

2022年社会责任报告

关于本报告

报告概述：东风汽车股份有限公司2022年社会责任报告，涵盖了东风汽车股份有限公司对股东、客户、员工、国家和社会、合作伙伴、环境负责等社会责任体系中重要的信息内容。

时间范围：2022年1月1日——2022年12月31日。

报告范围：东风汽车股份有限公司及本部所有分子公司。为便于表述，在报告中东风汽车股份有限公司将使用简称“东风汽车股份”或“公司”。

报告参考标准：全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》；国际标准化组织社会责任国际标准ISO26000；中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》。

报告数据说明：本报告所引用的数据为最终统计数据，财务数据如与年报有出入，以年报为准；报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。

报告查阅地址：

上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn/>

公司网址：<http://www.dfac.com/>

公司地址：湖北武汉经济技术开发区创业路58号

总经理致辞

“十四五”期间，东风汽车股份将聚焦轻卡，发展VAN车，推进LCV新能源事业健康持续成长，将公司打造成为客户体验领先的轻型车企业，实现东风轻型车品牌向上，经营质量行业领先。

2022年，是落实公司“十四五”规划，实施“领先战略”的关键之年。这一年，面临严峻的行业形势和激烈的竞争态势，公司携手经销商、供应商伙伴、广大客户朋友，克难奋进，勇毅前行，全年汽车销售跑赢大市，本部经营持续盈利。

这一年，公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实总书记重要指示批示精神，保持战略定力，从以下五个方面助力“领先战略”稳步推进：一是坚持市场导向，持续提升营销能力；二是持续优化商品布局，提升商品竞争力；三是围绕“开源、节流、控风险”，推进收益改善；四是坚持高质量转型发展，推进效率提升；五是深化改革，推进组织流程优化与再造；六是完善内部控制体系，防范化解重大经营风险。同时，公司持续开展“幸福工程”，重点推进困难员工救助与脱困、困难作业岗位改善、衣食住行厕改善等实事落地，全方位关爱员工，切实提升员工满意度、幸福感。

2023年，我们将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想、党的二十大精神为指引，坚持“两个确立”、增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，全面贯彻新发展理念，落实东风汽车集团工作会要求，锚定目标，砺行突破，为打造成为具有国际竞争力的轻型商用车企业，实现经营质量行业领先做出新贡献！

目录

第一部分 关于东风汽车股份有限公司.....	4
一、公司概况	4
二、公司治理	4
三、公司经营	5
(一) 企业文化	5
(二) 风险管理	6
第二部分 公司履行社会责任情况.....	6
一、客户责任	6
二、伙伴责任	7
(一) 经销商	7
(二) 服务商	8
(三) 供应商	9
(四) 股东责任	11
三、社会领域	14
(一) 员工责任	14
(二) 公益责任	19
(三) 环境责任	21
(四) 新能源产品	22
第三部分 2023年展望	24

第一部分 关于东风汽车股份有限公司

一、 公司概况

东风汽车股份有限公司（英文简称“DFAC”，沪市上市代码 600006）是经中国证监会证监发行字〔1999〕68号文批准，由东风汽车公司独家发起，采取公开募集方式于1999年7月15日创立，于1999年7月27日在上海证券交易所上市交易。公司是肩负东风轻型车事业的大型股份制企业，是国内领先的轻型车整体运营解决方案提供商。

公司通过先进的管理流程、技术和操作标准，持续提升产品品质，保障客户使用东风轻型车实现稳定运营；公益事业初心不改，公司与员工共享企业发展成果，着力解决员工实际困难，提升员工满意度；坚持用实际行动实现社会、环境及利益相关者和谐共生；将安全、高效、环保理念贯穿到产品全生命周期，以及研发、生产、销售、服务等全流程，为实现客户价值与多方共赢而不懈努力。

二、 公司治理

报告期内，公司持续推进治理体系和治理能力建设，严格遵守《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规和中国证监会等监管部门的要求，进一步完善治理结构，形成了股东大会、董事会、监事会与管理层权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的公司治理结构，确保公司的规范运作，切实保障股东的合法权益。把加强党的领导和完善公司治理统一起来，强化监督体系建设，厘清权责边界，形成“战略清晰、贯彻有力、合规高效、充满活动”的治理格局。

三、公司经营

2022 年，公司累计完成汽车销售 130,643 辆。其中轻卡产品销售 117,853 辆，跑赢大市；新能源汽车销售 19,544 辆，同比增长 48.44%；海外出口销售 8,001 辆，同比增长 59.35%；客车底盘销售 5,134 辆，继续保持行业第一。

