

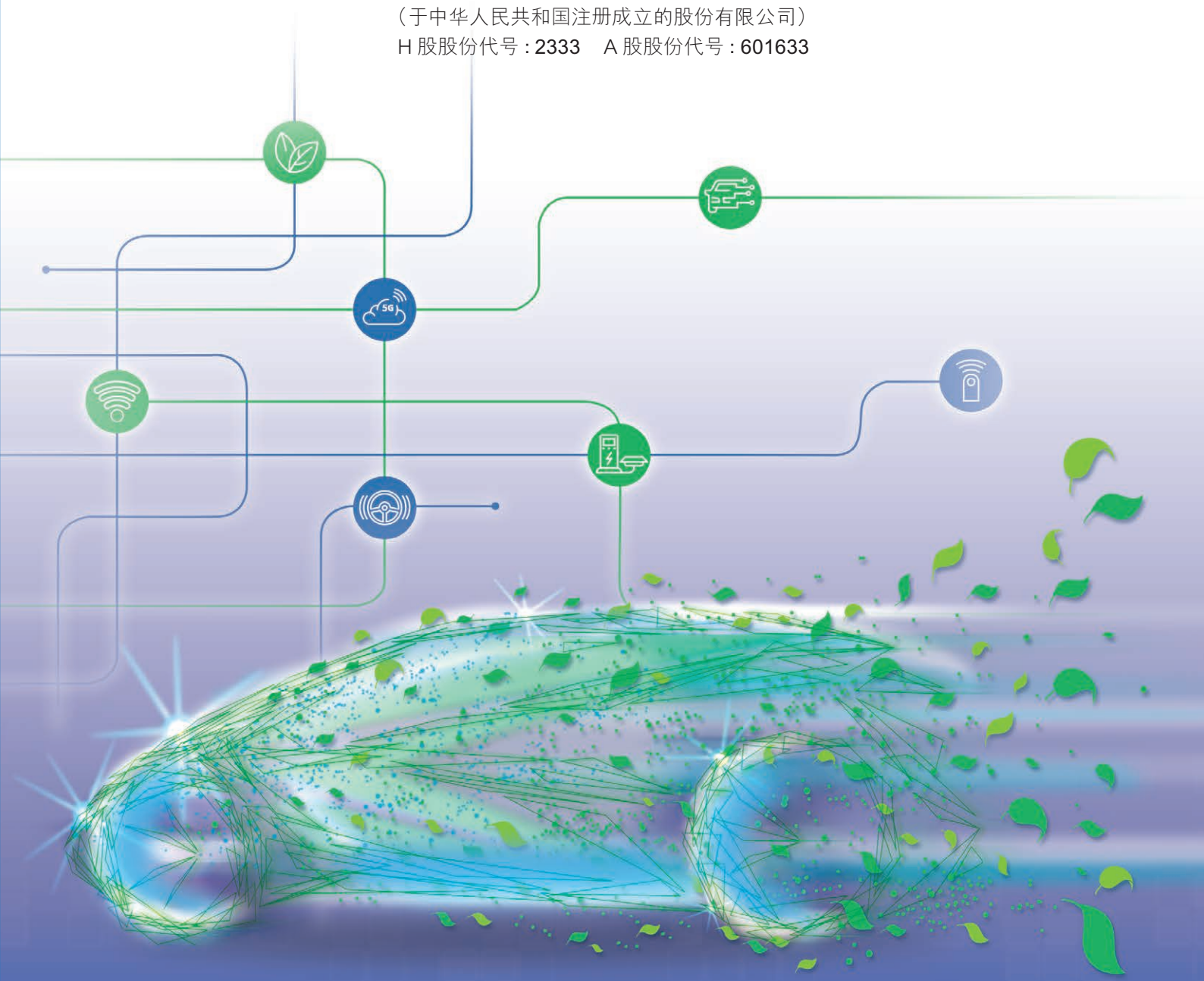


长城汽车股份有限公司

GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED\*

(于中华人民共和国注册成立的股份有限公司)

H 股股份代号：2333 A 股股份代号：601633



2019

企业社会责任报告

\* 仅供识别

# 目录

 关于本报告	02
 高层致辞	04
 走近长城	06
 公司治理	22
 责任管理	30
 产品责任	34
 员工责任	49
 社会责任	53
 环境责任	63
 ESG 报告指引	72
 反馈意见表	78

## 一、 报告时间：

本报告为长城汽车股份有限公司自2011年开始发布的第9份年度社会责任报告，本报告时间范围为2019年1月1日至2019年12月31日，部分内容适当向前后年度延伸

## 二、 报告范围：

本公司及其子公司，部分内容涉及保定市长城控股集团有限公司及其子公司，详细公司信息请参考长城汽车股份有限公司年度报告

## 三、 报告内容：

本报告将对外披露公司2019年度经济、社会、环境绩效指标及社会责任与可持续发展情况

## 四、 报告依据

本报告依据上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》及香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》的要求编制

## 五、 报告释义

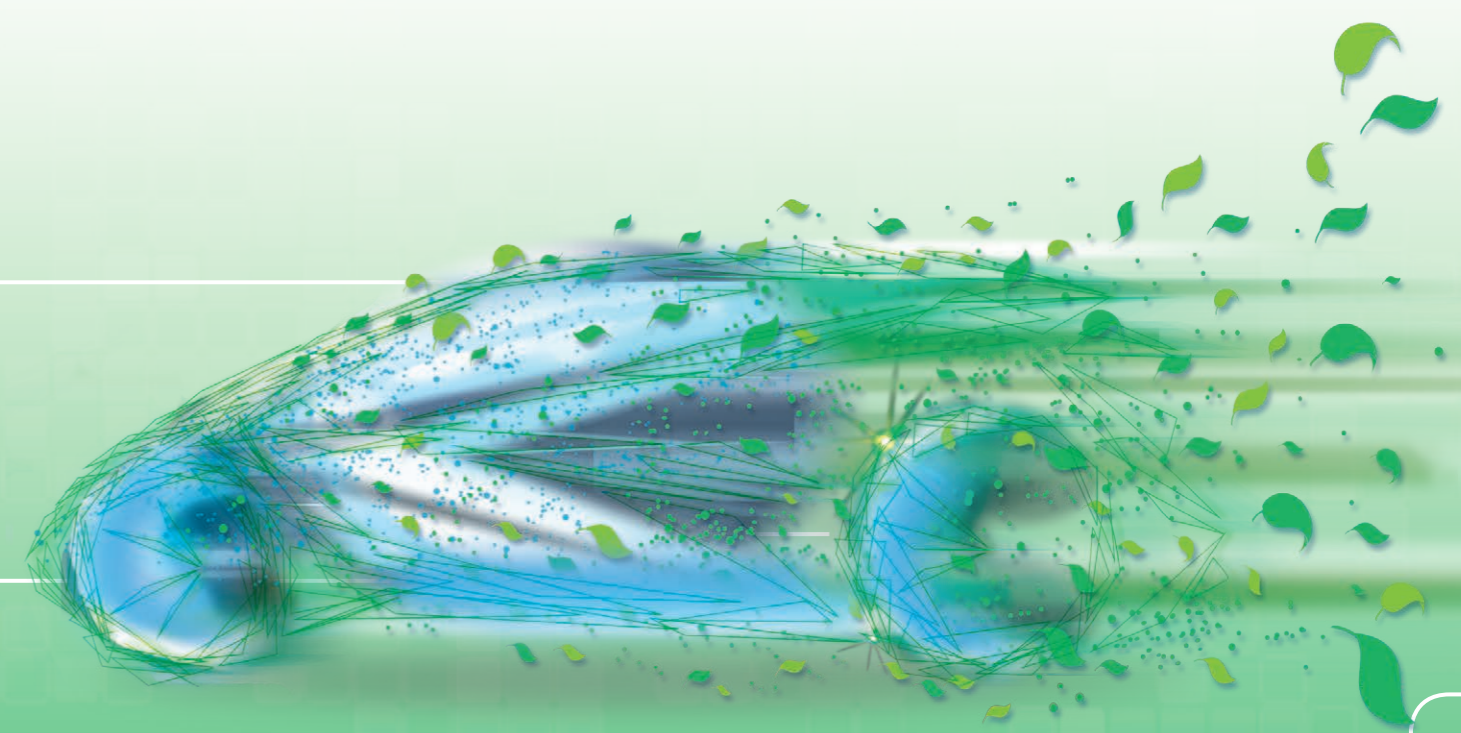
“长城汽车”或“公司”或“本公司”	指	长城汽车股份有限公司
“本集团”	指	本公司及其子公司(附属公司)
“长城控股集团”	指	保定市长城控股集团有限公司(本公司之间接控股股东)及其子公司

## 六、 报告说明

本报告数据来源于本公司审计报告、年报或其他统计文件。本报告对未来所做规划或预测内容存在不确定性，本报告未经独立机构审核，提请投资者注意风险

## 七、 报告获取

本报告于香港联合交易所有限公司([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))、上海证券交易所([www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn))及本公司官方网站([www.gwm.com.cn](http://www.gwm.com.cn))刊载





“为了更好的实现长城汽车的全球化战略，我们将更开放的与全球领先的科技公司、零部件供应商加强合作。”

2019年是新中国成立70周年，是中国汽车行业发生深刻转型变化的一年。这一年来中国汽车工业出现20年来第二次同比下滑，外资品牌持续价格下探与中国品牌竞争，新能源汽车行业首次出现下滑。与此同时，新一轮科技革命背景下，全球汽车产业也面临转型升级和秩序重建，新四化进程加快推进。

2019年是长城汽车全球化战略快速推进的一年，中国经济已经进入深化转型期，中国品牌全球化是必然趋势。放眼全球，中国汽车有重大的市场机会和市场空间。立足逐步完善的软硬件基础，中国汽车在技术研发、产品品质等方面已取得长足进步，特别是在智能化、网联化、清洁化方面的创新，已具备了相当优势。我们要做的，是走出国门，拓展更广阔的海外市场。

打造有全球竞争力的产品，成就有全球影响力的品牌，是中国汽车的真正梦想。哈弗作为中国SUV的领导者品牌，一定要率先走出去，建立起哈弗在全球品牌的影响力和用户口碑。WEY品牌也确立了进军欧洲和北美市场的明确目标，致力于成为世界级豪华品牌、汽车智能的标杆品牌。诚然，中国汽车要走出去，还需提升品牌影响力，但我们并不缺产品的创新实力，也不缺打硬仗的决心。

中国汽车市场，是全球市场竞争的缩影，早已成为中国品牌与全球品牌竞争的市场。我们走出去，应该不惧强手，只是需要找对路径。这一年，长城汽车在“新四化”领域的开拓中奋发前行，于纯电动、插电式混合动力和氢能源在内的新能源领域持续投入，并发布了GTO全域智慧生态战略。在全球市场上，长城汽车构建了研、产、供、销的全球化产业布局，建立起了“七国十地”的全球化研发布局、“11+5”的全球化生产体系。为了让全球化道路走得更加稳健，长城汽车还从四大品牌独立运营、零部件板块转为投资管控等多个层面深化了创新变革。

为了更好的实现长城汽车全球化战略，我们将以更开放的态度与全球领先的科技公司、零部件供应商加强合作。长城汽车与宝马集团合资成立了光束汽车公司，我们将重点在新能源领域共享创新。为了中国汽车全球化，长城汽车也愿与优秀的中国品牌，共享创新全球技术，聚焦在新能源、智能网联、自动驾驶等重点领域进行深度合作，推进中国汽车全球化的进程。

同时，长城汽车还以切实行动持续践行企业社会责任，关注消费者需求、社会可持续发展、环境保护、出行安全、扶贫攻坚等民生领域。面对正在席卷全球的新型冠状病毒疫情，长城汽车责无旁贷，勇于担当，向全国各地捐款、捐车共计885万元，并设立2000万元的用户关爱基金，同时我们全力复工复产，为疫情防控和稳定经济贡献力量。当前，新冠肺炎疫情在全球蔓延，我们唯有众志成城、共克时艰，才能早日打赢这场疫情防控阻击战。

回望过去，在中国市场这个海湾，长城汽车以往的成绩，只是一次成功的泛舟。全球市场，才是真正的汪洋大海，我们将直挂云帆，乘风破浪，开辟出中国品牌全球发展的主航道！

一、公司概况

长城汽车是全球知名的SUV和皮卡制造企业，已于2003年、2011年分别在香港和内地上市，旗下拥有哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡四个品牌，产品涵盖SUV、轿车、皮卡三大品类，动力包括传统动力车型和新能源车型，具备发动机、变速器等核心零部件的自主配套能力。截至2019年末，下属控股子公司80余家，员工近6万人。2019年，长城汽车实现归母净利润人民币44.97亿元，截至2019年底，资产总计人民币1,130.96亿元。2019年，长城汽车共销售新车1,058,648辆，同比增长1.43%，连续第四年突破百万销量大关。



目前，长城汽车在全球已形成研、产、供、销的全球化体系布局。在技术研发上，长城汽车始终坚持“精准投入”，注重有效研发，追求行业领先，为持续的自主创新奠定了坚实的基础。长城汽车拥有国际一流的研发设备和体系，具备SUV、轿车、皮卡三大系列以及动力总成的开发设计能力。先后在日本、美国、德国、印度、奥地利和韩国设立海外研发中心，构建以保定总部为核心，涵盖欧洲、亚洲、北美等的“七国十地”全球研发布局。

长城汽车拥有迄今国内最先进的汽车综合试验场之一，具有研发、试制、试验、造型、数据五大功能的哈弗技术中心，实现了整车及零部件的研发布局，研发实力实现质的飞跃。未来5年，长城汽车还将持续打造全球化研发体系，在主被动安全技术、智能互联、自动驾驶等方面形成领先优势。长城汽车的技术实力也得到了社会的广泛肯定，被国家发改委、科技部等五部委联合认定为“国家认定企业技术中心”、“国家创新型企业”。



长城汽车在全球已形成“11+5”的生产布局，包括11大工艺整车生产基地和5个KD工厂。在国内，保定、徐水、天津、重庆永川生产基地已经建成投产，江苏张家港、山东日照、浙江平湖和江苏泰州几大项目已经启动或开工建设。在海外，长城汽车俄罗斯图拉工厂于2019年正式竣工投产，2020年1月和2月，长城汽车与通用汽车签署了具有约束力的协议，将分别收购通用汽车的印度塔里岗工厂和泰国罗勇府制造工厂，双方计划在2020年底完成交易和最终移交。该协议尚需政府和监管机构的批准。除此之外，长城汽车还在厄瓜多尔、马来西亚、突尼斯、保加利亚等“一带一路”辐射国家进行KD组装生产。



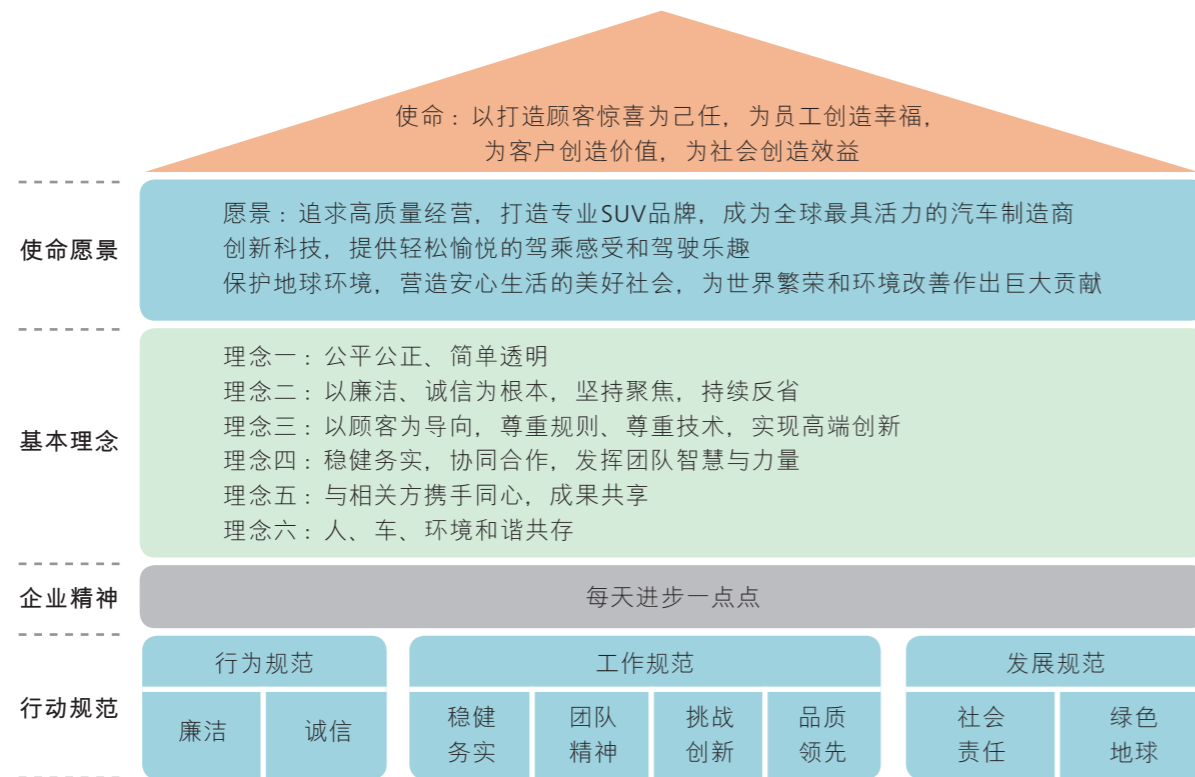
在营销渠道方面，长城汽车已在亚洲、非洲、南美、中东欧等60多个国家和地区市场完成布局，依托俄罗斯、澳大利亚、南非、南美、中东5大区域营销中心，畅销全球60多个国家和地区，建立全球（不包括国内）网络500余家，累计销售60多万辆。



