

2021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2021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：2021年1月1日——2021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。

2021年，是公司“十四五”开局年，也是实施“领先战略”元年。这一年，公司携手经销商、供应商伙伴、广大客户朋友，克难奋进，挑战高目标，齐心协力保供应、保生产，凝心聚力促经营、促发展，不仅实现公司销量、利润双突破，而且也实现了公司事业连续五年稳步提升，公司发展对东风汽车集团贡献度越来越高。

这一年，我们以市场为中心，进一步围绕客户体验领先，聚焦客户价值提升，从以下五个方面助力“领先战略”目标稳健推进：一是打造多方位满足客户需求的商品；二是建立客户满意的营销服务体系；三是构建以客户为本的智造能力体系；四是改善收益推进高质量发展，更好服务于客户；五是推动“产品+服务”数字化转型；六是聚焦市场，推进深化改革，全面打造客户文化。同时，公司持续开展“幸福工程”，全方位关爱员工，落实幸福工程年度十件实事，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，切实提升员工满意度、幸福感。

2022年，我们将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神为指引，坚持“两个确立”、增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，发扬伟大建党精神，全面贯彻新发展理念，落实东风汽车集团“四提两干一跨越”总要求，聚焦东风轻型车事业做强

做优，锚定目标，砺行突破，为推进公司高质量转型发展做出新贡献，用生动实践和优异成绩迎接党的“二十大”胜利召开！

目录

| | |
|--------------------------------|-----------|
| <u>第一部分 关于东风汽车股份有限公司</u> | <u>5</u> |
| <u>一、公司概况</u> | <u>5</u> |
| <u>二、公司治理</u> | <u>5</u> |
| <u>三、公司经营</u> | <u>5</u> |
| <u>（一）企业文化</u> | <u>6</u> |
| <u>（二）风险管理</u> | <u>6</u> |
| | |
| <u>第二部分 公司履行社会责任情况</u> | <u>7</u> |
| <u>一、客户责任</u> | <u>7</u> |
| <u>二、伙伴责任</u> | <u>7</u> |
| <u>（一）经销商</u> | <u>8</u> |
| <u>（二）服务商</u> | <u>8</u> |
| <u>（三）供应商</u> | <u>9</u> |
| <u>（四）股东责任</u> | <u>11</u> |
| <u>三、社会领域</u> | <u>14</u> |
| <u>（一）员工责任</u> | <u>13</u> |
| <u>（二）公益责任</u> | <u>18</u> |
| <u>（三）环境责任</u> | <u>20</u> |
| <u>（四）新能源产品</u> | <u>23</u> |
| | |
| <u>第三部分 2022年展望</u> | <u>24</u> |

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，确保公司规范运作，切实保障股东合法权益。

三、公司经营

2021年，公司完成汽车销售 182,488 辆，同比增长 6.42%，连续五年

保持增长；其中轻卡销售 155,366 辆，同比增长 3.68%，市场份额持续提升；客车底盘进一步巩固行业第一地位，市占率继续提升；发动机销售 240,914 台，同比下降 1.17%。

（一）企业文化

2021 年，东风汽车股份积极践行“向客户而生”企业文化核心理念体系，制定年度宣贯计划，拓展宣贯渠道，在日常性学习宣贯外，利用盟学院学习平台进行专题课件学习及知识答题。同时，面向公司内外，开展“向客户而生”主题短视频\图片征集活动，征集作品 101 个，一线员工积极参与，用真实镜头展示员工“向客户而生”的客户意识和质量意识。剪辑短片《向客户而生，为市场而战》，在公司内部平台播放，得到员工好评。

多渠道的宣贯，凝聚了全员心智，干部担当作为意识得到了强化，在公司“向客户而生”文化力引领下，东风轻型车事业得到长足发展。

（二）风险管理

2021年，公司围绕贯彻落实中央防范化解重大风险等指示精神，以及公司经营管理的合纪、合规、合法要求，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时空公司新能源车辆应收账款风险、公司新能源应收账款风险（应收车款）、公司新能源应收账款风险（应收补贴）、赊销风险、环保风险、法规切换风险、海外供应链等重要风险，并分别制定对策，设定阈值，明确责任人，进行动态监控，确保各项风险可控。

