



长城汽车
专注 专业 专家

长城汽车股份有限公司

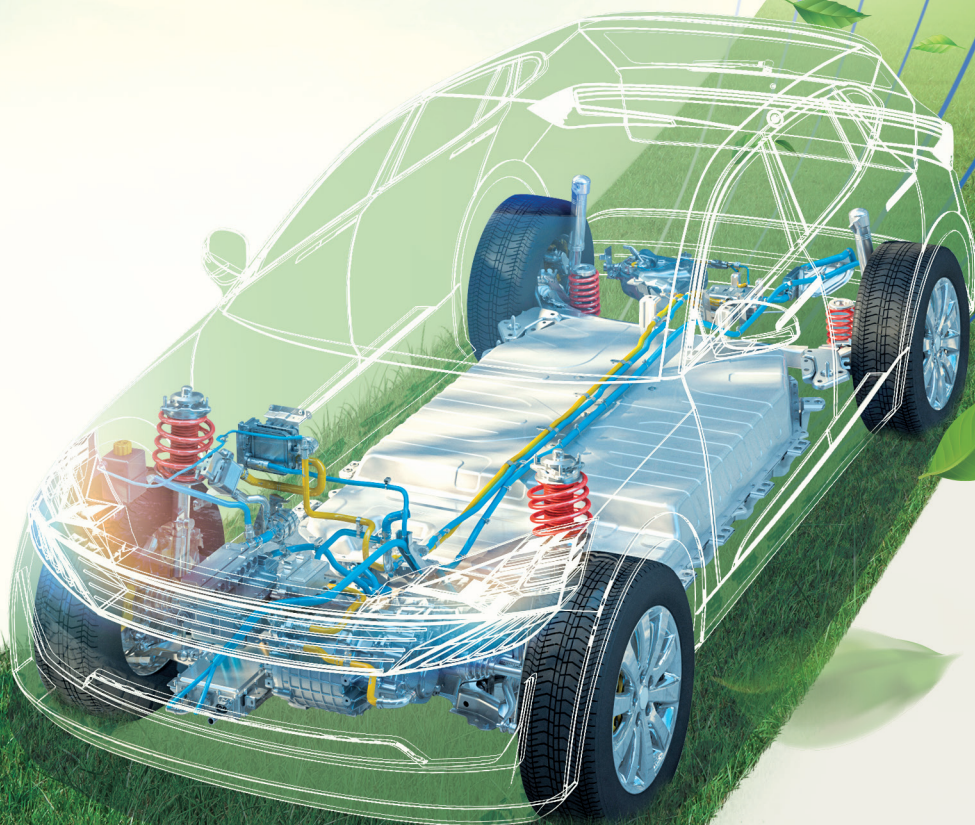
GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*

(于中华人民共和国注册成立的股份有限公司)

H 股股份代号：2333 A 股股份代号：601633

2021

企业社会责任报告



* 仅供识别



目录

新格局、新机遇、新挑战、新生态	
高层致辞	02
绿智潮玩嗨世界 廉信创变共分享 每天进步一点点	
走近长城	04
蓄势领跑，共变革•赢未来	
公司治理	15
聚力“双碳”，绿色健康发展	
环境责任	28
创变潮玩，智享安全出行	
产品责任	44
长城人儿，幸福领航	
员工责任	61
携手前行，可持续•向未来	
社会责任	66
ESG报告指引	83
反馈意见表	87



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11份年度社会责任报告，本报告时间范围为2021年1月1日至2021年12月31日，部份内容适当向前后年度延伸。

二、 报告范围

本报告覆盖本公司及其子公司，部份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，部份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。

三、 报告内容

本报告将对外披露公司2021年度经济、社会、环境绩效指标及社会责任与可持续发展情况。

四、 报告依据

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

五、 报告释义

“长城汽车”或“公司”或指 长城汽车股份有限公司
“本公司”

“本集团” 指 本公司及其子公司(附属公司)

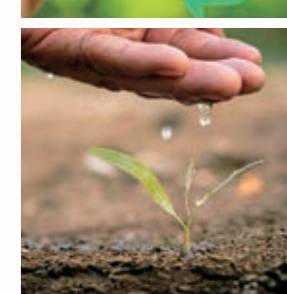
“长城控股集团” 指 保定市长城控股集团有限公司(本公司之间接控股股东)及其子公司

六、 报告说明

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

七、 报告获取

本报告于香港联合交易所有限公司(www.hkexnews.hk)、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



新格局、新机遇、新挑战、新生态



“必须把握住新一轮变革的机遇，持续打造竞争力，竞逐新赛道，实现走向全球的目标，推动长城汽车向全球化智能科技公司转型。”

— 魏建军

2021年，我国国内生产总值(GDP)突破110万亿元，经济增速达8.1%。2021年，中国汽车行业面对芯片短缺、原材料价格持续高位等不利因素，迎难而上，主动作为，全年汽车产销呈现稳中有增的发展态势，展现出强大的发展韧性和发展动力。2021年中国汽车产销实现同比增长3.4%和3.8%，结束了2018年以来连续三年的下降局面。其中新能源汽车成为最大亮点，全年销量超过350万辆，市场占有率提升至13.4%，中国品牌汽车受新能源、出口市场向好带来的拉动作用，市场份额已超过44%，接近历史最好水平。2022年，汽车行业伴随供给端芯片供应不足、原材料价格高位运行等问题在新的一年里逐步改善，预计2022年汽车市场将继续呈现稳中向好的发展态势，全年产销表现好于2021年。

2021年，对于长城汽车来说，也是持续深化变革的一年。

2021年，长城汽车正式发布“2025战略”，基于“全球大布局”“研发大投入”“企业大变革”和“用户大运营”的定位，长城汽车持续推进全面、彻底的创新变革，向全球化智能科技公司转型。



2021年，长城汽车加快全球化布局，年内泰国罗勇工厂投产，并发布泰国市场战略目标：聚焦用户声音；持续创造用户全新体验；致力于成为泰国新能源汽车领导者。年内长城汽车正式在慕尼黑开设德国子公司并设立欧洲总部，发布欧洲市场战略。年内，长城汽车与戴姆勒集团签署协议，收购其巴西伊拉塞马波利斯工厂。长城汽车收购巴西伊拉塞马波利斯工厂后，将按照长城汽车全球制造标准将工厂打造成长城汽车全球智能化生产基地之一，以覆盖巴西国内及南美其他国家市场。

长城汽车严格遵守低碳环保要求，通过提高对资源与能源的科学利用与管理，打造节约型、环境友好型企业，筑起绿色的产业链生态。

在生产排放环节，长城汽车以高标准、高要求的管理，确保废水、废气、噪声等污染物全部满足国家排放标准，不断降低温室气体排放。2023年，长城汽车将实现首个“零碳工厂”，并围绕碳排放的全生命周期，建立汽车产业链条的循环再生体系，实现经济、环境以及社会效益最大化。

长城汽车不断落实新技术、新工艺、新材料、新设备的推广与应用，淘汰高耗能设备，大力推进清洁能源利用，有效促进能耗的持续降低。得益于多年来对“可持续发展”理念的贯彻执行与积极贡献，长城汽车2020年正式加入欧洲企业社会责任协会(CSR-Europe)及其下属的可持续发展联合组织(Drive sustainability)，成为首家加入的中国汽车企业。

长城汽车在持续提升产品质量，为消费者带来更高品质产品的同时，积极践行企业社会责任，彰显民族企业担当。

新冠疫情爆发至今，长城汽车在国内已累计捐赠款项及车辆总价值达人民币1,385万元，并始终坚守企业责任与担当，第一时间投入疫情防控中，不断为打赢疫情防控阻击战做出努力。2021年7月，河南省多地发生严重的内涝灾害，长城汽车积极践行企业社会责任，捐赠人民币2,000万元驰援河南。

长城汽车将持续以用户为中心，以对用户的真心、对合作伙伴的诚心、对汽车行业的热心，对中国汽车市场的拳拳赤子之心，为中国汽车产业贡献力量，为社会贡献效益。

一、公司概况

走近长城

长城汽车是一家全球化智能科技公司，
致力服务于全球用户的智能、
绿色出行。



面向未来，长城汽车发布“2025战略”，持续进行研发投入，为全球用户打造更绿色、更智慧、更安全的产品；以产业互联网为依托，深化C2B用户运营模式；建立“产品+软件+服务”的全新商业模式，推动价值链向后端转移，打通汽车消费全生命周期的价值链条，实现与用户共创、共享、共赢。



以“绿智潮玩嗨世界”为使命愿景，长城汽车构建一套集绿色碳中和、认知智能化、全球潮牌潮品、共玩众智众创于一体的出行新生态：秉承全产业链低碳环保理念，坚持绿色、清洁能源的研发与投入；为用户提供新型驾驶体验，让全场景高智能元素融入每一个交通工具；捕捉潮流趋势，打造个性化、富有创意的产品及服务；重塑产品定义，以出行开启社交，让全球用户享受科技力量带来的出行新乐趣。



长城汽车的业务包括汽车及零部件设计、研发、生产、销售和服务，并涉足智能网联、智能驾驶等前瞻科技的研发和应用，本集团旗下拥有哈弗、魏牌、欧拉、坦克及长城皮卡五大整车品牌，孵化全新独立运营汽车科技公司——沙龙机甲科技有限公司，并与宝马集团合资成立光束汽车有限公司（“光束汽车”）。



目前，长城汽车销售网络覆盖全球，海外超过700家，并在中国、美国、加拿大、德国、奥地利、日本、韩国以及印度等国家和地区设立研发中心和科技创新中心。在中国，长城汽车拥有10大全工艺整车生产基地。海外，长城汽车在泰国、巴西建立了全工艺整车生产基地，在厄瓜多尔、马来西亚、突尼斯等地拥有多个KD工厂。

长城汽车时刻以促进员工成长、提升生活幸福为己任：提供全球工作机会，激活员工潜能，成就不凡；通过股权激励计划，实现员工由“打工者”向“合伙人”转变，未来将滚动实施广覆盖的股权激励模式；同时加大医疗、住房、教育等板块的投入，让发展成果惠及员工。此外，长城汽车积极投身全球社会公益事业。

未来，长城汽车将以用户体验为依归，把社会责任融入产品及服务，为用户带去智能出行、绿色出行，全力助推全球可持续发展。



长城汽车股份有限公司

二零二一年社会责任报告

二、企业文化

2021年，公司持续践行“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，进一步聚焦“以用户为中心”的发展方向，全力践行全球化战略，共同助推长城汽车朝着“全球化智能科技公司”的目标全速迈进。



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，打造涵盖智能制造、智能运营、智能服务、智慧管理在内的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：

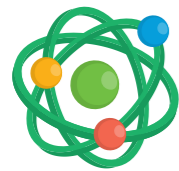
洞察产业浪潮，弄潮能源革命、捕捉时代潮流，为用户提供更加个性化、智能化、更有创意，有价值认同感的产品及服务，为用户带来惊喜

玩：

智能科技让车更加好玩，更加酷炫；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：

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：

坚持研发精准投入，营造活力开放氛围，培育创新土壤，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

稳健务实：

居安思危，脚踏实地持久专注、持续发展

奋斗进取：

责任担当、持续奋斗勇于挑战、持续创新



三、荣誉及社会评价

一、长城汽车荣膺2020中国汽车企业创新排行榜第一；长城汽车董事长魏建军荣获“中国汽车创新人物”大奖

3月21日，第四届中国汽车企业创新大会暨中国汽车企业创新“安亭指数”发布会在上海举行。会上，中国汽车企业创新排行榜正式公布，长城汽车分别荣获中国汽车（乘用车）企业创新排行榜第一名和中国汽车（乘用车）企业创新排行榜之自主品牌第一名。

长城汽车董事长魏建军凭借对行业变革的独创性前瞻思考，引领长城汽车进行颠覆式创新的举措，为汽车行业发展做出了重要贡献，荣获“中国汽车创新人物”大奖。



二、长城汽车第1,000万辆整车入藏北京汽车博物馆

4月16日，“共鉴历史 携手同行”长城汽车第1,000万辆整车北京汽车博物馆收藏暨双方战略合作签约仪式在北京汽车博物馆正式举行。双方携手建立更深层次的战略合作关系，推动汽车文化发展。





三、1.5T柠檬混动DHT系统入选“中国心”2021年度十佳发动机

11月8日，长城汽车1.5T柠檬混动DHT系统入选“中国心”2021年度十佳发动机。作为中国汽车品牌首个推出的双电机混联混动架构产品，长城汽车这套1.5T柠檬混动DHT系统凭借1.5T混动专用发动机的中置VVT、高压压缩比、高滚流进气道、深度米勒循环、980℃ VGT增压器，以及DHT130混动变速器的定轴式多挡直驱结构、14,500rpm高速扁线电机等先进技术，使参选车辆魏牌拿铁DHT在动力响应性与燃油经济性之间取得了理想的均衡效果，在评选过程中获得众多权威评委的一致肯定。同时，这也是长城汽车第八次斩获该奖项。



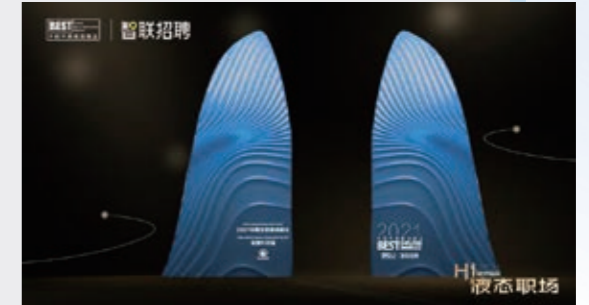
四、长城汽车柠檬混动DHT再获“世界十佳变速器”殊荣

2022年1月9日，“龙蟠杯”第五届世界十佳变速器评选结果揭晓，长城汽车柠檬混动DHT再次荣获“世界十佳变速器”奖项，这已是长城汽车第四年获得该项殊荣。同时，搭载这款变速器的魏牌玛奇朵DHT也成为评选中的获奖车型。



五、长城汽车荣获2021中国年度最佳雇主全国100强

12月18日，“Hi液态职场”2021中国年度最佳雇主颁奖盛典首次以线上直播的形式举办，长城汽车荣获2021中国年度最佳雇主全国100强。此次评选活动由智联招聘联合北京大学社会调查研究中心于2005年共同发起，旨在以独立客观的立场，通过专业科学的调查评选，发现中国雇主品牌标杆企业。



六、用户满意度稳居前列长城汽车揽获2021 CACSI多项第一

10月12日，第五届中国汽车质量论坛暨2021年汽车行业用户满意度测评(CACSI)结果新闻发布会在北京召开，长城汽车旗下哈弗、魏牌、坦克及旗下车型揽获多项殊荣，充分体现出广大用户对长城汽车品质和服务的高度认可。其中哈弗H6、哈弗大狗、哈弗H9、魏牌摩卡等荣膺各细分市场第一名。



七、长城汽车造型中心荣获“中国十佳企业设计中心”大奖

10月22日，在由中国工业设计协会举办的2021年度中国设计产业100强发布盛典上，长城汽车造型中心以优秀的设计实力荣获“中国十佳企业设计中心”大奖。



八、长城汽车上榜2021 BrandZ中国全球化品牌50强

5月10日，KANTAR携手Google谷歌联合发布“2021 BrandZ中国全球化品牌50强”，长城汽车荣登榜单，并跻身印度、巴西等新兴市场中国明星品牌20强，长城汽车的造车实力与品牌成长速度受到全球市场关注。



九、长城汽车海外屡获大奖

沙特吉达国际车展最佳新车发布奖—HAVAL DARGO；

长城炮斩获素有智利汽车界“奥斯卡”之称的权威大奖—“年度最佳皮卡”大奖；



长城炮荣获智利“年度最佳皮卡”奖项

长城炮在澳大利亚获得权威媒体Autocar的皮卡品类“年度最佳车型奖项”；

风骏皮卡荣膺厄瓜多尔2020年度十大畅销车；

长城汽车荣获最佳展位体验奖、最佳概念车奖、最佳电动汽车设计奖、最佳创新皮卡奖等六项大奖，成为曼谷国际车展有史以来获奖数量最多的汽车企业；

哈弗品牌荣获“中国品牌领导者”大奖。

四、2021年长城汽车大事记

一、提出未来五年规划 重磅发布“2025战略”

长城汽车第8届科技节开幕式上，董事长魏建军正式对外发布“2025战略”，基于“全球大布局”“研发大投入”“企业大变革”和“用户大运营”的定位，长城汽车持续推进全面、彻底的创新变革，向全球化智能科技公司转型。



二、加快全球化布局：发布泰国市场战略 推出GWM品牌



长城汽车正式发布GWM品牌和泰国市场核心战略目标：聚焦用户声音；持续创造用户全新体验；致力于成为泰国新能源汽车领导者。泰国核心战略目标发布，不仅是长城汽车进军泰国和东盟市场的关键，也是长城汽车全球化战略的重要举措。

三、加快全球化布局：发布欧洲市场战略 成立欧洲总部

长城汽车旗下魏牌与欧拉携热门车型亮相德国慕尼黑国际车展，并发布欧洲市场战略。其中，魏牌发布欧洲商业模式及用户运营计划：2021年魏牌以德国为起点，全面发力欧洲市场；长城汽车正式在慕尼黑开设德国子公司并设立欧洲总部。长城汽车将在欧洲投入最先进的绿色、智能汽车并建立本地化研发中心和生产基地。欧洲总部的职能将涵盖研发、销售、管理等，其中，研发将集中在整车集成、车辆部件开发、电子动力系统平台开发和集成、智能驾驶和车联网等领域。长城汽车慕尼黑团队将持续扩大。