长城汽车秉承“每天进步一点点”的企业理念，拥有先进的企业文化和管理团队，创建了独具特色的经营和管理模式，经营质量在国内汽车行业首屈一指。长城汽车以“安全”作为品牌核心价值，秉持“安全至上”的造车理念，在追求安全之路上一直不断努力，砥砺前行。

## 二、 公司文化

长城汽车在近30年发展历程中，高层领导率先垂范，始终肩负“以打造顾客惊喜为己任，为员工创造幸福，为客户创造价值，为社会创造效益”的使命，以“每天进步一点点”的企业精神，精心培育了以廉洁、诚信、创新、品质为精髓，凝聚员工、感动顾客、吸引合作方的优秀企业文化，为长城汽车创造业界传奇、持续协调发展提供了恒久驱动力。下图为长城汽车企业文化核心理念部分：



### 以人为本，关爱员工，持续提升员工幸福感

员工是我们事业持续发展的中坚力量，为员工谋求幸福是我们追求的核心目标之一。长城汽车根据员工普遍年轻的特征，实施六大“幸福工程”，打造具有长城特色的“汽车新城”，构筑长城人“生活·工作·人文”一体化特色空间。

- » 收入保障方面：长城汽车确保普通员工薪酬水平达到当地竞争领域领先，关键岗位薪酬达到汽车行业一线城市水平。
- » 安居工程方面：长城汽车秉承“关爱员工要真”的文化理念，为员工营造安居乐业的生活环境。通过高品质公共、家政服务及购物优惠政策，为员工在吃、穿、住、用、行等方面提供优质的生活保证，提升员工幸福指数。
- » 安心教育方面：长城控股集团借鉴新加坡的先进教学方式与管理模式，致力于打造一流的高品质、高标准的教育工程。通过托育、早教、幼儿园、小学、初中、高中等教育工程的建设，满足员工学龄子女需求，确保员工子女能够在“家门口”上学，既节省了员工的时间，又能保证孩子安全，让所有长城人远离“上学远、择校热、大班额、交通拥堵”等烦心问题，提升员工幸福指数。

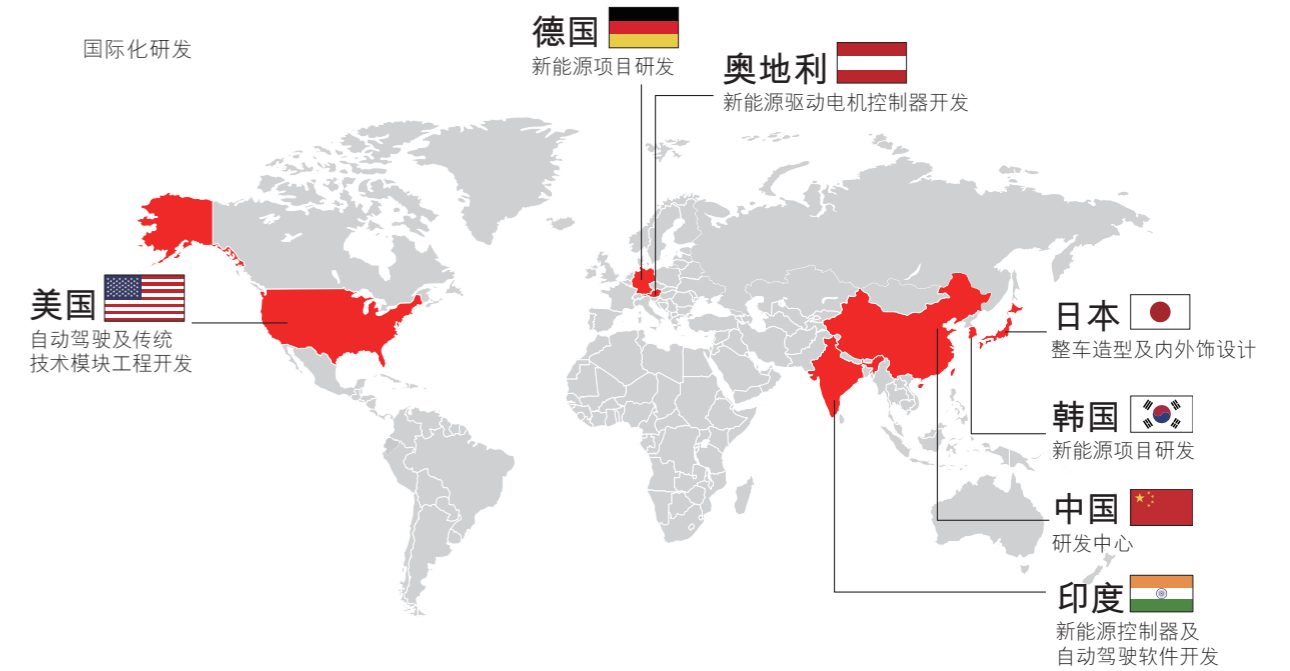


- » 健康工程方面：通过建设体育场、羽毛球馆、乒乓球馆、游泳馆等娱乐设施，开展运动会、半程马拉松等各项健身活动，并每年免费为员工安排健康体检，同步向员工提供心理健康咨询服务，打造“快乐工作，健康生活”的工作环境。
- » 出行保障方面：公司为员工提供购车优惠和交通补贴，与政府共同建设长城公交场站，并联合“欧了出行”推进内部员工乘车优惠业务，最大限度满足员工工作、生活的出行需求。
- » 福利保障方面：公司为员工免费提供三菜一汤、荤素搭配的营养、卫生工作餐，并设有三八妇女节、中秋节、春节专项福利；针对不同员工及其家属推出特定福利项目，如：结婚慰问、老寿星慰问、生育慰问等，让员工家属同样感受到公司福利，支持员工的工作，免除员工的后顾之忧；假期方面，公司安排高温假及超过法定假期的春节假期，给员工提供更多的与亲朋好友、家人团聚的时光。

公司坚持“以人为本，关爱员工”，多方面为员工生活提供保障，同时提供个性化支持，让员工安心工作、省心生活，全面提高员工工作积极性和幸福感。

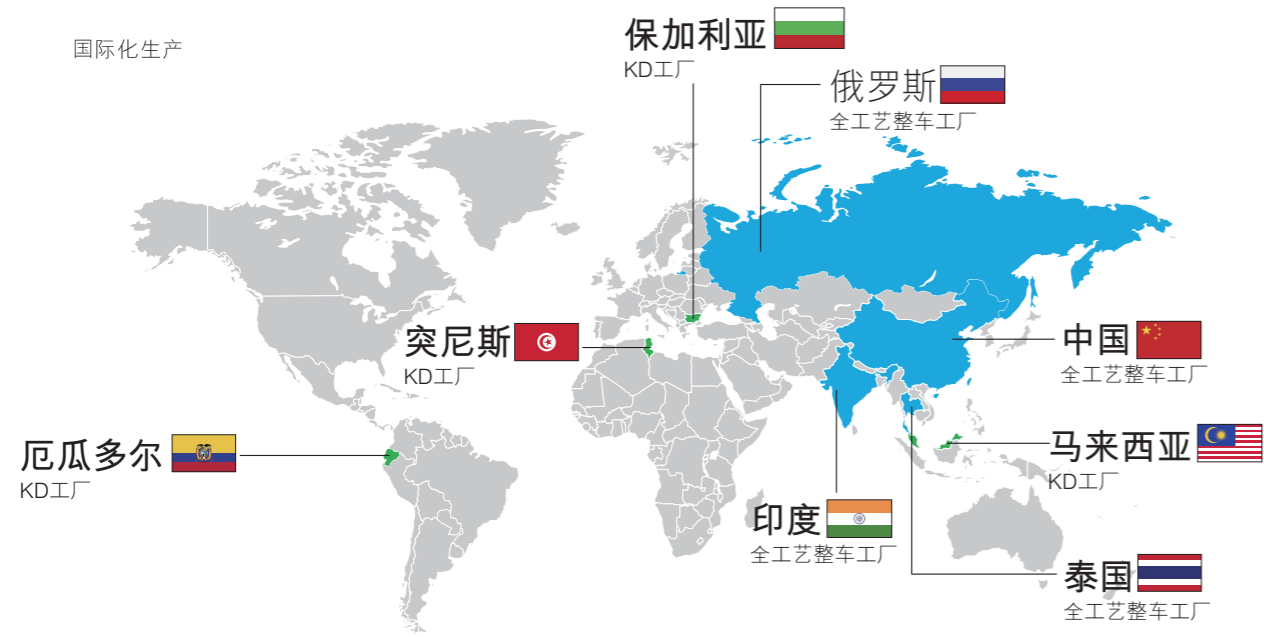


### 三、全球化布局



长城汽车在国内设立保定、上海研发中心，同时积极整合全球优势资源，海外设立日本、印度、德国、美国和奥地利研发中心，已经形成了“七国十地”的全球化研发格局。

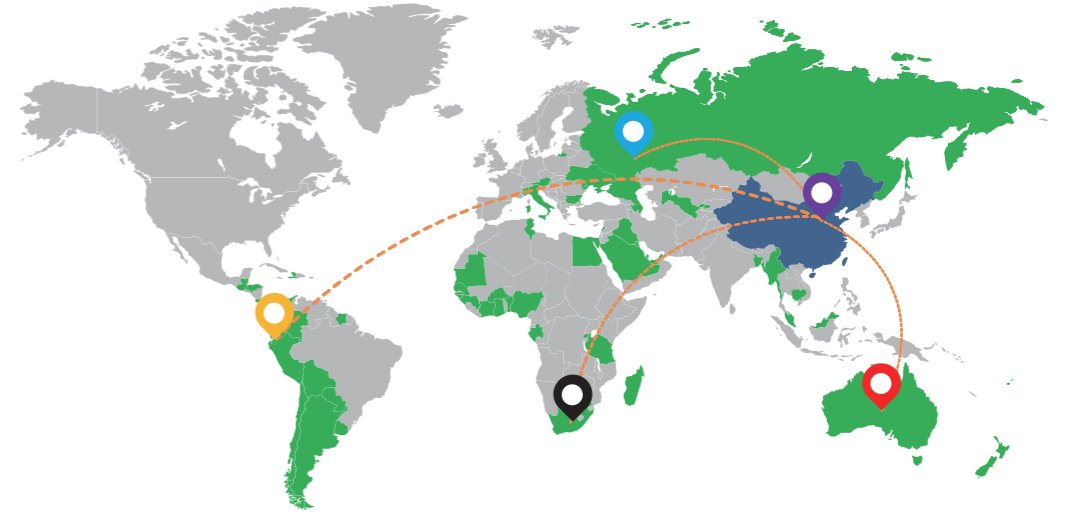
国际化生产



长城汽车在国内，打造保定、徐水、天津、江苏张家港、江苏泰州、山东日照、浙江平湖，以及重庆永川八大生产基地。

国际上，拥有俄罗斯、印度和泰国三个工厂，以及在厄瓜多尔、马来西亚、突尼斯、保加利亚等地进行KD组装生产，形成“11+5”全球化生产布局，进一步支撑起长城汽车全球化战略。

国际化销售



长城汽车是第一批走出国门的中国汽车企业，截至2019年，长城汽车海外市场覆盖欧洲、中南美洲、南亚地区、中东地区和非洲地区。长城汽车在全球60多个国家建立了营销网络，海外网络已达500余家，累计实现海外汽车销售60多万辆。





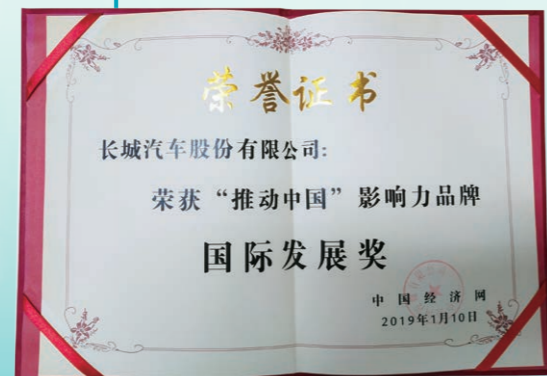
2019年中国汽车金像奖最佳年度企业



2019年度风云汽车企业



2019年度中国汽车企业



2019“推动中国”影响力品牌—国际发展奖

#### 四、荣誉及社会评价

##### 荣誉

- 入选“福布斯亚太最佳上市公司”
- 上榜“福布斯2000强”
- 上榜“BrandZ最具价值中国品牌100强”
- 中国企业500强
- 长城汽车GW4C20B 2.0T汽油机获“中国心”2019年度十佳发动机
- 长城汽车7DCT变速器入选2018年度“世界十佳变速器”，获2019年“中国汽车工业科学技术进步奖”一等奖
- 长城汽车获陶朱奖最佳供应链金融奖重点推荐
- 长城汽车获联合国国际电信组织表彰

##### 媒体评选奖项

- 2019“推动中国”影响力品牌—国际发展奖
- 2019中国上市公司品牌价值榜总榜Top100
- 2019中国汽车金象奖最佳年度企业
- 2019年度风云车企
- 2019年度投资价值汽车品牌
- 2019年度中国自主品牌
- 猎车·2019年度杰出自主品牌企业
- 2019年度中国汽车企业

社会评价

全国政协副主席、中国科学技术协会主席万钢

对长城汽车自主创新的精神，我很感动，尤其是长城汽车在新能源研发方面，跟我设想的很相近，在有些方面的进展甚至出乎我的意料。

俄罗斯图拉州州长久明·阿列克谢·根纳季耶维奇

中俄双边关系已经进入新时代，我们将借此机遇全力支持长城汽车在俄罗斯的发展，我们希望长城汽车能进一步扩大在俄罗斯的本地化发展。

中国汽车工程学会名誉理事长付于武

当下传统内燃机动力总成迫切需要更加高效和清洁化，长城汽车旗下蜂巢易创科技有限公司(公司之直接全资子公司，以下简称“蜂巢易创”)发布新一代动力总成技术，折射出中国汽车产业面临困难依然不断突破自我，前景广阔，充满希望。

联合国国际电信联盟电信标准局ITU-T主任李在锡

长城汽车对汽车多媒体焦点组的参与支持有助于编写第一份关于车辆多媒体使用案例和要求的报告。非常感谢长城汽车长期以来为促进国际协作车辆多媒体架构的发展而进行的国际对话所作出的贡献。

中国驻澳总领事龙舟

澳大利亚是全球第4大右舵车市场，第2大右舵紧凑型皮卡市场，也是全球典型的高竞争发达市场。长城汽车为最早进入澳洲市场的中国汽车品牌，早在2009年就已成功登陆市场运营，通过十年的市场运作，现已经成为中国汽车品牌的代表。

汽车评价研究院院长李庆文

在过去十年的市场竞争中，长城汽车不但实现了持续增长，而且做到了五次逆势增长，给下滑的中国汽车品牌带来了奋斗的信心、未来的希望、可供借鉴的经验。

资深媒体人、专栏作家李安定

长城汽车以“每天进步一点点”的精神，经过近30年的积累进步，一抔抔黄土已经累积成高山。如今参与全球化竞争的长城汽车，已经让中国品质成为荣誉的象征。以长城汽车WEY为标志，中国汽车进军世界杯的火候到了。

河北省阜平县委常委、政府副县长雷伯勇

长城汽车是保定、河北省和中国的骄傲，是众多学子向往的就业企业。阜平县对长城汽车一直以来对阜平扶贫、就业做出的重要贡献表示感谢和钦佩。

智利哈弗H2车主克里斯蒂安

交通事故发生后，我和家人都无大碍，多亏了长城哈弗。之前家人并不理解我为什么要买这个中国品牌，但事实证明，我的选择是对的。



### 五、2019年长城汽车大事记

#### 领跑中国，逐鹿全球—哈弗全球销量超500万

1月13日，哈弗全球500万盛典暨全球战略发布会隆重举行，公司旗下哈弗SUV全球累计销量突破500万辆，成为中国首个进入500万俱乐部的专业SUV品牌。



#### 董事长魏建军出席“一带一路”国际合作高峰论坛

4月25日，第二届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京隆重召开。作为中国汽车行业的领军人物，长城汽车董事长魏建军代表中国汽车企业受邀出席本次大会。在接受采访时，魏建军表示，全球化是必由之路，中国汽车企业必须要抓住机遇“走出去”。

#### 长城汽车向河北省阜平县捐赠价值千万元车辆及设备

5月29日，在“不忘初心，情系老区”长城汽车助力阜平县脱贫攻坚捐赠交车仪式上，长城汽车向国家级贫困县—河北省阜平县捐赠价值人民币1,000万元车辆及设备。长城汽车切实履行企业的社会责任，用实际行动，帮助国家级贫困县阜平打好脱贫攻坚战。

#### 长城汽车俄罗斯图拉工厂正式投产，“全球车”哈弗F7海外上市

6月5日，中国汽车品牌在海外的全工艺独资制造工厂—长城汽车俄罗斯图拉工厂正式竣工投产，“全球车”哈弗F7海外上市。图拉工厂的竣工投产，是长城汽车助力中国经济在全球市场寻求新空间的关键一步，也标志着长城汽车全球化战略进入全新阶段。



#### 蜂巢易创发布“1纪元”动力总成技术

6月20日，蜂巢易创发布包括4N20发动机、9DCT变速器、6001系列电驱动在内的“1纪元”动力总成技术产品。4N20发动机的首款产品最大效率可达38.3%，9DCT是目前全球首款公开发布的9速湿式双离合变速器。



长城汽车发布GTO全域智慧生态战略

7月15日，长城汽车GTO全域智慧生态战略正式发布。长城汽车将告别传统功能车时代，基于5G+AI技术开创出行机器人新时代，并联合腾讯、阿里高德、百度、中国电信、中国联通、中国移动、华为、高通组建全域智慧生态联盟。



