



长城汽车股份有限公司

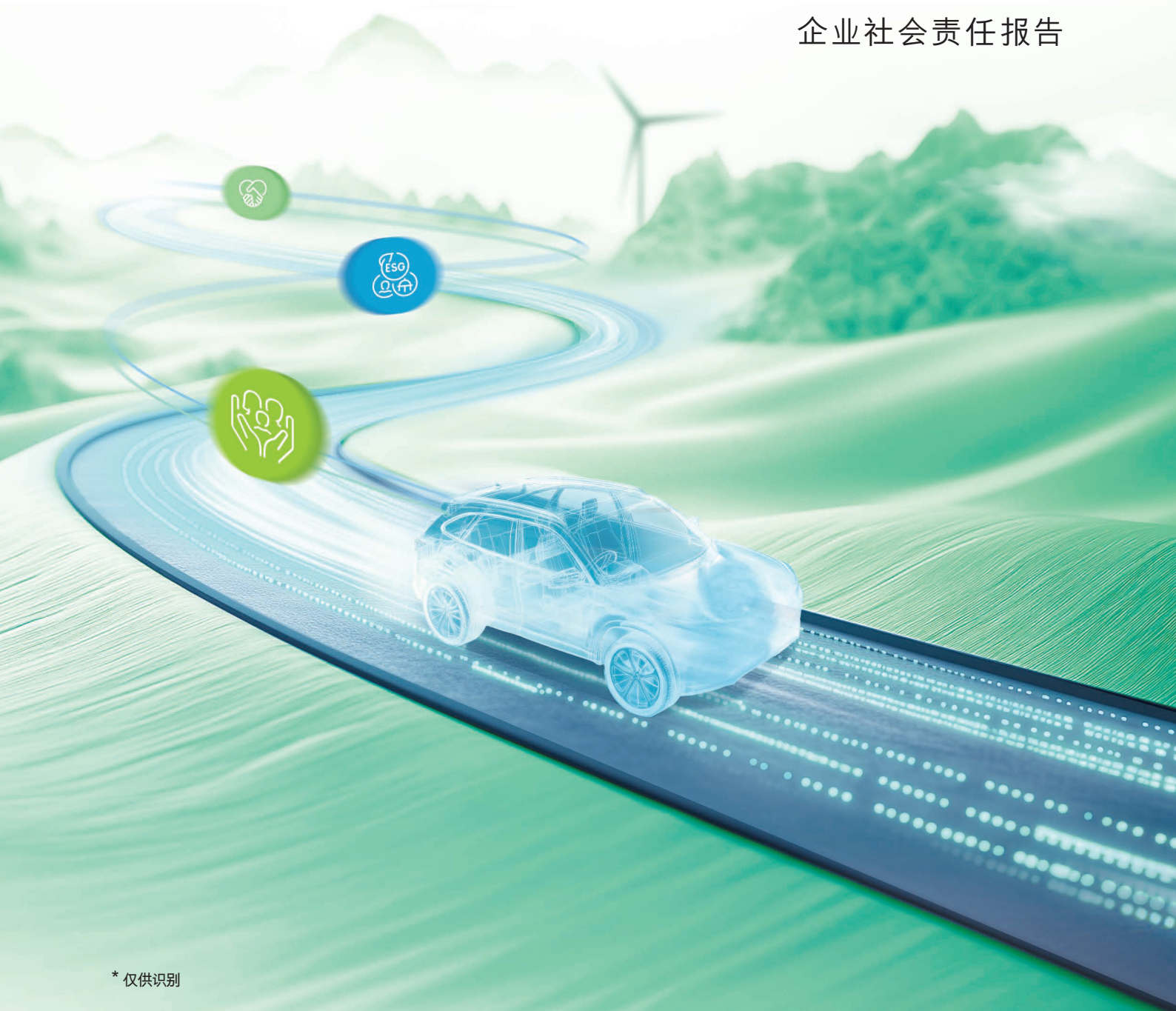
GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*

(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

2024

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14份年度社会责任报告，本报告时间范围为2024年1月1日至2024年12月31日，部分内容适当向前后年度延伸。		
二、 报告范围	本公司及其分子公司，部分内容涉及保定市长城控股集团有限公司及其子公司，由于涉及内容的连续性及可比性，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。本报告的汇报范围与本公司2024年3月28日刊发的《2023企业社会责任报告》所载者并无重大变动。		
三、 报告内容	本报告将对外披露公司2024年度经济、社会、环境绩效指标及社会责任与可持续发展情况。		
四、 报告依据	本报告依据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第1号—规范运作》及香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》的要求编制。		
五、 报告原则	本报告在编制时已遵循香港联交所《环境、社会及管治报告指引》所述的一下报告原则： (1)重要性：本集团定期与主要持份者沟通，以识别及评估从持份者的角度最重要的环境、社会及管治相关问题。通过持份者参与和重要性评估确定的关键环境、社会及管治问题；(2)量化：本报告中呈列的量化信息／关键绩效指标附有叙述、解释和比较(如适用)；(3)均衡：本报告旨在以客观的方式披露数据，旨在为持份者提供本集团整体环境、社会及管治表现的均衡概览；及(4)一致性：除非另有说明，本集团采用一致的方法，并从本集团的内部记录系统中检索社会和环境关键绩效指标。报告范围及关键绩效指标与先前的报告一致，以便进行有意义的比较。		
六、 报告释义	“长城汽车”或“公司”或“本公司”	指	长城汽车股份有限公司
	“本集团”	指	本公司及其子公司(附属公司)
	“长城控股集团”	指	保定市长城控股集团有限公司 (本公司之间接控股股东)及其子公司
七、 报告说明	本报告数据来源于本公司审计报告、年报或其他统计文件。本报告对未来所做规划或预测内容存在不确定性，本报告未经独立机构审核，提请投资者注意风险。本报告已遵守香港联交所《环境、社会及管治报告指引》载列的所有强制披露规定及“不遵守就解释”条文。		
八、 报告获取	本报告于香港联合交易所有限公司(www.hkexnews.hk)、上海证券交易所(www.sse.com.cn)及本公司官方网站(www.gwm.com.cn)刊载。		

目录

02 高层致辞

01



04 公司概况

06 企业文化
08 荣誉及奖项

02



10 公司治理

10 董事会治理
11 股东及投资者沟通
11 风控合规管理
12 廉洁建设
16 党建

03



17 ESG管理

21 实质性议题管理
23 利益相关方沟通

07



91 社会公益

95 定量绩效指标
100 ESG报告指引
104 反馈意见表

06



71 员工关怀与成长

71 多元平等、合规用工
76 人才发展
79 员工福利与关怀
86 健康与安全

05



53 技术创新可持续发展

56 产品质量与安全
60 供应链管理
64 经销商管理及培训
68 客户权益保护

04



25 环境责任

25 环境管理体系
25 应对气候变化
43 污染物治理
47 生物多样性
50 能源及水资源管理

高层致辞

2024年，长城汽车秉持长期主义，聚焦稳健经营，全年新车销售123.45万辆，同比增长0.37%。公司聚焦智能新能源赛道，持续提升产品力，新能源车型累计销售32.22万辆，同比增长25.65%，公司国内乘用车新能源渗透率达到43.99%。公司注重长期可持续发展，将环境、社会与治理深度融入发展战略及治理架构，通过自上至下的穿透践行，推动ESG管治措施切实落地。

2024年，公司ESG治理获得明盛(msci)评级A，荣获中国上市公司英华奖港股ESG价值奖等多项ESG奖项，入选“美丽中国，我是行动者”企业行动案例集；2025年，公司将继续深化ESG治理体系建设，致力于成为可持续发展的引领者。

环境：

应对气候变化是企业与社会的共同使命，公司秉承全产业链低碳环保的管理理念，覆盖产品全生命周期运营的每一个环节。

在整车研发设计阶段，公司坚持技术创新，在2024年10月发布Hi4-Z混动架构，业内首次将功率分流技术应用于越野车型，在大幅提升性能的同时做到领先的能耗表现。

在生产制造阶段，2024年公司持续投入优化生产技术与设备，污废排放量和资源消耗量延续逐年下降，绿色能源使用量延续逐年提升；至报告期末，集团整车基地温室气体范围1和2的排放强度较20年降低17.2%。

在供应链管理阶段，公司迭代升级自主构建的“双碳管控平台”，实现了“研—产—供”全链路碳排数字化管理。

在报废回收阶段，公司积极践行生产者责任，于2024年12月完成“汽车产品生产者责任延伸试点项目”终验收工作；全年公司车辆回收业务继续扩大，再生金属使用比例持续提升。

公司始终坚定对绿色能源与环境保护的研发与投入，创新研发、生产、供应链三端管理，为实现我国“双碳”目标、保护绿色地球持续努力。为此，公司专门制定了2025年减碳目标，将在整车生产制造端实现碳排降低18%（以2020年为基准）。

社会：

社会方面，公司持续深化履责实践，以创新为驱动积极贡献社会价值。2024年公司再获中国专利奖10项，体现公司技术实力。公司始终奉行“安全至上”的核心理念，不断追求驾驶安全最大化和事故伤害最小化，2024年再获两项海内外NCAP五星评级；12月，魏牌携手中汽中心开展行业首个高架桥坠落挑战，为行业树立安全新标杆。公司不断健全供应商全生命周期管理，与供应商协同发展，于2024年7月发布与中汽数据及行业伙伴共同编制的《汽车行业低碳供应商评价指南》，成为行业参考。公司积极投身慈善公益活动，2024年积极参与国内外灾害地区的救援工作，持续履行社区共建和扶贫助困责任；不仅如此，公司还通过官方俱乐部汇聚公益爱好者，形成合力，携手提升社会的温度。

员工是公司最具价值的资产，是企业发展的核心动能；公司致力于打造公平、包容、安全，可成长的工作环境，并不断完善员工职业生态系统。公司员工队伍多元平等，2024年女性员工占比达24%，连续三年稳步增长，员工来自全球多国家、多民族，为企业创新持续注入动力；我们始终关注员工福祉，专门制定了《员工福利管理办法》，从制度层面出发，全方位、多层次地为员工提供一系列贴心福利措施，营造以人为本的工作环境，不断提升员工的幸福感与归属感。公司致力于打造活跃的文化氛围，2024年员工线上沟通渠道互动近8万条；公司切实关注员工安全，2024年制定详细的安全赋能计划，实施安全培训5,243次，培训人员超66万人次，实现安全培训覆盖率100%。

长城汽车将回馈社会作为重要行动指引，积极投身慈善公益活动。2024年，公司积极参与国内外灾害地区的救援工作，持续履行社区共建和扶贫助困责任；不仅如此，公司还通过官方俱乐部季节汇聚公益爱好者，形成合力，携手提升社会的温度。

管治：

良好的公司治理是可持续发展的基石。公司持续提升三会治理水平，严格遵守法律法规，依法经营，持续提升管理效率与质量。

公司在治理文化打造方面，始终坚持廉洁、诚信的核心理念，坚决杜绝腐败行为，着力营造公平、公正、简单、透明的工作与合作环境。

公司围绕国际化战略，持续提升全球合规管理体系建设水平，从组织机制、运行模式、合规保障等方面实现全球合规，支撑全球业务高质量增长。公司依托互联网平台创新投资者关系管理模式，2024年首创以直播的形式开展股东大会，吸引超100万人次中小投资者实时互动，提升信息披露质效与股东参与度。公司持续升级反贿赂管理体系建设，于2024年7月荣获具有英国皇家认可委员会(UKAS)标识的反贿赂管理体系证书。2024年公司全年共开设廉洁教育课堂80余场，线上线下参训人次达1.02万余人，并倡导员工在线自主学习、自我检测，2024年各层级员工通过信息化平台进行自我测评达4.3万余人次。公司积极履行社会责任，传播社会正能量。

2025年，长城汽车将秉持“造好车”初心，坚持长期主义、稳健经营、高质量发展，持续深化ESG治理与核心业务的战略融合，与各利益相关方携手共进，以笃行致久远，共塑产业向善之力。

最后，我谨代表董事会，向所有支持长城汽车发展的利益相关方致以衷心感谢！让我们共同行动，为下一代构建更可持续的美好世界。

公司概况

“ 长城汽车是一家全球化智能科技公司，业务包括整车及零部件设计、研发、生产、销售与服务，拥有哈弗、魏牌、坦克SUV、欧拉、长城皮卡等品牌。 ”

以能源、智能化为导向，长城汽车打造森林生态体系，在动力类型上实现汽油、柴油、混动、纯电、插电混动和氢能全覆盖，在新能源方面确立混动、纯电、氢能三轨并行的技术路线，在智能驾驶、智能座舱、智慧底盘等领域实现全产业链布局，在乘用车领域推出全新智能四驱电混技术Hi4，带来更省、更远、更安全的新能源出行体验，在商用车领域推出重卡专属超级混动架构Hi4-G，兼顾强动力、低油耗与长续航，同时构建了“光伏+分布式储能+集中式储能”的能源体系，完成了“太阳能—电池—氢能—车用动力”的全价值链布局。



2024年，长城汽车致力稳健经营，秉持长期主义，坚守底线思维、合规红线，追求有质量的市占率，不断提升盈利能力，继而深入履行产业责任，在实现自身发展的同时为社会创造价值，进一步实现高质量发展。2024年，全年新车销量123.45万辆，同比增长0.37%。其中，海外年销售45.41万辆，同比增长44.61%，公司始终坚持高质量“生态出海”，海外销量再创历史新高；2024年全年，公司新能源车型累计销售32.22万辆，同比增长25.65%。国内公司乘用车新能源渗透率43.99%，长城汽车锁定智能新能源赛道，旗下品牌市场影响力持续提升。2024年，长城汽车营业收入202,195,472,334.88元。



2024年全年，长城汽车销售新车

123.45万

新能源车型销售

32.22万

海外销售

45.41万

2024年，长城汽车在智能化、越野和全球化方面持续突破。在智能化领域，长城汽车持续优化端到端智驾大模型SEE、新一代AI数据智能体系和九州超算中心，推出新一代智驾系统Coffee Pilot Ultra和新一代智慧空间系统Coffee OS 3，智能化水平稳居行业第一梯队。在越野领域，长城汽车不断完善越野产品矩阵，强化优势地位，并推出越野超级混动架构Hi4-T和全新纵置双电机混动架构Hi4-Z，前者聚焦强越野场景，后者定位超长续航越野平台，充分满足城市出行与泛越野需求。在全球化领域，长城汽车推动研、产、供、销、服全面出海，完善全品类、全动力、全档次布局，海外体系力优势再提升。同期，长城汽车更推动品类创新，正式进入摩托车领域，长城灵魂首款旅行车S2000重磅上市。长城灵魂S2000是全球唯一搭载水平对置8缸发动机+8DCT动力总成的高端车型，兼具丰富智能化配置，在摩托车工业史上具有划时代意义。



企业文化

2024年，作为全球化智能科技公司，长城汽车持续践行“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，面向全球用户，提供智能、绿色出行服务。



使命愿景

绿智潮玩嗨世界

» 绿：

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

» 智：

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

» 潮：

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

» 玩：

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

» 嗨世界：

致力于全球化发展，让全球用户在“绿智潮玩”中享受惊喜和极致体验



核心价值观

廉信创变共分享

» 廉：

公平公正、简单透明；廉洁自律，对腐败零容忍

» 信：

始终坚持以用户为中心，秉承契约精神，诚实守信、合规经营

» 创：

坚持研发过度投入，营造活力开放氛围，培厚创新土壤，以创新驱动公司发展

» 变：

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

» 共分享：

秉承利他精神，与员工、合作伙伴价值共创、利益共享，构建共生共赢生态圈



企业精神

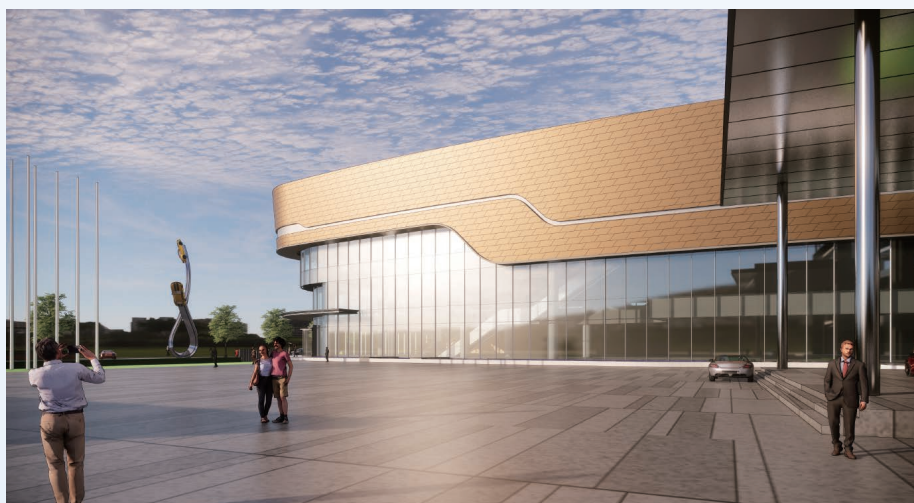
每天进步一点点

» 奋斗进取：

责任担当 持续奋斗
勇于挑战 持续创新

» 稳健务实：

居安思危 脚踏实地
持久专注 持续发展



在长城企业价值观中，始终坚持长期主义和商业向善，公司规划建设文化交流中心展示企业精神、产业全貌、社会责任，通过讲述汽车故事让大众对长城有一个更深刻的了解和认知，得到更多的社会认可，形成良好的可持续发展的公共关系。

荣誉及奖项



龙蟠杯第七届世界十佳变速器



第二届世界十佳混合动力系统



Coffee OS座舱系统获得泰尔认证证书



2024年度全国民营企业绿色发展典型案例



横扫2024年中国燃油车用户满意度CACSI大奖

**"中国心" 2024年度
十佳发动机及混动系统评选
获奖动力系统**

推荐车型 魏牌全新蓝山

**长城汽车
智能四驱电混Hi4性能版**

获奖理由

长城1.5T混动发动机采用高效燃烧、高EGR率、高能点火、350bar燃油系统、高耐温VGT等技术，实现41.5%热效率，最大功率122kW，系统采用双轴双电机串并联构型，发动机经过四档机电耦合效率全覆盖直驱，保障全新蓝山起步及高速加速性能，实现强劲动力下的低油耗。

汽车之家年度十佳发动机

入选“中国心”年度十佳榜单

**全新蓝山顺利通过挑战！
荣获中汽研颁发的【顶级安全碰撞挑战证书】**

凭硬核实力顺利完成碰撞挑战
为家庭铸造全方位安全屏障

挑战成功

全新蓝山内外兼修
让安全伴随每一趟旅程
每时每刻 守护全家人

蓝山成功通过中汽中心
TOP Safety行业首个高架坠落挑战

2023年度中国汽车专利数据公布

**长城控股专利
四项数据连续三年第一**

2023年度专利
公开量**6888**
连续三年获中国民营企业集团**第一**
授权量**4665**
连续三年获中国民营企业集团**第一**

2023年度新能源汽车领域专利
公开量**1838**、授权量**1375**
均连续三年获在华车企**第一**

数据来源：全球汽车专利大数据平台（www.autopat.cn）
中国汽车知识产权应用促进中心 中汽中心技术与创新支持中心（TISC）

长城控股专利四项数据连续
三年第一

公司治理

本公司严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求，不断完善现代法人治理结构，建立了涵盖股东大会、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。公司致力于建立完善的企业管治架构，确保：

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

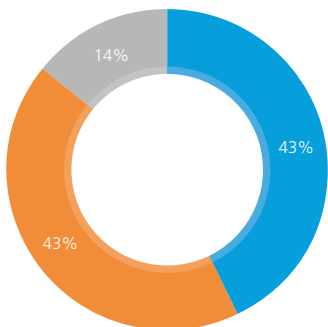
董事会治理

现董事会由7名董事构成，包括3名执行董事、1名非执行董事、3名独立非执行董事，为保证公司独立性，独立非执行董事任期不得超过6年，报告期内，公司召开了20次董事会，董事的会议出席率达100%。有关董事及董事会的详细资料请参阅《长城汽车股份有限公司2024年年度报告》。

公司在聘任董事时积极考虑提高女性的占比，董事会成员中2名为女性，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。

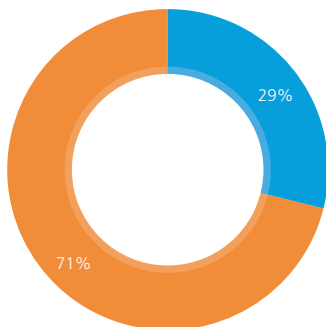
董事会独立性

- 执行董事
- 独立非执行董事
- 非执行董事

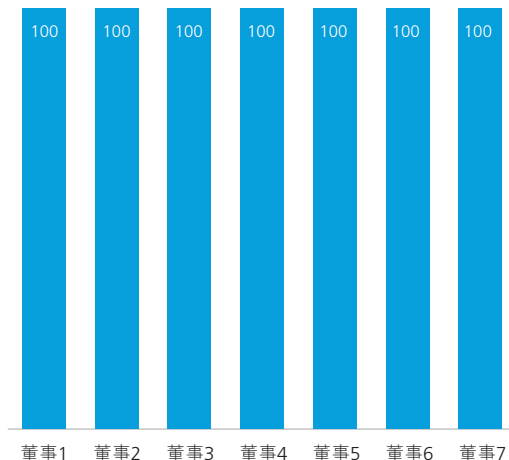


董事会多元化

- 女性
- 男性



董事会参与率



股东及投资者沟通

投资者关系方面，长城汽车上市以来，公司本着诚信造车的原则，促进公司持续稳健的生产经营，被列入沪深300、上证50、上证180、中证A500、中证800等重要指数，长期以来受到海内外机构以及中小投资者的持续关注，本着合法、合规、及时的原则，证券投资部制定了《长城汽车股份有限公司信息披露管理制度》和《长城汽车股份有限公司投资者关系管理制度》。

