



長城汽車股份有限公司

GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

H 股股份代號：02333 (港幣櫃檯) 及 82333 (人民幣櫃檯) A 股股份代號：601633

2025

環境、社會和公司治理報告



* 僅供識別

關於本報告

一、報告時間

本報告為長城汽車股份有限公司自2011年開始發佈的第15份年度社會責任報告／環境、社會和公司治理報告，本報告時間範圍為2025年1月1日至2025年12月31日，部分內容適當向前後年度延伸。

二、報告範圍

本公司及其分子公司，部分內容涉及保定市長城控股集團有限公司及其子公司，由於涉及內容的連續性及可比性，部份信息內容根據需要將作適當延伸。詳細公司信息請參考長城汽車股份有限公司年度報告。本報告的匯報範圍與本公司2025年3月27日刊發的《2024企業社會責任報告》所載者並無重大變動。

三、報告內容

本報告將對外披露公司2025年度經濟、社會、環境績效指標及社會責任與可持續發展情況。

四、報告依據

本報告依據上海證券交易所《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號－可持續發展報告（試行）》、《上海證券交易所上市公司自律監管指南第4號－可持續發展報告編製》及香港聯合交易所有限公司《環境、社會及管治報告指引》的要求編製。

五、報告原則

本報告在編製時已遵循香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》所述的以下報告原則：

(1)重要性：本集團定期與主要持份者溝通，以識別及評估從持份者的角度最重要的環境、社會及管治相關問題。通過持份者參與和重要性評估確定的關鍵環境、社會及管治問題；(2)量化：本報告中呈列的量化信息／關鍵績效指標附有敘述、解釋和比較（如適用）；(3)均衡：本報告旨在以客觀的方式披露數據，旨在為持份者提供本集團整體環境、社會及管治表現的均衡概覽；及(4)一致性：除非另有說明，本集團採用一致的方法，並從本集團的內部記錄系統中檢索社會和環境關鍵績效指標。報告範圍及關鍵績效指標與先前的報告一致，以便進行有意義的比較。

六、報告釋義

「長城汽車」或「公司」或「本公司」	指	長城汽車股份有限公司
「本集團」	指	本公司及其子公司（附屬公司）
「長城控股集團」	指	保定市長城控股集團有限公司 （本公司之間接控股股東）及其子公司

七、報告說明

本報告數據來源於本公司審計報告、年報或其他統計文件。本報告對未來所做規劃或預測內容存在不確定性，本報告未經獨立機構審核，提請投資者注意風險。本報告已遵守香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》載列的所有強制披露規定及「不遵守就解釋」條文。

八、報告獲取

本報告於香港聯合交易所有限公司(www.hkexnews.hk)、上海證券交易所(www.sse.com.cn)及本公司官方網站(www.gwm.com.cn)刊載。

目錄

高層致辭	02
------	----

走進長城

公司概況	04
企業文化	06
榮譽及獎項	07

精益治理

公司治理	09
可持續發展治理	11
重要性議題管理	15
風控管理	18
商業道德	19
黨建	23

綠色發展

應對氣候變化	25
環境合規管理	46
污染物及廢棄物管理	47
資源利用與循環經濟	51
生態系統保護與生物多樣性保護	54

01

02

03

06

05

04

構建和諧社區

定量績效指標	115
ESG報告指引	120
反饋意見表	126

員工關懷與成長

人才吸引	87
人才發展	94
多元福利與民主溝通	100
以人為本，打造安全健康的工作環境	105

創新引領與責任經營

創新驅動	55
產品質量與安全	62
供應鏈管理	74
經銷商管理及培訓	78
客戶權益保護	82

高層致辭

2025年，公司堅守長期主義及高質量發展理念，加速全球化佈局，積極推進「生態出海」戰略，實現銷量、營業收入再創公司歷史新高，公司全年銷售新車132.38萬輛，同比增長7.23%，公司全年營業收入2,228.24億元，同比增長10.20%，新能源車型累計銷售40.60萬輛，同比增長26%，公司全年出口50.68萬台，同比增長11.60%。公司構建自上而下的ESG治理體系，同時將可持續發展融入公司戰略與經營方針，確保ESG治理措施有效落地。

2025年，公司ESG明盛(msci)評級為A，入選中國汽車工業協會「員工發展」可持續發展實踐案例，入選中國上市公司協會2025年上市公司可持續發展最佳實踐案例，榮獲金蜜蜂智庫企業社會責任中國榜「雙碳先鋒」榮譽稱號等多項ESG榮譽獎項。

環境：

環境方面，公司構建了系統化、標準化的ESG環境管理體系，堅持綠色低碳發展理念，將環境治理與企業戰略深度融合，實現了公司2025年度的減碳目標。

2025年，公司成立碳中和工作組，明確了「決策層－管理層－實施層」三級聯動的管理架構，通過學術研究、行業評估、專家諮詢等多維度專業研判，系統識別汽車產業全價值鏈的物理風險、轉型風險及發展機遇等。

為應對氣候變化，公司圍繞研發、生產、供應鏈及回收利用等核心環節，全方位推進綠色轉型，通過產品創新、智能製造等能力建設，以科技賦能產業低碳升級。未來公司將持續以創新科技為引領，深化全產業鏈節能減排工作，為此，公司制定了2026年減碳目標，將整車生產製造端碳排放強度降低24%（以2020年為基準）。

社會：

在社會責任方面，公司堅守社會責任初心，追求產品質量提升，重視員工發展與安全，將社會責任融入企業運營全流程，踐行責任擔當、創造社會價值。

產品質量是企業生存與發展的核心基石，企業競爭的本質歸根於質量競爭。在當前全球化、科技化與市場需求多元化的背景下，長城汽車始終以全生命週期質量管理為核心戰略，不斷強化供應鏈韌性、提升質量標準、將質量安全視為企業可持續發展的生命線，以品質競爭力引領公司高質量發展。

員工是公司發展的核心動能，公司矢志不渝的營造公平、包容的工作環境，在團隊構建上，公司高度重視多元化員工隊伍建設，員工來自多國家、多民族，女性員工佔比連續三年穩步增長，同時在人才使用上不以年齡設限；在員工激勵上，公司建立並持續完善複合型薪酬架構，進一步提升員工的團隊歸屬感和凝聚力。



公司堅持安全第一、預防為主的工作原則，2025年正式制定了詳細的安全賦能計劃，通過線上線下聯動的形式構建常態化安全教育體系，持續提升公司安全風險應對能力。

公司高度重視社會回饋，聚焦應急救災、社區共建、教育支持、文化保護四大領域，積極投身社會慈善公益，以實際行動溫暖社會角落，構建企業與社區共生共榮的和諧圖景。

公司治理：

良好的公司治理是可持續發展的基石。公司構建了由股東會、董事會及其專門委員會、管理層組成的治理體系，形成權責清晰、運作規範、協調制衡的運行機制。信息披露嚴格遵守各上市地法規要求，2025年獲評上交所2024-2025年度信息披露A級評價，並堅持董事會多元化與獨立性，保障決策獨立。

在此基礎上，公司圍繞國際化戰略完善全球合規管理體系，從組織機制、運行模式、合規保障等方面實現全域合規，同時健全風控體系，推進風險管理標準化、智能化，為穩健運營提供有力支撐。

此外，公司持續升級反賄賂管理體系，健全反腐機構、培育廉潔文化、完善制度流程、強化監督懲戒，堅守廉潔誠信底線，營造公平透明的工作與合作環境，為長期穩健發展築牢根基。

2026年公司將以「打造全球公信力企業」作為核心戰略目標，加速全球化市場拓展，構建全品類、全動力、全檔次、全級別的產品佈局，不斷鞏固智能新能源技術領先地位，開啟全新歸元平台，以「一車多動力、一車多品類、一車多姿態」的全場景適配能力，滿足全球用戶需求。同時公司深耕全球化營銷、研發、生產、配套體系與管理機制通過精益管理與流程數智化提升運營效能，大力引進高端領軍人才，優化組織架構與治理體系，與員工、合作夥伴、投資者攜手推進公司的健康持續發展。



走進長城

公司概況

“ 長城汽車是一家全球化智能科技公司，業務包括汽車及零部件設計、研發、生產、銷售和服務。 ”

長城汽車以「追溯產業本源、回歸用戶需求」為核心，立足汽車出行本質與技術創新初心，以「一車多動力、一車多品類、一車多姿態」的全場景適應能力為支撐，為全球不同市場、不同地區、不同能源條件的用戶提供科技出行。長城汽車旗下擁有哈弗、坦克、魏牌、歐拉、長城皮卡、長城靈魂、長城商用車等品牌，產品主要涵蓋SUV、轎

車、皮卡、MPV、摩托車、重卡等品類，動力包括汽油、柴油、混動、純電、插電混動和氫能，產銷網絡遍佈全球。公司持續強化越野及全球化優勢，加速智能新能源進階。

技術方面，長城汽車聚焦核心技術自主研發，構建起完善的技術體系，深耕Hi4電混、檸檬混動、坦克平台等成熟技術，同時推進VLA智能駕駛大模型、歸元平台等前沿技術的研發與落地。在產業鏈佈局上，公司實現了核心零部件的垂直整合，同時構建了完善的服務體系，全方位提升用戶體驗。國際化方面，公司持續推進「生態出海」戰略，不斷完善全球市場佈局，重點覆蓋歐亞、澳大利亞、中東、南美、歐盟等核心市場，並且巴西工廠於2025年8月正式投產，進一步提升了本地化生產能力。





2025年全年，長城汽車銷售新車

132.38萬

新能源車型銷售

40.60萬

海外銷售

50.68萬

2025年，長城汽車迎來成立35週年的重要里程碑，公司始終堅持研發創新、堅持長期主義、堅持高質量發展，逐步成為中國汽車工業發展的中堅力量。2025年，長城汽車實現新車銷量132.38萬輛，同比增長7.23%。其中，海外年銷售新車50.68萬輛，同比增長11.60%，公司持續推進「ONE GWM」品牌戰略，強化研、產、供、銷、服全面出海的「生態出海」模式，海外銷量再創歷史新高；2025年全年，公司新能源車型全球銷量為40.60萬輛，同比增長26.00%，長城汽車鎖定智能新能源賽道，旗下品牌市場影響力持續提升。

面向未來，長城汽車將以長期主義、高質量發展為核心，以「以質踐信」「以合傳信」「以行立信」的十二字「立信」真言為指導，對用戶立信，堅持對品質底線的死守、對用戶安全的敬畏；對產業立信，通過協同賦能構建產業鏈的共生共贏；對全球立信，以本地化深耕和長期責任投入建立持久的品牌信任。長城汽車將始終堅守底線思維，追求有質量的市佔率和高品質造車的同時，基於智能新能源躍升、越野再進階、高質量「生態出海」以及核心技術研發，不斷加強產品力表現，為用戶打造更智能、更具科技魅力的出行體驗，與全球用戶共同書寫中國汽車產業的新篇章，讓世界見證中國智造的力量，為中國汽車產業健康發展貢獻價值，開啟長城汽車下一個35年的新征程。



企業文化

2025年，作為全球化智能科技公司，長城汽車始終堅守造車初心，深入貫徹「綠智潮玩嗨世界，廉信創變共分享，每天進步一點點」的企業文化，不斷刷新中國品牌在全球市場的影響力。



使命願景：
綠智潮玩嗨世界

綠：

始終秉承全產業鏈低碳環保的理念，堅持綠色、清潔能源的研發與投入，成為綠色能源革命的主力，為保護綠色地球持續做出貢獻

智：

與科技創新時代同頻共振，以智能產品為核心，打造全場景高智能產業生態；為用戶提供更便捷、更愉悅、更豐富的智能出行體驗

潮：

洞察產業浪潮，弄潮能源革命、捕捉時代潮流，提供更個性化、智能化、更有創意、有價值認同感的產品及服務

玩：

在智能科技的加持下讓車更好玩，同時賦予產品文化內涵，匯聚具有共同愛好的用戶群體玩在一起，共創專屬的社交生活

嗨世界：

致力於全球化發展，讓全球用戶在「綠智潮玩」中享受驚喜和極致體驗



核心價值觀：
廉信創變共分享

廉：

公平公正、簡單透明；廉潔自律，對腐敗零容忍

信：

始終堅持以用戶為中心，秉承契約精神，誠實守信、合規經營

創：

堅持研發過度投入，營造活力開放氛圍，培厚創新土壤，以創新驅動公司發展

變：

唯一不變的是變化，敢於衝破規則，主動求變；時刻以空杯歸零的心態、以敬畏之心重新出發，以向死而生，堅如磐石的信念砥礪前行

共分享：

秉承利他精神，與員工、合作夥伴價值共創、利益共享，構建共生共贏生態圈



企業精神：
每天進步一點點

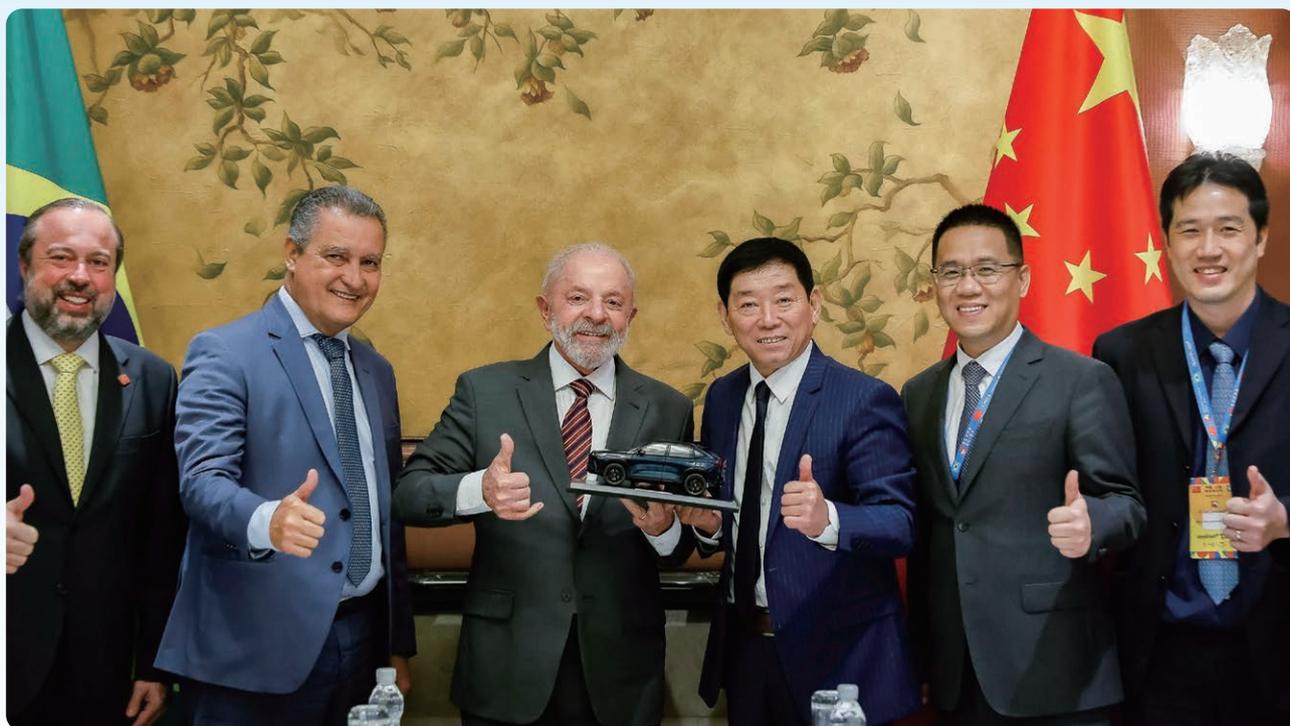
奮鬥進取：

責任擔當 持續奮鬥
勇於挑戰 持續創新

穩健務實：

居安思危 腳踏實地
持久專注 持續發展

榮譽及獎項



Hi4榮獲科學技術獎特等獎

2025年10月22日，長城汽車Hi4技術憑藉在動力性能、電池安全、越野性能等關鍵領域的突破性創新成果，填補多個全球技術空白，榮獲中國汽車工程學會科學技術獎特等獎。

全面進入巴西市場

北京時間2025年8月16日凌晨，位於聖保羅州伊拉塞馬波利斯的長城汽車巴西工廠正式竣工投產。該工廠定位為拉美市場的智能生產基地，初期將量產3款戰略車型，年產能達5萬輛，投產後將生產哈弗H9以及長城炮皮卡等車型，全面輻射拉美市場。這一「渠道+產能」的雙輪驅動模式，正為長城汽車打開新的增長空間，預計將成為長城汽車全球化戰略的重要利潤引擎。

長城汽車登上人民日報頭版

2025年7月20日，在長城汽車成立35週年之際，《人民日報》頭版刊發專題文章——《長城汽車堅持自主研發創新——着力做強做大民族品牌》，聚焦其堅持自主研發、深耕核心技術、推動民族品牌高質量發展的歷程。

長城汽車致敬中國傳統文化掀起文化「潮」

2025年，長城汽車開展致敬中華傳統文化系列活動，求智巴蜀打造汽車界的「都江堰」、萬里尋根入敦煌、南下問道嶺南文化、致敬活字印刷術。一系列致敬活動，致力於將中華優秀傳統文化注入品牌內涵，賦予厚重深邃的傳統文化以現代新潮的「打開方式」，在激活傳統文化資源的同時，更好激發企業發展的文化內驅力。

精益治理

董事會聲明

為有效推進ESG工作，公司構建了以董事會、戰略及可持續發展委員會、ESG管理層小組、集團ESG工作小組為核心的自上而下治理體系，各層級職責清晰，保障ESG工作高效開展。其中，董事會作為公司戰略、風險管控及可持續發展的最高決策機構，負責制定經營方針，監督ESG風險與工作進展，審閱並監督公司在產品安全與質量、創新驅動、公司治理、應對氣候變化等關鍵議題的表現及年度ESG報告發佈，切實履職盡責，提升公司ESG治理水平。

此外，公司高度重視業務對各利益相關方的影響，密切關注外部環境變化對運營的潛在影響，通過與利益相關方深入溝通，識別並梳理ESG重要性議題，合理確定議題優先級，構建完成議題重要性矩陣。

展望未來，公司將始終秉持可持續發展導向，堅守可持續發展理念，助力企業行穩致遠。

公司治理

本公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》等相關法律法規的要求，不斷完善現代法人治理結構，建立了涵蓋股東會、董事會、高級管理團隊以及公司員工的制度體系。目前，公司董事會下設戰略及可持續發展委員會、審計委員會、提名委員會以及薪酬委員會四個專門委員會，助力提高公司董事會工作的效率和質量。公司致力於建立完善的企業管治架構，確保：

- 公司董事多元化
- 股東權益保護
- 維護投資者關係
- 股東滿意回報
- 公司合規經營

董事會多元化及獨立性

本集團嚴格遵循上市規則中有關董事會獨立性的監管規範，通過構建制度化的治理機制，有力維護董事決策自主性及專業判斷的獨立性。現董事會由8名董事構成，包括3名執行董事、1名非執行董事、3名獨立非執行董事、1名職工董事，獨立非執行董事佔比1/3。同時為保證公司獨立性，獨立非執行董事任期不得超過6年，報告期內，公司召開了16次董事會，董事的會議出席率達100%。有關董事及董事會的詳細資料請參閱《長城汽車股份有限公司2025年年度報告》。

董事會已採納董事會成員多元化政策，自2013年12月27日起生效。本公司在設定董事會成員組合時，會從多個方面考慮董事會成員多元化，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能知識及服務任期，務求達到董事會成員多元化。所有董事會成員委任乃基於用人唯才，而為有效達到董事會成員多元化，將考慮候選人之客觀條件。甄選人選將按一系列多元化範疇為基準，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務任期。最終將按人選的長處及其可為董事會提供的貢獻而作決定。

董事會已制定可計量目標及時間表（於性別、技能及經驗方面）以推行政策，並不時檢討該等目標以確保其合適度及確定達到該等目標之進度，同時在適當時候檢討政策，以不時確保政策行之有效。

於本報告日期，董事會包括8名董事，其中3名為女性，佔董事會成員人數37.5%。各董事教育背景涉及會計、法律、管理、機械製造等方面。未來，公司將建立一個可實現性別多元化的潛在董事繼任人通道，並將確保有足夠資源提供適當的培訓及職業發展，以確保董事會的潛在繼任者在性別、技能及經驗等各方面的多元化。

稅務透明

公司始終秉持依法納稅、誠信經營的原則，嚴格遵守業務所在國家和地區的稅務法例及規定。公司始終將稅務合規與透明度作為治理體系的重要組成部分。本公司稅務管理部門負責企業的涉稅事務，包含管控涉稅風險、規範業務的稅務處理等。

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公司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。

為確保涉稅事務合規高效運作，我們建立了成熟的稅務治理架構，制定稅務策略，執行日常稅務事務，規避稅務風險。

股東及投資者溝通

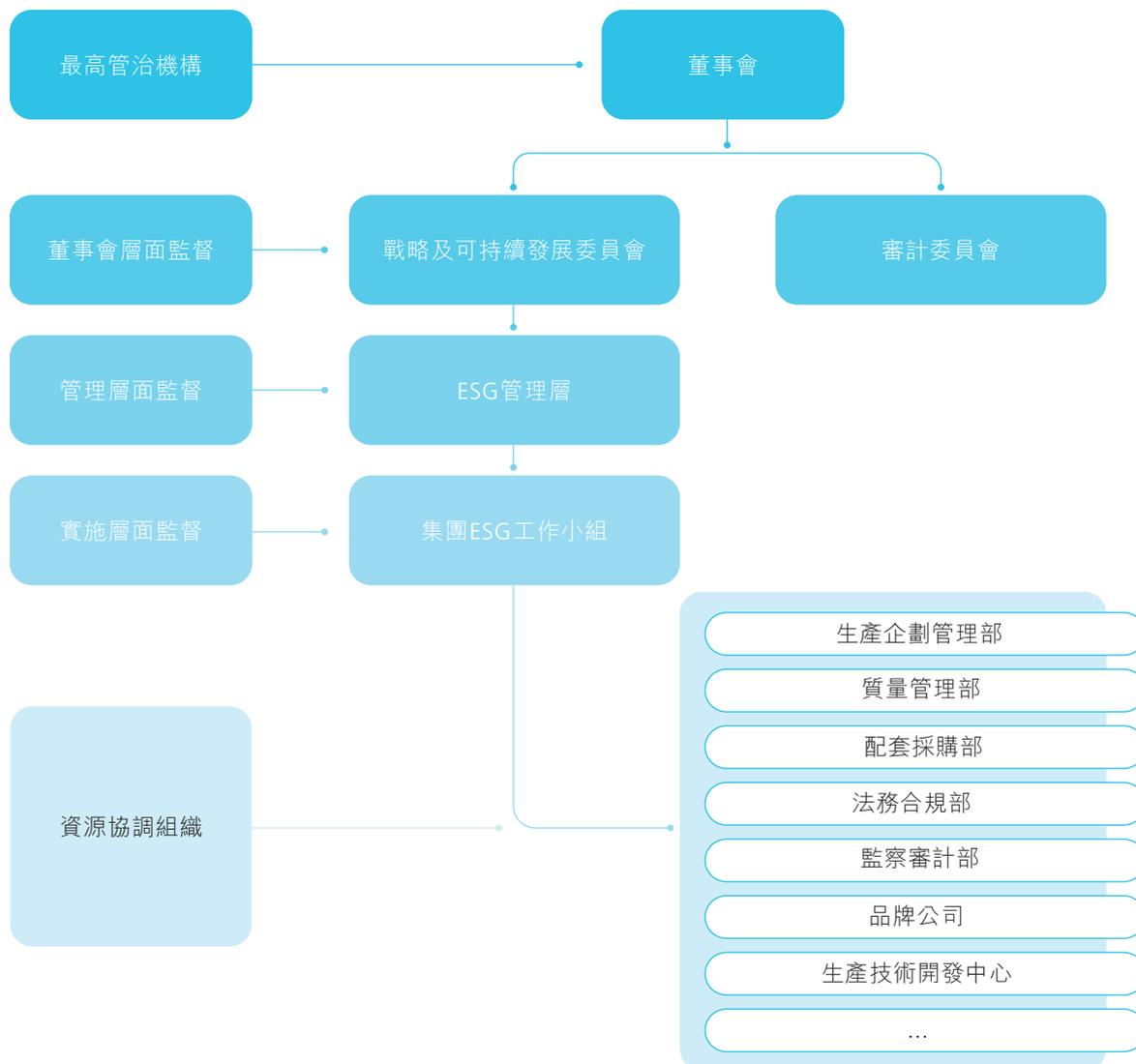
投資者關係方面，長城汽車上市以來，始終堅守誠信造車、合規經營理念，促進公司持續穩健的生產經營，公司先後入選滬深300、上證180、中證800等重要指數，長期以來受到海內外機構以及中小投資者的持續關注。公司嚴格遵循合法、合規、及時、公平原則，證券投資部制定了《長城汽車股份有限公司信息披露管理制度》、《長城汽車股份有限公司投資者關係管理制度》和《長城汽車股份有限公司市值管理制度》。

報告期內，公司以線上線下融合、常規與創新結合的模式構建全方位投資者溝通體系，系統性提升信息披露質效與股東參與度。公司依託年報、中期報告、產銷快報等定期報告，形成常態化業績溝通機制，實現財務數據與戰略規劃的高效傳遞。在線下場景中，通過車展專項交流與投資者實地調研、車輛試駕等活動，直觀展現產品技術優勢，強化投資者對市場策略的深度認知。為突破傳統溝通邊界，公司於2025年6月，公司創新股東會互動形式，融入試乘試駕、車型品鑑、現場交流、互動打卡等多元環節，吸引約100位中小投資者親臨現場，打造上市公司治理與投資者溝通創新標桿。日常投資者溝通高效響應，通過上證e互動平台回覆投資者提問約104條，投資者專線解答諮詢約750次；積極參與上交所、證監局等主辦的「我是股東」「世界投資者周」等投資者教育活動，覆蓋超150人次，切實強化投資者權益保護意識，全力維護全體股東合法權益。

股東回報方面，自上市以來，公司始終堅持為社會創造價值、為股東創造收益、為員工創造幸福的原則積極回饋社會、股東及廣大投資者，始終保持穩定、高額的現金分紅比例。報告期內，公司實施2024年度利潤分配方案，以公司實施利潤分配時股權登記日的總股本扣減公司回購專用證券賬戶中A股股份總數為分配現金紅利基礎（即8,558,527,290股），向全體股東每股分配截至2024年12月31日止年度現金股利每股人民幣0.45元（含稅），共計派發現金紅利3,851,337,280.50元，2024年度公司分紅金額達2024年度歸屬母公司淨利潤的30.34%。

可持續發展治理

本集團構建自上而下的ESG治理體系，持續規範可持續發展管理，將可持續發展融入公司戰略與經營方針。通過理念層層傳導、自上而下深入貫徹，確保ESG治理措施有效落地，支撐集團實現長期可持續發展。



董事會

公司董事會決定公司戰略、風險管控、可持續發展方向的最高管治機構，職權範圍包括：

- 監督公司ESG進展並審閱及批准公司ESG報告
- 審議公司年度經營情況
- 審議公司內控程序及風險管理程序
- 審議並批准公司經營方針等

戰略及可持續發展委員會

戰略及可持續發展委員會目前由兩名獨立董事、兩名執行董事組成，主要負責對公司長期發展戰略和重大投資決策、對外公共政策、可持續發展和環境、社會及管治政策等進行研究並提出建議。職權範圍包括：

- 對公司可持續發展，以及環境、社會及管治(ESG)等相關事項開展研究、分析和風險評估，提出可持續發展的制度、戰略與目標
- 組織或協調公司可持續發展及ESG事項相關政策、管理、表現及目標進度的監督和檢查，提出相應建議
- 審閱公司可持續發展、ESG事項相關報告，並向董事會匯報等

更多信息請查閱公司官方網站或上海交易所網站《長城汽車股份有限公司戰略及可持續發展委員會管理制度》。

審計委員會

審計委員會負責審核公司財務信息及其披露、監督及評估內外部審計工作和內部控制。職權範圍包括：

- 評估公司內部控制制度設計的適當性
- 檢討公司的財務監控、風險管理及內部控制系統，審閱內部控制自我評價報告
- 評估風險管理及內部控制評價和審計的結果，督促風險管理及內控缺陷的整改
- 與管理層討論風險管理及內部控制系統，確保管理層已履行職責建立有效的系統等

更多信息請查閱公司官方網站或上海交易所網站《長城汽車股份有限公司董事會審計委員會實施細則》。

ESG管理層

為進一步協助董事會及可持續發展委員會指導、監督本集團ESG工作並推動ESG戰略落地，公司由相關管理層統籌負責ESG日常管理工作。ESG管理團隊主要由公司高管、總裁及集團ESG統籌管理代表組成，職權範圍包括：

- 訂立各單位ESG總體規劃、指標目標
- 定期審閱並監督公司可持續規劃的實施進度情況，關注可持續措施的有效性
- 審視年度ESG報告並提交至戰略及可持續發展委員會審批
- 了解相關方的需求和期望，與內外部相關單位建立溝通、信息傳遞渠道和機制，以充分滿足相關方訴求，識別相關影響、風險及機遇
- 負責集團氣候治理工作績效的傳播宣傳，包括參加研討會、發佈會、組織相關宣傳活動等
- 負責集團內部氣候治理管理能力建設，定期或不定期組織培訓，提升各級氣候治理顧問的氣候治理專業知識、管理能力
- 負責集團內部氣候治理戰略的下延和落實，推動各單位按集團要求開展氣候治理工作，定期組織內部溝通會，協同各單位氣候治理部門將氣候治理工作與業務有效融合

集團ESG工作小組

為協助ESG管理層開展及落實ESG工作，確保設立合理有效的ESG風險管理及內部監控系統，本公司亦下設了ESG工作小組，主要由集團各單位ESG負責人組成，統籌上市集團各單位的ESG工作，職權範圍包括：

- 監督可持續發展事宜，並向管理層匯報最新情況
- 根據公司經營實際情況，協助管理層制定ESG方針計劃、具體目標
- 跨部門溝通交流，以識別相關風險及機遇
- 向管理層匯報氣候治理相關工作進展，基於業務提出提升、完善氣候治理績效的方案和資源需求
- 承接ESG管理小組下發的ESG指標、目標、具體發展規劃等
- 基於具體業務，持續識別風險和機遇，結合集團的戰略規劃，開展相關氣候治理業務的評估，並提出優化建議

本集團定期針對ESG工作小組及相關關鍵崗位人員，開展ESG基礎知識、低碳環保理念、ESG最新法律法規與政策要求等專題宣貫與培訓；同時面向集團全體員工，定期推送碳管理知識小貼士，持續提升全員ESG認知與理解。

此外，公司在供應商准入審核環節增設可持續發展相關評估指標及評分項，全年不斷強化相關人員專業技能與崗位勝任力，夯實ESG管理基礎。

2025年，管理層制定了集團ESG目標，並定期聽取實施進展，同時針對相關反饋進行研討修訂。公司亦將ESG目標納入到了管理層的考核指標，與其薪酬相掛鉤。本年度主要工作如下：

- 通過月度溝通會、氣候治理月報、季度審查、等監控措施，持續關注氣候治理各領域及重要議題進展，持續識別氣候相關風險和機遇
- 根據業務規劃及實際進展，修訂集團整體目標
- 持續監督、評審可持續發展的公開披露，如社會責任報告、年報
- 關注國際ESG法規的出台及修訂，在日常電話會溝通中關注投資者的ESG問題，並根據投資者反饋尋求公司改進空間
- 關注國際ESG評級，根據機構的評價意見不斷完善公司ESG實施策略

本公司的戰略及可持續發展委員會協助董事會監督並審閱年度ESG工作進展及上一年度ESG目標達成情況，並向董事會匯報下一年度ESG工作目標，委員會至少每年向董事會匯報集團ESG工作成果。

本公司的董事會則每年對環境、社會、治理工作成果進行評審並評估公司ESG目標的達成情況，同時着重關注利益相關方的重點議題，審閱公司為其所做出的努力。同時，董事會亦會對ESG報告的合規性及披露完整性進行審閱，確保符合相關法律法規及規範性文件。

報告期內公司獲得ESG榮譽成就如下：

-  企業社會責任中國榜雙碳先鋒
-  「員工發展」專項獎項
-  入選中國上市公司協會最佳實踐案例
-  二代哈弗梟龍MAX hi4 165 Ultra智駕版、魏牌全新藍山2025款四驅智駕ultra插電混動版榮獲「五星健康車」稱號。





-  碳排放管理體系認證1家
-  在2025年度汽車企業碳管理體系評級中，榮獲五星企業
-  獲ECO Vadis銀牌2家，銅牌1家





以上並非全部獎項，部分獎項內容詳見本ESG報告其他章節。

重要性議題管理

利益相關方溝通

公司積極拓寬利益相關方溝通渠道，通過多元化的溝通形式，充分傾聽並回應各利益相關方的關切和期望。公司在決策過程中全面考量利益相關方意見，以此來促進自身在可持續發展管理方面持續改進，與各方共同努力實現互利共贏的發展格局。

關注的議題	利益相關方	溝通渠道及反饋方式
應對氣候變化	股東、投資者、監管機構、公眾	郵件溝通、信息披露、線上平台、座談會
污染物排放	供應商、監管機構	電話會議、現場溝通、信息上報
廢棄物處理	供應商、監管機構	電話會議、現場溝通
生態系統和生物多樣性保護	政府及監管機構	郵件、電話溝通
環境合規管理	供應商、政府	電話會議、現場溝通、信息披露
能源利用	政府及監管機構、供應商	電話會議、現場溝通、信息披露
水資源利用	政府及監管機構、供應商	電話會議、現場溝通
循環經濟	供應商、政府、行業/協會	電話會議、現場溝通
鄉村振興	公眾/社區	及時通信、線上平台
社會貢獻	公眾/社區	及時通信、線上平台
創新驅動	供應商/合作夥伴、行業/協會	現場溝通、電話會議等
科技倫理	政府及監管機構、客戶、供應商/ 合作夥伴、股東及投資者、員工	合規審查、信息披露、溝通會議、合規通告、 員工培訓
供應鏈安全	供應商、客戶	郵件、現場溝通、供應商大會、投資者熱線
平等對待中小企業	供應商、政府	線上平台、電話溝通
產品和服務安全與質量	政府及監管機構、客戶、供應商、 三方認證諮詢、管理層、員工	監管監察、認證諮詢、調研、會議溝通、 內部制度宣貫、審核、培訓考試
數據安全與客戶隱私保護	客戶、供應商、合作夥伴、員工	郵箱及線上平台、官方客服
多元平等、合規用工	員工	郵箱及線上平台、工會活動
人才發展	員工	①年度培訓需求調研問卷 ②員工培訓 ③培訓滿意度調查
員工福利與關懷	員工	及時通信、線上平台、滿意度調查
健康與安全	政府及監管機構	現場培訓、線上平台、工會活動
盡職調查	供應商、投資者	會議交流、信息披露
利益相關方溝通	投資者、客戶	問卷調查、郵件溝通
反商業賄賂及反貪污	股東及投資者、員工、合作夥伴	現場溝通、微信小程序、電話會議、 郵件、陽光誠信自助系統
反不正當競爭	政府、供應商、員工	交流互動、信息披露

雙重重要性評估

2025年，長城汽車依據上交所《可持續發展報告指引》、《可持續發展報告編製指南》及香港交易所的要求，結合自身所處行業和經營業務的特點等情況，建立議題識別和重要性分析的流程，引入影響重要性和財務重要性的雙重視角進行分析，對往年議題進行修正與完善，重新梳理製作了議題清單，確保信息披露的全面性、準確性和針對性，進一步提升公司可持續發展報告的透明度與可信度。長城汽車雙重重要性議題評估分析流程如下：