四、全球化进程加速：收购戴姆勒集团巴西伊拉塞马波利斯工厂

长城汽车和戴姆勒集团就收购巴西伊拉塞马波利斯工厂正式签署协议。根据双方签署的资产收购协议，包括土地、厂房、机器设备等在内的巴西伊拉塞马波利斯工厂将移交给长城汽车。



长城汽车收购巴西伊拉塞马波利斯工厂后，将按照长城汽车全球制造标准将工厂打造成长城汽车全球智能化生产基地之一，以覆盖巴西国内及南美其他国家市场。

五、构建国际级氢能产业生态 发布氢能战略

长城汽车氢能战略，构建了国际级“制-储-运-加-应用”一体化供应链生态，打破核心技术壁垒，还联通上下游产业链，加速氢能商业化推广。此外，氢能战略还推出了一套国际领先的车规级“氢动力系统”全场景解决方案-氢柠技术，加速产品落地，助力我国能源结构转型。



六、技术新突破：3.0T+9AT超级动力总成量产下线

长城汽车3.0T+9AT超级动力总成在重庆永川工厂已完成量产下线。作为国内首套全自研高阶动力，这套动力总成最大功率260kW，峰值扭矩550N·m，并可承载750N·m扭矩传递，首搭车型为坦克500。



七、打造细分市场冠军 发布新品牌坦克/沙龙

坦克300自上市以来，持续引爆国内消费市场，成为2021最为炙手可热的热门车型之一。为了最大化满足品牌发展需求，2021上海车展之际长城汽车重磅宣布坦克品牌独立发展。坦克品牌全方位阐释了品牌理念、文化价值以及用户共创计划等。作为长城汽车第五大整车品牌，坦克品牌的诞生，全方位满足用户全场景用车需求。

2021年11月19日，沙龙机甲科技在广州首发亮相。沙龙是由长城集团孵化，全新并独立运营的机甲科技出行公司，主攻40万-80万价格区间的豪华纯电市场，以极致创新开辟“机甲科技”品类新赛道。沙龙开创了汽车行业机甲品类先河，引发行业多品牌产品模仿及营销跟风，在未来，沙龙将覆盖轿车、SUV、轿跑等全品类机甲产品。



八、迈入千万级俱乐部：第1,000万辆整车、第1,000万台发动机下线

1月，“跨越千万 智在全球—长城汽车第1,000万辆整车下线仪式”在长城汽车徐水智慧工厂隆重举行。伴随着一辆全新的第三代哈弗H6的缓缓下线，长城汽车正式成为国内首个聚焦SUV和皮卡品类进入“千万俱乐部”的车企，在发展历程中又迎来了一个全新里程碑。

6月，长城汽车蜂巢动力第1,000万台发动机正式下线。未来，还将提供4种燃料、6大平台、23款发动机以及N种使用场景，实现1.5L-3.0T发动机的全面布局。



九、从“打工者”到“合伙人” 发布2021年股权激励计划

长城汽车正式发布《长城汽车股份有限公司2021年股票期权激励计划》、《长城汽车股份有限公司2021年限制性股票激励计划》，首次授予已分别向8,147名激励对象授予股票期权30,059.40万份，向不超过557名激励对象授予限制性股票3,265.32万股。长城汽车通过构建创新的长期激励机制，形成全新的“利益共同体”，有效推动员工由“打工者”向“合伙人”转变，把“做工作”变成“干事业”，促进公司长期稳健发展。

绩效指标选取	销售量	净利润
各绩效指标权重	55%	45%
业绩目标达成率(P)	$\Sigma(\text{绩效指标实际达成值} / \text{绩效指标目标值}) \times \text{绩效指标权重}$	
第一个解除限售期	2021年公司汽车销量不低于149万辆	2021年净利润不低于68亿元
第二个解除限售期	2022年公司汽车销量不低于190万辆	2022年净利润不低于82亿元
第三个解除限售期	2023年公司汽车销量不低于280万辆	2023年净利润不低于115亿元

十、践行企业社会责任 彰显民族企业担当

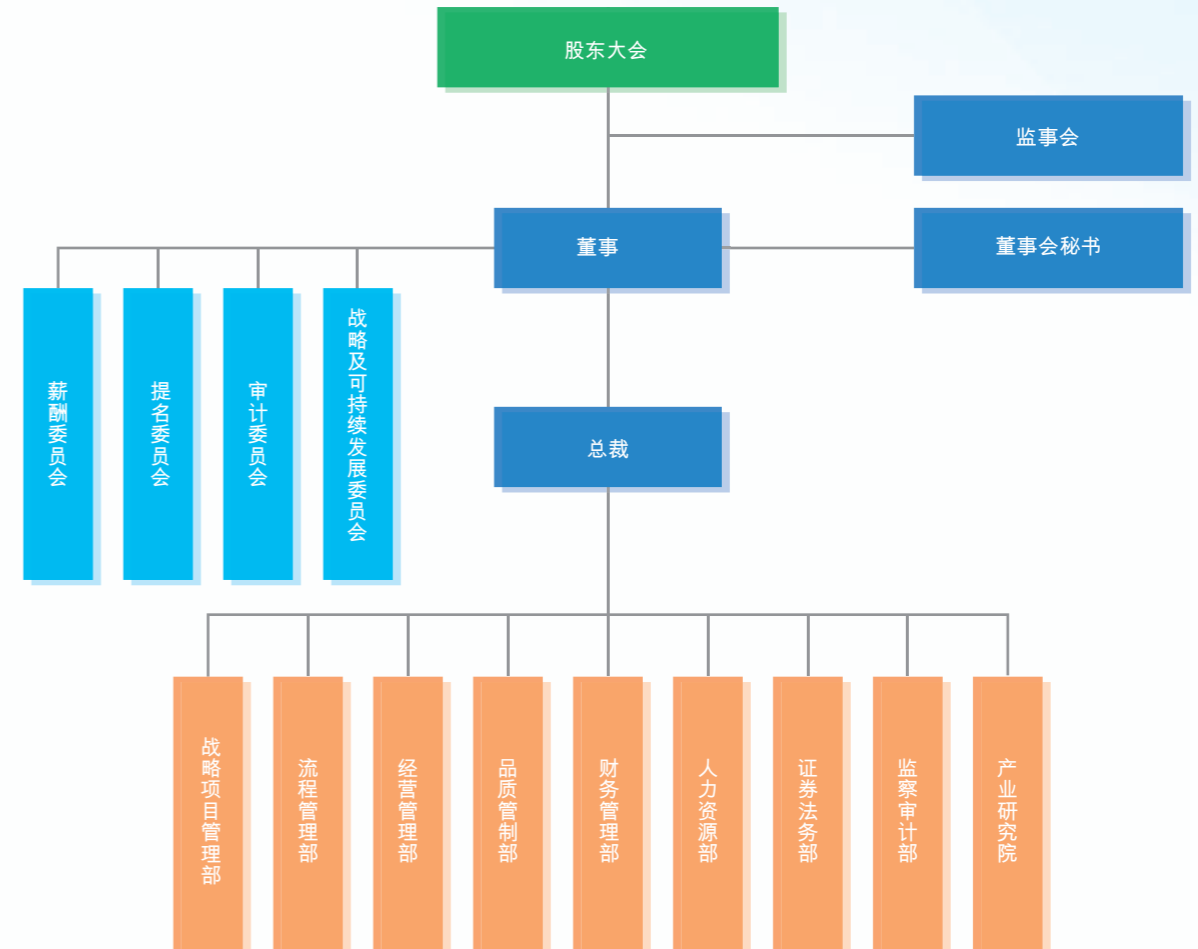
2021年，河南省遭遇罕见的持续强降雨，造成郑州等地发生严重的内涝灾害。对此，长城汽车积极践行企业社会责任，捐赠2,000万元人民币驰援河南，其中1,000万元赠予河南慈善总会，用于紧急救灾和灾后恢复工作；1,000万元专项资金用于用户受损车辆的救援、检测、维修。

2021年伊始，在河北省石家庄市、邢台市等地爆发新一轮新冠疫情，长城汽车迅速行动，于1月10日向河北省红十字会捐赠人民币500万元，驰援河北疫情防控工作的开展，保护一线医疗人员及前线志愿者的防疫安全。截至目前，长城汽车在国内已累计捐赠款项及车辆总价值达人民币1,385万元。自新冠疫情爆发以来，长城汽车始终坚守企业责任与担当，第一时间投入新冠疫情防控中，不断为打赢疫情防控阻击战做出努力。

公司治理

蓄势领跑，共变革，赢未来

公司治理架构图



一、治理结构及三会管理

本公司严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求，不断完善现代法人治理结构，建立了涵盖股东大会、董事会、监事会、高级管理团队以及公司员工的制度体系。目前，公司董事会下设战略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。

根据《公司法》及两地上市规则等相关要求，2020年本公司完成董事、监事的换聘工作。现董事会由7名董事构成，其中包括3名执行董事、1名非执行董事、3名独立非执行董事。各位董事的经历与背景各不相同，在企业管理、产品创新、资本运作方面有着丰富的经验，在提高公司治理水平、不断实现公司战略目标方面发挥着重要的作用。有关董事的详细资料请参阅《长城汽车股份有限公司2021年年度报告》。2021年，公司共召开7次股东大会、20次董事会、20次监事会。

这一年，公司党委继续丰富党建内涵、服务党员群众工作生活。用重温誓词、唱红歌、评优树先等方式，为党的100岁生日；开展了“党建征文”、“党史学习答题”、“永远跟党走文艺汇演”等活动，发挥党建实质作用，实现党员自身理论水平的不断提升；指导工青妇开展“单身职工联谊”、劳动技能竞赛、夏日送清凉、职工摄影展等工作，鼓励职工群众立足岗位创新创业创优，推动企业文化践行、增加归属感、助力公司经营发展。

奋斗不止，永葆初心！

长城汽车将继续苦练内功，笃定全球化发展战略，全力打造有价值、有全球影响力的中国品牌，为国家经济和社会发展贡献力量。

长城汽车党委将继续提高企业党的组织和覆盖质量，坚持党建与生产经营“双轮驱动”，更好发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，以完善的党建工作点燃赋能高质量发展的“强力引擎”。

三、风控合规管理

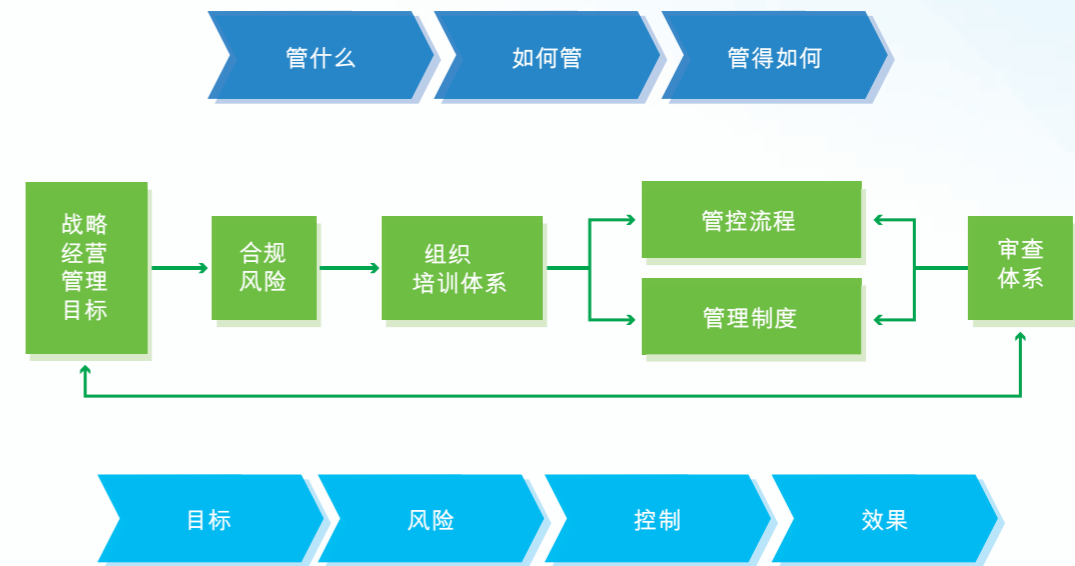
长城汽车为实现全球化战略目标，以国际化视野审视内外部环境，积极防控及化解重大合规风险，以三道防线理论为指导，“风险为导向、合规为底线、内控为抓手”为管理思路，建立合规管理委员会领导、合规办公室牵头、相关合规责任部门协同联动的合规管理工作机制，积极发挥合规办公室统筹协调、组织推动、督促落实的作用，强化合规责任部门的一线主体责任，以保障体系的有效运行。

长城汽车经过对标ISO37301合规标准，行业合规实践及与律所咨询和交流，结合公司合规建设的痛点，探索出以完善合规组织架构、合规制度体系和合规保障机制为主线的合规体系建设思路。

- ① 在组织建设方面，发布《合规管理组织设置及职责》，明确了合规管理委员会、合规管理办公室和相关责任部门协同的组织架构和职责，公司共设合规官10名，是本组织合规管理的负责人和监督者，合规BP75名，负责推动本组织合规要求的落地执行，包含合规培训、组织风险评估、合规自查、合规文化宣传等。



- ② 为提升依法合规经营的管理水平，着力打造法治企业，总部建设一个全球统一的合规管理体系+N个重点领域合规专项合规管理制度，以《长城汽车全球合规通用手册》为纲领，《全球合规管理制度》为核心，配套机制为基础，重点合规领域专项指引为补充的的合规管理规则体系。



- ③ 针对重点市场、重要领域、重点人员逐步建立合规管控体系，例如针对泰国市场，聘请专业咨询团队构建东盟合规管理体系；为实现车联网业务隐私合规，根据印、泰、俄、欧盟等的个人数据保护相关条例，对车联网业务进行分析、拆解，建立了车联网产品的隐私保护体系，实现出海车型的车联网数据合规；对反垄断开展了风险评估，并将整改对策标准化，防范反垄断合规风险；针对出口管制及经济制裁法规，规划建立合规筛查系统平台和业务操作指引；
- ④ 为提升员工的合规意识，防范合规风险，长城汽车将合规声明发布至全球官网，通过内外讲师结合的方式对全员进行了合规培训和合规意识提升，形成了良好的合规文化。真正将合规要求转化为全体员工的自觉行动，形成了“人人合规、事事合规”“合规创造价值”等工作理念。

四、企业廉洁建设工作

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，助力公司向全球化智能科技公司高速发展迈进，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，监察审计组织不断变革，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，打造反腐倡廉文化

企业的竞争也是人才的竞争，本集团在员工入职或续签合同时，签署《廉洁承诺书》，致力于持续提升个人职业道德素养，倡导全员廉洁从业。为持续培养高素质人才，针对员工职业生涯各个阶段，分别设置导入教育、晋升教育、专项教育等课程，主要通过培训、岗前测试、视频教学、拓展活动等多种形式开展。2021年，全年共开设廉洁教育课堂30余场，总时长80余课时，参与线上、线下廉洁教育的相关人员达5,300余人次，其中开设高层（包含董事）廉洁文化大讲堂，共140余人次参与，全年共计组织7.1万余人次参与专项教育测评；倡导员工线



上自主学习、自我检测，2021年各层级员工通过信息化平台进行自我测评达12.2万余人次，针对职业生涯各阶段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腐倡廉建设。

本集团创新廉洁文化传播模式，运营“廉洁长城”微信公众号，截止到2021年12月份，公众号已拥有15万余粉丝，粉丝涵盖员工、相关方、商业伙伴及家属等不同人群，通过图片、视频、文字、漫画等多种形式，实现与员工、相关方的无障碍沟通，2021年共计推送原创内容70余篇，通过多样化、开放的形式助推公司廉洁品牌的传播。

（三）完善制度体系，规范反贿赂管理

在当前风险类别持续发展、变化的背景下，长城汽车不断强化风险管控，增强反腐倡廉的规范化、制度化、科学化，不断摸索、完善，建立了一整套《廉洁体系制度》，2008年颁布实施，并根据公司战略发展、经营理念等情况，对制度内容适时调整，截止到2019年完成了5次修订。随着公司国际化战略实施，为提升国际影响力及竞争力，长城汽车依据ISO37001:2016《反贿赂管理体系要求及使用指南》，在《廉洁体系制度》基础上，再次进行全面升级，搭建完成反贿赂管理体系，反贿赂管理体系共包含I级管理手册、16个II级程序文件、15个III级指导文件及IV级支撑文件。2021年7月正式通过第三方机构认证，获得ISO 37001反贿赂管理体系证书，成为国内首家通过ISO 37001反贿赂管理体系认证的车企，标志着长城汽车全球合规体系建设迈出了重要一步，为全球化战略提供了强有力的支持和保障。

腐败预防方面，识别存在腐败风险的领域和岗位，通过识别贿赂风险、完善制度流程，实现多方参与、过程监督；在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，并通过内部审计暴露内、外业务风险漏洞，为管理提供决策依据，降低贿赂风险。对采购、招标等重点监督岗位的人员，实施定期岗位调动，防止因任期过长而产生腐败。在业务往来、商务接待中，规范接待人数及区域，秉承公开、透明的原则，避免出现不正当行为。据统计，2021年拒绝贿赂达387人次，自2008年以来，公司拒绝贿赂共计1,610人次，单次拒腐最高金额达35万元，各级员工共上交礼品约11.4万件，90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，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，面向社会开通可查询失信违规人员和企业信息的阳光诚信自助系统，通过信息披露、社会监督，维护相关方利益，提高从业人员的职业素养，2021年因腐败、不诚信等问题被列入《失信名单》的合作方共572家。2018年9月加入企业反舞弊联盟，2020年荣升为常务理事单位，积极致力于联盟反舞弊建设工作，努力与所有成员企业共同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支持等，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，一经发现由股份纪检组对腐败行为进行调查、惩处。为充分发挥全员和相关方的监督作用，搭建多种举报渠道：QQ、电话、邮箱、微信等。

