



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

2024

企業社會責任報告



* 僅供識別

關於本報告

- 一、 報告時間** 本報告為長城汽車股份有限公司自2011年開始發佈的第14份年度社會責任報告，本報告時間範圍為2024年1月1日至2024年12月31日，部分內容適當向前後年度延伸。
- 二、 報告範圍** 本公司及其分子公司，部分內容涉及保定市長城控股集團有限公司及其子公司，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2024年3月28日刊發的《2023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2024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《上市公司自律監管指引第1號—規範運作》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** 本報告在編製時已遵循香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》所述的一下報告原則：
- (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)、上海證券交易所(www.sse.com.cn)及本公司官方網站(www.gwm.com.cn)刊載。

目錄

02 高層致辭

01



04 公司概況

- 06 企業文化
- 08 榮譽及獎項

04



25 環境責任

- 25 環境管理體系
- 25 應對氣候變化
- 43 污染物治理
- 47 生物多樣性
- 50 能源及水資源管理

02



10 公司治理

- 10 董事會治理
- 11 股東及投資者溝通
- 11 風控合規管理
- 12 廉潔建設
- 16 黨建

05



53 技術創新可持續發展

- 56 產品質量與安全
- 60 供應鏈管理
- 64 經銷商管理及培訓
- 68 客戶權益保護

03



17 ESG管理

- 21 實質性議題管理
- 23 利益相關方溝通

07



91 社會公益

- 95 定量績效指標
- 100 ESG報告指引
- 104 反饋意見表

06



71 員工關懷與成長

- 71 多元平等、合規用工
- 76 人才發展
- 79 員工福利與關懷
- 86 健康與安全

高層致辭

2024年，長城汽車秉持長期主義，聚焦穩健經營，全年新車銷售123.45萬輛，同比增長0.37%。公司聚焦智能新能源賽道，持續提升產品力，新能源車型累計銷售32.22萬輛，同比增長25.65%，公司國內乘用車新能源滲透率達到43.99%。公司注重長期可持續發展，將環境、社會與治理深度融入發展戰略及治理架構，通過自上至下的穿透踐行，推動ESG管治措施切實落地。

2024年，公司ESG治理獲得明盛(msci)評級A，榮獲中國上市公司英華獎、香港ESG價值獎等多項ESG獎項，入選「美麗中國，我是行動者」企業行動案例集；2025年，公司將繼續深化ESG治理體系建設，致力於成為可持續發展的引領者。

環境：

應對氣候變化是企業與社會的共同使命，公司秉承全產業鏈低碳環保的管理理念，覆蓋產品全生命週期運營的每一個環節。

在整車研發設計階段，公司堅持技術創新，在2024年10月發佈Hi4-Z混動架構，業內首次將功率分流技術應用於越野車型，在大幅提升性能的同時做到領先的能耗表現。

在生產製造階段，2024年公司持續投入優化生產技術與設備，污廢排放量和資源消耗量延續逐年下降，綠色能源使用量延續逐年提升；至報告期末，集團整車基地溫室氣體範圍1和2的排放強度較20年降低17.2%。

在供應鏈管理階段，公司迭代升級自主構建的「雙碳管控平台」，實現了「研—產—供」全鏈路碳排數字化管理。

在報廢回收階段，公司積極踐行生產者責任，於2024年12月完成「汽車產品生產者責任延伸試點項目」終驗收工作；全年公司車輛回收業務繼續擴大，再生金屬使用比例繼續提升。

公司始終堅定對綠色能源與環境保護的研發與投入，創新研發、生產、供應鏈三端管理，為實現我國「雙碳」目標、保護綠色地球持續努力。為此，公司專門制定了2025年減碳目標，將在整車生產製造端實現碳排降低18%（以2020年為基準）。

社會：

社會方面，公司持續深化履責實踐，以創新為驅動積極貢獻社會價值。2024年公司再獲中國專利獎10項，體現公司技術實力。公司始終奉行「安全至上」的核心理念，不斷追求駕駛安全最大化和事故傷害最小化，2024年再獲兩項海內外NCAP五星評級；12月，魏牌攜手中汽中心開展行業首個高架橋墜落挑戰，為行業樹立安全新標桿。公司不斷健全供應商全生命周期管理，與供應商協同發展，於2024年7月發佈與中汽數據及行業夥伴共同編製的《汽車行業低碳供應商評價指南》，成為行業參考。公司積極投身慈善公益活動，2024年積極參與國內外災害地區的救援工作，持續履行社區共建和扶貧助困責任；不僅如此，公司還通過官方俱樂部匯聚公益愛好者，形成合力，攜手提升社會的溫度。

員工是公司最具價值的資產，是企業發展的核心動能；公司致力於打造公平、包容、安全，可成長的工作環境，並不斷完善員工職業生態系統。公司員工隊伍多元平等，2024年女性員工佔比達24%，連續三年穩步增長，員工來自全球多國家、多民族，為企業創新持續注入動力；我們始終關注員工福祉，專門制定了《員工福利管理辦法》，從制度層面出發，全方位、多層次地為員工提供一系列貼心福利措施，營造以人為本的工作環境，不斷提升員工的幸福感與歸屬感。公司致力於打造活躍的文化氛圍，2024年員工線上溝通渠道互動近8萬條；公司切實關注員工安全，2024年制定詳細的安全賦能計劃，實施安全培訓5,243次，培訓人員超66萬人次，實現安全培訓覆蓋率100%。

長城汽車將回饋社會作為重要行動指引，積極投身慈善公益活動。2024年，公司積極參與國內外災害地區的救援工作，持續履行社區共建和扶貧助困責任；不僅如此，公司還通過官方俱樂部季節匯聚公益愛好者，形成合力，攜手提升社會的溫度。

管治：

良好的公司治理是可持續發展的基石。公司持續提升三會治理水平，嚴格遵守法律法規，依法經營，持續提升管理效率與質量。

公司在治理文化打造方面，始終堅持廉潔、誠信的核心理念，堅決杜絕腐敗行為，著力營造公平、公正、簡單、透明的工作與合作環境。

公司圍繞國際化戰略，持續提升全球合規管理體系建設水平，從組織機制、運行模式、合規保障等方面實現全球合規，支撐全球業務高質量增長。公司依託互聯網平臺創新投資者關係管理模式，2024年首創以直播的形式開展股東大會，吸引超100萬人次中小投資者實時互動，提升信息披露質效與股東參與度。公司持續升級反賄賂管理體系建設，於2024年7月榮獲具有英國皇家認可委員會(UKAS)標識的反賄賂管理體系證書。2024年公司全年共開設廉潔教育課堂80餘場，線上線下參訓人次達1.02萬餘人，並倡導員工在線自主學習、自我檢測，2024年各層級員工通過信息化平台進行自我測評達4.3萬餘人次。公司積極履行社會責任，傳播社會正能量。

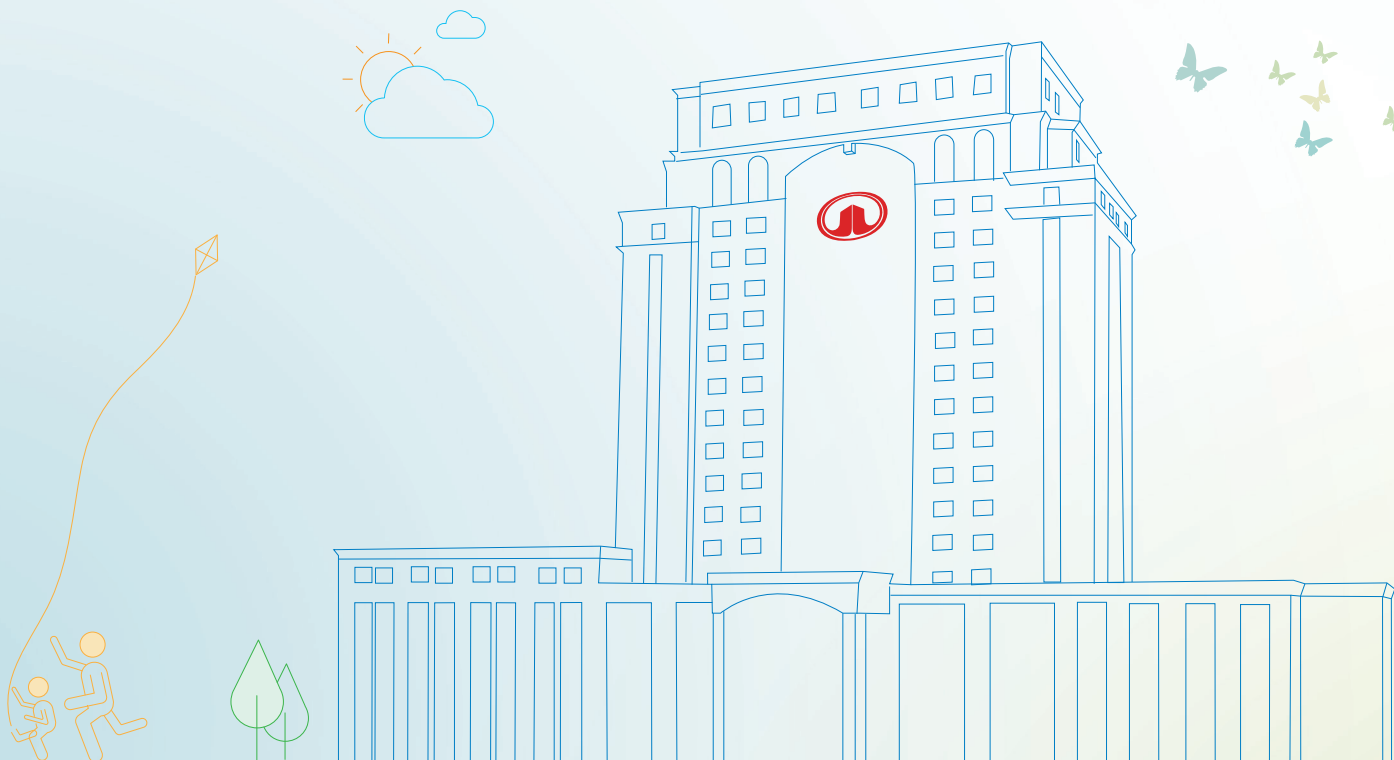
2025年，長城汽車將秉持「造好車」初心，堅持長期主義、穩健經營、高質量發展，持續深化ESG治理與核心業務的戰略融合，與各利益相關方攜手共進，以篤行致久遠，共塑產業向善之力。

最後，我謹代表董事會，向所有支持長城汽車發展的利益相關方致以衷心感謝！讓我們共同行動，為下一代構建更可持續的美好世界。

公司概況

“ 長城汽車是一家全球化智能科技公司，業務包括整車及零部件設計、研發、生產、銷售與服務，擁有哈弗、魏牌、坦克SUV、歐拉、長城皮卡等品牌。 ”

以能源、智能化為導向，長城汽車打造森林生態體系，在動力類型上實現汽油、柴油、混動、純電、插電混動和氫能全覆蓋，在新能源方面確立混動、純電、氫能三軌並行的技術路線，在智能駕駛、智能座艙、智慧底盤等領域實現全產業鏈佈局，在乘用車領域推出全新智能四驅電混技術Hi4，帶來更省、更遠、更安全的新能源出行體驗，在商用車領域推出重卡專屬超級混動架構Hi4-G，兼顧強動力、低油耗與長續航，同時構建了「光伏+分佈式儲能+集中式儲能」的能源體系，完成了「太陽能－電池－氫能－車用動力」的全價值鏈佈局。



2024年，長城汽車致力穩健經營，秉持長期主義，堅守底線思維、合規紅線，追求有質量的市佔率，不斷提升盈利能力，繼而深入履行產業責任，在實現自身發展的同時為社會創造價值，進一步實現高質量發展。2024年，全年新車銷量123.45萬輛，同比增長0.37%。其中，海外年銷售45.41萬輛，同比增長44.61%，公司始終堅持高質量「生態出海」，海外銷量再創歷史新高；2024年全年，公司新能源車型累計銷售32.22萬輛，同比增長25.65%。國內公司乘用車新能源滲透率43.99%，長城汽車鎖定智能新能源賽道，旗下品牌市場影響力持續提升。2024年，長城汽車營業收入202,195,472,334.88元。



2024年全年，長城汽車銷售新車

123.45萬

新能源車型銷售

32.22萬

海外銷售

45.41萬

2024年，長城汽車在智能化、越野和全球化方面持續突破。在智能化領域，長城汽車持續優化端到端智駕大模型SEE、新一代AI數據智能體系和九州超算中心，推出新一代智駕系統Coffee Pilot Ultra和新一代智慧空間系統Coffee OS 3，智能化水平穩居行業第一梯隊。在越野領域，長城汽車不斷完善越野產品矩陣，強化優勢地位，並推出越野超級混動架構Hi4-T和全新縱置雙電機混聯架構Hi4-Z，前者聚焦強越野場景，後者定位超長續航越野平台，充分滿足城市出行與泛越野需求。在全球化領域，長城汽車推動研、產、供、銷、服全面出海，完善全品類、全動力、全檔次佈局，海外體系力優勢再提升。同期，長城汽車更推動品類創新，正式進入摩托車領域，長城靈魂首款旅行車S2000重磅上市。長城靈魂S2000是全球唯一搭載水平對置8缸發動機+8DCT動力總成的高端車型，兼具豐富智能化配置，在摩托車工業史上具有劃時代意義。



企業文化

2024年，作為全球化智能科技公司，長城汽車持續踐行「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，面向全球用戶，提供智能、綠色出行服務。



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，提供更個性化、智能化、更有創意、有價值認同感的產品及服務

» 玩：

在智能科技的加持下讓車更好玩，同時賦予產品文化內涵，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：

致力於全球化發展，讓全球用戶在「綠智潮玩」中享受驚喜和極致體驗



核心價值觀 廉信創變共分享

» 廉：

公平公正、簡單透明；廉潔自律，對腐敗零容忍

» 信：

始終堅持以用戶為中心，秉承契約精神，誠實守信、合規經營

» 創：

堅持研發過度投入，營造活力開放氛圍，培厚創新土壤，以創新驅動公司發展

» 變：

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

» 共分享：

秉承利他精神，與員工、合作夥伴價值共創、利益共享，構建共生共贏生態圈



企業精神

每天進步一點點

» 奮鬥進取：

責任擔當 持續奮鬥
勇於挑戰 持續創新

» 穩健務實：

居安思危 腳踏實地
持久專注 持續發展



在長城企業價值觀中，始終堅持長期主義和商業向善，公司規劃建設文化交流中心展示企業精神、產業全貌、社會責任，通過講述汽車故事讓大眾對長城有一個更深刻的瞭解和認知，得到更多的社會認可，形成良好的可持續發展的公共關係。

榮譽及獎項



龍蟠杯第七屆世界十佳變速器



第二屆世界十佳混合動力系統



Coffee OS座艙系統獲得泰爾認證證書



2024年度全國民營企業綠色發展典型案列



橫掃2024年中國燃油車用戶滿意度CACSI大獎

“中國心” 2024年度
十佳發動機及混動系統評選
獲獎動力系統

推薦車型 魏牌全新藍山

长城汽车
智能四驱电混Hi4性能版

获奖理由

长城1.5T混动发动机采用高效燃烧、高EGR率、高能点火、350bar喷油系统、高转速VGT等技术，实现41.5%热效率、最大功率122kW，系统采用双轴双电机串并联构型，发动机经过四挡机电耦合黄金换挡策略，保障全新蓝山起步及高速加速性能，实现强劲力下的低油耗。

汽车动力总成

入選「中國心」年度十佳榜單

全新蓝山顺利通过挑战！
荣获中汽研颁发的【顶级安全碰撞挑战证书】

硬核实力顺利完成碰撞挑战
为家庭铸造全方位安全屏障

全新蓝山内外兼修
让安全伴随每一趟旅程
每时每刻 守护全家人

藍山成功通過中汽中心
TOP Safety行業首個高架墜落挑戰

2023年度中国汽车专利数据公布

长城控股专利
四项数据连续三年第一

2023年度专利
公开量**6888**
连续三年获中国民营企业集团**第一**
授权量**4665**
连续三年获中国民营企业集团**第一**

2023年度新能源汽车领域专利
公开量**1838**、授权量**1375**
均连续三年获在华车企**第一**

数据来源：全球汽车专利大数据平台（www.aulopat.cn）
中国汽车知识产权运用促进中心 中汽中心技术与创新支持中心（TISC）

長城控股專利四項數據連續
三年第一

公司治理

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。公司致力於建立完善的企業管治架構，確保：

- 公司董事多元化
- 股東權益保護
- 維護投資者關係
- 股東滿意回報
- 公司合規經營

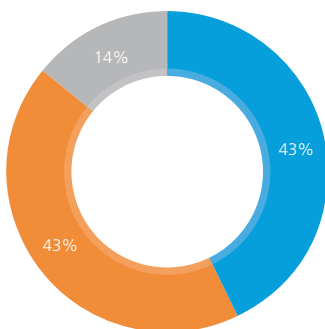
董事會治理

現董事會由7名董事構成，包括3名執行董事、1名非執行董事、3名獨立非執行董事，為保證公司獨立性，獨立非執行董事任期不得超過6年，報告期內，公司召開了20次董事會，董事的會議出席率達100%。有關董事及董事會的詳細資料請參閱《長城汽車股份有限公司2024年年度報告》。

公司在聘任董事時積極考慮提高女性的佔比，董事會成員中2名為女性，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。

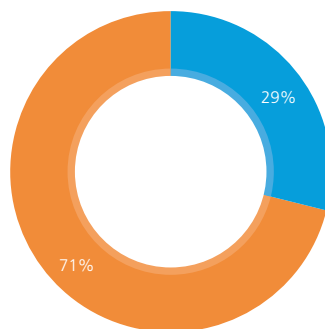
董事會獨立性

- 執行董事
- 獨立非執行董事
- 非執行董事

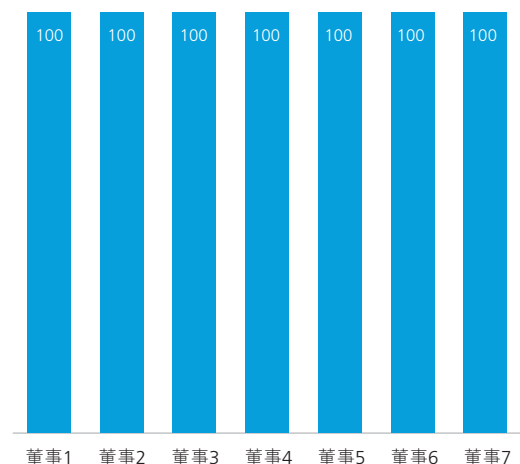


董事會多元化

- 女性
- 男性



董事會參與率



股東及投資者溝通

投資者關係方面，長城汽車上市以來，公司本着誠信造車的原則，促進公司持續穩健的生產經營，被列入滬深300、上證50、上證180、中證A500、中證800等重要指數，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》和《長城汽車股份有限公司投資者關係管理制度》。

報告期內，公司以線上線下融合、常規與創新結合的模式構建全方位投資者溝通體系，系統性提升信息披露質效與股東參與度。公司依託年報、中期報告、產銷快報等定期報告，形成常態化業績溝通機制，累計舉辦超1,500人次參與的業績交流會，實現財務數據與戰略規劃的高效傳遞。在線下場景中，通過車展專項交流與投資者實地調研、車輛試駕等活動，直觀展現產品技術優勢，強化投資者對市場策略的深度認知。為突破傳統溝通邊界，公司於2024年5月，首次以直播的創新形式開展股東大會，以低門檻、高透明度的形式吸引超100萬人次中小投資者實時互動，樹立治理創新標桿。日常溝通層面，公司通過上證E互動平台回覆超75次提問，專線解答約700次諮詢，並積極參與證監局組織的「股東來了」、「世界投資者周」等投資者教育活動中，覆蓋超100人次投資者，顯著提升權益保護意識。

股東回報方面，自上市以來，公司始終堅持為社會創造價值、為股東創造收益、為員工創造幸福的原則積極回饋社會、股東及廣大投資者，始終保持穩定、高額的現金分紅比例。報告期內，公司實施2023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扣減公司回購專用證券賬戶中A股股份總數為分配現金紅利基礎（即8,541,514,299股），向全體股東每股分配截至2023年12月31日止年度現金股利每股人民幣0.30元（含稅），共計派發現金紅利2,562,454,289.70元，2023年度公司分紅比例達2023年度歸屬母公司淨利潤的36.49%。

風控合規管理

長城汽車根據國際化戰略，持續優化全球合規管理體系，防範和化解全球合規風險，支撐全球業務高質量增長。2024年公司聚焦重大合規風險，完善合規風險管理體系。

組織架構方面，公司進一步健全合規管理委員會領導，強化合規辦公室牽頭作用，協同相關合規責任部門成立重大風險應對項目組，發揮合規辦公室統籌協調、組織推動、督促落實作用，持續提升合規BP組織資質和能力，強化業務部門的一線主體責任。

運行機制方面，公司以合規運行管理制度為核心，拉通集團資源，建立頻繁的溝通機制和風險上報機制，與公司全員、合規專業團隊及公司領導充分共享合規管理信息，提升公司高層及全員合規認知；並以項目管理方式，強化管理工具，把控風險管理進度，推進風險管理閉環。

合規保障方面，公司重點強化合規資源生態建設和合規數智化建設，同時實際落地合規監督評價工作，保障合規體系持續升級，具體如下：



合規智能化建設方面，為有效支撐全球法律合規管理及服務落地，公司通過智能化手段構建了全球法務風控合規平台，包括風險信息平台、組織管理平台、能力提升平台、業務辦理平台及各專項風險合規管理平台，全面覆蓋法務風控合規業務，全面支撐將合規要求嵌入業務流程。



合規資源生態方面，為支持全球戰略打贏，公司與30餘家全球頂級律師事務所及諮詢機構建立框架合作關係，為業務提供全球法律風險防控服務。公司與合作律所律師保持持續溝通和互動，持續提升法務合規團隊的風險洞察能力和應急處置能力。



合規監督評價方面，公司聚焦核心價值鏈，評價重點領域合規管理設計有效性和合規要求執行有效性，並針對風險管理不足，從組織、機制、流程、人員、數智化等方面全面提升，實現合規管理體系升級。

廉潔建設

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，監察審計組織緊跟公司發展步伐，不斷變革、創新，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，為持續提升個人職業道德素養，倡導全員廉潔從業，在員工入職、續簽合同時，均簽署《廉潔承諾書》。員工入職即接受廉潔導入教育，重點講授《員工廉潔行為規範》《禮金禮品收發管理制度》《反腐倡廉宣傳制度》《對外接待管理制度》等內容，強化廉潔意識，同時開展學習測評，未通過測評的視為試用期考核不合格，2024年新人參與率100%，通過率100%；針對員工職業生涯發展，組織晉升廉潔教育，通過培訓、崗前測試、視頻教學、拓展活動等形式開展，持續提升腐敗預防能力，並開展學習測評，考核不合格的不予晉升，2024年擬晉升人員參與率100%，通過率89%。另，2024年全年共開設廉潔教育課堂80餘場，參與線上、線下廉潔教育的相關人員達1.02萬餘人次，並倡導員工線上自主學習、自我檢測，2024年各層級員工通過信息化平台進行自我測評達4.3萬餘人次。針對職業生涯各階段開設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外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。



共開設廉潔教育課堂 **80** 餘場，
參與線上、線下廉潔教育的相關人員
達 **1.02 萬** 餘人次



推送原創視頻 **103** 條，
其中多條視頻觀看量超 **1 萬** 餘次

創新廉潔文化傳播模式，通過全員共創，讓員工主動參與進來，持續不斷地通過自媒體賬號將長城汽車廉潔文化推向社會，共同推進廉潔文化的建設，共同打造長城汽車廉潔品牌，至今「廉潔長城」微信公眾號，擁有21萬餘粉絲，累計推送內容1531篇，2024年推送原創內容81篇，通過圖片、視頻、文字、漫畫等多種形式，實現與員工、相關方、社會各界人士無障礙溝通；「廉潔長城」抖音，擁有1.4萬餘粉絲，點贊量7.8萬，累計推送視頻385條，2024年推送原創視頻103條，其中多條視頻觀看量超1萬餘次，獲得社會各界人士的認同，使廉潔文化深入人心，助力公司廉潔品牌傳播，推動社會文明進步。

