



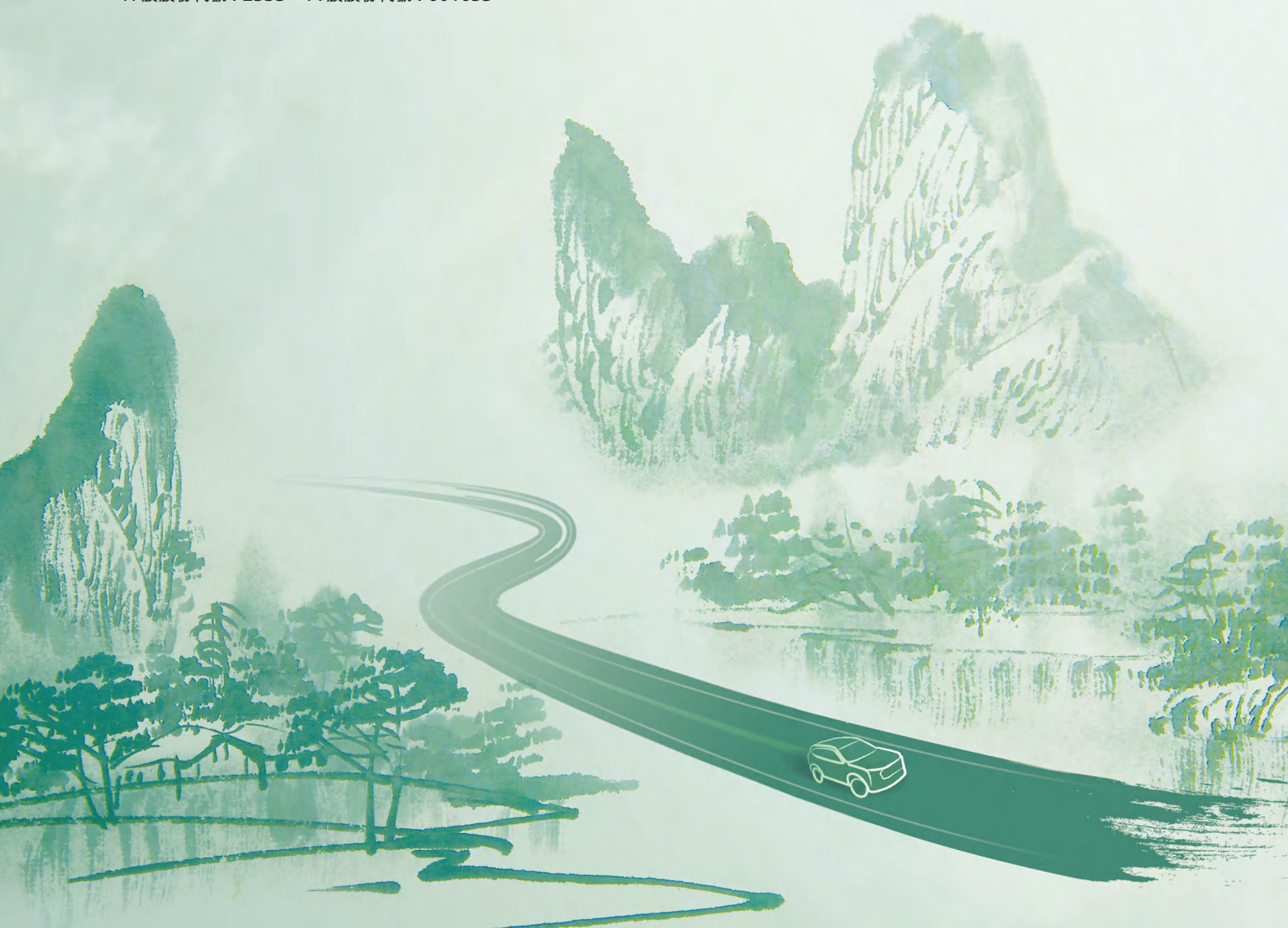
**长城汽车**  
专注 专业 专家

**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



\* 僅供識別

企業社會責任報告

**2022**

## 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12份年度社會責任報告，本報告時間範圍為2022年1月1日至2022年12月31日，部份內容適當向前後年度延伸。

### 二、報告範圍

本公司及其子公司，部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。本報告的匯報範圍與本公司2022年3月29日刊發的《2021企業社會責任報告》所載者並無重大變動。

### 三、報告內容

本報告將對外披露公司2022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、報告原則

本報告在編制時已遵循香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》所述的以下報告原則：

(1)重要性：本集團定期與主要持份者溝通，以識別及評估從持份者的角度最重要的環境、社會及管治相關問題。通過持份者參與和重要性評估確定的關鍵環境、社會及管治問題；(2)量化：本報告中呈列的量化信息／關鍵績效指標附有敘述、解釋和比較(如適用)；(3)均衡：本報告旨在以客觀的方式披露數據，旨在為持份者提供本集團整體環境、社會及管治表現的均衡概覽；及(4)一致性：除非另有說明，本集團採用一致的方法，並從本集團的內部記錄系統中檢索社會和環境關鍵績效指標。報告範圍及關鍵績效指標與先前的報告一致，以便進行有意義的比較。

### 六、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

### 七、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。本報告已遵守香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》載列的所有強制披露規定及「不遵守就解釋」條文。

### 八、報告獲取

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



# 目錄

02 高層致辭



## 05 公司概況

08 企業文化  
09 榮譽及社會評價  
13 2022年長城汽車大事記



## 17 公司治理

17 治理結構及三會管理  
18 黨建  
19 風控合規管理  
20 企業廉潔建設工作



## 23 ESG管理

23 我們的ESG管治理念  
25 實質性議題管理  
27 利益相關方溝通



## 30 環境責任

30 應對環境變化  
33 碳中和進程  
41 排放物管理  
44 能源管理  
46 水資源管理  
47 可再生資源發展



## 48 社會責任

48 公司產品及品質安全  
67 客戶權益保護  
69 合作夥伴管理  
77 投資者關係管理



## 79 員工關懷與成長

79 人才吸引  
80 員工福利與關懷  
83 人才發展  
84 健康與安全



## 86 社會公益

89 定量績效指標  
94 ESG報告指引  
99 反饋意見表



2023年，在向全球化智能科技公司  
轉型戰略的驅動下，長城汽車將依託  
高效完善的森林生態體系，持續推動  
公司與社會、經濟、環境和諧共贏。

– WEI JIAN JUN



2022年是極其不平凡的一年，全球地緣政治方向的轉變，影響了能源供需格局；在全球多個國家步入衰退週期的背景下，中國經濟依舊保持強勁增速，2022年中國GDP同比增長3.0%。

儘管受到芯片短缺、動力電池原材料價格高位運行等不利因素衝擊，中國汽車市場依舊呈現出逆勢增長的態勢。

2022年，對於長城汽車來說也是深化轉型升級的一年，圍繞「主價格航道」、「主級別航道」、「主風格航道」、「主品類航道」公司戰略進一步聚焦，變革創新更為徹底，加速向全球化智能科技出行公司邁進。

**環境：**未來，以清潔能源為基礎的新一代智能汽車，將構成未來汽車產業發展新格局。面對時代發展以及能源結構變革所賦予的全新責任與要求，長城汽車圍繞碳達峰、碳中和目標，在新能源核心技術和產業鏈方面深入佈局，確立了純電動、混動、氫能多路線並舉的發展策略，不斷落實新技術、新工藝、新材料、新設備及可再生清潔能源的推廣與應用，全面推進全鏈減碳工作，有效降低企業碳排放。

純電路線規劃上，長城汽車旗下幾大品牌將形成合力，共同推動長城汽車向電動化快速、穩健轉型。

在混動領域，長城汽車在全球率先推出兩擋雙電機混聯的檸檬混動DHT，真正做到完全自主開發，不僅成為中國汽車品牌中首個打破混動合資技術壁壘的高集成度油電混動技術，還是全球領先的高效、高性能混合動力解決方案。長城汽車全球首創的全新智能四驅電混技術Hi4正式發佈，是以創新構型打造的「天花板」級別的混動技術，該技術將首搭近期上市的全新哈弗新能源車型，長城汽車的全系新能源產品也會在2024年全面普及四驅，未來更將全面實現技術開源，開啟全民電四驅時代。未來，長城汽車將持續以用戶為中心，打磨消費者使用場景中的痛點，深化對三大混動平台的進一步升級疊代。

氫能方面，長城汽車構建的國際級「制—儲—運—加—應用」一體化供應鏈生態，不僅打破了外資核心技術壁壘，還聯通上下游產業鏈，加速氫能商業化推廣。

2022年8月22日，長城汽車哈弗品牌新能源戰略發佈會於水立方盛大舉行，確立了哈弗品牌2025年新能源車型佔比達到80%，2030年正式停售燃油車的戰略方針，這是哈弗品牌的里程碑，更是長城汽車在向新能源全面轉型的道路上，邁出的最堅定的一步。

**社會：**汽車行業是一個安全至上的行業，一直以來，長城汽車始終以用戶安全為核心，從被動安全到主動安全，從燃油時代到新能源、智能化新賽道，秉持安全第一的造車準則，用心服務全球用戶。

最新一期的Euro NCAP(歐洲新車安全評鑑協會)安全碰撞測試榜單上，魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、歐拉好貓、魏牌拿鐵PHEV(Coffee 02)相繼獲得「歐洲五星安全」認證。

此外，長城炮、哈弗H6在澳大利亞新車安全評價A-NCAP測評中，成功通過A-NCAP新標準五星安全評級，展示了拓展海外市場的硬實力。

在中國汽車前沿安全技術展示平台——2022中國汽車安全大會上，歐拉閃電貓成功完成電動車高速螺旋翻滾跌落挑戰，獲得「TOP Safety年度挑戰成功車型」殊榮，全方位展現出長城汽車安全技術實力。



在新能源、智能化發展過程中，長城汽車始終把用戶安全放在第一位。未來，在森林生態賦能下，長城汽車將繼續突破各種車輛安全技術，全面覆蓋所有車型，助力新能源、智能化戰略加速落地，打造讓消費者「更省」、「更遠」、「更安全」的智能新能源汽車，為用戶帶來安全、綠色的用車體驗，為行業安全樹立新典範。

**管治：**長城汽車持續深化3.0組織機制變革。在戰略管理層面，構建了總裁+領域首席官的全新管理體系。管理模式更加扁平，高管隊伍更為專業穩健，為公司中長期戰略實現，以及長期持續穩定發展打下基礎。

在全面TOC、高效運營方面，聚焦打造中台能力，通過品牌、渠道、用戶、數字化、終端運營五大中台，合力對業務線實現強賦能。品牌中台以大傳播、大公關、大口碑，實現大營銷、大品牌；終端運營中台，以強專業、強賦能、強貫穿，重塑終端一線作戰模式；用戶運營中台、渠道中台、數字化中台統籌標準拉通、資源拉通、能力拉通，五大中台合力對業務線實現強賦能。

日月更疊，光影流轉，2023年的車輪已經轉動。在向全球化智能科技公司轉型戰略的驅動下，長城汽車將依託高效完善的森林生態體系，持續推動公司與社會、經濟、環境和諧共贏。





## 公司概況

長城汽車面向全球用戶，致力提供智能、綠色出行服務，加速向全球化智能科技公司進階。並發佈長城汽車智能新能源宣言：更省更遠更安全。



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，並在純電、混動、氫能、太陽能等清潔能源領域進行全產業鏈佈局，重點進行智能網聯、智能駕駛、芯片等前瞻科技的研發和應用，旗下擁有哈弗、魏牌、歐拉、坦克、長城皮卡五大品牌。

以「綠智潮玩嗨世界」為使命願景，長城汽車構建了一套集綠色碳中和、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。



在技術研發方面，長城汽車掌握了一大批具有自主知識產權的核心技術。根據2022年全球汽車專利大數據平台發佈信息顯示，長城控股集團榮獲中國民營車企年度專利公開量、在華車企專利授權量和新能源汽車領域專利公開量、授權量四項年度冠軍。這為長城汽車向全球化智能科技公司進階提供了堅實基礎。同時，長城汽車基於「檸檬、坦克、咖啡智能」三大技術品牌，打造了汽車研發、設計、生產以及汽車生活的全產業鏈價值創新技術體系，代表了長城汽車的全新「造車理念」。



長城汽車正加速混動、純電動、氫能等新能源領域的技術佈局，純電領域，長城汽車是汽車行業內擁有動力電池自研自產能力的兩家車企之一；混動領域，智能混動DHT技術是全球領先的高效、高性能混合動力解決方案；氫能領域，長城汽車正在構建氫能產業「制—儲—運—加—應用」一體化供應鏈生態。此外，長城汽車正着力在低功率大算力芯片、碳化硅等第三代半導體關鍵核心技術，人工智能等產業技術領域重點發力。







長城汽車銷售網絡覆蓋全球，目前已出口到170多個國家和地區，海外銷售渠道超過700家，海外累計銷量超100萬輛，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。在海外，長城汽車在歐亞、東南亞、南美洲建立了全工藝整車生產基地，在厄瓜多爾、巴基斯坦等地擁有多個KD工廠。

面向全球市場，長城汽車發佈了全球品牌戰略及「ONE GWM」全球品牌行動綱領。基於全新戰略，長城汽車將聚焦GWM品牌，以旗下品牌的品類特點制定不同發展路徑全面出海，結合不同國家和地區市場及產業政策，差異化佈局新能源產品，並以此構建本土化生態。

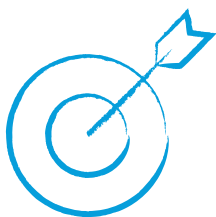
長城汽車時刻以促進員工成長、提升生活幸福為己任：提供全球工作機會，激活員工潛能，成就不凡；同時加大醫療、住房、教育等板塊的投入，讓發展成果惠及員工，並積極投身全球社會公益事業。

面向未來，長城汽車繼續和產業鏈上下游合作夥伴共創，打造多方共贏的森林生態體系，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，與用戶共創、共享、共贏，真正使智能出行、綠色出行的成果惠及全球，實現可持續發展。

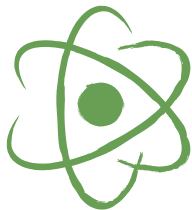


## 企業文化

2022年，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着「全球化智能科技公司」的目標全速邁進。



**使命願景：**  
綠智潮玩嗨世界



**核心價值觀：**  
廉信創變共分享



**企業精神：**  
每天進步一點點

### 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

### 廉：

公平公正、簡單透明；廉潔自律，對腐敗零容忍

### 信：

始終堅持以用戶為中心，秉承契約精神，誠實守信、合規經營

### 創：

堅持研發過度投入，營造活力開放氛圍，培厚創新土壤，以創新驅動公司發展

### 變：

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

### 共分享：

秉承利他精神，與員工、合作夥伴價值共創、利益共享，構建共生共贏生態圈

### 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



## 榮譽及社會評價

### 1、長城控股集團榮獲中國民營車企年度專利公開量、在華車企專利授權量和新能源汽車領域專利公開量、授權量四項年度冠軍

根據2022年全球汽車專利大數據平台發佈信息顯示，2022年，長城控股集團專利公開量蟬聯中國民營車企第一；專利授權量位居在華車企第一。在新能源汽車領域，長城控股集團專利公開量和授權量均蟬聯在華車企第一。

### 2、數字化轉型受認可！長城汽車入選全國首批30個「數字領航」企業名單

根據工信部公示的2022年新一代信息技術與製造業融合發展試點示範名單，長城汽車「數智化整車研發製造」項目成功入選首次提出的30個「數字領航」企業方向試點示範名單，標誌着長城汽車在整車數智化研發製造領域的轉型已處於領先地位，將快速引領行業向智能製造全面升級發展。

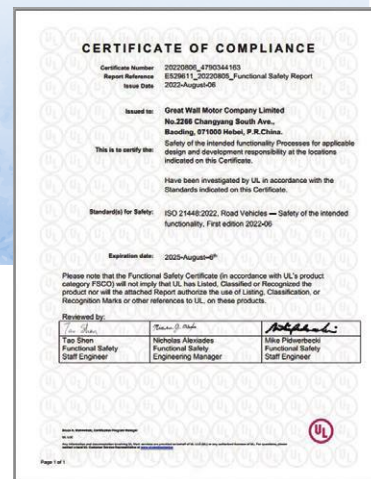
### 3、長城汽車榮獲2022年「全國五一勞動獎狀」

4月28日，2022年慶祝「五一」國際勞動節暨全國五一勞動獎和全國工人先鋒號表彰大會召開，長城汽車榮獲2022年「全國五一勞動獎狀」。



#### 4、長城汽車正式通過ISO21448預期功能安全流程認證

8月18日，長城汽車正式通過ISO21448預期功能安全流程認證，這是UL Solutions在全球範圍內頒發的首張ISO 21448道路車輛預期功能安全標準認證證書，為汽車智能駕駛安全保障方面增加了籌碼。



#### 5、獲德國交通部頒發的國內首張UN R155車輛網絡安全管理體系認證

10月12日，長城汽車獲德國交通部頒發的國內首張UN R155車輛網絡安全管理體系認證，向海外市場合規邁出重要一步。

#### 6、長城汽車成為2022年APEC會議期間物流及出行合作夥伴

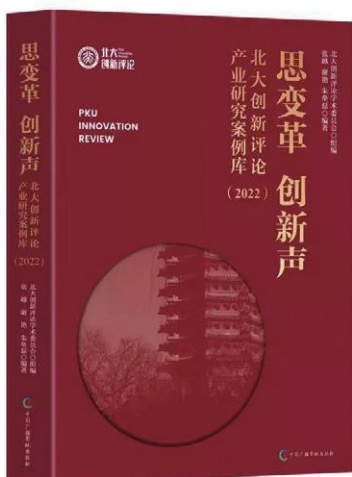
11月18日至19日，2022年亞太經合組織(APEC)第二十九次領導人非正式會議在泰國曼谷舉行。長城汽車作為2022年APEC會議期間物流及出行合作夥伴，旗下第三代哈弗H6 HEV成為此次會議官方指定用車，為代表提供移動出行服務。





## 7、長城汽車3.0T V6發動機獲選「中國心」2022年度十佳發動機

11月16日，長城汽車3.0T V6發動機獲選「中國心」2022年度十佳發動機，這是長城汽車第九次獲此殊榮。



## 8、創新價值受認可，長城汽車入選北大創新評論產業研究案例庫

由北大創新評論學術委員會組編的《思變革 創新聲 北大創新評論產業研究案例庫(2022)》結集出版，長城汽車入選「建設最具活力的智能網聯汽車社會」章節，成為唯一入選的整車企業，長城汽車的社會價值與創新價值再次受到權威認可。

## 9、長城汽車海外屢獲大獎

魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、歐拉好貓、魏牌拿鐵PHEV(Coffee 02)先後通過Euro NCAP(歐洲新車安全評鑑協會)安全碰撞測試，獲「歐洲五星安全」認證。魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、歐拉好貓還榮膺Euro NCAP 2022年度同級最佳車型，這是中國品牌首次獲此殊榮。

坦克300榮獲澳大利亞A-NCAP五星安全評價。

長城汽車歐拉「歐洲體驗中心設計」獲得2022年德國品牌獎一銀獎，這是中國汽車品牌首次獲此殊榮。

在南非汽車工業協會10月份舉行的年度車型評選活動中，長城炮榮獲「年度最佳新晉皮卡」獎項，哈弗JOLION榮獲「年度乘用車暢銷車型」獎。

第三代哈弗H6以綜合評分第一名的成績，被澳大利亞媒體Drive評選為2022年「最佳中型SUV」。長城汽車歐拉好貓在馬來西亞汽車行業權威媒體Carlist舉辦的馬來西亞年度汽車頒獎盛典榮獲「最受期待新車」大獎。



魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、拿鐵PHEV(Coffee 02)獲「歐洲五星安全」認證

坦克300榮膺澳大利亞A-NCAP五星安全評價



## 10、「2022中國汽車論壇」分論壇「中國－東盟汽車產業發展論壇」順利舉行，長城汽車東盟市場發展受認可

11月10日，「2022中國汽車論壇」分論壇「中國－東盟汽車產業發展論壇」順利舉行，這一分論壇由中國汽車工業協會與長城汽車合力打造，長城汽車東盟市場發展受到行業認可，長城汽車在泰國的成功案例，為中國汽車企業開拓海外市場，以及整個產業發展都有藉鑑意義。



## 11、長城汽車成為2022年世界羽聯世界巡回賽總決賽官方合作夥伴

12月7日，長城汽車成為2022年世界羽聯世界巡回賽總決賽官方合作夥伴，旗下明星新能源產品哈弗H6 PHEV和哈弗JOLION HEV為賽事提供出行服務。





## 2022年長城汽車大事記

### 1、發佈全球品牌戰略，堅持聚焦「ONE GWM」

面向全球市場，長城汽車發佈全球品牌戰略及「ONE GWM」全球品牌行動綱領。長城汽車將堅持聚焦「ONE GWM」，打造聚合渠道與明星大單品，同時，加大研發投入，以森林生態體系為依託，構建覆蓋全球的研發佈局。



### 2、新管理團隊首亮相，長城汽車全面發力新能源

8月22日，長城汽車哈弗品牌宣告開啟向新能源賽道全面轉型，並發佈第三代哈弗H6 DHT-PHEV，SUV王者哈弗H6入局新能源，長城汽車也全面邁入新能源時代。同時，長城汽車新一屆管理團隊首次集體亮相，從品牌營銷、技術研發、供應鏈整合、生產製造、人才保障等維度推進長城汽車新能源、智能化快速發展。



