行安全防護，提升黑客惡意攻擊的門檻，保證汽車信息安全；間接地保證OEM的名譽和信譽。

公司緊隨行業發佈最新法規、標準，並成立專門的網絡安全團隊，從雲、管、端全方位進行安全設計，與國內先進的安全公司建立專業安全聯合實驗室，與國家權威滲透測試公司合作，開展汽車滲透測試，並且與世界領先的安全服務商進行合作，運用加密、簽名、證書等技術，通過雲、管、端全方位防護，有效降低遠程惡意控制風險，2021年未發生車輛網絡安全攻擊事件。

## 員工責任

## 長城人兒，幸福領航

## 一、僱傭

## 匯聚全球優秀人才

2021年，公司向全球化智能科技公司全面轉型，持續推進科技人才萬人計劃，以用戶為中心，積極引進全球化領軍人才、經營領袖、各領域專家以及優秀畢業生。構建「全球人才活水計劃」，未來讓更多的優秀員工，向異地作戰、海外作戰、重點業務等模塊橫向流通，徹底激活員工的潛能。截至2021年末，公司總人數達到77,934人，海外工作人員人數為2,628人。

## 遵守勞動法規，保障員工權益

公司堅持以「開放、包容」的態度，開展跨地域、跨文化的溝通與融合，匯聚全球人才。全面貫徹落實《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》《禁止使用童工規定》、《中華人民共和國社會保險法》等法規，依法嚴格執行用人、工作時間和解雇政策。與員工簽訂勞動合同，依法為員工繳納法定社會保險，解決員工後顧之憂。堅持男女平等，在招聘過程中堅決杜絕性別、民族、種族、宗教、生理等就業歧視，維護員工合法權益；杜絕使用童工，應用身份識別系統，防範童工招聘；針對女性員工尤其是孕產期女員工，嚴格執行相關法律法規對其工作時間、強度及環境的要求。

## 績效與薪酬福利

為有效激發人員活力，為公司可持續發展提供動力保障，公司構建了覆蓋全員的、以責任結果及價值創造為導向的激勵體系。以市場為基礎，設計崗位工資和績效工資相結合的薪酬結構，輔以長期和短期相結合的激勵機制，保障薪酬激勵向高價值崗位、高能力及高業績貢獻人員傾斜，促進組織活力提升、驅動經營目標實現。

2020、2021年，連續實施了兩期股權激勵政策，累計授予對象超過1萬人，覆蓋了50%的核心員工。未來將滾動實施廣覆蓋的股權激勵模式，覆蓋到100%的價值員工，讓員工由「打工者」變為「合夥人」，實現企業與人才的共贏發展。

## 深化校企合作，聯合培養未來人才

公司為落實國家「穩就業」「保就業」決策部署，深化校企合作、產教融合，推動人才培養與就業的有機聯動，積極響應並快速落實教育部「供需對接，就業育人」政策。2021年首批次完成同全國範圍116所高校展開校企供需洽談，精準、創新孵化多元合作項目。同時，與各大高校建立校外教學實習基地，面向就業崗位，結合企業實踐案例，聯合培養實用型創新人才。



### 關愛員工，持續提升員工幸福感

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

#### 收入保障方面：

確保普通員工薪酬水平達到當地競爭領域領先水平，關鍵崗位薪酬達到行業領先水平；



#### 安居工程方面：

長城汽車秉承「關愛員工要真」的文化理念，為員工營造安居樂業的生活環境，在吃、穿、住、用、行等方面提供優質的生活保證，提升員工幸福指數；



#### 安心教育方面：

長城控股集團借鑒新加坡的先進教學方式與管理模式，致力於打造一流的高品質、高標準的教育工程。通過托育、早教、幼兒園、小學、初中、高中教育工程的建設，滿足員工學齡子女需求，確保員工子女能夠在「家門口」上學；



#### 健康工程方面：

通過建設體育場、羽毛球館、乒乓球館、游泳館等娛樂設施，開展運動會、籃球比賽等各項健身活動，開展免費員工年度健康體檢，並向員工提供心理健康諮詢服務，打造「快樂工作、健康生活」的工作環境。



#### 出行保障方面：

公司為員工提供購車優惠、交通補貼，與政府共同建設公交場站，最大限度滿足員工工作、生活的出行需求。



#### 福利保障方面：

公司為員工免費提供多樣化、葷素搭配的營養、衛生工作餐，並設有三八婦女節、中秋節、春節專項福利；針對不同員工及其家屬推出特定福利項目，如：結婚慰問、老壽星慰問、生育慰問等，讓員工家屬同樣感受到公司的溫暖與關懷；假期方面，公司安排高溫假及超過法定假期的春節假期，給員工提供親朋好友、家人團聚的時光。



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



## 二、以人為本，打造安全健康的工作環境

### 1、深度推進職業健康管理體系

公司堅持「安全第一、預防為主、綜合治理」的原則，嚴格落實《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國消防法》等法律法規的要求及各層級安全生產責任制，建立安全生產風險分級管控和隱患排查治理雙重預防機制，持續完善職業健康安全管理體系。為確保職業健康安全管理體系的適宜性、充分性和有效性，公司設置安全生產管理委員會，下設集團級、分子公司級、車間級三層管理機構，配備專職安全管理人員，分級負責，協調開展安全管理工作。公司制定並落實《職業健康安全管理制度》、《重要危險源管理制度》、《勞動者職業健康監護及其檔案管理制度》等54項職業健康安全管理制度，推進安全管理標準、流程、表單統一和規範工作，實現標準化、規範化管控。2021年，職業健康管理體系滿足體系管理要素及運行要求，並通過了第三方監督審核認證。公司通過安全信息化平台、安全綜合審計、安全防錯等系列管理舉措，避免各類安全事故發生。

