



東風汽車集團股份有限公司

DONGFENG MOTOR GROUP COMPANY LIMITED*



股份代號：489

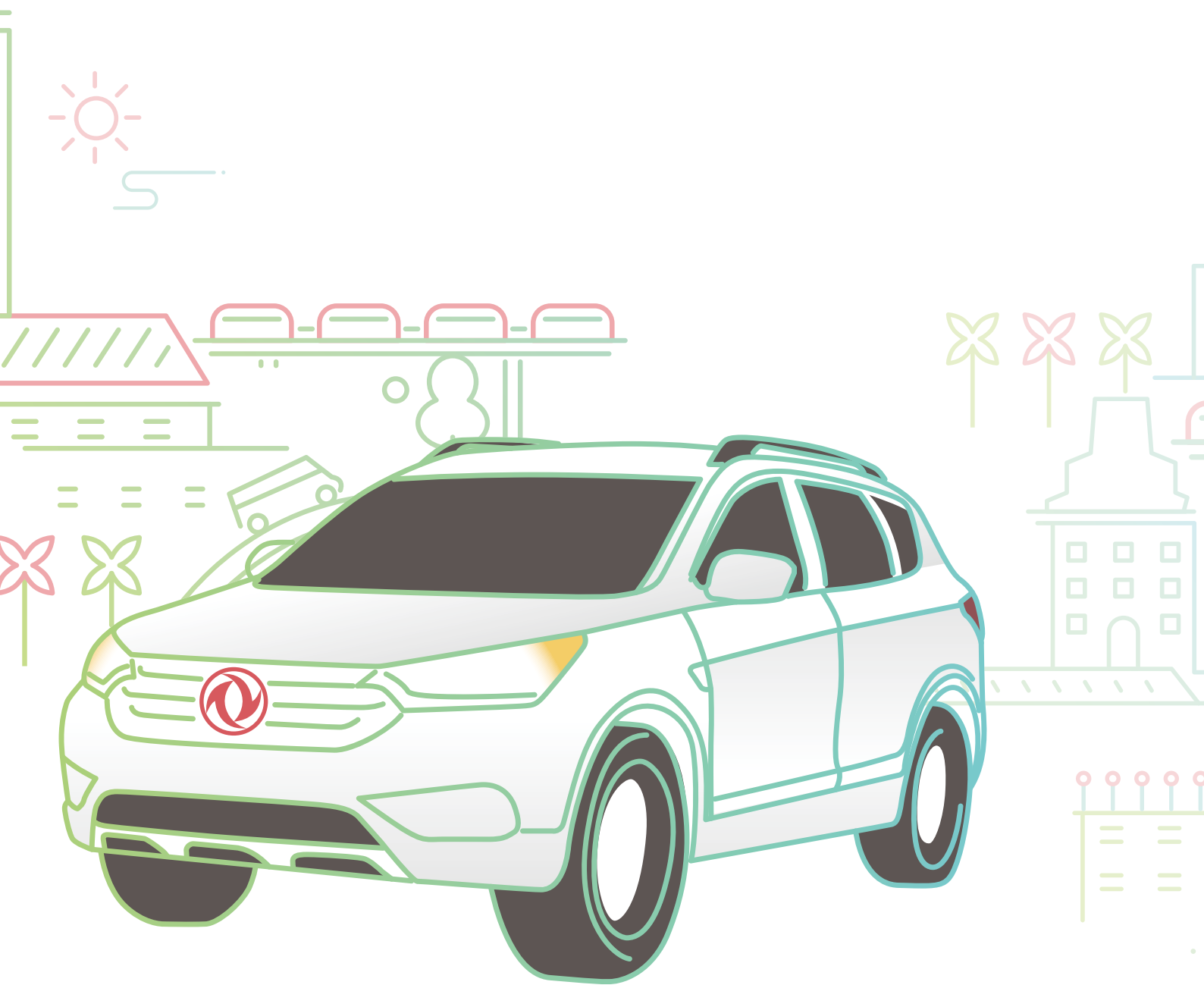


東起朝駕 風潤四方

2016

環境·社會及管治報告

*僅供識別



目錄

關於本公司	2
管理層致辭	3
關於本報告	5
2016年重點績效	7

1. ESG管治 8

1.1. ESG架構及戰略	8
1.2. 權益人溝通	11
1.3. 重大性分析	13
1.4. 守法合規	16

2. 創—產品價值 18

2.1. 創造價值	18
2.2. 創新發展	20
2.3. 創優質量	23

3. 綠—環境管治 30

3.1. 綠色產品	30
3.2. 綠色管理	34
3.3. 綠色生產	38
3.4. 綠色資源	42

4. 穩—安全管治 47

4.1. 穩定產品	47
4.2. 穩固管理	49
4.3. 穩慎作業	50
4.4. 穩步提升	52

5. 和—僱傭慣例 54

5.1. 和諧團隊	54
5.2. 和勉發展	56
5.3. 和悅生活	60

6. 潤—社區投資 62

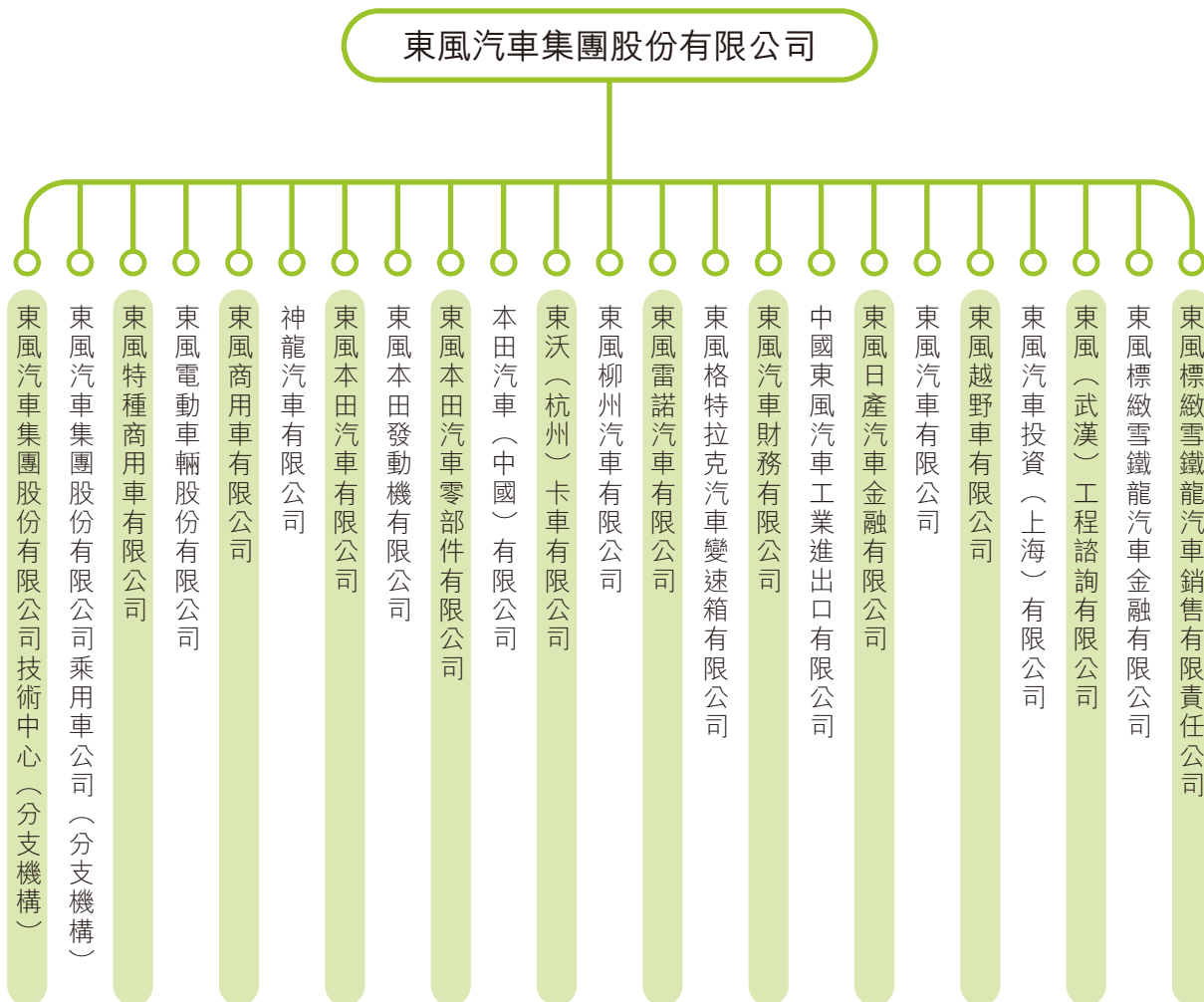
6.1. 潤濟公眾	62
6.2. 潤澤社區	64
6.3. 潤息公益	68

7. 附錄ESG內容索引 70

關於本公司

東風汽車集團股份有限公司於2001年5月18日註冊成立並於2005年12月7日在香港上市，公司總股本人民幣8,616,120,000元，其中內資股人民幣5,760,388,000元，佔比約66.86%；H股人民幣2,855,732,000元，佔比約33.14%。

本公司主要從事商用車、乘用車及汽車發動機、零部件的生產和銷售業務，裝備製造業務，金融業務以及與汽車相關的其他業務。截至2016年12月31日，本公司擁有21家附屬公司、合營企業及其他擁有直接股本權益公司及2家分支機構，詳細如下圖所示。



根據中國汽車工業協會的統計，按國內商用車和乘用車生產廠商銷售總量計算，2016年東風汽車集團擁有約11.3%的國內市場佔有率。



管理層致辭

2016年，是國家實施「十三五」規劃的開局之年，也是全面深化改革的重要一年。今年以來，製造強國戰略上升到國家戰略高度，汽車工業更面臨從規模擴張的粗放發展到以綠色製造、智能製造為核心的戰略轉型。低碳化、信息化、智能化正在取代擴大產能規模，成為我國汽車工業新一輪的發展重點。汽車產業政策與行業法規的深刻變化，新技術、新觀念、新業態、新模式都對汽車行業產生了深遠的影響。

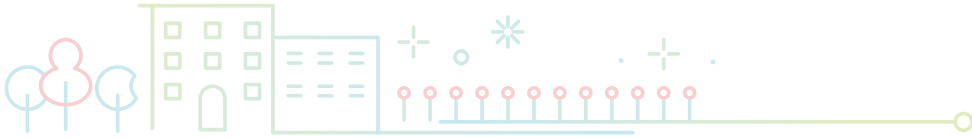
2016年，東風汽車集團股份有限公司繼續深入市場，聚焦客戶價值，精準商品企劃，提升網路能力，實現了「十三五」良好開局。年內，本公司累計銷售**315.68**萬量，同比增長**10.1%**，市場佔有率**11.3%**，產銷規模登上新台階，經營品質進一步提升。新能源、海外出口實現新發展，自主品牌、合資品牌齊頭並進。

本公司在持續推進各項業務發展的同時，不斷加強對於企業環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）方面的管理並積極展開與權益人的溝通，力求企業能夠實現長遠的可持續發展，早日全方位實現「為用戶提供全方位優質汽車產品和服務的卓越企業」的戰略目標。

綠色環保

我們堅信綠色發展是公司轉型升級的必經之路。我們將綠色理念融入產品運營過程中，以綠色發展為綱，踐行「節能環保地造車，造節能環保的車」的理念，加快實現企業的綠色轉型升級。一方面，我們致力於打造綠色產品，積極推動新能源汽車產業發展，先後開發了一系列新能源汽車產品，積累了多項核心技術經驗。另一方面，本公司開展「汽車生態設計與生命週期評價」工作，致力於為消費者提供健康、節能、環保的產品和出行方案。同時，我們貫徹落實「綠色製造」理念，實現末端管理向源頭管理的轉變，充分體現預防為主、綜合整治的方針道路。我們注重資源的有效利用與節約，對能源、水和包裝物料都採取了有效的節約措施，認真從每一個細節踐行環境責任。





管理層致辭（續）

安全生產

我們秉持企業安全文化，同時將其作為我們對全社會的承諾。我們恪守產品安全的核心理念，不斷加大安全技術領域的投入，深化研究主動及被動安全技術；生產安全方面，我們設立了清晰明確的安全管理組織架構，加大落實安全生產責任制，在持續引進更為安全的生產工藝技術的同時，踏實提高員工應急防災的能力。同時我們十分重視安全能力建設，積極開展各類安全培訓，旨在提升各級員工的安全生產水平。

關愛員工

我們珍視員工的辛勤勞動，並視員工為公司的寶貴財富。我們切實保護員工的勞動權益，為員工提供自我提升的資源和機會，與員工共同發展。根據各公司實際情況設立的完善的培訓體系和多元的職業發展通道加強了員工的向心力，豐富的文化活動和及時的員工關懷進一步提升了公司的凝聚力。

關懷社區

我們相信優秀的企業必須具備對社會責任的擔當。因此我們始終以「弘揚社會美德，奉獻東風愛心，傾力公益事業，促進社會和諧」為宗旨，面向公益、公眾和社區三方面開展特色社區項目，在全社會範圍內引導交通安全文明，在青少年中推廣汽車文化；組織開展社區公益活動，積極參與抗災救災工作；同時我們通過「東風公益基金會」對公益形式作出了新的實踐，推進「東風潤苗行動」關愛下一代成長。

2017年是供給側結構性改革的深化之年，挑戰與機遇並存。本公司將會在堅持發展業務的同時，繼續發揮「東風化雨，潤澤四方」的社會責任整體理念，為權益人帶來更高價值。

竺延風
董事長





關於本報告

本報告是東風汽車集團股份有限公司發佈的首份環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）報告，重點披露本公司的經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2016年1月1日至2016年12月31日。

報告指引

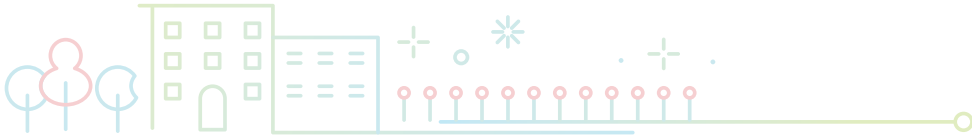
本報告主要參考香港聯交所於2015年12月公佈經修訂的《環境、社會及管治報告指引》文件。本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：識別和排列重要的權益人、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編製報告、對報告中的資料進行審閱等。

報告範圍

本報告在介紹東風汽車集團股份有限公司在相關ESG議題方面的表現時，以東風汽車集團股份有限公司集團層面的相關的政策、理念及目標為導向，並展開闡述子公司層面的生產單位在集團的指導下對相關ESG政策的具體落實及表現情況。

本報告中的政策、聲明主要覆蓋了集團層面及其21家附屬公司、合營企業及其他擁有直接股本權益公司及2家分支機構。報告中在描述ESG政策落實情況以及量化數據表現的內容時，主要覆蓋本公司的東風柳州汽車有限公司（以下簡稱「東風柳汽」）、神龍汽車有限公司（以下簡稱「神龍公司」）、東風本田汽車有限公司（以下簡稱「東風本田」）以及東風汽車有限公司旗下乘用車板塊—東風日產乘用車公司（以下簡稱「東風日產」）。這是基於權益人調查結果顯示，最受到權益人關注其ESG表現的幾個品牌，作為今年度ESG報告主要探討的內容。我們的報告範圍將會不斷擴大並基於權益人的意見和期望進行調整。此外，報告中部分內容涉及東風汽車集團股份有限公司之母公司東風汽車公司、及本公司其他附屬公司則會另行說明。





關於本報告（續）

稱謂說明

為了方便表述和閱讀，本報告中的「本公司」、「東風汽車集團」、「我們」均指代「東風汽車集團股份有限公司」。

資料來源及可靠性保證

本報告的資料和案例主要來源於公司統計報告、相關文檔。公司承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2017年6月16日獲董事會通過。

獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文及英文兩個版本供讀者參閱，報告電子版可在聯交所網站東風汽車集團股份有限公司「財務報表／環境、社會及管治資料」類別內或公司官方網站獲取。

我們十分重視權益人的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升本公司整體的環境、社會及管治表現。

聯繫方式

郵件：ir@dfmc.com.cn

地址：湖北省武漢市經濟技術開發區東風大道特1號





2016年關鍵績效

經濟

- 累計銷售約**315.68**萬輛，同比增長約**10.1%**，市場佔有率**11.3%**
- 銷售收入約人民幣**122,422**百萬元，利潤總額約人民幣**17,517**百萬元，股東應佔利潤約人民幣**133.55**億元
- 繳納稅額達**1,274**百萬元
- 研發成本投入為**1,061**百萬元，研發人員**23,037**人

環境及安全

- 累計申請新能源企業相關專利**370**餘項
- 累計有**103**個車型進入新能源汽車推廣應用推薦車型目錄，新能源汽車銷量達**2.4**萬輛
- **COD**和**SO₂**排放同比分別減少**9.4%**和**45.9%**
- 萬元產值綜合能耗同比降低**16.6%**
- 萬元產值水耗同比降低**21.7%**
- 事故頻率**0.2‰**

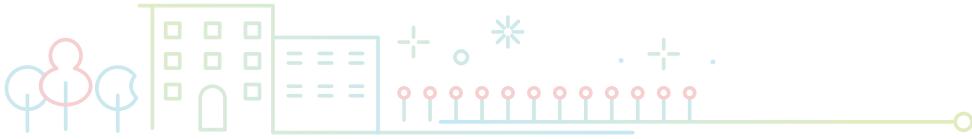
員工

- 我們的員工總數達到**149,092**人
- 員工滿意度達到**73%**
- 開展反貪腐教育活動**1,232**場次，參加人數達**44,541**人次

社區

- 累計志願時間超過**1,050**小時，服務社區居民超過**510**人次
- 累計投入扶貧資金近**2**億元
- 東風公益基金會對外捐贈項目**19**個，捐贈金額**2,990.4**萬元





