# INSPIRE GREATER FUTURE

## 2025 環境、社會及管治報告

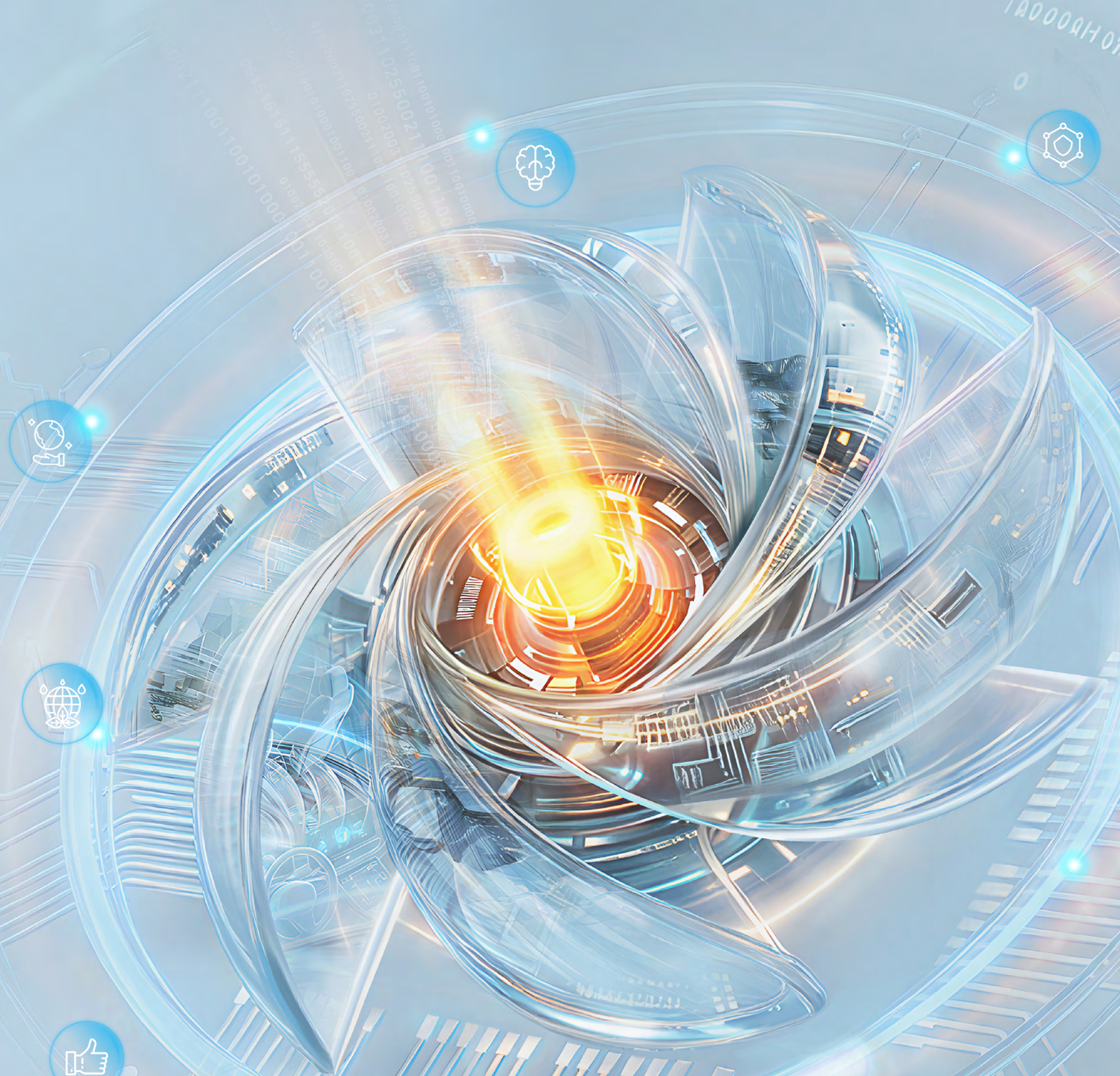
GEELY

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(人民幣櫃檯)



# 目錄


關於本報告 03
可持續發展委員會主席致辭 04

1 ESG 績效摘要

2 ESG 管理
2.1 可持續發展願景 08
2.2 ESG 管治 10
2.3 風險與機遇管理 13
2.4 ESG 指標和目標 21
2.5 可持續金融 21

3 氣候中和
3.1 氣候戰略及目標 23
3.2 全生命周期碳管理 25
3.3 減碳行動實施 27
3.4 氣候相關披露 43

4 自然受益
4.1 自然資本 55
4.2 污染與廢棄物管理 61
4.3 水資源管理 67
4.4 循環經濟 69
4.5 生物多樣性保護 75

5 治理與道德
5.1 企業管治 79
5.2 風險管理與內部控制 81
5.3 合規與道德 81
5.4 數據責任與隱私保護 93

6 消費者利益
6.1 產品質量與安全 104
6.2 可持續服務 117
6.3 可持續智能出行 124

7 可持續價值鏈
7.1 可持續供應鏈 130
7.2 負責任經銷商 143
7.3 行業協同發展 144

8 員工權益
8.1 人力資本管理 148
8.2 人才僱傭 150
8.3 員工權利 153
8.4 員工薪酬與福利 162
8.5 員工培訓與發展 164
8.6 職業健康與安全 168

9 社區公益
9.1 生態友好 177
9.2 優質公平教育 178
9.3 應急賑災 179
9.4 弱勢幫扶 179
9.5 文化傳播 180
9.6 社區發展 181
9.7 鄉村振興 183

附錄 1 適用的法律法規及相關標準清單 184
附錄 2 ESG 關鍵績效指標 186
附錄 3 SASB 汽車可持續會計標準—內容索引 194
附錄 4 聯合國指導原則報告框架—內容索引 196
附錄 5 香港聯交所 ESG 報告守則—內容索引 198
附錄 6 GRI 可持續發展報告標準—內容索引 201
附錄 7 ISSB IFRS S1 —內容索引 205
附錄 8 獨立核證報告 207

# 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」）發佈的第六份獨立的環境、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 2025 年 1 月 1 日至 2025 年12 月 31 日（簡稱「報告期」「本年度」或「2025 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（含吉利銀河、吉利中國星）、領克品牌和極氪品牌。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）、國際可持續發展準則理事會（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）參考國際核數及核證準則委員會發佈的《國際核證業務準則第 3000 號（修訂版），審計或審閱歷史財務資料以外的核證業務》，對 ESG 關鍵績效指標進行獨立核證。

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 2026 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 2025」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

2025 年，是本集團 ESG 戰略目標進展的首個關鍵之年。我們錨定本集團 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」，穩步推進各項關鍵行動落地見效。本年度，我們持續深化 ESG 議題評估與人權風險排查，正式發佈多項 ESG 專項政策，堅守持續改進的承諾，推動運營管理全面契合可持續發展與合作共贏的時代理念，為全球可持續發展目標的實現貢獻力量。我們的這份堅守和在 ESG 領域的卓越表現獲得了全球權威 ESG 評級機構的廣泛認可：我們首次被選入標普《全球可持續發展年鑒》（國際版），躋身全球僅 8 家入選的汽車製造商中唯一中國車企，在標普全球企業可持續發展評估中，蟬聯中國企業前 1% 及中國汽車製造業第 1 名；首登 Lead the Charge 汽車供應鏈 ESG 評級亞洲車企第一名；連續三年作為唯一中國車企入選恒生可持續發展企業指數。

應對氣候變化是吉利汽車的戰略核心，2025 年，我們超額完成「單車全生命周期減碳 25%」（以 2020 年為基準年）的減碳目標，并穩步向 2045 年實現碳中和的目標邁進。面對全球氣候演進帶來的風險與機遇，我們主動擔當，連續三年站上聯合國氣候變化大會（COP）舞台，并全力支持巴黎協定 1.5 度路徑，與國際社會共商綠色未來。在多元技術路徑上，我們全面擁抱新能源與智能化，佈局純電、混動、醇氫電動等領域，在超額完成全年 300 萬總銷量目標下，2025 年本集團新能源汽車銷量同比增長 90%，達至 168.8 萬輛，占總銷量 56%。

生態優先、循環經濟是吉利汽車的自然受益基石，我們正帶動全價值鏈守護生物多樣性與資源閉環。2025 年，我們完善了《零毀林聲明》《環境聲明》《生物多樣性聲明》等 ESG 相關政策的發佈，進一步將可持續發展及生態保護的承諾融入價值鏈各個環節。我們持續加大業務協同，與外部專業機構成立「汽車可持續材料聯合研究實驗室」，重點攻堅車用可持續材料核心技術、構建汽車材料閉環循環生態、健全車用可持續材料溯源管理體系。同時，我們加入「中國新能源汽車動力電池回收利用產業協同發展聯盟」，并獲「年度動力電池回收利用政策研究突出貢獻企業」榮譽，以行業擔當推動循環經濟高質量發展。

我們推進「全域安全 2.0」與「全域 AI」技術深度融合，以「安全平權」和「智能普惠」守護每一個用戶的平安出行，引領全球智能汽車的時代變革。我們於 2025 年建成并向行業開放了全球最大、測試功能最完善的「吉利全球全域安全中心」，并斬獲 5 項吉尼斯世界™ 紀錄稱號。同時，我們發佈行業首個《智能汽車全域安全發展白皮書》，開放一鍵破窗、電池底部安全專利等多項成果。我們的安全管理拓展至「人—車—路—雲—星」出行生態，系統統籌駕駛安全、主動安全、被動安全、救援安全、新能源安全等關鍵維度。31 款在售車型獲國內外權威安全認證，自研神盾金磚電池通過極端工況 36 項安全測試。2025 年也是「智能吉利 2025」戰略收官之年，我們加速全域 AI 上車，持續推動輔助駕駛、智能座艙和整車智能化領域的深度融合與規模化應用。千里浩瀚輔助駕駛系統提供不同的方案，覆蓋全場景需求；雷神 AI 電混 2.0 引領電混正式進入 AI 時代；以及 Eva 超擬人情感智能體、AI 數字底盤、GEA 架構等一系列創新成果相繼落地，將 AI 智能化的體系能力轉化為用戶可感知、可信賴的真實體驗。在釋放 AI 潛力的同時，我們堅守安全性、可靠性、可控性與公平性原則，建立 AI 全生命周期流程管理體系，成為汽車行業首批通過 ISO 42001:2023《人工智能管理體系》認證的企業，推動負責任 AI 治理與安全智能協同發展。

穩健的治理體系是企業行穩致遠的壓艙石，我們以負責任供應鏈和合規道德體系夯實可持續發展根基。2025 年，我們新委任一名女性獨立非執行董事，超額完成董事會女性比例 30% 的目標。在供應鏈端，我們正式發佈《可持續供應鏈盡職調查管理政策》，建立涵蓋所有重大 ESG 議題及各供應鏈層級的負責任商業盡職調查管理流程，推動價值鏈的透明度和追溯性提升，以可持續的方式開展商業活動。同時，我們遵守國際人權與勞工標準，保障員工健康與多元權益，堅持公正轉型與性別平等，規劃人才發展戰略，完善人才培養機制，使助力員工在新能源、數字化、全球化浪潮中持續成長。

這一年裏，我們完成了吉利、領克、極氪三大品牌的協同整合，這是吉利發展史上的重要里程碑，也是我們站在時代風浪中韌穩行遠的強大動力。展望未來，整裝再出發的「一個吉利」，將繼續篤行長期主義，執著堅守品質，持續以新能源汽車和智能化技術創新破局，以全球化視野謀發展，以綠色發展為核心準則，推動可持續發展深度融入企業發展，持續強化相關風險防控與搶抓機遇。我們亦將帶動全價值鏈協同進階，凝聚合力在環境保護與社會發展中發揮更大作用，攜手各方共同打造安全、綠色、可持續的汽車產業生態，為全球汽車產業高質量發展貢獻吉利力量。

**淦家閱**

可持續發展委員會主席

2026 年 4 月 28 日

# 1 ESG 績效摘要

## 環境 E

### 碳排放與氣候變化

長期目標：2045 年碳中和

**碳排放**
**超額完成 2025 年減碳目標**

目標
↓ 25%

完成進展：
↓ 25.5%
單輛車全生命週期碳排放 *

**使用端減碳**

使用端
碳排放密度 *
↓ 32%

新能源汽車 # 銷量
168.8 萬輛
同比↑ 90%

新能源汽車 # 佔總銷量
56%
同比↑ 15 個百分點

**製造端減碳**

整車製造端
碳排放密度 *^
↓ 61%

整車基地
能耗密度 *
↓ 35%

整車基地可再生電力使用佔比
100%

**供應端減碳**

新能源車系供應端
平均碳排放 *
↓ 26%

燃油車系供應端
平均碳排放 *
↓ 9%

供應商碳排放
↓ 147.6 萬噸

### 自然受益

國家級「綠色工廠」
15 個

「無廢工廠」
12 個

整車基地獲 ISO 14001 環境管理體系認證
100%

整車基地危廢產生密度同比
↓ 16%

整車基地工業廢水排放密度同比
↓ 35%

整車基地開展自然受益管理成熟度評價
100%

* 對比 2020 年基準年　# 包括純電動汽車及插電混動汽車　^ 僅納入 2025 年三家零碳工廠的碳抵消

## 社會 S

### 產品質量與安全

**11 款在售車型獲 C-NCAP 五星**
Euro-NCAP：8 款
ANCAP：4 款　ASEAN NCAP：8 款

**吉利全域安全中心**
斬獲 5 項吉尼斯世界™ 記錄

**J.D. Power 2025 中國汽車智能化體驗研究（TXI）**
領克品牌、極氪品牌分別獲得其細分市場第一名

### 可持續價值鏈

供應商簽署《吉利供應商行為准則》
98%

高風險供應商盡職調查覆蓋率
100%

供應商完成衝突礦產報告模板（CMRT）
171 家

觸達的次級（含二級及以下）供應商數量
283 家

### 員工

員工滿意度（可持續敬業度）
85 分

員工公正轉型滿意度
88 分

電動化和數字化培訓
331 萬小時

整車基地獲 ISO 45001 職業健康安全管理認證
100%

20 萬工時損工事故率（LTIR）
0.05/ 20 萬工作小時

長期股權激勵計劃累計覆蓋
> 2 萬人

## 管治 G

**超額完成董事會性別多元化目標**

女性董事佔比
33%

獨立非執行董事佔比
44%

100%
獨董組成審核委員會、提名委員會及薪酬委員會，並且**均至少包括 2 名女性成員**

# ESG 荣誉

**標普全球企業可持續發展評估**

- 可持續發展年鑒 2026（全球版）：首次入選及唯一中國車企，位列全球汽車制造業第 5 名，獲「行業最佳進步企業」
- 可持續發展年鑒 2026（中國版）：蟬聯中國企業最佳 1%，蟬聯中國汽車制造業第 1 名

恒生可持續發展企業指數系列 2025 - 2026成份股

**恒生可持續發展企業指數**

- 連續三屆入選
- 入選恒生 ESG 50 指數、恒生可持續發展企業基准指數
- ESG 評級：AA-

中国ESG发布 企业社会责任

**中央廣播電視台**

- 「中國 ESG 上市公司先鋒 100（2025）」：蟬聯三年中國車企第一，榜單第 6 名，獲五星級評價
- 「中國 ESG 上市公司長三角先鋒 100（2025）」：榜單第 1 名

Lead the Charge

**Lead the Charge**
**汽車供應鏈 ESG 評級**

- 首登亞洲車企第 1 名
- 蟬聯三屆中國車企第 1 名

Climate CDP 2025 B

**CDP 評級 - 氣候**

- B，蟬聯中國車企最高評級

Corporate ESG Performance Prime
RATED BY ISS ESG

**ISS ESG 企業評級**

- 汽車行業「優秀表現等級」

FTSE4Good

**富時社會責任指數**

- 蟬聯四屆入選成分股

Wind ESG 吉利汽车 2025评级 AAA

**Wind ESG 評級**

- AAA，蟬聯中國企業最高評級，中國車企第 1 名

HKBSI Hong Kong Business Sustainability Index 2024 香港企業可持續發展指數 2024 Pace-setter

**香港企業可持續發展指數**

- 首 13 名及前驅者評級

*ESG 评级截至 2026 年 4 月 28 日　# 更多 ESG 榮譽及獎項，詳見「2.4 ESG 指標和目標」

# 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

1 无贫穷 2 零饥饿 3 良好健康与福祉 4 优质教育 5 性别平等 6 清洁饮水和卫生设施 7 经济适用的清洁能源 8 体面工作和经济增长
9 产业、创新和基础设施 10 减少不平等 11 可持续城市和社区 12 负责任消费和生产 13 气候行动 14 水下生物 15 陆地生物 16 和平、正义与强大机构 17 促进目标实现的伙伴关系

## 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」為使命，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，並携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。

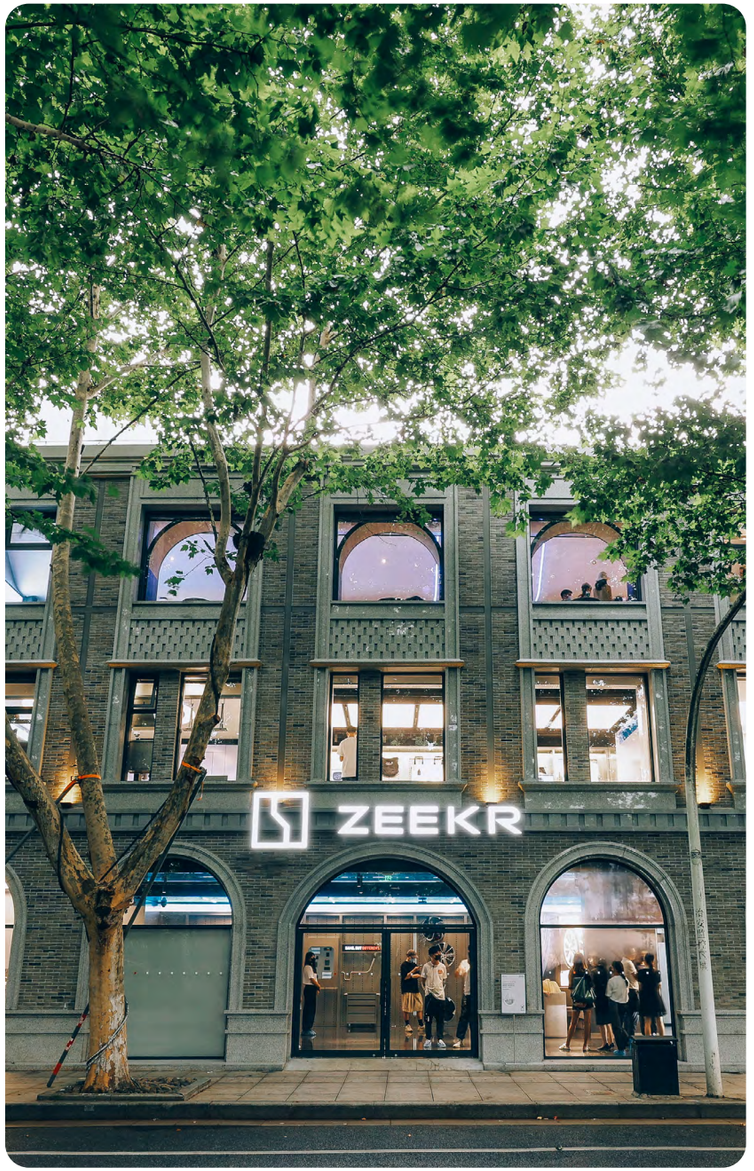
本集團的母公司吉利控股集團作為聯合國全球契約組織的企業成員，以及「可持續市場倡議」的中國理事會理事單位，持續在可持續發展領域開展多項合作，並連續 3 年積極參與聯合國氣候變化大會等相關可持續論壇及活動。作為吉利控股集團的一員，本集團承諾持續改進，使其運營及準則更加符合全球契約關於人權、勞工、環境和反腐敗的十項原則，並通過與多利益相關方的常態化交流，不斷深化綠色智能發展與合作共贏的理念，致力於推進可持續發展目標的實現。

基於全球可持續發展趨勢及國際可持續發展準則要求，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，我們搭建利益相關方溝通渠道，積極瞭解和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 六大戰略方向，並以 2025 年為 ESG 戰略目標的首個關鍵年，推動相關關鍵行動的落地實施。我們將以本集團 2030 戰略為核心，在 ESG 六大戰略方向的基礎上優化升級，制定 2030 年 ESG 戰略規劃。ESG 戰略制定過程考慮了包括但不限於以下因素：

- 本集團的願景及整體戰略
- 我國的經濟社會發展戰略部署及遠景目標
- 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
- 緊追 ESG 及政策趨勢、對標領先企業
- 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 2030 年減碳目標
- 向符合巴黎協定 1.5 度目標推進
- 2045 年碳中和

**2025 年核心目標進展**

✓單車全生命周期碳排放↓ 25.5%（對比 2020 年），超額完成減碳目標
✓新能源汽車銷量占比 56%（同比↑ 90%），超額完成銷量目標
✓3 家整車基地獲得「零碳工廠」認證，已完成目標

### 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

**2025 年核心目標進展**

✓100% 整車基地開展自然受益管理成熟度評價
✓發佈《零毀林聲明》《環境聲明》及《生物多樣性聲明》

### 共榮發展

**以「讓世界充滿吉利」為使命**

- 員工
- 消費者
- 商業夥伴
- 社區

**2025 年核心目標進展**

✓面向 100% 員工開展《員工多元化政策》培訓
✓100% 高可持續發展風險供應商完成盡職調查
✓100% 國內經銷商《負責任營銷原則》《行為準則》培訓覆蓋率

### 全域安全

**以「生命零傷亡、健康零危害、財產零損失、隱私零泄露」為宗旨**

- 全道路使用者
- 新能源及智能出行安全

**2025 年核心目標進展**

✓升級「全域安全 2.0」
✓吉利全球全域安全中心，斬獲 5 項吉尼斯世界紀錄 ™ 稱號

### 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

**2025 年核心目標進展**

✓「全域 AI」「千裏浩瀚」輔助駕駛系統，賦能安全平權

### 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

**2025 年核心目標進展**

✓女性董事占比 33%，超額完成董事性別多元化目標
✓面向 100% 員工開展《行為準則》《反腐敗政策》培訓

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 2025 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

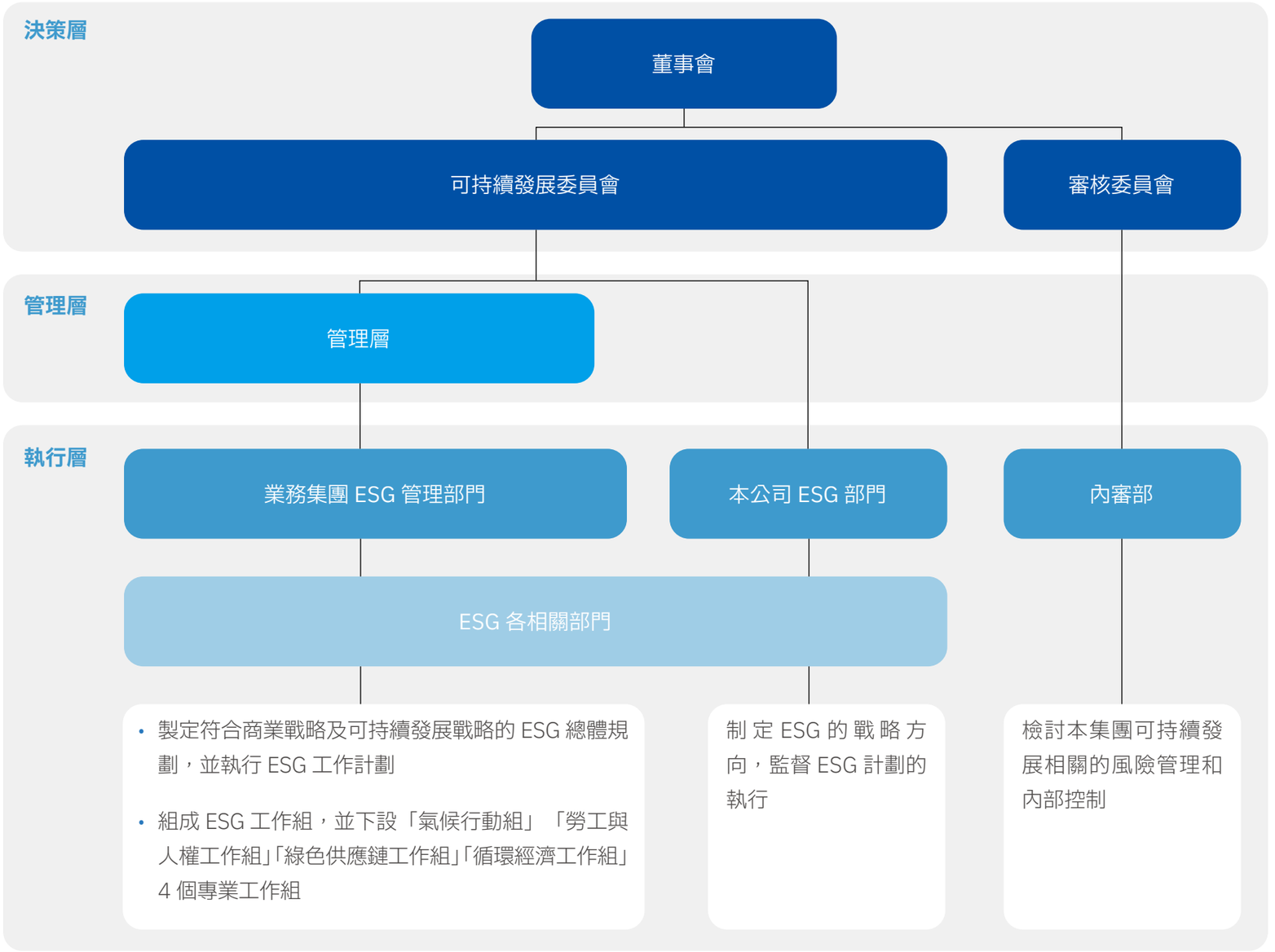
董事會對本集團 ESG 相關事宜擁有最高級別的監督與決策權，負責：

- 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（包括但不限於：可持續發展的戰略、風險與機遇、ESG 報告及相關政策，以及成員委任）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，並向董事會提供建議；
- 審閱年度 ESG 報告及 ESG 相關政策，並向董事會提出建議以供批准；
- 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，可持續發展委員會新委任 1 名女性獨立非執行董事擔任的成員。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。可持續發展委員會的主席和成員擁有汽車行業財務管理、企業文化、上市合規、資本市場、新聞傳播、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，協助其更有效地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，以瞭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够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策略及可持續發展戰略的 ESG 總體規劃。

本集團旗下業務集團設立 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；
- 協助管理層制定 ESG 相關的考核評估機制，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 ESG 重要性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：

- 研究其負責 ESG 議題的相關政策趨勢和行業動態；
- 制定其負責 ESG 議題的工作實施規劃；
- 建立其負責 ESG 議題的相關運行機制、流程；
- 推動和監督各業務集團合作夥伴履行其負責 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財務監控、內部控制及風險管理系統，包括與 ESG 風險相關的系統，並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部審計部將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，以評估其有效性。

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：

- 2025 年度 ESG 績效表現、行業對標及重點提升方向；
- 董事會雙重重要性評估及利益相關方 ESG 調研問卷；
- ESG 六大戰略方向及關鍵行動的目標進展及完成情況；
- 年度碳目標進展、差距分析及未來規劃；
- 審閱可持續發展委員會職權範圍、新增及修訂的 ESG 相關政策（包括《員工多元化政策》《零毀林聲明》《生物多樣性聲明》《可持續供應鏈盡職調查管理政策》《環境聲明》等）；
- 向董事會建議可持續發展委員會成員任命事宜；
- 上市公司體系下的 ESG 多方協同工作機制；
- 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。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、媒體及其他公衆交流本公司的 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 調研問卷，包括雙重重要性評估（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。

### 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 管理評估方案，推進 ESG 績效考核與薪酬激勵掛鉤。報告期內，本集團 ESG 考核評價體系圍繞「組織管理與運行」「ESG 計劃與落實」「碳管理」，以及考慮到 ESG 戰略領域創新舉措的「其他」四大領域展開，均實行季度過程評價、年度結果兌現的考核機制，其中「碳管理」同步實行月度數據收集。評價結果將納入涵蓋戰略、研發、采購、銷售、人力、安全環保、數智化等 20 餘個職能部門的績效考核，以此與薪酬激勵體系掛鉤。

所有評價指標均采用計分制，根據各項指標的達成情況、工作開展質量及信息提報的及時性、完整性進行量化評分，針對未達要求或未開展工作的予以相應扣分，對超額完成減排目標或在 ESG 領域取得創新突破的給予加分激勵，推動 ESG 戰略目標在各業務單元的深度融入與有效落地。

- 「組織管理與運行」聚焦「ESG 風險管理」與「ESG 與業務融合」，年度評價各相關部門在業務層面 ESG 風險識別、評估及管控的落實情況，以及將戰略目標（如女性管理層比例、高風險供應商盡職調查比例、《行為准則》等培訓經銷商覆蓋率、單車危廢產生量下降比例等）融入業務的達成情況。
- 「ESG 計劃與落實」評價圍繞「工作計劃管理」和「信息管理」，季度評價相關部門 ESG 工作計劃制定與目標達成情況，並考核相關部門 ESG 信息提報的及時性與完整性。
- 「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」）。除最高管理層外，本集團亦面向各權責部門設定了系統的碳管理評價體系，涵蓋年度減排目標、五年減碳規劃、碳盤查三大維度。年度減排目標按制造端（單車能耗下降、可再生電力使用、光伏裝機容量）、供應端（燃油 / 新能源車系減排、循環材料應用）、使用端（新能源車銷量）拆解至各對應的責任部門，實行覆蓋月度、季度以及年度的評價機制。若部門的年度完成率低於 80% 則不得分，我們將根據開展情況（從未開展至超額完成）實行相應加分或扣分機制。

- 同時，我們聚焦 ESG 戰略領域的創新引領能力，「其他」考核維度旨在評價對本集團 ESG 領域提出具有示範效應的創新舉措，或取得重大突破、顯著提升本集團 ESG 核心競爭力的成果，將視貢獻程度給予加分激勵。

### 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，本集團面向全員開展可持續發展相關培訓，培訓總時數達 31,187 小時；其中包含面向 100% 員工開展《行為準則》《反腐敗政策》《員工多元化政策》的 ESG 相關政策培訓，培訓總時數達 14,639 小時。員工考試通過率分別達 93.2%（合規類）與 98.2%（多元化類），進一步夯實了全員 ESG 合規文化建設與多元化發展的理念。

同時，為契合本集團全球化發展戰略，我們將業務出海涉及的核心可持續發展議題納入 ESG 專項培訓中。報告期內，我們重點圍繞勞工與人權、人權風險評估以及碳管理等議題開展了一系列的專項培訓。

我們重點面向人力、供應鏈，以及安環等部門超過 25 名關鍵崗位的員工，開展了 2 場針對企業自身運營及供應鏈人權的培訓；其中開展了為期 1 周的人權風險合規管理專項培訓，顯著提升了參訓人員的人權風險識別、評估與應對能力，為本集團構建完善的人權風險管控體系奠定了堅實基礎。我們亦為企業內部碳管理人員提供專業技能培訓課程，聘請中汽數據中心作為外部培訓機構，為我們開展碳管理課程專項培訓，本集團共 31 人通過該課程培訓獲得了碳減排工程師資質和證書。

## 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 2025》的《企業管治報告》的「風險管理及內部控制」及本報告「5.2 風險管理與內部控制」。本集團於《年度報告 2025》將「因氣候變化及監管環境變動而受到重大不利影響」列為面對的主要風險及不明朗因素之一。

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 ESG 重要性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 ESG 重要性議題進行優先排序，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；
  - 采用 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並及時處理。業務集團 ESG 管理部門及各 ESG 專業工作組也會持續瞭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部審計部負責 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》《可持續供應鏈盡職調查管理政策》等）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取相關信息。

## 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，致力於構建更具動態性、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：

- **優化雙重重要性評估：**報告期內，我們繼續采用雙重重要性評估方法，邀請 8 個重要利益相關方類別（2025 年新增「合作機構」，如基金會、NGO 等），從「本集團在 ESG 議題方面的承諾與實踐對外部經濟、環境、社會的影響」（即「影響重要性」）和「本集團在 ESG 議題方面的承諾與實踐對自身財務的影響」（即「財務重要性」）兩個維度進行雙重重要性評估。2025 年，我們重點參考雙重重要性相關指導文件、其他企業披露等，在維持原有 17 個 ESG 重要性議題的基礎上，緊隨行業和公司前沿趨勢以及利益相關方的最新關注，將人工智能、數據安全、公正轉型等最新要素融入議題及相關描述中；同時，我們統一了議題描述格式及風格，使之更客觀中立和無引導，並提供本集團在 ESG 議題方面的實踐概要，使利益相關方準確理解議題內涵。我們在「員工」問卷中增設公司及部門必填項，以鎖定關鍵議題相關部門參與度，同時，為「經銷商」補充銷售品牌選項、為「消費者」補充車主品牌選項，以進一步細化利益相關方對不同品牌的評估建議。此外，我們更細化了議題在影響程度和影響發生可能性的評估維度（包括正面、負面、實際、潛在、風險、機遇），並提供更新示例，使利益相關方進行綜合全面的評估。對具有「財務重要性」的 ESG 議題，我們詳細分析其影響類型、影響範圍、風險或機遇類型，以及影響周期等，詳見「2.3.3 ESG 重要性議題」。
- **擴大人權議題評估範圍：**深入瞭解國內和海外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，以進一步采取相關改進措施。2025 年，我們人權議題評估對象的範圍進一步擴大，從原有覆蓋本公司董事會、本集團員工（含國內和國際子公司）、供應商員工（含國內及海外供應商）、經銷商員工（含國內及海外經銷商），以及投資者之外，新增加邀請「社區」參與。我們的人權議題評估不僅面向本集團的普通員工，還有識別出易受人權風險影響或弱勢群體（包括：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+）。更多有關人權風險評估內容，詳見「5.3.3 人權及勞工權益」。
- **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，瞭解他們對本集團 ESG 重要性議題的看法、目標與行動建議，並將其納入我們的 ESG 戰略規劃中。
- **加强內外部利益相關方的調研與溝通：**對內通過定期培訓和宣貫推動全員參與 ESG 實踐，提升管理層及員工對 ESG 的認知及參與度；對外積極參與行業論壇及 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。
- **强化利用社交媒體向公衆推廣可持續發展：**定期將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，同時也向大衆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，涉及多個內外部利益相關方類別，包括投資者、員工、經銷商、供應商、客戶、政府及監管機構，以及社區與公衆。

### 制定溝通機制

根據本集團自身業務範圍和性質我們采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。，涉及多個內外部利益相關方類別，包括投資者、員工、經銷商、供應商、客戶、政府及監管機構，以及社區與公衆。

### 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（如意見反饋、投訴及申訴等）獲取的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，例如：評估利益相關方的有效反饋數量、對公司產品及服務的滿意度、利益相關方相關活動進展與成果、媒體輿情監測及分析、公衆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 | 產品質量與安全 | 投資者會議 ( 線上 / 線下 )、產品發布會 | 每月 |
| | 碳排放與氣候變化 | 投資者會議（線上 / 線下） | 每半年 |
| | 合規與誠信 | 公告、政策披露 | 每年及不定期 |
| | 公司治理與風險管理 | 業績發布會、股東大會 | 每半年 |
| | 負責任供應鏈 | 投資者會議（線上 / 線下） | 每年及不定期 |
| | 污染與廢棄物管理 | 投資者會議（線上 / 線下） | 每年及不定期 |
| 員工 | 產品質量與安全 | 員工培訓 ( 包括線上培訓平台 ) | 每月 |
| | 職業健康與安全 | 員工培訓 ( 包括線上培訓平台 ) | 每天 |
| | 員工權益 | 員工大會 | 每半年 |
| | | 員工座談會 | 每季度 |
| | 合規與誠信 | 員工培訓（包括線上培訓平台）<br>「回響社區」線上平台<br>舉報、申訴郵箱及電話 | 每周 |
| | 員工培訓及發展 | 員工培訓（包括線上培訓平台） | 每周 |
| | 多元化及平等關系 | 「回響社區」線上平台<br>舉報、申訴郵箱及電話 | 每周 |
| 經銷商 | 產品質量與安全 | 現場訪問與調研<br>經銷商能力培訓 | 每月 |
| | 客戶服務與滿意度 | 經銷商能力培訓 | 每月 |
| | 合規與誠信 | 經銷商考核與培訓 | 每月 |
| | 用戶隱私 | 經銷商考核與培訓 | 每月 |
| 供應商 | 產品質量與安全 | 供應質量審核與培訓 | 每年及不定期 |
| | 碳排放與氣候變化 | 供應商 ESG 評估與培訓 | 每季度及不定期 |

| 利益相關方 | 關注議題 | 溝通渠道及反饋方式 | 溝通頻次 |
|---|---|---|---|
| 供應商 | 合規與誠信 | 供應商考核與培訓 | 每季度及不定期 |
| | 負責任供應鏈 | 供應商考核與培訓 | 每季度及不定期 |
| | 資源使用與循環再利用 | 供應商 ESG 評估與培訓 | 每季度及不定期 |
| | 污染與廢棄物管理 | | |
| 客戶 | 產品質量與安全 | 社交媒體 ( 公眾號、視頻號、微博等 ) | 每天 |
| | 合規與誠信 | 客戶滿意度調查<br>客戶投訴與處理 | 每天 |
| | 信息安全 | 調研問卷 | 每半年 |
| | 客戶服務與滿意度 | 客戶滿意度調查、客戶投訴與處理 | 每天 |
| | 可持續智能出行 | 車友會、調研問卷 | 每年 |
| | 用戶隱私 | 客戶投訴與處理 | 每天 |
| 政府及監管機構 | 碳排放與氣候變化 | 政企溝通與匯報、現場走訪 | 每月 |
| | 合規與誠信 | | 每月 |
| | 公司治理與風險管理 | 合規信息披露 | 每月 |
| | 污染與廢棄物管理 | 政企溝通與匯報 | 每月 |
| | 員工權益 | 合規信息披露 | 每月 |
| 社區及公眾 | 合規與誠信 | 公告、政策披露 | 每月 |
| | 產品質量與安全 | 社交媒體、活動推廣 | 每月 |
| | 可持續智能出行 | 社交媒體、活動推廣 | 每月 |
| | 社會公益及慈善 | 公益項目、活動推廣 | 每月 |
| | 生物多樣性 | 社區溝通 | 每半年及不定期 |
| | | 調研問卷 | 每年 |

## 2.3.3 ESG 重要性議題

報告期內，本集團持續開展 ESG 議題的「雙重重要性」評估與分析。我們結合所處行業特點、行業發展階段、自身商業模式、所處價值鏈等情況，識別本集團在 ESG 重要性議題下所踐行的承諾與行動對經濟、環境、社會的影響（即影響重要性），以及在短期、中期和長期內對自身財務的影響（即財務重要性）。我們認為開展雙重重要性評估與分析，幫助我們更全面地識別 ESG 工作重點和提升方向，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、分析與排序及審核的流程，確認 ESG 重要性議題：

### 1 識別

**識別 8 個重要利益相關方類別：**從決策權、影響力等方面識別與本集團關係密切的重要利益相關方，包括董事會、投資者、管理層及員工、供應商、經銷商、客戶、合作機構（新增）和社區。

**初步識別 17 個 ESG 重要性議題：**通過分析公司業務活動及價值鏈上下游的可持續發展相關影響，同時結合 2025 年國內外宏觀政策、產業動向及行業熱點，並重點參考 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、客戶期望、ESG 評級機構要求、國際報告標準，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。2025 年我們將「可持續出行」議題升級為「可持續智能出行」，以更前瞻地評估人工智能時代汽車行業的 ESG 相關影響，並與本集團戰略方向實現更緊密的銜接。

**議題類別：**環境、社會、管治、消費者。

### 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（IG1）、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 &S 2 等國際標準，面向「步驟 1：識別」中的重要利益相關方發放雙重重要性問卷調查。

- **影響重要性評估**：邀請「步驟 1：識別」中的所有重要利益相關方，從正面或負面影響、實際或潛在影響，評估本集團在 ESG 議題方面的承諾與實踐對經濟、環境、社會的影響程度及其發生的可能性。其中，我們從影響規模、範圍和不可補救性三個維度進一步判斷影響程度。
- **財務重要性評估：**邀請董事會、投資者、高管及財務部門的員工，從短、中、長期可能面臨的風險或機遇，評估本集團在 ESG 議題方面的承諾與實踐對自身財務（如對公司財務狀況、經營成果、現金流等產生的實際或預期影響）的影響程度及其發生的可能性。

### 3 重要性分析與排序

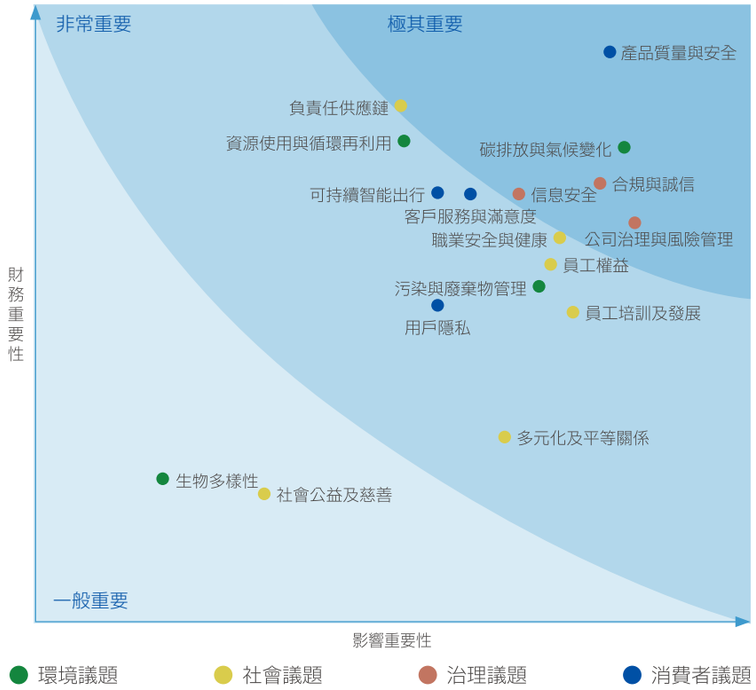
基於各利益相關方對上述 ESG 議題在「影響重要性」和「財務重要性」的評分，我們充分考慮不同議題與各利益相關方的關聯性及影響，進行差異性權重配置；同時，我們在財務重要性分析中加重了對 SASB 重要性地圖之汽車行業 4 個重要性議題（包括：產品質量與安全、勞工實踐、產品設計和生命周期管理、材料采購及效率）的考慮。

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。

### 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。

## 吉利汽車 2025 年 ESG 重要性議題矩陣




2025 年重要性議題矩陣考慮「影響重要性」和「財務重要性」兩個維度。其中，極其重要的 6 個議題「產品質量與安全」「碳排放與氣候變化」「合規與誠信」「公司治理與風險管理」「負責任供應鏈」「信息安全」，即代表其兼具相對較高的影響重要性和財務重要性。

| 重要性程度 | 議題名稱 | 議題範疇 | 對應 ESG 戰略範疇 | 報告回應章節 | 對應聯合國可持續發展目標 |
|---|---|---|---|---|---|
| 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 | |
| | 合規與誠信 | 管治 | 治理與道德 | 5. 治理與道德 | |
| | 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 | |
| | 信息安全 | 管治 | 數智創新 | 5. 治理與道德 | |
| 非常重要 | 職業健康與安全 | 社會 | 共榮發展 | 8. 員工權益 | |
| | 資源使用與循環再利用 | 環境 | 自然受益 | 4. 自然受益 | |
| | 客戶服務與滿意度 | 社會 | 共榮發展 | 6. 消費者利益 | |
| | 員工權益 | 社會 | 共榮發展 | 8. 員工權益 | |
| | 可持續智能出行 | 消費者 | 全域安全　共榮發展　數智創新 | 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 | |
| | 員工培訓及發展 | 社會 | 共榮發展 | 8. 員工權益 | |
| | 用戶隱私 | 社會 | 數智創新 | 6. 消費者利益 | |
| | 多元化及平等關係 | 社會 | 共榮發展 | 8. 員工權益 | |
| 一般重要 | 社會公益及慈善 | 社會 | 共榮發展 | 9. 社區公益 | |
| | 生物多樣性 | 環境 | 自然受益 | 4. 自然受益 | |

「產品質量與安全」和「碳排放與氣候變化」始終是利益相關方最核心的關注，這與本集團長期堅守的全域安全理念與氣候中和戰略高度契合，是我們可持續發展的基石。對比 2024 年雙重重要性評估結果，「信息安全」排名上升最多，顯著體現了利益相關方對負責任地使用人工智能（AI）以及數據安全防護能力的高度重視。其他排名上升的議題，包括「合規與誠信」「客戶服務與滿意度」「職業健康與安全」以及「可持續智能出行」，充分體現了利益相關方對企業合規管理韌性、消費者利益保護、員工健康安全保障的關注度日益提升；同時，對公平享用新能源智能化出行體驗的訴求亦愈發強烈。

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，與 2024 年雙重重要性評估結果一致，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公司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，「公司治理與風險管理」和「碳排放與氣候變化」排名最高，亦與 2024 年雙重重要性評估結果一致，即視為這兩個議題的正面或負面影響、實際或潛在影響，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 管理的精準化與高效化。

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
- 本公司的收入與成本，資產與負債、現金流、資金規劃、經營成果、發展戰略，及商業周期
- 汽車行業 ESG 最新發展與趨勢
- 行業發展與技術變革

下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影響、風險與機遇：

| ESG 議題 | 影響範圍 | 影響重要性水平 [1] | | 財務重要性水平 [2] | | 管理應對措施 | 對應 ESG 戰略方向 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 正面 | 負面 | 風險 | 機遇 | | |
| 產品質量與安全<br>S M | 價值鏈上遊，價值鏈下遊，自身運營 | ●●●<br>本集團強化質量管理體系、新能源質量、可靠耐久質量，以及交付質量管理等要求，覆蓋研發、采購、生產、銷售的產品全生命周期質量管理。 | ●●○<br>若產品質量安全管理缺陷，可能導致相關負面事件及賠償發生，損害客戶、終端用戶等相關方利益。 | ●●●<br>• 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；<br>• 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；<br>• 持續的產品質量安全問題可能會影響供應鏈的穩定性；<br>• 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。 | ●●●<br>• 產品安全性領先，將減少產品售後的質量成本及賠償費用；<br>• 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 |

以上重要可持續發展相關風險與機遇的影響周期定義為：短期 S 1-2 年　中期 M 3-5 年　長期 L 5 年以上

[1] 影響重要性水平，包括評估該 ESG 議題在影響週期內的正面和負面影響，共分為三個等級；綜合其正面、負面影響的等級越高，代表影響重要性水平越高，與該 ESG 議題的影響重要性排序一致。

[2] 財務重要性水平，包括評估該 ESG 議題在影響週期內的財務風險和機遇，共分為三個等級；綜合其財務風險、機遇的等級越高，代表財務重要性水平越高，與該 ESG 議題的財務重要性排序一致。

| ESG 議題 | 影響範圍 | 影響重要性水平 | | 財務重要性水平 | | 管理應對措施 | 對應 ESG 戰略方向 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 正面 | 負面 | 風險 | 機遇 | | |
| 負責任供應鏈<br>S M L | 價值鏈上遊，自身運營 | ●●○<br>本集團強化對供應商的ESG管理要求，實行可持續供應鏈盡職調查管理，幫助供應商提升其可持續發展能力。 | ●○○<br>若本集團未識別供應鏈 ESG 風險，並對相關風險開展盡調、整改和補救，可能導致本集團使用了風險供應商而失去市場准入資格或引發相關合規問題。 | ●●●<br>• 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；<br>• 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。 | ●●○<br>• 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；<br>• 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 |
| 碳排放與氣候變化<br>S M L | 價值鏈上遊，價值鏈下遊，自身運營 | ●●●<br>本集團響應國家政策及法規和市場監管要求，制定 2025 年碳目標及 2045 年碳中和目標，推動自身及價值鏈減碳，降低產品碳足跡，積極推動氣候問題緩釋。 | ●●○<br>若本集團未設定或執行碳排放目標，或對溫室氣體排放管控失敗，或將導致相關轉型風險與物理風險。 | ●○○<br>• 詳見「3.4 氣候相關披露」 | ●●●<br>• 詳見「3.4 氣候相關披露」 | 詳見「3.4 氣候相關披露」 | 氣候中和 |
| 資源使用與循環再利用<br>S M L | 價值鏈上遊，價值鏈下遊，自身運營 | ●●○<br>本集團降低對不可再生資源的依賴，提高資源使用效率及循環再利用的比例；積極拓展整車、零部件，以及電池回收與材料再利用。 | ●○○<br>若本集團不探索資源節約與循環再利用，將加速不可再生資源枯竭，損害長期生態環境。 | ●●○<br>• 自然資源稀缺或替代材料的緊缺，將導致使用成本或研發成本上升；<br>• 循環回收技術的成熟度，回收材料的質量與供應穩定性，以及市場的規模化應用程度，可能影響生產的連續性和成本價格。 | ●●●<br>• 優化產品設計及提升制造工藝，可以減少材料及資源使用，降低產品的碳排放，以及節約成品的生產成本。<br>• 建立循環經濟體系，以資源回收再循環利用代替新購材料，降低整車不可再生資源的使用和碳排放，降低采購成本。 | 詳見「4.3 資源使用與節約」和「4.4 循環經濟」 | 自然受益 |

| ESG 議題 | 影響範圍 | 影響重要性水平 | | 財務重要性水平 | | 管理應對措施 | 對應 ESG 戰略方向 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 正面 | 負面 | 風險 | 機遇 | | |
| 可持續智能出行<br>S M | 價值鏈下遊，自身運營 | ●●○<br>本集團建立完善的智能制造體系，打造汽車行業全場景 AI 大模型，提出全域 AI 理念，為用戶提供公平、可負擔及安全可靠的輔助駕駛體驗。 | ●●○<br>若未能平等提供可持續智能出行產品與服務，可能加劇數字鴻溝，導致智能出行體驗的不平等。 | ●○○<br>• 技術研發投入高、回報周期長，在行業智能化發展的激烈競爭中，若技術路線落後或未得到大眾認可，將導致成本沉沒；<br>• 智能出行依賴海量用戶數據（如地理信息、駕駛行為）進行迭代，若數據治理體系不完善，不僅面臨隱私泄露風險，更可能因違反國內外數據跨境、隱私保護法律法規與標準要求等，而受到監管處罰或聲譽損失。 | ●●○<br>• 全域 AI 技術和智能出行生態下，可能開辟新的業務收入來源；<br>• 智能座艙體驗和輔助駕駛，可增強用戶黏性通過 AI 數據驅動產品與服務優化，提升運營效率與市場競爭力。 | 詳見「6.3 可持續智能出行」 | 全域安全數智創新 |
| 合規與誠信<br>S M L | 價值鏈上遊，價值鏈下遊，自身運營 | ●●○<br>本集團持續跟蹤與評估出口合規、人權與勞工權益、反賄賂與反腐敗，以及數據責任與隱私保護相關的法律法規與監管要求，開展合規風險評估與分析，加強風險管控和宣貫培訓。 | ●●●<br>若在業務出現違反法律法規、商業道德等合規問題，可能受到法律訴訟、監管懲罰，或產品禁售等不利影響，造成收入下降和聲譽損失。 | ●●●<br>• 違反相關法律法規，或將面臨罰款、產品召回或市場禁入，導致現金流及收入減少；<br>• 增加產品合規成本（如供應鏈合規、數據合規、出口管制等）；<br>• 腐敗侵蝕企業文化，影響企業形象和利潤。 | ●○○<br>• 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；<br>• 公開披露《行為准則》《吉利供應商行為准則》《反腐敗政策》等並嚴格執行，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；<br>• 提前符合國際標準，獲得市場准入優勢或提升海外市場占率。 | 詳見「5.3 合規與道德」 | 治理與道德 |
| 信息安全<br>S M | 價值鏈下遊，自身運營 | ●○○<br>本集團持續加強數據安全與網絡安全防護，保障業務系統、車輛系統、用戶隱私及商業數據免受威脅，維護產品可靠性與品牌信任。 | ●●●<br>若發生與信息安全漏洞相關的事故，或將導致研發及運營數據損失，侵犯用戶隱私，或將導致資產損失，增加合規成本。 | ●●○<br>• 遭信息泄露或網絡攻擊，將滲透至研發、生產、銷售至服務的業務連續性，或將導致業務停擺、用戶隱私泄露、車輛運行安全等問題，公司或將遭到集體法律訴訟、品牌聲譽受損，直接導致財務損失。 | ●○○<br>• 信息安全管理深度融入業務全流程及產品全生命周期，可有效保障研發至服務的業務連續性，提升用戶信任，規避財務損失。 | 詳見「5.4 數據責任與隱私保護」 | 治理與道德 |

## 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」「2.1 可持續發展願景」「附錄 2 ESG 關鍵績效指標」「附錄 3 SASB 汽車可持續會計準則—內容索引」等。

### ESG 榮譽

截至 2026 年 4 月 28 日，本集團在以下 ESG 評級或指數的表現：

| | |
|---|---|
| 標普全球企業可持續發展評估 | • 入選可持續發展年鑒 2026（全球版）及（中國版）<br>• 位列全球汽車制造業第 5 名，獲「行業最佳進步企業」<br>• 蟬聯中國企業最佳 1%，蟬聯中國汽車制造業第 1 名 |
| Lead the Charge 汽車供應鏈 ESG 評級 | • 首登亞洲車企第 1 名<br>• 蟬聯三屆中國車企第一 |
| 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 | AA-，成分股 |
| CDP 評級 - 氣候 | B，蟬聯中國車企最高評級 |
| ISS ESG 企業評級 | 汽車行業「優秀表現等級」，C+ |
| Wind ESG 評級 | AAA，蟬聯中國車企第 1 名 |
| 富時社會責任指數系列 | 成分股 |
| 香港企業可持續發展指數 | 首 13 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（2025）」榜單第 6 名，獲五星級評價，蟬聯三年中國車企第一 |
| 中央廣播電視台「中國 ESG 上市公司長三角先鋒 100（2025）」榜單第 1 名 |
| 《財經》雜志上市公司「汽車與動力電池行業雙碳領導力排行版（2025）」 獲 AA 評級，蟬聯四年榜單第 1 名 |
| 福佈斯中國 ESG 50 强，連續兩年入選 |
| 人民日報海外網 「2025 年中國企業 ESG 藍皮書」入選案例及「2025 年中國企業 ESG100 指數」 |
| 新華網「2025 企業 ESG 發展論壇」-「2025 企業 ESG 實踐案例」 |
| 《中國經營報》2025「可持續競爭力」企業品牌與價值案例 - 可持續發展示範企業 |
| CSO 全球可持續發展論壇 -「企業 ESG 高效治理」最佳實踐案例 |

## 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采購，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

**ESG 戰略** $CO_2$ **氣候中和** **自然受益**

## 2025 年目標：單車全生命週期↓ 25%

### 使用端減碳

- 新能源汽車銷量：**168.8 萬**輛（同比**↑ 90%**），佔總銷量**55.8%**（同比**↑ 15 個百分點**）
- 純電動汽車銷量：**107.4 萬**輛（同比**↑ 86%**），佔總銷量**35.5%**（同比**↑ 9 個百分點**）
- 插電混動汽車銷量：**61.4 萬**輛（同比**↑ 97%**），佔總銷量**20.3%**（同比**↑ 6 個百分點**）

## 2025 年進展：超額完成↓ 25.5%

### 製造端減碳

- **17 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 **100%**，同比 **↑ 36 百分點**
- 整車基地可再生能源佔比 **56%**，同比**↑ 21 百分點**
- 光伏裝機總容量達 **482 兆瓦**，同比 **↑ 8.3%**
- **3 家**整車基地獲得零碳工廠認證

## 2045 年目標：實現碳中和

### 供應端減碳

- 新能源車系供應端平均碳排放較 2020 年**↓ 26%**
- 燃油車系供應端平均碳排放較 2020 年**↓ 9%**
- 供應商減少碳排放約 **147.6 萬噸**二氧化碳當量

* 是指生產吉利品牌（含銀河、中國星）、領克品牌、極氪品牌的 17 個整車基地，對應本集團 2025 年全年總銷量 302.5 萬輛。

# 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，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游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。

**2025 年目標**

**單輛車全生命周期碳排放**

**↓25%**

（以 2020 年為基準年）

**2025 年進展**

**單輛車全生命周期碳排放**

**↓25.5%**

**超額完成 2025 年減碳目標**

**2045 年目標**

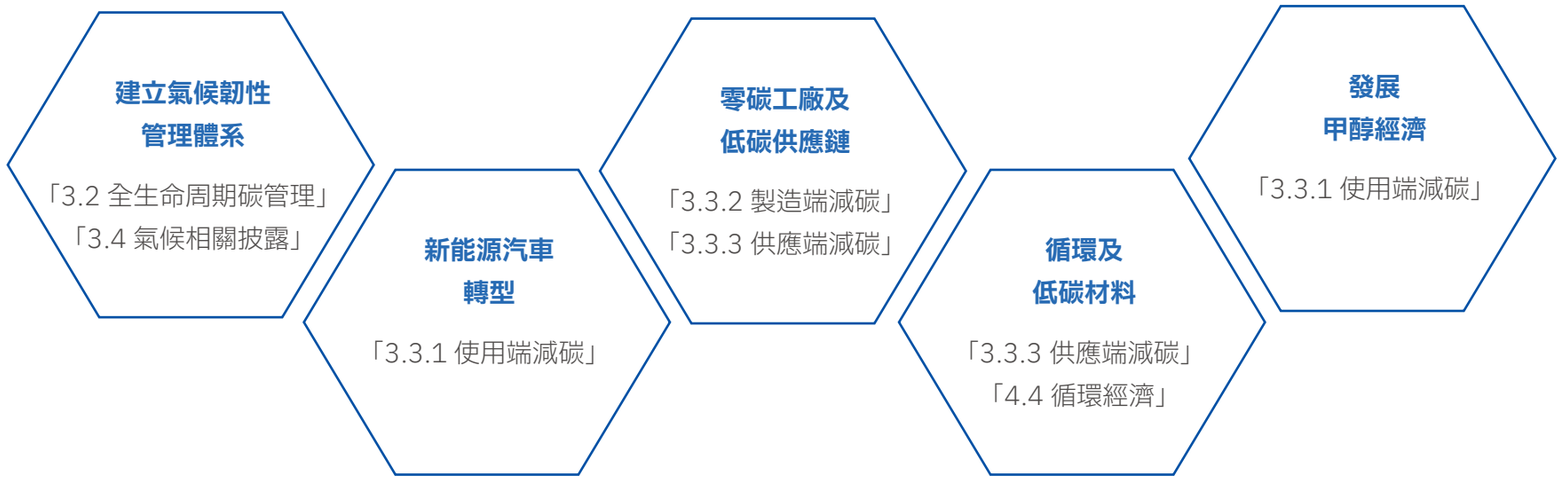
**實現碳中和**

本集團溫室氣體排放目標涵蓋以二氧化碳（$CO_2$）為主，含甲烷（$CH_4$）、氧化亞氮（$N_2O$）、氫氟碳化物（HFCs）在內的核心溫室氣體，全面覆蓋企業運營及價值鏈關鍵排放環節。目標已實現範圍 1、範圍 2、範圍 3 溫室氣體排放的全維度覆蓋，通過 「吉碳雲」 碳管理平台實現全鏈路管控。

本集團設立的 2045 年目標為溫室氣體排放淨額目標，即致力於在目標年份推動企業自身運營層面（範圍 1、範圍 2）及產品價值鏈層面（特定範圍 3 類別）的碳中和轉型；與此同時，本集團同步設定了清晰明確的 2025 年溫室氣體單車碳排放目標，將其作為錨定 2045 年碳中和目標的關鍵里程碑，確保減排路徑穩步落地、成效可衡量。

在成功完成 2025 年短期減碳目標的基礎上，本集團正在制定 2030 年氣候戰略及目標，旨在通過全價值鏈的系統性變革，邁向更深層次的綠色與可持續發展，將以「全生命周期碳減排」為核心，設定覆蓋設計、製造、運營、供應鏈及產品使用等關鍵環節的清晰目標與重點舉措。

本集團通過「氣候中和」戰略及下列關鍵行動，超額完成 2025 年減碳目標，並進一步規劃下一個 5 年目標及向 2045 年碳中和目標推進，並堅持以向巴黎協定 1.5°C路徑轉型為目標：



## 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，以建立一條穩健、務實以及公正的低碳轉型之路。

### 供應商

本集團向供應商提供各項資源，以支持其低碳轉型，包括提供可持續專題培訓、「吉碳雲」平台等數字化平台工具，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。同時，加強供應鏈風險管理，向供應商及時傳遞應對產品出口法規、原材料短缺、價格波動等風險上游供應鏈管理需求，做到供應鏈盡責管理，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（詳細內容參見「3.3.3 供應端減碳」）。

### 公眾

我們通過推廣清潔能源技術、減少運營排放、開展低碳公益倡導，積極為應對氣候變化和環境保護做出貢獻。同時，我們致力於以負責任的運營促進本地經濟發展與社區繁榮，通過透明溝通增進公眾理解與信任，與全社會共同邁向可持續的未來。

### 員工

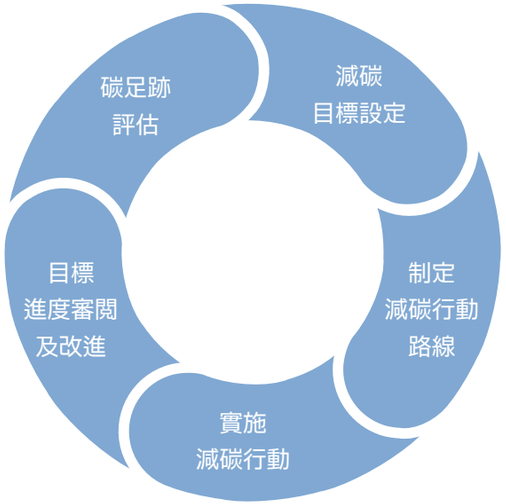
在向新能源與智能汽車戰略邁進的過程中，我們通過系統的技能再培訓、崗位轉型支持與前瞻性人才規劃，確保每一位員工都能適應產業變革，獲得新的成長機遇。我們致力於提供安全、包容的工作環境，並通過創新機制激勵全員參與低碳實踐，讓員工不僅是轉型的執行者，更是綠色價值的創造者與共享者。（詳細內容參見「8.5.2 員工賦能」「3.3.1 使用端減碳」）

### 用戶

在轉型中，我們以超越用戶期待的智能出行體驗，通過持續的技術創新，推出覆蓋多元需求的新能源產品矩陣，並構建便捷、高效的補能網絡與服務體系。我們致力於降低綠色出行的門檻，確保不同地區的用戶都能平等、經濟、無憂地享受智能電動出行帶來的便利與環保價值，助力其邁入低碳生活。（詳細內容參見「3.3.1 使用端減碳」）

## 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，請參本報告「3.4 氣候相披露」。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。*

* 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。

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團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。

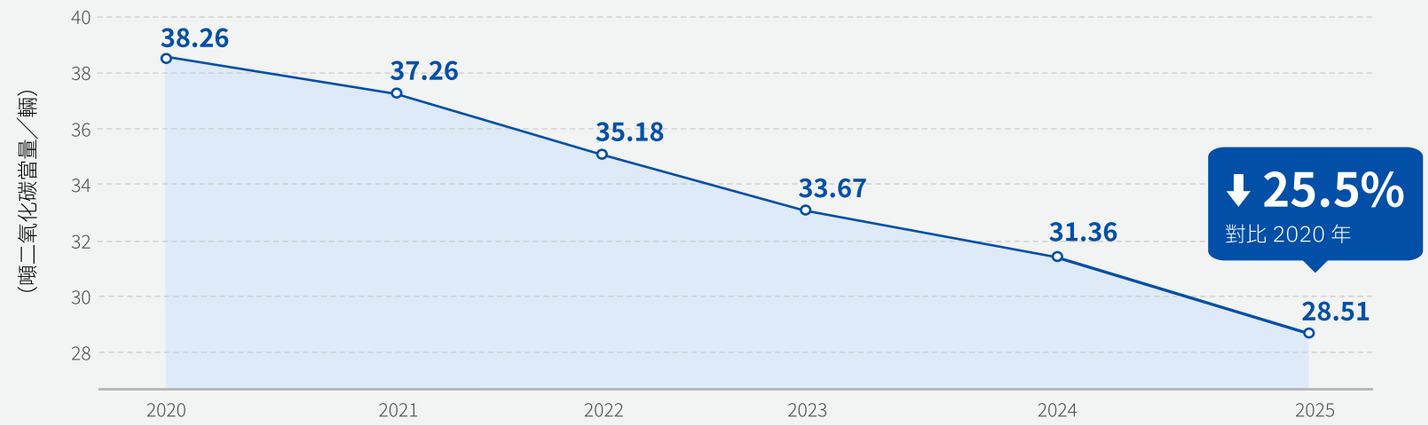
為提升披露數據的準確度及可靠度，本集團委託香港品質保證局參考國際核數及核證準則委員會發佈的《國際核證業務準則第 3000 號（修訂版），審計或審閱歷史財務資料以外的核證業務》，對 ESG 關鍵績效指標（含溫室氣體及能源使用的數據）進行獨立核證。詳見「附錄 8 －獨立核證報告」。

