

與未來相連

環境、社會及管治報告

2023

GEELY

吉利汽車控股有限公司

GEELY AUTOMOBILE HOLDINGS LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

股份代號：175 (港幣櫃台) 及 80175 (人民幣櫃台)

目錄

- 3 關於本報告
- 4 可持續發展委員會主席致辭

1 ESG 績效摘要

- 6 2 ESG 管理
 - 7 2.1 可持續發展願景
 - 7 2.2 ESG 管治
 - 11 2.3 ESG 戰略
 - 13 2.4 ESG 風險與機遇管理
 - 17 2.5 ESG 指標和目標
 - 17 2.6 可持續金融

- 18 3 氣候中和
 - 19 3.1 氣候戰略及目標
 - 20 3.2 全生命週期碳管理
 - 22 3.3 減碳行動實施
 - 36 3.4 氣候相關披露

- 44 4 自然受益
 - 45 4.1 自然資本
 - 48 4.2 污染與廢棄物管理
 - 55 4.3 資源使用與節約
 - 57 4.4 循環經濟
 - 60 4.5 生物多樣性

- 61 5 治理與道德
 - 62 5.1 企業管治
 - 64 5.2 風險管理與內部控制
 - 65 5.3 合規與道德
 - 76 5.4 數據責任與隱私保護

- 83 6 消費者利益
 - 84 6.1 產品質量與安全
 - 93 6.2 可持續服務
 - 100 6.3 可持續出行

- 101 7 可持續價值鏈
 - 102 7.1 可持續供應鏈
 - 112 7.2 負責任經銷商
 - 114 7.3 協同行業可持續

- 115 8 員工權益
 - 116 8.1 人力資本管理
 - 118 8.2 人才僱傭
 - 119 8.3 員工權利
 - 124 8.4 員工薪酬與福利
 - 127 8.5 員工培訓與發展
 - 129 8.6 職業健康與安全

- 134 9 社區公益
 - 136 9.1 生態友好
 - 137 9.2 優質公平教育
 - 138 9.3 應急賑災
 - 139 9.4 弱勢幫扶
 - 139 9.5 文化傳播
 - 139 9.6 社區發展
 - 141 9.7 鄉村振興

- 142 附錄 1 適用的法律法規及相關標準清單
- 144 附錄 2 ESG 關鍵績效指標
- 150 附錄 3 SASB 汽車可持續會計標準—內容索引
- 151 附錄 4 香港聯交所 ESG 報告指引—內容索引
- 153 附錄 5 GRI 可持續發展報告標準—內容索引
- 157 附錄 6 核實聲明

關於本報告

簡介

本報告是吉利汽車控股有限公司（簡稱「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」、「吉利汽車」或「我們」）發佈的第四份獨立的环境、社會及管治（簡稱「ESG」）報告，介紹本集團在 ESG 管理、氣候中和、自然受益、治理與道德、消費者利益、可持續價值鏈、員工權益、社區公益方面的策略和實踐情況，使各利益相關方能清晰瞭解本集團的 ESG 表現。本集團 2015 年至 2019 年的 ESG 實踐與表現，包含在本公司的母公司浙江吉利控股集團有限公司及其附屬公司（統稱「吉利控股集團」）對外發佈的社會責任報告。

報告範圍

時間範圍：本報告時間範圍覆蓋 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日（簡稱「報告期」、「本年度」或「2023 年」）。為增強報告完整性，部分內容適當向前追溯或向後延伸。

業務範圍：本報告內容範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司，包括旗下汽車品牌：吉利品牌、極氪品牌和合資品牌領克。本報告部分內容亦涉及吉利控股集團及本集團於報告期內的聯營品牌睿藍的相關信息。

編製依據

本報告編製遵循香港聯合交易所有限公司（簡稱「香港聯交所」）於 2023 年 12 月 31 日生效的附錄 C2《環境、社會及管治報告指引》。同時，本報告所作的披露亦參考：全球報告倡議組織 (GRI) 發佈的《可持續發展報告標準》(GRI Standards) 之核心選項、國際可持續發展準則理事會 (International Sustainability Standards Board, ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 1 號—可持續相關財務信息披露一般要求》(IFRS S1) 及《國際財務報告可持續披露準則第 2 號—氣候相關披露》(IFRS S2) 和可持續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 標準、香港聯交所諮詢文件「優化環境、社會及管治框架下的氣候相關信息披露」及《聯合國指導原則報告框架》。

資料來源與說明

本報告中所使用的資料和數據均來自本集團的正式文件和統計報告，且經過相關部門審核。如無特別說明，本報告所使用的幣種為人民幣。

前瞻性陳述

本報告包含對本集團的前瞻性陳述，通常包含「將」、「預期」和「期望」以及其他類似詞語。就其本質而言，前瞻性陳述具有一定風險和不確定性並不能保證未來的表現，因為其涉及將在未來發生的事件和情況，許多因素都會導致實際結果與前瞻性陳述出現重大差異。

可靠性保證及批准

為確保報告的真實性和可靠性，本報告由香港品質保證局 (HKQAA) 根據國際審計與核證準則委員會發佈的《國際核證聘用準則 3000 (修訂版) 的「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」》進行主要環境數據的獨立驗證。

本集團未發現報告內容存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。本報告經可持續發展委員會審閱後，於 2024 年 4 月 26 日獲董事會批准通過。

獲取及回應本報告

本報告提供中文版和英文版供讀者參閱。如中英文版本有歧異，概以中文版為準。為支持環保，本報告只以電子版形式發佈。本報告可在香港聯交所披露易網站上市公司公告中「財務報表/環境、社會及管治資料」標題類別內或本公司官方網站 (<http://www.geelyauto.com.hk>) 上獲取。我們十分重視利益相關方的寶貴意見，歡迎閣下發送電郵至 general@geelyauto.com.hk 並註明主題「ESG 報告 2023」以提供意見，協助我們進一步改進。

可持續發展 委員會主席 致辭



安聰慧

可持續發展委員會主席

2024年4月26日

在 2023 年，汽車行業經歷了翻天覆地的變化與機遇。新能源智能汽車在中國的發展迅猛，市場競爭也日趨激烈。在這樣的大背景下，本集團的戰略佈局取得了顯著成效，不僅總銷量刷新了歷史記錄，而且在新能源化和智能化轉型方面也取得了成功，新能源汽車的銷量和市場份額均創下了新高。

在可持續發展方面，本集團同樣取得了卓越成就，並獲得了國內外眾多知名 ESG 評級機構的廣泛認可。2023 年，我們正式發佈了「ESG 戰略」，從氣候中和、自然受益、全域安全、數智創新、共榮發展、治理與道德六大方向出發，勾劃出了本集團未來的可持續發展藍圖。基於這一戰略，我們制定了關鍵行動計劃，並持續推進實施。

本集團致力於實現 2025 年單輛車全生命週期減碳 25% 的目標（以 2020 年為基準年），截至 2023 年末，已累計減碳 12%。在使用端，2023 年新能源汽車銷量達到 48.7 萬輛，同比增長 48%，銷量占比達到 29%，成為減碳的主要驅動力。在製造端，我們繼續推動節能措施和可再生能源的應用，既減碳又降低成本。在供應端，循環材料和輕量化的應用也有效助力減碳。在推動減碳的同時，我們深切關注低碳轉型的社會影響，在轉型的規劃考慮員工、供應商、用戶、投資者等利益相關方，力求實現務實、均衡、公正的低碳轉型。

此外，本集團也根據 ESG 規劃，開展了自然受益的關鍵行動。在報告期內，我們啟動了對自然資本的評估，以更有效地識別與自然相關的風險與機遇。同時，我們致力於打造循環經濟，建立了包括循環車輛、循環材料、再生業務、電池回收和循環件在內的完整循環生態，節約自然資源的使用。

在社會方面，本集團堅持用戶安全第一的理念，並運用智能科技打造全域安全。在汽車行業競爭日益激烈的環境下，我們對產品的安全和質量有著極致追求，確保產品在實際使用中有效保障用戶的生命安全。2023 年，我們榮獲多項產品質量的榮譽和獎項。同時，本集團在智能駕駛、電池安全、網絡安全等方面不斷取得創新突破，確保汽車在新能源化和智能化轉型中仍能得到全方位的安全保護。

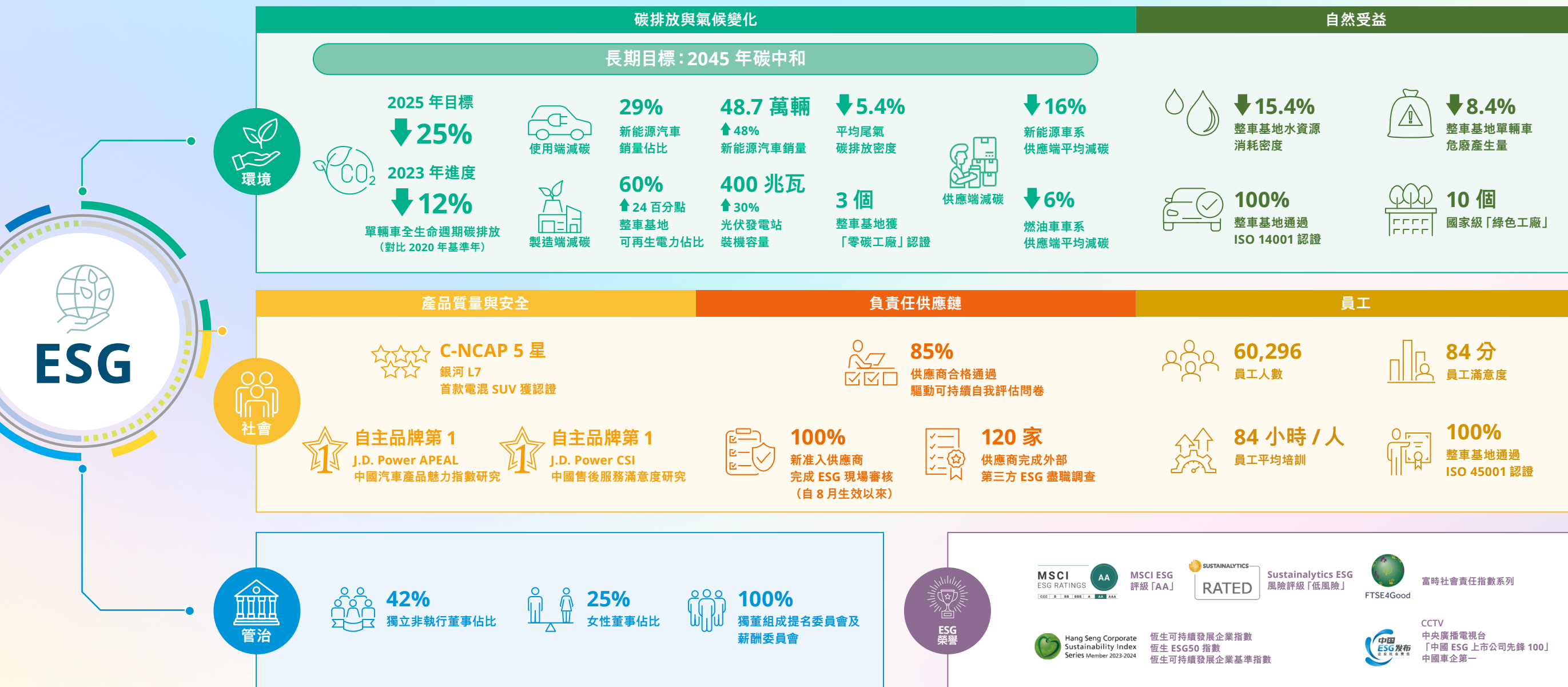
員工和供應鏈是支持本集團全球化和可持續發展不可或缺的力量。2023 年，我們以依法合規和保障利益相關方利益為原則，推動了人權管理的完善。我們優化了與員工及供應商的溝通機制，評估了本集團及其供應鏈在《行為準則》及《吉利供應商行為準則》的符合性風險，並識別改進空間。同時，我們積極參考負責任供應鏈的國際標準，制定了供應鏈 ESG 管理的未來規劃，重點提升溯源、盡職調查、衝突礦產、碳足跡等方面的管理。

本集團還致力於持續提升企業治理水平。在董事會的獨立性方面，獨立非執行董事的比例在 2023 年已提升至 42%。提名委員會與薪酬委員會也於 2023 年改由 100% 獨立非執行董事組成。女性董事的比例在 2023 年達到了 25%，我們還制定了 2025 年達到 30% 或以上女性董事比例的目標，進一步推動董事會多元化。

在 ESG 信息披露方面，本集團也持續加強其全面性、準確性和透明度。我們首次聘請了獨立第三方專業機構，根據國際審計與核證準則委員會的 ISAE 3000 準則，對本年度 ESG 報告的主要環境數據進行獨證驗證。此外，我們支持國際可持續發展準則理事會發佈的可持續披露準則 IFRS S1 及 IFRS S2，並在本年度報告中提前採納了部分要求進行相關披露，以提供更全面的可持續發展相關信息；同時，我們以此為契機，部署完善在更多不同領域的可持續發展相關的風險與機遇的管理機制。

在 2023 年的基礎上，本集團未來將繼續致力於新能源汽車和智能化技術的研發，並把可持續發展進一步融入到企業發展，同時加強相關的風險與機遇管理，向更高標準的可持續發展邁進。我們亦將通過與利益相關方更緊密的合作，共同促進在環境保護和社會發展方面發揮更大的作用，為實現長遠的共同繁榮貢獻力量。

1 ESG 績效摘要



2


ESG 管理



氣候中和



自然受益



共榮發展



全域安全



數智創新



治理與道德



2.1 可持續發展願景

本集團以「讓世界充滿吉利」為企業願景，致力將可持續發展融入企業發展，以創造企業的長期價值及韌性，同時帶動產業鏈及汽車行業共同實現可持續發展及負責任的商業實踐，為利益相關方及全球可持續發展作出貢獻。

本集團在企業發展中積極融入聯合國《變革我們的世界：2030 年可持續發展議程》提出的 17 個可持續發展目標，在維持企業穩健發展中，為利益相關方創造長期價值及回應其期望與訴求，實踐「讓世界充滿吉利」的願景。

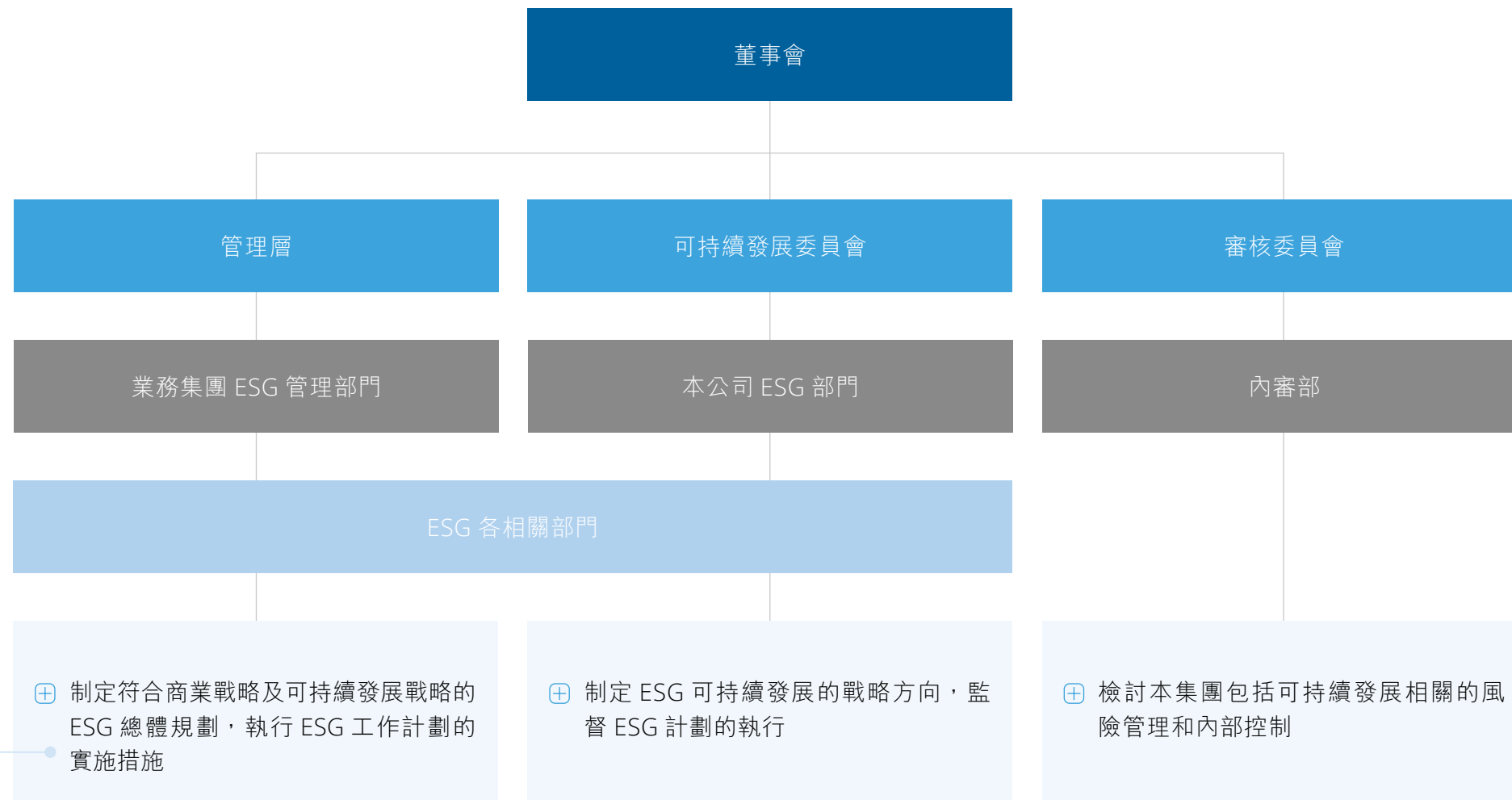
本集團的母公司浙江吉利控股集團（「吉利控股集團」）為《聯合國全球契約組織》的企業成員，作為吉利控股集團的一員，本集團亦全力支持全球契約關於人權、勞工、環境和反腐敗的十項原則。

為有效實踐這可持續發展願景，本集團建立了一套健全的 ESG 框架，覆蓋管治、戰略、風險與機遇管理、目標與指標各方面針對可持續發展相關的風險與機遇的管理機制。

2.2 ESG 管治

2.2.1 管治架構

本集團的 ESG 管治架構：



本公司的董事會（「董事會」）是本集團在應對可持續發展相關的風險與機遇的最高監督與決策機構，負責：

- ⊕ 監管和批准重大的 ESG 事宜及相關應對方案；
- ⊕ 針對可持續發展委員會提出的建議進行討論並作出決策。

董事會於 2020 年 12 月批准成立本公司的可持續發展委員會（「可持續發展委員會」），以更有效應對可持續發展相關的風險與機遇，其主要負責：

- ⊕ 檢討可持續發展的戰略、風險與機遇及重大事宜，向董事會提供建議；
- ⊕ 監督可持續發展戰略的執行及協調所需資源；
- ⊕ 評估可持續發展工作的進展及表現，以及改善方案的有效性。

可持續發展委員會目前由一名主席（由執行董事擔任）及兩名成員（一名執行董事兼行政總裁和一名獨立非執行董事）組成，以確保本集團可持續發展規劃與商業戰略發展保持一致的同時，亦能獲得客觀視角。可持續發展委員會的主席及成員分別在汽車行業、新能源汽車、企業文化、上市合規、資本市場等具有豐富經驗，為推動本集團的可持續發展提供專業及符合戰略的指導方向。

更多關於可持續發展委員會的組成、會議程序、角色及權限、職能，請詳見本公司官方網站的《可持續發展委員會職權範圍》。

本公司的 ESG 部門為可持續發展的常設機構，直接向可持續發展委員會匯報，協助其更有效管理可持續發展相關的風險與機遇。本公司的 ESG 部門主要負責：

- ⊕ 關注可持續發展相關的趨勢、政策及行業發展等，識別相關的風險與機遇以反饋 ESG 管治架構的各相關方；
- ⊕ 與內外部的利益相關方溝通，以了解其對本集團在可持續發展方面的期望和訴求，從而識別相關的風險與機遇；
- ⊕ 協助可持續發展委員會開展其職責，包括支持、審閱及監督 ESG 相關部門的 ESG 計劃制定與執行和相關的風險管理，以及評估 ESG 相關部門在技能及資源上是否足夠應對相關的風險與機遇；
- ⊕ 負責 ESG 報告及其他重大 ESG 公開信息的編制，持續跟進監管機構、投資者與評級機構的要求；
- ⊕ 審閱 ESG 計劃，與各業務集團 ESG 管理部門協同，提供建議以確保 ESG 計劃有效應對可持續發展相關的風險與機遇和充分考慮內外部利益相關方的意見及期望。

在運營層面，本集團的管理層基於董事會制定的本集團的總體戰略方向及可持續發展委員會提出的 ESG 戰略方向及對可持續發展相關的風險與機遇的意見，制定符合本集團商業戰略及可持續發展戰略的 ESG 總體規劃。本集團在旗下的各業務集團設立 ESG 管理部門作為其常設機構，其主要負責：

- ⊕ 協助管理層制定本集團的 ESG 總體規劃、目標及指標，以符合應對可持續發展相關的風險與機遇；
- ⊕ 持續評估業務發展及可持續發展相關的發展趨勢，以識別相關的風險與機遇；
- ⊕ 支持 ESG 各相關部門制定符合 ESG 總體規劃的具體 ESG 工作計劃及年度目標，及提供 ESG 相關培訓及專業指導；
- ⊕ 協調跨部門在 ESG 總體規劃的資源、職責等事宜；
- ⊕ 定期審閱 ESG 各相關部門的 ESG 工作計劃執行進度和效果，及協助制定其改善計劃；
- ⊕ 協助管理層執行 ESG 相關的考核評價，以確保 ESG 工作計劃有效應對可持續發展相關的風險與機遇。

ESG 各相關部門指負責 ESG 範疇下的具體業務部門。其主要負責：

- ⊕ 制定及執行 ESG 工作計劃，以達成目標，實時應對可持續發展相關的風險與機遇；
- ⊕ 開展自我檢查，確保 ESG 目標的有效完成；
- ⊕ 制定 ESG 改進計劃，並融入下一年度的工作計劃。

本公司 ESG 部門、業務集團 ESG 管理部門及 ESG 各相關部門建立了定期的溝通機制，分享及討論各項 ESG 的工作推進，以及時應對可持續發展相關的風險與機遇。在重大 ESG 議題上，例如氣候變化和人權管理，上述部門亦會成立專責的工作小組，以加速推進重大 ESG 議題的相關措施落實。

本集團將計劃進一步優化 ESG 管治架構，形成各 ESG 戰略對應的主要責任部門，並梳理出責任部門對應的考核指標。同時，「氣候中和」戰略已納入本集團負責運營的最高管理層（同時為本公司的執行董事之一），及戰略規劃部門負責人的年度考核指標中，率先將 ESG 納入管理層及年度部門考核項，並與薪酬激勵掛鉤。

本公司董事會設立的審核委員會負責檢討本集團的風險管理和內部控制及向董事會提供相關意見。可持續發展相關的風險已納入其用作評估整體風險管理的風險地圖。審核委員會下設的內審部亦把可持續發展相關的風險管理及內部控制納入其內部審計工作之中，以評價其有效性。

本集團亦聘請了專業的 ESG 顧問，提供可持續發展相關的專業意見及協助相關工作的開展。

2.2.2 管治會議機制

可持續發展委員會每年最少一次舉行會議，會議亦會定期邀請本集團的關鍵管理人員及 ESG 管治架構的各相關方出席，以共同討論本集團的 ESG 發展規劃及具體實施措施。

於報告期內，可持續發展委員會共召開 5 次會議，其主要討論內容如下：

- ⊕ 本集團的 ESG 現狀及行業差距分析；
- ⊕ 董事會、投資者及其他利益相關方參與的 ESG 調研結果分析；
- ⊕ ESG 戰略及關鍵行動的制定；
- ⊕ 年度減碳目標進展、行動措施及改善方案；
- ⊕ 企業內部及供應鏈的人權管理（包括外部重要評級解讀及同行差距分析）及提升方案；
- ⊕ 董事會獨立性及多元化的提升方案；
- ⊕ 《行為準則》及《反腐敗政策》的修訂；
- ⊕ ESG 資源配置及相關人員的技能培訓；
- ⊕ ESG 外部顧問及 ESG 報告獨立審驗機構的聘用；
- ⊕ ESG 外部宣傳策略。

2024 年 4 月可持續發展委員會召開 1 次會議，進一步討論本集團在：

- ⊕ 2023 年度 ESG 表現分析及重點提升事項；
 - ⊕ 各相關部門針對重點提升事項的改進計劃（包括：氣候變化及碳目標管理、人權風險管理及負責任供應鏈管理）；
 - ⊕ 就最新可持續發展相關的披露要求所需的部署準備及 ESG 風險與機遇管理的具體提升需要，包括：香港聯交所將於 2025 年 1 月 1 日生效的氣候相關信息的強制披露要求，以及國際可持續發展準則理事會（「ISSB」）發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 1 號—可持續相關財務信息披露一般要求》（IFRS S1）及《國際財務報告可持續披露準則第 2 號—氣候相關披露》（IFRS S2）；
 - ⊕ ESG 外部宣傳提升方案。
- 可持續發展委員會基於上述討論後，針對重大事項向董事會提供建議以作進一步審批。此外，為確保本集團的核心戰略與 ESG 戰略緊密融合，董事會亦參與下述 ESG 工作：
- ⊕ 定期聽取 ESG 工作匯報以持續掌握本集團 ESG 的工作進展及成果、未來提升空間與計劃（包括：氣候變化、人權、負責任供應鏈、董事會的獨立性、多元化及薪酬機制等），以及監管機構、投資者等利益相關方對本集團可持續發展的期望，以識別相關的風險與機遇；
 - ⊕ 參與本年度 ESG 調研，調研內容包括：ESG 重要性議題的識別、人權風險識別、ESG 發展的期望及建議；
 - ⊕ 決策 ESG 戰略、碳中和進展與目標、企業管治提升等 ESG 關鍵事項。

2.3 ESG 戰略

本集團於 2023 年 3 月發佈由董事會批准的 ESG 戰略，以實現「讓世界充滿吉利」的願景，並同時制定相關的關鍵行動，對內給予更清晰的指導去規劃相關工作，對外讓利益相關方更清楚本集團的未來規劃及衡量我們的 ESG 表現。

ESG 戰略的制定過程考慮了包括但不限於以下因素：

- ⊕ 本集團的願景及總體戰略
- ⊕ 聯合國可持續發展目標及其他主要 ESG 標準
- ⊕ ESG 重要性議題分析及利益相關方的其他意見
- ⊕ ESG 風險與機遇評估及 ESG 表現的差距分析
- ⊕ 當時的 ESG 及政策趨勢、領先企業對標
- ⊕ 內部 ESG 相關部門及外部 ESG 專家意見

ESG 六大戰略方向：



在 ESG 戰略發佈後，本集團持續評估 ESG 戰略應對可持續發展相關的風險與機遇的有效性，並在適當時作出調整，以確保 ESG 戰略能更符合本集團的總體戰略及更有效為各利益相關方創造長期價值。

在評估可持續發展的風險與機遇上，本集團參考包括但不限於以下因素，並進行時間跨度的分類：

- ⊕ 中國及其他主要市場國家（包括歐盟地區）在 ESG 方面相關的方針、政策法規等
- ⊕ 汽車行業在 ESG 的最新發展及趨勢
- ⊕ 行業發展及技術變革週期
- ⊕ 本集團自身的現金流、資金規劃及商業週期

基於上述，以下重大可持續發展的風險與機遇的時間跨度定義為：

短期：5 年以內

中期：5-15 年

長期：15 年以上

- S** 短期
- M** 中期
- L** 長期

下表為本集團識別具有重大財務影響的可持續發展相關的主要風險與機遇，更多相關的風險與機遇請參考本報告其他的章節。

ESG 議題	重大可持續發展相關風險與機遇	時間跨度	受影響的主要價值鏈	對商業模型及價值鏈的預期影響	應對風險與機遇的 ESG 戰略方向及措施
碳排放與氣候變化	詳見「3.4 氣候相關披露」	詳見「3.4 氣候相關披露」	自身運營及供應鏈	詳見本報告「3.4 氣候相關披露」	「氣候中和」 詳見「3.4 氣候相關披露」
資源使用與循環再利用	自然資源短缺	M L	自身運營及供應鏈	風險： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 自然資源稀缺，將造成使用相關資源的成本上漲 ⊕ 開發替代材料，將需要投入初期研發成本 機遇： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 優化產品設計及提升製造工藝，將減少材料及資源使用，節約產品的生產成本 ⊕ 建立循環經濟體系，以資源回收再循環利用代替新購材料，將降低採購成本 	「自然受益」 詳見「4.3 資源使用與節約」和「4.4 循環經濟」
產品質量與安全	汽車產品安全	S M	自身運營	風險： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 產品存在安全問題，將導致召回、用戶索賠或訴訟，及形成相關責任的質量成本或賠償費用 ⊕ 產品存在安全問題，將影響消費者購買意慾，及降低收入 ⊕ 維持產品安全性領先表現，將需持續對安全性（包括智能化）相關的技術投入，及投入初期研發成本 機遇： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 產品安全性領先，將減少產品售後的質量成本及賠償費用 ⊕ 產品安全性領先，將吸引消費者，及增加收入 	「全域安全」 詳見「6.1 產品質量與安全」
負責任供應鏈	供應鏈 ESG 風險管理	S M	供應鏈	風險： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 供應商無法符合本集團對其 ESG 的要求，將影響本集團產品的 ESG 合規性及相關的本地及出口銷售，及導致收入減少 ⊕ 供應商存在重大 ESG 問題，將影響其業務持續性及供貨給本集團的能力，導致相關補救成本或收入減少 機遇： <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 供應鏈建立良好的 ESG 管理，有利於增強業務的長期穩定性，避免 ESG 風險帶來的經濟損失，使本集團能夠維持穩定的產能，避免補救成本和影響收入 	「共榮發展」 詳見「7.1 可持續供應鏈」

2.4 ESG 風險與機遇管理

本集團已建立了完善的風險管理框架及相關的風險管理流程，亦應用在可持續發展相關的風險與機遇。詳見本集團《年度報告 2023》的《企業管治報告》的「風險管理及內部監控」及本報告「5.2 風險管理與內部控制」。本集團於《年度報告 2023》把氣候變化的相關風險披露為主要風險及不明朗因素。

可持續發展相關的風險與機遇的管理機制按照本報告「2.2 ESG 管治」所述，由董事會、可持續發展委員會、審核委員會、管理層、本公司 ESG 部門、ESG 管理部門和 ESG 各相關部門分別承擔不同層次的責任。

基於本集團的風險管型框架，ESG 風險與機遇管理由以下程序組成：

- ⊕ 識別與評估：基於內外部信息包括但不限於運營所在地 ESG 相關法規政策、行業發展及對標、ESG 及市場最新趨勢、利益相關方溝通（詳見「2.4.1 利益相關方溝通」）、ESG 評級差距分析等識別重要 ESG 議題包括評估其相關的風險與機遇；
- ⊕ 優先度排序：開展 ESG 重要性議題調研對識別的重要 ESG 議題進行排序，以有效分配資源管控 ESG 議題相關的重大風險與機遇（詳見「2.4.2 ESG 重要性議題」）；
- ⊕ 風險管理及持續改善：基於上述識別的重大風險與機遇，本集團將制定及執行相關的風險管理措施包括但不限於：
 - 制定 ESG 管理政策及執行細則，確保本集團的相關業務單位以符合相關法規、本集團 ESG 戰略、行業標準、利益相關方期望等執行有關措施；
 - 採用 PDCA 模式（Plan 計劃—Do 執行—Check 檢查—Act 處理）管理 ESG 的具體工作。ESG 各相關部門基於 ESG 戰略、管理政策及執行細則等計劃年度 ESG 工作任務，並按計劃執行有關工作，同時建立自我檢查及由 ESG 管理部門的定期檢查，在發生變化及

重大差距時制定改善計劃以及時處理。ESG 管理部門和 ESG 各相關部門亦會持續了解行業的可持續發展相關的發展動向，以識別相關的機遇及制定措施：





- 上升機制：如相關措施需要作出重大業務決策及資源分配，將會上升至可持續發展委員會進行討論及安排由合適的管治機構作出決策；
- ESG 培訓：本集團定期舉辦不同類型的 ESG 相關培訓及活動，以提升全體員工對 ESG 的認知、專業知識及技能等。詳見「2.4.3 ESG 培訓」。
- ⊕ 監督與匯報：可持續發展委員會及其下屬 ESG 部門、審核委員會及其下屬內審部均肩負對 ESG 風險管理的持續監督工作。同時，本集團以年度報告、年度 ESG 報告、公開的 ESG 政策（例如：《行為準則》、《吉利供應商行為準則》、《反腐敗政策》）等披露本集團在應對可持續發展方面的表現及措施的具體成效，以確保本集團在可持續發展的透明度及問責制，同時讓各利益相關方能清晰獲得相關信息。

2.4.1 利益相關方溝通

本集團深知企業的可持續發展需要各利益相關方的支持，我們高度重視與利益相關方的溝通並形成了常態化的溝通機制。報告期內，我們在與利益相關方溝通方面重點關注以下工作：

- ⊕ 增加突出人權議題的識別，了解供應商、員工（包括易受人權風險影響或弱勢群體：孕婦、少數民族／土著、外籍人士、農民工／移徙工人）對潛在突出人權議題的意見，識別人權相關的風險、影響及對申訴機制有效性的意見；
- ⊕ 積極回應投資者 ESG 問詢，並通過線上、線下訪談等多種形式與投資者建立 ESG 溝通渠道，了解他們對本集團 ESG 重要議題的看法、目標與行動建議；
- ⊕ 加強內外利益相關方調研與溝通，提升管理層及員工對 ESG 的認知及參與度。

利益相關方溝通

利益相關方	關注議題	溝通渠道及反饋方式	溝通頻次
 投資者	Ⓞ 碳排放與氣候變化	即時通訊及電話交流	每週
	Ⓞ 產品質量與安全	投資者會議（線上／線下）	每月
	Ⓞ 公司治理與風險管理	業績發佈會	每半年
	Ⓞ 合規與誠信	股東大會	每年及不定期
	Ⓞ 負責任供應鏈	路演及反向路演	每半年及不定期
	Ⓞ 污染與廢棄物管理	調研問卷	每年
 員工	Ⓞ 職業健康與安全	員工培訓（包括線上培訓平台）	每天
	Ⓞ 合規與誠信	「迴響社區」線上平台	每天
	Ⓞ 產品質量與安全	總經理接待日	每年
	Ⓞ 員工權益	員工大會	每半年
	Ⓞ 多元化及平等關係	員工座談會	每季度
	Ⓞ 員工培訓及發展	董事長、工會主席、紀委書記信箱	每週
		調研問卷	每年
 經銷商	Ⓞ 產品質量與安全	現場訪問與調研	每月
	Ⓞ 客戶服務與滿意度	經銷商能力培訓	每月
	Ⓞ 合規與誠信	調研問卷	每年
 供應商	Ⓞ 負責任供應鏈	供應商考核	每年
	Ⓞ 產品質量與安全	供應質量溝通	每月
	Ⓞ 碳排放與氣候變化	供應質量溝通	每月
	Ⓞ 合規與誠信	供應商培訓	每月
	Ⓞ 資源使用與循環再利用	調研問卷	每年
	Ⓞ 污染與廢棄物管理	調研問卷	每年

利益相關方	關注議題	溝通渠道及反饋方式	溝通頻次
 客戶	Ⓞ 產品質量與安全	社交媒體（公眾號、視頻號、微博等）	每天
	Ⓞ 客戶服務與滿意度	線上及線下活動推廣	每月
	Ⓞ 合規與誠信	客戶滿意度調查	每年
	Ⓞ 用戶隱私	客戶投訴與處理	每天
	Ⓞ 信息安全	車友會	每月
	Ⓞ 可持續出行	調研問卷	每年
 政府及監管機構	Ⓞ 合規與誠信	政企溝通與彙報	每月
	Ⓞ 碳排放與氣候變化		
	Ⓞ 污染與廢棄物管理	合規信息披露	每月
	Ⓞ 員工權益		
 社會	Ⓞ 公司治理與風險管理	公益項目	每月
	Ⓞ 社會公益及慈善	社區溝通	每月
	Ⓞ 生物多樣性	調研問卷	每年

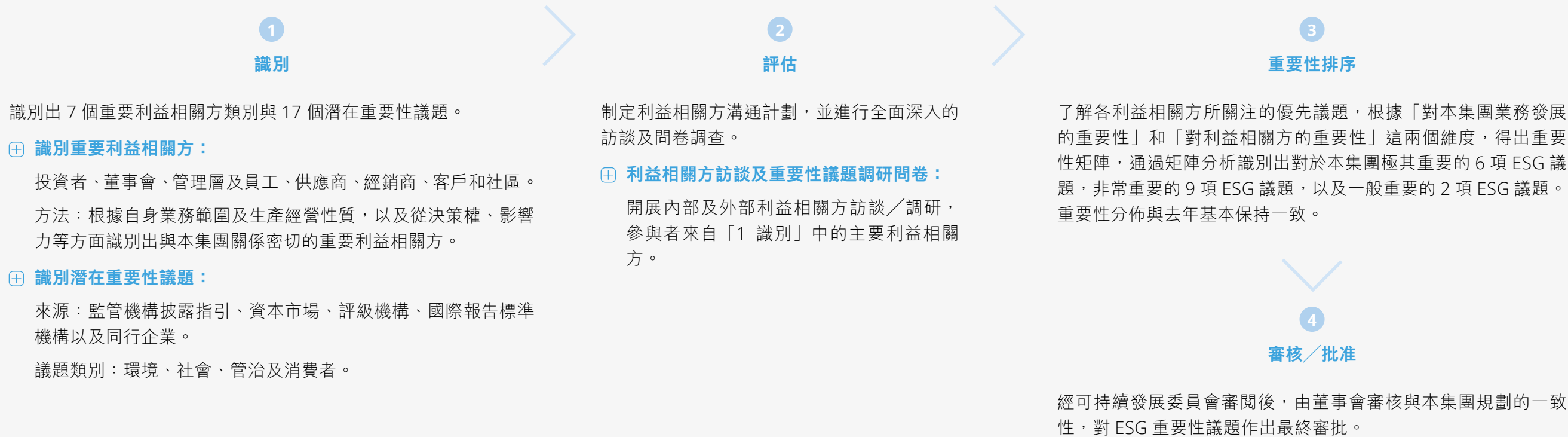
本集團將在 ESG 管理考慮以上利益相關方訴求的變化，並適時調整利益相關方的溝通策略，加強利益相關方對我們推行與實施戰略的理解，並給予通暢的回饋渠道，讓利益相關方提出觀點及期望，進而幫助本集團持續提升與完善 ESG 管理機制。

2.4.2 ESG 重要性議題

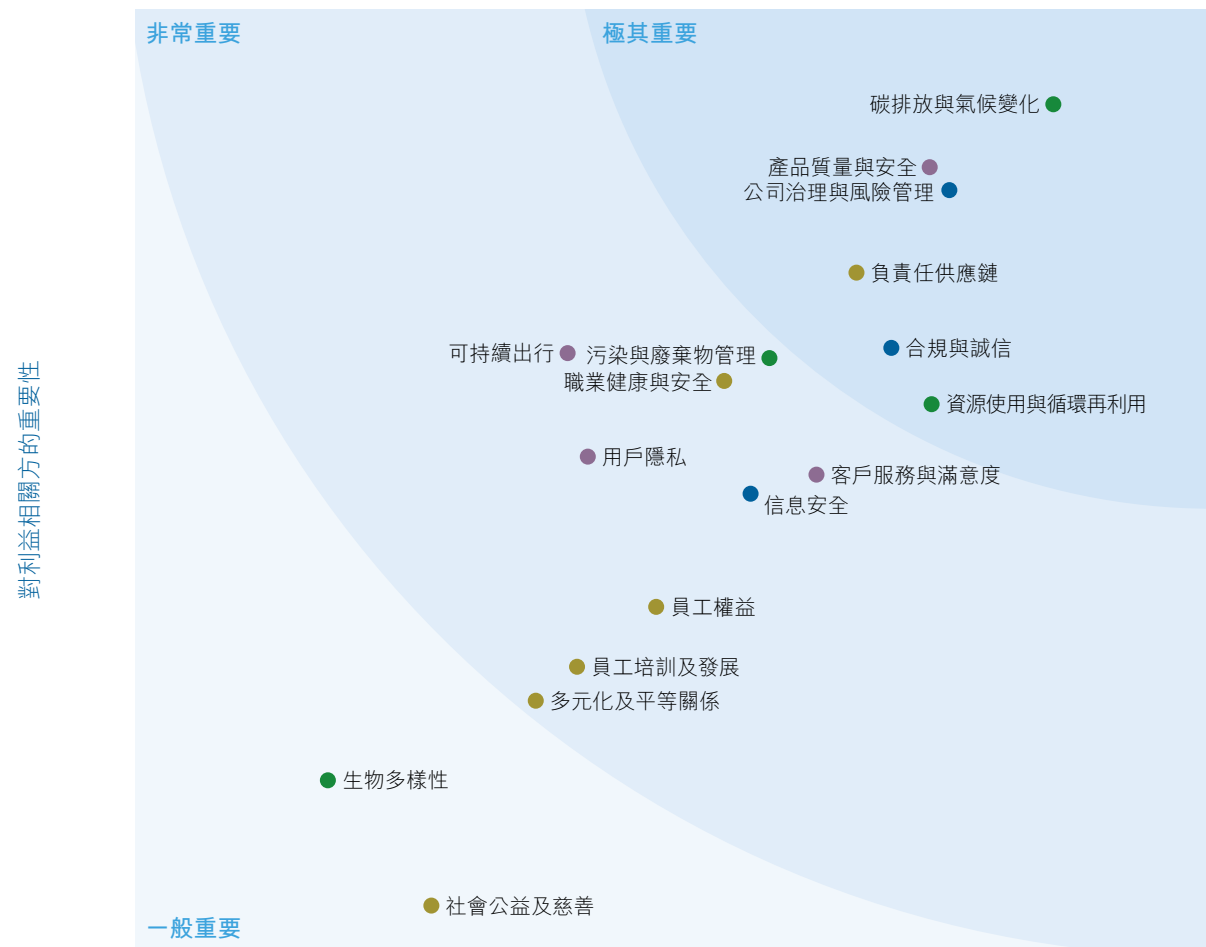
我們通過 ESG 重要性議題的識別，將利益相關方及其關注點融入 ESG 戰略規劃以及運營和決策過程，實現 ESG 與日常運營相結合，驅動良性循環發展。

報告期內，為更好地了解利益相關方的訴求與期望，本集團開展了重要性議題調研工作。我們重點參考 SASB 重要性地圖之汽車行業重要議題、監管機構披露指引、資本市場期望、評級機構要求、國際報告標準機構以及同行企業關注的可持續發展議題。報告期內，我們對 ESG 重要性議題調研工作進一步改進，在標準化問卷形式的基礎上，進一步差異化問題設置，針對性了解特定利益相關方群體對本集團 ESG 工作的評價，從而幫助我們確定 ESG 提升方向和工作重點。

報告期內，本集團通過以下流程對重要性議題進行評估與分析：



本集團2023年ESG重要性議題矩陣



重要性	議題	議題範疇	ESG 戰略範疇	本報告回應章節	可持續發展目標
極其重要	碳排放與氣候變化	環境	氣候中和	3. 氣候中和	7, 9, 11, 12, 13
	公司治理與風險管理	管治	治理與道德	5. 治理與道德	16
	產品質量與安全	消費者	全域安全	6. 消費者利益	3, 9
	負責任供應鏈	社會	共榮發展	7. 可持續價值鏈	8, 12, 16, 17
	合規與誠信	管治	治理與道德	5. 治理與道德	16
	資源使用與循環再利用	環境	自然受益	4. 自然受益	6, 9, 12
非常重要	污染與廢棄物管理	環境	自然受益	4. 自然受益	6, 9, 12
	職業健康與安全	社會	共榮發展	8. 員工權益	3, 8
	客戶服務與滿意度	消費者	共榮發展	6. 消費者利益	11, 12, 17
	信息安全	管治	數智創新	5. 治理與道德	9, 16
	可持續出行	消費者	全域安全 共榮發展	6. 消費者利益	9, 11
	用戶隱私	消費者	數智創新	5. 治理與道德	9, 16
	員工權益	社會	共榮發展	8. 員工權益	8, 10
	員工培訓及發展	社會	共榮發展	8. 員工權益	8
	多元化及平等關係	社會	共榮發展	8. 員工權益	5, 8, 10
	生物多樣性	環境	自然受益	4. 自然受益	14, 15
一般重要	社會公益及慈善	社會	共榮發展	9. 社區責任	1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 14, 15

2.4.3 ESG 培訓

報告期內，本集團積極參與吉利控股集團主辦的各項針對高管、重點崗位和普通員工開展全員 ESG 分層級培訓，保障各層級處理 ESG 事務的技能和勝任能力：

- ⊕ 2023 年 2 月，組織 11 個關鍵業務單位參與首屆「ESG 專家特訓營」培訓活動；
- ⊕ 2023 年 6 月，組織全員參與「ESG 認知基礎入門」課程與「ESG 基礎知識」考試，培訓人數達 44,425 人，培訓及考試平均完成通過率為 80.58%；
- ⊕ 2023 年 11 月，組織 6 個關鍵部門共 12 人參與「赴香港學習交流 ESG 經驗考察團活動」，與 ESG 評級機構和香港優秀 ESG 企業深入討論；
- ⊕ 2023 年 12 月，參與「洞見」第四十五期培訓，由外部專家團隊為高層管理人員分享全球可持續發展的趨勢洞察、汽車行業 ESG 資訊披露與監管的最新動態。

2.5 ESG 指標和目標

有關本集團在可持續發展相關的主要目標與指標，詳見本報告的「1 ESG 績效摘要」、「附錄 2 ESG 關鍵績效指標」、「附錄 3 SASB 汽車可持續會計標準—內容索引」等。

2.5.1 ESG 榮譽

截至 2024 年 4 月 20 日，本集團在以下 ESG 評級或指數的表現：

MSCI ESG 評級	AA ¹	恒生可持續發展企業指數 ⁵ 、 恒生 ESG50 指數、恒生可持續發展企業基準指數	成份股
Sustainalytics ESG 風險評級	汽車子行業第 6 名 (低風險) ²	富時社會責任指數系列	成份股
標普全球可持續發展評估分數	中國車企第一 (53 分) ³	香港企業可持續發展指數	首 10 位及前驅者評級
轉型路徑倡議(TPI)管理品質	3 級 ⁴		

- 1 該評級等級由最佳 AAA 至最差 CCC。AA 為第二最佳級別。截至 2024 年 4 月 17 日，MSCI ACWI 指數的 50 家汽車企業獲 AAA 為 8%，獲 AA 為 14%。
- 2 本集團得分為 17.7 分（分數越低表現越好），本集團在汽車子行業全球 79 家公司中排名第 6 名。
- 3 該評級滿分為 100 分。
- 4 該評級等級由最佳第 4 級至最差第 0 級。
- 5 該指數由符合資格的 30 家最佳可持續發展表現的香港上市公司組成。

2.6 可持續金融

本集團於 2022 年 5 月發佈「可持續金融框架」(簡稱「框架」)，並取得了國際權威的 ESG 評級及研究機構 Sustainalytics 的第二方意見。該框架適用於吉利汽車未來發行綠色、社會、可持續發展債券以及貸款等融資工具。該框架的發佈，有助吉利汽車的可持續發展項目獲得適當的融資安排，實踐吉利汽車在可持續發展方面的承諾，並使吉利汽車的融資戰略向 ESG 債務發行的全球最佳實踐看齊。同時，可持續金融還將進一步提升吉利汽車的融資效率，降低債務融資成本，拓展多元化融資管道，使吉利汽車繼續保持融資品類及成本上的優勢。

本集團於 2022 年 8 月根據該框架下成功獲得了 4 億美元為期三年的可持續發展俱樂部貸款。截至 2023 年 1 月 10 日，該筆貸款的資金已全數用於純電動汽車研發和用於純電動汽車生產的電池採購，以支援實現碳排放目標。

ESG 獎項：

- 中央廣播電視台「中國 ESG 上市公司先鋒 100」榜單第 8 名，獲五星級評價及名列中國車企第一
- 香港會計師公會「最佳企業管治及 ESG 大獎 2023」ESG 評判嘉許（H 股公司及其他中國內地企業組別）
- 《財經》中國上市公司雙碳領導力表現行業榜，位居「汽車與動力電池雙碳領導力排行榜」榜首及獲「卓越」評級
- 《經濟一週》ESG 卓越企業大獎 2023

3

氣候中和

重要議題

碳排放與氣候變化



(1) 使用端減碳：

- ⊕ 新能源汽車銷量：**48.7 萬輛**（同比**↑48%**），佔總銷量 28.9%（較去年**↑6 百分點**）
- ⊕ 純電動汽車銷量：**33.6 萬輛**（同比**↑28%**），佔總銷量 19.9%（較去年**↑1.5 百分點**）
- ⊕ 插電混動汽車銷量：**15.1 萬輛**（同比**↑129%**），佔總銷量 9.0%（較去年**↑4.5 百分點**）

(2) 製造端減碳：

- ⊕ **6 家**整車基地使用 100% 可再生電力
- ⊕ 整車基地可再生電力使用佔比 **60%**，較去年**↑24 百分點**
- ⊕ 整車基地可再生能源佔比 **33%**，較去年**↑15 百分點**
- ⊕ 光伏裝機總容量（含整車基地及動力製造基地）達 **400.4 兆瓦**，同比**↑30.4%**
- ⊕ 3 家整車基地獲得零碳工廠認證

(3) 供應端減碳：

- ⊕ 新能源車系供應端碳排放較 2020 年**↓15.5%**
- ⊕ 燃油車系供應商碳排放較 2020 年**↓5.7%**

未來：氣候中和、自然受益

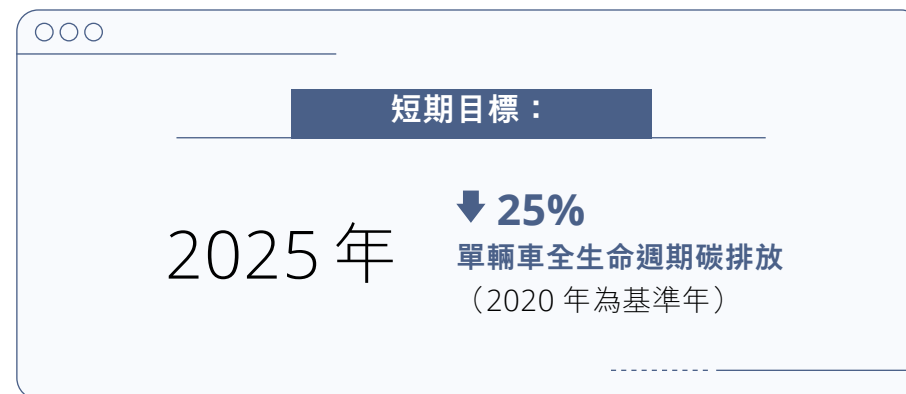


3.1 氣候戰略及目標

氣候變化與碳排放已成為全球性的關鍵 ESG 議題，對本集團、汽車行業乃至全世界都具有深遠的影響。作為致力於成為全球領先的汽車企業，本集團肩負應對氣候變化的責任，透過積極的行動與科技創新，以自身為榜樣帶動產業鏈和用戶共同實現向低碳轉型。

本集團深刻理解到氣候變化不僅是環境議題，在應對氣候變化上亦會對各利益相關方產生深遠的社會及經濟影響。因此，本集團不但致力追求達致碳中和，更以科技創新和經濟可持續性為基礎，探索一條能夠在應對環境、社會及經濟挑戰取得均衡發展的碳中和實施路徑，以務實及公正的方式實現碳中和的目標。

本集團已於 2022 年 3 月正式公開發佈以下減碳目標：



報告期內，本集團制定「氣候中和」戰略及以下的關鍵行動，進而實現以上目標及向符合巴黎協定 1.5°C 的路徑轉型：

<p>建立氣候韌性管理體系</p> <p>「3.2 全生命週期碳管理」</p> <p>「3.4 氣候相關披露」</p>	<p>新能源汽車轉型</p> <p>「3.3.1 使用端減碳」</p>	<p>零碳工廠及低碳供應鏈</p> <p>「3.3.2 製造端減碳」</p> <p>「3.3.3 供應端減碳」</p>	<p>循環及低碳材料</p> <p>「3.3.3 供應端減碳」</p> <p>「4.4 循環經濟」</p>	<p>發展甲醇經濟</p> <p>「3.3.1 使用端減碳」</p>
--	--	--	--	---

公正轉型

公正轉型是實現應對氣候變化的關鍵過程，以確保應對氣候變化在環境、社會及經濟都能獲得均衡發展，使轉型過程中的利益在各利益相關方得到合理分配。

本集團以實現碳中和為長期目標，在制定氣候中和戰略時，充分考慮對以下各利益相關方的影響，以建立一條邁向以淨零汽車為終極目標的穩健、務實以及公正的低碳轉型之路：

公眾：以實現中國的雙碳目標以及巴黎協定的 1.5°C 路徑為目標，本集團持續制定減碳目標及實施減碳措施，承擔共同應對氣候變化的責任；

用戶：各類型的新能源汽車目前在不同場景上存在不同的使用局限（包括但不限於充電設施的不足、目前電池在極端天氣下的表現、用戶對長途及偏遠地區的出行需求等），因此我們密切關注不同地區的市場需求，以用戶為導向，提供多元化的新能源及節能產品，以滿足不同場景的用戶需求及同時提供更合適及符合經濟性的低碳出行方案（詳見「3.3.1.1 新能源戰略」）。我們亦持續以科技創新尋求技術突破，以在中長期克服使用短板，進一步降低使用端平均排放（詳見「3.3.1.2 新能源技術」）；

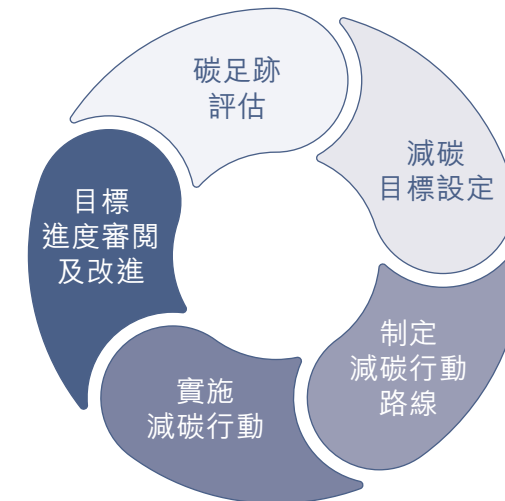
員工：本集團在新能源轉型的過程中，充分考慮原有在燃油車業務相關的員工利益，一方面為其提供更多的轉型再培訓及新能源汽車的就業機會（詳見「8.5.2 公正轉型」），另一方面也通過成立動力總成合資公司使燃油機技術獲得低碳化的機會，也使燃油車業務員工的原有技術能發揮在低碳轉型上（詳見「3.3.1.2 新能源技術」）；

供應商：本集團提供供應商各項資源，以支持其低碳轉型，包括提供培訓、技術支持、碳管理平台等（詳見「3.3.3 供應端減碳」）；

股東及投資者：本集團採取多元化的新能源路線，以確保本集團在穩住的前提下更好的發展，在新能源領域盡最大可能尋求突破，取得低碳轉型及商業可持續性的均衡發展。

3.2 全生命週期碳管理

本集團已建立氣候韌性管理體系，該體系的管治架構和應對氣候變化相關的風險與機遇的管理，詳見本報告「3.4 氣候相關披露」。此氣候管理體系亦建立了一套碳管理機制：



本集團採用由吉利控股集團旗下的吉利數字科技自主研發的「吉碳雲」作為數字化平台進行全方位的碳管理。

本集團的碳足跡評估基於產品的全生命週期碳足跡，透過碳盤查識別碳排放的各個來源，及參考《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》《IPCC 第五次科學評估報告（2014）》及政府部門發佈的數據進行碳核算。

為進一步提升碳排放數據的準確度及可靠度，本集團聘請香港品質保證局（HKQAA）按照《國際核證聘用準則 3000（修訂版）的「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」》(ISAE 3000) 對 2023 年度的碳排放數據（範圍 1、2 及 3）及其他環境關鍵數據進行獨立驗證。詳見「附錄 6 — 核實聲明」。

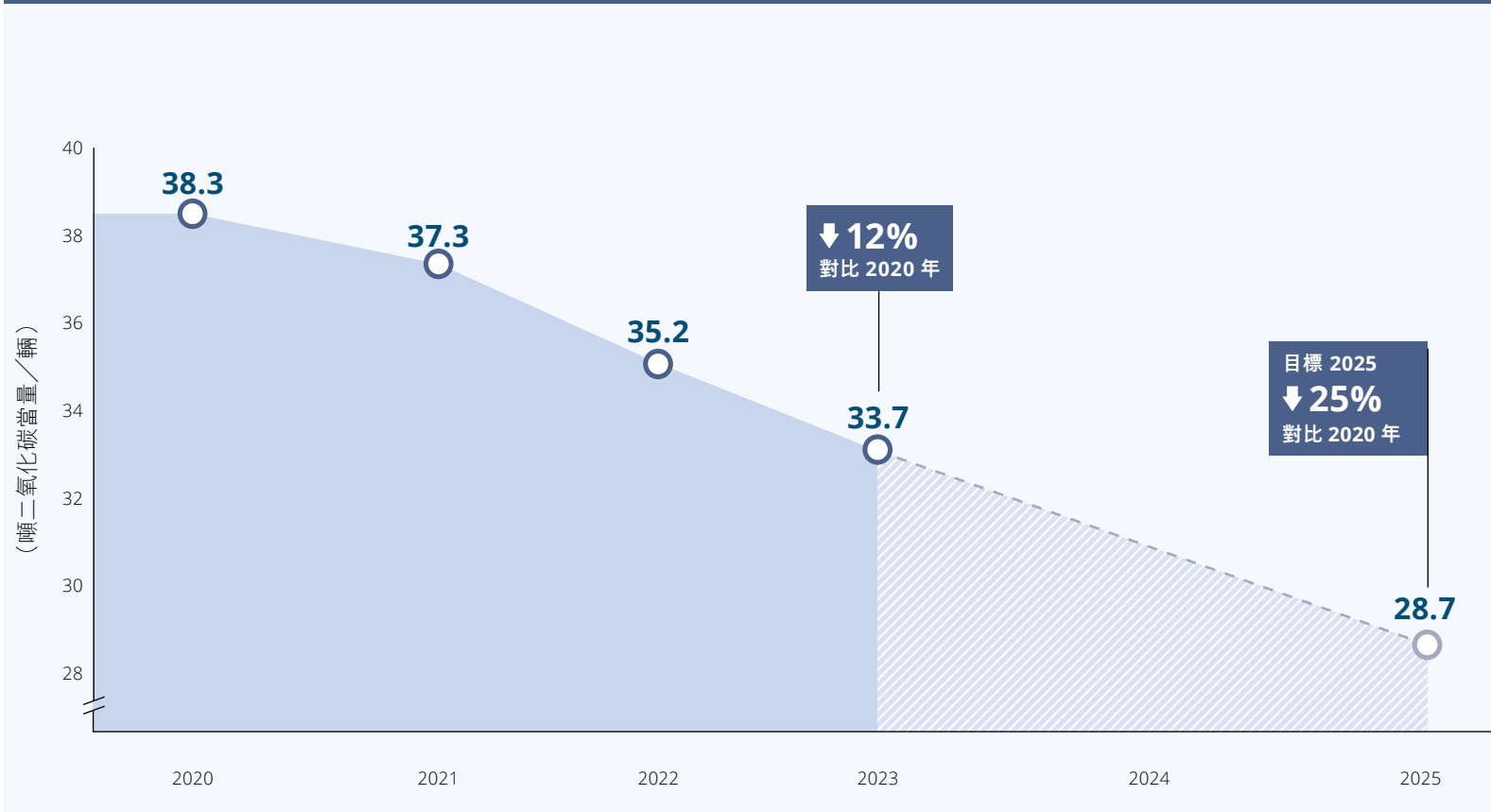
本集團已於 2022 年完成 2020 年及 2021 年全面的碳足跡評估，並基於其結果制定出以下減碳目標：