（一）企业文化

为助力公司领先战略顺利达成，公司持续提升企业文化渗透力。2022 年，公司决定重塑企业文化，助推改革转型升级。

一季度，公司将企业文化升级作为公司深化改革课题之一，由公司党委书记挂帅，领导小组周密部署，制定 4 大方面 16 项具体行动计划，按照课题计划有序推进。依据公司领先战略落地要求，在传承东风文化 DNA、对标学习东风公司 5 家兄弟单位和 4 家国内及行业先进企业优秀文化的基础上，从企业文化认知、对企业文化的期待等 3 大方面，设置 51 个问题，在公司 7000 余名员工中实现全覆盖式问卷调查，并对全员问卷调查进行深入剖析，初步析出公司升级版文化理念体系及各业务领域子文化关键词。经公司 MC 成员一对一访谈，与各业务领域各层次多轮交流研讨，反复修订，上下逐步达成共识，形成以“创享价值”为核心，以创新、学习、活力为支撑，以创造价值、分享价值、提升价值为路径的升级版文化理念体系，并以此为依据，输出了营销、商研、制造、海外、新能源及总部职能服务部门子文化和子文化品牌，倡导全员“创造价值，提升价值，共享价值”。

年底，以“创享价值”为核心的升级版企业文化理念体系，通过公司经营管理委员会（MC）审议，提出择机发布。

全新版企业文化理念体系：文化口号是“创享价值”；公司愿景是“打造世界领先的轻型商用车企业”；公司使命是“超越期待，创造美好”；公司价值观为“诚信为本，价值为纲”。

（二）风险管理

2022年，公司围绕贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和中央防范化解重大风险等指示精神，以公司“十四五”战略为统领，助力“转型升级三年行动”，坚持战略导向、风险导向、问题导向、合规导向，持续构建“以风险为导向、以控制为主线、以治理为核心、以发展为目标”的新型风险管理体系，实现事前、事中、事后全方位管控。根据风险防控工作目标及公司发展战略，重点围绕内部监督识别的公司战略落地及改革改制、营销能力及盈利能力提升、供应链稳定、新能源发展、法务诉讼、成本费用管控、新能源业务应收车款、新能源业务应收补贴等8项重大风险进行管控，协助各主责单位，做深、做细、做实每一项措施的落地实施，制定措施，分解目标，按季度分解目标和化解风险措施，定期检核，坚决守住不发生系统性风险底线。

第二部分 公司履行社会责任情况

一、客户责任

过去一年，东风汽车股份向客户而生，持续提升品牌竞争力，扎实开展东风轻型车“满载信赖”品牌价值体系，持续提升全员客户意识、协同意识，找准客户需求，全力满足客户需求。同时，以商品质量为基石，持续改善和提升商品竞争力。

二、 伙伴责任

（一）经销商

1、2022 年度为提升经销商销售人员营销能力，根据销售人员能力模型制定了季度培训课程，通过线上授课和线下集中培训两种方式开展了销售顾问认证、品牌经理中级班、标杆示范店建设等培训课程，其中销售顾问认证班以结合工厂参观游学的方式，加强销售人员对东风企业文化的归属感，建立销售人员忠诚度；专用车和行业客户开发部组织开展冷藏车、大客户开发能力提升等专场定向培训，强化经销商线上营销能力，发起抖音话题挑战赛直播卖车、微信看车等线上营销方式，助力营销。

2、编制经销商《运营指导手册》，明确经销商在“人、车、店、销、服”各环节的接待客户标准动作，并每季度对经销商经营情况开展评价，找出能力较弱的经销商网点，不定期的开展定点帮扶工作，派驻大区人员驻店辅导，通过每日晨、夕会、市场开拓、二网管理等工作帮助经销商提升综合运营管理能力，从落后网点中选定 3 家进行到店诊断辅导试点工作，帮助经销商找到其运营短板，针对性的制定提升计划，并跟进改善提升；为了进一步提升客户对东风品牌满意程度，22 年发布了顾客满意度的程序文件，激励更多经销商提升销售服务能力，对经销商客户满意度管理水平将进行评价并给予改善支持，经销商满意度从 93.18%提升到 93.34%，同比提升了 0.17%。

3、2022 年受宏观经济影响，市场环境不容乐观，公司密切关注着经销商伙伴的经营安危和人员健康情况，给予经销商赊销、监控车等方面延期支持，超期库存、存货融资还款逾期、行销活动等方面免考核支持，帮助