基於碳排放數據計算結果，本集團披露以下減碳目標進展：

- **2025 年目標：**以 2020 年為基準年，2025 年單車全生命周期碳排放減少 25% 以上
- **2045 年目標：**實現碳中和

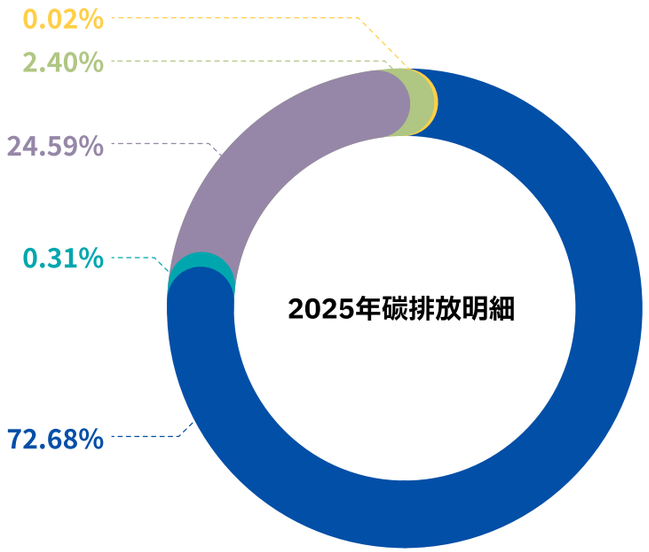
本集團 2025 年的單車全生命周期碳排放為 28.51 噸二氧化碳當量 / 輛，同比下降 9.1%，對比 2020 年基準年下降 25.5%。

**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：

## 2025 年碳排放明細




| 2025 年對比 2020 年碳減排貢獻 | 佔比 * |
|---|---|
| 製造端（範圍一及二 - 整車製造基地、動力製造基地及辦公運營） | 4.25% |
| 使用端（範圍三 - 售出產品的使用） | 98.71% |
| 供應端（範圍三 - 採購商品與服務） | -2.05% |
| 物流（範圍三 - 物流與配送） | -0.94% |
| 其他（範圍三 - 員工通勤及商務差旅） | 0.03% |

* 各細項碳減排貢獻佔比 =（各細項單輛車碳排放變化量 ÷ 總減排量絕對值）× 100%
+：為正貢獻，-：為負貢獻

製造端貢獻源於整車及動力製造環節可再生電力使用比例大幅提升，有效降低了生產運營的直接排放。使用端貢獻最大，主要因為新能源汽車銷量佔比快速提高，高能效電驅系統替代傳統內燃機，顯著減少車輛使用階段的燃油消耗與碳排放。供應端雖為負貢獻，主要因為銷量增長使上游採購量激增，但本集團已積極推動供應鏈減排，努力降低單位採購碳排放。

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」。

### 向符合巴黎協定 1.5 度目標推進

在應對全球氣候變化的緊迫挑戰下，《巴黎協定》1.5°C溫控目標已成為國際社會共同行動指引。作為中國汽車產業綠色轉型的領軍企業，本集團積極響應全球氣候治理倡議，於 2025 年 11 月受邀出席《聯合國氣候變化框架公約》第三十次締約方大會（COP30），系統展示其在全價值鏈低碳轉型中的創新實踐與階段成果，為全球汽車產業貢獻兼具雄心與行動力的「中國方案」。

本集團以「引領綠色智能通行生態」為願景，提出 2045 年實現碳中和的長期目標，與《巴黎協定》1.5°C路徑要求緊密對齊。通過「兩個藍色吉利行動計劃」雙輪驅動，公司從新能源汽車規模化推廣與全價值鏈深度降碳兩方面系統推進，構建覆蓋產品、製造、供應鏈及循環利用的全鏈路低碳生態體系。

同時，我們與國內外權威機構合作，共同研究符合產業發展實際、具備可行性的減碳路徑，並圍繞 2045 年碳中和願景，制定了 2030 年的下一階段詳細減排目標。通過全面評估與前瞻規劃，我們將建立更精準的碳減排目標體系，並持續完善碳核算方法，參考行業先進實踐與國家核算標準，逐步擴大範圍三排放的數據披露範圍。未來，我們將持續推進各項減碳舉措，力爭通過權威機構認證，構建符合 1.5°C目標的汽車企業減排標杆，為全球氣候治理貢獻切實行動。

# 3.3 減碳行動實施

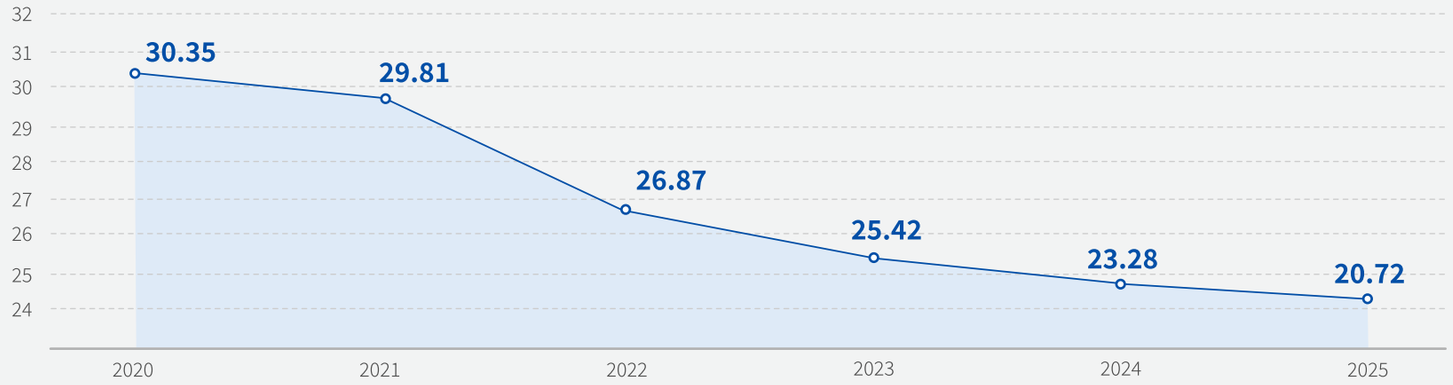
## 3.3.1 使用端減碳

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，2025 年使用端碳排放佔總體碳排放的 72.68%。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。

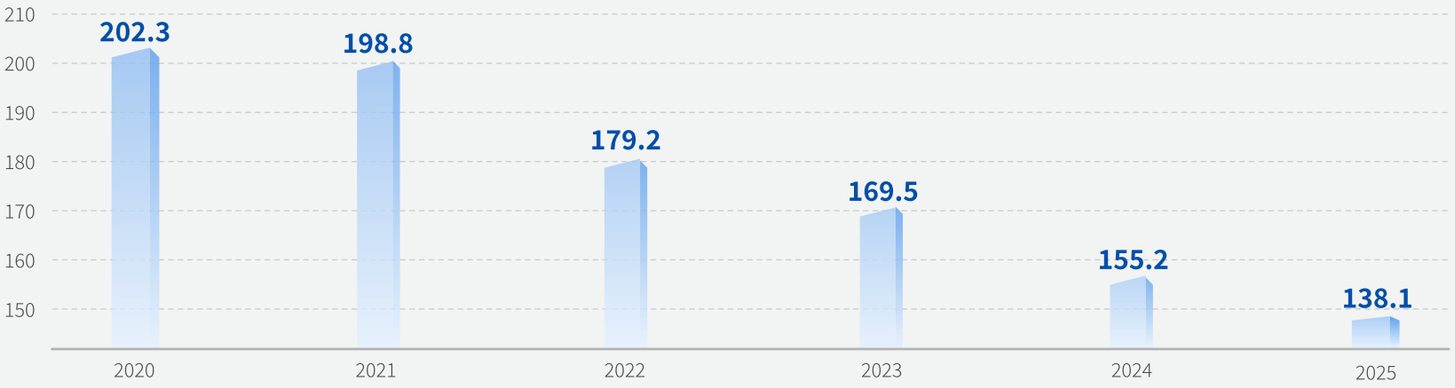
在本集團發佈的「一個吉利 全面領先」2030 戰略目標指引下，我們通過強化頂層統籌與全球協同，構建技術共創、市場共拓、供應鏈共享的全球「一盤棋」格局，以 「六位一體」核心能力體系推動使用端減排全面領先。基於此，本集團就使用端碳排放制定出以下目標及進度如下：

| 2025 年目標 | 2025 年進度 |
| --- | --- |
| 使用端<br>（範圍三 - 售出產品的使用）<br>平均減排 **30%** 以上<br>（對比基準年 2020 年） | 使用端<br>（範圍三 - 售出產品的使用）<br>平均減排 **31.7%**<br>（2024 年：23.3%） |

**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

## 新能源戰略

### 新能源及節能汽車品牌及產品矩陣

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。

### 新能源智能技術

- 新能源架構：SEA 浩瀚架構、浩瀚 -S 超級電混架構、GEA Evo 架構
- 混動技術：星睿 AI 雲動力 2.0、EM-i 電混系列、EMP 電混系列、浩瀚超級電混系列
- 電池技術：全新電池品牌「神盾金磚」
- 電驅技術：11 合 1 智能電驅
- 清潔燃料：甲醇及其他替代燃料

### 普及新能源汽車及低碳出行

- 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

本集團於 2021 發佈「兩個藍色吉利行動計劃」明確規劃提升節能低碳及零排放產品的均衡發展路線。

計劃一：主攻節能與新能源汽車，包括混合動力汽車、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：主攻純電動智能汽車，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，本集團堅定推進智能電動化轉型，各品牌的新能源戰略均取得突破性成果。2025 年全年總銷量 * 為 **302.5 萬輛**，同比增加 **39%**。其中， 新能源汽車（包括純電動車與插電式混動汽車）銷量 * 為 **168.8 萬輛**，同比增加 **90%**，佔比提升至 **55.8%**（2024 年：40.8%），成為本集團在使用端實現平均減碳目標的核心驅動力。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。

本集團旗下吉利、領克、極氪三大品牌精準覆蓋大眾化、高端及豪華細分市場，並均在新能源領域取得長足進步。吉利銀河、極氪品牌於報告期內出售產品均為 **100%** 新能源汽車。而吉利中國星亦大力發展油電混動技術，領克品牌亦通過在新能源轉型中取得成功，使其新能源汽車在其總銷量的佔比有明顯提升達到 **65%**。

本集團已制定 2026 年總銷量目標為 **345 萬輛**，其中新能源汽車銷量目標為 **222 萬輛**，預計較 2025 年實現約 **32%** 的增長。本集團將繼續致力於通過持續提升綠色低碳產品的比例，引領行業向可持續智能出行未來邁進。

* 包括本集團旗下吉利品牌（含吉利銀河、吉利中國星）、極氪品牌及領克品牌。

## 新能源汽車銷量 *

純電動汽車銷量
2025年：107.4萬輛
（2024年：57.6 萬輛）
↑86%

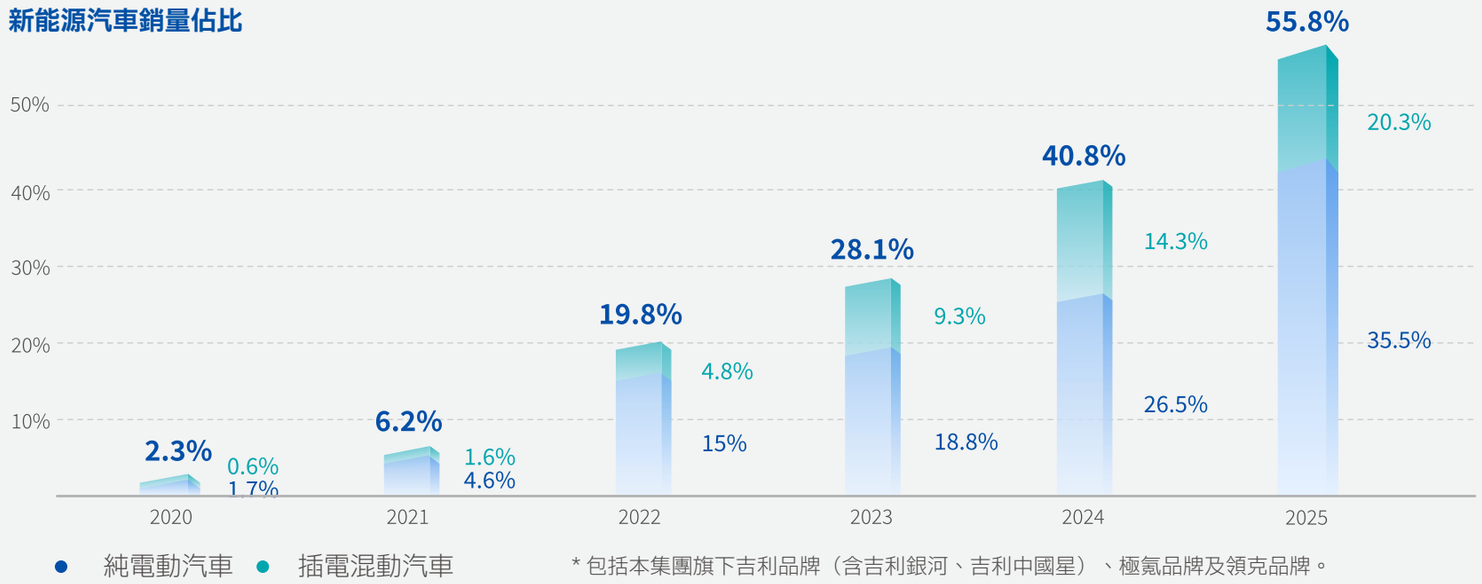
+

插電混動汽車銷量
2025年：61.4 萬輛
（2024年：31.2 萬輛）
↑97%

=

新能源汽車銷量
2025年：168.8 萬輛
（2024年：88.8 萬輛）
↑ 90%

## 新能源汽車銷量佔比




* 包括本集團旗下吉利品牌（含吉利銀河、吉利中國星）、極氪品牌及領克品牌。

## 新能源產品

### 吉利品牌

吉利品牌（含吉利銀河、吉利中國星）2025 年銷量為 245 萬輛（2024 年：167 萬輛），同比增長 47%；其中吉利銀河 2025 年銷量為 123.6 萬輛（2024 年：49.4 萬輛），同比增長 150%，成功達成「百萬銀河」目標。報告期內，吉利品牌新能源銷量佔比達 50.4%（2024 年：29.9%）。

2025 年是吉利汽車新能源轉型取得突破性進展的一年，在「一個吉利」戰略整合的推動下，實現了銷量、技術及財務表現的全面增長。我们發佈了行業首個「智能汽車全域 AI」技術體系，將 AI 能力深度融入架構、動力、地盤、座艙、駕駛輔助等汽車全域。最具標志性的是推出的全新一代超級 AI 增程技術，其搭載熱效率高達 47.26% 的 1.5T 增程器，實現了 1 升油發 3.77 度電的極致效率，並通過「星睿 AI 雲動力 2.5」系統實現能量管理的全域主動優化。

吉利銀河能夠成為最快達成年銷百萬的新能源汽車品牌，得益於高價值產品矩陣的持續擴充，包括：搭載 GEA Evo 架構的 B 級插電混動轎車吉利銀河星耀 8，以及吉利銀河 M9、吉利銀河星耀 6、吉利銀河 A7 等爆款車型的接連上市，熱銷不斷。

2026 年，吉利銀河品牌提出銷量增長 25% 的目標，持續完善產品佈局，實現主流新能源市場全品類覆蓋，將會推出多款全新新能源產品，包括吉利銀河 V900,、吉利銀河 M7、吉利銀河星耀 7 等。

## 吉利銀河星耀 8 榮獲 2025 年度「低碳領跑者車型」位列 C 級插電式混合動力轎車第一名

2025 年 7 月 30 日，在「2025 氣候行動生態夥伴大會」上，吉利銀河星耀 8 憑借全生命周期碳減排的卓越表現，榮膺 C 級插電式混合動力轎車「低碳領跑者」稱號。該評選基於中國汽車產業鏈碳公示平台（CPP），通過對車輛全生命周期碳排放進行科學評估，吉利銀河星耀 8 以單車生命周期碳排放 190.58g$CO_2$e/km 優於行業平均值 18.6% 的表現， 在部件材料、動力電池、維護保養、燃料生產和使用等環節均實現低碳優化。

吉利銀河星耀 8 搭載雷神超級電混雙動力系統，提供 EM-i 與 EM-P 兩種技術路徑，精準覆蓋不同用戶需求的同時，將混動系統能效推向新高度。其中，雷神 EM-i 超級電混系統採用 1.5TD+DHT Evo 混動黃金動力組合，在 CLTC 工況下百公里饋電油耗低至 3.36L，從源頭降低燃料消耗與碳排放。雷神 EM-P 超級電混系統則在保證出色節能效果的同時，提供了更為強勁的動力輸出，百公里饋電油耗僅為 3.67L，零百加速帝至 6.49 秒，實現了極致性能與低碳排放的完美平衡。

除了混動系統的優勢外，吉利銀河星耀 8 還引入了行業獨有的星睿 AI 雲動力技術。該技術通過 AI 大模型實時感知溫度、濕度、坡度等環境信息，同時融合導航路線、日常通勤軌跡、個人駕駛偏好等數據，依託星睿智算中心 2.0 的萬卡級超強算力，在「用油用電智慧決策、能量回收無級調節、加熱製冷智慧判斷」等維度實現全場景智能尋優，整體節油率高達 15%。這一技術的應用，使得車輛能夠根據不同的行駛工況和用戶習慣，智能調節能源分配，進一步提升了節能效果，真正做到了越開越省油。

在設計與製造環節深度踐行綠色低碳理念，吉利銀河星耀 8 通過材料創新與工藝優化實現生產端碳減排。車身採用了大量高強度鋼和鋁合金材料，同時引入高比例的循環材料，在保證車身強度和安全性的同時，有效減輕了車輛重量，減少了車輛行駛過程中的能耗與碳排放。

生產過程中，通過優化工藝流程、引入先進節能設備等措施，最大限度降低能源消耗與廢棄物排放，從源頭踐行綠色製造理念。同時，依託吉利全產業鏈綠色管理體系，實現零部件採購、生產裝配、物流運輸等環節的碳排放可視化管控，構建全鏈條低碳生產模式。

低碳領跑者車型

低碳領跑者獎牌

1級低碳標識

### 吉利品牌「低碳領跑者車型」

| 車型 | 單位行駛里程碳排放（克二氧化碳當量 / 公里） |
|---|---|
| 銀河星耀 8 | 190.58 |
| 銀河 E5 | 158.5 |
| 銀河 L7 | 198.65 |
| 幾何 E | 133.37 |

吉利品牌亦持續優化油電混動、燃油車產品線，為不同需求的消費者提供多元化選擇。透過油電混動技術、甲醇技術的持續迭代，進一步提升燃油車產品的碳排放表現，踐行全系產品的綠色低碳發展路徑。2026 年，吉利中國星主銷產品將全面搭載 AI 油電混動技術方案— i-HEV 智擎混動，並陸續推出 4-5 款 i-HEV 智能雙擎技術車型，迎來百公里油耗 3L 時代。

## 極氪品牌

極氪定位為全球豪華科技品牌，以「豪華、極致、科技」品牌調性，覆蓋高端豪華市場。2025 年銷量達 22.4 萬輛，同比增長 1%。（2024 年：22.2 萬輛）

2025 年，極氪正式成為吉利汽車全資子公司，極氪品牌從獨立擴張轉向集團深度協同，在品牌定位、產品規劃、研發、供應鏈、渠道、全球化等方面全面重構，形成「一個吉利」戰略下的高端純電旗艦定位。產品佈局也隨之調整，資源集中於高端迭代，同時極氪成為本集團最新技術如 G-ASD 輔助駕駛系統、900V 高壓動力系統的首發者。

報告期內，極氪進一步夯實全球豪華新能源市場的領先地位，極氪 9 系雙旗艦：極氪 9X 和極氪 009，分別達成 50 萬元以上大型 SUV 和 40 萬元以上大型 MPV 的銷量冠軍。極氪發佈全球首個基於純電架構打造的豪華超級電混架構——浩瀚 -S 超級電混架構（SEA-S），率先實現全棧 900V 高壓電氣系統在混動領域的規模化應用，電驅總功率突破 1,000 千瓦，達成混動領域兆瓦級電驅能力的行業突破，徹底打破純電與混動的體驗邊界，為車型提供極致性能與高效能耗的雙重優勢。

2026 年，極氪提出銷量增長 34% 的目標，持續拓展豪華產品矩陣，以豪華體驗引領品牌價值升維，將會推出多款全新新能源產品，包括極氪 9X 光輝版、極氪 8X 等。

### 極氪 9X

極氪 9X 作為極氪進入混動市場的首款車型，同時也是浩瀚 -S 超級電混架構的首款產品， 極氪 9X 匯聚浩瀚超級電混、浩瀚 AI 數字底盤、浩瀚安全盔甲、千里浩瀚輔助駕駛等四大核心科技，集新能源領域前瞻科技於一身，在提供極致性能的同時，顯著提升了能源效率與使用體驗。

極氪 9X 搭載混動領域第一套兆瓦級電驅，最大輸出功率 1,030 千瓦，最大馬力超 1,400 匹，零百加速最快 3.1 秒，穩居全球混動 SUV 性能榜首，即便在 20% 低電量狀態下仍能維持 3 秒級加速表現。同時，配套全球混動領域首款 70 度 6C 大電池，可實現 380 公里的最長純電續航，從 20% 補能至 80% 僅需 9 分鐘，極大地提升了純電使用的便利性與頻率，從使用源頭鼓勵低碳行為。

## 領克品牌

領克定位為全球新能源中高端品牌，以「潮流、運動、個性」品牌調性，覆蓋中高端市場。領克品牌 2025 年總銷量為 35 萬輛，同比增長 23%，通過加速新能源戰略，領克品牌的新能源汽車銷量同比上升 36% 至 22.8 萬輛，新能源汽車銷量佔比提升至 65%。報告期內，領克實現海外銷量超過 3 萬輛，其 195 家海外門店覆蓋 50 個海外國家 / 地區市場，全球銷售渠道網絡共計 778 家。

2025 年，領克品牌在產品與技術上全面進入智能化 2.0 時代，依託極氪與吉利汽車整合後的協同優勢，實現了智能化與安全的雙重突破。核心車型方面，旗艦 SUV 領克 900 上市 6 個月銷量突破 5 萬輛，躋身高端全尺寸混動 SUV 市場前列；領克 07 EM-P 與 領克 08 EM-P 組成的「EM-P 超電雙子星」累計銷量突破 20 萬輛，其中 08 EM-P 作為全球首款搭載 Thor 芯片的中型 SUV，全系標配激光雷達，展現了強大的市場競爭力。

領克依託極氪與吉利汽車整合後的協同優勢，實現了智能化與安全的雙重突破。千里浩瀚安全輔助駕駛方案（H5/H7） 與 LYNK Flyme Auto 2 智能座艙系統已在多款主力車型上實現規模化搭載。同時，領克堅守安全是技術的技術，領克 900 成功完成中國首個「雙百時速超標準連環碰撞測試」，領克 10 EM-P 搭載的神盾金磚超級混動電池先後完成了多項極端安全驗證，領克 Z20 與領克 08 EM-P 雙雙斬獲 Euro NCAP 五星評級。

2026 年，領克提出銷量增長 14% 的目標，持續拓展技術和產品的全面煥新，將會推出多款全新新能源產品，包括領克 07 旅行版。

### 領克 900

領克 900 搭載 EM-P 超級智能電混系統及驍遙電池，純電續航里程最長 280km，綜合續航可達 1,443km，實現 WLTC 工況綜合油耗低至 0.65L/100km，虧電油耗低至 6.95L/100km，兼顧性能與節能。領克 900 配備的「智能碳管理」系統可實時分析駕駛習慣與路況，自動優化油電分配策略，在上海市區實測中，百公里綜合油耗僅 1.2L，碳排放量較同級燃油車降低 76%。

## 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 2020 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。

浩瀚 -S 超級電混架構是全球首個基於純電架構打造的電混專屬架構，以全球第一個全棧 900 伏高壓的電混架構、全球第一個混動電驅功率突破兆瓦的混動架構、全球第一個實現混動 SUV 的 CLTC 最長續航里程，三項「全球第一個」的代際領先。該架構以「以電驅為主」為核心邏輯，搭載全棧自研 2.0T 超級電混專用發動機與混動領域首個兆瓦電驅系統，系統綜合功率可達 1030kW，實現頂級性能。配合 6C 倍率的超大容量電池，CLTC 純電續航達 380 公里，支持 SoC 從 20% 補能至 80% 僅需 9 分鐘，極大提升了用戶純電出行比例與補能效率。

GEA 架構秉承「安全平權」理念，致力於將旗艦級的智能與安全體驗普惠於更廣泛的用戶。該架構集「硬件、系統、生態、AI」四位一體，具備卓越的兼容性，支持純電、插混、增程乃至醇電等多種動力形式。

SPA Evo 架構在保持出色多功能性與駕控質感的基礎上，全面強化了電驅化與智能化屬性。該架構搭載 2.0T 混動專用發動機與 P3+ 雙 P4 三電機組成的強勁動力總成，在提供卓越性能的同時實現出色的能效平衡。

### 混動技術

2025 年，本集團正式發佈了行業首個基於 AI 場景引擎的動力域智能體——星睿 AI 雲動力 2.0，標志著混動動力管理從「規則控制」邁入了「自主感知與決策」的智能 AI 時代。在 AI 賦能下，我們全面升級了雷神超級電混系統，進階為「更聰明」的雷神 AI 電混 2.0，通過更先進的算法構建情景智能驅動的能量管理體系，實現了從「高效」向「智慧高效」的深刻演進。

作為本集團混動技術的核心平台，浩思動力在 2025 年完成平台化演進，衍生出三大產品系列，分別搭載於吉利銀河、領克、極氪等品牌的全新車型，並通過雷神 AI 電混 2.0 技術實現各系列的差異化性能目標。

- EM-i 電混系列：定位「極致節能」，主打吉利銀河品牌，聚焦超低能耗與長續航。該系列搭載雷神 EM-I AI 電混系統以全球量產最高 47.26% 熱效率的混動專用發動機為核心，結合超高效電驅，實現了 CLTC 虧電工況下 2.67L/100km 的超低油耗。其 AI 智慧能量管理系統能通過學習路況與駕駛習慣，動態優化能源分配，進一步降低能耗 3%-10%，綜合續航超 2,100 公里，徹底消除用戶焦慮。

- EM-P 電混系列：定位「高智能」，主打領克品牌，追求高性能與智能化體驗的平衡。該系列搭載雷神 EM-P AI 電混系統，採用獨立三電機設計，不僅提供了強勁動力，更實現了冗餘安全保護，使系統故障率降低 50%。

- 浩瀚超級電混系列：2025 年最新推出，定位「高端性能」，主打極氪品牌，填補高端混動市場空白。該系列依託全棧 900 伏高壓混動架構與高性能 2.0T 發動機，實現了動力性能與能效的極致平衡。

2025 年，我們的混動技術全面邁入「智慧動力 2.0」階段，突破了傳統混動技術依賴固定規則或預設導航的局限。通過無圖決策技術，即便在未開啟導航的情況下，系統也能綜合利用車載傳感器、實時路況感知與歷史數據，自動預測行駛路線與路況變化，並據此制定全程最優的能耗規劃。針對城市擁堵等複雜工況，系統運用 DP 動態規劃智能算法，提前預判行程總能量需求，並動態設定電池電量目標，智能化管理充放電時機，將能源分配深度融入整車控制邏輯，在實際測試中最高可降低 16% 的燃油消耗。

與此同時，智慧補能與智能熱管理模塊協同工作，根據車輛狀態、環境溫度與用戶行程，智能推薦補能策略並精準調控電池、電機等核心部件工作溫度，在保障系統全工況穩定高效的同時，將熱管理功耗降低 30% 以上。智慧動力 2.0 不僅實現了能效的極致優化，更具備持續學習能力，可不斷適配用戶的個性化駕駛習慣與多元出行場景，標志著本集團混動技術從「高效」向「智慧高效」的深刻演進，為用戶帶來前所未有的「低能耗、高平順」智能出行體驗。

2025 年，本集團的混動技術實力獲得多項行業權威認證：浩思動力「High Performance Drive Hybrid Platform Technology」獲得美國 PACE 獎、「乘用車高性能混合動力變速系統關鍵技術及應用」項目獲得寧波市科技進步一等獎、BHE15TDEB 發動機

（代號 Horse B15）和 Horse DHT160 混動系統兩款產品獲得中國心「2025 年度十佳發動機及混動系統」。

- i-HEV 智擎混動：吉利汽車於 2026 年發佈全新一代 AI 油電混動方案— i-HEV 智擎混動，重構油電混動出行體驗。該技術在吉利全域 AI 2.0 技術賦能下，深度融合全球頂尖的動力系統和行業前沿的三電技術。同時，吉利 i-HEV 智擎混動技術發佈即量產，率先搭載在星瑞、星越 L 等多款吉利中國星主銷車型上，讓全球客戶快速享受到新一代 AI 油電混動技術帶來的更智能、更節能、更性能、更安全、更可靠的全新出行體驗。

## 電池技術

2025 年，本集團依託吉曜通行電池產業集團，將動力電池的技術成果匯聚於統一的神盾金磚電池品牌之下。神盾金磚電池成功通過行業首個「整車 + 整包」帶電六大串行極端測試挑戰，以「長續航、超快充、超耐用、超安全」四大技術進階突破，完成從純電、插混到增程的全技術路線佈局，覆蓋多元需求。神盾金磚電池在續航方面，通過以電池為中心的架構重塑，優化電芯精密排布，空間利用率提高，讓混動車型純電續航里程實現均超 200 公里以上；在快充方面，超快充 SOC 10%-70%，僅需 4 分 22 秒；在壽命方面，電芯循環壽命高達 4,500 圈，保證百萬公里電池性能；低電量輸出功率比同行提高 23.5%，在 20% SOC 以下的饋電工況下，單體 5 秒放電功率可達 2,100w。

## 電驅技術

無錫星驅科技在輕金屬合金應用領域取得權威認證，「鎂合金輪邊雙電機電驅動系統殼體總成」項目榮獲國際汽車輕量化大會組委會辦法的「2025（第八屆）汽車輕量化設計大賽」創新成果獎。搭載該殼體總成的吉利雷霆 11 合 1 雙電機，首創的鎂合金殼體設計使系統重量降至 77kg，相較於鋁合金殼體總成設計方案實現減重 25%，電驅總成重量低於行業主流產品 10% 以上，是同級重量最輕、集成度最高的雙電機總成。量產的 11 合 1 超高集成域控系統，打破了傳統的功能域邊界，實現了「動力域、底盤域、熱管理域」的跨域深度融合。400V IGBT 綜合效率行業首次突破 90%，同時獲得中汽研認證和頒發的業內首張「電驅動總成 5A 級證書」。超高集成域控融合實現了高低壓能源的協同管理與驅動 - 底盤控制的實時聯動，不僅優化了能量流，提升了動態響應與安全表現，更通過物理集成大幅減少了線束與獨立控制器的數量。超高集成可實現輕量化，總成重量 ≤79.8kg，較非集成方案整車減重超過 15%，有效提升了整車空間利用率和降低能耗，為提升整車續航里程及優化車內佈局創造了良好條件。

## 清潔燃料

### 甲醇

吉利前瞻性地佈局了清潔燃料甲醇技術，致力於將甲醇打造為可再生的「液態陽光」能源。經過近二十年的持續研發與產業化推廣，我們不僅攻克了甲醇發動機腐蝕、溶脹、耐久和低溫冷啟動等世界性難題，更構建了從綠色甲醇製備、儲運加注到車輛應用、甚至碳捕集再利用的全球首個完整甲醇循環經濟生態，為交通領域，尤其是商用車等高排放場景，提供了一條切實可行、即時有效的深度脫碳中國方案。

我們正大力推進甲醇加注網絡的建設，為規模化應用掃清障礙。截至報告期末，全國已建成 823 座甲醇加注站點，並計劃於 2030 年達到 6,000 座，形成覆蓋廣泛的能源基礎設施，保障用戶的使用便利性。

甲醇技術已從研發驗證走向大規模商業化應用。目前，甲醇車輛已在貴陽、杭州等地累計推廣落地超 4 萬輛，並成功服務於杭州亞運會、哈爾濱亞冬會等國際性活動，可靠性得到充分驗證。我們計劃於 2026 年面向 C 端用戶推出第五代甲醇電混產品（涵蓋轎車與 SUV），搭載全球首創的甲醇直噴混動專用發動機，熱效率高達 48.15%，並突破性實現零下 35°C超低溫冷啟動，為用戶提供「可醇、可電、可油」的自由、低碳出行選擇。

**案例：醇氫電動車從 B 端示範向 C 端普及的戰略轉型**

為解決北方高寒地區新能源汽車低溫啟動難、續航衰減快的痛點，本集團依託 20 餘年甲醇技術積累，成功開發第四代帝豪醇氫電混汽車。該車型可在零下 30 攝氏度低溫下正常啟動，每公里運行成本不足 0.3 元，碳排放降低 42%，為北方地區推廣清潔能源汽車提供了技術可行的解決方案。

吉利控股集團主導的「綠色甲醇循環經濟全產業鏈技術創新與產業化」項目，榮獲 2025 年度「中國循環經濟協會科學技術獎」科技進步獎（技術開發類）一等獎。

### 氫氣發動機

氫內燃機是一種以傳統內燃機為基礎，通過改變燃料供應系統、噴射系統等，燃燒氫氣產生動力的發動機。氫內燃機具有成本低、對氫氣純度要求不高、可通過現有燃油發動機改造而來等優勢，是一種高效能源轉型的理想選擇。根據最新的研究成果，吉利動力的氫內燃機達成行業領先的 46% 熱效率。

## 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。

### 提高新能源產品可及性

#### 補能網絡與互聯互通

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。截至報告期末，已為超過 108 萬名車主提供家用充電樁的安裝，吉利控股集團旗下浩瀚能源作為專業補能平台，截至 2025 年 12 月 31 日，已在全國建成 2,074 座充電站，其中超快充 1,230 座，並計劃到 2027 年在全國建成 3,000 座自建站、15,000 根自建樁，持續擴大自有網絡密度。

本集團積極推動行業互聯互通，截至 2025 年 12 月 31 日，浩瀚能源已接入超過 167 萬個第三方公共充電終端，實現對中國內地所有地級行政單位的 100% 覆蓋，其中高速服務區站點覆蓋達 6,269 個。通過與超 50 家主流運營商合作，攜手共建全國普惠型補能網絡，確保用戶無論在城市通勤還是長途遠行中，都能輕鬆、便捷地獲取充電服務。

#### 技術創新與行業標準

我們堅持創新引領，致力於從根本上縮短充電時間、提升能源效率。本集團旗下極氪品牌率先建成全球唯一覆蓋「800V 高壓系統、800V 超充電池、800V 超充網絡」的 「三個 800V」超快充全生態網絡。同時，浩瀚能源於 2025 年發佈的全球首個乘用車全液冷 V4 極充兆瓦樁，實現了單槍峰值功率 1.3MW、單槍峰值電流 1300A 的「雙 1300」全球領先性能，引領行業進入「單槍兆瓦時代」。這種超快充技術不僅極大提升了用戶體驗，也通過減少車輛充電等待時間和提升電能轉換效率，帶來了顯著的碳減排效益。

此外，本集團積極承擔行業責任，浩瀚能源牽頭編制《800V 電壓平台電動汽車超充站技術要求》《電動汽車公共充電站運營管理服務導則》等關鍵行業標準，規範超充站從設計、建設到運營的全流程，推動全產業鏈的高質量、可持續發展。

#### 智慧運營與品牌佈局

我們利用數字化與人工智能技術，持續優化補能網絡的運營效率與用戶體驗。通過「極智充」智慧充電解決方案和 AI 動態定價系統，我們能夠實時分析場站運營數據，智能調控服務價格，既提升了低效場站的利用率，也優化了高峰時段的用戶排隊體驗，實現了運營效率與用戶滿意度的平衡。在硬件層面，我們規劃推出的 H 系列低成本充電設備，在設計中優先選用環保與可回收材料，採用高效率充電模塊以減少能量損耗，並通過模塊化設計延長設備使用壽命，體現了全生命周期的可持續理念。

本集團通過清晰的品牌佈局，為不同消費群體提供觸手可及的綠色出行選擇。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 使用端減碳」。

在渠道建設上，我們建立了廣泛的新能源專屬銷售網絡：

吉利銀河：中國：**1,220 家**一級經銷商門店

極氪：中國內地：**537 家**門店；其他國家 / 地區：**152 家**門店

領克：中國：**583 家**渠道網點；歐洲 **112 家**門店，覆蓋 **25 個**國家 / 地區；歐洲以外 **83 家**

## 車輛與電池回收

本集團積極響應國家循環經濟政策，以生產者責任延伸（EPR）試點為牽引，系統構建覆蓋車輛、零部件、材料及電池的循環生態體系。通過設立循環產業中心，聚焦「循環車、循環件、循環材料」三大業務，推動整車再製造、零部件再利用與材料再生。本集團建立了全流程溯源管理平台（CirTrace），實現從回收到再流通的閉環可追溯。在電池回收領域，構建產業協同體系，開展綜合利用與再生處理。同時，本集團積極聯動產業鏈，推廣再生材料應用，參與制定行業標準，持續完善循環經濟管理體系，全面提升資源綜合利用水平。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」。

## 環保理念倡導

在推動全價值鏈碳中和的同時，我們也將低碳理念深度融入用戶交互場景，構建起以用戶為核心的低碳行動體系。通過建立數字化平台、開展車主教育與構建經銷商網絡，我們正將可持續理念從生產端延伸至消費端，引導用戶在出行生活中主動踐行低碳選擇，形成品牌與用戶「價值共創」的綠色生態。

我們通過實用內容賦能車主實現綠色出行。報告期內，我們面向市場用戶發佈《提高車輛續航里程技巧》《空調製冷效果不佳的常見原因及解決辦法》《省油技巧》等一系列用車貼士，幫助車主更科學、更高效地使用車輛，有效降低使用階段的碳足跡。

此外，我們高度重視經銷商網絡在連接消費者過程中的關鍵作用，積極引導其成為可持續消費的倡導者。我們鼓勵銷售人員在產品介紹中著重闡釋油耗、電耗等環保性能指標，並提供官方認證二手車及置換服務，拓展資源循環的消費選擇。在售後服務環節，經銷商主動向車主提供廢舊電池回收、車輛報廢處理等專業建議，確保環保責任貫穿車輛全生命周期。

## 綠色門店

我們積極打造綠色門店 ，將環保理念融入經銷網絡的建設與運營中。通過系統性的設計與精細化的管理，我們致力於構建環境友好的零售終端體系，並以此為基礎，對內外部利益相關方進行綠色運營的教育與示範。

我們明確要求所有新建及改造門店項目必須嚴格執行節能減排標準。在能源管理上，門店需實施精細化控制，如對外立面燈光進行分區獨立控制並加裝定時器，避免非營業時段的長明燈現象。在建築材料與設計上，門店需根據所在地氣候特徵科學決策，例如在南方炎熱及北方寒冷地區推廣使用雙層中空節能玻璃幕牆，並在北方門店入口增設門閂，以減少室內冷暖能源的損失。此外，我們要求門店增設專門的動力電池儲藏室，規範廢舊蓄電池的回收流程，並推廣使用水性漆烤房，有效減少噴塗作業過程中揮發性有機物的排放，改善車間內外環境質量。

我們期望通過這些綠色舉措，不僅顯著降低門店運營過程中的能源消耗與環境足跡，更能形成可複製、可推廣的綠色門店樣板。我們希望以此帶動整個經銷商網絡乃至更廣泛的行業夥伴，共同提升環保意識，將可持續發展理念轉化為日常運營的自覺行動，最終實現商業效益與環境效益的雙贏。在實踐中，我們積極在國際市場推廣「利舊改造」的綠色升級模式，通過對現有門店設施進行設計優化與改造，以最小化的資源投入和廢物產生，實現顯著的能效提升與環境效益。例如，在不更換原有天花板和燈槽結構的前提下，將傳統照明系統全面升級。改造後，不僅照明用電量大幅下降，而且因其施工周期短、產生的建築垃圾極少，充分體現了「減量化、再利用」的循環經濟原則。

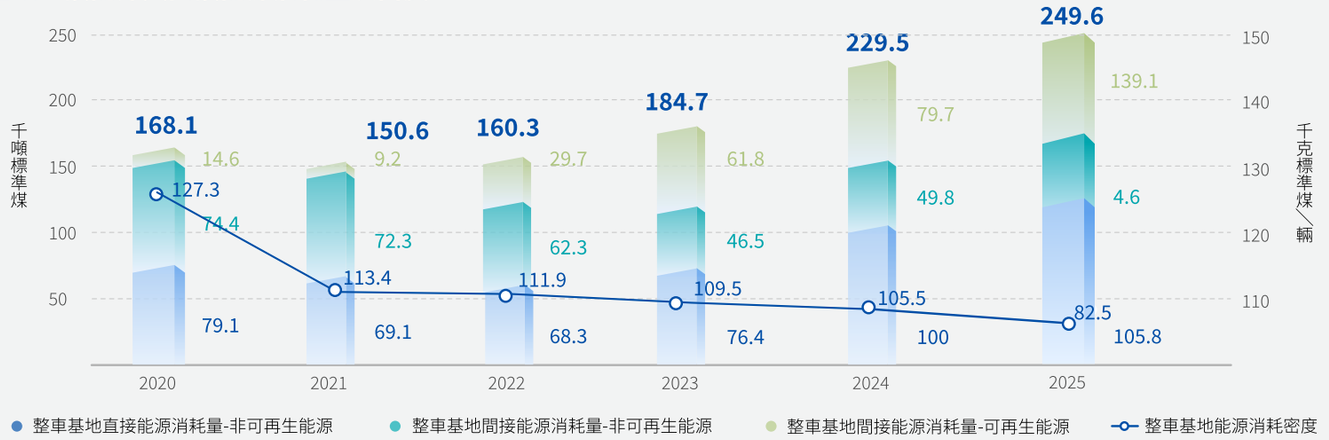
## 3.3.2 製造端減碳

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，2025 年整車製造端碳排放佔總體碳排放的 0.2%，佔本集團範圍一及範圍二的合計碳排放的 64.3%。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：

| 2025 年目標 | 2025 年進度 |
|---|---|
| 整車製造端碳排放密度 ↓ 50%（對比基準年 2020 年） | 整車製造端碳排放密度 ↓ 61%（2024 年：↓ 56%） |
| 整車基地能耗密度 ↓ 20%（對比基準年 2020 年） | 整車基地能耗密度 ↓ 35.2%（2024 年：↓ 17.2%） |

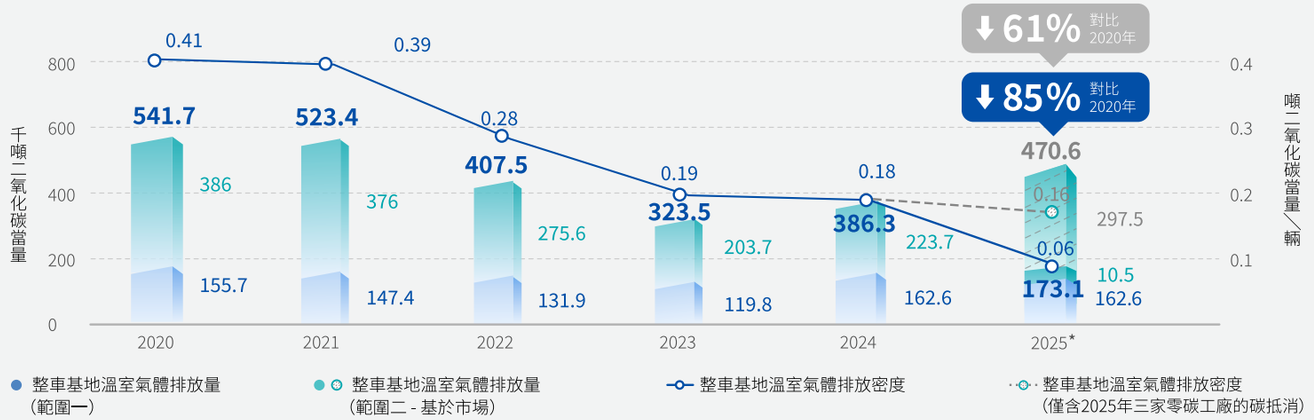
2025 年，本集團整車基地溫室氣體排放密度為 0.16 噸二氧化碳當量 / 輛（僅納入 2025 年三家零碳工廠的碳抵消）以及 0.06 噸二氧化碳當量 / 輛（納入 2025 年所有整車基地的碳抵消），下降主要原因為節能降耗的實施及可再生能源佔比上升。

### 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（2020-2025 年）、水電（2020、2024）、風電（2023-2025 年）、可再生能源證書購買，如國際 I-REC/ 國內 GEC（2022-2025 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。2022-2025 年數據已包含碳信用抵消以及購買可再生能源證書（如國際 I-REC/ 國內 GEC）的抵消。

* 其中，2025 年數據呈現兩種計算口徑，分別為整車基地溫室氣體排放密度減少 61% 和 85%；前者僅將 2025 年獲得零碳工廠認證的 3 個整車基地所購買的可再生能源證書之抵消納入計算；後者將所有 17 個整車基地所購買的可再生能源證書之抵消均納入計算。兩種口徑均表明已超額完成整車製造端單車減碳 50% 的目標。

## 能源節約

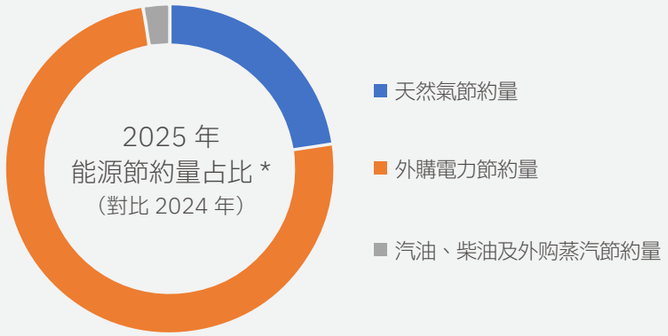
本集團將能源管理視為實現運營環節碳中和與可持續發展的核心支柱。我們通過制度規範、目標牽引與技術賦能，系統性地推動全價值鏈的能效提升與碳排放降低，確保能源使用的高效、清潔與經濟。

本集團已構建起一套層級清晰、責任明確的能源管理體系，並制定整體能源戰略與碳減排目標。 各生產基地及運營單位作為執行主體，負責具體目標的落地與日常管理。我們制定並持續完善了一系列內部管理制度與流程規範，將能源管理深度融入生產運營的各個環節，確保管理活動有章可循、有據可依。

報告期內，9 家整車基地獲得 ISO 50001 能源管理體系認證，佔比達 52.94%。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 ISO 14064-3 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。

我們實施以目標為導向的精細化能源管理。本集團依據中長期碳中和路線圖，制定明確的年度能耗與碳強度下降目標。該目標經過科學分解，層層落實到各個生產基地，形成可衡量、可追蹤的績效指標。各基地據此制定具體的節能技術改造計劃、運營優化方案及可再生能源建設規劃。本集團通過定期的管理評審與數據分析會議，監控目標完成進度，評估節能減排項目的實施效果與投資回報，並動態調整策略，確保整體能源管理計劃的科學性與有效性。報告期內，整車基地能源消耗密度同比下 21.8%，較 2024 年共節約能源 143,528 噸標煤。

同時， 我們依託自主研發的數字化工具， 構建了「監測 - 分析 - 優化 - 決策」的智能能源管理閉環，將管理體系落到實處。




* 能源節約量計算時選擇歷史同期數據為基準數據進行對比，計算方法為：（2024 年單位銷量能耗 -2025 年單位銷量能耗）× 2025 年銷量；能源節約量占比計算方法為：各分項能源節約量 / 能源節約總量。

### 「吉碳雲」平台

憑借吉利可持續發展共享中心自主研發的「吉碳雲」平台，我們實現了對本集團範圍內各工廠能源消耗與碳排放數據的統一、實時採集與數字化管理。該平台是制定精準減排規劃、核算碳足跡、進行碳資產管理的核心數據底座，為管理決策提供了可靠依據。

### EMS 能源管理系統

2025 年， 本集團對能源管理系統（EMS）2.0 版本進行了全面升級。系統新增 AI 能耗預測功能，可基於生產計劃、歷史數據與天氣等因素，對未來能源需求進行精準預測，並提前發佈用能預警，支持前瞻性能源調度。通過設備關聯預警與智能聯動功能，系統可實現與生產系統的深度集成。升級後的系統支持自定義報表與參數化分析，管理方可靈活構建符合自身管理需求的能源與碳排放看板，大幅提升了管理分析的效率與精準度。

2025 年：

EMS 能源系統已覆蓋 **88%** 的整車基地（2024 年：75%）

升級後的 2.0 版本已覆蓋 **13 家**整車基地（2024 年：9 家）

### 工業餘熱回收

本集團在各生產基地持續推進工業生產過程中的餘熱回收利用，將原本散失的熱能轉化為可用資源。

- 梅山基地：中塗 2 線新增一套餘熱回收汽水換熱裝置，回收烘房廢氣中的餘熱用於生產工藝，預計年可節約天然氣 12 萬至 15 萬立方米。
- 義烏基地：在塗裝 RTO 焚燒爐新增一套餘熱回收汽水換熱裝置，熱量回收用於塗裝前處理、烘乾熱水使用，減少鍋爐燃氣用量，預計年均可節省天然氣 36 萬立方米。

### 清潔電能替代

為降低供暖與工藝加熱環節的化石能源依賴，本集團推廣使用高壓電極熱水鍋爐，並策略性利用低成本綠電或電網穀電，實現環保與經濟的雙收益。

- 張家口基地：新增一台 5MW 高壓電極熱水鍋爐，專門用於夜間谷電時段為生活區供暖，替代原有燃氣鍋爐。該模式結合綠色電力直購，年運行約 840 小時，預計可實現年碳減排

約 900 噸，同時降低能源成本約 50 萬元。

- 餘姚基地：新增兩台 3MW 高壓電極熱水鍋爐（一用一備），用於生產前對塗裝前處理槽液進行升溫。該設備在生產日的谷電時段運行（日均約 2.5 小時），年運行約 2,000 小時，預計可實現年碳減排約 550 噸，年節約成本約 52 萬元。

### 西安基地打造零碳標杆

西安基地在屋頂鋪設了 52 萬平方米超級光伏系統，年發電量達 5,376 萬度，相當於節約標準煤 21,504 噸，減少二氧化碳排放 53,599 噸，約等同於新增 47,940 畝綠色森林的碳匯能力。同時高度自動化的生產模式可進一步降低整體能耗 10%。節能減碳貫穿生產全鏈條。基地實現 6 款車型共線生產，一分鐘內即可完成車型切換，使能耗降低 20%；衝壓環節採用先進設備，能耗降低 10%；塗裝環節使用環保水性漆，材料利用率提升 20%，能耗降低 30%，揮發性有機物排放削減 50%；廢氣處理系統淨化率超過 90%，配套餘熱回收系統熱回收效率達 85%，實現全方位節能降耗。

## 清潔能源替代

2025 年，本集團通過加大投入光伏與儲能電站、直購綠電，以及購買可再生能源證書（如國際 I-REC/ 國內 REC）等措施，已實現整車基地 100% 使用可再生電力的目標。報告期內，本集團整車基地的可再生電力使用佔比和可再生能源使用佔比，分別為 100% 和 55.6%，較 2024 年分別上升 36 個百分點和 21 個百分點。報告期內，本集團共有 3 家整車基地獲得零碳工廠認證，已達成「2025 年至少建成 3 家零碳工廠」的目標。

報告期內，本集團：

- 100% 整車基地配有分佈式光伏電站。2025 年光伏裝機總容量（含整車基地、動力製造基地、研究院）達 482.32 兆瓦，同比增長 8.39%，能夠滿足工廠約 25.1% 的電力需求，同時帶來能耗成本降低約 6,025 萬元 / 年 *;
- 6 個整車基地及 4 個動力製造基地配備儲能電站，裝機容量 70.72 兆瓦，提升光伏發電消納比例，帶來能耗成本降低約 314.3 萬元 / 年 *。

* 以管理口徑估算

## 低碳運營

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

### 打造綠色建築

- 新建建築參照《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徵，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。

### 深化能效管控

- 智能監控：園區空調系統安裝智能管控設備，實現遠程監測與策略化管理。系統每日分時段自動巡檢，避免空調非必要開啟；嚴格執行夏季 26°C、冬季 22°C的溫控標準。同時，對樓層及分區安裝智能遠程電錶，實現用電分項計量與月度能耗分析，為異常能耗管控提供數據支撐。
- 照明系統：將辦公區、會議室等場所的燈具改造為感應式、觸摸式節能燈具，並完成地下室車位燈的雷達感應改造。通過更換老式高耗能燈具，在提升照明質量的同時，預計年減少用電量超 29 萬度。
- 日常節能：推行「人走燈滅」、短距離不乘電梯等倡議，並在開關、插座處張貼節能提示。後勤部門聯合開展夜間能耗巡查與通報，優化非辦公時段設備運行策略，如設置打印機定時開關機，全方位杜絕能源浪費。

### 踐行綠色生活

- 公務低碳出行：本集團持續提升公務車新能源比例。截至報告期末，吉利控股集團保有公務車 57 輛 ，其中新能源車輛達 51 輛 ，佔比 89%。對於暫存的少量燃油車，將在未來逐步替換。
- 碳普惠平台：本集團推出員工碳普惠平台，並於 2025 年 12 月上線小程序，以激勵全員參與減排。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。

碳普惠平台

## 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周期碳排放。

| 2025 年目標 | 2025 年進展 |
|---|---|
| 各車系供應端碳排放量平均 ↓ 20%（對比基準年 2020 年） | 新能源汽車系供應端平均碳排放 ↓ 25.7%（2024 年：↓ 10.28%）<br>燃油車系供應端平均碳排放 ↓ 9%（2024 年：↓ 8.03%） |

### 低碳採購

#### 原材料碳排放管理

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。為將低碳理念深度融入產品研發源頭，本集團於 2025 年發佈了《整車碳排放開發管理辦法》，對產品碳排放屬性開發流程進行了全面升級。該辦法依據本集團研發碳目標，針對不同車型項目的零件範圍，對循環鋼、循環鋁及循環塑料的應用比例設定了明確的開發目標。

本集團積極構建循環材料標準體系，在保證產品質量的前提下，已於新產品設計中積極導入循環材料，推動新車型在可採用循環材料的重點零部件中達至「20% 循環鋼、30% 循環鋁、25% 循環塑料」的使用，持續降低原材料開採與加工環節的碳足跡，推動循環經濟發展。

目前，我們已制定了基礎開發目標：在產品中應用不低於 15% 的循環鋼、25% 的循環鋁以及 25% 的循環塑料，並規劃提高電池中鎳、鈷、鋰等關鍵金屬的再生材料比例，持續降低原材料開採與加工環節的碳足跡，具體應用詳見「4.4.3 循環材料」。

#### 動力電池碳排放管理

動力電池作為新能源汽車的核心部件與碳足跡關鍵環節，本集團通過搭建覆蓋全生命周期碳排放管理體系，系統性地降低動力電池的碳足跡。

#### 電池研發

我們將綠色低碳可持續理念貫穿于電池開發全程。在材料端，電池系統（PACK）明確要求循環鋼比例不低於 15%、循環鋁比例不低於 25%，並優先選用環境友好型材料（如綠電鋁錠），從源頭實現低碳化設計提升電池的可維修性與易拆解性，便於後期維修與材料回收，延長使用壽命。本集團已成功開發出循環壽命達 3,500 次的神盾短刀電池，較行業平均水平提升 40%，從根本上減少了因電池頻繁更換帶來的環境負擔。

### 電池採購

我們針對特定車型項目，啟動了對動力電池關鍵原材料（鈷、鋰、鎳、錳、天然石墨、雲母）的供應鏈識別與逐層溯源工作，確保原材料來源的透明與負責任。

### 電池生產

本集團構建數字化能源管理系統，將使用綠色能源與工藝節能相結合，降低電池生產過程中的碳排放。

### 電池使用

本集團依託國內車企最大的大數據智算平台——星睿智算中心，對全部新能源車輛的動力電池進行全生命週期實時監控與健康管理。通過部署電池安全預警、健康度評估等智能算法，在保障用戶安全的同時，精准評估電池殘餘價值，並在二手車評估、電池再利用提供數據支撐，最大化挖掘電池全週期價值。

### 電池回收

本集團建立了電池溯源回收管理系統，並完成與國家動力電池溯源管理系統的對接，為消費者提供便利的廢舊電池回收渠道。工廠端廢舊電池則依據法規通過公開招標的第三方合作方進行規範化回收處理。

### 電池再利用

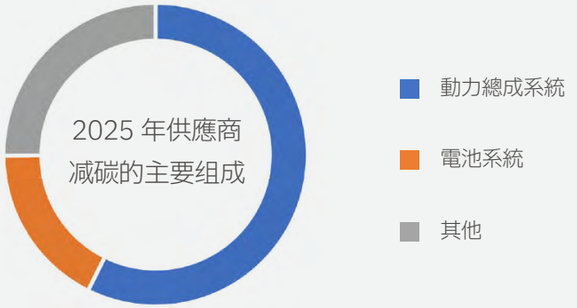
本集團循環產業中心以「生產者責任延伸」為核心，全年回收處理廢舊電池超 4,000 塊。通過技術創新對廢舊電池進行篩選、重組與再設計，經與三方合作開發廠區內太陽能路燈等應用場景，實現「退役不退役，價值再延續」。

同時，為應對全球電池法規合規要求，本集團推進電池護照平台建設，將其作為全生命周期管理的核心數字基石。我們已完成本集團內部電池護照數據的統一化定義，並構建了「源頭規範 - 過程集成 - 生態共建」的全鏈條體系。通過跨企業、單位、部門協同，我們自主搭建了專業化數據採集產品碳核算及供應商管理平台，以滿足電池護照對碳足跡核算及關鍵礦產溯源的核心數據需求。該平台計劃於 2026 年持續升級，推進實現與電池護照主平台的深度數據互通，形成「數據採集 - 溯源核驗 - 合規上報」的閉環管控體系，為應對全球電池法規構建了堅實的數據協同與合規管控底座。（請參閱本報告「7.1.1 供應商全生命周期管理」）

## 供應商碳管理能力提升

為規範供應鏈碳排放管理，助力實現本集團碳中和戰略目標，提升供應鏈綠色競爭力，供應端面向全體供應商提供數字化平台工具，針對供應商碳管理設置量化指標以及常態化的考核機制，旨在將碳管理要求深度嵌入供應商選擇、合作與評估的全業務周期，為供應鏈綠色轉型提供堅實保障。

截至 2025 年 12 月，平台累計完成 **6,880 個**零部件碳足跡核算模型。截至報告期末，通過平台申報的供應鏈累計降碳量已達 **147.6 萬噸**。




同時，我們通過培訓、倡導與標杆引領，持續提升供應商的自主減碳能力。2025 年，本集團組織了 4 場專項碳管理培訓，覆蓋供應商人員 3,247 人次。我們積極倡導供應商建立能源管理體系、建設綠色工廠，目前已有部分供應商獲得了 ISO 50001 能源管理體系認證及綠色工廠稱號，並推動 54 家核心供應商實現了 100% 可再生電力使用，從能源結構源頭大幅減碳。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」。

## 低碳包裝

在綠色包裝領域，本集團已構建系統化、數字化、可量化的管理體系，全面覆蓋資源使用、循環再利用與智能設計。

我們建立了可追溯的循環包裝管理網絡，通過循環包裝管理系統（CMS），實現了從供應商發貨、工廠接收、空箱返回再使用的全流程數字化追蹤與管理，確保了包裝資源的閉環流動。同時，我們大力推行包裝標準化與通用化，通過平台化設計，將包裝通用化率提升至 75% 以上，實現了跨吉利、領克、極氪等多品牌的包裝方案共用，顯著減少了包裝種類，降低了綜合管理與物流成本。

2025 年，本集團正式啟動「零部件智能包裝方案設計」專項，推動入廠包裝設計向數字化、智能化深度轉型。該項目依託「吉利星睿智算中心」的強大算力，聚焦散放、柔性中間層、平面中間層、隔間、仿形定位 5 種邏輯開發，為新車型生成最優的輕量化包裝方案。我們通過部署 AI 仿真優化平台，對包裝結構進行拓撲優化，在保障防護性能的前提下實現材料用量最小化。此外，我們獲得的「一種新型模塊化拼裝運輸料架」專利，實現了料架根據電池尺寸靈活調節與拼裝，進一步減少了包裝單元數量，提升了運輸裝載效率，踐行了「減重即減碳」的原則。

本集團對所有包裝物料實施嚴格的末端管控。針對所有的一次性包裝（如氣泡膜、纏繞膜等），我們在工廠內部設立專人負責回收與分類，之後全部交由合格的合作再生企業進行資源化處理，致力於實現一次性包裝廢棄物的「零填埋、全回收」，將「無廢」理念貫穿至物流末梢，打造「無廢物流」標杆。

為確保低碳包裝戰略的有效落地，本集團已將綠色循環包裝要求全面制度化、標準化，並將其深度嵌入供應鏈管理體系。《吉利供應商行為準則》與《綠色供應鏈管理協議》明確將包裝環保表現作為供應商準入、年度審核、績效考核（ESG 評分佔比達 30%）乃至付款條件的核心依據。並通過《供應商違約處理管理辦法》明確了違約認定與考核機制，以制度化手段確保綠色包裝戰略得到有效執行。

本集團自有包裝已實現 **100%** 採用循環包裝。2025 年，整車一次性包裝材料使用量 **13,600 噸**，相當於每輛車消耗 **4.50 千克**；循環包裝覆蓋的汽車零部件達 **90% 以上**，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%**。

## 低碳物流

報告期內，本集團範圍三物流與配送的溫室氣體排放量為 2,066,510 噸二氧化碳當量（2024 年：1,146,762 噸二氧化碳當量），涵蓋入廠物流、出廠物流及售後物流，佔總體碳排放的 2.40%。本年度相關排放量上升，主要由於新能源汽車銷量及整體業務規模擴大，物流運輸需求增加，同時部分物流碳排放數據的統計範圍及數據完整性有所提升，使更多排放量得以納入計算。

為實現全鏈路碳中和目標，吉利汽車將低碳物流作為關鍵突破口，通過系統性的戰略規劃與創新實踐，構建綜合性解決方案。在運輸網絡與模式上，我們積極推進全球產能的區域化佈局，將供應鏈向東南亞、拉美等新興物流中心靠攏，有效縮短響應距離。同時，大力推廣「鐵 - 海 - 鐵」多式聯運模式，並設定了明確的模態轉換目標：計劃到 2030 年將鐵水聯運比例提升至 45%；到 2027 年在東歐、中亞等區域將鐵路運輸佔比增至 40%-50%，從根本上降低對高碳長途公路運輸的依賴。

在運力能源清潔化方面，我們雙線推進。陸路運輸上，我們通過企業標準《貨車運輸汽車零部件技術要求》與合同約束，嚴格限制運輸車輛排放，並明確要求固定車輛中新能源貨車佔比不低於 30%。截至 2025 年底，我們已採購 50 輛甲醇轎運車，預計將於次年投入使用，並計劃到 2030 年將零部件入廠運輸貨車中的 20% 替換為新能源貨車。在海運領域，我們積極推廣液化天然氣（LNG）、甲醇、氨等替代燃料船舶應用，全力推動船舶能源轉型。目前，2 艘 LNG 雙燃料滾裝船已正式投入運營，該型船舶以 LNG 為清潔燃料，相較傳統燃油船，可減少約 90% 硫排放和 85% 碳排放，為中國汽車出口開闢了低碳運輸的新路徑。

報告期內，因採用鐵路運輸共減少排放 3,711,221 噸二氧化碳當量，因採用水路運輸共減少排放 479,967 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 63 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 12,457 噸。

### 醇氫電動技術推動航運脫碳

2025 年 9 月，全球首艘醇氫電動集散兩用船「遠醇 001」在杭州成功吉水，其搭載了吉利自主研發的醇氫電動系統，可實現甲醇燃料與電力協同驅動。與傳統柴油船舶相比，「遠醇 001」的能耗下降超過 42% ，單公里能耗僅為 5.3 升 ，續航里程接近 1,500 公里，在提供清潔、安靜運行體驗的同時，也顯著優化了全生命周期的運營成本，為供應鏈低碳水路運輸提供了創新解決方案。

全球首艘醇氫電動集散兩用船

我們利用先進技術實現物流系統的精準管理與效率躍升：

## 低碳運輸

本集團持續優化物流全場景（OTWB）系統，實現了對物流訂單、運輸、倉儲及計費的全流程數字化管理。截至 2025 年，全鏈路數據上線率達 98.6%，固定車輛入網管控率達 100%，為精細化的碳排放監測與管理奠定了堅實數據基礎。我們通過構建全域模型，對跨區域零部件入廠線路進行科學重組與招標，成功實現雙向對流運輸，填補了約 20% 的長途返程貨量缺口，極大提升了車輛裝載率與利用率，減少了空駛里程。2025 年，通過路徑優化等措施，倉網地區前端取貨環比降低 1,303 萬公里的運輸里程。

## 智能倉儲

在散件裝配（KD）業務中，我們採用自主開發的散件裝配管理系統（KDMS）結合自動導引運輸車（AGV）、無人叉車等智能設備，顯著提升了作業效率與透明度。同時，我們積極推進供應商本地化，2025 年大貨量、遠距離供應商本地化貨量比例已達 57%，從源頭減少了長途運輸需求。

| | |
|---|---|
| 數字化管控 | 持續優化物流全場景（OTWB）系統，實現了對物流訂單、運輸、倉儲及計費的全流程數字化管理。截至 2025 年，全鏈路數據上線率達 98.6%，固定車輛入網管控率達 100%，為精細化的碳排放監測與管理奠定了堅實數據基礎。 |
| 智慧調度 | 通過構建全域模型，對跨區域零部件入廠線路進行科學重組與招標，成功實現雙向對流運輸，填補了約 20% 的長途返程貨量缺口，極大提升了車輛裝載率與利用率，減少了空駛里程。2025 年，通過路徑優化等措施，倉網地區前端取貨環比降低 1,303 萬公里的運輸里程。 |
| 智能倉儲 | 在散件裝配（KD）業務中，自主開發的 KDMS 結合自動導引運輸車（AGV）、無人叉車等智能設備，顯著提升了作業效率與透明度。同時，我們積極推進供應商本地化，2025 年大貨量、遠距離供應商本地化貨量比例已達 57%，從源頭減少了長途運輸需求。 |