### 3、加快全球化佈局：巴西工廠完成交接，長城汽車115億元重金升級工廠

長城汽車正式接收巴西伊拉塞馬波利斯工廠，工廠經智能化和數字化改造升級後，預計2023年下半年投產，年產能10萬台，未來將輻射整個拉美地區。同時，長城汽車發佈巴西戰略：未來10年將投資115億元用於深化本地產業鏈佈局，聚焦電動化和智能化，致力於成為巴西市場新能源汽車領導品牌。



#### 4、 加快全球化佈局：坦克品牌海外首發，長城汽車海外累銷100萬輛

7月3日，坦克300正式在沙特上市、坦克500亮相。坦克300在沙特上市，標誌着作為開創高端越野新品類的坦克品牌正式出海，沙特是坦克品牌出海的第一站。同期，長城汽車海外銷售達到100萬輛，這是長城汽車品牌向上和全球化發展的新起點。



#### 5、 加快全球化佈局：長城汽車再拓海外渠道，摩卡、好貓歐洲上市

10月17日，長城汽車攜魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、拿鐵PHEV(Coffee 02)，歐拉好貓、好貓GT、閃電貓等新能源產品亮相2022巴黎車展，魏牌摩卡PHEV(Coffee 01)、歐拉好貓歐洲上市。11月21日，摩卡PHEV(Coffee 01)在上海港整裝完畢，啟航歐洲，這些新車已陸續交付用戶。



#### 6、 投資70億元，長城控股集團新能源及智能化項目落戶常熟

9月7日，長城控股集團與常熟經濟技術開發區管委會正式達成戰略合作，合作涉及智能座艙、氫燃料電池核心零部件及智能網聯產業基地等項目，包括諾博汽車系統有限公司常熟智能座艙項目、未勢能源科技有限公司氫燃料電池基地項目、長城智能科技有限公司新能源智能網聯產業基地項目，項目累計總投資70億元。這是長城森林生態佈局的又一舉措，將對長城汽車新能源及智能化發展提供強有力的支撐。





## 7、 加快全球化佈局：長城汽車拓展危地馬拉市場

11月8日，長城汽車在危地馬拉正式發佈GWM品牌，宣佈進軍危地馬拉市場。第三代哈弗H6、哈弗JOLION、長城炮率先上市。



## 8、 加快全球化佈局：長城汽車馬來西亞子公司正式成立

7月5日，長城汽車馬來西亞子公司在馬來西亞首都吉隆坡正式成立，意味着長城汽車正式進軍馬來西亞市場。



## 9、 2年突破30萬台，長城炮30萬輛整車正式下線

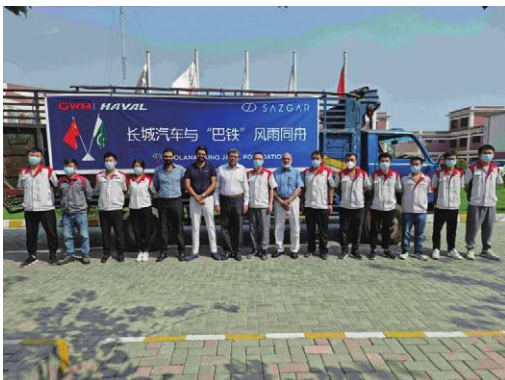
5月8日，長城炮第30萬台整車在長城汽車重慶智慧工廠正式下線。從零到30萬，長城炮僅用2年零8個月。




## 10 · 踐行企業社會責任彰顯民族企業擔當

2022年，四川甘孜州瀘定縣發生6.8級地震，災情牽動人心。長城汽車緊急捐贈總價值200萬元的款項及物資馳援四川甘孜州瀘定縣、雅安市石棉縣及周邊災區。

在海外，長城汽車聯合巴基斯坦經銷商Sazgar公司，通過當地慈善組織MTJ基金會，向災區人民捐助面、油、調料等生活必需物資總計近20噸。長城汽車向南非約翰內斯堡貧民區捐贈價值10萬蘭特的食品物資，為數百戶貧困家庭提供幫助。疫情期間，長城汽車還與泰國公益組織攜手，向困難家庭和醫療機構提供生活必需品和口罩等防疫物資；探訪曼谷貧民區，為當地兒童捐贈食品及禮物，關注兒童教育與生活。





# 众志成城 共渡难关







长城汽车捐赠总价值200万元款项及物资  
星火驰援四川地震灾区

9月5日，四川甘孜州泸定县发生6.8级地震。灾情牵动人心，长城汽车紧急捐赠总价值200万元款项及物资驰援四川甘孜州泸定县、雅安市石棉县及周边灾区。其中，向中国红十字基金会捐赠总价值150万元的长城皮卡，用于赈灾物资运输、灾区紧急救援以及支持后续重建等；向中国妇女发展基金会捐赠50万元，用于妇女儿童急需的物资和医疗防护用品购买、灾区妇女儿童心理援助等工作。

长城汽车将密切关注灾后救援进展，与灾区人民共渡难关。

愿山河无恙，四川安好！

长城汽车股份有限公司  
2022年9月7日

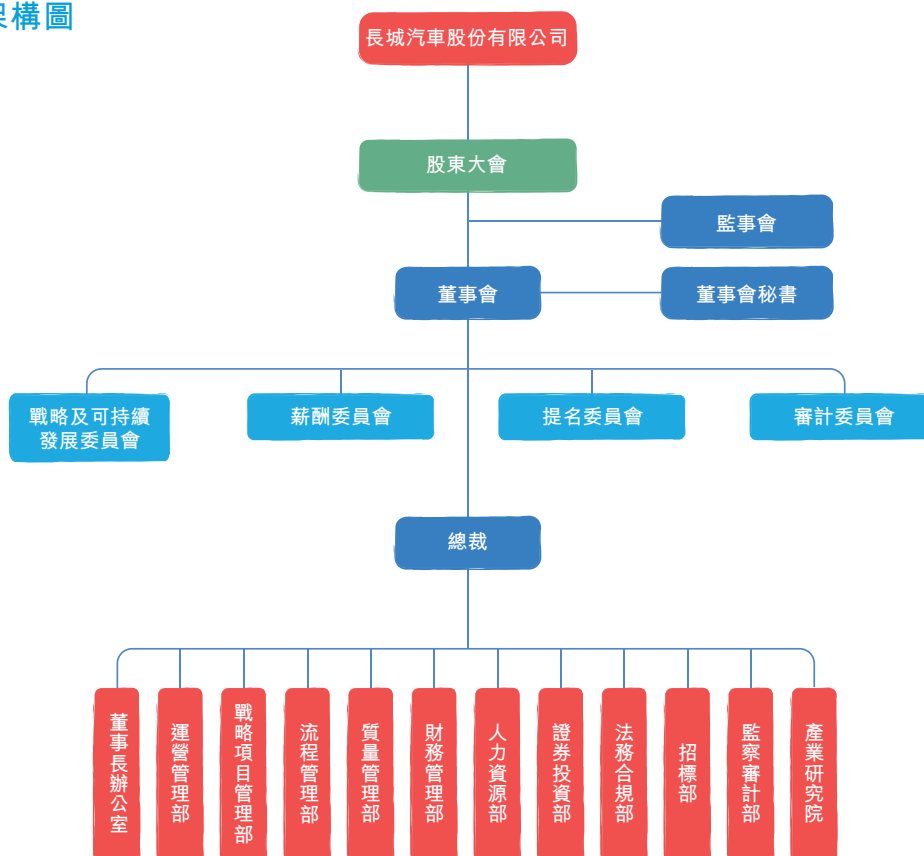











## 公司治理

### 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。

2022年，公司進行了董事變更，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、資本運作方面有着豐富的經驗，在提高公司治理水平、不斷實現公司戰略目標方面發揮着重要的作用。有關董事的詳細資料請參閱《長城汽車股份有限公司2022年年度報告》。2022年，公司共召開8次股東大會、25次董事會、19次監事會。

2022年，長城汽車根據新《證券法》以及相關法律法規並結合公司實際情況，對《董事會薪酬委員會工作制度》進行了修訂。本公司信息披露工作獲上海證券交易所信息披露評價結果為等級A。

## 二、黨建

2022年，黨的二十大勝利召開，長城汽車黨委持續推進黨建工作，深入學習貫徹黨的二十大精神，進一步拓寬黨建與公司經營發展融合，持續發揮黨建示範引領作用。

2022年，公司黨建工作再邁向一個新台階，標誌性的「長城汽車技術中心黨支部活動室」落成亮相，該活動室是公司黨委建設的又一個黨員活動陣地，將充分發揮橋樑和紐帶作用，進一步密切黨群關係，使黨組織的凝聚力不斷增強，促進黨建工作的深入開展。活動室核心區域展示了鮮紅的黨旗、黨的百年歷程、醒目的入黨誓詞以及氣勢磅礴的萬里長城，在這裡，支部新發展黨員鏗鏘有力的宣誓、老黨員的重溫誓詞，聲音回盪、感受歷史偉力，對照承諾、做到終身踐行。



近年來，公司黨委職能日趨完善，聯動工青婦、公司行政，開展了學黨史、重溫誓詞、唱紅歌、打卡紅色基地、單身聯誼、雲上運動會等一系列覆蓋全員的黨群活動，製作了《勇立潮頭》、《新年寄語》、《喜迎二十大》等多部黨建宣傳短片，持續提升、發揮非公企黨組織作用。

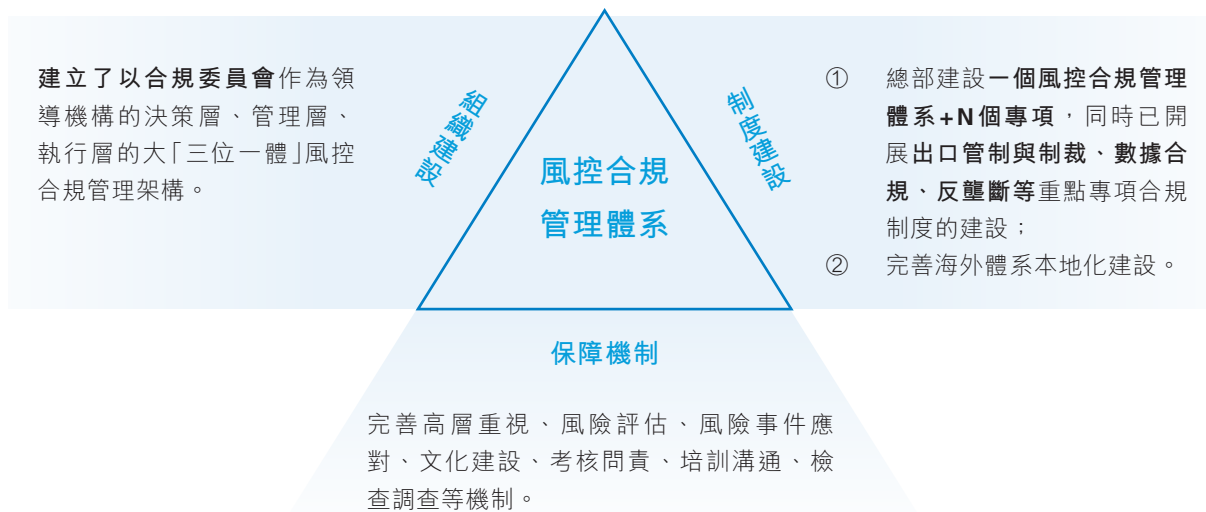
風雨磨礪鬥志，使命催人奮進；匯聚磅礴偉力，再續輝煌篇章！

在黨和國家一系列大政方針的指引下，長城汽車的科學發展是中國特色社會主義理論的具體實踐，是改革開放四十年來中國道路自信、理論自信、制度自信、文化自信的真實印證。未來，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。



### 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，構建了以完善組織架構、制度體系和保障機制為主線的全面風險管理體系。



1. 組織建設方面，公司建立了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風控合規管理工作機制，發揮合規辦公室統籌協調、組織推動、督促落實作用，強化風控合規責任部門的一線主體責任，保障體系有效運行。
2. 制度建設方面，以《長城汽車全球合規通用手冊》為綱領，《風險管理制度》、《全球合規管理制度》為核心，配套的運行和保障機制為基礎，N個重點合規領域（如數據合規、出口管制、反壟斷等）專項指引為補充的管理體系，並將風險管理與內控、合規和法務相結合，將風險管理落實到每個組織、部門和崗位，提升了公司的風險防控能力。
3. 風險與危機管理方面，以內外部風險事件為契機，應公司高層要求開展了2次全面的風險自查自糾工作。通過公司高管風控合規例會的形式，解析全球風險案例和執法動態、匯報自查的全球重點業務風險、借助外部諮詢機構共同研討如何應對風險事件和做好危機管理，推動自上而下全員風險管理意識，保證業務的連續性。
4. 智能化建設方面，為有效防控全球風險，長城汽車通過信息化、智能化手段構建了全球法務風控合規平台，全面覆蓋法務風控合規業務（項目一期涉及19個領域），讓業務涉及的法務風控合規工作更加高效、專業，風險防控更加全面、有力。
5. 風控合規文化與賦能方面，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，通過內外部講師培訓、項目專題以戰代訓和聯席會等方式對全員進行專業和意識提升，形成了良好的風控合規文化。

在防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢等方面，本公司嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，以及《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理商業賄賂刑事案件適用法律若干問題的意見》等其他規範性文件規定，制定了覆蓋所有員工的違規違紀管理相關規定（包括但不限於《長城汽車全球通用合規手冊》）。2022年，長城汽車未發生涉及勒索、欺詐或洗錢的違規事件。

## 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，着力營造公平、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，助力全球化戰略落地，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，在員工入職或續簽合同時，簽署《廉潔承諾書》，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，2022年，全年共開設廉潔教育課堂40餘場，總時長100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2場，共180餘人次參與，全年共計組織4.6萬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，2022年各層級員工通過信息化平台進行自我測評達19.3萬餘人次，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賄賂管理體系建設。

創新廉潔文化傳播模式，開通自媒體賬號，截止到2022年12月，運營的「廉潔長城」微信公眾號，擁有19萬餘粉絲，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，2022年共計推送原創內容49篇；持續運營「廉潔長城」抖音號，通過全員共創的形式，推送原創視頻96條，將廉潔植入人心，助力公司廉潔品牌的傳播。



### (三) 完善制度體系，規範反賄賂管理

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。隨着公司國際化戰略實施，為提升國際影響力及競爭力，持續、大力開展反賄賂管理體系建設，在《廉潔體系制度》基礎上全面升級，完成反賄賂管理體系搭建，並通過第三方機構認證，獲得ISO 37001反賄賂管理體系證書，為長城汽車全球化戰略提供了強有力的支持和保障。在國內不斷推進各組織反賄賂管理體系建設，同時為滿足國際市場合規要求，依據實際情況、全球業務發展，結合集團反賄賂管理體系標準，定制性開發適用於海外組織的廉潔體系制度，打造各組織多元融合的反賄賂管理體系，以保障業務順利運營。

腐敗預防方面，基於全球化及數字化轉型戰略環境，通過集團各類信息化系統相關數據，搭建採購審計模型，鎖定疑似重點風險，提升審計業務靶向性；結合現行業務，定期開展賄賂風險評估，識別存在腐敗風險的領域和崗位，針對識別的風險進行等級劃分，制定管理措施，通過不斷完善制度流程，確保體系有效運行；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，2022年拒絕賄賂達489人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計2,148人次，單次拒腐最高金額達35萬元，各級員工共上交禮品約14.5萬件，93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，截止到2022年12月因腐敗、不誠信等問題被列入《失信名單》的合作方共605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年利用信息化平台，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，實現了舉報信息的閉環監管，及舉報內容、舉報人相關信息的嚴格保密；為方便全員及相關方快速舉報，持續開發更快捷、更安全的信息化舉報平台，2022年5月上線「廉潔長城」在線舉報微信小程序，通過全員參與、多方監督的模式，共同打擊腐敗。同時充分發揮全員及相關方力量，讓腐敗行為得到充分暴露並及早查處，對於違反公司制度要求的，依據制度要求進行處理，涉及違反法律的行為，一律移交司法機關處置，2022年因涉嫌違法犯罪移送司法機關處置3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。

反腐敗沒有休止符，在反腐的道路上，長城汽車始終態度不變、決心不減、尺度不鬆，秉持廉潔自律、誠實守信、合規經營的理念，與眾多優秀企業、用戶廉心攜手，共創、共享、共贏，積極履行社會責任，傳播社會正能量。



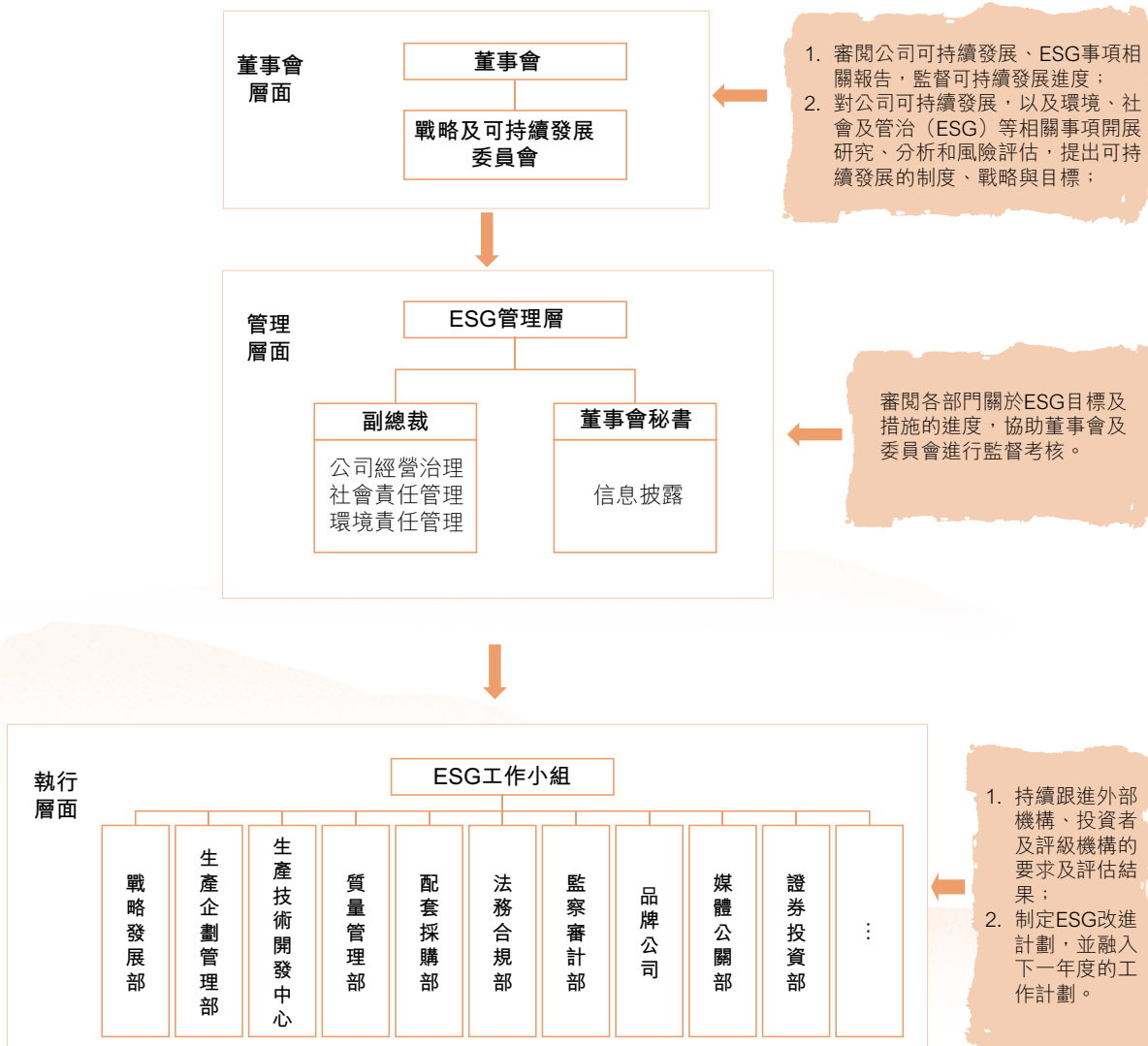
# ESG管理

## 一、我們的ESG管治理念

長城汽車深刻認識自身肩負的社會責任，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，助力實現更高質量、更為安全、更可持續的發展，同時公司不忘密切關注政府、股東、客戶、員工、供貨商、合作夥伴及其他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，成為值得所有利益相關方信賴和尊敬的企業。