举报邮箱：gwlianjie@163.com

通讯地址：河北省保定市朝阳南大街2266号股份纪检组

邮编：071000

2012年本集团利用信息化工具，开发第一个举报信息管理平台，由专人专线负责平台的运行、维护，同时从信息上传、推送、接收、事件调查等进行管理，实现了举报信息快速、有效、高质量的闭环监管，也实现了举报内容及举报人员等相关信息的严格保密。公司重视在内外环境中营造共同预防和打击腐败的氛围，维护员工、利益相关方，通过全员及相关方共同努力让腐败行为得到充分暴露并及早查处，对于违反公司制度要求的，依据制度要求进行处理，涉及违反法律的行为，一律移交司法机关处置。2021年因涉嫌违法犯罪移送司法机关处置2人，已依法对其进行判决。同时为维护举报人权益不受侵害，制定严格的管理要求，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。

在反腐的道路上，长城汽车始终将“廉”和“信”作为行为准则，秉持公平公正、廉洁自律的作风，始终以用户为中心，诚实守信、合规经营，以透明、开放的态度与用户“玩”在一起，未来长城汽车将继续坚守初心，与众多优秀企业廉心携手，积极履行社会责任，传播社会正能量。



责任管理

环境责任

长城汽车秉承“人、车与环境和谐共存”的理念，坚持走“低污染、低能耗”的可持续发展道路。积极构建全球低碳汽车产业链，将可持续发展的理念渗入企业文化，坚持绿色、清洁能源的研发与投入。

产品责任

长城汽车始终奉行“安全至上”的核心理念，秉承“绿智潮玩嗨世界”的使命愿景，打造各具特色的新时代“潮牌、潮品”。以合规、环保、安全、可靠的品质赢得顾客信赖，以智能、潮玩、共创的体验超越顾客满意。

员工责任

长城汽车坚持以“开放、包容”的态度，汇聚全球优秀人才，坚持以人为本，不断创新人才发展机制，通过安全生产标准化规范运行，提升生产现场本质安全化管理水平，打造安全健康的工作环境。

社会责任

长城汽车始终践行以“客户满意”为中心的忠诚服务标准，致力于打造用户尊享的服务体验，与供应商互惠共赢，坚持营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境，建立行业领先、运营质量卓越的销售体系，同时扶贫济困，助力公益，彰显企业社会责任。

一、我们的社会责任理念

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

社会责任管治：

公司将社会责任融入日常运营之中，专门成立战略及可持续发展委员会，负责可持续发展和环境、社会及管治等方面统筹管理工作，明确规划层与实施层的联动机制，确保人力资源部、监察审计部、品质管理部、生产企划管理部、战略管理部等各职能部门，以及各生产公司、各营销公司和整车制造工厂等多个实施主体贯彻执行社会责任工作相关的要求，保证社会责任目标上下贯通、工作层层推进。

战略及可持续发展委员会的主要职责是：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。具体参照2021年12月31日发布的《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》。

董事会 ESG 声明

长城汽车董事会是 ESG 事宜的最高负责及决策机构，负责定期审阅公司可持续发展相关事宜，包括制定公司的 ESG 战略并定期审议战略执行情况；识别和评估 ESG 风险，制定应对计划；审核 ESG 管理政策，确保政策得以持续地执行及实施；授权可执行发展委员会，负责统筹、落实与执行相关工作；审核 ESG 计划和目标，并定期审核 ESG 目标的达成情况；审议 ESG 绩效，ESG 报告。

公司在分析行业动态及竞争格局和企业可持续发展战略的基础上，结合参考监管机构披露要求、国际报告披露标准、行业政策与发展趋势、评级机构重点关注内容，识别 ESG 重要性议题及行业未来的机遇和挑战，将提升公司环境、社会和企业管治等方面作为可持续发展年度重点工作。

本报告详尽披露了长城汽车 2021 年 ESG 工作的进展和成效，并于 2022 年 3 月 29 日经由第七届董事会第三十四次会议审议通过。

二、实质性议题管理

我们依照香港联交所《环境、社会及管治报告指引》，参考全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》(GRI Standards) 等标准，结合内外部利益相关方对潜在议题的期望以及长城汽车的业务特征，识别、评估与总结出与公司相关的 27 项实质性议题。同时，我们通过同业对标、管理层及利益相关方反馈、专家意见征询，对议题的重要性进行排序，得出实质性议题矩阵。

实质性议题确定流程

1. 利益相关方识别

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。

2. 议题识别

公司在分析行业动态及竞争格局和企业可持续发展战略的基础上，结合参考监管机构披露要求、国际报告披露标准、行业政策与发展趋势、资本市场评级重点等内容，访谈调研了解各利益相关方的诉求，识别出可能直接或间接影响我们业务的 27 项实质性议题。

我们在进行实质性议题的识别时，重点考虑以下因素：

- (1) 国际公认标准、准则和指引：包括 SASB “实质性议题地图”中的汽车行业重要性议题标准、《可持续发展报告标准》(GRI Standard)、香港联交所《环境、社会及管治报告指引》，进行实质性议题初筛；
- (2) 利益相关方的利益和期望：通过访谈调研股东、员工、供应商、当地社区和社会组织等利益相关方，了解公司内部与外部利益相关方的利益与期望；
- (3) 同业对标：进行同业对标，分析由同行业和竞争对手确定的主要议题以及行业未来的机遇与挑战；
- (4) 企业战略与发展：结合公司自身战略、业务、运营管理体系以及价值观，筛选符合公司发展的实质性议题；
- (5) 资本市场评级重点：分析 MSCI ESG 针对汽车行业重点关注的实质性议题，对关键议题进行补充。

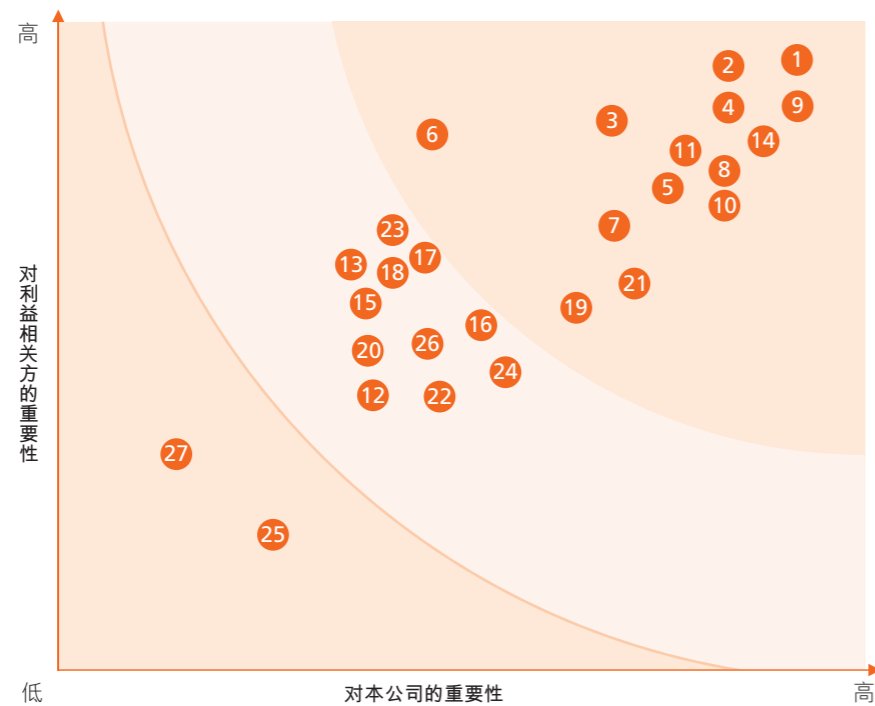
3. 议题评估

公司的“可持续发展工作小组”通过访谈及问卷调查等形式，了解各利益相关方所关注议题的重要性程度，通过排序与初步评估得出重要性议题矩阵。

4. 议题分析与验证

公司成立由集团各部门成立的专家组，对已评估和排序的实质性议题进行最终确定，得出实质性议题矩阵，并以此作为优化运营管理，编制本报告的重要依据。

2021年核心实质性议题重要性矩阵：



三、利益相关方沟通

利益相关方	关注的议题	沟通机制	本公司回应
政府及监管机构	减少碳排放策略 经济增长 降低生产污染排放 清洁技术发展战略 诚信廉洁 合规运营 减少能源使用策略 应对气候变化 水资源管理	日常管理 监督检查 会议交流 项目合作	秉承全产业链低碳环保理念，坚持绿色能源的研发与投入 良好经营，贡献经济增长 积极节能减排、坚持走低污染的可持续发展道路 拥有众多低碳技术研究应用规划，加大创新研发 坚持诚信、廉洁的基本理念，着力营造公平、公正、简单、透明的工作环境和合环境 遵守法律法规及政策，依法纳税 推动能源清洁高效利用，强化和完善能源消耗强度管控制度，合理分解能耗目标并严格目标责任落实 秉承全产业链低碳环保理念，进行节能改造、开展绿色运营 提高用水效率和效益
股东及投资者	经济增长 清洁技术发展战略 公司治理与风险管理 诚信廉洁 合规运营 应对气候变化	股东大会 业绩发布会 定期信息披露 路演 日常性邮件及电话沟通	稳健经营，持续提升盈利能力 拥有众多低碳技术研究应用规划，加大创新研发 不断完善治理结构；以国际化视野审视内外部环境，积极防控及化解重大合规风险；定期全面、准确披露信息 坚持诚信、廉洁的基本理念，着力营造公平、公正、简单、透明的工作环境和合环境 遵守法律法规及政策，依法纳税 秉承全产业链低碳环保理念，进行节能改造、开展绿色运营
客户	产品质量与安全 客户服务质量 客户权益保障 产品创新与研发 产品节能与环保 客户隐私与信息安全	公司网站 线下活动 官方微信、微博、电话 市场调研	完善产品质量管理体系，确保产品合规、环保、安全、可靠，满足客户多元化需求 提高客户满意度、高效处理售后服务 提升自主创新能力，打造全场景高智能产业生态 坚持绿色能源的研发与投入，积极发展新能源动力 确保消费者信息与隐私得到充分保护
供应商/合作伙伴	供应链环境、社会风险管理 关键供应商识别 减少能源使用策略 绿色采购	现场调研 质量沟通会议 供应商培训 供应商审核	营完善供应商管理，优选环保产品及服务 加强内部采购管理、开展供应商培训 推动能源清洁高效利用，强化和完善能源消耗强度管控制度，合理分解能耗目标并严格目标责任落实 积极参与国内“汽车产业链碳排放数据体系”共建体系倡议书的签署，与相关伙伴共同推动中国汽车碳排放管理体系及低碳产业链的建设
行业/协会	产品创新与研发 知识产权保护 清洁技术发展战略 推动行业发展	线上及线下活动 相关论坛交流	提升自主创新能力，打造全场景高智能产业生态 完善企业知识产权管理体系 拥有众多低碳技术研究应用规划，加大创新研发 行业信息交流共享，维护与促进行业健康发展
员工	安全生产 吸引与留任人才 保障员工权益 员工培训与发展 员工福利	工会活动 员工培训 投诉与反馈	完善安全与健康体系、加强安全信息化平台管理 畅通员工晋升通道 维护员工合法权益 提供多养化的培训和发展 关注员工福利、完善薪酬管理
公众/社区	产品节能与环保 降低生产污染排放 应对气候变化 开展公益活动	参与社区项目 媒体沟通 定期沟通	坚持绿色能源的研发与投入，积极发展新能源动力 积极节能减排、坚持走低污染的可持续发展道路 秉承全产业链低碳环保理念，进行节能改造、开展绿色运营 助力抗击疫情、扶危济困、开展志愿者活动

聚力“双碳”，绿色健康发展

一、应对环境变化

中国高度重视应对气候变化，实施一系列应对气候变化战略、措施和行动，参与全球气候治理，应对气候变化取得了积极成效。长城汽车积极应对气候变化问题，我们进一步根据TCFD(气候相关财务信息披露工作组)框架的建议，从管治、风险管理、策略、指标和目标四个方面进行披露。

管治

公司的董事会在气候相关风险和机遇的监督中所起的作用以及管理层在气候相关问题的评估和管理中起到的作用。

A. 委员会对气候相关风险和机遇的监督

战略及可持续发展委员会是公司战略及可持续发展的审议机构，委员会负责对公司可持续发展、以及环境、社会及管治等相关事项的研究、分析和风险评估，并提出可持续发展的制度、战略与目标；同时组织和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。

B. 管理层在评估和管理气候相关风险和机遇方面的作用

- 1、信息中心、营销公司、产品企划本部主责进行外部宏观环境、行业、竞争对手、顾客市场需求等外部分析，各职能模块主责进行内部资源能力分析
- 2、战略及可持续发展委员会在对公司外部环境、内部资源和能力进行分析的基础上，初步提出公司的发展战略建议；
- 3、经营监察本部对战略实施情况进行监控，定期收集和分析相关信息，对于偏离战略的情况及时报告战略及可持续发展委员会；
- 4、经营管理本部每季度组织召开绩效分析会，每年度组织召开战略质询会，进行阶段性战略评估与检讨。

风险管理

我们识别出气候风险和可能的机遇，将气候风险纳入公司风险管理的一部份，并逐步推进气候风险评估。

评估流程



对公司影响较大的气候变化风险

- 政策及法规风险—尾气排放、废弃物排放
- 技术风险—低碳材料及技术、材料再利用、绿色供应链
- 声誉风险—尾气排放、废弃物排放、水资源管理

a. 风险与策略

风险类型		风险描述	应对措施
转型风险	政策与法规风险	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内《乘用车企业平均燃料消耗量和新能源汽车积分并行管理办法》修订，明确2021-2023年双积分考核要求，促使车企向节能、新能源领域转型。为实现双碳目标，双积分政策亦会逐步加严，不达标将给企业带来巨额罚款。 	积极获取政策动向，及时纳入公司长期规划。
	技术风险	<ul style="list-style-type: none"> 伴随政府低碳政策发布、消费者低碳意识提升、不可再生能源价格上涨、新能源基础设施不断完善，市场对新能源车型需求逐步扩大。 汽车制造产业链复杂，国内基础行业低碳化发展起步晚，打造低碳化整车产品，仅靠车企自身的技术创新很难实现。 	加快对新能源产品的技术研发、生产。并且，依托基础行业的清洁化发展及供应链的低碳化转型。
	市场风险	<ul style="list-style-type: none"> 伴随共享化、智能化的融合发展，以共享为基础的智能汽车，将更便捷的服务消费者，消费者对汽车产品的需求度缩小，从而导致汽车市场总量逐年降低。 国家双碳政策落实以及不可再生资源紧缺、价格上涨等因素，消费者对低碳认知不断提升，越来越多的消费者将更倾向于新能源车型，追求更低碳的生活，因此对传统燃油车型的需求会逐步降低。 	加强对低碳生产及产品的倾斜力度。提高消费者用户体验，进一步促进新能源汽车消费。
	声誉风险	<ul style="list-style-type: none"> 双碳背景下低碳社会的构建，双碳政策的大力推行，公司管理运营过程中若违反可持续发展相关要求，将对企业声誉造成不良影响。 	积极响应政府号召，建设资源节约型、环境友好型企业，不断提升企业的低碳水平，减少污染物的排放，最大程度的保护生态环境。
实体风险	急性风险	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化的恶化可能带来包括极端天气在内的重大事故。极端天气发生，将影响企业的生产运作及供应链的稳定性。 	投入更多的资源，用于风险的识别、预防与应对。消除或最大程度减少此类风险对企业的影响。
	慢性风险	<ul style="list-style-type: none"> 企业稳定生产受到影响，订单交付准时性无法保证，对企业声誉带来不良影响。 	

b. 机遇

开发/扩展低排放产品和服务、使用可再生能源和节约能源降低生产成本等因素为公司带来发展机遇，我们会持续研究和分析客户需求，力求减少气候风险影响，创造机会，适应市场。

指标和目标

长城汽车高度重视国家“3060”双碳目标，并积极响应号召。报告期内长城汽车发布“2025战略”目标，加速企业低碳智能升级，计划2045年全面实现碳中和。在制造端，通过能源结构调整及低碳工艺应用，2023年实现长城汽车首个零碳工厂，并建立汽车产业链条的循环再生体系，实现经济、环境以及社会效益最大化。

为有效推行碳中和目标的实现，长城汽车将通过工艺创新，管理节能、引入分布式光伏等措施，最大限度的减少生产过程的碳排放。

二、长城汽车可持续发展战略

长城汽车作为民族汽车企业的代表，一直积极践行企业社会责任，积极构建全球低碳汽车产业链，将可持续发展的理念渗入企业文化，始终秉承全产业链低碳环保的要求，坚持绿色、清洁能源的研发与投入。

同时企业内部拥有全生命周期碳排放管理的专业团队，从整车研发、配套供应链、车辆生产、物流运输、销售使用、报废回收的生命周期各阶段，提前规划布局，建立循环的生态链，为实现企业2045碳中和目标夯实基础。