長城汽車2025年議題雙重重要性分析流程

識別及建立議題清單：

- 公司根據自身業務範圍以及生產經營性質，識別出對公司有決策力和影響力的利益相關方。
- 以上海交易所《指引》設置的21個議題為基礎，結合政策分析、同行對標、公司的業務活動和戰略發展方向，確定本年度重點關注的議題。

議題重要性評估：

- 影響重要性評估：製作重要性評估調研問卷，通過在線利益相關方問卷的方式，邀請股東及投資人、董事及高管、員工、客戶及用戶、供應商及合作夥伴等對議題進行賦分；開展了管理層及部門訪談，深度了解可持續議題相關影響，選擇恰當的評估方法與重要性閾值。
- 財務重要性評估：圍繞風險與機遇兩個維度，我們邀請企業業務部門及財務部門負責人從「財務影響的重要性」和「財務影響的可能性」兩個維度，對短、中、長期風險和機遇的財務重要性進行評估。

排序及確認

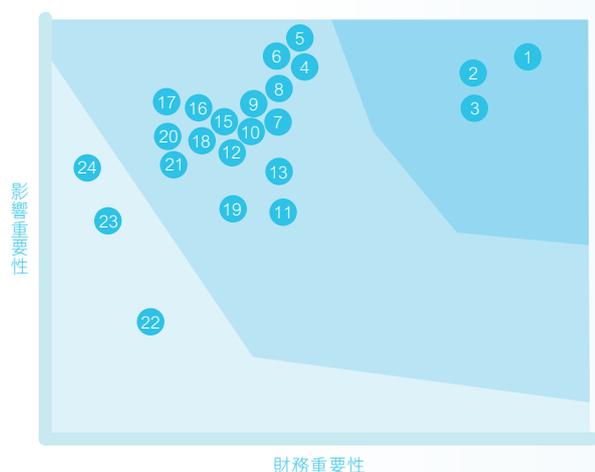
- 設置合理閾值，對議題進行重要性排序，建立雙重重要性矩陣。

重要性議題的應用

公司將對識別出的重要性議題，系統梳理其潛在風險、發展機遇及可持續發展影響，並將相關研判結果全面融入公司戰略規劃，確保戰略制定與可持續發展目標協同一致。

重要性議題矩陣

重要性議題矩陣



- ① 應對氣候變化
- ② 產品安全與質量
- ③ 職業健康與安全
- ④ 數據安全與客戶隱私保護
- ⑤ 創新驅動
- ⑥ 供應鏈安全
- ⑦ 能源利用
- ⑧ 反商業賄賂及反貪污
- ⑨ 人才發展
- ⑩ 水資源利用
- ⑪ 循環經濟
- ⑫ 多元福利與民主溝通
- ⑬ 鄉村振興
- ⑭ 社會貢獻
- ⑮ 反不正當競爭
- ⑯ 污染物排放
- ⑰ 環境合規管理
- ⑱ 廢棄物處理
- ⑲ 科技倫理
- ⑳ 平等對待中小企業
- ㉑ 人才吸引
- ㉒ 盡職調查
- ㉓ 生態系統和生物多樣性保護
- ㉔ 利益相關方溝通

評估結果顯示，3項議題具有財務重要性與影響重要性，對於具有雙重重要性的議題，包括「應對氣候變化」「職業健康與安全」「產品和服務安全與質量」，公司依據上交所《指引》要求，圍繞治理、策略、影響、風險和機遇管理、指標與目標四個方面於本報告中予以回應。

風控管理

長城汽車根據國際化戰略，持續優化全球合規管理體系，防範和化解全球合規風險，支撐全球業務高質量增長。公司聚焦重大合規風險，完善合規風險管理體系，於2025年11月正式通過英國標準協會(簡稱BSI)針對ISO 37301合規管理體系的審核，獲得帶有ANAB認可的認證證書，標誌着我司建立了符合國際標準的合規管理體系。

為降低公司運營過程中的風險，實現公司健康發展，公司開展全面風險管理，每年定期風控法務合規部牽頭組織各業務板塊開展風險全面排查，全員參與。結合內外部環境變化，對當前公司整體運行情況進行風險識別，從風險發生可能性、風險影響程度兩個維度對風險進行分析排序，形成公司風險數據庫，針對重大風險，設置專項課題，明確風險應對整改責任人，制定風險應對方案，由本單位「一把手」確認，本單位合規組織及風控法務合規部定期跟蹤，直至閉環。公司搭建風險管控平台，對隨時出現的風險，實施管控，不斷推進風險管理的標準化、智能化。

組織架構方面，公司進一步健全合規管理委員會領導，強化合規辦公室牽頭作用，協同相關合規責任部門成立重大風險應對項目組，發揮合規辦公室統籌協調、組織推動、督促落實作用，持續提升合規BP組織資質和能力，強化業務部門的一線主體責任。

運行機制方面，公司以合規運行管理制度為核心，拉通集團資源，建立頻繁的溝通機制和風險上報機制，與公司全員、合規專業團隊及公司領導充分共享合規管理信息，提升公司高層及全員合規認知；並以項目管理方式，強化管理工具，把控風險管理進度，推進風險管理閉環。

合規文化建設方面，公司構建了以「堅守合規底線，持續建立健全合規體系、流程、組織、能力，積極建設盟友聯盟，積極有為的對外建設透明、專業的合規形象，以建立國際企業一流的合規商譽」為核心的合規文化戰略，自上而下達成合規文化共識，引導全員有意識的踐行合規行為。通過開展具體的合規活動強化全員對於合規文化的理解，包括全員簽署合規承諾、通過釘釘窗口構建合規文化發聲筒，創辦合規文化大賽，發揮合規BP中樞作用，利用「合規故事匯」活動發揮標桿力量影響全員踐行合規，深化合規文化的有效滲透。

合規保障方面，公司重點強化合規資源生態建設和合規數智化建設，同時實際落地合規監督評價工作，保障合規體系持續升級，具體如下：

- 1) 合規智能化建設方面，為有效支撐全球法律合規管理及服務落地，公司通過智能化手段構建了全球法務風控合規平台，包括風險信息平台、組織管理平台、能力提升平台、業務辦理平台及各專項風險合規管理平台，全面覆蓋法務風控合規業務，全面支撐將合規要求嵌入業務流程。
- 2) 合規資源生態方面，為支持全球戰略打贏，公司與30餘家全球頂級律師事務所及諮詢機構建立框架合作關係，為業務提供全球法律風險防控服務。公司與合作所律師保持持續溝通和互動，持續提升法務合規團隊的風險洞察能力和應急處置能力。
- 3) 合規監督評價方面，公司持續聚焦核心價值鏈，評價重點領域合規管理設計有效性和合規要求執行有效性，並針對風險管理不足，從組織、機制、流程、人員、數智化等方面全面提升，實現合規管理體系升級。

商業道德

廉潔建設

公司以遵守國家相關法律法規為基礎，依法合規經營，始終堅持廉潔、誠信的基本理念，堅決杜絕腐敗行為，着力營造公平、公正、簡單、透明的工作環境和合作環境，不斷加強風險管理，提高全員廉潔從業意識，打造公司廉潔誠信的品牌形象，弘揚優秀的企業文化，傳播社會正能量，助力全球化戰略落地，為社會發展和進步做出積極貢獻。

（一）加強組織領導，健全反腐倡廉工作機構

公司設立獨立的「反腐敗委員會」，由董事長任反腐敗委員會主任，主要對公司廉潔工作開展提出目標，下達工作任務，把握整體工作開展方向。委員會下設「紀檢組」，主推集團廉潔體系建設工作，包括制度的制定、維護和完善，員工／相關方舉報信息的接收、調查、懲處，重點廉潔崗位監察以及各層級廉潔教育工作，同時基於公司全球化發展戰略，監察審計組織緊跟公司發展步伐，不斷變革、創新，已形成覆蓋國內、外不同國家不同區域，協同互助、相互制約的網狀監察審計系統。

（二）注重廉潔教育，打造廉潔文化

企業的競爭也是人才的競爭，為持續提升個人職業道德素養，倡導全員廉潔從業，在員工入職、續簽合同時，均簽署《廉潔承諾書》。員工入職即接受廉潔導入教育，重點講授《員工廉潔行為規範》《禮金禮品收發管理制度》《反腐倡廉宣傳制度》《對外接待管理制度》等內容，強化廉潔意識，同時開展學習測評，未通過測評的視為試用期考核不合格，2025年新人參與率100%，通過率100%；針對員工職業生涯發展，組織晉升廉潔教育，通過培訓、崗前測試、視頻教學、拓展活動等形式開展，持續提升腐敗預防能力，並開展學習測評，考核不合格的不予晉升，2025年擬晉升人員參與率100%，通過率79%。另，2025年全年共開設廉潔教育課堂120場，參與線上、線下廉潔教育的相關人員達1萬餘人次，並倡導員工線上自主學習、自我檢測，2025年各層級員工通過信息化平台進行自我測評達5.6萬餘人次。針對職業生涯各階段開設不同類型的廉潔課程對所有員工開放，並鼓勵全員參加反腐倡廉培訓，同時不斷通過集團門戶、監察通報等不同方式共享內外部案例及相關培訓內容，及時向全員傳遞公司反腐倡廉的態度及相關要求，倡導全員共同參與企業反賄賂管理體系建設。



共開設廉潔教育課堂 **120** 場，
參與線上、線下廉潔教育的相關人員
達 **1 萬** 餘人次



推送原創視頻 **95** 條，
其中多條視頻觀看量超 **1 萬** 餘次

創新廉潔文化傳播模式，全員爭做「廉潔文化傳播官」，2025年共有9名傳播官，在日常工作及中秋、國慶、元旦、春節等重要時期，通過廉潔競賽、微課、短視頻等形式，積極、主動踐行廉潔文化的傳播。持續不斷地進行全員共創，傳播廉潔文化，通過自媒體賬號將長城汽車廉潔文化推向社會，共同推進廉潔文化的建設，共同打造長城汽車廉潔品牌。至今「廉潔長城」微信公眾號，擁有20萬餘粉絲，累計推送內容1,690篇，2025年推送原創內容87篇，通過圖片、視頻、文字、漫畫等多種形式，實現與員工、相關方、社會各界人士無障礙溝通；「廉潔長城」抖音，擁有1.5萬餘粉絲，點贊量8.68萬，累計推送視頻480條，2025年推送原創視頻95條，其中多條視頻觀看量超1萬餘次，獲得社會各界人士的認同，使廉潔文化深入人心，助力公司廉潔品牌傳播，推動社會文明進步。

(三) 完善制度體系，規範反賄賂管理

在風險疊加的背景下，長城汽車不斷強化風險管控，深入推進廉潔體系工作的規範化、制度化與科學化建設。自2008年首次頒佈《廉潔體系制度》以來，公司始終結合發展戰略與經營理念，適時對制度進行動態調整與優化。2021年，為提升公司國際影響力及競爭力，在《廉潔體系制度》基礎上全面升級，完成《反賄賂管理體系》搭建，並順利通過認證審核，獲得ISO 37001反賄賂管理體系證書，成為國內首家獲得該認證的車企。2024年7月在英國皇家認可委員會（英文簡稱：UKAS）現場見證下，榮獲具有UKAS標識的ISO 37001反賄賂管理體系證書，為長城汽車全球化戰略提供了堅實的支撐和保障。為適應國際市場合規要求，公司依據反賄賂管理體系標準，定制性開發適用海外組織的廉潔體系制度，構建多元融合、因地制宜的反賄賂管理機制，截至2025年已有6個國家或地區完成海外廉潔制度的頒佈與實施。通過持續結合業務場景迭代完善，公司構建起既符合國際標準、又適應本土業務的反賄賂管理體系，有效防控合規風險，保障業務順利開展。

預防腐敗方面，在業務開展前、中，多維度分析腐敗風險點，為公司提前部署腐敗風險防控工作提供輸入。正式合作前，對存在賄賂風險的特定交易、項目、商業夥伴等開展反賄賂調查，規避「帶病」合作；合作中，定期開展賄賂風險評估，識別存在腐敗風險的領域和崗位，根據風險等級，制定管理措施，不斷完善制度流程，確保業務高效運行；每月開展內部審計工作，通過內部審計暴露內、外業務風險漏洞，依託集團信息化系統，搭建數字化審計模型，鎖定重點業務領域疑似重點風險，實現在線、自動、靶向預警監測功能，提升審計業務靶向性，為管理提供決策依據，降低賄賂風險。同時對採購、招標等重點廉潔崗位的人員，實施定期崗位輪動，防止任期過長而產生腐敗，針對開展的業務往來、商務接待等，規範接待人數及區域，秉承公開、透明的原則，避免不正當行為出現；經統計，2025年拒絕賄賂達305人次，自2008年以來，公司拒絕賄賂共計3286人次，102名員工被評為「廉潔自律模範」。

商業夥伴權益保護方面，以簽署《陽光協議》為合作前提，並基於合規要求，對協議內容不斷升級、完善，規範雙方廉潔行為，同時持續不斷地採用宣講會、商務溝通、發送敬告函等方式向商業夥伴傳遞廉潔文化，倡導誠信經營、合規經營，維護商業夥伴利益及「公平公正、簡單透明」的合作平台，構建共生共贏生態圈。

長城汽車立足產業踐行社會責任，傳播正能量，2016年對《失信名單》進行升級，搭建《陽光誠信自助系統》(網址：<https://siss.gwm.cn/index>)，面向社會公眾開通可查詢失信違規人員和失信企業的信息化平台，2023年《陽光誠信自助系統》全面升級，與更多企業深度攜手，升級自主錄入功能，合作夥伴可自主錄入失信企業及個人信息，實現信息的互聯、互通、資源共享。2024年再次升級，開闢「廉潔共建」版塊，搭建合作夥伴直聯通道，拉通招標管理、供應商管理、經銷商管理等業務平台，實現各領域商業夥伴廉潔文化共建共識，截至2025年商業夥伴人員學習達1.1萬餘人次；在合作前由監察審計部直接向合作夥伴傳遞廉潔文化，合作中隨時定向發佈腐敗案例、廉潔要求，做到前置預防教育，傳遞廉潔要求，促進長久合作。自2008年以來，因腐敗、不誠信等行為被列入長城汽車《失信名單》的合作方累計685家，其中，2025年列入《失信名單》的合作方29家。

2018年9月長城汽車加入企業反舞弊聯盟，2023年榮升為副會長單位，積極致力於聯盟反舞弊建設工作，截止2025年，長城汽車斬獲廉潔新銳、說廉創新等多項榮譽，並持續與各成員企業同向發力，共同打造建設廉潔的商業環境，共享不誠信、失信人員名單，共享反舞弊經驗，提供有效的信息及技術輸入等，為打造綠色健康的商業環境、合作環境提供助力。

(四) 實施監督懲處，強化反腐倡廉紀律約束

長城汽車對行賄、受賄等硬腐敗行為秉承「零容忍」的態度，同時對失職瀆職、推諉扯皮、拉幫結派、弄虛作假等軟腐敗行為進行嚴厲打擊，一經發現，依據《廉潔體系制度》嚴肅處理，涉及違反法律的，一律移交司法機關追究法律責任，2025年因涉嫌違法犯罪移送司法機關2人，已依法判決。

為充分發揮全員和相關方的監督作用，搭建多種舉報渠道：QQ、電話、郵箱、微信等。2012年舉報信息管理平台正式上線運行，所有接收的舉報均通過系統分角色、分權限進行管理，從接收、派發、調查、歸檔，保證了舉報信息的安全性，實現了任務的100%閉環；為方便全員及相關方快速舉報，持續開發更快捷、更安全的信息化舉報平台，2022年5月上線「廉潔長城」在線舉報微信小程序，通過全員參與、多方監督的模式，使腐敗行為充分暴露並及早查處。

打擊腐敗行為絕不手軟，維護舉報人權益不受侵害也絕不鬆懈，制定了嚴格的管理要求，如：任何人不得調查、洩露舉報人信息，不得對舉報人及其親屬進行打擊報復，或者指使他人打擊報復，如有發生直接解除勞動合同，違反法律的，依法追究法律責任。



2025年因涉嫌違法犯罪移送司法機關

2人，已依法判決



舉報郵箱：gwljanjie@163.com

廉潔築根基，清風促發展。長城汽車持之以恆防微杜漸，始終堅守態度不變、決心不減、尺度不松，恪守誠信合規之道，與眾多優秀企業廉心攜手，共創、共享、共贏，積極履行社會責任，傳播社會正能量。

反不正當競爭

為有效應對虛假宣傳、不正當有獎銷售等，公司依據《廣告法》《反不正當競爭法》等相關法律法規，結合業務實際宣傳場景，於2022年2月23日發佈並實施《長城汽車廣告宣傳管理辦法》，構建了系統的廣宣合規管理體系；針對商標混淆行為，通過商標管理體系加以防範與治理，於2023年8月18日發佈並實施《全球商標管理制度》。

根據上述制度，公司開展合規風險評估，結合業務場景識別風險點，制定針對性的風險管控措施，完善相關制度與流程，並跟蹤制度的執行與落地情況。同時，通過培訓與宣導，持續提升相關人員的合規意識與履職能力，確保各項合規要求有效融入日常經營。報告期內，公司無因不正當競爭行為引發的訴訟及行政處罰。

風險識別流程



意識提升及文化賦能

01 合規大講堂上線宣傳、合規性課程，提供系統化、可追溯的合規講解，為業務人員奠定反不正當競爭的合規基礎

02

釘釘窗口、法務平台進行案例橫展，定期推送外部虛假宣傳、不正當有獎銷售、商標侵權等監管處罰案例、行業典型糾紛及內部審核中發現的高頻問題，實現了合規風險的實時預警與知識經驗的即時共享

03

定期線下培訓

為確保公司核心技術及商業信息的安全，公司也採取了一系列嚴格的內部控制措施。首先，在制度建設上，公司制定了《信息安全管理規範》、《保密信息分類分級指南》等信息安全管理制度，明確涉密信息的範圍、等級及傳遞流程；其次，在技術層面，部署了先進的防洩密軟件，對關鍵數據進行加密和審計追蹤；最後，在人員管理上，與員工簽訂保密協議，並常態化開展信息安全宣貫，將保密責任落實到每一位員工，確保公司及合作夥伴的核心利益不受侵害，保障公司穩健運營。

黨建

2025年是「十四五」規劃的收官之年，長城汽車黨委持續深化非公企黨建工作、打造黨建品牌，將黨建工作與經營發展深度融合，着力將黨建優勢轉化為企業的發展優勢。

2025年，公司黨委圍繞強化黨組織作用、凝聚黨員群眾，紮實開展深入貫徹中央八項規定學習教育，並組織開展了一系列特色鮮明、形式多樣的黨建活動。通過學黨史、重溫入黨誓詞、唱紅歌、黨建知識競賽、紅色觀影及「警企共建」健康跑等內容，進一步堅定了黨員的理想信念，提升了組織的活力。黨委還策劃製作了《擡起袖子加油幹，風雨無阻向前行》黨建宣傳片，生動展現長城汽車黨建與企業發展深度融合的實踐，持續提升非公企業黨組織的政治引領力和凝聚力。此外，通過發放融入黨建元素的定製台曆、水杯等紀念品，於細微處傳遞組織溫暖，切實增強黨員的歸屬感與榮譽感，把廣大職工緊密團結在黨組織周圍。2025年6月，長城汽車黨委被中共保定市委授予「全市先進基層黨組織」榮譽稱號，黨建工作成效獲得上級黨組織的充分肯定。

在服務職工、凝聚發展合力方面，公司黨委堅持貫徹「黨建引領、黨群共建」工作思路，充分發揮工會、共青團、婦聯等群團組織的橋樑紐帶作用，緊密圍繞職工實際需求，精心組織開展了「相親季」單身青年聯誼、「千斤換萬金」健康行動、勞動技能大賽、「文化猜猜樂」趣味答題等一系列深受歡迎的品牌活動，將黨組織的活力有效融入企業文化培育與職工技能提升的全過程。同時，公司黨委聯合工會切實關愛女職工特殊需求，持續深化「媽媽小屋」建設，有力提升了員工的幸福感與歸屬感，積極營造健康向上、團結奮進的企業氛圍，使黨組織的凝聚力和向心力得到進一步增強。

回顧全年黨建工作，長城汽車全體黨員與職工站在繼往開來的歷史節點上，自覺肩負起新時代賦予的使命，始終與黨同心、信念如磐，懷着對造車事業的無限熱忱和實幹擔當，積極回應國家發展與行業變革的時代命題。展望未來，長城汽車將恪守長期主義發展道路，持續以高質量黨建引領企業高質量發展，通過提供更優質的產品與服務，切實回饋社會、造福用戶，不斷滿足人民群眾對美好出行的嚮往，為實現中華民族偉大復興的中國夢貢獻產業力量。



綠色發展

應對氣候變化

國際能源署發佈的《世界能源展望2025》顯示「2024年是有記錄以來最熱的一年，也是全球氣溫首次超過工業化前水平1.5°C的年份」，提示應對氣候變化正面臨前所未有的挑戰。在2025年聯合國氣候變化峰會上，中國宣佈新一輪國家自主貢獻，為全球氣候治理合作注入了更多正能量。長城汽車作為一家立足中國、面向全球的國際汽車公司，始終堅持與國家氣候戰略同頻共振，積極履行社會責任、用自身行動深度參與全球氣候治理。

2025年11月5日，長城汽車作為《聯合國氣候變化框架公約》第30屆締約方會議官方合作夥伴在巴西帕拉州貝倫市向大會官方交付100輛新能源車輛，用於參會人員的通勤出行。長城汽車始終堅持將可持續發展的核心理念深深植根於企業運營的每一個環節，以創新科技為引領，探索全產業鏈節能減排。

在2024年，長城汽車參考國際可持續準則理事會《國際財務報告準則第S2號—氣候相關信息》規範，香港交易所《環境、社會及管治報告守則》D部分、《香港交易所環境、社會及管治框架下氣候信息披露實施指引》，以及上海交易所《上海證券交易所上市公司自律監管指引第14號—可持續發展報告（試行）》等標準要求，首次按照管治、策略、風險管理、目標和指標披露結構，對氣候風險和機遇進行了系統披露。



本報告期，基於最新氣候情景模型對氣候風險和機遇類別進行了補充，強化了氣候變化與公司業務運營、發展戰略的融合，並逐步深入到財務管理、成本控制等環節，逐漸由定性評估向定量分析轉變。本報告期在綜合評估氣候變化潛在的正面及負面影響後，重點將控制風險因素轉化為各領域實際行動。同時，在本報告期更新了風險管理流程、首次披露範圍3碳排。

1、管治：

長城汽車已搭建完整的ESG治理架構，應對氣候變化作為關鍵要素被納入ESG整體管治體系。明確了應對氣候變化各層級決策層－管理層－實施層的人員構成、職責範圍和工作任務，管理機構和人員具備在執行、監督應對氣候變化相關影響、風險和機遇的戰略、制度等方面的專業技能和能力。能夠保證公司應對氣候變化戰略目標有效實施，確保公司相關決策中有效考量氣候相關風險和機遇。整體管理架構詳細信息參見「精益治理-ESG管理」，其中實施層做如下補充：

實施層面，長城汽車成立碳中和工作組，部署在公司生產技術開發中心，統籌集團研發、生產、供應鏈、銷售及回收各業務全領域碳中和管理工作。工作組成員由直屬一級部門及獨立運營板塊授權其內部組織組成，其中一級部門設立碳中和顧問，獨立運營板塊成立碳中和管理部門或選定相關部門進行授權，碳中和管理部門基於專業能力需求選定碳中和顧問，碳中和顧問統籌本組織內碳中和工作，或依據職能負責垂直領域工作並向管理層匯報。

實施層職能職責：

- 支撐集團氣候治理總體戰略規劃和目標指標的制定；
- 承接戰略方針、目標指標，並分解目標至各相關部門，制定實施計劃，確保氣候治理工作有效實施、目標達成；
- 按照氣候治理管理層要求，定期提報相關資料和數據，配合氣候治理報告編製、評級機構的調查問卷和其它專項工作；
- 向管理層匯報氣候治理相關工作進展，基於業務持續識別風險和機遇，結合集團戰略規劃，開展相關氣候治理業務評估，提出完善氣候治理績效的方案和資源需求；
- 協調組織內部資源，確保建立順暢的信息溝通渠道，提高氣候治理工作效率；
- 參加政府、協會等舉辦的氣候治理相關議題會議、培訓，確保滿足相關事項要求；
- 監督組織內部各部門氣候治理工作成果，評估其績效指標達成情況。

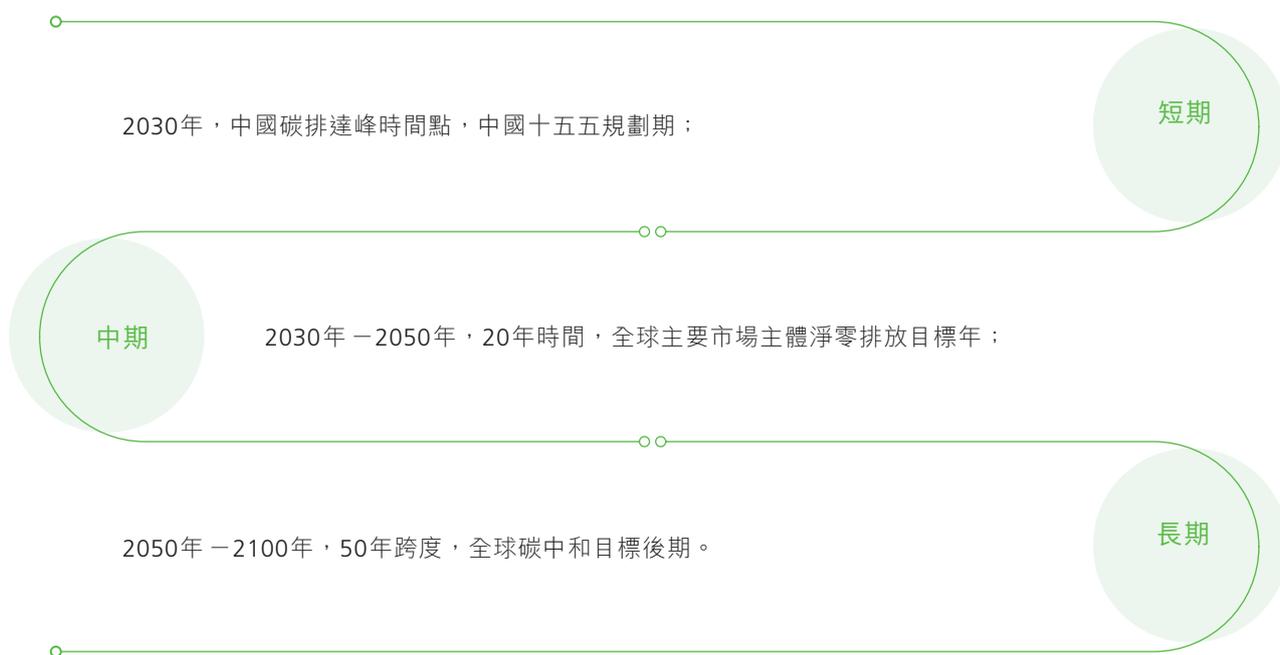
2、策略：

本報告期，長城汽車通過氣候領域學術報告研究、行業評估、披露標準梳理、相關方溝通、外部專家諮詢等方式，識別全價值鏈存在的氣候風險和發展機遇，共識別7項物理風險，8項轉型風險，3項發展機遇。按照影響範圍及影響程度、事件發生概率制定分級判定原則，對風險進行重要度排序。基於已識別的風險協同公司內部業務部門進行充分研討，制定應對策略並實施，以增強氣候韌性。

2.1 內部碳定價

長城汽車在工廠建設項目立項階段增加碳排放審核流程，通過設定單車碳排指標進行約束，從源頭把控，守住生產階段降碳紅線。在項目建設、改造立項規劃階段，充分考慮碳排放帶來成本增加的風險，將碳排放成本作為項目綜合成本分析考量因素之一，引導投資向低碳項目傾斜。

2.2 時間及業務範圍



業務範圍，總體上與年報披露保持一致，部分領域只涵蓋中國區域業務。

2.3 情景分析路徑

長城汽車在開展氣候相關風險與機遇評估過程中，參考了聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)、國際能源署(IEA)及綠色金融網絡(NGFS)等權威機構設定的情景路徑，開展多維度情景分析，以深入理解不同經濟發展模式與能源結構轉型背景下全球氣候治理的潛在演變趨勢。通過將氣候物理風險與轉型風險、機遇納入一體化評估框架，公司識別了在多種情景路徑下氣候變化對主營業務的潛在影響，並進一步明確了在戰略規劃與財務配置中需重點關注的氣候相關行動方向。

■ 長城汽車參考的氣候情景分析路徑

來源	路徑
聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)	共享社會經濟路徑(SSP)、代表性濃度路徑(RCP): <ul style="list-style-type: none"> • 嚴格路徑: SSP1-RCP2.6; • 高排放路徑: SSP5-RCP8.5;
國際能源署(IEA)	<ul style="list-style-type: none"> • 嚴格路徑: 2050年淨零排放情景(NZE); • 高排放路徑: 當前政策情景(CPS);
綠色金融網絡(NGFS)	<ul style="list-style-type: none"> • 有序路徑: 2050年淨零排放情景、低於2°C情景; • 熱房世界路徑: 國家自主貢獻情景、目前政策情景;

2.4 氣候相關物理風險

極端天氣事件、自然災害等氣候變化帶來的影響可能加劇企業的經營風險，例如供應鏈中斷、資產損失、生產中斷等。長城汽車氣候相關物理風險情景分析數據選取IPCC報告5類路徑中的2類，分別是SSP1-2.6、SSP5-8.5，並基於定性、定量的判定形成物理風險熱點圖。長城汽車物理風險類別按照TCFD、港交所指引文件，參考氣候模型、行業情況，形成物理風險影響與應對措施清單。

物理風險熱點圖

風險類別	短期-2030年		中期-2050年		長期-2100年	
	SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5
急性風險	極端高溫	中	中	中	中	中
	極端低溫	低	低	低	低	低
	極端降水	中	中	中	中	中
	熱帶氣旋	低	低	中	中	中
慢性風險	海平面上升	低	低	低	低	低
	水資源短缺	低	低	低	低	低
	平均氣溫上升	中	中	中	中	中

極低	低	中	高	極高
----	---	---	---	----

■ 物理風險影響與應對措施清單

風險類型	評估結果	潛在業務及財務影響	減緩措施	時間範圍	發生概率	風險等級	
急性風險	極端高溫	<p>在未來全球氣候進一步變暖情形下，全球尺度和大陸尺度以及所有人類居住的區域，極端熱事件將繼續增多，強度加強。將對部分資產帶來極端高溫的威脅。預估在2050年SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，預估大部分資產受到極端高溫的風險達到較高水平，部分資產達到極高水平。將影響公司供應鏈穩定和生產運營。</p>	<p>極端天氣影響原材料供應商的正常生產，存在斷供風險。</p> <p>極端高溫會引起區域用電負荷激增，居民用電負荷大幅上升，當接近額定供電容量時，工廠將被限產停產。</p> <p>極端高溫會影響冷負荷，工廠如塗裝、焊裝等需要冷卻的工藝系統冷負荷增加，冷水機組、冷卻塔供冷效率降低，最終造成工廠運營成本增加。</p>	<p>①建立極端高溫預警機制，密切關注區域氣象部門發佈的天氣信息，作為重要指標指導生產運營。</p> <p>②原材料採購方面，識別風險區域供應商，提前儲備原材料。生產運營方面，調整生產班次，避開最高溫時段生產。</p> <p>③做好應急預案和應急演練，將高溫引起的各種風險降至最低。</p>	短期、中期、長期	很可能	高
	極端低溫	<p>當前公司未受到極端低溫的影響，公司生產基地均分佈在中緯度。在未來全球氣候進一步變暖情形下，極端冷事件將減少，強度將減弱。極端低溫不會對長城汽車生產運營、資產構成造成較大影響。</p>	<p>極端低溫情況下導致物流運輸受到影響，工廠生產熱負荷增加導致生產成本增加。</p> <p>極端低溫影響員工健康和 safety，影響業務運營效率。</p>	<p>在未來高緯度工廠（嚴寒地區）建設設計階段，考慮防寒保暖措施，以抵禦極寒天氣。</p>	短期	可能性低	低

風險類型	評估結果	潛在業務及財務影響	減緩措施	時間範圍	發生概率	風險等級
極端降水	IPCC評估，隨着全球變暖加劇，強降水事件很可能變得更強、更頻繁，全球尺度上，未來全球每增加1℃，極端日降水事件的強度將增加7%。	<p>極端降水會產生洪澇災害、城市內澇，引發山體滑坡和泥石流等自然災害。</p> <p>極端降水可導致廠房進水、設備損壞，增加運營維護成本。影響原材料運輸和儲存，導致供應鏈中端。</p> <p>影響員工通勤，以及身體健康和安全。</p>	<p>①建立完善的預警機制，密切關注天氣預報和氣象信息。</p> <p>②制定應急預案，開展防汛演練，在發生時迅速響應。</p> <p>③定期對廠房、設備，防洪設施進行檢查維護。</p> <p>④加強供應鏈管理，優化運輸和物流路線，確保原材料穩定供應。</p>	中期、長期	有可能	中
熱帶氣旋	當前，公司未曾發生受熱帶氣旋影響的歷史事件。公司主要運營基地集中在中緯度，中國颱風發生的位置主要集中在東南沿海地區。IPCC評估「隨着未來全球氣候進一步變暖，全球強颱風(颶風)佔比、熱帶氣旋最大風速和熱帶氣旋降水很可能將增加」，近年來中國颱風發生頻次和影響範圍擴大。因此，隨着氣候變暖的加劇，未來受颱風影響的可能性會增加。	熱帶氣旋常帶來狂風、暴雨和風暴潮，會影響工廠穩定生產，導致電力中斷、設備損壞和人員安全，或造成維修成本的增加和短時間的工廠停產，進而造成經濟損失。	<p>①建立完善的預警機制，密切關注天氣預報和氣象信息。</p> <p>②制定應急預案，包括停工停產計劃、人員疏散計劃、設備保護措施等，進行演練和培訓。</p> <p>③定期對廠房、設備、設施進行檢查維護，提升抵禦強風暴的能力。</p> <p>④加強供應鏈管理，優化運輸和物流路線，確保原材料穩定供應。</p>	中期、長期	有可能	中

風險類型	評估結果	潛在業務及財務影響	減緩措施	時間範圍	發生概率	風險等級
慢性風險	海平面 上升	<p>IPCC評估，「預估在SSP5-8.5情景之下，2100年全球平均海平面上升0.75m」。《2023中國海平面公報》數據顯示與1980年比較，平湖及日照海域海平面上升3~4mm。</p> <p>長城汽車運營資產大部分處於中國內陸，沿海基地有浙江平湖和山東日照，日照基地海拔13.5m，平湖基地海拔3.3m。平湖、日照地區的資產賬面價值約37.83億元，約佔總資產的1.68%。</p> <p>海平面上升不會對長城汽車生產運營、資產構成等造成影響。</p>	平湖、日照地區關注大潮期間海水倒灌影響。	長期	可能性低	低
	水資源 短缺	<p>當前，我司資產未受水資源短缺影響。IPCC評估「全球增溫背景下，21世紀全球的年平均降水將增加。」依據世界資源研究所發佈的《中國基準水壓力》報告，長城汽車大部分生產運營基地處於水壓力「高」或「極高」區域。因此，隨着氣候變暖的加劇導致降水量有所增加，未來基準水壓力將有所緩解。</p> <p>水資源短缺是指由於淡水資源匱乏引起的影響生產、生活的現象。水資源短缺將引起用水成本上升，嚴重的會引起供應鏈中斷。</p>	節約、集約用水，利用先進水處理技術和設備，提升水循環利用率，降低新水消耗量。	短期	可能性低	低
	平均氣溫 上升	<p>在SSP5-8.5情景（高排放情景）之下，相較於1995-2014年，2030年平均氣溫上升0.8℃，2050年上升1.5℃，2100年上升3.5℃。IEA評估報告顯示「在極端高溫事件期間滿足冷卻需求的總成本已經從20世紀90年代的每年略高於100億美元上升到過去十年的每年近300億美元」。</p> <p>平均氣溫上升會影響冷負荷，工廠如塗裝、焊裝等需要冷卻的工藝系統冷負荷增加，冷水機組、冷卻塔供冷效率降低，最終造成工廠運營成本增加。</p>	<p>①採購高效的製冷設備，優化製冷系統，提升製冷效率並減少過程損耗。</p> <p>②定期進行設備維護、保養，保證系統在較高效率階段運行。</p> <p>③進行節能診斷、能源審計，發現節能機會，形成供需平衡。</p>	中期、長期	很可能	高

