



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

2020

企业社会责任报告



* 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10份年度社会责任报告，本报告时间范围为2020年1月1日至2020年12月31日，部分内容适当向前后年度延伸。

二、 报告范围

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

三、 报告内容

本报告将对外披露公司2020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。



目录

■ 没有退路，才见出路

高层致辞2

■ 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4

■ 共筑长城

公司治理16

■ 创进步，智出行

产品责任25

■ 长城人•落地生根

员工责任44

■ 携手前行，共建共赢

社会责任47

■ 绿色文明，奔向繁荣

环境责任53

ESG报告指引60

反馈意见表65



没有退路，才见出路

“用三十年的积淀，去迎接此刻的巨变。在企业命悬一线的时候，把自己的命，也悬在上面。我认为这是做企业，应该有的“诚意”。没有退路，才见出路。”

— 魏建军



2020年一场突如其来的新冠疫情扰乱了全球的经济节奏，在1季度由于国内新冠疫情影响较为严重，中国汽车市场在1季度销量实现同比大幅下滑。得益于中国政府强大的领导力，国内疫情在2季度开始逐步得到控制，相应的中国汽车市场也开始稳步复苏，在2季度中国汽车市场开始复苏，在3、4季度车市保持稳步恢复，全年中国车市实现同比下降1.9%。

2020年也是汽车行业向智能、网联、新能源方向加速发展的一年。中国品牌车型的智能、网联水平大幅提升，相关技术已超越部分外资品牌，显示了中国品牌强大的创新能力。同时2020年也是汽车行业加速洗牌的一年，由于疫情的影响，导致汽车市场竞争更加激烈，一些二线品牌面临着更大的生存压力，销量下滑严重。

全球汽车产业正在经历百年一遇的重大变革，外部环境复杂多变。未来，随着科技的加速发展，汽车产业将面临更大的压力，也孕育着新的机会。

2020年是长城汽车创变革新的一年，是长城汽车国际化加速推进的一年，是长城汽车数字化变革的元年。这一年，长城汽车以科技赋能、以新品类力量实现突破，旗下哈弗、欧拉、长城皮卡及WEY四大品牌集中发力，创历史新高，连续第五年突破百万销量。



2020年，长城汽车推出全新柠檬、坦克、咖啡智能三大技术品牌，加速产品向平台化、智能化、网联化方向发展；发布柠檬混动DHT技术，实现长城汽车产品动力的多样化，加速混合动力产品的推出速度；升级智能驾驶战略，发布咖啡智驾“331战略”，打造更为智能、舒适的用车体验；此外，长城汽车在氢能研发方面也进一步提速。

2020年，长城汽车推进组织结构变革，对品牌进行充分授权，让听得到炮火的人做决策；以用户为中心推进数字化升级，打造了汽车行业第一个集团级中台，建立用户全生命周期管理体系，建立汽车、服务、营销数据三位一体；加速执行轮岗机制、完善考核与评价机制，打造更开放、更高效、更具吸引力的平台。

2020年，长城汽车发布“绿智潮玩嗨世界 廉信创变共分享 每天进步一点点”的全新企业文化；提出去总化倡议，倡导更加互联网化的管理环境。

2020年，长城汽车持续完善全球化研产销布局，俄罗斯工厂的产量稳步提升，在年初与通用签署协议拟收购其在印度与泰国的工厂，并在2020年11月正式获得泰国工厂的所有权，加速推动了长城汽车国际化进程。

长城汽车在持续提升产品质量、提升销量的同时，还以切实行动持续践行企业社会责任，关注消费者需求、社会可持续发展、环境保护、出行安全、扶贫攻坚等民生领域。

面对突如其来的新冠疫情，长城汽车火速驰援一线，已先后向湖北、重庆、河北等地累计捐赠款项及车辆总价1,385万元。全球疫情蔓延下，长城汽车也与全球人民共克时艰，向南非、印度、智利、厄瓜多尔、伊拉克等地积极捐款捐物。公司还结合自身业务，积极助力一些地区脱贫攻坚，推动民间救援体系的发展。

凭借多年来对“可持续发展”理念的贯彻执行，长城汽车于2021年1月正式加入欧洲企业社会责任协会及其下属的可持续发展联合组织，与全球汽车产业伙伴共建健康、可持续的发展环境。

守望相助，共克时艰。当下，全球疫情防控形势仍然严峻。长城汽车将持续关注疫情发展，以身作则，全力支持配合疫情防控，发挥中国汽车领军企业的社会责任与担当，为早日战胜疫情贡献力量。

过往已成序章，征途漫漫，惟有奋斗。面对未来，长城汽车将保持赤子之心，为产业、为社会，为中国汽车品牌向上贡献更大力量。



一、公司概况

绿智潮玩嗨世界
廉信创变共分享
每天进步一点点



长城汽车是全球知名的SUV和皮卡制造企业，已于2003年、2011年分别在香港H股和国内A股上市，旗下拥有哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡四个品牌，产品涵盖SUV、轿车、皮卡三大品类，具备发动机、变速器等核心零部件的自主配套能力。目前，下属控股子公司100余家，员工6万余人。截止2020年12月，长城汽车总资产达1,541.93亿元。

2020年，长城汽车共销售新车1,111,598辆，同比增长4.8%，连续第五年突破百万销量大关(来源：中国汽车工业协会数据统计)。面对复杂的外部环境，长城汽车以变应变，进行技术、产品、组织机制、企业文化、营销创新等全方位变革，发布柠檬、坦克、咖啡智能三大技术品牌，推出哈弗大狗、坦克300、欧拉猫等新产品，并发布柠檬混动DHT技术，升级智能驾驶战略；构建了“以用户为中心”的全新组织架构，打通品牌、商企、研发部门，打通作战单元；发布“绿智潮玩嗨世界 廉信创变共分享 每天进步一点点”的全新企业文化，开展数字化营销模式变革，加速由中国汽车制造企业向全球化科技出行公司转型。

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



公司概况

长城汽车拥有迄今国内先进的汽车综合试验场之一，具有研发、试制、试验、造型、数据五大功能的哈弗技术中心，实现了整车及零部件的研发布局，研发实力实现质的飞跃。未来5年，长城汽车还将投入300亿元人民币，持续打造全球化研发体系，在主被动安全技术、智能互联、自动驾驶等方面形成领先优势。长城汽车的技术实力也得到了社会的广泛肯定，被国家发改委、科技部等五部委联合认定为“国家认定企业技术中心”、“博士后科研工作站设站单位”、“国家创新型企业”。



在营销渠道方面，长城汽车已在亚洲、非洲、南美、中东欧等60多个国家和地区市场完成布局，依托俄罗斯、澳大利亚、南非、南美、中东5大区域营销中心，畅销全球60多个国家和地区，建立全球(不包括国内)网络数量500余家，累计销售70多万辆。

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

近年来，长城汽车的发展潜力得到了外界的广泛肯定和认可，被评为“中联上市公司业绩百强”之首、“最具价值汽车类上市公司”、“中国汽车上市公司十佳”等，并多次入选“中国企业500强”、“中国机械500强”、“中国制造500强”、“福布斯亚太最佳上市公司”、“福布斯2000强”、“《财富》中国500强”、“BrandZ最具价值中国品牌100强”等榜单，被评为中国机电进出口商会的“推荐出口品牌”，也是商务部、发改委授予的“国家汽车整车出口基地企业”，还是国际氢能委员会成员中的首家中国汽车企业。

长城汽车在国际、国内两个市场一直保持着领先优势。在国内市场，SUV车型、长城皮卡已连续多年保持销量领先；在国际市场，长城汽车品牌知名度和美誉度不断提升。

二、企业文化

2020年11月，长城汽车全面升级了使命愿景与核心价值观，焕新发布“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“全球化科技出行公司”的目标全速迈进。

长城汽车企业文化

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 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
--	---	--

企业文化



关爱员工，持续提升员工幸福感

长城汽车致力于打造更加开放、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、高中等教育工程的建设，满足员工学龄子女需求，确保员工子女能够在“家门口”上学；
- » 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，给员工提供与亲朋好友、家人团聚的时光。

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



三、全球化布局

目前，长城汽车已经构建了以中国保定总部为核心，涵盖欧洲、亚洲、北美的“七国十地”全球化研发布局，并在全球范围内建立了12座整车生产基地和5座KD工厂。国内，长城汽车泰州智慧工厂竣工投产，华北、华东、西南三位一体的生产布局形成，为全球化发展提供有力支撑；海外，长城汽车签署收购印度塔里冈工厂协议，另外还获得泰国罗勇工厂所有权。长城汽车正式签署俄罗斯特别投资合同，启动俄罗斯发动机工厂项目，以高标准规划、继续拓展俄罗斯市场，长城汽车的全球化生产体系不断得到完善。

全球开展合作

多年来，长城汽车联合全球各行业巨头，共同打造未来汽车产业生态。长城汽车与大陆、博世、伟巴斯特、里卡多、博格华纳、采埃孚、海拉等众多国际知名供应商发展战略合作伙伴关系，打造内外融合发展的零部件生态，强力保证产品质量。

全球销售网络

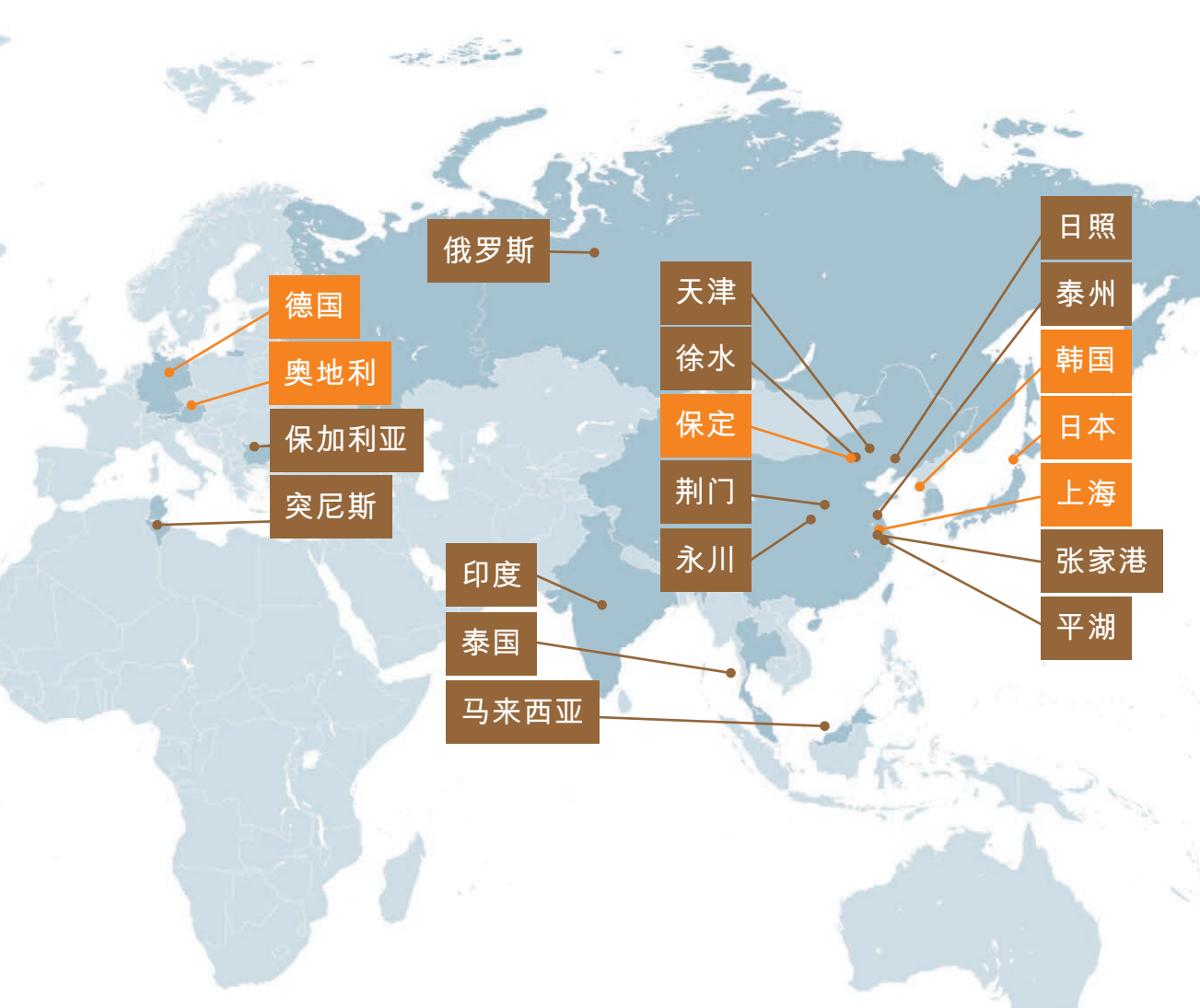
在全球范围，在海外市场，长城汽车是第一批走出国门的中国汽车企业，1998年即已实现出口，主要出口车型包括SUV、皮卡等。长城汽车在全球的销售网络超过500家，覆盖俄罗斯、澳大利亚、南非、智利、厄瓜多尔、沙特、阿联酋、马来西亚等全球60余个国家核心城市核心商圈。销售服务网点位置优先选择在当地城市核心汽车商圈开展网络建设，网点形象以高起点、高标准进行策划，树立起了自主品牌在海外的形象标杆，助推哈弗品牌在海外的推广。另外，长城汽车重视海外市场售后服务网络建设，其中澳大利亚、南非等重点市场建立海外配件中心库，满足售后市场需求，提升客户满意度。