短期目標：以 2020 年為基準年，2025 年單輛車全生命週期碳排放減少 25% 以上

長期目標：2045 年實現碳中和

本集團 2023 年的單輛車全生命週期碳排放為 33.7 噸二氧化碳當量／輛，同比下降 4.3%，對比 2020 年基準年下降 12%。

單輛車全生命週期碳排放



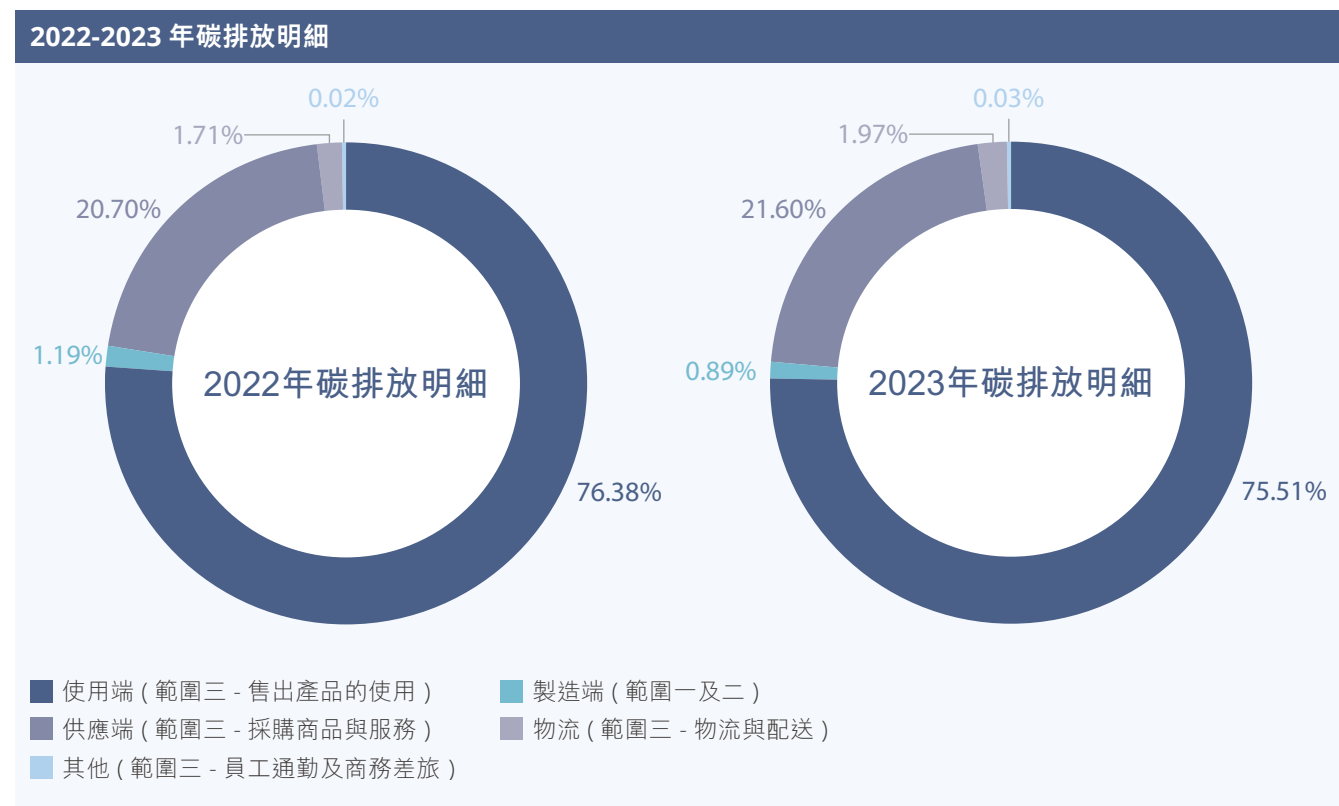
科學碳目標

2022 年 4 月本集團向科學碳目標倡議 (SBTi) 提交設定科學碳目標的承諾，承諾後需於 24 個月內提交有關目標設定。然而，SBTi 於同年暫停了對汽車製造商的目標驗證，以待其發佈針對道路汽車 1.5°C 路徑排放目標的更新版設定指南。

2023 年 10 月 SBTi 對其面向汽車製造商設定科學碳目標的臨時 1.5°C 路徑草案進行公眾諮詢，本集團亦積極回應意見。2024 年 3 月 SBTi 正式發佈其面向汽車製造商設定科學碳目標的臨時 1.5°C 路徑目標排放目標設定指南，並重新開放其目標驗證，同時已達承諾期限的汽車製造商（包括本集團）可於 SBTi 發佈此指南起六個月內遞交其科學碳目標（即 2024 年 9 月或之前）。

本集團目前已協同外部專家研究按照該更新版指南設定科學碳目標的可行性及其他符合巴黎協定 1.5°C 路徑的可行方案。

基於上述碳足跡評估，本集團從管理角度按業務性質把碳排放歸類。以下為各碳排放的分類及相關佔比：



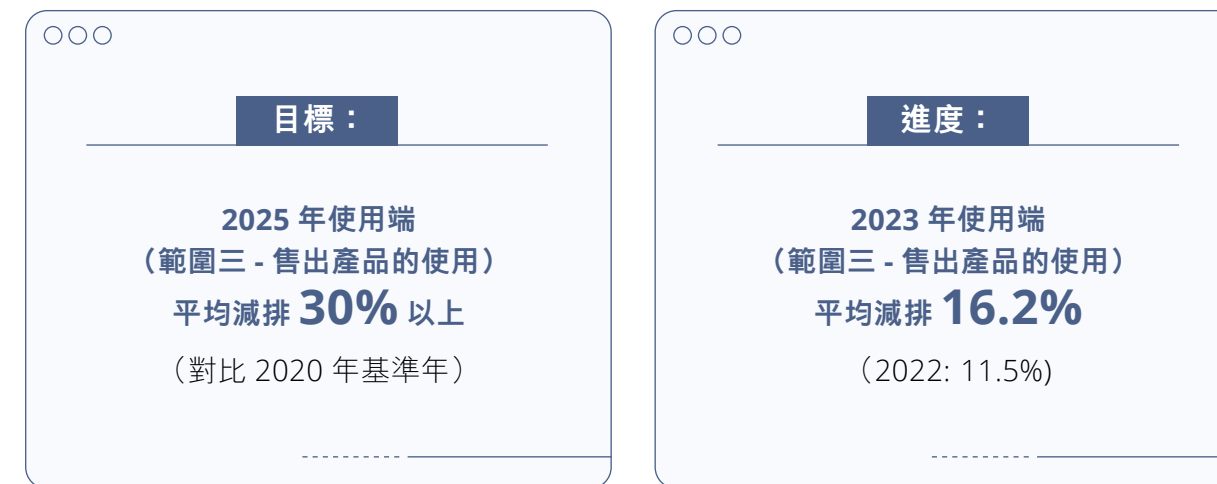
本集團按上述碳排放的分類分別制定了對應的減碳行動路線。本集團每年至少一次審視各行動路線的目標進展，並結合年度的氣候風險與機遇評估，分析結果及制定改進計劃，以更有效實現本集團的減碳目標。相關減碳行動路線的實施及成效詳見「3.3 減碳行動實施」

3.3 減碳行動實施

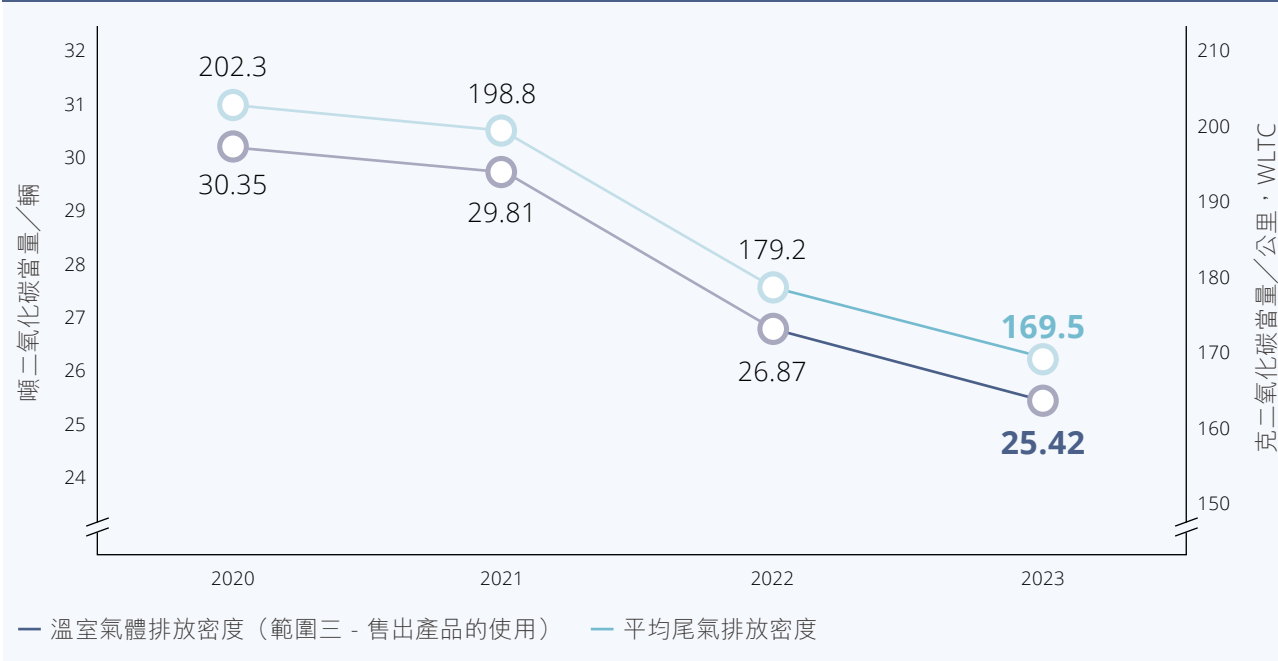
3.3.1 使用端減碳

使用端碳排放（範圍三 - 售出產品的使用）是本集團最主要的碳排放來源，於 2023 年佔比達 75.51%。其來自於本集團售出的汽車產品在行駛過程中燃料燃燒所產生的碳排放，以及車輛使用的燃料在開採加工、電力生產及分配過程中所產生的碳排放。

本集團就使用端碳排放制定出以下目標及進度如下：



溫室氣體排放密度（範圍三 - 售出產品的使用）及平均尾氣排放密度



本集團制定以下行動路線以推進使用端減碳的目標達成：

新能源戰略	燃油經濟性提升	新能源技術	推廣新能源汽車及提升低碳出行認知
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 2023 年新能源汽車佔比 28.9% (2022: 22.9%) 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 2023 年乘用車車企平均燃料消耗量 * 4.51 升/百公里 (2022: 5.23 升/百公里) 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 研發及應用先進的純電及混動技術 ⊕ 推動綠色甲醇 ⊕ 探索更多替代燃料的開發 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 多元價位新能源汽車市場覆蓋 ⊕ 擴展新能源汽車銷售渠道 ⊕ 持續建立充電設施 ⊕ 多途徑提升用戶在低碳產品的認知

* 全球統一輕型車輛測試循環 (WLTC)

3.3.1.1 新能源戰略

本集團於 2021 發佈「兩個藍色吉利行動計劃」明確規劃提升節能低碳及零排放產品的均衡發展路線。

兩個藍色吉利行動計劃

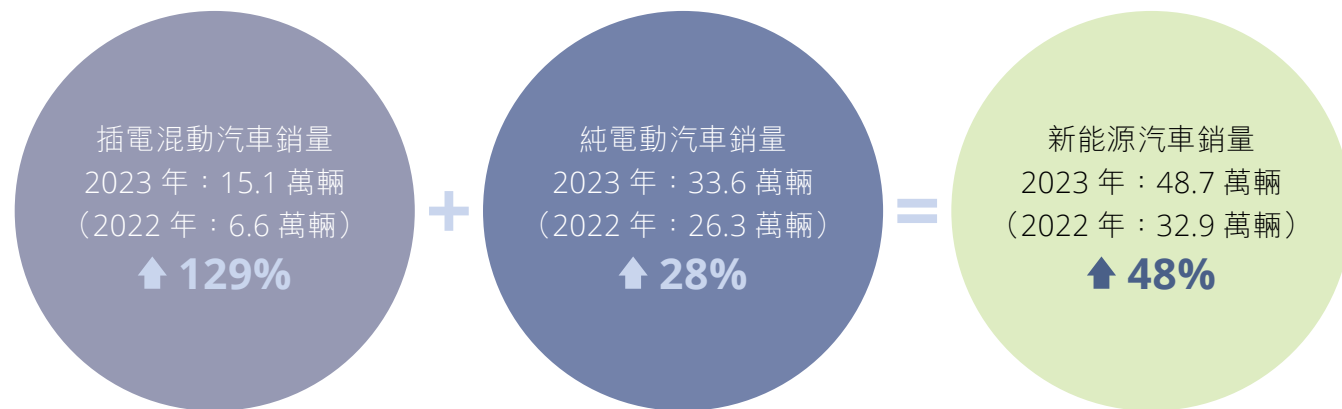
計劃一：

智能化節能與新能源汽車，體現為混合動力汽車、插電混合動力汽車、增程式插電混合動力汽車以及小排量節能汽車；

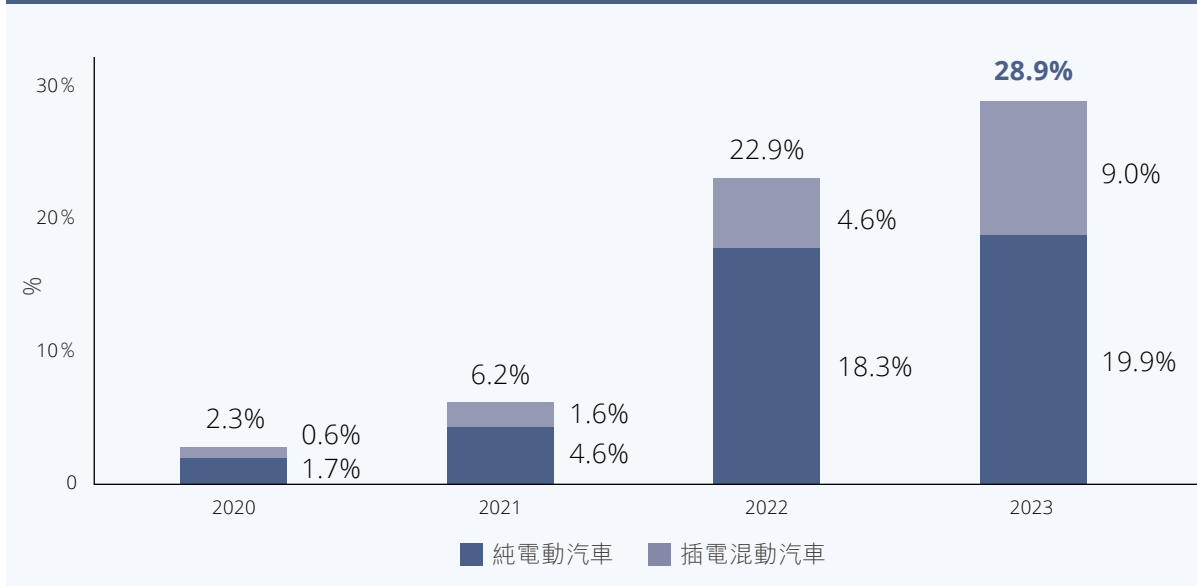
計劃二：

智能化純電動汽車，組建全新的純電動汽車公司，正面參與智能純電動汽車市場的競爭。

於報告期內，本集團的總銷量* 為 168.7 萬輛，其中新能源汽車銷量*：



新能源汽車銷量佔比*



*：包括本集團擁用 50% 權益之合資公司領克投資有限公司（「領克合資公司」）及 45% 權益之聯營公司重慶睿藍汽車科技有限公司（「睿藍聯營公司」）所銷售之「領克」及「睿藍」品牌汽車總銷量

報告期內，本集團完成了新能源和智能化的轉型佈局，在各品牌的新能源戰略都取得顯著成果，使本集團的新能源銷量佔比大幅提升至 28.9%，因此平均尾氣排放密度下降，為使用端平均減碳的主要原因。

本集團已制定 2024 年總銷量目標為 190 萬輛，其中新能源汽車的銷量目標預計較 2023 年銷量增加超過 66%，以進一步邁向 2025 年使用端平均減排 30% 以上的目標。

本集團各品牌的新能源戰略於報告期內的進展及其未來規劃如下：

 (1) 吉利品牌

吉利品牌 2023 年銷量為 131 萬輛（2022 年：112 萬輛），同比增長 16%。吉利品牌旗下有三大產品系列，分別為：

銀河系列：中高端新能源汽車市場

幾何系列：大眾化純電動汽車市場

中國星系列：主力燃油車市場

銀河系列是吉利品牌於 2023 年全新推出的中高端新能源汽車專屬產品系列，進一步實現吉利品牌的新能源戰略。報告期內，銀河系列分別推出搭載雷神電混 8848 的銀河 L7 和銀河 L6，以及 SEA 架構的純電動銀河 E8：

銀河 L7



銀河 L6



銀河 E8



銀河系列自 2023 年 5 月上市的次月起，在報告期內已連續 7 個月維持月銷量破萬，其 7 個月的總銷量達 8.3 萬輛，迅速躋身中高端新能源行列。

幾何系列致力向大眾化市場的消費者提供純電動汽車，精耕「經濟型新能源」純電動汽車細分市場。報告期內，新推出的「熊貓 mini」純電動汽車銷量達到 10.9 萬輛。

中國星系列主力於燃油車市場，同時亦透過更先進的油電混動技術及智能化科技，使傳統燃油車邁向低碳化和智能化。報告期內，中國星系列推出「星越 L 智擎」及「星瑞 L 智擎」，採用智能雙擎油電混動系統，搭載 1.5TD 混動專用四缸發動機，熱效率高達 44.26% 及 3 擋智能變頻 DHT，其綜合工況油耗（WLTC）分別為 4.79 升 / 百公里及 4.22 升 / 百公里，對比其燃油車版本油耗表現大幅提升。

2024 年，吉利品牌計劃推出三款新車型，包括銀河系列的純電 SUV「銀河 E5」和 1 款主流插電混動 SUV，以及 1 款緊湊型純電 SUV。

銀河 L7 獲評 2023 年度中國汽車「低碳領跑者車型」，位列 A 級插電混動乘用車第一名

銀河 L7 憑借整車碳足跡為 194.92 克二氧化碳當量 / 公里的碳排放水平，在同級別 21 款車型中脫穎而出，低於行業平均值 16.2%（232.6 克二氧化碳當量 / 公里）。

其使用端排放（含燃料生產、燃料使用及維修保養的碳排放）為 124.92 克二氧化碳當量 / 公里，遠低於行業平均值 24%（164.42 克二氧化碳當量 / 公里）。這有賴於銀河 L7 搭載的新一代混動系統「雷神電混 8848」。雷神電混引擎 BHE15 Plus 擁有 44.26% 超高熱效率，最大功率 120kW；同時，其搭載預測性能管理系統，可結合「用戶習慣和出行路徑」智能管理能耗，節能率最高可提升 15%。

其 WLTC 百公里虧電油耗 5.23 升，CLTC 工況綜合續航里程可達 1,370 公里，且擁有純電、增程、電混、性能四種駕駛模式，全場景出行均有「能耗最優解」。

另外，在首批《中國綠色汽車評價規程（C-GCAP）》測評中，銀河 L7 在健康、能效、低碳三項評分均獲第一，獲得全五星成績。在 C-GCAP 能效測評中，綜合油耗 5.03 升 / 百公里，市區油耗 4.75 升 / 百公里，得分 100 分，遠高于平均分 92.7 分。



數據來源：中國汽車產業鏈碳公示平台（CPP）

ZEEKR (2) 極氪品牌

極氪為本集團的豪華純電動汽車品牌，於 2021 年 3 月成立以實現「兩個藍色吉利行動計劃」的計劃二，旗下汽車產品均為純電動汽車。報告期內，極氪的產品矩陣在原有的豪華獵裝轎跑「極氪 001」和豪華純電 MPV「極氪 009」的基礎上，推出 3 款新車型：新奢全能 SUV「極氪 X」、純電獵裝超跑「極氪 001 FR」和純電豪華轎車「極氪 007」。2023 年銷量達 11.9 萬輛，同比增長 65%。



極氪 007 全系標配全棧 800V 高壓系統、碳化硅後電驅，以及極氪自研 75 kWh 磷酸鐵鋰超快充「金磚電池」，83.7% 體積利用率，充電倍率高達 4.5C，可實現充電 15 分鐘，續航最高增加 500 公里，中國輕型汽車行駛工況（CLTC）綜合工況續航里程達 688 公里。同時可選 100 kWh 麒麟電池，可實現充電 15 分鐘使續航最高增加 610 公里，電耗低至 12.5 千瓦時 / 百公里，CLTC 綜合工況續航里程最大 870 公里。

2024 年，極氪品牌計劃推出三款新車型，包括頂級奢華純電動 MPV「極氪 009 光輝」、純電動創新車型「極氪 Mix」和 1 款中大型豪華純電動 SUV。

LYNK & CO (3) 領克品牌

領克品牌為本集團、沃爾沃汽車及吉利控股集團合資成立的全球化高端品牌。領克品牌 2023 年總銷量為 22.0 萬輛，透過加速新能源戰略，領克品牌的新能源汽車銷量同比上升 60.1% 至 6.3 萬輛，新能源汽車銷量佔比提升至 28.5%。



報告期內，領克推出「領克 08 EM-P」成為該品牌的熱銷產品，其搭載了雷神混動新一代專用混合動力變速箱 DHT EVO，這一系統主要由 P1 電機、P3 電機、3 擋變速器、電控系統組成。雙電機提供強大動力輸出，驅動系統 WLTC 綜合效率達到 89.4%，相比單擋混動效率提高 1.5%。其 245 公里 CLTC 工況純電續航里程版本的 WLTC 綜合油耗為 0.7 升 / 百公里。

此外，領克品牌在多個歐洲地區亦提供訂閱服務，用戶可透過定期支付汽車訂閱費於訂閱服務期間使用汽車及配套服務。截至 2023 年末，累計訂閱量已超 3.6 萬。訂閱服務為用戶提供了汽車共享以更靈活的方式獲得汽車使用權，提高車輛使用效率，而且訂閱服務採用的車輛為領克的插電混動汽車，進一步為減少碳排放作出貢獻。

2024 年，領克品牌計劃推出三款新車型，包括超級增程插電混動轎車「領克 07 EM-P」、1 款中大型純電動旗艦轎車和 1 款緊湊型純電動 SUV。

(4) 睿藍汽車

睿藍汽車為本集團與力帆科技(集團)股份有限公司的合營公司，作為換電汽車品牌，其快速換電的特點既為 B 端提升運營效率，亦為 C 端用戶提供便捷的換電純電汽車使用體驗，已於杭州、重慶、濟南、天津、南京、長沙、蘇州建立其換電生態服務。報告期內，睿藍的銷量為 38,001 輛，新推出的睿藍 7 換電純電 SUV 加速 C 端純電市場佈局。

2024 年 2 月，本集團已出售全部持有的 45% 睿藍汽車之股權，出售事項完成後將不再擁有睿藍汽車之任何股權。

3.3.1.2 新能源技術

本集團通過新能源技術更新迭代及產品升級，打造純電、混動、綠色甲醇等多條新能源技術路徑，實現全面向新能源轉型，從而加速推進本集團的使用端減排。我們堅持響應消費者的需求，在推動純電汽車發展的同時，不斷探索更多解決方案，提高混合動力技術投入，深耕甲醇等清潔替代能源的研究。我們持續開展超低排放技術研發，降低發動機能量損失，在盡量保證發動機效率的同時減少傳統高能耗車型在使用階段的能源消耗及排放。

本集團 10 年來在新能源技術領域積累專利技術超 3,500 項。

純電技術：

SEA 架構：SEA 架構於 2021 年發佈為純電動汽車的專屬模塊化架構，兼容軸距 1.8 米到 3.3 米的車型，能覆蓋轎車、SUV、MPV 等多種車型。該架構對純電車的開發在研發效果及效率、成本效益、搭載最新領先純電技術的靈活性都能提供競爭優勢。除極氫品牌的全線產品採用 SEA 架構開發外，於報告期內，銀河 E8 亦是基於 SEA 架構開發。2024 年，領克亦將推出基於 SEA 架構開發的純電動汽車。

續航表現：極氫 009 ME 版是全球首款 CLTC 續航超過 800 公里的純電 MPV。搭載 100kWh 電池的極氫 001 及全新極氫 001 (2024 年版本) WE 版亦分別達到 CLTC 續航 741 公里及 750 公里，在行業中處於領先地位。

電池技術：自研磷酸鐵鋰電池「金磚電池」於 2023 年 12 月發佈，其行業領先的體積利用率高達 83.7%，匹配 800V (伏特) 極充技術，最大充電倍率達 4.5C，充電 15 分鐘續航增加超過 500 公里。搭載金磚電池的極氫 007 的 CLTC 續航高達 688 公里。

全生態 800V：800V 金磚電池、全球首個交付的四碳化硅 800V 系統、單槍最高功率達 800 千瓦的 800V 極充 V3 充電技術實現全生態的 800V 快速充電。

混動技術：

自 2021 年發佈雷神智能混動系統，至今已搭載於幾十款車型。本集團全面精簡了發動機款式的數量，目標從 2021 年的 18 款減少到 2025 年 10 款動力總成組合，其中電氣化動力總成佔比達到 60%。報告期內，本集團發佈全新一代混動系統「雷神電混 8848」，並已完成 7 款車型的匹配開發，相比上一代機型成本降低 10%，動力性提升 9%，油耗持續保持優勢。

替代燃料：

儘管純電動汽車和插電混動汽車在現今的汽車行業已取得顯著進展及成為使用端減排的主要驅動，但在不同的情境下仍然存在局限及挑戰，例如充電基礎設施的密度，極端天氣的電池表現、依賴化石燃料的發電等。本集團除在純電動技術及混動技術持續研發以取得突破外，亦積極探索替代燃料的使用，打造新能源汽車的多元化體系，以滿足用戶在不同使用場景下的需求。

(1) 甲醇

甲醇一直是本集團研發替代燃料的關鍵領域，並已深耕 19 年。以碳捕捉技術生產的綠色甲醇，每生產一噸可以消納 1.38 噸二氧化碳，為傳統燃油車提供低碳轉型的替代路徑。

2022 年始，我們在貴州貴陽、山西晉中投放第四代帝豪甲醇混動車型，醇耗 9.2L/100km，較同排量傳統汽油車碳排放降低 40% 以上，報告期內，通過優化生產技術，該車型生產成本進一步降低，並逐步推向甘肅、河北、黑龍江等北方市場。

目前甲醇汽車在應用層面仍面臨加注站基礎建設不足等問題，計劃在未來 2-3 年內依托吉利控股集團綠色甲醇制備產業及甲醇能源建設，從能源制備端、能源輸配送體系、車輛應用端等全產業鏈推動綠色甲醇能源和甲醇汽車發展，滿足客戶需求。



雷神電混引擎 BHE15 Plus

2023 年 2 月，我們發佈了新一代雷神電混引擎 BHE15 Plus，首搭插電混動車型吉利銀河 L7 與油電混動車型吉利星瑞 L 智擎，其 WLTC 百公里虧電油耗分別為 5.23L 與 4.22L。

為實現熱效率提升，BHE15 Plus 採用了高效燃燒系統等技術，使燃油和空氣能快速、充分地混合，從而提升燃油經濟性；同時應用系統性降摩擦技術等，顯著降低了摩擦、排氣、冷卻等發動機運行各環節帶來的能量損失。報告期內，BHE15 Plus 榮獲中汽研華誠認證授予的「能效之星」稱號及「中國心」2023 年度十佳發動機及混動系統的榮譽。



十萬噸級綠色甲醇工廠投產

2023 年 2 月，吉利控股集團出資建設的甲醇工廠在河南安陽投產，該工廠是世界上第一個商業規模的用二氧化碳和氫氣廢氣制甲醇的項目。同時，工廠還採用了中國具有完全自主知識產權的二氧化碳捕集淨化工藝，綜合利用焦爐氣中的副產氫氣與從工業尾氣中捕集的二氧化碳合成綠色低碳甲醇。建成後，工廠每年可直接減排二氧化碳 16 萬噸，生產甲醇 11 萬噸和聯產液態天然氣 7 萬噸，相當於增加森林種植面積 16 萬畝。

(2) 氫氣發動機

氫燃料發動機仍延續採用傳統內燃機的主要結構和系統，但以工業副產氫氣作為主要燃料，可顯著降低燃料成本支出並實現更低的碳排放。報告期內，由本集團自主研發的氫燃料發動機可實現有效熱效率超過 46%，並計劃在未來突破 50%，處於行業領先水平。

3.3.1.3 新能源推廣與教育

本集團通過打造多條新能源技術路徑、發展新能源專屬渠道，以及構建充電補能等基礎設施，實現全面向新能源轉型，讓更多高質量、可負擔的低碳汽車產品觸達更多消費者。

(1) 能源補給

吉利汽車為車主構建了「家用充電樁 + 吉利自建充電站 + 公共充電站」的充電樁補能生態。為超過 7 萬名車主提供家用充電樁的安裝，接入超過 60 萬個社會公共充電終端，建成開放超過 900 個充電站，持續為客戶的新能源出行服務保駕續航。

成立動力合資公司 推動下一代高效節能混合動力及合成燃料的發展

本集團、吉利控股集團及雷諾於 2023 年 7 月訂立協議以成立動力合資公司，致力成為下一代高效、節能混合動力系統解決方案的領導者，可涵蓋全球 80% 的燃油動力和混合動力汽車市場應用需求。新公司將在歐洲、亞洲和南美擁有員工總數約 1.9 萬人，為其股東及第三方的汽車品牌提供動力總成產品。

沙特阿美亦於 2023 年 3 月與本集團、吉利控股集團及雷諾簽署了意向書，擬投資以獲得動力合資公司的少數股權及推動動力合資公司的發展，助力合成燃料（包括電子燃料）和下一代氫動力關鍵技術的研發。

充電樁補能生態體系

車主「在家」充電：本集團向新能源車主贈送匹配各車型需求的家用充電樁，目前最新款家充設備已經具備遠程啟停、即插即充、遠程 OTA 等功能。車主也可以通過車機或者手機 APP 預約在夜間谷電時段充電。

車主在「自建充電站」充電：截至 2023 年在全國已經建設開放超 900 個充電站，覆蓋 136 城。

車主「在途」充電：截至 2023 年末，與第三方充電運營商互聯互通，接入三方優質充電資源，累計已經接入市場 95% 的公共充電樁，一二線城市實現 3 公里 / 5 分鐘充電圈。車主可以通過 APP 查看充電場站，根據需求選擇並進行充電。

極氫充電網絡

為了保障純電用戶的出行體驗，極氫能源依托專業團隊、自研技術、智能運營，涵蓋「家庭充電、公共充電、移動充電」三大場景佈局數字化產品與服務，致力於為車主提供全方位的能源服務解決方案。報告期內，極氫旗下自建充電站已突破 2,059 根，「極充樁」超過 2,000 根，覆蓋全國 130 座城市；極氫家用充電樁已覆蓋 31 省和 320 座城市，累計交付 62,000 個家用充電樁。

- ⊕ 純電動車動力電池容量不斷提升，一部分用戶有安裝第二個家用充電樁需求。針對此類用戶，開發 7kW 交流充電樁，在充電樁內置藍牙模塊，即便在無網絡環境中，可通過藍牙連接樁體，以實現即插即充、無感啟動；
- ⊕ 針對擁有大容量電池的車型，開發 20kW 直流家充樁，有效降低充電時長；
- ⊕ 針對家庭充電研發了【我的家充樁】，與家充樁智能硬件配合，可實現通過手機對樁進行遙控 / 遙測 / 遙信等功能；
- ⊕ 針對目的地和公共充電場景，研發了【充電地圖】，用以廣泛納入自建與第三方的直流樁站資源，通過一個 APP 就可以在地圖中的所有充電站掃碼啟動充電並結算權益等，在用戶充電的查 / 找 / 充 / 付 / 票等全鏈路實現移動端與車機端聯動；
- ⊕ 針對自建品牌快充站的業務，研發了【極氫能源後台管理系統】【極氫能源 mate】APP 等數字化工具，用以提供選址建站到場站運營運維等全生命周期內的數字化能力建設與工具矩陣；
- ⊕ 針對車主去自建站找不到最後 100 米的痛點，研發了【智慧場站】功能，通過在沿線和場站布設藍牙設備，實現手機或車機通過與藍牙設備的響應實現室內引導和落地鎖等功能。

(2) 動力電池回收

本集團主動承擔新能源汽車廢舊動力蓄電池回收的責任，已建立電池溯源回收管理系統，並與國家動力電池溯源管理系統進行對接。我們在各品牌的官方網站提供廢舊動力電池回收服務網點的查詢，並對外公開汽車拆解指導手冊、車輛維修、維修網點等信息引導消費者負責任地消費。更多有關我們如何處理電池回收再利用以及車輛回收利用，請見「4.4 循環經濟」。

(3) 多元價位新能源市場覆蓋

本集團的吉利品牌、領克品牌及極氫品牌分別覆蓋了新能源汽車的大眾化至中高端、高端及豪華市場，使低碳出行不局限於某一特定消費群體，有助普及新能源汽車的使用，同時提供可負擔、可及的可持續出行給不同消費群體。

(4) 擴展新能源銷售渠道

為有效推廣新能源汽車銷售，本集團在現有的銷售網絡銷售新能源汽車及燃油車外，截至 2023 年末已為以下的新能源品牌建立專屬的銷售渠道：

吉利銀河：517 家門店（中國）

極氫：340 家直營門店（中國）及 2 家直營門店（瑞典和荷蘭）

(5) 多途徑提升用戶在新能源產品的認知

我們引導經銷商向消費者傳遞負責任的消費觀念及購買決策，倡導銷售人員對產品的環保性能（如綜合工況油耗及電耗、熱效率等）以及車型的新能源版本進行介紹，同時亦提供官方認證二手車和置換服務的選擇，為消費者提供更環保和經濟的購買選擇，幫助消費者提升評估新能源產品的能力。

此外，我們引導經銷商在售後服務期間向消費者提供有關廢舊動力電池、報廢車輛回收和處理服務的建議。

政策提案：建立統一的碳足跡管理體系助力實現「雙碳」目標

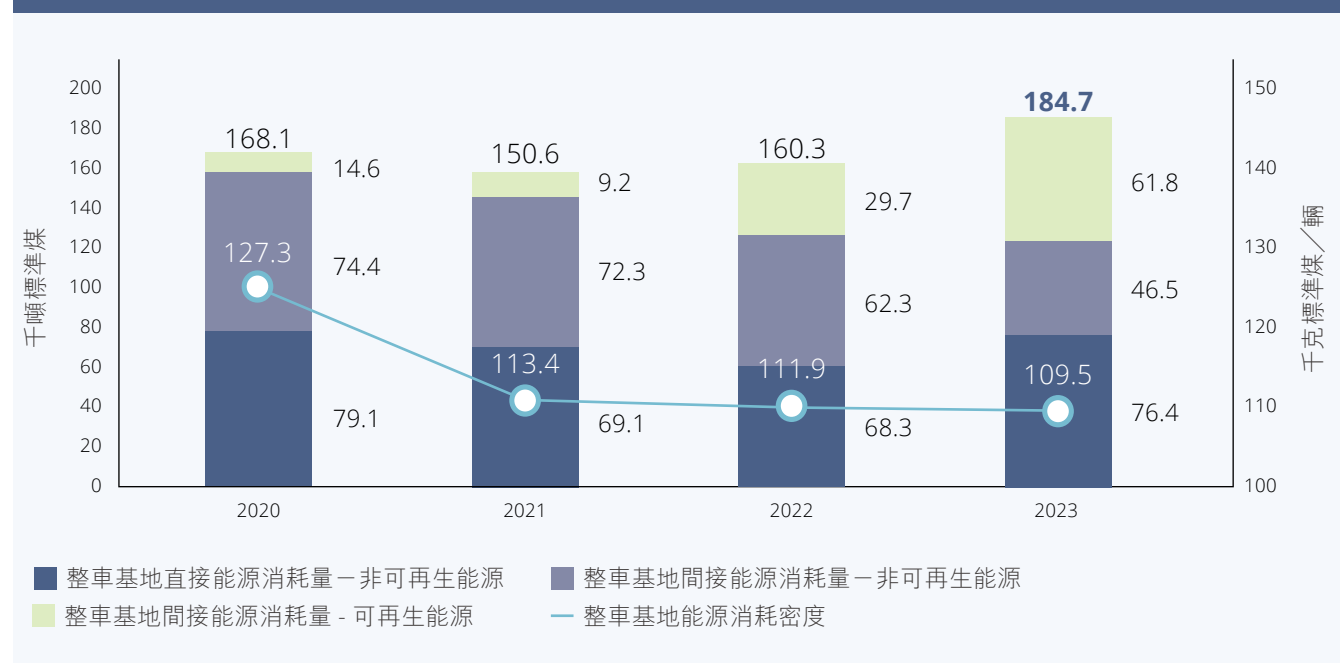
本集團主席李書福先生於 2024 年 3 月全國兩會期間，就推動汽車產業實現雙碳目標，建議建立汽車行業統一的產品碳足跡管理體系，並推動汽車產業碳足跡的國際銜接互認。「我國已經成為全球最大的汽車產品出口國，且現階段新能源汽車產品優勢明顯，為進一步擴大汽車產品的出口優勢，汽車急需成為 2025 年出台碳足跡核算規則和標準的產品之一。」

此外，他建議優先促進新版《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分並行管理辦法》與碳減排體系的銜接機制，統籌考慮參與積分池建設的車企，科學計算後將“積分池”正積分合理轉換成汽車碳排放積分或碳配額，讓減排不足的企業向減排優秀的企業購買碳積分，促進行業積極推動減排降碳；建議加快出臺重點行業碳減排扶持政策，推進全國碳市場建設，通過市場機制促進企業有規劃地進行碳減排；建議加強數字化碳管理工具的規範管理。

3.3.2 製造端減碳

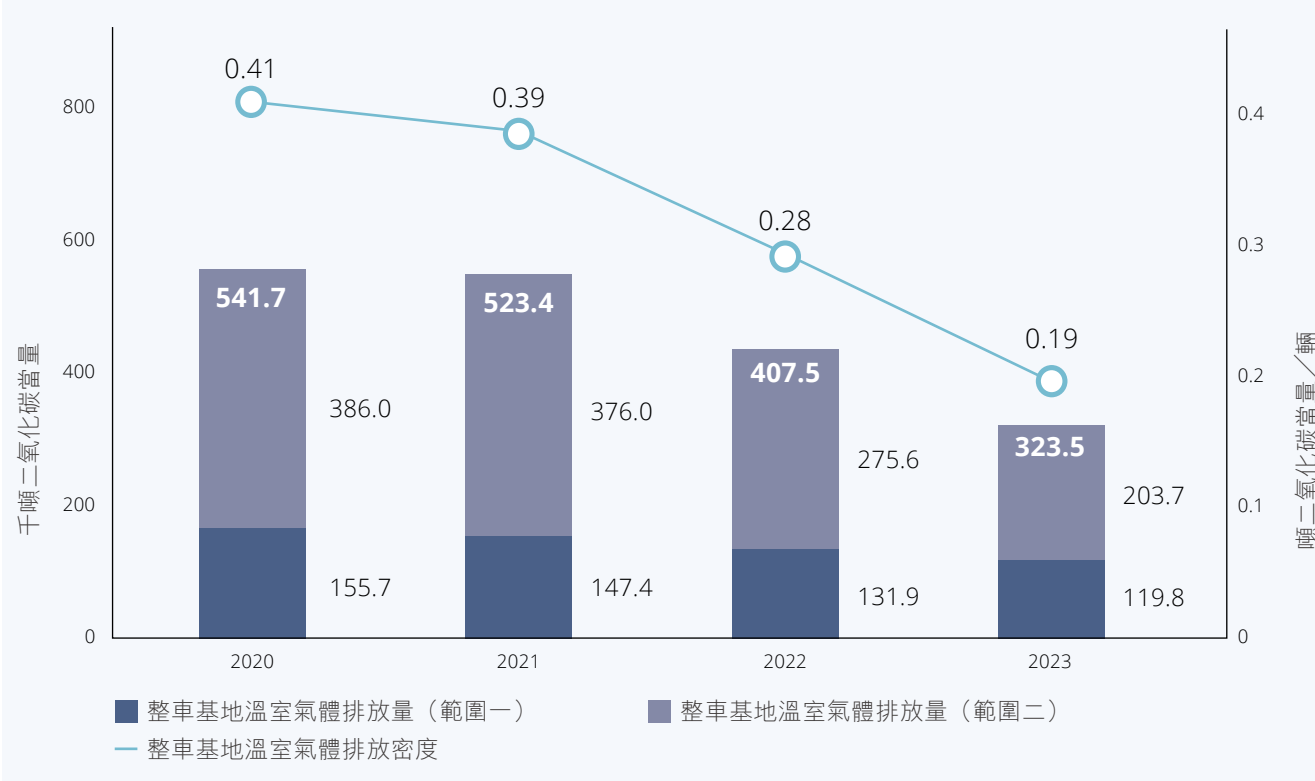
製造端的碳排放主要來源於車輛生產過程中的天然氣、汽油等能源使用產生的直接排放，以及基地運營能源消耗（含外購電力、熱力）所產生的間接排放。我們以節能降耗和清潔能源替代為路徑，積極推動製造端的節能降碳。通過氣候中和戰略，我們已制定了「2025 年製造端減碳 50%（對比基準年 2020 年）」的目標。2023 年，整車基地單輛車能耗及單輛車溫室氣體排放量分別為 109.5 千克標準煤/輛（2022 年：111.9 千克標準煤/輛）及 0.19 噸二氧化碳當量/輛（2022 年：0.28 噸二氧化碳當量/輛），較基準年 2020 年分別降低 13.98% 和 53.66%。

整車基地直接能源與間接能源消耗量及密度



註：上述能源消耗密度包括以下類別的可再生能源：光伏發電（2020-2023 年）、水電（2020 年）、風電（2023 年）、國際可再生能源證書 (I-REC) 購買（2022-2023 年）。

整車基地溫室氣體排放量及密度



註：2020-2021 年數據無碳抵消，2022-2023 年數據已包含碳信用抵消以及購買國際可再生能源證書 (I-REC) 的抵消。

節能降碳主要措施：

本集團每年按照制定的年度能耗管理目標，將目標分解至各生產基地，對能源數據進行監控，並開展節能減排項目的收益評價。借助吉利數科自主研發的「吉碳雲」平台，我們搭建各工廠碳數據數字化管理體系，並據此制定減排規劃；同時，在能源管理方面持續推進部署並升級 EMS 能源管理系統。2023 年，EMS 能源管理系統已覆蓋 70% 整車基地，升級後的 2.0 版本已覆蓋 3 家整車基地，我們將持續推進 EMS 2.0 的覆蓋比例。



能源管理系統平台 EMS 2.0

2023 年，我們部署了自研的能源管理系統平台 EMS 的 2.0 版本，相較於 1.0 版本，2.0 版本是利用數字化、智能化等技術手段建成能源使用計量、監測、分析、考核、預測、節能診斷與智能輔助決策等一體的能源管理系統，切實提高能源保障系統運行的可靠性及安全性提高能源管理工作效率和能源供應質量，全面提升能源管理水平，實現能源智能化管理，可節約能耗 3%-5%。

本集團推動各基地總計實施主要節能改善項目 116 項，降本收益總計約 2,918 萬元/年*。主要亮點項目包括：

- ⊕ 工藝參數優化：在保證質量的前提下，優化工藝參數，減少能源消耗，實現節能；
- ⊕ 生產效率提升：以塗裝車間為例，塗裝車間增設面漆存儲位及編組區，提升套色效率，從而節約電力及天然氣使用；
- ⊕ 智能開關機：以塗裝烘房為例，借助 AI 算法建立算法模型，實現智能開關機，減少等待時長，降低能耗及碳排放。

此外，本集團大力推進餘熱回收項目，在 12 個整車基地先後規劃並配備了塗裝餘熱回收系統，減少蒸汽或天然氣的使用，節省天然氣 180 萬標準立方米，蒸汽 1.36 萬噸，減少 8,061 噸碳排放，2023 年降本收益約 1,020 萬元*。

* 以管理口徑估算

清潔能源替代主要措施：

為實現 2025 年整車基地 100% 使用可再生電力的目標，我們加大投入光伏與儲能電站、直購綠電，以及購買國際可再生能源證書（I-REC）。報告期內，本集團整車基地的可再生能源使用佔比和可再生電力使用佔比分別為 34% 和 60%，較去年分別上升 15 百分點和 24 百分點，其中 6 家整車基地¹ 使用 100% 可再生電力，3 家整車基地獲得零碳工廠認證²，提早達成「2025 年至少建成 3 家零碳工廠」的目標。報告期內，本集團：

- ⊕ 成立光伏專項工作小組，加快光伏建設項目進程。本集團光伏裝機總容量（含整車基地、動力製造基地）達 400.4 兆瓦，同比增長 30.4%，已基本完成本集團自身在「2023 年底建成 400 兆瓦分佈式光伏電站」的目標。2023 年共發電 30.8 萬兆瓦時，自用 20.5 萬兆瓦時，同時帶來能耗成本降低約 3,392 萬元 / 年³；
- ⊕ 本集團 4 個整車基地部署了磷酸鐵鋰電池儲能設施，用於提升光伏發電消納比例，總裝機容量達到 31.46 兆瓦時。

低碳辦公運營

我們致力於將可持續發展理念融入到日常運營環節，為員工營造綠色、舒適的辦公環境，提升員工低碳意識，在公司內部營造低碳生活綠色辦公的氛圍。

- ⊕ 提升低碳意識：提升員工主動減碳意願，倡議最大化程度節能利用空調暖通系統，辦公室、會議室等做到人走關燈，同時提出短距離上下樓不乘電梯等多項提議，努力減少辦公大樓碳排放；
- ⊕ 規劃低碳樓宇：在辦公大樓實施感應照明燈、空調節能管理設備、電纜改造及光伏屋頂建設等節能項目，根據不同場景安裝感應式、觸摸式等節能燈具。研究院園區進行太陽能路燈的節能改造。開展數字化管理措施，定期跟蹤能源消耗總量及光伏發電量；
- ⊕ 提高新能源公務用車比例至 40%，極氫 100% 使用純電公務車；
- ⊕ 參與可持續生活節：以 4 月 22 日「世界地球日」為契機，參與吉利控股集團為期 6 週的首屆「可持續生活節」，面向全體員工傳播可持續發展亮點行動案例，以提高員工的可持續發展意識，共包括 12 個主題活動，如：圍繞車與自然、我與吉利、可持續創新三大主題的可持續發展攝影大賽，以及充滿遊戲趣味的可持續生活遊園；
- ⊕ 員工低碳程序：吉利控股集團上線小程序「吉碳碳」，並持續開發更多低碳場景—出行、會議、餐飲等，通過碳積分激勵手段，鼓勵員工踐行低碳行為。報告期內，「吉碳碳」活動參與人 8,154 人，累計收集 32.34 萬「吉里程」，累計減排 483.86 千克二氧化碳。

3.3.3 供應端減碳

本集團積極推進綠色採購轉型，通過幫助供應商提升碳管理能力，帶動供應端減碳。我們已制定 2025 年各車系供應端碳排放量平均減少 20% 的目標。報告期內，新能源車系供應端平均碳排放和燃油車系供應端平均碳排放分別較 2020 年降低 15.5% 和 5.7%。

1 西安、寶雞、余姚、極氫、西安、成都及張家口基地。

2 西安、寶雞及成都基地獲得鈦和認證依據《零碳工廠評價規範》（T/CECA-G 0171-2022）頒發的零碳工廠（I 型）認證證書，並評定為五星級。

3 以管理口徑估算

3.3.3.1 低碳採購

針對本集團車系結構多元化特點，我們根據不同車系供應端碳減排目標及零部件情況，分解到供應鏈各環節進行規劃並設立年度目標。吉利汽車致力打造完整的產品全鏈路回收體系，大力發展循環經濟並已開發 13 種低碳材料，計劃在 2025 年及之後上市各新車型上逐步推動。

我們在研發和採購環節，保證不影響汽車產品性能的前提下使用了一定比例的循環材料、生物基材料以及天然材料，並選取輕量化材料。我們積極探索可再生鋼材、鋁材、塑料等硬件材料和回收的織物及天然纖維在汽車外觀、內飾上的應用，不斷推進汽車產品輕量化技術進步，從價值鏈源頭發力，為人、車、自然的和諧共處而努力。報告期內：

- ⊕ 完成了 3 款不同循環塑料的材料，以及循環 PA 纖維、生物基 PVC、羊毛混紡織物、低碳鑄鋁、低碳鋁型材共 8 款材料的開發和項目應用；其中循環 PA 織物用在領克 01，麻纖維用在領克 05、01 的座椅背板上，秸稈填充塑料作為內飾板用於幾何 E 系列，循環塑料作為外飾品用極氫 007、領克 08 等多款車型上；
- ⊕ 完成了 7 種行業領先輕量化技術的研究和應用，實現減重 19.5 千克，其中 3 項技術為行業首創；
- ⊕ 吉利銀河 E8 和領克 08 等車型從集成化、新材料等維度採用了熱成型一體式門環、超彈體蜂窩填充、航空級鋁合金等 30 餘項輕量化新技術，輕量化水平領先行業。

本集團在新開發車型中，將與關鍵零部件／原材料供應商對技術合同中的可持續相關要求達成一致，以此在動力電池、鋼材／鋁材等零件和材料上推動減碳措施。報告期內，本集團已設定針對 8 款車型使用循環材料的指標要求。同時，本集團供應鏈團隊在供應商准入審核和供應商 5A 審核及績效評估裡，已經加入了可持續相關指標的評估和得分項，包括：供應商使用綠電的比例、供應商可持續工作體系和規劃、生產零部件的可持續指標達標情況等。另外，我們已制定的綠色採購指南及綠色採購管理制度，為供應商建立綠色採購准入檔案，針對零部件提出綠色評價標準，並推動供應商簽署《供應商可持續發展執行確認函》。我們鼓勵供應商使用環保材料或循環材料，推動供應商建立自己的綠色採購機制。更多有關供應商減碳和綠色採購的內容，請見「7.1 可持續供應鏈」。

動力電池是具有較大減碳潛力的車輛重點零部件，我們推動關鍵動力電池供應商實施下述一系列減碳方案，推進動力電池生命週期碳排放管理：

- ⊕ 建立產品碳足跡信息收集和核算能力；
- ⊕ 使用低碳鋁、循環鋁和鋼材以降低材料排放；
- ⊕ 使用回收電芯三元正極材料；
- ⊕ 循環利用電池外殼金屬和非金屬材料；
- ⊕ 電芯生產使用非化石能源的比例不斷提高。

領克 08

領克 08 上應用了多項輕量化材料與工藝，其中包括新能源車身塑料儲物結構，與鋁合金擠壓門檻梁，其減重量分別達 31% 與 26.2%；同時領克 08 座艙內地毯採用 97% 可回收材質頂棚織物，可達到 100% 回收處理。

極氫 001

極氫 001 車身採用 15% 可再生鋼板材料，25% 的可再生鋁合金。

極氫 009

極氫 009 採用環境友好型材料，頂棚、立柱、遮陽板應用的生物基麂皮絨實現了植物性原料佔比 30%。



威睿能源電池材料減排

鋁金屬是極氫旗下負責動力電池生產的威睿能源所生產的產品中必需的關鍵原材料，如能實現鋁的低碳綠色供應，則將為威睿能源的價值鏈減排帶來顯著效果。在鋁金屬生產的綠色電力使用方面，威睿能源對供應商提出的要求如下：

- 1) 在鋁錠（即在電解鋁過程產出的純鋁錠）生產過程中使 100% 綠電，且鋁錠碳足跡（搖籃到大門）滿足 ≤ 5 千克二氧化碳排放量/公斤，並出具第三方認證的鋁錠的碳足跡報告和認證報告；
- 2) 到 2025 年，所有新項目的生產使用 100% 的綠電，並需在 2024 年年底提供 2025 年的碳排放達到要求報告。

在回收材料使用方面，威睿能源對零部件回收鋁的使用量提出了「綠電鋁使用量達到本體材料使用的 18%」的相關要求。

本集團在向供應商明確提出低碳要求的同時積極引導和賦能供應鏈減排。未來，我們亦尋求與鋼廠、鋁廠的綠色合作機會，以實現供應端的減碳。

3.3.3.2 低碳包裝物流

報告期內，本集團範圍三 - 物流與配送排放量為 1,116,465 噸二氧化碳當量（2022 年：863,225 噸二氧化碳當量），上升主要原因為報告期內本集團汽車銷量整體上漲，因此物流與配送的排放量隨之增長。

綠色包裝

我們推動提升供應商循環包裝比例，提出「1,000 千米運輸範圍內全部使用可循環包裝材料，1,000 千米運輸範圍外採用共享包裝」兩種綠色路線，減少一次性包裝的使用。為進一步提升循環包裝使用比例，我們與國內循環包裝解決方案龍頭企業進行合作，採用以租代售模式，將存量一次性包裝及新需求循環包裝切換為租賃模式，進一步落實「全面循環包裝」的長期發展戰略目標，通過租賃循環包裝實現區域範圍共享使用，降低循環包裝返空路程，實現返空運輸層面的減碳貢獻。截至 2023 年末，共享循環包裝佔循環包裝總量約 5.28%。

以吉利博越 L 為試點項目，通過對吉利博越 L 包裝進行整體數據分析、供應商包裝費用評估，切換為共享循環包裝可行性分析，分批次與零部件供應商商務洽談，報告期內，該項目共推進 5 家零部件供應商，涉及 9 種零件包裝。

吉利汽車自有包裝已實現 100% 採用循環包裝。2023 年，整車一次性包裝材料使用量 10,341 噸，相當於每輛車消耗 6.13 千克；循環包裝覆蓋的汽車零部件達 79.21%，使用可循環包裝材料供應商達 90% 以上，剩餘一次性包裝實現 100% 回收再利用，各基地所有包裝材料回收利用率 100%。

綠色物流

我們開展物流數字化平台建設，跟蹤並記錄覆蓋物流全場景碳排放信息，通過開展監控數據優化物流碳排放、發展鐵水聯運、建立中轉庫等多項措施優化物流排放，實現數字化及多樣化的綠色物流運輸方式。

我們持續優化運輸結構，不斷拓展鐵路、水路運輸線路，多種運輸方式保障發運。同時優化下單模式，可以減少結算訂單等待時間，減輕公路集港壓力，提升發運效率，減少在途時間。大力發展鐵水聯運，持續優化運輸結構，出廠物流加大鐵水發運比例。報告期內，因採用鐵路運輸共減少碳排放 404,112 噸，因採用水路運輸共減少碳排放 53,746 噸。同時，我們加強更換新能源車輛並逐步投入新能源卡車。報告期內，我們在備件運輸中共投入 29 輛新能源車，實現碳排放減少 1,176 噸。

3.4 氣候相關披露

本集團自 2019 年財務年度開始參考氣候相關財務資訊披露工作組 (TCFD) 的建議，從治理、戰略、風險管理、指標和目標，披露應對氣候變化相關的信息，並持續強化相關披露。2023 年 1 月，本公司成為 TCFD 支持者。

於 2023 年 10 月，TCFD 宣佈已履行其職責及解散。金融穩定委員會 (FSB) 已要求國際財務報告準則基金會 (IFRS Foundation) 接管對氣候相關信息披露進展的監督工作。

報告期內，IFRS S2 正式發佈，香港交易亦基於有關內容刊發諮詢文件「優化環境、社會及管治框架下的氣候相關信息披露」，本集團參考其相關要求作出披露。

3.4.1 治理

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：氣候變化相關）的風險與機遇。詳見「2.2 ESG 管治」。

在應對氣候變化方面，可持續發展委員會負責：

- ⊕ 檢討應對氣候變化的戰略、行動計劃及重大政策；
- ⊕ 檢討氣候相關風險與機遇，向董事會提供建議；
- ⊕ 監督氣候變化相關工作的實施及資源分配；
- ⊕ 評估氣候相關工作的進展與表現。

可持續發展委員會下設 ESG 部門，每年最少 1 次向可持續發展委員會匯報，並負責：

- ⊕ 研究氣候變化相關政策趨勢與行業變化，對標同行企業應對氣候變化的表現；
- ⊕ 協助可持續發展委員會，推動和監督各部門應對氣候變化工作；
- ⊕ 監督管理層及 ESG 相關部門氣候變化相關的工作進度；
- ⊕ 定期與利益相關方溝通瞭解其對氣候變化的期望及意見；
- ⊕ 識別及評估氣候相關風險與機遇。

報告期內，可持續發展委員會舉行了 4 次會議討論有關氣候變化事宜，主要包括：

- ⊕ 投資者及其他利益相關方對氣候變化的主要期望及建議；
- ⊕ 討論及審閱「氣候中和」戰略、減碳目標設定與追蹤、碳排放現狀分析、行業對標分析、具體減碳措施的方案及其可行性分析；
- ⊕ 簽署成為 TCFD 支持者；
- ⊕ 確認獨立第三方團隊對氣候及環境相關數據進行外部審驗。

2024 年 4 月，可持續發展委員會舉行了 1 次會議討論以下氣候變化事宜：

- ⊕ 2025 年減碳目標進度；
- ⊕ SBTi 臨時 1.5°C 路徑目排放目標設定指南的新增要求；
- ⊕ 符合《巴黎協定》1.5°C 的減排路徑實施計劃；
- ⊕ 供應鏈減碳的提升措施；
- ⊕ IFRS S2 及諮詢文件「優化環境、社會及管治框架下的氣候相關信息披露」。

關鍵管理層及 ESG 工作組亦出席上述會議，匯報本集團在氣候變化的工作進展及其風險與機遇的評估，可持續發展委員對匯報內容進行監督並提出改善意見。可持續發展委員會在會議後亦向董事會提供氣候變化的重大事項、風險與機遇及相關建議。

審核委員會負責檢討本集團的風險管理和內部控制及向董事會提供相關意見，其中氣候變化等 ESG 風險被納入其用作評估整體風險管理的風險地圖，按其可能性及影響與財務、營運、合規等方面的風險進行相關重要性排序。

董事會獲取可持續發展委員會及審核委員會就氣候變化的相關意見後，在其制定本集團戰略、商業計劃等及監管整體風險管理作出考慮。

在運營層面，本集團成立了碳管理專責部門，並聯動研發、採購、製造、銷售等相關部門行程應對氣候變化議題的工作組，每年最少 2 次匯報氣候相關工作到管理層（包括負責運營的最高管理層、戰略規及產品規劃的負責人），並負責：

- ⊕ 協助管理層及協同相關業務部門識別、評估和管理氣候相關風險與機遇；
- ⊕ 規劃氣候中和戰略、制定碳中和的目標設定、工作實施規劃及管理指標體系；
- ⊕ 推動及監督業務部門與合作夥伴履行碳中和，及提供碳管理培訓；
- ⊕ 負責分解 ESG 中長期發展目標與 ESG 年度指標，指導、監督、推動本集團所屬各單位落實。

管理層基於碳管理專責部門的匯報信息及其他運營信息，負責：

- ⊕ 評估氣候相關風險與機遇，並在制定商業計劃及重大決策時考慮有關影響；
- ⊕ 確保足夠資源投放到應對氣候變化的措施；
- ⊕ 將氣候相關重大事項定期匯報至可持續發展委員會。

報告期內，本集團面向各部門負責應對氣候變化的人員與合作夥伴，開展多維度的培訓計劃，包括對碳管理人員啟動的年度探路者計劃培訓，以及對供應商開展的綠色工廠、能源管理月度培訓。

3.4.2 戰略

本集團識別出氣候相關的風險與機遇，並在整體風險管理、制定戰略及財務規劃上進行考慮。

我們在識別氣候相關的風險與機遇上，參考包括但不限於以下的因素以進行時間跨度的分類：

- ⊕ 中國及其他主要市場的國家減碳目標
- ⊕ 法規政策對行業的影響
- ⊕ 行業發展及技術變革週期
- ⊕ 國家能源結構變化
- ⊕ 本集團主要資產的可使用年期
- ⊕ IFRS S2《基於行業的氣候相關披露實施指南》第 63 冊汽車

基於上述，氣候相關的風險與機遇的時間跨度定義為：

短期：5 年以內；中期：5-15 年；長期：15 年以上。

氣候相關風險主要分為轉型風險及實體風險。轉型風險來自全球向氣候適應性強的低碳經濟過渡轉型，包括政策與法律風險、技術、市場、聲譽等風險。實體風險則來自極端天氣事件及全球平均溫度升高，包括急性風險（颱風、洪水）、慢性風險（平均氣溫上升、海平面上升）等風險。

