

2020年社会责任报告

关于本报告

报告概述：东风汽车股份有限公司2020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：2020年1月1日——2020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，在报告东风汽车股份有限公司将使用简称“东风汽车股份”或“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

2020年是极不平凡的一年，我们携手经销商、供应商伙伴、客户朋友，风雨同舟，在社会各界关爱与支持下，战疫情，保经营，促发展，公司成为东风汽车有限公司销量唯一增长并超预算达成销量目标的整车板块。

“十三五”期间，公司通过聚焦主业，不断改善产品质量，经营业绩持续向好，取得的成绩来之不易。“十四五”期间，公司面临的市场环境将更加复杂，未来轻型商用车（LCV）总体市场需求持续下滑，政策法规日趋严格。直面竞争格局，我们结合市场发展态势、客户需求变化以及控股股东对公司的定位和要求，制订了公司“十四五”规划，明确公司发展定位：客户体验领先的轻型车企业，承担双飞燕品牌轻型商用车发展责任；事业规划聚焦轻卡，发展VAN车，推进LCV新能源健康成长。审时度势，我们升级“163倍增计划”为“领先战略”，即2025年公司将在以下5个方面实现领先：公司整体汽车销量挑战30万辆，进入行业前列，行业地位领先；经营质量、盈利水平达到行业领先，产品质量行业第一，高质量发展领先；LCV新能源销量及新技术达到行业领先，新事业发展领先；LCV海外事业实现突破，销售规模达到行业领先，国际化领先；客户、股东、员工、合作伙伴信赖共享，获得感领先。

公司连续三年开展“幸福工程”，每年为员工办十件实事，不断提升员工满意度和归属感。2020年持续对“衣食住行厕”等项目进行改造；加大救助困难员工力度；试点推进弹性福利项目，全面推广EAP（心理救助），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车企业。

新一年，我们继续以习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神及东风公司“三个领先、一个率先”、东风有限“四个先行军”为指引，敢于担当，勇毅前行，挑战高目标，为推进公司高质量转型发展做出新贡献，为实现公司“十四五”规划谱写新篇章！

目录

第一部分 关于东风汽车股份有限公司.....	4
一、公司概况	5
二、公司治理	5
三、公司经营	5
（一）企业文化	6
（二）风险管理	6
第二部分 公司履行社会责任情况.....	6
一、客户责任	6
二、伙伴责任	7
（一）经销商	7
（二）服务商	8
（三）供应商	9
（四）股东责任	10
三、社会领域	12
（一）员工责任	12
（二）公益责任	14
（三）环境责任	17
（四）新能源产品	17
第三部分 2021年展望	18

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。公司是肩负东风轻型车事业的大型股份制企业，是国内领先的轻型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车实现稳定运营；公益事业初心不改，公司与员工共享企业发展成果，着力解决员工实际困难，提升员工满意度；坚持用实际行动实现社会、环境及利益相关者和谐共生；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。

三、 公司经营

2020年，公司完成汽车销售171,477辆，同比增长7.09%，连续四年保持增长；其中轻卡销售149,853辆，同比增长23.36%，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；发动机销售243,777台，同比增长23.75%。

（一）企业文化

公司企业文化核心理念契合焕新的东风轻型车“满载信赖”品牌价值体系，明确“智慧物流最佳合作伙伴”为企业愿景、“客户体验领先的轻型车企业”为企业使命、“向客户而生”为企业核心价值观。2020年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

2020年，公司围绕贯彻落实中央防范化解重大风险等指示精神，以及公司经营管理的合规合法合纪要求，建立“以风险为导向、以控制为主线、以治理为核心、以发展为目标”的新型风险管理体系，实现事前、事中、事后全方位管控。根据风险防控工作目标及公司发展战略，重点围绕内部监督识别的新能源业务应收账款、应收国地补回收、新能源研发风险、疫情带来的年度经营目标达成风险等重要风险，并分别制定对策，设定阈值，进行动态监控，确保各项风险可控。