1. ESG管治

關鍵績效：

- 共回收了3,279份有效問卷及與35位來自不同界別的權益人進行面談，全面了解權益人的意見和期望。
- 通過權益人溝通，識別出對於本公司最重要的7項ESG議題，中度重要的22項ESG議題。
- 開展反貪腐教育活動1,232場次，參加人數達44,541人次。

1.1. ESG架構及戰略

本公司以不斷增強可持續發展能力為ESG管理核心，通過強化責任管治、創新責任實踐，使ESG真正融入企業日常生產經營，並成為實現「為用戶提供全方位優質汽車產品和服務的卓越企業」戰略目標的重要舉措。

強化責任管治

本公司之母公司東風汽車公司於2012年發佈社會責任「潤」計劃，2014年發佈「和」文化戰略，2015年在中央企業和中國汽車行業率先發佈《商德公約》，至此構建起了「三位一體」的企業軟實力體系。該體系將東風汽車公司「東風化雨，潤澤四方」的社會責任整體理念，與節能環保、員工發展、技術創新、本職安全、質量效益的ESG管治重心有機融合，創造出了多元、立體、且具有東風特色的ESG管治模式。本公司作為東風汽車公司的重要組成部分，積極踐行上述體系，並將社會責任整體理念充分融入日常管理中。

我們建立了分工明確、組織有序的社會責任體系架構，從公司總部到各附屬公司及聯營公司，從管理到執行，系統梳理工作流程，完善管理組織體系，明確領導責任和歸口管理部門，清晰界定工作職責和任務，有效提升了ESG管理的專業化水平。





ESG管治(續)



DFM：東風汽車公司；DFG：本公司

創新責任實踐

未來汽車產品及服務行業的生態日趨複雜，不確定性因素增加，帶來諸多新的挑戰。市場方面，行業保持低速增長態勢，對內部運營精細化管理，提出了新的要求；產品方面，新能源汽車進入跨越式發展時期，環保技術研發成為重中之重；技術方面，傳統汽車的綠色、智能網聯需求為節能減排帶來了新的思路。作為應對策略之一，本公司將ESG責任融入公司經營戰略，提出「永續發展的百年東風」的戰略願景。為實現永續發展，我們強調前瞻性的業務佈局能力和發展質量，更注重在發展過程中的風險管控，將發展對企業自身、環境及社會的影響綜合考量；鑄就百年東風，更需要持續的創新作為動力，重視人才發展，強化科技研發。



ESG管治(續)



本公司之母公司東風汽車公司自**2008**年開始發佈首份企業社會責任報告至今，一直將**ESG**的責任理念不斷進行貫徹和落實。



2015年東風汽車公司社會責任年報



2014年東風汽車公司社會責任年報



2013年東風汽車公司社會責任年報



2012年東風汽車公司社會責任年報



2011年東風汽車公司社會責任年報



2010年東風汽車公司社會責任年報



2009年東風汽車公司社會責任年報



2008年東風汽車公司社會責任年報

更多關於東風汽車公司社會責任報告的信息詳見<http://www.dfmc.com.cn/info/DFSHZRNB.html>。



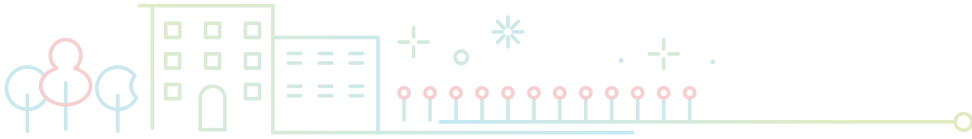
ESG管治(續)

1.2. 權益人溝通

本公司一直致力於與我們的權益人建立多方面的溝通渠道，並相信雙向、具透明度及定期的溝通有助於與各方人士保持和諧關係、加強互信及尊重，同時也為本公司的可持續發展奠定堅實的基礎。我們識別出對本公司具有決策權或影響力、與本公司關係密切的主要權益人，並積極與權益人進行溝通，以了解他們所關心的議題，並定期檢討有關行動的成效，完善溝通渠道及更全面反映權益人的意見。下表列出報告期內不同權益人組別所關注的議題。

權益人組別	權益人最關注的議題	溝通渠道／反饋方式	頻率／次數
股東／投資者	經營業績	－ 股東大會	－ 每年舉行一次股東大會
	ESG治理理念	－ 投資者見面會	－ 若有特殊情況舉行臨時股東大會或類別股東會議
		－ 業績發佈會	－ 不定期舉行投資者見面會及現場調研
		－ 新聞稿／公告	－ 每年至少一次路演和反向路演
		－ 現場調研	
		－ 路演和反向路演	
員工	僱傭及勞工	－ 員工培訓	－ 每年每人至少一次員工培訓
	薪酬福利	－ 工會活動	－ 不定期舉行工會活動
		－ 團委活動	－ 每年至少一次團委活動
		－ 職工代表大會	－ 每年至少一次職工代表大會
		－ 意見和合理化建議徵集	－ 不定期意見和建議徵集
經銷商	產品責任	－ 產品培訓	－ 不定期
	社區投資	－ 消費者投訴處理	
		－ 產品維保	
供應商	供應鏈管理	－ 現場調研	－ 每年一次供應商大會
	產品責任	－ 供應商考核	－ 每半年進行准入評價
		－ 質量溝通	－ 不定期的駐場辦公
		－ 電話／書面來往	
		－ 駐場辦公	
		－ 供應商大會	
		－ 公開採購招標	





ESG管治(續)

權益人組別	權益人最關注的議題	溝通渠道／反饋方式	頻率／次數
客戶／消費者	產品責任	－ 線上推廣	－ 不定期
	研發創新	－ 線下展銷會、推廣活動 － 電話 － 微信／微博 － 新品發佈會 － 市場調研 － 客戶滿意度調研 － 客戶座談和走訪 － 處理客戶投訴	
政府部門	綠色生產	－ 現場調研	－ 不定期
	經營業績	－ 會談 － 實地抽查 － 參與政策、標準、 規劃調研與制定	
社區人士	綠色生產	－ 現場調研	－ 不定期
	社區投資	－ 會談 － 社區公益活動 － 社區共建活動	
媒體	社區投資	－ 新聞稿／公告	－ 不定期
	經營業績	－ 採訪 － 會議	





ESG管治(續)

1.3. 重大性分析

報告期內，本公司特聘請第三方顧問公司展開權益人的調研。第三方制定了相關ESG調查問卷，並進行權益人訪談，以了解各層面的權益人對本公司在應對及披露環境、社會及管治議題的意見及期望，為公司制定長遠的ESG戰略提供有力依據。顧問公司共回收了3,279份有效問卷及與35位來自不同界別的權益人進行面談，全面了解權益人對於本公司在ESG表現上的意見和期望。

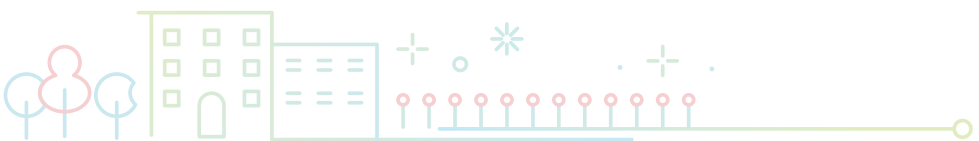
我們的重大性評估主要分成四個階段執行。如下圖顯示，我們先識別各項可能對本公司業務或權益人造成影響的環境、社會及管治上的重大性議題，然後對潛在重大性議題進行排序，並與管理層驗證結果，最後對重大性評估流程進行檢討。

重大性評估過程

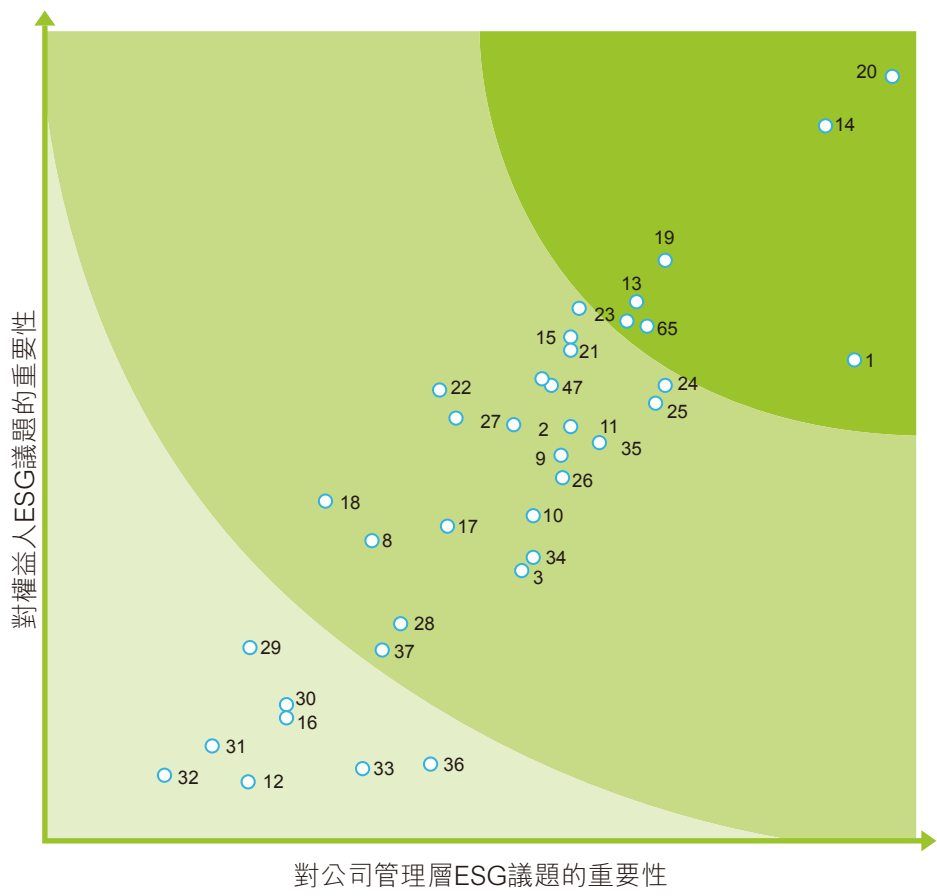
1. 識別潛在重大性議題	獨立顧問公司透過詳細檢閱包括媒體分析、同行對標分析及其他相關文件後，識別能夠反映本公司業務對經濟、環境和社會的影響，或影響權益人對本公司評估和決策的潛在重要議題。
2. 對潛在重要議題進行排序	我們的獨立顧問公司制定了權益人溝通計劃，進行全面的問卷調研及訪談，了解各權益人所關注的優先議題，最後得出重大性矩陣，由矩陣分析辨別真正具有重大性的議題。
3. 管理層驗證結果	獨立顧問公司將重大性矩陣結果呈交管理層，確認已識別議題的重大性及其影響屬本公司內部或公司以外。我們將會在報告中如實反映本公司在相關議題上的表現。
4. 回顧	檢查報告內容是否提供了關於本公司的影響和可持續發展表現的合理描述，以及編製報告內容的流程是否反映了報告原則的意圖。我們會邀請各權益人就這方面提供意見。

通過以上評估過程識別出對於本公司最重要的7項ESG議題，中度重要的22項ESG議題，以及次重要的8項ESG議題，其中最重要的議題構成本報告內容的重點部分，我們將會在本報告內詳細披露有關內容。





ESG管治 (續)





ESG管治(續)

編號	具體議題	編號	具體議題
1	業務表現	19	營銷和售後服務
2	公司治理	20	產品安全性
3	低碳經濟	21	燃油效率及排放
4	水資源管理	22	客戶隱私
5	廢水管理	23	投訴及產品召回
6	廢氣管理	24	研發和知識產權
7	固體廢棄物管理	25	遵守產品與服務相關法規
8	溫室氣體排放管理	26	遵守市場推廣相關法規
9	土壤、地下水的影響	27	腐敗及反競爭
10	工業噪聲管理	28	供應商環境表現評估
11	節約能源消耗	29	供應商安全培訓與能力提升
12	包裝材料的使用	30	供應商社會表現評估
13	薪酬福利	31	供應商勞工守則表現評估
14	職業安全健康	32	供應商人權表現評估
15	職業發展與培訓	33	社區貢獻
16	多元化及平等機會	34	社區環境維護
17	童工及強迫勞動	35	遵守相關社會法規
18	員工流失率	36	公益慈善
		37	對週邊社區的影響



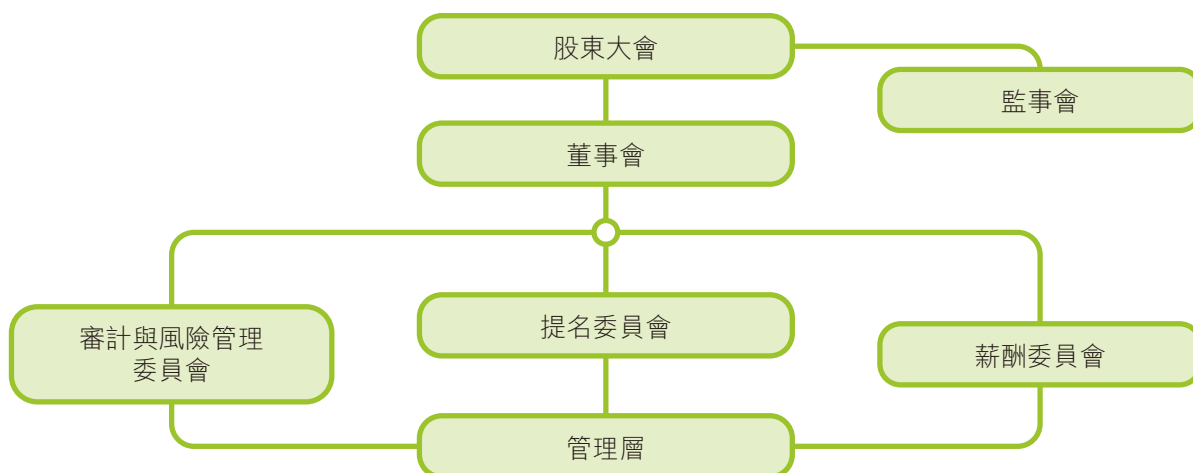
ESG管治(續)

1.4. 守法合規

企業管治

本公司奉行高水平的企業管治，從而保障股東及其他權益人的利益，並提升公司價值、管理透明度、及責任可追溯性。我們一貫遵守《中華人民共和國公司法》、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》、香港聯合交易所《企業管治守則》及本公司章程的相關要求，致力於構建高效的企業管治架構。

本公司最高權力機構是股東大會，負責企業重大經營決策。股東大會下設董事會和監事會，董事會下設審計與風險管理委員會、提名委員會及薪酬委員會。董事會作為決策執行機構，負責公司日常經營管理決策；監事會主要負責監督董事會以及高級管理人員的職務行為，兩者各自獨立地向股東大會負責。



更多企業管治信息，請參考2016年度報告中「企業管治」章節。



ESG管治(續)

風險管理

2016年，本公司進一步加強風險防控，完善風控制度，主動預防經營過程中的合規風險、政策風險、財務風險、匯率風險和網絡風險，逐漸形成了由審計與風險管理委員會進行風險事前總體評估及監控，管理層及有關職能部門進行風險事中控制，獨立的審計部進行事後檢查及督促整改的三級防範體系。

公司風險管理以內部制度建設為主線，每年制定年度風險防範及審計重點，並定期進行檢討及審查。

反貪污

本公司嚴格依照《中華人民共和國刑法》、《國有企業領導人員廉潔從業若干規定》等國家法律法規推進反腐倡廉工作，並制定《東風汽車公司高級管理人員廉潔從業若干規定》以規範相關人員的行為。公司各級紀檢監察部門、人事部門定期進行監督檢查，著力解決突出問題並對違反規定的行為嚴肅處理。同時，公司鼓勵員工對違紀行為申訴舉報，充分利用「聯繫溝通、信息反饋、監督保障」機制，確保全方位管控。

本公司十分重視廉政及誠信教育，堅持正面引導與事後處理相結合。2016年，本公司各單位開展各類相關教育活動1,232場次，參加人數達44,541人次。年內公司還進行了2次高管人員警示教育大會，將公司近年發生的典型案例進行了通報剖析。



2. 創一產品價值

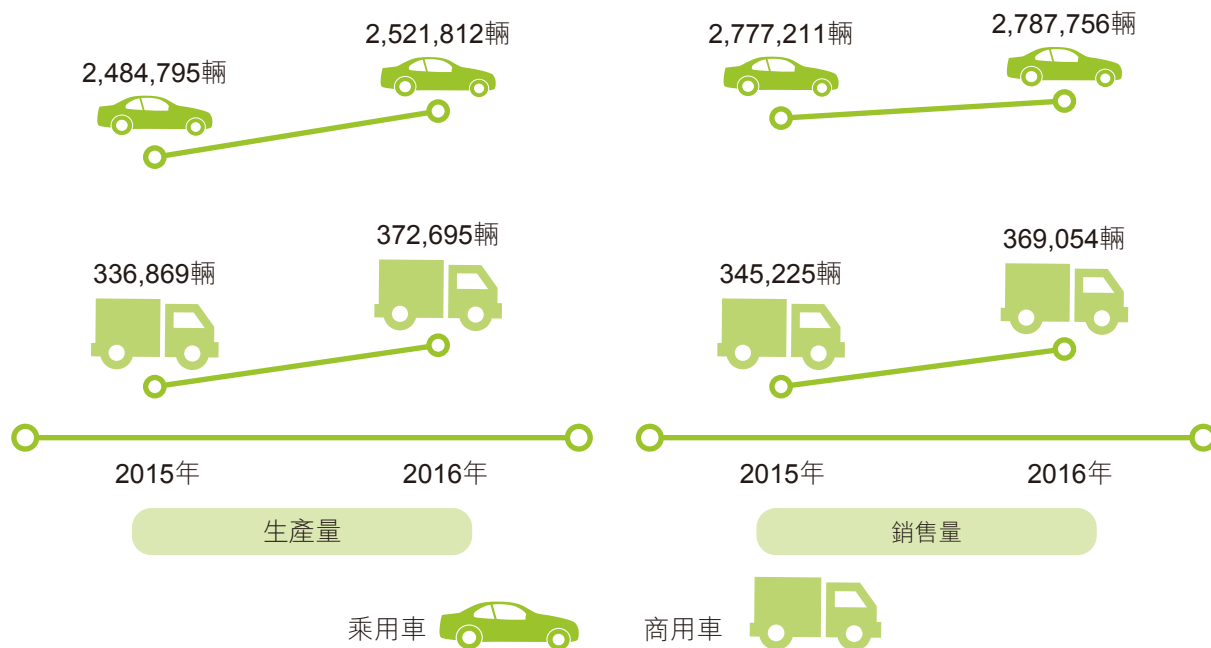
關鍵績效：

- 2016年累計銷售約315.68萬輛，同比增長約10.1%，市場佔有率11.3%。
- 2016年銷售收入約人民幣122,422百萬元，利潤總額約人民幣17,517百萬元，股東應佔利潤約人民幣133.55億元。
- 2016年繳納稅額達1,274百萬元。
- 2016年研發成本投入為1,061百萬元，研發人員23,037人。

