



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：02333（港币柜台）及 82333（人民币柜台）

A 股股份代号：601633

2025

环境、社会和公司治理报告



* 仅供识别

关于本报告

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15份年度社会责任报告／环境、社会和公司治理报告，本报告时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日，部分内容适当向前后年度延伸。

二、 报告范围

本公司及其分子公司，部分内容涉及保定市长城控股集团有限公司及其子公司，由于涉及内容的连续性及其可比性，部分信息内容根据需要作适当延伸。详细公司信息请参考长城汽车股份有限公司年度报告。本报告的汇报范围与本公司2025年3月27日刊发的《2024企业社会责任报告》所载者并无重大变动。

三、 报告内容

本报告将对外披露公司2025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《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号－可持续发展报告（试行）》、《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号－可持续发展报告编制》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、 报告原则

本报告在编制时已遵循香港联交所《环境、社会及管治报告指引》所述的以下报告原则：

(1)重要性：本集团定期与主要持份者沟通，以识别及评估从持份者的角度最重要的环境、社会及管治相关问题。通过持份者参与和重要性评估确定的关键环境、社会及管治问题；(2)量化：本报告中呈列的量化信息／关键绩效指标附有叙述、解释和比较（如适用）；(3)均衡：本报告旨在以客观的方式披露数据，旨在为持份者提供本集团整体环境、社会及管治表现的均衡概览；及(4)一致性：除非另有说明，本集团采用一致的方法，并从本集团的内部记录系统中检索社会和环境关键绩效指标。报告范围及关键绩效指标与先前的报告一致，以便进行有意义的比较。

六、 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

七、 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。本报告已遵守香港联交所《环境、社会及管治报告指引》载列的所有强制披露规定及“不遵守就解释”条文。

八、 报告获取

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

目录

高层致辞	02
------	----

走进长城

公司概况	04
企业文化	06
荣誉及奖项	07

精益治理

公司治理	09
可持续发展治理	11
重要性议题管理	15
风控管理	18
商业道德	19
党建	23

绿色发展

应对气候变化	25
环境合规管理	46
污染物及废弃物管理	47
资源利用与循环经济	51
生态系统保护与生物多样性保护	54

01

02

03

06

05

04

构建和谐社区

定量绩效指标	115
ESG报告指引	120
反馈意见表	126

员工关怀与成长

人才吸引	87
人才发展	94
多元福利与民主沟通	100
以人为本，打造安全健康的工作环境	105

创新引领与责任经营

创新驱动	55
产品质量与安全	62
供应链管理	74
经销商管理及培训	78
客户权益保护	82

高层致辞

2025年，公司坚守长期主义及高质量发展理念，加速全球化布局，积极推进“生态出海”战略，实现销量、营业收入再创公司历史新高，公司全年销售新车132.38万辆，同比增长7.23%，公司全年营业收入2,228.24亿元，同比增长10.20%，新能源车型累计销售40.60万辆，同比增长26%，公司全年出口50.68万台，同比增长11.60%。公司构建自上而下的ESG治理体系，同时将可持续发展融入公司战略与经营方针，确保ESG治理措施有效落地。

2025年，公司ESG明盛(msci)评级为A，入选中国汽车工业协会“员工发展”可持续发展实践案例，入选中国上市公司协会2025年上市公司可持续发展最佳实践案例，荣获金蜜蜂智库企业社会责任中国榜“双碳先锋”荣誉称号等多项ESG荣誉奖项。

环境：

环境方面，公司构建了系统化、标准化的ESG环境管理体系，坚持绿色低碳发展理念，将环境治理与企业战略深度融合，实现了公司2025年度的减碳目标。

2025年，公司成立碳中和工作组，明确了“决策层—管理层—实施层”三级联动的管理架构，通过学术研究、行业评估、专家咨询等多维度专业研判，系统识别汽车产业全价值链的物理风险、转型风险及发展机遇等。

为应对气候变化，公司围绕研发、生产、供应链及回收利用等核心环节，全方位推进绿色转型，通过产品创新、智能制造等能力建设，以科技赋能产业低碳升级。未来公司将持续以创新科技为引领，深化全产业链节能减排工作，为此，公司制定了2026年减碳目标，将整车生产制造端碳排放强度降低24%（以2020年为基准）。

社会：

在社会责任方面，公司坚守社会责任初心，追求产品质量提升，重视员工发展与安全，将社会责任融入企业运营全流程，践行责任担当、创造社会价值。

产品质量是企业生存与发展的核心基石，企业竞争的本质归根于质量竞争。在当前全球化、科技化与市场需求多元化的背景下，长城汽车始终以全生命周期质量管理为核心战略，不断强化供应链韧性、提升质量标准、将质量安全视为企业可持续发展的生命线，以品质竞争力引领公司高质量发展。

员工是公司发展的核心动能，公司矢志不渝的营造公平、包容的工作环境，在团队构建上，公司高度重视多元化员工队伍建设，员工来自多国家、多民族，女性员工占比连续三年稳步增长，同时在人才使用上不以年龄设限；在员工激励上，公司建立并持续完善复合型薪酬架构，进一步提升员工的团队归属感和凝聚力。



公司坚持安全第一、预防为主的工作原则，2025年正式制定了详细的安全赋能计划，通过线上线下联动的形式构建常态化安全教育体系，持续提升公司安全风险应对能力。

公司高度重视社会回馈，聚焦应急救援、社区共建、教育支持、文化保护四大领域，积极投身社会慈善公益，以实际行动温暖社会角落，构建企业与社区共生共荣的和谐图景。

公司治理：

良好的公司治理是可持续发展的基石。公司构建了由股东会、董事会及其专门委员会、管理层组成的治理体系，形成权责清晰、运作规范、协调制衡的运行机制。信息披露严格遵守各上市地法规要求，2025年获评上交所2024-2025年度信息披露A级评价，并坚持董事会多元化与独立性，保障决策独立。

在此基础上，公司围绕国际化战略完善全球合规管理体系，从组织机制、运行模式、合规保障等方面实现全域合规，同时健全风控体系，推进风险管理标准化、智能化，为稳健运营提供有力支撑。

此外，公司持续升级反贿赂管理体系，健全反腐机构、培育廉洁文化、完善制度流程、强化监督惩戒，坚守廉洁诚信底线，营造公平透明的工作与合作环境，为长期稳健发展筑牢根基。

2026年公司将以“打造全球公信力企业”作为核心战略目标，加速全球化市场拓展，构建全品类、全动力、全档次、全级别的产品布局，不断巩固智能新能源技术领先地位，开启全新归元平台，以“一车多动力、一车多品类、一车多姿态”的全场景适配能力，满足全球用户需求。同时公司深耕全球化营销、研发、生产、配套体系与管理机制通过精益管理与流程数智化提升运营效能，大力引进高端领军人才，优化组织架构与治理体系，与员工、合作伙伴、投资者携手推进公司的健康持续发展。



走进长城

公司概况

“ 长城汽车是一家全球化智能科技公司，业务包括汽车及零部件设计、研发、生产、销售和服务。 ”

长城汽车以“追溯产业本源、回归用户需求”为核心，立足汽车出行本质与技术创新初心，以“一车多动力、一车多品类、一车多姿态”的全场景适配能力为支撑，为全球不同市场、不同地区、不同能源条件的用户提供科技出行。长城汽车旗下拥有哈弗、坦克、魏牌、欧拉、长城皮卡、长城灵魂、长城商用车等品牌，产品主要涵盖SUV、轿

车、皮卡、MPV、摩托车、重卡等品类，动力包括汽油、柴油、混动、纯电、插电混动和氢能，产销网络遍布全球。公司持续强化越野及全球化优势，加速智能新能源进阶。

技术方面，长城汽车聚焦核心技术自主研发，构建起完善的技术体系，深耕Hi4电混、柠檬混动、坦克平台等成熟技术，同时推进VLA智能驾驶大模型、归元平台等前沿技术的研发与落地。在产业链布局上，公司实现了核心零部件的垂直整合，同时构建了完善的服务体系，全方位提升用户体验。国际化方面，公司持续推进“生态出海”战略，不断完善全球市场布局，重点覆盖欧亚、澳大利亚、中东、南美、欧盟等核心市场，并且巴西工厂于2025年8月正式投产，进一步提升了本地化生产能力。





2025年全年，长城汽车销售新车

132.38万

新能源车型销售

40.60万

海外销售

50.68万

2025年，长城汽车迎来成立35周年的重要里程碑，公司始终坚持研发创新、坚持长期主义、坚持高质量发展，逐步成为中国汽车工业发展的中坚力量。2025年，长城汽车实现新车销量132.38万辆，同比增长7.23%。其中，海外年销售新车50.68万辆，同比增长11.60%，公司持续推进“ONE GWM”品牌战略，强化研、产、供、销、服全面出海的“生态出海”模式，海外销量再创历史新高；2025年全年，公司新能源车型全球销量为40.60万辆，同比增长26.00%，长城汽车锁定智能新能源赛道，旗下品牌市场影响力持续提升。

面向未来，长城汽车将以长期主义、高质量发展为核心，以“以质践信”“以合传信”“以行立信”的十二字“立信”真言为指导，对用户立信，坚持对品质底线的死守、对用户安全的敬畏；对产业立信，通过协同赋能构建产业链的共生共赢；对全球立信，以本地化深耕和长期责任投入建立持久的品牌信任。长城汽车将始终坚守底线思维，追求有质量的市占率和高品质造车的同时，基于智能新能源跃升、越野再进阶、高质量“生态出海”以及核心技术研发，不断加强产品力表现，为用户打造更智能、更具科技魅力的出行体验，与全球用户共同书写中国汽车产业的新篇章，让世界见证中国智造的力量，为中国汽车产业健康发展贡献价值，开启长城汽车下一个35年的新征程。



企业文化

2025年，作为全球化智能科技公司，长城汽车始终坚守造车初心，深入贯彻“绿智潮玩嗨世界，廉信创变共分享，每天进步一点点”的企业文化，不断刷新中国品牌在全球市场的影响力。



使命愿景：
绿智潮玩嗨世界

绿：

始终秉承全产业链低碳环保的理念，坚持绿色、清洁能源的研发与投入，成为绿色能源革命的主力，为保护绿色地球持续做出贡献

智：

与科技创新时代同频共振，以智能产品为核心，打造全场景高智能产业生态；为用户提供更便捷、更愉悦、更丰富的智能出行体验

潮：

洞察产业浪潮，弄潮能源革命、捕捉时代潮流，提供更个性化、智能化、更有创意、有价值认同感的产品及服务

玩：

在智能科技的加持下让车更好玩，同时赋予产品文化内涵，汇聚具有共同爱好的用户群体玩在一起，共创专属的社交生活

嗨世界：

致力于全球化发展，让全球用户在“绿智潮玩”中享受惊喜和极致体验



核心价值观：
廉信创变共分享

廉：

公平公正、简单透明；廉洁自律，对腐败零容忍

信：

始终坚持以用户为中心，秉承契约精神，诚实守信、合规经营

创：

坚持研发过度投入，营造活力开放氛围，培厚创新土壤，以创新驱动公司发展

变：

唯一不变的是变化，敢于冲破规则，主动求变；时刻以空杯归零的心态、以敬畏之心重新出发，以向死而生，坚如磐石的信念砥砺前行

共分享：

秉承利他精神，与员工、合作伙伴价值共创、利益共享，构建共生共赢生态圈



企业精神：
每天进步一点点

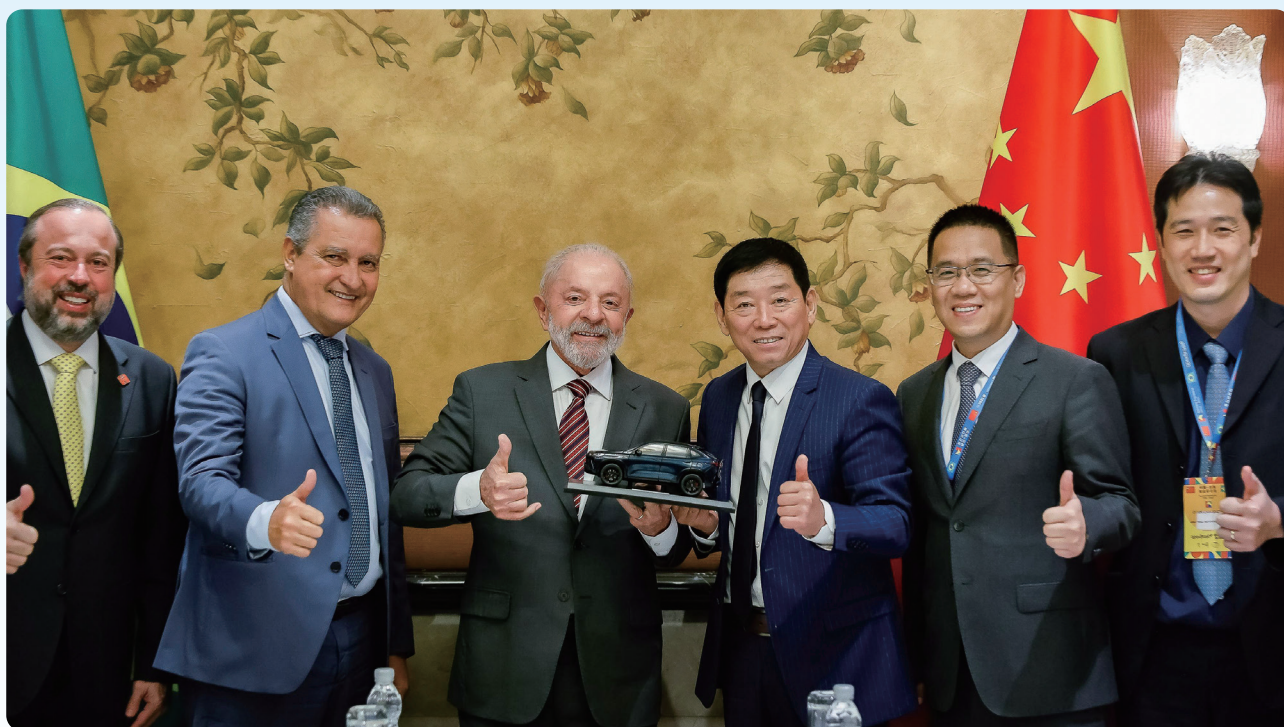
奋斗进取：

责任担当 持续奋斗
勇于挑战 持续创新

稳健务实：

居安思危 脚踏实地
持久专注 持续发展

荣誉及奖项



Hi4荣获科学技术奖特等奖

2025年10月22日，长城汽车Hi4技术凭借在动力性能、电池安全、越野性能等关键领域的突破性创新成果，填补多个全球技术空白，荣获中国汽车工程学会科学技术奖特等奖。

全面进入巴西市场

北京时间2025年8月16日凌晨，位于圣保罗州伊拉塞马波利斯的长城汽车巴西工厂正式竣工投产。该工厂定位为拉美市场的智能化生产基地，初期将量产3款战略车型，年产能达5万辆，投产后将生产哈弗H9以及长城炮皮卡等车型，全面辐射拉美市场。这一“渠道+产能”的双轮驱动模式，正为长城汽车打开新的增长空间，预计将成为长城汽车全球化战略的重要利润引擎。

长城汽车登上人民日报头版

2025年7月20日，在长城汽车成立35周年之际，《人民日报》头版刊发专题文章——《长城汽车坚持自主研发创新——着力做强做大民族品牌》，聚焦其坚持自主研发、深耕核心技术、推动民族品牌高质量发展的历程。

长城汽车致敬中国传统文化掀起文化“潮”

2025年，长城汽车开展致敬中华优秀传统文化系列活动，求智巴蜀打造汽车界的“都江堰”、万里寻根入敦煌、南下问道岭南文化、致敬活字印刷术。一系列致敬活动，致力于将中华优秀传统文化注入品牌内涵，赋予厚重深邃的传统文化以现代新潮的“打开方式”，在激活传统文化资源的同时，更好激发企业发展的文化内驱力。

精益治理

董事会声明

为有效推进ESG工作，公司构建了以董事会、战略及可持续发展委员会、ESG管理层小组、集团ESG工作小组为核心的自上而下治理体系，各层级职责清晰，保障ESG工作高效开展。其中，董事会作为公司战略、风险管控及可持续发展的最高决策机构，负责制定经营方针，监督ESG风险与工作进展，审阅并监督公司在产品安全与质量、创新驱动、公司治理、应对气候变化等关键议题的表现及年度ESG报告发布，切实履职尽责，提升公司ESG治理水平。

此外，公司高度重视业务对各利益相关方的影响，密切关注外部环境变化对运营的潜在影响，通过与利益相关方深入沟通，识别并梳理ESG重要性议题，合理确定议题优先级，构建完成议题重要性矩阵。

展望未来，公司将始终秉持可持续发展导向，坚守可持续发展理念，助力企业行稳致远。

公司治理

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，建立了涵盖股东会、董事会、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及可持续发展委员会、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。公司致力于建立完善的企业管治架构，确保：

- 公司董事多元化
- 股东权益保护
- 维护投资者关系
- 股东满意回报
- 公司合规经营

董事会多元化及独立性

本集团严格遵循上市规则中有关董事会独立性的监管规范，通过构建制度化的治理机制，有力维护董事决策自主性及专业判断的独立性。现董事会由8名董事构成，包括3名执行董事、1名非执行董事、3名独立非执行董事、1名职工董事，独立非执行董事占比1/3。同时为保证公司独立性，独立非执行董事任期不得超过6年，报告期内，公司召开了16次董事会，董事的会议出席率达100%。有关董事及董事会的详细资料请参阅《长城汽车股份有限公司2025年年度报告》。

董事会已采纳董事会成员多元化政策，自2013年12月27日起生效。本公司在设定董事会成员组合时，会从多个方面考虑董事会成员多元化，包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、种族、专业经验、技能知识及服务任期，务求达到董事会成员多元化。所有董事会成员委任乃基于用人唯才，而为有效达到董事会成员多元化，将考虑候选人之客观条件。甄选人选将按一系列多元化范畴为基准，包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、种族、专业经验、技能、知识及服务任期。最终将按人选的长处及其可为董事会提供的贡献而作决定。

董事会已制定可计量目标及时间表（于性别、技能及经验方面）以推行政策，并不时检讨该等目标以确保其合适度及确定达到该等目标之进度，同时在适当时候检讨政策，以不时确保政策行之有效。

于本报告日期，董事会包括8名董事，其中3名为女性，占董事会成员人数37.5%。各董事教育背景涉及会计、法律、管理、机械制造等方面。未来，公司将建立一个可实现性别多元化的潜在董事继任人通道，并将确保有足够资源提供适当的培训及职业发展，以确保董事会的潜在继任者在性别、技能及经验等各方面的多元化。

税务透明

公司始终秉持依法纳税、诚信经营的原则，严格遵守业务所在国家和地区的税务法例及规定。公司始终将税务合规与透明度作为治理体系的重要组成部分。本公司税务管理部门负责企业的涉税事务，包含管控涉税风险、规范业务的税务处理等。

我们根据中国转让定价法律法规以及经济合作与发展组织(OECD)转让定价指南，以独立交易原则作为本公司关联方关联交易定价的基础原则，在此基础上进行各项跨地区交易业务。

为确保涉税事务合规高效运作，我们建立了成熟的税务治理架构，制定税务策略，执行日常税务事务，规避税务风险。

股东及投资者沟通

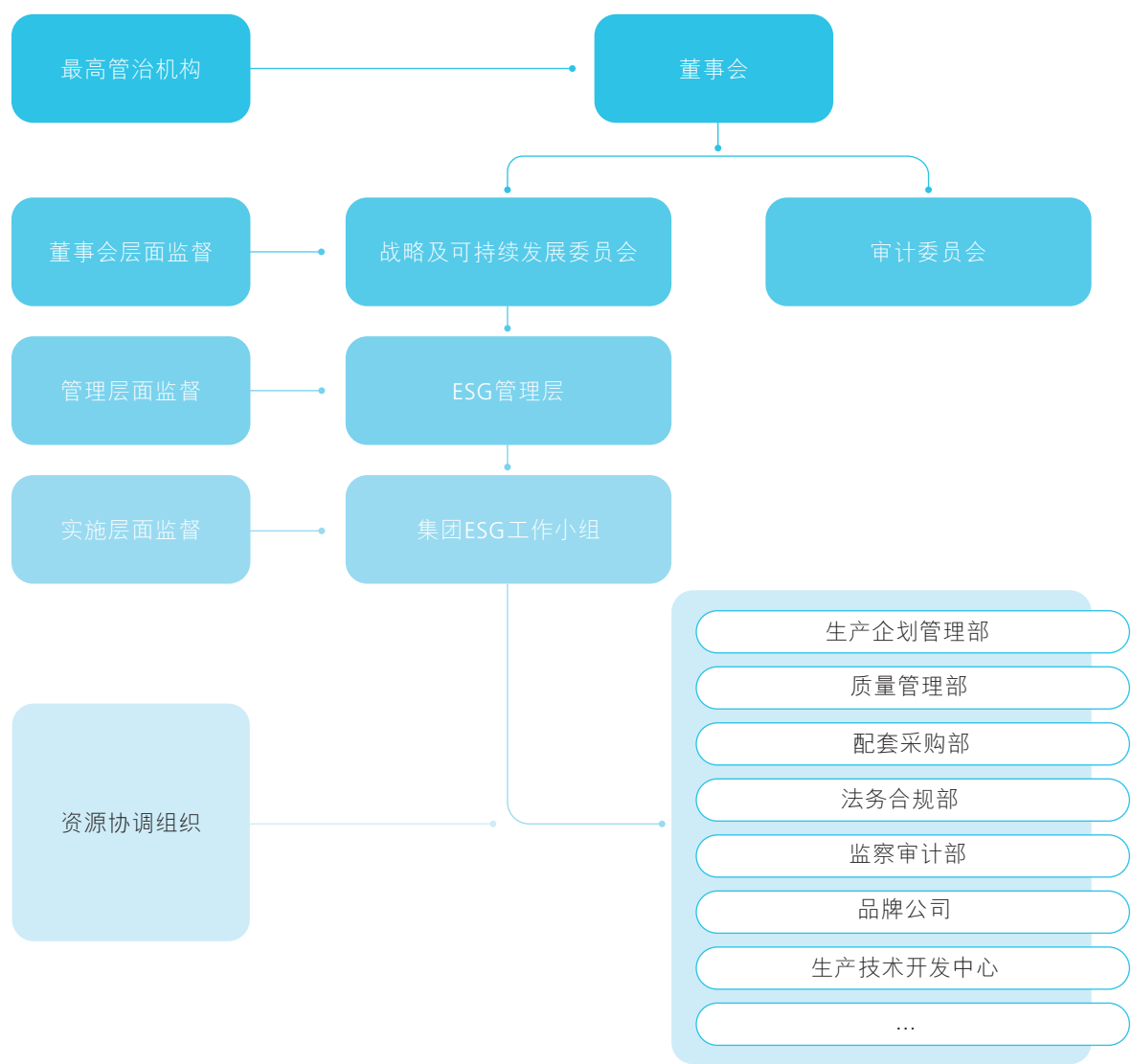
投资者关系方面，长城汽车上市以来，始终坚守诚信造车、合规经营理念，促进公司持续稳健的生产经营，公司先后入选沪深300、上证180、中证800等重要指数，长期以来受到海内外机构以及中小投资者的持续关注。公司严格遵循合法、合规、及时、公平原则，证券投资部制定了《长城汽车股份有限公司信息披露管理制度》、《长城汽车股份有限公司投资者关系管理制度》和《长城汽车股份有限公司市值管理制度》。

报告期内，公司以线上线下融合、常规与创新结合的模式构建全方位投资者沟通体系，系统性提升信息披露质效与股东参与度。公司依托年报、中期报告、产销快报等定期报告，形成常态化业绩沟通机制，实现财务数据与战略规划的高效传递。在线下场景中，通过车展专项交流与投资者实地调研、车辆试驾等活动，直观展现产品技术优势，强化投资者对市场策略的深度认知。为突破传统沟通边界，公司于2025年6月，公司创新股东会互动形式，融入试乘试驾、车型品鉴、现场交流、互动打卡等多元环节，吸引约100位中小投资者亲临现场，打造上市公司治理与投资者沟通创新标杆。日常投资者沟通高效响应，通过上证e互动平台回复投资者提问约104条，投资者专线解答咨询约750次；积极参与上交所、证监局等主办的“我是股东”“世界投资者周”等投资者教育活动，覆盖超150人次，切实强化投资者权益保护意识，全力维护全体股东合法权益。

股东回报方面，自上市以来，公司始终坚持为社会创造价值、为股东创造收益、为员工创造幸福的原则积极回馈社会、股东及广大投资者，始终保持稳定、高额的现金分红比例。报告期内，公司实施2024年度利润分配方案，以公司实施利润分配时股权登记日的总股本扣减公司回购专用证券账户中A股股份总数为分配现金红利基础（即8,558,527,290股），向全体股东每股分配截至2024年12月31日止年度现金股利每股人民币0.45元（含税），共计派发现金红利3,851,337,280.50元，2024年度公司分红金额达2024年度归属母公司净利润的30.34%。

可持续发展治理

本集团构建自上而下的ESG治理体系，持续规范可持续发展管理，将可持续发展融入公司战略与经营方针。通过理念层层传导、自上而下深入贯彻，确保ESG治理措施有效落地，支撑集团实现长期可持续发展。



董事会

公司董事会决定公司战略、风险管控、可持续发展方向的最高管治机构，职权范围包括：

- 监督公司ESG进展并审阅及批准公司ESG报告
- 审议公司年度经营情况
- 审议公司内控程序及风险管理程序
- 审议并批准公司经营方针等

战略及可持续发展委员会

战略及可持续发展委员会目前由两名独立董事、两名执行董事组成，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策、对外公共政策、可持续发展和环境、社会及管治政策等进行研究并提出建议。职权范围包括：

- 对公司可持续发展，以及环境、社会及管治(ESG)等相关事项开展研究、分析和风险评估，提出可持续发展的制度、战略与目标
- 组织或协调公司可持续发展及ESG事项相关政策、管理、表现及目标进度的监督和检查，提出相应建议
- 审阅公司可持续发展、ESG事项相关报告，并向董事会汇报等

更多信息请查阅公司官方网站或上海证券交易所网站《长城汽车股份有限公司战略及可持续发展委员会管理制度》。

审计委员会

审计委员会负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制。职权范围包括：

- 评估公司内部控制制度设计的适当性
- 检讨公司的财务监控、风险管理及内部控制系统，审阅内部控制自我评价报告
- 评估风险管理及内部控制评价和审计的结果，督促风险管理及内控缺陷的整改
- 与管理层讨论风险管理及内部控制系统，确保管理层已履行职责建立有效的系统等

更多信息请查阅公司官方网站或上海证券交易所网站《长城汽车股份有限公司董事会审计委员会实施细则》。

ESG管理层

为进一步协助董事会及可持续发展委员会指导、监督本集团ESG工作并推动ESG战略落地，公司由相关管理层统筹负责ESG日常管理工作。ESG管理团队主要由公司高管、总裁及集团ESG统筹管理代表组成，职权范围包括：

- 订立各单位ESG总体规划、指标目标
- 定期审阅并监督公司可持续规划的实施进度情况，关注可持续措施的有效性
- 审视年度ESG报告并提交至战略及可持续发展委员会审批
- 了解相关方的需求和期望，与内外部相关单位建立沟通、信息传递渠道和机制，以充分满足相关方诉求，识别相关影响、风险及机遇
- 负责集团气候治理工作绩效的传播宣传，包括参加研讨会、发布会、组织相关宣传活动等
- 负责集团内部气候治理管理能力建设，定期或不定期组织培训，提升各级气候治理顾问的气候治理专业知识、管理能力
- 负责集团内部气候治理战略的下延和落实，推动各单位按集团要求开展气候治理工作，定期组织内部沟通会，协同各单位气候治理部门将气候治理工作与业务有效融合

集团ESG工作小组

为协助ESG管理层开展及落实ESG工作，确保设立合理有效的ESG风险管理及内部监控系统，本公司亦下设了ESG工作小组，主要由集团各单位ESG负责人组成，统筹上市集团各单位的ESG工作，职权范围包括：

- 监督可持续发展事宜，并向管理层汇报最新情况
- 根据公司经营实际情况，协助管理层制定ESG方针计划、具体目标
- 跨部门沟通交流，以识别相关风险及机遇
- 向管理层汇报气候治理相关工作进展，基于业务提出提升、完善气候治理绩效的方案和资源需求
- 承接ESG管理小组下发的ESG指标、目标、具体发展规划等
- 基于具体业务，持续识别风险和机遇，结合集团的战略规划，开展相关气候治理业务的评估，并提出优化建议

本集团定期针对ESG工作小组及相关关键岗位人员，开展ESG基础知识、低碳环保理念、ESG最新法律法规与政策要求等专题宣贯与培训；同时面向集团全体员工，定期推送碳管理知识小贴士，持续提升全员ESG认知与理解。

此外，公司在供应商准入审核环节增设可持续发展相关评估指标及评分项，全年不断强化相关人员专业技能与岗位胜任力，夯实ESG管理基础。

2025年，管理层制定了集团ESG目标，并定期听取实施进展，同时针对相关反馈进行研讨修订。公司亦将ESG目标纳入到了管理层的考核指标，与其薪酬相挂钩。本年度主要工作如下：

- 通过月度沟通会、气候治理月报、季度审查、等监控措施，持续关注气候治理各领域及重要议题进展，持续识别气候相关风险和机遇
- 根据业务规划及实际进展，修订集团整体目标
- 持续监督、评审可持续发展的公开披露，如社会责任报告、年报
- 关注国际ESG法规的出台及修订，在日常电话会沟通中关注投资者的ESG问题，并根据投资者反馈寻求公司改进空间
- 关注国际ESG评级，根据机构的评价意见不断完善公司ESG实施策略

本公司的战略及可持续发展委员会协助董事会监督并审阅年度ESG工作进展及上一年度ESG目标达成情况，并向董事会汇报下一年度ESG工作目标，委员会至少每年向董事会汇报集团ESG工作成果。

本公司的董事会则每年对环境、社会、治理工作成果进行评审并评估公司ESG目标的达成情况，同时着重关注利益相关方的重点议题，审阅公司为其所做出的努力。同时，董事会亦会对ESG报告的合规性及披露完整性进行审阅，确保符合相关法律法规及规范性文件。

报告期内公司获得ESG荣誉成就如下：

- 企业社会责任中国榜双碳先锋 “员工发展”专项奖项 - 入选中国上市公司协会最佳实践案例 - 二代哈弗枭龙MAX hi4 165 Ultra智驾版、魏牌全新蓝山2025款四驱智驾ultra插电混动版荣获“五星健康车”称号。	- 碳排放管理体系认证1家 - 在2025年度汽车企业碳管理体系评级中，荣获五星企业 - 获ECO Vadis银牌2家，铜牌1家
	

以上并非全部奖项，部分奖项内容详见本ESG报告其他章节。

重要性议题管理

利益相关方沟通

公司积极拓宽利益相关方沟通渠道，通过多元化的沟通形式，充分倾听并回应各利益相关方的关切和期望。公司在决策过程中全面考量利益相关方意见，以此来促进自身在可持续发展管理方面持续改进，与各方共同努力实现互利共赢的发展格局。

关注的议题	利益相关方	沟通渠道及反馈方式
应对气候变化	股东、投资者、监管机构、公众	邮件沟通、信息披露、线上平台、座谈会
污染物排放	供应商、监管机构	电话会议、现场沟通、信息上报
废弃物处理	供应商、监管机构	电话会议、现场沟通
生态系统和生物多样性保护	政府及监管机构	邮件、电话沟通
环境合规管理	供应商、政府	电话会议、现场沟通、信息披露
能源利用	政府及监管机构、供应商	电话会议、现场沟通、信息披露
水资源利用	政府及监管机构、供应商	电话会议、现场沟通
循环经济	供应商、政府、行业/协会	电话会议、现场沟通
乡村振兴	公众／社区	及时通信、线上平台
社会贡献	公众／社区	及时通信、线上平台
创新驱动	供应商／合作伙伴、行业／协会	现场沟通、电话会议等
科技伦理	政府及监管机构、客户、供应商／ 合作伙伴、股东及投资者、员工	合规审查、信息披露、沟通会议、合规通告、 员工培训
供应链安全	供应商、客户	邮件、现场沟通、供应商大会、投资者热线
平等对待中小企业	供应商、政府	线上平台、电话沟通
产品和服务安全与质量	政府及监管机构、客户、供应商、 三方认证咨询、管理层、员工	监管监察、认证咨询、调研、会议沟通、 内部制度宣贯、审核、培训考试
数据安全与客户隐私保护	客户、供应商、合作伙伴、员工	邮箱及线上平台、官方客服
多元平等、合规用工	员工	邮箱及线上平台、工会活动
人才发展	员工	①年度培训需求调研问卷 ②员工培训 ③培训满意度调查
员工福利与关怀	员工	及时通信、线上平台、满意度调查
健康与安全	政府及监管机构	现场培训、线上平台、工会活动
尽职调查	供应商、投资者	会议交流、信息披露
利益相关方沟通	投资者、客户	问卷调查、邮件沟通
反商业贿赂及反贪污	股东及投资者、员工、合作伙伴	现场沟通、微信小程序、电话会议、 邮件、阳光诚信自助系统
反不正当竞争	政府、供应商、员工	交流互动、信息披露

双重重要性评估

2025年，长城汽车依据上交所《可持续发展报告指引》、《可持续发展报告编制指南》及香港交易所的要求，结合自身所处行业和经营业务的特点等情况，建立议题识别和重要性分析的流程，引入影响重要性和财务重要性的双重视角进行分析，对往年议题进行修正与完善，重新梳理制作了议题清单，确保信息披露的全面性、准确性和针对性，进一步提升公司可持续发展报告的透明度与可信度。长城汽车双重重要性议题评估分析流程如下：

长城汽车2025年议题双重重要性分析流程

识别及建立议题清单：

- 公司根据自身业务范围以及生产经营性质，识别出对公司有决策力和影响力的利益相关方。
- 以上海交易所《指引》设置的21个议题为基础，结合政策分析、同行对标、公司的业务活动和战略发展方向，确定本年度重点关注的议题。

议题重要性评估：

- 影响重要性评估：制作重要性评估调研问卷，通过在线利益相关方问卷的方式，邀请股东及投资人、董事及高管、员工、客户及用户、供应商及合作伙伴等对议题进行赋分；开展了管理层及部门访谈，深度了解可持续议题相关影响，选择恰当的评估方法与重要性阈值。
- 财务重要性评估：围绕风险与机遇两个维度，我们邀请企业业务部门及财务部门负责人从“财务影响的重要性”和“财务影响的可能性”两个维度，对短、中、长期风险和机遇的财务重要性进行评估。