(三) 完善制度體系，規範反賄賂管理

在風險疊加的背景下，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。2021年在《廉潔體系制度》基礎上全面升級，完成反賄賂管理體系搭建，並順利通過第三方權威認證審核，獲得ISO 37001反賄賂管理體系證書，成為國內首家獲得該認證的車企。

持續升級反賄賂管理體系建設，於2024年7月由英國皇家認可委員會（英文簡稱：UKAS）現場見證，通過第三方權威認證審核，榮獲具有UKAS標識的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。同時為滿足國際市場合規要求，結合全球業務發展，依據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。

預防腐敗方面，在業務開展前、中，多維度分析腐敗風險點，為公司提前部署腐敗風險防控工作提供輸入。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，規避「帶病」合作；合作中，定期開展賄賂風險評估，識別存在腐敗風險的領域和崗位，根據風險等級，制定管理措施，不斷完善制度流程，確保業務高效運行；每月開展內部審計工作，通過內部審計暴露內、外業務風險漏洞，依託集團信息化系統，搭建數字化審計模型，鎖定重點業務領域疑似重點風險，實現在線、自動、靶向預警監測功能，提升審計業務靶向性，為管理提供決策依據，降低賄賂風險。同時對採購、招標等重點廉潔崗位的人員，實施定期崗位輪動，防止任期過長而產生腐敗，針對開展的業務往來、商務接待等，規範接待人數及區域，秉承公開、透明的原則，避免不正當行為出現；經統計，2024年拒絕賄賂達355人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計2,999人次，99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，同時持續不斷地採用宣講會、商務溝通、發送敬告函等方式向商業夥伴傳遞廉潔文化，倡導誠信經營、合規經營，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，2016年對《失信名單》進行升級，搭建《陽光誠信自助系統》（網址：<https://siss.gwm.cn/index>），面向社會公眾開通可查詢失信違規人員和失信企業的信息化平台，2023年《陽光誠信自助系統》全面升級，與更多企業深度攜手，升級自主錄入功能，合作夥伴可自主錄入失信企業及個人信息，實現信息的互聯、互通、資源共享。2024年再次升級，開闢「廉潔共建」版塊，搭建合作夥伴直聯通道，拉通招標管理、供應商管理、經銷商管理等業務平台，在合作前由監察審計部直接向合作夥伴傳遞廉潔文化，合作中隨時定向發佈腐敗案例、廉潔要求，做到前置預防教育，傳遞廉潔要求，促進長久合作。自2008年以來，因腐敗、不誠信等行為被列入長城汽車《失信名單》的合作方累計657家，其中，2024年列入《失信名單》的合作方21家。

2018年9月長城汽車加入企業反舞弊聯盟，2023年榮升為副會長單位，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，依據《廉潔體系制度》嚴肅處理，涉及違反法律的，一律移交司法機關追究法律責任，2024年因涉嫌違法犯罪移送司法機關1人，已依法判決。

為充分發揮全員和相關方的監督作用，搭建多種舉報渠道：QQ、電話、郵箱、微信等。2012年舉報信息管理平台正式上線運行，所有接收的舉報均通過系統分角色、分權限進行管理，從接收、派發、調查、歸檔，保證了舉報信息的安全性，實現了任務的100%閉環；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，使腐敗行為充分暴露並及早查處。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。



2024年因涉嫌違法犯罪移送司法機關

1人，已依法判決



舉報郵箱

gwlianjie@163.com

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。

黨建

2024年是實施「十四五」規劃的攻堅之年，長城汽車黨委不斷強化黨建工作新舉措，進一步促進黨建工作與企業戰略發展的深度融合。



黨建有陣地，組織有活力，這一年，長城汽車智慧工廠黨員活動室建設完成並投入使用，按照「完善功能、一室多用」的原則，劃分了宣誓牆、黨建書屋、會議區、視頻區等功能區域，佈置了黨建工作展板，打造了集黨員活動、電教、智慧黨建、對外展示等多用途一體的另一個黨建陣地。

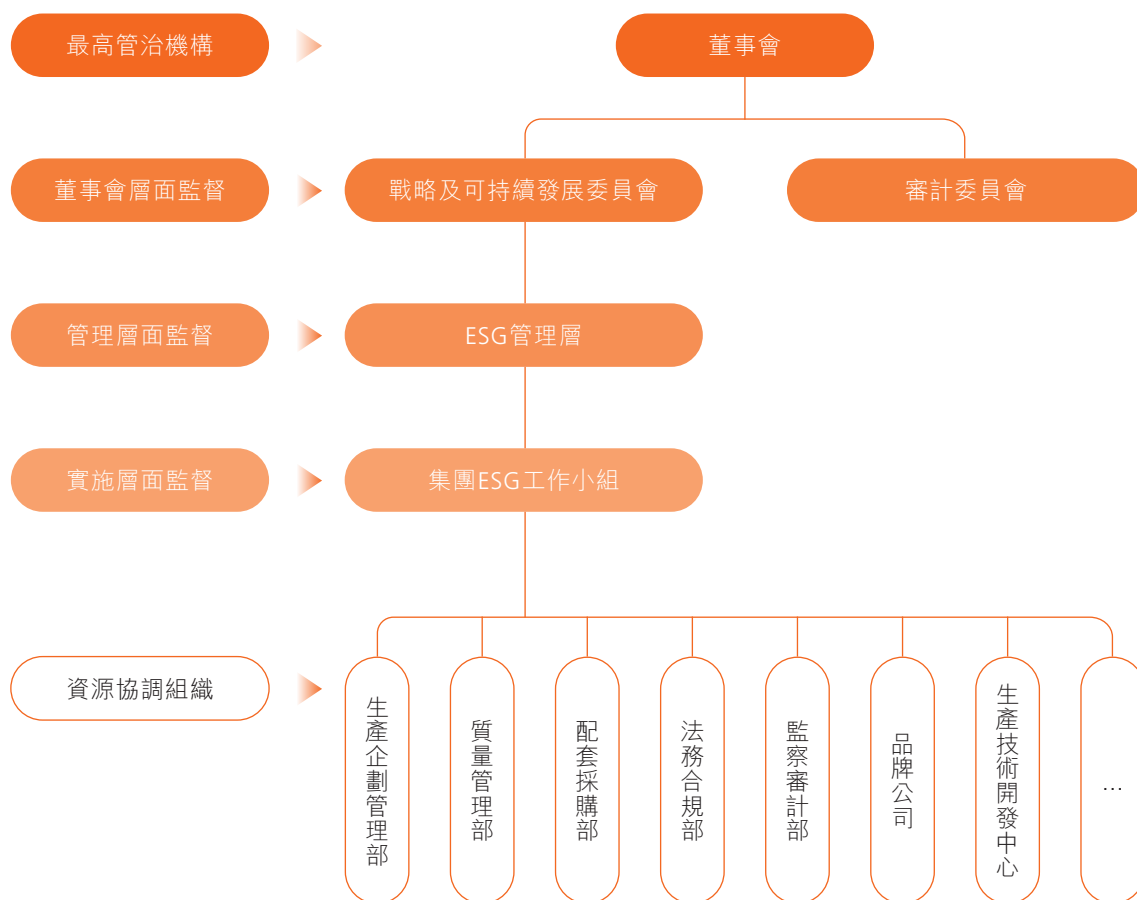
活動組織上，除紅色基地研學、黨紀學習、紅色觀影、黨建知識有獎答題等傳統黨建活動外，積極探索「黨建+業務」的黨員活動新模式，與公司經營發展強相關的技術攻堅、法務合規、安全生產等，通過「猜猜樂」、「進階挑戰賽」、「雲課堂」等寓教於樂的形式開展，不斷拓寬黨建工作與企業經營的融合途徑，為公司發展注入堅定的政治方向。

此外，公司黨委圍繞「黨群共建」的工作思路，充分發揮工青婦群團組織作用，開展了職工職業技能大賽、「相親季」單身青年聯誼、「千斤換萬金」創意健康行動等主題鮮明、形式活潑的特色活動，鼓勵職工群眾立足崗位創新創優，增加職工幸福感和歸屬感，2024年4月，被中華全國總工會評選為「工人先鋒號」。

黨建引領是企業發展的強大驅動力，在黨和國家一系列大政方針的指引下，長城汽車秉持長期主義，聚焦穩健經營，堅定追求有質量的市場佔有率，實現了高質量發展。未來，長城汽車將進一步強化政治擔當，以完善的黨建工作促進企業科學健康發展，積極擁抱產業變革，為中國汽車產業健康、可持續發展貢獻價值。

ESG管理

長城汽車重視公司可持續發展，並將可持續發展納入公司方針戰略，將可持續發展的管治融入到了集團治理架構中，可持續理念通過自上至下的深入貫徹，可確保ESG管治措施切實落地，最終完成集團長期可持續發展。



董事會

公司董事會決定公司戰略、風險管控、可持續發展方向的最高管治機構，職權範圍包括：

- 監督公司ESG進展並審閱及批准公司ESG報告
- 審議公司年度經營情況
- 審議公司內控程序及風險管理程序
- 審議並批准公司經營方針等

戰略及可持續發展委員會

戰略及可持續發展委員會目前由兩名獨立董事、兩名執行董事組成，主要負責對公司長期發展戰略和重大投資決策、對外公共政策、可持續發展和環境、社會及管治(ESG)政策等進行研究並提出建議。職權範圍包括：

- 對公司可持續發展，以及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，並向董事會匯報等

更多信息請查閱公司官方網站或上海交易所網站《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》

審計委員會

審計委員會負責審核公司財務信息及其披露、監督及評估內外部審計工作和內部控制。職權範圍包括：

- 評估公司內部控制制度設計的適當性
- 檢討公司的財務監控、風險管理及內部控制系統，審閱內部控制自我評價報告
- 評估風險管理及內部控制評價和審計的結果，督促風險管理及內控缺陷的整改
- 與管理層討論風險管理及內部控制系統，確保管理層已履行職責建立有效的系統等

更多信息請查閱公司官方網站或上海交易所網站《長城汽車股份有限公司董事會審計委員會實施細則》

ESG管理層

ESG管理層主要由公司高管、總裁以及統籌集團ESG管理的代表組成，職權範圍包括：

- 訂立各單位ESG總體規劃、指標目標
- 定期審閱並監督公司可持續規劃的實施進度情況，關注可持續措施的有效性
- 審視年度ESG報告並提交至戰略及可持續發展委員會審批
- 了解相關方的需求和期望，與內外部相關單位建立溝通、信息傳遞渠道和機制，以充分滿足相關方訴求，保證集團氣候治理政策的全面性和完整性
- 負責集團氣候治理工作績效的傳播宣傳，包括參加研討會、發佈會、組織相關宣傳活動等
- 負責集團內部氣候治理管理能力建設，定期或不定期組織培訓，提升各級氣候治理顧問的氣候治理專業知識、管理能力
- 負責集團內部氣候治理戰略的下延和落實，推動各單位按集團要求開展氣候治理工作，定期組織內部溝通會，協同各單位氣候治理部門將氣候治理工作與業務有效融合

集團ESG工作小組

集團ESG管理小組主要由各單位ESG負責人組成，統籌上市集團各單位的ESG工作，職權範圍包括：

- 監督可持續發展事宜，並向管理層匯報最新情況
- 根據公司經營實際情況，協助管理層制定ESG方針計劃、具體目標
- 跨部門溝通交流，以識別相關風險及機遇
- 向氣候治理管理部匯報氣候治理相關工作進展，基於業務提出提升、完善氣候治理績效的方案和資源需求
- 承接ESG管理小組下發的ESG指標、目標、具體發展規劃等
- 基於具體業務，持續識別風險和機遇，結合集團的戰略規劃，開展相關氣候治理業務的評估，並提出優化建議

2024年，管理層制定了集團ESG目標，並定期聽取實施進展，同時針對相關反饋進行研討修訂。公司亦將ESG目標納入到了管理層的考核指標，與其薪酬相掛鉤。本年度主要工作如下：

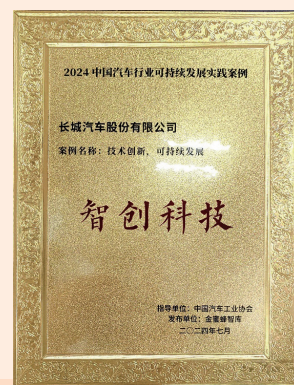
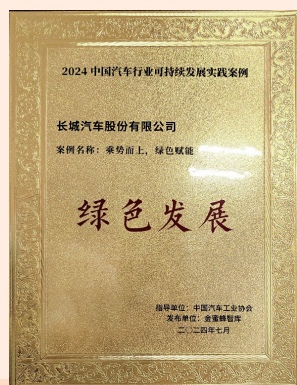
- 通過月度溝通會、氣候治理月報等監控措施，持續關注氣候治理各領域及重要議題進展，持續識別氣候相關風險和機遇
- 將可持續發展影響、風險和機遇相關信息以及氣候治理進展形成報告
- 根據業務規劃及實際進展，修訂集團整體目標
- 持續監督、評審可持續發展的公開披露，如社會責任報告、年報
- 關注國際ESG法規的出台及修訂，包括IFRS S1及S2、香港交易所修訂的ESG實施指引、上交所新出台的持續報告等法律規定或規範文件
- 在日常電話會溝通中關注投資者的ESG問題，並根據投資者反饋尋求公司改進空間
- 關注國際ESG評級，根據機構的評價意見不斷完善公司ESG實施策略

本公司的戰略及可持續發展委員會協助董事會監督並審閱年度ESG工作進展及上一年度ESG目標達成情況，並向董事會匯報下一年度ESG工作目標，委員會至少每年向董事會匯報集團ESG工作成果。

本公司的董事會則每年對環境、社會、治理工作成果進行評審並評估公司ESG目標的達成情況，同時着重關注利益相關方的重點議題，審閱公司為其所做出的努力。同時，董事會亦會對ESG報告的合規性及披露完整性進行審閱，確保符合相關法律法規及規範性文件。

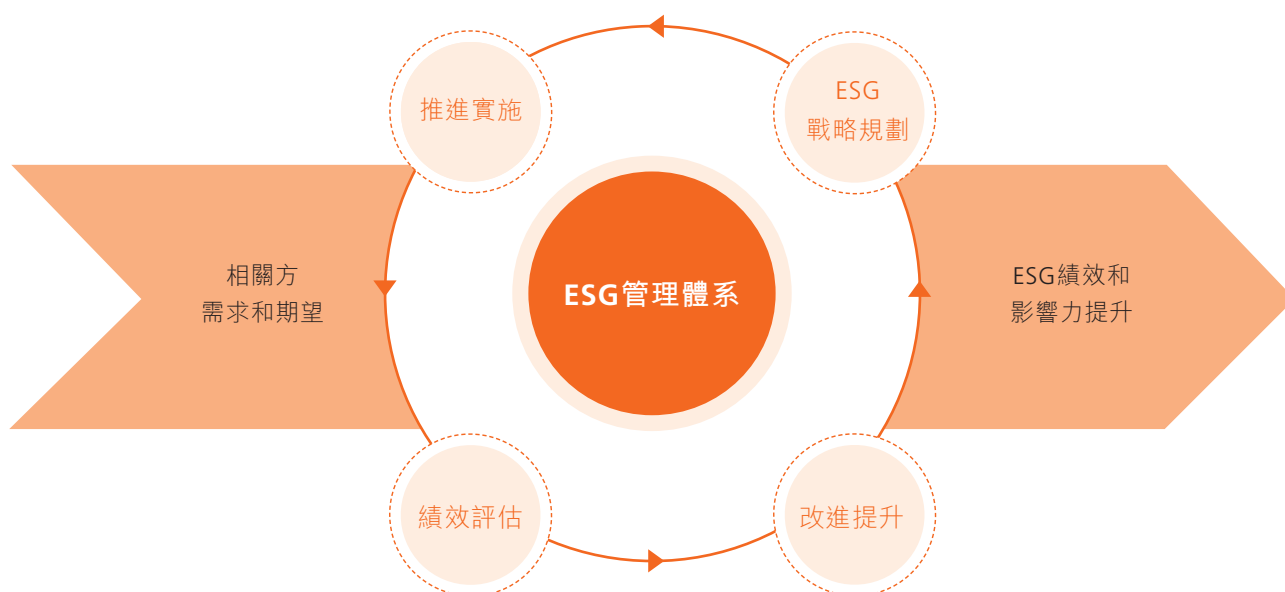
2024年公司獲得外部ESG榮譽如下：

- 🏆 入選美麗中國，我是行動者企業行動案例集、入選證券日報上市公司科創優秀案例
- 🏆 獲得2024年中國上市公司英華獎港股ESG價值獎
- 🏆 在首屆汽車企業碳管理體系評級中，榮獲五星企業殊榮
- 🏆 獲得2024年ESG新標桿企業獎
- 🏆 2024汽車行業ESG菁英獎－綠色創新產品獎
- 🏆 入選2024年全國民營企業綠色發展典型案例
- 🏆 獲得中汽協智創科技、綠色發展獎項



實質性議題管理

長城汽車參考國際可持續披露準則(ISSB)和全球報告倡議組織(GRI)、港交所和上交所等氣候治理報告指引，並藉鑑ISO管理體系標準管理邏輯，構建了長城汽車系統化的治理體系。以合規經營為底線，充分了解利益相關方的需求和期望，同時結合內外部環境變化，持續識別氣候治理相關風險和機遇，驅動管理體系持續改進，支撐可持續發展戰略有效落地，不斷提升氣候治理管理績效和影響力。



公司關注ESG重要性議題及可持續發展所帶來的影響，因此會定期向內外利益相關方收集意見，以評估目前ESG策略表現，並根據其意見制定未來發展策略。

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。

議題識別

公司訪談調研瞭解各利益相關方的訴求，識別出可能直接或間接影響公司的議題。
在進行實質性議題的識別時，重點考慮以下因素：

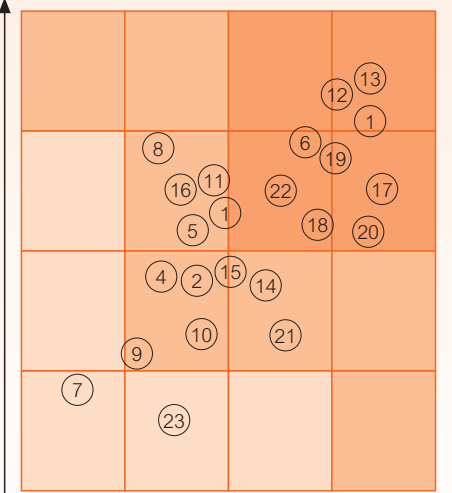
- (1) 國際公認標準、準則和指引：SASB「實質性議題地圖」中的汽車行業重要性議題標準、《可持續發展報告標準》、香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》，進行實質性議題初篩
- (2) 利益相關方的利益和期望：通過問卷調研瞭解公司內部與外部利益相關方的利益與期望
- (3) 同業對標
- (4) 企業戰略與發展
- (5) 資本市場評級重點

議題評估及確認

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，瞭解各利益相關方所關注議題的重要性程度，通過內部研討會及外部調研最終評估得出重要性議題矩陣。

重要性議題矩陣

對利益相關方的重要性



對本公司的重要性

環境保護

- ① 應對氣候變化
- ② 能源管理
- ③ 環境管理
- ④ 水資源管理
- ⑤ 污染與廢棄物管理
- ⑥ 清潔技術機遇
- ⑦ 生物多樣性保護

科技創新與產品服務

- ⑫ 技術創新與研發
- ⑬ 產品質量與安全

公司管治

- ⑰ 公司治理
- ⑱ 合規經營
- ⑲ 風控管理
- ⑳ 商業道德與反腐敗
- ㉑ 知識產權保護
- ㉒ 供應鏈管理

勞工管理

- ⑧ 員工福利與關懷
- ⑨ 平等與多元化
- ⑩ 員工培訓與發展
- ⑪ 職業健康與安全





顧客權益




- ⑭ 客戶服務及滿意度
- ⑮ 負責任營銷
- ⑯ 客戶隱私與信息安全

社會公益

- ㉓ 社區責任

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 | 本公司回應或本報告回應章節 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------|---------------|
|  政府及監管機構 | 應對氣候變化 | 社交媒體、發佈會 | 應對氣候變化 |
| | 清潔技術機遇 | 項目合作 | 技術創新可持續發展 |
| | 商業道德與反腐敗 | 監督檢查、會議交流 | 廉潔建設 |
| | 合規運營 | 政企溝通、信息披露 | 公司治理 |
|  股東及投資者 | 風控管理 | 信息披露 | 風控合規管理 |
| | 商業道德與反腐敗 | 郵件及電話溝通 | 廉潔建設 |
| | 合規經營 | 郵件及電話溝通、信息披露 | 公司治理 |
| | 產品質量與安全 | 郵件及電話溝通、信息披露、路演 | 技術創新可持續發展 |
| | 客戶服務及滿意度 | 郵件及電話溝通、路演 | 客戶權益保護 |
| | 技術創新與研發 | 郵件及電話溝通、路演 | 技術創新可持續發展 |
|  客戶 | 社區責任 | 調研問卷 | 社會公益 |
| | 客戶隱私與信息安全 | 電話溝通、調研問卷 | 客戶權益保護 |
| | 清潔技術機遇 | 市場調研 | 技術創新可持續發展 |
| | 負責任營銷 | 電話溝通、調研問卷 | 客戶權益保護 |
| | 產品質量與安全 | 官方微信、微博、市場調研 | 技術創新可持續發展 |
|  供應商／合作夥伴 | 污染與廢棄物管理 | 會議溝通、調研問卷 | 排放物管理 |
| | 能源管理 | 調研問卷、郵件及會議溝通 | 能源及水資源管理 |
| | 知識產權保護 | 供應商培訓、調研問卷 | 技術創新可持續發展 |
| | 環境管理 | 供應商培訓 | 環境責任 |
| | 供應鏈管理 | 調研問卷、供應商培訓 | 供應鏈管理 |

| 利益相關方 | 關注的議題 | 溝通渠道及反饋方式 | 本公司回應或本報告回應章節 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|  管理層 | 清潔技術機遇 員工福利與關懷 產品質量與安全 技術創新與研發 | 調研問卷、現場會議 郵箱反饋、調研問卷 現場會議 現場會議、調研問卷、日常溝通 | 技術創新可持續發展 員工福利與關懷 技術創新可持續發展 技術創新可持續發展 |
|  員工 | 員工福利與關懷 平等與多元化 職業健康與安全 產品質量與安全 技術創新與研發 | 郵箱及線上平台、工會活動 郵箱及線上平台 現場培訓、線上平台、工會活動 調研問卷、員工培訓活動、滿意度調研 調研問卷 | 員工福利與關懷 多元開放、吸引人才 健康與安全 技術創新可持續發展 技術創新可持續發展 |
|  公眾／社區 | 社區責任 生物多樣性保護 公司治理 | 調研問卷 調研問卷、社交媒體、官網 調研問卷、電話交流、行業會議 | 社會公益 生物多樣性 公司治理 |

環境責任

環境管理體系

公司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。2024年委託第三方機構完成管理體系(ISO14001:2015)換證審核，確保了環境管理體系在我司的適宜性、充分性和有效性。

公司根據ISO 14001體系制定了(修訂了)《污水排放管理規範》、《廢氣排放管理規範》、《危險廢物管理規範》等環境管理制度，規範公司生產過程中產生的廢水、廢氣、危險廢物的排放，竭力減少環境污染；為提高應對環境突發事件的能力，我們制定了《突發環境應急預案》，以更好監控應對廢氣處置、廢水處置、危險廢物處置中潛在的風險，確保在突發事件發生時能夠有效的採取行動，保障環境安全。

2024年，長城汽車未發生任何因環境或生態問題有關的行政處罰。

應對氣候變化

氣候變化，作為全人類亟待共同應對的嚴峻考驗，其積極應對已成為全球共識。長城汽車在此背景下，勇擔責任，積極投身可持續發展，通過精心構建覆蓋產品全生命周期的低碳運營管理思維框架，將可持續發展的核心理念深深根植於企業運營的每一個環節。

長城汽車深刻洞察到氣候信息披露議題對於公司長遠發展的戰略價值，清醒認識到氣候變化既是潛在的挑戰與風險，也是推動創新與轉型的寶貴機遇。自2022年起，參考氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)的標準，積極展開信息披露工作。2023年，隨着TCFD圓滿完成歷史使命並融入國際財務報告準則理事會，長城汽車的氣候信息披露工作也迎來了新的發展階段。