长城汽车牵手世界机器人大赛总决赛，举办“992爱心夏令营”活动

7月25日-28日，2019世界机器人大赛总决赛在长城汽车徐水智慧工厂举行。同期，长城汽车携手河北交通广播举办“992爱心夏令营”活动，组织承德滦平县三道河村的孩子，参观长城汽车哈弗技术中心、徐水智慧工厂和观看机器人大赛，践行科技育人。

长城汽车重庆智慧工厂竣工投产，长城炮皮卡量产下线

8月30日，长城汽车重庆智慧工厂竣工投产，同时“全球化乘用车大皮卡”长城炮量产下线。重庆永川工厂是长城汽车全球第五个、中国南方首个全工艺整车生产基地，是长城汽车积极融入“一带一路”建设，带动区域经济发展的重要举措。



长城汽车GW4C20B 2.0T汽油机获“中国心”2019年度十佳发动机

11月4日，“中国心”2019年度十佳发动机名单正式揭晓，长城汽车的GW4C20B 2.0T汽油机成功入选。这是长城汽车第六次斩获该项殊荣。

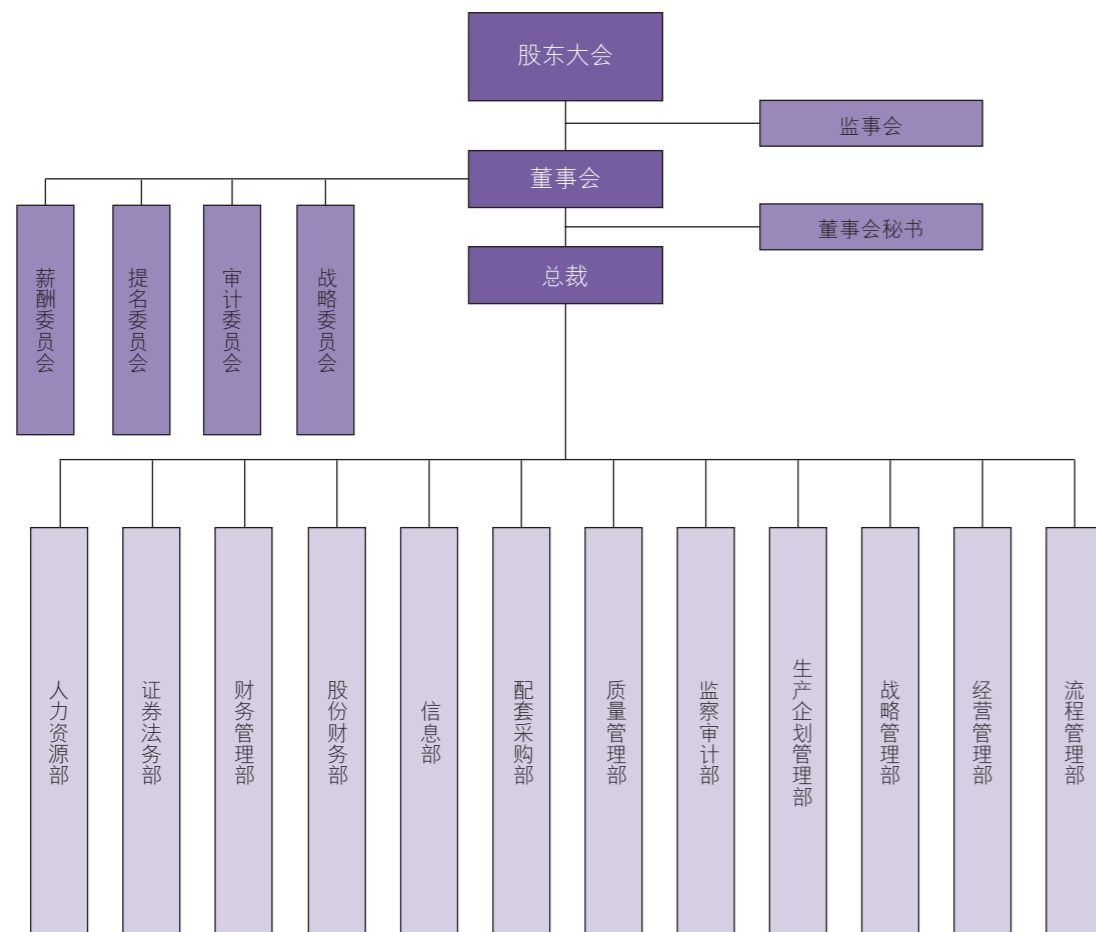
光束汽车项目正式启动，长城汽车与宝马集团共建电动出行未来

11月29日，长城汽车与宝马集团合资的光束汽车项目在江苏省张家港市正式启动。光束汽车项目立足于股东双方的研发能力和研发资源，实现“联合研发，中国制造，服务全球顾客”的崭新业态模式。



### 一、治理结构及三会管理

本公司严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求，不断完善现代法人治理结构，建立了涵盖股东大会、董事会、监事会、高级管理团队以及公司员工的制度体系。目前，公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会以及薪酬委员会四个专门委员会，助力提高公司董事会工作的效率和质量。



公司治理结构

本公司董事会由7名董事构成，其中包括3名执行董事、1名非执行董事、3名独立非执行董事。各位董事的经历与背景各不相同，在企业管理、产品创新、资本运作方面有著丰富的经验，在提高公司治理水平、不断实现公司战略目标方面发挥著重要的作用。有关董事的详细资料请参阅《长城汽车股份有限公司2019年年度报告》。2019年，公司共召开5次股东大会、14次董事会、10次监事会。

### 二、党建

长城汽车党委于2003年成立，现有党员2,800余名，党组织全面覆盖。2019年，围绕党中央对民营经济发展一系列积极论述，长城汽车始终坚持把握国家大政方针，积极响应国家“一带一路”战略布局，通过实施全球化战略，创新驱动动力、核心竞争力、品牌影响力不断提升。

#### 开展主题教育、收获显著

在区委理论学习中心组《“不忘初心、牢记使命”主题教育集中学习方案》的指导下，我们细化了公司党委学习方案，按照《长城汽车党委主题教育活动总体安排》扎实开展了各项工作。期间，组织了各项党员学习教育活动，包括观看先进典型事迹纪录片和警示教育片、组织多轮次党课学习；并在国庆节期间，开展“红歌嘹亮，歌唱祖国”、朗诵大赛、职工运动会等，教育活动积极推进、开展，成果显著。



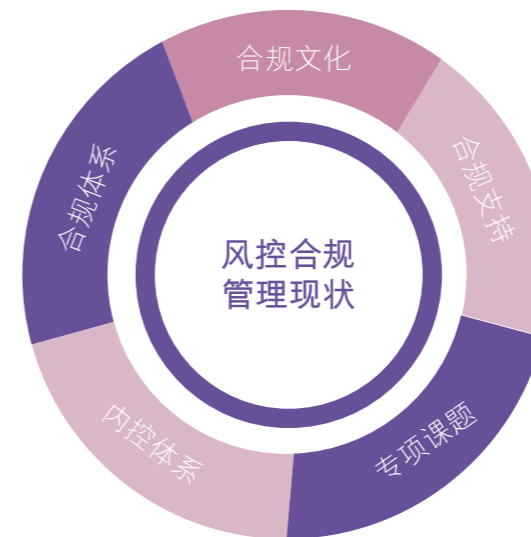
### 领导工青妇团体扎实工作

在公司党委的领导下，工青妇工作扎实开展。2019年4月，经保定市总工会推荐，长城汽车被评为“省先进集体”，受到省委、省政府表彰；6月，河北省妇联党组书记、主席贾玉英，香港妇联主席叶顺兴女士率队，来到长城汽车就妇女工作进行交流指导。公司有关团体团结动员广大职工，凝聚职工聪明才智，立足平凡岗位，创造不凡业绩，成长成为了一支讲政治、懂规矩、素质良好、技术过硬的新时代产业队伍。

事实证明，党建是推动企业健康发展的强大理论武器，强化企业党建工作，是推动企业健康发展的有效路径。为此，长城汽车要继续提高企业党的组织和工作覆盖质量，充分发挥党员先锋模范作用，加强理论学习，建立健全结合业务推进党建的工作机制，以完善的党建工作促进企业科学健康发展。

### 三、风控合规管理

长城汽车目前已建立集团控制体系和内部控制体系，由各个职能部门对风险实施条线管理。为打造科学、务实、高效的长城汽车风控合规管理模式，公司正在进行风控合规体系1.0-2.0升级，主要以法律法规的遵从(合规)为业务底线，以制度、流程管理(内控)为手段，以重要业务、重点岗位、重点人员为抓手(切入点)开展全业务领域的风险管理，逐步形成全员参与、“多面一体”的全面风险管理体系。风控合规科从体系架构策划到合规文件宣传等方面开展了一系列的风控合规主导工作：



#### 内控体系管控：

- 2013年搭建完成内控体系
- 监察审计部开展集团日常专项评价和每年至少一次的内部控制评价
- 证券法务部开展内部控制监督评价/评价报告的对外披露工作

#### 合规体系建设和文化宣传：

- 策划输出长城汽车全球通用的合规手册及合规管理办法并梳理各专业领域的合规指引
- 组织合规承诺全员签订、通过钉钉平台及微信公众号宣传风控合规知识，增强全员风控合规意识

#### 合规专项课题：

- 梳理重要领域并开展专项合规，如海外劳动用工合规、软件专项合规、数据跨境传输合规以及车联网合规；国内反腐败、保密信息、员工利益冲突等
- 策划海外风控合规方案支撑海外(印度)项目合规推进

#### 四、企业廉洁建设工作

公司以遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国刑法》系列修正案、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国公司法》等相关法律法规为基础，着力营造公平、公正、简单、透明的工作环境和作环境，历经20多年的沉淀创新，始终坚持廉洁、诚信的基本理念，弘扬优秀的企业文化，传播社会正能量，打造公司廉洁诚信的品牌形象，为民族复兴和社会进步做出积极贡献。

##### 加强组织领导，健全反腐倡廉工作机构

公司设立独立的“反腐败委员会”，由董事长任反腐败委员会主任，主要对公司廉洁工作开展提出目标，下达工作任务，把握整体工作开展方向。委员会下设纪检组，主推集团廉洁体系建设工作，包括制度的制定、维护和完善，员工/相关方举报信息的接收、调查、惩处，重点廉洁岗位监察以及廉洁教育工作。

##### 注重廉洁教育，打造反腐倡廉文化

为提升公司人员廉洁认知水平，筑牢员工思想道德防线，保障反腐倡廉制度的落实，公司为此搭建廉洁教育体系，针对员工职业生涯的各个阶段，分别设置了导入教育、晋升教育、专项教育，采取培训、岗前测试、视频教学、拓展活动等多种形式开展专项教育，仅2019年结合信息化平台及“廉洁长城”微信公众号，为集团新员工约1.7万余人次提供导入教育测评，同时利用线上学习、课时积累、自我检测的方式，提升员工的职业道德素养。

自2015年开辟自媒体“廉洁长城”微信公众号以来，截止到2019年12月份，拥有8万多粉丝，粉丝涵盖员工、相关方、合作方及家属等不同人群，通过图片、视频、文字、漫画等多种形式，实现与员工、相关方的无障碍沟通，2019年共计推送原创内容60余篇，助力公司廉洁品牌的传播。

#### 完善制度体系，规范反腐倡廉管理

为增强反腐倡廉的规范化、制度化、科学化，长城汽车以相关法律法规为准绳，并严格遵守国家法律法规，不断在实践中摸索、完善，建立了一整套《廉洁体系制度》，自2008年颁布实施以来，至今已经修订过5次，制度的每次修订都是一次升级，制度内容主要包括《腐败预防管理制度》、《合作方廉洁管理制度》、《员工廉洁行为规范》等14项子制度，为反腐倡廉工作的开展提供了重要制度保障。

在腐败预防方面，公司识别存在腐败风险的领域和岗位，通过完善制度流程，实现多方参与、过程监督；同时通过内部审计暴露对内和对外业务风险漏洞，为公司管理提供输入。对于分配到采购、招标等重点监督岗位的人员，实施定期岗位调动，防止因任期过长而产生腐败。在业务往来、商务接待中，规范了接待人数及区域，秉承公开、透明的原则，避免出现不正当行为。经统计，2019年拒绝贿赂达200人次，自2008年以来，公司拒绝贿赂共计989人次，单次拒腐最高金额达35万元，各级员工共上交礼品约3.5万件，80名员工被评为“廉洁自律模范”。



在合作方权益保护方面，公司以廉洁促诚信，以诚信促发展，与合作方互惠共赢，坚持营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境，签署《阳光协议》作为合作前提，向相关方传递廉洁文化，规范双方合作的行为，严厉打击腐败，致力于维护合作方利益，维护合作平台，为持续、健康合作提供重要保证。

2016年搭建阳光诚信自助系统，为打造绿色健康的商业环境提供助力，因腐败、不诚信等问题被列入《腐败黑名单》的合作方共413家。

长城汽车2018年9月正式加入企业反舞弊联盟，作为企业反舞弊联盟成员及理事单位与其他成员单位信息共享、互助互通。2019年11月，在企业反舞弊联盟经验交流年会上，长城汽车荣获企业反舞弊工作“先进单位”、“先进工作者”荣誉称号，得到广大成员单位的认可。



**实施监督惩处，强化反腐倡廉纪律约束**

长城汽车对行贿、受贿等硬腐败行为秉承“零容忍”的态度，同时对推诿扯皮、老好人、拉帮结派等软腐败行为也进行严厉打击，一经发现由股份纪检组对腐败行为进行调查、惩处。为充分发挥全员和相关方的监督作用，搭建多种举报渠道：QQ、电话、邮箱、微信等。2012年利用信息化工具，开发第一个举报信息管理平台，由专人专线负责平台的运行、维护，同时从信息上传、推送、接收、事件调查等进行管理，实现了举报信息快速、有效、高质量的闭环监管，通过全员及相关方共同努力让腐败行为得到充分暴露并及早查处，违反公司制度要求的，依据《廉洁体系制度》等相关条款进行处理，涉及违反法律的行为，一律移交司法机关处置。在反腐的道路上，长城汽车将一如既往的坚持初心，与众多优秀企业携手同心，积极履行社会责任，传播社会正能量。

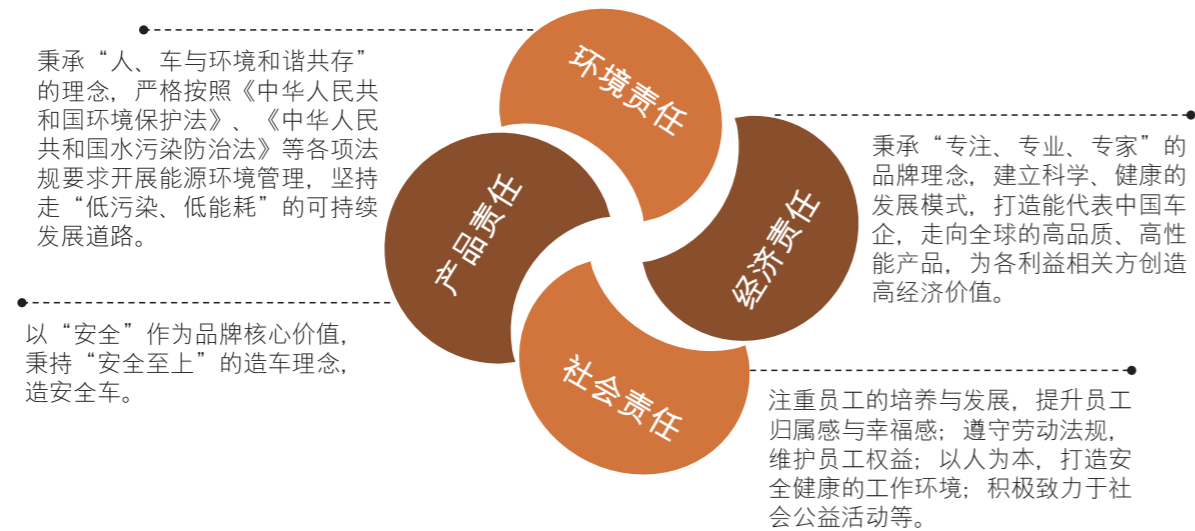


### 一、我们的社会责任理念

公司以“安全”作为品牌核心价值，秉持“安全至上”的造车理念，注重绿色、创新与可持续协同发展，密切关注各利益相关方的期望与诉求，在员工培养、社会公益、保护环境等方面积极践行社会责任。

公司专门成立社会责任工作小组负责统筹管理，人力资源部、监察审计部、品质管理部、生产企划管理部、战略管理部等各职能部门，以及各生产公司、各营销公司和整车制造工厂等贯彻执行社会责任工作相关的具体要求。