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、东风轻型商用车营销有限公司

2021年在卡车市场波动的情况下，为保障网络有质有量发展，网络开发抓重点、控全局：一网空白区域覆盖，弱势区域新增补充；二网网点下沉，聚焦百强县的布建，选取小卡网络做为二网专项政策的试点板块；一级网络数提升14%，二网提升46%，整体网络数稳步增长。在对经销商进行评价和检核、引导经销商改进提升短板不足的同时，加强新网辅导管理，建立新网发展、招募、辅导管理标准流程，提升新网销量贡献度，为网络可持续发展奠定基础。丰富营销训练营产品、销售技巧等课程，以“业务培训+营销技能培训+潜能拓展+营销新思维+工厂游学”五位一体全方位培训设计，锻造懂产品、打硬仗的销售人员，助力销量目标达成。

2、工程车事业部

为减少经销商、客户抱怨，快速响应市场需求，成立以事业部领导为核

心的快速处理机制，问题处理时间由以前一周缩短至 1.5 天，三日结案率超过 95%。截止 12 月底，收集问题 180 余条，全部得到答复、落实。同时事业部领导负责分区督导，进行经销商问题诊断，一对一帮扶，规模经销商数量增加 4 家。蓝牌新规事件报道后，事业部领导班子立即启动应急机制，对产品自查，优化降重方案，满足法规要求；加大合规轻卡产品及大黄牌产品推广，引导客户购买，抢占市场机会；与客户做好沟通，提供增值服务，管控市场风险，并组织研发、市场、营销等部门共同奔赴各区与经销商座谈，在最短时间内打消经销商的疑虑和恐慌，保证了整个经销团队的稳定和高昂士气。事件发生后，整个行业影响较大，但我司措施得力、应对有方，在极其困难的情况下，高质量完成挑战目标。

3、东风襄阳旅行车有限公司

2021年,御风轻客在市场竞争加剧、不确定因素增多、新冠疫情干扰等不利因素影响下，以“降成本，提销量”为重点，打造“常网+专网”两网并举的营销体系，实现销量同比增长42.8%。御风全价值链深挖潜力，通过推进实物降本、销售结构优化、降低制造费用和固定费用等一系列降本增效改善课题，实现了御风全价值链OP同期比大幅减亏，全面推进公司实现“双突破”。

（二）服务商

1、东风轻型商用车营销有限公司

2021年围绕CAN³服务中期事业计划进行第一步后市场战略调整，从服务保障向后市场收益单元转型。从组织机构、服务业务及经营思路三个方面明确后市场改革方向，着手于商品突破、渠道管理、营销策划、客户运

营及服务管理五大部分的策略支撑后市场改革战略转型，实现了2021年后市场备件销售OP 2640万的业绩，进一步诠释了“真美满”服务品牌内涵。

2、工程车事业部

工程车事业部秉承对客户关怀信念，以及对产品质量的信心，根据不同车型制定了具有竞争力的超长保修期。全国统一免费服务热线提供车辆维保7×24小时响应，解决客户咨询、三包、救援、服务派遣等各项服务，更有依托东风汽车股份后市场事业部资深专家解决客户疑难问题。对于客户投诉实行“立即响应，2h解决”方式，确保每个投诉专人跟进并及时反馈用户；针对客户，利用惠享平台APP进行服务促销，并开展专项服务等主动关爱活动；通过与主要经销商、供应商合作，加强服务网络建设，拓宽服务渠道，切实保障服务效率，持续提升客户服务满意度。

3、东风襄阳旅行车有限公司

以客户为中心，为客户提供全生命周期服务，采用多种形式相结合服务模式，具体如下：

(1) 对重点大客户安排专人驻点，对出现的问题第一时间响应，随时收集客户意见和建议，跟踪车辆对使用场景的适应情况，代表客户提出改进意见和建议，充分发挥双方沟通桥梁作用。同时根据具体车辆保有量，安排服务站针对性进行备件储备，提高服务时效性。