经销商伙伴共渡难关；公司大区人员组织辖区经销商组建公益运输车队，每一位志愿者冒着自身危险，主动承担各方物资的紧急运输任务，用责任与速度传递爱心和希望。

（二）服务商

2022年基于东风汽车股份组织改革的“市场导向、目标导向、价值导向”三大原则，营销总部后市场事业部对原股份公司各板块服务业务进行了整合改革，后市场事业部的组织机构划分成六个科室：商品支援部、服务保障部、区域管理部、客户运营部，VAN车服务部、新能源服务部。2022年服务事业部具体工作以五年规划“三步走”战略为核心，按照“131”策略：优化一个体系-备件营销体系，聚焦三个能力-保障支援能力、服务网络能、客户维系能力，提升一个团队-团队改善管理的具体要求开展，实现了2022年后市场备件销售OP 5000万的业绩，CSI取得了91.8高分，行业第二名。

秉承着关怀每一个人关爱每一部车的理念，服务事业部通过“三个领先”为客户提供全生命周期优质服务。三个领先：第一政策领先，质保领先、养护领先、关爱领先，轻卡核心件/重要件不限里程行业领先（发动机总成、变速箱总成、车桥总成等）；小卡踏入第一梯队（提升核心件里程质保期到达36个月/20万公里）；购车即享“购车油礼，十新实意”保养送油政策；轻卡行业首家推行外出救援为客户提供关爱大礼包。第二个服务承诺领先，救援超时补偿（3小时必达）；维修超时补偿（小修24小时，大修72小时）；免费健诊：轻卡24项，新能源18项检查，每季度一次。第三个领先，大客户服务领先，专属驻场服务、定期上门关怀，免费救援。

（三）供应商

回首2022，受限电限产、锂电池波动、芯片短缺等不可控因素影响，因行业疲软、消费降级等经济环境萎缩的波及，造成同载重平台车型销售收入降低，但东风汽车股份和广大供应商伙伴在“领先战略”引领下，保持定力、拥抱客户，LCV整车市占率稳步向好，跑赢大市。

在平台实力方面，高效整合资源，统一DFAC整车供应商平台通过把具备质量/成本优势的供应商纳入平台，剔除了QCDD不能完全满足需求的供应商，供应商平台资源储备更加充足，应对市场风险能力进一步增强。截止2022年，供应商总数量为639家，具备新品发包资格的378家，不断满足公司商品开发需要。

在部品质量提升方面，践行MUST行动，2022年部品质量目标均达成挑战。市场质量，紧抓“三现”，持续开展NDF案件降低活动，强化T17-taskforce一品一单管理，重点零件特殊特性再梳理监察，部品3MIS三年降幅28.8%，三大总成3MIS三年降幅38.7%，市场索赔近三年整体降幅35%。现场质量，严格落实“三不”管理，雷打不动召开“19点听证会”，制程功能不良问题100%听证，部品PPM三年降幅达到30.5%。供应商质量体系能力提升，从2018年开始导入源自日产的质量评价体系-ASES，通过4年评价帮扶活动，实现85家供应商达成C级，85家供应商市场3MIS近三年整体降幅20.5%。且2022年通过IQS调查，产品百台不良降幅22.9%。公司产品品质持续向好，满足客户需求。

在成本管控方面，2022年持续优化了零件分包，为同类型零件逐步向优势供应商集中奠定了坚实基础。在零件端，股份研究院持续开展零件整

合削减工作，采购部对于通用类零件和原材料有计划地采用竞价、议价等多种方式，协商达成通用类零件降本5%的成绩。另一方面，在公司领导层的指导下，东风股份聚焦主销车型强力降成本，形成量价互促的良性循环，增加单一零件的采购规模。NU03/09产品年降10%以上，用极具竞争力的售价和产品配置，冲击6m蓝牌市场，2022年形成产量5000台，拉动全供应链高效运转，2023年目标挑战15000台。

全年东风股份加强市场研究和产销联动，在开发阶段开始区分主销车型及客户定制化商品，通过合理化制定零件的量纲，依据量纲选择最优的工艺方式，有效减少非必要投入。率先开展了5类零件集成供货的尝试，不但降低了整车实物成本，同时提升了物流转运效率，降低制造费用，有效减少过程浪费。多举措改善市场质量，通过优化设计、以修代换等措施，有效降低市场索赔。