2.1. 創造價值

產銷規模跨越300萬輛新台階

2016年，本公司繼續深入市場，聚焦客戶價值，精準商品企劃，提升網絡能力，跨越300萬輛台階，實現了「十三五」良好開局。2016年本公司累計銷售約315.68萬輛，同比增長約10.1%，市場佔有率11.3%；其中乘用車銷量約278.77萬輛，同比增長約10.6%；商用車銷售約36.91萬輛，同比增長約6.9%。



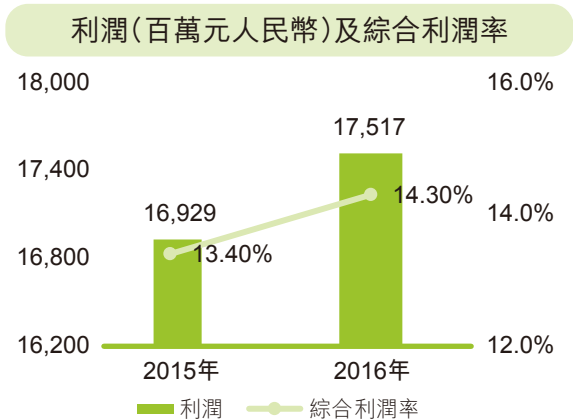
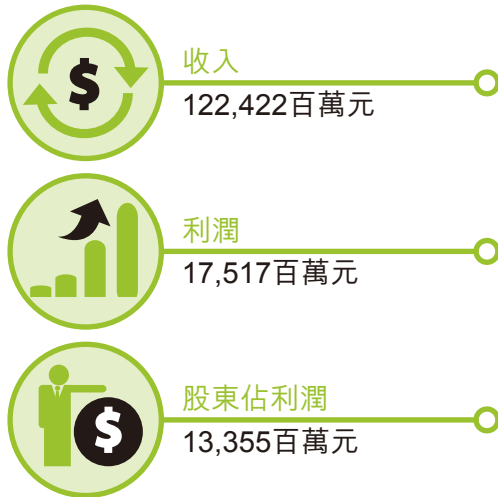


創一產品價值(續)

盈利水平進一步提升

2016年本公司實現銷售收入約人民幣122,422百萬元。2016年利潤總額約人民幣17,517百萬元，較2015年增幅約3.5%。股東應佔利潤約人民幣133.55億元，同比增長約15.6%。

單位：人民幣



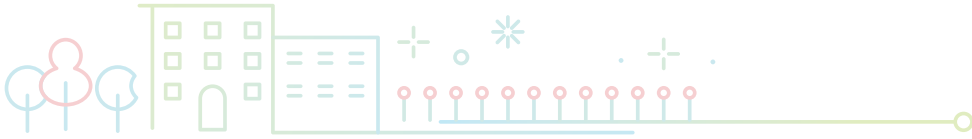
創利產業

汽車產業作為中國經濟支柱產業之一，整車製造及配套產業是促進區域經濟發展的強大引擎，在推動經濟發展、解決就業、促進產業結構優化升級、推動汽車工業的進步等方面起著重要作用。

本公司在加強經濟工作的同時，切實履行政治責任和社會責任，發揮央企帶動作用，促進地方經濟社會和諧發展。我們紮根當地，扶植大批汽車零部件企業，形成完備產業鏈，輻射全國，帶動汽車產業鏈上下游企業加速發展；我們帶動產業集群效應，為當地及整個社會提供大量的就業機會，培養了大量相關的產業人才，同時我們將繼續推動東風專營店及二級網點建設，帶動全國各地就業。

我們依法納稅，2016年本公司繳納稅額達1,274百萬元，持續帶動地方經濟。





創一產品價值（續）

2.2. 創新發展

整車、新能源、智能網連等重點領域研發創新

在國家「十三五」發展計劃和「中國製造2025」製造強國戰略的引領下，本公司本著「創新驅動」、「主動主導」的方針，以「自主創新、協同發展、強化體系、引領未來」為科技發展指導思想，不斷加強體制機制創新、技術創新、商業模式和業務創新，構建可持續發展的科技創新能力，增強自主發展的主動權，形成自主事業發展的主動格局。借由不斷投入的技術研發資金和團隊，本公司制定「綠能+智能」的技術戰略，重點提升三方面能力，實現2020年自主研發綜合能力達到國內領先，重點技術領域取得重大突破，在整車、新能源、智能網連等重點技術領域國內領先，並力求2025達到國際先進水平。

三方面能力提升



本公司在2016年繼續加強自主品牌建設和自主研發能力投入，以適應東風汽車公司提升核心競爭力和可持續發展能力的需要。2016年研發成本投入為1,061百萬元。除了資金的投入外，我們亦十分注重研發團隊的建設，截至2016年12月31日，我們共有研發人員23,037人。





創一產品價值(續)

產學研合作

我們十分注重產學研合作建設，廣泛與國內外各大科研院所、國內外技術專家、行業央企、企事業單位開展協同創新，實現共同協作、相互補充、聯合攻關，技術交流、開拓視野。本公司分別與吉林大學、西安交通大學、上海交通大學、武漢理工大學等研究院所以學術交流，合作開發等形式開展長期的合作創新活動，加強研發人才儲備，例如通過東風商用車技術中心與華中科技大學的深度密切合作和努力，我們聯合開發的汽車廢氣催化材料已接近進口壟斷企業的技術指標，目前正在攻克技術難題。

研發碩果

截至2016年12月31日，本公司之母公司東風汽車公司獲得專利項數共2,228項，其中發明專利256項，實用新型專利1,517項，外觀設計專利455項。其中，以本公司的名義擁有的專利項數共14項，發明專利2項，實用新型專利12項。我們根據《東風汽車公司專利管理辦法》，加強知識產權保護並完善專利獎勵機制，對專利申請有貢獻的員工給予獎勵和鼓勵，激勵員工敢於創新和突破。

2016年本公司持之以恆的加強研發建設，圍繞「節能、環保、安全、舒適」的技術發展趨勢，重點突破「整車、新能源、動力總成、汽車電子電控」四大關鍵技術，實現多項研發突破成果。

2016年本公司自有品牌的乘用車和商用車領域的研發成果

乘用車領域	商用車領域
• 掌握了節能環保的動力技術，逐步向增壓、直噴、DCT等方面拓展，1.4T發動機完成投產並在整車上實現搭載。 • 東風風神品牌AX7、AX5、A60實現搭載A16+DCT動力系統。總體上自主品牌乘用車實現從入門級到行政級別，以及SUV的全覆蓋，乘用車整車智能化、互聯化和車輛的科技性進一步提升，在平台模塊化、電子智能化、輕量化和電動化技術方面，不斷提升產品技術含量，用科技力量增強東風乘用車的市場競爭力。	• 東風天龍、天錦、大力神在整車商品開發方面，持續通過商品開發項目提升公司全商品平台的市場競爭力，以支持公司經營目標達成，2016年以國五排放標準、大馬力牽引車開發、提升商品特性為主線，通過減重、降油耗、減少排放、整車降成本，增強綜合競爭力。



創一產品價值(續)

神龍公司智能研發

神龍公司積極投入智能汽車的研發。現階段主要進行先進駕駛輔助系統的研發，開發了自適應巡航、車道保持輔助、高速公路主動駕駛輔助等系統，改善客戶的駕乘體驗；開發前方碰撞預報警、自主緊急制動等系統，保障客戶或行人的身和財產安全。

2016年我們自主研發成果屢獲殊榮：

2016年度中國汽車工業科學技術獎

新一代輕型車駕駛室的研發和製造	東風汽車股份有限公司商品研發院	二等獎
EP發動機工業化創新	神龍汽車有限公司	二等獎
產品研發試製驗證體系構建	東風汽車公司技術中心	三等獎
C級轎車覆蓋件模具開發與應用	東風模具衝壓技術有限公司	二等獎
高性能、異形複雜結構粉末冶金零件開發與應用	東風汽車零部件(集團)有限公司 東風粉末冶金公司	三等獎

2016年度湖北省科學技術獎

東風風神E30系列純電動轎車開發與產業化	東風汽車公司技術中心	一等獎
東風禦風輕型客車關鍵技術及其產業化	東風汽車股份有限公司商品研發院	二等獎
東風雙前橋轉向桿系在線裝調及側滑檢測裝備開發與應用	東風商用車有限公司總裝配廠	三等獎
汽車用螺紋摩擦系數控制技術研究與應用	東風商用車有限公司、 東風汽車緊固件有限公司	三等獎
商用車輛協同製造供應鏈管理信息平台的開發與應用	武漢東浦信息技術有限公司	三等獎



創一產品價值(續)

2.3. 創優質量

責任採購

本公司制定供應商平台准入標準，通過詢價、問卷調查、互聯網等手段考察供應商的經營狀況、技術和質量能力、可持續發展，評價綜合能力，篩選出供應商，經過一系列流程嚴格把控供應商選擇。



神龍公司不斷強化供應商審核

- 2016年開始明確要求新的簽證供應商必須100%通過ISO14001認證，並要求現有體系內供應商在2018年內100%通過ISO14001認證，否則將失去新項目資格。截至2016年12月31日，約82%的供應商已獲得ISO14001認證證書。
- 2016年開始使用NSA質量審核，審核新的供應商37家，其中62%不通過。
- 截至2016年12月31日，公司供應商總數1,779家，其中本省供應商783家，外省供應商871家，境外供應商125家。



東風日產積極推行綠色採購

- 持續推進綠色採購方針，要求供應商通過《東風日產環境及安全狀況調查評定》，通過CAMDS與供應商建立國家汽車材料回收再利用系統(MARS)運作體系，要求供應商滿足國家強制性對汽車材料再回收利用率和禁用物質的法規要求，對供應商通過第三方環境體系認證不斷施加影響。
- 在部品物流和車輛物流領域積極推進綠色物流工作，提升物流綠色化水平，減少溫室氣體排放。
- 要求所有供應商採用可循環使用的包裝設計，減少一次性包材的使用。目前東風日產國產供應商零部件都100%採用循環包裝，減少包材的浪費，降低供應商包材投入。
- 截至2016年12月31日，公司有長期穩定合作關係供應商總數628家，其中本省供應商177家，外省供應商451家。





創一產品價值 (續)



東風柳汽引入QCDD評價基準

- 制定乘用車供應商引入QCDD評價業務基準書、供應商選擇開發管理程序、乘用車外購件議標管理辦法、供應商績效評價業務基準書、合同簽訂管理辦法、供應商物資採購管理程序等制度和流程，嚴格保障供應商引入、新產品供應商選定、供應商日常管理、合同簽訂、物資採購管理工作合規。
- 截至2016年12月31日，公司供應商總數316家，其中本省供應商94家，外省供應商222家。

完善質量管理

在中國快速發展的汽車市場之下，本公司為消費者提供更多更優的購車選擇，滿足大眾日益增長的購車需求和標準。我們已經通過TS16949及ISO9001質量體系證書，嚴格生產質量管理，不斷深化TS16949質量體系，對質量體系過程、文件流程、績效指標、業務基準進行優化完善。

本公司對乘用車和商用車分別制定了一整套嚴密的質量管控體系，並將供應商管理融入質量管控之中，在本公司的質量管控體系下，各分公司根據自身實際情況制定自身質量管控標註與細則，保障產品質量。



創一產品價值 (續)

乘用車質量管控體系





創一產品價值(續)

商用車質量管控體系

1 推進新品標準化工作

- 完善基準，實現表單化管理，開展推廣初期流動課題管理
- 實施平台車型管理，聚集設計變更，強化技術交底

2 強化部品標準化

- 開展供應商的過程及風險管控工作，與供應商推進品質提升課題
- 標準化供應商監查

3 製造過程質量控制

- 推進「快速響應+基礎提升+階段重點突破+強化過程」管理模式，穩步提升過程質量
- 導入重保及風險管理及SPC應用
- 推進過程工序在線檢測自動化及數字化推進
- 實施過程工序質量檢驗標準化強化



創一產品價值（續）



東風本田全面加強質量體系運行管理

在市場需求持續增長的情況下，東風本田經歷了高負荷的生產考驗。為了確保為每一位客戶提供百分之百優質產品，公司全面加強了質量體系運行的管理工作，各項品質目標均高質量達成。

質量管理體系的換版升級

2016年7月完成了ISO9001:2015的內部審核和內部整改，2016年10月接受外部專家審核，並獲得新版證書。在東風公司內率先完成新版ISO9001標準導入。

強化品質體制組織建設

2015年下半年開始公司對體制進行了調整，各領域按照整車1台份的品質保證思路協同開展業務，提高了製造品質保障的效率。

加快信息流轉速度，質量問題速斷速決

提出了分層級的報告例會制度，分別進行季度、月度和日／周品質例會形式，針對日常不良以日／周例會匯報進行，能夠及時響應、快速推進解決。

品質活動倡導全員參加

針對全員展開了各種品質活動：一是持續開展與本田同步的BQ（最佳品質）課題評選活動；二是分層級的展開品質培訓；三是開展了公司經營層品質寄語視頻、品質知識頻展播等多層面的品質活動。

保障客戶權益

本公司重視客戶權益和隱私，傾聽客戶聲音，積極處理客戶投訴，通過不斷完善客戶服務，提高客戶滿意度和市場品質。





創一產品價值 (續)



神龍公司：

- 建立、健全客戶信息安全保密管理制度，制定《客戶數據庫管理標準》，專人管理，嚴格執行，並要求經銷商、供應商、調研公司等第三方公司與其員工必須簽訂保密協議。
- 成立東風雪鐵龍客服中心，保證客戶需求得到快速、滿意處理。制定《客戶投訴和抱怨流程》、《客戶諮詢處理流程》等管理標準；規範指導公司及經銷商的投訴機制，建立和實施客戶投訴過程管理；建立投訴業務KPI考核體系，及時有效的處理投訴和應答客戶諮詢。
- 委託第三方開展EQC售時、售後滿意度調查，每年開展12輪，2016年共調查19萬戶，涉及2個品牌800多家網點；售時、售後滿意度調查，每年一次。針對調查結果制定滿意度目標、行動計劃，改善服務質量。



東風日產：

- 公司全價值鏈開展快速質量控制QRQC (Quickly Response Quality Control) 活動，跨部門高效聯動，並專設市場品質總監CSO (Customer Satisfaction Officer)，主推全面客戶滿意工作，集合全公司最強力量，第一時間解決客戶抱怨，快速分析原因並制定對策，為客戶提供高品質的信賴產品。
- 開展南北區域據點化部署，主動與客戶直接溝通，減少市場信息傳遞環節，提高品質改善效率，顯著提升客戶滿意度。



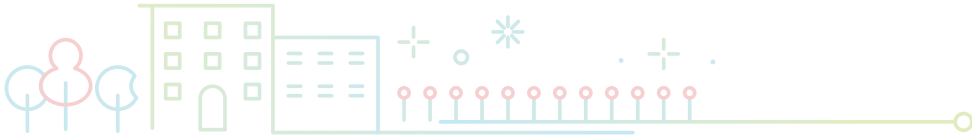
創一產品價值(續)



東風本田：

- 公司建立《市場質量信息處理規程》和與技術部門協作的優先項目推進體制，確保市場投訴的品質問題得到快速處置、改善，並加快疑似設計問題的技術分析、對策速度，從技術上根本解決問題。
- 針對新車型實施市場品質問題的源流改善、上市後投訴問題的快速對應。





3. 綠－環境管治

2016年關鍵績效：

- 累計申請新能源企業相關專利370餘項。
- 累計有88個車型進入新能源汽車推廣應用推薦車型目錄，新能源汽車銷量達2.4萬輛。
- COD和SO₂排放同比分別減少9.4%和45.9%。
- 萬元產值綜合能耗同比降低16.6%。
- 萬元產值水耗同比降低21.7%。

本公司歷來堅信綠色發展是公司轉型升級的必要之路。我們將綠色理念融入產品運營過程中，根據國務院2015年印發的《中國製造2025》的總體要求，我們以綠色發展為綱，踐行「節能環保地造車，造節能環保的車」的理念，加快實現企業的綠色轉型升級。

3.1. 綠色產品

依據本公司的「綠能戰略」重點發展綠色動力、綠色材料、綠色製造。近年來，我們積極推動新能源汽車產業發展，先後開發了混合動力汽車、純電動汽車、燃料電池汽車等一系列新能源產品，積累了電池、電機、控制器等核心技術，申請相關專利370餘項。