在報告期內，長城汽車參照《國際財務報告準則第52號—氣候相關信息》的規範，同時遵循《香港交易所環境、社會及管治框架下氣候信息披露實施指引》及《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號—可持續發展報告(試行)》的詳細要求，圍繞治理、策略、風險管理、目標和指標設定四大核心要素，全面、系統、透明地披露了企業的氣候相關信息。

| | |
|-------|----------------------------------------------------|
| 管治 | 本集團氣候相關風險和機遇的管治措施，包括董事會和管理層在監督氣候相關風險方面的角色和責任。 |
| 策略 | 結合實體業務，採用情景分析方法，識別的物理風險、轉型風險和發展機遇，詳述了影響時間、採取的管理措施。 |
| 風險管理 | 本集團識別、評估和管理氣候相關風險的資訊，包括流程和方法。 |
| 目標和指標 | 本集團設定與氣候相關風險和機遇相關的定量和定性指標。 |

1. 管治：

為實現可持續競爭力、滿足利益相關方的需求，長城汽車制定應對氣候變化管治制度，明確職能職責，形成自上而下監控和管理方案。以保證應對氣候變化戰略目標有效實施，確保公司相關決策中有效考量ESG風險，特別是氣候相關風險和機遇。氣候相關風險和機遇的治理流程，已融入公司ESG整體治理架構，詳細信息參見「ESG管理」章節。

2. 策略：

長城汽車深刻意識到氣候變化所蘊含的多維度不確定性，這些不確定性可能對公司業務構成多樣化的風險，進而引發潛在的財務波動。為此，本集團依託運營領域內氣候變化歷史數據的深度洞察，結合公開的氣候模型，開展情景分析，旨在評估未來可能遭遇的一系列挑戰，識別潛在影響，並據此制定應對策略，力求將氣候風險降至最低水平。

在認識到氣候變化帶來風險的同時，我們也洞察到其孕育的低碳轉型契機，這激勵着我們在低碳領域持續探索與創新。長城汽車致力於推動低碳產品的研發與低碳技術的革新，這一堅定決心進一步鞏固了公司在低碳轉型道路上的步伐。為了全面應對並適應氣候變化，本集團採取多元化策略，在降低氣候風險的同時，捕捉發展機遇，通過增強氣候韌性，為公司長遠發展築牢堅實防線。

氣候相關物理風險

| 風險類型 | 評估結果 | 潛在業務及財務影響 | 減緩措施 | 時間範圍 | 發生概率 | 風險等級 | |
|------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|---|
| 急性風險 | 極端高溫 | <p>在未來全球氣候進一步變暖情形下，全球尺度和大陸尺度以及所有人類居住的區域，極端熱事件將繼續增多，強度加強。將對部分資產帶來極端高溫的威脅。預估在2050年SSP5-8.5情景(高排放情景)之下，預估大部分資產受到極端高溫的風險達到較高水平，部分資產達到極高水平。將影響公司供應鏈穩定和生產運營。</p> | <p>極端天氣影響原材料供應商的正生產，存在斷供風險。</p> <p>極端高溫會引起區域用電負荷激增，居民用電負荷大幅上升，當接近額定供電容量時，工廠將被限產停產。</p> <p>極端高溫會影響冷負荷，工廠如塗裝、焊裝等需要冷卻的工藝系統冷負荷增加，冷水機組、冷卻塔供冷效率降低，最終造成工廠運營成本增加。</p> | <p>①建立極端高溫預警機制，密切關注區域氣象部門發佈的天氣信息，作為重要指標指導生產運營。</p> <p>②原材料採購方面，識別風險區域供應商，提前儲備原材料。生產運營方面，調整生產班次，避開最高溫時段生產。</p> <p>③做好應急預案和應急演練，將高溫引起的各種風險降至最低。</p> | 短期、中期、長期 | 很可能 | 高 |
| | 極端降水 | <p>IPCC評估，隨着全球變暖加劇，強降水事件很可能變得更強、更頻繁，全球尺度上，未來全球每增加1℃，極端日降水事件的強度將增加7%。</p> | <p>極端降水會產生洪澇災害、城市內澇，引發山體滑坡和泥石流等自然災害。</p> <p>極端降水可導致廠房進水、設備損壞，增加運營維護成本。影響原材料運輸和儲存，導致供應鏈中端。</p> <p>影響員工通勤，以及身體健康和 safety。</p> | <p>①建立完善的預警機制，密切關注天氣預報和氣象信息。</p> <p>②制定應急預案，開展防汛演練，在發生時迅速響應。</p> <p>③定期對廠房、設備，防洪設施進行檢查維護。</p> <p>④加強供應鏈管理，優化運輸和物流路線，確保原材料穩定供應。</p> | 中期、長期 | 有可能 | 中 |

| 風險類型 | 評估結果 | 潛在業務及財務影響 | 減緩措施 | 時間範圍 | 發生概率 | 風險等級 | |
|------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|---|
| 慢性風險 | 海平面上升 | <p>IPCC評估，「預估在SSP5-8.5情景(高排放情景)之下，2100年全球平均海平面上升0.75m」。《2023中國海平面公報》數據顯示與1980年比較，平湖及日照海域海平面上升3~4mm。</p> | <p>長城汽車運營資產大部分處於中國內陸，沿海基地有浙江平湖和山東日照，日照基地海拔13.5m，平湖基地海拔3.3m。</p> <p>海平面上升不會對長城汽車生產運營、資產構成等造成影響。</p> | <p>平湖、日照地區關注大潮期間海水倒灌影響。</p> | 長期 | 可能性低 | 低 |
| | 平均氣溫上升 | <p>在SSP5-8.5情景(高排放情景)之下，相較於1995-2014年，2030年平均氣溫上升0.8℃，2050年上升1.5℃，2100年上升3.5℃。IEA評估報告顯示「全球範圍，在極端高溫事件期間滿足冷卻需求的總成本已經從20世紀90年代的每年略高於100億美元上升到過去十年的每年近300億美元」。</p> | <p>平均氣溫上升會影響冷負荷，工廠如塗裝、焊裝等需要冷卻的工藝系統冷負荷增加，冷水機組、冷卻塔供冷效率降低，最終造成工廠運營成本增加。</p> | <p>①採購高效的製冷設備，優化製冷系統，提升製冷效率並減少過程損耗。</p> <p>②定期進行設備維護、保養，保證系統在較高效率階段運行。</p> <p>③進行節能診斷、能源審計，發現節能機會，形成供需平衡。</p> | 中期、長期 | 很可能 | 高 |

氣候相關轉型風險

| 風險類型 | 現行政策及不同情景下的體現 | 預期影響及評估 | 財務影響 | 應對舉措 | 時間範圍 | 風險等級 |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 政策及法律風險 | <p>現行政策：國際層面—《通貨膨脹削減法案》(美國)、《歐盟Fit for 55》(歐盟)、《氣候變化法案》(澳大利亞)和《GX綠色轉型》(日本)；中國—《加快構建碳排放雙控制度體系工作方案》及一系列綠電、碳市場、雙積分等政策。</p> <p>情景路徑：</p> <p>IEA情景顯示，在3種情景模式下，全球重要經濟體碳排放量均呈下降趨勢。NGFS情景顯示，在7種路徑下中國和全球碳排放均呈下降趨勢。</p> | <p>全球氣候治理形成共識，現階段地緣政治、局部矛盾會遲滯降碳速度，但持續降碳的宏觀趨勢不會改變。</p> <p>長城汽車是國際化汽車公司，資產遍佈全球，各國法律政策各異，進而形成各類制度化管治工具，應對難度大。</p> <p>中長期來看，相關政策將以貿易約束、屬地減排相結合的方式展開，中長期政策壓力將逐漸傳導至供應鏈、生產運營和銷售業務。</p> | <p>①合規管理成本增加，為應對日益複雜、層出不窮的法規制度，需要在法務、標準、可持續等方面投入更多人力資源，防範合規風險。</p> <p>②研發成本增加，在傳統燃油車轉向新能源電動汽車的過渡階段，涉及雙向研發投入，研發成本較大。</p> <p>③生產運營成本增加，引進高效節能設備、採購可再生能源成本增加。</p> | <p>①成立工作組，法務、標準法規、ESG等部門聯動，持續關注海內外法規政策發展，進行分析研判，評估風險、制定應對方案。</p> <p>②制定氣候戰略，形成各領域減排目標，提升管理。</p> <p>③應用數字化工具，與全價值鏈、產品碳足跡管理業務相結合，強化上下游協同管理能力。</p> | 短期、中期、長期 | 高 |
| | 國際綠色壁壘 | <p>現行政策：歐盟《碳邊境調節機制》(CBAM)、歐盟《電池與廢電池法》、歐盟《企業可持續發展盡職調查指令》(CSDDD)、歐盟成員國碳壁壘等政策，增加產品出口合規成本。</p> | <p>歐盟致力於從原材料、ESG供應鏈管理、特定產品碳等方面對進口企業進行管治。將影響產品設計、供應鏈盡職管理和銷售業務(如報關手續等)。並且是合規強制要求，不滿足將影響歐盟市場的產品佈局。</p> | <p>①銷售業務成本增加，涉及CBAM產品需繳納費用，長城汽車涉及產品範圍小，費用低，但會影響報關手續和出口進度。</p> <p>②電池法方面，電池供應商整體管理成本將增加。電池碳足跡核算和管理成本將增加。</p> | <p>①產品研發、ESG等部門，持續跟進碳貿易政策，儲備技術和資源。</p> <p>②應用數字化工具，與全價值鏈、產品碳足跡管理業務相結合，強化上下游協同管理能力、供應鏈管理能力。</p> | 短期、中期 |

| 風險類型 | 現行政策及 不同情景下的體現 | | 預期影響及評估 | 財務影響 | 應對舉措 | 時間範圍 | 風險等級 |
|------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|
| | 現行政策 | 不同情景下的體現 | | | | | |
| | 碳定價 | <p>現行政策：中國的地方碳市場碳管理體現直接成本，全國碳市場對火電機組、電解鋁行業的管理會形成間接成本。</p> <p>情景路徑：</p> <p>IEA情景顯示，在現行政策下，中國2050年碳價52美元/tCO₂，在淨零路徑下，中國2050年碳價200美元/tCO₂。</p> | <p>不同國家有着相同的碳減排目的，卻有着不同的減排政策方法。最終會通過直接、間接的方式將碳成本傳遞到企業端。因此，企業在中長期碳管理成本將逐漸增加。</p> | <p>①直接碳管理成本增加，長城汽車重慶、天津工廠納入地方碳市場，中長期履約成本將增加。</p> <p>②間接碳管理成本增加，鋼、鋁、電力碳管理成本增加，相關產品採購成本將同步上升。</p> | <p>①持續跟進國內外屬地工廠的碳定價制度，跟進政策進展並制定針對性的應對舉措。</p> <p>②持續開展碳排核算能力、減排能力，從碳定價制度、技術、管理等維度識別降碳潛力，引進先進的節能減排技術。</p> | 中期、長期 | 高 |
| | 電價的變化 | <p>情景路徑：</p> <p>NGFS情景顯示，在現行政策下，中國電價在2025年達到峰值(0.53元/kwh)，之後逐漸下降。在淨零情景下，在2030年達到峰值(0.72元/kwh)，之後逐漸回落。</p> | <p>長城汽車生產基地主要集中在中國地區，生產端主要能源為電力。電力價格受新能源進程的加速和國家能源政策影響較大，會對生產運營成本產生影響。</p> | <p>①短、中期會導致運營生產階段成本增加。</p> <p>②長期看，運營成本將降低。</p> | <p>已成立專業電力交易團隊，負責全公司電力交易業務，密切關注電力政策並開展中長期電力交易，降低電價波動帶來的風險。</p> | 短期、中期 | 中 |
| 技術風險 | 低碳技術 | <p>情景路徑：</p> <p>IEA情景顯示，低碳技術投資額呈上升趨勢，鐵基材料成本增加。新能源汽車、氫電解槽、光伏等投資下降。</p> | <p>工廠端：在項目改擴建階段需要投入更多節能、高效、低碳設施設備。</p> <p>產品端：研發設計需要投入更多的資源，開發低碳、綠色產品。</p> | <p>工廠設備投資成本增加；</p> <p>研發設計成本增加；</p> | <p>持續關注法規政策，採用與政策相匹配設備設施，考慮後期加嚴趨勢，降低初投資、降低設備淘汰成本。</p> <p>聯合供應商、高效、產業協會，聯合開發低碳材料、技術。</p> | 中期、長期 | 中 |

| | | 現行政策及 不同情景下的體現 | | 預期影響及評估 | 財務影響 | 應對舉措 | 時間範圍 | 風險等級 |
|------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------|------|------|
| 市場風險 | 消費者需求 | <p>情景路徑：</p> <p>IEA情景顯示，電動車銷量呈上升趨勢，在高排放情景下，全球電動汽車數量在2030年預計達到約2億輛。</p> | <p>消費者更多基於產品綜合成本考慮，網約車、出租車新能源佔比大幅提升。長城汽車市場份額將受影響。</p> | <p>影響市場份額，導致銷量下降，銷售收入降低。</p> | <p>根據不同的客戶群體需求，精準定位，開發多品類汽車產品，滿足客戶多元化需求。提升市場佔有率、盈利能力。</p> | 短期、中期 | 高 | |
| | 原材料供應 | <p>汽車供應鏈將面臨環保、降碳、節能、ESG等多重嚴格管控，新材料、新技術需要投入較大研發成本，中小規模企業經營壓力加大，低碳資源將由少數頭部企業控制。</p> | <p>短中期，供應商運營成本增加、低碳材料由頭部企業控制，將導致長城汽車採購成本增加。</p> | <p>低碳材料稀缺，採購成本增加。供應鏈管理成本增加。</p> | <p>加強供應鏈管理，降低供應鏈經營風險。</p> <p>持續開展低碳供應商評價，建立供應商低碳意識、促進供應鏈綠色轉型。</p> | 短期、中期 | 中 | |
| 聲譽風險 | 利益相關方監督 | <p>利益相關方、行業對降碳績效的監督，如未按期完成目標，將受到質疑。</p> | <p>證券交易所、投資人對ESG碳披露的要求日趨嚴格。未按時完成目標、努力度不夠、漂綠等將受到公眾質疑。處理不當將使公司聲譽受到損失。</p> | <p>將受到交易所、投資人的監管壓力，影響ESG評級、股價和融資能力。</p> | <p>識別法律法規及各相關方要求，滿足合規的前提下持續開展公司氣候治理。</p> | 短、中長期 | 低 | |

氣候相關發展機遇

| 機遇類型 | 機遇描述 | 預期影響及評估 | 財務影響 | 應對舉措 | 時間範圍 |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 資源效率 | <ul style="list-style-type: none"> 低碳材料的開發。 設備效率提升。 用水效率提升。 | <ul style="list-style-type: none"> 低碳轉型，促進循環材料開發、創新和應用，將產生更多優質、低價的低碳材料和供應商。 伴隨國家政策的加嚴管理、標準更新，用能、用水設備能效明顯提升。 | 運營成本降低 | <ul style="list-style-type: none"> 與供應商聯合共建，開發低碳材料，擴大低碳材料應用。 新建工廠、老工廠改造採用高效的耗能設備和節水系統。 | 短、中期 |
| 能源來源 | <ul style="list-style-type: none"> 能源結構轉變，可再生能源供應明顯提升。 分佈式光伏、風電發電效率提升、建設成本降低。 | <ul style="list-style-type: none"> 公司碳排主要為電力，地區電網側新能源電力供應量增加，給公司和供應鏈提供更多獲取清潔電力的渠道，有利於降低化石能源使用，降低公司碳排。 公司生產廠房仍有建設分佈式新能源電站空間，供應商技術能力進步、綜合成本降低，將加速公司建設進度。 | 運營成本降低 | <ul style="list-style-type: none"> 應用可再生能源、綠電採購。 持續開展分佈式光伏項目建設，適時建設分佈式風電項目。 | 中、長期 |
| 市場開拓 | <ul style="list-style-type: none"> 進入新市場。 獲取公共部門獎勵。 | <ul style="list-style-type: none"> 市場對汽車產品需求呈現多樣化，公司多種產品類型（電動車、氫能汽車、燃油車）的生產能力、開發能力使長城汽車能夠抓住新能源和傳統市場，滿足個性化客戶需要並適應更廣泛的市場需求。 中國碳減排頂層設計文件要求各級政府財政出台配套低碳激勵機制，如產品碳足跡獎勵、綠色金融等政策； | 營業收入增加 | <ul style="list-style-type: none"> 加大研發投入，持續推進新能源轉型，開發純電、混動、氫能重卡等多品類新能源車型； 響應國家政策，推動低碳轉型。與政府部門積極互動，開展廣泛合作。 | 短、中期 |

註：短期：-2030年，中國碳排達峰時間點，中國十五五規劃期；中期：2030年-2050年，20年時間，長城汽車碳中和目標年份；長期：2050年-2100年，50年跨度，中國實現碳中和後期。

3. 風險管理：

長城汽車氣候風險管理包括風險識別、評估、重要度排序、管理、監督等核心要素，氣候風險作為ESG管理的一部分，被納入ESG管理制度和管控流程，將逐步與集團整體風險合規管理相整合。

長城汽車應對氣候變化風險管理，建立了從下至上—評估決策及從上至下—落實監督的閉環管理流程。全面識別各領域氣候風險，對風險進行評估、排序、分級管理，重大風險項呈報董事會決策並監督實施。各風險管理層級職能職責詳見「ESG管理」章節。

4. 目標和指標：

長城汽車響應國家「雙碳」戰略目標，積極踐行綠色發展戰略，堅持以全生命周期理念，在各領域開展節能降碳工作。

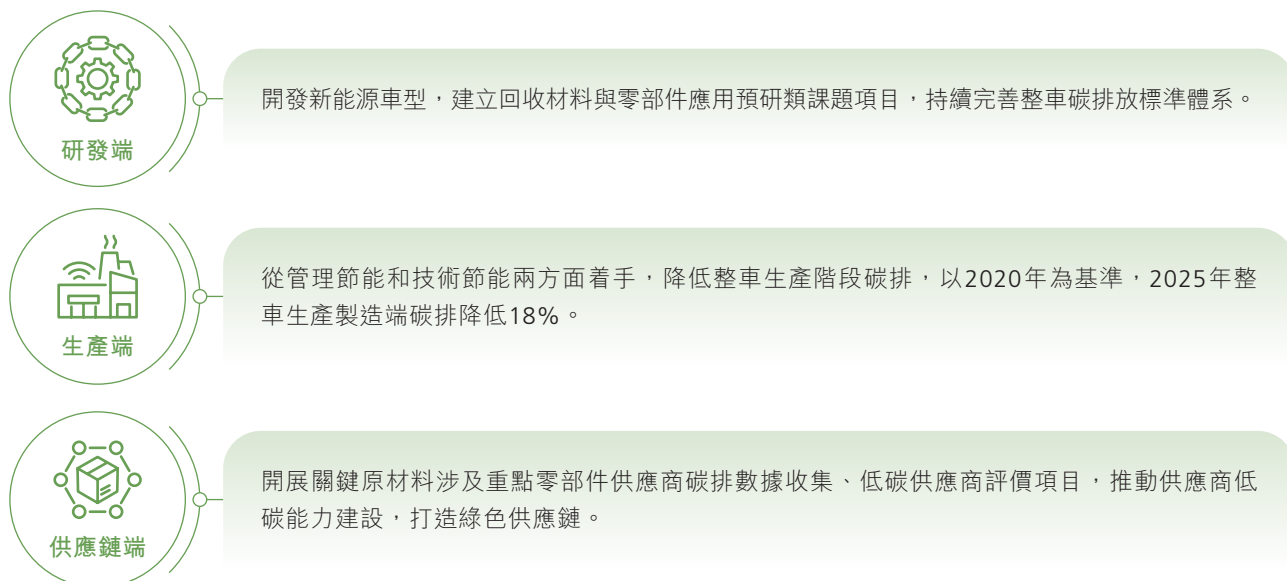
在整車研發設計階段，長城汽車堅定踐行綠色發展理念，將產品研發視為核心驅動力，以技術創新作為實現綠色轉型的橋樑，全方位深化綠色企業的構建，秉承匠心打造綠色可持續的未來座駕。

在生產製造階段，工廠通過工藝流程改善，生產技術創新，清潔能源推廣，生產效率提升等措施，持續挖掘降碳空間，降低生產製造環節碳排放。

在供應鏈管理階段，長城汽車以數據管理為基礎，以風險評估為核心，以能力建設為保障，持續傳遞低碳理念，培育低碳供應商，構建低碳供應鏈管理體系。通過供應商准入、項目定點和績效評價等環節，將低碳評價作為關鍵管理要素，逐步融入現有體系。同時，長城汽車與供應商在低碳技術和材料領域協同創新，深化合作，推動低碳零部件的開發與應用，致力於打造綠色可持續供應鏈。

在報廢回收階段，長城汽車積極踐行綠色發展理念，推動資源循環利用，打造循環生態系統，從而實現報廢端產品價值最大化。

其中，2025年短期目標：



為管理風險而採取的行動：

汽車材料無害及可持續發展

秉承生產者責任延伸理念，長城汽車遵循了國內外汽車報廢回收及汽車材料禁限用物質法規，建立了拉通全供應鏈的汽車材料管理系統，利用數字化系統實施材料合規追溯。並從材料開發源頭落地環保材料法規，先後推動供應商淘汰標準件六價鉻鈍化工藝、含鉛焊料焊接工藝、溴系阻燃工藝和鄰苯類物質增塑工藝等使用。確保材料環保無害的同時，通過汽車產品材料標識、可拆解性結構設計、可回收性材料開發應用等綠色設計策略，力爭實現汽車材料回收利用率達到95%的目標。

除此之外，在車型設計之初，便從全生命周期的角度出發，將碳減排理念深度融入整車設計的每一個細節，從低碳環保材料的選用、創新輕量化設計到低碳零部件的開發，全面實施低碳理念於每一個產品環節。同時，長城汽車Hi4技術家族已經涵蓋Hi4、Hi4性能版、Hi4-T、Hi4-Z，這些技術已廣泛應用於各類車型中，旨在用戶使用過程中實現顯著的減碳效果。未來，長城汽車將繼續加大技術研發和創新力度，致力於構建綠色低碳、健康環保的汽車生態系統。

製造端降碳

長城汽車持續踐行可持續發展理念，積極推動各工廠從工藝技術創新、效率提升、清潔能源替代等維度開展降碳工作。新建工廠策劃前期，立項審核階段，增加項目碳排評價，推動先進、成熟低碳技術，從源頭降低項目碳排放。針對現運行工廠，持續開展節能降碳項目識別，推行光伏項目建設，提升工廠製造端低碳水平。報告期，長城汽車與政府機關、行業協會等組織積極互動，廣泛參與社會低碳活動、引領全社會減排，得到各界普遍讚譽和高度評價，2024年多家子公司榮獲「綠色工廠」、「綠色供應鏈」稱號。

國家級綠色工廠：長城汽車股份有限公司重慶分公司、長城汽車股份有限公司天津哈弗分公司、諾博汽車系統有限公司天津分公司

國家級綠色供應鏈：精誠工科汽車零部件(重慶)有限公司、蜂巢動力系統(重慶)有限公司

省／市綠色工廠：蜂巢動力(重慶)有限公司、曼德電子電器有限公司保定徐水熱系統分公司、精誠工科汽車零部件(重慶)有限公司、精誠工科汽車零部件(泰州)有限公司、諾博汽車零部件(泰州)有限公司、蜂巢蔚領動力科技(江蘇)有限公司、曼德汽車零部件(泰州)有限公司

1、清潔能源使用

通過持續提升分佈式光伏裝機容量、積極參與電力市場綠色電力交易，提高產品生產過程清潔能源佔比，降低碳排放量。

- 2024年在華北、華中、華東、西南等區域陸續開展分佈式光伏項目建設，完成華中、華東、西南區域光伏項目並網發電。建設光伏項目統一管理平台，提高光伏項目數字化、智能化管理水平，配置光伏板清洗設備、大容量儲能設施等，進一步提高分佈式光伏電站發電效率，為產品提供清潔能源。截止2024年底累計分佈式光伏裝機容量達到337MW，較2023年裝機容量提升19%。
- 長城汽車積極參與電力市場綠色電力交易，2024年累計採購綠電近4,353.8萬kWh，減少碳排放量3.08萬噸。