2.5 氣候相關轉型風險

轉型風險情景分析依據國際能源署、綠色金融網絡的模型數據和結論，主要選取IEA現行政策情景、2050年淨零排放情景2種路徑。從法律法規、技術、市場、聲譽等4方面進行分析。基於定性、定量的判定形成**轉型風險熱點圖**，並制定**轉型風險影響與應對措施清單**。

轉型風險熱點圖

風險類別		現行政策路徑			2050淨零路徑		
		短期	中期	長期	短期	中期	長期
政策及法律風險	碳減排政策	中	中	高	中	中	中
	國際綠色壁壘	中	中	高	中	中	中
	碳定價	中	中	高	中	中	中
	電價變化	中	中	中	中	中	中
技術風險	低	中	中	中	中	中	
市場風險	消費者需求	中	中	高	中	中	中
	原材料供應	中	中	高	中	中	中
聲譽風險	低	中	中	中	中	中	

低	中	高
---	---	---

轉型風險影響與應對措施清單

風險類型	現行政策及不同情景下的體現	預期影響及評估	財務影響	應對舉措	時間範圍	風險等級
政策及法律風險	<p>現行政策：國際層面—《歐盟Fit for 55》(歐盟)、《氣候變化法案》(澳大利亞)和《GX綠色轉型》(日本)；中國—《加快構建碳排放雙控制度體系工作方案》及一系列綠電、碳市場、雙積分等政策。</p> <p>情景路徑：</p> <p>IEA報告顯示，在3種情景模式下，全球重要經濟體碳排放量均呈下降趨勢。NGFS情景顯示，在7種路徑下中國和全球碳排放均呈下降趨勢。</p>	<p>全球氣候治理形成共識，現階段地緣政治、局部矛盾會遲滯降碳速度，但持續降碳的宏觀趨勢不會改變。</p> <p>長城汽車是國際化汽車公司，資產遍佈全球，各國法律政策各異，進而形成各類制度化管治工具，應對難度大。</p> <p>中長期來看，相關政策將以貿易約束、屬地減排相結合的方式展開，中長期政策壓力將逐漸傳導至供應鏈、生產運營和銷售業務。</p>	<p>①合規管理成本增加，為應對日益複雜、層出不窮的法規制度，需要在法務、標準、可持續等方面投入更多人力資源，防範合規風險。</p> <p>②研發成本增加，在傳統燃油車轉向新能源電動汽車的過渡階段，涉及雙向研發投入，研發成本較大。</p> <p>③生產運營成本增加，引進高效節能設備、採購可再生能源成本增加。</p>	<p>①成立工作組，法務、標準法規、ESG等部門聯動，持續關注海內外法規政策發展，進行分析研判，評估風險、制定應對方案。</p> <p>②制定氣候戰略，形成各領域減排目標，提升管理。</p> <p>③應用數字化工具，與全價值鏈、產品碳足跡管理業務相結合，強化上下游協同管理能力。</p>	短期、中期、長期	高
國際綠色壁壘	<p>現行政策：歐盟《碳邊境調節機制》(CBAM)、歐盟《電池與廢電池法》、歐盟《企業可持續發展盡職調查指令》(CSDDD)、歐盟成員國碳壁壘等政策，增加產品出口合規成本。</p>	<p>歐盟致力於從原材料、ESG供應鏈管理、特定產品碳等方面對進口企業進行管治。將影響產品設計、供應鏈盡職管理和銷售業務(如報關手續等)。並且是合規強制要求，不滿足將影響歐盟市場的產品佈局。</p>	<p>①銷售業務成本增加，涉及CBAM產品需繳納費用，長城汽車涉及產品範圍小，費用低，但會影響報告手續和出口進度。</p> <p>②電池法方面，電池供應商整體管理成本將增加。電池碳足跡核算和管理成本將增加。</p>	<p>①產品研發、ESG等部門，持續跟進碳貿易政策，儲備技術和資源。</p> <p>②應用數字化工具，與全價值鏈、產品碳足跡管理業務相結合，強化上下游協同管理能力、供應鏈管理能力。</p>	短期、中期	高

風險類型	現行政策及不同情景下的體現	預期影響及評估	財務影響	應對舉措	時間範圍	風險等級
碳定價	<p>現行政策：中國的地方碳市場碳管理體現直接成本，全國碳市場對火電機組、電解鋁行業的管理會形成間接成本。</p> <p>情景路徑：</p> <p>IEA情景顯示，在現行政策下，中國2050年碳價52美元/tCO₂，在淨零路徑下，中國2050年碳價200美元/tCO₂。</p>	不同國家有着相同的碳減排目的，卻有着不同的減排政策方法。最終會通過直接、間接的方式將碳成本傳遞到企業端。因此，企業在中長期碳管理成本將逐漸增加。	<p>①直接碳管理成本增加，長城汽車重慶、天津工廠納入地方碳市場，中長期履約成本將增加。</p> <p>②間接碳管理成本增加，鋼、鋁、電力碳管理成本增加，相關產品採購成本將同步上升。</p>	<p>①持續跟進國內外屬地工廠的碳定價制度，跟進政策進展並制定針對性的應對舉措。</p> <p>②持續開展碳排核算能力、減排能力，從碳定價制度、技術、管理等維度識別降碳潛力，引進先進的節能減排技術。</p>	中期、長期	高
電價的變化	<p>情景路徑：</p> <p>NGFS情景顯示，在現行政策下，中國電價在2025年達到峰值(0.53元/kwh)，之後逐漸下降。在淨零情景下，在2030年達到峰值(0.72元/kwh)，之後逐漸回落。</p>	長城汽車生產基地主要集中在中國地區，生產端主要能源為電力。電力價格受新能源進程的加速和國家能源政策影響較大，會對生產運營成本產生影響。	<p>①短、中期會導致運營生產階段成本增加。</p> <p>②長期看，運營成本將降低。</p>	已成立專業電力交易團隊，負責全公司電力交易業務，密切關注電力政策並開展中長期電力交易，降低電價波動帶來的風險。	短期、中期	中
技術風險	<p>情景路徑：</p> <p>IEA報告顯示，低碳技術投資額呈上升趨勢，鐵基材料成本增加。新能源汽車、氫電解槽、光伏等成本下降。</p>	<p>工廠端：在項目改擴建階段需要投入更多節能、高效、低碳設施設備。</p> <p>產品端：研發設計需要投入更多的資源，開發低碳、綠色產品。</p>	<p>工廠設備投資成本增加；</p> <p>研發設計成本增加；</p>	<p>持續關注法規政策，採用與政策相匹配設備設施，考慮後期加嚴趨勢，降低初投資、降低設備淘汰成本。</p> <p>聯合供應商、高校、產業協會，聯合開發低碳材料、技術。</p>	中期、長期	中

風險類型	現行政策及不同情景下的體現	預期影響及評估	財務影響	應對舉措	時間範圍	風險等級
市場風險	<p>情景路徑：</p> <p>IEA報告顯示，電動車銷量呈上升趨勢，在高排放情景下，全球電動汽車數量在2030年預計達到約2億輛。</p>	<p>消費者更多基於產品綜合成本考慮，網約車、出租車新能源佔比大幅提升。長城汽車市場份額可能受影響。</p>	<p>影響市場份額，導致銷量下降，利潤降低。</p> <p>目前長城汽車未受到較大影響。</p> <p>2025年公司銷量為132.38萬輛，歸屬於上市公司股東的淨利潤為98.65億元；2026年公司預計銷量為180萬輛，歸屬於上市公司股東的淨利潤為100億元。</p>	<p>根據不同的客戶群體需求，精準定位，開發多品類汽車產品，滿足客戶多元化需求。提升市場佔有率、盈利能力。</p>	短期、中期	高
市場風險	<p>汽車供應鏈將面臨環保、降碳、節能、ESG等多重嚴格管控，新材料、新技術需要投入較大研發成本，中小規模企業經營壓力加大，低碳資源將由少數頭部企業控制。</p>	<p>短中期，供應商運營成本增加、低碳材料由頭部企業控制，將導致長城汽車採購成本增加。</p>	<p>低碳材料稀缺，採購成本增加。供應鏈管理成本增加。</p>	<p>加強供應鏈管理，降低供應鏈經營風險。</p> <p>持續開展低碳供應商評價，建立供應商低碳意識、促進供應鏈綠色轉型。</p>	短期、中期	中
聲譽風險	<p>利益相關方、行業對降碳績效的監督，如未按期完成目標，將受到質疑。</p>	<p>證券交易所、投資人對ESG披露的要求日趨嚴格。未及時完成目標、努力度不夠、漂綠等都會將受到公眾質疑。處理不當將使公司聲譽受到損失。</p>	<p>將受到交易所、投資人的監管壓力，影響ESG評級、股價和融資能力。</p>	<p>識別法律法規及各相關方要求，滿足合規的前提下持續開展公司氣候治理。</p> <p>制定符合國際標準降碳目標。</p>	短、中長期	低

2.6 氣候相關發展機遇

在充分認知氣候變化所帶來挑戰的基礎上，我們同樣敏銳地察覺到其中蘊含的低碳發展機遇。這一認知不斷驅動本集團在低碳技術與模式領域積極探索與創新。為系統應對並適應氣候變化，我們採取多維度策略，在有效管理氣候風險的同時，積極把握新興機遇，持續提升企業的氣候適應能力與發展韌性。

■ 氣候相關發展機遇清單

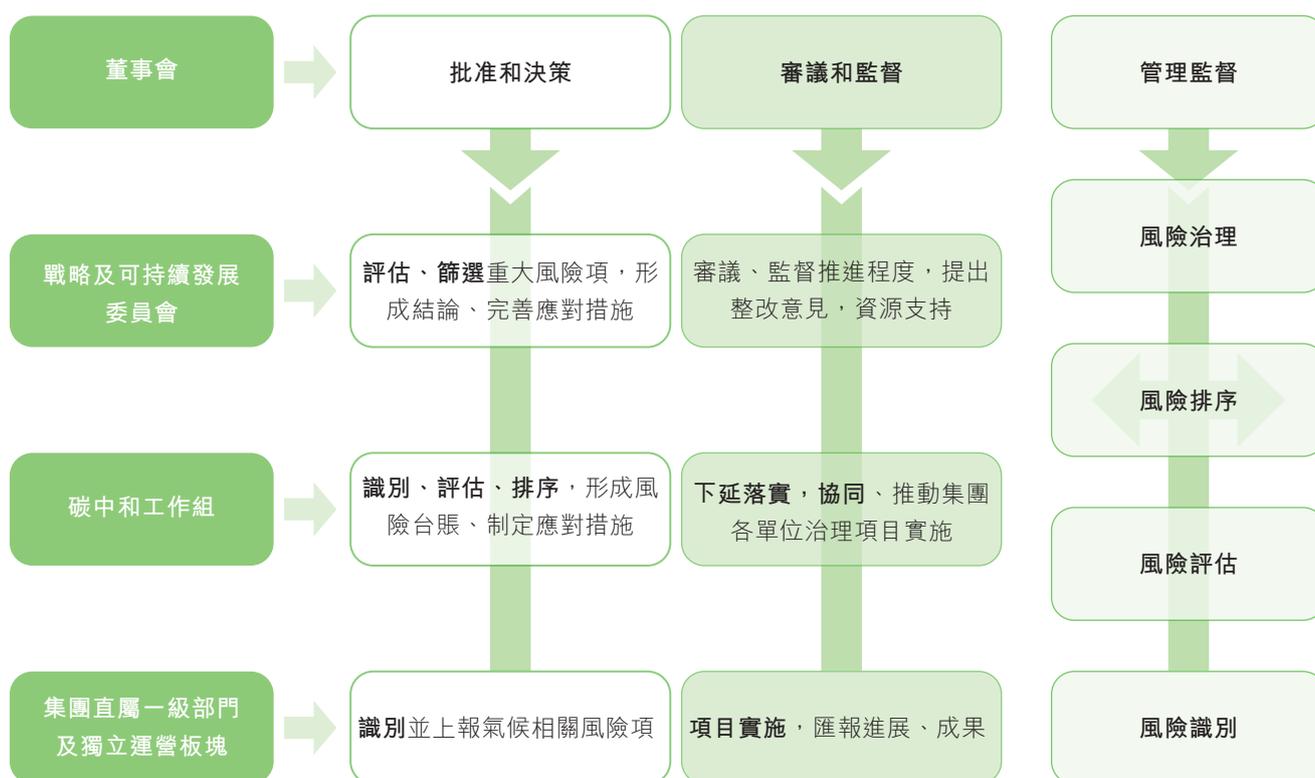
機遇類型	機遇描述	預期影響及評估	財務影響	應對舉措	時間範圍
資源效率	<ul style="list-style-type: none"> 低碳材料的開發。 設備效率提升。 用水效率提升。 	<ul style="list-style-type: none"> 低碳轉型，促進循環材料開發、創新和應用，將產生更多優質、低價的低碳材料和供應商。 伴隨國家政策的加嚴管理、標準更新，用能、用水設備能效明顯提升。 	運營成本降低	<ul style="list-style-type: none"> 與供應商聯合共建，開發低碳材料，擴大低碳材料應用。 新建工廠、老工廠改造採用高效的耗能設備和節水系統。 	短、中期
能源來源	<ul style="list-style-type: none"> 能源結構轉變，可再生能源供應明顯提升。 分佈式光伏、風電發電效率提升、建設成本降低。 	<ul style="list-style-type: none"> 公司碳排主要為電力，地區、電網側新能源電力供應量增加，給公司和供應鏈提供更多獲取清潔電力的渠道，有利於降低化石能源使用，降低公司碳排。 公司生產廠房仍有建設分佈式新能源電站空間，供應商技術能力進步、綜合成本降低，將加速公司建設進度。 	運營成本降低	<ul style="list-style-type: none"> 應用可再生能源、綠電採購。 持續開展分佈式光伏項目建設，適時建設分佈式風電項目。 	中、長期
市場開拓	<ul style="list-style-type: none"> 進入新市場。 獲取公共部門獎勵。 	<ul style="list-style-type: none"> 市場對汽車產品需求呈現多樣化，公司多種產品類型（電動車、氫能汽車、燃油車）的生產能力、開發能力使長城汽車能夠抓住新能源和傳統市場，滿足個性化客戶需要並適應更廣泛的市場需求。 中國碳減排頂層設計文件要求各級政府財政出台配套低碳激勵機制，如產品碳足跡獎勵、綠色金融等政策； 	<p>營業收入增加</p> <p>2025年公司營業收入為2,228.24億元，同比增加10.20%，其中新能源車銷售收入為人民幣814.77億元，同比增加26.65%</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加大研發投入，持續推進新能源轉型，開發純電、混動、氫能重卡等多品類新能源車型； 響應國家政策，推動低碳轉型。與政府部門積極互動，開展廣泛合作。 	短、中期

3、風險管理：

長城汽車應對氣候變化風險管理，建立了**從下至上－評估決策**及**從上至下－落實監督**的閉環管理流程。公司已將環境、社會和管治因素納入到了風險管理之中，通過全面識別各領域氣候風險，對風險進行評估、排序、分級管理，重大風險項呈報董事會決策並監督實施。氣候風險作為ESG管理的一部分，被納入ESG管理制度和管控流程，各層級管理職能職責詳見「精益治理-ESG管理、風險管理」。

長城汽車對氣候風險管理過程的關鍵環節（風險識別、風險評估、風險排序、風險治理、管理監督和風險整合）進行深入研究並建立了一套實施方案，方案基於每個環節的標準要求，制定了開展方法、參考工具，並明確了公司內部實施部門。

長城汽車氣候風險管理架構



■ 註：本架構所指風險管理包括風險和機遇兩項內容，機遇管理不再另行表述。

4、 目標和指標：

4.1 溫室氣體清單

長城汽車溫室氣體清單計算整體參考ISO14064和溫室氣體協議(GHG Protocol)相關標準，溫室氣體排放量(範圍1、2、3)合併方法通常有股權比例法、財務控制權法和運營控制權法3種，長城汽車按照運營控制權法報告溫室氣體排放。公司暫未聘用第三方機構對於溫室氣體等數據進行核查或鑒證。

範圍1+2(單位：tCO₂e)

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

範圍3

序號	類別	2025年 排放量 (tCO ₂ e)	範圍邊界	計算說明及 主要活動數據	涉及分配和 假設的處理	依據的計算 標準、參考的 排放因子
1	外購商品和服務	14,313,168.27	全球範圍，包括年度銷售的乘用車、皮卡產品生產所採購的原材料，不包括其它商用車和摩托車產品。	採用平均系數法，以車型為基礎計算不同車型原材料階段碳排，與年度全球整車銷量匹配計算綜合碳排。車型原材料重量數據信息來自整車材料明細。	皮卡計算標準參考乘用車標準	計算標準依據中國乘用車計算標準，即《溫室氣體產品碳足跡量化方法與要求乘用車》，排放因子依據中汽CALCD數據庫中材料因子。
2	燃料和能源相關活動	98,321.53	中國境內整車、零部件工廠及主要研發中心，不包括商用車和摩托車產品工廠。	採用平均系數法，以範圍1、範圍2燃料及能源消耗為基礎，與其生命週期上游排放因子匹配後計算碳排。	不涉及	排放因子參考中國生態環境部發佈的《2024年全國電力碳足跡因子》、《2023年電力二氧化碳排放因子》，依據《溫室氣體產品碳足跡量化方法與要求乘用車》及中汽CALCD數據庫中燃料及能源因子。

序號	類別	2025年 排放量 (tCO ₂ e)	範圍邊界	計算說明及 主要活動數據	涉及分配和 假設的處理	依據的計算 標準、參考的 排放因子
3	商務旅行	14,790.53	全球範圍所有業務涉及的 僱員所產生的商務旅行	採用距離法，依據差旅數 據獲取僱員出差週期、交 通工具形式、距離，核算 差旅產生的碳排放。	不涉及	排放因子參考《中國產品 全生命週期溫室氣體排放 系數庫》
4	僱員通勤	41,694.45	全球範圍所有業務涉及的 僱員通勤	採用平均數據法，以抽樣 調查方式統計僱員通勤模 式數據信息，匹配年度僱 員數量及碳排因子計算總 碳排	不涉及	排放因子採用《中國產品 全生命週期溫室氣體排放 系數庫》(CPCD)中各類型 交通方式排放因子
5	下游運輸和配送	96,142.27	中國境內，購買用於終端 銷售乘用車及皮卡產品的 運輸及配送服務，不包括 商用車和摩托車產品。	採用距離法，收集範圍內 運輸和配送信息，與其對 應的排放因子匹配後計算 碳排。	不涉及	計算標準依據ISO 14083：核算和匯報：來 自運輸鏈運營過程中的溫 室氣體排放標準；排放 因子參考《中國產品全生 命週期溫室氣體排放系數 庫》。
6	售出產品的使用	42,335,558.15	全球範圍，包括年度銷售 的乘用車、皮卡產品，不 包括其它商用車和摩托車 產品。	以車型為基礎計算單位， 按照燃料消耗和能量消耗 型式認證值計算車輛使用 階段碳排，與年度全球整 車銷量數據匹配計算綜合 碳排。	皮卡參考乘用車計算 標準；所有車型生 命週期行駛里程均按 照15萬公里進行核 算。電力因子全部選 用中國區域因子。	計算標準依據中國乘用車 計算標準，即《溫室氣體 產品碳足跡量化方法與要 求乘用車》，排放因子參 考《2024年全國電力碳足 跡因子》、中汽CALCD數 據庫中燃料因子。
7	特許經營權	113,209.70	中國境內，可獲取數據的 乘用車、皮卡產品經銷商	採用特許經營特定方法， 以獲取到的經銷商實際場 地能源消耗數據為基礎， 計算年度碳排。	不涉及	①電力因子來源生態環境 部發佈的2023年各區域 電力因子； ②其他能源因子來自《溫 室氣體排放核算與報告要 求：整車製造企業》(徵求 意見稿)
8	合計	57,012,884.9				

4.2 目標指標

長城汽車積極響應國家「雙碳」戰略目標號召，在2021年發佈碳中和長期目標，即2045年碳中和，範圍覆蓋全價值鏈，深度踐行綠色低碳管理理念，以整車生命週期為核心，推進低碳轉型工作。

其中，2026年短期目標：



研發端

加快新能源車型研發、推動傳統能源車型換代、推進回收材料與集成化零部件的應用預研課題，並積極應對國際碳排放最新政策法規動態，優化車輛開發碳排放管理體系，推動產業低碳可持續發展。



生產端

從管理節能和技術節能兩方面，降低整車生產階段碳排，以2020年為基準，2026年整車基地溫室氣體範圍1和2的排放強度降低24%。



供應鏈端

識別涉碳量高的重點原材料匹配關鍵零部件供應商或選定明星車型匹配重點零部件供應商開展碳數據收集、低碳供應商評價工作，推進綠色供應鏈體系建設。

5、行動舉措：

為應對氣候變化，長城汽車圍繞**研發、生產、供應鏈、回收利用**全生命週期，堅持綠色低碳發展理念，通過產品創新、智能製造、供應鏈協同與資源循環體系建設，全方位推進綠色轉型與可持續發展。

在研發階段，以綠色低碳為導向，將產品創新視為關鍵動力，依托新能源技術、低碳材料、集成化設計開發創新產品，推動綠色轉型。詳情見「創新驅動」章節。

在生產製造階段，長城公司通過流程優化、工藝創新和設備改造降低生產能耗，同時推進能源結構轉型並引入綠電，提升能源清潔化水平，構建高效低碳的製造體系。

在供應鏈管理階段，長城汽車以碳排數據管理、風險評估和能力建設為支撐，持續傳遞低碳理念，並與供應商協同創新低碳技術，推動低碳產品開發，構建綠色可持續供應鏈。詳情見「供應鏈管理」章節。

在回收階段，積極響應國家政策號召，依托主機廠資源與政策支持，在報廢車拆解—再製造—鋼鋁再生等環節形成閉環管理，通過打造再製造品牌矩陣與拓展鋼鋁回收品類，形成覆蓋資源循環利用、產品價值再生的循環經濟體系。

公司獲評國家級綠色工廠3家、國家級綠色供應鏈2家、省／市級綠色工廠12家。

生產製造端深化降碳措施：

長城汽車積極踐行低碳製造理念，全力推動製造端碳排放減少。新工廠策劃階段，全面評估新項目，提前識別碳排風險，從源頭規劃降碳舉措；工廠運行階段，通過工藝創新、設備提改造，流程優化等措施保障高品質生產，同時推進光伏、綠電等清潔能源替代，實現製造過程低碳化。

1、 低碳技術創新

通過工藝優化、設備升級、智能控制等舉措提升生產效能，降低生產階段碳排放，年度投入4,110餘萬元。重點舉措如下：

類別	新工藝、新設備	節能舉措
工藝提升	塗裝工藝提升	噴漆室改為乾式噴漆室，3C2B工藝改為B1B2工藝，提升循環風比例，減少能源用量，單車降碳23.29 kg/台。
	模具工藝創新	採用合模、工序減少技術進行模具工藝創新，合模的少序化設計，同生產量下減少沖壓次數，實現單台生產能耗降低39%，單車降碳0.576kg/台。
	焊接工藝提升	採用分段焊接技術替代多脈沖焊，消除脈沖焊冷卻時間，使輸出熱量均勻精準作用於連接過程；焊接時間降低15%，單點能耗降低約10%，單車降碳2.61kg/台。
設備優化／改造	塗裝設備優化	通過對設備運行進行優化，塗裝廢氣處理設備燃氣降低，運行能耗降低，年降碳量69.71t。
	交換機節能優化	通過配置節能模式，提高端口利用率，設定低功耗模式（EEE節能模式），全年降低碳排約48.77t。
	空壓站改造	結合新技術對現場進行改造，汰換低功率設備，降低空壓站運行能耗，實現年降碳1,842.11t。
	下線模式優化	採用增加PBS區下件升降機周轉白車身，減少線體空位，降低設備空運行。全年降碳約10.089t。
智能控制	沖壓智能調控	通過高精度動力學建模、多目標約束求解與運動參數智能調優，系統自動輸出最優軌跡路徑與配套數據包，實現節拍高效提升，從而降低單台生產能耗10%，單車降碳0.14kg/台。
	焊接智能控制模型	通過焊接自適應參數智能計算與群控、質量追溯系統配合使用，實現工藝參數選取、管理的智能化，依據理想狀態設定焊接參數，降低耗電量，單車降碳1.35kg/台。
	塗裝自動調控	依據生產班次電泳循環泵電機自動控制，降低運行能耗，年度降碳量141.99t。
	總裝精準控制	通過對升降機PLC軟件優化，提升節拍，降低能源用量，全年降碳9.199t。

報告期內，製造端通過技術創新實現降碳約8.47萬噸。

2、 低碳能源轉型

長城汽車持續提升分佈式光伏裝機容量，報告期內陸續在華北、華中、華東、西南等區域開展分佈式光伏項目建設，截止2025年底，分佈式光伏裝機容量累計達到374.85MW，較2024年裝機容量提升11%。為充分發揮光伏項目的資源優勢，長城汽車建設統一管理平台，提高光伏項目的數字化、智能化管理水平，並配置光伏板清洗設備、大容量儲能設施等，進一步提高分佈式光伏電站的發電效率。

除分佈式光伏項目，長城汽車還積極參與電力市場綠色電力交易，大幅提升綠電採購用量。2025年，公司較2024年大幅提升綠電採購用量，截至年底累計採購綠電約30,646萬kWh，較2024年提升綠電用量約6.04倍，減少碳排放量約18.03萬噸。

3、 數字化賦能

長城汽車借助數智化手段，圍繞整車產品生命週期管理理念，開發研、產、供全鏈路數字化管理平台。結合實際業務及使用端需求，不斷拓展應用場景、完善平台功能。報告期內，為解決重點複雜問題，新增範圍三碳排管理功能。截止2025年末，平台已覆蓋110餘家集團內單位、300餘家核心供應商，完成200餘款車型碳數據建模和計算，助力集團雙碳工作邁入智能化新階段。

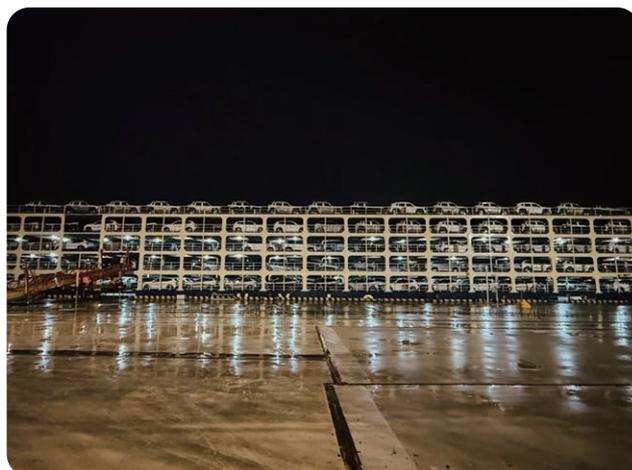
通過以上措施，年度集團整車基地溫室氣體範圍1和2的排放強度降低，達成2025年整車製造端碳排降低18%目標。

物流運輸端深化降碳措施

長城汽車始終將綠色低碳理念深度融入供應鏈全流程，持續推進綠色物流體系高質量建設，以**綠色運輸**與**綠色倉儲**雙輪驅動、協同增效，通過先進物流技術賦能、運輸結構迭代優化、全域資源統籌調配等系統性舉措，穩步構建高效低碳、可持續的綠色物流生態，為企業低碳轉型與行業綠色發展注入堅實動能。

在綠色運輸領域，公司依託數字化、一體化智慧物流管理平台，實現全國生產基地、中轉庫等核心節點的全域統籌與智能調度。持續優化全國物流運輸網絡佈局，科學調整運力結構，構建公路、鐵路、水路多式聯運協同體系，有效緩解公路運輸負荷，全面提升整車及零部件發運效率。報告期內，公司鐵水聯運佔比提升至33%，助力減少碳排放449,391噸。同時，加速運輸裝備低碳迭代，在轎運環節投入16輛新能源卡車，累計安全行駛169萬公里，2025年行駛71.5萬公里實現減碳744噸，以清潔運力替代傳統燃油運輸，切實降低運輸環節碳足跡。

在綠色倉儲領域，全面推進數智化倉儲平台建設，深化無人駕駛、AGV自動導引車等智能裝備的規模化應用。截至報告期末，累計投入21輛無人駕駛車輛、51台AGV智能設備；無人駕駛配送系統高效完成3.4萬條訂單履約任務，累計行駛里程突破12.2萬公里，同步完成無人叉車、料箱機器人等智能裝備的多場景作業驗證。通過智能裝備替代人工、優化倉儲作業動線、提升空間與能源利用效率，持續推動倉儲環節降本增效與節能減排，實現倉儲運營智能化與綠色化深度融合。



回收利用端深化降碳措施

長城汽車以資源循環閉環使用為宗旨，建立以集團內部資源為主、社會資源為輔的雙軌回收渠道，業務範圍涵蓋資源回收循環再利用、報廢車輛回收精細化拆解及汽車零部件再製造。銷售端通過對接集團供應商，形成了完整、多樣化的再生資源產業生態。

1、循環材料回收

黑色金屬

聯合鋼企推進短流程煉鋼，實施循環鋼分級分類管理，建立從回收—加工—配送全過程管理體系，通過科學回收、精細加工與高效利用，為減排降碳注入綠色動能。全年回收供應再生鋼突破26.62萬噸，實現碳減排約42.59萬噸。

有色金屬

- ①鋁：實施二次熔煉再利用，關鍵零部件鋁合金產品（氣缸蓋、氣缸體等）制件使用再生鋁比例>19.8%，2025年回收循環鋁4359噸，實現碳減排約3.7萬噸。
- ②銅：投資銅米生產線，實施精細化分選與清潔加工，為客戶供應高純度再生銅等原料，全年回收加工可加工銅原料1,107噸，實現碳減排約0.28萬噸。

非金屬材料

開展PCR循環塑料粒子改性研究，預計可實現PCR循環塑料粒子添加比例達30%，2025年實現回收非金屬4.27萬噸。

2、車輛回收利用

報廢車拆解

與保險公司、4S店開展「以舊換新」業務模式，引導消費者依法合規報廢，同時推行「精細化拆解+分類回收」工藝流程，確保鋼鐵、有色金屬、塑料、橡膠等材料分類收集，全年拆解車輛產出循環再利用材料5,110.51噸，實現碳減排約0.81萬噸。

循環件

搭建汽車拆解回用件逆向回收體系，借助國內18家中轉庫及2,000+4S店佈局，在內部物流進行汽車拆解回用件回收驗證，2025年實現汽車拆解回用件銷售3.04萬件。

動力電池

推動退役部件高值化利用，並依託集團技術及資源，開展動力電池拆解及資源化利用技術研究，25年累計回收動力電池175.56噸。

3、 零部件再製造

長城汽車持續推進零部件再製造業務，豐富零部件研發種類，目前已具備再製造發動機、變速器、EPS等8款產品再製造能力，通過與主機廠、汽配維修廠建立「以舊換再」合作機制，形成穩定舊件逆向物流，建設智能化再製造生產線，集成自動清洗、智能檢測、拆解修復等功能，精準對接汽車後市場，年實現再製造燈具20,252件，再製造變速器552台，增壓器7,600台，轉向器1,001台，實現碳減排約0.28萬噸。2025年12月起，已着手開展底盤件（EPB、主減速器等）再製造技術研究。

碳管理體系建設

長城汽車參照國際和國內先進管理體系標準，以策劃－實施－檢查－改進為基礎框架，建立了系統化的碳中和管理體系。結合實際業務需求，開發了管理規程、程序文件、實施清單等3級制度文件及技術標準，將碳管理要求融入公司具體業務流程。通過能力建設、內部碳核查等管理工具，驅動管理體系持續改進，確保各項碳管理要求有效落地。

制度建設方面，制定管理與技術標準17項。其中管理類標準12項，包括碳核查、配額管理、信息披露等業務；技術類標準5項，覆蓋組織、產品、供應鏈等全生命週期各領域。

能力建設方面，報告期內，累計開展培訓244場，超16,200餘人次參與。此外，集團搭建雙碳知識、政策動態分享平台，傳播雙碳科普及政策解讀，截止2025年末，累計學習人次已超25萬。

內部碳核查，2025年度將配額管理納入常規核查範疇，並持續深化核查模式，培養業務層核查員，提升內部核查頻次，深度識別管理薄弱環節並挖掘優秀案例。開展碳核查30次，覆蓋配額、研、產、供關鍵碳管理領域，與去年同期相比，核查覆蓋率提升50%，各單位碳管理能力、技術水平有效提升。

碳配額履約

2025年度，長城汽車共3家整車公司納入中國地方碳市場，納管單位嚴格按照配額管理要求，按期完成配額清繳，實現100%履約。

低碳行動

① 曼德光電「解鎖春日密碼 騎行丈量健康」

綠色騎行是踐行綠色生活方式的生動載體，曼德光電員工要做生態文明建設的倡導者和踐行者，通過積極參與綠色騎行，以實際行動為減污降碳做出貢獻；綠色騎行也是推動全民健身、促進凝心聚力的重要平台，健康自然、方式靈活的騎行活動能夠有效促進員工身心健康；同時，綠色騎行是展示曼德光電員工形象的有力舉措，要以騎行活動充分展現生動活潑、積極向上的精神風貌。



- ② 《地球日行動：線束編織綠色未來》：4月22日世界地球日，全球都在為環保發聲而曼德線束人選擇用一場特別的行動回應－線動工坊，在熟悉的培訓室裡，公司年度優秀員工們完成了一場關於綠色未來的「極限挑戰」，線束零件、低碳密碼與創意藍圖在此交織，這場腦力與協作的室內挑戰讓所有人體驗到環保不是遙遠的未來而是藏在工作細節中的每一個選擇。
- ③ 曼德光電開展了「步數換綠植」活動，鼓勵人們通過步行積攢步數，兌換綠植，在鍛煉身體的同時，也增強了環保意識。這種方式不僅讓人們享受到運動的樂趣，還將環保理念融入到日常生活中，讓每個人都能為環保貢獻一份力量。除了步數換綠植，徐水光電還組織了低碳環保答題抽獎活動，活動現場熱鬧非凡，大家爭先恐後的參與，都想盡快認養自己心儀的綠植。

環境合規管理

長城汽車秉持「人、車與環境和諧共生」的環保理念，嚴格恪守《中華人民共和國環境保護法》《大氣污染防治法》《水污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》等國家環保法律法規要求。同時制定了《廢氣管理規範》《廢水管理規範》《危險廢物管理規範》《環保手續管理規範》等15餘項公司管理制度，並在使用過程中定期進行修訂完善。同時，聘請環保行業專家對公司環保運行開展定期評審，確保現行的治理工藝及管控措施符合國家及地方的環保政策及相關要求。