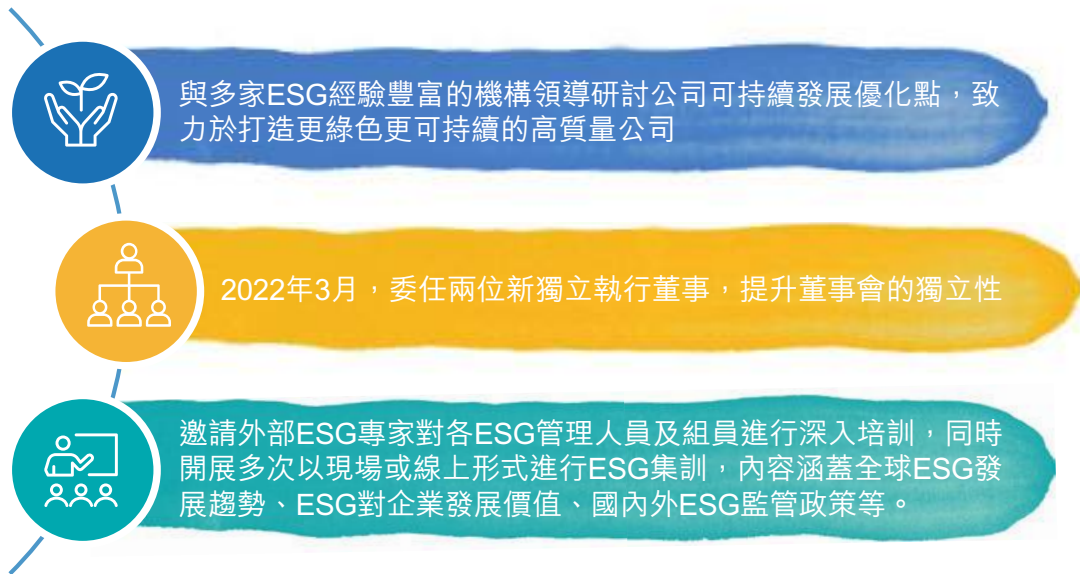
### ESG管治：

長城汽車搭建自上而下的ESG管理架構，由董事會授權及可持續發展委員會監管公司ESG相關事項的管治工作，並進一步明確了公司各部門職責分工，更好提升企業管理水平。



### 董事會聲明

2021年12月31日，董事會批准成立戰略及可持續發展委員會，公司高度重視ESG相關事項，在報告期內，公司在ESG方面取得以下進展：



長城汽車董事會是ESG事宜的最高負責及決策機構，負責審閱公司可持續發展、ESG事項相關報告，監督可持續發展進度。董事會下設戰略及可持續發展委員會，負責就ESG事項進行研究，提出意見及建議，供董事會決策參考。

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》。

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，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。

公司根據實際情況設定ESG關鍵績效目標。董事會定期對重要ESG議題的目標完成情況進行跟蹤、檢討並採取跟進行動，以應對當前進展與預期目標之間的差距和機遇，確保公司各項政策確切及持續地執行和實施。

本報告詳盡披露了長城汽車2022年ESG工作的進展和成效，並於2023年3月30日經由第七屆董事會第六十一次會議審議通過。

## 二、實質性議題管理

### 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

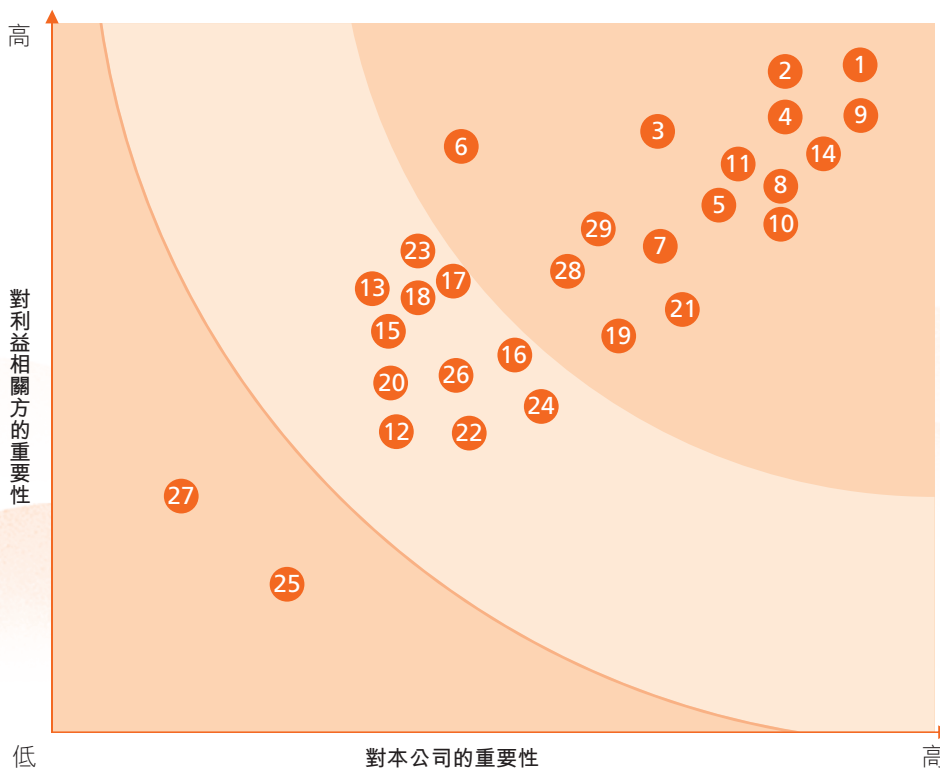
公司的「可持續發展工作小組」針對可持續發展議題的相關性和重要性開展訪談及問卷調查等形式，了解各利益相關方所關注議題的重要性程度，通過排序與初步評估得出重要性議題矩陣。

### 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。



2022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	溝通渠道及反饋方式	本報告回應章節
 <p>政府及監管機構</p>	7、減少碳排放策略	社交媒體、發佈會、信息披露	碳中和領域開展工作
	8、經濟增長	日常管理、監督檢查、政企溝通、會議交流、項目合作	公司概況
	12、降低生產污染排放	調研問卷	排放物管理
	14、清潔技術發展戰略	項目合作	產品技術、產品方面減碳
	17、誠信廉潔	日常管理	企業廉潔建設工作
	18、合規運營		風控合規管理
	21、減少能源使用策略		能源管理
	23、應對氣候變化	信息披露、調研問卷	應對氣候變化
	25、水資源管理		水資源管理
	 <p>股東及投資者</p>	8、經濟增長	股東大會
14、清潔技術發展戰略		業績發佈會	產品技術、產品方面減碳
16、公司治理與風險管理		定期信息披露	公司治理
17、誠信廉潔		路演	企業廉潔建設工作
18、合規運營		日常性郵件及電話溝通	風控合規管理
13、供應鏈環境、社會風險管理			供應鏈管理
1、產品質量與安全			產品技術、產品品質管理
23、應對氣候變化		即時通訊、郵箱反饋	應對環境變化

利益相關方	關注的議題	溝通渠道及反饋方式	本報告回應章節
 客戶	1、產品質量與安全	公司網站	產品技術、產品品質管理
	4、客戶服務質量	線下活動	經銷商管理及服務
	5、客戶權益保障	官方微信、微博、電話	客戶權益保護
	9、產品創新與研發	市場調研	產品技術
	11、產品節能與環保		碳中和領域開展工作
	20、客戶隱私與信息安全		客戶權益保護
 供應商／合作夥伴	13、供應鏈環境、社會風險管理	現場調研	供應鏈管理
	19、關鍵供應商識別	質量溝通會議、供應商培訓、供應商審核	供應鏈管理
	21、減少能源使用策略		能源管理
	29、污染與廢棄物管理		碳中和領域開展工作、排放物管理
	22、綠色採購		供應鏈管理
 行業／協會	9、產品創新與研發	線上及線下活動	產品技術
	10、知識產權保護	相關論壇交流	知識產權保護
	14、清潔技術發展戰略		產品技術、產品方面減碳
	26、推動行業發展	線上及線下活動、相關論壇交流	投資者關係管理



利益相關方	關注的議題	溝通渠道及反饋方式	本報告回應章節
 員工	2、安全生產	工會活動	健康與安全
	3、吸引與留任人才	員工	人才吸引
	6、保障員工權益	及時通信、線上平台、工會活動	員工福利與關懷
	28、職業健康與安全	及時通信、線上平台、工會活動	健康與安全
	15、員工培訓與發展	①年度培訓調查問卷 ②員工培訓(含在線學習平台) ③培訓滿意度調查	人才發展
	24、員工福利	及時通信、線上平台	員工福利與關懷
 公眾/社區	11、產品節能與環保		產品技術、產品方面減碳
	12、降低生產污染排放	電話交流，面對面問題解答，業務共創	排放物管理
	23、應對氣候變化	社交媒體、官網	應對環境變化
	27、開展公益活動	及時通信、線上平臺	社會公益

## 環境責任

### 應對環境變化

氣候變化是國際社會普遍關心的重大全球性問題。氣候變化既是環境問題，也是發展問題，中國作為一個負責任的發展中國家，對氣候變化給予了高度重視，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。長城汽車秉承「人、車與自然和諧共存」的理念，密切關注各相關方的期望與訴求，快速響應並積極承擔應對氣候變化的責任，通過產業鏈助力全社會減排，於2021年第8屆科技界發佈長城汽車2025戰略，同時承諾2045年全面實現碳中和。2022年，公司搭建碳中和管理體系，以《碳中和管理規程》為指導文件，推動全公司碳中和制度建設，全方位支撐碳減排工作有序開展。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管

為適應公司可持續發展需要，公司經董事會會議批准後通過《戰略及可持續發展委員會管理制度》，形成自上而下的PDCA戰略管理模式，為公司開展戰略規劃工作提供依據；

戰略及可持續發展委員會是董事會下設的專門工作機構，是公司戰略及可持續發展的審議機構，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；對公司可持續發展、ESG事項相關報告進行審閱，並向董事會匯報。

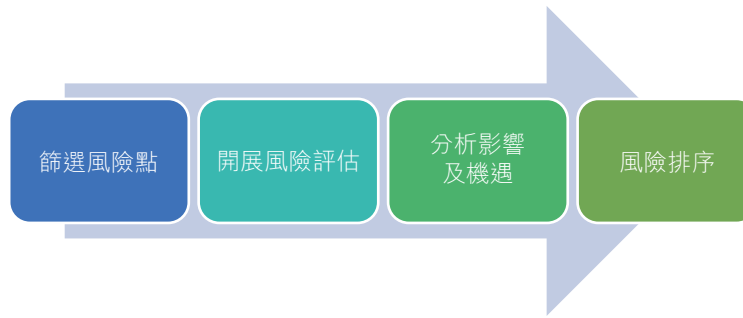
#### b. 管理層在評估和管理氣候相關風險和機遇方面的作用

- 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 — 新能源政策、污染物排放、碳配額、出口政策影響

技術風險 — 低碳技術、綠色產業鏈

市場風險 — 低碳產品、非可再生能源

#### a. 風險策略

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>伴隨雙碳「1+N」政策文件的陸續發佈，未來市場電動車的佔比將逐步提升，傳統燃油車輛的銷量或受到影響；</li> <li>環保政策日益趨嚴，若污染物排放指標不能滿足標準要求，出現超標情況，將對公司產生不良影響及停產等風險；</li> <li>天津哈弗分公司納入天津地方碳交易試點，若後期公司排放量高於配額發放量，將面臨額外的履約成本；</li> <li>報告期內《歐盟電池與廢電池法》、《碳邊境調節機制》等法規通過，出口產品法規加嚴，未來出口產品將面臨更高的要求，汽車產品的合規成本亦逐漸升高。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>及時深入研判國內外政策發展趨勢，做好雙碳規劃以及產品規劃，分解到公司內部的各項工作中；</li> <li>定期分析組織、產品等污染物、碳排放情況，做好應對方案，如完善企業環境管理制度，深化環保設備與環保技術迭代更新；</li> <li>逐步採取措施降低產品碳足跡、工廠碳排放；</li> <li>強化產品的碳足跡信息公開，爭取獲得產品低碳獎項，助力產品出口。</li> </ul>
轉型風險 技術風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>目前新能源行業正處於蓬勃發展的階段，新能源產品的技術研發、更新疊代速度快，企業步伐落後，將影響自身產品競爭力；</li> <li>汽車製造產業鏈複雜，需提前佈局開發低碳產品及資源，協同供應鏈共同打造低碳整車產品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加快對新能源產品的技術研發、應用，逐步提升產品中新能源產品的比例；</li> <li>深化具備低碳、輕量化、再製造等特徵的綠色零部件開發與使用；</li> <li>依託上游基礎行業清潔化發展與供應鏈低碳化轉型，降低整車碳足跡，研發新一代具備生態屬性、低碳屬性的汽車產品。</li> </ul>



轉型風險	市場風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>在政府雙碳政策的引導下，消費者越來越傾向於新能源車型，同時對新能源車亦有更高的要求，因此產品的技術創新，疊代升級尤為重要；</li> <li>隨着非可再生能源價格的不斷升高，消費者對車的選擇導向會發生改變，傳統燃油車的銷量或受到影響；</li> </ul>	加大新能源技術研發投入，提高新能源車型市場佔比，持續提升產品競爭力。
	聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>國家雙碳戰略的不斷推行，低碳發展將引發大眾關注，公司應積極響應，進行低碳轉型，承擔社會責任，反之將對企業聲譽產生不良影響；</li> </ul>	積極響應政策，將可持續發展思維融入企業運營、技術研發各維度，實現低碳轉型。
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事故。極端天氣發生，將影響企業的生產運營及供應鏈的穩定性。</li> </ul>	投入更多的資源，用於風險的識別、預防與應對。
	慢性風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業生產受到影響，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

國家雙碳戰略的發佈，為新能源行業帶來了新的機遇，刺激了該行業的技術創新，快速發展。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，我們將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碳達峰碳中和遠景戰略目標，並積極響應，2021年發佈「2025戰略」目標，加速企業低碳智能升級，公司設立了用水目標、能源使用目標、減廢目標及碳排放目標。

- ① 優化用水結構，通過水資源的階梯利用、重複利用，提升綜合利用效率。
- ② 持續推廣可再生清潔能源的落地應用，增加光伏裝機容量。
- ③ 公司從源頭、過程及末端全過程控制污染物排放，公司承諾：污染物全部達標排放，各類重點污染物排放總量均不超過國家或地方總量控制要求。2025年塗裝工藝VOCs單位面積產生量控制在35g/m<sup>2</sup>，達到國際清潔生產先進水平。
- ④ 計劃2045年全面實現碳中和。

為實現公司全面可持續發展，長城汽車堅持以全生命周期理念在各領域開展節能降碳工作。

在產品開發階段，將汽車產品全生命周期碳排放管控納入車輛研發性能指標中，設定車型碳排放目標，通過產品結構優化、動力技術迭代升級、循環材料應用、清潔能源生產、輕量化設計等技術及管理手段，降低產品全生命周期碳排放；同時，長城汽車堅持清潔能源的技術研發，加快產品新能源佈局，加速企業進階發展。

在生產製造階段，工廠通過工藝創新、生產效能提升，節能設備應用，管理節能、擴大可再生能源應用比例等措施，減少生產環節碳排放。

在報廢回收階段，長城汽車致力於循環材料價值的最大化，構建完善的資源回收制度，建立汽車產業鏈條的循環再生體系，充分發揮循環經濟價值，推動再製造產業良性發展，實現資源利用的最大化。

## 碳中和進程

### 產品方面減碳

國6法規增加對RDE排放的要求，即所有銷售和註冊登記的輕型車型應滿足國6b+RDE限值要求。所謂RDE(Real Drive Emission)即實際行駛污染物排放，是指車輛在實際道路上行駛時的污染物排放。面對法規升級，長城汽車未雨綢繆，提前開始進行多方面的籌劃及應對，具體如下：

- ①. PEMS設備採購：啟動PEMS設備的調研及對標，與行業三大設備廠家進行深度溝通及現場交流，確保設備精度及準確度。
- ②. 發動機升級：發動機從軟硬件方面進行技術升級，如採用低灰分機油、350bar燃油噴射系統、熱管理系統、雙噴射系統等，目的主要在於降低顆粒物排放，加快發動機熱機速度改善排放及能耗水平。軟件策略層面，多次噴射、瞬態燃油控制、部件自學習等應用，對排放及一致性控制也起到了積極的作用。
- ③. 後處理技術升級：除從機內源頭上考慮優化排放的措施外，機外排放控制更是起到了至關重要的作用，尤其是顆粒捕集器(GPF)，對於顆粒物排放的改善在60%-90%。GPF技術的提升，一方面源於載體孔道和壁厚的設計，另一方面源於塗敷工藝及材料的改進。
- ④. 整車搭載規劃：長城汽車基於動力總成進行RDE法規的預研評估，淘汰舊動力，策劃新動力，並同步策劃車型規劃，實現RDE開發與車型規劃同步。
- ⑤. 測試規範的建立：實際道路諸多因素的複雜性和不可控性會對試驗測試結果產生影響，為確保整車開發的覆蓋性及一致性，長城汽車在天津、重慶、廈門、上海、青海等地進行實地考察和測試，真正涵蓋高溫、高寒、高原、城市擁堵、高速等極端環境和極限工況的測試。



長城汽車秉承法規宗旨，不吝一次性及整車全生命週期的高額投入，為的是交付給用戶的高質量和高標準的產品。同時基於對環保的責任擔當，長城汽車已提前策劃RDE車型於2022年底即陸續上市。

## 研發或採用汽車節能最新成果帶來的節能和減排效益

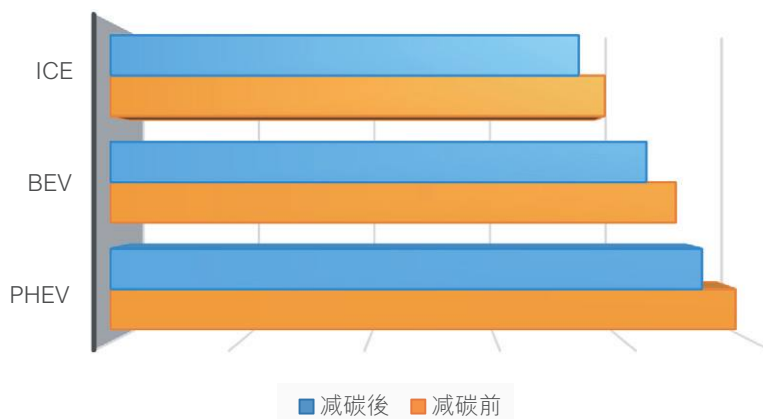
### 1.1 2022年公司平均單車碳排放減碳情況：

公司2022年乘用車新能源車輛產銷佔比上升(插電式混合動力車型、純電車型銷量可觀)加之部份低碳技術應用，2022年企業平均單車全生命週期碳排放值相較2020基準年企業平均單車碳排放值減少3.5%，結合2022年乘用車產量累計年減碳量95,378t。(年減碳量=平均每公里單車減碳量×年總產量×年平均行駛里程)

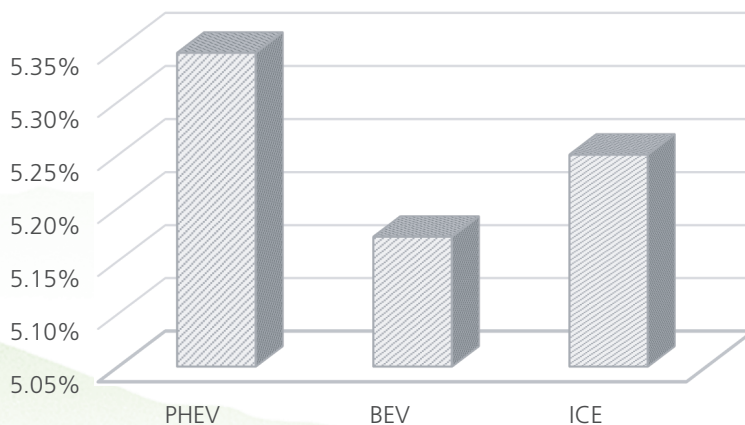
### 1.2 2022年車輛原材料階段：

2022年在車輛研發過程中將低碳材料(二次鋁、綠電鋁)融入車型研發設計中，在原材料階段插電式混合動力車型、燃油車型(包含HEV)、純電車型平均單車分別減碳5.35%、5.17%、5.25%。

原材料階段碳排放



原材料階段減碳比例





**1.3 2022年車輛生產階段：**

為全面降低產品全生命週期碳排，整車生產端通過工藝創新、效能提升、清潔能源替代等措施，降低生產環節碳排放，其中，通過持續推進光伏項目，2022年全年減碳47,130t CO<sub>2</sub>e，生產階段單車碳排放較能源替代前降低12.48%。

**1.4 2022年車輛使用階段：**

基於導航信息智能規劃電池能量管理、發動機工作點調節、預測性熱管理。使用車輛當前狀態、SOC、油量、負載狀態等，並融合導航發出的天氣、當前位置、交通狀態、平均車速、途經點、距離、坡度、充電站、到達時間等信息，基於最小能耗的尋優算法，實現最佳的油/電消耗管理。提升系統效率，能耗降低5%-8%。



**製造階段降碳**

長城汽車始終秉承可持續發展理念，高度注重生產運營低碳管理。公司積極探索多種創新技術，拓寬降碳邊界。報告期內，持續推進清潔能源替代使用，提高生產全過程能源效率。在新建工廠中，採用先進生產工藝、高效能設備，持續降低單車碳排。同時，對老舊工廠進行改造升級，實現技術水平全面提升。公司堅持推動製造端綠色轉型，重慶、天津生產基地均獲評「國家級綠色工廠」。

**A： 可再生能源使用**

至2022年分佈式光伏裝機達217MW，通過增加儲能設施，提高光伏發電消納率。拓展綠電獲取方式，22年首次參與綠電市場交易，採購綠電1,025萬kWh。截止22年底相較21年，光伏裝機容量提升38.7%、光伏發電量提升75.5%、綠電使用量提升77%。