第二部分 公司履行社会责任情况

一、客户责任

过去一年，东风汽车股份向客户而生，持续提升品牌竞争力，扎实开展东风轻型车“满载信赖”品牌价值体系，持续提升全员客户意识、协同意识。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

2020年为进一步提升经销商经营管理、销售实战、盈利能力，建立了规范化的东风轻型商用车营销学院培训体系，搭建完善的培训平台，加强经销商学员与公司间互动学习沟通，协助经销商在疫情后快速完成销售转型，开展多场针对抖音、快手等电商平台吸引客户、助力销售等培训，成功实现销量追回；从销售管理、财务指标等方面对经销商进行评价和检核，引导经销商针对短板，改进提升，在群狼计划辅助下，规模网络培育效果显著，规模网络数量新增38家，稳定了公司销量基盘。

2、工程车事业部

为减少经销商、客户抱怨，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，处理周期由以前7天缩短至2天，3日结案率超过90%。事业部领导负责分区督导，进行经销商问题诊断，一对一帮扶，规模经销商数量增加3家。空车超重事件报道后，事业部领导班子立即启动应急机制，对产品进行全面自查，全方位满足法规要求；引导客户理性购买，抢抓市场机会；与客户深度沟通，提供增值服务，管控市场风险。同时组织研发、市场、营销等部门奔赴各区与经销商座谈，提振信心，确保经销团队稳定和高昂士气。

3、东风襄阳旅行车有限公司

2020年，东风襄阳旅行车有限公司明确了聚焦御风轻客事业，推进客

车、底盘产品和市场聚焦、转型的发展战略。

以“解决客户痛点，不断优化产品”为工作重心，构建平等、共赢的和谐厂商关系。全年在新品投放、营销提升、产品质量、交期改善、服务提升和改装业务等六个方面取得突破，实现东风御风销量同比增长40%。根据市场需求，东风御风着力开展国VI新品上市推广，产品区隔覆盖率达成跨越式增长；提升经销商网络覆盖与营销能力，积极开发新入网经销商，推进常态化外拓和区域活动，销售实力得以有效提升；协同经销商深耕行业客户，在9座定制班线、斗式工程车、服务车细分市场取得成效，并斩获批量订单。

（二）服务商

1、东风轻型商用车营销有限公司

2020年是“真美满”服务品牌焕新元年，也是公司CAN³服务中期事业计划实施的第一年，从网络建设、形象焕新、培训认证、设备配备、备件储备、抱怨处理等六大方面开展工作，完成“真美满”服务品牌的落地指标达成。秉承以“真诚.完美.满意”态度为客户服务，客户满意度居行业第二，赢得了客户良好口碑和信赖。

2、工程车事业部

工程车事业部秉承对客户关怀信念以及对产品质量的信心，根据不同车型制定了具有竞争力的超长保修期。全国统一免费服务热线提供车辆维保7×24小时响应，解决客户咨询、三包、救援、服务派遣等各项服务，更有依托东风汽车股份客户服务中心专家室资深专家解决客户疑难问题。对于客户投诉实行“立即响应，2h解决”方式，确保每个投诉专人跟进并及

时反馈用户；针对客户利用惠享平台APP进行服务促销活动，并开展专项服务等主动关爱活动；通过与主要经销商、供应商合作，加强服务网络建设，拓宽服务渠道，切实保障服务效率，持续提升客户服务满意度。

3、东风襄阳旅行车有限公司

秉持“向客户而生”企业价值观，坚持以客户为中心，为客户提供全生涯周期服务，实现客户用车价值最大化，让客户朋友满载信赖奔驰在致富和幸福生活的路上。2020年积极做好服务保障工作，优化服务体系，提升客户服务体验感。通过六大区域驻点支撑、国六专项服务团队保障、前置化客户回访、销服共战等主动关怀，进一步提升客户满意度与客户口碑，客户建档准确率达95.2%；建立全价值链支撑服务体系，凭借质量、研发、制造、售后多方联动，快速解决市场问题，单车维修频次大幅降低，产品质量得到稳步提升。