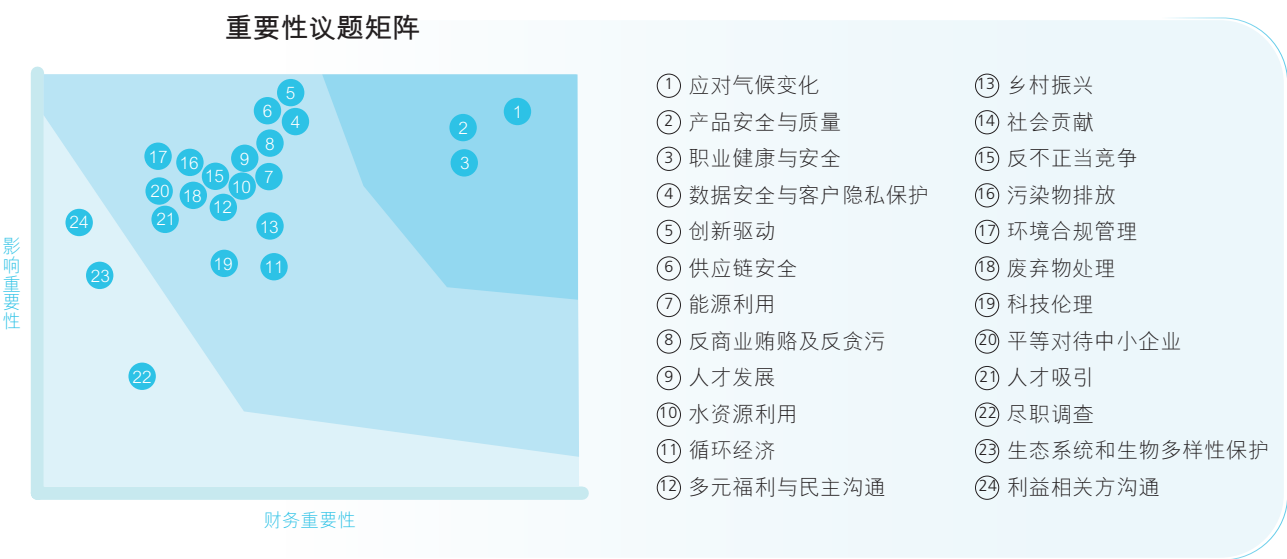
排序及确认

- 设置合理阈值，对议题进行重要性排序，建立双重重要性矩阵。

重要性议题的应用

公司将对识别出的重要性议题，系统梳理其潜在风险、发展机遇及可持续发展影响，并将相关研判结果全面融入公司战略规划，确保战略制定与可持续发展目标协同一致。

重要性议题矩阵



评估结果显示，3项议题具有财务重要性与影响重要性，对于具有双重重要性的议题，包括“应对气候变化”“职业健康与安全”“产品和服务安全与质量”，公司依据上交所《指引》要求，围绕治理、策略、影响、风险和机遇管理、指标与目标四个方面于本报告中予以回应。

风控管理

长城汽车根据国际化战略，持续优化全球合规管理体系，防范和化解全球合规风险，支撑全球业务高质量增长。公司聚焦重大合规风险，完善合规风险管理体系，于2025年11月正式通过英国标准协会（简称BSI）针对ISO 37301合规管理体系的审核，获得带有ANAB认可的认证证书，标志着我司建立了符合国际标准的合规管理体系。

为降低公司运营过程中的风险，实现公司健康发展，公司开展全面风险管理，每年定期风控法务合规部牵头组织各业务板块开展风险全面排查，全员参与。结合内外部环境变化，对当前公司整体运行情况进行风险识别，从风险发生可能性、风险影响程度两个维度对风险进行分析排序，形成公司风险数据库，针对重大风险，设置专项课题，明确风险应对整改责任人，制定风险应对方案，由本单位“一把手”确认，本单位合规组织及风控法务合规部定期跟踪，直至闭环。公司搭建风险管控平台，对随时出现的风险，实施管控，不断推进风险管理的标准化、智能化。

组织架构方面，公司进一步健全合规管理委员会领导，强化合规办公室牵头作用，协同相关合规责任部门成立重大风险应对项目组，发挥合规办公室统筹协调、组织推动、督促落实作用，持续提升合规BP组织资质和能力，强化业务部门的一线主体责任。

运行机制方面，公司以合规运行管理制度为核心，拉通集团资源，建立频繁的沟通机制和风险上报机制，与公司全员、合规专业团队及公司领导充分共享合规管理信息，提升公司高层及全员合规认知；并以项目管理方式，强化管理工具，把控风险管理进度，推进风险管理闭环。

合规文化建设方面，公司构建了以“坚守合规底线，持续建立健全合规体系、流程、组织、能力，积极建设盟友联盟，积极有为的对外建设透明、专业的合规形象，以建立国际企业一流的合规商誉”为核心的合规文化战略，自上而下达成合规文化共识，引导全员有意识的践行合规行为。通过开展具体的合规活动强化全员对于合规文化的理解，包括全员签署合规承诺、通过钉钉窗口构建合规文化发声筒，创办合规文化大赛，发挥合规BP中枢作用，利用“合规故事汇”活动发挥标杆力量影响全员践行合规，深化合规文化的有效渗透。

合规保障方面，公司重点强化合规资源生态建设和合规数智化建设，同时实际落地合规监督评价工作，保障合规体系持续升级，具体如下：

- 1) 合规智能化建设方面，为有效支撑全球法律合规管理及服务落地，公司通过智能化手段构建了全球法务风控合规平台，包括风险信息平台、组织管理平台、能力提升平台、业务办理平台及各专项风险合规管理平台，全面覆盖法务风控合规业务，全面支撑将合规要求嵌入业务流程。
- 2) 合规资源生态方面，为支持全球战略打赢，公司与30余家全球顶级律师事务所及咨询机构建立框架合作关系，为业务提供全球法律风险防控服务。公司与合作律所律师保持持续沟通和互动，持续提升法务合规团队的风险洞察能力和应急处置能力。
- 3) 合规监督评价方面，公司持续聚焦核心价值链，评价重点领域合规管理设计有效性和合规要求执行有效性，并针对风险管理不足，从组织、机制、流程、人员、数智化等方面全面提升，实现合规管理体系升级。

商业道德

廉洁建设

公司以遵守国家相关法律法规为基础，依法合规经营，始终坚持廉洁、诚信的基本理念，坚决杜绝腐败行为，着力营造公平、公正、简单、透明的工作环境和合作环境，不断加强风险管理，提高全员廉洁从业意识，打造公司廉洁诚信的品牌形象，弘扬优秀的企业文化，传播社会正能量，助力全球化战略落地，为社会发展和进步做出积极贡献。

（一）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各层级廉洁教育工作，同时基于公司全球化发展战略，监察审计组织紧跟公司发展步伐，不断变革、创新，已形成覆盖国内、外不同国家不同区域，协同互助、相互制约的网状监察审计系统。

（二）注重廉洁教育，打造廉洁文化

企业的竞争也是人才的竞争，为持续提升个人职业道德素养，倡导全员廉洁从业，在员工入职、续签合同时，均签署《廉洁承诺书》。员工入职即接受廉洁导入教育，重点讲授《员工廉洁行为规范》《礼金礼品收发管理制度》《反腐倡廉宣传制度》《对外接待管理制度》等内容，强化廉洁意识，同时开展学习测评，未通过测评的视为试用期考核不合格，2025年新人参与率100%，通过率100%；针对员工职业生涯发展，组织晋升廉洁教育，通过培训、岗前测试、视频教学、拓展活动等形式开展，持续提升腐败预防能力，并开展学习测评，考核不合格的不予晋升，2025年拟晋升人员参与率100%，通过率79%。另，2025年全年共开设廉洁教育课堂120场，参与线上、线下廉洁教育的相关人员达1万余人次，并倡导员工线上自主学习、自我检测，2025年各层级员工通过信息化平台进行自我测评达5.6万余人次。针对职业生涯各阶段开设不同类型的廉洁课程对所有员工开放，并鼓励全员参加反腐倡廉培训，同时不断通过集团门户、监察通报等不同方式共享内外部案例及相关培训内容，及时向全员传递公司反腐倡廉的态度及相关要求，倡导全员共同参与企业反贿赂管理体系建设。



共开设廉洁教育课堂 **120** 场，
参与线上、线下廉洁教育的相关人员
达 **1万** 余人次



推送原创视频 **95** 条，
其中多条视频观看量超 **1万** 余次

创新廉洁文化传播模式，全员争做“廉洁文化传播官”，2025年共有9名传播官，在日常工作及中秋、国庆、元旦、春节等重要时期，通过廉洁竞赛、微课、短视频等形式，积极、主动践行廉洁文化的传播。持续不断地进行全员共创，传播廉洁文化，通过自媒体账号将长城汽车廉洁文化推向社会，共同推进廉洁文化的建设，共同打造长城汽车廉洁品牌。至今“廉洁长城”微信公众号，拥有20万余粉丝，累计推送内容1,690篇，2025年推送原创内容87篇，通过图片、视频、文字、漫画等多种形式，实现与员工、相关方、社会各界人士无障碍沟通；“廉洁长城”抖音，拥有1.5万余粉丝，点赞量8.68万，累计推送视频480条，2025年推送原创视频95条，其中多条视频观看量超1万余次，获得社会各界人士的认同，使廉洁文化深入人心，助力公司廉洁品牌传播，推动社会文明进步。

（三）完善制度体系，规范反贿赂管理

在风险叠加的背景下，长城汽车不断强化风险管控，深入推进廉洁体系工作的规范化、制度化与科学化建设。自2008年首次颁布《廉洁体系制度》以来，公司始终结合发展战略与经营理念，适时对制度进行动态调整与优化。2021年，为提升公司国际影响力及竞争力，在《廉洁体系制度》基础上全面升级，完成《反贿赂管理体系》搭建，并顺利通过认证审核，获得ISO 37001反贿赂管理体系证书，成为国内首家获得该认证的车企。2024年7月在英国皇家认可委员会（英文简称：UKAS）现场见证下，荣获具有UKAS标识的ISO 37001反贿赂管理体系证书，为长城汽车全球化战略提供了坚实的支撑和保障。为适应国际市场合规要求，公司依据反贿赂管理体系标准，定制性开发适用海外组织的廉洁体系制度，构建多元融合、因地制宜的反贿赂管理机制，截至2025年已有6个国家或地区完成海外廉洁制度的颁布与实施。通过持续结合业务场景迭代完善，公司构建起既符合国际标准、又适应本土业务的反贿赂管理体系，有效防控合规风险，保障业务顺利开展。

预防腐败方面，在业务开展前、中，多维度分析腐败风险点，为公司提前部署腐败风险防控工作提供输入。正式合作前，对存在贿赂风险的特定交易、项目、商业伙伴等开展反贿赂调查，规避“带病”合作；合作中，定期开展贿赂风险评估，识别存在腐败风险的领域和岗位，根据风险等级，制定管理措施，不断完善制度流程，确保业务高效运行；每月开展内部审计工作，通过内部审计暴露内、外业务风险漏洞，依托集团信息化系统，搭建数字化审计模型，锁定重点业务领域疑似重点风险，实现在线、自动、靶向预警监测功能，提升审计业务靶向性，为管理提供决策依据，降低贿赂风险。同时对采购、招标等重点廉洁岗位的人员，实施定期岗位轮动，防止任期过长而产生腐败，针对开展的业务往来、商务接待等，规范接待人数及区域，秉承公开、透明的原则，避免不正当行为出现；经统计，2025年拒绝贿赂达305人次，自2008年以来，公司拒绝贿赂共计3286人次，102名员工被评为“廉洁自律模范”。

商业伙伴权益保护方面，以签署《阳光协议》为合作前提，并基于合规要求，对协议内容不断升级、完善，规范双方廉洁行为，同时持续不断地采用宣讲会、商务沟通、发送敬告函等方式向商业伙伴传递廉洁文化，倡导诚信经营、合规经营，维护商业伙伴利益及“公平公正、简单透明”的合作平台，构建共生共赢生态圈。

长城汽车立足产业践行社会责任，传播正能量，2016年对《失信名单》进行升级，搭建《阳光诚信自助系统》（网址：<https://siss.gwm.cn/index>），面向社会公众开通可查询失信违规人员和失信企业的信息化平台，2023年《阳光诚信自助系统》全面升级，与更多企业深度携手，升级自主录入功能，合作伙伴可自主录入失信企业及个人信，实现信息的互联、互通、资源共享。2024年再次升级，开辟“廉洁共建”版块，搭建合作伙伴直联通道，拉通招标管理、供应商管理、经销商管理等业务平台，实现各领域商业伙伴廉洁文化共建共识，截至2025年商业伙伴人员学习达1.1万余人次；在合作前由监察审计部直接向合作伙伴传递廉洁文化，合作中随时定向发布腐败案例、廉洁要求，做到前置预防教育，传递廉洁要求，促进长久合作。自2008年以来，因腐败、不诚信等行为被列入长城汽车《失信名单》的合作方累计685家，其中，2025年列入《失信名单》的合作方29家。

2018年9月长城汽车加入企业反舞弊联盟，2023年荣升为副会长单位，积极致力于联盟反舞弊建设工作，截止2025年，长城汽车斩获廉洁新锐、说廉创新等多项荣誉，并持续与各成员企业同向发力，共同打造建设廉洁的商业环境，共享不诚信、失信人员名单，共享反舞弊经验，提供有效的信息及技术输入等，为打造绿色健康的商业环境、合作环境提供助力。

（四）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，同时对失职渎职、推诿扯皮、拉帮结派、弄虚作假等软腐败行为进行严厉打击，一经发现，依据《廉洁体系制度》严肃处理，涉及违反法律的，一律移交司法机关追究法律责任，2025年因涉嫌违法犯罪移送司法机关2人，已依法判决。

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年举报信息管理平台正式上线运行，所有接收的举报均通过系统分角色、分权限进行管理，从接收、派发、调查、归档，保证了举报信息的安全性，实现了任务的100%闭环；为方便全员及相关方快速举报，持续开发更快捷、更安全的信息化举报平台，2022年5月上线“廉洁长城”在线举报微信小程序，通过全员参与、多方监督的模式，使腐败行为充分暴露并及早查处。

打击腐败行为绝不手软，维护举报人权益不受侵害也绝不松懈，制定了严格的管理要求，如：任何人不得调查、泄露举报人信息，不得对举报人及其亲属进行打击报复，或者指使他人打击报复，如有发生直接解除劳动合同，违反法律的，依法追究法律责任。



2025年因涉嫌违法犯罪移送司法机关

2人，已依法判决



举报邮箱：gwljanjie@163.com

廉洁筑根基，清风促发展。长城汽车持之以恒防微杜渐，始终坚守态度不变、决心不减、尺度不松，恪守诚信合规之道，与众多优秀企业廉心携手，共创、共享、共赢，积极履行社会责任，传播社会正能量。

反不正当竞争

为有效应对虚假宣传、不正当有奖销售等，公司依据《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规，结合业务实际宣传场景，于2022年2月23日发布并实施《长城汽车广告宣传管理办法》，构建了系统的广宣合规管理体系；针对商标混淆行为，通过商标管理体系加以防范与治理，于2023年8月18日发布并实施《全球商标管理制度》。

根据上述制度，公司开展合规风险评估，结合业务场景识别风险点，制定针对性的风险管控措施，完善相关制度与流程，并跟踪制度的执行与落地情况。同时，通过培训与宣导，持续提升相关人员的合规意识与履职能力，确保各项合规要求有效融入日常经营。报告期内，公司无因不正当竞争行为引发的诉讼及行政处罚。

风险识别流程



意识提升及文化赋能

01

合规大讲堂上线宣传、合规性课程，提供系统化、可追溯的合规讲解，为业务人员奠定反不正当竞争的合规基础

02

钉钉窗口、法务平台进行案例横展，定期推送外部虚假宣传、不正当有奖销售、商标侵权等监管处罚案例、行业典型纠纷及内部审核中发现的高频问题，实现了合规风险的实时预警与知识经验的即时共享

03

定期线下培训

为确保公司核心技术及商业信息的安全，公司也采取了一系列严格的内部控制措施。首先，在制度建设上，公司制定了《信息安全管理规范》、《保密信息分类分级指南》等信息安全管理制度，明确涉密信息的范围、等级及传递流程；其次，在技术层面，部署了先进的防泄密软件，对关键数据进行加密和审计追踪；最后，在人员管理上，与员工签订保密协议，并常态化开展信息安全宣贯，将保密责任落实到每一位员工，确保公司及合作伙伴的核心利益不受侵害，保障公司稳健运营。

党建

2025年是“十四五”规划的收官之年，长城汽车党委持续深化非公企党建工作、打造党建品牌，将党建工作与经营发展深度融合，着力将党建优势转化为企业的发展优势。

2025年，公司党委围绕强化党组织作用、凝聚党员群众，扎实开展深入贯彻中央八项规定学习教育，并组织开展了一系列特色鲜明、形式多样的党建活动。通过学党史、重温入党誓词、唱红歌、党建知识竞赛、红色观影及“警企共建”健康跑等内容，进一步坚定了党员的理想信念，提升了组织的活力。党委还策划制作了《撸起袖子加油干，风雨无阻向前行》党建宣传片，生动展现长城汽车党建与企业发展深度融合的实践，持续提升非公企业党组织的政治引领力和凝聚力。此外，通过发放融入党建元素的定制台历、水杯等纪念品，于细微处传递组织温暖，切实增强党员的归属感与荣誉感，把广大职工紧密团结在党组织周围。2025年6月，长城汽车党委被中共保定市委授予“全市先进基层党组织”荣誉称号，党建工作成效获得上级党组织的充分肯定。

在服务职工、凝聚发展合力方面，公司党委坚持贯彻“党建引领、党群共建”工作思路，充分发挥工会、共青团、妇联等群团组织的桥梁纽带作用，紧密围绕职工实际需求，精心组织开展了“相亲季”单身青年联谊、“千斤换万金”健康行动、劳动技能大赛、“文化猜猜乐”趣味答题等一系列深受欢迎的品牌活动，将党组织的活力有效融入企业文化培育与职工技能提升的全过程。同时，公司党委联合工会切实关爱女职工特殊需求，持续深化“妈妈小屋”建设，有力提升了员工的幸福感与归属感，积极营造健康向上、团结奋进的企业氛围，使党组织的凝聚力和向心力得到进一步增强。

回顾全年党建工作，长城汽车全体党员与职工站在继往开来的历史节点上，自觉肩负起新时代赋予的使命，始终与党同心、信念如磐，怀着对造车事业的无限热忱和实干担当，积极回应国家发展与行业变革的时代命题。展望未来，长城汽车将恪守长期主义发展道路，持续以高质量党建引领企业高质量发展，通过提供更优质的产品与服务，切实回馈社会、造福用户，不断满足人民群众对美好出行的向往，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献产业力量。



绿色发展

应对气候变化

国际能源署发布的《世界能源展望2025》显示“2024年是有记录以来最热的一年，也是全球气温首次超过工业化前水平1.5℃的年份”，提示应对气候变化正面临前所未有的挑战。在2025年联合国气候变化峰会上，中国宣布新一轮国家自主贡献，为全球气候治理合作注入了更多正能量。长城汽车作为一家立足中国、面向全球的国际汽车公司，始终坚持与国家气候战略同频共振，积极履行社会责任、用自身行动深度参与全球气候治理。

2025年11月5日，长城汽车作为《联合国气候变化框架公约》第30届缔约方会议官方合作伙伴在巴西帕拉州贝伦市向大会官方交付100辆新能源车辆，用于参会人员的通勤出行。长城汽车始终坚持将可持续发展的核心理念深深植根于企业运营的每一个环节，以创新科技为引领，探索全产业链节能减排。

在2024年，长城汽车参考国际可持续准则理事会《国际财务报告准则第S2号—气候相关信息》规范，香港交易所《环境、社会及管治报告守则》D部分、《香港交易所环境、社会及管治框架下气候信息披露实施指引》，以及上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号—可持续发展报告（试行）》等标准要求，首次按照管治、策略、风险管理、目标和指标披露结构，对气候风险和机遇进行了系统披露。



本报告期，基于最新气候情景模型对气候风险和机遇类别进行了补充，强化了气候变化与公司业务运营、发展战略的融合，并逐步深入到财务管理、成本控制等环节，逐渐由定性评估向定量分析转变。本报告期在综合评估气候变化潜在的正面及负面影响后，重点将控制风险因素转化为各领域实际行动。同时，在本报告期更新了风险管理流程、首次披露范围3碳排。

1、管治：

长城汽车已搭建完整的ESG治理架构，应对气候变化作为关键要素被纳入ESG整体管治体系。明确了应对气候变化各层级决策层—管理层—实施层的人员构成、职责范围和工作任务，管理机构和人员具备在执行、监督应对气候变化相关影响、风险和机遇的战略、制度等方面的专业技能和能力。能够保证公司应对气候变化战略目标有效实施，确保公司相关决策中有效考量气候相关风险和机遇。整体管理架构详细信息参见“精益治理-ESG管理”，其中实施层做如下补充：

实施层面，长城汽车成立碳中和工作组，部署在公司生产技术开发中心，统筹集团研发、生产、供应链、销售及回收各业务全领域碳中和管理工作。工作组成员由直属一级部门及独立运营板块授权其内部组织组成，其中一级部门设立碳中和顾问，独立运营板块成立碳中和管理部门或选定相关部门进行授权，碳中和管理部门基于专业能力需求选定碳中和顾问，碳中和顾问统筹本组织内碳中和工作，或依据职能负责垂直领域工作并向管理层汇报。

实施层职能职责：

- 支撑集团气候治理总体战略规划和目标指标的制定；
- 承接战略方针、目标指标，并分解目标至各相关部门，制定实施计划，确保气候治理工作有效实施、目标达成；
- 按照气候治理管理层要求，定期提报相关资料和数据，配合气候治理报告编制、评级机构的调查问卷和其它专项工作；
- 向管理层汇报气候治理相关工作进展，基于业务持续识别风险和机遇，结合集团战略规划，开展相关气候治理业务评估，提出完善气候治理绩效的方案和资源需求；
- 协调组织内部资源，确保建立顺畅的信息沟通渠道，提高气候治理工作效率；
- 参加政府、协会等举办的气候治理相关议题会议、培训，确保满足相关事项要求；
- 监督组织内部各部门气候治理工作成果，评估其绩效指标达成情况。

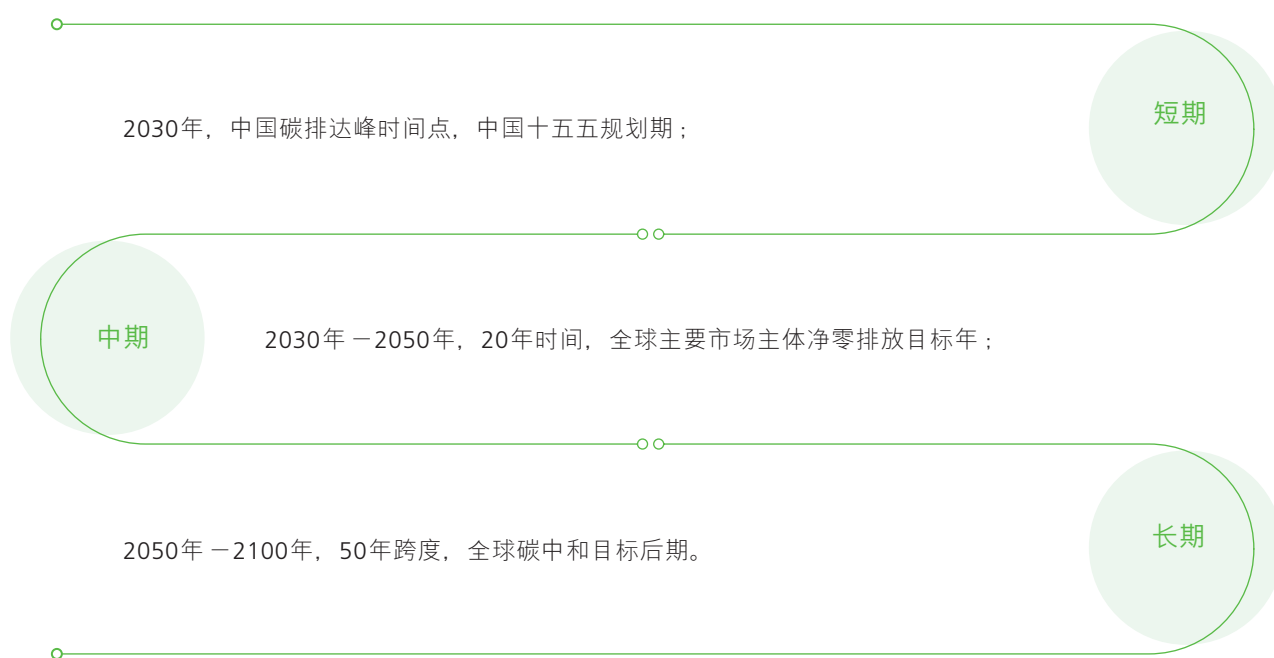
2、策略：

本报告期，长城汽车通过气候领域学术报告研究、行业评估、披露标准梳理、相关方沟通、外部专家咨询等方式，识别全价值链存在的气候风险和发展机遇，共识别7项物理风险，8项转型风险，3项发展机遇。按照影响范围及影响程度、事件发生概率制定分级判定原则，对风险进行重要度排序。基于已识别的风险协同公司内部业务部门进行充分研讨，制定应对策略并实施，以增强气候韧性。

2.1 内部碳定价

长城汽车在工厂建设项目立项阶段增加碳排放审核流程，通过设定单车碳排指标进行约束，从源头把控，守住生产阶段降碳红线。在项目建设、改造立项规划阶段，充分考虑碳排放带来成本增加的风险，将碳排放成本作为项目综合成本分析考量因素之一，引导投资向低碳项目倾斜。

2.2 时间及业务范围



业务范围，总体上与年报披露保持一致，部分领域只涵盖中国区域业务。

2.3 情景分析路径

长城汽车在开展气候相关风险与机遇评估过程中，参考了联合国政府间气候变化专门委员会(IPCC)、国际能源署(IEA)及绿色金融网络(NGFS)等权威机构设定的情景路径，开展多维度情景分析，以深入理解不同经济发展模式与能源结构转型背景下全球气候治理的潜在演变趋势。通过将气候物理风险与转型风险、机遇纳入一体化评估框架，公司识别了在多种情景路径下气候变化对主营业务的潜在影响，并进一步明确了在战略规划与财务配置中需重点关注的气候相关行动方向。

■ 长城汽车参考的气候情景分析路径

来源	路径
联合国政府间气候变化专门委员会(IPCC)	共享社会经济路径(SSP)、代表性浓度路径(RCP); - 严格路径：SSP1-RCP2.6； - 高排放路径：SSP5-RCP8.5；
国际能源署(IEA)	- 严格路径：2050年净零排放情景(NZE)； - 高排放路径：当前政策情景(CPS)；
绿色金融网络(NGFS)	- 有序路径：2050年净零排放情景、低于2℃情景； - 热房世界路径：国家自主贡献情景、目前政策情景；

2.4 气候相关物理风险

极端天气事件、自然灾害等气候变化带来的影响可能加剧企业的经营风险，例如供应链中断、资产损失、生产中断等。长城汽车气候相关物理风险情景分析数据选取IPCC报告5类路径中的2类，分别是SSP1-2.6、SSP5-8.5，并基于定性、定量的判定形成物理风险热点图。长城汽车物理风险类别按照TCFD、港交所指引文件，参考气候模型、行业情况，形成物理风险影响与应对措施清单。

物理风险热点图

风险类别		短期-2030年		中期-2050年		长期-2100年	
		SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5
急性风险	极端高温						
	极端低温						
	极端降水						
	热带气旋						
慢性风险	海平面上升						
	水资源短缺						
	平均气温上升						

极低

低

中

高

极高

物理风险影响与应对措施清单

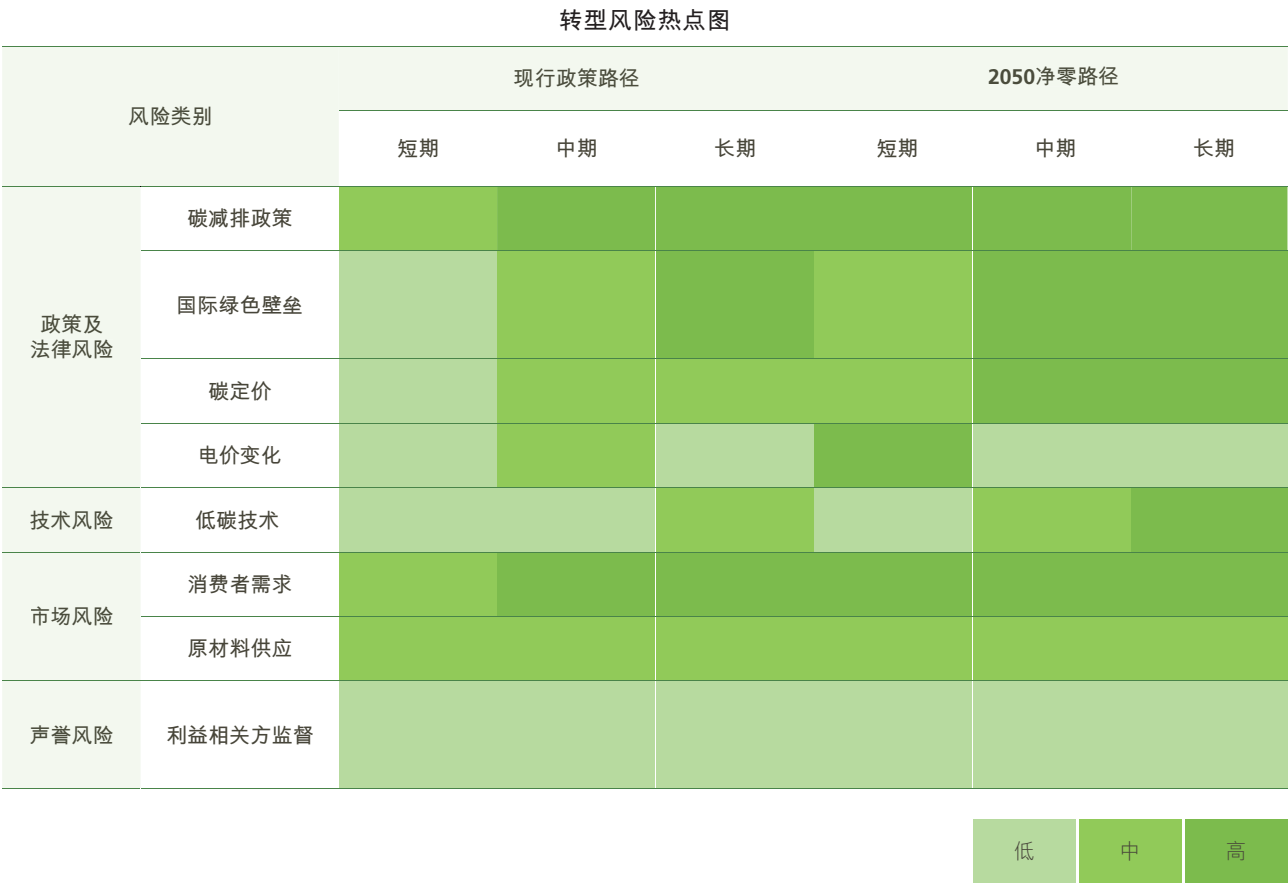
风险类型	评估结果	潜在业务及财务影响	减缓措施	时间范围	发生概率	风险等级	
急性风险	极端高温	在未来全球气候进一步变暖情形下，全球尺度和大陆尺度以及所有人类居住的区域，极端热事件将继续增多，强度加强。将对部分资产带来极端高温的威胁。预估在2050年SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，预估大部分资产受到极端高温的风险达到较高水平，部分资产达到极高水平。将影响公司供应链稳定和生产运营。	极端天气影响原材料供应商的正常生产，存在断供风险。 极端高温会引起区域用电负荷激增，居民用电负荷大幅上升，当接近额定供电容量时，工厂将被限产停产。 极端高温会影响冷负荷，工厂如涂装、焊装等需要冷却的工艺系统冷负荷增加，冷水机组、冷却塔供冷效率降低，最终造成工厂运营成本增加。	①建立极端高温预警机制，密切关注区域气象部门发布的天气信息，作为重要指标指导生产运营。 ②原材料采购方面，识别风险区域供应商，提前储备原材料。生产运营方面，调整生产班次，避开最高温时段生产。 ③做好应急预案和应急演练，将高温引起的各种风险降至最低。	短期、中期、长期	很可能	高
	极端低温	当前公司未受到极端低温的影响，公司生产基地均分布在中纬度。在未来全球气候进一步变暖情形下，极端冷事件将减少，强度将减弱。极端低温不会对长城汽车生产运营、资产构成造成较大影响。	极端低温情况下导致物流运输受到影响，工厂生产热负荷增加导致生产成本增加。 极端低温影响员工健康和安​​全，影响业务运营效率。	在未来高纬度工厂（严寒地区）建设设计阶段，考虑防寒保暖措施，以抵御极寒天气。	短期	可能性低	低

风险类型	评估结果	潜在业务及财务影响	减缓措施	时间范围	发生概率	风险等级
极端降水	IPCC 评估，随着全球变暖加剧，强降水事件很可能变得更强、更频繁，全球尺度上，未来全球每增加1℃，极端日降水事件的强度将增加7%。	极端降水会产生洪涝灾害、城市内涝，引发山体滑坡和泥石流等自然灾害。 极端降水可导致厂房进水、设备损坏，增加运营维护成本。影响原材料运输和储存，导致供应链中端。 影响员工通勤，以及身体健康和安全。	①建立完善的预警机制，密切关注天气预报和气象信息。 ②制定应急预案，开展防汛演练，在发生时迅速响应。 ③定期对厂房、设备，防洪设施进行检查维护。 ④加强供应链管理，优化运输和物流路线，确保原材料稳定供应。	中期、长期	有可能	中
热带气旋	当前，公司未曾发生受热带气旋影响的历史事件。公司主要运营基地集中在中纬度，中国台风发生的位置主要集中在东南沿海地区。IPCC 评估“随着未来全球气候进一步变暖，全球强台风(飓风)占比、热带气旋最大风速和热带气旋降水很可能将增加”，近年来中国台风发生频次和影响范围扩大。因此，随着气候变暖的加剧，未来受台风影响的可能性会增加。	热带气旋常带来狂风、暴雨和风暴潮，会影响工厂稳定生产，导致电力中断、设备损坏和人员安全，或造成维修成本的增加和短时间的工厂停产，进而造成经济损失。	①建立完善的预警机制，密切关注天气预报和气象信息。 ②制定应急预案，包括停工停产计划、人员疏散计划、设备保护措施等，进行演练和培训。 ③定期对厂房、设备、设施进行检查维护，提升抵御强风暴的能力。 ④加强供应链管理，优化运输和物流路线，确保原材料稳定供应。	中期、长期	有可能	中