研发中心

生产基地

全球化布局

长城汽车全球化布局图



开拓海外市场



海外经销布局



长城汽车泰国罗勇工厂揭牌仪式在泰国罗勇府举行

四、荣誉及社会评价

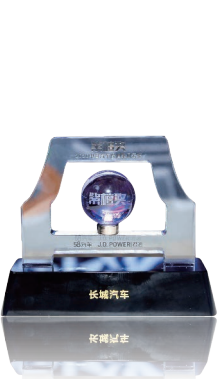
荣誉	媒体评选奖项
长城汽车上榜2020《财富》中国500强 长城汽车上榜2020中国民营企业500强 长城汽车入围2020中国最具价值品牌榜 长城汽车旗下哈弗上榜2020 BRANDZ™ 中国全球化品牌50强 长城汽车入围“2020中国零部件百强榜” 长城汽车7DCT变速器再次荣获“世界十佳变速器”奖项 长城汽车GW4N20发动机入选“中国心”十佳发动机 长城汽车荣获泰国2020年度“最受期待品牌” 长城汽车荣获2020年中国品牌节华谱奖	长城汽车荣获2020年度十大汽车品牌 长城汽车荣获2020年度影响力品牌奖 长城汽车荣获年度杰出贡献奖 长城汽车荣获2020年度最具影响力汽车品牌 长城汽车荣获2020年度最具社会责任感企业 长城汽车荣获2020可持续发展绿色奖 长城汽车荣获2020中国企业ESG最佳环境(E)责任奖



长城汽车蜂巢传动7DCT变速器三度蝉联“世界十佳变速器”殊荣



长城汽车荣获泰国2020年度“最受期待品牌”奖项



入围紫檀奖2020中国汽车保值率风云榜—长城汽车



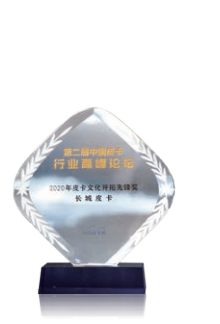
中国主流汽车新媒体联盟车壹圈年度最具创新传播车企



第十二届中国猫车榜2020年度最具影响力汽车企业—长城汽车



2020年度最佳环境(E)责任奖—长城汽车



第二届中国皮卡行业高峰论坛 2020皮卡文化开拓先锋奖—长城皮卡



2020年中国新能源汽车用户满意度指数测评 A00级纯电动轿车 满意度并列第一名—欧拉R1



长城汽车蜂巢传动7DCT荣获“世界十佳变速器”奖项



在2020中国品牌节上，长城汽车凭借全球化品牌建设方面的突出表现获得“华谱奖”

荣誉及社会评价

社会评价

1 中国汽车技术研究中心有限公司党委书记、董事长、总经理安铁成

长城汽车多年来积累的整车和零部件自主研发能力业界有目共睹，在智能化、新能源领域的技术投入和研发布局，体现了企业向“新四化”转型的决心和实力。

2 中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋

哈弗H6全球300万辆、哈弗品牌十连冠不仅仅是个销量数据，更是吹响了中国品牌全球化的号角。长城汽车将是最有希望成为丰田、大众的中國车企之一。

3 俄罗斯图拉州州长阿列克谢·久明(Alexey Dyumin)

我们欢迎长城汽车在俄罗斯开展第二阶段的投资，图拉政府也将创造一切有利的条件，支持长城汽车在俄发展。相信，长城汽车在俄罗斯、独联体，乃至欧洲地区都将迎来更广阔的发展。

4 泰国王国驻华特命全权大使阿塔育·习萨目

参观后，我对长城汽车在新能源汽车、智能驾驶等领域积累的技术优势印象深刻。泰国政府对长城汽车这样了不起的国际化企业在泰国投资表示欢迎和感谢，也将在各方面对长城汽车在泰国的发展给予大力支持。

5 南非儿童福利院全国慈善总会执行理事Benny Obayi博士

长城汽车的捐赠将有力的保障儿童福利院的正常运营，为孤儿们提供持续的保护，为孤儿提供改变命运的机会。



长城汽车携南非经销商向儿童福利院捐赠

荣誉及社会评价

6 央视《新闻联播》报道

面对疫情挑战，企业积极作为，政府精准施策，复工、复产、达产各项工作有力推进。作为龙头企业，长城汽车的复工复产，也让上下游产业链上的350多家中小微企业有了订单。

7 寰球汽车传媒集团董事长兼CEO吴迎秋

过去三十年中，长城汽车作为中国品牌发展的参与者与建设者，目前进行的革命性的变化，给行业和中国汽车企业的发展提供“样本价值”。

8 北京大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师刘德寰

长城汽车最可圈可点就是产品、技术整个命名体系的逻辑变化，不管这个名字好与不好，但是逻辑绝对走到了前面。因为它贴近消费者的感受。

9 同济大学教授、汽车安全技术研究所所长朱西产

长城汽车能够把安全作为重中之重，并联合众多科技巨头一同开发，这为解决问题带来了值得参考的范本，具有很好的行业示范效应，应当点赞。

10 高通公司产品市场高级总监中国区汽车业务负责人艾和志

在与长城汽车的合作过程中，高通非常敬重长城汽车对于安全的极致追求，也认可长城汽车的观点。我们将和长城汽车一起打造能够让消费者放心的优质车型。

11 湖北骏马、成都建国等124家经销商

艰难时刻，一系列支持抗疫贴近客户的爱心善举，彰显了长城汽车作为民族企业的责任与担当，极大地振奋凝聚了员工的士气和信心，在广大客户中赢得了口碑，赢得了赞誉。厂家及时出台对经销商的暖心举措，也增强了我们攻坚克难的底气和动力。

12 新西兰哈弗H2车主Robin

感谢哈弗H2的结构工程师们，我的车不幸发生了事故，但坚固的侧门保护了我们。经历了这样的事故，像我们这样的七旬老人还能安然无恙，一定是车的高安全设计救了我们，真的是太感谢了！



哈弗品牌经销商复工



长城汽车与高通签约



哈弗H2安全赢得新西兰车主点赞

五、2020年长城汽车大事记

1 疫情期间，长城汽车采取了一系列国内、海外抗疫及援助举措

为助力早日战胜疫情，1月开始，长城汽车向湖北省慈善总会、重庆市慈善总会、河北保定捐助款项及物资价值人民币885万元；启动2,000万元用户关爱基金，推出“三减三赋”经销商支持政策，并主动开展营销模式变革，推出“零接触”计划，全面赋能用户。

在海外抗疫及援助层面，6月，长城汽车印度哈弗子公司与CARE(国际救助贫困组织)携手，向印度1100户困难家庭，累计5,500余人，提供救济包，在新冠疫情肆虐、全国封锁期间为贫困家庭送去温暖。10月，长城汽车南非哈弗子公司携7家经销商向南非儿童福利院全国慈善总会捐赠8万兰特及物资，用于改善儿童生活状况，并表示儿童福利院将成为长城汽车在南非的长期帮扶单位。



2 哈弗品牌全球累计销售超650万辆，哈弗H6突破300万辆

3月27日，“神车H6 300万哈弗十冠嘉年华”的首场盛典在数十家媒体平台同步启动直播。“国民神车”哈弗H6于2011年上市，截至2019年12月底实现全球累计销量300万辆，强势冲入300万俱乐部，成功为中国汽车品牌树立功勋碑。截止到2020年12月，哈弗品牌全球累计销量已超650万辆，成为中国首个进入600万辆俱乐部的专业SUV品牌。



3 三十周年之际，长城汽车提出向全球化科技出行公司转型

7月13日，长城汽车在创立30周年之际，发布了魏建军董事长《致长城汽车伙伴们的一封信：长城汽车如何挺过明年》。魏建军董事长提出，企业必须进行一次“脱胎换骨”式的改变，必须完成从“中国汽车制造企业向全球化科技出行公司”的蜕变，并提出“两个打通”，即打通品牌、商企、研发部门，在商品企划阶段就关注竞争、关注市场、关注客户；作战单元的打通，通过流程及数字化变革推进，强化品牌公司管理。

2020 年长城汽车大事记

4 长城汽车发布“柠檬、坦克、咖啡智能”三大技术品牌

7月20日，长城汽车重磅发布“柠檬”、“坦克”、“咖啡智能”三大技术品牌，以深厚技术积淀、前瞻技术布局和创新技术理念，向全球化科技出行公司的目标迈进。8月3日，首批“科技长城专家天团”正式亮相，长城旗下16位汽车行业各领域顶级专家组成“专家天团”，以用户为中心，展示科技长城的硬核技术实力，为转型提供新动能。



6 长城汽车正式获得泰国罗勇工厂所有权

11月2日，长城汽车泰国罗勇工厂揭牌仪式在泰国罗勇府举行，标志着长城汽车正式获得泰国罗勇制造工厂的所有权。作为长城汽车发力泰国和东盟市场的重要生产基地，泰国罗勇工厂将被打造成为全球标准的智能工厂，助力长城汽车整车高品质生产与高效出口，开启长城汽车在东盟发展的新篇章。

5 长城汽车签署俄罗斯特别投资合同总投资424亿卢布

9月25日，长城汽车俄罗斯图拉工厂与俄罗斯联邦工业和贸易部正式签署在俄特别投资合同(以下简称“SPIC”)。作为中国首家也是目前唯一一家签署俄罗斯SPIC的中国车企，该合同的签订标志着长城汽车将享受同俄境内车企同等的优惠政策，获得更加公平和开放的市场环境。



7 长城炮开启全球市场销售 长城皮卡全球累计用户近190万

2020年长城炮正式在海外市场上销售，陆续在澳洲、南美、南非、中东四大地区上市，开启了中国皮卡海外拓展的新征程。2020年，长城皮卡年销量达到225,002辆，同比增长51.2%，市占率近50%。长城炮连续8个月销量过万，年销达114,878辆，稳居皮卡市场销量冠军宝座。长城皮卡已连续23年夺得国内、出口销量第一，全球累计用户近190万。

2020 年长城汽车大事记

8 长城汽车焕新文化共创发布

11月16日，长城汽车发布了全新的企业文化，创新性地将使使命与愿景合二为一。长城汽车新的使命、愿景升级为“绿智潮玩嗨世界”，它既是长城汽车追求的目标，也是实现的路径；核心价值观升级为“廉信创变共分享”，这是支撑长城汽车走向全球、携手更多全球用户的根基；新的使命、愿景和“每天进步一点点”的企业精神，一起形成了长城汽车全新的企业文化。

9 全球首款发布横置9速湿式双离合变速器下线，全球首发“柠檬混动DHT”技术

11月19日，长城汽车自主研发的新一代动力总成下线。新一代动力总成，分别是GW4N20发动机、全球首款发布横置9速湿式双离合变速器—9DCT变速器、9HDCT变速器和三合一电驱动总成，全面覆盖高效燃油、混动、纯电领域，体现了长城汽车在自主研发道路上又迈出重要一步。

12月15日，长城汽车正式全球首发面向全速域、全场景的“柠檬混动DHT”技术。“柠檬混动DHT”的技术前瞻性与先进性，体现在了“1-2-3”上，即一个混动系统，HEV和PHEV两种动力架构，三套动力总成；“柠檬混动DHT”技术打破了合资垄断，树立中国混动技术新的风向标，引领行业不断向上，也是长城汽车全球化战略重要的技术支撑。