公司對各類污染源實施科學系統監測，確保各項監測指標均符合且優於國家及地方環保標準。依託排污許可平台、污染源監測平台等官方渠道，定期向社會如實公開主要污染物種類、排放方式、排放濃度以及污染治理設施建設與運行狀態等核心信息，主動接受社會各界監督審查，報告期內公司未發生任何因環境或生態問題有關的投訴及行政處罰。

環境管理體系

2025年，公司優化環境管理組織架構，依據ISO 14001環境管理體系制定／修訂了《環境管理手冊》《環境績效管理控制》《環境運行控制程序》《環境管理體系職責和權限文件》等10餘項環保管理制度，確保環境管理規範化運行。根據ISO 14001環境管理體系持續開展體系審核工作，環境管理體系認證覆蓋率100%，有效保障了體系的適宜性、充分性與有效性。



長城汽車ISO 14001環境管理體系認證

污染物及廢棄物管理

廢氣

公司排放的廢氣主要為天然氣燃燒產生的 NO_x 、焊接工序產生的顆粒物以及塗裝工序產生VOCs。

天然氣燃燒產生的 NO_x ：我們採用低氮分級燃燒技術，通過精準調控空燃比抑制 NO_x 生成，並預留合理比例的富餘處理容量，確保排放濃度穩定滿足國家及地方大氣污染物排放標準要求。

焊接工序產生的顆粒物：我們採用密閉式收集系統對顆粒物進行捕集，配套高效除塵工藝，治理效率達95%，可實現顆粒物排放量的大幅削減。

塗裝工序產生VOCs：塗裝廢氣採用沸石濃縮+蓄熱式熱力焚燒(RTO)主流治理技術，具有出口濃度穩定、淨化率高的特點，可有效控制VOCs排放。

為保障廢氣治理系統的長效穩定運行，本公司同步建立以下配套管理機制：

建立預評估機制：在工藝、產線及設備的新增或變更實施前，開展廢氣排放特徵及處理適配性預評估，確保治理設備與新增排放負荷及污染物類型精準匹配。

系統運維保障機：建立廢氣處理系統定期清理、運維保養規程，以維持系統穩定的吸附與淨化效能，同時有效提升設備運行的穩定性和有效性。

排放監測管控機：制定廢氣排放年度監測計劃，按《排污許可證申請與核發技術規範汽車製造業HJ971-2018》中自行監測要求，週期性開展環境委託監測工作，持續保障廢氣排放穩定達標。

廢水

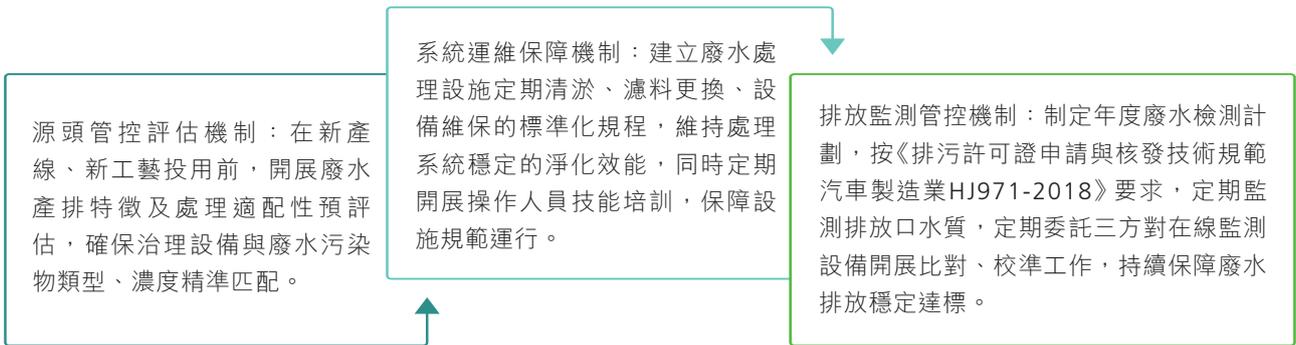
公司在廢水處理環節嚴格遵循「分類收集、分質處理」的核心管控原則，構建了全流程廢水治理與資源回用體系，實現了廢水的合規排放與高效循環。

生產工藝廢水(如前處理、清洗廢水)採用「預處理單元+綜合廢水處理單元+生化處理單元」的三級階梯式工藝：預處理段通過隔油、混凝沉澱去除懸浮物與油脂；綜合處理段利用物化反應降解有機污染物；生化單元通過微生物代謝深度分解殘留污染物。經多單元協同處理，廢水最終排放濃度遠低於城鎮污水廠納管標準，從技術層面築牢排放合規防線。

硅烷廢水：全面應用環保型薄膜前處理工藝，從源頭減少含磷污染物及鎳等重金屬離子的產生；配套專用沉澱裝置，對少量殘留的重金屬離子進行定向捕捉，確保該類污染物排放濃度滿足《污水綜合排放標準GB 8978-1996》特別限值要求。

清潔雜用水(如設備冷卻、地面沖洗廢水)：配套建設專業中水回用系統，對經生化處理達標的污水進行反滲透深度再生處理，處理後的中水可回用於廠區綠化澆灌、設備冷卻、地面沖洗等非生產用水場景，實現水資源循環利用。

為保障廢水治理系統的長效穩定運行，同步建立以下配套管理機制：



危廢

公司將危險廢物污染防治作為環保合規核心工作，針對生產環節產生的污泥、漆渣、廢有機溶劑、沾染廢物等危險廢物。

構建「源頭減量－過程管控－末端合規」的全生命週期管控體系

全面落實危險廢物防治主體責任：源頭推進減量化與資源化，以「減量化、資源化、無害化」為核心原則，將危險廢物管控融入生產全流程：通過優化生產工藝（如採用環保型薄膜前處理工藝減少含重金屬污泥產生）、提升原料利用率、改進生產設備等方式，從源頭降低危險廢物產生量。危險廢物貯存環節採用專用密封設施，實行分類分區存放，設置規範標識標牌；轉移環節按屬地生態環境主管部門規定，完整辦理轉移聯單及備案手續，確保轉移路徑可追溯；公司生產所產生的危險廢物全部委託有危險廢物經營許可證的第三方進行利用或處置，並進行全程跟蹤，確保危險廢物處置100%符合國家及地方的相關規定。

建立健全專項管理制度：制定《危險廢物管理計劃》，明確危險廢物產生、貯存、轉移、處置各環節管控要求，規範台賬記錄與檔案管理；將危險廢物相關風險納入《突發環境事件應急預案》，針對洩漏、流失等突發場景制定專項處置流程，並配套應急物資與演練機制。

噪聲

公司嚴格遵照《中華人民共和國噪聲污染防治法》相關要求，針對廠區內不同類型聲源的傳播特徵，實施分類施策的噪聲管控方案，同時強化監測監管，確保廠區邊界及敏感區聲環境質量達標。

生產車間高噪聲設備，優先選用低噪聲型號設備從源頭降低噪聲產生；對沖壓、焊接等振動類設備，加裝專用基礎減振裝置，削弱設備運行時的振動傳聲；對廠房建築採用高隔聲性能牆體材料，阻斷車間內噪聲向外擴散；在廠區邊界及敏感區域設置專業隔聲屏障，進一步衰減噪聲傳播強度。

通過「源頭控制+過程阻隔+末端防護」多層級降噪體系，實現了廠區邊界及敏感區的全面有效管控。嚴格落實排污許可自行監測管理要求，建立常態化噪聲監測機制：委託具備法定監測資質的第三方專業機構每季度開展一次廠區邊界及敏感區監測，廠區邊界及敏感區點位噪聲值均滿足國家及地方聲環境質量標準要求。

同時，公司將監測數據納入環境信息公開範疇，同步上傳至污染源監測平台，確保噪聲治理成效可查、可核、可監督。

無害廢棄物管理

公司無害廢棄物為日常辦公經營產生，無法綜合回收利用，但不會對環境和人類造成危害的廢棄物。這些廢棄物可以被安全地處理和處置，例如通過回收、焚燒或填埋等方式。依據國家法律法規以及無價廢棄物產生地政府相關部門條例要求，公司委託有資質的廢棄物處理機構廠家及第三方回收方開展處置工作，全過程留存處置合同，確保處置流程可追溯、可核查。

規範廢棄物處理相關環保資料，定期追蹤垃圾處理運輸過程，保證將生產的無價廢棄物投放到國家、當地政府指定的垃圾容器或者收集場所，禁止隨意傾倒、拋撒或者堆放，嚴禁對環境及社會造成影響。

無害廢棄物減廢舉措：

- ① 2025年我司無害無價廢棄物產生總量為11,640噸，較2024年減少360噸。
- ② 在無害無價廢棄物產生過程中我司採取各項措施減少廢棄物的產生，如提升生產工藝技術、組織各式各樣的活動、加強垃圾分揀分類。

如需了解更為詳盡的排污信息，敬請查閱公司2025年年度報告第六節「公司治理、環境和社會責任」中第十四項「納入環境信息依法披露企業名單的上市公司及其主要子公司的環境信息情況」。

環保風險管控

公司高度重視環境風險防控工作，構建了「預案備案—措施落地—演練驗證」的全鏈條環境应急管理體系，全面提升環境風險防範與應急處置能力，築牢環境安全底線。

公司建立標準化應急準備、響應程序、問責機制，針對生產環節中廢氣洩漏、廢水超標排放、危險廢物流失等典型環境風險場景列入公司重大風險，編製專項《突發環境事件應急預案》，並按法定流程在屬地生態環境局完成備案，確保應急預案的合規性與權威性。預案中明確了不同風險場景的應急組織架構、處置流程、物資儲備清單及人員職責分工，為突發環境事件的快速響應提供了清晰的行動指引。依據《大氣污染防治法》《水污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》《ISO 14001環境管理體系》等相關文件，公司制定了環保問責機制，並100%落地實施。

2025年，公司及各級單位開展應急演練115餘次，時長約130小時。

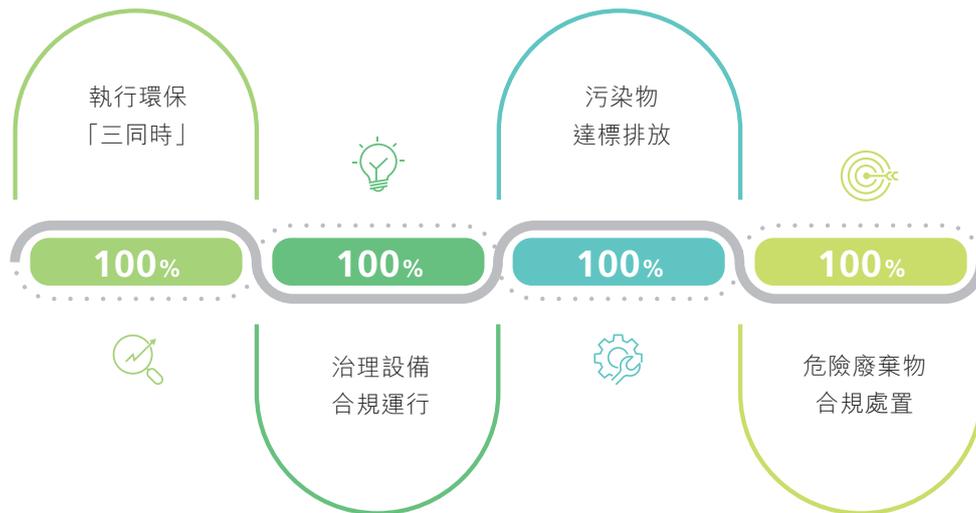
環保培訓

公司邀請環保監管部門、業內環保專家等專業人員，開展環保「三同時」合規管理、排污許可台賬合規培訓、環保設備運行管理等。



環保治理及環保目標

2026年公司環保目標



公司持續加大環保投入，通過源頭減排、過程控制和末端治理，實施環保全鏈條的深度治理。

所採取的污染治理設施均對標《排污許可證申請與核發技術規範》中推薦的可行技術進行配置與建設，保障設施治理能力與企業排污需求精準匹配、治理效果穩定達標。

報告期內公司未發生任何因環境或生態問題有關的投訴及行政處罰

2025年，公司廢棄物全流程管理100%符合國家及地方法規標準，全年無違規事件發生，以合規管控為抓手，實現危險廢物100%合規處置目標。同時，公司嚴格恪守國家及地方污染物排放標準，**全年污染物排放持續穩定達標**，未發生一起超標排放事件。依託常態化的排放管控與合規管理，將達標排放轉化為實質性減排行動，完成污染物減排既定目標。

資源利用與循環經濟

能源利用

長城汽車始終秉持可持續發展理念，高度重視生產運營各環節的節能降耗與水資源精細化管理，持續健全能源管理體系，通過應用多元節能技術，從源頭減少生產過程中的資源消耗。組建專業能源管理團隊，清晰界定管理責任，明確節能管理核心理念；同時在各整車生產基地全線部署能源管理系統(EMS)，實現能源消耗的全維度監測、數據分析與優化改進，並建立能源指標動態考核機制，對能源消耗全流程開展精準化管控。

構建能源管理數字化與智能化成本管控體系，以「數智融合」為核心，精準聚焦傳統能源管理中「數據碎片化、決策滯後化、協同低效化」三大痛點，通過技術創新破局、管理革新提效、模式融合增值，系統性打造可複製、可推廣的數智驅動型能源管控體系

重點項目：

塗裝工程信息化項目：搭建數據驅動的能源管理模型，實時監控線體用能、效率與空耗。通過Python構建隨機森林算法，實現生產線的智能預測開機與調度，預計年收益100萬元；

製冷機運行狀態實時診斷系統：實時採集設備21餘項運行參數，構建面向設備穩定與成本優化的提示詞工程，調用G2M大模型平台智能診斷並實時優化運行策略，實現降本增效；

空調集中群控：開展空調集中群控改造，以信息化手段統一管控環境空調。系統支持靈活的多模式控制，顯著提升了管理效率與能源利用精度，實現了從分散手動到集中智能的運維模式升級，預計年收益23萬元；

高效節能設備替代：引入新型壓縮熱吸附式零氣耗乾燥機替代組合吸附式乾燥機，利用壓縮空氣餘熱為乾燥機進行再生，消除乾燥機再生過程中的電加熱能耗及冷吹壓縮空氣能耗，預計年收益35萬元。

為降低生產過程中能源消耗量，本公司開展以下管控機制：

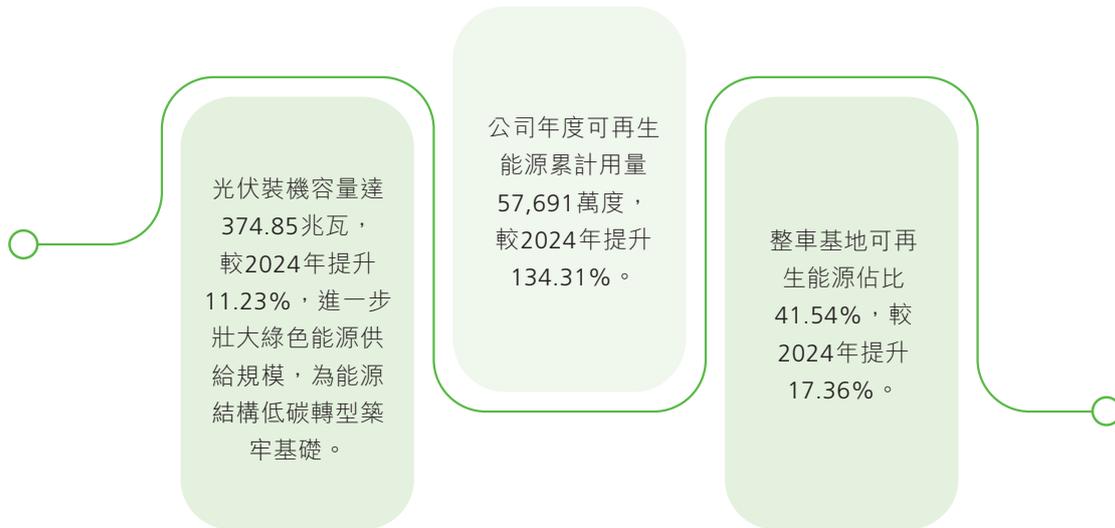
- ❖ 建立設備開關機基準：依據生產安排及設備特性，建立開關機標準，並提取設備運行數據，利用遠程開機軟件依據數據庫推算設備開啟時間，精準控制設備運行時間，降低能源消耗；
- ❖ 能源使用過程管控機制：定期對現場能源使用過程進行點檢、確認，減少現場能源浪費，識別能源改善項目，減少生產過程用能；
- ❖ 動態考核評價機制：建立能源指標動態考核機制，並對能源管理工作開展過程實施成熟度評價。

深化綠色用能

長城汽車深耕綠色新能源發展，積極推廣綠能規模化應用，通過擴增光伏裝機容量、落地綠電直購等舉措，持續提升可再生能源消納量，夯實環境友好型發展根基，豐富綠色能源供給體系與應用場景。

2025年搭建智慧光伏發電監控系統，開發基於Python與API的機器人監控平台，實現光伏清掃機器人狀態實時推送與精準管控，保障光伏板清潔度，提升發電效率，預計年收益5萬元。

2025年光伏裝機及可再生能源使用情況：



2026年將持續推廣可再生清潔能源的落地應用，增加光伏裝機容量，提升光伏用電比例。

水資源管理

長城汽車高度重視水資源合理利用，秉持「合理用水、計劃用水、節約用水」的管理理念，推行按需定量供水模式，建立用水計量體系，整車基地一、二級水表計量率均達100%。依託能源管理系統對用水全過程實時監控、分析、改進；同時通過節水技術改造、水資源循環利用等舉措，持續提升水資源利用效率。此外，公司高度關注水資源保護，嚴格確保生產運營及產品工藝環節不對水資源造成影響，各生產基地均未發生水資源短缺及用水安全相關事件。

公司持續深化水資源節約集約利用工作，全面推進節水型企業創建，始終將計劃用水、節約用水擺在經營管理重要位置，目前已有4家整車基地獲評「節水型企業」。同時，科學診斷水資源利用效率與供需平衡狀況，系統性開展水平衡測試工作，現階段已完成5家整車水平衡測試。

主要節水舉措：

非常規水替代：將處理達標後的再生水替代自來水，經反滲透膜組深度過濾製備一級純水，定向用於車間空調、設備循環水等生產環節，可節約自來水90餘萬噸／年，節約成本490萬元；

重複利用：建設專用廢水處理站，採用物化和生化工藝流程，中水回用於生產、冷卻、清洗。2025年整車基地生產環節中水使用量達193萬噸，佔總用水量的40%；工業用水重複利用率提升至97.93%；

智能節水：現場投用節水型設備，配套應用智能控制技術，實現設備運行與生產流程的聯動精準調控。如：冷卻循環水自動排水系統與生產排佈聯動適配，按需調節排水頻次，有效減少無效排水量，年節約用水7,300噸，節約成本6.3萬元；

工藝改進：優化生產工藝流程，塗裝環節採用隨車噴淋工藝，同時在磷化、脫脂、淋雨線等關鍵線體，應用高效清洗設備與循環水系統，大幅降低新水消耗。

為確保水資源的高效利用，本公司開展以下管控機制：

✦ 建立計劃用水管理機制：依據行業用水定額及生產安排，制定年度用水總量，對用水過程進行管控，實施計劃用水；

✦ 精細化用水管控機制：對關鍵用水設備配備計量表，監控用水狀況，並對用水過程進行分析，實施改進；

2026年將通過推行節水改造，優化用水結構，開展水資源的階梯利用、重複利用，提升綜合利用效率。

循環經濟

公司高度重視資源的集約和高效利用，重視產品全生命週期的節能環保，持續加強資源使用過程節約管理，推動生產、流通過程的減量化、再利用、再循環。

產品設計：2025年，長城汽車堅持低碳可持續發展戰略，以技術創新提升能源利用效率與資源循環水平，持續推進循環經濟實踐，為汽車產業綠色低碳轉型提供堅實支撐。**詳見創新驅動章節。**

產品製造及回收：再生資源作為公司綠色可持續發展組織，業務範圍涵蓋有價廢棄物回收、報廢汽車回收和汽車零部件再製造，以廢舊材料循環閉環利用為宗旨，建立起以集團內部資源為主，社會資源為輔的雙軌回收渠道，銷售端對接集團供應商，形成了完整的、多樣化的再生資源回收業務。**詳見應對氣候變化－回收利用端深化降碳措施章節。**

綠色包裝：

長城汽車堅持綠色化、循環化發展，走可持續性發展策略及道路，2025年度從源頭要求供應商按照循環包裝供貨，降低包裝物總量消耗。

公司推廣可重複使用的周轉箱、托盤等模式、通過標準化設計等方式提高包裝的循環使用次數。通過優化結構設計、減少材料厚度、採用一體化包裝等方式，在保證保護性能的前提下，最大限度降低包裝材料用量，推動租賃式包裝形成可持續的綠色包裝生態。

- 如：
- ① 壓縮機車間全部採用循環包裝，使用率100%減少其他類型投入；
 - ② 新能源芯體12類產品廠內周轉車採用通用化設計，有效利用車輛使用率，減少投入數量；
 - ③ 圍板箱採用租賃模式，供應商可回收對圍板箱溶解生產新包裝實現再利用。

生態系統保護與生物多樣性保護

長城汽車以實際行動嚴格遵守《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。在項目建設規劃過程中，我們充分了解當地生態文明建設理念，在最大程度保留原有生態的前提下，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的干擾；定期組織內部審核，確保我們的運營活動符合公司制定的環境和社會責任標準；並將生物多樣性保護納入ESG管理中。我們在生產生活的過程中關注生物多樣性保護，提高自身生物多樣性保護理念，結合自身經驗，因地制宜保護生物多樣性。

長城汽車嚴格按照《中華人民共和國環境影響評價法》開展項目建設工作，公司項目選址均符合當地土地利用規劃和城市發展規劃，資源利用均符合當地生態保護紅線、環境質量底線、資源利用上線和「環境准入負面清單」的「三線一單」控制要求。

公司倡導綠色低碳生活方式，踐行「綠水青山就是金山銀山」的環保理念，積極開展形式多樣的環保公益活動。

- ① 長城汽車在內蒙古鄂爾多斯市達拉特旗組織植樹造林活動。每一年都會身體力行種下一棵棵樟子松樹苗，以熱愛自然的敬畏之心為風沙披上「防護服」，不斷擴大綠色版圖，助力實現「綠進沙退」、人沙和諧的新畫卷。
- ② 為強化管理團隊的環保責任感與團隊凝聚力，工廠組織種植果樹苗，通過揮鋤培土、扶苗澆水，種植果樹苗，並懸掛手寫寄願卡，將植樹行為升華為企業文化與未來發展的象徵。

創新引領與責任經營

創新驅動

研發創新體系機制建設

強化研發創新保障，以技術突破引領高質量發展

公司遵守《知識產權法》、《反壟斷法》、《反不正當競爭法》等法律法規政策的規定，鼓勵員工進行發明創造，重點圍繞新能源、智能化、用戶體驗、精緻感知方面進行創新，提升產品的競爭力。

為將創新打造為團隊第一關注要素，使全員明確創新激勵方向，形成積極進取、挑戰創新的競爭環境。建立《研發創新激勵機制》並定期舉辦創新成果大賽活動，通過創新利益捆綁，打破跨組織創新業務推進協同困難的現狀，驅使人員意識轉變，形成創新利益共同體，共同推動創新成果落地，確保為公司技術／產品革新提供強有力的資源支持及儲備。

以集團旗下精工、曼德板塊為例，其以《創新項目手冊》為指導，創新激勵為保障，外部需求和內部創新雙輪驅動，聚焦「電動化、智能化、輕量化」產品及「數智化」裝備四大領域，結合市場動態調研及行業對標，圍繞新材料、新工藝、新產品等方面開展研究與應用的技術；按照預研技術的行業領先性，分為前瞻技術、前沿技術及集成創新技術，基於創新技術的領先性、技術價值及戰略重要度，劃分為A、B、C三級進行管控，具備技術儲備後，推動創新技術應用搭載。同時，結合《技術預研管理規定》，從行業技術、標桿先進性、國際前瞻性技術進行識別預研技術課題，按照技術立項－圖紙發佈－樣件製作－試驗驗證－技術儲備五大階段，系統推進技術研究工作，過程中明確技術課題研究計劃、紮實推進預研計劃落地，同步做好過程知識沉澱，積極推廣內外部技術應用，承接各類項目開發，並依據《項目開發管理規定》推進技術量產轉化；同時，嚴格落實國家相關機構要求，積極承接國家科研項目的申報與實施工作，助力行業技術進步。

2025年，長城汽車榮獲4項國家及省級科技獎勵。其中，《混動四驅智能越野系列乘用車關鍵技術與應用》榮獲中國汽車工程學會科技進步獎特等獎；《新一代電動汽車底盤關鍵技術及應用》榮獲中國汽車工程學會科技進步獎特等獎；《全場景智能混動四驅越野整車平台關鍵技術及應用》榮獲河北省科學技術進步獎一等獎；《新能源汽車電驅動系統噪聲及電磁兼容品質提升研究與應用》榮獲河北省科學技術進步獎二等獎。

2026年，公司將堅持以科技創新為核心驅動，聚焦**智能化、動力平台、越野技術**三大核心領域持續突破，不斷強化技術領先優勢與產品競爭力，致力於為用戶創造更高價值體驗，推動行業技術升級與高質量發展。

智能化領域：長城汽車圍繞ASL打造整車智能體，持續迭代VLA大模型並向多車型普及，同時推出Coffee OS 4智慧空間系統，打造全球首個全場景智能體集群，為用戶提供安全智慧的出行體驗。

動力領域：2026年持續打造一車多動力平台，以全球統一品質標準打造，適配不同地區的能源政策、路況特徵與用戶習慣，滿足全球市場的多樣化需求，不設動力形式限制，覆蓋純電、混動、燃油等版本，適配全球市場多樣化需求，兌現「動力自由」價值。

越野領域：2026年依託強大越野車型開發能力，提供全價位高可靠越野車，服務地質勘探、山區巡護等領域；同時聯合產學研等建立越野車國家標準體系，推動行業高質量發展；此外全動力越野車參與環塔拉力賽，助力科技與文化強國建設。

產學研合作

公司高度重視技術創新與產學研協同發展，積極承擔國家級、省級科研項目，深度參與行業關鍵技術攻關與標準建設，多項重點項目順利通過驗收並取得顯著成果。公司參與研發、科技合作項目情況如下：

- ① 聯合清華大學開展《基於AI的智駕仿真場景生成系統技術》項目，持續攻克仿真場景生成技術難題，相關技術水平已達到行業領先水平。同時與清華大學等聯合組建河北省智能網聯汽車產業創新聯合體，進一步深化產學研融合實踐，整合優質資源、凝聚創新力量，推動技術成果高效轉化。
- ② 參與聯通牽頭的河北省資助工業設計成果轉化項目—面向工業實時控制領域的5G關鍵技術和融合性產品項目，內部驗證通過。
- ③ 參與聯通牽頭的工業互聯網數字化轉型促進中心，順利通過驗收，通過率98.9%，順利完成各項指標要求。
- ④ 申報河北省製造業單項冠軍企業獎項，通過政府要求，具備製造業指標考核，順利榮獲證書。
- ⑤ 作為牽頭單位，與矽力傑半導體公司組成聯合體，承擔國家工信部「產業基礎再造和製造業高質量發展專項」1項，並驗收通過。

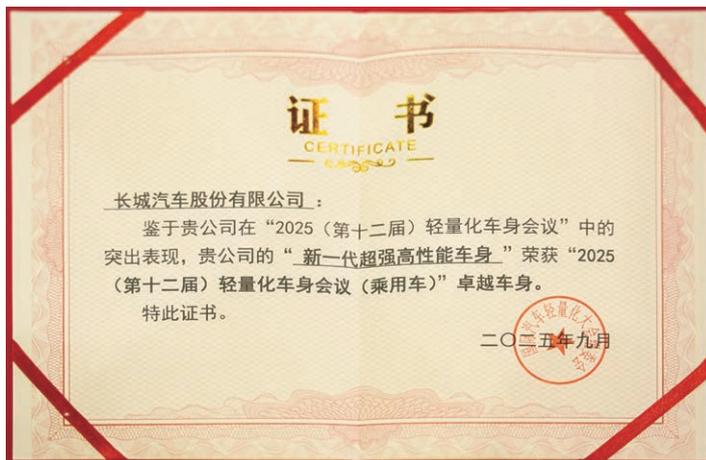
研發創新成果

輕量化技術創新與新材料應用

2025年，長城汽車通過深度融合低碳與可持續戰略，憑藉「新一代超強高性能車身」及核心技術斬獲行業六項大獎，持續引領汽車輕量化發展，助力節能減碳。這不僅彰顯了公司在材料與工藝領域的深厚積累，更體現了將輕量化研發與綠色製造深度融合的前瞻性佈局，為產業可持續發展提供了有力支撐。



- 「新一代超強高性能車身」



長城汽車「新一代超強高性能車身」的輕量化技術，創新應用了高強韌鋁硅熱成形鋼、半固態注射鎂合金等多種前沿材料，在確保頂級安全防護（如可承受5.4倍極限頂壓）的同時，實現了顯著的減重效果。以鎂合金儀錶板骨架及C環結構件為例，其較鋁合金方案減重達28%，有效降低行駛能耗，減少全生命週期碳排放。

- 鍍鋅熱浴成形鋼技術

在可持續材料應用方面，2025年長城汽車也取得了關鍵突破。自主研發的鍍鋅熱浴成形鋼技術，成功攻克行業難題，使材料耐腐蝕性提升2.7倍、耐衝擊韌性提高20%。這不僅增強了車身的耐用性，延長了產品使用壽命，也從源頭上減少了因維修、更換部件而產生的資源消耗與環境影響。

- 2200MPa級超高強度鋼

同時與合作夥伴共同研發的2200MPa級超高強度鋼，實現了材料強度與韌性的最優平衡，以更少的材料用量達成更高的結構性能，體現了資源高效利用的低碳設計理念。



汽車材料無害及可持續管理

為降低汽車產品對消費者人體健康和環境污染風險、提高資源綜合利用率，長城汽車圍繞國內外汽車報廢回收及環境關注物質法規規積極開展技術創新應用和綠色供應鏈管理。

- 持續健全標準體系

前瞻研究全球ELV法規政策趨勢，修訂更新汽車禁用物質限值標準及檢測標準、危險化學品認證標準、可回收利用設計標準，引導綠色產品設計。

- 強化綠色材料技術開發應用

聚焦鉛、六價鉻、鄰苯、溴阻燃劑等較高風險物質，深探至源頭供方聯合開發綠色材料技術。緊固件表面處理全面取消六價鉻鈍化、電子元器件焊料無鉛化、塑料件阻燃劑以錫系／氮磷系取代溴系等綠色材料技術應用，確保汽車產品綠色環保。

以椰殼為原料開發椰殼炭，利用其多孔吸附的能力改善地毯產品氣味，提升車內空氣質量，現已在地毯產品上應用。

- 持續細化綠色供應鏈管理

佈局全面供應商審核體系，從潛在供方准入、產品供方定點、開發過程節點通過、量產飛檢等全場景推行供應商體系審核，為汽車產品ELV合規提供了長效保障。

全球排放法規前瞻應對與綠色技術創新

◆ 國內市場：

面對自2023年國6法規增加的對RDE排放要求，長城汽車未雨綢繆，提前4年就開始進行多方面的籌劃及應對，包括技術預研、設備採購和測試能力建設，並通過合理規劃整車搭載，實現2024年車型規劃和RDE開發同步，具體措施如下：

- ① 發動機升級：發動機從軟硬件方面進行技術升級，如採用低灰分機油、350bar燃油噴射系統、低壓EGR系統、熱管理系統、雙噴射系統等，加快發動機熱機速度改善排放及能耗水平。軟件策略層面，多次噴射、瞬態燃油控制、部件自學習、混動排放控制策略等的應用，對排放及一致性控制也起到了積極的作用。
- ② 後處理技術升級：除從機內源頭上考慮優化排放的措施外，機外排放控制更是起到了至關重要的作用，尤其是顆粒捕集器(GPF)，對於顆粒物排放的改善在60%-90%，顆粒物排放可做到國6b排放限值的20%。儲備GPF迭代技術，一方面源於載體孔道和壁厚的設計，另一方面源於塗敷工藝及材料的改進。
- ③ 測試設備升級：為應對未來7階段法規，長城汽車率先2~3年對PEMS和整車排放試驗室開展PN₁₀設備升級，PEMS設備已於2024年7月開始投入使用，排放試驗室也於2025年4月完成PN₁₀分析系統的升級；2025年初，長城動力總成台架試驗室投入運行，進一步助力長城汽車在污染物排放控制方面邁向新的台階。
- ④ 測試規範的建立：實際道路諸多因素的複雜性和不可控性會對試驗測試結果產生影響，為確保整車開發的覆蓋性及一致性，長城汽車在天津、重慶、廈門、上海、青海等地進行實地考察和測試，真正涵蓋高溫、高寒、高原、城市擁堵、高速等極端環境和極限工況的測試。

◆ 海外市場：

2025年，長城汽車繼續秉持長期主義、底線思維，鎖定智能新能源賽道，推進生態出海，提速全球化進程，持續深耕美洲市場(巴西和墨西哥)、全面推進歐盟市場佈局等。

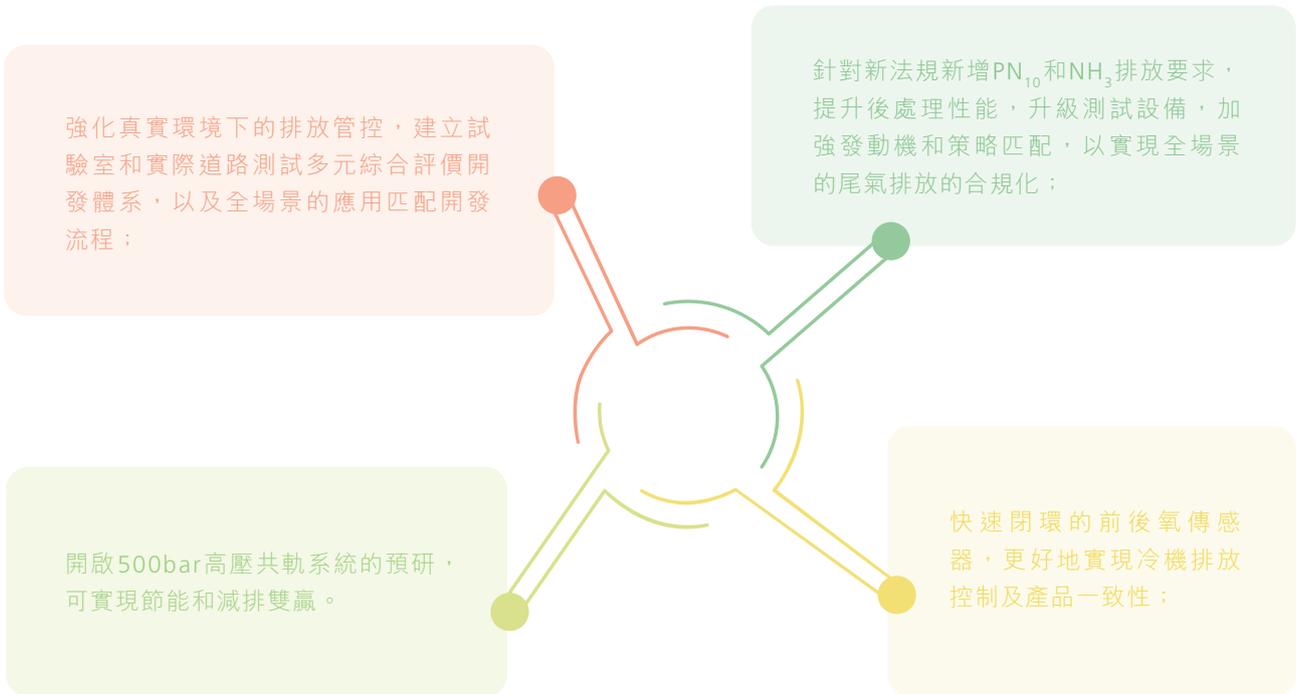
面對海外市場法規和環境多樣化及複雜性，長城汽車通過法規解讀、市場調研、實地考察及當地驗證等方式，支持開展動力/車型規劃、排放技術路線及控制策略等匹配車型競爭力及法規符合性評估。積極應對海外市場法規的進程，全面推進巴西L8法規靈活燃料車型及歐盟歐6e階段車型開發佈局；針對不同市場採取靈活的排放技術路線和當地化開發驗證規範，結合智能化SUV車型率先實現量產應用，項目切實做到環保節能，為消費者和社會創造價值。