风险类型	评估结果	潜在业务及财务影响	减缓措施	时间范围	发生概率	风险等级	
慢性风险	海平面上升	IPCC评估，“预估在SSP5-8.5情景之下，2100年全球平均海平面上升0.75m”。《2023中国海平面公报》数据显示与1980年比较，平湖及日照海域海平面上升3~4mm。 海平面上升不会对长城汽车生产运营、资产构成等造成影响。	平湖、日照地区关注大潮期间海水倒灌影响。	长期	可能性低	低	
	水资源短缺	当前，我司资产未受水资源短缺影响。IPCC评估“全球增温背景下，21世纪全球的年平均降水将增加。”依据世界资源研究所发布的《中国基准水压力》报告，长城汽车大部分生产运营基地处于水压力“高”或“极高”区域。因此，随着气候变暖的加剧导致降水量有所增加，未来基准水压力将有所缓解。	水资源短缺是指由于淡水资源匮乏引起的影响生产、生活的现象。水资源短缺将引起用水成本上升，严重的会引起供应链中断。	节约、集约用水，利用先进水处理技术和设备，提升水循环利用率，降低新水消耗量。	短期	可能性低	低
	平均气温上升	在SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，相较于1995-2014年，2030年平均气温上升0.8℃，2050年上升1.5℃，2100年上升3.5℃。IEA评估报告显示“在极端高温事件期间满足冷却需求的总成本已经从20世纪90年代的每年略高于100亿美元上升到过去十年的每年近300亿美元”。	平均气温上升会影响冷负荷，工厂如涂装、焊接等需要冷却的工艺系统冷负荷增加，冷水机组、冷却塔供冷效率降低，最终造成工厂运营成本增加。	①采购高效的制冷设备，优化制冷系统，提升制冷效率并减少过程损耗。 ②定期进行设备维护、保养，保证系统在较高效率阶段运行。 ③进行节能诊断、能源审计，发现节能机会，形成供需平衡。	中期、长期	很可能	高

2.5 气候相关转型风险

转型风险情景分析依据国际能源署、绿色金融网络的模型数据和结论，主要选取IEA现行政策情景、2050年净零排放情景2种路径。从法律法规、技术、市场、声誉等4方面进行分析。基于定性、定量的判定形成**转型风险热点图**，并制定**转型风险影响与应对措施清单**。



■ 转型风险影响与应对措施清单

风险类型	现行政策及不同情景下的体现	预期影响及评估	财务影响	应对举措	时间范围	风险等级
政策及法律风险	碳减排政策 现行政策：国际层面—《欧盟Fit for 55》(欧盟)、《气候变化法案》(澳大利亚)和《GX绿色转型》(日本)；中国—《加快构建碳排放双控制度体系工作方案》及一系列绿电、碳市场、双积分等政策。 情景路径： IEA报告显示，在3种情景模式下，全球重要经济体碳排放量均呈下降趋势。NGFS情景显示，在7种路径下中国和全球碳排放均呈下降趋势。	全球气候治理形成共识，现阶段地缘政治、局部矛盾会迟滞降碳速度，但持续降碳的宏观趋势不会改变。 长城汽车是国际化汽车公司，资产遍布全球，各国法律政策各异，进而形成各类制度化管治工具，应对难度大。 中长期来看，相关政策将以贸易约束、属地减排相结合的方式展开，中长期政策压力将逐渐传导至供应链、生产运营和销售业务。	①合规管理成本增加，为应对日益复杂、层出不穷的法规制度，需要在法务、标准、可持续等方面投入更多人力资源，防范合规风险。 ②研发成本增加，在传统燃油车转向新能源电动汽车的过渡阶段，涉及双向研发投入，研发成本较大。 ③生产运营成本增加，引进高效节能设备、采购可再生能源成本增加。	①成立工作组，法务、标准法规、ESG等部门联动，持续关注海内外法规政策发展，进行分析研判，评估风险、制定应对方案。 ②制定气候战略，形成各领域减排目标，提升管理。 ③应用数字化工具，与全价值链、产品碳足迹管理业务相结合，强化上下游协同管理能力。	短期、中期、长期	高
	国际绿色壁垒 现行政策：欧盟《碳边境调节机制》(CBAM)、欧盟《电池与废电池法》、欧盟《企业可持续发展尽职调查指令》(CSDDD)、欧盟成员国碳壁垒等政策，增加产品出口合规成本。	欧盟致力于从原材料、ESG供应链管理、特定产品碳等方面对进口企业进行管治。将影响产品设计、供应链尽职管理和销售业务(如报关手续等)。并且是合规强制要求，不满足将影响欧盟市场的产品布局。	①销售业务成本增加，涉及CBAM产品需缴纳费用，长城汽车涉及产品范围小，费用低，但会影响报告手续和出口进度。 ②电池法方面，电池供应商整体管理成本将增加。电池碳足迹核算和管理成本将增加。	①产品研发、ESG等部门，持续跟进碳贸易政策，储备技术和资源。 ②应用数字化工具，与全价值链、产品碳足迹管理业务相结合，强化上下游协同管理能力、供应链管理能力。	短期、中期	高

风险类型		现行政策及 不同情景下的体现	预期影响及评估	财务影响	应对举措	时间范围	风险等级
碳定价		现行政策：中国的 地方碳市场碳管理 体现直接成本，全 国碳市场对火电机 组、电解铝行业的 管理会形成间接成 本。 情景路径： IEA情景显示，在 现行政策下，中国 2050年碳价52美 元/tCO₂，在净零 路径下，中国2050 年碳价200美元/ tCO₂。	不同国家有着相同 的碳减排目的，却 有着不同的减排政 策方法。最终会通 过直接、间接的方 式将碳成本传递到 企业端。因此，企 业在中长期碳管理 成本将逐渐增加。	①直接碳管理成本 增加，长城汽车重 庆、天津工厂纳入 地方碳市场，中长 期履约成本将增加。	①持续跟进国内外 属地工厂的碳定价 制度，跟进政策进 展并制定针对性的 应对举措。	中期、长 期	高
	电价的变化	情景路径： NGFS情景显示， 在现行政策下，中 国电价在2025年达 到峰值(0.53元/ kwh)，之后逐渐 下降。在净零情景 下，在2030年达 到峰值(0.72元/ kwh)，之后逐渐回 落。	长城汽车生产基地 主要集中在中地区， 生产端主要能源为 电力。电力价格受 新能源进程的加速 和国家能源政策影 响较大，会对生产 运营成本产生影响。	①短、中期会导致 运营生产阶段成本 增加。	已成立专业电力交 易团队，负责全公 司电力交易业务， 密切关注电力政策 并开展中长期电力 交易，降低电价波 动带来的风险。	短期、中 期	中
技术风险	低碳技术	情景路径： IEA报告显示，低 碳技术投资额呈上 升趋势，铁基材料 成本增加。新能源 汽车、氢电解槽、 光伏等成本下降。	工厂端：在项目改 扩建阶段需要投入 更多节能、高效、 低碳设施设备。	工厂设备投资成本 增加；	持续关注法规政 策，采用与政策相 匹配设施设备，考 虑后期加严趋势， 降低初投资、降低 设备淘汰成本。	中期、长 期	中
			产品端：研发设计 需要投入更多的资 源，开发低碳、绿 色产品。	研发设计成本增加；	联合供应商、高 校、行业协会，联 合开发低碳材料、 技术。		

风险类型	现行政策及不同情景下的体现	预期影响及评估	财务影响	应对举措	时间范围	风险等级
市场风险	消费者需求	情景路径： IEA报告显示，电动车销量呈上升趋势，在高排放情景下，全球电动汽车数量在2030年预计达到约2亿辆。	消费者更多基于产品综合成本考虑，网约车、出租车新能源占比大幅提升。长城汽车市场份额可能受影响。 影响市场份额，导致销量下降，利润降低。 目前长城汽车未受到较大影响。 2025年公司销量为132.38万辆，归属于上市公司股东的净利润为98.65亿元；2026年公司预计销量为180万辆，归属于上市公司股东的净利润为100亿元。	根据不同的客户群体需求，精准定位，开发多品类汽车产品，满足客户多元化需求。提升市场占有率、盈利能力。	短期、中期	高
	原材料供应	汽车供应链将面临环保、降碳、节能、ESG等多重严格管控，新材料、新技术需要投入较大研发成本，中小规模企业经营压力加大，低碳资源将由少数头部企业控制。	短中期，供应商运营成本增加、低碳材料由头部企业控制，将导致长城汽车采购成本增加。 低碳材料稀缺，采购成本增加。供应链管理成本增加。	加强供应链管理，降低供应链经营风险。 持续开展低碳供应商评价，建立供应商低碳意识、促进供应链绿色转型。	短期、中期	中
	声誉风险 利益相关方监督	利益相关方、行业对降碳绩效的监督，如未按期完成目标，将受到质疑。	证券交易所、投资人对ESG碳披露的要求日趋严格。未按时完成目标、努力度不够、漂绿等都将受到公众质疑。处理不当将使公司声誉受到损失。 将受到交易所、投资人的监管压力，影响ESG评级、股价和融资能力。	识别法律法规及各相关方要求，满足合规的前提下持续开展公司气候治理。 制定符合国际标准降碳目标。	短、中、长期	低

2.6 气候相关发展机遇

在充分认知气候变化所带来挑战的基础上，我们同样敏锐地察觉到其中蕴含的低碳发展机遇。这一认知不断驱动本集团在低碳技术与模式领域积极探索与创新。为系统应对并适应气候变化，我们采取多维度策略，在有效管理气候风险的同时，积极把握新兴机遇，持续提升企业的气候适应能力与发展韧性。

■ 气候相关发展机遇清单

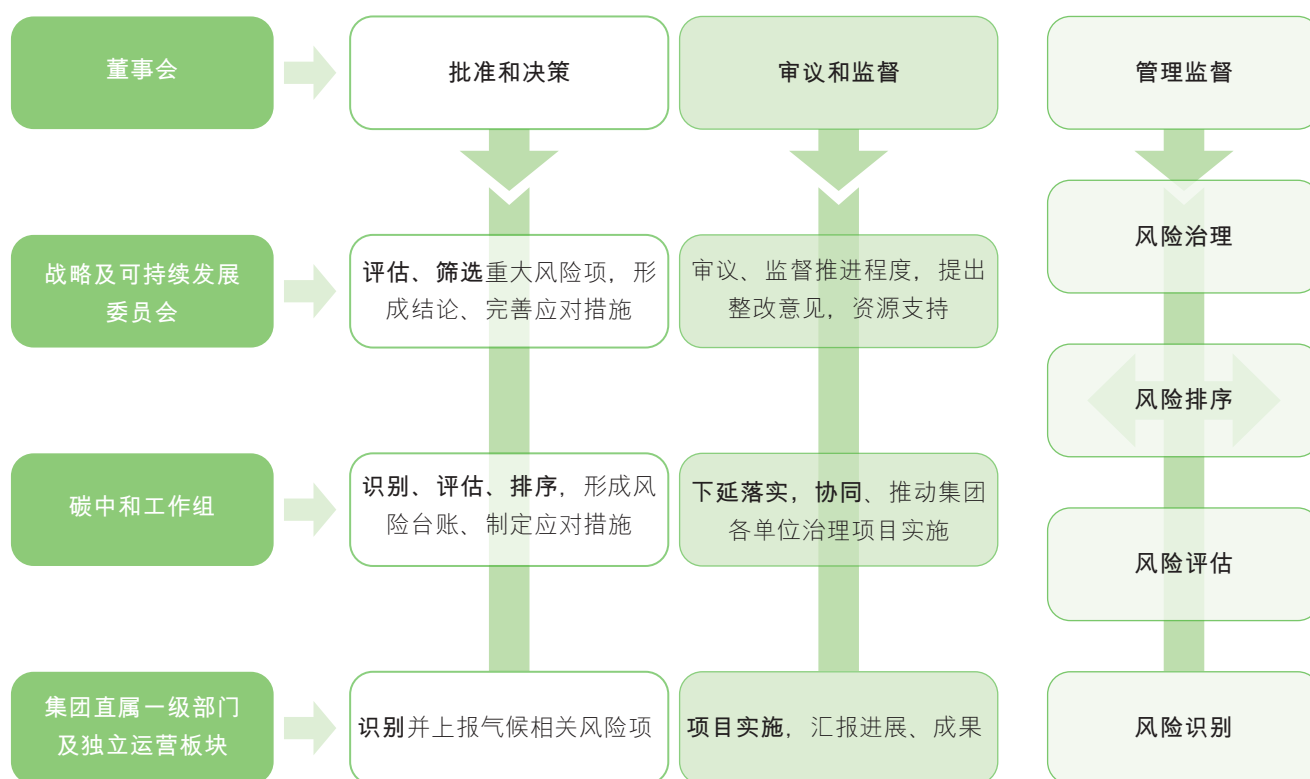
机遇类型	机遇描述	预期影响及评估	财务影响	应对举措	时间范围
资源效率	- 低碳材料的开发。 - 设备效率提升。 - 用水效率提升。	- 低碳转型，促进循环材料开发、创新和应用，将产生更多优质、低价的低碳材料和供应商。 - 伴随国家政策的加严管理、标准更新，用能、用水设备能效明显提升。	运营成本降低	- 与供应商联合共建，开发低碳材料，扩大低碳材料应用。 - 新建工厂、老工厂改造采用高效的耗能设备和节水系统。	短、中期
	- 能源结构转变，可再生能源供应明显提升。 - 分布式光伏、风电发电效率提升、建设成本降低。	- 公司碳排主要为电力，地区、电网侧新能源电力供应量增加，给公司和供应链提供更多获取清洁电力的渠道，有利于降低化石能源使用，降低公司碳排。 - 公司生产厂房仍有建设分布式新能源电站空间，供应商技术能力进步、综合成本降低，将加速公司建设进度。	运营成本降低	- 应用可再生能源、绿电采购。 - 持续开展分布式光伏项目建设，适时建设分布式风电项目。	中、长期
市场开拓	- 进入新市场。 - 获取公共部门奖励。	- 市场对汽车产品需求呈现多样化，公司多种产品类型（电动车、氢能汽车、燃油车）的生产能力、开发能力使长城汽车能够抓住新能源和传统市场，满足个性化客户需求并适应更广泛的市场需求。 - 中国碳减排顶层设计文件要求各级政府财政出台配套低碳激励机制，如产品碳足迹奖励、绿色金融等政策；	营业收入增加 2025年公司营业收入为2,228.24亿元，同比增加10.20%，其中新能源车销售收入为人民币814.77亿元，同比增加26.65%	- 加大研发投入，持续推进新能源转型，开发纯电、混动、氢能重卡等多品类新能源车型； - 响应国家政策，推动低碳转型。与政府部门积极互动，开展广泛合作。	短、中期

3、风险管理：

长城汽车应对气候变化风险管理，建立了**从下至上－评估决策**及**从上至下－落实监督**的闭环管理流程。公司已将环境、社会和管治因素纳入到了风险管理之中，通过全面识别各领域气候风险，对风险进行评估、排序、分级管理，重大风险项呈报董事会决策并监督实施。气候风险作为ESG管理的一部分，被纳入ESG管理制度和管控流程，各层级管理职能职责详见“精益治理-ESG管理、风险管理”。

长城汽车对气候风险管理过程的关键环节（风险识别、风险评估、风险排序、风险治理、管理监督和风险整合）进行深入研究并建立了一套实施方案，方案基于每个环节的标准要求，制定了开展方法、参考工具，并明确了公司内部实施部门。

长城汽车气候风险管理架构



■ 注：本架构所指风险管理包括风险和机遇两项内容，机遇管理不再另行表述。

4、 目标和指标：

4.1 温室气体清单

长城汽车温室气体清单计算整体参考ISO14064和温室气体协议(GHG Protocol)相关标准，温室气体排放量(范围1、2、3)合并方法通常有股权比例法、财务控制权法和运营控制权法3种，长城汽车按照运营控制权法报告温室气体排放。公司暂未聘用第三方机构对于温室气体等数据进行核查或鉴证。

范围1+2(单位：tCO₂e)

	2025	2024
范围1	137,719.82	142,601.13
范围2	740,155.46	865,821.64
范围1+2	877,875.28	1,008,422.77
范围3	57,012,884.9	—
合计	57,890,760.18	1,008,422.77

范围3

序号	类别	2025年 排放量 (tCO ₂ e)	范围边界	计算说明及 主要活动数据	涉及分配和 假设的处理	依据的计算 标准、参考的 排放因子
1	外购商品和服务	14,313,168.27	全球范围，包括年度销售的乘用车、皮卡产品生产所采购的原材料，不包括其它商用车和摩托车产品。	采用平均系数法，以车型为基础计算不同车型原材料阶段碳排，与年度全球整车销量匹配计算综合碳排。车型原材料重量数据信息来自整车材料明细。	皮卡计算标准参考乘用车标准	计算标准依据中国乘用车计算标准，即《温室气体产品碳足迹量化方法与要求乘用车》，排放因子依据中汽CALCD数据库中材料因子。
2	燃料和能源相关活动	98,321.53	中国境内整车、零部件工厂及主要研发中心，不包括商用车和摩托车产品工厂。	采用平均系数法，以范围1、范围2燃料及能源消耗为基础，与其生命周期上游排放因子匹配后计算碳排。	不涉及	排放因子参考中国生态环境部发布的《2024年全国电力碳足迹因子》、《2023年电力二氧化碳排放因子》，依据《温室气体产品碳足迹量化方法与要求乘用车》及中汽CALCD数据库中燃料及能源因子。

序号	类别	2025年 排放量 (tCO ₂ e)	范围边界	计算说明及 主要活动数据	涉及分配和 假设的处理	依据的计算 标准、参考的 排放因子
3	商务旅行	14,790.53	全球范围所有业务涉及的 雇员所产生的商务旅行	采用距离法，依据差旅数 据获取雇员出差周期、交 通工具形式、距离，核算 差旅产生的碳排放。	不涉及	排放因子参考《中国产品 全生命周期温室气体排放 系数库》
4	雇员通勤	41,694.45	全球范围所有业务涉及的 雇员通勤	采用平均数据法，以抽样 调查方式统计雇员通勤模 式数据信息，匹配年度雇 员数量及碳排因子计算总 碳排	不涉及	排放因子采用《中国产品 全生命周期温室气体排放 系数库》(CPCD)中各类型 交通方式排放因子
5	下游运输和配送	96,142.27	中国境内，购买用于终端 销售乘用车及皮卡产品的 运输及配送服务，不包括 商用车和摩托车产品。	采用距离法，收集范围内 运输和配送信息，与其对 应的排放因子匹配后计算 碳排。	不涉及	计算标准依据ISO 14083：核算和汇报：来 自运输链运营过程中的温 室气体排放标准；排放 因子参考《中国产品全生 命周期温室气体排放系数 库》。
6	售出产品的使用	42,335,558.15	全球范围，包括年度销售 的乘用车、皮卡产品，不 包括其它商用车和摩托车 产品。	以车型为基础计算单位， 按照燃料消耗和能量消耗 型式认证值计算车辆使用 阶段碳排，与年度全球整 车销量数据匹配计算综合 碳排。	皮卡参考乘用车计算 标准；所有车型生 命周期行驶里程均按 照15万公里进行核 算。电力因子全部选 用中国区域因子。	计算标准依据中国乘用车 计算标准，即《温室气体 产品碳足迹量化方法与要 求乘用车》，排放因子参 考《2024年全国电力碳足 迹因子》、中汽CALCD数 据库中燃料因子。
7	特许经营权	113,209.70	中国境内，可获取数据的 乘用车、皮卡产品经销商	采用特许经营特定方法， 以获取到的经销商实际场 地能源消耗数据为基础， 计算年度碳排。	不涉及	①电力因子来源生态环境 部发布的2023年各区域 电力因子； ②其他能源因子来自《温 室气体排放核算与报告要 求：整车制造企业》(征求 意见稿)
8	合计	57,012,884.9				

4.2 目标指标

长城汽车积极响应国家“双碳”战略目标号召，在2021年发布碳中和长期目标，即2045年碳中和，范围覆盖全价值链，深度践行绿色低碳管理理念，以整车生命周期为核心，推进低碳转型工作。

其中，2026年短期目标：



研发端

加快新能源车型研发、推动传统能源车型换代、推进回收材料与集成化零部件的应用预研课题，并积极应对国际碳排放最新政策法规动态，优化车辆开发碳排放管理体系，推动产业低碳可持续发展。



生产端

从管理节能和技术节能两方面，降低整车生产阶段碳排，以2020年为基准，2026年整车基地温室气体范围1和2的排放强度降低24%。



供应链端

识别涉碳量高的重点原材料匹配关键零部件供应商或选定明星车型匹配重点零部件供应商开展碳数据收集、低碳供应商评价工作，推进绿色供应链体系建设。

5、行动举措：

为应对气候变化，长城汽车围绕**研发、生产、供应链、回收利用**全生命周期，坚持绿色低碳发展理念，通过产品创新、智能制造、供应链协同与资源循环体系建设，全方位推进绿色转型与可持续发展。

在研发阶段，以绿色低碳为导向，将产品创新视为关键动力，依托新能源技术、低碳材料、集成化设计开发创新产品，推动绿色转型。详情见“创新驱动”章节。

在生产制造阶段，长城公司通过流程优化、工艺创新和设备改造降低生产能耗，同时推进能源结构转型并引入绿电，提升能源清洁化水平，构建高效低碳的制造体系。

在供应链管理阶段，长城汽车以碳排数据管理、风险评估和能力建设为支撑，持续传递低碳理念，并与供应商协同创新低碳技术，推动低碳产品开发，构建绿色可持续供应链。详情见“供应链管理”章节。

在回收阶段，积极响应国家政策号召，依托主机厂资源与政策支持，在报废车拆解—再制造—钢铝再生等环节形成闭环管理，通过打造再制造品牌矩阵与拓展钢铝回收品类，形成覆盖资源循环利用、产品价值再生的循环经济体系。

公司获评国家级绿色工厂3家、国家级绿色供应链2家、省／市级绿色工厂12家。

生产制造端深化降碳措施：

长城汽车积极践行低碳制造理念，全力推动制造端碳排放减少。新工厂策划阶段，全面评估新项目，提前识别碳排放风险，从源头规划降碳举措；工厂运行阶段，通过工艺创新、设备提改造，流程优化等措施保障高品质生产，同时推进光伏、绿电等清洁能源替代，实现制造过程低碳化。

1、 低碳技术创新

通过工艺优化、设备升级、智能控制等举措提升生产效能，降低生产阶段碳排放，年度投入4,110余万元。重点举措如下：

类别	新工艺、新设备	节能举措
工艺提升	涂装工艺提升	喷漆室改为干式喷漆室，3C2B工艺改为B1B2工艺，提升循环风比例，减少能源用量，单车降碳23.29 kg／台。
	模具工艺创新	采用合模、工序减少技术进行模具工艺创新，合模的少序化设计，同生产量下减少冲压次数，实现单台生产能耗降低39%，单车降碳0.576kg／台。
	焊接工艺提升	采用分段焊接技术替代多脉冲焊，消除脉冲焊冷却时间，使输出热量均匀精准作用于连接过程；焊接时间降低15%，单点能耗降低约10%，单车降碳2.61kg／台。
设备优化／改造	涂装设备优化	通过对设备运行进行优化，涂装废气处理设备燃气降低，运行能耗降低，年降碳量69.71t。
	交换机节能优化	通过配置节能模式，提高端口利用率，设定低功耗模式（EEE节能模式），全年降低碳排约48.77t。
	空压站改造	结合新技术对现场进行改造，汰换低功率设备，降低空压站运行能耗，实现年降碳1,842.11t。
	下线模式优化	采用增加PBS区下件升降机周转白车身，减少线体空位，降低设备空运行。全年降碳约10.089t。
智能控制	冲压智能调控	通过高精度动力学建模、多目标约束求解与运动参数智能调优，系统自动输出最优轨迹路径与配套数据包，实现节拍高效提升，从而降低单台生产能耗10%，单车降碳0.14kg／台。
	焊接智能控制模型	通过焊接自适应参数智能计算与群控、质量追溯系统配合使用，实现工艺参数选取、管理的智能化，依据理想状态设定焊接参数，降低耗电量，单车降碳1.35kg／台。
	涂装自动调控	依据生产班次电泳循环泵电机自动控制，降低运行能耗，年度降碳量141.99t。
	总装精准控制	通过对升降机PLC软件优化，提升节拍，降低能源用量，全年降碳9.199t。

报告期内，制造端通过技术创新实现降碳约8.47万吨。

2、 低碳能源转型

长城汽车持续提升分布式光伏装机容量，报告期内陆续在华北、华中、华东、西南等区域开展分布式光伏项目建设，截止2025年底，分布式光伏装机容量累计达到374.85MW，较2024年装机容量提升11%。为充分发挥光伏项目的资源优势，长城汽车建设统一管理平台，提高光伏项目的数字化、智能化管理水平，并配置光伏板清洗设备、大容量储能设施等，进一步提高分布式光伏电站的发电效率。

除分布式光伏项目，长城汽车还积极参与电力市场绿色电力交易，大幅提升绿电采购用量。2025年，公司较2024年大幅提升绿电采购用量，截至年底累计采购绿电约30,646万kWh，较2024年提升绿电用量约6.04倍，减少碳排放量约18.03万吨。

3、 数字化赋能

长城汽车借助数智化手段，围绕整车产品生命周期管理理念，开发研、产、供全链路数字化管理平台。结合实际业务及使用端需求，不断拓展应用场景、完善平台功能。报告期内，为解决重点复杂问题，新增范围三碳排管理功能。截止2025年末，平台已覆盖110余家集团内单位、300余家核心供应商，完成200余款车型碳数据建模和计算，助力集团双碳工作迈入智能化新阶段。

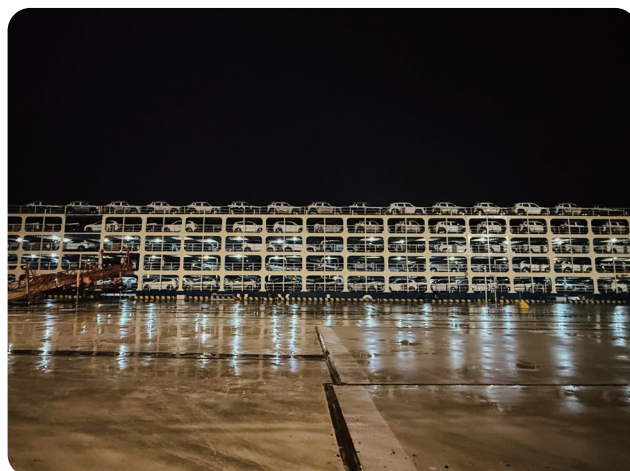
通过以上措施，年度集团整车基地温室气体范围1和2的排放强度降低，达成2025年整车制造端碳排降低18%目标。

物流运输端深化降碳措施

长城汽车始终将绿色低碳理念深度融入供应链全流程，持续推进绿色物流体系高质量建设，以**绿色运输**与**绿色仓储**双轮驱动、协同增效，通过先进物流技术赋能、运输结构迭代优化、全域资源统筹调配等系统性举措，稳步构建高效低碳、可持续的绿色物流生态，为企业低碳转型与行业绿色发展注入坚实动能。

在绿色运输领域，公司依托数字化、一体化智慧物流管理平台，实现全国生产基地、中转库等核心节点的全域统筹与智能调度。持续优化全国物流运输网络布局，科学调整运力结构，构建公路、铁路、水路多式联运协同体系，有效缓解公路运输负荷，全面提升整车及零部件发运效率。报告期内，公司铁水联运占比提升至33%，助力减少碳排放449,391吨。同时，加速运输装备低碳迭代，在轿运环节投入16辆新能源卡车，累计安全行驶169万公里，2025年行驶71.5万公里实现减碳744吨，以清洁运力替代传统燃油运输，切实降低运输环节碳足迹。

在绿色仓储领域，全面推进数智化仓储平台建设，深化无人驾驶、AGV自动导引车等智能装备的规模化应用。截至报告期末，累计投入21辆无人驾驶车辆、51台AGV智能设备；无人驾驶配送系统高效完成3.4万条订单履约任务，累计行驶里程突破12.2万公里，同步完成无人叉车、料箱机器人等智能装备的多场景作业验证。通过智能装备替代人工、优化仓储作业动线、提升空间与能源利用效率，持续推动仓储环节降本增效与节能减排，实现仓储运营智能化与绿色化深度融合。



回收利用端深化降碳措施

长城汽车以资源循环闭环使用为宗旨，建立以集团内部资源为主、社会资源为辅的双轨回收渠道，业务范围涵盖资源回收循环再利用、报废车辆回收精细化拆解及汽车零部件再制造。销售端通过对接集团供应商，形成了完整、多样化的再生资源产业生态。

1、循环材料回收

黑色金属

联合钢企推进短流程炼钢，实施循环钢分级分类管理，建立从回收—加工—配送全过程管理体系，通过科学回收、精细加工与高效利用，为减排降碳注入绿色动能。全年回收供应再生钢突破26.62万吨，实现碳减排约42.59万吨。

有色金属

①铝：实施二次熔炼再利用，关键零部件铝合金产品（气缸盖、气缸体等）制件使用再生铝比例>19.8%，2025年回收循环铝4359吨，实现碳减排约3.7万吨。

②铜：投资铜米生产线，实施精细化分选与清洁加工，为客户供应高纯度再生铜等原料，全年回收加工可加工铜原料1,107吨，实现碳减排约0.28万吨。

非金属材料

开展PCR循环塑料粒子改性研究，预计可实现PCR循环塑料粒子添加比例达30%，2025年实现回收非金属4.27万吨。

2、车辆回收利用

报废车拆解

与保险公司、4S店开展“以旧换新”业务模式，引导消费者依法合规报废，同时推行“精细化拆解+分类回收”工艺流程，确保钢铁、有色金属、塑料、橡胶等材料分类收集，全年拆解车辆产出循环再利用材料5,110.51吨，实现碳减排约0.81万吨。

循环件

搭建汽车拆解回用件逆向回收体系，借助国内18家中转库及2,000+4S店布局，在内部物流进行汽车拆解回用件回收验证，2025年实现汽车拆解回用件销售3.04万件。

动力电池

推动退役部件高值化利用，并依托集团技术及资源，开展动力电池拆解及资源化利用技术研究，25年累计回收动力电池175.56吨。

3、 零部件再制造

长城汽车持续推进零部件再制造业务，丰富零部件研发种类，目前已具备再制造发动机、变速器、EPS等8款产品再制造能力，通过与主机厂、汽配维修厂建立“以旧换再”合作机制，形成稳定旧件逆向物流，建设智能化再制造生产线，集成自动清洗、智能检测、拆解修复等功能，精准对接汽车后市场，年实现再制造灯具20,252件，再制造变速器552台，增压器7,600台，转向器1,001台，实现碳减排约0.28万吨。2025年12月起，已着手开展底盘件（EPB、主减速器等）再制造技术研究。

碳管理体系建设

长城汽车参照国际和国内先进管理体系标准，以策划—实施—检查—改进为基础框架，建立了系统化的碳中和管理体系。结合实际业务需求，开发了管理规程、程序文件、实施清单等3级制度文件及技术标准，将碳管理要求融入公司具体业务流程。通过能力建设、内部碳核查等管理工具，驱动管理体系持续改进，确保各项碳管理要求有效落地。

制度建设方面，制定管理与技术标准17项。其中管理类标准12项，包括碳核查、配额管理、信息披露等业务；技术标准5项，覆盖组织、产品、供应链等全生命周期各领域。

能力建设方面，报告期内，累计开展培训244场，超16,200余人次参与。此外，集团搭建双碳知识、政策动态分享平台，传播双碳科普及政策解读，截止2025年末，累计学习人次已超25万。

内部碳核查，2025年度将配额管理纳入常规核查范畴，并持续深化核查模式，培养业务层核查员，提升内部核查频次，深度识别管理薄弱环节并挖掘优秀案例。开展碳核查30次，覆盖配额、研、产、供关键碳管理领域，与去年同期相比，核查覆盖率提升50%，各单位碳管理能力、技术水平有效提升。

碳配额履约

2025年度，长城汽车共3家整车公司纳入中国地方碳市场，纳管单位严格按照配额管理要求，按期完成配额清缴，实现100%履约。

低碳行动

① 曼德光电“解锁春日密码 骑行丈量健康”

绿色骑行是践行绿色生活方式的生动载体，曼德光电员工要做生态文明建设的倡导者和践行者，通过积极参与绿色骑行，以实际行动为减污降碳做出贡献；绿色骑行也是推动全民健身、促进凝心聚力的重要平台，健康自然、方式灵活的骑行活动能够有效促进员工身心健康；同时，绿色骑行是展示曼德光电员工工形象的有力举措，要以骑行活动充分展现生动活泼、积极向上的精神风貌。



- ② 《地球日行动：线束编织绿色未来》：4月22日世界地球日，全球都在为环保发声而曼德线束人选择用一场特别的行动回应——绿动工坊，在熟悉的培训室里，公司年度优秀员工们完成了一场关于绿色未来的“极限挑战”，线束零件、低碳密码与创意蓝图在此交织，这场脑力与协作的室内挑战让所有人体验到环保不是遥远的未来而是藏在工作细节中的每一个选择。
- ③ 曼德光电开展了“步数换绿植”活动，鼓励人们通过步行积攒步数，兑换绿植，在锻炼身体的同时，也增强了环保意识。这种方式不仅让人们享受到运动的乐趣，还将环保理念融入到日常生活中，让每个人都能为环保贡献一份力量。除了步数换绿植，徐水光电还组织了低碳环保答题抽奖活动，活动现场热闹非凡，大家争先恐后的参与，都想尽快认养自己心仪的绿植。

环境合规管理

长城汽车秉持“人、车与环境和谐共生”的环保理念，严格恪守《中华人民共和国环境保护法》《大气污染防治法》《水污染防治法》《固体废物污染环境防治法》等国家环保法律法规要求。同时制定了《废气管理规范》《废水管理规范》《危险废物管理规范》《环保手续管理规范》等15余项公司管理制度，并在使用过程中定期进行修订完善。同时，聘请环保行业专家对公司环保运行开展定期评审，确保现行的治理工艺及管控措施符合国家及地方的环保政策及相关要求。

公司对各类污染源实施科学系统监测，确保各项监测指标均符合且优于国家及地方环保标准。依托排污许可平台、污染源监测平台等官方渠道，定期向社会如实公开主要污染物种类、排放方式、排放浓度以及污染治理设施建设与运行状态等核心信息，主动接受社会各界监督审查，报告期内公司未发生任何因环境或生态问题有关的投诉及行政处罚。

环境管理体系

2025年，公司优化环境管理组织架构，依据ISO 14001环境管理体系制定／修订了《环境管理手册》《环境绩效管理控制》《环境运行控制程序》《环境管理体系职责和权限文件》等10余项环保管理制度，确保环境管理规范化运行。根据ISO 14001环境管理体系持续开展体系审核工作，环境管理体系认证覆盖率100%，有效保障了体系的适宜性、充分性与有效性。