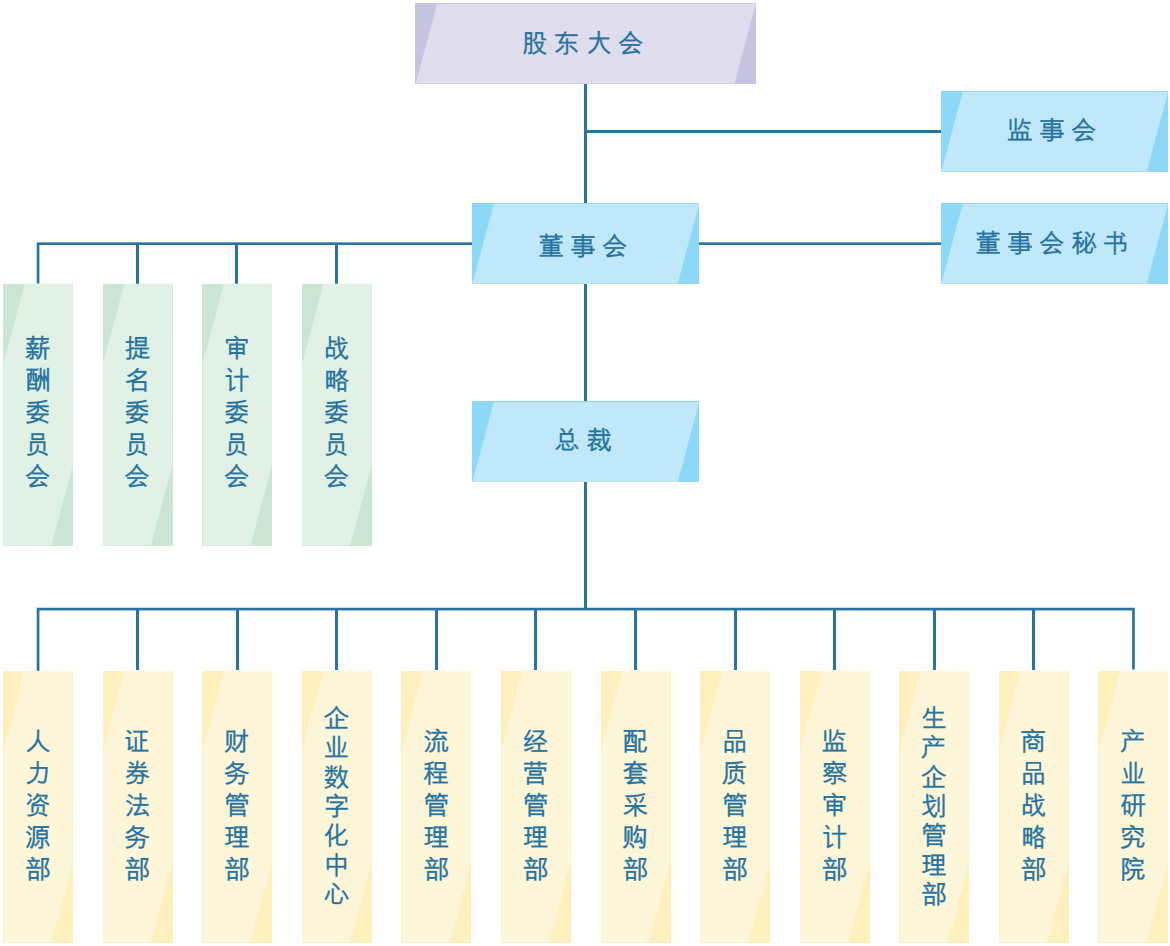
10 长城汽车发布咖啡智驾“331战略”智能驾驶战略全面升级

12月30日，长城汽车正式发布全新的咖啡智驾“331战略”，并将在2021年实现全车冗余L3级自动驾驶。咖啡智驾“331战略”，即利用三年时间实现用户规模行业第一、用户体验评价最好、场景功能覆盖最多三个领先，打造智能时代自动驾驶的领导者。2021年，长城汽车将实现全车冗余的L3级能力自动驾驶、配置激光雷达的自动驾驶、具有NOH (Navigation On Highway pilot, “高速自动领航辅助驾驶”)能力的自动驾驶。同月，长城汽车5G车载无线终端获得了工信部颁发的“无线电发射设备型号核准证”。



公司治理

共筑长城



一、治理结构及三会管理

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

根据《公司法》及两地上市规则等相关要求，2020年6月本公司完成董事、监事的换届工作，其中董事会由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、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2020年年度报告》。2020年，公司共召开11次股东大会、17次董事会、13次监事会。

2020年，长城汽车根据新《证券法》以及相关法律法规并结合公司实际情况，对《公司章程》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《募集资金使用管理办法》进行了修订；本公司信息披露工作获上海证券交易所信息披露最高级评价结果为最高等级A(优秀)。

公司治理

二、党建

长城汽车党委于2003年成立，现有党员2,900余名，党组织全覆盖。2020年，长城汽车党委持续推进党建工作、开展品牌建设，深化与公司职能、业务融合，通过党员活动、党员激励等举措，发挥党建示范引领作用，促进公司人才队伍建设及激励机制创新。

2020年初，面对突如其来的新冠肺炎疫情，公司党员响应上级号召自愿捐款支持新冠肺炎疫情防控工作，并在复工复产中，坚定信仰、立足岗位、努力付出。这一年，公司党委开展了“学党史、知党史、做新时代合格党员”线上答题活动、党员宣誓大会、志愿者服务等一系列党员活动，丰富了公司党建内容及内涵，服务党员群众工作生活、增加归属感、助力公司经营。



在长城汽车党委领导下，工青妇工作扎实推进。公司工会累计举办了5期“单身青年联谊会”活动，关注员工身边事、提升职工稳定性。此外，开展系统的技能大赛、职工培训，实现员工自身能力的不断提升。

2020年，长城汽车分别到中国电信、河北省建、富士康等党建先进单位开展党建交流，通过“走出去”进一步学习贯彻党的十九届五中全会精神，充分交流借鉴民营企业党建工作优秀做法，并与有关单位签订党建共建协议。

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



预备党员转正需要宣誓

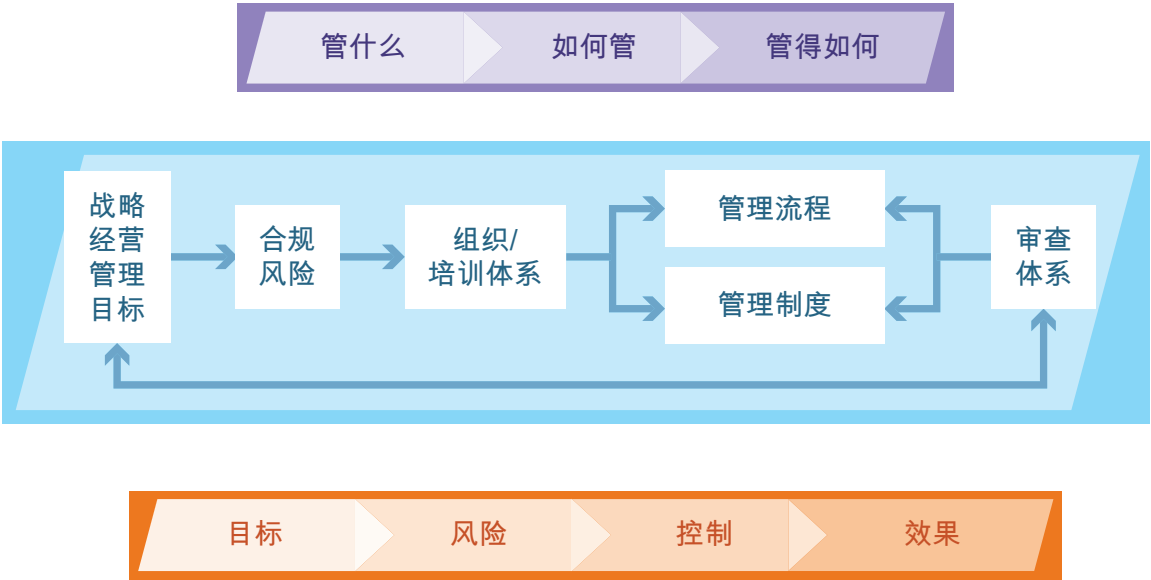
公司治理

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，构建起了“以用户为中心”的全新组织架构，建立了面向用户、面向市场、面向竞争的作战队形，形成了作战单元、合规管理部门、监察审计部门各负其责的风险防控的“三道防线”。

长城汽车通过建制度、组架构、定职责、广宣传等，建立起了横到边、纵到底的合规风险管控机制：

- ① 为规范员工的日常工作行为，长城汽车董事长魏建军先生主持发布了《全球通用合规手册》，为保证手册内容的有效落地，公司通过电子合同平台组织全员签署了合规承诺书。
- ② 为提升依法合规经营的管理水平，着力打造法治企业，发布了《全球合规管理制度》，明确了合规管理框架，规范了合规管理程序。



- ③ 按公司的要求，长城汽车下属各版块确定了合规职能，建立了合规管理负责人机制。合规要求从总部辐射至长城汽车全产业链的各个环节。
- ④ 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、欧洲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；对美德俄日数据跨境传输进行风险评估，并将评估结果嵌入业务的信息化建设过程中，防范数据合规风险；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。
- ⑤ 为提升员工的合规意识，防范合规风险，长城汽车通过现场讲解、视频转训、电脑桌面提示等方式对集团高层、中层、基层员工进行合规宣传，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。

公司治理

四、企业廉洁建设工作

公司以遵守《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国刑法》系列修正案、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国公司法》等相关法律法规为基础，着力营造公平、公正、简单、透明的工作环境和合作环境，历经30年的沉淀创新，始终坚持廉洁、诚信的基本理念，弘扬优秀的企业文化，传播社会正能量，打造公司廉洁诚信的品牌形象，为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。

（二）注重廉洁教育，打造反腐倡廉文化

为持续提升公司人员廉洁认知水平，筑牢员工思想道德防线，保障反腐倡廉制度的落实，公司为此搭建廉洁教育体系，针对员工职业生涯的各个阶段，分别设置了导入教育、晋升教育、专项教育，采取培训、岗前测试、视频教学、拓展活动等多种形式开展专项教育，仅2020年结合信息化平台及“廉洁长城”微信公众号，为集团新员工导入教育、阶段教育、晋升教育提供测评入口，共计3.5万余人次参与，同时利用线上学习、课时积累、自我检测等方式，提升员工的职业道德素养。

自2015年开辟自媒体“廉洁长城”微信公众号以来，截止到2020年12月份，拥有10万多用户，用户涵盖员工、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，2020年共计推送原创内容70余篇，助力公司廉洁品牌的传播。

（三）完善制度体系，规范反贿赂管理

为增强反腐倡廉的规范化、制度化、科学化，长城汽车以相关法律法规为准绳，并严格遵守国家法律法规，不断在实践中摸索、完善，建立了一整套《廉洁体系制度》，自2008年颁布实施以来，截止到2019年完成了5次修订，制度的每次修订都是一次升级。2020年随着公司国际化战略实施，为提升国际影响力及竞争力，有效规避公司在国际市场的合规风险，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，严格按照ISO37001标准并结合业务实践，搭建完成反贿赂管理体系文件，为公司反腐倡廉工作开展、合规经营提供了重要制度保障。

在腐败预防方面，公司识别存在腐败风险的领域和岗位，通过识别贿赂风险、完善制度流程，实现多方参与、过程监督；同时通过内部审计暴露对内和对外业务风险漏洞，为公司管理提供输入。对于分配到采购、招标等重点监督岗位



公司治理

的人员，实施定期岗位调动，防止因任期过长而产生腐败。识别存在贿赂风险的特定交易、项目、活动、商业伙伴和员工，在正式合作前开展反贿赂调查，为管理提供决策依据，降低贿赂风险。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。经统计，2020年拒绝贿赂达190人次，自2008年以来，公司拒绝贿赂共计1,179人次，单次拒腐最高金额达35万元，各级员工共上交礼品约8.8万件，86名员工被评为“廉洁自律模范”。

在商业伙伴权益保护方面，公司以廉洁促诚信，以诚信促发展，与商业伙伴利益共享，构建共生共赢生态圈，签署《阳光协议》作为合作前提，强调廉洁要求，并于2020年11月对《阳光协议》进行换版升级，规范双方合规要求，致力于维护商业伙伴利益及“公平公正、简单透明”的合作平台，为持续、健康合作提供重要保证。

2016年搭建阳光诚信自助系统，面向社会开通可查询失信违规人员和企业的信息化平台，互联、互通、共享资源，通过社会的监督，提高从业人员的职业素养，因腐败、不诚信等问题被列入《失信名单》的商业伙伴共485家。

2018年9月长城汽车受邀加入企业反舞弊联盟，2019年11月，荣获企业反舞弊联盟“先进单位”、“先进工作者”荣誉称号，2020年9月，成为常务理事单位。长城汽车积极致力于联盟反舞弊建设工作，努力与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，一经发现由纪检组对腐败行为进行调查、惩处。为充分发挥全员和相关方的监督作用，搭建多种举报渠道：QQ、电话、邮箱、微信等。2012年利用信息化工具，开发第一个举报信息管理平台，由专人专线负责平台的运行、维护，同时从信息上传、推送、接收、事件调查等进行管理，实现了举报信息快速、有效、高质量的闭环监管，通过全员及相关方共同努力让腐败行为得到充分暴露并及时查处。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，2020年因涉嫌违法犯罪移送司法机关处置6人。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，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

产品责任

长城汽车秉承“专注、专业、专家”的品牌理念，建立科学、健康的发展模式，坚持自主研发、以用户为中心，围绕汽车清洁化、智能化、网联化，致力于打造能代表中国车企，走向全球的高品质、高性能产品。

员工责任

长城汽车秉承“造车育人”的人才理念，以开放包容来汇聚英才，始终坚持人才培养融入业务，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。

社会责任

长城汽车始终秉承“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，打造稳定、可靠的供应商体系，建立行业领先、运营质量卓越的销售体系，同时以感恩之心回馈社会，彰显企业社会责任。

环境责任

长城汽车持续提升能源管理团队专业水平和技术能力，在集团内开展各能源管理活动和节能宣传教育，为建设先进的节能环保绿色工厂和构建节约型社会贡献每一分力量。

一、我们的社会责任理念

本公司秉持用生态文明的理念指导新发展，树立创新、协调、绿色、开放、共享的新发展观念，抢抓新一轮科技革命和产业变革的历史性机遇，积极推进疫情后的经济“绿色复苏”，汇聚起可持续发展的强大合力。公司以“安全”作为品牌核心价值，秉持“安全至上”的造车理念，在充分考量各利益相关方的诉求和期望的基础上，在产品服务、员工发展、环境保护、社会公益等方面，积极践行社会责任，努力成为世界领先和社会信赖的全球化科技出行公司。

社会责任管治

公司为将社会责任融入日常运营之中，专门成立社会责任工作小组负责统筹管理，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。