搶佔新能源汽車的制高點

2016年，本公司累計有88個車型進入新能源汽車推廣應用推薦車型目錄，新能源汽車銷量達2.4萬輛，相較於2015年同比增長逾60%，成為中國新能源「藍海」中的一股強勁的力量。

我們制定了十三五新能源汽車總體戰略，提出了「2020年市佔率18%、銷量36萬輛」的目標。結合十三五規劃，公司確定落實「583」計劃，搶佔新能源汽車制高點。





綠—環境管治(續)

「583」計劃

目標： 2020年新能源汽車市佔率18%， 銷量36萬輛	掌控5項核心資源	快速構建能夠支撐公司新能源汽車發展的核心資源掌控體系，技術水平要行業領先，具備質量、成本的競爭優勢，滿足公司自主發展要求。 在加強與外部供應商的戰略協作，保障供應的同時，著力培育自主開發能力，掌握關鍵技術；同時，統籌安排，推進核心資源的產業化佈局。
	開發8項關鍵技術	面向新能源乘用車產業化，構建新能源汽車模塊化平台，開發新能源動力模塊。 已規劃明確3個平台5個動力模塊的開發，滿足了EV/PHEV/HEV這3大技術路線的需要，涵蓋了電機及其控制技術、電池及其管理技術、動力耦合技術、專用發動機、專用減速箱等關鍵技術。
	創新3項商業模式	突出重點區域、重點城市和重點行業的特點：營銷體系的創新、構建東風新能源汽車生態圈以及大力推進央企合作、政企合作。

「全生命週期」打造綠色汽車

本公司開展「汽車生態設計與生命週期評價」工作，通過研究不同的設計和製造方案下，從零件全生命週期的碳排放來選擇更加優化的設計方案，減少汽車製造和使用過程中對環境以及人體健康的影響，為消費者提供健康、節能、環保的產品和出行方案。

從「百公里油耗降低、尾氣淨化、運轉噪聲降低」三個方面打造節能環保的綠色汽車產品。

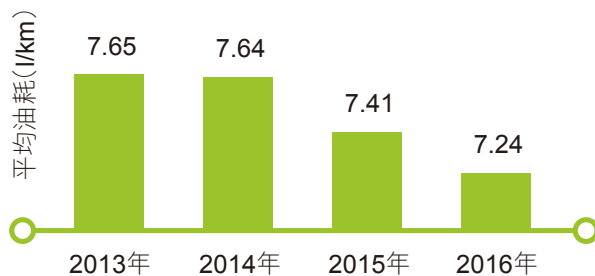


綠－環境管治（續）

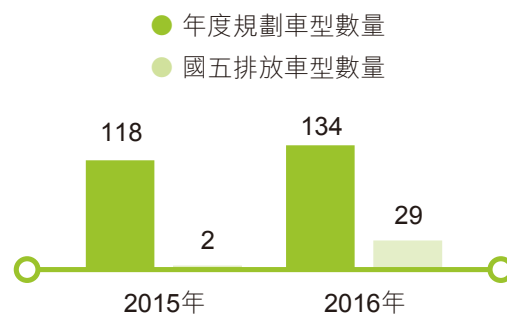
東風柳汽綠色升級

近年本公司旗下的東風柳汽致力於汽車產品的綠色升級，主要成果包括「乘用車平均油耗逐年降低」以及「商用車產品排放升級」。

東風柳汽乘用車平均油耗



柳汽商用車排放提升情況



2016年國五排放汽車比例明顯提升，17年東風柳汽全面規劃生產國五車型，並成立專項工作小組做國六排放標準研究。



綠—環境管治(續)

在「設計－組裝－後處理」三個階段控制以及改善汽車內空氣質量，持續降低VOCs(揮發性有機物)對消費者健康的負面影響。

設計階段	組裝階段	後處理階段
• 優化零部件／材料設計 1) 選用低VOC揮發量的零部件、材料 2) 降低噴塗、用膠面積 • 優化車內結構設計 1) 建立合理的車型內部防護及裝飾設計方案 2) 增加空氣過濾裝置 3) 車內VOC實時監測裝置 4) 自動通風裝置 5) 配備天窗	• 減少揮發性物料使用、選用低毒／低揮發性材料 • 膠黏劑 1) 使用水性或熱熔型膠黏劑 2) 減少或停止使用酚醛樹脂 3) 減少膠的使用，儘量選擇鉚接、搭扣 • 塗料 1) 使用水性塗料 2) 開發高固體塗料 3) 採用粉末噴塗工藝 4) 採用同色中塗，以減少色漆用量 5) 使用機器人旋杯噴塗，減少塗料用量 6) 合理降低膜厚	• 長效後處理措施 1) 吸附法 2) 添加空氣淨化器 3) 通風處理



東風日產綠色設計

- 本公司旗下的東風日產在原材料、加工過程及成型過程中通過採用低VOC環保材料、優化部品製造工藝、改進包裝存儲方式等對VOC進行嚴格控制，不斷改善車內空氣質量。
- 同時，東風日產致力於成為國內電動汽車領域的先行者，正加速推進高性能電池的研發，不斷提高電池模組及電池包國產化率及降低電池生產成本，提高公司電動汽車的產品競爭力，並且投入大量人力物力在電池回收、電池梯次利用等領域進行深入研究和技術儲備。

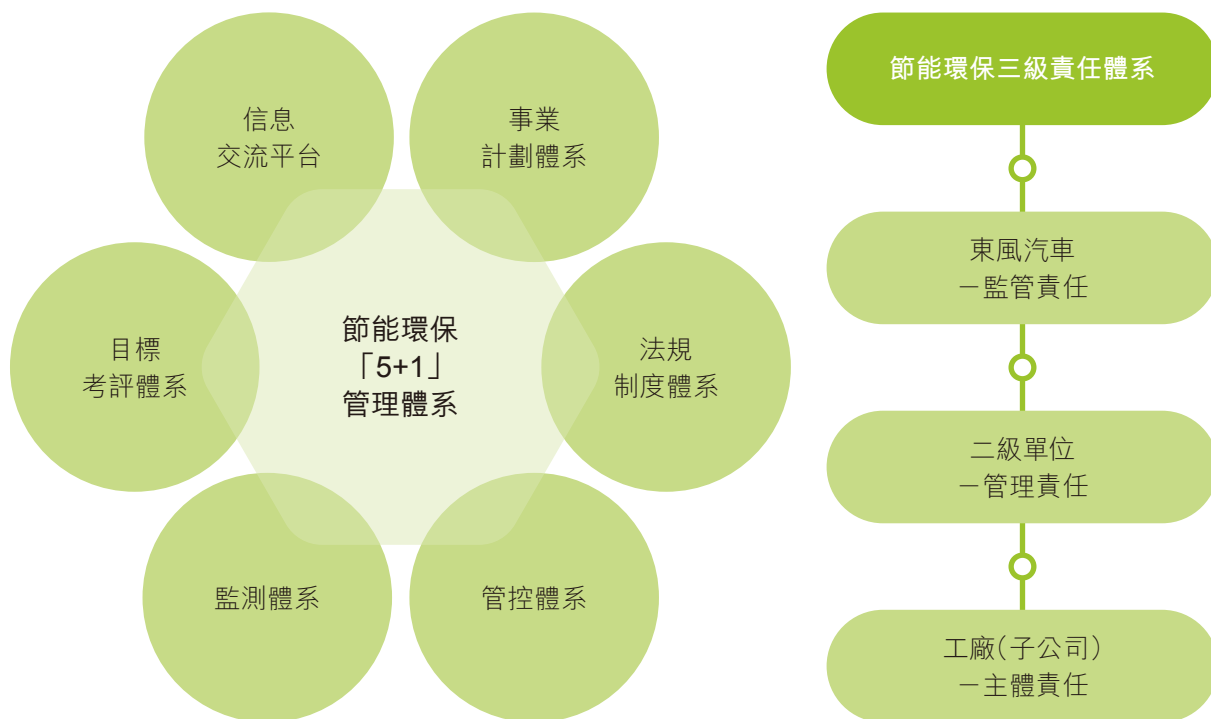


綠－環境管治（續）

3.2. 綠色管理

完善綠色管理體系

本公司構建了節能環保「5+1」管理體系以及「三級責任體系」，為公司建立節能減排的長效機制奠定了堅實的基礎，有效支撐節能環保管理工作，不斷提升節能環保工作管理效果。



本公司各單位建立了ISO14000系列管理體系。其中，《突發環境事件應急預案》與屬地政府預案、與各單位預案緊密銜接，其中各單位危險廢物應急預案均進行演練。

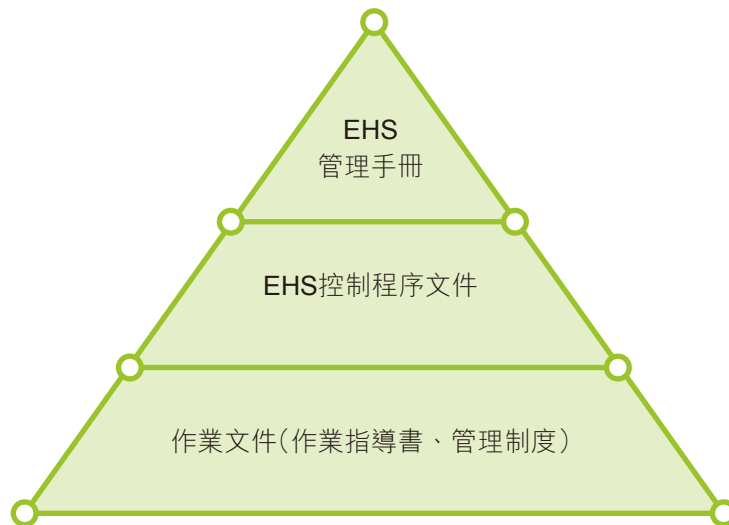


綠—環境管治(續)



東風日產完善的環境、健康及安全(EHS)體系

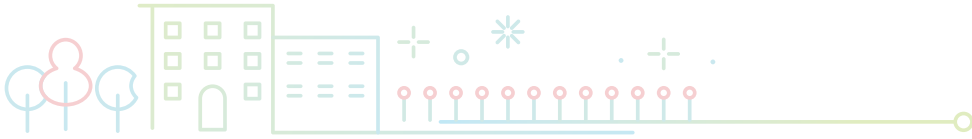
本公司旗下的東風日產以「安全健康、環境友好、綠色品牌」為EHS方針，形成完善的「三層」EHS文件體系：公司級程序文件**24**部；《記錄表單》**25**種；工廠級管理制度**288**部。環境制度覆蓋廢水、廢氣、噪聲、固廢、環保設備及運行管理，全面滿足《環境管理體系標準要求》(GB/T24001-2004)的要求，EHS管理以及風險處於受控狀態。



推廣優秀實踐成果

第四期節能環保優秀成果推廣。優秀成果包括：產品研發、綠色製造、綠色供應鏈、資源循環利用以及汽車產品再製造等領域所實施的管理、結構、工程等方面的優秀節能環保管理成果，同時符合創新性、科學性、實踐性、效益性和示範性五項要求。共徵集優秀成果**200**多項，經推薦、評選列為公司級優秀成果**45**項，在全公司發佈並推廣**20**項。





綠—環境管治(續)

規劃推進綠色升級

2016年本公司之母公司東風汽車公司印發了《東風汽車公司節能環保工作「十三五」規劃綱要》，制定一套自主驅動的綠色發展戰略，建立長效的綠色發展機制，力爭實現企業自主節能減排目標，將綠色生產真正落到實處。提出「以構建綠色價值鏈為主線，以結構調整、工程技術、管理創新為支撐，以源頭控制為重點，以目標管控和落實法規為抓手，以事業計劃為保障」的總體思路，著手打造綠色企業。

約束性目標	萬元產值能耗下降 10% ；COD減排 6% ；SO ₂ 減排 3% 杜絕各類環境污染事故
綠色發展目標	乘用車企業產品燃料消耗 ≤5L/100km 單位工業增加值CO ₂ 排放量下降 22% 單位工業增加值用水量下降 23% 工業固體廢物綜合利用率達到 80%
管理性目標	建立綠色價值鏈體系，包括模型構建、目標設置、實施方法(路徑)、保障措施等 實現三個轉變：由外生推動型管理向內生主動型管理轉變，由單純的系統管理向融合協調管理的轉變，由粗放型管理向「兩型」管理轉變

註： 同比數據以2015年為基數





綠—環境管治(續)

綠色價值鏈

本公司近年來通過綠色供應鏈建設，要求供應商一同履行節能減排的責任，帶動供應商開展環境管理體系(ISO14001)認證。

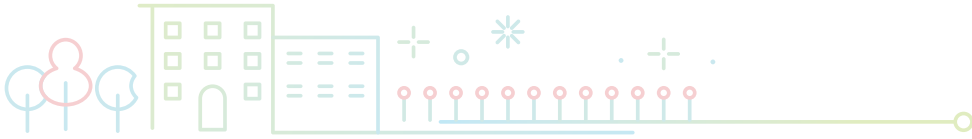
東風日產與供應商共同提升價值鏈的綠色水平

為提升綠色供應鏈、改善供應商收益，與供應商建立長期信賴、互利雙贏的合作關係，東風日產開展THANKS(感恩)共同改善活動。



THANKS通過與各供應商之間的協作實踐活動，做到節能減排、傳遞綠色價值以及遞減成本。同時，進一步加強與供應商之間的信賴關係。





綠－環境管治（續）

3.3. 綠色生產

本公司貫徹落實母公司「綠色製造」理念，實現末端管理向源頭管理的轉變，充分體現預防為主、綜合整治的方針道路。

持續削減排放物

本公司及其旗下各公司建立了設備設施齊全的廢氣以及廢水等排放物處理系統，在各個工廠均配備了專門的環保技術員負責設施設備的運行工作。

公司致力於推進污染物減排工作：

- 1) 實施排放物削減課題：通過研究提出並實施排放物削減課題，包括對多個生產基地進行了煤改氣等措施，減少SO₂和COD的單台排放、提高廢水回用率；
- 2) 不斷提高出水水質要求：部分廢水處理後達到嚴格的《城市雜用水水質》標準，有利於減排污染物排放或者回用。

本公司2016年相較於2015年實現減排成效

SO ₂	45.9%
COD	9.4%

註： 範圍覆蓋21家附屬公司、合營企業及其他擁有直接股本權益公司及2家分支機構





綠－環境管治(續)

控制VOCs影響

揮發性有機物(VOCs)作為霧霾的成因之一，屬於國家大氣污染防治的熱點以及重點，本公司削減生產過程的VOCs排放。

我們實施的VOCs減排路徑如下：

源頭 替代

- 使用水性以及低揮發性塗料替代油性塗料

清潔 工藝

- 降低溶劑的壓力、減少溶劑使用量

過程 回用

- 溶劑經過沉澱後循環使用
- 清洗溶劑使用後，用於清洗油管等二次利用

末端 治理

- 使用催化燃燒等工藝將VOCs完全焚燬，降低環境影響



綠—環境管治(續)

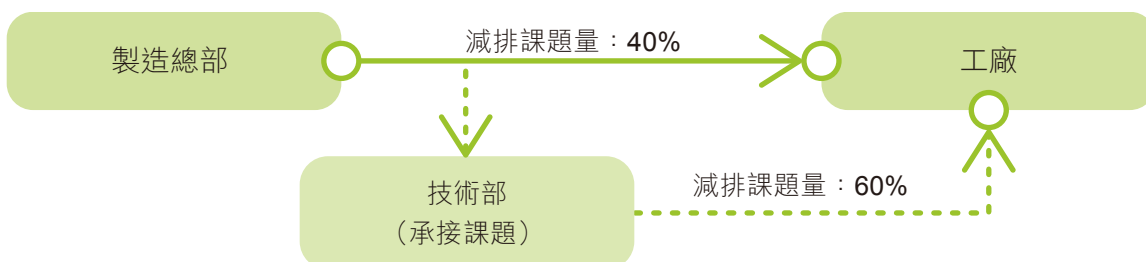
減少溫室氣體排放

本公司關注全球氣候變化對環境帶來的影響，歷來重視減少溫室氣體的排放。

東風日產通過內外部共同努力實現溫室氣體減排

1. 內部溫室氣體減排推進：

本公司旗下公司東風日產在推進溫室氣體減排上成效明顯，公司的製造總部通過直接下達減排課題或者由技術部承接減排課題，實現各個工廠的二氧化碳減排—降低單台產品二氧化碳排放量；2011–2015年共投資約1億，二氧化碳減排75,000噸；2016年通過8項節能投資，實現年二氧化碳減排25,068噸。