(2) 建立中小客户直连通道，压缩问题反馈层级，用户可与我公司服务人员点对点进行问题反馈，根据“首问负责制”进行快速反应，疑难问题视频连线，实现15分钟快速响应，一般故障3小时内排除的“服务时

效承诺”。

(3) 在服务政策支持上，针对客户特定需求，有针对性制定延长质保期限，建立服务绿色通道，进行维保提醒以及制定备品备件折扣优惠等服务政策。

(4) 根据专用校车使用特征，专门开展“寒暑假关怀活动”，并将活动内容和免费检查项目印刷在随车《质量保修手册》中，确保每辆校车用户都能详细了解并亲自见证活动项目的实施。

(5) 主动组织培训活动。根据客户需求制定分级培训方案，采用理论培训和工厂实训相结合方式，快速提升客户机修人员服务技能。在车辆运营前、运行初期和中期，针对客户不同岗位人员进行驾驶操作、维护保养、故障检查和处置、应急演练等内容培训。通过定期分阶段培训和现场交流互动，提升用户对新能源车辆的认知和使用水平。

(三) 供应商

回首2021，虽有疫情反复、芯片短缺、市况上涨等不利因素，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，销量逆势上扬，跑赢大盘，整车销量达成18.25万辆。

在平台实力方面，不断开展平台优化，持续满足公司商品开发需要。3年内，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。

在部品质量提升方面，通过RANK-UP活动，强力提升供应商能力，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，

实现供应商达成C级，经计算达成C级供应商市场3MIS平均降幅26%，大幅降低了市场赔偿。践行MUST行动，2021年部品质量目标均达成挑战。现场方面，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%。市场方面，持续深入一线，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40.8%，三大总成3MIS三年降幅38.7%，持续有效提升了客户满意度。

在成本管控方面，主要从零件对标降本、增量谈判降本、大总成降本、其它专项驾驶室及电器件等降本和材辅料协同东风集团降本等方面取得新突破，采购降本实绩和面积双双达成2021年挑战目标。

在交付方面，2021年战疫情，抢资源，全年交付满足率达成较好。众所周知，2021年资源风险主要集中在疫情、市况、芯片、天气灾害、国家环保法规和限电限产等诸多方面，公司携手全体供应商伙伴精准施策，通过成立疫情应对小组，排查疫情；成立芯片紧急处置小组，协调资源；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。

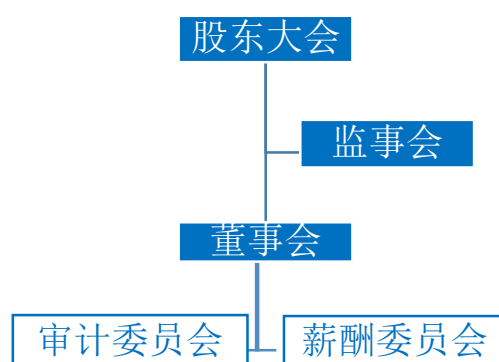
2021年服务支持业务实现采购和需求分离，建立相关标准及制度流程规范化运行，采购业务电子信息化工作持续推进。全年采购部集采项目（包含广宣及投资）实现降成本14.7%，事业计划部统计累计采购发包执行率达到97.5%，超过挑战目标。

（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。2021年，公司召开了3次股东大会，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8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

2021年度公司继续加强对中小投资者权益保护工作，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独立意见，充分保障了公司股东特别是中小股东合法权益。

(3) 加强信息披露建设

公司严格按照有关法律、法规要求，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务，保证了公司信息披露公开、公平、公正。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了解到公司经营情况。2021年，公司披露定期报告4份、临时公告44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前提下，公司最近三年以现金方式累计分配利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的10%。”同时，公司制定了《2021年-2023年股东回报规划》，确保股东享有其合法权利。2021年，根据2020年度股东大会审议通过的分红方案，实施了分红派息，向股东派发现金红利16620万元。2021年公司创造的每股增值额为0.918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。