责任管理

二、实质性议题管理

公司在社会责任实质性议题的选择上以上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》、香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》等相关要求基础，回顾2019年遴选的实质性议题，结合2020年利益相关方最关切的诉求、遵循可持续发展的趋势，识别判定最终确定的实质性议题，确保精准、全面地披露公司社会责任绩效。

实质性议题确定流程：



1 选题来源

实质性议题渠道网络		
股东及投资者关注问题	内外部专家分析结果	经销商建议反馈
相关法律法规要求	社会责任指标指南	客户关注问题
社区意见	供应商及其他合作伙伴关注意见反馈	政府及其他监管机构的监督与期望

2 选题标准

- 利益相关方关注程度
- 对公司生产运营的影响程度

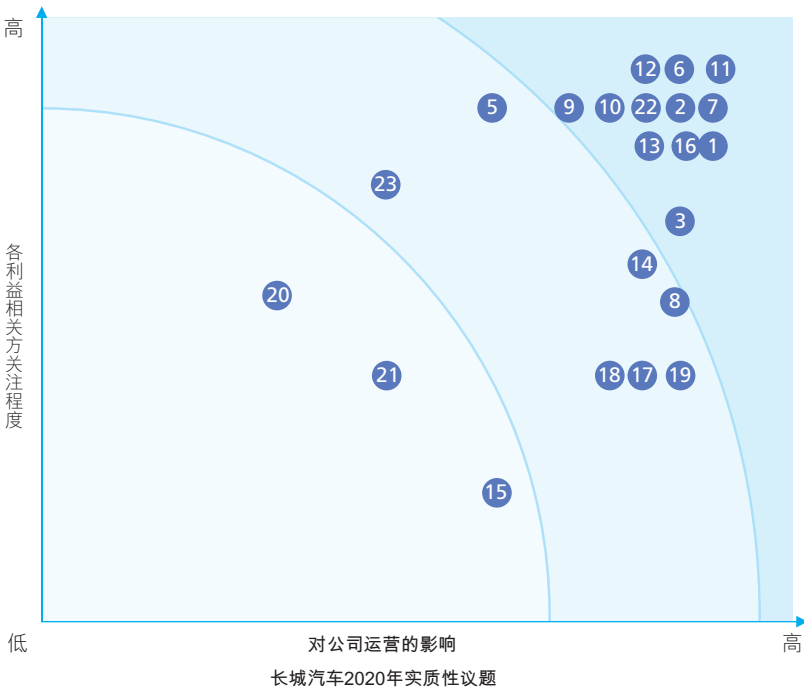
3 选题流程

公司重新评估19年议题选择结果，结合2020年实际情况即：本年度各利益相关方与公司间互动的关注点、公司2020年实际发展着重点，公司社会责任工作小组通过电话等形式回访各利益相关方，最后验证得出对公司影响重大的实质性议题。

责任管理

4 选题结果

长城汽车2020年实质性议题重要性矩阵



责任管理

三、利益相关方沟通

利益相关方	关注的议题	沟通与回应
政府及监管机构	运营合法合规 保证产品质量 保护知识产权 提供就业岗位 促进行业发展	遵守法律法规及政策，依法纳税 紧抓质量与安全管理，配合监管与考核工作 加强法律宣传，注重知识产权保护 吸纳优秀人才，促进员工发展 维护与提升行业健康发展
股东及投资者	经营业绩 战略布局与技术研发 信息公开透明 投资回报	稳健经营，持续提升盈利能力 前瞻性布局，持续加大研发力度，打造“科技长城” 不断提高信息披露的质量，确保信息披露及时、真实、完整、准确，确保简明清晰，通俗易懂 不断完善治理结构，保护投资者权益
客户	满足客户多元化需求 产品质量与安全性能 优质的驾乘体验和服务 售后服务与产品召回管理	提升自主创新能力，打造全场景高智能产业生态 狠抓质量管理，加大安全方面投入 为用户提供更便捷、更愉悦、更丰富的智能出行体验 提升客户满意度，高效处理售后服务
合作伙伴	公开、公平、公正采购 诚信互惠、合作共赢	完善公开透明的采购机制 以廉洁促诚信，以诚信促发展，与合作伙伴互惠共赢，营造“公平、公正、公开、透明”的合作环境 提升对经销商的管理，优化销售网络
员工	职业规划和晋升空间 员工关爱 职业培养与成长机会 基本权益的保护	健全轮岗制度，畅通员工晋升通道 开展“困难员工及老寿星慰问”，关爱员工家庭 创新培训方式，健全员工学习机制 加强职业健康监护，强化安全教育培训
社会	践行公益慈善事业 参与志愿服务	共克时艰，助力抗击疫情，积极开展公益事业 饮水思源，扶危济困，捐赠车辆助力黄南州发展 构建综合扶贫体系开展志愿者活动
环境	节能环保，走可持续发展之路 关注气候变化	坚持绿色能源的研发与投入，积极发展新能源动力 秉承全产业链低碳环保理念，成为绿色能源革命的主力，为保护绿色地球持续做出贡献

产品责任

创进步，智出行



一、公司产品

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

1、创新科技守护用户出行安全

安全是汽车领域永恒不变的话题，也是长城汽车永远坚守的准则和不变的追求。公司秉承安全第一的造车准则，聚焦“以用户为中心”的发展方向，坚持自主创新，用智能科技武装安全。2020年，长城汽车推出的汽车产品均搭载了公司最新的智能安全系统和技术，全力保障所有交付产品的安全。

焕新上市的第三代哈弗H6实现了设计、智能、动力、安全、舒适多维进化，采用的高强度钢占比为71.61%，且热成型钢的车身强度达到2000MPa，搭配全系标配6安全气囊。在主动安全方面，第三代哈弗H6全车配备了14个雷达、6个摄像头，并搭载了先进的Mobile eye Q4自动驾驶芯片，让新车拥有了L2+级别的自动驾驶能力，AEB自动紧急制动、50米全自动循迹倒车、并线辅助、智慧躲闪等22项智能驾驶功能，为乘客带来了未来化的安全出行体验。全新品类哈弗大狗车身满足C-NCAP五星最高安全等级的同时，考虑了全球法规的拓延性。主动安全性上拥有360°全景环视、随速助力转向、泊车雷达系统等配置外，还进行了124个多场景下的高频次分析测试。2021款WEY VV6儿童呵护版集后排集成式儿童安全座椅、后排生命体征监测、智慧健康座舱等前瞻配置于一体，为儿童乘客提供市场最高配置的安全防护，同时保证成人的乘坐体验。纯电动车型欧拉白猫应用“井”型结构底盘及63%高强度钢车身结构等被动安全科技，并搭载博世最新9.3代ESP系统等诸多主动智能安全科技，驾控安全性和稳定性显著提升。

公司坚持将安全作为实现智能驾驶的先决条件。2020年12月，公司发布全新的咖啡智驾“331战略”，将在2021年实现全车冗余L3级自动驾驶。咖啡智驾着力打造自动驾驶全冗余量产平台，具有感知冗余、控制器冗余、架构冗余、电源冗余、制动冗余、转向冗余6大冗余系统，未来将陆续搭载在旗下WEY等品牌产品上，为用户提供全方位的安全保障。

产品责任

2、 践行汽车清洁化助力绿色出行

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

在新能源汽车方面，公司同步开展EV、HEV、PHEV三种技术架构的车型开发以及氢能车型的策划，推出了多款新能源车型，未来还将推出基于专属平台的燃料电池车型。2020年，公司正式发布柠檬混动DHT技术，HEV架构主打城区路况超低油耗以及中高速路况瞬时加速能力，动力系统综合效率可达50%以上，采用HEV动力的A级SUV综合油耗低至4.6L/100km。推出的新产品中，欧拉白猫电机效率达到94%，充电机效率达到94%，减速箱效率达到97%，百公里电耗仅10.2kwh。欧拉好猫搭载的三合一集成化电驱，动力更强、电池更轻、储能能力更强，在轻量化方面集成式电驱动体积减少23%，重量降低27%，铝合金壳体电池包能量密度>177wh/kg，集成电源重量降低15%，轻量化高效换热模块打破传统油改电换热模块设计理念，轻量化目标提升38%。推动皮卡行业清洁化的长城炮EV搭载三元锂电池，并配备同轴一体式电子驱动桥，电机功率为150KW，扭矩为300N·m，续航里程可达405km。

公司同时致力于实现发动机燃烧效率的进一步提升，推动汽车的清洁化。2020年，公司自主研发的新一代动力总成正式下线，包含全球首款横置9速湿式双离合变速器、入选“中国心”2020年度十佳发动机(来源：“中国心”年度十佳发动机评选)的4N20发动机以及新一代三合一电驱动系统，拥有高效率、低排放、轻量化、高性能等诸多技术优势。哈弗大狗、第三代哈弗H6采用2.0GDIT EVO动力的发动机热效率超38%，米勒循环技术的加持使油耗进一步降低，平衡高效和节油。

3、 注重产品设计和智能化提升用户体验

公司以打造用户惊喜为己任，2020年通过开拓新品类、变革设计理念、迭代升级智能化产品，为用户提供更舒适愉悦的驾乘感受和驾驶乐趣。

2020年，公司推出“3/4刻度座驾”哈弗大狗，填补城市跨界SUV的需求空白；发布全新豪华越野SUV品类—坦克，兼顾用户越野与舒适需求；推出了欧拉猫系列车型，注重不断崛起的女性购车群体需求。在产品造型设计方面，公司着力以创新设计焕新用户汽车生活。公司旗下欧拉好猫车型采用“复古未来主义”设计理念，从经典中汲取的元素融入未来的设计，将拱形科幻感、全LED大灯、流水动态尾灯、颠覆传统的尾门设计等融为一体。坦克300采用智能豪华的沉浸式座舱，延续了刚柔并济、方圆有度的设计理念，以“方”之姿态展现专业越野“刚”的形象，细节上以“圆”为点缀，展现智能豪华舒适体验的“柔”的关怀。

在人机交互体验方面，依托公司全新平台的产品智能化水平进一步提升。哈弗初恋搭载了行业领先的“情绪识别”功能，在人脸识别、声纹识别、疲劳监测／提醒、分心监测／提醒、表情识别等方面，刷新用车感知，细腻呈现用户

产品责任



关怀，成为细分市场独一无二的标杆。第三代哈弗H6配备12.3英寸的大尺寸中控屏幕，其内置的科大讯飞定制语音交互系统识别精准，提供良好的人车交互体验，具备整车FOTA升级功能，可以对软件、动力等40余个模块，上千项功能进行实时远程升级，满足用户“常开常新”需求。2021款哈弗F7/F7x搭载哈弗新一代智能网联系统，集成了腾讯车联TAI3.0功能，可为用户提供海量智慧服务，视频新势力Bilibili也首次上车。欧拉好猫在车机软件层面的人工智能可根据用户的驾驶习惯进行AI深度学习，形成不断进化，应用公司智能科技成果，涵盖超过14项自动驾驶辅助功能，最高可实现L2+自动驾驶级别。长城炮越野皮卡配备原装绞盘的皮卡车型，拥有9500磅拖拽质量，配置三把差速锁、涉水喉、COO蠕行模式、TAB坦克掉头，加上7种全地形驾驶模式，满足全天候、全路况、全场景随意切换。

4、 深化产品交互提升用户服务满意度

公司提出全新的产品命名逻辑，首创具象化、场景化产品命名，如哈弗大狗、欧拉猫、哈弗初恋等新产品命名，将产品融入用户生活场景。

同时公司还大力改善终端服务品质，积极推动数字化营销升级，推动品牌销售及售后服务体系升级，提升用户满意度。2020年10月，中国质量协会发布了2020年汽车用户满意度(CACSI)测评结果，公司旗下哈弗品牌荣获“售后服务满意度”第一、“销售服务满意度”前三奖项，主力车型哈弗H6、哈弗F7并列获“10-15万A级SUV”用户满意度第一名，哈弗M6获“7万及以下A级SUV”用户满意度第一名，哈弗H9、哈弗F5、哈弗H2等车型也在用户满意度测评中位列前茅。旗下WEY品牌获“销售服务满意度指数第一(自主品牌)”奖项，WEY VV5与WEY VV6也在“10-15万A级SUV”与“15-20万A级SUV”用户满意度排名中名列前茅。(来源：中国质量协会2020年汽车用户满意度(CACSI)测评)

产品责任

二、知识产权保护：

截至2020年12月31日，长城汽车股份有限公司累计获得授权专利8,215件，其中授权发明专利1,502件，授权实用新型专利4,474件，授权外观设计专利2,239件。

2020年，长城汽车股份有限公司申请专利1,815件，授权专利1,136件，其中授权发明专利272件，授权实用新型专利549件，授权外观设计专利315件。

知识产权保护：

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

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

激励方面：公司重新修订《专利激励管理规定》，实行专利奖励每月落实制，2020年实行专利创新积分奖励、十大优秀发明人制度，极大地激发了员工的创新积极性。

三、产品品质管理与考核

针对汽车质量把控和问题产品回收，自2004年国家《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。



产品责任



责任实践

长城汽车股份有限公司召回部分长城炮汽车

长城汽车股份有限公司根据《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2020年9月1日起，召回2019年9月24日至2020年8月9日期间生产的长城炮汽车，共计71,319辆。