2、低碳技術創新

整車生產運營過程高度注重低碳管理，積極探索創新工藝，挖掘降碳空間，通過應用創新工藝、高效設備、餘能回用、智能模型等措施，不斷提升生產製造過程能源效率，減少製造過程碳排放。

| 環節 | 新工藝、新設備 | 節能降碳舉措 |
|---------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 工藝創新/ 高效設備 | 沖壓效率提升 | 通過增大模具尺寸實現共模生產，保證產品性能同時，實現多件多腔共模生產；應用後，單台生產能耗降低39%，降碳3.87t/年。 |
| | 熱泵系統應用 | 持續推行新設備應用，採用直膨熱泵系統，取消天然氣消耗，實現單台降碳0.794kg/台； 工藝提升，使用熱泵系統替代空調系統，節約二次加熱蒸汽消耗，降低運行能耗，實現降碳1795t/年。 |
| | 循環風比例提升 | 提高循環風運行比例，降低新風運行能耗，實現降碳256t/年。 |
| | 低溫電泳漆應用 | 實施低溫電泳漆，對工廠電泳烤房改造，減少過程能源消耗，實現降碳207.185t/年。 |
| | 總裝設備調整 | 通過設備優化、工序合併措施，減少車輛生產過程能耗，單台碳排降低0.54kg。 通過更新線體設備，實現單車碳排降低0.13kg。 |
| | 塗裝工藝改造 | 通過B1B2工藝改造，降低生產能耗，減少碳排放量約2,328.59t/年。 |
| 餘能回用 | 餘熱回收 | 對烘乾爐、廢氣焚燒的餘能進行回用，回收熱量超過1,600kw/車間/h。 |
| | 廢氣餘熱利用 | 廢氣經過餘熱回收裝置對熱水管路進行加熱，減少碳排放約1,261.89t/年。 |
| 智能控制 | 智能識別模型 | 精準識別車輛位置，調整控制程序，使前處理電泳線體水泵/烘乾室元體隨車關停，減少生產過程能耗，實現降碳272.9t/年。 |
| | 製冷系統智能控制模型 | 採集各維度相關控制參數，建立製冷系統動態窗口控制模型，由固定溫差改為變溫差控制模式；智能調節製冷機設備啟停及冷凍、冷卻水泵頻率，整站能源效率提升20.57%。 |
| | 鍋爐系統智能控制模型 | 採用恒溫控制方案，供水溫度波動範圍1℃，減小「二段大火」運行時間佔比，維持「一段小火運行」。水泵耗電量降低約40%；鍋爐換熱效率提高12%，燃氣耗量降低約14%。 |
| | 塗裝車間重點設備智能開機 | 通過採集線體當前溫度、歷史升溫用時，匹配最優開機時間，實現設備遠程自動開機，減少人工判斷開機產生的能耗成本浪費，保證設備處於高效、低耗的運行狀態。 |

3、數字化賦能

隨着公司雙碳工作的深入推進，我們持續優化數字化碳排放管理平台，不斷擴大應用場景與覆蓋範圍。通過對自主構建的「雙碳管控平台」迭代升級，2024年新增供應鏈端碳排放管理、員工差旅碳排放管理、碳配額管理等功能，實現了「研—產—供」全鏈路碳排放數字化管理，進一步提升了雙碳管理的範圍和效率。截止2024年底，「雙碳管控平台」已實現全國86家工廠、200餘家供應商、200餘款整車產品的碳排放數字化管理。

通過上述措施，集團整車基地溫室氣體範圍1和2的排放強度降低，較20年降低17.16%。

回收端降碳

秉承汽車全產業鏈綠色可持續發展理念，長城汽車長期致力於打造資源循環再生、生態低碳環保的汽車循環系統，積極踐行生產者責任，開展「汽車產品生產者責任延伸試點項目」，落實試點項目目標，並於2024年12月份完成試點項目終驗收工作。

2024年長城汽車推動旗下再生資源公司借助產業政策、政府政策拓展農業機械車輛回收、國III車輛回收、新能源動力電池回收以及循環材料、循環件等業務，通過建設新能源車拆解車間、電動化拆解機購置，形成完整的循環生態競爭力。

1. 循環材料回收

積極推進廢舊金屬回收、加工、再利用，開展與大型鋼廠及資源循環龍頭企業端對端合作。



在廢鋼方面

開展再利用技術及產品的研究和應用，再生鋼比例提升1%（其中白車身再生鋼比例提升>14.0%），2024年實現再生鋼回收21.17萬噸。



在廢銅鋁方面

實施廢鋁二次熔煉再利用，關鍵零部件鋁合金產品（氣缸蓋、氣缸體等）製件使用再生鋁比例>19.8%，2024年回收有色金屬3,525噸。



在塑料方面

開展PCR循環塑料粒子改性研究，預計可實現PCR循環塑料粒子添加比例達30%，2024年實現回收非金屬3.05萬噸。

2. 車輛回收利用

結合產業政策、政府導向與報廢車集團、保險平台、政府部門開展深度合作。



在報廢車方面

拓展農機車輛、國三車輛等規範化報廢汽車回收業務，同時開展報廢車拆解過程技術提升，引入專業設備、實施材料、零部件精細化拆解，汽車資源綜合利用率達77.2%，2024年完成報廢車輛回收拆解9,600噸。



在循環件方面

搭建二手件逆向回收體系，借助國內18家中轉庫及2000+4S店布局，在內部物流進行二手件回收驗證，24年完成二手件回收7.09萬件。



在動力電池方面

長城汽車基於生產者責任延伸制，承擔動力電池回收、拆解責任，並依託集團技術及資源，開展動力電池拆解及資源化利用技術研究，24年累計回收動力電池210.28噸。

3. 零部件再製造

長城汽車致力於循環產業鏈拓展，推進零部件再製造業務，通過擴大舊件回收範圍，豐富零部件研發種類，目前已具備再製造發動機、變速器、EPS等8款產品再製造能力，同時搭建再製造產品出入庫登記系統及第三方EPR平台，實現信息統計、分析，精準對接汽車後市場，年實現再製造燈具10,138件，再製造變速器386台，增壓器1,363台，轉向器1,059台。

長城汽車將持續深入踐行綠色發展理念，以技術創新為手段，多維度推動綠色發展，通過提升整車及零部件中可再生材料和可循環材料應用比例，少件化／集成化設計、材料替代等技術革新，提高整車材料可回收利用率。

物流倉儲端降碳

長城汽車持續強化綠色物流領域建設，堅持「綠色包裝」「綠色運輸」「綠色倉儲」協同發展，通過引入先進物流技術、優化運輸結構、合理規劃資源調配等活動，為實現綠色物流可持續發展不懈努力。

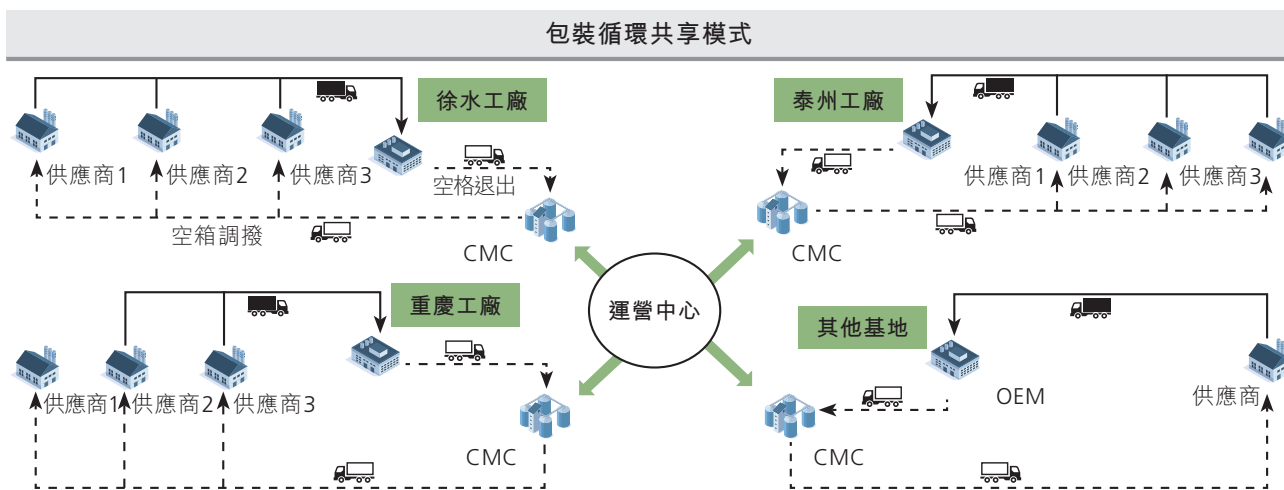
在綠色包裝方面，搭建覆蓋全場景循環包裝共享運營服務網絡，持續深耕供應鏈包裝「新四化」發展（通用化、循環化、共享化、智能化），有效打通整車廠與零部件廠商間的包裝共享渠道，提升包裝循環利用率。

2024年循環包裝使用規模達246萬箱次，減少5,182噸一次性紙箱包裝，降低21,522m³的一次性木材消耗，實現碳排放減少5,907噸，同時推動KD包裝輕量化、包裝容積率提升，助力綠色包裝發展。

2024年

循環包裝使用規模達**246**萬箱次，減少**5,182**噸一次性紙箱包裝

降低**21,522**m³的一次性木材消耗，實現碳排放減少**5,907**噸



在綠色運輸方面，通過數字化、一體化的管理平台，統籌全國所有基地、中轉庫，持續優化物流運輸網絡佈局、調整運輸結構，實現公、鐵、水運力高效協同，減輕公路運輸壓力，提升發運效率，報告期內，鐵水比例提升至31.7%，減少碳排放36,156噸。

同時，長城汽車在轎運車運輸、零部件運輸中共投入25輛新能源卡車，累計行駛118萬公里，實現碳排放減少1,006噸。



在綠色倉儲方面，開展數智化平台建設，推動無人駕駛、AGV等智能裝備應用，累計投入21輛無人駕駛車、148台AGV，其中無人駕駛配送順利執行4.2萬條訂單任務，累計行駛里程超過15.1萬公里，驗證無人叉車、料箱機器人等作業場景，不斷提升倉儲智能化水平，助力節能減排。

碳管理體系建設

1、基礎能力建設

長城汽車注重人員雙碳意識提升，定期組織各層級雙碳工作負責人，開展雙碳專項培訓，24年度組織培訓245場，累計參與人數達8,000人次。

為營造全員知碳氛圍，集團通過內部通訊訂閱號及內網平台定期推送「雙碳知識分享」，提升全員雙碳意識，截止24年累計學習超20萬人次。

2、內部碳核查

長城汽車始終堅持開展內部碳核查工作，持續識別集團各單位碳管理上的薄弱環節、技術差距及優秀實踐。報告期內，共計組織4輪碳核查，涉及旗下28家單位，實現整車製造、零部件、研發和配套等關鍵業務領域全覆蓋。通過碳核查機制，我們積極藉鑑優勢經驗、彌補不足、規避潛在風險，並確保集團的碳減排管理體系得到不斷強化。

3、員工碳賬戶

持續推行員工碳賬戶平台，記錄員工低碳辦公生活碳減排量，3000多人參與低碳出行、在線會議、答題等低碳場景，碳減排量52.14噸，產生819萬碳積分，將碳中和工作延伸至辦公生活消費端，平台通過積分兌換禮品形式，鼓勵全員積極參與，員工碳賬戶目前已申請發明專利。

3,000 多人參與低碳出行、在線會議、答題等低碳場景，碳減排量 **52.14** 噸，產生 **819** 萬碳積分



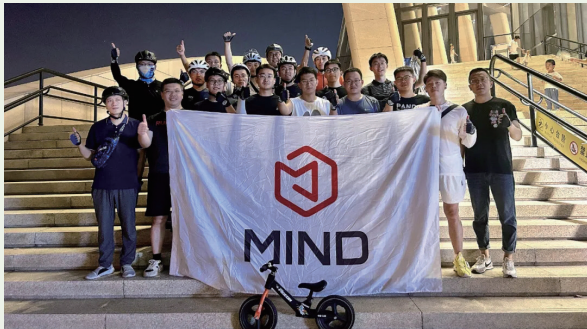
| | |
|------|----------|
| 步行 | 5.75 億步 |
| 線上會議 | 2.27 萬小時 |
| 知識問答 | 28.45 萬次 |
| 降碳建議 | 152 條 |
| 打卡 | 6.28 萬次 |

減排
52.14
噸

4、低碳出行

案例一

2023年4月，長城汽車旗下曼德電子電器系統組織騎行活動，倡導低碳出行理念，同時享受大自然饋贈與運動樂趣。



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、綠色低碳辦公的理念融入日常辦公當中。

公司積極推進日常辦公中的節約用電，推行「一燈一控」用電辦法；根據工位辦公人數，開啟不同數量照明燈，避免出現「一人辦公，全屋亮燈」；減少電能消耗。

公司內電梯設置不同樓層停靠，電梯分別可以在單數層與雙數層停靠，減少停靠頻次；提高通勤效率，降低電能消耗。

公司提倡無紙化網絡辦公，全員使用網絡辦公軟件，日常各類辦公申請及審批流程均通過網絡辦公軟件申請與審批。

污染物治理

公司遵循污染治理設施「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，加強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

公司排放的廢氣主要為天然氣燃燒產生的 NO_x 、焊接工序產生的顆粒物以及塗裝工序產生VOCs。我們採用低氮分級燃燒技術通過控制空氣比例減少 NO_x 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。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

公司遵循分類收集、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。我們設置中水回用系統，對生化處理後的污水再生利用，提升水資源重複利用率。



危廢

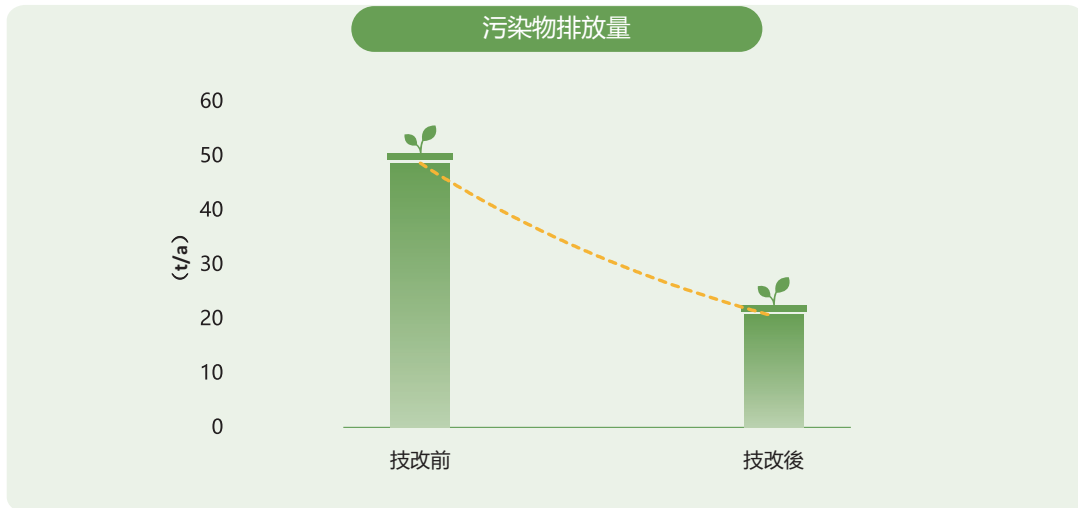
公司重視危險廢物污染防治，2024年公司危險廢物種類為污泥、漆渣、廢有機溶劑、沾染廢物等，我們開展危險廢物減量化、資源化處置，均按照各屬地生態環境主管部門要求開展轉移手續備案，全部交由具備危險廢物經營資質的公司處置；依法履行危險廢物的防治責任，制定《突發環境事件應急預案》和《危險廢物管理計劃》，確保了危險廢物貯存、轉移、處置的全過程合規。



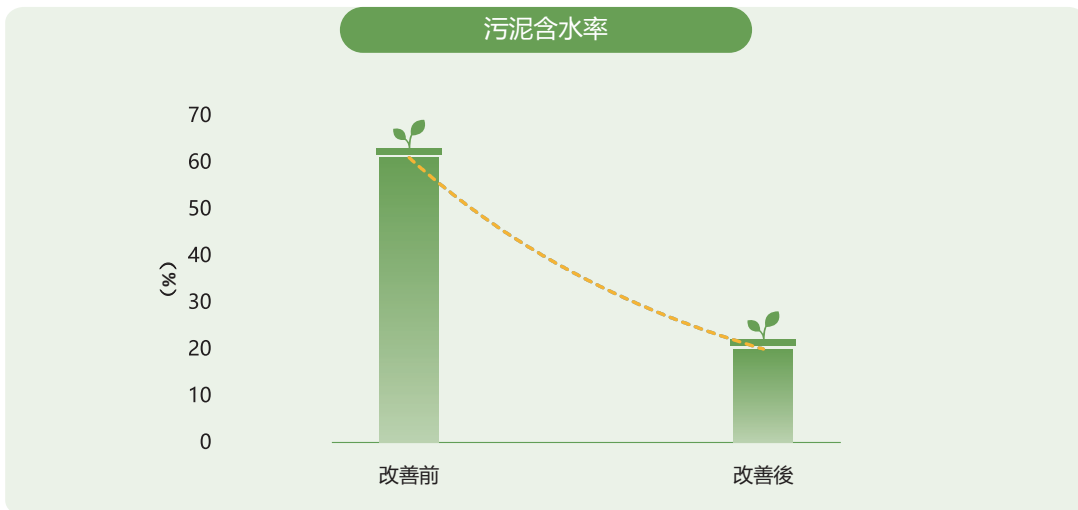
噪音

公司依據《中華人民共和國噪聲污染防治法》，並根據聲源的不同特徵，分別採取低噪聲設備、牆體隔聲、安裝基礎減振及隔聲屏障等措施加以控制。我們嚴格遵循排污許可自行監測的要求，委託有資質的第三方開展監測工作，出具檢測報告。

2024年，長城汽車保定零部件工廠對塗裝車間進行新風系統改造，改造為循環風系統，改造完成後生產過程中產生的VOCs量減少了57%。



2024年，長城汽車徐水工廠對現有污泥壓濾工藝進行改造，由兩級壓濾提升至三級壓濾並增加單獨的烘乾工序，污泥含水率又由提升前61%含水率降低至20%含水率。



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，不會對環境和人類造成危害的廢棄物。這些廢棄物可以被安全地處理和處置，例如通過回收、焚燒或填埋等方式。依據國家法律法規以及無價廢棄物產生地政府相關部門條例要求，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。

規範廢棄物處理相關環保資料，定期追蹤垃圾處理運輸過程，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

- ① 2024年我司無害無價廢棄物產生總量為12000噸，較2023年減少700噸。
- ② 在無害無價廢棄物產生過程中我司採取各項措施減少廢棄物的產生，如提升生產工藝技術、組織各式各樣的活動、加強垃圾分揀分類。



我們始終堅持從源頭預防、過程管控到末端治理的全鏈條管理模式，嚴格把控污染物排放。

目標：

所有污染物均實現達標排放，各類重點污染物的排放總量均不超過國家或地方總量控制要求，以實際行動踐行環保責任，助力綠色發展。

排放方面管控措施

1. 國內外市場法規應對

◆ 國內市場：

面對自2023年國6法規增加的對RDE排放要求，長城汽車未雨綢繆，提前4年就開始進行多方面的籌劃及應對，包括技術預研、設備採購和測試能力建設，並通過合理規劃整車搭載，實現2024年車型規劃和RDE開發同步，具體措施如下：

- ① 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。

- ②. 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%，顆粒物排放可做到國6b排放限值的20%。儲備GPF迭代技術，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。
- ③. 排放測試設備升級：為應對未來7階段法規，長城汽車率先2~3年對PEMS和整車排放試驗室開展PN₁₀設備升級，PEMS設備已於2024年7月開始投入使用。
- ④. 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。

◆ 海外市場：

2024年，長城汽車秉持長期主義、底線思維，鎖定智能新能源賽道，強化「智能化+越野」雙重優勢，加速新能源全球化佈局及進程，深耕美洲(巴西和墨西哥)、拓展中東、加快推進歐盟市場等。

面對海外市場法規和環境多樣化及複雜性，長城汽車通過法規解讀、市場調研、實地考察及當地驗證等方式，支持開展動力／車型規劃、排放技術路線及控制策略等匹配車型競爭力及法規符合性評估。同時積極應對海外市場新法規的實施，提前儲備巴西L8，歐盟歐6e及墨西哥市場新法規要求的技術方案；針對不同市場採取不同的排放技術路線和當地化開發驗證規範，結合智能化SUV車型率先實現量產應用，項目切實做到環保節能，為消費者和社會創造價值。

長城汽車一直以身作則，有堅守，有底線，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。

2. 未來排放法規應對

為保護和改善環境，力爭達成碳中和目標，世界各地區域陸續研究制定下階段排放法規，助推節能減排技術的應用，使得新能源技術獲得長足的進步，促進汽車產業綠色、低碳、可持續發展。作為國內頭部汽車企業的代表，長城汽車積極參與歐7法規動態跟蹤、技術預研及國7法規相關課題階段預研(溫室氣體管控、高海拔排放、NH3和PN10)，為下階段行業標準規範的建立提供建設性建議。

面對未來更為嚴格的全球排放法規，長城汽車已做好了充足的準備：

1. 強化真實環境下的排放管控，建立試驗室和實際道路測試多元綜合評價開發體系，以及全場景的應用匹配開發流程；
2. 針對PN10的顆粒物減排，引入高效率顆粒捕集器的同時，加強發動機和策略匹配，以實現全場景的尾氣顆粒物排放的合規化；
3. 快速閉環的前後氧傳感器，更好地實現冷機排放控制及產品一致性；
4. 開啟500bar高壓共軌系統的預研，可實現節能和減排雙贏。

從環境保護和藍天保衛戰的角度，長城汽車始終堅持持續研發和創新，為實現更清潔、更智能的未來交通，貢獻出自己的力量。

生物多樣性

長城汽車以實際行動嚴格遵守《生物多樣性公約》、《昆明宣言》、《昆明—蒙特利爾全球生物多樣性框架》等內容，持續關注生產環境與周圍自然生態的適配程度，不斷改善廠區環境，努力打造綠色工廠。在項目建設規劃過程中，我們充分了解當地生態文明建設理念，在最大程度保留原有生態的前提下，通過制定生態保護對策、監測環境因素、加強環境合規投入等措施，降低了項目建設對生物多樣性的干擾；邀請獨立的環境專家和生態學家，對我們的項目和運營活動進行第三方評估。定期組織內部審核，確保我們的運營活動符合公司制定的環境和社會責任標準；並將生物多樣性保護納入ESG管理中。我們在生產生活的過程中關注生物多樣性保護，提高自身生物多樣性保護理念，結合自身經驗，因地制宜保護生物多樣性。

長城汽車嚴格按照《中華人民共和國環境影響評價法》開展項目建設工作，新建設項目開展環境影響評價，包括但不限於建設地周邊環境、生物多樣性影響分析等，共同營造人與自然和諧相處的良好環境氛圍。

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。

案例一

2023年4月，長城汽車為倡導綠色生活理念，推進生態文明建設，在植樹節日期間，組織員工植樹活動。



案例二

同月，組織了20組員工家庭，為地球進行了一次綠色充「植」活動，履行社會責任，積極參與環保事業。



案例三

長城汽車在張家港開展「植此青綠，環保共行植樹志願者活動」。不僅是環保行動，更是傳遞綠色理念的公益活動。種植了數百棵山茶花、金桔等苗木，為當地增添了一片新綠。



案例四

為傳遞文明長春正能量，提高我司員工健康意識和環保意識，曼德光電長春研發中心全員組織「低碳健步走，綠色環保行——爭做城市的清道夫」活動，大家齊聚長春最高峰的山腳，一路向前，登山的同時減少垃圾污染，保護大自然；分享對垃圾進行有效處置的科學管理方法。