在交付方面，2022年全年交付满足率达成较好。我们携手全体供应商伙伴精准施策，通过建立周例会及专题会风险资源保障机制；成立芯片扫货管理流程，快速应对；建立市况联动机制，释放财务政策；提升订单精度，按N+3建储；锁定紧缺资源，准时交付等，通过多种有效举措实施，将不利影响降至最低。

2022年3月服务支持费用类业务划归到采购部实现集中采购，发挥集中采购规模及协同整合优势，对各单位511个费用项目逐项分析整合成24个通用品集中采购项目，通过整合降成本25.3%。实现采购和需求分离，建立相关标准及制度流程规范化运行，构建数字化采购平台，建立统一服务支持PMS采购管理系统，搭建通用办公类的电商采购平台“东风商城”，在公司内

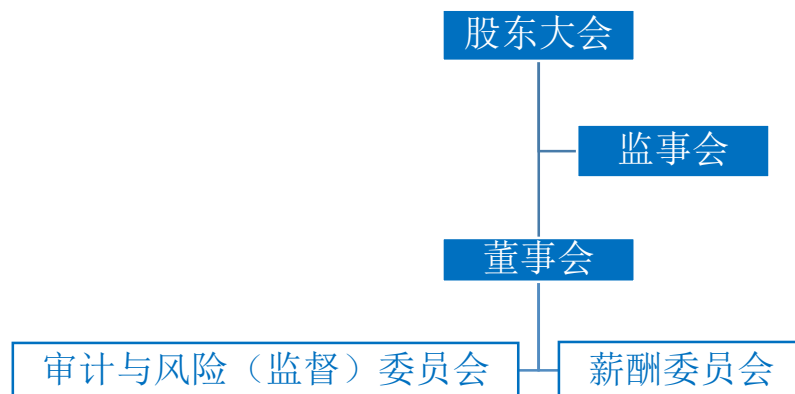
各单位已经推广使用。2310项目作为公司战略项目，通过招标完成16项发包任务，首次成功采用评定分离的评标办法产生了最终的供应商，充分保障了项目的合规性，最大化增强了项目的竞争性。全年采购部集采项目（包含广宣、投资、费用类，）实现降成本3477万元，降率13.6%，采购发包执行率达到97.5%，超过挑战目标。

(四) 股东责任

1、 股东权益保护

(1) 完善法人治理结构

公司股东大会为最高权力机构，下设董事会、监事会。董事会下设审计委员和薪酬委员会。2022年，公司共召开了3次股东大会，公司股东大会的召集、召开和表决程序严格按照《上市公司股东大会规则》和公司《股东大会议事规则》的规定执行，聘请了律师事务所专业律师进行见证并出具专项法律意见，充分保障了股东大会的规范召开和股东依法行使权力。报告期内，公司董事会召开了9次会议，均严格按照法定程序规范召开，充分保障了董事依据法律、法规及《公司章程》行使职权。董事会下设的各专门委员会发挥各自所长，在董事会的科学决策中发挥了重要作用。公司独立董事在报告期内均遵守法律、法规和《公司章程》等相关规定，认真履行职责，参与公司重大决策，对公司重大事项发表独立意见，切实维护了公司整体利益和中小股东的利益。报告期内，公司监事会召开了6次会议，公司监事列席了公司历次股东大会和董事会的现场会议，充分保障了监事对公司事务的知情权和依法行使监督权。



(2) 重视保护中小投资者权益

2022年度公司继续加强对中小投资者权益的保护工作，鼓励中小股东参与公司的重大决策。股东大会采用现场与网络相结合的表决方式，为中小股东提供网络投票平台，充分保障中小股东行使股东权利。公司聘任了独立董事，报告期内独立董事充分发挥作用，对公司关联交易事项发表了事前认可意见、对聘任董事及高级管理人员等重大事项发表了独立意见，充分保障了公司股东特别是中小股东的合法权益。

(3) 加强信息披露建设

公司严格遵守信息披露相关法规要求，真实、准确、完整地进行信息披露。在进行信息披露时，正面回应投资者咨询和关切；积极吸纳投资者的有益建议，优化完善披露内容和形式；对披露内容中的专业术语进行解释说明或进行简化描述；对涉及公司的市场热点，严格按照证监会和交易所的规定，及时进行核实和披露，以便于投资者做出合理的价值判断和投资决策。除及时披露法定信息外，公司还积极自愿披露信息，确保股东能够及时全面的了解到公司的经营情况。2022年，公司披露定期报告4份、临时公告70份。