我們通過與不同業務部門和行業專家溝通，分析了不同風險和機遇發生的概率及其在短期、中期及長期時間條件下所產生的影響，識別了各風險和機遇的潛在財務影響。

氣候相關風險和潛在影響：

類型	氣候相關風險	風險描述	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響*	風險舉措管理及應對措施
轉型風險	法律與政策	市場／產品監管嚴格 S M L	<ul style="list-style-type: none"> - 機動車污染排放標準趨嚴，增加產品技術需求 - 國家碳市場覆蓋行業變化，碳排放控制風險增加 - 新能源車補貼額度變化，市場競爭加劇 	<ul style="list-style-type: none"> - 研發成本增加（如清潔能源技術）；2023 年不符合資本化的研發成本人民幣 33.6 億元及已資本化之產品研發成本人民幣 107 億元，合共約 140.6 億元，主要與新能源智能車型開發有關 - 生產運營成本增加（如引入節能設備和使用可再生能源） - 市場份額影響銷售收入 	<ul style="list-style-type: none"> - 持續關注國內政策和海外法規發展，成立聯合工作小組，提前評估其影響及規劃應對方案 - 制定氣候戰略、減碳目標及相關措施以加強應對氣候變化的管理水平「3.1 氣候戰略及目標」 - 對產品碳足跡實施跟蹤並做出全生命週期降碳手段（「3.2 全生命週期碳管理」及「3.3 減碳行動實施」）
		國際綠色貿易壁壘 S M	<ul style="list-style-type: none"> - 歐盟碳邊境調節機制（CBAM）、歐洲《新電池法》、《企業可持續發展盡責調查指令》（CSDDD）草案等法規和政策要求，增加產品出口合規需求 	<ul style="list-style-type: none"> - 貿易合規成本增加（如碳價格、碳稅） - 產品碳足跡相關核算費用增加 - 如未能符合相關要求，所導致的額外購買 CBAM 證書成本、罰款、或失去出口產品所導致的收入減少 	<ul style="list-style-type: none"> - 提供更多樣化的新能源車選擇，以符合更嚴格的排放標準（「3.3.1.1 新能源戰略」） - 強化供應鏈 ESG 表現和評估管理，尤其涉及海外出口的供應商和新能源關鍵零部件供應商，確保符合出口合規要求（「7.1 可持續供應鏈」）
	科技	研發新技術 S M L 產品替代 S M	<ul style="list-style-type: none"> - 前期需要更多的低碳技術投入 - 前期技術研發進度低於研發預期，導致產品上線延期 - 新能源汽車轉型，導致燃油車相關生產線和技術逐步淘汰 	<ul style="list-style-type: none"> - 研發投入增加 - 預期的銷售收入延遲，影響現金流和利潤 - 資產重估或減值 	<ul style="list-style-type: none"> - 以新能源架構研發新車型，減低開發時間及成本，並積極探索基於多種替代燃料的低碳技術（「3.3.1.2 新能源技術」） - 針對性調節生產工藝線，有計劃地實施工廠升級路線
市場	原材料成本上漲 M L	<ul style="list-style-type: none"> - 新能源相關特定原材料供應緊張，可能出現供應鏈短缺現象 - 低碳材料供應緊張，影響產品生產計劃 - 供應商減碳意願較低，導致原材料端的減排緩慢或無法實現 	<ul style="list-style-type: none"> - 因材料短缺，可能出現價格上漲，導致生產運營成本增加 - 供應商和原材料商的減碳成本可能轉化為採購金額增加，導致生產運營成本增加 - 尋找替代原材料或供應商，導致額外成本 	<ul style="list-style-type: none"> - 完善供應商 ESG 管理機制，加速綠色供應鏈轉型（「3.3.3 供應端減碳」） - 開展供應商 ESG 培訓，對一級核心供應商提出降碳要求（「3.3.3.1 低碳採購」） - 參與合作研發低碳材料（「3.3.3.1 低碳採購」） 	

S 短期風險 **M** 中期風險 **L** 長期風險

*：潛在財務影響主要反映就氣候變化相關的風險與機遇的預期影響。部分影響列舉了當期相關的財務信息供參考。

類型	氣候相關風險	風險描述	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響*	風險舉措管理及應對措施
轉型風險	市場	市場需求 M L	- 消費者偏好轉變，導致某一類產品需求量降低	- 影響市場份額，導致產品銷售收入下降	- 旗下各品牌已規劃不同類型的多元化新能源汽車產品，及不斷提升產品性能，滿足消費者不同需求（「3.3.1.1 新能源戰略」）
	聲譽	行業聲譽 S M	- 若未能按照進度預期達成減碳目標，聲譽會受到影響	- 受到投資者質詢和壓力，影響股價和融資能力	- 滿足相關法律、法規要求的同時，我們採取碳減排措施推動目標進度 - 制定符合巴黎協定 1.5°C 的減排路徑 - 加入生產者責任延伸試點項目推動循環車、循環件、循環材料等循環經濟發展
	公正轉型	S M	- 新能源轉型使部分員工因技術淘汰，而失去工作機會 - 供應商等合作夥伴也同樣面臨因技術淘汰、資源不足等原因，而失去業務合作機會及其員工也面臨失去工作機會	- 涉及培訓和招聘費用增加，導致運營成本增加 - 若員工沒有及時適應新技術，可能導致生產效率下降，影響產銷量，導致銷售收入下降 - 若供應商沒有及時適應新能源業務發展，可能導致供應鏈不穩定或中斷，影響生產和交付，導致銷售收入下降和其他成本增加	- 向員工提供培訓及輪崗機會，使其獲得適應新能源轉型的相關技能及知識（「8.5.2 公正轉型」） - 為內燃機業務尋求低碳轉型的商業機會，延續員工就業及供應商的商業機會，同時貢獻更多元化的低碳混動技術及合成燃料應用的方案（「3.3.1.2 新能源技術」） - 為合作夥伴提供公平的資源、知識共享，攜手合作向新能源業務轉型（「3.3.3 供應端減碳」）
實體風險	急性	極端天氣事件 M L	- 颱風、颶風或洪水等日趨嚴重的極端天氣事件，可能會導致供應鏈斷裂，導致產品生產延後等	- 資產損壞無法使用，或需要修復和替換，導致淨資產減少和生產運營成本增加 - 生產中斷和延遲，導致銷售收入減少 - 保險費用及理賠費用成本增加 - 提升氣候韌性措施，導致運營成本增加	- 積極採取措施預防與定期風險評估，根據各生產基地屬地發生自然災害歷史數據建立防範預案 - 聯合上下游合作夥伴共同採取降碳行動，建立協作機制，提升價值鏈應對氣候變化的韌性
	慢性	海平面上升 L	- 海平面上升或長期的熱浪，可能會迫使企業將沿海設施往內陸遷徙，造成資產損失	- 遷徙到內陸需要巨大的資金投入，包括購買或租賃新的土地、建造廠房、搬遷設備和人力成本等，導致生產運營成本大幅提升 - 出售或放棄現有不動產，導致資產重估、減值及損失	

S 短期風險 **M** 中期風險 **L** 長期風險

*：潛在財務影響主要反映就氣候變化相關的風險與機遇的預期影響。部分影響列舉了當期相關的財務信息供參考。

氣候相關機遇和潛在影響：

類型	氣候相關機遇	對商業模型及價值鏈的潛在影響	潛在財務影響*	機遇舉措管理及應對措施
資源使用效率	<ul style="list-style-type: none"> - 循環經濟 - 減少生產和產品中的材料使用 <p>S M</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 利用循環技術回收再利用材料和產品工藝設計提升，減少採用原始材料所形成的開採和生產碳排放，同時能減少原始材料的採購 - 促進汽車產品和零部件的回收及再投入使用的相關業務，創造額外收入來源 - 節約材料使用減少廢棄物和污染物的產生及處理 	<ul style="list-style-type: none"> - 減少原始材料的採購成本 - 降低受到原始材料的採購成本價格波動所帶來成本增加的影響 - 循環經濟形成新的收入來源，提升收入 - 減少廢棄物和污染物的處理成本 	<p>詳見「4.4 循環經濟」</p> <ul style="list-style-type: none"> - 產品設計精簡化減少材料使用 - 提高產品使用循環材料的比例 - 與上下游合作夥伴和消費者等共同推動循環經濟
能量來源	<ul style="list-style-type: none"> - 生產過程採用低排放和可再生能源 - 生產過程的能源節約 <p>S M</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 減少對化石能源及傳統能源的依賴 - 減少溫室氣體排放和其他環境污染物的排放，對減緩氣候變化和保護生態系統產生正面影響 - 增加對清潔能源技術領域的發展機會 	<ul style="list-style-type: none"> - 能源效率提升降低使自身運營成本降低；2023 年節能改善項目降低成本約 2,918 萬元，餘熱回收項目降低成本 1,020 萬元，光伏項目降低 3,392 萬元，儲能項目降低成本約 107 萬元。 - 降低受到化石能源及其價格波動所帶來成本增加的影響 	<p>詳見「3.3.2 製造端減排」</p> <ul style="list-style-type: none"> - 推動和優化能源管理系統，利用智能製造實現節約能源 - 推動生產工藝優化及節能降碳技術改造 - 優化能源結構，提高光伏、儲能，及其他清潔能源的使用
產品和服務	<ul style="list-style-type: none"> - 提供低碳的新能源汽車產品 - 提供低碳的出行方式 <p>S M L</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 吸引和滿足更多消費者對新能源產品的需求，提高市場份額 - 降低出口風險，增加出口進入重視低碳市場的機遇 - 增加低碳出行的客戶 - 獲得政府支持和激勵措施 	<ul style="list-style-type: none"> - 增加低碳產品及服務的銷售收入；2023 年銷售汽車及相關服務的收益人民幣 1,496.2 億元，主要由吉利品牌 131 萬輛汽車銷量及極氫品牌 11.9 萬輛汽車銷量所貢獻，當中吉利品牌的新能源汽車銷量佔比為 21.4%，極氫品牌銷量均為純電動汽車。 - 增加低碳產品的出口銷售收入 - 獲得政府補貼等優惠政策，增加收入或降低成本 	<p>詳見「3.3.1 使用端減排」</p> <ul style="list-style-type: none"> - 推進新能源轉型，在旗下各品牌規劃和推出更多新能源汽車產品，滿足不同細分市場的消費者需求 - 促進低碳出行方式，推動充電基礎設施建設等措施 - 拓展更多可持續出行業務的機會
市場	<ul style="list-style-type: none"> - 綠色融資 <p>S M</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 拓展多元化的融資渠道 - 吸引 ESG 投資者參與 	<ul style="list-style-type: none"> - 降低融資成本，增加融資活動所得之現金流 - 獲得 ESG 投資資金 	<p>詳見「2.6 可持續金融」</p> <ul style="list-style-type: none"> - 通過發佈可持續金融框架，提升信息透明度 - 獲得可持續貸款，用於支持純電動汽車研發及購買動力電池，助力發展環境友好項目，實現低碳轉型

更多關於本集團在其戰略與決策中如何應對及計劃應對上述氣候變化相關的風險與機遇的信息，請見「3.1 氣候戰略及目標」及「3.3 減碳行動實施」。

S 短期風險 **M** 中期風險 **L** 長期風險 *：潛在財務影響主要反映就氣候變化相關的風險與機遇的預期影響。部分影響列舉了當期相關的財務信息供參考。

情景分析

《巴黎協定》提出將本世紀全球溫升控制在 2°C 以內，遠低於工業化前水平，並將溫升進一步限制在 1.5°C 以內。中國提出的二氧化碳排放量將在 2030 年達到峰值，力爭在 2060 年實現碳中和目標。本集團致力實現中國的雙碳目標，同時亦積極推進制定符合巴黎協定 1.5°C 路徑的減碳目標。參考 IPCC 和 IEA 提供的各種情景路線，考慮到中國的能源結構和產業特點，探索了在四種不同氣候情景下未來可能產生的影響。四種情景分別為「棕色情景」，「綠松色情景（遠低於 2°C 的情景）」，「既有情景—穩健路徑」和「激進情景—雄心路徑」，且覆蓋 2030 年與 2045 年兩個關鍵時間節點。

情景分析模型考慮主要因素

可再生能源／清潔能源：清潔能源結構直接影響用電的碳排放。純電車使用階段碳排放的緩解程度取決於電網中清潔能源的比例；

再生材料：鋼、鋁、動力電池等重要原材料為車身製造過程中主要碳排放來源；

車身性能：車輛在使用階段的能耗（油耗、醇耗和電耗）參數是基於輕量化技術和低能耗技術的發展水平；

產品結構：電動汽車在使用階段可以大大降低對化石能源的依賴，可以幫助用戶更好地實現更低的碳排放；

碳價：碳價將影響整個社會綠色低碳轉型，同時提高汽車生產成本；

極端天氣：極端天氣的發生會影響車輛的物流運輸環節，對門店銷售、製造等環節構成威脅。

單輛車碳排放主要來源

純電動車全生命週期碳排放中有將近一半以上的二氧化碳來自於鋼、鋁等關鍵原材料及動力電池重要零部件，高碳排放的原材料是我們必須考慮的環節，就此而言，有必要通過提升供應商降碳能力來確保構建可持續的供應鏈體系，如我們已設立至 2025 年一級核心供應商可再生電力使用比例達 100% 以及使用可循環鋼 20%、可循環鋁 30%、可循環塑料 25% 的行動路線。電氣化改造和提升光伏等可再生電力比例是降低整車基地的主要降碳措施，我們同樣注重在工廠引入工藝節能及餘熱回收等低碳技術；本集團目前銷售仍以燃油車為主，因此燃料燃燒排放依舊是溫室氣體排放的主要來源，我們將持續優化產品結構比例，努力降低使用階段的排放水平。





情景介紹

棕色情景 (RCP8.5scenario)：該場景基於「政府間氣候變化專門委員會」(Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 代表性濃度途徑 (Representative concentration pathway, RCP) 8.5 建立。在該情景下，各國沒有出台應對氣候變化的政策，且未來世界人口將大幅增加，呈現收入增長緩慢、技術創新低的特點，溫室氣體排放和濃度將持續增加，地球表面持續變暖、極端氣候事件等現象發生頻率提高，使得本集團未來可能面臨更嚴峻的挑戰。因此本集團沿海設施將被迫向內陸遷移，並將支付更多費用，以防止或解決極端天氣對其自身發展和產業鏈的影響。

綠松色情景 (遠低於 2°C 情景)：不考慮吉利汽車的自主措施和行業的自主減排貢獻，吉利對單輛汽車全生命週期的排放預測都是根據國際能源署 (IEA) 公佈的承諾情景 (APS)，並結合企業的實際發展因素進行規劃。外部情景的關鍵識別包括中國宣佈的政策措施，中國的電力脫碳率以及鋼鐵和鋁等主要原材料供應商實現淨零排放的時間。我們認識到，由於中國目前的能源結構仍以化石燃料為主，基礎設施建設正在推進，所以外部政策延續當前方向是決定公司未來發展方向的重要因素。此外，中國已經成為世界上最大的新能源汽車市場，我們作為中國第一的自主汽車品牌將獲得更多的發展機遇。

既有情景—穩健路徑：在 2025 年之前，基於本集團現有戰略目標 (2025 年目標)、2025 年以後同行引領且局部超越的低成本自主措施、主要供應商脫碳速度來強化 2025-2045 年目標、路徑下的單輛車全生命週期排放預測。情景介於 APS 和 IEA 的 2050 年淨零排放情景 (Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE) 之間。我們將實施有效的氣候變化減排措施，突出品牌領導力，響應國家碳中和願景和全球減排目標。

激進情景—雄心路徑：2025 年之前，基於本集團現有戰略目標 (2025 年目標)，2025 年之後，同行引領且局部超越及更大力度的自主措施、關鍵供應商的脫碳速度，強化 2025-2045 年目標、路徑下的單輛車全生命週期排放預測。參照 NZE，在該情景下，全球將大幅增加對低排放燃料的投資。預計到 2045 年，本集團的一些排放物仍將不可避免地逃逸，因此前沿負碳技術，如碳捕獲和儲存技術 (CCUS) 將成為實現雄心路徑目標的核心技術手段，但 CCUS 技術的商業應用目前成本高昂且應用範圍有限，仍面臨諸多挑戰。

情景分析

棕色情景：未來主流車型仍將以燃油車為主，本集團溫室氣體排放全年持續增長。然而，由於世界依賴由化石燃料推動經濟增長和技術進步，由此產生的極端天氣和生態環境的變化很可能對環境產生負面影響。

綠松色情景：世界主要國家已充分履行其氣候承諾，清潔電力和電氣化等轉型發展得到有效部署，全球氣候變化影響相對穩定，本集團的可持續發展受到外部環境的極大推動，2030 年單輛車生命週期的碳排放量將降低為 24.43 噸二氧化碳當量/輛。

既有情景—穩健路徑：基於綠松色情景與本集團自主減碳，新能源汽車比重持續增加，能源結構不斷改善，低碳材料得到應用。在這種情景下，2030 年單輛車全生命週期碳排放將降至 20.85 噸二氧化碳當量/輛。

激進情景—雄心路徑：世界將大幅增加對清潔能源和碳減排新技術的投資。通過推動建立可持續供應鏈體系，吉利將採取更多舉措，設定更遠大的目標，實現零碳工廠全覆蓋，優化產品結構。但在激進的行動情景下，將出現巨大成本支出，到 2030 年，單輛車全生命週期碳排放將降至 15.93 噸二氧化碳當量/輛。

情景分析結論

在制定氣候策略時，我們會考慮情景分析的結果，以更有效地規劃相關的碳減排方案。通過分析，我們得出的結論是，穩健路徑符合本集團未來的規劃目標，也符合我們已發佈的減碳目標。然而，我們仍然認識到，外部情景變化的不確定性將對未來的假設路線產生重大影響。今後，我們將繼續審閱情景假設條件，使其足以應對多個外部情景的挑戰。

3.4.3 風險管理

本集團已建立了完善的風險管理框架及相關的風險管理流程，亦應用在氣候變化相關的風險與機遇。詳情見「2.4 ESG 風險與機遇管理」和「5.2 風險管理及內部控制」。氣候相關的風險與機遇的管理機制按照「3.4.1 治理」所述。氣候相關的風險與機遇遵照 ESG 工作管理架構，由董事會、可持續發展委員會、審核委員會、ESG 部門、管理層、碳管理專責部門、相關業務部門等分別負擔不同層次的責任。

在實施氣候變化風險與機遇的識別及評估包括但不限於以下方法開展：

- (1) 收集及分析現存及新興法規要求（例：汽車排放標準中國、歐盟等地對氣候相關的法規及法令）；
- (2) 調研先進科技及技術的發展（例：電池技術的新突破）；
- (3) 調研市場變化的信息（例：消費者的環保意識對其購買決策的影響）；
- (4) 分析氣候變化對行業趨勢的影響及行業對手的應對措施；
- (5) 對標市場領先者的氣候變化的披露及實施。
- (6) 收集 ESG 評級機構、投資者、非政府組織等利益相關方對氣候變化的意見及信息。

氣候相關風險與機遇的評估基於本集團的風險管理框架，依風險的可能性及所構成的影響（財務及非財務方面），判斷其重要性。在審核委員會檢討本集團的整體風險管理時，氣候變化等 ESG 風險亦會按可能性及影響與其他類別的風險進行風險排序及納入本集團整體的風險地圖。氣候變化亦被本集團識別為本集團於《年度報告 2023》披露的主要風險及不明朗因素。

就管理氣候變化的風險與機遇上，管理層按評估的風險與機遇重要度、應對方案的複雜度及所需資源、參考本集團氣候中和戰略，去制定相關的風險與機遇應對策略。重大的風險與機遇管理及應對亦會在可持續發展委員會會議上討論以獲取可持續發展委員會的指導。氣候變化的管理舉措將由碳管理專責部門分解到各相關業務部門執行，並按「3.4.1 治理」所述機制監督。重大氣候相關風險的管理及應對措施請見「3.4.2 戰略」。

3.4.4 目標與指標

本集團氣候變化相關指標如下：

指標類型	指標	單位	2020 (基準年)	2021	2022	2023
溫室氣體排放	單位銷量溫室氣體排放量（範圍 1+2+3）	噸二氧化碳當量／輛	38.26	37.26	35.18	33.67
氣候變化相關 轉型風險	平均燃料消耗量積分*	分數	-1,234,120	-359,972	1,891,821	2,708,962
	新能源汽車積分*	分數	-22,584	92,938	836,077	977,903
	乘用車車企平均燃料消耗量*	升／百公里	6.24	6.15	5.23	4.51
	整車基地能源消耗的可再生能源佔比	%	8.68	6.12	18.52	33.45
	整車基地電力使用的可再生能源佔比	%	18.26	11.32	35.91	60.41
氣候變化相關 機遇	新能源車銷量（純電動+插電混動）	輛	29,857	82,170	328,727	487,461

*：為吉利控股集團持有汽車目錄的若干子公司因採購本集團旗下汽車品牌，包括吉利品牌（含銀河及幾何系列）、極氫品牌、領克品牌及睿藍汽車的整車成套件進行最後組裝，落實繳納中國消費稅，然後將相關組裝而成的整車售回予本集團分銷，所形成的相關雙積分及計算的乘用車企業平均燃料消耗量。2023 年雙積分最終核算情況尚未公示，正式結果將由工信部於 2024 年 6 月公告。

4

自然受益

重要議題

- 🕒 資源使用與循環再利用
- 🕒 污染與廢棄物管理
- 🕒 生物多樣性



污染與廢棄物管理：

- ⊕ **100%** 廢氣、廢水、固廢達標處理及排放
- ⊕ **100%** 整車基地通過 ISO 14001 外部認證
- ⊕ **10 個** 國家級「綠色工廠」(2022 年：9 個)
- ⊕ **6 個** 市級「無廢工廠」(2022 年：5 個)
- ⊕ 整車基地工業廢水排放密度：**1.64 噸 / 輛 (↓ 4.1%)**
- ⊕ 整車基地危廢產生密度：**9.2 千克 / 輛 (↓ 8.4%)**

資源使用與節約：

- ⊕ 整車基地水資源消耗密度：**2.7 噸 / 輛 (↓ 15.4%)**
- ⊕ 工業用水資源循環利用率：**98.5% (↑ 0.2 百分點)**

循環經濟：

- ⊕ 建立了循環車、循環件、循環材料、電池回收、再生業務的汽車循環生態

生物多樣性：

- ⊕ 貴陽工廠建設保留了原始風貌的山體和湖泊等原始生態，為周邊蛇類、鳥類提供棲息地，觀山湖區現有生物物種共 1,453 種

ESG 戰略：自然受益



本集團在氣候中和的基礎上，進一步關注自然生態和企業發展的和諧共生之路。以成為自然受益企業為導向，我們在 ESG 戰略制定了「自然受益」的戰略方向，在自身經濟發展中考慮對自然生態的依賴和影響，並重點推動污染與廢棄物管理、資源使用與節約、循環經濟、生物多樣性方面的風險與機遇管理，帶領價值鏈共同為保護人類未來所必須的自然生態作出貢獻。

4.1 自然資本

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：環境管理、循環經濟、自然資本等）的風險與機遇（詳見「2.2 ESG 管治」）。在環境管理的日常管理責任方面，首席安全官（CSO）為環境管理工作的最高負責人，其下屬的安全環保部作為環境管理的歸口管理部門，統籌環境管理體系，對環境績效設定明確目標並開展全面的系統管理，同時監督、考核各工廠目標完成情況，並聯合研發、生產等部門共同制定標準化措施。各生產基地安全環保部負責各基地環境管理、監督並執行各項新、改、擴建環境項目及工藝設備技能改造等環境保護治理工作，承擔並完成本集團下發的年度細分環境目標，推進日常管理及生產運營中環境保護工作的落地。

<p>首席安全官（CSO）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 作為環境管理工作的最高負責人，對環境保護工作實施統一監督管理，並向管理層匯報環境工作進展
<p>安全環保部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 作為本集團環境管理的歸口部門，負責統籌環境管理體系建設工作 ⊕ 對本集團的環境目標設定、政策制定與執行管理、風險評估、績效表現等相關事宜進行管理及監督 ⊕ 監督下屬各業務單位及公司日常管理運營中的環境管理工作
<p>各生產基地安全環保部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 負責各基地環境管理工作，承擔並完成本集團下發的年度細分環境目標 ⊕ 建立工廠環境應急預案，並組織開展各項應急演練

本集團將環境與自然保護融入建設、生產、運營等各個環節，建立了環境風險管理體系，全業務、全過程、全方位、全員參與推進生態環境保護工作。同時，我們訂立明確目標，制定並實施有效的環境管理政策，積極探索減少本集團業務對環境和自然造成影響的路徑，並對環境績效進行科學監測，防範風險的發生。

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等一系列適用於本集團等各類環境管理法規及相關法律（詳見附錄法律法規清單），並根據 ISO 14001 環境管理體系要求制定了相應的環境管理辦法及規章制度，如《環境因素識別及評價程序》、《水污染防治管理程序》、《大氣污染防治管理程序》及《固體廢物污染防治管理程序》等一系列管理體系程序文件，以標準化流程對本集團的生產運營進行規範化管理，使得環境管理工作有章可循，實現管理舉措的有效落地。

我們根據 ISO 14001 持續推進環境管理體系建設工作。截至報告期末，本集團 100% 整車基地獲得 ISO 14001 外部認證。2023 年度，10 家基地符合基礎設施、管理體系、能源與資源投入、產品環境排放等方面的相關要求並通過第三方評價，被列入中國工信部發佈的國家級「綠色工廠」名單¹，打造出用地集約化、生產純淨化、廢物資源化、能源低碳化的工廠，為綠色運營奠定堅實的基礎。

1 10 家國家級「綠色工廠」包括：春曉工廠、寶雞工廠、張家口工廠、臨海工廠、杭州灣工廠、余姚工廠、貴陽工廠、湘潭工廠、西安工廠、貴陽發動機廠。

報告期內，本集團發佈了「ESG 戰略」，按照其中的「自然受益」戰略方向加強自然相關的風險與機遇管理。本集團協同外部顧問選取我們位於中國貴陽的一個整車基地作為試點開展自然資本評估研究，其中參考了自然相關財務資訊披露工作組（TNFD）的建議及其 LEAP 方法、自然資本聯盟的《自然資本協定書》、ENCORE 對汽車製造行業的數據庫等相關標準及信息識別貴陽基地在建設期（2015-2017 年）和運營期（2019-2022 年）分別對自然資本的潛在依賴與影響。然後開展內外部利益相關方調研，進一步評估其重要性。並對環境績效進行科學監測，防範風險的發生。基於此試點結果再進一步以此對集團層面運營階段的自然相關依賴、影響、風險與機遇作下述的初步評估及制定未來應對措施。本集團將持續完善自然相關的風險和機遇評估機制以完善日後的相關披露。



基於上述對自然資本的影響和依賴的初步分析所識別的風險與機遇，我們在本章節的各部份披露相關的管理舉措與進展：

<p>4.2 污染與廢棄物管理</p>	<p>⊕ 轉型風險－政策和法律：未符合現有環境法規要求引致的罰款或停產、新興環境法規所需的合規成本</p>
	<p>⊕ 轉型風險－科技：技術不具備符合處理染污染與廢棄物，引致額外的研發投入或採購相關設備的成本</p>
	<p>⊕ 轉型風險－聲譽：未能妥善處理污染物影響附近生態和社區，影響聲譽，損失用戶，引致收入減少</p>
<p>4.3 資源使用與節約</p>	<p>⊕ 實體風險－慢性風險：水資源短缺影響生產所需，引致收入減少</p>
	<p>⊕ 機遇－資源效率：產品設計精簡化減少材料使用及其相關採購成本、運營過程優化減少能源或其他資源的使用從而節省相關開支</p>
<p>4.4 循環經濟</p>	<p>⊕ 轉型風險－政策和法律：汽車製造商對汽車電池的回收責任，引致其需承擔相關的回收及處理成本</p>
	<p>⊕ 機遇－市場：部份用戶環保意識提高對產品環保性更注重，循環汽車、循環件、汽車產品使用循環材料有助吸引此消費群；該等產品在價格上更具備優勢吸引價格敏感的消費群</p>
	<p>⊕ 機遇－資源效率：掌握循環技術減少對原材料依賴，減低外部因素造成原材料價格波動帶來的採購成本上升影響</p>
<p>4.5 生物多樣性</p>	<p>⊕ 轉型風險－聲譽：企業發展忽視生態保護，影響聲譽，損失用戶，引致收入減少</p>
	<p>⊕ 實體風險－慢性風險：生態破壞造成生物物種減少影響自然資源的平衡，引致部份自然資源短缺</p>

本集團建立了自然相關指標和目標，持續進行績效監測及進展狀況披露。報告期內，為進一步提升環境數據的準確度及可靠度，本集團聘請 HKQAA 對 2023 年度的關鍵環境數據進行獨立核實。詳見「附錄 6- 核實聲明」。

4.2 污染與廢棄物管理

本集團高度重視污染物治理及環境保護工作，切實消除一切會對環境造成影響的因素，持續加強管理，不斷優化生產工藝。

我們在生產經營過程中嚴格遵守國家環保相關法律法規，積極落實「三廢」處置標準，持續加強廢水、廢氣及固體廢棄物的規範管理；明確污染防治管理流程；制定年度績效目標；按照污染物監督與管理措施嚴格監測排放量，確保污染物排放的合規合法。

污染物監督與管理措施：

搭建管理體系	⊕ 基於環境與污染物管理的相關法律法規及 ISO 14001 環境管理體系，搭建覆蓋日常環境管理、環境保護設施的設計、製造、安裝與運行的管理體系，並制定污染物監督與管理的相關措施
項目管理	<p>⊕ 「環保三同時」：遵守《中華人民共和國安全生產法》，項目「三同時」期間，安全環保部門確保環境保護設施、工廠和裝備的先進性</p> <p>⊕ 在項目投入試運行和正式運營階段：安全環保部門每月收集各排污口的排放數據，實施在線監測污水和廢氣、並根據環評要求的指標進行指標控制和總量控制，設置指標總量的預警</p>
評價與審核	<p>⊕ 年度環保考核指標（包含突發環境事件、環保投訴、行政處罰、限期治理書下達等）分解落實到公司層級、廠部層級、班組層級，在年末實行各單位目標指標達成情況考核，同時每年組織兩次專家團隊對年度目標及執行過程進行評價並糾正</p> <p>⊕ 發佈適用於本集團各基地的環境管理評價標準，開展每年至少一次的監督評價和不固定的飛行評審（包含「環保三同時」執行、污染防治、環境監測、排污許可證管理），結合分析月度環保數據情況，監督基地資源能源消耗及污染物排放水平，並對目標進行跟蹤評價</p>



2023 年：
廢氣、廢水、固廢
100% 達標處理



廢氣、污水、噪聲等污染物
100% 達標排放率



危險廢棄物
100% 合規處置率



4.2.1 廢棄物管理

2023 年本集團按照一般固廢、危險廢物處置及零填埋工廠開展廢棄物管理規劃，重點推進「無廢工廠」建設，建立相關標準並開展自評改進，以繼續深化污染防治和減排管理。我們嚴格遵照國家法律法規和相關標準要求，統籌各類廢棄物日常管理，推動降低固體廢棄物的工作落地。

4.2.1.1 一般固體廢棄物管理

本集團一般固體廢棄物主要來源於衝壓邊角料、衝壓報廢件、一般工業固廢（包裝材料、其他工廢料）、建築垃圾及生活垃圾等。我們制定一般固體廢棄物管理機制，致力於提升原輔材料的利用效率，降低固廢產生量。同時，我們把「零填埋工廠認證」設定為 2025 年工作目標，從固體廢物源頭減量和資源化利用，最大限度減少填埋量，打造將環境影響降至最低的工廠發展模式，努力實現固體廢物產生量最小、資源化利用充分、處置安全。

一般固體廢棄物管理措施：

工業固廢	按照相關法律法規對固廢進行收集、轉移和處理
	⊕ 無剩餘價值的工業垃圾：交由有處置資質的第三方進行處理
	⊕ 有剩餘價值的工業垃圾：循環處理或將其外賣作綜合利用
建築垃圾	⊕ 施工方案優化、永臨結合、臨時設施和周轉材料重複利用、施工過程管控等措施，減少建築垃圾的產生
生活垃圾	⊕ 遵循生活固體廢棄物減量化原則，並佈置垃圾分類收集設施，盡可能對可回收
	⊕ 引導健康用餐、文明用餐，減少廚餘垃圾的產生，並對廚餘垃圾進行分類



採用「永臨結合」方式，減少建築垃圾的產生

吉利汽車在開展工程項目建設的過程中，採用「永臨結合」綠色施工技術，將永久工程提前策劃投入使用，以實現施工降本增效與節約資源的目的，減少施工對環境產生的影響。

極氫工廠建設中使用正式停車場作為臨建場地技術，通過將臨時停車場建設在正式停車場的區域，並將正式停車場作為材料堆放或臨時建築場地以減少臨建的拆除，從而減少廢棄物的產生。

報告期內，我們進一步完善固體廢棄物管理措施，積極探索廢棄物的資源化利用。

固體廢棄物管理舉措：

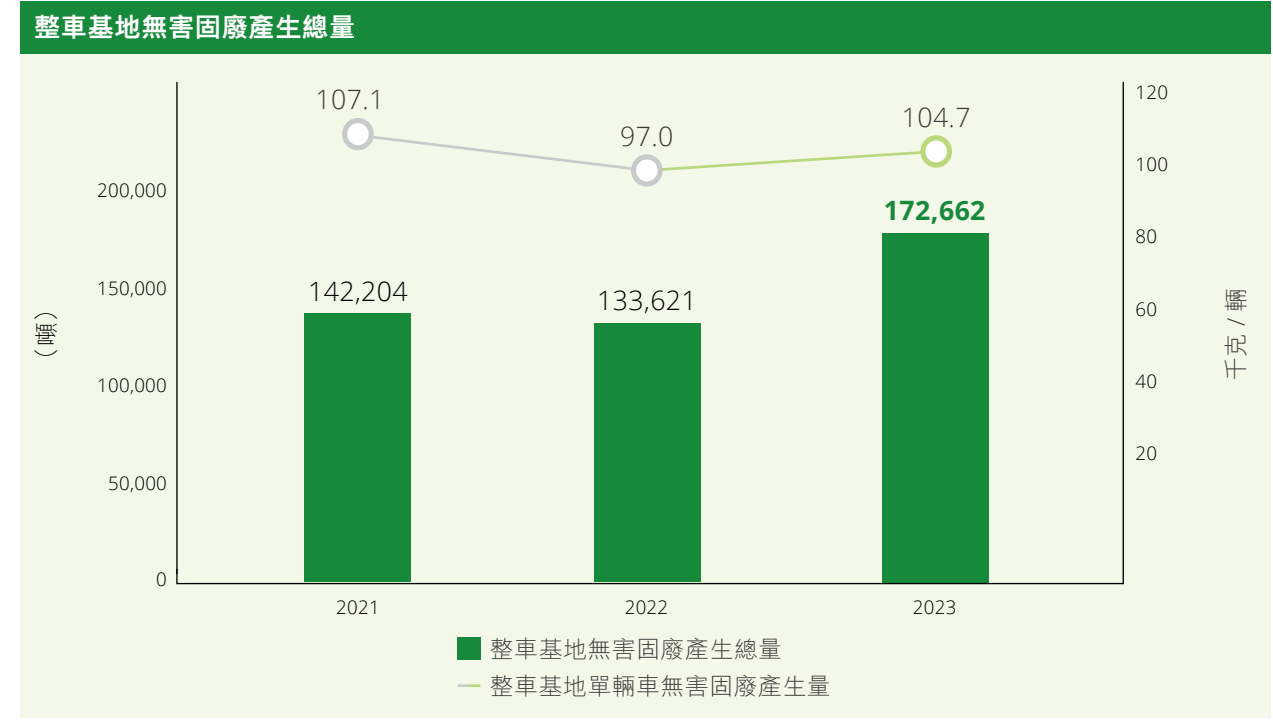
- ⊕ 對固體廢物分類收集、貯存、運輸、利用、處置識別，回收收集可再生利用部分；
- ⊕ 按照《環境保護圓形標志》（GB15562.2-1995）設置固體廢物貯存場所標識標牌，並確保對不可避免的廢棄物進行妥善管理；
- ⊕ 定期對工廠固廢管理進行評價並納入年度考核；
- ⊕ 核實污染防治受托方的主體資格及技術能力，在合同中明確污染防治要求；
- ⊕ 對辦公垃圾設置分類垃圾桶，集中設置廢舊報紙、紙板等儲存點，定期由專門人員上門回收；
- ⊕ 開展《固廢法》培訓，確保員工了解相關法律法規及管理制度。

^ 指通過採取措施實現固體廢物源頭減量、資源化利用及無害化處置，最大限度減少填埋量，降低固體廢物對環境的影響，推動形成綠色發展、綠色生產及生活方式的工業企業。

同時，我們建立固廢管理評價體系，將工廠及供應商管理固廢的能力納入考核，監控固體廢棄物從採購到生產及處置的全流程。吉利汽車污染廢棄物的處置流程包括綜合利用、焚燒、回收。

<p>工廠固廢管理評價</p>	<p>⊕ 組織半年度和年度工廠固廢管理能力的評價，對固廢減量目標、固廢減量方法與實施現狀等多維度進行評價，評分納入年度考核績效總分</p>
<p>供應商固廢管理評價</p>	<p>⊕ 按照季度對固廢處置供應商進行季度評價，各製造基地對本集團供應商從服務速度、專員情況、聯單狀況、處置方式等多維度進行評分</p>

報告期內，本集團固體廢棄物無害化處理率達 100%。為保證建設過程中無固體廢棄物填埋，2023 年張家口工廠將生活垃圾轉運至當地垃圾焚燒發電廠，其他固廢金屬進行循環利用或綜合利用，實現固體廢物的無害化處理及資源化循環利用。



2023 年：
 整車基地單輛車無害固體廢棄物產生量為 **104.74 千克 / 輛**
 (2022 年：97.05 千克 / 輛)，相較 2022 年**上升 7.9%**。

註：2023 年共包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 家整車基地 (2021、2022 年：17 家)。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。

2023 年無害固體廢棄物產生量上升的主要原因是由於本集團銷量增長及代工產品增加，用於計算密度的總銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛 (2022 年：1,376,848 輛)。

經重新核算 2022 年數據已更新。

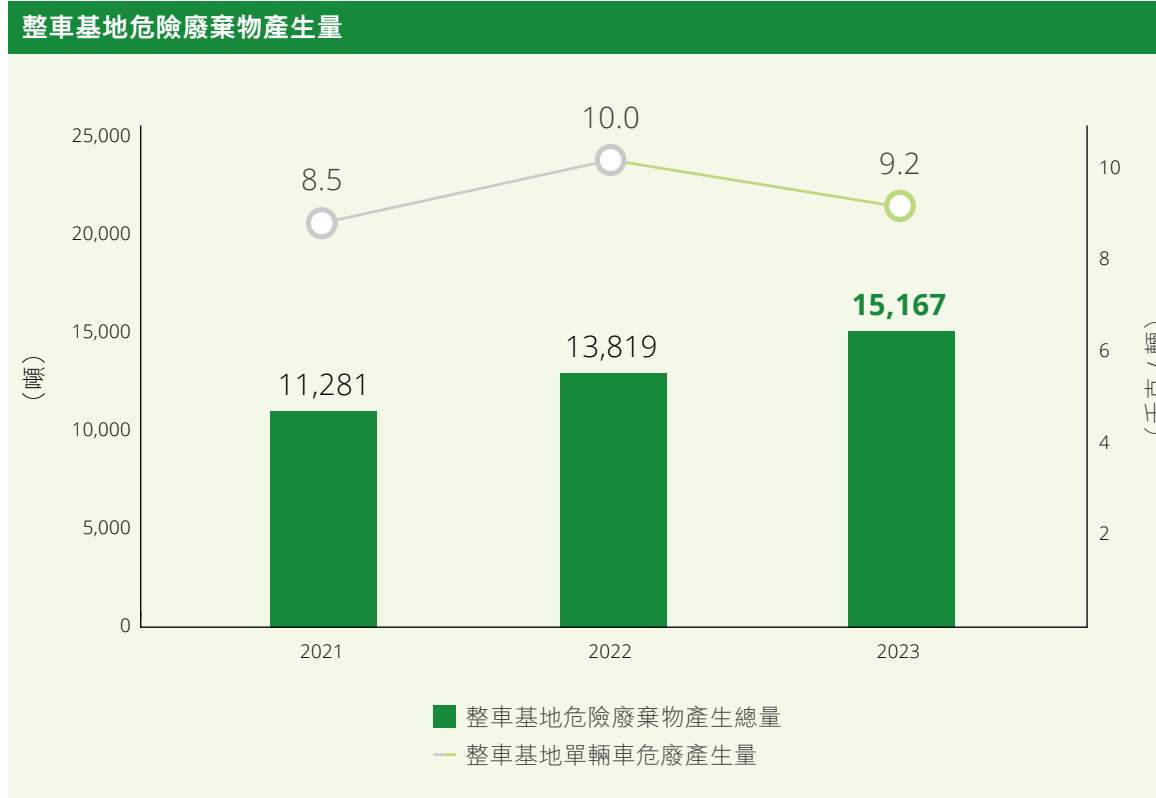
4.2.1.2 危險廢棄物管理

本集團危險廢棄物主要來源於廢油、廢膠桶、廢油漆、污泥等十餘種危險廢棄物。我們遵照國家法律法規歸口管理危險廢棄物，持續完善危險廢棄物管理機制。

○○○

吉利汽車危險廢棄物管理舉措：

- ⊕ 按照當地環保局要求，制定危險廢物的管理計劃並備案；
- ⊕ 擴展危險廢物管理範圍，對未納入《國家危險廢物名錄》的水性油漆沾染物、部分水性溶劑等廢物強化管理力度
- ⊕ 設置專門的危險廢物倉庫，分類分區存放危險廢物
- ⊕ 危險廢物的容器和包裝物以及收集、貯存、運輸、利用、處置危險廢物的設施、場所均按照相關規定設置識別標志
- ⊕ 針對運輸泄漏風險，我們採用防滲防漏容器，確保可及時收集液體危險廢物
- ⊕ 適時開展拆車場及塗裝車間的危險廢物處置，以減少土壤或水污染事件的發生
- ⊕ 委托具備資質的第三方進行危險廢物外運處置；對危險廢物進行集中招標採購，審查委托方和供應商資質，對供應商的現場處置、能力、處置方式等實施現場審查



2023 年：
整車基地單輛車危廢產生量為 **9.2 千克 / 輛**
(2022 年：10.04 千克 / 輛)，相較 2022 年 **下降 8.4%**。

註：2023 年共包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 家整車基地 (2021、2022 年：17 家)。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。
2023 年危險廢棄物產生量上升的主要原因是由於本集團銷量增長及代工產品增加，用於計算密度的總銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛 (2022 年：1,376,848 輛)。
2022、2023 年數據包括本集團自主擴大的危險廢棄物統計範圍，即計入《國家危險廢物名錄》以外的水性溶劑。
經重新核算 2022 年數據已更新。

4.2.1.3 危險化學品管理

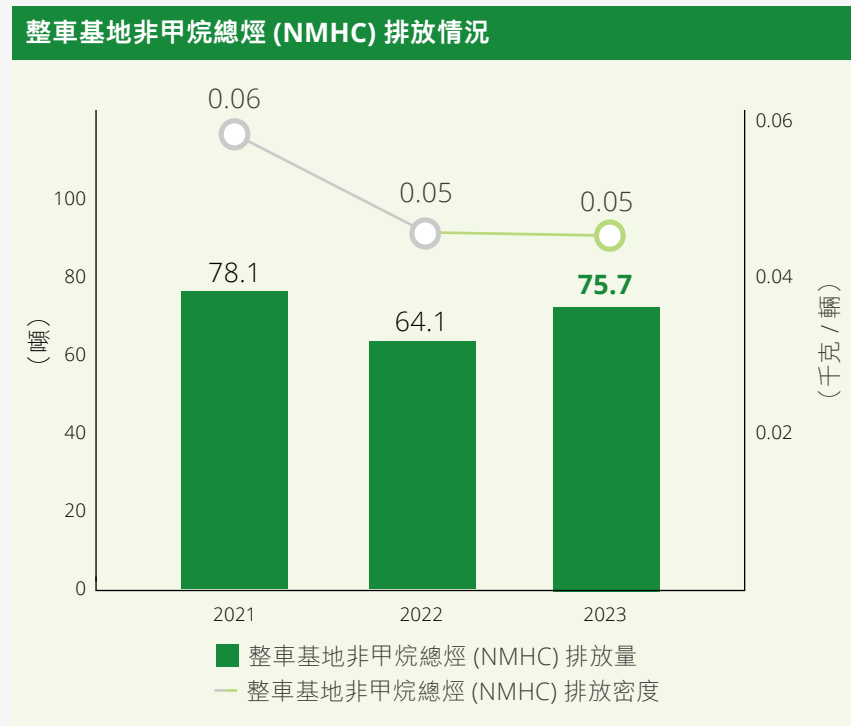
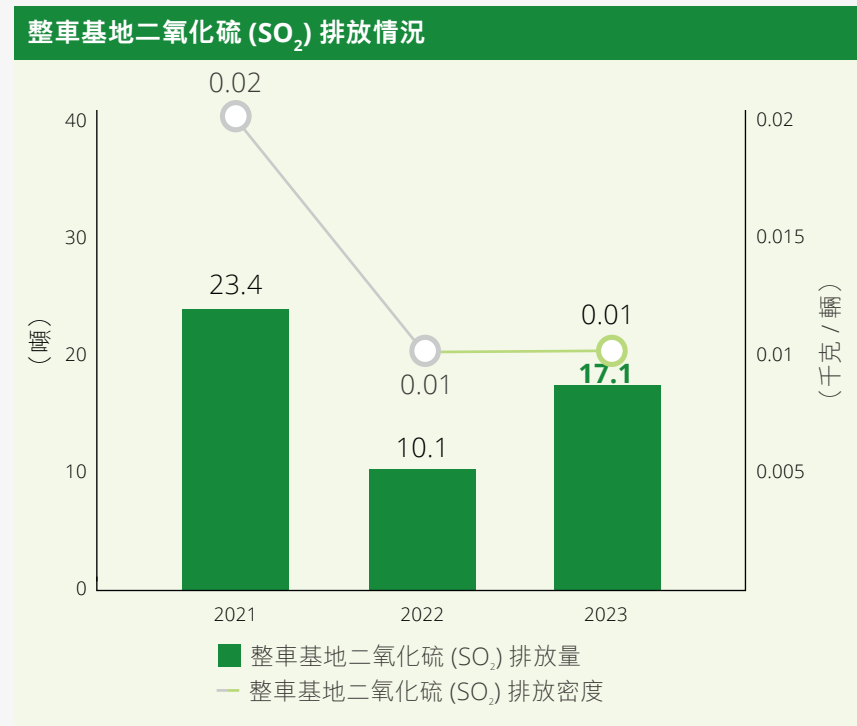
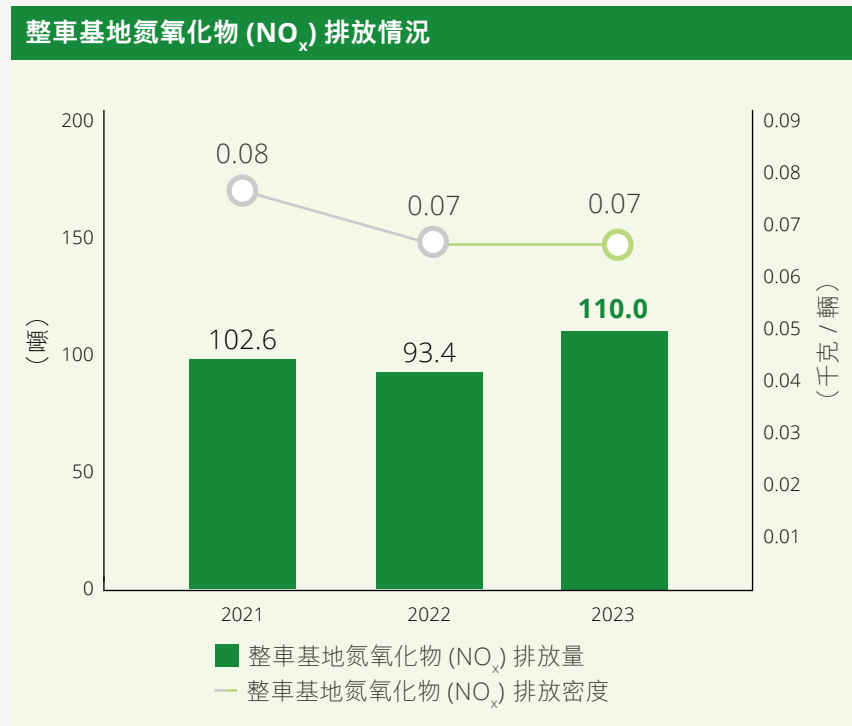
本集團危險化學品主要來源於實驗室試驗過程中產生的危險化學品。為不斷提高本集團危險化學品管理的能力，明確各部門職能職責，對化學品的管理從採購、運輸、儲存、使用、報廢等階段的要求進行細化；不定期對制度的落實情況進行檢查並通報整改；同時定期針對化學品泄漏事件進行演練，持續提高員工突發事件應急管理能力；根據國家要求嚴格監督易制毒、易制爆物品的申請、採購、使用、保存、報廢的全生命週期，確保不發生環境突發事件。2023 年，吉利汽車未發生因化學品泄露造成的環境污染事件。

4.2.2 廢氣排放及管理

本集團產生的氮氧化物 (NO_x)、二氧化硫 (SO₂)、非甲烷總烴 (NMHC) 等廢氣主要來源於整車製造過程中塗裝車間噴塗廢氣和烘乾廢氣。我們致力於減少生產過程產生的廢氣對周圍環境的影響，積極開展廢氣排放監測及治理工作。我們通過各項管理和技術手段，提升生產過程的管控，確保廢氣排放的合規受控。

廢氣排放及管理的主要措施：

識別廢氣影響	⊕ 識別與運營活動所產生的氮氧化物、二氧化硫、非甲烷總烴等廢氣，對周邊環境的影響
先進工藝及設備	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 採用行業領先工藝及技術降低廢氣排放並提升淨化率 ⊕ 設置集中吸附脫附 + 催化裂解裝備，VOCs 處置後達到排放標準後排放 ⊕ 塗裝工藝引入乾式噴漆室及循環風技術，有效減少 70% 廢氣量 ⊕ 新建項目採用全自動噴塗、水性漆以降低 VOCs 排放 ⊕ 採用低氮燃燒設備，降低 NO_x 排放 ⊕ 引入蓄熱式焚燒爐（RTO），採用焚燒的方式，將各塗裝線收集的有機廢氣進行統一處理，將 VOCs 總淨化效率提高到 90% 以上 ⊕ 開展餘熱回收節能項目 ⊕ 優化能源管理體系，將廢氣的熱量轉化為可供利用的熱能，年節省成本 335 萬元
管理措施	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 在廢氣處理場所醒目位置懸掛崗位操作規程和污染治理設施施工雲流程圖等標牌 ⊕ 測量、記錄和報告主要污染源及污染物排放和減少的情況，並分析數據和制定對策 ⊕ 精細化管理物料儲存、輸送、裝卸及生產工藝過程中的無組織廢氣，減少無組織污染物的排放
定期巡檢	⊕ 開展定期巡檢，保證污染治理設施完好和正常運行
合規排放	⊕ 測量達標後合規排放



4.2.3 廢水排放及管理

本集團產生的廢水主要來源於噴漆和淋雨實驗過程。我們考慮廢水排放會對周邊環境造成的影響，不斷完善廢水處置與管理措施。由工廠集中處理生產污水，出水水質達到城市建設綠化用水標準後重新用於園區綠化。剩餘中水排放至城市污水處理廠進行集中處理，最終處理達到《城鎮污水處理廠污染物排放標準》一級標準的 A 標準後排放至海域。

註：2023 年共包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 家整車基地 (2021、2022 年：17 家)。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。

2023 年氮氧化物 (NO_x)、二氧化硫 (SO₂)、非甲烷總烴 (NMHC) 上升的主要原因是由於本集團銷量增長及代工產品增加，用於計算密度的總銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛 (2022 年：1,376,848 輛)。

經重新核算 2022 年二氧化硫 (SO₂)、非甲烷總烴 (NMHC) 數據已更新。

廢水處置與管理措施：

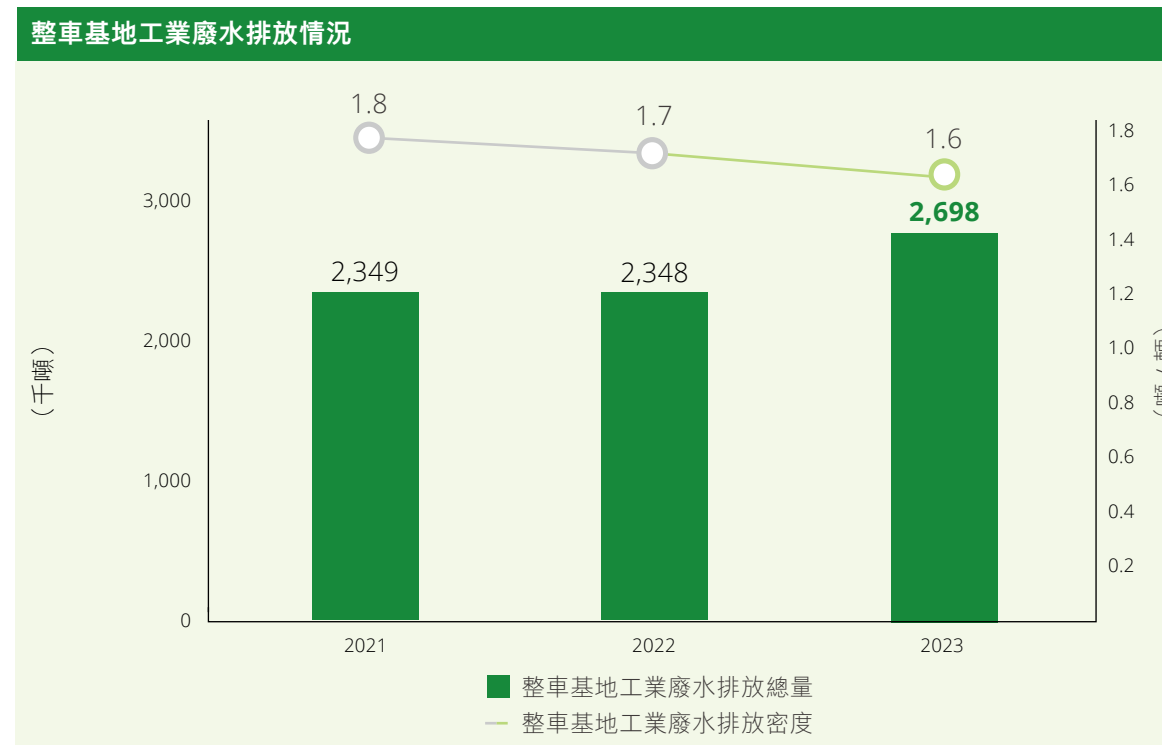
分質處理	⊕ 嚴格執行清污分流、雨污分流，生產、生活廢水分質處理，採用便於區分的管道系統，分質轉移輸送；
	⊕ 按照水資源的最大利用效率進行回收設計，其中磷化段廢水全部回收再利用，減少污染物排放；
	⊕ 新建中水回收設施來回收工廠廢水站排放的中水，增加線邊回收設施來回收純水。
工藝廢水專管收集	⊕ 工藝廢水採用專管收集和轉移以便檢查和維護；廢液輸送泵建議採用耐腐蝕泵，以防泄漏；
	⊕ 不同廢水的收集管採用不同色標標出，便於對廢水管道有無破損等進行檢查；
	⊕ 含第一類污染物（鎳）的生產廢水，採用明管或架空管排放，標明所含污染物和輸送方向。
設施保障	⊕ 生產區、倉庫、其他輔助生產裝置以及廢水處理等均設置環氧防滲地面，對車身前處理區、油化庫、危廢庫、污水站等處採取了必要的防腐和防滲措施，防止化學品污染地下水和土壤；
	⊕ 在廠區內設置地下水採樣監測。
合規排放	⊕ 設置規範化污水排放口，並安裝污水在線監測設備，實時監控污水水質情況；
	⊕ 突發環境污染影響事故發生時，事故廢水接入事故應急池，事故結束後對事故廢水進行檢測，根據其水質情況，分質和分量進入污水站處理，達標納管排放。

開展水性廢溶劑處置項目，提高危廢處置效率

汽車塗裝車間產生的大量廢水中，包括使用水性溶劑清洗噴槍和輸送油漆的管線時產生的水性廢溶劑。該水性廢溶劑中主要含有油漆、有機溶劑、表面活性劑和固化劑等複雜成分。吉利汽車致力於廢水的處置工作，2023 年開展塗裝水性廢溶劑自行利用項目，將水性廢溶劑由委外處置改為輸入污水站，減量化、無害化處理，大幅降低危廢處置成本，提高運輸效率，具有較高的環境效益。2023 年，共計處置塗裝車間水性廢溶劑 52.2 噸，單台 1.06kg / 台，共降本成本為 6.15 萬元。

註：2023 年共包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 家整車基地 (2021、2022 年：17 家)。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。
2023 年工業廢水排放總量上升的主要原因是由於本集團銷量增長及代工產品增加，用於計算密度的總銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛 (2022 年：1,376,848 輛)。
經重新核算 2022 年數據已更新。

關鍵績效：



2023 年：
整車基地單輛車工業廢水排放量為 **1.64 噸 / 輛**
(2022 年：1.71 噸 / 輛)，相較 2022 年**下降 4%**。

4.2.4 噪聲管理

本集團根據《工業企業廠界環境噪聲排放標準》(GB12348-2008) 對所有生產基地執行噪聲管理。針對高噪音設備採取防護設施，例如對工廠羅茨風機等噪音設備建設隔離房間，減少噪音擴散；在梅山、長興等工廠建設集中自動衝壓線，對生產線進行降噪隔離，有效降低周邊噪音。我們按月度、季度、年度監測生產環境噪聲強度，生產基地日間噪聲上限 65 分貝，夜間噪聲上限 55 分貝。

4.3 資源使用與節約

吉利汽車持續圍繞節能降耗、降污減排、生態保護等重點領域，大力推動資源可持續利用相關業務，通過開展水資源管理、材料回收利用等行動，助力低碳循環經濟的發展。

4.3.1 水資源管理

本集團重視水資源對環境和本地社區的影響，致力於保護水資源，確保生產不會加劇水資源缺乏。本集團在生產基地選址進行環境評估時，將運營所在地的水資源現狀作為重要考慮因素，避免在水資源緊張地區建廠，目前所有生產基地的運營所在地未出現水資源短缺現象及涉及用水安全事件。

本集團的生產運營用水主要來自於市政供水管網及小部分地表水¹。為提升水資源使用效率，保護水資源，我們制定了各項節水制度和節水目標，並通過研發水循環技術、減量使用、廢水回用等措施，落實水資源管控措施，提升水資源使用效率。

我們持續提升各生產基地節水精細化管理能力，制定及執行節約用水計劃，建立關鍵指標並進行監測，定期組織監測結果分析並落實改進。

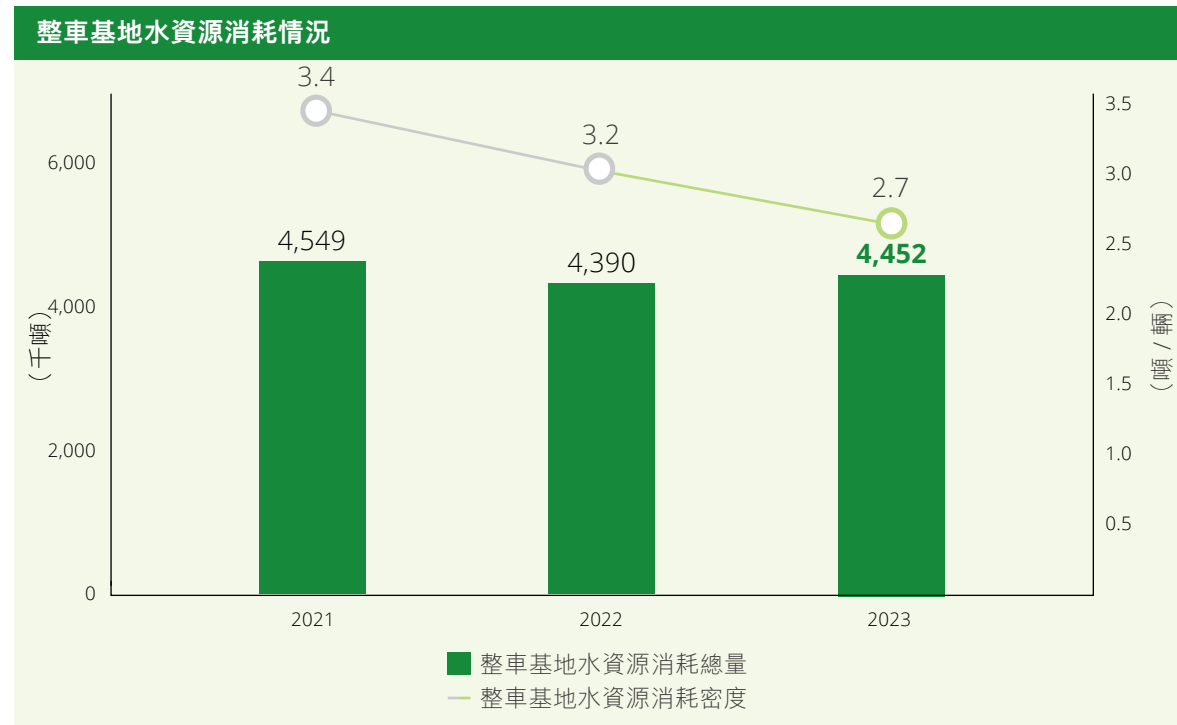
同時，我們致力於通過中水回用，實現水資源的節約、減少污染、降低成本等目標。我們通過引入新技術、新工藝、新設備不斷優化生產流程，提高水資源的回收及循環再利用效率。2023年，本集團進一步加大中水回用技術的研究和運用，工業用水資源（含生產用水及生活用水）循環利用率為98.5%（2022年為98.3%）。