1. 可持续发展的理念

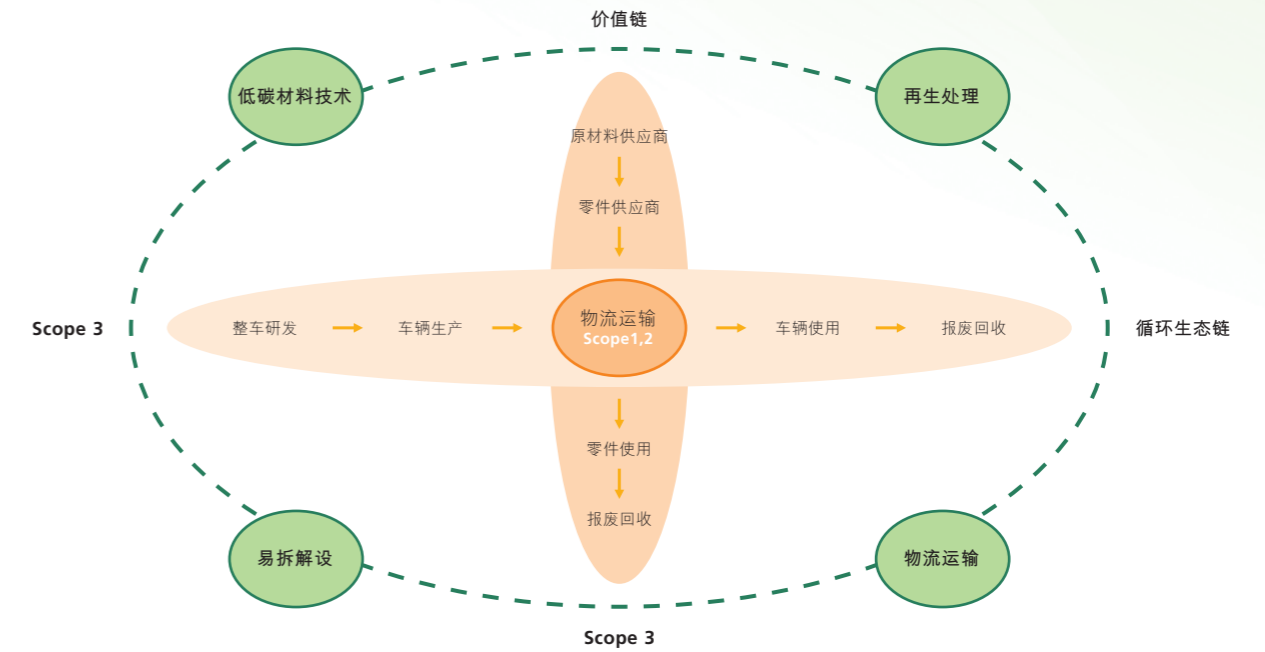
长城汽车秉承低碳环保的理念，坚定走可持续发展之路，将Rock the World with Our GIFT (Green Intelligent Future Technology)融入企业文化，坚持清洁能源的技术研发(光伏钙钛矿太阳能电池技术、V2G技术、电氢“制-储-运-用”产业布局)，提前进行燃料电池汽车布局，推进五大品牌及合资车型电动化进程。



- | | | | |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 低碳新材料研发应用 • 零件节能低碳设计 • 零件易拆解回收设计 • 绿色供应链管理 • 绿色仓储及物流 | <ul style="list-style-type: none"> • 增加清洁能源占比 • 精细化能源资源管理 • 生产自动化电气化转型 • 绿色仓储及物流 • 未来智能新工厂规划 | <ul style="list-style-type: none"> • 现代动力模块技术升级迭代 • 搭建整车智能化节能新架构 • 未来节能新技术规划 | <ul style="list-style-type: none"> • 车辆报废回收管理 • 零件回收再制造 • 动力电池回收溯源管理 • 推动低碳材料产业链、创新炼双向融合 |
|--|---|---|--|

2. 产品全生命周期低碳可持续发展理念

长城汽车坚持产品全球化生态设计研发，结合整车研发流程建立产品端碳排放管控机制，并在车型开发中予以应用，将低碳可持续理念贯穿到产品的全生命周期。



3. 可持续发展目标

为积极响应国家低碳减排政策指导，快速应对国家“3060”碳达峰•碳中和远景战略目标，我们建立节能减排目标、能源使用目标及用水量目标。

我们的短期目标：

- 2023年实现首个零碳工厂
- 2025年将推出50余款新能源车型
- 持续推广可再生清洁能源的落地应用，增设光伏电站
- 对生产过程中余热、余能、中水回用，循环利用

我们的长期目标：

长城汽车坚持绿色生产，通过能源结构调整以及低碳工艺应用，围绕碳排放的全生命周期，建立汽车产业链条的循环再生体系，在新工厂规划中提升工厂电气化程度，减少高碳排放能源资源的投入，推进电能替代，实现经济效益、环境效益以及社会效益最大化

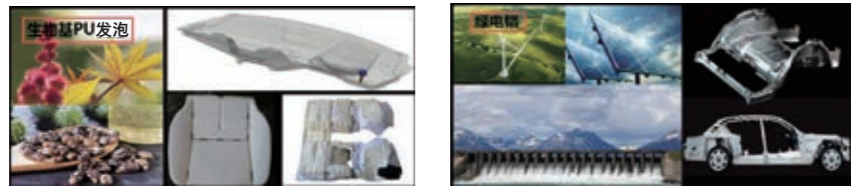
4. 汽车产品可持续发展技术研究规划

目前长城汽车拥有众多低碳技术研究应用规划，例如：各类材料低碳技术路线研究、车身结构化少件化轻量化研究、动力域节能技术类路线研究、绿色供应链管理研究、物流仓储减碳研究、智能工厂规划、精工回收再制造等。为汽车产品可持续发展落地奠定基石。

(1) 生产减碳

开发应用各类低碳材料，例如：再生材料、生物基材料、清洁制材料、其他低碳材料。

再生材料：	车身内外饰件，主要包括再生织物、再生塑料等，具有环保低碳的特性；
生物基材料：	应用于车身内饰件，生物基材料是指利用可再生生物质，主要包括生物基塑料、生物基纤维、生物基功能高分子材料等，具有环保低碳、原材料可再生、可降解等特性；
清洁制材料：	应用于车身骨架、底盘动力类金属件，清洁制材料指材料生产利用清洁能源，如绿电铝、电炉钢等，水电铝与火电铝相比，碳排放可降低约70%；
其他低碳材料：	免维护润滑油液、新型环保制冷剂材料、天然材料；

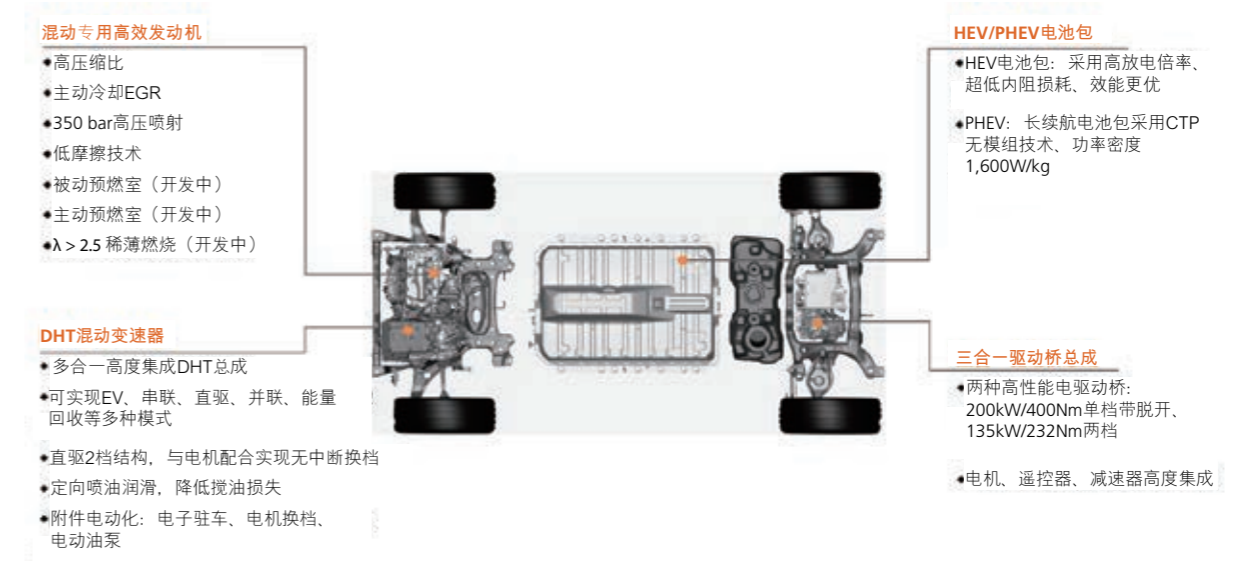


(2) 使用减碳

通过动力技术的迭代更新实现更低的车辆能耗，在车辆使用阶段更低碳环保。当前已开发应用柠檬混动DHT系统架构、高效率发动机、高效变速器、燃料电池发动机、热泵空调等技术。为汽车产品的可持续发展落地奠定基石。

(a) 柠檬混动DHT技术

柠檬混动DHT技术是全球首创高度集成的智能DHT油电混动系统，具有全场景全速域效能最优的特点，油电系统智能匹配，城市工况节油率50%以上，整车馈电综合油耗低至4.4L/100km。该系统采用多种动力总成灵活匹配，涵盖HEV/PHEV架构，满足不同平台车型的搭载需求。



(b) 混动高效发动机

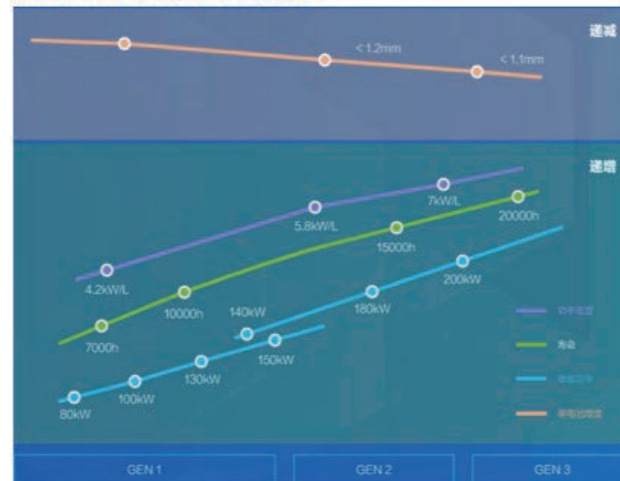
长城汽车开发出混动高效发动机，致力于燃烧系统、压缩比、充气效率、热管理、降摩擦、EGR等技术研发，提升热效率，并匹配混动系统工作模式，优化工作点实现低油耗。



(c) 燃料电池发动机

氢燃料电池是以氢气为燃料，通过电化学反应将燃料中的化学能直接转变为电能的发电装置，具有能量转换效率高、零排放等优点。长城燃料电池发动机具有高度集成一体化设计，并结合精密控制策略、高效热管理系统及集成NODS检测技术，性能指标先进、可靠性高，实现超高系统功率密度，并保证系统高安全性。并且其核心零部件也实现100%国产化。

燃料电池电堆技术路线规划



(3) 回收减碳

国家大力发展双碳目标的背景下，长城汽车围绕报废汽车回收拆解、汽车零部件再制造等再生资源全产业链已率先布局，积极响应国家政策发展，参与《汽车零部件再制造出厂验收》、《汽车零部件再制造出厂装配》、《再制造机械产品装配技术规范》国家标准制定工作，推动再制造产业良性发展。

1. 报废汽车回收拆解：

长城汽车报废汽车回收拆解公司，致力于应用先进技术对报废车辆进行规范化、低碳化拆解，建立完善的拆解工艺，配备先进、高效的拆解设备，以及信息化管理系统，从车辆报废、回收、拆解、再利用等环节，规范报废汽车全生命周期管理工作，具备报废汽车绿色精拆技术，实现报废车材料回收利用率 $\geq 95\%$ ，达到年拆解报废汽车1万辆的拆解能力。

2. 电池回收

随着新能源汽车的逐步普及，动力电池回收利用成为行业问题，长城汽车构建了完善的电池回收体系，退役电池以及电池生产过程中的报废电池、极卷废料，可通过长城汽车回收网络进行回收，拆解破碎后通过湿法冶金提炼出硫酸盐、碳酸锂，进而制作成前驱体和正极材料，形成回收闭环，促进行业良性发展。

3. 汽车零部件再制造

长城汽车现已具备发动机、变速器、前照灯等3款再制造产品生产能力，预计2022年3月获得第三方再制造质量认证，变速器再制造技术目前处于建设中。

(4) 价值链减碳

建立了从供应商引入审核、产品开发早期SE研讨、开发过程现场审核、产品供应一致性审核的一体式供应商管控体系，将绿色产品开发管控融入到供应商管理的各个环节。并基于“供应商关系管理系统”、“数字化采购平台”、“CAMDS数据管理平台”，实现供应商全生命周期管理的信息化，引导供应商共同实现环保健康目标。

1. 依托数字化的质量管控体系

为实现禁限用物质及整车回收利用率高效管理，长城汽车建立了数字化管控体系。借助CAMDS数据平台面向全供应链收集零部件材料信息，然后数据对接公司内部数据管理平台，对整车零部件材料数据及禁限用物质进行合规性管理。为确保长城汽车满足目标市场环保法规提供了有效保障。

2. 着眼绿色化的产品技术体系

在保护环境、提高资源的综合利用方面，公司一向坚持绿色设计方案，在兼顾产品性能的同时，将产品的可回收性设计(DFR)作为一项重要的内容。在产品设计的初期，优先选择绿色原材料，重视产品的可拆解性和易拆解性，从而提高整车产品的回收利用效率和效益，最终达到减少废弃物的产生、节约资源和保护环境的目的。

长城汽车将一如既往地履行全球共建可持续发展之路的责任和义务，当前已加入欧洲企业社会责任协会(CSR-Europe)及其下属可持续发展联合组织(Drive sustainability)，与全球汽车产业伙伴共建健康、可持续的发展环境。作为有责任有担当的民族汽车企业代表，长城汽车已积极参与国内“汽车产业链碳排放数据体系”共建体系倡议书的签署，与相关伙伴共同推动中国汽车碳排放管理体系及低碳产业链的建设；长城汽车致力于全球各大目标市场禁限用物质法规标准的研究，不断完善自身法规标准体系的建设，以满足目标市场日益严苛的禁限用物质要求，推动汽车产业绿色环保的可持续发展。



同时公司致力于绿色、可循环资源的使用，降低一次性包装物消耗，全力推动和采用可循环包装材料，在原有包装规划流程基础上，将对供应商的循环包装要求前置，降低包装物总量消耗，实现绿色包装可持续发展。

测量上游碳排放的目标

长城汽车始终坚持低碳可持续发展理念，从原材料开发应用、绿色供应链打造，使用过程降碳等多方面开展降低碳排放工作。目前长城汽车拥有众多低碳技术研发应用规划，如开发各类低碳材料、动力领域节能技术等，下一步长城将联合原材料供应商开展产品层面碳排放量摸底工作，全流程推动降低产品层面碳排放。

运输和物流阶段减碳

在长城汽车生产过程中，其使用的许多物料都是园区内子公司进行生产，大量的物料需要不断的在园区内进行调拨，为了提升园区运输效率，减少运输过程碳排放，长城汽车将园区运输的燃油车替换成无人驾驶电动车，减少碳排放；

针对零部件运输过程中涉及使用包装材料，以前都是使用的一次性包装材料，长城汽车通过推行标准包装统一规划投入，打造数智+循环包装共享体系，实现包装低碳循环运作。

同时，长城汽车响应国家政策，还积极推动零部件以及整车物流运输多式联运，扩大铁水发运规模，实现节能减碳。

案例 | 汽车产品全生命周期低碳开发

长城汽车将低碳可持续理念贯穿到产品的全生命周期。例如在全生命周期理念下研发的欧拉好猫车型，单车全生命周期碳排放仅22.4t CO₂e (149.5g CO₂e/km)，位于新能源汽车市场领先水平，相较于同级A级汽油车平均值31.7t CO₂e (211.5g CO₂e/km)，一辆车全生命周期节约9.3t CO₂e。

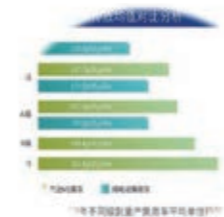
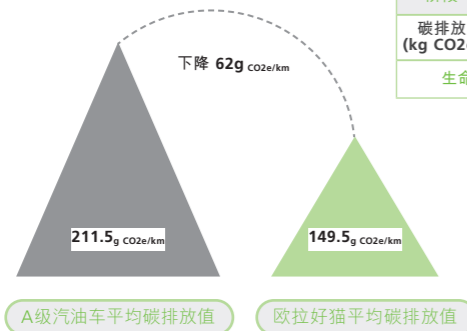
以欧拉好猫车型2021年销量为基础，其全生命周期碳减排总量：376,650t CO₂e，相当于增加了32.9个奥林匹克森林公园的年碳储量。奥林匹克森林公园一年的碳储量为11,455t CO₂e (北京林业大学)

95KW燃料电池发动机
最高系统效率：
60%，-30℃快速冷启动>700W/L超高提及功率密度云端升级



- 系统峰值功率(kW) 95
- 系统最高功率(%) 60
- 系统功率密度(W/L) 700
- 系统寿命(h) 5,000
- 系统冷启动温度(°C) -30