报告期内，公司以线上线下融合、常规与创新结合的模式构建全方位投资者沟通体系，系统性提升信息披露质效与股东参与度。公司依托年报、中期报告、产销快报等定期报告，形成常态化业绩沟通机制，累计举办超1,500人次参与的业绩交流会，实现财务数据与战略规划的高效传递。在线下场景中，通过车展专项交流与投资者实地调研、车辆试驾等活动，直观展现产品技术优势，强化投资者对市场策略的深度认知。为突破传统沟通边界，公司于2024年5月，首次以直播的创新形式开展股东大会，以低门槛、高透明度的形式吸引超100万人次中小投资者实时互动，树立治理创新标杆。日常沟通层面，公司通过上证E互动平台回复超75次提问，专线解答约700次咨询，并积极参与证监局组织的“股东来了”、“世界投资者周”等投资者教育活动中，覆盖超100人次投资者，显著提升权益保护意识。

股东回报方面，自上市以来，公司始终坚持为社会创造价值、为股东创造收益、为员工创造幸福的原则积极回馈社会、股东及广大投资者，始终保持稳定、高额的现金分红比例。报告期内，公司实施2023年度利润分配方案，以公司实施利润分配时股权登记日的总股本扣减公司回购专用证券账户中A股股份总数为分配现金红利基础（即8,541,514,299股），向全体股东每股分配截至2023年12月31日止年度现金股利每股人民币0.30元（含税），共计派发现金红利2,562,454,289.70元，2023年度公司分红比例达2023年度归属母公司净利润的36.49%。

风控合规管理

长城汽车根据国际化战略，持续优化全球合规管理体系，防范和化解全球合规风险，支撑全球业务高质量增长。2024年公司聚焦重大合规风险，完善合规风险管理体系。

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

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

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



合规智能化建设方面，为有效支撑全球法律合规管理及服务落地，公司通过智能化手段构建了全球法务风控合规平台，包括风险信息平台、组织管理平台、能力提升平台、业务办理平台及各专项风险合规管理平台，全面覆盖法务风控合规业务，全面支撑将合规要求嵌入业务流程。



合规资源生态方面，为支持全球战略打赢，公司与30余家全球顶级律师事务所及咨询机构建立框架合作关系，为业务提供全球法律风险防控服务。公司与合作律所律师保持持续沟通和互动，持续提升法务合规团队的风险洞察能力和应急处置能力。



合规监督评价方面，公司聚焦核心价值链，评价重点领域合规管理设计有效性和合规要求执行有效性，并针对风险管理不足，从组织、机制、流程、人员、数智化等方面全面提升，实现合规管理体系升级。

廉洁建设

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

（一）加强组织领导，健全反腐倡廉工作机构

公司设立独立的“反腐败委员会”，由董事长任反腐败委员会主任，主要对公司廉洁工作开展提出目标，下达工作任务，把握整体工作开展方向。委员会下设“纪检组”，主推集团廉洁体系建设工作，包括制度的制定、维护和完善，员工／相关方举报信息的接收、调查、惩处，重点廉洁岗位监察以及各层级廉洁教育工作，同时基于公司全球化发展战略，监察审计组织紧跟公司发展步伐，不断变革、创新，已形成覆盖国内、外不同国家不同区域，协同互助、相互制约的网状监察审计系统。

（二）注重廉洁教育，打造反腐倡廉文化

企业的竞争也是人才的竞争，为持续提升个人职业道德素养，倡导全员廉洁从业，在员工入职、续签合同时，均签署《廉洁承诺书》。员工入职即接受廉洁导入教育，重点讲授《员工廉洁行为规范》《礼金礼品收发管理制度》《反腐倡廉宣传制度》《对外接待管理制度》等内容，强化廉洁意识，同时开展学习测评，未通过测评的视为试用期考核不合格，2024年新人参与率100%，通过率100%；针对员工职业生涯发展，组织晋升廉洁教育，通过培训、岗前测试、视频教学、拓展活动等形式开展，持续提升腐败预防能力，并开展学习测评，考核不合格的不予晋升，2024年拟晋升人员参与率100%，通过率89%。另，2024年全年共开设廉洁教育课堂80余场，参与线上、线下廉洁教育的相关人员达1.02万余人次，并倡导员工线上自主学习、自我检测，2024年各层级员工通过信息化平台进行自我测评达4.3万余人次。针对职业生涯各阶段开设不同类型的廉洁课程对所有员工开放，并鼓励全员参加反腐倡廉培训，同时不断通过集团门户、监察通报等不同方式共享内外部案例及相关培训内容，及时向全员传递公司反腐倡廉的态度及相关要求，倡导全员共同参与企业反贿赂管理体系建设。



共开设廉洁教育课堂**80**余场，
参与线上、线下廉洁教育的相关人员
达**1.02万**余人次



推送原创视频**103**条，
其中多条视频观看量超**1万**余次

创新廉洁文化传播模式，通过全员共创，让员工主动参与进来，持续不断地通过自媒体账号将长城汽车廉洁文化推向社会，共同推进廉洁文化的建设，共同打造长城汽车廉洁品牌，至今“廉洁长城”微信公众号，拥有21万余粉丝，累计推送内容1531篇，2024年推送原创内容81篇，通过图片、视频、文字、漫画等多种形式，实现与员工、相关方、社会各界人士无障碍沟通；“廉洁长城”抖音，拥有1.4万余粉丝，点赞量7.8万，累计推送视频385条，2024年推送原创视频103条，其中多条视频观看量超1万余次，获得社会各界人士的认同，使廉洁文化深入人心，助力公司廉洁品牌传播，推动社会文明进步。

（三）完善制度体系，规范反贿赂管理

在风险叠加的背景下，长城汽车不断强化风险管控，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，持续、大力开展反贿赂管理体系建设。2021年在《廉洁体系制度》基础上全面升级，完成反贿赂管理体系搭建，并顺利通过第三方权威认证审核，获得ISO 37001反贿赂管理体系证书，成为国内首家获得该认证的车企。

持续升级反贿赂管理体系建设，于2024年7月由英国皇家认可委员会（英文简称：UKAS）现场见证，通过第三方权威认证审核，荣获具有UKAS标识的ISO 37001反贿赂管理体系证书，为长城汽车全球化战略提供了强有力的支持和保障。同时为满足国际市场合规要求，结合全球业务发展，依据反贿赂管理体系标准，定制性开发适用于海外组织的廉洁体系制度，打造各组织多元融合的反贿赂管理体系，以保障业务顺利运营。

预防腐败方面，在业务开展前、中，多维度分析腐败风险点，为公司提前部署腐败风险防控工作提供输入。正式合作前，对存在贿赂风险的特定交易、项目、商业伙伴等开展反贿赂调查，规避“带病”合作；合作中，定期开展贿赂风险评估，识别存在腐败风险的领域和岗位，根据风险等级，制定管理措施，不断完善制度流程，确保业务高效运行；每月开展内部审计工作，通过内部审计暴露内、外业务风险漏洞，依托集团信息化系统，搭建数字化审计模型，锁定重点业务领域疑似重点风险，实现在线、自动、靶向预警监测功能，提升审计业务靶向性，为管理提供决策依据，降低贿赂风险。同时对采购、招标等重点廉洁岗位的人员，实施定期岗位轮动，防止任期过长而产生腐败，针对开展的业务往来、商务接待等，规范接待人数及区域，秉承公开、透明的原则，避免不正当行为出现；经统计，2024年拒绝贿赂达355人次，自2008年以来，公司拒绝贿赂共计2,999人次，99名员工被评为“廉洁自律模范”。

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

长城汽车立足产业践行社会责任，传播正能量，2016年对《失信名单》进行升级，搭建《阳光诚信自助系统》（网址：<https://siss.gwm.cn/index>），面向社会公众开通可查询失信违规人员和失信企业的信息化平台，2023年《阳光诚信自助系统》全面升级，与更多企业深度携手，升级自主录入功能，合作伙伴可自主录入失信企业及个人信息，实现信息的互联、互通、资源共享。2024年再次升级，开辟“廉洁共建”版块，搭建合作伙伴直联通道，拉通招标管理、供应商管理、经销商管理等业务平台，在合作前由监察审计部直接向合作伙伴传递廉洁文化，合作中随时定向发布腐败案例、廉洁要求，做到前置预防教育，传递廉洁要求，促进长久合作。自2008年以来，因腐败、不诚信等行为被列入长城汽车《失信名单》的合作方累计657家，其中，2024年列入《失信名单》的合作方21家。

2018年9月长城汽车加入企业反舞弊联盟，2023年荣升为副会长单位，积极致力于联盟反舞弊建设工作，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输入等，为打造绿色健康的商业环境、合作环境提供助力。

（四）实施监督惩处，强化反腐倡廉纪律约束

长城汽车对行贿、受贿等硬腐败行为秉承“零容忍”的态度，同时对失职渎职、推诿扯皮、拉帮结派、弄虚作假等软腐败行为进行严厉打击，一经发现，依据《廉洁体系制度》严肃处理，涉及违反法律的，一律移交司法机关追究法律责任，2024年因涉嫌违法犯罪移送司法机关1人，已依法判决。

为充分发挥全员和相关方的监督作用，搭建多种举报渠道：QQ、电话、邮箱、微信等。2012年举报信息管理平台正式上线运行，所有接收的举报均通过系统分角色、分权限进行管理，从接收、派发、调查、归档，保证了举报信息的安全性，实现了任务的100%闭环；为方便全员及相关方快速举报，持续开发更快捷、更安全的信息化举报平台，2022年5月上线“廉洁长城”在线举报微信小程序，通过全员参与、多方监督的模式，使腐败行为充分暴露并及早查处。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。



2024年因涉嫌违法犯罪移送司法机关

1人，已依法判决



举报邮箱

gwlianjie@163.com

反腐败没有休止符，在反腐的道路上，长城汽车始终态度不变、决心不减、尺度不松，秉持廉洁自律、诚实守信、合规经营的理念，与众多优秀企业廉心携手，共创、共享、共赢，积极履行社会责任，传播社会正能量。

党建

2024年是实施“十四五”规划的攻坚之年，长城汽车党委不断强化党建工作新举措，进一步促进党建工作与企业战略发展的深度融合。



党建有阵地，组织有活力，这一年，长城汽车智慧工厂党员活动室建设完成并投入使用，按照“完善功能、一室多用”的原则，划分了宣誓墙、党建书屋、会议区、视频区等功能区域，布置了党建工作展板，打造了集党员活动、电教、智慧党建、对外展示等多用途一体的另一个党建阵地。

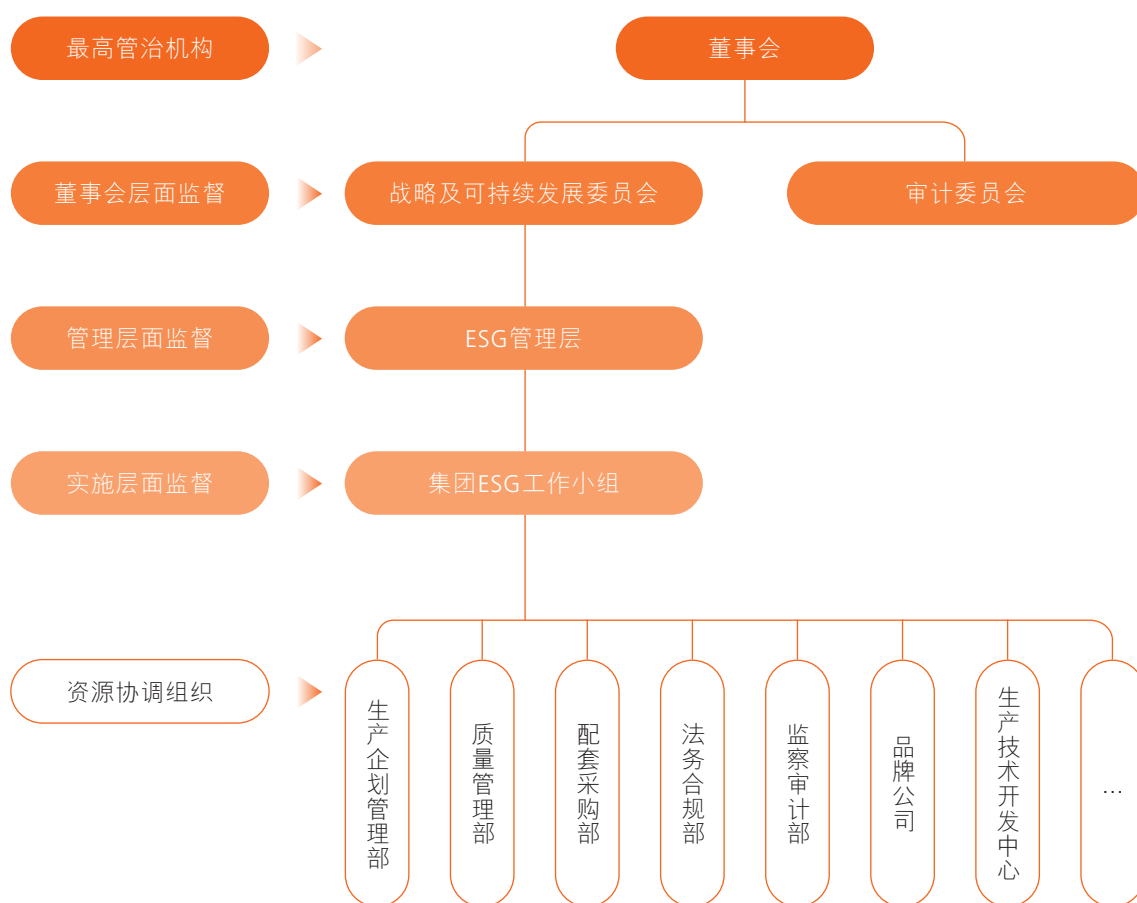
活动组织上，除红色基地研学、党纪学习、红色观影、党建知识有奖答题等传统党建活动外，积极探索“党建+业务”的党员活动新模式，与公司经营发展强相关的技术攻坚、法务合规、安全生产等，通过“猜猜乐”、“进阶挑战赛”、“云课堂”等寓教于乐的形式开展，不断拓宽党建工作与企业经营的融合途径，为公司发展注入坚定的政治方向。

此外，公司党委围绕“党群共建”的工作思路，充分发挥工青妇群团组织作用，开展了职工职业技能大赛、“相亲季”单身青年联谊、“千斤换万金”创意健康行动等主题鲜明、形式活泼的特色活动，鼓励职工群众立足岗位创新创优，增加职工幸福感和归属感，2024年4月，被中华全国总工会评选为“工人先锋号”。

党建引领是企业发展的强大驱动力，在党和国家一系列大政方针的指引下，长城汽车秉持长期主义，聚焦稳健经营，坚定追求有质量的市场占有率，实现了高质量发展。未来，长城汽车将进一步强化政治担当，以完善的党建工作促进企业科学健康发展，积极拥抱产业变革，为中国汽车产业健康、可持续发展贡献价值。

ESG管理

长城汽车重视公司可持续发展，并将可持续发展纳入公司方针战略，将可持续发展的管治融入到了集团治理架构中，可持续理念通过自上至下的深入贯彻，可确保ESG管治措施切实落地，最终完成集团长期可持续发展。



董事会

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

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

战略及可持续发展委员会

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

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

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

审计委员会

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

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

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

ESG管理层

ESG管理层主要由公司高管、总裁以及统筹集团ESG管理的代表组成，职权范围包括：

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

集团ESG工作小组

集团ESG管理小组主要由各单位ESG负责人组成，统筹上市集团各单位的ESG工作，职权范围包括：

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

2024年，管理层制定了集团ESG目标，并定期听取实施进展，同时针对相关反馈进行研讨修订。公司亦将ESG目标纳入到了管理层的考核指标，与其薪酬相挂钩。本年度主要工作如下：

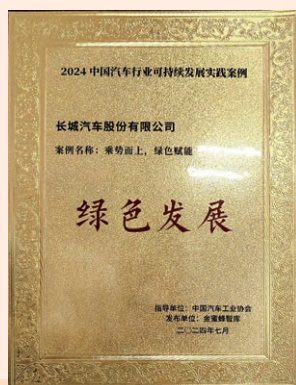
- 通过月度沟通会、气候治理月报等监控措施，持续关注气候治理各领域及重要议题进展，持续识别气候相关风险和机遇
- 将可持续发展影响、风险和机遇相关信息以及气候治理进展形成报告
- 根据业务规划及实际进展，修订集团整体目标
- 持续监督、评审可持续发展的公开披露，如社会责任报告、年报
- 关注国际ESG法规的出台及修订，包括IFRS S1及S2、香港交易所修订的ESG实施指引、上交所新出台的可持续发展报告等法律规定或规范文件
- 在日常电话会沟通中关注投资者的ESG问题，并根据投资者反馈寻求公司改进空间
- 关注国际ESG评级，根据机构的评价意见不断完善公司ESG实施策略

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

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

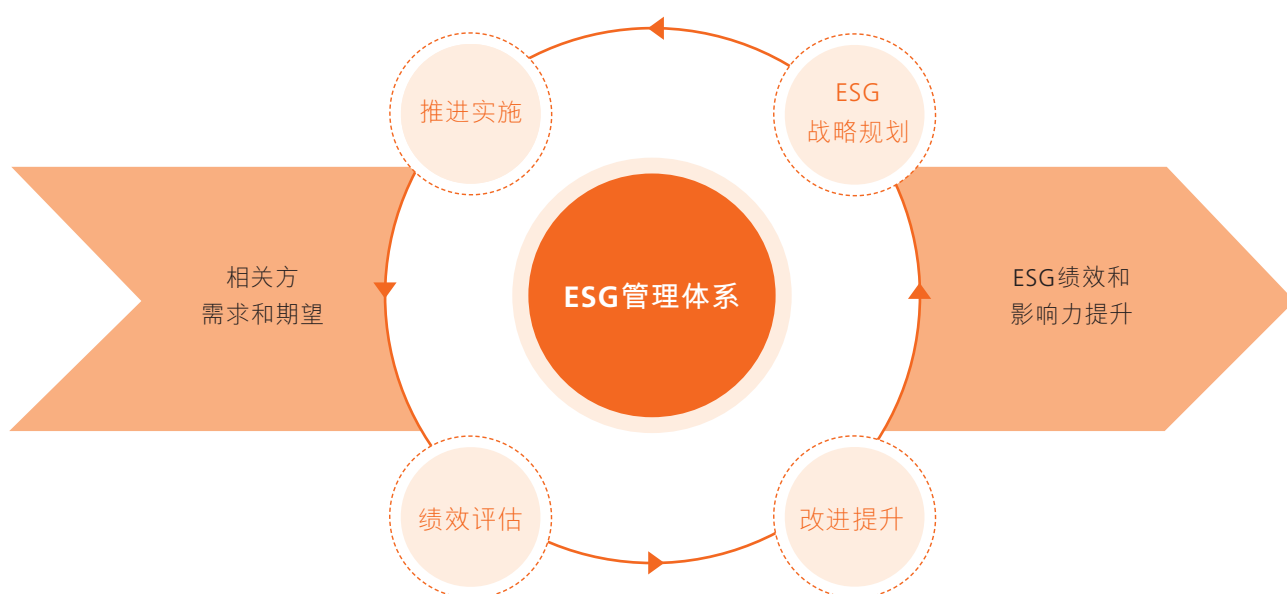
2024年公司获得外部ESG荣誉如下：

- 🏆 入选美丽中国，我是行动者企业行动案例集、入选证券日报上市公司科创优秀案例
- 🏆 获得2024年中国上市公司英华奖港股ESG价值奖
- 🏆 在首届汽车企业碳管理体系评级中，荣获五星企业殊荣
- 🏆 获得2024年ESG新标杆企业奖
- 🏆 2024汽车行业ESG菁英奖—绿色创新产品奖
- 🏆 入选2024年全国民营企业绿色发展典型案例
- 🏆 获得中汽协智创科技、绿色发展奖项



实质性议题管理

长城汽车参考国际可持续披露准则(ISSB)和全球报告倡议组织(GRI)、港交所和上交所等气候治理报告指引，并借鉴ISO管理体系标准管理逻辑，构建了长城汽车系统化的治理体系。以合规经营为底线，充分了解利益相关方的需求和期望，同时结合内外部环境变化，持续识别气候治理相关风险和机遇，驱动管理体系持续改进，支撑可持续发展战略有效落地，不断提升气候治理管理绩效和影响力。



公司关注ESG重要性议题及可持续发展所带来的影响，因此会定期向内外利益相关方收集意见，以评估目前ESG策略表现，并根据其意见制定未来发展策略。

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。

议题识别

公司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公司的议题。

在进行实质性议题的识别时，重点考虑以下因素：

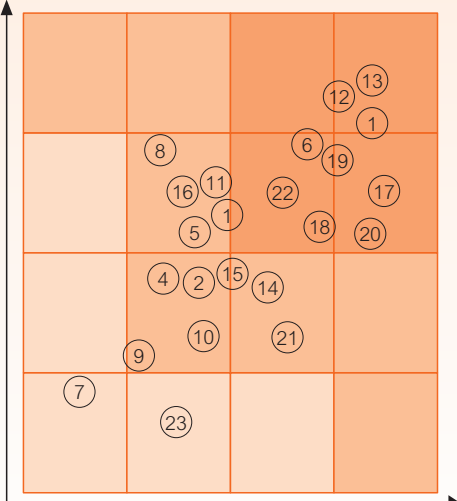
- (1) 国际公认标准、准则和指引：SASB“实质性议题地图”中的汽车行业重要性议题标准、《可持续发展报告标准》、香港联交所《环境、社会及管治报告指引》，进行实质性议题初筛
- (2) 利益相关方的利益和期望：通过问卷调研了解公司内部与外部利益相关方的利益与期望
- (3) 同业对标
- (4) 企业战略与发展
- (5) 资本市场评级重点

议题评估及确认

公司的“可持续发展工作小组”针对可持续发展议题的相关性和重要性开展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，通过内部研讨会及外部调研最终评估得出重要性议题矩阵。