作為中國汽車出海的先行者，長城汽車的全球化征程始終步履堅定，堅持「生態出海」，持續推進在地化生產與綠色產業鏈建設，將可持續發展理念融入車輛的全生命週期，以創新科技為引領，探索全產業鏈的節能減排，實現從產品出口到技術輸出、從市場拓展到責任共擔的全面升級。

未來排放法規應對

面向未來，長城汽車將繼續以技術創新為引擎，堅持「全球視野、本地深耕」的發展路徑，與各方夥伴攜手共進，共同邁向低碳、智能、可持續的出行新時代。作為中國民營汽車製造商的代表，長城汽車2025年積極參與國7法規相關課題階段預研（溫室氣體管控、高海拔排放、NH₃和PN₁₀），為下階段行業標準規範的建立提供建設性意見，海外方面全力跟蹤歐7法規實施動態，並開展技術預研工作。

面對未來更為嚴格的全球排放法規，長城汽車已做好了充足的準備：



從環境保護和藍天保衛戰的角度，長城汽車始終堅持持續研發和創新，為實現更清潔、更智能的未來交通，貢獻出自己的力量。

科技倫理

在智能化、數字化相關科技活動中，公司始終將數據安全與個人信息保護作為科技倫理治理的核心內容，堅持「合法合規、最小必要、全流程可控」的基本原則，確保技術創新在可控、可信的倫理框架內運行。

公司嚴格遵守國家及行業關於數據安全與個人信息保護的法律法規和監管要求，包括但不限於《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《數據出境安全評估辦法》《汽車數據安全管理若干規定（試行）》以及測繪及地理信息相關法律法規和管理條例，依法界定數據屬性、處理邊界與使用範圍，防止因技術應用不當引發的數據安全和倫理風險。

公司在技術設計階段即引入「合規前置」與「隱私保護內生化」理念，通過數據分級分類管理、脫敏脫密處理、加密存儲與傳輸、訪問權限控制等技術手段，將科技倫理要求系統性嵌入技術架構與業務流程之中，確保科技成果的應用不損害公共利益、用戶合法權益及數據安全底線。

公司已成立專門的合規與保密管理組織，建立覆蓋「人員、制度、技術、流程」的安全保密與科技倫理管理體系，並通過制度化、流程化和技術化手段推動科技倫理要求落地執行。

在制度層面，公司制定並持續完善數據安全與隱私保護相關管理制度，對數據採集、傳輸、存儲、使用、共享、銷毀等環節進行全生命週期規範管理，明確涉密數據和個人信息的分級分類標準、使用邊界及審批流程，確保各類科技活動均有章可循、有據可查。

在組織與流程層面，公司實行涉密人員管理、權限分級控制和責任到人機制，強化入職、在崗及離崗離職階段的合規審查與安全管控；定期組織內部合規檢查和專項審計，對數據合規處理、技術措施執行情況進行持續監督和整改閉環。

在技術層面，公司通過構建安全隔離架構、數據分區分級存儲、日誌留痕與可追溯機制，實現對數據流轉路徑、訪問行為和處理過程的全過程監控；在在線數據採集和雲端處理場景中，落實數據文件級加密、傳輸通道加密、身份鑑別與雙向認證等措施，降低因技術缺陷或操作不當引發的倫理與合規風險。

公司高度重視科技倫理意識的持續培育，將數據安全與隱私保護作為員工培訓和能力建設的重要內容，建立常態化的科技倫理培訓與考核機制。

在內部培訓方面，公司定期組織數據安全與隱私保護專題培訓和合規考試，覆蓋涉密人員、研發人員及相關管理崗位，重點講解法律法規要求、公司制度規範及典型風險場景；對未通過考核或不符合科技倫理要求的人員，嚴格限制其從事相關涉密或敏感崗位工作。

在外部合作與宣傳方面，公司在與合作方開展技術合作和數據交互前，實施資質審查與合規評估，明確數據安全與科技倫理責任邊界，並通過制度宣貫和技術規範要求，推動上下游合作方共同遵守科技倫理與合規要求。

通過持續的培訓、宣導與監督，公司不斷提升員工及合作方對科技倫理、數據安全和個人信息保護的認知水平，營造審慎、負責、可持續的科技創新環境。

報告期內，公司在科技研究、技術開發及相關應用過程中，未發生違反科技倫理、數據安全或個人信息保護相關法律法規的行為，亦未出現因技術不當使用導致的隱私侵害、數據濫用或合規處罰情形。

公司通過持續完善制度建設、強化技術防護和加強合規監督，有效防範了數據違規存儲、非法訪問、越權使用及敏感信息洩露等風險，確保科技活動始終在合法合規、符合倫理要求的軌道內開展。

產品質量與安全

產品質量是企業的生命線。企業競爭的實質就是質量競爭，產品質量不過關就必然被市場淘汰。隨着全面質量管理深入開展，長城汽車質量管理的視角已從「小質量觀」演變為「大質量觀」。從產品質量到經營質量，再到全面質量管理，企業內部職責和層級等都發生了本質變化。在大質量觀時代，科技飛速發展，經濟全球化進程不斷加快，客戶和市場需求呈現多樣化、個性化和更多的不確定性，長城汽車不斷變革適應內外部環境。

治理：

長城汽車於在總裁統籌下設立首席質量官，是長城汽車強化產品質量管理的舉措，也是在高質量發展之路上邁出的新步伐。首席質量官是公司產品質量安全的守門人。



質量管理部既要站在集團層面策劃管理，又要抓實踐落地。一是統籌協調研、供、產、銷、服、物流、全球化、質量數字化等領域政策的落地及執行，構建企業全面質量管理體系，並參與制定公司戰略、方針等。二是開展質量診斷、質量狀況分析、產品評審等質量活動，促進產品全過程業務鏈質量提升。核心目標，就是保證產品質量，持續滿足客戶需求，穩定公司經營質量。

戰略：

為積極落實質量安全社會責任，創建以質量為核心的質量文化，提升企業質量管理水平和競爭力，長城汽車把質量提到戰略的地位，制定企業層面的質量發展戰略，通過質量管理措施的不斷細化和提升，持續滿足客戶不斷變化的需求，增強客戶滿意度。

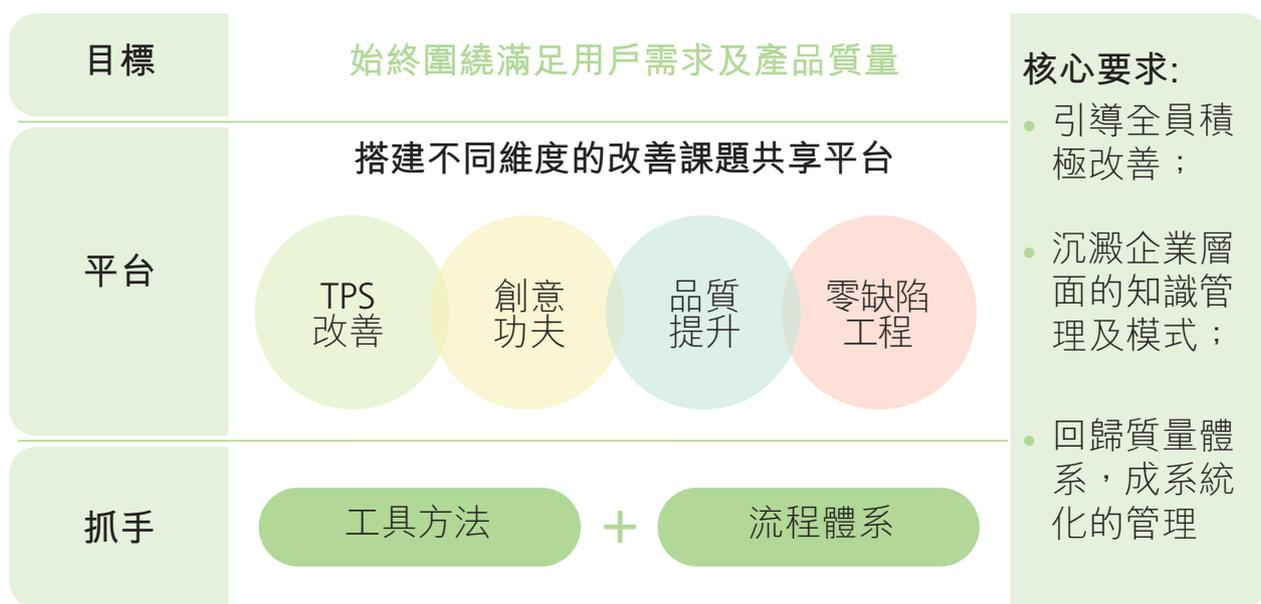
◆長城汽車質量方針：構建以顧客為中心一次做好的質量運營模式，以合規、環保、安全可靠的質量贏得顧客信賴，以智能、潮玩、共創的體驗超越顧客滿意，打造全球領先的品牌。

◆長城汽車質量管理原則：

「得其大者可以兼其小」，質量管理必須有原則和方向，有了原則，才有方向，有了方向，才能妥處分歧、拓展合作。長城公司時刻堅守質量原則和信念。

長城汽車質量管理工作中明確了三個原則，並持之以恆推行實踐，在行業內樹立了良好的質量口碑，內容如下：

1. 領導率先垂範，持久專注質量，身先士卒，樹立模範榜樣。每周堅持組織召開現場評車會，管理層站在用戶的角度體驗、感受每款車的動、靜態質量；親抓品質提升，潛心鑽研汽車新技術、新方法、新功能、用戶新需求，腳踏實地，做好各層級產品質量控制。
2. 利用工具方法，包括過程方法、APQP、MSA、FMEA、SPC、PPAP、CP、DOE、QFD、防錯、可靠性工程、零缺陷工程等各類行業標準和工具，讓機制、流程與體系實現結合。通過定期組織開展質量經營分享、TPS改善、QC、創意功夫等活動，為員工營造改善氛圍。在立項改善過程中各層級領導積極參與、出謀劃策，把握核心方向，在改善中沉澱知識管理及管理模式，不斷重塑質量管理體系。

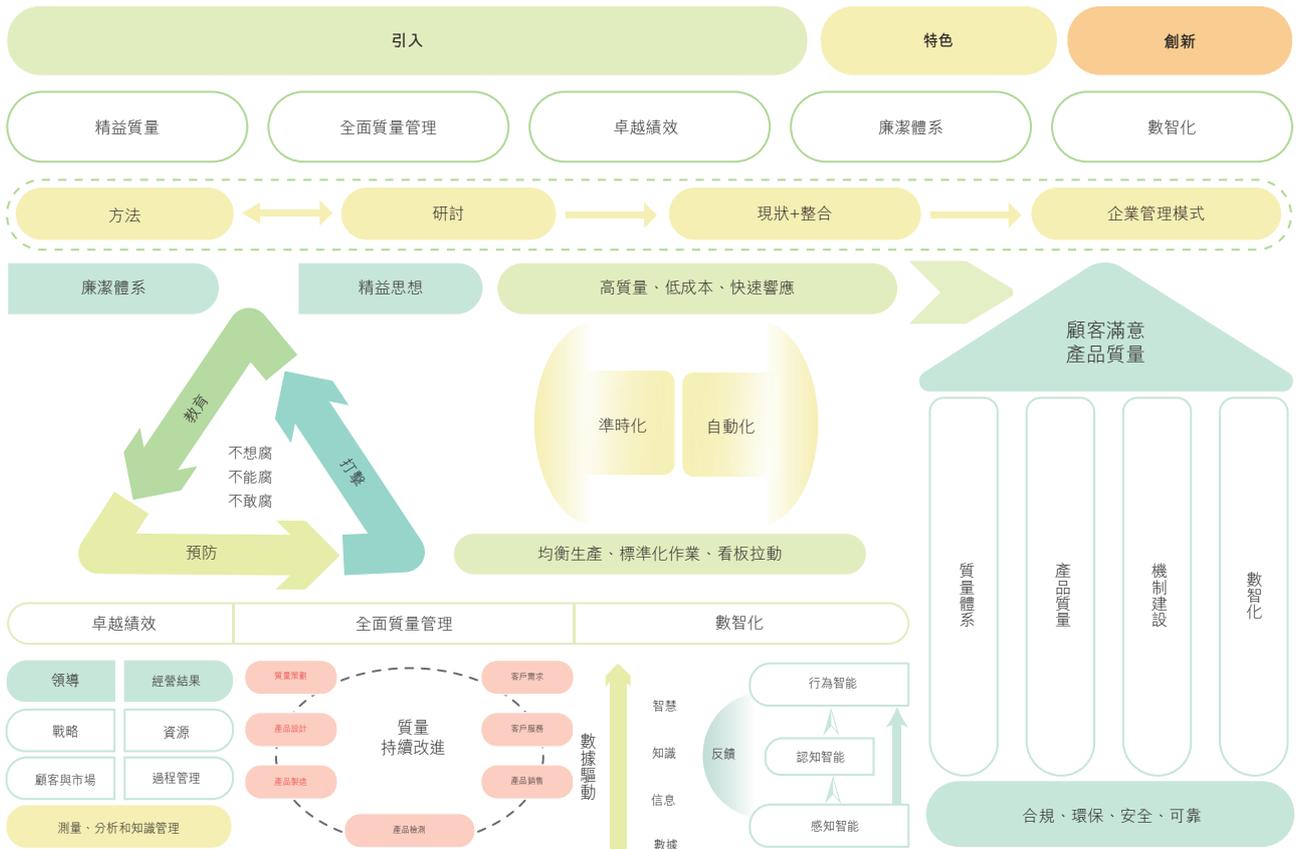


3. 營造質量文化、質量氛圍。通過創意博覽、案例大賽等活動，營造質量氛圍，實現從管理層到員工的質量文化構建。每天晨會前所有員工都會喊口號「玩命提品質，瘋狂抓執行」，彰顯長城汽車對質量的敬畏之心。

影響、風險與機遇管理：

在汽車行業充滿不確定性的複雜環境下，長城汽車既面臨多重可預見的風險挑戰，也蘊含着重塑突破的發展機遇，唯有持續深耕、主動識變應變，才能實現高質量發展。從風險層面來看，一是國際貿易環境的持續波動，可能對公司對汽車企業的進出口業務產生不確定性影響，增加市場拓展與運營管控難度；二是智能互聯網汽車、新能源汽車、智能駕駛等核心技術迭代加速，若未能加大研發投入、聚焦核心技術突破與應用場景創新，可能導致產品競爭力下滑、市場份額流失，無法精準匹配用戶多元化、高端化的需求升級；三是人工智能技術的快速普及的對汽車行業格局產生深遠衝擊，技術應用節奏與佈局力度不足，將可能錯失行業發展窗口，陷入被動跟隨局面。

但風險與機遇相伴相生，回眸長城汽車的每一次戰略重塑，始終堅守造車初心，不迴避風險、不畏懼挑戰，將各類風險與發展難題轉化為自我突破、迭代升級的契機。公司通過持續挑戰邊界、突破發展瓶頸，將風險應對經驗與創新思路融入企業各層級管理模式，深度聯動各項業務，堅持目標導向、價值引領，最終實現企業價值與經營業績的穩步增長，在行業變局中牢牢掌握發展主動權。



長城汽車不斷總結升級質量管理模式，具體舉措如下：

◆ 建設長城汽車精益質量經營管理體系，並且持續實施、完善及升級

1. 堅持精益生產，以精益生產促進管理創新。

在企業規模擴張遇到困難及挑戰時，長城汽車推行全員全過程精益生產改善理念和精益工具研究，構建了「精益生產」模式。在不斷升級迭代的精益質量管理體系中，將精益的理念逐步烙印到每一代長城人的思維中。

2. 結合自身特點，建立了一套具有長城特色的質量管理模式，實現從ISO 9000向IATF 16949全面質量管理轉型。

長城汽車建立了以產品開發為主線，集研供產銷服為一體的「全面質量管理體系」，以用戶為中心，持續改進。以IATF 16949標準、企業文化、信息技術三個基礎為依託，通過打造質量體系、產品質量、機制建設、數智化四個支柱，以合規、環保、安全、可靠的品質贏得客戶信賴，以智能、潮玩、共創的體驗超越客戶滿意，打造讓用戶信賴的全球領先的品牌。全面質量管理體系的核心是圍繞產品質量，貫穿產品策劃至上市全生命週期的整個價值鏈，尤其關注推動產品研發、供應鏈過程管理，強化領導作用下的經營管理、監視測量、應對風險和機遇的措施，促使各領域始終圍繞產品質量發揮價值。

3. 追求卓越的質量經營管理模式。

公司在質量管理體系基礎上藉鑑卓越績效管理模式，強化對公司經營戰略、績效結果和社會責任的管理。高層帶領全員，不斷提高組織的整體績效和能力，為客戶及相關方持續創造價值。

◆ 極具競爭力的供應鏈垂直整合以及長城特色的廉潔供應鏈體系，保證穩定可靠的零部件供應及質量優勢

1. 構建核心零部件自主配套能力，保證關鍵部件質量的持續穩定。

公司旗下有零部件公司，涉及汽車電池、動力、傳動、底盤、電子電器、內外飾系統總成零部件設計、研發、生產、銷售和服務能力。零部件自供自給的運營模式，使得效率和質量更有保障。長城汽車統籌規劃生產佈局，零部件跟隨全球佈局，實現模塊化管理，高效協同一致，滿足準時供貨，有效保障了產品質量穩定可靠。

2. 打造內外融合發展的質量共同體，保證產品質量持續滿足並超越全球客戶要求。

長城汽車優先選擇全球行業巨頭聯合開發，共享合作、共同發展，包括德國博世、華域汽車、瑞典奧托立夫、美國德爾福等，致力於汽車零部件產業的持續培育和轉型。同時基於汽車產業鏈的延伸，強化光伏、風電、氫能、儲能等新能源產業鏈的生態競爭力。

3. 打造「陽光質量工程」，淨化供應鏈質量合作環境。

長城汽車以廉潔促誠信，以誠信促發展，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境。將簽署《陽光協議》作為合作前提，向相關方傳遞廉潔文化，規範雙方合作的行為，嚴厲打擊腐敗，維護合作平台極具競爭力的供應鏈體系和長城特色的廉潔體系，為持續、健康合作提供重要保證。

◆基於組織、數智化創新質量長期主義，深耕價值驅動

1. 深耕變革之路，實現組織架構迭代。

基於長城汽車「前台、中台、後台」的扁平化組織架構，以用戶為中心，以項目和流程為導向，鼓勵發現創新並推動落地。

2. 數智技術賦能時代，綠智長城潮創未來。

為支撐集團戰略實現，以用戶為中心，構建基於用戶體驗的閉環模式，依托數字化實時可衡量、實時展現和智能輔助決策，引領研供產銷服全質量鏈條上有價值的和可信賴的人員創造高質量的產品和服務，持續提升產品競爭力和品牌優勢，持續助力公司高質量發展。

3. 堅持質量長期主義，將產品可靠性視為一項長期工程。

公司不斷改進產品可靠性，建立了從市場調研、產品研發、供應鏈可靠性保證、整車穩定性生產、售後服務快速響應保障機制等全生命週期的工具鏈，確保長城汽車能夠持續不斷地提升產品質量，贏得全球市場認可。報告期內未發生產品和服務相關的安全與質量重大責任事故。

◆負責任的產品召回：

針對汽車質量把控和問題產品回收，自2004年《缺陷汽車產品召回管理規定》實施以來，長城汽車對於汽車召回活動進行了全面的研究和落實，制定了一套完整的實施流程，建立《長城汽車產品召回管理規定》，從問題反饋，到糾正、預防，再到實施市場召回活動，每一個環節都有嚴格的程序去執行，保證快速、有效的實施召回活動。

同年長城協同開展外部召回橫展業務，收集全球外部車企的缺陷信息，通過研判、分析和調查，輸入至本公司內部相關部門開展排查，橫展本公司產品的相關零部件、功能在結構、特性等方面，是否存在與其相同或相似的風險，且完善失效庫和設計標準，從再發防止和未然防止的角度提早識別並規避召回風險，並利用公司內部數字化系統進行管理。

指標與目標：

展望過去，公司將持續發揮新質生產力創新勢能，推進「ONE GWM」全球品牌行動綱領和「國際新四化」戰略，持續開拓市場，豐富產品佈局，用更優的體驗與服務贏得全球更多用戶的信賴。

長城汽車將繼續堅持長期主義、高質量發展，致力於智能化、新能源、全球化戰略，推動公司品牌持續向上突破，為中國汽車產業的再次躍升創造價值。

長城汽車在過去一年中憑藉其在新能源、智能化及全球化領域的持續投入，獲得了市場與專業機構的廣泛認可，主要榮譽可總結如下：

◆ 產品與品牌獎項

技術平台認可：長城汽車的Hi4智能四驅電混技術在多個權威評選中榮獲「年度十佳混合動力系統」獎項，彰顯其在混動技術領域的領先地位。

車型專項榮譽：

哈弗品牌：明星車型哈弗猛龍憑藉硬派造型與Hi4技術，在主流媒體評選中獲「年度新能源SUV」等獎項；哈弗H6新能源版持續獲得緊湊型SUV市場關注度與價值獎項。

歐拉品牌：主打女性市場的歐拉閃電貓與歐拉好貓在設計與安全領域，獲得「年度最受女性喜愛車型」、「年度安全車身」等細分領域榮譽。

坦克品牌：坦克500 Hi4-T及坦克300持續引領市場，在專業越野與豪華SUV評選中，屢獲「年度豪華越野SUV」與「最具人氣越野車」稱號。

魏牌與長城炮：高端車型魏牌藍山在大型新能源SUV評選中保持熱度；長城炮系列皮卡則在年度皮卡車型評選中，毫無懸念地蟬聯「年度皮卡」大獎。

◆ 安全與環保認證

全球頂級安全評級：旗下多款全球車型在歐洲新車安全評鑑協會(E-NCAP)的2025年測試中，持續獲得最高五星安全評級，印證其世界級的安全研發與製造標準。

綠色與健康認證：部分新能源車型獲得國內權威機構頒發的「健康汽車」認證，並在整車可回收材料利用率及車內空氣質量方面獲得好評。

◆市場與客戶滿意度

行業研究排名：在國際知名市場研究機構J.D. Power發佈的2025年中國相關研究中，長城汽車旗下品牌(如哈弗、坦克)在細分市場的新車質量(IQS)與汽車產品魅力指數(APEAL)研究中名列前茅。

客戶服務獎項：在部分行業媒體與機構評選中，其「長城智慧服務」體系獲評「年度卓越售後服務品牌」等相關榮譽。

◆技術研發與全球化

智能化獎項：其高階智能駕駛輔助系統在專業測評中表現突出，獲得「年度智能駕駛技術獎」。

氫能技術認可：在商用車及氫能領域，長城旗下未勢能源的氫燃料電池技術獲得「年度氫能技術突破獎」等行業技術類獎項。

海外市場表彰：在多個重點海外市場(如澳大利亞、中東、東歐)，長城汽車被當地汽車協會或媒體評為「增長最快品牌」或「最具價值中國品牌」。

長城汽車的獎項覆蓋了核心技術、明星車型、全球安全、客戶體驗及海外拓展等多個維度，不僅體現了其產品矩陣的綜合競爭力，也反映了其在向「全球化智能科技公司」轉型過程中所取得的紮實進展。

安全技術成果凸顯，全方位築牢產品安全防線

功能安全：

我公司功能安全產品開發流程體系已通過ISO26262 ASILD ML3等級認證，成熟度屬於行業前列，為全球化、智能化提供了保障。功能安全開發範圍已涵蓋車身舒適域、底盤及安全域、動力域、信息娛樂域、駕駛輔助域各個整車功能，開發成果獲得行業內高度認可。功能安全開發成果通過行業內多家知名機構審核評估，並支持車輛通過量產型式認證：如GB17675，ECER79，ECER152等。我公司結合項目實施過程反饋對功能安全開發流程進行了持續的更新完善，保證其適宜性、充分性和有效性，同時功能安全開展過程及成果順利通過了第三方的跟蹤審核，持續保證了標準符合性；同時通過持續的功能安全培訓、知識沉澱及經驗分享等形式，持續提升了我公司整體的功能安全專業能力與認識，推動了安全文化的創新與發展。



車輛網絡安全：

我司始終堅守合規經營底線，嚴格遵循銷售市場法律法規，致力於構建並持續完善符合法規要求及行業標準的全流程管理體系。2025年，我公司以我國最新發佈的國家標準GB 44495《汽車整車信息安全技術要求》為指引，全面推進該標準在各車型項目中的落地實施，並順利通過第三方外部審核，有效提升了車輛網絡安全防護能力，為智能網聯汽車安全體系建設築牢基礎；我司圍繞車型項目推進整車滲透測試與漏洞掃描工作，定期開展攻防演練及護網行動，及時識別並整改安全風險；同時，構建車聯網雲端信息安全基線體系，部署雲端監控平台，持續強化車聯網雲端信息安全防護能力；2025年，我司進一步深化數字化工具在車輛網絡安全管理中的應用效能，通過整合各類數字化工具，全面提升安全管理工作效率。

藍山智駕版在網絡安全領域權威測評中表現卓越，先後獲得兩大行業權威機構的高度認可：

在C-ICAP網絡安全及隱私安全測評中，憑藉出色的網絡安全防護能力與隱私安全保障體系，斬獲五星評價（通常代表該領域最高安全水準）。同時，在IVISTA智能網聯汽車信息安全及隱私安全測評活動中，藍山智駕版以領先的安全技術實力，獲得雙G（最高評級）評價，體現其在智能網聯場景下的信息安全及隱私保護均達到行業頂級水平。



車聯網數據合規：

我公司深度聚焦車聯網數據合規領域，在行業數據安全法規與標準動態更新的背景下，集團層面建立了數據合規辦公室，統籌管理集團各業務板塊數據合規領域工作，技術中心主管車聯網數據合規，在集團的框架下搭建了專業數據合規團隊，並構建覆蓋車聯網數據全生命週期的合規管理體系，並在多款智能網聯車型項目中成功落地實施。通過開展數據分類分級、跨境傳輸評估、用戶隱私保護等全方位合規設計，有效降低數據洩露與濫用風險。2024年8月，我公司正式獲得數工委和博業眾誠聯合認證的《數據安全建設能力認證證書》，標誌着我在汽車數據安全領域達到行業更高水平。該認證覆蓋數據全生命週期管理，從研發、生產到輔助駕駛系統，構建起全方位的數據安全防護體系。



為適應數智化轉型需求，我司聯合第三方機構共同研發車聯網數據合規數字化工具，如隱私數據風險評估工具 (inDARA)、數據安全態勢管理平台 (DSPM)，實現數據合規需求分析、方案設計、實施監控的全流程工具化與自動化，顯著提升合規工作效率與準確性。

此外，我司多名數據合規專家被國家互聯網信息辦公室聘為「車聯網數據安全專家委員會」成員，深度參與行業數據分類分級指南、跨境傳輸等標準制定。在行業權威測評中，我司藍山車型隱私保護模塊斬獲C-ICAP隱私保護五星評級，同步榮膺IVISTA雙G級卓越認證，數據合規能力成為車型競爭力的核心優勢。

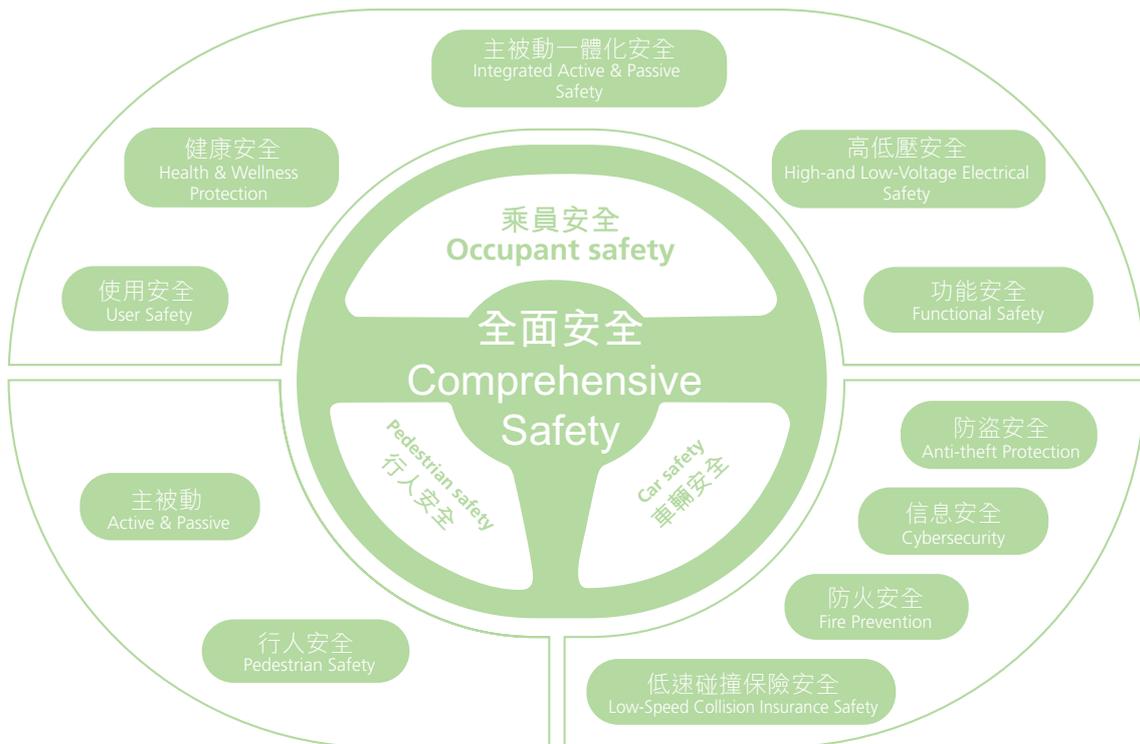
主被動安全方面管控措施

1. 安全願景

長城汽車始終奉行「安全至上」的核心理念，所有開發活動都以「交通事故零傷亡願景」為目標，不斷追求駕駛安全「最大化」和事故傷害「最小化」。

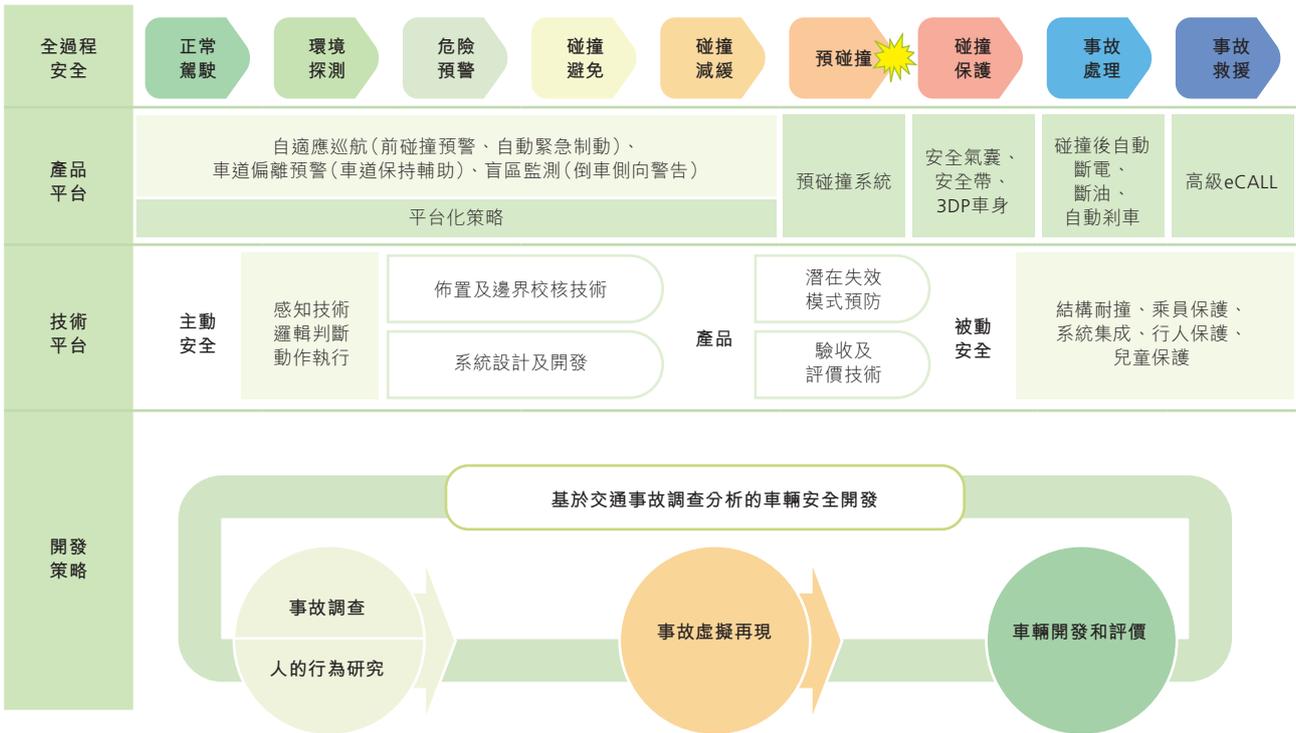
2. 安全開發理念

長城汽車秉承「T-Safety」全面安全理念，不僅致力於保護自身及車內乘員的安全，也充分考慮包括汽車、摩托車、自行車、行人在內的所有交通參與者的安全。



3. 安全開發技術體系

基於真實道路交通環境和實際交通事故特徵，關注駕駛「全過程安全」，以安全性能開發流程為基礎，利用虛擬分析、試驗測試及主觀評價相結合的方法，推動產品平台與技術平台的實現及迭代升級，持續提升長城汽車的安全性，實現乘員、行人、車輛全面安全。



4. 產品安全實現

基於長城汽車「全面安全」開發理念和完善的安全性能開發體系，至今長城汽車已有數十款車型取得了海內外NCAP五星成績，2025年我司繼續深耕汽車安全技術，在滿足NCAP星級和保險安全指數測評基礎上，追求更高的安全標準，守護用戶安全。

2025年4月18日，魏牌全新高山以實際交通事故為藍本，在央視新聞特別節目《遇見不一樣》中公開碰撞測試。模擬場景設置如下：車輛以15km/h車速正常行駛時，遭到誤闖紅燈的橫向來車以60km/h速度高速撞擊至第三排位置。為了最大化還原實際使用情況，測試車輛內部佈置了成年男性假人模擬「父親」，二排放置成年女性和6歲兒童假人模擬「母親」和「大寶」，三排則安排兩位老人與嬰幼兒假人模擬「奶奶」和「二寶」。這種家庭角色的佈置，使測試結果更加貼近真實出行情境。試驗後依據權威機構的乘員傷害評價標準，魏牌全新高山碰撞測試的各部分均獲得GOOD評分。這一成績再次驗證了其卓越的安全設計，用數據與事實向消費者證明了自己的實力。魏牌高山作為長城汽車旗下的旗艦級MPV，它不僅提出了新的安全標準，更為家庭用戶的每一次出行提供了從容底氣。