阶段	原材料阶段	生产阶段	使用阶段	生命周期
碳排放 (kg CO ₂ e)	8,470	316	13,642	22,428
生命周期CO ₂ 排放值(g CO ₂ e/km):				149.5



三、排放物管理

长城汽车秉承“人、车与环境和谐共存”的理念，严格按照《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法规要求，以及国家/地方规定的各项污染物排放标准开展环境管理工作，坚持走“低污染、低能耗”的可持续发展道路。

减少排放，低碳发展

长城汽车严格落实《环境保护法》要求，废水、废气、危废、噪声的污染治理设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用，确保所有污染物全部满足国家排放标准。废气主要由涂装车间产生，其中烘干工艺产生的废气经RTO处理，喷涂工艺以及涂装车间其他废气经沸石浓缩转轮+RTO处理后达标排放；生产废水及生活污水经污水处理站处理，达到国家/地方排放标准后排入市政污水管网。厂区周围无文化、教育等噪声敏感区域，排放噪声最高值均低于国家规定的排放标准。

2021年公司危险废物种类为污泥、漆渣、废有机溶剂、沾染废物等，均按照各属地生态环境主管部门要求开展转移手续备案、运行转移联单，全部交由具备危险废物经营资质的公司处置，合规处理率100%。

公司严格按照《中华人民共和国环境影响评价法》以及《排污许可证申请与核发技术规范—汽车制造业》要求申领排污许可证，并委托具备资质的第三方开展年度、季度、月度环境监测。现场安装废水/废气在线监控系统对污染物排放实时监测，组织编制完成突发环境事件应急预案后报属地生态环境局备案，做到合法排污。

公司对各类污染物排放实施严格管控，通过运用系统管理措施与配备、升级改造污水处理站、废气处理设施等各类环保设施以及减排技术，确保合规排放的基础上实现减排目标，以河北生产基地为例：

- COD内控排放目标：低于300mg/L(限值500mg/L的60%)
- 氨氮内控排放目标：低于40.5mg/L(限值45mg/L的90%)
- 非甲烷总烃内控排放目标：低于35mg/m³(限值50mg/m³的70%)
- 危险废物减量目标：污泥产生量降低20%、漆渣产生量降低15%

在废水减排方面，开展中水回用项目以及优化处理工艺，降低公司废水污染物排放指标；在废气减排方面，针对涂装车间的喷漆废气引进沸石转轮浓缩+RTO系统进行深度处理，实现了挥发性有机物的超低排放水平；在危险废物方面，污泥、漆渣采用干化、沥水方式，实现减排目标。

同时，公司不定期举行关于废弃物管理的培训、对废弃物存放处进行检查、运用公众号普及垃圾分类知识，强化员工对垃圾分类的意识，丰富公司文化活动，为公司环保工作的开展起到了积极作用。

四、能耗管理

1、智能化节能

21年完成能源智能化改造，利用数字化、信息化手段搭建“智能成本分析+智能供应管控”能源管控平台，根据能源业务需求，自主优化/增加管理模型，实现能耗数据可视化、工位/线体用能异常直接锁定、智能分析提供解决方案，项目实施后，实现收益335.7万元/年。

2、管理节能

通过能源使用过程精细化管理，对涂装车间、动力站房重点能耗设备进行精准化开关机管理、生产布局调整、生产节拍提升等，减少设备运行、待机时间，多维度完善开关机标准、自主开发智能分析系统，实现设备自动启停(待机)，改变过去单一依据室温温度、手动定时开关机操作，项目实施后，减少电能成本162.97万元/年。



3、技术节能

生产工艺/设备参数的优化：对重点耗能线体、设备进行工艺、设备参数优化，开展烘干燃气利用率提升、喷漆室温湿度参数优化等项目，提高能源使用效率。

开展涂装烘干燃气利用率提升项目，基于工艺需求，综合考虑涂装烤房炉膛的设定温度、废气排放温度、排放量，调试最优设备参数进行改善验证，形成设计及管控标准，提升烘干燃气利用率，国内7大主机厂已全部实施，年排放热量减少24%，燃气用量降低1,784m³/h，实现收益955.8万元/年；

通过调整喷漆室送风空调运行程序，对喷漆室工艺温度进行优化，实现送风空调能源使用的精准化控制，提高能源使用效率，实现收益299万元/年引入新型零气耗压缩热干燥机替代微热吸附式干燥机，利用压缩空气余热为干燥机进行再生，并对干燥机再生过程中的冷吹压缩空气进行回收，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，实现收益274万元/年。



五、水资源管理

长城汽车非常重视水资源节约管理，我们遵循“节约用水、计划用水、高效用水”的方针原则，制定了严格的节水规划，强化用水管理，通过施行水资源降级利用和污水处理中水回用等节水措施，实现水资源回用量超百万吨。

长城汽车全面推进节水型企业的创建工作，走可持续发展之路。公司注重节能减排等方面的技术改造、技术革新工作，不断加强宣传，改善工艺，改变了过去单纯靠末端治理的方式，同时致力于资源的节约和污染的防治，企业节水工作取得了一定成效，河北生产基地被评为2021年“河北省工业领域节水型企业”，重庆生产基地被评为2021年重庆市“重点用水企业水效领跑者”，天津生产基地被评为“国家级绿色工厂”。

六、可再生资源发展

长城大力推广绿色新能源，积极推广可再生清洁能源的落地应用，截止2021年，长城汽车已安装263MW太阳能光伏电站，并规划265MW太阳能光伏电站的后续建设计划，2021年累计实现太阳能发电7,127万度。



七、垃圾分类爱环保，现场活动聚人心

为提升员工垃圾分类知识水平，使现场员工在工作的同事获得放松，总务安全科将活动带入车间现场，为现场人员组织垃圾分类知识问答活动。本次活动与以往活动不同，总务安全科将活动组织地点拓展到车间现场，为了避免人员大范围聚集，且在不影响员工工作，采取小聚集，多频次的措施，使员工们增强垃圾分类知识，营造环保生产意识。

为确保徐水整车生活垃圾处理时垃圾不乱飞，经与中标厂家沟通，厂家自行提供无价垃圾存放容器，以保障垃圾不直接接触地面，收取时仅收取容器袋即可，提升公司环境，降低了厂家垃圾收取时间。



创变潮玩，智享安全出行

一、公司产品

长城汽车基于品类创新，以品类建品牌，形成哈弗、魏牌、欧拉、坦克、长城皮卡，以及独立运营的沙龙品牌所组成的品牌矩阵。各品牌秉承“绿智潮玩嗨世界”的使命愿景，持续深耕细分市场，打造各具特色的新时代“潮牌、潮品”，在节能环保、引领潮流、智能科技、硬汉机甲、经典进阶、复古新生等维度精准发力，为用户打造各具特色的重磅车型，与用户群体玩在一起，共创、共享专属的社交生活。

2021年推出的重磅新车型

NEW 哈弗 H6S

哈弗H6S是本集团“长城柠檬平台”+“咖啡智能”双平台首款轿跑SUV车型，作为哈弗H6品类品牌的重磅产品，H6S以其强大的性能实力、颜值实力，承担着品牌年轻化、价值向上的使命；H6S具备5大性能实力，同时H6S推出柠檬DHT混合动力系统，具有“快、顺、静、省”四大魅力，混动版百公里油耗4.9L，换挡平顺，静音效果堪比EV车型。



NEW 哈弗神兽

哈弗神兽作为哈弗品牌新科技旗舰SUV，出自“柠檬平台”+“咖啡智能”双平台，具备多场景智能交互、个性化语音交互、深度娱乐体验等智能交互配置，可实现多场景融合泊车功能、低速循迹倒车、高速HWA智能驾驶辅助等智能驾驶功能；拥有100%的全数字智慧座舱，以沉浸式智能打造的超感座舱，是一款承载了消费者年轻化、个性化、精致化、智能化用车需求的SUV。



NEW 哈弗初恋

哈弗初恋是继三代哈弗H6、哈弗大狗之后，长城“柠檬平台”第三款全新车型，定位入门紧凑型SUV。车辆搭载的情绪识别系统、人脸识别+声纹ID解锁、情景智能系统、驾驶成就系统及64色氛围灯+娱乐系统、三屏智慧联动、全场景L2级自动驾驶+360°自动泊车，真正意义上诠释了新一代年轻人的用车需求：颜值与实力并存，好看更好玩。



NEW 哈弗赤兔

哈弗赤兔定位新次元激擎座驾，面向Z世代年轻消费者；哈弗赤兔劲享版搭载4G15K+7DCT动力总成，发动机最大功率110kW，峰值扭矩220N·m，百公里油耗低至6.7升，满足年轻人出行需求的同时，也兼顾了燃油经济性。而哈弗赤兔混动DHT版则搭载1.5L+DHT动力总成，最大功率140kW，峰值扭矩370N·m，0-60km/h加速仅需3.9秒，百公里油耗4.7L，综合续航里程可达1,000km，高性能和高效能兼备。



NEW 魏牌拿铁 DHT

拿铁DHT作为魏牌定位新一代智能DHT车型，以“智能DHT+咖啡智能”为核心，首搭1.5T智能DHT技术，荣获“2021年度十佳发动机和世界十佳变速器”双十佳奖项，百公里加速7.5s，综合续航超1,000km；在智能化方面，HWA高速公路驾驶辅助和导航增强型抬头显示为用户带来智能、安全、便捷的驾乘体验，同时对于家庭用户通过智能儿童模式、电子儿童安全锁、后排生命体征监测提供贴心的智能呵护。



NEW 魏牌摩卡

摩卡是魏牌品牌焕新之下全新旗舰车型，也是“咖啡智能”平台首款落地产品，集全球领先技术于一身，承载了魏牌在“智能”领域的领先技术实力。它率先搭载AR-HUD等智能配置，成为首个实现高阶智能驾驶的量产燃油车型，在“三智融合”的加持下，能够主动学习、快速迭代升级，为用户带来全新的出行体验。



NEW 欧拉好猫 GT

好猫GT是欧拉品牌首款“纯电性能车”，具有天然而强大的运动基因。欧拉好猫GT配备了360°仿碳纤维潮酷套装、L型猎装獠牙、猫爪撞色轮毂、GT运动尾翼等，兼具复古的同时富含经典运动气息；结合同级独有的弹射起步功能，0-100km/h加速仅6.9s！不仅能满足日常通勤，更可肆意撒野狂欢。



NEW 坦克 500

坦克500作为坦克品牌商务豪华系列的首款车型，坦克500定位中大型商务豪华SUV，以3.0T V6+9AT的强劲动力总成和强大产品实力，实现百万级驾乘体验，打破价值天花板，构建全球中大型豪华越野SUV的全新标杆。



2022年将推出的新车型

COMING SOON 哈弗酷狗

哈弗品牌将在2022年陆续推出多款全新车型。最新推出的将是面向“敢性青年”的四分之三刻度潮酷座驾—哈弗酷狗，这也是狗品类第二款车型。新车以哈弗X DOG概念车为起点，凭借骨子里的共创基因，与众多年轻人一同开启哈弗酷狗的全链路的产品共创，打造最潮、最酷，最符合年轻用户需求的潮酷座驾，开启全民共创新篇章。除此之外，哈弗品牌还将推出至少2-3款全新车型，在造型、科技、品质、格调等方面全面升级，为消费者带来更有驾驶乐趣、更潮的车型。



COMING SOON 魏牌圆梦

魏牌在2022年将推出圆梦，魏牌圆梦以独特复古艺术颜值突围同质化红海竞争，契合个性悦己消费趋势，引领车界复古风潮，同时以智能DHT技术与舒适体验加持，开辟复古潮驾全新品类；圆梦将以复古艺术潮驾为产品定位，以品类独特性，占位高端市场，分流豪华品牌，塑造魏牌明星爆款。除此之外，魏牌还将推出全新MPV品类车型及全新SUV车型。



欧拉品牌计划2022年推出芭蕾猫、闪电猫、朋克猫等车型。

COMING SOON 欧拉芭蕾猫

芭蕾猫是欧拉兑现“更爱女人”品牌定位的全新力作，致力于打造女性专属优雅座驾，以宝藏闺蜜之名，引领女性汽车新标准，传递欧拉女性友好新典范。欧拉芭蕾猫整体运用了大量弧线设计，车身整体造型将经典与时尚奇妙融合，从车头到车尾，车身腰线到轮包型面均采用流畅、舒展的线条语言，传递复古优雅时尚态度。



COMING SOON 欧拉闪电猫

闪电猫是长城汽车基于全球化研发、配套和生产制造标准及体系打造的全新一代新能源车型，计划2022年上半年上市，将面向国内、欧盟、东盟等多个国家和地区销售；欧拉闪电猫拥有高颜值、高性能、高智能、女性友好核心竞争力，将为用户创造绝佳的产品体验。



COMING SOON 欧拉朋克猫

朋克猫是一款以“经典复新主义美学”为设计理念的欧拉创新品类旗舰车型，车型聚焦品类创新，通过精致艺术的产品设计融入情感化的用车体验，以诠释朋克猫的核心竞争力。朋克猫外观主要通过对圆形设计元素的运用，充分诠释经典复新的设计理念；内饰部份则大量采用电镀质感、水晶质感、悬浮效果等细节刻画，完美的将三块液晶屏幕与更爱女人的智能化系统融入整体设计，为用户带来有温度的驾乘体验，将朋克猫打造为一款“行走的艺术品”，助推欧拉品牌向上发展。



COMING SOON

坦克 700

坦克品牌在2022年将推出坦克品牌机甲科技旗舰车型—坦克700。坦克700定位豪华越野图腾。新车以强大的越野实力和豪华舒适享受，为用户带来极致个性和无限自由的生活方式，赋能美好拥车生活。



COMING SOON

金刚炮

金刚炮以全球车标准打造，定位“时尚商用皮卡”，在2021年广州车展首次亮相，于2022年正式上市。金刚炮提供柴、汽油两种动力，两、四驱两种驱动形式，标箱、长箱、平底货箱三种货箱形式，满足用户多样化用车需求。作为长城炮商用品类进化的最新成果，金刚炮以时尚造型、智能科技、舒适便利、百变功能的领先优势，助力产业升级，拓展新业态，共创新商业。



COMING SOON

沙龙机甲龙

2021年11月19日，沙龙品牌于广州车展携旗下首款“高性能机甲战跑”机甲龙全球首发亮相，燃爆行业。不仅收获广州车展高声量，现场101台定价48.8万元的机甲龙限量版车型3.5小时即售罄。新车将于2022年正式上市，以纯电高性能机甲战跑为产品定位，聚焦中国豪华纯电市场，跑赢机甲科技新品类。



二、知识产权保护

专利数量：



截至2021年12月31日，长城汽车股份有限公司

累计获得授权专利

10,410 件

其中授权，
发明专利1,823件/实用新型专利5,644件/外观设计专利2,943件

2021年，长城汽车股份有限公司

申请专利

3,091 件

授权专利

2,176 件

其中授权，
发明专利332件/
实用新型专利1,167件/
外观设计专利677件

长城汽车累计获得

中国专利奖

6 项

其中，
金奖3项/优秀奖3项

国家科技进步奖

1 项

河北省科技进步奖

16 项

长城汽车遵循《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国商标法》、《专利法实施细则》、《企业知识产权管理规范》GB/T29490-2013国家标准，对现有各项知识产权制度、企业标准进行全方位梳理，完善企业知识产权管理体系。修订《专利工作管理规定》、《专利预警管理规定》、《专利申请管理规定》、《专利激励管理规定》、《专利放弃管理规定》等企业标准或制度，内容涵盖检索、申请、维护、激励、放弃评估等专利全生命周期，从根本上保障了公司知识产权工作的顺利、有效开展。

知识产权管理体系：

公司组建了梯次合理、管理科学、运转顺畅的三级专利管理体系：第一级由高层领导和各领域技术专家组成集团级专利指导组；第二级，在研发机构设立专利部门，与研发紧密关联，定位于实现全球专利战略规划、布局、风险防控、许可运营和诉讼的全面管理，让知识产权为产品和品牌赋能。第三级，在各子公司设置专利负责人，主要负责本单位的专利管理。这种管理模式使公司的专利战略目标更加明确，管理方式更加科学、合理。

知识产权信息化建设及激励保障：

长城汽车持续加强知识产权信息化建设，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，目前已实现全集团专利申请审批流程的数字化管理。长城汽车《专利激励管理规定》实行月度落实奖励制度，激励贯穿专利的提案、申请、授权、转化等全生命周期，将研发人员的专利保护意识融入到日常研发工作过程当中，极大激发员工的创新热情和积极性。

三、产品品质质量与安全**产品品质理念**

长城汽车以构建品牌为中心持续改进的质量运营模式为方针，以合规、环保、安全、可靠的品质赢得顾客信赖，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；依据国际、国家、行业标准，实施产品设计和制造，从各方面最大限度满足消费者的需求，为顾客提供高可靠性的产品和优质的服务。

产品质量保障体系

为保证产品的高品质、高可靠性，在研发方面，整合全球资源，拥有国际一流的研发设备和体系。先后在日本、美国、德国、印度、奥地利和韩国设立海外研发中心，构建以保定总部为核心，涵盖欧洲、亚洲、北美等全球研发体系。建立以再发防止、未然防止体系两大质量支柱为核心，可靠性设计、软件质量、工程师育成体系、用户体验满意度提升等为补充的设计质量保证体系，并通过互锁保证机制，确保设计一次性做好。

全流程产品质量管理

根据《中华人民共和国产品质量法》、《消费者保护法》以及海外《欧盟产品责任指令》《美国侵权法重述》等国内外产品责任相关法律法规，企业对缺陷产品造成的人身伤害和财产损失承担赔偿责任；