綠色理念同樣貫穿於基礎設施。在備件業務及外租倉庫的選址與運營中，本集團優先考慮綠色認證設施。目前，我們超 60% 的倉庫已取得綠色建築認證，其中 4 家獲得中國綠色建築三星認證、1 家獲得美國綠色建築（LEED）金級認證及 1 家獲得 LEED 銀級認證。同時，在庫區運營管理中，我們持續推進節能技術與環保設施應用，超 70% 的庫區區域採用節能 LED 照明，30% 的庫區配套落地雨水回收系統、光伏發電系統及儲能管理系統，切實降低倉儲環節的能源消耗與環境影響。

# 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，本集團正式成為 TCFD 支持者。

2023 年 10 月，TCFD 宣佈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

### 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構

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瞭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。

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。
- 協同總裁辦公室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、設立碳管理標準和溝通指引、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。

## 主要會議及決議

報告期內，可持續發展委員會舉行了 4 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 年減碳目標達成情況、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）；
- 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。

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。

## 氣候變化治理監督及激勵機制

本集團將「單輛車全生命周期碳減排目標」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。

為確保目標在全價值鏈有效分解與執行，本集團構建了精細化的三大維度「碳管理」評價體系，並將考核結果與各業務單位組織績效及其主要高管薪酬緊密關聯。該體系主要圍繞三大領域展開：

- 年度減排目標：涵蓋整體減排目標及製造端、供應端、使用端的具體目標，分別由戰略、製造、採購、銷售等責任中心承接。評價採用「月度收集、季度評價、年度兌現」的流程，根據年度完成率進行打分。
- 五年減碳規劃：制定 2026-2030 年減碳規劃及清晰路徑，覆蓋戰略規劃、研發、製造、採購、銷售、物流、循環產業等減排單位，並按季度評價，根據開展情況進行打分。
- 碳盤查基礎：對製造、研發、採購、銷售、物流等主要涉及單位進行碳盤查工作的年度評價，並根據開展情況進行打分。

這套分領域、分單位、分頻次的評價網絡，構建了清晰的問責閉環。

在能力建設層面，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。 通過為內部碳管理人員定制專項培訓計劃，以及面向供應商定期開展綠色工廠與能源管理月度培訓課程，持續提升整個價值鏈在碳管理和低碳轉型方面的專業能力與實踐水平。

## 3.4.2 戰略

本集團將應對氣候變化置於戰略核心，致力於在 2045 年實現碳中和。我們以科技創新為驅動，設定了全生命周期的清晰減排路徑：以 2020 年為基準，2025 年單車全生命週期碳排放降低 25%。為實現目標，我們系統化推進覆蓋設計、供應、製造、使用及運營五大環節的「全生命周期碳減排」戰略，通過打造零碳工廠、構建綠色供應鏈、推廣循環材料等關鍵行動，引領價值鏈低碳轉型 ,致力於向巴黎協定 1.5 度目標推進 。(詳細內容參見「3.1 氣候戰略及目標」)

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：1-2 年；中期：3-5 年；長期：5 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（極端天氣、颱風、洪水）、慢性風險（海平面上升、生態環境破壞）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，識別了各風險的當前及預期財務影響和機遇的潛在財務影響。

### 內部碳定價

本集團在內部碳定價機制上，已從製造端轉向研發端進行重點佈局。由於製造板塊正建設零碳工廠且 2025 年 100% 使用可再生電力，碳排放已大幅降低，因此當前主要在設計端研究推行碳定價，通過設定研發碳排放限值並將碳成本納入產品成本，從源頭驅動低碳設計。

同時，對於尚未完全脫碳的製造環節及能源採購活動，本集團持續參考中國全國碳排放權交易市場（CEA）碳配額價格（2025 年收盤價約 76.39 元 / 噸二氧化碳），評估節能降碳項目的經濟可行性。目前，本集團正在完善內部碳定價在各業務環節的量化應用方法論，計劃於未來披露具體碳價格參數及覆蓋的排放體量。

## 氣候相關風險影響和應對

| 類型 | 氣候相關風險 | 風險描述 | 影響周期 | 對商業模型及價值鏈的當期及預期影響 | 當前及預期財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 轉型風險 | 法律與政策 | 市場 / 產品監管嚴格 | S M L | • 機動車污染排放標準趨嚴，增加產品技術需求<br>• 國家碳市場覆蓋行業變化，碳排放控制風險增加<br>• 新能源車補貼政策及額度變化（如新政《2026 年汽車以舊換新補貼實施細則》），導致油車和電車市場競爭格局加劇<br>• 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事項的通知》，促使車企加速電動化轉型<br>• 監管要求向價值鏈上游傳導，對公司供應鏈的合規能力提出更高要求 | • 研發成本增加（如清潔能源技術）；2025 年不符合資本化的研發成本 97.3 億元及已資本化之產品研發成本增加 78.9 億元，合共約 176.2 億元， 主要與新能源智能車型開發有關<br>• 生產運營成本增加（如引入節能設備和使用可再生能源）<br>• 市場份額影響銷售收入<br>• 雙積分政策直接影響公司的合規成本或收益。若新能源汽車積分或燃料消耗量積分無法平衡，將影響當期利潤 | • 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<br>• 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<br>• 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」）<br>• 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」）<br>• 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 使用端減碳」）<br>• 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」） |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

| 類型 | 氣候相關風險 | 風險描述 | 影響周期 | 對商業模型及價值鏈的當期及預期影響 | 當前及預期財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 轉型風險 | 法律與政策 | 國際綠色貿易壁壘 | S M | • 歐盟碳邊境調節機制（CBAM）、《電池與廢電池法規》（EUBR）、《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）<br>• 產品碳足跡相關核算費用增加<br>• 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 | S M L | • 前期需要更多的低碳技術投入<br>• 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<br>• 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 使用端減碳」）<br>• 針對性調節生產工藝線，有計劃地實施工廠升級路線 |
| | | 產品替代 | S M | • 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 | |
| | 市場 | 產品成本和價格 | M L | • 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<br>• 低碳材料供應緊張，影響產品生產計劃<br>• 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<br>• 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<br>• 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」）<br>• 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 供應端減碳」）<br>• 參與合作研發低碳材料（「3.3.3 供應端減碳」） |
| | | 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 使用端減碳」） |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

| 類型 | 氣候相關風險 | 風險描述 | 影響周期 | 對商業模型及價值鏈的當期及預期影響 | 當前及預期財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 轉型風險 | 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<br>• 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<br>• 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<br>• 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<br>• 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 員工賦能」）<br>• 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 使用端減碳」）<br>• 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 | 高溫、極寒等極端天氣 | M L | • 極端高溫天氣通常伴隨大範圍的空調和製冷需求，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<br>• 極端天氣可能衝擊位於特定區域的上游供應商，尤其是動力電池、芯片等關鍵零部件的供應穩定性，進而波及整車生產節奏 | • 極端天氣期間，生產及辦公場所的降溫 / 供暖需求導致能源消耗大幅上升，增加電費、燃氣費等運營支出。同時，應急響應、設備搶修等也將產生額外費用 | • 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歷史數據建立防範預案<br>• 聯合上下游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<br>• 對關鍵零部件實施多源供應策略，避免單一區域或單一供應商依賴，降低極端天氣導致的斷供風險<br>• 制定極端天氣下的員工工作安排指引，包括靈活工時、遠程辦公、高溫 / 極寒防護用品發放及健康監測，保障員工安全與健康 |
| | | 颱風和洪水 | S M | • 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<br>• 洪澇、颱風等極端天氣可能對生產廠房、設備及庫存車輛造成物理損毀，增加資產維護和重置壓力 | • 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<br>• 生產中斷和延遲，導致銷售收入減少<br>• 保險費用及理賠費用成本增加<br>• 提升氣候韌性措施，導致運營成本增加 | |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

| 類型 | 氣候相關風險 | 風險描述 | 影響周期 | 對商業模型及價值鏈的當期及預期影響 | 當前及預期財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 實體風險 | 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<br>• 沿海港口是進出口業務的重要樞紐，海平面上升可能導致港口作業中斷或效率下降，影響海外市場的零部件進口和整車出口物流網絡 | • 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<br>• 出售或放棄現有不動產，導致資產重估、減值及損失 | • 持續開展氣候變化對生產基地的風險評估，特別是針對沿海地區生產基地，定期更新洪水風險地圖和脆弱性分析<br>• 建立關鍵原材料溯源機制，優先採購獲得國際認證的可持續材料，並逐步提高再生材料在產品中的使用比例<br>• 將生態環境和生物多樣性保護要求納入供應商準入標準和年度考核，對高風險供應商開展現場環境審核，推動供應鏈綠色轉型 |
| | | 生態環境破壞 | L | • 生態環境退化可能導致關鍵原材料的開採受限或資源枯竭，影響供應鏈的穩定性和成本的可控性 | • 為降低對生態環境的負面影響，逐步採用可持續材料（如再生材料、生物基材料）替代傳統材料，短期內可能導致單位產品材料成本上升 | |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

## 氣候相關機遇影響和應對

| 類型 | 氣候相關機遇 | 影響周期 | 對商業模式及價值鏈的潛在影響 | 潛在財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|
| 資源使用效率 | 循環經濟<br><br>減少生產和產品中的材料使用 | S M | • 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<br>• 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<br>• 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<br>• 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<br>• 循環經濟形成新的收入來源，提升收入<br>• 減少廢棄物和污染物的處理成本 | • 詳見「4.4 循環經濟」<br>• 產品設計精簡化減少材料使用<br>• 提高產品使用循環材料的比例<br>• 與上下游合作夥伴和消費者等共同推動循環經濟 |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

| 類型 | 氣候相關機遇 | 影響周期 | 對商業模式及價值鏈的潛在影響 | 潛在財務影響 | 應對舉措 |
|---|---|---|---|---|---|
| 能量來源 | 生產過程採用低排放和可再生能源<br><br>生產過程的能源節約 | S M | • 減少對化石能源及傳統能源的依賴<br>• 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<br>• 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；2025 年節能改善項目降低成本約 17,826 萬元，餘熱回收項目降低成本 2,550 萬元，光伏項目降低 6,025 萬元，儲能項目降低成本約 314 萬元<br>• 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」<br>• 推動和優化能源管理系統，利用智能製造實現節約能源<br>• 推動生產工藝優化及節能降碳技術改造<br>• 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<br><br>提供低碳的出行方式 | S M L | • 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<br>• 降低出口風險，增加出口進入重視低碳市場的機遇<br>• 增加低碳出行的客戶<br>• 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；2025 年銷售汽車及相關服務的收益 3,110 億元，主要由 2025 年總銷量 302.5 萬輛中新能源汽車銷量 168.8 萬輛，佔比 55.8% 所貢獻（2024：40.8%）<br>• 增加低碳產品的出口銷售收入<br>• 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 使用端減碳」<br>• 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<br>• 促進低碳出行方式，推動充電基礎設施建設等措施<br>• 拓展更多可持續智能出行業務的機會 |
| 市場 | 綠色融資 | S M | • 拓展多元化的融資渠道<br>• 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<br>• 獲得 ESG 投資資金 | • 通過發佈可持續金融框架，提升信息透明度<br>• 獲得可持續貸款，用於支持純電動汽車研發及購買，助力發展環境友好項目，實現低碳轉型，詳見「2.5 可持續金融」 |
| 人才 | 改進勞動力和人才發展戰略 | S M L | • 向電動化、智能化、國際化的全面轉型，驅動人才結構向複合型人才體系優化，為商業模式升級提供核心支撐 | • 高技能人才佔比提升短期內可能推高平均薪酬水平，但通過優化組織效能、提升人均產出，可實現人力成本的有效控制和投入產出比的優化 | • 面向全球持續引進電動化、智能化、國際化等領域的頂尖人才，定向培養符合產業需求的複合型技術人才 |

S 短期風險 1-2 年　M 中期風險 3-5 年　L 長期風險 5 年以上

* 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

氣候情景分析是一種戰略規劃工具，用於評估在不同氣候未來下，企業可能面臨的風險與機遇。這些情景基於一系列關於未來社會經濟發展、技術演進、政策走向及氣候物理響應的科學假設構建而成，並非預測。通過分析多種合理且具有挑戰性的情景，本集團能夠增強戰略韌性，識別關鍵的氣候相關財務影響，並確保我們的碳中和路徑在不同未來下均具有適應性與可靠性。

為全面評估氣候相關風險與機遇，我們參考了國際公認的權威框架，選取了針對不同類型風險的差異化情景：

- 針對實體風險：我們採用了政府間氣候變化專門委員會（IPCC）在第六次評估報告中提出的代表性情景。這些情景綜合了共享社會經濟路徑（SSP）與輻射強迫水平，我們選取了兩種具有顯著差異的未來：

| 實體風險 | | |
|---|---|---|
| **適用情景** | **情景說明** | **情景分析** |
| SSP5-8.5 | 該情景為高排放情景。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、技術創新乏力的特徵，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。 | 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。 |
| SSP1-2.6 | 該情景為低排放情景。在此情景中，假設各國通力合作，迅速採取有力減排措施，人口適度增長，經濟高速增長，農業生產技術進步。環境保護意識強，緩解生物多樣性喪失優先級較高，動物產品消耗減少，實現可持續發展目標。 | 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。 |

- 針對轉型風險：我們採用了國際能源署（IEA）在其年度《世界能源展望》中構建的三種全球能源轉型情景，它們代表了不同政策力度與執行效果下的轉型路徑：

| 轉型風險 | | | |
|---|---|---|---|
| **適用情景** | | **情景說明** | **情景分析** |
| IEA STEPS | 既有情景<br>—穩健路徑 | 該情景僅考慮各國政府當前已正式實施或明確公佈的具體政策所產生的影響。 | 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。 |
| IEA APS | 激進情景<br>—雄心路徑 | 該情景假設各國政府當前已宣佈的所有氣候承諾，並能按時完全實現。這是一個雄心勃勃但實施尚不確定的轉型路徑。 | 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，在這種激進行動情景下，企業也將面臨巨大的成本支出挑戰。 |
| IEA NZE | | 該情景描繪了全球通過空前規模的協同行動，實現《巴黎協定》將 2050 年溫升限制在 1.5° C 目標的路徑。 | |

本次情景分析主要聚焦於气候情景分析。我們的評估基於以下主要假設展開：

- 氣候風險特性：我們充分認識到氣候系統的滯後性。當前的排放決策將鎖定未來數十年的氣候影響。因此，即便在積極轉型情景（如 NZE）下，由於歷史排放的慣性，未來幾十年內極端天氣事件的增加仍將對本集團全球範圍內的整車製造、零部件供應、物流運輸及經銷商門店運營構成持續的實體威脅。
- 外部市場與價值鏈演變：我們假設以下外部因素將隨不同氣候情景發生關鍵性演變，並直接影響本集團的碳排放與成本結構：
  - 能源結構轉型：電網中清潔能源佔比是決定純電動車使用階段碳排放的關鍵因素，直接影響產品全生命周期碳足跡。
  - 材料循環經濟：鋼鐵、鋁材及動力電池等重要原材料的再生料使用比例與低碳生產工藝的普及程度，是降低車輛生產階段碳排放的核心變量。
  - 技術進步：車身輕量化技術、電驅動系統效率、內燃機熱效率等技術的進步水平，直接決定了車輛在使用階段的能耗（電耗、醇耗、油耗）。
  - 產品結構演變：新能源汽車（BEV、PHEV、醇氫電動車等）在新車銷售中的滲透率，是影響本集團整體碳排放強度的決定性因素。
  - 碳定價機制：全球及區域碳市場的碳價水平，將通過影響自身運營成本、供應鏈成本及用戶使用成本，深刻塑造綠色低碳轉型的經濟激勵。

- 內部戰略錨點：本集團以 2020 年為碳排放基準年，設定了到 2025 年單車全生命周期碳排放減少 25% 以上的短期目標，並承諾於 2045 年實現全價值鏈碳中和。此戰略路徑是評估所有情景下本集團行動必要性與緊迫性的核心參照。

| 風險類型 | | 風險描述 | 2020年 | 2030年 | | 2045年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 基準年 | SSP1-2.6 | SSP5-8.5 | SSP1-2.6 | SSP5-8.5 |
| 實體風險 | 急性 | 高溫、極寒等極端天氣 | 極低 | 極低 | 高 | 極低 | 高 |
| | | 颱風和洪水 | 極低 | 低 | 高 | 中 | 極高 |
| | 慢性 | 海平面上升 | 極低 | 極低 | 低 | 極低 | 中 |
| | | 生態環境破壞 | 極低 | 極低 | 中 | 極低 | 中 |

| 風險等級 | 極低 | 低 | 中 | 高 | 極高 |
|---|---|---|---|---|---|

## 3.4.3 風險管理

本集團已構建完善的風險管理框架及相應的風險管理流程，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。

在制定氣候策略時，本集團充分考慮情景分析的成果，以更精確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帶來的挑戰。

**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），並據此及時調整內部管理與核算體系，以確保持續合規；
(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，通過綜合考慮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 風險亦會根據其可能性與影響程度，與其他各類風險一同進行細緻的風險排序，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 2025》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，包括：通過細化碳核算邊界，明確價值鏈各環節的減排責任，並在此基礎上制定清晰的減排目標分解方案，保持對目標進展的動態監測與評估。
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。有關注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

為積極響應全球應對氣候變化的緊迫行動，並將可持續發展深度融入本集團長期發展戰略，我們制定了科學、進取的碳目標。本集團制定「2025 年單輛車全生命周期碳排放減少 25%（以 2020 年為基準），2045 年實現碳中和」的目標，詳見「3.1 氣候戰略及目標」。此目標以《巴黎協定》1.5°C目標為指引，旨在系統性地規劃並推進全價值鏈的溫室氣體減排路徑。

### 本集團氣候變化相關指標

| 指標類型 | 指標 | 單位 | 2020 (基準年) | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 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 | 28.51 |
| 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 | 5,195,388 |
| | 新能源汽車積分 * | 分數 | -22,584 | 92,938 | 836,077 | 977,903 | 1,370,939 | 2,141,720 |
| | 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) | 2.93(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 | 55.76 |
| | 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 | 100 |
| 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 | 1,687,767 |

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、極氪品牌、領克品牌的 17 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（上游 + 下游）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游租賃資產、已銷售產品的加工、下游租賃資產類別。

*：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、極氪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。

#：為便於準確對比，銷量數據已將睿藍汽車剔除。

### 氣候變化相關財務指標

報告期內，本集團就氣候相關風險和機遇的財務影響進行了評估。本集團業務涵蓋整車製造、動力電池、零部件採購、物流配送及終端銷售等全鏈條環節，轉型風險具有全域性與傳導複雜性，目前尚難以按單一維度將資產或業務合理拆分，計劃在未來逐步建立氣候風險量化評估模型以提升披露顆粒度。

就物理風險而言，本集團報告期內已啟動對主要整車基地的物理風險篩查工作，目前尚未有單一資產或業務活動被界定為已受重大物理風險影響或發生重大氣候相關直接損失。未來，本集團將計劃結合各整車基地地理坐標、資產價值及情景分析，逐步實現對物理風險敞口的量化評估。

本集團高度重視低碳轉型帶來的長期發展機遇，涉及氣候相關機遇的業務方向主要包括新能源汽車產品推廣、動力電池技術迭代、綠色製造工藝升級等。報告期內，本集團已披露其發展方向與戰略佈局，並著手建立氣候相關財務信息的專項統計與歸集體系，逐步完善上述機遇類業務收入的獨立核算口徑。

# 4 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

**ESG 戰略** 自然受益

## 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
- **15 個**國家級「綠色工廠」(2024 年 :12 個 )
- **12 個**「無廢工廠」(2024 年 :11 個 )
- 整車基地工業廢水排放密度：**0.92 噸 / 輛**（**↓ 35%**）
- 整車基地危廢產生密度： **7.21 千克 / 輛**（**↓ 16%**）

## 資源使用與節約

- 整車基地生產用水量密度：**2.11 噸 / 輛**（**↓ 24%**）
- 整車基地水資源循環利用率：**97%**

## 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

## 循環經濟

- 共建汽車可持續材料聯合研究實驗室
- 建立了循環車、循環件、循環材料、創新業務（電池綜合利用、再生等）的**汽車循環生態**
- 入選中華環保聯合會 「一帶一路」綠色供應鏈案例

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

本集團在制定 ESG 戰略時，全面審視了自身運營對自然環境的依存關係與影響，並將自然資本的維護與增值納入企業日常經營管理決策。通過系統化推進自然資本管理，我們在實現自身可持續發展的同時，積極聯動價值鏈夥伴維護自然生態系統。

### 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」）。

本集團旗下各子公司均已通過 ISO 14001 環境管理體系認證，並每年接受外部監督審核。同時，本集團安全環保部每年組織內部專家對各子公司、研究院開展兩次內部評價，排查環境合規風險，並對識別出的風險實施預防與整改措施，持續跟蹤記錄，實現閉環管理。

#### 環境管理

**環境管理架構**

| | |
|---|---|
| 首席安全官（CSO） | 負責統籌本集團的環境管理，監督環境目標執行，並定期向高層與監管部門匯報環境工作進展。 |
| 安全環保部 | 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。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。 |

本集團建立了系統化的環境治理機制，發佈及修訂《零毀林聲明》《環境聲明》《生物多樣性聲明》，進一步明確了我們在自然資本保護方面的長期承諾與行動框架。此外，本集團將環保要求融入日常運營。我們重視員工環保意識培養，新員工入職即接受環境培訓，並每年組織兩次員工培訓，涵蓋危險廢物處置、應急演練及環保法律法規等核心內容。為提升應急響應能力，各生產基地每半年組織開展針對廢水、廢氣、危險廢物及化學品泄露等場景的實戰演練，持續完善應急預案，切實防範環境事故風險。

#### 自然受益管理

我們高度重視自然相關風險（如氣候變化、水資源短缺、原材料供應波動、生物多樣性喪失等）對價值鏈的潛在影響。本集團不僅將整車製造基地定位為生產核心，也將其視為區域生態平衡的守護者，致力於在綠色設計、綠色製造、綠色採購、循環製造及綠色物流等環節系統推進自然受益實踐。

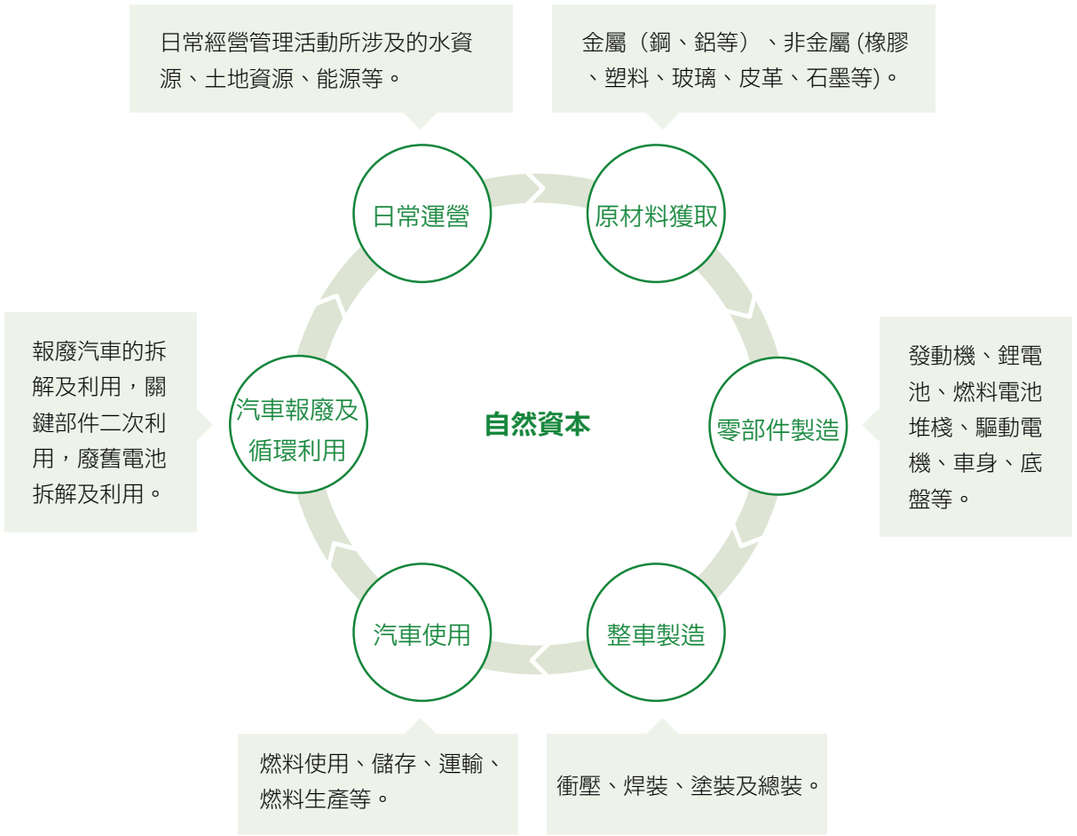
在自然受益管理架構中，各部門緊密協同、高效聯動，形成了跨系統、跨職能的常態化協作機制，共同推動整體自然受益目標的實現。本集團製造系統 ESG 工作組統籌推進各製造基地的自然受益管理工作，負責監督、評估、審核及反饋基地在自然受益方面的成熟度表現，並協助其落實相關管理措施。與此同時，循環產業中心以內部資源循環利用為核心，依託生產者責任延伸試點機制，協同產業鏈夥伴共同構建資源閉環體系，推動循環車、循環件與循環材料在產業內外的流通與應用。

### 4.1.2 戰略

我們積極推動自然受益型經濟發展，著力構建資源節約與循環型生產模式，努力降低對自然資本的依賴。同時，本集團積極響應聯合國可持續發展目標（SDGs），並應用 TNFD 發佈的《自然相關問題識別與評估指南：LEAP 方法》，識別商業運營活動與自然的連接點，對識別出的自然依賴和影響進行優先級排序。結合 ENCORE 數據庫及內外部利益相關方調研結果，全面評估重點生產運營場所與關鍵價值鏈環節在自然方面的依賴與影響、風險與機遇。

## 識別自然相關影響與依賴、風險與機遇

本集團在日常生產運營中，已將自然資本的成本與收益納入綜合評估體系，系統識別我們所面臨的自然相關風險與潛在機遇。同時，我們運用世界自然基金會開發的生物多樣性風險過濾器（WWF Biodiversity Risk Filter）工具，對各運營點的自然依賴性及其影響進行風險等級分析，並基於評估結果制定針對性的自然風險管理策略，推動運營與自然生態系統協調發展。




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

**貫穿日常管理運營及汽車產品全生命周期，對自然資本的依賴及影響進行分析**

| 依賴 | 影響 |
| --- | --- |
| ◦ 水資源：主要運用於整車製造的塗裝環節，衝壓和總裝亦涉及用水。<br>◦ 土地資源：涉及生產基地建設、研發測試設施方面<br>◦ 能源：維持生產線、基地設施設備和供應鏈轉運<br>◦ 原材料：金屬、非金屬等材料的採購<br>◦ 生態系統：自然生態提供天然屏障減少噪音污染和自然災害影響 | ◦ 土地資源：生產基地及配套設施的建設，以及涉及多化學品的生產工藝，可能對土地質量產生影響。<br>◦ 「三廢」排放：汽車生產與使用過程中產生的廢水、廢氣與固體廢棄物，對環境構成負面影響。<br>◦ 溫室氣體：汽車生產與使用環節產生的溫室氣體排放，對氣候變化帶來負面影響。<br>◦ 生物多樣性：汽車生產設施的建設、生產過程及日常運營中產生的污染物，以及生產基地選址，可能破壞生物棲息地。<br>◦ 噪音污染：汽車生產設施建設及產品製造過程中產生的噪音，對周邊社區及生物造成影響。<br>◦ 電池報廢處理：汽車報廢後若電池未能得到妥善處理，將給環境帶來負面影響。 |

**本集團經營管理活動及日常生產運營**

| 考慮自然資本所產生的成本 | 通過自然資本獲得的利益 |
| --- | --- |

| 風險和機遇管理 | |
| --- | --- |
| | ◦ 基於對自然資本的影響和依賴分析，識別自然相關風險和機遇<br>◦ 制定應對措施 |

## 自然相關風險分析

| 風險類型 | | 風險項 | 影響周期 | 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 | M L | 極端降雨、颱風等災害可直接損毀或淹沒廠房、設備及在製品，造成原材料供應中斷、運輸受阻，影響基地正常生產。 | • 保險和理賠費用增加；<br>• 生產中斷，銷售收入減少；<br>• 資產損害需修復或更換，帶來額外成本支出；<br>• 消費者對車輛防水、涉水安全性能關注度上升，需加大相關研發投入。 | • 建立環境應急管理機制，定期開展應急演練，減少極端天氣對本集團的影響；<br>• 聯同上下游開展節能降碳行動，積極應對氣候變化帶來的影響。 |
| | 慢性風險 | 水資源短缺 | M L | 水資源短缺直接導致塗裝、衝壓、總裝等用水環節限產或停產，影響整車交付周期和訂單履約能力，造成當期收入損失。 | • 水資源獲取成本上升，如購買更昂貴的外部水源；<br>• 投資節水改造、中水回用、雨水收集等設施，推高運營成本。 | • 詳見「4.3 水資源管理」<br>• 全面推廣節水工藝與循環用水技術（逆工序補水、中水回用），降低單位產品水耗；<br>• 物業部門每日對用水關鍵環節進行巡查，減少水耗。 |
| | | 平均氣溫上升 | M L | 高溫環境下，基地需加大製冷和通風投入，能源相關支出將增加。 | • 高溫天氣下，車輛自燃、爆胎等安全風險上升，企業需投入更多資源應對車輛安全檢查和應急處置，增加運營成本<br>• 高溫環境中設備散熱困難，故障率上升，增加維護成本。 | • 加大研發投入，注重產品耐高溫性和安全性；<br>• 進行定期風險評估，根據各基地發生的自然災害歷史數據進行防護預案，預防火災發生。 |
| | | 污染物排放 | S M L | 污染物排放（如 VOCs、顆粒物、氮氧化物等）若超出許可限值，將面臨環保罰款、限產甚至停產整頓，同時需投入更多資源用於污染治理設施改造。 | • 部分地區對車輛全生命周期排放提出嚴格要求，若企業污染物排放管理不善，可能影響產品出口和市場准入。 | • 詳見「4.2 污染與廢棄物管理」<br>• 推行清潔生產，從源頭減少污染物產生，如推廣水性塗料，降低 VOCs 排放；<br>• 持續投資並升級末端治理設施（如 RTO、高效除塵），確保穩定達標排放；<br>• 執行清污分流、雨污分流制度，對生產廢水與生活廢水分質處理。 |

S 短期風險 1-2 年 M 中期風險 3-5 年 L 長期風險 5 年以上

| 風險類型 | | 風險項 | 影響周期 | 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 | 慢性風險 | 生態系統退化 | L | 生態系統退化削弱了自然生態的調節功能，企業需投入更多資源建設人工防護設施、污染治理工程，以彌補自然生態服務功能的下降。 | • 若基地位於生態敏感區或對生態，系統造成顯著影響，可能面臨項目審批受限；<br>• 生態修復帶來額外成本。 | • 詳見「4.5 生物多樣性保護」<br>• 實施基於自然的解決方案（NbS），如在廠區及周邊開展生態修復、建設綠色基礎設施，以增強生態系統韌性；<br>• 建立並運行生物多樣性管理體系，系統管理運營對生態系統的依賴與影響；<br>• 定期開展生物多樣性評估，識別 50 公里緩衝區內易危及以上物種，針對性開展生物多樣性保護措施。 |
| 轉型風險 | 政策和法律風險 | 政策法規變化 | S M L | 環境保護相關法規不斷收緊，企業需投入更多資源加強生物多樣性影響的評估和監控。 | • 生物多樣性影響檢測帶來的額外成本；<br>• 環境管理費用上升。 | • 積極參與政策研討與標準制定，引導行業向可持續發展轉型；<br>• 組織開展環保法規內部培訓，實時跟蹤最新動態；<br>• 制定氣候戰略、減碳目標， 對產品碳足跡實施跟蹤並開展全生命周期降碳行動；<br>• 開展基地級別自然資本評估，並進行自然受益管理成熟度評價。 |
| | 技術風險 | 技術迭代與設備更新需求 | S M | 短期內對塗裝、焊接、衝壓等核心工藝進行設備更新將導致資本支出壓力上升。 | • 若要求供應商升級環保設備，短期內可能推高採購成本，並面臨供應商產能波動風險。 | • 詳見「4.4 循環經濟」<br>• 加強對循環經濟與綠色工藝的研發投入，降低長期技術迭代成本。 |
| | 市場風險 | 市場供需變化 | M L | 消費者對產品及其生產、供應鏈環節環保表現的關注日益增強，此類偏好的轉變可能導致特定類別產品的市場需求下降。 | • 部分產品銷售額下降；<br>• 綠色產品研發投入增加。 | • 加快綠色產品線佈局，提升產品全生命周期環保透明度；<br>• 建立可持續品牌溝通機制，主動回應消費者對環保表現的關切。 |
| | 聲譽風險 | 利益相關方反饋 | S M | 投資者、監管機構、環保組織等利益相關方持續關注生物多樣性保護，忽視利益相關方反饋可能導致融資成本上升。 | • 信息披露支出上升；<br>• 受到投資者或環保組織詢問，未能妥善應對將影響股價和融資能力。 | • 主動披露本集團環境目標和績效進展，積極回應外部 ESG 相關問題；<br>• 保證廢水、廢棄物、廢氣達標排放；<br>• 踐行生產者責任延伸（EPR）項目，重視循環車、循環件、循環料。 |

S 短期風險 1-2 年 M 中期風險 3-5 年 L 長期風險 5 年以上

## 自然相關機遇分析

| 機遇類型 | 機遇項 | 影響周期 | 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| 市場機遇 | 市場需求 | S M L | 消費者對綠色產品興趣的增強，雖然短期內會帶來研發成本的上升，但會給企業帶來新的發展機遇。 | • 新能源產品營業收入上升。 | • 詳見「4.4 循環經濟」<br>• 打造綠色產品，如健康車、循環車；<br>• 通過技術創新，減少單位產品碳足跡；<br>• 促進低碳出行方式；<br>• 推進新能源轉型，在旗下品牌推出更多新能源汽車產品。 |
| 產品與服務 | 循環經濟 | S M | 構建一體化汽車循環生態將減少原材料的採購，避免該過程中產生的碳排放和環境污染。 | • 減少原材料採購成本；<br>• 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；<br>• 循環經濟形成新的收入來源，增加營收。 | • 詳見「4.4 循環經濟」<br>• 完善生產者責任延伸（EPR）管理體系，推動生態設計理念融入新產品開發；<br>• 與有資質的供應商合作，開展廢金屬回收、材料循環利用；<br>• 對新開發零部件制定了循環材料應用指標。 |
| 技術機遇 | 資源高效利用 | S M | 通過優化原材料利用效率、降低能源消耗及減少廢棄物處置成本，有效降低單車綜合材料成本，進而提升整體盈利水平。 | • 採用可回收材料，鼓勵輕量化包裝將降低採購成本；<br>• 工藝優化帶來廢棄物處置費用減少。 | • 建立了系統的廢棄物管理機制，強化原材料與輔助材料的使用管控；<br>• 加速完成車輛重點零部件領域可再生原料材料的開發，減少新材料消耗；<br>• 與工信部認可的電池回收商白名單企業合作，按照規定對退役電池進行電池回收。 |
| 聲譽機遇 | 行業聲譽 | S M | 在環境保護方面建立的優良聲譽，有助於開拓多元化融資渠道，吸引注重 ESG 理念的投資者。 | • 降低融資成本，增加融資活動獲得的現金流；<br>• 產品銷量提升；<br>• 獲得 ESG 投資。 | • 主動披露企業在自然受益管理方面的戰略規劃、具體舉措與實踐進展，持續提升信息透明度，從而增強外界對企業的可持續發展能力與正面形象的認知。 |
| 政策機遇 | 政策支持 | S M | 企業入選綠色工廠、無廢工廠等相關榮譽獎項，可獲得政府補貼。 | • 獲得政府補貼，可降低成本或增加收入。 | • 持續推進綠色工廠體系建設，深化無廢工廠創建實踐（詳見「4.2 污染與廢棄物管理」）。 |

S 短期機遇 1-2 年 M 中期機遇 3-5 年 L 長期機遇 5 年以上

## 發展自然受益型經濟

我們致力於構建以自然受益型經濟為導向的可持續發展模式，推動資源高效循環。2025 年，我們在生產者責任延伸試點（EPR）項目中通過驗收，並以此為契機，建立並完善了 EPR 配套管理制度，促進模塊化、輕量化、易回收、易再生的生態設計理念在新產品研發中的應用。同時，循環產業中心新增拆解業務板塊，負責搭建報廢拆解體系與報廢材料銷售體系，優化報廢拆解全鏈路生產工藝，開展針對報廢整車及零部件的精細化拆解技術驗證，並逐步構建開放協同、互利共贏的循環產業生態。

## 創建以工廠為載體的典型應用情景

本集團以貴陽整車基地為試點，系統開展了自然資本評估研究，通過貨幣化分析全面衡量了從衝壓、焊接、塗裝到總裝等整車製造全流程對自然的依賴、影響及相關風險與機遇。評估結果顯示，隨著環保投入的持續增加與節能技改的深入推進，我們在大氣污染物、廢水、固體廢物、溫室氣體等減排效率、水資源利用效率提升等方面成效顯著，生產經營所帶來的外部環境影響與社會成本呈現穩步下降趨勢。

我們將持續通過技術創新提升自然資本利用效率、降低自然資本消耗，將其視為管理自然相關影響的核心路徑。本集團將持續聚焦環境技術革新與資源循環利用，鞏固並擴大當前積極成果，將自然風險管理轉化為企業可持續競爭力，推動運營與生態協同發展。

## 推進整車製造基地自然受益管理

為系統推動自然受益理念在製造環節的深度融合，本集團制定並實施了《自然受益管理成熟度評價細則》。該標準涵蓋公司治理、利益相關方管理、員工能力建設、運營減排控制、資源使用效率、生態恢復與補償等多個維度，構建了結構化的評估框架。通過開展常態化的成熟度評價，我們能夠準確識別各製造基地在自然受益管理中的共性短板與提升方向，並據此制定針對性改進策略，有效推動自然與氣候相關要素納入生產基地的運營決策與日常管理，為本集團整體氣候中和目標及自然受益戰略的落地提供堅實支撐。報告期內，我們依據該標準完成了年度整車基地自然受益管理成熟度評價，覆蓋率達 100%。評估結果顯示，本集團共有 13 個整車基地達到二星級發展階段，較 2024 年增長了 160%，各整車基地通過系統性部署落實多項改進措施，有序推進自然受益管理成熟度提升。

基於評估結果，為持續提升各基地的資源效率與環境績效，本集團於 2025 年度專門召開了提升會議，並部署落實了多項改進措施：

在治理層面，各基地持續完善企業制度與專業能力建設，其中湘潭、臨海、錢塘等六個基地已設立自然受益專項治理架構；錢塘、成都、梅山三個基地進一步制定了獨立於既有安全、質量、環保管理體系之外的自然受益專項制度與規範文件；餘姚基地亦出台《水資源風險與機遇管理》制度，以提升企業對水資源枯竭、極端天氣等自然退化風險的應對能力。同時，本集團通過組建專項小組、梳理信息台賬、拓寬溝通渠道等方式，系統提升了與利益相關方的溝通頻次與互動質量，增強了雙向交流成效。

在運營層面，整車製造基地通過識別生產活動與水資源、土地、能源及生態系統的關聯，持續深化污染防治與減排管理，實施針對性優化措施，最大程度降低運營對自然的影響。此外，各基地積極開展本土及遷徙動物棲息地搭建與修復工程，助力區域生物多樣性保護，並系統識別運營環節的生態環境影響，制定並發佈生態補償方案，將其納入自然資本評估與管理實踐體系。

後續，本集團將持續完善管理體系、優化制度流程，穩步向自然收益型企業發展。

### 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法規，內部制定並實施了《生物多樣性政策聲明》《可持續原材料政策》《環境聲明》等一系列制度文件。報告期內，本集團進一步更新發佈《零毀林聲明》，持續強化在自然資源保護與生物多樣性維護方面的制度保障。

我們將自然相關風險與機遇管理全面納入整體風險管理框架，系統提升全價值鏈在應對自然相關風險方面的韌性。依託自主研發的「吉碳雲」碳管理平台，我們實現了全生命周期碳排放的數字化監測與精準管理。同時，圍繞「無廢設計、無廢供應鏈、無廢製造、無廢循環」構建了覆蓋全鏈條的資源循環管理模式。我們遵循「緩解層級」管理框架，通過「避免、最小化、修復、抵消」的遞進式保護策略，持續推進綠色工廠建設與認證，致力於全面提升全價值鏈在自然影響減緩與生態風險應對方面的綜合能力。

### 4.1.4 指標與目標

本集團制定了全面的自然受益戰略目標，並構建了與之配套的監測指標體系，通過資源統籌與系統推進，指導各業務單元開展自然與生物多樣性相關指標的梳理和目標設定工作。我們已圍繞廢氣排放（如氮氧化物、二氧化硫、揮發性有機物等）、廢水排放，以及固體廢棄物中的一般固廢與危險廢物產生與處置量等關鍵指標，對從源頭減量、過程管控到末端治理的全鏈條環境績效進行跟蹤評估，推動各生產基地持續完善環境管理機制，全面落實清潔生產要求。

報告期內， 我們完成了 85 個車型的中國環境標誌產品認證， 滿足「搖籃到搖籃」（C2C）要求，並符合中華人民共和國環境保護行業標準 HJ2532-2013《環境標誌產品技術要求輕型汽車》。

- 2025 年完成了 **85 個**車型的中國環境標誌產品認證
- **100%** 整車基地獲得 ISO 14001 外部認證
- 國家級「綠色工廠」：**15 個**
- 「無廢工廠」：**12 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

**打造行業首個 L4 級別智慧一體化壓鑄產線**

本集團通過創新自研智能模塊控溫系統、聯合開發首台國產大型雙主軸五軸加工中心，攻克核心工藝將壓鑄良品率提升至行業頂尖的 98%；同時，聯合科研機構通過特殊材料配方與工藝控製，成功開發高性能鋁合金材料，以鋁代鋼，一體化壓鑄后地板輕量化程度達到 22% 行業領先。

## 4.2 污染與廢棄物管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國噪聲污染防治法》等運營所在國家和地區相關法律法規，確保所有基地均持有有效的排污許可證或排污登記，並以制度為保障，持續採用先進技術與管理手段，減少污染物的產生與排放。2025 年，本集團榮獲財聯社致遠獎「環境友好先鋒企業獎」。

本集團各基地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，組織事故發生後聯繫、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

本集團系統推進廢棄物規範化管理與合規處置，強化固體廢棄物的全過程管控，統籌各類廢棄物的日常管理，切實推動固體廢棄物減量化。我們制定了覆蓋設計端、製造端、供應鏈及回收端的《汽車製造行業全鏈條無廢管理模式》，並持續識別、更新環境相關法規與標準。例如，針對《生態環境監測條例》《HJ 1405-2024 排污單位污染物排放口監測點位設置技術規範》等文件，我們逐條解讀相關條款，組織各基地開展符合性評價，確保運營活動全面合規。

我們明確設定了到 2030 年實現危險廢棄物零填埋的目標，並在招標文件中落實相關要求，通過開展供應商與基地雙向評價、跟蹤處理尾渣流向等方式，推動供應鏈協同降廢。2025 年，本集團 82.4% 的整車基地已實現危險廢棄物零填埋，並且連續四年 100% 整車基地實現無害固體廢棄物零填埋。2025 年，本集團在環境績效與綠色製造方面取得積極進展：湘潭基地獲評環境績效 A 級企業，晉中基地、濟南基地新增為省級綠色工廠，錢塘公司獲評市級綠色工廠，廢棄物管理體系持續完善。

| 整車基地廢棄物處理數據 | 2025 年佔比 * |
|---|---|
| 用於焚燒且有能源回收的廢棄物佔比 | 78.4% |

* 用於焚燒且有能源回收的廢棄物佔比的計算方法為：（用於焚燒的危險廢棄物數量（有能源回收）+ 用於焚燒的無害廢棄物數量（有能源回收））/ 用於焚燒的廢棄物總量。

## 一般固體廢棄物管理

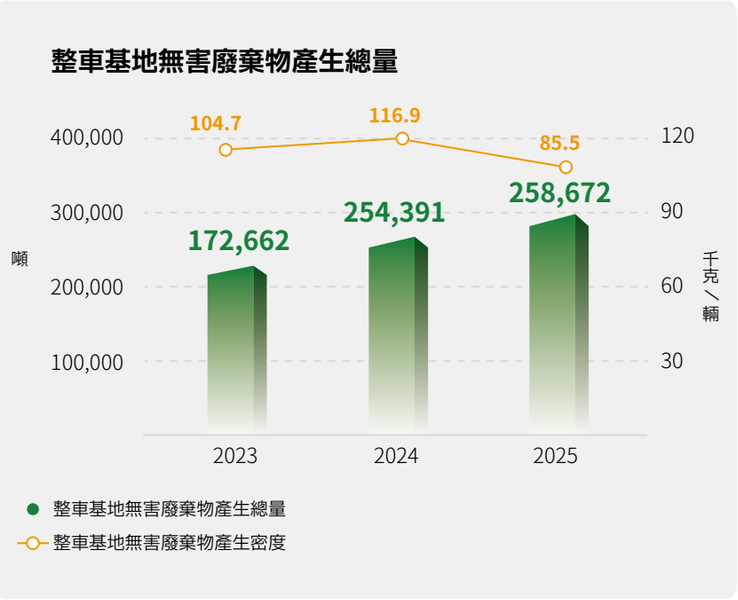
為系統推進固體廢棄物的減量化與資源化，本集團建立了覆蓋全流程的規範化管理體系。我們嚴格依據《環境保護圖形標誌》（GB15562.2-1995）規範設置固體廢物貯存場所標識標牌，對不可避免產生的廢棄物實施系統化管控。本集團生產經營過程中產生的一般固體廢棄物主要包括衝壓邊角料、衝壓報廢件、一般工業固廢（如包裝材料及其他工藝廢料）、建築垃圾和生活垃圾等。

我們始終堅持合法合規處置，將所產生的一般固體廢棄物委託具備相應資質的第三方單位進行回收與處理，並在合同中明確污染防治要求。在日常經營中，我們也積極推行無紙化辦公，倡導節約用紙、雙面打印；通過共享辦公用品、鼓勵修舊利廢，提升物資使用效率；持續推進「光盤行動」，引導員工按需取餐、杜絕浪費。

在管理機制上，我們強化從採購、生產到處置的全流程監督：嚴格執行分類收集、儲存與運輸，回收可再生部分；在辦公區域設置分類垃圾桶與專用回收點。同時，建立系統的評價與考核機制，本集團每半年及年度對基地與供應商的固廢管理能力、減量目標與方法進行多維度評估，並將結果納入相關主體的年度績效考核，並按季度對固廢處置供應商進行資質與技術能力核驗。此外，通過開展《固廢法》培訓與應急演練，持續提升員工的合規意識與操作能力，確保廢棄物管理制度有效落地。

| 一般固體廢棄物管理措施 | |
|---|---|
| 工業固廢 | 按照相關法律法規的要求，對工業固廢進行分類收集、規範轉移與合規處置。 |
| | 無剩餘價值的工業垃圾：委託具備相應處置資質的第三方進行合規處理。 |
| | 有剩餘價值的工業垃圾：優先進行內部循環利用，或銷售至第三方開展資源化綜合利用。 |
| 建築垃圾 | 通過優化施工方案、提高臨時設施與周轉材料重複利用率、加強施工過程管控等措施，系統減少建築垃圾的產生。 |
| | 對石材、地磚、木門等可利舊物料進行再生利用；實施建築垃圾分類管理，並合理開展建築垃圾回填。 |
| | 加大推廣如裝配式路面板、新型綠色砌體材料（ALC 板）等綠色施工技術。 |
| 生活垃圾 | 對可回收物料電子化，減少實物。 |
| | 倡導健康、文明的用餐習慣，從源頭減少廚餘垃圾產生，並對廚餘垃圾實施分類處理。 |
| | 在辦公區域設置分類回收垃圾桶，區分可利用與不可利用垃圾，推動資源回收利用。 |
| | 研發系統全面推行無紙化辦公，文件流程均通過線上系統處理，有效降低人均用紙量。 |
| | 通過材料升級、延長物料使用周期等舉措減少廢棄物產生，並推動標識類與單車類產品相關物料由短期更換調整為長期使用，提升重複利用率。 |
| | 定期聯繫油污分離處理器維保商處理廢油、油渣，二次無公害利用，油污分類處理器故障率相比去年降低 80%。 |

報告期內，本集團的廢棄物處置流程包括綜合利用、焚燒、填埋。2025 年固體廢棄物合規處置率為 100%。




2025 年

- 整車基地無害固體廢棄物產生密度為 **85.52 千克 / 輛**（2024 年：116.88 千克 / 輛），相較 2024 年下降 **26.8%**；
- 整車基地固體廢棄物循環利用率：**98.3%**（2024 年：99.1%）。

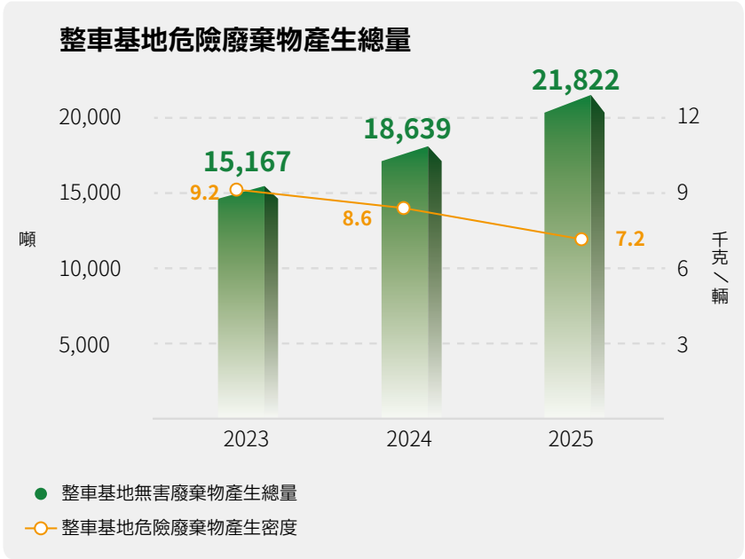
## 危險廢棄物管理

我們嚴格按照《國家危險廢物名錄》及環境影響評價報告的要求，對生產製造過程中產生的危險廢物進行系統識別與分類管理，並全部委託具備相應資質的第三方供應商進行合規回收與資源化利用。在日常管理中，我們建立了系統的危險廢物全過程管控機制：由生產部門負責現場分類、暫存與內部轉運，設立專用貯存倉庫並規範管理；同步建立產生與處置台賬，確保部門台賬與轉運數據一致，實現全流程可追溯。通過嚴格執行國家環保標準，對危險廢物從產生、貯存、轉移到處置的各個環節實施有效監管，從而系統防控環境風險。

本集團涉及的危險廢棄物主要包括以下類別：

- 可回收危廢——廢鉛酸電池、 廢潤滑油、 廢包裝桶、廢三元催化器；
- 可利用危廢——廢油漆、廢密封膠、油漆沾染物、廢防凍液、廢切削液、 廢活性炭、 廢過濾器、 污泥、含油抹佈、廢化學品容器、油漆渣、管道清洗劑、有機廢物。

| | |
|---|---|
| **合規管理** | 依據當地環保主管部門的要求，制定危險廢物管理計劃並完成備案。 |
| | 發佈「三零」綠色循環工廠創建指南，明確零危廢填埋、零廢水排放、零有害物質排放的目標 |
| **安全存放** | 設立專用危險廢物倉庫，對危險廢物實施分類分區貯存。 |
| | 所有危險廢物的容器、包裝物，以及涉及收集、貯存、運輸、利用、處置危險廢物的設施和場所，均按國家相關規定規範設置識別標誌。 |
| **運輸防範** | 為防範運輸過程中的泄漏風險，我們使用具備防滲防漏功能的專用容器，確保危險廢物在運輸途中無泄漏。 |
| **合規處置** | 在處置環節，我們委託具備危險廢物處置資質的合作方進行處理：可回收危廢由資質供應商回收後進行資源化利用；不可回收危廢則通過供應商進行合規焚燒處理。 |
| | 廢棄物焚燒後的二次產物也由專門的回收單位進行二次利用，全程禁止採用填埋等對環境具有較大影響的處置方式，並對危險廢物流向實施全程追溯。 |
| | 定期對拆車場及塗裝車間等重點區域開展危險廢物處置檢查，以預防土壤與水體污染事件的發生。 |




2025 年

- 整車基地危廢產生密度為 **7.21 千克 / 輛**（2024 年：8.56 千克 / 輛），相較 2024 年下降 **15.8%**，超額完成單車危險廢棄物產生量較 2024 年下降 **6%** 的目標。

### 分離生化污泥，實現危廢源頭減量

針對污水站混合污泥統一按危險廢物處置成本高、環境負擔大的問題，公司自主創新實施「生化污泥分離降危廢」項目。通過對現有污水處理工藝優化 將生化污泥與物化污泥分類處置，其中生化污泥經與當地環境保護管理機構溝通確認，已在環評中明確作為一般工業固廢處理，大幅降低了危廢產生總量及處置成本，為污水站污泥處置場景提供了可推廣的綠色實踐。

## 有害物質管理

- 危險化學品管理

本集團涉及的有害物質主要來源於實驗室試驗過程中使用的化學品及整車製造環節產生的相關物質。為持續提升本集團對有害物質的管理效能 明確界定各部門在化學品及有害物質管理上的具體職責，我們對化學品的引進、使用、運輸、存儲、應急、棄置及危害告知（含警示標識）等全流程實施系統化管理。目前使用的化學品包括硫酸、酒精、丙酮等，均為實驗室環境中小劑量使用，未存在重大泄漏潛在風險。儘管如此，我們仍認識到若發生泄漏，其揮發性物質可能對操作人員呼吸道造成不可逆影響，且泄漏物進入下水道將加重污水負荷。

為預防化學品泄漏風險，我們定期開展制度執行情況檢查，發佈結果並督促整改。針對化學品從採購、使用、保存到報廢的全生命周期，均制定了專項應急預案並每年組織演練，以最大限度降低突發事件影響。2025 年，我們進一步優化採購流程，要求化學品採購需求需經安全環保部門簽字確認並進行風險評估，確保化學品進場後信息同步、管理及時，防範使用事故。報告期內，未發生化學品泄漏事件。

- 車內有害物質管理

2025 年，本集團在「道路機動車輛有害物質管控技術研討會」上，圍繞綠色供應鏈管理、有害物質替代與減量化、易回收性設計及產品出海經驗等方向的管理實踐，成功入選汽車行業有害物質管理典型案例，如「有害物質替代與減量化技術方向」案例《汽車綠色環保無害化設計與實踐》。與此同時，本集團多款旗艦車型亦技術上屢獲突破：吉利銀河 M9、吉利銀河星耀 8、領克 10 EM-P 與極氪 9X 四款車型榮膺中汽中心「零甲醛汽車」認證，而領克 900 則獲中國汽研「母嬰級健康汽車」認證。

### 領克 900 健康座艙與高比例循環材料

領克 900 秉承「三零」健康用料理念，即 0 瀝青、0 雜棉、0 有害溶劑，充分體現了對乘員健康的關注。不僅如此，車輛在外飾中大量應用循環 PP 材料，內飾的仿麂皮則選用循環 PET 超細纖維，循環比例高達 45%，儀錶板裝飾條採用循環 PC+ABS 材料，循環比例達 50%，手套箱使用天然植物纖維複合材料，天然纖維含量亦達到 50%。全方位踐行環保承諾，彰顯可持續的豪華品質。

## 4.2.2 廢氣排放及管理

本集團生產過程中產生的氮氧化物（NOx）、二氧化硫（$SO_2$）、非甲烷總烴（NMHC）等廢氣，主要來源於整車製造環節中塗裝車間的噴塗與烘乾工序。我們從源頭實施管控，通過在化學品引入階段管理有害物質、控制塗料中 VOCs 含量，減少原料端揮發性有機物輸入。同時，定期對廢氣處理設施進行檢查與維護，及時更新老舊設備，保障處理系統穩定運行，並對廢氣排放指標開展定期監測，確保所有廢氣達標排放。

在日常運營中，我們通過系統的管理和技術手段，確保廢氣排放持續合規、全程受控。主要措施包括：

| 管理環節 | 具體措施與行動 |
|---|---|
| 識別廢氣影響 | 識別由運營活動產生的氮氧化物、二氧化硫、非甲烷總烴等廢氣，評估其對周邊環境的潛在影響。 |
| 先進工藝及設備 | 採用行業先進工藝與技術，系統降低廢氣排放並提升淨化效率。 |
| | 設置「集中吸附脫附 + 催化裂解」裝置，確保 VOCs 處理後達標排放。 |
| | 塗裝工藝中引入幹式噴漆室及循環風技術，有效減少廢氣產生。 |
| | 新建項目推廣全自動噴塗與水性塗料，從源頭降低 VOCs 排放。 |
| | 應用低氮燃燒設備，控制氮氧化物（NOx）生成。 |
| | 引入蓄熱式焚燒爐（RTO），對各塗裝線收集的有機廢氣進行集中焚燒處理。 |
| | 實施餘熱回收節能項目，優化能源管理體系，將廢氣餘熱轉化為可利用熱能。 |
| 管理措施 | 在廢氣處理場所的顯著位置懸掛崗位操作規程和污染治理設施工藝流程圖等標識標牌。 |
| | 系統監測、記錄並報告主要污染源及污染物的排放與減排情況，基於數據分析制定並實施改進措施。 |
| | 要求第三方施工單位在施工現場配置空氣監測設備，並同步配備揚塵管控設施。 |
| | 對物料儲存、輸送、裝卸及生產過程中的無組織廢氣實施精細化管理，最大限度減少無組織污染物的排放。 |
| 定期巡檢 | 開展定期巡檢，確保污染治理設施完好並正常運行。 |
| 合規排放 | 在排放前進行監測，確保達標後合規排放。 |

為確保產品全生命周期的環保合規性與排放達標，我們在尾氣管控領域構建了系統化的專項管理機制。具體如下：

**尾氣排放控制**

通過精細化標定技術，並結合前、後氧傳感器在無露點限製下的協同應用，可顯著降低尾氣污染物排放。尤其在低溫冷啟動工況下，後氧傳感器的提前介入能夠優化發動機燃燒過程，提高燃燒充分性，從而降低發動機原排，同時提升後處理系統的轉化效率。結合三元催化器（TWC）通過氧化還原反應將一氧化碳、碳氫化合物和氮氧化物轉化為無害的二氧化碳、水和氮氣的淨化作用；尾氣污染物排放量相比現行法規限值，可實現 30%–40% 的降幅。

**高效率顆粒捕集器應用**

通過在汽油顆粒捕捉器（GPF）表面增加灰分塗層，可使其在零公里狀態下實現 95% 以上的顆粒物捕集效率（常規技術約為 60%），從而顯著提升對顆粒物數量（PN）的初期控制能力。該技術方案能使新車的顆粒物數量（PN）排放較法規限值降低 50% 以上。

**不同工況下排放控制**

在全國範圍內開展實際道路排放測試，重點考察不同海拔工況（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）以及不同路況（重慶山路）下的實際排放表現，確保車輛在客戶實際使用過程中的排放始終符合法規要求。

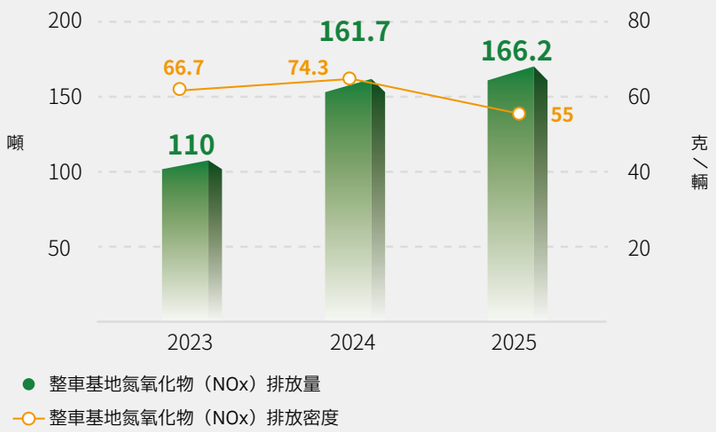
2025 年，杭州灣二廠、大江東（錢塘）等基地採用「幹式噴漆室 + 循環風」技術，實現廢氣量減少 70%。此外，吉利研究院新增一套污水站臭氣收集處理裝置，對污水處理過程中可能產生的臭氣及硫化氫等物質進行收集淨化，保障車間空氣質量，減輕對環境的影響。

報告期內，本集團廢氣達標排放為 100%。

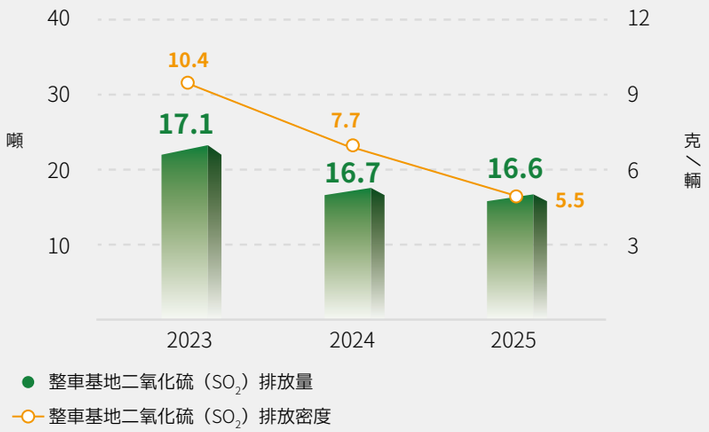
### 以綠色工藝引領 VOCs 減排新實踐

西安基地在套色工艺中全面应用水性涂料替代传统油性涂料，针对木星红 石黑 动感黄 宁静金四种配色实现涂料体系转型，使涂料 VOC 含量降低 40% ，有效减少了挥发性有机物（VOCs）的排放，体现了工艺绿色化升级的显著环境效益。

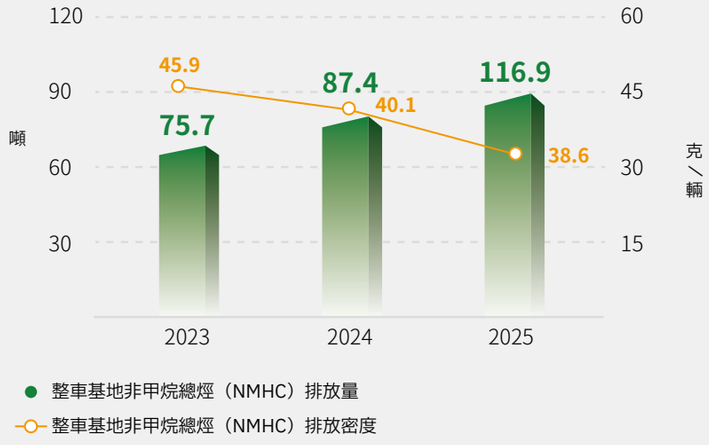
**整車基地氮氧化物（NOx）排放情況**




**整車基地二氧化硫（$SO_2$）排放情況**




**整車基地非甲烷總烴（NMHC）排放情況**




## 4.2.3 廢水排放及管理

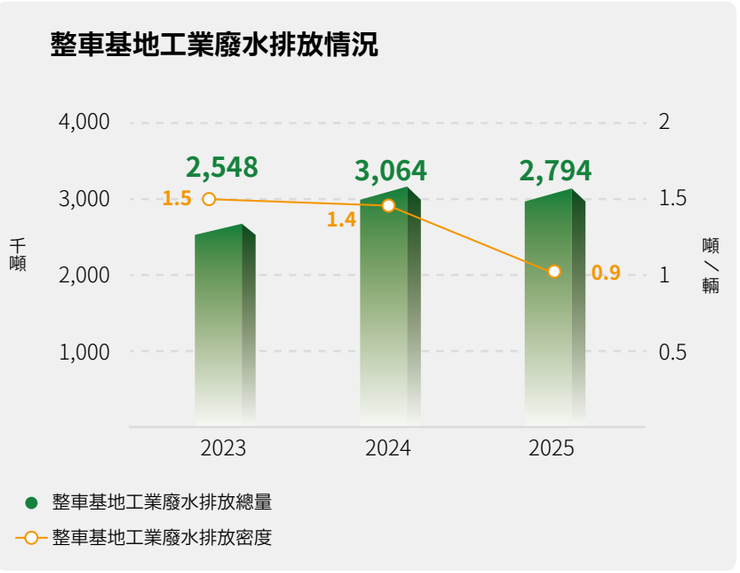
本集團遵循「清污分流、雨污分流、達標排放」的原則，對生產經營中產生的各類污水進行系統化處理。本集團生產廢水主要來源於塗裝預處理等工序，我們根據廢水性質，在源頭處採用不同材質的管道實施分類收集。廢水經廠內預處理後，部分出水水質達到城市建設綠化用水標準，回用於園區綠化灌溉，其餘中水則排入城市污水處理廠進行集中深度處理。報告期內，本集團實現廢水 100% 達標排放。

| 類別 | 詳細措施 |
|---|---|
| 分質處理 | 嚴格執行清污分流、雨污分流制度，對生產廢水與生活廢水分質處理，並通過標識清晰、便於區分的管道系統進行分類輸送。 |
| | 按照水資源的最大利用效率進行回收設計。 |
| | 新建中水回收設施對基地廢水站排放的中水進行回收利用，並在線側增設純水回收裝置，提升水資源的循環使用率。 |
| 工業廢水專管收集 | 工業廢水採用專用管道進行收集與輸送，便於日常檢查與維護；廢水輸送泵選用耐腐蝕材質，以防範泄漏風險。 |
| | 不同類別的廢水收集管道採用差異化色標進行標識，便於快速識別與檢查。 |
| | 對於含鎳的生產廢水，採用明管或架空管道排放，並在管道上明確標注所含污染物種類及輸送流向。 |

| 類別 | 詳細措施 |
| --- | --- |
| 設施保障 | 在生產區、倉庫、輔助生產設施及廢水處理區域等關鍵位置鋪設環氧防滲地面。針對車身前處理區、油化庫、危廢庫、污水站等重點區域，實施了專項防腐與防滲措施，防止化學品滲漏污染地下水及土壤。 |
| | 廠區內佈設了地下水監測點。 |
| 合規排放 | 設置規範化的污水排放口，並安裝在線監測設備，對污水水質進行實時監控。 |
| | 當發生突發環境污染事故時，事故廢水將導入專用應急池暫存；事故處置結束後，對事故廢水進行檢測，並根據其水質情況，分質分量送入污水站處理。 |
| | 嚴格禁止生活廢水直排，並確保處理後出水的 pH 值穩定在 6-9 範圍內。 |