（三）供应商

2020年，采购部践行公司质量中期事业计划——MUST行动，以课题为抓手，聚焦整车部品质量，深耕细作，以市场3MIS问题改善为导向，快速响应，持续提升部品质量，并携手供应商共同改善，制定30项课题、68项支撑方策，方策完成率98%；联合供应商质量、技术和生产人员，成立跨职能CFT专家团队，专项推进，通过服务站驻点、微信诊断、走访培训、整车搭载、飞行服务等活动，高效剖析问题真因，NDF对象零件3MIS持续降低，成效显著，质量目标均达成挑战。

在成本、交付和新项目开发方面，采取行业内供应商竞价/对标、二级件成本优化、结构优化、轻量化、零件地图优化等多重举措降低采购成本，提升产品竞争力。

战疫情，保高产。为供应商提供紧急复工通知函、复工申请，协调交通运输问题，开展进口件资源风险调查及管控，办理提前支付12家次，货款达1060万元的资金支持。同时，严格导入ANPQP流程，细化过程管控，SOP+3零部件后工程不良率较2019年下降8%，初流不良率持续降低，创历史新高。精准施策，实现了公司满产到超产，全年整车生产超过17万台；

(四) 股东责任

1、股东权益保护

(1) 完善法人治理结构

公司股东大会为最高权力机构，下设董事会、监事会。董事会下设审计委员和薪酬委员会。2020年，公司共召开了3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。报告期内，公司董事会召开了7次会议，均严格按照法定程序规范召开，充分保障了董事依据法律、法规及《公司章程》行使职权。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。报告期内，公司监事会召开了5次会议，公司监事列席了公司历次股东大会和董事会的现场会议，充分保障了监事对公司事务的知情权和依法行使监督权。

(2) 重视保护中小投资者的权益

2020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。2020年，公司披露定期报告4份、临时公告49份。

(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。2012年修改后的《公司章程》明确规定了现金分红的比例，“在公司现金流状况良好，可满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。”同时，公司制定了《2018年-2020年股东回报规划》，确保股东享有其合法权利。2020年，根据2019年度股东大会审议通过的分红方案，实施了分红派息，向股东派发现金红利13280万元。

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；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。

2020年，人力资源工作取得新突破：以“幸福是奋斗出来的”为体现，持续推进彻底业绩导向的激励制度。为进一步构建彻底业绩导向的薪酬激励机制，促进收益改善，公司优化和落实高管薪酬制度，推进岗位定薪，拉开收入差距，激发关键岗位人员和经营团队挑战高目标；在优化、推广营销岗位薪酬契约化管理的基础上，推进营销单元实施更加彻底的岗位定薪改革，构建市场化营销激励机制；在完善研发项目激励的基础上，进一步探讨符合轻卡市场特征的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，提升研发投入产出效率；对3000余个技能岗位进行梳理评估，析出关键、重保岗位，推进以技能层级为基础的技能职等体系构建，促进APW能力提升。

以“强化战略人才培养、弘扬工匠精神”为指引，加快推进APW人才队伍建设。2020年克服疫情影响，战略人才培养计划落实率80%。在研发领域，

构建了研发项目管理能力评估体系，举办了3期尺寸工程培训；在营销领域，开发了营销能力评价模型，举办了4期营销一线模压训练；在管理领域，选派1人到海外挂职培养，安排7人次参加“青优+”挂职锻炼，组织36名青苗人才参加青年学院培训。

2020年，在专家队伍培养方面，培训认证了10名A-TWI讲师、12名IE工程师、57名工种教练员；在现场管理队伍培养方面，举办了5期监督者QC能力提升培训、2期车间主任诊断能力提升；在技能人才培养方面，进一步优化技能层级管理体系，技能层级测评覆盖率100%。

