

东风汽车股份有限公司
2019年度社会责任报告

关于本报告

报告概述：东风汽车股份有限公司2019年社会责任报告，涵盖了东风汽车股份有限公司对股东、对客户、对员工、对国家和社会、对合作伙伴、对环境负责等社会责任体系中重要的信息内容。

时间范围：2019年1月1日——2019年12月31日。

报告范围：东风汽车股份有限公司及本部所有分子公司。为便于表述，在报告中东风汽车股份有限公司使用“东风汽车股份”、“公司”。

报告参考标准：全球报告倡议组织《可持续发展报告指南(G4 版)》；国际标准化组织社会责任国际标准ISO26000；中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR3.0）》。

报告数据说明：本报告所引用的数据为最终统计数据，财务数据如与年报有出入，以年报为准；报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。

报告查阅地址：

上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn/>

公司网址：<http://www.dfac.com/>

公司地址：湖北武汉经济技术开发区创业路58号

总经理致辞

2019年，在全体干部员工的团结努力下，公司按照年初确定的各项目标，解放思想，锐意进取，积极应对复杂多变的市场状况，做好各项经营管理工作，销量及市占率持续提升，东风集团给出了年度评价“A”和“双文明单位”的高度肯定。

2019年，公司继续围绕以客户为中心的经营理念，正式发布了品牌战略，明确公司企业品牌为“东风轻型车”，品牌愿景为“智慧物流最佳合作伙伴”，品牌使命为“客户体验领先的轻型车企业”，品牌价值观为“向客户而生”，品牌口号为“满载信赖”。同时，国六的六大产品品牌实现了焕新升级，将以“满载信赖”全方位地满足客户需求。在售后方面，我们围绕客户满意度提升为主体，持续推进全价值链品质提升工作，同时提出了“真美满”的服务理念，通过质量体系监查与流程梳理、市场走访与客户品鉴来把握客户真实诉求，提升产品开发品质、提升供应商品质、促进全价值链品质体系力提升。同时，我们推进组织变革，实现企业转型升级，构建了清晰的“163倍增”中长期战略规划，并按既定步骤持续推进中。

为了不断满足员工日益增长的美好生活需要，把东风汽车股份打造成环境美丽、员工文明幸福、劳动关系和谐的幸福型企业。2019年，公司持续打造关爱员工的“幸福工程”，使员工的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。让每一位员工都能“开心工作，快乐生活”，助力公司成为客户体验领先的轻型商用车企业。

新的一年，让我们继续以习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神、东风公司“三个领先、一个率先”和东风有限“四个先行军”为指导，全面实施以客户为中心的市场战略，开拓创新，奋勇前行，为东风汽车股份各项事业再创辉煌而共同奋斗！

目录

第一部分 关于东风汽车股份有限公司.....	1
一、公司概况	1
二、公司治理	1
三、公司经营	2
（一）企业文化.....	2
（二）风险管理.....	2
第二部分 公司履行社会责任情况.....	3
一、客户责任	3
二、伙伴责任	3
（一）经销商.....	3
（二）服务商.....	4
（三）供应商.....	4
（四）股东责任.....	5
三、社会领域	6
（一）员工责任.....	6
（二） 公益责任.....	8
（三）环境责任.....	9
（四）新能源产品	11
第三部分 2020年展望	12

第一部分 关于东风汽车股份有限公司

一、公司概况

东风汽车股份有限公司（英文简称“DFAC”，沪市上市代码 600006）是经中国证监会证监发行字〔1999〕68号文批准，由东风汽车公司独家发起，采取公开募集方式于1999年7月15日创立，于1999年7月27日在上海证券交易所上市交易。公司是肩负东风汽车公司轻型商用车事业的大型股份制企业，是国内领先的轻型商用车整体运营解决方案提供商。

公司通过先进的管理流程、技术和操作标准持续提升产品品质，保障客户使用东风轻型商用车实现稳定运营。公司从客户需求出发，明确近期事业发展方略，即以客户为中心的质量提升战略。作为共识，全员将从自身岗位做起，围绕品质质量提升战略开展工作。

公益事业初心不改。公司与员工共享企业发展成果，着力解决员工的实际困难，提升员工满意度。在生产经营中持续开展节能减排工作，节约社会能源资源。开展“东风卡车兄弟”互助特色基金项目，向客户传达来自东风的人文关怀。围绕东风公司“润”的社会责任中期事业计划积极开展公益助学活动。

作为具有高度社会责任感的企業，公司坚持用实际行动实现社会、环境及利益相关者的和谐共生。将安全、高效、环保理念贯穿到产品全生命周期，以及研发、生产、销售、服务等全流程，为实现客户价值与多方共赢而不懈努力。