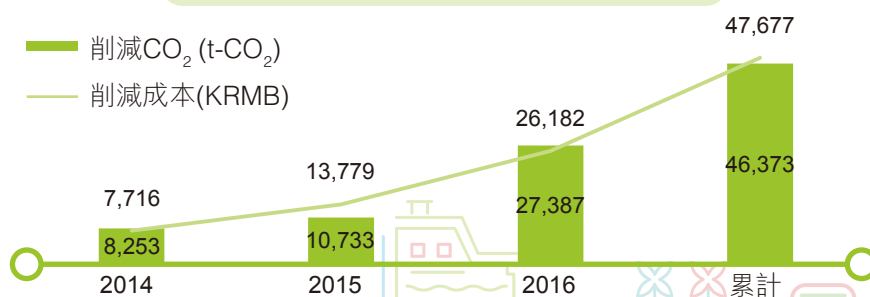


2. 借助外部專家力量開展診斷活動：

東風日產通過對工序、設備的能耗分析測量等方面進行評估診斷，五年來通過節能課題共實現減排二氧化碳46,373噸，產生經濟效益為4,767.7萬元。



診斷挖掘課題量及效益





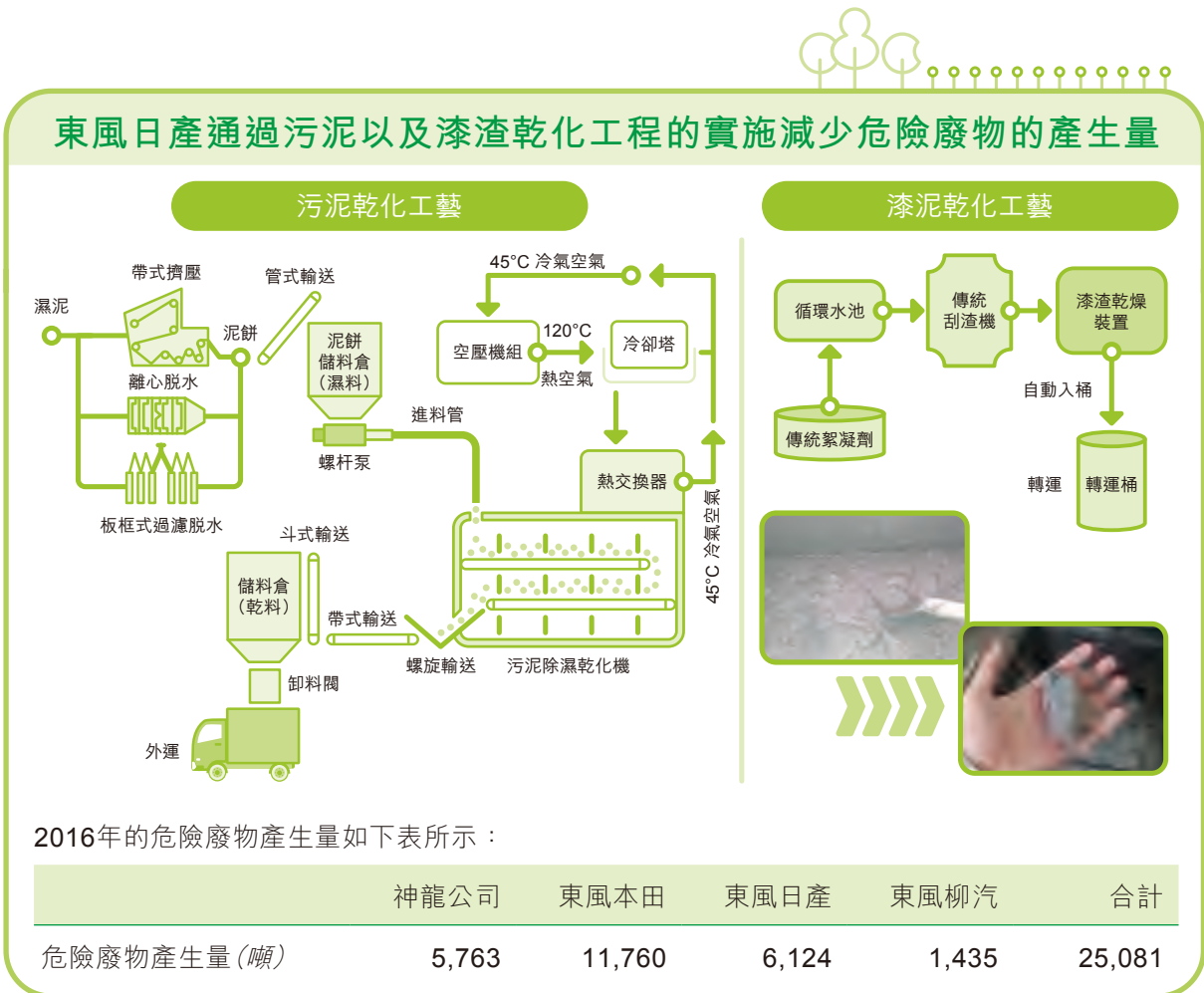
綠－環境管治(續)

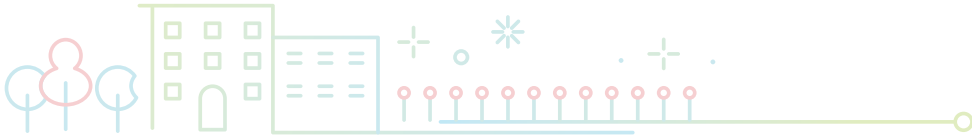
促進廢物循環再利用

在妥善廢物儲存、轉移以及處置的基礎上。本公司不僅在內部實施固體廢物3R方針（Reduce減量、Reuse回用、Recycle再生），委託處理過程同時考慮處置方式，優先選擇循環再利用並盡量減少填埋處置，促進廢物循環再利用。

本公司不斷強化循環經濟工作，2016年的成果包括：

- 通過污泥製磚，熱電廠粉煤灰作為建築材料、水泥原料，金屬廢料回收等，提升固體廢物整體循環利用率；
- 投入9,200萬元用於公司危險廢物的100%安全處置。





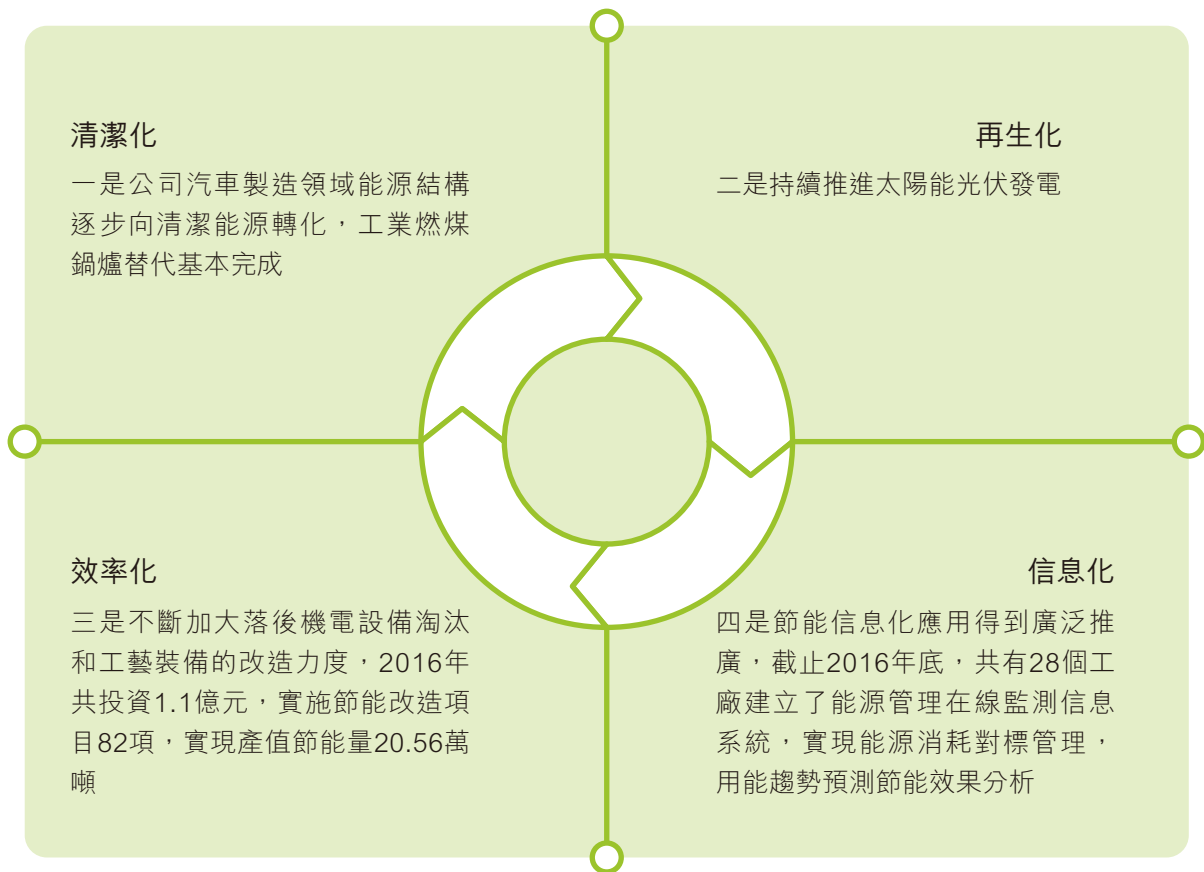
綠—環境管治(續)

3.4. 綠色資源

使用清潔、可再生能源

近年公司注重節能工作的推進，持續進行空壓機、熔煉爐、熱處理爐、塗裝廢氣餘熱回用、熱電廠發電鍋爐廢氣餘熱回用，不斷加大落後機電設備淘汰和工藝裝備的改造力度。

2016年節能管理進一步深化：



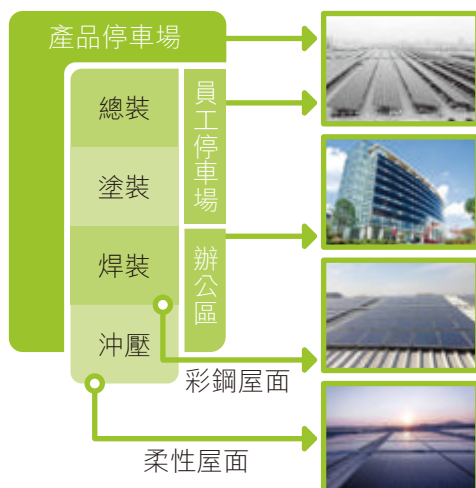
通過一系列的深化措施，2016年本公司的萬元產值綜合能耗同比降低**16.6%**，萬元產值水耗同比降低**21.7%**。





綠—環境管治(續)

大力推進光伏太陽能發電



2016年初本公司組織對太陽能光伏發電的可用資源(廠房屋頂、商品車固定停車場)進行了全面調查，為後續項目實施奠定了堅實基礎。

此外，本公司的附屬公司東風日產、東風商用車，2016年分別建設裝機容量**26.8MW**、**12MW**的光伏發電項目。

根據統計，2016年神龍公司、東風本田和東風日產的年發電量合計**445,242MWh**，年上網電量合計**4,949MWh**。若折合成同等發電量的火力電廠，標準煤耗按**320g/kWh**計，2016年合計節約標煤**142.5噸**。

能源消耗	消耗量
外購電力	139,304萬度
天然氣	9,301萬立方米
綜合能耗折算	330,640萬噸標準煤

註： 範圍覆蓋神龍公司、東風本田、東風日產及東風柳汽



神龍公司電力直供試點，促進電力行業可持續發展

在國家產業結構調整和能源領域大力推進供應側改革的大環境下，神龍公司積極參與能源供給創新，與發電企業簽署直供電合同，年節省電能購買的費用約**2,600萬元**。

- 響應國家政策，助力能源領域供給側改革、推動電力行業可持續發展；
- 還原電力商品屬性，降低公司用電成本。



綠－環境管治（續）

提高水資源使用效率

根據公司節能環保「十三五」規劃，單位工業增加值用水量下降目標為**23%**，公司在水的源頭節省以及中水回用建設均做了大量的工作。

神龍公司設置完善的循環水系統

本公司旗下的神龍公司襄陽工廠，根據用水類型以及循環利用效率設置水循環系統：年重複用水量**29,580,555噸**，水資源重複利用率達**99.3%**。



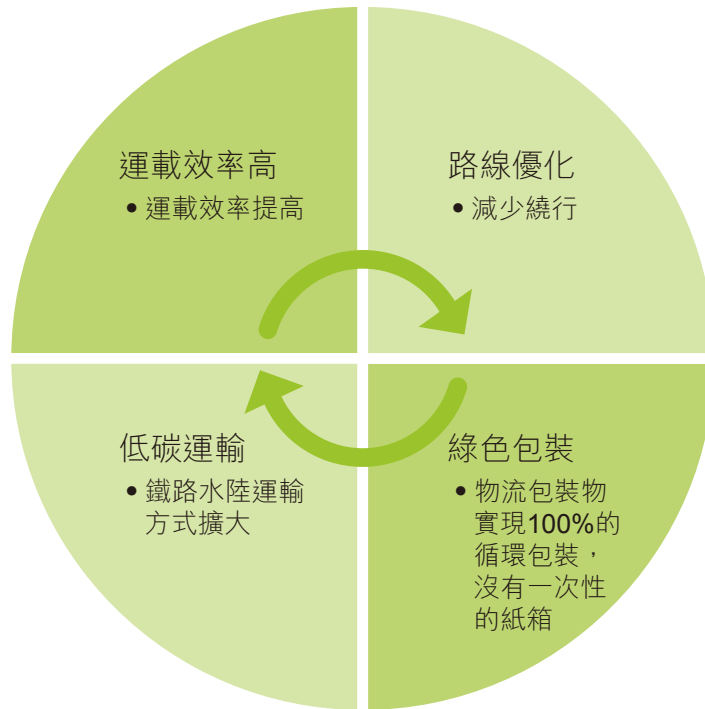
2016年生產用水消耗量如下表所示：

	神龍公司	東風本田	東風日產	東風柳汽	合計
生產用水消耗量(萬噸)	1,780	1,220	3,770	1,910	8,680



實施綠色包裝以及物流

本公司注重包裝以及物流過程的排放以及包裝使用，主要「綠色」水平提升途徑如下：



其中，本公司旗下的東風日產推行以「綠色運輸、綠色倉儲、綠色包裝」為核心的綠色物流，實現了年均**1.2%**的物流CO₂排放量遞減。

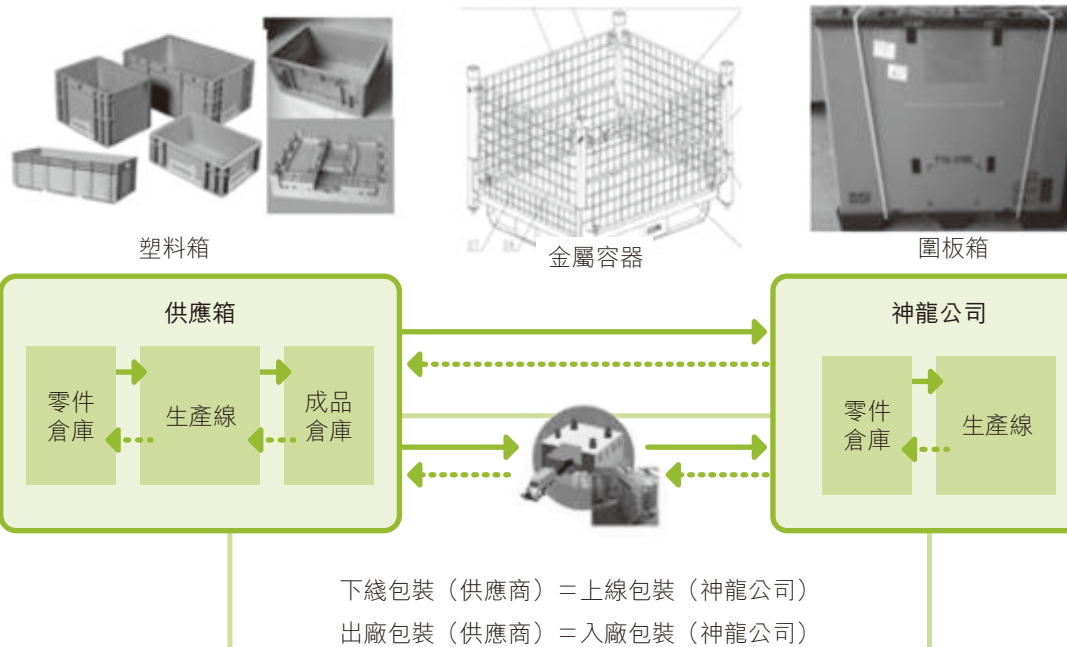
此外，本公司旗下的東風本田導入本田環境數據管理系統，實現了**Honda**全球供應商環境負荷削減統一管理和供應商目標預實監督管理，預期供應商單車CO₂排放量年均遞減**1%**。

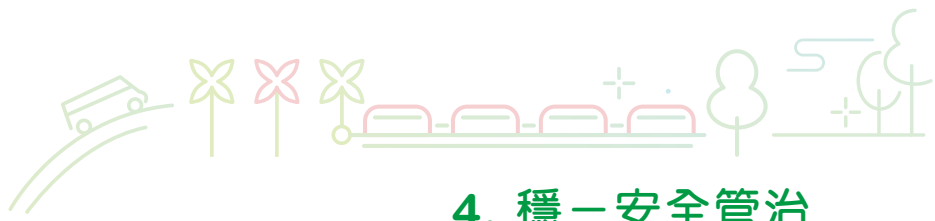


綠－環境管治（續）

神龍公司應用耐久包裝模式

本公司旗下的神龍公司對新車型項目零件實行全程耐久包裝要求，大幅度減少一次性包裝（紙箱、木箱）的使用。





4. 穩—安全管治

關鍵績效：

- 事故頻率0.2‰。
- 東風日產合計消減受人機工程影響崗位191個，投入職業危害治理資金4,231萬元。
- 神龍公司共梳理外部相關方838家，識別出於相關方有關的安全危險源2,173項。
- 東風日產2016年共進行員工安全培訓212,056小時。

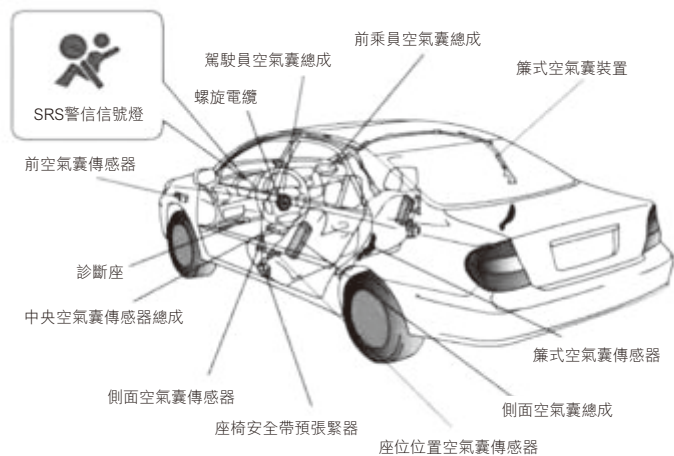
確保安全穩定不僅是本公司重要的企業文化，還是我們對社會的莊嚴承諾。2016年，本公司繼續不斷完善汽車產品的安全性能，加大相關投入；生產上，我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》等國家及地方法律法規，在總部層面設計總體規劃和目標，旗下各公司依據總部的規劃目標制定具體的制度及操作規程、日常管理績效等。