**B：應用高效設備**

通過智能製造升級，高效設備的改造應用，提升製造過程能源的精準供應及有效利用，實現能源消耗降低5%。

環節	新工藝、新設備	節能降碳成效
設備改造	沖壓乾式清洗機改造	較往期濕式用能節省79%
	儀表分裝線採用地面摩擦加AGV輸送模式	較傳統空中輸送線能耗降低1.7%
工藝優化	焊裝佈局/程序優化、中頻焊機應用	設備用能節省65%，生產效率提升15%
新工藝應用	低溫固化電泳漆	能源消耗量降低2%
	塗裝低溫膠	能源消耗量降低10%
餘能回用	乾式紙盒噴漆室	單車漆渣排放量減少30%；
		無工業水消耗(年節約量超過1萬噸/車間)；
		無工業廢水產生(年減少量超過5,000噸/車間)；
	循環風空調	廢氣排放量減少87%；能源消耗量降低70%；
	能源架構調整	空調熱水耗量降低78%(1,975kw/年/車間)；
閃乾無燃氣耗量(年減少量超過8.8萬方/車間)；		
烘乾爐、廢氣焚燒餘熱回收	每小時回收熱量超過1,600kw/車間；	

**C：採用先進生產工藝**

生產製造工藝從低碳材料、先進工藝兩方面持續優化。材料端塗裝前處理應用硅烷工藝替代傳統磷化工藝，引進低溫固化電泳漆、低溫膠、高固含緊湊型塗料等材料，降低生產過程能源消耗，保證整車品質的同時達到更好的環保效果。工藝設計端塗裝應用B1B2工藝、噴漆線乾式紙盒+全循環風、閃乾直膨式熱泵除濕等技術，降低塗裝生產碳排。

**D：餘熱餘能利用**

公司注重能源節約利用，對運營側進行能源評估、挖掘每一處可回收的能源資源。2022年已開展塗裝烘乾爐餘熱回收、RTO餘熱回收、塗裝噴漆線全循環風技術、冷卻塔餘壓利用等技術。水資源節約方面100%實現中水回用，降低水資源消耗，水資源重複利用率達到95%以上。

**E：數字化統籌管理**

利用數字化工具搭建雙碳管控平台，打通供應鏈、主機廠、產品等各環節碳排數據鏈路。實現碳排足跡可尋，系統化、高效化管理，助推企業低碳轉型。

通過上述措施，集團整車基地溫室氣體範圍1和2的排放密度降低，較21年降低4%。



## 回收階段減碳

長城汽車依據國家「3060」雙碳目標，積極行動，在報廢車回收拆解、零部件再製造領域持續發力，2022年3月，旗下保定長城再生資源利用有限公司再製造變速器、前照燈業務，獲得TÜV萊茵頒發的全球首張汽車零部件再製造管理體系認證證書，長城汽車也因此成為國內首家通過再製造質量管理體系認證的整車企業。

長城汽車認真貫徹《國務院辦公廳關於印發生產者責任延伸制度推進方案的通知》，經地方推薦，專家評審、網上公示，2022年10月，通過工信部等四部委審核，並向社會公佈。

### 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，匹配先進高效的拆解設備，具備報廢汽車綠色精拆技術，實現報廢汽車回收材料利用率 $\geq 95\%$ ，2022年回收拆解社會車輛5,969輛。

### 2、 汽車零部件再製造

長城汽車為提高再製造產品的品牌力，2022年7月在成都舉行「踐行雙碳使命、鑄造循環價值——‘海星網’再製造品牌發佈會暨授權／簽約儀式」，成為國內整車廠推出的首個再製造品牌。



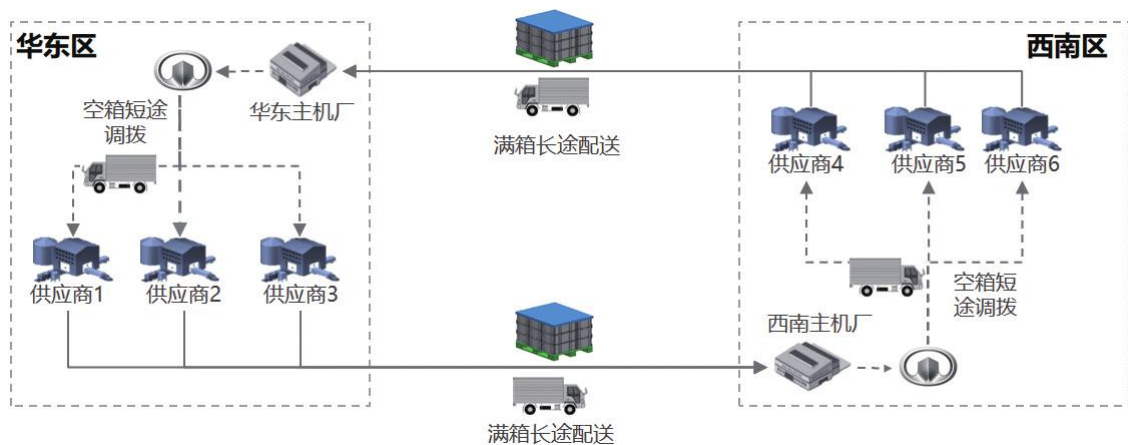


海星網品牌LOGO以「製造業的屬性—齒輪」、「自然界再生能力超強的生物—海星」元素為主體，體現資源無限循環的深意，藍綠漸變色凸顯了再生與環保的理念。該品牌已經陸續完成上市的產品有再製造發動機、變速器、汽車燈具、渦輪增壓器等，銷售服務體系已覆蓋全國多個地區。

### 運輸和物流階段減碳

物流是汽車產品碳足跡中的重要一環，長城汽車也在不斷採取優化措施，以減少相應的碳排放：

在物流包裝環節，主要通過構建全場景循環包裝共享運營服務網絡，系統推進供應鏈包裝新四化（包裝通用化、循環化、共享化、智能化），拉通各地整車廠及其配套零部件廠商之間的包裝共享業務，實現包裝的循環利用，其打造的重慶共享包裝標桿項目，在12個月運營週期內減少一次性紙箱包裝2,676噸、一次性木材消耗13,514立方米，助力碳排放減少162噸。



在物流運輸環節，長城汽車通過對物流運輸網絡進行佈局調整，積極推動多式聯運、公轉鐵水運輸，並結合公司業務發展，擴大鐵水資源持有，逐步擴大鐵水運輸量，2022年新增鐵水線路30條，鐵水發運比例為29.4%，對比採用傳統公路運輸共計減少碳排放1.2萬噸。



在物流倉儲環節，2022年通過對無人駕駛、AGV等技術進行應用，輔助智能化應用系統，實現廠內物流車無人駕駛，其徐水智慧物流項目，更換22輛無人電動牽引車、85台AGV、智慧系統平台，實現零部件從入場到汽車總裝的「無人化」，提升作業效率的同時年度降低倉儲作業過程碳排放186噸。



未來長城汽車將橫展成功的運營模式，通過推進循環包裝，實現全國多區域包裝循環共享；優化運輸模式，持續擴大鐵水比例；應用自動化裝備、信息化技術實現倉儲高效率、自動化運作；從而實現長城汽車物流全鏈路綠色、低碳化。

### 綠色辦公

公司倡導綠色低碳的辦公方式，通過精益化管理將節能減排和綠色發展理念充分融入日常辦公過程。

公司注重在日常辦公中節電、節水，要求照明設備「人走燈關」，電腦屏幕「人走屏關」，控制室內空調溫度，減少電能消耗。

公司積極推動無紙化辦公，通過搭建OA數字化辦公系統，提升組織運轉效率，減少紙張浪費。

公司推薦新能源交通工具，倡導清潔、綠色的出行方式，積極將綠色、環保的出行習慣融入日常辦公中，使綠色出行常態化、持續化。



### 環保公益活動

公司倡導綠色低碳生活方式，踐行「綠水青山就是金山銀山」的環保理念，積極開展形式多樣的環保公益活動。

2022年4月，長城汽車旗下曼德電子電器系統組織員工開展「守護地球母親」活動，採取衣舊有愛、低碳出行、環保互動攤位等活動，用行動踐行環保理念。

2022年9月，長城汽車旗下諾博汽車在內蒙古鄂爾多斯市達拉特旗組織「綠色地球活動」，連續四年植樹造林，已在庫布其沙漠種下了4片樟子松林。在一馬平川的沙漠中，數千顆樟子松以頑強的生命力抵擋風沙，為沙漠披上了綠裝，繪就大漠綠洲生態圖。





## 排放物管理

長城汽車秉承「人、車與環境和諧共存」的理念，嚴格執行《中華人民共和國環境保護法》《大氣污染防治法》《水污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》等法律法規。我們積極建立健全環境管理體系，2008年首次通過環境管理體系(ISO14001:2004)認證審核。2022年完成(ISO14001:2015)監督性審核，確保了環境管理體系在我司的適宜性、充分性和有效性。我們依法披露企業環境信息。通過排污許可平台、污染源監測平台等如實向社會公開主要污染物種類、排放方式、排放濃度，污染治理設施建設、運行情況，接受社會監督。我們依規開展污染源監測，各項檢測指標均低於國家及地方規定的排放標準。

### 1、 「三廢」治理

2022年，公司持續加大VOCs、顆粒物等重點污染物治理力度，升級改造污染治理設施、加強設備維護保養，切實履行生態文明建設社會責任。我們遵循污染治理設施「三同時」制度，與主體工程同時設計、同時施工、同時投入使用。各污染治理設施均符合「排污許可證申請與核發技術規範」推薦的可行技術。在日常管理中，每日巡檢並記錄設備運行情況，做到異常情況早發現、早報告、早處理。

#### 廢氣

我們排放的廢氣主要為天然氣燃燒產生的NO<sub>x</sub>、焊接段產生的顆粒物以及塗裝段產生VOCs。我們採用低氮分級燃燒技術通過控制空氣比例減少NO<sub>x</sub>生成，排放濃度符合國家和地方大氣污染物排放標準。我們採取密閉方式收集顆粒物，引入高效除塵技術，治理效率達95%，大幅減少了顆粒物排放。我們塗裝車間採用自動噴塗機器人和自動輸調漆系統，即節約塗料又可利用循環風減少排風量。塗裝廢氣採用沸石濃縮+蓄熱式熱力焚燒(RTO)主流治理技術，具有出口濃度穩定、淨化率高的特點。我們充分利用園區產業集群效應，全面採用集中供熱、供氣配套設施，助力節能減排。

### 廢水

我們遵循分類收集、分質處理基本原則，採用「預處理單元+綜合廢水處理單元+生化處理單元」三級廢水處理工藝，排放濃度遠低於城鎮污水廠納管標準。我們採用環保型薄膜前處理工藝代替傳統的磷化工藝，減少了含磷及鎳金屬離子的排放。我們開展塗裝生產線技術改造，將原有的濕式噴房改為干式噴房，採用紙盒過濾噴房漆霧，減少了噴漆廢水的產生。我們設置中水回用系統，對生化處理後的污水再生利用，有效提升水資源重複利用率。

### 危廢

我們重視危險廢物污染防治，對產生的危險廢物包括污泥、漆渣、廢有機溶劑等，開展危險廢物減量化、資源化處置。我們採用緊湊型B1B2免中塗工藝，面漆色漆的塗裝原料選用低溶劑的水性漆料，從源頭減少漆渣的產生。我們對產生的污泥、漆渣實施了濃縮與烘乾技術改造，減少了危險廢物的體積和重量。我們依法履行危險廢物防治責任，制定突發環境事件應急預案和危險廢物管理計劃，確保了危險廢物貯存、轉移、處置的全過程合規。

## 2、 減排措施

2022年，長城汽車旗下長征汽車對塗裝車間進行升級改造，將噴漆室廢氣原有「UV光氧+活性炭吸附箱」處理工藝，升級為「沸石濃縮+蓄熱式熱力焚燒(RTO)」組成的高效率VOCs廢氣處理系統，VOCs去除率從原來的50%大幅提升至95%。

2022年，長城汽車徐水分公司改進傳統的絮凝除渣工藝，實現漆渣減量的同時提高了塗裝循環水的利用效率，全年漆渣產生量減少50%，廢水排放量減少80%。



### 3、無害廢棄物管理

公司無害廢棄物為日常辦公經營產生，無法綜合回收利用的垃圾，依據國家《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》以及無價廢棄物產生地政府相關部門法規條例要求，委託有資質的廢棄物處理機構廠家及第三方回收方開展處置工作，規範廢棄物處理協議管控、脫敏協議等環保資料，同時追蹤垃圾處理過程，明確生活垃圾最終歸屬地，確保公司產生的無價廢棄物符合國家及當地政府的處置要求，保證將生產的無價廢棄物投放到國家、當地政府指定的垃圾容器或者收集場所，禁止隨意傾倒、拋撒或者堆放，嚴禁對環境及社會造成影響。

#### 無害廢棄物產生量及減廢措施

2022年，公司無害無價廢棄物產生總量為13,660噸，較2021年減少2,696噸。在無害無價廢棄物產生過程中，我們採取各項措施減少廢棄物的產生，如大力投入研發提升製造工藝、組織各類精益改善活動等。

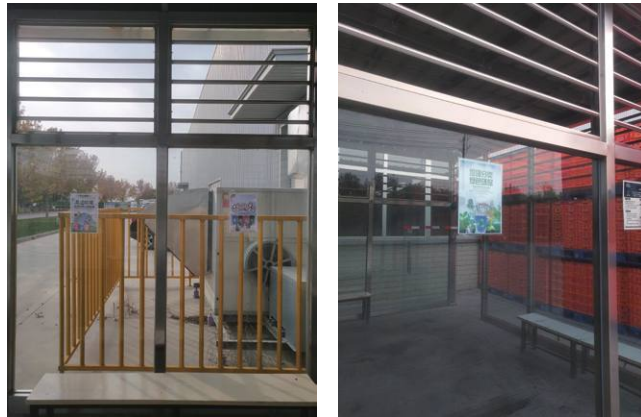
#### 無害廢棄物分類宣傳：

我們利用微信公眾號及張貼宣傳標語等形式廣泛宣傳愛護環境、垃圾分類知識，營造保護環境人人有責的文化氛圍，展現以文化促行動，以行動顯文化的精神風貌，讓可持續發展理念深入人心。



利用公眾號宣傳垃圾分類知識





黏貼宣傳標語營造愛護環境文化氛圍

## 能源管理

長城汽車一直秉承高度社會責任感，致力於構建節能、綠色製造工廠，公司成立專門的能源管理團隊，明確管理責任及節能管理理念，制定《能源供應管理程序》《能源管理規定》，積極推進ISO5001:2018能源管理體系建設。

長城汽車通過引入新技術、新工藝、新裝備實施節能改造，集合內部資源開展節能改善活動，利用信息化技術持續推廣能源管理系統、增大光伏裝機容量實施可再生能源替代，持續提升能源利用效率、優化能源結構。

### 1、推廣能源管理系統

為提高能源精益管理水平，持續推廣能源管理系統，實現能源消耗全面監測、分析，同時對公用及重點設備集中管控，達到設備按需開啟、能源定時定量供應，截止到22年底，各生產基地均已上線能源管理系統



2、 節能改善主題活動

針對現場重點能耗設備／線體識別改善空間，制定主題活動方案，開展專項節能提升活動，提煉典型方法形成案例集進行橫展推廣。已開展完成壓縮空氣系統、製冷系統、熱力系統、前處理電泳、烘乾系統主題活動，實施改善190項，可實現節能收益1,498萬元

3、 引入技術節能

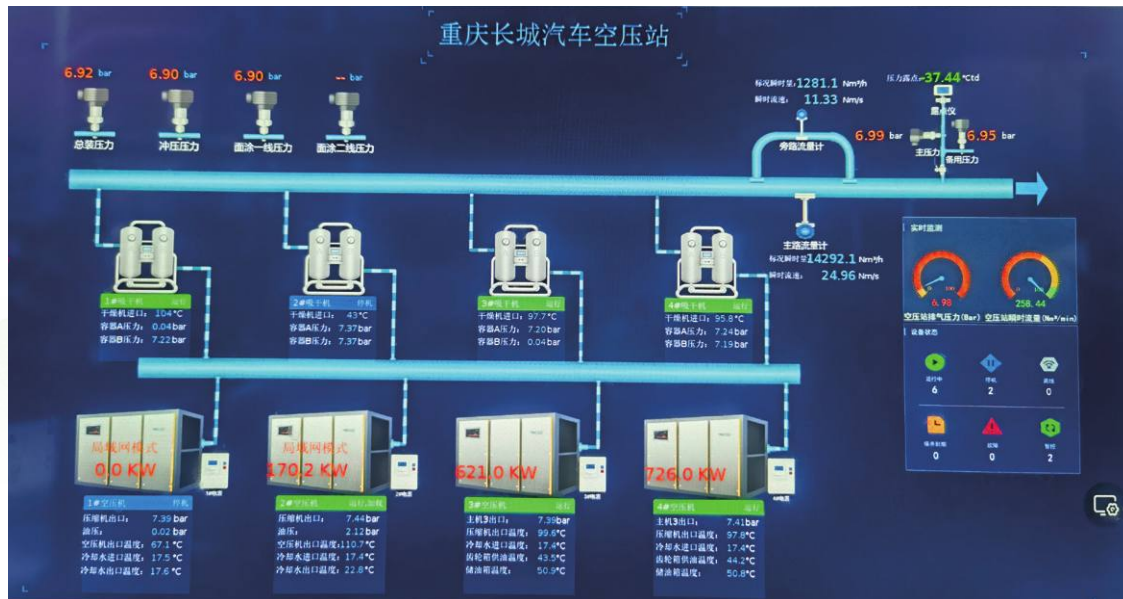
餘熱回收：

長城汽車回收廠區重點設備／線體產生的餘熱資源，替代蒸汽、燃氣消耗，2022年引進雙效型水源熱泵，採暖季回收空壓機組產生的餘熱，供應採暖替代部份蒸汽消耗，夏季開啟製冷模式供應工藝冷水，可實現節能收益60萬元／年



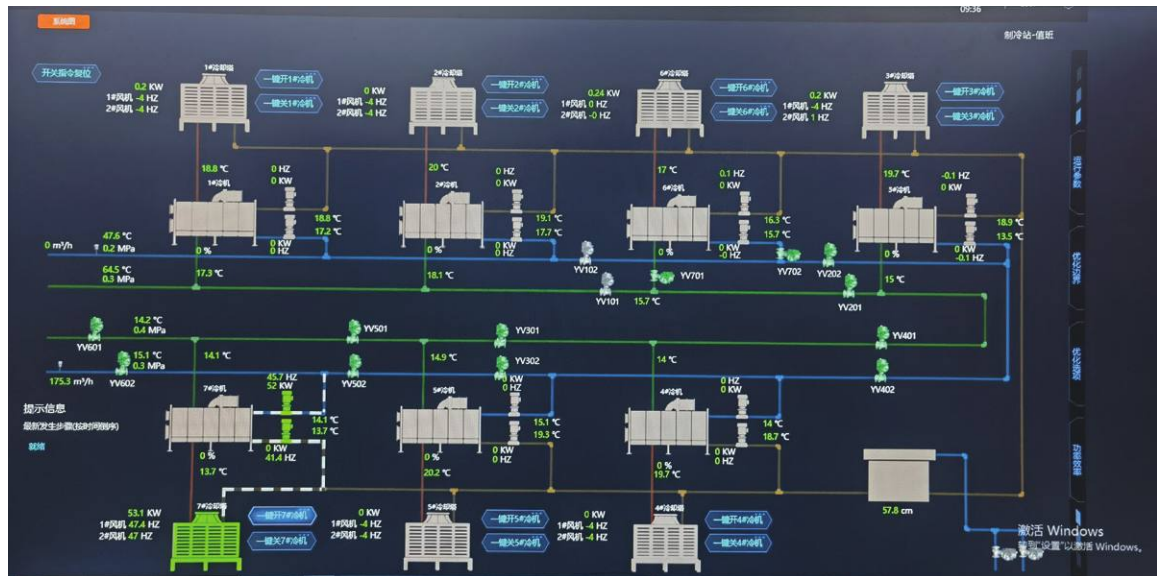
雲智控節能技術：

引入雲智控節能管理系統，實現空壓站房設備運行狀態全程檢測、分時段智能控制，通過智能算法適時調控設備狀態實現壓縮空氣按需供應，空壓機組系統高效運行，可實現節能收益49萬元／年



製冷系統智能控制系統：

引入智能控制系統，實現製冷系統整體高效運行，製冷機組根據室外溫度和設備負荷情況，利用校核的系統模型適時尋找系統運行最佳效率點，實現系統層全局優化控制，提升製冷機組能源利用效率，可實現節能收益98.97萬元



## 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、高効用水」的方針原則，制定了嚴格的節水規劃，強化用水管理，致力於資源的節約和污染的防治，通過施行水資源循環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。

**源頭控制：**在工廠規劃設計階段配置節水器具／設備，採用防飛濺逆流冷卻塔、自動感應、自動沖洗閥等節水技術，降低用水量，減少水分蒸發、逸散浪費

**過程循環：**設備冷卻水、鍋爐熱水循環利用，循環水通過換熱器、直接接觸方式交換熱量經冷卻塔冷卻後，在封閉管路內多次重複使用，節約水資源

**末端回用：**中水回用於園區綠化、現場清潔／沖洗、制純水，換熱設施冷凝水回用於塗裝槽液補水、接入純水間替代自來水，純水設備產生濃水再利用，減少自來水消耗

長城汽車全面推進節水型企業的創建工作，企業節水工作取得了一定成效，河北生產基地被評為「河北省工業領域節水型企業」，重慶生產基地被評為重慶市「重點用水企業水效領跑者」，江浙生產基地被評為泰州市「節水型企業」。