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。

提高公司收益、劳动效率与员工薪酬匹配度，进一步构建彻底业绩导向的激励制度；围绕收益改善，贯彻工效联动，制定年度薪酬预实算基本规则，开展月度实力线管控，强化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。制定和实施了“高达成，高激励，向业绩付薪酬”的高管薪酬优化方案，支撑公司事业计划达成；以原轻商分公司为试点构建以技能层级为基础的薪酬体系，并在全公司范围内稳步推进，强化技能导向，促进APW推进，主动适应智能制造转型；通过核心人才识别、第三方薪酬对标诊断，制订了核心人才激励规划，在达成事业计划前提下，提高人才竞争力和价值贡献度。

根据业务发展需要，150名营销一线人员分四期参加了营销模压训练；11名青年骨干参加了第一期青苗营销成长营跨界复合型人才培养；65

名技术骨干分两期参加了数据分析能力培训；在依托两级总部开展五化人才专项，其中5人被选拔进入集团特训营；坚持“高管上讲堂-每周一讲”，全年管理人员累计14491人次参训。系统推进APW培训，68名技能骨干分三期参加了工种技能教练员培训，23名技能管理人员分两期参加了A-TIW推进员认证培训，10人参加了A-TWI讲师认证培训，15人通过G-GK推进员培训认证。弘扬工匠精神，培养技能达人。公司员工在2021年湖北省第三届汉江流域职业技能大赛叉车竞赛项目中获得冠、亚军；在东风有限2021年员工职业技能大赛中，有18人获奖，其中金奖3人，总成绩排名第二。

2、维护员工利益

坚决维护员工的合法权益。持续开展《集体合同》签订，将最低工资标准范围、福利费预算标准、女职工特殊权益等涉及员工切身利益的内容纳入集体合同条款，对各单位工会集体合同履行情况开展督查。及时修订《劳动争议调解委员会组织及调解规则》和《员工诉求管理办法》，及时解决员工子女就学、劳动关系争议等问题；深入推进工资集体协商，开办“总经理在线”等，针对员工关心的热点难点问题，与员工进行面对面沟通。

(1) 认真落实员工代表大会制度。注重加强提案管理，提案解决率达到90%以上，重点解决影响员工生活、工作环境的提案，并对征集的优秀提案进行奖励。

(2) 深化民主监督管理。积极搭建工会、员工、企业三方沟通协商平台，确定58项“厂务公开”清单，全年公开72项次；组织员工代表审议“员工违纪违规处分规定意见”“住房公积金、医保改革”等多个方案。

3、员工福利和员工关爱

(1) 福利费使用情况

福利费：用于商保、体检、生日慰问、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，均符合要求，100%规范使用。

(2) 围绕“幸福工程”，持续优化福利项目

全方位关心关爱员工，提升员工幸福感。坚持开展为员工办实事活动，在武汉办公园区增加了40多个停车位、旅行车公司搬迁后扩建了1万平米的停车场，为困难员工、低收入人群及直系亲属共计21人购买大病医保和商业医保，改善消除了49项困难作业岗位等；在衣食住行厕改造方面，投入187万余元对各单位37个项目进行了建设与完善；协调处理襄阳基地新能源、工程车、研究院办公楼前等员工上下班重要路口的安全管理提案，保证员工出行安全。积极发动员工参与安全环境一体化建设，做好防暑降温和防寒防冻等工作，认真开展疫情常态化防控，有力保障员工健康安全；开展困难职工节日慰问、一线员工高产和高温慰问、“爱心工程”救助、金秋助学等活动，让员工多角度感受公司关怀。

公司不断丰富和优化员工福利项目，以“衣食住行厕”改善为载体，加强工会监督，改善食堂伙食质量和就餐条件；推进东风集团不断改善“给到”弹性福利平台；持续推进员工心理援助（EAP），培训EAP专员104人；日常热线咨询384人次、驻场咨询26场服务，114人开展针对性培训13场，促进员工工作生活平衡，提高员工心理健康指数。