长城汽车ISO 14001环境管理体系认证

污染物及废弃物管理

废气

公司排放的废气主要为天然气燃烧产生的 NO_x 、焊接工序产生的颗粒物以及涂装工序产生VOCs。

天然气燃烧产生的 NO_x ：我们采用低氮分级燃烧技术，通过精准调控空燃比抑制 NO_x 生成，并预留合理比例的富余处理容量，确保排放浓度稳定满足国家及地方大气污染物排放标准要求。

焊接工序产生的颗粒物：我们采用密闭式收集系统对颗粒物进行捕集，配套高效除尘工艺，治理效率达95%，可实现颗粒物排放量的大幅削减。

涂装工序产生VOCs：涂装废气采用沸石浓缩+蓄热式热力焚烧(RTO)主流治理技术，具有出口浓度稳定、净化率高的特点，可有效控制VOCs排放。

为保障废气治理系统的长效稳定运行，本公司同步建立以下配套管理机制：

建立预评估机制：在工艺、产线及设备的新增或变更实施前，开展废气排放特征及处理适配性预评估，确保治理设备与新增排放负荷及污染物类型精准匹配。

系统运维保障机：建立废气处理系统定期清理、维护保养规程，以维持系统稳定的吸附与净化效能，同时有效提升设备运行的稳定性和有效性。

排放监测管控机：制定废气排放年度监测计划，按《排污许可证申请与核发技术规范汽车制造业HJ971-2018》中自行监测要求，周期性开展环境委托监测工作，持续保障废气排放稳定达标。

废水

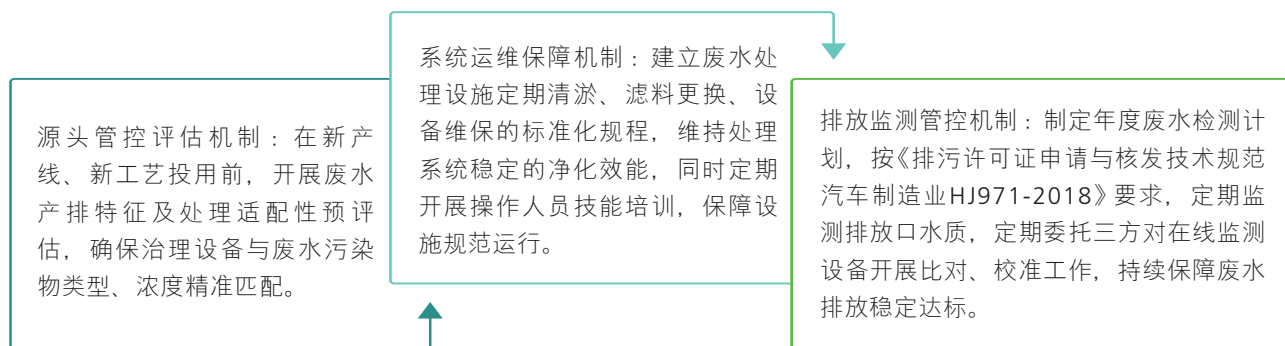
公司在废水处理环节严格遵循“分类收集、分质处理”的核心管控原则，构建了全流程废水治理与资源回用体系，实现了废水的合规排放与高效循环。

生产工艺废水(如前处理、清洗废水)采用“预处理单元+综合废水处理单元+生化处理单元”的三级阶梯式工艺：预处理段通过隔油、混凝沉淀去除悬浮物与油脂；综合处理段利用物化反应降解有机污染物；生化单元通过微生物代谢深度分解残留污染物。经多单元协同处理，废水最终排放浓度远低于城镇污水厂纳管标准，从技术层面筑牢排放合规防线。

硅烷废水：全面应用环保型薄膜前处理工艺，从源头减少含磷污染物及镍等重金属离子的产生；配套专用沉淀装置，对少量残留的重金属离子进行定向捕捉，确保该类污染物排放浓度满足《污水综合排放标准GB 8978-1996》特别限值要求。

清洁杂用水(如设备冷却、地面冲洗废水)：配套建设专业中水回用系统，对经生化处理达标的污水进行反渗透深度再生处理，处理后的中水可回用于厂区绿化浇灌、设备冷却、地面冲洗等非生产用水场景，实现水资源循环利用。

为保障废水治理系统的长效稳定运行，同步建立以下配套管理机制：



危废

公司将危险废物污染防治作为环保合规核心工作，针对生产环节产生的污泥、漆渣、废有机溶剂、沾染废物等危险废物。

构建“源头减量－过程管控－末端合规”的全生命周期管控体系

全面落实危险废物防治主体责任：源头推进减量化与资源化，以“减量化、资源化、无害化”为核心原则，将危险废物管控融入生产全流程：通过优化生产工艺（如采用环保型薄膜前处理工艺减少含重金属污泥产生）、提升原料利用率、改进生产设备等方式，从源头降低危险废物产生量。危险废物贮存环节采用专用密封设施，实行分类分区存放，设置规范标识标牌；转移环节按属地生态环境主管部门规定，完整办理转移联单及备案手续，确保转移路径可追溯；公司生产所产生的危险废物全部委托有危险废物经营许可证的第三方进行利用或处置，并进行全程跟踪，确保危险废物处置100%符合国家及地方的相关规定。

建立健全专项管理制度：制定《危险废物管理计划》，明确危险废物产生、贮存、转移、处置各环节管控要求，规范台账记录与档案管理；将危险废物相关风险纳入《突发环境事件应急预案》，针对泄漏、流失等突发场景制定专项处置流程，并配套应急物资与演练机制。

噪声

公司严格遵照《中华人民共和国噪声污染防治法》相关要求，针对厂区内不同类型声源的传播特征，实施分类施策的噪声管控方案，同时强化监测监管，确保厂区边界及敏感区声环境质量达标。

生产车间高噪声设备，优先选用低噪声型号设备从源头降低噪声产生；对冲压、焊接等振动类设备，加装专用基础减振装置，削弱设备运行时的振动传声；对厂房建筑采用高隔声性能墙体材料，阻断车间内噪声向外扩散；在厂区边界及敏感区域设置专业隔声屏障，进一步衰减噪声传播强度。

通过“源头控制+过程阻隔+末端防护”多层级降噪体系，实现了厂区边界及敏感区的全面有效管控。严格落实排污许可自行监测管理要求，建立常态化噪声监测机制：委托具备法定监测资质的第三方专业机构每季度开展一次厂区边界及敏感区监测，厂区边界及敏感区点位噪声值均满足国家及地方声环境质量标准要求。

同时，公司将监测数据纳入环境信息公开范畴，同步上传至污染源监测平台，确保噪声治理成效可查、可核、可监督。

无害废弃物管理

公司无害废弃物为日常办公经营产生，无法综合回收利用，但不会对环境 and 人类造成危害的废弃物。这些废弃物可以被安全地处理和处置，例如通过回收、焚烧或填埋等方式。依据国家法律法规以及无价废弃物产生地政府相关部门条例要求，公司委托有资质的废弃物处理机构厂家及第三方回收方开展处置工作，全过程留存处置合同，确保处置流程可追溯、可核查。

规范废弃物处理相关环保资料，定期追踪垃圾处理运输过程，保证将生产的无价废弃物投放到国家、当地政府指定的垃圾容器或者收集场所，禁止随意倾倒、抛撒或者堆放，严禁对环境及社会造成影响。

无害废弃物减废举措：

- ① 2025年我司无害无价废弃物产生总量为11,640吨，较2024年减少360吨。
- ② 在无害无价废弃物产生过程中我司采取各项措施减少废弃物的产生，如提升生产工艺技术、组织各式各样的活动、加强垃圾分拣分类。

如需了解更为详尽的排污信息，敬请查阅公司2025年年度报告第六节“公司治理、环境和社会责任”中第十四项“纳入环境信息依法披露企业名单的上市公司及其主要子公司的环境信息情况”。

环保风险管控

公司高度重视环境风险防控工作，构建了“预案备案—措施落地—演练验证”的全链条环境应急管理体系，全面提升环境风险防范与应急处置能力，筑牢环境安全底线。

公司建立标准化应急准备、响应程序、问责机制，针对生产环节中废气泄漏、废水超标排放、危险物流失等典型环境风险场景列入公司重大风险，编制专项《突发环境事件应急预案》，并按法定流程在属地生态环境局完成备案，确保应急预案的合规性与权威性。预案中明确了不同风险场景的应急组织架构、处置流程、物资储备清单及人员职责分工，为突发环境事件的快速响应提供了清晰的行动指引。依据《大气污染防治法》《水污染防治法》《固体废物污染环境防治法》《ISO 14001环境管理体系》等相关文件，公司制定了环保问责机制，并100%落地实施。

2025年，公司及各级单位开展应急演练115余次，时长约130小时。

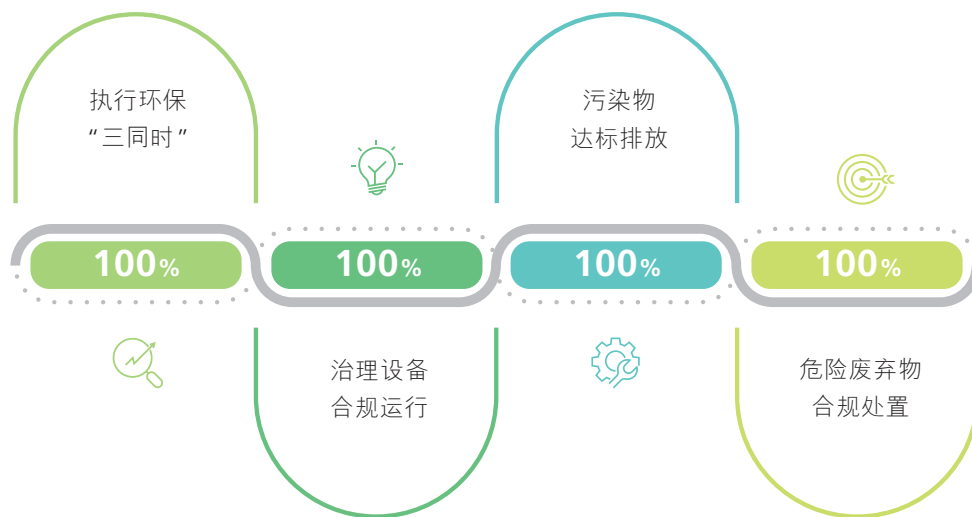
环保培训

公司邀请环保监管部门、业内环保专家等专业人员，开展环保“三同时”合规管理、排污许可台账合规培训、环保设备运行管理等。



环保治理及环保目标

2026年公司环保目标



公司持续加大环保投入，通过源头减排、过程控制和末端治理，实施环保全链条的深度治理。

所采取的污染治理设施均对标《排污许可证申请与核发技术规范》中推荐的可行技术进行配置与建设，保障设施治理能力与企业排污需求精准匹配、治理效果稳定达标。

报告期内公司未发生任何因环境或生态问题有关的投诉及行政处罚

2025年，公司废弃物全流程管理100%符合国家及地方法规标准，全年无违规事件发生，以合规管控为抓手，实现危险废物100%合规处置目标。同时，公司严格恪守国家及地方污染物排放标准，**全年污染物排放持续稳定达标**，未发生一起超标排放事件。依托常态化的排放管控与合规管理，将达标排放转化为实质性减排行动，完成污染物减排既定目标。

资源利用与循环经济

能源利用

长城汽车始终秉持可持续发展理念，高度重视生产运营各环节的节能降耗与水资源精细化管理，持续健全能源管理体系，通过应用多元节能技术，从源头减少生产过程中的资源消耗。组建专业能源管理团队，清晰界定管理责任，明确节能管理核心理念；同时在各整车生产基地全线部署能源管理系统(EMS)，实现能源消耗的全维度监测、数据分析与优化改进，并建立能源指标动态考核机制，对能源消耗全流程开展精准化管控。

构建能源管理数字化与智能化成本管控体系，以“数智融合”为核心，精准聚焦传统能源管理中“数据碎片化、决策滞后化、协同低效化”三大痛点，通过技术创新破局、管理革新提效、模式融合增值，系统性打造可复制、可推广的数智驱动型能源管控体系

重点项目：

涂装工程信息化项目：搭建数据驱动的能源管理模型，实时监控线体用能、效率与空耗。通过Python构建随机森林算法，实现生产线的智能预测开机与调度，预计年收益100万元；

制冷机运行状态实时诊断系统：实时采集设备21余项运行参数，构建面向设备稳定与成本优化的提示词工程，调用G2M大模型平台智能诊断并实时优化运行策略，实现降本增效；

空调集中群控：开展空调集中群控改造，以信息化手段统一管控环境空调。系统支持灵活的多模式控制，显著提升了管理效率与能源利用精度，实现了从分散手动到集中智能的运维模式升级，预计年收益23万元；

高效节能设备替代：引入新型压缩热吸附式零气耗干燥机替代组合吸附式干燥机，利用压缩空气余热为干燥机进行再生，消除干燥机再生过程中的电加热能耗及冷吹压缩空气能耗，预计年收益35万元。

为降低生产过程中能源消耗量，本公司开展以下管控机制：

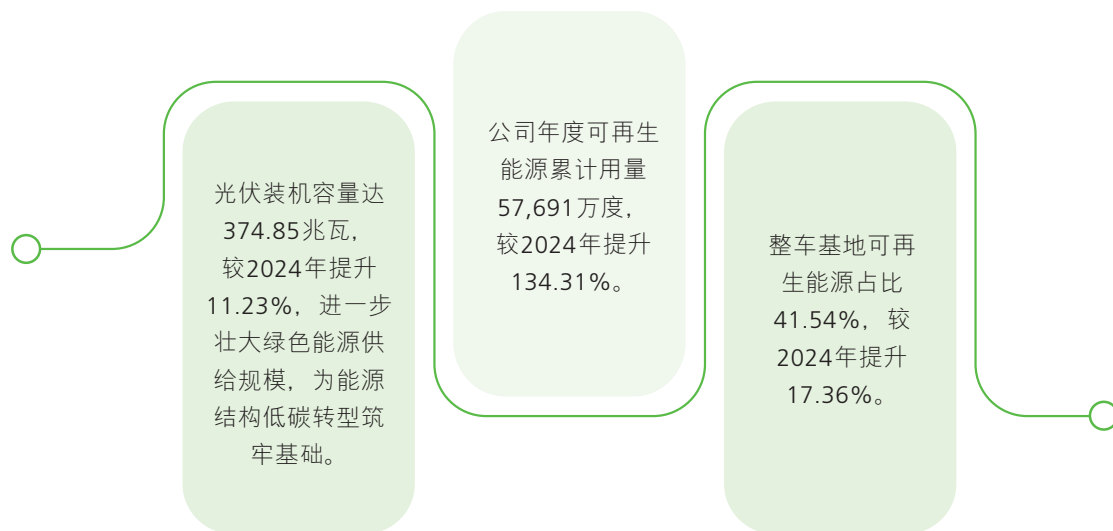
- ❖ 建立设备开关机基准：依据生产安排及设备特性，建立开关机标准，并提取设备运行数据，利用远程开机软件依据数据库推算设备开启时间，精准控制设备运行时间，降低能源消耗；
- ❖ 能源使用过程管控机制：定期对现场能源使用过程进行点检、确认，减少现场能源浪费，识别能源改善项目，减少生产过程用能；
- ❖ 动态考核评价机制：建立能源指标动态考核机制，并对能源管理工作开展过程实施成熟度评价。

深化绿色用能

长城汽车深耕绿色新能源发展，积极推广绿能规模化应用，通过扩增光伏装机容量、落地绿电直购等举措，持续提升可再生能源消纳量，夯实环境友好型发展根基，丰富绿色能源供给体系与应用场景。

2025年搭建智慧光伏发电监控系统，开发基于Python与API的机器人监控平台，实现光伏清扫机器人状态实时推送与精准管控，保障光伏板清洁度，提升发电效率，预计年收益5万元。

2025年光伏装机及可再生能源使用情况：



2026年将持续推广可再生清洁能源的落地应用，增加光伏装机容量，提升光伏用电比例。

水资源管理

长城汽车高度重视水资源合理利用，秉持“合理用水、计划用水、节约用水”的管理理念，推行按需定量供水模式，建立用水计量体系，整车基地一、二级水表计量率均达100%。依托能源管理系统对用水全过程实时监控、分析、改进；同时通过节水技术改造、水资源循环利用等举措，持续提升水资源利用效率。此外，公司高度关注水资源保护，严格确保生产运营及产品工艺环节不对水资源造成影响，各生产基地均未发生水资源短缺及用水安全相关事件。

公司持续深化水资源节约集约利用工作，全面推进节水型企业创建，始终将计划用水、节约用水摆在经营管理重要位置，目前已有4家整车基地获评“节水型企业”。同时，科学诊断水资源利用效率与供需平衡状况，系统性开展水平衡测试工作，现阶段已完成5家整车水平衡测试。

主要节水举措：

非常规水替代：将处理达标后的再生水替代自来水，经反渗透膜组深度过滤制备一级纯水，定向用于车间空调、设备循环水等生产环节，可节约自来水90余万吨/年，节约成本490万元；

重复利用：建设专用废水处理站，采用物化和生化工艺流程，中水回用于生产、冷却、清洗。2025年整车基地生产环节中水使用量达193万吨，占总用水量的40%；工业用水重复利用率提升至97.93%；

智能节水：现场投用节水型设备，配套应用智能控制技术，实现设备运行与生产流程的联动精准调控。如：冷却循环水自动排水系统与生产排布联动适配，按需调节排水频次，有效减少无效排水量，年节约用水7,300吨，节约成本6.3万元；

工艺改进：优化生产工艺流程，涂装环节采用随车喷淋工艺，同时在磷化、脱脂、淋雨线等关键线体，应用高效清洗设备与循环水系统，大幅降低新水消耗。

为确保水资源的高效利用，本公司开展以下管控机制：

✦ **建立计划用水管理机制**：依据行业用水定额及生产安排，制定年度用水总量，对用水过程进行管控，实施计划用水；

✦ **精细化用水管控机制**：对关键用水设备配备计量表，监控用水状况，并对用水过程进行分析，实施改进；

2026年将通过推行节水改造，优化用水结构，开展水资源的阶梯利用、重复利用，提升综合利用效率。

循环经济

公司高度重视资源的集约和高效利用，重视产品全生命周期的节能环保，持续加强资源使用过程节约管理，推动生产、流通过程的减量化、再利用、再循环。

产品设计：2025年，长城汽车坚持低碳可持续发展战略，以技术创新提升能源利用效率与资源循环水平，持续推进循环经济实践，为汽车产业绿色低碳转型提供坚实支撑。**详见创新驱动章节。**

产品制造及回收：再生资源作为公司绿色可持续发展组织，业务范围涵盖有价废弃物回收、报废汽车回收和汽车零部件再制造，以废旧材料循环闭环利用为宗旨，建立起以集团内部资源为主，社会资源为辅的双轨回收渠道，销售端对接集团供应商，形成了完整的、多样化的再生资源回收业务。**详见应对气候变化—回收利用端深化降碳措施章节。**

绿色包装：

长城汽车坚持绿色化、循环化发展，走可持续性发展策略及道路，2025年度从源头要求供应商按照循环包装供货，降低包装物总量消耗。

公司推广可重复使用的周转箱、托盘等模式、通过标准化设计等方式提高包装的循环使用次数。通过优化结构设计、减少材料厚度、采用一体化包装等方式，在保证保护性能的前提下，最大限度降低包装材料用量，推动租赁式包装形成可持续的绿色包装生态。

如：① 压缩机车间全部采用循环包装，使用率100%减少其他类型投入；

② 新能源芯体12类产品厂内周转车采用通用化设计，有效利用车辆使用率，减少投入数量；

③ 围板箱采用租赁模式，供应商可回收对围板箱溶解生产新包装实现再利用。

生态系统保护与生物多样性保护

长城汽车以实际行动严格遵守《生物多样性公约》、《昆明宣言》、《昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架》等内容，持续关注生产环境与周围自然生态的适配程度，不断改善厂区环境，努力打造绿色工厂。在项目建设规划过程中，我们充分了解当地生态文明建设理念，在最大程度保留原有生态的前提下，通过制定生态保护对策、监测环境因素、加强环境合规投入等措施，降低了项目建设对生物多样性的干扰；定期组织内部审核，确保我们的运营活动符合公司制定的环境和社会责任标准；并将生物多样性保护纳入ESG管理中。我们在生产生活的过程中关注生物多样性保护，提高自身生物多样性保护理念，结合自身经验，因地制宜保护生物多样性。

长城汽车严格按照《中华人民共和国环境影响评价法》开展项目建设工作，公司项目选址均符合当地土地利用规划和城市发展规划，资源利用均符合当地生态保护红线、环境质量底线、资源利用上线和“环境准入负面清单”的“三线一单”控制要求。

公司倡导绿色低碳生活方式，践行“绿水青山就是金山银山”的环保理念，积极开展形式多样的环保公益活动。

①

长城汽车在内蒙古鄂尔多斯市达拉特旗组织植树造林活动。每一年都会身体力行种下一棵棵樟子松树苗，以热爱自然的敬畏之心为风沙披上“防护服”，不断扩大绿色版图，助力实现“绿进沙退”、人沙和谐的新画卷。

②

为强化管理团队的环保责任感与团队凝聚力，工厂组织种植果树苗，通过挥锹培土、扶苗浇水，种植果树苗，并悬挂手写心愿卡，将植树行为升华为企业文化与未来发展的象征。

创新引领与责任经营

创新驱动

研发创新体系机制建设

强化研发创新保障，以技术突破引领高质量发展

公司遵守《知识产权法》、《反垄断法》、《反不正当竞争法》等法律法规政策的规定，鼓励员工进行发明创造，重点围绕新能源、智能化、用户体验、精致感知方面进行创新，提升产品的竞争力。

为将创新打造为团队第一关注要素，使全员明确创新激励方向，形成积极进取、挑战创新的竞争环境。建立《研发创新激励机制》并定期举办创新成果大赛活动，通过创新利益捆绑，打破跨组织创新业务推进协同困难的现状，驱使人员意识转变，形成创新利益共同体，共同推动创新成果落地，确保为公司技术／产品革新提供强有力的资源支持及储备。

以集团旗下精工、曼德板块为例，其以《创新项目手册》为指导，创新激励为保障，外部需求和内部创新双轮驱动，聚焦“电动化、智能化、轻量化”产品及“数智化”装备四大领域，结合市场动态调研及行业对标，围绕新材料、新工艺、新产品等方面开展研究与应用的技术；按照预研技术的行业领先性，分为前瞻技术、前沿技术及集成创新技术，基于创新技术的领先性、技术价值及战略重要度，划分为A、B、C三级进行管控，具备技术储备后，推动创新技术应用搭载。同时，结合《技术预研管理规定》，从行业技术、标杆先进性、国际前瞻性技术进行识别预研技术课题，按照技术立项—图纸发布—样件制作—试验验证—技术储备五大阶段，系统推进技术研究工作，过程中明确技术课题研究计划、扎实推进预研计划落地，同步做好过程知识沉淀，积极推广内外部技术应用，承接各类项目开发，并依据《项目开发管理规定》推进技术量产转化；同时，严格落实国家相关机构要求，积极承接国家科研项目的申报与实施工作，助力行业技术进步。

2025年，长城汽车荣获4项国家及省级科技奖励。其中，《混动四驱智能越野系列乘用车关键技术与应用》荣获中国汽车工程学会科技进步奖特等奖；《新一代电动汽车底盘关键技术与应用》荣获中国汽车工程学会科技进步奖特等奖；《全场景智能混动四驱越野整车平台关键技术与应用》荣获河北省科学技术进步奖一等奖；《新能源汽车电驱动系统噪声及电磁兼容品质提升研究与应用》荣获河北省科学技术进步奖二等奖。

2026年，公司将坚持以科技创新为核心驱动，聚焦**智能化、动力平台、越野技术**三大核心领域持续突破，不断强化技术领先优势与产品竞争力，致力于为用户创造更高价值体验，推动行业技术升级与高质量发展。

智能化领域：长城汽车围绕ASL打造整车智能体，持续迭代VLA大模型并向多车型普及，同时推出Coffee OS 4智慧空间系统，打造全球首个全场景智能体集群，为用户提供安全智慧的出行体验。

动力领域：2026年持续打造一车多动力平台，以全球统一品质标准打造，适配不同地区的能源政策、路况特征与用户习惯，满足全球市场的多样化需求，不设动力形式限制，覆盖纯电、混动、燃油等版本，适配全球市场多样化需求，兑现“动力自由”价值。

越野领域：2026年依托强大越野车型开发能力，提供全价位高可靠越野车，服务地质勘探、山区巡护等领域；同时联合产学研等建立越野车国家标准体系，推动行业高质量发展；此外全动力越野车参与环塔拉力赛，助力科技与文化强国建设。

产学研合作

公司高度重视技术创新与产学研协同发展，积极承担国家级、省级科研项目，深度参与行业关键技术攻关与标准建设，多项重点项目顺利通过验收并取得显著成果。公司参与研发、科技合作项目情况如下：

- ① 联合清华大学开展《基于AI的智驾仿真场景生成系统技术》项目，持续攻克仿真场景生成技术难题，相关技术水平已达到行业领先水平。同时与清华大学等联合组建河北省智能网联汽车产业创新联合体，进一步深化产学研融合实践，整合优质资源、凝聚创新力量，推动技术成果高效转化。
- ② 参与联通牵头的河北省资助工业设计成果转化项目——面向工业实时控制领域的5G关键技术和融合性产品项目，内部验证通过。
- ③ 参与联通牵头的工业互联网数字化转型促进中心，顺利通过验收，通过率98.9%，顺利完成各项指标要求。
- ④ 申报河北省制造业单项冠军企业奖项，通过政府要求，具备制造业指标考核，顺利荣获证书。
- ⑤ 作为牵头单位，与矽力杰半导体公司组成联合体，承担国家工信部“产业基础再造和制造业高质量发展专项”1项，并验收通过。

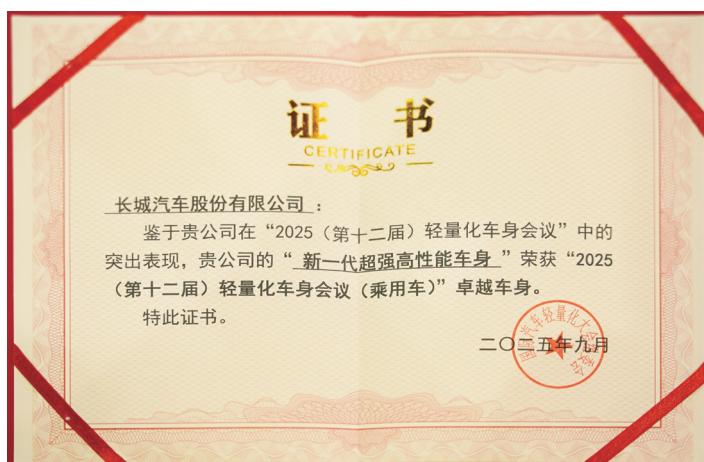
研发创新成果

轻量化技术创新与新材料应用

2025年，长城汽车通过深度融合低碳与可持续战略，凭借“新一代超强高性能车身”及核心技术斩获行业六项大奖，持续引领汽车轻量化发展，助力节能减碳。这不仅彰显了公司在材料与工艺领域的深厚积累，更体现了将轻量化研发与绿色制造深度融合的前瞻性布局，为产业可持续发展提供了有力支撑。



“新一代超强高性能车身”



长城汽车“新一代超强高性能车身”的轻量化技术，创新应用了高强韧铝硅热成形钢、半固态注射镁合金等多种前沿材料，在确保顶级安全防护（如可承受5.4倍极限顶压）的同时，实现了显著的减重效果。以镁合金仪表板骨架及C环结构件为例，其较铝合金方案减重达28%，有效降低行驶能耗，减少全生命周期碳排放。

- 镀锌热浴成形钢技术

在可持续材料应用方面，2025年长城汽车也取得了关键突破。自主研发的镀锌热浴成形钢技术，成功攻克行业难题，使材料耐腐蚀性提升2.7倍、耐冲击韧性提高20%。这不仅增强了车身的耐用性，延长了产品使用寿命，也从源头上减少了因维修、更换部件而产生的资源消耗与环境影响。

- 2200MPa级超高强度钢

同时与合作伙伴共同研发的2200MPa级超高强度钢，实现了材料强度与韧性的最优平衡，以更少的材料用量达成更高的结构性能，体现了资源高效利用的低碳设计理念。



汽车材料无害及可持续管理

为降低汽车产品对消费者人体健康和环境污染风险、提高资源综合利用率，长城汽车围绕国内外汽车报废回收及环境关注物质法规合规积极开展技术创新应用和绿色供应链管理。

- 持续健全标准体系

前瞻研究全球ELV法规政策趋势，修订更新汽车禁用物质限值标准及检测标准、危险化学品认证标准、可回收利用设计标准，引导绿色产品设计。

- 强化绿色材料技术开发应用

聚焦铅、六价铬、邻苯、溴阻燃剂等较高风险物质，深探至源头供方联合开发绿色材料技术。紧固件表面处理全面取消六价铬钝化、电子元器件焊料无铅化、塑料件阻燃剂以锑系／氮磷系取代溴系等绿色材料技术应用，确保汽车产品绿色环保。

以椰壳为原料开发椰壳炭，利用其多孔吸附的能力改善地毯产品气味，提升车内空气质量，现已在地毯产品上应用。

- 持续细化绿色供应链管理

布局全面供应商审核体系，从潜在供方准入、产品供方定点、开发过程节点通过、量产飞检等全场景推行供应商体系审核，为汽车产品ELV合规提供了长效保障。

全球排放法规前瞻应对与绿色技术创新

◆ 国内市场：

面对自2023年国6法规增加的对RDE排放要求，长城汽车未雨绸缪，提前4年就开始进行多方面的筹划及应对，包括技术预研、设备采购和测试能力建设，并通过合理规划整车搭载，实现2024年车型规划和RDE开发同步，具体措施如下：

- ① 发动机升级：发动机从软硬件方面进行技术升级，如采用低灰分机油、350bar燃油喷射系统、低压EGR系统、热管理系统、双喷射系统等，加快发动机热机速度改善排放及能耗水平。软件策略层面，多次喷射、瞬态燃油控制、部件自学习、混动排放控制策略等的应用，对排放及一致性控制也起到了积极的作用。
- ② 后处理技术升级：除从机内源头上考虑优化排放的措施外，机外排放控制更是起到了至关重要的作用，尤其是颗粒捕集器(GPF)，对于颗粒物排放的改善在60%-90%，颗粒物排放可做到国6b排放限值的20%。储备GPF迭代技术，一方面源于载体孔道和壁厚的设计，另一方面源于涂敷工艺及材料的改进。
- ③ 测试设备升级：为应对未来7阶段法规，长城汽车率先2~3年对PEMS和整车排放试验室开展PN₁₀设备升级，PEMS设备已于2024年7月开始投入使用，排放试验室也于2025年4月完成PN₁₀分析系统的升级；2025年初，长城动力总成台架试验室投入运行，进一步助力长城汽车在污染物排放控制方面迈向新的台阶。
- ④ 测试规范的建立：实际道路诸多因素的复杂性和不可控性会对试验测试结果产生影响，为确保整车开发的覆盖性及一致性，长城汽车在天津、重庆、厦门、上海、青海等地进行实地考察和测试，真正涵盖高温、高寒、高原、城市拥堵、高速等极端环境和极限工况的测试。

◆ 海外市场：

2025年，长城汽车继续秉持长期主义、底线思维，锁定智能新能源赛道，推进生态出海，提速全球化进程，持续深耕美洲市场(巴西和墨西哥)、全面推进欧盟市场布局等。

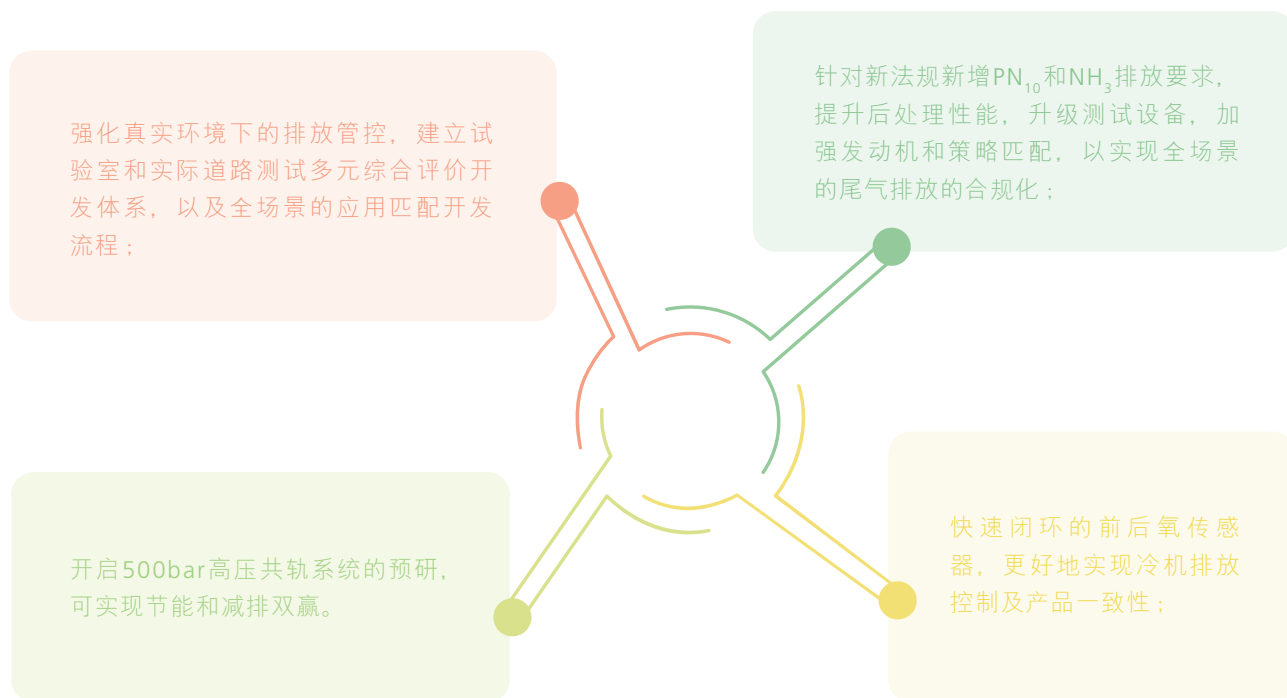
面对海外市场法规和环境多样化及复杂性，长城汽车通过法规解读、市场调研、实地考察及当地验证等方式，支持开展动力/车型规划、排放技术路线及控制策略等匹配车型竞争力及法规符合性评估。积极应对海外市场法规的进程，全面推进巴西L8法规灵活燃料车型及欧盟欧6e阶段车型开发布局；针对不同市场采取灵活的排放技术路线和当地化开发验证规范，结合智能化SUV车型率先实现量产应用，项目切实做到环保节能，为消费者和社会创造价值。

作为中国汽车出海的先行者，长城汽车的全球化征程始终步履坚定，坚持“生态出海”，持续推进在地化生产与绿色产业链建设，将可持续发展理念融入车辆的全生命周期，以创新科技为引领，探索全产业链的节能减排，实现从产品出口到技术输出、从市场拓展到责任共担的全面升级。