## 可再生資源發展

長城大力發展綠色新能源，積極推廣可再生清潔能源的落地應用，長城汽車截至2022年已完成217MW光伏電站併網發電，年度累計實現光伏用電量1.4億度，預計2023年裝機容量達到419MW。

2022年引進光伏組件清洗機器人，每週對光伏組件進行清洗，提高光伏發電量，可實現發電量提升5%-13%。



## 社會責任

### 一、公司產品及品質安全

#### 公司產品

長城汽車旗下擁有哈弗、魏牌、歐拉、坦克、長城皮卡組成的品牌矩陣。面向全球市場，長城汽車各品牌秉承「綠智潮玩嗨世界」的使命願景，堅持聚焦「ONE GWM」，打造聚合渠道與明星大單品，全面發力智能新能源，在節能環保、引領潮流、智能科技、經典進階、復古新生等維度精準發力，打造滿足用戶多方面需求的重磅車型，和用戶一起共創、共享、共贏。

#### 2022年推出的重磅新車型

##### 第三代H6 DHT-PHEV

NEW

第三代H6 DHT-PHEV基於本集團「長城檸檬平台」打造，是哈弗品牌首款新能源SUV車型。第三代H6 DHT-PHEV不僅是「渦輪配插混」，且全系標配V2L外放電功能，打破新能源插混SUV市場的天花板。搭載「護芯甲」動力電池，可消除安全隱患。1.5T四缸混動專用發動機，匹配檸檬混動兩檔變速箱，系統最大功率240kW，最大扭矩530N•m，比肩合資品牌3.0T中大型SUV。



## 魏牌

## 摩卡DHT-PHEV

NEW

作為智能DHT與咖啡智能的集大成者，摩卡DHT-PHEV主攻30萬級高端新能源市場，以行業領先的NOH高階智能駕駛和行業唯一的204km WLTC超長純電續航，開創了「0焦慮智能電動」全新品類，以強核硬電、超長續航、前沿智慧，重新定義「新能源、新豪華、新智能」，無縫對接多種出行場景，締造了30萬級豪華新能源SUV新標準。



## 拿鐵DHT-PHEV

NEW

拿鐵DHT-PHEV搭載智能DHT和咖啡智能兩大核心技術，擁有WLTC工況下184km純電續航及HWA高速公路駕駛輔助系統等核心競爭力，聚焦家庭用戶，打造0焦慮智能出行生活，樹立行業「家庭座駕」新標準，為用戶締造悅己、高智高能的駕乘體驗。依託品牌全球更好的新能源技術—智能DHT串並聯技術，拿鐵DHT-PHEV打破日系混動技術壁壘，帶來全場景、全速域的「快順靜省智」駕駛體驗，實現「性能0焦慮」與「續航0焦慮」，助力魏牌在新能源賽道上持續進階。





## 歐拉

### 芭蕾貓

NEW

作為歐拉首款女性專屬座駕，芭蕾貓聚焦女性需求，直擊女性用車痛點，超50項女性設計專利，覆蓋用車全場景，為女性帶來從功能滿足到情感認同再到精神共鳴的全方位驚喜用車體驗。除此之外，芭蕾貓向全球公開「守護模式」專利技術，當女性駕駛員遇到突發狀況時，觸碰按鍵可在靜音模式下，將車內影像及位置信息發送至預先設定緊急聯繫人手機。歐拉此舉引領了汽車行業女性友好新標準，體現了一個車企的安全意識與社會擔當，展現出中國新能源品牌的溫度與情懷。



### 閃電貓

NEW

歐拉閃電貓定位於超流線純電轎跑，用自然靈感設計美學詮釋動感之美，通過超流線美學的外觀設計、領先行業的ORA-Pilot 3.0智能輔助駕駛系統和安全優先的「無憂電池」及高強鋼籠式車身，實現「內外兼修」、「一眼裁決」的靚麗外觀和卓越產品力，為新時代青年才俊打造「不止驚艷」的駕乘體驗。



## 坦克

### 坦克500

NEW

坦克500作為坦克品牌中大型豪華越野SUV系列的首款車型，以3.0T V6+9AT的強勁動力總成和奢享空間、智能科技、硬核越野實力，實現百萬級駕乘體驗，滿足用戶對商務、家用、旅行、越野等全場景高品質出行需求，以鐵漢柔情的品牌主張開啟了全新品類市場，構建全球中大型豪華越野SUV的全新標桿。



## 長城皮卡

### 山海炮

NEW

山海炮作為中國首款大型高性能豪華皮卡，是長城炮品牌2.0時代品類創新力作，山海炮集「高性能、超豪華、超好玩」三大極致實力於一身，是真正的戶外之王。它以無與倫比的穿越能力、百變的改裝能力、出眾的拖掛能力、全場景休閒適應能力，滿足用戶對戶外生活、對山海萬物的嚮往。同時，作為中國高端皮卡的開山之作，山海炮在豪華方面做到了極致，通過優異的NVH性能、極奢後排體驗、越級豪華配置，重新定義皮卡豪華，打造超越同級SUV的超豪華體驗。



## 2023年將推出的重磅車型

### 哈弗

#### 哈弗二代大狗

NEW

作為2023年的首款重磅車型，哈弗二代大狗傳承3/4刻度家族基因，兼顧DHT新能源種族技能，將以「新能源輕越野開創者」的姿態成為新能源+輕越野領域的標桿車型。同時，作為狗品類家族的第三款車型，哈弗二代大狗為既要兌現家庭責任，又要滿足悅己自由的目標人群打造，以超凡的產品進階實力真正滿足用戶「可城、可野、可電」的全場景用車訴求。



### 魏牌

#### 藍山

NEW

魏牌旗下全新旗艦大六座智能SUV，2022年12月30日於廣州車展全球首發亮相。以全球備受追捧的高端咖啡品種之一「藍山」命名，不僅延續了「咖啡智能系列」打造0焦慮愉悅出行體驗的願景，也充分體現了其旗艦產品的高端定位與非凡品質。藍山DHT-PHEV的車身尺寸分別為長5,156mm、寬1,980mm、高1,805mm，軸距達到3,050mm。全面領先的車身尺寸，2+2+2的座椅佈局，帶來超越同級的第三排空間體驗，大空間滿載大理想，讓每個家庭成員都能暢快出行。新車計劃將於2023年第一季度上市。





## 坦克

### 坦克700

NEW

坦克700定位百萬內最優越野SUV，兼具極致性能與奢享駕乘感受，攻佔豪華越野市場。計劃於2023年上市，滿足消費者追求性能又不失豪華的全場景用車需求。打造全球領袖級旗艦產品，助力坦克品牌向上。坦克700搭載的大排量混動系統，在動力、燃油經濟性上比肩全球領先水平。9HAT變速器融合領先新能源技術，可以協調發動機轉速和車輪的實際行駛速度，讓車輛發揮出發動機的最佳性能，有效提升效率，降低油耗和排放。



## 知識產權保護

### 專利數量：

截至2022年12月31日，長城汽車股份有限公司累計獲得授權專利12,675件，其中授權發明專利2,166件，授權實用新型專利7,207件，授權外觀設計專利3,302件。

2022年，長城汽車股份有限公司申請專利4,463件，授權專利2,263件，其中授權發明專利339件，授權實用新型專利1,565件，授權外觀設計專利359件。

### 所獲獎項：

2022年長城汽車股份有限公司獲得中國專利獎—優秀獎1項，截至2022年12月31日長城汽車累計獲得中國專利獎7項，其中金獎3項，優秀獎4項。累計獲得國家科技進步獎1項，河北省科技進步獎18項。

### 知識產權管理方面：

公司組建了梯次合理、管理科學、運轉順暢的三級專利管理模式：第一級由高層領導和各領域技術專家組成公司級專利指導組；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。

### 知識產權制度建設方面：

長城汽車高度重視技術創新，以全球化知識產權合規管理為基礎，依託《企業知識產權管理規範》GB/T29490-2013國家標準，建立了系統的知識產權管理制度體系，包括：《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，涵蓋知識產權創造、保護、運用等方面，從根本上保障了公司知識產權工作的順利、有效開展。

### 知識產權信息化建設及激勵保障方面：

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。

### 研發合作情況：

2022年，長城汽車與惠州市德賽西威汽車電子股份有限公司、黑芝麻智能科技有限公司、清華大學等單位聯合開展國家工信部「嵌入式車規級自動駕駛域控制器設計開發」項目研發；長城汽車與清華大學等單位聯合開展國家重點研發計劃「智能線控底盤平台及冗餘控制技術」項目研發。

### 重大科技獎項：

長城汽車股份有限公司成功認定國家高新技術企業；長城炮皮卡榮獲2022年河北省科技進步二等獎；《檸檬混動DHT高集成度混動系統》項目入選2022年保定市「科創中國」試點城市建設項目榜單；長城汽車通過國家技術創新示範企業覆審。

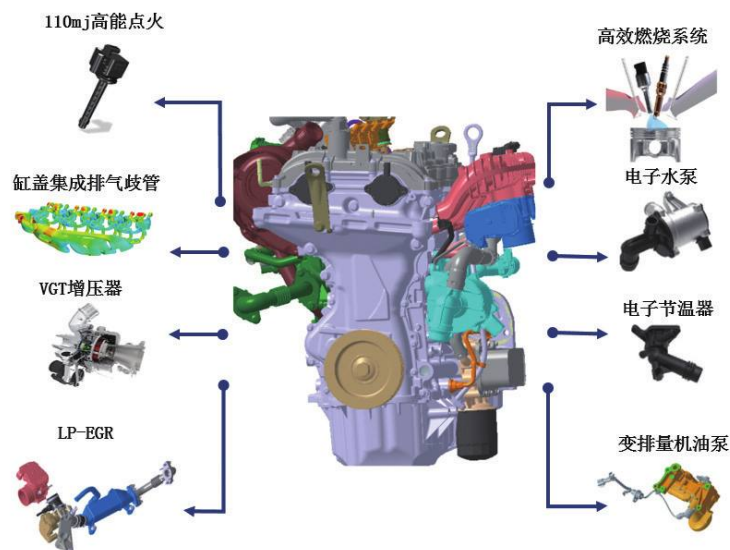
## 產品技術

### 全新一代1.5T混動高效發動機—GW4B15E

為響應「碳中和」趨勢，應對日益嚴苛的油耗法規，提升產品競爭力，4B15E發動機以低排放、低油耗、輕量化、混動化為開發目標，該動力同時兼顧SUV平台，規劃搭載WEY、哈弗升級車型，且與動力電池完美匹配，最終實現低碳節油、動力強勁、續航無焦慮，搭載車型將出口至北美及歐洲，進軍全球市場。

GW4B15E發動機核心技術：

- ✓ **高效燃燒系統**：以米勒循環、高壓縮比、缸內直噴、350bar噴射壓力+110mJ高能點火為核心，實現快速燃燒、低排放、低油耗目標；
- ✓ **缸蓋集成排氣歧管**：快速暖機、降低冷啟動排放、縮小空燃比加濃區域，同時減少7種零部件；
- ✓ **VGT增壓器**：採用耐980℃高溫增壓器，全新高效渦輪設計，大幅提升流通能力，實現快速動力響應；
- ✓ **低壓EGR**：提升缸內混合氣熱容量、拓展當量空燃比區域、減少NOX、CO排放；
- ✓ **電子水泵+電子節溫器**：按需冷卻、精準控制水溫，響應快；
- ✓ **變排量機油泵**：按需調控油壓、減少功耗。



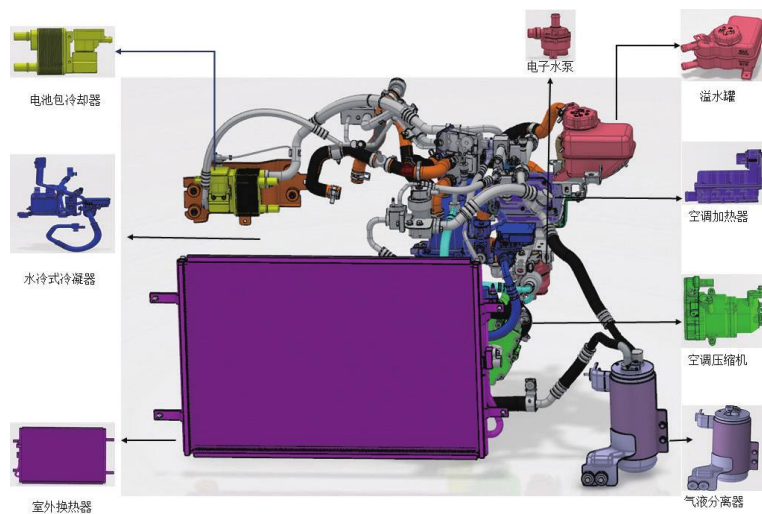


### 全新熱泵空調系統

低溫續航里程縮短是電動汽車的一大痛點，影響的最主要原因有以下兩點：1、電動汽車電池在低溫時電芯的活性較低，蓄電能力較差；2、車內需要使用PTC電加熱器採暖，耗電量特別大。為提升續航里程，降低低溫空調採暖的耗電量成為空調系統首要任務。隨着國家的「碳達峰、碳中和」要求，能耗降低也是當前空調發展的主旋律。為提升產品競爭力，順應法規趨勢引導，長城汽車進行熱泵系統的搭載，通過熱泵採暖降低能耗，低溫續航提升15%以上，在ES11和EC24兩款車型完成了上市，並ES11已經出口至歐盟市場。

#### 熱泵空調系統技術：

- ✓ **獨立自主的開發：**國內首家主機廠自主開發的熱泵空調系統，可降低對供應商的依賴，完全擁有自主知識產權；
- ✓ **全場景使用：**支持212種使用場景，可涵蓋全天候工況，工作下限可下探到環溫-20℃。具備乘員艙降溫、加熱、除濕，電池降溫、加熱以及電機和電池的廢熱回收功能，可滿足後續10年的整車熱管理需求；
- ✓ **多模式除濕：**系統不僅支持製冷除濕，同時進行採暖除濕，除濕的同時達到採暖的目的，並最大限度降低能耗，根據採暖需求將除濕細化為並聯除濕和串聯除濕；
- ✓ **球形節流閥的應用：**採用全球領先的節流導通技術，降低零部件數量和管路接口，實現一閥兩用；



## 未來規劃

### 長城汽車始終堅持走環保和節能要求的製冷劑替代路線：

節能環保是新能源汽車發展的重要趨勢，眾所週知，車用製冷劑R134a具有較高的全球變暖指數，未來將會逐步被禁用。長城汽車非常重視綠色環保的製冷劑替代路線，在2021年底就由副總裁簽批了CO<sub>2</sub>熱泵空調技術預研的立項，已投資500多萬元，並與西安交通大學進行了深度合作。計劃將於2023年底完成預研，並可應用於公司所有純電動平台車型。

CO<sub>2</sub>熱泵空調與節能環保的主題非常契合。低溫環境下，傳統電動車空調系統能耗對電動車續駛歷程影響較大，而使用CO<sub>2</sub>作為環保製冷劑，將CO<sub>2</sub>和熱泵結合起來，是未來汽車空調技術發展的重要方向之一。長城汽車針對CO<sub>2</sub>的特性、循環原理、系統控制、洩漏安全性、零部件及系統的需求和可靠性等進行了深入研究。

CO<sub>2</sub>氣體屬於自然工質，無毒、不可燃、化學性質十分穩定，同時也具有十分優良的熱物理性質，CO<sub>2</sub>熱泵能夠工作的環境溫度下限很低，能夠達到-30℃，相比於高壓電加熱器明顯降低能耗，對提升能源利用效率有非常大的作用。根據生態環境部規劃，2023年後CO<sub>2</sub>熱泵空調將會獲得低碳技術補貼，單車碳排放量可降低約3.4%。-20℃能效比可達3.0，預計整車EV-TEST低溫工況續航衰減率≤30%。

## 純電領域

在純電領域中，長城汽車自主研發電池，電驅等核心零部件，同時佈局能源上下游產業，形成完整產業鏈佈局。

1. 電池方面，長城公司堅持多元化技術路線，佈局了磷酸鐵鋰、三元、無鈷、鈉電等多化學體系的動力電池。規劃了經濟性、長續航、高性能三種解決方案，磷酸鐵鋰主打入門級及運營版車型；中長續航版本主要採用高能量密度的三元電池；高端性能車型採用兼顧高功率的三元電池，滿足長續航的同時，實現4C以上快速充電；
  - 安全層面長城發佈並應用了「大禹電池」安全技術，採用「熱源隔斷、雙向換流、熱流分配、定向排爆、高溫絕緣、自動滅火、正壓阻氧、智能冷卻」8項創新設計理念，融合電芯本體安全、預警平台覆蓋全場景，實現大容量高鎳電芯、針刺／加熱觸發熱失控後不起火、不爆炸；
  - 快充方面開發了800V平台、4C快充電芯和多面冷卻技術，480kW超級閃充可實現15min充電80%SOC，實現行業一流的充電體驗；
  - 通過結構創新，定制開發短刀電芯和LCTP高集成技術，提升電池系統的成組效率，實現長續航。

2. 電驅動技術方面，圍繞「集成、高壓、高速、高效」四個維度打造國際一流的電驅動產品，目前已經具備35kW-400kW系列化產品，覆蓋A00-D級車型。最新研發的200kW級高功率油冷電橋，採用創新型乾式油底殼技術，400V&800V兼容設計，系統最高效率95%，並且可拓展成雙電機矢量控制模塊，三電機實現3s級百公里加速，打造極致駕駛體驗。
3. 核心材料方面，長城汽車已佈局第三代功率半導體碳化硅。長城汽車第三代半導體模組封測項目，落戶江蘇無錫，總投資約8億元，規劃車規級模組年產能120萬套，主要應用於主逆變器及充電領域。

另外，在開發純電專屬平台方面，搭載下一代底盤技術、新一代三電技術，創新下車體平台集成方式，打造Ax、電坦克兩類純電專屬平台，保障整車競爭力領先。

## 混動領域

### 動力系統預測性能量管理功能應用

基於導航信息智能規劃電池能量管理、發動機工作點調節、預測性熱管理。使用車輛當前狀態、SOC、油量、負載狀態等，並融合導航發出的天氣、當前位置、交通狀態、平均車速、途經點、距離、坡度、充電站、到達時間等信息，基於最小能耗的尋優算法，實現最佳的油/電消耗管理。提升系統效率，能耗降低5%-8%。

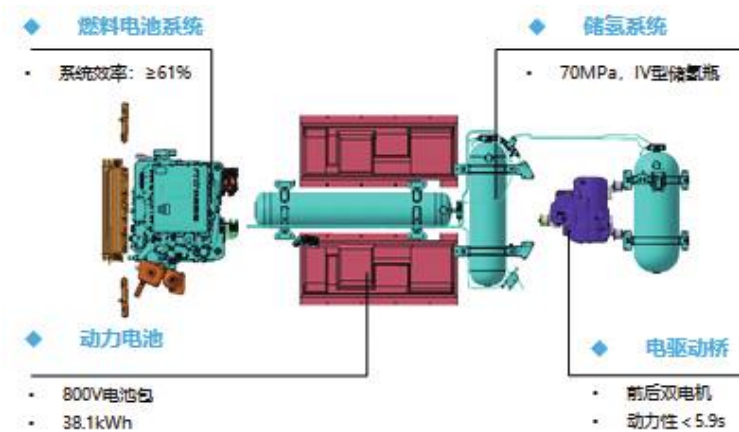




## 氫能領域

氫燃料電池車以氫氣為燃料，通過電化學反應將燃料中的化學能直接轉變為電能，具有能量轉換效率高，零排放等優點。燃料電池車同時具有補能快和冬季續航無衰減等優勢，加氫僅需3分鐘，便利性等同於燃油車，冬季續航穩定，採暖工況續航基本不受影響。

長城汽車氫燃料電池車採用自主研发高效燃料電池系統和IV型儲氫瓶，打造可氫可電的氫電雙能平台，純氫續航大於650km，綜合續航不小於800km。



長城自主研发燃料電池系統，基於EIS/THDA技術動態監控電堆健康功能提升系統可靠性，適應高海拔、高溫、高寒不同環境的多變量解耦閉環控制技術提高系統環境適應性，模塊化集成設計提升系統功率密度，多合一功率控制單元集成燃料電池直流變換器、絕緣監測、交流阻抗、HV配電功能。



長城自主研發IV型儲氫瓶，內膽一閥座密封結構自主設計，創新性塑料內膽成型工藝，有效避免內膽褶皺、砂眼等缺陷；先進的碳纖維鋪層工藝設計，纏繞角、纏繞工藝優化，減少碳纖維用量，提升儲氫質量密度。



### 熱管理領域

在熱管理技術領域中，長城汽車堅持「人、車與環境和諧共存」理念、堅持走「低污染、低能耗」的可持續發展，圍繞能耗管理、成本最優路線開發熱管理技術。長城汽車自主研發熱泵空調技術實現量產，同時佈局能源上下游產業，形成完整產業鏈佈局。未來，長城熱管理將持續開展技術優化，降低整車能耗及成本；