1：其中 4,923 噸灌溉用水來自河道

2023 年整車生產採用的節水措施：

工藝及設備提升	⊕ 前處理逆工序補水工藝節水策略	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 脫脂逆工序補水可以有效減少工業水耗量消耗約 2 噸 / 時； 磷化後純水逆工序補水可節約純水約 1 噸 / 時； 採用電泳塗裝反滲透系統（EDRO）工藝可節約純水約 4.5 噸 / 時； 同時可減少廢水排放量。
	⊕ 乾式紙盒噴漆室	通過使用乾式噴漆室 + 循環風技術可實現以下成效： <ul style="list-style-type: none"> 有效減少廢氣量 70%； 廢渣 34%（減少廢渣排放約 60 噸 / 年）； 能耗 60%（單輛車成本約 35 元 / 台）； 無工業水消耗（年節約工業水用量 9,000 噸 / 年）； 無廢水產生（年節約廢水排放量 4,000 噸 / 年）。 <small>（註：數據以 30 JPH（生產節拍），單班 10 小時為例估算）</small>
水資源回用	⊕ 淋雨線水循環利用	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 淋雨線用水控制在 120 立方米 / 月。
	⊕ 塗裝濃水回收利用	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 節約年新鮮水取用量 33,350 立方米； 年節約費用 17.64 萬元。
	⊕ 塗裝前處理純水系統濃水回收利用	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 晉中工廠：改善後的塗裝從濃水回收 0% 提升到 90%；全年節省用水量 17,400 噸，節省自來水費用 11.63 萬元。
	⊕ 塗裝冷凝水回收	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 余姚工廠：全年冷凝水回收量 10,000 噸，節省水費支出 5.29 萬元； 梅山工廠：年冷凝水回收量 4,000 噸左右，有效降低了夏季冷塔補水量。
	⊕ 塗裝純水系統、空調冷凝水回收	節水成效： <ul style="list-style-type: none"> 通過改造後每台車消耗從 3.1 噸 / 台 降至 2.16 噸 / 台，可節約 0.94 噸 / 台，每年可節約用水 94,000 噸； 生產日可向動力科冷水塔保供水，每年節約用水 6,240 噸。

關鍵績效



2023 年：
整車基地單輛車水資源消耗量為 **2.70 噸 / 輛**
(2022 年：3.19 噸 / 輛)，相較 2022 年**下降 15.4%**。

註：2023 年共包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 家整車基地 (2021、2022 年：17 家)。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。

2023 年水資源消耗總量上升的主要原因是由於本集團銷量增長及代工產品增加，用於計算密度的總銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛 (2022 年：1,376,848 輛)。

經重新核算 2022 年數據已更新。

4.3.2 綠色辦公

本集團積極倡導員工在日常生活及工作中奉行綠色低碳的理念，鼓勵每位員工節約資源、杜絕浪費，堅持從源頭降低辦公區域的資源及能源消耗。

<p>能源方面</p>	<p>⊕ 目標：通過技術改造和日常管理手段，實現 2023 年用電能耗較去年下降 10%</p> <p>⊕ 節電管控措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 技術改造 <ul style="list-style-type: none"> • 對主樓電梯運載量提升改造、採用雙轎廂智能派梯技術，有效提高運力 2. 行政管理措施： <ul style="list-style-type: none"> • 響應政策，配合實施限電 • 全員節能倡議 • 後台數據分析，關注耗電異常 • 協同共駐單位，共創共建
<p>水資源方面</p>	<p>⊕ 目標：基本完成潔具節水設備（紅外感應），營造全員節水意識，爭做表率，提高水資源使用效率，降低單位人均用水量，管控目標整體較去年用水量下降 10%，創建節約型用水單位建設</p> <p>⊕ 節水管控機制：</p> <p>加大宣傳力度，增強節水意識 通過技術改造，更換節能潔具 通過行政管理手段，加強用水管理 利用中水和地表水進行灌溉</p>
<p>其他資源方面</p>	<p>⊕ 目標：車輛用油及辦公耗材較去年整體下降 5%</p> <p>管控機制：</p> <p>深入開展節能宣傳、強化全員節能意識 努力鞏固節能成效、不斷完善節能措施，大力推行技術節能、積極拓展節能成果</p>

4.4 循環經濟

吉利汽車構建一個從整車和零部件的循環再製造，到原材料的再生和循環利用的可持續的汽車循環生態系統。2023 年成立了以循環經濟為導向的循環製造中心，圍繞循環車、循環件、循環材料、電池回收再利用、再生業務五大業務板塊，通過技術創新、工藝改進和供應鏈協同，構建一體化的循環生態體系，形成完整的循環生態競爭力，推動本集團可持續發展和循環經濟目標的實現。



圖注：吉利汽車循環生態模型

循環車	循環件	循環材料 ¹	電池回收再利用	再生業務
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 循環車的生產和銷售，實現舊車廢棄物的再利用，減少資源浪費和環境污染。 ⊕ 全國範圍內發展整備中心及服務站，對車輛進行翻新整備。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 對舊零部件進行再製造，達到與原有新品相同的質量和性能。 ⊕ 2023 年，完成再製造車輛 1,198 台，再製造件 7,037 件。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 對廢鋼、廢鋁等有色金屬、廢塑料及電子廢棄物等進行加工、再利用，促進資源的循環再生價值利用。 ⊕ 鋁要求循環材料佔比為 30%。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 實現對鈷、鎳、鋰等貴金屬的資源節約，降低電池中有害物質對環境的污染。回收研究院及各基地動力電池並根據電池情況進行維修、梯次利用、再生。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 報廢車輛集中處理，通過專業手段對車輛進行拆解報廢處理，將對環境的影響降到最低。 ⊕ 報廢車輛、零部件原材料回收再利用，達成資源再循環。

4.4.1 循環材料的使用

本集團將綠色、可持續等理念應用於產品設計中，積極研發和推廣新材料、新工藝，提高循環材料使用比例。2023 年，我們主要開發了循環材料、生物質材料及天然材料，其中，在材料的生產過程中，在保證性能的前提下，使用了一定比例的消費者使用回收、工業品回收、海洋回收的材料，如循環 PP、循環 PC+ABS。當前循環材料比例中，鋼要求為 20%-30%。

○ ○ ○

截至目前，我們已完成循環 PP、循環 PC+ABS、生物基 PVC、循環 PET 纖維、循環 PA 纖維、羊毛混紡織物、低碳鑄鋁、低碳鋁型材等 8 款材料的開發，並分別在不同車型上進行了應用：

- ⊕ 循環 PET 織物用於領克 08，其使用的仿麂皮含有 45% 循環 PET 成分；頂棚、立柱、遮陽板織物面料含有 100% 循環 PET 成分，地毯面含有 97% 循環 PET 成分；
- ⊕ 循環 PA 織物用在領克 01；麻纖維用於領克 05、01 的座椅背板；
- ⊕ 循環塑料作為外飾品用於多款車型上；秸稈填充塑料作為內飾板用於幾何 E 系列。

1 循環材料比例要求：只針對部分可以應用循環材料的零部件

4.4.2 車輛回收利用

吉利汽車建立生產者責任延伸體系，明確循環車、循環件、循環材料的循環業務。並通過報廢汽車規範回收，形成一批可複製、可推廣的以汽車生產企業為責任主體的報廢汽車回收利用模式，力爭達到報廢汽車再生資源綜合利用率達到 75%，汽車可回收利用率達到 95%，重點部件的再生原料比例不低於 5% 的目標。

報廢汽車回收利用的舉措：

打造循環製造品牌：

- ⊕ 建立官方認證二手車平台，提升品牌溢價能力
- ⊕ 打造 B 端客戶可信賴的增值服務平台
- ⊕ 與優化外部合作商建立循環製造試點，推進「循環車用循環件」的理念

打造官方認證循環件「利寧」品牌：

- ⊕ 不斷豐富利寧件在服務站的銷售品類
- ⊕ 持續開拓網約車銷售渠道

循環材料比例提升：

- ⊕ 逐步建立材料閉環體系
- ⊕ 逐步打通廢舊資源再利用鏈路，建立材料閉環體系

我們不斷開拓循環車業務，通過嚴格的整備、翻新，在對回收車輛提供原廠保質服務的同時，通過最大化資源回收再利用，減少對新資源的需求，從源頭上實現資源保護和可持續利用。



2023 年吉利汽車完成再製造車輛 1,198 台；再製造件 7,037 件；並完成鋼、鋁廢料閉環招標，加快了打通鋼鋁材料閉環進程。通過與報廢汽車回收拆解企業開展聯合技術研發進行汽車資源綜合利用率提升，有效促進資源循環利用產業規模化、規範化發展。

4.4.3 電池回收及梯次利用

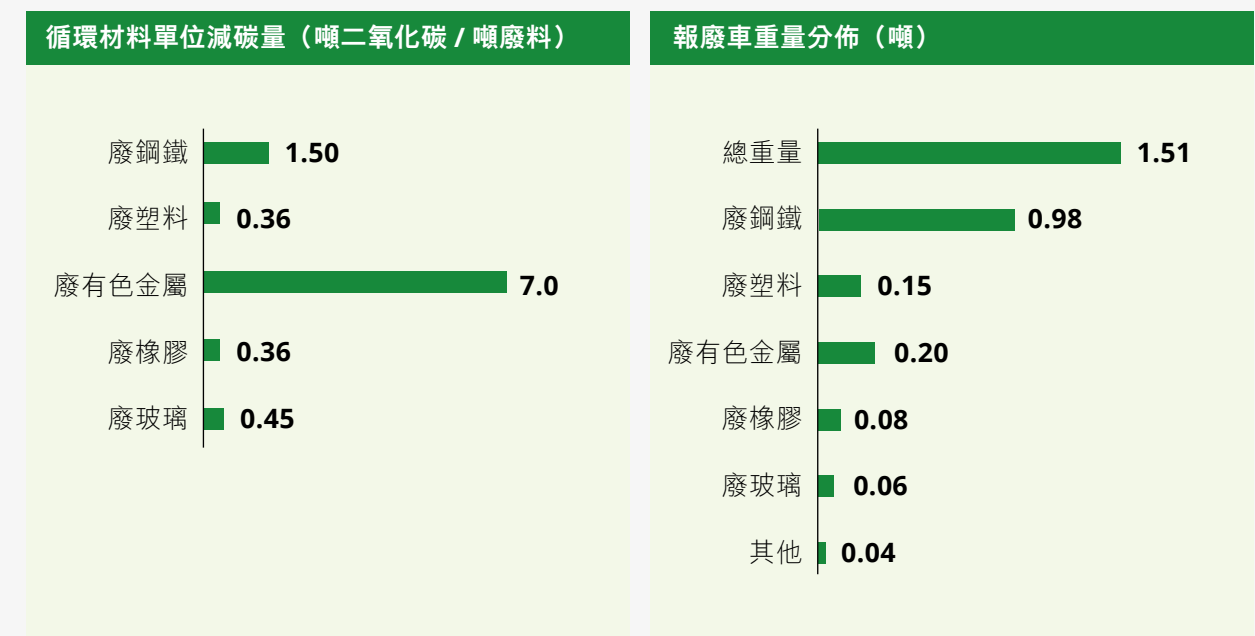
我們主動承擔新能源汽車廢舊動力蓄電池回收的責任，將形成以汽車廠為核心的產業聯盟回收模式，加強汽車生產、動力電池生產、綜合利用等企業的合作，建立有效的市場化機制，形成生產者責任延伸制為基礎的產業聯盟，以降低廢舊電池對環境的影響，減少電池內化學元素對周邊生態系統的破壞。

電池回收流程示例：

<p>上游：電池回收</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 通過動力蓄電池健康程度數據監控平台，對已經或即將退役的電池進行定點、回收； ⊕ 打通營銷渠道，建立回收網絡。
<p>中游：修復、梯次利用；再生（尚無開展）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 對電池剩餘容量進行監測和篩選； <ul style="list-style-type: none"> • 電池剩餘容量 80%-90%，進行電池修復； • 電池剩餘容量 40%-80%，進行電池梯次利用； • 電池剩餘容量 < 40%，進行電池再生利用。
<p>下游：場景應用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 通過對電池剩餘壽命檢測、電池重組、系統集成系列操作，將電池運用於儲能電站、電動二輪車、後備電源及家庭儲能等場景。

4.4.4 生產廢舊金屬回收

我們的廢舊金屬主要產生於零部件的生產和加工、整車製造、修理及廢棄汽車的拆解過程。為提升整車製造基地廢舊金屬回收率，我們着手制定金屬材料循環利用的管理機制。我們遵守相關法律法規及政策，積極開展金屬循環材料的調研活動。通過對全國銅、鋁、塑料的再生量統計及預估，分析及評估廢舊金屬加工、再利用產生的價值同時可實現減少碳排放量約 22,800 噸。



4.5 生物多樣性

本集團積極回應聯合國《生物多樣性公約》《昆明宣言》《昆明 - 蒙特利爾全球生物多樣性框架》等內容，持續關注生產環境與周圍自然生態的適配程度，不斷改善廠區環境，努力打造綠色工廠。同時，我們在項目建設初期評估項目對生態環境的影響，避免項目建設在生態脆弱的地區；在項目運營期持續監測周邊生態環境，並通過推進生態補償和生態修復項目保護生物多樣性。

生物多樣性保護的方法及解決方案：

	解決方法	舉措示例
避免	避免在生態脆弱地區開設工廠	在工程建設初期，評估項目建設對周邊生態環境產生的影響，避免造成生態系統的破壞。
減少	進行技術和設備更新，減少生產運營過程污染物的排放	進行技術和設備的更新，提高廢舊材料的循環利用率；實現中水回用，用於綠化灌溉、道路清洗等方面，提高水資源的利用效率。
轉型	構建自然受益型試點工廠	貴陽工廠開展自然資本評估，通過識別、計量、估算貴陽工廠對自然資本的影響與依賴，並形成一系列用以評估生產制造基地自然受益相關管理行動進展的指標。
修復	植樹造林	聯合員工及車主展開植樹造林等綠化行動，並逐步擴大潛在綠色生態價值，為野生動物提供棲息地。
再生	循環再生材料	在生產過程中及提供給消費者的汽車產品中使用循環再生材料。



貴陽工廠自然資本評估研究

本集團以貴陽工廠作為研究對象，基於國際前沿的《自然資本議定書》對自然資本影響與依賴識別、評估的方法學，評估 2015-2022 年基地建設及運營期間對自然資本的影響與依賴。

在貴陽工廠建設規劃過程中，本集團充分了解當地生態文明建設理念，在最大程度保留原始生態的前提下，通過制定生態保護對策、監測環境因素、加強環境合規投入等措施，降低了項目建設對生物多樣性與生態系統的干擾。

在建設時，貴陽工廠保存了原始風貌的山體和湖泊等原始生態，被譽為「花園式工廠」。

在運營期間，貴陽工廠環保投入與節能技改力度不斷加強，大氣污染物、廢水、固體廢棄物、溫室氣體等減排效率、水資源利用效率提升效果顯著，呈現對自然產生的外部性影響（社會成本）的下降趨勢。為了給工廠周邊生物提供更好的棲息地，公司每年在廠內山體上開展植樹活動。截至目前，觀山湖區現有生物物種共 1,453 種，其中包含黑鶯、紅角鴉、香果樹等國家重點保護物種及珍稀物種。



圖注：貴陽工廠廠區環境

我們發現，溫室氣體排放、固體廢棄物排放、污水排放等傳統環境議題仍然是引起自然資本變化的主要影響。面向未來，吉利汽車將設定更具有雄心的管理目標，持續不斷地改善環境績效，發展節約與循環型生產模式，加強資源整合，推動價值鏈上下游各利益相關方合作，將自然相關因素融入製造基地管理決策，為汽車行業及同行企業應對自然損失風險、向自然受益轉型貢獻方案。

5

治理與道德

重要議題

- ⊙ 公司治理與風險管理
- ⊙ 合規與誠信
- ⊙ 信息安全
- ⊙ 用戶隱私



企業管治

- ⊕ 獨立非執行董事佔比 **42%** (↑6 百分點)
- ⊕ **100%** 獨董組成提名委員會及薪酬委員會
- ⊕ 女性董事佔比 **25%** (↓2 百分點)

合規與誠信

- ⊕ **100%** 員工簽署《合規聲明》及《利益衝突聲明》
- ⊕ **100%** 《行為準則》培訓率，人均培訓時長 **1.3 小時**
- ⊕ 修訂發佈《行為準則》及《吉利供應商行為準則》

信息安全、用戶隱私

- ⊕ ISO 27001 信息安全管理体系認證
- ⊕ 汽車網絡安全管理體系 (CSMS) 認證
- ⊕ **100%** 員工參與信息安全及隱私合規培訓
- ⊕ 連續 3 年未發生信息安全漏洞或其他網絡安全事件

ESG 戰略：治理與道德、數智創新



良好的企業治理和道德環境是企業可持續發展的前提。本集團將「治理與道德」納入六大 ESG 戰略方向之一，以實現「全球企業管治最佳實踐」為標杆，不斷優化我們依法合規及公平透明的管治架構與道德體系。本集團堅持走全球化路線，遵守目標市場的國際貿易法規和標準，致力於成為中國車企全球化的行業標杆。

5.1 企業管治

本集團嚴格按照上市規則和相關法律法規要求，並以維護股東利益及為股東帶來持續回報為前提，不斷完善公司治理架構，形成權力機構、決策機構、監督機構和經營管理機構之間的制衡，並定期對內部控制的有效性進行跟蹤評價，確保本集團各項業務的持續健康發展。

5.1.1 董事會治理

本公司的董事會（簡稱「董事會」）共由 12 名董事組成，主要職責包括制定發展戰略、審議重大議題、維護投資者關係以及監督風險管理等。

為確保董事會的獨立性及有效性，本公司對監督職能和執行職能做出明確區分。董事會主席及行政總裁由不同人士擔任，以確保權力和授權分佈均衡。

基於「治理與道德」的 ESG 戰略方向，本公司於報告期內開展了企業管治的評估，基於以下方面進行分析對標：

- ⊕ 香港交易所的上市規則及其附錄 C1《企業管治守則》、董事會及董事企業管治指引
- ⊕ 各類 ESG 評級的企業管治表現分析
- ⊕ 全球汽車行業和香港上市公司的企業管治最佳實踐企業

分析對標主要針對以下企業管治的各類表現：

- ⊕ 獨立性：獨立非執行董事佔比和任期、提名委員會和薪酬委員會的組成
- ⊕ 多元化：董事會性別及技能多元化
- ⊕ 有效性：委員會會議機制、出席率、過度任職、董事薪酬制度

基於上述對標分析，可持續發展委員會在會議上進行討論及制定相關提升措施。相關的建議亦由提名委員會主席、薪酬委員會主席及可持續發展委員會成員舉行會議共同討論及形成合適本集團戰略及可持續發展的企業管治提升規劃。



基於此企業管治提升規劃，2023 年 5 月，本公司制定「2025 年達到 30% 或以上女性董事」的董事會性別多元化目標以及「持續增加董事會的獨立非執行董事比例」的目標。提名委員會及薪酬委員會亦同時改由 100% 獨立非執行董事擔任。

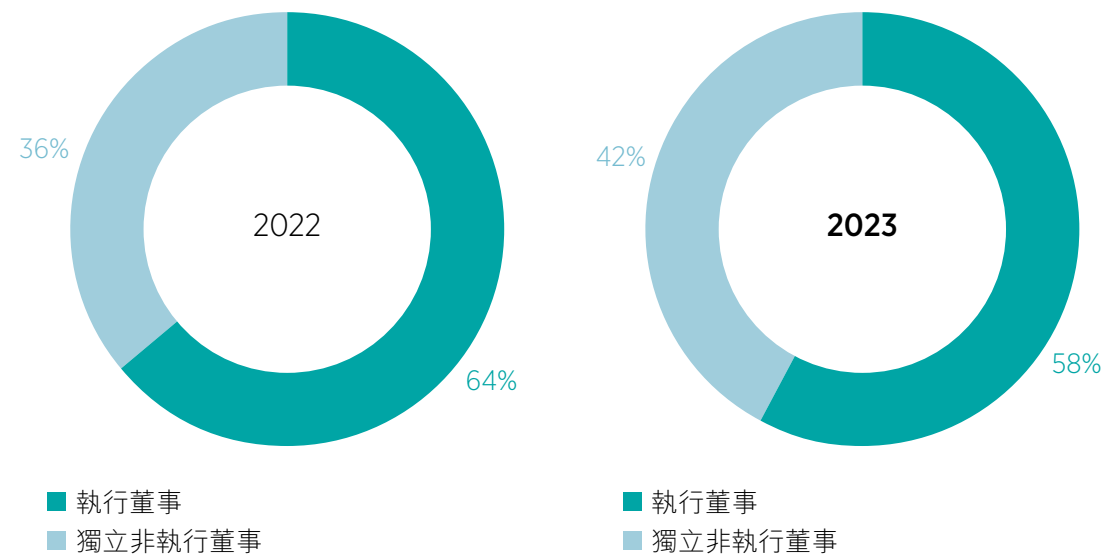
報告期內，本公司的 1 名女性獨立非執行董事離任，基於上述董事會多元化及獨立性的目標，本公司新增 2 名獨立非執行董事，及在物色過程中考慮了性別及技能多元化，新增的獨立非執行董事分別為 1 名女性及 1 名男性，具備了國際、行業及其他上市公司治理經驗，為董事會提供更多元化及全面的意見促進本集團全球化發展。

薪酬委員會定期獲取本集團在戰略、運營、財務及可持續發展的表現信息，亦從人力資源獲取當時薪酬市況的信息，根據個別執行董事的貢獻、經驗及職務及上述信息，按本公司的薪酬政策檢討董事的薪酬。

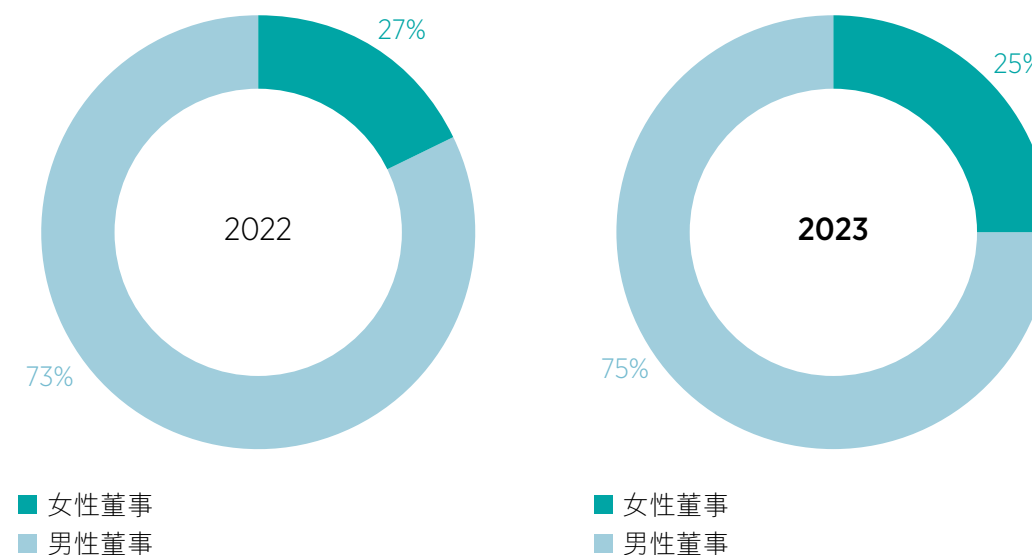
截至2023年末，本公司獨立非執行董事佔比增加至42%（2022年：36%），女性董事佔比為25%（2022年：27%）。獨立非執行董事的平均任期下降至5.13年（2022年：5.84年）。各董事具有多元的專業經驗，涉獵企業經營、會計財務、風險管理，以及汽車工程等不同專業領域。這些經驗的融合有助於更好地監督與應對本集團的風險和機遇。

更多企業管治相關信息，請參閱本集團《年度報告 2023》的《企業管治報告》。

董事會獨立性



董事會性別多元化



5.1.2 投資者權利與溝通

截至 2023 年 12 月 31 日，本公司已發行及繳足股本數目為 10,063,382,383。所有股本均為普通股及根據一股一票的原則享有同等的權利，並不存在任何投票權利的限制。

本集團秉持開放溝通及公平披露的原則，致力於與股東和投資者保持有效的溝通，適時向他們提供必要資料，以方便他們評估董事會和本集團的表現。報告期內，本公司已檢討《股東通訊政策》的實施及有效性，並作出修訂及對外公佈。該政策列載股東向本公司的溝通管道、股東權益、股東大會及股東私隱等信息，並由董事會每年檢討以確保其成效。本公司及我們的投資者關係團隊建立了定期溝通機制，包括但不限於股東大會、路演、投資者會議、面談、官方網站發佈月度報告、官方媒體等方式，使股東及其他利益相關方可以更了解本集團的商業運營及未來發展規劃。

報告期內，吉利汽車共召開 1 次股東週年大會和 5 次股東特別大會，董事以親身／電話會議的出席率分別為 73% 及 88%（2022 年：62% 及 91%）。董事會成員在股東大會與股東充分探討公司的運營情況和商業戰略，並聽取股東的意見和建議。

同時，本集團與投資者通過 ESG 會議、現場考察、問卷調查等形式了解投資者對吉利汽車 ESG 現狀和規劃的意見，並與投資者就減碳目標、負責任供應鏈、人權等議題展開多次討論。更多股東權利及投資者關係相關信息，請參閱本集團《年度報告 2023》的《企業管治報告》的「F. 股東權利」和「G. 投資者關係」。

5.2 風險管理與內部控制

本集團參考 COSO 委員會（美國反舞弊性財務報告委員會發起組織）內部控制框架和國家財政部等五部委發佈的《企業內部控制基本規範》，建立本集團的風險管理體系及制度框架，形成業務、內控、內審「三道防線」管控機制。

董事會、審核委員會、管理層（包括風險管控部門）、業務部門、內部審計部均各自承擔其風險管理的職責。我們定期評估風險管理與內部控制的有效性以推進管理落實及制度完善，詳情請參閱本集團《年度報告 2023》的《企業管治報告》的「風險管理及內部監控」。

審核委員會利用內部審計及外部審計去評估風險管理和內部控制的有效性。內部審計部功能上直接向審核委員會匯報以確保其獨立性。內部審計範圍覆蓋本集團所有業務，基於風險評估，制定出年度審計計劃，由審核委員會審閱後批准執行工作。根據項目規模，內部審計項目開展頻率平均至少每月一次。內部審計項目主要以測試各業務流程內部控制的有效性，以識別戰略、營運、財務、合規及 ESG 方面的重大風險。審計報告發送給被審計單位後，被審計單位必須就當中識別出的問題制定出整改計劃，指定負責人及整改完成時間。為加強監督審計問題的有效閉環，審計報告亦會發送給管理層及內部控制部，以確保整改工作按時完成，及獲得需要的資源支持。與此同時，內部審計部亦會定期對整改狀況進行跟蹤覆核。

審核委員會每年至少兩次在沒有管理層的情況下聽取內部審計部的工作匯報，以評估其獨立客觀性及工作的有效性。內部審計部亦會不定期向審核委員會匯報及聽取其意見，以提升審計工作的有效性。

報告期內，內部審計部繼續將 ESG 類別風險納入制定年度內審計劃的風險評估。同時，亦完成了以下 ESG 風險相關的審計項目包括整車工廠的安全與環境管理、廢料管理、電池業務的物料報廢回收、通用數據保護條例、用戶個人信息脫敏處理等。

報告期內，外聘核數師對本集團的年度綜合財務報表進行審計，並對中期綜合財務報表進行審閱。更多關於外部審計及審核委員會對其獨立性及客觀性的評估，請參閱本集團《年度報告 2023》的《企業管治報告》的「D. 問責及審計」。

5.3 合規與道德

負責任經營是企業穩健運營的基礎與前提。本集團遵循業務所在國家或地區的法律法規、ISO 19600 合規管理體系指南及國家相關部委合規管理指引，支持「聯合國全球契約十項原則」，持續完善合規及商業道德體系，確保合規管理的組織架構及決策機制有效。

5.3.1 合規管理

本集團設立了由業務集團 CEO、經管會成員，以及法務、合規負責人等組成的合規委員會領導及監察本集團合規組織體系和制度體系建設，審議年度合規工作目標與規劃，決策本集團重大合規事項；由業務集團合規負責日常執行工作，並在各業務單位設立業務合規 BU 團隊負責業務單位的合規落地，形成完整的合規組織與管理體系；業務單位合規團隊向其業務負責人實線匯報，並向業務集團合規虛線匯報。

本集團在遵循外部法律法規和行業規範的基礎上，建立了適用於全體員工的合規制度體系。報告期內，本集團依據外部環境變化，增加了更多適用於本集團全球運營的國際公約及商業道德規範，重點在員工權益、負責任採購、環境保護、利益衝突等作出修訂，並於 2024 年 4 月公開發佈了《行為準則》（第三版）及《吉利供應商行為準則》（修訂版）。此些修訂將有助本集團全體董事、管理職及員工，以及供應商更清晰了解本集團在合規和 ESG 方面的規範要求，從而負責任地共同開展業務，規避對利益相關方重大影響的風險。

合規培訓

合規培訓貫穿新員工入職培訓到重點崗位離職審計、人員調動、二次入職等全過程。本集團採用《合規培訓實施細則》，要求所有業務單位每年至少開展一次全員合規培訓，並為不同職級和不同崗位的員工制定了不同程度的合規培訓課程，新員工必須在三個月內完成合規培訓。

2023 年，本集團持續完善包含反貪腐、人權、利益衝突、公平競爭、出口管制、知識產權、稅務透明、信息安全、數據合規等關鍵合規領域培訓課程，定期舉辦由內部員工及外部專家主持的合規課程，及時分享全球合規的法規發展及案例。同時，我們結合每年開展的合規文化月活動，從線上線下雙渠道觸達全體員工，強化全員合規意識。報告期內，人均合規培訓時長 2.4 小時，其中《行為準則》培訓率達 100%，人均培訓時長 1.26 小時。員工《合規聲明》簽署率達 100%。

合規風險管理

本集團識別並評估對「合規與誠信」有重大影響的可持續相關風險和機遇，聚焦生產、研發、供應鏈及銷售 4 大核心業務的合規風險排查及治理，評估影響的時間範圍及影響類型。

報告期內，本集團面向反賄賂與反腐敗、反壟斷、出口與貿易管制、數據與隱私保護、知識產權、勞動用工、銷售與市場、安全健康與環保、產品質量合規等 16 個領域 34 項風險，開展全面風險排查，以識別風險管理現狀及潛在缺陷，明確管理職責劃分，推進整改情況的覆核並持續開展定期風險排查，同時跟進外部影響和內部因素變化及時識別並更新風險清單。

合規風險識別流程

○○○

風險識別

- ⊕ 構建風險識別框架，確保合規風險識別的全面性、準確性和系統性
- ⊕ 確定需要加強合規風險管理的關鍵業務或崗位範圍，制定開展合規風險識別評估的工作方案

○○○

風險應對

- ⊕ 評估資源配置、相關部門職責權限、持續性業務管理活動的過程監控、執行能力及資質、風險意識等是否滿足應對需要
- ⊕ 制定停止、消除、減緩等應對措施，並設置具有明確時間週期的實施計劃
- ⊕ 監督、檢查和匯報計劃的實施情況並建立獎懲機制

○○○

風險分析

- ⊕ 分析並量化合規風險發生的概率及頻繁程度
- ⊕ 分析並量化合規風險對公司經營管理和業務發展的影響程度
- ⊕ 綜合性評估合規風險與現有控制措施的適配效果及效率，確定風險等級

○○○

管理改進

- ⊕ 聯合相關部門制定並優化風險監測和預警機制，並督促各部門開展合規風險自查或檢查
- ⊕ 當業務情景、公司戰略、外部環境等發生變化時，進行週期性再評估以以及時識別與改進

本集團參考監管指令、市場風向和同行危機預測可能存在的風險及影響程度，制定年度合規風險管理計劃，通過制定《合規經營績效評價管理辦法》，考評本年度各單位合規工作的有效性，基於差距分析持續優化提升，並將合規表現與組織績效掛鉤。

本集團依據風險發生概率及風險發生後果，將出口管制、利益衝突、腐敗與賄賂識別為高影響風險。依據風險評估結果，本集團以下列為年度合規工作重點：

出口合規

人權及勞工權益

反賄賂與反貪腐

數據責任與隱私保護

5.3.2 出口與貿易合規

出口合規

本集團遵守業務所適用的相關法律法規，且為適應本集團全球化戰略發展，應對快速變化的國際環境及複雜形式，本集團在中國和歐洲均設立團隊持續監控、研究出口市場相關法律／法規，不斷細化內部管理與實踐。此外，本集團成立了研發、供應鏈、合規、質量等多部門參與的新產品開發合規工作組，統籌管理本集團產品端合規體系建設及業務合規落地，保障新開發產品合規。

報告期內，本集團主要圍繞以下方面分析汽車出口的潛在影響：

1) 出口與貿易管制合規：

本集團對重點業務單位開展調研與訪談，識別業務關鍵管控節點，搭建符合業務實際的出口與貿易管制合規風險管控流程，從而實現事先防控風險。同時為確保本集團業務合規高效開展，加深業務人員對出口與貿易管制合規的認知和理解，本集團合規部門持續跟蹤、解讀出口與貿易管制相關法律法規，制定並發佈合規管理制度及系列合規指引。

報告期內，本集團開發了出口與貿易管制相關培訓課程，開展 20 餘場內部培訓，覆蓋重點業務單位中級管理人員、高風險崗位及普通員工等，人均培訓時長超過 1 小時。面向供應商開展 5 場培訓，超過 60% 的供應商參與，平均培訓時長 1 小時。

2) 歐盟《電池與廢電池法規》（簡稱「《新電池法》」）：

該法案主要提出了碳足跡要求和應用回收材料比例的要求，包括：2025 年 2 月後進口歐盟的所有動力電池產品和車輛需隨附碳足跡聲明；以及動力電池供應商在 2028 年 7 月前進行電池使用回收材料（鈷、鉛、鋰、鎳）的信息披露。報告期內，本集團對該法案進行詳細解讀和責任分解，分析了包括有害物質、碳足跡、再生原材料、電池標籤、供應鏈盡職調查、生產者責任延伸、材料回收率等 20 多項法規項目的要求解讀，分析對應的實施時間、適用的電池類型，以及識別出法規涉及的主要業務單位。本集團旗下威睿已負責處理由其生產的極氫電池，本集團其他品牌純電車型之相關售後電池維修和報廢亦將由威睿進行處理。另外，我們成立了循環製造中心，積極推動在生產者負責任延伸方面的工作，通過循環車、循環件及循環材料，推動循環經濟的業務模式。更多有關內容，詳見：「3.3.3.1 低碳採購」、「4.4 循環經濟」、「4.3.2.3 電池回收及梯次利用」。

4) 數據及網絡安全：

汽車產品出口涉及國家安全及敏感信息泄露等風險，尤其要求對汽車產品涉及的敏感信息（如用戶隱私、車輛位置數據等）在處理和傳輸過程中得到妥善保護，防止未經授權的訪問與泄露。本集團遵循歐洲《通用數據保護條例》（GDPR），致力於將國內發佈車型列入與海外車型的同等考慮範疇。報告期內，本集團聘請法律顧問等第三方專家共同針對出口項目車型開展數據合規評估，並已通過汽車網絡安全管理體系（CSMS）認證，相關車型已獲得車輛網絡安全型式認證（VTA）；同時，我們連續 5 年獲得 ISO 27001 信息安全管理體系認證，覆蓋研發、生產、銷售、供應鏈和服務支撐體系等業務範圍。更多有關內容，詳見「5.4 數據責任與隱私保護」。

3) 歐盟碳邊境調節機制（CBAM）：

該機制旨在對進口到歐盟的產品徵收與其碳排放相關的關稅。本集團初步分析了該政策對碳排放計算和報告、碳排放外部認證、碳定價及相關碳配額購買的要求和可行性評估。該政策仍處於制定和討論階段，我們密切關注該政策的更新並與外部專家交流對汽車行業出口的影響。同時，本集團積極參與國內政策標準制定，推動汽車碳排放、碳足跡核算體系國際互認。截至報告期末，本集團單輛車全生命週期碳排放進一步下降，相較 2020 年下降 12%。更多有關內容，詳見「3.3 減碳行動實施」。

5) 質量體系構建：

歐盟對產品及工廠的審核要求較高，確保產品質量符合相關標準。報告期內，本集團 100% 整車基地已獲得 ISO 9001 質量管理體系認證，並完成 IATF 16949:2016 首次認證。同時，本集團主動邀請具有歐盟質量管理資質的機構對當前質量管理體系進行提升。更多有關內容，詳見「6.3 產品質量與安全」。

5.3.3 人權及勞工權益

本集團參考《聯合國指導原則報告框架》對人權管理進行披露。

A 部分：尊重人權的治理

A1 企業如何公開闡述其尊重人權的承諾？

本集團作為一家負責任的全球化企業，以「讓世界充滿吉利」為願景，不僅關注商業領域的成長與發展，也致力為全球可持續發展做出貢獻。我們以《工商企業與人權：實施聯合國「保護、尊重和補救」框架指導原則》為基礎，履行工商企業尊重人權、避免侵犯其他人權及消除負面人權影響的責任。

為向所有利益相關方及公眾清晰及透明地闡明本集團在可持續發展包括人權的承諾及態度，本集團制定《行為準則》及《吉利供應商行為準則》，並於官方網站 (www.geelyauto.com.hk) 發佈。

在《行為準則》中，本集團承諾尊重國際人權標準，包括《世界人權宣言》、《聯合國工商企業與人權指導原則》及國際勞工組織公約。同時，本公司的母公司浙江吉利控股集團（「吉利控股集團」）為《聯合國全球契約組織》的企業成員，作為吉利控股集團的一員，本集團亦全力支持全球契約關於人權、勞工、環境和反腐敗的十項原則。

在《吉利供應商行為準則》中，吉利承諾尊重《國際勞工組織公約》，亦期望供應商（指直接或間接向吉利提供原料、產品或服務的任何個人或實體）尊重該公約。

更多本集團及其供應商對其他聯合國和國際勞工組織公約的人權相關承諾，請詳見《行為準則》和《吉利供應商行為準則》。

A1.1 公開承諾是如何做出的？

本集團依據運營過程中適用的業務所在國家或地區的法律法規、普遍認可的國際行為規範、全球公司負責任的商業實踐和各國相關監管機構合規管理指引等，制定了《行為準則》。本集團亦以《吉利供應商行為準則》規定了對供應商在工作環境與人權、健康與安全、商業道德、環境保護等方面的要求，構成吉利與其供應商所簽訂的合同的組成部分。

《行為準則》和《吉利供應商行為準則》由本集團合規部門、ESG 部門、人力資源部門、供應鏈部門、工會等共同協商及編制，同時亦從外部律師及 ESG 外部顧問獲取諮詢意見，並由可持續發展委員會審閱後，再由董事會作為本集團最高決策機構批准方公開發佈。

本集團定期審閱《行為準則》和《吉利供應商行為準則》，並根據需要進行修訂後在本公司官方網站發佈。《行為準則》和《吉利供應商行為準則》的第一版於 2022 年 3 月正式發佈；《行為準則》的第三版和《吉利供應商行為準則》的修訂版本於 2024 年 4 月正式發佈，為截至本報告發佈日的最新版本。

在本次修訂中，本集團進一步規範了有關「工作條件與薪酬福利」、「禁止歧視與平等機會」、「禁用童工、強迫勞動與人口販運」、「負責任採購」、「諮詢、舉報與申訴」、「補救措施」的相關要求，新增內容包括但不限於：尊重依法自由結社（如工會）和集體協商的權利；尊重和支持婦女、兒童、移徙工人、殘障人士、原住民／土著的權益及相關公約；確保勞動者入職時應必須符合國際勞工組織《准予就業最低年齡公約》及當地適用法律規定的最低年齡的未成年人，一旦發現童工，終止僱用童工並啟動童工救濟程序；所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為；及嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾。同時，我們基於《經濟合作與發展組織關於來自受衝突影響和高風險區域的礦石的負責任供應鏈盡職調查指南》（「OECD 礦石指南」）開展負責任礦物採購，要求供應商至少對衝突礦物（包括：錫、鉍、鎢和金，通常稱為「3TG」）按照 OECD 礦石指南進行盡職調查，以此主動識別和消除自身產品和供應鏈中的衝突礦物。此外，本次《行為準則》和《吉利供應商行為準則》修訂亦增加了本集團在對個人、員工或社區造成不利影響時，與供應商或其他組織合作去提供補救措施的承諾。

詳見《行為準則》第三版及《吉利供應商行為準則》修訂版。

A1.2 公開承諾針對的人權對象是誰？

在編制《行為準則》和《吉利供應商行為準則》時，我們考慮了受企業經營活動影響或通過其商業關係而受影響的任何和所有個人和群體，包括但不限於：員工、用戶、供應商、供應商的員工、社區等個人和群體，因此《行為準則》的承諾範圍包括了與這些個人和群體相關內容：員工權益、健康和職業安全、數據與信息安全、價值鏈合規、融入社區及環境保護等。同時，本集團亦在《行為準則》明確適用範圍包括所有董事、高級管理層和全體員工（包括：全職、兼職及臨時職員）。

此外，本集團特別關注弱勢群體，例如：婦女、兒童、原住民/土著等的權益，亦在《行為準則》承諾對《消除對婦女一切形式歧視公約》、《兒童權利公約》、《兒童權利與企業原則》、《聯合國土著人民權利宣言》等公約的尊重和支持。本集團亦關注供應鏈在衝突礦產所帶來的人權問題，因此亦在《行為準則》和《吉利供應商行為準則》要求供應商至少對衝突礦物按照 OECD 礦石指南進行盡職調查的要求。

A1.3 公開承諾是如何傳播的？

《行為準則》和《吉利供應商行為準則》在董事會批准後於本公司官方網站以本集團的主要工作語言中文及英文公開發佈，讓所有利益相關方及公眾都能閱覽。

同時，為更有效和便利讓《行為準則》和《吉利供應商行為準則》傳播到受影響的個人和群體及讓其明相關的權利、責任和實踐，本集團已採取培訓形式，包括向本集團全體董事及員工提供《行為準則》的線上培訓，同時該線上培訓在內部學習平台可回播方便員工隨時瀏覽。本集團亦向供應商提供《吉利供應商行為準則》的培訓，以確保供應商充分了解我們對人權的要求。

《吉利供應商行為準則》亦構成吉利與其供應商所簽訂的合同的組成部分。同時亦要求供應商選擇其自身供應商時亦要對方遵守《吉利供應商行為準則》的原則。

本集團亦在《行為準則》和《吉利供應商行為準則》列出諮詢渠道，以讓更多利益相關方能獲得更多相關信息。

A2 企業如何證明其對兌現人權承諾的重視？

本集團自 2007 年已提出「造最安全、最環保、最節能的好車」的使命，從尊重用戶和乘客的生命安全、產品對環境的影響、用戶的經濟可負擔性，作為我們設計和製造產品的宗旨。2023 年本集團制定並公開發佈配合總體戰略方向的「ESG 戰略」，在制定此戰略的過程中，我們考慮了聯合國可持續發展目標、利益相關方的意見等，以實現本集團「讓世界充滿吉利」的願景，「ESG 戰略」的六大方向都考慮了對不同利益相關方的人權影響：

- ⊕ 氣候中和：減少氣候變化對全人類在環境及經濟上的影響、公正轉型（包括避免員工因轉型失業、可負擔的新能源汽車產品）
- ⊕ 自然受益：人類享用環境及自然資源的權利
- ⊕ 全域安全：汽車使用者、道路使用者的安全與健康
- ⊕ 數智創新：數據責任、隱私保護、人工智能道德
- ⊕ 共榮發展：避免及消除對員工、商業夥伴、社區的不利影響，使其與本集團共融和繁榮地一起發展
- ⊕ 治理與道德：符合市場公平原則發展、杜絕腐敗對利益相關方的影響

本公司的可持續發展委員會負責協助董事會監察本集團 ESG 方面的發展及指導相關措施的實施，其職能亦包括行為準則相關的責任（詳見本公司官網刊載的可持續發展委員會職權範圍），因此亦承擔了人權管理的監察責任。

吉利亦積極參與人權相關的組織以發揮行業內帶動人權改善的影響力，包括本公司的母公司浙江吉利控股集團（「吉利控股集團」）為《聯合國全球契約組織》的企業成員，亦同時為由 16 家汽車公司所組成以協同改善供應鏈可持續發展的組織「驅動可持續」的全球夥伴。

報告期內，本集團以行業對標等方法持續評估可持續發展相關的風險與機遇，並識別出人權風險為其中一項需提升的風險。因此，ESG 部門、合規部門、人力資源部門、工會、供應鏈部門於報告期內以人權工作小組方式，投放更多資源去協同提升本集團及其供應鏈的人權管理包括開展突出人權議題調研，並把有關結果向可持續發展委員會和董事會進行匯報。同時，內部審計部亦把有關分析結果考慮在其年度風險評估及應對的年度審計計劃，並由審核委員會審批後執行。於報告期內，內部審計部亦基於此開展整車工廠的安全管理及用戶個人信息脫敏處理的審計。

A2.1 企業內部對人權維護狀況的日常職責如何安排？為何如此安排？

本集團在日常的人權工作由以下負責人或部門負責：

首席人力資源官：本集團員工的權益管理，包括薪酬和勞工合同管理、多元共融的工作環境創造、員工權益申訴處理

首席安全官：本集團員工的職業健康與安全管理及相關問題處理

採購總經理：本集團供應鏈的人權管理，包括《吉利供應商行為準則》的簽訂和宣貫、供應鏈人權風險管理、處理供應商發生的人權問題

合規部門：《行為準則》和《吉利供應商行為準則》的牽頭制定部門及實施監督、處理本集團員工和供應商對人權的舉報及申訴

以上負責人或部門向本集團管理層匯報。

可持續發展委員會為本集團對人權實施監督的最高級別機構，並由 ESG 部門協助其監督日常的人權工作。此外，ESG 部門亦收集外部利益相關方對本集團人權意見、對標人權表現以識別改善空間

此管治架構有助於更客觀地監督日常的人權工作的實施和評估其有效性。

工會代表員工與本集團協商及簽訂集體合同，收集本集團員工對人權及員工權益的意見

A2.2 高級管理層和董事會探討了哪些類型的人權問題？為什麼？

報告期內，本集團以調研問卷向董事會收集對人權風險識別、人權管理及申訴渠道的建議。同時，ESG 部門亦向董事會匯報人權及負責任供應鏈作為識別的主要 ESG 風險。

2024 年 4 月，可持續發展委員會召開會議，會議討論了：

- ⊕ 人權風險對本集團的重要性及經合組織負責任商業行為盡責管理指南（「OECD 指南」）的原則
- ⊕ 本集團在人權管理的表現及需改善空間
- ⊕ 員工及供應商對人權風險識別和突出人權議題的調研結果
- ⊕ 人權相關的申訴渠道意見
- ⊕ 提升人權管理的計劃及負責任供應鏈具體提升方案
- ⊕ 《行為準則》和《吉利供應商行為準則》的修訂

A2.3 員工和合同工通過哪些途徑了解高級管理層和董事會有關尊重人權的決策和行動？

本集團員工通過以下途徑了解董事會和管理層對人權的決策和行動：

- ⊕ 《行為準則》和《吉利供應商行為準則》及相關培訓
- ⊕ 企業內網的動態信息、員工大會、員工座談會

報告期內，本集團在面向全體員工的員工效能調研增加更多人權相關的問題，亦表達了本集團對人權日益重視的行動及態度。

員工亦可通過《行為準則》所列的申訴渠道反饋意見。同時，本集團也設立了多項員工溝通渠道，以讓員工有更多元化及符合其使用習慣的方法向本集團反饋對人權及員工權益的意見。

A2.4 企業如何在其商業關係中表明對尊重人權的重視？

本集團以《吉利供應商行為準則》規定了對供應商在工作環境與人權、健康與安全、商業道德、環境保護等方面的要求，構成吉利與其供應商所簽訂的合同的組成部分。

本集團在供應商管理亦包括了其 ESG（包括人權相關）的表現評價，以作為其准入、延續或終止合作關係的考慮因素。本集團亦會向供應商提供 ESG 及與《吉利供應商行為準則》相關的培訓，以加強其對人權的認知及管理。

A2.5 在報告期內，企業在尊重人權方面得到了哪些經驗教訓？據此做出了哪些改變？

報告期內，本集團的供應鏈部門收到供應商對《吉利供應商行為準則》原有版本部分條款不清楚需要參考的標準和如何執行的反饋，在修訂《吉利供應商行為準則》時增加有關細則（例如：強迫勞動加入了不可扣押員工證件的要求），以使供應商更有效執行相關人權管理。相關修訂已於 2024 年 4 月經董事會批准及正式發佈及生效。

報告期內，本集團基於外部利益相關方的意見和與行業人權管理對標，識別供應商人權相關的盡職調查機制的不足，並比較了不同的第三方盡職調查機構。本集團已於報告期採用第三方盡職調查機構對部份供應商開展盡職調查的機制，並將於 2024 年更廣泛實施。

B 部分：界定報告的側重點

B1 陳述突出議題：陳述報告期內與企業活動和商業關係相關的突出人權議題。

報告期內，本集團參考《工商企業與人權：實施聯合國「保護、尊重和補救」框架指導原則》和《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》建立人權評估方法，以識別突出人權議題。企業的突出人權議題指的是那些因企業活動或商業關係而面臨最嚴重負面影響風險的人權領域。突出人權議題代表企業透過人權風險評估所識別的風險，並需企業管理及進一步確定是否已發生和採取改善和補救。

我們參考以下信息及考慮所有可能因本集團經營活動影響或通過其商業關係而受影響的任何和所有個人和群體，以初步制定潛在突出人權議題（包括自身及供應鏈）的清單：

- ⊕ 《國際人權法案》涵蓋的權利
- ⊕ 《聯合國指導原則報告框架》網站的突出人權議題數據庫
- ⊕ 汽車行業優秀人權表現企業識別的突出人權議題
- ⊕ 《行為準則》和《吉利供應商行為準則》的範圍
- ⊕ 聯合國可持續發展目標
- ⊕ 國際勞工組織核心公約
- ⊕ 主要運營地區的人權風險因素及適用法律
- ⊕ 利益相關方意見
- ⊕ ESG 外部顧問意見
- ⊕ 舉報及申訴渠道的相關案例

初步制定的潛在突出人權議題清單，包括：

杜絕強迫勞動	禁用童工
反歧視與騷擾	職業健康與安全
平等薪酬與機會	生活工資保障
工作生活平衡	結社自由與集體協商
信息隱私保護	環境、生態及自然資源享用權益
社區及土著 / 原住民權益	

B2 確定突出議題：描述突出人權議題的確定方法，包括利益相關方的意見。

基於初步制定的潛在突出人權議題清單，我們採取以下方式開展識別與評估，以確定其重要度：

- ⊕ 概括性人權管理評價：面向全球 100% 員工的效能調查加入上述潛在突出人權議題，以評估本集團在相關人權問題的管理評價
- ⊕ 詳細人權問卷（在以下每個群體的員工進行抽樣）：
 - 易受人權問題影響群體或弱勢群體（孕婦、傷殘人士、少數民族或土著、移徙工人、性少數者）
 - 不同性別和年齡的員工
 - 業務單位 ESG 負責人或對接人
 - 業務單位人力資源業務夥伴
 - 工會代表
 - 供應商 ESG 對接人（適用於供應鏈評估）

⊕ 舉報及申訴渠道的相關案例

透過抽樣的詳細人權問卷，我們向回應者了解是否遇到清單上的潛在突出人權議題、每類潛在突出人權議題對回應者本身或其代表的員工團體（而非本集團或其代表的供應商業務）的影響度（基於嚴重性及可能性，前者權重好高）、有否其他未列出的突出人權問題、申訴渠道的便利性、語言偏好建議。

基於上述評估方法，本集團分別對自身及供應鏈的潛在突出人權議題進行識別。相關的評估結果分別詳見「8.3.1 人權保障」及「7.1.2 供應鏈 ESG 風險管理」。

此人權評估體系為本集團首度建立及應用，我們將不斷完善評估方法，以在未來更準確識別本集團的突出人權議題。

B3 選擇焦點地區：如果突出人權議題報告聚焦於特定地區，須說明選擇這些特定地區的原因。

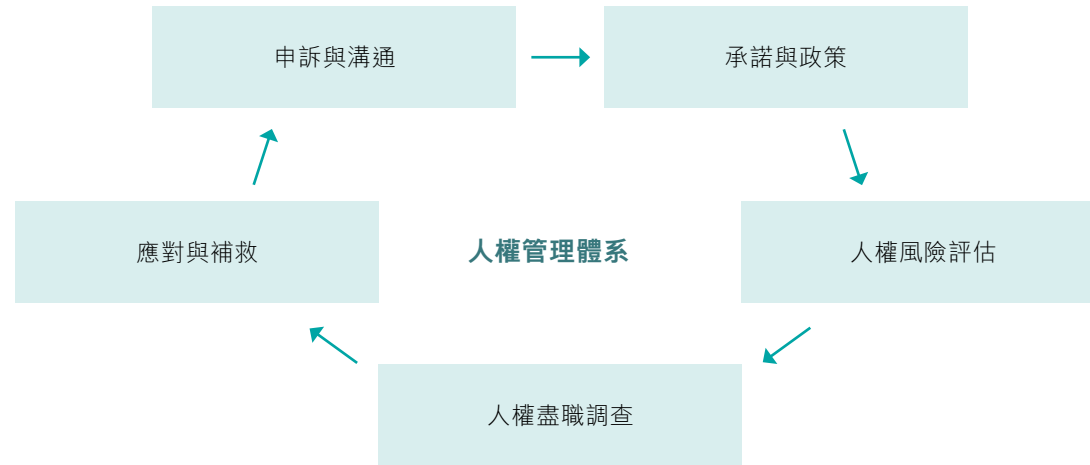
概括性人權管理評價是面向全球員工，其中位於中國的員工數量佔大多數。目前詳細人權問卷的抽取樣本都集中在本集團的最主要運營地區：中國。本集團計劃未來在增加在全球其他主要運營地區的詳細人權問卷抽樣。

B4 其他嚴重影響：識別曾出現的或在報告期內仍在解決但不屬於突出人權議題的嚴重人權影響，並說明是如何解決此類影響的。

除上選的突出人權議題外，本集團識別出公正轉型具有一定的社會（包括人權）影響。如只為環境指標而不顧及社會影響的低碳轉型可能使員工及供應商失去工作、部份用戶亦可能因價格、基礎設施不足、極端天氣的原因失去其享用便利汽車出行的權利。詳見「3.1 氣候戰略及目標」的「公正轉型」。

C 部分：管理突出人權議題

報告期內，本集團參考《工商企業與人權：實施聯合國「保護、尊重和補救」框架指導原則》和《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》規劃人權管理體系。



承諾與政策：制定《行為準則》和《吉利供應商行為準則》及對內外部宣貫

人權風險評估：識別及評估突出人權議題

人權盡職調查：對評估結果進行盡職調查，以確定突出人權議題是否實際發生在本集團或供應鏈，或其潛在風險程度

應對與補救：就人權議題或潛在風險採取應對措施以防止或緩解其影響，對已造成不利影響的人權議題採取補救措施

申訴與溝通：建立有效的申訴機制供利益相關方使用，保持緊密溝通以主動了解及提早預防人權風險

有關更多具體的突出人權議題的管理（《聯合國指導原則報告框架》C1-C6.5），請見本報告以下章節：

自身運營：請參考「8.3.1 人權保障」

供應鏈：請參考「7.1.2 供應鏈 ESG 風險管理」

5.3.4 反賄賂與反貪腐

本集團對腐敗行為採取零容忍的態度，嚴格遵守業務所在國家和地區關於公平競爭、反賄賂和反腐敗等方面所適用的法律法規及聯合國《反腐敗公約》。我們搭建了由組織體系、政策體系、風險防範和監察舉報構成的內部反腐敗體系。報告期內，我們修訂並發佈了《反腐敗政策》（第二版），以更透明清晰讓所有利益相關方了解本集團在反賄賂和反貪腐的相關要求。當董事、員工及其他在《反腐敗政策》適用的有關人員違反有關法規，將受到相關的紀律處分及移送司法機關處理。

反腐敗管理體系：



2023 年，本集團共查處 15 起腐敗相關事件，其中對本集團或員工提出並已結案的訴訟案件為 0 起，因涉及腐敗被本集團解僱或列入招聘黑名單共計 4 人，涉及腐敗而終止合作的商業夥伴共 0 家，我們已採取相關行動去挽回損失及預防同類事情發生。

反貪腐管理體系

<p>組織體系</p>	<p>⊕ 合規部、法務部、內控部、紀檢督察辦公室、內部審計及業務單位合規管理部門共同組成本集團的反貪腐體系。</p>
<p>政策體系</p>	<p>⊕ 《行為準則》、《反腐敗政策》、《合規諮詢、舉報、查處及獎勵管理辦法》、《合規監管紀律處分實施細則》等合規管理辦法和實施細則。</p>
<p>風險防範</p>	<p>⊕ 通過企業文化導入、培訓，關鍵崗位梳理和風險點識別、合規績效評價、相互監督等多種形式，形成從意識形態到監管、審計、調查，全方位防範貪污腐敗風險。</p>
<p>監察舉報</p>	<p>⊕ 本集團已於公開的《反腐敗政策》披露舉報郵箱及電話的反貪腐舉報途徑，並對舉報人及舉報內容嚴格保密。紀檢監察及合規部門不定期開展審查、抽查、調查工作。本集團制定標準的案件調查程序，開通包括 OA 平台、電話、郵箱、供應鏈合規管理微信公眾號等內外多個舉報渠道，開發數字化管理平台實現由舉報信息受理、調查方案制定、調查人員安排、調查報告上傳、處置方案審批、調查事件歸檔的線上化閉環管理，最大限度減少人為干擾。</p>

反腐敗及廉潔教育培訓

反貪腐及廉潔教育是本集團全員合規培訓的重要內容。報告期內，本集團面向包括董事會及高級管理人員在內的全體員工重點宣貫《反腐敗制度》、《禁止內部腐敗》、《員工違規處罰制度》等制度內容，人均培訓時長 2.6 小時。

針對供應商、經銷商等合作夥伴，本集團在合同簽訂中加入了《誠信自律特別條款》，以確保與業務夥伴往來期間嚴格遵守誠信自律相關要求。《反腐敗政策》、《商業夥伴合規管理制度》、《禮品與招待管理制度》等制度進一步規範了業務夥伴管理工作及相關處理程序，有效防範商業往來中可能遇到的貪污及腐敗行為。同時，合規部門會向商業夥伴開展反貪腐相關的溝通及培訓。報告期內，經銷商及承包商參加反貪腐培訓（含《反腐敗制度》）比例達 100%，培訓總時數超過 5,600 小時；1,141 家供應商（含二級供應商）參加反貪腐培訓（含《反腐敗制度》），培訓總時數超 620 小時。本集團亦對商業夥伴進行年度和階段性合規盡職調查評估，對於評估不合格的商業夥伴提出整改要求，對於違規情節嚴重者，亦可能取消合作資格。

5.3.5 商業道德

利益衝突

本集團所有員工應盡力避免個人利益與本集團利益發生衝突或可能導致發生衝突的情形。2023 年，本集團發佈新版《利益衝突管理規定》以完善利益衝突相關審批流程，並在《行為準則》（第三版）完善了利益衝突和類型和要求，進一步明確要求所有員工應當盡力避免個人利益與公司利益發生衝突或可能導致發生衝突的情況。更多有關利益衝突的具體內容，詳見《行為準則》（第三版）和《反腐敗政策》（第二版）。

