

INSPIRE BEYOND LIMITS

Innovation \ Drive \ Future

2024 環境、社會及管治報告



GEELY

吉利汽車控股有限公司
GEELY AUTOMOBILE HOLDINGS LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
股份代號:175 (港幣櫃台) 及 80175 (人民幣櫃台)

目錄

關於本報告	3
可持續發展委員會主席致辭	4
附錄 1 適用的法律法規及相關標準清單	153
附錄 2 ESG 關鍵績效指標	155
附錄 3 SASB 汽車可持續會計標準—內容索引	161
附錄 4 香港聯交所 ESG 報告守則—內容索引	162
附錄 5 GRI 可持續發展報告標準—內容索引	165
附錄 6 ISSB IFRS S1—內容索引	169
附錄 7 核實聲明	170

1 ESG 績效摘要

2 ESG 管理

3 氣候中和

6	2.1 可持續發展願景
8	2.2 ESG 管治
11	2.3 風險與機遇管理
17	2.4 ESG 指標和目標
17	2.5 可持續金融

18	3.1 氣候戰略及目標
21	3.2 全生命周期碳管理
23	3.3 減碳行動實施
39	3.4 氣候相關披露

49	4.1 自然資本
55	4.2 污染與廢棄物管理
62	4.3 資源使用與節約
64	4.4 循環經濟
67	4.5 生物多樣性保護

71	5.1 企業管治
73	5.2 風險管理與內部控制
73	5.3 合規與道德
84	5.4 數據責任與隱私保護

92	6.1 產品質量與安全
103	6.2 可持續服務
108	6.3 可持續出行

114	7.1 可持續供應鏈
122	7.2 負責任經銷商
123	7.3 行業協同發展

125	8.1 人力資本管理
127	8.2 人才僱傭
128	8.3 員工權利
135	8.4 員工薪酬與福利
138	8.5 員工培訓與發展
140	8.6 職業健康與安全

147	9.1 生態友好
147	9.2 優質公平教育
148	9.3 應急賑災
149	9.4 弱勢幫扶
149	9.5 文化傳播
149	9.6 社區發展
152	9.7 鄉村振興

4 自然受益

5 治理與道德

6 消費者利益

7 可持續價值鏈

8 員工權益

9 社區公益





關於本報告

簡介

本報告是吉利汽車控股有限公司（簡稱「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」「吉利汽車」或「我們」）發佈的第五份獨立的環境、社會及管治（簡稱「ESG」）報告，介紹本集團在 ESG 管理、氣候中和、自然受益、治理與道德、消費者利益、可持續價值鏈、員工權益與社區公益方面的策略和實踐情況，使各利益相關方能清晰瞭解本集團的 ESG 表現。本集團 2015 年至 2019 年的 ESG 實踐與表現，包含在本公司的母公司浙江吉利控股集團有限公司及其附屬公司（統稱「吉利控股集團」）對外發佈的社會責任報告。

報告範圍

時間範圍：本報告時間範圍覆蓋 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（簡稱「報告期」「本年度」或「2024 年」）。為增強報告完整性，部分內容適當向前追溯或向後延伸。

業務範圍：本報告內容範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司，包括旗下汽車品牌：吉利品牌、極氪品牌和領克品牌。本報告部分內容亦涉及吉利控股集團相關信息。

編製依據

本報告編製遵循香港聯合交易所有限公司（簡稱「香港聯交所」）於 2025 年 1 月 1 日生效的附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》。同時，本報告所作的披露亦參考：全球報告倡議組織 (GRI) 發佈的《可持續發展報告標準》(GRI Standards)、國際可持續發展標準理事會 (International Sustainability Standards Board, ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 1 號—可持續相關財務信息披露一般要求》(IFRS S1) 及《國際財務報告可持續披露準則第 2 號—氣候相關披露》(IFRS S2) 和可持續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 標準、香港聯交所「環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引」及《聯合國指導原則報告框架》。

資料來源與說明

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

前瞻性陳述

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

可靠性保證及批准

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

本集團未發現報告內容存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。本報告經本公司可持續發展委員會（「可持續發展委員會」）審閱後，於 2025 年 4 月 28 日獲本公司董事會（「董事會」）批准通過。

獲取及回應本報告

本報告提供中文版和英文版。如中英文版本有歧異，概以中文版為準。為支持環保，本報告只以電子版形式發佈。本報告可在香港聯交所披露易網站上市公司公告中「財務報表 / 環境、社會及管治資料」標題類別內或本公司官方網站 (<http://www.geelyauto.com.hk>) 上獲取。我們十分重視利益相關方的寶貴意見，歡迎閣下發送電郵至 general@geelyauto.com.hk 並註明主題「ESG 報告 2024」以提供意見，協助我們進一步改進。



可持續發展 委員會主席 致辭

2024 年，吉利汽車已明確了一條清晰的可持續發展道路，堅定不移踐行 ESG 理念，將企業對環境、社會及經濟的責任與自身技術創新相融合，向全球市場輸出產品、輸出技術、輸出價值。在這一年裏，本集團加速高質量增長，為用戶提供更優質的產品和服務，在新能源和智能化轉型中持續突破，並超額完成全年銷售目標，展現了強勁的發展勢頭。

吉利汽車連續多年獲得了國內外眾多知名 ESG 評級機構的廣泛認可，2024 年在多項 ESG 權威榜單中位列中國車企第一。我們首次在標普企業可持續發展評估中位列中國企業最佳 1%，並獲得 CDP 氣候 B 評級。在董事會及可持續發展委員會的監督下，本集團定期檢討 ESG 相關指標與目標的有效性，確保朝著符合利益相關方期望的可持續及具彈性的業務模式邁進。我們穩步推進 ESG 六大戰略方向「氣候中和、自然受益、全域安全、數智創新、共榮發展、治理與道德」，新增設立 4 個工作組：氣候行動、勞工與人權、綠色供應鏈、循環經濟，以推進行動計劃的實施，並正式將 ESG 戰略目標與關鍵部門的績效考核指標掛鉤。在披露方面，本年度首次採用「雙重重要性」的概念，從「影響重要性」和「財務重要性」兩個維度強化利益相關方 ESG 重要性議題評估。另外，我們新增發佈多個 ESG 政策，加強對環境、數據、員工、人權、供應鏈等方面的承諾。



企業的發展不能僅僅關注短期利益，更應為社會持續創造價值，讓用戶、員工、合作夥伴、社區等利益相關方共同受益，實現企業與社會、環境的和諧共生。



全球氣候變化是全人類共同面對的問題，母公司吉利控股集團 2024 年 11 月受邀出席第 29 屆聯合國氣候變化大會（COP29）中國角邊會，並聯合中國生態環境部共同探索新能源價值鏈綠色減碳新路徑。本集團進一步向 2025 年單輛車全生命周期減碳 25% 及 2045 年碳中和的目標邁進，並致力於向巴黎協定 1.5 度路徑轉型。我們構建多元化的新能源技術路徑，旗下擁有多款覆蓋純電、混動、綠色甲醇等車型，全力邁向新能源轉型。2024 年本集團新能源銷量增速強勁，同比增長 92% 達至 88.8 萬輛，佔比突破 40%，在年度減碳行動中發揮核心作用。截至 2024 年末，本集團單輛車生命周期碳排放對比 2020 年下降 18%。值得一提的是，我們新能源產品的低碳表現同樣亮眼：吉利銀河 E5 榮獲 2024 年中國汽車「低碳領跑者車型」，位列 A 級純電動 SUV 第一名；極氫 001 和極氫 X 獲歐洲 Green NCAP 五星評級認證；領克 07 EM-P 全車採用 20% 可循環鋼、25% 可循環塑料、30% 可循環鋁，單車減

碳超過 19kg，相當於 2 棵樹 1 年的碳儲量。2024 年 12 月，350 輛吉利帝豪醇氫電混汽車助力哈爾濱 2025 年第九屆亞冬會，是甲醇汽車首次大規模服務國際體育賽事。

我們探索自然生態與企業協同的發展路徑，充分考量企業對自然環境的依賴及潛在影響，著重於污染與廢棄物管理、資源使用與節約、循環經濟以及生物多樣性保護等領域的風險識別與機遇把握，帶動價值鏈夥伴共同維護自然生態系統。本集團成功入選國家級首批「無廢企業」典型案例名單，作為汽車行業唯一入選的企業，通過無廢設計、無廢製造、無廢供應鏈及無廢循環打造行業領先的「全鏈條無廢管理模式」。我們攜手首鋼股份，簽署《汽車鋼材循環經濟與閉環回收價值體系合作備忘錄》，就汽車鋼材循環經濟與閉環回收價值體系展開更深入的合作。2024 年我們與中華環保聯合會攜手開展生態保護公益活動，雙方聯合發佈《關於共同推動生物多樣性保護行動的倡議》。本集團將充分運用自身智能科技產品和技術，為生物多樣性保護貢獻企業助力。

我們致力於「造每個人的智能精品車」，始終以用戶為中心，堅持質量和安全至上。秉持「實踐檢驗真安全」的理念，吉利自研、自產的神盾短刀電池採用行業最高標準，以國標 8 倍的標準，在極限破壞條件下，電芯不冒煙、不起火、不爆炸。搭載該電池的吉利銀河 E5 及星艦 7 EM-i 均獲得 NESTA 六維電安全，通過了充電安全、電磁安全、功能安全、高壓安全、電池安全、消防安全相關驗證項目。為應對當今新能源汽車複雜的電子電器系統所帶來的安全性挑戰，吉利汽車深耕功能安全開發體系建設，吉利 11 合 1 智能電驅獲得汽車功能安全標準 ISO 26262 認證。

我們持續優化全球戰略布局。極氫成立 37 個月敲鐘美國紐交所，創下新勢力最快 IPO 記錄。2024 年，吉

利、極氫、領克品牌加速海外擴張，本集團海外出口同比增長超 53%。我們深信，全球化進程的成功離不開穩健的供應鏈體系和員工的投入。我們重視產品的出口合規，2024 年面向 1,600 家供應商開展出口與貿易合規培訓。我們已針對特定車型的出口項目，引入第三方盡職調查以及衝突礦產評估，供應商需滿足目標市場對 ESG 相關法律法規的要求。同時，我們依託吉利數字科技板塊的區塊鏈溯源平台及專業調研公司，拉動供應商參與追溯，實現追溯層級最高可達 11 級，追溯元素和物質多達 14 種，提升了供應鏈的透明度和可持續性，有效應對海外市場的監管挑戰，確保了企業的合規性和市場准入。

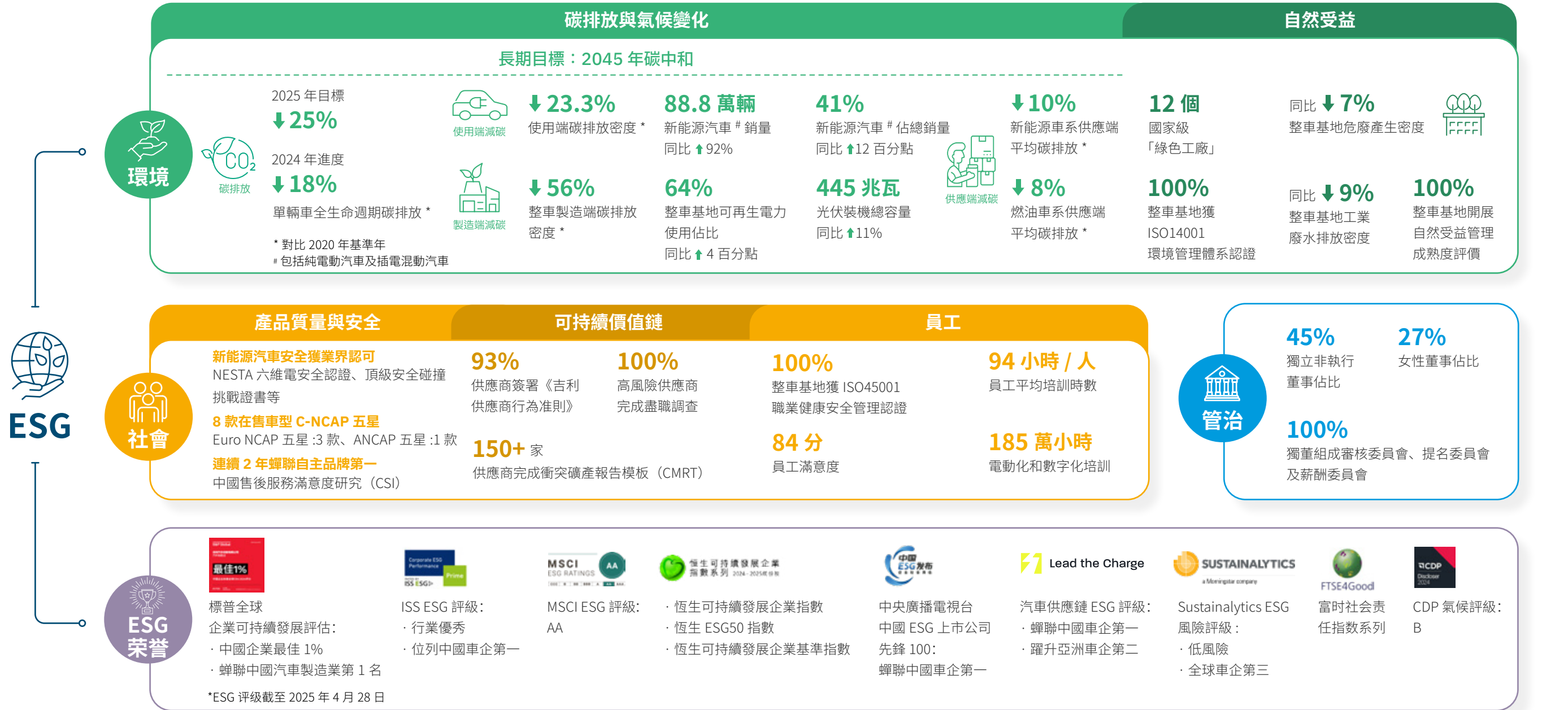
我們始終秉持以人為本的初心使命，視人才為推動本集團高質量發展的核心動力。面對全球汽車行業日新月異的發展趨勢，我們堅持「公正轉型」，為員工提供培訓及輪崗機會，使其獲得適應本集團海外業務擴張、新能源與智能化轉型等相關技能及知識。2024 年，數字化能力培訓覆蓋 100% 關鍵崗位，滿足研產銷全鏈路員工的發展需求。我們將不斷完善員工收入增長計劃、全員職業提升計劃、全員家庭健康保險計劃等一系列措施，攜手員工共榮發展。

本集團於 2024 年下半年發佈《台州宣言》，宣布企業進入戰略轉型全新階段，通過「戰略聚焦、戰略整合、戰略協同、戰略穩健和戰略人才」五大戰略舉措，提高創新能力、盈利性和可持續發展。我們將繼續聚焦汽車主業，使得旗下品牌緊密協同發展，將 ESG 戰略充分融入創新發展，進而形成穩健經營的局面，為廣大用戶和投資者創造更大價值，推動「讓世界充滿吉利」的企業願景的實現。

淦家閱

可持續發展委員會主席
2025 年 4 月 28 日

1 ESG 績效摘要



2 ESG 管理



氣候中和



自然受益



共榮發展



全域安全



數智創新



治理與道德



2.1 可持續發展願景

作為一家堅持以科技創新驅動高質量發展的全球汽車企業，我們堅信汽車產業在貢獻聯合國可持續發展目標（SDGs）實現過程中發揮關鍵作用。本集團以「讓世界充滿吉利」為願景，將可持續發展全面融入企業整體發展戰略中，推進企業發展與社會、環境平衡共進，並攜手產業鏈夥伴開展負責任的商業實踐，共築和諧健康的商業生態。

本集團的母公司吉利控股集團為聯合國全球契約組織的企業成員。作為吉利控股集團的一員，本集團承諾持續改進，使其運營及准則更加符合全球契約關於人權、勞工、環境和反腐敗的十項原則，致力於推進可持續發展目標的實現。

基於全球可持續發展趨勢及國際可持續發展准則要求，本集團建立了一套健全的 ESG 管理框架，圍繞管治、戰略、風險與機遇管理、指標與目標，形成識別和應對可持續發展相關的風險與機遇的管理機制。同時，我們積極回應利益相關方的期望和訴求，推動 ESG 戰略有效落地，不斷提升利益相關方滿意度。

ESG 戰略

為實現本集團的可持續發展願景，我們制定了 ESG 戰略並推動相關關鍵行動落地實施。ESG 戰略制定過程考慮了包括但不限於以下因素：

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

ESG 六大戰略方向

氣候中和



以「2045 年碳中和」為目標

- 制定符合巴黎協定 1.5 度的減碳目標
- 2045 年碳中和



自然受益



以「自然受益」為導向

- 循環經濟
- 生物多樣性
- 自然資源保護



共榮發展



以「讓世界充滿吉利」為願景

- 員工
- 商業夥伴
- 消費者
- 社區



全域安全



以「生命零傷亡、健康零危害、財產零損失、隱私零洩露」為宗旨

- 全道路使用者
- 新能源及智能出行安全



數智創新



以「讓更多人從數智生態中獲益」為方向

- 數據責任
- 數據價值創新



治理與道德



以「全球企業管治最佳實踐」為標杆

- 企業管治
- 商業道德



更多有關報告期內 ESG 戰略的管理，詳見「2.2.2 治理機制」「2.3 風險與機遇管理」；關於 2024 年度 ESG 戰略進展，詳見「1 ESG 績效摘要」及報告相應章節。

2.2 ESG 管治

2.2.1 管治架構

本集團建立了全面、有效的 ESG 管治架構，以推動本集團的可持續發展願景及 ESG 戰略行動。

董事會

董事會對本集團 ESG 相關事宜擁有最高級別的監督與決策權，負責：

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





可持續發展委員會

董事會下設可持續發展委員會，以更有效應對可持續發展相關風險與機遇，主要負責：

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

報告期內，可持續發展委員會由一名主席（由執行董事擔任）及兩名成員（一名執行董事兼行政總裁和一名獨立非執行董事）組成，為董事會決策提供獨立、客觀的意見。於 2025 年 3 月，可持續發展委員會增加 1 名由獨立非執行董事擔任的成員。可持續發展委員會的主席和成員擁有汽車行業、新能源汽車、企業文化、上市合規、資本市場、可持續發展等多領域的專業能力，為推動本集團可持續發展提供專業支持及戰略指導。更多關於可持續發展委員會的組成、會議程序、角色及權限、職能，請詳見本公司官方網站的《可持續發展委員會職權範圍》。

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

- 關注可持續發展相關的趨勢、政策及行業發展等，識別相關的風險與機遇以反饋 ESG 管治架構的各相關方；
- 與內外部的利益相關方溝通，以了解其對本集團在可持續發展方面的期望和訴求，從而識別相關的風險與機遇；

- 協助可持續發展委員會履行其職責，包括支持、審閱及監督 ESG 相關部門的 ESG 總體規劃制定與執行和相關的風險管理，以及評估 ESG 相關部門在技能及資源上是否足夠應對相關的風險與機遇；
- 負責 ESG 報告及其他重要 ESG 公開信息的編制，持續跟進監管機構、投資者與 ESG 評級機構的要求；
- 審閱 ESG 總體規劃，與各業務集團 ESG 管理部門協同，提供建議以確保 ESG 總體規劃有效應對可持續發展相關的風險與機遇和充分考慮內外部利益相關方的意見及期望。

管理層及執行團隊

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

- 協助管理層制定本集團的 ESG 總體規劃、指標與目標，以符合應對可持續發展相關的風險與機遇；
- 持續評估業務發展及可持續發展相關的發展趨勢，以識別相關的風險與機遇；
- 支持 ESG 各相關部門制定符合 ESG 總體規劃的具體 ESG 工作計劃及年度目標，及提供 ESG 相關培訓及專業指導；

- 協調跨部門在 ESG 總體規劃的資源、職責等事宜；
- 定期審閱 ESG 各相關部門的 ESG 工作計劃執行進度和效果，及協助制定其改善計劃；
- 協助管理層執行 ESG 相關的考核評價，以確保 ESG 工作計劃有效應對可持續發展相關的風險與機遇。

ESG 各相關部門指負責 ESG 範疇下的具體業務部門。其主要負責：

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

為加速推進重要 ESG 議題的管理及相關工作計劃落實，業務集團 ESG 管理部門聯合 ESG 各相關部門共同成立 ESG 工作組，並下設四個 ESG 專業工作組，包括氣候行動工作組、勞工與人權工作組、綠色供應鏈工作組和循環經濟工作組，各專業工作組負責：

- 研究其專責 ESG 議題的相關政策趨勢和行業動態；
- 制定其專責 ESG 議題的工作實施規劃；
- 建立其專責 ESG 議題的相關運行機制、流程；
- 推動和監督各業務與合作夥伴履行其專責 ESG 議題的相關要求。



審核委員會

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

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

2.2.2 治理機制

本集團建立了 ESG 管治會議機制。可持續發展委員會每年最少舉行一次會議，並定期邀請本集團的關鍵管理人員及 ESG 管治架構的各相關方出席，以共同討論本集團的 ESG 發展規劃及具體實施措施。報告期內，可持續發展委員會共召開 4 次會議，主要討論內容如下：

- 2024 年度 ESG 表現分析、行業對標及重點提升方向；
- 上市公司體系下的 ESG 多方協同工作機制；
- 董事會、投資者及其他利益相關方 ESG 調研結果分析；
- ESG 戰略及關鍵行動進展與改進計劃；
- 年度碳目標進展、差距分析及未來規劃；

- 供應鏈及企業內部人權管理措施及改善方案；
- 國際可持續披露要求及差距分析：香港聯交所《ESG 守則》及有關新增氣候相關披露、國際可持續發展披露准則委員會（ISSB）國際財務報告可持續披露准則第 1 號《可持續相關財務信息披露一般要求》（IFRS S1）及國際財務報告可持續披露准則第 2 號《氣候相關披露》（IFRS S2），以及歐盟《企業可持續發展報告指令》（CSRD）- 歐盟可持續發展報告准則（ESRS）；
- 採納可持續發展委員會職權範圍、《行為准則》《吉利供應商行為准則》及 ESG 相關政策修訂（包括：《員工權益聲明》《人權政策聲明》《生物多樣性政策聲明》《環境聲明》《可持續原材料政策》《數據願景》）；
- 可持續發展委員會主席變更；
- ESG 報告外部顧問及 ESG 報告獨立審驗機構的聘用；
- ESG 宣傳方案。

可持續發展委員會基於上述內容討論後，針對重大事項向董事會提供建議以作進一步審批。此外，為確保本集團的核心戰略與 ESG 戰略緊密融合，董事會亦參與下述 ESG 工作：

- 定期聽取監管機構、投資者等利益相關方對本集團可持續發展的期望，以識別相關的風險與機遇；
- 定期通過投資者會議、業績發佈會等形式，與投資者、媒體及其他公眾交流本公司的 ESG 表現與承諾；

- 定期聽取 ESG 工作匯報以掌握本集團 ESG 的工作進展與成果、未來提升空間與計劃。包括：氣候變化、人權、負責任供應鏈、董事會獨立性、多元化及薪酬機制等；
- 參與本年度 ESG 問卷調研，包括雙重重要性識別（財務重要性、影響重要性）、人權風險識別等；
- 決策減碳目標進展、企業管治提升等 ESG 關鍵事項。

延伸閱讀



2024 年，香港聯交所引用本集團 2023 年度 ESG 報告中，關於可持續發展委員會的會議討論機制及董事會參與檢視 ESG 表現並就重點 ESG 事項做出決策等披露內容，作為「ESG 進展檢視 – 董事會的角色」的優秀案例展示在其官網的「實踐 ESG」中。

ESG 績效考核與薪酬激勵掛鉤

本集團結合 ESG 戰略的目標進展及重點工作事項，每年制定 ESG 管理評價方案，推進 ESG 績效考核與薪酬激勵掛鉤。報告期內，本集團發佈 2024 版 ESG 管理評價方案，對以下工作範圍開展過程管理與評價，並將評價結果納入包括戰略、研發、採購、銷售、安全環保、人力等相關部門的績效考核，以此與薪酬激勵體系掛鉤：



- ESG 戰略（包括碳管理、污染與廢棄物管理、性別多元化、供應商管理、負責任營銷等）；
- ESG 工作計劃的制定與完成；
- ESG 信息提報；
- ESG 全員及專項培訓；
- ESG 違規輿情；
- ESG 外部獲獎等。

其中，碳管理圍繞本集團「2025 年單車全生命周期碳排放減少 25% 以上，2045 年實現碳中和」的目標，已與本集團負責運營的最高管理層（同時為本公司的執行董事及可持續發展委員會主席）的薪酬掛鉤（詳見「3.4.1 治理」），並對年度減碳目標完成情況進行每月度一次追蹤管理。其他考核指標以關鍵事項加減分的原則進行季度評價。

表彰與嘉獎

報告期末，本集團召開年度 ESG 總結大會，對 2024 年度 ESG 優秀團隊、製造端節能降碳、無廢集團建設等 4 個項目，以及 6 位先進個人進行了表彰與嘉獎，並明確 2025 年度 ESG 十大行動項目，圍繞碳管理、循環材料、人才培養等覆蓋從員工到價值鏈的全方位 ESG 規劃。

2.2.3 ESG 培訓

為提升全員 ESG 意識與能力，本集團整合內外部資源，積極開展並參與各項可持續發展相關宣貫、培訓與交流活動。報告期內，本集團面向全體員工開展可持續發展培訓，參與率高達 100%，培訓總時數達 25,502 小時。

此外，本集團還組織關鍵業務單位的員工參與由吉利控股集團及外部機構組織的多場 ESG 專項培訓：

- 組織 6 個關鍵業務單位參與可持續發展專家特訓營培訓——萊茵認證專場；
- 組織 4 個關鍵業務單位參與全球汽車價值鏈視角下 CDP 披露框架與監管要求培訓；
- 組織 3 個關鍵業務單位參與圍繞 ESG 的涉外業務勞工風險專場培訓；
- 組織 2 個關鍵業務單位參與驅動可持續（Drive Sustainability）的可持續發展管理及碳排放管理培訓；
- 組織 100% 基地參與整車製造基地自然受益管理培訓。

2.3 風險與機遇管理

2.3.1 管理流程

本集團將可持續發展相關影響、風險與機遇管理融入企業全面風險管理整體框架及流程，通過風險識別、風險評估、風險應對、風險監控、風險應對評價及風險報告等風險閉環管理流程管控風險，提升企業可持續發展韌性。詳見本集團《年度報告 2024》的《企業管治報告》的「風險管理及內部監控」及本報告「5.2 風險管理與內部控制」。本集團於《年度報告 2024》把氣候變化的相關風險披露為主要風險及不明朗因素。

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

基於本集團的風險管理框架，ESG 風險與機遇管理由以下程序組成：

- 識別與評估：全面分析運營所在地 ESG 相關法規政策、ESG 及市場最新趨勢、同行企業關注、利益相關方溝通（詳見「2.3.2 利益相關方溝通」）、ESG 評級機構要求等，識別本集團相關的重要 ESG 議題並評估其可持續發展相關影響、風險和機遇；
- 優先度排序：開展 ESG 重要性議題調研，評估影響、風險和機遇發生的可能性、大小和影響途徑，從而對重要 ESG 議題進行優先度排序，為後續合理分配資源管控 ESG 重大風險與機遇管理提供依據（詳見 2.3.3 ESG 重要性議題）；
- 風險管理及持續改善：基於上述識別的重大風險與機遇，本集團制定了相應戰略及目標，並執行相關的風險管理措施：
 - 制定和完善 ESG 管理政策及執行細則，確保本集團的相關業務單位符合相關法規、本集團 ESG 戰略、行業標準、利益相關方期望等執行有關措施；
 - 採用 PDCA 模式（Plan 計劃—Do 執行—Check 檢查—Act 處理）管理 ESG 的具體工作。制定 ESG 年度工作計劃和工作任務，並建立檢查機制，在發生變化及重大差距時



制定改善計劃以及時處理。業務集團 ESG 管理部門及各 ESG 專業工作組亦會持續了解行業的可持續發展相關的發展動向，以識別相關的風險機遇及制定措施；

- 上升機制：如相關措施需要作出重大業務決策及資源分配，將會上升至可持續發展委員會進行討論及安排合適的管治機構作出決策；
- ESG 培訓：本集團定期舉辦不同類型的 ESG 相關培訓及活動，以提升全體員工對 ESG 的認知、專業知識及技能等。詳見「2.2.3 ESG 培訓」。
- 監督與匯報：可持續發展委員會及其下屬 ESG 部門、審核委員會及其下屬內審部負責 ESG 風險管理的監督。同時，本集團以年度報告、年度 ESG 報告、公開的 ESG 政策（例如：《行為準則》《吉利供應商行為準則》《反腐敗政策》）等披露本集團在應對可持續發展影響與風險方面的表現及成效，以確保本集團在可持續發展的透明度及問責制，同時讓各利益相關方能清晰獲得相關信息。

2.3.2 利益相關方溝通

本集團始終將利益相關方的多元訴求視為驅動可持續發展的核心動力，致力於構建更具韌性、透明度的常態化溝通機制。報告期內，我們進一步強化與利益相關方溝通，重點關注如下：

- **首次採用雙重重要性概念**：從 ESG 重要議題對「外部經濟、環境、社會的影響」和對「企業內部財務的影響」兩個維度進行評估，識別出具備「影響重要性」和「財務重要性」的 ESG 議題；
- **強化人權議題的評估**：深入了解利益相關方對潛在人權議題的意見，識別相關風險、評估影響程度及發生可能性、以及審查對申訴機制有效性的反饋，以進一步採取相關改進措施。2024 年，人權議題評估對象覆蓋國內和國際的供應商員工、本集團員工（包括易受人權風險影響或弱勢群體：孕婦、傷殘人士、少數民族／土著、外籍人士、農民工／移徙工人、性少數者 /LGBTQ+），並新增經銷商員工；
- **積極回應投資者及其他外部機構的 ESG 問詢**：通過線上及線下訪談、問卷調查等多種形式與投資者等建立多渠道的 ESG 溝通平台，了解他們對本集團 ESG 重要議題的看法、目標與行動建議，並將其納入我們的 ESG 戰略規劃中；
- **加強內外部利益相關方的調研與溝通**：對內通過定期培訓和工作坊推動全員參與 ESG 實踐，提升管理層及員工對 ESG 的認知及參與度；對外積極參與行業協會及 ESG 機構組織的會議論壇、研討會等，分享本集團 ESG 管理經驗和做法，探討行業的可持續發展路徑，同時通過企業影響輻射周邊社群，共同支持可持續發展。
- **強化利用社交媒體向公眾推廣可持續發展**：定期把本集團的可持續發展的理念和實踐成果，以文字及視頻等形式在社交媒體上發佈，以促進更廣泛的利益相關方對本集團 ESG 實踐的認知，同時亦向大眾弘揚可持續發展的重要性。

本集團在 ESG 管理中通過多樣化的溝通渠道，確保與利益相關方的有效溝通。我們鼓勵利益相關方積極反饋意見和期望，並動態調整溝通策略，以響應其不斷變化的訴求。

識別利益相關方群體

根據本集團自身業務範圍和性質，涉及多個利益相關方類別，包括投資者、員工、經銷商、供應商、客戶、政府及監管機構和社區。

制定溝通機制

我們採用多種正式及非正式、線上及線下的溝通渠道，讓利益相關方反映其關注的事宜或意見，並針對特定議題與個別利益相關方群體開展更深入的溝通。

收集意見及匯報結果

我們將利益相關方的反饋納入日常經營管理討論中，將任何渠道收到來自利益相關方的重大擔憂或嚴重投訴上報可持續發展委員會討論並制定回應措施。

檢討溝通的有效性

我們定期（每年至少一次）評估與利益相關方溝通的有效性，包括衡量利益相關方的有效反饋數量、對公司產品及服務的滿意度、利益相關方的相關活動結果、媒體監測及分析、公眾與行業認可及獎項等。



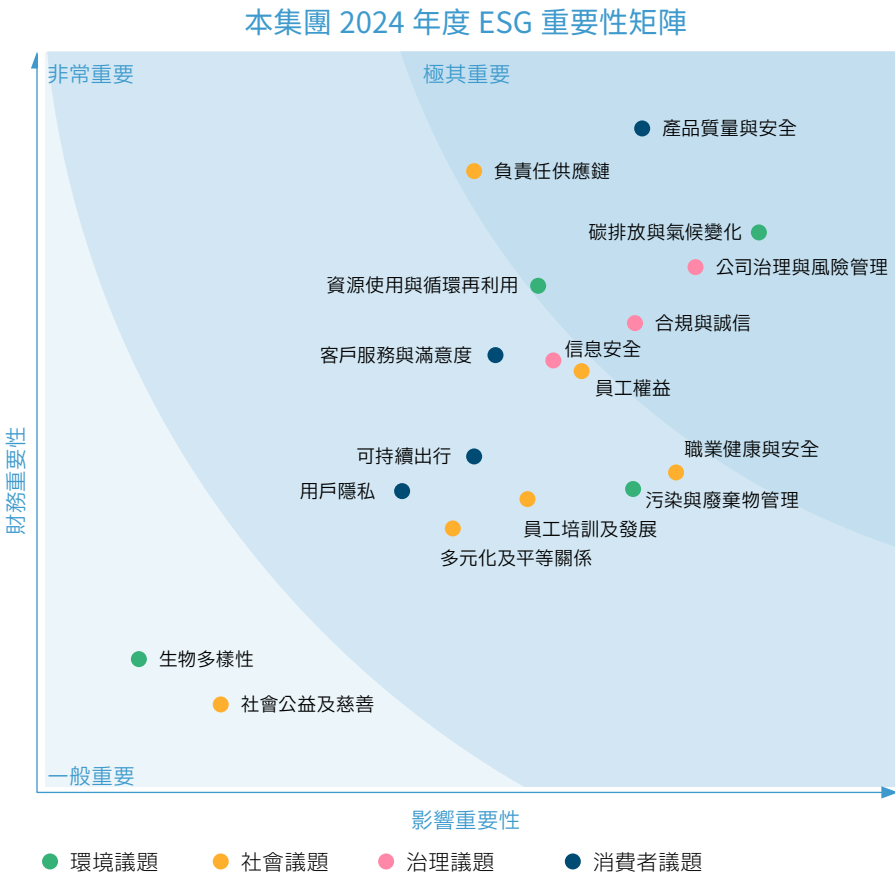
利益相關方	關注議題	溝通渠道及反饋方式	溝通頻次
投資者	碳排放與氣候變化	即時通訊及電話交流	每週
	產品質量與安全	投資者會議（線上／線下）	每月
	公司治理與風險管理	業績發佈會	每半年
	合規與誠信	股東大會	每年及不定期
	負責任供應鏈	路演及反向路演	每半年及不定期
	污染與廢棄物管理	調研問卷	每年
員工	職業健康與安全	員工培訓（包括線上培訓平台）	每天
	合規與誠信	「迴響社區」線上平台	每天
	產品質量與安全	總經理接待日	每年
	員工權益	員工大會	每半年
		員工座談會	每季度
	多元化及平等關係	董事長、工會主席、紀委書記信箱	每週
	員工培訓及發展	調研問卷	每年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

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

2.3.3 ESG 重要性議題

報告期內，我們對 ESG 重要性議題調研工作進一步改進，依據國際最新可持續信息披露標準升級 ESG 議題重要性分析方法，首次採納基於「影響重要性」和「財務重要性」的雙重重要性評估。這一改進，幫助我們更全面地識別 ESG 提升方向和工作重點，並將 ESG 重要性議題融入未來 ESG 戰略規劃、運營和決策過程中。

我們通過識別、評估、分析與排序及審核確認 ESG 重要性議題：



01

步驟 1：識別

識別7個重要利益相關方

從決策權、影響力等方面識別出與本集團關係密切的重要利益相關方，包括投資者、董事會、管理層及員工、供應商、經銷商、客戶和社區。

初步識別17個ESG重要性議題

重點參考SASB重要性地圖之汽車行業重要議題、監管機構披露指引、資本市場期望、ESG評級機構要求、國際報告標準機構以及同行企業關注的可持續發展議題，初步形成ESG重要性議題清單。

議題類別：環境、社會、管治及消費者。

02

步驟 2：雙重重要性評估

重點參考歐洲財務報告諮詢委員會（EFRAG）發佈的指導文件實質性評估（IG 1）、全球報告倡議組織（GRI）、歐盟可持續發展報告準則（EU ESRS）、國際可持續發展準則理事會（ISSB）發佈的IFRS S1 & S2等國際標準，面向「步驟1：識別」中的重要利益相關方開展雙重重要性問卷調研。

影響重要性評估：考慮正向或負向影響、實質或潛在影響，評估本集團在ESG議題的表現對經濟、環境及社會的影響程度及其發生可能性。

財務重要性評估：考慮在短、中、長期可能面臨的風險或機遇，評估ESG議題表現對本集團財務的影響程度及其發生可能性。

03

步驟 3：重要性分析與排序

基於各利益相關方對上述ESG議題在「影響重要性」和「財務重要性」的評分，我們充分考慮不同議題與各利益相關方的關聯性及影響，進行差異性設置權重；同時，我們在財務重要性分析中加重了對SASB重要性地圖之汽車行業4個重要議題（包括：產品質量與安全、勞工實踐、產品設計和生命周期管理、材料採購及效率）的考慮。基於上述分析，我們最終得出各ESG議題在「影響重要性」和「財務重要性」的分數及排序，並構成雙重重要性議題矩陣。通過矩陣分析，我們識別出對本集團極其重要的6項ESG議題（即代表其兼具較高影響重要性和財務重要性），非常重要的9項ESG議題，以及一般重要的2項ESG議題。

04

步驟 4：審核 / 批准

經可持續發展委員會審閱後，由董事會審核與本集團ESG戰略規劃的一致性，對ESG重要性議題作出最終審批。



對比 2023 年重要性議題矩陣展示「對業務發展的重要性」和「對利益相關方的重要性」，2024 年重要性議題矩陣升級為「影響重要性」和「財務重要性」兩個維度。極其重要的 6 個議題「產品質量與安全」「碳排放與氣候變化」「公司治理與風險管理」「負責任供應鏈」「合規與誠信」「資源使用與循環再利用」，即代表其兼具相對較高的影響重要性和財務重要性。

從財務重要性來看，「產品質量與安全」和「負責任供應鏈」排名最高，即視為在短、中、長期的發展中，這兩個議題的風險或機遇將會對本集團財務的影響程度及其發生可能性相對較高。從影響重要性來看，「碳排放與氣候變化」和「公司治理與風險管理」排名最高，即視為這兩個議題的正向或負向影響、實質或潛在影響，對經濟、環境及社會的影響程度及其發生可能性相對較高。

針對極其重要及非常重要的 ESG 議題，本集團全面分析其影響程度、影響發生的可能性、風險與機遇、管理應對舉措、戰略等，並在報告內重點披露相關的管理與行動。對於一般重要的 ESG 議題，本集團亦保持必要的資源投入並適時優化提升，從而實現 ESG 管理的精准化與高效化。

基於雙重重要性分析，本集團在評估重大可持續發展相關風險與機遇及其相關財務影響時，亦參考包括但不限於下列因素：

- 中國及其他主要市場國家（如歐盟地區）的 ESG 相關方針、政策法規等；
- 汽車行業 ESG 最新發展與趨勢；
- 行業發展與技術變革；
- 本集團自身的現金流、資金規劃及商業周期。

右表為本集團識別出的具有重要財務影響的可持續發展相關風險與機遇：

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



ESG 議題	風險與機遇	時間跨度	受影響的價值鏈	對商業模型及價值鏈的潛在財務影響	管理應對措施	ESG 戰略方向
產品質量與安全	汽車產品安全	Ⓢ Ⓜ	自身運營及供應鏈	風險： - 產品存在安全問題，將導致召回、用戶索賠或訴訟，及形成相關責任的質量成本或賠償費用，增加短期成本； - 產品存在安全問題，影響品牌聲譽和消費者對品牌的信任度，降低購買意願，降低收入； - 持續的產品質量安全問題可能會影響供應鏈的穩定性； - 維持產品安全性領先表現，將需持續對安全性（包括智能化）相關的技術投入，及投入初期研發成本。 機遇： - 產品安全性領先，將減少產品售後的質量成本及賠償費用 - 產品安全性領先，將吸引消費者，增加收入	詳見「6.1 產品質量與安全」	全域安全 數智創新
碳排放與氣候變化	詳見「3.4 氣候相關披露」		自身運營及供應鏈	詳見「3.4 氣候相關披露」	詳見「3.4 氣候相關披露」	氣候中和
負責任供應鏈	供應鏈 ESG 風險管理	Ⓢ Ⓜ	供應鏈	風險： - 供應商無法符合本集團及相關法規對其 ESG 的要求，將影響本集團產品銷售，導致收入減少； - 供應商存在重大 ESG 問題，將影響其業務持續性及供貨給本集團的能力，導致相關補救成本產生或收入減少。 機遇： - 通過對供應鏈進行嚴格的管理和監控，企業可以更好地識別和應對潛在風險，減少突發事件的影響，避免 ESG 風險帶來的經濟損失，使本集團能夠維持穩定的產能，避免補救成本產生和影響收入； - 供應鏈建立良好的 ESG 管理，有利於增強業務的長期穩定性及可持續發展能力，增強市場競爭力。	詳見「7.1 可持續供應鏈」	共榮發展
合規與誠信	全球合規	Ⓢ Ⓜ Ⓛ	自身運營及供應鏈	風險： - 違反相關法律法規，面臨罰款、產品召回或市場禁入，導致現金流及收入減少； - 增加產品合規成本（如供應鏈合規、數據合規、出口管制等）； - 腐敗侵蝕企業文化，影響企業形象和利潤。 機遇： - 建立全球合規體系並通過國際合規認證，減少罰款和降低訴訟成本，贏得客戶信任； - 公開披露《行為准則》並嚴格執行，同步監督供應鏈執行情況，減少腐敗等合規問題發生及相關損失； - 提前符合國際標準，獲得市場准入優勢或提升海外市佔率。	「5.3 合規與道德」	治理與道德
資源使用與循環再利用	自然資本	Ⓜ Ⓛ	自身運營及供應鏈	風險： - 自然資源稀缺，將造成使用相關資源的成本上漲； - 開發替代材料，將需要投入初期研發成本。 機遇： - 優化產品設計及提升製造工藝，將減少材料及資源使用，節約產品的生產成本； - 建立循環經濟體系，以資源回收再循環利用代替新購材料，降低採購成本。	詳見「4.3 資源使用與節約」和「4.4 循環經濟」	自然受益

以上重大可持續發展相關風險與機遇的時間跨度定義為：短期（S）：5 年以內；中期（M）：6-15 年；長期（L）：15 年以上。

2.4 ESG 指標和目標

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

2.4.1 ESG 榮譽

截至 2025 年 4 月 28 日，本集團在以下 ESG 評級或指數的表現：

MSCI ESG 評級	AA
Sustainalytics ESG 風險評級	汽車子行業第 3 名（低風險）
標普全球企業可持續發展評估	位列中國企業最佳 1%、蟬聯中國汽車製造業第 1 名
CDP 評級 – 氣候	B
ISS ESG 企業評級	汽車行業「優秀表現等級」，C+
恒生可持續發展企業指數、恒生 ESG 50 指數、恒生可持續發展企業基準指數	成分股
富時社會責任指數系列	成分股
Wind ESG 評級	AA
香港企業可持續發展指數	首 12 名及前驅者評級

ESG 獎項

中央廣播電視台「中國 ESG 上市公司先鋒 100」榜單第 8 名，獲五星級評價，蟬聯中國車企第一
香港會計師公會「最佳企業管治及 ESG 大獎 2024」ESG 評判嘉許（H 股公司及其他中國內地企業組別），蟬聯唯一車企入選
《財經》雜誌中國上市公司雙碳領導力榜，位居「汽車與動力電池行業雙碳領導力排行榜」第一，達到「卓越」級別
中國工業經濟聯合會 - 中國工業碳達峰「領跑者」企業
2024 年汽車行業 ESG 菁英獎「低碳行業標杆獎」「產業鏈協作獎」
中國零碳工廠創新與實踐論壇「2024 零碳工廠最佳實踐榜樣」獎

2.5 可持續金融

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

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



3

氣候中和



重要議題

☉ 碳排放與氣候變化



使用端減碳：

- 新能源汽車銷量：88.8 萬輛（同比 ↑92%），佔總銷量 40.8%（同比 ↑12.7 百分點）
- 純電動汽車銷量：57.6 萬輛（同比 ↑86%），佔總銷量 26.5%（同比 ↑7.7 百分點）
- 插電混動汽車銷量：31.2 萬輛（同比 ↑104%），佔總銷量 14.3%（同比 ↑5 百分點）

製造端減碳：

- 6 家整車基地使用 100% 可再生電力
- 整車基地可再生電力使用佔比 64%，同比 ↑4 百分點
- 整車基地可再生能源佔比 35%
- 光伏裝機總容量達 445 兆瓦，同比 ↑11.1%
- 3 家整車基地獲得零碳工廠認證

供應端減碳：

- 新能源車系供應端平均碳排放較 2020 年 ↓10%
- 燃油車系供應端平均碳排放較 2020 年 ↓8%
- 推動供應商累計減少約 143.3 萬噸二氧化碳當量





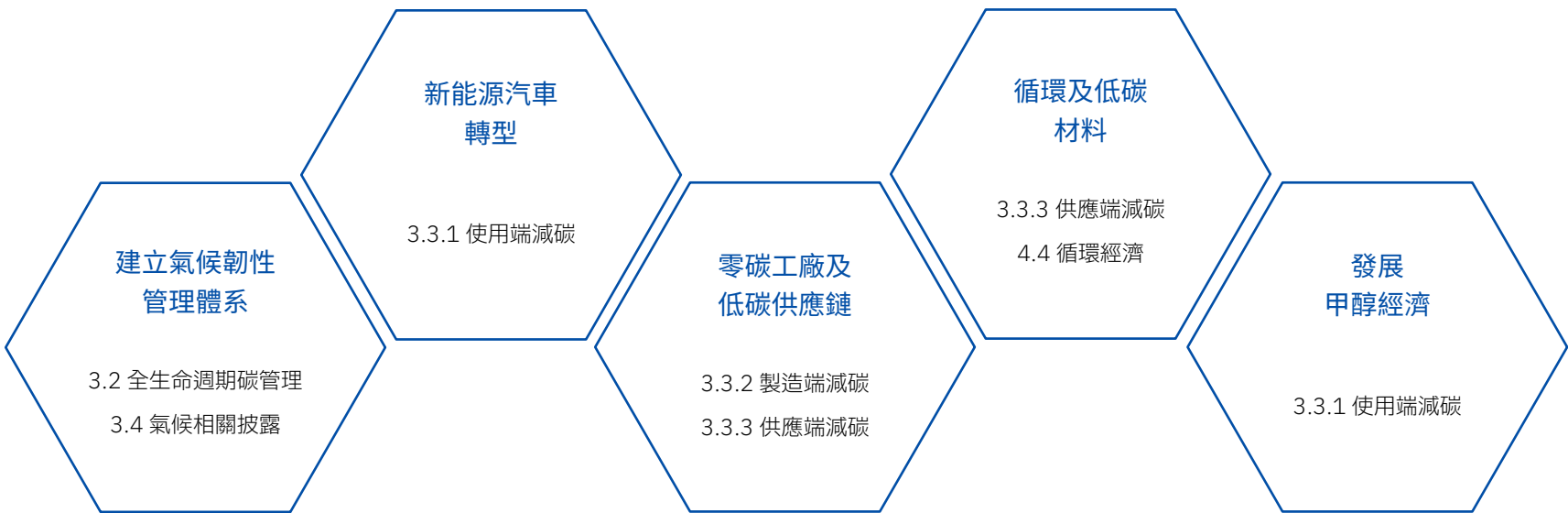
3.1 氣候戰略及目標

在全球範圍內，氣候變化與碳排放已然成為備受矚目的關鍵 ESG 議題，其對本集團、整個汽車行業乃至全世界都具有極為深遠的影響。本集團致力於成為全球汽車行業的領軍企業，深知肩負著應對氣候變化的重大使命，積極採取行動並借助科技創新力量，以自身為榜樣引領產業鏈上下遊企業及廣大用戶攜手邁向低碳轉型之路。

本集團深刻理解，氣候變化絕非單純的環境議題，其在應對過程中亦會對眾多利益相關方帶來廣泛而深刻的社會與經濟層面影響。因此，本集團不僅追求實現碳中和目標，更以科技創新為引擎、經濟可持續性為基石，致力於探尋一條在應對環境、社會及經濟多重挑戰時，能夠實現務實公正的碳中和實施路徑，全力推進碳中和目標的達成。

本集團已於 2022 年 3 月正式公開發佈以下減碳目標：

本集團通過「氣候中和」戰略及下列關鍵行動，進一步向 2025 年及 2045 年目標邁進，並致力向巴黎協定 1.5°C 路徑轉型：



短期目標：

2025 年

↓ 25%

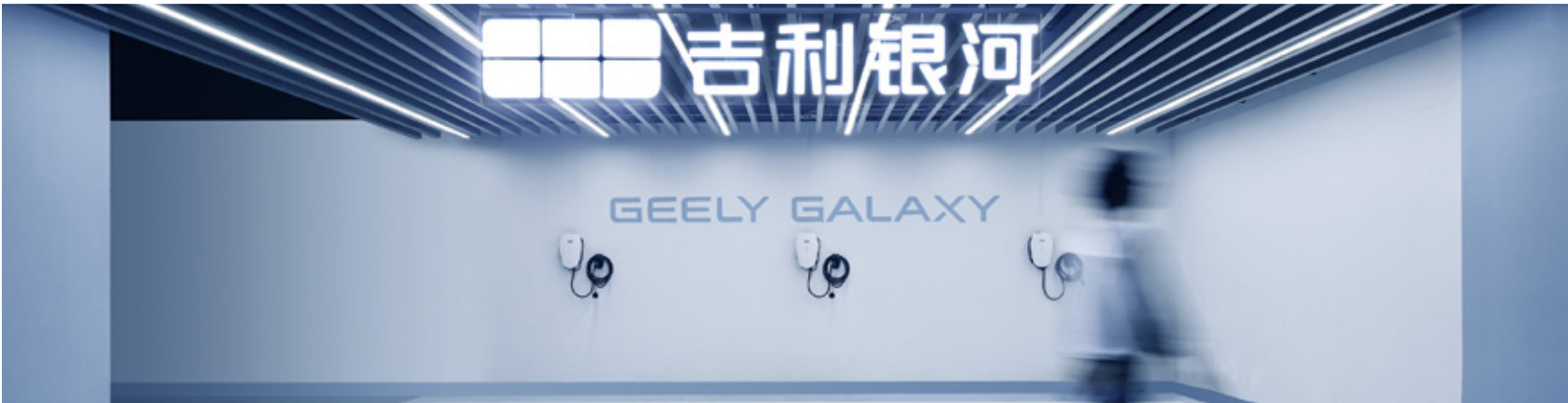
單輛車全生命週期碳排放

(對比 2020 年基準年)

長期目標：

2045 年

實現碳中和





公正轉型

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

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



員工

在推進新能源轉型的進程中，本集團高度重視與傳統燃油車業務相關的員工利益保障。一方面，本集團積極為員工提供豐富的新能源轉型再培訓機會以及新能源智能汽車領域的就業崗位，依據不同崗位特性與技能要求，精心設計並開展一系列新能源轉型的培訓課程（詳細內容參見「8.5.2 公正轉型」）。

另一方面，通過組建動力總成合資公司，為燃油機技術的低碳化轉型創造契機，從而為員工拓展多元化的職業發展道路，同時使燃油車業務員工所掌握的原有技術能夠在低碳轉型中得以發揮（詳細內容參見「3.3.1.2 新能源技術」）。



用戶

當前，各類新能源汽車在不同應用場景中面臨著諸多使用限制，如偏遠地區充電設施的匱乏、電池在極端氣候條件下的性能表現欠佳以及用戶對於長途及偏遠地區出行的剛性需求等。本集團提供多元化的汽車產品，包括純電、插混、混動、甲醇、節能燃油的車型，並利用電池、電驅、混動系統、輕量化和智能化等技術，

提升續航、能效與油耗等表現及滿足不同應用場景下的用戶低碳需求。

報告期內，本集團推出 GEA 新能源架構，在提升產品性能及盈利性的同時，為更多用戶提供可負擔的低碳產品選擇。（詳細內容參見「3.3.1.1 新能源戰略」「3.3.1.2 新能源技術」）。

本集團亦在新能源汽車產品運用智能化技術，透過語音交互等功能使行動不便的乘員獲得更佳的出行體驗。



供應商

本集團向供應商提供各項資源，以支持其低碳轉型，包括提供培訓、技術支持、碳管理平台等，還將與供應商共同開展研發項目，共享技術成果和市場信息，幫助供應商能推進其低碳轉型，使其員工亦能在低碳轉型繼續獲得就業機會及職業發展。同時，加強供應鏈風險管理，與供應商共同制定應對產品出口法規、原材料短缺、價格波動等風險的預案，確保供應鏈的穩定性和韌性，實現雙方在低碳轉型過程中的協同發展（詳見「3.3.3 供應端減碳」）。



公眾

本集團在推進新能源轉型中，依然考慮公眾利益，包括製造新能源汽車產品對周邊環境的影響（如：污染）。同時，亦推動循環經濟使電池等獲得適當的回收處理，減少對公眾造成環境生態破壞的影響。



3.2 全生命周期碳管理

本集團已構建氣候韌性管理體系，該體系的治理架構及應對氣候變化相關風險與機遇的管理舉措，請參閱本報告「3.4 氣候相關披露」。此氣候管理體系亦建立了一套碳管理機制：



報告期內，本集團碳排放數據（範圍 1、2 及 3）覆蓋 100% 本年度已銷售的產品及生產基地，並披露了 96% 以上的範圍三數據。*

本集團通過碳盤查識別碳排放的各個來源，評估基於產品的全生命周期碳足跡。我們採用吉利控股集团旗下的吉利數字科技自主研發的「吉碳雲」作為數字化平台進行全方位碳管理。在碳核算時，本集團參考《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》《IPCC 第六次評估報告（2023）》及政府部門發佈的數據。

* 其他範圍 3 排放類別約佔 4%，包括：燃料燃燒及其他能源活動、運營過程中產生的廢棄物、資產租賃（不涉及）、加工（不涉及）、售出產品報廢、投資、特許經營、固定資產。未來我們將考慮擴大披露範圍。

為提升披露數據的準確度及可靠度，本集團聘請香港質量保證局（HKQAA）按照《國際核證聘用准則 3000（修訂版）的「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」》對 2024 年度的碳排放數據（範圍 1、2 及 3）及其他環境、社會關鍵數據進行獨立驗證。詳見「附錄 6 — 核實聲明」。

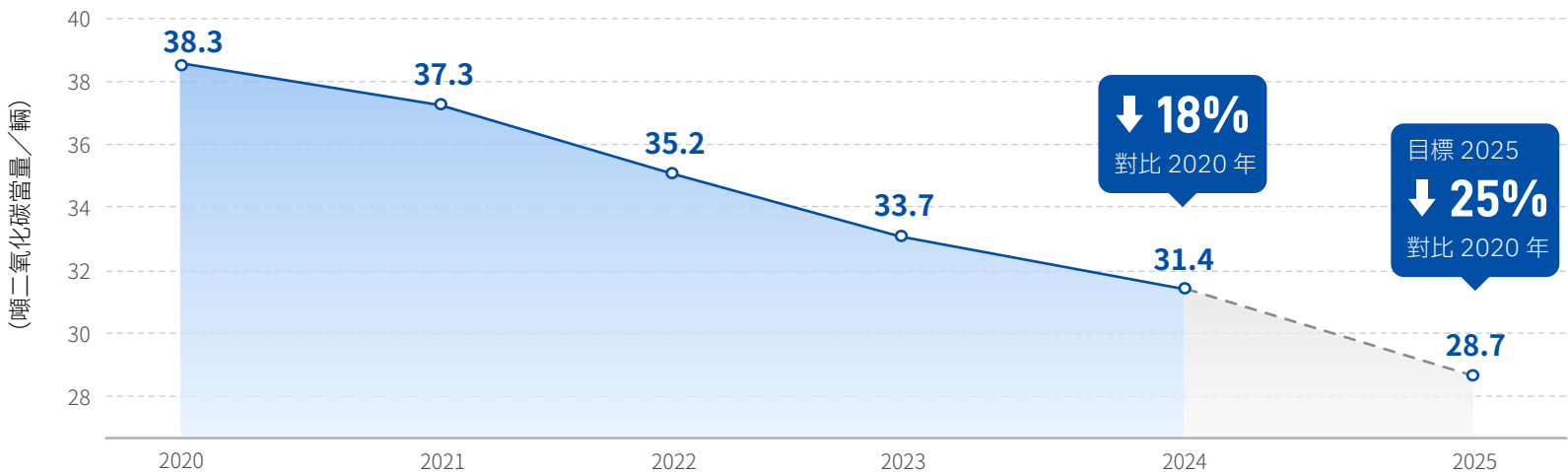
基於碳排放數據計算結果，本集團披露以下減碳目標進展：

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

長期目標：2045 年實現碳中和

本集團 2024 年的單輛車全生命周期碳排放為 31.4 噸二氧化碳當量／輛，同比下降 6.8%，對比 2020 年基準年下降 18%。

單輛車全生命周期碳排放





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

2023-2024 年碳排放明細

0.03%

1.97%

21.60%

0.89%

75.51%

2023 年碳排放明細

- 使用端 (範圍三 - 售出產品的使用)
- 供應端 (範圍三 - 採購商品與服務)
- 製造端 (範圍一及二 - 整車製造、動力製造及辦公運營)

0.03%

1.68%

23.18%

0.88%

74.23%

2024 年碳排放明細

- 物流 (範圍三 - 物流與配送)
- 其他 (範圍三 - 員工通勤及商務差旅)

向符合巴黎協定 1.5 度目標推進

本集團堅定不移地響應國家「3060 雙碳」宏圖，全力向符合巴黎協定 1.5 度溫升目標靠攏。母公司吉利控股集團 2024 年 11 月受邀出席第 29 屆聯合國氣候變化大會（COP29）中國角邊會，並聯合中國生態環境部共同探索新能源價值鏈綠色減碳新路徑。

為向符合巴黎協定 1.5°C 目標推進，吉利汽車與國內外權威機構共同研究更符合產業發展實際、更具實施可行性的減碳策略及路徑。同時，圍繞 2045 年碳中和目標，本集團正致力於完善下一個五年減碳目標（即 2026 至 2030 年）的規劃及更新。我們啟動全面評估與規劃工作，旨在確立一套更為精準、更具前瞻性的碳減排目標體系。在此過程中，我們多維度參考行業領先車企、行業權威機構以及國家發佈的核算標準，以此完善碳核算工作，並將增加範圍三其他類別的數據披露。此外，在價值鏈減碳方面，我們聯合上下遊供應商發出倡議，以自身行動和實踐推動中國汽車產業鏈碳減排發展。本集團多措並舉，向 2045 年碳中和及向符合巴黎協定 1.5°C 的目標推進。我們將力求取得權威機構的評估認證，打造領先車企減碳目標。

本集團依據碳排放分類，制定相應的減碳行動路線，每年至少開展一次對各行動路線目標達成情況的審視，並在此基礎上，結合年度氣候風險與機遇的綜合評估，深入剖析評估結果，制定針對性改進計劃，以更高效地推進本集團的減碳目標實現。相關減碳行動路線的執行情況及成效，詳見「3.3 減碳行動實施」。



3.3 減碳行動實施

3.3.1 使用端減碳

使用端碳排放（範圍三 - 售出產品的使用）是本集團最主要的碳排放來源，2024 年使用端碳排放佔總體碳排放的 74.23%。其來自於本集團售出的汽車產品在行駛中的燃料燃燒過程，車輛使用燃料的開採加工、電力生產及分配，以及車輛保養維修的液體更換過程。

本集團就使用端碳排放制定出以下目標：

目標

2025 年使用端
(範圍三 - 售出產品的使用)
平均減碳
30% 以上
(對比 2020 年基準年)

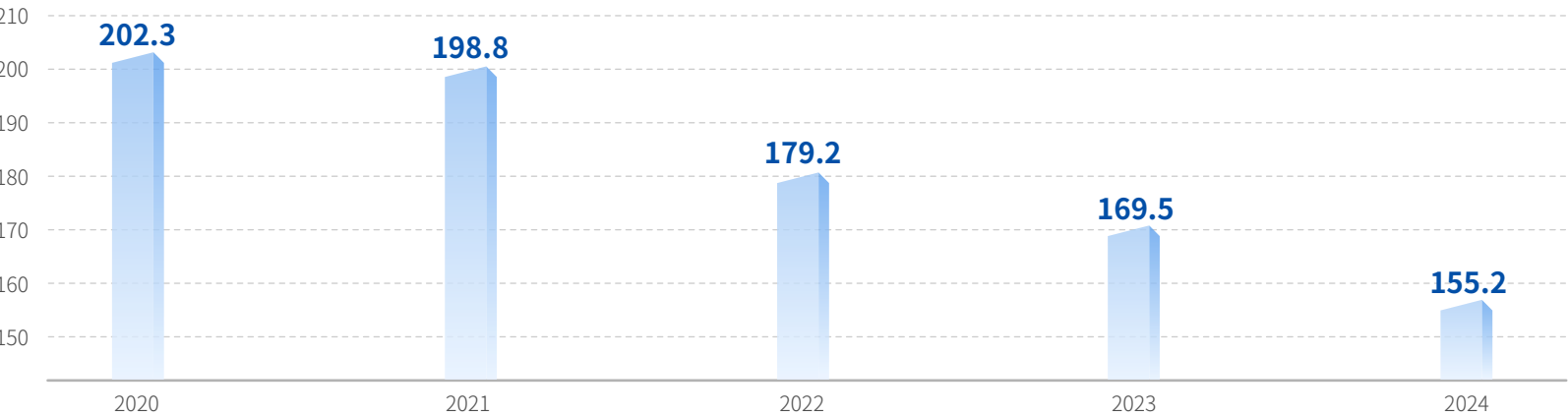
進度

2024 年使用端
(範圍三 - 售出產品的使用)
平均減碳
23.3%
(2023 年 :16.2%)
(對比 2020 年基準年)

溫室氣體排放密度（範圍三 - 售出產品的使用）及平均尾氣排放密度



● 溫室氣體排放密度（範圍三 - 售出產品的使用）
單位：噸二氧化碳當量／輛



● 平均尾氣排放密度
單位：克二氧化碳當量／公里，WLTC

3.3.1.1 新能源戰略

本集團的新能源戰略覆蓋以下行動路線，推動新能源汽車銷量增長及使用端降碳的目標。2024 年新能源汽車銷量同比增長 92%，佔比 40.8%（2023 年：28.1%）。

新能源及節能汽車品牌及產品矩陣	新能源智能技術	普及新能源汽車及低碳出行
旗下品牌覆蓋大眾化到豪華的新能源汽車市場，及推出多元化的新能源產品	◦ 新能源架構：GEA 全球智能新能源模塊化架構、SEA 浩瀚架構 ◦ 電池技術：自研神盾短刀電池及金磚電池 ◦ 電驅：11 合 1 智能電驅 ◦ 混動技術：雷神 EM-i 超級電混、星睿 AI 雲動力 ◦ 甲醇及其他替代燃料	◦ 充電網絡擴充 ◦ 多元價位新能源市場覆蓋 ◦ 擴展新能源銷售渠道 ◦ 多途徑提升用戶在低碳產品的認知

兩個藍色吉利行動計劃

2021 年發佈「兩個藍色吉利行動計劃」明確提出提升節能低碳及零排放產品均衡發展的路線

計劃一：智能化節能與新能源汽車，體現為混合動力汽車、插電混合動力汽車、增程式插電混合動力汽車以及小排量節能汽車

計劃二：智能化純電動汽車，組建全新的純電動汽車公司，正面參與智能純電動汽車市場的競爭



報告期內，本集團各品牌的新能源戰略都取得顯著成果。2024 全年總銷量 * 為 **217.7 萬輛**，其中新能源汽車銷量 * 同比**增加 92%**，**佔比提升至 40.8%**，因此平均尾氣排放密度下降，成為使用端平均減碳的主要原因。

本集團旗下吉利品牌、領克品牌、極氪品牌分別覆蓋大眾化、高端及豪華市場。報告期內，各品牌的新能源汽車銷量均獲得顯著提升。極氪品牌於報告期出售產品均為 **100%** 純電車。而吉利品牌及領克品牌亦通過其各自的新能源轉型取得成功，使其新能源汽車在其總銷量的佔比有明顯提升，分別達到 **29.8%** 及 **58.8%**。

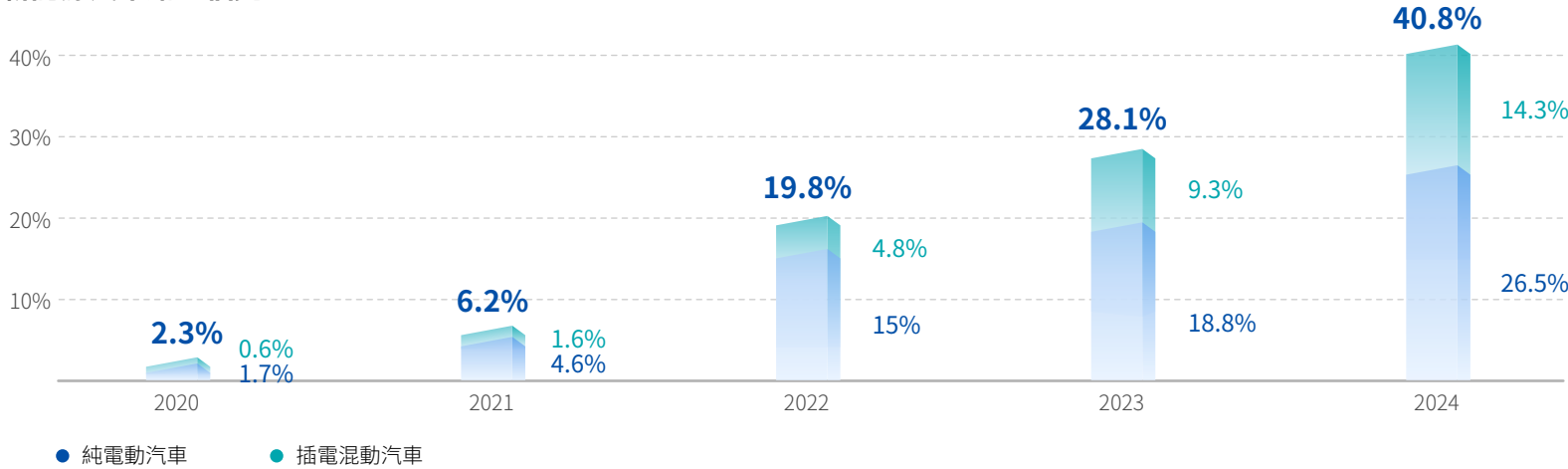
本集團已制定 2025 年總銷量目標為 **271 萬輛**，其中新能源汽車的銷量目標較 2024 年**預計增加 69% 至 150 萬輛**，目標**佔比達 55%**，以實現 2025 年使用端**平均減排 30% 以上**的目標。

* 包括本集團旗下吉利品牌、極氪品牌及領克品牌。2024 年 2 月，本集團已出售全部持有 45% 權益之聯營公司重慶睿藍汽車科技有限公司（「睿藍汽車」），出售事項完成後已不再擁有睿藍汽車之任何股權。為便於準確對比，銷量數據已將睿藍汽車剔除並追溯調整曆史同期數據。

新能源汽車銷量 *



新能源汽車銷量佔比





本集團各品牌的新能源戰略於報告期內的進展及其未來規劃如下：



吉利品牌

吉利品牌 2024 年銷量為 167 萬輛（2023 年：131 萬輛），同比增長 27%；其中吉利銀河 2024 年銷量為 49.4 萬輛（2023 年：27.5 萬輛），同比增長 80%，遠高於行業平均 34.5% 的增長。報告期內，吉利品牌新能源銷量佔比達 29.8%（2023 年：21%）。