### 2、持續改善現場工作環境

通過安全生產標準化規範運行，提升生產現場本質安全化管理水平。對新工廠、新工藝、新設備實施前置安全評審，保證在投入使用前滿足安全生產要求。通過現場作業觀察、工作危險分析、設備檢測等方法系統識別職業危害因素，確定關鍵場所的職業健康危害檢測項目、測量方法和指標，定期評價，動態管理。聘請專業檢測機構對有毒有害作業場所進行檢測和評價。完善現場除塵、降噪等安全設施，改進原材料及工藝，從源頭上控制職業危害因素的產生，建立健全員工健康監護檔案，組織員工職業健康體檢，按標準配備個人防護用品，始終堅持預防與治理相結合，通過提高自動化技術應用，持續改進工藝流程、不斷改善現場作業條件，全年實施安全防錯技術應用5,336項，為員工創造安全、健康、舒適的工作環境。報告期內，未發生職業病事件。



### 3、不斷強化應急處理能力

公司設有專業消防人員負責監督消防設施及現場消防安全。建立現場安全應急管理機制，完善重點防火區域的應急裝備，提升油庫、塗裝作業區域等場所的火災、爆炸應急處置能力，完善應急預案體系，修訂綜合預案、專項預案及現場應急處置方案，全年組織應急演練1,407次，評估、改進、完善應急處置流程，提升公司重大風險控制應急能力。報告期內，公司未發生火災事故。



## 三、發展與培訓

公司重視人力資本價值，將人才作為企業發展的第一驅動力。公司始終堅持「不拘一格、各盡其才」、「能者上、庸者下」的用人策略，不斷創新人才發展機制，構建全球人才培養體系和員工職能發展通道，打造更加開放、更加高效、更有吸引力的發展平台，為每一位有能力、敢於挑戰、勇於創新的人提供機會與平台，讓每一位價值創造者、每一位奮鬥者都能在這個平台上得到發展和合理的回報，徹底激發員工的積極性和創造性，實現公司人力資源價值最大化。

### 創新幹部管理機制

基於向「全球化智能科技公司」轉型的戰略訴求，公司持續創新幹部管理機制，通過打破資歷壁壘，大膽啟用新人。一大批90後年輕骨幹，已經走到舞台中央，展示出年輕一代長城人的活力和創新力；通過加大輪值輪崗、交叉任職，豐富各級幹部的管理經驗，提升站位格局，強化協作意識，快速構建一支聚焦作戰與勝利的全球幹部人才梯隊，助力公司戰略打贏。

### 深化專業人才管理

公司持續迭代分專業、分層級的專家人才發展通道，並從體系建設、等級評定等維度設置管理機制，促進精深型人才專業深度發展、複合型人才綜合能力全面發展，讓員工獲得多元化成長機會，使企業和個人更具活力與戰鬥力。

### 構建傳承賦能平台

公司通過項目制運作模式、全球人才培養作戰地圖、人才曝光機制等方式，實施有針對性、差異化的人才賦能，打造長城汽車知識和作戰經驗薈聚、共享、傳承的賦能平台，以實現規模複製、快速觸達、高效便捷的對業務精準賦能。2021年至今，公司培養高技能人才900餘名，培養優質大學生6,000餘名，培養中層幹部210餘人，開設4期高管大咖分享會，參與2,000餘人次。



攜手前行，可持續·向未來

一、供應鏈管理



1. 供應商數量

主要供應商1,000餘家，均為行業內優秀供方，全球知名供應商佔比超30%，具體分佈：

2. 供應商引入

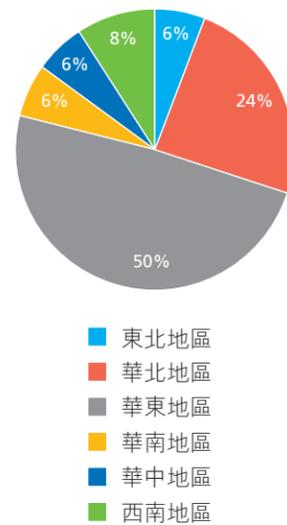
2021年我們強化了供應商准入管理，在供應商准入審核和評價時，加強了環境和社會責任影響評估。從僅審核化工類企業ISO 14001環境管理體系認證擴大到供應商自身的ESG風險推進管理水平，增加當地的環保、消防認證的要求，增加供應商經營風險的評估，從人文、環境、安全、有害物質管控、守法合規、貿易安全等多維度對供應商進行評審，多個條款設置一票否決權。通過後，組織SQE、技術、商務等專業人員對供應商現場實施審核，確保供應產品的開發、生產、質量管控、交付能力符合要求，為終端用戶輸出高品質產品增添保證，通過嚴控供應商引入端口，打造負責任供應鏈。2021年公司引入供方70餘家。

2021年是極為不平凡的一年，新型冠狀病毒在全世界廣泛傳播，美對中貿易壁壘，芯片短缺等因素對供應鏈產生嚴重影響，公司在第一時間與供方進行溝通，與供方共同制定應急方案，保證了供應安全，實現全年正增長。