4、员工安全

(1)、深化全员岗位安全责任制落实。

提升了管理“力度”，根据新《安全生产法》修订安全环保责任制管理标准，增加对责任制评价结果应用，即：与绩效评价挂钩，与年度评先挂钩，与“安全明星”评选挂钩。提高了覆盖广度，完善高管、中层、班组、员工四级岗位责任制清单，覆盖率100%，补充完善了机关各部、各领域责任制19类489份。强化了检核深度，充分发挥领导力的作用，开展主管副总责任制履职检核，公司对各单位开展责任制落实监督评价，1-11月共评价了7个生产单元，分四个层级共抽样121人责任清单落实情况，其中：高管25人次，中层35人，班组长28人，一般员工31人，责任制评价由2020年87分提升到现在的92.5分。

(2)、落实国家、东风公司重大决策部署，组织“6.13”防爆防火专项整治工作。

学习传达习近平总书记的重要指示和李克强总理的重要批示，贯彻落实东风集团两次专题视频会议精神，认真汲取“6.13”燃爆重大安全事故教训。公司组织成立了4个专家团队，经过对6个分子公司开展全面专项排查，并通过公司安委会审议决策，确定防火防爆改善项目33个，投入1400余万元。同时建立长效预防机制，建立分级管理、分级检核制度，定期工作报告制度。

(3)、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，组织了职业健康管理人員取证34人，举办噪声控制理论知识《汽车制造业的降噪方法》与东风公司成功的噪声治理课题及典型案例应用分享。2021年针对噪声超标，制造管理部与DFL职业健康专家对

现场噪声超标点治理技术方案现场勘察，进行改善技术方案研讨确认，析出8个技术难点岗位噪声岗位治理方案，截至目前，已实现9个岗位降噪改善，并全部达标。持续开展职业健康管理水平提升活动，降低职业危害风险。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1734人，对26名存在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722个点位，综合达标率85.5%，对不达标的工位落实防控措施。现场新增职业危害警示标识、告知卡329块；积极开展听力保护计划，持续完善职业危害接触人员一人一档。

（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、疫情无情 东风有爱

2021年3月，东风途逸樱花咖啡车与武汉软件工程职业学院百名大学生志愿者们一起来到武汉大学人民东院区，将热腾腾的樱花拿铁咖啡和手写祝福明信片送到医护人员的手上，用最温暖的方式，致敬曾经奋战在武汉疫情一线的最美“逆行者”，表达对抗疫英雄们的敬意。病毒无情，人间有爱，医护人员勇战抗疫第一线，我们用樱花咖啡向他们致以最深的敬意。数千份定制咖啡，承载着我们对城市守护者的感谢和祝福。为了见证更美更有趣的春天，东风轻型车以实际行动践行责任与担当，与武汉一起，共渡寒冬，共沐春光！

2、乡村振兴 消费帮扶

公司通过促进地方经济发展、扶贫济困等方面积极履责，履行国有企业的责任担当。推动乡村振兴——履责助力营销：支持东风爱心消费助农兴农，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。2021年东风汽车股份采购乡村振兴农副产品302万元，积极参与建设“东风县”，助力乡村振兴战略实施。

3、重大灾害 爱心捐赠

2021年夏天，河南郑州突发暴雨灾害，东风汽车股份在东风集团统一安排下，主动承担企业社会责任，向郑州市经济技术开发区慈善总会捐赠两辆工程车辆（东风福瑞卡工程自卸车1辆，东风福瑞卡平板拖车1辆），助力郑州暴雨洪灾之后的排涝救援工作，为灾后复工复产贡献力量。

4、自主履责 养老救助

东风街道办养老设施捐赠：向襄阳高新区东风街道办捐款，用于社区养老中心基础设施建设和设备采购，保障养老中心、老年大学的日常运营；对社区困难、孤寡等老人提供帮扶救助；为居民提供便捷服务，推动社区养老事业发展。