**制造过程质量保障**

在产品制造过程中，通过一流的制造设备和严格的过程管控来保证每台下线车辆的高品质，通过建立品质夕会、标准作业、自工程完结等机制，抓基础、抓执行，在生产现场形成有法可依，有法必依、人人担责的品质文化，持续提升产品品质水平，确保所有产品和过程符合顾客要求和一切适用的法律法规要求。

在保障产品质量的基础上，公司还展开了服务质量提升项目，确立了以“客户满意”和“市场领先”为主要目标的营销战略，通过营销服务的创新变革，实施一系列组合拳，提升终端形象和服务质量，把人、财、物向“客户满意”聚焦，以超值服务为客户创造惊喜，不断提升客户满意度。

客户沟通

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（哈弗：400-666-1990，魏牌：400-666-6616，欧拉：400-666-5969，皮卡：400-666-9820，坦克：400-666-6688），为用户提供7*24小时全年无休服务，并建有高效的客户抱怨受理及处置流程，确保问题得到快速、有效的处置；2021年，共受理用户投诉168,214例，依托客服系统指导终端经销商进行100%处置。终端层面更是注重服务流程、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。

用户满意度

长城汽车销售始终坚持以用户为中心的思想，持续创造客户惊喜，提升用户满意度。2021年总部通过在线直调方式，聚焦服务态度、车辆介绍、试乘试驾、费用透明、新车交付、新车回访、展厅环境七个维度在南非、澳大利亚、智利、沙特、伊拉克海外市场以季度为单位开展销售满意度调研(SSI)，2021年度海外市场整体销售满意度为88.79分。

长城售后实施全方位的客户满意度跟踪回访体系，全面多维度跟踪客户感知体验，调研方式包括电话、哈弗智家APP等，调查维度包含客户售后体验全程，重点关注一次性解决车辆问题/客户需求、服务人员态度、服务等待时长、车辆清洁等，本年度长城品牌成功回访超20.5万客户，覆盖100%全部运营经销商，服务满意度平均得分为903分(自测)。

产品召回机制

长城汽车严格落实《缺陷汽车产品召回管理规定》，针对汽车质量把控和问题产品召回，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。2021年共开展2起公开召回，其中召回数量17,867辆，召回比例为1.39%。长城汽车始终坚持“安全至上”的理念，严格对质量安全把关，及时高效召回。

产品召回案例

长城汽车股份有限公司召回部份欧拉iQ电动汽车

长城汽车根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求，向国家市场监督管理总局备案了召回计划。决定自2021年7月16日起，召回2018年7月7日至2019年10月30日期间生产的长城欧拉iQ电动汽车，共计16,216辆。

本次召回范围内车辆搭载的部份动力电池的一致性与BMS软件控制策略存在匹配差异。长期连续频繁快充后，电池性能下降，极端情况下可能发生动力电池热失控，存在安全隐患。

长城汽车股份有限公司将免费对召回范围内车辆的动力电池进行检测，并刷写适应工况场景的控制策略软件，必要时更换电池模组，以消除安全隐患。

应急处置措施：召回维修前，在车辆出现“动力电池故障”文字及声音报警提示时，用户应放慢车速选择安全地点停车，并联系最近的经销店进行处理。

本次召回活动是在国家市场监督管理总局启动缺陷调查情况下开展的。受调查影响，长城汽车股份有限公司决定采取召回措施，消除安全隐患。

长城汽车股份有限公司将通过挂号信、电话、短信等方式，通知有关用户此次召回事宜。用户可致电服务热线：400-666-5969进行咨询。此外，也可登录网站dpac.samr.gov.cn、www.recall.org.cn，关注微信公众号(SAMRDPAC)，了解更多信息，反映缺陷线索。

长城汽车股份有限公司召回部份风骏7汽车

长城汽车股份有限公司根据《中华人民共和国大气污染防治法》《缺陷汽车产品召回管理条例》及《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求，向国家市场监督管理总局和生态环境部联合备案了召回计划。决定自即日起，召回生产日期从2020年3月20日到2020年4月29日的部份风骏7汽车，共计1,651台。

本次召回范围内的车辆由于供应商生产过程偏差，个别还原剂储液箱的通气阀会受到损伤，极端情况下可能出现还原剂渗漏，不满足污染控制装置耐久性的要求，造成排放超标风险。

长城汽车股份有限公司将免费对召回范围内的车辆检查通气阀是否渗漏，如果渗漏予以更换，以消除缺陷。

长城汽车股份有限公司将通过挂号信、电话、短信等方式通知有关用户此次召回事宜。用户可致电服务热线400-666-1990进行咨询。此外，也可登录网站dpac.samr.gov.cn、www.mee.gov.cn、www.recall.org.cn、www.vecc.org.cn，关注微信公众号(SAMRDPAC)，了解更多信息，反映缺陷线索。

产品健康安全

长城汽车以“绿智、潮玩、嗨世界”为使命愿景，聚焦“以用户为中心”的发展方向和全力践行的全球化战略，始终秉承全产业链低碳环保的理念，坚持绿色、清洁的研发与投入，成为绿色能源革命的主力，为保护绿色地球持续做出贡献，让全球用户在“绿智潮玩”中享受惊喜和极致体验。长城汽车通过排放管控技术升级，整车空气质量领域技术创新，绿色环保、回收利用产品技术体系搭建，主被动安全、功能安全、网络安全等技术应用多种方法打造符合法律法规要求，给顾客带来惊喜的健康安全产品。

(一) 车内空气质量方面管控措施

长城汽车以用户为中心，依据完善的技术标准及车内空气质量开发体系，通过持续的技术创新、技术迭代，为用户提供清洁舒适、健康、惬意的驾乘空间。

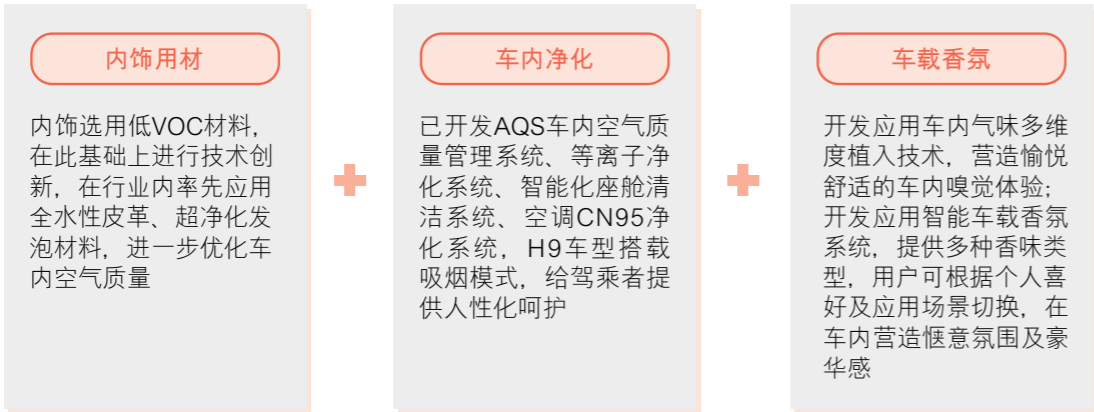
1. 车内空气质量开发技术要求

基于实际用车场景，长城汽车建立了严格的技术标准，满足行业内通用的常温标准只是基本要求，在此基础上所有的车内原材料、零部件及整车的气味及VOC性能均需要通过严苛的高温测试，为用户提供纯净的车内空气。



2. 车内空气质量领域创新技术开发应用

长城汽车从内饰用材、车内净化、车内气味植入及车载香氛三个方面打造车内空气质量并借助智能化、网联化技术提升功能应用的便利性及智能化程度，持续进行车内空气质量新技术开发、迭代，为用户提供便捷、愉悦的车内嗅觉体验。



3. 车内空气质量目标实现

以用户为中心，从原材料到整车，长城汽车对车内空气质量秉承最高标准要求，通过全产业链管控并持续进行技术创新、迭代，为用户提供舒适、健康、愉悦的车内空气环境。

在历届车内空气质量评选中，长城汽车F7、H9、VV6、VV7等多款车型先后获得(CQC)“车内空气质量优秀成果奖”，“中国车内空气质量人气奖”，“中国汽车健康指数(CAHI)五星评价”等成绩。



(二) 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”。长城汽车致力于2023年实现“零死亡”的目标，即2023年实现无人因驾驶或乘坐新款长城汽车发生交通事故而导致死亡。

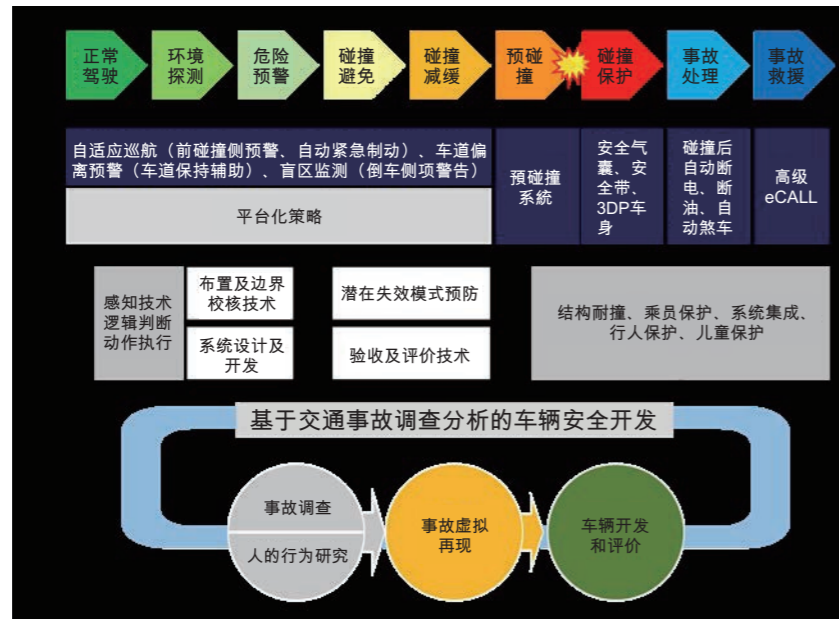
2. 安全开发理念

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

安全是汽车领域永恒不变的话题。作为中国首个全球化皮卡品牌，长城炮始终秉承“用户至上”的造车理念，将消费者对于“高安全”“高品质”的需求放在首位，搭载了新一代车身稳定系统，集成二次碰撞缓解、上下坡辅助、牵引力控制等多项配置，保证车辆在行车过程中的稳定性。同时，高强度笼型车身和车门防撞梁、全方位安全气囊、双层防撞梁等被动安全配置，也全方位提升了用户的安全感。正是凭借一系列主被动安全防护配置，长城炮在澳大利亚新车安全评价组织（以下简称ANCAP）测评中，以优异的成绩荣膺五星安全标准评，成为澳洲ANCAP新标准下首个五星安全评级的中国品牌。



长城汽车为智能驾驶发展投入近1,000人的研发团队，为了追求用户的最大安全体验精益求精，并于2021年取得了行业内的一致认可。



MOCHA 摩卡



2021年5月 / 智能领航金奖

第五届2021世界智能驾驶挑战赛中，在量产车最高级别赛段智能领航赛段力压小鹏P7、理想ONE等一众车型，获得智能领航金奖。

2021年12月 / 轩辕奖

智能驾驶占据中国品牌第一位置（特斯拉排名第一）。

2022年1月 / C-NCAP智能安全项目

针对2022年1月实施的2021版C-NCAP智能安全项目，摩卡在天津测试摸底可达到五星+；E-NCAP-2021版摸底测试结果满足五星，I-VISTA-2021版法规评测结果为最高等级GOOD。



HAVAL 哈弗神兽



2021年12月 /

哈弗神兽B02实现点对点记忆泊车、探索前行及全自动融合泊车功能，实现同级配置及安全领先，同时搭载领先同级的HWA高速驾驶辅助功能，可以实现0~120KM/h智慧巡航功能，即便行驶在高速路段，车主也能缓解长途驾驶的疲劳感；40~120KM/h的情况下，实现自主变道辅助。

5. 功能安全

随着汽车技术在安全、节能、环保、低碳化、集成化、信息化、智能化、网联化、自动驾驶技术等领域的不断发展，汽车电子技术已成为汽车发展的重要动力，汽车电子电气系统及功能的安全变得尤为重要。ISO26262标准代表了目前最高的功能安全技术水平，系统化实施功能安全设计开发能提高电气功能可靠性，提升功能的安全等级。我公司紧跟国际及国内关于道路车辆功能安全的最新标准(ISO26262)，组建功能安全团队，建立公司功能安全设计开发流程，目前公司功能安全流程已通过TUV莱茵功能安全流程认证，全面覆盖OEM范围的整车、概念、系统开发、生产运行服务报废、支持流程；在全公司范围内组织培训，营造安全文化氛围，并推进项目实际应用实施。目前已经在多个平台的近百车型项目上实施流程的落地，关键零部件ESP(车辆稳定性控制)、EPS(电动助力转向)、ABM(安全气囊)安全目标最高已达到功能安全ASILD等级。

6. 网络安全

随着汽车智能化、网联化的发展，汽车已成为网络上的终端。汽车“上网”后，黑客可以通过网络攻击车辆引起车辆功能故障或者通过车辆攻击客户的电子设备，甚至引发对汽车进行大面积攻击，直接危胁车主的财产安全和人身安全。实施网络安全可保护整车数据不被破坏、篡改和泄露，车主隐私信息不被非法者获得，可以放心的连接WIFI和4G网络，舒心的享受影音娱乐；安全地实现对车辆的远程控制和远程更新软件，有效降低远程恶意控制风险；对汽车全生命周期进行安全防护，提升黑客恶意攻击的门槛，保证汽车信息安全；间接地保证OEM的名誉和信誉。

公司紧随行业发布最新法规、标准，并成立专门的网络安全团队，从云、管、端全方位进行安全设计，与国内先进的安全公司建立专业安全联合实验室，与国家权威渗透测试公司合作，开展汽车渗透测试，并且与世界领先的安全服务商进行合作，运用加密、签名、证书等技术，通过云、管、端全方位防护，有效降低远程恶意控制风险，2021年末发生车辆网络安全攻击事件。

员工责任

长城人儿，幸福领航

一、雇佣

汇聚全球优秀人才

2021年，公司向全球化智能科技公司全面转型，持续推进科技人才万人计划，以用户为中心，积极引进全球化领军人才、经营领袖、各领域专家以及优秀毕业生。构建“全球人才活水计划”，未来让更多的优秀员工，向异地作战、海外作战、重点业务等模块横向流通，彻底激活员工的潜能。截至2021年末，公司总人数达到77,934人，海外工作人员人数为2,628人。

遵守劳动法规，保障员工权益

公司坚持以“开放、包容”的态度，开展跨地域、跨文化的沟通与融合，汇聚全球人才。全面贯彻落实《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》《禁止使用童工规定》、《中华人民共和国社会保险法》等法规，依法严格执行用人、工作时间和解雇政策。与员工签订劳动合同，依法为员工缴纳法定社会保险，解决员工后顾之忧。坚持男女平等，在招聘过程中坚决杜绝性别、民族、种族、宗教、生理等就业歧视，维护员工合法权益；杜绝使用童工，应用身份识别系统，防范童工招聘；针对女性员工尤其是孕产期女员工，严格执行相关法律法规对其工作时间、强度及环境的要求。

绩效与薪酬福利

为有效激发人员活力，为公司可持续发展提供动力保障，公司构建了覆盖全员的、以责任结果及价值创造为导向的激励体系。以市场为基础，设计岗位工资和绩效工资相结合的薪酬结构，辅以长期和短期相结合的激励机制，保障薪酬激励向高价值岗位、高能力及高业绩贡献人员倾斜，促进组织活力提升、驱动经营目标实现。

2020、2021年，连续实施了两期股权激励政策，累计授予对象超过1万人，覆盖了50%的核心员工。未来将滚动实施广覆盖的股权激励模式，覆盖到100%的价值员工，让员工由“打工者”变为“合伙人”，实现企业与人才的共赢发展。

深化校企合作，联合培养未来人才

公司为落实国家“稳就业”“保就业”决策部署，深化校企合作、产教融合，推动人才培养与就业的有机联动，积极响应并快速落实教育部“供需对接，就业育人”政策。2021年首批次完成同全国范围116所高校展开校企供需洽谈，精准、创新孵化多元合作项目。同时，与各大高校建立校外教学实习基地，面向就业岗位，结合企业实践案例，联合培养实用型创新人才。



关爱员工，持续提升员工幸福感

长城汽车致力打造更加开放、更加高效、更有吸引力的发展平台，让志同道合的优秀人才可以施展才华、实现梦想，并以升级的核心价值观“廉信创变共分享”为准则，通过实施六大“幸福工程”，关爱员工，持续提升员工幸福感。

收入保障方面：

确保普通员工薪酬水平达到当地竞争领域领先水平，关键岗位薪酬达到行业领先水平；

安居工程方面：

长城汽车秉承“关爱员工要真”的文化理念，为员工营造安居乐业的生活环境，在吃、穿、住、用、行等方面提供优质的生活保证，提升员工幸福指数；

安心教育方面：

长城控股集团借鉴新加坡的先进教学方式与管理模式，致力于打造一流的高品质、高标准的教育工程。通过托育、早教、幼儿园、小学、初中、高中教育工程的建设，满足员工学龄子女需求，确保员工子女能够在“家门口”上学；