2、职工福利和员工关爱

（1）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、员工住院慰问等项目，经合规审查，均符合两级总部规定，100%规范使用。

（2）围绕“幸福工程”，持续优化福利项目

以公司“衣食住行厕”改善为载体，通过工会监督、评比，持续改善伙食质量和就餐条件；试点运行员工福利“给到”平台，推进弹性福利；全范围推进公司员工心理援助（EAP），培训EAP专员104人，开展“525”员工心理健康日活动，促进员工工作生活平衡，提高员工心理健康指数。

3、员工安全

（1）强化四级（公司、工厂、车间、班组）安全检查、考核与整改活动，事故风险得到有效控制。

开展公司、工厂、车间、班组四级安全隐患排查与整改活动，公司

主管领导、制造技术部对生产单元每周开展安全巡查与服务活动，组织专项安全检查、诊断，下发安全隐患整改问题，下发“安全隐患整改督办单”。各工厂安全隐患排查发现问题、整改；实施“隐患一元化管控”，确保安全隐患整改落地，全年整改率99.6%。通过以上举措，红线、底线安全意识得到强化，员工行为得到规范。

（2）持续开展职业健康管理防护提升活动，降低职业危害风险。

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，对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综合达标率84.4%，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；积极开展听力保护计划，持续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92.8分，得分逐年提升，达到了东风公司自主型管理水平。

（二）公益责任

公司在“东风化雨，润泽四方”履责理念的指导下，在关爱公司员工、响应精准扶贫、发展公益事业等方面中做出自己的特色和贡献。将社会责任与公司发展有机融合，企业的公益力得到不断创新提升。

2020年，公司向社会捐赠达291.2万元；购买扶贫地区农副产品360万元。未来将继续积极投身公益慈善事业，为促进社会可持续发展做出新贡献。

1、疫情无情 东风有爱

2020年从1月底武汉“封城”，到4月上旬“解封”，历时3个多月，深处疫情重灾区的东风汽车股份同心抗疫，积极组织抗疫防控、抗疫支

援，努力解决东风轻型车客户困难，努力克服疫情对企业生产经营带来的影响，取得了经营由“暂停”到“重启”再到“加速”的阶段性的胜利。

疫情爆发后，公司在第一时间启动多项关爱行动。既有为参与疫区防疫物资运输的东风轻卡车主提供费用补贴和免费救援支持的“守护家园 共抗疫情”行动，也有通过购车义捐形式，代表购车卡友，向不限品牌、不分地域的不幸罹患新冠肺炎卡友及其直系家属，提供专项爱心援助的“大爱有你 东风有情”抗疫公益行动。

1月底，公司向湖北省襄阳市红十字会捐款人民币200万元，用于辖区防控疫情的医疗救助；2月份启动“大爱有你、东风有情”抗疫公益行动，在4个月内累计收获超22000位爱心卡友的支持与助力，为所有符合条件的罹患新冠肺炎卡友及家人兑付抗疫专项爱心援助款。

2、响应号召 精准扶贫

公司通过促进地方经济发展、扶贫济困等方面积极履责，履行国有企业的责任担当。自公司定点帮扶襄阳市保康县马桥镇白竹头村以来，先后投入资金100余万元，用以该村道路硬化、卫生室改建和当地核桃、茶叶等产业发展，帮助当地群众脱贫致富。由公司捐赠资金修建的村党员群众服务中心，于2020年下半年投入使用，极大地方便党员群众事务办理、开展各项会议及大型活动，真正实现村级工作“五务合一”化建设。

2020年是国家脱贫攻坚决战决胜之年，东风汽车股份积极响应国家号召，为完成承担的扶贫任务，助力帮扶地区脱贫攻坚，在2020年职工集体福利支出限额外投入300多万元，采购贫困地区农产品作为员工福利发放，