報告期內，吉利品牌在新能源轉型取得以下關鍵成果：

- 推出全新的全球智能新能源架構 GEA
- 基於 GEA 架構推出銀河 E5(純電)、星願(純電)及星艦 7(插混)，搭載了多項嶄新領先的新能源技術：神盾短刀電池、CTB 電池車身一體化技術、11 合 1 智能電驅、雷神 EM-i 超級電混等，亦搭載了智能座艙 Flyme Auto，使該些產品在產品性能、技術領先性及成本控制更具備競爭力，在推出後亦成為熱銷產品
- 幾何系列併入銀河，而幾何將不再作為獨立的品牌存在。同時幾何原有的經銷商網絡亦併入吉利銀河品牌的經銷商網絡。

2025 年，吉利銀河品牌將會推出 5 款全新新能源產品，包括星耀 8、2 款 SUV 及 2 款轎車，使其 GEA 架構的產品矩陣有更全面覆蓋，以達到「百萬銀河」的目標。

吉利品牌亦會繼續提供燃油車產品以提供消費者因各種原因無法採用新能源汽車產品的選擇。吉利品牌亦會透過技術提升（例如：HEV 混動技術、甲醇技術）進一步提升燃油車產品的碳排放表現。

吉利銀河 E5 榮獲 2024 年中國汽車「低碳領跑者車型」，位列 A 級純電動 SUV 第一名

基於中國汽車產業鏈碳公示平台（CPP）公佈的車型碳足跡數據，吉利銀河 E5 憑借生命周期碳排放 158.5 克二氧化碳當量 / 公里的碳排放水平，在該級別下共 28 個車系 162 款型號的在售車型中脫穎而出，其生命周期碳排放低於同級車型平均值 17%（191.29 克二氧化碳當量 / 公里）。

吉利銀河 E5 作為純電車型，其使用端階段的燃料生產碳排放為 75.57 克二氧化碳當量 / 公里，低於同級車型平均值 15%（88.94 克二氧化碳當量 / 公里）。這有賴於採用全球首發行業集成最高的 11 合 1 智能電驅，實現同級最高效率 90.04%，在考慮乘客最舒適的條件下實現了最大限度的能量回收，百公里電耗只要 11.9kWh，整車超低風阻 0.269。

吉利銀河 E5 深植低碳設計理念，其部件材料碳排放為 42.19 克二氧化碳當量 / 公里，低於同級車型平均值 11%（47.52 克二氧化碳當量 / 公里）。在可採用循環材料的零部件中，採用高比例的循環鋼材（22%）與循環鋁材（30%），並首次引入 1470DP 高強度軋壓鋼材料，引領汽車行業的輕量化與低碳化趨勢，滿足市場對高性能、低能耗新材料的迫切需求。

搭載的神盾短刀電池以其創新的結構，極高的安全，超長的壽命，穩定的性能榮獲「2025 年度出行技術大獎」在結構上採用創新的 CTB 高度集成結構結合神盾短刀電池佈局的靈活性，優化空間利用率，提升能量密度的同時減少零件種類及數量，降低產品碳排放；在材料應用方面，電池包外殼材料採用軋壓鋼技術代替市場主流的鋁材技術，在提高安全性的同時降低材料碳排放，電池上蓋及底護板巧妙融入了新型複合材料，在實現輕量化提高能量密度的同時降低產品碳排放；在金屬材料應用方面，通過精准的管理方法，嚴謹的驗證標準，實現循環材料再利用，降低產品原材料生產碳排放。其碳排放為 23.03 克二氧化碳當量 / 公里，遠低於同級車型平均值 36%（36.07 克二氧化碳當量 / 公里）。





極氪品牌

極氪定位為豪華科技品牌，以「豪華、極致、科技」品牌調性，覆蓋豪華市場。極氪品牌 2024 年交付量達 22.2 萬輛，同比增長 87%。（2023 年：11.9 萬）。報告期內，極氪推出 3 款全新純電車型上市：極氪 009 光輝、極氪 7X，以及極氪 MIX。其銷量增長主要因為：

- 豪華純電動 SUV 極氪 7X 上市後即成為其細分市場的熱銷產品
- 豪華獵裝轎跑極氪 001 及純電豪華 MPV 極氪 009 在其細分市場維持強勁銷量
- 產品矩陣增加了去年下半年推出的純電豪華轎車極氪 007。

2025 年，極氪將推出 3 款全新產品，分別為科技純電動獵裝轎跑極氪 007GT，以及全尺寸旗艦超級電混 SUV 極氪 9X 及 1 款的中大型豪華超級電混 SUV。超級電混技術將為更高續航要求的用戶提供節能低碳的出行方案。在極氪與領克兩大品牌的戰略整合下，極氪將以中大型車為主，中型車聚焦純電，大型車聚焦超級電混。

報告期內，極氪 001 和極氪 X 獲 Green NCAP 五星評級認證。

Green NCAP 是歐洲新車評價計劃（NCAP）的一個分支，專注於評估車輛的環保性能。Green NCAP 測試包括空氣質量、能源效率和溫室氣體排放三個方面，評估汽車在環保節能方面的綜合表現。

報告期內，極氪 001 在動力核心和動力性能層面再升級，搭載全棧 800V 高壓系統和高性能碳化硅電驅系統，並提供多種電池包選擇。搭載 100 度麒麟電池包，續航里程最高可達 750 公里，在同類車型中處於領先地位。搭載大容量的 95 度神行電池，能夠在 11.5 分鐘從 10% 充至 80%。極氪 001 顯著提升了電機輸出功率、放電能力、能量轉化效率，能源效率全球領先。同時，極氪 001 全系標配第二代全域熱管理系統 PTM2.0，使電池、電驅和智能輔助駕駛、座艙的芯片熱能高效利用，將能源損耗降到最低。



領克品牌

領克定位為全球新能源高端品牌，以「潮流、運動、個性」品牌調性，覆蓋高端市場。領克品牌 2024 年總銷量為 28.5 萬輛，通過加速新能源戰略，領克品牌的新能源汽車銷量同比增長超 163% 至 16.8 萬輛（2023 年：6.3 萬輛），新能源汽車銷量佔比提升至 58.8%（2023 年：29%）。報告期內，領克 07、08 組成的插混 EM-P 雙子星，連續 7 個月實現月銷破萬，助力領克品牌在插混的全面發力。領克新能源家族產品矩陣再擴容，首款純電轎車領克 Z10 及純電 SUV 領克 Z20 相繼上市。

2025 年，領克將推出旗艦插電混動 SUV 領克 900 及 1 款中大型 EM-P 插電混動轎車。在極氪與領克兩大品牌的戰略整合下，領克將聚焦純電小型車、混動中大型車。

領克 07 EM-P

領克 07 EM-P 兼顧強動力和低能耗，可根據不同使用場景智能切換工作狀態，實現可電、可電混、可增程。綜合續航（CLTC）超過 1400 公里，續電續航（CLTC）126 公里，饋電能耗（WLTC）4.8 升/百公里，綜合油耗（WLTC）0.99 升/百公里。在充電方面，27 分鐘可從 30% 增至 80% 電量。領克 07 EM-P 動能回收系統可根據駕駛需求設定高、中、低三檔回收強度。基於車速、坡道、前車距離和道路限速信息等不同場景，靈活調整回收強度，實現最大 100% 能量回收，全面兼顧油車的安全和舒適，及電車的高效回收能量。





3.3.1.2 新能源技術

本集團通過新能源技術的持續更新迭代與產品的全方位升級，打造純電、混動、綠色甲醇等多條新能源技術路徑，全力邁向新能源轉型的新征程。我們以消費者需求為導向，不斷拓展多元化的解決方案，加大混合動力技術的研發投入，深度鑽研甲醇等碳中和及清潔能源的應用潛力。同時，我們持續深耕超低排放技術的研發領域，致力於降低發動機的能量損耗，在確保發動機高效運行的前提下，顯著減少傳統高能耗車型在使用階段的能源消耗及碳排放水平。

新能源架構

SEA 浩瀚架構於 2021 年發佈。本集團歷時 4 年、耗資 180 億打造主要聚焦純電車型的高端新能源架構，實現 A 級車到 E 級車的全尺寸覆蓋，支持轎車、SUV、MPV、跑車、皮卡等多種車型。

GEA 全球智能新能源模塊化架構於 2024 年最新推出，具有大寬帶、高效、節能、智能的特點。GEA 架構集「硬件、系統、生態、AI」四位一體，支持 A 級至 D 級車。其搭載全新一代電子電器架構，全面向集成度更高、更智能的中央大腦 + 區域服務化架構進階。通過智能電池管理系統，GEA 架構能夠實時監控電池狀態，預測電池壽命，優化充放電策略，提升電池使用效率和安全性。

GEA 架構是目前覆蓋能源形式最多、最廣的架構，可兼容純電、插電混動、增程、醇電等全品類能源解決方案。吉利汽車未來將基於 GEA 架構推出更多類型的新能源車型，覆蓋從經濟型到豪華型的全尺寸車型產品，支持轎車、SUV、MPV、泛越野、皮卡等多種車型。

CMA Evo 架構及 SPA Evo 架構，是領克在原本 CMA 和 SPA 架構的基礎上針對電混車型再進化的新能源架構，已分別率先應用於領克 08 EM-P 及領克 900。

電池技術

神盾短刀電池是吉利汽車自研自產的最新一代磷酸鐵鋰電池。其電芯能量密度高達 192Wh/kg，比主流長刀電池高出 12Wh/kg，同等體積下儲存更多能量，增加車輛續航。充電倍率 2.45C，電池容量從 10% 充至 80% 僅需 17 分 4 秒，內阻小、發熱量低，充電安全高效。吉利銀河 E5 搭載的神盾短刀電池，循環壽命 3,500 圈，支持車輛安全行駛超 100 萬公里。神盾短刀電池的超長壽命和超快充能力，將極大改善用戶的充電體驗，減少電池退役帶來的環境影響。神盾電池是兼顧長壽命，高安全，相對快充，低成本的方案，旨在把平價且高可靠性的電池帶給大眾用戶。

同時，吉利汽車建設了國內車企最大的大數據智算平台（星睿智算中心）。基於星睿智算中心，本集團已對所有新能源車輛動力電池開展全生命週期監控及健康管理。部署有動力電池安全預警及報警算法、電池健康度評估算法、換電電池資產保全算法等，未來可應用於新能源二手車價值評估，電池健康度及殘值評估等，服務後端市場電池性能安全評估，促進動力電池剩餘價值最大化利用。

本集團研發的另一款金磚電池（第二代）亦是短刀磷酸鐵鋰電池，支持 800v 和超快充，最高充電倍率 5.5C，電池容量從 10% 充至 80% 僅需 10.5 分鐘，在解決電動汽車續航里程焦慮的道路上邁進一大步。

11 合 1 智能電驅

通過集成 11 個核心部件實現了更高的效率和更低的能耗，減重 13.5%，成為同級重量最輕和體積最小，提升了整車的操控性能和續航表現。11 合 1 智能電驅 IGBT 綜合效率達到 90.04%，百公里電耗最低僅 11.9 kWh，成為同級第一。此外，該電驅完成了在各種極端條件下高於國標的可靠性驗證，通過了高溫耐久、高速耐久等共六大電驅高可靠性項目驗證，獲得中汽研新能源汽車驗證中心頒發的《高可靠電驅》證書。



混動技術

雷神混動系統推出全新一代雷神 EM 超級電混，旗下包括主打「節能更性能」的 EM-P 以及主打「極致節能、超長續航」的 EM-i，分別搭載在領克車型及吉利車型。

2024 年推出的全新一代雷神 EM-i 超級電混，具有全球量產最高熱效率 46.5% 混動專用發動機。提高熱效率是節約能耗的重要手段，每提升 1% 的熱效率可有效降低約 2.5% 的油耗。搭載 EM-i 的電混轎車最低饋電油耗可實現 2 升級別，電混 SUV 實現 3 升級別。吉利星艦 7 首搭 EM-i，其續航里程超過 2,000 公里，饋電油耗為 3.75 升 / 百公里（CLTC）。基於「星睿 AI」的智慧能量管理，合理規劃混動策略，高效用油、高頻用電，典型場景可節油 15%，熱管理功耗降低 30% 以上。另外，首搭碳化矽無極變壓模塊，可解決饋電狀態下動力不足的問題。

EM-P 混動系統已運用在領克 07、08 等車型，擁有全球首創 3 檔 DHT 構型，其電混專用發動機較上一代的整體高熱效率區域擴大了 30%，系統能耗降低 40%。

報告期內，雷神動力榮獲第三屆世界十佳混合動力系統殊榮、「中國心」2024 年度十佳發動機及混動系統稱號及「歐洲 AUTOBEST 最佳技術獎」。雷神 EM-i 超級電混亦獲評 2024 汽車工業巔峰獎 - 「2024 年度最佳技術產品」。

目前國內尚未有第三方對企業非循環工況的能耗進行監測，相關標準預計在 2026 年實施，監測車輛在實際行駛過程中的燃料和 / 或能源消耗情況。本集團會密切關注相關進展，並適時針對上報主管部門的能耗數據及企業非循環工況的能耗數據之間的差異進行分析。

清潔燃料

我們認為新能源的發展絕不是單純的某一種能源驅動與路線。盡管純電動汽車與插電混動汽車在當下汽車行業已取得矚目成就，並成為使用端減排的關鍵驅動力，但在不同應用場景下仍面臨諸多局限與挑戰，諸如在特定地區充電基礎設施的覆蓋密度不足、在極端氣候條件下電池的性能表現欠佳、發電過程對化石燃料的依賴等。除持續投入純電動技術與混動技術的研發以實現技術突破外，本集團亦積極拓展清潔燃料的應用領域，致力於構建新能源汽車的多元化技術體系，全方位滿足用戶在多樣化使用場景下的需求。

甲醇

吉利控股集團在研發甲醇替代燃料方面深耕近 20 年，成功解決了腐蝕、溶脹，耐久和冷啟動等難題，掌握了甲醇汽車的核心技術，擁有標準和專利 300 項以上。2024 年，吉利醇氫電混技術被授予汽車工業巔峰獎 - 2024 年度最佳技術產品。

截至報告期末，甲醇運營車輛銷量近 4 萬輛，累計行駛里程超過 200 億公里，實現了醇氫電混汽車從小批量試點運行到大規模推廣應用的跨越。2024 年，在醇氫生態的賦能下，吉利甲醇汽車已推廣至 16 個省、50 個城市，全年銷量同比增幅達到了 130%。

2025 年，吉利甲醇汽車將不再局限在 B 端，計劃面對 C 端用戶推出 2 款可醇、可電、可油的第五代超醇電混產品，包括轎車和 SUV 兩種車型。第五代超醇電混技術，不僅融合了甲醇燃料和電能的雙重優勢，還可實現在同一燃料箱內甲醇和汽油兩種燃料的靈活配比混合，並採用全球首創的甲醇直噴混動專用發動機、超低溫冷啟動技術，突破性實現甲醇燃料在零下 35 攝氏度低溫下的啟動，發動機熱效率達到全球最高 48.15%。



助力亞冬會醇淨出行

☆☆☆

報告期內，350 輛第四代帝豪醇氫電混汽車發往哈爾濱，助力亞冬會醇淨出行，這是甲醇汽車首次大規模服務大型國際賽事。第四代帝豪醇氫電混汽車在高寒、高原地區的低溫條件下仍可快速啟動，還能回收利用發動機餘熱減少駕駛室內採暖功率能耗，兼具環保性與穩定性。第四代帝豪醇氫電混汽車，擁有 40% 的節能率，百公里醇耗低至 9.2 升，碳排放相比同級汽油車減少 42%，每行駛 1 萬公里，可減碳約 0.8 噸，相當於為地球種下 40m² 的森林。



李書福董事長在 2024 年綠色甲醇能源產業發展論壇上透露，吉利控股集團已研制出「吉利碳倉」，可實時捕捉車輛排放的二氧化碳，並通過二氧化碳加氫技術催化合成綠色低碳甲醇，供給甲醇汽車循環使用，從而實現二氧化碳的循環使用及汽車的近零排放。以碳捕捉技術生產的綠色甲醇，每生產一噸可以消納 1.38 噸二氧化碳，為傳統燃油車提供低碳轉型的替代路徑。另外，過去一年在內蒙古阿拉善盟發起 50 萬噸綠色甲醇首期 10 萬噸項目，將風能、太陽能等不穩定綠色電能就地消納轉變成可常溫常壓儲存、運輸的穩定液體能源。

氫氣發動機

氫作為一種零碳、儲量豐富、熱值高、能量密度大、來源多樣的綠色能源，被譽為 21 世紀的「終極能源」，我們是中國最早探索氫內燃機的企業之一，其正向自主研發的氫內燃機，在傳承傳統內燃機核心架構優勢的基礎上，進行了大膽創新與突破，攻克了氫內燃機燃燒過程中的諸多難題，顯著提升了燃燒效率，經第三方台架測試，有效熱效率高達 46.11%，在行業內處於領先地位。在應用探索層面，基於領克 09 PHEV 開發了氫內燃機 Demo 樣車，該車型的氫氣能耗僅為 1.49 千克 /100 公里，並在測試循環實現了零碳排放，為氫燃料混合動力汽車的商業化推廣奠定了基礎。

報告期內，本集團積極履行行業引領者的責任，深度參與氫氣燃料發動機相關標準的制定工作。其中，參與起草的《氫燃料內燃機 通用技術條件》《氫燃料內燃機汽車燃料消耗量試驗方法》等多個標準，為規範行業發展、推動氫燃料發動機技術的廣泛應用發揮了重要作用。未來，本集團將繼續加大研發投入，持續推動氫燃料發動機技術創新，為全球綠色交通事業的發展貢獻更多力量，引領行業邁向更加清潔、高效的未來。



3.3.1.3 新能源推廣與教育

本集團憑借構建多元化的新能源技術路徑、拓展新能源專屬銷售渠道，以及完善充電補能等基礎設施建設，全力推進向新能源領域的深度轉型，致力於將更多高品質、具性價比的低碳汽車產品觸達消費者。

能源補給

本集團為車主構建了「家用充電樁 + 自建充電站 + 公共充電站」的充電樁補能生態。為超過 37.9 萬名車主提供家用充電樁的安裝，接入超過 110 萬個社會公共充電終端，建成開放超過 1,200 個充電站（含吉利品牌及領克品牌經銷商），持續為客戶的新能源出行服務保駕續航。

極氪品牌擁有自建充電站布局，並與本集團吉利銀河、領克等品牌共享。極氪亦是全行業率先建設全球唯一「三個 800V」超快充全生態網絡的汽車品牌，即分別指：800V 高壓系統、800V 超充電池、800V 超充網絡。



截至報告期末，極氪能源已在全國建成 1,468 座自建充電站，其中符合 800V 超快充標準的極充站 801 座，極充樁 3,897 根，智能家充樁累積交付突破 10 萬。極氪計劃於 2026 年在全國建成 2,000 座極充站，1 萬根極充樁，極氪 APP 充電地圖接入第三方充電樁突破 180 萬。極氪能源將推行「15 分鐘找到樁、15 分鐘充好電」計劃在北方地區覆蓋超過 85%。

報告期內，極氪能源在用戶端充電補能開展低碳節能措施：

- 依託智能能源管理系統，以物聯網為基礎，整合電網分布式資源，優化調度以提升能源利用率、支持可再生能源並增強電網穩定性；
- 推出 V3 極充站，採用並櫃整合與低穀儲能技術緩解電網壓力，其充電樁搭載超快充、智能功率共享及全回路非絕緣整體浸沒式冷卻技術，兼顧高效補能與設備長壽命運行。

動力電池回收

本集團積極承擔新能源汽車廢舊動力蓄電池回收的主體責任，已成功搭建電池溯源回收管理系統，並實現與國家動力電池溯源管理系統的對接。為便利消費者，我們在各品牌官方網站開通了廢舊動力電池回收服務網點查詢功能，並主動對外公佈汽車拆解指導手冊、車輛維修指南、維修網點等相關信息，積極引導消費者踐行負責任的消費理念。我們構建以主機廠為核心的產業聯盟回收模式，與具備回收資質的白名單企業合作，在回收、儲存、運輸等環節嚴格把控。更多關於本集團在電池回收再利用以及車輛回收利用方面的詳細舉措，敬請參閱「4.4 循環經濟」。

多元價位新能源市場覆蓋

本集團旗下吉利銀河品牌、領克品牌及極氪品牌，分別定位新能源汽車的大眾化市場、高端市場以及豪華市場，全方位拓展低碳出行的受眾邊界，使新能源汽車的使用不再局限於特定消費群體，實現其廣泛普及。同時，本集團致力於為不同消費層次的客戶群體，提供經濟實惠、觸手可及且可持續發展的出行解決方案，全方位滿足多元化的市場需求。更多有關本集團各品牌的新能源戰略及最新新能源技術，請見「3.3.1.1 新能源戰略」及「3.3.1.2 新能源技術」。

擴展新能源銷售渠道

為有效推廣新能源汽車銷售，截至 2024 年末，本集團新能源專屬的銷售渠道：

吉利銀河
中國：952 家一級經銷商門店

極氪
中國：467 家門店
其他國家 / 地區：71 家門店

領克
中國：370 家領克中心、36 家新能源中心和 252 家新能源零售中心
歐洲：10 家俱樂部、21 家經銷商網點已投入運營
亞太及中東地區：44 家經銷商網點已投入運營



多途徑提升用戶在低碳環保及新能源產品的認知

在制定全新及改款車型上市傳播策略時，秉持著對消費者負責的態度，聚焦對安全、環保、節能減排等產品亮點的解讀。

我們積極引導經銷商向消費者灌輸負責任的消費理念，倡導銷售人員在介紹產品時，著重闡述其環保性能指標，如綜合工況下的油耗與電耗、發動機熱效率等關鍵參數。同時，我們還提供官方認證的二手車及車輛置換服務，為消費者打造更環保、更經濟的購車選項，助力消費者增強評估新能源產品的能力。此外，我們引導經銷商在售後服務環節，向消費者提供有關廢舊動力電池回收、報廢車輛處理等服務的專業建議，全方位提升消費者的環保意識與責任感。

引導領克經銷商向用戶傳遞環保及低碳理念

2024 年 3 至 4 月，圍繞世界地球日為主題，領克策劃「低碳領新會」活動，向經銷商發放活動指導手冊，引導領克經銷商向客戶傳遞環保及低碳理念。活動期間，通過介紹領克 EM-P 智能電混車型並發放 1 萬元「綠色限時購車券」等激勵措施，提升客戶對新能源產品的認知和評估能力，為客戶提供更環保、經濟的購車選擇。

極氪「Z-Green」社區，帶動用戶參與碳減排行動

極氪 APP 中設計開發 Z-Green 社區，圍繞低碳、循環回收、生態保護等主題開展環保公益宣傳及用戶活動，71% 車主提車後參與駕車減排行動。Z-Green 社區每周都會在「減碳速遞」周報公佈本周低碳 TOP3 的用戶，還會從參與減排人數，累計減排量，和植物一年吸收二氧化碳量三個方面統計減排數據並發佈。截至 2024 年底，累計參與「碳減排行動」的用戶已達到 800,131 人，通過踐行低碳出行行為（長距離駕駛新能源汽車出行或短距離步行）積累碳減排量可達 298,046 噸二氧化碳排放當量，相當於 6,645 萬棵樟子松一年的碳匯量。

Z-Green 加入湖州碳普惠合作網絡，在 2024 年 2 月的湖州馬拉松碳中和發佈會上，極氪帶領 10 位極氪車主首次實現個人新能源汽車出行碳普惠交易。通過其駕駛極氪電動車出行產生的 19.08 噸碳減排量，以 60 元 / 噸售出用於抵消湖州首屆馬拉松活動的碳排放，並獲得《湖州市純電動汽車出行碳減排量證書》。本次交易不僅激勵用戶積極踐行低碳生活，讓車主在踐行綠色出行的同時獲得實質性的收益，也推動了汽車行業首批個人碳普惠交易。

更多有關帶領用戶參與低碳環保推廣與教育活動，請見「9.6.2 用戶參與」。



3.3.2 製造端減碳

整車製造端的碳排放主要來源於車輛生產過程中的天然氣、汽油等能源使用過程，以及整車基地運營的能源消耗（含外購電力、熱力）過程。我們以節能降耗和清潔能源替代為路徑，積極推動製造端的節能降碳。截至報告期末，2024 年整車製造端碳排放佔總體碳排放的 0.57%，佔本集團範圍一及範圍二的合計碳排放的 64%。本集團的氣候中和戰略制定的製造端減碳目標和進度如下：

目標

2025 年整車製造端減碳

50%

(對比基準年 2020 年)

2025 年整車基地能耗密度

↓ 20%

(對比基準年 2020 年)

進度

2024 年整車製造端減碳

56%

(2023 年：54%)
(對比基準年 2020 年)

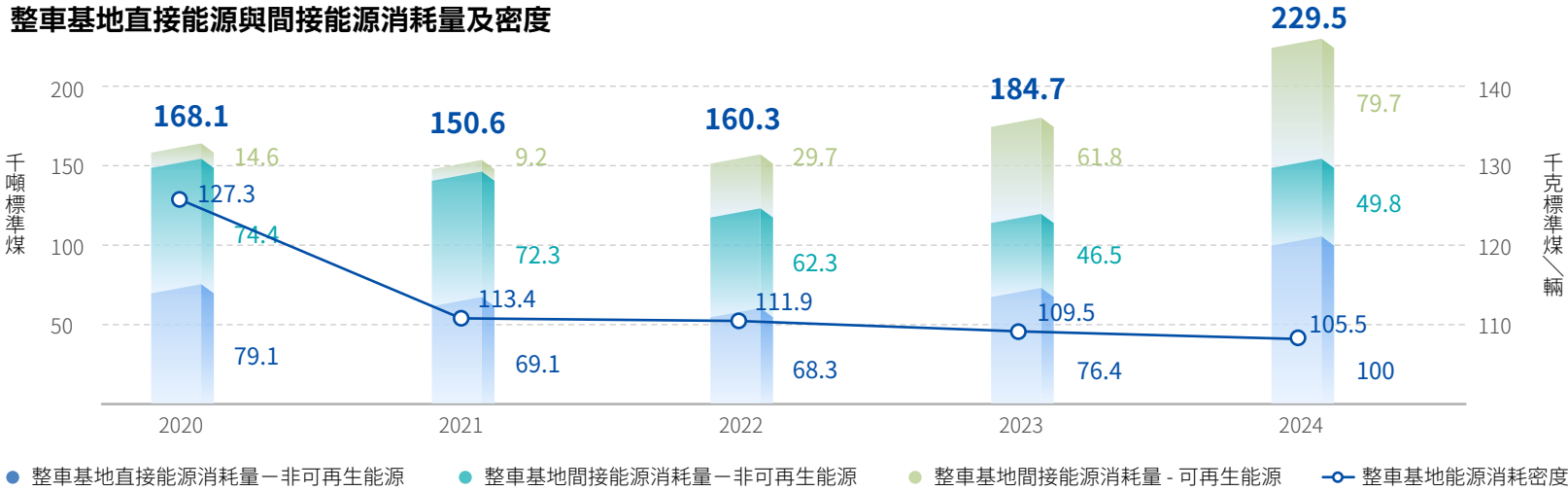
2024 年整車基地能耗密度

↓ 17.2%

(2023 年：↓ 14%)
(對比基準年 2020 年)

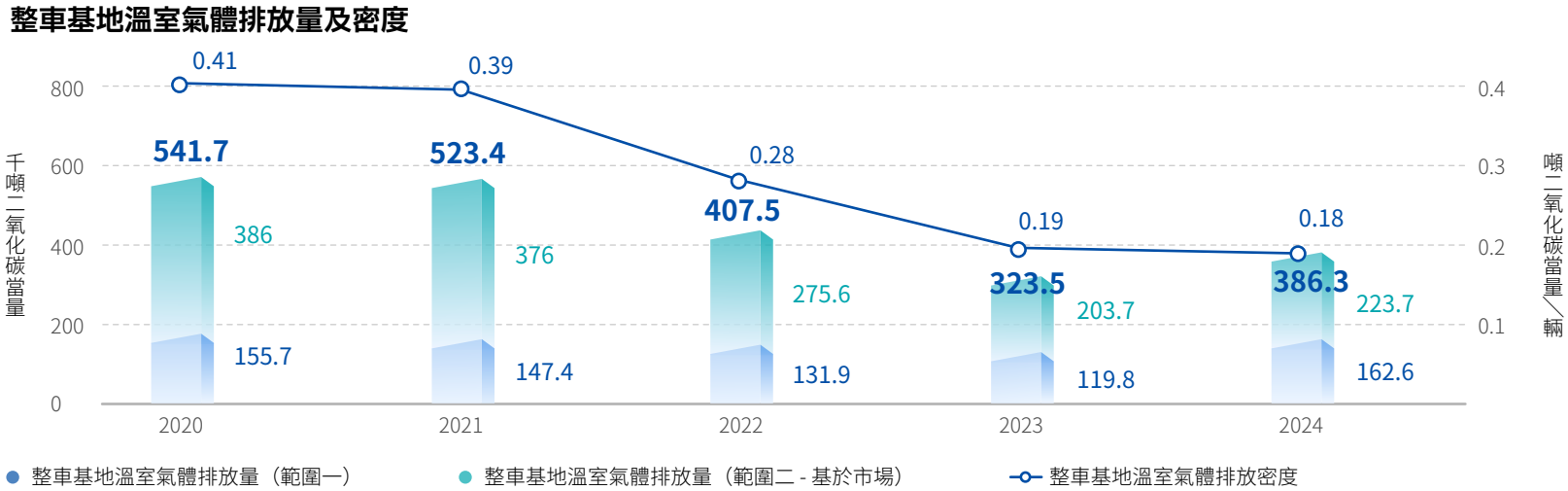
2024 年，本集團整車基地溫室氣體排放密度為 0.18 噸二氧化碳當量 / 輛（2023: 0.19 噸二氧化碳當量 / 輛），下降主要因為節能降耗的實施及可再生能源佔比上升。

整車基地直接能源與間接能源消耗量及密度



注：上述能源消耗密度包括以下類別的可再生能源：光伏發電（2020-2024 年）、水電（2020、2024 年）、風電（2023-2024 年）、國際可再生能源證書（I-REC）購買（2022-2024 年）。

整車基地溫室氣體排放量及密度



注：2020-2021 年數據無碳抵消，2022-2024 年數據已包含碳信用抵消以及購買國際可再生能源證書（I-REC）的抵消。



節能降耗

目標制定及規劃

本集團依據既定的年度能耗管理目標，將其精準拆解並分配至各生產基地，對能源數據實施實時監控，並對節能減排項目的收益進行科學評估。

憑借吉利數科自主研發的「吉碳雲」平台，本集團成功構建了各工廠碳數據的數字化管理體系，並依此精準制定減排規劃。

EMS 能源管理系統

本集團持續推動 EMS 能源管理系統的部署與升級，以實現能源利用的最優化。本集團自主研發能源管理系統平台 EMS 2.0 版本，相較於 1.0 版本，其借助數字化與智能化等前沿技術，打造集能源使用計量、監測、分析、考核、預測、節能診斷以及智能輔助決策於一體的綜合性能源管理系統。

該系統有效提升能源保障系統的運行可靠性和安全性，顯著提高能源管理工作的效率以及能源供應的質量，全方位提升能源管理水平，實現能源的智能化管理，可實現 3%-5% 的能耗節約。

節能改善措施

本集團推動各基地總計實施主要節能改善項目 382 項，投資金額 897 萬元，預估降本收益總計約 3,906 萬元／年*。主要亮點項目包括：

站房智控系統：長興制造基地動力站房（空壓站和制冷站）通過引入大數據與人工智能技術，構建基於工程機理的數字孿生 + 人工智能技術平台，實現空壓站與制冷站的智能化控制。該系統依託 AI 算法模型，結合生產實際情況，實時優化供能系統控制策略，確保系統能效達到最優狀態。該系統可提升站房能效超 10%，降低站房能源費用約 10%，同時提高站房管理效率約 30%；

工藝參數優化：在保證質量的前提下，優化工藝參數，減少能源消耗；

生產節能改造：以壓縮熱乾燥機零氣耗改造為例，將冷吹方式改為全流量冷吹，冷吹後氣體經新增冷卻器冷卻後，全部進入吸附塔處理。冷吹過程無壓縮空氣外排，電氣比下降 8.81%；

餘熱回收項目，在 12 個整車基地先後規劃並配備塗裝餘熱回收系統，減少蒸汽或天然氣的使用，年節省天然氣 212.39 萬標準立方米，蒸汽 3.58 萬噸，減少 1.54 萬噸碳排放，2024 年降本收益約 1736.15 萬元*。我們計劃於 2025 年啟動動力站房鍋爐氣改電試點項目，通過采用電鍋爐替代傳統燃氣鍋爐，有效減少天然氣直接燃燒帶來的碳排放。

體系認證

報告期內，7 家整車基地獲得 ISO 50001 能源管理體系認證，佔比達 44%。寶雞、成都和西安三家整車基地由第三方獨立認證機構基於溫室氣體核算與驗證標準 ISO 14064-1 及 ISO14064-3 等標準指南進行碳審計，並形成碳核查報告和溫室氣體核查證書。

另外，這三家基地獲得鈦和認證依據《零碳工廠評價規範》（T / CECA-G 0171-2022）頒發的 2024 年零碳工廠（I 型）認證，並評定為五星級。

* 以管理口徑估算

2024 年

EMS 能源管理系統已覆蓋 **75** % 的整車基地（2023 年：70%）

升級後的 2.0 版本已覆蓋 **9** 家整車基地（2023 年：3 家）

極氫「一體式壓鑄」技術

一體式壓鑄是指，將原本設計中多個單獨、分散的小件經過重新設計高度集成後，再利用大型壓鑄機進行一次成型的過程，減少了沖壓和焊裝環節的能耗及排放。

極氫創新打造全球首個大型一體式壓鑄 L4 級智能產線，從材料、模具、設備到整車設計實現一體化開發，實現產線自動化率 100%，產線綜合效率提升 30%，能耗降低 10%。

該技術已應用於極氫的 009、001、007、7X、MIX 等車型。極氫 009 採用了一體式壓鑄後端鋁車身，該部件是直接壓鑄成一個車尾大零件的後端鋁車身，在工藝上減少近 800 焊接點，變形量減少 16%、彎曲剛度提升 11% 等。車身中段也使用一體式壓鑄結構，將其中段一體式壓鑄結構稱為「蜻蜓結構」。





一體式壓鑄可實現車型的輕量化，這對供應端的材料減排也產生貢獻。

極氪 007 是全球首台應用一體式壓鑄後端鋁車身的轎車，減少 81 個零部件、近 820 個焊接處，減少 16% 的後碰車身變形量。

極氪一體式壓鑄技術獲得 2024 年中國汽車工程學會科學技術一等獎，以及 2023 年度中國有色金屬工業科學技術獎一等獎。

清潔能源替代主要措施

為實現 2025 年整車基地 100% 使用可再生電力的目標，我們加大投入光伏與儲能電站、直購綠電，以及購買國際可再生能源證書（I-REC）。報告期內，本集團整車基地的可再生能源使用佔比和可再生電力使用佔比分別為 34.75% 和 64.31%，較去年分別上升 1.29 個百分點和 4.01 個百分點，其中 6 家整車基地使用 100% 可再生電力，3 家整車基地獲得零碳工廠認證，提早達成「2025 年至少建成 3 家零碳工廠」的目標。報告期內，本集團：

- 本集團 93.75% 整車基地配有分布式光伏電站。2024 年光伏裝機總容量（含整車基地、動力製造基地、研究院）達 445 兆瓦，同比增長 11.1%，能夠滿足工廠約 29% 的電力需求，同時帶來能耗成本降低約 4,500 萬元 / 年*；
- 本集團 6 個整車基地及 1 個動力製造基地配備儲能電站，裝機容量 47.46 兆瓦，提升光伏發電消納比例，帶來能耗成本降低約 327.8 萬元 / 年*。

* 以管理口徑估算

低碳辦公運營

我們致力於將可持續發展理念融入日常運營環節，為員工營造綠色、舒適的辦公環境，提升員工低碳意識。

- 規劃低碳建築及樓宇：所有新建建築均按照《綠色建築評價標準》(GB/T 50378-2019) 設計施工。根據當地的地理和氣候特征，在可再生能源設計中應用多項綠色技術，如建築採用牆體保溫系統、道路使用透水地面、屋面安裝太陽能光伏發電系統等。
- 使用清潔照明：推動整車基地及動力製造基地升級傳統燈照明為使用 LED 照明，截至 2024 年底，已完成改造較使用傳統燈具照明預計年節約電量 812 萬千瓦時。
- 公務低碳出行：提高杭州總部新能源公務用車比例至 63.41%（2023 年：40%）。
- 提升低碳意識：在開關、插座等位置張貼節能提示標語，激發員工主動減碳積極性，倡導在最大程度上優化空調暖通系統的節能利用，確保辦公室、會議室等場所實現人離燈熄，同時提出在短距離上下樓時優先選擇步行而非乘坐電梯等多項節能倡議，努力降低辦公大樓碳排放。
- 員工低碳程序：吉利控股集團推出小程序「吉碳碳」，並持續拓展更多低碳應用場景，涵蓋出行、會議、餐飲等多個領域。借助碳積分激勵機制，積極引導員工踐行低碳行為，全方位推動企業內部的綠色可持續發展。報告期內，「吉碳碳」活動參與 478 人，累計收集 59 萬「吉里程」，累計減排 805.75 千克二氧化碳。
- 員工碳普惠：我們正在開發員工碳普惠平台，通過平台和分析員工碳排放行為數據，鼓勵低碳通勤和差旅。通過綠色運營和低碳活動等，激發員工踐行低碳生活和工作的積極性。同時，通過知識賦能，幫助員工了解行為對環境的影響，提升員工低碳意識，形成綠色低碳的價值觀和行為習慣，推動實現企業減碳目標。
- 門店節能減排管理：領克歐洲的辦公室及銷售網絡的俱樂部已 100% 採用可再生電力。



極氪杭州總部大樓 - 望朝中心，獲得美國綠色建築 LEED 金級認證及健康建築 WELL 鉑金級認證。

極氪杭州總部大樓建築塔樓大面積採用高性能玻璃，有效利用自然光，減少了人工照明的能耗。同時，屋面和首層景觀均設置了雨水收集系統，以供景觀灌溉使用。



3.3.3 供應端減碳

供應端的碳排放主要來源於上游供應鏈的原材料碳排放。本集團積極推進綠色採購，提升低碳及循環材料的使用比例，並通過幫助供應商提升碳管理能力，倡導高能耗供應商建立能源管理體系。我們啟動全新車型碳限值工作，在設計階段向車型項目導入可持續指標或要求，管理供應端的產品全生命週期碳排放。

截至報告期末，2024 年供應端碳排放佔總體碳排放的 23.18%。通過氣候中和戰略，我們已制定 2025 年各車系供應端碳排放量平均減少 20% 的目標。報告期內，新能源車系供應端平均碳排放和燃油車系供應端平均碳排放分別較 2020 年降低 10.28% 和 8.03%。

3.3.3.1 低碳採購

鑒於本集團車系結構的多元化特徵，我們依據不同車系供應端的碳減排目標以及零部件的具體情況，將任務分解至供應鏈的各個關鍵環節，並據此進行周密規劃與年度目標設定。在新車型的開發過程中，本集團將與關鍵零部件及原材料供應商就技術合同中的可持續屬性相關條款達成共識，以此在動力電池、鋼材 / 鋁材等核心零件和材料的供應上，全力推進減碳措施的實施。

我們通過分析燃油車系和新能源車系的供應端原材料碳排放，分析得出主要排放來源於鋼材、鋁材、塑料及其它材料，其中供應端原材料碳排放佔比最大的是鋁和鋼，佔 60% 或以上。

吉利汽車致力於推動新車型在可採用循環材料的零部件中達至「20% 循環鋼、30% 循環鋁、25% 循環塑料」的使用。

吉利銀河 E5

- 22% 循環鋼、30% 循環鋁。

吉利銀河 E8

- 29.8% 循環鋼、30% 循環鋁、30% 循環塑料。

領克 07EM-P2

- 28.3% 循環鋼、32.2% 循環塑料、30% 循環鋁。

領克 Z20

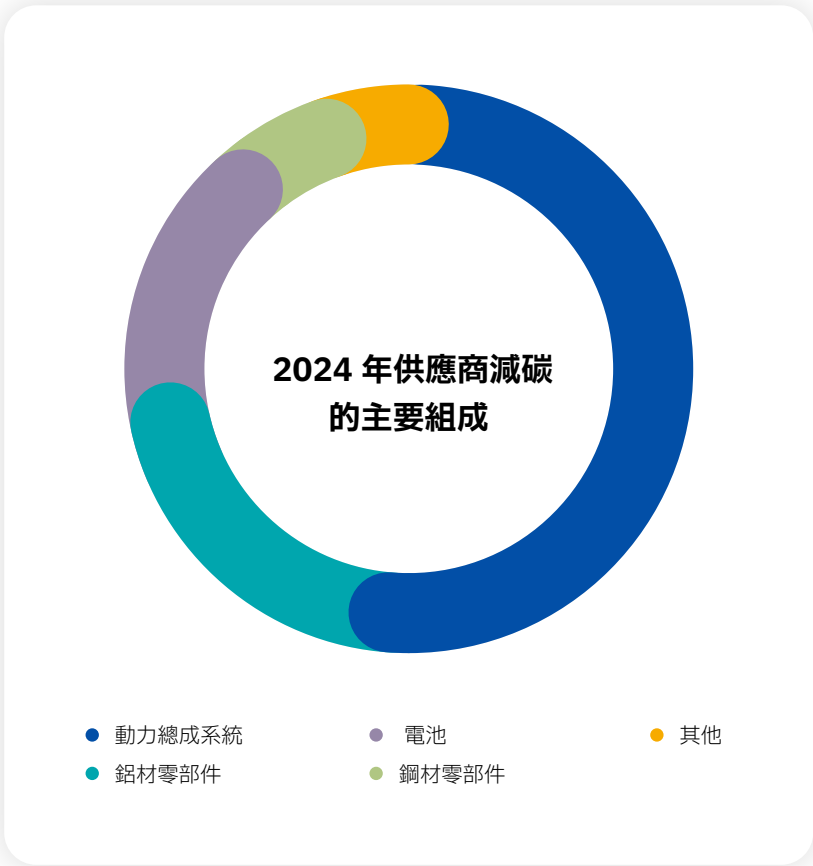
- 29.9% 循環塑料、36.4% 循環鋁、26.9% 循環鋼；內飾中 38% 的再生材料來自於海洋回收塑料，其中座椅和地毯纖維取材於海洋回收的尼龍漁網再制成。

極氪 MIX

- 15% 循環鋼、25% 循環鋁，非金屬循環材料 25% 以上；
- 在上、下車體，輪輞等鋁件上使用清潔能源生產的水電鋁錠。與傳統能源生產的鋁件相比，可降低約 70% 的碳排放。整車降低約 1.7 噸二氧化碳排放當量。



截至 2024 年底，依託吉碳雲構建供應鏈專業碳核算能力，碳足跡模型填報數量達 4,000 餘個。同時，雙線開展場地調研，通過推進對車型供應端碳排放分佈和減排潛力分析，聚焦電池、動力總成系統、鋁合金和鋼材等重點零部件供應鏈，我們攜手供應商進行實地碳排放數據核算，並推動供應商使用循環再生材料、低碳材料和清潔能源等，累計減少約 143.3 萬噸二氧化碳當量。2024 年供應商減碳的主要組成：



同時，本集團供應鏈團隊在供應商准入審核以及供應商 5A 審核和績效評估體系中，融入可持續性相關指標的評估與打分項目，涵蓋供應商綠電使用比例、組織和產品碳管理、節能管理、可持續工作體系等多個維度。

報告期內，核心供應商綠電使用率均超過 50%，近一半的核心供應商綠電使用率達 100%。此外，本集團已制定並實施綠色供應鏈管理辦法，將綠色低碳作為供應商重要管理項之一，倡導供應商建立綠色低碳管理能力，倡導供應商優先選用低碳材料。更多關於供應商減碳舉措及綠色採購的詳細信息，敬請參閱「7.1 可持續供應鏈」。

☆☆☆

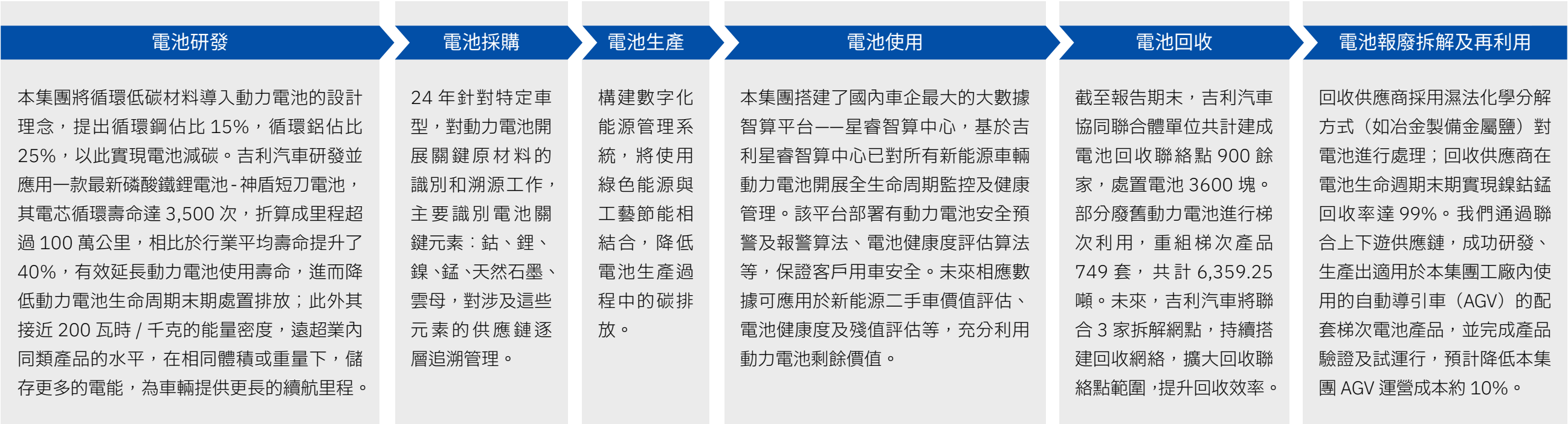
吉利汽車攜手首鋼股份共探汽車鋼材低碳循環新應用

本集團在向供應商明確提出低碳要求的同時積極引導和賦能供應鏈碳減排。報告期內，吉利汽車與首鋼股份正式簽署《汽車鋼材循環經濟與閉環回收價值體系合作備忘錄》，雙方將協力推動汽車鋼材生產、使用和回收的全鏈條優化，實現汽車鋼材的高效利用、循環利用及資源價值最大化；同時完善汽車廢鋼閉環回收價值體系，貫通汽車廢鋼閉環回收循環利用物理鏈，實現全流程信息可追溯。一方面，通過對沖壓廢鋼的閉環回收循環利用，可實現近 40% 的汽車鋼材供應鏈閉環；另一方面，通過提高循環鋼的添加比例，可降低汽車用鋼 10%-30% 的碳排放。

本集團致力於 2025 年實現新能源車型動力電池全生命周期碳排放減少 25%。

我們推動關鍵動力電池供應商實施下述一系列減碳方案，推進動力電池生命周期碳排放管理：

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



威睿電動的電池碳足跡管理

威睿電動是本集團在新能源汽車三電領域的重要子公司，為吉利汽車提供動力電池、電控、電驅等核心部件的研發、制造與供應支持。威睿電動構建碳管理體系，形成完整碳管理能力，開展全價值鏈碳管理，通過產品減排、運營減排與場景減排三位一體，助力吉利汽車的新能源轉型。

產品層面，將綠色設計理念應用於產品研發設計階段，在保障產品質量和安全的前提下，應用回收材料減少排放，並帶動供應商應用綠色能源。鋁金屬是威睿電動所生產的產品中必需

的關鍵原材料，威睿電動對供應商提出在鋁錠生產過程中使用 100% 綠電並出具權威機構認證的碳足跡證書的要求。

運營層面，建立數字化能源管理體系，應用綠色能源結合工藝節能，實現減排。報告期內，威睿電動實施廢棄燃燒爐改造等多項節能改造措施。2025 年，所有重點新項目生產目標使用 100% 綠電。



3.3.3.2 低碳包裝物流

報告期內，本集團範圍三物流與配送排放量為 1,146,762 噸二氧化碳當量（2023 年：1,116,465 噸二氧化碳當量），佔總體碳排放的 1.68%，主要包括入廠物流、出廠物流、售後物流。報告期內本集團汽車銷量雖整體上漲，但物流與配送的排放量僅小幅上升。我們積極踐行綠色物流運輸，推動鐵路和水路運輸及使用新能源物流車輛。此外，考慮到銷售網點將繼續向四至五線城市延伸，亦會導致物流運輸距離增加，隨之排放量增加。

綠色物流

本集團全力推進物流數字化平台的建設，跟蹤並記錄涵蓋物流全場景的碳排放數據。借助監控數據的深度分析，本集團優化物流碳排放管理，同時大力發展鐵水聯運模式，建立高效的中轉庫體系等多項創新舉措，全方位優化物流排放。通過這些措施，本集團成功實現了物流運輸方式的數字化轉型與多樣化升級，全力構建綠色物流新生態。另外，本集團第三方物流倉庫 – 餘姚普洛斯物流園獲得中國汽車物流園首個美國綠色建築（LEED）金級認證。

本集團持續優化運輸結構，拓展鐵路與水路運輸線路，通過多元化的運輸方式確保貨物的穩定發運。同時，本集團對下單模式進行精細化管理，有效縮短結算訂單等待時間，從而緩解公路集港壓力，並顯著提升整體發運效率。此外，本集團大力推動鐵水聯運發展，並持續深化運輸結構優化，特別在出廠物流環節，大幅提高鐵水發運佔比，以實現更高效、更環保的物流運輸。報告期內，因採用鐵路運輸共減少排放 498,137 噸二氧化碳當量，因採用水路運輸共減少排放 59,638 噸二氧化碳當量。同時，我們加強更換新能源車輛並逐步投入使用。報告期內，我們在備件運輸中共投入 102 輛新能源車，並投入甲醇車輛作為試點推廣，實現碳排放減少 1,169 噸。

倉網模式變革推動物流減碳



報告期內，物流公司在江浙滬區域實行「江浙滬倉運網絡優化」的物流模式變革。在寧波、昆山、無錫、台州設立配送中心，整合倉儲資源，取貨採用循環取貨（Milk-Run）模式，整合幹線運輸資源。該項目使江浙滬區域發往西北、華北、西南等 8 個製造基地的線路年運輸里程減少 34%，年碳排放減少 3,274 噸、年物流成本降低 20%，榮獲「中物聯汽車行業分會 2024 年度汽車物流行業創新案例」。

為配合海外業務發展，本集團在海外物流運輸環節要求承運商使用新能源船隻，貨量佔比達 10%。

綠色包裝

本集團積極推動供應商提高循環包裝的使用比例，提出「1,000 千米運輸範圍內全部使用可循環包裝材料，1,000 千米運輸範圍外採用共享包裝」雙軌並行的綠色物流策略，有效減少一次性包裝的依賴。為持續優化循環包裝的使用率，本集團與國內領先的循環包裝解決方案提供商達成深度合作，引入「以租代售」的創新模式，將現有一次性包裝及新增循環包裝需求全面轉向租賃模式，堅定推進「全面循環包裝」的長期戰略目標。通過租賃循環包裝，實現區域內資源共享，降低循環包裝的空返里程，從而在返空運輸環節實現顯著的

減碳效益。報告期內，共完成 69 家供應商 113 條使用線路的包裝改善工作。

吉利汽車自有包裝已實現 100% 採用循環包裝。2024 年，整車一次性包裝材料使用量 9,982 噸，相當於每輛車消耗 5.11 千克；循環包裝覆蓋的汽車零部件達 85%，使用可循環包裝材料供應商達 84%，剩餘一次性包裝實現 100% 回收再利用，各基地所有包裝材料回收利用率 100%。

報告期內，共完成 1,249 款零件包裝方案優化，通過更緊湊的設計減少空間佔用，減少材料使用量。本集團成功實現電芯通用包裝的落地應用，採用「一箱到底」創新模式，全程避免冗餘的翻包操作，運輸容積率較以往提升 20%。該包裝方案獲得國家發明專利 1 項及實用新型專利 2 項。

3.4 氣候相關披露

本集團自 2019 年財務年度起，依據氣候相關財務信息披露工作組（TCFD）的建議，從治理、戰略、風險管理、指標和目標等方面，披露應對氣候變化相關信息，並持續強化相關披露。2023 年 1 月，本公司正式成為 TCFD 支持者。

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

本集團參考 IFRS S2、香港交易所《環境、社會及管治報告守則》D 部分：氣候相關披露及「香港交易所環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引」相關要求作出披露。



3.4.1 治理

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

在應對氣候變化方面，可持續發展委員會負責：

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

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

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

報告期內，可持續發展委員會舉行了 3 次有關氣候變化事宜的會議討論，主要包括：

- 討論及審閱「氣候中和」戰略：2025 年減碳目標進度、現狀與差距分析、行業對標、減碳提升措施及可行性分析；
- 討論下一個五年減碳目標規劃（2026 至 2030 年）；
- 探索巴黎協定 1.5°C 的減排路徑實施計劃、SBTi 臨時 1.5°C 路徑排放目標設定指南的新增要求與可行性分析；
- 投資者及其他利益相關方對氣候議題的主要期望及建議；
- 獨立第三方團隊對氣候及環境相關數據外部審驗的結果及建議；
- 國際氣候信息披露新要求：香港交易所《ESG 報告守則》D 部分：氣候相關披露、「香港交易所環境、社會及管治框架下的氣候信息披露的實施指引」、IFRS S2 及歐盟《企業可持續發展報告指令》（CSRD）- 歐盟可持續發展報告准則（ESRS）。

關鍵管理層及 ESG 工作組亦參與上述會議，就本集團在氣候變化領域的相關工作進展及對風險與機遇的評估情況進行詳盡匯報。可持續發展委員會對匯報內容進行嚴格監督，並針對性地提出改進建議。會議結束後，可持續發展委員會向董事會匯報了氣候變化相關的重大事項、風險與機遇，並提供相應的專業建議。

審核委員會負責審視本集團風險管理和內部控制體系，並向董事會呈遞專業意見。其中氣候變化等 ESG 風險已被納入其用於評估整體風險管理的風險地圖中，依據風險發生的可能性及其潛在影響，將 ESG 風險與財務、運營、合規等領域的風險進行綜合考量與重要性排序，以確保風險管理的全面性和精準性。

在充分吸納可持續發展委員會及審核委員會關於氣候變化的專業意見後，董事會在制定本集團的戰略規劃、商業計劃以及監督整體風險管理的過程中，將這些意見納入考量範疇，以確保決策的科學性與前瞻性。

在運營層面，本集團成立了碳管理專責模塊，並聯動研發、採購、製造、銷售等相關部門在 ESG 工作組下設成立氣候行動工作組，每年最少 2 次向管理層（包括負責運營的最高管理層、戰略規劃及產品規劃的負責人）匯報氣候相關工作，並負責：

- 協助管理層及協同相關業務部門識別、評估和管理氣候相關風險與機遇；
- 研究氣候行動相關政策趨勢和行業動態，參與相關標準制定；
- 制定與分解氣候行動總體戰略及目標、工作實施規劃；
- 建立氣候行動相關運行機制、流程；
- 建立氣候行動管理指標體系與流程；



- 推動和監督各業務部門與合作夥伴履行氣候行動的相關要求，協助指導與培訓；
- 協同專責績效管理的部門對各單位氣候行動執行績效評價與激勵政策的制定與實施；
- 協同吉利控股集團碳資產開發和交易、碳中和相關標準或倡議，提升本集團在碳管理方面的影響力。

管理層基於碳管理專責模塊的匯報信息及其他運營信息，負責：

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

本集團將「單輛車全生命週期碳減排目標」及相關拆解目標（如可再生能源使用比例、在研及全新產品設計端碳限值等）納入績效考核與薪酬掛鉤，並基於年度減排目標的完成度，進行每月目標進展追蹤及年度績效考核。該減排目標已與本集團負責運營的最高管理層（同時為本公司的執行董事及可持續發展委員會主席）的薪酬掛鉤，並且與研發、製造、採購、銷售、ESG 等相關業務單位的組織績效及主要高管的薪酬掛鉤。同時，本集團對銷售公司高管設置新能源銷售情況考核指標。

本集團針對各部門中負責應對氣候變化的關鍵人員及合作夥伴，開展多維度的培訓項目，包括為碳管理人員量身定制的培訓計

劃，以及面向供應商開展的綠色工廠與能源管理月度培訓課程，旨在全方位提升相關人員在氣候變化應對方面的專業素養與實踐能力。

3.4.2 戰略

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

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

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

基於上述，氣候相關的風險與機遇的時間跨度定義為：

短期：5 年以內；中期：6-15 年；長期：15 年以上。

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

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

內部碳定價

本集團深知採取內部碳定價機制能夠促使各基地主動採取減排措施，優化資源配置，提高能源利用效率，引導投資向低碳領域傾斜，從而有效推動實現降碳目標，加速向綠色可持續發展轉型。我們計劃對制定部門間碳定價和建立並完善碳交易機制進行可行性評估，以進一步減少溫室氣體排放。



氣候相關風險和潛在影響

類型	氣候相關風險	風險描述	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響 *	風險舉措管理及應對措施
轉型 風險	法律與政策	市場／產品監管嚴格 Ⓢ Ⓜ Ⓛ	◦ 機動車污染排放標準趨嚴，增加產品技術需求 ◦ 國家碳市場覆蓋行業變化，碳排放控制風險增加 ◦ 新能源車補貼政策及額度變化（如新政《關於 2025 年加力擴圍實施大規模設備更新和消費品以舊換新政策的通知》），導致油車和電車市場競爭格局加劇 ◦ 雙積分新政《關於 2026—2027 年度乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分管理有關要求（征求意见稿）》，促使車企加速電動化轉型	◦ 研發成本增加（如清潔能源技術）；2024 年不符合資本化的研發成本人民幣 53 億元及已資本化之產品研發成本人民幣 106 億元，合共約 159 億元，主要與新能源智能車型開發有關 ◦ 生產運營成本增加（如引入節能設備和使用可再生能源） ◦ 市場份額影響銷售收入	◦ 持續關注國內政策和海外法規發展，提前評估其影響及規劃應對方案 ◦ 面對未來雙積分新政，堅持技術創新，加速推動低碳化技術應用，為不同層次的市場需求提供高質量且智能化的新能源汽車產品，同時持續提升傳統產品的能耗表現 ◦ 制定氣候戰略、減碳目標及相關措施以加強應對氣候變化的管理水平「3.1 氣候戰略及目標」 ◦ 對產品碳足跡實施跟蹤並做出全生命周期降碳手段「3.2 全生命周期碳管理」及「3.3 減碳行動實施」 ◦ 提供更多樣化的新能源車選擇，以符合更嚴格的排放標準（「3.3.1.1 新能源戰略」） ◦ 強化供應鏈 ESG 表現和評估管理，尤其涉及海外出口的供應商和新能源關鍵零部件供貨商，確保符合出口合規要求（「7.1 可持續供應鏈」）
		國際綠色貿易壁壘 Ⓢ Ⓜ	◦ 歐盟碳邊境調節機制(CBAM)、歐洲《新電池法》《企業可持續發展盡責調查指令》(CSDDD) 等法規和政策要求，增加產品出口合規需求	◦ 貿易合規成本增加（如碳價格、碳稅） ◦ 產品碳足跡相關核算費用增加 ◦ 如未能符合相關要求，所導致的額外購買 CBAM 證書成本、罰款或失去出口產品所導致的收入減少	
	科技	研發新技術 Ⓢ Ⓜ Ⓛ	◦ 前期需要更多的低碳技術投入 ◦ 前期技術研發進度低於研發預期，導致產品上線延期	◦ 研發投入增加 ◦ 預期的銷售收入延遲，影響現金流和利潤	◦ 以新能源架構研發新車型，減少開發時間及成本，並積極探索基於多種替代燃料的低碳技術（「3.3.1.2 新能源技術」）
		產品替代 Ⓢ Ⓜ	◦ 新能源汽車轉型，導致燃油車相關生產線和技術逐步淘汰	◦ 資產重估或減值	◦ 針對性調節生產工藝線，有計劃地實施工廠升級路線
市場		原材料成本上漲 Ⓜ Ⓛ	◦ 新能源相關特定原材料供應緊張，可能出現供應鏈短缺現象 ◦ 低碳材料供應緊張，影響產品生產計劃 ◦ 供應商減碳意願較低，導致原材料端的減排緩慢或無法實現	◦ 因材料短缺，可能出現價格上漲，導致生產運營成本增加 ◦ 供應商和原材料商的減碳成本可能轉化為採購金額增加，導致生產運營成本增加 ◦ 尋找替代原材料或供應商，導致額外成本	◦ 完善供應商 ESG 管理機制，加速綠色供應鏈轉型（「3.3.3 供應端減碳」） ◦ 開展供應商 ESG 培訓，對一級核心供貨商提出降碳要求（「3.3.3.1 低碳採購」） ◦ 參與合作研發低碳材料（「3.3.3.1 低碳採購」）



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

(S) 短期風險

(M) 中期風險

(L) 長期風險

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



氣候相關機遇和潛在影響

類型	氣候相關機遇	對商業模型及價值鏈的潛在影響	潛在財務影響 *	機遇舉措管理及應對措施
資源 使用 效率	- 循環經濟 - 減少生產和產品中的材料使用 Ⓢ Ⓜ	- 利用循環技術回收再利用材料和產品工藝設計提升，減少採用原始材料所形成的開採和生產碳排放，同時能減少原始材料的採購 - 促進汽車產品和零部件的回收及再投入使用的相關業務，創造額外收入來源 - 節約材料使用減少廢棄物和污染物的產生及處理	- 減少原始材料的採購成本 - 降低受到原始材料的採購成本價格波動所帶來成本增加的影響 - 循環經濟形成新的收入來源，提升收入 - 減少廢棄物和污染物的處理成本	詳見「4.4 循環經濟」 - 產品設計精簡化減少材料使用 - 提高產品使用循環材料的比例 - 與上下遊合作夥伴和消費者等共同推動循環經濟
能量 來源	- 生產過程採用低排放和可再生能源 - 生產過程的能源節約 Ⓢ Ⓜ	- 減少對化石能源及傳統能源的依賴 - 減少溫室氣體排放和其他環境污染物的排放，對減緩氣候變化和保護生態系統產生正面影響 - 增加對清潔能源技術領域的發展機會	- 能源效率提升降低使自身運營成本降低；2024 年節能改善項目降低成本約 3,906 萬元，餘熱回收項目降低成本 1,736.15 萬元，光伏項目降低 4,500 萬元，儲能項目降低成本約 327.8 萬元。 - 降低受到化石能源及其價格波動所帶來成本增加的影響	詳見「3.3.2 製造端減排」 - 推動和優化能源管理系統，利用智能製造實現節約能源 - 推動生產工藝優化及節能降碳技術改造 - 優化能源結構，提高光伏、儲能，及其他清潔能源的使用
產品 和服 務	- 提供低碳的新能源汽車產品 - 提供低碳的出行方式 Ⓢ Ⓜ Ⓛ	- 吸引和滿足更多消費者對新能源產品的需求，提高市場份額 - 降低出口風險，增加出口進入重視低碳市場的機遇 - 增加低碳出行的客戶 - 獲得政府支持和激勵措施	- 增加低碳產品及服務的銷售收入；2024 年銷售汽車及相關服務的收益人民幣 2,402 億元，主要由吉利品牌 166.9 萬輛汽車銷量（其中新能源汽車佔 30%）及極氪品牌 22.2 萬輛純電動汽車銷量所貢獻。 - 增加低碳產品的出口銷售收入 - 獲得政府補貼等優惠政策，增加收入或降低成本	詳見「3.3.1 使用端減排」 - 推進新能源轉型，在旗下各品牌規劃和推出更多新能源汽車產品，滿足不同細分市場的消費者需求 - 促進低碳出行方式，推動充電基礎設施建設等措施 - 拓展更多可持續出行業務的機會
市場	綠色融資 Ⓢ Ⓜ	- 拓展多元化的融資渠道 - 吸引 ESG 投資者參與	- 降低融資成本，增加融資活動所得之現金流 - 獲得 ESG 投資資金	詳見「2.5 可持續金融」 - 通過發佈可持續金融框架，提升信息透明度 - 獲得可持續貸款，用於支持純電動汽車研發及購買動力電池，助力發展環境友好項目，實現低碳轉型

Ⓢ 短期風險 Ⓜ 中期風險 Ⓛ 長期風險

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



情景分析

《巴黎協定》明確將本世紀全球平均氣溫升幅控制在 2°C 以內，並努力將升溫幅度限制在 1.5°C 以內的宏偉目標。中國提出二氧化碳排放量於 2030 年達到峰值，並力爭於 2060 年實現碳中和目標。本集團致力於助力中國「雙碳」目標的達成，同時積極推進與《巴黎協定》1.5°C 溫控路徑相契合的減碳目標設定。在參考政府間氣候變化專門委員會（IPCC）和國際能源署（IEA）所提供的多樣化情景路線的基礎上，本集團綜合考量中國的能源結構與產業特征，深入探究在四種不同氣候情景下，未來可能面臨的潛在影響與挑戰。四種情景分別為「棕色情景」「綠松色情景（遠低於 2°C 的情景）」「既有情景—穩健路徑」和「激進情景—雄心路徑」，且覆蓋 2030 年與 2045 年兩個關鍵時間節點。

情景分析模型考慮主要因素

氣候風險特性：氣候系統具有高度滯後性，溫室氣體的排放效果可能需要數十年才能顯現。極端天氣的發生會影響車輛的生產、物流運輸環節，對製造、門店銷售等構成威脅。

外部市場發展：外部因素對溫室氣體排放產生影響。

- 可再生能源／清潔能源：清潔能源結構直接影響用電的碳排放。純電車使用階段碳排放的緩解程度取決於電網中清潔能源的比例；
- 再生材料：鋼、鋁、動力電池等重要原材料為車身製造過程中主要碳排放來源；
- 車身性能：車輛在使用階段的能耗（油耗、醇耗和電耗）參數是基於輕量化技術和低能耗技術的發展水平；
- 產品結構：電動汽車在使用階段可以大大降低對化石能源的依

賴，可以幫助用戶更好地實現更低的碳排放；

- 碳價：碳價將影響整個社會綠色低碳轉型，同時提高汽車生產成本。

氣候中和戰略：本集團以 2020 年為基準年，設定 2025 年單輛車全生命周期碳排放減少 25% 以上的短期目標，同時以 2045 年實現碳中和為長期目標。

單輛車碳排放主要來源

在純電動車的全生命周期碳排放中，鋼、鋁等關鍵原材料以及動力電池重要零部件的生產過程所產生的二氧化碳排放佔比接近一半以上。高碳排放原材料是我們必須重點關注的降碳對象。因此，通過提升供應商的降碳能力，確保構建可持續的供應鏈體系顯得尤為關鍵。例如，我們已明確設定至 2025 年，一級核心供應商可再生電力使用比例達到 100%，以及使用可循環鋼 20%、可循環鋁 30%、可循環塑料 25% 的行動路線。電氣化改造及建設分佈光伏電站等提升可再生電力的使用比例，是降低整車生產基地碳排放的主要舉措。同時，我們亦高度重視在工廠引入節能工藝、餘熱回收等低碳技術，以進一步優化能源利用效率。目前，本集團的銷售仍以燃油車為主，燃料燃燒排放因此成為溫室氣體排放的主要來源。為此，我們將持續優化產品結構比例，努力降低車輛在使用階段的排放水平，以逐步實現向低碳轉型的目標。

情景介紹

棕色情景（RCP 8.5 scenario）：該情景依據「政府間氣候變化專門委員會」（Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC）的代表性濃度途徑（Representative

Concentration Pathway, RCP）8.5 構建。在此情景中，假設各國未出台任何應對氣候變化的政策，且未來世界人口呈現大幅增長態勢，同時伴有收入增長緩慢、技術創新乏力的特征，導致溫室氣體排放與濃度不斷攀升，地球表面溫度持續升高，極端氣候事件發生頻率顯著增加。這將使本集團在未來可能遭遇更為嚴峻的挑戰。因此，本集團的沿海設施或將面臨向內陸遷移的困境，並需承擔更高的費用，以防範或化解極端天氣對自身發展及產業鏈所造成的潛在影響。