3. 供應商考核管理

從供應商的技術能力、質量、成本、交付等維度，定期對供應商開展績效考核。並且，對供應鏈風險進行識別和篩查，盡可能降低ESG風險暴露。評價結果從優到劣分為I、II、III、VI四個等級，根據評價結果，對供應商實施獎懲，長期不滿足要求的供應商實施淘汰。關注二級供應商質量、安全、環境等因素，相關一級供應商對此進行確認。此外，我們每年都會舉行一次全球供應商會議，將來自世界各地的供應商聚集在一起，發佈公司技術、質量、成本、交付等相關規劃及要求，有助於確保供應鏈端達成共識，推動共同發展。

供應商分佈區域圖



4. 供應鏈環境風險管理

長城汽車致力於綠色供應鏈打造，建立了從供應商引入審核、產品開發早期SE研討、開發過程現場審核、產品供應一致性審核的一體式供應商管控體系，將綠色產品開發管控融入到供應商管理的各個環節。並基於「供應商關係管理系統」、「數字化採購平台」、「CAMDS數據管理平台」，實現供應商全生命週期管理的信息化，引導供應商共同實現環保健康目標。



優選環保產品和服務

長城汽車持續發力環保材料、生物基材料開發，打造綠色可持續的用材理念，給用戶帶來美好體驗的同時，彰顯社會責任。



## 5. 供應商權益維護

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

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

## 二、經銷商管理

長城汽車2021年以打造用戶型企業為發展主線，通過不斷完善產品生產線，滿足更多用戶的用車需求；推進了產品及店面形象的更新換代，並持續洞察新時代用戶的審美及功能需求。在多元化的網絡時代，2021年長城汽車踐行以「用戶需求」為導向，以「客戶滿意」為中心的忠誠服務標準，滿足了客戶從看車、試車、買車到用車、養車、換車的各方面需求。

在經銷商提升方面：長城汽車以季度為評價週期，聚焦業務管理、客戶體驗及店端發展潛力，綜合評價品牌經銷商運營能力，並依據評分結果進行擇優授星。目前「評優授星」活動已在品牌經銷商之間刮起改善提升大風暴，全國店面爭相開展服務提升活動，為用戶創造更放心、更省心、更舒心的尊享體驗。

在客戶暖心關愛方面：為踐行「真心為客戶著想」的服務理念，長城汽車同步聯合全國經銷商開展「四季」服務節，以春節關愛驛站、春季踏青出遊、夏季星辰守候、秋季無憂上門、冬季暖心家宴等多元化、體系化的用戶關愛活動，將眾多客戶朋友齊聚一堂，與客戶共同前行、親密互動，及時滿足客戶養車、用車及車生活娛樂需求，同時匹配驚喜福利和售後服務，推動客戶服務體驗的持續提升，讓客戶在購車後的用車生活亦能感知到長城汽車的暖心關愛。

在終端數字化推進方面：2021年長城汽車構建社交化客戶溝通、服務體系，通過推廣社交化SCRM系統，打造客戶全生命旅程線上化、數字化、一站式服務體驗，提升客戶數字化看車、選車服務體驗，即時了解用戶需求，推動經銷商持續為客戶創造優質銷售服務體驗。



在服務提升方面：長城汽車各品牌繼續重抓誠信服務，打造誠信環境，嚴厲打擊加價提車、強制捆綁銷售、違規收費等不誠信行為，保證用戶權益不受損害；全網發佈「銷售九大承諾」、「售後八大承諾」，引入線上線下用戶監督直評，真誠傾聽客戶建議、坦誠改善服務問題，推動經銷商體系客戶服務質量的不斷改善提升；推出服務體驗官，招募客戶代表發揮輿論監督作用，代表廣大消費者嘗鮮體驗全新流程，廠商客聯動開展服務共創，對服務質量持續提升出謀劃策。

秉承「用心洞察客戶需求，時刻打造客戶驚喜」的服務心態，以「真心為客戶著想」的服務理念、踐行「先」「細」「誠」的服務信條。2021年長城汽車旗下哈弗品牌及魏牌榮獲「中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)自主品牌「銷售服務滿意度」第一名，同時哈弗售後服務連續兩年位列自主品牌第一名，歐拉品牌首年參評即榮獲銷售服務第二名，售後服務榮獲第三名的優異成績。



廠商品牌	類型	名次
哈弗	銷售服務(自主品牌)	1(並)
哈弗	售後服務(自主品牌)	1
魏牌	銷售服務(自主品牌)	1(並)
魏牌	售後服務(自主品牌)	3(並)
歐拉	售後服務(自主品牌)	2(並)
歐拉	銷售服務(自主品牌)	3(並)
車型	細分市場類別	名次
哈弗H6	10-15萬緊湊型SUV	1
哈弗H9	硬派SUV	1
哈弗大狗	2021年市場關注SUV	1(並)
哈弗M6	7萬及以下緊湊型SUV	1(並)
哈弗初戀	2021年市場關注SUV	3
摩卡	2021年市場關注SUV	1
歐拉白貓	純電動微型/小型轎車	1(並)
坦克300	硬派SUV	3

### 經銷商培訓

長城汽車將「每天進步一點點」的企業精神，貫徹到對經銷商的培訓中，幫助經銷商以跬步之積達千里之效。以提升經銷商銷售服務能力、改善客戶服務體驗為核心，圍繞產品、技術、業務、勝任力，持續性開展各類培訓、銷售大賽和入店輔導，幫助經銷商轉變思維、提升能力、更好地服務客戶，踏實踐行對社會的責任擔當。

長城汽車根據產品上市節奏，不定期開展新產品和銷售能力提升培訓，在哈弗H6S、哈弗神獸、WEY拿鐵、坦克500等核心產品上市階段，積極推進新車上市培訓運營，結合網絡熱議內容和客戶核心需求，通過產品亮點深挖、客戶專屬推介話術、銷售場景演練、開放道路場景試駕，以及講師即銷售、學員即客戶的角色互換等培訓形式，幫助經銷商站在客戶角度思考問題，根據客戶需求打造專屬銷售話術和服務體驗，以發自內心的真誠，贏得客戶對產品的信任，對品牌的信賴。