在純電熱管理技術路線上，長城汽車規劃了下一代純電平台熱管理技術預研，圍繞超低溫高效熱泵開發，結合電機主動產熱、壓縮機創熱、電池脈沖加熱等新技術，提升整車能效，降低熱管理能耗，同時根據電池熱管理技術發展，拓寬電池直冷直熱技術研發，實現熱管理技術全方位提升。並且長城汽車將熱管理零部件進行高度集成，開發新一代熱管理產品，實現最前沿技術的集合體，輔助2025年新能源戰略達成，充分體現了長城汽車在新技術創新領域的領先性，推動長城汽車向「低污染、低能耗」的可持續發展。

在混動熱管理技術路線上，長城汽車規劃了下一代混動平台熱管理技術預研，圍繞混動車型用車特性，通過純電用車思維開發長續航熱管理功能並借助發動機廢熱回收技術，打造較純電車輛的超低溫（-18℃以下）純電續航優勢，保證純電行駛滿足日常代步、週末出行等用車頻次較高場景，提升駕駛體驗及整車能效，降低熱管理能耗；同時根據電池熱管理技術發展，拓寬電池直冷直熱、電池振盪加熱等技術研發，實現熱管理技術全方位提升。助力長城汽車向「低污染、低能耗」目標持續發展。

在氫能熱管理技術路線上，長城汽車規劃了新一代氫能800V電壓平台熱管理技術預研，根據燃電系統特性，充分利用燃料電池啟動時釋放的電能，為乘員艙加熱。結合燃電系統廢熱、高壓部件廢熱，電機主動產熱等新技術，提升整車能效，降低熱管理能耗，減小低溫下續航里程衰減。

## 產品品質管理

長城汽車將先進質量管理方法和自身實際相結合，探索形成了一套獨具特色的質量管控模式，即以產品開發為主線，集研供產銷服為一體的「全面質量管理體系」。該體系堅持以用戶為中心、持續改進的質量運營模式，以IATF 16949標準、每天進步一點點的企業文化、數智化AI技術三個基礎為依託；通過打造質量體系、產品提升、機制建設、數字化建設四個支柱，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期待，打造讓用戶信賴的全球領先品牌。

在研發方面，為保證產品的高品質、高可靠性，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、未然防止兩大質量支柱為核心，可靠性設計、軟件質量、工程師育成、用戶體驗滿意度提升等為補充的設計質量保證體系，並通過互鎖機制，確保設計一次性做好。

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，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。

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顧客需求，在保障產品質量的基礎上，公司還開展服務質量提升項目，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，以超值服務為客戶創造驚喜，不斷提升客戶滿意度。

## 產品健康與安全

### （一）健康舒適

長城汽車從多維度入手打造清潔健康的車內環境，建立了行業領先的低散發健康用材貨架，包括全水性皮革、超淨化海綿、水性膠以及抗菌抗病毒內飾材料等，配合綠色製造工藝，從源頭保證清潔舒適的車內環境。在此基礎上我們搭建了健康座艙功能平台，擁有智能化座艙清潔系統、離子淨化技術、車內抗菌殺毒系統、空調系統淨化、高效低阻座艙過濾等技術，可為用戶在不同用車場景下提供全面保護。

長城汽車始終將健康安全放在首位，堅持過度投入，持續提升用戶體驗。近年來公司車型多次在中國汽車工程研究院、中國汽車技術研究中心、中國質量認證中心等主導的權威評測中獲得優秀成績。

「創新是引領發展的第一動力」，長城汽車始終秉承創新發展理念，持續推動技術創新、迭代，為用戶提供更健康、更舒適的汽車產品。

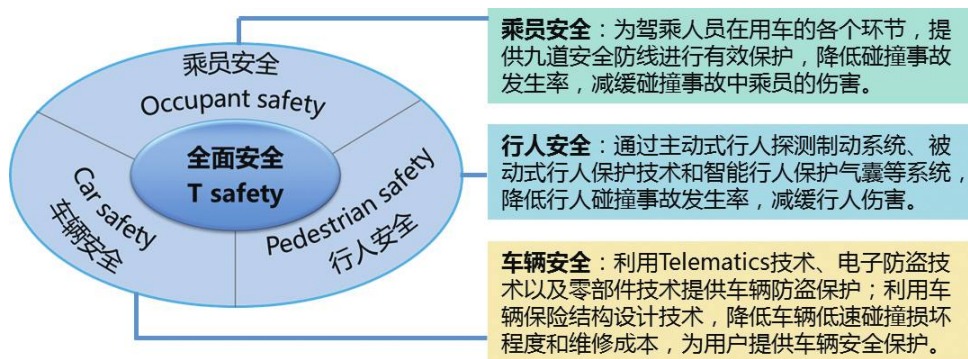
## （二）主被動安全

### 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」。

### 2. 安全開發理念

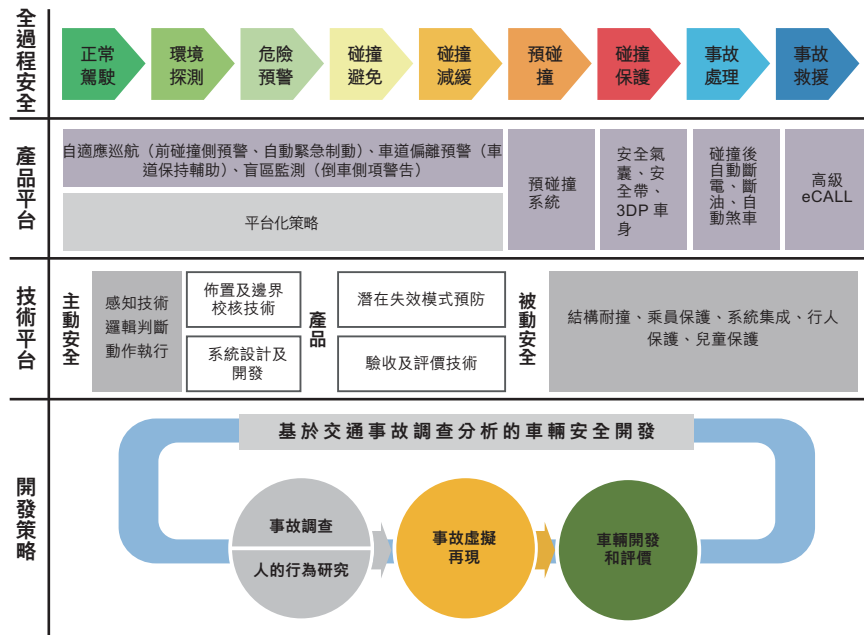
長城汽車秉承「T-Safety」全面安全理念，不僅致力於保護自身及車內乘員的安全，也充分考慮包括汽車、摩托車、自行車、行人在內的所有交通參與者的安全。





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疊代升級，持續提升長城汽車的安全性，實現**乘員、行人、車輛全面安全**。



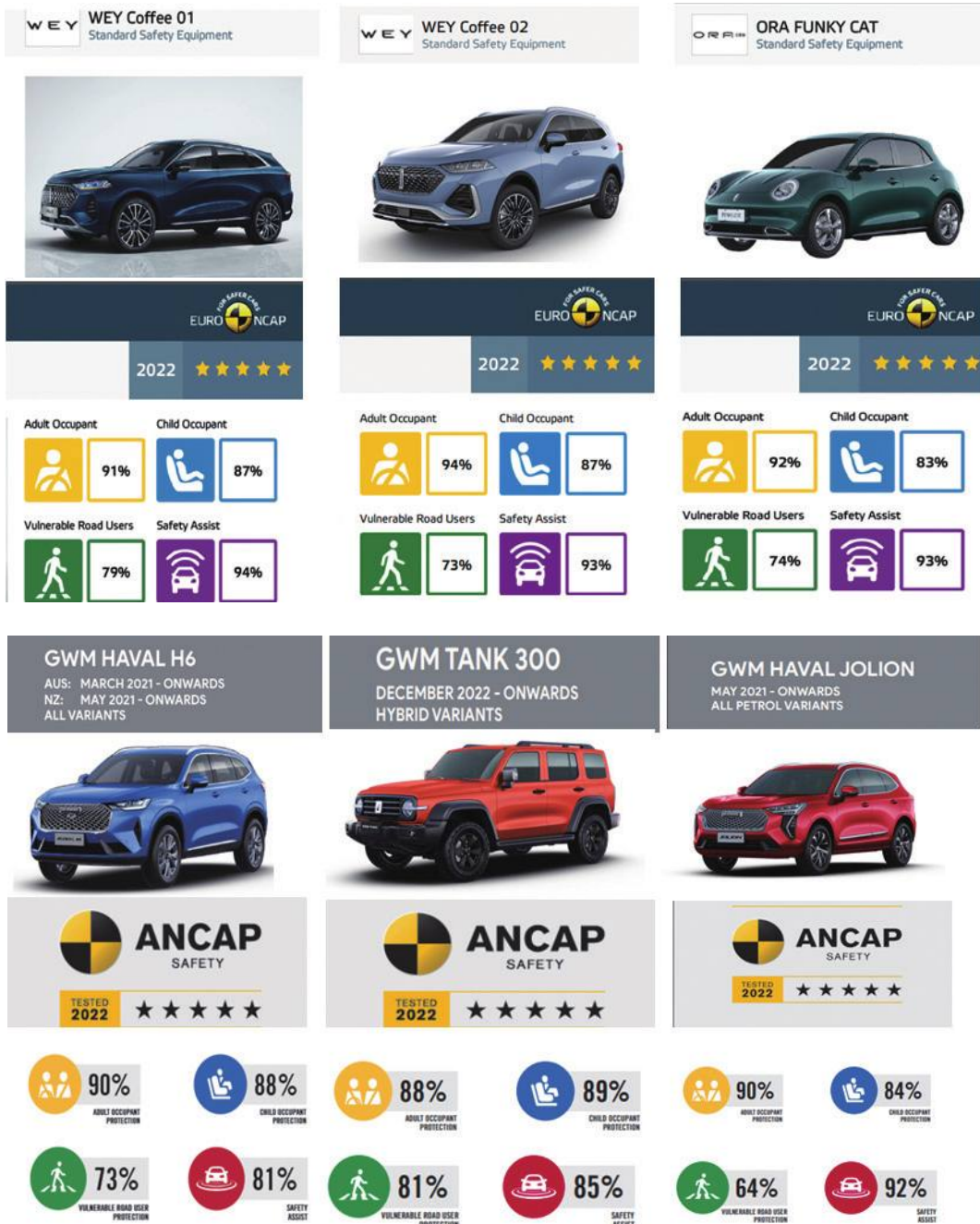
長城汽車智能駕駛系統開發圍繞「安全」與「體驗」兩大維度，基於縱向控制加減速、換道、過彎策略及能力、打造「中國老司機」的駕駛體驗；開發領先的智能安全系統，讓智能駕駛更安全。目前，長城汽車90%車型已實現L2級智能輔助駕駛功能，同時，長城汽車已經完成NOH(高速自動領航輔助駕駛)、記憶泊車、窄道自主探路等多場景功能的量產搭載，計劃到2025年，長城汽車高級自動駕駛前裝滲透率達到40%以上。

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研發，具備從感知硬件到計算平台的全域自研能力，擁有中國首個數據智能體系「雪湖」、中國自動駕駛行業最大的智算中心「雪湖•綠洲」。目前，長城汽車用戶的輔助駕駛行駛里程已經突破3,600萬公里，自動駕駛數據智能體系的學習時長，已超過50萬小時，虛擬駕駛相當於人類駕駛6.2萬年，推動智能駕駛產品快速迭代並向全場景邁進。

- 1、長城汽車2022款城市款憑藉自身能力，於2022年9月榮獲2022 IVISTA智能網聯汽車ADAS挑戰賽AEB項目特等獎和APS項目一等獎兩個重量級獎項；
- 2、2022年9月，長城魏牌發布了城市NOH智能輔助駕駛系統，是中國首款搭載高通Snapdragon Ride平台的輔助駕駛系統，配備了5nm高通驍龍8540與7nm高通驍龍9000芯片，基於毫米波行的自動駕駛數據智能體系MANA，在底層算法中融合視覺和激光雷達。在城市通行場景中，魏牌城市NOH可實現自動變道超車、紅綠燈識別與控車、複雜路口通行、無保護左右轉等核心功能，同時也可應對車輛近距離切入、阻塞佔道、交叉路口、隧道、立交橋等複雜的城市交通場景，核心城市場景覆蓋率超90%。

4. 產品安全實現

基於長城汽車「全面安全」開發理念和完善的安全性能開發體系，至今長城汽車已有數十款車型取得了海內外NCAP五星成績，僅2022年度就有六款車型獲得了五星安全評級，涵蓋哈弗、坦克、歐拉、魏派四大品牌。



### 1、 魏牌Coffee01 榮獲Euro NCAP年度品類最佳

作為魏牌首款面向歐洲市場的戰略車型，摩卡PHEV(Coffee 01)在Euro NCAP的碰撞測試中，從成人保護、兒童保護、弱勢道路使用者、安全輔助四大層面，進行全方位的嚴苛測試，最終榮獲「**歐洲五星安全**」認證，並榮獲該品類年度「**最安全車型**」評價。

魏牌始終追求極致安全，在嚴苛的Euro NCAP測試標準下取得佳績，是魏牌長期堅持安全至上的生動體現，也是中國品質躋身世界先進安全水平的實力彰顯。Euro NCAP秘書長Michiel van Ratingen表示：Euro NCAP 2022年將測試比以往更多的中國品牌汽車，魏牌真正為其他品牌樹立了標準。

### 2、 歐拉好貓榮獲Euro NCAP年度品類最佳

歐拉好貓以高強度車身結構(高強度材料佔比約78%)和豐富的安全配置，將安全武裝到車輛設計的每個細節；同時依託「6+1安全氣囊」的無死角布局，使車輛剛柔並濟，在Euro NCAP測評中榮獲五星佳績，並榮獲該品類年度「**最安全車型**」評價。

### 3、 歐拉閃電貓榮獲TOP Safety年度挑戰成功車型

2022年10月20日，歐拉閃電貓在中國汽車技術研究中心授權的場地內，參加了TOP Safety舉辦的國內首次電動車高速螺旋翻滾跌落挑戰。這是一次從零開始打造的全新極限挑戰，也是行業內首次相應工況的試驗。為了更貼近日常使用場景中的道路環境，本次挑戰通過模擬車輛在高速路或城市快環高架路上失控衝出護欄，從高架跌落並撞擊地面，巨大的衝擊造成整車翻滾的場景，將對車身結構、電安全表現、駕乘人員傷害等方面進行全面考驗。歐拉閃電貓在試驗中表現出色，**獲得TOP Safety年度挑戰成功車型的殊榮。**



### (三) 功能安全

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(ISO 26262)，組建功能安全團隊，建立公司功能安全設計開發流程，目前我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。

### (四) 網絡安全

我公司緊隨行業發布最新法規、標準，並成立專門的網絡安全團隊，建立了完整的車輛網絡安全管理體系，體系已通過UN ECE R155 CSMS認證，並開始在車型項目上實施；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，積極參與國家及行業組織的攻防演練，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。

### 負責任的產品召回：

針對汽車質量把控和問題產品回收，自2004年《缺陷汽車產品召回管理規定》實施以來，長城汽車對於汽車召回活動進行了全面的研究和落實，制定了一套完整的實施流程，建立《長城汽車產品召回管理規定》，結合海外的法律法規，制定《國際市場缺陷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。報告期內長城汽車未發生車輛召回。



## 二、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。

#### 1、 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。

#### 2、 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。

等級保護制度是國家通過制定統一的信息安全等級保護管理規範和技術標準，組織公民、法人和其他組織對信息系統分等級實行安全保護，對等級保護工作的實施進行監督、管理。通過該制度，公司將需要重點保障的信息系統報備至國家監管單位，並接受定期的安全測評及監督管理。

#### 3、 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航。

#### 4. 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、CSMS認證規範為依據，通過PWC、為辰信安、DNV、盈科、DLA、萊茵諮詢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，CSMS認證已於2022年9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，將數據密級分級為(S1-S5)，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。

#### 5. 數據安全與合規培訓

為提升員工數據安全與合規意識，特定人員掌握相關知識與技能，定期組織培訓。新入職大學生開展信息安全意識培訓，在職業生涯初期即具備信息安全意識。每年在公司開展信息安全宣傳月，組織信息安全意識宣傳、培訓，張貼信息安全宣傳海報等形式開展信息安全宣傳工作。開展數據合規基本知識培訓，對特定人員進行數據合規技能提升培訓，對不同人群有針對性的開展對應培訓。

#### 客戶投訴管理：

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。

為保障客戶投訴得到快速、有效的處置，長城汽車制定了《顧客問題處置管理規範》、《投訴改善管理規範》等客訴管理辦法，終端層面制定《長城汽車商務管理規範》，廠商協同，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。2022年，共受理用戶投訴184,023例，依託客服系統協同終端經銷商進行100%處置。

#### 應急服務保障：

以「尊重事實，將客戶生命財產安全放在首位」為原則，開展應急服務保障工作，長城公司設有應急響應處置小組，品質和銷售一把手任組長，針對不同車型、不同場景發生的交通事故、火災、極端天氣自然災害等應急事件，預先策劃應急響應預案，廠商協同，開展現場勘查、救援、處置工作，快速響應、快速行動，協助用戶妥善解決，提高用戶滿意度。長城汽車基於新能源車型技術特點，結合應急服務流程制度，開發培訓課程，定期組織開展銷售服務商應急響應服務相關培訓，保證銷售服務商掌握緊急應急處置專業知識，達到滿足應急響應處置策劃執行的能力要求。

### 三、合作夥伴管理

#### 責任營銷

長城汽車長期堅持用戶為中心，關注消費者尤其是弱勢消費市場購買者的權益保護。

為確保為消費者提供準確、公正的產品信息，2022年，長城汽車持續強化廣告宣傳合規管理，規範廣告宣傳合規審查流程，不斷推動落實和執行《廣告宣傳法務合規管理辦法》、《廣告宣傳合規指引》，通過合規管理辦法重點解讀，合規指引重點解讀，案例展示、合規問題答疑等方式，持續提升全員宣傳合規水平，切實保障消費者接收到真實、可靠的信息。

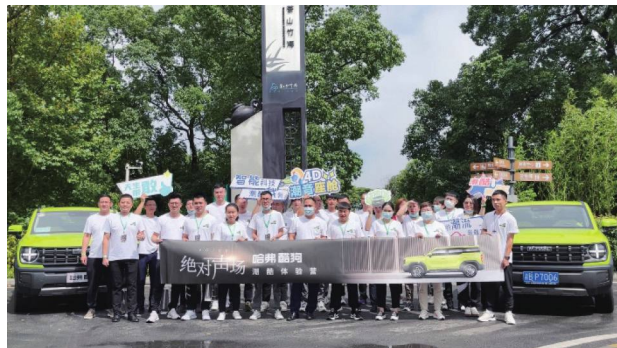
此外，基於對行業可持續營銷與品牌認知的認識，長城汽車不僅在整個生產經營中，滿足消費者的需求，還朝着生態、經濟和社會的可持續發展方向努力，在與消費者建立長期關係的同時，致力於能源可持續發展。為此，長城汽車早在2021年就宣佈了在2045年實現「碳中和」的目標，並以推動能源變革為己任，堅持長期主義，堅持能源變革、科技變革和用戶體驗變革，在推進企業供應鏈、生產、經營等環節節能、減碳發展的同時，持續加大對新能源汽車產品的推廣和落地。

#### 經銷商管理及服務

##### 經銷商培訓

長城汽車以「廉信創變共分享」的核心價值觀為指引，堅持以用戶為中心，積極推進經銷商培訓賦能模式創新變革，圍繞產品、技術、新店新人、勝任力、業務提升等，持續開展培訓和輔導，幫助經銷商樹立用戶思維，提升專業服務能力，打造用戶滿意，構建用戶信任。

為強化用戶產品體驗，提升用戶服務感知，2022年長城汽車全面變革產品培訓模式，在哈弗酷狗、歐拉閃電貓、WEY摩卡及哈弗新能源等新產品及改款產品上市階段，通過引導經銷商參觀工廠及核心零部件、城市／越野等多場景道路試駕、實車情景模擬演練、銷售話術共創等，並輔以產品亮點小視頻、話術手卡等助銷工具，幫助銷售人員加強對長城汽車產品亮點和技術實力，以及用戶用車場景、生活場景和個性需求的認知，能夠以更專業的服務能力，向客戶推介最需要、最合適的產品，贏得客戶的認可。



哈弗酷狗上市培訓，組織學員進行道路試駕，全方位體驗產品性能，保證向客戶講解更專業。

同時，長城汽車全面升級崗位勝任力和新店新人快速育成課程體系，從品牌、產品、流程、管理等維度，覆蓋總經理到一線共計19個核心關鍵崗位。2022年勝任力培訓由哈弗、魏牌延展到皮卡、歐拉、坦克品牌，近3,000家經銷商3萬餘人通過培訓，促進經銷商基礎能力普遍提升，滿足用戶購車、維修、置換全生命周期需求。500多家新店5千餘人通過線上培訓，保證新店新人快速理解並掌握品牌服務理念和專業技能知識，同時啟動策劃新店線下烽火特訓營專項培訓，進一步夯實客戶服務理念，為客戶提供更優質服務。

不僅如此，為幫助經銷商提升客戶服務能力，長城汽車開展了一店一策式的入店輔導，通過5天的診斷分析和精準施策，給哈弗、歐拉、魏牌、坦克共計200多家經銷商導入了一套高端銷售服務流程，從客戶接待、試駕體驗、交車服務等維度進行全流程升級，轉變經銷商固有銷售思維，強化客戶體驗感知，以更專業的服務能力、更好的服務態度，贏得更多客戶。