綠松色情景（遠低於 2°C 情景）：在不考慮吉利汽車自身採取的減排措施以及行業整體自主減排貢獻的前提下，吉利對單輛汽車全生命周期的碳排放預測依據國際能源署（IEA）發佈的承諾情景（APS），並融合企業實際發展狀況進行科學規劃。外部情景的關鍵要素涵蓋中國公佈的政策措施、電力脫碳進度以及鋼鐵、鋁等核心原材料供應商達成淨零排放的預期時間。我們深知，鑒於中國當前的能源結構仍以化石燃料為支柱，且基礎設施建設正處於推進階段，外部政策若延續現有方向，將是決定公司未來發展戰略的關鍵要素。此外，中國已躍居全球最大的新能源汽車市場，作為國內首屈一指的自主汽車品牌，吉利將有望在這一市場格局中獲得更多發展契機。

既有情景—穩健路徑：在 2025 年之前，本集團將依據現有的戰略目標（2025 年目標），結合 2025 年之後在行業內引領並部分超越的低成本自主減排措施，以及主要供應商的脫碳進度，強化 2025-2045 年目標及路徑下的單輛車全生命周期排放預測。該情景設定介於國際能源署（IEA）的承諾情景（APS）與 2050 年淨零排放情景（Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE）之間。本集團將全力實施高效的氣候變化減排舉措，彰顯品牌領導力，積極呼應國家碳中和願景以及全球減排目標，致力於在可持續發展的道路上發揮引領作用。



激進情景—雄心路徑：在 2025 年之前，本集團將依據現有的戰略目標（2025 年目標）進行規劃；2025 年之後，本集團將在行業內發揮引領作用，部分領域實現超越，並採取更大力度的自主措施，同時結合關鍵供應商的脫碳速度，進一步強化 2025-2045 年目標及路徑下的單輛車全生命周期排放預測。參考國際能源署（IEA）的 2050 年淨零排放情景（Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE），在此情景下，全球將顯著加大對低排放燃料的投資力度。預計到 2045 年，盡管本集團在減排方面已做出諸多努力，但仍將有部分排放不可避免地產生，因此，前沿的負碳技術，如碳捕獲與儲存技術（Carbon Capture, Utilization and Storage, CCUS），將成為實現雄心路徑目標的關鍵技術手段。然而，CCUS 技術的商業化應用目前成本較高，且應用範圍相對有限，仍面臨著諸多技術與經濟層面的挑戰。

情景分析

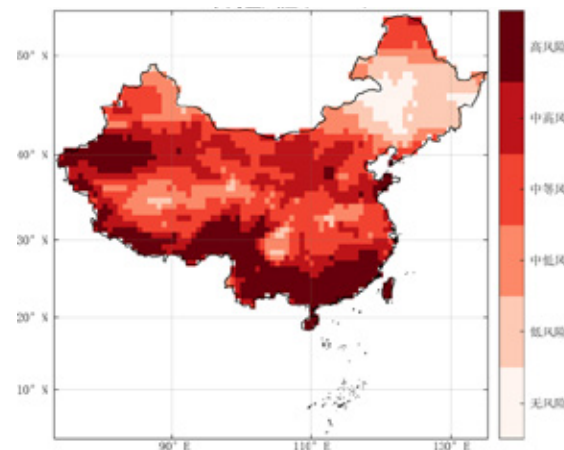
棕色情景：未來，主流車型預計仍將以燃油車為主，這將導致本集團的溫室氣體排放量呈現持續增長的態勢。然而，鑒於全球經濟增長和技術進步在很大程度上仍依賴於化石燃料的使用，這一現狀所引發的極端天氣事件以及生態環境的變遷，極有可能對自然環境造成顯著的負面影響。

綠松色情景：在全球主要國家充分履行其氣候承諾的背景下，清潔電力和電氣化等轉型措施得到有效部署，全球氣候變化的影響相對穩定。在此有利的外部環境下，本集團可持續發展得到極大推動，有望在實現國家碳中和願景和全球減排目標的過程中，發揮更加積極的作用。2030 年單輛車生命周期的碳排放量將降低為 24.43 噸二氧化碳當量／輛。

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

激進情景—雄心路徑：全球將顯著加大對清潔能源及碳減排新技術的投資力度。借助於可持續供應鏈體系的構建與完善，吉利將採取一系列更為積極的舉措，設定更具雄心的目標，實現零碳工廠的全面覆蓋，並持續優化產品結構。然而，在這種激進的行動情景下，企業也將面臨巨大的成本支出挑戰。到 2030 年，單輛車全生命周期碳排放將降至 15.93 噸二氧化碳當量／輛。

報告期內，我們使用 Coupled Model Intercomparison Project Phase 6（CMIP6）全球氣候模型對極氫及其關鍵零部件生產商進行物理風險影響評估。分析風險涵蓋極端高溫、極端降水與海平面上升。



極端高溫情景分析示例

情景分析結論

在制定氣候策略時，本集團充分考量情景分析的成果，以更精準地規劃與之匹配的碳減排方案。經分析，穩健路徑與本集團的未來規劃目標高度契合，且與我們已公佈的減碳目標一致。然而，我們也清醒地意識到，外部情景的不確定性變化將對未來的假設路徑產生深遠影響。今後，本集團將持續審視情景假設條件，確保其具備足夠的靈活性與適應性，以從容應對多種外部情景所帶來的挑戰。

3.4.3 風險管理

本集團已構建完善的風險管理框架及配套的風險管理流程，並將其有效應用於氣候變化相關風險與機遇的管理之中。具體詳情可參閱「2.3 ESG 風險與機遇管理」及「5.2 風險管理及內部控制」章節。氣候相關風險與機遇的管理機制，遵循「3.4.1 治理」所述架構，由董事會、可持續發展委員會、審核委員會、ESG 部門、ESG 工作組、碳管理專責模塊以及相關業務部門等，分別承擔不同層級的責任。

在實施氣候變化風險與機遇的識別及評估包括但不限於以下方法開展：



風險識別

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

風險評估

氣候相關風險與機遇的評估工作基於本集團完善的風險管理框架展開，通過綜合考量風險發生的可能性及其所帶來的影響（涵蓋財務與非財務領域），判定其重要性。

風險監測

在審核委員會對本集團整體風險管理狀況進行審視時，氣候變化等 ESG 風險亦會依據其可能性與影響程度，與其他各類風險一同進行細致的風險排序，並被納入本集團的整體風險地圖之中。此外，氣候變化問題已被本集團識別為在《年度報告 2024》中所披露的主要風險及不確定性因素之一。

風險管理

在應對氣候變化的風險與機遇方面，管理層依據評估得出的風險與機遇的重要程度、應對方案的複雜性以及所需資源，並參考本集團的氣候中和戰略，制定相應的風險與機遇應對策略。對於重大風險與機遇的管理及應對措施，亦會在可持續發展委員會會議上進行深入討論，以獲取可持續發展委員會的專業指導與建議。氣候變化的管理舉措將由碳管理專責部門進行細化分解，並分配至各相關業務部門負責執行，同時按照「3.4.1 治理」所述的機制進行嚴格監督。有關重大氣候相關風險的管理及應對措施的詳細信息，請參閱「3.4.2 戰略」。

3.4.4 指標與目標

本集團氣候變化相關指標如下：

指標類型	指標	單位	2020 (基準年)	2021	2022	2023	2024
溫室氣體排放	單位銷量溫室氣體排放量 (範圍 1+2+3)	噸二氧化碳當量 / 輛	38.26	37.26	35.18	33.67	31.36
氣候變化相關轉型風險	平均燃料消耗量積分 *	分數	-1,234,120	-359,972	1,891,821	2,708,962	4,117,375
	新能源汽車積分 *	分數	-22,584	92,938	836,077	977,903	1,370,939
	乘用車車企平均燃料消耗量 *	升 / 百公里	6.24	6.15	5.23	4.51	3.52(WLTC)
	整車基地能源消耗中的可再生能源佔比	%	8.68	6.12	18.52	33.45	34.75
	整車基地電力使用中的可再生能源佔比	%	18.26	11.32	35.91	60.41	64.31
氣候變化相關機遇	新能源車銷量 (純電動 + 插電混動)	輛	29,857	82,170	272,587 [#]	462,894 [#]	888,235

注：本集團溫室氣體排放（範圍一及範圍二）的統計範圍包含生產吉利品牌、極氫品牌、領克品牌的 16 個整車基地，10 個動力基地，以及辦公場所（杭州總部、寧波杭州灣研究院、動力研究院）；溫室氣體排放（範圍三）包括：1）採購的商品與服務 2）物流與配送（上遊 + 下遊） 3）售出的產品使用 4）員工通勤 5）商務差旅；本集團不涉及範圍三中的上遊租賃資產、已銷售產品的加工、下遊租賃資產類別。

*：包括吉利控股集團持有汽車目錄的子公司因採購本集團旗下汽車品牌，包括吉利品牌、極氫品牌及領克品牌的整車成套件進行最後組裝、落實繳納中國消費稅，然後將相關組裝而成的整車售回予本集團分銷，所形成的相關雙積分及計算的乘用車。2024 年雙積分最終核算情況尚未公示，正式結果將由工信部於 2025 年 6 月公告。

[#]：為便於準確對比，銷量數據已將睿藍汽車剔除。



自然受益

重要議題

- ◎ 資源使用與循環再利用
- ◎ 污染與廢棄物管理
- ◎ 生物多樣性



污染與廢棄物管理

- 100% 廢氣、廢水、固廢達標處理及排放
- 100% 整車基地通過 ISO 14001 外部認證
- 12 個國家級「綠色工廠」（2023 年：10 個）
- 11 個「無廢工廠」（2023 年：6 個）
- 整車基地工業廢水排放密度：1.41 噸 / 輛（↓ 9%）
- 整車基地危廢產生密度：8.56 千克 / 輛（↓ 7%）

資源使用與節約

- 整車基地水資源消耗密度：1.26 噸 / 輛（↓ 1.6%）
- 整車基地工業用水資源循環利用率：98.5%

循環經濟

- 建立了循環車、循環件、循環材料、創新業務（電池梯次利用、再生等）的汽車循環生態

生物多樣性保護

- 100% 整車製造基地開展自然受益管理成熟度評價





本集團在氣候中和基礎上，深入探索自然生態與企業協同發展路徑。以成為自然受益企業為指引，在 ESG 戰略規劃中嵌入「自然受益」核心理念，確保企業發展的同時，充分考量對自然環境的依賴及潛在影響，著重於污染與廢棄物管理、資源使用與節約、循環經濟以及生物多樣性保護等領域的風險識別與機遇把握，帶動價值鏈夥伴共同維護自然生態系統。

4.1 自然資本

將自然資本納入企業經營管理決策，促進人與自然和諧共生，是構建綠色、低碳、循環發展經濟體系的重要路徑。本集團深刻認識到自然資本作為生命支撐系統的重要性，積極開展自然資本管理，引領行業向更加綠色、可持續的未來邁進。

4.1.1 治理

本集團設立 ESG 管治架構，應對環境相關（包括氣候變化、污染與廢棄物管理、資源使用與循環再利用、生物多樣性等）風險與機遇（詳見「2.2 ESG 管治」）。

環境管理

本集團首席安全官（CSO）作為環境管理業務的最高負責人，負責監督全集團的環境目標，並直接向管理層匯報環境工作進展。在日常管理方面，本集團安全環保部是環境管理歸口管理部門，統籌環境管理體系，對環境績效設定明確目標並開展全面系統管理；同時，監督、考核各製造基地的目標完成情況，並聯合研發、生產等部門共同制定標準化措施；各基地安全環保部負責基地環境管理工作，承擔並完成本集團下發的年度細分環境目標及考核指標，以及建立各項環境應急預案並組織演練。

自然受益管理

在自然受益管理架構中，各部門緊密協同聯動，共同為實現公司的自然受益目標，推動 ESG 戰略的有效實施而努力。

製造系統 ESG 工作組負責推進整車製造工廠自然受益管理，對各製造工廠的自然受益管理成熟度評價進行監督、管控、複審、反饋，協助製造工廠實施自然受益管理，打造自然受益工廠。

循環製造中心聚焦內部資源循環利用，並以生產者責任延伸試點為契機，聯合資源生態企業貫通產業鏈上下遊，實現循環車、循環件和循環材料的消費流通，全面踐行產品全生命周期的綠色責任。

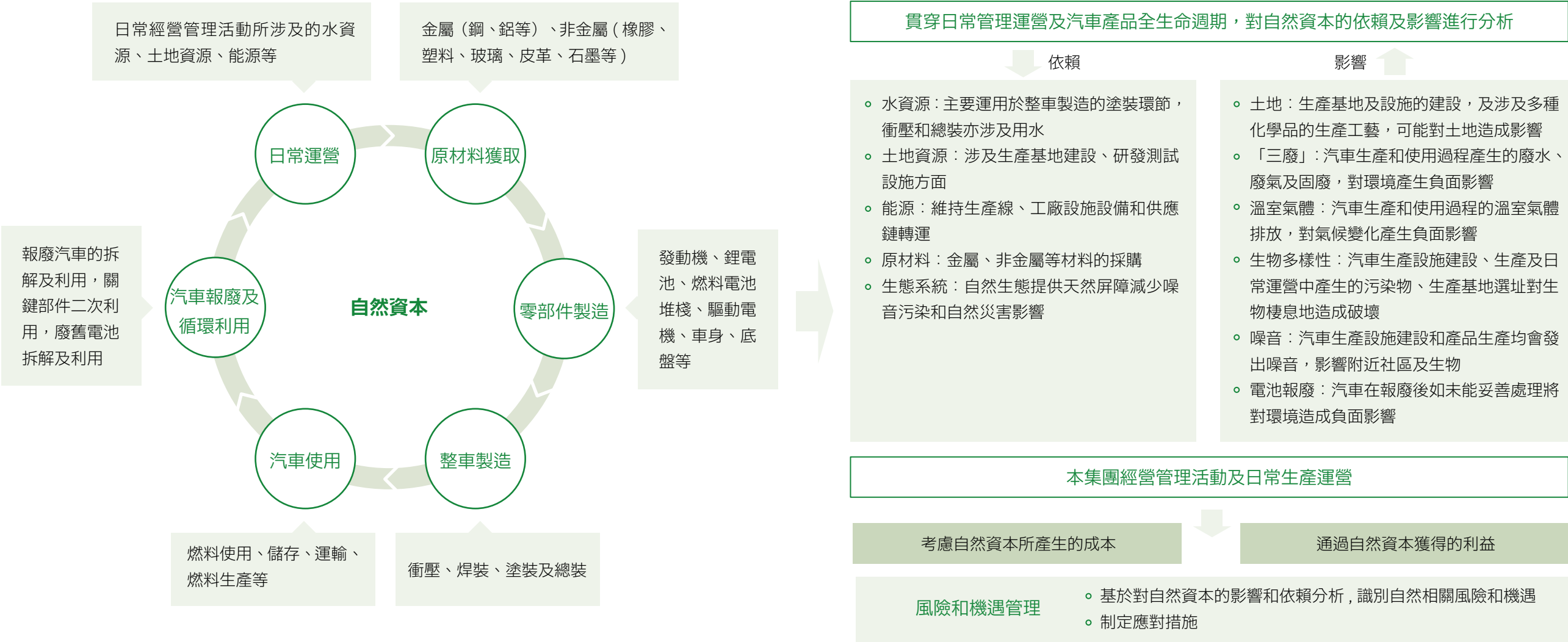
4.1.2 戰略

本集團充分識別自然相關風險與機遇，旨在有效應對環境變化帶來的挑戰並捕捉共贏機遇；同時，我們積極發展自然受益型經濟，推動節約和循環型生產模式，以減少對自然資本的依賴。此外，我們還創建以工廠為載體的典型應用情境，展示如何在日常運營中實現自然與經濟的和諧共生，為行業樹立綠色轉型的示範。

本集團參考 TNFD 的 LEAP 方法以及 ENCORE 數據庫等指南工具，識別並評估整車製造工廠對自然相關的影響和依賴、風險和機遇，開展內外部利益相關方調研，進一步評估其重要性。本集團將持續完善自然相關的風險和機遇評估機制以完善日後的相關披露。

識別自然相關影響與依賴、風險與機遇

基於本集團汽車產品全生命周期各環節業務活動對自然的影響與依賴分析，結合國內外相關政策分析及同行對標研究，本集團識別出整車製造階段與價值鏈上、下游面臨的自然相關風險與機遇，並制定針對性風險與機遇管理策略。



依賴：開展業務活動如何利用自然資本 影響：自身商業模式與價值鏈如何影響自然資本

自然相關風險分析

風險類型		風險項	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響	風險管理及應對策略
物理 風險	急性 風險	◦ 極端天氣與突發自然災害 Ⓜ Ⓛ	◦ 颱風、颶風或洪水等日趨嚴重的極端天氣及自然災害事件，可能導致供應鏈斷裂、產品生產延後，以及影響工廠正常生產與運營等。	◦ 提升氣候韌性及自然災害應對措施，導致運營成本增加； ◦ 生產中斷和延遲，導致銷售收入減少； ◦ 資產損壞無法使用，或需要修復和替換，導致淨資產減少和生產運營成本增加； ◦ 保險費用及理賠費用成本增加。	◦ 建立應急響應機制、定期開展應急演練，以避免及降低極端天氣與突發自然災害對工廠的影響； ◦ 積極採取預防措施與定期風險評估，根據各製造基地屬地發生自然災害曆史數據建立防範預案； ◦ 聯合上下遊合作夥伴共同採取降碳行動，建立協作機制，提升價值鏈應對氣候變化的韌性。
	慢性 風險	◦ 海平面上升 Ⓛ	◦ 海平面上升或長期的熱浪，可能迫使企業將沿海設施往內陸遷徙，造成資產損失。 ◦ 港口因海平面上升癱瘓，影響供應鏈及產品的物流。	◦ 遷徙到內陸需要巨大的資金投入，包括購買或租賃新的土地、建造廠房、搬遷設備和人力成本等，導致生產運營成本大幅提升； ◦ 出售或放棄現有不動產，導致資產重估、減值及損失； ◦ 尋找替化的物流方案，導致相關成本增加、生產受影響引致收入下降。	
		◦ 水資源短缺 Ⓜ Ⓛ	◦ 水資源短缺影響生產及運營所需。	◦ 可能導致水資源獲取成本增加，如購買更昂貴的外部水源、建立水處理設施等。	詳見「4.3 資源使用與節約」 ◦ 研發水循環技術，採取減量使用、廢水回用等措施，落實水資源管控措施，提升水資源使用效率，減少廢水排放。
		◦ 污染物排放 Ⓢ Ⓜ Ⓛ	◦ 塗裝、焊接、鑄造等工序中使用的化學品，如溶劑、油漆等，以及在這些工序中產生的污染物排放，若處理不當，可能對土壤、水源和空氣造成污染。	◦ 污染物處理可能造成額外的環保成本或因未能符合法規而造成罰款。	詳見「4.2 污染與廢棄物管理」 ◦ 嚴格遵照國家法律法規和相關標準要求，統籌各類廢棄物日常管理； ◦ 提高原材料和輔助材料的利用效率，減少污染物的產生量； ◦ 固體廢物、危廢等資源化利用； ◦ 搭建包含設計、製造、供應鏈、回收端的全鏈路無廢管理模式。
		◦ 生態破壞 Ⓛ	◦ 生態破壞導致生物物種減少，影響生態平衡，導致部分自然資源短缺。	◦ 生態系統修復可能帶來額外成本。	詳見「4.5 生物多樣性保護」 ◦ 在項目建設初期評估項目對生態環境的影響，避免在生態脆弱的地區開展項目建設。



風險類型		風險項	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響	風險管理及應對策略
轉型風險	政策和法律風險	◦ 市場監管嚴格 (S) (M) (L)	◦ 環境保護相關政策、法規要求不斷收緊，如空氣污染物排放限值、廢水處理標準等，企業可能面臨更嚴格的監管要求； ◦ 生物多樣性相關國際國內政策出台，對企業採取保護生物多樣性措施提出要求，可能要求企業加強對生物多樣性影響的評估和監控。	◦ 環境管理投入成本增加； ◦ 生物多樣性影響監測帶來額外的運營成本。	◦ 生產經營過程中嚴格遵守國家環保相關法律法規，密切跟進相關政策調整或新興環境法規動態； ◦ 組織開展內部培訓，並通過技術創新與綠色生產等舉措，應對和防範環保法規變更帶來的風險； ◦ 試點開展工廠級別自然資本評估，推進整車製造工廠自然受益管理成熟度評價，促進工廠向自然受益轉型（詳見「4.5 生物多樣性保護」）； ◦ 制定氣候戰略、減碳目標，對產品碳足跡實施跟蹤並做出全生命周期降碳手段。（詳見「3.2 全生命周期碳管理」及「3.3 減碳行動實施」）； ◦ 強化供應鏈 ESG 表現和評估管理，尤其涉及海外出口的供應商和新能源關鍵零部件供應商，確保符合出口合規要求（詳見「7.1 可持續供應鏈」）。
		◦ 國際綠色貿易壁壘 (S) (M)	◦ 歐盟碳邊境調節機制（CBAM）、歐盟《新電池法》《企業可持續發展盡責調查指令》（CSDDD）等法規和政策，增加產品出口合規需求。	◦ 貿易合規成本增加（如碳價格、碳關稅、供應鏈成本、回收成本等）； ◦ 產品碳足跡、電池溯源、供應商盡調、電池護照等相關核算費用增加； ◦ 如未能符合相關要求，所導致的額外購買 CBAM 證書成本、罰款或出口產品損失所導致的收入減少。	
	技術風險	◦ 革新生產技術 (S) (M) (L)	◦ 自然受益轉型（例如：低污染、環保材料、循環經濟）對物料選擇、製造設備、生產工藝提有更高的要求； ◦ 自然受益轉型受限技術研發進度及自然資源限制，影響產品開發進度和供應鏈韌性。	◦ 額外的研發投入或採購相關設備帶來高昂的成本； ◦ 產品開發進度和供應鏈韌性受影響，導致收入下降或解決影響的成本增加。	詳見「3.3 減碳行動實施」、「4.2 污染與廢棄物管理」、「4.3 資源使用與節約」 ◦ 針對性調節生產工藝線，有計劃地實施工廠升級路線，減少生產運營過程中的污染物、廢氣、廢水、溫室氣體等排放； ◦ 研發水循環技術、減量使用、廢水回用等措施，同步引入新技術、新工藝、新設備不斷優化生產流程，提高水資源的回收及循環再利用效率； ◦ 成立循環經濟工作組，確保各環節的規範化管理和高效運作。
	市場風險	◦ 市場需求 (M) (L)	◦ 消費者關注產品及其生產環節、供應鏈環節的環保表現，其偏好轉變可能導致某一類產品需求量降低。	◦ 影響市場份額，導致產品銷售收入下降。	◦ 規劃多元化新能源汽車產品的同時，注重生產及價值鏈環節的環保績效，並加強相關信息披露。
	聲譽風險	◦ 行業聲譽 (S) (M)	◦ 在生產運營過程中，如未能妥善處理污染物、廢水、固體廢棄物排放，或溫室氣體減排目標未能達成，可能影響附近生態和社區，致使投資者、社區、消費者等利益相關方對企業失去信任與支持，影響企業聲譽。	◦ 受到投資者或外部環保組織質詢和壓力，影響股價和融資能力。	◦ 主動披露本集團的環境目標和績效進展，積極與外部溝通和回應 ESG 相關問題； ◦ 積極落實「三廢」處置標準，按照污染物監督與管理措施嚴格監測排放量，持續加強廢水、廢氣及固體廢棄物的規範管理，確保污染物排放的合規合法； ◦ 滿足相關法律、法規要求的同時，採取碳減排措施推動目標進度； ◦ 持續監測周邊生態環境，並通過推進生態補償和生態修復項目保護生物多樣性； ◦ 踐行生產者責任延伸等項目，推動循環車、循環件、循環材料等循環經濟發展。



自然相關機遇分析

機遇類型	機遇項	對商業模型及價值鏈的當期及預期影響	潛在財務影響	機遇管理及應對策略
技術機遇	◦ 循環經濟 (S) (M)	◦ 利用輕量化技術、循環回收技術、回收再利用材料，以及產品工藝設計提升，減少採用原材料所形成的開採和生產碳排放和環境污染，同時能減少原材料的採購； ◦ 打通產品生產階段及報廢回收階段的循環材料再利用； ◦ 開拓圍繞循環回收業務新模式。	◦ 減少原材料的採購成本； ◦ 降低受到原材料的採購成本價格波動所帶來成本增加的影響； ◦ 循環經濟形成新的收入來源，提升收入。	詳見「4.4 循環經濟」、「3.3.3.1 低碳採購」 ◦ 開發輕量化技術和循環材料，從源頭減少材料使用並應用循環材料； ◦ 與原材料供應商合作，開展廢金屬回收、材料循環再利用； ◦ 開發循環車、循環件、循環材料、創新業務（電池梯次利用、再生等）。
	◦ 生產過程減少污染物排放及資源使用 ◦ 生產過程採用低排放和可再生能源 ◦ 生產過程的能源節約 (S) (M)	◦ 減少廢棄物和污染物的產生及處理； ◦ 減少對化石能源等傳統能源的依賴； ◦ 減少溫室氣體排放和其他環境污染物的排放，對減緩氣候變化和保護生態系統產生正面影響； ◦ 增加清潔能源技術領域的發展機會。	◦ 減少廢棄物和污染物的處理成本； ◦ 能源效率提升使自身運營成本降低； ◦ 降低受到化石能源及其價格波動所帶來成本增加的影響。	詳見「4.2 污染與廢棄物管理」、「4.3 資源使用與節約」、「3.3.2 製造端減排」 ◦ 採用行業領先工藝及技術降低廢氣、廢水、固廢及危廢排放； ◦ 推動和優化能源管理系統，利用智能製造實現節約能源； ◦ 推動生產工藝優化及節能降碳技術改造； ◦ 優化能源結構，提高光伏、儲能，及其他清潔能源的使用。
市場機遇	◦ 市場需求 (S) (M) (L)	◦ 用戶環保意識提高，更注重產品環保性，產品在生產過程中良好的環境績效可能有助於吸引此消費群。	◦ 可能有助於產品銷量提升。	詳見「3.3 減碳行動實施」、「4.2 污染與廢棄物管理」、「4.3 資源使用與節約」、「4.4 循環經濟」 ◦ 通過技術創新、工藝改進等措施，提升生產環節的環境績效； ◦ 打造綠色產品、健康車、循環車等產品概念； ◦ 推進新能源轉型，在旗下各品牌規劃和推出更多新能源汽車產品，滿足不同細分市場的消費者需求； ◦ 促進低碳出行方式，推動充電基礎設施建設等措施； ◦ 拓展更多可持續出行業務的機會。
	◦ 綠色融資 (S) (M)	◦ 拓展多元化的融資渠道； ◦ 吸引 ESG 投資者參與。	◦ 降低融資成本，增加融資活動所得之現金流； ◦ 獲得 ESG 投資。	詳見「2.5 可持續金融」 ◦ 通過發佈可持續金融框架，提升信息透明度； ◦ 獲得可持續貸款，助力發展環境友好項目，實現低碳轉型。
聲譽機遇	◦ 行業聲譽 (S) (M)	◦ 採用可持續的生產流程，減少對環境的影響，將有助於企業提升品牌形象，在利益相關方中建立良好聲譽。	◦ 可能獲得投資者青睞，提升股價和融資能力。	◦ 主動公開自然受益管理與實踐進展，提升信息透明度，增強外界對企業的正面認知。
政策機遇	◦ 政策支持 (S) (M)	◦ 企業入選國家級綠色工廠、無廢工廠、零碳工廠等相關榮譽獎項。	◦ 獲得政府補貼等優惠政策，增加收入或降低成本。	◦ 基於綠色工廠、無廢工廠、零碳工廠等評價指標，建立更進階的自然受益工廠管理指標體系，推動工廠自然相關風險與機遇管理不斷提升。

(S) 短期風險 (M) 中期風險 (L) 長期風險



發展自然受益型經濟

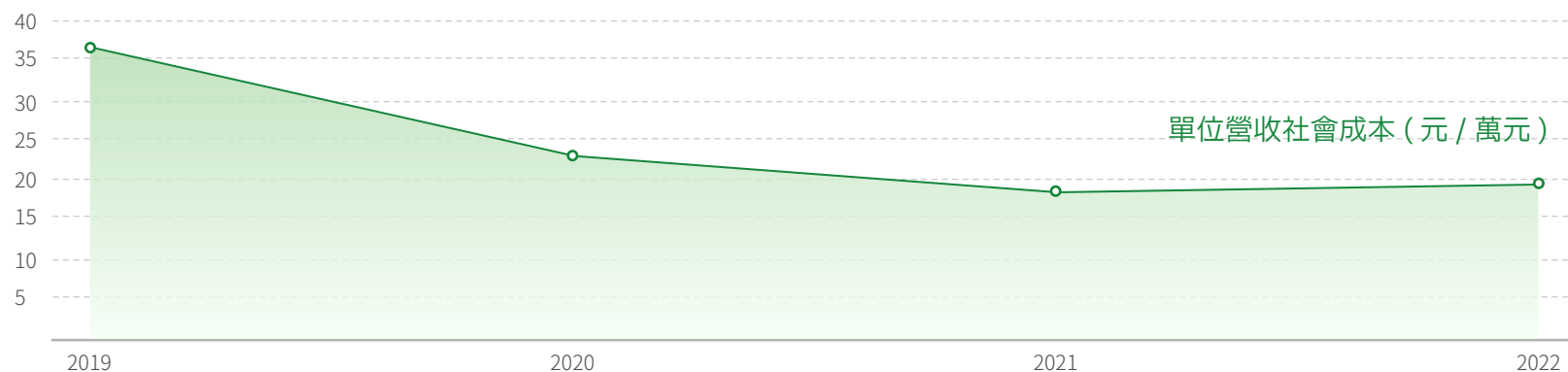
本集團致力於構建以自然受益型經濟為導向的可持續發展模式，通過發展循環經濟實現資源價值最大化。一方面，組建「汽車產品生產者責任延伸試點項目專項小組」，系統策劃發展藍圖，建立生產者責任延伸體系；另一方面，實體化運作循環製造中心，專注循環車、循環件及循環材料的開展，攜手生態夥伴構建開放共贏的再生業務生態體系。

創建以工廠為載體的典型應用情境

以貴陽工廠為試點開展自然資本評估。本集團以貨幣化方式識別、評估汽車整車製造活動（包括沖壓、焊接、塗裝、總裝及其他運營環節）對自然相關的影響和依賴、風險與機遇，發現隨著環保投入與節能技改力度不斷加強，大氣污染物、廢水、固體廢棄物、溫室氣體等減排效率、水資源利用效率提升效果顯著，對自然產生的外部性影響 / 社會成本呈現下降趨勢。這意味著採用有效的技術提升對自然資本的利用率、減少對自然資本的消耗是管理自然相關影響的關鍵，而技術缺失或落後可能為企業帶來更多的管理成本。吉利汽車持續關注環境相關技術革新與資源循環利用，以應對潛在風險。

以下是綜合考慮貴陽工廠生產製造活動產生的大氣污染物排放、廢水排放、固體廢棄物排放及溫室氣體排放帶來的外部性影響與依賴所產生的社會成本，以每萬元營收產生社會成本為指標。

貴陽工廠生產運營期對自然資本影響 / 依賴的單位營收社會成本的變化趨勢 *



推進整車製造基地自然受益管理。本集團在貴陽工廠自然資本評估試點研究基礎上，將研究成果向基地管理轉化應用，提煉一系列用以評估整車製造基地自然受益相關管理行動進展的指標，構建首套《整車製造工廠自然受益管理成熟度評價表》，涵蓋公司治理、利益相關方管理、員工能力建設、運營期減排控制、資源使用、生態恢復與補償等多維度指標。通過自然受益管理成熟度評價，發現共性問題，針對性制定提升改善措施，以推動自然與氣候相關因素深度融入基地運營決策與日常管理，推進本集團氣候中和戰略及自然受益戰略在各製造基地落地。

報告期內，本集團以 2020 年為基準年，對 16 個整車基地從規劃設計、建設到運營的全生命週期進行自然受益管理成熟度評估，覆蓋率實現 100%。評價結果顯示，大部分整車基地仍處於起步或發展階段，本集團將以完善管理體系、優化管理制度、提升管理意識和能力等行動為主要目標，持續賦能工廠從「被動合規」轉向「主動增值」，向自然受益型企業邁進。

* 注：生產運營期以貴陽工廠 2019 年正式開始投產為基線，分析生產運營期前 4 年（即 2019 年至 2022 年）的社會成本變化趨勢；社會成本是實質性影響與依賴的綜合貨幣化價值，衡量業務運營活動對自然的外部化影響與依賴的價值。



4.1.3 風險管理

本集團已建立完善的風險管理框架及相關風險管理流程，並應用於自然相關的風險與機遇管理。詳情見「2.3 風險與機遇管理」和「5.2 風險管理及內部控制」。我們嚴格遵守相關法律，內部制定了《環境因素識別及評價程序》《水污染防治管理程序》《大氣污染防治管理程序》《固體廢物污染防治管理程序》等管理制度，並發佈《生物多樣性政策聲明》《可持續原材料政策》《環境聲明》等制度聲明。本集團根據 ISO 14001 持續推進環境管理體系，以標準化流程對本集團的生產運營進行規範化管理，實現環境管理工作有章可循、管理舉措有效落地。

在綠色工廠、無廢工廠、零碳工廠建設基礎上，本集團探索打造自然受益工廠，在自然相關治理、戰略、影響與風險管理、指標與目標、信息透明度等方面綜合發力，在「避免」「最小化」「轉型」「恢復和再生」各個層面採取行動，構建富有氣候與自然韌性的整車製造基地，逐步增強整車自然受益屬性，提升整車全價值鏈應對自然相關影響與風險能力。

4.1.4 指標與目標

我們制定了全面自然受益相關目標，涵蓋廢棄物管理、廢氣廢水排放、水資源高效利用以及循環材料使用等關鍵領域。同時，建立了完善的指標監控體系，對各項關鍵指標進行實時收集與分析，以便根據數據反饋及時調整策略與行動。此外，我們還

制定了水、大氣、固體廢物污染防治管理程序，通過制定年度績效目標並簽訂年度責任狀，確保各項環境目標穩步推進，以實際行動踐行環境保護與可持續發展承諾，助力公司 ESG 發展邁向新高度。

我們於 2024 年完成了 74 個車型的中國環境標志產品認證，該標志認證旨在評估產品從設計、生產、使用到廢棄處理處置乃至回收再利用的全過程環境行為控制（即「從搖籃到搖籃」），認證符合中華人民共和國環境保護行業標準 HJ2532-2013《環境標志產品技術要求 輕型汽車》。



- **100%** 整車基地獲得 ISO 14001 外部認證
- 國家級「綠色工廠」：**12 個**
- 「無廢工廠」：**11 個**
- 新、改、擴建項目的環境手續同步完成率（三同時）達到 **100%**
- 廢水、廢氣、固廢 **100%** 達標處理
- 廢氣、污水、噪聲等污染物 **100%** 達標排放
- 危險廢棄物 **100%** 合規處置

4.2 污染與廢棄物管理

本集團高度重視污染與廢物管理工作，致力於全方位減少會對環境造成影響的因素。我們嚴格遵守國家環保相關法律法規，報告期內對環境相關法規和標準進行全面梳理和更新，持續加強廢水、廢氣及固體廢棄物的規範管理，明確污染防治管理流程，並制定年度績效目標，按照污染物監督與管理措施嚴格監測排放量，確保實現排放物的合規處置和環境污染最小化。

本集團各工廠建立全面的環境因素識別機制，針對突發性環境污染事故，制定環境應急管理體系。我們設立環境應急管理小組，明確各組織架構中的職責，各製造基地成立突發重大事故（件）應急指揮中心，由各基地總經理作為應急總指揮，由安全環保部門負責主要日常運營。另外，我們設定了環境應急預案，每三年向政府提交預案備份。日常運營中，我們定期進行安全設施檢查，對應急預案進行定期的培訓和演練，規範應急準備、預警、報警、響應分級等流程，組織事故發生後聯系、搶險、救援工作，提升對突發環境事件應對的效率和風險規避能力。

4.2.1 廢棄物管理

本集團嚴格按照一般固廢、危險廢物處置標準開展廢棄物管理規劃，持續深化污染防治和減排管理，嚴格遵照國家法律法規和相關標準要求，統籌各類廢棄物日常管理，推動降低固體廢棄物的工作落地。同時，我們依託國家《「無廢城市」建設試點工作方案》《浙江省「無廢城市細胞」建設評估指南》等，



編制《無廢工廠評價標準》。我們搭建包含設計、製造、供應鏈、回收端的《汽車製造行業全鏈條無廢管理模式》，成為汽車行業首家成功入選工信部與生態環境部聯合發佈的全國首批「無廢企業」典型案例。



- **無廢設計**：整車可回收率提升至 **≥96.6%**，開展禁限物質調查與證據鏈收集；
- **無廢製造**：開展 **190 個**節水節電降危廢專項活動，2024 年危廢產生密度**下降 7%**；
- **無廢供應鏈**：納入吉利汽車無廢製造標準的供應商 **481 家**，覆蓋 **2,488 個**零部件，年度減少固廢產生量 **1.8 萬噸**；
- **無廢循環**：回收端開展廠房循環（指再利用整車製造工廠停產後的廠房及設備）、設備循環、整車循環與材料循環，2024 年循環車整備 **1,770 台**，回用件及再製造件 **67,419 件**，循環材料回收 **10,690 噸**。

延伸閱讀：威睿電動強化固體廢棄物和危險廢棄物的管理



威睿電動分別建設了固廢庫與危廢倉庫，對日常產生的一般工業固廢和危險廢棄物進行分類投放。目前，公司涉及的工業固廢有 15 類，危險廢棄物有 13 類，且所有廢棄物均交由具備處置資質的處置商進行合規處理。此外，威睿電動已制定廢棄物減量管控措施，通過制定廢棄物管理規定，對危險廢棄物和一般工業固廢的產廢點、存儲點進行嚴格管理，並要求各工廠及相關單位落實減量化、資源化措施。2024 年威睿電動產廢量同比下降超過 10%。

4.2.1.1 一般固體廢棄物管理

本集團所產生的一般固體廢棄物主要包括沖壓邊角料、沖壓報廢件、一般工業固廢（包裝材料、其他工廢料）、建築垃圾及生活垃圾等。為了有效管理這些廢棄物，我們建立了一套全面的管理機制，旨在提高原材料和輔助材料的利用效率，從而減少固體廢棄物的產生量。此外，我們致力於從源頭減少固體廢物的產生，並推動其資源化利用，力求將填埋量降至最低。打造對環境影響最小的工廠發展模式，確保固體廢物產生量最小化、資源化利用最大化，並實現安全處置。

一般固體廢棄物管理措施：

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

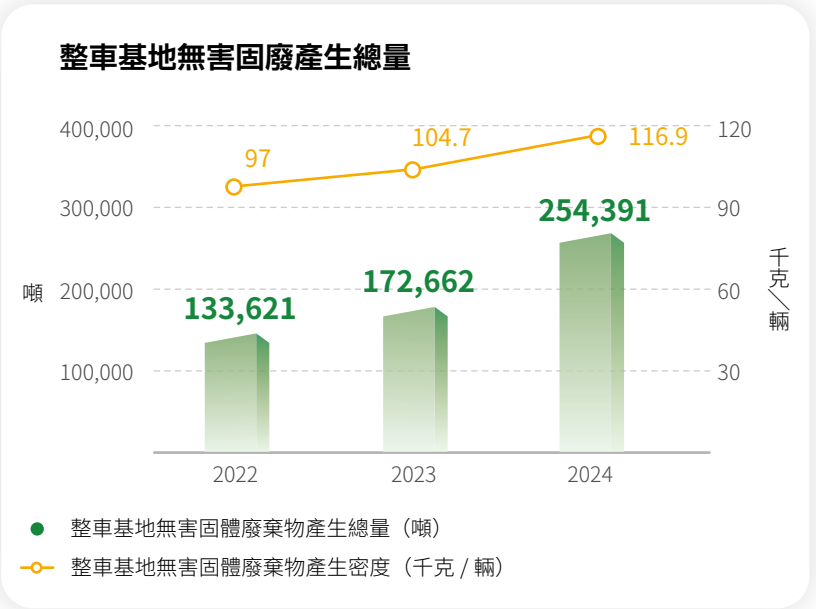
固體廢棄物全流程（採購、生產運營及處置）監督管理：

- 對固體廢物分類收集、貯存、運輸、利用、處置識別，回收收集可再生利用部分；
- 按照《環境保護圖形標志》（GB15562.2-1995）設置固體廢物貯存場所標識標牌，並確保對不可避免的廢棄物進行妥善管理；
- 進行監控；對工廠及供應商固廢管理能力、固廢減量目標、固廢減量方法等多維度進行每半年度及年度評價，並將評分納入年度績效考核；
- 按照季度對固廢處置供應商進行評價，核實污染防治受託方的主體資格及技術能力，在合同中明確污染防治要求；



- 對辦公垃圾設置分類垃圾桶，集中設置廢舊報紙、紙板等儲存點，定期由專門人員上門回收；
- 開展《固廢法》培訓，確保員工了解相關法律法規及管理制度。

報告期內，本集團的廢棄物處置流程包括綜合利用、焚燒及回收。2024 年固體廢棄物無害化處理率為 100%。



2024 年

- 整車基地無害固體廢棄物產生密度為 **116.88 千克 / 輛**（2023 年：104.74 千克 / 輛），相較 2023 年上升 11.6%；
- 整車基地一般固體廢棄物循環利用率：**99.1%**（2023 年：97.3%）。

4.2.1.2 危險廢棄物管理

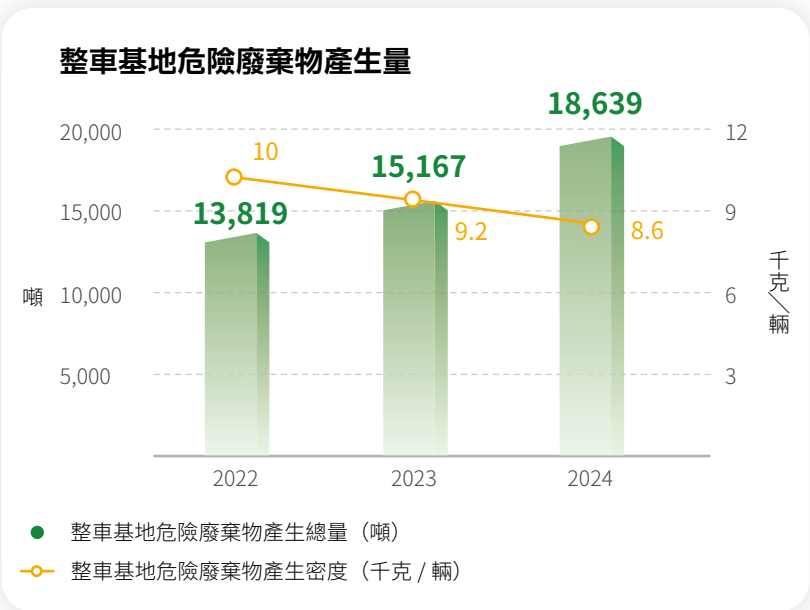
本集團危險廢棄物主要來源於廢油、廢膠桶、廢油漆、污泥等十餘種危險廢棄物。我們遵照國家法律法規，歸口管理危險廢棄物，持續完善危險廢棄物管理機制。

危險廢棄物的管理舉措：

合規管理	◦ 按照當地環保局要求，制定危險廢物的管理計劃並備案； ◦ 嚴格按照《國家危險廢物名錄》、環境影響評價報告，識別製造過程中產生的危險廢物，轉移給有資質的第三方供應商進行回收利用；
安全存放	◦ 設置專門的危險廢物倉庫，分類分區存放危險廢物； ◦ 危險廢物的容器和包裝物以及收集、貯存、運輸、利用、處置危險廢物的設施、場所均按照相關規定設置識別標志；
運輸防範	◦ 針對運輸泄漏風險，我們採用防滲防漏容器，確保運輸過程中沒有危險廢物洩漏；
合規處置	◦ 適時開展拆車場及塗裝車間的危險廢物處置，以減少土壤或水污染事件的發生； ◦ 委託具備資質的第三方進行危險廢物外運處置；對危險廢物進行集中招標採購，審查委託方和供應商資質，對供應商的現場處置、能力、處置方式等實施現場審查； ◦ 可回收的危廢（如，廢鉛酸電池、廢潤滑油、廢包裝桶、廢三元催化器），均由有資質供應商回收後進行資源再利用。

溶劑回收項目有效減少危險廢棄物產生

領克餘姚工廠實施溶劑回收項目，針對原本作為清洗使用的廢油性溶劑，通過在塗裝車間進行淨化處理，循環利用於塗裝生產線。自 2024 年 7 月投產以來，該項目已回收溶劑 44.5 立方米，成功減少危險廢物產生 40.5 噸，並相應減少了 44.5 立方米的原材料採購。領克成都工廠選擇將廢溶劑作為 HW06 類危險廢物交由第三方專業處置單位進行回收提純，提純後的溶劑再由供應商調配返回塗裝車間複用，同樣實現了危險廢棄物的回收利用。



2024 年

整車基地危廢產生密度為 **8.56 千克 / 輛**（2023 年：9.2 千克 / 輛），相較 2023 年**下降 7%**。

除了整車基地外，我們亦在研究院推動危廢管理。吉利汽車中央研究院自主開展降危廢項目，設定年降危廢產生量 4%。報告期內，中央研究院實現危廢同比下降 28%。

4.2.1.3 有害物質管理

本集團的有害物質主要源自實驗室試驗流程中衍生的危險化學品和整車製造過程中產生的有害物質。為持續提升集團對有害物質的管理效能，明確界定各部門在危險化學品及有害物質管理上的具體職責，我們對從採購、運輸、儲存、應用至報廢等各環節的管理要求進行了詳盡細化。我們不定期審視制度執行情況，發佈檢查結果並要求整改，2024 年度，本集團未發生化學品泄漏事故。

我們遵循國家規定，嚴格監管易制毒、易制爆危險化學品的申請、採購、使用、存儲及報廢全生命周期，確保不發生環境突發事件。為此，我們建立了關於有害物質與化學品管理的規範體系，包括《汽車回收與有害物質控制管理辦法》《汽車零部件和材料禁用、限用物質要求》。

4.2.2 廢氣排放及管理

本集團產生的氮氧化物 (NOx)、二氧化硫 (SO₂)、非甲烷總烴 (NMHC) 等廢氣主要來源於整車製造過程中塗裝車間噴塗廢氣和烘幹廢氣。我們致力於減少生產過程產生的廢氣對周圍環境的影響，積極開展廢氣排放監測及治理工作。

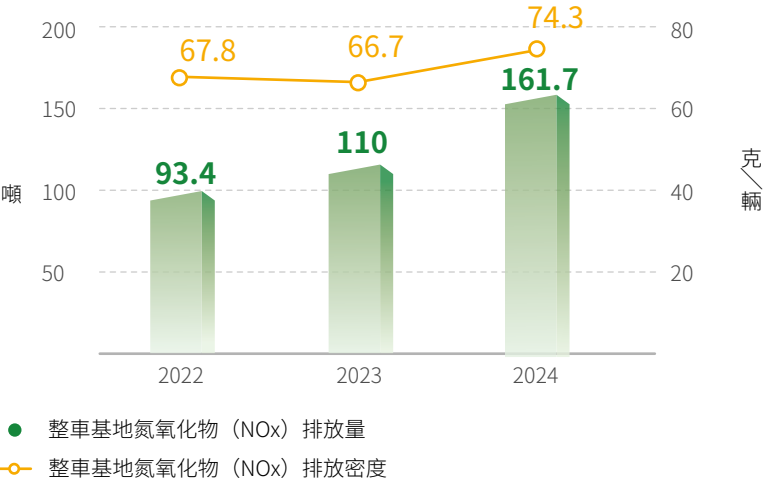
我們通過各項管理和技術手段，提升生產過程的管控，確保廢氣排放的合規受控。廢氣排放及管理的主要措施：

識別廢氣影響	◦ 識別與運營活動所產生的氮氧化物、二氧化硫、非甲烷總烴等廢氣，對周邊環境的影響
先進工藝及設備	◦ 採用行業領先工藝及技術降低廢氣排放並提升淨化率
	◦ 設置集中吸附脫附 + 催化裂解裝備，VOCs 處置後達到排放標準後排放
	◦ 塗裝工藝引入幹式噴漆室及循環風技術
	◦ 新建項目採用全自動噴塗、水性漆以降低 VOCs 排放
	◦ 採用低氮燃燒設備，降低 NOx 排放
	◦ 引入蓄熱式焚燒爐（RTO），採用焚燒的方式，將各塗裝線收集的有機廢氣進行統一處理
	◦ 開展餘熱回收節能項目
	◦ 優化能源管理體系，將廢氣的熱量轉化為可供利用的熱能
管理措施	◦ 在廢氣處理場所醒目位置懸掛崗位操作規程和污染治理設施施工雲流程圖等標牌
	◦ 測量、記錄和報告主要污染源及污染物排放和減少的情況，並分析數據和制定對策
	◦ 要求第三方施工單位在工地設置空氣質量監測設備並配套揚塵管控設備
	◦ 精細化管理物料儲存、輸送、裝卸及生產工藝過程中的無組織廢氣，減少無組織污染物的排放
定期巡檢	◦ 開展定期巡檢，保證污染治理設施完好和正常運行
合規排放	◦ 測量達標後合規排放

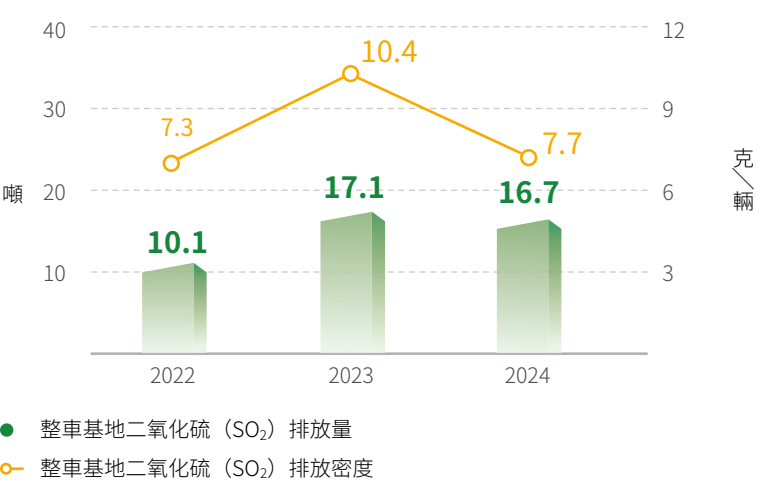
報告期內，本集團廢氣達標排放為 **100%**。



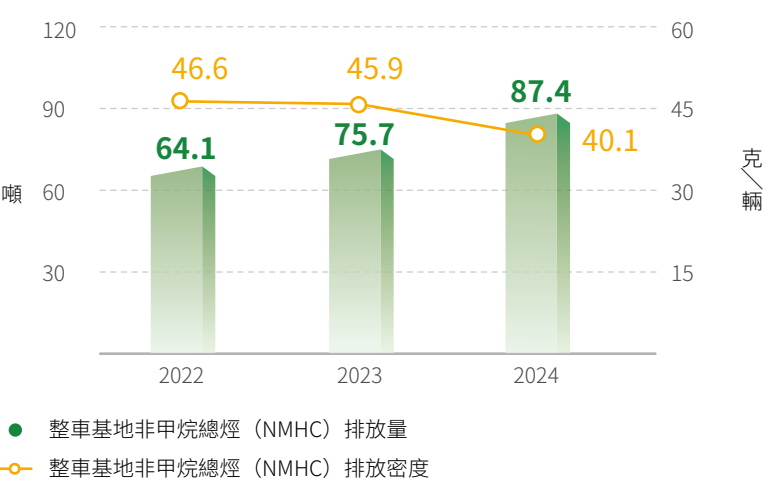
整車基地氮氧化物（NOx）排放情况



整車基地二氧化硫（SO₂）排放情况



整車基地非甲烷總烴（NMHC）排放情况



延伸閱讀：威睿電動廢氣處理升級

威睿電動於 2024 年 4 月針對定子線滴漆、烘幹工序的廢氣處理進行重大升級，新建了一套集冷卻、活性炭吸脫附、催化燃燒處置的廢氣處置設施，顯著提升了廢氣處置效率，減少了廢氣排放量，並大幅降低了天然氣使用量。據統計，升級後的廢氣處置設施每兩周僅需集中燃燒 6-7 個小時，預計每年可節省天然氣費用近 60 萬元。

在產品的尾氣管控設計方面，採取了專項管理措施：

尾氣排放控制	通過精細化標定，以及前後氧傳感器無露點的應用，可大幅降低尾氣排放污染物。特別是低溫冷啟動工況，後氧傳感器的提前工作，可讓發動機燃燒更加充分，降低發動機的原排，同時提升後處理的轉化效率。尾氣污染物的排放，相對排放法規限值，可減少 30%-40%；
高效率顆粒捕集器應用	通過在汽油顆粒捕捉器（GPF）上增加灰塗層，可讓 GPF 在 0km 的情況下捕集效率就可以達到 95% 以上（常規在 60% 左右），確保新車的顆粒物數量（PN）排放相對法規限值可降低 50% 以上；
不同工況下排放控制	- 為了覆蓋中國廣大區域，增加高原環境的工況排放控制。2024 年各車型在雲南昆明檢測中心（海拔 1900m）完成高原試驗室的排放驗證。各車型都可以通過排放法規，且試驗結果相對法規限值可降低 30% 以上； - 除試驗室工況外，還進行全國範圍內的實際道路排放，重點關注不同海拔工況（如西寧高原、麗江高原、杭州灣平原）、不同溫度工況（西寧低溫、重慶高溫、麗江常溫）、不同路況（重慶山路）的實際道路排放，確保客戶實際使用過程中，車輛的排放都在排放法規範圍內。

此外，我們為了保障用戶健康的用車環境，編制了《整車零部件氣味及 VOC 控制管理規定》，吉利銀河 E5 獲得行業「中國健康汽車獎」。

4.2.3 廢水排放及管理

本集團產生的廢水主要來源於塗裝預處理工序。我們考慮廢水排放會對周邊環境造成的影響，不斷完善廢水處置與管理措施。由工廠集中處理生產污水，出水水質達到城市建設綠化用水標準後重新用於園區綠化。剩餘中水排放至城市污水處理廠進行集中處理。

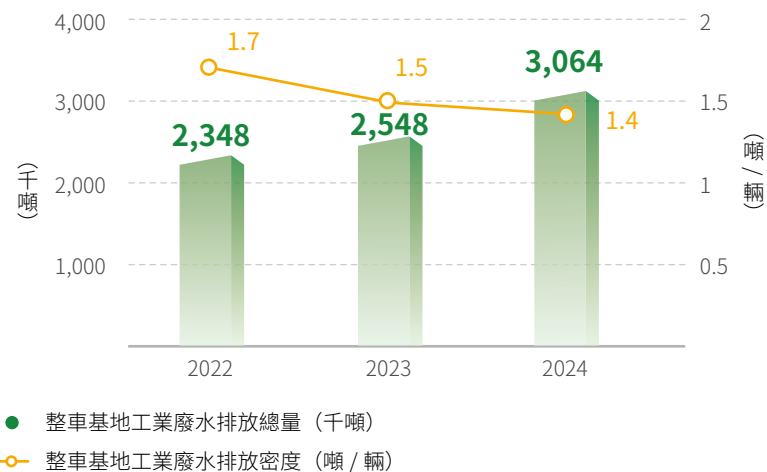
廢水處置與管理措施：

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

報告期內，本集團廢水 **100%** 達標處理。



整車基地工業廢水排放情況



2024 年

整車基地工業廢水排放密度為 **1.41 噸 / 輛** (2023 年：1.55 噸 / 輛)，相較 2023 年**下降 9%**。

延伸閱讀：長興動力工廠創新實踐廢水「零外排」



廢水處理與循環利用是企業實現可持續發展的關鍵環節，長興動力工廠持續優化廢水處理流程，實現廢水「零外排」，減少對環境的影響。生產過程中的廢水經初步過濾和陶瓷膜深度處理後，最後通過低溫減壓蒸發。產生的冷凝水經接觸氧化和 MBR 膜處理，處理後的出水達到冷卻循環用水標準，最終回流至回用水池，用於冷卻塔和車間清洗，實現水資源閉環循環利用。

4.2.4 噪聲管理

本集團始終遵循《工業企業廠界環境噪聲排放標準》(GB12348-2008)，對所有生產基地實施嚴格的噪聲管理政策，以確保生產活動對周邊環境的影響控制在最低限度。我們建立了系統的噪聲監測機制，按月、季度及年度對生產環境的噪聲

強度進行全面監測，確保生產基地在日間運營時的噪聲水平不超過 65 分貝，夜間則嚴格控制在 55 分貝以下，為周邊居民及員工營造一個寧靜的工作與生活環境。

針對高噪音設備，我們採取了先進的隔音、消音及減振等防護措施，有效降低了噪聲排放。在 2024 年，我們對部分老舊的高噪音設備進行了更新換代，引入了低噪音、高效率的新型設備，進一步提升了噪聲控制效果。同時，我們正不斷探索更多創新手段，以期在未來實現更加嚴格的噪聲排放標準，為保護生態環境、促進可持續發展貢獻力量。

■ 極氪打造「寧靜工廠」



極氪積極響應寧波市生態環境局的號召，致力於噪聲管理，推動「寧靜工廠」建設。極氪通過一系列創新技術和管理措施，有效控制和降低了噪聲污染，實現智能化生產和噪聲源頭控制。此外，極氪在設備選型上優先選擇低噪聲設備，並為高噪聲設備設置減振基礎，同時採用實體牆廠房進行隔聲降噪。2024 年，極氪 PMA 工廠、極氪梅山工廠、極氪春曉工廠，均被評為寧波市「寧靜工廠」，展現了極氪在噪聲管理方面的卓越成效。



4.3 資源使用與節約

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

4.3.1 水資源管理

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

我們持續提升各生產基地節水精細化管理能力，建立三級用水管理模式，由各整車基地總經理擔任最高領導。為提升水資源使用效率，保護水資源，我們制定了各項節水制度和節水目標，並通過研發水循環技術、減量使用、廢水回用等措施，落實水資源管控措施，提升水資源使用效率。

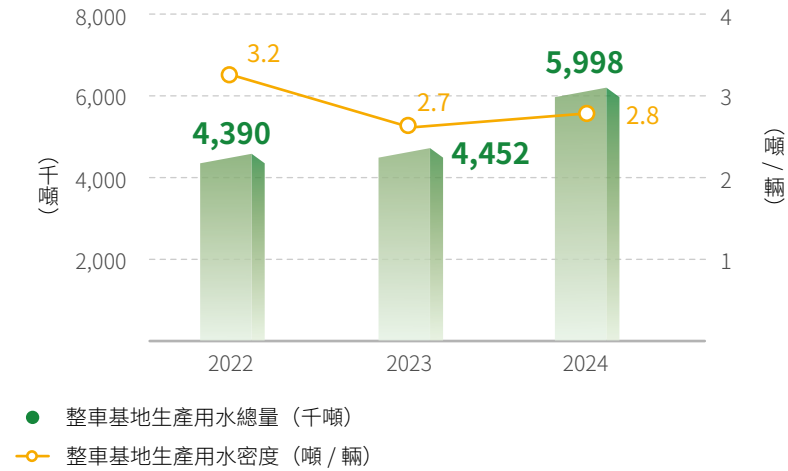
各基地安裝實時監控裝置並接入取水實時監控系統，分級計量用水、冷卻水循環使用；同時，我們致力於通過中水回用，實現水資源的節約、減少污染、降低成本等目標。我們通過引入新技術、新工藝、新設備不斷優化生產流程，大幅提高水資源的回收及循環再利用效率。

2024 年，本集團進一步加大中水回用技術的研究和運用，整車基地工業用水資源循環利用率為 98.5%。

整車基地生產節水項目：

工藝及設備提升	◦ 寶雞工廠識別當地水質條件與設備狀況，開展提升純水設備產水效率改造項目，節省水資源消耗 4,800m³。
	◦ 晉中工廠組織開展塗裝預處理槽自動定量補水項目，減少了水資源的浪費，年節省水資源消耗 6,500m³。
	◦ 領克成都工廠開展聯合站房水質量優化項目，提升了水資源使用效率，年降低新鮮水消耗 4,100m³。
水資源回用	◦ 湘潭基地增設水泵及外接管道連接組件，利用灑水車接引中水，用於綠植澆灌，減少新鮮水的消耗，年節水量達 15,000 噸；透過園區灑水車引用中水至太陽能板清洗及道路清洗，分別節省約 432 噸 / 年及 3,600 噸 / 年。
	◦ 晉中基地將沖壓、焊裝和空壓機冷卻循環水由自來水更換為軟化水，並優化全自動循環水過濾裝置、加藥裝置的運行模式，由前期換水頻次：1 月 / 次延長至 6 月 / 次，實現全年節水 4,000 噸。

整車基地生產用水情況



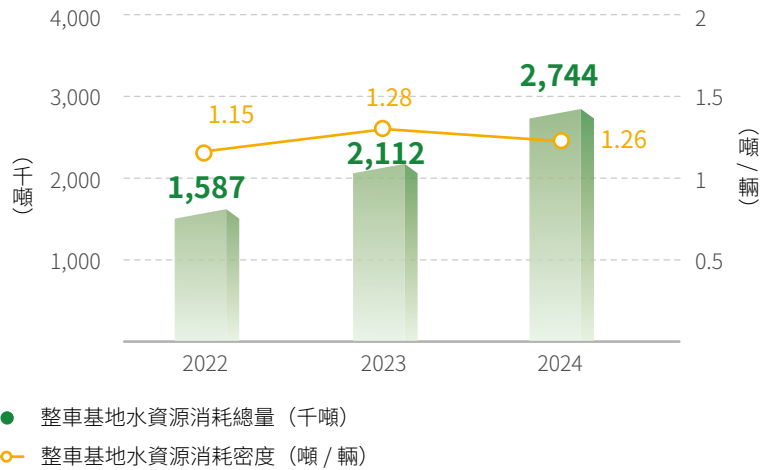
2024 年

整車基地生產用水密度為 **2.76 噸 / 輛**（2023 年：2.7 噸 / 輛），相較 2023 年**上升 2.2%**。

注：原 2022 - 2023 年水資源消耗總量已更名為生產用水量。



整車基地水資源消耗情況



2024 年

整車基地水資源消耗密度為 **1.26 噸 / 輛** (2023 年 : 1.28 噸 / 輛) , 同比 **下降 1.6%** 。

注：2024 年水資源消耗總量計算方法更正為：取水量－排水量；其中排水量＝工業廢水＋生活廢水；2022 - 2023 年水資源消耗總量亦同步更正。

4.3.2 綠色辦公

本集團積極倡導「踐行可持續發展理念，全方位推動降本增效」的指導思想和理念。從集團層面至各下屬業務單位，發佈多項綠色辦公相關的制度及規範文件，以實現各項降本舉措。在日常工作與生活中，本集團秉承節約資源、杜絕浪費，致力於源頭降低辦公區域資源及能源消耗。我們積極創造營造綠色、舒適辦公環境，提升員工低碳意識。

另外，我們打造綠色辦公建築。極氪杭州總部大樓 - 望朝中心，大樓在結構設計和建設中獲得美國綠色建築 LEED 金級認證。另外，本集團物流倉庫 - 餘姚普洛斯物流園獲得中國汽車物流園首個 LEED 金級認證。

能源方面

用電管控的行動舉措：

- 安裝空調智能管控系統，後台智能監控；
- 採用分區控電，人走燈滅，減少電能損耗；
- 後勤聯合園區保衛實施夜間能耗及安全巡查，進行內部不文明用電的晾曬通報；
- 設置提醒標識：在開關、插座等位置張貼節能提示標語，提醒員工及時關燈、關閉電器等；
- 優化設備運行時間：非工作時間或人員較少時段，減少不必要設備的運行。如辦公室打印機、複印機等，設置定時開關機。
- 不同場景辦公場地安裝感應式、觸摸式等節能燈具，屋面建設光伏以及太陽能路燈改造；
- 短距離上下樓不乘電梯，辦公室、會議室等人走燈滅的提議；

水資源方面

水資源管控的行動舉措：

- 定期巡查，安排物業每日巡檢用水重要部位，避免漏水現象；
- 食堂引入油污分離設備，提高食堂廢水回收率 90% 以上；
- 安裝節水型水龍頭，有效減少水流量，與普通水龍頭相比可節水 30% - 50%；
- 安裝實時監控裝置並接入取水實時監控系統，分級計量用水、冷卻水循環使用；
- 開展節水培訓，辦公區進行節水知識普及宣傳。

其他資源方面

其他資源管控的行動舉措：

- 倡導無紙化辦公，節約辦公紙張、盡量雙面打印；
- 共享辦公用品，鼓勵修舊利廢，提升物資使用效率；
- 減少一次性物料的使用，降低會議和活動成本；
- 參加活動鼓勵穿著工服，減少單次活動服裝的定制；
- 降低招待支出，按照「合理需求」「在規定限額」內支付；
- 倡導新能源汽車使用；
- 積極推廣光盤行動，就餐時提倡適量盛取。



4.4 循環經濟

吉利汽車積極響應國家政策，在生產者責任延伸（EPR）理念的指引下，自 2022 年底起穩步推進 EPR 試點項目，以生態設計為基礎、綠色供應鏈為保障，覆蓋產品全生命週期。同時，我們聯合供應鏈上下遊企業、回收拆解企業等生態夥伴，形成了從生態設計、綠色採購、綠色製造到綠色物流和綠色回收的完整閉環。我們組建了生產者責任延伸試點專項小組，高效推進試點工作。

工業及信息化部汽車生產者責任延伸試點期間 *

回收體系建設

- 回收網點，已建成 3 家報廢車回收網點
- 回收聯絡點，已建成 65 家報廢車回收聯絡點

資源綜合利用

- 報廢汽車再生資源綜合利用率，達到 90.4%
- 汽車總平均可回收利用率，達到 97.1%，2024 年整年度為 98%
- 零部件可再生利用比例，開發了可再生利用比例達到 30% 的保險杠、翼子板內襯、發動機底護板、空濾殼體、蓄電池托盤等零部件，部分車型已應用

技術研發

- 技術規範、標準、專利，已完成汽車資源綜合利用相關技術規範 12 個、標準 34 個、專利 34 個

- 輕量化技術目標：已完成高壓真空壓鑄組合減振塔等 9 種輕量化技術目標
- 2024 年通過多材料複合結構技術、最高強軋壓鋼及新型熱成型技術、以塑代鋼 / 鋁、低密度新材料四個技術方向，完成先進輕量化技術開發 8 項。具體的輕量化材料，包括：先進冷成型超高強鋼、三明治夾層熱塑性複合材料、PET 連續纖維材料、高性能尼龍材料等，已應用於銀河 E5、星願、星艦 7 等部分車型，單車實現減重平均 24.9kg

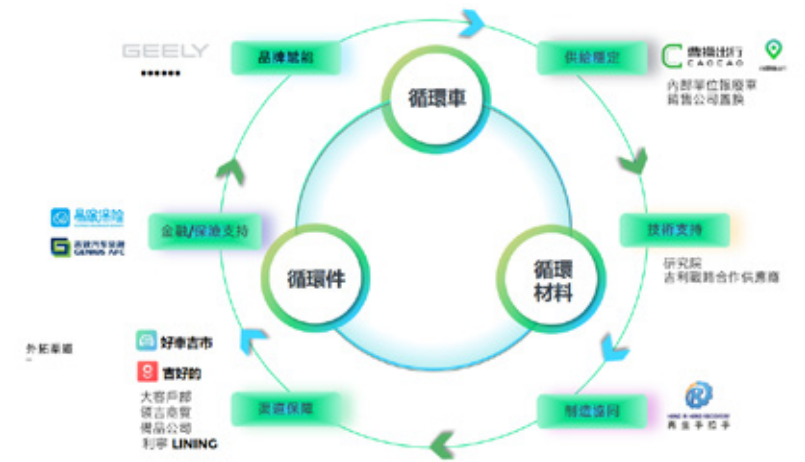
綠色供應鏈管理

- 開發再生原料閉環回收模型，依託於安徽吉楓建立 PU 發泡材料、保險杠兩類部件閉環回收體系
- 關鍵零部件追溯管理，通過區塊鏈 + 電子簽名的方式，將供應鏈各協作主體的全流程關鍵數據存證上鏈