健康工程方面：

通过建设体育场、羽毛球馆、乒乓球馆、游泳馆等娱乐设施，开展运动会、篮球比赛等各项健身活动，开展免费员工年度健康体检，并向员工提供心理健康咨询服务，打造“快乐工作、健康生活”的工作环境。

出行保障方面：

公司为员工提供购车优惠、交通补贴，与政府共同建设公交场站，最大限度满足员工工作、生活的出行需求。

福利保障方面：

公司为员工免费提供多样化、荤素搭配的营养、卫生工作餐，并设有三八妇女节、中秋节、春节专项福利；针对不同员工及其家属推出特定福利项目，如：结婚慰问、老寿星慰问、生育慰问等，让员工家属同样感受到公司的温暖与关怀；假期方面，公司安排高温假及超过法定假期的春节假期，给员工提供亲朋好友、家人团聚的时光。

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



二、以人为本，打造安全健康的工作环境

1、深度推进职业健康管理体系

公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的原则，严格落实《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《中华人民共和国消防法》等法律法规的要求及各层级安全生产责任制，建立安全生产风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，持续完善职业健康安全管理体系。为确保职业健康安全管理体系的适宜性、充分性和有效性，公司设置安全生产管理委员会，下设集团级、分子公司级、车间级三层管理机构，配备专职安全管理人员，分级负责，协调开展安全管理工作。公司制定并落实《职业健康安全教育制度》、《重要危险源管理制度》、《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，推进安全管理标准、流程、表单统一和规范工作，实现标准化、规范化管控。2021年，职业健康管理体系满足体系管理要素及运行要求，并通过了第三方监督审核认证。公司通过安全信息化平台、安全综合审计、安全防错等系列管理举措，避免各类安全事故发生。

2、持续改善现场工作环境

通过安全生产标准化规范运行，提升生产现场本质安全化管理水平。对新工厂、新工艺、新设备实施前置安全评审，保证在投入使用前满足安全生产要求。通过现场作业观察、工作危险分析、设备检测等方法系统识别职业危害因素，确定关键场所的职业健康危害检测项目、测量方法和指标，定期评价，动态管理。聘请专业检测机构对有毒有害作业场所进行检测和评价。完善现场除尘、降噪等安全设施，改进原材料及工艺，从源头上控制职业危害因素的产生，建立健全员工健康监护档案，组织员工健康体检，按标准配备个人防护用品，始终坚持预防与治理相结合，通过提高自动化技术应用，持续改进工艺流程、不断改善现场作业条件，全年实施安全防错技术应用5,336项，为员工创造安全、健康、舒适的工作环境。报告期内，未发生职业病事件。



3、不断强化应急处理能力

公司设有专业消防人员负责监督消防设施及现场消防安全。建立现场安全应急管理机制，完善重点防火区域的应急装备，提升油库、涂装作业区域等场所的火灾、爆炸应急处置能力，完善应急预案体系，修订综合预案、专项预案及现场应急处置方案，全年组织应急演练1,407次，评估、改进、完善应急处置流程，提升公司重大风险控制应急能力。报告期内，公司未发生火灾事故。



三、发展与培训

公司重视人力资本价值，将人才作为企业发展的第一驱动力。公司始终坚持“不拘一格、各尽其才”、“能者上、庸者下”的用人策略，不断创新人才发展机制，构建全球人才培养体系和员工职能发展通道，打造更加开放、更加高效、更有吸引力的发展平台，为每一位有能力、敢于挑战、勇于创新的人提供机会与平台，让每一位价值创造者、每一位奋斗者都能在这个平台上得到发展和合理的回报，彻底激发员工的积极性和创造性，实现公司人力资源价值最大化。

创新干部管理机制

基于向“全球化智能科技公司”转型的战略诉求，公司持续创新干部管理机制，通过打破资历壁垒，大胆启用新人。一大批90后年轻骨干，已经走到舞台中央，展示出年轻一代长城人的活力和创新力；通过加大轮值轮岗、交叉任职，丰富各级干部的管理经验，提升站位格局，强化协作意识，快速构建一支聚焦作战与胜利的全球干部人才梯队，助力公司战略打赢。

深化专业人才管理

公司持续迭代分专业、分层级的专家人才发展通道，并从体系建设、等级评定等维度设置管理机制，促进精深型人才专业深度发展、复合型人才综合能力全面发展，让员工获得多元化成长机会，使企业和个人更具活力与战斗力。

构建传承赋能平台

公司通过项目制运作模式、全球人才培养作战地图、人才曝光机制等方式，实施有针对性、差异化的人才赋能，打造长城汽车知识和作战经验荟聚、共享、传承的赋能平台，以实现规模复制、快速触达、高效便捷的对业务精准赋能。2021年至今，公司培养高技能人才900余名，培养优质大学生6,000余名，培养中层干部210余人，开设4期高管大咖分享会，参与2,000余人次。



携手前行，可持续，向未来

一、供应链管理



1. 供应商数量

主要供应商1,000余家，均为行业内优秀供方，全球知名供应商占比超30%，具体分布：

2. 供应商引入

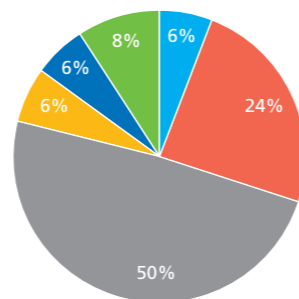
2021年我们强化了供应商准入管理，在供应商准入审核和评价时，加强了环境和社会责任影响评估。从仅审核化工类企业ISO 14001环境管理体系认证扩大到供应商自身的ESG风险推进管理水平，增加当地的环保、消防认证的要求，增加供应商经营风险的评估，从人文、环境、安全、有害物质管控、守法合规、贸易安全等多维度对供应商进行评审，多个条款设置一票否决权。通过后，组织SQE、技术、商务等专业人员对供应商现场实施审核，确保供应商产品的开发、生产、质量管控、交付能力符合要求，为终端用户输出高品质产品增添保证，通过严控供应商引入端口，打造负责任供应链。2021年公司引入供方70余家。

2021年是极为不平凡的一年，新型冠状病毒在全世界广泛传播，美对中美贸易壁垒，芯片短缺等因素对供应链产生严重影响，公司在第一时间与供方进行沟通，与供方共同制定应急方案，保证了供应安全，实现全年正增长。

3. 供应商考核管理

从供应商的技术能力、质量、成本、交付等维度，定期对供应商开展绩效考核。并且，对供应链风险进行识别和筛查，尽可能降低ESG风险暴露。评价结果从优到劣分为I、II、III、VI四个等级，根据评价结果，对供应商实施奖惩，长期不满足要求的供应商实施淘汰。关注二级供应商质量、安全、环境等因素，相关一级供应商对此进行确认。此外，我们每年都会举行一次全球供应商会议，将来自世界各地的供应商聚集在一起，发布公司技术、质量、成本、交付等相关规划及要求，有助于确保供应链端达成共识，推动共同发展。

供应商分布区域图



- 东北地区
- 华北地区
- 华东地区
- 华南地区
- 华中地区
- 西南地区

4. 供应链环境风险管理

长城汽车致力于绿色供应链打造，建立了从供应商引入审核、产品开发早期SE研讨、开发过程现场审核、产品供应一致性审核的一体式供应商管控体系，将绿色产品开发管控融入到供应商管理的各个环节。并基于“供应商关系管理系统”、“数字化采购平台”、“CAMDS数据管理平台”，实现供应商全生命周期管理的信息化，引导供应商共同实现环保健康目标。



优选环保产品和服务

长城汽车持续发力环保材料、生物基材料开发，打造绿色可持续的用材理念，给用户带来美好体验的同时，彰显社会责任。



5. 供应商权益维护

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

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

二、经销商管理

长城汽车2021年以打造用户型企业为发展主线，通过不断完善产品生产线，满足更多用户的用车需求；推进了产品及店面形象的更新换代，并持续洞察新时代用户的审美及功能需求。在多元化的网络时代，2021年长城汽车践行以“用户需求”为导向，以“客户满意”为中心的忠诚服务标准，满足了客户从看车、试车、买车到用车、养车、换车的各方面需求。

在经销商提升方面：长城汽车以季度为评价周期，聚焦业务管理、客户体验及店端发展潜力，综合评价品牌经销商运营能力，并依据评分结果进行择优授星。目前“评优授星”活动已在品牌经销商之间刮起改善提升大风暴，全国店面争相开展服务提升活动，为用户创造更放心、更省心、更舒心的尊享体验。

在客户暖心关爱方面：为践行“真心为客户着想”的服务理念，长城汽车同步联合全国经销商开展“四季”服务节，以春节关爱驿站、春季踏青出游、夏季星辰守候、秋季无忧上门、冬季暖心家宴等多元化、体系化的用户关爱活动，将众多客户朋友齐聚一堂，与客户共同前行、亲密互动，及时满足客户养车、用车及车生活娱乐需求，同时匹配惊喜福利和售后服务，推动客户服务体验的持续提升，让客户在购车后的用车生活亦能感知到长城汽车的暖心关爱。

在终端数字化推进方面：2021年长城汽车构建社交化客户沟通、服务体系，通过推广社交化SCRM系统，打造客户全生命周期线上化、数字化、一站式服务体验，提升客户数字化看车、选车服务体验，即时了解用户需求，推动经销商持续为客户创造优质销售服务体验。



在服务提升方面：长城汽车各品牌继续重抓诚信服务，打造诚信环境，严厉打击加价提车、强制捆绑销售、违规收费等不诚信行为，保证用户权益不受损害；全网发布“销售九大承诺”、“售后八大承诺”，引入线上线下一体化用户监督直评，真诚倾听客户建议、坦诚改善服务问题，推动经销商体系客户服务质量的不断改善提升；推出服务体验官，招募客户代表发挥舆论监督作用，代表广大消费者尝鲜体验全新流程，厂商客联动开展服务共创，对服务质量持续提升出谋划策。

秉承“用心洞察客户需求，时刻打造客户惊喜”的服务心态，以“真心为客户着想”的服务理念、践行“先”“细”“诚”的服务信条。2021年长城汽车旗下哈弗品牌及魏牌荣获“中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)”自主品牌“销售服务满意度”第一名，同时哈弗售后服务连续两年位列自主品牌第一名，欧拉品牌首年参评即荣获销售服务第二名，售后服务荣获第三名的优异成绩。



厂商品牌	类型	名次
哈弗	销售服务(自主品牌)	1(并)
哈弗	售后服务(自主品牌)	1
魏牌	销售服务(自主品牌)	1(并)
魏牌	售后服务(自主品牌)	3(并)
欧拉	售后服务(自主品牌)	2(并)
欧拉	销售服务(自主品牌)	3(并)
车型	细分市场类别	名次
哈弗H6	10-15万紧凑型SUV	1
哈弗H9	硬派SUV	1
哈弗大狗	2021年市场关注SUV	1(并)
哈弗M6	7万及以下紧凑型SUV	1(并)
哈弗初恋	2021年市场关注SUV	3
摩卡	2021年市场关注SUV	1
欧拉白猫	纯电动微型/小型轿车	1(并)
坦克300	硬派SUV	3

经销商培训

长城汽车将“每天进步一点点”的企业精神，贯彻到对经销商的培训中，帮助经销商以跬步之积达千里之效。以提升经销商销售服务能力、改善客户服务体验为核心，围绕产品、技术、业务、胜任力，持续性开展各类培训、销售大赛和入店辅导，帮助经销商转变思维、提升能力、更好地服务客户，踏实践行对社会的责任担当。

长城汽车根据产品上市节奏，不定期开展新产品和销售能力提升培训，在哈弗H6S、哈弗神兽、WEY拿铁、坦克500等核心产品上市阶段，积极推进新车上市培训运营，结合网络热议内容和客户核心需求，通过产品亮点深挖、客户专属推介话术、销售场景演练、开放道路场景试驾，以及讲师即销售、学员即客户的角色互换等培训形式，帮助经销商站在客户角度思考问题，根据客户需求打造专属销售话术和服务体验，以发自内心的真诚，赢得客户对产品的信任，对品牌的信赖。

为帮助销售顾问更深入洞察客户需求，让客户买的安心，长城汽车还分别针对哈弗、欧拉两大品牌开展了全国范围的销售精英赛，通过线上海选、晋级复选、线下决赛三个阶段，借助理论考核、场景模拟、现场直播等形式，综合考验参赛选手在产品理解、需求识别、话术运用、客户服务等方面的扎实功底。

欧拉销售精英赛，更是以绿色能源为引导，将长城汽车“引领低碳转型，驱动绿能战略”的新能源理念烙印在参赛选手心里，也将长城汽车“绿智潮玩嗨世界”的使命愿景，以及紧跟国家碳中和政策引导、对历史使命的责任担当传递给广大用户。

此外，为了更针对性地帮助经销商提升销售能力和客户服务能力，长城汽车开展了一店一策式的入店辅导，经过对每家店前后两阶段共8天的入店诊断和精准施策，帮助经销商打造了重点客户管理表等一整套实用化工具，从展厅接待、网销邀约、市场推广、保客营销等维度建立了体系化流程，以更专业的产品介绍和服务能力，赢得更多客户的信任和支持。



通过对哈弗和皮卡共95家经销商店面的管理层、一线人员系统性、针对性辅导，实现哈弗销量环比增长7.9%，皮卡销量环比增长11.7%，邀约到店率、转介率、留档率显著提升，初见培训效果，这是客户对经销商服务的认可，对产品的信任，对品牌的信赖。



哈弗神兽产品上市培训，总经理、销售内训师、试乘试驾专员共1,976人参加线下培训，平均成绩90.8分，考核通过率98.8%。



哈弗销售精英赛，共40人参加线下决赛，评选出8支优秀团队，16名优秀个人。



欧拉销售精英赛，共25人参加线下决赛，评选出3支优秀团队，6名优秀个人。

让客户在购车后用的放心，增强售后服务体验，也是长城汽车不懈的追求。各车型新产品上市前，以强化产品维修技能为核心的技术培训也在如火如荼开展。通过视频直播、线上微课等形式，将关键知识点最快传达给技术经理和维修技师，并要求反复学习；线下培训更注重实车实操演练，帮助维修技师精准快速识别车辆故障及原因，以最快速度、最小成本，一次性解决车辆问题，让客户对售后服务不再担忧。

长城汽车还非常重视经销商新店新人快速育成，关注关键岗位胜任能力的构建，针对新店新人、管理岗和一线岗，从品牌、产品、服务、管理、技巧等维度，定制开发专属课程，促进经销商夯实业务基本功，扎实做好店面运营，给客户带来不一样的服务体验。2021年，哈弗和WEY品牌关键岗位胜任力初级培训课程全部升级为线上培训模式。经销商2,322家店面，从总经理到一线销售顾问共16个关键岗位22,046人次参加了课程上线后的集中培训并全部通过认证考核，实现了经销商员工基础能力普遍提升，给客户带来更优质的服务体验。

每天进步一点点，是初心，更是坚守。长城汽车始终坚持与经销商、客户朋友一起共进共赢，通过对经销商能力提升持续培训，帮助经销商始终以客户为中心，建立高素质的人才队伍，更好地服务客户，不辜负客户的支持和信赖。

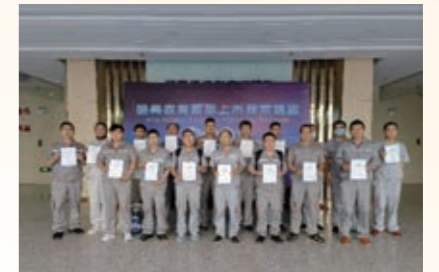
三、客户权益保护

消费者数据与个人信息保护

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。

（一）全球化数据安全与合规组织

公司建立了覆盖全球的数据安全与合规组织，使所有的业务单元能够承担对数据安全保障与个人信息的合规使用的职责。公司设立数据合规官统筹管理数据安全与合规工作，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的落地。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。



哈弗赤兔上市技术培训，技术经理、机修技师共5,503人参加线上培训，考试合格率99.6%。技术经理共735人参加线下培训，考试合格率100%。

（二）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，公司积极开展对重要业务系统开展了等级定级，对处理大量客户信息的业务系统全部定级为三级保护标准。相关业务系统经行业专家定级评估评审后，向国家网安部门完成了备案，并接受了国家批复的测评机构的等级保护情况的测评检查。将专业机构的测评结果，公司的等级保护三级系统的测评通过率100%，验证了相关系统具备了相对成熟的网络安全防护的能力。

（三）全面的安全防护技术

公司基于纵深防御体系作为数据安全建设的方向，构建了包含了多层次多维度的数据安全的保护能力，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将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。同时，以大数据关联分析技术进行全天候的数据安全态势的监测，并配备了专业的运营。对异常事件进行监控与快速响应，为公司数据安全情况保驾护航。

（四）车联网产品研发安全保障

车联网个人隐私合规建设以ISO27701、GDPR规范为依据，通过PWC、为辰信安、DNV、盈科、DLA等外部专业公司的支持，搭建了长城车联网信息安全与隐私数据保护的体系，以标准化、流程化方式落实各项合规管理措施与合规技术实现，ISO27701隐私信息管理体系的认证已于2021年10月份通过。

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，将个人数据分级为(L0-L3)，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。