4.1. 穩定產品

本公司將汽車駕駛員、乘客及行人的交通安全視為產品責任的核心，並不斷加大安全技術領域的研發投入，積極運用具備國際先進水平的安全理念及技術提高汽車安全性能至更高水平。在研發方面，本公司倡導汽車主動安全與被動安全課題並進的總體規劃，將電子手剎(EPB)、緊急制動(AEB)、車道保持(LKA)等主動安全課題與行人保護設計和優化、新能源車碰撞安全研究等被動安全課題列為研究重點。



主動安全技術示意圖



被動安全技術示意圖

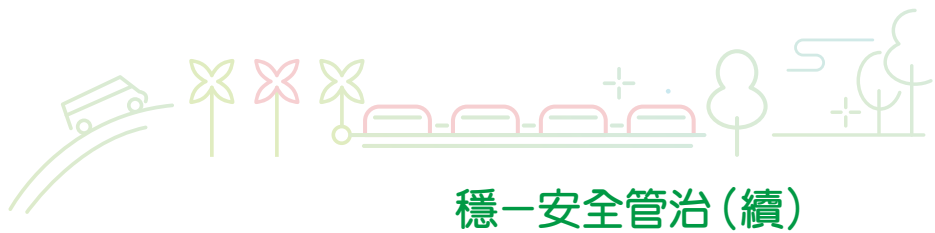


穩—安全管治(續)

神龍公司三級安全理念及對應安全措施研究

本公司旗下神龍公司有限公司引入國際先進理念，基於對我國道路交通事故進行的大量研究，將車輛安全事故定義為5個階段—正常駕駛階段、事故發生前十幾秒的危險階段、事故發生前2秒的不可避免階段、事故發生後0.1秒的事故中階段及事故後的30分鐘黃金救援階段，並以此提出了三級安全理念和對應安全措施。2016年，公司針對2018版中國新車評價規程(C-NCAP)更新，對後續產品進行了全新技術升級，使之達到了CNCAP 2018版乘員保護及行人保護五星設計要求。

安全階段	安全措施研究
預防事故發生	• 倒車輔助 • 盲區檢測 • HUD抬頭顯示儀 • 先進車載通訊系統 • 警示信號系統 • ABS • ESP • 自動緊急制動
事故不可避免時	• 車身載荷傳遞路徑的開發和約束系統匹配 • 預緊張安全帶 • 多級安全氣囊 • CAE仿真模擬及多輪約束系統台車實驗 • 整車碰撞及氣囊標定試驗 • 造型前部區域結構優化
事故後的緊急搶救	• 緊急呼叫系統

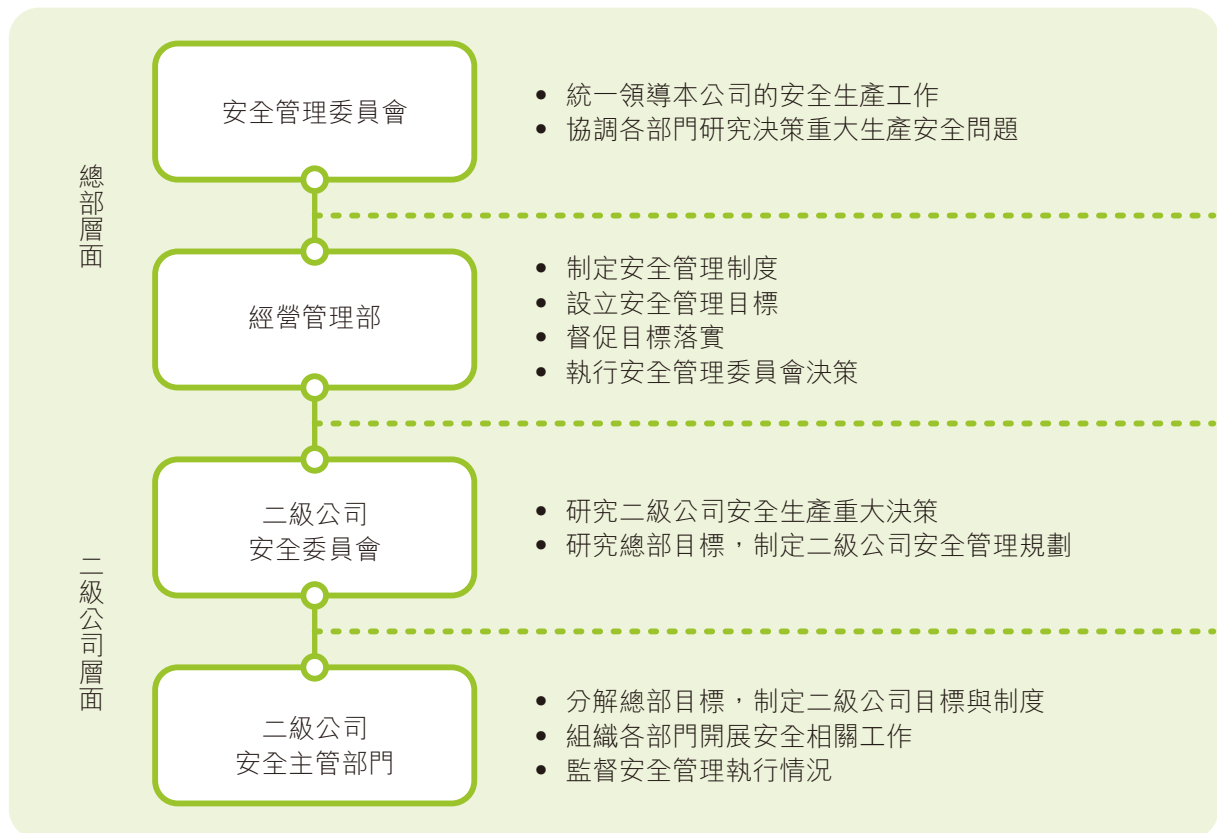


穩一安全管治(續)

4.2. 穩固管理

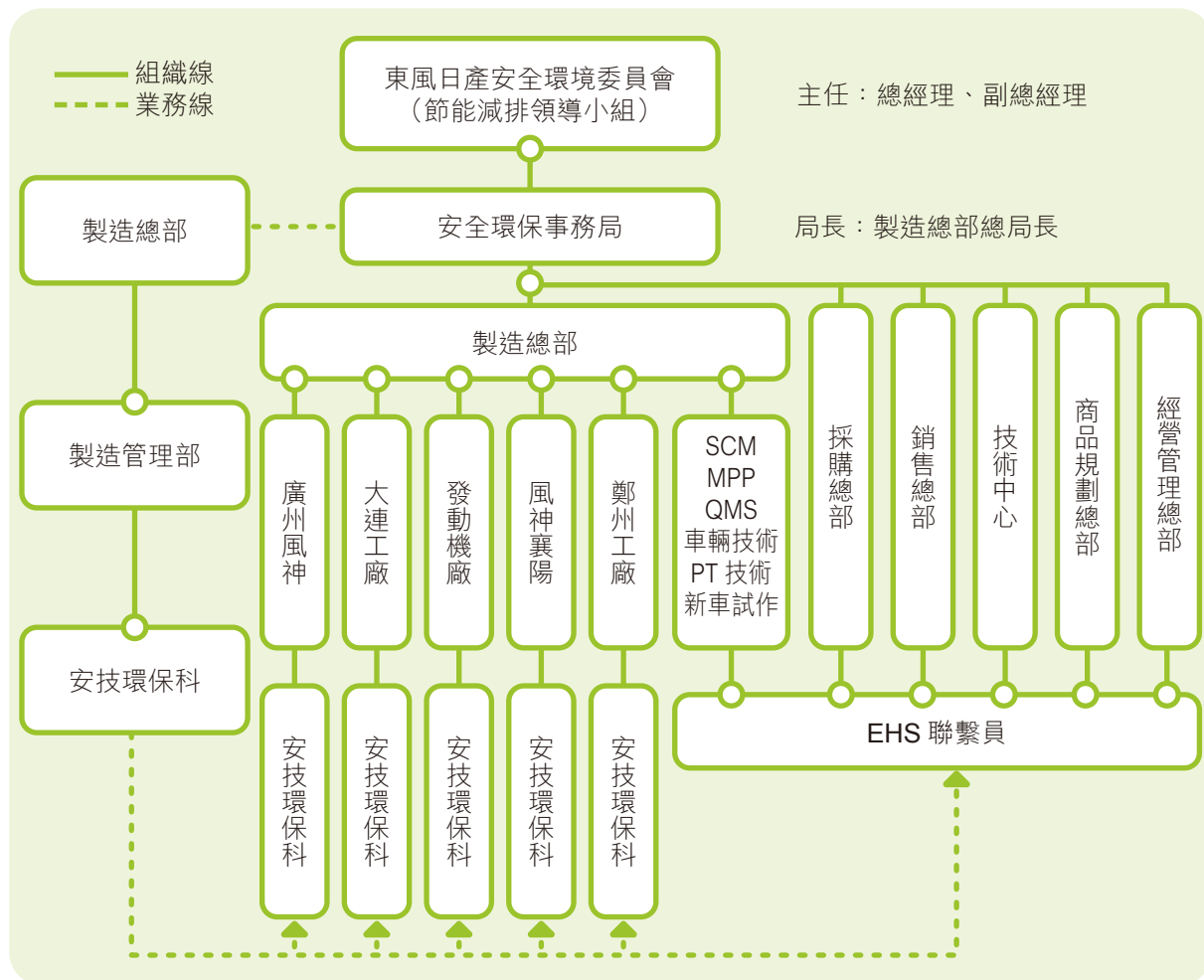
本公司堅持「安全第一、預防為主、綜合治理」的安全管理理念，通過制定清晰度安全作業規程與指示、提供適當的工具和個人保護裝備、成立安全管理組織等措施，將職業安全與健康全植根於生產中的每個細節。總部層面，我們制定有《東風汽車公司安全生產管理辦法》，明確規範了總部各職能部門、各二級單位(公司)的安全生產責任與義務、規劃與投入、教育培訓、應急救援等安全管理要素。我們還將相關的安全管理要求載於承包商的合作條款中，務求將安全生產延伸至整條價值鏈。

本公司的安全管理組織架構由總部與二級公司兩部分組成。總部層面由安全管理委員會負責統一領導全公司的安全生產工作，協調各部門研究決策安全生產重大問題。經營管理部作為生產安全日常管理部門執行安全管理委員會的決策，制定相應目標並督促落實。二級公司層面，本公司旗下重點企業均通過了EHS管理體系認證，設有安全委員會、安全事務局或同等職能部門，分解總部提出的安全控制目標並負責監督評估；製造部門負責落實控制程序文件及具體方案；採購、銷售、技術等部門提供支持 and 反饋。



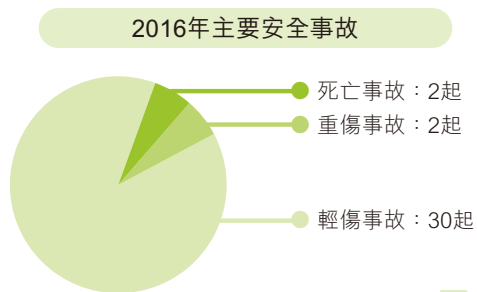
穩—安全管治(續)

下圖為二級公司詳細安全管理組織架構，以東風日產為例。



4.3. 穩慎作業

本公司注重生產現場的職業安全與健康管理，積極敦促旗下各企業採用新技術、新工藝、新設備、新材料，逐步代替職業病危害嚴重的技術、工藝、設備、材料，從源頭上消除或降低職業危害，保護職工的身體健康。2016年，本公司事故頻率0.2‰。



在本公司的領導下，旗下企業定期自主對人機工程、作業環境等汽車行業重要議題開展診斷與改善活動，並建立職工個人職業健康監護檔案。



穩—安全管治(續)

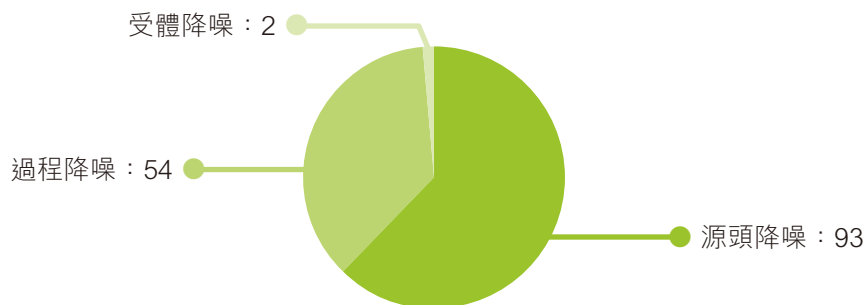


東風日產積極降低職業病危害因素的影響

充分考慮生產一線員工訴求，在2016年共與5,144名員工進行了人機工程調研對話，就較為突出的肉體疼痛、精神負擔等問題重點研究，年內合計消減受影響崗位191個。

同時，該公司加強作業環境降噪及通風，年內投入職業危害治理資金4,231萬元，比上年增長112%，其中改善項目立項13項，已完成6項。根據東風日產降噪改善規劃，至2020年該公司將共計研究課題149項，投資1.1億元，削減噪聲超標崗位223個。

東風日產乘用車2020年降噪課題規劃



此外，本公司十分注重承包商的安全管理，對承包商採用與員工同等的安全管理準則。旗下企業均制定有承包商安全管理規程，由安全部門牽頭，採購、項目管理部門參與，充分發揮協同效應，從安全的角度對承包商進行篩選、評估、培訓及考核。



神龍公司提升外部相關方的安全管理

2016年，神龍公司共梳理外部相關方838家，識別出於相關方有關的安全危險源2,173項，佔危險源總數的10%。為加強外部相關方的管理力度，公司引入了黑名單及禁入機制，定期對外部相關方的安全績效進行考核。



穩—安全管治(續)

應急響應

本公司旗下各企業均設有完善的應急預案，涵蓋不同種類的潛在風險和對應的廠區範圍，如自然災害應急預案、電氣事故應急預案、火災應急預案等。我們的子公司均設有應急指揮團隊以監督應急預案的制定並組織演練，使員工時刻保持高度的安全意識，及掌握使用的危機處理技巧。我們還設立了評估機制以考察應急方案是否適用和有效，從而做出適當調整。

東風日產公司於2016年4月建立防汛指揮中心，對廠區及週邊28處重點部分水情進行監控，建立週值班體制，年內組織3次1級應急響應，應急值班4,260人次，成功抗擊龍舟水、妮妲、海馬三次颱風險情，使公司基本未遭受損失。



4.4. 穩步提升

本公司致力於提升安全管理水平，從本質上改善安全績效。為此我們鼓勵旗下企業不斷探索更有效的考核方式，強化正面教育與培訓，塑造全員參與的企業安全文化。

本公司旗下重點企業，正在著手參照國際先進安全管理理念，開發安全實力指數(SPI)來代替傳統的事故率，作為考核績效指標。SPI是從安全管理工作的過程和結果上綜合衡量企業安全實力的體系性指標，將災害預防、管理方法、作業人行為等績效納入考核範疇，使安全管理從傳統的結果導向，逐步轉變為對過程與結果的全面考量，從而建立起主動、積極的安全文化。



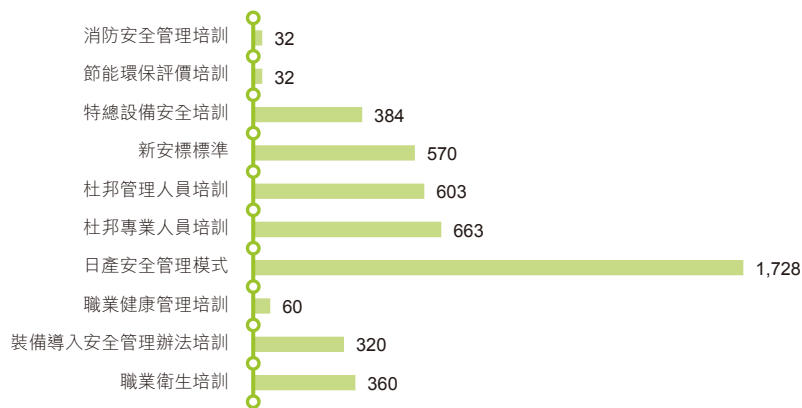
穩—安全管治(續)

我們相信員工的安全素養是保證生產安全的核心要素。因此，本公司秉承以人為本的理念，開展各類安全生產培訓與教育，持續提升員工的安全素質。

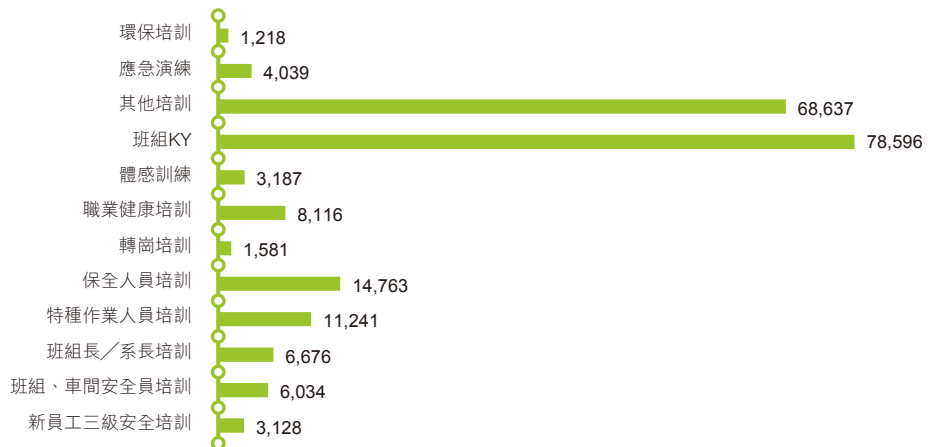


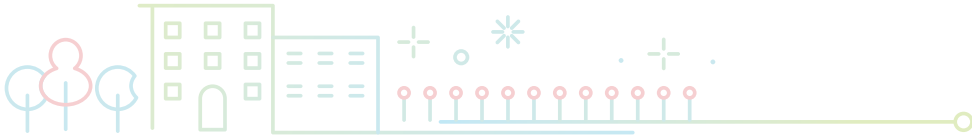
本公司旗下東風日產2016年共進行員工安全培訓212,056小時，其中公司層面4,840小時，工廠層面207,216小時。