為幫助銷售顧問更深入洞察客戶需求，讓客戶買的安心，長城汽車還分別針對哈弗、歐拉兩大品牌開展了全國範圍的銷售精英賽，通過線上海選、晉級複選、線下決賽三個階段，借助理論考核、場景模擬、現場直播等形式，綜合考驗參賽選手在產品理解、需求識別、話術運用、客戶服務等方面的紮實功底。

歐拉銷售精英賽，更是以綠色能源為引導，將長城汽車「引領低碳轉型，驅動綠能戰略」的新能源理念烙印在參賽選手心裡，也將長城汽車「綠智潮玩嗨世界」的使命願景，以及緊跟國家碳中和政策引導、對歷史使命的責任擔當傳遞給廣大用戶。

此外，為了更針對性地幫助經銷商提升銷售能力和客戶服務能力，長城汽車開展了一店一策式的入店輔導，經過對每家店前後兩階段共8天的入店診斷和精準施策，幫助經銷商打造了重點客戶管理表等一整套實用化工具，從展廳接待、網銷邀約、市場推廣、保客營銷等維度建立了體系化流程，以更專業的產品介紹和服務能力，贏得更多客戶的信任和支持。



通過對哈弗和皮卡共95家經銷商店面的管理層、一線人員系統性、針對性輔導，實現哈弗銷量環比增長7.9%，皮卡銷量環比增長11.7%，邀約到店率、轉介率、留檔率顯著提升，初見培訓效果，這是客戶對經銷商服務的認可，對產品的信任，對品牌的信賴。



哈弗神獸產品上市培訓，總經理、銷售內訓師、試乘試駕專員共1,976人參加線下培訓，平均成績90.8分，考核通過率98.8%。



哈弗銷售精英賽，共40人參加線下決賽，評選出8支優秀團隊，16名優秀個人。



歐拉銷售精英賽，共25人參加線下決賽，評選出3支優秀團隊，6名優秀個人。

讓客戶在購車後用的放心，增強售後服務體驗，也是長城汽車不懈的追求。各車型新產品上市前，以強化產品維修技能為核心的技術培訓也在如火如荼開展。通過視頻直播、線上微課等形式，將關鍵知識點最快傳達給技術經理和維修技師，並要求反復學習；線下培訓更注重實車實操演練，幫助維修技師精準快速識別車輛故障及原因，以最快速度、最小成本，一次性解決車輛問題，讓客戶對售後服務不再擔憂。

長城汽車還非常重視經銷商新店新人快速育成，關注關鍵崗位勝任能力的構建，針對新店新人、管理崗和一線崗，從品牌、產品、服務、管理、技巧等維度，定制開發專屬課程，促進經銷商夯實業務基本功，紮實做好店面運營，給客戶帶來不一樣的服務體驗。2021年，哈弗和WEY品牌關鍵崗位勝任力初級培訓課程全部升級為線上培訓模式。經銷商2,322家店面，從總經理到一線銷售顧問共16個關鍵崗位22,046人次參加了課程上線後的集中培訓並全部通過認證考核，實現了經銷商員工基礎能力普遍提升，給客戶帶來更優質的服務體驗。

每天進步一點點，是初心，更是堅守。長城汽車始終堅持與經銷商、客戶朋友一起共進共贏，通過對經銷商能力提升持續培訓，幫助經銷商始終以客戶為中心，建立高素質的人才隊伍，更好地服務客戶，不辜負客戶的支持和信賴。

### 三、客戶權益保護

#### 消費者數據與個人信息保護

長城汽車嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》等國家法規要求，充分履行作為網絡運營者應盡的數據保護義務，確保消費者的個人信息與隱私能得到充分的保護，用戶的合法權益能夠得到充分的保障。

#### (一) 全球化數據安全與合規組織

公司建立了覆蓋全球的數據安全與合規組織，使所有的業務單元能夠承擔對數據安全保障與個人信息的合規使用的職責。公司設立數據合規官統籌管理數據安全與合規工作，並由數據合規辦公室推動全公司的數據合規體系建設並監督執行。各個業務單元負責人直接對本單位數據合規工作負責，同時設立專門的合規責任部門以確保能夠使合規保障工作的落地。通過自上而下完整的數據安全與合規組織，確保對消費者數據與個人信息保護義務能夠具備良好的治理架構，所有的管理要求能夠貫徹落地執行。



哈弗赤兔上市技術培訓，技術經理、機修技師共5,503人參加線上培訓，考試合格率99.6%。技術經理共735人參加線下培訓，考試合格率100%。

## （二）履行等級保護義務

根據《網絡安全法》對於網絡安全等級保護工作的要求，公司積極開展對重要業務系統開展了等保定級，對處理大量客戶信息的業務系統全部定級為三級保護標準。相關業務系統經行業專家定級評估評審後，向國家網安部門完成了備案，並接受了國家批覆的測評機構的等級保護情況的測評檢查。將專業機構的測評結果，公司的等級保護三級系統的測評通過率100%，驗證了相關系統具備了相對成熟的網絡安全防護的能力。