重要性议题矩阵

对利益相关方的重要性



对本公司的重要性

环境保护

- ① 应对气候变化
- ② 能源管理
- ③ 环境管理
- ④ 水资源管理
- ⑤ 污染与废弃物管理
- ⑥ 清洁技术机遇
- ⑦ 生物多样性保护

科技创新与产品服务

- ⑫ 技术创新与研发
- ⑬ 产品质量与安全

公司管治

- ⑰ 公司治理
- ⑱ 合规经营
- ⑲ 风控管理
- ⑳ 商业道德与反腐败
- ㉑ 知识产权保护
- ㉒ 供应链管理

劳工管理

- ⑧ 员工福利与关怀
- ⑨ 平等与多元化
- ⑩ 员工培训与发展
- ⑪ 职业健康与安全

顾客权益

- ⑭ 客户服务及满意度
- ⑮ 负责任营销
- ⑯ 客户隐私与信息安全

社会公益

- ㉓ 社区责任

利益相关方沟通

利益相关方	关注的议题	沟通渠道及反馈方式	本公司回应或本报告回应章节
 政府及监管机构	应对气候变化	社交媒体、发布会	应对气候变化
	清洁技术机遇	项目合作	技术创新可持续发展
	商业道德与反腐败	监督检查、会议交流	廉洁建设
	合规运营	政企沟通、信息披露	公司治理
 股东及投资者	风控管理	信息披露	风控合规管理
	商业道德与反腐败	邮件及电话沟通	廉洁建设
	合规经营	邮件及电话沟通、信息披露	公司治理
	产品质量与安全	邮件及电话沟通、信息披露、路演	技术创新可持续发展
	客户服务及满意度	邮件及电话沟通、路演	客户权益保护
	技术创新与研发	邮件及电话沟通、路演	技术创新可持续发展
 客户	社区责任	调研问卷	社会公益
	客户隐私与信息安全	电话沟通、调研问卷	客户权益保护
	清洁技术机遇	市场调研	技术创新可持续发展
	负责任营销	电话沟通、调研问卷	客户权益保护
	产品质量与安全	官方微信、微博、市场调研	技术创新可持续发展
 供应商／合作伙伴	污染与废弃物管理	会议沟通、调研问卷	排放物管理
	能源管理	调研问卷、邮件及会议沟通	能源及水资源管理
	知识产权保护	供应商培训、调研问卷	技术创新可持续发展
	环境管理	供应商培训	环境责任
	供应链管理	调研问卷、供应商培训	供应链管理

利益相关方	关注的议题	沟通渠道及反馈方式	本公司回应或本报告回应章节
 管理层	清洁技术机遇	调研问卷、现场会议	技术创新可持续发展
	员工福利与关怀	邮箱反馈、调研问卷	员工福利与关怀
	产品质量与安全	现场会议	技术创新可持续发展
	技术创新与研发	现场会议、调研问卷、日常沟通	技术创新可持续发展
 员工	员工福利与关怀	邮箱及线上平台、工会活动	员工福利与关怀
	平等与多元化	邮箱及线上平台	多元开放、吸引人才
	职业健康与安全	现场培训、线上平台、工会活动	健康与安全
	产品质量与安全	调研问卷、员工培训活动、满意度调研	技术创新可持续发展
	技术创新与研发	调研问卷	技术创新可持续发展
 公众／社区	社区责任	调研问卷	社会公益
	生物多样性保护	调研问卷、社交媒体、官网	生物多样性
	公司治理	调研问卷、电话交流、行业会议	公司治理

环境责任

环境管理体系

公司积极建立健全环境管理体系，2008年首次通过环境管理体系(ISO14001:2004)认证。2024年委托第三方机构完成管理体系(ISO14001:2015)换证审核，确保了环境管理体系在我司的适宜性、充分性和有效性。

公司根据ISO 14001体系制定了(修订了)《污水排放管理规范》、《废气排放管理规范》、《危险废物管理规范》等环境管理制度，规范公司生产过程中产生的废水、废气、危险废物的排放，竭力减少环境污染；为提高应对环境突发事件的能力，我们制定了《突发环境应急预案》，以更好监控应对废气处置、废水处置、危险废物处置中潜在的风险，确保在突发事件发生时能够有效的采取行动，保障环境安全。

2024年，长城汽车未发生任何因环境或生态问题有关的行政处罚。

应对气候变化

气候变化，作为全人类亟待共同应对的严峻考验，其积极应对已成为全球共识。长城汽车在此背景下，勇担责任，积极投身可持续发展，通过精心构建覆盖产品全生命周期的低碳运营管理思维框架，将可持续发展的核心理念深深根植于企业运营的每一个环节。

长城汽车深刻洞察到气候信息披露议题对于公司长远发展的战略价值，清醒认识到气候变化既是潜在的挑战与风险，也是推动创新与转型的宝贵机遇。自2022年起，参考气候相关财务信息披露工作组(TCFD)的标准，积极展开信息披露工作。2023年，随着TCFD圆满完成历史使命并融入国际财务报告准则理事会，长城汽车的气候信息披露工作也迎来了新的发展阶段。

在报告期内，长城汽车参照《国际财务报告准则第52号—气候相关信息》的规范，同时遵循《香港交易所环境、社会及管治框架下气候信息披露实施指引》及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号—可持续发展报告(试行)》的详细要求，围绕治理、策略、风险管理、目标和指标设定四大核心要素，全面、系统、透明地披露了企业的气候相关信息。

管治	本集团气候相关风险和机遇的管治措施，包括董事会和管理层在监督气候相关风险方面的角色和责任。
策略	结合实体业务，采用情景分析方法，识别的物理风险、转型风险和发展机遇，详述了影响时间、采取的管理措施。
风险管理	本集团识别、评估和管理气候相关风险的资讯，包括流程和方法。
目标和指标	本集团设定与气候相关风险和机遇相关的定量和定性指标。

1. 管治：

为实现可持续竞争力、满足利益相关方的需求，长城汽车制定应对气候变化管治制度，明确职能职责，形成自上而下监控和管理方案。以保证应对气候变化战略目标有效实施，确保公司相关决策中有效考量ESG风险，特别是气候相关风险和机遇。气候相关风险和机遇的治理流程，已融入公司ESG整体治理架构，详细信息参见“ESG管理”章节。

2. 策略：

长城汽车深刻意识到气候变化所蕴含的多维度不确定性，这些不确定性可能对公司业务构成多样化的风险，进而引发潜在的财务波动。为此，本集团依托运营领域内气候变化历史数据的深度洞察，结合公开的气候模型，开展情景分析，旨在评估未来可能遭遇的一系列挑战，识别潜在影响，并据此制定应对策略，力求将气候风险降至最低水平。

在认识到气候变化带来风险的同时，我们也洞察到其孕育的低碳转型契机，这激励着我们在低碳领域持续探索与创新。长城汽车致力于推动低碳产品的研发与低碳技术的革新，这一坚定决心进一步巩固了公司在低碳转型道路上的步伐。为了全面应对并适应气候变化，本集团采取多元化策略，在降低气候风险的同时，捕捉发展机遇，通过增强气候韧性，为公司长远发展筑牢坚实防线。

气候相关物理风险

风险类型	评估结果	潜在业务及财务影响	减缓措施	时间范围	发生概率	风险等级	
急性风险	极端高温	在未来全球气候进一步变暖情形下，全球尺度和大陆尺度以及所有人类居住的区域，极端热事件将继续增多，强度加强。将对部分资产带来极端高温的威胁。预估在2050年SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，预估大部分资产受到极端高温的风险达到较高水平，部分资产达到极高水平。将影响公司供应链稳定和生产运营。	极端天气影响原材料供应商的正产生产，存在断供风险。 极端高温会引起区域用电负荷激增，居民用电负荷大幅上升，当接近额定供电容量时，工厂将被限产停产。 极端高温会影响冷负荷，工厂如涂装、焊装等需要冷却的工艺系统冷负荷增加，冷水机组、冷却塔供冷效率降低，最终造成工厂运营成本增加。	①建立极端高温预警机制，密切关注区域气象部门发布的天气信息，作为重要指标指导生产运营。 ②原材料采购方面，识别风险区域供应商，提前储备原材料。生产运营方面，调整生产班次，避开最高温时段生产。 ③做好应急预案和应急演练，将高温引起的各种风险降至最低。	短期、中期、长期	很可能	高
	极端降水	IPCC评估，随着全球变暖加剧，强降水事件很可能变得更强、更频繁，全球尺度上，未来全球每增加1℃，极端日降水事件的强度将增加7%。	极端降水会产生洪涝灾害、城市内涝，引发山体滑坡和泥石流等自然灾害。 极端降水可导致厂房进水、设备损坏，增加运营维护成本。影响原材料运输和储存，导致供应链中端。 影响员工通勤，以及身体健康和安全。	①建立完善的预警机制，密切关注天气预报和气象信息。 ②制定应急预案，开展防汛演练，在发生时迅速响应。 ③定期对厂房、设备，防洪设施进行检查维护。 ④加强供应链管理，优化运输和物流路线，确保原材料稳定供应。	中期、长期	有可能	中

风险类型		评估结果	潜在业务及财务影响	减缓措施	时间范围	发生概率	风险等级
慢性风险	海平面上升	IPCC评估，“预估在SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，2100年全球平均海平面上升0.75m”。《2023中国海平面公报》数据显示与1980年比较，平湖及日照海域海平面上升3~4mm。	长城汽车运营资产大部分处于中国内陆，沿海基地有浙江平湖和山东日照，日照基地海拔13.5m，平湖基地海拔3.3m。 海平面上升不会对长城汽车生产运营、资产构成等造成影响。	平湖、日照地区关注大潮期间海水倒灌影响。	长期	可能性低	低
	平均气温上升	在SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，相较于1995-2014年，2030年平均气温上升0.8℃，2050年上升1.5℃，2100年上升3.5℃。IEA评估报告显示“全球范围，在极端高温事件期间满足冷却需求的总成本已经从20世纪90年代的每年略高于100亿美元上升到过去十年的每年近300亿美元”。	平均气温上升会影响冷负荷，工厂如涂装、焊接等需要冷却的工艺系统冷负荷增加，冷水机组、冷却塔供冷效率降低，最终造成工厂运营成本增加。	①采购高效的制冷设备，优化制冷系统，提升制冷效率并减少过程损耗。 ②定期进行设备维护、保养，保证系统在较高效率阶段运行。 ③进行节能诊断、能源审计，发现节能机会，形成供需平衡。	中期、长期	很可能	高

气候相关转型风险

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

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

气候相关发展机遇

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

注：短期：-2030年，中国碳排达峰时间点，中国十五五规划期；中期：2030年-2050年，20年时间，长城汽车碳中和目标年份；长期：2050年-2100年，50年跨度，中国实现碳中和后期。

3. 风险管理：

长城汽车气候风险管理包括风险识别、评估、重要度排序、管理、监督等核心要素，气候风险作为ESG管理的一部分，被纳入ESG管理制度和管控流程，将逐步与集团整体风险合规管理相整合。

长城汽车应对气候变化风险管理，建立了从下至上—评估决策及从上至下—落实监督的闭环管理流程。全面识别各领域气候风险，对风险进行评估、排序、分级管理，重大风险项呈报董事会决策并监督实施。各风险管理层级职能职责详见“ESG管理”章节。

4. 目标和指标：

长城汽车响应国家“双碳”战略目标，积极践行绿色发展战略，坚持以全生命周期理念，在各领域开展节能降碳工作。

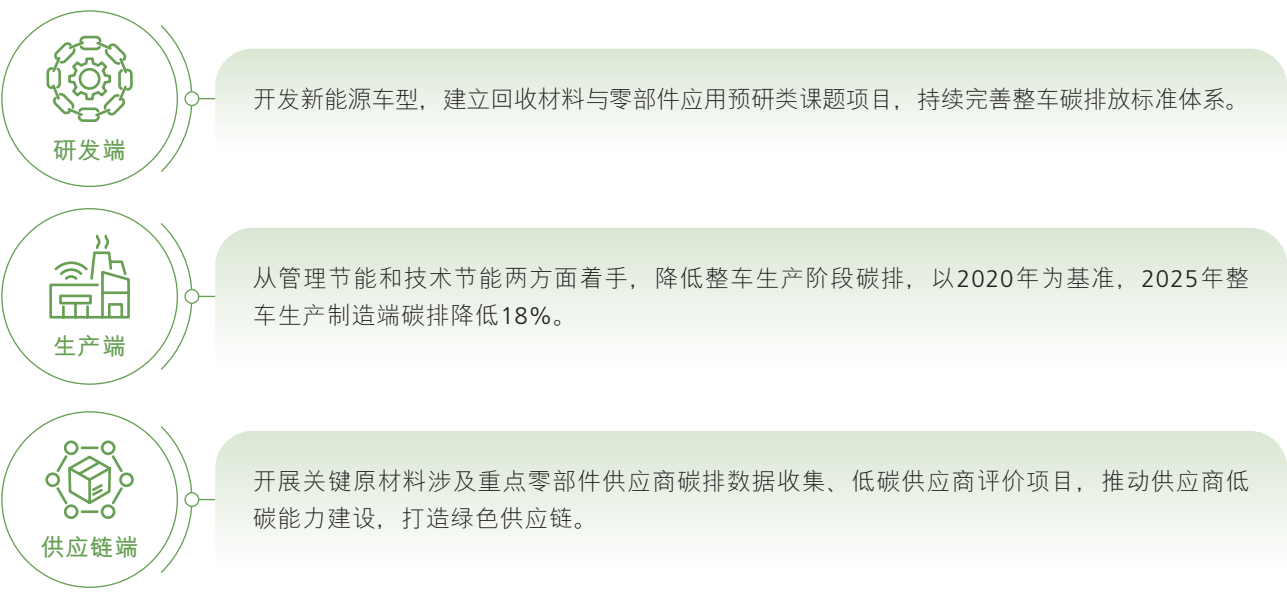
在整车研发设计阶段，长城汽车坚定践行绿色发展理念，将产品研发视为核心驱动力，以技术创新作为实现绿色转型的桥梁，全方位深化绿色企业的构建，秉承匠心打造绿色可持续的未来座驾。

在生产制造阶段，工厂通过工艺流程改善，生产技术创新，清洁能源推广，生产效率提升等措施，持续挖掘降碳空间，降低生产制造环节碳排放。

在供应链管理阶段，长城汽车以数据管理为基础，以风险评估为核心，以能力建设为保障，持续传递低碳理念，培育低碳供应商，构建低碳供应链管理体系。通过供应商准入、项目定点和绩效评价等环节，将低碳评价作为关键管理要素，逐步融入现有体系。同时，长城汽车与供应商在低碳技术和材料领域协同创新，深化合作，推动低碳零部件的开发与应用，致力于打造绿色可持续供应链。

在报废回收阶段，长城汽车积极践行绿色发展理念，推动资源循环利用，打造循环生态系统，从而实现报废端产品价值最大化。

其中，2025年短期目标：



为管理风险而采取的行动：

汽车材料无害及可持续发展

秉承生产者责任延伸理念，长城汽车遵循了国内外汽车报废回收及汽车材料禁限用物质法规，建立了拉通全供应链的汽车材料管理系统，利用数字化系统实施材料合规追溯。并从材料开发源头落地环保材料法规，先后推动供应商淘汰标准件六价铬钝化工艺、含铅焊料焊接工艺、溴系阻燃工艺和邻苯类物质增塑工艺等使用。确保材料环保无害的同时，通过汽车产品材料标识、可拆解性结构设计、可回收性材料开发应用等绿色设计策略，力争实现汽车材料回收利用率达到95%的目标。

除此之外，在车型设计之初，便从全生命周期的角度出发，将碳减排理念深度融入整车设计的每一个细节，从低碳环保材料的选用、创新轻量化设计到低碳零部件的开发，全面实施低碳理念于每一个产品环节。同时，长城汽车Hi4技术家族已经涵盖Hi4、Hi4性能版、Hi4-T、Hi4-Z，这些技术已广泛应用于各类车型中，旨在用户使用过程中实现显著的减碳效果。未来，长城汽车将继续加大技术研发和创新力度，致力于构建绿色低碳、健康环保的汽车生态系统。

制造端降碳

长城汽车持续践行可持续发展理念，积极推动各工厂从工艺技术创新、效率提升、清洁能源替代等维度开展降碳工作。新建工厂策划前期，立项审核阶段，增加项目碳排评价，推动先进、成熟低碳技术，从源头降低项目碳排放。针对现运行工厂，持续开展节能降碳项目识别，推行光伏项目建设，提升工厂制造端低碳水平。报告期，长城汽车与政府机关、行业协会等组织积极互动，广泛参与社会低碳活动、引领全社会减排，得到各界普遍赞誉和高度评价，2024年多家子公司荣获“绿色工厂”、“绿色供应链”称号。

国家级绿色工厂：长城汽车股份有限公司重庆分公司、长城汽车股份有限公司天津哈弗分公司、诺博汽车系统有限公司天津分公司

国家级绿色供应链：精诚工科汽车零部件(重庆)有限公司、蜂巢动力系统(重庆)有限公司

省／市绿色工厂：蜂巢动力(重庆)有限公司、曼德电子电器有限公司保定徐水热系统分公司、精诚工科汽车零部件(重庆)有限公司、精诚工科汽车零部件(泰州)有限公司、诺博汽车零部件(泰州)有限公司、蜂巢蔚领动力科技(江苏)有限公司、曼德汽车零部件(泰州)有限公司

1、清洁能源使用

通过持续提升分布式光伏装机容量、积极参与电力市场绿色电力交易，提高产品生产过程清洁能源占比，降低碳排放量。

- 2024年在华北、华中、华东、西南等区域陆续开展分布式光伏项目建设，完成华中、华东、西南区域光伏项目并网发电。建设光伏项目统一管理平台，提高光伏项目数字化、智能化管理水平，配置光伏板清洗设备、大容量储能设施等，进一步提高分布式光伏电站发电效率，为产品提供清洁能源。截止2024年底累计分布式光伏装机容量达到337MW，较2023年装机容量提升19%。
- 长城汽车积极参与电力市场绿色电力交易，2024年累计采购绿电近4,353.8万kWh，减少碳排放量3.08万吨。

2、低碳技术创新

整车生产运营过程高度注重低碳管理，积极探索创新工艺，挖掘降碳空间，通过应用创新工艺、高效设备、余能回用、智能模型等措施，不断提升生产制造过程能源效率，减少制造过程碳排放。

环节	新工艺、新设备	节能降碳举措
工艺创新／ 高效设备	冲压效率提升	通过增大模具尺寸实现共模生产，保证产品性能同时，实现多件多腔共模生产；应用后，单台生产能耗降低39%，降碳3.87t／年。
	热泵系统应用	持续推行新设备应用，采用直膨热泵系统，取消天然气消耗，实现单台降碳0.794kg／台； 工艺提升，使用热泵系统替代空调系统，节约二次加热蒸汽消耗，降低运行能耗，实现降碳1795t／年。
	循环风比例提升	提高循环风运行比例，降低新风运行能耗，实现降碳256t／年。
	低温电泳漆应用	实施低温电泳漆，对工厂电泳烤房改造，减少过程能源消耗，实现降碳207.185t／年。
	总装设备调整	通过设备优化、工序合并措施，减少车辆生产过程能耗，单台碳排降低0.54kg。 通过更新线体设备，实现单车碳排降低0.13kg。
	涂装工艺改造	通过B1B2工艺改造，降低生产能耗，减少碳排放量约2,328.59t／年。
余能回用	余热回收	对烘干炉、废气焚烧的余能进行回用，回收热量超过1,600kw／车间／h。
	废气余热利用	废气经过余热回收装置对热水管路进行加热，减少碳排约1,261.89t／年。
智能控制	智能识别模型	精准识别车辆位置，调整控制程序，使前处理电泳线体水泵／烘干室元体随车关停，减少生产过程能耗，实现降碳272.9t／年。
	制冷系统智能控制模型	采集各维度相关控制参数，建立制冷系统动态窗口控制模型，由固定温差改为变温差控制模式；智能调节制冷机设备启停及冷冻、冷却水泵频率，整站能源效率提升20.57%。
	锅炉系统智能控制模型	采用恒温控制方案，供水温度波动范围1℃，减小“二段大火”运行时间占比，维持“一段小火运行”。水泵耗电量降低约40%；锅炉换热效率提高12%，燃气耗量降低约14%。
	涂装车间重点设备智能开机	通过采集线体当前温度、历史升温用时，匹配最优开机时间，实现设备远程自动开机，减少人工判断开机产生的能耗成本浪费，保证设备处于高效、低耗的运行状态。

3、数字化赋能

随着公司双碳工作的深入推进，我们持续优化数字化碳排放管理平台，不断扩大应用场景与覆盖范围。通过对自主构建的“双碳管控平台”迭代升级，2024年新增供应链端碳排管理、员工差旅碳排管理、碳配额管理等功能，实现了“研—产—供”全链路碳排数字化管理，进一步提升了双碳管理的范围和效率。截止2024年底，“双碳管控平台”已实现全国86家工厂、200余家供应商、200余款整车产品的碳排数字化管理。

通过上述措施，集团整车基地温室气体范围1和2的排放强度降低，较20年降低17.16%。

回收端降碳

秉承汽车全产业链绿色可持续发展理念，长城汽车长期致力于打造资源循环再生、生态低碳环保的汽车循环系统，积极践行生产者责任，开展“汽车产品生产者责任延伸试点项目”，落实试点项目目标，并于2024年12月份完成试点项目竣工验收工作。

2024年长城汽车推动旗下再生资源公司借助产业政策、政府政策拓展农业机械车辆回收、国III车辆回收、新能源动力电池回收以及循环材料、循环件等业务，通过建设新能源车拆解车间、电动化拆解机购置，形成完整的循环生态竞争力。

1. 循环材料回收

积极推进废旧金属回收、加工、再利用，开展与大型钢厂及资源循环龙头企业端对端合作。



在废钢方面

开展再利用技术及产品的研究和应用，再生钢比例提升1%（其中白车身再生钢比例提升>14.0%），2024年实现再生钢回收21.17万吨。



在废铜铝方面

实施废铝二次熔炼再利用，关键零部件铝合金产品（气缸盖、气缸体等）制件使用再生铝比例>19.8%，2024年回收有色金属3,525吨。



在塑料方面

开展PCR循环塑料粒子改性研究，预计可实现PCR循环塑料粒子添加比例达30%，2024年实现回收非金属3.05万吨。

2. 车辆回收利用

结合产业政策、政府导向与报废车集团、保险平台、政府部门开展深度合作。



在报废车方面

拓展农机车辆、国三车辆等规范化报废汽车回收业务，同时开展报废车拆解过程技术提升，引入专业设备、实施材料、零部件精细化拆解，汽车资源综合利用率达77.2%，2024年完成报废车辆回收拆解9,600吨。