**污水站 AI 運維**

我們基於吉利 AI 星睿大模型平台構建污水站管理系統，通過整合污水處理廠各工藝環節、設備參數、控制邏輯、點檢要點、管理體系及歷史問題與解決方案等多維度數據，並依託知識庫實現持續學習與迭代優化，能夠快速定位異常根源並提供處置建議，同時支持員工技能問答與實時操作指導。未來，系統計劃與 EAM 平台集成，實現異常預警與處理措施的自動推送，從而進一步提升污水站運維效率與管理的智能化水平。




2025 年：

- 整車基地工業廢水排放密度為 **0.92 噸 / 輛**（2024 年：1.41 噸 / 輛），相較 2024 年下降 **34.8%**。

### 4.2.4 噪聲管理

本集團嚴格遵守《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控，系統降低生產活動對周邊環境的影響。我們建立了覆蓋月、季、年的噪聲監測機制，全面跟蹤生產環境噪聲強度，優先選用低噪聲設備並設置隔聲屏障，確保廠界噪聲晝間不超過 65 分貝、夜間低於 55 分貝，嚴於《工業企業噪聲排放標準》三級標準限值。同時，通過建立檢查制度與智慧環保監控系統，實時跟蹤污染指標，實現施工全過程環境影響最小化，為周邊社區與員工營造安靜、健康的工作與生活環境。

## 4.3 水資源管理

我們高度重視水資源管理，致力於在生產經營過程中優化用水結構、提升用水效率。我們持續推動工藝設備升級，強化水資源的循環利用與回收處理，系統性地降低單位產品的耗水量，努力實現水資源集約、可持續的運營模式。

### 4.3.1 生產用水管理

本集團將水資源管理全面納入企業可持續發展戰略，嚴格遵守《中華人民共和國水法》《取水許可和水資源費徵收管理條例》等法律法規，確保生產經營活動不會加劇區域水資源短缺。本集團高度重視水資源利用對環境與社區的影響，各生產基地主要使用市政供水，部分地表水作為補充，並優先選擇在水資源壓力較小的地區選址建廠。目前，我們所有基地未發生水資源短缺或用水安全事件。

我們持續提升各生產基地的節水精細化管理水平，建立三級用水管理機制，由各整車基地總經理擔任最高負責人。為提升水資源利用效率，加強水資源保護，我們制定了系統的節水制度與目標，並通過研發水循環技術、推進用水減量化、實施廢水回用等措施，全面落實水資源管控，不斷提升用水效率。

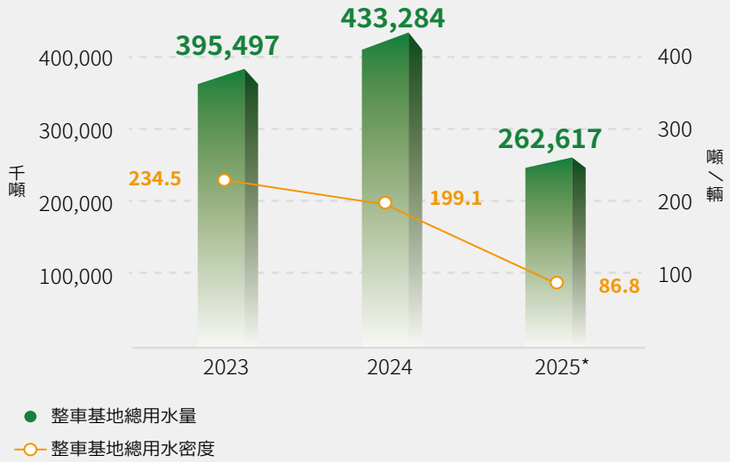
報告期內，我們通過開展水平平衡測試修復漏水管道，有效減少

水資源浪費。同時，積極推進水資源循環利用，如將塗裝制純水過程中產生的濃水回用於滑橇清洗與工藝環節，剩餘部分用於綠化灌溉，實現梯級利用。此外，本集團不斷推進工藝升級，包括採用逆工序補水、設置循環水系統、回收冷凝水、應用自動補水控制等技術手段，顯著提升了水資源的回收率與循環利用效率。

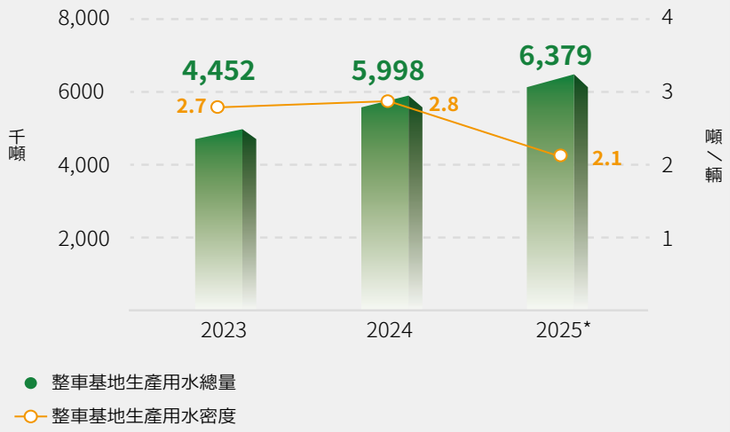
2025 年，整車基地水資源循環利用量達 25,502.09 萬噸，整車基地水資源循環利用率達 97.11%。

| | |
|---|---|
| **工藝升級** | 大江東（錢塘）、杭州灣二廠等多個生產基地通過推廣逆工序補水工藝，採用新鮮噴淋逐級溢流、新鮮純水逐級溢流及EDRO 電泳節水等優化策略，實現每小時綜合節水 7.5 噸。 |
| | 湘潭基地在現有噴淋系統中集成雨量自動感應裝置，實現在降雨天氣下噴淋系統自動暫停運行，全年可節約自來水達1,051噸。 |
| | 義烏基地採用冷凍水閉式循環替代冷卻水開式循環，年節約自來水約 500 噸。 |
| **設備改造** | 寶雞基地採用塗裝濃水替代工業水，用於稀釋廢水處理池中的污水，有效減少污水站的工業水消耗，年節約量達33,350 噸。 |
| | 晉中基地對純水系統進行改造，通過焊接不銹鋼管件將濃水引至磷化備槽實現回收利用，預計每日可回收濃水約 72 噸。 |
| | 梅山基地在塗裝車間增設水箱、水泵等回收系統，實現冷凝水的高效回收，年可回收冷凝水約 4,000 噸，顯著降低了夏季冷卻塔的補水需求。 |
| | 長興基地在原有加藥系統中增設中水輸送管路，實現每年約 4,000 噸的節約用水量。 |
| **水資源回用** | 極氪 PMA 基地對小塗純水站實施濃水回收改造，將回收濃水用於滑橇清洗環節，實現年節水約 3,600 噸。 |
| | 臨海基地對塗裝製冷系統產生的冷凝水進行集中回收，通過水箱匯集後經水泵加壓供應至冷卻塔補水，年節約用水約4,000 噸。 |
| | 餘姚基地回收塗裝車間空調產生的冷凝水，將其補充至動力站房使用，年節約用水約 10,000 噸。 |
| | 貴陽基地將塗裝純水製備過程中產生的濃水，用於廠區綠化和滑橇清洗，年節約用水約 18,000 噸。 |

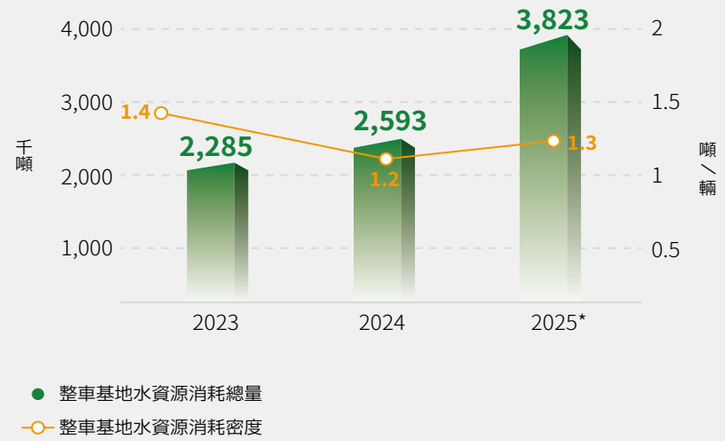
**整車基地總用水量情況**



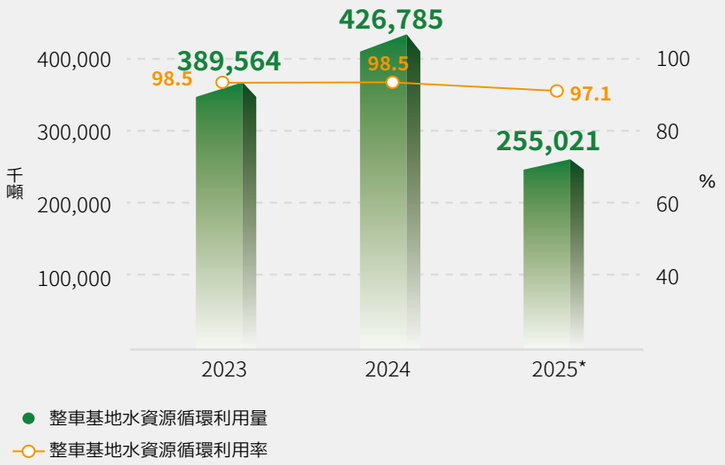

**整車基地生產用水情況**



**整車基地水資源消耗情況**




**整車基地水資源循環利用情況**




2025 年：

- 整車基地生產用水密度為 **2.11 噸 / 輛**（2024 年：2.76 噸 / 輛），相較 2024 年下降 **23.6%**。
- 整車基地水資源消耗密度為 **1.26 噸 / 輛**（2024 年：1.19 噸 / 輛），同比上升 **5.9%**。

注：總用水量計算方法為：總取水量 + 水資源循環利用量；水資源消耗總量計算方法為：總取水量 - 總排水量，其中總取水量 = 生產用水（新水）+ 生活用水（新水）；總排水量 = 工業廢水排放 + 生活廢水排放；水資源循環利用率計算方法為：水資源循環利用量 / 總用水量，其中水資源循環利用量包含工業用水資源循環利用量和生活用水資源循環利用量。

* 2025 年整車基地生產用水總量隨產量增長有所上升，但生產用水密度顯著下降，反映生產環節節水措施有效。水資源消耗總量及密度上升，主要與冷卻系統運行強度提高及廢水排放量下降等因素相關，更多新鮮水在系統中被消耗而非外排，並非節水效果減弱。水資源循環利用量及循環利用率因統計口徑優化出現短期回落，但仍維持高位，後續將持續優化提升。

## 4.3.2 運營用水管理

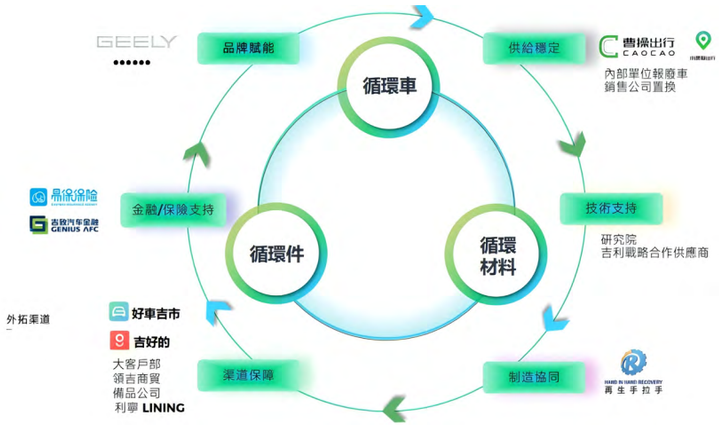
在日常運營中，我們持續強化水資源精細化管理。本集團建立定期巡檢機制，由物業部門每日對用水關鍵環節進行巡查，及時發現並修復潛在漏水隱患。食堂引入油污分離設備，使餐廚廢水回收利用率提升至 90% 以上。在設施升級方面，我們全面推廣安裝節水型水龍頭，相比普通龍頭可降低水流量 30% — 50%；同時部署實時監控裝置並接入取水監測系統，實現用水分級計量與冷卻水循環利用。此外，我們定期組織節水專題培訓，並在辦公區域開展節水知識宣傳，提升全員節水意識，推動節水行為融入日常運營的各個環節。

# 4.4 循環經濟

本集團積極響應國家號召，依據工信部等四部委下發的《汽車產品生產者責任延伸試點實施方案》，將生產者責任延伸（EPR）試點為切入點，圍繞循環車、循環件、循環材料等關鍵要點，系統構建汽車產業「循環生態」，持續提升產業韌性與創新能力，全面推動資源綜合利用水平提升。

本集團成立由高層牽頭的 EPR 試點專項小組，統籌推進試點工作的頂層設計、系統規劃與實施路徑。以吉利汽車為主體，聯合浙江省內知名資源循環利用企業及體系內相關單位（如浙江吉信等）組成產業聯合體，打通 EPR 關鍵環節，共同推動試點任務落地。2025 年，本集團 EPR 試點項目通過驗收，「再製造件在停產保供車型中的應用」和「PCR 循環塑料應用」獲評優秀案例。同年，本集團再次入選 EPR 二期試點企業，重點圍繞「再生材料使用」、「零部件再製造」兩大方向開展深化實踐，並同步完善 EPR 管理體系，推動生態設計理念融入新產品開發。

在實踐過程中，我們逐步形成了具有吉利特色的循環經濟方法論與價值體系。本集團設立循環產業中心，下設循環車業務部、循環件業務部、循環料業務部、服務站、技術部、質量部、運營管理部七個部門，聚焦循環車、循環件、循環料三大核心業務，構建覆蓋整車與零部件再製造、原材料再生利用的可持續汽車循環生態。循環產業中心將循環經濟與 ESG 目標分解為年度經營計劃與具體指標，與 ESG 辦公室協同識別並落實降碳路徑，確保業務開展有效支撐可持續發展目標。通過建立健全制度體系、優化業務流程，推動資源循環各環節高效運作。2025 年，本集團入選中華環保聯合會「一帶一路」綠色供應鏈案例及推薦技術產品目錄。




吉利汽車循環生態模型

| | |
|---|---|
| 循環車 | 循環車的生產和銷售，實現舊車廢棄物再利用，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 | 與廢鋼、廢鋁等有色金屬、廢塑料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（電池綜合利用、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綜合利用、再生。 |

我們同步建立了溯源管理平台（CirTrace），實現了從「車輛回收、檢測修復、翻新再製造、零部件更換到經銷商查詢」的全業務流程閉環。該系統可按車架號查詢到整備車輛整備內容，如更換零部件、各工序檢驗項目結果，確保全過程可追溯，為循環車輛、循環零部件及循環材料的流通與經銷商提供了可靠技術保障。2025 年，我們啟動 CirTrace 系統二期開發，在一期基礎上進一步實現了車源採購來源與銷售流向的雙向溯源，以車架號為唯一標識，貫通採購、整備、銷售等各環節信息流，提升了溯源體系的完整性與管理效率。此外，我們還應用激光打標溯源技術，確保每一件再製造件、回用件均帶有唯一標識與溯源碼。循環產業中心持續推動技術突破，目前已編制形成《智慧維修技術手冊》，系統指導循環部件的維修與溯源管理。

本集團積極協同上游企業，加強再生材料在整車生產中的應用，持續提升關鍵零部件的再生材料佔比，並積極探索生物基材料的替代使用。目前，我們已在包括吉利星耀 8、吉利銀河 M9、領克 Z20、領克 900、極氪 7X、極氪 9X 等在內的多個基地共 15 款車型上，應用了含 30% 循環材料的保險杠；並在兩款車型中使用了 15% 的車用再生塑料。數據顯示，採用 30% 循環塑料的保險杠，相較普通保險杠可降低約 7% 的碳排放。我們積極聯動產業鏈上下游，推進關鍵零部件的再製造，促進再製造零部件在售後維修體系中的規模化應用。

報告期內，循環產業中心完成《循環產業中心信息安全管理總則》《循環產業中心租賃業務車輛管理細則》等制度完善，進一步夯實管理基礎。2025 年全年，中心已累計完成近 6,000 台報廢車輛的規範化處置及近 300 台循環車的官方標準化整備與再流通；向售後服務市場供應回用件及再製造件 6 萬餘件，實現循環材料銷售 1.3 萬餘噸。

## 4.4.1 循環車

循環車業務承擔車輛從回收到銷售的全鏈路運營，涵蓋回收評估、專業整備、官方認證、租賃與銷售及渠道管理，並建立完整的品牌與授權體系。

目前，循環產業中心已成功獲得再製造、質量、環境、職業健康安全四大管理體系認證，以標準化管理夯實可持續發展基礎。吉利官方循環車嚴格執行原廠標準、原廠工藝、原廠備件、原廠檢驗方法、原廠檢驗設備、原廠路試跑道等七大原廠整備方案，並建立覆蓋 180 項檢驗項目的循環車整車出廠技術規範，確保每一輛循環車在品質與性能上均達到高標準，嚴格執行 GB7258 下線檢驗要求，並可基於市場需求提供柔性化整備方案。

此外，本集團打造了官方認證循環車平台，專注于吉利官方循環二手車業務。在國內市場，通過整車租賃、個人交易及批量渠道銷售等方式推動車輛二次流通，並持續完善金融、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，逐步構建全球化業務佈局。與此同時，循環產業中心面向本集團內部員工開展循環車專項服務，以具有競爭力的價格向員工提供補充用車。所有車輛均經過嚴格檢測與多道修復翻新工序，確保其在車身外觀、電子系統及機械性能等方面均達到媲美新車的品質標準。

## 4.4.2 循環件

循環件業務專注於零部件的循環利用，涵蓋再製造件、回用件、自製件及電池的處理，貫穿項目開發、生產、渠道銷售與電池資產處置與綜合利用等環節。循環件主要來源於內部研發試驗車及報廢車拆解件，以及整車基地與零部件廠家的工廢件、料廢件、

呆滯件和瑕疵件。循環件業務通過模具回收自製與供應鏈建設，形成覆蓋吉利正品備件及第二品牌「利寧」備件的穩定供應體系。

本集團規劃「9+107」個循環零部件開發路徑：9 類非金屬件基本覆蓋外飾主要部件，目前按 30% 比例採用再生 PP 材料；107 個金屬件則使用循環鋼、循環鋁等再生材料。相關生產設備與產線已按前裝標準投入，並通過 ISO 9001 質量管理體系及《汽車零部件再製造管理體系》等四項認證，未來計劃引入 IATF 16949，持續提升質量管控水平。

在產業鏈協同方面，循環產業中心積極構建跨領域合作網絡：與寧波市保險公司共同探索「保險 - 再製造」融合模式，並與指定回收單位簽訂協議，對保險事故件（如大燈、保險杠、輪轂、壓縮機等）進行回收再製造；與曹操出行合作，批量回收其運營車輛更換的廢舊壓縮機，經再製造後重新投入使用；將發動機、變速箱、電機等核心部件委託專業再製造供應商，按新製造標準修復並加貼「再製造」標識。

2025 年，吉利備品公司針對回用件與再製造件實施差異化渠道推廣策略。其中，回用件主要面向汽車後市場進行銷售。公司通過採購浙江吉信拆解的回用件，基本實現全品類覆蓋，重點聚焦于高價值品類，包括四門兩蓋、燈具、後視鏡、空調系統、熱管理系統及底盤系列等。目前，回用件月均銷售數量已超 4,000 件，有效推動了拆車件的二次利用，在提升產值的同時，顯著降低了因車輛報廢導致的資源浪費。

## 4.4.3 循環材料

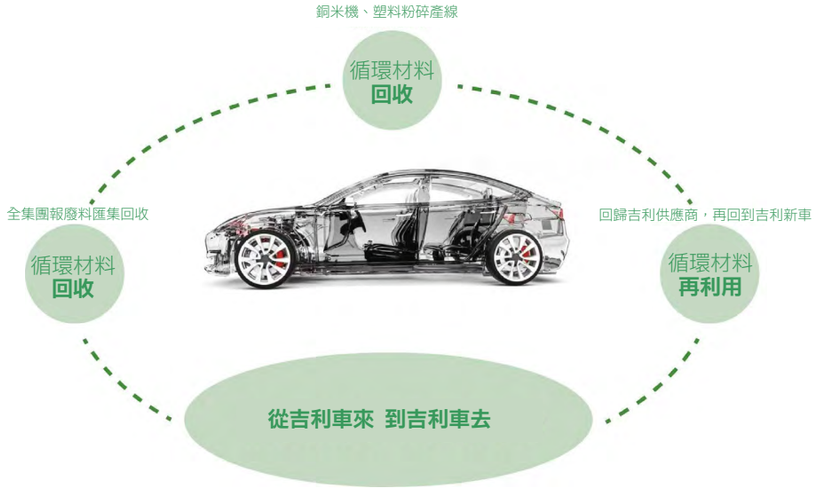
循環材料業務涵蓋可再生材料回收體系的構建、處置定價、銷售及報廢車輛的合規精細化拆解。我們對新開發零部件制定了循環材料應用指標：零件中循環塑料比例不低於 25%，循環鋁比例達到 30%，循環鋼比例不低於 20%。本集團積極協同上游企業加強再生材料使用，提升關鍵零部件中再生材料佔比，並探索生物基材料的替代應用。2025 年，本集團在「道路機動車輛有害物質管控技術研討會」上，成功入選汽車行業有害物質管理典型案例——「易回收性設計方向」案例《再生材料在汽車部件中的產業化應用》。

在業務模式方面，循環料業務聚焦於廢舊資源回收與再生材料回用，構建「從車到車」的閉環體系：對報廢車輛拆解後可用零部件進行再製造，進入吉利售後備件體系；報廢材料經再生處置後，作為售後注塑件等產品的原料重新利用。

在循環塑料方面，材料主要來源於廢舊保險杠、內飾板等拆解回收的碎片。通過粉碎、改性等工藝處理後，再生為新保險杠專用原料，構建「回收 - 再生 - 再應用」閉環體系。目前，外飾件已實現 30% 循環塑料應用比例，後續將逐步提升其在汽車外飾件中的使用佔比。循環塑料研發遵循「一方案一牌號」管理原則，即針對每種獨立材料組成方案開發專屬材料牌號。所有循環塑料的驗證流程與判定標準均嚴格執行吉利企業技術標準，不因材料為循環再生而降低質量要求，堅持「環保不降標、循環不減質」的核心原則。

在循環鋁方面，材料主要源自內動力公司報廢零部件，經精準篩選歸集廢鋁資源後，集中運至鋁廠通過專業熔煉工藝再生為優質鋁材，實現資源循環利用。目前，循環產業中心已為循環鋁打通三條鏈路：以循環產業中心為起點輸出循環舊件，由第三方完成貿易對接與前處理，再流轉至合作主體進行熔煉、精加工，最終定向供應至吉利體系內指定的製造基地及生產基地。

在循環鋼方面，本集團以鍍鋅板、冷軋板等衝壓餘料為主要廢鋼來源，建立了覆蓋基地廢料產出、供應商回收、材料商熔煉再生、零部件商再利用直至最終回歸吉利生產流程的完整廢鋼回收利用體系。




吉利汽車循環材料業務模式

| 循環材料開發與應用完成情況 | |
|---|---|
| 金屬材料 | • 推動 75% 比例再生免熱處理鋁合金的開發與量產應用，相比傳統材料，其在原材料環節可實現碳減排 71%，成本降低 3%；<br>• 推動 ESP 短流程低碳熱成形鋼開發與量產應用，與傳統熱成形鋼相比，該材料實現碳排放降低 20%，成本降低 10%；<br>• 積極與鋼廠合作，開展廢鋼循環溯源管理，完善材料閉環。 |
| 非金屬材料 | • 消費後回收材料（PCR）已在機艙美化板、保險杠等業務領域完成性能驗證，並已在量產車型上試點，正穩步推進規模化應用；<br>• 開發了竹纖維生物基 PU 革材料，該材料採用竹纖維底襯佈（40%）與蓖麻油基聚氨酯（30%）相結合，並通過四層複合結構設計，充分發揮竹纖維與蓖麻油的協同效應。經 ISO 14067 認證，其碳足跡較傳統合成革降低 62%，同時滿足車規級材料性能要求；<br>• 在保險杠、外飾等重點零部件，成功開發並應用了 8 類再生比例達到 30% 的可再生原料材料，相關牌號均獲得 GRS 認證。 |
| 工藝與結構創新 | • 利用 3D 打印技術開展汽車零件的開發工作，減少新材料消耗；<br>• 通過應用鎂合金、軍工級複材等輕質材料，在特定車型上實現顯著減重；<br>• 在整車製造中引入柔性軋製、熱氣脹成型、激光焊接一體熱衝壓等先進工藝，進一步實現輕量化與材料節約。 |

| 車型 | 可再生利用率 * | 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% |
| 極氪 7X | 90.6% | 98.5% |
| 全新極氪 001 | 92.1% | 97.4% |
| 極氪 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占車輛總質量的百分比。

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

截至到報告期末，本集團在售車型中已有數十款車型達到「循環鋼 20%、循環鋁 30%、循環塑料 25%」的目標。

| 本集團部分車型材料循環比例（示例） | | | |
|---|---|---|---|
| 車型 | 循環鋼比例（%） | 循環鋁比例（%） | 循環塑料比例（%） |
| 銀河 M9 | 23 | 30 | 30 |
| 銀河 A7 | 23 | 30 | 26 |
| 銀河星耀 7 | 28 | 30 | 30 |
| 銀河 E5 | 22 | 30 | - |
| 銀河 E8 | 30 | 30 | 30 |
| 領克 07EM-P2 | 28 | 32 | 30 |
| 領克 Z20 | 27 | 36 | 30 |

在產品報廢處理方面，本集團高度重視全生命週期的可回收性設計，持續開展報廢零部件與材料的回收技術研究，並依據國家標準《道路車輛可再利用率和可回收利用率計算方法》，對旗下車型進行可回收利用率的系統核算與跟蹤。同時，編制了《動力電池拆解操作手冊》，規範拆解流程，提升作業安全與資源回收效率。

本集團將報廢車輛視為「城市礦產」，致力於將其從環境負擔轉化為可循環利用的資源，實現全生命週期的閉環管理。針對每一台報廢車輛，循環產業中心聯合研究院建立「一車一檔」詳細清單，涵蓋裝車零件 BOM 清單、整車試驗項目、維修換件記錄等關鍵

信息。車輛轉運至循環產業中心後，將通過 VIN 碼登記與二維碼標簽生成，為每台車輛賦予唯一的「數字身份證」，構建覆蓋車輛回收、拆解、再利用全生命周期的數字化溯源檔案，實現全程可追溯、可驗證的閉環管理。

拆解過程中，車輛部件採用自動化與人工相結合的方式進行高效分解。拆解後的部件嚴格分類存放：外觀與功能完好的部件（如車門、燈罩）進入可再生用件庫；發動機、變速箱、電機等核心總成進入再製造毛坯庫；分類明確的金屬、塑料、橡膠等材料進入再生原料庫；安全氣囊、廢油液、廢舊電池等危險廢棄物則進入專用暫存區，確保合規貯存與處置。

**報廢車輛拆解與再製造流程**

預處理：排空車內殘留的燃油、機油、變速箱油、冷卻液、制動液等各類液態物質，並分類收集，交由具備相應資質的單位進行處置。

精細化拆解：加入人工精細化拆解，結合機械，旨在最大化保留零部件價值。

流程分類：狀態好的車輛整備為教學培訓用車；狀態差的車輛進行拆解，可用零部件返回研發使用，不可用部件破壞後作為循環料原料。

數字化管理：通過車輛管理、拆解清單、入庫管理及銷售溯源等數字化系統（如 CirTrace），實現全流程精細化管理。

| 目標 | 完成情況 |
|---|---|
| 報廢汽車再生資源綜合利用率達 75% | 97.9%* |
| 汽車總平均可回收利用率達 95% | 98.3% |

*EPR 試點驗收數據

## 4.4.4 電池循環利用

我們構建了以整車製造企業為核心的產業協同回收體系，通過與汽車生產、動力電池製造、資源綜合利用等相關企業開展深度合作，顯著降低廢舊電池對環境造成的潛在影響，有效減少電池所含化學物質對周邊生態系統的破壞。2025 年，循環產業中心全年回收本集團涵蓋研發、生產及銷售環節的廢舊電池超 4,000 塊，通過精細化篩選、模塊化重組與適配性設計，實現動力電池高效、安全的綜合利用，統籌經濟效益與環境效益。

報告期內，本集團加入「中國新能源汽車動力電池回收利用產業協同發展聯盟」，並獲「年度動力電池回收利用政策研究突出貢獻企業」榮譽。

電池全生命周期循環利用管理

**電池設計**

綠色生態設計：

- 引入循環材料應用標準，循環鋼比例不低於 15%，循環鋁比例不低於 25%，並確保所有材料中有害物質含量滿足 GB/T 30512-2014 及 EU-2023-1542 等法規要求；
- 通過高集成化、模塊化的佈局與結構設計，減少零件種類與結構差異，降低資源消耗；
- 評估動力電池等易損件與短周期更換件，優化可維修性設計，降低全生命周期維修成本；
- 採用純銅負極柱替代銅鋁複合摩擦焊接極柱，實現不同金屬材質的分離，提升回收便利性與材料再利用率；
- 吉利開發的神盾金磚電池電芯循環壽命超 4,500 圈，按車輛 30 萬公里全生命周期計算，相當於實現「一代電池三代車」，有效延長動力電池的使用壽命，降低電池退役時的排放。同時實現動力電池全生命周期運行大數據管理，建立星睿雲平台，充分分析動力電池退役狀態及殘餘價值評估，充分挖掘擴大退役電池價值。

**電池採購**

原材料溯源：

- 針對動力電池開展關鍵原材料的識別與溯源工作，重點聚焦電池中的核心元素：鈷、鋰、鎳、錳、天然石墨、雲母，並對涉及上述元素的供應鏈環節實施逐層追溯與管理。

### 電池使用

生產質量控制：

- 遵循 ISO 9001、IATF 16949 等標準建立質量管理體系並通過認證，對電池實施全鏈路質量數據監控與追溯管理，保障產品交付質量；
- 建立故障報警 / 預警與處置迭代體系，精準評估電池健康狀態，並構建電池四級應急響應機制，可在 10 秒內啟動語音呼叫、用戶關懷及現場與後台聯動；
- 積極推進動力電池維修服務網絡佈局，推動維修工藝標準化。

智能化大數據監控管理：

- 依託國內車企最大的大數據智算平台——吉利星睿智算中心，對所有新能源車輛的動力電池開展全生命周期監控與健康管理；
- 部署動力電池安全預警及報警算法、電池健康度評估算法等，在保障用戶用車安全的基礎上，延伸應用於新能源二手車價值評估、電池健康度與殘值分析等領域。

### 電池處理

電池回收利用：

- 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；
- 合作的第三方回收企業將基地端回收的動力電池加工為梯次電池產品，主要應用於廠區內太陽能路燈等。

## 4.4.5 循環生態

我們積極聯動產業鏈上下游，推進關鍵零部件的再製造，促進再製造零部件在售後維修體系中的規模化應用。為滿足消費後回收材料（PCR）在車端應用的規模化需求，我們打通了從前端回收、分揀破碎、清洗脫漆到改性加工的全鏈路閉環體系，在強化內部回收能力的同時，積極搭建外部回收網絡，整合行業優質資源保障再生材料的穩定供應，為後續 PCR 材料的廣泛推廣奠定基礎。2025 年，我們與中汽數據中心、金髮科技共同成立「汽車可持續材料聯合研究實驗室」，並加入寧波市資源綜合利用協會擔任副理事長單位，持續推動材料綠色循環與產業鏈協同創新。此外，本集團還參與制定了國家標準 GB/T 45198-2024《老舊汽車估值評價規範》，以及《車用再生材料溯源管理指南 第 1 部分：通則》《車用再生材料溯源管理指南 第 2 部分：再生塑料》《新能源乘用車在役檢測鑒定技術規範》等團體標準，助力行業規範發展。

同時，在廢塑料處置與改性循環塑料粒子等關鍵環節，我們持續深化產業鏈協同，致力於構建覆蓋回收、加工與應用一體化的塑料循環體系。

在廢塑料處置方面，通過招標機制與格林循環、浙江通力等專業單位建立合作，對循環中心回收的 PP、ABS、PC/ABS、PA、PP-GF、POM 等各類廢塑料，按材質分類銷售並進行深度加工。加工後的部分材料重新納入循環鏈路，實現資源再生利用。通過建立循環材料基料處置方式提高供應商參與意願，共同合作形成良好合作氛圍，吸引供應商參與到吉利循環鏈路。

在改性循環塑料粒子方面，與上海普利特合作開發符合吉利標準體系的消費後回收材料（PCR）改性塑料粒子配方。以循環中心回收、拆解並破碎的無漆 PP 破碎片作為基礎原料，供應至普利特進行改性加工，形成完整的「車 - 車」塑料閉環循環。該模式不僅推動了循環材料在量產車型中的應用，助力實現降碳目標，也為應對未來歐盟報廢車輛指令（ELV）對車用再生材料比例的要求，做好了技術與產業層面的前瞻佈局。

**共建汽車可持續材料聯合研究實驗室**
**驅動綠色循環產業新生態**

2025 年 11 月，吉利汽車聯合金髮科技與中汽數據共建汽車可持續材料聯合研究實驗室，三方秉持「優勢互補、協同創新、產業賦能」原則，聚合整車研發製造、高分子材料創新與汽車產業數據服務領域的核心資源，圍繞車用可持續材料的技術突破、產業化應用與管理體系建設展開系統性攻關。實驗室以再生材料、輕量化及低碳材料為攻關重點，通過優化成型工藝、構建全流程生命周期評價體系與碳足跡核算模型，著力破解多場景應用瓶頸，旨在為汽車行業綠色低碳轉型提供關鍵技術儲備與工程化支撐。

在此基礎上，實驗室進一步從產業鏈協同角度推動汽車材料閉環循環生態的構建。一方面，在新車研發初期即強化可回收設計理念，逐步建立再生材料溯源與質量分級體系；另一方面，統籌上下游資源打通「退役汽車—材料回收—再生材料—新車應用」的完整鏈條，有效提升資源閉環利用效率。同時，實驗室致力於健全車用可持續材料的溯源與管理規範，聯合搭建覆蓋材料來源、生產工藝、檢測數據、部件應用及回收流向的全流程質量追溯平台與共享數據庫，為整車企業選材提供可靠數

據參照 並圍繞車用再生材料加快技術指南與質量標準的制定。通過定期梳理產業實踐經驗形成政策建議，實驗室也將為相關法規與市場秩序的完善提供重要參考，引領汽車材料產業朝著更加規範、透明與可持續的方向發展。

## 4.5 生物多樣性保護

本集團作為一家具有全球化視野和社會責任感的公司，深刻意識到生物多樣性對人類可持續發展的重要性。我們積極響應聯合國《生物多樣性公約》和《昆明 - 蒙特利爾全球生物多樣性框架》，將生態保護理念融入價值鏈各環節。我們通過實際行動聯動產業鏈上下游夥伴，共同探索商業活動與生態保護協同發展的路局，為構建美麗中國貢獻力量。2025 年，本集團入選生態環境部宣教中心工商業生物多樣性保護典型案例及中國財富網與國新諮詢聯合頒發的「金獅」生物多樣性保護優秀案例。

### 4.5.1 生物多樣性與零毀林承諾

我們深知自身在推動可持續發展的同時，對生態環境亦負有重要責任，並充分認識到汽車行業的運營與發展同生物多樣性之間的密切關聯。2025 年，本集團正式發佈《生物多樣性政策聲明》，闡明我們在全球業務運營、產品研發與服務提供等各環節中，將系統性地推進生態保護，致力於減少對自然生態系統的影響。該聲明適用於本集團，同時我們希望所有業務夥伴（包括但不限於供應商、 製造商、承包商及其價值鏈上的相關實體）在開展業務時，都能以聲明原則和價值觀的方式行事。

本集團積極響應聯合國關於生物多樣性的 2050 願景與 2030 目標，致力於生物多樣性保護與恢復，努力減少價值鏈活動對生物多樣性的負面影響，為自然與生態系統的可持續發展作出積極貢獻。

我們嚴格遵守運營地所在國家或地區的生物多樣性保護相關法律法規， 在項目全生命周期管理過程中，我們將保護生態系統穩定作為關鍵考量要素，審慎規劃項目選址，儘量避免在關鍵生物多樣性區域及其毗鄰範圍開展活動。同時，針對受到項目運營活動負面影響的生態區域，我們將重點介入並積極推進生態系統修復和保護工作，致力於減少、緩釋和補償運營活動對自然和生物多樣性可能帶來的負面影響。

此外，我們深刻認識到森林作為地球生態系統的重要組成部分，在調節全球氣候、維護生物多樣性及維繫生態平衡方面發揮著不可替代的作用。為履行生態責任，我們於 2025 年發佈《零毀林聲明》，堅決反對並抵制任何導致森林生態系統破壞的商業行為，致力於將森林保護全面融入價值鏈各個環節，主動防範和減少因商業活動可能引發的森林砍伐與退化風險。我們在聲明中作出如下承諾：在覆蓋全價值鏈的運營與決策過程中，我們將避免涉及森林周圍區域並積極探索參與造林增匯行動。同時，將建立並執行嚴格的供應鏈盡職調查機制，要求供應商與其上游合作方共同杜絕一切非法毀林行為，竭力防止對森林資源造成損害，系統化消除供應鏈中的毀林風險，以此推動商業運營與自然保護的協調發展。

### 4.5.2 生物多樣性影響與依賴評估

本集團定期對旗下各運營點開展生物多樣性影響與依賴評估，系統性識別價值鏈活動與自然生態的關聯節點，並以此為基礎推動管理優化，持續降低生產運營對重要生物多樣性區域及瀕危物種的潛在影響。

#### 定位與自然的連接

本集團依託生物多樣性綜合評估工具（IBAT）與生物多樣性影響評估工具（BIA）開展系統性評估。評估結果顯示，本集團所有整車製造基地均設立於當地政府批准的工業區內，不屬政府認定的生態環境敏感區。進一步分析顯示，在本集團 17 個整車製造基地中，7 個基地附近 10 公里範圍內不涉及生態敏感區，6 個基地附近 5-10 公里內涉及生態敏感區，4 個基地附近 5 公里範圍內涉及生態敏感區。

| 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 | 4 | 短耳鴞、黑喉石鵲、鵲鷂等 | 浙江臨海國家地質公園、貴州百花湖國家濕地公園、濟南龍山湖地方級濕地自然公園等 |
| 5-10 公里範圍內 | 6 | 黑領椋鳥、斑鵖、灰椋鳥等 | 浙江杭州灣國家濕地公園、浙江寧波瑞岩寺省級森林公園、陝西千渭之會國家級濕地自然公園等 |

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。

在完成初步評估後，我們進一步針對部分關鍵運營點的地理位置，對其周邊生物多樣性狀況進行分析，重點識別了生物多樣性關鍵區域（KBAs）、自然保護區（PAs），並評估了與世界自然保護聯盟瀕危物種紅色名錄（IUCN Red List）相關物種分佈情況，所示如下：

| 運營點 | 周邊重要生態系統類型 | 50 公里緩衝區內易危及以上物種 | 保護區與生物多樣性關鍵區域 |
|---|---|---|---|
| 極氪基地、杭州灣整車基地、中央研究院等 | 濕地、森林、湖泊 | 極危：17 種<br>瀕危：42 種<br>易危：78 種<br>示例：中華鱘（極危）、大杓鷸（瀕危）、白頭鶴（易危） | 甬江口<br>屬地：位於浙江省東海岸，寧波市甬江口北側。 該重要鳥類與生物多樣性區域內的主要生境為潮間帶泥灘。<br>植物資源：浮游植物種類豐富，共檢出近 400 種。<br>動物資源：全球候鳥保護的重要區域，是黑臉琵鷺、卷羽鵜鶘等物種的棲息地。<br>杭州灣濕地<br>屬地：位於浙江省東海岸，是浙江省面積 最大的潮間帶泥灘區域且海岸附近分佈有多處鹽池。該重要鳥類與生物多樣性區域是錢塘江南部河口處的一個淺海灣。<br>植物資源：浮游植物近 200 種，主要優勢類群為矽藻。<br>動物資源：列入 IUCN 中國受威脅鳥類名錄的鳥類 21 種。 |
| 西安基地 | 濕地、森林、河流、湖泊 | 極危：1 種<br>瀕危：9 種<br>易危：12 種<br>示例：青頭潛鴨（極危）、林麝（瀕危）、雲豹（易危） | 涇渭濕地自然保護區<br>屬地：位於西安市渭河、涇河、灞河交匯區域，屬典型的河流濕地生態系統。其核心區及緩衝區臨近吉利西安整車基地所在的涇渭新城。<br>植物資源：濕地內分佈有蘆葦、香蒲、眼子菜等典型水生植物群落，沿岸帶生長有檉柳、沙棘等耐濕灌木及楊樹、柳樹等落葉闊葉樹種。<br>動物資源：常見雁鴨類（如青頭潛鴨、綠頭鴨）、鴴鷸類（如金眶鴴、白腰草鷸）等水鳥棲息。 |
| 貴陽基地 | 濕地、森林、河流 | 極危：4 種<br>瀕危：11 種<br>易危：27 種<br>示例:青頭潛鴨(極危)、林麝（瀕危）、彎嘴濱鷸 （易危） | 紅楓湖與百花湖<br>屬地：紅楓湖位於貓跳河（烏江支流）上游，大壩坐落於清鎮市，為 國家級旅遊景區。百花湖位於貓跳河中游，大壩坐落於貴陽市，為省級旅遊景區， 湖面面積為 14.5 平方千米。<br>植物資源：有蘆葦、眼子菜等水生植物，周邊可能分佈闊葉樹、灌叢等陸生植被。<br>動物資源：兩湖為雁鴨類、鴴鷸類等淡水鳥類的重要棲息地。 |

## 評估影響與依賴

本集團基於 ENCORE 數據庫、《自然資本議定書》，以系統識別和評估價值鏈各環節對自然資源的依賴程度及相關潛在影響。評估成果將為後續的生物多樣性風險管理提供依據，並推動其融入整體風險管理體系。

| 類別 | 指標 | 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 鋼鐵 | 貴金屬或其它有色金屬 | 橡膠 | 塑料 | | | | |
| 依賴 | 供水 | H | M | L | L | L | L | VL | M |
| | 土地資源 | M | L | M | L | L | M | M | M |
| | 能源 | M | L | M | L | L | L | VH | L |
| | 全球氣候調節 | VL | VL | VL | VL | VL | VL | M | VL |
| | 降水調節 | M | M | N/A | VL | VL | VL | M | M |
| | 空氣過濾 | VL | M | VL | VL | VL | VL | VL | M |
| | 土壤和沉積物保留 | L | L | L | L | M | M | L | VL |
| | 固體廢物修復 | L | L | L | L | L | L | N/A | VH |
| | 淨水服務 | M | M | M | M | M | M | N/A | M |
| | 水流調節 | H | M | M | M | M | M | L | M |
| | 防洪 | M | M | M | M | M | M | M | VL |
| | 風暴緩解 | M | M | M | M | M | M | M | L |
| | 噪聲衰減 | VL | N/A | VL | VL | VL | VL | VL | VL |
| 影響 | 干擾（噪音、光線等） | VH | VH | M | M | M | VH | M | H |
| | 溫室氣體排放 | H | M | M | M | VL | VL | M | H |
| | 非溫室氣體空氣污染物排放 | H | H | M | M | L | L | L | M |
| | 固體廢物的產生和排放 | M | M | M | M | L | L | VL | M |
| | 廢水排放 | M | M | M | M | L | L | N/A | M |
| | 土地使用 | M | L | L | L | L | L | M | M |
| | 向水和土壤排放有毒污染物 | VH | VH | M | VH | M | M | L | H |
| | 水資源使用 | M | L | L | L | L | L | L | M |
| | 水土流失 | H | M | H | H | L | L | N/A | L |
| | 入侵物種的引入 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | L | M |

*VH—極高、H—高、M—中、L—低、VL—極低、N/A—不涉及　顏色由深至淺，與該指標的依賴和影響程度高低成正比。

## 4.5.3 生物多樣性影響與風險管理

我們基於「4.5.2 生物多樣性影響與依賴評估」結果，系統性開展生物多樣性保護措施。本集團基於「緩解層級」管理思路，在「避免、減少、恢復與再生、轉型」各層級展開行動，從源頭避免生物多樣性相關風險發生的同時，積極構建生態友好、可持續的運營模式，推動全價值鏈與自然協同發展。

| | |
|---|---|
| 避免 | • 在項目選址過程中，將生物多樣性保護納入前置評估標準，主動規避生態敏感區域與高植被覆蓋區，並依據當地法律法規要求，系統開展生態環境影響評估，從源頭上降低對自然生態的干擾；<br>• 對建設項目各參建人員開展生態環境保護培訓，增強生物多樣性保護意識。 |
| 減少 | • 發佈生物多樣性聲明、零毀林承諾，協同供應鏈夥伴共同應對森林退化風險；<br>• 在整車基地推行生產線降噪隔離，建設人工湖泊等綠色基礎設施；<br>• 充電樁建設施工使用微創技術、分層護土等技術，全流程落實審批、監測、責任考核，通過組合措施將對植被、土壤、水體影響降至最低。 |
| 恢復與再生 | • 通過設置人工鳥巢、營造人工濕地等生態措施，為園區內外物種創造適宜的棲息環境；<br>• 參與公益造林、海洋生態系統保護等修復項目；<br>• 項目竣工後對植被進行恢復。 |
| 轉型 | • 以打造自然受益型工廠為導向，不斷提升整車製造工廠自然受益管理成熟度；<br>• 圍繞「無廢設計、無廢供應鏈、無廢製造、無廢循環」構建覆蓋全鏈條的資源循環管理模式。 |

# 5 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

**ESG 戰略** 數智創新 治理與道德

## 企業管治

- 女性董事占比 **33%**（**↑ 6 百分點**），超額完成董事會性別多元化目標
- 獨立非執行董事平均任期 **2.25 年**（**↓ 3.88 年**）
- **100%** 獨立非執行董事組成審核委員會、提名委員會及薪酬委員會，並且均至少包括 **2 名**女性成員

## 合規與誠信

- **100%** 員工簽署《利益沖突聲明》
- **100%** 員工參與反腐敗及廉潔教育培訓
- 開展**「可持續供應鏈盡職調查合規體系建設」**
- **5,782 項**可持續發展相關的專利

## 信息安全、用戶隱私

- ISO 27001 信息安全管理體系認證
- ISO 27701 隱私信息管理體系認證
- ISO 42001 人工智能管理體系認證
- **100%** 員工參與信息安全及隱私合規培訓
- 連續 **5 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

#### 董事會構成

截至 2025 年末，本公司的董事會（簡稱「董事會」）共由 9 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佈均衡。

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》《董事會及董事企業管治指引》及相關《上市規則》條文檢討的咨詢總結；
- 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案例。

分析對標主要針對以下企業管治的各類表現：

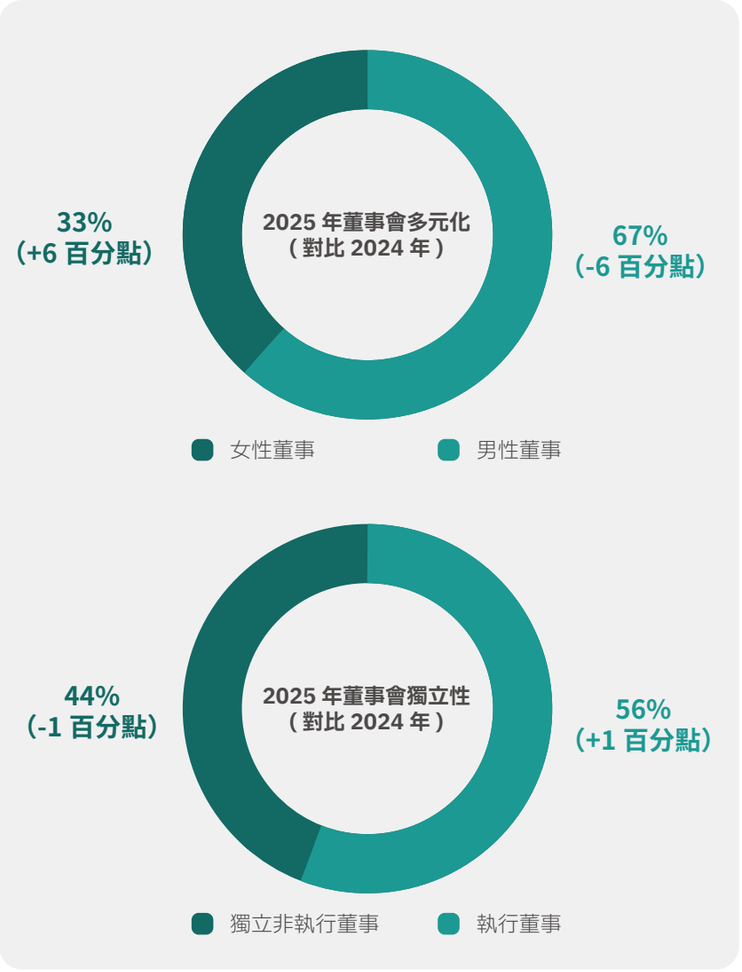
- 獨立性：獨立非執行董事任期和占比、提名委員會和薪酬委員會的組成；
- 多元化：董事會及下設委員會的性別及技能多元化；
- 有效性：委員會會議機制、出席率、過度任職、董事薪酬制度及其他企業管治相關政策，以及 ESG 融入等。

#### 董事會多元化與獨立性

本公司於 2023 年 5 月制定「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。報告期內，本公司新委任一名女性獨立非執行董事，同時有兩名任期已逾九年的男性獨立非執行董事退任，進一步推動了董事會性別多元化目標的達成並提高董事會的獨立性。得益於上述企業管治實踐優化，截至 2025 年末：

- 本公司女性董事占比上升至 33%（2024 年：27%），超額完成董事會性別多元化目標；
- 本公司獨立非執行董事的平均任期大幅下降至 2.25 年（2024 年：6.13 年），獨立非執行董事占比為 44%（2024 年：45%）。

另外，根據《企業管治守則》要求，為促進性別多元化，提名委員會應至少包括一名不同性別的成員。報告期內，本公司審核委員會、提名委員會、薪酬委員會均由 100% 獨立非執行董事擔任，並且均至少包括了 2 名女性成員。



本公司董事會成員具備國際、行業及其他上市公司治理經驗，擁有多元的專業背景，涵蓋企業經營、金融、會計財務、風險管理、信息技術、汽車工程、新聞傳播及可持續發展等不同專業領域。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。

未來，我們將持續檢討及優化董事會組成，以達至更佳的企業管治常規。

### 董事及高級管理層薪酬政策

薪酬委員會根據本集團在戰略、運營、財務及可持續發展相關的表現，並考慮可比較公司的薪酬水平、時間投入、職責等因素，制定並向董事會建議本公司對所有董事及高級管理層的薪酬政策及結構，確保薪酬政策的制定程序正規且具透明度，並與公司的企業策略及上市規則之企業管治守則保持一致。薪酬委員會亦將 ESG 相關因素納入董事及高級管理層的薪酬制定中，包括：

- 檢討及批准管理層的薪酬建議，確保其與董事會的企業目標、宗旨，以及 ESG 和管治績效指標一致；
- 確保執行董事及高級管理層的薪酬中有相當比例與公司及個人績效掛鉤，並在適當情況下包括可量化的 ESG 相關目標；
- 審查及監督薪酬政策的實施，確保其具競爭力、與市場慣例一致，並支持公司的長期戰略，包括考慮 ESG 因素。

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）短期薪酬：每月基本薪金及酌情年終花紅；及 2）長期激勵：認股權計劃、股份獎勵計劃及退休福利。此多元化的薪酬結構反映董事及高級管理層之職責的市場價值，鼓勵彼等實現本集團的企業目標，有助於吸引和挽留富有經驗的人才，以及提供具競爭力的退休保障。

報告期內，概無向獨立非執行董事授出帶有績效表現相關元素的股本權益酬金。

有關更多企業管治相關信息，請參閱本集團《年度報告 2025》之《企業管治報告》。

### 董事會培訓

2025 年，本公司董事會通過多元形式持續開展專業培訓，跟進多項企業經營與可持續發展的監管動態，並定期傳閱監管通訊等文件，提升董事會治理能力。報告期內，本公司董事會成員參加由香港董事學會提供的培訓，培訓時長 2.5 小時，以此加強對監管規定及最佳實務的理解。該培訓全面覆蓋《上市規則》第 3.09G 所涉及的培訓主題要求，包括：董事會、董事委員會以及董事的角色、職能及責任，以及董事會效能；香港法例及《上市規則》下的責任及董事責任、以及主要監管發展；企業管治及 ESG 事宜（包括可持續或氣候相關風險及機遇方面）；風險管理及內部監控；行業特定發展、業務趨勢及策略方面的更新）。

## 5.1.2 投資者權利與溝通

截至 2025 年 12 月 31 日，本公司已發行及繳足股本數目為 10,897,881,397 股。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，確保股東在知情情況下行使權力，與本公司保持持續及有效的溝通，並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、股東大會及股東隱私等信息，並由董事會每年檢討以確保其成效。本公司及其投資者關系團隊與股東及其他利益相關方建立了持續及有效的溝通機制，包括但不限於股東大會、通告、通函及公告、定期財務報告、路演、投資者會議、業績發布會、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，本公司共召開 1 次股東週年大會和 3 次股東特別大會，董事出席率（包括以親身及通過電子方式出席）分別為 83% 及 84%（2024 年：82% 及 82%）。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，本公司通過 ESG 會議、現場考察、ESG 問卷調研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、職業健康安全、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系相關信息，請參閱本集團《年度報告 2025》之《企業管治報告》中「F. 股東權利」和「G. 投資者關系」。

## 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》，內部編制《風險評估管理辦法》《內部控制與風險管理控制程序》等，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（包括風控委員會、內控與風險管理部門）、業務單位、內部審計部均各自承擔其風險管理的職責。根據《內部控制與風險管理控制程序》《風險評估管理辦法》及《風控體系運行管理評價辦法》等，我們定期開展研發、制造、物流、供應鏈、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 2025》之《企業管治報告》中「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。

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。

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 2025》之《企業管治報告》中「風險管理及內部監控」和「問責及審計」。

此外，本集團構建「風控委員會 - 內控與風險管理部 - 業務單位」的三級風險管理組織架構。風控委員會統籌戰略方向與重大風險決策；內控與風險管理部專職推進體系建設、風險閉環及數字化平台落地，並開展重大風險事件調查與整改監督；各業務單位作為第一道防線，具體執行制度要求並落實風險應對。2025 年，依據《風控體系運行評價管理辦法》，將風控指標納入各業務負責人績效考核，實行半年度風控體系運行評價，從組織建設、過程與結果等維度進行評分，結果分為「優秀」至「不可接受」四個等級，直接掛鉤各部門的組織績效。對評價「不可接受」或存在數據造假的，本集團將啟動問責程序，采取警示、通報、崗位調整等措施，確保風險管理責任有效落實。

為通過系統培訓與績效考核培植企業風險文化。報告期內，內控與風險管理部面向高風險崗位員工及全員共開展超過 12 場風險管理培訓，面向部門管理人員開展 3 場風險管理培訓。

## 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。報告期內，本集團研發系統通過了 ISO 37301:2021 合規管理體系認證。

### 5.3.1 合規管理

**合規管理體系**

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；由法務合規中心負責日常執行工作，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工作落地，形成完整的合規組織與管理體系。

本集團建立了系統化的合規管理運行機制，通過常態化會議、分層級培訓、規範化制度、針對性談話以及全員申報五大抓手，確保合規管理體系有效運轉。我們通過季度、半年度及專項會議，實現對風險的常態化研判；針對不同層級員工開展差異化合規培訓，提升全員合規意識；依托舉報、案件與考核等制度依據，強化合規管理執行；針對重大風險與項目開展預警約談，及時防範化解隱患；同時，通過全員利益沖突申報，將防範合規潛在風險落實到每一位員工。

在遵循外部法律法規和行業規範的基礎上，本集團建立了適用於全體員工的合規制度體系，並在公司官網發布了包括《行為准則》（第三版）、《吉利供應商行為准則》（修訂版）及《反腐敗政策》等，重點覆蓋員工權益、負責任供應鏈、環境保護、數據與信息安全、利益沖突、反賄賂及腐敗等方面的要求。一系列合規管理制度將有助全體董事、管理層及員工，以及供應商等業務夥伴，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，規避對利益相關方產生重大影響的風險。

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，為考評本年度各業務單位合規工作的有效性，我們制定了《可持續發展戰略執行指標評價方案》，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」存在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。我們聚焦反賄賂與反腐敗、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，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。

本集團的合規風險管理遵循系統化流程：

### 風險識別與評估

- 運用訪談、抽樣驗證、情景分析等方法，結合曆史風險地圖、經營目標及內控問題清單等，全面排查與定位潛在違規風險點

### 風險分析與應對

- 據「風險發生的可能性」和「影響程度」兩個維度對已識別風險進行量化分析與評級，科學判定其風險等級
- 基於風險評估結果，將風險劃分為高、中、低優先級，並差異化配置管理資源，對高風險事項制定專項整改計劃，對中低風險納入常規管控
- 對於不可預測的重大風險，制定專項應急預案並組織演練，以提升應急響應能力，最大限度減少潛在損失

### 風險評價與整改監督

- 基於《內控常態化自主評價管理辦法》，各業務單位每季度自主對關鍵控制點適用性進行充分評估，推動業務單位主動發現問題、分析原因並進行改進
- 基於《風控體系運行評價管理辦法》，法務合規中心每半年對各業務單位的風控體系運行有效性進行整體評價，結果分為「優秀」至「不可接受」四個等級並直接掛鉤各單位的組織績效
- 根據《內部控制缺陷整改閉環管理辦法（2025 版）》，對發現的內控缺陷進行嚴格的整改，整改責任人需制定整改計劃，並經相應層級審批，以確保問題根除
- 通過舉報渠道、定期審查及數字化監測平台等方式，對管控效果進行持續監督，並將結果匯報管理層

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，並將其列入年度合規工作重點：

- 出口與貿易合規
- 人權及勞工權益
- 反賄賂與反腐敗
- 數據責任與隱私保護

## 合規意識提升及溝通

本集團每年定期開展覆蓋高管、中層、新員工及合規管理人員的四級專項培訓，並將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，同時要求各業務單位每年至少組織一次全員合規培訓。2025 年，本集團面向全體員工開展了《合規培訓基礎課程 2025 版》，並實施了相應的考核評估。同時，我們於每年 9 月組織合規文化月活動，2025 年圍繞「堅持依法合規，堅守道德底線」的活動主題，38 位領導幹部帶頭宣講合規，50 多家業務單位開展了 26 種類型共 130 多場亮點宣傳活動，從線上線下雙渠道強化全員合規意識。

為支持海外業務發展，本集團搭建了海外合規管理體系，並配套開發了面向海外及外籍員工的合規培訓課程，未來將持續加強相關資源投入，以鞏固全球經營的合規基礎。

報告期內，**100%** 員工參加合規培訓 *，總時長達 **106,955 小時**，人均合規培訓時長 **1.5 小時** 。

* 合規培訓包括：《行為准則》培訓（含人權）、反腐敗培訓、公平競爭培訓、出口管制培訓、數據合規 / 隱私保護培訓。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 / 隱私保護相關培訓，請見「5.4.2 隱私保護」；有關信息安全培訓的更多信息，詳見「5.4.1 信息安全」。

### 合規智能問答機器人助力員工合規能力提升

報告期內，本集團推出了 AI 智能機器人「合規問答」。該機器人可 7x24 小時在線響應員工的合規咨詢，並解答關於誠信合規、反壟斷合規、數據合規、貿易與產品合規等相關合規問題。針對知識庫中尚未覆蓋的合規問題，經人工補充答複後，可實現自動收集並同步更新知識庫，持續提升應答能力。同時，該機器人具備資訊自動采集功能，能夠每月定期匯總各專業領域的最新合規動態，並智能生成《合規月刊》，通過內部公眾號推送至全員，助力合規意識的提升。

## 舉報管理

本集團制定《舉報政策》鼓勵本集團員工、供應商及客戶等與本集團有往來之人士在保密情況下，對任何與本集團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、報複、威脅報複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采取報複行動或報複威脅，本集團有權向其采取適當的法律行動。任何報複或威脅報複的員工將受到包括可能被實時解僱的處分。此外，調查期間所涉及的任何個人資料，將依據業務所在地個人資料（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。

本集團法務合規中心下設成立信息與調查部，專職於違規案件跟蹤查處，並統一適用於員工、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各類舉報線索，並采取研判、分流（如轉紀檢督查辦公室）、查處跟蹤與結案，以及移交政府司法部門的處理程序，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，本集團信息與調查部收到經確認有效的舉報事件共 **96 起**，其中 **70 起**已受理調查並結案，**26 起**尚在調查中。舉報涉及腐敗 / 舞弊、信息安全、商業道德、招投標等類型，已按照本集團相關制度采取案件研判、跟蹤處理、查辦、移交等措施處理，並未涉及重大風險。我們已采取相關行動去挽回損失及預防同類事情，共計挽回經濟損失超 **3,738 萬元**。

## 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，本集團持續監控、研究全球相關法律法規，不斷細化內部管理與實踐。

## 出口與貿易管制合規

本集團持續跟蹤全球出口管制與制裁政策動態，依據全球業務戰略及各國法規要求，細化內部貿易合規政策。報告期內，我們發布覆蓋研發、物流、采購及銷售等核心業務的出口管制合規操作指引，結合往年制度落地執行情況及車型開發業務流程及系統該變化，更新 NPDS- 出口與貿易合規機制，系統性構建主動、健全的貿易合規風險管理體系。

報告期內，我們持續跟蹤並梳理中國、歐盟、美國及主流銷售市場的出口管制立法及制裁動態，完成法規解讀與對業務的影響評估；同時，通過調研重點業務單位，梳理業務流程及模式，開發及優化貿易合規黑名單篩查系統、物項出口管制信息收集平台等數字化工具，識別並落地業務關鍵風險及管控節點，從而實現事先防控風險。

本集團將出口與貿易管制合規要求系統化嵌入各業務階段，如建立覆蓋供應商、客戶、物流服務商、銀行等從入到出全鏈條的交易合作夥伴制裁篩選流程，並完成貿易合規篩選系統與招標平台、采購 EPS 系統、合同系統、銷售 GODP 等主要業務系統的對接，實現持續自動化的篩查與評審；開發采購物項出口管制信息平台並與采購 EPS 系統集成，實現供應商在線填報供應物項的出口管制信息，合規在采購流程中評審、控制采購物項的受控風險；對車型項目實施全生命周期風險管理，從交易主體、物項、最終市場及用途四個維度持續跟蹤、管控風險。同時，我們要求各業務單位制定應急預案，建立快報、決策與處置機制，發現風險後立即報告並采取中止合同、停止發貨、追回貨物等糾錯措施，持續完善合規機制。

截至 2025 年底，本集團通過企業內部 「合規與可持續發展」公眾號，面向全員推送超過 26 條合規資訊，內容覆蓋法規動態更新及解讀、執法動態、典型案例等。另外，本集團面向員工開展 13 場出口與貿易管制相關的合規培訓，人均培訓時長 1.42 小時；同時，累計 276 家供應商參與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 1 小時。

## 出口可持續發展合規

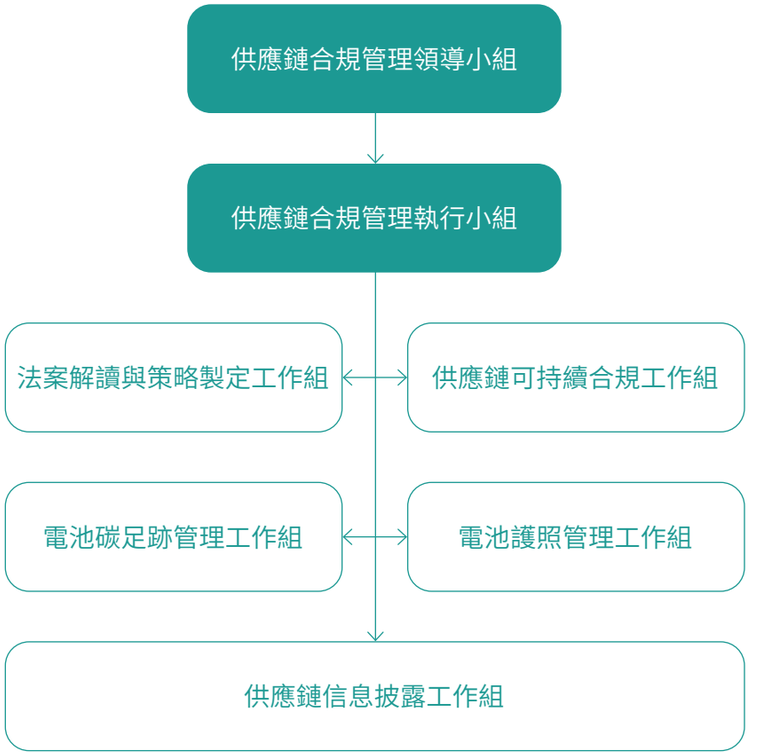
隨著本集團歐洲及海外出口戰略的深入推進，短期內我們亟需應對歐洲及其他海外市場日趨嚴格的法規要求，確保出口業務合規落地。從長期而言，供應鏈 ESG 表現已成為本集團深耕歐洲及其他海外市場的「敲門磚」，既是提升品牌競爭力，贏得海外消費者的重要支撐，也是拓展與海外品牌合作，爭取海外車企合作訂單的關鍵籌碼。當前，歐洲及海外市場的可持續供應鏈相關法規標准各異，為我們帶來了更高的挑戰，也蘊藏著差異化競爭的機遇。我們持續跟蹤並適配各目標市場的監管標准，不斷提升自身供應鏈 ESG 管理水平。