(4) 为股东创造价值

近年来，公司在保证自身业务正常发展的前提下，积极实施了利润分配政策，并保持其稳定性，让广大投资者充分分享企业发展所带来的收益。2012年修改后的《公司章程》明确规定了现金分红的比例，“在公司现金流状况良好，可满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。”同时，公司制定了《2021年-2023年股东回报规划》，股东回报规划的制定着眼于对投资者的合理回报，兼顾公司的长远和可持续发展，综合考虑行业发展趋势、公司战略发展规划、公司实际经营情况及股东的需要和意愿，以求为投资者建立合理、科学、有效的回馈机制，从而保证公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策。2022年度，公司根据股东大会审议通过的分红方案，实施了分红派息，向股东合计派发现金红利11,160万元。

2、投资者关系管理

公司采取各种措施加强投资者关系管理工作，通过接待投资者调研、接听投资者咨询热线、上证E互动平台等多种方式与投资者保持沟通，为投资者全面了解公司提供良好的信息渠道和沟通平台，促进公司和投资者之间建立长期、稳定、相互信赖的关系。2022年度，公司业务部门累计接听投资者热线80余次，通过热线、E互动及其他IR互动平台共回复投资者问题200余个。公司持续加强与行业分析师、机构投资者的互动交流，2022年度累计接待调研机构40余家、行业分析师50余人次，增加了投资者对公司经营、战略和长期投资价值的了解和认同感。

三、社会领域

（一）员工责任

1、关注员工成长

公司严格贯彻落实《中华人民共和国劳动合同法》及国家、地方相关用工制度与规定，始终把创建和谐稳定的劳动关系视为企业生存和发展之本，不断强化依法用工、规范用工、诚信用工；执行中华人民共和国《员工带薪年休假条例》；在劳动用工方面，没有对人员类别、性别、年龄、职等、民族、种族、宗教信仰等歧视规定。

公司贯彻集团关于“人工成本增长与营业收入增长相匹配、工资总量增长与利润总额增长相匹配、人均工资增长与劳动效率增长相匹配”的工效联动要求，紧盯收益预测，动态调整人力资源总量。强化重点领域业绩激励，以市场化为方向、契约化为手段整合营销总部岗位薪酬体系，凭业绩论英雄，业绩、薪酬、岗位“三升三降”，挑战百万年薪；加大研发项目激励力度，分配向价值贡献者倾斜，项目跟投、收益分享构建市场表现奖，推动研发效率提升；对标薪酬策略，差异化大学生调薪，契约化管理稀缺专业岗位津贴，提高人才竞争力。

开展高管上讲堂“每周一讲”，分享前沿发展与领先实践11期、受训中高管及业务骨干近700人次。面向青年人才搭建“领护计划”培养框架，首批30名优秀青年管理人才参加“领青”项目培养，96名入职大学生参加“青风营”项目。加强师课资源建设，举办内训师培训班10期，参训316人次。2022年公司人均培训学时70小时/人、其中在线培训超过50%。

持续推进“职能+工厂”的制造学习发展中心组织架构，构建共通能力培养体系，完善APW专业人才基准、品质人才育成模型，APW人才培养诊断

超过3.8分，DFM职业技能竞赛9人获奖，成绩进一步提升。

2、维护员工利益

坚决维护员工的合法权益。为保障广大员工合法权益，建立和谐稳定的劳动关系，促进公司和员工的相互合作，共谋公司发展，根据《中华人民共和国劳动法》、劳动和社会保障部《集体合同规定》及中华全国总工会关于《工会参加平等协商和签订集体合同试行办法》等法律法规、经协商一致，推动公司与员工代表签订本集体合同、女工专项合同、工资专项合同。

(1) 认真落实员工代表大会制度。公司 2022 年第二届第四次员工代表大会提案，立案共计 6 项。在公司提案委员会统一推动下，经各承办单位积极推进、实施，已 100%全部结案。通过对提案工作的管理优化，切实将员工的建议要求和公司发展目标有机结合，将提案工作与生产经营有机融合，提高员工提案的管理水平。

(2) 深化民主监督管理。持续推动“衣食住行厕”改善，今年投入 67 万元已完成 21 个项目改造，进一步提升了作业、办公环境和基础生产设施。面对生产经营和订单排产的复杂态势，公司工会立足生产现场，以员工职业健康防护为重点，牵头、组织各级工会深入开展“生产现场劳动保护监督检查”活动，助力公司安全环保工作提升、维护广大员工职业健康各项权益，促进了劳动关系和谐稳定。全年公司及各基层工会围绕现场劳动保护开展监督检查 12 次。针对极端气候，尤其 2022 年的长时间高温天气，结合公司制造现场特点，为保障广大员工在严寒酷暑中工作安全与职业健康，确保公司各项生产经营工作持续高效运行，全力追赶年度目标做好服