在循环件方面

搭建二手件逆向回收体系，借助国内18家中转库及2000*4S店布局，在内部物流进行二手件回收验证，24年完成二手件回收7.09万件。



在动力电池方面

长城汽车基于生产者责任延伸制，承担动力电池回收、拆解责任，并依托集团技术及资源，开展动力电池拆解及资源化利用技术研究，24年累计回收动力电池210.28吨。

3. 零部件再制造

长城汽车致力于循环产业链拓展，推进零部件再制造业务，通过扩大旧件回收范围，丰富零部件研发种类，目前已具备再制造发动机、变速器、EPS等8款产品再制造能力，同时搭建再制造产品出入库登记系统及第三方EPR平台，实现信息统计、分析，精准对接汽车后市场，年实现再制造灯具10,138件，再制造变速器386台，增压器1,363台，转向器1,059台。

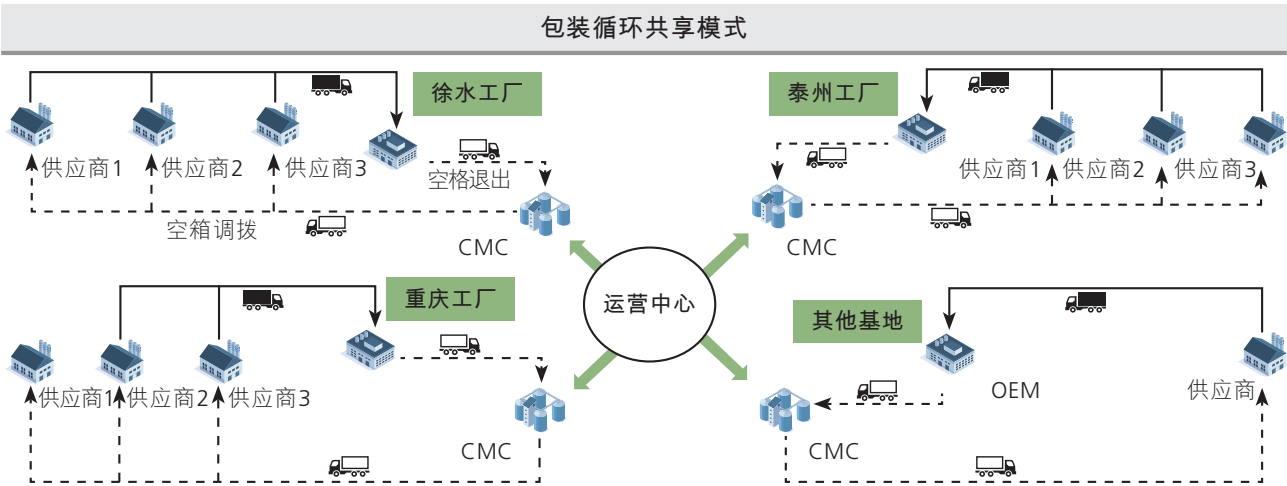
长城汽车将持续深入践行绿色发展理念，以技术创新为手段，多维度推动绿色发展，通过提升整车及零部件中可再生材料和可循环材料应用比例，少件化/集成化设计、材料替代等技术革新，提高整车材料可回收利用率。

物流仓储端降碳

长城汽车持续强化绿色物流领域建设，坚持“绿色包装”“绿色运输”“绿色仓储”协同发展，通过引入先进物流技术、优化运输结构、合理规划资源调配等活动，为实现绿色物流可持续发展不懈努力。

在绿色包装方面，搭建覆盖全场景循环包装共享运营服务网络，持续深耕供应链包装“新四化”发展（通用化、循环化、共享化、智能化），有效打通整车厂与零部件厂商间的包装共享渠道，提升包装循环利用率。

2024年循环包装使用规模达246万箱次，减少5,182吨一次性纸箱包装，降低21,522m³的一次性木材消耗，实现碳排放减少5,907吨，同时推动KD包装轻量化、包装容积率提升，助力绿色包装发展。



在绿色运输方面，通过数字化、一体化的管理平台，统筹全国所有基地、中转库，持续优化物流运输网络布局、调整运输结构，实现公、铁、水运力高效协同，减轻公路运输压力，提升发运效率，报告期内，铁水比例提升至31.7%，减少碳排放36,156吨。

同时，长城汽车在轿运车运输、零部件运输中共投入25辆新能源卡车，累计行驶118万公里，实现碳排放减少1,006吨。



在绿色仓储方面，开展数智化平台建设，推动无人驾驶、AGV等智能装备应用，累计投入21辆无人驾驶车、148台AGV，其中无人驾驶配送顺利执行4.2万条订单任务，累计行驶里程超过15.1万公里，验证无人叉车、料箱机器人等作业场景，不断提升仓储智能化水平，助力节能减排。

碳管理体系建设

1、基础能力建设

长城汽车注重人员双碳意识提升，定期组织各层级双碳工作负责人，开展双碳专项培训，24年度组织培训245场，累计参与人数达8,000人次。

为营造全员知碳氛围，集团通过内部通讯订阅号及内网平台定期推送“双碳知识分享”，提升全员双碳意识，截止24年累计学习超20万人次。

2、内部碳核查

长城汽车始终坚持开展内部碳核查工作，持续识别集团各单位碳管理上的薄弱环节、技术差距及优秀实践。报告期内，共计组织4轮碳核查，涉及旗下28家单位，实现整车制造、零部件、研发和配套等关键业务领域全覆盖。通过碳核查机制，我们积极借鉴优势经验、弥补不足、规避潜在风险，并确保集团的碳减排管理体系得到不断强化。

3、员工碳账户

持续推行员工碳账户平台，记录员工低碳办公生活碳减排量，3000多人参与低碳出行、在线会议、答题等低碳场景，碳减排量52.14吨，产生819万碳积分，将碳中和工作延伸至办公生活消费端，平台通过积分兑换礼品形式，鼓励全员积极参与，员工碳账户目前已申请发明专利。

3,000多人参与低碳出行、在线会议、答题等低碳场景，碳减排量52.14吨，产生819万碳积分



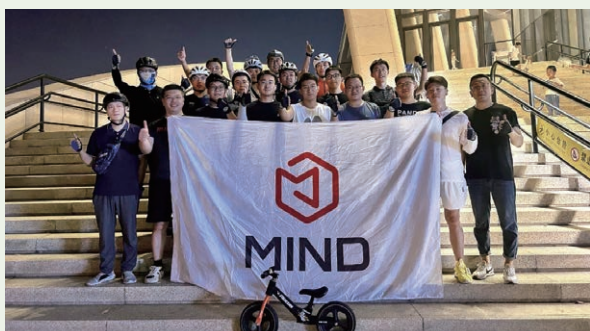
步行	5.75亿步
线上会议	2.27万小时
知识问答	28.45万次
降碳建议	152条
打卡	6.28万次

减排
52.14
吨

4、低碳出行

案例一

2023年4月，长城汽车旗下曼德电子电器系统组织骑行活动，倡导低碳出行理念，同时享受大自然馈赠与运动乐趣。



绿色办公

公司倡导绿色低碳的办公方式，通过精益化管理将节能减排、绿色低碳办公的理念融入日常办公当中。

公司积极推进日常办公中的节约用电，推行“一灯一控”用电办法；根据工位办公人数，开启不同数量照明灯，避免出现“一人办公，全屋亮灯”；减少电能消耗。

公司内电梯设置不同楼层停靠，电梯分别可以在单数层与双数层停靠，减少停靠频次；提高通勤效率，降低电能消耗。

公司提倡无纸化网络办公，全员使用网络办公软件，日常各类办公申请及审批流程均通过网络办公软件申请与审批。

污染治理

公司遵循污染治理设施“三同时”制度，与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用。各污染治理设施均符合“排污许可证申请与核发技术规范”推荐的可行技术。在日常管理中，加强巡检并记录设备运行情况，做到异常情况早发现、早报告、早处理。



废气

公司排放的废气主要为天然气燃烧产生的 NO_x 、焊接工序产生的颗粒物以及涂装工序产生VOCs。我们采用低氮分级燃烧技术通过控制空气比例减少 NO_x 生成，排放浓度符合国家和地方大气污染物排放标准。我们采取密闭方式收集颗粒物，引入高效除尘技术，治理效率达95%，大幅减少了颗粒物排放。涂装废气采用沸石浓缩+蓄热式热力焚烧(RTO)主流治理技术，具有出口浓度稳定、净化率高的特点。我们充分利用园区产业集群效应，全面采用集中供热、供气配套设施，助力节能减排。



废水

公司遵循分类收集、分质处理基本原则，采用“预处理单元+综合废水处理单元+生化处理单元”三级废水处理工艺，排放浓度远低于城镇污水厂纳管标准。我们采用环保型薄膜前处理工艺代替传统的磷化工艺，减少了含磷及镍金属离子的排放。我们设置中水回用系统，对生化处理后的污水再生利用，提升水资源重复利用率。



危废

公司重视危险废物污染防治，2024年公司危险废物种类为污泥、漆渣、废有机溶剂、沾染废物等，我们开展危险废物减量化、资源化处置，均按照各属地生态环境主管部门要求开展转移手续备案，全部交由具备危险废物经营资质的公司处置；依法履行危险废物的防治责任，制定《突发环境事件应急预案》和《危险废物管理计划》，确保了危险废物贮存、转移、处置的全过程合规。



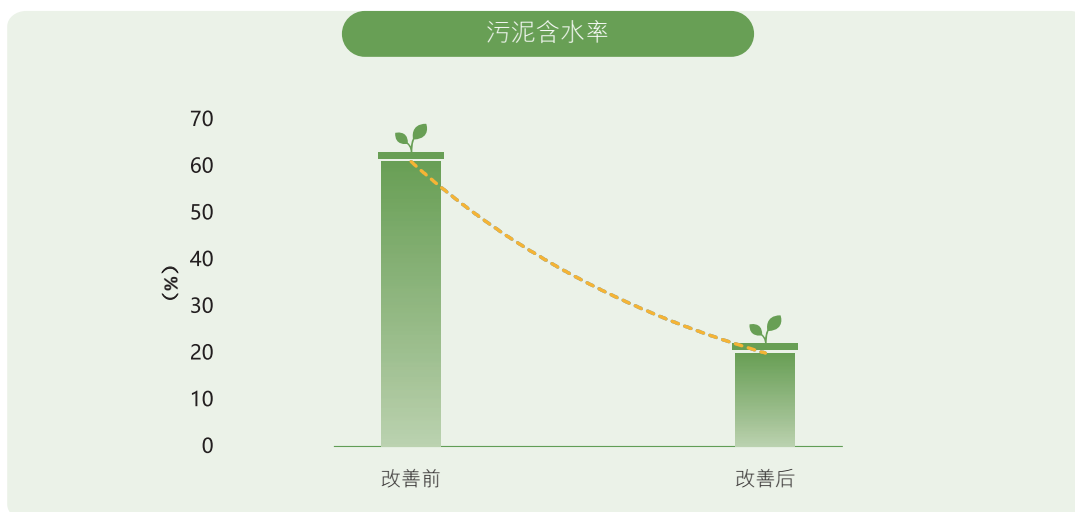
噪音

公司依据《中华人民共和国噪声污染防治法》，并根据声源的不同特征，分别采取低噪声设备、墙体隔声、安装基础减振及隔声屏障等措施加以控制。我们严格遵循排污许可自行监测的要求，委托有资质的第三方开展监测工作，出具检测报告。

2024年，长城汽车保定零部件工厂对涂装车间进行新风系统改造，改造为循环风系统，改造完成后生产过程中产生的VOCs量减少了57%。



2024年，长城汽车徐水工厂对现有污泥压滤工艺进行改造，由两级压滤提升至三级压滤并增加单独的烘干工序，污泥含水率又由提升前61%含水率降低至20%含水率。



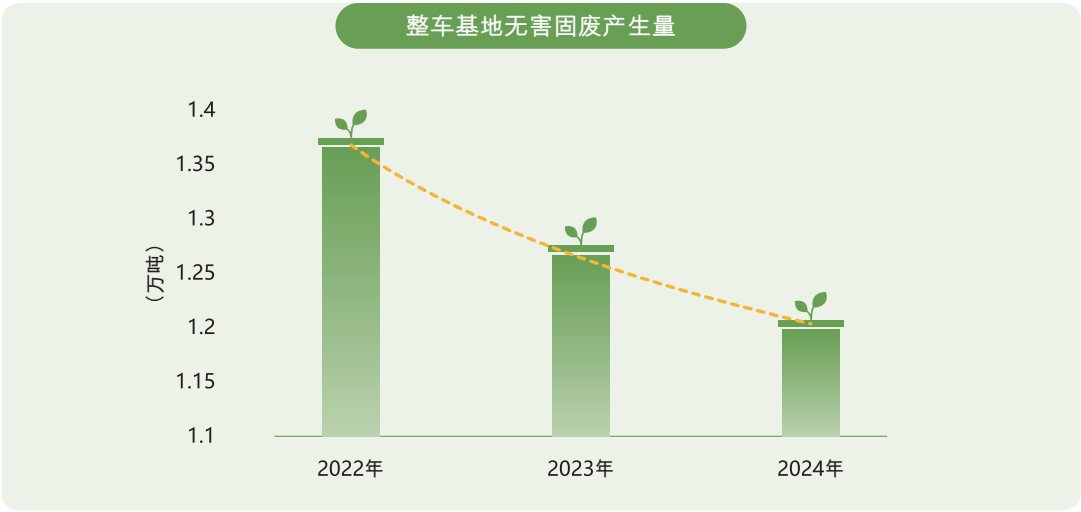
无害废弃物管理

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

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

无害废弃物产生量及减废措施

- ① 2024年我司无害无价废弃物产生总量为12000吨，较2023年减少700吨。
- ② 在无害无价废弃物产生过程中我司采取各项措施减少废弃物的产生，如提升生产工艺技术、组织各式各样的活动、加强垃圾分拣分类。



我们始终坚持从源头预防、过程管控到末端治理的全链条管理模式，严格把控污染物排放。

目标：

所有污染物均实现达标排放，各类重点污染物的排放总量均不超过国家或地方总量控制要求，以实际行动践行环保责任，助力绿色发展。

排放方面管控措施

1. 国内外市场法规应对

◆ 国内市场：

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

- ①. 发动机升级：发动机从软硬件方面进行技术升级，如采用低灰分机油、350bar燃油喷射系统、热管理系统、双喷射系统等，目的主要在于降低颗粒物排放，加快发动机热机速度改善排放及能耗水平。软件策略层面，多次喷射、瞬态燃油控制、部件自学习等应用，对排放及一致性控制也起到了积极的作用。

- ②. 后处理技术升级：除从机内源头上考虑优化排放的措施外，机外排放控制更是起到了至关重要的作用，尤其是颗粒捕集器(GPF)，对于颗粒物排放的改善在60%-90%，颗粒物排放可做到国6b排放限值的20%。**储备GPF迭代技术**，一方面源于载体孔道和壁厚的设计，另一方面源于涂敷工艺及材料的改进。
- ③. 排放测试设备升级：为应对未来7阶段法规，长城汽车率先2~3年对PEMS和整车排放试验室开展PN₁₀设备升级，**PEMS设备已于2024年7月开始投入使用**。
- ④. 测试规范的建立：实际道路诸多因素的复杂性和不可控性会对试验测试结果产生影响，为确保整车开发的覆盖性及一致性，长城汽车在天津、重庆、厦门、上海、青海等地进行实地考察和测试，真正涵盖高温、高寒、高原、城市拥堵、高速等极端环境和极限工况的测试。

◆ 海外市场：

2024年，长城汽车秉持长期主义、底线思维，锁定智能新能源赛道，强化“智能化+越野”双重优势，加速新能源全球化布局及进程，深耕美洲(巴西和墨西哥)、拓展中东、加快推进欧盟市场等。

面对海外市场法规和环境多样化及复杂性，长城汽车通过法规解读、市场调研、实地考察及当地验证等方式，支持开展动力/车型规划、排放技术路线及控制策略等匹配车型竞争力及法规符合性评估。同时积极应对海外市场新法规的实施，提前储备巴西L8，欧盟欧6e及墨西哥市场新法规要求的技术方案；针对不同市场采取不同的排放技术路线和当地化开发验证规范，结合智能化SUV车型率先实现量产应用，项目切实做到环保节能，为消费者和社会创造价值。

长城汽车一直以身作则，有坚守，有底线，不吝一次性及整车全生命周期的高额投入，为的是交付给用户的高质量和高标准的产品。

2. 未来排放法规应对

为保护和改善环境，力争达成碳中和目标，世界各地区域陆续研究制定下阶段排放法规，助推节能减排技术的应用，使得新能源技术获得长足的进步，促进汽车产业绿色、低碳、可持续发展。作为国内头部汽车企业的代表，长城汽车积极参与欧7法规动态跟踪、技术预研及国7法规相关课题阶段预研(温室气体管控、高海拔排放、NH₃和PN₁₀)，为下阶段行业标准规范的建立提供建设性建议。

面对未来更为严格的全球排放法规，长城汽车已做好了充足的准备：

1. 强化真实环境下的排放管控，建立试验室和实际道路测试多元综合评价开发体系，以及全场景的应用匹配开发流程；
2. 针对PN₁₀的颗粒物减排，引入高效率颗粒捕集器的同时，加强发动机和策略匹配，以实现全场景的尾气颗粒物排放的合规化；
3. 快速闭环的前后氧传感器，更好地实现冷机排放控制及产品一致性；
4. 开启500bar高压共轨系统的预研，可实现节能和减排双赢。

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

生物多样性

长城汽车以实际行动严格遵守《生物多样性公约》、《昆明宣言》、《昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架》等内容，持续关注生产环境与周围自然生态的适配程度，不断改善厂区环境，努力打造绿色工厂。在项目建设规划过程中，我们充分了解当地生态文明建设理念，在最大程度保留原有生态的前提下，通过制定生态保护对策、监测环境因素、加强环境合规投入等措施，降低了项目建设对生物多样性的干扰；邀请独立的环境专家和生态学家，对我们的项目和运营活动进行第三方评估。定期组织内部审核，确保我们的运营活动符合公司制定的环境和社会责任标准；并将生物多样性保护纳入ESG管理中。我们在生产生活的过程中关注生物多样性保护，提高自身生物多样性保护理念，结合自身经验，因地制宜保护生物多样性。

长城汽车严格按照《中华人民共和国环境影响评价法》开展项目建设工作，新建设项目开展环境影响评价，包括但不限于建设地周边环境、生物多样性影响分析等，共同营造人与自然和谐相处的良好环境氛围。

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

案例一

2023年4月，长城汽车为倡导绿色生活理念，推进生态文明建设，在植树节日期间，组织员工植树活动。



案例二

同月，组织了20组员工家庭，为地球进行了一次绿色充“植”活动，履行社会责任，积极参与环保事业。



案例三

长城汽车在张家港开展“植此青绿，环保共行植树志愿者活动”。不仅是环保行动，更是传递绿色理念的公益活动。种植了数百棵山茶花、金桔等苗木，为当地增添了一片新绿。



案例四

为传递文明长春正能量，提高我司员工健康意识和环保意识，曼德光电长春研发中心全员组织“低碳健步走，绿色环保行——争做城市的清道夫”活动，大家齐聚长春最高峰的山脚，一路向前，登山的同时减少垃圾污染，保护大自然；分享对垃圾进行有效处置的科学管理方法。



案例五

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

能源及水资源管理

为降低能源消耗总量和强度，长城汽车成立专业的能源管理团队，明确管理责任及节能管理理念，在全集团范围内开展能源管理、节能减排等相关工作。制定完整的标准、规范，公司内部建立完整有效的、形成文件的能源管理体系，不断控制、优化实施过程，各整车基地内部设定能源指标实施动态考核。

1、 节能降碳改善

长城汽车推行精益生产理念，通过细化用能管控，消除浪费、降低不必要的能源消耗，运用智能化技术赋能能源管理，典型改善：

压缩空气分区域、分压力供应

通过增加自动调压装置实现冲压、焊装、总装不同压力需求的车间自动调整做到按需供应，年度节约能源**24**万元。

涂装线体智能开机

提取现场温度数据，利用远程开机软件依据数据库精准推算设备开启时间，消除设备因人工开机造成的能源浪费，日节约用电**1,533**度。

环境采暖／制冷智能化集控

实施智能化集中控制系统改造，可实现环境空调本地、集中远程、智能化自动三种控制模式，年度节约能源**20.07**万元。

变频器ECO模式应用

通过对设备进行优化并测试，应用ECO模式后能源站房风机节能率**22.1**%，水泵节能率**2.1%-18**%，每月预计可节省电费**4.3**万元。

循环水自适应开关机

冷却循环水依照不同生产模式自动智能开、关机、过程供应参数实时调整，实现能源精细化供应，年度节约能源**9.39**万元。

2、 绿色能源替代

长城汽车大力发展绿色新能源，积极推广绿色能源应用，通过增加光伏装机容量、提升光伏发电效率等方法，提高光伏用电量，支撑环境友好发展



2024年公司光伏电站装机容量达到
337 MW；
公司年度累计实现绿电用电量
2.46 亿度；
整车基地绿电占比**24.18**%，较2023年提升2.5%。