* 注：數據範圍為 EPR 試點項目期間，即 2022 年 10 月 -2024 年 11 月。

在 EPR 實踐中，我們逐步形成了獨特的循環經濟核心方法論和價值觀。通過成立循環製造中心，我們聚焦循環車、循環件、循環料三大業務，攜手生態夥伴共同開展工作，構建從整車和零部件的循環再製造，到原材料的再生和循環利用的可持續汽車循環生態。

同時，我們建立溯源管理平台（溯源系統 CirTrace），實現「車輛回收 - 車輛檢測修復 - 車輛翻新再製造 - 零部件更換 - 消費者查詢」的業務閉環，記錄車輛回收再製造、循環利用等環節的關鍵數據，確保全過程可追溯，為循環車、循環件、循環材料的流通消費提供了堅實的技術保障。



吉利汽車循環生態模型

循環製造中心成立以來，圍繞循環車、循環件、循環材料、創新業務（電池梯次利用、再生等），通過技術創新、工藝改進和供應鏈協同，構建一體化的循環生態體系，形成完整的循環生態競爭力。為此，我們成立了循環經濟工作組，負責研究政策、制定戰略、建立機制、完善指標、推動執行以及協同提升影響力，制定《循環車全流程控制程序》《循環件全流程控制程序》和《循環料全流程控制程序》等制度文件，確保各環節的規範化管理和高效運作。



循環車
循環車的生產和銷售，實現舊車廢棄物的再利用，減少資源浪費和環境污染。
循環件
對舊零部件進行再製造，達到與原有新品相同的質量和性能。
循環材料
對廢鋼、廢鋁等有色金屬、廢塑膠及電子廢棄物等進行加工、再利用，促進資源的循環再生價值利用。
創新業務（電池梯次利用、再生等）
回收研究院及各基地動力電池並根據電池情況進行梯次利用、再生。

我們以循環經濟為導向，全面踐行產品全生命週期綠色責任，不僅提升了自身的資源利用效率和環境管理水平，還帶動了整個產業鏈的綠色轉型。

截至 2024 年底，吉利汽車循環製造中心已完成報廢車拆解 5,807 台，官方整備的循環車 1,770 台，回用件及再製造件 67,419 件銷售至售後服務市場，循環材料回收 10,690 噸。

4.4.1 循環車

吉利汽車以杭州灣為中心，授權 / 直營 4 家整車基地及 N 個整備服務站，構建了全國「1+4+N」的整備中心布局。通過建立嚴格的整備工藝及標準，我們對市場回收車輛進行全面的官方檢測，涵蓋車身及安全性檢查、汽車美容、智能維修、汽車養護、其他等五大類整備項目，共計 168 項整備標準及 59 項整備技術，確保車輛達到「准新車」質量層級，滿足新車出廠檢驗標準，延長車輛使用壽命。

在智能維修領域，我們已具備 20 項核心能力，包括前後燈、皮紋、內外飾、輪轂、制動盤等修復技術，以及鋁制件的翻新能力，並持續拓展新的維修技術。我們通過數字化系統對車輛狀態及整備過程進行全程記錄，確保整備流程透明可追溯，有效消除消費者對二手車質量的顧慮。同時，通過「再整備、再質保」的官方承諾，吉利汽車不僅提升了二手車的市場價值，更以閉環式循環經濟模式引領行業綠色轉型。

此外，我們打造官方認證二手車平台，專注於經營吉利官方循環二手車業務。在國內市場，通過整車租賃、個人買賣等渠道推動車輛再次流通，同時完善金融、回購及服務保障體系；在海外市場，積極拓展中亞、非洲等新興市場，形成全球化業務布局。

目標	完成情況
報廢汽車再生資源綜合利用率達到 75%	90.4%
汽車總平均可回收利用率達到 95%	98%
重點部件的再生利用比例不低於 5%	30%（部分車型）

4.4.2 循環件及循環材料

吉利汽車建立循環件和循環材料閉環體系，通過再製造、回用及低碳綠色零部件，推動資源的高效利用和綠色轉型；我們創新開展「從吉利車上來，到吉利車上去」的循環材料業務，實現從報廢車輛到再生材料的閉環，提升資源利用效率，為行業樹立循環經濟的新標杆。

循環件的主要來源為吉利控股集團旗下綠色智能出行平台「曹操出行」專車退役車輛拆解、吉利汽車內部研發試驗車及報廢車拆解、以及整車基地與零部件廠家的工廢件、料廢件、呆滯件及瑕疵件。我們已具備制動器總成、輪轂、前照燈、座椅、後視鏡等產品的再製造能力，並完成相關零部件的再製造修復室建設，配備專業技術人員及設備。我們已具備散熱器、冷凝器、OBC 車載充電機等 41 類零部件的智能修復能力，零部件再製造能力獲國家第三方權威機構認證。循環件業務聚焦下遊市場渠道，打造官方認證的「利寧」品牌，與吉利正品備件形成高低搭配，覆蓋吉利全系車型的保險杠、大燈、後視鏡等關鍵零部件。通過提供同質件和原廠件等多種產品選擇，吉利汽車滿足了市場的多樣化需求，打通「資源 - 產品 - 報廢 - 再製造產品」的循環產業鏈條，構築可持續的綠色工業發展模式。

此外，我們積極研發和推廣新材料、新工藝，提高循環材料、生物基材料、可降解材料的使用比例。2024 年，我們已開發並使用了循環 ABS、循環 PA6-GF30 塑膠等 63 種循環材料。在設計階段，我們充分考慮產品全生命週期的可回收性，強化報廢零部件、材料的回收利用性能研究和驗證，並依據《道路車輛可再利用率和可回收利用率計算方法》，對吉利汽車不同車型的可再利用率和可回收利用率進行核算和跟蹤，確保產品材料回收和重複利用。

吉利部分車型可再利用率及可回收利用率

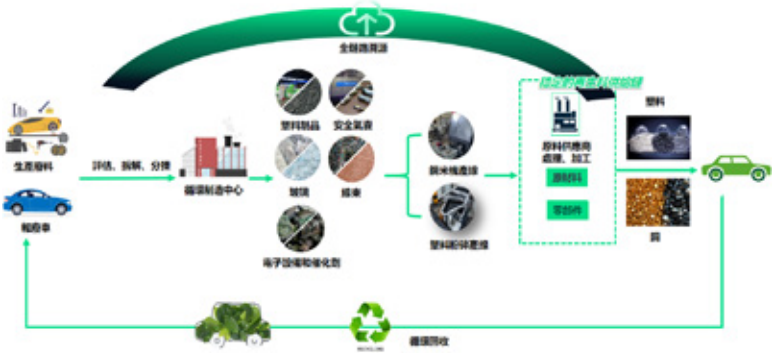
車型	可再利用率 *	可回收利用率 *
銀河 L6	91.7%	98.4%
銀河 L7	91.7%	98%
銀河 E5	90.4%	97.2%
銀河星艦 7	93.4%	97.6%
博越 L	86.8%	98.8%
極氫 7X	90.6%	98.5%
全新極氫 001	92.1%	97.4%
極氫 MIX	94.2%	96.3%

* 注：可再利用率：指整車中能夠被再使用和 / 或再利用部分的質量佔車輛質量的百分比。

可回收利用率：指整車中能夠被再使用和 / 或再利用和 / 或回收利用部分的質量佔車輛質量的百分比。

在產品報廢階段，我們通過精細化拆解報廢車輛，實現材料價值最大化，將可循環的零部件及鋼、鋁、銅、塑料等材料分類回收並加工成與新材料性能一致的再生材料。我們積極與一級供應商及自有低碳綠色產線合作，推動汽車材料的再生循環。目前多款量產車型循環鋼再生比例達 15%、循環鋁再生比例達 25%、外飾使用循環 PP 再生比例達 30%。具體車型信息詳見「3.3.3.1 低碳採購」。

在金屬材料方面，我們與行業龍頭企業合作，將回收的廢鋁加工成鋁原料並應用於量產車型，形成完整業務閉環。同時，我們持續拓展非金屬材料應用，將部分非金屬循環材料用於自制低碳綠色產品，並開展 CAR PCR 業務，與上下遊企業合作研發的材料已在保險杠業務領域完成驗證，性能與原材料一致，滿足產品性能要求，並在試點基地進行產品試裝驗證。驗證合格後，對應的 CAR PCR 材料將切換應用到量產車型。



吉利汽車循環材料業務模式

循環材料注塑粒子推廣應用

循環材料注塑粒子是廢舊塑膠經收集、分類、清洗、破碎改性、熔融擠出、冷卻固化、切割成粒等工藝處理後得到的再生粒子，目前循環製造中心已有多款循環材料注塑粒子，且在各整車製造基地和循環製造中心內部推廣保險杠產品使用，推動吉利汽車產業的綠色發展、促進循環經濟的快速形成。

4.4.3 生產廢舊金屬回收

我們的廢舊金屬主要產生於整車製造、零部件的生產和加工、修理及廢棄汽車的拆解過程。為提升整車製造基地廢舊金屬回收率，我們著手制定金屬材料循環利用的管理機制。我們遵守相關法律法規及政策，積極開展金屬循環材料的調研活動，並成功與首鋼股份等企業合作進行廢鋼、廢鋁閉環回收。

貫通生產餘料閉環回收與循環利用全鏈路，實現資源價值最大化

吉利汽車積極推動汽車鋼材鋁材生產、使用和回收的全鏈路優化，實現汽車鋼材鋁材的高效利用、循環利用及資源價值最大化。通過整車沖壓餘料和發動機加工鋁屑的閉環回收和循環利用，我們建立了一個完整的廢鋼、廢鋁閉環回收利用體系，貫通了從工廠廢料產生，到供應商回收，到材料商熔煉再造，到零部件商再利用，最終回到吉利的全鏈路。

2024 年，吉利汽車實現循環鋼閉環回收超 1.5 萬噸，循環鋁閉環回收約 5,000 噸，共減少碳排放量約 11.5 萬噸。



吉利汽車生產廢料金屬回收模式



4.4.4 電池循環利用

我們主動承擔新能源汽車廢舊動力蓄電池循環利用的責任，將形成以汽車廠為核心的產業聯盟回收模式，加強與汽車生產、動力電池生產、綜合利用等企業的合作，建立有效的市場化機制，形成生產者責任延伸制為基礎的產業聯盟，以梯次為先，再生為終的管理路線，充分提高退役電池價值最大化利用，有效降低廢舊電池對環境的影響，減少電池內化學元素對周邊生態系統的破壞。

電池全生命週期循環利用管理示例：

電池設計	綠色生態設計： ◦ 開發出循環壽命達 3,500 次的神盾短刀電池，相比於行業平均壽命提升 40%，延長動力電池使用壽命，降低動力電池退役排放 ◦ 高集成化、通用化佈局及結構開發，減少零件開發數量及結構差異 ◦ 動力電池無損拆解技術研究佈局，助力動力電池綜合利用企業電池高效安全拆解 ◦ 建立循環材料定義及標準體系，保證產品質量的前提下在電池設計中導入循環材料使用，要求循環鋼 15%，循環鋁 25%，推動循環經濟發展
電池使用	智能化大數據監控管理： ◦ 建設了國內車企最大的大數據智算平台（星睿智算中心），全生命週期數據管理，可實現精准電池健康度及殘值評估，提高動力電池梯次利用率及使用安全

電池處理	提高電池回收效率： ◦ 吉利汽車產業鏈回收供應商採用濕法化學分解方式對電池進行處理、回收 ◦ 吉利汽車產業鏈的回收供應商在電池生命週期末期實現鎳鈷錳回收率超過 99%
場景應用	◦ 挖掘電池殘值，實現高效、安全的梯次利用 ◦ 通過對可梯次利用的舊電池進行專項檢測，並研發、生產出適用於本集團工廠內使用的自動導引車（AGV）的配套梯次電池產品

吉利汽車退役電池梯次利用

循環製造中心積極開展退役電池梯次利用項目。通過技術創新，對廢舊動力電池進行篩選、模塊化重組與適配性設計，充分挖掘電池殘值，實現高效、安全的梯次利用，有效結合經濟與環境效益。本集團已聯合上下遊供應鏈，成功研發出適配本集團 2 個品牌的自動導引車（AGV）的梯次電池產品，並在杭州灣製造基地物流及總裝產線完成試運行，充分驗證了產品的可靠性和經濟性。該項目不僅推動了循環經濟的發展，還為行業廢舊動力電池梯次利用提供了創新思路，助力產業升級。

4.5 生物多樣性保護

經濟社會的繁榮和可持續發展取決於自然及其生物多樣性的健康和復原力。吉利汽車作為全球運營的企業，積極響應聯合國《生物多樣性公約》及「昆明－蒙特利爾全球生物多樣性框架」和美麗中國建設要求，努力尋求整個產業鏈的綠色發展解決方案，降低企業及價值鏈運營活動對自然相關的影響和風險，致力於推動實現「自然受益」與「氣候中和」戰略。

報告期內，本集團將自然相關的影響與風險納入 ESG 管治中，完善了以董事會為最高決策層的自然相關議題治理機制，並由可持續發展委員會審議和監管自然相關的戰略、風險與機遇、重大事宜及應對方案。通過整車製造工廠自然資本試點研究評估，形成《整車製造工廠自然受益管理成熟度評價表》，並面向 100% 整車製造工廠組織自然受益管理培訓賦能。

4.5.1 生物多樣性影響與依賴評估

本集團參考 TNFD 的 LEAP 方法以及 ENCORE 數據庫等指南工具，識別並評估整車製造工廠對自然相關的影響和依賴、風險和機遇，為企業完善生物多樣性保護策略奠定基礎。

定位與自然的鏈接

本集團採用生物多樣性影響評估工具（BIA）、綜合生物多樣性評估工具（IBAT），評估 16 個整車製造基地與自然的直接與間接互動聯系。經評估，本集團 100% 整車製造工廠均設

立於當地政府批准的工業區，均不屬於當地政府認定的生態環境敏感區。其中，本集團 16 個整車製造工廠附近 10 公裏範圍內涉及生態敏感區域的運營點共有 15 個，其中附近 5 公裏範圍內涉及生態敏感區域的運營點為 5 個，附近 5-10 公裏範圍內涉及生態敏感區域的運營點為 10 個。綜合評估後，我們將 5 公裏範圍內涉及生態敏感區的 5 個運營點識別為生物多樣性優先性地點。

距離生態敏感區域	運營點數量	物種分佈	保護地分佈
5 公里範圍內	5	短耳鴉、黑喉石鵯、鵲鵲等	台州灣、浙江金華義烏大寒尖省級森林公園、浙江臨海國家地質公園等
5-10 公里範圍內	10	黑領棕鳥、斑鵯、灰棕鳥等	浙江杭州灣國家濕地公園、浙江金華義烏南江省級濕地公園、貴州阿哈湖國家濕地公園等

注：劃分 5km、10km，在不同尺度上評估工廠運營地對生物多樣性的影響與風險。

生態敏感區統計範圍包括瀕危物種棲息地與生物多樣性重點保護區域。其中，將涉及世界自然保護聯盟（IUCN）瀕危等級、《中國生物多樣性紅色名錄——脊椎動物卷》（RCB）瀕危等級或受《中華人民共和國野生動物保護法》保護物種的區域，納入瀕危物種棲息地的統計範圍；將臨近國家公園、自然保護區、自然公園、世界遺產及世界生物多樣性關鍵區域的地區，納入生物多樣性重點保護區域統計範圍。

評估影響與依賴

本集團利用 ENCORE 數據庫、《自然資本議定書》，結合吉利自身實際，評估汽車產品全生命週期不同環節業務活動對自然的影響和依賴程度，為完善自然相關影響與風險管理提供參考。

影響 / 依賴	原材料獲取	零部件製造	整車製造	汽車使用	汽車報廢與循環利用
供水	H	L	L	VL	M
土地資源	M	L	M	M	M
能源	M	L	L	VH	L
原材料（金屬、非金屬等）	VH	M	M	N/A	N/A
氣候調節	L	L	L	L	N/A
降水調節	H	VL	VL	L	L
空氣過濾	M	VL	VL	VL	M
土壤和沉積物保留	M	L	L	N/A	VL
固體廢物修復	L	L	L	N/A	L
淨水服務	H	M	M	N/A	M
水流調節	H	L	L	N/A	M
防洪	H	M	M	M	VL
風暴緩解	M	M	M	M	VL
噪聲衰減	VL	VL	VL	M	VL
幹擾（噪音、光線等）	H	M	L	M	M
溫室氣體排放	H	H	M	VH	L
非溫室氣體空氣污染物排放	M	M	L	L	M
固體廢物的產生和排放	VH	H	M	N/A	L
廢水排放	M	L	L	N/A	M
土地使用	M	L	VL	N/A	M
向水和土壤排放有毒污染物	H	M	VL	N/A	H
水資源使用	M	L	L	VL	M
水土流失	H	L	VL	N/A	L
入侵物種的引入	VL	N/A	N/A	L	L

	非常高	高	中	低	非常低	不涉及
依賴	VH	H	M	L	VL	N/A
影響	VH	H	M	L	VL	N/A

4.5.2 生物多樣性影響與風險管理

本集團基於全價值生物多樣性影響與依賴分析，識別出本集團面臨自然資源短缺、國際綠色貿易壁壘等帶來的物理風險和政策法律風險，詳見本報告「4.1.2 戰略」。為更好地應對自然相關風險、把握機遇，本集團遵循生物多樣性保護的「緩解層級」管理思路，在「避免」「減少」「恢復與再生」「轉型」各個層級上採取行動，實現企業發展與生物多樣性保護和諧共生。

避免	- 將生物多樣性保護因素納入選址考慮，避免在環境敏感區施工建設，並根據當地法律法規開展環境影響因素評估； - 優先選擇自然友好地項目設計方案，基礎設施類型、布局的選擇遵循自然受益原則，如建設集約式建築以減少整體佔地面積，將新建基礎設施與原有景觀生態統一設計。
減少	- 減排控制：減少危廢、工業廢水、大氣污染物等排放； - 資源節約與循環； - 運營控制：對生產線進行降噪隔離，建造人工湖泊等綠色基礎設施； - 綠色採購：要求供應商節約利用資源（包括但不限於水、土地、能源），協同供應鏈應對毀林風險。
恢復與再生	- 通過安裝人工鳥窩、打造人工濕地等為園區內關鍵物種提供棲息地； - 開展公益造林、海洋生態系統保護等項目。
轉型	- 開展整車製造工廠自然受益管理成熟度評價，打造自然受益型工廠； - 循環再生材料使用。

建設綠色工廠，與自然和諧共生

本集團以「自然受益」為導向，持續將水、能源、土地、森林及生物多樣性等因素進一步融入生產管理中，建設與自然和諧共生的綠色工廠。本集團在杭州灣地區建設的生產基地鄰近杭州灣濕地，我們在施工過程中高度重視生物多樣性影響管理，配置完善齊全的環境檢測設備、並對施工作業人員進行環保健康教育，提升員工及第三方單位的生物多樣性保護意識，最大限度降低項目建設對當地生物多樣性與生態系統的幹擾。截至報告期末，寧波杭州灣濕地已經發現 303 種鳥類，其中包括 62 種列入國家重點保護野生動物名錄的鳥類和 21 種列入世界自然保護聯盟 IUCN 中國受威脅鳥類名錄的鳥類。

與中華環保聯合會共同發佈倡議，推動生物多樣性保護行動

12 月 26 日，本集團與中華環保聯合會聯合發佈《關於共同推動生物多樣性保護行動的倡議》，呼籲更多人重視並參與生物多樣性保護行動。基於聯合倡議，本集團將充分運用自研的星睿智算中心、星睿 AI 大模型、「天地一體」衛星等智能科技和新能源智能汽車，為生物多樣性研究和保護工作提供技術及出行支持。同時結合自身資源與影響力，聯合全國用戶開展生物多樣性教育普及和互動體驗，帶動更多人參與生態保護公益行動，共建人與生態和諧共處的美好未來。



治理與道德



重要議題

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



企業管治

- 獨立非執行董事佔比 45% (↑3 百分點)
- 100% 獨董組成審核委員會、提名委員會及薪酬委員會
- 女性董事佔比 27%(↑2 百分點)

合規與誠信

- 100% 員工簽署《利益衝突聲明》
- 面向全員開展《行為准則》培訓
- 修訂發佈《行為准則》及《吉利供應商行為准則》

信息安全、用戶隱私

- ISO27001 信息安全管理体系認證
- 汽車網絡安全管理體系（CSMS）認證
- 100% 員工參與信息安全及隱私合規培訓
- 連續 4 年未發生信息安全漏洞或其他網絡安全事件





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

5.1 企業管治

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

5.1.1 董事會治理

截至 2024 年末，本公司的董事會（簡稱「董事會」）共由 11 名董事組成，主要職責包括制定發展戰略、審議重大議題、維護投資者關係以及監督風險管理等。

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

基於「治理與道德」的 ESG 戰略方向，本公司已完成了企業管治的評估，並於報告期內持續跟蹤。該評估包括以下的分析對標：

- 上市規則：香港聯交所《企業管治守則》《ESG 守則》及相關《上市規則》條文檢討的諮詢總結；
- 各類 ESG 評級的企業管治表現分析；
- 全球汽車行業和香港上市公司的企業管治最佳實踐企業。

分析對標主要針對以下企業管治的各類表現：

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

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

報告期內，本公司的 2 名男性執行董事離任，並新委任 1 名男性執行董事。目前董事會成員具備了國際、行業及其他上市公司治理經驗，並且具有多元的專業背景，涉獵企業經營、金融、會計財務、風險管理、信息技術，以及汽車工程等不同專業領域。這些經驗的融合有助於更好地監督與應對本集團的風險和機遇，

為董事會提供更多元化意見，並促進本集團全球化發展。

截至 2024 年末，本公司獨立非執行董事佔比增加至 45%（2023 年：42%），獨立非執行董事的平均任期為 6.13 年（2023 年：5.13 年），董事會女性董事佔比為 27%（2023 年：25%）。2025 年 3 月 24 日，本公司新委任 1 名女性獨立非執行董事，女性董事佔比上升至 33%，進一步實現制定的董事會性別多元化目標。同時，該名董事亦具備可持續發展相關經驗，有助提升董事會技能多元化。本集團將持續優化董事會組成，以達至更佳的企業管治常規。

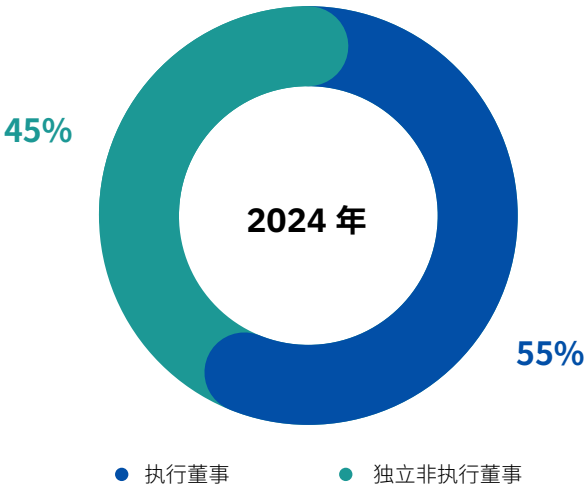
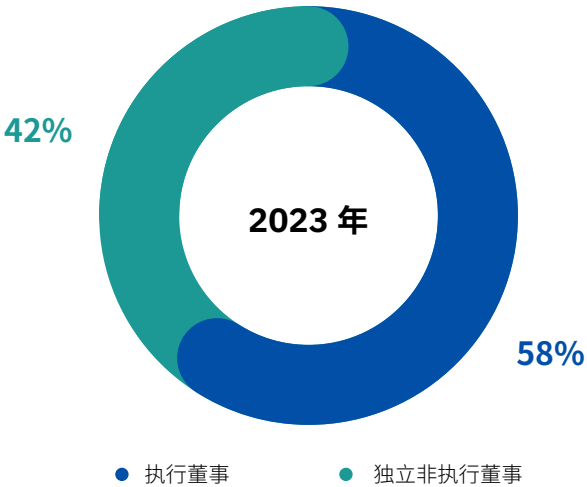
薪酬委員會定期獲取本集團在戰略、運營、財務及可持續發展的表現信息，亦從人力資源獲取當時薪酬市況的信息，根據個別執行董事的貢獻、經驗及職務及上述信息，按本公司的薪酬政策檢討董事的薪酬。

根據本公司之薪酬政策，董事及高級管理層的薪酬待遇由兩個層次組成：1) 短期形式：每月基本薪金及酌情年終花紅；及 2) 長期激勵形式：本公司已採納股份激勵計劃（包括認股權計劃及股份獎勵計劃）作為董事及合資格僱員對本集團所作貢獻的激勵或獎勵，及退休福利。多元化的薪酬待遇組合可鼓勵董事及高級管理層實現企業目標，並吸引和挽留人才。報告期內，概無向獨立非執行董事售出帶有績效表現相關元素的股本權益酬金。

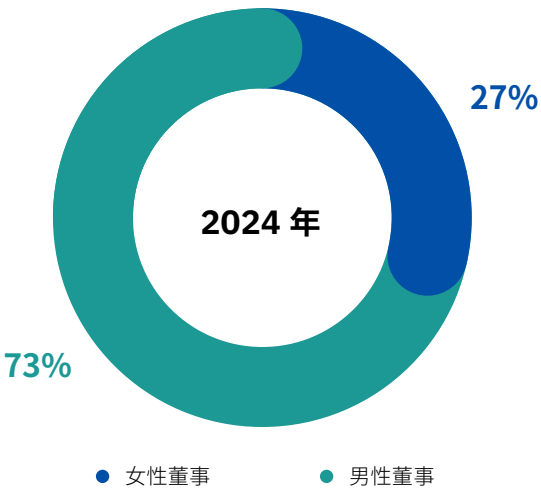
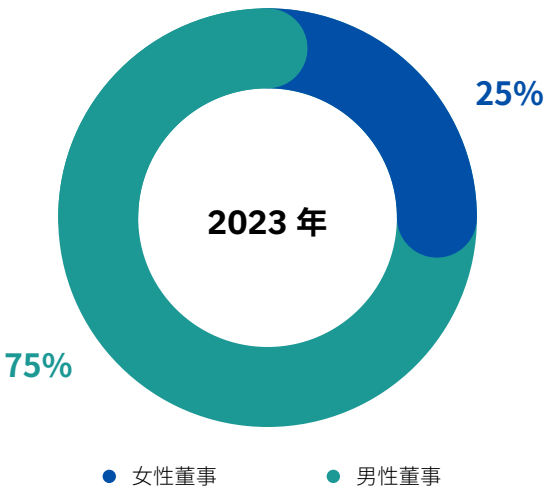
更多企業管治相關信息，請參閱本集團《年度報告 2024》的《企業管治報告》。



董事会独立性



董事会多元化



5.1.2 投資者權利與溝通

截至 2024 年 12 月 31 日，本公司已發行及繳足股本數目為 10,075,001,783。所有股本均為普通股及根據一股一票的原則享有同等的權利，並不存在任何投票權利的限制。

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

報告期內，吉利汽車共召開 1 次股東周年大會和 2 次股東特別大會，董事出席率（包括以親身及透過電子方式出席）分別為 82% 及 82%（2023 年：73% 及 88%）。董事會成員在股東大會與股東充分探討公司的運營情況和商業戰略，並聽取股東的意見和建議。

同時，本集團與投資者通過 ESG 會議、現場考察、問卷調查等形式了解投資者對吉利汽車 ESG 現狀和規劃的意見，並與投資者就減碳目標與進展、負責任供應鏈、循環經濟、人權、公正轉型，以及電池回收等議題展開多次討論。更多股東權利及投資者關係相關信息，請參閱本集團《年度報告 2024》的《企業管治報告》的「F. 股東權利」和「G. 投資者關係」。



5.2 風險管理與內部控制

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

董事會、審核委員會、管理層（包括風險管控部門）、業務部門、內部審計部均各自承擔其風險管理的職責。根據《風險管理控制程序》《風險評估管理辦法》及《內控管理評價辦法》，我們定期開展研發、製造、物流、銷售等業務領域的風險識別與評估，並評估風險管理與內部控制措施的有效性以推進管理落實及制度完善，詳情請參閱本集團《年度報告 2024》的《企業管治報告》的「風險管理及內部監控」。

審核委員會利用內部審計及外部審計去評估風險管理和內部控制的有效性。內部審計部不定期直接向審核委員會匯報及聽取其意見，以確保其獨立性並提升審計工作的有效性。審核委員會每年至少兩次在沒有管理層的情況下聽取內部審計部的工作匯報，以評估其獨立客觀性及工作的有效性。

內部審計範圍覆蓋本集團所有業務，基於風險評估，制定出年度審計計劃，由審核委員會審閱後批准執行工作。根據項目規模，內部審計項目開展頻率平均至少每月一次。內部審計項目主要以測試各業務流程內部控制的有效性，以識別戰略、營運、財務、合規及 ESG 方面的重大風險。

內部審計部每年執行的審計計劃中，會適當地將合規與商業道德納入審計範圍，包括但不限於合規相關的政策如《行為準則》

《吉利供應商行為準則》及《反腐敗政策》。在發現嚴重違規的情況下，亦會移交相關部門進行紀律處理。更多內容請見「5.3 合規與道德」。

報告期內，內部審計部繼續將 ESG 類別風險納入制定年度內審計劃的風險評估，並開展 ESG 相關風險的審計項目，包括：製造基地的建造工程物料安全、信息安全等。

於審計中發現的不符合事項，或相關控制的缺陷將會陳述在審計報告中，審計報告發送給被審計單位後，被審計單位必須就當中識別出的問題制定出整改計劃，指定負責人及整改完成時間。為加強監督審計問題的有效閉環，審計報告亦會發送給管理層及內部控制部，以確保整改工作按時完成，及時獲得需要的資源支持。與此同時，內部審計部亦會定期對整改狀況進行跟蹤複核。

為通過系統培訓與績效考核培植企業風險文化。報告期內，內部控制部面向高風險崗位員工及全員共開展超過 10 場風險管理培訓，面向部門管理人員開展 2 場風險管理培訓。我們計劃 2025 年開始推動將關鍵風險管理指標納入單位組織與關鍵責任人的個人績效考核體系。

報告期內，外聘核數師對本集團的年度綜合財務報表進行審計，並對中期綜合財務報表進行審閱。更多關於外部審計及審核委員會對其獨立性及客觀性的評估，請參閱本集團《年度報告 2024》的《企業管治報告》的「D. 問責及審計」。

5.3 合規與道德

負責任經營是企業穩健運營的基礎與前提。本集團遵循業務所在國家或地區的法律法規、ISO 37301：2021《合規管理體系 要求及使用指南》及國家相關部委合規管理指引，支持「聯合國全球契約十項原則」，持續完善合規及商業道德體系，確保合規管理的組織架構及決策機制有效。

5.3.1 合規管理

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

本集團在遵循外部法律法規和行業規範的基礎上，建立了適用於全體員工的合規制度體系。報告期內，我們在官網公開發佈《行為準則》（第三版）及《吉利供應商行為準則》（修訂版），增加了更多適用於本集團全球運營的國際公約及商業道德規範，重點覆蓋員工權益、負責任採購、環境保護、數據與信息安全、利益衝突、反賄賂及腐敗等方面的公司要求。一系列合規管理制度將有助全體董事、管理層及員工，以及供應商更清晰了解本集團在合規和 ESG 方面的規範要求，從而負責任地共同開展業務，規避對利益相關方重大影響的風險。



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

合規風險管理

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

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

階段	具體工作
風險識別	◦ 構建風險識別框架，確保合規風險識別的全面性、準確性和系統性 ◦ 確定需要加強合規風險管理的關鍵業務或崗位範圍 ◦ 制定開展合規風險識別評估的工作方案
風險應對	◦ 評估資源配置、相關部門職責權限、持續性業務管理活動的過程監控、執行能力及資質、風險意識等是否滿足應對需要 ◦ 制定停止、消除、減緩等應對措施，並設置具有明確時間周期的實施計劃 ◦ 監督、檢查和匯報計劃的實施情況並建立獎懲機制
風險分析	◦ 分析並量化合規風險發生的概率及頻繁程度 ◦ 分析並量化合規風險對公司經營管理和業務發展的影響程度 ◦ 綜合性評估合規風險與現有控制措施的適配效果及效率，確定風險等級
管理改進	◦ 聯合相關部門制定並優化風險監測和預警機制，並督促各部門開展合規風險自查或檢查 ◦ 當業務情景、公司戰略、外部環境等發生變化時，進行周期性再評估以及時識別與改進

本集團依據風險發生的可能性及嚴重程度，識別合規層面的主要高風險影響，並列入年度合規工作重點：

出口合規	人權及勞工權益
反賄賂與反貪腐	數據責任與隱私保護

合規意識提升及溝通

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

2024 年，本集團持續完善包含反貪腐、人權、利益衝突、公平競爭、出口管制、知識產權、稅務透明、信息安全、數據合規等關鍵合規領域培訓課程，定期舉辦由內部員工及外部專家主持的合規課程，及時分享全球合規的法規發展及案例。同時，我們結合每年開展的合規文化月活動，從線上線下雙渠道觸達全體員工，強化全員合規意識。



報告期內，**100%** 員工參加合規培訓*，總時長達**371,659 小時**，人均合規培訓時長**1.44 小時**。

* 合規培訓包括：《行為準則》培訓（含人權），以及反腐敗、公平競爭、出口管制培訓，人均合規培訓時長以參與合規培訓的總人數計算；有關數據合規 / 隱私保護以及信息安全培訓，請見「5.4.1 信息安全」「5.4.2 隱私保護」。

舉報管理

我們制定《舉報政策》鼓勵本集團員工、供應商及客戶等與公司有往來之人士在保密情況下，對任何與公司事務或人員有關的不當行為、舞弊及違規情況表達關注及舉報。舉報者按照符合《舉報政策》的恰當方式做出舉報，將獲得《舉報政策》承諾的保護，即舉報者免於因此受到不公平解僱、傷害、報復、威脅報復或不當的警告及處分。若被舉報者對根據本政策提出舉報的人士採取報復行動或報復威脅，本集團有權向其採取適當的法律行動。任何報復或威脅報復的員工將受到包括可能被即時解僱的處分。此外，調查期間所涉及的任何個人資料，將依據香港個人資料（隱私）條例（如適用）高度保密處理，並僅向審核委員會授權之指定人士披露及處理。

2024 年，法務合規中心下成立了信息與調查部，專職於違規案事件跟蹤查處，並統一適用於公司員工、供應商、客戶和其他第三方的舉報渠道。該渠道 24 小時全天候統一接收、研判、分流及查處跟蹤各類舉報線索，以實現有效查處閉環。另外，該渠道不僅支持匿名舉報，還可接收多種語言的舉報，包括但不限於中文、英文、韓文、日文，為全球員工帶來更加便利的舉報途徑。

報告期內，本集團收到經確認的舉報事件共 84 起，其中 11 起已受理調查並結案，其餘 3 起尚在調查中。舉報涉及商業舞弊、商業秘密洩露、知識產權侵權、人力薪資、信息安全等類型，已按照本集團相關制度採取案件調查、研判移交、刑事查處等措施處理，並未涉及重大風險。

5.3.2 出口與貿易合規

本集團堅持全球化戰略發展，遵守業務所適用的相關法律法規。為應對快速變化的國際環境及複雜形勢，本集團在中國和歐洲均設立團隊持續監控、研究出口市場相關法律法規，不斷細化內部管理與實踐。

出口與貿易管制合規

本集團法務合規中心通過對重點業務單位開展調研與訪談，識別業務關鍵管控節點，並搭建符合業務實際的出口與貿易管制合規風險管控流程，從而實現事先防控風險。報告期內，我們持續跟蹤並梳理針對中國、歐盟及美國市場的出口管制立法及制裁法規，完成法規解讀分析並評估其對業務的影響，重點關注半導體及 AI、管制或制裁清單、電動車加征關稅等方面。

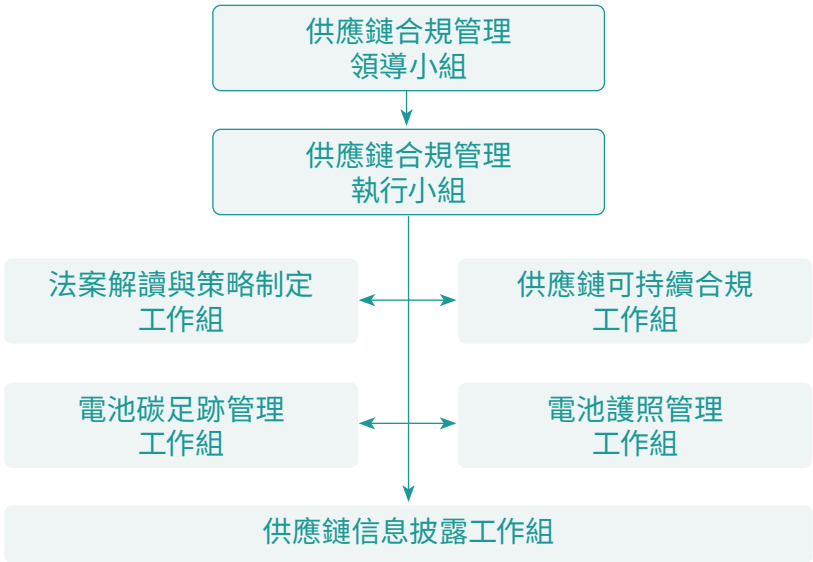
為確保本集團業務合規高效開展，加深業務人員對出口與貿易管制合規的認知和理解，報告期內本集團編制並發佈研發類、物流類、銷售類及採購類業務的出口與貿易管制合規指引。同時，為了有效管控與法規限定對象開展交易的風險，我們迭代升級了黑名單篩查系統，支持多種語言的功能檢索，實現信息自動篩查與回溯。報告期內，我們明確整車開發的合規範疇，並對超過 70 款車型開展出口貿易合規風險評估並制定應對策略。

截至 2024 年末，本集團面向員工開展 23 場出口與貿易管制相關的合規培訓，培訓總時長達 4,800 小時；另外，累計 2,120 家供應商參與多場本集團組織的出口與貿易管制相關的合規培訓，平均培訓時長超過 1 小時。

出口可持續發展合規

新產品開發合規工作組：本集團成立了新產品開發合規工作組，由研發、供應鏈、合規、質量、銷售等多部門組成，統籌管理本集團產品端合規體系建設及業務合規落地。為保障新開發產品合規，我們梳理車型項目的合規風險和合規管控現狀，重點跟蹤海外車型項目，提升產品可持續合規的能力。

可持續供應鏈合規工作組：2024 年，吉利控股集團成立可持續供應鏈合規工作組，由法務合規中心牽頭，協同各業務單位 / 品牌的 ESG 部門，以及供應鏈、研發、動力電池等關鍵部門。該工作組的成立使得本集團更好地應對歐盟和美國市場的可持續相關合規要求，特別是在產品及供應鏈合規領域涉及的人權和環境要求，並協同供應鏈不斷提升合規水平。





我們主要聚焦以下歐盟及美國頒布的法案，通過聘請外部律所、內部交流等逐一開展法案解讀。根據法案的生效時間及具體要求，我們分析對本集團當前及未來業務的影響，並制定相應工作方案及拆解任務至各工作組、部門承接落地。

國家 / 地區	法案 / 指令	要求 / 工作進展
歐盟	《企業可持續發展盡職調查指令》(CSDDD)	要求：符合條件的歐盟企業和非歐盟企業採取盡職調查行動以應對企業自身、子公司、業務鏈中的商業夥伴帶來的人權和環境有關的實際和潛在的不利影響以及氣候變化。 我們構建從風險模型建立到改進效果評估的供應鏈盡職調查閉環管理流程，制定並發佈《行為準則》《吉利供應商行為準則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》，並且開展了面向全員、面向易受人權風險影響的員工群體、供應商員工及經銷商員工的人權調研。詳見「5.3.3 人權與勞工權益」。有關本集團從全生命周期應對氣候變化及減低環境影響的內容，詳見「3 氣候中和」及「4 自然受益」。
	《可持續發展報告指令》(CSRD)	要求：針對非歐盟企業，兩個財年在歐盟的淨營業額超過 1.5 億歐元，並且在歐盟市場上至少有一家大型子公司或分支機構的第三國企業，應按照《歐盟可持續發展報告準則》(ESRS) 於 2029 年披露 2028 財年信息。 我們已與外部律所開展 CSRD 影響與挑戰分析，以及受影響主體的盤查工作。我們成立 CSRD 專項工作小組，並已制定工作方案及開展相關培訓。同時，我們已將 ESRS 披露要求在可持續發展委員會上匯報並進行現狀差距分析。本報告已率先採納了「雙重重要性」概念，詳見「2.3.3 ESG 重要性議題」。
	《電池與廢電池法規》（簡稱「《新電池法》」）	要求：包括碳足跡聲明、碳足跡等級和標籤、碳足跡閾值、電池護照、盡職調查等。 我們已對該法案進行詳細解讀和責任分解，分析了包括有害物質、碳足跡、再生原材料、電池標籤、供應鏈盡職調查、生產者責任延伸、材料回收率等 20 多項要求解讀，分析對應的實施時間、適用的電

我們留意到，歐盟委員會於 2025 年 2 月正式提交《綜合法案》（Omnibus Package）立法提案，擬對此前受到眾多關注的歐盟 ESG 監管法案 / 指令進行修訂，以簡化可持續信息的相關披露。其覆蓋的修改範圍包括《企業可持續發展報告指令》（CSRD）、《企業可持續發展盡職調查指令》（CSDDD）、碳邊境調節機制（CBAM）及歐盟分類法（EU Taxonomy）等關鍵法規。我們將持續關注歐盟《綜合法案》的實施進展及其相關修訂，以更好應對最新的出口可持續發展合規要求。

與此同時，我們也同樣重視產品出口的質量與安全要求，以及數據及網絡安全要求。更多具體內容，詳見「5.4 數據責任與隱私保護」及「6.1 產品質量與安全」。

國家 / 地區	法案 / 指令	要求 / 工作進展
歐盟		池類型，以及識別涉及的主要業務單位。 我們已開展特定出口車型的動力電池溯源。我們已明確將完善供應鏈盡職調查政策，建立電池碳足跡管理體系；同時，將依託電池溯源平台，搭建電池護照管理平台。詳見「3.3.3.1 低碳採購」、「4.4 循環經濟」、「4.4.4 電池循環利用」及「7.1 可持續價值鏈」。
	《碳邊境調節機制》(CBAM)	要求：進口或出口的高碳產品繳納或退還相應的稅費或碳配額，鼓勵非歐盟國家減少碳排放，並降低碳泄露的風險，落實歐盟和全球氣候目標。 我們密切關注該政策的更新並與外部專家交流對汽車行業出口的影響。同時，本集團積極參與國內政策標準制定，推動汽車碳排放、碳足跡核算體系國際互認。截至 2024 年末，本集團單輛車全生命周期碳排放進一步下降 相較 2020 年下降 18% 詳見「3 氣候中和」。
	《零毀林法案》(EUDR)	要求：進入歐盟市場的橡膠、木材等 7 類原料及其製品，歐盟進口商需開展盡調並出具零毀林聲明。 我們持續密切關注該政策的更新並與外部專家交流對汽車行業出口的影響。同時，我們已面向各品牌涉及出口業務的人員開展該法案的培訓和解答，並持續配合各業務單位解決業務實操困難。
美國	《衝突礦產條例》	要求：針對進入歐盟市場的特定礦產金屬（錫、鉭、鎢、金）及其特定製品，年進口量達到特定門檻的進口商需開展衝突礦產溯源並發佈報告。 我們已開展衝突礦產風險管理，詳見「7.1 可持續價值鏈」。
	《多德 - 弗蘭克法案》	要求：開展衝突礦產盡職調查（含溯源）並發佈報告。 我們已開展衝突礦產盡責管理，詳見「7.1 可持續價值鏈」。



5.3.3 人權及勞工權益

本集團參考《聯合國指導原則報告框架》對人權管理進行披露。

A 部分：尊重人權的治理

A1 企業如何公開闡述其尊重人權的承諾

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

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

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

在《吉利供應商行為准則》中，吉利承諾尊重《國際勞工組織公約》，亦期望供應商（指直接或間接向吉利提供原料、產品或服務的任何個人或實體）同樣承諾尊重該公約，並將相同要求逐級傳遞至整個供應鏈。

更多其他聯合國和《國際勞工組織公約》的承諾，請詳見《行為准則》和《吉利供應商行為准則》。

A1.1 公開承諾是如何做出的？

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

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

本集團定期審閱《行為准則》和《吉利供應商行為准則》，並根據需要進行修訂後在本公司官方網站發佈。《行為准則》和《吉利供應商行為准則》的第一版於 2022 年 3 月正式發佈；《行為准則》的第三版和《吉利供應商行為准則》的第二版於 2024 年 4 月正式發佈，為截至本報告發佈日的最新版本。

在最新的修訂中，本集團進一步規範了有關「工作條件與薪酬福利」「禁止歧視與平等機會」「禁用童工、強迫勞動與人口販運」「負責任採購」「諮詢、舉報與申訴」「補救措施」的相關要求，新增內容包括但不限於：尊重依法自由結社（如工會）和集體協商的權利；尊重和支持婦女、兒童、移徙工人、殘障人士、原住民 / 土著的權益及相關公約；確保勞動者入職時應必須符合國際勞工組織《准予就業最低年齡公約》及當地適用法律規定的最低年齡的未成年人，一旦發現童工，終止僱用童工並啟動童工救濟程序；所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為；嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾。同時，我們基於《經濟合作與發展組織關於來自受衝突影響和高風險區域的礦石的負責任供應鏈盡職調查指南》（「經合組織指南」）開展負責任礦物採購，要求供應商至少對衝突礦物（包括：錫、鉍、鎢和金，通常稱為「3TG」）按照經合組織指南進行盡職調查，以此主動識別和消除自身產品和供應鏈中的衝突礦物。此外，本次《行為准則》修訂亦增加了本集團在對個人、員工或社區造成不利影響時，與供應商或其他組織合作提供補救措施的承諾。詳見《行為准則》第三版、《吉利供應商行為准則》第二版，以及《可持續原材料政策》。

2024 年 12 月，我們亦發佈了《人權政策聲明》和《員工權益聲明》，更進一步細化了人權相關承諾。



A1.2 公開承諾針對的人權對象是誰？

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

此外，本集團特別關注弱勢群體，例如：婦女、兒童、原住民 / 土著等的權益，亦在《行為准則》承諾尊重和支持《消除對婦女一切形式歧視公約》《兒童權利公約》《兒童權利與企業原則》《聯合國土著人民權利宣言》等公約。

本集團亦關注供應鏈在包括衝突礦產在內的高風險原材料所帶來的環境及人權問題，因此亦在《行為准則》《吉利供應商行為准則》《可持續原材料政策》中要求供應商按《經濟合作與發展組織關於來自受衝突影響和高風險區域的礦石的負責任供應鏈盡職調查指南》對衝突礦物進行盡職調查。

A1.3 公開承諾是如何傳播的？

《行為准則》《吉利供應商行為准則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》在董事會批准後於本公司官方網站以本集團員工的主要工作語言中文及英文公開發佈，讓所有利益相關方及公眾都能閱覽。

為更有效傳播《行為準則》和《吉利供應商行為準則》至受影響的個人和群體，並讓其瞭解相關的權利、責任和實踐，本集團已採取培訓形式，包括向全體董事及員工提供《行為準則》線上培訓、考試，同時該線上培訓在內部學習平台可回播，方便員工隨時流覽。截至 2024 年末，共 94,899 人次參與《行為準則》相關培訓和考試，培訓時長達 24,822 小時。

《吉利供應商行為准則》已構成吉利與其供應商所簽訂的合同的組成部分。同時要求供應商選擇其自身供應商時亦要對方遵守《吉利供應商行為准則》的原則。本集團亦向供應商提供《吉利供應商行為准則》培訓，以確保供應商充分了解我們對人權的要求。

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

A2 企業如何證明其對兌現人權承諾的重視？

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

- 氣候中和：減少氣候變化對全人類在環境及經濟上的影響、公正轉型（包括員工就業、可負擔的新能源汽車產品）
- 自然受益：人類享用環境及自然資源的權利
- 全域安全：汽車使用者及其他道路使用者（如弱勢道路使用者 VRU）的安全與健康
- 數智創新：用戶的數據責任、隱私、人工智能道德
- 共榮發展：避免及消除對員工、商業夥伴、社區的不利影響，使其與本集團共融和繁榮地一起發展
- 治理與道德：符合市場公平發展原則、杜絕腐敗，避免對不同利益相關方產生負面影響

本公司的可持續發展委員會負責協助董事會監察本集團 ESG 方面的發展及指導相關措施的實施（包括但不限於：氣候變化、生物多樣性、資源使用與循環再利用、污染與廢棄物管理、人權、職業健康安全、信息與數據安全、負責任營銷、負責任供應鏈、產品質量與安全等），詳見本公司官網刊載的《可持續發展委員會職權範圍》。

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

報告期內，本集團以法律法規梳理、行業對標，及雙重重要性識別等方法持續評估可持續發展相關的風險與機遇，並識別出人權風險為其中一項需提升的風險。本集團 ESG 部門、合規部門、人力資源部門、工會、供應鏈部門以人權工作小組方式，投放更多資源協同提升本集團的人權管理，並將有關結果向可持續發展委員會和董事會進行匯報。有關員工及供應鏈的突出人權議題識別與分析，分別詳見「8.3.1 人權保障」「7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對」。同時，內部審計部亦將有關分析結果考慮在其年度風險評估及應對的年度審計計劃，並由審核委員會審批後執行。報告期內，內部審計部亦基於此開展整車工廠的安全與環境管理及用戶個人信息脫敏處理的審計。詳見「5.2 風險管理與內部控制」。

另外 我們在 ESG 工作組下設成立「勞工與人權工作組」負責完善本集團的勞工與人權管理體系及相關運行機制、流程等。



A2.1 企業內部對人權維護狀況的日常職責如何安排？為何如此安排？

本集團在日常的人權工作由以下負責人或部門負責：

- 首席人力資源官：本集團員工的權益管理，包括薪酬和勞工合同管理、多元共融的工作環境創造、員工權益申訴處理；
- 首席安全官：本集團員工的職業健康與安全管理及相關問題處理；
- 採購總經理：本集團供應商的人權管理，包括《吉利供應商行為准則》的簽訂和宣貫、供應鏈人權風險管理；
- 合規部門：《行為准則》和《吉利供應商行為准則》的牽頭制定部門及實施監督、處理本集團員工和供應商對人權的舉報及申訴。

以上負責人或部門向本集團管理層匯報。

報告期內，本集團在 ESG 工作組下設成立「勞工與人權工作組」，有關該工作組的職責詳見「8.3.1 人權保障」。可持續發展委員會為本集團對人權實施監督的最高級別機構，並由 ESG 部門協助其監督日常的人權工作。此外，ESG 部門亦收集外部利益相關方對本集團人權意見、對標人權表現及識別改善空間。

此架構有助更客觀地監督日常的人權工作的實施和評估其有效性。

工會代表員工與本集團協商集體勞動協議，人力資源部門收集本集團員工對人權及員工權益的意見。

A2.2 高級管理層和董事會探討了哪些類型的人權問題？為什麼？

報告期內，本集團以調研問卷的形式向董事會、高層人員收集對人權風險識別、人權管理及申訴渠道的建議。同時，ESG 部門亦向董事會匯報人權及負責任供應鏈的工作計劃和進展，以及識別出的主要 ESG 風險。

報告期內，可持續發展委員會召開 2 次會議，討論以下人權相關工作：

- 人權風險對本集團的重要性及經合組織負責任商業行為盡責管理指南的原則；
- 本集團在人權管理的表現及需改善空間；
- 員工及供應商對人權風險識別和突出人權議題的調研結果；
- 人權相關的申訴渠道意見；
- 提升人權管理的計劃及負責任供應鏈的具體提升方案（包括關鍵原材料管理、供應商盡職調查等）；
- 《行為准則》和《吉利供應商行為准則》的修訂；
- 採納 ESG 相關政策，包括：《人權政策聲明》《員工權益聲明》《可持續原材料政策》《生物多樣性聲明》《環境聲明》《數據願景》。

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

本集團員工通過以下途徑了解董事會和管理層對人權的決策和行動：

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

報告期內，本集團繼續在面向全體員工的效能調研中涵蓋人權相關的問題，亦表達了本集團對人權日益重視的行動及態度。

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



A2.4 企業如何在其商業關係中表明對尊重人權的重視？

本集團以《吉利供應商行為準則》規定了對供應商在工作環境與人權、健康與安全、商業道德、環境保護等方面的要求，構成吉利與其供應商所簽訂的合同的組成部分。同時，我們在《可持續原材料政策》中明確了本集團高度重視包括衝突礦產在內的高風險關鍵原材料帶來的環境及人權風險，致力於在整個供應鏈中以可持續和負責任的方式採購和使用原材料。

本集團在供應商管理維度亦包括了其 ESG 表現評價，將多個人權相關指標納入供應商能力績效考核，也作為准入、延續或終止合作關係的參考因素。本集團亦會向供應商提供 ESG 及與《吉利供應商行為準則》相關的培訓，以加強其對人權的認知及管理。

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

報告期內，本集團的供應鏈部門收到供應商對《吉利供應商行為準則》第一版部分條款不清楚需要參考的標準和如何執行的反饋，在修訂《吉利供應商行為準則》第二版時增加有關細則（例如：強迫勞動加入了不可扣押員工證件的要求），以使供應商更有效執行相關人權管理。相關修訂已於 2024 年 4 月經董事會批准及正式發佈及生效。

報告期內，本集團基於外部利益相關方的意見和與行業人權管理對標，識別供應商人權相關的盡職調查機制的不足，並啟動開展協力廠商盡職調查，已於 2024 年採用協力廠商機構識別高風險供應商。

B 部分：界定報告的側重點

B1 陳述突出問題：陳述報告期內與企業活動和商業關係相關的突出人權議題。

報告期內，本集團參考《聯合國工商企業與人權指導原則（UNGP）》和《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》建立人權評估方法，以識別突出人權議題。

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

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

初步的突出人權議題的識別清單包括：

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



B2 確定突出問題：描述突出人權議題的確定方法，包括利益相關方的意見。

基於初步的突出人權議題，我們採取以下方式開展識別與評估，以確定問題：

- 概括性人權管理評價：面向全球 100% 員工的效能調查加入上述突出人權議題，以評價本集團在相關人權問題的管理評價。
- 詳細人權問卷（抽樣）：
 - 易受人權問題影響群體或弱勢群體（孕婦、傷殘人士、少數民族或土著、外籍、農民工 / 移民工人、性少數者 /LGBTQ+）
 - 不同性別和年齡的員工
 - 業務單位 ESG 負責人或對接人
 - 業務單位人力資源業務夥伴
 - 工會代表
 - 供應商員工（含 ESG 對接人、員工代表）
 - 2024 年新增：經銷商員工

另外，我們還面向董事會及投資者收集有關上述突出人權議題的評價，幫助本集團更全面的通過利益相關方識別人權風險。

◦ 問卷分析

透過抽樣的詳細問卷，我們向響應者了解是否遇到清單上的突出人權議題、每類潛在突出人權議題對回應者本身或其代表的員工團體（而非本集團或其代表的供應商業務）的影響度（基於發生的嚴重程度及可能性，前者權重更高）、其他未列出的突出人權議題、申訴渠道的便利性、語言偏好建議。

基於上述評估方法，本集團分別對自身運營及供應鏈對突出人權議題進行重要度排序。相關的評估結果分別詳見「8.3.1 人權保障」及「7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對」。

我們將不斷完善此人權評估體系方法，更準確評估本集團的突出人權議題。

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

概括性人權管理評價是面向本集團全球員工，其中位於中國的員工數量佔大多數。詳細人權問卷的抽取樣本集中在本集團的主要運營地區：中國，2024 年我們已擴展至面向全球的其他主要運營地區，並已收集到來自海外地區的員工、供應商、經銷商對詳細人權問卷（抽樣）回復。

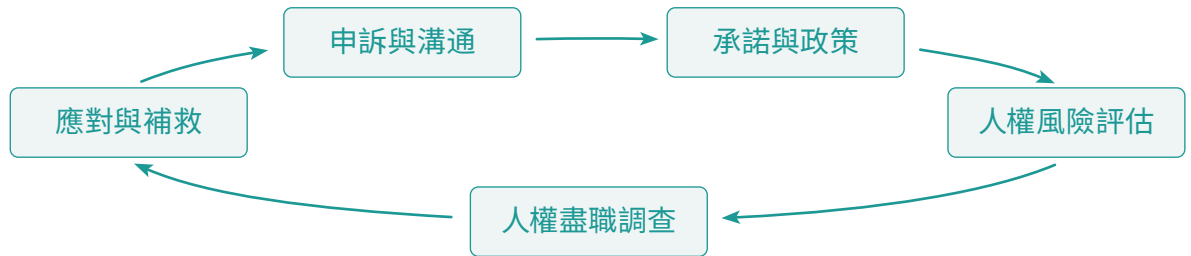
B4 其他嚴重影響：識別曾出現的或在報告期內仍在解決但不屬突出人權議題的嚴重人權影響，並說明是如何解決此類影響的。

除上選的突出人權議題外，本集團識別出公正轉型具一定的社會（包括人權）影響。2024 年，本集團已在面向全員的概括性人權管理評價中新增「公正轉型」議題的評價，並獲得 88 分評價。

如只為環境指標而不顧及社會影響的低碳轉型可能使員工及供應商失去工作、部分用戶亦可能因價格、基礎設施不足、極端天氣的原因失去其享用便利汽車出行的權利。詳見「3.1 氣候戰略及目標」「8.5.2 公正轉型」中有關「公正轉型」的內容。

C 部分：管理突出人權議題

報告期內，本集團參考《聯合國工商企業與人權指導原則（UNGP）》和《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》規劃人權管理體系。



承諾與政策：制定《行為准則》《吉利供應商行為准則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》等，並對內外開展宣貫；

人權風險評估：識別突出人權議題及評估重要度順序；

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

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

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

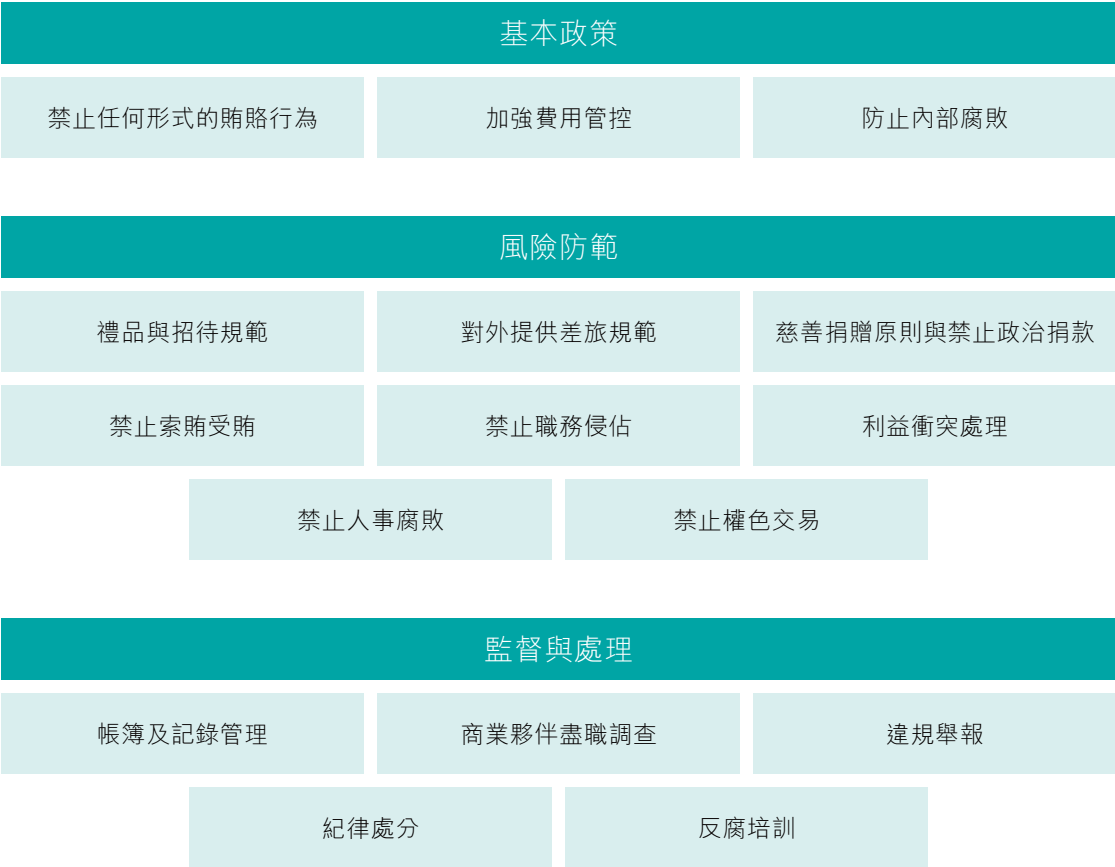
有關更多具體的突出人權議題的管理（《聯合國指導原則報告框架》C1-C6.5），請見本報告以下章節：自身運營：請參考「8.3.1 人權保障」

供應鏈：請參考「7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對」

5.3.4 反賄賂與反貪腐

本集團對腐敗行為採取零容忍的態度，嚴格遵守業務所在國家和地區關於公平競爭、反賄賂和反腐敗等方面所適用的法律法規及聯合國《反腐敗公約》。本集團構建了全面的反腐敗管理組織架構，由合規部、信息與調查部、法務部、內控部、紀檢督查辦公室、內部審計及業務單位合規管理部門共同組成，確保從頂層設計到底層執行的有效運作。

我們搭建了由組織體系、政策體系、風險防範和監察舉報構成的內部反腐敗體系。



本集團在《行為準則》《反腐敗政策》中清晰說明本集團在反賄賂和反貪腐的相關要求。依據《反腐敗政策》《合規監管紀律處分實施細則》《員工違規處分管理辦法》和《幹部問責管理辦法》，當董事、員工及其他適用人員違反有關法規及規定，將受到相關的紀律處分，並在必要時移送司法機關處理。

本集團通過企業文化導入、培訓，關鍵崗位梳理和風險點識別、合規績效評價、相互監督等多種形式，形成從意識形態到監管、審計、調查，全方位防範貪污腐敗風險。

供應商及經銷商反腐敗管理

針對供應商、經銷商等合作夥伴，本集團在合同簽訂中加入了《誠信自律特別條款》，以確保與業務夥伴往來期間嚴格遵守誠信自律相關要求。《反腐敗政策》《商業夥伴合規管理制度》《禮品與招待管理制度》等制度進一步規範了業務夥伴管理工作及相關處理程序，有效防範商業往來中可能遇到的貪污及腐敗行為。

本集團亦對商業夥伴進行年度和階段性合規盡職調查評估，對於評估不合格的商業夥伴提出整改要求，對於違規情節嚴重者，亦可能取消合作資格。

反腐敗監察舉報

本集團於公開的《反腐敗政策》披露舉報郵箱及電話的反貪腐舉報途徑，並承諾對舉報人及舉報內容嚴格保密。我們已開通包括集團官網、電話、郵箱、供應鏈合規管理微信公眾號等內外部多個舉報渠道，並開發數字化管理平台實現由舉報信息受理、調查方案制定、調查人員安排、調查報告上傳、處置方案審批、調查事件歸檔的在線化閉環管理，最大限度減少人為干擾。

紀檢督查及合規部門不定期開展審查、抽查、調查工作；在接獲舉報後，依據《合規諮詢、舉報、查處及獎勵管理辦法》《合規監管紀律處分實施細則》的明確規定，遵循標準的案件調查程序，開展調查、判定與報告。



反腐敗及廉潔教育培訓

反貪腐及廉潔教育是本集團全員合規培訓的重要內容。本集團面向包括高級管理人員在內的全體員工開展宣貫。報告期內，我們發佈 2024 年合規基礎培訓課程，要求全員學習。此外，面向包括董事會及高級管理人員在內的全體員工重點宣貫《反腐敗政策》《禁止內部腐敗》《員工違規處分管理辦法》等制度內容，人均培訓時長 3.5 小時，員工培訓覆蓋率 100%。

本集團合規部門定期面向商業夥伴開展反貪腐相關的溝通及培訓。報告期內，經銷商及承包商參加反貪腐培訓（含《反腐敗政策》）比例達 95%，平均培訓時數 2.5 小時；909 家供應商（含二級供應商）參加反貪腐培訓（含《反腐敗政策》），平均培訓時數 2 小時。

2024 年

本集團共查處 **29 起** 腐敗相關事件，其中對本集團或員工提出並已結案的訴訟案件為 **0 起**。

因涉及腐敗被本集團解僱或列入招聘黑名單共計 **16 人**，涉及腐敗而終止合作的商業夥伴共 **3 家**，我們已採取相關行動去挽回損失及預防同類事情發生，共計挽回經濟損失超 **251 萬元**。

5.3.5 商業道德

利益衝突

本集團在《利益衝突管理規定》《行為准則》（第三版）等政策中清晰說明了利益衝突類型和要求，並要求所有員工應當盡力避免個人利益與公司利益發生衝突或可能導致發生衝突的情況。更多有關利益衝突的具體內容，詳見《行為准則》（第三版）和《利益衝突管理規定》。

報告期內，我們持續開展以利益衝突管理制度為核心內容的培訓課程並推動《利益衝突聲明》的簽署工作，以確保員工理解相關要求並有能力識別可能存在的利益衝突情況；同時，我們持續優化利益衝突申報流程，常態化管理員工利益衝突情況並檢查跟進，從而有效地在日常工作中採取適當措施避免或妥善處理潛在衝突。

報告期內，《利益衝突聲明》的員工簽署率為 **100%**。

公平競爭

本集團秉持公平競爭的原則，恪守反壟斷和反不正當競爭方面的法律法規，在與供應商等主體開展合作時亦要求相關合作主體遵守，以保護公平公開的競爭免受不當影響。我們不從事與競爭對手統一定價，限制商品生產、銷售數量等壟斷行為。同時，

我們搭建公平競爭資源庫，梳理及匯編常見壟斷風險及不正當競爭行為清單，以輔助員工了解和提升公平競爭素養。本集團開展定期的反壟斷合規審核，並加強反壟斷法律法規培訓和宣貫。更多有關公平競爭的具體內容，詳見《行為准則》（第三版）。

報告期內，
吉利汽車開展公平競爭專題培訓累計 **3 場**，超過 **2,122 小時**，共計 **553 人次** 參與。

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

知識產權保護

本集團嚴格遵守業務所在國家和地區知識產權保護的相關法律法規，並通過制定《知識產權管理辦法》《專利管理辦法》《開源軟件管理辦法》等制度，明確我們對知識產權保護的管理要求。我們識別和評估不同業務場景中的知識產權風險，將管控方案與流程、制度和規範結合，完善知識產權管理及風險評估並嵌入到產品全生命周期的全過程。

本集團成立新產品開發合規工作組，負責評估新產品開發中涉及的知識產權合規事項，以避免侵權風險。報告期內，我們在新產品開發流程中補充風險排查點，並新增對供應商的知識產權排查審核標準，開展供應商知識產權風險管控能力評審，推動構建尊重創新的健康產業生態。

本集團亦搭建數字化管理平台以規範內部知識產權申請審批流程，結合內部知識產權管理系統及外部代理機構共同維護本集團知識產權，通過內外部知識產權轉讓／許可、成果轉化、價值評估等方式進行知識產權運營。報告期內，我們加大海外知識產權保護力度，覆蓋亞太、北美、歐洲等多個國家的海外專利申請。

本集團亦積極參與打擊假冒侵權汽車零部件的行業工作，制定規範性文件並開發相關培訓課程，開通維權郵箱收集來自市場、車主、社會公眾等利益相關方的意見。為提升員工的知識產權保護及合規意識，報告期內，本集團開展了 90 場知識產權相關知識培訓。