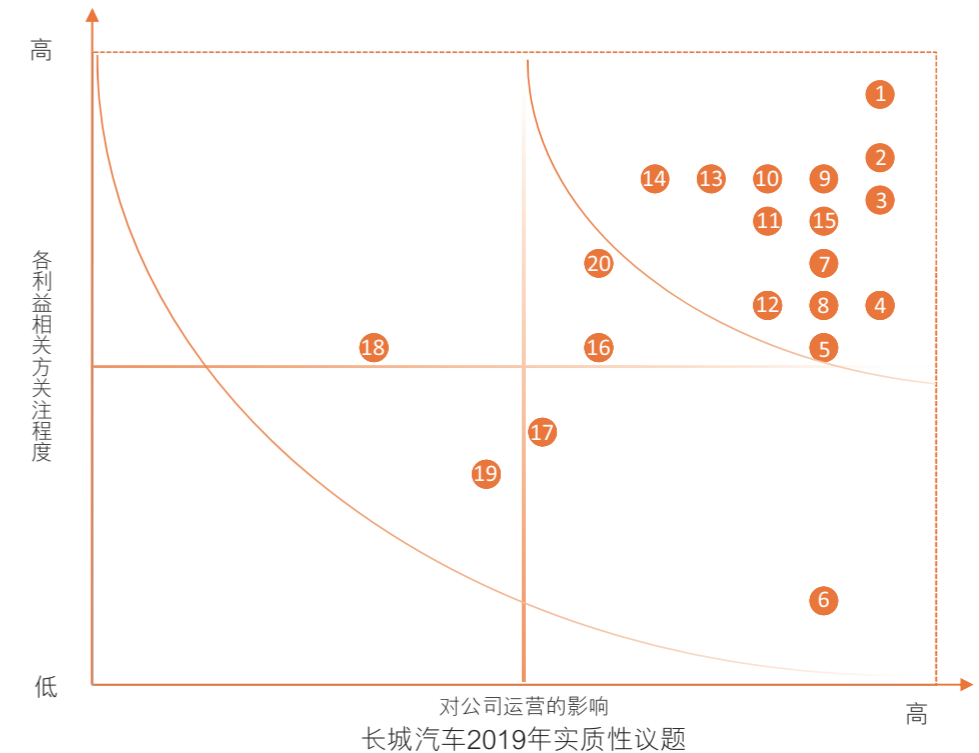
#### 社会责任管理模型



### 二、实质性议题管理




公司对社会责任实质性议题的管理高度重视，依据联交所《环境、社会及管治报告指引》等相关要求，基于行业特点来细化实质性问题判定的原则和标准，并广泛收集并征求公司内外部各利益相关方的意见，在此基础上对公司经营过程中涉及的社会责任议题进行了识别与分析，最终确定了20项实质性议题。





实质性议题确定流程：



### 三、利益相关方沟通

在社会责任报告实质性议题确定的过程中，我们通过路演、现场访谈、调查问卷、电话等多种形式与客户、供应商、经销商、员工、政府及其他监管机构等多方利益相关者进行了深入的沟通与交流，公司高度重视各利益相关方的期望与诉求，并将其作为公司社会责任报告实质性议题的选题标准之一。我们根据各利益相关方的特点，开设了不同的沟通渠道，并严格按照信息披露的相关要求，确保信息披露的及时性、真实性、准确性与完整性，利益相关方可以动态地关注公司的运营、发展情况，与公司保持密切的互动，实现双赢。

利益相关方	关注的议题	沟通途径
 政府及监管机构	合规经营 保证产品质量 节能减排与环境保护 知识产权保护 模式创新与经济增长 提供就业岗位	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守相关法律法规，依法纳税</li> <li>加强安全管理与环境保护工作，积极配合监管工作、参与监管考核</li> <li>加强风险控制，注重知识产权保护</li> <li>提供就业岗位，吸纳人才</li> </ul>
 股东及投资者	投资回报 经营信息公开透明	<ul style="list-style-type: none"> <li>稳健经营，保持良好的盈利能力</li> <li>不断完善治理结构，保护投资者权益</li> <li>不断健全信息披露机制，确保信息披露及时、完整与准确</li> </ul>
 客户	产品多元化 产品质量与安全性能 优质的驾乘体验和服务 售后服务与产品召回管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大技术创新，借助科技的力量打造“清洁化、智能化、网联化、共享化”的高质产品</li> <li>强化品质管理，提高产品安全性能</li> <li>积极开展用户乘驾活动，提升客户体验度</li> <li>提高售前、售后服务的质量与效率，提升用户满意度</li> </ul>

利益相关方	关注的议题	沟通途径
 合作伙伴	公开、公平、公正采购 互利、互惠、共赢	<ul style="list-style-type: none"> <li>公开透明的采购机制</li> <li>以廉洁促诚信，以诚信促发展，与合作伙伴互惠共赢，营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境</li> </ul>
 员工	职业健康和安全 基本权益的保护 专业培训与职业发展 薪资待遇和福利	<ul style="list-style-type: none"> <li>深度推进职业健康管理体系，关注员工身体健康与安全</li> <li>尊重员工合法权益，创新人才发展机制，充分激发员工的积极性和创造性</li> <li>完善薪酬激励体系、保险与福利体系</li> </ul>
 社会	公益慈善事业 志愿服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极开展公益事业</li> <li>秉承“扶贫济困”的理念，构建综合扶贫体系</li> <li>开展志愿者活动</li> </ul>
 环境	产品节能环保 循环利用资源，走可持续发展之路 关注气候变化	<ul style="list-style-type: none"> <li>坚持研发精准投入，积极发展新能源动力</li> <li>减少排放，低碳发展；节能降耗、持续发展</li> </ul>

一、公司产品

公司秉承“专注、专业、专家”的品牌理念，建立科学、健康的发展模式，坚持自主研发、以用户为中心，围绕汽车清洁化、智能化、网联化、共享化，致力于打造能代表中国车企，走向全球的高品质、高性能产品，为用户提供愉悦轻松的驾乘感受和驾驶乐趣，促进社会进步和环境改善。

用智能科技守护用户出行安全

安全是汽车领域永恒不变的话题，也是长城汽车永远坚守的准则和不变的追求。公司坚持创新技术，用科技武装安全。2019年，长城汽车推出的汽车产品均搭载了公司最新的智能安全系统和技术，为用户带来全维度的智能安全守护。



2019年7月，公司旗下WEY品牌发布Collie牧羊犬全维智能安全系统，涵盖生命安全、财产安全、信息安全与环境安全，为用户带来全维度安全关怀与守护。新上市的WEY 2020款VV6、VV7 PHEV&VV7 GT PHEV等车型均搭载了Collie全维智能安全系统，涵盖情绪/表情识别在内的3项全球领先技术，低速移动物体检测、人脸识别在内的15项中国领先技术，以及MEB低速紧急制动、ESP 9.3在内的25项同级领先智能安全技术，共计43项智能安全配置，从行人、乘员以及驾驶员三方出发，全维度保障用户的生命安全。



公司旗下皮卡产品长城炮在主被动安全配置上全方位提升安全指数，最大范围保障出行安全。车辆按照NCAP五星碰撞标准打造，主动安全方面配备了最新一代9.3版本ESP，搭载百万像素的360环视系统，以及车道偏离、并线辅助、车道保持、ACC自适应巡航、AEB自动刹车、半自动泊车等配置。全新哈弗H6 GT版全系搭载博世最新一代ESP、并线辅助、车道偏离预警、高清360环视等多项越级主动安全配置，让用户出行更安全。2020款哈弗F7增配了L2级别自动驾驶，可实现车道居中保持、车道偏离预警、TJA交通拥堵辅助、ICA智能巡航辅助等功能，进一步提升了行车安全系数。新能源车

型欧拉iQ智联版采用电池包与车身底盘的融合设计，“井”形结构保证电池包安全性，416项整车电安全设计举措进行全方位防护。

践行汽车清洁化助力绿色出行

公司坚持“绿色、低碳、环保”理念，大力发展新能源汽车产品以及清洁化技术，着力降低碳排放指标，为用户提供绿色环保的优质汽车产品，努力践行保护环境的社会责任。



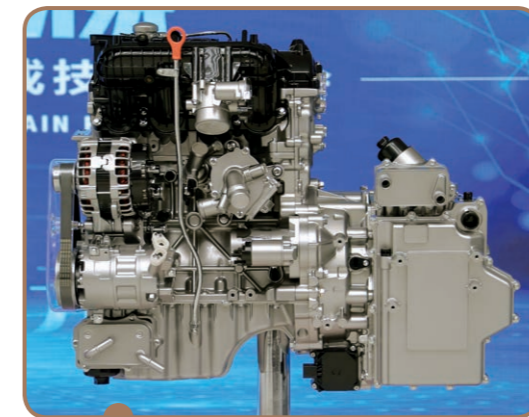
在新能源汽车方面，公司同步开展EV、HEV、PHEV三种技术架构的车型开发以及氢能车型的策划，发布了基于Pi4平台的插电式混动车型和基于纯电动专属ME平台的欧拉iQ和欧拉R1，未来还将推出48V混动平台和基于专属平台的燃料电池车型，并迭代衍生出更多车型。基于Pi4平台，2019年上市的WEY VV7 PHEV&VV7 GT PHEV后电机最大功率85kW，峰值扭矩为195N·m，匹配两档减速器，百公里电耗可改善5%，采用同级独有的iBooster电子助力制动系统，与ESP 9.3 HEV系统配合，可实现100%的制动能量回收。新能源车型欧拉R1通过新材料应用、断面优化、集成化设计，实现整备重量990kg，较市面同级产品轻10%以上，耗电量更低。



公司还一直致力于实现发动机燃烧效率的进一步提升，达到汽车的“清洁化”目标。2019年11月，长城汽车自主研发的GW4C20B 2.0T发动机获“中国心”2019年度十佳发动机称号，采用领先的缸内直喷技术降低PN排放，优化排气歧管、采用变量机油泵极大降低油耗，满足国六排放标准。搭载该发动机的哈弗F7x、哈弗H9-2020款、



长城炮产品在保持高性能的同时，具备低油耗、低排放特性。同时公司旗下蜂巢易创发布了自主研发的包括4N20发动机、9DCT变速器、6001系列电驱动在内的“1纪元”动力系统，4N20发动机燃油消耗最大可降低15%，搭载的首款产品热效率可达38.3%，升级产品的样机最佳指示热效率更高达48%；采用米勒循环、350bar高压中置喷油器等技术，发动机的燃烧更加充分，在降低PN排放方面更具优势。



### 提升用户体验与服务满意度

公司以打造顾客惊喜为己任，从品牌年轻化、产品智能化、布局全球化三大维度出发，通过优化产品结构、产品迭代升级，为用户提供愉悦轻松的驾乘感受和驾驶乐趣，同时大力改善终端服务品质，推动品牌销售及售后服务体系升级，提升用户体验和满意度。

2019年9月，中国质量协会发布了2019年汽车用户满意度(CACSI)测评结果，长城汽车旗下哈弗品牌及旗下车型哈弗H6、哈弗F7、哈弗M6取得行业最高分，分别获得“销售服务满意度”、“10-15万A级SUV”、“市场关注新车”、“7万以下A级SUV”数个奖项第一。WEY品牌获年度“售后服务满意度”第一，WEY VV6获“2019年市场关注新车(10-15万元SUV)”满意度第一。

在人机交互体验方面，公司旗下全新哈弗H6铂金版产品搭载哈弗Hi-Life智能网联系统，拥有很强的语音识别及语义解析能力，并提供丰富的在线娱乐资源、支持车家互联功能。哈弗H9-2020款配备全新一代车联网系统，涵盖“影音娱乐、新闻资讯、出行服务、车友互动”等全方位的用户关怀。WEY VV7 PHEV及VV7 GT PHEV产品为用户提供了纯电、高效、智能四驱、全时四驱、运动、超级运动六种驾驶模式，以及沙地、雪地和泥地三种全地形模式可供选择，丰富用户的驾控体验，并通过NVH降噪、智能科技配置等提升用户的驾乘体验。长城炮乘用皮卡在静谧舒适度上采用100余处隔/吸音设计处理，多连杆后悬架应用，使整车怠速时噪声仅38.5分贝，低于正常人讲话的音量，并进行专属香氛气味设计，为用户营造良好的驾乘环境。新能源汽车产品欧拉R1在保有小型电动车灵活易操作、用电环保特点的同时，通过改变轴距(轴距同级最长达到2,475mm，轴距与车长占比超过70%)和优化空间(基于纯电动车开发的ME平台打造，把电池仓布置在车底部对车内空间进行了合理的布局)，为用户释放更大的乘坐空间。



## 二、知识产权保护

### 专利数量：

截至2019年12月31日，长城汽车累计获得授权专利7,512件，其中授权发明专利1,386件，授权实用新型专利4,207件，授权外观设计专利1,919件。

2019年，长城汽车申请专利1,485件，授权专利951件，其中授权发明专利197件，授权实用新型专利533件，授权外观设计专利221件。

2018年，长城汽车申请专利1,278件，授权专利854件，其中授权发明专利67件，授权实用新型专利579件，授权外观设计专利208件。

### 知识产权保护：

战略方面：长城汽车历来注重知识产权保护，经过20余年的发展，长城汽车已经建立了完善的知识产权管理体系。2010年，公司制定了以“激励创新、提质量、科学布局、有效运用”为方针的知识产权战略体系。

制度方面：公司完善、修订《专利工作管理规定》、《专利激励管理规定》、《专利检索流程》等管理规定、标准文件及相关工作流程，内容涵盖申请、维护、放弃等专利工作的全过程。

激励方面：公司重新修订《专利激励管理规定》，实行专利奖励每月落实制，该项制度的严格执行极大地激发了员工的创新积极性。

## 三、产品品质管理与考核

### 责任实践

针对汽车质量把控和问题产品召回，长城汽车严格按照《缺陷汽车产品召回管理条例》的相关要求，对于汽车召回活动进行了全面的研究和落实，制定了一套完整的实施流程，建立《长城汽车产品召回管理规定》。从问题反馈，到纠正、预防，再到实施市场召回活动，每一个环节都有严格的程序去执行，保证快速、有效的实施召回活动。

### 产品的健康安全

长城汽车始终牢记以打造顾客惊喜为己任、为员工创造幸福、为客户创造价值、为社会创造效益的发展使命，定位于全球市场，融汇最新技术，致力于打造高质价比创新技术的精美产品。其中产品的健康与安全是长城汽车产品特性的重中之重，长城汽车通过控制排放，控制气味及VOC，完善主被动安全，管控回收利用等多种方法打造符合国家要求、给顾客带来惊喜的健康安全产品。

## ◇ 排放方面管控措施

## » 整合优势资源，大力发展新能源车型，实现零排放

新能源车型将是未来汽车市场的主角，长城汽车长期以来一直特别重视新能源技术的研究与探索。2019年长城汽车在新能源车型开发方面已取得了不俗的成果。纯电动方面，欧拉IQ已实现4款车型量产；欧拉R1已实现7款车型量产，实现在A00级别中的领先地位；另外，在乘用车纯电动/商用车纯电动品类中继续丰富产品线，覆盖家用、运营等领域。

混合动力方面，基于全新Pi4平台重磅推出WEY品牌技术形象代表车型—VV7 PHEV，实现综合油耗1.6L/100km，满足国六b排放标准；同时车型搭载WEY品牌Collie全维智能安全系统，囊括3项全球领先、15项国内领先、25项同级领先的共43项智能安全配置，实现智慧躲闪、AEB主动紧急制动、RMI防侧翻、AI智能面部识别等主动安全功能；为顾客打造出绿色、安全、智能、科技的高性价比新能源产品。另外，开发48V BSG、RE300、P2/P2+P4等多种架构车型，其中RE300覆盖中低端突出性价比及油耗；P2/P2+P4覆盖中高端，突出动力性，致力于为客户打造覆盖各层次需求、全系列性价比最优混动产品。

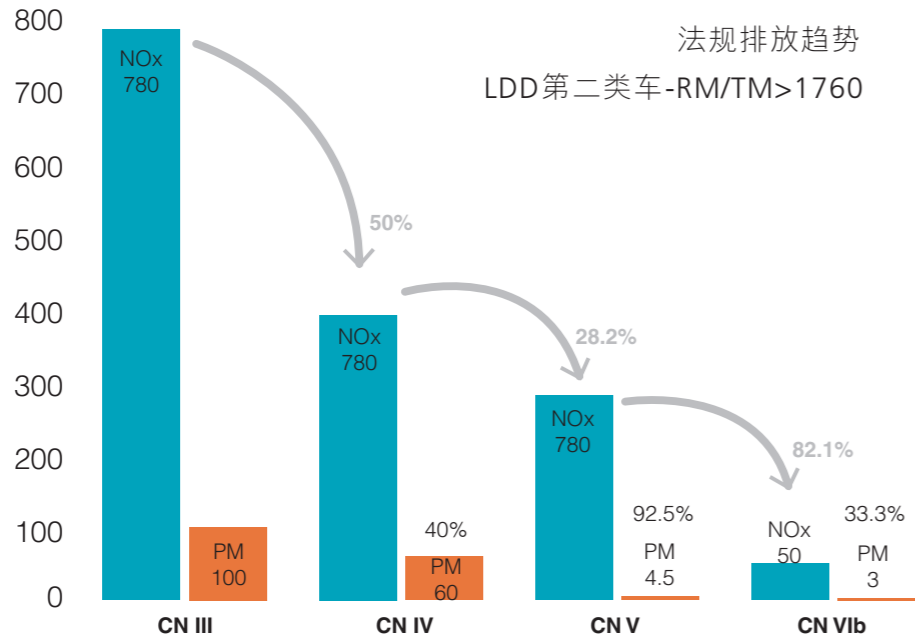
## » 持续更新、加严排放管控要求

公司针对排放的基本管理模式为，首先明确国家、行业关于排放方面的法规、标准，并进行深入解读，其次基于法规、标准并结合未来发展趋势、公司规划制定更加严格的公司内部标准及管控规范。基于国六排放要求，公司制定了更加严格的《排放试验验证过程管控规范》从样车准备、确认，试验开展，一致性管控等方面对排放验证过程进行规范，建立了科学严谨的管控模式。

长城汽车持续提升优化尾气排放物的开发应用能力，公司在车型开发初期便结合产品定位，深入解读相关法律法规，如：《GB 18352轻型汽车污染物排放限值及测量方法》、《中华人民共和国大气污染防治法》等，基于法规、标准并结合未来发展趋势，规划制定了清晰地开发技术路线和更具挑战目标。经过公司多年持续投入，长城汽车在2019年上市所有车型都应用了最新的发动机及催化剂技术，许多车型排放水平都提前达到国家2023年排放法规要求，尤其是在柴油皮卡车型开发方面，独树一帜。