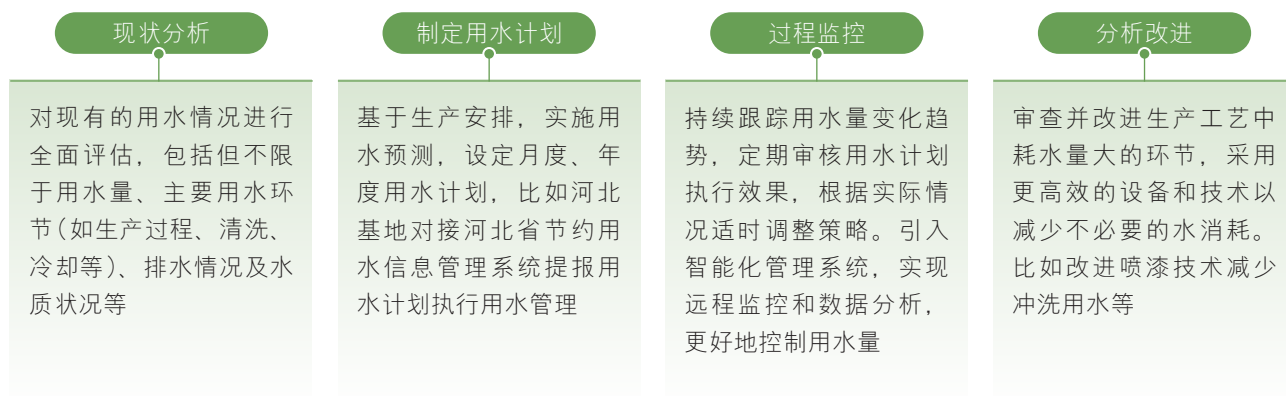


3、 水资源管理

长城汽车重视水资源保护，确保生产运营及产品工艺对水资源不产生影响，各基地未出现水资源短缺及用水安全事件。

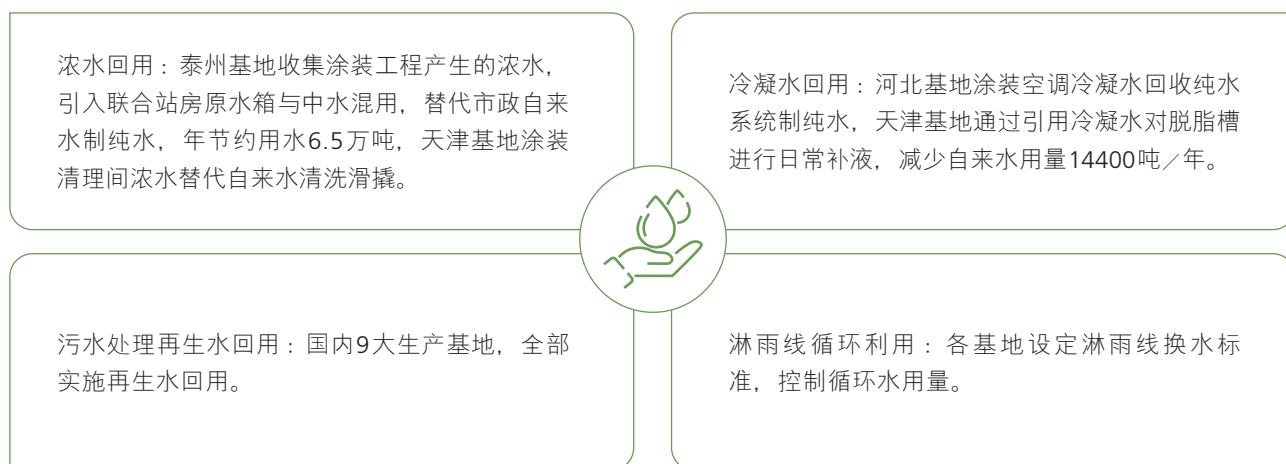
公司生产、生活用水主要来自于市政供水，高标准建设废水处理设施，确保所有排放出去的水质达到国家或地方规定的标准要求。同时将处理后的废水作为工业用水循环利用。

为减少企业的运营成本，促进水资源保护，持续提升各基地用水精细化管理水平，开展用水精细化管理。



公司持续加强水资源节约集约利用。节水技术指标和管理指标符合节水型企业要求，其中4家整车基地被评为“节水型企业”。科学诊断水资源利用效率及供需平衡状态，目前已完成5家整车基地水平衡测试。优化用水系统集成，全面推行水资源循环利用，2024年整车基地生产使用中水达224万吨，占总用水量40%，工业用水重复利用率达到97.74%。

公司采取的典型节水举措：



2025年，公司将强化工业节水管理，通过实施节水改造、水资源重复利用等措施，减少用水量，提升水资源循环利用率。

包装循环利用

长城汽车坚持绿色化、循环化发展，走可持续性发展策略及道路，2024年推行租赁模式循环包装比例提升0.7%，全面践行绿色经营，大力发展绿色文化。

技术创新可持续发展

产品技术

材料&技术创新

1. 镀锌热成形钢直接热浴成型替代铝矽镀层热成型，实现防腐性能提升约2.7倍，焊接飞溅率由20%下降至10%以内，突破专利壁垒
2. 半固态注射镁合金替代高压铸造铝合金，实现零件减重约33%
3. 3D压胀复合高强热成型管替代热冲压成型，实现零件减重约9%
4. 6系PLUS航天用铝型材开发，替代常规6系铝型材，实现零件减重约13%，材料强度提升约10%、韧性提升约15%
5. “基于热浴成形工艺的镀锌热成型钢汽车零部件”、“Uni-FISH高强轻量化汽车外板用钢”获中国汽车工程学会2024年轻量化大赛二等奖、三等奖



健康座舱打造

长城汽车建立了健康座舱体系开发建设，全产业链管控，从原材料、助剂、生产工艺、包装、仓储、物流方面保证内饰健康，同时结合用车场景化搭载高效智能净化技术，多功能香氛，持续提升用户体验。

长城汽车始终将健康安全放在首位，为提升车内驾乘人员的健康，建立领先的材料管控标准，通过环保选材+环保工艺实现有害物质的“少带入、少产生”；采用严格的挥发性有机物控制标准，联合零部件供应商共同推动将零部件挥发性有机物和气味降到极致。先后完成全水性超纤革、无溶剂PU革、矽胶革、物理发泡PVC革、婴儿级仿麂皮等环保材料开发，并推动在后续新车上应用，持续降低车内挥发性物质含量、改善车内气味。其中，仿麂皮通过OEKO-TEX100婴儿级认证和GRS环保认证，OEKO-TEX100是纺织品的全球性产品认证标准（比欧盟REACH法规更严格），婴儿级是最高等级，通过认证意味着面料满足包含甲醛、重金属、邻苯二甲酸酯、多环芳烃等1000多种禁/限用物质限值要求；同时，开发抗菌、抗病毒、低致敏面料，如植物抗菌PU革、亲肤低致敏Nappa皮，实现对驾乘人员的接触健康防护，提升车内健康品质。

为实现在不同用车场景下的全面保护，我们搭建了健康座舱功能平台，通过智能化座舱清洁系统、离子净化技术、车内抗菌杀毒系统、空调系统净化、高效低阻座舱过滤等技术的升级迭代，践行为用户打造“健康座舱”的核心理念。

近年来公司多款车型在中国质量认证中心、中国汽车工程研究院、中国汽车技术研究中心、中国车内环境论坛等主导的权威评测中获得优秀成绩。



2022年

好猫：中国汽研健康指数“五星健康车”认证



2023年

蓝山：中汽中心“儿童优先绿色座舱”认证，高山：中汽中心“零甲醛汽车”认证，闪电猫：中汽研健康指数“五星健康车”认证



2024年

坦克500：被授予中汽研健康指数“五星健康车”、“绿色健康先锋车型”称号。
魏牌高山荣获“中国绿色汽车(C-GCAP)全五星认证”奖项



长城汽车将持续关注用户需求，结合用车场景，从车内低气味、低VOC，健康舒适，到健康环境、舒适氛围，再到车内个性化健康服务，持续为用户健康提供更贴心更全面呵护。

知识产权保护



专利数量

长城汽车高度重视技术创新，重视创新成果保护。截至2024年底，已累计申请专利28,000余项，授权专利17,000余项。专利申请覆盖欧盟、美国、日本、东盟等40余国家／地区，拥有新能源、智能化、发动机等核心专利技术。

截至2024年底，已累计申请专利**28,000**余项，授权专利**17,000**余项



所获奖项

2024年长城汽车获得国家级专利奖1项，长城炮商用炮车型外观设计荣获“第二十五届中国外观设计银奖”（预获奖）。截至2024年12月31日长城汽车累计获得中国专利奖10项，其中金奖4项，银奖1项，优秀奖5项。

截至2024年12月31日长城汽车累计获得中国专利奖**10**项



知识产权管理

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

(1) 知识产权制度建设

长城汽车构建了完备的专利管理体系及制度，包括《长城汽车全球专利合规手册》、《专利工作管理规定》、《专利预警管理规定》、《专利激励管理规定》等多达20余项知识产权管理制度，这些制度涵盖了专利合规、专利申请、专利预警、专利激励、放弃评估等内容。

为激励发明人在专利申请、实施及运用方面做出的贡献，长城汽车《专利激励管理规定》推行月度落实奖励制度，该激励机制贯穿了专利的提案、申请、授权、转化运用等全生命周期，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。促使他们在专利相关工作中更加积极主动，为企业的知识产权发展贡献力量。

(2) 专利申请质量管控

在专利申请工作中，始终秉持质量为本的理念。一方面，针对新技术、新产品，运用科学且系统的方法，全面剖析技术架构，深入挖掘技术细节，从底层逻辑到应用层面，进行地毯式梳理；并同步开展专利检索分析，为专利申请筑牢根基。另一方面，充分发挥专利工程师的优势，开展专利检索分析，构建专利布局，并在专利撰写、OA答复等核心流程，严格把控每一个环节，保障专利申请质量。

(3) 风险管控

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

(4) 知识产权数字化建设

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



交流培训 方面

2024年，长城汽车积极开展内、外部专利业务培训交流百余次，涉及知识产权管理、专利挖掘、专利申请与布局等内容。通过这些培训，提升了专利人员技能与技术人员对专利的理解。同时，在世界知识产权日等节点开展宣传活动，持续提升全员知识产权意识。

产品质量与安全

长城汽车将先进质量管理方法和自身实践相结合，探索形成了一套独具特色的质量管控模式，即以产品开发为主线，集研供产销服为一体的“全面质量管理体系”。该体系坚持以顾客为中心、一次做好的质量经营模式，以IATF 16949标准、每天进步一点点的企业文化、数智化AI技术三个基础为依托；通过打造质量体系、产品提升、机制建设、数字化建设四个支柱，以合规、环保、安全、可靠的质量赢得顾客信赖，以智能、潮玩、共创的体验超越顾客满意，打造让顾客信赖的全球领先品牌。

为保证产品的高品质、高可靠性，在研发方面，整合资源，建立全球化研发体系，拥有一流的研发设施和能力。建立以再发防止、未然防止两大质量支柱为核心，可靠性设计、软件质量、工程师育成、用户体验满意度提升等为补充的设计质量保证体系，并通过互锁机制，确保设计一次性做好，构建具有长期价值的体系力，保持能穿越大周期的洞察力，拓展以技术为核心的创新力。

在产品制造过程中，国内拥有10大全工艺整车生产基地，在海外地区建立了3个全工艺整车生产基地，同时拥有多家KD工厂；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，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。

长城汽车足迹遍及欧洲、非洲、拉美、澳新、东南亚、中亚、中东等全球市场，依据国际、国家及行业标准，实施产品设计、制造、销售和服务，最大限度满足顾客需求，在保障产品质量的基础上，公司还开展服务质量提升项目，确立了以“客户满意”和“市场领先”为主要目标的营销策略，通过营销服务的创新变革，升级终端形象和服务质量，以超值服务为客户创造惊喜，不断提升客户满意度。

长城汽车始终牢记以打造顾客惊喜为己任、为员工创造幸福、为客户创造价值、为社会创造效益的发展使命，定位于全球市场，融汇最新技术，致力于打造高质价比创新技术的精美产品。其中产品的健康与安全是长城汽车产品特性的重中之重，长城汽车通过控制排放，控制气味及VOC，完善主被动安全，管控回收利用等多种方法打造符合国家要求、给顾客带来惊喜的健康安全产品。

主被动安全方面管控措施

1. 安全愿景

长城汽车始终奉行“安全至上”的核心理念，所有开发活动都以“交通事故零伤亡愿景”为目标，不断追求驾驶安全“最大化”和事故伤害“最小化”。

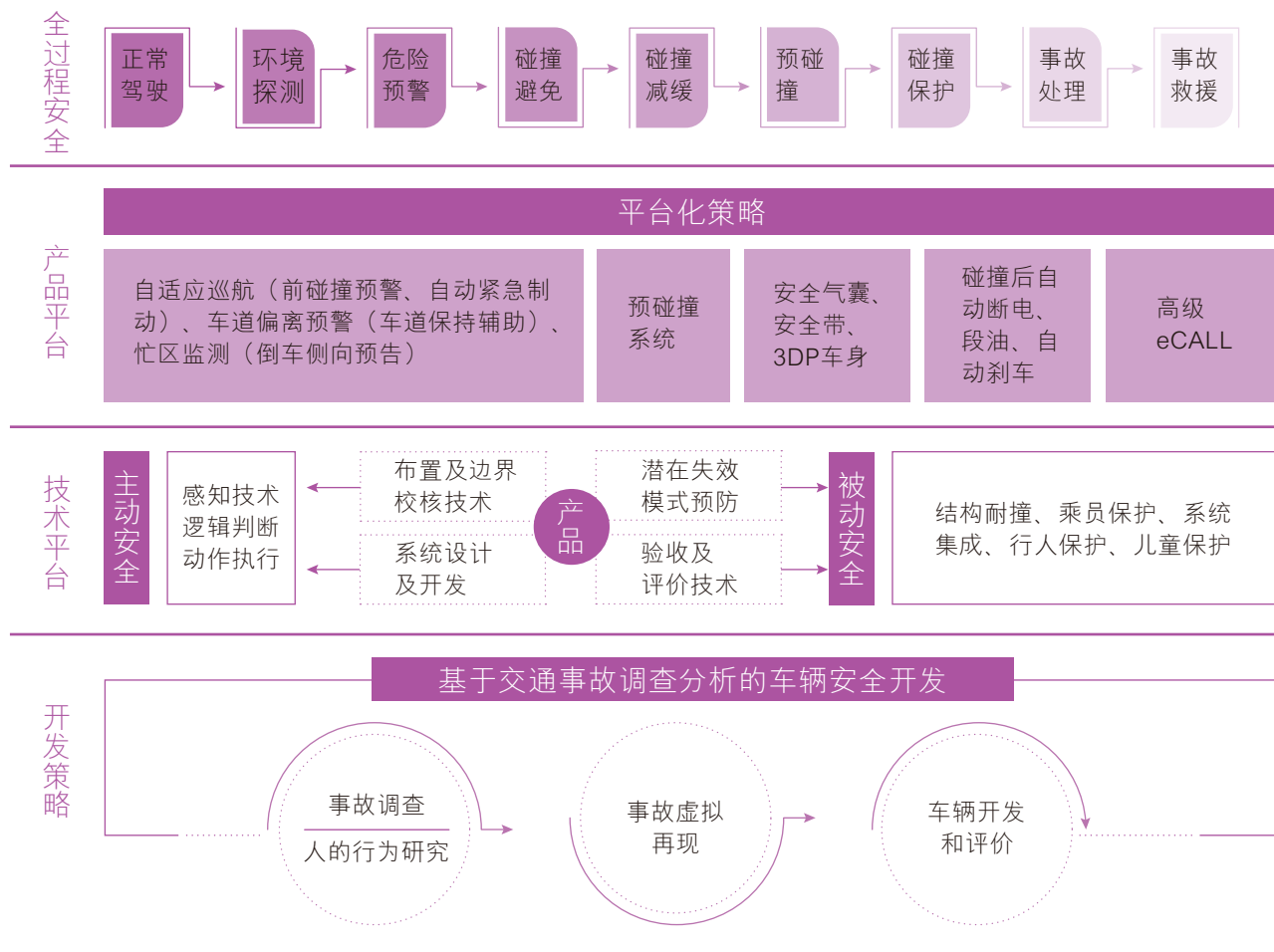
2. 安全开发理念

长城汽车秉承“T-Safety”全面安全理念，不仅致力于保护自身及车内乘员的安全，也充分考虑包括汽车、摩托车、自行车、行人在内的所有交通参与者的安全。



3. 安全开发技术体系

基于真实道路交通环境和实际交通事故特征，关注驾驶“**全过程安全**”，以**安全性能开发流程**为基础，利用**虚拟分析**、**试验测试**及**主观评价**相结合的方法，推动产品平台与技术平台的实现及迭代升级，持续提升长城汽车的安全性，实现**乘员、行人、车辆全面安全**。



4. 功能安全

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(ISO 26262/GBT 34590)，组建功能安全团队，建立并持续优化公司功能安全设计开发流程，我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，具备功能安全过程保障能力和功能安全开发实现能力；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ESC(电子稳定程序控制器)/IBC(集成式制动控制器)、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。功能安全强标认证方面，基于市场准入要求，满足并已通过ECER79、GB17675对车辆横向控制方面的功能安全认证；

5. 产品安全实现

基于长城汽车“全面安全”开发理念和完善的安全性能开发体系，至今长城汽车已有数十款车型取得了海内外NCAP五星成绩，2024年我司继续深耕汽车安全技术，在满足NCAP星级和保险安全指数测评基础上，追求更高的安全标准，守护用户安全。

1、 魏牌高山荣获C-NCAP、C-GCAP

魏牌高山荣获C-NCAP、C-GCAP双五星安全认证，以行业标杆级的安全实力践行企业责任担当。作为中国汽车品牌向上突破的典范，我们始终将用户生命安全和绿色可持续发展置于首位—C-NCAP五星认证印证了高山车型在主动安全、被动安全防护等领域的硬核实力，而C-GCAP五星殊荣则彰显了产品在健康座舱等领域的卓越表现。双五星认证不仅是对产品品质的至高褒奖，更是魏牌坚守“安全至上”发展理念的生动注脚。未来我们将持续以科技创新驱动安全升级，以严苛标准引领行业进步，为守护用户出行安全、推动汽车产业安全技术发展作出更大贡献。

2、 坦克500荣获澳洲ANCAP五星安全评级

坦克500凭借全方位安全设计与硬核技术实力，荣获澳大利亚ANCAP五星安全评级，以全球严苛安全标准印证产品卓越品质。此次认证不仅彰显了坦克500在被动安全领域的领先性，更体现了我们始终将“用户生命守护”置于核心的企业责任—从高强度车身结构到多场景智能驾驶辅助系统，从乘员保护到行人安全设计，坦克500以全面安全理念，践行“零事故愿景”。未来，我们将持续深化安全技术创新，推动全球安全标准共融，以超越期待的防护实力护航用户每一程，为全球汽车产业安全升级贡献中国智慧与中国力量。



3、 打造安全新高度，魏牌蓝山通过行业首个货车追尾后高架桥坠落挑战

2024年12月2日-4日，在第13个全国交通安全日之际，作为长城汽车旗下高端新能源品牌，魏牌携手中汽中心TOP Safety开展了一场难度极大的“行业首个高架桥坠落挑战”。此次挑战模拟了极为复杂的交通事故场景，一辆货车以高速追尾魏牌蓝山，随后车辆冲出高架桥并坠落。在如此严苛的测试条件下，魏牌蓝山凭借其坚固的车身结构、先进的安全配置以及精湛的制造工艺，成功抵御了巨大的冲击力。车身关键部位未出现严重变形，安全气囊精准弹出，为车内乘员提供了全方位的保护，最大限度地降低了事故伤害。这一成果的背后，是魏牌对安全研发的持续投入与不懈追求。从高强度钢材的大量应用，到智能安全系统的深度开发，每一个细节都凝聚着魏牌对安全的极致考量。

长城汽车深知，汽车安全不仅是技术的较量，更是企业对社会的责任担当。通过此次挑战，魏牌蓝山不仅为行业树立了新的安全标杆，更为消费者带来了实实在在的安全保障。未来，我们将继续以更高的标准、更严的要求，不断探索汽车安全的新高度，用实际行动诠释对每一位用户、每一个家庭的守护承诺，为构建安全、和谐的出行社会贡献更多力量。

供应链管理

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

我们发布《长城汽车供应商可持续发展告知书》，规范工作环境与人权、健康与安全、商业道德、环境保护等要求，将本集团的可持续发展要求向供应商说明，并要求其认真执行。

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



1. 供应链平台

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

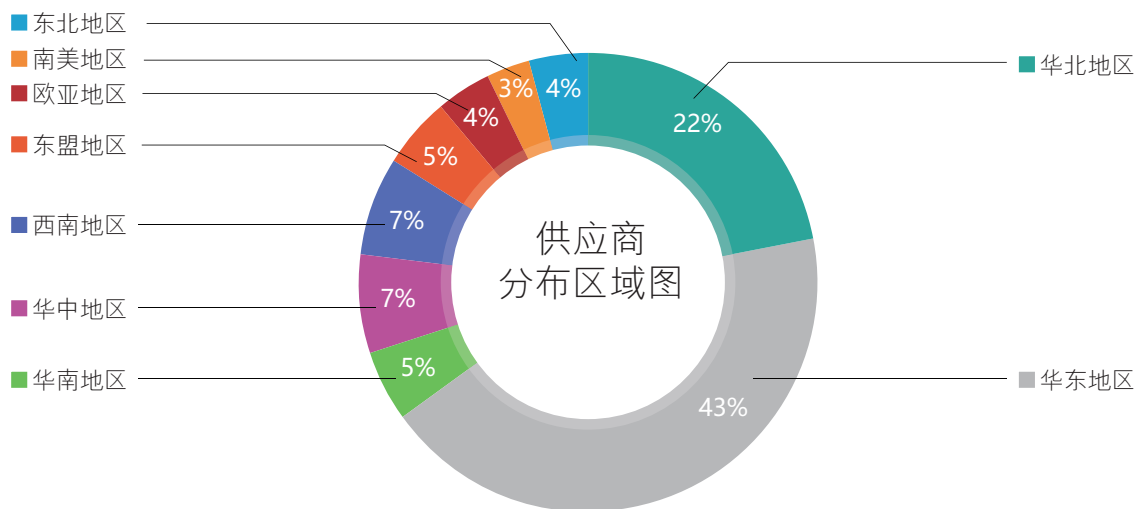
2. 供应商引入

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

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

在供应商准入审核增加了可持续相关指标的评估和得分项，包括：碳中和组织架构、碳中和管理体系、碳中和规划、碳中和减排目标等项目，实现新引入供应商100%审核确认，以保证符合长城汽车可持续发展规范要求。另外，我们已编制《可持续发展绿色供应链管理指南》管理制度，从碳信息填报、碳信息核实、碳管理应用和碳管理提升等方面对供应商做出限制要求。我们鼓励供应商使用环保材料或循环材料，推动供应商建立自己的绿色采购机制。