長城汽車對安全的追求，從未止步於實驗室中的測試高分。從滿足權威測評的五星標準，到主動模擬真實路況中的極端風險，我們正將安全的定義從「通過測試」提升至「守護現實」。魏牌高山以家庭為場景的碰撞實驗，不僅印證了技術實力的領先，更傳遞出一份堅定的承諾：安全，不是為了數據，而是為了當意外來臨那一刻，每一個座位上的生命都能被悉心守護。長城汽車，以科技為基，以關懷為念，讓安全超越標準，陪伴每個家庭安心前行。

案例1

以集團曼德公司為代表，公司全面搭建並通過IATF16949:2016質量管理體系與ISO 45001:2018職業健康安全管理体系雙重認證，確保產品全生命週期質量、生產安全與環境安全均滿足中國及全球各銷售市場的法規要求。依託IATF16949國際標準，公司深度融合APQP、PPAP、FMEA、SPC、MSA等全球通用核心質量工具，形成事前策劃、過程管控、風險預防、持續改進的一體化質量管理模式。以顧客導向過程(COP)、支持過程(SP)、管理過程(MP)為框架，建立完善的質量手冊、程序文件及管理制度，實現體系全域覆蓋、各事業部高效協同、全流程標準化運行。

針對產品安全這一核心底線，公司嚴格按照IATF16949特殊要求建立專項產品安全管理體系，精準識別產品與過程中的安全關鍵特性，從研發端即開展耐久試驗、高低溫循環、鹽霧、振動衝擊等多場景嚴苛驗證；在量產階段通過SPC、防錯裝置等手段實現過程穩定可控，從源頭杜絕質量風險，最大限度保障用戶安全。

在生產環節，公司建立不合格品全生命週期管控、分層審核、快速響應、問題閉環、防錯驗證、量具校準、標準化作業等多重保障機制，實現不接收、不製造、不流出不合格品，確保產品指標達標。同時藉鑑行業最佳實踐，構建覆蓋現場、人員、設備、生產等十大維度的精益生產管理體系，以零浪費、零損失、零事故為目標持續精進。

案例2

公司旗下諾博汽車以ISO9001:2015和IATF16949:2016為基礎，建立含戰略經營、研發、製造等21個一級過程的質量管理體系，按規定開展內審與持續改進，規範質量檢驗及不合格品管理接口。研發階段依相關規定落實質量保證計劃、FMEA評審等活動，量產階段按控制計劃制定檢驗規範，保障全流程質量。

公司提前佈局座椅安全新平台研發，以法規前瞻適配、性能全面提升為核心，採用輕量化與高強度設計理念。通過優化骨架受力路徑、應用新型複合材料，核心承載結構強度提升10%以上，實現5%-10%輕量化，兼顧安全與節能。

新平台預留智能系統集成接口，依託有限元仿真優化多工況防護方案，採用拓撲優化策略強化關鍵部位，經過實車碰撞驗證，性能滿足法規要求；同時專項開展行車保護零重力座椅技術預研，突破傳統駐車使用限制。經多輪滑台碰撞驗證，該機構可滿足行車工況使用，有效保障乘員安全、降低碰撞傷害；目前該技術已完成專利申請，後續將逐步應用於新車型平台。

知識產權保護

長城汽車作為以整車為核心、全面佈局智能化與新能源技術的高新技術企業，於2025年順利通過複審，認定有效期三年。此舉確保公司持續享有稅收優惠政策，為核心技術研發與創新項目落地提供有力支撐。

專利數量

長城汽車在技術創新的同時，高度重視知識產權保護。截至2025年底，累計申請專利30,000餘項，授權專利20,000餘項，有效專利15,000餘項。專利申請覆蓋歐盟、美國、日本、東盟等40餘國家／地區，重點圍繞新能源、智能化、發動機等領域構建核心專利壁壘。

所獲獎項：

2025年長城汽車榮獲國家級專利獎1項，長城炮商用炮車型外觀設計榮獲「第二十五屆中國外觀設計銀獎」。截至2025年12月31日長城汽車累計獲得中國專利獎10項(含金獎4項、銀獎1項、優秀獎5項)及河北省專利獎10項(含一等獎4項、二等獎5項、三等獎1項)。

知識產權管理

長城汽車作為一家國際化企業，以全球化知識產權合規管理為基礎，依託《長城汽車全球專利合規手冊》，建立了全領域、全鏈條的知識產權管理體系，並將其嵌入研、產、供、銷各個環節，保障知識產權工作的有效推進。

(1) 知識產權制度建設

公司已建立涵蓋專利合規、申請、預警、激勵、放棄評估等環節的20餘項制度體系，形成科學、閉環的管理機制。其中，《專利激勵管理規定》推行月度獎勵機制，貫穿專利提案、申請、授權、轉化運用全過程，將創新意識深度融入研發日常，顯著提升員工參與積極性與專利產出質量，為企業知識產權發展注入持續動力。

(2) 專利申請質量管控

始終堅持「質量為本」原則。針對新技術、新產品，系統梳理技術架構，深入挖掘底層邏輯與應用細節，實施地毯式技術分析；同步開展專利檢索與佈局研究，為高質量申請奠定基礎。專利工程師全程參與撰寫與OA答覆，嚴控每一個技術節點，確保專利權利要求清晰、保護範圍合理、技術支撐充分。

(3) 風險管控

為確保產品上市前專利風險得到充分識別並可控，將專利風險管控加入研發日程，對車型技術類、外觀類專利風險進行識別、檢索分析及侵權規避，並依據專利風險情況制定風險應對措施，實施全流程預警管控和風險閉環。

(4) 知識產權數字化建設

全面實施知識產權數字化建設，提升知識產權工作效率及管理質量，先後引進多種專利檢索數據庫和專利管理系統，已實現全集團專利事務的數字化管理。

(5) 專利轉化運用

依託強大研發體系，長城汽車構建「研發－專利－轉化－收益－再研發」閉環機制，推動發明專利高效落地。目前，超85%的專利已應用於主營業務產品。同時，公司積極盤活專利資產，通過許可與轉讓實現市場化變現，累計轉讓專利900餘項，創收超2.6億元。專利工作重心由「重申請」轉向「重轉化」，以技術產品化、專利資產化、生態協同化，持續提升產品競爭力與創新動能。

供應鏈管理

供應鏈管理是本集團可持續發展的重要組成部分。我們持續健全供應商全生命週期管理，並將ESG納入供應鏈風險識別及日常管理。以用戶為中心，構建「全球化、敏捷穩健、高質價比」的供應鏈體系。

基於業務發展需求，制定《供應商控制程序》管理要求，多維度選擇、評價供應商，開展供應鏈管理活動，打造穩定可靠的供應鏈體系：



1. 供應鏈平台

為實現與供應商端到端的交互，同時本着公平、公正、簡單、透明原則，長城汽車搭建統一的供應商交互平台—數字化採購系統（簡稱DPS），實現所有業務的線上合作；DPS實現了新供應商准入、新項目報價定點、質量數據、交付、結算全業務鏈條的高效協同，提高協同效率和供應鏈的組織、整合能力；系統分為五大功能版塊：廣域尋源支撐新供應商准入，在線報價保證定點過程公平公正，品質版塊能夠實時獲取質量表現，助力產品提升，交付協同打造需求到交付的一站式平台，對賬結算達到雙方賬務清晰可見，將成為長城汽車統一的供應商交互協同平台。

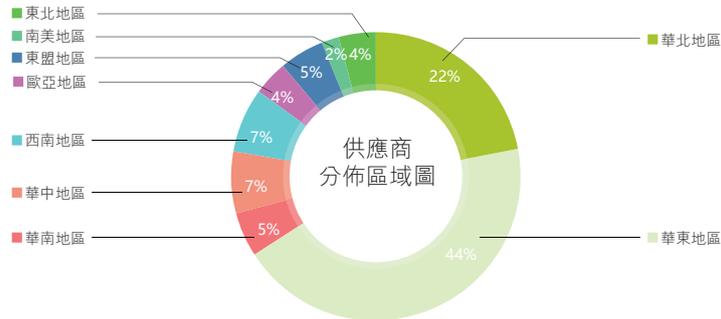
2. 供應商引入

在供應商引入環節，基於《潛在供應商准入管理辦法》、《供應商審核表》等內容要求，形成由經營管理能力、研發技術能力、質量控制及製造能力的多維度評價形式。准入前，要求供應商簽署《陽光協議》、《保密協議》、《採購合同》、《質量協議》等文件，並按照《供應商控制程序》等要求開展評價。同時對各類標準與制度文件進行評估與更新，以確保供應商管理與本集團發展、行業領先標準，以及國內外政策變化保持一致。

基於公司戰略及相關方需求，打造與公司戰略高契合度的供應鏈體系。我們強化了供應商管理，從人文、環境、安全、有害物質管控、守法合規、貿易安全等多維度對供應商及其供應鏈的社會責任管理情況進行評審，要求100%供應商提供環評報告，涉及生產節水等相關要求，加強了環境和社會責任影響評估。組織質量、技術、採購等專業人員對供應商及其下級二三級供應商現場實施審核，要求供應商需要通過IAFT16949認證與ISO14001認證，對新引入供應商開展100%質量要求培訓，並針對長城汽車質量管理新員工開展100%質量培訓，以確保供應商產品的開發、生產、質量管控、交付能力、可持續發展符合要求，為終端用戶輸出高品質產品增添保證。

在供應商准入審核增加了可持續相關指標的評估和得分項，包括：碳中和管理組織架構、碳中和管理體系、碳中和規劃、碳中和減排目標等項目，實現新引入供應商100%審核確認，以保證符合長城汽車可持續發展規範要求。另外，我們通過數字化採購系統對供應商碳信息（零部件低碳材料應用及研發情況、供應商能源應用及未來規劃情況、零部件單件生產碳排放情況、供應商是否有綠色供應鏈管理規劃）、供應商零部件碳信息（零部件產品碳排放現狀、零部件單件生產碳排放情況、其他低碳管理信息）進行碳數據管理。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。

供應商數量，主要供應商超1,000家，均為行業內優秀供方，全球知名供應商佔比超30%，對於合作供貨商，2025年，長城汽車供應商質量體系認證率達100%，具體分佈：



3. 供應商管理

① 供應商考核管理

從供應商的開發(產品變更、APQP閩點交付文件質量、項目開發進度、項目ET/PT/SOP現場審核)、採購(合同簽署、成本透明度、成本競爭力)、質量(售前PPM達成、甩車/停線、零公里BC-S問題、變更管理等)、交付(交付及時性、安全庫存管理、包裝及工裝管理、交付問題整改等)、服務響應(溝通與信息協同、索賠問題溝通)等維度，定期對供應商開展績效考核。評價結果從優到劣分為I、II、III、VI四等級，根據評價結果，對供應商實施獎懲，長期不滿足要求的供應商實施淘汰。並關注下級供應商質量、安全、人文、環境、有害物質管控、守法合規等因素，要求相關一級供應商對此進行確認。

② 風險評估

長城汽車制定《出口管制與經濟制裁合規管理手冊》，採購合同中增加合規條款，對供應商實施約束，通過GSCP與DPS系統對接，實現貿易管制黑名單實時信息化自動篩查、預警，發現異常及時處置，確保風險受控，成為供應鏈風險評估領域公認的行業合作夥伴。

長城汽車制定《潛在經營風險供應商篩查方案》主要從經營維度(近2年企業/法人限制高消費及頻繁變更、近2年大量合同/勞務糾紛、近2年有多次資產抵押情況、近2年有被收購/出讓股權等情況等)、業務維度(存在1千萬以上呆滯並多次提出解決訴求、2年內多次申請特殊付款供應商、近1年頻繁發生交付困難事件、連續3年長城採購額快速下降(年均>50%)，且企業銷售額同步下降等)週期性審視供應商潛在經營風險，前置策劃應對措施，降低供貨風險。

③ 陽光採購

公司建機制、重廉潔，強化數智化服務，賦能組織轉型與能力提升，規範合作雙方廉潔管理，從源頭上預防、杜絕腐敗事件的發生，保護雙方利益不受損害，建立公平公正、簡單透明的合作環境與互利共贏的事業夥伴關係，為促進商業夥伴了解長城公司廉潔要求，長城汽車制定《商業夥伴廉潔行為準則》，並告知合作夥伴，在官網對反腐敗等內容進行宣傳引導。

公司持續加大陽光採購的推行力度，建立《廉潔體系制度》規範員工及供應商行為，建立廉潔管理流程，對內/對外敏感事項均需備案，出差前/後備案等，堅持營造「公平、公正、公開、透明」的合作環境，供應商簽署《陽光協議》作為合作前提，公司加入了《反舞弊聯盟》，針對違反公司《廉潔體系制度》的供應商，會被列入長城汽車供應商合作黑名單並上傳信息至《陽光誠信系統》，並進行相應處罰，視情節嚴重程度公示給《反舞弊聯盟》其他成員；對於員工違反《廉潔體系制度》，公司會依據情節嚴重程度進行警告、罰款、開除等處罰措施，情節嚴重的會被移交公安或司法機關進行處理。公司在採購流程的主要環節均實現了系統操作，可追溯，做到了高效透明。

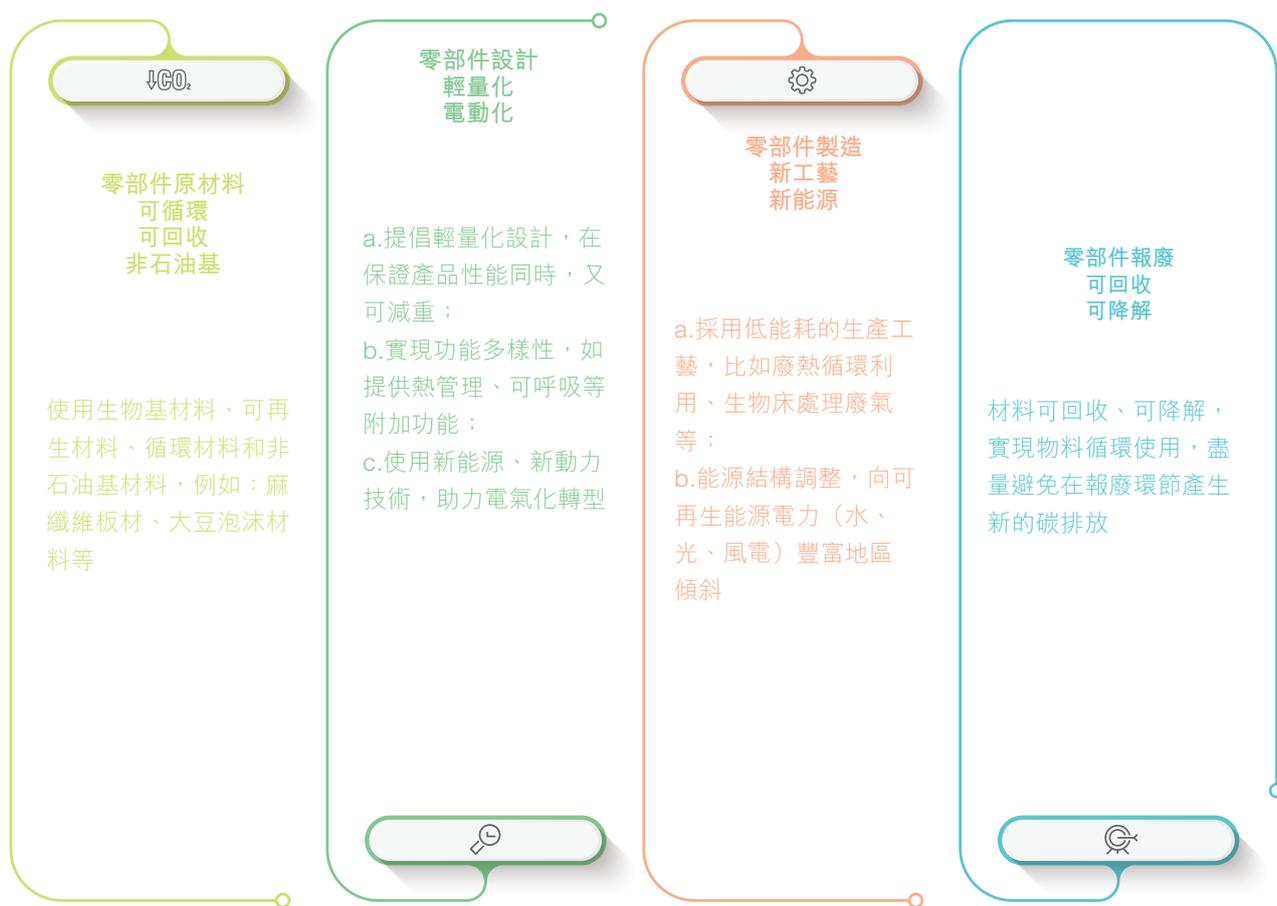
公司秉持公平公正、平等相待原則，對所有供應商一視同仁，恪守商業道德，規範合作流程，營造開放透明、互利共贏的良性合作生態。截至報告期末，長城汽車應付賬款(含應付票據)餘額超過300億元，不存在佔總資產的比重超過50%的情況，無逾期未支付款項(剔除存在爭議及糾紛的事件)。同時公司及控股子公司嚴格遵守國家相關法律法規，不存在通過國家企業信用信息公示系統向社會公示逾期尚未支付中小企業款項信息的情況。

4. 供應商可持續發展

汽車市場充滿變數和挑戰，長城汽車秉承協同發展的理念與供應商夥伴打造全產業鏈合作生態，我們十分重視供應商的能力建設，針對可持續發展、專業技術、質量管控、反貪腐等內容，面向不同性質的一、二級供應商開展講座和交流培訓。同時定期就內部需求和最新行業標準與供應商通過供應商大會、技術日等活動，明確雙方目標和發展方向，共建真心夥伴合作共贏的可持續供應鏈。

在供應商日常管理中亦積極融入可持續發展理念。打通全鏈條供應資源，打造綠色新生態，推動使用可循環再生材料、綠色能源製造，建立綠色供應鏈。主動選擇環境及社會友好型供應商，23年率先建立評價標準、成立專項管理團隊，開展供應商低碳評價和培訓指導，近兩年依據評價標準開展多家供應商評價，顯著提升了供應商減排意識和供應端低碳管理水平，持續帶動供應商夥伴向可持續發展轉型，攜手在商業道德、勞工權益、健康安全、環境保護及氣候變化等多方面共同實現可持續發展目標。

在國家「3060」碳目標背景下和國際碳中和政策背景下，汽車業節能減排已是大勢所趨。供應鏈從零部件原材料、零部件設計、零部件製造和零部件報廢四個環節，識別影響碳排放因素，並開展管控舉措制定，以打造可持續的綠色供應鏈管理體系。



經銷商管理及培訓

銷售滿意度

2025年五品牌銷售服務滿意度達成93.94分，售後服務滿意度達成90.1分。

經銷商管理

2025年，長城汽車錨定ONE GWM全球統一渠道戰略，打造三大專屬細分、高效協同的渠道體系。秉持用戶中心理念，以誠信與公信力打造專業有溫度的服務體系，推行透明銷售、革新上牌流程、打造終端星級評價體系，以誠信破局、效率提體驗、創新適配需求，提升用戶滿意度與品牌公信力，未來將持續深化用戶導向，升級體驗、夯實口碑，持續增強用戶對品牌的認可與信賴。

以全球統一的ONE GWM為渠道戰略方向，強化長城企業品牌，形成三大渠道體系：長城汽車渠道，以一個長城為導向，統籌哈弗、歐拉、皮卡渠道資源，通過聚合保效能、瘦身降成本、提升渠道質量；魏牌定位高端品牌專屬渠道，以直營渠道模式發展，與坦克渠道資源協同應用；坦克渠道，定位豪華越野品類專屬渠道。長城汽車以專屬細分、高效率協同和穩健盈利的渠道，為用戶提供全生命週期的高品質服務。

長城汽車「以用戶為中心」，以「誠信+公信力」為核心抓手，堅守長期主義，打造專業、有溫度的服務體系。通過構建誠信透明的銷售服務體系，切實解決行業誠信缺失、購車套路等痛點，以專業與溫度踐行「選擇長城，就是選擇安心」的品牌承諾，持續引領行業服務品質發展。

銷售體驗方面，深度推行全業務鏈路「透明服務」，車輛價格、購車流程、消費項目及費用全程公示，實現全國服務標準一致，讓用戶購車全程安心。

業務流程變革方面，針對用戶「購車流程繁、上牌耗時長」痛點，長城汽車積極響應，推動新車上牌「一件事」落地。創新「出廠即查驗」模式，用戶可在購車店內一站式辦結選車、繳稅、上牌等全流程，真正實現「提車即駕駛」。該服務已覆蓋多種車型，大幅提升購車效率。

運營激勵方面，全力打造終端星級評價體系，從專業度、滿意度、誠信合規等維度嚴格考評，配套正負激勵機制與煥汰機制，倒逼服務品質提升與誠信力打造。

2025年，長城汽車以誠信破痛點、以效率應訴求、以創新適配場景，大幅提升用戶滿意度與品牌公信力，為行業提供了可藉鑑的實踐經驗。未來，長城汽車將堅守長期主義，深化用戶導向，持續完善售前服務體系，以更專業、高效、溫暖的服務守護用戶信任，引領行業高質量發展，讓「全心服務」的品牌承諾深入人心。

銷售滿意度的提升舉措

為持續提升客戶服務體驗與滿意度，長城汽車持續開展用戶滿意度調研，通過電話、線上雙渠道深度傾聽客戶聲音，2025年採用分場景問卷調研模式，同步優化極簡線上問卷形式，聚焦銷售試駕、提車服務核心場景，從諮詢、接待、試駕、環境、交易、交車、關懷七個維度，全面評價服務質量。對內建立健全銷售服務管理機制，統籌推動銷售服務關聯組織績效掛靠、問題協同改善與定期複盤，實現服務管理的閉環推進；對外通過全網視頻監控、飛行檢查、廠商系統經銷商服務記錄抽檢等多重手段，強化服務過程管控，同時推動用戶需求從廠端精準傳遞至經銷商，切實保障客戶權益，確保服務流程高效落地。

此外，長城汽車五大品牌開展終端基礎運營百日提升行動，圍繞經銷商銷售接待流程、店面形象、硬件長效維護、展車／試駕車狀態、人員着裝規範等關鍵維度全面檢核，針對發現的問題統籌指導店端制定專項改善計劃並全程監督落地，以標準化、精細化的管理推動經銷商整體服務水平迭代升級，持續打造優質服務口碑，不斷增強客戶滿意度與品牌忠誠度。

長城汽車多維度開展用戶滿意度調研，通過內建管理機制、外強過程管控形成服務閉環，同步開展五品牌終端運營提升行動，以標準化管理推動經銷商服務升級，為用戶打造專屬、高效、專業的服務體驗。

2025年中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)測評，長城汽車旗下哈弗與坦克品牌的燃油板塊，斬獲自主品牌「銷售服務滿意度」第一名；坦克品牌新能源板塊榮獲傳統品牌「銷售服務滿意度」並列第一名。這是市場與用戶對長城汽車服務品質的高度認可，更是公司秉持「全心服務」理念、將用戶服務作為履行社會責任重要載體的實踐成果，彰顯了企業在提升用戶服務體驗、構建品牌與用戶長期信任關係上的堅定堅守與硬核實力。

類型	廠商品牌	類型	名次
燃油	哈弗	銷售服務(自主品牌)	1
燃油	坦克	銷售服務(自主品牌)	1
新能源	坦克	銷售服務(傳統品牌)	1並

類型	車型	細分市場類別	名次
燃油	第三代哈弗H6	10-15萬緊湊型SUV	1
燃油	哈弗大狗	10-15萬緊湊型SUV	1
燃油	坦克300	硬派SUV	1
新能源	歐拉好貓	純電動小型轎車	1並
新能源	坦克400 PHEV	硬派SUV	1
新能源	坦克500 PHEV	硬派SUV	1並



經銷商培訓

在汽車產業面臨電動化、智能化、低碳化深刻變革的背景下，ESG已成為企業核心競爭力的重要組成部分。長城汽車始終秉持「用戶至上」的理念，致力於為用戶提供卓越的服務和產品體驗。積極推進經銷商培訓模式升級，通過提升終端人員的專業接待能力，向用戶傳遞出高質量的服務水準和產品價值，踐行對用戶的責任擔當。培訓賦能是將ESG從高層戰略轉化為全員行動，從理念宣言轉化為具體能力的重要環節。

產品培訓 — 推動綠色轉型，助力持續價值轉化

在當今競爭激烈的市場中，產品體驗是用戶選擇和使用產品的重要考量因素，良好的產品體驗可以提升用戶滿意度。長城汽車持續夯實產品專家專業講解能力，借助歐拉5新產品上市培訓，設計工廠參觀、核心零部件解析、試驗場試駕等沉浸式體驗課程，通過工程師沉浸式講解，深度解析看不見的品質，確保銷售與市場團隊能準確傳達產品的環保優勢，助力綠色銷售。

同時，借助全新坦克500上市之機，通過設計輔助駕駛試駕場景提升駕駛信心，借助智能座艙實現舒適與智能的實操體驗，全面覆蓋用戶多元場景需求，幫助銷售人員提升對長城汽車的輔助駕駛能力、Hi4混動技術、越野技術，以及用戶用車場景、生活方式和個性化需求的認知，以更專業的服務能力增強了用戶認可。2025年產品培訓累計覆蓋培訓人數約86,636人次，培訓覆蓋率100%。



歐拉5新產品上市培訓



全新坦克500上市培訓

崗位培訓 — 鑄就責任組織，鍛造團隊韌性

長城汽車持續完善經銷商培訓體系建設，圍繞品牌、產品、流程及管理維度，系統覆蓋旗下哈弗、魏牌、坦克、歐拉及皮卡五大品牌，針對經銷商總經理、銷售總監、產品專家等核心崗位開展培訓累計超18,324人次。通過理論結合實操等綜合評估，持續夯實經銷商可持續服務能力，助力用戶實現綠色、安全、便捷的全生命週期用車體驗。

線下培訓推出品牌文化與產品技術沉浸式體驗課程，通過組織參觀智能製造工廠與技術核心零部件、體驗徐水試驗場安全與性能測試等方式，深化經銷商對長城汽車品牌理念、產品安全、技術創新的認知，推動終端在產品營銷與服務過程中，更主動地傳遞環保價值、踐行社會責任，實現可持續經營與高品質服務協同發展。



新媒體培訓 — 傳遞責任價值，引領可持續消費

通過構建線上線下協同的服務體系，以體系化的培訓模式赋能經銷商，提升線上看車與實時溝通的便捷性與響應效率，減少客戶線下出行需求，助力低碳交通轉型。2025年新媒體培訓累計覆蓋人數約19,108人次，通過標準導入、實操帶教與1對1診斷改善等舉措，系統性提升經銷商團隊的專業能力，促進就業質量提升與區域人才發展，依託數據驅動的培訓效果評估，強化透明化與精細化，推動服務標準升級及客戶體驗優化。

技術培訓 — 賦能綠色驅動，夯實未來競爭根基



長城汽車始終堅持以提升用戶滿意度為核心目標，致力於打造一支技術過硬的售後服務團隊，構建了全方位的技術培訓體系，涵蓋技術崗位認證及專項技術知識等多項培訓。2025年技術培訓線上+線下累計覆蓋終端維修技師90,364人次，覆蓋全網。確保每位技師都能及時學習最新的維修技術和服務標準，掌握三電系統、充電技術、能源管理等知識。長城汽車持續完善技術培訓課程並創新培訓形式，通過線上視頻直播重理論講解+線下培訓重實車實操演練，全面提升終端維修技師專業能力，打造售後服務專業技術團隊，高效解決用戶車輛問題，為用戶提供更優質的售後服務體驗。

未來，長城汽車將深化培訓作為ESG能力基礎設施的戰略投資理念，持續推進培訓模式變革升級，打造經銷商團隊的專業服務水平，以實際行動踐行「用戶至上」的服務理念，為用戶創造更大價值，實現可持續發展。

客戶權益保護

客戶投訴管理：

長城汽車始終秉持「以用戶為中心」的服務理念，致力於打造用戶尊享的服務體驗；同時，公司建立全國統一服務熱線400-666-1990，為用戶提供7*24小時全年無休服務。

為保障客戶投訴得到快速、有效的處置，長城汽車制定了《顧客問題處置管理規範》、《投訴改善管理規範》等客訴管理辦法，終端層面制定《長城汽車商務管理規範》，廠商協同，注重服務流程、維修能力、人員素質、硬件實力的標準化、人性化、差異化管理，將尊享的服務體驗貫穿用戶從購車到用車的全生命週期，全面提升品牌服務口碑。2025年，共受理用戶投訴197,917例，依託客服系統協同終端銷售服務商、內部關聯部門進行相應處置。

應急服務保障

以「尊重事實，將客戶生命財產安全放在首位」為原則，開展應急服務保障工作，長城公司設有應急響應處置小組，品質和銷售一把手任組長，針對不同車型、不同場景發生的交通事故、火災、極端天氣自然災害等應急事件，預先策劃應急響應預案，廠商協同，開展現場勘查、救援、處置工作，快速響應、快速行動，協助用戶妥善解決，提高用戶滿意度。長城汽車基於新能源車型技術特點，結合應急服務流程制度，開發培訓課程，定期組織開展銷售服務商應急響應服務相關培訓，保證銷售服務商掌握緊急應急處置專業知識，達到滿足應急響應處置策劃執行的能力要求。

售後服務保障

長城汽車始終秉持「全心服務」核心理念，堅守長期主義發展原則，深度深耕售後服務領域，堅持以用戶需求為導向，構建起全面、完善、高效的售後服務體系，憑藉優質的服務品質贏得了市場的廣泛認可與廣大用戶的高度信賴。

服務體系構建方面，長城汽車重點打造「便捷預約、互動接待、舒適客休、車輛維保、驚喜交車」五大核心服務場景，積極拓展多元化預約渠道，配套打造舒適溫馨的客休環境，配備專業高效的服務團隊，持續優化全流程服務環節，全方位提升用戶售後服務體驗。同時，同步推出透明預檢、星辰守候、上門取送車等多元化特色服務，依託覆蓋廣泛的服務網點及高效便捷的工具，實現售後服務的便捷化、透明化與智能化升級，切實保障用戶用車權益。

長城汽車通過系統專業的培訓提升服務商服務人員的整體能力，保證為客戶提供專業、優質的售後服務，項目及內容包括車輛檢查，保養，故障診斷及維修，以及事故車維修等。

服務活動內容

通過「四季服務節」落地客戶關愛，提供保養套餐、取送車、免費檢測等服務，並在出行高峰期，如春節期間配合高速驛站提供出行保障，結合季節特性及重要節點，提供季節剛需品活動、節日關懷等，如春節送春聯、十一進站送伴手禮；並打造服務尖叫日，周三提供工時及機油折扣。整體通過企業微信、微博、公眾號等多渠道觸達用戶，從而體系化地傳遞並夯實「全心服務」的品牌承諾。

異常場景關懷

建立「主動式場景化關懷」體系，聚焦異常天氣與突發事件（如暴雨、大風、極寒），通過企業微信向受影響區域的客戶，定向推送實用的安全提醒與應對指南（如冬季熱車建議、涉水行車須知），將單向通知轉化為在用戶最需要時刻的「專業陪伴」，於細微處強化品牌的安全感與責任感。

售後服務過程中發現的問題反饋

所有售後服務網點均開通24小時服務熱線，另外長城公司客服為7x24小時工作制。客戶在使用車輛過程中有任何問題，可隨時通過服務網點24小時服務熱線或長城公司官方服務熱線400-666-1990聯繫，保證為客戶提供專業、優質、及時的服務。

安全保障應對措施

1) 24小時救援

所有售後服務網點均開通24小時服務熱線，同時長城汽車客戶服務中心客服為7x24小時工作制，客戶救援需求，快速分派實施救援或應急處置。

2) 事故發生時的技術支持

在出現與安全相關的技術問題時，長城公司將快速組織技術資源指導、協助售後服務網點進行車輛的維修，必要時提供現場技術支援。

售後取得獎項

2025年中國汽車行業用戶滿意度指數(CACSI)測評，長城汽車旗下哈弗品牌的燃油板塊，斬獲自主品牌「售後服務滿意度」第一名；歐拉品牌新能源板塊榮獲新勢力品牌「售後服務滿意度並列第一名」。這既是市場與用戶對長城汽車服務品質的高度讚譽，更是公司堅守「全心服務」核心理念，將用戶服務作為履行社會責任重要載體的生動實踐成果，深刻彰顯了企業在持續提升用戶服務體驗、構建品牌與用戶長效信任關係上的堅定初心、執着堅守與硬核實力。

類型	廠商品牌	類型	名次
燃油	哈弗	售後服務(自主品牌)	1
新能源	歐拉	售後服務(新勢力品牌)	1(並)

數據安全與個人信息保護

網絡安全政策

公司基於縱深防禦體系作為網絡安全防護的建設方向，構建包含了多層次多維度的網絡安全保護能力，以抵禦各類外部入侵以及內部違規的未授權訪問。通過遍佈公司網絡環境的監測設備，可以第一時間發現異常的行為，最大程度降低對消費者的數據帶來的安全隱患。公司對外提供的業務系統經過嚴格的安全審查與測試，包括對消費者的個人信息權益保障的合規評審，以確保業務系統內的數據能夠安全合規的使用。

信息安全政策

本公司始終將信息安全視為企業發展的生命線，嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》等法律法規，參照GB/T 22239-2019(信息安全技術網絡安全等級保護基本要求)標準，構建了「全方位、多層次、動態化」的信息安全管理與技術保障體系。

管理架構與制度保障：公司建立了由最高決策層領導的信息安全委員會，下設專項工作組，形成了決策、管理、執行三級垂直管理架構。我們已建立覆蓋物理安全、網絡安全、系統安全、應用安全及數據安全的相關制度匯編，通過定期的合規性審計與風險評估，確保安全政策落實到位。

技術防禦與全生命週期管控：在技術層面，公司部署了包含邊界防護、態勢感知、入侵檢測及數據加密在內的縱深防禦系統。針對數據處理活動，我們實施了覆蓋採集、傳輸、存儲、使用、共享及銷毀全生命週期的分級分類管控，確保敏感數據「可管、可控、可溯」。

應急響應與持續改進：公司建立了完善的應急預案體系與安全演練機制，具備快速發現、及時阻斷及災難恢復的能力。通過持續的安全合規培訓與新技術應用，我們致力於構建一個動態防禦、主動發現、協同響應的安全生態，確保公司數據安全與社會公共利益不受侵害。

防止網絡攻擊的應對措施

辦公網絡防護

辦公設備訪問互聯網防護：公司在辦公網出網安全防護方面，採用多層次、全鏈路的網絡邊界防護體系，有效防止惡意外鏈、敏感數據洩露以及外部威脅入侵。具體措施包括：

首先，通過防火牆部署，實現對辦公網絡與互聯網之間的訪問流量進行嚴格控制，其次，針對員工日常上網行為，我們部署了上網行為管理系統。該系統對網頁瀏覽、文件下載、即時通訊、SNS社交網站等進行分類識別和訪問控制，防止員工通過互聯網洩露敏感信息或訪問惡意站點。

設備接入辦公網內網防護：公司在辦公網入網安全防護方面，以終端准入控制技術(NAC, Network Access Control)為核心，實現對接入設備的身份認證、風險評估與動態接入控制，有效防止非授權或不安全終端接入內網，保障辦公網絡環境的安全可控。

首先，在終端身份認證層面，所有接入辦公網的終端設備必須經過嚴格的身份驗證，包括員工賬號、設備唯一標識(如MAC地址)、操作系統版本等，確保只有經過授權的人員和設備可以連接公司內網。

其次，在終端健康檢查環節，系統對接入設備進行自動安全合規性評估，包括操作系統補丁更新情況、殺毒軟件狀態、安全配置等。如果終端存在高風險或不符合公司安全基線標準，將被強制隔離或禁止接入。