### 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，下設出口與貿易合規小組、可持續供應鏈合規小組等 7 個新產品開發合規工作執行組，由研發、供應鏈、合規、質量、銷售等多業務板塊組成，統籌管理本集團產品端合規體系建設及業務合規落地。為保障新產品開發合規，我們圍繞貿易合規、知識產權、信息安全、海外認證、法規、產品安全及可持續供應鏈等模塊，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，並對中高風險項持續跟進以形成管理閉環，持續提升產品可持續合規的能力。

### 可持續供應鏈合規工作組

我們在新產品開發合規工作組下設成立了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及其他海外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。2025 年，可持續供應鏈合規工作組工作主要圍繞法規解讀、供應鏈盡職調查、電池護照三大板塊開展。



本集團通過內部交流等方式，逐一開展以下歐盟及其他海外市場的 ESG 與供應鏈合規相關法案解讀。通過分析對本集團當前及未來業務的影響，制定相應工作方案並拆解任務至各工作組、業務單位承接落地，同時將可持續供應鏈的要求傳遞到一級、次級供應商。

歐盟委員會於 2025 年 2 月，提交了《綜合法案》（Omnibus Package）立法提案，擬對《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），以及歐盟分類法（EU Taxonomy）等關鍵法規進行系統性修訂，旨在確保為企業提供清晰、簡單的監管框架，大幅減少行政、監管和報告負擔。同時，我們留意到該法案曆經一年立法程序於 2026 年 2 月獲歐盟理事會正式通過，並於 2026 年 3 月 18 日正式生效。

報告期內，本集團開展「可持續供應鏈盡職調查合規體系建設」項目。依據法案生效的緊迫程度，我們已優先聚焦最先落地實施的《電池與廢電池法規》（簡稱《EUBR》）及《零毀林法案》（EUDR）。

| 國家 / 地區 | 法案 / 指令 | 要求 / 工作進展 |
|---|---|---|
| 歐盟 | 《電池與廢電池法規》（EUBR） | 要求：關於電池和廢電池的全生命周期監管法規，覆蓋電池的可持續性、性能、安全性、標簽、碳足跡、回收材料使用、電池護照、盡職調查等內容，適用於所有在歐盟市場投放或使用的電池產品。<br><br>應對措施：我們在《吉利供應商行為准則》等文件中要求供應商主動識別並消除使用有較高潛在環境和社會風險的關鍵電池原材料（如鈷、鋰、鎳、天然石墨及上述物質組成的化合物），以防止 / 減輕關鍵電池原材料在開采、加工以及交易過程中對環境和社會造成的不利影響，並積極配合我們針對電池供應鏈開展盡職調查。有關更多信息，請參考本集團官網披露的《可持續供應鏈盡職調查管理政策》。<br><br>為應對 EUBR 動力電池碳足跡要求，本集團完成動力電池碳足跡核算標准建設， 同時搭建動力電池碳核算核算平台， 構建相對應碳足跡核算模型，並同步建立動力電池碳核算數據管理系統，實現核算數據可溯，模型邊界規範，平台智能化的碳足跡核算板塊，保證動力電池碳足跡符合要求。<br><br>本集團以戰略高度推進電池護照平台建設，構建「源頭可溯 - 指標規範 - 過程集成 - 生態共建」全鏈條體系，並制定標准化采集與跨系統集成方案，實現了全鏈條電池護照數據實時同步、跨域共享與集中管控，保證了電池產品信息全生命周期數據管理合規性及客戶權益。<br><br>為應對 EUBR，本集團已制定《供應鏈 ESG 盡職調查合規管理制度》《歐盟電池法規盡職調查實操合規指引》，建立了電池供應鏈盡職調查體系。該體系明確了從供應商識別、供應鏈溯源與信息收集，到供應商風險管理路徑匹配的流程與標准。基於盡職調查情況，本集團將編制相关盡職調查報告。 |

| 國家 / 地區 | 法案 / 指令 | 要求 / 工作進展 |
| --- | --- | --- |
| 歐盟 | 《零毀林法案》(EUDR) | 要求：企業對涉及 7 類原料及其特定商品（如橡膠、木材等，這些被視為造成森林砍伐和森林退化主要原因的關鍵大宗商品及其衍生品）的供應鏈進行盡職調查，確保其來源地未造成非法毀林，並滿足可追溯性和合規性要求。<br><br>應對措施：為應對 EUDR 要求，本集團制定了《供應鏈 ESG 盡職調查合規管理制度》《歐盟零毀林法案盡職調查實操合規指引》，建立了供應鏈零毀林盡職調查體系。該體系明確了從商品與產品識別、供應鏈溯源、盡職調查供應商信息收集、供應商風險管理的流程與標准。基於盡職調查情況，本集團將编制相关盡職調查報告。此外，本集團對外披露了《零毀林聲明》，承諾堅決反對森林破壞的行為，在全價值鏈的運營活動和決策過程中，要求供應商與其上遊供應鏈避免各類非法砍伐森林的行為，防止森林造成危害或損失，消除供應鏈森林砍伐風險。 |
| | 《企業可持續發展盡職調查指令》(CSDDD) | 要求：針對符合條件的歐盟企業和非歐盟企業應采取盡職調查行動，以應對企業自身、子公司，商業夥伴有關人權和環境的實際和潛在的不利影響。根據新生效的《綜合法案》，修訂後 CSDDD 除了收窄適用公司範圍外，移除了強制氣候轉型計劃要求以及降低了有效性評估頻率等，並且將報告義務推遲至 2030 年或之後開始的財年。<br><br>應對措施：本集團基於 2026 年新生效的《綜合法案》，開展有關 CSDDD 的評估工作及相關法規解讀和工作方案制定。 本集團已參照《經合組織負責任商業行為盡責管理指南》《國際人權公約》等國際標准，着手编制《可持續供應鏈盡職調查管理政策》和《供應鏈 ESG 盡職調查合規管理制度》，建立了涵蓋風險識別與評估、風險預防與緩釋、跟蹤實施情況及持續改進的閉環盡職調查管理體系。通過供應商可持續調查問卷、現場審核等方式識別供應鏈 ESG 風險，要求供應商限期整改，並持續監控改進效果。同時，定期披露盡職調查進展，並通過申訴機制提升供應鏈透明度。 |
| | 《可持續發展報告指令》(CSRD) | 要求：根據 2026 年新生效的《綜合法案》，CSRD 適用於在歐盟有重要活動的非歐盟公司，並且其最終母公司連續兩年在歐盟實現至少 4.5 億歐元的淨營業額，以及擁有在上一財年淨營業額超過 2 億歐元的歐盟子公司或歐盟分支機構，則應按照《歐盟可持續發展報告准則》（ESRS）於 2029 年披露 2028 財年信息。<br><br>應對措施：本集團已與外部律所開展 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。2026 年，本集團將基於新生效的《綜合法案》，再次啟動針對修訂後 CSRD 的主體範圍評估、法規解讀和工作方案制定。本報告已率先采納了「雙重重要性」評估方法以及獨立鑒證，詳見「2.3.3 ESG 重要性議題」「附錄 8 ESG 獨立核證報告」。 |
| | 《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。根據 2026 年新生效的《綜合法案》，CBAM 設立了新的質量豁免門檻、推遲 CBAM 證書提交義務，以及簡化碳排放報告等要求。<br><br>應對措施：本集團密切關注 CBAM 的更新並與外部專家交流對汽車行業出口的影響。經內部初步評估，針對新的質量豁免門檻（50 噸 / 年）以及取消 150 歐元的價值豁免門檻等相關簡化要求，大幅減輕了本集團多個品牌的出口合規壓力。我們將積極采取應對方法協同旗下各品牌開展閾值分析、供應商規劃 / 協作等，並按照截止日期履行 CBAM 證書提交義務及年度申報。本集團已積極參與國內政策標准制定，推動汽車碳排放、碳足跡核算體系國際互認。截至 2025 年末，本集團超額完成單輛車全生命周期減碳目標，相較 2020 年基准年下降 25.5 %。更多內容，詳見「3 氣候中和」。同時，我們將規劃 CBAM 成本融入財務安排及商業考量。 |

| 國家 / 地區 | 法案 / 指令 | 要求 / 工作進展 |
| --- | --- | --- |
| 歐盟 | 《沖突礦產條例》 | 要求：針對進入歐盟市場的特定礦產金屬（錫、鉭、鎢、金）及其特定制品，年進口量達到特定門檻的進口商需開展沖突礦產溯源並發佈報告。<br>應對措施：本集團發佈《可持續供應鏈盡職調查管理政策》，承諾在全球供應鏈中主動識別並消除使用直接或間接資助武裝沖突、侵犯人權（包括強迫勞動、童工）或破壞環境的礦產。我們參照《聯合國全球契約》十項原則、以及中國五礦化工進出口商會（「CCCMC」）發佈的《中國負責任礦產供應鏈盡責管理指南》（第二版）、《經濟合作與發展組織關於來自受沖突影響和高風險區域的礦石的負責任供應鏈盡責管理指南》（「OECD 指南」）、負責任的礦產倡議（「RMI」）等法規及倡議，主動識別並消除采購來自剛果（金）及其周邊國家非法武裝控制礦區的 3TG（錫、鉭、鎢、金）等礦產原料。同時，我們優先選擇供應鏈符合以下標准的供應商：原料來源的冶煉廠 / 精煉廠已通過 RMI 獨立認證，及 / 或礦區 / 礦山已通過負責任采礦保證倡議（「IRMA」）的獨立認證。 |
| 美國 | 《多德 - 弗蘭克法案》 | 要求：開展沖突礦產盡職調查（含溯源）並發佈報告。<br>應對措施：本集團已開展沖突礦產盡責管理，詳見「7.1 可持續價值鏈」。 |

### 可持續供應鏈培訓

報告期內，供應鏈管理中心、法務合規中心派出內部培訓講師及外部顧問團隊，共開展了 12 場有關可持續供應鏈的培訓，培訓內容包括供應商可持續資質認證、沖突礦產管理、EUDR 法規盡職調查要求解讀等，覆蓋本集團全體員工、內部供應商管理團隊、內部盡調相關部門及人員，以及部分試點供應商。更多有關可持續供應鏈的內容，詳見「7.1 可持續供應鏈」。

## 5.3.3 人權及勞工權益

作為一家負責任的全球化企業，本集團以「讓世界充滿吉利」為使命，不僅關注商業領域的成長與發展，亦致力於與利益相關方共建尊重人權的負責任商業實踐。

我們清楚地認識到人權問題對於本集團員工、消費者、供應商，及我們運營所在地的社區等其他利益相關方的重要性。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、避免侵犯其他人人權及消除負面人權影響的責任。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。

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，有關我們對此框架的披露回應，詳見附錄 4「聯合國指導原則報告框架—內容索引」。

## 尊重人權承諾

本集團承諾尊重國際人權標准，包括《世界人權宣言》《聯合國工商企業與人權指導原則（UNGP）》及《國際勞工組織公約》。為向所有利益相關方及公眾清晰透明地闡述本集團在可持續發展（含人權）方面的承諾及態度，我們制定了《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》《可持續原材料政策》等 ESG 相關政策，系統闡述對企業自身運營及價值鏈的人權承諾。

2025 年，本集團最新發布了《員工多元化政策》和《可持續供應鏈盡職調查管理政策》，進一步提出通過構建多元、包容、平等的工作環境，消除任何形式的偏見與歧視，並定期實施供應鏈盡職調查，致力於為保護環境、人權和社會福祉做出積極貢獻。

上述政策由本集團合規部門、ESG 部門、人力部門、供應鏈部門、安全環保部門、工會等共同協商及編制，亦從外部律師及 ESG 外部顧問獲取咨詢意見，並經由可持續發展委員會審閱，最終由董事會作為本集團最高決策機構批准後公開發布。ESG 相關政策以中文及英文為主要語言於本公司官方網站 (www.geelyauto.com.hk) 公開發布，確保所有利益相關方及公眾均可獲取。

在編制和更新上述政策時，我們考慮了受企業經營活動影響或通過其商業關系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。因此我們的人權承諾範圍包括了：員工權益、健康和職業安全、數據與信息安全、沖突礦產、環境保護及生物多樣性、社區等。

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。

本集團采取培訓形式，面向 100% 員工開展《行為准則》《員工多元化政策》線上培訓及考試，讓其了解相關的權利、責任和實踐。該線上培訓在內部學習平台可回播，方便員工隨時瀏覽。報告期內，本集團員工參與《行為准則》《員工多元化政策》培訓和考試，培訓時數分別為 6,757 小時及 1,125 小時。

## 人權承諾實踐

本集團將可持續發展的理念根植於企業文化、產品理念及用戶服務中。我們始終堅持「安全平權」，守護每一個用戶的平安出行；始終堅持「造每一個人的智能精品車」，不斷提升出行體驗，推動產業高質量轉型升級，助力科技進步與可持續發展未來。

我們堅信汽車產業在助力聯合國可持續發展目標（SDGs）實現過程中發揮著關鍵的作用。本集團制定並發布配合總體戰略方向的「ESG 戰略」，ESG 六大戰略方向均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、負責任使用人工智能
- 共榮發展：避免及消除對員工、商業夥伴、社區的不利影響，使其與本集團共榮發展
- 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），以推動本集團的可持續發展。同時，本公司 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。詳見「2.2 ESG 管治」及本公司官網刊載的《可持續發展委員會職權範圍》。

本集團在日常的人權工作由以下部門及部門負責人負責：

- 首席人力資源官：負責本集團員工權益管理，包括薪酬和勞工合同管理、多元共融的工作環境創造、員工權益申訴處理等。
- 人力資源部門：負責收集本集團員工對人權及員工權益的意見，協調並開展相關管理措施及培訓。
- 工會：代表員工與本集團協商集體勞動協議。

- 首席安全官：負責本集團的職業健康安全、環境保護管理，及相關問題處理，並定期向高層與監管部門匯報環境工作進展。
- 安全環保部：負責本集團各生產基地、銷售網點等運營地點的環境及健康安全管理。
- 采購總經理：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。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。

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管理。2025 年，本集團以調研問卷的形式向董事會、高層人員、員工、供應商員工等利益相關方收集對人權風險識別、人權管理及申訴渠道的建議。同時，我們繼續在面向全球 100% 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。有關員工及供應鏈的突出人權議題識別與分析，內部審計部亦將相關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。

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。

本集團高度重視供應鏈中包括沖突礦產在內的高風險原材料所存在環境及人權風險。我們承諾在全球供應鏈中主動識別並消除使用直接或間接資助武裝沖突、侵犯人權（包括強迫勞動、童工）或破壞環境的礦產，主動識別並消除采購來自剛果（金）及其周邊國家非法武裝控制礦區的 3TG（錫、鉭、 鎢、金）等礦產原料。我們優先選擇供應鏈符合以下標准的供應商：原料來源的冶煉廠 / 精煉廠已通過 RMI 獨立認證，及 / 或礦區 / 礦山已通過負責任采礦保證倡議（「IRMA」）的獨立認證。

在供應鏈管理中，我們制定《吉利供應商行為准則》並規範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。同時，將人權要求納入合同簽署與績效考核，並啟動第三方盡職調查以識別高風險供應商。

## 突出人權議題識別

本集團參照《聯合國工商企業與人權指導原則 (UNGP)》和《經合合組織負責任商業行為盡責管理指南》建立人權議題評估方法，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系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
- 《行為准則》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
- 利益相關方意見
- ESG 外部顧問意見
- 舉報及申訴渠道案例

我們初步識別 11 項突出人權議題，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 | |

基於初步的突出人權議題，我們采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）：

  2025 年，本集團共回收有效問卷 801 份，調研覆蓋本集團全球運營地區。

  - 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 / 移徙工人、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（HRBP）
  - 工會代表
  - 供應商員工（ESG 對接人、員工代表）
  - 2024 年新增：經銷商員工（ESG 對接人、員工代表）
  - 2025 年新增：社區

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，我們向參與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參與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（基於影響發生的嚴重程度及影響發生的可能性，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，我們發現「職業健康安全」是受到 6 類（即所有參與者類別）共同關注且重要性相對較高的人權議題。其體現出本集團運營韌性、員工權益保障及社會責任三個維度的高度重疊性，亦是本集團人權管理中優先級最明確的議題。更多內容，詳見「8.6 職業健康與安全」。

另外，本集團分別對自身運營及供應鏈涉及的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「7.1.1 供應商全生命周期管理」。我們將不斷完善此人權評估體系方法，更准確評估本集團的突出人權議題。

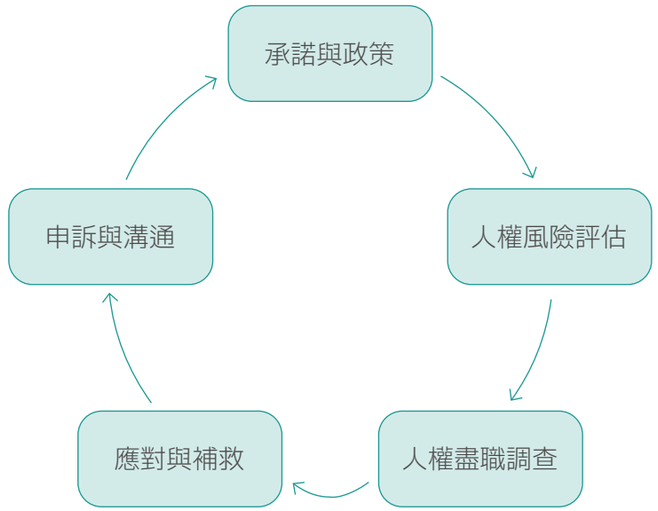
除上選的突出人權議題外，本集團識別出「公正轉型」「負責任地使用人工智能（AI）」具一定的社會（包括人權）影響。2025 年，本集團已在面向全員（含國內外）的概括性人權管理評價中增加這兩個議題的評價，均獲得 88 分評價：

- 「公正轉型」：本集團通過技能培訓和員工發展，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）。
- 「負責任地使用人工智能（AI）」：本集團能夠負責任地使用人工智能（AI），在整個 AI 開發生命周期中融入道德規範，秉承和諧友好、公平公正、包容共享、尊重隱私、安全可控、共擔責任、開放協作、敏捷治理的原則，讓用戶和員工等利益相關方公平地獲取可靠和安全的 AI。

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可持續智能出行的權利。更多內容詳見「3.1 氣候戰略及目標」「8.5.2 員工賦能」的相關內容。

## 突出人權議題管理

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：制定並公開披露《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》《可持續原材料政策》，以及 2025 年新增的《員工多元化政策》《可持續供應鏈盡職調查管理政策》等 ESG 相關政策，對內外部利益相關方開展宣貫。
- 人權風險評估：識別針對企業自身運營及供應鏈的突出人權議題並評估重要度順序。
- 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采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采取補救措施；
- 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。 我們承諾對舉報人和舉報內容嚴格保密，任何單位和個人不得以任何借口和手段阻止、壓制舉報人進行舉報，也不得打擊報複舉報人。

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：

企業自身運營人權：請參考「8.3.1 人權保障」

供應鏈人權：請參考「7.1.1 供應商全生命周期管理」

## 5.3.4 反賄賂與反貪腐

本集團對腐敗行為采取零容忍的態度，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，由法務合規中心的合規部、信息與調查部、法務部，以及內控部、紀檢督查辦公室、內部審計部，以及各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。

### 反腐敗體系

本集團建立以「零容忍」為基調的反腐敗體系。我們搭建了涵蓋制度框架、流程保障及文化支撐的誠信合規管理體系，構建了「預防 + 懲處」的反貪腐機制，覆蓋索賄受賄、職務侵占、利益沖突、人事腐敗、權色交易、失職瀆職等六大高風險領域，並配套《行為准則》《吉利供應商行為准則》《反腐敗政策》等專項制度。

- 在預防機制方面：我們通過發布禮品與招待、利益沖突等實施細則明確行為邊界，並要求 100% 員工簽署《利益沖突聲明》。報告期內，本集團下屬各業務單位按要求完成了禮品禮金自查，並由本集團合規部門對重點單位實施了現場抽查與訪談。

  我們將反貪腐及廉潔教育納入本集團全員合規培訓的重要內容，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，本集團通過發布《合規培訓基礎課程 2025 版》，要求下屬各業務單位推進全員學習及考試，100% 員工參與反腐敗及廉潔教育培訓，人均培訓時數 1 小時。另外，在合規文化月期間，本集團開展了 2 場大型誠信合規培訓（近 2,000 人參加），並在各業務單位層面開展了近 50 場誠信合規相關培訓。

- 在懲處機制方面：我們設立了包括在公開的《反腐敗政策》中的舉報郵箱及電話等多渠道舉報平台，並承諾對舉報人及舉報內容嚴格保密、嚴禁打擊報複。同時，我們開發了有關反貪腐舉報處理的數字化管理平台，可實現從受理、調查、審批到歸檔的在線閉環管理，最大限度減少人為幹擾。在接獲舉報後，本集團依據《合規咨詢、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，遵循標准的案件調查程序，開展調查、判定與報告。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。

  紀檢督查辦公室及合規部門不定期開展審查、抽查、調查工作。合規部門通過禮品禮金專項檢查、工程檢查等手段強化審計監督，2025 年反腐敗內部審核覆蓋率為 100%。報告期內，紀檢督察辦公室查處本集團有關腐敗或賄賂指控事件共 31 起，4 人因涉及腐敗被本集團解僱或列入招聘黑名單，挽回經濟損失金額共計 72.7 萬元。我們基於案件調查處理，我們對涉案單位關聯人員實現 100% 警示教育覆蓋，並針對高風險業務開展 5 場專項警示活動，覆蓋高管及業務骨幹近 1,000 人次。

### 商業夥伴反腐敗

本集團要求商業夥伴共同遵守反腐敗規定，共建合規生態。

在招投標階段，本集團遵循《中華人民共和國招標投標法》對合同條款與投標文件兩大核心風險源實施管控。在招標流程方面，我們在招標小組成立階段就實現 100% 利益沖突排查及備案，並在開標階段對 100% 參與投標的供應商進行關聯關系篩查並簽署承諾書。在監督執行方面，我們通過獨立電子招標平台實現全流程線上留痕與公開透明，開放外部舉報渠道以提升透明度，並由

本集團內部審計部進行定期獨立合規抽審，重點核查評標合規性、利益沖突落實及 AI 系統運行效能，持續完善防腐體系。

報告期內，招投標合規檢查工作已累計核查數據 32.8 萬餘條，涵蓋生產輔料、設備、服務等 11 個品類，涉及項目數量達 71,215 個。在合同簽訂及業務往來階段，我們要求供應商、經銷商等商業夥伴在合同簽訂中一並簽署《誠信自律特別條款》，極氪品牌與商業夥伴簽署《商業夥伴誠信合規聲明》，加強業務夥伴往來期間嚴格遵守誠信相關自律要求。此外，本集團《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。

我們針對供應商違規事件制定《供應商事態違規積分評價管理辦法》，對供應商及其派駐人員的合作行為進行規範管理。根據違規類型與情節輕重實施階梯式扣分，當積分降至閾值時，依次采取書面警告、考核扣分、約談、業務限制直至列入黑名單等措施。

本集團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 **100%**，平均培訓時數 **1 小時**；**938 家供應商**（含二級供應商）參加反貪腐培訓（含《反腐敗政策》），平均培訓時數約 **1.3 小時**。

2025 年，本集團面向供應商組織專項合規培訓，重點宣貫《供應商事態違規管理辦法》、信息安全要求及外包第三方管理規定，累計覆蓋 **1,000+ 人次**，總培訓時長達到 **1,221 小時**。

## 5.3.5 商業道德

### 利益沖突

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

在此基礎上，我們建設了利益沖突風險管理平台，通過系統化工具檢測潛在利益沖突風險，並持續優化利益沖突申報流程，常態化管理員工利益沖突情況並檢查跟進，從而有效地在日常工作中采取適當措施避免或妥善處理潛在沖突。

報告期內，我們持續開展以利益沖突管理制度為核心內容的培訓課程並推動《利益沖突聲明 2025 版》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沖突情況。報告期內，《利益沖突聲明》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。

本集團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。我們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，本集團開展公平競爭專題培訓累計 **6 場**，培訓總時長 **6 小時**，共計 **530 人**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

本集團遵循《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等所在運營地適用的法律法規，發布《知識產權管理辦法》《專利管理辦法》《域名使用管理規範》《整車項目開源軟件管理辦法》等制度，明確知識產權管理要求。本集團知識產權管理部統籌集團知識產權工作，並負責各業務單位的知識產權管理和風險管控。

本集團將知識產權風險管理嵌入研發、采購、制造、銷售及售後全業務鏈條中，定期開展知識產權侵權風險識別與評估。本集團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，同時，我們建立供應商知識產權合規管理體系，開展供應商知識產權風險管控能力評審，將知識產權合規納入供應商評價的關鍵指標。此外，委托第三方評估重點風險，以全方位防範侵權行為。

本集團搭建了針對不同群體不同業務的知識產權培訓體系，報告期內，共組織開展各類知識產權專題培訓 120 餘場，覆蓋人數總計約 6,500 人次，不斷提升全員知識產權保護與風險防控意識。

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利益申請。同時，我們對惡意及侵權行為快速采取法律手段維權，加強版權登記工作，構建商標、域名、版權三位一體的海外保護矩陣，全面提升海外風險抵禦能力。

截至 2025 年底，本集團累計取得授權專利 **24,367 項**，本年度新增專利授權 **3,066 項**，海外新增專利授權 **586 項**。報告期內，本集團有效專利共計 **13,893 項**，其中：

- 外觀設計專利：**5,386 項**
- 實用新型專利：**5,217 項**
- 有效發明專利：**3,290 項**

我們亦細化了報告期內有效專利按照可持續發展相關專利 **5,782 項**及其他專利 **8,111 項**的劃分：

- 新能源汽車及電子電器類：**2,534 項**
- 智能網聯類：**1,042 項**
- 全域安全類：**1,065 項**
- 環保節能類（含替代能源）：**1,141 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。我們在業務全周期實施稅務風險閉環管理：項目設計階段前置管控風險，執行階段動態監控關鍵點與定價合理性，結項階段推進合規匯算清繳與申報審閱，強化納稅遵從。

報告期內，我們通過梳理境內外涉稅業務，完善稅金分析報告與稅負管理，定期更新轉讓定價政策；開展涉稅風險排查與專項整改，實時監控轉讓定價風險，並與各業務基地協同建立風險前置識別機制。同時，引入人工智能（AI）技術搭建稅務商業智能（BI）看板，實現稅務數據集中化、可視化管理，確保數據透明、准確、可追溯。

### 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，承諾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以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信息安全、隱私保護，以及負責任人工智能（AI）風險與應對。

### 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）等標准體系，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。

此外，隨著網聯車輛及輔助駕駛的發展，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/SAE 21434 道路車輛—網絡安全工程標准的要求，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。

## 信息安全管理體系

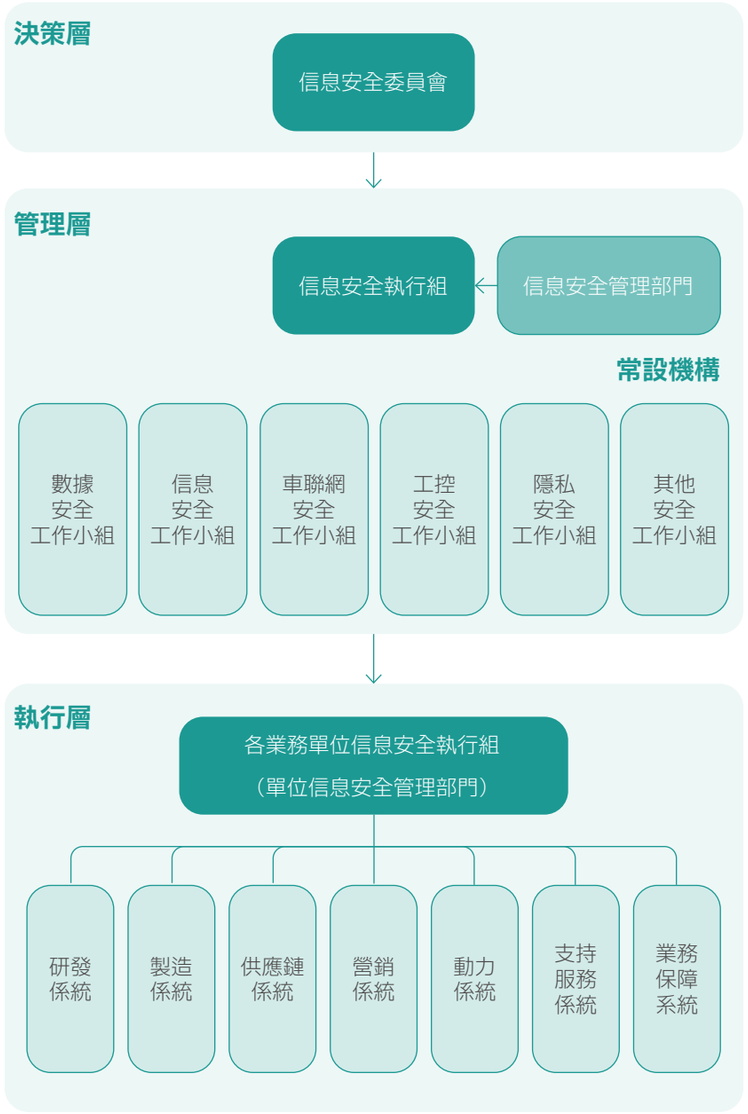
本集團采用權責分明、部門協同的管理模式。在集團層面成立信息安全委員會作為最高決策機構，全面統籌本集團的信息安全、數據安全及隱私保護合規工作。信息安全部具體負責整體信息安全、數據安全與隱私保護的制度建設和合規管理。數智化中心下專設信息安全部門作為安全技術的支撐單位，承擔相關信息安全與數據安全的技術體系建設與支持工作。各業務部門積極配合，共同推進信息安全與數據安全相關措施在業務層面的落地實施。

信息安全委員會由本公司 1 位執行董事、首席數據官、首席法務官等組成，業務集團 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本集團高層及相關監管部門，由其對此作出監督及決策。

本集團建立了常態化的上下層聯動機制，通過設立信息安全與數據合規（隱私保護）業務夥伴角色，深度參與各業務單位的相關事務。全集團每月定期召開信息 / 數據安全例會，以持續推廣安全運營，保障各業務單位形成並維持良性的運轉機制。

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准進行轉化。

### 信息安全組織架構




為持續提升信息安全治理水平，本集團已將各單位信息安全工作評價納入可持續發展評價體系，定期對業務單位進行考核。評價涵蓋風險控制執行情況及底線管理，以此推動管理閉環，確保體系有效運行。

報告期內，本集團已通過 ISO 27001 信息安全管理體系認證，並獲得 CTS CAC-MS-22:2023 新能源汽車安全管理體系認證。

## 信息安全風險管理

本集團嚴格遵循《信息安全風險評估管理規範》開展信息安全風險管理工作。2025 年，在持續夯實企業基礎安全風險管控的同時，我們重點聚焦業務核心應用的安全風險管理，涵蓋 APP 隱私保護、系統日志安全、數據外發管控、權限管理以及即時通訊工具安全等關鍵領域。

本集團建立「體系遵循度」安全技術治理指標框架，該框架主要從防護覆蓋管理、漏洞管理、攻擊事態管理等維度設立指標。基於「體系遵循度」指標評估及風險評估結果，我們識別安全防護覆蓋的薄弱環節，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。

為有效應對各類信息安全風險，本集團建立了一套完整、規範的信息安全事件響應體系。該體系以《信息安全事件管理規範（2025 版）》《信息安全告警處置管理程序》和《系統安全事件應急響應程序》為核心指導文件，貫穿了信息安全事件的識別、分級、處置和複盤全流程。

## 主要信息安全風險及應對措施

| | 主要風險 | 應對措施 |
|---|---|---|
| 法律 / 政策風險<br>S M | 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幹規定》、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准。 | 本集團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的收集、分析與傳遞，確保各單位及時、准確地獲取最新法規資訊。<br><br>針對已經發佈的 R155 產品網絡安全法規，我們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<br>S M | 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。<br>另外，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制造商獲取、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沖擊，本集團持續追蹤最新的法規動態及行業資訊，提前制定預防措施。<br><br>一方面，我們強化體系認證能力，確保所有出口車型通過型式認證；另一方面，我們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。<br><br>本集團通過將數據合規嵌入產品研發流程、構建數字化合規管理系統、完善協同機制並持續開展培訓，顯著增強了全球業務合規水平。<br><br>為支撐車型在海外市場的合規落地，我們積極開展海外市場屬地化隱私合規評估與評審，實現了風險有效防控，並將各國要求轉化為企業可執行的實施方案，保障車型出海合規。2025 年，我們圍繞歐洲《數據法案》（Data Act）、人臉識別技術應用備案、個人信息保護審計等專項議題推進系列工作，系統提升出口業務的數據合規能力。 |

以上信息安全風險的影響周期定義為 S 短期 1-2 年 M 中期 3-5 年 L 長期 5 年以上

## 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，有效提高開發人員的安全開發能力，避免上線前修複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

本集團每年開展針對關鍵業務系統的滲透測試和漏洞分析（包括作系統、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、制造、銷售、財務等）的業務系統安全測試，並開展內外部網絡攻防防禦、防釣魚信息安全攻防演練等網絡安全攻防演練共 9 次；我們對公網業務組織攻防演練，對雲端系統及車端系統進行攻防模擬對抗測試。

### 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。日常運營中，一旦發現異常活動，如惡意程序事件、網絡攻擊或數據泄露等，將立即啟動預警機制。

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，支持實時主動進行安全風險修複，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。

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。

## 信息安全審計與外部認證

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體系的有效性並及時提出改善建議，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 5 年未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。

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 7 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。報告期內，本集團亦通過了 ISO 27701 隱私信息管理體系認證。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（含吉利銀河、吉利中國星）、領克品牌、極氪品牌的 APP 平台，均已通過依據等保三級認證。

此外，本集團還獲得了 ISO/IEC 42001 人工智能管理體系認證，並在數智化轉型方面榮獲「企業數智化轉型成熟度檢驗證書 - 創新級 3+ 級」與「2025 年度企業數智化突出貢獻單位」稱號，展現出在新技術應用與數字化轉型領域的綜合實力。

本集團在產品出口方面亦獲得一系列有關信息安全及隱私保護的外部外證。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。

- R156 軟件升級管理體系（E9）認證
- R156 車輛型式認證（VTA）
- R155 產品網絡安全體系（E9）認證
- R155 車輛車輛型式認證（VTA）

2026 年 3 月，本集團旗下輔助駕駛系統—千裏浩瀚 G-ASD，正式獲得由中汽中心與 IDIADA 聯合頒發的聯合國歐盟 UN R171 駕駛員控制輔助系統（DCAS）國際認證證書。成為中國首個通過認證的輔助駕駛系統，率先開啟「中國智造」出海篇章。我們預計在 2026 年 6 月，首款通過 UN R171 認證的吉利千裏浩瀚 G-ASD 車型將在歐洲正式上市。

## 信息安全意識提升

本集團已建立信息安全風險舉報渠道，內外部人員可通過電話（0571-28096280）、郵箱（ISC@geely.com）或在線舉報平台等途徑反映信息安全違規行為。根據規定，各單位在接到舉報信息、上級交辦線索或外部問詢後，應在 24 小時內將情況報送至信息安全部。信息安全部對舉報人信息嚴格保密，切實保障舉報渠道的有效性與安全性。

本集團構建了「全員培訓與專題培訓相結合」的多層次培訓體系。全年開展兩輪全員培訓，覆蓋超 15.4 萬人次，平均完成率達 95% 以上，有效普及了數據安全與風險防範意識。同時，圍繞信息安全制度、風險、工控安全等關鍵領域組織了 11 次專題培訓，累計培訓 1,411 人次，總時長 15 小時，系統性強化了相關崗位的專業技能。

本集團將外部商業夥伴納入整體培訓計劃，於 9 月合規文化月期間，集中組織了面向 331 餘家供應商、超過 800 人的信息安全與誠信合規培訓。此外，本集團每年集中開展一次信息安全培訓，核心供應商均需參加，共同築牢供應鏈安全防線。

2025 年，本集團面向 **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 **0.6 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、案例學習等專項培訓，人均培訓時長 **1 小時**。

## 5.4.2 隱私保護

本集團參考 IEC/ISO 27701 隱私信息管理體系標準，持續完善隱私保護合規管理體系，並依據政策法規變化，踐行八大隱私保護基本原則。2025 年，我們進一步識別並改進現有流程機制問題，將合規要求深度嵌入業務環節，同時強化合規風險應對機制，對已識別的風險及時采取控制與處置措施。

### 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采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，並采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。

## 隱私安全管理

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《產品研發隱私開發管理辦法》《IT 系統開發生命周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 / 上市准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。

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。為確保出海車型在歐洲等海外市場的數據合規，本集團通過調研了 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。報告期內，本集團著力建立與完善車型隱私合規的設計工作機制與流程，將合規性深度融入業務環節。

### 消費者隱私保護全流程

| 領域 | 描述 / 措施 |
|---|---|
| 平台開發 | 本集團所有面向外部用戶的系統，在運行個人信息采集功能前，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與測試階段，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。<br><br>為進一步強化管控，我們在用戶端產品上線流程中引入了隱私評估作為強制卡點，確保所有數據處理活動均符合目標市場的數據保護法規要求。 |
| 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》，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)，並依據評估結果采取有效的措施。針對發展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 | 采取多項措施確保個人信息存儲的准確性和安全性。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；采用全面的訪問控制策略，確保業務單位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；以及采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托處理、共享、轉讓、傳輸和披露至第三方時，明確應采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、刪除及銷毀等生命周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。 |

我們定期為員工提供信息安全與隱私保護意識教育和培訓，提高他們對用戶隱私保護的重視程度。此外，我們重點強化對業務部門的專項隱私保護培訓，並開發了與業務流程深度集成的線上管理工具，有效提升了合規操作的效率與規範性。

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 1.3 小時；100% 數據合規關鍵崗位員工參與隱私保護培訓，人均培訓時長 1.3 小時。我們還通過合規小課堂的方式，即時向員工傳遞最新監管要求動態，增強員工個人隱私保護理解認知。

報告期內，本集團獲得 ISO/IEC 27701 隱私信息管理體系認證。

## 隱私安全審計

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。

本集團於報告期內完成了對營銷側核心系統日志的整改工作，覆蓋 C 端用戶管理、吉利品牌 SCRM（社交化客戶關系管理）銷售線索管理、吉利品牌（吉利銀河、吉利中國星）APP 後台管理，以及 400 客服售後服務等模塊。在整改過程中，我們對各系統的主要業務鏈路與頁面模塊進行了全面梳理，並對涉及個人信息等敏感信息實施了脫敏處理。同時，針對用戶個人隱私的相關操作，統一部署了日志埋點機制，可對其操作進行日志記錄與追溯。

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准、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。我們設立了專職的應急響應處置小組，該團隊在接報疑似風險事件後，將立即啟動標准化應急響應流程，第一時間研判並執行風險遏制措施，及時遏制風險蔓延。在實施緊急處置並控制風險後，團隊將開展事件根因分析、業務影響評估與橫向排查，並依據評估結果制定針對性的整改與長效預防方案。

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

## 第三方信息安全與隱私保護管控

本集團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、網絡安全標准等納入技術文件。

針對信息系統等特定服務供應商，我們要求其取得 ISO 27001 信息安全管理體系等認證。針對本集團車聯網安全相關 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。此外，我們每年依據 UN R155 聯合國車輛安全法規及 ISO 21434 道路車輛網絡安全工程等標准，對信息安全高風險零部件供應商開展 CSMS（網絡安全管理體系）體系審核，持續排查並推動供應鏈安全體系建設。

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、第三方隱理管制與檢查審計）。

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、網絡安全標准等納入技術文件中。2025 年，本集團持續推進與所有重要第三方在合同中簽署《數據安全處理協議》，已實現研發端供應商簽署率達 100%。本集團每年識別信息安全高風險第三方，對存在信息安全違規的將視為具有高信息安全風險，並 100% 開展現場或飛行審核，要求其在限期完成整改。

2025 年度，本集團暫未發現有關信息安全違規風險的供應商，同時我們針對 2024 年識別出的 2 家風險供應商已監督完成整改，並將其信息安全風險等級相應調低。

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，本集團面向供應商開展 26 次信息安全培訓，覆蓋 1,274 家供應商，平均培訓時長 4.5 小時。

## 5.4.3 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。我們參照《新一代人工智能倫理規範》構建倫理指導框架，通過增強可解釋性、明確責任歸屬等手段，系統性管理倫理風險。同時，我們制定了《人工智能服務與應用安全合規管理規範》並提出吉利汽車對於 AI 倫理的觀點與承諾，遵從「負責任地使用」「可解釋性」「保護隱私」「安全可靠」四項原則，並以「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。

### AI 治理體系

本集團建立了分工明確的 AI 治理組織架構。信息安全部負責制定 AI 安全策略與制度、進行應用場景評估與事件調查；數據合規部門負責制定 AI 合規管理策略並監督執行；安全技術部門負責制定技術標準、實施系統與模型安全測試，及時響應安全事件；各業務應用部門負責明確並執行相應場景，並管理 AI 供應商合規；AI 建設部門負責基礎能力建設、算法安全處置與數據標注管理。通過多部門協同，形成從策略到執行的全鏈條 AI 治理體系。

本集團制定了《人工智能服務與應用安全合規管理規範》，建立覆蓋涵蓋風險管理、影響評估與應急響應的 AI 全生命周期的流程管理體系。在實施階段，業務單位申報需求，信息安全部牽頭評估，AI 建設部門處理算法安全並推動備案。在檢查階段，通過合規檢查與第三方評估持續監控。在處置階段，通過整改優化與培訓演練等改進措施完善 AI 體系，確保 AI 應用的安全與合規可控。

本集團獲得 ISO 42001:2023 人工智能管理體系的外部認證，成為汽車行業首批通過該認證的企業。

### AI 風險管理

本集團圍繞 AI 全生命周期構建 AI 治理風險管理框架，覆蓋設計、開發、部署、運維至退役各階段，系統識別合規、倫理、技術及業務等多維度風險。結合具體應用場景，我們充分評估風險可控性、關聯性、發生概率與影響程度，明確高、中、低風險等級，並實施分級管控。在 AI 運行過程中，部署內容安全掃描、隱私數據識別等監控工具，持續跟蹤風險態勢變化，確保管控措施有效執行，實現 AI 系統風險的可知、可管、可控，踐行負責任 AI 理念。

## 本集團已識別的 AI 風險與機遇

| 風險類型 | 主要風險 | 應對措施 |
|---|---|---|
| 技術風險<br>S M | 數據安全涉及采集存儲漏洞、跨境傳輸風險等，在歐盟《通用數據保護條例》（GDPR）下，數據跨境違規可能面臨高額處罰。<br><br>另外，智能網聯業務快速發展帶來用戶隱私保護挑戰，AI 技術可能被惡意利用，導致輔助駕駛系統遭受攻擊、車聯網安全漏洞被利用等系統性風險，影響車輛安全與用戶信任。<br><br>同時，AI 技術快速演進可能導致現有技術架構滯後，影響本集團在輔助驾驶、智能座艙等核心領域的技術競爭力。 | 本集團建立覆蓋數據全生命周期的治理體系，部署內容安全掃描、隱私數據識別等監控工具，對數據采集、傳輸、使用各環節實施閉環管控，確保數據安全合規。<br><br>本集團持續加大研發投入，建立技術前瞻跟蹤機制，佈局大模型、端側智能等前沿方向，確保技術架構與行業發展趨勢同步演進，維持領先優勢。<br><br>詳見「5.4.1 信息安全」「5.4.2 隱私保護」「5.4.3 負責任人工智能（AI）」 |
| 法律 / 政策風險<br>S M | 歐盟《人工智能法案》對高風險 AI 系統提出嚴格的監督要求。本集團在輔助驾驶、用戶交互等場景中廣泛應用 AI 技術，若未能滿足法案分級合規要求，將面臨罰款及市場准入障礙，增加出海業務的合規成本與運營複雜度。<br><br>同時，全球 AI 監管框架尚未統一，各市場在監管強度與監管重點上存在顯著差異，可能導致本集團在戰略佈局與合規資源投入上面臨「試錯成本」。 | 本集團持續跟蹤法案立法進展與實施細則，對照分級合規要求開展差距分析，在 AI 系統設計、開發、部署各環節嵌入合規要求，確保滿足透明度、可追溯性與人類監督等核心義務，降低違規風險。<br><br>本集團建立全球 AI 監管動態跟蹤機制，對重點市場的法規變化進行實時監測與影響評估，同時在戰略佈局中預留合規彈性，以動態調整應對監管變化。<br><br>詳見「5.4.3 負責任人工智能（AI）」 |
| 聲譽風險<br>S M L | AI 算法決策的公平性與透明度不足可能引發 AI 倫理風險，這些均可能通過社交媒體快速發酵，造成品牌聲譽危機。 | 本集團持續優化算法的透明度與可解釋性，並建立用戶反饋與申訴渠道，及時發現並糾正算法偏差，維護品牌聲譽與用戶信任。<br><br>詳見「5.4.3 負責任人工智能（AI）」 |
| **機遇類型** | **主要機遇** | **應對措施** |
| 技術機遇<br>S M L | AI 正在加速重構汽車產業的技術底層邏輯，從傳統硬件驅動模式，轉向以數據、算法、算力、智能決策為關鍵要素的軟件定義模式，開啟智能出行的全新階段。 | 本集團將持續深化「全域 AI 技術」研發投入，強化算力、算法、數據驅動的全域技術協同能力，推動 AI 技術在輔助驾驶、智能座艙、智能底盤等場景的深度整合與規模化應用，實現量產車型智能化水平的持續進化。<br><br>本集團持續佈局天地一體化的科技生態，通過構建「地面 + 低空 + 低軌」的協同模式。同時，我們正在構建系統化的數據資產管理體系，為技術能力的持續迭代提供數據支撐，為出海業務沉澱數據資產。 |

以上 AI 風險與機遇的影響周期定義為 S 短期 1-2 年 M 中期 3-5 年 L 長期 5 年以上

| 機遇類型 | 主要機遇 | 應對措施 |
| --- | --- | --- |
| 市場機遇 S M | 汽車產業正經曆從「交通工具」向「智能移動終端」的價值重塑，消費者對智能化功能的接受度持續提升，亦成為產品競爭力的核心標簽。<br><br>同時，中國汽車品牌在智能化領域已形成產品、技術與產業鏈的代差優勢，為出海歐洲、東南亞等市場提供了重要的戰略窗口期。這一系列市場變化，為汽車企業拓展海外版圖、提升品牌溢價、構建新型商業模式創造了機遇。 | 本集團以 AI 技術為牽引，在產品層面，持續推動輔助駕駛功能在全線產品的規模化搭載，並將更多高階功能設置為產品「標配」或「頂配」。<br><br>在出海戰略上，本集團針對歐洲、東南亞等目標市場制定差異化產品與營銷策略，加快本地化佈局與品牌認知建設。同時，抓住新興市場先發機遇，通過精準定位與用戶運營，率先建立智能汽車品牌認知，搶占市場份額，為全球化戰略持續深化奠定堅實基礎。 |

本集團建立了完善的 AI 風險應對機制。我們嚴格遵循《人工智能安全治理框架》要求，精準區分「內生安全風險」與「應用安全風險」，通過常態化開展模型安全評估以持續跟蹤潛在漏洞，並構建價值對齊機制確保 AI 系統目標與人類價值觀的一致性。

針對社會層面風險，本集團建立 AI 生成內容審核流程與隱私保護技術體系，有效防範錯誤信息傳播和數據泄露風險。我們嚴格遵循《生成式人工智能服務管理暫行辦法》《人工智能生成合成內容標識辦法》等法規，對 AI 生成的圖片、文本等內容同時添加顯式標識（如水印、文字說明）與隱式標識，確保其可追溯、可驗證。同時，我們要求用戶不得刪除、篡改、偽造或隱匿相關 AI 內容標識，不得將其用於冒充原創、傳播不實信息或侵犯他人權益。通過持續優化標識管理機制，我們致力於與用戶共同構建可信、清朗的 AI 技術應用生態。

報告期內，本集團重點圍繞智能化應用體系建設展開，並已取得系列進展：

### 構建全鏈路 AI 應用閉環

我們建立了從戰略拆解、場景識別到重點落地的完整體系，並根據此規劃 2026 年目標：新增 22 個重點 AI 助理、發展 100 項 AI 技能。同時，建立 AI 助理績效管理機制，實行雙周跟蹤與季度全面評估。

### 實現治理模式轉型

從人工主導向 AI 輔助轉變，構建覆蓋數據全生命周期的治理體系。通過 AI 賦能數據治理，提升數據質量與合規性；實現智能風險實時監測預警，開發自動化合規檢查工具，有效降低人工審核成本，提升治理效能。

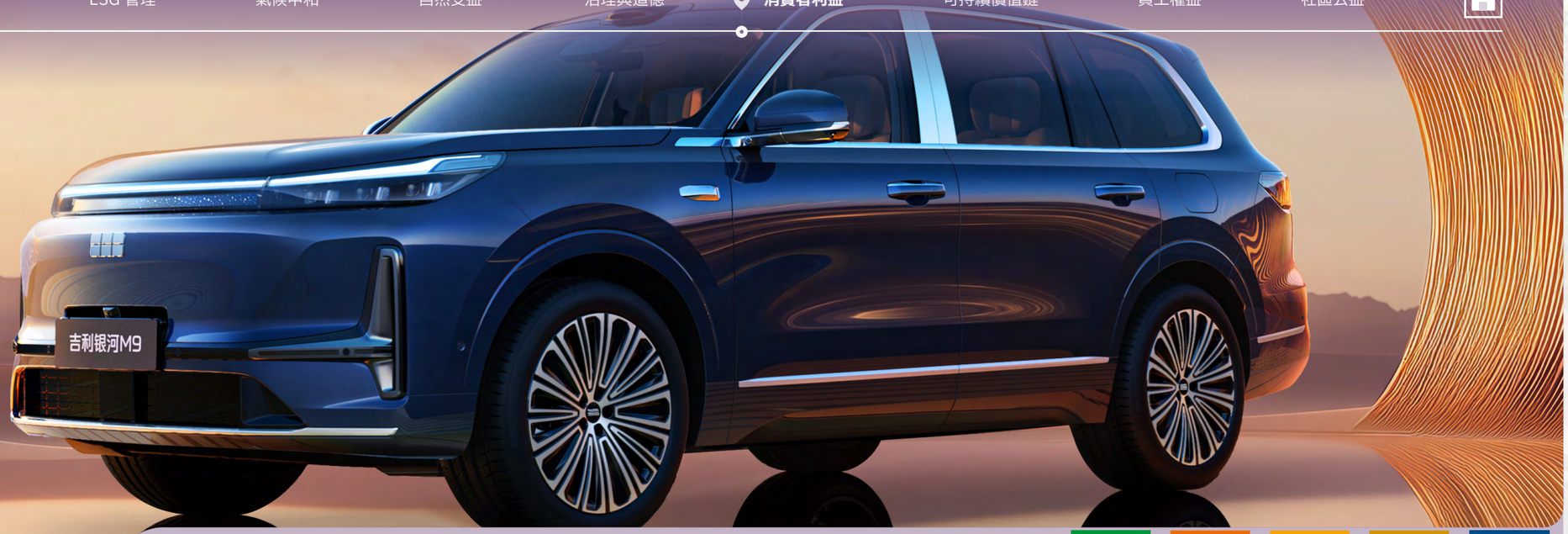
### 推動 AI 應用規模化落地

以業務價值為導向，2025 年共推動 158 個智能體落地應用，累計服務 13.4 萬人（含供應商），執行任務數達 1.2 億次。

### 強化 AI 文化建設

2025 年組織培訓、共創及活動超 30 場，參與超 6,000 人次，通過內部推文等渠道實現超 70 萬人次傳播，有效提升組織的智能化認知與技能水平。

# 6 消費者利益




**重要議題**

- 產品質量與安全
- 可持續智能出行
- 客戶服務與滿意度
- 用戶隱私

**ESG 戰略：** 全域安全 | 數智創新 | 共榮發展

## 產品質量與安全

- **11 款**在售車型獲得 C-NCAP 五星安全認證、**8 款**在售車型獲得 Euro NCAP 五星安全認證、**4 款**在售車型獲得 ANCAP 五星安全認證、**8 款**在售車型獲得 ASEAN NCAP 五星安全認證
- 吉利銀河 E5（吉利國際 EX5）獲得 Euro NCAP，ANCAP 及 ASEAN NCAP 五星安全認證
- 極氪 7X 獲得 C-NCAP 及 Euro NCAP 五星安全認證
- 建成吉利全球全域安全中心，**斬獲五項吉尼斯世界 TM 記錄**
- 發佈行業首個《智能汽車全域安全發展白皮書》

## 客戶服務與滿意度

- 吉利品牌獲得「2025 年度乘用車品牌影響力」**第一名**
- 極氪品牌獲得「2025 年中國汽車金扳手獎評選」—無憂服務獎

## 榮獲 J.D. Power 2025

### 吉利品牌

- 中國汽車品牌口碑指數（NPS）：燃油車主流品牌**第一**
- 中國汽車產品魅力指數研究（APEAL）：自主品牌**第二**，主流品牌**第三**
- 中國售後服務滿意度研究（CSI）：自主品牌**第二**，主流品牌**第三**
- 中國車輛可靠性研究（VDS）：自主品牌**第三**
- 中國新車質量研究（IQS）：自主品牌**第三**

### 領克品牌

- 中國汽車智能化體驗研究（TXI）品牌創新獎：主流傳統能源市場**第一**
- 中國新能源汽車產品魅力指數研究（NEV-APEAL）：領克 07 PHEV（主流插電混動轎車**第一**）

### 極氪品牌

- 中國汽車智能化體驗研究（TXI）品牌創新獎：主流新能源市場**第一**
- 中國新能源汽車銷售服務滿意度研究（NEV-SSI）：主流品牌**第三**
- 中國新能源汽車售後服務滿意度研究（NEV-CSI）：主流品牌**第三**

# 6.1 產品質量與安全

本集團始終以用戶為中心，將產品質量與安全視為企業可持續發展的重要基礎。在汽車產業加速向電動化、智能化發展的背景下，本集團堅持「安全平權」和「智駕平權」的理念，持續推進高水平安全能力和智能技術的普惠應用，並以「全域安全 2.0」和「全域 AI 2.0」為抓手，系統強化產品全生命周期的安全保障與質量管理能力，致力於為用戶提供安全、可靠、值得信賴的出行產品與服務。

## 6.1.1 治理

為有效應對可持續發展過程中包括產品質量與安全相關在內的 ESG 風險與機遇，本集團已建立完善的 ESG 管治架構（詳見本報告「2.2ESG 管治」），並以《吉利汽車全流程競爭力質量管理體系》（GTQS）作為全球各品牌統一遵循的質量與安全管理體系基礎，支撐集團在全球範圍內實施一致性的質量管理目標。

在日常運營中，本集團構建了由集團層、品牌層及執行層組成的三層次管理架構，對產品質量與安全實施分級管控與協同管理。本集團旗下品牌各自對重大市場風險進行監控與應對，每個整車製造基地也分別明確了其質量安全第一負責人，及質量安全總監和質量安全員角色和責任。當發生重大質量或安全事項時，各品牌業務集團 CEO 亦可向可持續發展委員會匯報，由可持續發展委員會審議後向董事會提出相關建議並作出決策。

| | |
|---|---|
| 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。 |

為保障質量與安全治理架構的有效運行，並確保相關問題能夠得到及時識別和處置，本集團根據問題的重要程度和影響範圍，建立了分層分級的質量問題上升與決策機制，並配套形成多層級會議管理體系。相關機制覆蓋集團、品牌及製造基地等不同管理層級，通過總裁質量月度會議、質量管理委員會月度會議以及製造基地月度、周度質量會議和質量中心日常跟蹤會議，對產品質量與安全問題開展持續跟蹤、研判與決策，推動問題從識別、上報到整改落實的閉環管理。

在具體問題處置過程中，本集團同步構建跨部門協同機制，由質量管理部門根據問題性質，聯合研發、供應商質量管理（SQE）、製造、銷售及相關產品線等部門開展協同應對。依託信息平台實現質量與風險數據的共享與跟蹤，並針對高風險事項成立專項工作組，通過例會機制推進技術攻關與整改落實；同時，將相關風險管控要求納入質量管理與軟件管理體系，明確各部門在風險識別、整改實施和效果驗證中的職責分工，提升對產品質量與安全風險的聯動處置能力，保障產品全生命周期的質量控制。

本集團高度重視新能源汽車產品安全與海外市場質量管理。我們設立新能源汽車產品安全管理委員會，建立常態化會議溝通機制，統籌決策重大安全事項。在既有質量治理架構下，本集團持續完善質量管理制度，報告期內新增及修訂體系文件 211 份，強化對新能源及智能化產品的制度化管控。同時，本集團將海外市場質量風險納入統一管理框架，以保障全球化經營中的產品安全與合規。

## 6.1.2 戰略

車輛安全不僅關乎個體出行安全，也直接關係到社會公眾的整體安全水平。基於這一認知，本集團將「全域安全」納入 ESG 戰略的重要組成部分，圍繞產品全生命周期系統推進安全管理與技術應用，致力於實現「生命零傷亡、健康零危害、財產零損失、隱私零泄露」的總體目標。

### 全域安全

在汽車產業加速向電動化、智能化發展的背景下，產品安全的內涵和邊界持續拓展。本集團堅持「安全平權」的理念，認為安全不應成為少數高端產品或特定用戶群體的專屬能力，而應作為面向更廣泛消費者的基礎保障，通過系統化建設推動高水平安全能力的普惠應用。

圍繞上述理念，本集團在原有「全域安全」技術體系基礎上，結合智能化發展帶來的新風險與新場景，進一步升級形成「全域安全 2.0」體系。「全域安全 2.0」以「AI 為綱、責任為本」為總體原則，在堅持「以人為尊」的價值導向下，將安全管理視角由以往側重整車與單一系統安全，拓展至覆蓋「人—車—路—雲—星」的出行生態體系，系統性統籌主動安全、新能源安全、功能安全、健康安全及信息安全等關鍵維度。

通過將安全能力嵌入產品設計、系統架構與出行場景之中，本集團持續推動安全管理從單點防護向全場景協同演進，逐步構建面向消費者的綜合性安全保障能力，以回應智能化時代對產品質量與安全提出的更高要求。

## 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 風險與機遇管理」。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：

| | 風險或機遇描述 | 應對舉措 |
|---|---|---|
| 市場競爭風險 | • 隨著汽車行業競爭持續加劇，產品更新節奏不斷加快，消費者對產品質量、安全性能及智能化體驗的期望水平持續提升。在此背景下，若產品質量與安全表現未能有效匹配市場變化，可能對品牌形象、用戶信任度及市場競爭力帶來不利影響。 | • 本集團堅持以安全為產品底線 將產品安全能力作為構建市場競爭力的重要抓手，持續進行研發投入，構建了包括駕駛安全、主動安全、被動安全、救援安全、健康安全、新能源安全、防盜安全、數字安全及公域安全在內的九大安全系統。通過將安全能力轉化為可驗證、可感知的產品優勢，本集團不斷提升產品在激烈市場競爭中的綜合競爭力詳見「6.1.3 風險管理」。<br>• 本集團圍繞產品全生命周期的質量管理體系，覆蓋傳統燃油汽車和智能電動汽車在設計研發、供應鏈、製造、銷售及服務等環節的全過程，詳見「6.1.3 風險管理」。 |
| 新技術帶來的複雜安全挑戰風險 | • 隨著電動化、智能化、軟件化技術在汽車產品中的廣泛應用，產品系統複雜度不斷提升，軟硬件深度融合對安全管理提出了更高要求。新技術在提升產品功能和用戶體驗的同時，也可能帶來功能邊界模糊、系統耦合增強、法規趨嚴等新的安全挑戰。 | • 本集團以「全域安全」理念為引領，從系統層面統籌應對智能化背景下的複雜安全挑戰。2025 年，本集團升級 「全域安全 2.0」體系，將安全管理視角由以往側重整車與單一系統安全，拓展至覆蓋「人—車—路—雲—星」的出行生態體系，持續推動安全管理從單點防護向全場景協同演進。在此基礎上，本集團圍繞智能化產品關鍵領域，持續強化系統性安全能力建設，重點涵蓋輔助駕駛與主動安全、智能座艙與人機交互安全、軟件及電子電氣架構安全，以及數據與網絡安全等方面，通過完善軟件質量管理體系、強化多系統協同控制與風險識別能力、提升關鍵硬件與算法在複雜場景下的穩定性與可靠性，推動產品安全能力由功能級保障向系統級、生態級安全保障演進。詳見「6.1.3 風險管理」。 |

| | 風險或機遇描述 | 應對舉措 |
|---|---|---|
| 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。 | • 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（K-NCAP 2026 和新版 KMVSS EDR 要求）、歐盟市場（26-27 版 Euro NCAP）、拉美市場（26-29 版 Latin-NCAP）等市場。有關本集團在各市場獲得的評價，請見「6.1.4 指標與目標」。<br>• 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。<br>• 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」。<br>• 質量體系保障：本集團依據 GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 質量管理體系、IATF 16949：2016 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。<br>• 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。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和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。 | • 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、碰撞安全和輔助駕駛技術方面，確保產品在安全性上的領先地位。<br>• 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。<br>• 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。<br>• 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

### 產品質量管理

本集團依據 GB/T 19001-2016/ISO 9001：2015 質量管理體系、IATF 16949：2016 汽車質量管理體系、CTS CAC-MS-22:2023 新能源汽車安全管理體系，以及相關質量與安全標準和法律法規，不斷完善內部質量管理體系。本集團相關體系文件明確各部門在不同階段的職責分工、工作流程及管理標準，並通過「四級問題管理機制」，對質量問題實施分級響應與閉環管理，保障各環節質量風險得到有效識別、跟蹤與處置。

2025 年，本集團圍繞新能源體系認證及軟件質量管理體系等重點領域，對現有制度進行系統梳理與更新，新增《產品合規風險管理辦法》《EU 和 UK 在用車符合性管理辦法》《RVDC 遠程數據收集運營管理辦法》等，進一步規範在用車輛的合規管理要求，保障產品持續滿足目標市場的法規標準，並不斷提高問題識別與響應效率。目前，本集團已形成超過 500 份各級質量管理體系文件，管理範圍覆蓋傳統燃油汽車和智能電動汽車在設計研發、供應鏈、製造、銷售及服務等環節的全過程。

本集團於 2025 年 12 月 18 日正式加入 ASQMS( 汽車軟件質量管理體系 ) 指導監督委員會，成為該委員會核心創始成員之一，並享有完整的委員會成員表決權。作為首個深度參與 ASQMS 標準頂層設計的中國汽車企業，本集團將助力 ASQMS 標準生態建設，為全球汽車軟件質量管理體系注入中國產業實踐力量，引領中國汽車企業從「遵循標準」向「主導標準」轉變。

本集團成為全球首家車企通過軟件質量體系「3A」能力認證，包括：汽車軟件過程改進及能力評定 - 等級 3（Automotive SPICE-CL3）認證、汽車軟件質量管理體系標準（ASQMS）認證，以及汽車軟件（含 AI）質量安全標準（AUTOSQS) 認證。

2025 年，本集團位於中國研發及生產本集團旗下吉利、極氪、領克品牌的公司均已獲得 ISO 9001:2015 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 IATF 16949:2016 汽車質量管理體系認證。在專業管理體系方面，本集團研究院通過中國合格評定國家認可委員會（CNAS）審核評定的 ISO 17025:2017 實驗室管理體系認證，以及 ISO 26262:2011 汽車電子系統的功能安全認證、ISO 21448:2022 道路車輛 - 預期功能的安全行流程認證，為產品研發、試驗驗證及功能安全管理提供專業化支撐。

同時，本集團持續深化產品可靠性管理體系建設，圍繞汽車可靠性工程技術，系統整合產品研發設計、測試驗證、工藝製造及售後質量管理等環節，提升產品在全生命周期內的質量穩定性與一致性，確保所生產製造的產品符合適用的行業標準和法規要求。

#### 全流程質量管理體系

本集團圍繞產品全生命周期，將質量管理要求系統嵌入研發、供應與製造等核心業務流程，並通過橫向貫穿的工位保障與防錯管理機制，形成以預防為導向、以數據為支撐的質量保障閉環，持續提升產品質量的穩定性與一致性。

#### 生命周期階段管理

**研發端**

- 在產品開發階段，本集團對整車及零部件實施系統化的驗證策劃，覆蓋設計驗證（DV）、工程樣品驗證（EV）及過程驗證（PV）等關鍵階段。依託符合 ISO 17025：2017 實驗室管理體系要求的實驗室資源，本集團能夠開展開發測試、零部件與系統台架試驗、整車性能與耐久性試驗等多類型驗證工作，並結合仿真分析與物理驗證手段，對產品質量與可靠性進行多維度評估。