供应商数量，主要供应商1100余家，均为行业内优秀供方，全球知名供应商占比超30%，对于合作供货商，2024年，长城汽车供应商质量体系认证率达100%，具体分布：



3. 供应商管理

供应商考核管理

从供应商的技术能力、质量、成本、交付、环境治理等维度，定期对供应商开展绩效考核。评价结果从优到劣分为I、II、III、VI四个等级，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。并关注下级供应商质量、安全、人文、环境、有害物质管控、守法合规等因素，要求相关一级供应商对此进行确认。

风险评估

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

长城汽车定期对供应商进行可持续发展评估，依据《供应商可持续发展评估问卷》中的公司治理、人权、健康安全、商业道德、环境等可持续发展评估条款，对供应商及其下级供应链进行评估审查，审查供应商是否遵循可持续发展政策及要求，并提出改进建议。

阳光采购

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

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

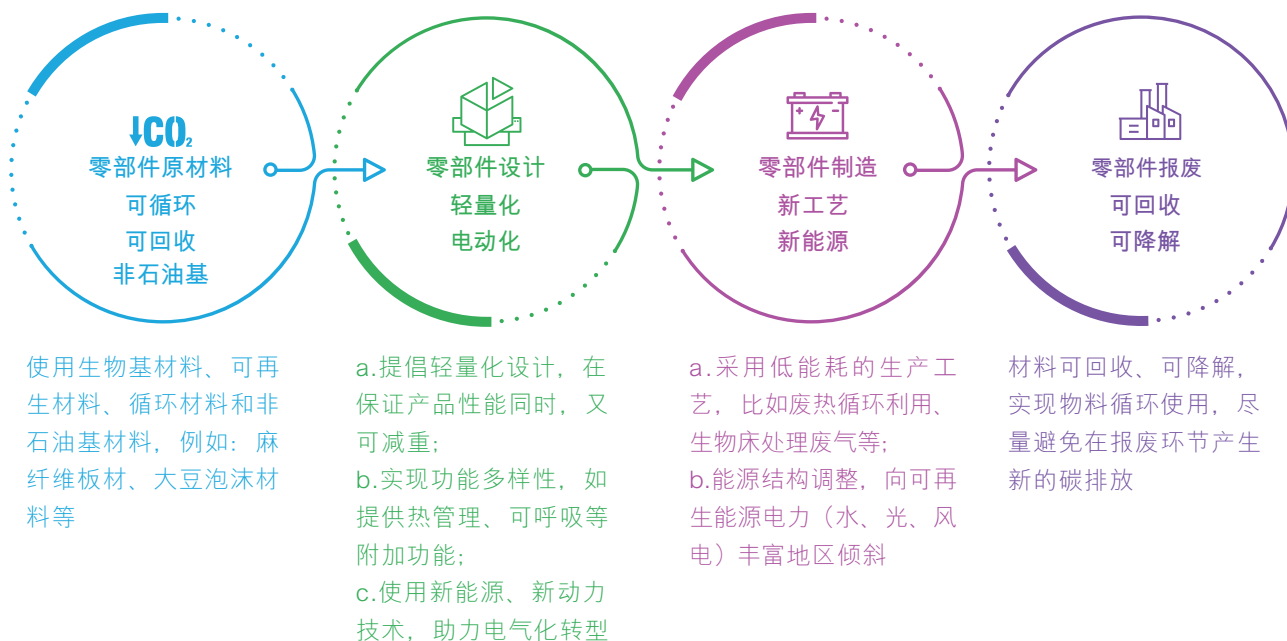
4. 供应商可持续发展

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

在供应商日常管理中亦积极融入可持续发展理念。打通全链条供应资源，打造绿色新生态，推动使用可循环再生材料、绿色能源制造，建立绿色供应链。主动选择环境及社会友好型供应商，23年率先建立评价标准、成立专项管理团队，开展供应商低碳评价和培训指导。24年进一步深化管理，共计评价56家供应商，显著提升了供应商减排意识和供应端低碳管理水平，持续带动供应商伙伴向可持续发展转型，携手在商业道德、劳工权益、健康安全、环境保护及气候变化等多方面共同实现可持续发展目标。

长城汽车在供应链端的低碳实践得到社会各界的广泛认可。公司与中汽数据及行业伙伴共同编制的《汽车行业低碳供应商评价指南》于2024年7月9日正式发布，为行业提供了科学、规范的低碳供应商管理参考。此外，长城汽车低碳供应商评价项目作为优秀案例，成功入选由生态环境部宣传教育中心与大道应对气候变化促进中心联合发起的《2024“美丽中国，我是行动者”企业气候行动案例集》，并在COP29气候大会上向全球发布，彰显了公司在推动行业低碳转型中的引领作用。

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



经销商管理及培训

销售／售后服务满意度

2024年五品牌销售服务满意度达成93.9分，售后服务满意度达成92.6分。

经销商管理

长城汽车始终坚守“以用户为中心”的理念，2024年在多个关键领域积极作为。一方面，加速资源整合，优化渠道服务，顺应客户群体高端化趋势，以强化竞争优势、聚焦关键场景、赋能人员能力为核心策略，全面升级服务体验。同时，深入推进绿色发展，增强新能源领域的发展势能，为客户提供更丰富的选择，满足多元用车需求，不断提升客户满意度与忠诚度。

2024年，长城汽车聚焦“一个长城”，基于新能源属性、品牌调性，加速优势资源整合；一个渠道，为用户提供多种品牌、多种车型选择，提高用户购车便利性；同时提升单店效能，增加经销商收益，保障渠道稳定、长期的服务于用户。

随着汽车产品不断向高端化冲击，客户群体持续进阶，高收入、高学历、高消费客户成为品牌主力，为此，长城汽车聚焦三类核心策略实现服务体验优化升级，以寻求用户情绪价值与业务转化目标的平衡。

首先，强化竞争优势，聚焦全周期服务体验场景，重塑客户体验旅程。变厂商视角的标准设计为用户视角的体验设计。整体从用户感知层、经销商执行层、厂家赋能层三个维度进行规划，以初识品牌到转介涟漪为体验旅程的起点与终点，重构11个关键体验旅程场景，实现端到端、用户生命周期的体验标准设计。同时以用户感知和厂家赋能为核心，双向驱动零售端体验提升，并细化岗位要求、硬件要求、数字化工具等，最终形成全场景用户体验操作流程指南，为终端服务提升提供指导。

其次，聚焦关键场景，打造差异化亮点，塑造IP化体验标签。以客群特征为切入点，聚焦尊享接待、专家讲车、定制试驾和惊喜交付四大核心环节，打造差异化、IP化的服务亮点。尊享接待维度重点对人员形象礼仪、人员状态及接待及时性进行管理，强化客户进店第一印象与服务感知，快速建立信任关系；专家讲车维度，改变讲授式介绍，采取专家演示+引导用户亲自尝试结合形式，重点围绕看得见／能体验配置，实现用户所见即所讲，同时精准识别客户需求及用车经历，针对性进行产品介绍，消除客户用车顾虑；定制试驾维度，以用户需求定义试驾体验方式，强化主动上门试驾服务提供，既主动出击“找商机”，又提升体验“塑口碑”；在惊喜交付维度，强化与客户的前置沟通，提前识别客户差异化交付需求，通过现场氛围布置、专属礼品赠送、交付瞬间记录等形式，打造客户难忘交付体验。

第三，赋能人员专业能力，提升体验战力。以客户视角出发，充分识别客户购车决策关注点，针对性设计课程体系，并以线上+线下相结合形式快速培训贯标，真正做到讲客户之所想。同时持续开展新人帮扶，实施新人入职30天计划，快速导入基础课程，关键岗位100%覆盖，通过总部促学统管、店内过程确认、月度抽检考核等多种措施，实现厂商共管，确保帮扶提升效果；过程中筛选素质高、稳定性好的新人，实施厂家线下直培，给工具、给方法，真正贴合实战，赋能销售转化战力提升。

在汽车消费市场中，售后服务的品质直接关系到客户的用车生活和品牌忠诚度。长城汽车敏锐洞察客户养车用车的核心需求，在售后服务领域深度耕耘，全力打造“便捷预约、尊享接待、舒适客休、惊喜交车”四大关键时刻的卓越服务体验，通过优化拓展预约渠道，轻松搞定预约，极大节省时间精力；服务团队热情高效的接待，减少用户等待时间，尽享尊崇体验；惬意的等待、精美的餐食，让客休更舒心；交车细致讲解和贴心用车建议，惊喜小礼品，让用户体验达到顶峰。为进一步提升用户服务全流程透明化、智能化体验感知，同步推出透明预检、星辰守候、上门取送等多元化的特色服务，长城汽车为用户带来远超预期的极致服务体验，不仅有效增进了用户对品牌的信赖，更在市场中构建起良好的用户服务口碑，成为众多车主养车用车的坚实后盾。

在客户关爱方面，全年开展“春、夏、秋、冬四季”服务节，每期至少推出五重惊喜礼遇，以春季上门取送车、夏季维保优惠派送、秋季轮胎多买多送／蓄电池焕新、冬季安全检测等多元化的用户关爱活动，持续为用户打造美好用车体验，免费检测涵盖五一、春节等出游高峰期，为用户用车出行保驾护航，同时通过多平台、多话题与用户联动，为用户打造一个充满人性化关怀的服务体验，将“全心服务”的品牌理念展现得淋漓尽致。

1月新疆突发地震，长城汽车第一时间启动应急预案，关爱每位用户生命及财产安全，迅速推出驰援赈灾关爱行动，通过免费救援、免费全车检测、免费车辆外观清洗，保险理赔快速通道、维修绿色通道、零部件供应绿色通道等六大车主关怀服务，切实关注解决灾区用户需求。用实际行动与受灾人群、长城车主风雨同舟、共克时艰。

为进一步提升客户服务体验满意度，长城汽车持续开展客户满意度调研，通过电话+线上双渠道收集客户声音，销售部分2024年设计分场景问卷调研，深入下探销售试驾、订单、提车服务场景，从试驾、下订、环境、接待、交车、关怀六个方面，售后部分从预约、接待、客休、过程、质量、关怀留个方面对经销商的服务质量进行评价，辅以全网视频监控、飞行检查、厂商系统经销商服务记录抽检等手段，用户需求以厂端口传递至经销商，确保客户权益保障，经销商流程执行落地。同时魏牌坦克厂端百日攻坚行动，对经销商服务流程、人岗匹配、产品知识、硬件维护等方面检核，针对发现的问题统筹店端制定改善计划并监督落地，促进经销商整体服务水平的提升，打造服务口碑，增强客户的满意度和忠诚度。

长城汽车始终秉承“以用户为中心”的理念，通过聚焦终端“人、车、店、客、系”五大维度，持续优化终端服务标准，持续关注用户购车到用车的全生命周期，并借助“百日攻坚”服务行动推动落地，为用户带来专属、高效、专业的服务体验。2024年长城汽车旗下哈弗品牌荣获“中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)”2024年中国自主品牌“销售服务满意度”及“售后服务满意度”第一名，坦克品牌荣获“销售服务满意度”并列第一名及“售后服务满意度”并列第三名。

厂商品牌	类型	名次
哈弗	售后服务(自主品牌)	1
坦克	售后服务(自主品牌)	1并
哈弗	销售服务(自主品牌)	1
坦克	销售服务(自主品牌)	3并

车型	细分市场类别	名次
哈弗M6	10万及以下紧凑型SUV	5
大狗	10-15万紧凑型SUV	4并
哈弗H6	10-15万紧凑型SUV	1并
哈弗H9	硬派SUV	5
坦克300	硬派SUV	1并
坦克500	硬派SUV	1



经销商培训

长城汽车始终秉持“用户至上”的理念，致力于为用户提供卓越的服务和产品体验。积极推进经销商培训模式升级，通过提升终端人员的专业接待能力，向用户传递出高质量的服务水准和产品价值，践行对用户的责任担当。

在当今竞争激烈的市场中，产品体验是客户选择和使用产品的重要考量因素。良好的产品体验可以提升用户满意度，增强用户忠诚度。在此背景下，长城汽车秉承创新理念，创建了全链路静、动态讲解指引工具，聚焦静态讲车和动态实车演练，有讲解标准、有引导动作，采取讲师带教一遍，学员演练2遍，老师指导纠偏，持续夯实经销商销售人员的产品讲解能力，提升客户体验感知，为用户带来更好的看车体验。

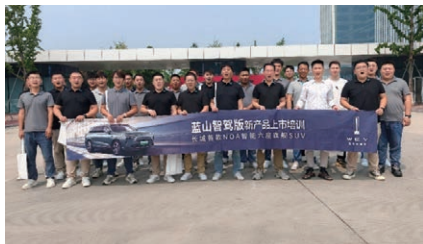
不仅如此，在魏牌蓝山、坦克500Hi4-Z等新能源车型及改款产品上市之际，通过引导经销商参观工厂及核心零部件，徐水试验场及城市／越野等多场景道路试驾，实车情景模拟演练等，帮助销售人员提升对长城汽车的新能源理念、混动技术、越野技术，以及用户用车场景、生活方式和个性化需求的认知，以更专业的服务能力增强了用户认可。

同时，长城汽车持续推进经销商新人培训体系建设，从品牌、产品、流程、管理等维度，覆盖哈弗、魏牌、坦克、欧拉、皮卡5大品牌，从总经理到一线共计14个核心关键岗位，线上+线下共计培训14,483人次，促进经销商基础能力普遍提升，满足用户购车、维修、置换全生命周期需求。

在线下培训阶段，精心设计了沉浸式体验课程，通过引导经销商新人参观工厂及核心零部件、体验徐水试验场、实车模拟演练等，强化了新人对长城汽车理念、产品优势、技术实力的理解，进一步夯实店端产品营销能力、用户服务理念，持续输出高品质服务。



二代哈弗H9产品上市强化培训，组织销售人员实车演练，落实引导动作及话术讲解标准，保证讲解更专业。



全新蓝山上市培训，组织学员进行道路试驾，全方位体验NOA功能，保证向客户讲解更专业。



新人烽火特训，通过总部培训、技术中心参观、工厂参观等，传递品牌历史、核心技术、服务理念，给终端树信心，教终端做服务。

长城汽车始终以提升用户满意度为核心目标，致力于打造一支技术过硬的售后服务团队。构建了全方位、多层次的技术培训体系，涵盖新产品上市培训、新店新人培训、岗位认证培训以及专项技术培训。2024年技术培训累计覆盖终端维修技师12,118人次，确保每位技师都能及时掌握最新的维修技术和服务标准。

长城汽车致力于持续完善技术培训课程体系，并创新培训形式，通过线上视频直播重理论讲解、线下培训重实车实操演练，全面提升终端维修技师专业能力，打造售后服务专业技术团队，高效解决用户车辆问题，为用户提供更优质的售后服务体验。

未来，长城汽车将持续推进培训模式变革升级，打造经销商团队的专业服务水平，以实际行动践行“用户至上”的服务理念，为用户创造更大价值。



欧拉初级岗位认证技术培训，提升维修技师专业技能和维保规范性

客户权益保护

负责任营销：

长城汽车以倡导合规经营价值观为导向，始终坚持公平、诚信的经营理念，积极维护并保障用户合法权益，关注消费者尤其是弱势消费市场购买者的权益保护。

（一）宣传合规

为确保为消费者提供准确、公正的产品信息，长城汽车依据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等有关法律法规、行业标准和合规指引，持续强化广告宣传合规管理，规范广告宣传合规审查流程，不断推动落实和执行《广告宣传法务合规管理办法》、《广告宣传合规指引》，通过合规管理办法重点解读，合规指引重点解读，案例展示、合规问题答疑等方式，持续提升全员宣传合规水平，对存在风险的宣传物料开展审核、整改、跟进、系统防控，切实保障消费者接收到真实、可靠的信息。

（二）公平竞争

根据《中华人民共和国反垄断法》、《经营者集中反垄断合规指引》等有关法律法规、合规指引等制定《反垄断合规指引》，通过法规解读、典型案例分析、业务流程审查，防范公司投资、日常运营法律风险，提升公司经营合规管理水平以及国际市场竞争力，建设合规品牌，实现稳健发展。

负责任的产品召回：

针对汽车质量把控和问题产品召回，自2004年《缺陷汽车产品召回管理规定》实施以来，长城汽车对于汽车召回活动进行了全面的研究和落实，制定了一套完整的实施流程，建立《长城汽车产品召回管理规定》，结合海外的法律法规，制定《国际市场缺陷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。

客户投诉管理：

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

为保障客户投诉得到快速、有效的处置，长城汽车制定了《顾客问题处置管理规范》、《投诉改善管理规范》等客诉管理办法，终端层面制定《长城汽车商务管理规范》，厂商协同，注重服务流程、维修能力、人员素质、硬件实力的标准化、人性化、差异化管理，将尊享的服务体验贯穿用户从购车到用车的全生命周期，全面提升品牌服务口碑。2024年，共受理用户投诉215,348例，依托客服系统协同终端销售服务商、内部关联部门进行100%处置。

应急服务保障：

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

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与个人信息合规使用的职责。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。



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



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



（四）车联网产品研发安全保障

车联网产品研发安全以R155网络安全管理体系、《整车信息安全管理规范》、ISO27001、ISO27701、GDPR、《汽车数据安全若干管理规定》等为依据，通过外部专业公司的支持，搭建了长城整车网络安全管理体系和车联网数据合规管理体系以标准化、流程化方式落实各项安全和合规管理措施与合规技术实现，CSMS认证已于2022年9月份通过，欧盟首个车型已于2023年11月份获得欧盟KBA颁发的VTA认证。已于2024年11月获得国内数据安全能力建设认证DSCC。

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



（五）数据安全与合规培训

为提升员工数据安全与合规意识，特定人员掌握相关知识与技能，定期组织培训。新入职大学生开展信息安全意识培训，在职业生涯初期即具备信息安全意识。每年在公司开展信息安全宣传月，组织信息安全意识宣传、培训，张贴信息安全宣传海报等形式开展信息安全宣传工作。开展数据合规基本知识培训，对特定人员100%进行数据合规技能提升培训，对不同人群有针对性的开展对应培训。

员工关怀与成长

长城汽车视员工为企业发展的核心动能，是公司最为珍视的宝贵财富，公司矢志不渝地营造既公平、包容、安全，又充满成长机遇的工作环境，并不断完善职业生态系统。

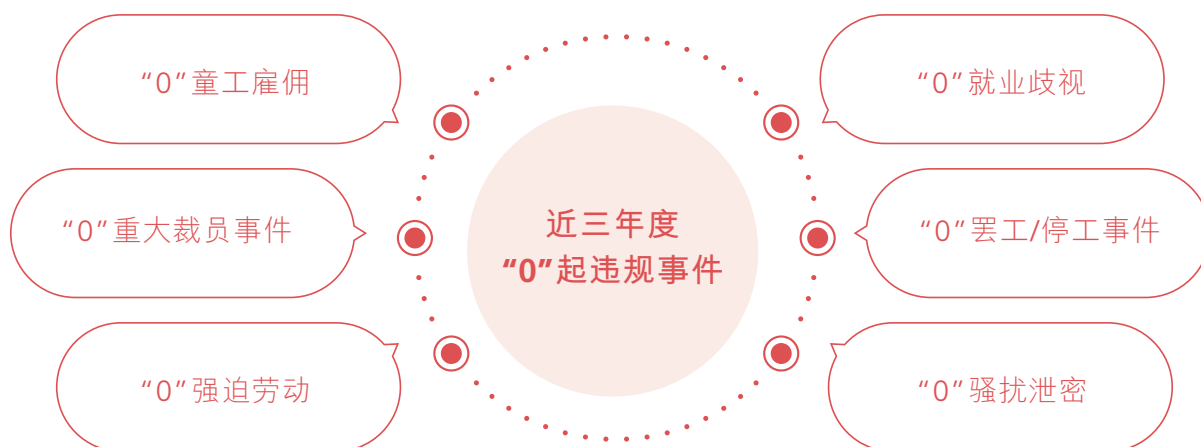
公司坚决遵循并人性化执行雇佣与劳工准则，围绕多元平等、合规用工、员工权益保障、深切关怀与高效沟通等多个维度，全方位、多角度构筑理想的工作环境和职场氛围。

• 多元平等、合规用工

公司始终拥护并坚守《联合国世界人权宣言》及《国际劳工公约》等国际人权标准。严格执行《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规要求。制定并不断优化公司《招聘管理规定》，明确构建公司公平、民主、竞争、择优的选人用人机制，践行坚持平等、规范雇佣的招聘要求。

1. 合规透明的招聘流程

- 通过公开招聘平台、校园招聘、人才推荐等多种渠道广泛吸纳优秀人才。招聘启事中详细注明岗位要求、职责与福利待遇，确保求职者充分了解信息，均与员工经平等协商后签订劳动合同，劳动合同签订率100%。
- 严格执行“拒绝就业歧视”：招聘过程中坚决杜绝年龄、性别、种族、宗教信仰、国籍、生理状况、婚姻状态等方面的歧视。
- 严格执行“禁止雇佣童工与强迫劳动”：公司遵守《禁止使用童工规定》等法律法规，在招聘环节严格审查求职者身份信息，禁止雇佣童工和强迫劳动，维护社会公德和国家法律权威，报告期内未发生过雇佣童工及强迫劳动的案件。
- 严格执行“坚决反骚扰”：公司致力于为员工打造和谐融洽、互相尊重的工作环境，坚决杜绝任何形式的骚扰、无端诽谤及恶意举报等不良行为，一旦发现此类事件，公司将采取严厉措施予以处置，确保工作场所的积极正向氛围。报告期内未发生过骚扰相关案件。



2. 多元化员工队伍建设：

- 长城汽车积极拓展国际／国内招聘渠道，面向全球招揽顶尖人才，尊重不同国家和地区的文化差异，严格遵守当地雇佣法规，营造公平公正的国际化招聘环境。
- 公司现有员工来自全球多个国家，在境内工作的外籍专家人才超百名，涵盖多学科领域。女性员工占比已达24%，连续三年稳步增长；少数民族员工共计3,591人，来自38个不同民族，占我国民族总数的68%。中高层管理团队也逐步实现了性别与民族的多元化融合，为企业的持续创新注入源源不断的活力。
- 积极响应国家精准扶贫政策，于荆门工厂试点运行贫困劳动力引入项目，首批共计引入39名来自贫困地区的劳动力，助力脱贫攻坚，在推动地方经济发展的同时为员工创造更多价值，实现企业与员工的共同成长。