柴油国六项目：长城汽车在国内皮卡市场22年国内销量第一，其中皮卡柴油车型占70%左右，目前主要有风骏系列和炮系列两个主要平台。

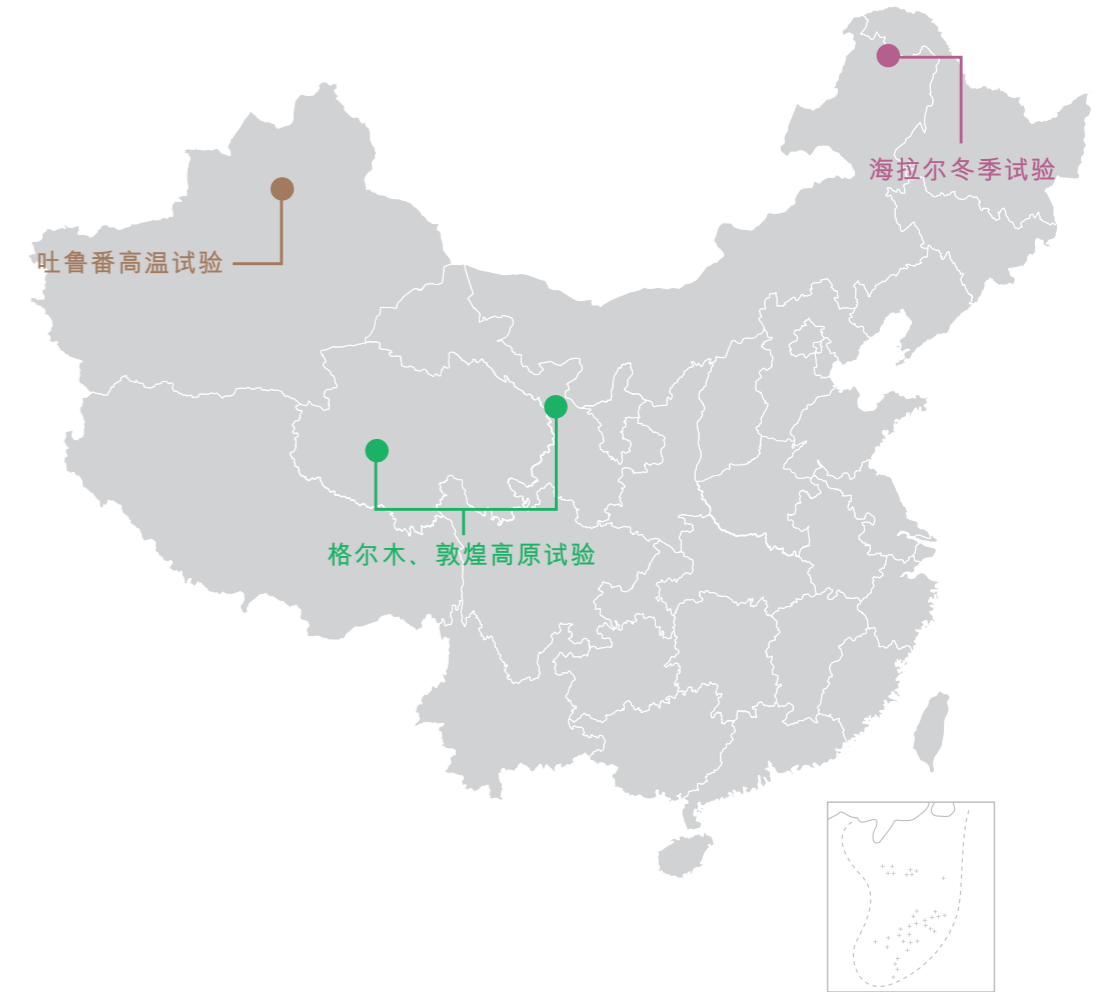
与欧六标准不同之处，国六排放法规采用燃油中立的原则，汽油和柴油车需满足相同的排放限值，并且比欧六的限值加严了40-50%左右；同时，在OBD监控系统和环保关键部件质保等方面均严于欧洲。



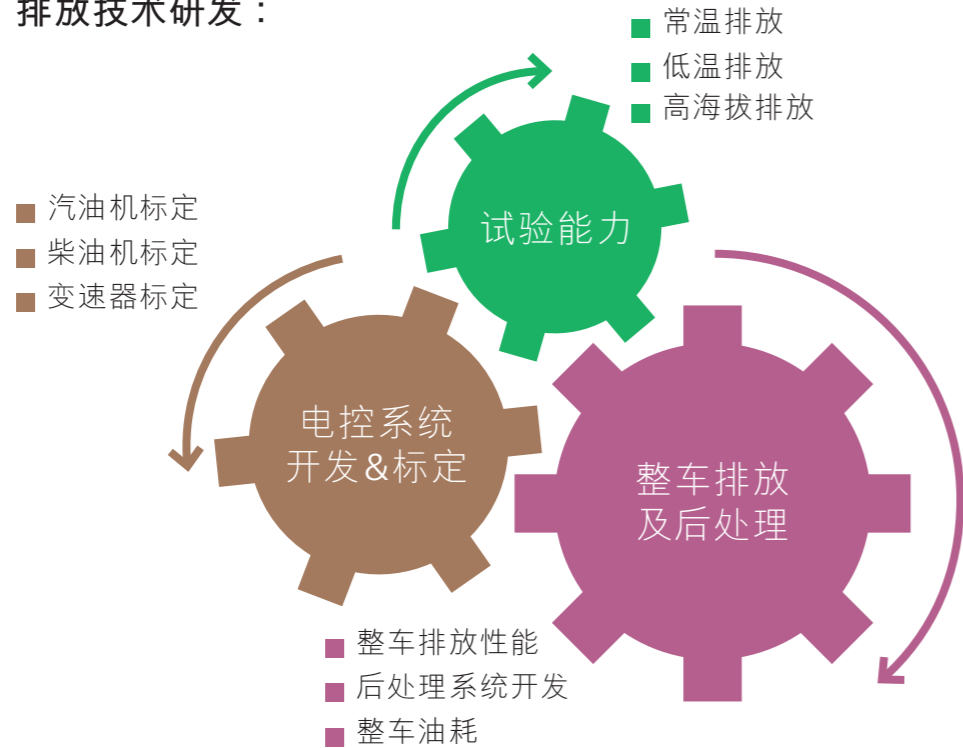
柴油皮卡国六法规加严趋势图

为满足节能减排的国家号召，同时客户对长城柴油皮卡又有强烈市场需求。长城汽车依托完备的排放研发能力和资源，公司上下积极推动，全力以赴；联合供应商与长城汽车精诚协作，攻坚克难，进行了长达6个月的排放性能开发，并经历了高温、高寒、高海拔等极限工作环境的测试，累计超过60万公里各种路况的试验验证；终于成功推出了国内首款满足国六排放标准的轻型柴油车型，为我国政府达到“节能减排、保卫蓝天”目标做出积极贡献，及时填补市场空白。风骏7国六柴油皮卡于2019年7月份推向市场，获得市场一致好评。2019年底累计生产2万多台，销售持续火爆。

长城炮柴油国六皮卡作为商用版炮系列皮卡的主力，2019年10月底一经推出就取得出色的市场响应。



### 排放技术研发：



» 设置排放质量门，严格把关排放指标

公司始终坚持将排放作为关键管控指标，纳入项目节点通过条件即质量门，进行管控。各车型研发过程中，需由专业的测试部门针对排放达成水平进行测试，测试结果是否达标将作为进入下一阶段开发的否决项。排放不达标坚决不允许进入下一开发阶段，各相关专业团队将排放问题作为第一序列问题，投入优势资源，彻底将问题解决，确保排放目标达成。

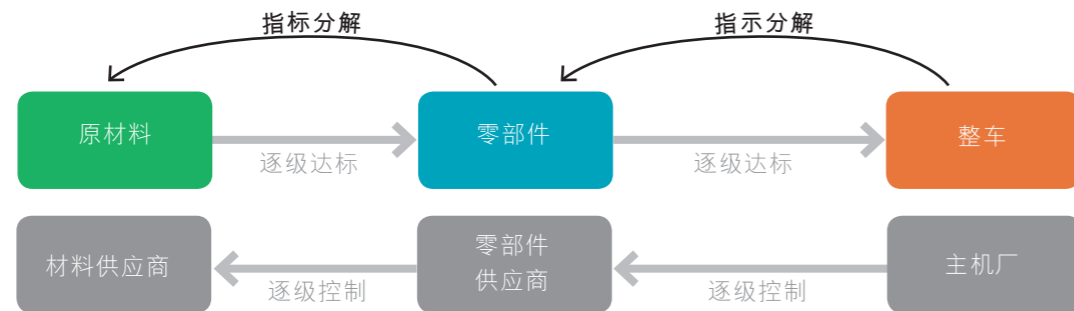


◇ VOC、气味方面管控措施

长城汽车通过建立专业化的技术标准、规范化的质量控制、前瞻性的技术应用三个方面建立了一套完整的车内空气质量控制体系。

» 完善的车内空气质量控制体系

公司从材料、零部件、整车三个层面建立了完善的技术标准体系，涉及各类标准10余项，规范了各层级技术要求，保证了产品从源头到整车的规范性。另外，从源头开始对材料、零部件、整车分别进行正向控制，整个产业链从主机厂到零部件供应商到材料供应商逐级对上游供应商进行管控，有效保证了整个产业链到整车的环保性。



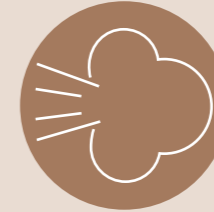
» 规范化的气味及VOC试验验证体系

公司拥有专业的气味及VOC检测团队，专职从事气味及VOC质量控制，并且拥有专业配套的气味及VOC检测设备、仪器和实验室，确保检测方法科学、有效。在国内汽车行业率先建立起了一套完整的采样、分析、研究的试验体系，有效保证了所有车型开发及量产的品质。

试验及分析技术能力，投入400多万资金分别建立了气味、雾化、VOC性能试验室，具备了材料、零部件、整车空气质量检测分析能力。



材料、零部件气味评价能力



材料、零部件雾化检测能力



材料、零部件VOC检测能力



整车气味、VOC检测能力

» 通过技术创新，提升气味及VOC品质

公司通过技术创新，为顾客提供更加安全、舒适的产品，是公司坚持不变的重要战略举措。公司历来对技术投入毫不吝啬，经过专业工程师不懈努力，公司拥有众多新型专利，例如：车载香氛、具有香味的人造革及物件蒙皮和车辆等实用新型专利，通过香味挥发，避免异味对顾客造成的不舒适体验。

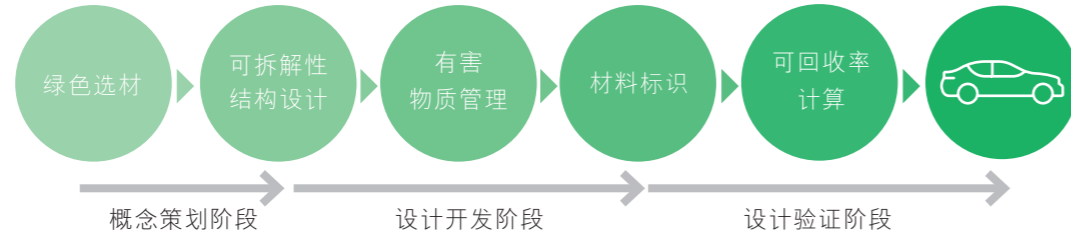
同时通过开发主动式座舱清洁系统消除整车高温及各种环境下长时间停放造成的车内有害物质及异味积聚，可通过汽车钥匙、手机app提前进行主动座舱净化。另外，在行业内率先应用抗菌抗病毒的“N95级”车载防护滤芯，有效保证了驾乘顾客的身体健，在整个汽车行业内起到了引领的作用。

◇ 回收再利用方面管控措施

» 设计方案融入回收再利用理念，验证过程严格把关

公司一向提倡绿色设计方案，产品工程师的设计方案需考虑各种设计要素，可回收性设计(DFR)是其中尤为重要的一项内容。在产品设计的初期，由产品工程师考虑产品的可拆解性、可回收性，并以此作为产品结构设计和材料选择的一个重要准则，使得产品易于拆解、利于回收、回收费用最低、回收利用价值最高，最终达到减少废弃物的产生、节约资源和保护环境的目的。

在设计验证阶段，公司设有专职部门对回收再利用率进行计算、把关，针对不达标产品由产品验证工程师和产品设计师，共同探讨制定改进方案，直至产品回收再利用率达标。



» 供应商参与产品设计，充分利用供应商资源

公司基于整车的循环再造要求，合理选择供应商，能否满足回收再利用要求是我们选择供应商的一个重要条件。同时，公司大力推行并行工程，在先行设计阶段即邀请供应商充分参与，公司产品设计师与供应商技术人员共同进行产品的设计开发，充分利用优秀供应商资源，共同努力创造更加环保的产品。

» 以法规标准为准绳，以信息化手段为保障开展工作

中华人民共和国工业和信息化部制定的《汽车有害物质和可回收利用率管理要求》、国标《GB/T 19515道路车辆可再利用率和可回收利用率计算方法》，是公司开展回收再利用工作的基本准则。公司逐步开发或引入GW-MCC、CAMDS等系统，并设置专职部门，结合法规、标准要求及公司具体情况建立起科学、高效的回收再利用信息化管理体系，促进产品回收再利用工作开展。

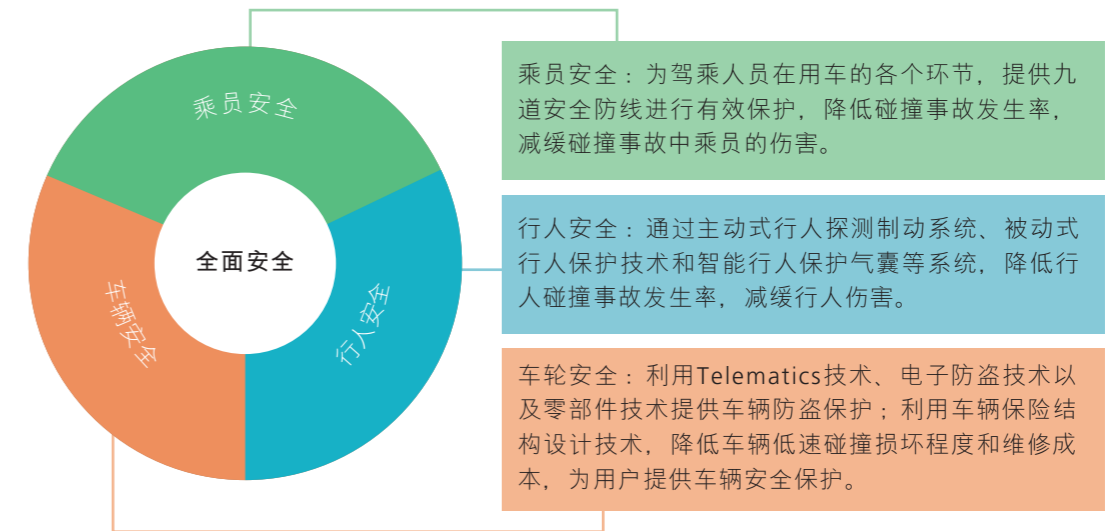
◇ 主被动安全方面管控措施

» 安全愿景

长城汽车始终奉行“安全至上”的核心理念，所有开发活动都以“交通事故零伤亡愿景”为目标，不断追求驾驶安全“最大化”和事故伤害“最小化”。长城汽车致力于2023年实现“零死亡”的目标，即2023年实现无人因驾驶或乘坐新款长城汽车发生交通事故而导致死亡。

» 安全开发理念

长城汽车秉承“T-Safety”全面安全理念，不仅致力于保护自身及车内乘员的安全，也充分考虑包括汽车、摩托车、自行车、行人在内的所有交通参与者的安全。



乘员安全：为驾乘人员在用车的各个环节，提供九道安全防线进行有效保护，降低碰撞事故发生率，减缓碰撞事故中乘员的伤害。

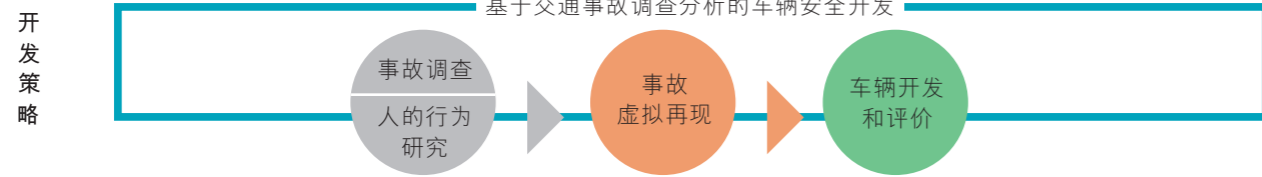
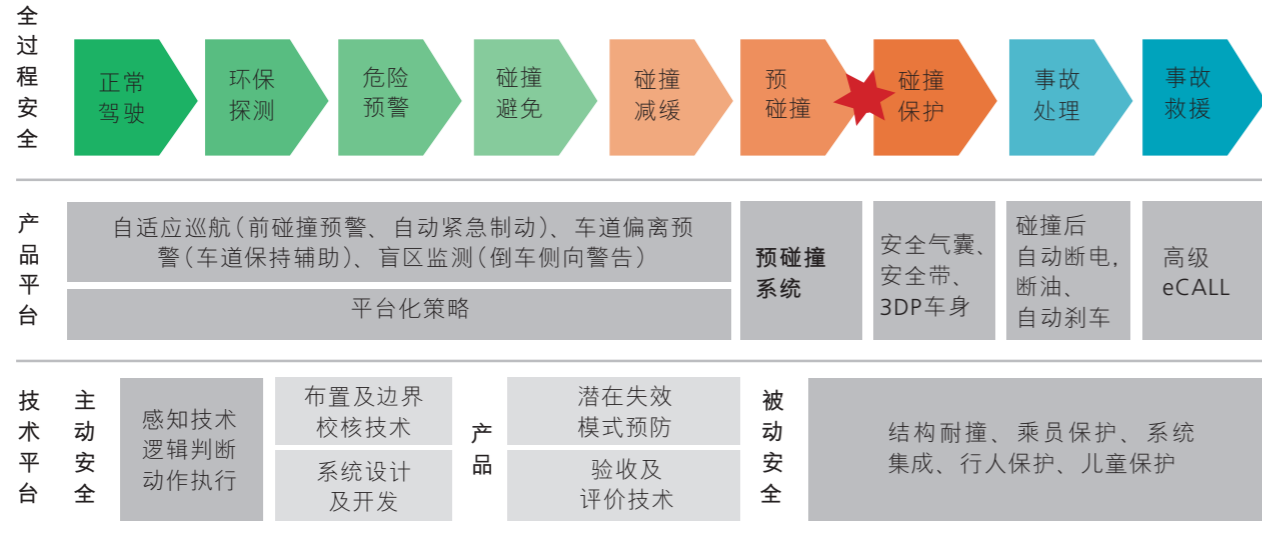
行人安全：通过主动式行人探测制动系统、被动式行人保护技术和智能行人保护气囊等系统，降低行人碰撞事故发生率，减缓行人伤害。