未来排放法规应对

面向未来，长城汽车将继续以技术创新为引擎，坚持“全球视野、本地深耕”的发展路径，与各方伙伴携手共进，共同迈向低碳、智能、可持续的出行新时代。作为中国民营汽车制造商的代表，长城汽车2025年积极参与国7法规相关课题阶段预研（温室气体管控、高海拔排放、 NH_3 和 PN_{10} ），为下阶段行业标准规范的建立提供建设性意见，海外方面全力跟踪欧7法规实施动态，并开展技术预研工作。

面对未来更为严格的全球排放法规，长城汽车已做好了充足的准备：



从环境保护和蓝天保卫战的角度，长城汽车始终坚持持续研发和创新，为实现更清洁、更智能的未来交通，贡献出自己的力量。

科技伦理

在智能化、数字化相关科技活动中，公司始终将数据安全与个人信息保护作为科技伦理治理的核心内容，坚持“合法合规、最小必要、全流程可控”的基本原则，确保技术创新在可控、可信的伦理框架内运行。

公司严格遵守国家及行业关于数据安全与个人信息保护的法律法规和监管要求，包括但不限于《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《数据出境安全评估办法》《汽车数据安全管理办法（试行）》以及测绘及地理信息相关法律法规和管理条例，依法界定数据属性、处理边界与使用范围，防止因技术应用不当引发的数据安全和伦理风险。

公司在技术设计阶段即引入“合规前置”与“隐私保护内生性”理念，通过数据分级分类管理、脱敏脱密处理、加密存储与传输、访问权限控制等技术手段，将科技伦理要求系统性嵌入技术架构与业务流程之中，确保科技成果的应用不损害公共利益、用户合法权益及数据安全底线。

公司已成立专门的合规与保密管理组织，建立覆盖“人员、制度、技术、流程”的安全保密与科技伦理管理体系，并通过制度化、流程化和技术化手段推动科技伦理要求落地执行。

在制度层面，公司制定并持续完善数据安全与隐私保护相关管理制度，对数据采集、传输、存储、使用、共享、销毁等环节进行全生命周期规范管理，明确涉密数据和个人信息的数据分级分类标准、使用边界及审批流程，确保各类科技活动均有章可循、有据可查。

在组织与流程层面，公司实行涉密人员管理、权限分级控制和责任到人机制，强化入职、在岗及离岗离职阶段的合规审查与安全管控；定期组织内部合规检查和专项审计，对数据合规处理、技术措施执行情况进行持续监督和整改闭环。

在技术层面，公司通过构建安全隔离架构、数据分区分级存储、日志留痕与可追溯机制，实现对数据流转路径、访问行为和处理过程的全过程监控；在在线数据采集和云端处理场景中，落实数据文件级加密、传输通道加密、身份鉴别与双向认证等措施，降低因技术缺陷或操作不当引发的伦理与合规风险。

公司高度重视科技伦理意识的持续培育，将数据安全与隐私保护作为员工培训和能力建设的重要内容，建立常态化的科技伦理培训与考核机制。

在内部培训方面，公司定期组织数据安全与隐私保护专题培训和合规考试，覆盖涉密人员、研发人员及相关管理岗位，重点讲解法律法规要求、公司制度规范及典型风险场景；对未通过考核或不符合科技伦理要求的人员，严格限制其从事相关涉密或敏感岗位工作。

在外部合作与宣传方面，公司在与合作方开展技术合作和数据交互前，实施资质审查与合规评估，明确数据安全与科技伦理责任边界，并通过制度宣贯和技术规范要求，推动上下游合作方共同遵守科技伦理与合规要求。

通过持续的培训、宣导与监督，公司不断提升员工及合作方对科技伦理、数据安全和个人信息保护的认知水平，营造审慎、负责、可持续的科技创新环境。

报告期内，公司在科技研究、技术开发及相关应用过程中，未发生违反科技伦理、数据安全或个人信息保护相关法律法规的行为，亦未出现因技术不当使用导致的隐私侵害、数据滥用或合规处罚情形。

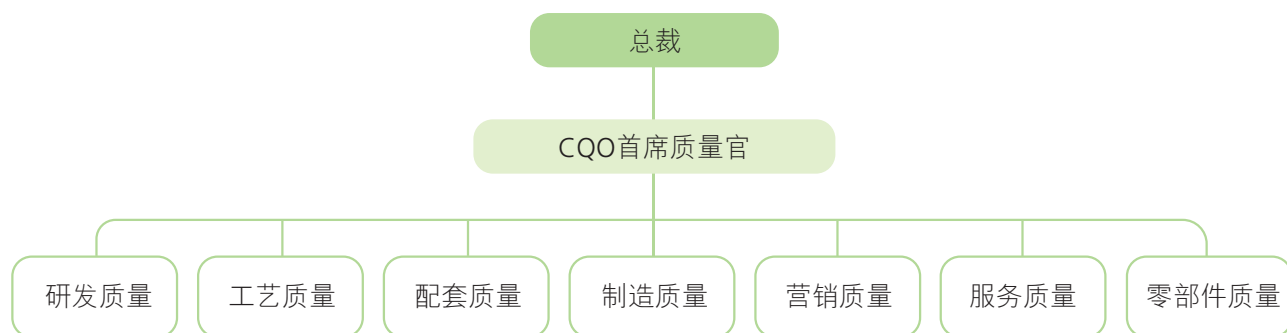
公司通过持续完善制度建设、强化技术防护和加强合规监督，有效防范了数据违规存储、非法访问、越权使用及敏感信息泄露等风险，确保科技活动始终在合法合规、符合伦理要求的轨道内开展。

产品质量与安全

产品质量是企业的生命线。企业竞争的实质就是质量竞争，产品质量不过关就必然被市场淘汰。随着全面质量管理深入开展，长城汽车质量管理的视角已从“小质量观”演变为“大质量观”。从产品质量到经营质量，再到全面质量管理，企业内部职责和层级等都发生了本质变化。在大质量观时代，科技飞速发展，经济全球化进程不断加快，客户和市场需求呈现多样化、个性化和更多的不确定性，长城汽车不断变革适应内外部环境。

治理：

长城汽车于在总裁统筹下设立首席质量官，是长城汽车强化产品质量管理的举措，也是在高质量发展之路上迈出的新步伐。首席质量官是公司产品质量安全的守门人。



质量管理部既要站在集团层面策划管理，又要抓实践落地。一是统筹协调研、供、产、销、服、物流、全球化、质量数字化等领域政策的落地及执行，构建企业全面质量管理体系，并参与制定公司战略、方针等。二是开展质量诊断、质量状况分析、产品评审等质量活动，促进产品全过程业务链质量提升。核心目标，就是保证产品质量，持续满足客户需求，稳定公司经营质量。

战略：

为积极落实质量安全社会责任，创建以质量为核心的质量文化，提升企业质量管理水平和竞争力，长城汽车把质量提到战略的地位，制定企业层面的质量发展战略，通过质量管理措施的不断细化和提升，持续满足客户不断变化的需求，增强客户满意度。

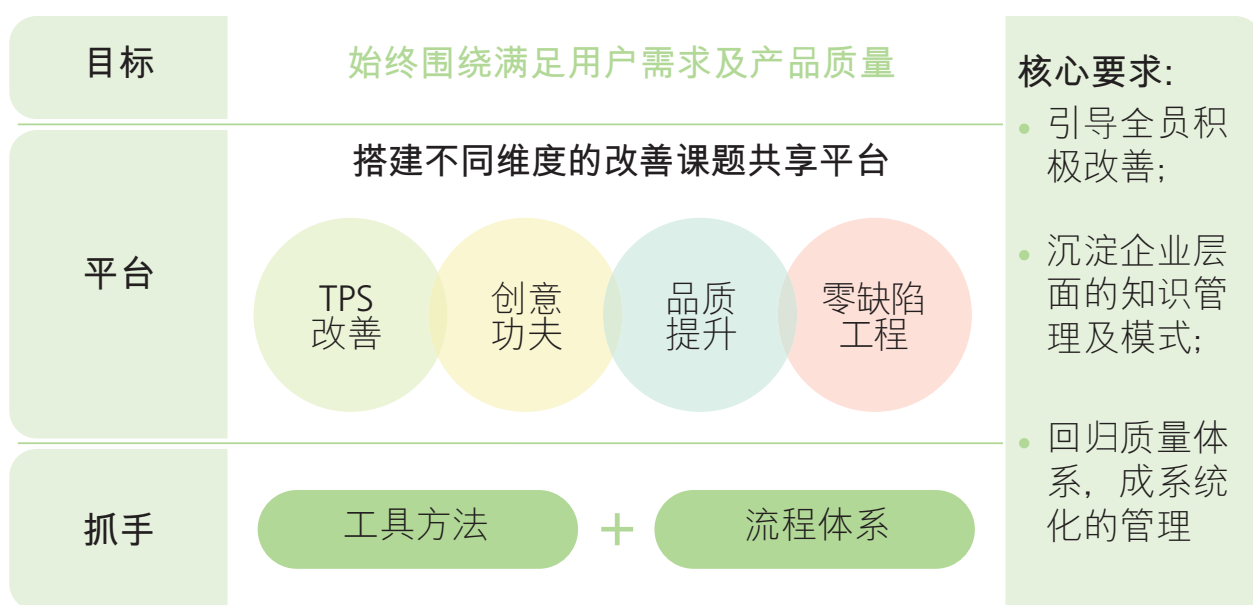
◆长城汽车质量方针：构建以顾客为中心一次做好的质量运营模式，以合规、环保、安全可靠的质量赢得顾客信赖，以智能、潮玩、共创的体验超越顾客满意，打造全球领先的品质。

◆长城汽车质量管理原则：

“得其大者可以兼其小”，质量管理必须有原则和方向，有了原则，才有方向，有了方向，才能妥处分歧、拓展合作。长城公司时刻坚守质量原则和信念。

长城汽车质量管理工作中明确了三个原则，并持之以恒推行实践，在行业内树立了良好的质量口碑，内容如下：

1. 领导率先垂范，持久专注质量，身先士卒，树立模范榜样。每周坚持组织召开现场评车会，管理层站在用户的角度体验、感受每款车的动、静态质量；亲抓品质提升，潜心钻研汽车新技术、新方法、新功能、用户新需求，脚踏实地，做好各层级产品质量控制。
2. 利用工具方法，包括过程方法、APQP、MSA、FMEA、SPC、PPAP、CP、DOE、QFD、防错、可靠性工程、零缺陷工程等各类行业标准和工具，让机制、流程与体系实现结合。通过定期组织开展质量经营分享、TPS改善、QC、创意功夫等活动，为员工营造改善氛围。在立项改善过程中各层级领导积极参与、出谋划策，把握核心方向，在改善中沉淀知识管理及管理模式，不断重塑质量管理体系。

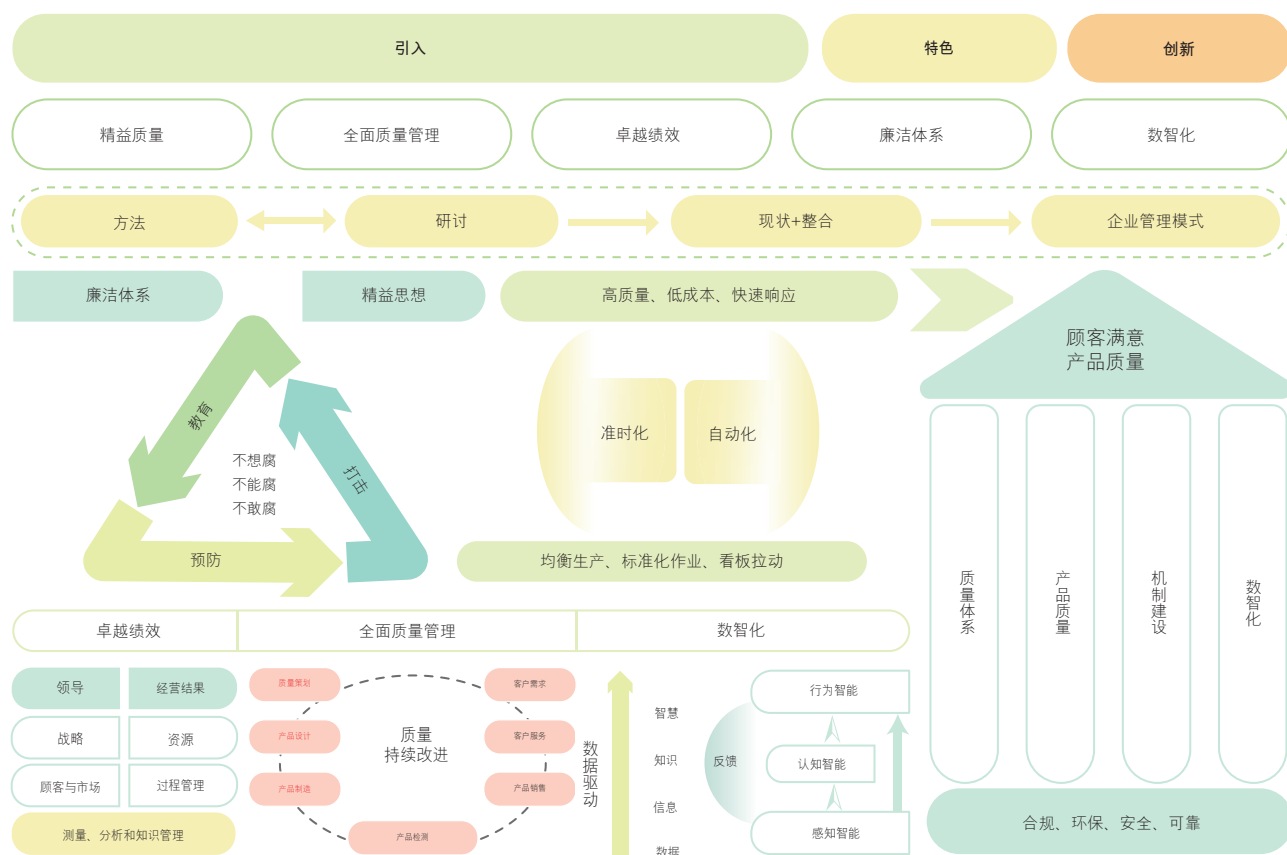


3. 营造质量文化、质量氛围。通过创意博览、案例大赛等活动，营造质量氛围，实现从管理层到员工的质量文化构建。每天晨会前所有员工都会喊口号“玩命提品质，疯狂抓执行”，彰显长城汽车对质量的敬畏之心。

影响、风险与机遇管理：

在汽车行业充满不确定性的复杂环境下，长城汽车既面临多重可预见的风险挑战，也蕴含着重塑突破的发展机遇，唯有持续深耕、主动识变应变，才能实现高质量发展。从风险层面来看，一是国际贸易环境的持续波动，可能对公司对汽车企业的进出口业务产生不确定性影响，增加市场拓展与运营管控难度；二是智能互联网汽车、新能源汽车、智能驾驶等核心技术迭代加速，若未能加大研发投入、聚焦核心技术突破与应用场景创新，可能导致产品竞争力下滑、市场份额流失，无法精准匹配用户多元化、高端化的需求升级；三是人工智能技术的快速普及的对汽车行业格局产生深远冲击，技术应用节奏与布局力度不足，将可能错失行业发展窗口，陷入被动跟随局面。

但风险与机遇相伴相生，回眸长城汽车的每一次战略重塑，始终坚守造车初心，不回避风险、不畏惧挑战，将各类风险与发展难题转化为自我突破、迭代升级的契机。公司通过持续挑战边界、突破发展瓶颈，将风险应对经验与创新思路融入企业各层级管理模式，深度联动各项业务，坚持目标导向、价值引领，最终实现企业价值与经营业绩的稳步增长，在行业变局中牢牢掌握发展主动权。



长城汽车不断总结升级质量管理模式，具体举措如下：

◆ 建设长城汽车精益质量经营管理体系，并且持续实施、完善及升级

1. 坚持精益生产，以精益生产促进管理创新。

在企业规模扩张遇到困难及挑战时，长城汽车推行全员全过程精益生产改善理念和精益工具研究，构建了“精益生产”模式。在不断升级迭代的精益质量管理体系中，将精益的理念逐步烙印到每一代长城人的思维中。

2. 结合自身特点，建立了一套具有长城特色的质量管理模式，实现从ISO 9000向IATF 16949全面质量管理转型。

长城汽车建立了以产品开发为主线，集研供产销服为一体的“全面质量管理体系”，以用户为中心，持续改进。以IATF 16949标准、企业文化、信息技术三个基础为依托，通过打造质量体系、产品质量、机制建设、数智化四个支柱，以合规、环保、安全、可靠的品质赢得客户信赖，以智能、潮玩、共创的体验超越客户满意，打造让用户信赖的全球领先的品牌。全面质量管理体系的核心是围绕产品质量，贯穿产品策划至上市全生命周期的整个价值链，尤其关注推动产品研发、供应链过程管理，强化领导作用下的经营管理、监视测量、应对风险和机遇的措施，促使各领域始终围绕产品质量发挥价值。

3. 追求卓越的质量经营管理模式。

公司在质量管理体系基础上借鉴卓越绩效管理模式，强化对公司经营战略、绩效结果和社会责任的管理。高层带领全员，不断提高组织的整体绩效和能力，为客户及相关方持续创造价值。

◆ 极具竞争力的供应链垂直整合以及长城特色的廉洁供应链体系，保证稳定可靠的零部件供应及质量优势

1. 构建核心零部件自主配套能力，保证关键部件质量的持续稳定。

公司旗下有零部件公司，涉及汽车电池、动力、传动、底盘、电子电器、内外饰系统总成零部件设计、研发、生产、销售和服务能力。零部件自供自给的运营模式，使得效率和质量更有保障。长城汽车统筹规划生产布局，零部件跟随全球布局，实现模块化管理，高效协同一致，满足准时供货，有效保障了产品质量稳定可靠。

2. 打造内外融合发展的质量共同体，保证产品质量持续满足并超越全球客户要求。

长城汽车优先选择全球行业巨头联合开发，共享合作、共同发展，包括德国博世、华域汽车、瑞典奥托立夫、美国德尔福等，致力于汽车零部件产业的持续培育和转型。同时基于汽车产业链的延伸，强化光伏、风电、氢能、储能等新能源产业链的生态竞争力。

3. 打造“阳光质量工程”，净化供应链质量合作环境。

长城汽车以廉洁促诚信，以诚信促发展，坚持营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境。将签署《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，维护合作平台极具竞争力的供应链体系和长城特色的廉洁体系，为持续、健康合作提供重要保证。

◆基于组织、数智化创新质量长期主义，深耕价值驱动

1. 深耕变革之路，实现组织架构迭代。

基于长城汽车“前台、中台、后台”的扁平化组织架构，以用户为中心，以项目和流程为导向，鼓励发现创新并推动落地。

2. 数智技术赋能时代，绿智长城潮创未来。

为支撑集团战略实现，以用户为中心，构建基于用户体验的闭环模式，依托数字化实时可衡量、实时展现和智能辅助决策，引领研供产销服全质量链条上有价值的和可信赖的人员创造高质量的产品和服务，持续提升产品竞争力和品牌优势，持续助力公司高质量发展。

3. 坚持质量长期主义，将产品可靠性视为一项长期工程。

公司不断改进产品可靠性，建立了从市场调研、产品研发、供应链可靠性保证、整车稳定性生产、售后服务快速响应保障机制等全生命周期的工具链，确保长城汽车能够持续不断地提升产品质量，赢得全球市场认可。报告期内未发生产品和服务相关的安全与质量重大责任事故。

◆负责任的产品召回：

针对汽车质量把控和问题产品召回，自2004年《缺陷汽车产品召回管理规定》实施以来，长城汽车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。

同年长城协同开展外部召回横展业务，收集全球外部车企的缺陷信息，通过研判、分析和调查，输入至本公司内部相关部门开展排查，横展本公司产品的相关零部件、功能在结构、特性等方面，是否存在与其相同或相似的风险，且完善失效库和设计标准，从再发防止和未然防止的角度提早识别并规避召回风险，并利用公司内部数字化系统进行管理。

指标与目标：

展望过去，公司将持续发挥新质生产力创新势能，推进“ONE GWM”全球品牌行动纲领和“国际新四化”战略，持续开拓市场，丰富产品布局，用更优的体验与服务赢得全球更多用户的信赖。

长城汽车将继续坚持长期主义、高质量发展，致力于智能化、新能源、全球化战略，推动公司品牌持续向上突破，为中国汽车产业的再次跃升创造价值。

长城汽车在过去一年中凭借其在新能源、智能化及全球化领域的持续投入，获得了市场与专业机构的广泛认可，主要荣誉可总结如下：

◆ 产品与品牌奖项

技术平台认可：长城汽车的Hi4智能四驱电混技术在多个权威评选中荣获“年度十佳混合动力系统”奖项，彰显其在混动技术领域的领先地位。

车型专项荣誉：

哈弗品牌：明星车型哈弗猛龙凭借硬派造型与Hi4技术，在主流媒体评选中获“年度新能源SUV”等奖项；哈弗H6新能源版持续获得紧凑型SUV市场关注度与价值奖项。

欧拉品牌：主打女性市场的欧拉闪电猫与欧拉好猫在设计与安全领域，获得“年度最受女性喜爱车型”、“年度安全车身”等细分领域荣誉。

坦克品牌：坦克500 Hi4-T及坦克300持续引领市场，在专业越野与豪华SUV评选中，屡获“年度豪华越野SUV”与“最具人气越野车”称号。

魏牌与长城炮：高端车型魏牌蓝山在大型新能源SUV评选中保持热度；长城炮系列皮卡则在年度皮卡车型评选中，毫无悬念地蝉联“年度皮卡”大奖。

◆ 安全与环保认证

全球顶级安全评级：旗下多款全球车型在欧洲新车安全评鉴协会(E-NCAP)的2025年测试中，持续获得最高五星安全评级，印证其世界级的安全研发与制造标准。

绿色与健康认证：部分新能源车型获得国内权威机构颁发的“健康汽车”认证，并在整车可回收材料利用率及车内空气质量方面获得好评。

◆ 市场与客户满意度

行业研究排名：在国际知名市场研究机构J.D. Power发布的2025年中国相关研究中，长城汽车旗下品牌（如哈弗、坦克）在细分市场的新车质量(IQS)与汽车产品魅力指数(APEAL)研究中名列前茅。

客户服务奖项：在部分行业媒体与机构评选中，其“长城智慧服务”体系获评“年度卓越售后服务品牌”等相关荣誉。

◆ 技术研发与全球化

智能化奖项：其高阶智能驾驶辅助系统在专业测评中表现突出，获得“年度智能驾驶技术奖”。

氢能技术认可：在商用车及氢能领域，长城旗下未势能源的氢燃料电池技术获得“年度氢能技术突破奖”等行业技术类奖项。

海外市场表彰：在多个重点海外市场（如澳大利亚、中东、东欧），长城汽车被当地汽车协会或媒体评为“增长最快品牌”或“最具价值中国品牌”。

长城汽车的奖项覆盖了核心技术、明星车型、全球安全、客户体验及海外拓展等多个维度，不仅体现了其产品矩阵的综合竞争力，也反映了其在向“全球化智能科技公司”转型过程中所取得的扎实进展。

安全技术成果凸显，全方位筑牢产品安全防线

功能安全：

我公司功能安全产品开发流程体系已通过ISO26262 ASILD ML3等级认证，成熟度属于行业前列，为全球化、智能化提供了保障。功能安全开发范围已涵盖车身舒适域、底盘及安全域、动力域、信息娱乐域、驾驶辅助域各个整车功能，开发成果获得行业内高度认可。功能安全开发成果通过行业内多家知名机构审核评估，并支持车辆通过量产型式认证：如GB17675，ECER79，ECER152等。我公司结合项目实施过程反馈对功能安全开发流程进行了持续的更新完善，保证其适宜性、充分性和有效性，同时功能安全开展过程及成果顺利通过了第三方的跟踪审核，持续保证了标准符合性；同时通过持续的功能安全培训、知识沉淀及经验分享等形式，持续提升了我公司整体的功能安全专业能力与认识，推动了安全文化的创新与发展。



车辆网络安全：

我司始终坚守合规经营底线，严格遵循销售市场法律法规，致力于构建并持续完善符合法规要求及行业标准的全流程管理体系。2025年，我司以我国最新发布的国家标准GB 44495《汽车整车信息安全技术要求》为指引，全面推进该标准在各车型项目中的落地实施，并顺利通过第三方外部审核，有效提升了车辆网络安全防护能力，为智能网联汽车安全体系建设筑牢基础；我司围绕车型项目推进整车渗透测试与漏洞扫描工作，定期开展攻防演练及护网行动，及时识别并整改安全风险；同时，构建车联网云端信息安全基线体系，部署云端监控平台，持续强化车联网云端信息安全防护能力；2025年，我司进一步深化数字化工具在车辆网络安全管理中的应用效能，通过整合各类数字化工具，全面提升安全管理工作效率。

蓝山智驾版在网络安全领域权威测评中表现卓越，先后获得两大行业权威机构的高度认可：

在C-ICAP网络安全及隐私安全测评中，凭借出色的网络安全防护能力与隐私安全保障体系，斩获五星评价（通常代表该领域最高安全水准）。同时，在IVISTA智能网联汽车信息安全及隐私安全测评活动中，蓝山智驾版以领先的安全技术实力，获得双G（最高评级）评价，体现其在智能网联场景下的信息安全及隐私保护均达到行业顶级水平。



车联网数据合规：

我公司深度聚焦车联网数据合规领域，在行业数据安全法规与标准动态更新的背景下，集团层面建立了数据合规办公室，统筹管理集团各业务板块数据合规领域工作，技术中心主管车联网数据合规，在集团的框架下搭建了专业数据合规团队，并构建覆盖车联网数据全生命周期的合规管理体系，并在多款智能网联车型项目中成功落地实施。通过开展数据分类分级、跨境传输评估、用户隐私保护等全方位合规设计，有效降低数据泄露与滥用风险。2024年8月，我公司正式获得数工委和博业众诚联合认证的《数据安全建设能力认证证书》，标志着我司在汽车数据安全领域达到行业更高水平。该认证覆盖数据全生命周期管理，从研发、生产到辅助驾驶系统，构建起全方位的数据安全防护体系。



为适应数智化转型需求，我司联合第三方机构共同研发车联网数据合规数字化工具，如隐私数据风险评估工具(inDARA)、数据安全态势管理平台(DSPM)，实现数据合规需求分析、方案设计、实施监控的全流程工具化与自动化，显著提升合规工作效率与准确性。

此外，我司多名数据合规专家被国家互联网信息办公室聘为“车联网数据安全专家委员会”成员，深度参与行业数据分类分级指南、跨境传输等标准制定。在行业权威测评中，我司蓝山车型隐私保护模块斩获C-ICAP隐私保护五星评级，同步荣膺IVISTA双G级卓越认证，数据合规能力成为车型竞争力的核心优势。

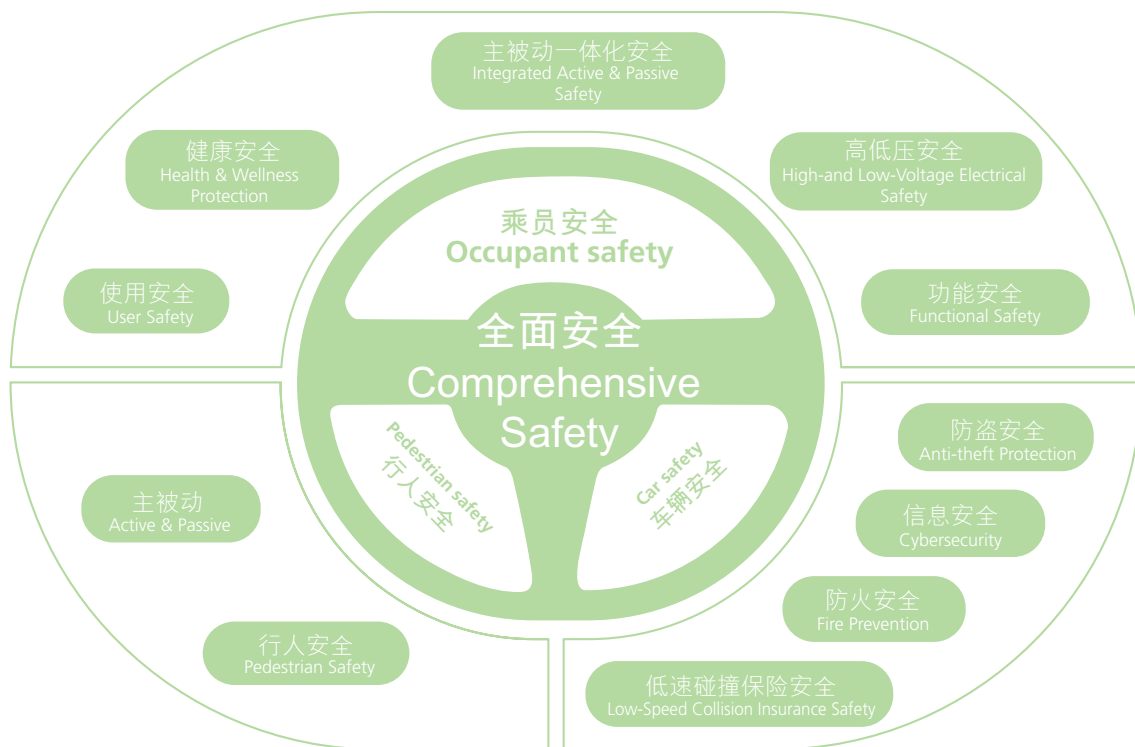
主被动安全方面管控措施

1. 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”。

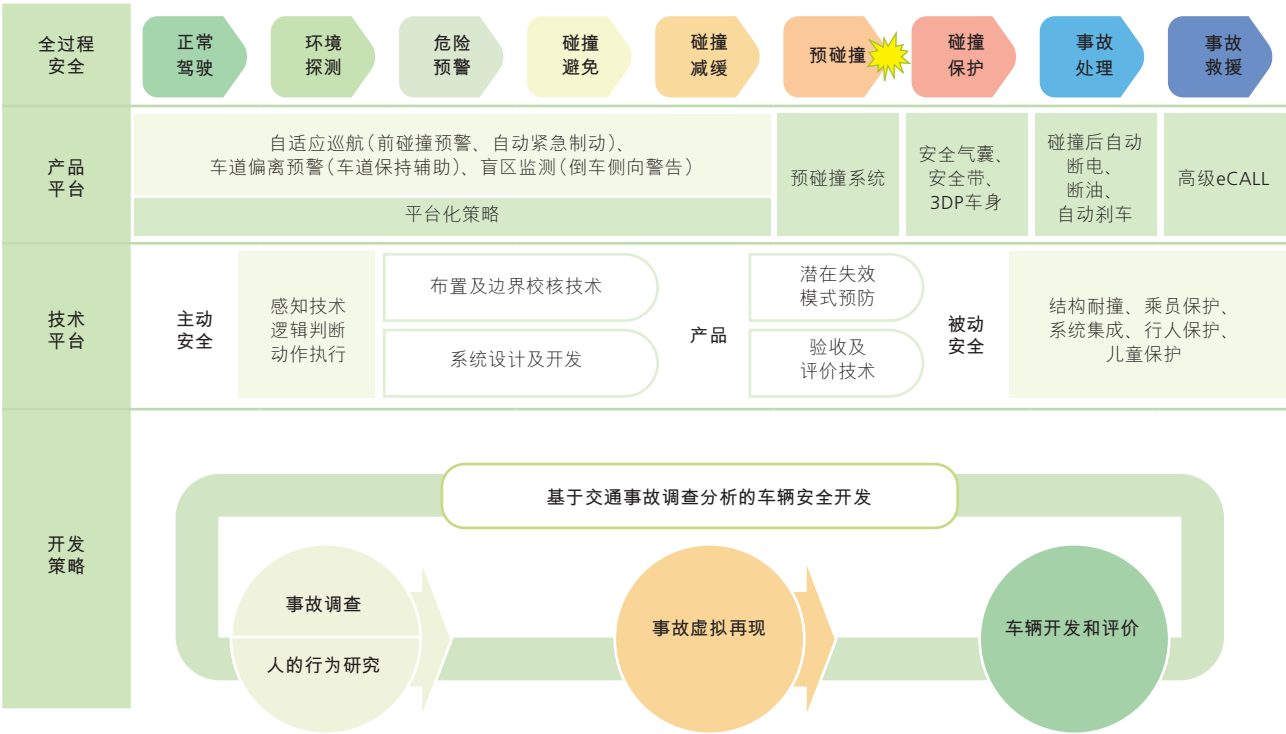
2. 安全开发理念

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。



3. 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**。



4. 产品安全实现

基于长城汽车“全面安全”开发理念和完善的安全性能开发体系，至今长城汽车已有数十款车型取得了海内外NCAP五星成绩，2025年我司继续深耕汽车安全技术，在满足NCAP星级和保险安全指数测评基础上，追求更高的安全标准，守护用户安全。

2025年4月18日，魏牌全新高山以实际交通事故为蓝本，在央视新闻特别节目《遇见不一样》中公开碰撞测试。模拟场景设置如下：车辆以15km/h车速正常行驶时，遭到误闯红灯的横向来车以60km/h速度高速撞击至第三排位置。为了最大化还原实际使用情况，测试车辆内部布置了成年男性假人模拟“父亲”，二排放置成年女性和6岁儿童假人模拟“母亲”和“大宝”，三排则安排两位老人与婴幼儿假人模拟“奶奶”和“二宝”。这种家庭角色的布置，使测试结果更加贴近真实出行情境。试验后依据权威机构的乘员伤害评价标准，魏牌全新高山碰撞测试的各部分均获得GOOD评分。这一成绩再次验证了其卓越的安全设计，用数据与事实向消费者证明了自己的实力。魏牌高山作为长城汽车旗下的旗舰级MPV，它不仅提出了新的安全标准，更为家庭用户的每一次出行提供了从容底气。

长城汽车对安全的追求，从未止步于实验室中的测试高分。从满足权威测评的五星标准，到主动模拟真实路况中的极端风险，我们正将安全的定义从“通过测试”提升至“守护现实”。魏牌高山以家庭为场景的碰撞实验，不仅印证了技术实力的领先，更传递出一份坚定的承诺：安全，不是为了数据，而是为了当意外来临那一刻，每一个座位上的生命都能被悉心守护。长城汽车，以科技为基，以关怀为念，让安全超越标准，陪伴每个家庭安心前行。

案例1

以集团曼德公司为代表，公司全面搭建并通过IATF16949:2016质量管理体系与ISO 45001:2018职业健康安全管理体系双重认证，确保产品全生命周期质量、生产安全与环境安全均满足中国及全球各销售市场的法规要求。依托IATF16949国际标准，公司深度融合APQP、PPAP、FMEA、SPC、MSA等全球通用核心质量工具，形成事前策划、过程管控、风险预防、持续改进的一体化质量管理模式。以顾客导向过程(COP)、支持过程(SP)、管理过程(MP)为框架，建立完善的质量手册、程序文件及管理制度，实现体系全域覆盖、各事业部高效协同、全流程标准化运行。