案例五

長城汽車在內蒙古鄂爾多斯市達拉特旗組織植樹造林活動。每一年都會身體力行種下一棵棵樟子松樹苗，以熱愛自然的敬畏之心為風沙披上「防護服」，不斷擴大綠色版圖，助力實現「綠進沙退」、人沙和諧的新畫卷。

能源及水資源管理

為降低能源消耗總量和強度，長城汽車成立專業的能源管理團隊，明確管理責任及節能管理理念，在全集團範圍內開展能源管理、節能減排等相關工作。制定完整的標準、規範，公司內部建立完整有效的、形成文件的能源管理體系，不斷控制、優化實施過程，各整車基地內部設定能源指標實施動態考核。

1、 節能降碳改善

長城汽車推行精益生產理念，通過細化用能管控，消除浪費、降低不必要的能源消耗，運用智能化技術賦能能源管理，典型改善：

壓縮空氣分區域、 分壓力供應

通過增加自動調壓裝置實現沖壓、焊裝、總裝不同壓力需求的車間自動調整做到按需供應，年度節約能源**24**萬元。

塗裝線體智能開機

提取現場溫度數據，利用遠程開機軟件依據數據庫精準推算設備開啟時間，消除設備因人工開機造成的能源浪費，日節約用電**1,533**度。

環境採暖/ 製冷智能化集控

實施智能化集中控制系統改造，可實現環境空調本地、集中遠程、智能化自動三種控制模式，年度節約能源**20.07**萬元。

變頻器ECO模式應用

通過對設備進行優化並測試，應用ECO模式後能源站房風機節能率**22.1%**，水泵節能率**2.1%-18%**，每月預計可節省電費**4.3**萬元。

循環水自適應開關機

冷卻循環水依照不同生產模式自動智能開、關機、過程供應參數實時調整，實現能源精細化供應，年度節約能源**9.39**萬元。

2、綠色能源替代

長城汽車大力發展綠色新能源，積極推廣綠色能源應用，通過增加光伏裝機容量、提升光伏發電效率等方法，提高光伏用電量，支撐環境友好發展



2024年公司光伏電站裝機容量達到

337 MW；

公司年度累計實現綠電用電量

2.46 億度；

整車基地綠電佔比 **24.18%**，較2023年提升2.5%。

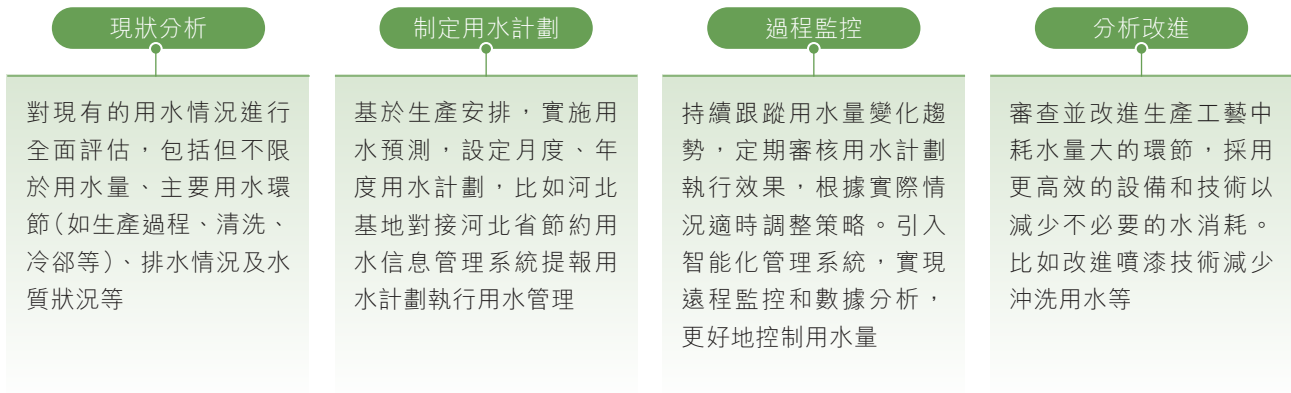


3、水資源管理

長城汽車重視水資源保護，確保生產運營及產品工藝對水資源不產生影響，各基地未出現水資源短缺及用水安全事件。

公司生產、生活用水主要來自於市政供水，高標準建設廢水處理設施，確保所有排放出去的水質達到國家或地方規定的標準要求。同時將處理後的廢水作為工業用水循環利用。

為減少企業的運營成本，促進水資源保護，持續提升各基地用水精細化管理水平，開展用水精細化管理。



公司持續加強水資源節約集約利用。節水技術指標和管理指標符合節水型企業要求，其中4家整車基地被評為「節水型企業」。科學診斷水資源利用效率及供需平衡狀態，目前已完成5家整車基地水平衡測試。優化用水系統集成，全面推行水資源循環利用，2024年整車基地生產使用中水達224萬噸，佔總用水量40%，工業用水重複利用率達到97.74%。

公司採取的典型節水舉措：



2025年，公司將強化工業節水管理，通過實施節水改造、水資源重複利用等措施，減少用水量，提升水資源循環利用率。

包裝循環利用

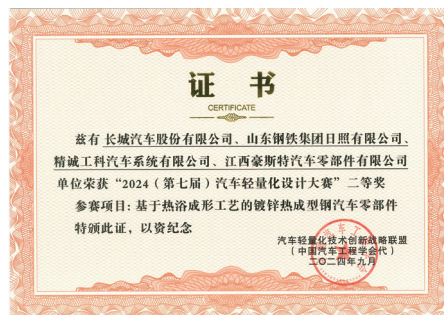
長城汽車堅持綠色化、循環化發展，走可持續性發展策略及道路，2024年推行租賃模式循環包裝比例提升0.7%，全面踐行綠色經營，大力發展綠色文化。

技術創新可持續發展

產品技術

材料&技術創新

1. 鍍鋅熱成形鋼直接熱浴成型替代鋁矽鍍層熱成型，實現防腐性能提升約2.7倍，焊接飛濺率由20%下降至10%以內，突破專利壁壘
2. 半固態注射鎂合金替代高壓鑄造鋁合金，實現零件減重約33%
3. 3D壓脹複合高強熱成型管替代熱衝壓成型，實現零件減重約9%
4. 6系PLUS航天用鋁型材開發，替代常規6系鋁型材，實現零件減重約13%，材料強度提升約10%、韌性提升約15%
5. 「基於熱浴成型工藝的鍍鋅熱成型鋼汽車零部件」、「Uni-FISH高強輕量化汽車外板用鋼」獲中國汽車工程學會2024年輕量化大賽二等獎、三等獎



健康座艙打造

長城汽車建立了健康座艙體系開發建設，全產業鏈管控，從原材料、助劑、生產工藝、包裝、倉儲、物流方面保證內飾健康，同時結合用車場景化搭載高效智能淨化技術，多功能香氛，持續提升用戶體驗。

長城汽車始終將健康安全放在首位，為提升車內駕乘人員的健康，建立領先的材料管控標準，通過環保選材+環保工藝實現有害物質的「少帶入、少產生」；採用嚴格的揮發性有機物控制標準，聯合零部件供應商共同推動將零部件揮發性有機物和氣味降到極致。先後完成全水性超纖革、無溶劑PU革、矽膠革、物理發泡PVC革、嬰兒級仿麂皮等環保材料開發，並推動在後續新車上應用，持續降低車內揮發性物質含量、改善車內氣味。其中，仿麂皮通過OEKO-TEX100嬰兒級認證和GRS環保認證，OEKO-TEX100是紡織品的全球性產品認證標準（比歐盟REACH法規更嚴格），嬰兒級是最高等級，通過認證意味著面料滿足包含甲醛、重金屬、鄰苯二甲酸酯、多環芳烴等1000多種禁／限用物質限值要求；同時，開發抗菌、抗病毒、低致敏面料，如植物抗菌PU革、親膚低致敏Nappa皮，實現對駕乘人員的接觸健康防護，提升車內健康品質。

為實現在不同用車場景下的全面保護，我們搭建了健康座艙功能平台，通過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的升級迭代，踐行為用戶打造「健康座艙」的核心理念。

近年來公司多款車型在中國質量認證中心、中國汽車工程研究院、中國汽車技術研究中心、中國車內環境論壇等主導的權威評測中獲得優秀成績。



2022年

好貓：中國汽研健康指數「五星健康車」認證



2023年

藍山：中汽中心「兒童優先綠色座艙」認證，高山：中汽中心「零甲醛汽車」認證，閃電貓：中汽研健康指數「五星健康車」認證



2024年

坦克500：被授予中汽研健康指數「五星健康車」、「綠色健康先鋒車型」稱號。
魏牌高山榮獲「中國綠色汽車(C-GCAP)全五星認證」獎項



長城汽車將持續關注用戶需求，結合用車場景，從車內低氣味、低VOC，健康舒適，到健康環境、舒適氛圍，再到車內個性化健康服務，持續為用戶健康提供更貼心更全面呵護。

知識產權保護



專利數量

長城汽車高度重視技術創新，重視創新成果保護。截至2024年底，已累計申請專利28,000餘項，授權專利17,000餘項。專利申請覆蓋歐盟、美國、日本、東盟等40餘國家／地區，擁有新能源、智能化、發動機等核心專利技術。

截至2024年底，已累計申請專利 **28,000** 餘項，授權專利 **17,000** 餘項



所獲獎項

2024年長城汽車獲得國家級專利獎1項，長城炮商用炮車型外觀設計榮獲「第二十五屆中國外觀設計銀獎」(預獲獎)。截至2024年12月31日長城汽車累計獲得中國專利獎10項，其中金獎4項，銀獎1項，優秀獎5項。

截至2024年12月31日長城汽車累計獲得中國專利獎 **10** 項



知識產權管理

長城汽車作為一家國際化企業，以全球化知識產權合規管理為基礎，依託《長城汽車全球專利合規手冊》，建立了全領域、全鏈條的知識產權管理體系，並將其嵌入研、產、供、銷各個環節，保障知識產權工作的有效推進。

(1) 知識產權制度建設

長城汽車構建了完備的專利管理體系及制度，包括《長城汽車全球專利合規手冊》、《專利工作管理規定》、《專利預警管理規定》、《專利激勵管理規定》等多達20餘項知識產權管理制度，這些制度涵蓋了專利合規、專利申請、專利預警、專利激勵、放棄評估等內容。

為激勵發明人在專利申請、實施及運用方面做出的貢獻，長城汽車《專利激勵管理規定》推行月度落實獎勵制度，該激勵機制貫穿了專利的提案、申請、授權、轉化運用等全生命周期，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。促使他們在專利相關工作中更加積極主動，為企業的知識產權發展貢獻力量。

(2) 專利申請質量管控

在專利申請工作中，始終秉持質量為本的理念。一方面，針對新技術、新產品，運用科學且系統的方法，全面剖析技術架構，深入挖掘技術細節，從底層邏輯到應用層面，進行地毯式梳理；並同步開展專利檢索分析，為專利申請築牢根基。另一方面，充分發揮專利工程師的優勢，開展專利檢索分析，構建專利佈局，並在專利撰寫、OA答覆等核心流程，嚴格把控每一個環節，保障專利申請質量。

(3) 風險管控

為確保產品上市前專利風險得到充分識別並可控，將專利風險管控加入研發日程，對車型技術類、外觀類專利風險進行識別、檢索分析及侵權規避，並依據專利風險情況制定風險應對措施，實施全流程預警管控和風險閉環。

(4) 知識產權數字化建設

長城汽車全面實施知識產權數字化建設，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事務的數字化管理。



交流培訓 方面

2024年，長城汽車積極開展內、外部專利業務培訓交流百餘次，涉及知識產權管理、專利挖掘、專利申請與佈局等內容。通過這些培訓，提升了專利人員技能與技術人員對專利的理解。同時，在世界知識產權日等節點開展宣傳活動，持續提升全員知識產權意識。

產品質量與安全

長城汽車將先進質量管理方法和自身實踐相結合，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」。該體系堅持以顧客為中心、一次做好的質量經營模式，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、可靠的質量贏得顧客信賴，以智能、潮玩、共創的體驗超越顧客滿意，打造讓顧客信賴的全球領先品牌。

為保證產品的高品質、高可靠性，在研發方面，整合資源，建立全球化研發體系，擁有一流的研發設施和能力。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，構建具有長期價值的體系力，保持能穿越大周期的洞察力，拓展以技術為核心的創新力。

在產品製造過程中，國內擁有10大全工藝整車生產基地，在海外地區建立了3個全工藝整車生產基地，同時擁有多家KD工廠；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。

長城汽車足跡遍及歐洲、非洲、拉美、澳新、東南亞、中亞、中東等全球市場，依據國際、國家及行業標準，實施產品設計、製造、銷售和服務，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」為主要目標的營銷策略，通過營銷服務的創新變革，升級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。

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

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」。

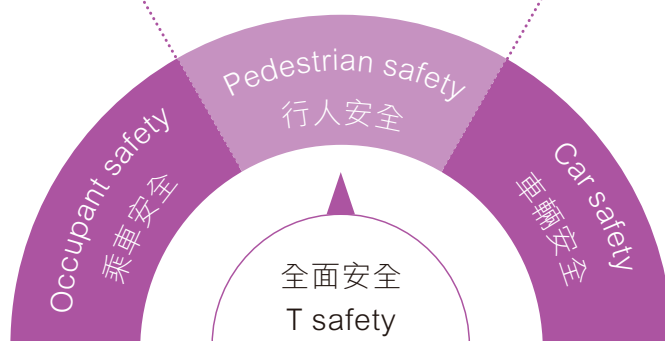
2. 安全開發理念

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。

乘員安全：為駕駛人圓在用車的各個環節，提供九道安全防線進行有效保護，降低碰撞事故發生率，減緩碰撞事故中乘員的傷害。

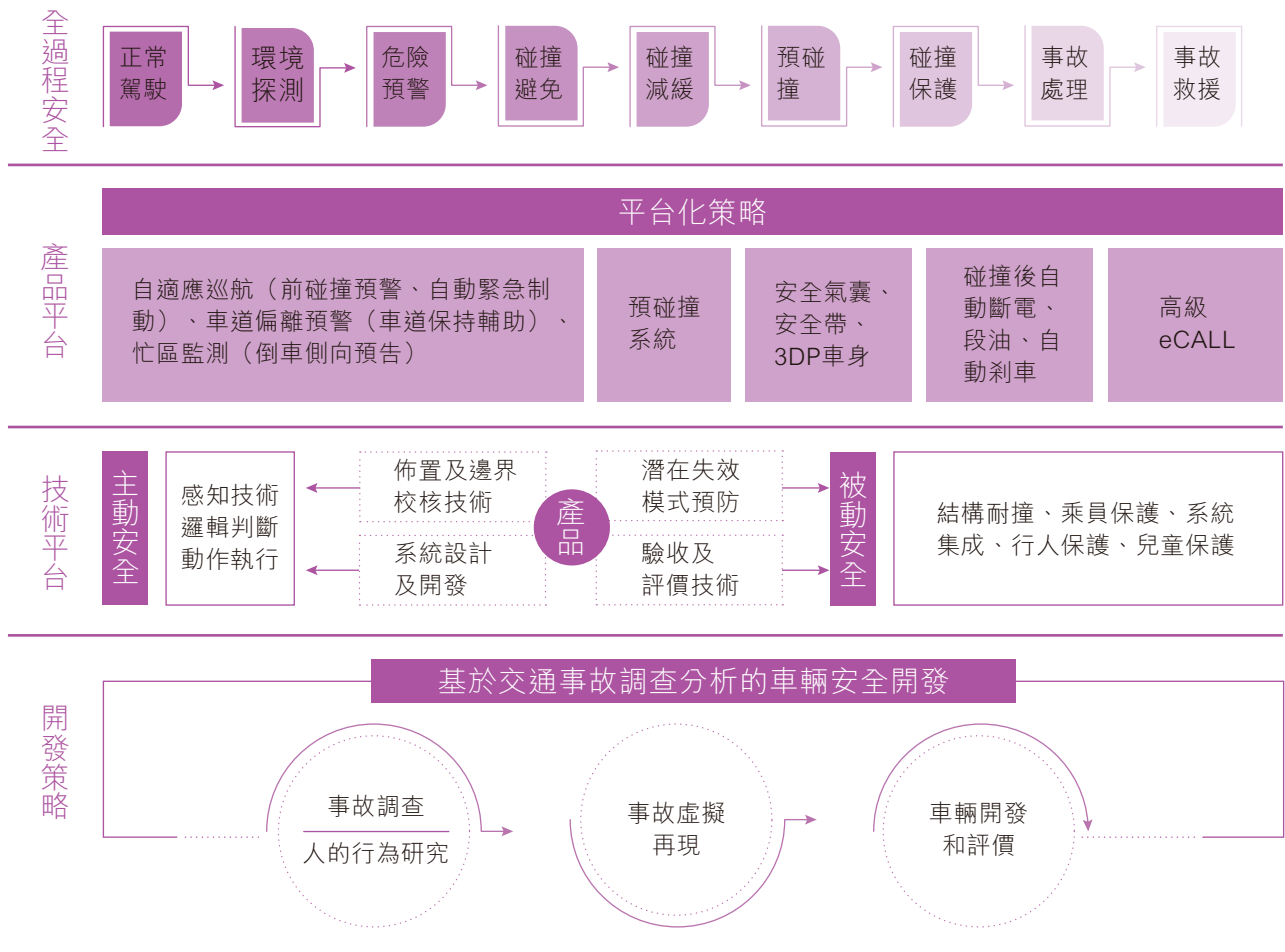
行人安全：通過主動式行人探測制動系統、被動式行人保護技術和智能行人保護氣囊等系統，降低行人碰撞事故發生率，減緩行人傷害。

車輛安全：利用Telematics技術、電子防盜技術以及零部件技術提供車輛防盜保護；利用車輛保險結構設計技術，降低車輛低速碰撞損壞程度和維修成本，為用戶提供車輛安全保護。



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. 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/GBT 34590)，組建功能安全團隊，建立並持續優化公司功能安全設計開發流程，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，具備功能安全過程保障能力和功能安全開發實現能力；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ESC(電子穩定程序控制器)/IBC(集成式制動控制器)、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。功能安全強標認證方面，基於市場准入要求，滿足並已通過ECER79、GB17675對車輛橫向控制方面的功能安全認證；

5. 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，2024年我司繼續深耕汽車安全技術，在滿足NCAP星級和保險安全指數測評基礎上，追求更高的安全標準，守護用戶安全。

1、 魏牌高山榮獲C-NCAP、C-GCAP

魏牌高山榮獲C-NCAP、C-GCAP雙五星安全認證，以行業標桿級的安全實力踐行企業責任擔當。作為中國汽車品牌向上突破的典範，我們始終將用戶生命安全和綠色可持續發展置於首位—C-NCAP五星認證印證了高山車型在主動安全、被動安全防護等領域的硬核實力，而C-GCAP五星殊榮則彰顯了產品在健康座艙等領域的卓越表現。雙五星認證不僅是對產品品質的至高褒獎，更是魏牌堅守「安全至上」發展理念的生動註腳。未來我們將持續以科技創新驅動安全升級，以嚴苛標準引領行業進步，為守護用戶出行安全、推動汽車產業安全技術發展作出更大貢獻。

2、 坦克500榮獲澳洲ANCAP五星安全評級

坦克500憑藉全方位安全設計與硬核技術實力，榮獲澳大利亞ANCAP五星安全評級，以全球嚴苛安全標準印證產品卓越品質。此次認證不僅彰顯了坦克500在主被動安全領域的領先性，更體現了我們始終將「用戶生命守護」置於核心的企業責任—從高強度車身結構到多場景智能駕駛輔助系統，從乘員保護到行人安全設計，坦克500以全面安全理念，踐行「零事故願景」。未來，我們將持續深化安全技術創新，推動全球安全標準共融，以超越期待的防護實力護航用戶每一程，為全球汽車產業安全升級貢獻中國智慧與中國力量。



3、 打造安全新高度，魏牌藍山通過行業首個貨車追尾後高架橋墜落挑戰

2024年12月2日-4日，在第13個全國交通安全日之際，作為長城汽車旗下高端新能源品牌，魏牌攜手中汽中心TOP Safety開展了一場難度極大的「行業首個高架橋墜落挑戰」。此次挑戰模擬了極為複雜的交通事故場景，一輛貨車以高速追尾魏牌藍山，隨後車輛衝出高架橋並墜落。在如此嚴苛的測試條件下，魏牌藍山憑藉其堅固的車身結構、先進的安全配置以及精湛的製造工藝，成功抵禦了巨大的衝擊力。車身關鍵部位未出現嚴重變形，安全氣囊精準彈出，為車內乘員提供了全方位的保護，最大限度地降低了事故傷害。這一成果的背後，是魏牌對安全研發的持續投入與不懈追求。從高強度鋼材的大量應用，到智能安全系統的深度開發，每一個細節都凝聚著魏牌對安全的極致考量。

長城汽車深知，汽車安全不僅是技術的較量，更是企業對社會的責任擔當。通過此次挑戰，魏牌藍山不僅為行業樹立了新的安全標桿，更為消費者帶來了實實在在的安全保障。未來，我們將繼續以更高的標準、更嚴的要求，不斷探索汽車安全的新高度，用實際行動詮釋對每一位用戶、每一個家庭的守護承諾，為構建安全、和諧的出行社會貢獻更多力量。

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分。我們持續健全供應商全生命周期管理，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。

我們發佈《長城汽車供應商可持續發展告知書》，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，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：



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。

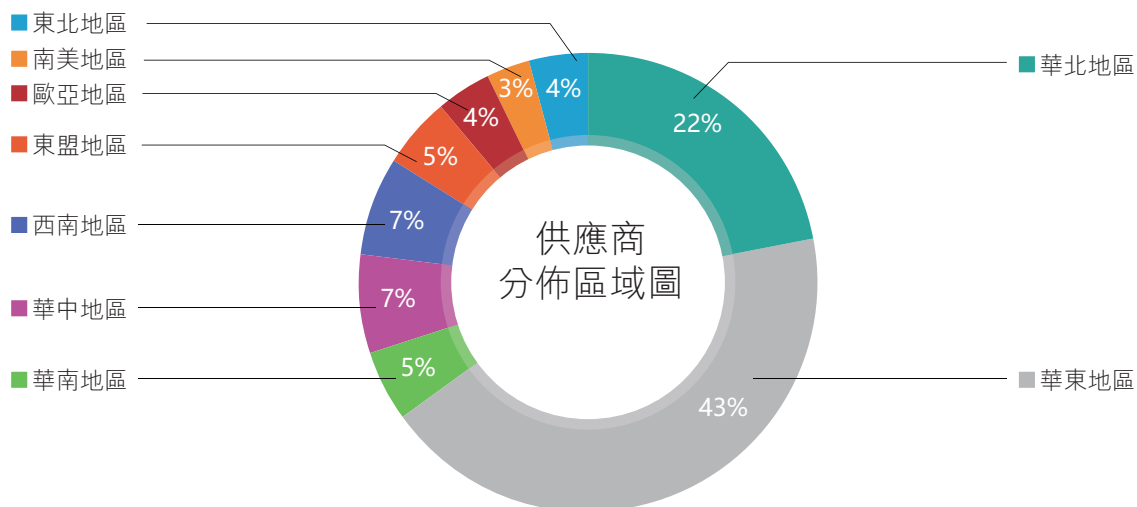
2. 供應商引入

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。我們強化了供應商管理，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供應鏈的社會責任管理情況進行評審，要求100%供應商提供環評報告，涉及生產節水等相關要求，加強了環境和社會責任影響評估。組織質量、技術、採購等專業人員對供應商及其下級二三級供應商現場實施審核，要求供應商需要通過IAFT16949認證與ISO14001認證，對新引入供應商開展100%質量要求培訓，並針對長城汽車質量管理新員工開展100%質量培訓，以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。

在供應商准入審核增加了可持續相關指標的評估和得分項，包括：碳中和管理組織架構、碳中和管理體系、碳中和規劃、碳中和減排目標等項目，實現新引入供應商100%審核確認，以保證符合長城汽車可持續發展規範要求。另外，我們已編製《可持續發展綠色供應鏈管理指南》管理制度，從碳信息填報、碳信息核實、碳管理應用和碳管理提升等方面對供應商做出限制要求。我們鼓勵供應商使用環保材料或循環材料，推動供應商建立自己的綠色採購機制。