報告期內，吉利汽車專利總數 **27,720 項**，本年度新增專利授權 **987 項**、海外新增專利授權 **237 項**。

極氪專利總數 **2,277 項**，本年度新增專利授權 **948 項**，其中海外新增專利授權 **69 項**。

報告期內，本集團未有與侵犯知識產權相關已結案的法律訴訟案件。

稅務透明

本集團依法合規開展稅務工作，嚴格遵守業務所在國家和地區的稅務法例及規定。本集團稅務管理部門組織涉稅事項合規抽

查，識別並管控風險，為重大經營決策提供稅務支持；稅務共享中心支持各區域內成員企業的稅務管理，提供符合各運營地法規的差別化管理；各成員企業稅務管理部門或責任人，負責所在企業的涉稅事務，包含管控涉稅風險、規範業務的稅務處理。

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

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，並監控與應對稅務風險。

對外捐贈

本集團致力於對業務經營所在區域做出積極貢獻，但不借助慈善捐贈謀取不當優勢。所有慈善捐贈活動均須透明公開並經相關程序批准，以確保捐贈用於正當目的。同時，董事及員工和以吉利名義開展業務的商業夥伴均不得從事政治捐款。更多有關慈善捐贈與政治捐款的具體規定，詳見《反腐敗政策》（第二版）。

報告期內，本集團並無任何政治開支和捐款。

5.4 數據責任與隱私保護

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

車聯網安全

隨著網聯車輛及智能輔助駕駛的發展，我們重點關注並確保軟件開發及車聯網的安全。本集團已符合聯合國歐洲經濟委員會（UNECE）網絡安全車輛法規以及 ISO/SAE21434 道路車輛—網絡安全工程標準的要求，標志著本集團已搭建了完善的網絡安全管理體系，並確保產品全生命周期的網絡安全。

負責任人工智能（AI）

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



出口數據合規

汽車產品出口涉及國家安全及敏感信息泄露等風險，尤其要求對汽車產品涉及的敏感信息（如用戶隱私、車輛位置數據等）在處理和傳輸過程中得到妥善保護，防止未經授權的訪問與泄露。

本集團嚴格遵守出口所在地適用的信息安全及隱私保護法律、法規，包括但不限於歐盟的《通用數據保護條例》(GDPR)、日本的《個人信息保護法》(APPI) 等。本集團獲得由聯合國歐洲經濟委員會（UNECE）的世界車輛法規協調論壇（WP.29）發佈的全球首個關於汽車信息安全的強制法規 UN-R155 網絡安全管理體系（CSMS）以及關於軟件升級相關的強制法規 UN-R156 車輛軟件升級管理體系（SUMS）的外部認證。

我們致力於將國內發佈車型列入與海外車型的同等考慮範疇。報告期內，本集團聘請法律顧問等第三方專家共同針對出口項目車型開展數據合規評估。

我們從個人數據處理的基本原則、數據主體權利的響應、數據控制者和處理者的義務、個人數據的跨境轉移等方面，持續推動商業活動中與信息安全、隱私保護相關的合規要求的有效落實，並邀請法律顧問等第三方專家共同針對出口項目車型開展數據合規評估。

5.4.1 信息安全

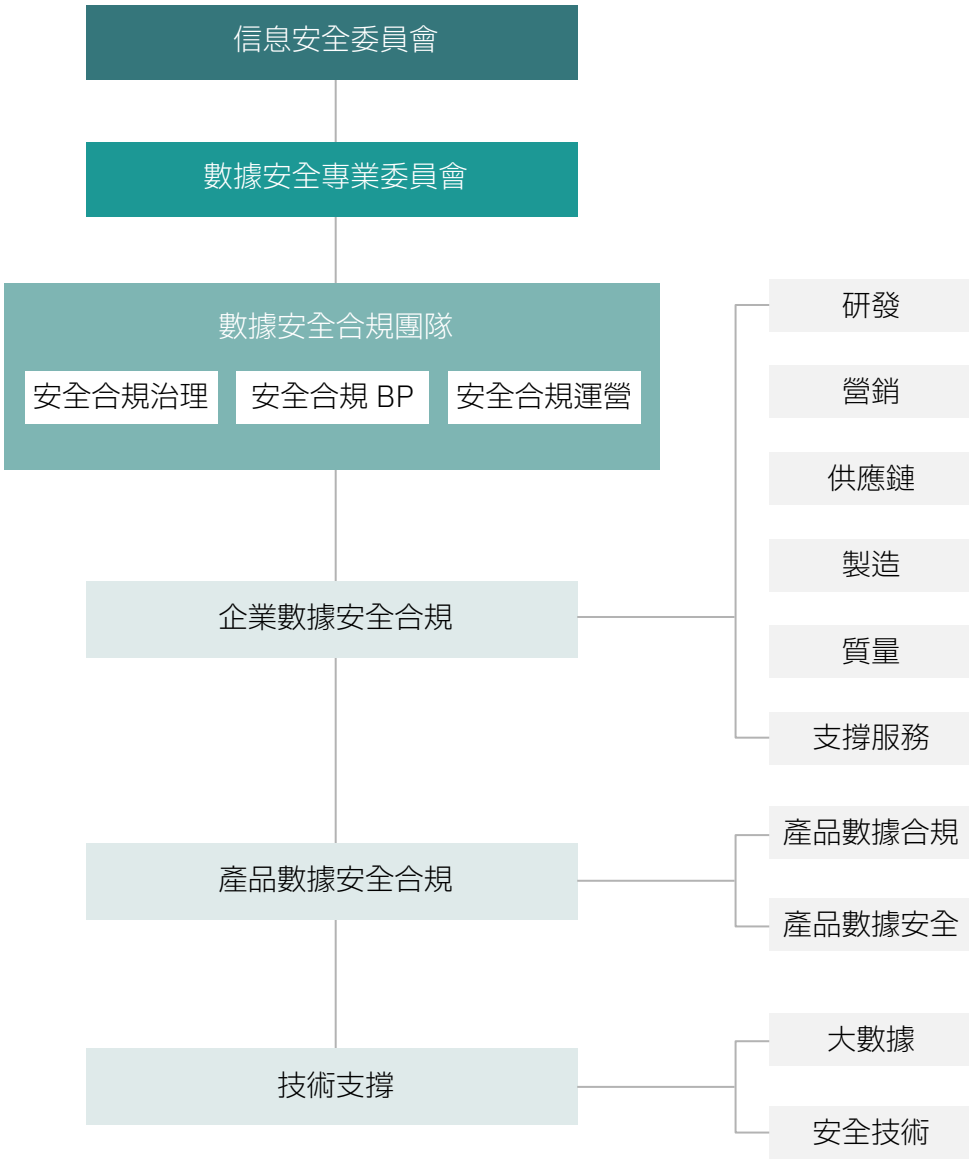
本集團嚴格遵守業務所在國家和地區關於信息安全所適用的法律法規，按照 ISO 27001 信息安全管理體系、汽車網絡安全管理體系（CSMS）等標準體系，搭建了包括組織架構、制度流程、技術工具以及常態化運營、文化意識培養等的安全管控體系。

信息安全管理架構

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

信息安全委員會由本公司 3 位執行董事、首席數據官、首席法務官等組成，CEO 擔任總負責人。首席數據官具備計算應用技術專業相關背景。該委員會每年至少召開 2 次會議，每年 1 次將信息安全方面的重大事宜匯報到董事會，由董事會對此作出監督及決策。信息安全部每月制定信息安全管理審議月報，向本集團信息安全總負責人 CEO 匯報每月集團信息安全管理工作執行情況。

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





制度及流程管理

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

風險管理

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

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

主要信息安全風險及應對措施

	主要風險	應對措施
政策風險 (中期)：	全球各國政府正逐步強化信息安全及汽車數據安全領域的政策法規，中國的《汽車數據安全管理若干規定》、歐盟的《通用數據保護條例》（GDPR），以及其他國家關於個人信息收集與處理的相關法規和聯合國歐洲經濟委員會（UNECE）的 R155 汽車網絡安全管理等標準。	已建立法規管理機制，設有專門的法規管理團隊，負責對國內外法規動態及信息進行系統性的收集、分析與傳遞，確保各單位及時、準確地獲取最新法規資訊。針對已經發佈的 R155 產品網絡安全法規，建立全面的網絡安全管理體系（CSMS），覆蓋體系認證、體系運行至體系落地的全過程管理機制。
出口市場 (短期)：	基於 R115 法規的要求，新車型必須在取得網絡安全管理體系認證（CSMS）及車輛型式批准（VTA）之後，才能出口至歐洲市場。同時，近期美國及歐洲市場正通過立法或其他監管措施加強對中國智能網聯汽車製造商獲取、處理其公民個人信息或政府相關數據的限制或要求。	為應對外部政策變化帶來的潛在業務衝擊，持續追蹤最新的法規動態及行業資訊，提前制定預防措施。一方面，強化體系認證能力，確保所有出口車型通過型式認證；另一方面，在車型開發的關鍵節點加強網絡安全管控，確保符合法規要求的網絡安全功能得以實現。

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

軟件開發安全管控

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

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



安全事件管控

本集團每年平均開展 4 次針對關鍵業務系統的滲透測試和漏洞分析（包括操作系統、數據庫系統、中間件、網絡設備等）、不定期開展攻防演練及護網行動，以識別與整改安全風險。

報告期內，吉利汽車開展 100% 業務範圍（包括：研發、供應鏈、製造、銷售、財務等）的業務系統安全測試，並開展網絡安全攻防演練 3 次；極氪每季度對公網業務組織攻防演練，並邀請第三方機構和國家相關監管單位，對極氪雲端系統及車端系統進行 4 輪攻防模擬對抗測試。

安全運營、監測及事件響應

本集團推動實現安全事件與漏洞管理的全面平台化和規範化，將安全事件處置從傳統的人工操作升級為部分自動化流程；安全運營也從依賴人工轉向線上可視化、可量化管理。我們已建立統一的運營分析平台並由安全運營中心全天候持續監測，利用大數據能力，通過關聯分析、機器學習、威脅情報等技術逐步建設安全風險識別能力、安全風險處置能力、安全運營治理能力，進一步完善安全運營指標，縮短安全事件發現及處置時間，實現當天響應，並評估安全事件的執行優質程度。本集團從「被動防禦」邁向「主動防禦」，為安全管理提供風險評估和應急響應的決策支撐，為安全運營提供威脅發現、調查分析及響應處置的有效工具。

2024 年，我們利用平台數字化功能構建了從安全管理、安全

技術、安全資產、安全運營、安全度量 5 個維度的可視化安全運營指標體系，實時的可視化報表展示不同層面的安全態勢，支持即時主動進行安全風險修復，提升了對安全威脅的識別和風險處理效率能力。此外，我們開發了安全事件自動化處置劇本（SOAR），能夠輸出高效的安全事件自動化處置方案，降低人工成本與時間成本，提高安全事件的處置效率，最快實現安全攻擊秒級響應。2024 年度，主動防禦網絡攻擊事件量級達億級，安全運營閉環安全事件超 2 萬起。

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

信息安全審計

本集團根據《數據安全審計管理辦法》定期進行安全策略審計及安全技術落地驗證。信息安全部聯合數字化中心、內部審計部對體系運行範圍的單位每年至少一次信息安全審計，以確認信息安全管理体系的有效性並及時提出改善建議。報告期內，內部審計亦進行用戶信息保護的審計。同時，我們聚焦生產基

地工業控制系統網絡安全檢查和自查工作，對高風險的數據備份、防病毒、U 盤管控等方面進行全面地跟蹤管理，每月定期輸出檢查結果並要求整改問題項。

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

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

信息安全外部認證與榮譽

本集團已通過多項外部認證以確保信息安全。本集團自 2018 年起連續 6 年獲得 ISO 27001 信息安全管理體系認證，覆蓋研發、生產、銷售、供應鏈和服務支撐體系等所有業務範圍。極氪亦通過了 ISO/IEC 27701 隱私管理體系、ISO/IEC 38505 數據治理安全管理體系。

在對外經營類平台的信息安全方面，吉利星睿智算中心（雲平台）、吉利新能源監控平台、吉利 OTA 平台，以及吉利品牌（含銀河系列和中國星系列）、極氪品牌、領克品牌的 APP 平台，均已通過依據標準 GB/T 22239-2019《信息安全技術 網絡安全等級保護基本要求》的信息安全等級保護三級的外部認證（包括物理安全、網絡安全、系統安全、應用安全、安全管理）。

報告期內，我們還獲得了 UN-R155 網絡安全管理體系（CSMS）以及 UN-R156 車輛軟件升級管理體系（SUMS）的外部認證。

- R156 軟件升級管理體系（E1）認證

- R156 車輛型式認證（VTA）

- R155 產品網絡安全體系（E1）認證

- R155 車輛車輛型式認證（VTA）

吉利控股集團 2024 年加入中國網絡空間安全理事會，亦參與 2024 年世界智能網聯汽車大會，與業界分享主題：《整車企業構建網絡和數據安全體系的路徑》。憑借突出的信息安全表現，我們榮獲由中國信息通信研究院頒發的數據安全治理能力三級（最高級）的等級證書，成為國內首家達到三級標準的中國汽車品牌。

信息安全評價及意識提升

本集團制定了《信息安全事態管理規範》《信息安全違規事件管理規範》《信息安全獎懲實施細則》等，覆蓋全業務鏈條的信息安全管控，並將信息安全管理表現與部門及員工績效掛鉤。員工在信息安全方面的違規行為將根據其風險程度受到包括績效獎金扣除、紀律處分等在內的懲罰；對信息安全工作做出突出貢獻、舉報相關事件或協助調查的員工將給予獎勵。

本集團所有員工均有義務對發生的信息安全事件進行上報、舉報。信息安全管理職能人員應及時判斷事件是否屬於信息安全事件，判定信息安全事件的等級，立即上報信息安全部並採取措施。對業務系統造成影響的信息安全事件，相關部門應優先進行業務恢復。

本集團開展面向全員信息安全意識的培訓，針對全體員工、董事及高管、信息安全關鍵崗位員工設置不同培訓內容，並且每年度將依據實際情況更新培訓課程。

報告期內，吉利汽車面向 **100%** 員工（包括管理層及普通員工）開展信息安全培訓和考試，確保員工掌握培訓知識，人均培訓時長 **1 小時**；

100% 信息安全關鍵崗位員工參與信息安全制度體系、事件調查、實操演練等專項培訓，人均培訓時長 **2 小時**；

5.4.2 隱私保護

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

隱私保護原則

- 合法正當：本集團在開展個人信息處理活動中應當遵循業務所在國家／地區的法律法規要求；
- 權責一致：本集團在開展業務過程中需採取適當的技術和其他必要的措施確保個人信息的安全，並對個人信息主體承擔責任；
- 目的明確：個人信息處理活動必須具有明確、清晰、具體的個人信息處理目的；
- 選擇同意：保障個人信息主體自主選擇的權利，在開展業務過程中向個人信息主體明示個人信息處理目的、方式、範圍等規則，征求其授權同意；
- 最小必要：確保業務只處理滿足個人信息主體授權同意的目的所需的最少個人信息類型和數量，目的達成後，及時刪除個人信息；
- 公開透明：以明確、易懂和合理的方式公開處理個人信息的範圍、目的、規則等，並接受外部監督；
- 確保安全：本集團應具備與所面臨的安全風險相匹配的安全能力，並採取足夠的管理措施和技術手段，保護個人信息的保密性、完整性、可用性；
- 主體參與：開展業務時向個人信息主體提供能夠查詢、更正、刪除其個人信息，以及撤回授權同意、注銷賬戶、投訴等方法。

隱私安全工程

本集團致力於將隱私保護原則融入現有的產品開發體系中，保障開發產品的隱私合規。本集團制定了《產品研發隱私開發管理辦法》《IT 系統開發生命週期隱私保護合規管理辦法》《汽車隱私開發合規管理辦法》《移動互聯網應用程序合規管理辦法》等，對產品需求、產品設計、開發測試、上線／上市準備全流程進行隱私風險評估與管理，確保將隱私保護意識融入產品設計以及日常業務運營中。報告期內，我們通過制定數據分級與風險分析方法，完成 AI 大模型安全評估框架的設計。

報告期內，為確保出海車型在歐洲等海外市場的數據合規，本集團通過調研 115 國法規，梳理歐洲數據要求，設計合規解決方案並完成功能評審，規避並降低海外數據合規風險，保障用戶隱私安全，增強企業在全球市場的競爭力與信任度。

消費者隱私全流程保護

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



隱私保護培訓

我們定期為員工提供信息安全意識教育和培訓，提高他們對保護用戶隱私重要性的認識。



報告期內，本集團面向 **100%** 全體員工（包括管理層及普通員工）開展隱私保護培訓，員工人均培訓時長 **1 小時**；
100% 信息安全關鍵崗位員工參與隱私保護培訓，人均培訓時長 **2 小時**。

隱私保護審計督察

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

隱私事件應急處置

本集團出台《隱私事件響應管理辦法》，明確了隱私事件的分級標準、處置過程中各部門的職責及處理流程，提高了隱私事件通報和應急處理的效率與效果，同時進一步完善了本集團關於隱私事件備案和分析總結的管理要求。我們設置了專門的應急響應處置小組，在收到疑似風險事件警報後，應急響應處置小組會立即啟動應急響應程序，第一時間確定風險遏制措施並執行，及時遏制風險蔓延。在實施緊急處置方案遏制風險後，針對事件進行溯源分析、評估業務影響、橫向排查，後續根據評估結果，制定具體後續的預防與應對計劃。



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

5.4.3 第三方信息安全與隱私保護管控

吉利汽車將信息安全與隱私保護的合規要求嵌入供應商的准入資格審查流程，對不同類別、不同級別的供應商進行不同的信息安全及隱私合規要求及考核並制定《合作方數據安全管理程序》以明確雙方的管理要求及責任，明確了第三方處理個人信息的基本流程。明確要求各業務單位在與第三方開展合作時簽署《合規承諾函》，並將數據安全處理協議、網絡安全標準等納入技術文件。

針對信息系統等特定服務供應商，我們要求其取得 ISO 27001 等認證。針對吉利汽車車聯網安全相關 ECU 供應商，我們每年開展現場信息安全審核，並針對審核結果要求供應商按期完成改進。

為規範第三方個人信息處理活動，降低個人信息處理的風險，保證個人信息第三方處理活動的合法性與合規性，本集團出台了《個人信息第三方處理管理辦法》，明確了第三方處理個人信息的基本流程（包括但不限於開展第三方處理的場景識別、數據保護影響評估、告知同意與協議簽署、第三方隱私處理管控與檢查審計）。報告期內，本集團明確要求各業務單位在與第三方開展合作時簽署《合規承諾函》，並將數據安全處理協議、網絡安全標準等納入技術文件中。報告期內，本集團更新了與第三方合同中的《數據安全處理協議》，並推進所有重要第三方簽署，已實現研發端供應商簽署率達 100%。吉利汽車識別出 2 家出現信息安全違規情況的第三方，並將其歸類為具有高信息安全風險，報告期內已對 100% 信息安全高風險的第三方開展現場 / 飛行審核，並要求其在規定時間內完成整改要求。

本集團每年對供應商提供數據安全與隱私保護培訓，以推進數據合規要求在供應端的有效落實。報告期內，吉利汽車面向供應商開展 2 次信息安全培訓，覆蓋 388 家供應商，平均培訓時長 3 小時。極氪亦對超過 100 家供應商開展信息安全培訓。

消費者利益

重要議題

- ◎ 產品質量與安全
- ◎ 客戶服務與滿意度
- ◎ 可持續出行
- ◎ 用戶隱私



產品質量與安全

- 8 款在售車型獲得 C-NCAP 五星，3 款在售車型獲得 Euro-NCAP 安全性五星
- 極氪 001 及極氪 X 均獲得歐洲 Euro-NCAP 及 Green-NCAP 五星評級
- 銀河 E5 榮獲 NESTA 六維電安全認證及頂級安全碰撞挑戰證書

客戶服務與滿意度

- 2024 年中國汽車用戶滿意度指數（CACSI）測評五項第一
- 領克 07 EM-P、極氪 007 獲「華興獎·2024 中國年度典範智能座艙」

榮獲 J.D. Power 2024

吉利品牌

- 中國售後服務滿意度研究（CSI）：連續 2 年蟬聯自主品牌第一，主流品牌第二
- 中國新車質量研究（IQS）：每百輛車問題數（PP 100），自主品牌排名第二
- 中國汽車產品魅力指數研究（APEAL）：自主品牌第二
- 中國車輛可靠性研究（VDS）：自主品牌第三

領克品牌

- 中國汽車智能化體驗研究（TXI）：連續 3 年蟬聯主流傳統能源汽車第一
- 中國車輛可靠性研究（VDS）：自主高端品牌第三

極氪品牌

- 中國汽車智能化體驗研究（TXI）：主流新能源汽車第一
- 中國新能源汽車客戶體驗價值研究（NEV-CXVI）：中國品牌第四





6.1 產品質量與安全

本集團以「創造超越期待的出行體驗」為使命，始終將用戶的安全和滿意放在首位，致力於在產品全生命週期內持續為用戶提供更智能、更安全、更健康的出行體驗，推動高質量的智能出行新篇章。我們堅持「關愛在細微處」的服務理念，對用戶負責及提供更優質的服務，是我們首要的社會責任。

6.1.1 治理

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：產品質量與安全）的風險與機遇，詳見本報告「2.2 ESG 管治」。我們以《吉利汽車全流程競爭力質量管理體系》(GTQS) 作為在全球各品牌的質量與安全管理體系。在 GTQS 管理體系下，本集團制定金字塔型質量管理組織架構及定期會議制度，管理產品質量與安全的問題、風險與機遇。

在產品質量與安全的日常管理責任上，我們建立了完善的三層次管理架構。如發生質量與安全相關重大問題，本集團旗下品牌業務集團 CEO 亦可向可持續發展委員會匯報，由可持續發展委員會討論並提供建議至董事會作出決議。

高級副總裁

集團層面一名專責產品質量與安全的高級副總裁作為第一負責人，對產品安全與質量全面負責，帶領各單位開展相關的日常工作。

質量安全總監

各品牌下分別設有質量安全總監，負責跟蹤法律法規要求、制定管理制度、規範及考核、指導及檢查質量安全責任的落實；制定及監督產品質量與安全的風險管控包括向安全第一負責人匯報及提出改進措施、質量與安全事故的處置方案、組織質量安全培訓、產品召回和相關整改。

質量安全員

負責督促指導員工落實質量安全規範、檢查原材料、生產過程控制、產品出廠檢驗等制度落實、實施不合格品控制、督促員工整改質量安全問題、管理產品質量安全數據保存等。

本集團旗下品牌各自對重大市場風險進行監控與應對，並通過各製造基地自查及中心監察，確保前期全集團攻關事項的成果能得到持續運用。每個整車製造基地也分別明確了其質量安全第一負責人（一般為各基地的總經理或副總經理），及質量安全總監和質量安全員角色和責任。

按相關的重要度建立的上升機制：總裁質量月度會議（品牌業務集團 CEO 主導）、質量管理委員會月度會議（產品質量與安全高級副總裁主導）、製造基地總經理級質量月度會議、製造基地副總經理級周度會議、質量中心日清會議和定期專題會。在跨部門協同中，質量部門亦會協同研發、供應商質量工程（SQE）、動力製造、整車製造、銷售及各產品線開展定期及

不定期的質量會議討論。本集團通過會議機制的完善，保證所有質量相關問題在第一時間得到妥善解決。

2024 年，本集團成立新能源汽車產品安全管理委員會、推進委員會，並組織建立專家庫，覆蓋新能源汽車安全管理體系 8 個業務模塊，包括：新能源汽車安全組織管理、產品安全性設計、供應商管理、生產製造管理、監測平台、售後服務、事故響應處置、信息安全保障體系。

6.1.2 戰略

本集團深刻地意識到，安全是汽車產品最基本屬性，車輛安全不僅關乎個人安全也關乎社會公眾安全。因此，我們始終堅持自身 ESG 戰略方向當中「全域安全」概念，以「生命零傷亡、健康零危害、財產零損失、隱私零泄露」為宗旨。

2024 年，本公司董事會主席李書福先生多次表明本集團對產品質量與安全的堅定承諾。他強調，我們專注於長期發展，致力於為用戶提供高質量的智能精品汽車，確保顧客在購買和使用時的放心與安心。本集團在電池安全技術方面取得了顯著進展，成功研發了金磚電池和神盾短刀電池，這些技術不僅提升了汽車的安全性，也推動了電動化的快速發展。李書福堅信，只有通過技術創新和高標準的質量管理，才能在激烈的市場競爭中贏得消費者的信任，實現可持續發展。



本集團提出質量管理體系、新能源質量、可靠耐久質量、供應鏈質量四大變革，在前期質量、製造質量及服務支持三大環節，推動覆蓋產品全生命周期質量管理的風險與機遇，全面提升質量競爭力和顧客滿意度。

風險與機遇的識別及應對

本集團按照「2.3 風險與機遇管理」所述的方法作為原則去識別、評估及管理產品質量與安全相關的風險與機遇。另外，我們基於不同國家地區對汽車產品的法規和標準、行業科技及技術發展、對標同行競品、產品質量及安全事故分析等作為風險與機遇的輸入開展相關的識別與評估。

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

市場競爭風險

用戶對汽車智能化的需求，帶來更激烈的市場競爭。為保持產品競爭力，汽車企業需要持續相關的研發投入，以確保產品在智能化功能的質量，以及利用智能化技術提升汽車安全性。

應對措施

本集團基於《台州宣言》，將有效協同及整合各品牌之間在智能化的資源，以提升相關研發投入的效率。

本集團堅持以安全為底線，以技術創新推動安全平權。我們以自研神盾短刀電池及金磚電池塑造安全標杆，通過全域 AI 智能化佈局打造合適不同價位的智能安全輔助駕駛系統。

與此同時，我們時刻關注市場動態，通過迎合市場需求、不斷提升產品質量和售後服務及優化用戶體驗，以在快速變化的市場中保持競爭力。

出口產品的質量管理風險

中國汽車行業的國際化進程取得了突破性的進展，出口銷量不斷攀升，同時也面臨出口方面的多重風險，涉及政策、技術標準、環保、供應鏈、數據安全等多個維度。本集團採取國際化戰略，多款車型定位為全球車型出口至多個國家。本集團始終以全球業務發展合規為基本原則，應對不斷變化的情勢。

應對措施

本集團深入分析不同海外市場對產品的偏好與需求，制定產品出海戰略。同時，我們時刻關注不同海外市場對於產品質量與安全的技術標準及監管要求。報告期內，本集團完成多個不同市場的開發能力建設，包括：韓國市場（韓國新車評價規程 K-NCAP、韓國汽車安全標準 KMVSS）、歐盟市場（2024–2025 版歐盟新車評價規程 Euro-NCAP）、東盟市場（2026–2030 版東盟新車評價規程 Asean-NCAP）等完成安全全球市場法規簽署，並開展多項能力建設工作。有關本集團在各市場獲得的評價，請見「6.1.4 指標與目標」。

本集團制定《海外產品生產一致性控制管理辦法》，規範生產一致性管理職能職責和管控流程，以保證本集團各子公司批量生產的整車產品持續符合目標市場強制性認證法規要求，並與型式認證樣品在規定程度內保持一致。

領克始終堅持安全至上戰略，深化「安全、健康、可靠、智享、全球化」五大質量標籤，秉持「生而全球，開放互聯」的核心理念，採用全球統一的生產標準和質量管理體系，確保全球範圍內產品質量的一致性。領克以歐洲安全標準嚴格要求自身，將安全融入產品設計和生產的各個環節，確保車輛在安全性能方面達到國際領先水平，以安全築牢口碑，提升品牌在海外市場的競爭力。



法律法規應對：本集團設置專門的技術管理中心，研究中國及其他各個國家、地區現行的汽車相關政策標準，確保自身運營符合所在地國家政策和標準要求。有關本集團應對歐盟等可持續相關法律法規的情況，請見「5.3.2 出口與貿易合規」。

質量體系保障：本集團依據 GB/T19001-2016/ISO 9001:2015 質量管理體系、IATF16949：2016 汽車質量管理體系、CTS CAC-MS-22:2023 新能源汽車安全管理體系等建立內部質量體系並獲得外部第三方認證，範圍覆蓋傳統燃油汽車和智能電動汽車的設計研發、供應鏈、製造、銷售和服務的管理全過程。

供應鏈及生產製造：我們通過對供應商進行嚴格的質量審核和管理，確保每個環節的產品質量符合標準，減少因供應鏈問題導致的質量風險。針對特定車型項目，本集團委託具有供應商審核資格的獨立第三方開展現場盡職調查。我們實施嚴格的質量控制流程和標準，及時發現並解決潛在問題，確保產品在出廠前都經過嚴格的安全測試和質量檢驗，符合目標市場的質量要求。

產品質量與安全的市場機遇

隨著海外市場及消費者群體對產品安全與健康的追求日益提升，本集團將得益於在安全與健康方面的強大基因，獲得更高的市場認知度。本集團長期致力於研發安全與健康、環保技術，不斷驅動我們在智能化與新能源技術領域的創新，這將幫助我們獲得更多市場機遇，提升品牌信任度和市場競爭力。

應對措施

本集團以「全域安全」為宗旨，堅持質量和安全至上，將 ESG 戰略融入造車的每一個環節。我們加大對安全技術的研發投入，特別是在電池安全、碰撞安全和智能輔助駕駛技術方面，確保產品在安全性上的領先地位。

我們重視汽車內飾材質的健康性、車內空氣質量的優劣，以及各項功能的可靠性，在產品開發中大量使用環保材料和工藝，守護用戶健康安全與舒適體驗。

我們堅持透明、安全、負責地獲取與處理數據，發展專業、可靠的人工智能技術，推動「負責任使用數據」的原則貫穿產品全生命周期並向價值鏈延伸。

我們通過用戶調研，提前識別用戶關注度高的問題，應用到新品項目開發過程中，促進產品的市場競爭力。同時，我們建立用戶反饋機制，及時收集和分析用戶對產品質量和安全的意見，快速響應市場需求，持續改進產品，提升用戶滿意度。

6.1.3 風險管理

產品質量與安全管理體系

本集團依據 GB /T19001-2016/ISO 9001:2015 質量管理體系，IATF16949：2016 汽車質量管理體系、CTS CAC-MS-22:2023 新能源汽車安全管理體系，以及質量安全相關標準和法律法規等建立內部質量管理體系，範圍覆蓋傳統燃油汽車和智能電動汽車的設計研發、供應鏈、製造、銷售和服務的管理全過程。同時，本集團深入打造產品可靠性管理體系，涵蓋汽車可靠性工程技術、產品研發設計、測試驗證、工藝製造與售後質量管理，確保所生產製造的產品均符合行業標準。

2024 年，位於中國研發及生產本集團旗下吉利、領克和極氪產品的公司均獲得 ISO 9001 質量管理體系認證。本集團 100% 整車基地獲得 CTS CAC-MS-22:2023 新能源汽車安全管理體系認證，100% 整車基地和動力總成基地均通過 IATF16949:2016 汽車質量管理體系認證。

本集團旗下質量中心實驗室負責新項目到量產零部件的試驗驗證；整車研發實驗室具備整車、零部件相關開發驗證能力；動力研究院試驗中心具備動力總成及電驅相關試驗能力；威睿實驗室具備三電方面試驗能力；義烏動力檢測中心負責計量精測；極氪安全實驗室具備在智能網聯汽車信息安全領域的試驗能力。以上實驗室均通過由中國合格評定國家認可委員會（CNAS）審核評定，符合 ISO 17025:2017 實驗室管理體系的認證。



本集團亦針對產品全生命周期建立了全流程的質量管理體系

研發端

本集團在產品開發過程中進行整車及零部件各個階段的驗證策劃，包括設計驗證（DV）、工程樣品驗證（EV）、過程驗證（PV）。本集團旗下擁有多個實驗室符合 ISO 17025:2017 實驗室管理體系，可以實現開發測試、實驗執行、零部件試驗、整車及系統台架試驗、整車性能及耐久試驗等，從而開展仿真分析及物理驗證等實驗。

供應端

本集團將供應鏈質量納入產品質量戰略，對供應商的質量保證能力、生產能力、技術水平等進行全面評估。通過技術支持、管理培訓等方式，幫助供應商提高質量意識和質量保證能力。堅持定期對供應商的質量指標完成情況進行評價和績效考核，根據結果對供應商進行分級管理。

製造端

本集團引入尖端的自動化生產線和智能質量管理系統，對生產過程進行實時監控和數據分析，及時發現和解決生產過程中的質量問題。嚴格執行標準化的生產流程和操作規範，確保每一輛車的生產質量。對關鍵工序，制定詳細的監控計劃，包括監控項目、監控頻次、監控方法等，確保關鍵工序的穩定運行和產品質量的有效控制。我們對所有車型開展測試階段各類部件、系統和整車碰撞等驗證工作。

工位保障制度體系

我們在製造過程中對工位保障度進行評價，實現對工藝開發、量產一致性、變化點的有效控制，打造高水平的工藝管理能力。同時，我們開發製造管理系統（MES）防錯掃描，裝配前通過掃描零件，進行系統自動比對和反饋，提升現場防錯水平。通過質量數字化運營在質量數據中心自動採集現場 FTT（一次通過率）/DPU（單台不良率）指標狀態和指標狀態跟蹤，提升製造質量水平。

防錯管理體系

在產品防錯中，我們通過產品標準化、配置件、對稱件、類似件的結構差異、軟件信息化應用等方式進行產品設計防錯，避免錯裝、漏裝等低級質量問題。

在生產過程防錯中，我們通過圖像識別技術，光電、限位、接近開關的邏輯控制技術進行過程防錯，減少製造類低級和批量問題流出。

在精準追溯 / 模糊追溯中，我們持續優化製造執行系統（MES）的信息化應用，通過條碼、二維碼掃描，建立一件一檔、一車一檔數據採集進行信息產品追溯和防錯控制，並通過配置質量管控指令，達到質量預警及升級管理功能，有效防止製造過程缺陷流出。

產品安全管理

一體化安全

本集團始終堅持汽車安全技術創新，多項安全新技術處於全行業領先。報告期內，本集團被授予浙江省全省智能汽車全域安全重點實驗室，將錨定智能安全技術、新能源安全技術兩大關鍵技術領域，在主被動一體化安全、新能源安全、健康安全、信息安全等方面，負責開展前瞻技術規劃與研究工作。

我們持續投入產品的一體化安全相關技術：

乘員
保護

座墊式氣囊：在零重力座椅和大角度條件座椅上的應用，充分防護人員乘坐發生碰撞時的下潛作用。

氣囊主動泄氣孔：帶主動泄氣孔的乘員正面氣囊，通過後期泄氣減少氣囊的剛性，對體型較小人員或女性乘員有較好的防護作用。

駕駛員狀態檢測：檢測疲勞信號與醒神模式聯動，在原有的疲勞提醒提示基礎上，幫助用戶緩解降低疲勞，在駕駛員失去車輛控制能力時緊急介入。

緊急救援：

- 1. 通過按壓頂燈 SOS 按鍵手動觸發；
- 2. 當車輛發生碰撞氣囊彈開時會自動觸發。

緊急救援觸發時會通過變速箱控制模塊（TCAM）收集車輛數據傳輸給救援中心，車輛數據包含車輛位置、車輛是否翻滾、車輛正向 / 後方 / 駕駛位側 / 非駕駛位側碰撞、碰撞加速度、車內人數、門鎖狀態、車門打開狀態、車速、車輛朝向、車輛類型等 30+ 個數據。



兒童保護	車內檢測雷達：通過車內毫米波雷達實現生命體遺留檢測，以防止兒童或寵物被遺留在車內，避免可能出現的生命危險。 3 歲兒童正向乘坐座椅：反向安裝的兒童座椅，在方便性中存在弊端，看護人無法實時觀察到兒童的狀態，同時反向座椅在正面碰撞工況中對腿部會造成較大傷害，而兒童正向座椅可以解決上述安全性與方便性的問題。
弱勢道路使用者（VRU）保護	外部傳感器：使用傳感器和攝像頭等裝置檢測周圍環境中行人，並採取行人碰撞警告、自動緊急制動系統、行人識別和追蹤、夜間視覺增強等措施以避免事故發生或減輕事故後果。
實驗測試	燃燒實驗室：聯合內外部資源打造燃燒實驗室，深入研究新能源汽車火災機理、滅火措施及溯源方法，持續提升整車防火能力開發。
事故救援	永恒通信：得益於吉利控股集團的衛星網絡具備強大的通信能力，能夠為車輛提供實時的衛星通信服務及精確定位。這意味著即使在沒有地面網絡覆蓋的偏遠地區，車輛也能保持連接，進行雙向通信。尤其對於緊急情況的響應尤為重要，例如在自然災害或事故發生時，車輛可以自動發送求救信號或獲取實時信息。 低壓保護：研發並應用碰撞後低壓保電技術，規避發生事故後低壓掉電，車門不解鎖、E-call 不觸發等問題。

新能源智能汽車安全

針對新能源智能汽車開發趨勢，本集團在車輛結構方面運用籠式車身、硼鋼門環、十宮格、一體壓鑄、雙級吸能盒、丟輪保命技術等

超過 20 項安全基因，解決核心難題。報告期內，本集團牽頭參與制定《純電動乘用車底部抗碰撞能力要求及試驗方法》《電動汽車動力蓄電池側面柱碰撞試驗方法及要求》等標準。

安全性測試是我們不可妥協的底線，本集團致力於將汽車置於各種極端環境下進行碰撞實驗、耐久性測試，確保在突發情況下，車輛能夠保護乘客的安全。報告期內，我們以遠超出國家標準完成極氫 7X，領克 09，極氫 MIX，極氫 009，銀河 E5、銀河 E8 等車型在追尾、側碰、側柱夾擊、後碰、高頂壓等測試。

銀河 E8 側柱碰測試

銀河 E8 按照超越國標（1 個點進行側碰驗證），在車身兩側每隔 127 毫米進行一次側柱碰測試，單側測試 14 個點位。貫穿 A 柱到 C 柱的整個門檻梁，均可抵禦 32 公里 / 小時的側面撞擊。在追尾碰撞測試中銀河 E8 的水平滿足全球最嚴苛的 90 公里 / 小時後碰要求。

銀河 E5 榮獲「頂級安全碰撞挑戰證書」

銀河 E5 順利通過中汽中心 Top Safety 行業首次超國標「整車安全魔鬼串聯試煉」，並榮獲「頂級安全碰撞挑戰證書」。挑戰工況包括水深 4 倍於國標的海水中衝浪浸泡、時速每小時 35 公里經受與電池包重疊 30 毫米障礙物刮底，側碰側柱碰。經歷試煉後，車輛仍能正常行駛，拆解後電池僅受皮外傷，電芯零影響。

吉利隱藏式門把手解鎖專利，對全行業開發共享

本集團重視智能汽車產品安全，尤其是市場上屢屢出現新能源車碰撞起火後，因門把手打不開而錯過最佳救援時間的事件。吉利汽車開發了隱藏式門把手解鎖專利方案，確保在極端情況下門把手能解鎖彈出。

門把手作為車輛的電子電器部件之一，需要依賴車輛的低壓蓄電池供電和控制系統而工作，由供電、信號、機械三個維度串聯組合而成，任意一個維度出現問題可能都會導致解鎖功能失效或者異常。我們通過低壓蓄電池布置及防護提升、優化線束布置及走向、鋰電池軟硬件保護策略優化、供電原理及保險優化等措施提升碰撞解鎖及把手彈出供電穩定性。通過碰撞解鎖命令邏輯及彈把手策略提升、控制器防護提升、通訊線束布置及防護提升等提升傳輸可靠性及魯棒性。

雷神 EM-i 超級電混的安全設計 - 冗餘安全保障的全新升級

雷神 EM-i 超級電混實現了混動電驅、高效燃燒、智能 AI、冗餘安全等多個技術領域的創新。雷神 EM-i 超級電混實現全球首發混動安全冗餘專利技術，神盾電池的 5 級冗餘算法，從而大幅度降低車輛失控風險。同時，獲得行車控制的安全驗證和饋電高速穩定性兩項權威測試認證。



車機、車控、車聯網安全

我們認識到保障新能源智能汽車在使用階段的車機、車控、車聯網質量尤為重要，同時新能源智能汽車的資料安全和質量穩定性對用戶體驗和用戶滿意度緊密相關。考慮到市場發生的新能源智能汽車質量事故影響使用者用車的情況，我們採取一系列改進優化措施。

本集團研發中心、數字化中心、質量管理中心及銷售公司共同應對新能源智能汽車的質量問題，以保障車控、車聯網的服務質量。在技術層面：研發中心負責車聯網、車控的功能開發；數字化中心負責為車聯網數據平台提供安全技術能力支持。在管理層面：質量管理中心負責全面的質量控制，包括監控、評估、問題發現及優化改進等質量保障。在服務層面：銷售公司負責包括回應溝通、投訴信息跟蹤處理等客戶服務。在接收到用戶對車控、車輛網等問題的投訴回饋後，聯動上述部門共同解決，並給予用戶答覆和解決方案。

報告期內，我們成立集團級的跨團隊專項小組，對車聯網、車控全鏈路進行安全和穩定性的排查，充分識別 APP 端、伺服器端、運營商端等多個環節的風險點，從預防發生、防止流出和異常預警等方面開展了一系列改進優化措施。對於非常核心的運營商端和伺服器端，我們已經建立了異常監控預警和災備機制，可以實現 15 分鐘監控、30 分鐘完成容災切換。對於正鏈路中的核心供應商，強化了供應商管理要求和提出了更嚴格的品質保障協議。

報告期內，吉利汽車研究院與國家工信安全中心就共建車聯網（網聯汽車）安全聯合實驗室達成協議，依託聯合實驗室聚焦智能輔助駕駛車輛信息安全、車聯網安全關鍵技術研究、檢查評估、密碼應用等方向，充分發揮技術、資源和區域等優勢，促進車聯網安全技術落地和成果轉化。

電池安全

隨著新能源汽車市場佔有率的提升，本集團深知電池安全將會是未來汽車安全的核心要素。本集團持續投入電池安全相關的技術開發，突破新能源安全風險評估和救援安全體系，完成從電芯 – 模組 – 電池包 – 整車電力 – 熱試驗設計。

電池全生命周期安全保障

- **電池研發：**研發 8 大熱安全防護技術，從實時防控、多層隔熱、高效吸熱、無障礙排熱、毫秒斷電、自動預警、主動冷卻、雲端監控等 8 大方面進行電池安全防護，保障電池無熱蔓延、不起火。
- **電池供應鏈管理：**全面建設審核質量管理體系、產品質量表現以及可持續發展方面的實踐成果，從源頭把控產品質量。
- **電池生產製造：**按照 ISO 9001、IATF 16949 等標準進行生產質量控制並通過相關認證，開展電池全鏈路質量數據評價監控及追溯管理，保障交付質量。
- **電池使用：**建立故障報警 / 預警處置迭代體系，精準評估電池健康狀態；建立電池四級應急響應體系，最快可在 10 秒內完成語音呼叫、用戶關懷、現場及後方確認；構建全面的電池維修服務網絡，推動動力電池維修工藝標準化。
- **電池退役：**制定《新能源汽車廢舊動力電池回收管理規定》，與工信部認可的電池回收商白名單企業合作，簽訂電池回收合同，按照規定對退役電池進行電池回收，並進行溯源管理。

神盾短刀電池安全性實現突破

神盾短刀電池作為本集團推出的「最新一代刀片式電池」，以超安全、超快充、超耐用為特點，通過了權威機構的安全性和耐久性測試認證。

我們通過高強度複合材料底護板、6 層電池底部防護結構，同時與車身底盤防護結構相結合，塑造神盾電池系統在底部防護性能引領的標籤。針對高壓電池碰撞熱失控等行業難點問題，提出從電芯、模組、Pack 到單包系統級別開展動靜態試驗提升預測能力，助力神盾電池零自燃。

我們對一台驗證里程超過 30 萬公里的銀河 E5 耐久性測試車其配備的神盾短刀電池進行電池包拆解，證明其在完成 921 次完整充放測試後電池依舊擁有 90.5% 的健康度。

拆解結果顯示，在經過高溫、高原、高寒等極端環境 30 萬公里的測試下，電池包依舊結構完整、防護完好。由於短刀電池採用了行業領先的電池車身一體化技術（CTB），將電池作為車身結構的一部分，極大增強了整車的核心力量，擁有更好的安全性。

並且，神盾短刀電池同一電池包連續通過海浪浸泡、高原極寒、高頻刮底、26 噸暴力碾壓、單包側柱碰撞、火燒炙烤等六大測試，經過 8 針同刺和真彈槍擊實驗，具有高度安全性和可靠性。

金磚電池二代首創行業 3 項極限安全測試

金磚電池作為極氪全棧自研自造的全球首款量產的超快充磷酸鐵鋰電池，金磚電池二代於本年度完成了從材料、結構、體系等的升級。其中，高壓部件採用小型模塊化設計，通過散熱路徑、結構等多重優化疊加，保證系統大電流極充的熱安全。800V 電池包榮獲「2024 第六屆金輯獎中國汽車新供應鏈百強最佳技術實踐應用獎」。

金磚電池二代在行業首創了 3 項極限安全測試。一是外部火燒測試。金磚電池在國家機動車產品質量檢驗檢測中心（上海）廣德基地進行了權威測試，在 700°C 以上的大火中直接燃燒 240 秒，遠超國標的 130s 測試時長。測試後電池包靜置觀察 2 小時，沒有出現任何起火、爆炸等熱失控現象，電芯電壓、整包絕緣依舊正常。二是「超壓針刺」測試。研發團隊首先以國標 1.5 倍的擠壓力（150kN，國標為 100kN）擠壓一塊滿充電量的電芯，被擠壓部位形變量達到 30% 以上，達到國標 2 倍以上，此時電芯已經大幅度變形。觀察 1 小時後，使用 5mm 鋼針進行貫穿式針刺測試，電芯內部發生短路。整個測試過程中電芯不起火，不爆炸，電芯表面最高溫度僅為 33.0°C。最後是 6 項極端工況串行測試。金磚電池連續經受浸水、火燒、冰凍、拖行、碾壓、高墜 6 項極端工況測試，仍然不起火、無爆炸。

同時，該電池還集成了八大熱安全保護技術，以及車雲一體的 AI BMS（電池管理系統），從實時防控、多層隔熱、高效吸熱、無障礙排熱、毫秒斷電、自動預警、主動冷卻、雲端監控進行產品安全防護，保障產品無熱蔓延，不起火。

健康與安全

健康與安全是本集團產品的內在基因，我們致力於打造全方位為用戶著想的健康與安全的產品。報告期內，我們完成《母嬰關愛座艙技術開發實施規則》、視覺人體體征監測技術開發等領先實踐。

極氪 009 7 座版，其座艙滿足「母嬰級」使用標準，通過了中汽中心「兒童優先綠色座艙認證」，其所使用的所有織物均通過了中環聯合認證中心「生態紡織品認證」。無論是材料安全、電磁輻射安全還是車內空氣質量，均做到從原材料到整車的全流程健康環保。



本集團開發基於視覺檢測算法、醫療垂域模型等，通過無接觸式檢測方式，對用戶心率、心率變異性、血氧飽和度和呼吸頻率四項健康指標的人體體征監測技術，並已搭載部分量產車型。

原材料安全

車內環境安全直接关系到乘員的健康與舒適體驗，內飾材質的健康性、車內空氣質量的優劣，以及各項功能的可靠性，都是衡量高質量駕乘環境的重要標準。

汽車零部件的選材基本決定了整車 VOC 濃度和氣味性。我們注重從原材料源頭控制材料端滿足法規要求，並通過中國汽車材料數據系統（CAMDS）、報廢車輛（ELV）合規體系進行信息化數據管理，建立完整的有害物質管控體系。報告期內，我們開發了抗菌皮方向盤，在人手觸摸方向盤的過程中，減少各種黴菌對人的健康的影響。

為深化健康車領域開發，本集團斥資超 5,000 萬元打造了一系列尖端測試設備與實驗室，包括精密測試艙、氣味散發模擬環境艙以及數據精密分析試驗室，並引進 20 餘台全球頂尖氣味 VOC 測試設備。除了百餘種物質分析，還能精準模擬用戶真實用車及多種極端條件下車內氣味的動態變化。本集團擁有行業內唯一獲得中國合格評定國家認可委員會（CNAS）認證的氣味實驗室。

吉利銀河 E5 打造健康座艙

吉利銀河 E5 在選材上全面採用了行業領先的環保內飾材料，包括但不限於：高質量水洗棉前圍隔音墊，SSD 環保水性阻尼板以實現綠色減震，雙組分高效吸音棉門板顯著提升車內靜謐性，以及抗菌超纖 PU 方向盤，確保觸感舒適且健康安全。更配備有 CN95 高效濾芯與新風系統空調，為車內空氣循環提供雙重保障。通過融合先進的生產工藝與嚴苛的質量控制體系，吉利銀河 E5 成功地將車內 VOCs（揮發性有機化合物）與 SVOCs（半揮發性有機化合物）的釋放量降至極低水平，為駕乘者營造了一個既清新又安全的呼吸空間。

吉利銀河 E5 憑借優秀的環保材料和出色的健康表現，榮獲中汽數據頒發的「中國健康汽車」稱號。

領克 EM-P 家族打造「零有害溶劑、零瀝青、零雜棉」的健康座艙

零有害溶劑：領克整車使用環保的水性粘膠劑，不會產生 VOC（揮發性有機化合物）和其它有害氣體，不含有害物質，不會對人體和環境造成危害。

零瀝青：領克車型使用環保水性阻尼材料，可將一部分機械振動轉變為熱能耗散掉，有效降低振動和噪音。同時，其不含有害物質，不會對人體和環境造成危害。

零雜棉：領克整車均使用原生棉材料與發泡地板，杜絕回收棉等雜棉，環保與安全性大幅優於行業水平。

為了提升車內空氣質量，領克 EM-P 家族配備了主動式座艙清潔系統，解決當車輛鎖閉後，尤其是陽光暴曬後，車內 VOC 等有害物質濃度相對會升高的問題。

1. 當車輛鎖閉超過 3 小時後車輛解鎖時，主動式座艙清潔系統會啟動，自動進行快速換氣。
2. 在新車啟用第一年內，該功能啟動時，空調鼓風機會以最大功率和風量為座艙換氣，保障空氣質量。
3. 該系統還可通過手機 APP 遠程遙控啟動，方便用戶隨時保持車內空氣清新。

領克 09 EM-P 搭載 AQS 空氣質量管理系統，通過傳感器實時監測外部環境中的 CO、NOx 等有害物濃度，並自動切換內，外循環，確保車輛內的空氣不受外界污染。

領克 08 EM-P 方向盤的真皮塗層注入純天然植物提取的抗菌劑，有效抵抗大腸杆菌和金黃色葡萄球菌，殺滅率高達 99% 以上，滿足國家 I 級抗菌標準（GB/T31402）。

極氫 009 光輝超柔苯胺獨立行政座椅

極氫 009 光輝採用來自德國巴伐利亞天然油脂牧場的頂級頭層原皮，達到不可複製的天然質感，使用專業皮革柔軟度測試儀進行測試，達到行業頂級水準。同時，採用極致輕薄噴塗工藝，塗層厚度較普通 NAPPA 真皮減少 57%，達到母嬰級健康；每平方英尺一百萬個微孔，透氣性提升 30%，給予駕乘者最大程度的舒適與健康體驗。

電子系統和隱私安全

本集團採用縱深防禦，端對端的解決信息安全方案。不僅在設計上兼顧車端、雲端和基於安全芯片的功能應用場景等，還有安全監控運營平台 7*24 小時監控車輛。緊密圍繞車 - 機 - 雲一體化安全，及時展開監控，預警和應急響應，有效防範抵禦漏洞後門等各類信息安全事件和威脅，確保車機不會被外界網絡攻擊導致的整車記錄的隱私數據被盜用。

我們在量產車型中實現藍牙隱私通話，支持用戶無縫隱藏通話記錄與藍牙提示；支持用戶一鍵開關敏感權限，包括定位、麥克風和攝像頭等；一鍵隱私模式，打造後排空間專屬靜謐狀態，前排無法聽到後排語音；行程結束後自動清除使用痕跡；訪客模式，限制訪客權限。



產品召回與預防

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

同時，本集團從源頭監管產品可能存在的缺陷與問題，完善監控平台報警模型，提高預警準確性，第一時間監控到相關問題；建立和固化生產過程保安防災評價標準、從中國召回案例中識別相關問題，形成保安防災問題經驗庫。並且同步利用監控平台、400 熱線和網絡輿情等多維度的安全信息傳遞路徑保障安全信息的及時傳遞，識別風險快速處置。報告期內，通過用戶之聲監控管理，識別各車型重點問題，並通過每個月的總裁質量例會，對重點問題推進解決。

車聯網大數據應用識別安全風險

預約檢修：通過車聯網大數據應用開展預約檢修 28 項，精準識別風險車輛 34,352 輛，主動服務處理完成 25,050 輛，規避安拋率 63%。

遠程診斷：為預防車輛潛在問題流入市場影響用戶體驗與品牌形象，運用遠程診斷技術和車聯網平台對車輛進行全面的健康監測，及時發現並解決潛在故障，確保車輛處於最佳狀態。報告期內，10 分鐘響應率 97.74%，主動診斷攔截電器問題 343 起。

2024 年，領克品牌通過車聯網大資料應用開展預約檢修項目雲端部署 180 項，精準識別 24,661 輛存在故障隱患的車輛並開展主動服務，主動服務數量較去年提升 57%，其中潛在安全類問題主動預防率超 86.3%；通過遠端診斷能力，將技術支持類問題的維修方案回應時長由 49 小時縮短至 5 小時。

缺陷認證流程

1. 接收市場、生產部門等傳遞出的缺陷信息；
2. 組織相關單位進行缺陷分析、論證；
3. 若確認為缺陷問題，上報國家召回中心，進入主動召回流程。

主動召回流程

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

2024 年自主召回數據：

	2022 年	2023 年	2024 年
吉利品牌	3 (14 萬輛)	1 (2.2 萬輛)	0
領克品牌	0	0	1 (2,539 輛)
極氪品牌	0	0	0

領克對於產品安全一貫高度關注，嚴格負責，2024 年，在對供應商的零件進行例行的季度抽檢強化試驗中，發現該零件的強度不符合設計要求，經調查確認為供應商工藝執行問題導致的零部件批次質量故障，這可能存在安全隱患。經綜合風險評估，雖然市場沒有故障案例發生，領克還是以高度負責的態度主動向國家市場監督管理總局召回技術中心備案，開展了主動召回活動。本次共召回 2,539 輛車，召回成本約人民幣 40.3 萬元，經與市場服務部門的密切協同，在 3 個月內召回完成率達到 98.5%，提前完成目標（1 年內達到 95%）。本次召回發生後，領克立刻向所有同類供應商發函，要求橫展排查，提前規避預防風險。



產品保修

本集團所給予用戶完善的保修條例，在嚴格遵守所在地法律法規要求的情況下，提供多項超越法律要求的保障服務，包括但不限於「三電」終身質保服務政策；首任車主贈送首次保養；首任車主終身質保、終身道路救援、終身免流量等。我們承諾提供超越國家「三包」（即修理、更換、退貨）標準的整車質保服務，其中純電及插電式混動車型享有 8 年或 15 萬公里（以先到條件為準）的三電系統專項質保，具體保修條款詳見各車型《保修保養手冊》。

非營運車型（私家車）

平均整車質保 4 年 10 萬公里，動力總成質保 5 年 15 萬公里，限制零部件質保 3 年 6 萬公里，蓄電池 1 年 2 萬公里。

營運車型（公務車、出租車、警車等）

平均整車質保 1 年 10 萬公里，動力總成 1 年 10 萬公里，限制零部件質保 3 年 6 萬公里，蓄電池 1 年 2 萬公里。

產品質量文化

產品質量與安全作為本集團核心議題，我們高度重視對於內部質量文化的建設與打造。在日常工作中，通過質量管理體系、新能源質量、可靠耐久質量、供應鏈質量四大變革和新品敏捷質量攻堅戰、吉利整車顧客評審標準（GCPA）用戶體驗增值戰、智能軟件質量向新戰、海外質量全面開拓展、新品投產質量運動戰、製造內部對標持久戰、新車精品質量保衛戰、智能服務質量提升戰、質量品牌文化傳播戰、質量數字化轉型推進戰十大戰役覆蓋產品全生命周期的質量管理工作，全面提升質量競爭力和顧客滿意度。報告期內，本集團各部門 / 單位共獲得質量文化相關獎項 213 項。

員工培訓

本集團高度重視打造內部的產品質量文化體系，吉利品牌開展質量培訓 53 場，累計 2,377 人次參與，學時超過 400 小時，質量系統相關培訓目標為 100% 覆蓋。2024 年極氫品牌實現全員賦能，開展質量培訓 41 場，累計培訓 1,800 人次，累計學時 6,900+ 小時，涉及產品質量相關的多個模塊。針對各製造基地開展軟體評價人員能力建設培訓，全年共開展評價 600 餘次。

極氫持續開展企業質量文化建設，打造具有國際化視野的質量管理團隊，加強員工產品質量控制與產品安全培訓。2024 年，

開展質量管理體系、交付標準、新能源體系等質量培訓活動，參與員工 4,981 人次。



吉利新能源汽車安全體系內審員共 **187 人** 通過培訓

供應商合作

本集團強調與供應商的協同合作，共同提升產品質量。通過規模化和專業化的供應鏈管理，本集團確保了零部件的高質量和穩定供應。有關供應商質量培訓，詳見「7.1.5 供應商 ESG 能力提升」。

領克攜手供應商完成質量提升

領克重視對於產品缺陷與問題的預防，其嚴控准入定點質量風險、開展 TOP 供應商專項體系培育、強化責任考核等，零部件質量快速提升。

原材料生產過程不良降低 73%；
製造工廠一次合格率提升 15.8%；
降低原材料及製造過程不良。



6.1.4 指標與目標

報告期內，本集團旗下產品 100% 通過安全健康評估，100% 反饋並處理所收到的產品健康與安全相關投訴，並未發生任何安全與健康相關召回事件。

本集團通過中國新車評價規程（C-NCAP）、中國綠色汽車評價規程（C-GCAP）、歐盟新車安全評價規程（Euro NCAP）、澳大利亞新車評價規程（ANCAP）、東盟新車評價規程（ASEAN NCAP）等第三方測評對車型進行安全與健康評估，並獲得多項外部認證。

截至 2024 年末，本集團共有 8 款在售車型獲得 C-NCAP 安全五星認證、3 款在售車型獲得 Euro NCAP 安全五星認證、1 款在售車型獲得 ANCAP 安全五星認證：

- 吉利銀河 E8 獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 吉利銀河 L7 獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 吉利星越獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 吉利星瑞獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 吉利嘉際獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 吉利幾何 A 獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 極氪 X 獲得 Euro NCAP 及 ANCAP 五星安全認證
- 極氪 009 獲得 C-NCAP 五星安全認證
- 極氪 001 獲得 Euro NCAP 五星安全認證
- 領克 01 獲得 C-NCAP 及 Euro NCAP 五星安全認證



另外，寶騰共有 6 款在售車型獲得 ASEAN NCAP 安全五星認證。

其他安全類認證及評價：

吉利銀河 E5 (神盾短刀電池)	NESTA 六維電安全認證（測試維度包括：充電安全、電磁安全、功能安全、高壓安全、電池安全、消防安全） 整車電磁抗擾安全驗證
銀河星艦 7 EM-i	NESTA 行車控制安全驗證
極氪 007	中國保險汽車安全指數 (C-IASI)，其中車內乘員安全指數、車外行人安全指數、車輛輔助安全指數，均獲得最高等級 G（優秀）
極氪 001	「中國電動汽車火災安全測評」五星滿分

此外，我們在產品健康與環保方面也獲得了相應殊榮：

- 吉利銀河 E5 獲得「中國健康汽車」稱號
 - 吉利銀河 L7 獲得 C-GCAP 五星綠色認證（健康、能效、低碳）
 - 極氪 001 及極氪 X 均獲得歐洲 Green-NCAP 五星評級（清潔空氣、能源效率、溫室氣體排放）
- 在汽車產品質量及客戶服務方面，2024 年本集團在 J.D. Power 取得以下成績：
- 2024 年中國車輛可靠性研究（VDS）
→ 中型轎車第三：吉利星瑞
 - 中國新車質量研究（IQS）
→ 自主品牌第二：吉利品牌
 - 中國新能源汽車新車質量研究（NEV-IQS）
→ 小型純電動轎車細分市場第一：吉利熊貓 mini
→ 緊湊型純電動轎車細分市場第一：幾何 A Pro
→ 大型純電動細分市場第一：極氪 001
→ 中型純電動 SUV 細分市場第五：極氪 X
 - 中國售後服務滿意度研究（CSI）
→ 自主品牌第一及主流品牌第二：吉利品牌
 - 中國汽車產品魅力指數研究（APEAL）
→ 自主品牌第二：吉利品牌
→ 緊湊型轎車第一：吉利帝豪
→ 中型轎車第二：吉利星瑞



- 中國新能源汽車產品魅力指數研究（NEV-APEAL）
 - 緊湊型純電動轎車細分市場第一：幾何 A Pro
 - 大型純電動細分市場第一：極氪 001
- 中國汽車智能化體驗研究（TXI）
 - 主流傳統能源汽車第一：領克品牌
 - 主流新能源汽車第一：極氪品牌
- 中國新能源汽車客戶體驗價值研究（NEV-CXVI）
 - 中國品牌第四：極氪品牌

6.2 可持續服務

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

6.2.1 負責任營銷

本集團作為一家全球性企業，致力於對自身的產品和服務進行可持續、透明和負責任的營銷。本集團制定了《負責任營銷原則》，並通過上傳內部經銷商網絡及培訓等形式，要求經銷商遵守以下負責任營銷實踐：

- 踐行「敬畏市場，感恩用戶，尊重對手，做強自己」的營銷理念，遵守商業道德，合規合法經營，避免向用戶提供競爭對手的虛假信息（包括但不限於對其企業、產品及服務）。

- 在我們開展的任何形式的營銷活動和廣告中，所有員工及合作夥伴均須尊重、遵守業務所在國家 地區適用的法律、法規要求和行業準則，並遵守本公司制定的相關營銷、廣告和銷售制度。
- 承諾開展合法誠實、真實準確、尊重且基於事實的營銷活動，不進行任何虛假或誤導消費者的宣傳，嚴禁過度承諾（包括但不限於：不提出未經證實的產品聲明，不過度誇大對環境和社會的影響等），保證銷售、服務定價合理及價格透明，不捆綁銷售，同時，保護對營銷策略和產品服務本身了解有限的群體（如新手購車者、教育程度較低的群體、可駕駛的殘障人士、老年人等），確保向所有消費者提供我們產品的充分信息，讓他們可以做出明智選擇。
- 為用戶提供無微不至的高質量服務，通過制定統一的服務標準，嚴格把控服務質量流程，規範營銷人員的操作，監督員工及合作夥伴的負責任營銷實踐。同時，注重用戶的意見反饋，包括開展售後調查了解用戶對我們產品和服務的評價，並及時監測、評估和處理應對收到的投訴。
- 尊重和保護用戶數據和隱私安全，承諾遵循業務所在國家 / 地區個人數據保護及隱私相關的法律法規，採取符合業界標準的、合理可行的安全措施和技術手段 最大限度尊重和保護用戶的隱私和數據，確保對用戶個人數據 進行 全生命周期保護（包括數據的規劃、採集、使用、儲存），強化員工及合作夥伴的保密意識，確保在未經用戶知悉的情況下，不得披露其個人數據。

- 參與營銷活動的員工及合作夥伴必須確保我們任何形式的營銷活動在其設計所針對的環境中，能夠反映和尊重當今普遍接受的優質風格與質量標準，同時，能夠體現更廣泛的社會意識，以及對不同文化、社會、倫理和宗教群體的敏感度，避免被視為冒犯和助長歧視的內容，致力於給予人、動物和環境最大限度的尊重。
- 致力於推動全營銷鏈路的可持續發展，盡最大努力提高消費者對可持續消費的意識，引導消費者優先選擇對社會和環境有益的產品。同時攜手全球經銷商、服務商、廣告商等合作夥伴，推動全營銷鏈路的實現碳中和，在日常經營管理和營銷推廣活動中，注意營銷活動的環境影響和社會影響，與合作夥伴共同推進社會責任，推進可持續性影響力。



報告期內，面向 **100%** 海外核心經銷商開展《負責任營銷原則》培訓

本集團在東歐、非洲、拉美和中東等地區對核心經銷商開展了廣泛的專題宣貫活動，強化了內外部團隊的責任意識和可持續發展承諾。報告期內，我們正式發佈《吉利汽車國際傳播指南》，並針對海外傳播經理、海外總代理和代理公司組織品牌書及傳播規範培訓，對內對外貫徹品牌可持續發展理念。



吉利品牌全球電車傳播策略

吉利品牌根據車型推廣計劃，制定全球產品上市傳播策略。我們深入洞察海外重點市場目標消費者心態，以用戶需求為本，提供全面、透明的產品介紹，彰顯純電出行的舒適快捷，倡導純電出行的生活方式。

本集團參與 2024 年 EVA 法蘭克福電動汽車博覽會，推動 GEELY EX5 首次海外正式亮相，推動海外消費者對純電產品的了解及信任。我們邀請海外媒體體驗純電產品性能，高性能、零排放。通過在海外增強純電產品的曝光，提升用戶對純電出行的選擇意願，使得用戶在購買車的過程中，充分理解車輛功能。

6.2.2 服務可及性

售前服務

為了讓更多用戶體會到本集團「快樂人生，吉利相伴」的核心價值理念，我們專注於渠道管理，確保各類客戶便於接觸不同服務內容的需求。

門店及線上服務

我們為了消費者在購買前能夠清晰、準確地獲取所需信息，提供以下便捷多樣的信息獲取渠道：

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

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

極氪數字化創新服務

極氪品牌通過數字化手段，提供虛擬展示和在線互動功能，使用戶能夠在購車前通過數字平台全面了解車輛的外觀、內飾和功能。同時，2023 年極氪推出了「極氪訂閱」服務，用戶可以在購車前進行深度體驗，包括試駕和短期租賃。這種靈活的試駕方式讓用戶能夠在真實的使用場景中感受車輛性能，從而做出更明智的購車決策。

服務質量保障

我們持續規範汽車服務運營管理，不斷提高服務站的運營質量與服務業績，制定《吉利汽車服務運營指導手冊》詳細闡述集團對服務站服務運營的基本要求和業務指導。

報告期內，本集團共完成銷售服務相關培訓 332 個班次，4,878 人次參訓。全國近 1,000 家授權服務站中，吉利汽車關鍵崗位認證（GKPC）、吉利汽車維修技術認證（GMTC）認證率均超過 86%；新車型知識掌握度達 91%；有效提高門店服務質量和服務水平。本集團為了擴大培訓效果覆蓋面，全年完成 215 個班次 3,334 人過關，參訓學員對店內同崗位未認證人員帶訓 7,650 人次，且提交的實操帶訓視頻均檢核合格。

報告期內，本集團建成包括菲律賓、智利、印尼、澳大利亞、英國在內的 5 家子公司，覆蓋東歐、中東、亞太、拉美、非洲和泛歐區域；建立 364 個新的海外服務網點，完成 16 個海外市場開發計劃，增強客戶服務的可及性。本集團對海外經銷商實施星級評價管理政策，促進經銷商進一步完善服務保障體系，提升用戶服務體驗，同時進行品牌美譽度的打造，實現品牌、經銷商和網點三贏局面。



報告期內，面向 **100%** 國內經銷商開展 **1,042 次**培訓，培訓總時長 **18,589.4 小時**

開展有關客戶服務質量的研討會 **478 場**

報告期內，國際銷售開展有關客戶服務質量的經銷商研討會 **435 場**

報告期內，吉利品牌對 **5 款**新車開展培訓，通過還原展廳、深度體驗、貼近一線、夯實內訓環節。2024 年整體培訓人次達 **7,300+**，學員滿意度達 **97%+**



公正轉型：幫助偏遠地區經銷商提升客戶服務能力☆☆☆

2024 年，本集團對新疆、呼倫貝爾、烏蘭察布等偏遠地區的經銷商進行集中 / 入店輔導，幫助經銷商明確管理體系搭建雛形，幫助偏遠地區的經銷商對精細化管理標準建立起明確的認知。