针对产品安全这一核心底线，公司严格按照IATF16949特殊要求建立专项产品安全管理体系，精准识别产品与过程中的安全关键特性，从研发端即开展耐久试验、高低温循环、盐雾、振动冲击等多场景严苛验证；在量产阶段通过SPC、防错装置等手段实现过程稳定可控，从源头杜绝质量风险，最大限度保障用户安全。

在生产环节，公司建立不合格品全生命周期管控、分层审核、快速响应、问题闭环、防错验证、量具校准、标准化作业等多重保障机制，实现不接收、不制造、不流出不合格品，确保产品指标达标。同时借鉴行业最佳实践，构建覆盖现场、人员、设备、生产等十大维度的精益生产管理体系，以零浪费、零损失、零事故为目标持续精进。

案例2

公司旗下诺博汽车以ISO9001:2015和IATF16949:2016为基础，建立含战略经营、研发、制造等21个一级过程的质量管理体系，按规定开展内审与持续改进，规范质量检验及不合格品管理接口。研发阶段依相关规定落实质量保证计划、FMEA评审等活动，量产阶段按控制计划制定检验规范，保障全流程质量。

公司提前布局座椅安全新平台研发，以法规前瞻适配、性能全面提升为核心，采用轻量化与高强度设计理念。通过优化骨架受力路径、应用新型复合材料，核心承载结构强度提升10%以上，实现5%-10%轻量化，兼顾安全与节能。

新平台预留智能系统集成接口，依托有限元仿真优化多工况防护方案，采用拓扑优化策略强化关键部位，经过实车碰撞验证，性能满足法规要求；同时专项开展行车保护零重力座椅技术预研，突破传统驻车使用限制。经多轮滑台碰撞验证，该机构可满足行车工况使用，有效保障乘员安全、降低碰撞伤害；目前该技术已完成专利申请，后续将逐步应用于新车型平台。

知识产权保护

长城汽车作为以整车为核心、全面布局智能化与新能源技术的高新技术企业，于2025年顺利通过复审，认定有效期三年。此举确保公司持续享有税收优惠政策，为核心技术研发与创新项目落地提供有力支撑。

专利数量

长城汽车在技术创新的同时，高度重视知识产权保护。截至2025年底，累计申请专利30,000余项，授权专利20,000余项，有效专利15,000余项。专利申请覆盖欧盟、美国、日本、东盟等40余国家／地区，重点围绕新能源、智能化、发动机等领域构建核心专利壁垒。

所获奖项：

2025年长城汽车荣获国家级专利奖1项，长城炮商用炮车型外观设计荣获“第二十五届中国外观设计银奖”。截至2025年12月31日长城汽车累计获得中国专利奖10项(含金奖4项、银奖1项、优秀奖5项)及河北省专利奖10项(含一等奖4项、二等奖5项、三等奖1项)。

知识产权管理

长城汽车作为一家国际化企业，以全球化知识产权合规管理为基础，依托《长城汽车全球专利合规手册》，建立了全领域、全链条的知识产权管理体系，并将其嵌入研、产、供、销各个环节，保障知识产权工作的有效推进。

(1) 知识产权制度建设

公司已建立涵盖专利合规、申请、预警、激励、放弃评估等环节的20余项制度体系，形成科学、闭环的管理机制。其中，《专利激励管理规定》推行月度奖励机制，贯穿专利提案、申请、授权、转化运用全过程，将创新意识深度融入研发日常，显著提升员工参与积极性与专利产出质量，为企业知识产权发展注入持续动力。

(2) 专利申请质量管控

始终坚持“质量为本”原则。针对新技术、新产品，系统梳理技术架构，深入挖掘底层逻辑与应用细节，实施地毯式技术分析；同步开展专利检索与布局研究，为高质量申请奠定基础。专利工程师全程参与撰写与OA答复，严控每一个技术节点，确保专利权利要求清晰、保护范围合理、技术支撑充分。

(3) 风险管控

为确保产品上市前专利风险得到充分识别并可控，将专利风险管控加入研发日程，对车型技术类、外观类专利风险进行识别、检索分析及侵权规避，并依据专利风险情况制定风险应对措施，实施全流程预警管控和风险闭环。

(4) 知识产权数字化建设

全面实施知识产权数字化建设，提升知识产权工作效率及管理质量，先后引进多种专利检索数据库和专利管理系统，已实现全集团专利事务的数字化管理。

(5) 专利转化运用

依托强大研发体系，长城汽车构建“研发—专利—转化—收益—再研发”闭环机制，推动发明专利高效落地。目前，超85%的专利已应用于主营业务产品。同时，公司积极盘活专利资产，通过许可与转让实现市场化变现，累计转让专利900余项，创收超2.6亿元。专利工作重心由“重申请”转向“重转化”，以技术产品化、专利资产化、生态协同化，持续提升产品竞争力与创新动能。

供应链管理

供应链管理是本集团可持续发展的重要组成部分。我们持续健全供应商全生命周期管理，并将ESG纳入供应链风险识别及日常管理。以用户为中心，构建“全球化、敏捷稳健、高质价比”的供应链体系。

基于业务发展需求，制定《供应商控制程序》管理要求，多维度选择、评价供应商，开展供应链管理活动，打造稳定可靠的供应链体系：



1. 供应链平台

为实现与供应商端到端的交互，同时本着公平、公正、简单、透明原则，长城汽车搭建统一的供应商交互平台——数字化采购系统（简称DPS），实现所有业务的线上合作；DPS实现了新供应商准入、新项目报价定点、质量数据、交付、结算全业务链条的高效协同，提高协同效率和供应链的组织、整合能力；系统分为五大功能版块：广域寻源支撑新供应商准入，在线报价保证定点过程公平公正，品质版块能够实时获取质量表现，助力产品提升，交付协同打造需求到交付的一站式平台，对账结算达到双方账务清晰可见，将成为长城汽车统一的供应商交互协同平台。

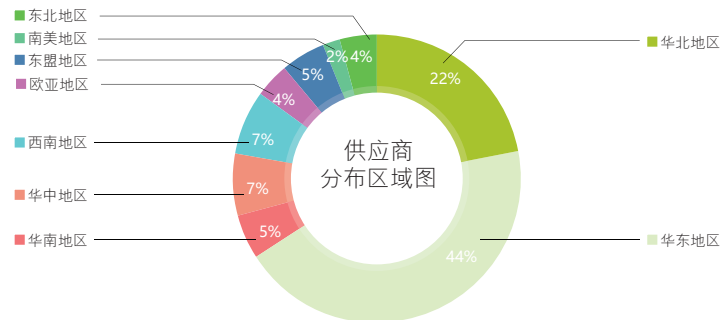
2. 供应商引入

在供应商引入环节，基于《潜在供应商准入管理办法》、《供应商审核表》等内容要求，形成由经营管理能力、研发技术能力、质量控制及制造能力的多维度评价形式。准入前，要求供应商签署《阳光协议》、《保密协议》、《采购合同》、《质量协议》等文件，并按照《供应商控制程序》等要求开展评价。同时对各类标准与制度文件进行评估与更新，以确保供应商管理与本集团发展、行业领先标准，以及国内外政策变化保持一致。

基于公司战略及相关方需求，打造与公司战略高契合度的供应链体系。我们强化了供应商管理，从人文、环境、安全、有害物质管控、守法合规、贸易安全等多维度对供应商及其供应链的社会责任管理情况进行评审，要求100%供应商提供环评报告，涉及生产节水等相关要求，加强了环境和社会责任影响评估。组织质量、技术、采购等专业人员对供应商及其下级二三级供应商现场实施审核，要求供应商需要通过IAFT16949认证与ISO14001认证，对新引入供应商开展100%质量要求培训，并针对长城汽车质量管理新员工开展100%质量培训，以确保供应商产品的开发、生产、质量管控、交付能力、可持续发展符合要求，为终端用户输出高品质产品增添保证。

在供应商准入审核增加了可持续相关指标的评估和得分项，包括：碳中和管理体系、碳中和管理体系、碳中和规划、碳中和减排目标等项目，实现新引入供应商100%审核确认，以保证符合长城汽车可持续发展规范要求。另外，我们通过数字化采购系统对供应商碳信息（零部件低碳材料应用及研发情况、供应商能源应用及未来规划情况、零部件单件生产碳排放情况、供应商是否有绿色供应链管理规划）、供应商零部件碳信息（零部件产品碳排放现状、零部件单件生产碳排放情况、其他低碳管理信息）进行碳数据管理。我们鼓励供应商使用环保材料或循环材料，推动供应商建立自己的绿色采购机制。

供应商数量，主要供应商超1,000家，均为行业内优秀供方，全球知名供应商占比超30%，对于合作供货商，2025年，长城汽车供应商质量体系认证率达100%，具体分布：



3. 供应商管理

① 供应商考核管理

从供应商的开发（产品变更、APQP节点交付文件质量、项目开发进度、项目ET/PT/SOP现场审核）、采购（合同签署、成本透明度、成本竞争力）、质量（售前PPM达成、甩车／停线、零公里BC-S问题、变更管理等）、交付（交付及时性、安全库存管理、包装及工装管理、交付问题整改等）、服务响应（沟通与信息协同、索赔问题沟通）等维度，定期对供应商开展绩效考核。评价结果从优到劣分为I、II、III、VI四等级，根据评价结果，对供应商实施奖惩，长期不满足要求的供应商实施淘汰。并关注下级供应商质量、安全、人文、环境、有害物质管控、守法合规等因素，要求相关一级供应商对此进行确认。

② 风险评估

长城汽车制定《出口管制与经济制裁合规管理手册》，采购合同中增加合规条款，对供应商实施约束，通过GSCP与DPS系统对接，实现贸易管制黑名单实时信息化自动筛查、预警，发现异常及时处置，确保风险受控，成为供应链风险评估领域公认的行业合作伙伴。

长城汽车制定《潜在经营风险供应商筛查方案》主要从经营维度（近2年企业／法人限制高消费及频繁变更、近2年大量合同／劳务纠纷、近2年有多次资产抵押情况、近2年有被收购／出让股权等情况等）、业务维度（存在1千万以上呆滞并多次提出解决诉求、2年内多次申请特殊付款供应商、近1年频繁发生交付困难事件、连续3年长城采购额快速下降（年均＞50%），且企业销售额同步下降等）周期性审视供应商潜在经营风险，前置策划应对措施，降低供货风险。

③ 阳光采购

公司建机制、重廉洁，强化数智化服务，赋能组织转型与能力提升，规范合作双方廉洁管理，从源头上预防、杜绝腐败事件的发生，保护双方利益不受损害，建立公平公正、简单透明的合作环境与互利共赢的事业伙伴关系，为促进商业伙伴了解长城公司廉洁要求，长城汽车制定《商业伙伴廉洁行为准则》，并告知合作伙伴，在官网对反腐败等内容进行宣传引导。

公司持续加大阳光采购的推行力度，建立《廉洁体系制度》规范员工及供应商行为，建立廉洁管理流程，对内／对外敏感事项均需备案，出差前／后备案等，坚持营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境，供应商签署《阳光协议》作为合作前提，公司加入了《反舞弊联盟》，针对违反公司《廉洁体系制度》的供应商，会被列入长城汽车供应商合作黑名单并上传信息至《阳光诚信系统》，并进行相应处罚，视情节严重程度公示给《反舞弊联盟》其他成员；对于员工违反《廉洁体系制度》，公司会依据情节严重程度进行警告、罚款、开除等处罚措施，情节严重的会被移交公安或司法机关进行处理。公司在采购流程的主要环节均实现了系统操作，可追溯，做到了高效透明。

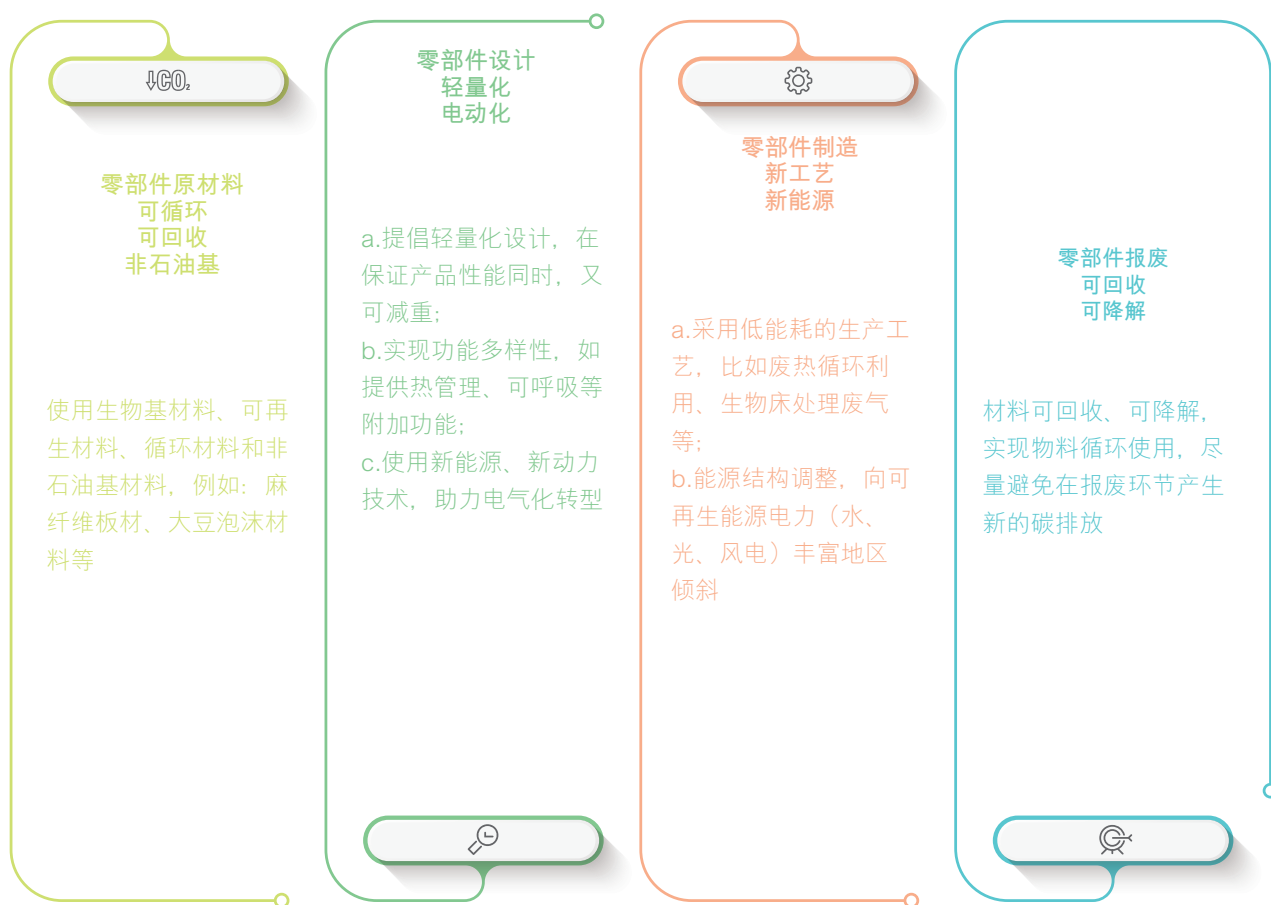
公司秉持公平公正、平等相待原则，对所有供应商一视同仁，恪守商业道德，规范合作流程，营造开放透明、互利共赢的良性合作生态。截至报告期末，长城汽车应付账款（含应付票据）余额超过300亿元，不存在占总资产的比重超过50%的情况，无逾期未支付款项（剔除存在争议及纠纷的事件）。同时公司及控股子公司严格遵守国家相关法律法规，不存在通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息的情况。

4. 供应商可持续发展

汽车市场充满变数和挑战，长城汽车秉承协同发展的理念与供应商伙伴打造全产业链合作生态，我们十分重视供应商的能力建设，针对可持续发展、专业技术、质量管控、反贪腐等内容，面向不同性质的一、二级供应商开展讲座和交流培训。同时定期就内部需求和最新行业标准与供应商通过供应商大会、技术日等活动，明确双方目标和发展方向，共建真心伙伴合作共赢的可持续供应链。

在供应商日常管理中亦积极融入可持续发展理念。打通全链条供应资源，打造绿色新生态，推动使用可循环再生材料、绿色能源制造，建立绿色供应链。主动选择环境及社会友好型供应商，23年率先建立评价标准、成立专项管理团队，开展供应商低碳评价和培训指导，近两年依据评价标准开展多家供应商评价，显著提升了供应商减排意识和供应端低碳管理水平，持续带动供应商伙伴向可持续发展转型，携手在商业道德、劳工权益、健康安全、环境保护及气候变化等多方面共同实现可持续发展目标。

在国家“3060”碳目标背景下和国际碳中和政策背景下，汽车业节能减排已是大势所趋。供应链从零部件原材料、零部件设计、零部件制造和零部件报废四个环节，识别影响碳排放影响因素，并开展管控举措制定，以打造可持续的绿色供应链管理体系。



经销商管理及培训

销售满意度

2025年五品牌销售服务满意度达成93.94分，售后服务满意度达成90.1分。

经销商管理

2025年，长城汽车锚定ONE GWM全球统一渠道战略，打造三大专属细分、高效协同的渠道体系。秉持用户中心理念，以诚信与公信力打造专业有温度的服务体系，推行透明销售、革新上牌流程、打造终端星级评价体系，以诚信破局、效率提体验、创新适配需求，提升用户满意度与品牌公信力，未来将持续深化用户导向，升级体验、夯实口碑，持续增强用户对品牌的认可与信赖。

以全球统一的ONE GWM为渠道战略方向，强化长城企业品牌，形成三大渠道体系：长城汽车渠道，以一个长城为导向，统筹哈弗、欧拉、皮卡渠道资源，通过聚合保效能、瘦身降成本、提升渠道质量；魏牌定位高端品牌专属渠道，以直营渠道模式发展，与坦克渠道资源协同应用；坦克渠道，定位豪华越野品类专属渠道。长城汽车以专属细分、高效率协同和稳健盈利的渠道，为用户提供全生命周期的高品质服务。

长城汽车“以用户为中心”，以“诚信+公信力”为核心抓手，坚守长期主义，打造专业、有温度的服务体系。通过构建诚信透明的销售服务体系，切实解决行业诚信缺失、购车套路等痛点，以专业与温度践行“选择长城，就是选择安心”的品牌承诺，持续引领行业服务品质发展。

销售体验方面，深度推行全业务链路“透明服务”，车辆价格、购车流程、消费项目及费用全程公示，实现全国服务标准一致，让用户购车全程安心。

业务流程变革方面，针对用户“购车流程繁、上牌耗时长”痛点，长城汽车积极响应，推动新车上牌“一件事”落地。创新“出厂即查验”模式，用户可在购车店内一站式办结选车、缴税、上牌等全流程，真正实现“提车即驾驶”。该服务已覆盖多种车型，大幅提升购车效率。

运营激励方面，全力打造终端星级评价体系，从专业度、满意度、诚信合规等维度严格考评，配套正负激励机制与淘汰机制，倒逼服务品质提升与诚信力打造。

2025年，长城汽车以诚信破痛点、以效率应诉求、以创新适配场景，大幅提升用户满意度与品牌公信力，为行业提供了可借鉴的实践经验。未来，长城汽车将坚守长期主义，深化用户导向，持续完善售前服务体系，以更专业、高效、温暖的服务守护用户信任，引领行业高质量发展，让“全心服务”的品牌承诺深入人心。

销售满意度的提升举措

为持续提升客户服务体验与满意度，长城汽车持续开展用户满意度调研，通过电话、线上双渠道深度倾听客户声音，2025年采用分场景问卷调研模式，同步优化极简线上问卷形式，聚焦销售试驾、提车服务核心场景，从咨询、接待、试驾、环境、交易、交车、关怀七个维度，全面评价服务质量。对内建立健全销售服务管理机制，统筹推动销售服务关联组织绩效挂靠、问题协同改善与定期复盘，实现服务管理的闭环推进；对外通过全网视频监控、飞行检查、厂商系统经销商服务记录抽检等多重手段，强化服务过程管控，同时推动用户需求从厂端精准传递至经销商，切实保障客户权益，确保服务流程高效落地。

此外，长城汽车五大品牌开展终端基础运营百日提升行动，围绕经销商销售接待流程、店面形象、硬件长效维护、展车/试驾状态、人员着装规范等关键维度全面检核，针对发现的问题统筹指导店端制定专项改善计划并全程监督落地，以标准化、精细化的管理推动经销商整体服务水平迭代升级，持续打造优质服务口碑，不断增强客户满意度与品牌忠诚度。

长城汽车多维度开展用户满意度调研，通过内建管理机制、外强过程管控形成服务闭环，同步开展五品牌终端运营提升行动，以标准化管理推动经销商服务升级，为用户打造专属、高效、专业的服务体验。

2025年中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)测评，长城汽车旗下哈弗与坦克品牌的燃油板块，斩获自主品牌“销售服务满意度”第一名；坦克品牌新能源板块荣获传统品牌“销售服务满意度”并列第一名。这是市场与用户对长城汽车服务品质的高度认可，更是公司秉持“全心服务”理念、将用户服务作为履行社会责任重要载体的实践成果，彰显了企业在提升用户体验、构建品牌与用户长期信任关系上的坚定坚守与硬核实力。

类型	厂商品牌	类型	名次
燃油	哈弗	销售服务(自主品牌)	1
燃油	坦克	销售服务(自主品牌)	1
新能源	坦克	销售服务(传统品牌)	1并

类型	车型	细分市场类别	名次
燃油	第三代哈弗H6	10-15万紧凑型SUV	1
燃油	哈弗大狗	10-15万紧凑型SUV	1
燃油	坦克300	硬派SUV	1
新能源	欧拉好猫	纯电动小型轿车	1并
新能源	坦克400 PHEV	硬派SUV	1
新能源	坦克500 PHEV	硬派SUV	1并



经销商培训

在汽车产业面临电动化、智能化、低碳化深刻变革的背景下，ESG已成为企业核心竞争力的重要组成部分。长城汽车始终秉持“用户至上”的理念，致力于为用户提供卓越的服务和产品体验。积极推进经销商培训模式升级，通过提升终端人员的专业接待能力，向用户传递出高质量的服务水准和产品价值，践行对用户责任担当。培训赋能是将ESG从高层战略转化为全员行动，从理念宣言转化为具体能力的重要环节。

产品培训 — 推动绿色转型，助力持续价值转化

在当今竞争激烈的市场中，产品体验是用户选择和使用产品的重要考量因素，良好的产品体验可以提升用户满意度。长城汽车持续夯实产品专家专业讲解能力，借助欧拉5新产品上市培训，设计工厂参观、核心零部件解析、试验场试驾等沉浸式体验课程，通过工程师沉浸式讲解，深度解析看不见的品质，确保销售与市场团队能准确传达产品的环保优势，助力绿色销售。

同时，借助全新坦克500上市之机，通过设计辅助驾驶试驾场景提升驾驶信心，借助智能座舱实现舒适与智能的实操体验，全面覆盖用户多元场景需求，帮助销售人员提升对长城汽车的辅助驾驶能力、Hi4混动技术、越野技术，以及用户用车场景、生活方式和个性化需求的认知，以更专业的服务能力增强了用户认可。2025年产品培训累计覆盖培训人数约86,636人次，培训覆盖率100%。



欧拉5新产品上市培训



全新坦克500上市培训

岗位培训 — 铸就责任组织，锻造团队韧性

长城汽车持续完善经销商培训体系建设，围绕品牌、产品、流程及管理维度，系统覆盖旗下哈弗、魏牌、坦克、欧拉及皮卡五大品牌，针对经销商总经理、销售总监、产品专家等核心岗位开展培训累计超18,324人次。通过理论结合实操等综合评估，持续夯实经销商可持续服务能力，助力用户实现绿色、安全、便捷的全生命周期用车体验。

线下培训推出品牌文化与产品技术沉浸式体验课程，通过组织参观智能制造工厂与技术核心零部件、体验徐水试验场安全与性能测试等方式，深化经销商对长城汽车品牌理念、产品安全、技术创新的认知，推动终端在产品营销与服务过程中，更主动地传递环保价值、践行社会责任，实现可持续经营与高品质服务协同发展。



新媒体培训 — 传递责任价值，引领可持续消费

通过构建线上线下协同的服务体系，以体系化的培训模式赋能经销商，提升线上看车与实时沟通的便捷性与响应效率，减少客户线下出行需求，助力低碳交通转型。2025年新媒体培训累计覆盖人数约19,108人次，通过标准导入、实操带教与1对1诊断改善等举措，系统性提升经销商团队的专业能力，促进就业质量提升与区域人才发展，依托数据驱动的培训效果评估，强化透明化与精细化，推动服务标准升级及客户体验优化。

技术培训 — 赋能绿色驱动，夯实未来竞争根基



长城汽车始终坚持以提升用户满意度为核心目标，致力于打造一支技术过硬的售后服务团队，构建了全方位的技术培训体系，涵盖技术岗位认证及专项技术知识等多项培训。2025年技术培训线上+线下累计覆盖终端维修技师90,364人次，覆盖全网。确保每位技师都能及时学习最新的维修技术和服务标准，掌握三电系统、充电技术、能源管理等知识。长城汽车持续完善技术培训课程并创新培训形式，通过线上视频直播重理论讲解+线下培训重实车实操演练，全面提升终端维修技师专业能力，打造售后服务专业技术团队，高效解决用户车辆问题，为用户提供更优质的售后服务体验。

未来，长城汽车将深化培训作为ESG能力基础设施的战略投资理念，持续推进培训模式变革升级，打造经销商团队的专业服务水平，以实际行动践行“用户至上”的服务理念，为用户创造更大价值，实现可持续发展。

客户权益保护

客户投诉管理：

长城汽车始终秉持“以用户为中心”的服务理念，致力于打造用户尊享的服务体验；同时，公司建立全国统一服务热线400-666-1990，为用户提供7*24小时全年无休服务。

为保障客户投诉得到快速、有效的处置，长城汽车制定了《顾客问题处置管理规范》、《投诉改善管理规范》等客诉管理办法，终端层面制定《长城汽车商务管理规范》，厂商协同，注重服务流程、维修能力、人员素质、硬件实力的标准化、人性化、差异化管理，将尊享的服务体验贯穿用户从购车到用车的全生命周期，全面提升品牌服务口碑。2025年，共受理用户投诉197,917例，依托客服系统协同终端销售服务商、内部关联部门进行相应处置。

应急服务保障

以“尊重事实，将客户生命财产安全放在首位”为原则，开展应急服务保障工作，长城公司设有应急响应处置小组，品质和销售一把手任组长，针对不同车型、不同场景发生的交通事故、火灾、极端天气自然灾害等应急事件，预先策划应急响应预案，厂商协同，开展现场勘查、救援、处置工作，快速响应、快速行动，协助用户妥善解决，提高用户满意度。长城汽车基于新能源车型技术特点，结合应急服务流程制度，开发培训课程，定期组织开展销售服务商应急响应服务相关培训，保证销售服务商掌握紧急应急处置专业知识，达到满足应急响应处置策划执行的能力要求。

售后服务保障

长城汽车始终秉持“全心服务”核心理念，坚守长期主义发展原则，深度深耕售后服务领域，坚持以用户需求为导向，构建起全面、完善、高效的售后服务体系，凭借优质的服务品质赢得了市场的广泛认可与广大用户的高度信赖。

服务体系构建方面，长城汽车重点打造“便捷预约、互动接待、舒适客休、车辆维保、惊喜交车”五大核心服务场景，积极拓展多元化预约渠道，配套打造舒适温馨的客休环境，配备专业高效的服务团队，持续优化全流程服务环节，全方位提升用户售后服务体验。同时，同步推出透明预检、星辰守候、上门取送车等多元化特色服务，依托覆盖广泛的服务网点及高效便捷的工具，实现售后服务的便捷化、透明化与智能化升级，切实保障用户用车权益。

长城汽车通过系统专业的培训提升服务商服务人员的整体能力，保证为客户提供专业、优质的售后服务，项目及内容包括车辆检查，保养，故障诊断及维修，以及事故车维修等。

服务活动内容

通过“四季服务节”落地客户关爱，提供保养套餐、取送车、免费检测等服务，并在出行高峰期，如春节期间配合高速驿站提供出行保障，结合季节特性及重要节点，提供季节刚需品活动、节日关怀等，如春节送春联、十一进站送伴手礼；并打造服务尖叫日，周三提供工时及机油折扣。整体通过企业微信、微博、公众号等多渠道触达用户，从而体系化地传递并夯实“全心服务”的品牌承诺。

异常场景关怀

建立“主动式场景化关怀”体系，聚焦异常天气与突发事件(如暴雨、大风、极寒)，通过企业微信向受影响区域的客户，定向推送实用的安全提醒与应对指南(如冬季热车建议、涉水行车须知)，将单向通知转化为在用户最需要时刻的“专业陪伴”，于细微处强化品牌的安全感与责任感。

售后服务过程中发现的问题反馈

所有售后服务网点均开通24小时服务热线，另外长城公司客服为7x24小时工作制。客户在使用车辆过程中有任何问题，可随时通过服务网点24小时服务热线或长城公司官方服务热线400-666-1990联系，保证为客户提供专业、优质、及时的服务。

安全保障应对措施

1) 24小时救援

所有售后服务网点均开通24小时服务热线，同时长城汽车客户服务中心客服为7x24小时工作制，客户救援需求，快速分派实施救援或应急处置。

2) 事故发生时的技术支持

在出现与安全相关的技术问题，长城公司将快速组织技术资源指导、协助售后服务网点进行车辆的维修，必要时提供现场技术支援。

售后取得奖项

2025年中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)测评，长城汽车旗下哈弗品牌的燃油板块，斩获自主品牌“售后服务满意度”第一名；欧拉品牌新能源板块荣获新势力品牌“售后服务满意度并列第一名”。这既是市场与用户对长城汽车服务品质的高度赞誉，更是公司坚守“全心服务”核心理念，将用户服务作为履行社会责任重要载体的生动实践成果，深刻彰显了企业在持续提升用户服务体验、构建品牌与用户长效信任关系上的坚定初心、执着坚守与硬核实力。

类型	厂商品牌	类型	名次
燃油	哈弗	售后服务(自主品牌)	1
新能源	欧拉	售后服务(新势力品牌)	1(并)

数据安全与个人信息保护

网络安全政策

公司基于纵深防御体系作为网络安全防护的建设方向，构建包含了多层次多维度的网络安全保护能力，以抵御各类外部入侵以及内部违规的未授权访问。通过遍布公司网络环境的监测设备，可以第一时间发现异常的行为，最大程度降低对消费者的数据带来的安全隐患。公司对外提供的业务系统经过严格的安全审查与测试，包括对消费者的个人信息权益保障的合规评审，以确保业务系统内的数据能够安全合规的使用。

信息安全政策

本公司始终将信息安全视为企业发展的生命线，严格遵循《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，参照GB/T 22239-2019(信息安全技术网络安全等级保护基本要求)标准，构建了“全方位、多层次、动态化”的信息安全管理与技术保障体系。

管理架构与制度保障：公司建立了由最高决策层领导的信息安全委员会，下设专项工作组，形成了决策、管理、执行三级垂直管理架构。我们已建立覆盖物理安全、网络安全、系统安全、应用安全及数据安全的相关制度汇编，通过定期的合规性审计与风险评估，确保安全政策落实到位。

技术防御与全生命周期管控：在技术层面，公司部署了包含边界防护、态势感知、入侵检测及数据加密在内的纵深防御系统。针对数据处理活动，我们实施了覆盖采集、传输、存储、使用、共享及销毁全生命周期的分级分类管控，确保敏感数据“可管、可控、可溯”。

应急响应与持续改进：公司建立了完善的应急预案体系与安全演练机制，具备快速发现、及时阻断及灾难恢复的能力。通过持续的安全合规培训与新技术应用，我们致力于构建一个动态防御、主动发现、协同响应的安全生态，确保公司数据安全与社会公共利益不受侵害。

防止网络攻击的应对措施

办公网络防护

办公设备访问互联网防护：公司在办公网出网安全防护方面，采用多层次、全链路的网络边界防护体系，有效防止恶意外链、敏感数据泄露以及外部威胁入侵。具体措施包括：

首先，通过防火墙部署，实现对办公网络与互联网之间的访问流量进行严格控制，其次，针对员工日常上网行为，我们部署了上网行为管理系统。该系统对网页浏览、文件下载、即时通讯、SNS社交网站等进行分类识别和访问控制，防止员工通过互联网泄露敏感信息或访问恶意站点。

设备接入办公网内网防护：公司在办公网入网安全防护方面，以终端准入控制技术(NAC, Network Access Control)为核心，实现对接入设备的身份认证、风险评估与动态接入控制，有效防止非授权或不安全终端接入内网，保障办公网络环境的安全可控。

首先，在终端身份认证层面，所有接入办公网的终端设备必须经过严格的身份验证，包括员工账号、设备唯一标识(如MAC地址)、操作系统版本等，确保只有经过授权的人员和设备可以连接公司内网。

其次，在终端健康检查环节，系统对接入设备进行自动安全合规性评估，包括操作系统补丁更新情况、杀毒软件状态、安全配置等。如果终端存在高风险或不符合公司安全基线标准，将被强制隔离或禁止接入。

长城云网络防护

南北向网络防护：公司在长城云的南北向网络防护方面，重点部署了DDoS防护、防火墙、WAF以及服务器访问互联网流量检测等多项安全能力，构建多层次、全链路的纵深防御体系。

首先，在DDoS防护层面，我们通过流量清洗平台和防护设备，对外部大流量攻击进行实时检测和自动清洗，防止因流量洪水攻击导致核心业务服务中断，有效保障出口带宽和服务可用性。

在防火墙层面，公司设置多道防火墙策略，对南北向流量进行严格的访问控制。所有入站和出站流量必须经过防火墙策略过滤，基于源IP、目的IP、协议、端口、应用等多维规则进行精细化管控，阻止未经授权访问和恶意扫描。

针对互联网应用层攻击，公司在公网出口部署WAF（Web应用防火墙）和流量探针，重点防护常见攻击行为，包括SQL注入、跨站脚本、文件包含、恶意爬虫、勒索攻击等，进行检测和拦截，保障业务系统安全稳定运行。

在服务器访问互联网的流量检测与管控方面，公司对服务器的主动外连行为进行严格审计和控制。通过防火墙，对服务器发起的外向访问进行白名单控制，防止服务器被黑客控制后进行非法外连。

东西向网络防护：公司在内网东西向流量防护方面，重点采用微隔离技术(Micro-Segmentation)，实现对不同业务系统、服务器、终端之间横向通信的精细化访问控制，有效降低内网横向渗透和攻击扩散的风险。