本次召回范围内车辆由于车辆使用说明书未充分明示拖车钩在特殊使用场景下可能带来的危险，无法起到足够的警示作用，存在紧急情况下误用的可能，在极端使用情况下可能会发生拖车钩断裂，存在安全隐患。

长城汽车股份有限公司将对召回范围内的车辆替换新版电子使用说明书，在车身醒目位置加贴拖车钩使用警示标签，明示危险，避免误用，同时免费对拖车钩进行技术服务升级，以消除安全隐患。

应急处置措施：如果车辆出现陷车或托底事故，应联系专业救援进行车辆脱困或拨打400-666-1990客服电话进行救援。

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.recall.org.cn，关注微信公众号(SAMRDPAC)，了解更多信息，反映缺陷线索。

产品责任

产品的健康安全

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）排放方面管控措施

- 1. 整合优势资源，大力发展新能源汽车，实现超低排放

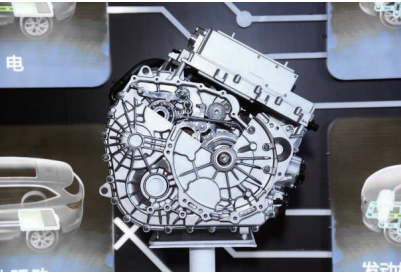
新能源汽车是未来汽车市场发展趋势，长城汽车长期以来致力于新能源技术的研究与探索，2020年长城汽车在新能源车型开发上不断前行，并取得了令世人瞩目的成绩。

纯电动方面：纯电动乘用车，欧拉系列的白猫、黑猫、好猫相继上市，构筑长城欧拉产品“大年”，诞生仅两年多便成功跻身全国新能源车销量TOP5，成为新能源第一梯队中最年轻的汽车品牌。纯电动商用车，风骏7EV及长城炮电动皮卡也于2020年底相继上市，标志着长城在商用领域正式进入电动化阶段。另外，长城汽车在乘用车纯电动／商用车纯电动品类中继续深耕。依托于宝马合作，完善及总结全球化动力系统开发验证经验，并在产品续航、动力性、主被动安全、智能互联等方面全面提升，为顾客打造出绿色、安全、智能、科技的高性价比纯电动新能源产品。逐步形成在家用、运营、商用车领域全球化布局，为降低排放、绿色环保助力。

混合动力方面：全球首发的“柠檬混动DHT”更是与2020年10月27日国家发布的《节能与新能源汽车技术路线图2.0》所强调的“加大混动投入，扩大混动市场”高度契合。这必将为行业带来引领和示范效应，激励更多中国汽车品牌在混动领域持续发力，推进市场汽车产品混动化，间接带动我国新能源产业蓬勃发展，为中国乃至全球的可持续发展贡献力量。

“柠檬混动DHT”由长城汽车完全独立自主设计、研发，并具备完全自主知识产权，累计拥有专利199项，其中核心专利80项，体现了长城汽车对能源、环境、人车生活协同发展的综合考量，为全球用户提供品质更高、更加节能环保、更多样化的出行服务。它的技术前瞻性与先进性，还体现在了“1-2-3”上，即一个混动系统，两种动力架构，三套动力总成。

- 一个混动系统，指的是“柠檬混动DHT”采用双电机混联拓扑结构，拥有纯电、混联、串联、能量回收等多种工作模式，通过控制系统智能切换，可实现全速域、全场景下高效能与高性能的完美平衡。



高集成混动DHT变速器



“柠檬混动DHT”主要零部件及运行模式示意图

产品责任

- 两种动力架构，是在此基础上，面对不同的消费需求，衍生出HEV/PHEV两种动力架构。HEV架构主打城区路况超低油耗以及中高速路况瞬时加速能力，动力系统综合效率可达50%以上，采用HEV动力的A级SUV综合油耗低至4.6L/100km，同时也可将排放控制在较佳工作区域；PHEV架构具有较高的纯电续航里程，且没有续航焦虑。另外在实际测试中，以HEV架构B级SUV为例，相比于燃油产品，节油率可达35~50%，0-100km/h加速时间大幅缩短1.5s，仅为7.5s，实现了油耗、排放与动力性能最大化。

- 三套动力总成，是在HEV/PHEV两种架构下，有“1.5L+DHT100”和“1.5T+DHT130”的动力总成。在PHEV架构下，有“1.5T+DHT130+P4”四驱动力总成，分别对应不同级别产品，满足用户的多元化选择。

- 2. 持续更新、加严排放管控要求及技术升级

长城汽车持续提升优化尾气排放物的开发应用能力，公司在车型开发初期便结合产品定位，深入解读相关法律法规，如：《GB18352轻型汽车污染物排放限值及测量方法》、《中华人民共和国大气污染防治法》等，基于法规、标准并结合未来发展趋势，规划制定了清晰的开发技术路线和更具挑战的目标。

面对日益严苛的排放法规，长城公司从发动机、变速器、电池、电机等核心零部件进行深度研发投入，整车匹配及设计验证方面实现了有效寿命周期内的排放管控。2020年上市的全新车型哈弗大狗、坦克300、哈弗初恋等多款车型均达到国6b领先水平，并且应用了最新的发动机、变速器及后处理技术。

全新发动机平台—EN20:

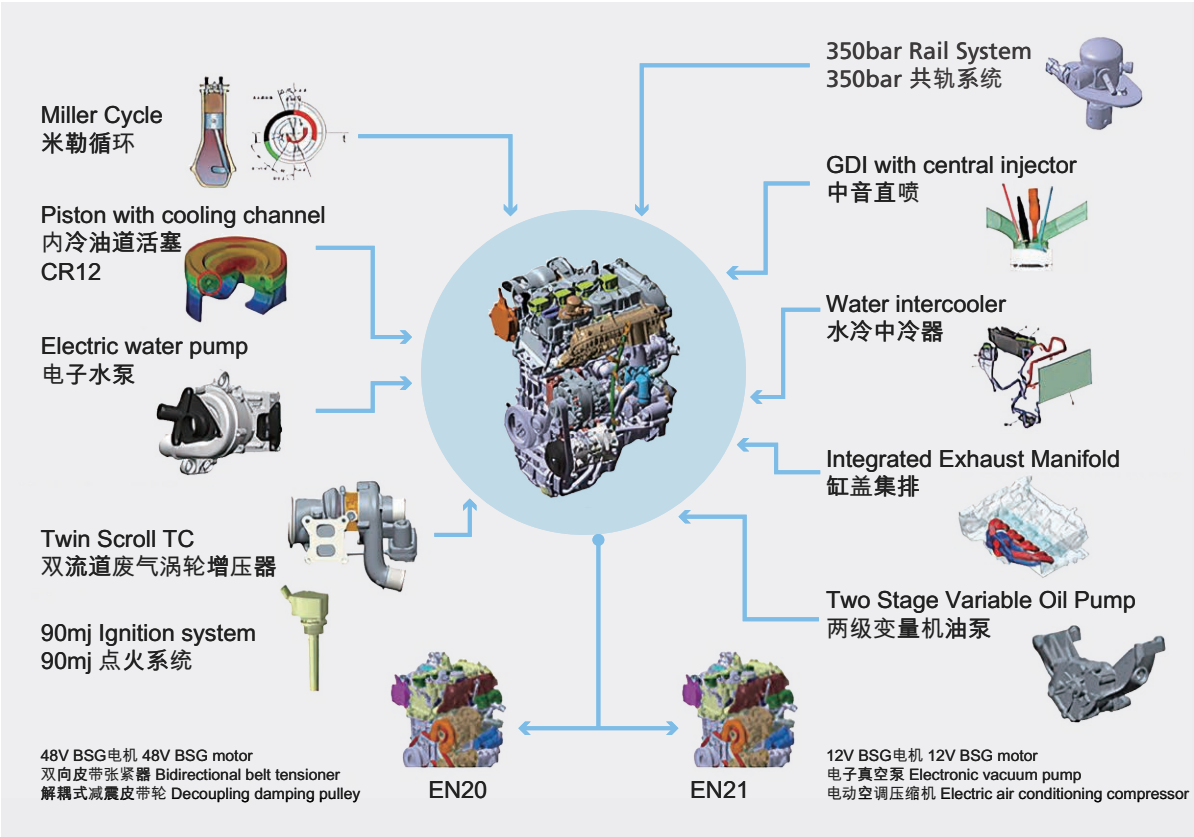
EN20以低油耗、低排放、低成本、轻量化为开发目标，首款搭载车型为哈弗大狗，同时兼顾整车横纵置平台，品牌车型一规划搭载魏品牌摩卡、哈弗品牌三代H6及高端皮卡一炮、H9升级车型等，涵盖常规动力、PHEV等配置，搭载车型将出口至北美及欧洲，进军全球市场。

EN20发动机核心技术：

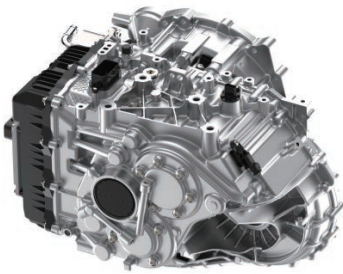
- 以缸盖集成排气歧管+电子水泵+电子节温器为核心，实现快速暖机及中高负荷经济性提升；
- 以中置喷油器+350Bar燃油系统压力+全新优化设计的燃烧系统为核心，实现快速燃烧，低排放及油耗；
- 降低整机重量及机械损失；
- 采用全新优化设计的双流道增压器，实现低速动力输出的同时，保证高速性能及动态响应性。



产品责任



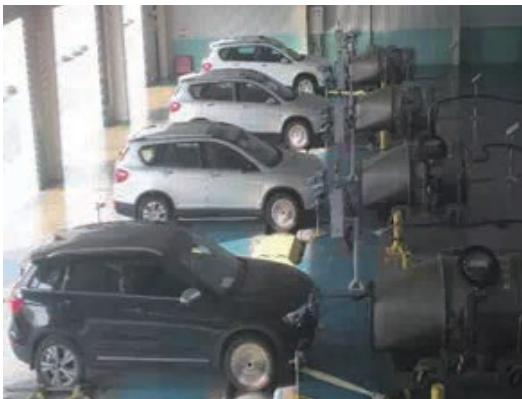
- 全新变速器技术—7DCT300S:
- 7DCT300S规划搭载哈弗系列车型，其静谧的NVH性能、平顺的换挡表现，带来更佳驾驶体验的同时，也降低了排放和经济性。
- 紧凑及优化的减重设计，相对于上一代产品整体减重8%，换挡惯量降低11%，效率提升0.9%；
 - 液压驱动式换挡拨叉，每个换挡拨叉独立控制，响应迅速；
 - 模拟不同换挡策略，执行机构冲击响应，如：驻车机构、同步器结合齿撞击力等，通过换挡结合速率控制、同步惯量优化等方法降低换挡冲击和噪音；
 - 更优的摩擦材料及优化的沟槽设计，拖曳损失降低5%，具有更好的耐热及耐久性。



产品责任

3. 排放开发配套设施

整车开发验证方面，长城公司具备整车常温、低温、高温及高海拔条件下的排放验证能力，具备整车排放耐久性能的验证能力，具备整车经济性、动力性方面的验证能力等，为高品质、高性能产品的开发验证提供了强有力的支持。



试验室开发验证的同时，并经历了高温、高寒、高海拔等极限工作环境的测试，累计超过60万公里各种路况的试验验证，产品的可靠性得到了保证。



长城汽车立足于当前产品开发，面对未来法规的变化，也将同步进行技术开发储备，提升机动车尾气治理水平，为人类的可持续发展做出应有的贡献。

4. 设置排放质量门，严格把关排放指标

始终将排放作为产品关键指标，纳入项目质量门进行管控。各车型研发过程，由专业测试团队对排放达成水平进行测试，测试结果不达标将作为进入下一阶段开发的否决项。排放不达标坚决不允许进入下一开发阶段，各相关专业团队将排放问题作为第一序列问题，投入优势资源，彻底将问题解决，确保排放目标达成。

产品责任

（二）车内空气质量方面管控措施

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

长城汽车一直注重提前布局和过度投入，早在本世纪初就开始关注车内空气质量，并率先建立起完备的管理体系；培养金鼻子团队，在研发、验证、生产等环节把关气味品质；先后投入400余万元建立起涵盖材料、零部件、整车的车内空气质量试验室，实现了完整的气味及VOC验证、评价能力。

1. 车内空气质量开发理念

基于车内健康品质，用户舒适体验开展车内空气质量开发，为消费者提供健康舒适的汽车座舱环境，通过技术创新持续优化整车座舱健康品质。

2. 车内空气质量开发技术体系

以车内空气质量管理体系、技术标准为基础，通过对整车气味及VOC全产业链设计及管控；新材料、新工艺、新技术的开发应用、迭代升级，持续为用户提供更加健康、舒适的车内环境。

完善的控制体系

通过车内空气质量管理办法及原材料、零部件、整车气味/VOC标准，规范各层级技术要求，保证整个产业链的环保性

车内空气质量管理规定	材料气味及VOC技术要求	用材/工艺货架	禁限用料/工艺清单	内饰件生产现场环境要求
零部件气味及VOC技术要求	零部件包装、仓储、物流要求	整车车内空气质量技术要求	气味及VOC生产一致性核查要求	