二、公司治理

报告期内，公司严格遵守《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规，进一步完善治理结构，形成了股东大会、董事会、监事会与管理层权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的公司治理结

构，确保公司的规范运作，切实保障股东的合法权益。

公司坚持诚信经营的理念，全面实施质量提升战略，依法纳税，积极维护民族团结和社会稳定，积极参与社会公益事业，致力于成为“智慧物流最佳合作伙伴”。

三、公司经营

2019年，公司实现汽车160,117辆，同比增长3.96%，其中轻卡销量全年销售121,472辆，同比增长15.88%，市场份额持续提升；客车底盘进一步巩固行业第一地位，市占率继续提升。

（一）企业文化

2019年公司企业文化核心理念体系维护工作重点是契合9月公司“东风轻型车”品牌价值体系的焕新，两维（度）一体地对公司客户文化核心理念体系进行调整升级，确定了“智慧物流最佳合作伙伴”的企业愿景、“客户体验领先的轻型车企业”的企业使命、“向客户而生”的企业核心价值观等，并通过线上线下在视觉宣贯、支部宣贯、培训宣贯、答题宣贯等层面进行广泛宣贯，初步提升员工的认知率和认同率。

2020年企业文化核心理念体系工作重心是加大对全员客户文化核心理念体系的宣贯力度，不断提升员工认知、认同度，逐步实现客户文化核心理念入脑入心入行。

（二）风险管理

2019年，以落实国务院国资委、东风公司关于“中央企业全面风险管理”相关要求为主线，采用“合规+风险”的方式进行风险管控，重点围绕内部监督识别的新能源业务产生的应收国补、应收车款、法务清欠、赊销业务管控、经销商稳定、环保风险等7项重大重要风险。促进风险管理工作有效开展；积极探索风险预警工作实践，形成“重要风险可视化”工具，更直观的反映出风险控制效果。

第二部分 公司履行社会责任情况

一、客户责任

在过去一年里，东风汽车股份有限公司持续提升品牌竞争力，发布全新品牌战略，以“向客户而生”作为品牌价值观，工作围绕以客户为中心、以市场为导向的经营和管理理念，持续提升客户意识，加强协同。同时，找准客户需求，以商品质量为基石，持续改善和提升商品竞争力。

二、伙伴责任

（一）经销商

1、东风轻型商用车营销有限公司

2019年整体网络稳步增长。为进一步提升经销商经营管理能力、保障经销商利益，引导经销商分品系分公司分团队运作，培养专属销售团队，提升各品系单店战力及当地市占率。公司在保障经销商利益、提升经销商经营管理能力方面，定期开展针对不同群体的培训，指导经销商进行系统操作、熟悉产品卖点，得到经销伙伴的一致好评，销售积极性得到鼓舞，公司销量目标的达成直接反映出培训的巨大成效。

2、工程车事业部

为减少经销商、客户的抱怨，快速响应市场需求，成立以事业部领导为核心的快速处理机制，问题处理时间由以前的一周缩短至2天，问题结案率由85%提升至97%。同时事业部领导负责分区督导，进行经销商诊断，一对一帮扶，规模经销商数量增加3家。空车超重事件的报道后，事业部领导班子立即启动应急机制，对产品自查、优化降重方案，满足法规要求；加大合规轻卡产品及大黄牌产品的推广，引导客户购买，抢占市场机会；与客户做好沟通，提供增值服务，管控市场风险。

3、东风襄阳旅行车有限公司

2019年东风御风汽车销售单元（以下简称“东风御风”）以“对内聚焦品质提升，对外关注客户体验”为工作重心，构建平等、共赢的和谐厂商关系。全年利用优化库存库龄结构、降低经销资金压力、全价值链有效协作降低生产交付周期、优化组织机构、提升内部管理和升级服务体验等手段，实现东风御风销量稳步增长，全年批发销量同比增长25%，零售销量同比分别增长28%。

（二）服务商

1、东风轻型商用车营销有限公司

2019 年对服务商进行客户满意度精准上门辅导，同时加大对服务网络人员培训，切实提升客户服务满意度。通过服务态度年的宣贯、惠享平台支持、典型故障案例库建立等措施，急用户之所急，想用户之所想，为客户提供有价值的服务，提升客户的体验，提升客户的粘度，最终提升客户的再购率。