务，公司工会 2022 年共投入 30 余万元为 7000 余人次实施“冬送温暖、夏送清凉”活动。

3、员工福利和员工关爱

(1) 福利费使用情况

职工福利费用于：商保费用、体检费、生日慰问费、食堂运维费、大学生安家费、降温取暖费、托儿费、独生子女费、探亲费、退休慰问、员工住院慰问等项目，各项费用经合规审查，均符合规范要求。

(2) 围绕“幸福工程”，持续优化福利项目

倡导中华民族道德规范，帮助员工照顾好家庭，2022年公司新增了3岁以下婴幼儿育儿假（每年可累计享受10天）、照顾失能或者患病住院老年人假（每年可累计享受10天），子女中\高考陪伴假(可按照实际考试天数请休假)等三项假期；将已婚员工探亲假路费报销标准调整为报销全部来回路费。

推进“健康东风”员工体检平台项目，整合各体检机构数据，形成员工健康综合报告，提出体检项目优化意见、制订“员工健康管理”方案，优化公司关爱员工健康的活动。持续推进员工心理援助（EAP）计划，促进员工工作生活平衡，提高员工心理健康指数，增加员工幸福感。

4、员工安全

(1) 公司不断加大安全、职业健康投入。

2022年公司在安全、职业健康安全共投入3459万余元，其中：劳动防护用品共投入1108.3万元，有毒有害岗位津贴（保健费）共发放157.8万元，职业危害监测和职业病防治体检费62.5万元，职业危害因素治理投入200.7万元，消防安全投入195.2万元，安全治理与隐患整改投入1329万元，安全

“4+1”专项改善投资370万元，安全宣传培训投入35.7万元，

(2)认真贯彻《安全生产法》要求，按照“党政同责，一岗双责，齐抓共管，失职追责”要求，落实“三管三必须”，强化深化全员岗位安全生产责任制落实。

公司制定安全环保关键岗位247人安全行动计划，补充完善了机关各部、各领域责任制19类489份。重点完善党委书记、支部书记岗位清单32份，其中建立双岗位清单21份。对各单位开展责任制落实监督评价，1-11月共评价了5个生产单元共7厂次，分四个层级共抽样92人岗位责任清单落实情况，其中：高管17人，中层23人，班组长25人，一般员工27人，共发现问题69个，100%关闭。责任制SRS评价由2021年92.5分提升到94分。公司与分子公司签订安全环保责任状11份，工厂级安全责任书签订135份，车间级安全责任书签订297份，员工岗位安全承诺书6150份，层层压实了安全生产责任。

(3)不断健全风险分级管控和隐患排查治理的双重预防机制，减弱或消除风险隐患，确保生产经营工作安全顺利完成。

一是持续推进实施职业健康安全风险分级管控。组织开展安全风险排查，7家单位排查出较大（工厂级）以上安全风险点243个，其中东风集团级重要安全风险6项，公司级59项，制定了重要安全风险控制计划清单，推进管控措施落地和本质化改善，确保风险处于受控状态；组织各单位编制“安全风险四色图”并进行现场目视化，对6项东风集团级重要风险实施了挂牌管理。二是健全完善了安全隐患排查治理机制。日常安全隐患排查与专项排查相结合。公司各层级、各单位建立了以风险辨识管控为基础的隐

患排查治理制度。开展了“重点部位、重点单位、重点时段”专项隐患排查与治理活动，并将隐患问题落实到责任岗位，对隐患问题开展数据分析，制定下一步工作计划。

(4) 关爱员工，提升职业健康管理水平，改善现场作业环境。

遵守合规义务，落实听力保护计划。2022年完成治理噪声超标点7个，其中：襄阳工厂投入214万元更换125个电动工具，4套电动拧紧轴，治理后噪声由90dB降到85dB以下，噪声超标岗位减少4个，涵盖岗位员工73人。组织对有毒有害及特种作业人员依法实施岗前、岗中、离岗职业病防治体检1820人，对24名疑似职业病禁忌症人员进行了岗位调整。对粉尘、毒物、噪声等危害因素监测766个点位，综合达标率86.3%，同比2021年达标率提升0.7%。现场新增职业危害警示标识、告知卡262块；持续补充完善职业危害接触人员一人一档。