領克在 Z20 新車型上市的服務崗位培訓中，面向 22 個城市開展全國區域培訓，其中涉及 8 個偏遠城市，覆蓋偏遠地區經銷商人員培訓 75 人。

售中服務

本集團以「普惠」為基本原則，引導全國服務站以用戶體驗為中心，提升服務效率和經營能力，為用戶創造更好的售中體驗。本集團不僅是作為汽車品牌，更是構建人、車、生活的「主理人」，致力於將極致的服務體驗傳遞至每一位用戶，做好陪伴用戶的每一個瞬間。

用戶生態

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

2024 年，本集團配合關愛四季、用戶關愛月、五一、國慶、雙 11 等重點營銷活動，吉利品牌開展線上互動 59 場，總曝光 448.7 萬，回饋用戶 261.4 萬人次。適應季節性用車需求，分享專業用車知識內容 92 篇，累計曝光量 80.1 萬。全平台累計新增用戶 354.1 萬，平台月活達 339.1 萬。



報告期內，
吉利汽車舉辦車友活動 **1,369 場**
領克舉辦 Co 客領地線下活動 **3,899 場**

累積 APP 車友注冊數量：
吉利品牌：**143 萬（銀河）**、**741 萬（中國星）**
領克品牌：**500 萬**

極氪品牌累積服務用戶數量：**25.6 萬**

極氪貼心及智慧門店建設☆☆☆

極氪在門店建設中，增加小朋友遊樂區，並對新開設的極氪家進行歡迎接待、進店關懷、客休升級、客餐茶歇、透明車間、暖心 / 驚喜交車以及特色差異化服務的升級。在購車環節，極氪利用 AI 技術優化了用戶的購車流程，提供個性化推薦和智能諮詢服務，幫助用戶快速找到符合其需求的車型和配置。這種智能化的服務不僅提升了購車效率，也增強了用戶的滿意度。

極氪共創會☆☆☆

2024 年針對服務質量進行了活動共創會，以極氪家為活動場地針對滿意度較低的城市進行服務共創的開展，通過活動中的服務宣傳和開放式服務體驗探討，保障用戶服務體驗的落地執行和優化方向，2024 年共計 8 場服務共創會，115 個問題討論，總部針對這類問題開展了 17 個服務質量優化的代辦，達成率 82%。

「Hi，我們」2024 吉利汽車用戶大會☆☆☆

報告期內，本集團在成都舉辦新一年度汽車用戶大會，通過「大型 Live Show」「驚喜禮包」「趣味遊戲」「跨界商品市集」等豐富活動將用戶與品牌緊密相連。

吉家宴☆☆☆

我們在佛山和貴陽舉辦以「我們的溫暖時光」為主題的吉家宴，吸引了近 160 位吉利車主參與。從 2016 年開始，「吉家宴」就作為用戶品牌固定在每年春節前舉行，並成為吉利品牌和客戶之間常態化交流的重要平台，「吉家宴」更見證著吉利對用戶服務的不斷升級。



售後服務

本集團始終秉持「關愛在細微處」的服務理念，以「專業、嚴謹、高效、親和」的服務作風，致力於為消費者提供高質量服務。報告期內，我們完成了多個售後相關的關鍵目標，保養回站率：62%、用戶滿意度：94.7 分、投訴發生率：< 2‰、一次修復率：95.5%。

報告期內，我們升級優化了客戶投訴處理流程

- 1 用戶通過投訴（400 熱線、媒體、市場監管部門）、網絡投訴，業務部門投訴，400 熱線根據使用者來電內容及派單標準通過 DMS 下達單據（案件類別為：產品類、服務質量、維修質量、備件類、其他類）；
- 2 服務站接到投訴單後需在 2 小時內進行響應聯系用戶，並確定處理方案（如開展遠端診斷或到店檢修服務）；
- 3 用戶進店處理投訴後在 DMS 系統中填寫處理進度及結果，並將單據維護成「已處理」狀態；
- 4 產品質量類投訴發生 3 個工作日，400 熱線進行處理結果回訪；服務類投訴發生 1 個工作日後，400 熱線進行處理結果回訪；
- 5 使用者生態模組根據處理結果及回訪結果進行審核；
- 6 回訪結果顯示使用者滿意，則投訴單閉環；
- 7 回訪結果不滿意，使用者生態模組審核是否符合閉環條件，符合則投訴單閉環，不符合則駁回服務站重新處理並提交結果審核，直至閉環；
- 8 針對 400 熱線接收到的服務類投訴，系統在投訴發生後的第二天自動派發投訴問責單；
- 9 服務站處理問責單，填寫投訴原因及處理等信息；
- 10 使用者生態模組、技術支援模組、備件訂單模組進行審核；
- 11 審核判定有責轉考核流程提報考核，問責單閉環；
- 12 審核判定無責，問責單閉環。

海外投訴處理流程：

1. 吉利國際銷售總部接到客戶投訴：

經系統派發至經銷商端處理，要求經銷商在 1 個工作日內響應，3 個工作日內提供處理方案並更新回饋至國際銷售公司，7 個工作日內需閉環。如出現特殊情況無法閉環，需報告至國際銷售端，最晚 30 天內需閉環，否則季度星級評價將進行扣分

2. 投訴至經銷商處理流程：

經銷商端需 1 個工作日內響應處理，3 個工作日內客訴閉環
經銷商需每月提交客訴報告至吉利國際

3. 投訴渠道：

吉利國際官方投訴渠道 globalservice@Geely.com
各市場總代端均設置官方投訴熱線

2024 年投訴總數及處理率

	吉利品牌	領克品牌
投訴總數	2024 年: 26,773	2024 年: 2,177
	2023 年: 8,407	2023 年: 1,771
	2022 年: 17,792	2022 年: 3,229
處理率	2024 年: 99.8%	2024 年: 100%
	2023 年: 98%	2023 年: 100%
	2022 年: 97.9%	2022 年: 99.5%

極氪售後服務處理

極氪打造了「直聯用戶，高效賦能門店」的模式，建立了線上線下多服務場景的標準化、規範化、流程化的售後服務體系，以滿足車主在用車過程中的各類服務需求。極氪在線上、線下擴大用戶抱怨預警圍欄，主動識別用戶抱怨情況，快速積極解決用戶抱怨。若未能及時消除用戶抱怨，將快速聯動各職能部門共同安撫，後續持續推動案件複盤工作，通過複盤異議事件服務鏈路橫展服務體系優化，並全面應用到各項改善。

我們通過智能預診斷結合接觸式或非接觸式服務確保極氪家服務中心能為用戶在服務預約、服務接待、服務等待、維修質檢和服務交車中提供智能、省心、尊享的服務。同時，為用戶提供全場景道路救援、取送車、延續行程等便捷的出行服務。

客戶滿意度

調研方式、方法和流程

本集團按照所制定的《顧客滿意度監測控制程序》執行對客戶滿意度的跟蹤及調研。

全方位客戶滿意度流程：

- 在每年末確認全國及各個城市客戶滿意度目標值，2024 年度售後滿意度（CSI）目標為 95；用戶服務體驗推薦指數（NPS）目標為 85。
- 按月度統計客戶滿意度調研結果，調研問卷根據實際情況每半年進行更新。
- 通過在線評價及 400 人工電話方式，對進入維保站用戶 100% 回訪，2024 年累計收到用戶評價超過 300 萬份。
- 通過第三方評價，如 J.D. Power 用戶滿意度調研等進行測評。

海外市場推動經銷商定期開展 VOC（客戶之聲）活動，以訪談、客戶座談會形式與客戶進行深入交流，以瞭解客戶需求，並做改善提升，促進客戶滿意度提升。2024 年，設定滿意度目標 940，實際完成 946。

報告期內，
吉利品牌用戶滿意度評分由 **2021 年 93.1 提升至 2024 年 96.5**，
用戶服務體驗推薦指數由 **2021 年 65.9 提升至 2024 年 84.6**。

同時，2024 年 J.D. Power 中國售後服務滿意度研究（CSI）得分 786 分，同比提升 15 分，高於行業提升幅度 14 分。獲得 2024 年 J.D. Power 中國售後服務滿意度，自主品牌第一名，主流品牌第二名。



售後服務保障



吉利汽車榮獲中國質量協會發佈的中國汽車行業用戶滿意度指數（CACSI）**自主品牌排名第 1，主流品牌排名第 2**

吉利汽車榮獲第 19 屆中國汽車金扳手獎，其售後服務連續 16 年榮膺汽車行業售後服務最高榮譽 - **質量服務獎**

吉利汽車榮獲第八屆中國汽車客戶之聲 (VOC+) 售後卓越貢獻獎、售後服務滿意度獎，**自主品牌第一名**

吉利汽車客戶滿意度（分數）

2024 目標	2024 結果	2023 結果	2022 結果
95	96.6	95.6	93.6

海外公司每半年根據市場滿意度現狀，制定各季度滿意度目標，更新年度全球滿意度問卷。各海經銷商需在客戶進站服務後 7 天內對客戶進行滿意度調研，所有客戶需 100% 回訪，成功回訪率需達到內部設定的目標，同時每月將調研數據明細反饋至總部。同時各事業部每月對滿意度結果進行分析，並針對滿意度分析中的弱項問題，制定整改提升計劃提交至總部，並於下月反饋上月計劃執行進度。

吉利品牌全球技能服務大賽



報告期內，吉利品牌開展第二屆全球服務技能大賽，來自全球 800 多家吉利服務站的 2,000 餘名選手報名參賽。比賽將理論與實踐緊密結合，通過精準的故障診斷、高效的實操、規範的服務流程等多個考核維度，全面檢驗參賽選手的實力。未來，本集團將繼續秉承「關愛在細微處」的服務理念，為全球用戶提供更優質的服務體驗，讓每一位用戶都能感受到吉利品牌的獨特魅力與溫度。



領克服務大賽



報告期內，領克舉辦了第五屆領克服務技能大賽，旨在通過以賽代練、以賽促學的模式再現真實的服務場景、模擬技術故障診斷，加快服務效率。本次大賽覆蓋 316 家領克中心，2,300+ 名參賽選手。通過此次大賽，經銷商對服務標準流程有了更為清晰的認知，有力促進全國服務能力提升，極大增強了員工的品牌歸屬感和榮譽感，從而減少核心人才流失率。此外，邀請到真實用戶沉浸式體驗領克售後服務，並對服務體驗進行評價，使大賽更具實際意義和價值。

6.3 可持續出行

6.3.1 智能出行

本集團持續推動智能輔助駕駛的發展，以提升汽車安全性為目標。報告期內，我們持續投入研發，不斷優化算法，加強對複雜路況和惡劣天氣下智能輔助駕駛技術的研發和測試，提高系統的適應性和可靠性。



本集團主席李書福先生在 2024 年世界智能網聯汽車大會上提出，吉利汽車在新能源上半場堅持純電、混動、醇氫電動等多技術路徑，實現了核心技術有競爭力。我們在智能化的下半場也進行了富有成效的探索，在汽車安全、綠色發展、人機交互、智能輔助駕駛、車載芯片、低軌衛星等前沿領域創新變革，致力於打造天地一體化的智能出行科技生態，為用戶創造超越期待的出行體驗。

我們相信，智能網聯汽車不僅將帶來交通系統的全面升級，還將推動相關產業的發展，對經濟和社會將產生深遠影響。中國作為全球智能網聯汽車的重要市場和技術創新高地，將在全球汽車行業中發揮越來越重要的作用。



截至 2024 年末，極氫品牌 L2 智能輔助駕駛滲透率達 100%，領克品牌 L2 智能輔助駕駛滲透率超 90%，吉利品牌（含銀河、中國星系列）整體 L2 智能輔助駕駛滲透率超 60%

領克 Z10 2024 款後驅智能輔助駕駛 Max，榮獲中國汽研 IVISTA 中國智能汽車指數 4G+ 認證（在智能行車、智能泊車、智能交互、智能安全 4 個場景測評，均獲得 G+，即「極優秀」最高評價）。

吉利銀河 L7 1.5T DHT 115km 亞運幻影版獲得中國智能網聯汽車評價規程（C-ICAP）行車及泊車輔助駕駛五星認證

我們全自研打造汽車行業全場景 AI 大模型——星睿 AI 大模型，實現全域布局，聚焦汽車垂直領域，涵蓋了從底層架構到動力傳輸、底盤調校等多個關鍵部分。通過大規模學習車輛功能使用、常見車輛問題、交通法規、售後服務等知識庫，並採用安全設計與數據脫密處理功能，應用大

模型安全框架。該模型可賦能汽車設計、研發、生產、銷售、售後等場景，守護用戶駕乘安全的同時，保護用戶信息與隱私安全，並實現在複雜對話語境中智能、合法合規對答，提供豐富的智能座艙 AI 體驗。



吉利星睿 AI 大模型在中國信息通信研究院「可信 AI」最新評估測試中獲頒 4 + 級證書

吉利汽車集團成為國內首批通過該項評估並獲得當前汽車行業最高評級的企業



全球領先的消費者洞察與市場研究機構 J.D. Power（君迪）與同濟大學 HVR Lab（人車關係實驗室）共同發佈了 2024 中國智能座艙的研究洞察，並公佈了華輿獎·中國年度典範智能座艙評選結果。該研究使用智能座艙綜合指數，包含了智能化消費者之聲 VoC (Voice of the Customer) 體驗指數、C-HVR (China-Human Vehicle Relationship) 客觀評價指數和專家評審前瞻性指數，分別評測智能座艙的用戶體驗、可靠性以及其創新性。

領克 07 EM-P、極氫 007 獲華輿獎·2024 中國年度典範智能座艙。

極氫在智能輔助駕駛領域的技術創新過程中，圍繞行車安全問題，從符合 ISO 21448 預期功能安全標準（SOTIF）的開發流程角度，建立了完善的制度標準建設和管理措施，並獲得權威第三方所頒發的預期功能安全開發流程認證。極氫發佈主動式 AI 大模型智能座艙，升級為極氫 AI OS，配合 AI 助手 Eva，提供了行業最強的自然語義識別能力和多項主動智能服務功能，讓智能座艙進入主動智能時代。



極氪浩瀚智能輔助駕駛☆☆☆

極氪浩瀚智能輔助駕駛已拓展到極氪 001、極氪 007、極氪 7X、極氪 MIX 等多款車型。在實際駕駛場景中，輔助駕駛功能表現卓越，累計幫助用戶安全行駛里程超 6,000 萬公里，極大地舒緩了駕駛疲勞，減輕了駕駛負擔；自動泊車功能備受用戶青睞，已被成功啟用超過 400 萬次，幫助用戶輕鬆化解停車難題，無論是狹窄車位還是複雜停車環境，都能精準泊入，為用戶帶來便捷從容的停車體驗；主動安全功能更是發揮著至關重要的作用，憑借其敏銳的感知與快速的響應機制，幫助用戶成功規避了超過 80 萬次的潛在碰撞風險，在關鍵時刻化險為夷，有效保障了駕乘人員及道路行人的生命財產安全，充分彰顯了極氪智能輔助駕駛技術在提升行車安全方面的卓越效能與堅實可靠性。

報告期內，極氪 007 升級了 720 度主動安全預警系統，可實時監測前方行駛環境，實現面對靜止車輛時速 120 公里 / 時剎停，時速 150 公里 / 時有效降速。

2025 年，極氪千里浩瀚智能輔助駕駛系統為在售的極氪產品全系標配配備雙 Orin-X 智能輔助駕駛芯片和激光雷達，並升級到端到端大模型。

智能高效出行實踐

高精度定位：吉利未來出行星座已完成 3 個軌道面發射部署，在軌衛星達 30 顆，可實現 24 小時覆蓋全球 90% 的區域及瞬時「厘米

級」高精度定位，並將正式為海外用戶提供衛星通信服務。這一技術不僅能夠進行精準的路線規劃，同時支持車輛雲管理、車路協同智能輔助駕駛和自動泊車等應用。

吉利計劃於 2025 年完成星座 72 顆衛星部署，實現全球實時數據通信，為全球用戶提供手機、汽車直連衛星通信等衛星應用服務。

衛星賦能高效出行☆☆☆

依託吉利控股集團發射的低軌衛星，用於定位、手車互聯和超算中心等功能，採用了基於低軌衛星星座及地基 PPP-RTK 高精定位系統，覆蓋全國主要 38 萬公里主要高速及城市快速路，為車輛智能輔助駕駛、智能網聯提供衛星數據支持，全面提升用戶出行安全性與便捷性。

智能車輛：本集團通過自主創新實現了核心技術的突破，特別推出了搭載自研晶片的車型系列。以吉利銀河品牌最新產品矩陣為例，該系列車型深度集成了自主研發的 7 納米工藝「龍鷹一號」智能座艙晶片。該晶片採用先進 FinFET 電晶體架構，集成高性能 NPU 神經網絡加速單元，算力達到行業領先的 TOPS 級，在保持低功耗特性的同時，實現了複雜 AI 算法的高效運行，為智能座艙系統提供了強大的算力支撐。

配合自研晶片，我們創新開發了「Flyme Sound 無界之聲」沉浸式音響系統。該系統通過晶片級音訊處理優化，支援杜比全景聲解碼和自我調整聲場調節技術，結合智能降噪算法，可

即時分析車內環境聲學特徵，動態調整音訊參數，在移動場景中還原錄音室級的音質表現。自研晶片與音響系統的深度耦合，使語音交互回應時間縮短至毫秒級，自然語言理解準確率提升至 98% 以上，創造了人車交互的新維度。

該智能座艙解決方案不僅實現了多模態交互介面的無縫銜接，更通過自研晶片的安全架構設計，構建了從硬體到軟體的完整信息安全防護體系。基於國產自主架構的晶片平台，為未來智能汽車的 OTA 升級和功能擴展預留了充足的技術冗餘，展現出本集團在智能出行領域的全產業鏈技術整合能力。

全新自研智能輔助駕駛芯片☆☆☆

2024 年 10 月，本集團正式發佈自研的「星辰一號」智能輔助駕駛芯片。這款芯片採用 7nm 制程工藝，具備卓越的計算能力，CPU 算力達到 250KDMIPS，單顆 NPU 算力高達 512TOPS，在多芯片協同工作時，最高算力可達 2048TOPS。

車路協同：本集團的無人駕駛智能導覽車在 2024 年物博會上首次亮相，配備了激光雷達、毫米波雷達、超聲波雷達和攝像頭等核心硬件，實現了全方位的智能感知與決策，以及車輛與道路之間的實時信息交互。這種「車路雲一體化」的模式不僅提高了交通管理的效率，還能有效減少交通擁堵，提升行車安全性。



6.3.2 高效出行

本集團相信研發更高效的新能源產品並快速投放至市場，將有效助力用戶更高效的長距離出行。我們通過提升充電效率、創新補能模式等方式，助力解決新能源汽車出行補能與續航難題，緩解用戶的里程焦慮，為新能源汽車出行提供更大便利。

本集團在研發領域投入大量資源，如神盾短刀電池、11 合 1 高效電驅、寬域熱泵技術、智能能量管理系統等，讓新能源車型實現在高溫、低溫、春秋不同溫度下的能耗全面領先。魔方熱管理系統首搭銀河 E5 車型，在 2024 汽車之家冬季路測活動中，續航里程依然穩健，表現出色。具體資料方面，銀河 E5 在零下 15 度的環境中行駛了 285.5 公里，續航達成率高達 53.9%，這一成績遠超同級別車型，展現了其高效的熱管理系統。

■ 新一代雷神超級電混

☆☆☆

雷神超級電混 EM-i 具有極致節能 and 超長續航，實際道路續航達到 2,390.5 公里，百公里平均油耗 2.62 升。全新一代雷神 EM-i 超級電混，擁有目前全球量產最高熱效率 46.5% 的雷神 EM-i 超級電混專用發動機平台，採用超高集成的 E-DHT 智能無級 11 合 1 混動電驅，以及 AI 智慧能量管理系統。

其中，AI 智慧能量管理系統，會根據用戶的慣用路線與駕駛場景智能切換油電動力。以首搭 EM-i 超級電混的吉利銀河星艦 7 為例，實現同級百公里超低油耗僅 3.75 升，綜合續航達 1,420 公里，讓電混 SUV 虧電油耗邁入 3L 時代。

此外，結合車路雲的智能能量管理系統，可以根據客戶實際出行習慣、充電習慣、駕駛習慣實現智能節能，實測節能能達到 10% 的節能效果，為客戶可持續、長距離出行助力。

■ 神盾短刀電池助力用戶長距離出行

☆☆☆

吉利銀河 E5 搭載的吉利神盾電池，該電池不僅能量密度高，達到了 192Wh/kg，而且循環壽命超長，根據測算，神盾短刀電池的迴圈壽命可達 2,500 圈，滿足整車 8 年 15 萬公里數質保。吉利銀河 E5 的神盾短刀電池僅需 20 分鐘就能快速充電從 30% 至 80%，從根源提高客戶長途駕駛的體驗感。

銀河 E5 530km 星艦版搭載神盾短刀電池後在高速上行駛了 341 公里後，剩餘電量仍有 5%，高速純電達成率高達 68%。

■ 極氪打造「三個 800V」技術生態，破解新能源汽車補能焦慮

☆☆☆

極氪持續探索動力電池和補能網絡創新技術，提出並布局「三個 800V 全生態系統」。

800V 車型：打造極氪 001、極氪 009、極氪 007、極氪 7X 和極氪 MIX 多款全棧 800V 車型，提升純電動汽車性能。

800V 電池：自主研發的 800V 磷酸鐵鋰超快充電池「金磚電池」已實現量產，體積利用率達 83.7%。最新的第二代金磚電池進一步提升了充電效率，最大充電倍率達到了 5.5C，使車輛從 10% 充到 80% 僅需 10.5 分鐘。

800V 補能網絡：800V 超快充樁布局領先，截至報告期末，極氪能源已在全國建成 1,468 座自建充電站，其中符合 800V 超快充標準的極充站 801 座，極充樁 3,897 根。



6.3.3 共享出行

領克品牌共享出行實踐

領克於歐洲一直提供銷售、訂閱及出租模式，積極踐行共享經濟活動，為用戶提供更靈活、更經濟、更環保的新能源出行體驗。除領克 01 PHEV，2024 年領克面向歐洲推出了其首款電動汽車 02 車型（在中國名為 Z20），這款車不僅可以通過傳統的購買方式獲得，還可以通過短租、長租和訂閱等多種模式使用。

領克的共享出行模式非常靈活，車主可以通過應用程序將車輛共享給朋友、家人甚至社區成員。車內配備的熱鍵可以快速調出共享應用程序，設置共享時間和條件。此外，領克還提供數字鑰匙功能，用戶只需通過智能手機即可解鎖和使用車輛。

這種模式不僅提高了車輛的利用率，還降低了消費者的使用成本。領克的目標是通過這種創新的出行服務，滿足現代消費者的多樣化需求，立足於歐洲市場。

此外，02 車型的設計融入了社區共創理念，其是通過 01 PHEV SUV 用戶與品牌內部設計和工程團隊之間的行業首創合作而誕生，客戶對該款新車的個性產生了重大影響。通過 Co:lab（領克的車載應用程序之一）功能貢獻了超過 6,000 條關於最受歡迎功能的信息，允許 01 用戶在 APP 端參與關於 02 的功能設計反饋。



6.3.4 可負擔出行

本集團為消費者提供不同價格的車型選擇，從 10 萬元以下的大眾化市場到 30 萬以上的豪華市場，我們以旗下吉利、領克和極氪各品牌提供相應市場的汽車產品。在汽車智能化的發展下，我們亦追求科技平權，以科技創新及成本控制，提供多樣化的智能化方案在我們不同價格段的產品上，使用戶都能獲得智能化帶來的體驗提升及安全保障。同時我們推出一系列新能源車輛銷售舉

措，包括贈送汽車流量、二手車置換補貼服務以及關鍵產品的核心零部件終身保修服務。

本集團致力於為不同消費者提供可負擔的出行體驗。吉致汽車金融提供多種靈活的購車融資方案，包括：

低息貸款：吉致汽車金融為消費者提供低至 0% 的年化利率貸款，幫助消費者減輕購車負擔。

分期付款：消費者可以選擇分期付款的方式，享受更長的還款期限，降低每月的還款壓力。例如，部分車型提供 24 期 0 利率的分期付款選項，使得購車更加輕鬆。

購車補貼與優惠

吉利汽車在推出新車型時，通常會伴隨多項購車福利和補貼政策。例如：

- 置換補貼：消費者在置換舊車時，可以獲得置換補貼，進一步降低購車成本。
- 購車福利：如限時免費升級、三年免費流量、三電終身質保等，這些措施不僅減輕了消費者的經濟負擔，也提升了購車體驗。



可持續價值鏈



重要議題

☉ 負責任供應鏈



供應鏈

- 93% 一級供應商簽署《吉利供應商行為準則》
- 83% 一級供應商完成可持續發展自我評估問卷
- 獲 2024 年汽車行業 ESG 菁英獎「產業鏈協作獎」

經銷商

- 100% 海外核心經銷商合規培訓及客戶服務培訓覆蓋率
- 100% 國內經銷商參與可持續營銷培訓

行業協同發展

- 國際汽車工作組（IATF）中唯一擁有董事表決權的亞洲汽車集團，並於 2025 年 3 月獲「傑出貢獻獎」
- 推動成立國際汽車質量標準化協會（IAQSA）
- 主導參與 747 項標準制定

ESG 戰略



共榮發展



氣候中和



自然受益

7.1 可持續供應鏈

可持續供應鏈作為 ESG 六大戰略方向「共榮發展」中的重要組成，本集團將 ESG 理念深度融入供應鏈管理體系，持續完善可持續供應鏈管理架構，全面系統管理供應鏈 ESG 風險，驅動自身及供應鏈夥伴可持續發展。

我們的母公司吉利控股集團 2022 年 12 月 1 日成為首家以全球合作夥伴身份加入汽車行業可持續供應鏈聯盟「驅動可持續（Drive Sustainability）」的中國企業，並於 2024 年 12 月支持汽車供應鏈夥伴中國網絡 Drive+ 啟動。Drive+ 的啟動不僅加強了供應鏈各環節的合作，更提升了行業的透明度和責任感，為實現全球可持續發展目標貢獻力量。

延伸閱讀

本集團供應鏈通過與內外部資源及供應商持續溝通，並秉持授之以漁的核心思路，針對可持續議題開展供應商全生命週期的評價管理、風險監控及賦能管理，全面帶動供應鏈可持續能力提升；在 2024 中國汽車供應鏈降碳可持續國際峰會暨 2024 年汽車行業 ESG 菁英獎中榮獲「產業鏈協作獎」。

組織架構

本集團設立 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：負責任供應鏈）的風險與機遇，詳見本報告「2.2 ESG 管治」。本集團管理層負責監督及對供應鏈管理的重大事宜進行決策。本

公司董事會負責監督管理層的工作，包括聽取管理層對供應鏈管理重大事宜的匯報，及在本集團戰略上作出相關的決策。

2024 年，吉利控股集團構建起乘用車品牌統一的供應鏈 ESG 管理體系，將原本各品牌採購部門整合，統籌成立中央採購部門，實現供應鏈管理目標設定、重點管理事項等方面的高效協同。中央採購部門設立 ESG 團隊，開展供應商全生命周期 ESG 管理，日常工作協同 ESG 管理部門及合規部門，推動各項 ESG 工作目標落地。我們深入剖析供應鏈現狀，同時結合負責任供應鏈相關法律法規及行業趨勢，逐步形成應對法規和風險的成熟業務能力，完善體系和標準，建立供應鏈可持續管理指標，並通過數字化的高效管理工具，開展常態化的供應鏈可持續評價及風險管理工作。我們定期向管理層、供應鏈管理委員會及可持續發展委員會匯報。此外，本集團 ESG 工作組新增下設「綠色供應鏈工作組」，負責供應商 ESG 和「雙碳」相關趨勢研究、機制建立、風險評估、指標完善、監督推進等。

為應對出口可持續發展合規的相關要求，法務合規中心牽頭成立「可持續供應鏈合規工作組」，協同各業務單位 / 品牌的 ESG 部門，以及中央採購、中央研究院、威睿電動、數字科技板塊 - 供應鏈溯源中心等關鍵部門，致力於提升包括供應鏈人權與環境在內的可持續發展合規能力。同時，為保障新產品開發的可持續合規能力，我們在「新產品開發合規工作組」下成立「可持續供應鏈合規小組」，由中央採購、供應商質量工程 (SQE) 中心等組成。詳見「5.3.2 出口與貿易合規」。

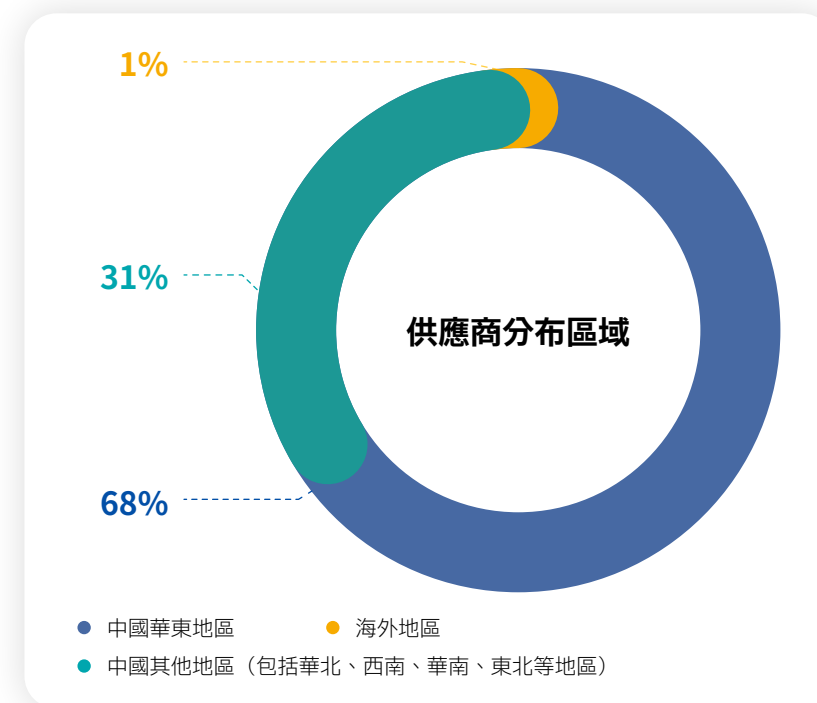
供應商情況

截至報告期末，本集團共有一級供應商 1,085 家，新增一級供應商 65 家。我們致力於推動本地化採購，與當地政府緊密合作，

積極引入本地供應商，帶動周邊供應商提升產能和技術改造，並鼓勵其他供應商在當地建廠生產，形成產業集群。

本集團關注全國政策變化、氣候環境等因素對交付可能帶來的風險。本集團的整車生產基地主要集中在中國華東地區，為確保供應鏈的及時性，我們保持集中在中國華東地區的高採購比例。特別是針對重貨、泡貨類等主要零部件，我們優先推動供應商就近布局生產配套。這一舉措有效降低遠距離採購帶來的交付風險和物流運輸中的碳排放，同時實現質量問題的快速響應，並持續推動本地供應商的發展與就業增長，亦助力地方經濟發展。通過提前布局和風險管理，我們的多元化供應鏈始終保持韌性，為業務開展提供堅實保障。

有關供應商分布區域請見下圖所示：





本集團持續識別並管理關鍵供應商，我們關鍵供應商的識別，由採購金額單一維度，擴展至覆蓋採購支出佔比、零部件品類之重要度、產品和特殊工藝、供應商准入評價及曆史表現、氣候風險影響等多維度評估為依據，以更為全面和精準地識別出生產經營活動對環境及社會的影響較大的供應商。未來我們將進一步考慮供應商在 ESG 審核中的得分結果、其產品所處零部件品類在行業中的重要性 / 不可替代性、供應商國別信息、供應商可持續發展能力評價管理指標的執行情況、採購支出佔比、供應商影響力、外部輿情等因素，進一步識別關鍵供應商。

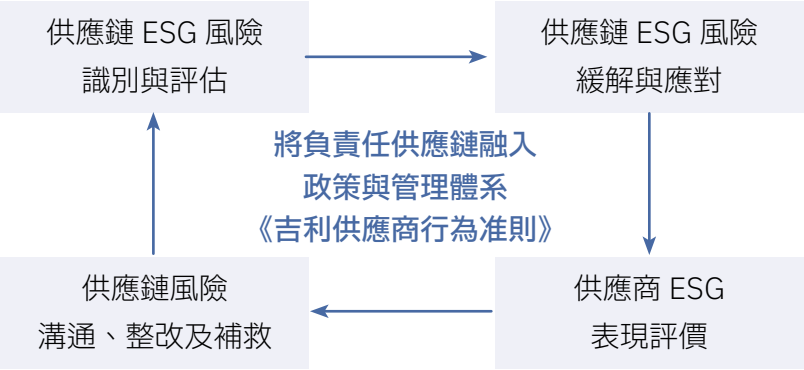
截至 2024 年底

供應商總數：**1,085 家**
關鍵一級供應商數量：**73 家**
維持三年或以上合作關係的供應商佔：**83%**

供應商全生命周期管理

本集團基於可持續發展相關法規要求，同時對標行業最佳實踐，內部搭建了可持續指標管理體系「AESGC」，及以此為基礎的數字化綜合管理工具「可持續應用系統」。我們通過差異化管理的評價規則，實現更加科學精準的可持續審核管理。我們在關鍵專項領域也建立了相應的數字化管理平台，如碳管理系統「吉碳雲」、溯源數字化平台「GeeTrace」，以有效推進供應鏈可持續整體工作。此外，我們通過《供應商 5A 審核評價體系》（「5A 審核」）中的可持續發展能力評估，以及業績考核管理的雙通道評價模式，搭配內外部管理工具，推進供應商全生命週期管理。

報告期內，本集團參照《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》《經濟合作與發展組織關於來自受衝突影響和高風險區域的礦石的負責任供應鏈盡職調查指南》的相關要求，進一步強化供應商全生命周期 ESG 管理的方法及具體措施，以更符合本集團及其供應鏈在《吉利供應商行為准則》的承諾。



7.1.1 供應鏈 ESG 風險識別與評估

本集團以經合組織相關指南為指導，結合內部常態化管理和第三方專項風險管理，建立了供應鏈 ESG 風險管理模式。我們將供應鏈 ESG 風險管理融入供應商准入、項目定點、日常管理等全生命週期流程。

我們委託專業第三方機構開展專項風險識別工作，並結合第三方數據庫（如中汽風險數據庫、道瓊斯數據庫等）開展風險識別。本集團內部搭建了風險管理平台及相關管理制度，結合內外部風險源開展動態監控管理。針對識別出的風險供應商，我們推動其採取整改與補救措施，並視情況進行內部或第三方現場審核。

風險識別與評估方式

「可持續發展能力評估」成為供應商准入門檻之一

報告期內，按照《供應商 5A 審核評價體系》（「5A 審核」），將 ESG 指標納入供應商准入階段（包括現有供應商新增 / 變更供貨場地、新品擴項）的現場審核，從可持續發展能力、研發技術能力、質量控制能力、生產製造能力、經營管理能力五大維度評估。可持續發展能力評估以 AESGC 指標體系為基礎，並結合《吉利供應商行為准則》及參考 Drive Sustainability 等的相關指引，評估範圍包括：合規與誠信、貿易合規、信息與數據安全、職業健康與安全、勞工人權、環境與碳排放、負責任採購（關鍵原材料管理）。

基於供應商在准入階段的可持續發展能力評估成績，我們將供應商評為 A 至 E 級，對於關鍵品類的供應商（如電池商），須達到 B 級（即 $80 \leq \text{得分} < 90$ ）方可准入，其他供應商亦需達到 C 級（即 $70 \leq \text{得分} < 80$ ）。對於供應商的扣分項目，我們將說明扣分原因。對於風險准入的供應商，即識別出非重大風險，我們要求其在限定時間內完成整改。所有不符合清單需現場審核結束後，由供應商簽字確認。對於識別出重大風險的供應商，拒絕准入。

可持續發展能力評估作為 5A 審核中一個重要維度，已在供應商准入階段全面推行。2024 年已覆蓋 100% 新准入供應商，並累積覆蓋超過 300 家一級供應商。

我們通過可持續發展能力評估，在與供應商合作前期提前識別其能力及風險狀態，幫助提升供應鏈穩定性。



內部構建可持續指標管理體系「AESGC」

報告期內，我們基於行業 ESG 評級指標要求、供應商減碳管理、出口車型交付需求等，搭建了可持續指標管理體系 AESGC，從基礎能力建設（Ability）、環境（Environmental）、社會（Social）、企業管治（Governance）、碳（Carbon）五個維度進行全面管理，多維度評估供應商可持續發展能力。AESGC 涵蓋超 50 個業務管理指標，可實現供應商 5A 審核的可持續能力評估與業績考核管理。我們定期推送供應商評估報告給供應商及時反饋、幫助其持續提升。

在准入階段，我們將 AESGC 納入 5A 審核，開展供應商可持續發展能力評估；在運營階段，我們以每季度為週期常態化評價供應商績效，將 AESGC 融入供應商業績考核管理。在供應商全生命週期管理模式下，AESGC 亦作為有效的風險識別工具，通過閉環管理，推動供應鏈可持續水平的提升。

指标维度	关键指标
基礎能力建設 Ability	可持續發展相關證書、SAQ 分數、可持續管理體系文件等
環境 Environmental	污染物與廢棄物管理、水資源、生物多樣性等
社會 Social	僱傭管理、童工及未成年工人、職業健康安全等
企業管治 Governance	公司治理、合規建設、負責任採購等
碳 Carbon	企業碳管理、產品碳管理、清潔能源規劃、綠電等

AESGC 作為本集團自主搭建的供應商可持續指標管理體系，已涵蓋超過 50 個管理指標，幫助本集團提升評價審核管理、風險管理水平。自 2024 年起，AESGC 覆蓋 100% 新准入供應商及超過 1,000 家一級供應商。

依託第三方評估及採用公認的標準和方法

Drive Sustainability SAQ：SAQ 問卷幫助本集團評估供應商可持續發展表現並識別相關風險。基於問卷填寫和上傳材料，評估供應商在人權和工作條件、健康和安全、商業道德、環境、負責任供應鏈管理、負責任採購原材料等方面的表現。第三方 NQC 對供應商進行驗證和分數評價，供應商可根據 SAQ 分數及相關差距的提升建議持續優化。

面向所有供應商開展 SAQ，83% 供應商已完成 SAQ 問卷填報，並將 SAQ 分數（NQC 評價合格為 ≥70 分）納入可持續指標管理體系 AESGC，我們通過培訓及幫扶指導，幫助供應商持續提升可持續發展能力

外部第三方盡職調查審核：針對關鍵車型項目以及出口車型項目，委託具備國際資質的獨立第三方審核機構對相關供應商開展現場盡職調查（範圍包括《吉利供應商行為準則》，以及識別出的突出人權議題等方面）。

截至 2024 年底，已委託國際第三方審核機構，對 173 家一級供應商開展盡職調查（其中 2024 年開展 20 家）。本集團對供應商在第三方審核中發現的問題提出整改要求，監督供應商糾正行動計劃的實施進度，以確保其採取相應糾正措施。

衝突礦產管理：本集團基於 OECD 框架指南開展年度衝突礦產（包括：錫、鉭、鎢和金，通常稱為「3TG」）申報管理，管理流程包括：3TG 識別及確認、採用負責任礦產倡議（RMI）開發的衝突礦產報告模版（CMRT）、CMRT 數據檢查確認、問題整改及跟進。

我們依託內部建立的衝突礦產數字化管理工具，並鏈接專業第三方衝突礦產管理平台 Assent，開展衝突礦產管理。通過向上遊溯源識別對應的冶煉廠 / 精煉廠信息，推動供應商完成 CMRT 填報及相關數據收集。同時，由第三方衝突礦產管理機構對申報信息進行確認，以識別冶煉廠和精煉廠的風險，通過強化盡調管理推進風險的降級與消除。

2024 年面向超過 200 家供應商開展外部第三方衝突礦產管理，並開展專題培訓。共有超過 150 家供應商完成 CMRT 申報。（2023 年：50 家）

法律、合規及商業道德相關的盡職調查

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

供應鏈盡職調查管理流程

1. 風險模型建立

2. ESG 風險評估

3. 確定盡職調查方案

4. 制定盡職調查計劃
5. 開展供應商審核(二方/三方審核)

6. 識別供應商問題並提出改進計劃

7. 改進效果評估



風險識別與評估進展

基於前述風險識別與評估方式，本集團在報告期內已開展供應商全生命週期的風險識別與評估。

在供應商准入階段，我們識別出 5 家具有重大實際 / 潛在負面影響的供應商；其中 1 家供應商因環境、負責任採購等可持續發展表現均不達標，已在准入階段淘汰；4 家在環境方面（含碳管理）、職業健康、負責採購實踐等方面需採取糾正措施及改進計劃，其已與 2024 年底完成整改提升並通過複審。

在項目運行階段，我們委託具有 RBA 審核資質的國際第三方審核機構，通過其風險模型，在環境、職業健康安全、勞工人權、碳管理等可持續發展方面進行篩查，識別出 3 家高風險供應商。報告期內，本集團已針對 100% 高風險供應商完成第三方盡職調查審核。

7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對

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

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

根據「7.1.1 供應鏈 ESG 風險識別與評估」，並結合出口與貿易合

規的相關政策與法律風險，我們識別出關鍵原材料（含衝突礦產）、供應鏈人權，以及供應商碳管理為 ESG 風險緩解與應對的三個主要方面。

專項風險緩解與應對

面對出口與貿易合規相關政策與法律風險，特別是歐盟《企業可持續發展盡職調查指令》（CSDDD）、《新電池法》、碳邊境調節機制（CBAM）、《衝突礦產條例》，以及其他國家就 ESG 或人權方面的法案等，我們與第三方組織、倡議緊密合作，積極梳理現有提案中較為清晰的整體路線和具體要求，並將其落實到現有供應鏈管理的風險識別與應對之上，做好應對法律法規的準備。更多有關出口與貿易合規，詳見「5.3.2 出口與貿易合規」。

歐盟可持續相關法規體系的建立，加速了負責任商業實踐在汽車行業供應鏈中的共識與落地。但另一方面，高度複雜與多樣的供應鏈也對可持續供應鏈管理的表現及透明度帶來一定挑戰，尤其是識別與評估超越一級的供應商的潛在影響。

關鍵原材料（含衝突礦產）

歐盟及歐洲各國陸續出台有關針對企業供應鏈盡職調查要求或某關鍵零部件 / 原材料盡職調查要求的政策法規，如企業可持續發展盡職調查指令要求企業遵循風險識別、風險防範、風險緩解、風險解決、風險補救和披露 6 個步驟開展工作。若供應鏈夥伴在採購其產品中使用的原材料和礦物時未採取負責任態度，無法針對衝突礦產等高風險原材料提供盡職管理與調查等支撐文件，將對整車廠可持續發展進程、企業聲譽及商業合作帶來負面影響。

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

報告期內，我們結合本年度產品及出口項目規劃，要求參與的供應商均簽署《合規聲明》《吉利供應商行為準則》，承諾遵守相關法規及配合盡職調查工作，並填寫專項問卷以排查其供應鏈是否涉及高風險原材料，並識別其上遊供應商，形成溯源地圖，以識別風險環節及評估其風險影響程度。另外，我們對鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨開展區塊鏈溯源試點工作，初步建立起吉利供應鏈溯源管理體系。我們參考歐盟及美國相關法規及行業共識，明確追溯範圍及關鍵零部件，協同相關零部件供應商共同開展溯源工作。我們於 2024 年 1 月出台《原材料溯源管理流程》以實現標準化、常態化管理。我們在《可持續原材料政策》等文件中明確要求供應商應對其供應鏈中的相關礦物和金屬開展盡職調查，確保在礦產等關鍵原材料採購中打造負責任的供應鏈。我們依託區塊鏈溯源平台及專業調研公司，實現追溯層級最高可達 11 級，追溯元素和物質多達 14 種，帶動 500 多家供應商參與追溯，提升供應鏈的透明度和可持續性。

我們將繼續推進供應商使用由負責任礦產倡議（RMI）開發的衝突礦產報告模板（CMRT），與行業專業三方公司合作、引入數據庫，開展衝突礦產數據填報及冶煉廠風險監控工作，當前已覆蓋超過 200 家供應商。同時，規劃就關鍵原材料引入專門的外部第三方盡職調查。我們結合 SAQ 要求重點管理行業內定義的關鍵原材料，在可持續應用系統中設計指標，考察供應商是否對關鍵元素做到負責任採購管理，其結果應用於供應商的績效能力考核評分。報告期內，83% 的供應商填報 SAQ 問卷，並已推進超過 150 家供應商完成了 CMRT 報告填寫。

我們聚焦電池供應商風險識別與管理，除傳統衝突礦產外，關注電池金屬（鈷、銅、鋰、鎳）等關鍵原材料的溯源管理，已針對關鍵車型進行溯源和三方盡調，三方盡調涵蓋的 ESG 風險涉及危險材料 / 化學品生產工序、高碳排放、童工和強迫勞動、風險地區等，計劃在 2025 年根據《歐盟新電池法》的具體要求，以溯源為基礎，聯合吉利數科開發對電池全生命周期進行全程監控的數據管理系統，落地電池護照。

供應鏈人權

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

報告期內，本集團建立人權管理方法及制定了潛在的突出人權議題清單，有關方法及識別步驟詳見「5.3.3 人權及勞工權益」。

我們面向全體供應商開展突出人權議題的識別，共收到 147 家供應商（主要由供應商 ESG 負責人 / 對接人參與）回復問卷調研。調研涉及 11 個初步識別的潛在突出人權議題，對曾發生過的人權問題、潛在突出人權議題的重要性，基於影響程度（指對回應者本身或其代表的員工團體，而非針對本集團或供應商業務的影響）和影響發生的可能性（影響的嚴重程度高於可能性）進行判斷。我們識別突出人權議題及其他人權議題，如下圖：

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

■ 突出人權議題

■ 其他人權議題

注：上述識別的人權議題不代表本集團供應鏈已發生此類人權事件。

本集團就識別的突出人權議題及其他人權議題，已由人權工作小組進行討論，並向可持續發展委員會匯報有關識別結果。此外，本集團在 2024 年對供應商的各階段審核中加強對突出人權議題的審核力度及培訓指導，更有效地履行盡職調查的責任。本集團亦將持續優化供應鏈人權風險評估方法，包括與更多的易受人權影響的供應商員工直接溝通，延伸到重大的次級供應商，以更深入識別突出人權議題。

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

在新供應商准入時的 5A 審核階段，將勞工人權作為關注項重點審核，考核細項覆蓋以下方面：

- 供應商是否制定完善的勞工人權政策制度；
- 排查生產場地是否存在強迫勞動的情況；
- 工廠僱傭程序是否合法合規且實行合理的僱傭協議；
- 公司關注員工溝通，有制定與員工及其供應商的溝通和申訴的管理程序並設置員工反饋申訴的渠道，並後續跟進問題處理結果；

- 檢查供應商是否做到在招聘環節拒絕使用童工，以及抽查其生產線人員中（包括臨時工和派遣工等）是否存在未成年工人。

以上勞工人權關注項均審核供應商是否有健全制度及落地執行，當審核員判斷關注項不完善或執行不到位時，會發起整改要求供應商改進現有機制，當供應商整改完成後會再次審核。

針對電池供應商開展溯源和供應鏈盡調工作，第三方審核報告的內容已覆蓋人權類議題。在供應商可持續日常管理中，針對供應鏈人權議題設置多個指標（包括：勞工人權相關管理證書、勞工與人權的年度培訓、僱傭管理、童工及未成年工人、工作時間及福利等），並納入供應商能力考核。我們將持續加強有關反歧視反騷擾、供應鏈人權風險的識別和管理、良好的工作環境及居住條件、員工溝通與自由結社等。

供應商碳管理

我們面向供應商開放碳管理系統「吉碳雲」，核算搖籃到大門的產品碳足跡。截至 2024 年末，已有 590 家供應商使用吉碳雲，共有 86 家供應商已進行自主碳盤查或第三方外部碳審計，累計完成 4,380 個零件碳足跡核算。經統計，2024 年已有 30% 一級供應商使用可再生電力，其中 16% 的供應商已實現 100% 可再生電力使用。一級供應商亦可通過該系統邀請其上遊供應商填報數據，以實現高效的供應鏈協同降碳管理。更多有關供應鏈減碳信息，詳見「3.3.3.1 低碳採購」。

供應商 ESG 管理要求

基於對外部環境及自身可持續發展要求的識別與評估，我們審閱修訂並於 2024 年 4 月發佈《吉利供應商行為准則》（第二版）。我們要求 100% 新供應商准入及現有供應商續約環節須簽署《吉利供應商行為准則》，以確保其了解並踐行本集團的最新可持續發展理念。截至報告期末，我們已推動 93% 的一級供應商簽署《吉利供應商行為准則》。對於未完成簽署《吉利供應商行為准則》的供應商，我們將作為風險項納入供應商可持續發展評價中，並結合整體情況以評估是否對其進行現場審核，以確保所有供應商符合本集團的可持續發展要求。

此外，本集團要求准入供應商簽署《採購合同》《保密協議》《質量協議》等相關文件，以規範供應商在產品質量、合規經營、工作環境與勞工人權、職業健康安全、環境保護等方面的全面管理。

結合《吉利供應商行為准則》《人權政策聲明》《可持續原材料政策》等政策要求，右表為供應商 ESG 管理細則總結：

供應商 ESG 管理細則

社會	工作環境 與人權	◦ 尊重國際勞工組織《強迫勞動公約》和《廢除強迫勞動公約》，杜絕任何形式的強迫勞動、奴役及人口販運； ◦ 尊重和支持兒童權利，包括聯合國《兒童權利公約》及《兒童權利與企業原則》，杜絕僱用童工並堅決反對任何使用童工的行為； ◦ 根據運營所在地法律法規，尊重員工依法自由結社（如工會）和集體協商的權利，並保護員工不會因行使組建、加入或拒絕參加工會和集體協商的權利而遭受歧視、騷擾、脅迫或報復； ◦ 按適用的法律法規和當地市場條件、生活水平提供公平的薪酬與福利、帶薪休假與健康保障，並承諾按時全額支付員工薪資，並在工資單中列明合法的扣除項； ◦ 遵守適用法律關於工作時間的規定，包括但不限於加班與加班補償的規定； ◦ 嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾； ◦ 不得基於性別、種族、膚色、宗教、年齡、出身、教育背景、婚姻狀況、生育狀況、殘疾、性取向、國籍、政治見解、工會成員身份、社會背景或受適用法律保護的其他身份對員工在就業、晉升和薪酬等方面持有任何形式的歧視。
	健康與安全	◦ 遵守所有適用的健康和安全管理法律法規，通過 ISO 45001 職業健康安全管理系統認證； ◦ 採取各項預防風險和促進健康的措施，為所有員工提供符合職業健康與安全標準的各種必要保障，做好事故預防及制定應急預案，並向員工提供指導，降低健康和安全的風險及影響。
	產品質量與 安全	◦ 通過 IATF 16949 汽車行業質量管理體系認證； ◦ 健全質量保證體系，並對質量目標進行管理；持續開展質量改善活動。
環境	碳排放與氣 候變化	◦ 供應商需要制定碳排放目標（包括可再生能源佔比），並推動自身運營及供應鏈的碳減排； ◦ 提供必要的環境數據給本集團。
	資源使用與 循環再利用	◦ 制定提高能源效率和減少水消耗的計劃和年度目標； ◦ 保護及節約自然資源（包括但不限於森林、水及土地）及能源的利用，推動綠色採購（包括選擇環保低碳、循環回收材料和可再生能源等），從而有效適應和減緩氣候變化，避免破壞生態環境及生物多樣性，減少產品、服務以及相關業務活動對環境造成的影響； ◦ 制定水資源管理相關制度，覆蓋水資源保護等。
	污染與廢棄 物管理	◦ 遵從所有適用的環境相關法律法規； ◦ 取得並及時更新所有必備的環境許可證及相關資質認證（如 ISO 14001 環境管理體系認證），並遵守這些文件所規定的要求； ◦ 針對三廢（噪聲 / 廢氣 / 廢水）進行年度檢測且獲得合格報告，針對有害危險廢棄物按照國家法律法規要求處置； ◦ 制定計劃和年度目標以減少生產設施中的廢料。
管治	商業道德	◦ 遵守反腐敗、反賄賂、反洗錢、反壟斷、反不正當競爭、出口與貿易，及隱私保護等方面的法律法規； ◦ 不得從事或容忍任何腐敗、賄賂及洗錢等行為； ◦ 應避免與吉利之間可能產生利益衝突的情形。
	衝突礦產	◦ 根據 OECD 礦石指南開展負責任礦物採購，至少對 3TG 開展盡職調查，亦應要求其自身供應商遵守相關規定，確保供給吉利的產品所含有的礦物或金屬在開採、加工和交易中不存在侵犯人權、違反商業道德、危害環境的情形，且其銷售所得不得用以資助武裝衝突； ◦ 如果確定供應給吉利的任何產品、部件或原材料中的關鍵材料來自 OECD 礦石指南定義的受衝突影響和高風險地區，應立即通知吉利。

超越一級的供應鏈管理

本集團在深入一級供應商的管理外，逐步影響次級及以下供應商，致力於提升供應鏈可持續發展整體水平。本集團按照《供應商優化管理辦法》《供應商業績評價管理辦法》等管理制度開展供應商日常管理、年度及其他不定期審核。同時，我們適時對各類標準與制度文件進行評估與更新，並依據執行情況持續優化，以確保管理辦法和評價標準與本集團發展、行業領先實踐及國內外政策變化保持一致。另外，本集團制定了《外購件分供方風險管理辦法》，對一級供應商提交的預選分供方清單進行高風險識別及管控。

報告期內，本集團對 811 家一級供應商及 115 家次級供應商開展日常及不定期飛行審核（包括 5A 審核）。我們對一級供應商開展周期性滾動審核，確保審核範圍覆蓋 100% 一級供應商。同時，我們訪問若干芯片、印刷電路板 (PCB)、特殊工藝等 N 級供應商，要求次級關鍵零部件及特殊工藝分供方須通過 IATF 16949 認證和 ISO 14001 認證，一般分供方需滿足 ISO 9001 認證。

2024 年

開展審查的供應商（一級及次級）總數 **926 家**

開展審查的關鍵一級供應商數量 **57 家**（78%）

開展審查的一級供應商數量 **811 家**（75%）

開展審查的次級供應商數量 **115 家**

7.1.3 供應商 ESG 表現評價

我們基於可持續指標管理體系 AESGC，通過可持續應用系統對供應商開展季度週期性的業績考核管理。每季度業績考核管理覆蓋超過 1,000 家供應商，要求其在季度考核周期內提交業績評價指標數據，我們將可持續季度業績考核結果納入供應商的整體業績評價。可持續業績評價權重佔總體評價 10%，該評價結果亦將影響到供應商在未來與本集團的新項目業務合作。

對於可持續業績評價結果等級低 / 不合格的供應商，我們將針對其涉及到 AESGC 中的具體績效指標發起整改及跟進管理，主要包括可持續基礎能力、環境減排、職業健康安全、勞工人權培訓、負責任採購、碳管理等。根據具體指標情況定義整改期限，如碳管理相關一般需要 3 個月內完成整改（如場地數據核算），廢水排放等則一般需要 1 年左右達到所要求的減排率。我們在對供應商發起整改要求的同時，也會開展幫扶指導，幫助供應商提升能力水平。若供應商多次整改無效，視情況嚴重程度將納入合作限制及淘汰管理。

7.1.4 供應鏈 ESG 風險溝通、整改及補救

本集團理解可持續發展在目前階段對能力較為薄弱的供應商為嶄新且具有挑戰的管理緯度。我們在確保供應鏈 ESG 風險能有效管控的同時，希望以幫扶的形式去提升供應商的 ESG 管理能力，而不是只以淘汰的方式去維持自身供應鏈的 ESG 成熟度。我們致力於減低因淘汰供應商而造成對經濟及社會的影響，並期待與供應商夥伴在可持續發展的路上並肩同行，共同實現「公正轉型」和「共榮發展」的戰略目標。

溝通：本集團採取多樣化的形式與供應商溝通 ESG 管理，包括制定《吉利供應商行為準則》及向其培訓當中的要求，亦吸納供應商的意見持續修訂以更清晰表達。同時，本集團亦開展其他 ESG 相關培訓，詳見「7.1.5 供應商 ESG 能力提升」。

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

我們按需開展供應商合規訪談，不定期針對重點項目供應商開展合規約談，並要求供應商簽署《合規承諾函》，節假日前向供應商發放《廉潔合規倡議書》以排查及規避貪腐風險。報告期內，我們沿用 COC 合規投訴渠道，收集供應商申訴數量 200 餘條，主題涵蓋供應鏈管理建議、ESG 績效考核意見反饋、合規盡調相關反饋、業務諮詢等多種內容，安排專人及時回復並解決。

整改：如前所述，識別出的風險或不符合項，本集團會給予整改建議協助供應商去整改。針對在審核中發現問題（包括 ESG 方面）的一級供應商，本集團將給予具體反饋，並協同供應商相關部門負責人開展改進溝通、共同制定提升計劃，原則上要求供應商在一個月內完成整改，並在 12 個月內對整改結果進行驗收。

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

7.1.5 供應商 ESG 能力提升

本集團綜合供應商年度及不定期審核結果、供貨業績、項目投產成效、重大質量問題、零部件重要度等多維度信息，精准确位弱項開展專題提升，制定四級分類提升機制。同時，系統性推進供應商 ESG 體系導入，深化管理理念與文化融合，推動供應鏈全生命周期 ESG 能力迭代升級。

提升分級	提升辦法
I 級	依託本集團全流程質量保障體系，建構「策略協同 - 技術共享 - 資源整合」三位一體的賦能模式，實行質量系統對標診斷、工藝優化聯合攻關、檢測技術共享培訓等舉措。建立跨部門聯合作業小組，針對產品研發、生產製造、檢驗檢測等關鍵環節，進行系統性能力建設，幫助供應商提升全流程質量管控水平。
II 級	聚焦供應商在質量管理、生產流程、交付保障等關鍵領域的能力短板，組成由質量、研發、採購所構成的專項幫扶團隊。通過現場診斷、流程再造、工具導入等方式，實施「一企一策」的定制化提升方案。針對薄弱環節制定量化改善目標與實施路徑，建立動態監控機制，幫助供應商提升核心能力短板。
III 級	構建以數據驅動為基礎的供應商自主管理體系，通過質量指標動態監控、業績量化評估、高層質量策略會談等管理手段，激發供應商質量改善的內生動力。圍繞質量目標、改善方向、資源投入等核心議題進行深度溝通。引導供應商建立自我診斷、自主改善、持續最佳化的質量自治能力，實現從被動管理轉向主動提升的轉變。
IV 級	引入行業權威認證機構、專業諮詢公司等第三方資源，構建「專業評估 - 標準導入 - 認證升級」的質量提升路徑。針對供應商在質量管理體系認證、行業標準合規性、先進技術應用等方面的需求，由第三方機構開展專項評估與技術指導。本集團通過指標監控、業績考核、質量約談等管理手段，督促供應商落實第三方機構提出的改進建議，打造具有行業競爭力的優質供應體系。

質量協同與培訓

我們通過零部件項目開發管理，建立正向開發業務流程，使用核心業務 + 產品專項，強化供應商質量協同。橫向提升項目管理工作質量，縱向確認零部件開發業務質量，多維度確保項目質量提升。強化供應商零部件質量自主保障能力，建立供應商端自主項目開發保障體系。通過數字化系統整合，實現人效提升與管理提升。高效協同各品牌項目管理單位，通過業務標準化賦能，風險解決支持，業務流程培訓等形式，支持各品牌項目順利投產。

截至報告期末，一級供應商通過相關管理體系認證 * 的比例

IATF 16949: **99%**

ISO 14001: **87%**

ISO 45001: **70%**

* 根據本集團新准入供應商申報條件要求，質量體系認證須通過 IATF 16949，對環境有影響的零部件供應商還需通過 ISO 14001。

本集團建立了以質量保證為基礎的供應商能力提升體系，分別從管理質量、研發質量、製造質量開展供應商能力提升與評價。我們每年面向全體供應商開展至少一次的質量保障培訓。2024 年共開展 12 場質量培訓，覆蓋 2,236 人次，總時長達 10,035 小時，包括 98% 的一級供應商及 51 家次級供應商。



低碳轉型赋能

本集團依託製造端先進節能減碳技術優勢，系統推進供應鏈低碳轉型。通過向供應商明確傳遞碳減排目標與實施路徑，實地調研、技術診斷等方式輸出低碳轉型解決方案，並同步共享工業低碳領跑實踐經驗。為強化供應鏈碳管理效能，我們持續升級碳智能化管理能力，創新構建整車及零部件製造領域的碳管理成熟度評價體系，並打造零碳綜合解決方案。重點針對高耗能零部件供應商開展專項赋能行動。報告期內，通過對 2 家重點供應商實施「診斷 - 優化 - 提升」全流程赋能，精准識別出光儲系統控制缺陷導致的功率因素超標等問題，針對性制定能源管理優化等升級方案，實現生產能耗費用降低數十萬元。2025 年，我們將深化推進供應商碳管理能力建設，構建專業化碳管理人才培養機制，通過系統培訓協助供應商健全碳管理體系。同時，持續開展定制化現場赋能行動，通過技術支援與經驗共用實現碳管理能力的全面提升，推動供應鏈綠色轉型。

可持續發展培訓

我們開展覆蓋《供應商行為准則》中各項要求的可持續發展培訓，覆蓋關鍵原材料溯源、CBAM、衝突礦產管理、低碳鋁、企業碳盤查、產品碳足跡、綠電等多個議題，並建立培訓資料庫。

2024 年共開展 14 場培訓，覆蓋 8,897 人次，總時長 6,555 小時，包括 75% 的一級供應商及 279 家次級供應商。

合規意識培訓

2024 年開展共 5 場合規培訓（包括《吉利供應商行為准則》、反貪腐等關鍵議題），覆蓋 1,905 人次，總時長 2,630 小時，包括 66% 的一級供應商及 127 家次級供應商。

衝突礦產培訓

我們面向供應商開展衝突礦產培訓，覆蓋 469 人次，包括 20% 的一級供應商及 10 家次級供應商。

內部供應鏈管理團隊能力建設

2024 年面向內部供應鏈管理團隊開展 5 場培訓，覆蓋 139 人次，人均培訓時長達 1.3 小時。培訓議題覆蓋供應鏈可持續發展管理、供應鏈 ESG 發展現狀及挑戰、可持續供應鏈業務流程等。

7.2 負責任經銷商

截至報告期末，本集團旗下的吉利品牌與領克品牌主要以經銷商模式進行銷售。吉利品牌於中國擁有 1,948 家一級經銷商門店，並通過 891 家銷售服務網點向 81 個國家出口。領克品牌在中國通過 370 家領克中心、36 家新能源中心和 252 家新能源零售中心服務其用戶，在海外共有 65 家經銷商銷售網點投入運營。

7.2.1 經銷商誠信管理

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

本集團遵循《經銷商運營管理辦法》《經銷商誠信積分管理辦法》等政策制度開展經銷商日常管理及審核工作，進一步構建覆蓋經銷商全業務鏈的全方位評價體系，引入過程類指標及售後指標，依託現場評價及業務部門後台數據監測，從效能評價、誠信積分、

銷售健康度、財務健康度 等方面定期評估全國授權經銷商。其中，我們每月記錄經銷商經營過程中的負面營銷事件，對經銷商在核銷誠信、金融誠信、客戶誠信、合規誠信、遵循市場秩序等方面進行誠信評價，發佈誠信經營評分並將其作為經銷商評優選優、享受政策優惠的重要考核部分。本集團經銷商管理制度覆蓋率已達 100%。

- 質量管理體系每項措施影響到的經銷商的百分比：100%
- 撰寫客戶服務質量標準文件，定期更新，收到更新文檔的經銷商的百分比：100%

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

在產品購買過程中，本集團為經銷商提供統一的購車合同模板以避免出現誤導或不準確說明。我們採取經銷商考評和培訓等形式，確保經銷渠道合作夥伴為客戶提供準確、一致、專業且負責任的營銷服務。我們亦針對「營銷極限詞」的使用開展專項培訓，並以同樣的嚴格要求對經銷商赋能。我們按季度對經銷商開展審核，根據審核結果，對經銷商進行及時激勵並幫助落後的經銷商整改提升。一旦發現違規行為立刻制止並修正，同時採取補救措施，如涉及違法事件，積極配合有關部門進行執法。報告期內，未發生相關合規負面事件。

更多有關內容，詳見「6.2.1 負責任營銷」。



7.2.2 經銷商能力提升

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

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

本集團持續推進面向關鍵管理崗位及經銷商業務崗位三級認證，通過訓前學習測試、訓中每日過關、訓後效果跟蹤、專項補弱培訓的模式，保證各崗位 / 等級的培訓效果，提高參訓學員整體技能水平，實現經銷商人才培養與管理向一線業務人員覆蓋。報告期內，吉利品牌關鍵崗位認證覆蓋率 100%，業務崗位認證覆蓋率評價超 93%；領克品牌關鍵崗位認證覆蓋率超 100%，業務崗位認證超 93%；海外網點平均認證率提升約 2.56%。開展吉利全球第二屆服務技能大賽，對一線服務崗位維修技師和服務顧問進行技能大檢驗，覆蓋全球 14 大市場 2000+ 學員，為經銷商提供人才提升和訓練平台。成功舉辦首屆服務顧問技能大賽總決賽，以賽代練促進經銷商流程規範、服務標準提升。

本集團通過線下培訓及研討會、在線直播及 G 學堂等多種形

式，向經銷商同步開展客戶服務質量、隱私保護、誠信合規、可持續營銷等專題培訓。報告期內，國內經銷商共開展培訓 1,001 次，累計培訓時長 18,044.4 小時，覆蓋率 100%。其中，參與客戶服務質量管理相關培訓的經銷商比例 100%，參與合規 / 行為准則相關培訓的經銷商比例 100%，參與可持續營銷培訓的經銷商比例 100%。海外經銷商共開展培訓 41 次，累計培訓時長 545 小時，覆蓋率 100%，其中參與客戶服務質量管理相關培訓的海外核心經銷商比例 100%，參與負責任營銷培訓的海外核心經銷商比例 100%。

7.3 行業協同發展

7.3.1 開展戰略合作

本集團攜手國家部委、地方政府、企業夥伴等，共建戰略合作機制和共享平台，協同高校、研究機構、企業推進產學研用，設立研究院和實驗室，為行業發展匯聚合力。

■ 創新聯合實驗室

吉利和意法半導體（STMicroelectronics）在多個汽車應用領域的長期合作基礎上，建立創新聯合實驗室，交流與探索在汽車電子 / 電氣（E/E）架構（如車載信息娛樂、智能座艙系統）、高級駕駛輔助（ADAS）和新能源汽車等相關領域的創新解決方案，加深彼此合作，加速創新技術的開發和落地。

7.3.2 貢獻行業發展

參與國際國內組織

吉利汽車於 2021 年正式加入 IATF 國際汽車工作組，成為唯一擁有董事表決權的亞洲汽車集團，2025 年 3 月，吉利控股集團獲 IATF「傑出貢獻獎」。我們也已加入全國汽車標準化技術委員會、全國信息安全標準化技術委員會等 4 個國家標準化技術委員會，以及相關委員會分別下設的整車分標委、汽車節能分標委、智能網聯汽車分標委、汽車碰撞試驗及碰撞防護分標委及電動車輛分標委等共 24 個分標委，及大數據安全等共 35 個工作組。

參與標準制定

吉利汽車協同中國地區汽車 OEM、上下遊產業和專業機構在國際質量標準制定中代表中國市場發聲，積極參與相關國際標準的制定和研討，推動全球汽車行業標準的完善和中國汽車質量的標準化發展。支持國家標準部門智能網聯汽車質量標準工作組 TC463/WG3 以及國際質量標準化協會，針對智能網聯質量標準及軟件相關標準開展制定工作；推動 IATF16949 標準改版應對汽車新四化的變化。

截至 2024 年底，吉利主導參與 747 項涉及國際、國家、行業、地方及團體標準的制定，並已完成 455 項標準發佈。

員工權益

重要議題

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



員工權益

- 員工滿意度（可持續敬業度）84 分
- 吉利汽車女性管理層佔比 14%
- 3,822 名少數民族員工及 18 名殘障員工
- 面向全體員工開展效能調研（含勞工人權管理評價）