环保的用材、工艺、仓储、物流

集成应用多种环保材料及工艺并规范包装、仓储及运输、保证整车品质

低散发塑料	低散发发泡	超净化海绵	水性革	NAPPA皮	抗过敏织物	环保黏合剂
环保脱模剂	低压注塑	超声波焊接	免喷涂装饰	环保包装	环保运输	环保仓储

健康汽车技术开发应用

通过技术创新，开发应用智能健康技术，引领车内空气品质

AQS车内空气质量管理系统	等离子空气净化系统	车内健康香气系统
智能座舱清洁系统	N95级抗菌抗病毒保护系统	PM2.5净化系统

产品责任

产品质量保证

拥有通过国家权威中国汽车技术中心认证的金鼻子团队，从主观感知角度把关，保证车内嗅觉愉悦性；通过完善的先进设备从客观角度把关，保证车内空气质量



3. 车内空气质量领域技术创新

目前公司拥有众多专利，例如：车载香氛、具有香味的人造革及物件蒙皮和车辆等；另外，长城汽车应用抗菌抗病毒的“N95级”车载防护滤芯、开发应用等离子净化系统、车内健康香氛系统、智能座舱清洁系统等技术，有效保证了驾乘顾客的身体健康及车内气味的愉悦感知。

(1) 健康汽车内饰用材及工艺

开发应用健康汽车内饰用材及工艺，主要包括：抗菌抗病毒材料、低散发内饰材料、低散发制造技术及气味植入技术。

抗菌抗病毒材料	方向盘、车门把手、按键、换挡球头等高接触率部件应用抗菌材料，抑制和杀灭车内产品表面的细菌和霉菌，达到抗菌，除异味的目的
低散发内饰材料	分析内饰材料气味影响因素，通过优选原材料及其助剂，从源头保证内饰低散发特性
低散发制造技术	从制造设备及工艺角度进行设计，保证制造过程的环保
气味植入技术	在内饰面料、塑料、密封条等材料中植入特殊气味，在掩盖内饰材料固有气味的同时营造怡人的车内环境

产品责任

(2) “N95级” 车载防护滤芯

搭载通过权威第三方—中国汽车研究中心颁发的最高等级“CATARC CN95”认证的高效滤芯，车辆秒变移动口罩。滤芯采用低阻熔喷技术生产，可有效阻隔空气中的有害物质，对多种病菌及PM2.5级小颗粒过滤效率在98%以上。

(3) 等离子空气净化系统

搭载的等离子空气净化系统可产生大量的活性离子及高能自由基，能够与细菌病毒中的蛋白、核酸反应，打破其化学键，使其降解，消亡，达到杀菌消毒的目的；另外该系统释放的大量负离子可以降解空气中的颗粒物，保持如身处大森林般的清新舒适驾乘环境。

(4) 车载香氛系统

车载香氛系统可根据用户需求，在车内实现多种的气味氛围且浓度可调，营造愉悦的驾乘环境。香氛原料全部由天然植物萃取、精炼制得，并通过国际香料协会IFRA认证及过敏原测试、禁限用物质测试，保证健康品质。

(5) 智能座舱清洁系统

应用智能网联技术远程控制座舱清洁系统，在用车前通过手机远程开启，1min内快速净化车内气味及VOC物质，为驾乘者营造舒适健康的车内环境。

4. 车内空气质量目标实现

在车内空气质量方面长城汽车一直秉承严苛的标准要求，公司车型除了满足GB27630(车内空气质量评价指南)的要求外，还以更加严格的“中国生态汽车评价(C-ECAP)”及“中国汽车健康指数评价(C-AHI)”要求作为开发目标。近年来公司多款车型在车内空气质量领域获得优异成绩，如：2015年H6C和H9车型获“中国质量认证中心(CQC)车内空气质量优秀成果奖”，2017-2019年哈弗H7、哈弗F7、魏派VV7等多款车型获得“中国车内空气质量人气奖”。与豪华品牌同台竞技，2020年VV6车型获“中国汽车健康指数(CAHI)五星评价”。

长城汽车在管理体系及试验室建设、技术研发、技术创新等方面一直积极走在行业前列，未来长城汽车将在健康环保材料开发应用，健康环保制造技术，健康汽车净化技术以及智能化座舱技术等方面持续发力，引领行业发展，持续为消费者提供更加安全、舒适的汽车座舱环境。

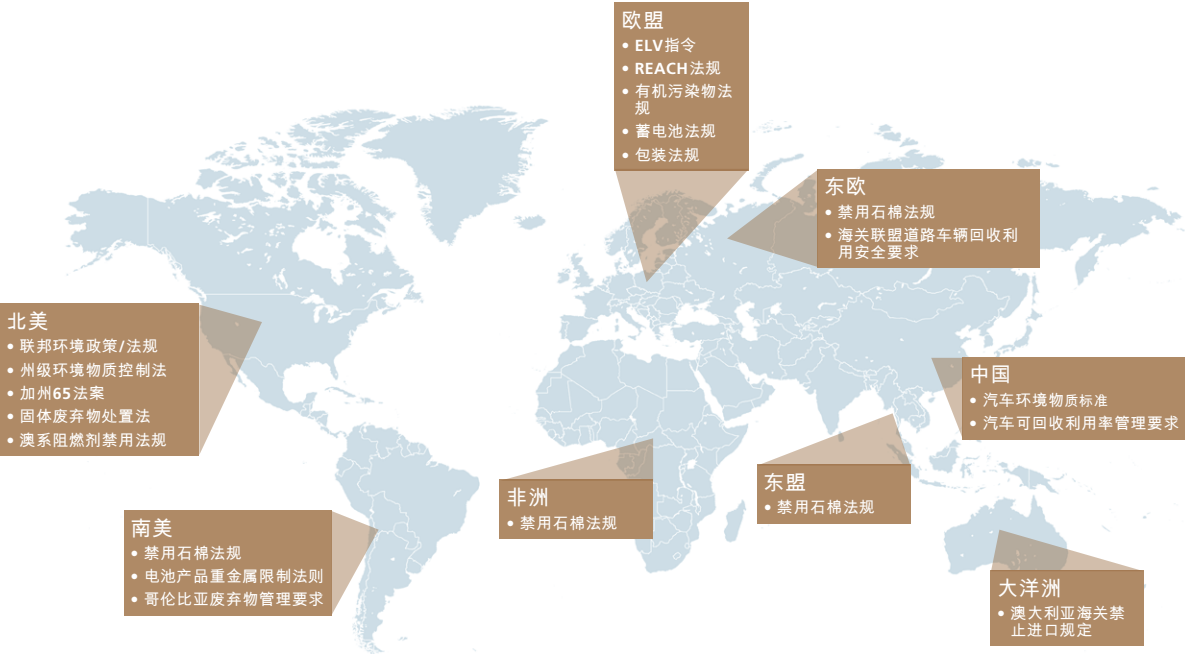


产品责任

(三) 绿色环保与回收再利用方面管控措施

1. 定位全球高端市场的环境物质设计标准

基于公司全球化战略布局规划，我司一直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。



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。



产品责任

3. 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。



4. 对接国家电池溯源平台，开展新能源汽车动力蓄电池回收溯源管理

依据国家《新能源汽车动力蓄电池回收利用管理暂行办法》，长城汽车搭建车企电池溯源平台，与国家电池溯源平台对接，在新能源汽车生产、销售、维修及电池回收、退役环节开展电池全生命周期溯源信息统计及上报管理。同时积极承担电池回收主体责任，结合销售及售后服务网络，建设市场电池回收服务网络，并与国家电池综合利用白名单企业签订合作协议，确保回收的废旧电池被合规合理处置。

产品责任

（四）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。



产品责任

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。

全过程安全



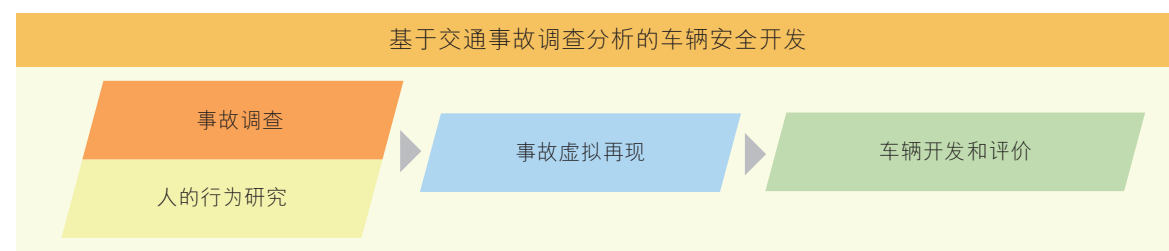
产品平台

自适应巡航（前碰撞预警、自动紧急制动）、车道偏离预警（车道保持辅助）、盲区监测（倒车侧向警告）	预碰撞系统	安全气囊、安全带、3DP车	碰撞后自动断电、断油、自动煞车	高级eCALL
平台化策略				

技术平台

主动安全	感知技术逻辑判断动作执行	布置及边界校核技术	产品	潜在失效模式预防	被动安全	结构碰撞、乘员保护、系统集成、行人保护、儿童保护
		系统设计及开发		验收及评价技术		

开发策略



产品责任

4. 产品安全实现

(1) “五星”安全



为提升用户出行安全，哈弗F7采用超高强度车身设计提升被动安全防护，并同步搭载ADAS全新高级智能驾驶辅助系统，支持L2级自动驾驶功能，助力安全进一步提升，为用户一路保驾护航。正是凭借一系列主被动安全防护配置，哈弗F7以综合得分率94.1%的优秀成绩获得了C-NCAP超五星评价。

长城汽车至今已有八款车型获得了五星评价。另外，在澳大利亚市场，我们的H2车型还获得了澳大利亚新车评价A-NCAP五星的骄人成绩，成为当时中国品牌SUV车型在海外测试评价结果最好的车型。

(2) 安全技术研发与创新



从提升用户体验角度出发，以真实需求为导向，WEY品牌率先推出后排集成式儿童安全座椅、后排生命体征监测、等离子空气净化器等一系列主打“儿童优先”的智慧健康座舱，为儿童这类乘客提供市场最高配置的安全防护，同时保证成人的乘坐体验，充分满足家庭、儿童对于安全健康的用车需求，刷新业内“智能安全”新标杆。此外，在智能安全方面，我司推出了多项创新安全技术：2018年在VV6车型首搭智慧躲闪功能，实现全球领先；2019年VV6车型首搭倒车侧向制动、紧急车道保持功能，实现自主品牌领先；2020年在第三代哈弗H6车型首搭AEB十字路口功能，实现国内领先。

产品责任

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，组织公司高层领导及各层级设计工程师的安全文化培训，推进项目实际应用实施。目前已经在柠檬平台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，直接威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5G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；

我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，确保车辆信息安全。

（五）产品责任的夯实

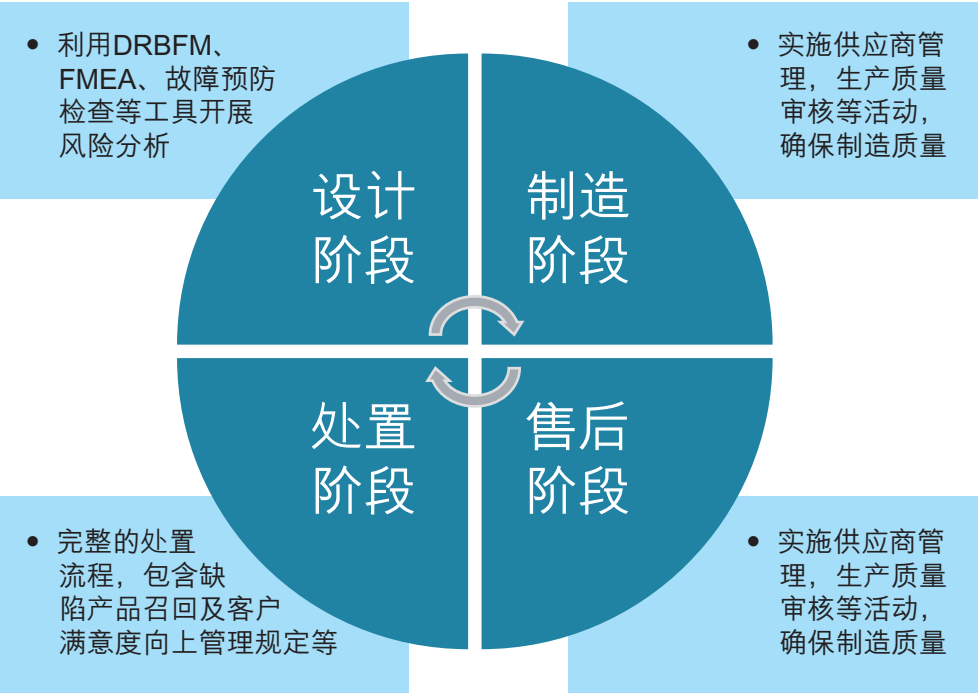
1. 产品责任法规要求

根据《中华人民共和国产品质量法》、《缺陷汽车产品召回管理条例》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要求，均需要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；

产品责任

2. 产品责任落实方法

公司联合外部专业机构通过对产品责任法规及诉讼案例进行研究解读，对设计人员进行专项培训，加深设计人员的产品责任意识。同时公司内部针对车辆从设计、生产、售后全生命周期实施严格的质量管理，针对已流入市场的潜在缺陷产品采取积极的应对策略。