(5) 强化四级（公司、工厂、车间、班组）安全隐患排查整改与正负激励，事故风险得到有效控制。

开展了公司、工厂、车间、班组四级安全隐患排查与整改活动，公司主管领导、制造管理部对生产单元每周开展安全巡查与服务活动，全年共巡查、服务95次，组织专项安全检查、诊断21次，共下发安全隐患整改问题334项，下发“安全隐患整改督办单”15份。各工厂安全隐患排查共发现问题5978项，截止2022年12月30日整改完成5972项，整改率99.8%，并实施“隐患一元化管控”，确保安全隐患水平展。全年考核178人次，考核金额7.1万元；安全明星奖励和先进个人360人次，奖励金额20万元。通过以上举措，现场安全风险得到了有效的管控，安全红线、底线意识得到强化，

员工行为得到规范。

(6) 积极开展安全环保月系列活动，全公司范围内营造安全环保良好氛围。

开展了以“遵守安全生产法当好第一责任人，共建清洁美丽世界”为主题的安全环保月系列活动。发布安全系列报道27篇，举办安全培训班25期，参加3200人次，有2个工厂总经理举办了安全宣讲课堂；组织公司中高管双碳战略、危险源识别、EHS体系培训，开展安全知识网络有奖答题活动1560人参加，微课堂、微视频培训10次共667人参加，观看警示教育片13次共1750人参加。公司总经理、副总经理与7个制造单元领导开展了现场安全巡视，组织了安全环保类应急演练13类37项次，实施了职业健康安全改善课题40个，经评选后发布公司优秀课题10个。

(二) 公益责任

公司在“东风化雨，润泽四方”履责理念的指导下，在关爱公司员工、响应乡村振兴、发展公益事业等方面中做出自身特色和贡献。将社会责任与公司发展相融合，企业公益力得到不断创新提升。

1、 医疗捐赠 东风有爱

2022年下半年，为支持襄阳高新区医疗卫生工作，东风汽车股份有限公司在2022年12月向襄阳高新区捐赠七台价值100万元的御风车辆，应政府所需所盼，积极为地方政府排忧解难，为医疗卫生工作提供力所能及的支持和帮助，深入推进和丰富政企共建工作。

2、 爱心助农 消费采购

支持东风爱消费助农兴农，促进东风公司帮扶地区的经济发展，确保爱

心消费工作的有效落实,2022年东风汽车股份采购乡村振兴农副产品300余万元,助力乡村振兴战略实施。

3、 乡村振兴 定点帮扶

向襄阳保康市马桥镇古泉沟村捐赠资金,加大阵地建设力度,使村民活动有场所,干部办公有阵地,建设古泉沟村便民服务中心。该项目建成使用后可方便党员群众事务办理,开展各项会议及大型活动,可真正实现村级工作“五务合一”化建设。

4、集聚力量 参与履责

对东风公益基金会进行年度捐赠:作为东风公益基金会的常任理事单位,缴纳会费,积极参与总部活动。以“大东风”为公益实施平台,倾力公益事业,促进社会和谐,化爱心为实际行动,彰显国企力量。

5、贡献爱心 助学捐赠

捐赠资金用于襄阳高新区“情满校园 读书追梦”助学支教慈善公益项目,为襄阳东风中学初中部购置电教设备(智慧黑板、计算机等),为学生提供更加优质高效的教育教学服务,推动教育事业的发展。

6、特色公益 承载希望

结合公司主营轻卡业务,关注处于弱势群体的卡车司机,以行动回馈客户,继续发挥东风卡车兄弟爱心基金的作用,通过襄阳市慈善总会捐资来帮助因车祸、疾病等生活陷入困境的卡车司机及家庭,通过对他们的资助,起到帮扶弱势群体,履行企业社会责任的作用。

作为一家具有高度责任感的上市公司,公司在社会责任履责实践中跳出同质圈,将社会责任工作向纵深发展,围绕客户群体卡车司机,展开更

符合卡车司机切身利益，更具企业特色及针对性的社会责任工作，践行了“向客户而生”企业价值观，加深卡车司机群体对东风轻型车品牌信赖感。同时，“卡车兄弟爱心基金”的实施，也引导行业更加关注卡车司机群体的生活现状，倡导全行业共同营造更好的卡车司机生存环境。