员工信息安全培训

为提升员工信息安全意识，特定人员掌握相关知识与技能，定期组织培训。新入职大学生开展信息安全意识培训，在职业生涯初期即具备信息安全意识。在公司OA系统和在线学习系统中发布信息安全培训材料和培训课程，并组织开展信息安全宣传工作。

全球化数据合规与个人信息保护实践

长城汽车严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等国家法规要求，充分履行作为网络运营者应尽的数据保护义务，确保消费者的个人信息与隐私能得到充分的保护，用户的合法权益能够得到充分的保障。

全球化客户隐私安全与合规组织

公司建立了覆盖全球的客户隐私安全与合规组织，使所有的业务单元能够承担对客户隐私安全与数据合规使用的职责。公司设立数据合规官统筹管理客户隐私安全与合规工作，并由数据合规办公室推动全公司的数据合规体系建设并监督执行。各个业务单元负责人直接对本单位数据合规工作负责，同时设立专门的合规责任部门以确保能够使合规保障工作落地。通过自上而下完整的数据安全与合规组织，确保对消费者数据与个人信息保护义务能够具备良好的治理架构，所有的管理要求能够贯彻落地执行。

履行等级保护义务

根据《网络安全法》对于网络安全等级保护工作的要求，公司积极开展重要业务系统等保定级，对处理客户隐私数据的业务系统全部定级为三级，相关业务系统经行业专家定级评估评审后，向网安部门完成了备案，并接受了公安部认证测评机构等级保护测评检查。根据专业机构的测评结果，公司等级保护三级系统测评通过率100%，验证了相关系统具备了成熟的网络安全防护的能力。

客户隐私保护责任落实

根据法律法规对数据敏感程度的分类，以及数据同个人的相关性，将数据密级分级为(S1-S5)，结合数据整个生命周期6个不同阶段（采集、传输、存储、处理、分享、销毁）的特点，制定对应的合规技术方案，同时建立了项目隐私合规管理制度，根据项目的生命周期特点，分别从产品执行、项目执行不同角度进行隐私合规流程化、标准化，从制度方面保障执行到位，责任到人。

数据安全管理体系建设及运行保障情况

长城汽车严格遵守法律法规，积极落实《汽车数据安全管理办法（试行）》、《数据出境安全评估办法》、《网络数据安全条例》等规章制度，全面履行数据安全主体责任，健全数据安全风险监测与防护机制，切实筑牢用户个人信息与重要数据的安全防护屏障。

数据安全管理制度体系

公司发布《数据安全管理制度》、《数字化产品安全要求指导书》等数据安全管理体系文件，明确了数据安全管理制度，制定了数据采集、存储、传输、使用、共享、出境、销毁全流程标准化安全管控要求，定期组织开展数据安全培训赋能和应急演练，保障数据安全“有章可循、有效落地”。

数据安全技术防护措施

长城汽车积极构建覆盖数据全生命周期的安全技术防护体系，通过数据分类分级、加密存储、传输加密、数据脱敏、数据水印、安全审计、数据防泄漏、漏洞防范等关键技术落地应用，有效抵御网络攻击与数据安全风险，全面保障数据处理全过程安全可控，实现了用户个人信息和重要数据的全方位安全技术防护。

公司具备完善的数据安全风险监测及事件处置响应机制，网络安全运营团队通过日常威胁情报收集、实时监控、内部定期运营和检查、客户投诉、监管机构质询等渠道对异常事件和数据安全事件进行识别发现。发现后对识别到的网络安全信息进行分析，判断是否为数据安全事件，2小时内确定事件类型、识别受影响的业务，并通知相关业务部门组建应急执行小组开展事件初步调查；应急执行小组在收到事件通知后的24小时内提供事件的初步调查情况，对事件可能发生的原因、事件可能影响的业务范围、事件可能影响的数据资产清单进行说明。

网络安全运营团队结合业务部门提供的信息，并基于人员安全、经济财产、车辆操作性、数据与隐私合规、生产业务、声誉影响、社会影响这七大要素分别对事件进行定级，将网络安全事件划分为四个级别：特别重大事件(I级)、重大事件(II级)、较大事件(III级)和一般事件(IV级)。若事件涉及多个影响因素，最终根据就高原则确定事件等级及响应处置时限要求。对事件完成定级后，网络安全运营团队根据事件判级及时通知相关内部（如风控法务合规部、市场及客户关系、质量管理部、配套采购部等、集团数据合规办公室）和外部人员（如网络安全产品开发供应商、服务提供商、政府监管机构、车主等个人信息主体、其他利益相关者等），并协调相关领导成立应急响应领导小组。不同级别的事件汇报到不同层级的领导。

长城汽车报告期内未发生数据安全事件，未发生泄露客户隐私事件。

员工关怀与成长

长城汽车视员工为企业发展的核心动能，是公司最为珍视的宝贵财富，公司矢志不渝地营造，既公平、包容、安全，又充满成长机遇的工作环境，并不断完善职业生态系统。公司在人力资源管理方面始终坚持“以人为本、人才驱动”的核心理念，致力于打造高效、专业、富有活力的人才队伍。

在人才吸引方面，公司通过合规用工、多元化队伍建设、校企合作及雇主品牌塑造，积极引进高素质、复合型人才，持续优化人才结构，满足企业战略发展需求。为激发员工积极性与创造力，公司建立了全面的激励体系，涵盖绩效激励、股权激励、非物质荣誉表彰等多维度激励机制，确保员工贡献得到及时认可与回报。在人才发展方面，公司高度重视员工职业成长路径规划，提供系统的培训体系、轮岗机制和晋升通道，助力员工不断提升专业能力与综合素质，实现个人发展与企业成长的共赢。同时，公司持续优化员工福利体系，除国家法定福利外，还提供具有竞争力的补充保险、多项福利计划、员工关怀项目等，增强员工归属感与幸福感。在职业健康与安全方面，公司严格遵守相关法律法规，建立健全安全管理体系，定期开展安全培训与健康检查，营造安全、健康、和谐的工作环境，切实保障员工身心健康与合法权益。



通过以上举措，公司不断夯实人力资源管理基础，为企业的可持续发展提供坚实的人才支持与保障。

人才吸引

合规用工

长城汽车秉持尊重与保障人权的根本原则，并将其全面纳入公司战略与日常运营。公司严格遵守《联合国世界人权宣言》、《国际劳工公约》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国就业促进法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《禁止使用童工规定》、《中华人民共和国个人信息保护法》及《儿童权利公约》等一系列国内外法律法规与标准。为将承诺落到实处，我们制定《招聘管理规定》、《劳动合同管理办法》和《数字化产品个人隐私保护基线要求及指引》等内部制度，对人权进行制度化保障。

1、 人员招聘：

◆ **制度执行：**我们严格执行公司的《招聘管理规定》、《劳动合同管理办法》，坚持“公平、公正”的招聘原则。所有招聘岗位均依据实际业务需求与编制核准设立，禁止关于民族、种族、性别、宗教信仰等任何形式的就业歧视。我们要求招聘信息客观真实，不得使用带有误导性、夸大或歧义的表述，以保障求职者知情权与选择权。同时与员工通过平等协商签订劳动合同，劳动合同签订率达到**100%**，坚决抵制雇佣童工、强迫劳动等行为。

◆ **技术支持：**通过制定并落地技术策略，实现人才引入环节的系统自动核准、校验，全面强化人才引入全流程管控，切实保障合规用工。

✎ 公司通过自建“**招聘管理平台**”设定入职年龄自动审核机制，未满16周岁的应聘者无法完成聘用流程，从技术上杜绝雇佣童工的可能性；

✎ 招聘系统升级，在发布招聘信息时，系统自动审核并拦截包含年龄、性别等就业歧视内容的描述。

2、 信息保护：

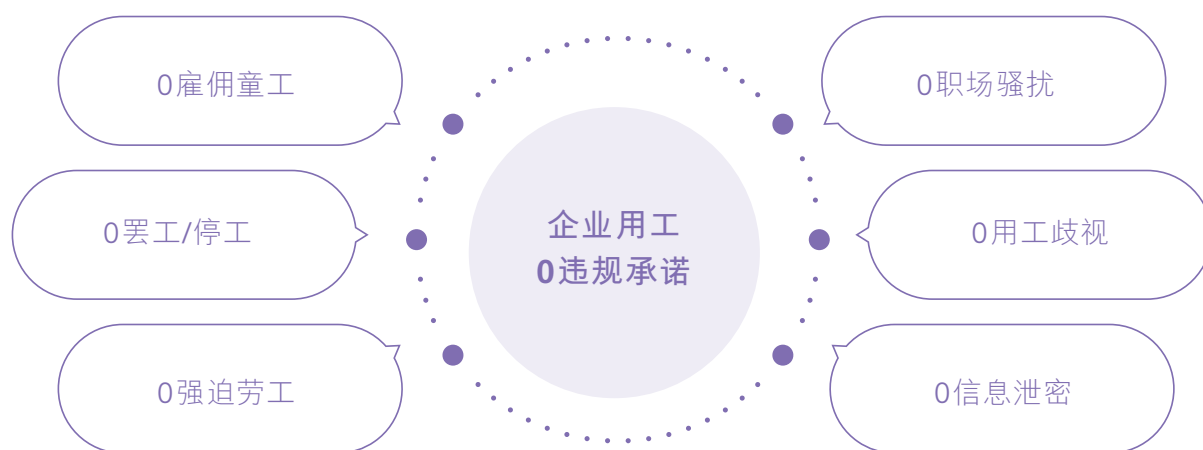
◆ **制度执行：**严格执行公司《数字化产品个人隐私保护基线要求及指引》，持续提升个人信息保护管理水平，确保员工信息在使用过程中得到更全面、更具前瞻性的安全保障。同时，公司建立了健全的个人信息风险监测预警机制，实现了外发数据风险的有效监控。

◆ **技术支持：**升级加密技术保障数据存储安全，严格限制访问权限，并定期开展信息安全审计，多措并举，确保员工信息不泄露、不滥用。

3、 合规机制保障：

我们通过入职宣导、内部培训、系统宣贯合规用工制度，定期内部审查落实制度执行情况，确保要求有效传达。同时，公司设立专门的举报渠道，包含匿名举报邮箱与热线电话，一旦接收侵犯人权的举报或投诉，公司将第一时间开展全面、规范的调查核实。经查证属实的，严格依规追究相关责任人责任，并根据事件性质与严重程度，采取内部处分、解除劳动合同乃至移交公安机关等相应处置措施。针对此类事件，公司持续健全管理闭环，强化风险排查与整改落实，建立长效预防机制，以系统化、全流程管理切实保障全体劳动者合法权益。

公司在报告期内未发生雇佣童工、强迫劳工、用工歧视和个人信息隐私泄露等违反人权的行为。



多元化员工队伍建设

公司在国际业务拓展中，严格遵守所在国的劳动、平等就业及数据保护等法律法规，同时尊重当地宗教习俗、节日传统与商业礼仪，通过文化融合与本地化实践，积极构建包容、合规的全球团队，广泛吸纳不同文化背景和专业领域的人才。

- ◆ **海外员工**：目前，长城汽车已组建来自全球多国的员工团队，其中在境内工作的外籍专家超过百名，涵盖工程、研发、管理等多个学科方向。
- ◆ **少数民族员工**：公司高度重视本土人才的多元构成，现有少数民族员工3,552人，来自42个不同民族，覆盖我国民族总数的78%，公司亦在中高层管理队伍中，积极推进性别与民族的均衡融合，为组织持续注入创新活力。
- ◆ **男女员工**：男女员工在职业发展与薪酬激励方面享有平等机会，女性员工占比连续三年稳步增长，在公司各业务领域均发挥着重要作用。
- ◆ **残疾人**：公司始终秉持包容与责任的理念，长期致力于为残疾人提供平等的就业机会，以实际行动践行多元化招聘和社会责任。
- ◆ **年龄分布**：在人才使用上，公司坚持以能力与贡献为导向，不以年龄设限，35岁以上的资深员工约占员工总数的40%。

2025年7月，长城汽车专门面向35岁以上有经验人才举办了专场招聘活动，岗位覆盖软件开发、商品开发、品牌传播、供应链质量管理等多个方向。这一举措不仅体现了公司对经验价值的认可与重视，也展现了其在践行多元、包容人才理念方面的切实努力。



校企合作及雇主品牌塑造

- ◆ 在校企协同育人方面，公司开展了系统化、多层次的人才共育实践。通过设立“校企联合培养计划”，例如“顶岗实习”、“现场工程师项目”及“提前就业班”，有效强化学生的职业技能与岗位适应力，为学生提供前沿的实战研究平台。通过“企业导师进课堂”活动，将一线经验与产业洞察融入教学环节，并依托贯穿人才“选、育、留、用”全链条的校企联合培养机制，深化产教融合，为产业持续输送高素质技术与管理人才。
- ◆ 在雇主品牌建设方面，公司品牌影响力与吸引力持续提升，连续三年（2023-2025年）荣膺权威机构评选的“最佳雇主”称号。公司通过面向在校大学生组织企业开放日等沉浸式体验活动，结合“校园大使计划”与“精品宣讲会”，立体化展现公司的创新文化、多元福利与广阔发展平台。



校园活动



企业开发日



大学生报道

近三年雇主奖项



长城汽车将“造车先育人”的理念融入企业发展，恪守“广纳贤才、人尽其用”的招聘原则，秉持开放、平等、包容的用人理念，广泛吸纳各领域杰出人才，并全力为其打造简单、透明、公开的工作环境。公司与员工并肩，共同发展，共同进步，鼓励每一位优秀人才在长城汽车实现自己的价值和梦想。

全面激励

为支撑公司战略落地与可持续发展，公司围绕“价值创造、价值评价、价值分配”的闭环逻辑，持续完善全面激励体系，激发组织活力，驱动高质量发展。在薪酬与绩效方面，夯实薪酬管理制度体系，建立全岗位适配的差异化绩效管理体系，通过OKR、KPI、PBC等多元考核工具实现全员绩效与薪酬、晋升的深度联动，以客观公正的绩效评价夯实价值评价基础，为价值分配提供科学依据。在长期激励方面，创新长期激励模式，迭代优化长期激励策略，通过长期目标牵引及利益绑定，驱动长期价值创造及战略成功，推动公司长期可持续发展。同时，公司持续推进贯穿员工全职业生涯的荣誉激励体系，以系统化设计、常态化运行、差异化实施，精准匹配贡献与认可，驱动个人与组织共同成长。

1、薪酬与绩效体系

公司严格遵守《中华人民共和国社会保险法》《工资支付暂行规定》等国家法律法规及相关管理规定，持续完善《薪酬管理制度》等内部管理体系，依法足额支付法定劳动报酬。同时，公司始终坚持薪酬公平原则，严格执行男女同工同酬，构建和谐稳定的雇佣关系，确保薪酬管理全流程的合规性。



◆ 持续优化多元化薪酬体系

公司建立并持续完善“固定薪酬+津贴补贴+激励奖金+集团收益分享+中长期激励”相结合的复合型薪酬架构，旨在实现保障、激励与长期价值共享的有机结合。该体系既关注岗位价值与员工基本保障，也注重绩效贡献与公司整体经营成果的联动，强化“多劳多得、优绩优酬”的分配导向，提升员工的归属感与团队凝聚力。

员工的基本工资高于国家及当地最低工资标准要求；依据国家及公司相关规定向所有员工按月足额支付工资，依法为员工预扣预缴个人所得税。

◆ 全岗位适配的绩效管理工具

针对不同岗位属性匹配差异化考核工具，实现100%员工的绩效与薪酬强关联；针对不同岗位序列的工作性质与绩效目标，差异化推行OKR（目标与关键成果）、KPI（关键绩效指标）及PBC（个人业绩承诺）等考核工具，实现全体员工绩效管理与薪酬激励的全面对接。各类考核指标均与业务目标紧密衔接，确保绩效评价客观公正，并直接应用于薪酬调整、晋升发展与激励分配，推动组织与个人目标的协同达成。

2、 长期激励

报告期内，公司通过工具创新、精准覆盖、合理支付周期及战略导向的业绩考核，将员工利益与公司长期目标深度绑定，驱动高质量增长与可持续发展，支持长期股东价值和社会责任。

◆ 激励工具多元化

报告期内经董事会及薪酬委员会多次讨论，审议通过了《2023年限制性股票与股票期权激励计划预留部分的授予》、《长城汽车长期激励基金管理办法》及《2025年员工持股计划》。这些举措共同构成了多层次、多形式的长期激励体系，精准匹配不同层级员工的激励需求。

◆ 覆盖范围精准化

聚焦中高层管理者及核心骨干员工，通过绩效与能力评估动态调整，确保稀缺资源投入核心关键人才。

◆ 支付周期高效化

基于年度业绩达成情况，为符合资格的员工年度授予新的激励权益。

◆ 考核指标战略化

紧密围绕公司品牌向上及高质量增长的长期战略，设定公司业绩考核指标，考核指标不仅关注规模扩张，更强调运营质量，确保长期激励支撑公司可持续健康发展。

截至报告期末，公司尚在有效期的激励计划包含2023年限制性股票与股票期权激励计划、2023年员工持股计划及2025年员工持股计划，覆盖公司中高层管理者及核心骨干员工，共计授出限制性股票5,113万股，期权7,764万份、员工持股计划涉及股权约810万股。

截至报告期末，公司尚在有效期的激励计划覆盖总人数1,597人。

3、 荣誉激励

公司各单位紧密围绕业务实际，构建了系统化、多层次的荣誉激励体系，在评选周期上覆盖季度、半年度、年度常规奖项及即时激励奖项，及时肯定员工价值贡献；在荣誉等级上贯通集团级、公司级、单位级与部门级四级体系，确保“功有所彰、绩有所誉”，构建员工成长通道，有效地激发员工的工作热情；在评选维度上兼顾业绩贡献、价值观践行（如“价值观榜样人物”）及各业务领域标杆实践等，全方位彰显奋斗者价值；同时，在荣誉激励形式上，邀请员工家属、新入职大学生等群体共同参与，通过庄重仪式感见证高光时刻、致敬奋斗者，切实增强组织归属感与文化认同感。



长城汽车2025年城星计划
2025年荣誉激励覆盖2万余人

人才发展

我们持续完善人才发展体系，严格遵循《培训管理规定》、《人才发展管理规定》、《干部管理规定》等规章制度，不断优化制度流程与权责规范，确保人才培养、评价、晋升等各环节有章可循、公平透明，进一步夯实了人才发展的制度基础，保障全体员工享有均等的成长机遇。

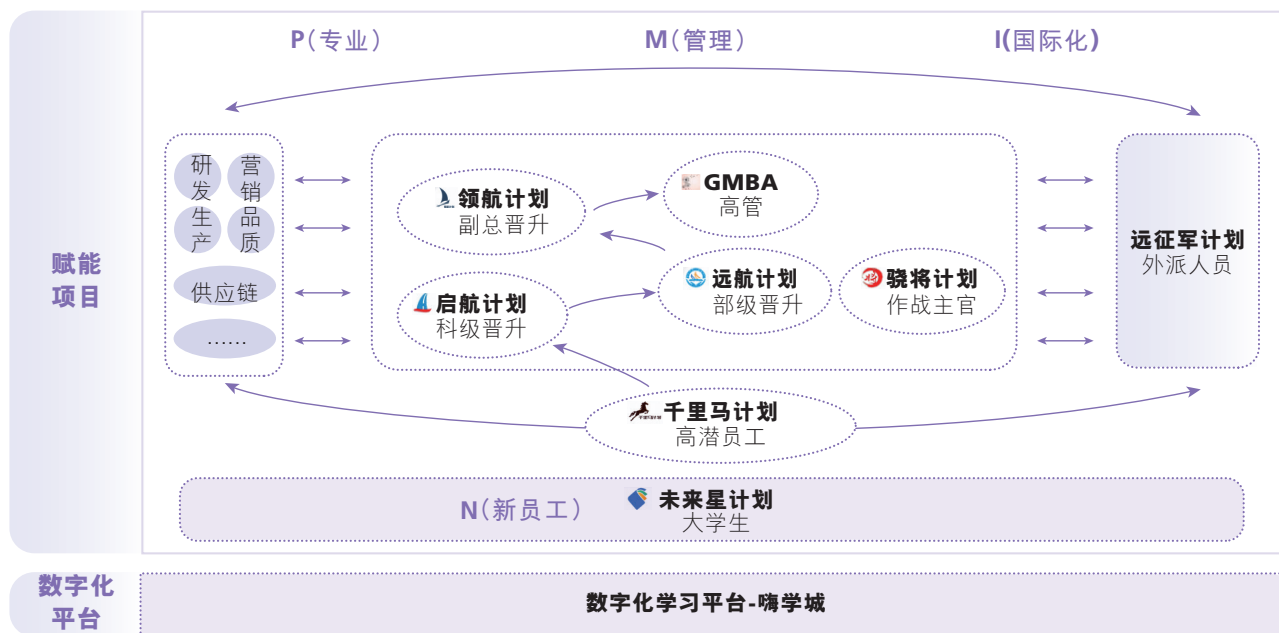
2025年系统升级人才发展战略，聚焦职位体系清晰化与动态优化，差异化设计各层级培训内容，并拓宽员工晋级晋升通道；同时以干部队伍建设为关键抓手，坚持“外引内生、以结果论英雄”，在实战中选拔高潜年轻干部，打造敢打硬仗、能打胜仗、强领导力的干部队伍。

面对市场竞争压力的不断加剧，公司不仅要积极从外部引进优秀人才，以注入新的活力与专业技能，更要注重内部人才的培养、吸引和保留。通过建立完善的人才发展机制，营造良好的职业成长环境，激发员工潜力，提升组织凝聚力，从而打造一支高素质、高忠诚度的人才队伍，为企业的持续发展提供坚实支撑。

1、 搭建分层、分类的人才培养体系

2025年长城汽车持续优化全球人才培训体系，培养范围持续扩大，全面覆盖各层级员工，为支撑员工专业能力提升，系统搭建技术类、营销类、职能类领域共249个子序列“标准化、菜单式、进阶式”的成长地图，实现岗位学习路径的可视化。推进讲师和课程版块实现线上化管理，依托线上学习平台，完成集团700余名讲师集中年审；同步打造标准化、结构化的课程目录货架，实现资源有序沉淀、便于检索与高效复用。迭代升级数字化学习平台“嗨学城”，加速向智能化跃迁，引入AI制课、AI考试、AI陪练、AI知识助手四大智能引擎，目前82.86%的单位已使用嗨学城AI工具，支撑全员线上线下融合式高效学习，打造长城汽车知识和作战经验沉淀、共享、传承的赋能平台，实现规模复制、快速触达、高效便捷的精准赋能。

2025年长城汽车基于培训需求调研结果，分层分类、全员覆盖地设计并实施了差异化、精准化的人才赋能培养项目。



新员工

2025年新员工入职培训重点围绕文化融入、业务融入、角色转变等维度开展，覆盖大学生**2,800**余人。结合员工通用能力要求及职业发展需求，针对不同类型新入职员工涉及的业务重点及面临挑战，从自我驱动、职场思维、工具方法、沟通表达4个维度实施通用课程学习。

针对大学生群体迭代升级“未来星计划”，建立闯关式素拓、实习历练、在岗培养递进式融入与培养模式，开展为期一年的跟踪培养，实现“新长城人儿”角色快速转变，并识别优秀的人才，作为“未来星”纳入高潜人才池持续培养。



高潜员工

为培养一批有活力、有干劲、敢挑战、能干成事的基层高潜人才，2025年围绕各业务领域绩优、高潜的员工，开展基层高潜培养-“千里马计划”，共计储备合格人员**230**余人，持续为各领域专业、管理人才储备做输入。

基中高层管理者

为提升基、中、高层管理者上任准备度，持续开展“航”计划，围绕“管理自我”、“管理团队”、“管理业务”三大能力项，通过内选高管、外引大咖资源，系统化赋能基、中、高层管理者必备管理思维及方法，同时，通过嗨学城打造管理主题栏目“领导力研习营”，聚焦经营管理、识人用人、布阵2大主题开展突破式赋能，覆盖公司各领域共计**4,000**余名基、中、高层梯队管理干部。



针对各条线人才制定培养方案，持续提升在职员工综合实力，以月度为单位开展各专业条线员工能力提升培训，全年各专业条线员工学习时长达**59.6**万小时，各专业条线员工学习人数达**4.3**万余人。

长城汽车坚持造车先育人的理念，以“技高行天下、能者聚长城”为宗旨，2025年围绕生产制造领域多技能工培养、技能大赛、职业技能鉴定等活动，培养技能岗位人才**8,000**余人。此外，长城汽车积极参与社会活动，河北整车生产基地2025年开展职业技能等级认证，共认证通过**56**人。

组织荣誉：长城汽车各工厂分别荣获“2025年保定市职工职业技能大赛突出贡献单位奖”、“长城汽车天津哈弗工匠学院”、“心系国防担当作为”等多个单位奖项及荣誉称号。

个人荣誉：2025年长城汽车持续为员工提供外部工匠荣誉获得平台，2025年共计评选**1**名省级工人先锋号、**1**名省级劳模、**10**名市级工匠、**30**名市级职工职业技能大赛个人奖项等。



基于公司全球化发展的背景，针对外派人员的识别、培养及派出工作，启动“远征军计划”，旨在打造一支无坚不摧，能打胜仗的国际精英队伍。围绕全球视野、跨文化沟通能力、适应力和语言能力四大关键素质维度，实施**海外通识集训+本地化专项赋能+语言能力提升**三大学习内容，共计培养

340余名国际化人才。

2、健全以能力业绩提升为导向的职位体系与职业发展体系

我们持续健全以能力与业绩为导向的职业发展体系，致力于为全体员工提供平等的晋升机会。公司的职位体系明确设置了包含管理、专业、技能职业发展通道，明确了各序列职位的层级划分、能力要求及价值贡献标准，覆盖所有岗位类型，为员工提供了纵向发展与横向轮动的清晰框架。

在此基础上，我们着力拓展不同类型员工的晋升／发展路径：

管理通道：以干部胜任力模型及素质标准为参照，基于不同管理岗位的实际需求选拔、评价干部能力、素质；持续加强干部队伍建设，搭建干部评价、成长体系，增强干部梯队厚度，2025年管理晋升人数共**1,300**余人，其中女性干部占比达**14.5%**，高层女性干部占比达**6.3%**。

专业通道：以任职资格标准为核心，完善公平、公正、公开的任职资格等级认证机制，并对认证过程强化辅导与反馈，促进人才成长为专业领域专家，2025年专业序列晋级晋等共**7,600**余人。

技能通道：通过专业技能评定等方式，牵引员工不断提升技能，发展为高级技师／匠人。

公开透明的流动机制：持续优化内部竞聘、专业人才轮动、干部轮岗等制度／规范，为员工提供跨组织、跨领域的发展机会。

为推动人才发展工作实现科学管理、精准决策，我们严格按照制度体系相关要求，每年常态化制定年度工作目标及相应量化指标。

2025年度，我们围绕“干部分层级分阶段管理能力提升”、“员工专业能力提升”、“语言能力提升”等目标，搭建了“建立常态化的大学生实习培养状态及效果评估举措，确保影响培养质量的关键问题100%得到发现并解决”、“大学生实习培养满意度 $\geq 90\%$ ”、“成长地图课程开发及上线率100%完成”、“至少引入一个识人用人领导力新工具，实现在基中高层梯队干部100%应用”、“领导力研习营开展 ≥ 3 期”、“持续开展关键人群语言能力提升及外派人员海外通识的赋能培训”、“引入在线学习新工具、新方法”等在内的具体指标。



长城汽车全年学习总时长超**274**万小时，年度学习人数超**8.1**万余人，年度人均学习时长**28.11**小时（其中管理者年度人均学习时长达**60.14**小时，较2024年相比提升**14.81**%），全年职工教育经费支出**0.14**亿元。

多元福利与民主沟通

多元福利

长城汽车致力于构建系统全面的员工福利与关怀体系，在基础保障、健康支持及生活服务等方面持续投入，为员工创造安心、健康且有归属感的工作环境。

1、基础福利

- ◆ **法定保障与商业保险：**公司始终坚持以人为本的理念，构建了多层次、全覆盖的员工及家庭保障体系。除100%为员工提供法律规定的五险一金外，还为全体员工投保了大病医疗保险，并针对海外派驻员工配置了意外伤害商业保险。同时，公司还甄选提供涵盖医疗保险、家庭意外险、车险、少儿门诊险等在内的优于市场标准的自愿投保产品，支持员工为家属选择配置，进一步强化员工及其家庭的风险抵御能力与安全感。
- ◆ **节日关怀方面：**公司在春节、妇女节、中秋节等节日为员工发放节庆福利，同步组织主题文化活动，传递企业关怀与价值认同。



端午节 — 包粽子



中秋节 — 做月饼

- ◆ **居住保障方面：**公司依据员工不同发展阶段提供差异化支持：向新入职员工提供过渡性免费住宿，助力其快速适应职场；为关键人才配置高品质公寓，营造舒适、便利的居住环境；此外，公司积极利用属地的生态资源与区位优势，为员工提供购房优惠政策，切实助力员工实现安居与长期发展。
- ◆ **餐饮服务方面：**公司为全体员工提供免费工作餐，菜品种类丰富、注重营养搭配。本年度特别增设健康餐系列，科学的菜品设计满足员工均衡的营养摄入。员工可通过内部线上平台便捷订餐，公司亦定期开展美食文化节等活动，持续提升员工餐饮满意度与归属感。
- ◆ **通勤支持方面：**公司提供覆盖主要线路的通勤班车服务每日约10,200人次，并在法定节假日前安排返乡专车。员工享有购车专属优惠，并可申请燃油或充电补助。

2、 灵活办公

为支持员工实现工作与生活平衡，公司全面实施**弹性工时**、**居家办公**等灵活办公形式，允许员工依据**岗位需求**和**个人情况**灵活调整工作安排。同时，公司倡导**高效工作文化**，鼓励员工提升工作效率、优化任务节奏、聚焦核心产出，**减少不必要的无效加班**。

此举既**保障工作效率**，又有效提升员工自主性与幸福感，共同塑造**健康高效、温暖包容**的工作氛围；这既彰显了公司以**人为本**的管理理念，也为构建**更具包容性与可持续性**的职场环境注入动力。

3、 多元假期

公司建立了多元假期体系，全面落实国家及地方规定的各项法定假期，包括年假、病假、婚丧假、产假、陪产假、孕检假、哺乳假等。

在此基础上，为支持员工家庭责任，我们依据法律规定的地方性法规，为所在地员工提供相应的带薪育儿假。例如，公司总部所在地子女在三周岁以下的夫妻，每年可享受累计**10天**的育儿假。与此同时，还增设了异地探亲假、调休假等补充福利假期，以体现对员工工作与生活平衡的坚定支持。

该制度不仅保障了员工依法享有的各类休假权益，也积极回应员工在家庭照护与异地团聚方面的实际需求。公司通过人性化的假期安排，增强员工的归属感与幸福感，从而促进构建健康、可持续的职场生态。

4、 文体活动

公司建有体育场、羽毛球馆、游泳馆、健身房等多样化运动场所，面向员工及家属开放，鼓励全员参与体育锻炼，支持员工组建各类兴趣协会，比如足球兴趣队、篮球兴趣队等。此外，公司为员工提供职场活动经费，支持各组织自主开展团建活动。



日常团建

同时，工会广泛组织职工文体活动，以技能提升赋能发展，工会联合相关部门成功举办能工巧匠技能大赛，设置多个核心岗位竞赛项目，吸引众多员工踊跃参与，通过以赛促学、以赛促练，助力员工提升专业技能水平，丰富员工精神文化生活，进一步增强团队凝聚力与员工归属感，实现企业与员工互利共赢。

2025年5月11日，长城汽车智慧工厂半程马拉松在保定徐水智慧工厂鸣枪开跑。赛事恰逢母亲节，以“陪妈妈跑”为主题展开第五季活动。本届赛事规模较去年扩大一倍，总参赛人数达**10,000**人，其中包括半程马拉松**5,000**人、健康跑**2,000**人、家庭跑**3,000**人，通过运动场景创新性地传递亲情文化。活动特别设置母爱互动区，现场发放**10,000**支康乃馨并组织亲子告白环节，同时配合AI老照片修复技术，帮助参赛者数字化还原母亲青春影像。赛事在延续品牌IP运动基因的同时，以情感联结重构马拉松文化内涵，既完成运动挑战也实现了情感表达，为传统节日注入创新活力。

2025年9月，公司举办“长城汽车第25届员工运动会”，累计组织比赛**300**余场，参赛运动员超过**900**名，现场参与员工超**4,000**人，线上互动员工逾**200,000**人次。



5. 健康管理

- ◆ **身体健康方面**：公司为员工提供年度免费体检，覆盖率达100%，并设有超过900平方米的健康医疗中心，配备20余类先进设备，员工及家属可享受优惠诊疗服务。
- ◆ **心理健康方面**：公司致力于构建更加完善的EAP心理服务体系，通过多种形式积极营造健康舒心的工作氛围。报告期内，共组织心理健康专题讲座10余场，持续推送心理疏导类文章200余篇，帮助员工舒缓压力、提升心理韧性，并在办公区配备健身器材与按摩椅等设施，支持员工在工作间隙放松身心。

6. 专项关怀项目

公司致力于构建覆盖全员、关注重点群体的专项关怀体系，通过制度完善与资源整合，切实提升员工福祉与组织凝聚力。

- ◆ **女性群体**：公司致力于构建完善的女性员工关怀体系，在女性孕产时期，通过设立孕妇休息室、母婴室等专属空间，并提供孕检假、哺乳假及差异化带薪育儿假，切实支持女性员工平衡工作与家庭。在女性健康方面，公司积极整合内部与地方医疗资源，为女性员工及其女性家属提供包括专项体检、两癌筛查及九价疫苗接种在内的健康服务，在薪酬方面，严格执行男女同工同酬，依法足额支付法定劳动报酬，持续营造尊重、平等、包容的职场环境，助力女性员工实现全面发展。
- ◆ **残疾人**：为残疾员工提供适配就业岗位及职业技能培训，在薪酬待遇方面无差别的同时，还额外发放关怀性津贴，助力其实现职业成长。
- ◆ **困难员工**：建立了常态化慰问帮扶机制，在周年庆及年底开展专项慰问活动，缓解其生活压力。
- ◆ **海外派驻员工**：为海外派驻员工发放海外派驻津贴，并提供各类保障福利，如提供探亲假，家属“随军”关怀、节日家属慰问等，有效缓解因工作地点分离带来的生活负担，从经济补贴与情感关怀双维度，增强异地员工的职场稳定性与企业归属感。
- ◆ **高温作业人员**：公司始终关心每一位员工的健康与安全，特别为高温作业岗位配备充足的防暑降温物资，切实保障员工的身心健康。
- ◆ **退休员工**：特别面向退休员工设立了涵盖荣誉纪念、健康关怀的保障举措。传递企业对退休员工的尊重与感谢，进一步巩固员工与企业之间的情感联结。
- ◆ **员工家属 — 老寿星**：通过开展“老寿星”高龄父母关怀活动，设置专属慰问礼，将企业关怀延伸至员工家庭，传递温暖。