報告期內，我們加強對員工外部投資與任職篩查，完善利益衝突管理制度並將其納入新員工培訓課程，利益衝突聲明的員工簽署率為 100%。

公平競爭

本集團秉持公平競爭的原則，恪守反壟斷和反不正當競爭方面的法律法規，在與供應商等主體開展合作時亦要求相關合作主體遵守，以保護公平公開的競爭免受不當影響。我們不從事與競爭對手統一定價，限制商品生產、銷售數量等壟斷行為。同時，我們搭建公平競爭資源庫，梳理及匯編常見壟斷風險及不正當競爭行為清單，以輔助員工了解和提升公平競爭素養。本集團開展定期的反壟斷合規審核，並加強反壟斷法律法規培訓和宣貫。更多有關公平競爭的具體內容，詳見《行為準則》（第三版）。

截止報告期末，本集團未接獲有關反不當競爭行為、違反反托拉斯或反壟斷法的法律訴訟案件。

知識產權保護

本集團嚴格遵守業務所在國家和地區知識產權保護的相關法律法規。我們識別和評估不同業務場景中的知識產權風險，將管控方案與流程、制度和規範結合，完善知識產權管理及風險評估並嵌入到產品全生命週期的全過程。本集團亦搭建數字化管理平台以規範內部知識產權申請審批流程，結合內部知識產權管理系統及外部代理機構共同維護本集團知識產權，通過內外部知識產權轉讓／許可、成果轉化、價值評估等方式進行知識產權運營。

報告期內，吉利汽車專利總數 25,045 項，本年度新增專利授權 701 項、海外新增專利授權 4 項，覆蓋亞太、北美、歐洲等十餘個國家。極氪專利總數 1,258 項，本年度新增專利授權 621 項、海外新增專利授權 34 項。未來，我們將持續加強全球專利佈局，增強公司的全球市場競爭力和抵禦全球專利訴訟風險的能力。

本集團亦積極參與打擊假冒侵權汽車零部件的行業工作，制定規範性文件並開發相關培訓課程，開通維權郵箱收集來自市場、車主、社會公眾等利益相關方的意見，並加入阿里巴巴打假聯盟（AACA）以協同多方力量共同保護消費者合法權益。

報告期內，本集團未有與侵犯知識產權相關已結案的法律訴訟案件。

稅務透明

本集團依法合規開展稅務工作，嚴格遵守業務所在國家和地區的稅務法例及規定。我們根據中國轉讓定價法律法規以及經濟合作與發展組織（OECD）轉讓定價指南，以獨立交易原則作為本集團內關聯方關聯交易定價的基礎原則，在此基礎上進行各項跨地區交易業務。本集團在稅務策略方面的承諾包括但不限於遵守公司經營所在國家／地區的稅法法規的精神和文字；不將創造的價值轉移給低稅率司法管轄區；不使用沒有商業實質的稅收結構；按照公平原則進行轉讓定價；不使用保密管轄權或所謂的「避稅天堂」來避稅，包括稅基侵蝕和利潤轉移。

對外捐贈

本集團致力於對業務經營所在區域做出積極貢獻，但不借助慈善捐贈謀取不當優勢。同時，董事及員工和以吉利名義開展業務的商業夥伴均不得從事政治捐款。更多有關慈善捐贈與政治捐款的具體規定，詳見《反腐敗政策》（第二版）。

報告期內，本集團並無任何政治開支和捐款。

5.3.6 審計與監督

內部審計部每年執行的審計計劃中，會適當地將合規與商業道德納入審計範圍，包括但不限於合規相關的政策如《行為準則》、《吉利供應商行為準則》及《反腐敗政策》。於審計中發現的不合規事項，或相關控制的缺陷將會陳述在審計報告中，並要求被審計單位進行整改。在發現嚴重違規的情況下，亦會移交相關部門進行紀律處理。更多內部審計的內容，請見「5.2 風險管理與內部控制」。

我們亦制定《舉報政策》鼓勵本集團員工、供應商及客戶等與公司有往來之人士在保密情況下，對任何與公司事務或人員有關的不當行為、舞弊及違規情況表達關注及舉報。舉報者按照符合《舉報政策》的恰當方式做出舉報，將獲得《舉報政策》承諾的保護，即舉報者免於因此受到不公平解僱、傷害、報復、威脅報復或不當的警告及處分。若被舉報者對根據本政策提出舉報的人士採取報復行動或報復威脅，本集團有權向其採取適當的法律行動。任何報復或威脅報復的員工將受到包括可能被實時解僱的處分。本集團管理層支持並鼓勵員工提出疑慮而毋需害怕遭受報復。

此外，調查期間所涉及的任何個人資料，將依據香港個人資料（私隱）條例（如適用）高度保密處理，並僅向審核委員會授權之指定人士披露及處理。

5.4 數據責任與隱私保護

本集團數據責任管理圍繞汽車產業電動化和智能化轉型為核心，確保數字化轉型與業務發展相匹配。我們依據國內外信息及網絡安全的相關法律法規，實現信息安全及隱私保護與業務需求及技術更新緊密相連。報告期內，本集團進一步識別和聚焦車聯網安全、負責任人工智能（AI），以及出口數據安全風險。

車聯網安全

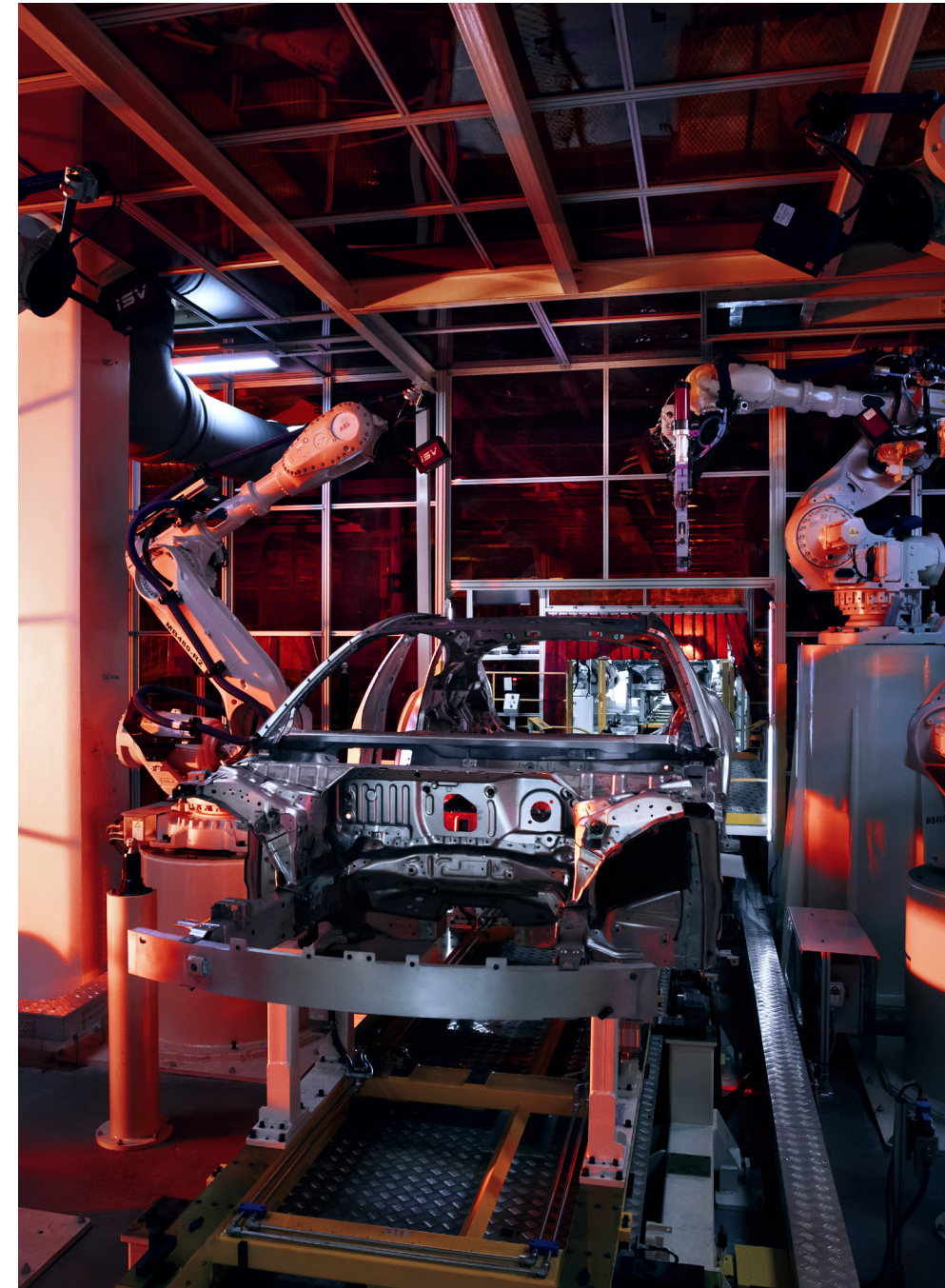
隨著網聯車輛及自動駕駛的發展，我們重點關注並確保軟件開發及車聯網的安全。本集團已符合聯合國歐洲經濟委員會（UNECE）網絡安全車輛法規以及 ISO/SAE 21434 道路車輛—網絡安全工程標準的要求，標誌著本集團已搭建了完善的網絡安全管理體系，並確保產品全生命週期的網絡安全。

負責任人工智能（AI）

隨著自動化及數據驅動決策在經營管理及用戶服務中的深度使用，負責任地使用人工智能（AI）也成為了吉利汽車以價值為導向的數字化變革的關鍵課題之一。2023 年，我們面向算法平台人員發佈《負責任地使用人工智能》文件，提出吉利汽車對於 AI 倫理的觀點，遵從「負責任地使用」、「可解釋性」、「保護隱私」、「安全可靠」四項原則，確保始終堅持 AI 的使用目的是支持員工及伙伴的智慧、不以任何監視目的為第三方提供客戶數據的訪問權限、以結果建議為導向的明確問責。以「信任」和「透明」為核心的工作方針將指導本集團在業務及用戶等 AI 應用場景中持續向公正性、公平性和包容性的數字化變革邁進。

出口數據合規

本集團嚴格遵守出口所在地適用的信息安全及隱私保護法律、法規，包括但不限於歐盟的《通用數據保護條例》(GDPR)、日本的《個人信息保護法》(APPI) 等。本集團獲得由聯合國歐洲經濟委員會（UNECE）的世界車輛法規協調論壇（WP.29）發佈的全球首個關於汽車信息安全的強制法規 R155 以及關於軟件升級相關的強制法規 R156 認證。我們從個人數據處理的基本原則、數據主體權利的響應、數據控制者和處理者的義務、個人數據的跨境轉移等方面，持續推動商業活動中與信息安全、隱私保護相關的合規要求的有效落實，並邀請法律顧問等第三方專家共同針對出口項目車型開展數據合規評估。



5.4.1 信息安全

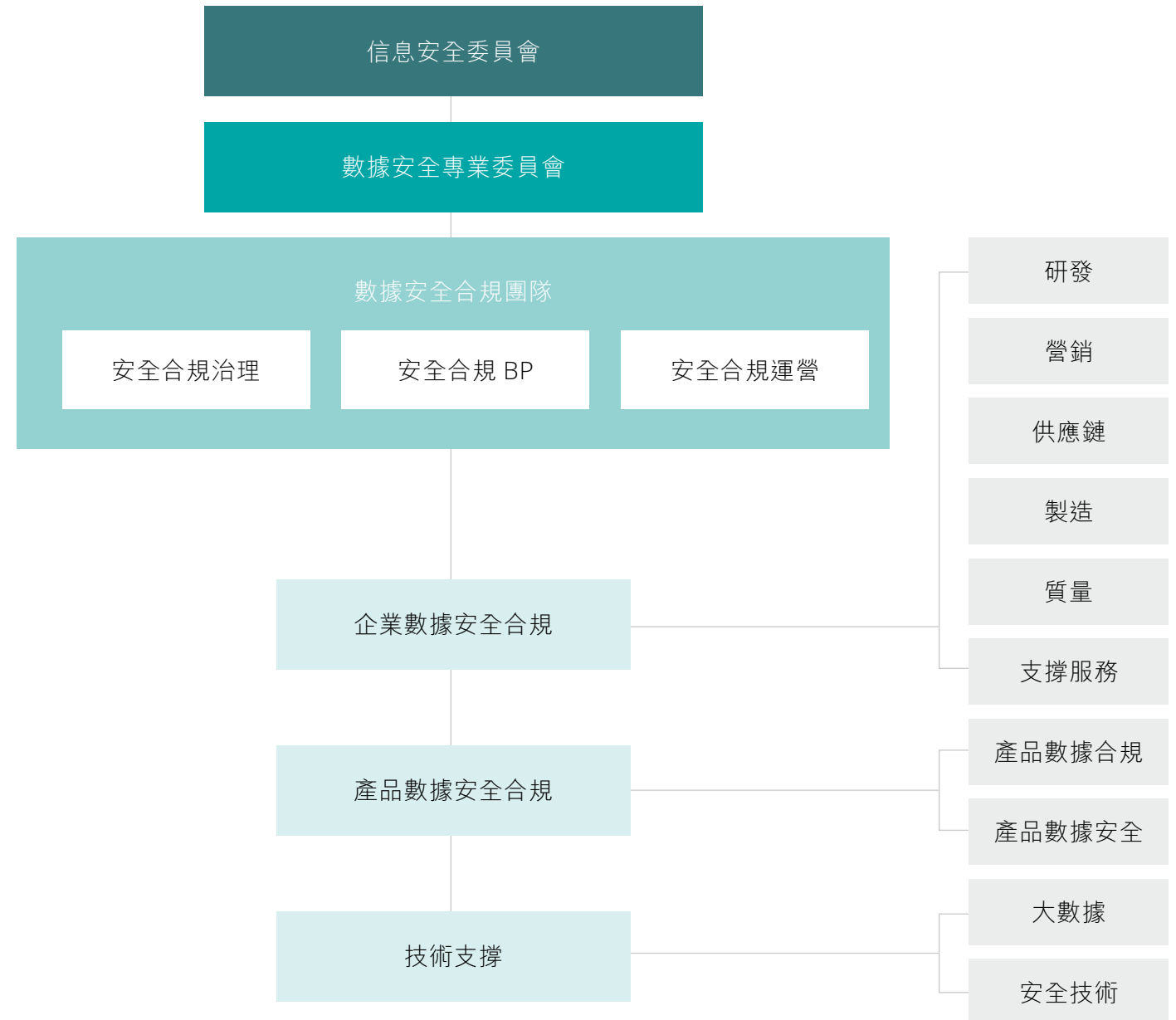
本集團嚴格遵守業務所在國家和地區關於信息安全所適用的法律法規，按照 ISO 27001 信息安全管理体系、汽車網絡安全管理體系（CSMS）等標準體系，搭建了包括組織架構、制度流程、技術工具以及常態化運營、文化意識培養等的安全管控體系。

信息安全管理体系架構

本集團採用權責分明、四級協同的管理模式，在集團層面成立信息安全委員會作為最高決策機構，並下設數據安全專業委員會、數據安全合規團隊，統籌覆蓋全集團層面的「企業數據安全合規」、全產品層面的「產品數據安全合規」，以及「技術支撐」三大模塊。

信息安全委員會由本公司 3 位執行董事、首席信息官、首席法務官等組成，每年至少召開 2 次會議，每年 1 次將信息安全方面的重大事宜匯報到董事會，由董事會對此作出監督及決策。

通過全體員工與合作伙伴共同參與，吉利汽車執行層面建立常態化的上下層聯動機制以保證為各類活動提供全面的支持和保障。我們每月開展網絡與數據安全月例會，共同評估及探討網絡安全、數據安全、隱私安全三大模塊的管理工作，確保各業務良性運轉。



制度及流程管理

本集團制定了全面的安管理制度，建立了信息安全管理體系（ISMS）、隱私安全管理體系（PSMS）、數據安全管理體系（DSMS）三套體系，並將逐步從並存的多套體系向一套執行標準進行轉化。

信息安全培訓

本集團開展面向全員信息安全意識的培訓，針對全體員工、董事及高管、高風險崗位員工的設置不同培訓內容，並且每年度將依據實際情況更新培訓課程。報告期內，吉利汽車面向 100% 員工開展線上信息安全培訓和考試，確保員工掌握培訓知識，人均培訓時超 1 小時；100% 信息安全崗位員工參與信息安全制度體系、事件調查、實操演練等專項培訓，人均培訓時長 5 小時；本集團 5 位董事參與了信息安全相關培訓，人均培訓時長 2 小時。

風險管理

本集團發佈《信息安全風險評估管理規範》並定期開展年度信息安全風險識別與評估工作，並在風險評估計劃中納入上一評估週期中本集團和同行企業已發生的信息安全風險，採取管理與技術相結合的方式對風險情況進行全面的分析與驗證：

- ⊕ 管理類：針對管理體系文件的可行性、管理工作開展的有效性進行測試，識別潛在的管理漏洞；
- ⊕ 技術類：通過第三方技術評估，包括攻防演練、漏洞掃描、滲透測試、黑白盒測試掃描、安全基線、最佳實踐對標等方法，識別業務系統與網絡技術層面的風險。

根據風險評估結果，我們實施包括管理層面、技術層面或物理層面的必要安全控制措施，以緩解、消除或避免風險。

軟件開發安全管控

我們制定了完整的軟件開發全生命週期管理體系，有效地提高開發人員的安全開發能力，避免上線前修復工作時間和人力的浪費，提高應用系統抵禦威脅及降低風險的能力。搭建軟件開發安全管控平台（G-SDLC）並覆蓋至本集團各領域信息化系統全週期管理。該平台已將安全合規要求納入需求設計庫，提供靜態代碼、開源組件、應用安全、容器鏡像安全、移動應用程序（App）安全及隱私合規等檢測能力的全面自動化工具，形成立項、需求設計、編碼、測試、發佈、運維全流程的規範化管理。

同時，我們每年平均開展 4 次覆蓋本集團所有業務範圍的紅藍隊攻防演練及模擬黑客入侵，以評估應對計劃及人員配置是否合理且充分，確保事件處置團隊完全掌握應急事件處置流程，以此避免暴露重大漏洞風險。

安全事件管控

本集團每年平均開展 4 次針對關鍵業務系統的滲透測試和漏洞分析（包括操作系統、數據庫系統、中間件、網絡設備等）、不定期開展攻防演練及護網行動，以識別與整改安全風險。報告期內，極氫開展 2 次數據安全防護演練、3 次信息安全外部防護演練。

針對信息安全，本集團制定和完善了《信息安全事態管理規範》、《信息安全違規事件管理規範》、《信息安全獎懲實施細則》等，覆蓋全業務鏈條的信息安全管控，並將信息安全管理表現與部門及員工績效掛鉤。員工在信息安全方面的違規行為將根據其風險程度受到包括績效獎金扣除、紀律處分等在內的懲罰，對信息安全工作做出突出貢獻、舉報相關事件或協助調查的員工將給予獎勵。我們鼓勵亦高層管理人員開展信息安全意識宣貫及提升工作。本集團所有員工均有義務對發生的信息安全事件進行上報、舉報。信息安全管理職能人員應及時判斷發生的事件是否屬於信息安全事件，判定信息安全事件的等級，立即上報信息安全部並採取措施。對業務系統造成影響的信息安全事件，相關部門應優先進行業務恢復。

安全運營、監測及事件響應

本集團建立統一的運營分析平台並由安全運營中心全天候持續監測，利用大數據能力，通過關聯分析、機器學習、威脅情報等技術逐步建設安全風險識別能力、安全風險處置能力、安全運營治理能力，進一步完善安全運營指標，縮短安全事件發現及處置時間，實現當天響應，並評估安全事件的執行優質程度。本集團從「被動防禦」邁向「主動防禦」，為安全管理提供風險評估和應急響應的決策支撐，為安全運營提供威脅發現、調查分析及響應處置的有效工具。

在防護信息泄露方面，本集團搭建辦公數據安全一體化平台「易連」，以 1 個一體化安全防護（SASE）平台覆蓋數萬的企業員工、供應商終端，打破了傳統需要部署 10 餘款安全產品的困局。在數字化轉型的背景下，實現信息安全事件識別率提升 150%，近 40% 的信息安全運營成本降低；實現企業內部工作流程簡化，效率提升，有效支持員工、供應商在混合辦公、遠程辦公等多種靈活情景下的便捷防護與應用。此外，該平台每月將信息安全數據發給各部門信息安全員以進行信息安全審計工作，產出審計月報發送給各業務單位，並在雙週例會上溝通待改善問題並要求完成管理閉環。該類運營指標將納入年度部門績效指標考核。

信息安全審計

本集團根據《數據安全審計管理辦法》定期進行安全策略審計及安全技術落地驗證。信息安全部聯合數字化中心、內部審計部對體系運行範圍的單位每年至少一次信息安全審計，以確認信息安全管理體系的有效性並及時提出改善建議。報告期內，內部審計亦進行用戶信息保護的審計。同時，我們聚焦生產基地工業控制系統網絡安全檢查和自查工作，對高風險的數據備份、防病毒、U 盤管控等方面進行全面地跟蹤管理，每月定期輸出檢查結果並要求整改問題項。

本集團發佈《信息安全漏洞管理辦法》、《信息安全事件應急響應制度》等文件，成立信息安全事件處置團隊，對信息安全事件進行分級管理。我們依據信息及載體重要程度、損失評估、影響範圍三個要素劃分事件等級，並依據評估情況開展針對性的告警監控、處置響應。本集團亦安排專人負責網絡威脅跟蹤及漏洞管理，針對常見的信息及網絡安全事件（如暴力破解、漏洞攻擊）制定應急處理方案並複盤。

報告期內，本集團連續 4 年未發生信息安全漏洞或其他網絡安全事件，亦不涉及相關罰款。

信息安全外部認證與榮譽

本集團已通過多項外部認證以確保信息安全。本集團自 2018 年起連續 5 年獲得 ISO 27001 信息安全管理体系認證，覆蓋研發、生產、銷售、供應鏈和服務支撐體系等業務範圍。極氪亦通過了 ISO/IEC 27701 隱私管理體系、ISO/IEC 38505 數據治理安全管理體系。在對外經營類平台的信息安全方面，吉利汽車、領克汽車、幾何汽車 App、極氪智能 App、極氪車聯網平台等運營平台均通過信息安全等級保護認證。此外，吉利汽車對車輛安全進行了全面的評估和認證，並已通過汽車網絡安全管理體系（CSMS）認證，相關車型已獲得車輛網絡安全型式認證（VTA）。

吉利汽車憑借突出的信息安全表現，於 2023 年 1 月榮獲由中國信息通信研究院頒發的數據安全治理能力三級（最高級）的等級證書，成為國內首家達到三級標準的中國汽車品牌。2023 年 3 月極氪被選舉成為中國網絡安全產業聯盟（CCIA）汽車網絡安全工作委員會副主任委員單位。

5.4.2 隱私保護

本集團在合規管理部下設各國家／區域數據保護官 (DPO)、各單位隱私保護合規負責人，明確了隱私保護合規管理的組織架構和職責分工，規定了對各業務單位和職能部門在隱私保護的要求，最大程度滿足法律法規、用戶以及行業對隱私保護的合規要求。

本集團高度重視用戶的隱私保護工作，嚴格遵守全球隱私保護相關法律法規要求，最大限度尊重和保障各方的隱私權利。我們參考 IEC/ISO 27701 隱私管理體系要求完善了隱私保護合規管理體系，並依據政策法規等外部變化踐行八大隱私保護基本原則：

1. 合法正當：本集團在開展個人信息處理活動應當遵循業務所在國家／地區的法律法規要求；
2. 權責一致：本集團在開展業務過程中需採取適當的技術和其他必要的措施確保個人信息的安全，並對個人信息主體承擔責任；

3. 目的明確：個人信息處理活動必需具有明確、清晰、具體的個人信息處理目的；
4. 選擇同意：保障個人信息主體自主選擇的權利，在開展業務過程中向個人信息主體明示個人信息處理目的、方式、範圍等規則，徵求其授權同意；
5. 最小必要：確保業務只處理滿足個人信息主體授權同意的目的所需的最少個人信息類型和數量，目的達成後，及時刪除個人信息；
6. 公開透明：以明確、易懂和合理的方式公開處理個人信息的範圍、目的、規則等，並接受外部監督；
7. 確保安全：本集團應具備與所面臨的安全風險相匹配的安全能力，並採取足夠的管理措施和技術手段，保護個人信息的保密性、完整性、可用性；
8. 主體參與：開展業務時向個人信息主體提供能夠查詢、更正、刪除其個人信息，以及撤回授權同意、注銷賬戶、投訴等方法。

隱私安全工程

本集團致力於將隱私保護原則融入現有的產品開發體系中，保障開發產品的隱私合規。本集團制定了《產品研發隱私開發管理辦法》、《IT 系統開發生命週期隱私保護合規管理辦法》、《汽車隱私開發合規管理辦法》、《移動互聯網應用程序合規管理辦法》等，對產品需求、產品設計、開發測試、上線／上市準備全流程進行隱私風險評估與管理，確保將隱私保護意識融入產品設計以及日常業務運營中。報告期內，極氪更新並發佈了《用戶隱私政策》，盡全力保護用戶查閱、複製、更正、補充、刪除個人信息以及改變授權狀態等權利。

消費者隱私全流程保護

<p>信息收集</p>	<p>⊕ 明確要求各單位在收集潛在客戶、實際客戶個人信息時，包含試乘、試駕、新車交付等場景，應首先徵得用戶同意（若有必要收集未成年人信息應獲其監護人許可），並與客戶簽署隱私協議，遵守目的明確、最小必要和合法、公開透明等隱私保護原則，不得收集與其提供的服務無關的個人信息；不得違反法律、行政法規的規定和雙方的約定收集、使用個人信息；並應依照法律、行政法規的規定和與用戶的約定處理其收集的個人信息。</p>
<p>信息使用</p>	<p>⊕ 在信息使用過程中，確保消費者個人信息使用目的合理且最小必要。在涉及個人信息匯聚融合及信息系統自動決策等場景時，根據適用的法律法規要求開展相應的數據保護影響評估 (DPIA)，並依據評估結果採取有效的措施。針對發展智能駕駛的潛在用戶信息隱私風險，及時對數據進行脫敏（如人臉模糊），且收集的數據不會進行聯動（如人臉信息與車架號）。</p>
<p>信息存儲</p>	<p>⊕ 採取多項措施確保個人信息存儲的準確性和安全性。包括：對各單位處理個人信息的存儲期限進行明確規定，確保僅在實現個人信息處理目的所必需的最短時間內保留個人信息；採用全面的訪問控制策略，確保業務部門無法直接獲取原始數據，限制只有授權人員可以訪問個人信息，並嚴格監控和記錄訪問行為，從而降低數據泄露和濫用的風險；以及採用加密技術對個人敏感信息進行加密，以進一步保障個人信息的安全性。</p>
<p>信息傳輸和披露</p>	<p>⊕ 根據權責一致、目的明確、確保安全的隱私保護原則，當個人信息傳輸涉及委託處理、共享、轉讓、傳輸和披露至第三方時，明確應採取必要的管理措施保障個人信息主體權益，如個人信息脫敏處理。同時，本集團謹慎處理個人信息的跨境傳輸，並設置了嚴格的審核流程。</p>
<p>個人信息安全管理</p>	<p>⊕ 出台《個人信息安全管理控制程序》、《個人信息保護管理制度》等，明確消費者個人信息的收集、傳輸、存儲、使用、刪除及銷毀等生命週期過程中的安全附加要求，明確了個人信息分級保護的安全策略，防止個人信息被非授權訪問、洩露、損毀或丟失。</p>
<p>消費者隱私權利保障</p>	<p>⊕ 致力於暢通個人信息主體權利請求響應渠道，保障個人信息主體享有個人信息的訪問權、查閱複製權、糾正權、知情權、刪除權、可攜帶權、自主決定權、限制處理權、拒絕權、獲得解釋權等基本權利，並設立專門客服電話渠道及隱私保護郵箱反饋渠道，積極響應個人信息主體的各項權利請求。</p>

隱私保護合規制度與培訓

報告期內，本集團面向 100% 員工開展隱私保護培訓，員工人均培訓時長 2 小時。本集團搭建並發佈涵蓋管理制度、程序文件、流程指南及表單工具的四階隱私保護合規管理制度體系，以提供全面的指引和標準參考，並面向關鍵崗位人員開展宣貫，該體系亦設立了制度規範、計劃報備、運營管控、會議溝通、事件上報、合規備案以及監督評估的機制，以確保有效運行及閉環。

隱私保護審計督察

報告期內，本集團針對《個人信息保護管理辦法》、《汽車隱私開發合規管理辦法》等制度及管理流程進行審查。針對執行過程中發現的不足與差距，我們進一步規範移動端、整車端隱私管理流程。在產品功能開發和部署過程中，本集團嚴格遵循相關法律法規，包括收集個人信息以及保護用戶隱私的相關要求。內部審計部亦對通用數據保護條例和用戶個人信息脫敏處理開展審計。

隱私事件應急處置

本集團出台《隱私事件響應管理辦法》，明確了隱私事件的分級標準、處置過程中各部門的職責及處理流程，提高了隱私事件通報和應急處理的效率與效果，同時進一步完善了本集團關於隱私事件備案和分析總結的管理要求。

報告期內，本集團未發生用戶數據／隱私泄露的事件，亦未接獲與消費者數據丟失和隱私保護相關的投訴。

5.4.3 第三方信息安全與隱私保護管控

隨着智能網聯時代的到來，汽車行業的價值鏈合作更加多元化，並鏈接至軟件和技術領域、跨行業合作及數據驅動的合作，以推動創新、提升產品和服務的競爭力。因此多主體、跨領域的開放合作要求本集團在更為複雜的情景下確保自身及消費者的信息安全及隱私保護。

報告期內，本集團積極推進價值鏈數據安全管理的體系融合工作，包括將供應商信息安全及隱私保護能力的評價納入供應商管理評價體系中。吉利汽車制定《合作方數據安全管理程序》以明確雙方的管理要求及責任，極氫制定《供應商信息安全管理程序》、《供應商網絡安全管理程序》，將網絡安全要求納入供應商准入評估中。另外，針對信息系統等特定服務供應商，我們要求其取得 ISO 27001 等認證，並對風險供應商開展現場／飛行審核。領克對所有經銷商和服務商實施數據合同規範化管理，並在合同中添加數據合規及數據處理相關條款，以保障終端消費者個人隱私安全。

同時，本集團積極規劃下一年度的工作部署，將制定合作方／供應商分級管理體系作為工作重點，開展相關性分析。該項工作將主要基於 ISO/SAE 21434 對分級和相關性作出明確劃分，確認整車關鍵零部件對於車輛信息安全的潛在影響。

為規範第三方個人信息處理活動，降低個人信息處理的風險，保證個人信息第三方處理活動的合法性與合規性，本集團出台了《個人信息第三方處理管理辦法》，明確了第三方處理個人信息的基本流程（包括但不限於開展第三方處理的場景識別、數據保護影響評估、告知同意與協議簽署、第三方隱私處理管控與檢查審計）。報告期內，本集團明確要求各業務單位在與第三方開展合作時簽署《合規承諾函》，並將數據安全處理協議、網絡安全標準等納入技術文件中。我們已實現研發端供應商《數據安全處理協議》簽署率達 100%。

此外，本集團制定第三方隱私合規管理流程並開展體系要求培訓。報告期內，針對供應商開展 3 次信息安全培訓，覆蓋 369 家供應商，平均培訓時長 3 小時。極氫針對供應商開展 20 次信息安全培訓，覆蓋逾 100 家供應商。

6

消費者利益

重要議題

- ⊗ 產品質量與安全
- ⊗ 客戶服務與滿意度
- ⊗ 可持續出行



產品質量與安全

- ⊕ 6 款在售車型獲 C-NCAP 安全性 5 星，1 款在售車型獲 Euro-NCAP 安全性 5 星
- ⊕ 吉利銀河 L7 為首個電混 SUV 車型獲得 C-NCAP 五星認證
- ⊕ 吉利銀河 E8 獲中國首個六維電安全體系認證 001 號證書
- ⊕ 領克 09 獲首批「中國健康汽車」認證
- ⊕ ISO 9001 質量管理體系認證
- ⊕ 發起 1 起產品主動召回，召回共 2.2 萬輛產品
- ⊕ 榮獲 J.D. Power 2023：

吉利品牌

- 中國汽車產品魅力指數研究 (APEAL)：自主品牌第 1；吉利星瑞、帝豪獲其細分市場第 1
- 中國新能源汽車產品魅力指數研究 (NEV-APEAL)：幾何 E 獲其細分市場第 1
- 中國新車質量研究 (IQS)：自主品牌第 2；吉利博越 / 博越 X 獲其細分市場第 1

領克品牌

- 中國車輛可靠性研究 (VDS) 及中國汽車智能化體驗研究 (TXI)：自主品牌第 2 及主流傳統能源汽車第 1

客戶服務與滿意度

- ⊕ 榮獲 J.D. Power 2023：
- 吉利品牌
 - 中國售後服務滿意度研究 (CSI) 及中國銷售服務滿意度 (SSI)：自主品牌第 1 及第 3
- 極氪品牌
 - 中國新能源汽車客戶體驗價值研究 (NEV-CXVI)：中國品牌第 1
- 可持續出行
 - 領克在歐洲累計訂閱量超過 3.8 萬輛

ESG 戰略：全域安全、數智創新、共榮發展



本集團以「創造超越期待的出行體驗」為使命，堅持以消費者的利益為中心，同時深度融合相關可持續發展目標的理念。我們致力於在提供產品與服務的過程中，在以下各方面不斷優化和創新，以實現社會、環境和經濟和諧共生：

- ⊕ 產品質量與安全（「6.1 產品質量與安全」）
- ⊕ 客戶服務與滿意度（「6.2 可持續服務」）
- ⊕ 可持續出行（「6.3 可持續出行」）
- ⊕ 用戶隱私（「5.4.2 隱私保護」）

6.1 產品質量與安全

6.1.1 產品質量與安全管理架構

本集團建立了《吉利汽車全流程競爭力質量管理體系》（GTQS）作為本集團在全球各品牌的質量與安全管理體系。在 GTQS 管理體系下，本集團制定了金字塔型的質量管理組織架構和定期會議的制度去管理產品質量與安全的問題、風險與機遇，按相關的重要度建立的上升機制：總裁質量月度會議（品牌業務集團 CEO 主導）、質量管理委員會月度會議（產品質量與安全高級副總裁主導）、總經理級質量月度會議、副總經理級周度會議、質量中心日清會議和定期專題會。

在產品質量與安全的日常管理責任上，本集團在集團層面明確了一名專責產品質量與安全的高級副總裁為第一負責人，對產品質量與安全全面負責，帶領各單位開展相關的日常工作。在各品牌之下都分別設有一名質量安全總監負責：落實產品質量安全相關法規及標準要求、制定質量管理制度、規範、責全及考核、指導及檢查質量安全責任的落實、制定及監督產品質量與安全的風險管控包括向安全第一負責人匯報及提出改進措施、質量與安全事故的處置方案、組織質量安全培訓、產品召回和相關整改。質量安全總監下設質量安全員支持其工作，包括：督促指導員工落實質量安全規範、檢查原材料、生產過程控制、產品出廠檢驗等制度落實、實施不合格品控制、督促員工整改質量安全問題、管理產品質量安全資料保存等。

在整車生產基地的層面，每一個整車生產基地也分別明確了其質量安全第一負責人（一般為各整車生產基地的總經理或副總經理）、質量安全總監和質量安全員的角色和責任。

如有質量與安全相關的問題、風險與機遇上的重大事宜，品牌業務集團 CEO 亦會向可持續發展委員會匯報，及由可持續發展委員會考慮及提供建議給董事會作決策。

質量管理系統亦制定了相關的評價獎懲機制，以當年弱勢項為每年的考核項，並根據市場情況逐年調整。按月度執行負面激勵，於每年和每半年執行正面激勵和榮譽表彰。

6.1.2 產品質量與安全戰略

本集團深切明白汽車產品的安全關係到人的生命，也關係到社會公共利益，因此一直秉承把安全和健康作為首要考慮因素的產品設計理念，並於材料採購、生產和質量等環節嚴謹把關，致力使本集團的產品能在任何情況起到保護駕駛者和乘客的生命和健康的作用。

2023 年本集團發佈「ESG 戰略」的戰略方向「全域安全」以「生命零傷亡、健康零危害、財產零損失、隱私零洩露」為宗旨，將傳統安全升級至覆蓋全道路使用者、新能源及智能的出行安全。

○○○

本集團主席李書福先生在 2023 中國汽車重慶論壇上表示，安全是電動汽車必須要做到的基本品質，安全關係到人的生命，也關係到社會公共利益，必須要把汽車的安全科技投入排在第一位。李書福認為，汽車的造型確實很重要，但智能電動汽車必須以安全為前提。無論是電動化技術的安全，還是智能化技術的安全，不能因為追求電動化而失去安全，更不能因為追求智能化而失去安全。李書福同時呼籲，中國所有汽車公司都必須遵守這一切都必須要以安全技術為前提，當這一切需求與安全相矛盾時，就必須讓渡於安全需求。

本集團按照「2.4 ESG 風險與機遇管理」所述的方法作為原則去識別、評估及管理產品質量與安全相關的風險與機遇。其中，我們基於不同國家地區對汽車產品的法規和標準、行業科技及技術發展、對標同行競品、產品質量及安全事故分析等作為風險與機遇的輸入開展相關的識別與評估。

本集團已把產品質量與安全識別為具有重大財務影響的可持續發展相關的風險與機遇，詳見「2.3 ESG 戰略」。本集團於報告期內亦識別了以下的產品質量與安全相關的風險與機遇及其應對措施：

- ⊕ 出口產品的質量管理風險，出口國家對汽車產品的質量與安全的要求更嚴格，產品合規成本上升或未能符合影響產品出口

應對措施：

- 本集團設置專門的技術中心，實行監控及研究各個國家或地區現行和即將發行的汽車相關法規
- 極氫前瞻佈局汽車網絡安全，率先通過聯合國歐洲經濟委員會的 UN R155 法規，獲得 UN R155 車輛網絡安全管理體系認證證書，出口歐盟和中東市場的極氫 001 和極氫 X 獲得了車輛網絡安全型式認證證書，使其能符合法規在相關出口市場銷售
- 領克出口市場包括歐盟地區，歐盟對工廠審核要求較高。領克按照沃爾沃汽車的質量管理標準，並主動邀請具有歐盟質量管理資質的機構對當前質量管理體系進行提升

- ⊕ 產品質量與安全管理的信息化機遇，提高質量與安全管理效果，以減少相關問題造成的影響或降低相關的管理成本

應對措施：

- 本集團開展主動的預防式質量與安全服務，且覆蓋絕大多數車型，其中包括新能源電池監控預警系統
- 引入大數據和算法進行自調研，以彌補外部年度評價未能跟隨業務擴張和日趨激烈的市場競爭。自調研快速了解用戶滿意度，從而實現月度反饋、快速解決問題與 PDCA 循環改善
- 本集團於報告期內成立擁有領先算力的智算中心，並成立了質量數據應用部，旨在合規的基礎上對數據進行分析。基於這些數據開展算法，其應用在多個渠道：（1）監控異常和質量風險，並主動監系用戶開展質量隱患排除；（2）質量預警：提前識別到綫路接觸不良等問題並發出預警，做到遠程監控、遠程診斷、遠程預警。目前該技術已經覆蓋 60%-70% 的電子電器功能故障。

6.1.3 產品質量與安全管理

6.1.3.1 產品質量管理

本集團依據 GB /T19001-2016/ISO 9001:2015 質量管理體系，IATF16949：2016 汽車質量管理體系、質量相關法律法規等相關標準建立質量管理體系，範圍覆蓋設計開發、製造、銷售和服務的管理全過程。2023 年，位於中國研發及生產本集團旗下吉利、領克和極氪產品的公司均通過 ISO 9001 質量管理體系認證，動力總成公司和 12 家整車製造公司通過 IATF16949:2016 汽車質量管理體系認證。

本集團針對汽車不同環節亦建立了相關的產品質量與安全管理方法：

- ⊕ 實驗室管理體系：通過 CNAS 管理體系，按照 ISO 17025:2017 建立以實現開發測試、實驗執行、整車及系統台架驗證、零部件測試、仿真分析等；
- ⊕ 新品車型風險評估和管控：建立《工位成熟度評價管理辦法》、《初期流動管理規定》防止批量問題流出、開展新車型及改款車型投產管理、成熟度評價等；
- ⊕ 吉利整車顧客評審標準(GCPA)：對產品進行全生命週期、全方位的場景化用戶體驗為中心的評價方法，快速將用戶訴求和期望轉化為產品開發的規範及要求；
- ⊕ 「3842」質量改善法：基於朱蘭三部曲、PDCA、六西格瑪、8D，結合本集團現狀和經驗所建立，從策劃、改進和控制三個階段、開展問題識別、現狀調查、改進實施、效果驗證等八個步驟及相關的 24 個節點，以達到質量改善活動的持續進行；
- ⊕ 新能源汽車質量管理體系：根據五部委發佈的《關於進一步加強新能源汽車企業安全體系建設的指導意見》，於 2023 年 6 月，對本公司新能源汽車產品安全設計、生產、運行、服務及相關管理活動，4 個場所 12 個業務單位進行了審核評價；
- ⊕ 產品可靠性管理體系：汽車可靠性工程技術涵蓋產品研發設計，測試驗證，工藝製造與售後質量管理；
- ⊕ 防錯管理體系：從產品研發、工藝過程設計、量產的全生命週期貫徹防錯理念。產品和過程設計通過 DFMEA（設計失效模式及後果分析）和 PFMEA（過程失效模式及後果分析）對新車型問題進行規避，結合產品及過程的特性及防錯案例庫，圍繞產品防錯、設備工裝防錯、MES 系統防錯多維度形成一套完整的防錯管理體系。

6.1.3.2 產品安全管理

一體化安全

報告期內，本集團持續投入產品的一體化安全與相關技術：

乘員保護	⊕ 提出乘用車追尾卡車的創新保護技術，主張乘員最優保護（Optimal occupant protection），通過主被動駕駛的技術提升，優化氣囊設計、實現最優的點火邏輯；
	⊕ 研發躺姿乘員保護技術，解決在零重力座椅大角度乘坐狀態下碰撞保護問題；
	⊕ 研發主副駕頂置式氣囊、全包裹氣囊、頭胸一體式氣囊、遠端氣囊等新型乘員保護技術，提升智能駕駛場景下的乘員碰撞保護水平；
	⊕ 通過駕駛員疲勞監測系統（DMS）對駕駛員臉部、體態等特徵進行智能分析，避免因疲勞駕駛導致交通事故的發生；
兒童保護	⊕ 在安全仿真階段，針對整車特性協同開發兒童保護性能；
	⊕ 通過車內毫米波雷達實現生命體遺留檢測，以防止兒童或寵物被遺留在車內，避免可能出現的生命危險；
弱勢道路使用者 (VRU) 保护	⊕ 使用傳感器和攝像頭等裝置檢測周圍環境中行人，並採取行人碰撞警告、自動緊急制動系統、行人識別和追蹤、夜間視覺增強等措施以避免事故發生或減輕事故後果；
實驗測試	⊕ 聯合內外部資源共燃燒實驗室，深入研究新能源汽車火災機理、滅火措施及溯源方法，持續提升整車防火能力開發；
事故救援	⊕ 研發並應用碰撞後低壓保電技術，規避發生事故後低壓掉電，車門不解鎖、E-call 不觸發等問題。

吉利汽車研發坐墊式氣囊，保障用戶多維度安全

在實際使用中，許多副駕駛的乘客會選擇座椅大角度調節後的半躺姿勢，從而在碰撞時面臨更高的安全風險。為了應對該情況，我們設計了坐墊式氣囊，完成大角度（靠背角在 45° 姿態）場景乘員保護開發，滿足正面及側面碰撞乘員損傷限值目標。當發生正面碰撞時，坐墊氣囊與安全帶共同約束乘員，減小胸部壓縮量，降低乘員胸部肋骨骨折風險及內臟破裂傷害，且安全帶腰帶可較早與乘員髖骨相互作用，避免安全帶滑入腹部，減小腰椎傷害。

2023 年，吉利銀河 L7 車型上首次搭載頂置式乘員氣囊，可以有效提供乘員頭部、頸部、胸部的保護，同時可有效降低用戶經常在中控台放置的物品給氣囊點爆帶來額外的傷害。



領克 08 EM-P 經得起 60 米懸崖的考驗

2024 年初，一名領克 08 EM-P 車主在中國貴州銅仁的冰凍路面為遭遇意外，車輛從 60 米高的懸崖翻滾跌落。儘管面臨此極端的安全事故，領克 08 EM-P 的卓越安全性能，成功保護了車主、兩名乘客及寵物的生命，事故後僅有細微擦傷。

領克 08 EM-P 能夠在如此極端的事務中保護乘客安全，歸功於其採用了多項先進的安全技術和設計。其籠式車身結構，高強度鋼及鋁合金占比達 75%，使用了車寬比 70% 的航天級 7 系鋁合金前防撞樑、288 毫米全鋁合金超長吸能盒、材料硬度行業領先的 2000 兆帕熱成型鋼車門防撞樑，發揮其強大的保護力，而事故後車身結構無變形，A、B、C 柱完好。車內的翻滾保護系統及時點爆 120 升超大氣囊及 2 米超長頭氣簾，最大程度保護乘員安全。

新能源化和智能化安全亦發揮其安全效果，領克 08 EM-P 在發生碰撞後 50 毫秒內能夠對高壓部件進行斷電，這一響應速度遠優於國家標準的 5 秒，同時車內低壓電系統照常運轉，確保了 SOS 呼叫能第一時間接通，與車主取得聯繫實施救援。作為新能源汽車，領克 08 EM-P 的「四縱四橫」集成式框架樑、三葉草傳力結構等都在連續多角度的翻滾碰撞中保護電池安全，避免電池在事故後燃燒。

電池安全

電池安全為新能源汽車安全的核心，本集團亦持續投入電池安全的相關技術開發。截至 2023 年末，極氫品牌已累計交付超 19 萬輛，並維持在沒有人為原因且無外界火源等情況下因車輛三電系統自身原因導致的起火事件為零記錄。

神盾電池安全系統：首創「基礎安全、整車安全、智能安全、健康安全」四大安全標準，已成功完成：直徑 8 毫米、頂角 45 度鋼針的針刺試驗、直接燃燒 105 加間接燃燒 90 秒火燒、海水連續浸泡 24 小時、2 米高度跌落的四項電池安全試驗，也包括中高速底部碰撞、整車拆解、高速連環追尾等進階安全試驗，遠超國標要求。

金磚電池：為極氫全棧自研自造，也是全球首款量產的超快充磷酸鐵鋰電池。金磚電池通過電芯外表覆蓋一層高壓絕緣膜，起到電芯與電芯之間得隔離和絕緣，可以承受 4,000V 高壓絕緣等級，耐高壓性相比普通絕緣膜提升了 27%。金磚電池具有 8 大熱安全防護技術，其優秀安全表現使其完成 3 項行業首創極限安全測試：1) 超壓針刺測試：滿電狀態以國標 1.5 倍擠壓力形變 30% 靜置 1 小時後，5 毫米鋼針貫穿形變最大點造到電芯不起火無爆炸；2) 遠超國標 130 秒的 240 秒外部火燒測試不起火無爆炸；3) 6 項極端工況串行測試：浸高濃度鹽水、火燒、冰凍、拖行、碾壓、高墜，不起火不爆炸。

銀河 E8 獲中國首個六維電安全體系認證 001 號證書

2023 年 12 月，吉利品牌的銀河 E8 獲中國汽車技術研究中心頒發的第 001 號國內新能源汽車六維電安全技術體系認證證書。

該認證包括充電、電磁、功能、高壓、電池、消防 6 大整車安全維度的 16 項認證共千多項測試，覆蓋絕大多數使用場景。銀河 E8 以遠超測試標準的表現順利通過全部測試項目。

智能駕駛

智能駕駛是汽車安全的關鍵發展方向，將有效提升出行安全和事故預防能力。本集團致力在智能駕駛持續投入和創新，不僅保障乘員安全，通過事故發生也減少對其他道路使用者造成的安全隱患，助力實現良好健康與福祉、可持續城市和社區等可持續發展目標。

本集團致力於科技平權，在旗下不同價格段各品牌的智駕版新品，分別提供高階及高性價比的多種智能駕駛方案帶來安全性提升，保障乘員出行的生命安全。

極氫品牌：極氫 001、極氫 009 等車款採用 Mobileye 的 SuperVision 智能駕駛方案，並可通過 OTA 升級提升其功能。報告期內，極氫發佈新品極氫 007 搭載首發的全棧自研的「浩瀚智駕系統」配備英偉達 DRIVE Orin 芯片及激光雷達，其「NZP 高速自主領航輔助」覆蓋中國的高速、高架和封閉道路，將來更能透過 OTA 升級實現「NZP 城市通勤模式」及「NZP 城市自主領航輔助」。同時，極氫 007 亦具備行業領先的智能泊車，包括「指尖泊車」遙控入位。極氫品牌亦將在未來車型上採用英偉達 Drive Thor 芯片提供更強大的算力。

領克品牌：報告期內，領克品牌推出領克 08 EM-P，搭載領克智能駕駛輔助系統，最高配備 28 個高性能感知硬件及兩顆 A1000 自動駕駛芯片，透過 OTA 升級不斷優化功能，可實現最多 30 項 ADAS 智能駕駛輔助功能，例如 NOA 高速智能領航輔助系統、DOW 開門預警系統、EMA 緊急轉向避讓輔助系統、RPA 一鍵遙控泊車系統。

吉利品牌：報告期內，吉利品牌發佈的銀河 L6、銀河 L7 和銀河 E8 搭載 L2 級智能駕駛輔助，提供 AEB 自動緊急制動、LKA 車道保持、ICC 智能巡航輔助等功能，亦在部分車型搭載了高速 NOA 高速智能領航輔助系統。除了新能源汽車外，我們亦在燃油車上推出智能駕駛功能，例如星越 L 智擎搭載 NOA 高速智能領航輔助系統，提供了智能變道輔助、DOW 開門預警系統、安全帶預緊、大型車輛智慧避讓等功能，同時也具備了 APA 自動泊車和 RPA 遙控泊車系統。

吉利是中國首家「一手造車、一手造星」的企業，2024 年 2 月第二軌衛星成功發射，吉利未來出行星座在軌衛星已達 20 顆，可為汽車自動駕駛、智能網聯、手機及物聯設備直連衛星通信提供賦能。在沒有信號的情況下仍能實現汽車與衛星互聯，發送精確定位作出救援。目前，極氫 001 FR、極氫 007 及吉利銀河 E8 已經成為首批搭載吉利自研衛星通信技術的車型。

健康安全體驗

本集團致力於打造最安全環保的汽車，提高車內空氣的質量，保障原材料的使用安全，為消費者的身心健康着想，並不斷提升網絡安全與數據合規管理能力。

⊕ 車內空氣安全

我們打造綠色環保座艙以前瞻科技打造高標準座艙安全體系，為出行提供第一重守護。

領克堅持「三零」安全標準

領克堅持採用零有害溶劑、零雜棉、零瀝青材料，獲得中環聯合認證中心（CEC）中國生態產品五星級認證，從源頭減少有害氣味。空氣淨化系統整合遠程淨化，主動式座艙清潔、定時座艙清潔、空調自乾燥等功能，讓車內空氣保持清新。抗菌方向盤採用無機抗菌劑，抗菌率高達 99%。

⊕ 原材料安全

汽車零部件的選材基本決定了整車 VOC 濃度和氣味性。我們注重從原材料源頭控制材料端滿足法規要求，並通過中國汽車材料數據系統（CAMDS）、報廢車輛（ELV）合規體系進行信息化數據管理，建立完整的有害物質管控體系。銀河 L7 獲得行業首發汽車乘員佩戴植入式醫療器械電磁防護認證，為保護人群免受電磁輻射隱形影響，尤其是保護佩戴植入式心臟起搏器、心律轉復除顫器、人工耳蝸等特殊醫療設備的人群保駕護航。

領克 09 榮獲 首批「中國健康汽車」權威認證

領克 09 EM-P 遠航版座艙內全部使用環保材料，包括媲美食品級的 PHC、嬰兒可接觸級環保 ABS 等。除此之外，車內杜絕使用如回收雜棉布等劣質回收材料，並使用了目前只應用於少量豪華車品牌的水性阻尼材料。

座艙內大面積採用 NAPPA 真皮包裹，從物理層面隔絕了 PVC 增塑劑與人體接觸帶來的風險，實現純天然舒適健康的體驗。

網絡安全

本集團在汽車全生命週期的各個階段均制定相關網絡安全管理流程；2022 年 10 月，取得德國交通部頒發的 UN Regulation No. R155 CSMS 網絡安全體系認證證書，2023 年 1 月取得 No. R156 SUMS 軟件升級體系認證證書，覆蓋了余姚、成都、杭州灣和西安四大生產基地，確保網絡安全在本集團的產品上得到最大保障。

隱私安全

本集團高度重視用戶的隱私保護工作，嚴格遵守全球隱私保護相關法律法規要求，最大限度尊重和保障各方的隱私權利。詳見「5.4.2 隱私保護」。

生物隱私保護

本集團對汽車 APP 端的生物隱私數據沒有獲取權限，而人臉識別的機制是獲取人的特徵點，並形成特徵庫，相關數據僅會保留在車內，且保留用戶對該功能的開關權限。在自動駕駛狀態下會對人和車牌進行模糊處理，目前相關技術本集團屬於領先水平。

此外，極氪在信息安全（防洩漏）、網絡安全（防攻擊）都逐步建立起極氪自身的安全能力，並取得如下外部認可：

2023 年 3 月	⊕ 被選舉成為 CCIA 汽車網絡安全工作委員會副主任委員單位
2023 年 5 月	⊕ 被授予第七屆世界智能大會信息安全攻防賽優秀支撐單位稱號
2023 年 6 月	⊕ 發佈研發成果 Autosvita 《Autosvith an open source multi-protocol low cost vehicle bus testing framework》的議題成功入選國際頂尖安全會議 Black Hat USA 2023
2023 年 12 月	⊕ 獲得信通院於 2023 年 12 月頒發的《車輛信息安全和車雲一體縱深防禦平台榮獲汽車運領航者優秀案例》證書
2023 年 12 月	⊕ 浙江通管局下發車聯網優秀演練防守單位

產品召回與預防

本集團成立產品安全委員會，嚴格按照國家《缺陷汽車產品召回管理條例》，制定《吉利汽車產品召回管理規定》。結合海外的法律法規，我們針對海外市場制定《海外市場缺陷汽車產品召回管理辦法》，對符合召回條件的產品進行公開召回。

報告期內共發生 1 起召回事件。2016 年 7 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日生產的部分帝豪 GL 車型在長時間運行後，由於車門鎖零部件尺寸超差，車門鎖體耦合桿回位不良，可能需要多次動作才能打開車門，緊急情況時會增加乘員安全逃生風險，存在安全隱患，我們注意到該情況，並基於產品風險進行主動召回。

主動召回次數（召回數量）：

	2023 年	2022 年	2021 年
吉利品牌	1 (2.2 萬輛)	3 (14 萬輛)	0
領克品牌	0	0	0
極氪	0	0	0

○○○

缺陷認證流程

- 1) 接收市場、生產等部門傳遞過來的缺陷信息
- 2) 組織相關單位進行缺陷分析、論證
- 3) 若確認為缺陷問題，上報國家召回中心，進入主動召回流程

○○○

主動召回流程

- 1) 制定消除缺陷方案並驗證，再採購備件
- 2) 查找車輛流向及客戶檔案，並下發停止缺陷車輛銷售通知
- 3) 制定召回計劃並驗證，發佈經召回辦批准的召回通知並實施召回
- 4) 在召回過程中實時監控市場召回執行效果，每三個月出具階段性報告及達成完成率的總結報告

為加強本集團召回預防管理體系，報告期內組織研發部門、供應鏈部門、製造部門、服務部門共同開展了產品安全百日向新工作，從新能源平台預警能力提升、零部件特殊特性管理、製造過程保安防災及售後服務快速處置等方面開展專項改進。識別出 109 個安全類零部件，完成 171 家供應商特殊特性現場審核，並建立快速處置液態組織和快速處置授權機制。

產品質量文化

員工質量培訓

本集團高度重視打造內部的產品質量文化體系，質量系統相關培訓目標為 100% 覆蓋。2023 年對於質量管理層組織的專業技能培訓為 30 多項，並通過技能大賽和「質量信得過班組」面向一線工人展開培訓，全年覆蓋 3 萬多人次，約 60%。同時，我們強調全員質量意識和全員責任落實，每件事都有明確的責任人，每個人都明確其責任所在，實現了內部質量實名制。

供應商質量培訓

在提高內部質量文化的同時，本集團也不忘對供應商進行質量管理賦能，汽車行業的質量管理規範極高，且我們約 80%-85% 的質量問題與供應商有關，因此供應商質量管理是重要課題。2023 年，本集團從業務的角度組織大型集中培訓 8 次，且在供應商質量管理工程師每次拜訪供應商時，均要向供應商的管理或業務開展至少一次吉利質量要求培訓。領克 2023 年對 52 家供應商開展了質量管理提升，識別工藝缺陷項 2,000 多項。

6.1.3.4 認證與獎項

本集團通過中國新車評價規程（C-NCAP）、中國綠色汽車評價規程（C-GCAP）、歐盟新車安全評鑑協會（Euro NCAP）等第三方測評對車型進行安全與健康評估，並於報告期內獲得多項獎勵證書：

- ⊕ 銀河 L7 以 90% 的綜合得分率，成為首個獲得 C-NCAP 五星認證的電混 SUV 車型，在主動安全、行人保護及乘員保護皆以高於已測車型平均得分通過。



- ⊕ 目前 6 款在售車型 C-NCAP 安全性 5 星或以上及 1 款在售車型 Euro-NCAP 安全性 5 星
- ⊕ 吉利銀河 L7 獲得 C-GCAP 全五 5 星（健康、能效、低碳）
- ⊕ 極氫 009 和吉利銀河 L7 榮獲中國汽車健康指數 2023 年度「五星健康車」獎項
- ⊕ 博越 Cool 和領克 09 EM-P 榮獲中國汽車技術研究中心有限公司頒發的「中國健康汽車」獎項
- ⊕ 領克 08 EM-P 榮獲由中國消費品質量安全促進會與中汽數據聯合發佈的「零甲醛」汽車獎
- ⊕ 銀河 E8 獲中國汽車技術研究中心頒發的第 001 號國內新能源汽車六維電安全技術體系認證證書
- ⊕ 極氫獲得聯合國 UN R155 車輛網絡安全管理體系、極氫 001 和極氫 X 的車輛網絡安全型式的認證證書

在汽車產品質量方面，本集團在報告期內亦獲取以下成績：

- ⊕ 基於《吉利全流程競爭力質量管理體系》的經驗被選入中國質量協會 2023 年全國質量標杆名單
- ⊕ J.D. Power 2023 中國汽車魅力指數研究 (APEAL)：
 - 自主品牌第一：吉利品牌
 - 緊湊型轎車第一：吉利帝豪
 - 中型轎車第一：吉利星瑞
- ⊕ J.D. Power 2023 中國新能源汽車產品魅力指數研究 (NEV-APEAL)：
 - 小型純電動細分市場第一：幾何 E
- ⊕ J.D. Power 2023 中國新車質量研究 (IQS) 每百輛車問題數 (PP100)：
 - 自主品牌第二：吉利品牌
 - 中型經濟型 SUV 第一：吉利博越 / 博越 X
- ⊕ J.D. Power 2023 中國車輛可靠性研究 (VDS)：
 - 自主品牌第二：領克品牌
 - 緊湊型 SUV 第一：吉利繽越
- ⊕ J.D. Power 2023 中國汽車智能化體驗研究 (TXI)：
 - 主流傳統能源汽車第一：領克品牌

6.2 可持續服務

本集團秉承「以用戶為中心」的核心理念，將可持續發展與服務貫穿至客戶服務全生命週期中，為此我們提出可及的服務的客戶服務理念。

6.2.1 負責任營銷

本集團作為一家全球性企業，致力於對自身的產品和服務進行可持續、透明和負責任的營銷。為了確保我們的營銷業務按照適用的法律法規，以合乎道德和負責任的方式開展，我們制訂了《負責任營銷原則》。