**供應端**

- 本集團將供應鏈質量管理納入整體產品質量戰略，對供應商的質量保證能力、生產能力及技術水平等開展系統評估，並通過技術支持與管理培訓，持續提升供應商質量意識與質量保障能力。同時，本集團定期對供應商質量指標完成情況進行評價與績效考核，推動供應鏈整體質量水平的持續改進。

**製造端**

- 在生產製造環節，本集團通過引入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與數據分析，及時識別並處置製造過程中的質量問題。本集團通過嚴格執行標準化作業流程，並針對關鍵工序制定明確的監控項目、頻次及方法，確保生產過程穩定受控。同時，本集團對所有車型在測試階段開展零部件、系統及整車碰撞等驗證工作，進一步強化製造端質量保障。

**用戶端**

- 圍繞車輛全週期、全場景服務需求、回收及客戶價值閉環等環節構建系統服務體系，對服務網絡履約能力、環保維修規範、備件迴圈利用水准及客戶滿意度開展全面評估，並通過數位化服務賦能、綠色維修培訓與 ESG 合規宣導，持續提升售後服務團隊的責任意識與可持續服務保障能力。 同時，定期對服務站廢棄零部件規範處置及服務質量績效進行規範管理，推動全生命週期售後服務端 ESG 水准持續提升與閉環改進。

### 橫向質量保障機制

- 工位保障制度體系：在各生命周期階段運行過程中，本集團以全面質量管理（TQM）為基礎，構建貫穿研發與製造環節的工位保障制度體系，強調事前預防、事中控制與事後追溯的協同應用。在工藝開發與驗證階段，通過工藝可行性分析、數字化仿真、生產試製、閥點審核及初期流動等管理措施，確保工藝有效開發、驗證與傳遞；在量產階段，通過物料源頭管控、人員技能培訓與鑒定、全員生產管理（TPM）、標準化作業（OIS/WES）、對人員、設備、材料和方法變更的嚴格控制（4M），以及製造執行系統（MES）與全流程數據採集與分析，持續保障產品質量的穩定輸出。

- 防錯管理體系：本集團將防錯理念作為質量管理的重要支撐機制，系統嵌入產品設計與生產製造全過程。在產品設計階段，通過綜合運用物理、電子及信息技術手段，本集團依託物理結構設計、軟件邏輯控制以及感知與警告反饋機制，從關鍵零部件到整車控制邏輯層面，推動質量管理由「被動補救」向「主動預防」轉變。

  在生產過程中，本集團通過同步供料系統（SPS）台車鎖止、亮燈揀選、扭矩監控、視覺檢測系統、安燈系統（ANDON）管理以及條碼和二維碼掃描等手段，實現「一件一檔、一車一檔」的數據採集與追溯，並結合質量管控指令與製造執行系統（MES）系統的持續優化，強化質量預警與升級管理能力，有效防止製造過程缺陷流出。

- 數字化智能質量管理：在工位保障與防錯管理機制基礎上，本集團推進質量管理的數字化與智能化應用，通過視覺識別、人工智能及數據分析技術，提升質量管控的實時性與一致性。在生產現場，廣泛應用機器視覺對標識標簽、車輛外觀等關鍵要素進行自動化檢測，防止低級質量問題流出；同時引入具身 AI 技術，在擰緊、打膠、清潔等關鍵工序中應用協作機器人，減少人為操作差異對產品質量的影響。

在質量業務管理層面，本集團依託統一的數據與智能分析平台，推進質量信息問答、市場問題分析、質量改進輔助及風險預警等應用場景，通過對質量數據的集中分析與智能化支持，提升質量問題識別與處置效率。在此基礎上，本集團持續推進質量數字化能力建設與系統融合，推動多品牌質量數據的統一管理與標準化運行，為質量管理決策提供數據支撐。

## 產品安全管理

在「全域安全 2.0」技術體系下，本集團進一步推進安全能力與「全域 AI 2.0」技術體系的深度融合，圍繞車輛使用全場景與智能化應用帶來的新型安全風險，本集團將原有安全管理內容整合並迭代形成涵蓋駕駛安全、主動安全、被動安全、救援安全、健康安全、新能源安全、防盜安全、數字安全及公域安全在內的九大安全系統，構建覆蓋產品全生命周期的綜合性產品安全管理體系。

### 駕駛安全

駕駛安全是產品安全體系中的核心組成部分，涉及車輛在不同道路環境、行駛狀態及突發情形下對駕駛指令的準確響應與持續可控能力。隨著車輛向電動化、智能化方向發展，駕駛安全已不再局限於單一部件或工況表現，而是更加依賴感知、決策與執行系統之間的協同運行，以及車輛對複雜交通環境和極端場景的綜合應對能力。

本集團圍繞駕駛安全持續推進系統性能力建設，從整車架構、底盤控制到智能決策與多系統協同等層面，不斷提升車輛在多樣化使用場景中的穩定性、可控性與風險應對能力。通過將智能技術與傳統安全工程深度融合，本集團探索在複雜道路條件和突發情況下為駕駛者提供更具韌性的安全支持，相關實踐在具體車型與技術方案中得到驗證。

#### 銀河戰艦安全出行智能體

銀河戰艦安全出行智能體是本集團基於「全域 AI 2.0」技術打造的綜合性安全出行原型，通過將智能感知、智能決策與底盤控制等能力進行深度融合，實現對複雜駕駛場景的主動識別與響應。在不同道路條件和使用場景下，智能體可動態調整車輛控制策略與行駛模式，提升車輛在複雜環境中的穩定性與可控性。同時，通過強化多源感知與系統協同能力，為駕駛者在城市道路、複雜地形及特殊工況下提供更具韌性的安全駕駛支持，體現了本集團在智能化背景下對駕駛安全能力的系統性探索。

#### 吉利銀河 M9 爆胎穩定性控制系統

吉利銀河 M9 車型配備爆胎穩定性控制系統，在爆胎發生時可最快 100ms 內接收信號並精準識別失穩輪胎，迅速介入車輛控制。該系統針對雪面、冰面及濕滑瀝青等多種複雜路況進行適配，通過對制動與動力輸出的協同調節，實現爆胎後的穩定控車表現，有效降低車輛失控風險。該技術提升了車輛在突發極端工況下的安全冗餘能力，為用戶在高速或複雜道路條件下提供更可靠的駕駛安全保障。

### 主動安全

主動安全聚焦事故發生前的風險預防，通過環境感知、危險識別、碰撞風險預測以及制動、轉向輔助等能力，降低事故發生概率。該系統重點強化車輛對複雜交通環境與不確定因素的主動響應能力，支持駕駛風險的前移管理。

本集團持續投入產品的主動安全相關技術：

| | |
|---|---|
| 駕駛員狀態安全 | 駕駛員狀態檢測：對疲勞、分神等狀態進行識別，並與預警和喚醒機制聯動，在駕駛風險升高或駕駛員控制能力下降時提供提醒或緊急介入支持。 |
| 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，防止兒童或寵物被遺留車內，降低潛在生命風險。<br>3 歲兒童正向乘坐座椅方案：在兼顧觀察便利性的同時，優化正面碰撞工況下對兒童腿部等部位的防護表現，提升兒童乘員的綜合安全性。<br>兒童關懷功能：通過在乘員監測系統（OMS）新增兒童關懷感知能力，對車內兒童乘員進行識別與行為監測，及時預警兒童在行車過程中可能出現的危險動作，降低意外傷害風險，提升兒童乘員安全性。 |
| 弱勢道路使用者（VRU）保護 | 外部感知與行人保護：通過攝像頭和傳感器識別周圍行人，結合行人碰撞預警、自動緊急制動（AEB）、行人識別與追蹤及夜間視覺增強等功能，降低碰撞風險或減輕事故後果。<br>弱勢道路使用者主動保護研究：基於 AEB 制動姿態分析和人體模型仿真，優化造型與結構設計，提升輔助駕駛場景下對行人的保護水平。 |
| 智能座艙與主動安全協同 | 零重力座椅多姿態保護與主動安全協同技術：在識別潛在碰撞風險時，聯動主動制動信號與座椅姿態控制，降低大角度坐姿下的安全隱患，拓展「人—車協同」層面的主動安全應用。 |
| 安全驗證與試驗能力 | 雲南高原試驗基地：覆蓋高溫、高寒、高原、濕熱及典型越野等極端工況，對制動、操控及智能感知系統開展系統驗證，提升主動安全系統在複雜環境下的可靠性與穩定性。<br>燃燒實驗室：聯合內外部資源開展新能源車輛火災機理、滅火措施及溯源方法研究，持續提升整車防火能力和應急處置水平。 |

### 千里浩瀚安全高階輔助駕駛系統

圍繞複雜交通環境下的風險識別與主動干預需求，千里浩瀚安全高階輔助駕駛系統構建覆蓋城市、高速及多類複雜場景的輔助駕駛安全能力。該系統通過多源感知融合與智能決策機制，實現對前向碰撞、側向風險及突發工況的持續監測與響應，將主動安全能力深度融入輔助駕駛功能之中，支持在更廣泛駕駛場景下對潛在風險的提前識別與處置，為用戶提供系統化、場景化的主動安全保障。

### G-AES 通用障礙物連續自動避讓輔助系統

本集團推出行業首個G-AES通用障礙物連續自動避讓輔助系統，可在最高 130km/h 車速條件下實現對突發障礙物的連續緊急避讓。該系統基於對前方環境與車輛動態狀態的實時感知，在緊急情況下通過對轉向與制動的協同控制，幫助車輛快速完成避讓操作，有效降低高速行駛場景下因突發障礙物引發的碰撞風險，提升車輛在極端工況下的主動安全響應能力。

### 被動安全

被動安全聚焦事故發生時及事故後的傷害減緩與乘員保護，重點涵蓋車身結構安全、約束系統、防護結構設計及碰撞能量管理等方面。本集團通過系統化的結構設計與防護策略，強化對不同乘員類型、不同座椅形態及多樣化事故場景下保護效果的整體把控。通過將安全工程理念與座艙創新相結合，本集團不斷探索在新型使用場景下提升事故防護與風險緩釋能力，相關實踐在具體技術研發、測試工具及標準制定中逐步落地。

本集團持續投入產品的被動安全相關技術：

## 乘員保護

座椅式氣囊：在零重力座椅及大角度座椅條件下應用，減緩乘員在碰撞過程中的下潛風險，提升非常規坐姿下的乘員保護能力。

氣囊主動泄氣孔：在正面氣囊中引入主動泄氣設計，通過碰撞後期調節氣囊剛性，為體型較小或女性乘員提供更柔和的保護效果。

正面「千人千態」乘員保護技術：將乘員體型、坐姿等特徵與主動安全觸發機制相結合，結合 OMS、LLA（多重自適應限力）及乘員自適應氣囊，實現差異化保護策略。

### 「星甲 2.0」車身結構安全技術

本集團基於全球標準打造「星甲 2.0」車身開發技術，圍繞「極致安全、極致設計」的理念，在整車結構安全與輕量化之間實現協同優化。該技術通過系統化車身結構設計，構建 720° 星甲籠式車身，為乘員艙提供多維度、連續性的結構防護。

在材料與結構配置方面，「星甲 2.0」車身熱成型鋼及高強鋼占比達到 83.6%，其中 1000MPa 及以上超高強度鋼占比達 40.4%，在關鍵受力路徑與碰撞區域形成高強度安全骨架，有效提升車輛在正面、側面及翻滾等多種碰撞工況下的結構穩定性與能量吸收能力，最大限度保護車內乘員安全。基於該車身技術平台打造的車型，在權威評選中獲得多項車身安全與架構類獎項認可 驗證了其在結構安全與工程設計方面的綜合表現。

### 氣囊式兒童座椅開發

圍繞兒童乘員在碰撞事故中的安全防護需求，本集團聯合兒童座椅供應商與氣囊供應商，開展氣囊式兒童座椅保護系統的協同開發。該系統針對正向兒童座椅在碰撞中保護性能不足、以及反向兒童座椅在實際使用中照護不便等問題，通過在座椅系統中引入氣囊防護方案，提升碰撞場景下對兒童乘員的約束與緩衝效果。該技術在保障兒童被動安全性能的同時，兼顧家庭用戶的實際使用體驗，拓展了兒童乘員保護的技術路徑。

### 自研零重力碰撞假人技術

為提升複雜姿態與新型座椅場景下的乘員保護研究能力，本集團開展零重力碰撞假人自主研發工作，填補了國內在該領域的技術空白。該碰撞假人可用於模擬不同坐姿和特殊工況下乘員在碰撞過程中的受力與運動特徵，為零重力座椅及相關被動安全系統的設計與驗證提供更精細化的研究工具。通過自研測試能力建設，本集團進一步增強了對新型座艙形態下被動安全風險的識別與控制能力。

### 牽頭制定國家標準計劃《汽車車門把手安全要求》

圍繞事故發生後逃生與防範二次傷害等關鍵被動安全場景，本集團與中汽中心共同牽頭制定 國家標準計劃《汽車車門把手安全要求》，系統完成動、靜態測試驗證、專利佈局以及標準草案等工作。通過參與標準制定及前期技術佈局，本集團在滿足法規要求的同時，有效降低了相關標準對產品設計調整的影響，並在本集團範圍內完成多輪技術宣貫與設計要求升級，推動車門把手安全設計在多品牌、多平台項目中的一致應用。該項技術成果已在吉利、領克、極氪等品牌車型中落地應用，並獲得多項專利與創新獎項認可，體現了被動安全領域的技術引領價值。

### 領克 900 三向碰撞安全大滿貫

圍繞真實高頻事故場景下的乘員保護需求，本集團對領克 900 車型開展了多項測試。在正面碰撞測試中，領克 900 實施相對速度 100km/h 車對車碰撞（70km/h 與 30km/h 對撞），相較於常規單車 50km/h 正面碰撞工況顯著提升測試強度。在後向及側向碰撞驗證中，領克 900 後向碰撞強度顯著高於國標及美標要求（約為常規測試的 1.6 倍）。通過完成正面、側面及後向高標準碰撞驗證，領克 900 實現「三向碰撞安全大滿貫」，驗證其在複雜事故場景下的被動安全防護能力。

### 吉利銀河 M9 50 km/h 單邊橋翻滾安全驗證

圍繞側翻事故本集團對吉利銀河 M9 開展 50 km/h 單邊橋翻滾測試。測試結果顯示，車輛乘員艙保持完整，A、B、C 柱均未發生結構性失效，碰撞後車門可正常開啟，eCall 緊急呼叫和雙閃功能正常，側氣囊及時展開，安全帶同步收緊，假人傷害指標滿足要求。同時，燃油系統無泄漏，電池包未出現漏液、冒煙、起火、爆炸等風險，系統驗證了銀河 M9 在典型側翻場景中的被動安全防護水平。

## 救援安全

救援安全聚焦事故發生後的應急處置與救援響應效率，涵蓋事故後快速脫困、應急解鎖與破拆協同、事故信息傳遞及救援聯動等能力建設。本集團通過提升事故處置各環節之間的協同性與整體響應效率，持續降低事故後的二次傷害風險，支持救援過程安全、有序開展。

本集團持續投入救援安全相關技術：

### 事故救援與應急響應

緊急救援（eCall）：支持手動 SOS 觸發及碰撞後自動觸發，並通過 T-Box/TCAM 模塊採集並上傳車輛位置、碰撞方向、加速度、車內人數、車門與門鎖狀態等 30 餘項關鍵信息，提升救援響應效率。

永恒通信能力：依託衛星通信網絡，在地面網絡覆蓋不足區域提供雙向通信與精準定位支持，保障緊急情況下的信息傳遞。

低壓保護技術：在碰撞後通過低壓保電設計，降低因低壓掉電導致車門無法解鎖、eCall 無法觸發等風險，提升事故後的逃生與救援可靠性。

### 極氪 7X 首發一鍵破窗技術

極氪 7X 首發搭載一鍵破窗技術，作為面向極端事故場景的安全冗餘設計，用於應對車輛涉水、斷電或車門無法開啟等緊急情況。該技術採用全機械觸發方式，可在緊急狀態下實現快速破窗逃生，並在斷電條件下保持可靠可用。極氪 7X 全系標配主駕破窗裝置，操作強度充分考慮女性、兒童及老年人等不同人群的使用能力。在此基礎上，極氪將該技術延伸至涉水受困等場景的一站式救援保障服務，進一步提升事故後逃生與救援處置的確定性。

### 車警醫聯動救援機制技術測試

本集團成功完成行業首個「車警醫聯動救援機制」技術測試，探索事故應急救援的智能化協同路徑。在測試場景中，車輛發生事故後可自動識別並觸發報警，將事故位置與車輛狀態信息發送至第三方緊急呼叫中心，並同步至公共救援平台。交警接警後啟動綠波通道，實時規劃最優路線，保障急救車輛全程優先通行；醫院救護車輛亦同步獲得通行保障，實現從事故發生、報警、調度到現場救援的高效協同，有效提升事故救援響應效率。

## 健康安全

健康安全聚焦車內環境與乘員健康風險管理，圍繞「全域健康」理念，覆蓋健康用材、健康感知與身心關愛三大領域。本集團通過對車內環境、材料選擇及使用體驗的綜合管理，降低車輛使用過程中對乘員健康的潛在影響。

- 健康材料

### 吉利銀河 M9「母嬰級健康汽車」認證

吉利銀河 M9 榮獲中國汽研 & 中國中檢聯合認證的行業「母嬰級健康汽車」評價，評價體系圍繞母嬰約束系統、車內輔助安全、電磁健康、呼吸健康及接觸健康等多個維度展開，並涵蓋多工況下的數十項極端測試。該認證從材料選擇、車內環境控制及關鍵接觸部位安全等方面， 對車輛健康性能提出更高要求。吉利銀河 M9 以顯著高於行業標準的綜合表現通過評估，體現了本集團在健康用材與車內環境安全方面的系統化能力。

- 健康感知

### 極氪 9X「EMTA 電磁防護之星」

極氪 9X 在車內電磁健康防護方面引入航空級電磁防護技術，能夠有效降低來自高壓電系統、通信基站及外部複雜電磁環境的干擾影響。相關技術不僅可屏蔽強度超過國標要求的電磁干擾信號，還具備應對高強度電磁脈衝的防護能力，從而在複雜電磁環境下維持車內電子系統與乘員環境的穩定性。該能力為用戶在日常及特殊場景中的安全出行提供了電磁健康層面的保障。

- 身心關愛

### 石墨烯熱療座椅

吉利銀河 M9 搭載石墨烯熱療座椅，通過快速、均勻的整面發熱方式，為駕乘者提供更穩定的熱舒適體驗。座椅在加熱過程中可釋放特定波段的遠紅外能量，有助於促進血液循環、緩解肌肉緊張與疲勞。在低溫環境下，系統可自動聯動座椅與方向盤加熱功能，為用戶提供兼顧舒適性與放鬆體驗的座艙環境，體現了對駕乘者身心狀態的關注。

### 防暈車

領克 900 通過中汽中心防暈車認證，在整車動態控制與乘坐舒適性方面實現系統優化。相關技術通過改善車輛加減速平順性、姿態控制與座艙體驗，有效降低乘員在行駛過程中的暈動不適感，並獲得「舒適不暈車等級」評價。該成果表明車輛在長時間或複雜行駛條件下 能夠為乘員提供更穩定 友好的乘坐體驗。

### 車內光學

本集團圍繞車內用光對乘員健康與舒適性的影響，系統開展車內健康光學技術研究，明確相關技術指標與參數，並通過仿真與實車驗證相結合的方式，評估不同光學方案在車內環境中的應用效果。在此基礎上，形成針對車內健康光學設計的技術要求與評估方法，並在領克 900 車型上完成閱讀燈方案優化，提升車內視覺舒適性與使用友好度。

### 新能源安全

新能源安全關注高壓電安全、電池系統安全、動力安全及車雲協同預警能力，關注新能源汽車在高能量密度與高功率應用場景下面臨的系統性風險防控需求。本集團圍繞電池結構安全、電池全生命周期管理及應急響應能力建設，構建覆蓋關鍵部件、整車集成與雲端聯動的新能源安全管理體系，提升電動化出行場景下的安全韌性。

在行業層面，本集團積極參與新能源汽車安全標準體系建設，推動安全能力由企業內部實踐向行業共建延伸。圍繞動力電池底部防護關鍵風險場景，本集團開放電池包底板防護、電池包防撞梁及底部碰撞實驗裝置等相關專利成果，支持行業共同提升新能源汽車底部安全水平 同時 本集團深度參與《電動汽車用動力蓄電池安全要求》強制性國家標準的制定工作，重點聚焦快充循環後安全、熱擴散防控及底部撞擊等關鍵安全議題，並於較早階段牽頭制定新能源汽車底部防護相關團體標準，為國家標準完善提供實踐基礎。

在技術與管理層面，本集團持續推進電池全生命周期安全保障體系建設，覆蓋電池研發、供應鏈管理、生產製造、使用及退役回收等關鍵階段。在研發環節，圍繞熱安全風險，構建涵蓋實時監控、多層隔熱、高效吸熱、排熱設計、快速斷電、自動預警、主動冷卻及雲端監測等多維度技術路徑，強化電池熱失控防護能力。在供應鏈與生產製造環節，通過質量管理體系認證、過程控制及全鏈路數據監控與追溯，保障電池產品的一致性與可靠性。在使用階段，建立電池故障預警與分級響應機制，結合雲端監控與服務網絡建設，提升突發風險處置效率；在退役階段，通過制度化回收管理與數據聯動機制，推動動力電池規範回收與安全流轉，降低全生命周期環境與安全風險。

### GEA Evo 全球智能新能源旗艦架構的整車級安全支撐能力

GEA Evo 全球智能新能源旗艦架構是本集團集「硬件、系統、生態與 AI」四位一體打造的整車級技術平台，兼容純電、混動、增程及醇氫等多種新能源動力形式，並在旗艦素質、旗艦智能、旗艦空間與旗艦安全等維度實現系統性提升。在安全層面，該架構在整車結構設計、電池與高壓系統佈局、電子電氣架構協同等方面進行前瞻性規劃 滿足全球多地區頂級安全標準要求，並通過「星甲車身」等平台級安全設計，為新能源車型在碰撞防護、電池安全及整車穩定性方面提供基礎支撐。作為 GEA Evo 架構的首搭車型，吉利銀河 M9 集成了該平台的最新安全設計成果，在整車安全性能層面實現多維度提升，體現了平台化架構對新能源安全能力的系統賦能作用。

### 雷神電混系統的新能源動力安全與冗餘設計

圍繞混動系統在高頻使用與複雜工況下的安全與可靠性要求，本集團基於全棧自研能力構建「雷神電混」動力系統，通過高效混動發動機、3 擋電驅變速系統及多電機結構的協同控制，保障不同工況切換過程中的動力連續性與穩定性。其中，雷神 EM-i 超級電混系統採用平臺熱效率達 46.5% 的混動專用發動機，大幅提升能源利用效率；在安全架構方面，EM-P 方案採用獨立三電機冗餘設計 在單一系統異常情況下仍可維持動力鏈路基本運行，使相關故障率降低約 50%。該動力系統已通過 1,000 台次系統級試驗、約 40 萬小時耐久測試及 400 萬公里實測里程驗證，並為 EM-i 系統提供 5 年 / 15 萬公里動力總成質保，目前已實現量產應用並納入多車型平台化部署，持續提升新能源動力系統在實際使用場景中的安全性與可靠性。

### 神盾金磚電池的全生命周期安全防護體系

神盾金磚電池是本集團新能源安全體系的核心技術之一，構建覆蓋電芯、電池包、整車集成及運行監測的全生命周期安全防護能力。在測試驗證階段，神盾金磚電池需通過覆蓋極端工況的 36 項安全測試，其中 23 項測試標準高於電池安全新國標，包括針刺、海水浸泡、跌落、刮底及踩踏等高風險測試。同時，電池系統還完成 36 噸極限抗壓試驗以及行業首個帶電六大串行極端測試，在多重疊加工況下驗證其結構穩定性與功能安全。在整車層面，神盾金磚電池通過 30 km/h 托底衝擊與 20 km/h 整車負坎衝擊等工況驗證，在複雜路況條件下實現電池系統無結構損傷，有效降低底部碰撞引發的安全風險。本集團亦參與並牽頭新能源汽車底部防護相關團體標準的制定，推動電池底部撞擊等測試要求納入行業規範。

## 防盜安全

防盜安全聚焦車輛與資產的防護管理，涵蓋防盜、防侵入、防非法控制及異常行為識別等能力，通過多層次防護與異常監測，降低車輛被盜、被破壞或被非法操控的風險，保障用戶財產安全。

### 吉利銀河 M9 防盜安全多重防護體系

吉利銀河 M9 在防盜安全方面構建物理防護與智能防護相結合的多重防護體系。物理層面，通過強化車身鎖具結構及外置防盜附件，從源頭降低車輛被非法開啟和破壞的風險；智能層面，引入數字鑰匙防中繼技術，有效識別異常信號並阻斷非法解鎖行為，同時通過車內移動探測與自供電報警系統，對異常入侵行為進行實時監測並及時觸發報警。多重防護手段協同作用，提升車輛在靜態停放及異常場景下的防盜能力，強化對車輛及車內財產安全的系統性保障。

## 數字安全

數字安全聚焦車輛智能化與數字化應用場景下的風險治理，涵蓋 AI 安全、網絡安全及用戶隱私安全等關鍵領域，通過在產品設計與使用場景中引入隱私模式、敏感權限管理、藍牙隱私通話及訪客模式等功能，提升用戶對個人信息的控制能力，保障車載系統、通信鏈路及數據交互的安全性，維護車輛智能功能及「車—雲」體系的穩定運行。2025 年，本集團安全管控體系持續完善，已獲得 ISO/IEC 42001 人工智能管理體系認證、ISO/PAS 8800 道路車輛—人工智能功能安全，旗下車型實現全功能、全系統、全零部件符合 ISO 26262 道路車輛—功能安全標準，並累計完成超過 600 萬輛整車驗證。

在智能汽車高度聯網的背景下，本集團構建覆蓋「端—管—雲」的車聯網數字安全縱深防禦體系，對車輛運行環境中的潛在網絡攻擊風險進行系統性防護。在端側，通過在電子控制單元（ECU）、車載通信終端（T-Box）及域控制器等關鍵部件中部署硬件安全模塊（HSM）、安全啟動及運行時完整性保護機制，防止固件被篡改；在管側，通過車內防火牆及控制器局域網 / 本地互連網絡（CAN/LIN）總線入侵檢測系統，實時監測異常通信行為，降低接口濫用與橫向滲透風險；在雲側，依託車聯網安全運營中心（VSOC），對車輛通信進行 7×24 小時持續監測，實現攻擊識別、響應與處置的快速閉環，提升車聯網整體運行的安全性與穩定性。

### 吉利銀河 M9 的量子安全數字鑰匙應用

針對未來量子計算可能對傳統加密體系帶來的挑戰，本集團在銀河 M9 車型上率先應用智能網聯汽車量子安全技術，實現行業首個量子安全數字鑰匙。該技術結合抗量子密碼算法與量子安全通信機制，從加密層面提升車輛遠程控車、無感解鎖等場景下的數據與通信安全性，有效降低因加密體系被破解帶來的非法控制與信息泄露風險，為智能汽車在長期運行周期中的數字安全提供前瞻性保障。

## 公域安全

公域安全聚焦公共出行環境中的系統性安全風險，通過推動安全意識提升、技術協同、資源共享及標準共建，構建多主體參與的安全共建機制，推動汽車安全由「單車安全」向「交通與社會公共安全」層面延伸。圍繞這一目標，本集團持續參與汽車安全技術標準的共建與完善，主動向全行業開放電池底部安全、門把手安全等關鍵安全技術專利集及「一鍵破窗」等救援相關技術成果，推動企業實踐向行業規範轉化。通過標準共建與技術開放，本集團助力提升行業整體安全技術水平，降低先進安全技術的應用門檻，促進汽車安全能力在更廣泛公共場景中的協同應用與普惠化落地。

### 吉利全球全域安全中心支撐行業公共安全能力提升

2025 年 12 月，本集團正式建成並啟用吉利全球全域安全中心， 該中心在汽車安全試驗能力與設施規模方面實現多項突破，覆蓋整車碰撞、環境模擬及多角度安全驗證等關鍵場景，並創造多項世界紀錄。依託該平台，本集團同步發佈全面融合「全域 AI 2.0」的 「全域安全 2.0」技術體系，並聯合產學研機構發佈《智能汽車全域安全發展白皮書》，系統梳理智能汽車安全發展路徑。全球全域安全中心在自身服務產品研發的同時，向行業開放相關試驗與研究能力，為安全技術驗證、標準研究及公共安全能力提升提供支撐，推動汽車安全從企業內部能力向社會公共安全基礎設施延伸。

## 產品召回與預防

本集團高度重視產品缺陷風險管理與消費者安全保障，已建立覆蓋國內與海外市場的產品召回管理體系，設立產品安全委員會，統籌產品安全風險研判與重大事項決策。在國內市場，本集團依據國家汽車召回相關法規制定並實施《吉利汽車產品召回管理規定》，在海外市場，結合屬地法律法規，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依法、合規實施公開召回。

在日常運行中，本集團通過完善質量監控平台的預警模型，建立生產保安防災評價標準與經驗庫，從源頭強化缺陷風險管控。同時，依託質量監控平台、400 客服熱線及網絡輿情監測等多渠道，本集團持續收集並傳遞安全相關信息，實現風險的早識別、早研判與快速處置。針對重點車型和高風險問題，本集團通過「用戶之聲」監控機制進行集中分析，並在月度總裁質量例會上推進跨部門協同解決，確保風險處置形成閉環。

### 產品召回流程

本集團 2025 年產品召回工作嚴格遵循國家相關法律法規要求，形成標準化的主動召回流程。同時，我們對已識別缺陷開展原因追溯，並將相關經驗反饋至研發、生產等環節，推動全鏈條流程優化，形成質量管控閉環。本集團主動召回流程主要包括以下四個環節：

**缺陷識別與評估**

通過多渠道識別潛在產品缺陷，並開展專項評估，判斷是否滿足召回啟動條件。

**召回計劃制定與備案**

在確認啟動召回後，制定召回計劃，明確涉及車型、召回措施等關鍵信息，並向監管部門履行備案程序。

**車主通知與缺陷修復實施**

通過多種方式通知相關車主，授權 4S 店為用戶免費實施缺陷修復，並同步上報召回執行進度。

**召回後跟蹤與效果核查**

召回完成後，在一年內開展按季度分階段跟蹤，通過用戶回訪及數據監測核查修復效果，核心目標為實現缺陷相關故障發生率下降 80%。

近三年產品召回數據 *

| | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| 吉利品牌 | 1（2.2 萬輛） | 0 | 1（46,108 輛） |
| 領克品牌 | 0 | 1（2,539 輛） | 0 |
| 極氪品牌 | 0 | 0 | 0 |

*2023-2024 年均為主動召回，2025 年為強制召回。

2025 年本集團針對 2018 年 12 月 17 日至 2020 年 3 月 31 日期間生產的特定批次吉利繽瑞車型實施產品召回。經技術評估發現，部分用戶使用的汽油與發動機匹配存在差異，可能導致發動機早燃並存在損壞風險。基於風險研判結果，本集團依法啟動召回程序，涉及車輛 46,108 輛，覆蓋國內所有在用相關批次車型。召回自 2025 年 10 月 17 日起實施，通過將機油口蓋標識由「建議使用某品牌機油」調整為「僅使用某品牌機油」，引導用戶規範使用，召回周期為一年，召回成本約 295.15 萬元。

本集團在召回執行中以消除風險為目標，按照覆蓋全部風險範圍車輛的原則持續推進召回工作。本集團依據 GB/T 39603-2020《缺陷汽車產品召回效果評估指南》將持續開展召回活動，直至實現風險範圍車輛的全面覆蓋。

### 召回預防

本集團通過完善質量保障政策與前置管理機制，持續降低質量缺陷與召回發生概率。在產品開發與製造階段，本集團從原材料採購、設計驗證到生產過程持續強化質量控制，應用失效模式與影響分析（FMEA）等工具開展風險評估與優化設計，並借助信息共享平台對產品運行風險進行動態監控，提升問題響應效率，減少因質量問題引發的返修或召回風險，進一步夯實產品質量與安全基礎。

### SOVD 智能診斷技術在缺陷識別與召回預防中的應用

為提升產品缺陷識別能力和召回預防的前置性，本集團在國內率先佈局 SOVD（Service-Oriented Vehicle Diagnostic，面向服務的車輛診斷標準協議）智能診斷技術。SOVD 通過統一診斷標準與數據接口，實現車輛狀態數據的持續採集與集中分析；結合 AI 算法能力，對多源數據進行增強分析，形成更精準的故障推理與維修建議，支持潛在缺陷的提前識別與風險研判。同時，依託雲端配置與車端空中下載技術（OTA）熱更新機制，相關診斷規則、算法模型及核心組件可持續優化迭代，提升診斷準確性與響應效率，推動車輛診斷由傳統離散式檢測向標準化、服務化和智能化演進。

### 售後保障

本集團在產品保修條款及相關費用方面進行充分準備和投入，為用戶提供多項高於法律法規要求的保障服務，包括「三電」系統終身質保、首任車主首次保養贈送、終身道路救援及終身免流量等；針對純電及插電式混合動力車型，其三電系統享有 8 年或 15 萬公里（以先到者為準）的專項質保。

#### 產品保修政策

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（出租車等）：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 1 年 6 萬公里，蓄電池 1 年 2 萬公里。

## 質量文化與能力建設

為踐行「新四化、國際化、數字化」的戰略，本集團持續構建貫穿質量全價值鏈的人才賦能體系。該體系圍繞質量文化建設、質量幹部培養、專業能力分級認證及供應鏈協同賦能等重點方向展開，覆蓋研發、製造、供應、銷售與服務等關鍵環節。

報告期內，本集團圍繞 **28 個**質量專業方向，累計開展各類培訓與認證活動 **55 場**，培訓人員超過 **3,200 人次**，持續夯實質量管理與產品安全的組織基礎和能力底座。

### 全員質量文化建設

本集團將每年 12 月設立為「吉利安全月」，將原有以單點宣貫為主的安全倡議，升級為覆蓋多主題、多場景的系統化安全行動，推動安全理念在組織內部的持續傳播與落地。圍繞質量與安全理念的長期固化，本集團同步推進全員質量文化建設，通過構建質量文化成熟度評價體系、完善相關指引與工具，系統引導質量文化在不同業務單元和崗位層級的持續提升。「吉利安全月」作為本集團踐行「用戶至上、安全第一」價值導向的重要載體，並依託「吉質大賽」等常態化質量實踐平台協同運行，通過多層級、多形式的參與機制，持續強化全員質量與安全意識，促進相關要求融入日常工作與管理實踐，夯實以質量和安全為核心的組織文化基礎。

報告期內，經中國質量協會嚴格評審，本集團獲得質量文化成熟度 **4 級**認證，成為行業內率先達到該成熟度水平的企業之一，標志著質量文化已在組織認知、行為規範及管理運行層面形成穩定機制。

### 質量幹部培養

圍繞質量治理與安全管理關鍵崗位，本集團持續推進質量幹部系統化培養。報告期內，本集團實施「Q 計劃」專題研討 10 場，覆蓋質量相關管理幹部 300 餘人，重點提升其在質量決策、風險研判及跨部門協同中的管理能力。同時，為支撐國際化業務發展，本集團推進「國際海豚」人才培養項目，完成三階段培養路徑，累計 46 人順利結業，為海外質量管理與本地化運營儲備複合型人才。

### 專業能力分級認證與軟件質量能力建設

圍繞質量專業崗位能力建設與新技術發展需求，本集團持續推進專業能力分級認證與崗位准入管理。報告期內，本集團通過等級化認證、上崗資格認證及專題培訓等方式，累計覆蓋千餘人次，涉及質量體系管理、新項目投產管理、產品安全、質量改進及新能源相關質量管理等多個關鍵領域，系統提升質量專業隊伍的整體能力水平。

針對智能化背景下的軟件質量風險，本集團進一步識別覆蓋研、產、供、銷、服全價值鏈的軟件質量關鍵崗位，開展軟件質量能力建設專項培訓，報告期內累計覆蓋 401 人次。相關人員統一納入軟件質量人才培養庫，持續跟蹤其能力發展，重點強化軟件體系審核、OTA 管理及軟件質量評價等能力建設，夯實智能化產品的軟件質量管理基礎。

### 供應鏈協同賦能

本集團將供應商質量能力建設作為質量管理體系的重要組成部分。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。有關供貨商質量培訓，詳見「7.1.5 供應商 ESG 能力提升」。

## 6.1.4 指標與目標

報告期內，本集團持續強化產品質量與安全管理，旗下車型通過多項國內外權威第三方安全與健康評估；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，並未發生因產品安全與健康相關召回事件，以及引發的重大系統性風險事件。

吉利銀河星耀 8、吉利銀河 M9、領克 10 EM-P、極氪 9X 獲得中汽中心「零甲醛」汽車認證

領克 900、吉利銀河 M9 獲得中汽中心「舒適不暈車」健康汽車認證

領克 900 獲得中國汽研頒發的行業首個「母嬰級健康汽車」認證

本集團通過中國新車評價規程（C-NCAP）、歐洲新車安全評價規程（Euro NCAP）、澳大利亞新車評價規程（ANCAP）及東盟新車評價規程（ASEAN NCAP）等第三方測評體系，對在售及重點車型開展安全與健康性能評估，並獲得多項國際權威認證與專業獎項。

截至 2025 年底：本集團共有 11 款在售車型獲得 C-NCAP 五星安全認證、8 款在售車型獲得 Euro NCAP 五星安全認證、4 款在售車型獲得 ANCAP 五星安全認證、8 款在售車型獲得 ASEAN NCAP 五星安全認證：

- 2025 年：
- 吉利銀河 E5（吉利國際 EX5）獲得 Euro NCAP，ANCAP 及 ASEAN NCAP 五星安全認證
- 吉利銀河星艦 7 EM-i（GEELY STARRAY EM-i）獲得 Euro NCAP 五星安全認證
- 極氪 7X 獲得 C-NCAP 及 Euro NCAP 五星安全認證
- 極氪 MIX 獲得 C-NCAP 五星安全認證

- 極氪 X 獲得 ASEAN NCAP 五星安全認證
- 領克 Z20（領克 02）獲得 Euro NCAP 五星安全認證
- 領克 08 EM-P 獲得 Euro NCAP 五星安全認證

往年：

- 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
- 吉利博越獲得 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 五星安全認證。

在汽車產品質量及客戶服務方面，2025 年本集團在 J.D. Power 取得以下成績：

- 2025 中國汽車品牌口碑指數（NPS）：
  - 燃油車主流品牌第一：吉利中國星
- 2025 中國汽車智能化體驗研究（TXI）品牌創新獎：
  - 主流傳統能源市場第一：領克品牌
  - 主流新能源市場第一：極氪品牌
- 中國新能源汽車銷售服務滿意度研究（NEV-SSI）：
  - 主流品牌第三：極氪品牌
- 2025 中國汽車產品魅力指數研究（APEAL）：
  - 主流品牌第三及自主品牌第二：吉利品牌
  - 緊湊型轎車第一：吉利帝豪
- 中國新能源汽車售後服務滿意度研究（NEV-CSI）：
  - 主流品牌第三：極氪品牌
- 2025 中國新車質量研究（IQS）：
  - 自主品牌第三：吉利品牌
  - 緊湊型 SUV 第一：吉利繽越
  - 中型經濟型 SUV 第一：吉利博越
- 2025 中國車輛可靠性研究（VDS）：
  - 自主品牌第三：吉利品牌
  - 中型經濟型 SUV 第一：博越 COOL

**2025 年獲評其他質量與安全管理認可**

- 吉利銀河 M9 獲得「十佳車身」與「最佳安全」獎項
- 極氪 9X 獲得「高速橫風安全性能 5A 挑戰證書」
- 吉利銀河 M9、極氪 9X 獲評「電磁安全年度車型」
- 領克 900 獲評「充電安全年度車型」
- 吉利銀河星艦 7 EM-i 獲評「功能安全年度車型」
- 極氪獲得「汽車卓越軟件質量標竿獎」

## 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周期中，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，並遵守本集團制定的相關營銷、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瞭解有限的群體（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，包括開展售後調查瞭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。

### 國際營銷合規管理與能力建設

在全球傳播層面，由本集團總部統一統籌全球性品牌與產品傳播活動，在策劃階段即識別可能涉及的各國負責任營銷、廣告合規及道路法規等要求，並聯合國際法務、知識產權等職能團隊開展前置審核，明確合規表述口徑。針對全球統一傳播物料，例如全球品牌及車型電視廣告片（TVC）總部同步提供完整版與「純淨版」素材，並明確提示屬地團隊在投放前需結合當地法律法規進行合規自查，必要時補充本地適用的法規或知識產權說明，確保傳播內容符合屬地監管要求。

針對海外屬地團隊自行策劃的傳播活動，本集團建立總部—區域—屬地的協同審核機制。品牌營銷部通過區域傳播業務夥伴機制（BP機制），提前介入區域傳播需求，在傳播立項及費用核銷等關鍵節點對傳播策略與內容進行審核，及時識別潛在合規風險並推動整改，降低虛假宣傳或誤導性廣告風險。

本集團在全球範圍內持續推進負責任營銷理念落地，通過系統化宣貫與培訓，強化內外部團隊的合規意識與可持續發展承諾。報告期內，本集團面向 100% 國內及海外核心經銷商開展《負責任營銷原則》《行為準則》專題培訓與宣貫活動，覆蓋產品宣傳、品牌傳播及市場推廣等關鍵環節，確保經銷商在營銷實踐中遵循真實、準確、合規的傳播原則，避免對消費者產生誤導。

## 6.2.2 服務可及性

### 售前服務

為讓更多用戶便捷地瞭解並體驗本集團「快樂人生，吉利相伴」的品牌理念，本集團持續完善渠道管理體系，圍繞售前階段的信息獲取需求，構建線上線下相結合的服務觸達方式，確保不同類型消費者均可清晰、準確地獲取相關產品與服務信息。

#### 門店及線上服務

為支持消費者在購車前充分瞭解產品信息，本集團通過多元化渠道提供便捷的信息獲取途徑：

- 線上渠道：包括官方網站、官方微信公眾號、官方微博、官方視頻號，以及海外官方網站和社交媒體平台（如 Facebook、Instagram 等），向用戶持續發佈產品信息、品牌動態及服務內容。

- 線下渠道：通過官方授權銷售網點向消費者提供產品單頁、折頁及型錄等資料，並由銷售顧問進行現場講解，同時結合產品推介會、試乘試駕等方式，增強消費者對產品性能與使用體驗的理解。

### 吉利品牌開展銷售精英大賽，提升售前服務專業能力

本集團圍繞真實業務場景強化一線銷售與服務人員的綜合能力。報告期內，吉利品牌開展了覆蓋銷售、新媒體運營及試乘試駕等多個崗位的銷售精英大賽，通過門店、區域、戰區及總決賽等多層級競賽形式，推動服務標準在終端執行中的統一落地。賽事覆蓋 2,000 餘家經銷商，參賽人次超過 10,000 人，並通過現場比拼與多渠道直播相結合的方式，強化人員在用戶溝通、產品講解及體驗服務等售前關鍵環節的能力，持續提升售前服務質量與用戶體驗。

### 極氪「上門試駕」優化售前用戶觸達體驗

極氪在持續強化與用戶溝通的基礎上，主動向用戶共享產品與技術迭代信息，並通過服務模式創新優化用戶觸達方式。報告期內，極氪加大佈局二、三線城市的直營門店覆蓋，同時結合「上門試駕」等靈活服務形式，降低用戶瞭解和體驗產品的時間與空間成本。通過將產品體驗前移至用戶真實使用場景，極氪進一步提升了售前服務的響應效率與體驗質量。

### 領克標準化試駕服務

在售前服務環節，領克通過標準化試駕服務，為潛在客戶提供專業講解與動態演示，支持用戶在真實用車場景中直觀體驗產品性能。試駕服務結束後，領克通過短信及 APP 向用戶發起評價，圍繞試駕服務人員及試駕車輛開展評價，形成持續反饋機制。報告期內，試駕服務好評率約為 99.6%；同時，通過對試駕服務效果的跟蹤，試駕轉訂表現保持穩定，全年試駕轉訂率約為 27.23%。相關做法通過提升試駕服務的規範性與反饋閉環，持續優化售前服務體驗。

### 服務質量保障

本集團持續規範汽車服務運營管理，通過完善服務運營標準和管理要求，不斷提升服務站的運營質量與服務表現。報告期內，本集團制定並發佈《吉利汽車服務運營指導手冊》，對服務站在服務運營方面的基本要求和業務規範進行系統闡述，為終端服務站點提供統一、明確的運營指引。在此基礎上，本集團進一步通過常態化檢查與考核機制，強化服務標準在終端的執行力度。

本集團按季度對授權經銷商開展 100% 覆蓋的明訪與暗訪檢核，並將檢核結果納入經銷商運營考核體系。其中，明訪工作由本集團相關管理團隊組織實施，重點圍繞店面硬件設施維護、人員管理、展車及試駕車管理、客戶關係管理、運營指標及交付體驗等方面開展檢查；暗訪工作則通過模擬真實客戶場景，由指定人員對線索邀約、歡迎接待、靜態體驗、試乘試駕、購車商談及離店體驗等關鍵服務觸點進行評估，以多維度方式識別影響客戶服務體驗的潛在問題。

本集團於 2025 年進一步組織開展「視頻巡檢」及「心享服務」專項活動，重點強化迎接客戶、進門遞水、人員著裝與值班、茶歇服務及禮貌送別等服務細節管理，並依據巡檢結果實施相應的激勵與約束措施。本集團通過數字化展廳的線上視頻檢核方式，實現服務問題的快速發現、及時傳遞與整改閉環，並協同運營團隊對存在問題的經銷商開展駐店輔導與幫扶，推動服務質量持續改進。通過上述舉措，本集團旗下相關品牌在客戶接待等關鍵服務指標方面實現了明顯提升。

報告期內，本集團面向 **100%** 國內及海外門店開展培訓。其中，面向國內門店開展培訓共 **2,478 場**，累計培訓時長達 **39,378 小時**；海外門店開展培訓共 **186 場**，累計培訓時長達 **1,861 小時**。

此外，圍繞客戶服務質量主題，國內門店共舉辦專項研討會 **743 場**，培訓總時長為 **10,756 小時**；海外門店共舉辦 **827 場**，培訓總時長為 **8,877 小時**。

同時，報告期內亦開展涵蓋合規管理、行為準則及負責任營銷等主題的專項培訓，進一步強化員工合規意識與服務規範，促進門店運營的標準化與高質量發展。

* 國內門店統計範圍包含吉利品牌、領克品牌、極氪品牌，海外門店統計範圍包含吉利品牌、領克品牌。

### 支持偏遠地區夥伴能力建設

在推進業務轉型與服務體系升級過程中，本集團關注不同區域在資源獲取與能力建設方面的差異，持續通過定向賦能支持偏遠地區夥伴參與轉型進程。2025 年，極氪面向蘭州、銀川、烏魯木齊、包頭、大同、大理、遵義、南寧等偏遠地區的合夥人門店，開展集中及入店輔導，協助其逐步建立基礎管理體系，並強化對精細化運營標準的理解與應用。在新車型上市培訓方面，極氪圍繞 9X 車型在全國 22 個城市開展區域培訓，其中覆蓋 8 個偏遠城市，累計培訓偏遠地區經銷商人員 135 名。同時，在合夥人入職培訓及產品體驗官進階培訓中，結合門店區位特點優化培訓佈局，通過增加靠近偏遠地區的培訓場次、靈活選擇培訓地點，提升相關人員參與培訓的可達性，推動轉型能力在不同區域間更加均衡地落地。

### 極氪培訓 AI 體系

2025 年，極氪零售培訓 AI 體系初步成型，圍繞一線服務夥伴的能力提升，逐步搭建覆蓋「學—練—考」全過程的 AI 培訓工具組合，包括答疑小助手「極氪知道」、日常情景演練工具「AI 對練」以及用戶通話錄音質檢工具「通話智能體」，用於提升培訓效率並賦能一線業務。相關工具通過提供標準化、可重複的知識支持與服務情景模擬，降低不同門店與人員之間的能力差異，並通過對實際服務過程的回溯與分析，幫助及時識別服務問題並持續改進，從而為提升服務一致性與整體服務質量提供支撐。

## 售中服務

本集團以「普惠」服務為基本原則，引導全國服務站以用戶體驗為核心，持續提升服務效率與經營能力，優化用戶在售中環節的服務體驗。通過完善服務體系與能力建設，本集團致力於在用戶用車全流程中提供穩定、可及且有質量保障的服務支持，持續增強用戶與品牌之間的長期連接。

### 用戶生態

本集團圍繞「溫暖相伴、共同成長」的理念，推動構建以用戶為中心的開放式用戶生態體系。通過打造「我們」用戶品牌並提出「用戶共創」理念，本集團鼓勵用戶參與產品與服務相關的體驗與互動實踐，邀請用戶走進造型中心、智能工廠等業務場景，將用戶反饋與共創機制融入具體業務流程之中，促進企業與用戶之間的雙向溝通與協同發展。

### 2025 吉利汽車用戶大會深化用戶生態共建

為強化售中階段的用戶參與感與品牌連接，本集團於 2025 年在杭州舉辦吉利汽車用戶大會，作為用戶品牌「Hi 我們」的年度聚會，邀請來自全國各地的車主代表參與產品發佈、交流互動與體驗活動。大會以用戶共創為核心，通過集中展示品牌轉型成果、傾聽用戶反饋，並將新車型上市與用戶大會相結合，增強用戶在產品煥新與品牌演進過程中的參與感與認同感。通過線下大會、互動體驗及持續溝通機制，本集團推動用戶由單一產品使用者向品牌生態參與者轉變，進一步夯實以用戶為中心的服務體系，促進用戶生態在售中階段的持續活躍與良性發展。

### 極氪獵裝用戶 Logo 共創

報告期內，極氪面向用戶發起極氪獵裝 Logo 設計共創活動，邀請用戶圍繞獵裝精神與品牌理念創作專屬視覺符號。活動共徵集數百份用戶原創作品，並通過「用戶投票 + 專業評審」相結合的方式進行評選，從創意表達、品牌契合度及應用適配性等維度遴選出獲獎設計。該活動通過引導用戶參與品牌表達與視覺共創，增強了用戶與品牌之間的互動連接，體現了極氪對用戶參與和共創價值的重視。

報告期內，

吉利舉辦車友活動 **1,191 場**

領克舉辦 Co 客領地線下活動 **4,078 場**

極氪舉辦車友活動 **3,900 場**

累積 APP 車友註冊數量：

吉利品牌：**400.16 萬（吉利銀河）、989.81 萬（吉利中國星）**

領克品牌：**722 萬**

極氪品牌：**920 萬**

## 服務支持

在售中服務階段，本集團持續強化服務支持能力建設，通過數字化與智能化手段提升服務響應效率與專業支持水平，保障用戶在購車、交付及用車初期階段獲得連續、穩定的服務體驗。圍繞車輛狀態識別、服務信息獲取及問題處置支持等關鍵環節，本集團推動服務支持能力由依賴人工經驗向數據驅動與系統輔助轉變，協助一線服務人員更高效地獲取車輛與用戶相關信息，提升問題判斷與服務協同效率。通過將車輛運行數據、服務記錄與技術知識進行整合應用，本集團不斷完善售中服務階段的支撐體系，降低信息不對稱對服務質量的影響，增強服務過程的可預期性與專業性，提升用戶對品牌服務體系的信任度。

### 智能化服務支持提升售中服務響應效率

為提升售中階段服務響應效率與專業支持能力，領克上線智能診斷 AI 服務智能體，將車輛診斷與服務支持能力前移至數字化平台。該智能體圍繞車輛維修方案推薦、車輛質量健康度評估、保養超期監控及用戶操作指引等場景，為一線服務人員提供輔助支持，並可對車輛基本信息、預警與故障記錄、儀錶提示、故障碼、技術諮詢與維修履歷等信息進行智能化查詢與答覆。通過整合車輛運行數據與服務記錄，領克進一步提升了售中服務階段的信息獲取效率與問題響應能力，為用戶提供更加及時、連續和專業的服務支持。

## 用戶反饋治理

在售中服務階段，用戶反饋集中反映了產品交付、服務銜接及使用初期體驗中的真實問題，是影響用戶滿意度與品牌信任度的重要信號。本集團將用戶反饋治理作為售中服務體系的重要組成部分，通過建立統一的反饋管理與協同機制，推動用戶聲音在不同業務環節之間的有效傳遞與響應，避免問題在服務過程中被割裂或延遲處理。

圍繞用戶反饋的採集、分析與應用，本集團逐步推動服務管理由被動應對向前置識別轉變，將用戶體驗風險納入日常運營與決策支持體系，通過跨部門協同與數字化手段，提升售中階段問題預警、處置與改進的系統性與穩定性，為用戶提供更加可預期、連續的服務體驗。

### 「用戶之聲（VOC）」平台支撐售中服務協同與問題預警

本集團構建並運行「用戶之聲（VOC）」平台，對用戶在購車、交付及用車初期階段的體驗反饋進行集中管理。平台通過整合多來源用戶聲音數據並開展聚類分析，實現對潛在服務與產品問題的提前識別與預警，支持相關信息在產、銷、研及服務等環節之間的高效流轉，形成問題識別、響應處置與改進反饋的閉環機制。

報告期內，本集團將用戶反饋治理機制全面嵌入售中服務流程，有效降低問題積聚與輿情外溢風險，持續提升售中服務協同效率與用戶體驗穩定性。通過對官方客服、輿情、政府平台、電視電台等 9 類渠道的用戶聲音統一歸集，實現用戶問題 100% 響應與閉環管理，推動用戶建議高效流轉、服務評價全旅程覆蓋，進一步夯實服務質量與用戶滿意度。

## 售後服務

報告期內，本集團進一步優化國內消費者投訴受理與處理機制，通過多渠道接收、標準化處置及持續改進舉措，提升售後服務響應效率與服務質量。

### 投訴渠道

本集團建立覆蓋私域與公域的多元化投訴渠道，保障消費者反饋的可及性與及時性。

私域渠道：400 熱線、用戶 APP、N+1 用戶群、本集團或本集團管理層官方微博

公域渠道：懂車帝、小紅書、抖音、車質網等第三方平台

### 投訴處理流程

本集團通過信息化系統對消費者投訴進行統一管理，形成從受理、處置到回訪閉環的標準化流程

1. 消費者通過 400 熱線或網絡等渠道提交投訴後，本集團依據投訴內容及派單標準，通過用戶體驗管理系統（SONAR 系統）下達投訴工單，投訴場景包括車輛質量、售後體驗等相關內容；
2. 服務站在接收投訴工單後，需在規定時間內響應並主動聯繫用戶，明確處理方案；

3 用戶進店完成投訴處理後，服務站在 SONAR 系統中填寫處理進度及結果，並提交關單申請；

4 本集團對上一工作日所有申請關單的工單開展統一回訪，並依據回訪結果進行審核；

5 回訪結果顯示用戶滿意的，投訴工單予以閉環；

6 如用戶對處理結果不滿意，則駁回工單，要求服務站重新處理並再次提交審核，直至問題妥善解決；

7 針對售後服務類投訴工單，系統將自動派發問責單，由服務站填寫投訴原因、處理措施等相關信息，強化責任落實。

## 投訴問題改善舉措

消費者投訴閉環處理機制的基礎上，本集團圍繞售後服務體驗與用戶滿意度提升，針對不同類型的投訴問題，持續推進服務流程優化與服務能力提升，推動投訴管理由「問題解決」向「體驗改善」延伸。

- 提升用戶投訴處置體驗：針對售後服務過程中用戶關注度較高的投訴問題，本集團從用戶實際用車場景出發，提供多樣化、差異化的服務支持措施，以降低投訴事件對用戶出行和體驗的影響。相關舉措包括根據問題情形提供上門服務或取送車安排，在車輛維修期間提供代步支持或相應補償，對行程受影響用戶提供必要的出行及住宿協助，並在特定情況下通過更靈活的服務方案加快問題妥善解決。通過以用戶體驗為導向的處置方式，本集團致力於縮短問題處理周期，提升用戶對售後服務響應效率與關懷程度的感知。

- 強化售後服務一致性與專業性：為減少服務過程中的體驗差異，本集團持續加強售後服務能力建設，通過規範服務人員准入與能力要求，提升一線服務的專業性和穩定性；並通過制度化管理要求，推動統一服務標準在終端網點的有效執行。針對服務表現未達預期的情形，本集團結合評估結果推進持續改進，促進服務水平整體提升。

  同時，本集團通過定期開展服務網絡評估與巡檢，識別售後服務中的薄弱環節，對存在不足的門店實施針對性改進與能力提升措施，持續優化終端服務網絡的服務質量表現。

- 推動投訴管理與持續改進聯動：本集團將消費者投訴作為重要的服務改進信息來源，通過對投訴情況的持續匯總與分析，識別共性問題和改進方向，並推動相關經驗在服務流程和管理要求中加以固化。通過將投訴管理結果反饋至服務管理與能力建設環節，本集團不斷完善售後服務體系，降低重複投訴發生的可能性，持續提升用戶整體滿意度。

## 海外投訴處理流程

本集團建立了覆蓋總部與海外市場的消費者投訴管理機制，通過統一標準與屬地化執行相結合的方式，提升海外售後服務響應效率與問題處置一致性。

### 投訴渠道

海外消費者可通過總部客戶投訴郵箱、官方 APP，以及各市場子公司或經銷商自有的投訴渠道（包括熱線、郵箱等）提交投訴。

### 總部端投訴處理

- 針對提交至總部的投訴，由本集團統一錄入吉利海外信息化系統（GODP 系統），並要求相關子公司或經銷商在 1 天內完成響應、3 天內提交解決方案、7 天內實現閉環處理。

### 屬地端投訴管理

針對由海外子公司或經銷商直接接收的投訴，本集團在統一投訴管理標準和要求的基礎上，指導各市場結合當地實際情況制定屬地化投訴管理流程，並要求各市場按月匯總並上傳上月投訴信息至 GODP 系統，以支持總部對海外投訴情況的統一分析與管理。

### 問題分析與持續改進

本集團通過編制客訴月報，對海外市場投訴情況進行定期分析，並通過會議溝通識別主要問題，制定針對性的改進措施。例如，針對備件相關投訴，推動優化子公司備件庫存結構，並結合市場實際制定相應的備件賬期解決方案。

### 基於 OTA 的功能迭代與售後問題閉環處理機制

售後服務階段，本集團依託 OTA 遠程升級技術，建立標準化的功能迭代體系與售後問題閉環處置機制，實現車輛體驗持續優化、售後問題高效解決。

一是規範 OTA 功能迭代流程。圍繞用戶用車需求，依次開展需求評估、研發開發、全維度測試及體驗驗證；升級方案完善後，嚴格完成國家市場監管、工信部備案審批，合規分批推送更新，持續優化車輛功能，穩步提升用戶駕乘滿意度。

二是搭建問題快速處置閉環。針對市場反饋的質量故障、輿情風險等各類問題，聯動銷售、研發、質量多部門協同研判，評估 OTA 遠程修復可行性。確定修復方案後，開展多輪專項測試，徹底消除現存問題，嚴防升級引發次生故障；完成法定備案審批流程後，定向推送升級包，高效完成問題整改。

三是升級傳統售後服務模式。借助 OTA 遠程更新能力，將以往需到店維修的各類問題轉為線上遠程修復，有效縮短問題響應與處理周期，減少用戶時間及養護成本，全面提升售後服務的及時性、便捷性與服務連續性。

| | 吉利品牌 | 領克品牌 | 極氪品牌 |
|---|---|---|---|
| 投訴總數 | 2025 年：12,021<br>2024 年：10,902<br>2023 年：8,407 | 2025 年：1,246<br>2024 年：2,177<br>2023 年：1,771 | 2025 年：6,112<br>2024 年：3,409<br>2023 年：4,153 |
| 處理率 | 2025 年：99.0%<br>2024 年：99.7%<br>2023 年：94.3% | 2025 年：100%<br>2024 年：100%<br>2023 年：100% | 2025 年：100%<br>2024 年：100%<br>2023 年：100% |

## 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：

1. 在每年末確認全國及各個城市客戶滿意度目標值。
2. 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。
3. 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。
4. 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。各海外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。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薄弱問題，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。

### 國內用戶滿意度

| | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| 吉利品牌 | 95.6 | 96.6 | 97.1 |
| 領克品牌 | 97.5 | 94.4 | 96.2 |
| 極氪品牌 | 93.8 | 96.5 | 98.4 |

海外市場方面，2025 年吉利品牌、領克品牌及極氪品牌客戶滿意度得分分別為 94.6 分、92.3 分及 95.0 分。

### 吉利銀河用戶滿意度完成年度目標

報告期內，吉利銀河圍繞售後服務體驗，持續開展用戶滿意度監測與改進工作。通過線上直評及 400 熱線抽樣調研等方式，對售後服務進行多維度評估，並在年度內開展多輪內部用戶滿意度測評，重點覆蓋保養、事故及救援等典型服務場景。相關測評圍繞服務效率、服務質量、人員素養及整體體驗等因素，對預約、接待、維修、交付及用戶關係等關鍵服務要素進行系統評估。2025 年，吉利銀河售後服務用戶滿意度達到 97.1（年度目標 97），同比提升 0.7 分，用戶淨推薦值（NPS）達到 86.7（年度目標 85），同比提升 2.2 分。相關實踐通過持續跟蹤用戶反饋與服務表現，為優化售後服務體驗和提升用戶滿意度提供了數據支持。

2025 年，吉利品牌中國售後服務滿意度研究（CSI）得分 801 分，較 2024 年的 786 分提升 15 分，高於自主品牌平均水平 788 分及主流品牌平均水平 786 分，位列自主品牌第二名、主流品牌第三名。領克品牌得分由 2024 年的 766 分提升至 2025 年的 788 分，提升 22 分；極氪品牌得分由 2024 年的 779 分提升至 2025 年的 783 分，提升 4 分。

吉利纜越車型：在緊湊型 SUV 細分市場 IQS 表現**排名第一**；（2024 年排名第二，數據來源：J.D. Power）

吉利博越 COOL 車型：在中型經濟型 SUV 細分市場 VDS 表現**排名第一**；（2024 年排名第五，數據來源：J.D. Power）

吉利星願車型：在 2025 年中國新能源汽車行業用戶滿意度指數（NEV-CACSI）純電動小型轎車細分市場滿意度**排名第一**；（數據來源：中國質量協會）

極氪品牌：2025 年「中國汽車金扳手獎評選」—無憂服務獎（新能源品牌組）

吉利品牌：中歐協會智能網聯汽車分會發佈 2025 年度乘用車**品牌影響力第一名**

### 售後服務保障

#### 第三屆全球服務技能大賽

2025 年，本集團成功舉辦第三屆全球服務技能大賽，通過「以賽代練」的方式推動經銷商售後服務流程規範化與服務標準能力提升。本屆大賽在延續燃油車型技術考試和服務顧問考試的基礎上，新增新能源車型售後服務技術專項考核，覆蓋更廣泛的技術場景與服務能力要求，吸引來自 20 個國家的 20 名技師和 18 名服務顧問參與。比賽期間，本集團同步組織全球技術質量論壇，聯動 40 餘位技術與質量領域專家開展交流研討，形成 50 餘項改進建議。相關舉措通過強化一線服務能力建設和跨區域經驗共享，持續提升售後服務的專業性、一致性與用戶體驗，夯實全球售後服務保障基礎。

#### 極氪維修技能大賽夯實售後服務專業能力

2025 年極氪成功舉辦維修技能大賽，通過標準化競賽形式強化維修人員的專業能力建設。大賽覆蓋新興市場多個國家，共吸引來自 7 個國家的 41 名維修技師參與初賽選拔，最終 11 名選手晉級決賽。我們在極氪全球培訓中心舉行決賽，設置理論測試與實操測試環節，重點檢驗參賽人員在車輛故障診斷、維修操作規範及問題處置效率等方面的綜合能力。通過賽事交流與實戰檢驗，本集團進一步促進了不同國家和地區維修人員之間的經驗分享與能力提升，推動售後維修團隊專業化與規範化發展。具備更高技術水平與一致服務能力的維修隊伍，有助於縮短問題處理周期、提升維修準確性，從而增強用戶對售後服務質量的信任，夯實品牌服務保障基礎。

## 6.3 可持續智能出行

### 6.3.1 智能出行

本集團圍繞「智能吉利 2025」戰略，構建起以「一網三體系」為核心的智能化發展路徑，推動戰略高效落地。2025 年，「智能吉利 2025」戰略正式收官，相關技術成果進入集中轉化與規模化應用階段，全域 AI 技術加速上車，在輔助駕駛、智能座艙及整車智能化領域實現深度融合與系統協同，服務於「創造超越用戶期待的智能出行體驗，打造科技引領型全球汽車企業，成為最具競爭力和受人尊敬的中國汽車品牌」的總體目標。本集團依託「智能吉利科技生態網」，以智能架構作為新一代技術底座，圍繞芯片、軟件操作系統、數據與衛星網絡等關鍵領域，構建端到端的自主研發體系與開放協同的生態聯盟，持續推動輔助駕駛與智能座艙能力協同演進，促進用戶智能化出行體驗的持續提升。在此基礎上，本集團通過整合智能架構、輔助駕駛與智能座艙等核心能力，系統佈局未來智能汽車發展方向，逐步夯實在智能化領域的核心競爭力。

- 算力：本集團聯合階躍星辰、千里科技、星紀魅族等科技生態夥伴，共同建設面向智能汽車的算力協同平台——星睿智算中心 2.0。該平台通過算力資源整合與集中調度，形成超萬卡級算力規模，綜合算力提升至 23.5 EFLOPS，為輔助駕駛與智能座艙等核心應用提供高性能計算支撐。

- 算法：本集團於 2023 年發佈星睿大模型，並持續推進模型能力演進。目前已與 DeepSeek 實現深度融合，同時聯合階躍星辰開源兩款 Step 系列多模態大模型。在多模型協同框架下，星睿垂類大模型在複雜場景理解、決策優化及持續學習等方面的能力得到進一步增強，支撐智能化功能在多場景下穩定運行。