5、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。

2021年，公司共向社会捐赠人民币129万元，购买东风公司扶贫地区农副产品302万元。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。2021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。12月接受天津华诚认证中心审核，审核结论为：环境管理体系执行情况良好，体系运行有效，顺利通过管理体系审核。

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。

2021年度，组织完成铸造工厂搬迁改造项目、DCEC传奇技改项目环境影响评价。从源头控制，严格执行项目环保“三同时”。

3、有效落实中共中央《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，2021年计划31项，实际完成31项，计划完成率100%。

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，修订完善《重污染天气应急预案》，2021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、减少发动机实验台数、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、旅行车评为B级企业，铸造评为C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、年度缴纳环境保护税的情况

年度环保税缴纳总计 43800 元（截止到第三季度）。

6、对可能发生的环境事故进行风险评估、预防相关风险的管理措施

公司建立了完善的环境管理体系，通过最新版的 ISO14001:2015 版环境管理体系认证，制定有一套完整的环境影响评估的方法及程序文件。2021年，公司总计识别环境因素 3268 条，梳理出重要环境因素 78 条。主要涉及的环境因素包括废水排放、废气的排放、危废贮存及转移，以及厂界噪声。

针对废水排放，各分子公司废水经过各分子公司一级站预处理之后，排

入襄阳基地污水处理厂，经过深度处理，达标后排入小清河。各分子公司也在2014年完成雨污分流及请勿分流改造，并建立了事故应急池计1590m³。各分子公司建立废水排放“一排一案”制度，重点阀门执行“挂牌上锁”制度。在污水处理厂的最终排口安装的有自动在线监测系统，保证废水100%达标排放。（标准：60 mg/L，实际：30-50 mg/L）

废气排放方面，公司总计废气排放口202个，污染防治设施共计162套。主要涉及的污染物：挥发性有机物（VOCs）、氮氧化物、颗粒物、食堂油烟、烟尘等。日常的环保设施通过点检及巡检制度做好日常的维护保养工作，按照操作规程及规范正常运行，并保存好运行记录。在废气排放口进行规范化管理，张贴废气排放标志标识。年度开展废气环境监测，确保废气达标排放。

危险废物，在湖北省物联网系统计划申报年度管理计划，建设合规危废贮存库，分类存放，标志标识规范，建立转移记录及台账。合规处置：生活垃圾由具备资质的第三方清运出厂，市城管统一送往恩菲环保公司进行焚烧处理。一般固废由具备资质的第三方公司回收利用。危险废物由具备资质的第三方危废处置公司进行无害化处置：金力环保、十堰东风环保、十堰卓奇、荆门宏勋等。2021年对照危险废物规范化管理体系进行自评，发现问题项总计15项，已完成13项，还有2项在进行中。

厂界噪声环境监测点总计34个，经第三方机构现场监测，97%达标（一处不达标：轻商三厂区）。完成对轻商三厂区冷却塔噪声改造，建立隔音墙，经过第三方现场监测达标排放，整改完成。

7、针对突发环境事件的应急预案编制及演练情况

各分子公司根据工厂的实际情况编制突发环境事件应急预案，主要涉及的内容包括火灾、爆炸、危险化学品大量泄漏、大面积土壤污染、污染物事故性排放、严重的职业病危害事故、洪涝灾害、重污染天气等其它紧急情况。每年按照应急预案要求开展应急演练，与当地政府部门进行应急联动。

（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。

2021年，公司持续优化“三个结构调整”，新能源汽车全年实现销量12005辆，运营情况持续向好。产品上，推动战略性新品“东风凯普特e星”持续升级，树立了行业新标杆，纯电动轻卡市场占有率位居行业第一；同时又研发出了小VAN车型EM26，全年销量稳步提成，市场占有率稳居行业第二。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 2022年展望

2022年，公司将在“智慧物流最佳合作伙伴”愿景引领下，秉持“向客户而生”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，在满载信赖的致富路上，帮助客户用安全、舒适、高效、可靠的轻型车创造美好幸福生活。

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

2022年3月29日