2、工程车事业部

工程车事业部与区域内久负盛名的优秀服务商进行战略合作，为客户提供“真美满”的服务体验，制定行业领先的服务政策、制定规范标准的接待维修流程、制定合理有效的激励考核机制，确保客户用车“全程无忧”。截止2019年底，全国共保有150余家优质核心服务站，450余家协同服务站，同时，逐步在县级区域联合优质核心服务站，建立快修点，给予用户最便捷最快速的服务响应，让用户买的放心、用的舒心！

（三）供应商

聚焦品质，深耕细作，持续提升部品质量战略。2019年1月公司发布“163”倍增计划，到2023年实现行业质量第1，为支撑这个目标，6月14日发布了质量中期事业计划-MUST行动，从设计、制造、体系和改善四个方面制定了具体的质量指标。同时采购部制定了部品品质提升的三条行动路线，即体系MUST有保障、工程MUST有能力、改善MUST有速度。

2019年采购部积极主动地对供应商展开多种零件专项品质提升。在三大总成方面，我们与5家重点供应商建立了总经理质量专线，发行了11期月度质量报告，重点课题对策率达到71%，我们联合供应商质量、技术和生产人员成立跨职能CFT小组专项推进，通过服务站驻点、微信诊断、走访培训、整车搭载、飞行服务活动。

经过一年的持续部品质量深耕改善，2019年部品质量指标PPM和3MIS均达到挑战目标。2020年将一如既往，严控质量不放松，切实保证零件交付品质，为公司质量战略提升贡献力量。

(四) 股东责任

1、股东权益保护

(1) 完善法人治理结构

2019年，公司共召开了1次股东大会，公司股东大会的召集、召开和表决程序严格按照《上市公司股东大会规则》和公司《股东大会议事规则》的规定执行，聘请了律师事务所专业律师进行见证并出具专项法律意见，充分保障了股东大会的规范召开和股东依法行使权力。董事会下设的各专门委员会发挥各自所长，在董事会的科学决策中发挥了重要作用。公司独立董事在报告期内均遵守法律、法规和《公司章程》等相关规定，认真履行职责，参与公司重大决策，对公司重大事项发表独立意见，切实维护了公司整体利益和中小股东的利益。

(2) 重视保护中小投资者的权益

2019年度公司继续加强对中小投资者权益的保护工作，鼓励中小股东参与公司的重大决策。股东大会采用现场与网络相结合的表决方式，为中小股东提供网络投票平台，充分保障中小股东行使股东权利。公司聘任了独立董事，报告期内独立董事充分发挥作用，对公司关联交易事项发表了事前认可意见、对聘任董事及高级管理人员等重大事项发表了独立意见，充分保障了公司股东特别是中小股东的合法权益。

(3) 加强信息披露建设

公司严格按照有关法律、法规的要求，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务，保证了公司信息披露的公开、公平、公正。除及时披露法定信息外，公司还积极自愿披露信息，确保股东能够及时全面的了解到公司的经营情况。

(4) 为股东创造价值

近年来，公司在保证自身业务正常发展的前提下，积极实施了利润分配政策，并保持其稳定性，让广大投资者充分分享企业发展所带来的收益。

2、投资者关系管理

公司采取各种措施加强投资者关系管理工作，通过接待投资者调研、接听投资者咨询热线、上证E互动平台等多种方式与投资者保持沟通，为投资者全面了解公司提供良好的信息渠道和沟通平台，促进公司和投资者之间建立长期、稳定、相互信赖的关系。

三、社会领域

(一) 员工责任

1、员工成长

公司严格贯彻落实《中华人民共和国劳动合同法》及国家、地方的相关用工制度与规定，始终把创建和谐稳定的劳动关系视为企业生存和发展之本，不断强化依法用工、规范用工、诚信用工。

(1) 公司严格执行中华人民共和国《员工带薪年休假条例》；在劳动用工方面无对人员类别、性别、年龄、职等、民族、种族、宗教信仰等方面歧视的规定。

(2) 2019年，人力资源工作取得新突破：

- 建立彻底的业绩导向的激励制度

以市场化为方向、契约化为手段，激发关键岗位人员的积极性、创造性。优化高管薪酬、推进营销一线岗位薪酬契约化，按照销量目标达成比例岗位

标准年薪阶梯式递增；制定商品铁三角研发项目市场表现激励办法，强化商品研发项目市场收益贡献导向。

- 优化生产用工保障体制，进一步提升劳动效率

持续优化工厂内、工厂间、板块间三级人员协同机制，调节公司内部各单位间生产峰谷人员平衡。进一步疏通工厂间劳务工改派渠道、建立富余人员与支援计划联动的考核机制、以二氧化碳保护焊工为试点尝试构建高技能工种协同用工平台。