员工责任

长城人 • 落地生根

一、雇佣

开放包容汇聚英才

2020年，长城汽车成立30年之际，启动了面向未来的科技人才“万人计划”，我们通过更加创新、开放的人才战略举措加速人才创新，引入全球化领军人才、经营领袖、各领域专家人才，同时加大高校优秀毕业生招聘力度，全面推动人才结构升级；同时搭建让各领域人才在长城汽车愉快工作的职业发展平台。

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，平等对待不同种族、国籍、宗教、性别、学历的员工，坚决杜绝一切形式的雇佣童工和强制劳动情况。全面贯彻落实《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法规，依法执行用人、工作时间和解雇政策。

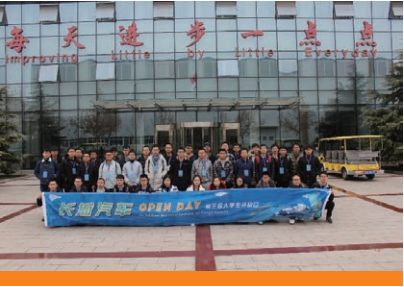
多通道成就员工职业发展

长城汽车致力于人才与企业的双赢，不仅构建序列发展通道，开展职位管理，支持员工“专精深”发展或跨序列多元化发展，而且在作战群、资源／职能平台中尝试角色管理，为人才提供参与规划及带团队的机会，更灵活的授予责任权利，为人才的成功提供更多选择，成为“精兵强将”聚集地。



创新校企合作模式联合培养未来人才

为充分发挥企业服务社会的功能，为国家人才培养教育事业贡献力量，通过与国内高校建立长期稳定、优势互补、共同发展的战略合作伙伴关系，共同打造优秀校外教学实习基地，推行整车拆解、技能认知训练、参与技术课题研究等相结合的全方位培养模式，每年接收在校实习生千余人。



员工责任

二、劳动准则

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，平等对外不同种族、国籍、宗教、性别、学历的员工，坚决杜绝一切形式的雇佣童工和强制劳动情况。全面贯彻落实《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法规，依法执行用人、工作时间和解雇政策。

三、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，确保其运行的适宜性、充分性和有效性。通过安全信息化平台、安全综合审计、安全防错等系列管理举措，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，组织员工职业健康体检，按标准配备个人防护用品，始终坚持预防与治理相结合，通过提高自动化技术应用，持续改进工艺流程、不断改善现场作业条件，全年实施安全防错技术应用2168项，为员工创造安全、健康、舒适的工作环境。近几年未发生职业病事件。

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132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。



员工责任

四、发展与培训

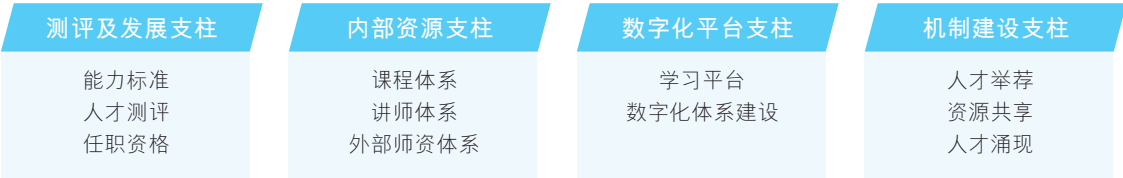
解码人才培养方程式

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

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



新员工培养项目



社会责任

携手前行，共建共赢

一、供应链管理

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



1. 供应商数量

主要供应商700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

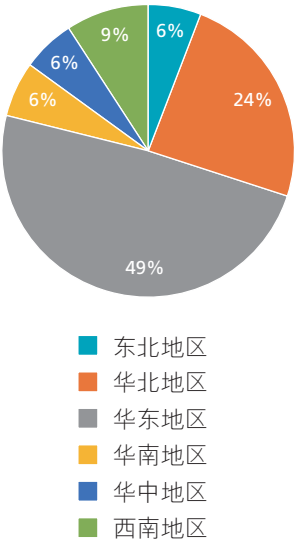
2020年我们强化了供应商准入管理，在供应商准入审核和评价时，加强了环境和社会责任影响评估。从仅审核化工类企业ISO14001环境管理体系认证扩大至全体供方，增加当地的环保、消防认证的要求，增加供应商经营风险的评估，从人文、环境、安全、有害物质管控、守法合规、贸易安全等多维度对供应商进行评审，多个条款设置一票否决权。通过后，组织SQE、技术、商务等专业人员对供应商现场实施审核，确保供应商产品的开发、生产、质量管控、交付能力符合要求，为终端用户输出高品质产品增添保证，通过严控供应商引入端口，2020年公司引入供方100余家。

2020年是极为不平凡的一年，新型冠状病毒在全世界广泛传播，美对贸易壁垒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。评价结果从优到劣分为I、II、III、IV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。

国内供应商分布区域图



社会责任

4. 供应商权益维护

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

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

二、经销商管理

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

公司以客户为中心，持续推进客户体验升级，服务迭代，建立行业领先、运营质量卓越的销售服务体系。围绕销售服务体验升级、终端运营能力提升，从服务力、营销力、盈利力、数字化转型多个维度，开展内容、模式创新，提升经销商单店运营管理能力。

在终端服务力打造方面，在原有忠诚服务标准基础上，通过决胜终端回头看，3次提高销售服务考核标准、推行服务会战、服务工具引入赋能，并依据满意度成绩划分ABC类店管理，借助天网行动监察、正负案例赋能等系列举措，强化终端服务执行，提升整体服务体验。

在终端营销力打造方面，开展销售服务双提升，销售方面，加大垂媒覆盖，精耕垂媒积分运维和线索运营，推动智能展厅精细维护，实施展厅KPI漏斗管控，促进展厅销售；服务方面，精细管控服务线索，实现服务线索跟进及时，客户需求高效触达，提高终端维保进站量；同时，针对县乡市场，抢滩村镇，大力推进哈弗村、商超门头、万店星火计划，赋能区域市场领先，探索构建渠道下延生态新模式。

在终端盈利力层面，引入智慧网销和智能外呼工具赋能终端，并开展哈弗口碑优选店评选活动、公司员工亲友转介活动，创新哈弗好弗利保养、小 喷等四类服务营销产品，推动销服共战，引导终端转变思维，改变盈利模式，实现利润结构趋于均衡化，提高终端抗风险能力。



社会责任

在数字化转型方面，疫情初期，推行线上智能展厅、移动端线索跟进、在线直播、远程办公、在线培训等创新举措，推进终端业务有序进行，顺利开展；后疫情时代，围绕效率提升，推行移动服务助手、CRM系统焕新，研究智慧大屏、虚拟直播等智慧工具，实现线上化、移动化、智能化业务处理，赋能终端营销管理。

长城汽车坚持以客户为中心，通过持续的满意度测评及商务政策考核，引导经销商关注客户服务体验，不断创造客户惊喜与感动，带动品牌服务质量及效率的提升。2020年中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)测评中，作为中国SUV全球领导者，哈弗以实力包揽多项冠军头衔。

哈弗荣获中国汽车行业用户满意度(CACSI)多项第一		
厂商品牌	类型	名次
哈弗	售后服务(自主品牌)	满意度并列第一
哈弗	销售服务(自主品牌)	满意度并列第三
车型	细分市场类别	名次
哈弗M6	7万及以下A级SUV	满意度第一
哈弗H2	8-10万A0级SUV	满意度并列第三
哈弗H6	10-15万A级SUV	满意度并列第一
哈弗F5	10-15万A级SUV	满意度并列第五
哈弗F7	10-15万A级SUV	满意度并列第一
哈弗H9	硬派SUV	满意度第三

三、客户权益保护

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+皮卡：400-666-1990，WEY：400-666-6616，欧拉：400-666-5969)，为用户提供7*24小时全年无休服务，依托SCRM系统指导终端经销商进行100%处置，并建有高效的用户抱怨受理及处置流程，确保问题得到快速、有效的处置；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。

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。

社会责任

2020年4月15日，公司召开2020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6,366,252,520股，占公司总股数的69.75%。2020年6月12日，公司召开2019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6,079,515,852股，占公司总股数的66.61%。2020年7月17日，公司召开2020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6,028,158,456股，占公司总股数的65.69%。2020年10月23日，公司召开2020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6,101,929,738股，占公司总股数的66.50%。2020年12月18日，公司召开2020年度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6,386,652,132股，占公司总股数的69.60%。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。

2020年6月12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2020年度投资者网上集体接待日活动，在此活动中积极与广大中小股东沟通，回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2019年度利润分配方案，以公司总股本9,176,572,500股为基数，每股派发现金红利0.25元(含税)，共计派发现金红利2,294,143,125.00元。

公司近五年分红情况如下：

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
每股盈利(元)	1.16	0.55	0.57	0.49	0.58
每股派发现金股利含税(元)	0.35	0.17	0.29	0.25	0.28
总股本(万股)	912,726.90	912,726.90	912,726.90	917,657.25	917,595.33

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，公司参加投行组织的65次线上及线下策略会，接待境内外投资者调研20次，组织电话会议113次。



社会责任

五、 社会公益

(一) 助力公益，彰显企业社会责任

长城汽车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。



2 抗洪水、守护三江源

2020年7月，南方洪涝灾害频发，长城汽车迅速响应，奔赴前线，解燃眉之急；长城皮卡与蓝天救援队达成战略合作，共同守护三江源，共筑绿色长城，还邀请长城皮卡车主探访褚橙庄园，致敬企业家精神，助力生态农业发展。



1 齐心战疫 爱无国界

2020年初，面对疫情，长城汽车火速驰援一线，先后向湖北、重庆、保定等地捐款捐物，用于购买急需的疫情防控物资并为医护人员、指挥部提供便捷的交通运输服务保障，包括长城汽车向湖北省慈善总会捐赠人民币500万元，向重庆慈善总会捐赠总价值115万元的长城炮皮卡，向河北省保定市相关慈善机构捐赠270万元；5月—6月，长城汽车印度哈弗子公司与CARE(国际救助贫困组织)携手，向印度1,100户困难家庭，累计5,500余人，提供救济包，在新冠疫情肆虐、全国封锁期间为贫困家庭送去温暖；5月，长城汽车南非哈弗子公司向南非约翰内斯堡Alexander贫民区捐助价值10万兰特的生活物资，助力南非人民抗击疫情；8月，长城汽车科威特经销商Ali Alghanim & Sons以哈弗SUV品牌的名义向科威特国家内政部捐赠15台哈弗H2，用于公务人员日常巡逻检查、区域封锁等抗疫行动。



3 慈善援助 守望未来

2020年，长城汽车南非哈弗子公司携7家经销商向南非儿童福利院(CWSA)捐赠8万兰特及物资，用于改善儿童生活状况并把南非儿童福利院作为长城汽车在南非的长期帮扶对象；在保定总部，公司高层领导定期代表公司到老年公寓及保定市第一福利院慰问，为孤寡老人带去关爱和温暖，为残疾儿童送去希望和坚强。

社会责任

守望相助，大爱随行。2020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

2020年7月，长城汽车发扬“饮水思源，扶危济困”的精神，主动投身东西部扶贫和对口支援的重大战略，用实际行动，做好、做实帮扶工作，帮助黄南州脱贫，向黄南州捐赠适合其复杂地势的2020款哈弗F7四驱版车型；为支持重庆永川区扶贫工作开展，向永川区陈食街道捐赠扶贫扶持资金20万元；同时，长城皮卡“无忧服务中国行”以及“物产中国”公益活动也在全国范围内有序推进，长城皮卡成为了脱贫致富的得力帮手，为千行百业创造更美好的生活。

2 就业脱贫

结合公司特点，本年度为496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。公司组织对上报的困难员工基本情况进行摸底调查，结合员工的致困原因、困难程度和生活现状，在厂庆及春节期间走访、慰问困难员工，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。

环境责任

绿色文明，奔向繁荣



一、排放物

长城汽车秉承“人、车与环境和谐共存”的理念，严格按照《中华人民共和国大气污染防治法》、《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。

绿色排放，可持续发展

按照《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转轮设备处理后达标排放；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。

公司制成品主要为整车，在物流过程中不涉及大量的包装材料使用。

2020年公司危险废物种类为污泥、漆渣、废有机溶剂、沾染废物等，均按照河北省、天津市、重庆市生态环境主管部门要求开展转移手续备案、运行危废转移联单，全部交由具备危险废物经营资质的公司处置，其中天津工厂危险废物转移至天津合佳威立雅环境服务有限公司合法处置；保定工厂危险废物转移至秦皇岛市徐山口危险废物处理有限公司处置、沧州冀环威立雅环境服务有限公司合法处置；重庆工厂危险废物转移至重庆利特聚欣资源循环科技有限责任公司合规处置。

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。

环境责任

公司对各类污染物排放实施严格管控，确保合规排放的基础上实现减排工作的持续开展，通过运用系统管理措施与配备、升级改造污水处理站、废气处理设施等各类环保设施以及各项减排技术，降低污染物排放水平。在废水减排方面，开展中水回用项目，减少公司废水排放；在废气减排排放方面，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，有效降低挥发性有机物的排放水平；在固体废弃物减排方面，污泥、漆渣采用干化、沥水方式减少委外处置数量。