2022年，公司共向社会捐赠人民币 244 万元，购买东风公司扶贫地区农副产品 310 万元。未来东风汽车股份将继续积极投身公益慈善事业，为促进社会可持续发展做出新贡献。

（三）环境责任

1、持续改进，保证环境管理体系有效运行。

公司始终坚持“东风汽车、精益求精、以人为本、健康生存”方针，深入贯彻环境管理体系。2022年，公司及时收集、更新公司环境类《法律法规清单》，识别环保法规94部、环保标准84部，新增9部，对新增法规标准进行适应性评价，确保公司生产经营符合国家环保法规，通过第三方管理体系审核。

2、源头管控，严格落实建设项目节能环保管理：建设项目环境影响评价以及项目竣工环保“三同时”验收。

2022年度，完成2310项目项目环境影响评价及节能评价。从源头控制，严格执行项目环保“三同时”。制定项目正向、反向课题总计718项，消除噪声超标点72项，消除5级困难作业156项。

3、有效落实中央《关于全面加强生态环境保护坚决打好污染防治攻坚战的意见》精神，坚决打赢蓝天、碧水、净土保卫战。

根据东风司发〔2020〕19号 关于印发《东风汽车集团有限公司

深化污染防治攻坚战实施方案》的通知，制定公司《2020-2022年深化污染防治攻坚战实施方案》，制定废水、废气、固废方面管理方策总计36项，2022年已全部实施完成，计划完成率100%，攻坚战实施方案圆满收官。

4、开展重污染天气绩效分级管理，积极采取减产限产措施，履行企业社会责任。

公司在襄各单位根据要求，2022年共启动应急响应3次，公司通过微信群、QQ群等快速传递信息，各单位根据应急预案快速响应，采取减少生产班次、减少当班排产等方式合理应对，积极为襄阳市地方“蓝天保卫战”做出贡献。完成企业环境绩效分级评级，DCEC评为A级企业，襄阳工厂评为B级企业，有效的规避了重污染天气期间对公司排产的限制。

5、落实国家碳达峰碳中和战略部署，持续开展节能减排工作。

积极响应国家碳达峰碳中和战略部署，2022年7月发布公司制造端碳达峰碳中和规划，制定减碳路径总计67项。

公司践行绿色发展理念，深入推进节能减排课题改善，减少碳排放。2022年累计实施节能减排课题总计49项，节约能源总计103吨标煤，节约用水1100吨，减少CO₂ 排放340吨，节约动能费用114万元，履行了公司在节能减碳绿色发展的社会责任。

公司将节能减排改善课题纳入重点工作，月度进行更新回顾，并在月度安全生产例会进行进展通报。同时在公司范围内开展节能改善课题对标活动，丰富各单位课题改善技术路径，给予在深入挖掘节能课题方面的启迪。

（四）新能源汽车业务

公司自2005年即开始着手新能源汽车产品的研发，是国内客车行业最早进入新能源领域的厂商，也是国内首家获得新能源纯电动和混合动力双资质、最早从事新能源示范运营、最早实现新能源商品化的企业。目前已开发多款新能源车型，包括纯电动客车、纯电动厢式物流车、纯电动轻卡等。

2022年，公司持续优化“三个结构调整”，新能源汽车全年实现销量18556辆，运营情况持续向好。把握市场增长机遇，把握市场节奏，以全年销量目标为指引，紧跟大市不掉队。其中轻卡稳居行业第二、Van车市占率上升0.7个百分点、并与时间赛跑于2022年四季度推出凯普特EV150小卡产品，一经发布便受到广泛好评。公司新能源战略目标为“打造新能源商用车中国领先品牌”；品牌使命是“成为智慧物流领航者”。聚焦轻卡、VAN和专用车领域，加快商业模式及数字化转型，布局以纯电动为主，氢燃料和混动增程为辅的动力单元，构建以客户为中心的全价值链服务体系，打造客户体验领先的新能源车品牌。

第三部分 2023年展望

2023年，公司将在“打造世界领先的轻型商用车企业”愿景引领下，秉持“诚信为本，价值为纲”的企业价值观，全价值链聚焦客户需求，全方位升级服务体系，全环节创新客户价值，竭诚为客户提供符合法规要求、质量过硬的车辆，以及车辆全生命周期服务，超越期待，创造美好！

同时，关心关爱员工，科学开展安全、环保工作，促进企业绿色、可持续发展，积极投身公益慈善事业，为促进社会可持续高质量发展做出新贡献。

东风汽车股份有限公司

2023年4月8日