- 优化岗位管理，深入推进间接效率提升

加快推进适应公司事业计划发展的薪酬体制改革，构建岗位价值管理和员工能力晋升相结合的“双轨制”岗位管理体系。梳理各部门、科室职能，以人岗分离、合规合理、客观平衡、效率优先为原则，优化岗位设置、评估岗位价值、明确任职资格。在承接员工历史沉淀的基础上竞争性人岗匹配，高端岗位100%竞聘，其他岗位个人意向与胜任度评价相结合。新的岗位体系强化了管理岗位人员流动的导向性。

2、职工福利和员工关爱工作

（1）职工福利费使用情况

职工福利费用于：商保、体检、生日慰问、食堂运维费、大学生安家费、降温取暖费、托儿费、独生子女费、探亲费、退休慰问、员工住院慰问等项目，经合规审查，均符合各项规定，100%规范使用。

（2）围绕“幸福工程”，持续优化福利项目

公司不断丰富和优化员工福利项目。通过工会监督、评比，持续改善伙食质量和就餐条件改善；进一步优化福利项目：新增员工重大疾病保障，并提供员工家庭健康保障计划；提高员工体检标准，针对年轻员工优化体检方案；提高员工生日慰问标准，将慰问金调整为实物慰问，提升员工体验感；优化商保服务和理赔流程，缩短理赔周期，提供家庭医疗套餐等增值服务，提高商保满意度；在试点EAP的基础上全公司深入开展EAP(员工心理援助)项

目，提升员工心理资本。

3、员工安全

（1）全面落实关键岗位个人安全行动计划

建立关键岗位个人行动计划共249人，完成率100%；公司、工厂每月检核（抽查）车间主任安全行动计划执行情况，全年覆盖为100%。公司出台了《DFAC安全生产责任制述职及考评（试行）》规则，明确班长以上层级人员年度安全生产责任制述职与考评要求。公司与各分子公司签订安全环保责任状11份；工厂级安全责任书签订216个车间（科室）；车间级安全责任书签订308个班组，员工岗位责任承诺书4546人，通过以上举措层层压实了安全生产责任。

（2）开展职业健康防护工作

组织对有毒有害及特种作业人员依法实施岗前、岗中、离岗职业病防治体检2224人次，对10名存在职业病禁忌症人员进行了岗位调整。粉尘、毒物、噪声等危害因素监测732个点位，对不达标的工位落实防控措施。现场新增职业危害警示标识、告知卡1242块；积极开展听力保护计划，建立、完善职业危害接触人员一人一档，开展了职业健康管理评价2次，下半年评价分值91.9分，评价分值逐年提高，达到了东风公司自主型管理水平。

（二）公益责任

作为负责轻型商用车事业的东风汽车股份有限公司凭借长期以来在社会责任领域的突出表现，多次荣获东风公司企业社会责任先进单位的称号，多年以来企业的公益力不断创新提升，将社会责任与公司发展有机融合，既确保企业实现可持续发展，又彰显了一个“责任央企”的态度和胸襟。

1、2019年，公司持续关注公益活动，围绕东风集团“润”的中期社会责任计划及结合公司特色项目开展了一系列活动，全年共计对外捐助人民币104万元。

2、作为东风公益基金会常任理事单位，缴纳会费，以“大东风”公益实

施平台，倾力公益事业，促进社会和谐，在2019年参与总部与中国青年创业就业基金会联合策划实施的“东风梦想车”项目，取得很好的效果。

3、响应国家精准扶贫工作

在地方政府的指导下，东风股份在对口的湖北省襄阳市保康县白竹头村连续几年开展了精准扶贫项目，前两年为村里修建的道路已经开始投入使用，在2019年经过到村里的实地考察，与村委会达成一致意见，东风股份捐资修建村里的公共服务中心，用以改善村民的办事和生活环境。

4、展开有特色的公益活动

关注利益相关者中的弱势群体，持续开展系列公益活动，以公益形象提升东风股份品牌温度。卡车兄弟爱心基金作为公司特色公益项目，多年来公司每年捐赠 20 万元，救助了大批东风股份困难客户。未来公司将对“卡车兄弟爱心基金”项目进行持续深入投入和多维度维护，推进爱心家园的建立，更方便的开展公益活动，针对性地帮扶卡车司机这个社会弱势群体，与客户之间建立深层次的互动关系，并在此过程中传播东风品牌的口碑与形象，履行企业社会责任的作用。