公司从2012年至今，依据ISO14064标准、《河北省机械制造企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》，开展温室气体盘查，核算温室气体排放量。

二、资源使用与环境保护

节能降耗、持续发展

长城汽车作为国内知名汽车制造企业，一直致力于企业节能减排，并在全集团范围内开展节能降耗相关工作，为建设先进的节能环保绿色工厂和构建节约型社会贡献每一分力量。2020年是十三五规划的收官之年，长城汽车进一步加强落实节能减排目标，通过进行工艺改造和设备升级的技术手段，优化管控模式和推进绿色能源替代传统能源等管理手段，持续减少自身的能源消耗和二氧化碳排放。

长城汽车持续提升能源管理团队专业水平和技术能力，在集团内开展各项能源管理活动和节能宣传教育，营造节能降耗氛围，提升全员节能意识，同时设置能源消耗密度的指标，促进公司能源消耗降低。

长城汽车充分识别、解读国家能源政策，在工程装备改进提升、能源结构调整等方面推进节能降耗工作，落实新技术、新工艺、新材料、新设备的推广与应用，淘汰高耗能设备，并大力推进清洁能源的利用，贯彻能源管理体系，提高能源管理水平，促进公司能耗持续降低。

为驱动可持续发展而努力

长城汽车多年来坚持“可持续发展”理念的贯彻执行，为社会可持续发展做出了积极的贡献，公司已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车企，将与全球行业伙伴共同为共赢共发展做出进一步的努力。

长城汽车在全球化布局上坚持可持续发展的理念，各个环节严格遵守低碳环保的要求，定位于打造全球科技出行公司，长城汽车及子公司积极学习跨国集团的可持续发展的管理方式，结合自身“人、车与环境和谐共存”的理念，努力提高可持续发展的能力，做到真正践行承担企业责任，走可持续发展道路的全球化企业。

近些年来，我国在气候方面存在着干旱、洪涝等问题，且面临部分自然资源短缺的现状。对于每一个负责任的企业来说，处理气候变化以及应对自然资源短缺的问题显得日益重要。如今企业应对气候变化，共同推进绿色、节能减排，积极承担减排责任已成为当今世界的主流，我们公司在生产运营中积极推进清洁生产工作，促进节能减排，致力于环境的可持续发展。

公司不断提高对资源与能源的科学利用与管理，坚持技术层面的创新，努力提高对资源与能源的利用效率，实现“节能、降耗、减排、增效”的目标，打造节约型、环境友好型企业，共筑绿色生态环境。



涂装废气处置设施：沸石转轮浓缩+RTO

环境责任

近两年长城汽车能源消耗对比



强化能源节约措施

- 积极建立能源管理系统，实现能耗实时监测，加强能效管理
- 强化能源循环利用与二次回收利用，如涂装余热回收利用、空调回风利用、中水二次利用等能源节约措施在集团内各新老工厂大量复制应用
- 改扩建与新建项目全部采用先进节能技术及产品
- 采用绿色光源和智能照明控制系统，减少人为浪费



积极推广应用清洁能源

- 长城汽车积极推广可再生清洁能源的落地应用，截止2020年，已累计签约太阳能光伏发电系统160MW，年发电量超1亿千瓦时。

水资源节约管理

- 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。通过调整用水结构，改进用水方式等措施减少用水量，并定期检修、维护用水管网、用水设施等，减少跑冒滴漏，避免水资源浪费。长城汽车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。

环境责任

三、绩效指标

环境绩效指标

指标名称	指标单位	2019年	2020年
排放物			
排放物种类及相关排放数据			
氮氧化物(NO _x)排放量	吨	48.62	64.98
二氧化硫(SO ₂)排放量	吨	8.29	7.36
工业废水	吨	1,022,994.00	1,196,077.36
温室气体总排放量(以吨计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)			
范围一：直接温室气体排放量	吨	131,502.62	128,438.31
范围二：间接温室气体排放量	吨	1,159,591.60	1,142,275.33
温室气体总排放量	吨	1,291,094.22	1,270,713.64
主机厂温室气体排放量密度	吨CO ₂ e／台车	0.60	0.34
零部件公司温室气体排放量密度	吨CO ₂ e／万元产值	0.17	0.16
所产生有害废弃物总量(以吨计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)			
有害废弃物总量	吨	11,137.13	12,056.27
有害废弃物密度	吨／台车	0.01	0.01
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)			
无害废弃物总量	吨	15,900.00	15,723.00
无害废弃物密度	吨／台车	0.015	0.014
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(以千个计量单位计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)			
电总消耗量	千度	1,027,081.54	1,040,102.68
电消耗量密度	度／台车	9,741.09	9,864.59
汽油消耗量	吨	8,083.31	7,041.20
汽油消耗量密度	千克／台车	7.67	6.68
柴油消耗总量	吨	1,494.35	1,863.74
柴油消耗量密度	千克／台车	1.42	1.77
天然气消耗量	千立方米	49,098.40	47,937.34
天然气消耗量密度	立方米／台车	46.57	45.46
蒸汽总消耗量	吨	577,183.40	466,751.40
蒸汽消耗量密度	千克／台车	547.41	442.68
水资源消耗量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)			
水资源消耗总量	吨	4,465,355.55	4,963,248.00
水资源消耗密度	吨／台车	4.24	4.71
综合能源消耗量	吨标煤	280,208.85	265,110.93
单台车综合能源消耗量	吨标煤／台车	0.27	0.24

环境责任

社会绩效指标

指标名称	指标单位	2019年	2020年
雇佣			
按性别、雇佣类型(如全职或兼职)、年龄及地区划分雇员总数			
员工总数	人	59,756	63,174
按性别划分雇员数量			
男性	人	49,399	51,821
女性	人	10,357	11,353
按雇佣类型划分雇员数量			
生产人员	人	26,675	26,008
销售人员	人	2,019	2,157
技术人员	人	17,603	19,347
财务人员	人	899	1,014
行政人员	人	3,240	3,396
其他人员	人	9,320	11,252
按年龄划分雇员数量			
年龄<30岁	人	31,270	30,446
30≤年龄<40岁	人	24,572	28,019
40≤年龄<50岁	人	3,169	3,795
年龄≥50岁	人	745	914
按地区划分雇员数量			
中国	人	58,133	60,838
外国	人	1,623	2,336
按教育程度划分雇员数量			
博士	人	89	64
硕士	人	2,010	2,234
本科	人	16,593	19,185
专科	人	13,210	14,537
高中及以下	人	27,854	27,154
按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率：			
按性别划分的雇员流失比率			
男性	%	16.33	14.81
女性	%	10.51	10.73
按年龄划分的雇员流失比率			
年龄<30岁	%	20.71	19.73
30≤年龄<40岁	%	8.32	8.21
40≤年龄<50岁	%	5.33	6.98
年龄≥50岁	%	8.15	8.01
按地区划分的雇员流失比率			
中国	%	15.24	14.16
外国	%	21.41	12.64

环境责任

指标名称	指标单位	2019年	2020年
健康与安全			
因工伤事故人数	人	23	27
因工伤损失工作日数	小时	281	261

指标名称	指标单位	2019年	2020年
发展与培训			
按性别划分的受训雇员百分比			
男性	人	—	80.50%
女性	人	—	19.50%
按雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比			
高级管理层	人	100%	100%
中级管理层	人	100%	100%
普通员工	人	100%	100%
按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数			
按性别划分每名雇员完成受训的平均时数			
男性	人	—	27
女性	人	—	29
按雇佣类型划分每名雇员完成受训的平均时数			
研发人员	人	52	49
技术人员	人	48	56
销售人员	人	46	42
行政人员	人	41	47
生产人员	人	45	41

反贪污			
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量及诉讼结果			
对公司及员工提出的并已审结的贪污诉讼案件数	件	1	0

社区投资			
专注教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育所动用的资源（如金钱或时间）			
金钱	人民币万元	5,635.22	4,653.82
其中扶贫（慈善）投入	人民币万元	1,354.96	993.9

专利数量			
申请专利	件	1,485	1,815
授权专利	件	951	1,136

经济绩效指标

指标名称	指标单位	2019年	2020年
销量	万辆	105.86	111.59
营业总收入	人民币亿元	962.11	1,033.08
归母净利	人民币亿元	44.97	53.62
总资产	人民币亿元	1,130.96	1,540.11
净资产	人民币亿元	543.99	573.42

环境责任

四、相关法律法规

1	《中华人民共和国环境保护法》
2	《中华人民共和国环境影响评价法》
3	《中华人民共和国大气污染防治法》
4	《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》
5	《河北省机械制造企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》
6	《城市市容和环境卫生管理条例》
7	《中华人民共和国水污染防治法》
8	《中华人民共和国水法》
9	《中华人民共和国电力法》
10	《中华人民共和国能源法》
11	《中华人民共和国节约能源法》
12	《中华人民共和国清洁生产促进法》
13	《中华人民共和国可再生能源法》
14	《中华人民共和国环境噪声污染防治法》
15	《电力监管条例》
16	《电力供应与使用条例》
17	《节约能源监测管理暂行规定》
18	《重点用能单位节能管理办法》
19	《能源标准化管理办法》
20	《国家应对气候变化规划（2014-2020年）》
21	《中华人民共和国劳动法》
22	《中华人民共和国劳动合同法》
23	《中华人民共和国社会保险法》
24	《河北省职业技能提升行动实施方案（2019年-2021年）》
25	《工伤保险条例》
26	《住房公积金管理条例》
27	《中华人民共和国职业病防治法》
28	《中华人民共和国安全生产法》
29	《用人单位职业健康监护监督管理办法》
30	《中华人民共和国消防法》
31	《建设项目职业病防护设施“三同时”监督管理办法》
32	《工伤认定办法》
33	《禁止使用童工规定》
34	《中华人民共和国消费者权益保护法》
35	《中华人民共和国广告法》
36	《中华人民共和国产品质量法》
37	《中华人民共和国专利法》
38	《中华人民共和国刑法》
39	《中华人民共和国治安管理处罚法》
40	《中华人民共和国商标法》
41	《缺陷汽车产品召回管理条例》
42	《中华人民共和国公司法》
43	《中华人民共和国证券法》
44	《上市公司与投资者关系工作指引》
45	《上海证券交易所个人投资者行为指引》

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

ESG 报告指引

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
A2: 资源使用	一般披露	有效使用资源（包括能源，水及其他原材料）的政策。	● 环境责任／ 相关法律法规
	A2.1	按类型划分的直接及／或间接能源（如电，气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位，每项设施计算）。	● 环境责任／ 绩效指标
	A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位，每项设施计算）。	● 环境责任／ 绩效指标
	A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	● 环境责任
	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	● 环境责任
	A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	● 环境责任
A3: 环境及天然资源	一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	● 环境责任／ 相关法律法规
	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	● 环境责任
A4: 气候变化	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宜的政策。	○ 环境责任／ 相关法律法规

ESG 报告指引

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B1：雇佣	一般披露	有关薪酬及解雇，招聘及晋升，工作时数，假期，平等机会，多元化，反歧视以及其他待遇及福利的：(一)政策；及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任／ 相关法律法规
	B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、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
B2：健康与安全	一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的：(一)政策；及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任／ 相关法律法规
	B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	○员工责任／ 绩效指标
	B2.2	因工伤损失工作日数。	○员工责任／ 绩效指标
	B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	○员工责任
B3：发展与培训	一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	●员工责任／ 相关法律法规
	B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层，中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	○员工责任／ 绩效指标
	B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	○员工责任／ 绩效指标

ESG 报告指引

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B4：劳工准则	一般披露	有关防止童工或强制劳工的：(一)政策；及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●员工责任／ 相关法律法规
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	○员工责任
B5：供应链管理	一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	●社会责任／ 相关法律法规
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	○社会责任
	B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及有关惯例的执行及监察方法。	○社会责任
B6：产品责任	一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全，广告，标签及私隐事宜以及补救方法的：(一)政策；及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●产品责任／ 相关法律法规
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例	○产品责任
	B6.4	描述品质检定过程及产品回收程式。	○产品责任
	B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	○产品责任

ESG 报告指引

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
B7: 反贪污	一般披露	有关防止贿赂，勒索，欺诈及洗黑钱的：(一)政策；及(二)遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	●公司治理／ 相关法律法规
	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果	○公司治理／ 绩效指标
	B7.2	描述防范措施及举报程式，以及相关执行及监察方法。	○公司治理
B8: 社区投资	一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	●社会责任／ 相关法律法规
	B8.1	专注贡献范畴（如教育，环境事宜，劳工需求，健康，文化，体育）。	○社会责任
	B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	○社会责任／ 绩效指标

注：●表示“不遵守就解释”的指标，○表示“建议披露”的指标。

反馈意见表

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

您对本报告的总体评价

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

您认为报告结构是否合理

☐ 非常合理 ☐ 合理 ☐ 一般 ☐ 较不合理 ☐ 不合理

您认为报告是否易读

☐ 非常易读 ☐ 易读 ☐ 一般 ☐ 较不易读 ☐ 不易读

您所关注信息在报告中披露程度如何

☐ 很全面 ☐ 比较全面 ☐ 有所涉及 ☐ 涉及较少 ☐ 未涉及

您还有哪些关注的信息未反映在报告中

您对公司社会责任工作推进或社会责任报告的建议

您可以通过以下方式联系我们：

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*