## （三）全面的安全防護技術

公司基於縱深防禦體系作為數據安全防護的建設方向，構建了包含了多層次多維度的數據安全的保護能力，以抵禦各類外部入侵以及內部違規的未授權訪問。通過遍佈公司網絡環境的監測設備，可以第一時間發現異常的行為，最大程度降低對消費者的數據帶來的安全隱患。公司對外提供的業務系統將經過嚴格的安全審查與測試，包括對消費者的個人信息權益保障的合規評審，以確保業務系統內的數據能夠安全合規的使用。同時，以大數據關聯分析技術進行全天候的數據安全態勢的監測，並配備了專業的運營。對異常事件進行監控與快速響應，為公司數據安全情況保駕護。

## （四）車聯網產品研發安全保障

車聯網個人隱私合規建設以ISO27701、GDPR規範為依據，通過PWC、為辰信安、DNV、盈科、DLA等外部專業公司的支持，搭建了長城車聯網信息安全與隱私數據保護的體系，以標準化、流程化方式落實各項合規管理措施與合規技術實現，ISO27701隱私信息管理體系的認證已於2021年10月份通過。

根據法律法規對數據敏感程度的分類，以及數據同個人的相關性，將個人數據分級為(L0-L3)，結合數據整個生命週期6個不同階段(採集、傳輸、存儲、處理、分享、銷毀)的特點，制定對應的合規技術方案，同時建立了項目隱私合規管理制度，根據項目的生命週期特點，分別從產品執行、項目執行不同角度進行隱私合規流程化、標準化，從制度方面保障執行到位，責任到人。

## 四、股東及投資者溝通

### 保護股東權益

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

### 投資者關係管理

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

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

2021年1月15日，公司召開2021年第一次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表擁有及代表的股份為6,226,475,449股，佔公司總股數的67.86%。2021年2月24日，公司召開2021年第二次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,186,859,892股，佔公司總股數的67.42%。2021年3月18日，公司召開2021年第三次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,200,818,652股，佔公司總股數的67.58%。2021年4月23日，公司召開2020年度股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表擁有及代表的股份為6,525,136,355股，佔公司總股數的71.12%。2021年7月22日，公司召開2021年第四次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,696,098,357股，佔公司總股數的72.76%。2021年9月17日，公司召開2020年第五次臨時股東大會。

出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,231,047,051股，佔公司總股數的67.46%。2021年10月29日，公司召開2021年度第六次臨時股東大會。出席此次股東大會的股東及股東代表共計擁有及代表的股份為6,139,164,794股，佔公司總股數的66.46%。從股東大會參與股數看，在報告期內，更多中小股東參與公司股東大會審議事項的決策，提升公司治理水平。

2021年4月2日，公司通過上海證券交易所「上證e互動」平台「上證e訪談」欄目，召開長城汽車2020年年度業績網上說明會。2021年5月24日，公司參加中國證券監督管理委員會河北監管局組織的河北轄區上市公司2021年度投資者網上集體接待日活動。於2021年8月31日，公司通過上海證券交易所「上證e互動」平台「上證e訪談」欄目，召開長城汽車2021年半年度業績網上說明會。在活動中積極與廣大中小股東溝通，回覆中小股東針對公司業績的諮詢，聽取中小股東對公司發展的建議與期望。

## 股東回報

公司一貫致力於為社會創造價值、為股東創造收益、為員工創造幸福。

公司自2003年在香港聯合交易所上市以來，保持穩定的現金分紅比例。報告期內，公司實施2020年前三季度利潤分派方案及2021年半年度利潤分派方案，分別以公司總股本9,175,953,300股及9,236,694,732股為基數，每股派發現金紅利0.28元(含稅)及0.30元(含稅)，共計派發現金紅利5,340,275,343.60元。

公司近五年份紅情況如下：

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年中期
每股盈利(元)	1.16	0.55	0.57	0.49	0.59	0.38
每股派發現金股利(元)	0.35	0.17	0.29	0.25	0.28	0.30
總股本(萬股)	912,726.90	912,726.90	912,726.90	917,657.25	917,595.33	920,287.89

年度內，公司加強與投資者之間的雙向溝通，使廣大投資者及時了解公司的相關經營情況，促進與投資者之間的良好關係，幫助投資者及時、準確理解公司經營情況。年度內，公司通過邀請投資者參加股東大會、車展、品牌發佈會、技術發佈會等活動使投資者及時了解公司經營情況，組織境內外線上及線下路演、接待投資者調研、組織電話會議，通過線上及線下參加投行組織的峰會等方式與投資者進行了充分的溝通。年度內，公司共組織4次境內外路演，接待境內外投資者調研15次，組織電話會議152次，參加投行組織的峰會71次。

## 五、社會公益

### (一) 助力公益，彰顯企業社會責任

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



### 1、齊心戰疫 愛無國界：

2021年伊始，在河北省石家莊市、邢台市等地爆發新一輪疫情時，長城汽車迅速行動，於1月10日向河北省紅十字會捐贈人民幣500萬元，馳援河北疫情防控工作，確保一線醫療人員及前線志願者的防疫安全。在自身積極參與抗疫工作的同時，長城汽車向河北省內的經銷商、供應商等相關方發起倡議，希望各單位因地制宜，為當地提供力所能及的協助，助力河北省全面打贏抗擊疫情攻堅戰。

### 2、風雨同舟 豫見真情：

2021年7月，河南省遭遇罕見的持續強降雨，鄭州等地發生嚴重的內澇災害。長城汽車捐贈2,000萬元人民幣馳援河南，其中1,000萬元贈予河南慈善總會，用於緊急救災和災後恢復工作；另外1,000萬元專項資金用於用戶受損車輛的救援、檢測、維修。與此同時，長城汽車旗下哈弗、魏牌、長城皮卡、歐拉、坦克五大品牌，開啟用戶緊急救援服務通道，長城汽車旗下各門店全力配合搶險救災工作，推出「八項用戶關愛行動」，與河南風雨同舟，攜手共渡難關。