车轮安全：利用Telematics技术、电子防盗技术以及零部件技术提供车辆防盗保护；利用车辆保险结构设计技术，降低车辆低速碰撞损坏程度和维修成本，为用户提供车辆安全保护。



» 安全开发技术体系

基于真实道路交通环境和实际交通事故特征，关注驾驶“全过程安全”，以安全性能开发流程为基础，利用虚拟分析、试验测试及主观评价相结合的方法，推动产品平台与技术平台的实现及迭代升级，持续提升长城汽车的安全性，实现乘员、行人、车辆全面安全。



» 产品安全实现

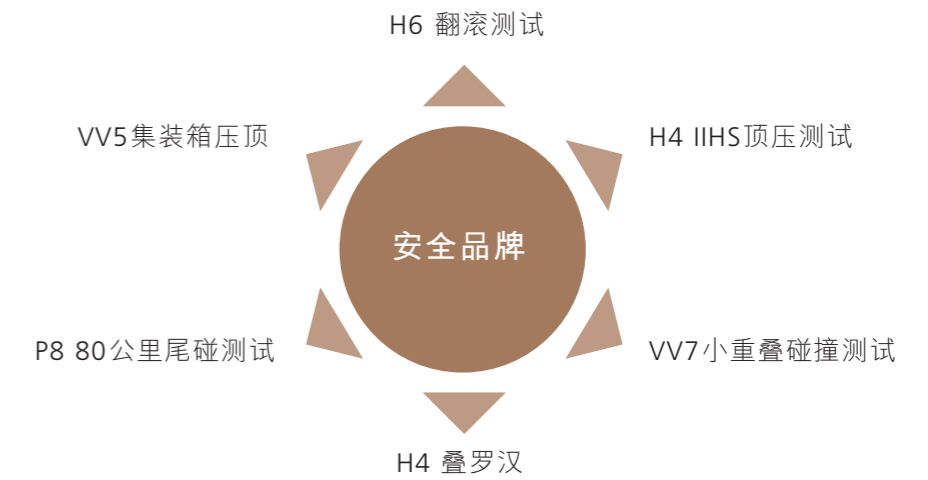
• “五星”安全

长城汽车在安全性能开发方面，除了满足中国的C-NCAP(中国新车评价规程)五星标准外，还一直以更加严格的欧美标准作为开发目标。在C-NCAP测试评价中，长城汽车至今已有七款车型获得了五星评价。

长城汽车的安全是无差别安全，比如VV7\VV5车型标配6气囊、预紧限力式安全带、ESP、ACC、AEB等主被动安全系统；老款哈弗H6早在2012年获得C-NCAP五星车型为低配置车型，实现了无差别安全。

• “安全”品牌

“安全”作为长城汽车的核心价值，除满足NCAP星级目标外，还考虑了实际交通事故中的安全，同时致力于“安全”的推广与传播，率先在行业内进行了多项高难度安全公开测试活动，推动安全理念的普及和安全意识的提升。



» 建立功能安全管理体系

随著汽车技术在安全、节能、环保、低碳化、集成化、信息化、智能化、网联化、自动驾驶技术等领域的发展，汽车电子技术已成为汽车发展的重要动力，汽车电子电气系统及功能的安全变得尤为重要。公司紧跟国际及国内关于道路车辆功能安全的最新标准(ISO 26262)，组建功能安全核心小组，建立公司功能安全设计开发流程，组织公司高层领导及各层级设计工程师的安全文化培训，推进项目实际应用实施。目前已经在车型项目上实施标准的落地，关键零部件ESP(车辆稳定性控制)、EPS(电动助力转向)、ABM(安全气囊)安全目标最高已达到功能安全ASIL D等级(汽车安全完整性等级，D级为最高等级)。

◇ 产品责任的夯实

» 产品责任法规要求

根据《中华人民共和国产品质量法》、《缺陷汽车产品召回管理条例》等产品责任相关法律法规要求，企业需要对缺陷产品造成的人身伤害和财产损失承担赔偿责任。

» 产品责任落实方法

公司主要通过对产品责任法规及诉讼案例进行研究解读，对设计人员进行专项培训，加深设计人员对法规的理解。针对车辆从设计、生产、售后全生命周期实施严格的质量管理，防止缺陷产品的产生和流出，针对已流出的潜在缺陷产品采取积极的应对策略。



一、雇佣

多元化引进各层次人才

重点院校高校高学历毕业生招聘

长城汽车将汽车及机械类专业毕业生作为技术研发的中坚力量，为促进新四化转型，公司对互联网、大数据、智能驾驶、智能网联等相关专业的高学历毕业生需求日益增多。每一名毕业生的专业知识在长城汽车得到充分认可、应用与发挥，长城汽车为其职业发展提供了广阔的平台。

开展校企合作，互利共赢

为促进新入职大学生职业角色的顺利转变，快速胜任岗位，公司打造了大学生前置培养项目。与国内众多高校建立校企合作关系，共同打造优秀校外教学实习基地，推行整车拆解、技能认知训练、参与技术课题研究等相结合的全方位培养模式。

安置社会务工人员

在退伍军人帮扶方面，基于保障此类人群生活及社会稳定的考虑，提供多重岗位，安置退伍军人的就业。

## 二、劳工准则

### 遵守劳动法规，维护员工权益

全面贯彻落实《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法规，依法执行用人、工作时间和解雇政策。与员工签订劳动合同，依法为员工缴纳法定社会保险，解决员工后顾之忧。坚持男女平等，在招聘过程中坚决杜绝性别、民族、种族、宗教、生理等就业歧视，维护员工合法权益；杜绝使用童工，应用身份识别系统，防范童工的招聘；针对女性员工尤其是孕产期女员工，严格执行相关法律法规对其工作时间、强度及环境的要求。

## 三、健康与安全

### 以人为本，打造安全健康的工作环境

#### 深度推进职业健康管理体系

公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的原则，严格落实《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《中华人民共和国消防法》等法律法规的要求及各层级安全生产责任制，建立安全生产风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，持续完善职业健康安全管理体系，确保其运行的适宜性、充分性和有效性。通过安全信息化平台、安全综合审计、安全防错等系列管理举措，确保全年无因工死亡事故。

### 持续改善现场工作环境

通过安全生产标准化规范运行，提升生产现场本质安全化管理水平。对新工厂、新工艺、新设备实施前置安全评审，保证在投入使用前满足安全生产要求。通过现场作业观察、工作危险分析、设备检测等方法系统识别职业危害因素，确定关键场所的职业健康危害检测项目、测量方法和指标，定期评价，动态管理。聘请专业检测机构对有毒有害作业场所进行检测和评价。完善现场除尘、降噪等安全设施，改进原材料及工艺，从源头上控制职业危害因素的产生，建立健全员工健康监护档案，组织员工职业健康体检，按标准配备个人防护用品，始终坚持预防与治理相结合，通过提高自动化技术应用，持续改进工艺流程，不断改善现场作业条件，全年实施安全防错技术应用2,338项，为员工创造安全、健康、舒适的工作环境。



### 不断强化应急处理能力

公司设有专业消防人员负责监督消防设施及现场消防安全。建立现场安全应急管理机制，完善重点防火区域的应急装备，提升油库、涂装作业区域等场所的火灾、爆炸应急处置能力，完善应急预案体系，修订综合预案、专项预案及现场应急处置方案，全年组织应急演练123次，评估、改进、完善应急处置流程，提升公司重大风险控制应急能力。

### 四、发展与培训

公司重视人力资本价值，人才是公司发展的最重要的驱动力量，将吸纳、发展行业人才列为公司重要的战略任务。长期以来，公司秉承“造车育人”的人才理念，始终坚持人才培养融入业务，不断创新人才发展机制，充分利用内外部资源，着力构建全球人才培养体系，打通各职业晋升通道，充分激发员工的积极性和创造性，让员工真正成长、成才，以优质一流人才队伍促进公司不断发展，实现公司人力资源价值最大化。

#### 人才培养体系

公司致力于打造具备国际化、职业化、专业化的一流企业，搭建人才培养体系和员工职业发展通道，积极缩短人才培养周期，全面打造公司的人才池。公司一方面重视员工培养，通过“训•练结合”的培训模式提升员工的素质和能力，另一方面制定员工晋升晋级、轮岗制度等规范，持续牵引各级管理者关注员工成长与发展，提升绩效管理的有效性，实现员工与企业的共同发展。

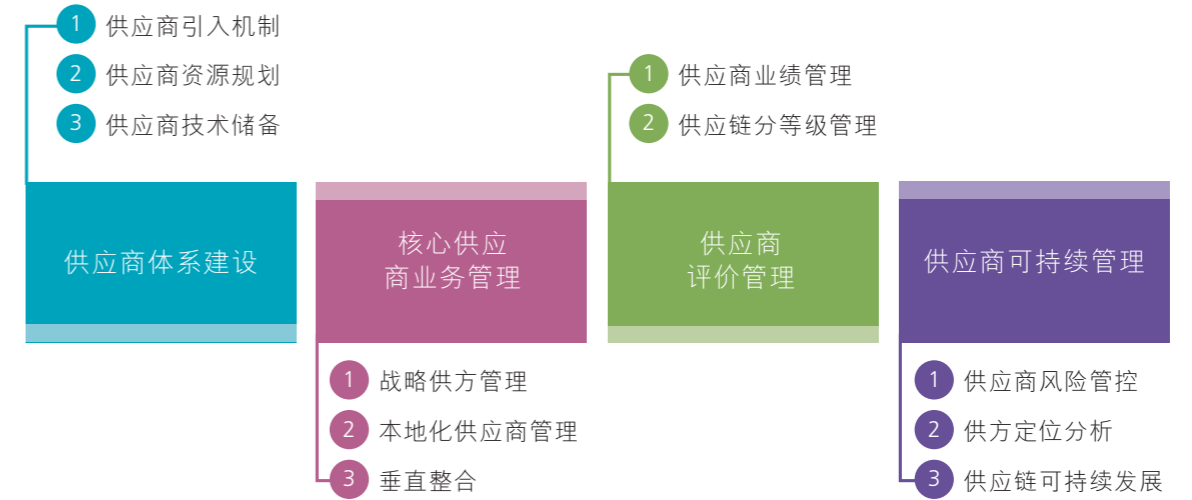


#### 培训管理

公司重视员工对职业发展的成长诉求，制定了相关管理制度，完善培训组织架构。根据各类人才的成长特点，采用内外部结合的方式，搭建全面培养体系，培训人员层次从生产一线到企业高管，内容涵盖前沿趋势、专业技能、国际化通用知识、质量管控、领导力发展等领域，对接人才队伍建设目标和年度人才重点工作任务，持续优化培训管理体系、培训课程体系和线上学习平台，加强人才培养工作的创新性、前瞻性、针对性和实效性，加快国际化人才、核心管理人才队伍的建设，紧扣公司发展的实际需求，依托全球优质资源，系统设计培训项目。

### 一、供应链管理

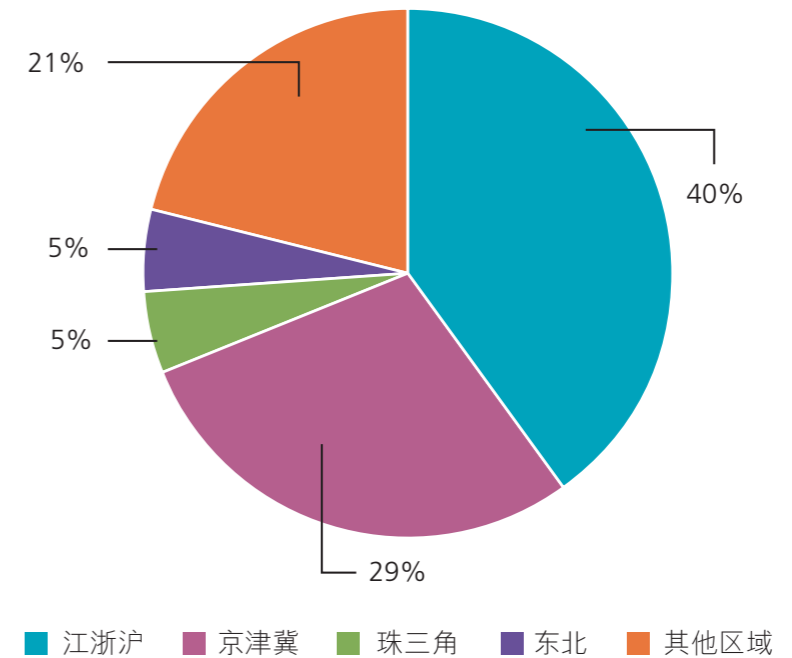
基于业务发展需求，多维度选择、评价供应商，开展供应链经营活动，打造稳定、可靠的供应商体系，主要开展如下四項工作：



#### 供应商数量

主要供应商600余家，具体分部如下：

供应商分布区域图



### 供应商引入

公司建立了完善的供应商准入流程及机制，保证体系供应商的引入质量。在导入新供应商时，使用《供应商调查表》进行调查确认，从生产资质、安全、合规等方面对供应商进行初审，满足基本条件后，组织专业人员对零部件供应商实施现场审核，确认产品的开发、生产、质量、交付能力，通过审核，纳入潜在供应商资源库备选。

### 供应商考核管理

从供应商的技术能力、质量、成本、交付等维度，按月度对供应商开展绩效考核。评价结果从优到劣分为I、II、III、VI四个等级，根据评价结果，对供应商实施奖惩，对长期不满足要求的供应商实施淘汰。

### 供应商权益维护

公司以廉洁促诚信，以诚信促发展，与供应商互惠共赢，坚持营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境，签署《阳光协议》作为合作前提，向相关方传递廉洁文化，规范双方合作的行为，严厉打击腐败，致力于维护供应商利益，维护合作平台，为持续、健康合作提供重要保证。为规范公司员工行为，公司重点岗位人员均签订《廉洁承诺书》；制定《合作方廉洁制度》，与供应商签署《阳光协议》，规范双方合作行为；通过设置监察部门，向社会公示监督电话，设立董事长邮箱等，有效监督采购、招标等重点敏感环节，切实维护合作方利益。

公司与供应商在产品研发、质量控制和产品交付等环节密切配合，相互支持，共享改善成果，并针对原材料价格波动的市场环境，为保护供应商利益，与供应商签订原材料《价格联动协议》，保证供应商利润水平。与供应商共同开展VA/VE活动，从质量、成本、交付多方面实施改善并共享改善成果。通过多渠道收集供应商与公司研、产、供、销合作过程中的问题及抱怨，并组织相关部门制定对策，不断优化流程，逐步提高供应商满意度。

## 二、经销商管理

公司以遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国广告法》等相关法律法规为基础，以“市场领先、客户满意”为战略目标，秉承“真心为客户着想”的服务理念，致力于为客户提供超预期的服务体验。

持续推进决胜终端，建立行业领先的销售服务体系，围绕客户惊喜服务体验打造、终端运营能力提升、渠道稳健发展，从诚信体系、营销力、盈利力、渠道力、机制建设多个维度，开展内容、模式、工具创新，全面提升经销商精细化、体系化运营管理能力。



诚信体系打造方面，在原有整车、配件、保修诚信服务基础上，重新释义“诚信哈弗”，在客户业务开展及与合作方商务合作过程中，坚持诚信无欺、信守承诺。明确八大表现形式，围绕客户消费体验，清晰界定诚信范围边界，树立行业诚信服务标杆。

在终端营销力打造方面，以创造客户惊喜为标尺，识别客户服务全场景，结合互联网时代客户购车行为改变，以服务内容精细化、可感知为原则，重塑终端销售服务流程，并开展销售服务攻坚、智慧网销、移动服务模式推行等一系列专项行动，使客户在线上、线下体验各关键触点，均能体验尊享、便捷化服务。

在终端盈利力拓展层面，开展内外部业务融合，内部融合方面，整合资源开展保客掘金行动，挖掘保客潜在需求，并匹配服务产品、权益充分响应满足，同时聚焦后市场盈利点，引导终端盈利结构由销售主导向全业务均衡发展，推进盈利结构转型，提升抗风险能力；外部整合方面，围绕客户全生命周期，构建终端多元业务生态体系，主动探索跨界合作，结合用户“衣食住行”，拓展业务边界，与中国邮政、招商银行、苏宁等多业态开展跨界营销。