為了給客戶帶來更好的售後服務體驗，2022年長城汽車完善技術培訓體系，升級技術培訓課程，創新線上+線下技術培訓形式，新產品、新建店、勝任力以及專項技術培訓全覆蓋，全面提升終端售後人員維保技能和服務水平，打造售後服務專業技術團隊，快速解決客戶車輛問題，讓客戶買車安心、用車放心。

創變，是長城汽車的核心價值觀，更是對廣大用戶堅定的責任。長城汽車通過全面推進經銷商培訓賦能模式變革，健全培訓賦能體系，幫助經銷商樹立用戶思維，從客戶需求出發，以專業的服務能力，贏得了更多客戶的認可和信任。



新店烽火特訓營，傳遞品牌歷史、核心技術、服務理念，給終端樹信心，教終端做服務。



一店一策式入店輔導，幫助經銷商轉變思維，強化用戶體驗感知。



歐拉勝任力技術精英特訓營，提升技術人員維保規範性。



## 服務

長城汽車2022年持續以打造用戶型企業為發展主線，通過不斷完善產品生產線，積極佈局新能源賽道，滿足新時代客戶的用車需求；推進店面形象、尊享服務升級，為客戶提供更好的服務體驗。在競爭多元時代，繼續踐行以「用戶需求」為導向，以「一切從用戶出發」為中心的忠誠服務標準，滿足客戶從燃油車到新能源車，從「看車—試車—買車」全方面需求。

在經銷商數字化推進方面：長城汽車構建社交化客戶溝通、服務體系，通過精細化推行SCRM社交化客戶管理系統，持續升級品牌APP，為客戶打造線上化、數字化、一站式的全生命旅程服務體驗。上線營銷數據平台，實現營銷管理數據報表可視化，提高廠商數據管理效率。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服務體驗。全網上線售後透明預檢服務，以數字檢修報告，實現維保全流程的數字化、透明化展示，增進用戶服務信賴。上線APP上門取送車服務，解決服務最後一公里問題，真正實現用戶足不出戶、便捷維保。上線APP無憂救援服務，實現用戶救援需求及時響應，救援全程透明展示，解決用戶等待焦慮。依託系列化的數字化服務升級，整體構建起「線上線下無縫觸達」的用戶購車、用車體驗。

在客戶暖心關愛方面：踐行「一切從用戶出發」的服務理念，以用戶為中心，站在用戶的角度思考並解決問題，持續為用戶創造價值。為解決客戶出行痛點，啟動全天候上門試駕行動，實現「家門口的4S店」。長城汽車同步聯合全國五百餘家經銷商開展四季關愛服務節，持續開展「春節+四季」服務節，以春節關愛驛站、春季踏青出游、夏季星辰守候、秋季無憂上門、冬季安全健診等多元化、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及時專業的售後服務保障，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有溫度、有內容的貼心服務。



在服務品牌打造方面：將誠信服務列為基礎紅線，嚴抓誠信服務管理，打造哈弗誠信文化，確保用戶權益不受損害，是長城汽車永遠不變的旋律；「銷售九大承諾」、「售後八大承諾」的持續貫徹，既讓客戶感知哈弗服務的自信與坦誠，又助推經銷商服務品質的持續改善升級，在業內初步形成「服務好，講誠信」的服務標籤。

為進一步提升客戶銷售服務體驗，22年推出新能源銷售服務流程，煥新服裝及服務禮儀標準，塑造哈弗全新第一印象。聚焦接待、試駕、交車三大關鍵時刻，進行標準拔高升級，創建行業差異化的服務體驗。在銷售接待環節，推行30秒極速接待，確保客戶接待時效；實施客戶自助菜單式試駕，滿足客戶個性化需求；升級驚喜交車標準，通過前置化交車籌備、儀式化交車場景、專屬化交車禮品、專業化交車素材，讓交車成為打造驚喜，助力傳播的終極陣地。

持續推進服務體驗官，招募客戶代表發揮輿論監督作用，兩次的銷售服務流程升級，是廠商客聯動服務共創，對服務質量不斷提升的產物。

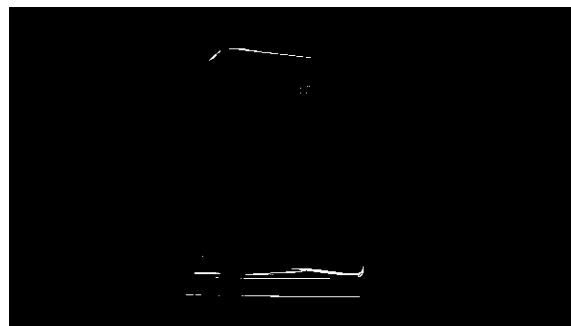


基於用戶售後體驗旅程、養用車服務需求，在售後服務領域，長城汽車重點打造「便捷預約、尊享接待、舒適客休、驚喜交車」四大關鍵時刻服務體驗，讓預約省時省力、接待倍感尊享、客休安心舒適、交車滿意驚喜，同時為強化用戶服務全流程透明化、智能化體驗感知，同步推出透明預檢、星辰守候、上門取送、服務管家群等多元化的特色服務，基於關鍵時刻服務、多元化的特色服務等，為用戶提供超預期的極致服務體驗，有效增進了用戶服務信賴，並構建出良好的用戶服務口碑。

長城汽車堅持以客戶為中心，2022年依舊貫徹「用心理解客戶需求，時刻創造客戶感動」的服務心態，「一切從用戶出發」的服務理念、「先」「細」「誠」的行動信條，長城汽車旗下哈弗、歐拉、坦克品牌榮獲「中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)」2022年中國自主品牌「銷售服務滿意度」並列第一名，同時哈弗售後服務連續三年位列自主品牌第一名。

廠商品牌	類型	名次
哈弗	售後服務(自主品牌)	1並
哈弗	銷售服務(自主品牌)	1並
歐拉	銷售服務(自主品牌)	1並
坦克	銷售服務(自主品牌)	1並

車型	細分市場類別	名次
哈弗H6	10-15萬緊湊型SUV	1並
哈弗大狗	10-15萬緊湊型SUV	1並
哈弗神獸	2022年市場關注新車(SUV)	1
坦克300	硬派SUV	1並



## 供應鏈管理

### 供應鏈管理：

供應鏈管理是本集團可持續發展的重要組成部份。我們持續健全供應商全生命週期管理，並將ESG納入供應鏈風險識別及日常管理。以用戶為中心，構建「全球化、敏捷穩健、高質價比」的供應鏈體系。

2022年5月，我們發佈《長城汽車供應商進行可持續發展通知函》，規範工作環境與人權、健康與安全、商業道德、環境保護等要求，我們也發佈《長城汽車供應商碳中和綠色發展告知書》，將本集團的可持續發展要求向供應商說明，並要求其認真執行。

基於業務發展需求，制定《供應商控制程序》管理文件，多維度選擇、評價供應商，開展供應鏈管理活動，打造穩定可靠的供應鏈體系：

供應商選擇	開發控制	採購管理	質量管理	績效評估
1. 開發需求 2. 推薦供應商 3. SE交流 4. 確定供應商	1. 供應商選定 2. 簽訂開發技術協議 3. 方案確定/現場審核 4. 試裝/批量生產	1. 樣件/試生產零件採購 2. 訂單確認/採購實施 3. 到貨檢驗/入庫 4. 發票掛賬/付款	1. 質量問題發現及信息匯總 2. 質量問題處理 3. 監控整改過程 4. 效果驗證	1. 問題錄入 2. 問題確認，異常反饋 3. 績效生成，編制報告 4. 業績處置

### 1. 供應鏈平台

為實現與供應商端到端的交互，同時本着公平、公正、簡單、透明原則，長城汽車搭建統一的供應商交互平台—數字化採購系統（簡稱DPS），實現所有業務的線上合作；DPS實現了新供應商准入、新項目報價定點、質量數據、交付、結算全業務鏈條的高效協同，提高協同效率和供應鏈的組織、整合能力；系統分為五大功能版塊：廣域尋源支撐新供應商准入，在線報價保證定點過程公平公正，品質版塊能夠實時獲取質量表現，助力產品提升，交付協同打造需求到交付的一站式平台，對賬結算達到雙方賬務清晰可見，將成為長城汽車統一的供應商交互協同平台。

### 2. 供應商引入

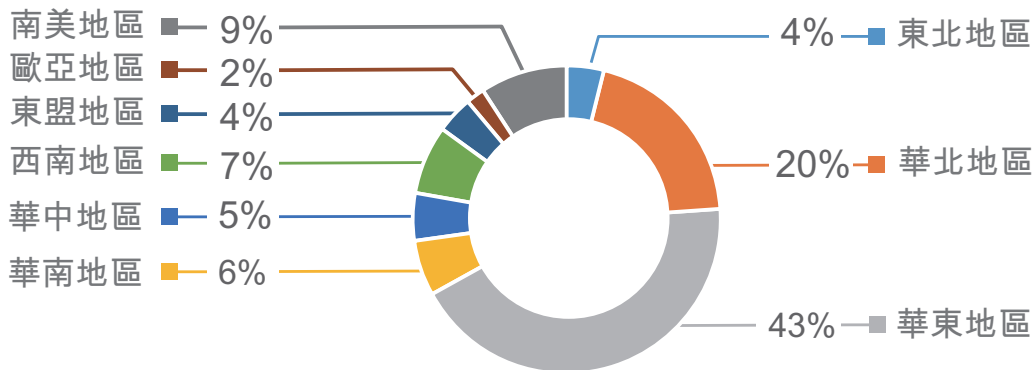
在供應商引入環節，基於《潛在供應商准入管理規定》、《供應商審核表》等制度要求，形成由經營管理能力、研發技術能力、質量控制及製造能力的多維度評價形式。引入後，要求供應商簽署《陽光協議》、《保密協議》、《採購合同》、《質量協議》等文件，並按照《供應商控制程序》等管理制度要求開展評價。同時，隨時對各類標準與制度文件進行評估與更新，以確保供應商管理與本集團發展、行業領先標準，以及國內外政策變化保持一致。



基於公司戰略及相關方需求，打造與公司戰略高契合度的供應鏈體系。2022年我們強化了供應商准入管理，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及其下級供應鏈的社會責任管理情況進行評審，加強了環境和社會責任影響評估。通過後，組織SQE、技術、商務等專業人員對供應商及其下級供應鏈現場實施審核，確保供應商產品的開發、生產、質量管控、交付能力、可持續發展符合要求，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，2022年公司引入供方80餘家。

供應商數量，主要供應商1,200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：

供應商分布區域圖



### 3. 供應商管理

#### ① 供應商考核管理

從供應商的技術能力、質量、成本、交付、環境治理等維度，定期對供應商開展績效考核。評價結果從優到劣分為I、II、III、IV四個等級，根據評價結果，對供應商實施獎懲，長期不滿足要求的供應商實施淘汰。並關注下級供應商質量、安全、人文、環境、有害物質管控、守法合規等因素，要求相關一級供應商對此進行確認。

#### ② 風險評估

長城汽車收集供應鏈的風險管理信息並進行風險評估，確定風險的預警線及相應採取的對策。風險管理已由線下的人工控制轉到線上，通過信息化系統進行管控，確保風險閉環管理。

長城汽車定期對供應商進行社會責任評估和調查，依據《供應商審核表》中的企業社會責任審核條款，對供應商及其下級供應鏈進行現場審核，審查供應商是否遵循社會責任政策及要求。如果審核不通過，長城汽車根據審核不符合項向供應商下發問題整改清單，以促進供應商持續改善。對於規定期限內整改達不到要求的供應商，長城汽車會根據實際情況，停止與其合作。

### ③ 陽光採購

公司建機制、重廉潔，強化數智化服務，賦能組織轉型與能力提升，規範合作雙方廉潔管理，從源頭上預防、杜絕腐敗事件的發生，保護雙方利益不受損害，建立公平公正、簡單透明的合作環境與互利共贏的事業夥伴關係，為促進商業夥伴了解長城公司廉潔要求，長城汽車制定《商業夥伴廉潔行為準則》，並告知合作夥伴。

公司持續加大陽光採購的推行力度，建立《廉潔體系制度》規範員工及供應商行為，建立廉潔管理流程，對內／對外敏感事項均需備案，出差前／後備案等，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境，供應商簽署《陽光協議》作為合作前提，公司加入了《反舞弊聯盟》，針對違反公司《廉潔體系制度》的供應商，會被列入長城汽車供應商合作黑名單並上傳信息至《陽光誠信系統》，並進行相應處罰，視情節嚴重程度公示給《反舞弊聯盟》其他成員；對於員工違反《廉潔體系制度》，公司會依據情節嚴重程度進行警告、罰款、開除等處罰措施，情節嚴重的會被移交公安或司法機關進行處理。公司在採購流程的主要環節均實現了系統操作，可追溯，做到了高效透明。

## 4. 供應商可持續發展

汽車市場充滿變數和挑戰，長城汽車秉承協同發展的理念與供應商夥伴打造全產業鏈合作生態，我們十分重視供應商的能力建設，針對專業技術、質量管控、反貪腐等內容，面向不同性質的供應商開展講座和交流培訓。同時定期就內部需求和最新行業標準與供應商通過供應商大會、技術日等活動，明確雙方目標和發展方向，共建真心夥伴合作共贏的可持續供應鏈。

在供應商日常管理中亦積極融入可持續發展理念。打通全鏈條供應資源，打造綠色新生態，推動使用可循環再生材料、綠色能源製造，建立綠色供應鏈。主動選擇環境及社會友好型供應商，對2022年新增供應商的環境標準審核覆蓋率達100%。與此同時，持續帶動供應商夥伴向可持續發展轉型，攜手在商業道德、勞工權益、健康安全、環境保護及氣候變化等多方面共同實現可持續發展目標。

在國家「3060」碳目標背景下和國際碳中和政策背景下，汽車業節能減排已是大勢所趨。供應鏈從零部件原材料、零部件設計、零部件製造和零部件報廢四個環節，識別影響碳排放影響因素，並開展管控舉措制定，以打造可持續的綠色供應鏈管理體系。



## 股東及投資者溝通

### 股東權益保護

公司自2003年H上市，2011年A股上市以來，一直高度重視投資者權益的保護工作，積極建立健全投資者權益保護制度。

報告期內，公司嚴格遵循監管部門對信息披露的要求，準確無誤的通過交易所網站和相關指定報刊累計完成了4個定期報告和186個臨時性公告的披露。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，同時，通過投資者熱線、上證e互動、「築長城」投資者交流平台小程序等形式，及時回覆投資者的諮詢，切實維護投資者的權益。本公司信息披露工作獲上海券交易所信息披露評價結果為等級A。

## 四、投資者關係管理

上市以來，公司本着誠信造車的原則，促進公司持續穩健的生產經營，先後被列入上證50，富時A50等重要指標樣本股，長期以來受到海內外、機構以及中小投資者的持續關注，本着合法、合規、及時的原則，證券投資部制定了《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》。

報告期內，公司採取直播、線上電話會、車展專項交流、組織投資者現場調研等多種形式積極主動地開展投資者關係管理工作。其中年報、中期報告後的業績交流會累計參會人數超1,000餘人次。

近年來，公司經營成果持續落地，中小投資者的關注度不斷升高，為加強與中小投資者的溝通，報告期內，公司累計通過上證E互動平台回覆投資者248問題，投資者專線解答投資者資訊508次，此外，公司積極響應上市公司協會要求，舉辦16次投資者教育活動，確保中小股東的問題同樣受到重視。

### 投資者關係管理

核心數據	累計接待投資者來訪 8次	與投資者電話會溝通 199次	累計接待投資者 10,000餘人次
------	-----------------	-------------------	----------------------

## 股東回報

2022年，公司堅持社會創造價值、為股東創造收益、為員工創造幸福的原則。自上市以來，保持穩定的現金分紅比例。

報告期內，公司實施2021年度利潤分配方案，以公司實施利潤分配時股權登記日的總股本9,251,550,308股為基數，每股派發末期現金紅利人民幣0.07元(含稅)，共計派發現金紅利647,608,521.56元(含稅)。入選中國上市公司協會2021年度A股上市公司現金分紅榜單豐厚回報榜及2021年度A股上市公司現金分紅榜單真誠回報榜。



## 股份回購

2022年，受海外通脹高啟、疫情反覆、地緣政治疊加國內汽車行業受到零部件短缺、運力不足、消費不及預期等因素影響，公司股價出現了較大的波動。基於公司對股東的持股穩定性的責任以及自己長期健康可持續發展的信心，公司在A、H股雙市場同步開展了股份回購工作，其中H股市場更是史無前例的開展了二次回購，報告期內公司耗資67.72億元，回購約0.4億股A股及5.88億股H股，有效維護廣大投資者的合法利益，增強投資者對公司未來發展前景的信心，提升對公司的價值認可。



## 員工關懷與成長

### 人才吸引

長城汽車立足全球，打造多元融合的企業文化，不斷完善開放、公平的人才引入政策，吸引全球各類人才加入，維護員工合法權益，響應政府號召，積極承擔穩就業、促就業的社會責任。

#### 一、匯聚全球優秀人才

公司秉承全球化發展戰略，各核心業務實施「一領域配置一專家」的人才結構模式，積極敞開胸懷招募海內外領軍技術牛人、經營大咖，持續補齊短板、提升組織能力，保持業務領先水平。為吸引海內外專家人才加入，2022年以來，基於打造「開放式、森林式」生態體系，我們在多個人才聚集地佈局組織，發揮地域引才效應，在中國及海外多個國家和地區設立研發中心和技術創新中心、整車生產基地及KD工廠，迅速組建起多個專家領導專業、中層保證執行、基層儲備能力的高效協同團隊，同時為保證公司多元化產業發展，我們創新性的吸納諸多跨界人才。我們積極推動內部人才活水計劃，助力更多的優秀員工向異地海外作戰，向重點業務模塊橫向流動，讓員工在擅長領域發揮自身潛能的同時，加速推進全球化人才佈局和人才結構的升級，截至2022年末，公司總人數達87,367人，其中海外員工4,945人。

#### 二、維護員工合法權益

公司全面貫徹執行《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法規，我們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，堅持平等、規範僱傭，建立公平、民主、競爭、擇優的選人用人機制，對擬錄用人選進行公示，確保做到信息公開、過程公開、結果公開。同時，公司在避免強迫勞動、實現員工多樣性、平等性等方面嚴格要求，明確員工在機會平等、健康安全等方面的權益，以及工作中免遭騷擾和歧視對待的保障。

嚴格遵守《禁止使用童工規定》等法律法規，杜絕使用童工。

堅決維護女員工權益，建立和完善休息、休假制度，保證女員工依法享受帶薪休假、產假及其他法定假期。

嚴格依法執行工作時間、勞動強度、環境要求和解僱政策，維護員工合法權益。

公司嚴禁僱傭童工，劃定最低年齡限制，對候選人員展開資料審查程序，要求每名候選人提供有效的身份證件以核實其身份背景及年齡，杜絕誤用童工的情況發生。如發現使用強迫勞動或童工，本集團將終止僱傭合同並進行詳盡調查，依法追究相關人員責任。報告期內，本公司並無任何關於僱傭童工或強迫勞動的情況。

### 三、積極承擔穩就業、促就業的社會責任

公司始終把人才儲備與培養作為企業穩健發展的重要支撐，面對2022年大學生就業、擇業挑戰，我們積極響應、落實教育部「供需對接，就業育人」項目，同各院校不斷探索、共創更具吸引力的校企合作新模式，搭建更加開放、資源共享的多元化人才培育平台，構建共享共贏的校企生態聯盟。

2022年我們已累計與150餘所高校及科研院所簽訂合作協議，共建教學實習實踐基地，並面向各大高校開放研發、營銷、智能智造等多領域實習就業崗位15,000餘個，積極承擔穩就業、促就業的社會責任，為社會培養更高技能、更具創新思維的專業人才，為汽車產業轉型升級不斷助力。

### 員工福利與關懷

長城汽車始終堅持以人為本，不斷完善薪酬激勵體系，激發員工動力。同時，以核心價值觀「廉信創變共分享」為準則，制定並實施多元福利與關懷政策，切實關愛員工，持續提升員工幸福感。

#### 一、員工動力激發

為有效吸引、保留關鍵核心人才、激發人員活力，為公司可持續發展提供機制保障，我們構建了以責任結果及價值創造為導向的激勵體系。結合市場與行業實踐，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，激勵資源向高價值崗位、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。

2022年，基於長期激勵實施規劃，我們完成二期股權激勵預留部份的授予，激勵對象人數達6,800餘人。同時，根據公司業績及個人業績達成結果，一期及二期首次授予的股票期權／限制性股票獲准行權／解鎖，核心骨幹人員長期激勵收入持續增長。截至目前，我們已連續實施了兩期股權激勵計劃，累計向1.2萬餘名激勵對象授出股份約6.2億股，未來將通過創新激勵模式、滾動實施股權激勵計劃，覆蓋到100%的高價值員工，實現企業與人才的共贏發展。

## 二、多維度關懷

1. 安居工程：公司秉承「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；
2. 安心教育：長城控股集團藉鑑新加坡的先進教學方式與管理模式，致力於打造一流的高品質、高標準的教育工程。通過托育、早教、幼兒園、小學、初中、高中等教育工程的建設，滿足員工子女教育需求；
3. 健康工程：通過建設體育場、羽毛球館、乒乓球館、游泳館、健身房等設施，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，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；
4. 出行保障：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。
5. 系列福利項目：