全球疫情蔓延下，長城汽車在海外積極踐行企業社會責任。在泰國疫情第四次爆發的形勢下，8月4日，長城汽車泰國公司與當地Food For Fighters(簡稱「FFF」)公益組織攜手，向泰國困難家庭和醫護人員等，提供食品、生活必需品和防疫物資，開展為期近一個月的抗疫行動。8月26日，長城汽車向泰國紅十字會、朱拉隆功醫院、海關部門等29家機構單位捐贈46萬只口罩，並從當地農民處購買400多公斤滯銷山竹，捐贈給受疫情影響嚴重的社區和民眾，全力馳援泰國抗疫的同時，也積極幫助當地小微企業與商戶加快渡過難關。



### 3、慈善援助 守望未來：

2021年10月，長城汽車旗下坦克品牌聯合I Do基金會，奔赴西藏地區，聚焦藏區特殊兒童美術教育，助力兒童實現藝術夢想。

2021年12月，在長城汽車2021沙漠英雄會寵粉家宴公益拍賣環節，長城汽車愛心車友共籌善款50,400元，該善款全部用於公益助學。

2021年12月，哈弗品牌聯手搜狐新聞、中國扶貧基金會推出的「守護大山孩子」公益策劃，助力改善欠發達地區小學生的生活條件。

12月20日，哈弗大狗攜哈狗邦車主走進北京星星雨教育研究中心，用行動讓自閉症兒童感受更多的愛。同時，哈弗大狗聯合公益機構針對自閉症群體需求，制定科學的幫助計劃，助力「星星的孩子」感受社會大愛之義。

守望相助，大愛隨行。2021年，長城汽車以長城汽車公益宣言為指引，以長城汽車公益支持計劃為依託，號召內部員工及全球產業鏈夥伴共同傳承和創新中國的公益文化，形成「公司先行，銷售服務跟進，車友廣泛參與」的公益支持體系，不斷實踐和探索新的公益模式。



### (二) 扶貧濟困，構建綜合扶貧體系

在三十年發展過程中，長城汽車始終將履行企業社會責任銘記於心。公司高層非常重視扶貧工作，組織召開扶貧會議，制定貧困地區扶貧計劃及政策，並指派專人到省內貧困地區進行走訪調查，了解貧困現狀。結合定點扶貧規劃，持續完善貧困地區基礎設施、醫療、教育等公益事業的建設。

#### 1、社會扶貧：

長城炮茶王版西雙版納上市助力產業升級，12月3日，長城炮茶王版於雲南西雙版納正式上市，並舉行首批車主交車儀式，助力當地古樹茶產業升級，拓展新業態，共創新商業。同時，「無憂服務中國行」正式升級為長城炮行動，對西雙版納第二批村寨進行公益助學捐贈。長城炮行動先後在全國20個省市建立了98個示範村，涉及特色物產32種，助力當地特色產業升級。憑藉強大的裝載功能、動力系統和可靠的品質，長城皮卡為當地的中小企業、私營業主、農民朋友建起豐饒物產與外界之間的穩固「橋樑」，讓價值之車加速鄉村振興，實現共同富裕。

#### 2、就業脫貧：

結合公司特點，為510名殘疾人員提供就業平台，幫助其解決生活及就業問題，從經濟上幫助困難員工擺脫困境。

#### 3、健康扶貧：

對因天災人禍、患大病等特殊原因致困的特困職工給予扶貧幫困基金一次性救助。公司結合員工的致困原因、困難程度和生活現狀，在廠慶及春節期間走訪、慰問困難員工，使其切實感受到公司大家庭的溫暖。

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

## 未來展望

長城汽車將一如既往地履行全球共建可持續發展之路的責任和義務，當前已加入歐洲企業社會責任協會(CSR-Europe)及其下屬可持續發展聯合組織(Drive sustainability)，與全球汽車產業夥伴共建健康、可持續的發展環境。作為有責任有擔當的民族汽車企業代表，長城汽車已積極參與國內「汽車產業鏈碳排放數據體系」共建體系倡議書的簽署，與相關夥伴共同推動中國汽車碳排放管理體系及低碳產業鏈的建設。

## 定量績效指標

指標名稱	指標單位	2020年	2021年
<b>排放物<sup>註1</sup></b>			
<b>排放物種類及相關排放數據</b>			
廢水的排放總量	噸	2,729,197.09	<b>2,880,458.71</b>
COD排放總量	噸	115.34	<b>144.00</b>
氮氣排放總量	噸	47.05	<b>37.45</b>
VOC排放總量	噸	123.42	<b>124.74</b>
氮氧化物排放總量	噸	72.16	<b>46.97</b>
二氧化硫排放總量	噸	8.76	<b>5.63</b>
<b>溫室氣體總排放量</b>			
範圍一：直接溫室氣體排放量	tCO <sub>2</sub> e	128,438.31	<b>151,678.21</b>
範圍二：間接溫室氣體排放量	tCO <sub>2</sub> e	1,142,275.33	<b>1,127,560.55</b>
溫室氣體總排放量	tCO <sub>2</sub> e	1,270,713.64	<b>1,279,238.76</b>
主機廠溫室氣體排放量密度	tCO <sub>2</sub> e/台車	0.34	<b>0.34</b>
<b>所產生有害廢棄物總量</b>			
危險廢棄物產生總量	噸	12,056.27	<b>15,139.40</b>
危險廢棄物產生密度	噸/台車	0.01	<b>0.01</b>
<b>所產生無害廢棄物總量</b>			
無害廢棄物產生種類及總量	噸	15,723	<b>16,356</b>
無害廢棄物產生密度	噸/台車	0.01	<b>0.01</b>