供應商數量，主要供應商1100餘家，均為行業內優秀供方，全球知名供應商佔比超30%，對於合作供貨商，2024年，長城汽車供應商質量體系認證率達100%，具體分佈：



3. 供應商管理


 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、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。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。


 風險
評估

長城汽車制定《出口管制與經濟制裁合規管理手冊》，採購合同中增加合規條款，對供應商實施約束，通過GSCP與DPS系統對接，實現貿易管制黑名單實時信息化自動篩查、預警，發現異常及時處置，確保風險受控，成為供應鏈風險評估領域的公認的行業合作夥伴。

長城汽車定期對供應商進行可持續發展評估，依據《供應商可持續發展評估問卷》中的公司治理、人權、健康安全、商業道德、環境等可持續發展評估條款，對供應商及其下級供應鏈進行評估審查，審查供應商是否遵循可持續發展政策及要求，並提出改進建議。


 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，在官網對反腐敗等內容進行宣傳引導。

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。

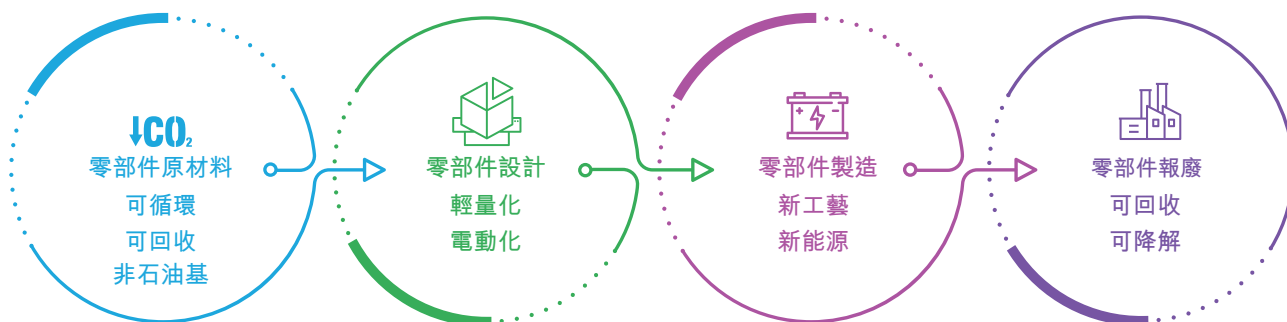
4. 供應商可持續發展

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，針對可持續發展、專業技術、質量管控、反貪腐等內容，面向不同性質的一、二級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，23年率先建立評價標準、成立專項管理團隊，開展供應商低碳評價和培訓指導。24年進一步深化管理，共計評價56家供應商，顯著提升了供應商減排意識和供應端低碳管理水平，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。

長城汽車在供應鏈端的低碳實踐得到社會各界的廣泛認可。公司與中汽數據及行業夥伴共同編製的《汽車行業低碳供應商評價指南》於2024年7月9日正式發佈，為行業提供了科學、規範的低碳供應商管理參考。此外，長城汽車低碳供應商評價項目作為優秀案例，成功入選由生態環境部宣傳教育中心與大道應對氣候變化促進中心聯合發起的《2024「美麗中國，我是行動者」企業氣候行動案例集》，並在COP29氣候大會上向全球發佈，彰顯了公司在推動行業低碳轉型中的引領作用。

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。



使用生物基材料、可再生材料、循環材料和非石油基材料，例如：麻纖維板材、大豆泡沫材料等

- a. 提倡輕量化設計，在保證產品性能同時，又可減重；
- b. 實現功能多樣性，如提供熱管理、可呼吸等附加功能；
- c. 使用新能源、新動力技術，助力電氣化轉型

- a. 採用低能耗的生產工藝，比如廢熱循環利用、生物床處理廢氣等；
- b. 能源結構調整，向可再生能源電力（水、光、風電）豐富地區傾斜

材料可回收、可降解，實現物料循環使用，儘量避免在報廢環節產生新的碳排放

經銷商管理及培訓

銷售／售後服務滿意度

2024年五品牌銷售服務滿意度達成93.9分，售後服務滿意度達成92.6分。

經銷商管理

長城汽車始終堅守「以用戶為中心」的理念，2024年在多個關鍵領域積極作為。一方面，加速資源整合，優化渠道服務，順應客戶群體高端化趨勢，以強化競爭優勢、聚焦關鍵場景、賦能人員能力為核心策略，全面升級服務體驗。同時，深入推進綠色發展，增強新能源領域的發展勢能，為客戶提供更豐富的選擇，滿足多元用車需求，不斷提升客戶滿意度與忠誠度。

2024年，長城汽車聚焦「一個長城」，基於新能源屬性、品牌調性，加速優勢資源整合；一個渠道，為用戶提供多種品牌、多種車型選擇，提高用戶購車便利性；同時提升單店效能，增加經銷商收益，保障渠道穩定、長期的服務於用戶。

隨着汽車產品不斷向高端化衝擊，客戶群體持續進階，高收入、高學歷、高消費客戶成為品牌主力，為此，長城汽車聚焦三類核心策略實現服務體驗優化升級，以尋求用戶情緒價值與業務轉化目標的平衡。

首先，強化競爭優勢，聚焦全周期服務體驗場景，重塑客戶體驗旅程。變廠商視角的標準設計為用戶視角的體驗設計。整體從用戶感知層、經銷商執行層、廠家賦能層三個維度進行規劃，以初識品牌到轉介漣漪為體驗旅程的起點與終點，重構11個關鍵體驗旅程場景，實現端到端、用戶生命周期的體驗標準設計。同時以用戶感知和廠家賦能為核心，雙向驅動零售端體驗提升，並細化崗位要求、硬件要求、數字化工具等，最終形成全場景用戶體驗操作流程指南，為終端服務提升提供指導。

其次，聚焦關鍵場景，打造差異化亮點，塑造IP化體驗標籤。以客群特徵為切入點，聚焦尊享接待、專家講車、定制試駕和驚喜交付四大核心環節，打造差異化、IP化的服務亮點。尊享接待維度重點對人員形象禮儀、人員狀態及接待及時性進行管理，強化客戶進店第一印象與服務感知，快速建立信任關係；專家講車維度，改變講授式介紹，採取專家演示+引導用戶親自嘗試結合形式，重點圍繞看得見／能體驗配置，實現用戶所見即所講，同時精準識別客戶需求及用車經歷，針對性進行產品介紹，消除客戶用車顧慮；定制試駕維度，以用戶需求定義試駕體驗方式，強化主動上門試駕服務提供，既主動出擊「找商機」，又提升體驗「塑口碑」；在驚喜交付維度，強化與客戶的前置溝通，提前識別客戶差異化交付需求，通過現場氛圍佈置、專屬禮品贈送、交付瞬間記錄等形式，打造客戶難忘交付體驗。

第三，賦能人員專業能力，提升體驗戰力。以客戶視角出發，充分識別客戶購車決策關注點，針對性設計課程體系，並以線上+線下相結合形式快速培訓貫標，真正做到講客戶之所想。同時持續開展新人幫扶，實施新人入職30天計劃，快速導入基礎課程，關鍵崗位100%覆蓋，通過總部促學統管、店內過程確認、月度抽檢考核等多種措施，實現廠商共管，確保幫扶提升效果；過程中篩選素質高、穩定性好的新人，實施廠家線下直培，給工具、給方法，真正貼合實戰，賦能銷售轉化戰力提升。

在汽車消費市場中，售後服務的品質直接關係到客戶的用車生活和品牌忠誠度。長城汽車敏銳洞察客戶養車用車的核心需求，在售後服務領域深度耕耘，全力打造「便捷預約、尊享接待、舒適客休、驚喜交車」四大關鍵時刻的卓越服務體驗，通過優化拓展預約渠道，輕鬆搞定預約，極大節省時間精力；服務團隊熱情高效的接待，減少用戶等待時間，盡享尊崇體驗；愜意的等待、精美的餐食，讓客休更舒心；交車細緻講解和貼心用車建議，驚喜小禮品，讓用戶體驗達到頂峰。為進一步提升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、上門取送等多元化的特色服務，長城汽車為用戶帶來遠超預期的極致服務體驗，不僅有效增進了用戶對品牌的信賴，更在市場中構建起良好的用戶服務口碑，成為眾多車主養車用車的堅實後盾。

在客戶關愛方面，全年開展「春、夏、秋、冬四季」服務節，每期至少推出五重驚喜禮遇，以春季上門取送車、夏季維保優惠派送、秋季輪胎多買多送／蓄電池煥新、冬季安全檢測等多元化的用戶關愛活動，持續為用戶打造美好用車體驗，免費檢測涵蓋五一、春節等出游高峰期，為用戶用車出行保駕護航，同時通過多平台、多話題與用戶聯動，為用戶打造一個充滿人性化關懷的服務體驗，將「全心服務」的品牌理念展現得淋漓盡致。

1月新疆突發地震，長城汽車第一時間啟動應急預案，關愛每位用戶生命及財產安全，迅速推出馳援賑災關愛行動，通過免費救援、免費全車檢測、免費車輛外觀清洗，保險理賠快速通道、維修綠色通道、零部件供應綠色通道等六大車主關懷服務，切實關注解決災區用戶需求。用實際行動與受災人群、長城車主風雨同舟、共克時艱。

為進一步提升客戶服務體驗滿意度，長城汽車持續開展客戶滿意度調研，通過電話+線上雙渠道收集客戶聲音，銷售部分2024年設計分場景問卷調研，深入下探銷售試駕、訂單、提車服務場景，從試駕、下訂、環境、接待、交車、關懷六個方面，售後部分從預約、接待、客休、過程、質量、關懷留個方面對經銷商的服務質量進行評價，輔以全網視頻監控、飛行檢查、廠商系統經銷商服務記錄抽檢等手段，用戶需求以廠端口傳遞至經銷商，確保客戶權益保障，經銷商流程執行落地。同時魏牌坦克廠端百日攻堅行動，對經銷商服務流程、人崗匹配、產品知識、硬件維護等方面檢核，針對發現的問題統籌店端制定改善計劃並監督落地，促進經銷商整體服務水平的提升，打造服務口碑，增強客戶的滿意度和忠誠度。

長城汽車始終秉承「以用戶為中心」的理念，通過聚焦終端「人、車、店、客、系」五大維度，持續優化終端服務標準，持續關注用戶購車到用車的全生命周期，並借助「百日攻堅」服務行動推動落地，為用戶帶來專屬、高效、專業的服務體驗。2024年長城汽車旗下哈弗品牌榮獲「中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)」2024年中國自主品牌「銷售服務滿意度」及「售後服務滿意度」第一名，坦克品牌榮獲「銷售服務滿意度」並列第一名及「售後服務滿意度」並列第三名。

| 廠商品牌 | 類型 | 名次 |
|------|------------|----|
| 哈弗 | 售後服務(自主品牌) | 1 |
| 坦克 | 售後服務(自主品牌) | 1並 |
| 哈弗 | 銷售服務(自主品牌) | 1 |
| 坦克 | 銷售服務(自主品牌) | 3並 |

| 車型 | 細分市場類別 | 名次 |
|-------|--------------|----|
| 哈弗M6 | 10萬及以下緊湊型SUV | 5 |
| 大狗 | 10-15萬緊湊型SUV | 4並 |
| 哈弗H6 | 10-15萬緊湊型SUV | 1並 |
| 哈弗H9 | 硬派SUV | 5 |
| 坦克300 | 硬派SUV | 1並 |
| 坦克500 | 硬派SUV | 1 |



經銷商培訓

長城汽車始終秉持「用戶至上」的理念，致力於為用戶提供卓越的服務和產品體驗。積極推進經銷商培訓模式升級，通過提升終端人員的專業接待能力，向用戶傳遞出高質量的服務水準和產品價值，踐行對用戶的的責任擔當。

在當今競爭激烈的市場中，產品體驗是客戶選擇和使用產品的重要考量因素。良好的產品體驗可以提升用戶滿意度，增強用戶忠誠度。在此背景下，長城汽車秉承創新理念，創建了全鏈路靜、動態講解指引工具，聚焦靜態講車和動態實車演練，有講解標準、有引導動作，採取講師帶教一遍，學員演練2遍，老師指導糾偏，持續夯實經銷商銷售人員的產品講解能力，提升客戶體驗感知，為用戶帶來更好的看車體驗。

不僅如此，在魏牌藍山、坦克500Hi4-Z等新能源車型及改款產品上市之際，通過引導經銷商參觀工廠及核心零部件，徐水試驗場及城市／越野等多場景道路試駕，實車情景模擬演練等，幫助銷售人員提升對長城汽車的新能源理念、混動技術、越野技術，以及用戶用車場景、生活方式和個性化需求的認知，以更專業的服務能力增強了用戶認可。

同時，長城汽車持續推進經銷商新人培訓體系建設，從品牌、產品、流程、管理等維度，覆蓋哈弗、魏牌、坦克、歐拉、皮卡5大品牌，從總經理到一線共計14個核心關鍵崗位，線上+線下共計培訓14,483人次，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。

在線下培訓階段，精心設計了沉浸式體驗課程，通過引導經銷商新人參觀工廠及核心零部件、體驗徐水試驗場、實車模擬演練等，強化了新人對長城汽車理念、產品優勢、技術實力的理解，進一步夯實店端產品營銷能力、用戶服務理念，持續輸出高品質服務。



二代哈弗H9產品上市強化培訓，組織銷售人員實車演練，落實引導動作及話術講解標準，保證講解更專業。



全新藍山上市培訓，組織學員進行道路試駕，全方位體驗NOA功能，保證向客戶講解更專業。



新人烽火特訓，通過總部培訓、技術中心參觀、工廠參觀等，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。

長城汽車始終以提升用戶滿意度為核心目標，致力於打造一支技術過硬的售後服務團隊。構建了全方位、多層次的技術培訓體系，涵蓋新產品上市培訓、新店新人培訓、崗位認證培訓以及專項技術培訓。2024年技術培訓累計覆蓋終端維修技師12,118人次，確保每位技師都能及時掌握最新的維修技術和服務標準。

長城汽車致力於持續完善技術培訓課程體系，並創新培訓形式，通過線上視頻直播重理論講解、線下培訓重實車實操演練，全面提升終端維修技師專業能力，打造售後服務專業技術團隊，高效解決用戶車輛問題，為用戶提供更優質的售後服務體驗。

未來，長城汽車將持續推進培訓模式變革升級，打造經銷商團隊的專業服務水平，以實際行動踐行「用戶至上」的服務理念，為用戶創造更大價值。



歐拉初級崗位認證技術培訓，提升維修技師專業技能和維保規範性

客戶權益保護

負責任營銷：

長城汽車以倡導合規經營價值觀為導向，始終堅持公平、誠信的經營理念，積極維護並保障用戶合法權益，關注消費者尤其是弱勢消費市場購買者的權益保護。

(一) 宣傳合規

為確保為消費者提供準確、公正的產品信息，長城汽車依據《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等有關法律法規、行業標準和合規指引，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，對存在風險的宣傳物料開展審核、整改、跟進、系統防控，切實保障消費者接收到真實、可靠的信息。

(二) 公平競爭

根據《中華人民共和國反壟斷法》、《經營者集中反壟斷合規指引》等有關法律法規、合規指引等制定《反壟斷合規指引》，通過法規解讀、典型案例分析、業務流程審查，防範公司投資、日常運營法律風險，提升公司經營合規管理水平以及國際市場競爭力，建設合規品牌，實現穩健發展。

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。

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400-666-1990，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。2024年，共受理用戶投訴215,348例，依託客服系統協同終端銷售服務商、內部關聯部門進行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。

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與個人信息合規使用的職責。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。



(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，公司積極開展重要業務系統等保定級，對處理大量客戶信息的業務系統全部定級為三級，相關業務系統經行業專家定級評估評審後，向網安部門完成了備案，並接受了公安部認證測評機構等級保護測評檢查。根據專業機構的測評結果，公司等級保護三級系統測評通過率100%，驗證了相關系統具備了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，構建包含了多層次多維度的數據安全保護能力，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。



(四) 車聯網產品研發安全保障

車聯網產品研發安全以R155網絡安全管理體系、《整車信息安全管理規範》、ISO27001、ISO27701、GDPR、《汽車數據安全若干管理規定》等為依據，通過外部專業公司的支持，搭建了長城整車網絡安全管理體系和車聯網數據合規管理體系以標準化、流程化方式落實各項安全和合規管理措施與合規技術實現，CSMS認證已於2022年9月份通過，歐盟首個車型已於2023年11月份獲得歐盟KBA頒發的VTA認證。已於2024年11月獲得國內數據安全能力建設認證DSCC。

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)，結合數據整個生命周期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，根據項目的生命周期特點，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。

(五) 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100%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。



員工關懷與成長

長城汽車視員工為企業發展的核心動能，是公司最為珍視的寶貴財富，公司矢志不渝地營造既公平、包容、安全，又充滿成長機遇的工作環境，並不斷完善職業生態系統。

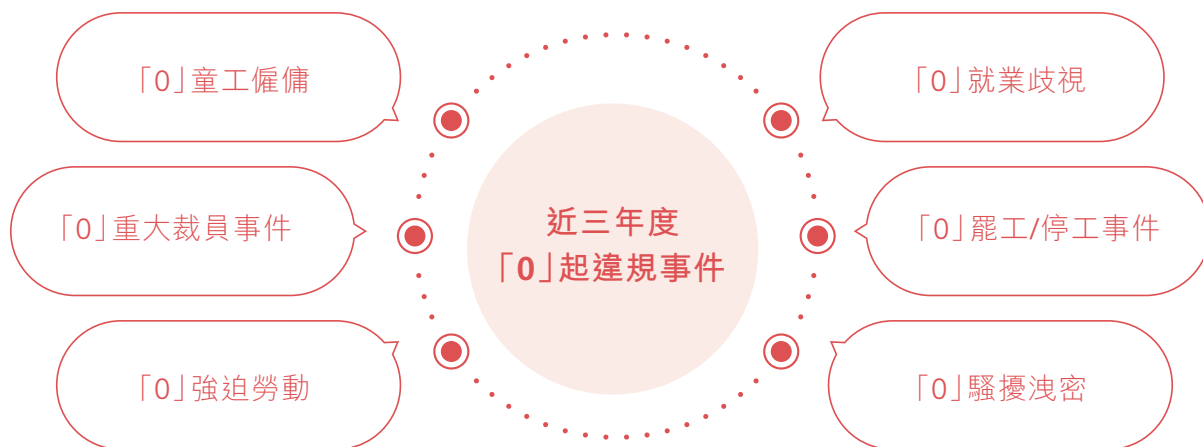
公司堅決遵循並人性化執行僱傭與勞工準則，圍繞多元平等、合規用工、員工權益保障、深切關懷與高效溝通等多個維度，全方位、多角度構築理想的工作環境和職場氛圍。

• 多元平等、合規用工

公司始終擁護並堅守《聯合國世界人權宣言》及《國際勞工公約》等國際人權標準。嚴格執行《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規要求。制定並不斷優化公司《招聘管理規定》，明確構建公司公平、民主、競爭、擇優的選人用人機制，踐行堅持平等、規範僱傭的招聘要求。

1. 合規透明的招聘流程

- 通過公開招聘平台、校園招聘、人才推薦等多種渠道廣泛吸納優秀人才。招聘啟事中詳細註明崗位要求、職責與福利待遇，確保求職者充分了解信息，均與員工經平等協商後簽訂勞動合同，勞動合同簽訂率100%。
- 嚴格執行「拒絕就業歧視」：招聘過程中堅決杜絕年齡、性別、種族、宗教信仰、國籍、生理狀況、婚姻狀態等方面的歧視。
- 嚴格執行「禁止僱傭童工與強迫勞動」：公司遵守《禁止使用童工規定》等法律法規，在招聘環節嚴格審查求職者身份信息，禁止僱傭童工和強迫勞動，維護社會公德和國家法律權威，報告期內未發生過僱傭童工及強迫勞動的案件。
- 嚴格執行「堅決反騷擾」：公司致力於為員工打造和諧融洽、互相尊重的工作環境，堅決杜絕任何形式的騷擾、無端誹謗及惡意舉報等不良行為，一旦發現此類事件，公司將採取嚴厲措施予以處置，確保工作場所的積極正向氛圍。報告期內未發生過騷擾相關案件。



2. 多元化員工隊伍建設：

- 長城汽車積極拓展國際／國內招聘渠道，面向全球招攬頂尖人才，尊重不同國家和地區的文化差異，嚴格遵守當地僱傭法規，營造公平公正的國際化招聘環境。
- 公司現有員工來自全球多個國家，在境內工作的外籍專家人才超百名，涵蓋多學科領域。女性員工佔比已達24%，連續三年穩步增長；少數民族員工共計3,591人，來自38個不同民族，佔我國民族總數的68%。中高層管理團隊也逐步實現了性別與民族的多元化融合，為企業的持續創新注入源源不斷的活力。
- 積極響應國家精準扶貧政策，於荊門工廠試點運行貧困勞動力引入項目，首批共計引入39名來自貧困地區的勞動力，助力脫貧攻堅，在推動地方經濟發展的同時為員工創造更多價值，實現企業與員工的共同成長。

• 員工權益保障



薪酬福利合理化：定期開展市場薪酬調研，依據行業水平與地區經濟發展態勢，確保員工薪資具有競爭力，按時足額發放。除法定福利外，還額外提供員工健康體檢、帶薪年假、節日福利、購房購車補貼等福利項目，全方位提升員工生活品質與歸屬感。



多元平等保障：公司內部營造簡單、透明、反歧視、反騷擾的工作氛圍，通過定期培訓普及相關法律法規知識，明確界定歧視與騷擾行為的表現形式，如言語冒犯、不當肢體接觸等。設立專門的舉報渠道，包含匿名舉報郵箱與熱線電話，一旦接到投訴，迅速啟動調查程序，確保公正處理，嚴肅追究違規者責任，為員工營造純淨和諧的職場環境。



個人信息保護強化：高度重視員工個人信息安全，依據《個人信息保護法》要求，制定嚴格的信息收集、存儲、使用、傳輸與銷毀流程，僅在合法、必要、正當的業務範圍內收集員工信息。

- 為進一步的強化數據安全，公司採用加密技術保障數據存儲安全，嚴格限制訪問權限，並定期開展信息安全審計，多措並舉，確保員工信息不洩露、不濫用，員工信息安全事故發生率為零。
- 報告期內公司未發生過任何違反個人信息保護相關規定的案件。

● 員工關懷與溝通

工會組織活躍化：公司充分尊重員工的各項權益，通過建立完善的工會組織，並與上級總工會良性互動，聯合相關職能充分發揮工會作用，廣泛開展了勞動競賽、職工活力建設、法律監督宣傳、爭先創優等工作。其中工會制定了《職工代表大會制度》，適時參與重大事項的決議。2024年度，職工代表大會如期開展，《集體合同》《工資專項集體合同》按時簽訂，切實維護職工權益，促進構建和諧穩定的勞動關係，與用人單位互利共贏，共同發展。



溝通反饋渠道暢通化：

線上：公司設立了高層郵箱、長城人兒APP社區以及員工合理化建議平台等多重溝通渠道，並特別推出了「總裁聽我說」專欄，旨在搭建起管理層與員工之間暢通連接的橋樑，2024年員工在日常工作交流互動、管理問題反饋、文化活動分享等多維度共發佈了近8萬條內容豐富、見解獨到的信息。為確保每位員工的聲音都能被聽見並得到及時回應，公司安排專人管理與監督，實現了對所有意見與建議100%的回覆率，展現了公司對員工參與感和歸屬感的深切關注。

線下：公司設置了高層信箱，並定期舉辦員工溝通會、民主生活會、務虛會等多樣化的交流活動。同時，管理層還積極深入一線走訪，與員工面對面交流，傾聽他們的心聲與需求。對於員工的反饋，管理層能夠迅速響應、有效解決，真正做到了上下一心、同頻共振，攜手共進。



僱主品牌塑造：通過開展企業開放日、智慧工廠探秘夏令營、校園大使、精品宣講會等特色活動，全方位展示公司積極向上的企業文化、優厚的員工待遇與廣闊的發展空間，吸引行業精英匯聚，僱主品牌知名度與美譽度顯著提升。