公司重視食品安全，保障員工飲食健康—我們為員工免費提供豐富多樣、營養健康的工作餐，向員工提供及時的能量補給。

公司提供節日與假期福利，精細化關懷—我們設有中秋節、春節等專項福利，陪伴員工度過每一個特殊的時間節點；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。

公司設置專項關懷政策，全方位打造員工關愛體系—我們為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；為女性員工制定關懷活動，重視女員工所需所求，每年開展三八婦女節專項慰問，引入外部資源定期組織預防女性疾病講座，並為孕期、哺乳期的員工提供孕檢假、哺乳假、哺乳室等保障。

公司關注員工發展，重視員工心聲——我們為異地派駐員工提供福利保障，助力員工的職業發展；為員工與高層間搭建多維度的溝通橋樑，通過民主生活會、內部線上論壇、高管信箱及意見箱等方式，加強與員工溝通。同時，在員工發展的各階段設置相應的溝通會，如：新員工入職溝通、轉正溝通、調動溝通等，聆聽員工的真實聲音，關注員工在企業的點滴發展。

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。





## 人才發展

長城汽車重視人力資本價值，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。圍繞人才供應與發展、員工價值創造與激勵等維度，構建高效、開放、有吸引力的事業平台，通過高質量、有競爭力的機制，凝聚、打造一支擁有共同事業目標、充滿奮鬥激情與創造力的幹部人才隊伍，讓組織始終充滿活力和創造力，驅動企業長期可持續發展。

### 一、創新幹部管理機制

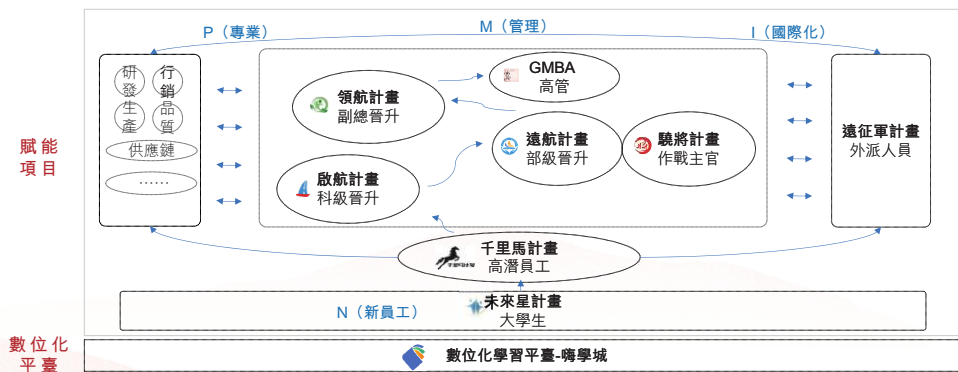
公司升級並持續疊代幹部選拔、使用機制，通過構建幹部評價體系，實現幹部檔案人才標籤化。通過幹部隊伍健康度盤點，可視化梯隊人才與能力準備度，做厚幹部梯度，狠推幹部輪動管理機制，補齊幹部作戰經驗，構建一支敢打硬仗、能打勝仗的全球幹部人才梯隊，助力公司戰略打贏。

### 二、深化專業人才管理

公司通過任職資格體系建設工作，持續優化人才職業發展通道、推動專業人才職業能力評定、針對性賦能與培養，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。

### 三、搭建共創作訓平台

公司深入探索「共創共享、訓戰結合」的人才培養模式，制定全球人才培養體系，實施有針對性、差異化的人才賦能，培養交付合格的各層級人才。我們打造長城汽車知識和作戰經驗沉澱、共享、傳承的賦能平台，實現規模複製、快速觸達、高效便捷的精準賦能。



我們識別了關鍵人群，採用訓戰結合的模式進行培養。以學員為中心，以實踐為根基，堅持理論和實戰融為一體，聚焦業務實戰，強化從學習到應用的轉化，打造作戰主官培養項目—「驍將計劃」、高潛人才培養項目—「千里馬計劃」、大學生培養項目—「未來星計劃」等關鍵人群培養項目，2022年共計培養5千餘人次。

通過定期組織技能比拼、實施員工技能大賽，同時日常開展全能王、技能標兵等榮譽激勵評選，樹立技能優秀標桿，打造長城工匠精神，使關鍵崗位人員技能持續滿足，保證產品過程及特性的穩定，2022年共計培養技能人才7千餘人次。

為實現長城汽車育才數字化、作訓多樣化，我們引入數字化學習平台—嗨學城，目前覆蓋5.9萬員工，實現1.6萬個在線課程管理，1.1萬個培訓項目和考試在線留痕、82.2萬條互動分享。

## 健康與安全

長城汽車秉承「以人為本，持續發展」的安全方針，致力於為員工打造一個安全、健康、舒適的工作環境。通過推進體系建設、改善工作環境、強化應急能力、提升安全意識，建立保障員工職業健康與安全的長效機制。

### 一、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》等法律法規要求，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，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，協同開展安全管理工作。我們制定並落實《職業健康安全教育制度》、《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，持續推進安全管理標準化、規範化。通過安全信息化平台、安全考核、安全追責等管理舉措，層層壓實安全生產責任。報告期內，我們通過ISO45001職業健康安全管理體系第三方機構監督覆審，各項體系要素均滿足運行要求。

## 二、持續改善現場工作環境

公司一直致力於改善和提升員工的工作環境，保障員工的職業健康，始終堅持預防與治理相結合的理念，嚴格落實職業健康三同時要求。通過提高自動化生產水平，設置除塵、降噪等職業病危害防護設施，改進原材料及工藝等措施從源頭上控制職業危害因素的產生。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，並聘請專業檢測機構定期開展年度現場職業危害因素檢測，監控作業現場職業病危害接觸水平。我們按標準為員工配備個人防護用品，減少員工暴露於有害環境的情況，組織員工職業健康體檢，並建立職業健康監護檔案，記錄員工職業危害因素接觸史、職業健康體檢結果等信息，實施全面可追溯性管理。

## 三、不斷強化消防應急處置能力

公司重視消防安全建設，始終堅持「預防為主，防消結合」的理念，着力提升應急處置能力。我們建立現場消防安全應急管理機制，完善油庫、塗裝作業區域等場所的應急裝備，設有專業消防人員負責監督消防設施及現場消防安全管理舉措有效性，為消防應急提供堅實保障。我們完善應急預案體系，修訂綜合預案、專項預案及現場應急處置方案，22年組織應急演練1,962次，持續評估、改進、完善應急處置流程，提升公司重大風險控制應急能力。



## 四、專注提升全員安全文化建設

公司通過系統性安全教育培訓和文化培育活動，提升員工安全生產能力和意識，營造良好的安全文化氛圍。我們制定詳細的安全賦能計劃，採用「線上」與「線下」相結合的方式組織主要負責人、安全管理人員、特種作業人員等9種人群進行安全教育培訓，對新員工實施三級安全教育，並建立員工教育檔案，保障安全培訓覆蓋率100%。22年我們持續開展安全月系列活動，以「遵守安全生產法，當好第一責任人」為主題，從氛圍營造、安全賦能、隱患排查、應急演練等方面組織全員踐行安全行為，開展安全徵文大賽、安全知識競賽、安全改善案例大賽等多形式的安全生產特色宣傳活動，營造良好的安全氛圍，提升全員安全素養。



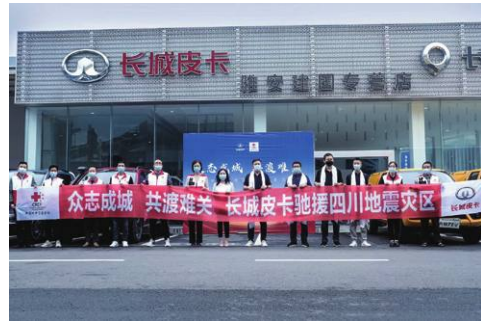
## 社會公益

長城汽車始終將踐行社會責任作為企業發展過程的重要組成部份，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。我們以感恩之心回饋社會，充分利用企業資源，發揮自身優勢，積極倡導員工廣泛參與社會公益活動，帶動消費者共同承擔社會責任，促進實現社會公平與共同富裕。

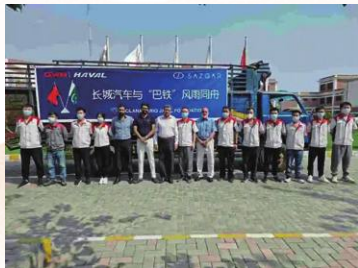
2022年，長城汽車結合公司全球化發展戰略、行業特點、地域等因素積極實施公益活動，推動社會進步與經濟增長的和諧共生。

### 1、 抗震救災 愛無國界

2022年9月，四川省甘孜州瀘定縣發生6.8級地震。災情牽動人心，長城汽車緊急捐贈總價值200萬元款項及物資馳援四川省甘孜州瀘定縣、雅安市石棉縣及周邊災區。其中，向中國紅十字基金會捐贈總價值150萬元的長城皮卡，用於賑災物資運輸、災區緊急救援以及支持災區後續重建等事項；向中國婦女發展基金會捐贈50萬元，用於婦女兒童急需物資和醫療防護用品的購買、災區婦女兒童的心理援助等工作，與災區人民共渡難關。



天災無情，人有情；國家有界，愛無界。長城汽車不僅在國內抗震救災中彰顯擔當，還在海外抗洪救災中伸出援手。2022年6月中旬以來，巴基斯坦遭遇多輪暴雨侵襲，多省份發生嚴重洪澇災害。在災後重建的關鍵時期，長城汽車快速響應、積極部署，聯合巴基斯坦經銷商Sazgar公司，通過當地慈善組織MTJ基金會，向災區人民捐助面、油、調料等生活必需物資總計近20噸，用於災後重建，為530組家庭送去生活的希望。長城汽車以實際行動踐行社會責任，與巴基斯坦風雨同舟，攜手共渡難關。





## 2、慈善援助 守望未來

公益創造美好，慈善助力發展。長城汽車以大愛之心踐行社會責任，充分發揮自身優勢，肩負起社區共建的使命擔當，為擘畫和諧的生活藍圖貢獻力量。

2022年4月，長城旗下坦克品牌在統一公益IP「坦克之光」之下打造主題活動—益路同行，聯手微瀾圖書館共同關懷流動兒童的健康成長，提高他們對知識和文學的追求與熱愛；

2022年6月，長城旗下哈弗品牌與用戶攜手開啟了「哈弗車主百城千人萬里送考行」大型公益活動，為考生提供公益送考服務。同時，也為考生發放文具禮包，助力莘莘學子圓夢高考；

2022年10月，長城旗下長城皮卡品牌聯合藍天救援隊為雲南省曲靖市石灰窑小學學生進行救援知識培訓，提升學生們的應急反應的素養及能力。同時，也進行了文體用品的捐贈活動，鼓勵學生們篤學勤奮、積極向上。

自2020年起，長城汽車股份有限公司連續三年贊助由中國汽車維修行業協會主辦的全國中職院校汽車技能類大賽，並為大賽提供整車及零部件賽事專用設備及全程技術支持服務，助力大賽成功舉辦，為職業教育領域注入能量與資源。



作為一家致力於可持續發展的全球化智能科技公司，長城汽車大力支持海外社區發展，積極開展CSR公益活動，關注社區生活改善、扶貧助困、鼓勵青年創新等，以切實行動踐行企業社會責任。

2022年1月8日－9日，長城汽車攜手泰國旅遊局、泰國中部地區旅遊分局，開展Road Trip公益進社區，關愛社區和兒童、關注旅遊業發展；

2022年3月底，長城汽車再次攜手泰國旅遊局，開展長線試駕活動，關注和支持泰國旅遊業復甦與環保事業發展；

2022年4月，長城汽車與泰國法政大學商學院簽署MOU，將在青年創新等方面開展持續的深入合作，支持教育事業的創新與發展；

2022年6月初，長城汽車探訪曼谷貧民區，為當地的兒童贈送食品和禮物，關注兒童的教育和生活，為曼谷貧民區的兒童送出溫暖與關懷。



守望相助，大愛隨行。2022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。

### 3、扶貧濟困 助力振興

在企業發展過程中，長城汽車持續扶貧助困，借助企業平台優勢，通過就業脫貧與健康扶貧的形式，為殘疾員工提供就業平台、定向幫扶困難員工，以提升社區幸福感，推動社會的和諧穩定化進程。

結合公司特點，為481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。

公司對因天災人禍、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。我們結合員工的致困原因、困難程度和生活現狀，在週年紀念日及春節期間走訪、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。

#### 定量績效指標

指標名稱	指標單位	2021年	2022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	2,880,458.71	<b>3,410,007.02</b>
COD排放總量	噸	144.00	<b>332.99</b>
氨氮排放總量	噸	37.45	<b>26.52</b>
VOC排放總量	噸	124.74	<b>111.88</b>
氮氧化物排放總量	噸	46.97	<b>61.76</b>
二氧化硫排放總量	噸	5.63	<b>5.36</b>
<b>所產生有害廢棄物總量</b>			
廢有機溶劑HW06的產生量	噸	1,763.40	<b>2,426.27</b>
廢礦物油／含油廢物HW08的產生量	噸	806.43	<b>961.54</b>
廢乳化液HW09產生量	噸	1,291.10	<b>1,338.03</b>
染料、塗料廢物產生量HW12	噸	3,901.94	<b>3,797.76</b>
有機樹脂類廢物HW13的產生總量	噸	517.18	<b>883.45</b>
表面處理廢物HW17的產生總量	噸	3,720.48	<b>3,404.23</b>
含鉛廢物HW31的產生總量	噸	122.41	<b>205.11</b>
其它危廢HW49產生總量	噸	3,016.46	<b>3,318.61</b>
危險廢棄物產生總量	噸	15,139.40	<b>16,335.01</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	16,356	<b>13,660</b>
無害廢棄物產生密度	噸／台車	0.01	<b>0.01</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	157,815.95	<b>140,976.54</b>
範圍二：間接溫室氣體排放量	tCO <sub>2</sub> e	1,104,773.82	<b>917,443.51</b>
溫室氣體總排放量	tCO <sub>2</sub> e	1,262,589.77	<b>1,058,420.05</b>
主機廠溫室氣體排放量密度	tCO <sub>2</sub> e／台車	0.34	<b>0.36</b>



指標名稱	指標單位	2021年	2022年
<b>按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量</b>			
電總消耗量	度	1,299,703,838	<b>1,115,175,289</b>
電消耗量密度	度／台車	1,056.78	<b>1,060.46</b>
汽油消耗量	噸	6,795	<b>6,386</b>
汽油消耗量密度	噸／台車	0.005525	<b>0.006072</b>
柴油消耗總量	噸	2,162	<b>1,752</b>
柴油消耗量密度	噸／台車	0.001758	<b>0.001666</b>
天然氣消耗量	千立方米	57,788	<b>51,753</b>
天然氣消耗量密度	立方米／台車	46.9869	<b>49.2141</b>
蒸汽總消耗量	噸	538,636	<b>501,569</b>
蒸汽消耗量密度	噸／台車	0.4380	<b>0.4770</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	328,710.16	<b>283,082.89</b>
單台車綜合能源消耗量	噸標準煤／台車	0.2673	<b>0.2692</b>
可再生能源總量佔能源消耗比例	%	2.72	<b>6.09</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	5,750,345	<b>5,836,938</b>
水資源消耗密度	t／台車	4.68	<b>5.55</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	9,811	<b>9,840</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	90	<b>133</b>
環保培訓人次	人次	18,542	<b>26,558</b>
環保培訓資金投入	萬元	19.33	<b>28.76</b>
環保技改項目資金投入	萬元	2,500.29	<b>3,605.70</b>
<b>社會</b>			
<b>僱傭</b>			
員工總數	人	77,934	<b>87,367</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	61,427	<b>67,015</b>
女性	人	16,507	<b>20,352</b>
<b>按僱傭類型劃分的僱員數量</b>			
全職	人	77,934	<b>87,367</b>
兼職	人	0	<b>0</b>
<b>按年齡劃分僱員數量</b>			
年齡<30歲	人	35,857	<b>38,912</b>
30≤年齡<40歲	人	35,780	<b>42,337</b>
40≤年齡<50歲	人	5,396	<b>5,340</b>
年齡≥50歲	人	901	<b>778</b>



指標名稱	指標單位	2021年	2022年
<b>按地區劃分僱員數量</b>			
華北	人	64,873	<b>68,994</b>
東北	人	185	<b>493</b>
西南	人	2,209	<b>3,339</b>
華東	人	6,619	<b>10,822</b>
華中	人	1,414	<b>2,903</b>
華南	人	6	<b>395</b>
西北	人	0	<b>20</b>
<b>按少數民族劃分僱員數量</b>			
漢族	人	72,011	<b>83,346</b>
少數民族	人	5,923	<b>4,021</b>
<b>按籍貫劃分僱員數量</b>			
中國	人	74,771	<b>86,724</b>
外國	人	3,163	<b>643</b>
<b>按教育程度劃分僱員數量</b>			
博士	人	62	<b>70</b>
碩士	人	3,011	<b>3,301</b>
本科	人	29,146	<b>36,708</b>
專科	人	18,807	<b>20,715</b>
高中及以下	人	26,908	<b>26,573</b>
<b>按性別劃分高管比例</b>			
男性	%	93	<b>93</b>
女性	%	7	<b>7</b>
<b>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率：</b>			
<b>按性別劃分的僱員流失比率</b>			
男性	%	16.14	<b>18.94</b>
女性	%	3.20	<b>4.61</b>
<b>按年齡劃分的僱員流失比率</b>			
年齡 < 30歲	%	12.75	<b>13.33</b>
30 ≤ 年齡 < 40歲	%	5.81	<b>8.99</b>
40 ≤ 年齡 < 50歲	%	0.63	<b>1.13</b>
年齡 ≥ 50歲	%	0.15	<b>0.10</b>
<b>按地區劃分的僱員流失比率</b>			
華北	%	14.58	<b>16.50</b>
東北	%	0.01	<b>0.05</b>
西南	%	0.55	<b>0.89</b>
華東	%	3.59	<b>4.57</b>
華中	%	0.32	<b>1.28</b>
華南	%	0.00	<b>0.04</b>
西北	%	0.00	<b>0.00</b>

指標名稱	指標單位	2020年	2021年	2022年
連續三年每年因公亡故的人數(2019-2021年)	人	0	0	0
連續三年每年因公亡故的比率(2019-2021年)	%	0	0	0
因工傷損失工作日數	天	261	339	362
員工健康與安全訴訟案件數	件	0	0	0
安全生產投入	萬元	5,110.84	5,435.52	14,082.52
安全教育培訓次數	次	728	1,844	4,417
安全教育培訓人次	人次	116,077	193,409	416,167

指標名稱	指標單位	2021年	2022年
<b>發展與培訓</b>			
培訓員工總學時	小時	354,697.10	719,116.35
每名員工受訓平均時數	小時/人	11.37	20.08
培訓經費支出金額	億元	0.14	0.10
<b>按性別劃分的受訓僱員比例</b>			
男性	%	76.35	75.61
女性	%	23.65	24.39
<b>按僱員類別劃分的受訓僱員比例</b>			
高級管理層	%	0.36	0.22
中級管理層	%	6.48	5.29
基層員工	%	93.15	94.49
<b>按性別劃分的員工受訓平均時數</b>			
男性	小時	11.78	20.39
女性	小時	10.03	19.13
<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	11.94	25.15
中級管理層	小時	19.48	27.14
基層員工	小時	10.8	19.67
<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	16	14
<b>產品責任</b>			
召回的汽車或零件數量	件	17,867	0
報告期內客戶投訴總數	項	168,214	184,023
客戶投訴降低率	%	38.86	9.40
銷售滿意度	%	94.00	94.90
售後服務滿意度	%	92.30	93.50
研發資金投入	萬元	906,693.89	1,218,070.47
研發費用佔營業收入比例	%	6.65	8.87
專利申請數量	件	3,091	4,463
所獲專利授權數量	件	2,176	2,263
所獲發明專利授權數量	件	332	339
承擔國家創新課題	項	0	1

指標名稱	指標單位	2021年	2022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	2	3
<b>按職級劃分的反貪污培訓次數</b>			
董事及管理層	次	4	5
員工	次	30	47
<b>按職級劃分的反貪污培訓人次</b>			
董事及管理層	人次	487	338
員工	人次	4,837	5,372
<b>按職級劃分的反貪污培訓通過率</b>			
董事及管理層	%	82	80.5
員工	%	100	100
<b>社區投資</b>			
開展志願者活動期數	期	25	129
報告期內志願活動參與人次	人次	867	2,884
報告期內志願活動時數	小時	92.75	3,838.50
報告期內志願活動投入金額	萬元	15.02	47.26
公司對外捐贈金額	萬元	2,540.46	447.89
就業扶貧投入金額	萬元	3,326.58	2,516.43

註1：因國內多個新工廠投產、原有工廠技術改造及工藝改進等原因，導致部分數據高於2021年。

## ESG報告指引

### 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A1: 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (I) 政策；及 (II) 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
	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。	環境責任



環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A2:資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源,水及其他原材料)的政策。	環境責任
	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)每生產單位估量。	環境責任
A3:環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	環境責任
	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：  (I) 政策；及  (II) 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／ 績效指標
	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：  (I) 政策，及；  (II) 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。	社會責任
	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。	社會責任
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	社會責任／ 績效指標
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	社會責任
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	社會責任
	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\***