指標名稱	指標單位	2020年	2021年
<b>資源使用</b>			
<b>按類型劃分的直接及/或間接能源(如電、氣或油)總耗量<sup>註2</sup></b>			
電總消耗量	度	1,040,102,675.00	<b>1,299,703,837.78</b>
電消耗量密度	度/台車	949.57	<b>1,056.78</b>
汽油消耗量	噸	7,041.20	<b>6,795.28</b>
汽油消耗量密度	噸/台車	0.006	<b>0.006</b>
柴油消耗總量	噸	1,863.74	<b>2,161.81</b>
柴油消耗量密度	噸/台車	0.002	<b>0.002</b>
天然氣消耗量	千立方米	47,937.34	<b>57,787.78</b>
天然氣消耗量密度	立方米/台車	43.77	<b>46.99</b>
蒸汽總消耗量	噸	466,751.40	<b>538,636.50</b>
蒸汽消耗量密度	噸/台車	0.43	<b>0.44</b>
外購熱力總量	百萬千焦	0	<b>0</b>
綜合能源消耗總量	噸標準煤	265,110.93	<b>328,710.16</b>
單台車綜合能源消耗量	噸標準煤/台車	0.24	<b>0.27</b>
可再生能源總量佔能源消耗比例	%	3.00	<b>2.72</b>
<b>總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)</b>			
水資源消耗總量	噸	4,963,248	<b>5,750,345</b>
水資源消耗密度	t/台車	4.53	<b>4.68</b>
<b>製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及</b>			
包裝物總量	噸	9,350	<b>9,811</b>
包裝物密度	噸/台車	0.01	<b>0.01</b>
<b>環境及天然資源</b>			
<b>環保培訓和投入</b>			
環保培訓次數	次	29	<b>90</b>
環保培訓人次	人次	5,023	<b>18,542</b>
環保培訓資金投入	萬元	3.15	<b>19.33</b>
環保技改項目資金投入	萬元	1,561.96	<b>2,500.29</b>
<b>社會</b>			
<b>僱傭</b>			
員工總數	人	63,174	<b>77,934</b>
<b>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員數量</b>			
<b>按性別劃分僱員數量</b>			
男性	人	51,821	<b>61,427</b>
女性	人	11,353	<b>16,507</b>
<b>按僱傭類型劃分的僱員數量</b>			
全職	人	63,174	<b>77,934</b>
兼職	人	0	<b>0</b>
<b>按年齡劃分僱員數量</b>			
年齡<30歲	人	30,446	<b>35,857</b>
30≤年齡<40歲	人	28,019	<b>35,780</b>
40≤年齡<50歲	人	3,795	<b>5,396</b>
年齡≥50歲	人	914	<b>901</b>

指標名稱	指標單位	2020年	2021年
<b>按地區劃分僱員數量</b>			
華北	人	56,444	<b>64,873</b>
東北	人	56	<b>185</b>
西南	人	652	<b>2,209</b>
華東	人	3,725	<b>6,619</b>
華中	人	0	<b>1,414</b>
華南	人	0	<b>6</b>
海外	人	2,297	<b>2,628</b>
<b>按少數民族劃分僱員數量</b>			
漢族	人	58,630	<b>72,011</b>
少數民族	人	4,544	<b>5,923</b>
<b>按籍貫劃分僱員數量</b>			
中國	人	60,838	<b>74,771</b>
外國	人	2,336	<b>3,163</b>
<b>按教育程度劃分僱員數量</b>			
博士	人	64	<b>62</b>
碩士	人	2,234	<b>3,011</b>
本科	人	19,185	<b>29,146</b>
專科	人	14,537	<b>18,807</b>
高中及以下	人	27,154	<b>26,908</b>
<b>按性別劃分高管比例</b>			
男性	%	94	<b>93</b>
女性	%	6	<b>7</b>
<b>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率：<sup>註3</sup></b>			
<b>按性別劃分的僱員流失比率</b>			
男性	%	12.25	<b>16.14</b>
女性	%	1.86	<b>3.20</b>
<b>按年齡劃分的僱員流失比率</b>			
年齡<30歲	%	10.22	<b>12.75</b>
30≤年齡<40歲	%	3.41	<b>5.81</b>
40≤年齡<50歲	%	0.39	<b>0.63</b>
年齡≥50歲	%	0.09	<b>0.15</b>
<b>按地區劃分的僱員流失比率</b>			
華北	%	11.37	<b>14.58</b>
東北	%	0.01	<b>0.01</b>
西南	%	0.46	<b>0.55</b>
華東	%	2.05	<b>3.59</b>
華中	%	-	<b>0.32</b>
華南	%	-	<b>0</b>
海外	%	0.22	<b>0.04</b>

## 健康與安全

指標名稱	指標單位	2019年	2020年	2021年
連續三年每年因公亡故的人數(2019-2021年)	人	0	0	<b>0</b>
連續三年每年因公亡故的比率(2019-2021年)	%	0	0	<b>0</b>
因工傷損失工作日數	天	281	261	<b>339</b>
員工健康與安全訴訟案件數	件	0	0	<b>0</b>
安全生產投入	萬元	4,410.50	5,110.84	<b>5,435.52</b>
安全教育培訓次數	次	632	728	<b>1,844</b>
安全教育培訓人次	人次	103,802	116,077	<b>193,409</b>