國內銷售公司基於《中華人民共和國廣告法》，規範本集團各品牌對外傳播內容的準確性、規範性，制定《關於規範廣宣傳播行為的通知》，對不合規的傳播內容進行有效排查，嚴格把控各類型廣宣傳播內容。我們定期組織開展相關培訓，提升全員審核專業度；每季度對涉及傳播風險的物料發出警示，並重點追蹤；對造成負面影響的發佈內容及時採取救濟措施，包括案例分享、強化廣宣物料審核流程、由法務人員針對性培訓廣宣審核員等，確保廣宣審核風險控制機制的高效運作。

我們為確保消費者在購買決策前能夠清晰、準確地獲取所需信息，提供以下便捷多樣的信息獲取渠道：

線上：官方網站、官方微信公眾號、官方微博、官方視頻號、海外 Facebook, Instagram 等社媒平台以及海外官網等線上平台

線下：官方授權銷售網點提供的產品單頁 / 摺頁 / 型錄等紙質資料、銷售顧問介紹、產品推介會、試乘試駕

吉利國際銷售為清晰明確地傳遞產品信息，專門製作產品型錄，摺頁配置等產品宣傳材料，並在官網或社交媒體上發佈技術貼士，組織關愛課堂對用戶進行宣傳教育。

報告期內，我們從七大方面拓展了負責任營銷的理念，將負責任影響理念不僅僅局限於遵守相關法律法規：

- ⊕ 踐行「敬畏市場，感恩用戶，尊重對手，做強自己」的營銷理念，避免向用戶提供競爭對手的虛假信息。
- ⊕ 遵守相關的營銷、廣告和銷售法律法規制度，確保所有員工及合作夥伴尊重、遵守運營所在地的法律、法規和行業準則。
- ⊕ 保證銷售、服務價格透明，不加價，不捆綁銷售，承諾不進行任何虛假或誤導消費者的宣傳，嚴禁過度承諾。
- ⊕ 為用戶提供無微不至的高品質服務，以服務創品牌，打造「親和、專業、嚴謹、高效」的吉利服務特色，把控服務質量流程，規範營銷人員的操作，監督員工及合作夥伴的負責任營銷實踐，為廣大用戶帶去放心、安心、舒心的高品質服務。
- ⊕ 尊重和保護用戶數據和隱私安全，遵守運營所在地的法律法規、確保對客戶信息全生命週期的保護。
- ⊕ 多元化與包容性，參與吉利營銷活動的員工及合作夥伴必須確保營銷活動在其設計所針對的環境中不存在冒犯和助長歧視的內容。
- ⊕ 致力於推動全營銷鏈路的可持續發展，盡最大努力提高消費者對可持續消費的意識，引導消費者優先選擇對社會和環境有益的產品。同時攜手合作夥伴共同推進社會責任，提升吉利汽車的可持續發展影響力。

2023 年度，我們發佈了負責任綱領，並對全國 2,164 家經銷商開展了相關培訓賦能，100% 的經銷商參與了客戶服務質量管理研討會。

國際銷售公司深入研究運營所在地的相關法律法規，對內部傳播人員進行營銷極限詞語概念宣貫，確保所用到的極限詞均具備充足的證據；同時確保所有宣傳用物料、網宣材料等發出前均由法務部審核。2023 年度未發生合規相關負面事件。

6.2.2 服務可及性

國內門店及線上服務

為了讓更多用戶體會到本集團「快樂人生，吉利相伴」的核心價值理念，我們專注於渠道管理，確保各類客戶易於接觸不同服務內容需求。我們制定《吉利汽車標準服務流程》（2022 版），指導服務站全面執行服務啟航、預約、入店接待、診斷開單、維修質檢、交車、結算、跟踪服務環節的各項標準。報告期內，我們已形成社會化客戶關係管理（SCRM）、線上預約、透明車間、線上服務評價等數字化體驗功能。

二零二三年年底，本集團在中國的銷售體系得到進一步優化與擴充。吉利品牌通過多家經銷商，覆蓋中國各地區。吉利銀河新開 517 家門店提供該系列專屬的銷售渠道。極氪在中國通過 24 家「極氪中心」、240 家「極氪空間」、31 家交付中心、45 家極氪家服務其客戶。領克在中國通過 350 家「領克中心」和 67 家「領克空間」服務其客戶。

本集團網點佈局和新能源發展同步進行，打破傳統燃油車佈局方式，提升了便利性。除了傳統銷售渠道，我們積極佈局新媒體渠道，關注用戶習慣的改變。在抖音、快手、小紅書、B 站、淘寶、天貓等客戶端佈局旗艦店，起到快速傳播的作用，促使客戶容易訪問產品信息。

經銷商賦能

新能源轉型更偏向於科技感，客戶對接待服務的體驗要求較高，我們通過升級經銷商對客戶的服務質量，來確保客戶購車體驗。

相較於傳統燃油車主，新能源車主對信息交換有較高要求，同時也會提出更尖銳的問題，因此需提供多樣化和豐富的培訓內容。極氪基本每日都會通過在線會議與培訓系統針對一線員工、供應商開展至少一場培訓，最大化進行知識迭代。

內部賦能

為保證良好的客戶滿意度，我們對區域服務經理進行共 14 大類 387 項考評、不定期抽檢、電話滿意度調研等。同時我們對站長、技術總監、服務顧問、客戶關係員、備件專員、索賠專員、總檢員 7 個關鍵崗位開展吉利汽車關鍵崗位（GKPC）認證。

2023 年度，全國近 1000 家授權服務站中，GKPC 認證率超過 80%。截至報告期末，GKPC 共開展 210 個培訓班次，覆蓋 4,840 人次，有效提高門店服務質量和水平。

為了加快服務站人員認證培養，我們對各崗位 / 等級認證形式、課程結構進行了調整，採取線上學習 + 線下集訓的方式開展人員認證培養，平均每個崗位 / 等級約 25% 的課程內容調整為線上模塊化學習，每個崗位 / 等級線下認證時間縮短 1-2 天；學員通過訓前學習測試 + 訓中每日過關 + 訓後效果跟蹤 + 專項補弱培訓的模式既降低服務站人才培養成本，又保證各崗位 / 等級的培訓效果，提高參訓學員整體技能水平，為客戶提供更高質量的服務。

國際服務

截至二零二三年年底，吉利品牌已在全球 70 個國家與地區佈局 533 個銷售及服務網點；領克已在歐洲 6 國開設了 11 家線下體驗店；2 家極氪中心相繼在歐洲落成。我們為用戶提供的車型覆蓋從經濟型、入門級轎車、中端的商務轎車、高端 SUV，符合當地市場需求的差異化及定製化的售後產品、服務活動及車主互動。我們始終貫徹「專業、高效、友善」的核心服務概念（Care for your care），為用戶打造高價值服務。同時，通過加快備件供應效率、服務維修效率以及疑難問題解決效率來切實解決用戶的痛點。

備件供應效率：透過「1+8+N」備件庫架構的搭建，通過 1 個中心庫，8 個區域庫，N 個市場本地庫來保障全球備件業務的供應，區域庫及本地庫 100% 所有市場。

服務維修效率：目前已逐步在海外推進快保策略，進一步縮短保養時間，另外當用戶車輛遇到疑難問題，我們可通過線上診斷系統、線上技術支援系統和市場專家小組共同解決，整體維修效率提升 30%。

用戶生態

本集團秉持「溫暖相伴 我們同行」的態度，把溫暖和幸福傳遞給這個社會上的更多人，構建用戶共創、鏈接全社會的全新公益生態，構建了「我們」用戶品牌，提出「用戶共創」理念，讓用戶走進造型中心、智能工廠等，將「用戶共創」貫穿在具體業務當中。

吉利汽車服務技能大賽 用「心」服務客戶

2023 年，吉利汽車組織開展了第 13 屆服務技能大賽，大賽共吸引參與人數 1.1 萬人，期間的傳播內容累計流量達 820 萬。通過技能大賽平台，實現「以賽代練，以賽促技」，加強站內一線人員的交流與學習，提升業務技能。同時不斷強化服務與技術水平，提升服務人員的綜合素質，提升用戶滿意度。



截至報告期末，吉利品牌 App 註冊量已達 **950 萬**，領克 APP 粉絲突破 **369 萬**，留存率 60%。

「Hi，我們」2023 吉利汽車用戶大會

報告期內，吉利汽車邀請用戶聯合當導演，舉辦了由用戶共創、用戶主導、用戶賦能，用戶的盛會——「Hi 我們」用戶大會，並發佈共創主題曲《我們+》。成功打造出吉利品牌用戶年度活動 IP，讓「Hi 我們」吉利品牌用戶大會成為「我們」用戶品牌與用戶一年一度的約定。

從 2022 年「我們+」公益俱樂部以來，吉利把每年 8 月 6 日定為「我們+86 公益日」。截至目前，該俱樂部已吸引 15,000 名車主成為成員，累計開展了 60 多場公益活動。

用戶社群活動

吉利品牌多年圍繞「我們在一起 這很吉利」用戶品牌理念，開展吉家宴、走進工廠、與趣圈層、驚喜寵粉活動等用戶社群活動，有效訪問 552 個車友會，用戶 28.8 萬。報告期內，我們共舉辦車友會活動 1,062 場，吉利銀河車友會年增長率 100%；領克舉辦線下活動 2,559 場。

「有我們更吉利」2023 吉家宴

從 2016 年開始，「吉家宴」就作為用戶品牌固定在每年春節前舉行，並成為吉利品牌和客戶之間常態化交流的重要平台，「吉家宴」更見證着吉利對用戶服務的不斷升級。

2023 年「有我們更吉利」吉家宴將我們的心意和滿滿的祝福送上，本次家宴共邀請吉粉車主、媒體夥伴共 160 人參加。


吉利幾何圍繞用戶用車場景，開展全民達人種草行動、夏日分享計劃、熊貓 Mini 粉絲體驗派對等多種用戶可及性活動。截至報告期末，幾何累計開展超 2,000 場活動，深度訪問用戶超 25,359 名，曝光量超 7,000 萬，高效增加訪問用戶數量。

領克汽車舉辦第六屆 2023 年 Co 客大會，大會時長近 2 小時，線上線下共超過 600 萬人參與。領克成立 Co 客領地，截至報告期末，領地會員突破 46 萬，經銷商入住率 99%，累計舉辦 13,000 場線下活動。

極氪致力打造行業領先的營銷服務體系，以直營的極氪中心、極氪空間、極氪交付中心及極氪家為用戶提供優質服務和體驗。

極氪「ZEEKR Care」亦持續為用戶提供不同的關懷服務：

<p>○○○</p> <p style="text-align: center;">優質服務資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 車輛維保 29 萬 + 次 ⊕ 道路救援 16,716 次 ⊕ 上門取送車服務 64,400 次 ⊕ 服務中心無憂接送服務 52,701 次 ⊕ 外出搭電、故障排查等緊急上門服務 3,144 次 	<p>○○○</p> <p style="text-align: center;">大數據及數字化解決方案</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 智能診斷 44,961 次 ⊕ OTA 推送及保障服務 37 次 ⊕ 極氪管家 7*24 小時在線 	<p>○○○</p> <p style="text-align: center;">服務共創</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊕ 4 萬 + 用戶享受覆蓋夏季、亞運、國慶、冬季 4 大出行場景的服務關懷活動 ⊕ 服務主題共創活動超 70 場與 1,500 位用戶面對面溝通
---	--	--

 吉利品牌在 J.D. Power 2023 中國銷售服務滿意度 (SSI) 獲得**自主品牌第三名**；
極氪品牌在 J.D. Power 2023 中國新能源汽車客戶體驗價值研究 (NEV-CXVI) 獲得**中國品牌第一名**。

6.2.3 售後服務

本集團始終秉持「關愛在細微處」的服務理念，以「專業、嚴謹、高效、親和」的工作作風，致力於為消費者提供無微不至的超高品質服務。

客戶投訴

我們遵循「由點到面，自我剖析、認清本質，重在預防」的原則，對客戶投訴情況進行積極反饋與復盤，針對市場上易產生的投訴內容制度預防措施，編製成《投訴預防手冊》，供市場進行學習預防，通過對投訴的多維度分析進質量信息反饋，專題、質量會等形式，促進基地產品質量改進提升，從根本上降低後期的產品質量投訴。報告期內，千車投訴率為 1.93‰，低於年初部門設定 3.5‰ 的目標；投訴 2 小時響應率 98.9%，投訴 3 天閉環率 98.87%，均高於年初設定 98% 的目標。

2023 年投訴總數及處理率

	吉利品牌	領克品牌
投訴總數	2023 年：10,178 2022 年：17,792	2023 年：1,771 2022 年：3,229
處理率	2023 年：95.3% 2022 年：97.9%	2023 年：100% 2022 年：99.5%

極氪在線上、線下擴大用戶抱怨預警圍欄，主動識別用戶抱怨情況，快速積極解決用戶抱怨，未能及時消除用戶抱怨快速聯動各職能部門共同安撫，後續持續推動案件復盤工作，通過復盤異議事件服務鏈路橫展服務體系優化，並複製到全國改善。



客戶滿意度

我們通過電話調研和短信調研兩種方式，定期開展消費者滿意度調研活動。電話滿意度調研從「總體滿意度、主動預約、服務團隊態度、服務流程執行、維保質量、服務價值、服務推薦」七個指標作為切入點，全方位了解消費者滿意度水平。同時，我們通過月度統計各省份城市服務經理、服務站的電話、短信滿意度數據，出具滿意度分析報告，對滿意度未達標或與目標值差距較大的服務經理、服務站下發整改任務書，持續跟蹤整改成效，切實保障消費者滿意度水平的穩步提升。

2023 年，吉利汽車國內銷售公司統計服務滿意度：93 分、客訴輿情發生率：≤ 0.6%。

吉利品牌 2023 年售後服務滿意度

消費者滿意度（分數）		
2023 目標	2023 結果	2022 結果
93.5	95.6	電話滿意度：93.6 短信滿意度：97.8

註：2023 年，消費者滿意度（分數）統計方式調整為電話滿意度與短信滿意度的合併計算。



吉利品牌在 J.D. Power 2023 中國售後服務滿意度研究 (CSI) 獲得**自主品牌第一名**。



制定客戶服務實施策略

- 1 建立主動營銷策略（權益、產品、活動等），進行流失客戶精準觸達
- 2 制定重點用戶的評價及維系管理制度，將重點客戶納入 VIP 體系管理
- 3 滿意度數字化平台建設，賦能滿意度管理，提升評價、數據傳輸、問題響應、問題改善各環節工作效能
- 4 搭建滿意度改善機制，針對重點薄弱店、薄弱項實施專項改善，推動服務滿意度持續提升
- 5 增加遠程支持和診斷的頻次，協助縮短經銷商的診斷時間，進一步提升一次性修復率

極氫構建數字化營銷體系 打通消費者服務最後一步

靈犀一期的研發目標為建立用戶開單的能力，並規範開單流程，可以節省和用戶的無效溝通。通過和手機 APP 的聯動，增強面向用戶的數據透明度。靈犀二期的研發目標為建設備件供應鏈，提供技術諮詢並解決索賠問題，致力於聯通供應商和售後，打通消費者全鏈路反饋。目前靈犀二期覆蓋了極氫全部的零部件供應商、工廠、極氫家，未來的目標是全部覆蓋極氫。

極氫通過提升數字化覆蓋，覆蓋線上線下，營銷，銷售，交付，售後全鏈路產品體系，降低營銷經營費用，完善售後服務體系建設，提升補能生態體系，構建智能數字生態。構建數字化 +AI 人工智能構建數字化生命體體系，提升汽車覆蓋，進一步提升經營效率。

海外客戶滿意度

吉利國際售後通過與全球各合作經銷商協同，以電話回訪、郵件調研等方式，從服務效率、服務預約、服務接待、服務專業、服務前解釋、服務後說明、服務設施、備件可供、服務成本、車輛清潔、服務交車、服務質量以及服務完成後的陪同終檢十三大維度開展客戶服務滿意度調研。

2023 年開展領克汽車領悅售後服務星級評價項目，圍繞服務用戶評價高、用戶忠誠度高、服務優質的經銷商展開，並評選出一批優質的經銷商授予領悅售後服務星級經銷商榮譽。

售後滿意度：採用線上與線下調研相結合的方式收集用戶滿意度調研。

- 1) 線上滿意度調研：交車次日 APP 端發送調研問卷，用戶須在一天內填寫，填寫完畢即為線上滿意度調研閉環。
- 2) 線下滿意度調研：用戶在接受售後服務 7 天後，呼叫中心進行滿意度調研。目標值為全國平均分大於 93 分。

對於低分的經銷商，要求按時反饋《改善提升報告》，用作經銷商的整改，下個月將持續關注此類經銷商。

定期開展弱項提升或新店孵化會議，針對滿意度較弱的區域進行重點輔導，讓經銷商了解得分規則，強化服務流程，提升運營管理。

定期進行專項走訪，傳遞服務流程、服務態度、工單規範性的重要性，增強服務意識。

產品保修

本集團在產品立項初期開展市場對標，並結合車型定義以及《家用汽車產品修理更換退貨責任規定》，制定新車型的質保政策。各車型嚴格遵守《家用汽車三包憑證及保修保養手冊》中，提供產品保修政策。我們建立完善的質量索賠流程，並每月開展「初級索賠員崗位認證」培訓，以確保索賠員熟悉新車質保政策及保修要求，通過高水平的業務能力為消費者帶來高質量的服務水平。



6.3 可持續出行

共享出行

領克於歐洲除提供領克 01 插電混動汽車銷售外，亦以訂閱模式為用戶提供更靈活、更經濟、更環保的領克 01 插電混動汽車出行體驗。同時，用戶也能透過領克的共享應用程式，供汽車使用者出租其汽車，不單節省汽車使用者本身的成本，亦使汽車使用率提高，從而減少汽車使用空間。同時亦在購買和月租訂閱外，提供人們更便利靈活的使用模式選擇。截至 2023 年末，累計訂閱量已超過 3.8 萬輛。

可負擔出行

本集團為消費者提供不同價格的車型選擇，從 10 萬元以下的大眾化市場、10-20 萬的主流市場、20-30 萬的中高端市場、30 萬以上的豪華市場，我們以旗下各品牌提供相應市場的汽車產品。在汽車智能化的發展下，我們亦追求科技平權，以科技創新及成本控制，提供多樣化的智能化方案在我們不同價格段的產品上，使用戶都能獲得智能化帶來的體驗提升及安全保障。同時我們推出一系列新能源車輛銷售舉措，包括贈送汽車流量、二手車置換補貼服務以及關鍵產品的核心零部件終身保修服務。

汽車金融也是我們推行普惠金融政策落地的關鍵因素，我們通過吉致金融服務不斷創新產品、優化政策、採用數字金融，已為超過 300 萬汽車消費者提供金融服務，與超過 2,700 家經銷商建立良好合作關係，成功幫助近 7,000 名網約車司機、出租車司機購買新能源汽車創業。我們針對不同客群，提供專業、靈活、便捷的個性化服務，定期進行回訪，了解客戶滿意度和最新的融資需求，及時改進現有服務，通過優質的金融服務和貼心的人文關懷，履行企業社會責任。

智能座艙無障礙功能

除了智能駕駛外，智能座艙作為智能化的另一核心，也為汽車的無障礙帶來更多的可能性。例如智能汽車的語音交互功能使行動不便的乘員也能更輕鬆體驗汽車的功能。

2023 年 3 月，由吉利合作成立的芯擎科技自研，中國首款 7 納米車規級智能座艙芯片「龍鷹一號」量產，首發搭載領克 08。此外，銀河 L7 榮獲 CIVC 中國智能網聯汽車大賽—智能座艙挑戰賽金獎。吉利銀河 L7 搭載的銀河 N OS 是全新一代的吉利銀河專屬的原生智能座艙系統，也是吉利自研的領先一代全新座艙系統，完美復刻了手機交互邏輯，用戶零學習成本，並實現了「車機多屏、車機與手機、車機與家居」的多端融合，可以連接出行、娛樂、社交、服務多種生活場景，帶來「萬物互聯」的用車體驗。

吉利為滿足殘疾人出行需求，在大連助力有近百輛殘障出租車運營，也積極參與了亞運會殘障出租車服務。

本集團主席李書福先生在 2024 年全國兩會期間建議在全國範圍內設立並推行無障礙用車標準規劃，推動無障礙用車先行示範項目建設。

李書福認為，目前無障礙用車面臨缺乏行業標準，標準建設及推廣落實力度不一，投放門檻較高，運營成本難覆蓋，社會協同支持不足等現象。他建議，把在全國範圍內設立並推行無障礙用車標準規劃納入無障礙環境建設、適老化改造工程整體規劃。統籌規劃全國無障礙用車項目的長期發展和推進舉措，為完善無障礙出行環境建設做出貢獻。

隨著無障礙基礎設施的逐漸完善、無障礙觀念的日漸普及，民眾對無障礙服務的期待逐漸從「有沒有」向「好不好」轉變。李書福建議，鼓勵以無障礙用車標準規劃為參照，依托無障礙用車項目發展愛心服務車隊、融入非急救轉運、搭載移動 AED 應急響應等特色模式。在機場、火車站、醫院等公共場所設置無障礙用車綠色通道，打造無障礙服務的暖心工程。

「建議以提升無障礙群體出行體驗為目標，推動無障礙用車先行示範項目建設。」李書福說，要充分發揮「標杆」和「樣板」的示範帶動作用，力爭在主要城市建設落地首批全國標準無障礙出租車項目。

7

可持續價值鏈

重要議題

負責任
供應鏈

供應鏈

- ⊕ **94%** 一級供應商簽署《吉利供應商行為準則》
- ⊕ **85%** 一級供應商合格通過可持續發展自我評估問卷
- ⊕ **100%** 新准入一級供應商完成 ESG 現場審核（自 8 月生效以來）
- ⊕ **120 家** 一級供應商完成第三方 ESG 盡職調查

經銷商

- ⊕ 制定《負責任營銷原則》
- ⊕ **100%** 經銷商合規培訓及客戶服務培訓覆蓋率
- ⊕ **100%** 國內經銷商參與可持續營銷培訓

行業協同發展

- ⊕ 國際汽車工作組（IATF）中唯一擁有董事表決權的亞洲汽車集團
- ⊕ 推動成立國際汽車質量標準化協會（IAQSA）
- ⊕ **445 份** 標準主導或參與

ESG 戰略：
共榮發展、氣候中和、自然受益



7.1 可持續供應鏈

「可持續」是本集團供應鏈管理的核心元素，亦是 ESG 六大戰略方向「共榮發展」中的重要組成，我們將 ESG 理念融入供應鏈管理體系，完善可持續供應鏈的管治架構，致力於減輕供應鏈 ESG 風險，並與供應商攜手共同邁向可持續發展。

我們的母公司吉利控股集團於 2022 年 12 月 1 日成為首家以全球合作夥伴身份加入汽車行業可持續供應鏈聯盟「驅動可持續 (Drive Sustainability)」的中國企業。在吉利控股集團的協調支持下，本集團可通過「驅動可持續」對接全球前沿實踐與成熟工具，聯合各大主流汽車行業品牌在供應商、利益相關方和相關部門間傳遞一致的標準、管理及評估方法。

組織架構

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：負責任供應鏈）的風險與機遇，詳見本報告「2.2 ESG 管治」。我們成立了在「新產品開發合規工作組」下的「可持續供應鏈合規小組」，由採購部門、供應商質量工程 (SQE) 中心等組成。本集團管理層負責監督及對供應鏈管理的重大事宜進行決策。本公司董事會負責監督管理層的工作，包括聽取管理層對供應鏈管理重大事宜的匯報，及在本集團戰略上作出相關的決策。

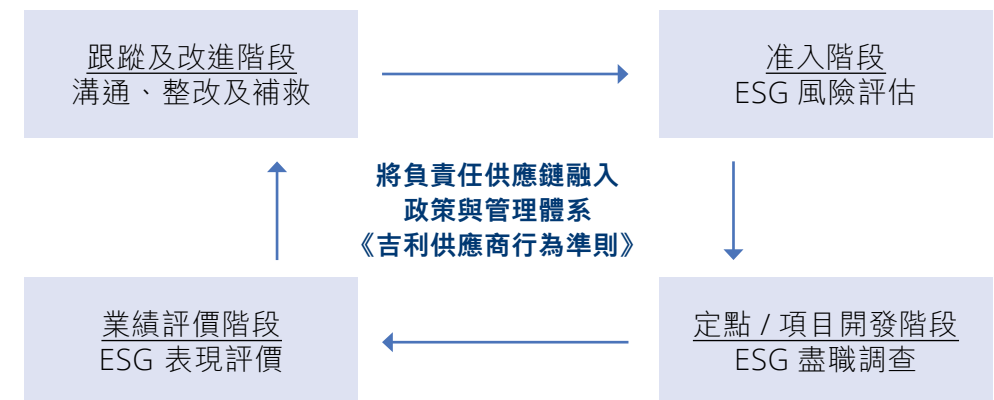
圍繞供應商全生命週期 ESG 管理（包括准入階段、定點 / 項目開發階段、年度審核），日常工作由供應鏈 ESG 團隊協同 ESG 部門、合規部門等，共同分析供應鏈現狀並對標供應鏈可持續發展的政策趨勢、法律法規及行業發展。同時，制定供應鏈 ESG 目標及提升方案，分別向供應鏈系統管理委員會及可持續發展委員會定期匯報。

供應商全生命週期 ESG 管理

本集團參考 OECD 指南，完善供應商全生命週期 ESG 管理。報告期內，主要優化工作包括：

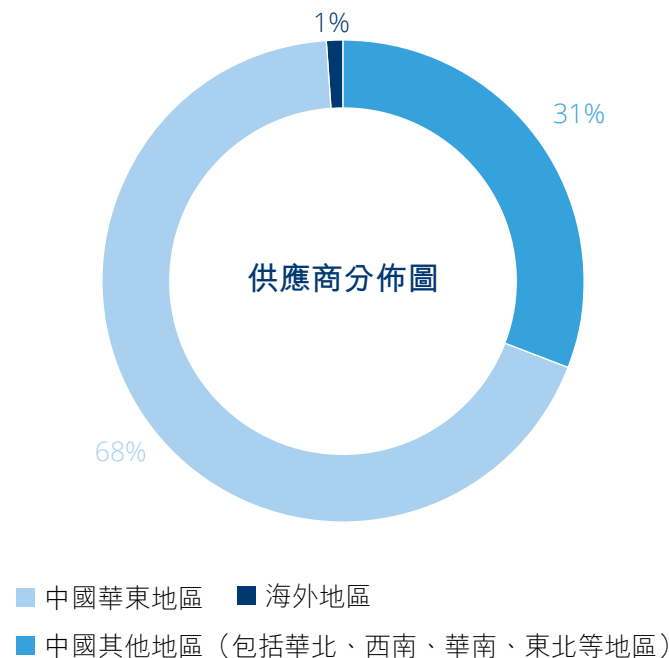
- ⊕ 修訂《吉利供應商行為準則》並於 2024 年 4 月正式公開發佈，加強政策管理與對供應商的要求；
- ⊕ 引入外部審核工具，完善供應商可持續評價系統，強化供應鏈 ESG 風險識別；
- ⊕ 成立由本集團 ESG 部門、合規部門、人力資源部門、供應鏈部門、工會等組成的人權工作小組，討論本集團在供應鏈人權管理的對標分析及改進空間，並共同推進開展供應商突出人權議題識別，評估突出人權問題對價值鏈的影響；
- ⊕ 對於面臨出口管制風險的供應商，參考 OECD 礦石指南，初步開展衝突礦產審核和獨立第三方盡職調查；
- ⊕ 持續供應商可持續能力建設，提升供應商碳管理能力。

基於報告期內人權工作小組的討論，本集團將計劃在 2024 年進一步強化供應商全生命週期 ESG 管理的方法及具體措施，以更符合《OECD 指南》、《OECD 礦石指南》的相關要求，貫徹本集團及其供應鏈在《吉利供應商行為準則》的承諾。



供應商分佈

截至報告期末，本集團共有一級供應商 1,020 家，新增一級供應商 36 家。我們積極推動本地化採購，持續與當地政府合作，引入當地供應商並鼓勵其他供應商本地化建廠生產，優先推動重貨、泡貨類等主要零部件供應商就近生產配套，以降低交付延誤風險、減少物流運輸碳排放、助力地方經濟發展。本集團的整車生產基地主要分佈在中國華東地區，因此供應商也主要如下圖所示主要分佈在這些地區。



本集團持續追蹤全國政策、氣候環境等影響交付的風險。為確保供應及時，本集團主要整車基地所在的華東地區的採購比例繼續增加由 2022 年的 64% 增加至 2023 年的 68%，減緩遠距離採購所產生的交付風險及物流運輸過程中的碳排放，實現質量問題快速響應，並持續帶動本地供應商發展與就業。通過提前部署及風險管理，我們的多樣化的供應鏈仍能保持韌性，支持業務開展。

7.1.1 供應鏈 ESG 風險評估

我們依托內部審核流程和引用外部工具，將供應鏈 ESG 風險識別與評估融入每個供應商的准入、項目定點、年度審核，以及溝通、整改與補救環節，以實現覆蓋供應商全生命週期的 ESG 評估。

1. 准入階段：ESG 風險評估

「可持續發展評估」成為供應商准入的門檻之一

報告期內，更新制定《供應商 5A 審核評價體系》（「5A 審核」），正式將 ESG 指標納入供應商准入階段的現場審核，從可持續發展能力、研發技術能力、質量控制能力、生產製造能力、經營管理能力五大維度評估，計劃對 100% 新准入的供應商進行現場審核。

可持續發展能力評估基於《吉利供應商行為準則》及參考 Drive Sustainability 等的相關指引，包括：合規與誠信、貿易合規、信息與數據安全、職業健康與安全、勞工人權、環境與碳排放、負責任採購（關鍵原材料管理）。基於供應商在准入階段的可持續發展能力評估成績，我們將供應商評為 A 至 E 級，對於關鍵品類的供應商（如電池商），須達到 B 級（即 $80 \leq \text{得分} < 90$ ）方可准入，其他供應商亦需達到 C 級（即 $70 \leq \text{得分} < 80$ ）。對於供應商的扣分項目，我們將說明扣分原因。對於風險准入的供應商，即識別出非重大風險，我們要求其在限定時間內完成整改。所有不符合清單需現場審核結束後，由供應商簽字確認。對於識別出重大風險的供應商，拒絕准入。

法律、合規及商業道德相關的盡職調查

我們要求 100% 新准入的供應商須完成《供應商合規申報表》填寫並由合規部門通過專業工具和公開信息核查，通過貿易合規黑名單篩查系統核查供應商是否存在國家 / 地區政治、經濟、貿易、法律等因素的風險。

2023 年：8 月正式實施 5A 審核，已運用在實施審核後 100% 新准入的供應商（佔 2023 全年 77% 新准入的供應商），對於供應商新增 / 變更供貨場地、新品擴項均需進行 5A 審核。按照審核結果，我們對於拒絕准入，以及風險准入的供應商，提供 ESG 相關的整改建議，以幫助供應商提升從而達到我們的可持續發展要求。2023 年，共有 2 家供應商拒絕准入，5 家供應商涉及整改。同時，我們逐步將審核範圍從新准入供應商擴大至現有供應商。報告期內，我們已完成 103 家現有的一級供應商的 5A 審核。

未來計劃：將面向所有供應商開展可持續發展評估的滾動排查，並在兩年內覆蓋 100% 一級供應商。另外，我們將引進外部數據平台，加強對環境及職業健康安全方面的風險識別，實時獲取並動態監控供應商有關違反法律法規、受到處罰、環境監管等，以及相關負面輿情等信息。

2. 定點 / 項目開發階段：ESG 盡職調查

在供應商准入後和定點之間，基於項目要求採用 Drive Sustainability 自我評估問卷（SAQ）對供應商進行外部評估。針對特定車型的出口項目，引入第三方盡職調查以及衝突礦產評估，供應商需滿足目標市場對 ESG 相關法律法規的要求後方可參與項目：

- ⊕ Drive Sustainability SAQ：基於問卷填寫和上傳材料，評估供應商在人權和工作條件、健康和 safety、商業道德、環境、負責任供應鏈管理、負責任採購原材料方面的表現，並得到外部合規分析師團隊（NQC）的驗證和分數評價，從而幫助我們識別供應鏈風險；
- ⊕ 外部第三方盡職調查：針對特定車型的出口項目，聘請擁有國際認可的供應商審核資格的獨立第三方審計公司對相關供應商開展現場盡職調查（範圍包括《吉利供應商行為準則》，以及識別出的突出人權議題等方面）；
- ⊕ 衝突礦產（包括：錫、鉍、鎢和金，通常稱為「3TG」）審核：針對特定車型的出口項目，採用負責任礦產倡議（RMI）開發的衝突礦產報告模板（CMRT）收集供應商原材料信息，以評估和排查供應商的關鍵原材料風險；
- ⊕ 基於項目需求，研發部門通過技術文件對相關項目供應商的碳足跡、循環材料使用比例（如鋼、鋁、塑料）、關鍵原材料溯源提出要求。

2023 年：面向所有供應商開展 Drive Sustainability SAQ，其中 85% 的一級供應商已完成並分數合格（≥70 分），供應商可根據 SAQ 分數及相關差距的提升建議持續優化。截至 2023 年底，已對 120 家一級供應商開展外部第三方盡職調查（無發現重大風險），並已有 50 家供應商完成了 CMRT 報告填寫。

未來計劃：將逐步增加外部第三方盡職調查的供應商佔比及選取範圍（非出口的高風險供應商）。在關鍵原材料方面，基於已構建的溯源數字化工具平台，引入熟悉汽車行業衝突礦產審核機構，幫助識別冶煉廠或精煉廠的合規名單，強化後續衝突礦產的溯源和盡調工作。

3. 業績評價階段：ESG 表現評價

通過搭建可持續管理系統並鏈接至業績評價系統，已將供應商的 ESG 表現評價納入供應商整體業績評價的一部分，佔比為 10%。這部分評價結果將直接影響供應商能否評為 A 級，從而影響其配額。另外，相關評價結果將通過系統自動郵件通知供應商管理層。如出現發現超過 3 個不合格項或整體不達標，將約見供應商管理層，提出限期整改要求並予以幫扶。若整改無效，其將納入至優化池，進行受限及淘汰管理。另外，針對業績評價優秀的供應商亦會予以相關獎勵。

業績評價模型亦接入了溯源管理平台，有效推進關鍵原材料溯源和相關評估。

2023 年：已上線 28 個可持續業績指標及數據交互模型，已收到 5,684 條 ESG 數據。

2023 年所識別的供應商整改項，主要集中在：1. 可持續管理組織與體系 2. 向次級供應商傳達可持續要求 3. 產品碳管理或碳減排計劃（綠電目標等）4. 廢棄物減排。

未來計劃：可持續評價系統將進一步優化，結合根據上述內外部審核流程、盡職調查結果等，全面從勞工人權、環境、碳足跡、職業健康、衝突礦產、關鍵原材料等方面表現對供應商按高、中、低風險進行分類，為不同風險等級的供應商制定相應的提升 / 整改計劃，並配合年度審查對供應商風險等級再調整。

4. 跟蹤及改進階段：溝通、整改及補救

本集團理解可持續發展在目前階段對部分供應商為嶄新的管理緯度，我們在確保本集團的供應鏈 ESG 風險能有效管控的同時，我們不希望只以淘汰方式去維持自身供應鏈的 ESG 成熟度，而是更希望以幫扶的形式去提升供應商的 ESG 管理能力，帶領汽車供應鏈與本集團在可持續發展的道路上健康成長，亦減低為本集團 ESG 評價提升而淘汰供應商造成對其員工的經濟及社會影響，履行本集團為應對 ESG 議題對各利益相關方充分考慮的責任，實現 ESG 戰略帶領供應商及其員工「共榮發展」的目標。

溝通：本集團採取多樣化的形式與供應商溝通 ESG 管理，包括制定《吉利供應商行為準則》及向其培訓當中的要求，同時亦吸納供應商的意見持續修訂以更清晰表達里面的指引。同時，本集團亦開展其他 ESG 相關培訓，詳見「7.1.3 供應商 ESG 能力提升」。本集團亦建立了供應商申訴渠道，提供供應商員工就《吉利供應商行為準則》或其他 ESG 相關事項向本集團申訴或舉報。

整改：如前面三個階段所述，識別出的風險或不符合項，本集團會給予整改建議協助供應商去整改。

補救：本集團在供應商出現重大問題時，將積極與該供應商進行溝通，了解問題的情況以及其可能或已造成的不利影響，以進一步協商有關的整改及補救措施。報告期內，本集團在《行為準則》及《吉利供應商行為準則》中進一步規範了自身及供應商的補救責任。



為更好地整合供應商全生命週期 ESG 評估和管理，我們正在搭建「AESGC」評價模型，從基礎能力建設（Ability）、環境（Environmental）、社會（Social）、企業管治（Governance）、碳（Carbon）五個維度進行全面管理，更加精準和深入覆蓋主流 ESG 管理內容，並具備汽車行業特性。

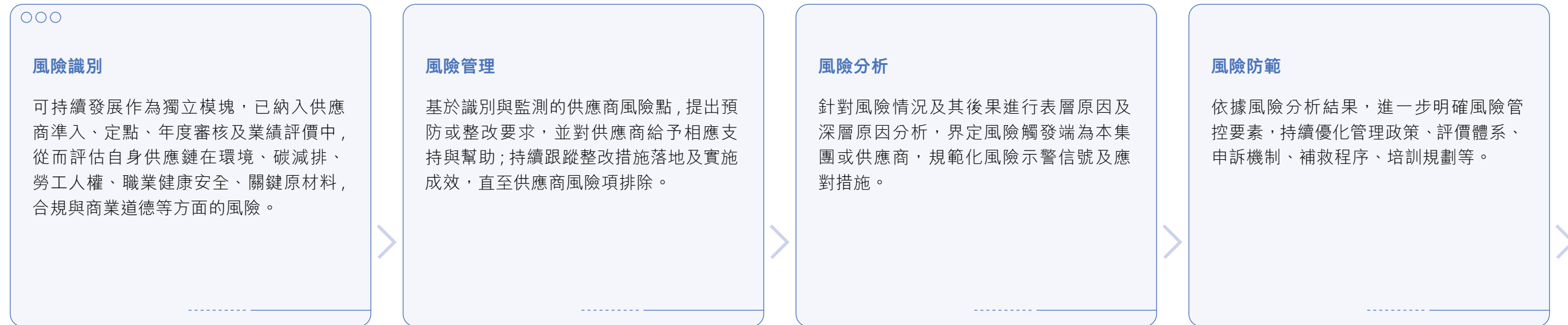
7.1.2 供應鏈 ESG 風險管理

供應鏈風險管理是確保供應鏈的穩定性和可持續性的關鍵活動，有助於預見和減輕可能導致供應鏈中斷或中斷的風險，確保我們能夠持續供應產品或服務，避免生產停滯、交付延遲或客戶失望，從而增加額外成本。

本集團將因供應商內部經營管理不善及外部市場變化、生產計劃波動、產品迭代升級、多軌配額調整、工程變更等所造成停供、停產風險識別為供應鏈可控風險。本集團將因自然災害、貿易環境、政策變動引起的實際及潛在停供識別為供應鏈不可抗力風險，並針對性識別與管理供貨及交付風險。我們將依據交付風險的程度、對應策略的可行性等，將供應商通過風險預警機制的實時監控與快速決策，避免風險失控影響公司運營。

基於「7.1.1 供應鏈 ESG 風險評估」，我們將出口與貿易合規、關鍵原材料、勞工人權納入重要供應鏈 ESG 風險管理。

供應鏈 ESG 風險評估及管理流程



出口與貿易合規風險管理

隨着歐盟可持續相關法規體系的建立，加速了負責任商業實踐在汽車行業供應鏈中的共識與落地。通過與全球供應商網絡合作，我們將能在更大範圍內促進可持續發展，並產生積極影響。但另一方面，高度複雜與多樣的供應鏈夥伴也為持續提升可持續供應鏈管理的表現及透明度帶來一定挑戰，尤其是識別與評估超越一級的供應商的潛在影響。

面對出口管制相關政策與法律風險，特別是歐盟《企業可持續發展盡職調查指令》（CSDDD）、《新電池法》、碳邊境調節機制（CBAM），以及其他國家就 ESG 或人權方面的法案等，我們與第三方組織、倡議緊密合作，積極梳理現有提案中較為清晰的整體路線和具體要求，並將其落實到現有供應鏈管理的風險識別與應對之上，做好應對法律法規的準備。目前，我們已針對針對特定車型的出口項目，引入第三方盡職調查以及衝突礦產評估，供應商需滿足目標市場對 ESG 相關法律法規的要求後方可參與項目。同時，我們已聯合吉利數科共建碳核算工具，核算搖籃到大門的產品碳足跡，共搭建 3,341 個零件碳足跡模型，涉及 76 家供應商。更多有關汽車出口的潛在影響及供應商出口管制風險評估，詳見「5.3.2 出口與貿易合規」。

關鍵原材料風險管理

本集團高度重視包括衝突礦產在內的高風險關鍵原材料相關的環境及人權風險，並不斷加強負責任採購的管理水平。我們針對識別出的鎢、錫、鉍、金、鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨、雲母、天然橡膠、羊毛、皮革共 14 種高風險關鍵原材料。

報告期內，我們結合本年度產品及出口項目規劃，要求參與的供應商均簽署《合規聲明》、《吉利供應商行為準則》，承諾遵守相關法規及配合盡職調查工作，並填寫專項問卷以排查其供應鏈是否涉及高風險原材料，並識別其上游供應商，形成溯源地圖，以識別風險環節及評估其風險影響程度。另外，我們對鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨開展區塊鏈溯源試點工作，初步建立起吉利供應鏈溯源管理體系。我們參考歐盟及美國相關法規及行業共識，明確追溯範圍及關鍵零部件，協同相關零部件供應商共同開展溯源工作。我們於 2024 年 1 月出台《原材料溯源管理流程》以實現標準化、常態化管理。

我們將繼續推進供應商使用由負責任礦產倡議（RMI）開發的衝突礦產報告模板（CMRT）。同時，亦會規劃就關鍵原材料引入專門的外部第三方盡職調查。截止報告期末，共有 50 家供應商完成 CMRT 填報。

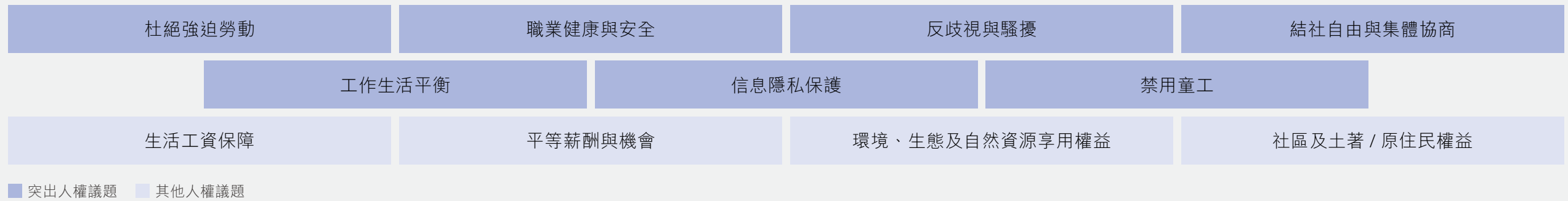


供應鏈人權風險管理

本集團承諾遵守國際普遍接受的人權與勞工標準，在所有業務中杜絕僱傭童工和強迫勞動。我們亦將更詳細的工作環境與人權要求納入 2024 年 4 月修訂的《吉利供應商行為準則》，要求供應商在與本集團保持業務關係期間應按照適用法律法規和《吉利供應商行為準則》的原則開展業務。我們亦持續關注供應商是否存在違反人權的指控，如發生相關情況將與有關的供應商進行溝通並開展盡職調查，以判定採取的下一步行動。

報告期內，本集團初步建立人權管理方法及初步制定了潛在的突出人權議題清單，有關方法及如何識別詳見「5.3.3 人權及勞工權益」。我們面向全體供應商開展突出人權議題的識別，收到共 103 家供應商（主要由供應商 ESG 負責人 / 對接人參與）回覆問卷調研。調研涉及 11 個初步識別的潛在突出人權議題，基於該調研，對曾發生過的人權問題、潛在突出人權議題的影響度（指對回應者本身或其代表的員工團體，而非針對本集團或供應商業務的影響，同時基於該議題的發生嚴重性及可能性，以前者權重較高進行判斷），從而識別突出人權議題及其他人權議題。

我們基於「5.3.3 人權及勞工權益」B 部分中所羅列的內外部參考信息，以下是初步制定的潛在突出人權議題清單，並結合調研結果分析，識別出突出人權議題及其他人權議題：



註：上述識別的人權議題不代表本集團供應鏈已經發生此類人權事件。

本集團就上述識別的突出人權議題及其他人權議題，已由人權工作小組進行討論，並向可持續發展委員會匯報有關識別結果。針對上述人權議題的應對，本集團在修訂《吉利供應商行為準則》已增加更多相關的要求。此外，本集團將在 2024 年對供應商的各階段審核中加強對突出人權議題的審核力度及培訓指導，更有效地履行盡職調查的責任。本集團亦將持續優化供應鏈人權風險評估方法，包括與更多的易受人權影響的供應商員工直接溝通，延伸到重大的二級供應商，以更深入識別突出人權議題。

另外，我們通過調研了解供應商對申訴渠道的認知，對已有申訴渠道的使用評價和建議（包括但不限於：渠道使用的便捷性、有效性、語言符合使用習慣等）。為了消除供應鏈人權風險對本集團產生負面風險影響，並規範統一申訴處理方式和檢查供應商的人權補救措施，我們將進一步評估自身在供應商勞工權益保護、管理要求傳遞、申訴渠道等方面的有效性，以持續優化供應鏈人權風險的識別與管理。

供應商 ESG 管理要求

基於對外部環境及自身可持續發展要求的識別與評估，我們審閱及修訂了 2024 年 4 月發佈的《吉利供應商行為準則》，並融合《吉利供應商可持續發展執行確認函》相關要求。截至報告期末，我們已推動近 94% 的一級供應商簽署《吉利供應商行為準則》。新供應商准入及現有供應商續約均需簽署《吉利供應商行為準則》以確保其了解並踐行本集團的可持續發展理念。對於未完成簽署《吉利供應商行為準則》的供應商，我們將作為風險項納入供應商可持續發展評價中，並結合整體情況以評估是否對其進行現場審核，以確保所有供應商符合本集團的可持續發展要求。此外，本集團要求准入供應商簽署《吉利供應商行為準則》、《採購合同》、《保密協議》、《質量協議》等相關文件，以規範供應商在產品質量、合規經營、工作環境與勞工人權、職業健康安全、環境保護等方面的全面管理。

供應商 ESG 管理細則¹

社會	工作環境與人權	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 尊重國際勞工組織《強迫勞動公約》和《廢除強迫勞動公約》，杜絕任何形式的強迫勞動、奴役及人口販運； ⊕ 尊重和支持兒童權利，包括聯合國《兒童權利公約》及《兒童權利與企業原則》，杜絕雇用童工並堅決反對任何使用童工的行為； ⊕ 根據運營所在地法律法規，尊重員工依法自由結社（如工會）和集體協商的權利，並保護員工不會因行使組建、加入或拒絕參加工會和集體協商的權利而遭受歧視、騷擾、脅迫或報復； ⊕ 按適用的法律法規和當地市場條件、生活水平提供公平的薪酬與福利、帶薪休假與健康保障，並承諾按時全額支付員工薪資，並在工資單中列明合法的扣除項； ⊕ 遵守適用法律關於工作時間的規定，包括但不限於加班與加班補償的規定； ⊕ 嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾； ⊕ 不得基於性別、種族、膚色、宗教、年齡、出身、教育背景、婚姻狀況、生育狀況、殘疾、性取向、國籍、政治見解、工會成員身份、社會背景或受適用法律保護的其他身份對員工在就業、晉升和薪酬等方面持有任何形式的歧視。
	健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 遵守所有適用的健康和安全管理法律法規，通過 ISO 45001 職業健康安全管理系統認證； ⊕ 採取各項預防風險和促進健康的措施，為所有員工提供符合職業健康與安全標準的各種必要保障，做好事故預防及制定應急預案，並向員工提供指導，降低健康和安全的風險及影響。
	產品質量與安全	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 通過 IATF 16949 汽車行業質量管理體系認證； ⊕ 健全質量保證體系，並對質量目標進行管理；持續開展質量改善活動。
	環境	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 碳排放與氣候變化
環境	碳排放與氣候變化	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 供應商需要制定碳排放目標（包括可再生能源佔比），並推動自身運營及供應鏈的碳減排； ⊕ 提供必要的環境數據給本集團。
	資源使用與循環再利用	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 制定提高能源效率和減少水消耗的計劃和年度目標； ⊕ 保護及節約自然資源（包括但不限於森林、水及土地）及能源的利用，推動綠色採購（包括選擇環保低碳、循環回收材料和可再生能源等），從而有效適應和減緩氣候變化，避免破壞生態環境及生物多樣性，減少產品、服務以及相關業務活動對環境造成的影響。
	污染與廢棄物管理	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 遵從所有適用的環境相關法律法規； ⊕ 取得並及時更新所有必備的環境許可證及相關資質認證（如 ISO 14001 環境管理體系認證），並遵守這些文件所規定的要求； ⊕ 針對三廢（噪聲 / 廢氣 / 廢水）進行年度檢測且獲得合格報告，針對有害危險廢棄物按照國家法律法規要求處置； ⊕ 制定計劃和年度目標以減少生產設施中的廢料。
管治	商業道德	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 遵守反腐敗、反賄賂、反洗錢、反壟斷、反不正當競爭、出口與貿易，及隱私保護等方面的法律法規； ⊕ 不得從事或容忍任何腐敗、賄賂及洗錢等行為； ⊕ 應避免與吉利之間可能產生利益衝突的情形。
	衝突礦產	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 根據 OECD 礦石指南開展負責任礦物採購，至少對 3TG 開展盡職調查，亦應要求其自身供應商遵守相關規定，確保供給吉利的產品所含有的礦物或金屬在開採、加工和交易中不存在侵犯人權、違反商業道德、危害環境的情形，且其銷售所得不得用以資助武裝衝突； ⊕ 如果確定供應給吉利的任何產品、部件或原材料中的關鍵材料來自 OECD 礦石指南定義的受衝突影響和高風險地區，應立即通知吉利。

1 摘錄自《吉利供應商行為準則》、《吉利供應商可持續發展執行確認函》、《供應商現場 5A 審核評價表》

超越一級的供應鏈管理

本集團深入一級供應商的管理外，同時逐步影響二級及以下供應商，致力於提升供應鏈可持續發展的整體水平。本集團按照《供應商優化管理辦法》、《供應商業績評價管理辦法》等管理制度開展供應商日常管理、年度及其他不定期審核。同時，我們適時對各類標準與制度文件進行評估與更新，並依據執行情況持續優化，以確保管理辦法和評價標準與本集團發展、行業領先實踐及國內外政策變化保持一致。另外，本集團制定了《分供方質量管理辦法》要求一級供應商在項目開發階段提交二、三級分供方清單，從而及時識別與審核關鍵及風險分供方。

吉利品牌與領克的關鍵一級供應商識別，由採購金額單一維度，擴展至覆蓋採購支出佔比、零部件品類、氣候風險影響等多維度評估為依據，以更為全面和精準地識別出生產經營活動對環境及社會的影響較大的供應商。報告期內，共審核 78% 的一級供應商，其中覆蓋 91% 的關鍵一級供應商；並對 57 家二級供應商開展審核。我們以 2 年為週期滾動審核覆蓋 100% 一級供應商。

極氫按照供應商准入評價等級、零部件重要度、供應商歷史表現、產品和特殊工藝、分供方風險作為識別關鍵一級供應商的重要依據。報告期內，極氫共審核 80% 的一級供應商，其中 100% 覆蓋關鍵一級供應商，並訪問若干芯片、印刷電路板（PCB）、特殊工藝（熱處理、焊接、SMT 等）分供方等 N 級供應商，對 27 家二級供應商開展審核。極氫亦要求二級關鍵零部件及特殊工藝分供方須通過 IATF 16949 認證和 ISO 14001 認證，一般分供方需滿足 ISO 9001 認證。

針對在審核中發現問題（包括 ESG 方面）的一級供應商，本集團將給予具體反饋，並協同供應商相關部門負責人開展改進溝通、共同制定提升計劃，原則上要求供應商在一個月內完成整改，並在 12 個月內對整改結果進行驗收。

供應商申訴與溝通

在供應商關係管理系統中列明多種便捷的信息溝通渠道，供應商可通過合規投訴郵箱（coc@geely.com）、電話、微信、走訪等多種方式與本集團進行溝通或有關審核申訴，並將於五個工作日內收到反饋；同時採用實時溝通機制，通過工作交流群、圓桌會議、現場溝通及供應商關係管理系統等多渠道開展雙向溝通。《吉利供應商行為準則》、《行為準則》、《舉報政策》中同步提供了正式的諮詢、舉報與申訴渠道，鼓勵所有供應商、分包商和次級供應商的員工，以及其他利益相關方通過恰當渠道進行諮詢、舉報與申訴。

我們按需開展供應商合規訪談，不定期針對重點項目供應商開展合規約談，並要求供應商簽署《合規承諾函》，節假日前向供應商發放《廉潔合規倡議書》以排查及規避貪腐風險。



截至報告期末，一級供應商通過管理體系認證的比例如下：

- ⊕ IATF 16949 : 99% (-)
- ⊕ ISO 14001 : 90% (+6 百分點)
- ⊕ ISO 45001 : 57% (+1 百分點)

7.1.3 供應商 ESG 能力提升

本集團對供應商採取科學動態的分級管理制度，綜合供應商年度審核及其他不定期審核結果、供貨業績、新項目投產情況、市場重大質量問題等多類信息，對供應商進行分級管理。

同時，我們依據供應商分級採取相對適應的能力提升與管理辦法。我們依托吉利學堂下設供應鏈學院，負責供應商體系導入、管理導入、文化導入相關工作，通過定位供應商弱項問題，針對性開展專題提升方案。

供應商分級	管理辦法
I 類供應商	質量協同為主，本集團根據指標監控、業績管理和質量會談，促進供應商自主管理
II 類供應商	意識提升為主，本集團根據飛行審核，開展供應商 5A 能力提升管理
III 類供應商	培訓輔導為主，本集團根據重點能力提升項目，開展與供應商的共同管理模式
IV 類供應商	管理干預為主，本集團根據自主保證體系，開展供應商精益製造駐點幫扶

本集團建立了以質量保證為基礎的供應商能力提升體系，分別從管理質量、研發質量、製造質量開展供應商能力提升與評價。我們每年面向全體供應商開展至少一次的質量保障培訓。報告期內，吉利品牌和領克共開展 81 次質量培訓，總時長達 491 小時，覆蓋 81% 一級供應商，其中關鍵供應商參與培訓比例為 53%。極氪共開展 33 次質量培訓，總時長達 149 小時，覆蓋 33% 的一級供應商。

在可持續發展能力建設方面，我們於報告期內共開展 12 次培訓，總時長 22.5 小時，涵蓋可持續發展意識、碳專題專訓、勞工人權、負責任礦產、可持續供應鏈協同管理工具、行業可持續發展優秀案例解析等關鍵主題，涵蓋 77% 一級供應商及 390 家次級供應商，涉及 6,853 人次。在合規意識方面，我們於報告期內開展共 818 次合規培訓（包括《吉利供應商行為準則》、反貪腐等關鍵議題），總時長 409 小時，覆蓋 85% 的一級供應商及部分次級供應商。在碳管理方面，我們向供應商開放碳足跡管理系統，一級供應商亦可通過該系統邀請其上游供應商填報數據，以實現高效的供應鏈協同降碳管理，已有 374 家供應商提供產品碳足跡數據。報告期內，我們面向 27 家供應商開展線上一對一碳核算指導，並向 2 家提供現場指導。

此外，我們在原有採購平台基礎上搭建可持續管理系統平台，以構建穩定快捷的供應商數據交互渠道。我們通過平台向一級供應商提供可持續發展相關培訓及指導資料、第三方資源等信息，協助一級供應商開展可持續發展規劃並向其分供方傳遞可持續發展能力提升資源，促進整體供應鏈可持續發展管理水平的提升。下一年度，本集團將面向關鍵供應商，尤其是電池供應鏈，開展體系化及專項的 ESG 培訓。

本集團亦重視自身供應鏈管理團隊的能力建設，協同第三方外部專業顧問面向核心業務人員及高管組織 ESG 現場培訓，由參訓業務骨幹開展內部轉訓以將培訓內容在線分享至供應鏈全體員工，員工培訓後需通過相應考試。培訓重點主要圍繞「國際貿易中的供應鏈合規」和「主機廠如何做好供應鏈協同降碳工作」等議題。報告期內，我們共組織內部供應鏈管理團隊線下培訓 44 人次，線上培訓 335 人次，有關 ESG 主題培訓人均時長達 2 小時。

7.2 負責任經銷商

本集團經銷商網絡覆蓋全球 51 個國家，中國經銷商（含吉利及領克品牌）共 2,164 家，海外總代理 61 家，銷售及服務網點 379 個領克國際俱樂部 11 家。本集團經銷商網絡主要分佈在亞洲、歐洲、中東、非洲、拉美洲國家。

我們高度重視打造負責任的營銷生態，經銷商夥伴作為與客戶溝通的第一線，我們將積極助力其打造標準化的管理體系，不斷提升服務質量水平，通過多樣化的營銷培訓確保消費者權益得到充分保障。

7.2.1 經銷商誠信管理

本集團致力於規範經銷商工作，傳遞負責任的管理理念與要求，與經銷商共同維護良好的市場秩序。我們自准入階段對潛在經銷商開展包括經營資質、法務資質及商業信譽在內的合規審核，確保選擇誠信經營的經銷商夥伴。

本集團遵循《經銷商運營管理辦法》、《經銷商誠信積分管理辦法》等政策制度開展經銷商日常管理及審核工作，進一步構建覆蓋經銷商全業務鏈的全方位評價體系，引入過程類指標及售後指標，依托現場評價及業務部門後台數據監測，從效能評價、誠信積分、銷售健康度、財務健康度等方面定期評估全國授權經銷商。其中，我們每月記錄經銷商經營過程中的負面營銷事件，對經銷商在核銷誠信、金融誠信、客戶誠信、合規誠信、遵循市場秩序等方面進行誠信評價，發佈誠信經營評分並將其作為經銷商評優選優、享受政策優惠的重要考核部分。本集團經銷商管理制度覆蓋率已達 100%。

⊕ 質量管理體系每項措施影響到的經銷商的百分比：100%

⊕ 撰寫客戶服務質量標準文件，定期更新，收到更新文檔的經銷商的百分比：100%

負責任營銷

本集團嚴格遵守國家相關法律法規，為確保經銷商向消費者傳播切實可靠的產品信息，本集團建立了完善的經銷商傳播管理制度，發佈並執行《經銷商公關傳播管理辦法》，統一規範經銷商對外傳播素材數據庫，明確經銷商傳播素材及物料製作規範，確保傳播內容一致。我們從傳播內容制定、分發及審核環節均設立了相應的制度與流程保障，明確品牌營銷策略委員會作為審批管理機構，銷售公司法務部門對重要傳播素材是否存在誇大性、遵守廣告相關法律法規進行評估審核，並適時更新經銷商管理類的傳播規劃制度，確保宣傳內容不含虛假、誤導、欺詐、不公平、不清晰或模糊的信息。

2023 年，我們制定了《負責任營銷原則》，秉承「以用戶為中心」的核心理念，將可持續發展與商業道德的貫穿至銷售活動中，並對全國 2,000 多家經銷商開展了相關培訓賦能。我們將攜手全球經銷商、服務商、廣告商等合作夥伴，盡最大努力提高消費者對可持續消費的意識，引導消費者優先選擇對社會和環境有益的產品；同時注意營銷活動的環境影響，推動全營銷鏈路的實現碳中和。我們亦針對「營銷極限詞」的使用開展專項培訓，並以同樣的嚴格要求對經銷商賦能。一旦發現違規行為立刻制止並修正，同時採取補救措施，如涉及違法事件，積極配合有關部門進行執法。報告期內，未發生相關合規負面事件。

在產品購買過程中，本集團為經銷商提供統一的購車合同模板以避免出現誤導或不準確說明。同時，我們要求經銷商交付時隨車配備用戶手冊、告知消費者服務關愛課堂、動力電池回收服務網點、汽車報廢回收相關政策補貼等售後服務信息及獲取渠道，以確保用戶安全用車，保障消費者權益及公平性。

經銷商審核與激勵

本集團按季度對經銷商開展審核。結合審核結果，我們對頭部經銷商給予「優質服務獎、終端獎、年度評優、渠道開發優先」等支持；將識別薄弱項及相關經銷商納入15天整改閉環機制，將尾部經銷商納入異常渠道管控。截至報告期末，國內經銷商審核覆蓋率100%，審核異常佔比7%，其中40%於報告期內完成整改，18%於報告期內完成退網並終止合作。海外總代理審核覆蓋率62.3%，合格率100%；我們亦通過信用評定、年度協議簽署等方式，定期對海外產品/服務分銷網絡進行內部審核，覆蓋率為100%。