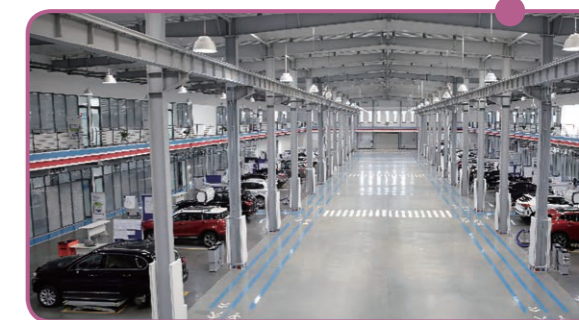
在渠道网络建设层面，以向客户提供便利服务和便捷体验为核心目标。通过多元化网络形态，构建渠道新生态，根据品牌定位，实施差异化网络建设，推进区域整体合理性布局，实现区域精细化经营。

在终端机制建设方面，围绕核心营销KPI，扩展全员营销职责、明确具体举措、丰富完善营销工具及方法，实现个人收益与品牌收益挂钩，激发全员营销积极性；挖掘经销商机制建设优秀案例，引导建立内部分享机制，实施经销商集团内、跨集团优秀案例对标分享，优化业务执行、团队激励、用户运营等管理模式。

在专业化团队塑造方面，为切实给客户提供专业、真诚的服务体验，公司始终坚持通过严格的人员培训认证体系，提高一线销售、服务、管理人员专业性，采取培训认证上岗制。建立从人员入职、能力提升全周期的培训支持体系。同时建立客户满意反馈闭环机制，通过对销售服务弱项的识别，持续开展销售服务专项能力提升培训。为提高客户服务能力，公司培训采取场景化、沙盘化完全还原客户服务场景，极大的提高培训应用效果。公司具备专业的培训场地及师资力量，能够承接4万人次/年的培训实施，并通过线上+线下多种培训模式为经销商赋能。



专业培训场地



实战化培训设施

长城汽车坚持以客户为中心，通过持续的满意度测评及商务政策考核，引导经销商关注客户服务体验，从人员能力、服务品质、诚信经营、客户关怀、环境设施等方面，不断创造客户惊喜与感动，带动品牌服务质量及效率的提升。2019年中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)测评中，长城汽车旗下哈弗品牌在自主车企中收获销售服务满意度第一名，连续5年在CACSI销售/售后服务满意度保持第一，WEY品牌收获自主品牌售后服务满意度第一名，同时长城汽车旗下哈弗及WEY品牌多个车型，在细分市场领域获得满意度第一的优异成绩。

哈弗荣获中国汽车行业用户满意度(CACSI)多项第一

厂商品牌	奖项类型	名次
哈弗品牌	销售服务(自主品牌)	满意度并列第一
车型	细分市场类别	名次
哈弗H6	10-15万A级SUV	满意度并列第一
哈弗F7	市场关注新车	满意度并列第一
哈弗M6	7万以下A级SUV	满意度第一

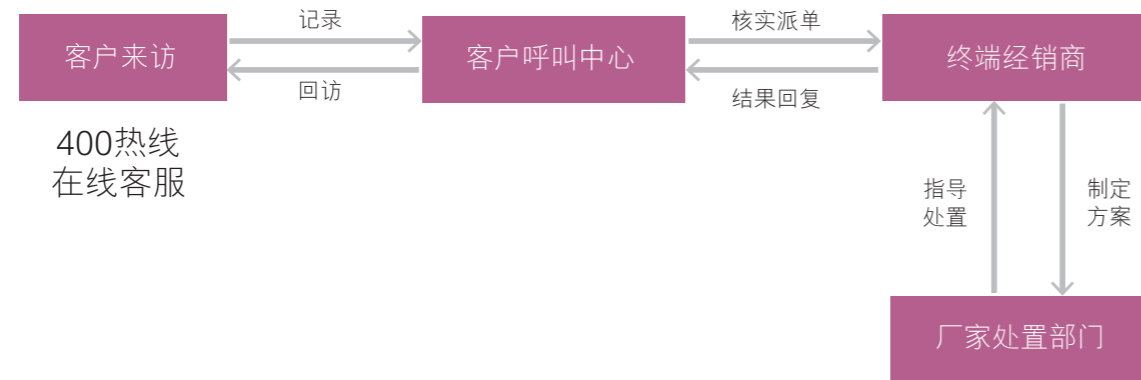
持续推行万事通平台，打通厂商沟通瓶颈，建立畅通的经销商声音传递渠道，持续开展经销商满意度测评，创造公平、公正、公开、透明的厂商合作环境，通过不同层级、不同范围的会议机制，强化厂商沟通，解决各类实际问题，以真诚协作、互利共赢的合作理念，构建厂家与销售服务商合作共赢的伙伴关系。



### 三、客户权益保护

公司建立全国统一服务热线，并设有客户呼叫中心，由专业坐席负责顾客抱怨及投诉的受理及处置，全过程通过客户关系管理系统(SCRM系统)平台开展，实现信息的快速流转及处置，异常情况可以得到及时的应对。

顾客抱怨及投诉处置流程：



### 四、股东及投资者沟通

#### 保护股东权益

公司自2003年上市以来，高度重视投资者权益保护工作，积极建立健全投资者权益保护制度。公司及时、充分、完整进行信息披露，使股东能够及时完整的获取公司最新经营情况，并设置投资者热线，及时回覆投资者的咨询，维护投资者的权益。

#### 投资者关系管理

公司根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》(以下简称“《工作指引》”)、《上海证券交易所个人投资者行为指引》和《长城汽车股份有限公司章程》(以下简称“《公司章程》”)等有关规定，并结合公司实际情况，制定《长城汽车股份有限公司信息披露管理制度》、《长城汽车股份有限公司投资者关系管理制度》。

公司严格遵守上海与香港两地证券交易所上市规则及证券市场规定，保障中小股东的合法权益；遵守法律法规及上市规则中对股东权益平等保护的要求，持续完善公司章程、股东大会事规则等制度，持续为股东提供真实、准确、完整信息。公司持续通过召开业绩发布会、业绩电话会，组织投资者现场调研，回覆投资者电话咨询、邮件咨询等方式向中小股东汇报公司情况，解答中小股东疑问，同时利用上海证券交易所网站e互动版块，回覆中小股东的疑问。通过以上方式与中小股东建立良性互动关系。

2019年5月15日，公司参加中国证券监督管理委员会河北监管局组织的河北辖区上市公司2019年度投资者网上集体接待日活动，在此活动中积极与广大中小股东沟通，回覆中小股东针对公司业绩的咨询，听取中小股东对公司发展的建议与期望。2019年5月17日，公司召开2018年度股东大会，出席此次股东大会的股东及代表拥有及代表的股份为5,583,950,151股，占公司总股数的61.18%，中小股东积极参与公司股东大会审议事项的决策，提升公司治理水平。

#### 股东回报

公司一贯致力于为社会创造价值、为股东创造收益、为员工创造幸福。公司自2003年在香港联合交易所上市以来，保持稳定的现金分红比例。报告其内，公司实施2018年度利润分配方案，以公司总股本9,127,269,000股为基数，每股派发现金红利0.29元(含税)，共计派发现金红利26.47亿元。公司自上市至2019年末，累计派发红利约人民币182.85亿元。2020年4月24日，公司召开2019年度董事会，审议决定2019年度每股派发现金红利0.25元(含税)，共计派发现金红利22.82亿元，此派息金额尚需公司2019年度股东大会审议批准。

公司近五年分红情况如下：

	2014年	2015年中期	2015年	2016年	2017年	2018年
每股盈利(元)	2.64	1.55	0.88	1.16	0.55	0.57
每股派发现金股利(元)	0.80	0.25	0.19	0.35	0.17	0.29
总股本(万股)	304,242.30	304,242.30	912,726.90	912,726.90	912,726.90	912,726.90
派息额(亿元)	24.34	7.61	17.34	31.95	15.52	26.47

年度内，公司加强与投资者之间的双向沟通，使广大投资者及时了解公司的相关经营情况，促进与投资者之间的良性关系，帮助投资者及时、准确理解公司经营情况。年度内，公司通过邀请投资者参加股东大会、展会等活动使投资者及时了解公司经营情况，组织境内外路演、接待投资者调研、组织电话会议，参加投行组织的峰会等方式与投资者进行了充分的沟通。年度内，公司共组织3次境内外路演，接待境内外投资者调研18次，组织电话会议26次，参加投行组织的峰会29次。

## 五、社会公益

### 全员参与，建设务实的公益体系

高层领导身体力行，以感恩之心回馈社会，倡导员工广泛参与公益，提出做真正的“企业公民”，以品牌力量促进人、车、环境和谐发展。结合公司发展策略、行业特点、地域等因素确定“行业科研、教育事业、环境保护、慈善援助”为重点支持领域，积极实施公益活动，推动社会进步、文化发展、环境保护与经济增长的和谐共生。

- » 行业科研方面：公司大力度支持国家重点院校汽车专业科研工作，先后在河北农业大学等多所高校建设教学科研实验室，向清华大学、吉林大学、燕山大学等重点院校提供教育教学用车。
- » 教育事业方面：公司积极响应国家产教融合号召，发挥企业优势，深化校企合作模式，为北京科技大学、燕山大学、河北工业大学、河北大学等学校提供免费的校外实践基地，助力上千名在校大学生早日成为民族汽车工业栋梁之才。长城汽车始终以开放的心态与多所高校开展交流合作，并分别于7月、11月面向国内高校举办“Open Day”活动，为在校大学生提供直观感受车企“开放、创新”的智能化平台；公司组织来自贫困地区的小学生参加科技夏令营，援建贫困地区希望小学，向高中、中学、小学捐赠教育教学用具，并为贫困生捐资助学。
- » 环境保护方面：除了在产品设计、生产等环节的节能减排外，公司多次组织员工开展义工活动、倡导员工低碳出行，为环保事业贡献一份力量。

- » 慈善援助方面：公司高层领导定期代表公司到金秋老年公寓、保定市第一福利院进行慰问，并送去公司的慰问品，为孤寡老人带去关爱和温暖，为残疾儿童送去希望和坚强。

长城汽车以公益宣言为指引，以公益支持计划为依托，在内部营造“全员是义工、人人做公益”的氛围，同时号召社会各界共同传承和创新中国的公益文化，形成“公司先行，销售服务跟进，车友广泛参与”的公益支持体系，不断实践和探索新的公益模式。

公司近些年累计对公益事业投入资金达6,462.71万元，多年来，公司热心公益事业的不懈努力，得到了社会的充分肯定，被授予“河北省捐资助学先进单位”、“河北省文明单位”、“爱心企业”等荣誉称号。

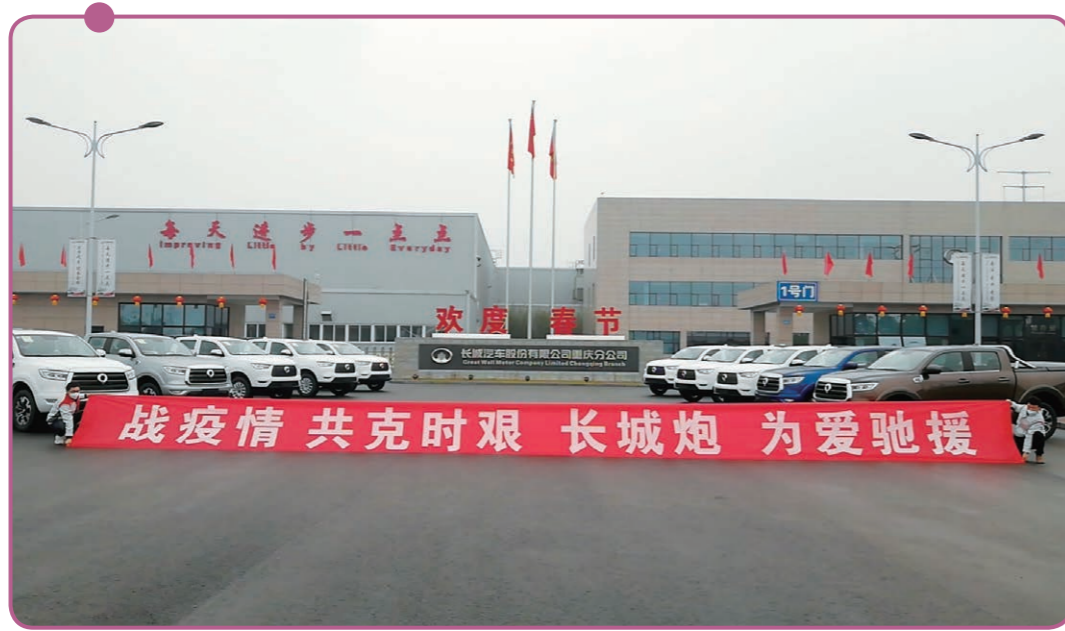
### 秉承“扶贫济困”的理念，构建综合扶贫体系

高层领导非常重视扶贫工作，组织召开扶贫会议，制定贫困地区扶贫计划及政策，并指派专门人员到省内贫困地区进行走访调查，了解贫困现状。结合定点扶贫规划，继续完善贫困地区基础设施、医疗、教育等公益事业的建设。

- » 教育扶贫：长城汽车用实际行动，帮助国家级贫困县阜平“脱贫摘帽”，向阜平县捐赠汽车、发动机、变速器以及正时教具、车门解剖教具等教学设备，共计价值人民币1,000万元。长城汽车重庆分公司慰问团前往困难儿童家中慰问并送上书籍和生活用品，并在公益晚会上为贫困儿童送上新春礼物，共计10万元。为体现企业社会责任，长城汽车向图拉州乌兹洛瓦亚第三十中学捐款96万卢布（约合人民币10万元），用于更换学校窗户。
- » 就业脱贫：结合公司特点，为贫困地区5,925人提供就业岗位，为620名残疾人提供就业平台，帮助其解决生活及就业问题，从经济上帮助困难员工摆脱困境。
- » 健康扶贫：对因天灾人祸、患大病等特殊原因致困的特困职工给予扶贫帮困基金一次性救助。公司组织对上报的困难员工基本情况摸底调查，结合员工的致困原因、困难程度和生活现状，在厂庆及春节期间走访、慰问困难职工，使困难员工切实感受到公司大家庭的温暖。



- » 其他扶贫：为响应国家关于扶贫工作的开展，长城汽车重庆分公司向重庆永川区提供扶贫扶持资金20万元。
- » 助力抗击疫情：2020年，突然爆发的新冠肺炎疫情，牵动亿万中国心。为助力早日战胜疫情，长城汽车先后向全国各地捐款、捐车总价值达885万元。其中向湖北省慈善总会捐赠人民币500万元，300万元用于武汉、潜江、黄冈、孝感等湖北十余个城市购买疫情防控物资及其他医疗耗材，以保护一线医护人员，另外200万元用于湖北省新型冠状病毒感染的肺炎防控指挥部一调配使用。向重庆市慈善总会捐赠10辆总价值115万元的长城炮皮卡，用于支援防疫应急工作。向保定市相关慈善机构追加捐赠270万元，其中定向捐赠30万元，用于奖励支援武汉的医务人员。长城控股集团旗下欧拉信息服务有限公司也主动请战，成立“欧了出行抗击疫情应急保障车队”，为医务人员、指挥部提供便捷的交通运输服务保障，配合主管部门，全面打赢抗击疫情攻坚战。



扶贫济困既是奉献爱心的善举，也是企业价值的突出体现。长城汽车始终坚持扶贫不在于一时、一事，而在于扶根本、扶长远的理念。长城汽车将继续秉承每天进步一点点的企业精神，做负责的中国品牌，为中国自主品牌汽车树立榜样。

一、排放物

长城汽车秉承“人、车与环境和谐共存”的理念，严格按照《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》等各项法规要求开展能源环境管理，坚持走“低污染、低能耗”的可持续发展道路。

减少排放，低碳发展

废水、废气、危废、噪声的污染治理设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用确保所有污染物全部满足环保法规排放标准。废气主要为涂装车间产生，其中烤漆工艺产生的废气经RTO处理，喷漆工艺以及涂装车间其他废气经沸石转轮设备处理后达标排放；废水经污水处理站处理满足国家法规要求后排入市政污水管网。厂区周围没有文化、教育等噪声敏感区域，排放噪声最高值均低于国家规定的排放标准。

2019年公司危险废物种类为污泥、漆渣、废沾染物等，均按照《固体废物动态信息平台应用有关工作的通知》以及天津市、保定市政府主管部门的转移审批制度进行转移。天津园区危险废物转移至天津合佳威立雅环境服务有限公司、天津市雅环再生资源回收利用有限公司等进行合法处置；保定地区危险废物转移至秦皇岛市徐山口危险废物处理有限公司处置、衡水睿韬环保技术有限公司等进行合法处置。

公司制成品主要为整车，在物流过程中不涉及大量的包装材料使用。

公司从2012年至今，依据ISO14064: 2006《温室气体—第一部分：在组织层面温室气体排放和移除的量化和报告指南性规范》、《河北省机械制造企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》，开展温室气体盘查。

公司严格按照《中华人民共和国环境影响评价法》以及其他环境保护许可开展环境管理，并具备排污许可证，做到合法排污。定期委托有资质的第三方开展环境监测，并对污染物排放开展自行监测，监控污染物排放浓度(如：每天对外排污水水质进行监测)，实施、建立了突发环境事件应急预案，并在属地环保局备案。公司产生的废水、废气、危废和噪声未发生过污染物超标排放的违规行为。