大學生開放日活動



大學生開放日活動



大學生夏令營活動



大學生夏令營活動



大學生報到活動



大學生報到活動





展望未來，公司將持續嚴格遵守僱傭與勞工準則，以高度的靈活性應對行業變革與員工需求的不斷升級，從而為汽車製造產業的可持續發展鋪設堅實的人才基石。與此同時，我們將緊密追蹤國際國內法規政策的最新動態，不斷強化海外業務的合規管理，全面提升全球競爭力。

我們堅定不移地倡導並踐行包容、尊重的工作文化，充分激發員工潛能，確保人力資源策略始終與企業戰略目標保持高度一致，攜手全體員工共同推動汽車製造產業的蓬勃發展，共創輝煌未來。

人才發展

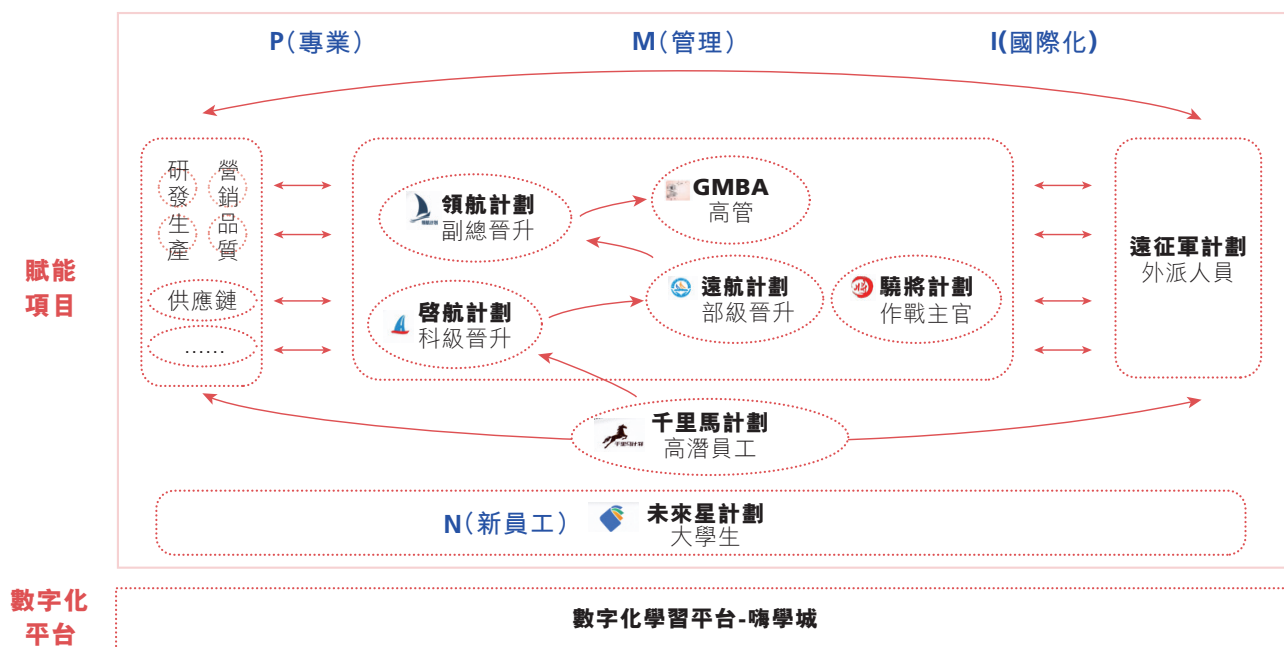
長城汽車重視人力資本價值，將人才作為企業發展的第一驅動力。公司不斷創新人才發展機制，構建高效、開放、有吸引力的事業平台，凝聚、打造一支擁有共同事業目標、充滿奮鬥激情與創造力的幹部人才隊伍，讓組織始終充滿活力和創造力，驅動企業長期可持續發展。

一、搭建分層、分類的人才培養體系

2024年長城汽車持續優化全球人才培訓體系，培養範圍持續擴大，全面覆蓋各層級員工，為支撐員工專業能力提升，系統搭建品牌營銷、技術研發、生產技術及職能等領域，總計**73**個子序列「標準化、菜單式、進階式」的成長地圖，實現崗位學習路徑的可視化；完善內訓師激勵機制，累計認證內訓師**700**餘人，同時邀請行業大咖向內賦能。同步依托數字化學習平台「嗨學城」，實現全員線上／線下高效學習，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。

長城汽車全年學習總時長超**274.9**萬小時，年度學習人數達**7.1**萬餘人，年度人均學習時長**32.38**小時（其中管理者年度人均學習時長達**52.38**小時，較2023年相比提升**32.27**%），全年職工教育經費支出**0.15**億元。

2024年長城汽車分層、分類，覆蓋全員實施差異化、有針對性的人才賦能培養項目。



新員工

2024年新員工入職培訓重點圍繞文化融入、業務融入、角色轉變等維度開展，覆蓋大學生**2,000**餘人。結合員工通用能力要求及職業發展需求，針對不同類型新入職員工涉及的業務重點及面臨挑戰，從**自我驅動、職場思維、工具方法、溝通表達**4個維度實施通用課程學習。

針對大學生群體迭代升級「未來星計劃」，建立**闖關式素拓、實習歷練、在崗培養**遞進式融入與培養模式，開展為期一年的跟蹤培養，實現「新長城人兒」角色快速轉變，並識別優秀的人才，作為「未來星」納入高潛人才池持續培養。



高潛員工

為培養一批有活力、有幹勁、敢挑戰、能幹成事的基層高潛人才，2024年圍繞**海外營銷、生產技術、供應鏈、數字化、零部件**等領域績優、高潛的員工，開展基層高潛培養「千里馬計劃」，共計儲備合格人員**317**人，持續為各領域專業、管理人才儲備做輸入。

基中高層管理者

為提升基、中、高層管理者上任準備度，持續開展「航」計劃，圍繞「**管理自我**」、「**管理團隊**」、「**管理業務**」三大能力項，通過內選高管、外引大咖資源，系統化賦能基、中、高層管理者必備管理思維及方法，同時，通過嗨學城打造管理主題欄目「**領導力研習營**」，聚焦**教練技巧、團隊建設及激勵他人**3大主題開展突破式賦能，覆蓋公司各領域共計**4,000**餘名基、中、高層梯隊管理幹部。



我是李紅艷，
來「**領導力研習營**」
和我一起學習高績效團隊建設！



針對各條線人才制定培養方案，持續提升在職員工綜合實力，以月度為單位開展各專業條線員工能力提升培訓，全年各專業條線員工學習時長超**240**萬小時，各專業條線員工學習人數超**6.5**萬餘人。

長城汽車堅持造車先育人的理念，以「技高行天下、能者聚長城」為宗旨，2024年圍繞生產製造領域多技能工培養、技能大賽、職業技能鑑定等活動，培養技能崗位人才**3,800**餘人，其中高技能崗位人才**480**餘人。此外，長城汽車積極參與社會活動，河北整車生產基地2024年通過省級高技能人才培養基地續期評審認證，並開展職業技能等級認證，共認證通過**95**人。

各專業條線人才

組織榮譽：長城汽車各工廠分別榮獲「勞動技能大賽優秀組織獎」、「職工職業技能大賽優秀組織獎」、「藍領標桿工程培養高技能人才先進單位」、「市級創新工作室」、「大工匠工作室」、「勞模創新工作室」、「製造過程技術研究與應用創新工作室」等多個單位獎項及榮譽稱號。

個人榮譽：2024年長城汽車持續為員工提供外部工匠榮譽獲得平台，2024年共計評選**1**名國家級工人先鋒號、**1**名市級工人先鋒號、**16**名市級工匠、**2**名省級勞模、**1**名省級職工職業技能大賽個人第三名等。



外派人員

基於公司全球化發展的背景，針對外派人員的識別、培養及派出工作，啟動「遠征軍計劃」，旨在打造一支無堅不摧，能打勝仗的國際精英隊伍。圍繞全球視野、跨文化溝通能力、適應力和語言能力四大關鍵素質維度，實施**海外通識集訓+本地化專項賦能+語言能力提升**三大學習內容，共計培養**170**餘名國際化人才。

二、健全以能力業績提升為導向的職業發展體系

長城汽車搭建了管理、專業、技能、輔助四條職業發展通道，同時構建了公平公正、清晰透明的評價、晉升機制，保障員工職業發展。

2024年公司致力於深化專業人才管理，我們以任職資格標準為核心，為專業人才提供明確、可衡量的成長指引；通過秉持公平、公正、公開的原則，嚴格實施任職資格等級認證工作，堅持認證與輔導相結合，通過定期的評估和反饋，幫助員工不斷提升專業能力水平，2024年專業人才晉級／晉等人員達**8000餘人**。

幹部管理方面，我們持續加強幹部隊伍建設，搭建幹部評價、成長體系，增強幹部梯隊厚度。其中女性幹部佔比達**16.6%**，其中高層女性幹部佔比達**6.5%**，中層女性幹部佔比達**11%**，基層女性幹部佔比達**16.2%**。

為保障人才成長與發展，我們持續優化人才輪崗、內部競聘等人才流動機制，不斷健全績效評價體系，從業績、能力、機會等維度牽引人才多元化職業發展。

員工福利與關懷

長城汽車始終聚焦員工體驗，傾心打造既全面多元、又細緻入微的福利體系，通過精準落地的關懷機制與保障措施，致力於為員工打造安心立業的工作平台與省心無憂的生活支持，持續提升職場幸福指數與員工歸屬感。

一、薪酬與激勵

公司建立了完善的薪酬激勵體系，涵蓋基本工資、績效獎金、年終獎金，還設有員工持股／限制性股票／期權激勵等項目。依據業務特點與人員價值創造差異，實施差異化薪酬激勵組合，圍繞公司經營成果和個人業績貢獻，制定調薪及獎金激勵機制。

在報告期內，公司持續深化長期激勵的應用，多激勵工具並舉。在現有兩期股權激勵、一期員工持股計劃的基礎上，推出第三期股權激勵及第二期員工持股計劃，通過對高價值崗位及關鍵人才的全覆蓋、強激勵，提升全面薪酬競爭力。



高價值崗位及關鍵人才 **100%** 覆蓋

2024年二期股權激勵首次授予第三批、預留授予第二批、一期員工持股計劃第一批均解鎖／獲准行權，核心骨幹人員長期激勵收入遠超行業水平。



100%員工參與KPI、OKR、PBC等目標考核，績效結果同調薪、晉升發展等關聯；



100%員工的基本工資高於國家及當地最低工資標準要求；



依據國家及公司相關規定向所有員工按月足額支付工資，依法為員工預扣預繳個人所得稅。

公司各單位緊密圍繞業務，精心構建了一套豐富多樣、充滿活力的榮譽激勵體系，通過設立多樣化的榮譽獎項，並在季度／半年度／年度舉辦獎項評選及表彰活動，及時認可並頌揚員工的卓越貢獻與價值，有效地激發員工工作熱忱，有力推動積極向上的文化氛圍的形成與發展。

為了進一步提升員工的榮譽感知與體驗，公司開發了「榮譽檔案」管理系統，並在長城人兒APP中特別設立了獲獎員工的專屬板塊—「榮譽之路」。平台全面記錄並展示了員工在整個職業生涯中所獲得的各項榮譽信息，使得員工能夠隨時便捷地查閱、回顧並自豪地分享自己的榮耀時刻，極大地增強了員工的歸屬感和成就感。



2024年度公司年會表彰



2024年度「城星計劃」

2024年榮譽激勵覆蓋**2**萬餘人

二、福利關懷

長城汽車深切關注並高度重視員工體驗，為此專門制定了《員工福利管理辦法》，從制度層面出發，全方位、多層次地為員工提供涵蓋健康保障、餐飲補貼、住房援助、出行關懷及子女教育支持等一系列貼心福利措施，從而不斷加深員工的幸福感與歸屬感，營造以人為本的工作環境。

健康 + 餐飲 + 住房 + 出行 + 教育 + 其他系列

► 健康保障：

1. 保險保障



公司致力於為員工提供全面且貼心的多元化福利項目，實現員工社會保險覆蓋率 **100%**，並貼心地為全體員工投保了大病醫療保險，為所有出海工作的員工購置意外傷害商業保險，以全方位守護員工健康與安全。



此外，公司還為員工家屬精心挑選了一系列優於市場標準的保險產品，涵蓋醫療保險、車險、少兒門診險以及家庭意外險等，員工可根據需求自願投保。

這一系列舉措不僅彰顯了公司對員工及其家庭的深切關懷，也極大地增強了員工及其家人的歸屬感與幸福感。

員工社會保險覆蓋率 **100%**、大病醫療 **100%**，出海員工購買意外傷害保險 **100%**

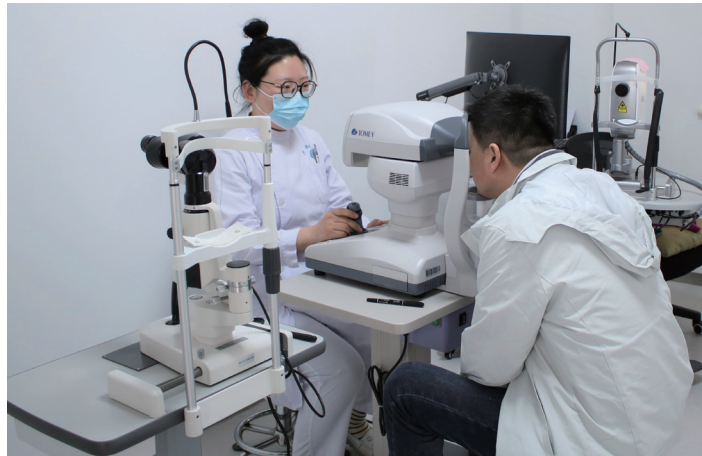
2. 醫療健康保障



公司關懷員工身體健康，為全體員工提供了一系列貼心服務，包括但不限於免費體檢、專業健康諮詢服務、便捷送藥上門服務以及優惠的診療安排。同時，這些診療優惠也惠及員工家屬。在報告期內，員工體檢覆蓋率達到 **100%**，此外，我們組織開展高血壓、急救、流感等主題宣教培訓 **15** 場，義診活動 **21** 場，旨在提升員工的健康意識和自我保健能力。



在關注員工心理健康方面，公司舉辦了 **16** 場EAP專項活動，內部發佈了 **138** 篇專業文章，通過心理諮詢、心理知識分享、放鬆訓練等多樣化的服務，為員工提供了全方位的心理支持和專業心理指導，全力營造「快樂、健康、舒心」的工作氛圍。



體檢活動

3. 運動健康保障

公司配備了符合國家標準的塑膠跑道、足球場、籃球場等戶外運動場地，以及羽毛球館、乒乓球館、游泳館和健身房等室內運動場所，這些設施不僅面向全體員工開放，同時也熱情歡迎員工家屬前來享受運動的樂趣。

公司各基地全年定期舉辦一系列豐富多彩、形式多樣的體育賽事，如激動人心的馬拉松賽事、活力四射的綜合性運動會，「哈弗杯」足球、籃球、乒乓球、羽毛球等專項賽事。

此外，公司還積極鼓勵並組織員工參與社會各界的各類賽事活動，展現團隊風采，促進體育文化的交流與傳播。

通過這些舉措，公司始終致力於營造一個健康向上、充滿活力的企業文化氛圍。

具體事例：

2024年5月，在徐水智慧工廠面向社會舉辦長城汽車智慧工廠馬拉松賽事，約**700**名員工參與，社會各界人士超**15,000**人參與。

2024年9月，保定、天津、平湖、泰州等各地組織開展了運動會活動，共計組織超**600**場比賽活動，超**3,000**名運動員參與，運動會現場超**6,000**名員工參與，線上互動員工超**156,000**名。

2024年9月，舉辦徐水「哈弗杯」足籃乒羽聯賽活動，超**200**名運動員參與，實現**60**餘場對決，各代表隊完美展現了體育運動與競技精神。



2024年員工運動會



2024年長城汽車智慧工廠半程馬拉松

► 飲食保障

公司為全體員工精心準備了免費的工作餐，不僅味道美味、營養均衡，而且菜品豐富多樣，並滿足來自不同地域、擁有不同文化背景員工的多元化飲食需求。

此外，公司還搭建了便捷的線上訂餐平台，讓員工能夠隨時隨地輕鬆點餐，及時補充能量。更為貼心的是，公司持續關注並調研員工的飲食偏好與需求，不斷創新菜品，定期舉辦美食文化活動，致力於為員工帶來更加美好的就餐體驗，讓每一餐都成為員工享受與期待的時刻。

► 住房保障

公司矢志不渝地致力於提升員工的生活品質，為此，我們為高端人才精心配備了高品質的公寓，讓頂尖人才得以享受舒適便捷的居住環境。同時，新員工入職初期亦可享受免費的住宿服務，以減輕初入職場的經濟負擔。

此外，依托公司所在地的生態優勢，我們還為員工提供購房優惠政策，不斷改善和優化員工的居住條件。

這一系列舉措旨在為員工營造既優越又和諧的工作與生活環境，讓每一位員工都能安心工作、舒心生活。

► 出行保障

購車與出行關懷計劃：為了確保員工出行便捷高效，彰顯公司的深切關懷，公司為選購本公司車輛的員工制定了專屬優惠政策。此外，依據所購車輛類型，我們還為符合條件的員工提供燃油補貼或充電補貼，旨在減輕員工出行成本負擔，讓每一次出行都充滿溫馨與便利。

班車服務與節假日返鄉交通安排：公司部署了近百輛次的循環班車服務，精準對接萬餘名員工日常通勤需求，確保每位員工都能享受到便捷、高效的出行體驗。在重要的節假日期間，公司更是貼心組織了返鄉大巴服務，年均調配客車超過200輛，實現了對有返鄉需求員工100%的全面覆蓋，讓每一位遠離家鄉的員工都能順利、安心地踏上歸途，感受來自公司的溫暖與關懷。

► 子女教育保障



以「讓愛的教育點亮人生」為使命，通過早教、托育、幼兒園、小學、初中、高中等教育工程建設，滿足員工子女教育需求。



長城汽車董事長魏建軍探訪「愛和城」學校

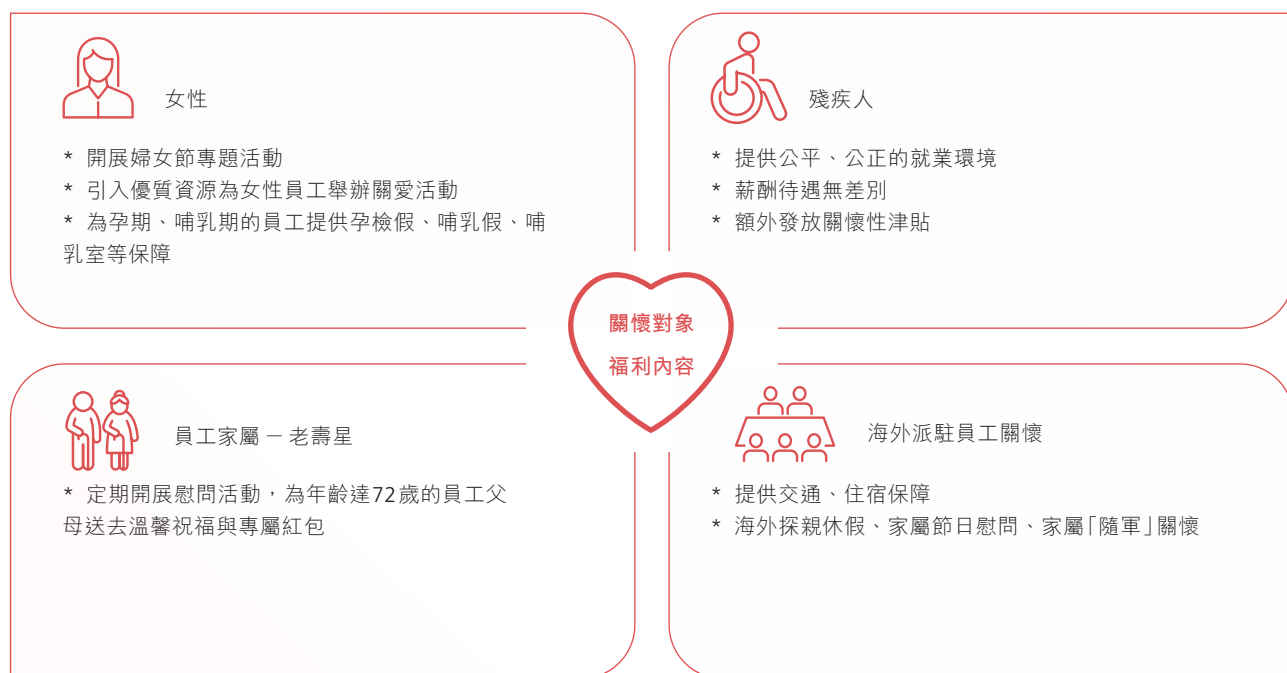
► 其他系列及專項關懷


公司始終秉持以人為本的理念，深切關懷女性、殘疾人及員工家屬等群體。與此同時，公司設計並實施了一系列全面而細緻的員工福利措施，確保每位員工都能在這個大家庭中深切感受到尊重、溫暖與關懷，共同營造一個和諧、包容的工作環境。

公司各單位組織 **54場** 女性員工關懷活動，涵蓋三八婦女節慰問、女性健康專項體檢、兩癌篩查、九價疫苗便捷接種等項目，惠及 **12,000** 餘女性員工。

為超 **3,000** 名老壽星 — 員工家屬發放專屬紅包，全力彰顯人文關懷。





- * 高溫關懷 — 夏季高溫，為員工提供防暑物資，開展防暑應急演練，提供高溫假
- * 節慶關懷 — 中秋節、春節等傳統節日發放節慶福利、開展主題活動
在春節，為員工提供超過法定假期的春節假期
- * 其他專項關懷 — 提供結婚慰問、生育慰問、生日祝福、生病探望、喪事慰問等
- * 通訊福利 — 結合崗位性質，提供差異化的通訊補貼套餐



母親節活動



一線員工慰問

三、員工滿意、敬業度

公司高度重視員工體驗與心聲反饋，每季度至少組織一次面向各組織的敬業滿意度調研、基於組織診斷的專項調研、員工生活配套服務滿意度等多維度的調研活動，精準捕捉員工需求，不斷優化管理與服務流程，營造出更加積極向上、充滿活力的職場氛圍。

公司連續15年面向全體員工開展敬業度調查，該調查包含公司認同、組織運行、個人成長與發展、薪酬與激勵、管理環境及企業文化六個維度。2024年度，共有6.4萬名員工積極參與了敬業度調研，並獲得87.5分。通過悉心聆聽每一位員工的心聲，我們制定了針對性的優化策略，為後續管理提升活動提供了明確的方向與指導，持續推動公司的全面發展與進步。

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。遵守法規要求，規範企業行為，紮實開展安全生產管理工作，切實開展消防應急工作，建立保障員工職業健康與安全的長效機制。設立明確安全管理目標及方針，層層分解執行，以確保各項體系要素滿足要求。

長城汽車達成2024年職業健康與安全管理目標



法定職業病和重傷及以上事故 **0** 起

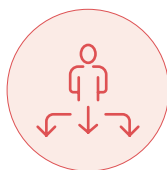
火災事故 **0** 起

安全違規事件 **0** 起

1、安全生產

1.1 職業健康管理體系建設

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，報告期內，公司已通過第三方機構對ISO45001職業健康安全管理体系複審，各項體系要素均滿足運行要求，證書持續有效。



組織設置

設置集團級、版塊級、分子公司級三層安全生產管理機構，協調開展安全管理工作，分級壓實安全主體責任。制定並落實《職業健康安全教育制度》、《安全生產檢查制度》、《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。



高效運行

高層管理者通過安全例會全面了解公司安全狀況，參與研討確定公司安全策略，推動安全工作落地，並與年度個人績效掛鉤，壓實管理層安全生產責任。公司通過持續迭代EHS管理平台、安全追責、安全審計等管理舉措，讓每一位員工了解自身安全職責，並將安全意識融入到自身工作中，確保全員參與職業健康安全管理体系建設。