東風日產2016年公司層面EHS培訓小時數



東風日產2016年工廠層面EHS培訓小時數





5. 和一僱傭慣例

2016年關鍵績效：

- 我們的員工總數達到149,092人。
- 我們的員工滿意度達到73%。

5.1. 和諧團隊

本公司持續穩健的發展離不開員工專業、熱忱的貢獻。我們視員工為公司寶貴的資產，通過提供有競爭力的薪酬待遇、多元化的人員構成、合理的激勵和晉升機制、豐富的培訓內容和切實的關懷措施，使人力資源不斷增值，為公司戰略發展提供堅實支持。

2016年，我們的員工滿意度達到73%，達到中國標桿企業水平。

我們的人才規劃

理念 服務支撐公司戰略服務支持員工發展

發展方針 人才強企、提質增效、創新驅動、共贏發展

重視團隊建設

本公司始終秉持著尊重勞動、尊重知識、尊重人才、尊重創造，力求加快實施「十三五」人才強企戰略。我們通過加快「十百千」戰略人才培養，加速引進海內外高層次人才；我們以高端和技術人才、核心骨幹人才為重點，實施相應的人才培養項目和激勵機制，讓人才名利雙收，讓人才隊伍擁有持續的競爭力。

員工過硬的工作技能和一流的管理水平是本公司業務持續增長的關鍵。從招聘環節開始，我們便按照學歷、外語水平以及相關工作經驗等標準，從國內外著名院校及同行傑出群體中為公司篩選出優秀人才。





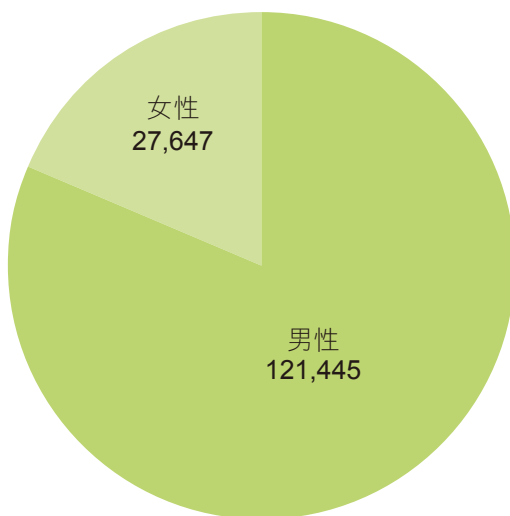
和一僱傭慣例(續)

本公司秉持唯才是用的理念，對於滿足目標職位的要求的候選人，不存在對性別、年齡、職等、民族、種族、宗教信仰、婚姻狀況和殘疾程度等因素的歧視。每一位加入東風汽車集團的男女員工都會受到平等的待遇。

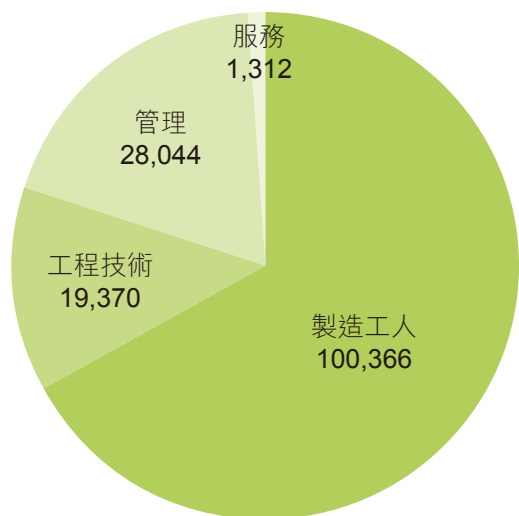
團隊構成

截至2016年12月31日，我們的員工總數達到149,092人。在我們的隊伍不斷壯大的同時，我們仍堅持注重團隊構成的多樣性，包括性別、年齡、地域等，力求將團隊的潛能發揮到極致。

按男女劃分的僱員總數

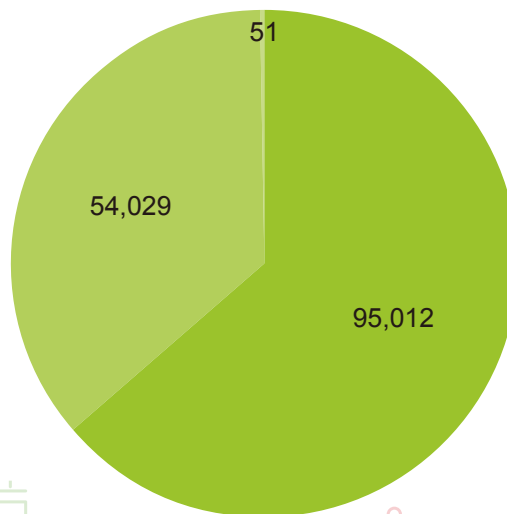


按僱傭類別劃分僱員總數



我們在積極引進外來優秀人才的同時，持續推動本土人才的培養，為分支機構所在地創造就業崗位，支持當地經濟發展。

按地區劃分的僱員數目

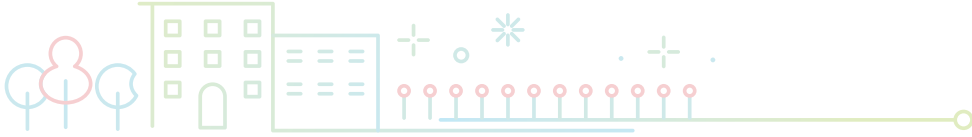


● 本省員工

● 外省員工

● 境外員工





和一僱傭慣例(續)

保障勞工權益

本公司非常重視員工的基本權利，為員工提供安全、健康且非歧視的工作環境。我們嚴格遵守《勞動法》、《勞動合同法》、《工傷保險條例》等國家法律法規的規定，在法律允許的範圍內招人用人，與全體員工簽訂符合法律標準的勞動合同，提供完善的社會保險，規範勞動用工的管理。同時，我們嚴格執行國家工時標準，保證員工正常享受國家規定的假期。我們在報告期沒有發生童工及強制勞動的情況。

5.2. 和勉發展

薪酬福利保障

本公司為員工提供了在市場上有競爭力的薪酬待遇，同時兼顧激勵、保健因素和員工發展的需求制定了績效和薪酬體制相關文件，為員工提供合理的薪酬架構，薪酬內容包括工資、花紅及津貼。同時，根據國家及地方的相關勞動和社會福利法律及法規，東風汽車集團各成員公司為員工按時繳納「五險一金」。除此之外，我們還為員工建立企業年金計劃、補充醫療保險、大病醫療保險、意外傷害保險、困難救助基金等；認真貫徹實施帶薪年休假制度，不斷提升員工福利保障水平。

完善的培訓制度

培訓是以本公司戰略、日常經營及員工發展需求為導向，以提高員工知識、技能、職業素養水平、支撐公司事業發展需要為目的開展的員工學習活動。本公司為保持員工隊伍的高水平，致力為員工提供幫助其提升自我的軟硬件設施。我們為員工開發了多種培訓項目，包括管理技能和技術培訓、海外交流計劃及其他課程。同時，我們亦鼓勵員工參加自我培訓計劃。

為配合集團整體架構和各層級員工發展的不同需求，我們設計了多層級的培訓體系，包括集團層面的培訓、業務單元推行的培訓、設立幹部培訓中心和技校職業學院。我們也設立了技能人員職業發展體系、線邊培訓等等，對各級人才進行培養。





和一僱傭慣例(續)

為了規範員工培訓管理，本公司根據國家相關政策法規，按照東風汽車公司制定的如《東風汽車公司培訓管理辦法》、《東風汽車公司員工專項技術培訓管理暫行辦法》等相關制度和管理辦法，結合公司實際情況，制定了明確的培訓管理體系以及培訓資源開發與信息管理的流程，制定針對不同職位需求的培訓計劃。



神龍公司戰略為導向建立培訓體系

神龍公司以公司戰略培訓為要點，不斷深化戰略培訓，確保與企業發展戰略相適宜、相協調，突出以人為本的戰略思想，開展「戰略管理」、「領導力培訓」、「高技能人才培訓」、「環境、質量、安全體系」、「特殊工種人員取證複審」、「基本管理技能」等培訓美全面支持公司組織能力、領導能力、員工能力的提升。

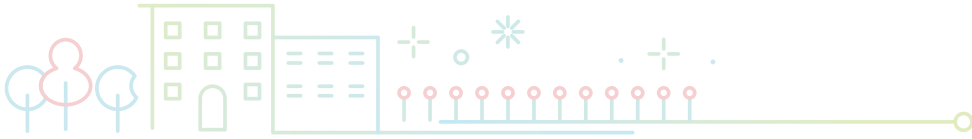


東風日產基於員工發展的三級課程體系

東風日產從員工成長和發展的需求出發，構建基於員工發展的三級課程體系(公司共通、領域共通、部門專業)。公司共通：以學時、學分、認證三重保障促進人才培養，設計入職包、學分包、認證包、提高包四大課程包，形成基於員工發展學習體系(管理技術人員和技能人員兩套體系)和基於組織發展的認證體系(流程管理者、項目管理者、V-Actor、培訓講師)；領域共通：包括研發、營銷、製造、採購、財務等全價值鏈各版塊課程；部門專業：包括業務標準學習、項目實踐、OJT、行業交流等課程形式。2016年，東風日產月均參訓人次為19,712人次。

	公司			
	神龍公司	東風本田	東風日產	東風柳汽
員工人均受訓時長(小時)	33	33.4	58.45	33.2





和一僱傭慣例(續)

培訓中心建設

本公司在生產基地設立了如培訓中心、培訓陣地等機構，從而更好的配合公司發展的戰略，促進員工隊伍整體素質進一步提高，提升新員工對新知識的學習和和新技能的掌握。除了配置相關設備以外，課程設置力求理論教學與實踐教學相結合，強調教學內容和教學方法的應用性和綜合性，針對各生產基地的具體需求開發了不同的專業課程，並配有專門的講師講解，同時製作實操視頻讓員工更靈活地學習知識與技能。



神龍公司的培訓中心建築面積達8,680平方米，每日最多可培訓740人，設有大師工作室、高技能培訓陣地、新工人培訓職場、多功能教室、普通教室、專用教室、叉車訓練場地等。

培訓中心配有專職培訓管理的教師13位，同時培養有800餘名有豐富一線汽車研發、工藝、製造技術和管理經驗的兼職教師，支持公司內部培訓的有序進行。

2016年，神龍公司完成各類培訓2,429項，開辦培訓班3,617期，完成培訓45.7萬人學時，6.1萬人次參加了培訓，為員工能力提升提供了良好支撐。

東風柳汽培訓中心由培訓教室、技能訓練場地和實訓基地共同組成，對於年度重點課題有覆蓋全知識領域的內訓師127人，根據《內訓師管理辦法》、《內訓師指導手冊》明確規定的「選、用、育、留」流程選拔而出。同時，培訓中心通過網絡學院、KM知識管理系統等技術手段向員工傳授專業知識。

東風本田的培訓陣地建築面積達2,030平方米，開發理論課件23門，配備兼職講師44人，製作崗位實操視頻28條。自2015年6月建成以來，共計600餘名新入職技能人員進入陣地完成技能習熟培訓，2016年完成培訓163名。為了迎接更大的挑戰，公司提出了人才培養的「π計劃」，旨在為公司未來發展培養管理類、專業技術類以及專業管理類人才。

職級系統和晉升通道

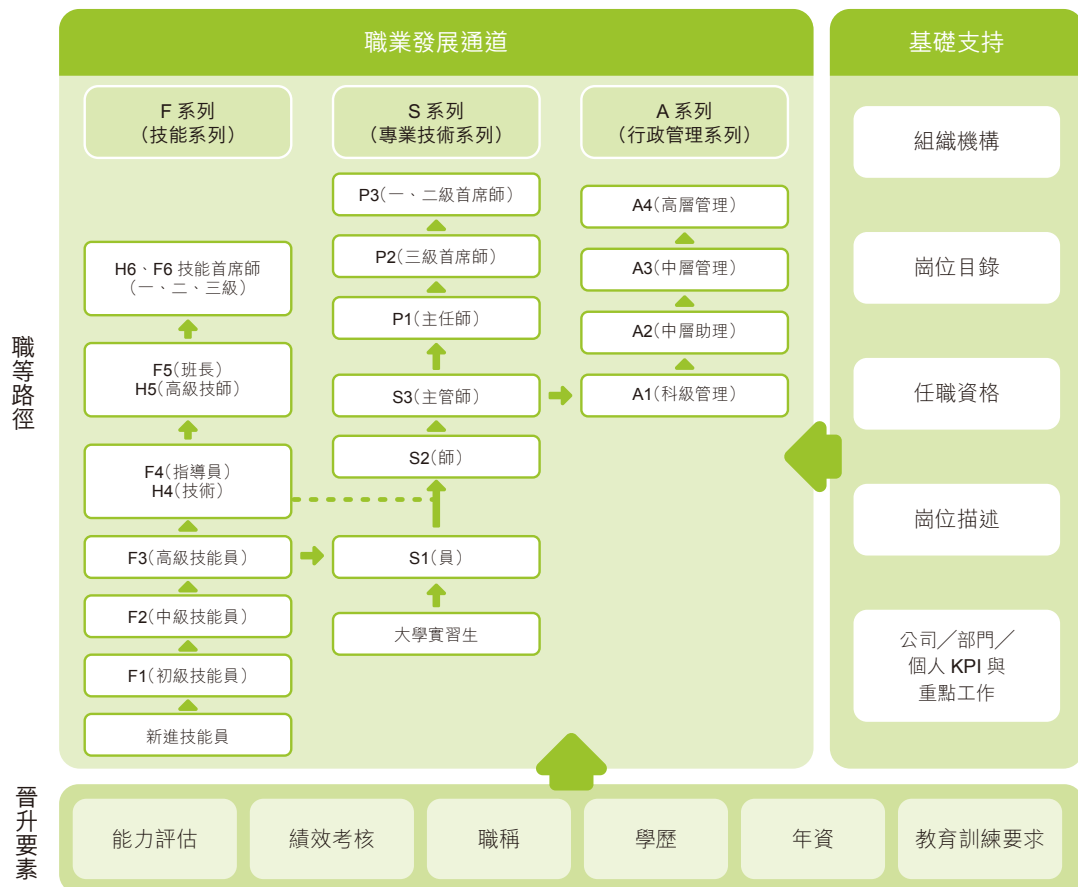
本公司為員工提供了多樣化的職業發展路徑，為員工提供更多的可能性。我們在集團層面設立了人才儲備庫，旗下各公司的人才庫與集團人才儲備庫對接，並定期向集團輸入各公司的優秀人才，使得員工有了更加廣闊的發展平台。

本公司各旗下公司結合自身業務發展需求，設置針對生產技能、專業技術和行政管理系列等不同發展方向的人才設計了職業發展通道，並通過專業職層的設置，明確不同專業人員的職業發展空間，改變技術、技能人員發展道路單一的狀況，為技術、技能人員提供更多晉升和發展的機會。



東風柳汽的三條職業發展通道

設立了技能系列、專業技術系列和行政管理系列三條職業發展通道，並根據多種要素對員工的表現和晉升可能性作出評定，讓員工能更全面地認識自己，也為人員晉升、調動提供了更明確的依據和方法。為保證職業發展通道的順利實施，東風柳汽制定了《職等管理辦法》、《職業培訓管理實施辦法》等制度和管理辦法。圖為東風柳汽職業發展通道。





和一僱傭慣例(續)



東風本田的雙路徑晉升體系

東風本田為員工職業發展搭建了雙路徑體系。

一是根據公司發展需求設置職務路徑，具體為「員工→班長→系長→科長→部長→TOP」的職務序列。

二是以「為公司事業發展提供人才支撐」，「為員工提升準備」，「為員工提升專業能力、促進職業發展明確方向」為出發點，設計「1級員工→2級員工／助理→專員／指導員→高級專員／高級指導員→師→高級師→主任→高級主任」的資格序列。

為了保證這兩條路徑的順利運營，東風本田建立了完備的全員任職資格體系，確立了各層級的能力標準、評審方法及流程。與此同時，通過明確《資格評審制度》、《系長級管理人員管理辦法》和《科長級管理人員管理辦法》等制度和管理辦法，在制度層面提供支持。

5.3. 和悅生活

我們始終堅持從員工最關心、感覺最明顯、反映最強烈的問題入手，深入實施員工幸福升級活動，將組織的溫暖和關愛傳遞給每一位員工。



微信群的無縫溝通

本公司旗下的東風汽車有限公司建立了微信群，黨政領導和一線員工「面對面」進行無縫溝通交流；按照「黨委主導、行政支持、工會牽頭、基層落實」的原則，投入800萬元，對員工工作環境進行改善；協調解決了267名襄陽地方參保員工參保問題和124戶武漢員工集體戶口落戶問題；協調123名員工子女入託、入學；救助困難員工76人次，累計發放救助金達81萬元，使員工能夠在一個充滿關愛、寬鬆的環境中開心工作、快樂生活。