指標名稱	指標單位	2020年	2021年
<b>發展與培訓</b>			
培訓員工總學時	小時	373,568.70	<b>354,697.10</b>
每名員工受訓平均時數	小時/人	14.34	<b>11.37</b>
培訓經費支出金額	億元	0.05	<b>0.14</b>
<b>按性別劃分的受訓僱員比例</b>			
男性	%	79.88	<b>76.35</b>
女性	%	20.12	<b>23.65</b>
<b>按僱員類別劃分的受訓僱員比例</b>			
高級管理層	%	0.92	<b>0.36</b>
中級管理層	%	9.03	<b>6.48</b>
基層員工	%	90.05	<b>93.16</b>
<b>按性別劃分的員工受訓平均時數</b>			
男性	小時	13.88	<b>11.78</b>
女性	小時	16.14	<b>10.03</b>
<b>按僱員類別劃分的員工受訓平均時數</b>			
高級管理層	小時	17.41	<b>11.94</b>
中級管理層	小時	23.15	<b>19.48</b>
基層員工	小時	12.09	<b>10.8</b>
<b>勞工準則</b>			
經由正式申訴機制提交、處理和解決的勞工問題申訴的數量	例	13	<b>16</b>
<b>產品責任</b>			
召回的汽車或零件數量	件	71,319	<b>17,867</b>
報告期內客戶投訴總數	項	121,132	<b>168,214</b>
客戶投訴降低率	%	15.95	<b>38.86</b>
銷售滿意度	%	86.90	<b>94.00</b>
售後服務滿意度	%	85.00	<b>92.30</b>
專利申請數量	件	1,815	<b>3,091</b>
所獲專利授權數量	件	1,136	<b>2,176</b>
所獲發明專利授權數量	件	261	<b>332</b>
承擔國家創新課題	項	2	<b>0</b>

指標名稱	指標單位	2020年	2021年
<b>反貪污</b>			
對公司或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件的數目	件	0	2
<b>按職級劃分的反貪污培訓次數</b>			
董事及管理層	次	5	4
員工	次	13	30
<b>按職級劃分的反貪污培訓人次</b>			
董事及管理層	人次	620	487
員工	人次	4,631	4,837
<b>按職級劃分的反貪污培訓通過率</b>			
董事及管理層	%	77	82
員工	%	100	100
<b>社區投資</b>			
開展志願者活動期數	期	21	25
報告期內志願活動參與人次	人次	573	867
報告期內志願活動時數	小時	74.60	92.75
報告期內志願活動投入金額	萬元	12.27	15.02
公司對外捐贈金額	萬元	770.00	2,540.46

註1：統計範圍為整車工廠與零部件工廠

註2：披露數據為長城汽車整車生產基地及零部件工廠能源消耗，其中新增重慶、揚中、寧陽零部件工廠、2020年籌建2021年投產泰州生產基地、平湖生產基地、日照生產基地及其附屬零部件工廠，新工廠處於設備調試、試生產、產量爬坡階段，導致部分能源消耗總量變化，能源消耗密度呈現上漲趨勢。

註3：分母為年度平均月末在職人數

## 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A1：排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	環境責任
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	環境責任／ 績效指標
	A1.2	溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境責任／ 績效指標
	A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境責任／ 績效指標
	A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境責任／ 績效指標
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	環境責任
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	環境責任
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境責任／ 績效指標
	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境責任／ 績效指標
	A2.3	描述能源使用效益及所訂立的目標以及為達到這些目標所採取的步驟。	環境責任
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及用水效益，並描述所訂立的目標及為達到這些目標所採取的步驟。	環境責任
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	環境責任	
A3：環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	環境責任
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	環境責任
A4：氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的相關減緩措施的政策。	環境責任
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及其應對的行動。	環境責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B1: 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工責任
	B1.1	按性別、僱傭類型(即全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	員工責任/ 績效指標
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	員工責任/ 績效指標
B2: 健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a)政策，及； (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工責任
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	員工責任/ 績效指標
	B2.2	因工傷損失工作日數。	員工責任/ 績效指標
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	員工責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B3: 發展與培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	員工責任
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	員工責任/ 績效指標
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	員工責任/ 績效指標
B4: 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工責任
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工責任
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工責任
B5: 供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	社會責任
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	社會責任
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	社會責任
	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。	社會責任
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	社會責任

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B6: 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	產品責任
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	產品責任
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	產品責任/ 績效指標
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	產品責任
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	產品責任
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	社會責任
B7: 反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	公司治理
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	公司治理/ 績效指標
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	公司治理
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	公司治理/ 績效指標
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	社會責任
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	社會責任
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	社會責任/ 績效指標

## 反饋意見表

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

### 您對本報告的總體評價

非常好       好       一般       較差       差

### 您認為報告結構是否合理

非常合理       合理       一般       較不合理       不合理

### 您認為報告是否易讀

非常易讀       易讀       一般       較不易讀       不易讀

### 您所關注信息在報告中披露程度如何

很全面       比較全面       有所涉及       涉及較少       未涉及

### 您還有哪些關注的信息未反映在報告中

.....

.....

.....

### 您對公司社會責任工作推進或社會責任報告的建議

.....

.....

.....

您可以通過以下方式聯繫我們：

郵編：071000

電話：(86)312 2197813

傳真：(86)312 2197812

郵箱：gfzbc@gwm.cn

地址：河北省保定市朝陽南大街2266號



**长城汽车**  
专注 专业 专家

**長城汽車股份有限公司**

**GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED\***

---