7、 教育保障

为支持员工家庭发展，公司致力于提供高品质的前沿教育和高质量的教育服务，以“让爱的教育点亮人生”为使命，通过早教、托育、幼儿园、小学、初中、高中等教育工程建设，传递企业对员工家庭的全方位关怀，助力实现工作与生活的可持续平衡。



民主沟通与满意度

1、 民主沟通

工会职能发挥：2025年度，公司持续深化工会职能，以保障员工权益为核心，在完善组织建设、强化民主管理的基础上，重点推进员工关怀、福利保障及人才培养工作。

工会组织建设持续完善，深化《职工代表大会制度》执行，如期召开2025年度职工代表大会，**高效完成《集体合同》《工资专项集体合同》续签工作，覆盖长城汽车全体员工。**创新民主沟通机制，及时回应解决员工诉求，充分保障员工知情权、参与权与监督权。

在夯实民主管理基础的同时，公司进一步拓展了常态化、体系化的员工意见沟通渠道，形成了线上线下联动的双向沟通网络，全面体现了公司开放透明、重视员工参与的管理理念，为持续提升组织效能奠定了坚实基础。

- ◆ **线上方面：**公司高度重视员工声音，建立了多层次、常态化的双向机制，包括高层邮箱、内部互动社区及在线建议反馈平台。其中“总裁听我说”作为常设栏目，在2025年共收到涵盖技术、品牌、供应链等多个领域的员工意见，实现了100%闭环回复。同时，公司内部实名社区已吸引超10万员工注册，日均活跃用户达7,568人，通过设立“员工心声”“管理共议”等话题板块，营造了开放活跃的沟通氛围，切实提升了员工参与度和组织凝聚力。
- ◆ **线下方面：**公司通过高层信箱、定期座谈会及管理层一线走访等形式，构建实体沟通网络。所有反馈均得到及时响应与落实，切实推动组织共识的形成与协同共进。

2. 满意度

为系统评估员工体验与组织效能，公司开展了覆盖全体员工的敬业度与满意度调研，本次调研共吸引7.1万名员工参与，内容涵盖公司认同、领导力、工作环境、薪酬福利、学习成长及企业文化六大维度，聚焦工作满意度、驱动力、幸福感和压力感知等关键内容，旨在全面倾听员工心声，并将员工反馈有效转化为组织持续改进的行动依据，从而巩固员工对企业的长期承诺，驱动业务创新与稳健发展。2025年度调研综合得分为88.8分，较上年度提升1.4%。

以人为本，打造安全健康的工作环境

长城汽车秉承“以人为本，持续发展”的安全方针，致力于为员工打造一个安全、健康、舒适的工作环境。遵守法规要求，规范企业行为，扎实开展安全生产管理工作，切实开展消防应急工作，建立长效保障机制。设立明确安全管理目标及方针，层层分解执行，将安全责任落实到每个部门、每个岗位、每个环节，明确各层级管理人员、岗位员工的安全职责，形成“全员有责、层层负责、齐抓共管”的安全管理责任体系。

治理

1.1 内部架构：

公司设立集团级、版块级、分／子公司级三层安全生产管理机构，分层级履行职责，协同推进安全生产管理工作。



1.2 政策制度：

公司落实并完善《职业健康安全教育制度》、《安全生产检查制度》、《劳动者职业健康监护及其档案管理制度》等54项职业健康安全管理制度，持续推进安全管理标准化、规范化。

战略

2.1 合规运营

公司坚持“安全第一、预防为主”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》等法律法规要求，报告期内，公司已通过第三方机构对ISO45001职业健康安全管理体系复审，各项体系要素均满足运行要求，证书持续有效。

2.2 压实全员安全责任

公司通过持续迭代EHS管理平台应用、安全追责、安全审计等管理举措，让每一位员工充分知悉自身安全职责，并将安全意识融入到工作中，确保全员参与职业健康安全管理体系建设。高层管理者通过专项安全例会全面掌握公司安全状况，明确公司安全策略，牵头推动安全工作落地，将安全生产责任与各级管理层年度个人绩效挂钩，确保责任落实到位。

风险与机遇管理

公司聚焦职业健康安全领域的风险闭环管理，以专业能力护航稳健运营。秉持系统性的风险防控理念，主动识别、评估并管控核心风险，从源头防范事故隐患，切实保障生产安全、提升全员安全意识。



风险与机遇识别	应对举措
监管不到位 ：部分区域安全监管频次不足，存在违规作业、隐患问题难以被及时发现，若引发安全事故或监管部门处罚，将产生事故处置费用、罚款及停工损失	完善内部监督与安全审计机制，并定期邀请第三方专业机构开展职业健康安全合规审计，及时发现并整改内部管理漏洞
特种设备管理缺失 ：锅炉、压力容器等特种设备未定期检测维保，存在超期、带病作业后发生设备故障或安全事故的风险，且设备维修／更换时，将面临生产停滞，造成经营效益折损	建立特种设备全生命周期管理台账，按规开展定期检测与维保，合格方可使用，特种设备作业时设置现场监护，严格执行作业审批制度
人员意识与能力不足 ：新员工、转岗员工安全培训不到位，应急处置能力不足，若出现违规操作发生事故后无法快速有效应对，后续开展强化培训投入将增加管理费用	实施岗前三级安全教育、转岗专项培训，考核合格方可上岗；开展常态化安全警示教育、违章案例宣讲，设置违章考核机制；定期组织消防、触电、职业危害应急演练
行业竞争 ：汽车产能因市场需求增加，部分单位扩产，易出现作业流程简化、设备超负荷运行、交叉作业无监护等，存在增加工伤事故及维修成本的风险	优化生产计划与作业流程，通过工艺升级、智能化改造提升生产效率，替代“赶工、超时作业”的低效模式，从根源规避产能竞争带来的安全管理缺位问题

结合风险应对举措，为公司创造可持续发展机遇：通过健全内部监管与引入第三方审计，夯实合规经营基础；构建特种设备全生命周期管理模式，保障生产连续性与稳定性；深化全员安全培训与考核机制，培育专业化人才队伍；借力工艺升级与智能化改造，优化生产流程，推动企业向安全高效的现代化生产模式转型，增强可持续发展能力

3.1 安全教育：

为全面提升全员安全意识与技能，公司安全管理部于2025年正式制定了详细的安全赋能计划，采用“嗨学城网络教育”平台与“专业导师课程讲授”相结合的培训模式，通过线上线下联动，构建系统化、常态化的安全教育体系。

中高层与安全管理人员培训：每年定期组织中高层管理人员及专职安全管理人员开展专项安全教育，强化安全领导力与系统管理能力，确保安全决策与监管职责的有效落实；

班组长与重点岗位人员培训：每半年对班组长进行一次专项安全培训，提升现场安全管理水平；每季度针对特种作业人员及接触职业危害因素的员工开展强化教育，保障关键岗位风险受控；

全员常态化教育：每月面向全体员工组织安全应知应会及急救知识培训，内容贴近实际作业场景，持续巩固基础安全知识，营造“人人讲安全、时时重安全”的常态化氛围；

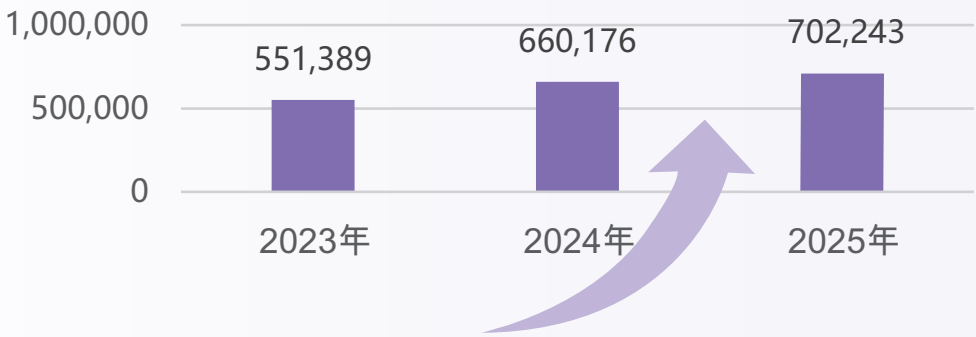
动态专项教育与档案管理：实时对新员工、“四新”应用人员、转岗及复工人员开展专项安全培训，确保岗前安全教育及时到位。同时，为每位员工建立完善的安全教育档案，实现培训过程可追溯、全覆盖，保障安全培训率达到100%；



安全训练营：为确保安全制度有效落实、提升员工安全素养，泰州基地在模拟作业环境中组织活动，开展KYT训练及真实事故案例剖析，并融入《安全文化建设》《双重预防机制》《安全工具使用》等内容。训练营期间评选出“优秀学员”与“互动之星”并予以表彰。

安全培训次数**6,451**次，安全培训参与**702,243**人次、安全培训覆盖率**100**%，安全投入**369.83**万元

近三年安全教育培训人次



3.2 安全活动：2025年公司持续开展安全月系列活动，以“人人讲安全、个个会应急—查找身边安全隐患”为主题，从氛围营造、安全赋能、隐患排查、应急演练等方面组织全员践行安全行为，开展安全知识竞赛、安全演讲大赛等多形式的安全生产特色宣传活动，营造良好的安全氛围，提升全员安全素养。

- **安全培训考核：**各工厂开展以“排查安全隐患”为主题的全员安全培训考核（包含岗位安全四清楚卡／安全操作规程、危险源识别方法、内外部典型安全隐患案例等），强化隐患排查技能；
- **岗位隐患随手拍：**组织全员围绕岗位区域，拍摄并上报潜在安全隐患（附整改建议），对有效线索的提交者予以奖励，同步公示隐患整改进度，推动“全员参与隐患治理”；
- **安全演讲比赛：**公司共计开展31场以“安全”为主题的演讲比赛，聚焦深度思考与情感共鸣，引导员工从“被动接受”转向“主动输出”，有效提升员工安全意识。

3.3 安全生产：

2025年公司召开“第8届”集团安全改善案例大赛，旨在挖掘与共享优秀安全生产改善案例，推动前沿安全防错技术落地应用，2025年公司共计实施**1,923**项安全防错项目，极大提升了公司生产现场本质安全化水平。

2025年重点推动安全改善项目：

重要危险源智能监控与预警系统改善：为锅炉、燃油加注机、危化品储罐等安装物联网传感器，实时监测温度、压力、泄漏等参数，并建立安全管理平台，实时监控异常信息及推进过程问题闭环管理；

AGV智慧物流安全智能化管理系统改善：从路线、生产、物流(AGV)、车辆、进场等环节系统性梳理物流转运流程；通过无人化替代、全流程自动化，打造智能无人物流场景，落地本质安全管控，从根源消除／减少人车交叉隐患，防范人身伤害事故；

涂装物联网安全智能化管理系统改善：在涂装领域创新应用物联网技术，实现过程数据自动采集、记录、分析，打造数字化涂装线体，实现智能化安全监控与管理，降低人员在危险区域的停留频次和时间。

3.4 消防应急管理

公司设有专业消防管理人员负责监督消防设施及现场消防安全，并组织各部门成立义务消防队，保障第一时间应急响应。同时，公司建立现场安全应急管理机制，不断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应急处置能力，2025年组织应急演练3,739次，与属地消防部门合作演练28次，持续评估、改进、完善应急处置流程，提升公司重大消防风险应对能力。

2025年组织应急演练

3,739次，

28次与属地消防部门合作演练



3.5 职业健康与安全管理

3.5.1 职业健康

公司一直致力于改善和提升员工的工作环境，保障员工的职业健康安全。始终坚持预防与治理相结合的理念，严格落实《职业病防治法》的相关要求。

3.5.2 安全风险识别评估消除

依托安全审计、专项检查、事故横展等举措，持续夯实安全管理基础，全年累计排查隐患66,847项，整改完成率100%，实现问题闭环管理。此外，我们开通了线上‘安全随手拍’平台，鼓励全体员工参与日常风险识别，全年共收到有效隐患报告1,052条，整改完成率100%。通过上述系统化的识别与评估，我们能够将有限的资源精准投入到最关键的风险管控中，持续夯实公司安全基础。

急救设施配置：

结合各分／子公司厂房及办公区人员分布、作业动线合理设置点位，已完成137台自动体外除颤仪(AED)的全域规划布设，同步组织员工开展AED操作+心肺复苏(CPR)专项培训，确保急救设施“配得齐、找得到、会使用”，提升员工突发心脏骤停的急救保障。

源头控制：

通过提高自动化生产水平，设置除尘、降噪等职业病危害防护设施，改进原材料及工艺等措施从源头上控制职业危害因素的产生。如将涂装车间油性漆换为水性漆、涂装机器人自动喷涂、冲压封闭式作业等。

持续改善：

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，并聘请专业检测机构开展年度现场职业危害因素检测，监控作业现场职业病危害接触水平，针对性采取通风、除尘、降噪等预防干预措施，降低职业危害因素影响。

2025年职业危害因素检测结果：除噪声外，其他苯系物、粉尘等职业危害因素均未超标。

个体防护：

按标准免费为员工配备个人防护用品，减少员工在有害环境中的暴露，组织员工职业健康体检，并建立职业健康监护档案，记录员工职业病接触史、职业健康体检结果等信息，实施全面可追溯性管理。

注：2025年接害人员数量：**13,129**人，人员职业健康体检率**100**%

指标与目标

长城汽车达成2025年职业健康与安全管理目标		
法定职业病和重伤及以上事故	起	0
火灾事故	起	0
安全违规事件	起	0

本报告期内，我们始终将员工、承包商及社区公众的生命安全与健康置于首要位置，致力于构建“零伤害”的工作场所与环境。通过完善管理体系、强化风险管控、深化文化建设与推进技术创新，我们在安全生产与职业健康领域取得了扎实进展，为实现可持续发展奠定了坚实基础。

公司将聚焦于智能化安全监管、供应链风险协同、员工健康安全及气候相关安全风险应对，以创新举措持续提升安全健康绩效，履行企业责任。

构建和谐社区

长城汽车将回馈社会作为企业发展的重要组成部分，以平台化思维整合全价值链资源，构建起员工、用户与社会各界共创共享的公益共同体，让善意汇聚成向上向善的力量。公司聚焦**应急救援、社区共建、教育支持、文化保护**四大领域，以产业之力躬身入局**乡村振兴**，推动城乡共融发展。企业以切实行动诠释新时代责任内涵，在履行社会责任中实现企业与社会的价值共鸣与共同成长。



助学捐赠



公益送考



海外助学捐赠



致敬敦煌文化



慰问大凉山公益学校

应急救援：快速响应筑牢安全防线

面对突发自然灾害，长城汽车以赤诚之心快速响应，构建起“资金捐赠+车辆救援+服务保障+车友联动”的立体化救灾模式，将社会责任转化为有温度的响应，在风雨中守护生命与财产，在危难时刻传递企业与公众同心共济的坚定力量。

1月，西藏定日县6.8级地震突袭，长城汽车第一时间向中国红十字基金会捐赠500万元，专项支持灾区救援与重建。同步推出无忧救援、维修运返、维修优惠、高效理赔“四大关爱行动”，以体系化服务守护用户家园。7月华北水灾告急，公司再次向中国红十字会总会捐款500万元，启动“长城保驾风雨同行”关爱行动，以全天候救援、理赔、消毒、检测的全流程保障，在洪流中筑起温暖防线。

6月至8月，面对多地持续强降雨引发的洪涝灾害，长城汽车联动哈弗联盟、各地坦克团等民间志愿力量，深入贵州榕江、广东怀集、湖北恩施、甘肃榆中等受灾地区，紧急运送物资、全力参与抢险。从企业捐赠到用户响应，从服务保障到车友联动，每一次挺身而出都是对家国同心最深情的诠释。

2025年12月，多地遭遇冰雪灾害，路面结冰导致多辆车辆被困。坦克联盟紧急集结救援力量，调配车辆和专业救援装备，采用拖车绳牵引、绞盘救援等方式施救被困车辆。部分坦克救援队在危险路段昼夜值守，提醒群众安全行车，保障冰雪天气下群众出行安全。

社区共建：向善而行传递企业温度

长城汽车将人文关怀延伸至边疆与基层，以切实行动温暖社会角落，构建企业与社区共生共荣的和谐图景。

2月，公司组织开展衣物捐赠活动，将物资统一收集、分类整理，送往有需要的社区及困难群体，以切实的物资支持传递了关怀；3月，公司携手炮火联盟与蓝天救援队，在新疆开展春季转场公益行动。18台车穿越千里牧区，战冰雪、抗严寒，协助牧民装卸近20吨物资、疏通生命通道，以车轮丈量责任，用行动守护传统游牧生计方式；4月，联合炮火联盟、经销商与贾秀芳慈善基金会发起“长城炮向英雄致敬”公益活动，调配车辆参与老兵慰问与物资运送，在致敬家国卫士中传递企业温度。

教育支持：内外兼修赋能成长未来

长城汽车围绕教育公平与人才发展，构建起覆盖青少年启蒙、高考护航、国际帮扶、校企共建的全链条教育公益体系。

1月，组织员工走进涞水县八一爱民学校，捐赠爱心物资并开展汽车科技体验活动，在青少年心中播下科学探索的火种；3月，向巴西科研机构捐赠报废车辆，支持海外学子实训与科研，让中国企业的责任担当跨越国界；5月，赞助巴西废弃物再利用主题巡回展览，推动可持续发展意识深入人心；6月，联合爱和城教育集团发起高考护航行动，组建爱心送考车队，为莘莘学子奔赴梦想保驾护航；8月，向巴西伊拉塞玛波利斯市政府提供专项捐款，用于7所公立学校残障儿童教育物资改善，让特殊儿童享有更优质、更包容的教育权利；10月，长城汽车于河北工业大学举办2026届校园招聘启动会暨“长城-E5”赛车发布会，通过互动展台与深度宣讲，向学子全面展示企业在越野、科技与文化领域的创新成果。自2016年与该校建立战略合作以来，长城汽车在人才培养与技术攻关方面持续投入，并于2021年起长期赞助“兴冀车队”，支持其在专业赛事中屡获佳绩，推动了产学研深度融合，生动践行了长期人才观的责任担当。

文化保护：守正创新活化文明传承

长城汽车坚定文化自信，以科技赋能与产品融合助力中华优秀传统文化传承发展，让千年文明在新时代焕发璀璨光芒。

9月，长城汽车致敬敦煌文化，赴敦煌开展系列活动。通过对话文保专家、支持莫高窟数字化保护、复刻敦煌美学与产品设计等实践，将“探索、自信、坚守”的敦煌精神融入品牌发展。该举措不仅助力敦煌石窟获得可持续的科学保护，更通过产业与文化的创新融合，使这一珍贵文化遗产以更鲜活的方式呈现于公众视野，激发社会对中华文明价值的广泛认同与传承自觉。

乡村振兴：产业赋能，以初心共筑时代愿景

长城汽车将乡村振兴作为履行新时代社会责任的重要阵地，以产业资源为根基、以长效帮扶为路径，系统构建就业赋能与人文关怀深度融合的可持续支持体系。从激活乡村人才内生动力到守护乡土社会的温度与尊严，企业以扎实行动书写助力共同富裕的责任篇章。

（一）就业帮扶：以产业之力激活乡村人才引擎

长城汽车充分发挥产业链平台优势，为残疾员工提供适配性就业岗位与职业发展通道，以稳定就业托举生活尊严、拓展成长空间，让每一位奋斗者都能在劳动中实现人生价值。同时，积极响应乡村振兴战略号召，面向乡村学校开展定向招聘，为区域人才振兴注入源源不断的内生动力。从就业赋能到人才培养，长城汽车以务实行动诠释“授人以渔”的帮扶理念，让发展成果惠及更多乡村家庭。

（二）乡村关怀：以向善之心传递企业温度

长城汽车持续关注乡村弱势群体，以多层次、常态化的公益行动温暖乡土中国。3月，借2.4T长城炮家族品鉴会契机，公司组织对孤寡老人及留守儿童开展专项慰问，将品牌活动与人文关怀有机融合，让温暖传递；同期，携手魏牌成都车主俱乐部发起“WEY爱同行”公益行动，深入大凉山地区为公益学校捐赠物资，以暖心行动点亮乡村儿童成长希望。6月，公司联合用户走进云南曼腊小学，捐赠图书、文具、体育器材等教学物资，让爱与知识在田野间生根发芽，让教育之光照亮乡村孩子的成长之路。

长城汽车深信，扶贫助困不止于善念的瞬间闪光，而是深植于时代使命之中的系统性工程。从就业帮扶到乡村关怀，企业以务实笃行汇聚各方爱心力量，凝聚社会广泛共识，以切实行动助推社会公平，以产业之力共筑共同富裕的时代愿景，在乡村振兴的伟大征程中书写企业与家国同行的温暖篇章。

定量绩效指标

指标名称	指标单位	2024年	2025年
环保运营			
是否发生重大环境事件	是／否	否	否
因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的次数	次	0	0
排放物			
排放物种类及相关排放数据			
废水的排放总量	吨	4,006,546.25	4,261,390.87
COD排放总量(COD(即化学需氧量)一般指水中有机污染物或固体物质在一昼夜内通过以氧为媒介分解的有机物损失量)	吨	249.22	268.13
生化需氧量(BOD)	吨	—	51.37
氨氮排放总量(水环境污染物)	吨	17.72	18.40
总氮年排放量	吨	—	9.17
总磷(TP)	吨	—	1.48
VOC排放总量(挥发性有机化合物)	吨	184.36	199.36
颗粒物(PM)年排放量	吨	—	86.05
氮氧化物排放总量	吨	71.32	82.04
二氧化硫排放总量	吨	6.52	7.25
所产生有害废弃物总量			
废有机溶剂HW06的产生量	吨	3,131.69	3,067.33
废矿物油／含油废物HW08的产生量	吨	1,360.31	1,833.97
废乳化液HW09产生量	吨	2,392.59	3,462.21
染料、涂料废物产生量HW12	吨	3,656.71	3,818.58
有机树脂类废物HW13的产生总量	吨	1,265.44	1,309.16
表面处理废物HW17的产生总量	吨	3,268.36	3,432.03
含铅废物HW31的产生总量	吨	218.17	216.35
其它危废HW49产生总量	吨	4,928.30	4,797.50
危险废弃物产生总量	吨	20,221.57	21,937.12
危险废弃物产生密度	吨／台车	0.02	0.02
所产生无害废弃物总量			
无害废弃物产生种类及总量	吨	12,000	11,640
无害废弃物产生密度	吨／台车	0.01	0.01
废弃物循环利用量	吨	—	199,883.00
温室气体总排放量			
范围一：直接温室气体排放量	tCO ₂ e	142,601.13	137,719.82
范围二：间接温室气体排放量	tCO ₂ e	865,821.64	740,155.46
温室气体总排放量	tCO ₂ e	1,008,422.77	877,875.28
主机厂温室气体排放量密度	tCO ₂ e／台车	0.31	0.27
温室气体3排放量	tCO ₂ e	—	57,012,884.9
温室气体减排资金投入	万元	—	4,110
温室气体减排量	tCO ₂ e	—	84,681.25

注：

①

范围一直接温室气体排放量为使用柴油、汽油、天然气等化石能源产生的排放量；

②

范围二间接温室气体排放量为外购电力、蒸汽等产生的排放量；

③

范围一、二温室气体排放量核算标准及因子参考《温室气体排放核算与报告要求：整车制造企业》、《2023年电力二氧化碳排放因子》、《机械装备制造企业温室气体排放核算方法与报告指南》等其他相关标准。

④

公司2025年较2024年披露范围新增6家零部件工厂。

⑤

主机厂温室气体排放量密度核算电力因子参考《2024年全国电力碳足迹因子》。

⑥

结合主管部门最新发布因子，对2024年排放量进行修正。

注：部分指标为2025年新增，故无2024年对应数据。

指标名称	指标单位	2024年	2025年
按类型划分的直接及／或间接能源（如电、气或油）总耗量			
电总消耗量	度	1,338,457,248.28	1,139,899,449
电消耗量密度	度／台车	1,254.35	1,051.96
汽油消耗量	吨	7,016.79	6,792.72
汽油消耗量密度	吨／台车	0.006576	0.006269
柴油消耗总量	吨	1,414.27	1,524.44
柴油消耗量密度	吨／台车	0.001325	0.001407
天然气消耗量	千立方米	55,524.83	60,829.82
天然气消耗量密度	立方米／台车	52.0355	56.1372
蒸汽总消耗量	吨	415,346.70	403,961.82
蒸汽消耗量密度	吨／台车	0.3892	0.3728
直接能源总消耗量	吨标准煤	—	86,063.47
间接能源总消耗量	吨标准煤	—	192,043.13
能源消费总量	吨标准煤	298,336.96	278,106.60
其中：清洁能源使用量	吨标准煤	—	70,902.15
单台车综合能源消耗量	吨标准煤／台车	0.2796	0.2567
总能耗强度	吨标煤／万元	—	0.0125
可再生能源总量	千瓦时	246,221,474	576,909,231
总耗水量及密度			
水资源消耗总量	吨	7,404,906.61	8,107,699.90
水资源消耗密度	t／台车	6.94	7.48
水资源使用强度	吨／万元	—	0.3639
制成品所用包装材料的总量			
包装物总量	吨	9,856	9,441
包装物密度	吨／台车	0.01	0.01
环境及天然资源			
环保培训和投入			
环保培训次数	次	157	173
环保培训人次	人次	21,591	13,159
环保培训资金投入	万元	26.19	53.20
环保技改项目资金投入	万元	1,218.12	2,489.08
社会			
雇佣			
员工总数	人	84,915	97,600
按性别、年龄组别及地区划分的雇员数量（剔除适龄退休）			
按性别划分雇员数量			
男性	人	64,330	73,693
女性	人	20,585	23,907
按雇佣类型划分的雇员数量			
全职	人	84,915	97,600
兼职	人	0	0
按年龄划分雇员数量			
年龄<30岁	人	32,243	35,440
30≤年龄<40岁	人	40,863	46,505
40≤年龄<50岁	人	10,743	14,410
年龄≥50岁	人	1,066	1,245

指标名称	指标单位	2024年	2025年
按地区划分雇员数量			
华北	人	58,209	60,015
东北	人	803	855
西南	人	5,735	5,991
华东	人	14,227	15,978
华中	人	5,123	6,591
华南	人	355	344
西北	人	46	54
海外	人	417	7,772
按少数民族划分雇员数量			
汉族	人	81,324	86,361
少数民族	人	3,591	3,552
按籍贯划分雇员数量			
中国	人	84,628	89,913
外国	人	287	7,687
按教育程度划分雇员数量			
博士	人	56	87
硕士	人	3,066	4,138
本科	人	34,132	39,912
专科	人	22,313	26,019
高中及以下	人	25,348	27,444
按性别划分高管比例			
男性	%	93	93
女性	%	7	7
按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率：(剔除适龄退休)			
按性别划分的雇员流失比率			
男性	%	16.85	18.40
女性	%	4.28	4.81
按年龄划分的雇员流失比率			
年龄 < 30岁	%	12.08	13.31
30 ≤ 年龄 < 40岁	%	7.45	8.27
40 ≤ 年龄 < 50岁	%	1.4	1.43
年龄 ≥ 50岁	%	0.2	0.2
按地区划分的雇员流失比率			
华北	%	10.5	11.7
东北	%	0.18	0.18
西南	%	1.80	1.38
华东	%	5.99	5.59
华中	%	2.1	2.51
华南	%	0.35	0.08
西北	%	0.05	0.03
海外	%	0.16	3.17

指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
连续三年每年因公亡故的人数(2019-2021年)	人	0	0	0
连续三年每年因公亡故的比率(2019-2021年)	%	0	0	0
因工伤损失工作日数	天	158	169	182
员工健康与安全诉讼案件数	件	0	0	0
工伤保险、安全生产责任险的投入金额	亿元	-	0.41	0.67
人员覆盖率	%	-	100	100
安全教育培训次数	次	3,808	5,243	6,451
安全教育培训人次	人次	551,389	660,176	702,243

指标名称	指标单位	2024	2025年
发展与培训			
培训员工总学时	小时	2,749,701.95	2,743,498.71
每名员工受训平均时数	小时／人	32.38	28.11
员工培训覆盖率	%	84.04	83.76
培训经费支出金额	亿元	0.15	0.14
按性别划分的受训雇员人数			
男性	人	54,065	61,832
女性	人	17,295	19,919
按雇员类别划分的受训雇员人数			
高级管理层	人	316	291
中级管理层	人	5,775	5,476
基层员工	人	65,269	75,984
按性别划分的受训雇员比例			
男性	%	75.76	75.63
女性	%	24.24	24.37
按雇员类别划分的受训雇员比例			
高级管理层	%	0.44	0.36
中级管理层	%	8.1	6.70
基层员工	%	91.46	92.94
按性别划分的员工受训平均时数			
男性	小时	40.05	34.97
女性	小时	33.79	29.17
按雇员类别划分的员工受训平均时数			
高级管理层	小时	31.77	65.76
中级管理层	小时	53.5	59.85
基层员工	小时	37.24	31.54

指标名称	指标单位	2024	2025年
劳工准则			
经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量	例	22	35
产品责任			
召回的汽车或零件数量	件	36,003	5,155
召回的汽车或零件数量占产品总数的百分比	%	2.92	0.39
报告期内客户投诉总数	项	215,348	197,917
客户投诉降低率	%	2.35	8.00
销售满意度	%	93.95	93.94
售后服务满意度	%	92.96	90.10
研发资金投入	万元	1,044,614.49	1,037,813.04
研发投入占主营业务收入比例	%	5.17	4.66
专利申请数量	件	4,827	3,840
所获专利授权数量	件	2,136	2,946
所获发明专利授权数量	件	701	1,076
反贪污			
对公司或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件的数目	件	1	2
接受反商业贿赂及反贪污培训董事百分比	%	—	37.5
接受反商业贿赂及反贪污培训管理层百分比	%	—	40.4
接受反商业贿赂及反贪污培训员工百分比	%	—	11.8
按职级划分的反贪污培训次数			
董事及管理层	次	10	4
员工	次	72	116
按职级划分的反贪污培训人次			
董事及管理层	人次	257	186
员工	人次	10,004	10,650
按职级划分的反贪污培训通过率			
董事及管理层	%	89	79
员工	%	100	100
社区投资			
开展志愿者活动期数	期	84	86
报告期内志愿活动参与人次	人次	2,738	108
报告期内志愿活动时数	小时	738	83.5
报告期内志愿活动投入金额	万元	81.53	74.35
乡村振兴惠及人数	人	—	973
乡村振兴总投入金额	万元	—	2,791.88
慈善公益投入金额	万元	—	1,378.92

ESG 报告指引

《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、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	绿色发展－污染物及废弃物管理／定量指标绩效
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	
	A1.2	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）。	
	A1.3	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）。	
	A1.4	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	
	A1.5	描述处理有害及无害废弃物的方法及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	
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。	绿色发展－环境合规管理、资源利用与循环经济、生态系统保护与生物多样性保护／定量绩效指标
	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）。	
	A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	
	A2.3	描述能源使用效益及所订立的目标以及为达到这些目标所采取的步骤。	
	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及用水效益，并描述所订立的目标及为达到这些目标所采取的步骤。	
	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。	
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。	
	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。	

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：	员工关怀与成长／ 定量绩效指标
	(a)	政策；及	
	(b)	遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	B1.1	按性别、雇佣类型（即全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	
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：	员工关怀与成长／ 定量绩效指标
	(a)	政策，及；	
	(b)	遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	
	B2.2	因工伤损失工作日数。	
	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。	
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。	员工关怀与成长／ 定量绩效指标
	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。	
	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。	
B4：劳工准则	一般披露	有关防止童工或强制劳工的：	员工关怀与成长
	(a)	政策；及	
	(b)	遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
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。	创新引领与责任经营 — 供应链管理
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	
	B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，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。	
	B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的管理，以及相关执行及监察方法。	
	B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	
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： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	创新引领与责任经营 — 创新驱动、产品质量与安全、客户权益保护／定量绩效指标
	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。	
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	
	B6.5	描述消费者资料保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	
B7：反贪污	一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	精益治理 — 商业道德／定量绩效指标
	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。	
	B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	
	B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	

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。	构建和谐社区／定量绩效指标
	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）。	
	B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	

D部分：气候相关披露			
管治	a.	负责监督气候相关风险和机遇的治理机构（可包括董事会、委员会或其他同等治理机构）或个人的信息。	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	b.	管理层在用以监察、管理及监督气候相关风险和机遇的管治流程、监控措施及程序中的角色	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
策略	气候相关风险和机遇		绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	业务模式和价值链		绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	策略和决策		绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	财务状况、财务表现及现金流量		绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	气候韧性		绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标

D部分：气候相关披露		
风险管理	发行人用于识别、评估气候相关风险，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程及相关政策	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	发行人用于识别、评估气候相关机遇，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程（包括发行人可有及如何使用气候相关情景分析来确定气候相关机遇的信息）	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
	气候相关风险和机遇的识别、评估、优次排列和监察流程，是如何融入发行人的整体风险管理流程，以及融入的程度如何	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理／定量绩效指标
指标与目标	气候相关转型风险	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	气候相关物理风险	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	气候相关机遇	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	资本运作	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	内部碳定价	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	薪酬	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	行业指标	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标
	气候相关目标	绿色发展－应对气候变化、精益治理－可持续发展治理、重要性议题管理、风控管理/定量绩效指标

上交所可持续发展报告披露指引

维度	披露议题	章节／索引
环境	应对气候变化	绿色发展－应对气候变化
	污染物排放	绿色发展－污染物及废弃物管理
	废弃物处理	绿色发展－污染物及废弃物管理
	生态系统和生物多样性保护	绿色发展－生态系统与生物多样性保护
	环境合规管理	绿色发展－环境合规管理
	能源利用	绿色发展－资源利用与循环经济
	水资源利用	绿色发展－资源利用与循环经济
	循环经济	绿色发展－资源利用与循环经济
社会	乡村振兴	构建和谐社区－社区公益
	社会贡献	构建和谐社区－社区公益
	创新驱动	创新引领与责任经营－创新驱动
	科技伦理	创新引领与责任经营－创新驱动
	供应链安全	创新引领与责任经营－供应链管理
	平等对待中小企业	创新引领与责任经营－供应链管理
	产品和服务安全与质量	创新引领与责任经营－产品质量与安全
	数据安全与客户隐私保护	创新引领与责任经营－客户权益保护
	员工	员工关怀与成长
可持续发展 相关治理	尽职调查	精益治理－重要性议题管理、风控管理
	利益相关方沟通	精益治理－重要性议题管理
	反商业贿赂及反贪污	精益治理－商业道德
	反不正当竞争	精益治理－商业道德

反馈意见表

感谢您阅读《长城汽车股份有限公司年度环境、社会和公司治理报告》。我们非常重视并期望聆听您对公司社会责任工作和此份环境、社会和公司治理报告的回馈意见。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环境、社会和公司治理报告的建议

.....

.....

.....

您可以通过以下方式联系我们：

邮编：071000

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



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