1.2 全員安全文化建設

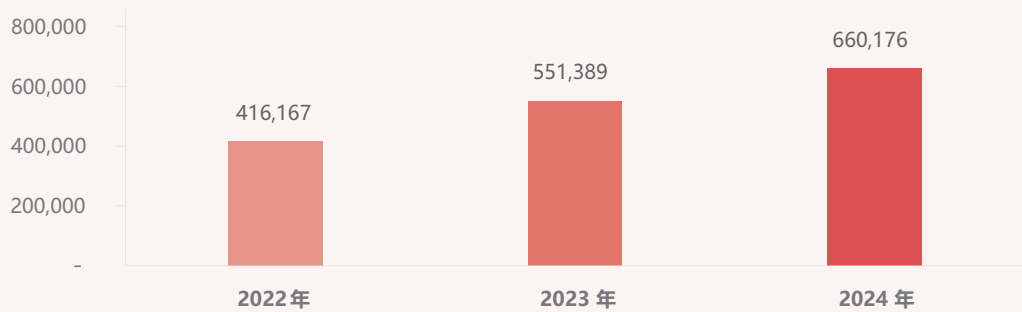
公司通過系統性文化培育活動，提升員工安全生產能力和意識，營造良好的安全文化氛圍。

安全教育



24年公司制定詳細的安全賦能計劃，公司採用「嗨學城網絡教育」與「專業導師課程講授」相結合的方式每年針對中高層人員、安全管理人員進行專項安全教育，每半年針對班組長進行專項安全教育，每季度針對特種作業人員、接觸職業危害因素人員進行專項安全教育，每月對全體員工進行安全應知應會教育，實時針對新員工、「四新」人員、轉崗人員、復工人員進行專項安全教育，並建立員工教育檔案，保障安全培訓覆蓋率100%。

近三年安全教育培訓人次



安全培訓次數：**5,243**次，安全培訓覆蓋率**100%**

安全活動



24年公司持續開展安全月系列活動，以「人人講安全、個個會應急—暢通生命通道」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，開展條幅簽訂、安全知識競賽、安全演講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。

| 活動項目 | 內容 |
|----------|--------------------------------------------------------------------|
| 安全責任簽署儀式 | 各工廠一把手牽頭組織員工在「安全月」條幅署名活動，並將署名條幅懸掛工廠車間，時刻警示安全生產 |
| 安全有獎競猜 | 通過全員線上網絡答題形式，將枯燥的安全規範轉化為生動案例，幫助員工主動記憶並理解安全操作的重要性，及時獎勵員工，激發員工學習興趣 |
| 安全演講比賽 | 公司共計開展24場以「安全」為主題開展演講比賽，聚焦深度思考與情感共鳴，引導員工從「被動接受」轉向「主動輸出」，有效提升員工安全意識 |



安全改善

24年公司召開「第7屆」集團安全改善案例大賽，旨在挖掘與共享優秀安全生產改善案例，推動前沿安全防錯技術落地應用，24年公司共計實施1,861項安全防錯項目，極大提升了公司生產現場本質安全化水平。

24年重點推動安全改善項目：

塗裝循環水池消除有限空間作業改善：通過自製循環水池底部曝氣裝置改變現有工藝流程，實現全流程無人化，徹底消除有限空間作業事故風險；

動力能源安全管理智能化改善：通過自主開發能源安全數智化控制系統，實現動力平台的無人化巡檢、自動化控制、大數據智能預警等閉環管理，消除人員危險區域作業場景；

塗裝物聯網安全智能化管理系統改善：在塗裝領域創新應用物聯網技術，實現過程數據自動採集、記錄、分析，打造數字化塗裝線體，實現智能化安全監控與管理，降低人員在危險區域的停留頻次和時間。

1.3 消防应急管理

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，並組織各部門成立義務消防隊第一時間應急響應。建立現場安全应急管理機制，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，24年組織應急演練3,481次，16次與屬地消防部門合作演練，持續評估、改進、完善應急處置流程，提升公司重大消防風險控制應急能力。

24年組織應急演練 **3,481** 次，
16 次與屬地消防部門合作演練

2、職業健康管理

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《職業病防治法》的相關要求。



源頭控制

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。如將塗裝車間油性漆換為水性漆、塗裝機器人自動噴塗、沖壓封閉式作業等。



持續改善

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，針對性採取通風、除塵、降噪等預防干預措施，降低職業危害因素影響。

24年職業危害因素檢測結果：除噪聲外，其他苯、粉塵等職業危害因素均未超標。



個體防護

按標準免費為員工配備個人防護用品，減少員工在有害環境中的暴露，組織員工職業健康體檢，並建立職業健康監護檔案，記錄員工職業病接觸史、職業健康體檢結果等信息，實施全面可追溯性管理。

24年接害人員數量：**14,123**人，人員職業健康體檢率
100%

社會公益

長城汽車始終堅守「綠智潮玩嗨世界」的使命願景，將回饋社會作為重要行動指引，積極投身慈善公益活動。通過深度挖掘並合理運用企業資源與平台優勢，構建起員工與用戶共同參與公益的橋樑。長城汽車在彰顯社會擔當的同時，凝聚起各方力量，推動慈善公益事業邁向新高度，持續書寫企業與社會共融共進的美好篇章。

1、搶險助難 愛通四海

2024年5月，巴西南部南里奧格蘭德州遭遇暴雨侵襲，致使災區人民的生命安全遭受威脅，財產損失嚴重。長城汽車積極履行社會責任，迅速響應並開展支援災區的行動。一方面，通過Alok基金會捐款，向受災群眾提供基本生活需求保障；另一方面，公司組織員工捐贈物資，員工們踴躍參與，獻出愛心，以實際行動展現對災區民眾的關懷，與災區民眾齊心協力、同舟共濟，共同抵禦險情，助力災區人民早日度過難關。

2024年6月，福建省龍岩市武平縣普降暴雨，多地受災嚴重，炮火聯盟福建大隊迅速行動，緊急籌備食品、飲用水等生活物資，並自發組織運輸車隊，為災區救援工作提供有力支持，以實際行動幫助受災群眾渡過難關。

2、慈心幫扶 愛潤社會

公益點亮美好未來，慈善助力前行之路。長城汽車在履行社區共建責任的進程中，積極引領用戶與全體員工，踴躍參與各項公益活動。

2月

長城汽車借「全性能家族品鑑會」之機，積極開展新春慰問活動，不僅走進當地村鎮，為村民們送去溫暖與關懷，還前往當地敬老院，慰問孤寡老人，讓他們感受到社會的關愛；同時，公司也沒有忘記那些默默堅守在街頭巷尾的環衛工人，為他們送上了慰問品和新春的祝福。

3月

長城汽車開展「植此青綠，環保共行」等主題的植樹志願活動，以實際行動為為環保事業貢獻力量。

5月-6月



長城汽車組織員工多次前往當地兒童福利院開展慰問活動，為孩子們的成長助力，用愛心點亮他們的童年；同一時期，長城汽車以「長城汽車智慧工廠馬拉松」項目為依託，攜手婦女發展基金會與騰訊公益兩大平台，共同發起線上公益馬拉松活動。此次活動聚焦「天才媽媽」公益項目，助力困境女性實現自我價值與職業夢想。

4月-9月

長城汽車組織開展了無償獻血公益活動，以汨汨熱血傳遞人間大愛，為醫療用血需求貢獻了堅實力量。

8月和12月

長城汽車分別組織員工在雲南、黑龍江開展了「致敬老兵」慰問活動，既為老兵帶來了物質補給與精神慰藉，又讓紅色精神在傳承中煥發新的時代光芒。

3、扶貧助困 助力振興

長城汽車秉承着強烈的社會責任感，對扶貧助困事業給予了高度關注，借助企業平台優勢，通過就業脫貧的方式，為殘疾員工提供就業平台，幫助其解決生活與就業問題，從經濟上幫助困難員工擺脫困境。



慰問困境兒童

長城汽車高度重視困境兒童幫扶工作，2024年5月31日，正值「六一」兒童節前夕，長城汽車重慶分公司相關負責人組織員工，先是來到永川區桂西學校，探望來自陳食街道盧家岩村的1名困境兒童，送上愛心助學金，助力孩子追逐學業夢想，以實際行動彰顯對困境兒童群體的深切關注；隨後趕赴陳食街道三官殿幼兒園，為14名困境幼兒送去貼心關懷，帶去卡通書包、電動文具盒、水彩筆、籃球等符合孩子喜好的學習用品。

長城汽車始終篤信，扶貧絕非一時興起的善舉，而是着眼於扶根本、利長遠的系統性工程。長城汽車以實際行動詮釋擔當，積極履行社會責任，精心匯聚各方愛心，凝聚磅礴偉力，為社會公平與共同富裕貢獻力量。

4、慈善援助 敢為擔當

長城汽車積極號召用戶參與車輛救援。越來越多的公益愛好者，通過官方俱樂部這一紐帶集結匯聚，不斷以實際行動詮釋大愛無疆，公益也成為長城旗下品牌與用戶之間的最強韌有力的情感鏈接。

2024.1

新疆阿克蘇地區烏什縣發生7.1級地震後，長城汽車迅速聯動當地坦克團啟動救援預案，為災區提供免費道路救援、全車檢測、保險理賠綠色通道等專屬服務。



2024.6

桂林市多區域發生內澇，多個洲島人員被困，廣西境內桂林官方坦克團梧州官方坦克團第一時間針對災害做出反應，自發組織人力物力進行救援，撬動坦克團和相關方資源向重點災區輸送物資。

2024.7

颱風格美在福建莆田沿海登陸，當地政府啟動三級響應。長城炮號召炮火聯盟車友會福建大隊，積極配合當地政府備勤，救援被淹車輛、施救受災群眾，與受災群眾一起共度難關。



2024.10

阿拉善英雄會上，坦克俱樂部啟動「坦克急救行動」，坦克品牌向坦克團代表發放首批55台AED急救設備，因急救需求，可以破窗使用AED設備。現場開展AED操作培訓，提升車主在突發情況下的應急救援能力，共同構建「緊急救援4分鐘生命圈」。

2024.8

長城炮共2次聯合學院師生、一等功臣胡國橋大校等，奔赴雲南、成都等地展開慰問共組織40台長城炮、百餘人，慰問邊境作戰退役老兵、抗美援朝老兵上百人，走入老兵家中，送上慰問物資。銘記英雄烈士的犧牲和奉獻，用實際行動向英雄致敬。



定量績效指標

| 指標名稱 | 指標單位 | 2023年 | 2024年 |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------|--------------|
| 環保運營 | | | |
| 違反環境法律法規被處重大罰款的金額 | 元 | 0 | 0 |
| 違反環境法律法規被處非經濟處罰的次數 | 次 | 0 | 0 |
| 排放物 | | | |
| 排放物種類及相關排放數據 | | | |
| 廢水的排放總量 | 噸 | 3,633,500.81 | 4,006,546.25 |
| COD排放總量(COD(即化學需氧量)一般指水中有機污染物或固體物質 在一晝夜內通過以氧為媒介分解的有機物損失量) | 噸 | 271.89 | 249.22 |
| 氨氮排放總量(水環境污染物) | 噸 | 21.26 | 17.72 |
| VOC排放總量(揮發性有機化合物) | 噸 | 142.59 | 184.36 |
| 氮氧化物排放總量 | 噸 | 60.45 | 71.32 |
| 二氧化硫排放總量 | 噸 | 6.31 | 6.52 |
| 所產生有害廢棄物總量 | | | |
| 廢有機溶劑HW06的產生量 | 噸 | 3,048.96 | 3,131.69 |
| 廢礦物油/含油廢物HW08的產生量 | 噸 | 1,151.67 | 1,360.31 |
| 廢乳化液HW09產生量 | 噸 | 1,756.76 | 2,392.59 |
| 染料、塗料廢物產生量HW12 | 噸 | 3,076.70 | 3,656.71 |
| 有機樹脂類廢物HW13的產生總量 | 噸 | 1,142.68 | 1,265.44 |
| 表面處理廢物HW17的產生總量 | 噸 | 4,180.16 | 3,268.36 |
| 含鉛廢物HW31的產生總量 | 噸 | 208.43 | 218.17 |
| 其它危廢HW49產生總量 | 噸 | 3,938.75 | 4,928.30 |
| 危險廢棄物產生總量 | 噸 | 18,504.11 | 20,221.57 |
| 危險廢棄物產生密度 | 噸/台車 | 0.015 | 0.016 |
| 所產生無害廢棄物總量 | | | |
| 無害廢棄物產生種類及總量 | 噸 | 12,700 | 12,000 |
| 無害廢棄物產生密度 | 噸/台車 | 0.01 | 0.01 |
| 溫室氣體總排放量 | | | |
| 範圍一：直接溫室氣體排放量 | tCO ₂ e | 153,244.61 | 152,033.50 |
| 範圍二：間接溫室氣體排放量 | tCO ₂ e | 1,017,628.02 | 997,331.85 |
| 溫室氣體總排放量 | tCO ₂ e | 1,170,872.62 | 1,149,365.35 |
| 主機廠溫室氣體排放量密度 | tCO ₂ e/台車 | 0.36 | 0.33 |

① 直接溫室氣體排放量為使用柴油、汽油、天然氣等化石能源產生的排放量；

② 間接溫室氣體排放量為外購電力、蒸汽等產生的排放量；

③ 2024年溫室氣體排放量核算標準參考《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》、《IPCC第六次評估報告(2023)》及其他相關標準；

④ 公司2024年較2023年披露範圍新增10家零部件工廠。

| 指標名稱 | 指標單位 | 2023年 | 2024年 |
|-----------------------------------|---------|------------------|-------------------------|
| 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量 | | | |
| 電總消耗量 | 千瓦時 | 1,303,475,683.09 | 1,338,457,248.28 |
| 電消耗量密度 | 千瓦時／台車 | 1,146.09 | 1,254.35 |
| 汽油消耗量 | 噸 | 6,988.50 | 7,016.79 |
| 汽油消耗量密度 | 噸／台車 | 0.006145 | 0.006576 |
| 柴油消耗總量 | 噸 | 1,552.88 | 1,414.27 |
| 柴油消耗量密度 | 噸／台車 | 0.001365 | 0.001325 |
| 天然氣消耗量 | 千立方米 | 56,406.14 | 55,524.83 |
| 天然氣消耗量密度 | 立方米／台車 | 49.5957 | 52.0355 |
| 蒸汽總消耗量 | 噸 | 411,590.69 | 415,346.70 |
| 蒸汽消耗量密度 | 噸／台車 | 0.3619 | 0.3892 |
| 外購熱力總量 | 百萬千焦 | 0 | 0 |
| 綜合能源消耗總量 | 噸標準煤 | 294,718.15 | 298,336.96 |
| 單台車綜合能源消耗量 | 噸標準煤／台車 | 0.2591 | 0.2796 |
| 可再生能源總量 | 千瓦時 | 199,011,604.86 | 246,221,473.94 |
| 總耗水量及密度 | | | |
| 水資源消耗總量 | 噸 | 6,625,324.62 | 7,404,906.61 |
| 水資源消耗密度 | 噸／台車 | 5.83 | 6.94 |
| 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及 | | | |
| 包裝物總量 | 噸 | 9,870 | 9,856 |
| 包裝物密度 | 噸／台車 | 0.01 | 0.01 |
| 環境及天然資源 | | | |
| 環保培訓和投入 | | | |
| 環保培訓次數 | 次 | 153 | 157 |
| 環保培訓人次 | 人次 | 24,351 | 21,591 |
| 環保培訓資金投入 | 萬元 | 25.82 | 26.19 |
| 環保技改項目資金投入 | 萬元 | 5,601.57 | 1,218.12 |
| 社會 | | | |
| 僱傭 | | | |
| 員工總數 | 人 | 82,439 | 84,915 |
| 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員數量 | | | |
| 按性別劃分僱員數量 | | | |
| 男性 | 人 | 62,860 | 64,330 |
| 女性 | 人 | 19,579 | 20,585 |
| 按僱傭類型劃分的僱員數量 | | | |
| 全職 | 人 | 82,439 | 84,915 |
| 兼職 | 人 | 0 | 0 |
| 按年齡劃分僱員數量 | | | |
| 年齡<30歲 | 人 | 32,670 | 32,243 |
| 30≤年齡<40歲 | 人 | 40,076 | 40,863 |
| 40≤年齡<50歲 | 人 | 8,719 | 10,743 |
| 年齡≥50歲 | 人 | 974 | 1,066 |

| 指標名稱 | 指標單位 | 2023年 | 2024年 |
|-----------------------|------|--------|---------------|
| 按地區劃分僱員數量 | | | |
| 華北 | 人 | 56,537 | 58,209 |
| 東北 | 人 | 787 | 803 |
| 西南 | 人 | 5,469 | 5,735 |
| 華東 | 人 | 13,897 | 14,227 |
| 華中 | 人 | 4,719 | 5,123 |
| 華南 | 人 | 398 | 355 |
| 西北 | 人 | 19 | 46 |
| 按少數民族劃分僱員數量 | | | |
| 漢族 | 人 | 78,964 | 81,324 |
| 少數民族 | 人 | 3,475 | 3,591 |
| 按籍貫劃分僱員數量 | | | |
| 中國 | 人 | 82,122 | 84,628 |
| 外國 | 人 | 317 | 287 |
| 按教育程度劃分僱員數量 | | | |
| 博士 | 人 | 65 | 56 |
| 碩士 | 人 | 2,992 | 3,066 |
| 本科 | 人 | 32,748 | 34,132 |
| 專科 | 人 | 20,203 | 22,313 |
| 高中及以下 | 人 | 26,431 | 25,348 |
| 按性別劃分高管比例 | | | |
| 男性 | % | 93 | 93 |
| 女性 | % | 7 | 7 |
| 僱員流失率 | | | |
| 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率： | | | |
| 按性別劃分的僱員流失比率 | | | |
| 男性 | % | 18.76 | 16.85 |
| 女性 | % | 5.15 | 4.28 |
| 按年齡劃分的僱員流失比率 | | | |
| 年齡 < 30歲 | % | 13.49 | 12.08 |
| 30 ≤ 年齡 < 40歲 | % | 8.82 | 7.45 |
| 40 ≤ 年齡 < 50歲 | % | 1.37 | 1.4 |
| 年齡 ≥ 50歲 | % | 0.24 | 0.2 |
| 按地區劃分的僱員流失比率 | | | |
| 華北 | % | 12.09 | 10.5 |
| 東北 | % | 0.19 | 0.18 |
| 西南 | % | 1.77 | 1.80 |
| 華東 | % | 6.95 | 5.99 |
| 華中 | % | 2.12 | 2.1 |
| 華南 | % | 0.68 | 0.35 |
| 西北 | % | 0 | 0.05 |
| 海外 | % | 0.12 | 0.16 |

| 指標名稱 | 指標單位 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|----------------------------|------|---------|---------|---------|
| 連續三年每年因公亡故的人數(2022年-2024年) | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 連續三年每年因公亡故的比率(2022年-2024年) | % | 0 | 0 | 0 |
| 因工傷損失工作日數 | 天 | 362 | 158 | 169 |
| 員工健康與安全訴訟案件數 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 安全教育培訓次數 | 次 | 4,417 | 3,808 | 5,243 |
| 安全教育培訓人次 | 人次 | 416,167 | 551,389 | 660,176 |

| 指標名稱 | 指標單位 | 2023年 | 2024年 |
|-------------------------|------|--------------|--------------|
| 發展與培訓 | | | |
| 培訓員工總學時 | 小時 | 2,852,105.69 | 2,749,701.95 |
| 每名員工受訓平均時數 | 小時/人 | 34.22 | 32.38 |
| 培訓經費支出金額 | 億元 | 0.10 | 0.15 |
| 按性別劃分的受訓僱員人數 | | | |
| 男性 | 人 | 42,417 | 54,065 |
| 女性 | 人 | 13,737 | 17,295 |
| 按僱員類別劃分的受訓僱員人數 | | | |
| 高級管理層 | 人 | 261 | 316 |
| 中級管理層 | 人 | 4,172 | 5,775 |
| 基層員工 | 人 | 51,721 | 65,269 |
| 按性別劃分的受訓僱員比例 | | | |
| 男性 | % | 75.54 | 75.76 |
| 女性 | % | 24.46 | 24.24 |
| 按僱員類別劃分的受訓僱員比例 | | | |
| 高級管理層 | % | 0.46 | 0.44 |
| 中級管理層 | % | 7.43 | 8.10 |
| 基層員工 | % | 92.11 | 91.46 |
| 按性別劃分的員工受訓平均時數 | | | |
| 男性 | 小時 | 53.25 | 40.05 |
| 女性 | 小時 | 43.19 | 33.79 |
| 按僱員類別劃分的員工受訓平均時數 | | | |
| 高級管理層 | 小時 | 31.14 | 31.77 |
| 中級管理層 | 小時 | 40.13 | 53.50 |
| 基層員工 | 小時 | 51.75 | 37.24 |

| 指標名稱 | 指標單位 | 2023年 | 2024年 |
|----------------------------|------|--------------|--------------|
| 勞工準則 | | | |
| 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 | 22 |
| 產品責任 | | | |
| 召回的汽車或零件數量 | 件 | 18248 | 36003 |
| 召回的汽車或零件數量佔產品總數的百分比 | % | 1.48 | 2.92 |
| 報告期內客戶投訴總數 | 項 | 220,496 | 215,348 |
| 客戶投訴降低率 | % | -19.80 | 2.35 |
| 銷售滿意度 | % | 92.00 | 93.95 |
| 售後服務滿意度 | % | 90.70 | 92.96 |
| 研發資金投入 | 萬元 | 1,103,402.77 | 1,044,614.49 |
| 研發費用佔營業收入比例 | % | 6.37 | 5.17 |
| 專利申請數量 | 件 | 4,369 | 4,827 |
| 所獲專利授權數量 | 件 | 2,444 | 2,136 |
| 所獲發明專利授權數量 | 件 | 342 | 701 |
| 承擔國家創新課題 | 項 | 4 | 6 |
| 反貪污 | | | |
| 對公司或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件的數目 | 件 | 3 | 1 |
| 按職級劃分的反貪污培訓次數 | | | |
| 董事及管理層 | 次 | 4 | 10 |
| 員工 | 次 | 80 | 72 |
| 按職級劃分的反貪污培訓人次 | | | |
| 董事及管理層 | 人次 | 141 | 257 |
| 員工 | 人次 | 5,538 | 10,004 |
| 按職級劃分的反貪污培訓通過率 | | | |
| 董事及管理層 | % | 87 | 89 |
| 員工 | % | 100 | 100 |
| 社區投資 | | | |
| 開展志願者活動期數 | 期 | 92 | 84 |
| 報告期內志願活動參與人次 | 人次 | 3,242 | 2,738 |
| 報告期內志願活動時數 | 小時 | 2,580.25 | 738 |
| 報告期內志願活動投入金額 | 萬元 | 317.91 | 81.53 |
| 公司對外捐贈金額 | 萬元 | 3,062.80 | 176.00 |
| 就業扶貧投入金額 | 萬元 | 2,914.23 | 2,775.29 |

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： (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 | 直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 | 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 |
| 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 |

| 環境範疇 | | | |
|-------------|------|------------------------------------|------|
| 層面 | 指標編號 | 指標內容 | 所在章節 |
| 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。 | 員工關懷與成長 |
| | 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。 | 員工關懷與成長／ 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。 | 員工關懷與成長／ 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。 | 員工關懷與成長 |
| | B2.1 | 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。 | 員工關懷與成長／ 績效指標 |
| | B2.2 | 因工傷損失工作日數。 | 員工關懷與成長／ 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。 | 員工關懷與成長 |

| 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。 | 員工關懷與成長 |
| | 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。 | 員工關懷與成長／ 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。 | 員工關懷與成長／ 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。 | 員工關懷與成長 |
| | B4.1 | 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。 | 員工關懷與成長 |
| | B4.2 | 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。 | 員工關懷與成長 |
| 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。 | 技術創新 可持續發展 |
| | B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。 | 技術創新 可持續發展 |
| | 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。 | 技術創新 可持續發展 |
| | 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。 | 技術創新 可持續發展 |
| | 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。 | 技術創新 可持續發展 |

| 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。 | 技術創新 可持續發展 |
| | 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。 | 技術創新 可持續發展／ 績效指標 |
| | B6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。 | 技術創新 可持續發展／ 績效指標 |
| | B6.3 | 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。 | 技術創新 可持續發展 |
| | B6.4 | 描述質量檢定過程及產品回收程序。 | 技術創新 可持續發展 |
| | 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。 | 技術創新 可持續發展 |
| 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。 | 社會公益 |
| | 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)。 | 社會公益 |
| | B8.2 | 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。 | 社會公益／ 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*