為持續提升經銷商服務質量水平，本集團制定了《吉利汽車銷售政策管理規範》，明確了基礎類、促銷類、客戶權益類、專項支持類共四大類經銷商激勵政策。報告期內，我們持續優化《吉利汽車銷售政策管理規範》，同步更新《吉利汽車屬地優質服務獎兌現管理辦法》等管理細則，基於經銷商現場審核結果、客戶服務滿意度等多維度評價，予以優秀經銷商獎勵。

7.2.2 經銷商能力提升

我們持續提升經銷商專業服務能力，樹立誠信合規意識，打造經銷商高質量標杆服務。我們從選拔、教育、促進、保留四個方面打造經銷商人才管理體系，持續開展經銷商產品知識類、崗位認證類、銷售技巧類三大維度系統化培訓，識別、培養並留住經銷商體系中的精英人才，建立經銷商專家團隊。

本集團堅持用戶思維導向，協同研產銷多方力量開發產品培訓課程及相關資料，通過線上直播培訓、線下集中培訓、區域強化培訓等方式，在產品預售、產品上市、產品到店等全週期開展100%覆蓋國內及海外全銷售崗位的產品培訓。同時，我們採取視頻或入店核驗等方式確保銷售人員熟悉產品亮點，向消費者準確傳達產品特性，精準滿足消費者需求並確保用車安全。

本集團持續推進面向關鍵管理崗位及經銷商業務崗位三級認證，通過訓前學習測試、訓中每日過關、訓後效果跟蹤、專項補弱培訓的模式，保證各崗位/等級的培訓效果，提高參訓學員整體技能水平，實現經銷商人才培養與管理向一線業務人員覆蓋。報告期內，吉利品牌關鍵崗位認證覆蓋率超80%，業務崗位認證覆蓋率評價超70%；領克品牌關鍵崗位認證覆蓋率超90%，業務崗位認證超50%；海外網點平均認證率提升約10%。在海外總代理培訓中，本集團明確海外關鍵崗位的能力要求和培養目標，制定包括關鍵崗位人員服務管理能力、海外服務顧問對標準服務流程、海外技師維修能力及水平等級認證等多種課程體系。報告期內，海外總代理關鍵崗位培訓覆蓋率100%。本集團亦面向服務及技術崗位舉辦首屆全球服務技能大賽，覆蓋中東，東歐，亞太，拉美4大區域。通過個人和團隊競賽的形式開展經銷商技能大賽，為經銷商提供人才提升和訓練平台，實現「以賽代練，以賽促技」。

本集團通過線下培訓及研討會、線上直播及G學堂等多種形式，向經銷商同步開展客戶服務質量、隱私保護、誠信合規、可持續營銷等專題培訓。報告期內，國內經銷商共開展培訓1,555次，累計培訓時長16,849小時，覆蓋率100%。其中，參與客戶服務質量管理相關培訓的經銷商比例100%，參與合規/行為準則相關培訓的經銷商比例100%，參與可持續營銷培訓的經銷商比例98%。海外經銷商共開展培訓38次，累計培訓時長432.5小時，覆蓋率79%。其中，參與客戶服務質量管理相關培訓的經銷商比例100%，參與可持續營銷培訓的經銷商比例48%。

隨着新媒體和數字化網絡的快速發展，我們同樣重視數字化營銷的公正轉型，從組織架構上，建立了專項運維部門。

為偏遠地區經銷商賦能

提供多種培訓方式：

1. 新車型上市後，將總經理、銷售總監、內訓師、直播專員等關鍵崗位人員進行集中式培訓，幫其熟悉產品；
2. 對於缺席人員，提供「銀河補習班」「吉學堂」等在線學習平台，課件視頻內容包括汽車各功能的電子說明書、銷售技巧等；
3. 運營提升經理進行進店輔導，優先輔導重點城市，之後再將培訓逐級下沉其他地區；
4. 新進經銷商培訓：新經銷商進入後會有專人進行培訓，並提供標準流程；
5. 對於偏遠地區的經銷商，開放線上銷售助手和培訓輔導

7.3 協同行業可持續

吉利汽車於 2021 年正式加入 IATF 國際汽車工作組，成為唯一擁有董事表決權的亞洲汽車集團。加入以來，吉利汽車協同中國地區汽車製造商、上下游產業和專業機構在國際質量標準制定中代表中國市場發聲，積極推動全球汽車行業標準的完善和中國汽車質量的標準化發展：

- ⊕ 參與全球 IATF 16949 標準修訂工作，並將吉利建立全流程競爭力質量管理系統成熟度理念、管理診斷方法以及網絡與信息安全等內容修訂到標準中，推動 IATF 16949 標準應對汽車新四化的變化；
- ⊕ 發起並推動了國際汽車質量標準化協會 IAQSA 的成立；
- ⊕ 積極參與相關國際標準的制定和研討；
- ⊕ 支持全國產品缺陷與安全管理標準化技術委員會（SAC/TC463）以及國際質量標準化協會，針對智能網聯質量標準及軟件相關標準開展制定工作。

此外，我們亦已加入全國汽車標準化技術委員會、全國信息安全標準化技術委員會等 4 個國家標準化技術委員會，以及相關委員會分別下設的整車分標委、汽車節能分標委、智能網聯汽車分標委、汽車碰撞試驗及碰撞防護分標委及電動車輛分標委等共 24 個分標委，及大數據安全等共 35 個工作組。截至 2023 年末，吉利主導參與了 445 項國際、國家、行業、地方及團體標準的制定，並已完成 267 項標準發佈，其中國家標準 139 項，行業標準 12 項，地方標準 6 項，團體標準 110 項。

2023 國際汽車設計論壇暨吉利設計十週年

2023 年 12 月，由吉利創新設計院主辦，吉利汽車及中國工業設計協會指導的國際汽車設計論壇於上海圓滿舉辦。吉利設計聯合中國美術學院，重磅發佈中國汽車設計領域《中國汽車設計話語體系白皮書（第一版）》，補充完善了中國汽車設計研究體系，發出具備中國特色的全新設計話語體系，推動「中國製造向中國創造」轉變。

來自國內外汽車產業、學術研究、研發設計、媒體等多位影響力人物，圍繞智電浪潮下「好設計」如何改變世界，及共建中國設計人才「創新培養體系」等議題展開深度交流探討。



《中國汽車設計話語體系白皮書（第一版）》發佈

8

員工權益

重要議題

- ⊙ 職業健康與安全
- ⊙ 員工權益
- ⊙ 員工培訓及發展
- ⊙ 多元化及平等關係



員工權益

- ⊕ 員工滿意度 **84 分** (↓ 2 分)
- ⊕ 多元、平等與包容滿意度 **88 分**
- ⊕ 女性管理層佔比 **14%**
- ⊕ **3,445 名** 少數民族員工及 **9 名** 殘障員工
- ⊕ 面向 **100%** 員工開展勞工人權管理評價

員工薪酬與福利

- ⊕ 實施薪酬結構調整，發佈全新期權計劃，實現員工**共同富裕**

培訓及發展

- ⊕ **100%** 員工培訓覆蓋率
- ⊕ 員工平均培訓時數達 **84 小時** / 人
- ⊕ 組織電動化和智能化專項培訓 **182 萬小時**，推動公正轉型

職業健康與安全

- ⊕ **100%** 員工接受健康安全培訓
- ⊕ **100%** 整車基地獲 ISO 45001 認證
- ⊕ **0 宗** 因工傷死亡和職業病事故
- ⊕ 20 萬工時損工事故率 (LTIR) : **0.07**

ESG 戰略：共榮發展



8.1 人力資本管理

本集團始終秉持「尊重人、成就人、幸福人」的企業用人理念和開放、平等、尊重、包容的態度，承諾遵守國際普遍接受的人權與勞工標準，保障員工的合法權益。我們圍繞「人才森林」、「四化一新」以及「共榮發展 - 員工」三大人才發展戰略，吸納和保留人才，營造多元平等、健康安全的工作環境，通過技能提升及人才發展為員工提供公正轉型的機會，助力企業可持續發展。

治理：

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：員工權益、職業健康安全相關）的風險與機遇，詳見本報告「2.2 ESG 管治」。我們的日常管理機構由人才經營中心負責，圍繞人才僱傭、員工權益與福利、員工培訓與發展，多元、平等與包容建設等方面開展工作。我們重視保護和促進員工的身心健康，安全環保部作為日常管理機構，負責對接各子公司職業健康與安全管理工作。

戰略：

我們樹立人才是第一資源的理念，定期開展人才隊伍現狀分析，以及前瞻性預測工作，旨在確保擁有能應對未來挑戰的人才團隊。本集團圍繞「人才森林」、「四化一新」以及「共榮發展 - 員工」三大人才發展戰略。通過打造多元化的職場環境，幫助員工適應新技術和工作方式的變化，為員工提供公正轉型機會；為員工提供安全健康的工作環境，提升員工幸福感與滿意度。



「人才森林」理論

一方面，通過引進外部高端人才，形成人才大樟樹，並提供良好的陽光雨露環境，使其扎根於吉利汽車；另一方面通過內部培養，形成一棵棵人才小樹苗，讓大樟樹帶動小樹苗一起成長，最終共同成長為有高有低、有大有小、具有強大的生命力和生態調節功能的吉利人才森林。



「四化一新」人才戰略規劃

在全球範圍內加快引進具備「新四化（電動化、智能化、網聯化、共享化）、國際化、年輕化和數字化」的高端人才，在推動建立科技型人才結構的同時，倡導組織文化向新，打造兼具業務力、經營力、領導力的管理團隊，及擔當崗位、為用戶創造價值、高校協同、擁抱變化的員工團隊。



「共榮發展 - 員工」

從「數字化、多元化、全面化」三個方面，打造具備數字化轉型思維人才團隊，並為員工提供數字化及智能製造背景下安全健康的工作環境；創造共榮環境以發掘多元化中的人才價值；完善員工職業生涯規劃路徑，推進員工職業發展全生命週期建設，實現員工與企業的共同發展。

風險和機遇管理：

我們根據人力資本風險與機遇的分析，建立並及時調整人才發展戰略，更好促進本集團的可持續發展。

本集團人力資本相關風險 / 潛在風險主要體現在五個方面：

- ⊕ **人才僱傭方面：**人才招聘與保留風險，新能源汽車發展迅猛，人才爭奪競爭激烈及高端技術人才稀缺，增加吸納和保留人才的難度以及形成相關的人材吸納和保留成本。另外，面臨國際化人才短缺、派遣人員不足等導致海外業務拓展受阻的情況。
- ⊕ **員工培訓與發展方面：**公正轉型風險，人員知識技能無法適應新技術、新工作方式，並滿足業務發展所需，從而存在不平等機會、溝通失敗、員工流失的後果亦影響聲譽及運營效率降低帶來的財務影響。
- ⊕ **員工權益方面：**人權風險，業務擴張和發展容易忽視員工權益，尤其對易受人權風險影響的弱勢群體（包括但不限於：婦女、兒童、殘障人士、少數民族 / 土著、外籍、農民工 / 遷徙工人、性少數者 / LGBTQ+ 等），從而對員工福祉、企業生產力造成負面影響，導致聲譽損失、社會批判、違返法規、法律訴訟帶來的法律處罰及法務成本。
- ⊕ **多元、平等及包容方面：**文化融合風險，海外業務擴張存在派遣員工和當地僱傭的員工在政治、宗教、文化等背景方面的文化融合困難，以及對運營所在地法律法規及政策的不了解，造成運營效率下降、增加吸納和保留人材的開支。
- ⊕ **職業健康與安全方面：**除傳染病及職業病風險外，還包括人為錯誤和事故、人機協作等一系列安全生產風險，以及勞動強度和工作負荷造成員工身心健康問題、工作能力下降，導致高流失率，甚至影響企業聲譽或引致法律糾紛和經營損失。

本集團人力資本相關機遇 / 潛在機遇主要體現在三個方面：

- ⊕ **員工組成方面：**創新和提升競爭力的機遇，堅持組織文化向新，通過吉利汽車「卓越少年」、極氫「氫學家」等校園招聘項目，引入年輕群體，提升幹部年輕化比例。通過技能培訓增強人才隊伍的創新能力，進一步促進智能化、創新化、數字化業務轉型使運營效率提升及相關業務收入增長。
- ⊕ **多元、平等及包容方面：**促進溝通和團隊協作的機遇，通過開展員工調研及舉辦多元、平等與包容活動，增進團隊溝通協作、消除誤會及解決衝突。通過尊重和接納不同的觀點和背景，團隊成員能夠更好地合作並取得共同目標，使運營效率提升。
- ⊕ **薪酬與福利方面：**人才吸引及提升滿意度的機遇，通過實施薪酬結構調整，發佈全新期權計劃，實現員工收入增長，持續開展全員商業保險投保，為員工及家屬提供健康保障。同時，保留高價值人材亦使本集團運營效率提高，亦減少再招聘人材的開支。

本集團就上述人力資本相關的風險與機遇，已制定相關的管理方法，請見本章節後述部分。

目標與指標：

指標名稱	吉利汽車目標	完成情況
性別平等	堅持男女同工同酬，關注女性領導力賦能；2025 年實現管理層女性（副部長及以上級別）比例達 20% 以上，面向 100% 員工開展多元化政策培訓，多元平等包容認可度調研滿意度達 80%。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 2023 年女性管理層新晉升 7 人，佔比 14% ⊕ 多元、平等及包容的滿意度為 88 分
公正轉型	將新能源轉型、數字化作為未來員工能力培養的核心，建立員工數字化勝任能力管理體系，數字化專項培訓覆蓋 100% 關鍵崗位。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 接受電動化培訓的人數佔總人數 49%，累計培訓時長超過 170 萬小時 ⊕ 數字化培訓覆蓋 100% 關鍵崗位，重點聚焦數字產品經理及智能製造員工，全年數字化專項培訓 119,030 小時
新四化人才	2023 年整車研發「新四化」人才提升至 40%。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 2023 年，整車研發「新四化」人才佔比約 40%
員工健康與安全	致力為員工提供安全健康的工作環境，重點關注智能製造場景下職業健康安全管理，實現職業健康向「大健康」轉變	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 2023 年度安全目標完成率 100%

8.2 人才僱傭

本集團嚴格遵守適用於運營所在地的勞工相關法律法規及相應條例，建立健全招聘機制，制定了《招聘管理制度》，規範招聘需求、面試篩選、審批錄用等招聘流程管理。我們秉持「公開、公平、公正」的原則，杜絕任何歧視行為的發生，並多渠道開展各項招聘活動，不斷擴大國內外人才隊伍。



新招員工共 **24,328 人**，
員工總人數為 **60,296 人**
(中國內地：60,187 人、港澳台：14 人；海外：95 人)¹
其中，全職員工 **53,998 人**，佔比達 **90%**

2023 年我們持續圍繞「人才森林」戰略落地和新「四化」戰略轉型積極開展人才引進和僱主品牌建設工作，在人才市場分析、人才精準供給、人才入口把關等方面持續創新和突破。我們採用「社會招聘 + 內部選聘 + 全球校園招聘」的模式不斷擴大人才隊伍，同時不斷加強人才儲備，助推本集團向數字化、智能化、低碳化全面升級的新階段發展。

社會招聘

- ⊕ 實現人才引進從「高量」到「高質」的轉型。深挖汽車新四化、數智化品牌營銷、智能供應鏈及製造、出口海外市場等核心價值鏈人才市場潛力，推進人才森林搭建，針對「塔尖」及「關鍵」人才成立專項小組集中攻堅。全年實現社會招聘人才引進近萬人次。

內部選聘

- ⊕ 探索、建設內部人才市場。在組織內部拓展員工發展的空間，在培養複合型人才的同时，促進員工在組織內的長期發展。構建內部招聘「活力計劃」，鼓勵各單位提供內部活力崗位，促進員工通過內部崗位調動，實現跨領域、跨專業多元化發展路徑，由內部候選人填補職位空缺的人數近 5,000 人。提倡內部推薦引入同路高質人才，開通內部推薦專屬通道及激勵政策，全年內推渠道佔比超 30% 以上。

全球校園招聘

- ⊕ 面向全球畢業生開展校園招聘活動，招聘崗位涉及研發、動力、造型設計、營銷、職能支持及供應鏈 / 質量 / SQE / ME 等方向，在多方向多崗位為畢業生提供就業機會的同時，通過延攬人才賦能吉利汽車全球業務的拓展。全年通過校園招聘畢業生 3,144 名。



2023 年：
實行引進「大樟樹」計劃，聚焦科研及塔尖人才建設，
在聚焦領域中**引進領軍人才 5 人**

培育「小樹苗」計劃，夯實人才梯隊建設，
建立儲備力量，幹部年輕化佔比**提升 2%**

戰略人才儲備

為確保本集團未來業務戰略對關鍵人才的需求，我們持續搭建儲備人才發展平台，根據不同類別儲備人才特性及發展目標，規劃全生命週期培養發展路徑（覆蓋實習生、校園招聘人才、關鍵業務骨幹、專業骨幹和管理人才的培養），為人才匹配針對性的選拔、培養和發展資源。

吉利汽車致力於改善智能製造產業的應用型、複合型人才空缺的現狀，秉承「協同育人，合作共贏」的原則，協同高校聯合打造「教育部行業產教融合共同體」與「機械行業吉利汽車產教協同人才培養聯盟」雙核心的校企合作運營與資源平台，從人文觀念、育人方法、發展方向三個重點內容為核心開展工作。2023 年，我們開展校企模式升級、備匠計劃、雙師型教師培養、科研項目與教材開發及產業學院合作五個關鍵工作項。

¹ 數據不含本集團極氪海外地區的人數，極氪海外員工 786 人



2023 年：

校企合作模式升級：申報 **3 家** 教育部行業產教融合共同體，
落地 **1 家** 產教融合實訓基地

雙師型教師培養：入圍「全國職業教育教師企業實踐基地」企業，
策劃開展 3 期雙師入企實踐項目，共培養 **63 所** 院校 **105 名** 雙師

科研項目與教材：聯合中央研究院等多單位完成 **10 項** 課題研究、出版 **1 本** 教材

產業學院合作：建設 16 所產業學院，並開展各類**研學團體活動 12 場**



吉利汽車助力高校培養人才，為企業輸送技術人才

吉利汽車自 2018 年起與西安交通大學城市學院簽訂校企合作協議，共同建立了新工科培養模式下以就業為導向的「吉利卓越工程師班」，運行實施「3+1」校企協同育人模式。截至報告期末，該項目已經招收 6 屆學生，其中 4 屆畢業生為企業輸送了智能製造系統運維和管理方面的高素質應用型技術人才 150 餘名。

8.3 員工權利

本集團堅持以人為本，承諾尊重《世界人權宣言》《聯合國工商企業與人權指導原則》及國際勞工組織公約等國際人權標準，切實保障所有員工的合法權益，持續提升員工的滿意度。

8.3.1 人權保障

本集團初步制定了人權管理方法及初步識別了下述調研所涉及的 11 個潛在突出人權議題，詳見本報告「5.3.3 人權及勞工權益」。我們開展多維度員工人權保障工作，努力防止侵犯人權的行為發生，切實保護員工的基本權益。報告期內，本集團在面向全員的效能調研加入人權管理評價，以及開展面向易受人權風險影響的員工群體及熟悉員工人權情況的群體並開展調研，以識別在員工層面的人權風險，從而加強相關風險應對和管理工作。

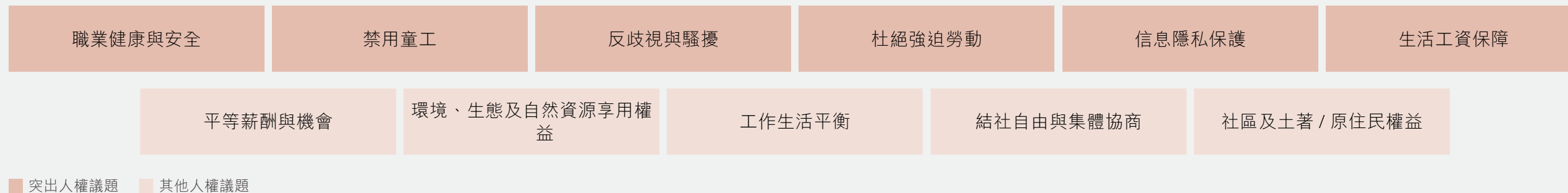
面向全員

- ⊕ 我們首次將人權管理評價融入員工效能調研中，並製作 8 個語言版本（中文、英文、西班牙文、韓文、日文、俄文、馬來文、瑞典文），面向全球業務範圍內 100% 員工開展；
- ⊕ 通過面向全體員工的人權管理評價，評估企業在人權管理上的成熟度及差距。

面向易受人權風險影響的員工群體及熟悉員工人權情況的群體

- ⊕ 參考國際人權標準識別易受影響的員工群體，並在該些群體隨機抽取樣本開展詳細人權調研，覆蓋的群體包括：孕婦、少數民族 / 土著、外籍、農民工 / 遷徙工人；
- ⊕ 識別對本集團員工人權情況了解的群體，並在該些群體隨機抽取樣本開展詳細人權調研，覆蓋的群體包括：業務單位 ESG 負責人或對接人、業務單位人力資源業務夥伴、工會代表；
- ⊕ 調研曾經歷過的人權問題、每類潛在突出人權議題對回應者本身及 / 或其代表的員工團體（而非本集團業務）的影響度（基於嚴重性及可能性，前者權重更高），是否出現其他未列出的潛在突出人權議題、申訴渠道的便利性、語言偏好建議及申訴習慣等。

我們基於「5.3.3 人權及勞工權益」B 部分中所羅列的內外部參考信息，以下是初步制定的潛在突出人權議題清單，並結合調研結果分析，識別出突出人權議題及其他人權議題：



註：上述識別的人權議題不代表本集團已經發生此類人權事件。

本集團在《行為準則》對突出人權議題作出相關的承諾及採取應對措施。同時我們亦關注其他人權議題，並將持續優化突出人權議題的識別、盡調及應對，以盡大程度規避、減少和補救相關的影響。

突出人權議題	《行為準則》承諾	應對措施
職業健康與安全	我們承諾通過持續改善工作條件、實施各項預防風險和促進健康的措施，為所有員工提供符合職業健康與安全標準的各種必要保障，並設定健康和職業安全的績效目標，最大限度降低健康和安全的風險和影響。	詳見「8.6 職業健康與安全」
禁用童工	我們致力於尊重和支持兒童權利，包括聯合國《兒童權利公約》及《兒童權利與企業原則》，所有業務杜絕僱用童工，堅決反對任何使用童工的行為，不與任何故意使用童工的供應商合作；招聘員工時應採取有效程序及方法鑒別勞動者的年齡，確保勞動者入職時應必須符合國際勞工組織《准予就業最低年齡公約》及當地適用法律規定的最低年齡的未成年人，防止因勞動者提供虛假年齡文件而誤招童工；建立和維持救濟童工程序，一旦發現童工，立即停止其工作，終止僱用童工並啟用童工救濟程序。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 所有業務杜絕僱用童工，堅決反對任何使用童工的行為； ⊕ 招聘員工時應採取有效程序及方法鑒別勞動者的年齡，包括錄用前實行徵信審核，包括身份信息校驗，防止因勞動者提供虛假年齡文件而誤招童工； ⊕ 確保勞動者入職時應必須符合國際勞工組織《准予就業最低年齡公約》及當地適用法律規定的最低年齡的未成年人； ⊕ 建立和維持救濟童工程序，一旦發現童工，立即停止其工作，終止僱用童工並啟用童工救濟程序。
反歧視與騷擾	我們嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾，推動形成和諧、包容的工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾，推動形成和諧、包容的工作環境； ⊕ 任何可能詆毀、脅迫或冒犯他人的語言或行為，並將不尊重他人勞動成果、打人、威脅、侮辱、惡意攻擊、誣告、故意製造事端等行為視為嚴重違反紀律； ⊕ 任何內部紀律處分的措施均不涉及體罰或不人道或有辱人格的對待。

突出人權議題	《行為準則》承諾	應對措施
杜絕強迫勞動	我們尊重國際勞工組織《強迫勞動公約》和《廢除強迫勞動公約》，所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為，包括：禁止在提供就業機會時使用誤導或欺詐方法；不得向求職者和員工收取招聘或相關費用；不得扣押、銷毀、隱藏員工的居民身份證和其他證件；不得要求員工提供擔保或以其他名義向員工收取財物；禁止侮辱、體罰、毆打、非法搜查和拘禁員工；禁止以暴力、威脅或非法限制人身自由的手段強迫勞動。	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為； ⊕ 禁止在提供就業機會時使用誤導或欺詐方法； ⊕ 不得向求職者和員工收取招聘或相關費用； ⊕ 不得扣押、銷毀、隱藏員工的居民身份證和其他證件； ⊕ 不得要求員工提供擔保或以其他名義向員工收取財物； ⊕ 禁止侮辱、體罰、毆打、非法搜查和拘禁員工； ⊕ 禁止以暴力、威脅或非法限制人身自由的手段強迫勞動。
信息隱私保護	我們承諾嚴格根據各業務所在地適用的法律規定收集、獲取、處理、使用和存儲個人信息，保護員工、客戶、供應商和其他相關信息主體的個人信息。我們保證僅在法律允許的範圍內，根據適用的法律依據收集、儲存、處理或以其他方式使用個人信息，如獲得相關信息主體的同意、簽署合同或其他法律程序要求。	詳見「5.4.2 隱私保護」
生治工資保障	我們承諾遵守國際普遍接受的人權與勞工標準，按適用的法律法規和當地市場條件、生活水平提供公平的薪酬與福利、帶薪休假與健康保障。我們承諾按時全額支付員工薪水，並在工資單中列明合法的扣除項。	詳見「8.4 員工薪酬與福利」

報告期內，本集團未出現僱傭或者使用童工或強迫勞動的情況，亦未發生違反與僱傭、童工、強迫勞動等人權相關的法律法規及國際普遍接受的勞工標準。

申訴渠道

我們對侵犯基本人權的事件零容忍，並制定正當性、無障礙、公平、清晰透明及以對話和調解為基準的申訴程序和手段。當員工遭遇歧視、騷擾等不正當或不公平對待時，我們鼓勵員工通過既定的渠道（包括但不限於：《行為準則》所載的申訴渠道、《舉報政策》、線上平台「迴響社區」等）進行申訴，並保障申訴處理的獨立性與保密和保護申訴員工安全。

- ⊕ 面向全體員工的人權調研中，員工普遍認為本集團提供了申訴渠道，令員工可以報告不道德的行為或做法（例如欺凌、性騷擾或歧視），同時不必擔心被報復。
- ⊕ 面向易受影響的員工群體的調研中，進一步了解他們對目前已有申訴渠道的使用評價和建議（包括但不限於：渠道使用的便捷性、有效性、語言符合使用習慣等）。基於上述建議，本集團將進一步審視和優化申訴渠道以提升其有效性。

通過上述一系列的風險識別工作，本集團進一步審視了企業內部的人權管理，包括制度聲明、申訴處理、補救計劃等：

- ⊕ 審閱和修訂《行為準則》及《吉利供應商行為準則》，明確員工權利保護的相關要求；
- ⊕ 審閱和修訂《員工手冊》中的《勞工管理辦法》，確保與制度聲明的一致性及合規性；
- ⊕ 梳理並總結各渠道（包括合規郵箱、「迴響社區」等）的人權申訴問題及後續問題處理、補救方式。

補救機制

我們致力於為可能或已受到不利影響的個人、員工或社區提供補救措施，包括提供舉報與申訴渠道；亦承諾不會阻礙受影響方使用其他合法的補救渠道或程序。在適當的情況下，我們承諾與供應商或其他組織合作，補救與公司運營、產品或服務直接相關的不利影響。

8.3.2 多元化、平等與包容

本集團承諾向所有員工在就業、組建內部團隊、晉升及薪酬等方面提供公平機會，禁止基於性別、種族、膚色、宗教、年齡、出身、教育背景、婚姻狀況、生育狀況、殘疾、性取向、國籍、政治見解、工會成員身份、社會背景或受適用法律保護的其他身份持有任何形式的歧視。

我們在勞動文書及各類員工告知書中，強調尊重每一位員工，為所有員工提供公平的發展平台及機會，通過積極促進不同類別的員工參與和組建多元化團隊，形成一個尊重不同意見、觀點和信仰的多元化的工作環境。我們致力於尊重和支持婦女、兒童、移徙工人、殘障人士、原住民 / 土著的權益及相關公約。

多元化管理機制

女性員工管理

⊕ 我們關注女性職工群體，重視運營中對女性員工的保護，發佈並簽訂《女職工權益保護專項協議》《「雙愛」共同約定書》。我們為女性員工提供平等的發展平台，培養女性領導力；保障女性職工依法享有孕產期和哺乳假。通過吉利大健康平台，定期推送關愛女性健康的系列活動。

關鍵績效

2023 年，
我們開展 **2 場** 女性領導力等公開課

殘障員工管理

⊕ 我們充分保障殘障人士的就業權利，為其提供開放平等的就業機會；提升現有殘障員工的安置和幫扶管理工作；關心殘疾員工的日常生活；維護殘疾人就業崗位的穩定。

關鍵績效

2023 年，
我們共僱傭殘障人士（持殘疾人證）**9 人**

少數民族員工管理

⊕ 我們心繫少數民族員工，尊重其民族宗教信仰和風俗習慣，在生活中給予其幫助。

關鍵績效

截至報告期末，
我們僱傭少數民族員工 **3,445 人**

外籍員工管理

⊕ 我們尊重不同文化背景員工的傳統節日文化、宗教及風俗習慣，並開展跨文化融合活動，打造包容性的企業文化氛圍。我們制定《本地僱傭外籍人員管理辦法》《本地僱傭外籍人員薪酬福利管理辦法》等制度，保障外籍員工的合法權益。明確對外籍員工提供安居、子女教育、保險、假期、探親福利等各項關愛措施。

關鍵績效

截至報告期末，
我們共聘用外籍員工 **136 人**

我們重視檢查自身運營活動是否存在直接或間接的歧視情形，並定期評估政策和業務開展中對促進公平機會和無歧視的影響，以確保沒有助長歧視性行為。報告期內，本集團未發生過對性別、殘障、民族、宗教信仰、膚色等差異而造成的員工歧視事件。

8.3.3 民主溝通

本集團根據運營所在地法律法規，尊重員工依法自由結社（如工會）和集體協商的權利，並保護員工不會因行使組建、加入或拒絕參加工會活動和集體協商的權利而遭受歧視、騷擾、脅迫或報復。

我們高度重視員工的意見，鼓勵員工充分參與企業民主管理，持續完善以員工工會、職工代表大會為主題的民主管理機制，不斷完善民主管理制度。我們尊重員工的各項權益，在重大制度的修訂上主動與工會開展積極的協商談判。對涉及員工切身利益的重要事項，如勞動紀律、考勤制度、績效制度的修訂以及有關本集團運營重大變更，我們採用集體協商的形式，各相關部門須與工會協商討論。我們相繼出台《職工代表大會條例》《集體協商工作框架辦法》《集體合同》《工資協議》《勞動安全衛生專項集體合同》，切實保障員工的知情權、參與權、表達權及監督權。

我們至少每三年進行一次集體協商，不僅維護員工的權益和權力，也對我們的政策制定、尋求解決方案、管理變革等方面有着積極的影響，有助於企業與員工之間良好關係的建立，促進勞資關係和諧穩定、企業健康發展。



共慶「三八」婦女節

2023 年「三八」國際勞動婦女節，本集團工會協同各業務集團和各部門開展了女性健康關愛講座、花藝、烘焙、美妝等系列針對女性員工的福利活動。

設立母嬰室，築起溫馨港灣

吉利汽車建立了 24 個母嬰室，滿足了 131 名職場哺乳期女性員工的需求。人性化、私密化、溫馨化的佈置，以及齊全的硬件設施設備，為女員工製造出一個方便、乾淨、舒適的空間。



2023 年：
100% 中國大陸員工參加工會
集體合同簽訂**覆蓋率達 100%**

同時，我們建立了多渠道的員工溝通渠道，持續舉辦員工大會、員工座談會等多種對話活動，暢通董事長、工會主席、各公司總經理信箱，並繼續運營「心通道」、「樹洞」、「對話營銷」等特色溝通渠道，在主動引導員工了解企業發展的動態信息的同時，積極回應員工的合理訴求。



2023 年：
女性員工佔比 **17%**（2022 年：19%）
女性中層人員佔比 **11%**（2022 年：10%），
女性高層人員佔比 **10%**（2022 年：10%）

召開職工代表大會

⊕ 每年召開職工代表大會，討論與本集團相關的重大決策、與職工利益相關的重要事項。如：工資集體協商、集體合同的簽訂等。

暢通領導公開信箱

⊕ 公開董事長、工會主席、紀委書記的信箱，以便員工通過信箱向本集團領導表達自己的意見、建議、感受和訴求。

創建網絡公開平台

⊕ 員工可在覆蓋全集團的公開平台上，及時獲取公開信息，如人事任免、制度發佈等。
⊕ 員工可在收集軟件「迴響社區」上發表意見、參與討論。



「迴響社區」2023 年，共收到有效問題帖 390 項，問題已得到全部解決，整體響應率 **100%**，及時回應了員工在日常工作中遇到的各類問題。



研究院開展員工交流活動， 建立和諧友好氛圍

2023 年吉利汽車研究院組織了針對不同員工群體的交流活動。各中心及品牌院組織共 178 場及時傾聽員工心聲、發現問題、解決問題的員工座談會；開展 3 場幫助新人快速融入團隊「HELLO·新同學」活動；開展 6 場不同員工群體與高層交流的「樟樹下的對話」活動；組織 3 場「黨群心聲座談會」，收集員工建議 100+ 條；開展 7 場建立家屬與公司的鏈接平台，讓家人了解員工工作環境的「家屬開放日」活動。

8.3.4 員工滿意度

本集團實施並編制《員工滿意度調查管理規定》，連續 9 年與諮詢機構合作開展員工效能調研。2023 年，本集團面向 100% 員工（含海外地區）開展滿意度調研，對本集團戰略信心、薪資績效、企業文化、入職體驗、上級支持、職業發展、團隊合作、ESG 等超過 20 個維度的滿意度，賦能管理水平升級，提升組織效能等多方面的意見和建議，為後續企業管理和人力資本管理提供方向和指引。同時，我們建立效能提升行動計劃實施情況追蹤機制，季度、年度追蹤各單位計劃完成情況與實施效果，為後續系列改進行動提供方向和指引。



2023 年：
員工滿意度調查面向 **100%** 員工（包括海外地區）
員工滿意度結果（包括海外地區）為 **84 分**（2022 年：86 分）

本集團在員工管理方面獲得多個外部機構的認可，報告期內，我們通過社招、校招兩大項目在線上線下、校內校外等多種渠道推廣僱主品牌文化，推動本集團向「科技型」僱主品牌形象轉型。近 3 年來，在各大招聘網站年度評選中榮獲多個獎項，包括領英「中國頂尖公司最佳僱主品牌」，獵聘「非凡僱主」，智聯招聘「最具智造精神僱主」，刺蝟平台「ciwei 僱主品牌榜單」、「最具影響力年輕力僱主品牌」，拉勾「智能創新 TOP 僱主」，牛客「大學生最喜歡僱主」，海投網「最具影響力僱主」等。未來，我們將持續進化僱主品牌，獲得社會及人才的更多認可。



2023 年：本集團未發生任何形式的規模性重大裁員事件¹或員工罷工事件。
員工總離職率為 17.5%（2022 年：19.7%）。
新聘員工中僱傭已離職的人數佔 16%（2022：15%）。

8.4 員工薪酬與福利

本集團按適用的法律法規和當地市場條件、生活水平提供公平的薪酬與福利、帶薪休假與健康保障，包括但不限於：符合國家最低工資標準、法定帶薪休假、生育津貼等，嚴格按照國家規定讓員工享受年假、病假、產假 / 陪產假、育兒假、婚假、喪假、獨生子女陪護假等各項帶薪假期。我們承諾按時全額支付員工薪水，並在工資單中列明合法的扣除項。我們制定適用於全體員工的《薪酬管理制度》《福利管理制度》及《奮鬥者激勵管理辦法》。


1：重大裁員事件指：裁員人數大於員工總數的 10%，或者大於 1,000 名員工。

8.4.1 薪酬與績效激勵

本集團遵守同工同酬原則，堅持「高挑戰、高績效、高回報」的績效管理理念，建立並持續健全陽光透明的員工薪酬福利保障體系，搭建短中長期激勵機制，激發超額價值創造；建立和完善績效評價、薪酬激勵、人才發展等機制的聯動運用，激發員工活力。

本集團基於不同業務價值創造特性，輔以不同的薪酬組合，針對全體員工制定圍繞工資增長和績效激勵的薪酬體系，常態化實施能效提升措施，鼓勵業務單位通過創新提升效率，驅動公司效益和個人收入共同增長。

2023 年，我們對薪酬結構進行進一步調整，提升了部分人員固定收入，發佈全新期權計劃，實現員工收入增長。本集團 100% 員工參與了目標管理類考核，即對所有員工設定了定義清晰、可衡量且可系統跟進的考核目標。同時，我們全面落地「雙百」評價體系，一百分看業績，以員工對組織產生的實際貢獻評價業績；一百分促能力，以評估員工能力的方式對其績效、晉升、獎金等進行管理，重視幹部能力的塑造和提升，員工能力的牽引和發展。



2023 年
社會保險繳納覆蓋率 100%
 吉利汽車杭州總部、研究院的男女員工標準起薪水平與當地最低工資之比，分別**超過 193%** 和 **201%**
員工參與目標管理類考核佔比 100%

8.4.2 員工關愛

本集團針對員工從入職、在職到離職、退休的職業生涯建立完善的、定制化的全生命週期關愛體系。我們已建立關愛激勵、職工互助、教育援助制度，實現「婚育生日必祝賀、傷病住院必看望、家庭困難必幫扶、身亡喪葬必撫卹、進步義舉必獎勵」。我們關心不同員工群體及其家屬的需求，已面向退休員工、女員工、「吉二代」、少數民族員工、港澳台員工、外籍員工、復轉退軍人軍屬、歸國留學員工、志願者、先進典型員工、在職身故員工的配偶等開展多樣化的關愛與慰問。




吉利員工生命週期關愛體系



2023 年，我們修訂並實施《員工關愛互助實施規定》，包含員工祝福類（結婚、生育）、慰問類（住院、退休）、幫扶類（生活困難、重大疾病及撫卹），及激勵類（學歷、職稱及技能提升等）的關愛互助實施標準。

<p>員工健康關懷</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 引進 EAP 項目，搭建員工心理健康關愛平台，提供心理諮詢、健康管理等服務； ⊕ 每年不定期組織健康講座、專家義診以及各類專題培訓。
<p>員工親屬關愛</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 為全體員工及其直系親屬提供全方位的商業保險福利保障； ⊕ 為重大疾病員工及家屬開通醫院綠色通道； ⊕ 建立吉利幼兒園，幫助員工解決子女入學及接送問題。
<p>定制化關愛</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 慰問困難員工：開展困難員工慰問工作，提供財務援助； ⊕ 關懷海外員工：定期與外派員工及其家屬進行溝通； ⊕ 關愛女性員工：幫助女性員工解決生活中的特殊困難； ⊕ 關愛特殊工種員工：為保衛人員提供夜宵服務，及為一線人員提供高溫福利。

報告期內，我們開展趣味運動會、迎春晚會、歌手大賽、乒乓球賽等各類豐富多彩的文體活動，平衡員工工作與生活，增強員工的集體意識及歸屬感，營造溫馨團結的工作氛圍。同時，我們不斷完善福利體系，優化線上福利平台，實現福利一件代發、直郵到家，為員工提供季度福利、節假日福利、生日福利多樣化選擇。

舉辦豐富多彩文體活動， 呵護員工身心健康

2023 年以元動力建設為主線，開展了元宵節、中秋節、端午節，及員工表彰大會、家屬日活動、吐槽大會等各類豐富員工業餘生活的活動。

開展員工子女暑期托管工作， 解決員工子女看護問題

從 2015 年起，持續 9 年舉辦幼兒暑期托管班。2023 年，工會綜合考量安全及托管正規性等各方面的因素，與當地教育局聯繫，提前溝通暑期托管事宜。

8.5 員工培訓與發展

員工是企業發展的基石。本集團高度重視人才培養與發展，致力於打造可持續的高質量人才隊伍，通過開展豐富、完善的人才培養項目，提升員工技能培訓和職業發展，幫助員工適應新技術和工作方式的變化，從而實現與本集團一起向新能源智能化、數字化方面的公正轉型。

8.5.1 員工培訓

我們為所有員工（包括正式員工、兼職或臨時員工等）提供多層次、多角度、多方向的發展路徑；打通人才晉升通道，啟動一系列人才培養計劃，為員工多元化發展提供平台，最大限度調動員工積極性和創造力，助力員工實現自我價值，提升本集團在公正轉型中的競爭力。

我們制定了相關培訓管理政策，如《新員工入職培訓管理規定》《培訓管理控制程序》《儲備人才管理辦法》《「活力計劃」人才輪轉管理辦法》等，明確培訓流程，建立適應業務發展的人才培養機制。根據崗位特性和業務需求，開展專項技能培訓，打造科技領域後備人才梯隊。同時，為了提升培訓質量，我們在員工培訓過程中對員工培訓滿意度進行調查，並及時對培訓內容進行調整。

本集團為員工的縱向發展提供管理通道，專業通道、技能通道三條發展通道，分別為管理幹部、專業人才和技能人才提供晉升通道；通過高潛人才池、崗位競聘、活力輪轉等方式，構建橫向職業發展通道和機制促進員工的橫向發展。本集團注重人才的全面培養，為員工開設不同的培訓項目，推動員工在理論知識、專業及通用技能、領導能力等方面的全面發展。

新員工培訓	在崗員工培訓	高級人員培訓
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 新入職員工：通過「追夢計劃」與「大雁集訓」幫助新員工理解企業文化，及組織架構； ⊕ 新晉升管理幹部：在觀察期內開展並完成「轉身計劃」角色轉化輔導培訓； ⊕ 新轉崗的專業和技術人員：在獨立上崗前開展並完成崗位技能培訓。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 組織面向全員的行業 9 場大咖講座，主題涉及數字出行、新能源、數字化、金融等議題； ⊕ 資格評定：開展員工任職資格評價工作； ⊕ 專題月活動：開展關於「消防月」、「安全月」、「合規月」等各類主題月活動。 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ 幹部必修課：結合本集團戰略變革要求，圍繞領導力、經營力、專業力開發幹部必修課； ⊕ 幹部業務能力提升培訓：針對新晉幹部、高潛幹部、在崗幹部開展一系列培訓項目，涵蓋業務能力、資源協同力、經營能力、創新思維、國際出海、營銷、供應鏈管理等； ⊕ 骨幹人才培養：聚焦行業前沿與業務年度重點，開展「X-Team」計劃骨幹培訓。

同時，我們打造了「活力計劃」內部輪轉項目，設立內部招聘信息發佈的專屬頻道，高效提升人才在組織內部的流轉效率，從而實現跨領域、跨專業的多元化職業發展路徑，滿足並完善員工個人成長與價值追求的需求。



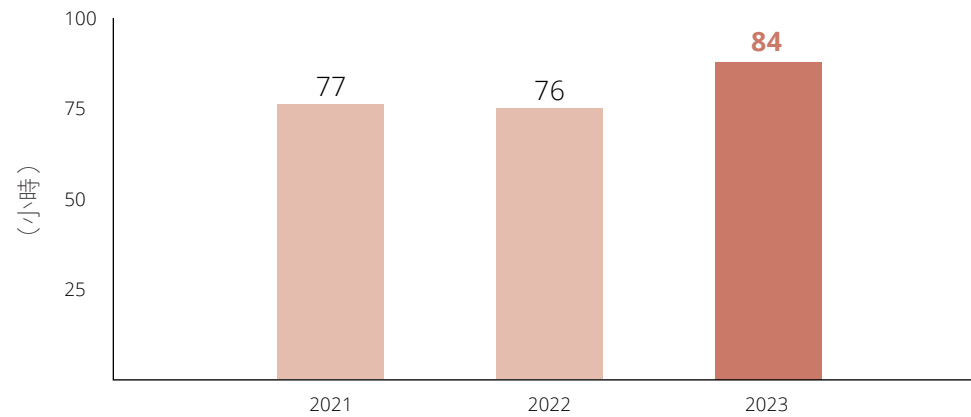
2023 年，
員工培訓滿意度達 84 分



2023 年：員工培訓覆蓋率達 100%，
每位員工培訓平均時數達 84 小時
投入培訓資金共 6,529 萬元，
平均用於每名員工的培訓金額為 1,083 元


2023 年吉利汽車內部晉升 4,300 餘人，全年
累計實現內部「活力計劃」1,200 餘人。

每位員工平均接受培訓時數



8.5.2 公正轉型

吉利汽車 2021 年發佈「兩個藍色吉利行動計劃」，明確規劃提升節能低碳及零排放產品的均衡發展。在向新能源轉型的過程中，吉利汽車充分考慮原有在燃油車業務相關的員工利益，提供轉型培訓及新能源汽車的就業機會。同時，為適應在新能源智能化汽車發展的浪潮，以及汽車行業「新四化」所帶來的技術變革，2023 年我們持續開展「四化一新」人才培養機制，為本集團的人力資源戰略發展提供有力支持。



2023 年：
吉利汽車學堂開展新能源轉型相關課程，接受電動化培訓的人數佔總人數 **49%**，累計培訓時長超過 **170 萬小時**。
為員工在數字化轉型的過程中提供指引和培訓支持，重點聚焦數字產品經理及智能製造員工，全年數字化專項培訓 **119,030 小時**。

「四化一新」人才培養機制：

新四化人才	外部引進人才，在智駕、座艙等方面引進人才「大樟樹」；通過高校引進「大雁」，高標準招進符合發展所需的「卓越少年」；培養在職人員，將有知識儲備的高潛人才從硬件團隊轉移至軟件團隊。
關鍵績效	2023 年，吉利汽車「新四化」人才佔比約 40%
國際化人才	培養具備全球視野和跨文化溝通能力的研發、營銷、供應鏈、支持保障等各條線人才；針對國際化、技術等專業領域開展專項項目，將學員派往關鍵的崗位歷練，實現個人與組織雙向賦能。
關鍵績效	2023 年，我們為國際化團隊補充 26 名人才，覆蓋全球 11 個核心海外市場，國際化人才轉型率 100%
年輕化人才	在智駕、座艙、產品研發營銷等方面，增加年輕幹部的儲備，在增強隊伍凝聚力的同時，將年輕人喜愛的元素融入產品功能及營銷領域。
關鍵績效	2023 年，幹部年輕化佔比提升 2%
數字化人才	引進數字化轉型、組織創新、商業變革等師課資源，提升員工數字化勝任能力；吉利汽成立人機協作技能大師工作室，舉辦首屆內部技能大賽，並面向所有製造基地技術崗位員工提供智能製造的相關培訓。
關鍵績效	建立營銷數字人才成長檔案和營銷數字化師課資源庫，共開展 4 期專家課程培訓，4 期專業課題共學共創，2 期產品煥新發佈會，2 期數字產品共創複盤大會，1 期線上專業必修課
一新（文化向新）	打造兼具業務力、經營力、領導力的管理團隊；培養擔當敢為、為用戶創造價值、高效協同、擁抱變化的員工團隊。

我們尊重員工的差異化能力特點，結合人才培養項目，積極建立人才發展平台。同時，我們制定了職業發展定期跟蹤評估反饋機制，對員工職業發展路徑進行全程的跟進，為員工提供公平的發展機會。

8.4.3 學歷資歷提升

我們關注員工的成長，支持並鼓勵員工在職期間進行學歷深造及職業證書考取或專業職稱評定。我們通過激發員工學習的積極性和主動性，持續優化人才發展環境，夯實人才發展基礎，全面提升員工素質，從而推動公司和個人的不斷發展及進步。



支持員工繼續教育、學歷提升

我們積極與國內外知名高校合作，建立「學歷提升、職業技能等級和職稱證書」三位一體的高技能人才轉型培養體系，培育適應產業轉型升級要求、符合公司戰略發展方向的優秀高層次技師、技工隊伍技術人才和管理人才。我們開展常態化職業等級鑒定和評審、「工匠」評選暨技能大賽等活動，培養「能工巧匠」，並為獲得學歷提升及職業技能提升的員工提供獎勵。

吉利控股集團持續推動吉利內部學位學歷提升（非教育部認可學位學歷）



截至 2023 年底，累計：
 研究生招生：**1,804 人**
 博士後招生：**39 人**
 博士後研究課題：**52 項**

汽車行業高級工程師職稱：**514 人**，
 副研究員職稱：**21 人**
 招收技能研究生：**222 人**
 培養歷屆十大工匠：**49 人**

8.6 職業健康與安全

本集團致力於打造大健康企業，積極落實安全法律法規，嚴格遵守健康安全管理體系標準，完善安全管理體系，重視現場安全管控，加強職業病危害監測、職業健康體檢，全力保障員工職業健康與安全。

8.6.1 管理架構

安全生產委員會

安全生產委員會作為安全生產管理的最高機構，其內設工會和員工代表參與職業健康安全事務的溝通與協商，負責統籌規劃和研判決策安全生產管理的相關工作。

集團層 - 安全環保部

安全環保部日常工作對接各子公司職業健康與安全管理工作，包括指標設定與考核、日常運行監督評價、提供程序制度標準等工作；

設置環安部(負責職業健康、安全、環保)、保衛部(負責消防、交通安全、安保)，其中職業健康、安全等各業務模塊均設置專業工程師及模塊負責人。

子公司 - 安全環保部

各子公司下設安全環保管理部門，定期召開會議，與各部門溝通安環工作和指標完成情況，負責本集團職業健康安全工作的推進落實；

各子公司配備專職安全生產管理人員，負責安全生產工作的落地實施。各級安全管理機構，分級負責，協同開展安全生產工作。在基地負責人和分管領導全力推進和落實本集團與基地安環管理措施，提升安環領導力。

本集團搭建了健康、安全和環境（HSE）管理系統，針對安全隱患、安全檢查、安全生產日常培訓以及預警指數進行 HSE 信息化系統監測，並每兩年進行一次 HSE 管理體系更新、工作管理流程細化，並開展高層安環領導力專項活動，進一步升級和完善 HSE 管理標準及管理要求。同時，我們將積極推進 HSE 信息化系統使用頻率，進行複盤檢查，不斷優化系統使用體驗，提升管理效能。報告期內，本集團旗下的 100% 整車基地及為本集團代工生產的整車基地均已獲得 ISO 45001 職業健康安全管理体系的外部審核認證。

吉利汽車計劃到 2025 年實現 100% 的基地完成安全生產標準化一、二級認證的目標。

8.6.2 安全管理

我們高度重視安全生產，強化重要風險管控機制，加強生產安全管理、防範安全風險、強化隱患排查治理，並提升安全預防措施、開展應急演練及安全教育相關培訓，系統性地預防和減少安全故事的發生。報告期內，各生產基地未出現任何因工傷死亡事故。

提升安全生產智能化管理水平

應用於整車生產基地及動力製造基地的 HSE 管理系統，涵蓋安全（安全隱患整改率）、環保、職業健康（崗前、崗中、離崗體檢率）等指標的 HSE 管理系統。報告期內，HSE 管理系統及使用率達 100%。

開展安全培訓及應急演練

報告期內，策劃開展安全公開課。報告期內，組織「安全控制系統與聯鎖保護裝置」「能量隔離與上牌掛鎖」「防爆電氣」等 4 次安全公開課；各基地安全、電氣、裝備工程師參加培訓累計達 600 人次。編制《安全操作規程》指南 / 模板，向各製造基地推廣應用，整合現場多種樣式操作規程，不斷完善安全管控機制。組織開展專題培訓活動及應急演練，全面提高員工的安全風險識別管控與隱患排查治理水平。

組建安全專業小組

組建機械安全、電氣安全和熱工燃爆安全小組，其中包括 22 名安全、裝備、電氣工程師，筑牢安全生產防線。報告期內，組織 7 次技術標準研討會、制定技術標準、制度共計 7 項，現場服務支持 6 家基地，並技術支持 9 項技改項目。

安全風險隱患排查

面向各子公司，組織開展新能源安全、防爆電氣專項檢查工作。其中防爆電氣 276 項問題，整改率達 91%；新能源專項檢查 95 項問題，目前整改率達 97%。同時，聯合質量、ME 等部門對 15 家整車製造基地開展聯合安全檢查，累計排查 1,144 項問題，目前整改率 95%。

安全管控

針對安全隱患和事故，採用 ISO 45001 職業健康安全管理体系進行安全管理，按照國家標準設定事故指標，並每月追蹤個基地的事故情況，確保事故閉環處理。事故指標於第三方審核（安全生產標準化審核、ISO 45001 體系審核）中進行審驗。

安全績效評價審核

按照 HSE 的評價標準開展月度及季度的審核，每半年對所有整車基地做一次全面的 HSE 審核，審核指標涉及事故、職業病、環境等，並進行 HSE 體系評級。報告期內，所有基地達到目標設定 B 級（需獲得 ISO 14001 及 ISO 45001 認證，及得分 ≥ 800 ）。



本集團已達成制定的 2023 年度安全指標：

死亡事故率：≤ 0.026‰

重傷事故率：≤ 0.15‰

損失 0.5 萬元及以上交通事故率：≤ 0.1 起/萬台

損失 0.5 萬元及以上火災事故率：0.04‰

安全生產關鍵績效

	2021	2022	2023
安全事故數量 (個)	22	19	40
因工傷死亡人數 (個)	0	0	0
百萬工時死亡率 (‰)	0	0	0
因工損失工作日數 (天)	786	887	1,652
重傷事故率 (‰)	0.056	0.020	0.017
輕傷事故率 (‰)	0.31	0.37	0.65
職業病事故數量 (個)	0	0	0
職業病比例 (‰)	0	0	0
工傷率 (‰)	0.36	0.39	0.66
缺勤率 (‰)	0.056	0.072	0.110
因安全事故造成的經濟損失 (萬元)	32.51	56.95	31.48
20 萬工時損工事故率 (LTIR)	0.05	0.04	0.07

本集團重視對所有安全事故和問題的記錄和調查，並通過實施獎懲與改善措施，從而減少和盡可能消除同類事件的再度發生。

8.6.3 職業健康管理



本集團深入解讀運營所在地相關法律法規，全面加強員工職業病防治工作與健康管理，每年為員工提供免費的年度職業健康體檢，採取多種措施保障員工身心健康，為員工提供各項健康服務。我們亦重視向所有員工開展職業健康與安全培訓。報告期內，接受職業健康安全培訓的員工比例達 100%，累計 1,338,314 小時。

2023 年，我們開展了包括法律法規要求的所有職業病防治項目，在所有整車製造基地及動力製造基地進行了整體的綜合風險評估，以及生產現場職業病危害因素的監測水平。截至 2023 年，實現職業病風險評估結果從無甲級單位提升至 8 家甲級單位的績效（甲級為最優）。

我們每年都為暴露於職業病危害的員工提供免費的年度職業健康體檢，並已建立完整的員工職業健康管理制度以及職業健康檢查程序，貫徹職業健康一人一檔的要求。同時，我們對在崗、離崗員工的體檢數據進行職業病分析，不斷完善和規範職業病防治的相關舉措。

職業病防治六大舉措：

<p>職業健康檢測與評價</p>	<p>⊕ 定期開展年度現場職業病危害因素識別及季度日常監測，監控作業現場職業病危害接觸水平。</p>
<p>員工職業健康監護</p>	<p>⊕ 開展上崗前、在崗期間及離崗時的職業健康體檢工作，建立職業健康個人檔案，實施全面可追溯性管理。</p>
<p>勞動防護用品管理</p>	<p>⊕ 免費為所有一線員工提供全套防護設備，保證防護用品的質量和舒適性，以預防工傷、職業病和職業事故。</p>
<p>改善作業環境</p>	<p>⊕ 大力開展生產工藝改革，如採用水性漆代替油性漆、機器人自動噴塗、封閉式衝壓線等措施，降低作業現場的職業病危害風險。</p>
<p>開展職業健康培訓</p>	<p>⊕ 開展上崗前職業健康培訓和考核，並定期組織全員職業健康培訓和考試。</p>
<p>職業健康專項督察</p>	<p>⊕ 定期開展針對職業健康檔案、勞保用品穿戴、職業病防護設施運行及保養等專項檢查。</p>

整車基地開展職業病危害因素識別

2023 年，吉利汽車組織整車製造基地開展職業病危害因素精準化識別，梳理各設備、工藝、物料產生的危害因素，制定各單位、接害崗位和人員清單。精準化識別後主要職業病危害種類由 48 種降至 25 種（降幅達 48%），嚴重危害接觸人數從 1,966 人降至 330 人（降幅達 83%）。

關注員工心理健康， 提供多樣化心理諮詢服務

2023 年，吉利汽車針對不同層級員工，多次開展員工心理健康專題講座。包括「企業職工常見異常情緒的識別和應對」及「發現更美的自己 - 自我認知與提升」等專題講座，幫助員工疏導負面情緒。

「吉利大健康」關注員工身心健康，並提供專業的健康管理服務

○○○

設立多個企業內部健康站

- ⊕ 設立線下健康站，設置健康諮詢、推拿理療、心理放鬆三個基礎功能區域
- ⊕ 解決員工日常健康問題，使員工能隨時享有專業的健康指導與醫療幫助

○○○

搭建企業員工健康管理服務數字化平台

- ⊕ 運用互聯網技術開發、搭建數字化健康管理平台
- ⊕ 提供涵蓋健康體檢、健康諮詢、智慧心理、健康學院的線上大健康服務

○○○

提供員工免費體檢與健康管理服務

- ⊕ 為在職員工提供每年一次的免費健康體檢福利
- ⊕ 為發生重疾的員工協調醫療資源、提供綠色就醫通道

○○○

提供免費 EAP 心理健康諮詢服務

- ⊕ 設置線上服務平台與線下心理健康角，為員工提供系統的、長期的心理健康服務

○○○

開展專業健康教育與健康關愛活動

- ⊕ 定期開展線上健康科普，開展線下健康講座
- ⊕ 普及科學的健康知識，增強員工健康意識。定期開展急救培訓，培養持證急救員

○○○

加強管理者 / 核心人才的健康管理

- ⊕ 為管理者、核心人等面臨高壓的人員提供定制個性化的健康管理方案。

9

社區公益

重要議題

社會公益與慈善



生態友好

- ⊕ 「藍星衛士」全球公益項目回收近 **10 噸** 海洋垃圾，全國累計志願者參與 **超過 3,000 人次**

優質公平教育

- ⊕ 連續 **10 年** 開展「綠跑道」鄉村少年體育夢想計劃
- ⊕ 「綠跑道」項目惠及 **超 100 多所** 鄉村學校，**超 4 萬** 民鄉村學生