切实帮助扶贫地区解决因疫情影响造成的农产品滞销问题，为打赢2020年脱贫攻坚战贡献一份力量。

3、捐资助学 奉献爱心

“十年接力，爱心传承”是公司履行社会职责的重要内容之一，2020年已经是第六个年头，东风汽车股份向湖北襄阳市保康县两裕乡小学，捐赠多媒体教学一体机和终端发布系统各一套。此次爱心捐助物资，是通过与保康县教育局的充分沟通，了解到孩子们需求实施的针对性捐赠，用以提高学校教学实力和形象，鼓励孩子们好好学习。公司承诺将一如既往地关心保康县教育事业，并把这份爱持续传递和延伸下去。

2020年，经过前期多次磋商，公司向湖北工业职业技术学院、襄阳技师学院、襄阳汽车职业技术学院、襄阳职业技术学院等几所中职中专学校捐赠试制样车作为教学用车，为汽车专业学生提供良好的学习条件，搭建起学校和企业之间合作的桥梁，为汽车专业人才的培养起到了重要的作用。

4、特色公益 承载希望

公司率先将公益力量聚焦在常年奔波于运输路上的社会弱势群体——卡车司机。由公司发起、为卡车司机提供营运解决方案的公益组织——东风兄弟俱乐部，是全国首家、目前最大的卡车司机公益性组织，旨在帮助因车祸、疾病等陷入困境的卡车司机，扶危济困，托起他们生活的希望。

作为一家具有高度责任感的上市公司，公司在社会责任履责实践中跳出同质圈，将社会责任工作向纵深发展，围绕客户群体卡车司机，展开更符合卡车司机切身利益，更具企业特色及针对性的社会责任工作，践行了“向客户而生”的企业价值观，加深卡车司机群体对东风轻型车品牌的信

赖感。同时，“卡车兄弟爱心基金”的实施，也引导行业更加关注卡车司机群体的生活现状，倡导全行业共同营造更好的卡车司机生存环境。

（三）环境责任

1、持续环保投入,加大对节能环保改善,致力于满足国家节能环保法规要求。涉及节能环保改善项目14项,投入资金1062万元。

2、持续改进,保证环境管理体系有效运行,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。

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

4、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。

5、开展重污染天气绩效分级管理,积极采取减产限产措施,履行企业社会责任。

6、践行绿色发展理念,持续开展节能减排工作,深入推进节能减排课题改善,减少碳排放,履行公司在节能绿色发展方面的社会责任。

（四）新能源汽车业务

公司自2005年即开始着手新能源汽车产品的研发,是国内客车行业最早进入新能源领域的厂商,也是国内首家获得新能源纯电动和混合动力双资质、最早从事新能源示范运营、最早实现新能源商品化的企业。目前已开发多款新能源车型,包括纯电动客车、纯电动厢式物流车、纯电动轻卡等。

2020年,公司强力推进提升产品质量和内部风险管控,公司新能源汽车全年实现销量7,188辆,运营情况持续向好。产品上,公司推出“东风凯普特e星”

战略性新品，树立了行业新标杆，整车性能达到国内先进水平。公司新能源战略目标为打造新能源商用车中国领先品牌，品牌使命是成为智慧物流领航者。聚焦轻卡、VAN和专用车领域，布局以纯电动为主，氢燃料和混动增程为辅的动力单元，构建以客户为中心的全价值链服务体系，打造用户体验领先的新能源品牌。

第三部分 2021年展望

新一年，公司将秉持东风轻型车“满载信赖”品牌价值理念，在“智慧物流最佳合作伙伴”愿景引领下，勇担“用户体验领先的轻型车企业”使命，扎实践行“向客户而生”企业价值观，立足主业，加速营销转型，全面提升营销力；把握市场发展趋势，多方位满足客户需求，稳步推进公司体系力提升。

同时，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，为促进社会可持续高质量发展做出新贡献！

东风汽车股份有限公司

2021年3月26日