員工薪酬與福利

- 完成年度薪酬調整及新入職人員長期激勵授予，實現員工共同富裕

培訓及發展

- 100% 員工培訓覆蓋率
- 員工平均培訓時數達 94 小時 / 人
- 組織電動化和數字化專項培訓 185 萬小時，推動公正轉型

職業健康與安全

- 100% 員工接受健康安全培訓
- 100% 整車基地獲 ISO 45001 認證
- 20 萬工時損工事故率 (LTIR)：0.08/20 萬工作小時





8.1 人力資本管理

本集團始終將員工視為發展的核心資源，秉持「尊重人、成就人、幸福人」的用人理念和開放、平等、尊重、包容的態度，承諾遵守國際普遍接受的人權與勞工標準，保障員工的合法權益。我們深入貫徹落實「人才森林」「四化一新」以及「共榮發展 - 員工」三大人才發展戰略，建立完善的人才培養機制，為員工提供公正轉型的機會，並建立健全福利保障體系，營造多元平等、關愛、健康安全的工作環境，致力實現個人價值創造與組織戰略達成的雙贏。

治理：

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：員工權益、職業健康安全相關）的風險與機遇，詳見「2.2 ESG 管治」。此外，本集團 ESG 工作組新增下設「勞工與人權工作組」統籌勞工人權管理工作，工作組主要由人才經營中心、安全環保部及合規部組成；人才經營中心負責日常工作，圍繞人才僱傭、員工薪酬與福利、員工培訓與發展，多元、平等與包容建設等方面開展工作；安全環保部作為日常管理機構，負責對接各子公司 / 製造基地的職業健康與安全管理工作，確保員工的身心健康；合規部負責牽頭制定及監控勞工人權相關政策、舉報及申訴等。

戰略：

本集團堅信人才是最重要的資源，堅持以溝通渠道為鏈接，以制度規定為支撐，保護員工的基本權益。我們定期進行人才現狀分析和前瞻性預測，以確保團隊能夠應對未來的挑戰。我們通過人才發展戰略，打造多元化的職場環境，助力員工適應新技術和工作方式的變革，並為員工提供公正轉型機會。同時，我們為員工創造安全健康的工作環境，提升其幸福感和滿意度，確保每位員工都能在公司中實現個人價值。



「人才森林」理論

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



「四化一新」人才戰略規劃

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



「共榮發展 - 員工」

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

風險和機遇管理：

本集團人力資本相關風險 / 潛在風險主要體現在五個方面：

- 人才僱傭方面：人才招聘與保留風險，新能源汽車發展迅猛，人才爭奪競爭激烈及高端技術人才稀缺，增加吸納和保留人才的難度以及形成相關的人才吸納和保留成本。此外，國際化人才短缺、派遣海外的人員不足等可能導致海外業務拓展受阻，從而影響收入增長和市場份額。
- 員工培訓與發展方面：公正轉型風險，人員知識技能無法適應新技術、新工作方式，並滿足業務發展所需，從而存在不平等機會、溝通失敗、員工流失的後果，亦影響聲譽及運營效率降低帶來的財務影響。
- 員工權益方面：人權風險，業務擴張和發展容易忽視員工權益，尤其對易受人權風險影響的弱勢群體（包括但不限於：婦女、兒童、殘障人士、少數民族 / 土著、外籍、農民工 / 遷徙工人、性少數者 /LGBTQ+ 等），從而對員工福祉、企業生產力造成負面影響，導致聲譽損失、社會批判、違反法規、法律訴訟帶來的法律處罰及法務成本。
- 多元、平等及包容方面：文化融合風險，不同背景的員工可能在價值觀、溝通風格和工作方式上存在差異，導致衝突和誤解，甚至人才流失。隨著業務出海步伐的加快，可能存在派遣海外的員工和當地僱傭的員工在政治、宗教、文化等背景方面的融合困難，以及對運營所在地法律法規及政策的不了解情況，造成溝通障礙及用工合規風險，導致法律成本及生產運營成本上升，並增加吸納和保留人才的開支。
- 職業健康與安全方面：人為錯誤和事故、人機協作等一系列安全生產風險，可能增加安全培訓及設備技術改進成本，或導致直接事故賠償、醫療費用以及停工損失；因產量增加而加大的勞動強度和工作負荷造成員工身心健康問題、工作能力下降，導致人員高流失率，甚至影響企業聲譽或引致法律糾紛和經營損失。

本集團人力資本相關機遇 / 潛在機遇主要體現在三個方面：

- 員工組成方面：創新和提升競爭力的機遇，堅持組織文化向新，通過吉利汽車「卓越少年」、極氪「氪學家」等校園招聘項目，引入年輕且專注科技領域的人才群體，提升幹部年輕化比例。通過技能培訓增強人才隊伍的創新能力，進一步促進智能化、創新化、數字化業務轉型使運營效率提升及相關業務收入增長。
- 多元、平等及包容方面：促進溝通和團隊協作的機遇，通過開展員工調研，促進團隊溝通協作、消除誤會及解決衝突；通過尊重和接納不同的觀點和背景，打造國際化文化氛圍，促進全球員工的文化融合，提高價值認同感，使團隊成員能夠更好地合作並取得共同目標，提升運營效率。
- 薪酬與福利方面：人才吸引及提升滿意度的機遇，通過實施薪酬結構調整，發佈期權等長期激勵計劃，實現員工收入增長，持續開展全員商業保險投保，為員工及家屬提供健康保障。同時，保留高價值人才亦使本集團運營效率提高，亦減少再招聘人才的開支。

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

指標與目標 *：

指標名稱	吉利汽車目標 *	2024 年完成情況 *
性別平等	堅持男女同工同酬，關注女性領導力賦能；2025 年實現管理層女性（副部長及以上級別）比例達 16% 以上。	◦ 女性管理层佔比 14%
公正轉型	將新能源轉型、數字化作為未來員工能力培養的核心，建立員工數字化勝任能力管理體系，2024 年數字化專項培訓覆蓋 100% 關鍵崗位。	◦ 接受電動化培訓的人數佔總人數 54% ，累計培訓時長超過 1,480,800 小時 ◦ 連續 2 年數字化培訓覆蓋 100% 關鍵崗位，重點聚焦數字產品經理及智能製造員工，全年數字化專項培訓 226,140 小時
新四化人才	2024 年整車研發「新四化」人才持續提升。	◦ 2024 年，整車研發「新四化」人才佔比約 42% ，較 2023 年增長 2 個百分點
員工健康與安全	為員工提供安全健康的工作環境，重點關注智能製造場景下職業健康安全，實現職業健康向「大健康」轉變。	◦ 2024 年度安全目標完成率 100%
員工滿意度（可持續敬業度）#	調研目標完成率 80%。	◦ 實際完成率 92%

* 吉利汽車目標不含極氪
員工滿意度又指可持續敬業度，是員工敬業度與活力度兩項指標的綜合



8.2 人才僱傭

本集團嚴格遵循運營所在地的勞工相關法律法規及條例，持續完善招聘機制，杜絕任何形式的歧視行為及僱傭童工和強迫勞動，並堅持品德和才能兼備的用人准則，更好地吸引、培養和留住人才。

8.2.1 人才僱傭機制

本集團成立人才甄選部門負責主導招聘體系建設與交付活動，打造僱主品牌，推動招聘體驗迭代升級。我們發佈相關招聘管理制度，以確保發佈的招聘信息真實可靠、不涉及就業歧視、不使用帶有引導、誇大的詞匯誤導求職者。

2024 年，我們不斷優化招聘流程，加大對人才測評工具和專業招聘服務的投入，以降低人才錯配風險。我們強化數字化技術在人力資源管理中的應用，如招聘平台的大數據分析、在線培訓平台等，提高人才管理的效率和精確度。

同時，我們關注國際人才的招聘機制，不斷提升海外人事服務能力。我們建立適用於海外地區的招聘管理政策，確保海外人才僱傭方面的公平性與專業性，並且對海外人事服務流程進行梳理，制定包括員工入職、離職、發薪和派遣等環節的標準服務流程。

未來，我們將繼續聚焦核心技術領域的高階人才與領軍人才的引入，助力業務在技術領域、營銷領域、生產與供應領域的突破；同時，重點優化對海外屬地化招聘管理策略與機制的建立，完善海外僱傭政策，助力在海外領域的突破，並強化招聘 AI 技術在招聘領域中的應用。



新招聘員工共 **35,980 人**

員工總人數為 **63,678 人**（中國內地：62,574 人、港澳台：21 人；海外：1,083 人）

其中，全職員工 **55,169 人**，佔比達 **87%**

8.2.2 人才招聘渠道

我們放眼全球化布局、多品牌戰略、雄厚技術研發實力，秉持「人才森林」理論，踐行「新四化」戰略轉型，持續引進行業大樟樹、小樹苗，做好戰略儲備人才全生命周期管理，搭建可持續發展的後備人才梯隊，通過多種招聘渠道不斷擴大國內外的人才隊伍。

我們積極開展人才引進和僱主品牌建設工作，在人才市場分析、人才精準供給、人才入口把關等方面持續創新和突破。我們重視人才規劃和人才生態建設，建立多元化的人才引進渠道，採用「社會招聘 + 內部選聘 + 全球校園招聘」的模式不斷擴大人才隊伍。



實行引進「大樟樹」計劃，聚焦科研及塔尖人才建設，在聚焦領域中引進領軍人才 **30 人**

通過內部招聘渠道填補職位空缺的佔比 **31%**

通過校園招聘畢業生 **3,559 名**

社會招聘	實現人才引進從「高量」到「高質」的轉型；深挖汽車新四化、數智化品牌營銷、智能供應鏈及製造、出口海外市場等核心價值鏈人才市場潛力；推進人才森林搭建，針對「塔尖」及「關鍵」人才成立專項小組，以滿足多數量高層次人才需求。
內部招聘	探索、建設內部人才市場，構建內部招聘「活力計劃」，鼓勵各單位提供內部活力崗位；開通內部推薦專屬通道及激勵政策，促進員工通過內部崗位調動，實現跨領域、跨專業多元化發展路徑。
全球招聘	面向全球畢業生開展校園招聘活動，招聘崗位涉及研發、動力、造型設計、營銷、職能支持及供應鏈 / 質量 /SQE/ME 等方向；在多方向多崗位為畢業生提供就業機會的同時，通過延攬人才賦能吉利汽車全球業務的拓展。

8.2.3 戰略人才儲備

本集團構建關鍵人才儲備與發展平台，以滿足未來業務戰略對關鍵人才的需求。我們根據各類儲備人才的特點和發展目標，規劃設計覆蓋實習生、校園招聘人才、關鍵業務骨幹、專業骨幹和管理人才全生命周期培養路徑，通過提供針對性的選拔、培養和發展資源，確保其能夠在崗位上發揮最大潛力。

校企合作

我們始終推動教育與產業的深度融合，打造「教育部行業產教融合共同體」與「機械行業吉利汽車產教協同人才培養聯盟」雙核心的校企合作運營與資源平台。面對新能源行業的劇變，我們強化校企合作與人才培養，致力於解決智能製造產業中應用型和複合型人才短缺問題。我們與國內外多所知名高校緊密合作，不僅為學生提供豐富的實踐機會和職業發展指導，還共同開展前沿科研項目與課程開發。

李書福董事長在 2024 年世界職業技術教育發展大會分享了吉利發揮產教融合優勢，探索職業教育發展的新路徑。李書福認為，吉利汽車產業健康可持續發展，產品質量可靠，質量、服務受人尊重，其中一個重要的成功因素就是產教融合。重視包括技師、技工在內的各類職業技術人才隊伍建設和人才培養是吉利企業從小到大不可或缺的關鍵要素。

吉利控股集團秉持「共用共贏」的理念，與全球 165 所高校開展合作，包括國內 20 餘所 985/211 院校，累計合作項目 2,132 項，涵蓋教育部就業育人項目 806 項。我們以創新多元化合作模式，與國內多所高校聯合共建 65 個實驗室、產業學院等科研教學合作共同體，共同攻克企業技術難題，並培育複合型、應用型人才。同時，我們在全國範圍內推出汽車智能網聯、新能源技術等「1+X」認證項目，推動複合型汽車技術人才的培養。

■ 共建「一帶一路」，開啟職業教育數字化發展

隨著「一帶一路」沿線國家與中國經貿關係日益緊密，吉利汽車積極拓展馬來西亞、烏茲別克斯坦等國際市場。為確保產品質量和服務質量，吉利汽車成立了專注於產教融合、科教融匯及國際合作的人才發展集團。目前，吉利已在馬來西亞和烏茲別克斯坦建立了多個合作院校和項目，通過數字化建設推動職業技術教育的發展。

校企合作模式升級：申報 3 家教育部行業產教融合共同體
產業學院合作：建設 19 所產業學院，並開展各類研學團體活動 25 場
雙師型教師培養：策劃開展 3 期雙師入企實踐項目，共培養 44 所院校 87 名雙師
科研項目與教材：聯合中央研究院等多單位完成 6 項課題研究

8.3 員工權利

本集團承諾遵守《世界人權宣言》《聯合國工商企業與人權指導原則》以及《國際勞工組織公約》等國際人權標準，確保所有員工的合法權益得到充分保障。

同時，我們制定了有關員工權利的中長期規劃：

中期規劃	- 以當前人權保障體系工作為基礎，基於現有政策，深化開展多層次、多維度覆蓋的人權保障措施； - 建立和完善員工多樣化溝通渠道，加強企業文化建設、推動組織問題管理改善，引領員工價值觀，提升信賴關係； - 促進員工、顧客、合作夥伴等利益相關方的權益保護，繼續堅持對教育、社會經濟建設的投入； - 深化企業民主管理建設。
長期規劃	- 加強人才體驗建設，提升員工全生命周期服務、發展與價值體驗； - 僱主品牌建設堅持以人為本，科學發展，尊重差異，理念認同，進一步接軌國際人權管理相關公約。



8.3.1 人權保障

本集團持續完善人權保障架構及管理體系，報告期內並未出現僱傭或使用童工及強迫勞動的情況，亦未違反與僱傭、童工、強迫勞動等人權相關的法律法規及國際普遍接受的勞工標準。我們積極踐行聯合國全球契約倡議，加強對海外員工的人權保護，從工作環境、情感安全、反騷擾和反虐待、反對任何形式的現代奴役（如強迫勞動、債務奴役或人口販賣）、保護弱勢員工（如病假、孕期、政治或工會成員身份）等方面保障員工的基本人權，並致力於在工作機會和薪酬方面實現平等。

人權保障管理架構

- 報告期內，本集團在 ESG 工作組下設「勞工與人權工作組」，並負責：
- 跟蹤、解讀與研究國際人權標準公約、適用的人權相關法律法規、合作方關於人權的要求，以及利益相關方對人權問題的關注和期望；
 - 建立與完善勞工與人權管理體系及相關運行機制、流程；
 - 推動和監督各業務單位與合作夥伴履行勞工與人權的相關要求；
 - 開展人權風險識別和評估，建立盡職調查方法、機制；
 - 採取適當措施終止防範或減輕人權風險，建立溝通機制，與受影響的利益相關方溝通影響及補救解決措施和進展；
 - 建立和維持申訴機制及調查處理流程，確保內部相關方均能了解其提出申訴的權利和渠道，並為員工提供人權相關培訓。

人權保障管理體系

本集團制定人權管理方法並發佈《行為準則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》，通過執行一系列措施，多維度保障員工人權，防止任何侵犯人權的行為發生。報告期內，我們再次開展人權相關調研工作，將人權相關問題融入面向全員的效能調研，並向易受人權風險影響的員工群體及熟悉員工人權情況的群體開展針對性人權調研。

面向全員

- 我們將人權管理評價融入員工效能調研，並制作 8 個語言版本（中文、英文、西班牙文、韓文、日文、俄文、馬來文、瑞典文），面向全球業務範圍內 100% 員工開展；
- 2024 年新增「公正轉型」評估，關注員工在面對技術變革、產業轉型等情況下（如數字化、新能源轉型），能否通過獲得公平的培訓與發展機會，適應新技術和工作方式的變化，實現與公司一起過渡轉型；
- 通過面向全體員工的人權管理評價，評估企業在人權管理上的成熟度及差距。

面向易受人權風險影響的員工群體及熟悉員工人權情況的群體

- 參考國際人權標準識別易受影響的員工群體，並在該些群體隨機抽取樣本開展詳細人權調研，覆蓋的群體包括：孕婦、少數民族 / 土著、外籍、農民工 / 遷徙工人、性少數者 / LGBTQ+；

- 識別對本集團員工人權情況了解的群體，並在該些群體隨機抽取樣本開展詳細人權調研，覆蓋的群體包括：業務單位 ESG 負責人或對接人、業務單位人力資源業務夥伴、工會代表；
- 調研曾經歷過的人權問題、每類潛在突出人權議題對回應者本身及 / 或其代表的員工團體（而非本集團業務）的影響重要性（基於影響程度及影響發生的可能性，前者權重更高），以及其他未列出的潛在突出人權議題；
- 調研申訴渠道的便利性、語言偏好建議及申訴習慣等。

基於「5.3.3 人權及勞工權益」B 部分中初步制定的潛在突出人權議題清單，我們結合上述調研結果分析，進一步識別出了 8 個突出人權議題及 3 個其他人權議題：

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

注：上述識別的人權議題並不代表本集團實際已發生的人權事件。

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

突出人權議題	承諾	應對措施
禁用童工	我們尊重和支持兒童權利，包括聯合國《兒童權利公約》及《兒童權利與企業原則》，杜絕僱傭童工，並堅決反對自身運營及上下游價值鏈中使用童工的行為發生。	- 杜絕僱傭童工，並在聘用員工時採取充分措施檢查其年齡，且確保未滿 18 周歲不得接觸危險工作； - 確保勞動者入職時應必須符合國際勞工組織《准予就業最低年齡公約》及當地適用法律規定的最低年齡的未成年人，一旦發現童工，終止用童工並啟動童工救濟程序； - 將禁用童工作為可持續考核要素，納入供應商考核要求。 詳見「7.1 可持續供應鏈」
杜絕強迫勞動	我們尊重國際勞工組織《強迫勞動公約》和《廢除強迫勞動公約》，所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為，包括：禁止在提供就業機會時使用誤導或欺詐方法；不得向求職者和員工收取招聘或相關費用；不得扣押、銷毀、隱藏員工的居民身份證和其他證件；不得要求員工提供擔保或以其他名義向員工收取財物；禁止侮辱、體罰、毆打、非法搜查和拘禁員工；禁止以暴力、威脅或非法限制人身自由的手段強迫勞動。	- 所有業務杜絕強迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供應商、招聘中介）的相關行為； - 禁止在提供就業機會時使用誤導或欺詐方法； - 不得向求職者和員工收取招聘或相關費用； - 不得扣押、銷毀、隱藏員工的居民身份證和其他證件；不得要求員工提供擔保或以其他名義向員工收取財物； - 禁止侮辱、體罰、毆打、非法搜查和拘禁員工； - 禁止以暴力、威脅或非法限制人身自由的手段強迫勞動。
職業健康與安全	我們承諾通過持續改善工作條件、實施各項預防風險和促進健康的措施，為所有員工提供符合職業健康與安全標準的各種必要保障，並設定健康和職業安全的績效目標，最大限度降低健康和安全的風險和影響。	- 為員工創造安全的工作環境，確保工作條件符合員工的健康要求；對於有可能接觸職業病危害因素崗位的員工，公司提供必要的防護措施； - 員工享有相應的醫療、保險保障，同時提供年度職業健康體檢服務。 詳見「8.6 職業健康與安全」
信息隱私保護	嚴格遵循「合法正當、目的明確、最小必要、存儲限制、公開透明、確保安全、權責一致、主體參與」等個人信息保護基本原則。	在合理的經營需要範圍內收集員工的個人信息，並採取必要的措施，以盡可能防止員工個人信息的濫用和泄露。 詳見「5.4.2 隱私保護」
生活工資保障	我們承諾遵守國際普遍接受的人權與勞工標準，按適用的法律法規和當地市場條件、生活水平提供公平的薪酬與福利、帶薪休假與健康保障。我們承諾按時全額支付員工薪水，並在工資單中列明合法的扣除項。	- 按時全額支付員工薪水； - 在國家「共同富裕」政策指導下，以各地區最低法定工資標準為基礎，遵守各地人力資源和社會保障部的政策規範，提供員工可負擔基本生活需求的工資水平。 詳見「8.4 員工薪酬與福利」
反歧視與騷擾	我們嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾，推動形成和諧、包容的工作環境。	- 嚴禁職場暴力和職場騷擾，包括身體、心理、性以及其他方面的工作場所暴力和騷擾，推動形成和諧、包容的工作環境； - 任何可能詆毀、脅迫或冒犯他人的語言或行為，並將不尊重他人勞動成果、打人、威脅、侮辱、惡意攻擊、誣告、故意製造事端等行為視為嚴重違反紀律； - 任何內部紀律處分的措施均不涉及體罰或不人道或有辱人格的對待。
工作生活平衡	我們提供健康福利、家庭支持政策等多元化關懷舉措，開展系列企業文化活動，努力平衡員工工作與生活的關係。	- 提供帶薪休假、生育津貼與健康保障，按照法定要求，員工可享受年假、病假、產假 / 陪產假、育兒假、婚假、喪假、獨生子女陪護假等各項帶薪假期； - 遵循孕期及產後僱傭保護、福利及薪酬相關的所有適用法律法規，並為處於哺乳期的員工提供合理的工作安排。在職場提供哺乳室以及相應設施，以方便哺乳期員工。 詳見「8.4 員工薪酬與福利」
平等薪酬與機會	我們建立健全薪酬管理體系，優化完善管理政策及流程體系，保障薪酬激勵的內部公平性和外部競爭性。 我們注重員工的公正轉型，幫助員工適應新技術和工作方式的變化，從而實現與公司一起過渡轉型（如數字化、新能源轉型），確保員工獲得公平的就業機會。	- 確保男女員工應享有平等的權利和機會，嚴格執行男女同工同酬的原則； - 制定透明的薪酬體系和評估標準，定期進行薪酬審查，以消除性別薪酬差距； - 制定新能源智能化和數字化領域的員工培訓計劃，推動員工的公正轉型。 詳見「8.4 員工薪酬與福利」「8.5.2 公正轉型」



申訴渠道

本集團對任何侵犯基本人權的事件採取零容忍態度，並制定正當、無障礙、公平、透明且以對話和調解為基礎的申訴程序。我們鼓勵員工在遭遇歧視、騷擾或其他不正當或不公平對待時及時進行申訴，在《行為准則》《舉報政策》中明確申訴與舉報渠道（包括：電話及郵箱）。同時，我們搭建面向全體員工的意見征集與線上溝通平台「回響社區」，並暢通幹部監察郵箱等多種申訴與舉報的途徑和渠道。

我們亦致力於保障申訴及舉報處理的獨立性與保密性，承諾對舉報人及舉報內容嚴格保密，以保護舉報人的安全。為保護員工隱私，避免因投訴、申訴及舉報而遭到利益相關方報復，我們提供實名或匿名兩種不同方式供員工在發聲平台中表達意見。



「回響社區」平台通過設置回響精靈聯繫業務負責人，確保員工的聲音「VOE」（Voice of Employee）在 24 小時內得到回應，並在 72 小時內獲得解答。2024 年，收到 VOE 超 **3.4 萬件**，回復率 **100%**。

人權保障有效性監測機制

我們明確任何單位和個人均有權舉報違反勞動人權的行為。此類舉報由所在單位的人才經營部、工會及合規部門聯合受理。責任部門對所有舉報投訴事項進行受理登記，並啟動調查程序。最終的處理意見需經過至少三方合議達成，確保處理過程的公正性和透明度。

我們連續兩年開展人權調研，分別是面向全體員工，以及面向易受影響的員工群體。通過了解員工對於本集團已有的申訴渠道的使用評價和建議（包括但不限於：渠道使用的便捷性、有效性、語言符合使用習慣等），持續審視和優化申訴渠道、申訴處理及補救計劃，以提升其有效性。

全體員工普遍認為本集團提供了申訴渠道，令員工可以報告不道德的行為或做法（例如欺凌、性騷擾或歧視），同時不必擔心被報復。

通過上述一系列的風險識別工作，報告期內，本集團進一步優化了人權管理，包括制度聲明、申訴處理、補救計劃等：

- 新增發佈《員工權益聲明》《人權政策聲明》，審閱和修訂《行為准則》及《吉利供應商行為准則》，明確員工權利保護的相關要求；
- 制定內部《勞工人權保護管理辦法》，對各組織在勞工人權保護方向的主要角色進行明確分工，預計 2025 年面向全體員工發佈；
- 更新發佈「回響社區」平台 3.0 版本，梳理並總結各渠道（包括合規郵箱、「回響社區」等）的人權申訴問題及後續問題處理、補救方式。

補救機制

我們致力於為可能或已受到不利影響的個人、員工或社區提供補救措施，包括提供舉報與申訴渠道；亦承諾不會阻礙受影響方使用其他合法的補救渠道或程序。我們不斷加強人權培訓與倡導，持續提升主管的領導能力。我們針對人權相關議題，通過舉報機制進行調查，並追蹤懲戒與輔導措施的有效執行。同時，我們調整內部管理機制與補償措施，確保相關管理機制的有效運營。在適當的情況下，我們承諾與供應商或其他組織合作，補救與公司運營、產品或服務直接相關的不利影響。

8.3.2 多元化、平等與包容

本集團重視員工的多樣性，致力建立包容和機會平等的工作環境。我們承諾向所有員工在就業、組建內部團隊、晉升及薪酬等方面提供公平機會，禁止所有基於性別、種族、膚色、宗教、年齡、出身、教育背景、婚姻狀況、生育狀況、殘疾、性取向、國籍、政治見解、工會成員身份、社會背景或受適用法律保護的其他身份持有任何形式的歧視。

我們致力於營造一個尊重不同意見、觀點和信仰的工作環境，將多元化的理念貫穿於日常運營的各方面。我們在勞動文書及各類員工告知書中明確強調，尊重每一位員工，並為所有員工提供公平的發展平台和機會。我們特別關注和支持婦女、兒童、移徙工人、殘障人士以及原住民 / 土著的權益，確保遵守相關的國際公約和標準。

多元化管理機制

女性員工管理

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

關鍵績效

2024 年，開展 1 期關於女性領導力的賦能沙龍，覆蓋杭州區域 **4 家**業務單位；發布女性榜樣力量傳播視頻 & 推文 1 期

殘障員工管理

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

關鍵績效

2024 年，我們共僱傭殘障人士（持殘疾人證）**18 人**

少數民族員工管理

我們心系少數民族員工，尊重其民族宗教信仰和風俗習慣，在生活中給予其幫助。

關鍵績效

截至報告期末，我們僱傭少數民族員工 **3,822 人**

外籍員工管理

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

關鍵績效

截至報告期末，我們共聘用外籍員工 **274 人**

派遣海外的員工管理

我們開發《跨文化溝通》系列課程，課程包含派遣目的國的文化背景、宗教習俗、行為禁忌等內容；世界各區域的文化傾向分析及跨文化溝通技巧；並發佈一系列海外生活指南手冊，作為員工行前培訓的必選課程內容，以降低派遣海外的員工與海外屬地的本地僱員因文化背景差異所產生衝突的可能性。

關鍵績效

截至報告期末，我們共有派遣海外的員工 **134 人**

同工同酬管理

我們堅信男女員工應享有平等的權利和機會，尤其是在薪酬方面。我們嚴格執行男女同工同酬的原則，確保無論性別如何，所有員工在其崗位上都能獲得公平且合理的報酬。為此，我們制定透明的薪酬體系和評估標準，定期進行薪酬審查，以消除任何潛在的性別薪酬差距，讓每一位員工都能感受到尊重與價值。

女性領導力培養

我們通過各類培訓和發展項目，提升女性員工的職業技能和領導能力，為其提供更多的晉升機會。此外，我們鼓勵和支持女性員工參與公司各個層級的決策過程，促進性別多樣性在管理層中的體現。

啟動「她可以」女性領導力系列欄目

2024 年 11 月，我們開展了《她可以——女性領導力療愈沙龍》活動，活動通過對課程《女性成長，力量從哪里來？》的學習、故事分享、精油香薰療愈等形式，幫助女性員工提升心理健康和職業自信；我們還發佈了榜樣力量傳播視頻《同為女性，我們溫柔且堅定》，展示了多位成功女性的故事，激勵更多女性勇敢追求職業夢想，助力女性全方位提升自我認知和自我價值感，明晰自身潛力與優勢。



三八婦女節「聽她說」，彰顯女性力量

在 2024 年婦女節，吉利汽車通過微信公眾號發佈了一篇題為《祝你快樂，不止今天》的文章，文章不僅向所有女性致以節日的祝福，還通過分享 6 位任職吉利汽車的女性員工的貢獻和成就，彰顯了女性的力量，展現了吉利汽車對女性價值的尊重與認可。

吉利汽車高級副總裁王瑞平榮膺「2024 中國十大品牌女性」

2024 年 5 月 26 日，在 2024 中國品牌節第十七屆女性論壇上，高級副總裁王瑞平因其在汽車動力系統領域的傑出成就和卓越領導力脫穎而出，榮獲「2024 中國十大品牌女性」稱號。



王瑞平女士（左二）

推進文化共融

面對不同國家和地區的文化差異，本集團致力於促進多元文化團隊溝通和跨文化融合。2024 年，本集團各海外屬地公司舉行不同形式的關於中國及派駐國的傳統節日慶祝活動。同時，我們邀請派駐國屬地招聘的外籍員工參與中國傳統節日聚會，加深外籍員工對中國曆史及傳統文化的了解，促進中外員工在文化背景、工作方式、觀念意識等方面的融合。

另外，我們搭建適應全集團的全球派遣體系，建立兼具競爭力和公平性、合理性的全球派遣保障機制，支持國際化人才的全球流動。

女性員工佔比 **18%**（2023 年：17%）
女性中層人員佔比 **12%**（2023 年：11%）
女性高層人員佔 **13%**（2023 年：10%）

吉利汽車：

女性管理層比例（副部長及以上級別）**14%**（2023 年：14%）
擔任創收職位（如銷售）的女性員工佔比：**33%**
擔任 STEM 相關職位（如研發、技術、工程）的女性員工佔比：**15%**



8.3.3 民主溝通

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

我們注重傾聽員工的聲音，積極倡導員工廣泛參與企業的民主管理，持續完善以廠務公開、職工代表大會為主題的民主管理機制。我們尊重員工的各項權益，在重大制度修訂過程中，主動與工會進行積極協商。對於涉及員工切身利益的關鍵事項，如勞動紀律、考勤制度、績效制度的調整以及集團運營的重大變更，我們均採用集體協商的方式，由各相關部門與工會共同商討。我們相繼制定《職工代表大會條例》《集體協商工作框架辦法》《集體合同》《工資協議》《勞動安全衛生專項集體合同》，切實維護員工的知情權、參與權、表達權和監督權。



100% 中國大陸員工參加工會
集體合同簽訂**覆蓋率達 100%**

我們至少每三年開展一次集體協商，不僅有效維護了員工的權益和權利，還對我們的政策制定、問題解決、管理變革等方面產生了積極的推動作用。

我們構建多樣化的溝通渠道，定期舉辦員工大會和座談會等多

種交流活動，確保員工及時了解公司發展動態。同時，我們暢通董事長、工會主席以及各公司總經理的信箱，並繼續運營「心通道」「樹洞」「對話營銷」等特色溝通渠道。

我們建立面向全員的多樣化溝通渠道，集團及各單位層面開通公開信箱，各單位建立總經理信箱，召開各類員工溝通大會，並創建網絡公開平台，在主動引導員工了解企業發展動態信息的同時，積極回應員工的合理訴求與建議。

召開職工代表大會

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

員工溝通會議

以全集團中期、年終大會、季度員工座談會、職工廣場會等形式，構建多層級、多渠道的員工溝通平台，促進信息透明化和民主管理。

暢通領導公開信箱

公開董事長、工會主席、紀委書記及各單位總經理信箱，以便員工通過信箱向本集團領導表達自己的意見、建議、感受和訴求。

創建網絡公開平台

員工可在覆蓋全集團的公開平台上，及時獲取公開信息，如人事任免、制度發佈等。

員工可在收集軟件「回響社區」上發表意見、參與討論。

回響社區 - 管理之聲



「回響社區」是為員工提供表達訴求的平台，使每一位員工都能平等地表達心聲、發表觀點並提出建議，增強員工的歸屬感和幸福感。

2024 年，「回響社區」平台 3.0 版本正式上線應用，新增「管理智慧」和「改善建議」兩大核心板塊。「管理智慧」板塊匯聚董事長、高管金句語錄，傳達公司發展戰略及理念；「改善建議」板塊發佈志同道合的夥伴的觀點或建議。



「回響社區」2024 年，共收到有效問題帖 **6,777 項**，問題已得到全部解決，整體響應率 **100%**，及時回應了員工在日常工作中遇到的各類問題。

2024 年，我們進一步強化「元動力工程」建設，開展產品創新元動力、海外元動力等多項文化營造活動，通過員工發聲平台、提案改善等將員工的所思所想轉化為企業發展動力，以元動力促經營。



「元動力工程」



吉利汽車全面落地「元動力工程」，強調人才培養，堅持「人人是人才，人人可成才」的理念，致力於構建一個能夠激發員工活力和創造力的工作環境。我們通過強化幹部培養，旨在打造一支既懂經營又善管理的幹部隊伍，以此提升組織的活力和效率。此外，我們注重匯聚全球人才，利用其平台和機會吸引並激勵人才，通過「大樟樹」帶動「小樹苗」的策略，促進人才的成長與發展。這一系列舉措不僅有助於員工實現個人價值，也為企業的持續創新和競爭力提升奠定了堅實的人才基礎。

8.3.4 員工滿意度

本集團制定《員工滿意度調查管理規定》，並已連續 10 年與諮詢機構合作開展員工效能調研。2024 年，我們繼續對國內和海外所有子公司進行全面的效能調研。調研涵蓋超過 50 個維度，包括：員工滿意度（可持續敬業度）、多元化和平等關係、隱私保護、職業健康安全、工作生活平衡、員工培訓與發展、公正轉型等方面。參考外部權威機構的結果，2024 年，本集團員工滿意度（可持續敬業度）得分 84 分，高於中國製造業及中國汽車行業。

通過效能調研，我們重點識別工作本身、績效改進和培訓發展三個關鍵方向。各業務部門圍繞效能調研報告，深入分析員工管理方面存在的問題，並制定下一年度的改善計劃，包括工作職責與流程、績效培訓及職業發展等。通過將這些計劃在各業務部門內推動實施，確保改善措施能夠落地並形成閉環管理。

效能調研目標完成率 **80%**，實際完成率 **92%**（包括海外地區）

員工滿意度（可持續敬業度）結果（包括海外地區）為 **84 分**（2023 年：84 分）

本集團憑借其卓越的僱主品牌建設與人才管理策略，獲得了多個外部機構的高度認可。我們通過社會招聘和校園招聘兩大項目，結合線上線下、校內校外等多種渠道，廣泛推廣僱主品牌文化，推動本集團向「科技型」僱主品牌形象轉型。近年來，我們在各大招聘網站年度評選中榮獲多個獎項，包括脈脈「『職得去』年度卓越僱主」、領英「中國頂尖公司最佳僱主品牌」、獵聘「非凡僱主」、智聯招聘「最具智造精神僱主」、刺蝟平台「ciwei 僱主品牌榜單」、「最具影響力年輕力僱主品牌」、拉勾「智能創新 TOP 僱主」、牛客「大學生最喜歡僱主」、海投網「最具影響力僱主」等。未來，我們將持續進化僱主品牌，獲得社會及人才的更多認可。

本集團未發生任何形式的規模性重大裁員事件或員工罷工事件。

員工總離職率為 **19.6%**（2023 年：14.1%）

新聘員工中僱傭已離職的人數佔 **15%**（2023 年：16%）

8.4 員工薪酬與福利

本集團嚴格遵循適用的法律法規，並結合當地市場條件與生活水平，為員工提供公平合理的薪酬和福利待遇。我們制定適用於全體員工的《薪酬管理制度》《福利管理制度》及《奮鬥者激勵管理辦法》。

我們確保員工薪酬不低於國家及當地的最低工資標準，並依法提供法定帶薪休假、生育津貼等福利，同時嚴格執行國家規定，保障員工充分享受年假、病假、產假 / 陪產假、育兒假、婚假、喪假、獨生子女陪護假等各類帶薪假期。我們承諾按時足額支付員工工資，並在工資單中明確列示所有合法扣除項，確保薪酬支付的透明性和公正性。同時，我們綜合考量員工的崗位價值、能力水平、績效貢獻、內外部公平性等因素，確保每位員工都能獲得公平且具有競爭力的報酬與福利。



8.4.1 薪酬與績效管理機制

我們根據各業務部門的價值創造特性，制定差異化的薪酬組合方案，針對全體員工構建了以工資增長和績效激勵為核心的薪酬體系。我們常態化實施能效提升措施，鼓勵各業務單位通過創新提高效率，推動公司效益和個人收入的共同增長。



社會保險繳納覆蓋率 **100%**

吉利汽車杭州總部、研究院的男女員工標準起薪水平與當地最低工資之比，分別超過 **193%** 和 **201%**

員工參與目標管理類考核佔比 **100%**

本集團以多種中長期的激勵方式（期權及股權激勵），幫助員工實現收入穩步增長。報告期內，我們持續優化薪酬結構，聚焦核心業務和崗位，為獲得優秀績效的員工進行年度薪酬調整，提升其固定收入。我們還推出全新的期權計劃，為 2024 年上半年新入職的核心員工授予期權，提升人才留任意願。2024 年，吉利汽車再次追加批准 2,800 餘萬股額度，用於員工期權激勵，覆蓋包括公司管理層、核心關鍵人才等在內的各類型崗位。我們亦建立統一的技能人才薪酬體系，吸引、激勵和保留優秀的技能管理人才，持續推進業務單位及專項經營體獎勵，激發組織創新「元動力」，發揮員工主動性、創造性。

本集團所有員工均參與目標管理類考核，設定了清晰、可衡量且可系統跟進的目標。我們還全面推行「雙百」評價體系：一百分用於評估業績貢獻，基於員工對組織的實際貢獻來評價其業績；另一百分則用於促進能力發展，通過評估員工的能力來進行績效、晉升和獎金等方面的管理，注重幹部能力和員工發展的全面提升。

在績效管理方面，極氪提出「MAS」價值共創目標管理模式（M 意為：使命必答、A 意為：協同共創、S 意為：自我驅動），極氪 CEO 每年面向全球員工發佈自己的「MAS」目標，與管理團隊進行目標簽署。報告期內，極氪面向 100% 中基層管理者進行績效管理賦能培訓。

8.4.2 員工關愛

本集團將促進員工福祉作為日常運營管理的重點工作，努力營造具有歸屬感和幸福感的工作環境。我們為員工從入職、在職到離職、退休整個職業生涯建立全面且個性化的關懷體系，確保每位員工在各個階段都能感受到公司的支持與關愛。通過設立關愛激勵、職工互助和教育援助制度，我們實現了對員工「婚育生日的祝賀、傷病住院的探望、家庭困難的幫扶、身亡喪葬的撫恤以及進步義舉的獎勵」。此外，我們特別關注不同員工群體及其家屬的需求，開展多樣化的關愛與慰問活動，涵蓋退休員工、女性員工、「吉二代」、少數民族員工、港澳台及外籍員工、複轉退軍人及其家屬、歸國留學人員、志願者、先進典型員工以及在職身故員工的配偶等。

吉利員工生命週期關愛體系





我們制定了《員工關愛互助實施規定》，包含員工祝福類（結婚、生育）、慰問類（住院、退休）、幫扶類（生活困難、重大疾病及撫恤），及激勵類（學曆、職稱及技能提升等）的關愛互助實施標準。同時，我們制定了涵蓋生活、健康、成長等多方面內容的《員工關愛手冊》，為員工提供多元化的關懷，並不斷改善員工的辦公和生活條件，開展企業文化活動，不斷提升員工的歸屬感。



吉利汽車為全體員工及其直系親屬提供全方位的商業保險福利保障
員工育兒假返崗率：**100%**
育兒假留任率 **86.45%**
員工帶薪休婚假人數：**2,178 人**
員工帶薪休陪產假 / 護理假人數：**2,832 人**
員工帶薪休產假人數：**1,326 人**

員工健康關懷	建立統一的員工保險福利體系，降低員工及家庭發生傷殘、疾病和身故事件時的經濟壓力；
	引進員工心理援助項目（EAP），搭建員工心理健康關愛平台，提供心理諮詢、健康管理等服務；
	每年安排免費體檢、不定期組織健康講座、專家義診以及各類專題培訓。
員工親屬關愛	為全體員工及其直系親屬提供全方位的商業保險福利保障，包含團體意外保險、疾病身故保險、重大疾病保險、補充醫療保險等；
	為重大疾病員工及家屬開通醫院綠色通道；
	建立吉利幼兒園，幫助員工解決子女入學及接送問題。
定制化關愛	慰問困難員工：開展困難員工慰問工作，提供財務援助；
	關懷海外員工：定期與外派員工及其家屬進行關懷溝通；
	關愛女性員工：幫助女性員工解決生活中的特殊困難；建立人性化、私密化、溫馨化的母嬰室，滿足職場哺乳期女性員工的需求；
	關愛特殊工種員工：為保衛人員提供夜宵服務，及為一線人員提供高溫福利。
多元化關懷	靈活的工作條件：根據業務單位需求，在特殊情況下可支持員工居家辦公和遠程工作；
	員工福利：員工 / 直系 / 親友購車優惠、員工宿舍（杭州 / 杭州灣）、員工優惠購房（杭州灣）、生日 / 季度 / 節日福利、結婚紅包、集體婚禮等；
	家庭福利：為員工提供法定帶薪休假、生育津貼、帶薪年假、夫妻育兒假、獨生子女陪護父母假等福利；舉辦幼兒暑期託管班，幫助員工解決子女暑假期間無人看管的問題；
	企業文化活動：舉辦各類慶祝活動、集體婚禮、書福獎評選、忠誠獎頒獎等，開展趣味運動會、迎春晚會等豐富多彩的文體活動，增強員工的集體意識及歸屬感。

■ 慰問困難員工



本集團持續為困難員工及其家庭提供慰問和救助，尤其是遭遇突發性急難險情或患重大疾病導致生活特別困難的員工。湘潭工廠代表在 2024 年春節前夕走訪多個來自鄉鎮偏遠地區的困難員工，並與員工及其家屬進行深切交談，詢問家庭實際困難。此次活動為困難員工資助慰問金與慰問物資共價值 1.8 萬餘元。

報告期內，我們開展趣味運動會、迎春晚會、歌手大賽、乒乓球賽等各類豐富多彩的文體活動，平衡員工的工作與生活，營造溫馨團結的工作氛圍。同時，我們不斷完善多樣化福利體系，為員工提供季度福利、節假日福利、生日福利等。

■ 舉辦「吉二代」兒童節



2024 年兒童節，吉利汽車舉辦了以「創意無限，漫遊童畫世界」為主題的「吉二代」兒童節活動，邀請員工子女參與。活動通過豐富多彩的繪畫比賽，激發孩子們的創造力和想象力，同時也增強了員工及其家庭對公司的歸屬感和幸福感。

8.5 員工培訓與發展

本集團致力於打造可持續的高質量人才隊伍，以企業發展戰略和員工成長需求為根本，不斷優化人才培養體系。我們為員工提供完善的培訓內容、人才培養項目及職業晉升通道，並助力員工適應新技術和工作方式的變化，推動員工與本集團共同實現向新能源智能化和數字化領域的公正轉型。

8.5.1 員工培訓

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

我們制定《新員工入職培訓管理規定》《培訓管理控制程序》《儲備人才管理辦法》《「活力計劃」人才輪轉管理辦法》等相關培訓政策，明確培訓流程，建立適應業務發展的人才培養機制。根據崗位特性和業務需求，開展專項技能培訓，打造科技領域後備人才梯隊。為了不斷提升培訓質量，我們開展了面向全員的培訓滿意度調查，結合員工反饋，及時優化培訓形式及內容等。

員工培訓滿意度達 84 分

我們主要依託於「吉利學堂」策劃的一系列學習課程，並結合自主研發的在線學習平台「吉時學」和「極氪學」，為所有員工提供平等、多元的培訓機會。我們針對管理人才、專業人才、新員工、應屆生儲備人才等，分別建立相應的培訓體系，幫助員工在理論知識、專業技能、通用技能以及領導力等方面不斷提升，助力實現個人價值與職業成長。同時，我們持續精進領導力培養，通過系統化的培訓項目，不斷提升管理者的戰略思維、決策能力和團隊引領水平，為企業的長遠發展奠定堅實基礎。

新員工培訓	在崗員工培訓	幹部培訓	派遣海外員工培訓
- 新入職員工：通過「追夢計劃」與「大雁集訓」幫助新員工理解企業文化，及組織架構； - 新晉升管理幹部：在觀察期內開展並完成「轉身計劃」角色轉化輔導培訓； - 新轉崗的專業和技術人員：在獨立上崗前開展並完成崗位技能培訓。	- 組織面向全員的行業 18 場大咖講座，主題涉及：數字出行、新能源、數字化、ESG、金融等議題； - 資格評定：開展員工任職資格評價工作； - 專題月活動：開展關於「環保月」「消防月」「安全月」「合規月」等各類主題月活動。	- 幹部必修課：結合本集團戰略變革要求，圍繞領導力、經營力、專業力開發幹部必修課； - 幹部業務能力提升培訓：針對新晉幹部、高潛幹部、在崗幹部開展一系列培訓項目，涵蓋業務能力、資源協同力、經營能力、創新思維、國際出海、營銷、供應鏈管理等； - 骨幹人才培養：聚焦行業前沿與業務年度重點，開展「X-Team」計劃骨幹培訓。	通過課程集訓、內外部優秀出海實踐分享交流、全球文化講師認證、英語演講俱樂部等方式，幫助派遣海外的員工及涉及出口業務的人才洞悉新能源汽車行業全球趨勢，理解本集團國際化戰略，提升跨文化意識，強化語言能力，並更好地在國際團隊中溝通協作。

員工培訓覆蓋率達 100%，每位員工培訓平均時數達 94 小時

投入培訓資金共 9,429 萬元，平均用於每名員工的培訓金額為 1,481 元

100% 員工參與健康安全培訓，培訓總時數：1,179,520 小時

100% 員工參與可持續發展培訓，培訓總時數：25,502 小時

員工發展

本集團為員工打造了多元化的職業發展路徑，涵蓋管理通道、專業通道和技能通道三條縱向發展通道，分別針對管理幹部、專業人才和技能人才提供清晰的晉升機會。同時，我們通過建立高潛人才池、崗位競聘和活力輪轉等機制，構建完善的職業發展體系，促進員工的橫向流動與成長。

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

另外，我們推出了「活力計劃」內部輪崗項目，並設立了專門的內部招聘信息頻道，通過高效的人才流轉機制，助力員工實現跨領域、跨專業的多元化職業發展。這一舉措不僅滿足了員工個人成長和價值追求的需求，也為組織內部的人才發展提供了更廣闊的空間和機會。

由內部候選人填補職位空缺的人數 **1,263 人**，通過內部招聘通道填補職位空缺的佔比為 **31%**

8.5.2 公正轉型

在向新能源轉型的過程中，吉利汽車充分考慮原有在燃油車業務相關的員工利益，提供轉型培訓及新能源汽車的就業機會。同時，為適應新能源智能化汽車發展的浪潮，以及汽車行業「新

四化」所帶來的技術變革，我們持續完善「四化一新」人才培養機制，為本集團的人力資源戰略發展提供有力支持。

2024 年我們將員工公正轉型內容加入效能調研中，旨在更全面地評估和支持員工在快速變化的工作環境中的適應能力和發展需求。我們希望能夠深入了解員工在面對技術革新、產業轉型等挑戰時的準備情況和具體需求，並據此制定更具針對性的培訓和發展計劃。

吉利汽車「四化一新」人才培養機制 *

新四化人才	外部引進人才，在智能輔助駕駛、座艙等方面引進人才「大樟樹」；通過高校引進「大雁」，高標準招進符合發展所需的「卓越少年」；培養在職人員，將有知識儲備的高潛人才從硬件團隊轉移至軟件團隊。 關鍵績效 2024 年，吉利汽車「新四化」人才佔比約 42%
國際化人才	培養具備全球視野和跨文化溝通能力的研發、營銷、供應鏈、支持保障等各條線人才；針對國際化、技術等專業領域開展專項項目，將學員派往關鍵的崗位曆練，實現個人與組織雙向賦能。 關鍵績效 圍繞「識全局、善溝通、懂管理 & 強專業」「三大培養目標，通過啟動「三個階段集訓學習 +180 天實戰項目曆練」的國際化高潛人才訓戰 - 國際海豚培養項目，識別出一批優秀的國際化先鋒，即國際化高潛人才 39 名，並助力推進全球化體系建設項目，數條建議被採納
年輕化人才	在智能輔助駕駛、座艙、產品研發營銷等方面，增加年輕幹部的儲備，在增強隊伍凝聚力的同時，將年輕人喜愛的元素融入產品功能及營銷領域。 關鍵績效 培育「小樹苗」計劃，提升對大雁管培生的招聘選拔標準，夯實人才梯隊建設，建立儲備力量；同時，開展各層級高潛培養計劃，全面提升各層級幹部梯隊力量，24 年幹部梯隊建設完成率達 60%
數字化人才	引進數字化轉型、組織創新、商業變革等師課資源，提升員工數字化勝任能力；建立營銷數字人才成長檔案和營銷數字化師課資源庫；啟動文化賦能工作，開展包含 DeepSeek 專項賦能和 AI 智能體大賽的 AI 與大數據訓練營。 關鍵績效 開展營銷數字化團隊專題賦能主題活動 12 場，包含 3 期專家課程培訓，2 期產品煥新發佈會，3 期專題共學共創活動，5 期線上專業必修課 開展 3 期 AI 與大數據訓練營，1 次 DeepSeek 專項賦能和 1 場 AI 智能體大賽
一新（文化向新）	打造兼具業務力、經營力、領導力的管理團隊；培養擔當敢為、為用戶創造價值、高效協同、擁抱變化的員工團隊。

* 內容不含極氪

員工公正轉型滿意度 **88 分**



本集團為員工在智能化和數字化轉型過程中提供指引和培訓支持，全年電動化培訓總時數*：**162 萬小時**；數字化培訓總時數*：**23 萬小時**

* 含極氪

8.5.3 學歷資歷提升

我們高度重視員工個人發展，積極鼓勵並支持員工在工作期間追求更高層次的教育，獲取職業資格證書或進行專業職稱的評定。我們不斷激發員工的學習熱情和自我提升的主動性，持續改善和提升人才發展的環境和基礎，致力於提高員工的整體素質，為公司和員工個人的持續成長和進步提供了強有力的支持。

支持員工繼續教育、學歷提升



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

吉利汽車依託吉利控股集團的教育資源，持續推動內部學位學歷提升（非教育部認可學位學歷）。吉利控股集團制定併發佈《產教協同工作管理辦法（2024 版）》，致力於構建開放、共用、統一的產教協同體系，吉利汽車持續探索應用型人才培養方式，建立「學歷提升、職業技能等級、職稱證書」三位一體的高技能人才培養體系，為員工的成長與發展提供強有力支持。吉利控股集團下屬浙江汽車工程高研院（「浙研院」）專注於員工在職學歷提升與在讀學生實踐能力培養，為行業輸送應用型高層次人才。截至 2024 年底，已獲得浙江省汽車行業高級工程師職稱評審授權、寧波市汽車行業中級工程師自主評審授權、自然科學研究系列職稱的自主評聘工作試點等資格，持續為業內專業技術人員拓展更廣闊的發展空間，也為中國汽車行業的技術創新貢獻力量。

截至 2024 年底，累計：

研究生招生：**1,920 人**

其中，技能類研究生：**222 人**

博士後招生：**68 人**

培養歷屆「十大工匠」：**53 人**

獲得汽車行業高級職稱員工：**706 人**

8.6 職業健康與安全

本集團高度重視員工的健康與安全，嚴格遵守安全法律法規及健康安全管理體系標準。我們持續完善安全管理體系，重視現場安全管控，加強職業病危害監測、職業健康體檢，全力保障員工職業健康與安全。

8.6.1 安全管理架構和機制

最高治理負責人

首席安全官（CSO）作為職業健康與安全管理業務的最高負責人，向負責運營的最高管理層匯報。

安全生產委員會

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

集團層 - 安全環保部

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

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

子公司 - 安全環保部

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

各子公司配備專職安全生產管理人員，負責安全生產工作的落地實施。各生產部門均設置專職安全工程師，確保安全管理體系高效運行。各級安全管理機構，分級負責，協同開展安全生產工作。在基地負責人和分管領導全力推進和落實本集團與基地安環管理措施，提升安環領導力。



本集團每年與各子公司簽訂安全生產責任書，明確本集團、各子公司安全指標及績效考核標準，並每月跟蹤各子公司安全指標達成情況，納入月度和年度組織績效考核。如出現重大安全事故時，實行「一票否決」制，取消當年度管理層績效獎金，並由董事會視情節輕重，對相關人員給予不同程度的負向激勵處理。

職業健康與安全管理體系

本集團搭建了環境、健康和安全（EHS）管理系統，針對安全隱患、安全檢查、安全生產日常培訓以及預警指數進行 EHS 信息化系統監測，並每年進行 EHS 管理體系檢視與更新、升級 EHS 管理流程。我們積極推進 EHS 信息化系統使用頻率，持續進行複盤檢查，不斷優化系統使用體驗，提升管理效能。

我們不斷完善《EHS 法律法規識別及合規性評價控制程序》《職業病危害作業分級管控標準》《危險源辨識及風險評價控制程序》《EHS 事故報告和調查處理程序》《集團 EHS 管理評價程序》，確保安全管理有章可循。本集團的安全風險識別和管控流程包括：

- 危險源辨識及風險評價控制程序
- EHS 法律法規識別及合規性評價控制程序
- 職業病危害作業分級管控標準
- 全集團 EHS 評價程序
- EHS 事故報告和調查處理程序

報告期內，本集團旗下的 100% 整車基地及為本集團代工生產的整車基地均已獲得 ISO 45001 職業健康安全管理體系的外部審核認證。2024 年，新增 5 家生產基地（西安工廠、晉中工廠、張家口工廠、濟南工廠、貴陽發動機廠）通過安全生產標準化二級認證；截至 2024 年底，共有 3 家整車基地通過安全生產標準化一級企業認證，以及 18 家生產基地 / 單位（10 家整車基地、7 家動力製造基地，及中央研究院）通過安全生產標準化二級企業認證。

本集團計劃於 2025 年實現 100% 的基地完成安全生產標準化一、二級認證的目標。

建立健全風險防範機制

- **風險識別：**建立危害識別、風險評估、風險分級管控、崗位風險告知等職業健康安全管理流程。
- **風險管控：**依據 ISO 45001 要求，建立職業健康安全管理控制層次結構，有效管控職業健康危害因素，保障員工健康安全。
- **安全檢查：**常態化開展 EHS 考評、重點控制危險源、安委會綜合檢查、節前安全檢查、季節性安全檢查等，檢查內容包括危廢、事故、培訓教育、風險分級管控等，並對安全生產情況進行打分評級。
- **事故調查程序：**針對安全隱患和事故，按照國家標準設定事故指標，每月追蹤各個基地的事故情況，確保事故閉環處理。

- **應急管理：**針對現場危險源，建立應急準備和響應機制，編制《生產安全事故應急預案》，制定年度應急演練計劃，定期安排急救、防火和疏散逃生演習，提升全體員工事故預防、處置能力。

8.6.2 安全管理

我們加強關鍵風險的控制和管理，強化生產過程中的安全監管，預防潛在安全風險，深化隱患的排查與治理工作，提升安全防護措施。我們還定期開展應急響應演練和安全教育培訓，系統性地預防和降低安全事故的發生率。

提高危險源辨識與風險評價能力

2024 年，為提高各基地危險源辨識與風險評價能力，組織成立危險源辨識與風險評價項目組，編制適用於整車製造通用工藝的《整車基地危險源辨識、風險評價和控制措施清單》（基礎版），共輸出 339 個風險點、1,236 條危險源、7,683 項控制措施，統一各基地危險源辨識顆粒度和適用性。

提升安全生產智能化管理水平

應用於生產製造基地的 EHS 管理系統，涵蓋安全（安全隱患整改率）、環保、職業健康（崗前、崗中、離崗體檢率）等指標的 EHS 管理系統。報告期內，EHS 管理系統使用率達 100%。



開展安全培訓及應急演練

報告期內，我們策劃開展 3 次關於燃氣安全、刀具安全、防閃弧的安全公開課，及 6 次包括安環負責人管理及專業知識、集團危險源辨識、全員 EHS 責任制管理標準、職業病危害作業分級管控標準、新能源 EHS 管理、辦公差旅安全的專項培訓，各基地安全、電氣、裝備工程師參加培訓累計達 1,876 人次。我們通過「安全保障」公眾號發 EHS 科普推文 54 篇，累計瀏覽量 11.4 萬次。各基地結合現場實際風險，組織開展涵蓋安全生產綜合應急預案、專項預案以及現場處置方案在內的 1,175 次應急演練，切實提升現場應急響應能力。

安全風險隱患排查

聯合 ME 組織開展機器人安全分區專項排查，累計發現問題 145 項並全部整改，組織開展鋼結構專項排查，累計發現隱患 337 項並全部整改，消除現場高風險隱患。

安全績效評價審核

我們制定了集團級、基地級、廠部級、班組級等各級 EHS 評價審核機制，按半年、季度、月度開展分級審核，對現狀和潛在風險進行逐項審核確認並採取有效的整改措施，結合 EHS 評價審核結果實施 EHS 管理績效考核。我們至少每半年對所有整車基地做一次全面的 EHS 審核，審核指標涉及事故、職業病、環境等，並進行 EHS 體系評級。報告期內，獲得 A 級評級的生產基地 / 單位從 1 家增加至 7 家，其餘所有基地達到目標設定 B 級（需獲得 ISO 14001 及 ISO 45001 認證，及得分 ≥ 800 ）。

開展「安全生產百日提升活動」及「安全生產月」

本集團在 2024 年 3 月開展「安全生產百日提升活動」，通過現場幫扶、分享優秀案例等方式，幫助各子公司全面提升安全基礎管理能力。我們還開展了覆蓋一線員工、管理層、職能部門等全部員工的「安全生產月」活動，開展安環諮詢日，共 28,055 人參與的安全知識競答，強化全員安全意識；舉辦第五屆安全專業技能大賽，共 1,896 人參賽，評選出 6 家優秀單位和 12 名優秀員工。

極端天氣安全管理

本集團關注極端天氣的安全管理，發佈《2024 年夏季安全生產工作通知》，針對夏季高溫安全與防台風、防洪水災害方面，制定「防暑降溫、防汛防台、夏季防火、檢維修施工作業」相關措施；在防暑降溫工作方面，在多日持續 40°C 以上的高溫天氣中，本集團未出現高溫期員工中暑影響生產的情況；在台風「貝碧嘉」應急響應方面，按照《防台防汛管理程序》部署並啟動應急工作，通過及時轉移車輛、貨架、施工人員，各基地均無損失發生。

本集團以全面控制事故數量，杜絕嚴重工傷、交通、火災事故發生，盡可能減少一般、輕微事故數量為目標。重視對所有安全事故和問題的記錄和調查，並通過實施獎懲與改善措施，從而減少和盡可能消除同類事件的再度發生。



安全生產關鍵績效

	2022	2023	2024
安全事故數量 (個)	19	40	49
因工傷死亡人數 (個)	0	0	1
百萬工時死亡率 (n/ 百萬工作小時)	0	0	0.0079
因工損失工作日數 (天)	887	1,652	2,557
20 萬工時損工事故率 (LTIR) (n/20 萬工作小時)	0.04	0.07	0.08
重傷事故率 (‰)	0.020	0.017	0.079
輕傷事故率 (‰)	0.37	0.65	0.68
職業病事故數量 (個)	0	0	0
職業病比例 (%)	0	0	0
工傷率 (‰)	0.39	0.66	0.77
缺勤率 (‰)	0.072	0.110	0.136
因安全事故造成的經濟損失 (萬元)	56.95	31.48	51.49

本集團重視安全風險識別管控以及事故調查，最大程度減少安全隱患和事故風險。針對作業區擠壓事故風險，開展「安全生產百日提升項目」專項整改設備防擠壓保護裝置等本質安全問題 2,285 項，以降低作業區擠壓事故率；針對不安全行走等行為安全問題，專項評審更新安全培訓教材 975 份，並組織各層級開展行為安全觀察 10,220 人次。

■ 供應商職業健康安全管理及賦能☆☆☆

我們將職業健康安全相關標準融入採購環節，要求供應商通過 ISO 45001 職業健康安全管理體系認證，並在對外採購時與供應商簽訂安全環保協議，推動供應商職業健康安全工作的持續改善。報告期內，我們對供應商進行 EHS 賦能，由安全環保部、採購及 SQE 組成技術團隊對 63 家重點供應商進行 EHS 評價及現場賦能，保障供應鏈穩定。

■ 門店端及用戶端安全管理☆☆☆

本集團在門店選址環節即考慮消防安全風險，建立了明確的消防設備檢核標準和定期檢核制度。從建築布局到裝修設計均採用高於法規要求的標準，每年組織門店員工進行消防演習，提高全員消防意識，鍛煉應急處置能力。極氪編制《極氪門店 EHS 手冊》並組織直營門店培訓學習，有效提高門店運營相關夥伴的 EHS 合規意識。報告期內，極氪對全部自營門店進行 EHS 合規情況排查，消除隱患 300 餘項。

8.6.3 職業健康管理

本集團確保所有運營活動符合當地法律法規，積極提升員工的職業健康與安全管理水平。我們為員工提供每年一次的免費職業健康體檢，並推出一系列健康管理措施，包括全面的健康服務和支持計劃，以保障員工的身心健康。

我們注重全體員工的職業健康與安全培訓，發佈《EHS 培訓教育培訓管理程序》，並組織開展包括新員工入職三級（公司級、廠部級、班組級）EHS 培訓、班組長 EHS 培訓、全員 EHS 培訓、職業健康培訓、准駕證培訓、相關方 EHS 培訓、新能源相關崗位培訓等，確保每位員工都能掌握必要的知識和技能，預防職業病並提高工作安全性。2024 年員工職業健康培訓率達 100%、三級安全教育率達 100%。

我們每年為暴露於職業病危害的員工提供免費的年度職業健康體檢，並已建立完整的員工職業健康管理制度以及職業健康檢查程序，貫徹職業健康一人一檔的要求。同時，我們對在崗、離崗員工的體檢數據進行職業病分析，不斷完善和規範職業病防治的相關舉措。



接受職業健康安全培訓的員工比例達 100%，累計培訓 1,179,520 小時。

職業病防治六大舉措：

職業健康檢測與評價	定期開展年度現場職業病危害因素識別及季度日常監測，監控作業現場職業病危害接觸水平。
員工職業健康監護	開展上崗前、在崗期間及離崗時的職業健康體檢工作，建立職業健康個人檔案，實施全面可追溯性管理。
勞動防護用品管理	免費為所有一線員工提供全套、專業科學的防護設備，保證防護用品的質量和舒適性，以預防工傷、職業病和職業事故。
改善作業環境	1) 開展生產工藝改革，如採用水性漆代替油性漆、機器人自動噴塗、封閉式沖壓線等措施，降低作業現場的職業病危害風險； 2) 定期組織涉及粉塵、物理因素、放射性、化學物質等職業危害因素崗位的分析檢測；在涉及崗位採取了通風、收集淨化、設備防護等工程控制措施； 3) 進行市場調查研究，尋找低毒、低傷害物料替代危害物質。
開展職業健康培訓	開展上崗前職業健康培訓和考核，並定期組織全員開展包括有關危害因素特性、防護措施等方面的職業健康知識技能培訓和考試，並將職業健康安全管理的理念滲透到海外業務中。
職業健康專項督察	定期開展針對職業健康檔案、勞保用品穿戴、職業病防護設施運行及保養等專項檢查。

2024 年，我們繼續完善安全設施的建設及配備，確保工作環境的安全性和可靠性：

建立應急救護機制	為基地配備自動體外除顫器（AED），並開展救護員認證培訓，2024 年總計 693 人取得紅十字會救護員認證；定期開展應急演練，提升應急救護能力。
提高智能化安全生產水平	我們積極探索 IoT 物聯網、大數據和 AI 等新技術在安全生產裝備領域的應用場景，提高智能化安全生產水平。例如： ◦ 自動化生產線在傳統安全光柵防護的基礎上，增加設置視覺識別聯鎖系統，當檢測到人員在設備運行區域，生產線不能啟動，檢測到人員違規闖入，視覺識別系統聯動生產線停止運行，彌補傳統光柵無法識別人機同時進入、難以覆蓋生產線內部等缺陷； ◦ 在檢修及維修作業安全風險相對較高的沖壓生產線，在線體安全門、基坑入口安裝監控攝像頭並與自動化線體系統聯動，人員進入安全門或基坑可自動記錄進出人員數量並作為設備啟動的前置條件； ◦ 在新能源動力電池生產線上，如電池出現熱失控征兆，生產線自動調用 AGV 或吊具將異常電池轉運至應急水池； ◦ 在物流裝卸貨物現場，在叉車上配置 AHD 超清影像、IPS 廣視覺等硬件，通過攝像頭 AI 人物識別技術，實現智能化識別進入叉車作業範圍的人員，發出聲光報警並自動停車。

員工心理健康服務

本集團以現代健康管理理念為核心，整合醫療健康資源，旨在提升員工健康水平，實現疾病的早期發現與預防，為人才戰略提供支持。我們聘請了具有豐富臨床經驗及健康管理經驗的醫生幫助搭建健康管理體系，並不定期舉辦健康講座、專家義診和專題培訓，多方面關注並提升員工的身心健康。

「吉利大健康」關注員工身心健康，並提供專業的健康管理服务

設立多個企業內部健康站	◦ 設立線下健康站，設置健康諮詢、推拿理療、心理放松三個基礎功能區域； ◦ 解決員工日常健康問題，使員工能隨時享有專業的健康指導與醫療幫助。
搭建企業員工健康管理服務數字化平台	◦ 運用互聯網技術開發、搭建數字化健康管理平台； ◦ 提供涵蓋健康體檢、健康諮詢、智慧心理、健康學院的在線大健康服務。
提供員工免費體檢與健康管理服務	◦ 為在職員工提供每年一次的免費健康體檢福利； ◦ 為發生重疾的員工協調醫療資源、提供綠色就醫通道。
提供免費 EAP 心理健康諮詢服務	◦ 設置在線服務平台與線下心理健康角，為員工提供系統的、長期的心理健康服務。
開展專業健康教育與健康關愛活動	◦ 定期開展在線健康科普，開展線下健康講座； ◦ 普及科學的健康知識，增強員工健康意識。定期開展急救培訓，培養持證急救員。
加強管理者 / 核心人才的健康管理	◦ 為管理者、核心人才等面臨高壓的人員提供定制個性化的健康管理方案。



社區公益

重要議題

◎ 社會公益與慈善



生態友好

- 累計開展 50 餘場生物多樣性科普活動，覆蓋人數超 5,000 人次

優質公平教育

- 連續 11 年開展「綠跑道」鄉村少年體育夢想計劃

應急賑災

- 向海南災區捐贈 600 萬元、支持採購應急救災物資、災後重建工作

弱勢幫扶

- 成功發射「紅絲帶公益之星」的低軌公益衛星

文化傳播

- 積極推動文化藝術的傳播與交流，繼續向香港管弦樂團提供贊助

社區發展

- 員工參與社區志願者活動參與 2,328 人次，活動時數達 5,271 小時
- 攜手 Co 志願者理事會在全國各地組織應急救護培訓累積超 70 場次
- 幫助 1,500 多名車主獲得紅十字會頒發的急救證書