應急賑災

- ⊕ 向甘肅、青海地震災區採購應急救災物資 **1,000 萬元**、支持災後重建工作

弱勢幫扶

- ⊕ 參加為聾人介紹汽車智能和安全配置的活動，促進殘疾人士融入出行和社會

文化傳播

- ⊕ 積極推動文化藝術的傳播與交流，繼續向香港管弦樂團提供贊助

社區發展

- ⊕ 社區志願者活動參與 **2,556 人次**，活動時數達 **13,643 小時**

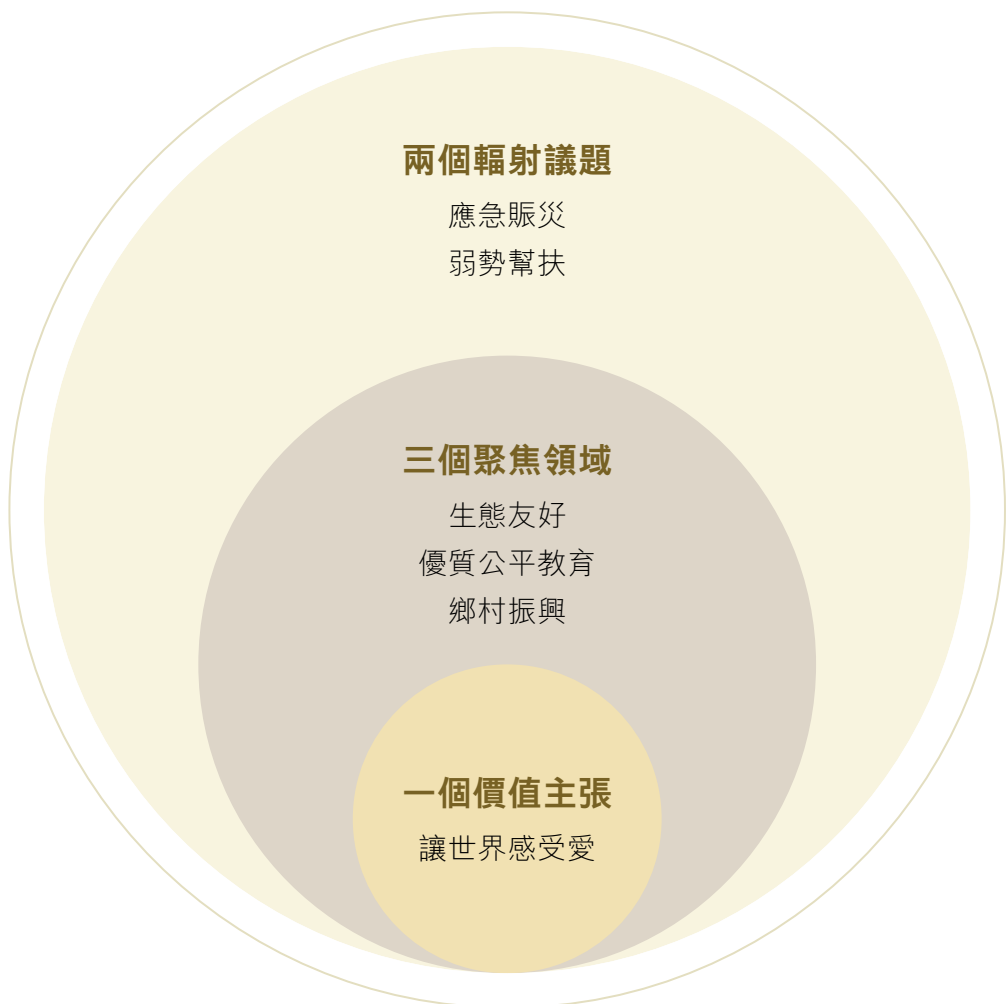
鄉村振興

- ⊕ 累計關愛 **600 名** 山區留守兒童

ESG 戰略：共榮發展



本集團共享吉利控股集團的社會責任理念及體系，參與其主辦的相關公益活動做社會公益「長期主義」的踐行者，充分發揮資源優勢，帶動員工、商業夥伴、消費者及合作夥伴共同參與公益活動，實現「讓世界感受愛」的公益價值主張，聚焦「生態友好」、「優質公平教育」、「鄉村振興」三大領域，輻射「應急賑災」、「弱勢幫扶」兩大公益議題，不斷探索可持續的公益模式，積極探索慈善體系建設，持續依托自身的專業和科技力量，為社會創造更多的可持續價值。吉利汽車 ESG 戰略的「共榮發展」亦覆蓋社區公益，通過科技賦能公益創新，積極探索可持續的公益模式。



我們會每月訪問政府有關部門、本地社區組織、公益團體、弱勢社群等了解社會需求，以部署我們的公益計劃及優化我們的公益資源。我們亦會對消費者、員工、供應商和經銷商弘揚我們的公益理念，並鼓勵他們積極投入我們的公益活動中。為更有效地聆聽訴求和傳播公益，我們在官方網站、博客、社交網絡平台等及時公佈我們公益事業的最新進展，並借助這些渠道收集各利益相關方的意見。我們將利益相關方的意見融入 ESG 戰略的制定過程，檢視所聚焦的公益領域和議題，以及實施項目的進展，並制定改善計劃。

結合本集團 ESG 戰略和各利益相關方意見，2023 年我們針對生態友好、優質公平教育、應急賑災、弱勢幫扶、文化傳播、社區發展以及鄉村振興開展公益活動。

通過不斷踐行社會公益，吉利控股集團於 2023 年獲得以下獎項與認可：

獎項名稱	頒獎機構
2023 年最佳責任企業品牌	第七屆 CSR 中國教育榜

9.1 生態友好

良好的生態環境是人類生存和發展的基本前提。本集團自身運營以「自然受益」為導向，同時利用自身資源及科技優勢，帶動各利益相關方參與到生態保護的行動中，共同為生物多樣性及環境保育作出貢獻。

9.1.1 海洋生態保護

海洋是人類賴以生存的環境之一，海洋與陸地、海洋與地球生態系統及其生物多樣性息息相關，海洋自然生態系統也是人類可持續發展所依存的重要支撐。由於人類對海洋的需求不斷增加，對海洋垃圾過度排放的情況日益嚴重，海洋生態系統受到了嚴重的威脅。吉利汽車在打造科技創新、可持續發展的同時，致力於為海洋生態環境貢獻自身力量。

2021 年極氫和吉利控股集團共同發起「藍星衛士」全球公益項目，先後組織各行業志願者，持續以不同的方式接力守護海洋。2022 年，吉利控股集團利用旗下時空道宇衛星技術賦能海洋環保。「時空道宇·極氫藍星衛士」1-6 號衛星在西昌衛星發射中心成功發射。通過高性能 AI 遙感衛星實現海洋環境檢測，如監測海洋垃圾、海面溢油等海洋事故，預警海洋赤潮、澱苔等有害生物的擴散，為沿海漁業的運作提供災害預警和生態保護，助力改善海洋生態保護和生態環境。



截至 2023 年，「藍星衛士」全球公益項目回收近 **10 噸海洋垃圾**，全國累計志願者參與超過 **3,000 人次**。



「讓藍色回歸藍色」， 獲 2023 中國公益映像節優秀作品獎

極氫秉持著「平等、多元、可持續」的品牌價值觀，不斷創新技術守護海洋生態，並攜手環保機構、極氫用戶、大學生志願者、社會家庭志願者及漁民志願者等多方，開展海洋保護工作。截至 2023 年，全國累計志願者參與到「藍星衛士海洋守護項目」超過 3,000 人次，用不同的方式踐行海岸線環境保護。

2023 年 9 月 16 日，在「2023 中國公益映像節頒獎典禮」上，由中華環境保護基金會、極氫聯合發起，藍絲帶海洋保護協會執行的「極氫 × 中華環境保護基金會藍星衛士」紀錄片—「讓藍色回歸藍色」，榮獲本屆映像節「公益組織類優秀作品獎」。

集結志願者，守護海岸線行動

吉利品牌為旗下星越 L 系列於 2020 年創辦《海邊的衛士》項目，每月聯動車友會及公益組織開展活動。截至 2023 年，星越 L 發動車友會組織海灘綠色公益活動，並開展關於海洋保護行動及垃圾分類的志願者培訓 16 場；海岸淨灘活動 44 場，志願者參與 2,224 人次，清理 25,000 米的海岸線，面積超過 741,000 平方米，共撿拾了 41,200 件海洋垃圾，總重 1,510 千克。

9.1.2 動物保護

吉利汽車重視生物多樣性，用實際行動推動中國森林生態系統瀕危物種的保護工作，致力為「國寶」大熊貓保護貢獻力量。



吉利汽車開啟大熊貓保護計劃，認領大熊貓「吉福」

2023年2月6日，吉利汽車在推出熊貓 mini 之際，聯合浙江省李書福公益基金會和中國大熊貓研究保護中心開展公益合作項目，開展中國大熊貓保護研究中心都江堰基地大熊貓公益捐贈儀式暨熊貓寶寶「吉福」認養儀式。吉利汽車還將啟動大熊貓保護計劃：每新增1名熊貓 mini 用戶，吉利汽車會與李書福公益基金會合作，為中國大熊貓保護研究中心提供10元熊貓養護金。同時，吉利汽車啟動熊貓寶寶「吉福」全網徵名行動，帶領更多人參與到愛護大熊貓和愛護自然的隊伍中。



9.1.3 綠色生態保護

吉利汽車堅持綠色發展理念，心繫綠水青山，攜手員工及用戶，用實際行動推動綠色生態文明建設。

極氪 Z-Green 攜手用戶參與「碳減排行動」，開展植樹造林守護生態文明

極氪自成立以來將綠色基因深刻品牌理念中。2022年6月極氪APP上線Z-Green社區，通過遊戲化的設計，激勵用戶開通個人減排賬戶。

2023年3月11日，極氪Z-Green社區攜手用戶在全國16個城市開展植樹活動。用戶在體驗種植樹苗樂趣的同時，用實際行動為地球家園增添綠色，並貢獻全區域增匯固碳。

截至2023年底，參與「碳減排行動」的用戶已達到**358,649**人，通過踐行低碳出行行為（長距離駕駛新能源汽車出行或短距離步行）積累碳減排量可達**111,012**噸二氧化碳排放當量，相當於2,474萬顆樟子松一年的碳匯量。未來極氪將持續努力讓更多人感受和加入Z-Green低碳環保活動，同時提升用戶體驗與認同。

9.2 優質公平教育

本集團跟隨吉利控股集團腳步，持續關注鄉村青少年的成長和潛能發展，已連續10年開展「夢想綠跑道」項目，輻射內蒙古自治區、雲南省、山西省、甘肅省、浙江省、陝西省、貴州省、寧夏回族自治區、湖北省、廣東省、河北省、四川省等地的鄉村學校及學生。



截至2023年，「綠跑道」項目先後走進**100**所鄉村學校，不斷提升學校軟硬件水平，促進優質公平教育，惠及**超4萬名**鄉村學生。





「綠跑道」公益十週年， 圓夢青少年亞運夢想公益行動

2023 年，吉利夢想綠跑道攜手「杭州亞運會」尋找 2022 個亞運夢想公益行動，邀請來自廣元山區的亞運夢想足球學校的學生代表，參加了在新加坡舉行的「迎亞運趣味跑活動」。在杭州亞運會召開之際，邀請 33 名「夢想少年團」成員共同錄製亞運之歌，並觀看亞運比賽，參與科普課堂，給這群大山裡的青少年帶來運動、科技的魅力。

領克「益」起學編程公益大賽

吉利夢想綠跑道 X 領克「益起學編程」行動由領克聯合中國互聯網發展基金會、中科创新教育、編程貓等機構於 2021 年共同開展，推動大數據、虛擬現實、人工智能等互聯網新技術在教育中深入應用，加強欠發達地區學生的創新教育與研究性學習，推動教育均衡發展，為鄉村及欠發達地區兒童架起通往智能汽車領域、參與數字鄉村建設的橋樑。

2023 年 3 月 31 日，2023 東西部協作吉利夢想綠跑道·領克編程公益大賽在廣元市昭化區實驗小學順利舉辦。領克 Co 客公益計劃項目組向 7 所參賽學校分別捐贈了 1 架無人機和 1 只編程小車，並捐贈編程小車跑道 2 套，價值共 5 萬餘元。



「益起學編程」為欠發達地區
1,000 名青少年提供編程教育

9.3 應急賑災

我們始終堅持用愛心回饋社會，關注社會需要，持續傳遞溫暖，不斷拓寬幫扶渠道，傾情服務民生，解決實際困難，努力實現「大愛吉利，你我同行」。

我們深刻洞察社會所需，持續關注賑災助困，開展各種形式的應急救援行動，並積極參與「李書福公益基金會」組織的應急賑災活動，持續關注救援情況，與當地社區和居民齊心協力，攻克難關。

馳援甘肅青海地震山區

2023 年 12 月 18 日，甘肅臨夏州積石山縣發生 6.2 級地震，造成甘肅、青海地區重大人員傷亡，寒冬災情牽動著全國人民的心。李書福公益基金會攜手吉利控股集團旗下多個品牌（包括吉利品牌、極氪、領克等），共向甘肅省、青海省紅十字會捐款 1,000 萬元用於甘肅、青海地震災區採購應急救災物資、支持災後重建工作。



風雨共渡，馳援防汛救災

2023 年 7 月，颱風「杜蘇芮」引發特大暴雨，導致京津冀地區遭受嚴重洪澇及次生地質災害，北京大學昌平校區受災嚴重。李書福公益基金會攜手吉利控股集團旗下多個品牌（包括吉利品牌、極氪、領克等），向北京大學教育基金會捐款共 5,000 萬元，支持北京大學昌平校區災後建設，並積極為災區的北大學生提供幫助。

9.4 弱勢幫扶

我們關注弱勢群體，通過醫療救助、文化建設等資助項目，不斷加強對弱勢群體的關愛和保護，為社會發展貢獻力量。

國際殘疾人日吉利汽車品鑑會 聾健共融創造美好生活

吉利汽車致力於在汽車主動、被動安全上考慮殘疾人的安全出行。2023年12月3日國際殘疾人日，吉利汽車參加由瀋陽市助殘志願服務協會與瀋陽皓倫汽車集團和遼寧省瀋陽市沈河區助殘創業就業孵化基地聯合舉辦的「皓倫助殘·聾健共融創造美好生活」的汽車品鑑會。通過介紹汽車基礎知識及本集團各品牌車型在智能、安全配置等方面的信息，答疑解惑，幫助聾人了解汽車基礎知識，讓其感受出行的便捷，促進其更方便融入社會。

9.5 文化傳播

本集團關注社區的發展，倡導將企業發展融入社區，用實際行動積極推動文化藝術的傳播與交流，為建設更加美好和諧的社區環境貢獻力量。

2023年，我們繼續向香港管弦樂團提供讚助，作為港樂大師會珍珠會員，支持音樂藝術的發展和豐富本地市民的文化生活。

9.6 社區發展

本集團始終向社會傳遞愛心與溫暖，以實際行動持續回饋社會。我們倡導將企業發展融入社區，支持並鼓勵員工積極投身於社區建設與公益志願服務。同時，我們攜手用戶服務社會，努力為當地社區建立公開、真誠及和諧的關係。

本集團在社區貢獻方面踐行以下承諾：

- ⊕ 在尊重當地法律法規和文化風俗的基礎上努力實現多元化雙贏；
- ⊕ 不斷增進與當地社區交流，以促進對本集團經營發展及業務活動的理解與支持；
- ⊕ 積極在社區中創造就業機會，開展職業教育提升社區居民就業能力，助力當地產業人才生態建設；
- ⊕ 及時溝通與反饋本集團對社區產生實際或潛在影響的事宜（如公共事件、潛在危機事件等）。



支持香港科學園快閃暨交響音樂會

2023年6月24日，由香港華菁會、香港青年愛樂樂團慈善基金會主辦，吉利汽車友情贊助的「同心同慶創未來—香港科學園快閃暨交響音樂會」活動在香港科學園成功舉辦。通過該音樂會傳達青年人對未來香港發展的重要性，鼓舞更多年輕人，熱愛音樂，熱愛生活，熱愛科技。



2023年，本集團組織員工參與社區服務及各類志願者活動共計 **2,556** 人次，活動時數為 **13,643** 小時。

9.6.1 員工參與

本集團堅守回報社會的初心，秉持「友善、友愛」的精神，提倡並支持員工參與志願服務，努力爭做社會和諧發展的支持者。

2023年9月16日，我們參與吉利控股集團組織的第13屆無償獻血日活動。共有128人參加，成功獻血87人，獻血總量達27,400毫升。自2011年開展以來，共有1,167人參與無償獻血活動，累計獻血總量達331,680毫升。

9.6.2 用戶參與

本集團攜手有愛心的用戶，用實際行動將溫暖和幸福傳遞給社會上更多的人，實現「快樂而偉大」的價值主張。充滿力量而又溫暖的舉措，不僅引發本集團與用戶之間的共鳴，也使「我們」之間的聯繫更加牢固。

成立领克志願者公益團，開展愛心公益活動

领克志願者公益團的成立，依托於全國範圍內成熟的Co客領地具備全國Co客公益活動平台。該項目旨在讓每一位車主在享受駕駛樂趣的同時，也能為社會帶來溫暖與關懷。志願者們積極參與各類如環保行動、關愛留守兒童、敬老服務等公益活動。



「我們+」公益計劃，吉利汽車與愛心用戶書寫共情篇章

2023年6月吉利用戶品牌「我們•G Family」發起讓「我們」的愛不再閒置公益市集愛心活動，面向吉利汽車的愛心車友和全體員工公開徵集號召大家將閒置好物轉化為愛心溫暖需要幫助的大病患兒，並將全部收益所得捐贈給「愛佑慈善基金會」一大病患兒醫療救助項目，為困難家庭重病患兒送去更多救治機會的同時，號召更多人關注大病患兒群體。

攜手领克車主，參與應急救護行動

2023年4月開始，领克聯合Co客志願者理事會推出應急救護培訓計劃，在全國開展7場專項Co客志願者培訓，普及應急救護知識與技能，超過500名車主獲得紅十字會頒發的應急救護證書，近50名車主自發性在車上配備了自動體外心臟去顫器（AED）。

9.6.3 護航綠色亞運

本集團用實際行動積極參與到第 19 屆杭州亞運會的保障服務中，通過技術、產品與服務，展示了中國形象、杭州風采和吉利的擔當。



本集團攜旗下品牌，打造亞運服務車隊

2023 年，本集團交付涵蓋旗下吉利、領克、極氦、銀河等品牌的智能精品車作為杭州亞運官方制定用車，為杭州亞運會智能出行及服務提供全方位保障。其中，吉利銀河 L7 是杭州亞運會火炬傳遞保障用車及服務用車，領克 01 是亞奧理事會官方指定用車，極氦 009 是國賓接待指定用車、火種採集車、火炬傳遞指揮車。



吉利控股集團甲醇亞運團隊從綠色甲醇製備、甲醇燃料應用、甲醇生態系統建設等方面進行持續的探索，以實際行動及成果點亮杭州綠色亞運。

綠色零碳甲醇點燃亞運會開幕式主火炬

吉利控股集團助力第 19 屆杭州亞運會打造為首屆碳中和亞運會，首次使用廢料再生的綠色甲醇作主火炬塔燃料，實現循環內零排放。綠色零碳甲醇火炬解決方案由吉利創新中心提供技術方案與支持，使用的零碳燃料生產於吉利安陽甲醇工廠。

在杭州亞運會期間，吉利控股集團高質量完成亞運會、殘運會零碳甲醇主火炬保障工作，共計保障時長超 500 小時，所使用的 300 噸甲醇燃料獲得了中環聯合認證中心（CEC）頒發的碳中和證書。

9.7 鄉村振興

我們關注鄉村的發展，為助力鄉村振興做出持續努力，扎實推動鄉村工作取得實效。

開展「吉利引擎，尋夢鄉村」暑期活動，了解鄉村生活

本集團不斷探索鄉村振興幫扶新模式，開展大學生暑期下鄉項目，為賦能鄉村振興增活力。2023 年，我們邀請在校大學生參與「吉利引擎，尋夢鄉村」暑期社會實踐活動，大學生們在活動中，深入了解了鄉村的實際情況，深刻意識到鄉村振興的力量和意義，以及大學生在鄉村發展中的積極作用。

同時，我們關注山區的留守兒童，組織開展走進山區等活動，為山區兒童送去溫暖。

攜手車主，關愛山區留守兒童

2016 年至今，吉利汽車系列公益行動 - 「微心願」活動每年攜手車友會的車主組織 2-3 次走進山區小學，看望留守孩子。截至 2023 年，我們累計幫助約 600 名小孩子完成他們的「微心願」，給貧困山區留守兒童送去大量的物資溫暖和關懷。

附錄 1

適用的法律法規及相關標準清單

作為一家香港上市公司，吉利汽車嚴格遵守香港聯合交易所有限公司《主板上市規則》及附錄 C2 所載《環境、社會及管治報告指引》之守則條文；吉利汽車主要運營所在地位於中國內地，運營管理嚴格遵守對本集團有重大影響的法律法規和標準要求，亦執行其中相關適用條款。

序號	文件名稱
一、節能環保適用法律法規清單	
1.	《生物多樣性公約》
2.	《中華人民共和國環境保護法》
3.	《中華人民共和國環境影響評價法》
4.	《中華人民共和國水土保持法》
5.	《中華人民共和國大氣污染防治法》
6.	《國家第六階段機動車污染物排放標準》
7.	《排污許可證申請與核發技術規範汽車製造業》（HJ971-2018）
8.	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
9.	《國家危險廢物名錄》
10.	《中華人民共和國水污染防治法》
11.	《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
12.	《排污許可管理條例》
13.	《固定污染源排污許可分類管理名錄》
14.	《揮發性有機物無組織排放控制標準》
15.	《汽車行業整車製造綠色工廠評價導則》
16.	《綠色工廠評價要求》
17.	《中華人民共和國節約能源法》
18.	《中華人民共和國清潔生產促進法》
19.	《中華人民共和國循環經濟促進法》
20.	《中華人民共和國可再生能源法》
21.	《中華人民共和國環境保護稅法》
22.	《固定資產投資項目節能審查辦法》
23.	《部分工業行業淘汰落後生產工藝裝備和產品指導目錄（2010 年本）》
24.	《工業節能管理辦法》
25.	《關於加強工業固定資產投資項目節能評估和審查工作的通知》
26.	《關於進一步加強淘汰落後產能工作的通知》

序號	文件名稱
27.	《關於開展國家重大工業節能專項監察的通知》
28.	《國務院關於加強節能工作的決定》
29.	《節能監察辦法》
30.	《節約用電管理辦法》
31.	《光伏電站開發建設管理辦法》
32.	《清潔生產審核辦法》
33.	《建設項目環境保護管理辦法》
34.	《城鎮污水處理廠污染物排放標準》
35.	《電鍍污染物排放標準》
36.	《污水綜合排放標準》
37.	《工業企業廢水氮、磷污染物間接排放限值》
38.	《固體廢物鑒別標準通則》
39.	《危險廢物鑒別標準通則》
40.	《危險化學品重大危險源辨識》
41.	《環境保護圖形標誌》
42.	《危險化學品安全管理條例》
43.	《工業企業廠界環境噪聲排放標準》
44.	《城市建築垃圾管理規定》
45.	《固定污染源廢氣非甲烷總烴連續監測系統技術規範》
46.	《揮發性有機物無組織排放控制標準》
47.	《關於統籌節能降碳和回收利用加快重點領域產品設備更新改造的指導意見》
48.	《關於加快廢舊物資循環利用體系建設的指導意見》
49.	《新能源汽車動力蓄電池回收利用管理暫行辦法》
50.	《報廢機動車回收管理辦法》
二、職業健康和安全管理適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國職業病防治法》
2.	《中華人民共和國消防法》

序號	文件名稱
3.	《中華人民共和國安全生產法》
4.	《中華人民共和國道路交通安全法》
5.	《中華人民共和國特種設備安全法》
6.	《中華人民共和國突發事件應對法》
7.	《工作場所職業衛生監督管理規定》
8.	《企業安全生產費用提取和使用管理辦法》
9.	《職業健康檢查管理辦法》
10.	《職業病危害項目申報辦法》
11.	《職業病分類和目錄》
12.	《危險化學品安全管理條例》
13.	《易製毒學品安全管理條例》
14.	《特種設備作業人員監督管理辦法》
15.	《全國安全生產專項整治三年行動計劃》
16.	《工貿行業重大生產安全事故隱患判定標準》
17.	《重大火災隱患判定方法》
三、人力資源適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《世界人權宣言》
2.	《聯合國工商企業與人權指導原則》
3.	《國際勞工組織公約》
4.	《中華人民共和國勞動合同法》
5.	《中華人民共和國勞動合同法實施條例》
6.	《中華人民共和國工會法》
7.	《中華人民共和國勞動法》
8.	《中華人民共和國未成年人保護法》
9.	《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》
10.	《中華人民共和國就業促進法》
11.	《中華人民共和國社會保險法》
12.	《中華人民共和國社會保險法實施細則》
13.	《女職工勞動保護特別規定》
14.	《工傷認定辦法》
15.	《工傷保險條例》
16.	《禁止使用童工規定》
17.	《工資支付暫行規定》
18.	《職工帶薪年休假條例》

序號	文件名稱
19.	《企業職工帶薪年休假實施辦法》
20.	《企業職工患病或非因工負傷醫療期規定》
21.	《全國年節及紀念日放假辦法》
22.	《失業保險條例》
23.	《勞務派遣暫行規定》
24.	《殘疾人就業條例》
25.	《住房公積金管理條例》
26.	《職業學校學生實習管理規定》
四、產品質量管理適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國消費者權益保護法》
2.	《中華人民共和國產品質量法》
3.	《家用汽車產品修理、更換、退貨責任規定》
4.	《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》
5.	《乘用車內空氣質量評價指南》
6.	《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分並行管理辦法》
7.	《新能源汽車動力蓄電池回收利用管理暫行辦法》
五、其他適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國刑法》
2.	《中華人民共和國公司法》
3.	《中華人民共和國反洗錢法》
4.	《中華人民共和國反不正當競爭法》
5.	《中華人民共和國反壟斷法》
6.	《中華人民共和國網絡安全法》
7.	《中華人民共和國數據安全法》
8.	《中華人民共和國個人信息保護法》
9.	《通用數據保護條例（GDPR）》
10.	《UN / WP.29 R155 信息安全與信息安全管理系統》
11.	《中華人民共和國廣告法》
12.	《中華人民共和國商標法》
13.	《中華人民共和國專利法》
14.	《中華人民共和國著作權法》
15.	《中華人民共和國技術進出口管理條例》
16.	《企業知識產權管理規範》（GB / T 1.1-2009）

附錄 2

ESG 關鍵績效指標¹

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
溫室氣體排放²				
溫室氣體排放量（範圍一） ³	噸二氧化碳當量	164,173	145,563	127,437
—整車基地	噸二氧化碳當量	147,374	131,854	119,796
—其他	噸二氧化碳當量	16,799	13,709	7,641
溫室氣體排放量（範圍二） ⁴	噸二氧化碳當量	529,090	455,550	379,211
—整車基地	噸二氧化碳當量	376,022	275,599	203,746
—其他	噸二氧化碳當量	153,068	179,951	175,465
溫室氣體排放量（範圍三） ⁵	噸二氧化碳當量	48,793,452	49,815,353	56,273,917
—採購商品與服務	噸二氧化碳當量	8,326,976	10,433,139	12,263,153
—物流與配送	噸二氧化碳當量	853,412	863,225	1,116,465
—售出商品的使用	噸二氧化碳當量	39,594,564	38,508,008	42,874,713
—員工通勤	噸二氧化碳當量	9,291	1,983	879
—商務差旅	噸二氧化碳當量	9,209	8,999	18,707
溫室氣體排放總量（範圍 1+2+3）	噸二氧化碳當量	49,486,715	50,416,466	56,780,564
溫室氣體排放密度（範圍 1+2+3）	噸二氧化碳當量 / 輛	37.26	35.18	33.67
平均尾氣排放密度（WLTC） ⁶	克二氧化碳 / 每公里	198.76	179.15	169.48
能源使用^{2,7}				
總能源消耗				
直接能源消耗量 ⁸	噸標煤	76,499	75,186	80,221
	兆瓦時	N/A	676,849	725,320
—整車基地	噸標煤	69,116	68,319	76,360
—其他	噸標煤	7,383	6,867	3,861

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
間接能源消耗量 ⁹	噸標煤	114,299	131,343	150,343
	兆瓦時	N/A	1,068,739	1,223,230
—整車基地	噸標煤	81,502	92,006	108,286
—其他	噸標煤	32,797	39,337	42,057
能源消耗總量	噸標煤	190,798	206,529	230,564
	兆瓦時	N/A	1,745,589	1,948,550
—整車基地	噸標煤	150,618	160,325	184,646
—其他	噸標煤	40,180	46,204	45,918
能源消耗密度	千克標準煤 / 輛	143.67	144.12	136.71
	兆瓦時 / 輛	N/A	1.22	1.16
可再生能源⁹				
可再生電力	千瓦時	78,879,212	245,892,045	536,948,212
—整車基地	千瓦時	75,047,763	241,577,635	502,756,803
—其他	千瓦時	3,831,449	4,314,410	34,191,409
非可再生能源⁹				
天然氣	標準立方米	57,650,819	57,880,386	69,139,256
—整車基地	標準立方米	56,441,274	56,940,146	68,272,341
—其他	標準立方米	1,209,545	940,240	866,915
汽油	公升	12,204,415	10,047,355	3,391,171
—整車基地	公升	6,539,705	4,938,583	1,057,160
—其他	公升	5,664,710	5,108,773	2,334,012

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
柴油	公升	52,181	48,924	49,011
—整車基地	公升	44,035	43,007	44,395
—其他	公升	8,146	5,917	4,615
外購電力	千瓦時	851,011,760	746,172,470	919,517,743
—整車基地	千瓦時	587,988,510	431,132,438	604,837,856
—其他	千瓦時	263,023,250	315,040,032	314,679,887
外購蒸汽	噸	119,538	103,830	64,920
—整車基地	噸	117,128	102,876	63,850
—其他	噸	2,410	954	1,070
污染物排放^{10,11}				
大氣污染物				
氮氧化物 (NO _x) 排放量	噸	104.25	97.01	110.82
—整車基地	噸	102.63	93.38	109.97
—其他	噸	1.62	3.64	0.85
氮氧化物 (NO _x) 排放密度	千克 / 輛	0.0785	0.0705	0.0672
二氧化硫 (SO ₂) 排放量	噸	23.93	11.27 [#]	18.03
—整車基地	噸	23.35	10.05 [#]	17.09
—其他	噸	0.58	1.21	0.94
二氧化硫 (SO ₂) 排放密度	千克 / 輛	0.018	0.008 [#]	0.011
揮發性有機物 (VOCs) 排放量	噸	69.64	48.95 [#]	70.54
—整車基地	噸	66.91	48.89 [#]	70.54
—其他	噸	2.73	0.06	0
揮發性有機物 (VOCs) 排放密度	千克 / 輛	0.052	0.036 [#]	0.043
非甲烷總烴 (NMHC) 排放量	噸	90.49	66.05 [#]	77.96
—整車基地	噸	78.13	64.10	75.72
—其他	噸	12.36	1.95	2.24
非甲烷總烴 (NMHC) 排放密度	千克 / 輛	0.068	0.048	0.047

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
顆粒物排放量	噸	64.47	65.67 [#]	68.84
—整車基地	噸	54.81	62.22 [#]	62.72
—其他	噸	9.66	3.46	6.12
顆粒物排放密度	千克 / 輛	0.049	0.048 [#]	0.042
廢水				
化學需氧量 (COD) 排放量	噸	128.33	142.64	175.00
—整車基地	噸	125.15	139.73	172.85
—其他	噸	3.18	2.91	2.15
氨氮排放量	噸	6.16	6.25	8.94
—整車基地	噸	5.84	5.92	8.46
—其他	噸	0.32	0.34	0.48
工業廢水排放量	噸	2,361,785	2,356,283 [#]	2,703,472
—整車基地	噸	2,349,462	2,348,081 [#]	2,697,734
—其他	噸	12,323	8,202	5,738
單位銷量工業廢水排放量	噸 / 輛	1.78	1.71 [#]	1.64
生活廢水排放量	噸	1,410,366	1,907,388 [#]	1,831,774
—整車基地	噸	651,468	1,016,937 [#]	1,052,448
—其他	噸	758,898	890,451	779,326
單位銷量生活廢水排放量	噸 / 輛	1.06	1.39 [#]	1.11
廢棄物				
所產生無害固體廢棄物總量	噸	163,260	153,602 [#]	195,460
—整車基地	噸	142,204	133,621 [#]	172,662
—其他	噸	21,056	19,981	22,798
所產生無害固體廢棄物密度	千克 / 輛	122.93	111.56 [#]	118.57
所產生的危險廢棄物總量	噸	12,707	15,550 [#]	16,799
—整車基地 ¹²	噸	11,281	13,819 [#]	15,167
—其他	噸	1,426	1,730	1,632

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
所產生的危險廢棄物密度	千克 / 輛	9.57	11.29 [#]	10.19
固體廢棄物循環利用率 ¹³	%	97.37	95.80 [#]	97.06
固體廢棄物達標排放率	%	100	100	100
主要污染物達標排放率	%	100	100	100
水資源使用^{10, 14}				
生產用水消耗量（新水）	萬噸	493.27	501.13 [#]	507.05
—整車基地	萬噸	454.85	439.00 [#]	445.16
—其他	萬噸	38.42	62.13	61.89
水資源消耗總量	萬噸	583.65	601.96 [#]	595.06
—整車基地	萬噸	454.85	439.00 [#]	445.16
—其他	萬噸	128.80	162.96	149.89
單位銷量水資源消耗量	噸 / 輛	4.39	4.37 [#]	3.61
工業用水資源循環利用量	噸	4,812,769	4,925,440 [#]	4,992,611
—整車基地	噸	4,466,663	4,315,370 [#]	4,384,863
—其他	噸	346,106	610,070	607,748
工業用水資源循環利用率	%	97.57	98.29	98.46
原材料使用—製造環節¹⁰				
鋼材消耗量	噸	334,003	363,557	448,601
鋼材消耗密度	千克 / 輛	251.50	264.05	272.12
油漆消耗量	噸	15,159	16,522	20,803
油漆消耗密度	千克 / 輛	11.41	12.00	12.62

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
包裝材料使用¹⁰				
一次性包裝材料消耗量（整車製造）	噸	9,977	12,103	10,341
一次性包裝消耗密度	千克 / 輛	7.51	8.45	6.13
使用循環包裝材料的供應商佔比	%	81.58	82.71	83.79
包裝材料回收利用率	%	100	100	100
環保運營¹⁰				
新建、擴建項目的「環境影響評價」和「三同時」的執行完成率	%	100	100	100
環境事故和環境問題投訴率	%	0	0	0
環保設施配備率及正常運轉率	%	100	100	100
違反環境法律法規被處重大罰款的金額	萬元	0	0	0
違反環境法律法規受非經濟處罰的次數	次	0	0	0
重要泄漏物的重量	噸	0	0	0
僱員人數及分佈¹⁵				
年末員工總人數	人	44,157	49,251 [#]	60,296
新聘員工數量	人	14,327	18,187	24,328
吸納應屆畢業生就業人數	人	3,198	3,161	3,114
年末少數民族員工	人	2,549	2,600	3,445
按僱傭類型劃分的年末員工分佈				
全職員工	人	37,299	44,695 [#]	53,998
其他類型員工（含實習生、退休返聘人員）	人	6,858	4,556	6,298
按性別劃分的年末員工分佈				
男員工	人	37,041	39,870 [#]	49,832
女員工	人	7,116	9,381 [#]	10,464

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
按年齡組別劃分的年末員工分佈				
30 歲以下	人	23,827	25,076 [#]	30,446
30-50 歲	人	19,692	23,592 [#]	29,226
50 歲以上	人	638	583 [#]	624
按地區劃分的年末員工分佈				
華北地區	人	2,051	2,186	1,864
西北地區	人	2,376	2,451	7,085
西南地區	人	2,043	2,338	2,376
華東地區	人	34,974	38,799 [#]	44,568
華南地區	人	2,581	3,328	4,182
東北地區	人	8	66	112
港澳台地區	人	18	14 [#]	14
海外地區	人	106	69 [#]	95
按僱員崗位劃分的僱員人數				
研究	人	N/A	12,653	15,657
支持（包括銷售、供應鏈及業務支持人員等）	人	N/A	13,727	16,309
管理	人	N/A	3,017	3,219
操作	人	N/A	19,854	25,111
最高治理機構年末成員數量				
最高治理機構成員	人	13	11	12
最高治理機構女性成員	人	3	3	3
僱員權益及福利				
勞動合同簽訂率	%	100	100	100
社會保險覆蓋率	%	100	100	100
體檢及健康檔案覆蓋率	%	100	100	100
接受定期績效及職業發展考評的員工的百分比	%	100	100	100
參加工會的內地員工比例	%	100	100	100

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
僱員流失				
離職員工總數	人	8,725	9,677 [#]	10,524
總流失率	%	19.80	19.65	17.45
按性別劃分員工流失率				
男員工	%	20.10	20.49	17.41
女員工	%	17.90	16.08 [#]	17.66
按年齡組別劃分員工流失率				
30 歲以下	%	19.30	23.15 [#]	22.54
30-50 歲	%	20.80	15.70	12.35
50 歲以上	%	6.30	28.64 [#]	8.01
健康安全				
安全事故數量	個	22	19 [#]	40
20 萬工時損工事故率 (LTIR) ¹⁶	/	0.05	0.04	0.07
因工傷死亡人數	個	0	0	0
因工死亡人數比率	%	0	0	0
因工傷損失工作天數	天	786	887 [#]	1,652
重傷事故率	‰	0.056	0.020 [#]	0.017
輕傷事故率	‰	0.31	0.37 [#]	0.65
職業病事故數量	個	0	0	0
職業病比例	‰	0	0	0
工傷率	‰	0.36	0.39 [#]	0.66
缺勤率	‰	0.056	0.072 [#]	0.110
因安全事故造成的經濟損失	萬元	32.51	56.95 [#]	31.48

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
發展與培訓				
組織員工培訓的總小時數	小時	3,397,795	3,740,996	4,842,797
員工培訓百分比	%	100	100	100
按性別劃分的員工培訓百分比				
男員工	%	100	100	100
女員工	%	100	100	100
按僱員類別劃分的員工培訓百分比				
高級人員	%	100	100	100
中級人員	%	100	100	100
普通員工	%	100	100	100
按性別劃分的每位員工平均培訓時數				
男員工	小時	75.98	77.13 [#]	80.33
女員工	小時	82.00	70.99 [#]	80.24
按僱員類別劃分的每位員工平均培訓時數				
高級人員	小時	186.14	165.38 [#]	137.70
中級人員	小時	107.89	120.28 [#]	126.60
普通員工	小時	75.66	74.53 [#]	78.96
按僱員崗位劃分的每位員工平均培訓時數				
研究	小時	83.86	62.46	107.50
支持	小時	85.83	66.21 [#]	71.36
管理	小時	113.43	75.26 [#]	99.60
操作	小時	64.37	91.41	66.72

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
按地區劃分的供應商				
供應商總數	家	1,099	1,050	1,020
中國華東地區	%	62.7	64.0	68.3
中國其他地區（包括華北、西南、華南、東北等地區）	%	35.4	34.5	30.4
海外地區	%	1.9	1.5	1.3
供應商管理¹⁵				
開展日常及不定期飛行審核的一級供應商比例（吉利品牌及領克）	%	40.46	85.95	78.21
開展日常及不定期飛行審核的一級供應商比例（極氪）	%	69.81	66.82	79.88
供應商培訓總時數	小時	849	1,291	1,082
供應商反貪腐培訓比例	%	80	73	90
通過 ISO 14001 體系認證的供應商比例	%	82	84	90
通過 OHSAS 18001/ISO 45001 體系認證的供應商比例	%	48	56	57
通過 IATF 16949 體系認證的供應商比例	%	99	99	99
直採供應商簽署《吉利供應商行為準則》比例	%	70	93	94
經確定為具有實際和潛在重大負面環境及社會影響的供應商數量	個	0	0	0
產品質量安全				
通過安全健康評估的產品比例	%	100	100	100
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由須而回收的車輛	輛	0	0	0
吉利品牌千車故障率（12MIS） ¹⁷	‰	17	13	7
公開召回	次	0	3	1
吉利品牌 IQS ¹⁸	PPH	170	166	140

指標名稱	單位	2021 年	2022 年	2023 年
經銷商管理				
中國經銷商數量	個	1,550	1,744	2,164
海外總代理數量	個	32	43	61
組織經銷商培訓次數	次	813	1,032	1,655
參與培訓的經銷商比例				
—參與培訓的國內經銷商比例	%	95	97	100
—參與培訓的海外經銷商比例	%	100	100	100
產品與客戶服務				
中國車友人數 ¹⁹	人	3,812,441	5,534,060	9,217,800
車友年增長率	%	55.00	45.16	66.56
車友活動次數	次	4,376	3,572	3,762
產品與服務投訴	起	35,992	21,021	15,033
投訴處理比例				
—國內經銷商	%	100	98.16	95.27
—海外代理商	%	99.30	99.30	99.05
客戶滿意度				
—吉利品牌 (中國)	分	95.05	95.70	95.60
—領克	分	92.64	95.32	97.47
—吉利品牌 (國際)	分	90.10	93.50	93.40
J.D. Power 汽車售後滿意度研究 (CSI) —吉利品牌	分	770	770	771
反貪污				
合規 (含反貪腐) 培訓總時長	小時	109,938	130,890	835,125
每位董事及員工參加合規 (包含反貪腐) 培訓平均時數	小時	2.5	2.7	2.5
員工參加合規 (包含反貪腐) 培訓百分比	%	100	100	100
社區活動				
員工參與社區活動總時數	小時	1,806	10,688	13,643

註：

- ESG 關鍵績效指標統計範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司。由於 ESG 關鍵績效指標的披露範圍擴大，因此部分指標無 2021 年數據，以 N/A 表示未披露的數據。
- 2023 年溫室氣體排放、能源使用的指標統計範圍，包含生產吉利品牌、極氫、領克及睿藍的 17 個整車基地（杭州灣二廠、梅山、寶雞、晉中、春曉、西安、長興、大江東（錢塘）、臨海、貴陽、湘潭、濟南、領克成都、領克餘姚、領克張家口、極氫 PMA、睿藍重慶）、10 個動力基地，以及辦公場所（杭州總部 / 寧波杭州灣研究院 / 動力研究院）。本集團採用「以銷定產」的生產模式，用於計算氣體排放和能源使用密度的銷量為全年總銷量 1,686,516 輛。溫室氣體排放數據參考《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》、《IPCC 第五次科學評估報告（2014）》及政府部門發佈的數據進行計算。2023 年溫室氣體排放量已包含碳信用抵消以及購買國際可再生能源證書（I-REC）的抵消。
- 溫室氣體排放量（範圍一）為使用天然氣、汽油、柴油等直接能源產生的直接排放量。
- 溫室氣體排放量（範圍二）為使用外購電力、蒸汽產生的間接排放量；其中，外購電力統一採用全國電網平均排放因子 0.5703tCO₂/MWh 計算。
- 溫室氣體排放量（範圍三）中 1）採購商品與服務：主要依據上游產業鏈的材料結構（未考慮材料利用率），其根據中汽數據公佈的碳排放因子測算，以及考慮供應商已遞交 LCA 報告中的數據；2）物流與配送：包括入廠物流、出廠物流、售後物流，不包括出口物流數據，數據依據企業物流結算費用（按單公里、單立方結算）；3）售出產品的使用（含直接與間接排放）：按各車型公告油耗與電耗，行駛里程按平均 15 萬公里測算；4）員工通勤：依據吉利汽車下屬企業的通勤大巴與公務用車數據進行測算；5）商務差旅：包括員工在「吉利商旅」上訂購乘坐飛機公務出行以及火車公務出行的數據。
- 平均尾氣排放密度 = 溫室氣體排放量（範圍三）中售出商品的使用 / 當年總銷量 / 15 萬公里。
- 能源消耗數據參考《綜合能耗計算通則》（GB2589-2020）進行計算。直接能源消耗量、間接能源消耗量、能源消耗總量及能源消耗密度，根據《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）、《天然氣》（GB 17820-2018）以及美國國家環境保護局（US EPA）的相關轉換系數計算兆瓦時。
- 直接能源包括：天然氣、汽油、柴油。
- 間接能源包括：可再生能源（光伏發電、水電、風電、直購綠電及購買國際可再生能源證書 I-REC）及非可再生能源（外購電力、外購蒸汽）。
- 2023 年環保運營、污染物排放、水資源使用、原材料使用、包裝材料使用的指標統計範圍，包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 個整車基地（杭州灣二廠、梅山、寶雞、晉中、春曉、西安、長興、大江東（錢塘）、臨海、貴陽、湘潭、濟南、領克成都、領克餘姚、領克張家口、極氫 PMA）、10 個動力基地，以及辦公場所（杭州總部 / 寧波杭州灣研究院）。相較於 2022 年範圍，2023 年不包括杭州灣一廠。用於計算密度的銷量為不含睿藍的 1,648,515 輛。
- 污染物排放指標源自本集團的監測數據。
- 整車基地的危險廢棄物總量包括本集團自主擴大的危險廢棄物統計範圍：水性溶劑（2023: 2,729 噸，2022:2,623 噸）。
- 固體廢棄物循環利用率計算方式為：一般工業固體廢棄物綜合利用量 / 一般工業固體廢棄物產生量，披露範圍僅包含各生產基地。
- 水資源使用指標源自本集團的監測數據。2023 年的取水來源為市政供水及地表水（4,923 噸灌溉用水來自河道）。
- 經重新統計，本集團已更新 2022 年人力數據，2022 及 2023 年所有人力數據均不包含極氫海外僱員（2022 年：863 人，2023 年：786 人）。
- 20 萬工時損工事故率 (LTIR) = 損失工時數量 X 200,000 / 全體僱員總工時。全體僱員總工時 = 僱員數量 X 40 小時 X 50 週。
- 千車故障率 12MIS = 前推 12 月生產並銷售的車輛發生的維修 / 前推 12 個月生產並銷售的車輛數 X 1,000。
- IQS = 抱怨數 / 車輛數 X 100。
- 中國車友人數是指吉利品牌、極氫、領克的 APP 累計註冊量，含潛在客戶和終端客戶。

經統計優化，2022 年數據已更新。

附錄 3

SASB 汽車可持續會計標準—內容索引

披露議題	披露指標	單位	2022 年	2023 年	頁碼/備註	
生產經營活動	TR-AU-000.A	車輛產量 ¹	輛	1,432,988	1,686,516	N/A
	TR-AU-000.B	車輛銷量	輛	1,432,988	1,686,516	N/A
產品安全	TR-AU-250a.1	按地區劃分的，被 NCAP 評為總體安全等級 5 星級的車型佔比	%	中國地區：100 歐洲地區：100 ²	中國地區：100 歐洲地區：100	92
	TR-AU-250a.2	針對與安全相關的缺陷投訴，已調查的百分比	起	126	19	90-91
			%	100	100	90-91
TR-AU-250a.3	召回車輛	輛	140,477	22,272	90	
勞工實踐	TR-AU-310a.1	集體談判協議涵蓋的在職員工百分比	%	100	100	123
	TR-AU-310a.2	停工次數及總停工天數	次	0	0	131
天			0	0	131	
燃油經濟性和使用過程排放	TR-AU-410a.1	以中國銷售數據計算的平均燃油消耗量	升/每百公里	5.23	4.51	23
	TR-AU-410a.2	1) 零排放車輛 (ZEV) 銷售數	輛	262,253	336,037	24 : 43
		2) 混合動力車輛銷售數	輛	25,744	已合併在燃油車銷售數中，不單獨披露	24 : 43
		3) 插電混合動力車輛銷售數	輛	66,474	151,424	24 : 43
TR-AU-410a.3	關於燃油經濟性及排放風險與機遇管理的政策與討論	/	吉利汽車已制定以 2020 年為基準年，2025 年實現單輛車全生命週期碳排放減少 25% 及 2045 年實現碳中和的目標。有關燃油經濟性的討論，具體請見：《ESG 報告 2022》氣候戰略 (P.20-21)，使用端減碳 (P.22)；吉利汽車長期關注碳排放與氣候變化的趨勢和宏觀政策部署，並在風險管理流程中納入碳排放與氣候變化相關的風險和機遇。具體請見：《ESG 報告 2022》「3.4 TCFD 披露」(P.34-40)。	吉利汽車已制定以 2020 年為基準年，2025 年實現單輛車全生命週期碳排放減少 25% 及 2045 年實現碳中和的目標。有關燃油經濟性的討論，具體請見：全生命週期碳管理 (P.20-22)；吉利汽車長期關注碳排放與氣候變化的趨勢和宏觀政策部署，並在風險管理流程中納入碳排放與氣候變化相關的風險和機遇。具體請見：「3.4 氣候相關披露」(P.36-43)。		
原料採購	TR-AU-440a.1	與關鍵材料使用相關的風險管理描述	/	關鍵材料是供應鏈風險管理的重點議題，吉利汽車已識別 14 種高風險關鍵 原材料，並計劃對其風險情況開展進一步調查，具體請見：《ESG 報告 2022》供應鏈風險管理 (P.84-85) 及關鍵原材料 (P.87)。	關鍵原材料風險管理屬於可持續供應鏈管理的關注重點。本集團將原材料和關鍵礦物作為主要識別的風險項之一，並基於上一財年識別的 14 種關鍵原材料中的重點材料，如鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨開展區塊鏈溯源試點工作。具體請見：關鍵原材料風險管理 (P.107)。	
原料效率和循環使用 ³	TR-AU-440b.1	生產過程產生的所有廢棄物，及回收利用的百分比	噸	121,215 ²	174,268	50
			%	96.27 ²	97.97	50
	TR-AU-440b.2	報廢材料的回收重量，及回收利用的百分比	噸	387.35	5,837	57-59
			%	100	-	N/A

1 吉利汽車採用「以銷定產」的生產模式，故產量數據與銷量數據相同。

2 2022 年數據經重新統計量後作出修訂。

3 本集團於 2023 年增設整車循環製造業務，2023 年報廢材料的回收重量包括試驗車輛的整車回收，每輛車估計重量為 1.3 噸。2023 年暫未統計回收利用百分比。

附錄 4

香港聯交所 ESG 報告指引—內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
A. 環境		
層面 A1	排放物	
一般披露	有關廢氣及 GHG 排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	48-54；142
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	145-146
關鍵績效指標 A1.2	直接（範圍 1）及能源間接（範圍 2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	22；32；43；144
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	51-52；145-146
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	49-50；145
關鍵績效指標 A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟	48-54
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	49-50
層面 A2	資源使用	
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	55-56
關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	144

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	55-56；146
關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	19-35
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	55-56
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	35；146
層面 A3	環境及天然資源	
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	48-54
關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	48-56
層面 A4	氣候變化	
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大其後相關事宜的政策。	36-40
關鍵績效指標 A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大其後相關事宜，及應對行動	41-43
B. 社會		
層面 B1	僱傭	
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	119-122；143
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	118；143
關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	147

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
層面 B2 健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	129-130；142-143
關鍵績效指標 B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	131；147
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	131；147
關鍵績效指標 B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	129-133
層面 B3 發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	127-129
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	148
關鍵績效指標 B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	148
層面 B4 勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料	120-121；143
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	120-121
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	120-122
層面 B5 供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	102
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	103；148
關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	103
關鍵績效指標 B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的管理，以及相關執行及監察方法。	102-105

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
關鍵績效指標 B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的管理，以及相關執行及監察方法。	103-104；109
層面 B6 產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤、私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	84-91
關鍵績效指標 B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	90
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	97；99；149
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	75
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	91
關鍵績效指標 B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	90
層面 B7 反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	73
關鍵績效指標 B7.1	於匯報期內對我們或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	74
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	74
關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	74
層面 B8 社區投資		
一般披露	有關以參與來了解營運所在小區需要和確保其業務活動會考慮小區利益的政策。	135
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	136-141
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	136-141；149

附錄 5

GRI 可持續發展報告標準—內容索引

使用說明： 吉利汽車控股有限公司在 2023 年 1 月至 2023 年 12 月參照 GRI 標準報告了在此份 GRI 內容索引中引用的信息。

使用的 GRI 1： GRI 1：基礎 2021

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
GRI 2：一般披露 2021		
2-1	組織詳細情況	3
2-2	納入組織可持續發展報告的實體	3
2-3	報告期、報告頻率和聯繫人	3
2-4	信息重述	3：149
2-5	外部鑑證	3：157
2-6	活動、價值鏈和其他業務關係	3：103；112
2-7	員工	118；146-147
2-8	員工之外的工作者	146
2-9	管治架構和組成	7：62
2-10	最高管治機構的提名與遴選	62-63
2-11	最高管治機構的主席	62
2-12	在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	8-10
2-13	為管理影響的責任授權	8-9
2-14	最高管治機構在可持續發展報告中的作用	3：10
2-15	利益衝突	74
2-16	重要關切問題的溝通	11-12
2-17	最高管治機構的共同知識	10

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
2-18	對最高管治機構的績效評估	63
2-19	薪酬政策	63
2-20	確定薪酬的程序	63
2-21	年度總薪酬比率	63
2-22	關於可持續發展戰略的聲明	11
2-23	政策承諾	69
2-24	融合政策承諾	71
2-25	補救負面影響的程序	73
2-26	尋求建議和提出關切的機制	73
2-27	遵守法律法規	142-143
2-28	協會的成員資格	7：101
2-29	利益相關方參與的方法	13-14
2-30	集體談判協議	123
GRI 3：實質性議題 2021		
3-1	確定實質性議題的流程	11-12
3-2	實質性議題清單	12
3-3	實質性議題的管理	12

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
經濟		
GRI201 : 經濟績效 2016		
201-1	直接產生和分配的經濟價值	N/A
201-2	氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇	37-42
201-3	固定福利計劃義務和其他退休計劃	124-126
201-4	政府給予的財政補貼	N/A
GRI202 : 市場表現 2016		
202-1	按性別的標準起薪水平工資與當地最低工資之比	125-125
202-2	從當地社區僱用高管的比例	N/A
GRI203 : 間接經濟影響 2016		
203-1	基礎設施投資和支持性服務	135-141
203-2	重大間接經濟影響	135-141
GRI204 : 採購實踐 2016		
204-1	向當地供應商採購的支出比例	103
GRI205 : 反腐敗 2016		
205-1	已進行腐敗風險評估的運營點	73-74
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	73-74
205-3	經確認的腐敗事件和採取的行動	73-74
GRI206 : 反競爭行為 2016		
206-1	針對反競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	74
GRI207 : 稅務 2019		
207-1	稅務方針	75
207-2	稅務治理、控制及風險管理	N/A
207-3	與稅務關切相關的利益相關方參與及管理	N/A
207-4	國別報告	N/A

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
環境		
GRI301 : 物料 2016		
301-1	所用物料的重量或體積	35 : 146
301-2	所用循環利用的進料	35 : 146
301-3	再生產品及其包裝材料	35 : 146
GRI302 : 能源 2016		
302-1	組織內部的能源消耗量	144
302-2	組織外部的能源消耗量	144
302-3	能源強度	144
302-4	減少能源消耗量	144
302-5	產品和服務的能源需求下降	144
GRI303 : 水資源與污水 2018		
303-1	組織與水（作為共有資源）的相互影響	55-56 : 146
303-2	管理與排水相關的影響	55-46 : 146
303-3	取水	146
303-4	排水	146
303-5	耗水	146
GRI304 : 生物多樣性 2016		
304-1	組織在位於或鄰近保護區和保護區外的生物多樣性豐富區域擁有、租賃、管理的運營點	60
304-2	活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響	60
304-3	受保護或經修復的棲息地	60
304-4	受運營影響區域的棲息地中已被列入世界自然保護聯盟（IUCN）紅色名錄及國家保護名冊的物種	N/A

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
GRI305：排放 2016		
305-1	直接（範圍 1）溫室氣體排放	22：144
305-2	能源間接（範圍 2）溫室氣體排放	22：144
305-3	其他間接（範圍 3）溫室氣體排放	22：144
305-4	溫室氣體排放強度	32：144
305-5	溫室氣體減排量	31：33
305-6	臭氧消耗物質（ODS）的排放	N/A
305-7	氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SOX）和其他重大氣體排放	145
GRI306：廢棄物 2020		
306-1	廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	49-52
306-2	廢棄物相關重大影響的管理	49-52
306-3	產生的廢棄物	145-146
306-4	從處置中轉移的廢棄物	145-146
306-5	進入處置的廢棄物	145-146
GRI308：供應商環境評估 2016		
308-1	使用環境評價維度篩選的新供應商	103
308-2	供應鏈的負面環境影響以及採取的行動	104-107
社會		
GRI401：僱傭 2016		
401-1	新進員工僱傭率和員工流動率	118：146-147
401-2	提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	124-126
401-3	育兒假	124

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
GRI402：勞資關係 2016		
402-1	有關運營變更的最短通知期	N/A
GRI403：職業健康與安全 2018		
403-1	職業健康安全管理体系	129-133
403-2	危害識別、風險評估和事故調查	129-130
403-3	職業健康服務	131-133
403-4	職業健康安全事務：工作者的參與、意見徵詢和溝通	131-133
403-5	工作者職業健康安全培訓	130-131
403-6	促進工作者健康	129-133
403-7	預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	129-133
403-8	職業健康安全管理体系覆蓋的工作者	129-133
403-9	工傷	131：147
403-10	工作相關的健康問題	129-133
GRI404：培訓與教育 2016		
404-1	每名員工每年接受培訓的平均小時數	127-129：148
404-2	員工技能提升方案和過渡援助方案	127-129
404-3	定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	127-129：148
GRI405：多元化與平等機會 2016		
405-1	管治機構與員工的多元化	122-123
405-2	男女基本工資和報酬的比例	117：122-123
GRI406：反歧視 2016		
406-1	歧視事件及採取的糾正行動	119-123

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
GRI407 : 結社自由與集體談判 2016		
407-1	結社自由與集體談判權利可能面臨風險的運營點和供應商	69 : 108-109 : 120
GRI408 : 童工 2016		
408-1	具有重大童工事件風險的運營點和供應商	69 : 108 : 120-121
GRI409 : 強迫或強制勞動 2016		
409-1	具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	69 : 108-109 : 120-121
GRI410 : 安保實踐 2016		
410-1	接受過在人權政策或程序方面培訓的安保人員	119
GRI411 : 原住民權利 2016		
411-1	涉及侵犯原住民權利的事件	N/A
GRI413 : 當地社區 2016		
413-1	有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	134-141
413-2	對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	134-141
GRI414 : 供應商社會評估 2016		
414-1	使用社會評價維度篩選的新供應商	103
414-2	供應鏈的負面社會影響以及採取的行動	104-108

GRI 標準	披露項標題	頁碼/備註
GRI415 : 公共政策 2016		
415-1	政治捐助	75
GRI416 : 客戶健康與安全 2016		
416-1	評估產品和服務類別的健康與安全影響	84-91
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	90
GRI417 : 營銷與標識 2016		
417-1	對產品和服務信息與標識的要求	93
417-2	涉及產品和服務信息與標識的違規事件	112
417-3	涉及營銷傳播的違規事件	112
GRI418 : 客戶隱私 2016		
418-1	與涉及侵犯客戶隱私和丟失客戶資料的經證實的投訴	82

附錄 6

核實聲明



範圍及目的

香港品質保證局已對吉利汽車控股有限公司（下稱「吉利汽車」）2023 年度 ESG 報告－附錄 2 關鍵績效指標（下稱「報告」）的部分內容進行獨立驗證。該報告涵蓋了吉利汽車於 2023 年內（即由 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日）的業務有關溫室氣體排放及環境方面各項工作的表現。

此核實聲明的目的是對報告所記載之內容提供有限保證。該報告是為以下範圍編寫的：

涵蓋的數據範圍和期間

a. 溫室氣體排放：	
• 溫室氣體排放量（範圍一）	• 溫室氣體排放量（範圍二）
• 溫室氣體排放量（範圍三）（採購商品與服務，物流與配送，售出商品的使用，員工通勤，商務差旅）	• 溫室氣體排放總量（範圍 1+2+3）
• 溫室氣體排放密度（範圍 1+2+3）	• 平均尾氣排放密度
b. 能源資源使用：	
• 可再生電力	• 天然氣
• 汽油	• 柴油
• 外購電力	• 外購蒸汽
• 直接能源消耗量	• 間接能源消耗量
• 能源消耗總量	• 能源消耗密度
c. 污染物排放：	
• 氮氧化物 (NO _x) 排放量	• 二氧化硫 (SO ₂) 排放量
• 揮發性有機物 (VOCs) 排放量	• 非甲烷總烴 (NMHC) 排放量
• 顆粒物排放量	• 化學需氧量 (COD) 排放量
• 氨氮排放量	• 工業廢水排放量
• 單位銷量工業廢水排放量	• 生活廢水排放量
• 單位銷量生活廢水排放量	• 所產生無害固體廢棄物總量
• 所產生危險廢棄物總量	• 所產生無害固體廢棄物密度
• 所產生的危險廢棄物密度	• 固體廢棄物循環利用率
• 固體廢棄物達標排放率	• 主要污染物達標排放率
d. 水資源使用：	
• 生產用水消耗量（新水）	• 水資源消耗總量
• 單位銷量水資源消耗量	

數據範圍涵蓋 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期間。

保證程度和核實方法

核實方法是以國際審計與核證準則委員會發佈的《國際核證聘用準則 3000（修訂版）的「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」》為基礎。核實過程是為作出有限保證意見和結論而制定。

核實過程包括驗證了吉利汽車的可持續發展表現及數據收集、計算和匯報的系統和程序，檢閱有關文件資料，與負責編製報告內容的代表面談，選取具有代表性的數據和資料進行查核。相關原始數據和支持證據亦於核實過程中經過詳細審閱。

獨立性

吉利汽車負責收集和準備所有在報告內陳述的資料。香港品質保證局不涉及收集和計算此報告內的數據或參與編撰此報告。香港品質保證局的核實過程是獨立於吉利汽車。就提供此核實服務而言，香港品質保證局與吉利汽車之間並無任何會影響香港品質保證局獨立性的關係。

結論

總括而言，以所執行的核實程序和獲得的證據為基礎，核實小組沒有注意到任何使我們相信報告中的信息和數據，實質上不正確。

香港品質保證局代表簽署

審核主管
2024 年 4 月