EAP心理援助諮詢項目

神龍公司在EAP心理援助諮詢採取分段實施，在2016年建立了「愛心媽咪小屋」，為讓身處哺乳期和需要收集母乳的女員工能夠有一個私密、乾淨、合適、安全的環境，公司在不同的區域專門佈置了明亮而溫馨的小屋，小屋內還有一個小冰箱，便於母乳保存。現已有2個「愛心媽咪小屋」投入了使用。我們體現公司對女員工的關懷與關愛。

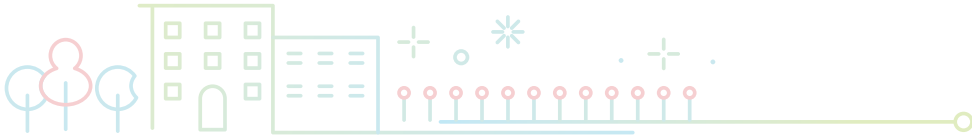
東風風神公司針對專兼職黨群幹部和銷售、生產一線員工壓力大的問題，開展了情緒與壓力管理專題培訓。在發現公司最基層的管理者班組長的工作和心理壓力明顯增加後，對班組長開展了壓力疏導專題培訓。

東風本田NHC團隊改善活動

NHC是一項以團隊為單位的改善活動，已在東風本田開展13年。近幾年，參與率基本保持在95%。每年，東風本田都會湧現出一批優秀小組，在國內的兄弟單位中或在海外的交流過程中斬獲創新獎、挑戰獎、最佳創意獎等各類重大獎項。

其中來自塗裝樹脂工場的小組更是斬獲了「最具創意獎」的重磅獎項，為公司再添一筆榮譽。此次活動充分展示了員工風采，也為公司沉澱了一筆寶貴財富。





6. 潤一社區投資

關鍵績效：

- 累計志願時間超過**1,050**小時，服務社區居民超過**510**人次。
- 累計投入扶貧資金近**2**億元。
- 東風公益基金會對外捐贈項目**19**個，捐贈金額**2,990.4**萬元。

本公司之母公司東風汽車公司以東風公益基金會為平台，以「弘揚社會美德，奉獻東風愛心，傾力公益事業，促進社會和諧」為宗旨，努力將社區投資與企業發展有機融合，面向公眾、社區、公益三方面，持續打造特色公益項目，建立強有力的社會責任支撐體系，傳遞東風大愛。

6.1. 潤濟公眾

東風汽車公司以「和之道、暢未來」為理念，面向社會公眾推廣交通安全文明和汽車文化，發揮汽車企業引領作用，積極推進文明汽車社會構建。

交通安全文明方面，東風汽車公司已發佈《中國汽車公民文明公約》，以「尊重生命、合理使用、寬容有序、持續發展」為文明指引，號召全體汽車公民從自我做起，形成正確的出行習慣與駕駛文化，推廣交通安全知識的應用。

汽車文化方面，公司聚焦汽車科技發展和行業人才培養。結合產業特點，公司通過利用自身的產業龍頭優勢，與各高校以及中小學深入合作開展活動，為青年人才拓展專業才能，為兒童少年拓寬視野提供強有力的支持。公司希望通過普及汽車文化相關活動，為中國汽車行業培養、挖掘出更多後備人才，助力中國汽車產業實現新跨越。





潤一社區投資(續)



「東風夢想車」中國青年汽車創意設計大賽

東風汽車公司於2016年9月18日舉辦「東風夢想車」中國青年汽車創意設計大賽，反響熱烈，總計收到32所高校，75個團隊的108個作品。本屆大賽主題為：車社會，潤未來，旨在引導青年從人、車、社會的和諧發展關係入手，以可持續發展、環保、科技、智能為設計亮點，對未來汽車社會和汽車生活進行發散創想，培養青年對文明汽車社會的認知和社會責任感。

「東風夢想車」大賽具有廣闊的發展前景和引領意義，不僅為創業青年提供項目展示、信息交流、資源集聚的機會，對未來汽車的創意研發、節能環保、交通系統的可持續性、也均具有極強地啟發性和前瞻性。如來自貴州大學DL團隊作品「膠囊」，通過自動駕駛功能，可實現形似「膠囊」的個人座艙與交通工具甚至是建築的對接，對未來汽車項目的研發有很強的借鑒意義。



「築夢課堂」讓小孩實現汽車夢

本公司旗下的東風日產在開展助學公益活動的同時，引入「築夢課堂」—讓孩子們在課堂上了解學習汽車的製造過程，親手組裝小汽車。在製造和環保課程中，老師強調動手能力，不僅讓孩子們親手製作電動汽車在賽道上馳騁，也增強了環保意識，讓孩子的汽車夢得以實現。





潤一社區投資(續)

6.2. 潤澤社區

本公司始終關注社區問題，堅持為民服務做貢獻。**2016年**，我們積極落實志願活動，主動支持抗災救災，聚焦幫扶貧困地區，致力於提升百姓安全感、幸福感，為社區增添福祉。

開展社區志願活動

本公司積極了解所在地的社區需要，開展志願活動。公司團委於**2013年**成立了志願者工作指導委員會，系統指導各單位青年志願者工作。目前，公司共成立**100支**「規範化、機制化、常態化，有組織、有制度、有計劃、有活動」的「三化四有」青年志願者服務隊，全年在社區服務、愛心公益、希望工程等方面開展活動超過**2,000**人次。**2016年**，公司成立了「志願者服務中心」，推動志願服務活動常態化開展，累計志願時間超過**1,050**小時，服務社區居民超過**510**人次。

積極支持抗災救災

在國家發生突發性自然災害時，我們支持抗災救災，積極提供財力、物力和人力，發揮央企保障社會和諧穩定的作用。面對災情，東風汽車公司通過各種形式組織旗下各單位力量，積極投入到抗洪救災第一線，深入關注災情和災區需求，以實際行動參與災後重建工作。



江蘇鹽城受災地區

2016年6月，江蘇省鹽城市阜寧、射陽部分地區遭遇強烈龍捲風、冰雹襲擊，導致重大人員傷亡和財產損失。本公司攜旗下子公司向鹽城災區捐款**600萬**，並第一時間奔赴現場搶險救災。





潤一社區投資(續)



湖北受澇受災地區

2016年7月，湖北遭受了強暴雨天氣，17個市州84個縣市1,277萬人受災，直接經濟損失321.3億元。本公司之母公司向湖北災區捐贈愛心款2,000萬元，用於抗洪救災和災後重建工作用於受災地區的建設等工作。

- 並立即啟動應急機制：成立搶險救援應急小組
- 調撥武漢區域核心服務站骨幹維修技師，組成愛心渣土車24小時機動服務小分隊
- 開通24小時車輛救援熱線，為受災群眾和拋錨車輛免費提供救援和幫助
- 發動4S店為客戶提供受災車輛索賠幫助
- 通過微信、短信發送雨天行駛注意事項
- 提供8台東風風神AX7用於抗洪救災工作
- 制定後續行動方案，幫助湖北災區抗洪防汛與重建家園

落實精準扶貧項目

本公司主動承擔央企責任，開展精準扶貧及特色公益項目。2016年，公司陸續開展了對口西藏貢覺縣、江達縣、新疆柯坪縣、廣西馬山縣以及湖北省內多個貧困點的對口幫扶工作，累計投入扶貧資金約2,535萬元，在援建地區積極探索精準扶貧新模式，切實保障扶貧開發工作高效開展，為受援地經濟社會發展和民生建設做出了突出貢獻。





潤一社區投資(續)



精準扶貧對象：西藏昌都市貢覺縣、江達縣

投入：年度投入1,534萬元，實施扶貧項目3個，派駐幹部3人

捐贈10輛東風風神AX7，資助83名貢覺籍大學新生和內地西藏高中班學生，同時援建「貢覺文化廣場」，改善當地條件

精準扶貧對象：新疆阿克蘇地區柯坪縣

投入：年度投入300萬元，實施扶貧項目2個，派駐幹部1名

實施「庭院經濟：六個一」經濟項目（一圈羊，一群雞，一架葡萄，一片果園，一群鴿子，一片菜地），預計每戶每年可增收1,000到1,600元



潤一社區投資(續)



精準扶貧對象：廣西馬山縣

投入：年度投入200萬元，實施扶貧項目7個，派駐幹部2名

創造性提出「二種三養一平台」的產業發展規劃，探索實踐「公司+基地+農戶／貧困戶」的特色扶貧模式

精準扶貧對象：湖北省口房縣五台鄉

投入：年度投100萬元，實施扶貧項目7個，派駐幹部2名

捐贈冬衣棉被1,500件，建成五座便民橋，開展義診活動，舉辦愛心雞義賣活動，帶動農戶分散養殖黑山羊，並推介和開發五台鄉旅遊資源

精準扶貧對象：湖北省宜昌五峰縣

投入：年度投入230萬元，實施扶貧項目4個

推動實施東風「碳平衡」生態林及「碳平衡」項目，共有「碳平衡」生態經濟林產業基地10,000畝

精準扶貧對象：湖北省宜昌興山縣

投入：總投入171萬元

資金支援三峽庫區移民，並無償援建昭君東風幼兒園



潤一社區投資(續)

6.3. 潤息公益

我們投身公益慈善事業，反哺社會。圍繞「潤」的中期社會責任計劃，我們借力東風公益基金會，開展了愛心助學等一系列特色活動，助力社會公益，承擔社會責任。

完善公益保障支撐

2012年，經國家民政部批准，本公司之母公司東風汽車公司主導籌建成立「東風公益基金會」。基金會為非公募基金會，註冊資金為人民幣5,000萬元，主要為東風汽車公司「潤」計劃中公益項目實施提供執行平台和資金支持，整合公司社會責任工作資源，開展主題公益活動，打造東風社會責任工作品牌。

2016年東風公益基金會對外捐贈項目19個，捐贈金額2,990.4萬元。

公益基金新媒體實踐

在企業社會責任進入新常態的移動互聯網時代，公司率先搭建社會責任新媒體「雙微」平台不斷創新履責形式、豐富載體，形成了具有東風特色的履責模式。公司借助「東風公益基金會」雙微平台，抓住新媒體快捷、開放、互動的獨特優勢，開展了豐富的社會責任互動活動，讓企業社會責任由單向的企業行動變成雙向的社會公眾互動，讓社會公益、環保、汽車文明事業變成人人可以參與的大眾公益行動。

微公益，大愛心：東風公益基金會新媒體平台共發佈微公益互動活動30餘次，參與互動人數達十萬人次，惠及500餘名貧困學生。





潤一社區投資(續)

助力公益助學事業

公司深入推進「東風潤苗行動」系列公益助學活動，通過援建「東風希望小學」，組織廣大員工參與微公益活動，為貧困地區學子送去「衣食住行學」全方位關愛。此外，東風公司還聯合下屬單位在援建學校開展了一系列愛心助學，捐款捐物等微公益活動，如「東風希望助學金」、「東風希望課堂」、「健康益起來」、「心語心願」等微公益活動等，豐富了「東風潤苗行動」的內涵。

2013年以來，東風公司在湖北省內及雲南、四川災區共計援建東風希望小學15所；基金會理事單位參與學校包建；2016年，各單位策劃開展微公益活動近20次，實現「衣食住行學」全覆蓋的體系化助學。

「中法小朋友手拉手」聯誼

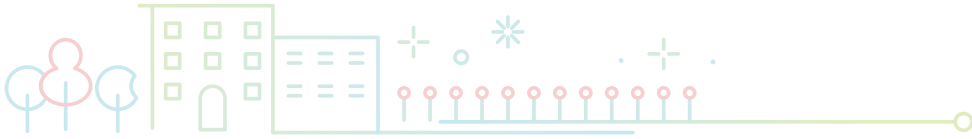
神龍汽車有限公司法國員工子弟學校的小學生們，於4月先後前往位於興山縣昭君鎮和恩施市盛家壩鄉的兩所神龍公司希望小學，開展「中法小朋友手拉手」聯誼活動。活動期間，神龍公司組織開展了趣味實驗課、中國古詩、中國書法等課程，拓寬了希望小學孩子們的視野，也讓來自法國的小客人們切身感受到中國文化的魅力。此外，孩子們一起參加了植樹活動，不僅給自然增添了一抹綠色，也讓友誼永遠留在「中法少年兒童友誼紀念林」裏，伴隨小樹苗一起成長。



希望小學公益調研及回訪

本公司於4月、5月先後兩次到隨縣厲山鎮東風有限希望小學開展公益回訪與調研工作。本次回訪是在新校園投入使用一年後開展的，其目的是積極響應「東風潤苗行動」總體安排，更加深入了解校園投入使用情況，更好地開展幫扶關愛工作。關潤一行查看了新校園的操場、教學樓、學生食堂、圖書室、學生宿舍等，並詳細了解了新校園投入使用情況與學校教育教學取得的成績，為未來幫扶東風有限希望小學的工作打下基礎。





7. 附錄ESG內容索引

聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

指標	詳情	引用	備註
A. 環境			
層面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	3.2 綠色管理 3.3 綠色生產	
關鍵績效 指標A1.1	排放物種類及相關排放數據	3.3 綠色生產	
關鍵績效 指標A1.2	溫室氣體總排放量及密度	3.3 綠色生產	
關鍵績效 指標A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度	3.3 綠色生產	
關鍵績效 指標A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度	—	
關鍵績效 指標 A1.5	減低排放量的措施及所得成果	3.3 綠色生產	
關鍵績效 指標 A1.6	處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	3.3 綠色生產	





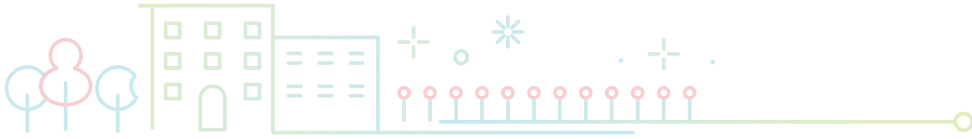
附錄ESG內容索引(續)

指標	詳情	引用	備註
層面A2: 資源使用			
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等	3.4 綠色資源	
關鍵績效 指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	3.4 綠色資源	
關鍵績效 指標A2.2	總耗水量及密度	3.4 綠色資源	
關鍵績效 指標A2.3	能源使用效益計劃及所得成果	3.4 綠色資源	
關鍵績效 指標A2.4	提升用水效益計劃及所得成果	3.4 綠色資源	
關鍵績效 指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量	—	

層面A3: 環境及天然資源

一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	3.2 綠色管理 3.3 綠色生產 3.4 綠色資源
------	------------------------	----------------------------------





附錄ESG內容索引(續)

指標	詳情	引用	備註
關鍵績效 指標A3.1	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	不適用	生產經營活動未有 對環境及天然資源 的重大影響

B. 社會

層面B1: 僱傭

一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時 數、假期、平等機會、多元化、反歧視 以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 對發行人有重大影響的相關法律 及規例的資料	5.1 和諧團隊 5.2 和勉發展 5.3 和悅生活
關鍵績效 指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃 分的僱員總數	5.1 和諧團隊
關鍵績效 指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流 失比率	5.2 和勉發展

層面B2: 健康與安全

一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免 職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關 法律及規例的資料	4.3 穩慎作業
關鍵績效 指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	4.3 穩慎作業
關鍵績效 指標B2.2	因工傷損失工作日數	4.3 穩慎作業

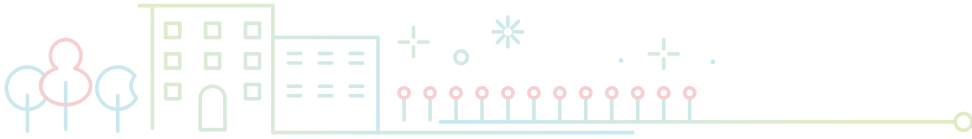




附錄ESG內容索引(續)

指標	詳情	引用	備註
關鍵績效 指標B2.3	所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	4.3 穩慎作業	
層面B3：發展及培訓			
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程	5.2 和勉發展	
關鍵績效 指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	—	
關鍵績效 指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	5.2 和勉發展	
層面B4：勞工準則			
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	5.1 和諧團隊	
關鍵績效 指標B4.1	檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	5.1 和諧團隊	





附錄ESG內容索引(續)

指標	詳情	引用	備註
關鍵績效 指標B4.2	在發現違規情況時消除有關情況所採取 的步驟	—	未有相關事件發生
層面B5: 供應鏈管理			
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	2.3 創優質量 3.2 綠色管理	
關鍵績效 指標B5.1	按地區劃分的供貨商數目	2.3 創優質量	
關鍵績效 指標B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行 有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例 的執行及監察方法	3.2 綠色管理	
層面B6: 產品責任			
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、 廣告、標籤、私隱事宜以及補救方法 的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關 法律及規例的資料	2.3 創優質量	
關鍵績效 指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康 理由而須回收的百分比	—	
關鍵績效 指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應 對方法	2.3 創優質量	
關鍵績效 指標B6.3	與維護及保障知識產權有關的慣例	2.2 創新發展	





附錄ESG內容索引(續)

指標	詳情	引用	備註
關鍵績效 指標B6.4	質量檢定過程及產品回收程序	2.3 創優質量	
關鍵績效 指標B6.5	消費者數據保障及私隱政策，以及相關 執行及監察方法	2.3 創優質量	
層面B7: 反貪污			
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢 的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關 法律及規例的資料	1.4 守法合規	
關鍵績效 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		
關鍵績效 指標B7.2	防範措施及舉報程序，以及相關執行及 監察方法	1.4 守法合規	
層面B8: 社區投資			
一般披露	有關以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	6.1 潤濟公眾 6.2 潤澤社區 6.3 潤息公益	
關鍵績效 指標B8.1	專注貢獻範疇	6.1 潤濟公眾 6.2 潤澤社區 6.3 潤息公益	
關鍵績效 指標B8.2	在專注範疇所動用資源	6.2 潤澤社區 6.3 潤息公益	





東風汽車集團股份有限公司
DONGFENG MOTOR GROUP COMPANY LIMITED*