- 數據：2025 年，本集團為超過三分之二的新車型裝備了 L2 級及以上的輔助駕駛能力，形成規模化的真實行駛數據基礎，實際行駛數據累計達百億公里級。同時，本集團自研 AI-Drive 大模型具備高複雜度場景生成與路徑規劃能力，可在虛擬環境中高效構建算法訓練所需的多樣化駕駛場景，實現每小時生成「萬公里級」複雜工況數據。通過虛實融合的訓練模式，AI-Drive 大模型顯著提升了輔助駕駛模型訓練效率，為輔助駕駛能力的規模化應用與安全性能提升提供數據支撐。

**吉利控股集團董事長李書福在 2025 世界智能網聯汽車大會指出：**

在新一輪技術浪潮推動下，智能網聯汽車已從概念探索進入技術突破與場景應用新階段。吉利以「全域 AI」與「天地一體」作為推進智能網聯變革的主戰場，初步構建起算力、算法、數據「三駕馬車」驅動的全域 AI 技術底座，將 AI 技術深度融入汽車架構、動力、底盤、座艙等全鏈路，推動汽車從「功能機」向「智慧生命體」進化。

## 輔助駕駛

截至 2025 年末，極氪品牌 L2 及以上輔助駕駛滲透率達 100%，L2+ 及以上的滲透率達 87%；領克品牌 L2 及以上輔助駕駛滲透率達 93%；吉利銀河品牌 L2 及以上輔助駕駛滲透率近 65%；吉利中國星 L2 及以上輔助駕駛滲透率達 45%。

### 千里浩瀚輔助駕駛系統 G-ASD

「千里浩瀚 G-ASD（Geely Afari Smart Driving）」系統基於 Smart AI Agent 架構，構建覆蓋感知、理解、決策與控制的輔助駕駛技術體系，並通過多模態模型與世界模型能力，提升車輛在複雜道路環境下的場景理解能力與行駛穩定性。

依託統一的軟件架構與可擴展軟硬件平台，「千里浩瀚」規劃形成 H1、H3、H5、H7、H9 五個層級方案，在算力配置、傳感器組合及功能覆蓋等方面進行分級設計，適配不同車型需求。目前，「千里浩瀚」G-ASD 已在本多個品牌車型上應用，並在法規允許範圍內推進更高階功能測試與驗證，未來將逐步覆蓋更多車型，提升智能出行場景下的安全性與可達性 。

### 泊車體驗全面提升

在輔助駕駛能力的支撐下，本集團持續優化智能泊車等低速自動化功能 ，提升用戶在城市高頻泊車場景中的安全性與便利性。在泊車安全方面，相關系統已完成對側面障礙物、懸空障礙物、立柱及通用障礙物等多類典型泊車障礙場景的檢測算法開發，覆蓋地庫、地面及半封閉空間等常見使用環境。基於量產車型的實際運行數據，J6M 平台首發車型銀河 A7 上市後，累計完成 29 萬次以上智能泊車操作，截至報告期末未出現泊車相關的碰撞類售後問題。

在泊車效率方面，系統通過路徑規劃與控制策略優化，在通道寬度約 5.5 米、車位寬度較車身寬度增加約 80 釐米的條件下，可實現一次性泊入，減少多次調整帶來的操作負擔。同時，智能泊車功能已完成全姿態泊車的功能完整性驗證，並按車型節點推進量產交付應用，持續提升複雜泊車場景下的適應性與可用性。

## 智能座艙

### 全域 AI 2.0 智能座艙：Flyme auto 2.0、智能體 Eva

本集團在智能座艙領域持續推進 AI 技術與車載系統的深度融合，發佈基於原生 AI OS 架構的全域 AI 智能座艙，並推出 Flyme Auto 2.0 及配套的智能體應用 EVA，推動座艙系統由傳統「功能疊加」向「AI 原生」形態演進。該座艙體系以「數據流動 + AI 賦能」為核心，構建端雲協同的技術架構，依託雲端星睿智算中心與車端高算力平台，實現多模態自然交互、複雜語義理解與主動式服務能力。

在實際應用中，該 AI 座艙可根據用戶狀態與使用場景，提供更自然的語音交互、情境感知與個性化服務體驗，提升人車交互的連續性與智能化水平。同時，本集團圍繞 AI 座艙推進軟件質量管理體系升級，將管理與能力覆蓋範圍由車端軟件進一步拓展至通道端與數字化端等與用戶體驗高度相關的領域，強化系統穩定性與服務一致性。面向未來，本集團計劃通過 OTA 持續迭代智能體能力，並推動 AI 座艙在更多車型與品牌中的規模化應用，逐步打造以用戶為中心、具備持續進化能力的智能出行空間。

### 智能底盤

#### AI 數字底座

本集團依託「全域 AI」技術底座，構建面向智能底盤的 AI 數字底座與整車動態控制體系（GVMC），通過對動力、制動、轉向及懸架等關鍵執行單元的協同控制，實現車輛姿態與行駛穩定性的智能化管理。該體系融合分布式三電機、雙腔閉式空氣懸架及 CCD 連續可變阻尼技術，可根據行駛狀態與路況實時調節車身姿態，支持一鍵調平等功能，提升複雜場景下的穩定性與舒適性。同時，本集團將 G-TCS 智能防滑系統納入底盤協同控制框架，在濕滑路面及爆胎等極端工況下保持車輛可控。通過聯合路特斯工程團隊開展底盤調校，在操控性能與乘坐舒適性之間實現平衡，為輔助駕駛與整車安全性能提供關鍵底層支撐。

### 智能動力

#### 星睿 AI 雲動力 2.0

本集團依託星睿 AI 雲動力 2.0，構建面向新能源動力系統的智能化能量管理體系，圍繞智慧能量管理、智慧健康管理、智慧補能管理與智慧運動控制四大 AI 功能，對動力系統運行狀態進行實時感知與動態優化。在該體系賦能下，雷神 AI 電混動力在動力響應 能效表現與運行穩定性等方面實現協同提升，同時通過對發動機與電池狀態的智能管理，延長關鍵部件使用壽命，使發動機保養里程提升 50% 以上、動力電池壽命提升約 15%，有效降低用戶長期使用成本。

### 智能架構

#### GEA Evo 全球智能新能源架構

本集團圍繞智能出行能力建設，持續推進整車級智能架構研發與應用。以 GEA Evo 全球智能新能源架構為代表，該架構融合硬件、系統、生態與 AI 能力，兼容純電、混動、增程及醇氫等多種新能源動力形式，為輔助駕駛、智能底盤、智能動力等系統的協同運行提供統一技術底座。基於該架構打造的車型在能效表現、空間佈局、整車安全與智能化能力等方面實現系統性提升，支撐智能功能在複雜使用場景下的穩定運行。

在具體應用層面，GEA Evo 架構通過高度集成的機電一體化設計與 AI 數字化能力，實現對整車動態的統一感知與控制。依託 AI 數字底盤與整車動態控制中樞，對懸架、制動、驅動系統進行實時協同調節，在高速行駛、複雜路況及突發工況下提升車輛穩定性與操控安全性。同時，該架構支持多項智能化功能在大型車型上的落地應用，在提升駕乘舒適性的同時，增強車輛在極端和高風險場景下的安全保障能力。

通過以 GEA Evo 為代表的智能架構實踐，本集團推動智能技術從單一系統優化向整車級協同演進，為智能出行能力的規模化應用奠定基礎，也為用戶提供更安全、更可靠、更具韌性的智能出行體驗。

## 6.3.2 高效出行

本集團圍繞車輛使用階段能耗占比高、極端氣候與複雜場景下出行效率受限等行業共性問題，從動力系統、熱管理系統及能源結構多元化等關鍵環節入手，持續推進高效率、低能耗技術創新。與此同時，本集團也關注到在複雜交通環境和跨區域出行場景中，精準定位、穩定通信與智能系統協同對提升出行效率的重要作用，持續推進輔助駕駛系統與衛星通信等能力的融合應用，為車輛實現更可靠的路徑選擇與行程規劃提供支撐。截至報告期內，吉利星座已完成一期組網，在軌衛星數量達到 64 顆，實現除南北極區域外的全球實時通信覆蓋，為相關智能出行應用提供基礎通信與定位保障。

通過新能源技術迭代、整車能效優化、多能源路徑探索以及智能系統對出行過程的綜合優化，本集團在保障動力性能與駕乘體驗的同時，降低車輛實際使用能耗與碳排放，提升新能源汽車在真實出行場景中的效率與可靠性，推動更可負擔、更具韌性的可持續智能出行方式落地。

#### 雷神 EM-i 超級電混技術

雷神 EM-i 超級電混技術以全鏈路低碳創新賦能可持續出行，是本集團錨定 2045 碳中和目標的核心技術實踐之一。該技術通過高效發動機、電驅系統與智能能量管理的協同設計，降低車輛使用階段能耗。該技術搭載平台熱效率達 46.5% 的混動專用發動機，並結合高效率碳化矽升壓技術的 11 合 1 高度集成電驅系統，應用於銀河星艦 7 在虧電工況下實現 CLTC 工況油耗低至 3.75L/100km，在保障動力性能的同時顯著提升能源利用效率。

在實際使用場景中，EM-i 技術通過 AI 智慧能量管理系統對路況與駕駛行為進行動態學習與油電分配優化，可進一步降低約 3%–10% 的綜合能耗，並實現超過 1,400 公里的綜合續航能力，有效緩解高頻出行與長途行駛中的補能焦慮。相關動力系統已通過多輪耐久與可靠性驗證，在兼顧穩定性與使用成本的前提下，為用戶提供更可負擔、低碳且高效的出行解決方案。

### 星睿 AI 雲動力 2.0 推動混動技術邁向「智能決策」

2025 年 6 月，本集團正式發布行業首個基於 AI 場景引擎的動力域智能體——星睿 AI 雲動力 2.0，推動混動技術由「規則控制」邁向「智能決策」。

在智慧能量管理方面，系統融合全車高精度環境感知數據與海量雲端數據，運用 AI 深度學習技術，構建覆蓋全國、四季及個性化的「數字孿生場景庫」，涵蓋 4 大類、超過 1,000 個細分場景。透過引入行業首創的無圖決策等 AI 算法，即使未開啟導航，亦可基於實時感知與歷史數據預測行駛路線並優化能耗；在開啟導航後，系統可結合能源餘量、路況及車速等信息，自動規劃最優能量方案。在熱管理方面，系統透過精細化溫控調節電池、電機及發動機運行狀態，在低溫環境下提升活性、高溫條件下保障穩定，有效降低能耗損失。

在智慧健康管理方面，系統通過 AI 實時監測與智慧電池保養功能，延長核心部件使用壽命。基於用戶出行數據動態優化充電策略，減少電池滿電靜置時間，使發動機保養里程最高延長 50% 以上，動力電池壽命提升 15%，從產品耐用性角度降低全生命周期資源消耗。

在智慧補能管理方面，系統結合剩餘電量、充電設施分布及行程規劃，智能推薦補能時機，並可根據所在地電價信息預約低谷時段充電，實現「充得方便、充得便宜、充得省心」。

### 甲醇電混技術

本集團佈局並推進「甲醇電混」技術路線，通過甲醇、汽油與電驅系統的深度融合，實現「可醇、可電、可油」的多能源協同驅動。該技術以第五代甲醇發動機為核心，發動機熱效率最高達 48.15%，並通過超低溫冷啟動等關鍵技術，實現甲醇燃料在零下 40°C環境下的穩定使用，為新能源汽車提供區別於純電和傳統混動的高效動力解決方案。

「甲醇電混」技術重點解決了純電車型在低溫續航衰減、補能依賴度高以及能源結構約束下的出行效率問題。依託甲醇來源多元、燃燒更充分的特性，該技術在降低使用成本的同時顯著減少車輛使用階段碳排放，兼顧能源安全、經濟性與減排效果，為不同使用場景下實現穩定、高效、低碳出行提供了可規模化推廣的技術路徑。

### 「車—路—雲」協同提升城市通行效率

本集團積極探索「車—路—雲」協同場景下的出行效率提升路徑 通過車輛與交通信號燈等路側設備及雲端系統的實時交互，支持在具備條件的道路環境中實現更合理的通行協同。相關應用有助於減少車輛在城市道路中的無效等待時間，降低頻繁啟停帶來的能耗與排放，並提升整體通行效率，為用戶提供更加順暢、可預期的出行體驗。

### 神盾金磚電池助力純電出行效率

本集團持續推進動力電池技術創新，構建「神盾 + 金磚」電池技術體系，「神盾」代表吉利極致的電池安全系統，「金磚」代表行業領先的電芯技術，實現電池安全系統與電芯技術的協同發展，完成從純電、插混到增程的全技術路線佈局，覆蓋多元需求。

神盾金磚電池，在性能表現方面，使混動車型純電續航能力可超過 200 公里，在低溫環境下仍保持較高容量穩定性；在補能效率方面，通過高倍率電芯與熱管理優化，可實現 SOC 10% 至 70% 僅需 4 分 22 秒的充電表現；在耐久性方面，通過材料穩定性提升與電池管理優化，電芯循環壽命超過 4,500 次；在安全性方面，通過材料、結構與智能監控的多層級防護體系，提升電池在極端工況下的安全性與穩定性。

通過在續航、補能、壽命與安全等關鍵維度的系統性提升，本集團持續增強新能源車型在多場景下的使用效率與安全保障能力。

截至 2026 年 3 月，神盾金磚電池已獲專利超 3,500 項，應用於 27 款車型，熱銷全球 85 個國家和地區。

## 6.3.3 共享出行

依託旗下品牌在國際市場的業務探索，本集團積極推進以「訂閱制」為代表的靈活用車模式，拓展傳統購車之外的出行服務形態。其中，領克品牌在歐洲等海外市場推出以月度訂閱為核心的用車方案，用戶通過支付固定費用即可獲得車輛使用權，並配套保險、基礎維護等服務，降低一次性購車門檻，提升用車靈活性。

在持續實踐過程中，本集團結合市場發展趨勢與業務經驗，進一步優化訂閱模式運營機制。於荷蘭等市場，逐步由原有自持車輛資產的訂閱模式，轉型為與第三方專業訂閱運營商合作的模式，通過批發銷售方式引入市場化運營能力，降低資產管理與運營複雜性，提升業務的財務穩健性與長期可持續性。在此基礎上，訂閱產品仍將作為補充性出行方案持續推進，預計佔當地市場銷量約 5% 至 10%，以滿足多元化用戶需求。

該訂閱模式以「使用權」替代「所有權」為核心理念，支持用戶根據實際出行需求靈活調整用車周期，並在部分市場探索車輛共享與資源調配機制，有助於提升車輛使用效率，減少車輛閑置所帶來的資源浪費。從出行方式上看，該模式為用戶提供了更便捷、可負擔的用車選擇，也為城市出行體系引入更加多元和彈性的解決方案。

通過發展訂閱制和共享出行模式，本集團在國際市場探索從「汽車製造商」向「出行服務提供者」延伸的路徑，在滿足不同人群出行需求的同時，推動車輛資源的高效利用，為構建更加包容、低碳和可持續的出行體系提供實踐基礎。

## 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 AI 平權、安全平權，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。本集團通過構建覆蓋不同價位區間的產品組合，並配套多元化的價格支持與金融方案，持續提升汽車產品，特別是新能源及節能車型的可獲得性。

在定價策略上，本集團堅持以產品價值為基礎、以用戶需求為導向，在保障產品綜合競爭力的同時，注重維護市場的良性競爭秩序，避免以單一價格手段擾亂行業生態。在具體實施過程中，本集團結合不同區域市場特點及消費者購車能力，綜合運用現金優惠、置換補貼及金融支持方案等方式，形成多層次、可組合的價格支持機制。其中，通過階段性價格讓利、鼓勵舊車置換以及提供零息或低息金融方案等措施，降低用戶一次性購車支出壓力，提升首次購車及換購用戶對可持續智能出行產品的可負擔性。

同時，本集團通過線上線下協同的營銷與服務模式，確保相關優惠政策與金融支持信息向消費者充分披露，並在全國範圍內推動政策落地執行，保障用戶在不同渠道和區域均能公平、透明地獲取購車支持。通過上述舉措，本集團在兼顧市場競爭秩序與用戶權益的前提下，持續擴大高品質出行產品的覆蓋面，推動更加普惠、可負擔的出行方式落地。

**吉致汽車金融提供多種靈活的購車融資方案**

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。

# 7 可持續價值鏈

重要議題

負責任供應鏈

ESG 戰略 共榮發展 氣候中和 自然受益

8 体面工作和经济增长 12 负责任消费和生产 16 和平、正义与强大机构 17 促进目标实现的伙伴关系

## 供應商

- **98%** 一級供應商簽署《吉利供應商行為準則》（2024 年 :93%）
- **171 家**供應商完成 CMRT 申報（2024 年：150 家）
- **600+** 家供應商使用「吉碳雲」系統，累計完成 **6,880 個**零部件的碳足跡核算
- **100%** 高風險供應商完成第三方盡職調查審核

## 經銷商

- **100%** 經銷商合規培訓及客戶服務培訓覆蓋率
- **100%** 國內及海外的全銷售崗位產品培訓覆蓋率
- **100%** 國內經銷商及海外核心經銷商參與負責任營銷培訓

## 行業協同發展

- 已主導及參與制定 **137 項** 安全技術標準
- 連續 **3 年**參加「國際消費性電子產品展」（CES）
- 成為車用人工智能標準化促進中心的核心成員單位之一

# 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。

本集團母公司吉利控股集團作為首家中國車企加入「Drive Sustainability（驅動力可持續）」項目的全球合作夥伴，旨在利用其協同的影響力與供應商合作夥伴、利益相關方和相關部門合作開展有影響力的活動，致力於提高汽車行業的可持續發展。同時，我們支持「Drive +」汽車供應鏈夥伴中國網絡建設，旨在將可持續供應鏈管理的理念和實踐，從整車廠傳遞至一級供應商，並擴展至整個供應鏈體系。

## 組織架構

本集團設立 ESG 管治架構，以管理和應對可持續發展（包含負責任供應鏈）相關風險與機遇，詳見本報告「2.2 ESG 管治」。本集團管理層負責供應鏈重大事宜的決策與監督，本公司董事會聽取管理層匯報並作出相關戰略決策。

本集團供應鏈部門統籌搭建乘用車品牌的供應鏈 ESG 管理體系，下設 ESG 團隊負責日常供應鏈 ESG 管理，並聯合本集團 ESG 管理部門、法務合規中心等，開展供應商全生命周期 ESG 管理，通過數字化管理工具常態化開展供應商可持續評價及風險管理，並定期向管理層、供應鏈管理委員會及可持續發展委員會匯報。

本集團 ESG 管理部門牽頭組建 ESG 工作組，其下設的「綠色供應鏈工作組」，統籌供應商「ESG」及「雙碳」相關的工作機制建設、風險評估與監督拖進。為應對出口可持續發展合規要求，本集團法務合規中心牽頭成立「可持續供應鏈合規工作組」（詳見本報告「5.3.2 出口與貿易合規」），協同各業務單位（如採購、研發、碳管理等關鍵模塊），提升供應鏈的人權與環境等可持續發展合規能力。

為響應本集團全球化戰略升級，本集團中央採購部門新增設立國際供應鏈事業部，統籌海外五大區域的本地供應商生態與產能佈局，強化供應鏈韌性和區域市場響應速度。

## 供應商分佈

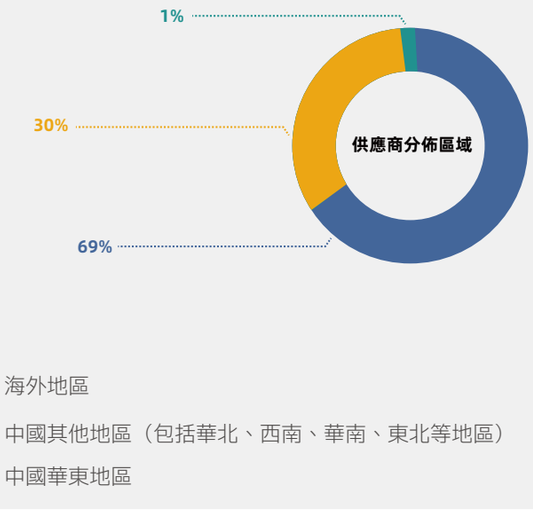
截至報告期末，本集團共有一級供應商 878 家，2025 年內新增 64 家。我們致力於推動本地化採購，與當地政府緊密合作，積極引入本地供應商，帶動周邊供應商提升產能和技術改造，並鼓勵其他供應商在當地建廠生產，形成產業集群。

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。我們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。

我們考慮零件體積、防護等級、產線投資金額等因素，結合質量、運輸、包裝、倉儲等要求以及整體成本情況，尤其針對重貨、泡貨類等主要零部件，通過就近尋源，優先推動供應商就近佈局生產配套。2025 年，我們對本地化零部件重新盤點，將 **27 個**零部件納入本地化範圍。

這一舉措有效降低遠距離採購帶來的交付風險，大幅削減物流運輸環節產生的碳排放；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，助力地方經濟蓬勃。我們通過一系列提前佈局和風險管理，始終保持多元化供應鏈韌性，為業務開展保駕護航。

有關供應商分佈區域見下圖所示



**關鍵供應商**

本集團持續優化關鍵供應商的識別機制，主要基於供應商對本集團的業務影響（業務合作維度）與其可持續發展表現（可持續發展維度）為識別依據。我們的識別維度包括但不限於：覆蓋採購支出占比、零部件品類之重要度 / 不可替代性、特殊工藝、供應商可持續發展能力評價、氣候風險影響、外部輿情等，以更全面識別出對本集團經營管理及對環境及社會的影響較大的供應商。

關鍵一級供應商是指與本集團業務合作關係緊密，並且在可持續發展方面達到高標準要求的供應商夥伴。我們通過業務依賴度（如連續合作年限、採購份額等）與可持續發展表現（如通過國際體系認證、可再生電力使用占比、碳減排成效、關鍵原材料盡職調查、勞工人權管理等）進行綜合評定。

我們通過觸達到次級（含二級及以下）供應商，並對其可持續發展表現進行動態評估（如對關鍵原材料的溯源能力、盡職調查與風險管理能力等），持續識別出需重點管理的次級供應商，並為後續關鍵非一級供應商的識別奠定基礎。

截至 2025 年底，

供應商總數：**878 家**

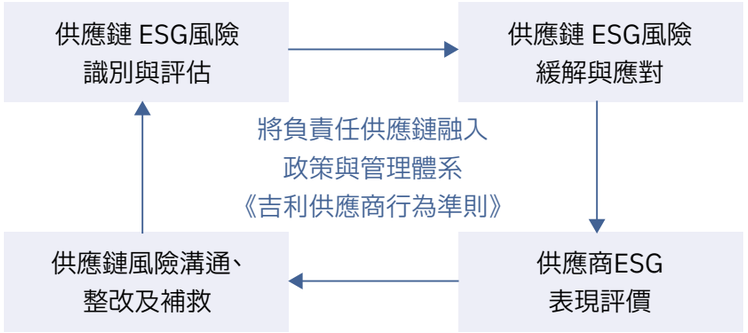
關鍵一級供應商數量：**54 家**

觸達的次級（含二級及以下）供應商數量：**283 家**

維持三年或以上合作關係的供應商數量的百分比：**80%**

## 7.1.1 供應商全生命周期管理

本集團依托內部審核流程和引用外部工具，將供應鏈 ESG 風險管理融入供應商准入、項目定點、日常管理等全生命周期流程的供應商全生命周期管理體系。




**供應鏈風險識別與評估**

為規範風險層級的判斷標準，確保供應鏈風險有序劃分與歸類，報告期內，本集團最新制定《供應鏈 ESG 風險分類分級管理辦法》，構建了一套從風險識別、風險分類管理、風險分級管理到差異化管控的可持續供應鏈盡職調查合規管理體系。每個風險管理層級的評估結果，均對供應商的 ESG 風險等級判斷和風險緩釋方法選擇產生影響。

**供應鏈風險識別**

本集團採用系統自動識別與人工補充（如現場審核等）相結合的雙通道管理模式，圍繞公司內控風險管理、供應鏈 ESG 管理實踐、外部環境及行業發展趨勢等，對供應商風險點進行動態捕捉與確認，形成了內部 ESG 議題標簽與風險因子庫。同時，我們協同外部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（如道瓊斯數據庫等）開展風險識別，確保風險識別的全面性。

報告期內，我們結合實際業務基礎，參考《電池與廢電池法規》(EUBR)、《零毀林法案》（EUDR）等相關國內外監管法規和國際標準與共識，在原有供應鏈 AESGC 可持續發展體系基礎上，增設 **6 類**因子庫，包括常規 ESG 風險因子庫、出口 ESG 風險因子庫、出口 ESG 風險（零毀林）因子庫、出口 ESG 風險（電池）因子庫、零容忍風險因子庫、能力提升風險因子庫，風險因子的数量擴大至原有的 **5 倍**以上，完整覆蓋了 EUBR、EUDR 法規及下遊客戶關注的風險類型。

風險分類管理層面，我們為每一項風險定義具體的風險標簽，涵蓋環境保護風險、氣候風險、能源與資源使用風險、勞工與人權風險、生產安全與職業健康風險、商業道德風險等。同時，我們對供應商進行分類管理，以明確風險主體及其風險屬性。基於制造與服務屬性將供應商分為生產制造類、軟件 / 管理類、貿易 / 代工類，並且進一步依據業務場景將供應商分為電池法規相關、零毀林相關、涉及出口 / 沖突礦產、戰略管理類等類別。

風險分級管理和風險評價層面，我們結合風險因子庫、供應鏈 ESG 風險識別與風險管理模型、內部 AESGC 可持續管理指標體系等，建立自下而上的供應鏈分類分級風險管理機制。我們通過綜合各風險因子的量化得分並依據預設閾值，計劃將供應商的 ESG 風險等級劃分為由高到低，為未來採取差異性供應鏈風險緩釋措施提供決策依據。

此外，我們通過重要性評估等方式，不定期更新風險模型。結合業務類型、區域分佈、潛在影響等維度提出風險分級建議，確保風險分類分級結果與實際風險暴露保持匹配。

### 供應鏈風險評估

本集團利用供應鏈風險評估工具，開展從信息收集到深度評估、量化模型、獨立驗證的風險評估工作，加強供應鏈的透明度和可持續性。報告期內，本集團發佈 《可持續供應鏈盡職調查管理政策 》，在內部可持續供應鏈管理、供應商環境保護、勞工和人權保護、沖突礦產等方面作出具體承諾與規定，回應利益相關方對公司履行社會責任的關切。我們依據《供應鏈 ESG 盡職調查合規管理制度》，規範供應鏈 ESG 盡職調查流程。

### 信息採集與申報管理

本集團以標準化問卷與申報工具為依托，實現對供應商可持續發展表現及關鍵原材料的可追溯管理 。

- Drive Sustainability SAQ

本集團結合 SAQ 要求，面向所有供應商開展 SAQ 問卷調研，通過 SAQ 問卷填寫和上傳材料，收集供應商可持續發展表現，重點管理行業內定義的關鍵原材料，考察供應商是否對關鍵原材料做到負責任採購。問卷涵蓋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，由第三方 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。

- CMRT 申報管理

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沖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，強化供應商盡責管理的方法及具體措施。我們基於 OECD 框架指南，開展年度沖突礦產（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）開發的沖突礦產報告模版（CMRT）、CMRT 數據檢查確認、問題整改及跟進。

### 可持續發展能力評估

本集團通過自研量化工具對供應商可持續發展能力進行模型化評估與分級管理，為差異化管控提供決策依據。

- AESGC 可持續指標管理體系

我們基於可持續發展相關法規要求、對標行業最佳實踐、供應商減碳管理、出口車型交付需求等，在本公司內部搭建了可持續指標管理體系「AESGC」，以及以此為基礎的數字化綜合管理工具「可持續應用系統」。通過差異化管理的評價規則，我們實現更加科學精準的可持續審核管理。

「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，用以多維度評估供應商可持續發展能力。報告期內，本集團供應鏈可持續管理系統持續優化：在管理維度上，原有「AESGC」指標模型基礎中，持續完善沖突礦產、供應鏈溯源、盡職調查、碳核算等可持續海外合規能力考察項，幫助本集團提升評價審核管理、風險管理水平。

「AESGC」可持續發展指標體系

| 指標維度 | 關鍵指標 |
|---|---|
| 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、綠電使用等 |

- 5A 可持續發展能力評估

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、生產制造能力、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《吉利供應商行為準則》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）。

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。本集團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，幫助其提升供應鏈穩定性。

### 專項供應鏈盡職調查

針對供應鏈風險點及特定業務場景，我們啟動專項盡職調查，以現場核查、文件審閱等方式對風險事實進行驗證與追溯。

- 可持續供應鏈盡職調查

我們通過供應商可持續調查問卷、現場可持續審核、內外部風險因子數據庫掃描等方法，多措並舉地識別和評估供應商在生產和運營環節由於業務活動帶來的實際和潛在的可持續風險，特別是對環境和社會的不利影響。我們定期對風險識別與評估的方法進行審閱和回顧，並及時優化調整措施，保障風險識別與評估機制有效運行。

2025 年，推進本集團供應商可持續風險評估，新增對本集團一級供應商開展可持續風險評估 **200 家**（約占一級供應商的 **20%**）。

- 法律合規與商業道德盡調

本集團協同採購部門、合規部門對供應商進行貿易合規風險盡調，以確保符合本集團及供應鏈在《吉利供應商行為準則》的承諾。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，通過貿易管制黑名單筛查系統，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。

我們審閱修訂並於 2024 年 4 月發佈《吉利供應商行為準則》（第二版），要求 100% 新供應商准入及現有供應商續約環節須簽署《吉利供應商行為準則》，以確保其了解並踐行本集團的最新可持續發展理念。我們要求新准入供應商簽署《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。

### 獨立第三方審計

本集團委托具備國際資質的獨立第三方對供應商開展盡職調查，針對關鍵車型項目及出口車型項目開展現場盡職調查，覆蓋勞工與人權、職業健康安全和環境等領域，調查範圍包括《吉利供應商行為準則》、高風險供應商盡職調查覆蓋率、開展日常及不定期飛行審核等方面。

截至 2025 年底，我們已委托國際第三方審核機構，對 **195 家**一級供應商開展盡職調查。我們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。

## 供應鏈 ESG 風險緩解與應對

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。

面對歐美及國際間日趨嚴格的貿易准入門檻和監管要求，如《企業可持續發展盡職調查指令》(CSDDD)、《碳邊境調節機制》(CBAM)、《電池與廢電池法案》(EUBR)、沖突礦產法案，以及其他 ESG 或人權要求相關法案，本集團積極梳理法規要求，將其融入現有供應鏈管理體系，以系統應對相關合規挑戰。這些法規雖推動了汽車供應鏈的負責任商業實踐，但其複雜性與供應鏈的多層結構，對可持續供應鏈管理的表現及透明度帶來一定挑戰，尤其是識別與評估二級及以下供應商的潛在影響。

根據「7.1.1 供應商全生命周期管理」，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（含沖突礦產）、供應鏈人權、供應商碳管理為 ESG 風險緩解與應對的三個主要方面。

### 供應商 ESG 管理要求

本集團基於對外部環境和自身可持續發展要求的識別與評估，結合《吉利供應商行為準則》《人權政策聲明》《可持續原材料政策》等承諾聲明，形成供應鏈 ESG 管理要求，規範供應商在產品質量、

合規經營、工作環境與勞工人權、職業健康與安全、環境保護等方面的管理與約束。

| 供應商 ESG 管理細則 | | |
|---|---|---|
| 維度 | 評估方向 | 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；<br>• 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；<br>• 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、脅迫或報複；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 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法律法規，通過 ISO 45001 職業健康安全管理系統認證；<br>• 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；<br>• 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。 |

| 供應商 ESG 管理細則 | | |
|---|---|---|
| 環境 | 碳排放與氣候變化 | • 供應商需要制定碳排放目標（包括可再生能源占比），並推動自身運營及供應鏈的碳減排；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 取得並及時更新所有必備的環境許可及相關資質認證（如 ISO14001 環境管理體系認證），並遵守這些文件所規定的要求；<br>• 針對三廢（噪音 / 廢水 / 廢氣）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；<br>• 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；<br>• 不得從事或容忍任何腐敗、賄賂及洗錢等行為；<br>• 應避免與吉利之間可能產生利益沖突的情形。 |
| | 沖突礦產 | • 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沖突；<br>• 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 礦石指南定義的受沖突影響和高風險地區，應立即通知吉利。 |

## 關鍵原材料（含沖突礦產）風險管理

歐盟綠色新政背景下，一攬子綠色轉型政策法規已對相關產品及對應實體提出了可持續供應鏈盡職調查要求，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，無法針對沖突礦產等高風險原材料開展盡職管理與調查等支撐行動，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。

- 供應鏈合規溯源

本集團重視包括沖突礦產在內的高風險關鍵原材料相關的環境、人權風險，以溯源管理辦法為行動指導，形成了一支由法務合規、業務采購、供應鏈可持續團隊、整車基地、數字化中心、可持續發展共享中心組成的高效團隊。

在風險識別與評估方面，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，形成了由礦山直至整車 / 電池制造的供應鏈溯源圖譜，以識別風險環節及評估其風險影響程度。若發現供應商自身或其上遊可能觸及某類風險，則向本集團內有關部門通報或同步，由具體責任單位處置或解決。

截至目前，我們已追溯 **16 種**關鍵原材料，基本覆蓋歐美關鍵法規重點關注的範圍，包括鎢、錫、鉭、金、鎳、鈷、鋰、錳、銅、鐵、鋁、天然石墨、雲母、天然橡膠、羊毛、皮革。

我們聚焦電池供應商的風險識別與管理，關注電池金屬的溯源管理。截至本報告期末，電池金屬原材料（鋰、鎳、石墨、雲母）可宏觀追溯識別到末級供應商名稱，石墨、雲母和部分鋰已可微觀追溯到源頭礦場。截至目前，我們的溯源網絡已覆蓋供應商超過 1,000 家，已追溯的最長鏈路層級達十餘級，每一車型平均追溯的零部件種類逾百種。2025 年，吉利供應商負責開展及支持 4 個關鍵項目開展原材料溯源工作，涉及上千餘個零部件及數百家供應商。

為應對美國及歐盟法規針對動力電池和汽車貿易的監管要求，本集團針對確定出口的關鍵車型已完成溯源和三方盡調。報告期內，我們對 **3 款**出口車型和 **1 款**電池實現從礦山到整車 / 電池的全鏈條數據追溯。

- 負責任礦產盡責管理

我們依托內部建立的沖突礦產數字化管理工具，並鏈接專業第三方沖突礦產管理平台 Assent，開展沖突礦產管理。通過向上遊溯源識別對應的冶煉廠 / 精煉廠信息，持續推進供應商完成負責任礦產倡議（RMI）開發的沖突礦產報告模板（CMRT）的填報及相關數據收集。同時，由第三方沖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。同時，對關鍵原材料引入專門的外部第三方盡職調查。

2025 年，我們面向 **251 家**供應商開展外部第三方沖突礦產管理，**171 家**供應商完成 CMRT 申報。（2024 年：**150 家**供應商完成 CMRT 申報）

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，推動 673 家供應商填報 SAQ 問卷。

### 供應商碳管理

我們在關鍵專項領域部署了數字化管理平台，如碳管理系統「吉碳雲」、溯源數字化平台「吉溯雲」，以數字化能力推進供應鏈可持續整體工作。為敏捷響應外政策導向與法規變化，未來我們的管理平台將實現整合，為響應合規監管提供支撐平台。

- 碳管理體系

我們面向供應商開放「吉碳雲」系統，並連通碳管理平台與供應鏈可持續管理系統，聚焦於核算「搖籃到大門」的產品碳足跡。2025 年，吉碳雲平台功能進一步升級迭代，展示供應商降碳能力，平台依據國際通行方法論，對相關舉措產生的減排效益進行量化評估與記錄。平台所涵蓋的減排技術及減排量統計主要圍繞材料降碳、能源降碳、物流降碳三个方面的關鍵環節降碳舉措展開。

報告期內，已有 **600 家**以上供應商使用「吉碳雲」系統，供應商碳足跡模型核算數量大幅提升，已累計完成 **6,880 個**零部件的碳足跡核算。此外，共有 **113 家**供應商已進行自主碳盤查或第三方外部碳審計。

- 供應商減碳

報告期內，有 30% 一級供應商使用可再生電力，其中 23% 的供應商已實現 100% 綠電，並通過推進降碳實施，全年累計降碳 147.6 萬噸。

更多供應鏈減碳信息，詳見「3.3.3 供應端減碳」。

### 電池護照建設

報告期內，本集團正以戰略高度推進電池護照平台建設，將其作為新能源汽車全生命周期管理與全球合規佈局的核心支撐。在業務建設中，我們不僅完成本集團內部電池護照統一化定義，更構建了「源頭可溯源 - 指標字段規範統一過程集成 - 生態共建」的全鏈條建設體系。

我們制定了本集團內首版 EV 電池指標體系，指標體系嚴格覆蓋歐盟《電池與廢電池法規》（EUBR）等海內外法規核心需求，完成歐盟電池護照各項指標及其釋義的解析。我們通過本集團內試點電池的實際調研，完成指標對應的數據拆解及規範定義我們同步制定了標準化的數據採集規範，保障數據源頭精準、可溯、合規。明確多場景下數據採集的接協議、格式要求與質量校驗規則，實現研發、生產、供應鏈、回收等全鏈路數據的規範化沉澱。

在技術落地層面，我們打造了適配本集團業務特性的系統集成方案，通過打通整車制造、電池生產、供應鏈管理等多系統數據壁壘，實現電池護照相關數據的實時同步、跨域共享與集中管控；同時成立電池護照專項小組，下設業務統籌、平台開發、數據交付、體系流程建設、數據審查監督、供應鏈盡調管理及跨品牌協同七大工作組，以一體化協同機制推進平台搭建與業務落地。同步開展試點調研，針對數據字段差異、更新頻率不同及存儲位置分散等痛點，系統梳理全鏈路數據流向，確保 100% 滿足海內外合規管控要求。

2026 年，我們將以數據生態共建為核心，聯動上下遊供應商、行業機構、核查機構、回收企業等產業鏈夥伴，推動整車及電池行業電池數據指標標準的協同統一與共享互通，構建開放共贏的全球電池數據價值網絡。為電池全生命周期追溯、碳足跡管理、再生材料高效利用提供堅實支撐，為新能源汽車產業合規化、綠色化、智能化升級注入動力。

報告期內，我們識別到出口與貿易相關法規呈現出明確趨勢：碳足跡與供應鏈溯源要求正被納入統一的監管框架，強調數據間的交叉驗證與雙重披露，其核心目的在於落實全生命周期的責任追溯。為應對這一監管趨勢，我們以電池全生命周期追溯與全球合規戰略為導向，針對電池護照中碳足跡核算、關鍵礦產等供應商溯源核心數據需求，聯合數字化共享中心開展跨單位協同攻關，量身定制並自主搭建了專業化數據採集產品碳核算及供應商管理平台。

為進一步強化數據協同價值，平台計劃於 2026 年持續迭代升級，重點推進與電池護照主平台的深度數據互通與無縫對接——構建實時同步的數據鏈路，實現碳足跡數據、關鍵礦產溯源信息與電池護照核心指標體系的全面融合，形成「數據採集 - 溯源核驗 - 合規上報」的閉環管控體系。

未來我們也將持續投入更多資源重點開展：深化法規解析和任務識別、開發並部署數字化工具的解決方案、建立配套的監控指標體系、推動供應商落實數據對接、保障系統工具的維護和運營等。

### 供應鏈勞工人權

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《吉利供應商行為準則》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 突出人權議題識別」。

我們面向國內及海外運營地區的全體供應商開展突出人權議題的識別，共收到 200 家供應商的答復。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（顏色較深的議題則代表受訪者對其關注度較高）：

| | | |
|---|---|---|
| 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 |

注：以上議題均是基於風險評估框架識別出的潛在風險點，本集團對任何侵犯人權的行為採取零容忍態度

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。我們在 2025 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。我們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。

我們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。

我們針對電池供應商開展溯源和供應鏈盡調工作，審核的內容已覆蓋勞工人權類議題。在供應商可持續日常管理中，吉溯雲（GeeTrace）產業鏈溯源平台依據 RBA 及美國、歐盟相應法案中明確定義的風險地區清單做了相應的配置，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），並納入供應商評價管理。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。平台對供應鏈合規及業務風險都可進行識別和預警，由系統通過產業鏈各數據節點上傳的數據動態變化進行自動分析和監測，並對相應風險進行預警。

我們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》中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。

## 供應鏈質量管理

本集團發佈《供應商質量管理手冊》，明確質量管理相關要求 。我們建立了供應商質量管理（SQM）平台，實現從審核到評價、零部件開發到量產管理的全流程線上化管控 。

- 供應商質量評價體系

我們依據供應商的技術能力、質量表現、戰略重要性，實施供應商質量分級管理，提升資源分配的效率與針對性 。

在准入環節（包括供應商、品類擴項、場地擴項），我們採用 5A 級審核模式，全面評估供應商在研發技術能力（TCA）、生產制造能力（MPA）、質量管控能力（QSA）、經營管理評價、ESG 可持續發展能力方面的表現，確保其具備符合吉利標準的綜合能力 。其中，我們要求核心供應商必須通過 IATF 16949（汽車行業質量管理體系標準）認證，作為准入的基本門檻。

在項目階段，我們通過生產件批准程序 （PPAP）過程審核，以全面評估其在新項目中的技術適配性與質量保障能力；針對已進入量產階段的供應商，我們係統實施量產過程審核，核心關註點包括：重大質量問題的發生機理與閉環處理效果、供應商組織結構或股權重大調整對質量一致性的潛在影響、異地生產可能引發的質量波動與管控風險、質量管理體系認證狀態的有效性與維持水平，以及產品持續符合安全性與法規要求的能力。針對已量產供應商的風險分析，我們實施量產過程審核，重點關注重大質量問題的發生與處理、供應商組織結構或股權的重大調整、異地生產帶來的潛在影響、質量管理體系認證有效性、產品是否符合安全及法規要求。

- 供應商質量績效評估

我們每季度對供應商在交付、技術、商務、質量、可持續發展五個維度進行綜合業績管理。其中，質量維度的績效評價按月實施，採用百分制，涵蓋現場和市場質量表現（如 QR、MIS、IPTV）、誠信以及質量停線等指標。評估結果通過供應商質量管理平台 SQM 系統向供應商反饋，供應商可對績效評價結果進行確認或提出申訴，以此推動供應鏈的持續改進。

- 供應商質量改進

黨供應商提供的產品未達到本集團質量標準時，我們立即啟動供應商協同改進機制，通過系統化的質量提升方法，指導並支持其應用吉利 3824 方法論開展全面改進。我們協同供應商組建跨職能團隊，在「問題分析」階段系統運用 5Why、魚骨圖等專業工具，深入挖掘根本原因，避免問題再次發生。同時，我們要求供應商以「G1 報告」形式，清晰、高效地呈現問題概要、現物確認結果及圍堵措施，確保關鍵信息快速同步與響應機制的有效運作。同時質量問題會實時納入本集團問題管理系統（TQMP），實現從問題識別、根本原因分析、糾正措施制定與實施到效果驗證等全流程閉環管理。全過程可追溯、責任可落實、節點可監督，切實保障質量管理體系的持續改進和風險防控能力。

## 超越一級供應商管理

除深入一級供應商管理以外，本集團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。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。

報告期內 我們對一級和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。我們對次級供應商提出管理要求，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。

2025 年，開展審查的供應商（一級及次級）總數：**922 家**
開展審查的關鍵一級供應商數量：**44 家（82%）**
開展審查的一級供應商數量：**784 家（90%）**
開展審查的次級供應商數量：**138 家**（二級供應商 124 家，二級以下供應商 14 家）

## 供應商 ESG 表現評價

本集團依據《供方准入評審管理辦法》《供應商績效評價管理辦法》《供應商優化和退出管理辦法》等制度文件，構建覆蓋供應商全生命週期的管理體系。貫穿從新供應商的篩選與准入、存量供應商的審覈評估、優化與淘汰等關鍵環節，實現從准入到退出的閉環管理。通過日常監督、年度評審及不定期專項審覈相結合的方式，對供應商實施持續、動態的管理，確保供應鏈的穩定性、合規性與高績效水平。

### 供應商篩選與准入評估

在供應商准入階段，我們將可持續發展能力納入 5A 評價體系，從可持續基礎能力、環境治理與保護、社會責任、企業治理、碳管理負等多個維度進行綜合評估。

- 供應商 5A 可持續能力評價

我們面向供應商在准入階段開展 5A 能力評估，根據成績，將供應商評爲 A 至 E 級 。對於槓桿及關鍵品類的供應商（如電池供應商等），研發技術能力、質量控制能力等模塊須達到 B 級方可准入，其他供應商亦需達到 C 級。針對 5A 能力評估中可持續發展能力模塊的供應商扣分事項，我們將說明釦分原因，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覈結束後，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。

此外，我們同步進行 5A 可持續發展能力人工評審，如未達到通過分數，將開具問題項清單。供應商需根據問題項清單制定提升計劃、主動優化閉環、整改提升、反饋整改成果。我們將再次評審其可持續能力，輸出 5A-ESG 評估報告複審結果，直至達到合格分數，整改提升工作完成。在過程中，我們針對問題項涉及的關鍵薄弱環節及改進方向，對供應商進行幫扶指導，幫助供應商提升可持續發展能力。

報告期內，5A 能力評估已 **100% 覆蓋**新准入供應商，5A 能力評估覆蓋 **800 家**一級供應商（2024 年：300 家一級供應商）。對於 ESG 能力薄弱的供應商，如 ESG 體系管理能力、碳管理能力、負責任採購、出海合規能力等方面，推進「綠色共同體」相關專項舉措助力供應商能力提升，截至 2025 年底，達成 ESG 能力提升 **124 家**。

在供應商准入階段，我們還加入出海能力評價考量，關注供應商 ESG 風險、產品碳足跡、盡調管理等方面的能力。如能力不達標，將否決出口歐美市場。當發現供應商不滿足標準時，我們要求供應商整改提升，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。

在供應商准入階段，我們識別出 **7 家**具有實際 / 潛在 ESG 風險的供應商；其中 **2 家**供應商因 ESG 管理體系、勞工人權等可持續發展表現不達標，已在准入階段淘汰；**5 家**在碳管理、環境因素、職業健康、負責任採購實踐等方面需採取糾正措施及改進計劃，已於 2025 年底完成整改提升並通過複審。

- 供應商行為準則准入評價

我們制定並發佈了涵蓋涵蓋健康與安全、環境、勞工權益、商業道德相關要求的《吉利供應商行為準則》，要求所有供應商簽署承諾。對於未簽署《吉利供應商行為準則》的供應商，將被視為風險項納入供應商可持續發展評價，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。

2025 年，我們推動 **857 家（97.6%）**供應商簽署《吉利供應商行為準則》；**21 家**未簽署《吉利供應商行為準則》，對於未完成簽署《吉利供應商行為準則》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，並保證其 100% 通過供應商准入合規相關培訓與考試。

- 衝突礦產管理

對於業務依賴度高、合作關係密切的關鍵供應商，我們提出更嚴格的可持續發展要求，包括通過主流國際汽車行業認證，並在溯源能力、關鍵原材料管理、盡職調查等方面滿足 ESG 標準。我們要求關鍵供應商向上遊溯源，識別對應的冶煉廠 / 精煉廠信息，並持續推進負責任礦產倡議（RMI）沖突礦產報告模板（CMRT）的填報與數據收集，以實現原材料的負責任採購。

2025 年，累計推進 **171 家**供應商履行 CMRT 數據申報，覆蓋重點品牌及關鍵車型供應鏈開展衝突礦產管理 。

### 供應商績效管理與評價

針對已准入的存量供應商，我們通過多種評估工具與評價機制，實現績效的量化跟蹤與風險動態識別。

- 可持續供應鏈盡職調查

2025 年，我們已啟動關鍵項目車型的電池供應鏈盡職調查工作，已完成 4 家電池供應商審查。我們開展電池供應商風險自評、實地盡調，均未發現高風險事件；完成 2 家內部電池工廠盡調。

- 供應商 SAQ 審核評價

我們通過 SAQ 幫助本集團評估供應商的可持續發展表現並識別相關風險，並將供應商 SAQ 分數（NQC 評價合格為 ≥70 分）納入 AESGC 可持續指標管理體系。若出現 SAQ ＜ 70 分、SAQ 指標未完成等情形，都將被評審為不合格，並觸發整改流程。系統將面向供應商發出整改要求，供應商需及時更新系統 SAQ 指標信息，並提交整改成果。

報告期內，已推進 **673 家**供應商填報 SAQ 問卷；其中，**99%** 供應商已完成 SAQ 評估並獲得審核分數，**86%** 供應商 SAQ NQC 結果合格，符合本集團管理要求。

- 可持續發展績效考核

基於 AESGC 可持續指標管理體系，我們通過可持續應用系統對供應商開展季度周期性的業績考核管理，要求其在季度考核周期內提交業績評價指標數據。可持續業績評價權重占總體評價 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。報告期內，我們開展覆蓋了 1,000+ 家供應商的可持續季度績效考核。

針對可持續業績評價結果等級低 / 不合格的供應商，將針對其涉及到 AESGC 的具體績效指標發起整改及跟進管理，對供應商進行幫扶指導。供應商在系統限定時間內，需根據評審開具的問題項清單制訂提升計劃，並主動優化閉環，反饋整改成果。

2025 年，AESGC 指標體系已覆蓋 **1,000+** 一級供應商，**100%** 覆蓋新准入供應商。

- 第三方審核評價

在項目運行階段，我們委托具有 RBA 審核資質的三方審核機構，結合《吉利供應商行為準則》要求，對供應商在環境、職業健康安全、勞工人權、碳管理等多個可持續相關領域的執行情況進行社會責任審核。

2025 年，共 **22 家**供應商開展第三方盡職調查，我們識別出 **6 家**高風險供應商，已針對 **100%** 高風險供應商完成第三方盡職調查審核。

### 供應商受限與淘汰管理

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。根據具體指標情況明確整改期限，如碳管理相關一般需要 3 個月內完成整改（如開展場地數據核算），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。

我們制定了《供應商事態違規積分評價管理辦法》，該辦法適用於與供應鏈及研發系統有業務往來的所有供應商及其派駐人員，以規範供應商合作過程中的行為合規。我們根據違規類型（包括違規送禮或招待、利益沖突、信息安全、行為規範等）和情節輕重實施差異化扣分，當積分降至特定閾值時，將觸發包括書面警告、考核扣分、約談供應商經理或高管、業務限制直至列入黑名單等在內的階梯式管理措施。

## 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 風險得到有效管控的同時，希望以幫扶的形式去提升供應商的 ESG 管理能力，而不僅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。

- 供應商溝通

報告期內，我們建立了供應商 GSCR（Geely Sustainability Compliance Representative）機制，在各供應商側設立專職對接人。我們將面向供應商的供應鏈可持續專職對接人開展專業系統培訓與資質認證工作，提供全面的操作指導，旨在加強本集團

與供應商的可持續互動與專業賦能，提升合作默契。我們亦開展供應商 ESG 培訓（詳見後文「7.1.2 供應鏈能力提升」）。

- 供應商申訴

我們亦建立了供應商申訴渠道，供應商員工可就《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。我們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》中亦公開了正式的渠道方式，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咨詢、舉報申訴，我們嚴格保護舉報者個人信息，禁止對舉報者實施報複。

2025 年，共收到來自供應商的績效考核申訴共 640 件，已與供應商充分溝通並依據內部合規流程核實、妥善處理。

- 供應商整改

針對識別出的風險或不符合項，本集團會給予整改建議，並協助供應商整改。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。

- 供應商補救

在供應商出現重大問題時，我們將積極與該供應商進行溝通，了解問題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《行為準則》及《吉利供應商行為準則》中進一步規範了自身及供應商的補救責任。

## 7.1.2 供應鏈 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、零部件重要性等多維度信息，精準定位供應商薄弱項開展專題提升，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。

- 供應商分級賦能機制

| 提升分級 | 提升辦法 |
| --- | --- |
| I 級 | 依托本集團全流程質量保障體系，構建「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。建立跨部門聯合工作小組，針對產品研發、生產制造、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、專業咨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

本集團始終堅持以質量保障為核心，構建了涵蓋管理質量、研發質量與制造質量的供應商能力提升與評價體系，旨在全面提升供應鏈的質量管理水平和可持續發展能力。作為 ESG 實踐的重要組成部分，我們每年面向全體供應商開展至少一次系統性的質量保障培訓。2025 年，共組織了 16 場質量培訓，覆蓋 1,185 人次，累計培訓時長達 304 小時，其中 97.4% 為一級供應商，涉及 15 家次級供應商。

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：**809 家（92%）**
ISO 14001：**735 家（84%）**
ISO 45001：**676 家（77%）**

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 IATF 16949，對環境有影響的零部件供應商還需通過 ISO 14001。

## 低碳轉型賦能

本集團依托制造端先進節能減碳技術優勢，系統推進供應鏈低碳轉型。採購與個別行業龍頭供應商進行可持續降碳技術與經驗分享討論，交流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制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。針對高耗能零部件供應商，明確傳遞碳減排目標與實施路徑。

2026 年，我們將繼續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，持續開展現場賦能專題行動，助力供應商實現碳管理能力提升，推動供應鏈綠色轉型。

報告期內，我們對供應商進行了 **4** 場碳管理專項培訓，供應商參訓達 **3,247 人次**。

### 汽車行業供應鏈企業碳管理能力建設提升活動

我們聯合第三方上海能源環境交易所，共同舉辦兩期汽車行業供應鏈企業碳管理能力建設提升活動，培訓聚焦綠色化、低碳化轉型核心需求，涵蓋國內外雙碳政策解讀、雙碳市場發展與實踐、企業組織及產品碳排放標準與核算實務、碳管理體系搭建、歐盟碳關稅政策體系解讀等核心模塊。通過為期兩天的現場培訓，共計 **127 家**供應商的 **158 名**夥伴順利通過考試並獲得由上海環交所頒發的培訓證書，本次培訓產生約 **25 噸**的碳排放，已通過本集團碳普惠全額抵消。

## 可持續發展培訓

我們開展覆蓋《吉利供應商行為準則》中各項要求的可持續發展培訓，覆蓋關鍵原材料溯源、CBAM、沖突礦產管理、低碳鋁、企業碳盤查、產品碳足跡、綠電等多個議題，並建立培訓數據庫。

本集團制定年度供應商可持續培訓賦能計劃，面向供應商開設吉利可持續專項課程，涉及供應商可持續資質認證、衝突礦產管理、《吉利供應商行爲準則》、綠色低碳（含碳邊境調節機制「CBAM」應對）等可持續要求。報告期內，培訓賦能開展 12 場次，覆蓋 8,573 人次，涵蓋超 500 家一級供應商及 300 家次級供應商，總時長達 5,086 小時。

### 供應鏈「綠色共同體」行動

我們通過企微群一對一答疑、專項培訓、現場培育，聯合項診斷、ESG 交流、供應商碳認證等多種形式推動提升供應商 ESG 能力，目前供應商賦能 **11 場**，覆蓋 7,572 人次，供應商答疑超 8,000 條，供應商碳認證 **127 家**，推動供應商達成准入標準 **124 家**，推進供應商使用綠電**超 200 家**、國家級綠色工廠 **37 家**。

## 合規意識培訓

我們建立健全供應商事態違規管控機制，聚焦違規送禮、違規招待、信息安全等核心風險點，制定分級分類考核標準，依據違規情節嚴重程度對供應商實施精準考核，實現供應商合規考核覆蓋率 100%，同步開展供應商合規培訓專場活動，重點宣貫《供應商事態違規管理辦法》，並針對信息安全管理、委外第三方合規要求等內容開展專項講解，累計覆蓋 2,295 人次，培訓總時長達 1,221 小時，有效提升了供應商及相關合作方的合規經營意識與實操能力。我們面向全體供應商開展《吉利供應商行為準則》培訓並組織考試，未簽署《供應商行為準則》的供應商參訓及考試通過達到 100%。

報告期內，本集團供應鏈管理中心、法務合規中心派出內部培訓講師及外部顧問團隊，系統開展了多領域的合規培訓，培訓內容涵蓋零毀林法案（EUDR）、《電池與廢電池法規》（EUBR）、碳邊境調節機制（CBAM）等貿易合規相關重點法規政策解讀。在供應鏈 ESG 合規管理體系方面，對盡職調查等相關要求進行了專項講解。我們面向供應商，組織了可持續供應鏈盡職調查問卷填寫專項培訓，以提升其合規響應能力。截至報告期末，累計 276 家供應商參與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 1 小時。

**沖突礦產培訓**

我們面向一級及次級供應商開展沖突礦產管理培訓，335 家一級供應商和 17 家次級供應商參訓，參訓達 1,258 人次。同時，為提升供應商系統填報能力，開展沖突礦產填報系統操作的專項培訓，培訓總時長 628.5 小時。

**內部供應鏈管理團隊能力建設**

為系統提升團隊專業能力，本集團持續開展可持續供應鏈內部能力建設。全年共組織專題培訓 9 場，培訓聚焦 ESG 審核要點及標準、可持續供應鏈管理、綠色供應鏈管理辦法、人權審計與風險管理、供應鏈可持續關鍵原材料管理辦法等，累計覆蓋 265 人次，參訓人員涵蓋項目經理、研發、採購、質量等相關職能崗位，強化了跨部門對可持續供應鏈議題的認知與實踐協同。同時，推動內部供應鏈管理團隊全員完成碳管理相關培訓與認證，夯實低碳轉型所需的專業知識基礎。

此外，通過合規與可持續發展公眾號，向本集團全員推送 40+ 合規資訊，內容覆蓋法規動態更新及解讀，執法動態等。通過編制並常態化發佈「可持續供應鏈 ESG 月度小貼士」，進一步營造了全員關注、持續學習的組織氛圍。

## 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 2,217 家一級經銷商門店，分別包括「吉利中國星」997 家及「吉利銀河」1,220 家；並通過 76 家銷售代理及 1,263 家銷售及服務網點向 86 個海外國家出口產品。領克品牌在中國通過 583 家渠道網點為客戶提供服務，在海外共有 195 家門店，覆蓋 50 個海外國家 / 地區。本集團極氪品牌主要以自營門店運營的模式進行銷售，更多內容詳見「6.2 可持續服務」。

### 7.2.1 經銷商誠信管理

**負責任營銷**

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。我們自准入階段起，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。

本集團制定並依據《風險經銷商識別與控制管理辦法》，對經銷商合作過程中的潛在風險點進行精準定位，快速響應，預防或減少風險損失，保障雙方權益，維護合作關係順利進行，持續提升吉利國際渠道競爭力。

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，依托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已實現 **100% 覆蓋**

質量管理體系全面覆蓋所以經銷商，覆蓋率達：**100%**

負責編制客戶服務質量標準文件並定期更新，經銷商文檔簽收覆蓋率：**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賦能。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，不存在被生效判決认定构成重大违法违规的情形 。

更多有關內容，詳見 6.2.1 負責任營銷。

### 海外經銷商管理

在產品海外出口業務中，本集團為踐行誠信營銷與負責任經營，建立並執行涵蓋信息安全、交易風控及數據合規的管理體系。我們與客戶或經銷商簽署保密協議，以明確保密義務；披露給經銷商的數據信息，需事前經過內部數據披露流程審批，履行信息安全責任。在交易環節，我們依據國際銷售業務信用風險控制制度，開展客戶信用評級，並於經銷商入網時進行銀行制裁名單篩查，確保支付結算安全合規。我們嚴格遵循吉利控股集團數據跨境合規管理辦法及數據安全管理總則的要求，任何涉及跨境的數據傳輸，均需通過數據跨境平台進行申報，並由數據合規和信息安全團隊開展風險評估，系統性地保障業務安全與合規運營。

## 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。

本集團圍繞**領克 900** 等多款新上市車型及煥新車型，開展了新產品上市、產品煥新集訓等核心產品賦能專項培訓，培訓內容包括產品煥新亮點、客戶營銷沙盤、輔助駕駛試乘試駕等，培訓覆蓋總經理、銷售總監、培訓經理、產品專家、新媒體主播、體驗顧問等崗位，累計覆蓋近萬人次。同時，本集團開展新人育成常態能力建設，培訓內容包括領克品牌文化、品牌發展、品牌技術、產品亮點及銷售話術等，共計開班 **70 場**，覆蓋人數 **2,661 人**，參訓人員主要涵蓋一線體驗顧問。為強化終端實戰能力，本集團開展深入區域銷能力下沉輔導。報告期內，累計走訪 **79 家**門店，面向一線體驗顧問、銷售總監等崗位人員，通過培訓強化銷售接待中關鍵動作、提高用戶服務體驗，該輔導共覆蓋 **660 人**。

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 100%；領克品牌關鍵崗位認證覆蓋率超 96%，極氪品牌關鍵崗位認證覆蓋率超 100%。

本集團通過線下培訓及研討會、在線直播及在線學習平台等多種形式，向經銷商同步開展客戶服務質量、隱私保護、誠信合規、負責任營銷等專題培訓。報告期內，國內經銷商共開展培訓 2,478 次，累計培訓時長 39,378 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 / 行為準則相關培訓的經銷商比例 100%，參與負責任營銷培訓的經銷商比例 100%。我們通過設立區域培訓中心，持續為海外經銷商提供體系化的車型技術培訓。目前已建成東歐區域中心、拉美區域培訓中心、泰國培訓中心及中東區域培訓中心。報告期內，共開展培訓 186 次，累計培訓時長 1,861 小時，覆蓋率 100%，其中參與客戶服務質量管理相關培訓、參與負責任營銷培訓的海外核心經銷商比例均為 100%。

# 7.3 行業協同發展

## 7.3.1 開展戰略合作

本集團在全球化發展與前沿技術創新領域實現協同並進，以開放合作的姿態驅動企業向新而行。在國際化佈局上，本集團深化戰略夥伴關係，通過投資持股與本地化生產，加速新能源汽車海外市場的關鍵拓展。與此同時，本集團攜手高校與研究機構共建聯合實驗室，

持續深化在智能科技、能源管理、芯片與感知交互等關鍵領域的探索與合作。

### 吉利全球創新合作生態建設

圍繞智能化、低碳化、綠色化及全域安全等核心方向，積極構建全球開放式創新生態合作網絡，鏈接全球頂尖高校與科研院所資源。目前，已與上海交通大學、北京理工大學、北京航空航天大學、西安交通大學、中國科學技術大學、湖南大學等雙一流高校、科研院所及合作伙伴共建 50 餘家聯合創新實驗室，覆蓋先進能源、智能車輛、感知交互、先進材料、全域安全、先進製造等創新技術領域，合作引入 10 餘位院士及 50 餘位知名專家教授，整合高校科研資源與企業產業優勢，開展聯合創新。通過打通高校技術、人才與企業需求的對接通道，加速創新成果孵化與落地轉化。

### 吉利與雷諾集團達成巴西戰略合作

2025 年 11 月，吉利控股集團和本公司與雷諾集團簽署協議，持有雷諾巴西公司（Renault do Brasil）26.4% 的股份。該合作將加速本集團與雷諾品牌在當地市場的發展，為推出技術領先的新能源汽車奠定基礎。本集團將在雷諾集團巴西埃爾頓·塞納 (Ayrton Senna) 工業園區進行本地化生產，並依托雷諾巴西現有的經銷網絡，銷售吉利品牌旗下新能源汽車。該合作符合雷諾集團在拉丁美洲的國際發展戰略，將加速拓展其巴西市場新能源汽車產品矩陣。

## 7.3.2 貢獻行業發展

隨著全球化戰略的深入推進，吉利持續參與全球。報告期內，本集團在汽車安全評價體系建設、出海合規與可持續發展、可靠與綠色的發展理念、履行對供應商的承諾等方面，實現從技術引領到生態共建、從標準遵循到規則塑造的全方位實踐。

### 參與標準制定

截至 2025 年底，吉利共參與涉及國際、國家、行業及團體的 689 餘項標準制定，完成了 365 項標準發佈。吉利汽車已向行業開放隱藏式門把手、電池底部安全等多項核心專利技術集群，並積極參與行業法規與評價規程的制定，推動安全成果共享，促進行業整體安全水平提升。2026 年 1 月 28 日，由吉利汽車聯合主導起草的《汽車車門把手安全技術要求》強制性國家標準正式在工信部官網發佈，吉利已主導及參與制定 137 項安全技術標準。

### 參與國際國內組織

2025 年 7 月，吉利汽車研究院受邀參加車用人工智能標準化促進中心成立會議。我們作為該促進中心的核心成員單位之一，並在其下設的 14 個研究組中，擔任車用 AI 數據安全評價與測試研究組組長單位和智艙 AI 模型評價及測試研究組副組長單位。該促進中心是我國汽車領域首個以車用人工智能標準化為研究目標的技術組織。

2025 年 10 月，吉利汽車出席 2025 全球 NCAP 大會，共同探討汽車安全技術發展趨勢，推動全球新車評價規程的互融互通。吉利汽車作為獲得各國 NCAP 五星評級數量最多的中國車企，並長期秉承低碳探索與全球協作。在本屆大會上，吉利汽車被中歐汽車碳足跡互認研究工作組正式授牌為副主席單位，將承擔推動各方就碳足跡互認機制達成共識，促進全球汽車產業低碳可持續發展。通過參與制定底層互認邏輯與機制，我們致力於打破國際碳技術貿易壁壘，為中國車企出海提供支撐，同時提前佈局應對歐盟碳相關法規，增強中國在全球碳治理體系中的話語權。

2026 年 1 月，吉利汽車作為連續 3 年參加「國際消費性電子產品展」（CES）的中國車企，以「全球吉利，智能吉利」為主題，攜極氪、領克、吉利銀河全品牌旗艦車型和全新 AI 智能化技術成果登陸 CES 2026，展現吉利全域 AI 體系的技術實力。