公司对各类污染物排放实施严格管控，确保合规排放的基础上实现减排工作的持续开展，通过运用系统管理措施与配备、升级改造污水处理站、废气处理设施等各类环保设施以及各项减排技术，降低污染物排放水平。在废水减排方面，开展中水回用项目，减少公司废水排放；在废气减排排放方面，对涂装车间的喷漆废气处理设备升级改造，引进世界先进的沸石转轮系统，对涂装喷漆废气进行深度处理，有效降低挥发性有机物的排放水平；在固体废弃物减排排放方面，公司采用硅烷工艺代替磷化工艺，降低磷化渣的产生量；在噪声减排方面，严格按照国家《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)杜绝使用高噪声设备，并且通过推广降噪工艺，减少噪声污染。

公司严格按照《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》、《城市市容和环境卫生管理条例》及公司所在省市要求，将公司产生的生活垃圾等无害不可回收废弃物移交有资质第三方处置。同时响应国家垃圾分类政策，积极配合公司所在地市垃圾分类推行工作。

## 二、资源使用与环境保护

### 节能降耗、持续发展

长城汽车秉承“绿色生产与可持续发展”理念，遵循国家文明建设的决策部署，以促进全产业链和产品全生命周期绿色发展为目的，努力创建高效、清洁、低碳、循环的绿色生产体系。自2012年至今，公司组建能源管理专业团队，持续提升团队专业水平，推动公司开展各项能源管理活动，并严格按照能源管理体系的模式推进公司能源管理工作。公司通过设置能源消耗总量及密度的双控指标，提升全员节能意识，降低公司能源消耗。

长城汽车充分利用国家与地区政策，重点在工程技术与结构调整两方面推进节能降耗工作，落实新技术、新工艺、新材料、新设备的推广与应用，淘汰高耗能设备，并大力推进清洁能源的利用，贯彻能源管理体系，提高能源管理水平，促进公司能耗持续降低。

强化能源节约措施推行与实施

节约能源

- ⚡ 积极推动建立能耗在线监测系统，实现工厂能耗实时监测，提高节能降耗管理效率
- ⚡ 大力推行设备远程管控系统，有效保证设备设施可靠运行
- ⚡ 新建工厂与改造项目全部采用国家推广的节能技术、产品
- ⚡ 天津、徐水与新建工厂均采用循环风技术对涂装车间内风量与热量进行回收再利用
- ⚡ 厂房照明系统全部升级改造为LED节能光源

节约用水

- 💧 开发、利用节水新技术，深入挖潜，提高水资源利用率
- 💧 开展水资源降级使用、优化用水标准，减少用水浪费
- 💧 建设中水回用系统，实现水资源重复利用，年重复用水量约95万吨

节约用纸

- 📄 大力推行无纸化办公，开发线上审批OA流程，减少文件打印
- 📄 提倡双面打印，并建立二次用纸回收箱，鼓励纸张二次利用

落实清洁能源推广应用

本著对社会和生态环境负责任的态度，长城汽车积极推广可再生清洁能源的落地应用，截止2019年，公司已累计安装太阳能光伏发电系统100MW，年发电量预计1亿KWh。



环境绩效指标

指标名称	指标单位	2018年	2019年
<b>排放物</b>			
<b>排放物种类及相关排放数据</b>			
氮氧化物(NO <sub>x</sub> )排放量	吨	61.31	<b>48.62</b>
二氧化硫(SO <sub>2</sub> )排放量	吨	10.61	<b>8.29</b>
工业废水	吨	742,167.00	<b>1,022,994.00</b>
<b>温室气体总排放量(以吨计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)</b>			
温室气体总排放量	吨	1,353,839.01	<b>1,291,094.22</b>
主机厂温室气体排放量密度	吨/台车	0.57	<b>0.60</b>
零部件公司温室气体排放量密度	吨/万元产值	0.16	<b>0.17</b>
<b>所产生有害废弃物总量(以吨计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)</b>			
有害废弃物总量	吨	17,309.74	<b>11,137.13</b>
有害废弃物密度	吨/台车	0.02	<b>0.01</b>
<b>所产生无害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)</b>			
无害废弃物总量	吨	16,100.00	<b>15,900.00</b>
无害废弃物密度	吨/台车	0.015	<b>0.015</b>
<b>资源使用</b>			
<b>按类型划分的直接及/或间接能源</b>			
<b>(如电、气或油)总耗量(以千个计量单位计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)</b>			
电消耗总量	千度	1,038,774.59	<b>1,027,081.54</b>
电消耗量密度	度/台车	10,207.17	<b>9,741.09</b>
汽油消耗量	吨	8,093.46	<b>8,083.31</b>
汽油消耗量密度	千克/台车	7.95	<b>7.67</b>
柴油消耗总量	吨	1,715.70	<b>1,494.35</b>
柴油消耗量密度	千克/台车	1.69	<b>1.42</b>
天然气消耗量	千立方米	48,519.03	<b>49,098.40</b>
天然气消耗量密度	立方米/台车	47.68	<b>46.57</b>
蒸汽消耗总量	吨	641,101.55	<b>577,183.40</b>
蒸汽消耗量密度	千克/台车	629.96	<b>547.41</b>
<b>水资源消耗量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)</b>			
水资源消耗总量	吨	4,349,702.74	<b>4,465,355.55</b>
水资源消耗密度	吨/台车	4.27	<b>4.24</b>
综合能源消耗量	吨标煤	289,423	<b>280,209</b>
单台车综合能源消耗量	吨标煤/台车	0.28	<b>0.27</b>

社会绩效指标

指标名称	指标单位	2018年	2019年
<b>雇佣</b>			
<b>按雇佣类型(如全职或兼职)、教育程度划分雇员总数</b>			
员工总数	人	63,455	<b>59,756</b>
<b>按雇佣类型划分雇员数量</b>			
生产人员	人	30,575	<b>26,675.00</b>
销售人员	人	1,722	<b>2,019.00</b>
技术人员	人	16,972	<b>17,603.00</b>
财务人员	人	852	<b>899.00</b>
行政人员	人	4,324	<b>3,240.00</b>
其他人员	人	9,010	<b>9,320.00</b>
<b>按教育程度划分雇员数量</b>			
博士	人	89	<b>89.00</b>
硕士	人	1,805	<b>2,010.00</b>
本科	人	15,714	<b>16,593.00</b>
专科	人	13,892	<b>13,210.00</b>
高中及以下	人	31,955	<b>27,854.00</b>
<b>健康与安全</b>			
<b>过去三年(包括汇报年度)每年因工亡故的人数及比率</b>			
因工亡故的人数	人	0	<b>0</b>
比率	‰	0	<b>0</b>
因工伤事故人数	人	29	<b>23</b>
因工伤损失工时数	小时	2,392	<b>2,248</b>
工伤事故率	‰	0.0149	<b>0.012</b>

指标名称	指标单位	2018年	2019年
<b>发展与培训</b>			
按雇员类别(如高级管理层、中级管理层)划分的受训雇员百分比			
高级管理层	%	100	100
中级管理层	%	100	100
普通员工	%	100	100
按雇佣类型划分每名雇员完成受训的平均时数			
研发	小时	42	52
技术	小时	44	48
销售	小时	39	46
行政	小时	38	41
生产	小时	34	45
<b>反贪污</b>			
于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果			
对公司及员工提出的并已审结的贪污诉讼案件数		1	1
<b>社区投资</b>			
专注教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育所动用的资源(如金钱或时间)			
金钱	万元	5,105.41	5,635.22
其中扶贫(慈善)投入	万元	197.57	1,354.96
<b>专利数量</b>			
申请专利	件	1,278	1,485
授权专利	件	854	951

**经济绩效指标**

指标名称	指标单位	2018年	2019年
销量	万辆	104.37	105.86
营业总收入	人民币亿元	992.30	962.11
归母净利润	人民币亿元	52.07	44.97
总资产	人民币亿元	1,118.00	1,130.96
净资产	人民币亿元	526.89	543.99

备注:

1. 污染物排放数据来源于具备相应资质的第三方出具的环境监测报告。
2. 有害废弃物是指危险废物，此数据来源于河北省固体废物动态信息平台、天津市固体废物动态信息平台。
3. 综合能源消耗量采用中华人民共和国国家统计局能源统计折算方法及折算系数。
4. 公司制成品主要为整车，在物流过程中不涉及大量的包装材料使用。

序号	名称
1	《中华人民共和国环境保护法》
2	《中华人民共和国环境影响评价法》
3	《中华人民共和国大气污染防治法》
4	《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
5	《河北省机械制造企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》
6	《城市市容和环境卫生管理条例》
7	《中华人民共和国水污染防治法》
8	《中华人民共和国劳动法》
9	《中华人民共和国劳动合同法》
10	《中华人民共和国社会保险法》
11	《河北省职业技能提升行动实施方案》
12	《工伤保险条例》
13	《住房公积金管理条例》
14	《中华人民共和国职业病防治法》
15	《中华人民共和国安全生产法》
16	《用人单位职业健康监护监督管理办法》
17	《中华人民共和国消防法》
18	《建设项目职业病防护设施“三同时”监督管理办法》(2017年修订)
19	《工伤认定办法》
20	《禁止使用童工规定》
21	《中华人民共和国消费者权益保护法》
22	《中华人民共和国广告法》
23	《中华人民共和国产品质量法》
24	《中华人民共和国专利法》
25	《中华人民共和国刑法》系列修正案
26	《中华人民共和国治安管理处罚法》
27	《中华人民共和国商标法》
28	《中华人民共和国刑法》
29	《缺陷汽车产品召回管理规定》
30	《中华人民共和国公司法》
31	《中华人民共和国证券法》
32	《上市公司与投资者关系工作指引》
33	《上海证券交易所个人投资者行为指引》

《环境、社会及管治报告指引》内容索引

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
A1: 排放物	一般披露	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排、有害及无害废弃物的产生等的： (一) 政策；及 (二) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	● 环境责任/ 相关法律法规
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	● 环境责任/ 绩效指标
	A1.2	温室气体总排放量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	● 环境责任/ 绩效指标
	A1.3	所产生有害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	● 环境责任/ 绩效指标
	A1.4	所产生无害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	● 环境责任/ 绩效指标
	A1.5	描述减低排放量的措施及所得成果。	● 环境责任
	A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，减低产生量的措施及所得成果。	● 环境责任

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
A2: 资源使用	一般披露	有效使用资源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	● 环境责任/ 相关法律法规
	A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油)总耗量(以千个千瓦时计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	● 环境责任/ 绩效指标
	A2.2	总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	● 环境责任/ 绩效指标
	A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	● 环境责任
	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	● 环境责任
	A2.5	制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及(如适用)每生产单位占量。	● 环境责任
A3: 环境及天然资源	一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	● 环境责任/ 相关法律法规
	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	● 环境责任

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B1: 雇佣	一般披露	有关薪酬及解雇, 招聘及晋升, 工作时数, 假期, 平等机会, 多元化, 反歧视以及其他待遇及福利的:(一)政策; 及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任/ 相关法律法规
	B1.1	按性别, 雇佣类型, 年龄组别及地区划分的雇员总数。	○员工责任/ 绩效指标
	B1.2	按性别, 年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	○员工责任
B2: 健康与安全	一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的:(一)政策; 及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任/ 相关法律法规
	B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	○员工责任/ 绩效指标
	B2.2	因工伤损失工作日数。	○员工责任/ 绩效指标
	B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施, 以及相关执行及监察方法。	○员工责任

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B3: 发展与培训	一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	●员工责任/ 相关法律法规
	B3.1	按性别及雇员类别(如高级管理层, 中级管理层等)划分的受训雇员百分比。	○员工责任/ 绩效指标
	B3.2	按性别及雇员类别划分, 每名雇员完成受训的平均时数。	○员工责任/ 绩效指标
B4: 劳工准则	一般披露	有关防止童工或强制劳工的:(一)政策; 及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任/ 相关法律法规
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	○员工责任
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	○员工责任
B5: 供应链管理	一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	●社会责任/ 相关法律法规
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	○社会责任
	B5.2	描述有关聘用供应商的惯例, 向其执行有关惯例的供应商数目, 以及有关惯例的执行及监察方法。	○社会责任

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B6: 产品责任	一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全, 广告, 标签及私隐事宜以及补救方法的: (一)政策; 及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●产品责任/ 相关法律法规
	B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	○产品责任
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	○产品责任
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	○产品责任
	B6.4	描述品质检定过程及产品回收程式。	○产品责任
	B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策, 以及相关执行及监察方法。	○产品责任
B7: 反贪污	一般披露	有关防止贿赂, 勒索, 欺诈及洗黑钱的: (一)政策; 及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●公司治理/ 相关法律法规
	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	○公司治理/ 绩效指标
	B7.2	描述防范措施及举报程式, 以及相关执行及监察方法。	○公司治理

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B8: 社区投资	一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	●社会责任/ 相关法律法规
	B8.1	专注贡献范畴(如教育, 环境事宜, 劳工需求, 健康, 文化, 体育)。	○社会责任
	B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	○社会责任/ 绩效指标

注: ●表示“不遵守就解释”的指标, ○表示“建议披露”的指标。





## 反馈意见表

感谢您阅读《长城汽车股份有限公司年度社会责任报告》。我们非常重视并期望聆听您对公司社会责任工作和此份社会责任报告的回馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业社会责任信息披露水准、推进企业社会责任管理和实践的重要依据。您可填写下表，通过邮寄或电子邮件回馈给我们。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

### 您对本报告的总体评价

非常好       好       一般       较差       差

### 您认为报告结构是否合理

非常合理       合理       一般       较不合理       不合理

### 您认为报告是否易读

非常易读       易读       一般       较不易读       不易读

### 您所关注信息在报告中披露程度如何

很全面       比较全面       有所涉及       涉及较少       未涉及

### 您还有哪些关注的信息未反映在报告中

.....

.....

.....

### 您对公司社会责任工作推进或社会责任报告的建议

.....

.....

.....

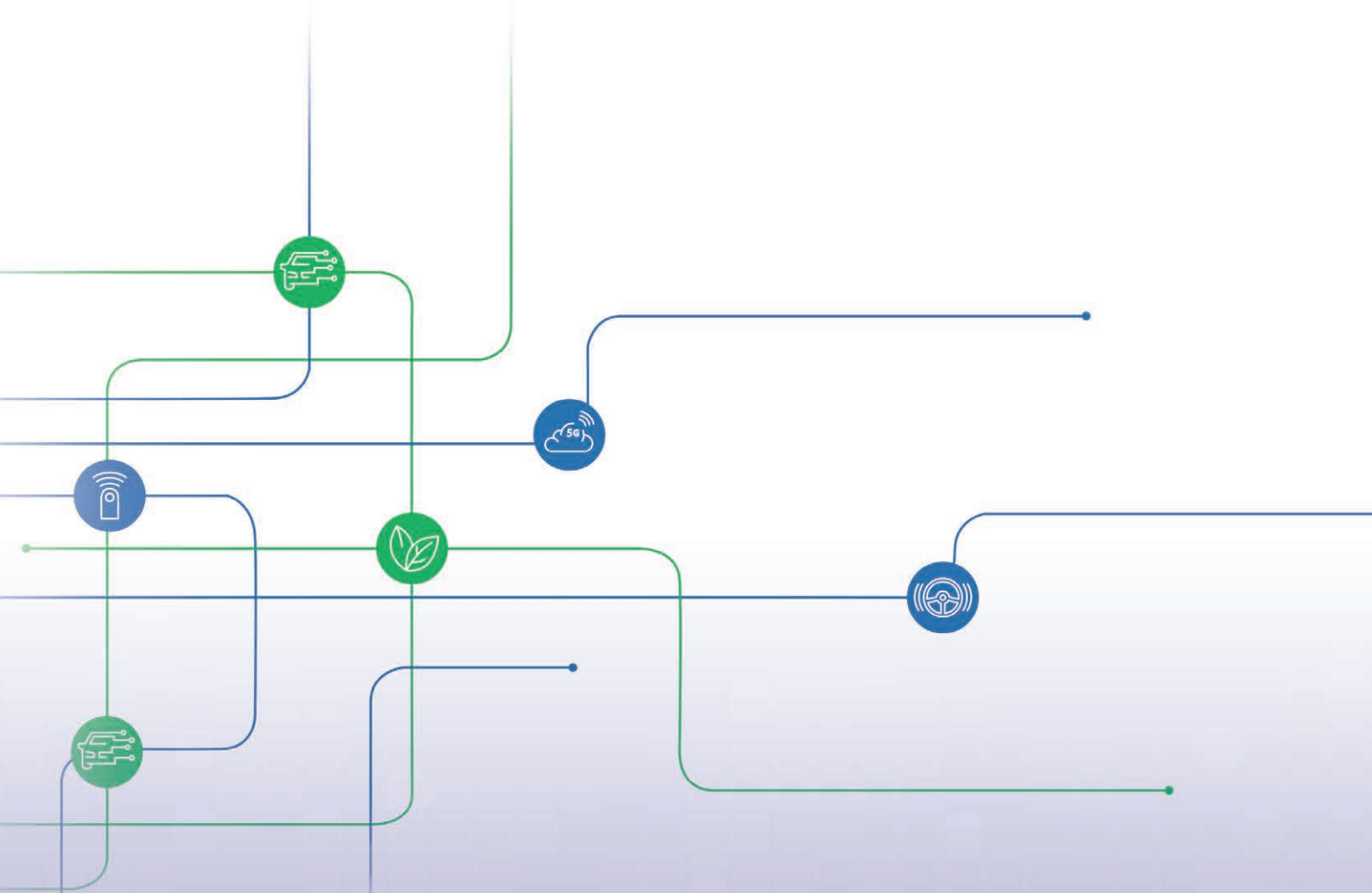
您可以通过以下方式联系我们：

电话：(86) 312 2197813

传真：(86) 312 2197812

邮箱：gfzbk@gwm.cn

地址：河北省保定市朝阳南大街2266号



**长城汽车**  
专注 专业 专家

**长城汽车股份有限公司**  
**GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED\***