• 员工权益保障



薪酬福利合理化：定期开展市场薪酬调研，依据行业水平与地区经济发展态势，确保员工薪资具有竞争力，按时足额发放。除法定福利外，还额外提供员工健康体检、带薪年假、节日福利、购房购车补贴等福利项目，全方位提升员工生活品质与归属感。



多元平等保障：公司内部营造简单、透明、反歧视、反骚扰的工作氛围，通过定期培训普及相关法律法规知识，明确界定歧视与骚扰行为的表现形式，如言语冒犯、不当肢体接触等。设立专门的举报渠道，包含匿名举报邮箱与热线电话，一旦接到投诉，迅速启动调查程序，确保公正处理，严肃追究违规者责任，为员工营造纯净和谐的职场环境。



个人信息保护强化：高度重视员工个人信息安全，依据《个人信息保护法》要求，制定严格的信息收集、存储、使用、传输与销毁流程，仅在合法、必要、正当的业务范围内收集员工信息。

- 为进一步的强化数据安全，公司采用加密技术保障数据存储安全，严格限制访问权限，并定期开展信息安全审计，多措并举，确保员工信息不泄露、不滥用，员工信息安全事故发生率为零。
- 报告期内公司未发生过任何违反个人信息保护相关规定的案件。

• 员工关怀与沟通

工会组织活跃化：公司充分尊重员工的各项权益，通过建立完善的工会组织，并与上级总工会良性互动，联合相关职能充分发挥工会作用，广泛开展了劳动竞赛、职工活力建设、法律监督宣传、争先创优等工作。其中工会制定了《职工代表大会制度》，适时参与重大事项的决议。2024年度，职工代表大会如期开展，《集体合同》《工资专项集体合同》按时签订，切实维护职工权益，促进构建和谐稳定的劳动关系，与用人单位互利共赢，共同发展。



沟通反馈渠道畅通化：

线上：公司设立了高层邮箱、长城人儿APP社区以及员工合理化建议平台等多重沟通渠道，并特别推出了“总裁听我说”专栏，旨在搭建起管理层与员工之间畅通连接的桥梁，2024年员工在日常工作交流互动、管理问题反馈、文化活动分享等多维度共发布了近8万条内容丰富、见解独到的信息。为确保每位员工的声音都能被听见并得到及时回应，公司安排专人管理与监督，实现了对所有意见与建议100%的回复率，展现了公司对员工参与感和归属感的深切关注。

线下：公司设置了高层信箱，并定期举办员工沟通会、民主生活会、务虚会等多样化的交流活动。同时，管理层还积极深入一线走访，与员工面对面交流，倾听他们的心声与需求。对于员工的反馈，管理层能够迅速响应、有效解决，真正做到了上下一心、同频共振，携手共进。



雇主品牌塑造：通过开展企业开放日、智慧工厂探秘夏令营、校园大使、精品宣讲会等特色活动，全方位展示公司积极向上的企业文化、优厚的员工待遇与广阔的发展空间，吸引行业精英汇聚，雇主品牌知名度与美誉度显著提升。





大学生开放日活动



大学生开放日活动



大学生夏令营活动



大学生夏令营活动



大学生报到活动



大学生报到活动

近三年度雇主奖项

2022年度



年度新选好雇主

2023年度



年度最佳雇主

2024年度



年度校园招聘
卓越实践奖

2024年度



年度最佳雇主

展望未来，公司将持续严格遵守雇佣与劳工准则，以高度的灵活性应对行业变革与员工需求的不断升级，从而为汽车制造产业的可持续发展铺设坚实的人才基石。与此同时，我们将紧密追踪国际国内法规政策的最新动态，不断强化海外业务的合规管理，全面提升全球竞争力。

我们坚定不移地倡导并践行包容、尊重的工作文化，充分激发员工潜能，确保人力资源策略始终与企业战略目标保持高度一致，携手全体员工共同推动汽车制造产业的蓬勃发展，共创辉煌未来。

人才发展

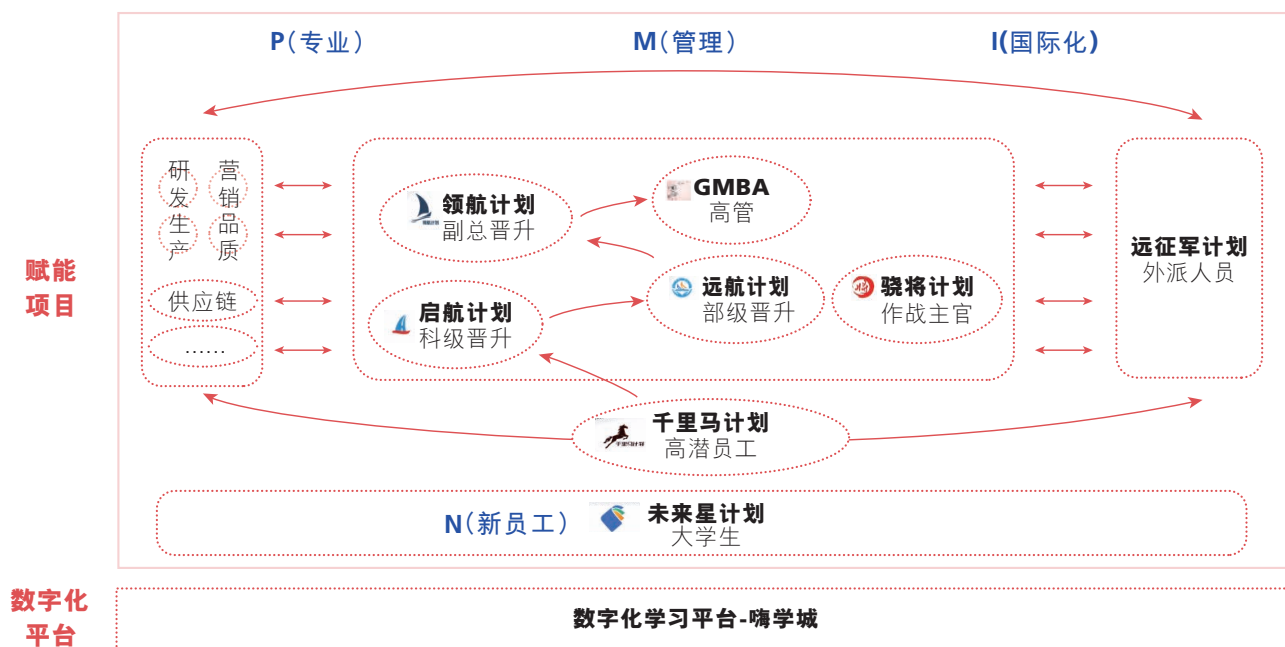
长城汽车重视人力资本价值，将人才作为企业发展的第一驱动力。公司不断创新人才发展机制，构建高效、开放、有吸引力的事业平台，凝聚、打造一支拥有共同事业目标、充满奋斗激情与创造力的干部人才队伍，让组织始终充满活力和创造力，驱动企业长期可持续发展。

一、搭建分层、分类的人才培养体系

2024年长城汽车持续优化全球人才培养体系，培养范围持续扩大，全面覆盖各层级员工，为支撑员工专业能力提升，系统搭建品牌营销、技术研发、生产技术及职能等领域，总计**73**个子序列“标准化、菜单式、进阶式”的成长地图，实现岗位学习路径的可视化；完善内训师激励机制，累计认证内训师**700**余人，同时邀请行业大咖向内赋能。同步依托数字化学习平台“嗨学城”，实现全员线上/线下高效学习，打造长城汽车知识和作战经验沉淀、共享、传承的赋能平台，实现规模复制、快速触达、高效便捷的精准赋能。

长城汽车全年学习总时长超**274.9**万小时，年度学习人数达**7.1**万余人，年度人均学习时长**32.38**小时（其中管理者年度人均学习时长达**52.38**小时，较2023年相比提升**32.27**%），全年职工教育经费支出**0.15**亿元。

2024年长城汽车分层、分类，覆盖全员实施差异化、有针对性的人才赋能培养项目。



新员工

2024年新员工入职培训重点围绕文化融入、业务融入、角色转变等维度开展，覆盖大学生**2,000**余人。结合员工通用能力要求及职业发展需求，针对不同类型新入职员工涉及的业务重点及面临挑战，从自我驱动、职场思维、工具方法、沟通表达4个维度实施通用课程学习。

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

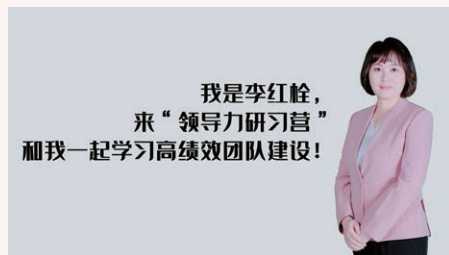


高潜员工

为培养一批有活力、有干劲、敢挑战、能干成事的基层高潜人才，2024年围绕海外营销、生产技术、供应链、数字化、零部件等领域绩优、高潜的员工，开展基层高潜培养一“千里马计划”，共计储备合格人员**317**人，持续为各领域专业、管理人才储备做输入。

基中高层管理者

为提升基、中、高层管理者上任准备度，持续开展“航”计划，围绕“管理自我”、“管理团队”、“管理业务”三大能力项，通过内选高管、外引大咖资源，系统化赋能基、中、高层管理者必备管理思维及方法，同时，通过嗨学城打造管理主题栏目“领导力研习营”，聚焦教练技巧、团队建设及激励他人3大主题开展突破式赋能，覆盖公司各领域共计**4,000**余名基、中、高层梯队管理干部。



各
专
业
条
线
人
才

针对各条线人才制定培养方案，持续提升在职员工综合实力，以月度为单位开展各专业条线员工能力提升培训，全年各专业条线员工学习时长超**240**万小时，各专业条线员工学习人数超**6.5**万余人。

长城汽车坚持造车先育人的理念，以“技高行天下、能者聚长城”为宗旨，2024年围绕生产制造领域多技能工培养、技能大赛、职业技能鉴定等活动，培养技能岗位人才**3,800**余人，其中高技能岗位人才**480**余人。此外，长城汽车积极参与社会活动，河北整车生产基地2024年通过省级高技能人才培养基地续期评审认证，并开展职业技能等级认证，共认证通过**95**人。

组织荣誉：长城汽车各工厂分别荣获“劳动技能大赛优秀组织奖”、“职工职业技能大赛优秀组织奖”、“蓝领标杆工程培养高技能人才先进单位”、“市级创新工作室”、“大工匠工作室”、“劳模创新工作室”、“制造过程技术研究与应用创新工作室”等多个单位奖项及荣誉称号。

个人荣誉：2024年长城汽车持续为员工提供外部工匠荣誉获得平台，2024年共计评选**1**名国家级工人先锋号、**1**名市级工人先锋号、**16**名市级工匠、**2**名省级劳模、**1**名省级职工职业技能大赛个人第三名等。

外
派
人
员

基于公司全球化发展的背景，针对外派人员的识别、培养及派出工作，启动“远征军计划”，旨在打造一支无坚不摧，能打胜仗的国际精英队伍。围绕全球视野、跨文化沟通能力、适应力和语言能力四大关键素质维度，实施**海外通识集训+本地化专项赋能+语言能力提升**三大学习内容，共计培养**170**余名国际化人才。

二、健全以能力业绩提升为导向的职业发展体系

长城汽车搭建了管理、专业、技能、辅助四条职业发展通道，同时构建了公平公正、清晰透明的评价、晋升机制，保障员工职业发展。

2024年公司致力于深化专业人才管理，我们以任职资格标准为核心，为专业人才提供明确、可衡量的成长指引；通过秉持公平、公正、公开的原则，严格实施任职资格等级认证工作，坚持认证与辅导相结合，通过定期的评估和反馈，帮助员工不断提升专业能力水平，2024年专业人才晋级／晋等人员达**8000余人**。

干部管理方面，我们持续加强干部队伍建设，搭建干部评价、成长体系，增强干部梯队厚度。其中女性干部占比达**16.6%**，其中高层女性干部占比达**6.5%**，中层女性干部占比达**11%**，基层女性干部占比达**16.2%**。

为保障人才成长与发展，我们持续优化人才轮岗、内部竞聘等人才流动机制，不断健全绩效评价体系，从业绩、能力、机会等维度牵引人才多元化职业发展。

员工福利与关怀

长城汽车始终聚焦员工体验，倾心打造既全面多元、又细致入微的福利体系，通过精准落地的关怀机制与保障措施，致力于为员工打造安心立业的工作平台与省心无忧的生活支持，持续提升职场幸福指数与员工归属感。

一、薪酬与激励

公司建立了完善的薪酬激励体系，涵盖基本工资、绩效奖金、年终奖金，还设有员工持股／限制性股票／期权激励等项目。依据业务特点与人员价值创造差异，实施差异化薪酬激励组合，围绕公司经营成果和个人业绩贡献，制定调薪及奖金激励机制。

在报告期内，公司持续深化长期激励的应用，多激励工具并举。在现有两期股权激励、一期员工持股计划的基础上，推出第三期股权激励及第二期员工持股计划，通过对高价值岗位及关键人才的全覆盖、强激励，提升全面薪酬竞争力。



高价值岗位及关键人才 **100%**覆盖

2024年二期股权激励首次授予第三批、预留授予第二批、一期员工持股计划第一批均解锁／获准行权，核心骨干人员长期激励收入远超行业水平。



100%员工参与KPI、OKR、PBC等目标考核，绩效结果同调薪、晋升发展等关联；



100%员工的基本工资高于国家及当地最低工资标准要求；



依据国家及公司相关规定向所有员工按月足额支付工资，依法为员工预扣预缴个人所得税。

公司各单位紧密围绕业务，精心构建了一套丰富多样、充满活力的荣誉激励体系，通过设立多样化的荣誉奖项，并在季度／半年度／年度举办奖项评选及表彰活动，及时认可并颂扬员工的卓越贡献与价值，有效地激发员工工作热忱，有力推动积极向上的文化氛围的形成与发展。

为了进一步提升员工的荣誉感知与体验，公司开发了“荣誉档案”管理系统，并在长城人儿APP中特别设立了获奖员工的专属板块——“荣誉之路”。平台全面记录并展示了员工在整个职业生涯中所获得的各项荣誉信息，使得员工能够随时便捷地查阅、回顾并自豪地分享自己的荣耀时刻，极大地增强了员工的归属感和成就感。



2024年度公司年会表彰



2024年度“城星计划”

2024年荣誉激励覆盖**2**万余人

二、福利关怀

长城汽车深切关注并高度重视员工体验，为此专门制定了《员工福利管理办法》，从制度层面出发，全方位、多层次地为员工提供涵盖健康保障、餐饮补贴、住房援助、出行关怀及子女教育支持等一系列贴心福利措施，从而不断加深员工的幸福感与归属感，营造以人为本的工作环境。

健康 + 餐饮 + 住房 + 出行 + 教育 + 其他系列

► 健康保障：

1. 保险保障



公司致力于为员工提供全面且贴心的多元化福利项目，实现员工社会保险覆盖率**100%**，并贴心地为全体员工投保了大病医疗保险，为所有出海工作的员工购置意外伤害商业保险，以全方位守护员工健康与安全。



此外，公司还为员工家属精心挑选了一系列优于市场标准的保险产品，涵盖医疗保险、车险、少儿门诊险以及家庭意外险等，员工可根据需求自愿投保。

这一系列举措不仅彰显了公司对员工及其家庭的深切关怀，也极大地增强了员工及其家人的归属感与幸福感。

员工社会保险覆盖率 **100%**、大病医疗 **100%**，出海员工购买意外伤害保险 **100%**

2. 医疗健康保障



公司关怀员工身体健康，为全体员工提供了一系列贴心服务，包括但不限于免费体检、专业健康咨询服务、便捷送药上门服务以及优惠的诊疗安排。同时，这些诊疗优惠也惠及员工家属。在报告期内，员工体检覆盖率达到 **100%**，此外，我们组织开展高血压、急救、流感等主题宣教培训 **15** 场，义诊活动 **21** 场，旨在提升员工的健康意识和自我保健能力。



在关注员工心理健康方面，公司举办了 **16** 场EAP专项活动，内部发布了 **138** 篇专业文章，通过心理咨询、心理知识分享、放松训练等多样化的服务，为员工提供了全方位的心理支持和专业心理指导，全力营造“快乐、健康、舒心”的工作氛围。



体检活动

3. 运动健康保障

公司配备了符合国家标准的塑胶跑道、足球场、篮球场等户外运动场地，以及羽毛球馆、乒乓球馆、游泳馆和健身房等室内运动场所，这些设施不仅面向全体员工开放，同时也热情欢迎员工家属前来享受运动的乐趣。

公司各基地全年定期举办一系列丰富多彩、形式多样的体育赛事，如激动人心的马拉松赛事、活力四射的综合性运动会，“哈弗杯”足球、篮球、乒乓球、羽毛球等专项赛事。

此外，公司还积极鼓励并组织员工参与社会各界的各类赛事活动，展现团队风采，促进体育文化的交流与传播。

通过这些举措，公司始终致力于营造一个健康向上、充满活力的企业文化氛围。

具体事例：

2024年5月，在徐水智慧工厂面向社会举办长城汽车智慧工厂马拉松赛事，约**700**名员工参与，社会各界人士超**15,000**人参与。

2024年9月，保定、天津、平湖、泰州等各地组织开展了运动会活动，共计组织超**600**场比赛活动，超**3,000**名运动员参与，运动会现场超**6,000**名员工参与，线上互动员工超**156,000**名。

2024年9月，举办徐水“哈弗杯”足篮乒羽联赛活动，超**200**名运动员参与，实现**60**余场对决，各代表队完美展现了体育运动与竞技精神。



2024年员工运动会



2024年长城汽车智慧工厂半程马拉松

► 饮食保障

公司为全体员工精心准备了免费的工作餐，不仅味道美味、营养均衡，而且菜品丰富多样，并满足来自不同地域、拥有不同文化背景员工的多元化饮食需求。

此外，公司还搭建了便捷的线上订餐平台，让员工能够随时随地轻松点餐，及时补充能量。更为贴心的是，公司持续关注并调研员工的饮食偏好与需求，不断创新菜品，定期举办美食文化活动，致力于为员工带来更加美好的就餐体验，让每一餐都成为员工享受与期待的时刻。

► 住房保障

公司矢志不渝地致力于提升员工的生活品质，为此，我们为高端人才精心配备了高品质的公寓，让顶尖人才得以享受舒适便捷的居住环境。同时，新员工入职初期亦可享受免费的住宿服务，以减轻初入职场经济负担。

此外，依托公司所在地的生态优势，我们还为员工提供购房优惠政策，不断改善和优化员工的居住条件。

这一系列举措旨在为员工营造既优越又和谐的工作与生活环境，让每一位员工都能安心工作、舒心生活。

► 出行保障

购车与出行关怀计划：为了确保员工出行便捷高效，彰显公司的深切关怀，公司为选购本公司车辆的员工制定了专属优惠政策。此外，依据所购车辆类型，我们还为符合条件的员工提供燃油补贴或充电补贴，旨在减轻员工出行成本负担，让每一次出行都充满温馨与便利。

班车服务与节假日返乡交通安排：公司部署了近百辆次的循环班车服务，精准对接万余名员工日常通勤需求，确保每位员工都能享受到便捷、高效的出行体验。在重要的节假日期间，公司更是贴心组织了返乡大巴服务，年均调配客车超过200辆，实现了对有返乡需求员工100%的全面覆盖，让每一位远离家乡的员工都能顺利、安心地踏上归途，感受来自公司的温暖与关怀。

► 子女教育保障

以“让爱的教育点亮人生”为使命，通过早教、托育、幼儿园、小学、初中、高中等教育工程建设，满足员工子女教育需求。



长城汽车董事长魏建军探访“爱和城”学校

► 其他系列及专项关怀

公司始终秉持以人为本的理念，深切关怀女性、残疾人及员工家属等群体。与此同时，公司设计并实施了一系列全面而细致的员工福利措施，确保每位员工都能在这个大家庭中深切感受到尊重、温暖与关怀，共同营造一个和谐、包容的工作环境。



公司各单位组织 **54场** 女性员工关怀活动，涵盖三八妇女节慰问、女性健康专项体检、两癌筛查、九价疫苗便捷接种等项目，惠及 **12,000** 余女性员工。



为超 **3,000** 名老寿星 — 员工家属发放专属红包，全力彰显人文关怀。



女性

- * 开展妇女节专题活动
- * 引入优质资源为女性员工举办关爱活动
- * 为孕期、哺乳期的员工提供孕检假、哺乳假、哺乳室等保障



残疾人

- * 提供公平、公正的就业环境
- * 薪酬待遇无差别
- * 额外发放关怀性津贴

关怀对象
福利内容



员工家属 — 老寿星

- * 定期开展慰问活动，为年龄达72岁的员工父母送去温馨祝福与专属红包



海外派驻员工关怀

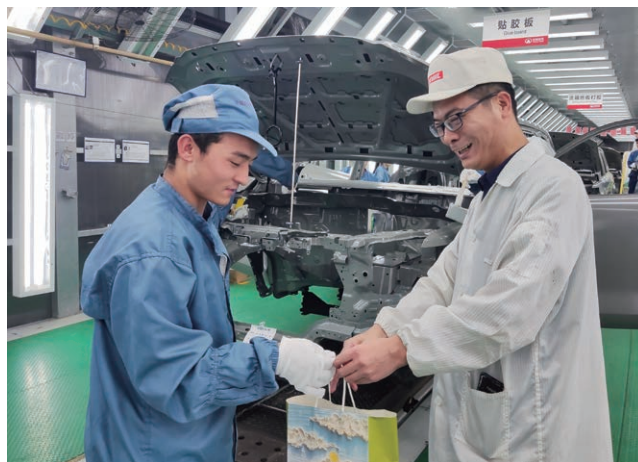
- * 提供交通、住宿保障
- * 海外探亲休假、家属节日慰问、家属“随军”关怀