鄉村振興

- 「與愛同行」公益項目累積捐款金額 146,200 元
- 已超過 70 位車主一對一幫扶 83 位困難學生





本集團秉承吉利控股集團的社會責任理念與體系，積極參與其主辦的各類公益活動，致力於成為社會公益「長期主義」的踐行者。我們充分利用資源優勢，鼓勵員工、商業夥伴、消費者及合作夥伴共同參與公益事業，踐行「讓世界感受愛」的公益價值主張。我們聚焦於「生態友好」、「優質公平教育」和「鄉村振興」三個主要領域，同時輻射「應急賑災」和「弱勢幫扶」兩個公益議題。此外，吉利汽車 ESG 戰略中的「共榮發展」亦涵蓋了社區公益，通過不斷探索可持續的公益模式，積極推進慈善體系建設，依託自身的專業知識和科技力量，為社會創造更多可持續的價值。



當地社區交流與社區影響評估

我們通過每月訪問政府有關部門、本地社區組織、公益團體、弱勢社群等以了解社會需求，並部署我們的公益計劃及優化我們的公益資源。我們亦會對消費者、員工、供應商和經銷商弘揚我們的公益理念，並鼓勵他們積極投入我們的公益活動中。為更有效地聆聽訴求和傳播公益，我們在官方網站、博客、社交網絡平台等及時公佈我們公益事業的最新進展，並借助這些渠道收集各利益相關方的意見。我們將利益相關方的意見融入 ESG 戰略的制定過程，檢視所聚焦的公益領域和議題，以及實施項目的進展，並制定改善計劃。

李書福公益基金會

浙江省李書福公益基金會秉承「致力公益慈善事業，營造公益氛圍，推動社會和諧進步」的宗旨，持續開展各類公益活動。2024 年度，基金會在扶貧、濟困、扶老、救孤、恤病、助殘、救災、助醫、助學等公益領域持續發力，共開展夢想綠跑道項目、「吉時雨」公益項目、湘潭防汛救災項目、海南颱風災害捐贈項目、河南洪災災後重建項目、長興縣共同富裕項目、蘇州助殘項目、吉林大學教育捐贈項目、愛心車輛捐贈等公益項目 12 個，受益人數逾千人。報告期內，公益捐贈總額 2,533 萬元（其中現金捐贈 2,518 萬元，非現金捐贈 15 萬元）

公益慈善外部認可

通過不斷踐行社會公益，吉利控股集團於 2024 年獲得以下獎項與認可：





9.1 生態友好

良好的生態環境是人類生存和發展的基本前提。本集團自身運營以「自然受益」為導向，充分利用自身資源及科技優勢，帶動各利益相關方參與到生態保護的行動中，共同為生物多樣性及環境保育作出貢獻。

9.1.1 海洋生態保護

海洋生態保護不僅是維護地球自然生態系統平衡的關鍵，更是確保全球生物多樣性得以延續的重要基石。保護海洋生態意味著保護這些寶貴的生物資源免受污染、過度捕撈和棲息地破壞等人為活動的威脅，從而確保海洋生態系統的健康與穩定。

☆☆☆

「海邊的衛士」公益環保項目，守護海洋生態

吉利用戶公益品牌「我們+」聯合吉利星越L車友會於2020年創辦「海邊的衛士」項目，每月聯動車友會及公益組織開展活動。截至2024年底，已組織21場海洋保護及垃圾分類志願者培訓，吸引2,990人次參與，清理29,180米海岸線，淨灘面積超過87,500平方米，累計撿拾47,776件海洋垃圾，總重超2,418千克。

☆☆☆

極氫「藍星衛士」全球公益項目

2021年，極氫和吉利控股集團共同發起「藍星衛士」全球公益項目，先後組織各行業志願者，持續以不同的方式接力守護海洋。2022年，吉利控股集團利用旗下時空道宇衛星技術賦能海洋環保。「時空道宇•極氫藍星衛士」1-6號衛星在西昌衛星發射中心成功發射。通過高性能AI遙感衛星實現海洋環境檢測，如監測海洋垃圾、海面溢油等海洋事故，預警海洋赤潮、澱苔等有害生物的擴散，為沿海漁業的運作提供災害預警和生態保護，助力改善海洋生態保護和生態環境。

「藍星衛士」項目開展海洋守護專項行動，結合「海洋垃圾問題、塑料污染、循環經濟」生態熱點問題，在多個城市開展環保科普課堂、車友社群活動，並匯聚志願者開展海面垃圾撿拾及海灘環境巡護，攜手社會公眾，為守護地球生態貢獻力量。

在專注海洋環保的同時，極氫融合衛星科技將生態保護範圍延伸至陸地生物多樣性，助力省級乃至全國海陸生物多樣性保護。

9.1.2 綠色生態保護

本集團堅持綠色發展理念，用實際行動推動綠色生態文明建設。

截至2024年末，吉利汽車已累計開展50餘場生物多樣性科普活動，覆蓋人數超5,000人次，組織30餘次實地保護行動，助力恢復棲息地面積達500餘畝並清除10餘種外來入侵物種。我們借助此活動，共培養20餘名專業志願者，成為生物多樣性保護的重要傳播者和實踐者。

☆☆☆

極氫 Z-Green 珍稀動物保護活動

2024年，極氫 Z-Green 共開展4場生物多樣性保護活動，並攜手「藍星衛士」及浙江科技大學科研團隊等組織聯合開展「神奇動植物在哪里」主題活動。活動邀請車主志願者們分別走進西雙版納、象山韭山列島、九華山等自然奇境親身參與守護孔雀、中華鳳頭燕鷗等珍稀物種，了解生物多樣性保護，帶動用戶及更多社會公眾為環境保護作出貢獻。

9.2 優質公平教育

本集團跟隨吉利控股集團腳步，持續關注鄉村青少年的成長和潛能發展，已連續11年開展「夢想綠跑道」項目，輻射內蒙古自治區、雲南省、山西省、甘肅省、浙江省、陝西省、貴州省、寧夏回族自治區、湖北省、廣東省、河北省、四川省等地的鄉村學校及學生。

極氫，讓廢舊輪胎變身夢想樂園

2024 年，極氫聯合河南省兒童希望救助基金會及極氫車主發起「2024 夢想綠跑道，童心運動嘉年華」活動。活動廣泛招募極氫熱心車主，回收其家中經檢測符合環保標準的「退役」廢舊輪胎，通過創新改造再利用，打造「夢想綠跑道童心樂園」。改造自 264 只廢舊輪胎的吉利「綠跑道」童心園在河南省輝縣市張村鄉中心小學正式開放，為鄉村孩子們打造集綠色、藝術、健身於一體的輪胎樂園。

相比焚燒發電的傳統回收處理工藝，創意再生的童心園通過對廢舊輪胎的創新改造再利用，直接避免了約 584 千克的二氧化碳排放，實現了高達 65.9% 的碳減排效果，實現資源循環利用的同時也將可持續理念引入校園，為鄉村孩子提供運動休閒的空間。



領克持續推動「益起學編程」項目在各品牌運營地開展。各地的編程公開課活動吸引眾多車主家長和孩子積極參與，通過一系列生動有趣的編程課程，激發了青少年對信息技術的興趣，提升了他們的邏輯思維和創新能力，同時為促進社區科技教育發展做出了積極貢獻。

吉利汽車聯合中汽中心帶來兒童交通安全公開課

「聯合國交通安全十年行動」是針對道路安全給人類帶來生命隱患的全球性問題開展的公益活動，旨在世界範圍內探求「人、車、路」的和諧發展。

2024 年 6 月 20 日，吉利汽車攜手中汽中心開啟聯合國道路安全十年之旅，來到新疆喀什地區巴楚縣第六小學，為當地學生帶來一堂交通安全公開課。課堂以車輛盲區體驗、後備箱逃生、安全飛行棋互動等別開生面的形式，將道路交通安全知識轉變為生動的現實體驗，增強孩子的交通安全意識。

我們不僅關注青少年和兒童的公平教育，亦用實際行動回饋教育工作者。報告期內，吉利控股集團攜手中國教師發展基金會，成為「尊師惠師公益行動」的先行者。

首批加入「尊師惠師公益行動」，為全國在職教職工送上專屬購車補貼

自 2016 年起，吉利控股集團啟動了面向全國教職工的「桃李計劃」，以多重購車優惠回饋廣大教育工作者。報告期內，吉利控股集團成為首批簽約上線「中國教師通」的車企，所有在職教職工均可通過「中國教師通」小程序「惠師服務」專區，選購吉利（含中國星、銀河）、領克等不同品牌、不同系列的熱銷車型，並可在經銷商門店優惠基礎上，額外領取 2,000 元起的專屬購車補貼金。我們以實際行動助推社會各界加大對教育行業的關注，共同為營造尊師重教、和諧發展的社會環境貢獻力量。

9.3 應急賑災

我們始終堅持用愛心反饋社會，關注社會需要，持續傳遞溫暖，不斷拓寬幫扶渠道，傾情服務民生，解決實際困難。

我們深刻洞察社會所需，持續關注賑災助困，開展各種形式的應急救援行動。吉利控股集團攜手「李書福公益基金會」積極參與應急賑災活動，持續關注救援情況，與當地社區和居民齊心協力，攻克難關。



無懼風雨 攜手同行



2024 年 9 月 6 日，海南省遭受颱風「摩羯」襲擊，受災程度深、波及範圍廣、災害損失大。為積極承擔社會責任，吉利控股集團攜手「李書福公益基金會」向海南省慈善總會捐款 600 萬元，用於海南災區採購應急救災物資，支持災後重建工作。

助力多米尼加乳腺癌防治公益活動



2024 年 10 月 26 日，在全球「乳腺癌防治」月期間，吉利多米尼加與當地美容品牌 la Caja Rosa 攜手合作，在伊比利亞美洲公園共同舉辦了以「Geely Pink」為主題的公益活動，並特別定制了一款粉紅色的吉利繽越（Geely Coolray）車型「La Rosé（玫瑰）」，以體現對女性健康事業的支持，向女性傳遞關愛與希望。

本集團在社區貢獻方面踐行以下承諾：

- 在尊重當地法律法規和文化風俗的基礎上努力實現多元化雙贏；
- 不斷增進與當地社區交流，以促進對本集團經營發展及業務活動的理解與支持；
- 積極在社區中創造就業機會，開展職業教育提升社區居民就業能力，助力當地產業人才生態建設；
- 及時溝通與反饋本集團對社區產生實際或潛在影響的事宜（如公共事件、潛在危機事件等）。

9.4 弱勢幫扶

我們關注弱勢群體，通過醫療救助、文化建設等資助項目，不斷加強對弱勢群體的關愛和保護，為社會發展貢獻力量。

助力艾滋病防治公益活動



2024 年，吉利控股集團與中華紅絲帶基金合作，吉利汽車向中華紅絲帶基金志願者團體捐贈銀河 E5 等 4 輛汽車助力艾滋病防治事業。2024 年 9 月 6 日 2 時 30 分，命名吉利未來出行星座第三軌衛星的其中一顆為「紅絲帶公益之星」的低軌公益衛星在中國太原衛星發射中心使用長征六號運載火箭成功發射，並為紅絲帶做出貢獻的人士刻上名字。

9.5 文化傳播

本集團關注社區的發展，倡導將企業發展融入社區，用實際行動積極推動文化藝術的傳播與交流，為建設更加美好和諧的社區環境貢獻力量。

2024 年，我們繼續向香港管弦樂團提供贊助，作為港樂大師會珍珠會員，支持音樂藝術的發展和豐富本地市民的文化生活。

9.6 社區發展

本集團始終向社會傳遞愛心與溫暖，以實際行動持續反饋社會。我們倡導將企業發展融入社區，支持並鼓勵員工積極投身於社區建設與公益志願服務。同時，我們攜手用戶服務社會，努力為當地社區建立公開、真誠及和諧的關係。

9.6.1 員工參與

本集團堅守回報社會的初心，秉持「友善、友愛」的精神，提倡並支持員工參與志願服務，努力爭做社會和諧發展的支持者。

2024 年，我們參與吉利控股集團組織的第 14 屆無償獻血日活動。共有 149 人成功獻血，獻血總量達 50,820 毫升。自 2011 年開展以來，共有 1,316 人成功參與獻血活動，累計獻血總量達 382,500 毫升。



2024 年
吉利汽車組織員工參與社區服務及各類志願者活動
共計 **2,328 人次**，活動時數為 **5,271 小時**。

9.6.2 用戶參與

本集團攜手有愛心的用戶，用實際行動將溫暖和幸福傳遞給社會上更多的人，實現「快樂而偉大」的價值主張。

環保公益活動

我們每月組織多種形式的環保公益活動，如「地球一小時」熄燈活動、「綠色騎行，環保出行」和「自然筆記」等，吸引企業、社區及學校參與，向公眾傳遞保護環境、生物多樣性和應對氣候變化重要性。

利汽車全國車友會開展「我們+」公益計劃·清理山野行動

吉利用戶品牌「我們」聯動全國 50 餘個經銷商及車友會開展「我們+」公益計劃·清理山林行動，行動旨在清理當地山野垃圾，提升車主和公眾的環境保護意識。截至 2024 年底，已開展活動 20 餘場，累計參與 476 人次，清理面積超過 13,000 平方米，共清理垃圾 790 千克。



極氪亦通過招募車友會開展淨山淨灘活動，2024 年共組織 34 場活動，1,008 人參與，共清理垃圾 1,702.187 千克。

極氪 Z-Green 攜手用戶參與「碳減排行動」

極氪 APP 線上 Z-Green 社區，自成立之初就承載著與用戶共創低碳生活的使命，圍繞傳播低碳理念、參與碳普惠行動以及踐行低碳公益活動，引領用戶積極主動參與碳中和進程，助力全社會減排。

Z-Green 以社區志願者招募和線上互動等形式傳播著低碳公益理念，活動現場所有的設施、道具均採用可回收材料制作，並且在後續的活動中仍會繼續沿用，為資源循環利用和節能減排做出明確示範。

2024 年 3 月，Z-Green 沙漠植樹活動來到騰格里沙漠種植了 100 棵沙棗樹。圍繞植樹節主題，極氪車友會在 17 個城市開展植樹節活動，覆蓋用戶近 400 人，種植 331 棵樹。

截至 2024 年 12 月底，累計參與「碳減排行動」的用戶已達到 800,131 人，通過踐行低碳出行行為（長距離駕駛新能源汽車出行或短距離步行）積累碳減排量可達 298,046 萬噸二氧化碳排放當量，相當於 6,645 萬棵樟子松一年的碳匯量。

急救公益行動

吉利汽車自主發起「AED 上車公益行動」，並聯合旗下領克、極氪等品牌，發動車主、急救中心，通過急救培訓、公益救助等建立「流動的 AED 車隊」。領克聯合 Co 志願者開展線下 AED 培訓近 2,000 人次。

2024 年

攜手 Co 志願者理事會在全國各地組織應急救護培訓累積超 **70 場次**，幫助 **1,500 多名**車主獲得紅十字會頒發的急救證書





領克致力於推動 AED，為更多交通參與者的生命安全保駕護航



領克志願者公益團於 2023 年成立。領克秉承「全域安全 +」的理念，自 2023 年 4 月起攜手 Co 志願者理事會推出了應急救護培訓計劃，啟動了自動體外心臟去顫器（AED）公益急救活動。

截至 2024 年末，領克已在全國各地組織應急救護培訓累積 70 場次，幫助超過 1,500 人獲得紅十字會頒發的應急救護證書。因為應急救護知識的普及，陸續有超過 70 位車主自發在車上配備了 AED，在需要時他人可撥打電話聯系車主遠程開門，甚至在必要時打破車窗。領克承諾在緊急情況下，為挽救生命而砸碎玻璃的損失由廠家承擔。

與此同時，領克在全國近 200 家門店設立了 AED 設備，遍布全國 20 多個省市近 50 座城市，其中 74 家門店位於核心商圈。

2024 年 9 月 14 日，正值第 25 個「世界急救日」，領克聯合杭州市交警支隊、杭州市紅十字會等組織聯合舉辦「守護生命，讓 AED 動起來」公益倡議，並向杭州交警和廣州公交捐贈 AED 設備，為更多交通參與者的生命安全保駕護航。此前，領克攜手愛心車主正式成立「領克 AED 生命守護聯盟」，向全國車主發起號召，通過專業急救培訓後，成為具備專業急救技能的車主。未來，我們還將積極投身紅十字會應急救護培訓、文明出行倡導等各項公益活動。

9.6.3 服務亞冬會

本集團用實際行動積極參與到哈爾濱第 9 屆亞冬會的保障服務中，助力綠色和人文的亞冬會，踐行公益承諾。

極氪公益護航隊，助力大涼山女子足球隊亞冬研學行



在第九屆亞冬會組委會、哈爾濱市文化廣電和旅遊局等部門的支持下，吉利控股集團與黑龍江新東方文旅聯合主辦「大涼山女子足球隊亞冬研學行」活動。2024 年 12 月 22 日，極氪車主志願者組成「極氪公益護航隊」，陪伴來自大涼山女子足球隊的小運動員感受亞東氛圍。活動當天，極氪車主攜孩子共同陪伴小隊員們前往帽兒山體驗滑雪運動並共創滑雪板，在同齡人的玩耍中體驗冰雪運動的文化魅力。



醇氫動力，服務綠色亞冬會



2024 年 11 月 20 日，350 輛第四代吉利帝豪醇氫電混汽車從晉中基地正式發車，將為哈爾濱第 9 屆亞冬會提供安全、低碳的出行服務。在為亞冬會提供出行服務的同時，吉利的甲醇汽車還將投入哈爾濱出租車運營，並在當地布局建設完善的甲醇加注網絡，充分發揮甲醇耐低溫、可再生、燃燒高效、排放清潔、運輸便捷的優勢，豐富高寒環境下的碳中和解決方案，助力城市綠色交通轉型。

這是甲醇汽車首次大規模服務國際性體育賽事。後續，吉利、領克、極氪等多個品牌車型將集結成服務保障車隊，從全國各地奔赴哈爾濱，助力「綠色亞冬」。

9.7 鄉村振興

我們關注鄉村的發展，為助力鄉村振興做出持續努力，紮實推動鄉村工作取得實效。

2024 年，吉利汽車支持大涼山依撒小學少年女子足球隊，向其捐贈球衣、球鞋、文具用品，並通過資金捐贈幫助其日常運營。極氪向河南省新鄉市張村鄉中心學校捐贈學習和體育物資。

吉利用戶品牌「我們+」公益計劃·守護大山兒童求學夢想

2024 年 12 月，吉利用戶品牌「我們」與吉利星越 L 車友會發起共創公益活動，號召全國吉利愛心車友為甘肅白銀會寧縣中學 124 名在校學生捐贈學習用品和體育器材等愛心物資（心願清單包括 130 個書包、音響設備，乒乓球和籃球等超過 100 個體育用品），並開通了郵寄愛心物資中轉站。

物資收集完成後，吉利汽車與 13 位車友會車主一同驅車前往山區，親手將愛心物資送達學生們手中。「我們+」公益計劃，不僅幫助山區孩子們實現求學夢想，也關注他們的體育夢和音樂夢，為鄉村振興貢獻「我們+」的力量。

領克「不止公益」活動

2024 年，領克「不止公益」活動已覆蓋 33 個城市，攜手 41 家經銷商，並聯動 1,561 位車主，共同開展 48 場公益活動。

2024 年 12 月，領克 09 四川車友會與四川索瑪基金會合作發起的「與愛同行」公益項目，來到四川省大涼山美姑縣牛牛壩初級中學成立「Co 客索瑪班」，受益學生共 51 人。領克車友會積極踐行公益教育活動，「與愛同行」公益項目累積捐款金額 146,200 元，並已有超過 70 位車主一對一幫扶 83 位困難學生。



附錄 1

適用的法律法規及相關標準清單

序號	文件名稱
一、節能環保適用法律法規清單	
1.	《生物多樣性公約》
2.	《中華人民共和國環境保護法》
3.	《中華人民共和國環境影響評價法》
4.	《中華人民共和國水土保持法》
5.	《中華人民共和國大氣污染防治法》
6.	《國家第六階段機動車污染物排放標準》
7.	《排污許可證申請與核發技術規範 汽車製造業》
8.	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
9.	《國家危險廢物名錄》
10.	《中華人民共和國水污染防治法》
11.	《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
12.	《排污許可管理條例》
13.	《固定污染源排污許可分類管理名錄》
14.	《揮發性有機物無組織排放控制標準》
15.	《汽車行業整車製造綠色工廠評價導則》
16.	《綠色工廠評價要求》
17.	《中華人民共和國節約能源法》
18.	《中華人民共和國清潔生產促進法》
19.	《中華人民共和國循環經濟促進法》
20.	《中華人民共和國可再生能源法》
21.	《中華人民共和國環境保護稅法》
22.	《固定資產投資項目節能審查辦法》
23.	《部分工業行業淘汰落後生產工藝裝備和產品指導目錄（2010 年本）》
24.	《工業節能管理辦法》
25.	《關於加強工業固定資產投資項目節能評估和審查工作的通知》
26.	《關於進一步加強淘汰落後產能工作的通知》
27.	《關於開展國家重大工業節能專項監察的通知》
28.	《國務院關於加強節能工作的決定》
29.	《節能監察辦法》
30.	《節約用電管理辦法》
31.	《光伏電站開發建設管理辦法》
32.	《清潔生產審核辦法》
33.	《建設項目環境保護管理辦法》
34.	《城鎮污水處理廠污染物排放標準》

序號	文件名稱
35.	《電鍍污染物排放標準》
36.	《污水綜合排放標準》
37.	《工業企業廢水氮、磷污染物間接排放限值》
38.	《固體廢物鑒別標準通則》
39.	《危險廢物鑒別標準通則》
40.	《危險化學品重大危險源辨識》
41.	《環境保護圖形標志》
42.	《危險化學品安全管理條例》
43.	《工業企業廠界環境噪聲排放標準》
44.	《城市建築垃圾管理規定》
45.	《固定污染源廢氣非甲烷總烴連續監測系統技術規範》
46.	《揮發性有機物組織排放控制標準》
47.	《關於統籌節能降碳和回收利用加快重點領域產品設備更新改造的指導意見》
48.	《關於加快廢舊物資循環利用體系建設的指導意見》
49.	《新能源汽車動力蓄電池回收利用管理暫行辦法》
50.	《2024—2025 年節能降碳行動方案》
51.	《中華人民共和國能源法》
52.	《新能源汽車廢舊動力電池綜合利用行業規範條件（2024 年本）》
53.	《關於加快經濟社會發展全面綠色轉型的意見》
54.	《加快構建新型電力系統行動方案（2024—2027 年）》
55.	《關於進一步構建高質量充電基礎設施體系的指導意見》
56.	《關於加快推進充電基礎設施建設 更好支持新能源汽車下鄉和鄉村振興的實施意見》
57.	《聯合國氣候變化框架公約》
58.	《中華人民共和國水法》
59.	《中華人民共和國水污染防治法實施細則》
60.	《中華人民共和國海洋環境保護法》
61.	《環境空氣質量標準》
62.	《地表水環境質量標準》
63.	《中華人民共和國大氣污染防治法實施細則》
64.	《中華人民共和國水土保持法實施條例》
二、職業健康和 safety 適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國職業病防治法》
2.	《中華人民共和國消防法》
3.	《中華人民共和國安全生產法》
4.	《中華人民共和國道路交通安全法》



序號	文件名稱
5.	《中華人民共和國特種設備安全法》
6.	《中華人民共和國突發事件應對法》
7.	《工作場所職業衛生監督管理規定》
8.	《職業衛生檔案管理標準》
9.	《職業病危害告知與警示標準》
10.	《職業健康檢查管理辦法》
11.	《職業病危害項目申報辦法》
12.	《職業病分類和目錄》
13.	《危險化學品安全管理條例》
14.	《易制毒學品安全管理條例》
15.	《特種設備作業人員監督管理辦法》
16.	《全國安全生產專項整治三年行動計劃》
17.	《工貿行業重大生產安全事故隱患判定標準》
18.	《重大火災隱患判定方法》
19.	《工貿企業有限空間作業安全規定》
三、人力資源適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《世界人權宣言》
2.	《聯合國工商企業與人權指導原則》
3.	《國際勞工組織公約》
4.	《中華人民共和國勞動合同法》
5.	《中華人民共和國勞動合同法實施條例》
6.	《中華人民共和國工會法》
7.	《中華人民共和國勞動法》
8.	《中華人民共和國未成年人保護法》
9.	《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》
10.	《中華人民共和國就業促進法》
11.	《中華人民共和國社會保險法》
12.	《中華人民共和國社會保險法實施細則》
13.	《女職工勞動保護特別規定》
14.	《工傷認定辦法》
15.	《工傷保險條例》
16.	《禁止使用童工規定》
17.	《工資支付暫行規定》
18.	《職工帶薪年休假條例》
19.	《企業職工帶薪年休假實施辦法》
20.	《企業職工患病或非因工負傷醫療期規定》
21.	《全國年節及紀念日放假辦法》
22.	《失業保險條例》
23.	《勞務派遣暫行規定》
24.	《殘疾人就業條例》
25.	《住房公積金管理條例》

序號	文件名稱
26.	《職業學校學生實習管理規定》
27.	《工會勞動法律監督辦法》
四、產品質量管理適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國消費者權益保護法》
2.	《中華人民共和國產品質量法》
3.	《家用汽車產品修理、更換、退貨責任規定》
4.	《缺陷汽車產品召回管理條例實施辦法》
5.	《乘用車內空氣質量評價指南》
6.	《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分並行管理辦法》
7.	《關於修改《乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分並行管理辦法》的決定》
8.	《新能源汽車動力蓄電池回收利用管理暫行辦法》
9.	《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》
10.	《新能源汽車生產企業及產品准入管理規定》
11.	《汽車零部件再製造規範管理辦法》
12.	《機動車維修管理規定》
13.	《報廢機動車回收管理辦法實施細則》
14.	《中華人民共和國報廢機動車回收管理辦法》
15.	《報廢機動車回收管理辦法》
五、其他適用的法律法規及相關標準清單	
1.	《中華人民共和國憲法》
2.	《中華人民共和國民法典》
3.	《中華人民共和國刑法》
4.	《中華人民共和國公司法》
5.	《中華人民共和國反洗錢法》
6.	《中華人民共和國反不正當競爭法》
7.	《中華人民共和國反壟斷法》
8.	《中華人民共和國網絡安全法》
9.	《中華人民共和國數據安全法》
10.	《中華人民共和國個人信息保護法》
11.	《通用數據保護條例（GDPR）》
12.	《UN/WP.29 R155 信息安全與信息安全管理系統》
13.	《中華人民共和國廣告法》
14.	《中華人民共和國商標法》
15.	《中華人民共和國專利法》
16.	《中華人民共和國著作權法》
17.	《中華人民共和國技術進出口管理條例》
18.	《企業知識產權合規管理體系 要求》（GB/T 29490-2023）
19.	《中華人民共和國稅收征收管理法》
20.	《中華人民共和國政府採購法》
21.	《中華人民共和國行政處罰法》



附錄 2

ESG 關鍵績效指標 ^{1,2}

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
溫室氣體排放 ^{2,3}				
溫室氣體排放量 (範圍一) ⁴	噸二氧化碳當量	145,563	127,437	170,646
二氧化碳 (CO ₂)	噸二氧化碳當量	143,567	124,603	164,606
甲烷 (CH ₄)	噸二氧化碳當量	0	0	824
氧化亞氮 (N ₂ O)	噸二氧化碳當量	0	0	921
氫氟碳化物 (HFCs)	噸二氧化碳當量	1,996	2,834	4,295
— 整車基地	噸二氧化碳當量	131,854	119,796	162,578
— 其他	噸二氧化碳當量	13,709	7,641	8,068
溫室氣體排放量 (範圍二) ⁵	噸二氧化碳當量	455,550	379,211	429,291
溫室氣體排放量 (範圍二)- 基於位置	噸二氧化碳當量	558,007	653,675	772,122
溫室氣體排放量 (範圍二)- 基於市場	噸二氧化碳當量	455,550	379,211	429,291
— 整車基地	噸二氧化碳當量	275,599	203,746	223,715
— 其他	噸二氧化碳當量	179,951	175,465	205,576
溫室氣體排放量 (範圍三) ⁶	噸二氧化碳當量	49,815,353	56,273,917	67,652,981
— 採購商品與服務	噸二氧化碳當量	10,433,139	12,263,153	15,817,608
— 上遊運輸和分配	噸二氧化碳當量	127,857	155,985	162,534
— 下遊運輸和分配	噸二氧化碳當量	735,368	960,480	984,228
— 售出商品的使用	噸二氧化碳當量	38,508,008	42,874,713	50,666,458
— 員工通勤	噸二氧化碳當量	1,983	879	738
— 商務差旅	噸二氧化碳當量	8,999	18,707	21,414
溫室氣體排放總量 (範圍 1+2+3)	噸二氧化碳當量	50,416,466	56,780,564	68,252,917
溫室氣體排放密度 (範圍 1+2+3)	噸二氧化碳當量 / 輛	35.18	33.67	31.36
平均尾氣排放密度 (WLTC) ⁷	克二氧化碳 / 每公里	179.15	169.48	155.19

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
能源使用 ^{2,8}				
總能源消耗				
直接能源消耗量 ⁹	噸標煤	75,186	80,221	103,790
	兆瓦時	676,849	725,320	940,001
— 整車基地	噸標煤	68,319	76,360	99,987
— 其他	噸標煤	6,867	3,861	3,803
間接能源消耗量 ¹⁰	噸標煤	131,343	150,343	179,469
	兆瓦時	1,068,739	1,223,230	1,460,174
— 整車基地	噸標煤	92,006	108,286	129,527
— 其他	噸標煤	39,337	42,057	49,942
能源消耗總量	噸標煤	206,529	230,564	283,259
	兆瓦時	1,745,589	1,948,550	2,400,175
— 整車基地	噸標煤	160,325	184,646	229,514
— 其他	噸標煤	46,204	45,918	53,746
能源消耗密度	千克標準煤 / 輛	144.12	136.71	130.14
	兆瓦時 / 輛	1.22	1.16	1.10
可再生能源 ¹⁰				
可再生電力	千瓦時	245,892,045	536,948,212	703,782,222
— 整車基地	千瓦時	241,577,635	502,756,803	648,941,985
— 其他	千瓦時	4,314,410	34,191,409	54,840,237
非可再生能源 ¹⁰				
天然氣	標準立方米	57,880,386	69,139,256	90,960,448
— 整車基地	標準立方米	56,940,146	68,272,341	90,052,737
— 其他	標準立方米	940,240	866,915	907,711
汽油	公升	10,047,355	3,391,171	3,024,853
— 整車基地	公升	4,938,583	1,057,160	768,962
— 其他	公升	5,108,773	2,334,012	2,255,892



指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
柴油	公升	48,924	49,011	42,229
—整車基地	公升	43,007	44,395	42,229
—其他	公升	5,917	4,615	0
外購電力	千瓦時	746,172,470	919,517,743	979,092,975
—整車基地	千瓦時	431,132,438	604,837,856	628,716,974
—其他	千瓦時	315,040,032	314,679,887	350,376,001
外購蒸汽	噸	103,830	64,920	61,661
—整車基地	噸	102,876	63,850	60,311
—其他	噸	954	1,070	1,350
污染物排放				
大氣污染物 ^{2,11,12}				
氮氧化物 (NO _x) 排放量	噸	97.01	110.82	163.88
—整車基地	噸	93.38	109.97	161.66
—其他	噸	3.64	0.85	2.22
氮氧化物 (NO _x) 排放密度	千克 / 輛	0.0705	0.0672	0.0753
二氧化硫 (SO ₂) 排放量	噸	11.27	18.03	17.17
—整車基地	噸	10.05	17.09	16.68
—其他	噸	1.21	0.94	0.49
二氧化硫 (SO ₂) 排放密度	千克 / 輛	0.008	0.011	0.008
揮發性有機物 (VOCs) 排放量	噸	48.95	70.54	80.26
—整車基地	噸	48.89	70.54	79.71
—其他	噸	0.06	0	0.55
揮發性有機物 (VOCs) 排放密度	千克 / 輛	0.036	0.043	0.037
非甲烷總烴 (NMHC) 排放量	噸	66.05	77.96	90.57
—整車基地	噸	64.10	75.72	87.36
—其他	噸	1.95	2.24	3.21
非甲烷總烴 (NMHC) 排放密度	千克 / 輛	0.048	0.047	0.042

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
顆粒物排放量	噸	65.67	68.84	79.46
—整車基地	噸	62.22	62.72	70.27
—其他	噸	3.46	6.12	9.19
顆粒物排放密度	千克 / 輛	0.048	0.042	0.037
廢水				
化學需氧量 (COD) 排放量	噸	142.64	175.00	239.60
—整車基地	噸	139.73	172.85	235.54
—其他	噸	2.91	2.15	4.06
氨氮排放量	噸	6.25	8.94	12.66
—整車基地	噸	5.92	8.46	12.25
—其他	噸	0.34	0.48	0.41
工業廢水排放量	噸	2,356,283	2,553,442	3,069,256
—整車基地	噸	2,348,081	2,547,704	3,064,085
—其他	噸	8,202	5,738	5,171
工業廢水排放密度	噸 / 輛	1.71	1.55 [#]	1.41
生活廢水排放量	噸	1,907,388	1,878,706	2,146,259
—整車基地	噸	1,016,937	1,099,380	984,097
—其他	噸	890,451	779,326	1,162,162
生活廢水排放密度	噸 / 輛	1.39	1.14 [#]	0.99
廢棄物				
無害固體廢棄物產生總量	噸	153,698 [#]	195,460	277,644
—整車基地	噸	133,621	172,662	254,391
—其他	噸	20,077 [#]	22,798	23,253
無害固體廢棄物產生密度	千克 / 輛	111.63 [#]	118.57	127.56
危險廢棄物產生總量	噸	15,550	16,762 [#]	20,407
—整車基地	噸	13,819	15,167	18,639
—其他	噸	1,730	1,595 [#]	1,769



指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
危險廢棄物產生密度	千克 / 輛	11.29	10.17 [#]	9.38
固體廢棄物循環利用率 ¹²	%	95.74 [#]	97.06	98.41
固體廢棄物達標排放率	%	100	100	100
主要污染物達標排放率	%	100	100	100
水資源使用 ^{2,11}				
生產用水消耗量（新水）	萬噸	501.13	507.05	660.30
—整車基地	萬噸	439	445.16	599.78
—其他	萬噸	62.13	61.89	60.53
總用水量	萬噸	601.97	595.05	754.95
—整車基地	萬噸	439.00	445.16	599.78
—其他	萬噸	162.97	149.89	155.17
總用水量密度	噸 / 輛	4.37	3.61	3.47
水資源消耗總量 ¹⁴	萬噸	231.77 [#]	282.84 [#]	316.35
—整車基地	萬噸	158.67 [#]	211.19 [#]	274.37
—其他	萬噸	73.10 [#]	71.65 [#]	41.98
總水資源消耗密度	噸 / 輛	1.68 [#]	1.72 [#]	1.45
總取水量 ¹³	萬噸	658.14	726.05	837.90
—整車基地	萬噸	495.17	575.90	679.19
—其他	萬噸	162.96	150.15	158.71
總排水量 ¹⁵	萬噸	426.37	443.21	521.55
—整車基地	萬噸	336.50	364.71	404.82
—其他	萬噸	89.87	78.51	116.73
工業用水資源循環利用量	噸	4,925,440	4,992,611	6,502,166
—整車基地	噸	4,315,370	4,384,863	5,907,801
—其他	噸	610,070	607,748	594,365
工業用水資源循環利用率 ¹⁶	%	98.29	98.46	98.47
原材料使用—製造環節 ²				
鋼材消耗量	噸	363,557	448,601	521,124

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
鋼材消耗密度	千克 / 輛	264.05	272.12	239.42
油漆消耗量	噸	16,522	20,803	24,725
油漆消耗密度	千克 / 輛	12.00	12.62	11.36
包裝材料使用 ²				
一次性包裝材料消耗量（整車製造）	噸	12,103	10,341	9,982
一次性包裝消耗密度	千克 / 輛	8.45	6.13	4.59
使用循環包裝材料的供應商佔比	%	82.71	83.79	83.90
包裝材料回收利用率	%	100	100	100
環保運營 ²				
新建、擴建項目的「環境影響評價」和「三同時」的執行完成率	%	100	100	100
環境事故和環境問題投訴率	萬元	0	0	0
環保設施配備率及正常運轉率	次	100	100	100
違反環境法律法規被處重大罰款的金額	噸	0	0	0
違反環境法律法規受非經濟處罰的次數	人	0	0	0
重要泄漏物的重量	人	0	0	0
僱員人數及分佈				
年末員工總人數	人	49,251	60,296	63,678
新聘員工數量	人	18,187	24,328	35,980
吸納應屆畢業生就業人數	人	3,161	3,114	3,559
年末少數民族員工	人	2,600	3,445	3,822
按僱傭類型劃分的年末員工分佈				
全職員工	人	44,695	53,998	55,169
其他類型員工（含實習生、退休返聘人員）	人	4,556	6,298	8,509
按性別劃分的年末員工分佈				
男員工	人	39,870	49,832	52,295
女員工	人	9,381	10,464	11,383

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
僱員流失 ¹⁸				
離職員工總數	人	9,677	10,524	19,021
總員工流失率	%	15.52 [#]	14.14 [#]	19.60
按性別劃分員工流失率				
男員工	%	15.92 [#]	14.26 [#]	20.08
女員工	%	13.68 [#]	14.50 [#]	18.05
按年齡組別劃分員工流失率				
30 歲以下	%	18.44 [#]	16.43 [#]	21.80
30-50 歲	%	15.15 [#]	11.57 [#]	16.79
50 歲以上	%	26.51 [#]	8.33 [#]	9.74
按地區劃分員工流失率				
華北地區	%	N/A	N/A	23.19
西北地區	%	N/A	N/A	17.55
西南地區	%	N/A	N/A	15.10
華東地區	%	N/A	N/A	18.92
華南地區	%	N/A	N/A	27.82
東北地區	%	N/A	N/A	36.45
港澳台地區	%	N/A	N/A	15.00
海外地區	%	N/A	N/A	12.63
健康安全				
安全事故數量 ¹⁹	個	19	40	49
因工傷死亡人數	人	0	0	1
百萬工時死亡率	n/ 百萬工作小時	0	0	0.0079
因工傷損失工作日數	天	887	1,652	2,557
20 萬工時損工事故率 (LTIR) ²⁰	n/ 20 萬工作小時	0.04	0.07	0.08
重傷事故率	‰	0.020	0.017	0.079
輕傷事故率	‰	0.37	0.65	0.68
職業病事故數量	個	0	0	0



指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
職業病比例	%	0	0	0
工傷率	‰	0.39	0.66	0.77
缺勤率	‰	0.072	0.110	0.136
因安全事故造成的經濟損失	萬元	56.95	31.48	51.49
發展與培訓				
組織員工培訓的總小時數	小時	3,740,996	4,842,797	5,982,753
員工培訓覆蓋率	%	100	100	100
按性別劃分的員工培訓覆蓋率				
男員工	%	100	100	100
女員工	%	100	100	100
按僱員類別劃分的員工培訓覆蓋率				
高級人員	%	100	100	100
中級人員	%	100	100	100
普通員工	%	100	100	100
按性別劃分的每位員工平均培訓時數				
男員工	小時	77.13	80.33	93.62
女員工	小時	70.99	80.24	95.48
按僱員類別劃分的每位員工平均培訓時數				
高級人員	小時	165.38	137.70	94.19
中級人員	小時	120.28	126.60	94.83
普通員工	小時	74.53	78.96	93.78
按僱員崗位劃分的每位員工平均培訓時數				
研究	小時	62.46	107.50	95.81
支持	小時	66.21	71.36	96.96
管理	小時	75.26	99.60	94.15
操作	小時	91.41	66.72	90.37

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
按地區劃分的供應商 ²¹				
供應商總數	家	1,050	1,020	1,085
中國華東地區	%	64.0	68.3	68.0
中國其他地區（包括華北、西南、華南、東北等地區）	%	34.5	30.4	30.5
海外地區	%	1.5	1.3	1.5
供應商管理 ²¹				
開展日常及不定期飛行審核的供應商比例 ²²	%	76.39 [#]	79.05 [#]	74.75
供應商培訓總時數 ²³	小時	6,576 [#]	23,178 [#]	18,862
供應商反貪腐培訓比例	%	73	90	77
通過 ISO 14001 體系認證的供應商比例	%	84	90	77
通過 OHSAS 18001/ISO 45001 體系認證的供應商比例	%	56	57	62
通過 IATF 16949 體系認證的供應商比例	%	99	99	87
供應商簽署《供應商行為准則》比例	%	93	94	93
識別出的高風險供應商	個	0	0	3
產品質量安全				
通過安全健康評估的產品比例	%	100	100	100
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由須而回收的車輛	輛	0	0	0
吉利品牌千車故障率 (12MIS) ²⁴	‰	13	7	6
公開召回	次	3	1	1
吉利品牌 IQS ²⁵	%	166	140	64
經銷商管理 ²⁶				
中國經銷商數量	個	1,744	2,164	2,408
海外總代理數量	個	43	61	71
組織經銷商培訓次數	次	1,032	1,655	1,042



指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年
經銷商培訓				
經銷商參與培訓總時數	小時	10,759	17,354	18,589
—參與培訓的國內經銷商比例	%	97	100	100
—參與培訓的海外代理商比例	%	100	100	100
產品與客戶服務				
中國車友人數	人	5,534,060	9,217,800	14,096,424
車友年增長率	%	45.16	66.56	52.93
車友活動次數	次	3,572	3,762	5,268
產品與服務投訴	起	21,021	15,033	23,061
投訴處理比例				
—國內經銷商	%	98.16	95.27	99.81
—海外代理商	%	99.30	99.05	99.50
客戶滿意度				
—吉利品牌（中國）	分	95.70	95.60	96.60
—領克（中國）	分	95.32	97.47	94.43
—吉利品牌（國際）	分	93.50	93.40	94.60
J.D. Power 汽車售後滿意度研究（CSI）—吉利品牌	分	770	771	786
反貪污				
合規培訓總時長 ²⁷	小時	130,890	835,125	371,659
反貪腐培訓總時長	小時	107,217	386,387	219,886
每位董事及員工參加反貪腐培訓平均時數	小時	2.2	6.4	3.5
員工參加反貪腐培訓百分比	%	100	100	100
反貪腐內部審核覆蓋率	%	100	100	100
社區活動				
員工參與社區活動總時數	小時	10,688	13,643	5,271

註：

- ESG 關鍵績效指標統計範圍覆蓋本集團及業務重大的合資公司。由於 ESG 關鍵績效指標的披露範圍擴大，因此部分指標無 2022 及 2023 年數據，以 N/A 表示未披露的數據。本集團採用「以銷定產」的生產模式，2024 年全年總銷量為 2,176,567 輛，並用以計算所有密度指標。
- 2024 年溫室氣體排放、能源使用、污染物排放、水資源使用、原材料使用 - 製造環節、包裝材料使用、環保運營的指標統計範圍，包含生產吉利品牌、極氫、領克的 16 個整車基地（杭州灣二廠、寶雞、晉中、西安、長興、大江東（錢塘）、臨海、貴陽、湘潭、濟南、領克成都、領克余姚、領克張家口、極氫梅山、極氫春曉、極氫 PMA）、10 個動力基地，以及辦公場所（杭州總部 / 寧波杭州灣研究院）。
- 溫室氣體排放數據參考《機械設備製造企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》、《IPCC 第六次科學評估報告（2023）》及政府部門發布的數據進行計算。2024 年溫室氣體排放量已包含碳信用抵消以及購買國際可再生能源證書（I-REC）的抵消。
- 溫室氣體排放量（範圍一）為使用天然氣、汽油、柴油等直接能源產生的直接排放量。2024 年新增披露各溫室氣體排放類別的範圍一數據細則。
- 溫室氣體排放量（範圍二）為使用外購電力、蒸汽產生的間接排放量；2024 年新增按照「基於位置」和「基於市場」披露；參考生態環境部、國家統計局 2022 全國電力平均二氧化碳排放因子及全國電力平均二氧化碳排放因子（不包括市場化交易的非化石能源電量），2024 年使用排放因子 0.5856kgCO2/kWh 計算基於市場的範圍二排放（2022-2023 年使用排放因子 0.5703kgCO2/kWh 計算），及使用排放因子 0.5366kgCO2/kWh 計算基於位置的範圍二排放。
- 溫室氣體排放量（範圍三）中 1）採購商品與服務：主要依據上游產業鏈的材料結構（未考慮材料利用率），其根據中汽數據公布的碳排放因子測算，以及考慮供應商已遞交 LCA 報告中的數據；2）物流與配送：包括入廠物流、出廠物流、售後物流，不包括出口物流數據，數據依據企業物流結算費用（按單公里、單立方結算），現已拆分為上游及下游運輸和分配；3）售出產品的使用（含直接與間接排放）：按各車型公告油耗與電耗，行駛里程按平均 15 萬公里測算；4）員工通勤：依據吉利汽車下屬企業的通勤大巴與公務用車數據進行測算；5）商務差旅：包括員工在「吉利商旅」上訂購乘坐飛機公務出行以及火車公務出行的數據。
- 平均尾氣排放密度 = 溫室氣體排放量（範圍三）中售出商品的使用 / 當年總銷量 / 15 萬公里。
- 能源消耗數據參考《綜合能耗計算通則》（GB2589-2020）進行計算。直接能源消耗量、間接能源消耗量、能源消耗總量及能源消耗密度，根據《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）、《天然氣》（GB 17820-2018）以及美國國家環境保護局（USEPA）的相關轉換係數計算兆瓦時。
- 直接能源包括：天然氣、汽油、柴油。
- 間接能源包括：可再生能源（光伏發電、水電、風電、直購綠電及購買國際可再生能源證書 I-REC）及非可再生能源（外購電力、外購蒸汽）。
- 本集團污染物排放、水資源使用指標數據源自本集團的監測數據。
- 固體廢棄物循環利用率計算方式為：一般工業固體廢棄物綜合利用量 / 一般工業固體廢棄物產生量，披露範圍僅包含各生產基地。
- 2024 年的取水來源為市政供水、地表水及替代用水（其中 250,461 噸用水來自替代用水）。
- 水資源消耗總量統計方法調整為：總取水量 – 總排水量。
- 總排水量統計方法調整為：工業廢水排放量 + 生活廢水排放量。
- 工業用水資源循環利用率為各整車基地及動力基地綜合平均估算值。
- 按雇員崗位劃分的雇員人數不含極氫的非正式員工（實習生、退休返聘）。
- 雇員的流失率計算方法調整為：期內離職人數 / （期初雇員 + 期內新聘雇員總數）。由於數據追溯困難，2022-2024 年按性別及按年齡組別劃分的雇員流失率，不包含極氫海外員工；2024 年新增按地區劃分的雇員流失率。未來我們將逐步完善數據統計。
- 安全事故數量 = 輕傷事故數量 + 重傷事故數量 + 死亡事故數量。
- 20 萬工時損工事故率 (LTIR) = 損工事故數量 X 200,000 / 全體雇員總工時。全體雇員總工時 = 雇員數量 X 40 小時 X 50 週。
- 供應商數據範圍僅包含吉利品牌、極氫品牌及領克品牌的一級供應商。
- 2024 年日常及不定期飛行審核的供應商數據已將吉利品牌、極氫品牌及領克品牌進行合併。2022-2023 年採用平均數計算，已同步更新披露。
- 供應商培訓總時數統計方法調整，範圍僅包含一級供應商的質量培訓、合規培訓及可持續發展培訓時數總和。
- 千車故障率 12MIS = 前推 12 月生產並銷售的車輛發生的維修 / 前推 12 個月生產並銷售的車輛數 X 1,000。
- IQS = 抱怨數 / 車輛數 X 100。
- 經銷商數據範圍僅包含吉利品牌、領克品牌。
- 合規培訓覆蓋反貪腐、公平競爭、出口管制、人權培訓。

經統計優化，2022 及 2023 年數據已更新。



附錄 3

SASB 汽車可持續會計標準—內容索引

披露議題	披露指標	單位	2023 年	2024 年	頁碼／備註
生產經營活動	TR-AU-000.A	車輛產量 ¹	輛	1,648,515 [#]	2,176,567
	TR-AU-000.B	車輛銷量	輛	1,648,515 [#]	2,176,567
產品安全	TR-AU-250a.1	按地區劃分的，被 NCAP 評為總體安全等級 5 星級的車型佔比	%	中國地區：100 歐洲地區：100	中國地區：100 歐洲地區：100
	TR-AU-250a.2	針對與安全相關的缺陷投訴，已調查的百分比	起	19	11
			%	100	100
	TR-AU-250a.3	召回車輛	輛	22,272	2,539
勞工實踐	TR-AU-310a.1	集體談判協議涵蓋的在職員工百分比	%	100	100
	TR-AU-310a.2	停工次數及總停工天數	次	0	0
天			0	0	
燃油經濟性和使用過程排放	TR-AU-410a.1	以中國銷售數據計算的平均燃油消耗量	升／每百公里	4.51	3.52
	TR-AU-410a.2	1) 零排放車輛（ZEV）銷售數	輛	310,031 [#]	576,488
		2) 混合動力車輛銷售數	輛	已合併在燃油車銷售數中，不單獨披露	已合併在燃油車銷售數中，不單獨披露
		3) 插電混合動力車輛銷售數	輛	152,863	311,747
	TR-AU-410a.3	關於燃油經濟性及排放風險與機遇管理的政策與討論	／	吉利汽車已制定以 2020 年為基準年，2025 年實現單輛車全生命週期碳排放減少 25% 及 2045 年實現碳中和的目標。有關燃油經濟性的討論，具體請見：全生命週期碳管理（P.20-22）；吉利汽車長期關注碳排放與氣候變化的趨勢和宏觀政策部署，並在風險管理流程中納入碳排放與氣候變化相關的風險和機遇。具體請見：「3.4 氣候相關披露」（P.36-43）。	吉利汽車已制定以 2020 年為基準年，2025 年實現單輛車全生命週期碳排放減少 25% 及 2045 年實現碳中和的目標。有關燃油經濟性的討論，具體請見：全生命周期碳目标管理（P.21-22）；吉利汽車長期關注碳排放與氣候變化的趨勢和宏觀政策部署，並在風險管理流程中納入碳排放與氣候變化相關的風險和機遇。具體請見：「3.4 气候相关披露」（P.39-47）。
原料採購	TR-AU-440a.1	與關鍵材料使用相關的風險管理描述	／	關鍵原材料風險管理屬於可持續供應鏈管理的關注重點。本集團將原材料和關鍵礦物作為主要識別的風險項之一，並基於上一財年識別的 14 種關鍵原材料中的重點材料，如鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨開展區塊鏈溯源試點工作。具體請見：關鍵原材料風險管理（P.107）。	關鍵原材料風險管理屬於可持續供應鏈管理章節的關注重點。集團將原材料和關鍵礦物作為主要識別的風險項之一，並基於已識別的 14 種關鍵原材料中的重點材料，如鈷、鋰、鎳、錳、銅、石墨開展區塊鏈溯源試點工作。具體請見：關鍵原材料（含衝突礦產）（P.117）
原料效率和循環使用 ²	TR-AU-440b.1	生產過程產生的所有廢棄物，及回收利用的百分比	噸	174,268	270,410
			%	97.97	97.30
	TR-AU-440b.2	報廢材料的回收重量，及回收利用的百分比	噸	5,837	10,111
			%	—	97.10

1. 吉利汽車採用「以銷定產」的生產模式，故產量數據與銷量數據相同。
2. 本集團設立整車循環製造業務，2024 年報廢材料的回收重量包括：試驗車輛回收（5,807 台）及各基地回收的循環料（1,981.1 噸，其為非生產製造產生的廢鋁、廢銅等廢料），每輛車估計重量為 1.4 噸，回收百分比參考報廢汽車再生資源綜合利用率 97.1%。
為便於準確對比，2023 年銷量數據已將睿藍汽車剔除。



附錄 4

香港聯交所 ESG 報告守則—內容索引

主要範圍、層面、一般披露及關鍵績效指標			頁碼／備註
A: 環境			
層面 A1: 排放物			
一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：		50-61;153
	(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。		
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。		55-61;156-157
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。		48;56-58;156-157
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。		57;156
關鍵績效指標 A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。		49-61
	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		
關鍵績效指標 A1.6	這些目標所採取的步驟。		56-58
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。		49-55;62;153
關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。		33;155-156
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。		5;62-63;157

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			頁碼／備註
關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。		33-35
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。		62-63
關鍵績效指標 A2.5	制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。		39;157
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。		55-63
關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已采取管理有關影響的行動。		55-63
B: 社會			
僱傭及勞工常規			
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：		125-140;154
	(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。		
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。		127;157-158
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。		158



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			頁碼／備註
層面 B2: 健康與安全			
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：		125-126;140-144;
	(a) 政策；及		153-154
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標 B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。		143;158
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。		143;158
關鍵績效指標 B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。		140-144
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。		74;83;88;90;101;
			138-140;143-144
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。		159
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。		159
層面 B4: 勞工准則			
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：		129-130;154
	(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。		
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。		77, 80;127-130
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		129-130
營運慣例			
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。		114-122
	按地區劃分的供應商數目。		114;159

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			頁碼／備註
關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。		114-122
關鍵績效指標 B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。		114-122
關鍵績效指標 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。		115-116;118-122
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、標籤及私隱事宜以及補救方法的：		92-103;154
	(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。		
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。		100
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。		106-107
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。		83-84;154
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。		92-101
關鍵績效指標 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。		84-90
層面 B7: 反貪污			
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：		73-84;154
	(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。		
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。		83



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	73-84
關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	74;83;160
社區		
層面 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。	146-152
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	146-152
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	146-152;160
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。 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	19-20;40-41
策略	氣候相關風險和機遇	42-44
	業務模式和價值鏈	41-44
	策略和決策	41-44
	財務狀況、財務表現及現金流量	42-44
	氣候韌性	45-46
風險管理	發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及厘定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策	46-47
	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）	46-47

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		頁碼／備註
指標及目標	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	46-47
	氣候相關轉型風險	42-43
	氣候相關物理風險	43
	氣候相關機遇	44
	資本運作	42;44
	內部碳定價	41
	薪酬	10-11;41
	行業指標	47
	氣候相關目標	5;19;21;23;25;33;36



附錄 5

GRI 可持續發展報告標準—內容索引

使用說明：吉利汽車控股有限公司在 2024 年 1 月至 2024 年 12 月參照 GRI 標準報告了在此份 GRI 內容索引中引用的信息。

使用的 GRI 1：GRI 1：基礎 2021

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼 / 備註
GRI 2: 一般披露 2021		
2-1	組織詳細情況	3
2-2	納入組織可持續發展報告的實體	3
2-3	報告期、報告頻率和連絡人	3
2-4	信息重述	3;160
2-5	外部鑒證	3;170
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	3;26-27;92-112;114-123
2-7	員工	127;157-159
2-8	員工之外的工作者	127;157
2-9	治理架構與組成	71-72
2-10	最高管治機構的提名與遴選	71
2-11	最高管治機構的主席	71
2-12	在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	8-11
2-13	管理影響責任的授權	8-11
2-14	最高管治機構在可持續發展報告方面的作用	3;8-11
2-15	利益衝突	83
2-16	重要關切問題的溝通	8-11;16
2-17	最高管治機構的集體認識	8-11

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼／備註
2-18	最高管治機構的績效評估	10-11;41
2-19	薪酬政策	10-11;41;71
2-20	決定薪酬的過程	10-11;71
2-21	年度總薪酬比率	10-11;71
2-22	可持續發展戰略的聲明	7
2-23	政策承諾	7-10;76-81;117-120;130;153-154
2-24	融合政策承諾	8;76-81;114-123
2-25	補救負面影響的程序	77-82;118-120;129-131
2-26	尋求建議和提出關切問題的機制	12-13;77-82;118-120
2-27	遵守法律法規	153-154
2-28	協會的成員資格	7;108;113
2-29	利益相關方參與的方法	12-13
2-30	集體談判協定	134
GRI 3: 實質性議題 2021		
3-1	確定實質性議題的過程	12-16
3-2	實質性議題清單	15
3-3	實質性議題的管理	15-16;42-44;51-53



披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼／備註
GRI304: 生物多樣性		
304-1	組織所擁有、租賃、在位於或臨近於保護區和保護區外生物多樣性豐富區域管理的運營點	67-69
304-2	活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響	68
304-3	受保護或經修復的棲息地	68
304-4	受運營影響區域的棲息地中已被列入 IUCN 紅色名錄及國家保護名冊的物種	68
GRI305: 排放		
305-1	直接 (範疇 1) 溫室氣體排放	155
305-2	能源間接 (範疇 2) 溫室氣體排放	155
305-3	其他間接 (範疇 3) 溫室氣體排放	155
305-4	溫室氣體排放強度	155
305-5	溫室氣體減排量	23-39
305-6	臭氧消耗物質 (ODS) 的排放	N/A
305-7	氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大氣體排放	58-59;156
GRI306: 廢棄物		
306-1	廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	55-56
306-2	廢棄物相關重大影響的管理	55-58
306-3	產生的廢棄物	55-58;156-157
306-4	從處置中轉移的廢棄物	55-58;156-157
306-5	進入處置的廢棄物	48;55-58;156-157
GRI308: 供應商環境評估		
308-1	使用環境標準篩選的新供應商	115
308-2	供應鏈對環境的負面影響以及採取的行動	114-122
社會		
GRI401: 僱傭		
401-1	新進員工和員工流動率	127;157-158

披露議題 / 披露項	披露項標題	頁碼／備註
401-2	提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	135-140
401-3	育兒假	137
GRI402: 勞資關係		
402-1	有關運營變更的最短通知期	N/A
GRI403: 職業健康與安全		
403-1	職業健康安全管理體系	140-144
403-2	危害識別、風險評估和事件調查	140-142
403-3	職業健康服務	143-144
403-4	職業健康安全事務：工作者的參與、協商和溝通	143-144
403-5	工作者職業健康安全培訓	141-144;159
403-6	促進工作者健康	140-144
403-7	預防和減輕與商業關係直接相關的職業健康安全影響	140-144
403-8	職業健康安全管理體系適用的工作者	140-144
403-9	工傷	143;158-159
403-10	工作相關的健康問題	140-144
GRI404: 培訓與教育		
404-1	每名員工每年接受培訓的平均小時數	138-140;159
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	138-140
404-3	定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	138-140;159
GRI405: 多元化與平等機會		
405-1	管治機構與員工的多元化	71;131-133
405-2	男女基本工資和報酬的比例	136
GRI406: 反歧視		
406-1	歧視事件及採取的糾正行動	128-134



附錄 6

ISSB IFRS S1 —內容索引

披露內容			披露章節	頁碼		
核心內容	治理	負責監督可持續相關風險和機遇的治理機構或個人	2.2.1 管治架構	8		
			3.4.1 治理	40-41		
			4.1.1 治理	49		
			5.3 合規與道德	73-74		
			6.1.1 治理	92		
			7.1 可持續供應鏈	114		
			8.1 人力資本管理	125		
			2.2.2 治理機制	10		
		描述管理層在評估和管理可持續相關 風險和機遇中的角色	3.4.1 治理	40-41		
			4.1.1 治理	49		
			5.3 合規與道德	73-74		
			6.1.1 治理	92		
			7.1 可持續供應鏈	114		
			8.1 人力資本管理	125		
			戰略	可持續相關風險和機遇	2.3.3 ESG 重要性議題	14-16
					3.4.2 戰略	41-44
	4.1.2 戰略	49				
	5.3 合規與道德	74; 76; 80; 82				
	6.1.2 戰略	93-94				
	7.1.1 供應鏈 ESG 風險識別與評估	115-117				
	8.1 人力資本管理	125-126				
	商業模式和價值鏈	2.3.3 ESG 重要性議題			14-16	
		3.4.2 戰略			41	
		4.1.2 戰略			49	
		6.1.2 戰略			92	
		8.1 人力資本管理	125			
	戰略和決策		2.3.3 ESG 重要性議題	14-16		
3.4.2 戰略			41			
財務狀況、財務業績和現金流量		2.3.3 ESG 重要性議題	14-16			
		3.4.2 戰略	42-44			
		4.1.2 戰略	51-53			
		2.3.3 ESG 重要性議題	14-16			
韌性		3.4.2 戰略	45-46			
		2.3.3 ESG 重要性議題	14-16			
風險管理	用於識別、評估、優先考慮和監控可持續相關風險的流程和相關政策程	2.3.3 ESG 重要性議題	14-16			
		3.4.3 風險管理	46-47			
		4.1.3 風險管理	55			
		5.3.1 合規管理	73			
		5.3.2 出口貿易合規	75			
		5.3.3 人權與勞工權益	79			
		5.3.4 反賄賂與反貪腐	82			
		5.4. 數據責任與隱私保護	86;89			

披露內容		披露章節	頁碼
	主體用於識別、評估、優先考慮和監控可持續相關機遇的流程	6.1.3 風險管理	94-95
		7.1.1 供應鏈 ESG 風險識別與評估	115-117
		8.1 人力資本管理	126
		2.3.3 ESG 重要性議題	16
		3.4.3 風險管理	46-47
		4.1.3 風險管理	55
		5.3.1 合規管理	74
		5.3.2 出口貿易合規	76
	主體在多大程度上以及如何將識別、評估、優先考慮和監控可持續相關風險和機遇的流程整合至整體風險管理流程，並影響其整體風險管理流程	5.3.3 人權與勞工權益	80-81
		5.3.4 反賄賂與反貪腐	82-83
		5.4 數據責任與隱私保護	86
		7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對	117-120
		8.1 人力資本管理	126
		3.4.3 風險管理	46-47
		5.3.1 合規管理	74
		5.3.2 出口貿易合規	76
指標與目標	針對每項可合理預期影響主體前景的與可持續性相關的風險和機遇進行披露	5.3.3 人權與勞工權益	80-81
		5.3.4 反賄賂與反貪腐	82-83
		5.4 數據責任與隱私保護	85-86
		7.1.2 供應鏈 ESG 風險緩解與應對	117-120
		8.1 人力資本管理	126
		2.4 ESG 指標和目標	17
		3.4.4 目標與指標	47
		4.1.4 目標與指標	55
	主體為監測實現戰略目標的進展情況而設定的目標信息，以及法律法規要求其達到的任何目標	5.3.1 合規管理	74-75
		5.3.3 人權與勞工權益	78
		5.3.4 反賄賂與反貪腐	83
		5.4 數據責任與隱私保護	88-90
		6.1.4 指標與目標	102-103
		7.1.3 供應商 ESG 表現評價	120
		8.1 人力資本管理	126
		3.1 氣候戰略及目標	19
	3.2 全生命周期碳管理	21	
	3.3.1 使用端減碳	23	
	3.3.2 制造端減碳	33	
	3.3.3 供應端減碳	36	
	6.1.4 指標與目標	102-103	
	7.1.4 供應鏈 ESG 風險溝通、整改及補救	120-121	
	8.1 人力資本管理	126	



附錄 7

核實聲明

範圍及目的

香港品質保證局獲吉利汽車控股有限公司（下稱「吉利汽車」）委託為其 2024 年度 ESG 報告（「報告」）中所述的關鍵績效指標（“選定披露”）進行獨立核實工作。選定披露涵蓋了 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間的信息，代表了吉利汽車的可持續發展表現。核實工作的目的是為以下範圍編寫的選定披露提供獨立的有限保證意見：

涵蓋的數據範圍和期間

a. 溫室氣體排放：		e. 僱員人數及分佈	
• 溫室氣體排放量（範圍一）	• 溫室氣體排放量（範圍二）	• 年末員工總人數	• 新聘員工數量
• 溫室氣體排放量（範圍三）(採購商品與服務，上游運輸與配送，下游運輸與配送，售出商品的使用，員工通勤， 商務差旅)	• 溫室氣體排放總量（範圍 1+2+3）	• 吸納應屆畢業生就業人數	• 年末少數民族員工
• 溫室氣體排放密度（範圍 1+2+3）	• 平均尾氣排放密度	• 按僱傭類型劃分的年末員工分佈	• 按性別劃分的年末員工分佈
		• 按年齡組別劃分的年末員工分佈	• 按地區劃分的年末員工分佈
		• 按僱員崗位劃分的年末員工分佈	
b. 能源資源使用：		f. 僱員流失	
• 可再生電力	• 天然氣	• 離職員工總數	• 總員工流失率
• 汽油	• 柴油	• 按性別劃分員工流失率	• 按年齡組別劃分員工流失率
• 外購電力	• 外購蒸汽	• 按地區劃分員工流失率	
• 直接能源消耗量	• 間接能源消耗量	g. 健康安全	
• 能源消耗總量	• 能源消耗密度	• 安全事故數量	• 20 萬工時損工事故率 (LTIR)
c. 污染物排放：		• 因工傷死亡人數	• 百萬工時死亡率
• 氮氧化物 (NOX) 排放量	• 二氧化硫 (SO2) 排放量	• 因工傷損失工作天數	• 重傷事故率
• 揮發性有機物 (VOCs) 排放量	• 非甲烷總烴 (NMHC) 排放量	• 輕傷事故率	• 職業病事故數量
• 顆粒物排放量	• 化學需氧量 (COD) 排放量	• 職業病比例	• 工傷率
• 氨氮排放量	• 工業廢水排放量	• 缺勤率	• 因安全事故造成的經濟損失
• 工業廢水排放密度	• 生活廢水排放量	h. 發展與培訓	
• 生活廢水排放密度	• 無害固體廢棄物產生總量	• 組織員工培訓的總小時數	• 員工培訓覆蓋率
• 危險廢棄物產生總量	• 無害固體廢棄物產生密度	i. 按地區劃分的供應商	
• 危險廢棄物產生密度	• 固體廢棄物循環利用率	• 供應商總數	• 按地區劃分的供應商比例
• 固體廢棄物達標排放率	• 主要污染物達標排放率	j. 供應商管理	
d. 水資源使用：		• 開展日常及不定期飛行審核的供應商比例	• 供應商培訓總時數
• 生產用水消耗量（新水）	• 總用水量	• 供應商簽署吉利《供應商行為準則》比例	
• 總用水量密度	• 水資源消耗總量		
• 總水資源消耗密度	• 總取水量		
• 總排水量	• 工業用水資源循環利用量		
• 工業用水資源循環利用率			

數據範圍涵蓋 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間。



保證程度和核實方法

香港品質保證局的核實程序是參考國際審計與核證準則委員會發佈的《國際核證聘用準則 3000》（修訂版）「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」（“ISAE 3000”）進行的。證據收集過程採用基於風險的方法來獲得 ISAE 3000 中規定的有限保證水平。

- 我們的核實程序包括但不限於：
- 對報告中的可持續發展信息進行抽樣，例如相關聲明和表現數據，用於詳細驗證；
 - 核實選定的可持續發展信息樣本的原始數據資料及相關支持證據；
 - 訪問相關負責人員；和
 - 檢查內部控制機制。

角色和責任

吉利汽車負責相關的信息系統，依照該系統建立和維護記錄和報告程序，包括可持續發展信息和表現的計算和確定。香港品質保證局核實小組負責對吉利汽車報告期間內的選定披露作出獨立核實意見。核實是根據吉利汽車與香港品質保證局雙方同意的核實範圍、目的和標準進行。

獨立性

香港品質保證局沒有參與收集和計算此報告內的數據或報告內容的編制。就提供此報告核査服務而言，核實過程是完全獨立的。香港品質保證局與吉利汽車之間並無任何會影響核實公正性的關係。

局限性和除外情況

- 由於服務範圍、核實標準的性質和核實方法的特點，本次核實存在以下局限性和除外情況：
- i. 核實範圍僅限於驗證有關原始數據或資料轉錄和轉換至報告中所披露的可持續發展信息，例如報告中所述的聲明和表現數據。由於有關的科學和技術知識不完整，可持續發展信息可能存在本質上的不確定性。
 - ii. 評估可持續發展措施的執行質素和實施有效性、估算方法和技術的適宜性並不包括在核實範圍之內。
 - iii. 原始數據或資料的核實是採用抽樣方法並信賴客戶的陳述，因此，可能會存在未被發現的錯誤或錯誤陳述的情況。
 - iv. 核實不包括任何超出核實時間覆蓋範圍的信息或資料。

結論

根據核實過程所獲得的證據和結果，核實組作出有限保證結論。核實組未有任何發現使我們相信該選定披露數據，實質上不正確。

香港品質保證局代表簽署

沈小茵

審核主管
2025 年 4 月