長城雲網絡防護

南北向網絡防護：公司在長城雲的南北向網絡防護方面，重點部署了DDoS防護、防火牆、WAF以及服務器訪問互聯網流量檢測等多項安全能力，構建多層次、全鏈路的縱深防禦體系。

首先，在DDoS防護層面，我們通過流量清洗平台和防護設備，對外部大流量攻擊進行實時檢測和自動清洗，防止因流量洪水攻擊導致核心業務服務中斷，有效保障出口帶寬和服務器可用性。

在防火牆層面，公司設置多道防火牆策略，對南北向流量進行嚴格的訪問控制。所有入站和出站流量必須經過防火牆策略過濾，基於源IP、目的IP、協議、端口、應用等多維規則進行精細化管控，阻止未授權訪問和惡意掃描。

針對互聯網應用層攻擊，公司在公網出口部署WAF（Web應用防火牆）和流量探針，重點防護常見攻擊行為，包括SQL注入、跨站腳本、文件包含、惡意爬蟲、勒索攻擊等，進行檢測和攔截，保障業務系統安全穩定運行。

在服務器訪問互聯網的流量檢測與管控方面，公司對服務器的主動外連行為進行嚴格審計和控制。通過防火牆，對服務器發起的外向訪問進行白名單控制，防止服務器被黑客控制後進行非法外連。

東西向網絡防護：公司在內網東西向流量防護方面，重點採用微隔離技術(Micro-Segmentation)，實現對不同業務系統、服務器、終端之間橫向通信的精細化訪問控制，有效降低內網橫向滲透和攻擊擴散的風險。

員工信息安全培訓

為提升員工信息安全意識，特定人員掌握相關知識與技能，定期組織培訓。新入職大學生開展信息安全意識培訓，在職業生涯初期即具備信息安全意識。在公司OA系統和在線學習系統中發佈信息安全培訓材料和培訓課程，並組織開展信息安全宣傳工作。

全球化數據合規與個人信息保護實踐

長城汽車嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》等國家法規要求，充分履行作為網絡運營者應盡的數據保護義務，確保消費者的個人信息與隱私能得到充分的保護，用戶的合法權益能夠得到充分的保障。

全球化客戶隱私安全與合規組織

公司建立了覆蓋全球的客戶隱私安全與合規組織，使所有的業務單元能夠承擔對客戶隱私安全與數據合規使用的職責。公司設立數據合規官統籌管理客戶隱私安全與合規工作，並由數據合規辦公室推動全公司的數據合規體系建設並監督執行。各個業務單元負責人直接對本單位數據合規工作負責，同時設立專門的合規責任部門以確保能夠使合規保障工作落地。通過自上而下完整的數據安全與合規組織，確保對消費者數據與個人信息保護義務能夠具備良好的治理架構，所有的管理要求能夠貫徹落地執行。

履行等級保護義務

根據《網絡安全法》對於網絡安全等級保護工作的要求，公司積極開展重要業務系統等保定級，對處理客戶隱私數據的業務系統全部定級為三級，相關業務系統經行業專家定級評估評審後，向網安部門完成了備案，並接受了公安部認證測評機構等級保護測評檢查。根據專業機構的測評結果，公司等級保護三級系統測評通過率100%，驗證了相關系統具備了成熟的網絡安全防護的能力。

客戶隱私保護責任落實

根據法律法規對數據敏感程度的分類，以及數據同個人的相關性，將數據密級分級為(S1-S5)，結合數據整個生命週期6個不同階段(採集、傳輸、存儲、處理、分享、銷毀)的特點，制定對應的合規技術方案，同時建立了項目隱私合規管理制度，根據項目的生命週期特點，分別從產品執行、項目執行不同角度進行隱私合規流程化、標準化，從制度方面保障執行到位，責任到人。

數據安全管理體系建設及運行保障情況

長城汽車嚴格遵守法律法規，積極落實《汽車數據安全管理若干規定(試行)》、《數據出境安全評估辦法》、《網絡數據安全管理條例》等規章制度，全面履行數據安全主體責任，健全數據安全風險監測與防護機制，切實築牢用戶個人信息與重要數據的安全防護屏障。

數據安全管理制度體系

公司發佈《數據安全管理規範》、《數字化產品安全要求指導書》等數據安全管理體系文件，明確了數據安全管理職責，制定了數據採集、存儲、傳輸、使用、共享、出境、銷毀全流程標準化安全管控要求，定期組織開展數據安全培訓賦能和應急演練，保障數據安全管理「有章可循、有效落地」。

數據安全技術防護措施

長城汽車積極構建覆蓋數據全生命週期的安全技術防護體系，通過數據分類分級、加密存儲、傳輸加密、數據脫敏、數據水印、安全審計、數據防洩漏、漏洞防範等關鍵技術落地應用，有效抵禦網絡攻擊與數據安全風險，全面保障數據處理全過程安全可控，實現了用戶個人信息和重要數據的全方位安全技術防護。

公司具備完善的數據安全風險監測及事件處置響應機制，網絡安全運營團隊通過日常威脅情報收集、實時監控、內部定期運營和檢查、客戶投訴、監管機構質詢等渠道對異常事件和數據安全事件進行識別發現。發現後對識別到的網絡安全信息進行分析，判斷是否為數據安全事件，2小時內確定事件類型、識別受影響的業務，並通知相關業務部門組建應急執行小組開展事件初步調查；應急執行小組在收到事件通知後的24小時內提供事件的初步調查情況，對事件可能發生的原因、事件可能影響的業務範圍、事件可能影響的數據資產清單進行說明。

網絡安全運營團隊結合業務部門提供的信息，並基於人員安全、經濟財產、車輛操作性、數據與隱私合規、生產業務、聲譽影響、社會影響這七大要素分別對事件進行定級，將網絡安全事件劃分為四個級別：特別重大事件(I級)、重大事件(II級)、較大事件(III級)和一般事件(VI級)。若事件涉及多個影響因素，最終根據就高原則確定事件等級及響應處置時限要求。對事件完成定級後，網絡安全運營團隊根據事件判級及時通知相關內部(如風控法務合規部、市場及客戶關係、質量管理部、配套採購部等、集團數據合規辦公室)和外部人員(如網絡安全產品開發供應商、服務提供商、政府監管機構、車主等個人信息主體、其他利益相關者等)，並協調相關領導成立應急響應領導小組。不同級別的事件匯報到不同層級的領導。

長城汽車報告期內未發生數據安全事件，未發生洩露客戶隱私事件。

員工關懷與成長

長城汽車視員工為企業發展的核心動能，是公司最為珍視的寶貴財富，公司矢志不渝地營造，既公平、包容、安全，又充滿成長機遇的工作環境，並不斷完善職業生態系統。公司在人力資源管理方面始終堅持「以人為本、人才驅動」的核心理念，致力於打造高效、專業、富有活力的人才隊伍。

在人才吸引方面，公司通過合規用工、多元化隊伍建設、校企合作及僱主品牌塑造，積極引進高素質、複合型人才，持續優化人才結構，滿足企業戰略發展需求。為激發員工積極性與創造力，公司建立了全面的激勵體系，涵蓋績效激勵、股權激勵、非物質榮譽表彰等多維度激勵機制，確保員工貢獻得到及時認可與回報。在人才發展方面，公司高度重視員工職業成長路徑規劃，提供系統的培訓體系、輪崗機制和晉升通道，助力員工不斷提升專業能力與綜合素質，實現個人發展與企業成長的共贏。同時，公司持續優化員工福利體系，除國家法定福利外，還提供具有競爭力的補充保險、多項福利計劃、員工關懷項目等，增強員工歸屬感與幸福感。在職業健康與安全方面，公司嚴格遵守相關法律法規，建立健全安全管理體系，定期開展安全培訓與健康檢查，營造安全、健康、和諧的工作環境，切實保障員工身心健康與合法權益。



通過以上舉措，公司不斷夯實人力資源管理基礎，為企業的可持續發展提供堅實的人才支持與保障。

人才吸引

合規用工

長城汽車秉持尊重與保障人權的根本原則，並將其全面納入公司戰略與日常運營。公司嚴格遵守《聯合國世界人權宣言》、《國際勞工公約》、《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國就業促進法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《禁止使用童工規定》、《中華人民共和國個人信息保護法》及《兒童權利公約》等一系列國內外法律法規與標準。為將承諾落到實處，我們制定《招聘管理規定》、《勞動合同管理辦法》和《數字化產品個人隱私保護基線要求及指引》等內部制度，對人權進行制度化保障。

1、 人員招聘：

- ◆ **制度執行：**我們嚴格執行公司的《招聘管理規定》、《勞動合同管理辦法》，堅持「公平、公正」的招聘原則。所有招聘崗位均依據實際業務需求與編製核准設立，禁止關於民族、種族、性別、宗教信仰等任何形式的就業歧視。我們要求招聘信息客觀真實，不得使用帶有誤導性、誇大或歧義的表述，以保障求職者知情權與選擇權。同時與員工通過平等協商簽訂勞動合同，勞動合同簽訂率達到**100%**，堅決抵制僱傭童工、強迫勞動等行為。
- ◆ **技術支持：**通過制定並落地技術策略，實現人才引入環節的系統自動核准、校驗，全面強化人才引入全流程管控，切實保障合規用工。
 - 公司通過自建「**招聘管理平台**」設定入職年齡自動審核機制，未滿16周歲的應聘者無法完成聘用流程，從技術上杜絕僱傭童工的可能性；
 - 招聘系統升級，在發佈招聘信息時，系統自動審核並攔截包含年齡、性別等就業歧視內容的描述。

2、 信息保護：

- ◆ **制度執行：**嚴格執行公司《數字化產品個人隱私保護基線要求及指引》，持續提升個人信息保護管理水平，確保員工信息在使用過程中得到更全面、更具前瞻性的安全保障。同時，公司建立了健全的個人信息風險監測預警機制，實現了外發數據風險的有效監控。
- ◆ **技術支持：**升級加密技術保障數據存儲安全，嚴格限制訪問權限，並定期開展信息安全審計，多措並舉，確保員工信息不洩露、不濫用。

3、 合規機制保障：

我們通過入職宣導、內部培訓、系統宣貫合規用工制度，定期內部審查落實制度執行情況，確保要求有效傳達。同時，公司設立專門的舉報渠道，包含匿名舉報郵箱與熱線電話，一旦接收侵犯人權的舉報或投訴，公司將第一時間開展全面、規範的調查核實。經查證屬實的，嚴格依規追究相關責任人責任，並根據事件性質與嚴重程度，採取內部處分、解除勞動合同乃至移交公安機關等相應處置措施。針對此類事件，公司持續健全管理閉環，強化風險排查與整改落實，建立長效預防機制，以系統化、全流程管理切實保障全體勞動者合法權益。

公司在報告期內未發生僱傭童工、強迫勞工、用工歧視和個人信息隱私洩露等違反人權的行為。



多元化員工隊伍建設

公司在國際業務拓展中，嚴格遵守所在國的勞動、平等就業及數據保護等法律法規，同時尊重當地宗教習俗、節日傳統與商業禮儀，通過文化融合與本地化實踐，積極構建包容、合規的全球團隊，廣泛吸納不同文化背景和專業領域的人才。

- ◆ **海外員工**：目前，長城汽車已組建來自全球多國的員工團隊，其中在境內工作的外籍專家超過百名，涵蓋工程、研發、管理等多個學科方向。
- ◆ **少數民族員工**：公司高度重視本土人才的多元構成，現有少數民族員工3,552人，來自42個不同民族，覆蓋我國民族總數的78%，公司亦在中高層管理隊伍中，積極推進性別與民族的均衡融合，為組織持續注入創新活力。
- ◆ **男女員工**：男女員工在職業發展與薪酬激勵方面享有平等機會，女性員工佔比連續三年穩步增長，在公司各業務領域均發揮着重要作用。
- ◆ **殘疾人**：公司始終秉持包容與責任的理念，長期致力於為殘疾人提供平等的就業機會，以實際行動踐行多元化招聘和社會責任。
- ◆ **年齡分佈**：在人才使用上，公司堅持以能力與貢獻為導向，不以年齡設限，35歲以上的資深員工約佔員工總數的40%。

2025年7月，長城汽車專門面向35歲以上有經驗人才舉辦了專場招聘活動，崗位覆蓋軟件開發、商品開發、品牌傳播、供應鏈質量管理等多個方向。這一舉措不僅體現了公司對經驗價值的認可與重視，也展現了其在踐行多元、包容人才理念方面的切實努力。



校企合作及僱主品牌塑造

- ◆ 在校企協同育人方面，公司開展了系統化、多層次的人才共育實踐。通過設立「校企聯合培養計劃」，例如「頂崗實習」、「現場工程師項目」及「提前就業班」，有效強化學生的職業技能與崗位適應力，為學生提供前沿的實戰研究平台。通過「企業導師進課堂」活動，將一線經驗與產業洞察融入教學環節，並依托貫穿人才「選、育、留、用」全鏈條的校企聯合培養機制，深化產教融合，為產業持續輸送高素質技術與管理人才。
- ◆ 在僱主品牌建設方面，公司品牌影響力與吸引力持續提升，連續三年（2023-2025年）榮膺權威機構評選的「最佳僱主」稱號。公司通過面向在校大學生組織企業開放日等沉浸式體驗活動，結合「校園大使計劃」與「精品宣講會」，立體化展現公司的創新文化、多元福利與廣闊發展平台。



校園活動



企業開發日



大學生報道



長城汽車將「造車先育人」的理念融入企業發展，恪守「廣納賢才、人盡其用」的招聘原則，秉持開放、平等、包容的用人理念，廣泛吸納各領域傑出人才，並全力為其打造簡單、透明、公開的工作環境。公司與員工肩並肩，共同發展，共同進步，鼓勵每一位優秀人才在長城汽車實現自己的價值和夢想。

全面激勵

為支撐公司戰略落地與可持續發展，公司圍繞「價值創造、價值評價、價值分配」的閉環邏輯，持續完善全面激勵體系，激發組織活力，驅動高質量發展。在薪酬與績效方面，夯實薪酬管理制度體系，建立全崗位適配的差異化績效管理體系，通過OKR、KPI、PBC等多元考核工具實現全員績效與薪酬、晉升的深度聯動，以客觀公正的績效評價夯實價值評價基礎，為價值分配提供科學依據。在長期激勵方面，創新長期激勵模式，迭代優化長期激勵策略，通過長期目標牽引及利益綁定，驅動長期價值創造及戰略成功，推動公司長期可持續發展。同時，公司持續推進貫穿員工全職業生涯的榮譽激勵體系，以系統化設計、常態化運行、差異化實施，精準匹配貢獻與認可，驅動個人與組織共同成長。

1、薪酬與績效體系

公司嚴格遵守《中華人民共和國社會保險法》《工資支付暫行規定》等國家法律法規及相關管理規定，持續完善《薪酬管理制度》等內部管理體系，依法足額支付法定勞動報酬。同時，公司始終堅持薪酬公平原則，嚴格執行男女同工同酬，構建和諧穩定的僱傭關係，確保薪酬管理全流程的合規性。



◆ 持續優化多元化薪酬體系

公司建立並持續完善「固定薪酬+津貼補貼+激勵獎金+集團收益分享+中長期激勵」相結合的複合型薪酬架構，旨在實現保障、激勵與長期價值共享的有機結合。該體系既關注崗位價值與員工基本保障，也注重績效貢獻與公司整體經營成果的聯動，強化「多勞多得、優績優酬」的分配導向，提升員工的歸屬感與團隊凝聚力。

員工的基本工資高於國家及當地最低工資標準要求；依據國家及公司相關規定向所有員工按月足額支付工資，依法為員工預扣預繳個人所得稅。

◆ 全崗位適配的績效管理工具

針對不同崗位屬性匹配差異化考核工具，實現100%員工的績效與薪酬強關聯；針對不同崗位序列的工作性質與績效目標，差異化推行OKR（目標與關鍵成果）、KPI（關鍵績效指標）及PBC（個人業績承諾）等考核工具，實現全體員工績效管理與薪酬激勵的全面對接。各類考核指標均與業務目標緊密銜接，確保績效評價客觀公正，並直接應用於薪酬調整、晉升發展與激勵分配，推動組織與個人目標的協同達成。

2、長期激勵

報告期內，公司通過工具創新、精準覆蓋、合理支付週期及戰略導向的業績考核，將員工利益與公司長期目標深度綁定，驅動高質量增長與可持續發展，支持長期股東價值和社會責任。

◆ 激勵工具多元化

報告期內經董事會及薪酬委員會多次討論，審議通過了《2023年限制性股票與股票期權激勵計劃預留部分的授予》、《長城汽車長期激勵基金管理辦法》及《2025年員工持股計劃》。這些舉措共同構成了多層次、多形式的長期激勵體系，精準匹配不同層級員工的激勵需求。

◆ 覆蓋範圍精準化

聚焦中高層管理者及核心骨幹員工，通過績效與能力評估動態調整，確保稀缺資源投入核心關鍵人才。

◆ 支付週期高效化

基於年度業績達成情況，為符合資格的員工年度授予新的激勵權益。

◆ 考核指標戰略化

緊密圍繞公司品牌向上及高質量增長的長期戰略，設定公司業績考核指標，考核指標不僅關注規模擴張，更強調運營質量，確保長期激勵支撐公司可持續健康發展。

截至報告期末，公司尚在有效期的激勵計劃包含2023年限制性股票與股票期權激勵計劃、2023年員工持股計劃及2025年員工持股計劃，覆蓋公司中高層管理者及核心骨幹員工，共計授出限制性股票5,113萬股，期權7,764萬份、員工持股計劃涉及股權約810萬股。

截至報告期末，公司尚在有效期的激勵計劃覆蓋總人數1,597人。

3、榮譽激勵

公司各單位緊密圍繞業務實際，構建了系統化、多層次的榮譽激勵體系，在評選週期上覆蓋季度、半年度、年度常規獎項及即時激勵獎項，及時肯定員工價值貢獻；在榮譽等級上貫通集團級、公司級、單位級與部門級四級體系，確保「功有所彰、績有所譽」，構建員工成長通道，有效地激發員工的工作熱情；在評選維度上兼顧業績貢獻、價值觀踐行（如「價值觀榜樣人物」）及各業務領域標桿實踐等，全方位彰顯奮鬥者價值；同時，在榮譽激勵形式上，邀請員工家屬、新入職大學生等群體共同參與，通過莊重儀式感見證高光時刻、致敬奮鬥者，切實增強組織歸屬感與文化認同感。



長城汽車2025年城星計劃
2025年榮譽激勵覆蓋2萬餘人

人才發展

我們持續完善人才發展體系，嚴格遵循《培訓管理規定》、《人才發展管理規定》、《幹部管理規定》等規章制度，不斷優化制度流程與權責規範，確保人才培養、評價、晉升等各環節有章可循、公平透明，進一步夯實了人才發展的制度基礎，保障全體員工享有均等的成長機遇。

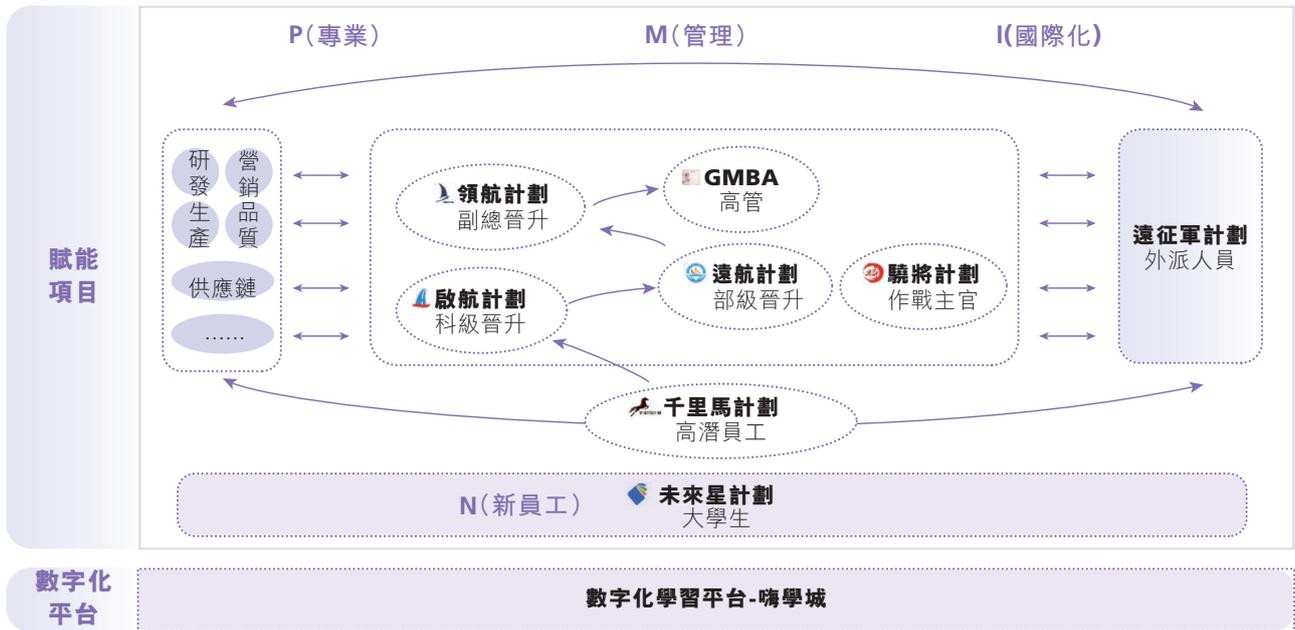
2025年系統升級人才發展戰略，聚焦職位體系清晰化與動態優化，差異化設計各層級培訓內容，並拓寬員工晉級晉升通道；同時以幹部隊伍建設為關鍵抓手，堅持「外引內生、以結果論英雄」，在實戰中選拔高潛年輕幹部，打造敢打硬仗、能打勝仗、強領導力的幹部隊伍。

面對市場競爭壓力的不斷加劇，公司不僅要積極從外部引進優秀人才，以注入新的活力與專業技能，更要注重內部人才的培養、吸引和保留。通過建立完善的人才發展機制，營造良好的職業成長環境，激發員工潛力，提升組織凝聚力，從而打造一支高素質、高忠誠度的人才隊伍，為企業的持續發展提供堅實支撐。

1、 搭建分層、分類的人才培養體系

2025年長城汽車持續優化全球人才培訓體系，培養範圍持續擴大，全面覆蓋各層級員工，為支撐員工專業能力提升，系統搭建技術類、營銷類、職能類領域共249個子序列「標準化、菜單式、進階式」的成長地圖，實現崗位學習路徑的可視化。推進講師和課程版塊實現線上化管理，依託線上學習平台，完成集團700餘名講師集中年審；同步打造標準化、結構化的課程目錄貨架，實現資源有序沉澱、便於檢索與高效複用。迭代升級數字化學習平台「嗨學城」，加速向智能化躍遷，引入AI制課、AI考試、AI陪練、AI知識助手四大智能引擎，目前82.86%的單位已使用嗨學城AI工具，支撐全員線上線下融合式高效學習，打造長城汽車知識和作戰經驗沉澱、共享、傳承的賦能平台，實現規模複製、快速觸達、高效便捷的精準賦能。

2025年長城汽車基於培訓需求調研結果，分層分類、全員覆蓋地設計並實施了差異化、精準化的人才賦能培養項目。



新員工

2025年新員工入職培訓重點圍繞文化融入、業務融入、角色轉變等維度開展，覆蓋大學生**2,800**餘人。結合員工通用能力要求及職業發展需求，針對不同類型新入職員工涉及的業務重點及面臨挑戰，從自我驅動、職場思維、工具方法、溝通表達4個維度實施通用課程學習。

針對大學生群體迭代升級「未來星計劃」，建立闖關式素拓、實習歷練、在崗培養遞進式融入與培養模式，開展為期一年的跟蹤培養，實現「新長城人兒」角色快速轉變，並識別優秀的人才，作為「未來星」納入高潛人才池持續培養。



高潛員工

為培養一批有活力、有幹勁、敢挑戰、能幹成事的基層高潛人才，2025年圍繞各業務領域績優、高潛的員工，開展基層高潛培養-「千里馬計劃」，共計儲備合格人員**230**餘人，持續為各領域專業、管理人才儲備做輸入。

基中高層管理者

為提升基、中、高層管理者上任準備度，持續開展「航」計劃，圍繞「管理自我」、「管理團隊」、「管理業務」三大能力項，通過內選高管、外引大咖資源，系統化賦能基、中、高層管理者必備管理思維及方法，同時，通過嗨學城打造管理主題欄目「領導力研習營」，聚焦經營管理、識人用人與排兵佈陣2大主題開展突破式賦能，覆蓋公司各領域共計**4,000**餘名基、中、高層梯隊管理幹部。



針對各條線人才制定培養方案，持續提升在職員工綜合實力，以月度為單位開展各專業條線員工能力提升培訓，全年各專業條線員工學習時長達**59.6**萬小時，各專業條線員工學習人數達**4.3**萬餘人。

長城汽車堅持造車先育人的理念，以「技高行天下、能者聚長城」為宗旨，2025年圍繞生產製造領域多技能工培養、技能大賽、職業技能鑑定等活動，培養技能崗位人才**8,000**餘人。此外，長城汽車積極參與社會活動，河北整車生產基地2025年開展職業技能等級認證，共認證通過**56**人。

組織榮譽：長城汽車各工廠分別榮獲「2025年保定市職工職業技能大賽突出貢獻單位獎」、「長城汽車天津哈弗工匠學院」、「心系國防擔當作為」等多個單位獎項及榮譽稱號。

個人榮譽：2025年長城汽車持續為員工提供外部工匠榮譽獲得平台，2025年共計評選**1**名省級工人先鋒號、**1**名省級勞模、**10**名市級工匠、**30**名市級職工職業技能大賽個人獎項等。



基於公司全球化發展的背景，針對外派人員的識別、培養及派出工作，啟動「遠征軍計劃」，旨在打造一支無堅不摧，能打勝仗的國際精英隊伍。圍繞全球視野、跨文化溝通能力、適應力和語言能力四大關鍵素質維度，實施**海外通識集訓+本地化專項賦能+語言能力提升**三大學習內容，共計培養

340餘名國際化人才。

2、健全以能力業績提升為導向的職位體系與職業發展體系

我們持續健全以能力與業績為導向的職業發展體系，致力於為全體員工提供平等的晉升機會。公司的職位體系明確設置了包含管理、專業、技能職業發展通道，明確了各序列職位的層級劃分、能力要求及價值貢獻標準，覆蓋所有崗位類型，為員工提供了縱向發展與橫向輪動的清晰框架。

在此基礎上，我們着力拓展不同類型員工的晉升／發展路徑：

管理通道：以幹部勝任力模型及素質標準為參照，基於不同管理崗位的實際需求選拔、評價幹部能力、素質；持續加強幹部隊伍建設，搭建幹部評價、成長體系，增強幹部梯隊厚度，2025年管理晉升人數共**1,300**餘人，其中女性幹部佔比達**14.5%**，高層女性幹部佔比達**6.3%**。

專業通道：以任職資格標準為核心，完善公平、公正、公開的任職資格等級認證機制，並對認證過程強化輔導與反饋，促進人才成長為專業領域專家，2025年專業序列晉級晉等共**7,600**餘人。

技能通道：通過專業技能評定等方式，牽引員工不斷提升技能，發展為高級技師／匠人。

公開透明的流動機制：持續優化內部競聘、專業人才輪動、幹部輪崗等制度／規範，為員工提供跨組織、跨領域的發展機會。

為推動人才發展工作實現科學管理、精準決策，我們嚴格按照制度體系相關要求，每年常態化制定年度工作目標及相應量化指標。

2025年度，我們圍繞「幹部分層級分階段管理能力提升」、「員工專業能力提升」、「語言能力提升」等目標，搭建了「建立常態化的大學生實習培養狀態及效果評估舉措，確保影響培養質量的關鍵問題100%得到發現並解決」、「大學生實習培養滿意度 $\geq 90\%$ 」、「成長地圖課程開發及上線率100%完成」、「至少引入一個識人用人領導力新工具，實現在基中高層梯隊幹部100%應用」、「領導力研習營開展 ≥ 3 期」、「持續開展關鍵人群語言能力提升及外派人員海外通識的賦能培訓」、「引入在線學習新工具、新方法」等在內的具體指標。



長城汽車全年學習總時長超**274**萬小時，年度學習人數超**8.1**萬餘人，年度人均學習時長**28.11**小時（其中管理者年度人均學習時長達**60.14**小時，較2024年相比提升**14.81**%），全年職工教育經費支出**0.14**億元。

多元福利與民主溝通

多元福利

長城汽車致力於構建系統全面的員工福利與關懷體系，在基礎保障、健康支持及生活服務等方面持續投入，為員工創造安心、健康且有歸屬感的工作環境。

1、基礎福利

- ◆ **法定保障與商業保險：**公司始終堅持以人為本的理念，構建了多層次、全覆蓋的員工及家庭保障體系。除100%為員工提供法律規定的五險一金外，還為全體員工投保了大病醫療保險，並針對海外派駐員工配置了意外傷害商業保險。同時，公司還甄選提供涵蓋醫療保險、家庭意外險、車險、少兒門診險等在內的優於市場標準的自願投保產品，支持員工為家屬選擇配置，進一步強化員工及其家庭的風險抵禦能力與安全感。
- ◆ **節日關懷方面：**公司在春節、婦女節、中秋節等節日為員工發放節慶福利，同步組織主題文化活動，傳遞企業關懷與價值認同。



端午節 - 包粽子



中秋節 - 做月餅

- ◆ **居住保障方面：**公司依據員工不同發展階段提供差異化支持：向新入職員工提供過渡性免費住宿，助力其快速適應職場；為關鍵人才配置高品質公寓，營造舒適、便利的居住環境；此外，公司積極利用屬地的生態資源與區位優勢，為員工提供購房優惠政策，切實助力員工實現安居與長期發展。
- ◆ **餐飲服務方面：**公司為全體員工提供免費工作餐，菜品種類豐富、注重營養搭配。本年度特別增設健康餐系列，科學的菜品設計滿足員工均衡的營養攝入。員工可通過內部線上平台便捷訂餐，公司亦定期開展美食文化節等活動，持續提升員工餐飲滿意度與歸屬感。
- ◆ **通勤支持方面：**公司提供覆蓋主要線路的通勤班車服務每日約10,200人次，並在法定節假日前安排返鄉專車。員工享有購車專屬優惠，並可申請燃油或充電補助。

2、靈活辦公

為支持員工實現工作與生活平衡，公司全面實施**彈性工時**、**居家辦公**等靈活辦公形式，允許員工依據**崗位需求**和**個人情況**靈活調整工作安排。同時，公司倡導**高效工作文化**，鼓勵員工提升工作效率、優化任務節奏、聚焦核心產出，**減少不必要的無效加班**。

此舉既**保障工作效率**，又有效提升員工自主性與幸福感，共同塑造**健康高效、溫暖包容**的工作氛圍；這既彰顯了公司**以人為本**的管理理念，也為構建**更具包容性與可持續性**的職場環境注入動力。

3、多元假期

公司建立了多元假期體系，全面落實國家及地方規定的各項法定假期，包括年假、病假、婚喪假、產假、陪產假、孕檢假、哺乳假等。

在此基礎上，為支持員工家庭責任，我們依據法律規定的地方性法規，為所在地員工提供相應的帶薪育兒假。例如，公司總部所在地子女在三週歲以下的夫妻，每年可享受**累計10天**的育兒假。與此同時，還增設了異地探親假、調休假等補充福利假期，以體現對員工工作與生活平衡的堅定支持。

該制度不僅保障了員工依法享有的各類休假權益，也積極回應員工在家庭照護與異地團聚方面的實際需求。公司通過人性化的假期安排，增強員工的歸屬感與幸福感，從而促進構建健康、可持續的職場生態。

4、文體活動

公司建有體育場、羽毛球館、游泳館、健身房等多樣化運動場所，面向員工及家屬開放，鼓勵全員參與體育鍛煉，支持員工組建各類興趣協會，比如足球興趣隊、籃球興趣隊等。此外，公司為員工提供職場活動經費，支持各組織自主開展團建活動。



日常團建

同時，工會廣泛組織職工文體活動，以技能提升賦能發展，工會聯合相關部門成功舉辦能工巧匠技能大賽，設置多個核心崗位競賽項目，吸引眾多員工踴躍參與，通過以賽促學、以賽促練，助力員工提升專業技能水平，豐富員工精神文化生活，進一步增強團隊凝聚力與員工歸屬感，實現企業與員工互利共贏。

2025年5月11日，長城汽車智慧工廠半程馬拉松在保定徐水智慧工廠鳴槍開跑。賽事恰逢母親節，以「陪媽媽跑」為主題展開第五季活動。本屆賽事規模較去年擴大一倍，總參賽人數達**10,000**人，其中包括半程馬拉松**5,000**人、健康跑**2,000**人、家庭跑**3,000**人，通過運動場景創新性地傳遞親情文化。活動特別設置母愛互動區，現場發放**10,000**支康乃馨並組織親子告白環節，同時配合AI老照片修復技術，幫助參賽者數字化還原母親青春影像。賽事在延續品牌IP運動基因的同時，以情感聯結重構馬拉松文化內涵，既完成運動挑戰也實現了情感表達，為傳統節日注入創新活力。

2025年9月，公司舉辦「長城汽車第25屆員工運動會」，累計組織比賽**300**餘場，參賽運動員超過**900**名，現場參與員工超**4,000**人，線上互動員工逾**200,000**人次。



5、 健康管理

- ◆ **身體健康方面**：公司為員工提供年度免費體檢，覆蓋率達100%，並設有超過900平方米的健康醫療中心，配備20餘類先進設備，員工及家屬可享受優惠診療服務。
- ◆ **心理健康方面**：公司致力於構建更加完善的EAP心理服務體系，通過多種形式積極營造健康舒心的工作氛圍。報告期內，共組織心理健康專題講座10餘場，持續推送心理疏導類文章200餘篇，幫助員工舒緩壓力、提升心理韌性，並在辦公區配備健身器材與按摩椅等設施，支持員工在工作間隙放鬆身心。

6、 專項關懷項目

公司致力於構建覆蓋全員、關注重點群體的專項關懷體系，通過制度完善與資源整合，切實提升員工福祉與組織凝聚力。

- ◆ **女性群體**：公司致力於構建完善的女性員工關懷體系，在女性孕產時期，通過設立孕婦休息室、母嬰室等專屬空間，並提供孕檢假、哺乳假及差異化帶薪育兒假，切實支持女性員工平衡工作與家庭。在女性健康方面，公司積極整合內部與地方醫療資源，為女性員工及其女性家屬提供包括專項體檢、兩癌篩查及九價疫苗接種在內的健康服務，在薪酬方面，嚴格執行男女同工同酬，依法足額支付法定勞動報酬，持續營造尊重、平等、包容的職場環境，助力女性員工實現全面發展。
- ◆ **殘疾人**：為殘疾員工提供適配就業崗位及職業技能培訓，在薪酬待遇方面無差別的同时，還額外發放關懷性津貼，助力其實現職業成長。
- ◆ **困難員工**：建立了常態化慰問幫扶機制，在週年慶及年底開展專項慰問活動，緩解其生活壓力。
- ◆ **海外派駐員工**：為海外派駐員工發放海外派駐津貼，並提供各類保障福利，如提供探親假，家屬「隨軍」關懷、節日家屬慰問等，有效緩解因工作地點分離帶來的生活負擔，從經濟補貼與情感關懷雙維度，增強異地員工的職場穩定性與企業歸屬感。
- ◆ **高溫作業人員**：公司始終關心每一位員工的健康與安全，特別為高溫作業崗位配備充足的防暑降溫物資，切實保障員工的身心健康。
- ◆ **退休員工**：特別面向退休員工設立了涵蓋榮譽紀念、健康關懷的保障舉措。傳遞企業對退休員工的尊重與感謝，進一步鞏固員工與企業之間的情感聯結。
- ◆ **員工家屬—老壽星**：通過開展「老壽星」高齡父母關懷活動，設置專屬慰問禮，將企業關懷延伸至員工家庭，傳遞溫暖。