其他福利
关怀

- * 高温关怀 — 夏季高温，为员工提供防暑物资，开展防暑应急演练，提供高温假
- * 节庆关怀 — 中秋节、春节等传统节日发放节庆福利、开展主题活动
在春节，为员工提供超过法定假期的春节假期
- * 其他专项关怀 — 提供结婚慰问、生育慰问、生日祝福、生病探望、丧事慰问等
- * 通讯福利 — 结合岗位性质，提供差异化的通讯补贴套餐



母亲节活动



一线员工慰问

三、员工满意、敬业度

公司高度重视员工体验与心声反馈，每季度至少组织一次面向各组织的敬业满意度调研、基于组织诊断的专项调研、员工生活配套服务满意度等多维度的调研活动，精准捕捉员工需求，不断优化管理与服务流程，营造出更加积极向上、充满活力的职场氛围。

公司连续15年面向全体员工开展敬业度调查，该调查包含公司认同、组织运行、个人成长与发展、薪酬与激励、管理环境及企业文化六个维度。2024年度，共有6.4万名员工积极参与了敬业度调研，并获得87.5分。通过悉心聆听每一位员工的心声，我们制定了针对性的优化策略，为后续管理提升活动提供了明确的方向与指导，持续推动公司的全面发展与进步。

健康与安全

长城汽车秉承“以人为本，持续发展”的安全方针，致力于为员工打造一个安全、健康、舒适的工作环境。遵守法规要求，规范企业行为，扎实开展安全生产管理工作，切实开展消防应急工作，建立保障员工职业健康与安全的长效机制。设立明确安全管理目标及方针，层层分解执行，以确保各项体系要素满足要求。

长城汽车达成2024年职业健康与安全管理目标



法定职业病和重伤及以上事故 **0** 起

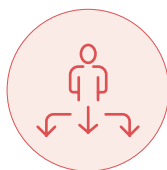
火灾事故 **0** 起

安全违规事件 **0** 起

1、 安全生产

1.1 职业健康管理体系建设

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



组织设置

设置集团级、版块级、分子公司级三层安全生产管理机构，协调开展安全管理工作，分级压实安全主体责任。制定并落实《职业健康安全教育制度》、《安全生产检查制度》、《劳动者职业健康监护及其档案管理制度》等54项职业健康安全管理制度，持续推进安全管理标准化、规范化。



高效运行

高层管理者通过安全例会全面了解公司安全状况，参与研讨确定公司安全策略，推动安全工作落地，并与年度个人绩效挂钩，压实管理层安全生产责任。公司通过持续迭代EHS管理平台、安全追责、安全审计等管理举措，让每一位员工了解自身安全职责，并将安全意识融入到自身工作中，确保全员参与职业健康安全管理建设。

1.2 全员安全文化建设

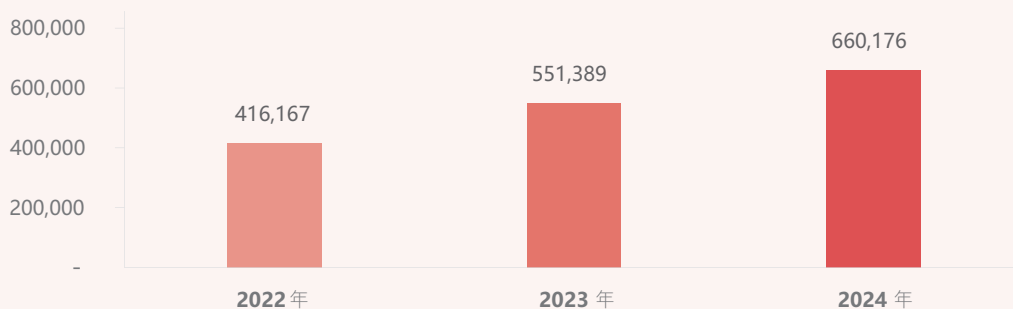
公司通过系统性文化培育活动，提升员工安全生产能力和意识，营造良好的安全文化氛围。

安全教育



24年公司制定详细的安全赋能计划，公司采用“嗨学城网络教育”与“专业导师课程讲授”相结合的方式每年针对中高层人员、安全管理人员进行专项安全教育，每半年针对班组长进行专项安全教育，每季度针对特种作业人员、接触职业危害因素人员进行专项安全教育，每月对全体员工进行安全应知应会教育，实时针对新员工、“四新”人员、转岗人员、复工人员进行专项安全教育，并建立员工教育档案，保障安全培训覆盖率100%。

近三年安全教育培训人次



安全培训次数：**5,243**次，安全培训覆盖率**100%**

安全活动



24年公司持续开展安全月系列活动，以“人人讲安全、个个会应急—畅通生命通道”为主题，从氛围营造、安全赋能、隐患排查、应急演练等方面组织全员践行安全行为，开展条幅签订、安全知识竞赛、安全演讲大赛等多形式的安全生产特色宣传活动，营造良好的安全氛围，提升全员安全素养。

活动项目	内容
安全责任签署仪式	各工厂一把手牵头组织员工在“安全月”条幅署名活动，并将署名条幅悬挂工厂车间，时刻警示安全生产
安全有奖竞猜	通过全员线上网络答题形式，将枯燥的安全规范转化为生动案例，帮助员工主动记忆并理解安全操作的重要性，及时奖励员工，激发员工学习兴趣
安全演讲比赛	公司共计开展24场以“安全”为主题开展演讲比赛，聚焦深度思考与情感共鸣，引导员工从“被动接受”转向“主动输出”，有效提升员工安全意识



安全改善

24年公司召开“第7届”集团安全改善案例大赛，旨在挖掘与共享优秀安全生产改善案例，推动前沿安全防错技术落地应用，24年公司共计实施1,861项安全防错项目，极大提升了公司生产现场本质安全化水平。

24年重点推动安全改善项目：

涂装循环水池消除有限空间作业改善：通过自制循环水池底部曝气装置改变现有工艺流程，实现全流程无人化，彻底消除有限空间作业事故风险；

动力能源安全管理智能化改善：通过自主开发能源安全数智化控制系统，实现动力平台的无人化巡检、自动化控制、大数据智能预警等闭环管理，消除人员危险区域作业场景；

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

1.3 消防应急管理

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，并组织各部门成立义务消防队第一时间应急响应。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，24年组织应急演练3,481次，16次与属地消防部门合作演练，持续评估、改进、完善应急处置流程，提升公司重大消防风险控制应急能力。

24年组织应急演练 **3,481** 次，
16 次与属地消防部门合作演练

2、 职业健康管理

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



源头控制

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



持续改善

通过现场作业观察、工作危险分析、设备检测等方法系统识别职业危害因素，确定关键场所的职业健康危害检测项目、测量方法和指标，并聘请专业检测机构开展年度现场职业危害因素检测，监控作业现场职业病危害接触水平，针对性采取通风、除尘、降噪等预防干预措施，降低职业危害因素影响。

24年职业危害因素检测结果：除噪声外，其他苯、粉尘等职业危害因素均未超标。



个体防护

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

24年接害人员数量：**14,123**人，人员职业健康体检率
100%

社会公益

长城汽车始终坚守“绿智潮玩嗨世界”的使命愿景，将回馈社会作为重要行动指引，积极投身慈善公益活动。通过深度挖掘并合理运用企业资源与平台优势，构建起员工与用户共同参与公益的桥梁。长城汽车在彰显社会担当的同时，凝聚起各方力量，推动慈善公益事业迈向新高度，持续书写企业与社会共融共进的美好篇章。

1、抢险助难 爱通四海

2024年5月，巴西南部南里奥格兰德州遭遇暴雨侵袭，致使灾区人民的生命安全遭受威胁，财产损失严重。长城汽车积极履行社会责任，迅速响应并开展支援灾区的行动。一方面，通过Alok基金会捐款，向受灾群众提供基本生活需求保障；另一方面，公司组织员工捐赠物资，员工们踊跃参与，献出爱心，以实际行动展现对灾区民众的关怀，与灾区民众齐心协力、同舟共济，共同抵御险情，助力灾区人民早日度过难关。

2024年6月，福建省龙岩市武平县普降暴雨，多地受灾严重，炮火联盟福建大队迅速行动，紧急筹备食品、饮用水等生活物资，并自发组织运输车队，为灾区救援工作提供有力支持，以实际行动帮助受灾群众渡过难关。

2、慈心帮扶 爱润社会

公益点亮美好未来，慈善助力前行之路。长城汽车在履行社区共建责任的进程中，积极引领用户与全体员工，踊跃参与各项公益活动。

2月

长城汽车借“全性能家族品鉴会”之机，积极开展新春慰问活动，不仅走进当地村镇，为村民们送去温暖与关怀，还前往当地敬老院，慰问孤寡老人，让他们感受到社会的关爱；同时，公司也没有忘记那些默默坚守在街头巷尾的环卫工人，为他们送上了慰问品和新春的祝福。

3月

长城汽车开展“植此青绿，环保共行”等主题的植树志愿活动，以实际行动为环保事业贡献力量。

5月-6月



长城汽车组织员工多次前往当地儿童福利院开展慰问活动，为孩子们的成长助力，用爱心点亮他们的童年；同一时期，长城汽车以“长城汽车智慧工厂马拉松”项目为依托，携手妇女发展基金会与腾讯公益两大平台，共同发起线上公益马拉松活动。此次活动聚焦“天才妈妈”公益项目，助力困境女性实现自我价值与职业梦想。

4月-9月

长城汽车组织开展了无偿献血公益活动，以汨汨热血传递人间大爱，为医疗用血需求贡献了坚实力量。

8月和12月

长城汽车分别组织员工在云南、黑龙江开展了“致敬老兵”慰问活动，既为老兵带来了物质补给与精神慰藉，又让红色精神在传承中焕发新的时代光芒。

3、扶贫助困 助力振兴

长城汽车秉承着强烈的社会责任感，对扶贫助困事业给予了高度关注，借助企业平台优势，通过就业脱贫的方式，为残疾员工提供就业平台，帮助其解决生活与就业问题，从经济上帮助困难员工摆脱困境。



慰问困境儿童

长城汽车高度重视困境儿童帮扶工作，2024年5月31日，正值“六一”儿童节前夕，长城汽车重庆分公司相关负责人组织员工，先是来到永川区桂西学校，探望来自陈食街道卢家岩村的1名困境儿童，送上爱心助学金，助力孩子追逐学业梦想，以实际行动彰显对困境儿童群体的深切关注；随后赶赴陈食街道三官殿幼儿园，为14名困境幼儿送去关怀，带去卡通书包、电动文具盒、水彩笔、篮球等符合孩子喜好的学习用品。

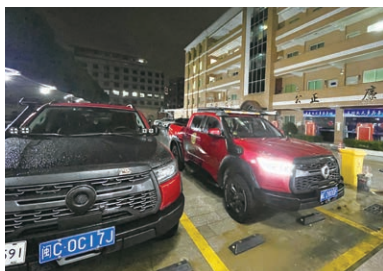
长城汽车始终笃信，扶贫绝非一时兴起的善举，而是着眼于扶根本、利长远的系统性工程。长城汽车以实际行动诠释担当，积极履行社会责任，精心汇聚各方爱心，凝聚磅礴伟力，为社会公平与共同富裕贡献力量。

4、慈善援助 敢为担当

长城汽车积极号召用户参与车辆救援。越来越多的公益爱好者，通过官方俱乐部这一纽带集结汇聚，不断以实际行动诠释大爱无疆，公益也成为长城旗下品牌与用户之间的最强韧有力的情感链接。

2024.1

新疆阿克苏地区乌什县发生7.1级地震后，长城汽车迅速联动当地坦克团启动救援预案，为灾区提供免费道路救援、全车检测、保险理赔绿色通道等专属服务。



2024.6

桂林市多区域发生内涝，多个洲岛人员被困，广西境内桂林官方坦克团梧州官方坦克团第一时间针对灾害做出反应，自发组织人力物力进行救援，撬动坦克团和相关方资源向重点灾区输送物资。

2024.7

台风风格美在福建莆田沿海登陆，当地政府启动三级响应。长城炮号召炮火联盟车友会福建大队，积极配合当地政府备勤，救援被淹车辆、施救受灾群众，与受灾群众一起共度难关。



2024.10

阿拉善英雄会上，坦克俱乐部启动“坦克急救行动”，坦克品牌向坦克团代表发放首批55台AED急救设备，因急救需求，可以破窗使用AED设备。现场开展AED操作培训，提升车主在突发情况下的应急救援能力，共同构建“紧急救援4分钟生命圈”。

2024.8

长城炮共2次联合学院师生、一等功臣胡国桥大校等，奔赴云南、成都等地展开慰问共组织40台长城炮、百余人，慰问边境作战退役老兵、抗美援朝老兵上百人，走入老兵家中，送上慰问物资。铭记英雄烈士的牺牲和奉献，用实际行动向英雄致敬。



定量绩效指标

指标名称	指标单位	2023年	2024年
环保运营			
违反环境法律法规被处重大罚款的金额	元	0	0
违反环境法律法规被处非经济处罚的次数	次	0	0
排放物			
排放物种类及相关排放数据			
废水的排放总量	吨	3,633,500.81	4,006,546.25
COD排放总量(COD(即化学需氧量)一般指水中有机污染物或固体物质在一昼夜内通过以氧为媒介分解的有机物损失量)	吨	271.89	249.22
氨氮排放总量(水环境污染)	吨	21.26	17.72
VOC排放总量(挥发性有机化合物)	吨	142.59	184.36
氮氧化物排放总量	吨	60.45	71.32
二氧化硫排放总量	吨	6.31	6.52
所产生有害废弃物总量			
废有机溶剂HW06的产生量	吨	3,048.96	3,131.69
废矿物油/含油废物HW08的产生量	吨	1,151.67	1,360.31
废乳液HW09产生量	吨	1,756.76	2,392.59
染料、涂料废物产生量HW12	吨	3,076.70	3,656.71
有机树脂类废物HW13的产生总量	吨	1,142.68	1,265.44
表面处理废物HW17的产生总量	吨	4,180.16	3,268.36
含铅废物HW31的产生总量	吨	208.43	218.17
其它危废HW49产生总量	吨	3,938.75	4,928.30
危险废弃物产生总量	吨	18,504.11	20,221.57
危险废弃物产生密度	吨/台车	0.015	0.016
所产生无害废弃物总量			
无害废弃物产生种类及总量	吨	12,700	12,000
无害废弃物产生密度	吨/台车	0.01	0.01
温室气体总排放量			
范围一：直接温室气体排放量	tCO2e	153,244.61	152,033.50
范围二：间接温室气体排放量	tCO2e	1,017,628.02	997,331.85
温室气体总排放量	tCO2e	1,170,872.62	1,149,365.35
主机厂温室气体排放量密度	tCO2e/台车	0.36	0.33

① 直接温室气体排放量为使用柴油、汽油、天然气等化石能源产生的排放量；

② 间接温室气体排放量为外购电力、蒸汽等产生的排放量；

③ 2024年温室气体排放量核算标准参考《机械设备制造企业温室气体排放核算方法与报告指南》、《IPCC第六次评估报告(2023)》及其他相关标准；

④ 公司2024年较2023年披露范围新增10家零部件工厂。

指标名称	指标单位	2023年	2024年
按类型划分的直接及／或间接能源(如电、气或油)总耗量			
电总消耗量	千瓦时	1,303,475,683.09	1,338,457,248.28
电消耗量密度	千瓦时／台车	1,146.09	1,254.35
汽油消耗量	吨	6,988.50	7,016.79
汽油消耗量密度	吨／台车	0.006145	0.006576
柴油消耗总量	吨	1,552.88	1,414.27
柴油消耗量密度	吨／台车	0.001365	0.001325
天然气消耗量	千立方米	56,406.14	55,524.83
天然气消耗量密度	立方米／台车	49.5957	52.0355
蒸汽总消耗量	吨	411,590.69	415,346.70
蒸汽消耗量密度	吨／台车	0.3619	0.3892
外购热力总量	百万千焦	0	0
综合能源消耗总量	吨标准煤	294,718.15	298,336.96
单台车综合能源消耗量	吨标准煤／台车	0.2591	0.2796
可再生能源总量	千瓦时	199,011,604.86	246,221,473.94
总耗水量及密度			
水资源消耗总量	吨	6,625,324.62	7,404,906.61
水资源消耗密度	吨／台车	5.83	6.94
制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及			
包装物总量	吨	9,870	9,856
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	153	157
环保培训人次	人次	24,351	21,591
环保培训资金投入	万元	25.82	26.19
环保技改项目资金投入	万元	5,601.57	1,218.12
社会			
雇佣			
员工总数	人	82,439	84,915
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	62,860	64,330
女性	人	19,579	20,585
按雇佣类型划分的雇员数量			
全职	人	82,439	84,915
兼职	人	0	0
按年龄划分雇员数量			
年龄<30岁	人	32,670	32,243
30≤年龄<40岁	人	40,076	40,863
40≤年龄<50岁	人	8,719	10,743
年龄≥50岁	人	974	1,066

指标名称	指标单位	2023年	2024年
按地区划分雇员数量			
华北	人	56,537	58,209
东北	人	787	803
西南	人	5,469	5,735
华东	人	13,897	14,227
华中	人	4,719	5,123
华南	人	398	355
西北	人	19	46
按少数民族划分雇员数量			
汉族	人	78,964	81,324
少数民族	人	3,475	3,591
按籍贯划分雇员数量			
中国	人	82,122	84,628
外国	人	317	287
按教育程度划分雇员数量			
博士	人	65	56
硕士	人	2,992	3,066
本科	人	32,748	34,132
专科	人	20,203	22,313
高中及以下	人	26,431	25,348
按性别划分高管比例			
男性	%	93	93
女性	%	7	7
雇员流失率			
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	%	18.76	16.85
女性	%	5.15	4.28
按年龄划分的雇员流失比率			
年龄<30岁	%	13.49	12.08
30≤年龄<40岁	%	8.82	7.45
40≤年龄<50岁	%	1.37	1.4
年龄≥50岁	%	0.24	0.2
按地区划分的雇员流失比率			
华北	%	12.09	10.5
东北	%	0.19	0.18
西南	%	1.77	1.80
华东	%	6.95	5.99
华中	%	2.12	2.1
华南	%	0.68	0.35
西北	%	0	0.05
海外	%	0.12	0.16

指标名称	指标单位	2022年	2023年	2024年
连续三年每年因公亡故的人数(2022年-2024年)	人	0	0	0
连续三年每年因公亡故的比率(2022年-2024年)	%	0	0	0
因工伤损失工作日数	天	362	158	169
员工健康与安全诉讼案件数	件	0	0	0
安全教育培训次数	次	4,417	3,808	5,243
安全教育培训人次	人次	416,167	551,389	660,176

指标名称	指标单位	2023年	2024年
发展与培训			
培训员工总学时	小时	2,852,105.69	2,749,701.95
每名员工受训平均时数	小时/人	34.22	32.38
培训经费支出金额	亿元	0.10	0.15
按性别划分的受训雇员人数			
男性	人	42,417	54,065
女性	人	13,737	17,295
按雇员类别划分的受训雇员人数			
高级管理层	人	261	316
中级管理层	人	4,172	5,775
基层员工	人	51,721	65,269
按性别划分的受训雇员比例			
男性	%	75.54	75.76
女性	%	24.46	24.24
按雇员类别划分的受训雇员比例			
高级管理层	%	0.46	0.44
中级管理层	%	7.43	8.10
基层员工	%	92.11	91.46
按性别划分的员工受训平均时数			
男性	小时	53.25	40.05
女性	小时	43.19	33.79
按雇员类别划分的员工受训平均时数			
高级管理层	小时	31.14	31.77
中级管理层	小时	40.13	53.50
基层员工	小时	51.75	37.24

指标名称	指标单位	2023年	2024年
劳工准则			
经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量	例	16	22
产品责任			
召回的汽车或零件数量	件	18248	36003
召回的汽车或零件数量占产品总数的百分比	%	1.48	2.92
报告期内客户投诉总数	项	220,496	215,348
客户投诉降低率	%	-19.80	2.35
销售满意度	%	92.00	93.95
售后服务满意度	%	90.70	92.96
研发资金投入	万元	1,103,402.77	1,044,614.49
研发费用占营业收入比例	%	6.37	5.17
专利申请数量	件	4,369	4,827
所获专利授权数量	件	2,444	2,136
所获发明专利授权数量	件	342	701
承担国家创新课题	项	4	6
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	3	1
按职级划分的反贪污培训次数			
董事及管理层	次	4	10
员工	次	80	72
按职级划分的反贪污培训人次			
董事及管理层	人次	141	257
员工	人次	5,538	10,004
按职级划分的反贪污培训通过率			
董事及管理层	%	87	89
员工	%	100	100
社区投资			
开展志愿者活动期数	期	92	84
报告期内志愿活动参与人次	人次	3,242	2,738
报告期内志愿活动时数	小时	2,580.25	738
报告期内志愿活动投入金额	万元	317.91	81.53
公司对外捐赠金额	万元	3,062.80	176.00
就业扶贫投入金额	万元	2,914.23	2,775.29



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	直接（范围1）及能源间接（范围2）温室气体排放量（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
	A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	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
	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

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	所在章节
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
	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
	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宜，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。	员工关怀与成长
	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。	员工关怀与成长／ 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。	员工关怀与成长／ 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： (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。	员工关怀与成长
	B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	员工关怀与成长／ 绩效指标
	B2.2	因工伤损失工作日数。	员工关怀与成长／ 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。	员工关怀与成长

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。	员工关怀与成长
	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。	员工关怀与成长／ 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。	员工关怀与成长／ 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。	员工关怀与成长
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	员工关怀与成长
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	员工关怀与成长
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。	技术创新 可持续发展
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	技术创新 可持续发展
	B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及有关惯例的执行及监察方法。	技术创新 可持续发展
	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。	技术创新 可持续发展
	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。	技术创新 可持续发展

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、标签及隐私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。	技术创新 可持续发展
	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。	技术创新 可持续发展／ 绩效指标
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	技术创新 可持续发展／ 绩效指标
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	技术创新 可持续发展
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	技术创新 可持续发展
	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。	技术创新 可持续发展
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。	社会公益
	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)。	社会公益
	B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	社会公益／ 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：gfzbk@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*