5、捐资助学活动

关注未来，热心教育，为教育扶贫贡献一份力量。依照公司的实际情况，有计划地为企业周边学校进行爱心助学捐赠，改善学校办学条件。在2019年为襄阳基地幼儿园，武汉开发区一中以及神龙小学进行了爱心助学捐赠。

（三）环境责任

公司始终坚持“东风汽车、精益求精、以人为本、健康生存”方针，深入贯彻环境管理体系。2019年，公司管理体系根据环保新法规、新标准要求，再次修订环境及节能减排类2个管理标准或程序文件进行修订完善，共修订完善47处；及时收集、更新公司环境类《法律法规清单》，新增环保法规116部、环保标准80部，对新增法规标准进行适应性评价，确保公司生产经营符合国家环保法规。11月接受天津华诚认证中心审核，审核结论为：环境管理体系

执行情况良好，体系运行有效，顺利通过管理体系审核。

1、源头管控，严格落实建设项目节能环保管理：建设项目环境影响评价以及项目竣工环保“三同时”验收。

2019年度，组织完成铸造分公司现状环评、轻型发动机公司M9T项目、厢式车事业部冲压车间搬迁项目、VOCs治理改造项目环境影响评价；完成东风康明斯国六发动机改造二期项目、铸造现状环保验收、VOCs治理项目竣工环境保护验收。

2、有效落实中共中央《关于全面加强生态环境保护坚决打好污染防治攻坚战的意见》精神，坚决打赢蓝天、碧水、净土保卫战。

根据中共中央、国务院以及东风集团公司、襄阳市相关文件要求，结合DFAC实际，公司编制并发布《DFAC污染防治&蓝天保卫战行动方案》（以下简称《行动方案》）。《行动方案》目标：各产品领域及制造领域100%满足环保法规要求；到2020年，大幅减少涂装废气VOCs排放量，比2015年减少50%；氮氧化物排放量减少20%；危险废物总量减少20%；完成东风集团公司下达“十三五”约束性节能减排目标。

《行动方案》要求各单位加强组织领导，落实“一岗双责、党政同责”，把打赢污染防治攻坚战和蓝天保卫战作为年度重要工作之一，进一步细化责任分工，落实责任单位及责任人、关键时间节点等。公司进行月度跟踪，季度通报，确保行动方策有效落实。截至目前，产品领域9项行动方策有7项完成2019年度节点目标；制造领域23项行动方策有19项完成2019年度节点目标。

3、修订完善重污染天气应急响应机制，积极采取减产限产措施，履行企业社会责任。

根据《襄阳市重污染天气应急预案》，连续三天空气质量指数日均值大于200（重污染）时，启动重污染天气Ⅲ级（黄色）预警应急响应，要求排污企业减排（减产）20%-50%。公司在襄各单位根据要求，修订完善《重污染天气应急预案》，2019年共启动应急响应4次，公司通过微信群、QQ群等快速传

递信息，各单位根据应急预案快速响应，采取减少生产班次、减少发动机实验台数、减少当班排产等方式合理应对，积极为襄阳市地方“蓝天保卫战”做出贡献。

4、落实绿色发展理念，持续开展节能减排工作。

公司将节能减排改善课题纳入重点工作，月度进行更新回顾，并在月度安全生产例会进行进展通报。同时在公司范围内开展节能改善课题对标活动，丰富各单位课题改善技术路径，给予在深入挖掘节能课题方面的启迪。

（四）新能源产品

公司新能源重点关注科技研发，担当环保先锋、突出社会效益：

1、持续推进纯电动物流车开发,打造精品车型,加快智慧物流产品投放,促进LCV系列车型产品纯电动化快速转型发展。

2、实现一体式物流微面系列物流车开发突破，活用优势资源，抢占城市物流细分市场制高点。

公司对新能源汽车进行全部网络化服务，所有产品售后服务业务在公司客户服务中心统一调度，近1000家服务站极大地支持了新能源汽车100多家经销商的销售业务，并对经销商大客户进行维修技术培训，为客户提供新能源汽车维修服务保障。根据新能源汽车客户的特殊需求，专门成立了新能源汽车售后应急维修服务分队，专门指导服务站维修服务，紧急时直接派人上门维修。

第三部分 2020 年展望

新的一年，东风汽车股份有限公司将围绕致力于成为“智慧物流最佳合作伙伴”的愿景，通过立足主业，加速营销转型，全面提升营销力。把握客户需求，多方位满足客户需求，扎实推进全价值链品质体系力提升。

关心关爱员工，科学开展安全、环保工作，促进企业绿色、可持续发展，积极投身公益慈善事业，为促进社会可持续发展做出新的贡献！

东风汽车股份有限公司

2020年4月27日