7、教育保障

為支持員工家庭發展，公司致力於提供高品質的前沿教育和高質量的教育服務，以「讓愛的教育點亮人生」為使命，通過早教、託育、幼兒園、小學、初中、高中等教育工程建設，傳遞企業對員工家庭的全方位關懷，助力實現工作與生活的可持續平衡。



民主溝通與滿意度

1、民主溝通

工會職能發揮：2025年度，公司持續深化工會職能，以保障員工權益為核心，在完善組織建設、強化民主管理的基礎上，重點推進員工關懷、福利保障及人才培養工作。

工會組織建設持續完善，深化《職工代表大會制度》執行，如期召開2025年度職工代表大會，**高效完成《集體合同》《工資專項集體合同》續簽工作，覆蓋長城汽車全體員工。**創新民主溝通機制，及時回應解決員工訴求，充分保障員工知情權、參與權與監督權。

在夯實民主管理基礎的同時，公司進一步拓展了常態化、體系化的員工意見溝通渠道，形成了線上線下聯動的雙向溝通網絡，全面體現了公司開放透明、重視員工參與的管理理念，為持續提升組織效能奠定了堅實基礎。

- ◆ **線上方面：**公司高度重視員工聲音，建立了多層次、常態化的雙向機制，包括高層郵箱、內部互動社區及在線建議反饋平台。其中「總裁聽我說」作為常設欄目，在2025年共收到涵蓋技術、品牌、供應鏈等多個領域的員工意見，實現了100%閉環回覆。同時，公司內部實名社區已吸引超10萬員工註冊，日均活躍用戶達7,568人，通過設立「員工心聲」「管理共議」等話題板塊，營造了開放活躍的溝通氛圍，切實提升了員工參與度和組織凝聚力。
- ◆ **線下方面：**公司通過高層信箱、定期座談會及管理層一線走訪等形式，構建實體溝通網絡。所有反饋均得到及時響應與落實，切實推動組織共識的形成與協同共進。

2、滿意度

為系統評估員工體驗與組織效能，公司開展了覆蓋全體員工的敬業度與滿意度調研，本次調研共吸引7.1萬名員工參與，內容涵蓋公司認同、領導力、工作環境、薪酬福利、學習成長及企業文化六大維度，聚焦工作滿意度、驅動力、幸福感及壓力感知等關鍵內容，旨在全面傾聽員工心聲，並將員工反饋有效轉化為組織持續改進的行動依據，從而鞏固員工對企業的長期承諾，驅動業務創新與穩健發展。2025年度調研綜合得分為88.8分，較上年度提升1.4%。

以人為本，打造安全健康的工作環境

長城汽車秉承「以人為本，持續發展」的安全方針，致力於為員工打造一個安全、健康、舒適的工作環境。遵守法規要求，規範企業行為，紮實開展安全生產管理工作，切實開展消防應急工作，建立長效保障機制。設立明確安全管理目標及方針，層層分解執行，將安全責任落實到每個部門、每個崗位、每個環節，明確各層級管理人員、崗位員工的安全職責，形成「全員有責、層層負責、齊抓共管」的安全管理責任體系。

治理

1.1 內部架構：

公司設立集團級、版塊級、分／子公司級三層安全生產管理機構，分層級履行職責，協同推進安全生產管理工作。



1.2 政策制度：

公司落實並完善《職業健康安全教育制度》、《安全生產檢查制度》、《勞動者職業健康監護及其檔案管理制度》等54項職業健康安全管理制度，持續推進安全管理標準化、規範化。

戰略

2.1 合規運營

公司堅持「安全第一、預防為主」的原則，嚴格落實《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國消防法》等法律法規要求，報告期內，公司已通過第三方機構對ISO45001職業健康安全管理體系複審，各項體系要素均滿足運行要求，證書持續有效。

2.2 壓實全員安全責任

公司通過持續迭代EHS管理平台應用、安全追責、安全審計等管理舉措，讓每一位員工充分知悉自身安全職責，並將安全意識融入到工作中，確保全員參與職業健康安全管理體系建設。高層管理者通過專項安全例會全面掌握公司安全狀況，明確公司安全策略，牽頭推動安全工作落地，將安全生產責任與各級管理層年度個人績效掛鉤，確保責任落實到位。



風險與機遇管理

公司聚焦職業健康安全領域的風險閉環管理，以專業能力護航穩健運營。秉持系統性的風險防控理念，主動識別、評估並管控核心風險，從源頭防範事故隱患，切實保障生產安全、提升全員安全意識。

風險與機遇識別	應對舉措
<p>監管不到位：部分區域安全監管頻次不足，存在違規作業、隱患問題難以被及時發現，若引發安全事故或監管部門處罰，將產生事故處置費用、罰款及停工損失</p>	<p>完善內部監督與安全審計機制，並定期邀請第三方專業機構開展職業健康安全合規審計，及時發現並整改內部管理漏洞</p>
<p>特種設備管理缺失：鍋爐、壓力容器等特種設備未定期檢測維修，存在超期、帶病作業後發生設備故障或安全事故的風險，且設備維修／更換時，將面臨生產停滯，造成經營效益折損</p>	<p>建立特種設備全生命週期管理台賬，按規開展定期檢測與維修，合格方可使用，特種設備作業時設置現場監護，嚴格執行作業審批制度</p>
<p>人員意識與能力不足：新員工、轉崗員工安全培訓不到位，應急處置能力不足，若出現違規操作發生事故後無法快速有效應對，後續開展強化培訓投入將增加管理費用</p>	<p>實施崗前三級安全教育、轉崗專項培訓，考核合格方可上崗；開展常態化安全警示教育、違章案例宣講，設置違章考核機制；定期組織消防、觸電、職業危害應急演練</p>
<p>行業競爭：汽車產能因市場需求增加，部分單位擴產，易出現作業流程簡化、設備超負荷運行、交叉作業無監護等，存在增加加工傷事故及維修成本的風險</p>	<p>優化生產計劃與作業流程，通過工藝升級、智能化改造提升生產效率，替代「趕工、超時作業」的低效模式，從根源規避產能競爭帶來的安全管理缺位問題</p>

結合風險應對舉措，為公司創造可持續發展機遇：通過健全內部監管與引入第三方審計，夯實合規經營基礎；構建特種設備全生命週期管理模式，保障生產連續性與穩定性；深化全員安全培訓與考核機制，培育專業化人才隊伍；借力工藝升級與智能化改造，優化生產流程，推動企業向安全高效的現代化生產模式轉型，增強可持續發展能力

3.1 安全教育：

為全面提升全員安全意識與技能，公司安全管理部於2025年正式制定了詳細的安全賦能計劃，採用「嗨學城網絡教育」平台與「專業導師課程講授」相結合的培訓模式，通過線上線下聯動，構建系統化、常態化的安全教育體系。

中高層與安全管理人員培訓：每年定期組織中高層管理人員及專職安全管理人員開展專項安全教育，強化安全領導力與系統管理能力，確保安全決策與監管職責的有效落實；

班組長與重點崗位人員培訓：每半年對班組長進行一次專項安全培訓，提升現場安全管理水平；每季度針對特種作業人員及接觸職業危害因素的員工開展強化教育，保障關鍵崗位風險受控；

全員常態化教育：每月面向全體員工組織安全應知應會及急救知識培訓，內容貼近實際作業場景，持續鞏固基礎安全知識，營造「人人講安全、時時重安全」的常態化氛圍；

動態專項教育與檔案管理：實時對新員工、「四新」應用人員、轉崗及復工人員開展專項安全培訓，確保崗前安全教育及時到位。同時，為每位員工建立完善的安全教育檔案，實現培訓過程可追溯、全覆蓋，保障安全培訓率達到100%；



安全訓練營：為確保安全制度有效落實、提升員工安全素養，泰州基地在模擬作業環境中組織活動，開展KYT訓練及真實事故案例剖析，並融入《安全文化建設》《雙重預防機制》《安全工具使用》等內容。訓練營期間評選出「優秀學員」與「互動之星」並予以表彰。

安全培訓次數 **6,451** 次，安全培訓參與 **702,243** 人次、安全培訓覆蓋率 **100**%，安全投入 **369.83** 萬元

近三年安全教育培訓人次



3.2 安全活動：2025年公司持續開展安全月系列活動，以「人人講安全、個個會應急－查找身邊安全隱患」為主題，從氛圍營造、安全賦能、隱患排查、應急演練等方面組織全員踐行安全行為，開展安全知識競賽、安全演講大賽等多形式的安全生產特色宣傳活動，營造良好的安全氛圍，提升全員安全素養。

- **安全培訓考核：**各工廠開展以「排查安全隱患」為主題的全員安全培訓考核（包含崗位安全四清楚卡／安全操作規程、危險源識別方法、內外部典型安全隱患案例等），強化隱患排查技能；
- **崗位隱患隨手拍：**組織全員圍繞崗位區域，拍攝並上報潛在安全隱患（附整改建議），對有效線索的提交者予以獎勵，同步公示隱患整改進度，推動「全員參與隱患治理」；
- **安全演講比賽：**公司共計開展31場以「安全」為主題的演講比賽，聚焦深度思考與情感共鳴，引導員工從「被動接受」轉向「主動輸出」，有效提升員工安全意識。

3.3 安全生產：

2025年公司召開「第8屆」集團安全改善案例大賽，旨在挖掘與共享優秀安全生產改善案例，推動前沿安全防錯技術落地應用，2025年公司共計實施**1,923**項安全防錯項目，極大提升了公司生產現場本質安全化水平。

2025年重點推動安全改善項目：

重要危險源智能監控與預警系統改善：為鍋爐、燃油加注機、危化品儲罐等安裝物聯網傳感器，實時監測溫度、壓力、洩漏等參數，並建立安全管理平台，實時監控異常信息及推進過程問題閉環管理；

AGV智慧物流安全智能化管理系統改善：從路線、生產、物流(AGV)、車輛、進場等環節系統性梳理物流轉運流程；通過無人化替代、全流程自動化，打造智能無人物流場景，落地本質安全管控，從根源消除／減少人車交叉隱患，防範人身傷害事故；

塗裝物聯網安全智能化管理系統改善：在塗裝領域創新應用物聯網技術，實現過程數據自動採集、記錄、分析，打造數字化塗裝線體，實現智能化安全監控與管理，降低人員在危險區域的停留頻次和時間。

3.4 消防應急管理

公司設有專業消防管理人員負責監督消防設施及現場消防安全，並組織各部門成立義務消防隊，保障第一時間應急響應。同時，公司建立現場安全應急管理機制，不斷完善重點防火區域的應急裝備，提升油庫、塗裝作業區域等場所的火災應急處置能力，2025年組織應急演練3,739次，與屬地消防部門合作演練28次，持續評估、改進、完善應急處置流程，提升公司重大消防風險應對能力。

2025年組織應急演練

3,739次，

28次與屬地消防部門合作演練



3.5 職業健康與安全管理

3.5.1 職業健康

公司一直致力於改善和提升員工的工作環境，保障員工的職業健康安全。始終堅持預防與治理相結合的理念，嚴格落實《職業病防治法》的相關要求。

3.5.2 安全風險識別評估消除

依託安全審計、專項檢查、事故橫展等舉措，持續夯實安全管理基礎，全年累計排查隱患66,847項，整改完成率100%，實現問題閉環管理。此外，我們開通了線上‘安全隨手拍’平台，鼓勵全體員工參與日常風險識別，全年共收到有效隱患報告1,052條，整改完成率100%。通過上述系統化的識別與評估，我們能夠將有限的資源精準投入到最關鍵的風險管控中，持續夯實公司安全基礎。

急救設施配置：

結合各分／子公司廠房及辦公區人員分佈、作業動線合理設置點位，已完成137台自動體外除顫儀(AED)的全域規劃佈設，同步組織員工開展AED操作+心肺復甦(CPR)專項培訓，確保急救設施「配得齊、找得到、會使用」，提升員工突發心臟驟停的急救保障。

源頭控制：

通過提高自動化生產水平，設置除塵、降噪等職業病危害防護設施，改進原材料及工藝等措施從源頭上控制職業危害因素的產生。如將塗裝車間油性漆換為水性漆、塗裝機器人自動噴塗、沖壓封閉式作業等。

持續改善：

通過現場作業觀察、工作危險分析、設備檢測等方法系統識別職業危害因素，確定關鍵場所的職業健康危害檢測項目、測量方法和指標，並聘請專業檢測機構開展年度現場職業危害因素檢測，監控作業現場職業病危害接觸水平，針對性採取通風、除塵、降噪等預防干預措施，降低職業危害因素影響。

2025年職業危害因素檢測結果：除噪聲外，其他苯系物、粉塵等職業危害因素均未超標。

個體防護：

按標準免費為員工配備個人防護用品，減少員工在有害環境中的暴露，組織員工職業健康體檢，並建立職業健康監護檔案，記錄員工職業病接觸史、職業健康體檢結果等信息，實施全面可追溯性管理。

註：2025年接害人員數量：**13,129**人，人員職業健康體檢率**100**%

指標與目標

長城汽車達成2025年職業健康與安全管理目標		
法定職業病和重傷及以上事故	起	0
火災事故	起	0
安全違規事件	起	0

本報告期內，我們始終將員工、承包商及社區公眾的生命安全與健康置於首要位置，致力於構建「零傷害」的工作場所與環境。通過完善管理體系、強化風險管控、深化文化建設與推進技術創新，我們在安全生產與職業健康領域取得了紮實進展，為實現可持續發展奠定了堅實基礎。

公司將聚焦於智能化安全監管、供應鏈風險協同、員工健康安全及氣候相關安全風險應對，以創新舉措持續提升安全健康績效，履行企業責任。

構建和諧社區

長城汽車將回饋社會作為企業發展的重要組成部分，以平台化思維整合全價值鏈資源，構建起員工、用戶與社會各界共創共享的公益共同體，讓善意匯聚成向上向善的力量。公司聚焦**應急救災、社區共建、教育支持、文化保護**四大領域，以產業之力躬身入局**鄉村振興**，推動城鄉共融發展。企業以切實行動詮釋新時代責任內涵，在履行社會責任中實現企業與社會的價值共鳴與共同成長。



助學捐贈



公益送考



海外助學捐贈



致敬敦煌文化



慰問大涼山公益學校

應急救災：快速響應築牢安全防線

面對突發自然災害，長城汽車以赤誠之心快速響應，構建起「資金捐贈+車輛救援+服務保障+車友聯動」的立體化救災模式，將社會責任轉化為有溫度的響應，在風雨中守護生命與財產，在危難時刻傳遞企業與公眾同心共濟的堅定力量。

1月，西藏定日縣6.8級地震突襲，長城汽車第一時間向中國紅十字基金會捐贈500萬元，專項支持災區救援與重建。同步推出無憂救援、維修運返、維修優惠、高效理賠「四大關愛行動」，以體系化服務守護用戶家園。7月華北水災告急，公司再次向中國紅十字會總會捐款500萬元，啟動「長城保駕風雨同行」關愛行動，以全天候救援、理賠、消毒、檢測的全流程保障，在洪流中築起溫暖防線。

6月至8月，面對多地持續強降雨引發的洪澇災害，長城汽車聯動哈弗聯盟、各地坦克團等民間志願力量，深入貴州榕江、廣東懷集、湖北恩施、甘肅榆中等受災地區，緊急運送物資、全力參與搶險。從企業捐贈到用戶響應，從服務保障到車友聯動，每一次挺身而出都是對家國同心最深情的詮釋。

2025年12月，多地遭遇冰雪災害，路面結冰導致多輛車輛被困。坦克聯盟緊急集結救援力量，調配車輛和專業救援裝備，採用拖車繩牽引、絞盤救援等方式施救被困車輛。部分坦克救援隊在危險路段晝夜值守，提醒群眾安全行車，保障冰雪天氣下群眾出行安全。

社區共建：向善而行傳遞企業溫度

長城汽車將人文關懷延伸至邊疆與基層，以切實行動溫暖社會角落，構建企業與社區共生共榮的和諧圖景。

2月，公司組織開展衣物捐贈活動，將物資統一收集、分類整理，送往有需要的社區及困難群體，以切實的物資支持傳遞了關懷；3月，公司攜手炮火聯盟與藍天救援隊，在新疆開展春季轉場公益行動。18台車穿越千里牧區，戰冰雪、抗嚴寒，協助牧民裝卸近20噸物資、疏通生命通道，以車輪丈量責任，用行動守護傳統遊牧生計方式；4月，聯合炮火聯盟、經銷商與賈秀芳慈善基金會發起「長城炮向英雄致敬」公益活動，調配車輛參與老兵慰問與物資運送，在致敬家國衛士中傳遞企業溫度。

教育支持：內外兼修賦能成長未來

長城汽車圍繞教育公平與人才發展，構建起覆蓋青少年啟蒙、高考護航、國際幫扶、校企共建的全鏈條教育公益體系。

1月，組織員工走進涇水縣八一愛民學校，捐贈愛心物資並開展汽車科技體驗活動，在青少年心中播下科學探索的火種；3月，向巴西科研機構捐贈報廢車輛，支持海外學子實訓與科研，讓中國企業的責任擔當跨越國界；5月，贊助巴西廢棄物再利用主題巡回展覽，推動可持續發展意識深入人心；6月，聯合愛和城教育集團發起高考護航行動，組建愛心送考車隊，為莘莘學子奔赴夢想保駕護航；8月，向巴西伊拉塞瑪波利斯市政府提供專項捐款，用於7所公立學校殘障兒童教育物資改善，讓特殊兒童享有更優質、更包容的教育權利；10月，長城汽車於河北工業大學舉辦2026屆校園招聘啟動會暨「長城-E5」賽車發佈會，通過互動展台與深度宣講，向學子全面展示企業在越野、科技與文化領域的創新成果。自2016年與該校建立戰略合作以來，長城汽車在人才培養與技術攻關方面持續投入，並於2021年起長期贊助「興冀車隊」，支持其在專業賽事中屢獲佳績，推動了產學研深度融合，生動踐行了長期人才觀的責任擔當。

文化保護：守正創新活化文明傳承

長城汽車堅定文化自信，以科技賦能與產品融合助力中華優秀傳統文化傳承發展，讓千年文明在新時代煥發璀璨光芒。

9月，長城汽車致敬敦煌文化，赴敦煌開展系列活動。通過對話文保專家、支持莫高窟數字化保護、複刻敦煌美學與產品設計等實踐，將「探索、自信、堅守」的敦煌精神融入品牌發展。該舉措不僅助力敦煌石窟獲得可持續的科學保護，更通過產業與文化的創新融合，使這一珍貴文化遺產以更鮮活的方式呈現於公眾視野，激發社會對中華文明價值的廣泛認同與傳承自覺。

鄉村振興：產業賦能，以初心共築時代願景

長城汽車將鄉村振興作為履行新時代社會責任的重要陣地，以產業資源為根基、以長效幫扶為路徑，系統構建就業賦能與人文關懷深度融合的可持續支持體系。從激活鄉村人才內生動力到守護鄉土社會的溫度與尊嚴，企業以紮實行動書寫助力共同富裕的責任篇章。

（一）就業幫扶：以產業之力激活鄉村人才引擎

長城汽車充分發揮產業鏈平台優勢，為殘疾員工提供適配性就業崗位與職業發展通道，以穩定就業托舉生活尊嚴、拓展成長空間，讓每一位奮鬥者都能在勞動中實現人生價值。同時，積極響應鄉村振興戰略號召，面向鄉村學校開展定向招聘，為區域人才振興注入源源不斷的內生動力。從就業賦能到人才培育，長城汽車以務實行動詮釋「授人以漁」的幫扶理念，讓發展成果惠及更多鄉村家庭。

（二）鄉村關懷：以向善之心傳遞企業溫度

長城汽車持續關注鄉村弱勢群體，以多層次、常態化的公益行動溫暖鄉土中國。3月，借2.4T長城炮家族品鑑會契機，公司組織對孤寡老人及留守兒童開展專項慰問，將品牌活動與人文關懷有機融合，讓溫暖傳遞；同期，攜手魏牌成都車主俱樂部發起「WEY愛同行」公益行動，深入大涼山地區為公益學校捐贈物資，以暖心行動點亮鄉村兒童成長希望。6月，公司聯合用戶走進雲南曼臘小學，捐贈圖書、文具、體育器材等教學物資，讓愛與知識在田野間生根發芽，讓教育之光照亮鄉村孩子的成長之路。

長城汽車深信，扶貧助困不止於善念的瞬間閃光，而是深植於時代使命之中的系統性工程。從就業幫扶到鄉村關懷，企業以務實篤行匯聚各方愛心力量，凝聚社會廣泛共識，以切實行動助推社會公平，以產業之力共築共同富裕的時代願景，在鄉村振興的偉大征程中書寫企業與家國同行的溫暖篇章。

定量績效指標

指標名稱	指標單位	2024年	2025年
環保運營			
是否發生重大環境事件	是／否	否	否
因環境事件受到生態環境等有關部門重大行政處罰或被追究刑事責任的次數	次	0	0
排放物			
排放物種類及相關排放數據			
廢水的排放總量	噸	4,006,546.25	4,261,390.87
COD排放總量(COD(即化學需氧量)一般指水中有機污染物或固體物質在一晝夜內通過以氧為媒介分解的有機物損失量)	噸	249.22	268.13
生化需氧量(BOD)	噸	-	51.37
氨氮排放總量(水環境污染物)	噸	17.72	18.40
總氮年排放量	噸	-	9.17
總磷(TP)	噸	-	1.48
VOC排放總量(揮發性有機化合物)	噸	184.36	199.36
顆粒物(PM)年排放量	噸	-	86.05
氮氧化物排放總量	噸	71.32	82.04
二氧化硫排放總量	噸	6.52	7.25
所產生有害廢棄物總量			
廢有機溶劑HW06的產生量	噸	3,131.69	3,067.33
廢礦物油／含油廢物HW08的產生量	噸	1,360.31	1,833.97
廢乳化液HW09產生量	噸	2,392.59	3,462.21
染料、塗料廢物產生量HW12	噸	3,656.71	3,818.58
有機樹脂類廢物HW13的產生總量	噸	1,265.44	1,309.16
表面處理廢物HW17的產生總量	噸	3,268.36	3,432.03
含鉛廢物HW31的產生總量	噸	218.17	216.35
其它危廢HW49產生總量	噸	4,928.30	4,797.50
危險廢棄物產生總量	噸	20,221.57	21,937.12
危險廢棄物產生密度	噸／台車	0.02	0.02
所產生無害廢棄物總量			
無害廢棄物產生種類及總量	噸	12,000	11,640
無害廢棄物產生密度	噸／台車	0.01	0.01
廢棄物循環利用量	噸	-	199,883.00
溫室氣體總排放量			
範圍一：直接溫室氣體排放量	tCO ₂ e	142,601.13	137,719.82
範圍二：間接溫室氣體排放量	tCO ₂ e	865,821.64	740,155.46
溫室氣體總排放量	tCO ₂ e	1,008,422.77	877,875.28
主機廠溫室氣體排放量密度	tCO ₂ e／台車	0.31	0.27
溫室氣體3排放量	tCO ₂ e	-	57,012,884.9
溫室氣體減排資金投入	萬元	-	4,110
溫室氣體減排量	tCO ₂ e	-	84,681.25

註：

- ① 範圍一直接溫室氣體排放量為使用柴油、汽油、天然氣等化石能源產生的排放量；
- ② 範圍二間接溫室氣體排放量為外購電力、蒸汽等產生的排放量；
- ③ 範圍一、二溫室氣體排放量核算標準及因子參考《溫室氣體排放核算與報告要求：整車製造企業》、《2023年電力二氧化碳排放因子》、《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》等其他相關標準。
- ④ 公司2025年較2024年披露範圍新增6家零部件工廠。
- ⑤ 主機廠溫室氣體排放量密度核算電力因子參考《2024年全國電力碳足跡因子》。
- ⑥ 結合主管部門最新發佈因子，對2024年排放量進行修正。

註：部分指標為2025年新增，故無2024年對應數據。

指標名稱	指標單位	2024年	2025年
按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量			
電總消耗量	度	1,338,457,248.28	1,139,899,449
電消耗量密度	度／台車	1,254.35	1,051.96
汽油消耗量	噸	7,016.79	6,792.72
汽油消耗量密度	噸／台車	0.006576	0.006269
柴油消耗總量	噸	1,414.27	1,524.44
柴油消耗量密度	噸／台車	0.001325	0.001407
天然氣消耗量	千立方米	55,524.83	60,829.82
天然氣消耗量密度	立方米／台車	52.0355	56.1372
蒸汽總消耗量	噸	415,346.70	403,961.82
蒸汽消耗量密度	噸／台車	0.3892	0.3728
直接能源總消耗量	噸標準煤	-	86,063.47
間接能源總消耗量	噸標準煤	-	192,043.13
能源消費總量	噸標準煤	298,336.96	278,106.60
其中：清潔能源使用量	噸標準煤	-	70,902.15
單台車綜合能源消耗量	噸標準煤／台車	0.2796	0.2567
總能耗強度	噸標準煤／萬元	-	0.0125
可再生能源總量	千瓦時	246,221,474	576,909,231
總耗水量及密度			
水資源消耗總量	噸	7,404,906.61	8,107,699.90
水資源消耗密度	t／台車	6.94	7.48
水資源使用強度	噸／萬元	-	0.3639
製成品所用包裝材料的總量			
包裝物總量	噸	9,856	9,441
包裝物密度	噸／台車	0.01	0.01
環境及天然資源			
環保培訓和投入			
環保培訓次數	次	157	173
環保培訓人次	人次	21,591	13,159
環保培訓資金投入	萬元	26.19	53.20
環保技改項目資金投入	萬元	1,218.12	2,489.08
社會			
僱傭			
員工總數	人	84,915	97,600
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員數量(剔除適齡退休)			
按性別劃分僱員數量			
男性	人	64,330	73,693
女性	人	20,585	23,907
按僱傭類型劃分的僱員數量			
全職	人	84,915	97,600
兼職	人	0	0
按年齡劃分僱員數量			
年齡<30歲	人	32,243	35,440
30≤年齡<40歲	人	40,863	46,505
40≤年齡<50歲	人	10,743	14,410
年齡≥50歲	人	1,066	1,245

指標名稱	指標單位	2024年	2025年
按地區劃分僱員數量			
華北	人	58,209	60,015
東北	人	803	855
西南	人	5,735	5,991
華東	人	14,227	15,978
華中	人	5,123	6,591
華南	人	355	344
西北	人	46	54
海外	人	417	7,772
按少數民族劃分僱員數量			
漢族	人	81,324	86,361
少數民族	人	3,591	3,552
按籍貫劃分僱員數量			
中國	人	84,628	89,913
外國	人	287	7,687
按教育程度劃分僱員數量			
博士	人	56	87
碩士	人	3,066	4,138
本科	人	34,132	39,912
專科	人	22,313	26,019
高中及以下	人	25,348	27,444
按性別劃分高管比例			
男性	%	93	93
女性	%	7	7
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率：(剔除適齡退休)			
按性別劃分的僱員流失比率			
男性	%	16.85	18.40
女性	%	4.28	4.81
按年齡劃分的僱員流失比率			
年齡<30歲	%	12.08	13.31
30≤年齡<40歲	%	7.45	8.27
40≤年齡<50歲	%	1.4	1.43
年齡≥50歲	%	0.2	0.2
按地區劃分的僱員流失比率			
華北	%	10.5	11.7
東北	%	0.18	0.18
西南	%	1.80	1.38
華東	%	5.99	5.59
華中	%	2.1	2.51
華南	%	0.35	0.08
西北	%	0.05	0.03
海外	%	0.16	3.17

指標名稱	指標單位	2023年	2024年	2025年
連續三年每年因公亡故的人數(2019-2021年)	人	0	0	0
連續三年每年因公亡故的比率(2019-2021年)	%	0	0	0
因工傷損失工作日數	天	158	169	182
員工健康與安全訴訟案件數	件	0	0	0
工傷保險、安全生產責任險的投入金額	億元	-	0.41	0.67
人員覆蓋率	%	-	100	100
安全教育培訓次數	次	3,808	5,243	6,451
安全教育培訓人次	人次	551,389	660,176	702,243

指標名稱	指標單位	2024	2025年
發展與培訓			
培訓員工總學時	小時	2,749,701.95	2,743,498.71
每名員工受訓平均時數	小時/人	32.38	28.11
員工培訓覆蓋率	%	84.04	83.76
培訓經費支出金額	億元	0.15	0.14
按性別劃分的受訓僱員人數			
男性	人	54,065	61,832
女性	人	17,295	19,919
按僱員類別劃分的受訓僱員人數			
高級管理層	人	316	291
中級管理層	人	5,775	5,476
基層員工	人	65,269	75,984
按性別劃分的受訓僱員比例			
男性	%	75.76	75.63
女性	%	24.24	24.37
按僱員類別劃分的受訓僱員比例			
高級管理層	%	0.44	0.36
中級管理層	%	8.1	6.70
基層員工	%	91.46	92.94
按性別劃分的員工受訓平均時數			
男性	小時	40.05	34.97
女性	小時	33.79	29.17
按僱員類別劃分的員工受訓平均時數			
高級管理層	小時	31.77	65.76
中級管理層	小時	53.5	59.85
基層員工	小時	37.24	31.54

指標名稱	指標單位	2024	2025年
勞工準則			
經由正式申訴機制提交、處理和解決的勞工問題申訴的數量	例	22	35
產品責任			
召回的汽車或零件數量	件	36,003	5,155
召回的汽車或零件數量佔產品總數的百分比	%	2.92	0.39
報告期內客戶投訴總數	項	215,348	197,917
客戶投訴降低率	%	2.35	8.00
銷售滿意度	%	93.95	93.94
售後服務滿意度	%	92.96	90.10
研發資金投入	萬元	1,044,614.49	1,037,813.04
研發投入佔主營業務收入比例	%	5.17	4.66
專利申請數量	件	4,827	3,840
所獲專利授權數量	件	2,136	2,946
所獲發明專利授權數量	件	701	1,076
反貪污			
對公司或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件的數目	件	1	2
接受反商業賄賂及反貪污培訓董事百分比	%	–	37.5
接受反商業賄賂及反貪污培訓管理層百分比	%	–	40.4
接受反商業賄賂及反貪污培訓員工百分比	%	–	11.8
按職級劃分的反貪污培訓次數			
董事及管理層	次	10	4
員工	次	72	116
按職級劃分的反貪污培訓人次			
董事及管理層	人次	257	186
員工	人次	10,004	10,650
按職級劃分的反貪污培訓通過率			
董事及管理層	%	89	79
員工	%	100	100
社區投資			
開展志願者活動期數	期	84	86
報告期內志願活動參與人次	人次	2,738	108
報告期內志願活動時數	小時	738	83.5
報告期內志願活動投入金額	萬元	81.53	74.35
鄉村振興惠及人數	人	–	973
鄉村振興總投入金額	萬元	–	2,791.88
慈善公益投入金額	萬元	–	1,378.92

ESG報告指引

《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
A1: 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	綠色發展－污染物及廢棄物管理／定量指標績效
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	
	A1.2	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）。	
	A1.3	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）。	
	A1.4	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。	
	A1.5	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。	
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。	綠色發展－環境合規管理、資源利用與循環經濟、生態系統保護與生物多樣性保護／定量績效指標
	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）。	
	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
	A2.3	描述能源使用效益及所訂立的目標以及為達到這些目標所採取的步驟。	
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及用水效益，並描述所訂立的目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
	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。	
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。	
	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。	

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工關懷與成長／ 定量績效指標
	B1.1	按性別、僱傭類型（即全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	
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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工關懷與成長／ 定量績效指標
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	
	B2.2	因工傷損失工作日數。	
	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。	
B3：發展與培訓	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。	員工關懷與成長／ 定量績效指標
	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。	
	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。	
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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工關懷與成長
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
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。	創新引領與責任經營－供應鏈管理
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	
	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。	
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	
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、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	創新引領與責任經營－創新驅動、產品質量與安全、客戶權益保護／定量績效指標
	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。	
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	
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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	精益治理－商業道德／定量績效指標
	B7.1	於匯報期內對發行人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。	
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	

社會範疇			
層面	指標編號	指標內容	所在章節
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	構建和諧社區／定量績效指標
	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)。	
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	

D部分：氣候相關披露			
管治	a.	負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構(可包括董事會、委員會或其他同等治理機構)或個人的信息。	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
	b.	管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
策略		氣候相關風險和機遇	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
		業務模式和價值鏈	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
		策略和決策	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
		財務狀況、財務表現及現金流量	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
		氣候韌性	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標

D部分：氣候相關披露		
風險管理	發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
	發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程(包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的信息)	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
	氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理／定量績效指標
指標與目標	氣候相關轉型風險	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	氣候相關物理風險	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	氣候相關機遇	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	資本運作	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	內部碳定價	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	薪酬	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	行業指標	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標
	氣候相關目標	綠色發展－應對氣候變化、精益治理－可持續發展治理、重要性議題管理、風控管理/定量績效指標

上交所可持續發展報告披露指引

維度	披露議題	章節／索引
環境	應對氣候變化	綠色發展－應對氣候變化
	污染物排放	綠色發展－污染物及廢棄物管理
	廢棄物處理	綠色發展－污染物及廢棄物管理
	生態系統和生物多樣性保護	綠色發展－生態系統與生物多樣性保護
	環境合規管理	綠色發展－環境合規管理
	能源利用	綠色發展－資源利用與循環經濟
	水資源利用	綠色發展－資源利用與循環經濟
	循環經濟	綠色發展－資源利用與循環經濟
社會	鄉村振興	構建和諧社區－社區公益
	社會貢獻	構建和諧社區－社區公益
	創新驅動	創新引領與責任經營－創新驅動
	科技倫理	創新引領與責任經營－創新驅動
	供應鏈安全	創新引領與責任經營－供應鏈管理
	平等對待中小企業	創新引領與責任經營－供應鏈管理
	產品和服務安全與質量	創新引領與責任經營－產品質量與安全
	數據安全與客戶隱私保護	創新引領與責任經營－客戶權益保護
可持續發展 相關治理	員工	員工關懷與成長
	盡職調查	精益治理－重要性議題管理、風控管理
	利益相關方溝通	精益治理－重要性議題管理
	反商業賄賂及反貪污	精益治理－商業道德
	反不正當競爭	精益治理－商業道德

反饋意見表

感謝您閱讀《長城汽車股份有限公司年度環境、社會和公司治理報告》。我們非常重視並期望聆聽您對公司社會責任工作和此份環境、社會和公司治理報告的回饋意見。您的意見和建議，是我們持續提高企業社會責任信息披露水準、推進企業社會責任管理和實踐的重要依據。您可填寫下表，通過郵寄或電子郵件回饋給我們。我們歡迎並由衷感謝您提出寶貴意見！

您對本報告的總體評價

非常好 好 一般 較差 差

您認為報告結構是否合理

非常合理 合理 一般 較不合理 不合理

您認為報告是否易讀

非常易讀 易讀 一般 較不易讀 不易讀

您所關注信息在報告中披露程度如何

很全面 比較全面 有所涉及 涉及較少 未涉及

您還有哪些關注的信息未反映在報告中

.....
.....
.....

您對公司社會責任工作推進或環境、社會和公司治理報告的建議

.....
.....
.....

您可以通過以下方式聯繫我們：

郵編：071000

電話：(86)312 2197813

傳真：(86)312 2197812

郵箱：gfzbc@gwm.cn

地址：河北省保定市朝陽南大街2266號



長城汽車股份有限公司
GREAT WALL MOTOR COMPANY LIMITED*