四、股东及投资者沟通

保护股东权益

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

投资者关系管理

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

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

2021年1月15日，公司召开2021年第一次临时股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表拥有及代表的股份为6,226,475,449股，占公司总股数的67.86%。2021年2月24日，公司召开2021年第二次临时股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表共计拥有及代表的股份为6,186,859,892股，占公司总股数的67.42%。2021年3月18日，公司召开2021年第三次临时股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表共计拥有及代表的股份为6,200,818,652股，占公司总股数的67.58%。2021年4月23日，公司召开2020年度股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表拥有及代表的股份为6,525,136,355股，占公司总股数的71.12%。2021年7月22日，公司召开2021年第四次临时股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表共计拥有及代表的股份为6,696,098,357股，占公司总股数的72.76%。2021年9月17日，公司召开2020年第五次临时股东大会。

出席此次股东大会的股东及股东代表共计拥有及代表的股份为6,231,047,051股，占公司总股数的67.46%。2021年10月29日，公司召开2021年度第六次临时股东大会。出席此次股东大会的股东及股东代表共计拥有及代表的股份为6,139,164,794股，占公司总股数的66.46%。从股东大会参与股数看，在报告期内，更多中小股东参与公司股东大会审议事项的决策，提升公司治理水平。

2021年4月2日，公司通过上海证券交易所“上证e互动”平台“上证e访谈”栏目，召开长城汽车2020年年度业绩网上说明会。2021年5月24日，公司参加中国证券监督管理委员会河北监管局组织的河北辖区上市公司2021年度投资者网上集体接待日活动。于2021年8月31日，公司通过上海证券交易所“上证e互动”平台“上证e访谈”栏目，召开长城汽车2021年半年度业绩网上说明会。在活动中积极与广大中小股东沟通，回复中小股东针对公司业绩的咨询，听取中小股东对公司发展的建议与期望。

股东回报

公司一贯致力于为社会创造价值、为股东创造收益、为员工创造幸福。

公司自2003年在香港联合交易所上市以来，保持稳定的现金分红比例。报告期内，公司实施2020年前三季度利润分派方案及2021年半年度利润分派方案，分别以公司总股本9,175,953,300股及9,236,694,732股为基数，每股派发现金红利0.28元(含税)及0.30元(含税)，共计派发现金红利5,340,275,343.60元。

公司近五年份红情况如下：

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年中期
每股盈利(元)	1.16	0.55	0.57	0.49	0.59	0.38
每股派发现金股利(元)	0.35	0.17	0.29	0.25	0.28	0.30
总股本(万股)	912,726.90	912,726.90	912,726.90	917,657.25	917,595.33	920,287.89

年度内，公司加强与投资者之间的双向沟通，使广大投资者及时了解公司的相关经营情况，促进与投资者之间的良性关系，帮助投资者及时、准确理解公司经营情况。年度内，公司通过邀请投资者参加股东大会、车展、品牌发布会、技术发布会等活动使投资者及时了解公司经营情况，组织境内外线上及线下路演、接待投资者调研、组织电话会议，通过线上及线下参加投行组织的峰会等方式与投资者进行了充分的沟通。年度内，公司共组织4次境内外路演，接待境内外投资者调研15次，组织电话会议152次，参加投行组织的峰会71次。

五、社会公益

(一) 助力公益，彰显企业社会责任

我们以感恩之心回馈社会，积极倡导员工广泛参与社会公益活动，并以升级的使命愿景“绿智潮玩嗨世界”为引领，促进企业与社会和谐发展。结合公司全球化发展战略、行业特点、地域等因素积极实施公益活动，推动社会进步、文化发展、环境保护与经济增长的和谐共生。



1、齐心战疫 爱无国界：

2021年伊始，在河北省石家庄市、邢台市等地爆发新一轮疫情时，长城汽车迅速行动，于1月10日向河北省红十字会捐赠人民币500万元，驰援河北疫情防控工作，确保一线医疗人员及前线志愿者的防疫安全。在自身积极参与抗疫工作的同时，长城汽车向河北省内的经销商、供应商等相关方发起倡议，希望各单位因地制宜，为当地提供力所能及的协助，助力河北省全面打赢抗击疫情攻坚战。

2、风雨同舟 豫见真情：

2021年7月，河南省遭遇罕见的持续强降雨，郑州等地发生严重的内涝灾害。长城汽车捐赠2,000万元人民币驰援河南，其中1,000万元赠予河南慈善总会，用于紧急救灾和灾后恢复工作；另外1,000万元专项资金用于用户受损车辆的救援、检测、维修。与此同时，长城汽车旗下哈弗、魏牌、长城皮卡、欧拉、坦克五大品牌，开启用户紧急救援服务通道，长城汽车旗下各门店全力配合抢险救灾工作，推出“八项用户关爱行动”，与河南风雨同舟，携手共渡难关。

全球疫情蔓延下，长城汽车在海外积极践行企业社会责任。在泰国疫情第四次爆发的形势下，8月4日，长城汽车泰国公司与当地Food For Fighters(简称“FFF”)公益组织携手，向泰国困难家庭和医护人员等，提供食品、生活必需品和防疫物资，开展为期近一个月的抗疫行动。8月26日，长城汽车向泰国红十字会、朱拉隆功医院、海关部门等29家机构单位捐赠46万只口罩，并从当地农民处购买400多公斤滞销山竹，捐赠给受疫情影响严重的社区和民众，全力驰援泰国抗疫的同时，也积极帮助当地小微企业与商户加快渡过难关。



3、慈善援助 守望未来：

2021年10月，长城汽车旗下坦克品牌联合I Do基金会，奔赴西藏地区，聚焦藏区特殊儿童美术教育，助力儿童实现艺术梦想。

2021年12月，在长城汽车2021沙漠英雄会宠粉家宴公益拍卖环节，长城汽车爱心车友共筹善款50,400元，该善款全部用于公益助学。

2021年12月，哈弗品牌联手搜狐新闻、中国扶贫基金会推出的“守护大山孩子”公益策划，助力改善欠发达地区小学生的生活条件。

12月20日，哈弗大狗携哈狗邦车主走进北京星星雨教育研究中心，用行动让自闭症儿童感受更多的爱。同时，哈弗大狗联合公益机构针对自闭症群体需求，制定科学的帮助计划，助力“星星的孩子”感受社会大爱之义。

守望相助，大爱随行。2021年，长城汽车以长城汽车公益宣言为指引，以长城汽车公益支持计划为依托，号召内部员工及全球产业链伙伴共同传承和创新中国的公益文化，形成“公司先行，销售服务跟进，车友广泛参与”的公益支持体系，不断实践和探索新的公益模式。



(二) 扶贫济困，构建综合扶贫体系

在三十年发展过程中，长城汽车始终将履行企业社会责任铭记于心。公司高层非常重视扶贫工作，组织召开扶贫会议，制定贫困地区扶贫计划及政策，并指派专人到省内贫困地区进行走访调查，了解贫困现状。结合定点扶贫规划，持续完善贫困地区基础设施、医疗、教育等公益事业的建设。

1、社会扶贫：

长城炮茶王版西双版纳上市助力产业升级，12月3日，长城炮茶王版于云南西双版纳正式上市，并举行首批车主交车仪式，助力当地古树茶产业升级，拓展新业态，共创新商业。同时，“无忧服务中国行”正式升级为长城炮行动，对西双版纳第二批村寨进行公益助学捐赠。长城炮行动先后在全国20个省市建立了98个示范村，涉及特色物产32种，助力当地特色产业升级。凭借强大的装载功能、动力系统和可靠的品质，长城皮卡为当地的中小企业、私营业主、农民朋友建起丰饶物产与外界之间的稳固“桥梁”，让价值之车加速乡村振兴，实现共同富裕。

2、就业脱贫：

结合公司特点，为510名残疾人员提供就业平台，帮助其解决生活及就业问题，从经济上帮助困难员工摆脱困境。

3、健康扶贫：

对因天灾人祸、患大病等特殊原因致困的特困职工给予扶贫帮困基金一次性救助。公司结合员工的致困原因、困难程度和生活现状，在厂庆及春节期间走访、慰问困难员工，使其切实感受到公司大家庭的温暖。

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

未来展望

长城汽车将一如既往地履行全球共建可持续发展之路的责任和义务，当前已加入欧洲企业社会责任协会(CSR-Europe)及其下属可持续发展联合组织(Drive sustainability)，与全球汽车产业伙伴共建健康、可持续的发展环境。作为有责任有担当的民族汽车企业代表，长城汽车已积极参与国内“汽车产业链碳排放数据体系”共建体系倡议书的签署，与相关伙伴共同推动中国汽车碳排放管理体系及低碳产业链的建设。

定量绩效指标

指标名称	指标单位	2020年	2021年
排放物^{注1}			
排放物种类及相关排放数据			
废水的排放总量	吨	2,729,197.09	2,880,458.71
COD排放总量	吨	115.34	144.00
氨氮排放总量	吨	47.05	37.45
VOC排放总量	吨	123.42	124.74
氮氧化物排放总量	吨	72.16	46.97
二氧化硫排放总量	吨	8.76	5.63
温室气体总排放量			
范围一：直接温室气体排放量	tCO2e	128,438.31	151,678.21
范围二：间接温室气体排放量	tCO2e	1,142,275.33	1,127,560.55
温室气体总排放量	tCO2e	1,270,713.64	1,279,238.76
主机厂温室气体排放量密度	tCO2e/台车	0.34	0.34
所产生有害废弃物总量			
危险废弃物产生总量	吨	12,056.27	15,139.40
危险废弃物产生密度	吨/台车	0.01	0.01
所产生无害废弃物总量			
无害废弃物产生种类及总量	吨	15,723	16,356
无害废弃物产生密度	吨/台车	0.01	0.01

指标名称	指标单位	2020年	2021年
资源使用			
按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油)总耗量^{注2}			
电总消耗量	度	1,040,102,675.00	1,299,703,837.78
电消耗量密度	度/台车	949.57	1,056.78
汽油消耗量	吨	7,041.20	6,795.28
汽油消耗量密度	吨/台车	0.006	0.006
柴油消耗总量	吨	1,863.74	2,161.81
柴油消耗量密度	吨/台车	0.002	0.002
天然气消耗量	千立方米	47,937.34	57,787.78
天然气消耗量密度	立方米/台车	43.77	46.99
蒸汽总消耗量	吨	466,751.40	538,636.50
蒸汽消耗量密度	吨/台车	0.43	0.44
外购热力总量	百万千焦	0	0
综合能源消耗总量	吨标准煤	265,110.93	328,710.16
单台车综合能源消耗量	吨标准煤/台车	0.24	0.27
可再生能源总量占能源消耗比例	%	3.00	2.72
总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)			
水资源消耗总量	吨	4,963,248	5,750,345
水资源消耗密度	t/台车	4.53	4.68
制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及			
包装物总量	吨	9,350	9,811
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	29	90
环保培训人次	人次	5,023	18,542
环保培训资金投入	万元	3.15	19.33
环保技改项目资金投入	万元	1,561.96	2,500.29
社会			
雇佣			
员工总数	人	63,174	77,934
按性别、年龄组别及地区划分的雇员数量			
按性别划分雇员数量			
男性	人	51,821	61,427
女性	人	11,353	16,507
按雇佣类型划分的雇员数量			
全职	人	63,174	77,934
兼职	人	0	0
按年龄划分雇员数量			
年龄<30岁	人	30,446	35,857
30≤年龄<40岁	人	28,019	35,780
40≤年龄<50岁	人	3,795	5,396
年龄≥50岁	人	914	901

指标名称	指标单位	2020年	2021年
按地区划分雇员数量			
华北	人	56,444	64,873
东北	人	56	185
西南	人	652	2,209
华东	人	3,725	6,619
华中	人	0	1,414
华南	人	0	6
海外	人	2,297	2,628
按少数民族划分雇员数量			
汉族	人	58,630	72,011
少数民族	人	4,544	5,923
按籍贯划分雇员数量			
中国	人	60,838	74,771
外国	人	2,336	3,163
按教育程度划分雇员数量			
博士	人	64	62
硕士	人	2,234	3,011
本科	人	19,185	29,146
专科	人	14,537	18,807
高中及以下	人	27,154	26,908
按性别划分高管比例			
男性	%	94	93
女性	%	6	7
按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率：^{注3}			
按性别划分的雇员流失比率			
男性	%	12.25	16.14
女性	%	1.86	3.20
按年龄划分的雇员流失比率			
年龄<30岁	%	10.22	12.75
30≤年龄<40岁	%	3.41	5.81
40≤年龄<50岁	%	0.39	0.63
年龄≥50岁	%	0.09	0.15
按地区划分的雇员流失比率			
华北	%	11.37	14.58
东北	%	0.01	0.01
西南	%	0.46	0.55
华东	%	2.05	3.59
华中	%	-	0.32
华南	%	-	0
海外	%	0.22	0.04

健康与安全

指标名称	指标单位	2019年	2020年	2021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	281	261	339
员工健康与安全诉讼案件数	件	0	0	0
安全生产投入	万元	4,410.50	5,110.84	5,435.52
安全教育培训次数	次	632	728	1,844
安全教育培训人次	人次	103,802	116,077	193,409

指标名称	指标单位	2020年	2021年
发展与培训			
培训员工总学时	小时	373,568.70	354,697.10
每名员工受训平均时数	小时/人	14.34	11.37
培训经费支出金额	亿元	0.05	0.14
按性别划分的受训雇员比例			
男性	%	79.88	76.35
女性	%	20.12	23.65
按雇员类别划分的受训雇员比例			
高级管理层	%	0.92	0.36
中级管理层	%	9.03	6.48
基层员工	%	90.05	93.16
按性别划分的员工受训平均时数			
男性	小时	13.88	11.78
女性	小时	16.14	10.03
按雇员类别划分的员工受训平均时数			
高级管理层	小时	17.41	11.94
中级管理层	小时	23.15	19.48
基层员工	小时	12.09	10.8
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	13	16
产品责任			
召回的汽车或零件数量	件	71,319	17,867
报告期内客户投诉总数	项	121,132	168,214
客户投诉降低率	%	15.95	38.86
销售满意度	%	86.90	94.00
售后服务满意度	%	85.00	92.30
专利申请数量	件	1,815	3,091
所获专利授权数量	件	1,136	2,176
所获发明专利授权数量	件	261	332
承担国家创新课题	项	2	0

指标名称	指标单位	2020年	2021年
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	0	2
按职级划分的反贪污培训次数			
董事及管理層	次	5	4
员工	次	13	30
按职级划分的反贪污培训人次			
董事及管理層	人次	620	487
员工	人次	4,631	4,837
按职级划分的反贪污培训通过率			
董事及管理層	%	77	82
员工	%	100	100
社区投资			
开展志愿者活动期数	期	21	25
报告期内志愿活动参与人次	人次	573	867
报告期内志愿活动时数	小时	74.60	92.75
报告期内志愿活动投入金额	万元	12.27	15.02
公司对外捐赠金额	万元	770.00	2,540.46

注1: 统计范围为整车工厂与零部件工厂

注2: 披露数据为长城汽车整车生产基地及零部件工厂能源消耗, 其中新增重庆、扬中、宁阳零部件工厂、2020年筹建2021年投产泰州生产基地、平湖生产基地、日照生产基地及其附属零部件工厂, 新工厂处于设备调试、试生产、产量爬坡阶段, 导致部分能源消耗总量变化, 能源消耗密度呈现上涨趋势。

注3: 分母为年度平均月末在职人数

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。	环境责任
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	环境责任/ 绩效指标
	A1.2	温室气体总排放量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	环境责任/ 绩效指标
	A1.3	所产生有害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	环境责任/ 绩效指标
	A1.4	所产生无害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	环境责任/ 绩效指标
	A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境责任
A2: 资源使用	一般披露	有效使用资源(包括能源, 水及其他原材料)的政策。	环境责任
	A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油)总耗量(以千个千瓦时计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	环境责任/ 绩效指标
	A2.2	总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	环境责任/ 绩效指标
	A2.3	描述能源使用效益及所订立的目标以及为达到这些目标所采取的步骤。	环境责任
	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。	环境责任
A3: 环境及天然资源	A2.5	制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及(如适用)每生产单位占量。	环境责任
	一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	环境责任
A4: 气候变化	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	环境责任
	一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项的相关减缓措施的政策。	环境责任
	A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项, 及其应对的行动。	环境责任

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B1: 雇佣	一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (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。	员工责任
	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。	员工责任/ 绩效指标
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	员工责任/ 绩效指标
	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： (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。	员工责任
B2: 健康与安全	B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	员工责任/ 绩效指标
	B2.2	因工伤损失工作日数。	员工责任/ 绩效指标
	B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	员工责任
	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： (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。	员工责任

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

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B6: 产品责任	一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (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。	产品责任
	B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	产品责任
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	产品责任/ 绩效指标
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	产品责任
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	产品责任
	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。	社会责任
B7: 反贪污	一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (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。	公司治理
	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	公司治理/ 绩效指标
	B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	公司治理
	B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	公司治理/ 绩效指标
B8: 社区投资	一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	社会责任
	B8.1	专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	社会责任
	B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	社会责任/ 绩效指标

反馈意见表

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

您对本报告的总体评价

非常好 好 一般 较差 差

您认为报告结构是否合理

非常合理 合理 一般 较不合理 不合理

您认为报告是否易读

非常易读 易读 一般 较不易读 不易读

您所关注信息在报告中披露程度如何

很全面 比较全面 有所涉及 涉及较少 未涉及

您还有哪些关注的信息未反映在报告中

.....

.....

.....

您对公司社会责任工作推进或社会责任报告的建议

.....

.....

.....

您可以通过以下方式联系我们：

邮编：071000

电话：(86)312 2197813

传真：(86)312 2197812

邮箱：gfzbx@gwm.cn

地址：河北省保定市朝阳南大街2266号



长城汽车

专注 专业 专家

长城汽车股份有限公司

GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*