## 行業倡議與承諾

吉利汽車聯合中汽中心、中國檢驗認證集團、清華大學等 11 家產學研機構共同發佈了《智能汽車全域安全發展白皮書》，立足產業發展全局，明確以「人」為核心的全域安全目標，為行業安全發展提供了兼具戰略性與實操性的行動綱領。

為了積極響應國務院《保障中小企業款項支付條例》和中國汽車工業協會《關於維護公平競爭秩序促進行業健康發展的倡議》，本集團宣佈將供應商支付賬期統一至 60 天內，以加速產業鏈資金周轉效率，保障產業鏈供應鏈穩定，促進汽車產業高質量發展。

本集團積極響應中國汽車工業協會發佈的《汽車整車企業供應商賬款支付規範倡議》，本集團積極響應這一倡議，以切實行動在訂單確認、交付與驗收、支付與結算、合同期限等重點環節貫徹落實，不採用商業承兌匯票等增加供應商資金壓力的不合理結算方式，高質量踐行供應商賬期承諾。

吉利汽車、奇瑞汽車等領先汽車制造商、以及對天然橡膠、木材有大量需求的 IKEA 一同參與雲南西雙版納小規模橡膠農戶可持續生態調研活動，就共創可持續未來達成共識：供應鏈上下遊行業需以切實可行且可規模化商業運作的模式，在提升上遊小規模天然橡膠農戶可持續生計的同時，推動森林保護和供應鏈透明度，為企業產品出海合規保駕護航。本次調研亦得到中英林業投資與貿易項目 (INFIT)、中國五礦化工進出口商會 (CCCMC) 以及全球可持續天然橡膠平台 (GPSNR) 等關鍵機構和倡議組織的支持，鞏固了這份集體的承諾。

# 8 員工權益

**重要議題**

- 職業健康與安全
- 員工權益
- 員工培訓與發展
- 多元化及平等關係

**ESG 戰略** 共榮發展

## 員工權益

- 員工滿意度（可持續敬業度）**85 分**（2024：84 分）
- 女性管理層占比 **17%**（2024 年：14%）
- **4,016 名**少數民族員工及 **10 名**殘障員工
- 面向 **100%** 員工開展效能調研（含勞工人權管理評價）

## 員工薪酬與福利

- 自 2021 年以來，長期股權激勵計劃，累計覆蓋**超 2 萬人**

## 員工培訓與發展

- **100%** 員工培訓覆蓋率
- 員工平均培訓時數達 **71 小時 / 人**
- 組織電動化和數字化專項培訓 **331 萬小時**，推動公正轉型
- 員工培訓滿意度 **82 分**，公正轉型滿意度 **88 分**

## 職業健康與安全

- **100%** 員工接受健康安全培訓
- **100%** 整車基地獲得 ISO 45001 認證
- 20 萬工時損工事故率 (LTIR)：**0.05/20 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。

## 8.1.1 治理

本集團設立了 ESG 管治架構，應對可持續發展相關（包括：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及法務合規中心（包含安全環保部）組成；人才經營中心負責日常管理工作，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；法務合規中心負責牽頭制定及監控勞工人權相關政策、舉報及申訴等。

## 8.1.2 戰略

人才是公司經營發展的寶貴財富，我們通過定期人才現狀分析和前瞻性預測，提升團隊應對挑戰與抵禦風險的能力。2025 年，圍繞「精準評估、有效識別、全面發展」的原則，本集團構建起系統化、多維度，以及與戰略緊密聯動的人才分析體系。在此基礎上，我們制定並不斷優化人才發展戰略與管理制度，著力推動人才與戰略需求的精準匹配與快速響應，結合員工實際制定針對性地改善規劃，從而為本集團在行業變革中搶占先機、提供堅實的人才支撐。

### 「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，使其扎根於吉利汽車；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。

2025 年，本集團持續深化人才森林理論，從大樟樹與小樹苗維度分別落地人才項目，增強人才吸引力：

**「大樟樹」：**我們啟動「戰略人才特戰隊」項目，通過跨系統輪崗與業務實戰，重點鍛造研發與營銷領域的複合型骨幹人才，打破組織壁壘、直接賦能業務攻堅；

**「小樹苗」：**我們啟動管培生項目，每年選拔 100 名管培生，聚焦吉利汽車主價值鏈，通過訓戰結合、高管帶教、定制化激勵舉措、定制化輪崗路徑等措施，對管培生進行全生命周期的培養，成為未來組織的核心中堅力量。

此外，本集團提出的「一個吉利，全面領先」2030 年戰略目標中，明確將人才保障納入其中，我們明確提出將「塑造科技型、服務型的組織形態和人才結構」作為科技型企業轉型進程中的重要保障，並強調將通過產教融合，定向培養新能源、人工智能等領域專業人才。

為幫助員工順利適應新技術與工作模式的變革，我們致力於構建多元包容的職場環境，並確保每位員工都能獲得公平地轉型發展機會。同時，我們重視為員工創造安全、健康的工作條件，提升職場幸福感和滿意度，確保每位員工能在實現個人價值的同時，推動組織目標達成，最終實現企業與員工共同成長的雙贏局面。

### 「四化一新」人才戰略規劃

在全球範圍內，我們加速引進具備「新四化（電動化、智能化、網聯化、共享化）」背景，兼具國際化、年輕化和數字化能力的高端人才。通過優化科技型人才結構，我們推動組織文化向新，達成打造兼具業務力、經營力、領導力管理團隊的目標，並培育一支能夠擔當崗位職責、為用戶創造價值、高效協同且積極適應變化的人才隊伍。

### 「共榮發展 - 員工」

圍繞「數字化、多元化、全面化」三大方向，本集團系統推進人才隊伍建設。我們強化員工的數字化思維與應用能

力，提供符合智能製造要求的安全、健康工作環境；構建包容共榮的組織氛圍，充分激發多元化人才價值；持續完善員工職業生涯發展體系，實現從入職到成長的全周期管理，促成員工與企業共同成長。

2025 年，在三大方向的基礎上，本集團秉持「戰略人才、组织驱动、文化驱动、戰略聚焦、人才驅動、價值驅動」的原則，加强戰略性人才儲備，並為開拓海外業務提供人才支持。

## 8.1.3 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，出口業務海外人才需求增長，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。

**員工培訓與發展方面：**公正轉型風險，業務向智能化、電動化公正轉型過程中，可能出現大規模員工技能更新滯後於技術迭代速度的風險，這會導致關鍵崗位人才短缺、新產品開發受阻並影響運營效率。

**員工權益方面：**人權風險，伴隨業務全球化的快速擴張，若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）的權益保障不足，可能引發法律合規、文化衝突與人才流失風險，進而損害企業聲譽並增加運營成本。

**多元、平等及包容方面：**跨文化融合與合規管理風險，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瞭解情況，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强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：

**人才僱傭方面：**創新和提升競爭力的機遇。2025 年，本集團將人才僱傭的可持續管理提升至戰略核心，堅持組織文化向新，通過吉利汽車「產教融合」等項目，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。通過技能培訓增强人才隊伍的創新能力，本集團進一步促進智能化、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：**强化組織韌性、提升僱主品牌的機遇。本集團通過系統性地落地新版多元化政策、構建海外人力資源標準體系、落實女性領導力目標及完善殘障員工關懷等舉措，主動將風險管控轉化為管理優勢，推動本集團向更包容、更合規的全球化運營深度轉型，同時帶動合作夥伴共同提升權益標準。

**薪酬與福利方面：**人才粘性及滿意度提升的機遇。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。

### 8.1.4 指標與目標

| 指標名稱 | 目標 | 2025 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 年女性管理層（副部長及以上）占比 16% 以上 | 女性管理層（副部長及以上）占比 17% |
| 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，2025 年數字化專項培訓覆蓋 100% 關鍵崗位。<br>• 面向全員推送可持續發展相關培訓（含碳中和、ESG 相關政策等專項培訓） | • 接受電動化培訓的人數占總人數 68%，全年電動化培訓時長 2,683,580 小時<br>• 連續 3 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時長 625,255 小時<br>• 接受可持續發展相關培訓的人數占總人數 80%，全年可持續發展培訓時長 31,187 小時<br>• 公正轉型滿意度：88 分 |
| 新四化人才 | 整車研發「新四化」人才持續提升 | 整車研發「新四化」人才占比約 49%， 較 2024 年增長 7% |
| 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管理以及員工行為安全素養提升，實現職業健康向「大健康」轉變。 | • 安全目標完成率 100%<br>• 0 起因工死亡及重傷事件 |
| 員工滿意度（可持續敬業度）# | 調研目標完成率：92% | 實際完成率：92%<br>實際分數：85 分 |

# 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

本集團在運營管理中，嚴格遵守所在地勞工法律法規，並不斷優化招聘流程，堅決杜絕僱傭童工與強迫勞動，並對一切形式的歧視行為採取零容忍態度。在人才選拔中，我們始終堅持德才兼備的原則，以更好地吸引與甄選人才。

### 8.2.1 人才僱傭機制

為響應本集團業務快速發展與全球化競爭需要，進一步強化招聘戰略的統籌規劃、資源協同與專業交付能力，2025 年，我們對人才僱傭組織架構與職責進行了戰略性升級，成立了集中化、全球化、專業化的「招聘中心」 ，構建更高效、統一、具前瞻性的人才引進機制。

其中，本集團招聘中心負責主導招聘體系建設與落地實施，持續提升僱主品牌影響力與招聘體驗，同步完善相關招聘管理制度，優化招聘流程體系建設，確保招聘信息真實、合規，杜絕就業歧視和誤導性宣傳。在高端人才引進方面，我們持續深化招聘管理機制，通過強化人才市場前瞻洞察與拓展全域高精尖人才鏈接，提升對頂尖人才的吸引力和招聘質量。在國際人才招聘方面，我們大力推動海外招聘體系建設，完善國際化人才搜尋、評估與僱傭流程，確保海外人才招聘機制的公平性、專業性與全球合規性，共同構建更敏捷、精準且合規的全球人才供應鏈，以此有效支撐本集團業務轉型與國際化戰略。

為提升招聘質量與效率，2025 年，本集團對招聘流程進行智能化與全球化升級，全面應用 AI 工具實現從簡歷智能匹配、面試安排到結構化評估 AI 招聘能力全覆蓋，顯著提高人才甄選的效率與精準度。

## 8.2.2 人才招聘渠道

本集團基於全球化佈局、多品牌戰略與扎實的技術研發能力，在「人才森林」理論的指導下，積極促進「新四化」戰略轉型。我們持續推進行業大樟樹、小樹苗的引進工作，完善對戰略儲備人才的全周期管理，構建可持續發展的後備人才梯隊，並借助多元招聘渠道不斷拓展海內外人才資源，建設結構合理、高效運轉的人才隊伍。

在人才引進和僱主品牌建設方面，我們持續創新與突破人才市場分析、人才精準供給和人才入口把關等環節，通過採用「校園招聘 + 內部選聘 + 全球招聘」引進模式，做好人才規劃建設，並不斷拓展人才引進渠道，拓寬人才來源，增強人才生態的多元性與可持續性。

| | |
|---|---|
| **校園招聘** | 面向全球畢業生開展招聘，崗位覆蓋研發、動力、造型設計、碳中和、ESG 相關政策等專項培訓等多個方向，在為畢業生提供廣闊發展平台的同時，積極延攬優秀青年人才，為本集團的全球業務拓展注入新鮮血液與創新活力。 |
| **內部招聘** | 為激發組織內生動力，持續打造 「內部招聘平台」 ，配套專屬通道與輪轉機制，積極推動內部人才市場的高效運作。鼓勵員工進行跨領域、跨專業的內部有序流動，促進其多元化成長與能力拓展，實現人才在組織內部的良性生長與循環發展。 |
| **全球招聘** | 通過設立專項小組，定向引進與攻關「塔尖」及關鍵領域的高層次人才，持續夯實「人才森林」的核心競爭力。通過深入挖掘汽車智能化、網聯化、品牌營銷、智能製造及海外市場等核心價值鏈的頂尖人才潛力，持續推動人才引進向高質量高價值轉型。 |

2025 年，在聚焦關鍵核心領域中引進領軍人才 **152 人**，通過內部招聘平台成功輪轉 **206 人**，國際化人才引進 **583 人**，通過校園招聘畢業生 **3,620 人**。

## 8.2.3 戰略人才儲備

為滿足未來業務戰略對關鍵人才的需求，本集團致力於構建關鍵人才儲備與發展平台。我們針對不同類型儲備人才的特點與發展目標，系統規劃覆蓋實習生、校招新人、業務骨幹、專業人才及管理梯隊全周期的發展路徑，通過精準選拔、定向培養和資源傾斜，確保各類人才在關鍵崗位上持續釋放潛能。

### 校企合作

本集團持續推動產教深度融合，以「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」為雙核心，著力打造校企合作運營與資源平台。為全面緩解智能製造領域應用型與複合型人才短缺的結構性矛盾，我們強化校企合作與人才培養，與國內外多所知名高校建立合作關係，共同開展科研攻關與課程開發，為學生提供實踐機會與職業發展指導。

2025 年，依托「基石計劃」，我們繼續深化校企合作，全年累計向數字化、智能製造、新能源、汽車研發等八大核心業務方向輸送超過 1,700 名學生參與實習實踐，聯合高校共建課程 40 餘門，逐步構建起覆蓋汽車全產業鏈的課程與實訓體系，為人才供應鏈的可持續性奠定堅實基礎。

**推出內生型人才戰略工程「基石計劃」，積極探索產教協同**

2025 年 3 月 6 日，吉利控股集團宣佈啟動產教融合「基石計劃」，計劃未來 3 年通過與高校更深入地融合，通過如「繁星」項目、「星耀」項目、「星礫制」項目等創新人才培養項目，其中 2025 年，聚焦 8 個業務領域，啟動 9 項「基石計劃」項目，完成校企聯培 609 人。該计划目標 3 年將培育 3,000 名以上符合企業需求的應用型、高潛質人才，構建一個更具前瞻性、系統性與針對性的吉利人才森林小樹苗培養體系。

### 與高校共建國際人才培養基地，深化產教協同育人

2025 年 4 月 16 日，本集團與國際教育學院在西安製造基地舉行共建「國際人才聯合培養基地」揭牌儀式，並組織來自俄羅斯、馬爾代夫、泰國、緬甸、摩洛哥、埃塞俄比亞、馬來西亞等多個國家的 30 名留學生參與活動。此次合作依托本集團的全球產業佈局與技術創新優勢，為來華留學生搭建了產教融合實踐平台。通過組織留學生走進西安製造基地「黑燈工廠」直觀感受自動化與數字化生產，並聯動人才經營與技術部門解讀海外佈局與實習就業機會，本集團正致力於為全球產業輸送更多具備跨文化視野的複合型人才，以此推動校企協同服務於全球化人才培養。

吉利汽車「國際人才聯合培養基地」揭牌儀式

### 協同中汽協開發職業標準，提升技能人才培養效率

為解決職業技術人才的培養與職業標準滯後、碎片化、與企業實際脫節等行業共性難題，2025 年 9 月 26 日工匠日，本集團與中國汽車工業協會簽署了多項職業標準開發計劃 涵蓋《汽車製造班組管理》《智能產線運維與調試》等 4 項關鍵領域標準。相關開發工作採用「項目認領 + 協議約束 + 收益共享」的運作模式，明確各方職責，促進深度參與。通過建立由吉利汽車主導、三方協同、市場運作的標準生態，有望顯著提升人才培育效率、降低本集團用人成本、增強行業整體競爭力。

### 技能人才儲備

本集團重點聚焦核心技術領域人才佈局，圍繞主要驅動技術、組織與電子架構、超級電混、三電技術、輔助駕駛、智能座艙等七大方向強化專業人才儲備與能力提升。我們通過建設內部技能人才庫，系統儲備藍領技術力量；同時持續優化基地產能結構、提升員工待遇，多措並舉增強技術人才的穩定性和歸屬感，為本集團高質量發展提供扎實的技能人才支撐。

### 實施青年創新創業激勵計劃，探索技能人才培養新模式

2025 年 12 月，吉利控股集團宣佈啟動「青年創新創業激勵計劃」，首期將投入 5,000 萬元，未來計劃累計投入 3 億元。該計劃聚焦青年技能人才培養，計劃通過旗下企業定向招募並系統化培養具有專業特長的高中畢業生，積極探索人工智能時代新的人才培養模式，持續拓寬技能人才儲備渠道，為本集團產業升級與創新發展夯實人才基礎。

### 開拓人才儲備途徑

2025 年，本集團聚焦强化主價值鏈人才內生培養，持續創新管培生培養機制，增强人才儲備。報告期內，項目依托「訓戰結合、高管帶教、定制化輪崗與激勵」的核心模式，對 94 名管培生進行全生命周期管理。管培生項目全年共開展 7 次集中賦能，實現雙導師配置與個人發展計劃制定全覆蓋，為本集團輸送兼具實戰能力與戰略視野的未來核心中堅力量。

在產教融合上，我們圍繞「人才共育、技術共研、平台共建、生態共融」4 大方面，與高校開展了全方位、多層次的合作。

**人才共育：**啟動基石計劃，通過培育「千人千面」實用型人才，讓年輕人的天賦與熱愛和產業需求同頻共振。

**技術共研：**我們與上海交通大學、復旦大學、西安交通大學、重慶大學、香港科技大學等十餘所頂尖高校，共建高水平研發平台，聚焦產業真問題、開展技術共研，在固態電池、整車設計及先進製造技術、熱管理系統、車聯網數據、大數據與人工智能、智能網聯汽車等領域開展各項技術共研項目。

最近，我們還獲批「博士後」獨立招收資格。博士後工作科研站自 2006 年建站以來，累計招收博士後 138 人，與清華大學、浙江大學等 20 餘所知名高校建立了聯合培養機制。

**平台共建：**我們通過資源開放與共享，向合作高校全面開放先進生產與研發資源、一線營銷等作為實習實訓基地；同時，我們積極響應教育部的號召，自 2021 年項目啟動以來，吉利控股集團已與全國 180 多所高校完成立項，其中包括 77 所 985/211 高校。項目合作內容包括就業實習基地等多元化的校企合作形式，促進高校畢業生高質量充分就業。

**生態共融：**我們支持「中國大學生方程式汽車大賽」，為高校學子提供車輛技術平台與研發支持，激發年輕一代汽車工程師的創新能力。此外，我們通過校園大使機制運作，提升吉利文化和品牌傳播；每年招聘季，我們開展超百場「汽車進校園」活動，推動汽車文化與技術創新意識在年輕群體中普及。

### 海外業務人才儲備

為支持全球化戰略與業務發展，本集團啟動「國際戰狼項目」，選派經驗豐富的內部人才支援海外業務，同步開展國際化高潛人才專項培養，逐步構建可持續發展的海外人才梯隊。同時，我們重點加强複合型人才培養，强化核心技術領域的專業人才儲備與能力提升。

2025 年，通過該項目本集團已成功向海外市場輸送 15 名經驗豐富的內部人才，實現關鍵戰力的快速補充，並同步選拔了 15 名高潛人才進行國際化專項培養，以構建可持續的海外人才梯隊。

## 8.3 員工權利

為確保所有員工的合法權益得到充分保障，本集團嚴格遵守《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。

同時，我們制定了關於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；<br>• 建立和完善員工多樣化溝通渠道，加强企業文化建設、推動組織問題管理解決，引領員工價值觀，提升信賴關係；<br>• 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；<br>• 深化企業民主管理建設。 |
| 長期規劃 | • 加强人才體驗建設，提升員工全生命周期服務、發展與價值體驗；<br>• 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

本集團認真踐行聯合國全球契約倡議，重視全體員工的人權保護工作，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（如强迫勞動、債務奴役或人口販賣）以及對弱勢員工（如病假、孕期、政治或工會成員身份）的保護等方面，全面保障員工的基本人權，並不斷完善人權保障架構及管理體系。報告期內，我們未出現僱傭或使用童工及强迫勞動的行為，也不存在任何違反與僱傭、童工、强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的情況，並致力於推進工作機會和薪酬福利方面實現平等。

#### 人權保障管理體系

本集團在 ESG 工作組下設「勞工與人權工作組」，其主要職責包括：

- 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，和利益相關方對人權問題的關注和期望；
- 建立並不斷完善勞工與人權管理體系及相關運行機制與流程；
- 推動並監督各業務單位及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，建立相應的盡職調查方法與機制；
- 採取適當措施以終止、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就影響、補救措施及進展進行溝通；
- 建立並維持申訴機制及調查處理流程，確保內部相關方均瞭解其申訴權利和渠道，並為員工提供人權相關培訓。

本集團制定並發佈《行為準則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》，以及人權管理方法，通過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的發生。報告期內，我們連續開展人權相關調研工作，將人權議題相關問題融入面向全員的效能調研，並以如下調研對象：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，開展專項人權調研。

#### 人權議題識別與管理

報告期內，本集團從以下兩個維度開展了系統性人權調研與評估工作：

**面向全員**

- 我們將人權管理評價融入員工效能調研，並製作 7 種語言版本（中文、英文、西班牙文、韓文、日文、俄文、馬來文），面向全球業務範圍內 100% 員工開展；
- 2025 年我們新增開展「負責任地使用人工智能（AI）」評估，重點關注在整個 AI 開發生命周期中融入道德規範，令員工、

用戶等利益相關方公平地獲取可靠和安全的 AI；

- 2025 年我們持續開展「公正轉型」評估，重點關注員工在面對技術變革與產業轉型（如數字化、新能源轉型）等情況時，能否獲得公平的培訓與發展機會，以適應新技術和工作方式的變化，實現與企業共同轉型；
- 通過面向全體員工的人權管理評價，系統評估企業在人權管理上的成熟度及存在的差距。

**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**

- 我們依據國際人權標準，識別出易受影響的員工群體，並在該群體中隨機抽取樣本開展詳細的人權調研，覆蓋的群體包括：孕婦、少數民族 / 土著、外籍員工、農民工 / 遷徙工人、性少數者 /LGBTQ+;
- 識別對本集團員工人權情況瞭解的群體，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響應者本身及 / 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」中初步識別的潛在突出人權議題清單，並結合上述調研結果的分析，我們進一步識別出了 8 個突出人權議題及 3 個其他人權議題：

| | | |
|---|---|---|
| 禁用童工 | 杜絕强迫勞動 | 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 |

注：以上議題均是基於風險評估框架識別出的潛在風險點，本集團對任何侵犯人權的行為採取零容忍態度

本集團已在《行為準則》《人權政策聲明》《員工權益聲明》中，對突出人權議題作出相關承諾並採取應對措施。同時，我們也將持續關注其他人權議題，並將持續優化對突出人權議題的識別、盡職調查及應對機制，以最大程度地規避、減少和補救相關負面影響。

| 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；<br>• 確保勞動者入職時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；<br>• 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」。 |
| 杜絕强迫勞動 | 我們尊重國際勞工組織《强迫勞動公約》和《廢除强迫勞動公約》，所有業務杜絕强迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供貨商、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强迫勞動。 | • 所有業務杜絕强迫勞動、奴役及人口販運，並監督合作夥伴（如供貨商、招聘中介）的相關行為；<br>• 禁止在提供就業機會時使用誤導或欺詐方法；<br>• 不得向求職者和員工收取招聘或相關費用；<br>• 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；<br>• 禁止侮辱、體罰、毆打、非法搜查和拘禁員工；<br>• 禁止以暴力、威脅或非法限制人身自由的手段强迫勞動。 |
| 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，企業提供必要的防護措施；<br>• 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」。 |

| 突出人權議題 | 承諾 | 應對措施 |
| --- | --- | --- |
| 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；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 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；<br>• 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。<br><br>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，從而實現與企業一起過渡轉型（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；<br>• 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；<br>• 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 員工賦能」。 |

## 人權監測與保障

### 人權保障有效性監測機制

本集團制定並實施《員工權益聲明》《人權政策聲明》《行為準則》及《吉利供應商行為準則》，2025 年，我們制定與發佈《員工多元化政策》，並面向全員開展多元化培訓，强化員工多元化意識。我們明確規定，任何單位或個人均有權對違反勞動人權的行為進行舉報。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。責任部門對接收的所有舉報和投訴事項進行統一登記，並依規啟動調查程序。最終處理意見需經過至少三方聯合審議，以確保處理過程的公正透明。

為持續評估和改善人權保護機制，我們面向全體員工以及面向易受影響的員工群體，連續三年開展人權調研。通過調研員工當前申訴渠道的評價反饋（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），我們持續改善申訴渠道、申訴處理及補救計劃，以提升其有效性。

調研結果顯示，全體員工普遍認為本集團提供了申訴渠道如迴響社區，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重點人權議題的預防與改善舉措：

- 針對員工的工作環境與體驗問題，本集團推行合辦公模式試點、實施常態化輪崗與內部共享機制等從工作模式、管理導向、薪酬激勵和發展路徑等多維度協同發力，實現對員工工作負荷與體驗的優化。
- 隨著全球化進程加速，海外屬地化運營中的人權合規深度及主動風險管理能力仍需加强。2025 年，我們重點强化海外合規運營管理，為 9 個海外國家輸出本地化的《合規用工指導手冊》、勞動合同及員工手冊，將反歧視、反强迫勞動等核心人權承諾深度嵌入屬地化管理的制度文本。2026 年我們計劃聚焦系統性建立「海外人力合規風險體系」，人權保障工作從被動向主動進化，即從「合規響應」升級為「風險預見與管理」，從而有效管控全球運營中的勞工權益風險。

### 申訴程序與渠道

本集團以對話和調解為基礎，制定了正當、無障礙、公平、透明的申訴程序，對任何侵犯基本人權的事件持零容忍態度。在面對歧視、騷擾或其他不正當、不公平對待時，我們鼓勵員工及時提出申訴，其中已在《行為準則》及《舉報政策》中明確列出申訴與舉報渠道（包括：電話及郵箱）。同時，我們搭建面向全體員工的意見徵集與線上溝通平台「迴響社區」，並開通幹部監察郵箱等多種申訴與舉報途徑，以拓寬員工反饋渠道。

「迴響社區」平台通過設置「迴響精靈」角色對接相關業務負責人，每月組織召開迴響月會，分享改善案例及相關經驗，以確保員工的聲音 [VOE] (Voice of Employee) 能夠在 **24 小時內**得到回應，並在 **72 小時內**獲得實質性解答。2025 年，我們共收到 VOE 超 **2.2 萬件**，年平均 **72 小時**解答率達 **98%**。

### 舉報人保護

本集團重視申訴與舉報處理程序的獨立性與保密性，承諾對舉報人及舉報內容嚴格保密，以切實保障舉報人的安全與權益。為避免其因提出投訴、申訴或舉報而遭受利益相關方的報復，保護員工的隱私安全，我們在員工發聲平台同時提供實名與匿名兩種選項，供員工依據自身情況自主選擇表達方式。

## 補救機制

本集團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；同時，我們承諾不限制受影響方尋求其他合法補救途徑的權利。為提升管理層對人權議題的理解與重視，我們持續開展針對性培訓與倡導活動，並將人權理念融入領導力發展項目。

我們建立了針對人權相關投訴的獨立調查流程，並跟進所採取的懲戒與輔導措施和其執行情況。此外，我們亦定期審視和優化內部管理機制與相關補償措施，確保相關管理機制的有效運作。在適當情形下，我們承諾與供應商及其他夥伴合作，共同處理和補救與本集團運營、產品或服務直接關聯的不利影響。

## 8.3.2 多元化、平等與包容

本集團致力於為員工創造包容、平等和多元化的工作環境，並由專門的人才管理部負責制定員工多樣性、平等與包容相關制度與標準、企業文化建設、員工權益保障及爭議處理等相關工作，旨在人才「選、用、育、留」的全流程中落實平等、多元與包容理念，構建機會平等、尊重差異的環境。

我們明確承諾在招聘、團隊配置、晉升與薪酬等關鍵環節為所有員工提供公平機會，堅決禁止所有基於性別、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而產生的任何形式的歧視。報告期內，我們完成了《員工多元化政策》的更新，並以體系化、標準化為核心推進多元化平等與包容管理體系建設，升級管理制度，形成可快速複製的海外人力資源「T 模式」。

在日常運營中，我們注重營造尊重不同意見、觀點和宗教信仰的工作環境氛圍，將多元化理念融入各環節。在勞動文書及員工告知文件中，我們明確强調尊重每一位員工，並為所有員工提供公平的發展平台和機會。我們特別關注並支持婦女、兒童、移徙工人、殘障人士以及原住民 / 土著的權益，嚴格遵守相關國際公約與標準。面向全球化發展遠景，我們計劃推廣並應用國內積累的經驗與合規框架至全球運營範圍，實現多元化管理理念的全球一致性與本地化融合。

## 多元化管理機制

2025 年，本集團在多項多元化員工關愛方面實現了從原則保障到系統運營的升級：

### 女性員工管理

我們高度重視女性職工群體，並在運營中保障女性員工權益，發佈並簽訂《女職工權益保護專項協議》《「雙愛」共同約定書》，為女性員工提供平等的發展平台，注重培養女性領導力；同時保障女性職工依法享有孕產期休假和哺乳假等福利。在吉利大健康平台上定期推送並開展關愛女性健康的系列活動。

2025 年，我們提供多項孕產期員工便利服務，包括全面落實產檢假與產假等法定假期，保障生育待遇與崗位保留，以實際舉措切實營造包容與安全的工作環境。

關鍵績效

2025 年，我們組織開展 3 期女性領導力賦能沙龍，覆蓋杭州區域 **4 家**業務單位；發佈 **3 期**女性榜樣力量傳播視頻及推文

### 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；持續完善現有殘障員工安置和幫扶管理相關工作；主動關心殘障員工的日常生活；並積極維護殘疾人就業崗位長期穩定。

關鍵績效

報告期內，我們依法足額繳納殘疾人就業保障金，確保嚴格遵循國家相關法規要求

2025 年，我們共僱傭殘障人士（持殘疾人證）**10 人**

### 少數民族員工管理

我們注重關心少數民族員工，尊重其民族宗教信仰和風俗習慣，並在日常生活中給予相應支持。

關鍵績效

截至報告期末，我們僱傭少數民族員工 **4,016 人**

### 外籍員工管理

我們尊重不同文化背景員工的宗教信仰、傳統節日及風俗習慣，積極開展跨文化融合活動，注重營造包容性的企業文化氛圍。通過《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》等制度的制定，切實保障外籍員工的合法權益，並明確面向外籍員工的安居支持、子女教育、保險保障、假期安排、探親福利等多項關愛措施。

關鍵績效

截至報告期末，我們共聘用外籍員工 **1,878 人**

### 全球化團隊管理

針對全球化團隊，我們創新開發了「通用 + 定制」相結合的「T 模式」跨文化融合雙語課程，涵蓋《產品介紹》《業務介紹》《為了一個美麗的追求》《高效溝通與匯報》《解碼吉利工作文化》《屬地文化大觀》《屬地法律法規》等內容，並通過線上平台在全球範圍內推廣，有效提升海外團隊的協作效率與文化認同感，推動多元文化政策的落地與價值轉化。

關鍵績效

截至報告期末，我們共有派遣海外的員工 **191 人**

## 同工同酬管理

本集團堅持男女員工權利與機會平等的基本原則，尤其在薪酬待遇方面，我們嚴格奉行男女同工同酬，確保所有員工不因性別差異而影響其崗位報酬的合理性與公平性。為消除任何潛在的性別薪酬差距，我們建立並實施了一套透明的薪酬體系和評估標準，並定期開展薪酬審查工作，致力於使每位員工在貢獻與回報之間獲得應有的尊重與價值。

## 女性領導力培養

本集團關注女性員工的職業成長與能力建設，我們策劃並實施涵蓋職業技能與領導力的體系化培訓及專項發展項目，致力於拓寬女性員工的晉升通道。我們積極鼓勵並支持女性員工參與本集團各層級的決策過程，推動提升管理層中性別的多樣性。

在關鍵人才儲備方面，為拓寬未來女性領導者的來源，本集團通過確保高潛人才庫（如「樟樹計劃」）中女性幹部的占比，加强對女性高潛人才的識別與培養。同時，我們綜合構建從人才招聘、發展到晉升的全周期管理體系，從校園招聘的入口環節保障性別多樣性，將性別多樣性轉化為組織的創新動能與領導力優勢。

2025 年，本集團延續並深化女性員工賦能與支持工作，從系統化能力提升與能量激發，全方位支持女性員工職業成長與生活平衡。為此，我們舉辦系列化的「她力量」能量沙龍，主題涵蓋職業發展、心理健康、家庭關係、個人成長等多個維度，幫助女性員工在職場與家庭中持續獲得能量，保持積極發展態勢。

### 以女性工匠示範引領，賦能一線人才成長

2025 年 7 月，由全國總工會女職工委員會、陝西省總工會女職工委員會等單位舉辦的「巾幗勞模工匠助企行」活動走進本集團西安基地。全國勞動模範、大國工匠深入生產一線，在焊裝車間與本集團優秀一線員工結對簽訂「師帶徒」協議，圍繞焊接技術提升、生產難題解決及職業規劃開展現場指導，並就焊接機器人、檢測及編程等技能方向提供針對性建議。通過引入高技能女性人才開展經驗傳承，本集團進一步發揮女性先進典型的示範帶動作用，支持一線員工技能提升與職業成長，持續激發多元人才發展活力。

## 推進文化共融

我們尊重不同國家和地區的文化差異，致力於推動多元文化團隊的溝通協作與跨文化融合。為有效支持國際化人才的全球流動，我們已構建覆蓋全集團的全球派遣體系，建立兼具競爭力、公平性和合理性的派遣保障機制。

2025 年，我們發佈了《員工多元化政策》，並採取長效機制結合專項活動的方式，通過高效地管控與檢查形成閉環管理，為推進文化共融提供和諧穩定的文化土壤。同時，我們極力倡導「反歧視、反騷擾、反霸凌」，積極開展此主題的宣傳教育活動，並結合員工關愛日等活動强化文化滲透，進一步營造包容共融的組織氛圍。

2026 年，我們計劃在現有基礎上推動多元化與平等政策的深入落地，確保「多元、平等、尊重」全面融入各業務單元和團隊的日常運營。為實現該目標，我們將重點識別並應對在深度整合過程中出現的新挑戰，持續提升全球團隊的協同效能與文化凝聚力。本集團將繼續貫徹「共融發展」戰略，並據此制定專項規劃，致力於提升女性管理層比例，同時設定覆蓋全體女性員工的發展目標。具體目標與後續推進措施，將在後續進一步披露。

女性員工占比 **19%**（2024 年：18%）

女性中層人員占比 **12%**（2024 年：12%）

女性高層人員占比 **12%**（2024 年：13%）

女性管理層比例（副部長及以上級別）**17%**（2024 年：14%）

擔任創收職位（如銷售）的女性員工占比 **34%**（2024 年：33%）

擔任 STEM 相關職位（如研發、技術、工程）的女性員工占比 **16%**（2024 年：15%）

## 8.3.3 民主溝通

本集團嚴格遵守運營所在地的法律法規，積極推進民主溝通與管理，尊重員工依法自由結社（如工會）和集體協商的權利，並保障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任何形式的歧視、騷擾、脅迫或報復。

為有效保障員工的知情權、參與權、表達權、監督權，我們制定並實施《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》，持續優化以廠務公開和職工代表大會為核心的民主管理機制，在尊重員工的各項權益的基礎上，主動與工會就重大制度的修訂相關問題開展積極協商，持續增強員工在重大事項中的參與和監督作用，推動構建透明、包容、高效的組織溝通生態。

在涉及員工切身利益的重要事項，如勞動紀律、考勤與績效制度調整以及本集團重大運營變更等方面，我們堅持通過集體協商機制，組織各相關部門與工會共同商討決定。本集團至少每三年開展一次集體協商，切實維護員工權益和權利，並借此推動制度完善、問題解決與管理提升。

為拓展溝通渠道，我們定期組織員工大會、座談會等多種形式的交流活動，幫助員工及時追蹤本集團的發展動態。同時，我們設立董事長信箱、工會主席信箱以及各業務單位總經理信箱，創建網絡公開平台，運營包括「心通道」「樹洞」「對話營銷」等特色頻道，為員工提供多樣化、便捷化的意見表達與反饋途徑。

此外，我們主動引導員工關注企業運營動態信息，及時響應員工的合理訴求與建議，不斷强化雙向溝通機制，營造開放、互信的組織氛圍。

### 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以及與員工切身利益相關的重要事項，例如工資集體協商、集體合同的簽訂等。

### 員工溝通會議

通過全集團中期、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，以促進信息透明化和民主管理進程。

### 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，方便員工通過信箱直接向本集團領導反映其意見、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人事任免、制度發佈等相關公開信息，並可在收集軟件「迴響社區」上發表意見、參與討論。

**迴響社區 - 管理之聲**

2025 年，我們鞏固並拓展了「迴響社區」等多維平台，確保員工聲音能夠直達管理層。

**元動力工程**

元動力工程堅持「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。2025 年，我們進一步深化「元動力工程」建設，積極舉辦了多樣的跨文化節慶活動與文化融合活動，有效促進海內外員工之間的理解與協同，將多元化團隊優勢切實轉化為組織的創新活力與凝聚力，並通過員工發聲平台、提案改善等途徑，將員工的思考與建議有效轉化為企業發展動力，以元動力推動經營升級。

**100%** 中國內地員工參加工會，集體合同簽訂覆蓋率達 **100%**。

「迴響社區」於 2025 年，共收到有效問題帖 **22,052 項**，問題已得到全部解決，整體響應率 **98%**，及時回應了員工在日常工作中遇到的各類問題。

### 8.3.4 員工滿意度

本集團制定並遵循《員工滿意度調查管理規定》，持續 11 年通過年度效能調研監測員工體驗。2025 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。員工滿意度（可持續敬業度）調研覆蓋包括：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、負責任地使用 AI 等多個維度。調研結果顯示，完成率 92%，為持續的員工滿意度改進工作提供了扎實的數據基礎。

基於系統性開展調研工作，我們針對「工作本身、績效改進和培訓發展」三大關鍵方向，組織完成了 5 次跨部門的深度解碼與共創，並推動各業務單位輸出具體的改善報告與閉環行動計劃，持續提升員工可持續敬業度。2025 年本集團員工滿意度（可持續敬業度）達 85 分（較 2024 年提高 1 分）。

效能調研實際完成率 **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 **85 分**（2024 年：84 分）

吉利汽車在僱主品牌建設與人才管理策略領域持續深耕，獲得了眾多外部權威機構的高度認可。我們憑藉社會招聘和校園招聘兩大項目，整合線上平台與線下活動、校內培育與校外連接等多重渠道，廣泛推廣僱主品牌文化，有效助推了本集團向「科技型」僱主品牌形象的高效轉型。2025 年，吉利控股集團在多家主流招聘平台及專業機構評選中屢獲殊榮，包括中國人力資源天狼星獎、全球化企業最佳僱主品牌獎、領英「全球人才吸引力僱主」、獵聘「年度非凡僱主」、脈脈「年度職得去僱主」、智聯招聘「中國年度最佳僱主」、牛客「NFuture 最具社會責任校招僱主」及「NFuture AI 招聘實踐先鋒獎」等多項榮譽。未來，我們會繼續塑造僱主品牌形象，不斷提升品牌美譽度，贏得社會及優秀人才的認可與信賴。

## 8.4 員工薪酬與福利

為給予員工公平合理的薪酬和福利待遇，本集團嚴格遵守適用的法律法規，並結合當地市場條件與生活水平，定期回顧並更新《薪酬管理制度》《福利管理制度》及《長期激勵管理辦法》等相關政策，確保管理制度合法、合規，適應實際需要。

在薪酬支付方面，我們確保所有員工薪酬不低於國家及當地制定的最低工資標準，依法提供法定帶薪休假、生育津貼等福利。同時，我們嚴格執行國家有關假期政策，保障員工充分享有年假、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，在工資單中清晰列明所有合法扣除項，確保薪酬支付的公正透明。

在薪酬制定方面，我們綜合考量員工的崗位價值、能力水平、績效表現及內外部公平性等因素，使每位員工獲得具有市場競爭力的報酬與全面福利保障。此外，吉利汽車持續關注外部薪酬福利動態，為及時掌握行業優秀實踐，每年定期參與美世、怡安等專業諮詢機構組織的薪酬調研發佈會，以保持薪酬體系的競爭力和前瞻性。

### 8.4.1 薪酬與績效管理機制

我們為各業務部門制定了差異化的薪酬組合方案，構建了覆蓋全員、以工資增長和績效激勵為核心的薪酬體系。在激勵方式上，我們採用期權、股權等多種中長期工具支持員工收入穩步增長。自 2021 年起，我們滾動實施長期股權激勵計劃，截至報告期，已累計覆蓋超 2 萬人。同時，我們持續完善差異化員工激勵與關懷機制，為不同員工群體提供更具針對性的激勵支持。針對內部員工，我們聚焦核心業務及關鍵崗位，開展績優及關鍵人才年度薪酬調整，激勵員工持續提升績效表現；針對新入職核心員工實施股權激勵安排，增強員工與企業利益凝聚，激發長期奮鬥動力；針對應屆畢業生，我們提供年休假、體檢報銷及行李托運費報銷等福利，提升員工歸屬感與融入感。2025 年，我們增設了即時激勵獎金池，並對超過 200 人實施了一次期權激勵。未來，我們將根據經營情況，動態、有節奏地實施長期激勵計劃，並適當擴大對晉升人員和績優員工的激勵範圍。

此外，本集團建立了統一的技能人才薪酬體系，以吸引、激勵和留任優秀技能管理人才，並通過持續升級各業務單元及經營體的獎勵機制，充分激發組織創新活力與員工主動性。在薪酬激勵方面，本集團以變革薪酬激勵體系為年度重點，著力完善長期激勵的歸屬機制，系統識別「價值創造、評估、分配」各環節的關鍵問題，並運用變革思維確定改善方向與提升方案。

在績效管理方面，本集團全員參與了目標管理類考核，為每位員工設定清晰、可衡量、可追蹤的目標。我們全面推行「雙百」評價體系：以百分制業績貢獻評價與百分制能力發展評價，應用於績效、晉升及獎金管理，兼顧業績成果與員工能力成長。

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 **201%**（2024：193%）和 **241%**（2024：201%）

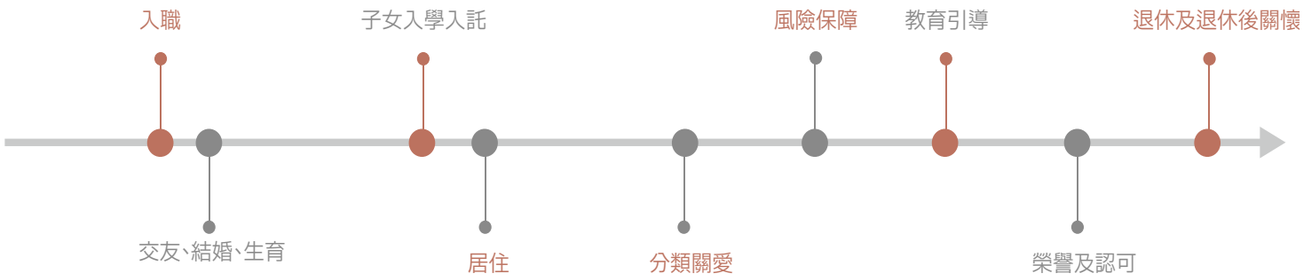
員工參與目標管理類考核比 **100%**

## 8.4.2 員工關愛

本集團將員工福祉作為日常運營管理的重點，致力於創建充滿歸屬感和幸福感的工作環境。我們建立了覆蓋員工入職、在職、離職至退休全職業發展周期的關懷體系，提供全面且個性化的支持，確保員工在每一階段都能獲得應有的關注與幫助。通過關愛激勵、職工互助和教育援助等制度，我們穩步落實對員工婚育生日祝賀、傷病住院探望、困難家庭幫扶、身亡喪葬撫恤以及進步義舉等多元的關懷舉措。另外，我們著重關注不同員工群體及其家屬的各項需求，面向退休員工、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群體，針對性開展專項慰問與關愛活動。

圍繞制度保障、體系深化與健康管理前移三大維度，本集團深度落實員工關懷工作。通過制定《員工關愛互助實施規定》，本集團明確了員工祝福類（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）以及激勵類（學歷、職稱及技能提升等）等多樣化關愛舉措的標準要求。同時，我們編制並推行《員工關愛手冊》，覆蓋員工生活、健康、成長等多方面內容，持續改善員工的辦公和生活條件，積極開展各類企業文化活動，全面提升員工歸屬感。

2025 年，本集團秉持「以人為本」的理念，以增强員工歸屬感、幸福感與團隊凝聚力為目標，持續完善員工關愛體系。在組織文化與榮譽激勵方面，本集團重點强化對「奮鬥者」與「勝利者」的認可與激勵。通過實施《榮譽獎項評優管理辦法》，建立常態化、規範化的表彰機制，設定明確的獎項覆蓋與評選頻次目標，榮譽體系有效觸達並激勵各層級、各業務單元的優秀代表。此外，我們及時響應國家政策，更新《異動管理制度》、《考勤管理制度》，確保員工法定權益及時轉化為企業內部的制度保障，為員工提供生活、健康、成長等多方面、系統化、標準化的支持，努力營造有溫度、有成就感的職場環境。




| | |
|---|---|
| **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面的商業保險福利保障，涵蓋團體意外保險、疾病身故保險、重大疾病保險及補充醫療保險等； |
| | 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並提供財務援助； |
| | 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；舉辦幼兒暑期托管班，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。 |

本集團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%**

員工帶薪休婚假人數：**1,295 人**

員工帶薪休陪產假 / 護理假人數：**1,171 人**

員工帶薪休產假人數：**507 人**

報告期內，本集團積極促成關愛理念到實際行動的轉化。在福利保障上，我們不斷完善多樣化福利體系，為員工提供季度、節假日及生日、心理援助計劃（EAP）等多維度支持。2025 年，我們精準響應員工需求，完成對基地員工宿舍的改造，改善員工的居住條件。在關愛活動方面，我們持續組織開展趣味運動會、迎春晚會、歌手大賽、乒乓球賽等文體活動，幫助員工平衡工作與生活，營造溫馨團結的工作氛圍。

## 8.5 員工培訓與發展

本集團以「共榮發展」為核心理念，以企業發展戰略和員工成長需求為基礎，從 「數字化、多元化、全面化」 三個維度系統推進人才培養，不斷優化各級人才培養體系，致力於打造可持續的高質量人才隊伍。我們持續優化培訓內容、人才培養項目及職業晉升通道，並幫助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平轉型。

### 8.5.1 員工培訓

本集團致力於構建覆蓋全員（包括正式員工、兼職或臨時員工等）、貫穿職業生涯的綜合性培養體系，打通人才晉升通道，為員工提供多層次、多角度、多方向的發展路徑。通過落地一系列專項培訓，我們為員工搭建了多元化發展平台，充分激發其積極性與創造力，在幫助其實現自我價值的同時，也增強我們在行業公正轉型過程中的核心競爭能力。

伴隨「智能吉利 2025」戰略落地完成，本集團對吉利汽車專業能力建設的最高指導機構——「各族群職業發展專業委員會」的核心職責進行了調整。該委員會現負責統籌規劃各專業領域的發展方向與人員職業通道，審批任職資格標準與學習地圖，審定層級三及以上人員的任職資格，並指導專家庫與分委會建設，識別與挖掘各領域專業人才，有效推進本集團價值創新戰略使命的實現。

為保障培養體系有效運行，我們制定並實施了《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》及《師課管理辦法》等一系列制度文件，實行了「星火計劃」等專項項目，確保人才培養目標的達成與衡量；同時發佈了人才跨地區輪轉政策，鼓勵員工跨領域、跨崗位流動，旨在拓寬其工作技能，打造複合型人才。上述制度共同構成了從培訓流程、技能提升到人才梯隊建設與內部流動的完整且規範的管理框架，以此確保人才培養工作緊密契合崗位需求與業務發展方向，更為新能源、智能化、數字化等關鍵領域在公正轉型方面，儲備堅實的人才力量。本集團持續開展全員培訓滿意度調查，並依據反饋不斷優化培訓內容與形式。報告期內，員工培訓滿意度達 82 分。

我們主要依托於「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」，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。

2025 年，為支撐本集團全球化與智能化戰略，我們聚焦複合型專業人才、國際化人才及數智化人才等關鍵隊伍，對培訓與發

展體系進行系統性升級，重要成果包括成功整合推出吉利汽車首個自研全球化培訓系統，實現海內外員工培訓與銷售培訓系統的三合一。同時，我們持續精進領導力培養，通過實施一系列項目，不斷提升管理者的戰略思維、決策能力和團隊管理水平，為企業的長遠發展奠定堅實基礎。

| | |
|---|---|
| **新員工培訓** | • 新入職員工：為促進新員工快速融入，我們通過「追夢計劃」與「大雁集訓」幫助新員工快速瞭解組織和企業文化；<br>• 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；<br>• 新轉崗的專業和技術人員：强制實施上崗前崗位技能培訓，確保轉崗勝任力與平穩過渡。 |
| **在崗員工培訓** | • 全員賦能：面向全員組織 24 場《看見》《洞見》《遇見》全員賦能，涵蓋產品、技術、戰略、文化等；<br>• 資格評定：開展員工任職資格評定工作；<br>• 主題月活動：開展關於「安全月」「合規月」等各類主題活動。 |
| **技能員工培訓** | • 技能員工全生命周期發展體系：構建技能員工「適應期、成長期、發展期、賦能期」全生命周期發展體系；<br>• 新技能員工：開展定向班、夏令營、工匠進校園等項目。 |
| **幹部培訓** | • 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；<br>• 複合型幹部培養：開發幹部領導力、經營力與專業力的戰略必修課，針對新晉幹部、高潛幹部、在崗幹部開展一系列培訓項目，如面向新晉幹部的「轉身計劃」，高潛幹部培養的「樟樹計劃」以及在崗幹部的「航計劃」，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；系統化提升幹部的戰略思維與實戰能力；<br>• 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。 |
| **派遣海外員工培訓** | • 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，强化語言能力，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 **71 小時**
- 投入培訓資金共 **4,026.52 萬元**，平均用於每名員工的培訓金額為 **561 元**
- **100%** 員工參與健康安全培訓，培訓總時數：**1,362,392 小時**
- 面向 **100%** 員工開展可持續發展相關培訓，培訓總時數：**31,187 小時**

## 8.5.2 員工賦能

本集團視公正轉型與學歷資歷的提升為企業可持續發展的重要內生動力。我們持續優化人才培養機制，推動各類人才項目落地，助力員工實現自我成長，更有力推動企業戰略轉型，為本集團可持續發展構築長期的競爭優勢。

### 賦能員工公正轉型

我們始終重視保障員工權益，尤其關注原燃油車業務相關人員在新能源戰略轉型中的平穩過渡，為其提供專項轉型培訓及轉崗支持，幫助員工順利適應新能源汽車產業的新崗位需求。為積極應對汽車行業「新四化」帶來的技術變革，2025 年，我們持續深化「四化一新」培養機制，為本集團的人力資源戰略發展提供有力支持。

同時，為全面評估員工在快速變化環境中的適應能力與發展需求，我們持續將公正轉型相關議題加入效能調研，以深入瞭解當員工面臨技術革新、產業轉型等挑戰，他們的準備情況和具體需求，並據此制定更具精準的培訓和發展方案。

2025 年，員工公正轉型滿意度達到 88 分，與 2024 年結果一致，保持較高水平。調研反饋顯示，在當前公正轉型賦能機制推動下，員工的忠誠度和自豪感均實現顯著提升。

## 吉利汽車「四化一新」人才培養機制

| | |
|---|---|
| 新四化人才 | 重點優化關鍵研發領域的人才結構，外部引進人才，在輔助駕駛、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「管培生」；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。<br><br>**關鍵績效：**2025 年，吉利汽車「新四化」人才占比約 49%，較 2024 年增長 7%。 |
| 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，為吉利汽車全球化發展夯實一支兼具專業能力與綜合視野的內生型人才梯隊；<br>• 圍繞出海戰略需求，我們結合區域化佈局模式，在屬地當地尋找互利共贏的合作夥伴並建設當地公益生態，以增强海外業務與當地社會發展的協同程度；<br>• 由人力資源部門建立成熟的出海業務機制並牽頭組建跨部門項目團隊，以團隊化方式進入海外市場，為海外業務穩妥推進提供系統性支撐；<br>• 採取集牽引、體驗、引導、推廣為一體的全流程場景化人才培養策略，促進人才能力成長。<br><br>**關鍵績效：**2025 年，已成功引進國際化人才 583 名，向海外市場輸送經驗豐富的內部人才 15 名，並同步選拔了 15 名高潛人才進行國際化專項培養。 |
| 年輕化人才 | 在輔助駕駛、座艙、產品研發營銷等方面，增加年輕幹部的儲備，大膽任用年輕幹部，加速組織能力煥新，在增强隊伍凝聚力的同時，將年輕人喜愛的元素融入產品功能及營銷領域。<br><br>**關鍵績效：**2025 年，持續踐行培育「小樹苗」計劃，吸納應屆畢業生就業人數 3,620 名；提升對大雁管培生的招聘選拔標準，對 94 名管培生進行全生命周期培養，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，2025 年幹部梯隊建設完成率達 75%。 |
| 數智化人才 | • 成立一級部門 iDD（智能發展部），隸屬於數智化中心，具備明確的權責與資源配置職能，將數智化能力建設由跨部門協作的「液態」模式轉變為戰略實體組織；<br>• 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；<br>• 面向全員普及推廣 AI 產品，加深員工對數智化理念與運用的理解，開展全員數字化能力培訓，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；<br>• 建立營銷數字人才成長檔案和營銷數字化師課資源庫。<br><br>**關鍵績效：**2025 年，本集團推出幾十款 AI 化辦公工具，為包括人力資源、供應鏈、銷售、運營的各領域賦能，在提升員工 AI 技能的同時，也顯著提高了工作效率；同年 6 月，本集團成功舉辦 AI 創新大賽，聚焦 AI+ 車載研發、AI+ 企業效能及 AI+ 服務體驗三大領域，累計收到 125 个項目提報，並由 deepseek 小智整理形成 AI 實踐案例 10 餘例，有效激活「AI+」全場景應用。 |
| 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，推動組織能力建設與業務發展節奏保持協同，支持轉型過程中體系運行的穩定性。 |

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：**2,683,580 小時**；數字化培訓總時數：**625,255 小時**

### 支持員工學歷提升

我們將員工個人發展置於重要位置，積極鼓勵並支持員工在職期間參與高層次繼續教育、職業資格認證或專業職稱評定。我們致力於為員工持續改善人才發展的環境和基礎，調動員工持續學習的熱情和主觀能動性，有效提升他們的綜合素質，積極支持本集團和員工個人攜手成長。

依托吉利控股集團的教育資源，吉利汽車持續推動內部學位與學歷提升（非教育部認可學位學歷）。我們根據吉利控股集團制定的《產教協同工作管理辦法（2024 版）》，秉持開放、共享、統一的原則，持續完善與吉利控股集團內部教育資源的協同機制，並繼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。其中，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。

2025 年，我們依托「基石計劃」等校企合作和內部認證項目，不斷拓寬職業技能等級認定通道；憑藉已獲得的行業職稱自主評審授權，為專業技術人員開闢了更便捷、更對口的職業發展路徑；同時通過政策激勵與經費支持，鼓勵員工參與提升各項計劃，在實現員工個人能力升級之外，助推本集團向「智能吉利 2025」轉型。

截至 2025 年底，累計：
研究生及博士生招生比例：**70%**
培養歷屆「十大工匠」：**74 人**，首席工匠：**8 人**
獲得汽車行業高級職稱員工：**836 人**

## 8.5.3 員工發展

為了更好地培養和保留人才，本集團為員工設計了包括管理通道、專業通道和技能通道在內的多元化職業發展路徑，並針對管理幹部、專業人才和技能人才設置相應的上升階梯。同時，通過建立高潛人才池、崗位競聘和活力輪轉等機制，我們構建完善的職業發展體系，持續提升人才梯隊的綜合實力。

為支持員工實現跨領域、跨專業的多元化職業發展，本集團設有專門的內部招聘信息平台，並建立了高效的人才流動機制。2025 年，我們對「內部招聘平台」進行全面升級，更好地響應員工個人成長與價值實現的需求，也為內部人才發展創造了更廣闊的空間。

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，我們通過建立職業發展定期跟蹤、評估與反饋機制，全程跟進員工職業發展的路徑，支持每一位員工獲得透明、公平的晉升機會。

此外，本集團重視核心人才保留，聚焦降低技術與管理人員流失率，逐步建立包含激勵、發展、文化及法律保障在內的全方位留任機制。通過「集團規劃、業務落地、實踐共享」的三層聯動機制，我們系統性提升組織韌性，為核心人才提供可持續的發展環境。

2025 年，在員工發展方面，我們重點推進了以下舉措，並取得積極進展：

- **「三個人才」工程：**為規模化培養懂產品、懂技術、懂服務的複合型後備人才隊伍，本集團啟動以場景化、複合型、國際化人才為核心的「三個人才」工程，組建由管理特戰隊、專業特戰隊和項目特戰隊構成的戰略人才特戰隊，以支撐向新能源與智能化方向的公正轉型。

「三個人才」工程定義

| | |
|---|---|
| 管理特戰隊 | 以崗位畫像為依據，建立全面的幹部評估體系，並通過複合型培養與輪崗歷練，持續升級針對性培養方案，重點加强高潛人員在關鍵領域的實戰經驗，鍛煉其跨領域勝任力，以培養能帶領團隊達成目標的領軍人才，實現規模化人才引領轉型的目標；<br>同時，建立滿任期培養及賦能機制，支持幹部能力的持續進階；<br>引入高級別戰略性崗位儲備人才，加速戰略目標的快速達成與落地，並為內部帶來行業前瞻視野。 |
| 專業特戰隊 | 旨在為研、產、供、銷等核心業務單位提供複合型人才培養平台；<br>開展核心領域定向輪換，打破部門壁壘，强化業務協同，促進技術團隊瞭解市場需求，助力銷售團隊讀懂產品邏輯，系統提升全業務流程的綜合能力。 |
| 項目特戰隊 | 聚焦關鍵任務，實現人才的快速调配；<br>通過兼崗、借調等方式，構建「決策 - 驅動 - 攻堅」三級協同機制，保障項目啟動時人員及時就位；<br>規範人員選用、退出與評價機制，確保工作有序開展，並在實踐中快速識別、選拔具備快速響應、扎實執行與持續取勝能力的優秀人才，充分肯定其價值貢獻。 |

• **高技能人才培養：**我們通過持續賦能工匠與大師，大力支持技能人才成長，充分發揮技術領軍人才的專業價值，培養技能、專業與管理多路徑並行發展的高技能人才。報告期內，本集團已經成立 62 個集團級技能大師工作室（大師級別涵蓋：區級、市級以及國家級）。

踐行「人人是人才、人人可成才」的理念，落實《台州宣言》提出的戰略人才目標，我們構建了穩定、可持續的內部人才培養與向上流動的機制。吉利汽車每年結合業務發展需求與人才盤點結果，動態設定及調整各層級關鍵崗位的繼任準備度目標與內部晉升比例，以保障關鍵崗位後備人選的充足與適配度，實現有競爭力比例的內部晉升，持續激活「人才森林」的內生動力，保持人才隊伍的活力與競爭性。2025 年，圍繞該目標，我們建立了層級分明、覆蓋完整的繼任計劃，並通過「樟樹計劃」等專項項目持續推進，保障了人才隊伍的持續成長和有序接替。

員工繼任計劃

| | |
|---|---|
| 樹冠層 | **高層儲備**<br>針對具備引領組織突破潛力的高層儲備人才，培養聚焦於戰略規劃、行業前瞻與全域視野。 |
| 樹幹層 | **中高層儲備**<br>針對承上啟下的中高層儲備幹部，重點錘煉其核心管理、團隊領導與業務經營能力。 |
| 深根層 | **中層儲備**<br>針對中層儲備人才，著力於深化專業能力、文化認同與管理基礎素養。 |

報告期內，本集團未發生任何形式的規模性與員工罷工事件。我們未來將持續優化員工的職業發展、薪酬激勵與工作環境，以提升整體員工保留率，構建更穩健、可持續的組織能力。

2025 年績效：

由內部候選人填補職位空缺的人數 **1,083 人**，通過內部招聘通道填補職位空缺的占比為 **18%**

正式員工平均流失率 **1.8%**（2024 年：1.4%）

注：正式員工平均流失率 = 本年度正式員工離職總數 /（上一年末的正式員工人數 + 本年度新聘正式員工人數）/ 12 個月；其中，正式員工離職人數包含主動離職和被動離職。

## 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

**安全管理架構**

**首席安全官（CSO）**

全面統籌本集團的職業健康安全管理工作，牽頭制定並監督全集團職業健康與目標的落地實施，定期組織複盤目標達成情況，並向本集團高層及相關監管部門匯報。

**安全生產委員會**

各基地均成立安全生產委員會，各基地總經理擔任安委會主任，委員會內納入工會代表和員工代表，共同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 - 法務合規中心**

法務合規中心負責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、體系標準建設與支持服務等工作；設立安全環保部（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有模塊負責人及專業工程師。

**子公司 - 安全環保部**

各子公司下設安全環保管理部門，定期召開安委會及安全例會，與各部門溝通安環工作和指標完成情況，負責各子公司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，負責安全生產具體工作的實施。各生產部門均設有專職安全工程師，保障安全管理體系高效運行。各級安全管理機構或人員，分級負責，協同開展安全生產工作。基地負責人和分管領導全力推進和落實基地安環管理措施，持續提升安環領導力與管理水平。

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，將結果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

本集團高度關注職業健康安全管理工作，通過搭建環境、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，並每年檢視與更新 EHS 管理體系、升級 EHS 管理流程，不斷提升職業健康安全管理水平。我們積極複盤檢查 EHS 信息化系統使用頻率，不斷優化系統使用體驗，提升管理效能。

為確保安全管理有章可循，我們制定並持續完善《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》《危險源識別及風險評價控制程序》《EHS 事故報告和調查處理程序》《行為安全管理指南》。2025 年，我們發佈並實施了《EHS 評價程序》，進一步完善了職業健康與安全管理體系運行與評價機制。

本集團的安全風險識別和管控流程包括：

- 危險源識別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，本集團以預防工傷、職業病發生為目標，實現年度安全目標完成率 100%。

報告期內，本集團旗下的 100% 整車基地均已獲得 ISO 45001 職業健康安全管理體系的外部認證。

### 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 ISO45001 要求，建立職業健康安全管理控制層次體系，有效管控職業病危害因素和安全生產風險，保障員工健康安全。
- **安全檢查：**常態化開展 EHS 考評、安委會綜合檢查、節前安全檢查、季節性安全檢查等，重點關注危險源管控，檢查內容包括危廢、事故、培訓教育、風險分級管控等，並對安全履職情況進行評價和通報，督促各層級管理者盡職履責。建立全員安全積分機制，將違章行為管控和安全提案改善作為評分基準，促進全員參與安全管理。針對過往事故，將关键预防措施纳入现场设备设施要求和班组危险源清单，共享给各基地落实本质安全改善和日常有效性检查。
- **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：**圍繞現場危險源，建立應急準備和響應機制，編制並落實《生產安全事故應急預案》，制定年度應急演練計劃，定期開展急救、防火和疏散逃生演習，提升全體員工事故預防與應急處置能力。

## 8.6.2 安全管理

我們加强關鍵風險的控制和管理，强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，系統地預防和降低安全事故的發生率。

### 安全風險識別

為系統化識別安全風險並及時整改，2025 年我們通過實施子公司常態化風險治理、行為安全觀察、定期組織專項主題活動、推動各基地精準辨識危險源等關鍵舉措，全面提升了安全風險識別能力。

- **推行常態化風險評估研判：**報告期內，各子公司管理層通過安全生產委員會定期研判當前安全生產形勢和風險，為安全管理薄弱項制定改善措施和資源。

- **實行行為安全觀察機制：**在常規生產作業崗位引入行為安全觀察機制，從管理層到班組長每月至少開展 1 次各作業崗位行為安全觀察與現場溝通工作，以識別現場作業環境和人機工程缺陷、糾正違章行為和不合理作業步驟，並與員工現場平等溝通交流，鼓勵繼續採取安全行為。2025 年累計開展 4.3 萬次行為安全觀察活動。
- **開展定期主題活動和常規專項排查：**每月結合主題活動組織專項排查，截至報告期末，已累計開展 17 場主題排查活動。
- **精準識別危險源:** 組織各基地對照本集團《整車基地危險源辨識、風險評價和控制措施清單》進行危險源精準識別，並逐項評價各生產工藝、崗位危險源及其風險等級，評估安全控制措施的合理性。報告期內，累計整改 488 個不合理項，各單位危險源數量差異由 6 倍下降至 1.6 倍，進一步提高了危險源辨識能力及對措施適用性、一致性的控制能力，以確保作業區域風險辨識與安全管控措施的 100% 覆蓋。

## 安全風險防範

為系統性應對全流程安全風險，本集團注重建設事故預防體系、閉環管理安全隱患整改與提升安全生產智能化水平，通過推進專項方案治理，強化現場作業安全管理，督促檢驗安全隱患整改情況，推廣同類隱患問題全面排查，提升智能化安全生產水平，提升了安全風險管理的效率與有效性。

- **風險分級管控和隱患治理：**2024 年，集團層面已梳理出適用於所有整車製造行業的基礎版危險源清單；2025 年，安全環保部進一步將清單落實、應用到工廠層面，並覆蓋所有工廠。基於行業的高機率安全事故發生項，我們組織開展格柵梯台、AGV、自動化線連鎖防護以及相關方安全管理等專項排查，共整改 3,092 項關鍵隱患 ,並保持每個危險源控制措施的一致性。
- **本集團 EHS 專業小組運行：**通過集團層面牽頭，帶動各基地部分骨幹工程師成立了集團專業小組；並挑選部分優質骨幹參與 6 項標準修訂工作，主導 4 次現場服務及技術支持工作，報告期內，集團安全小組共組織開展 8 次集團安全公開課，累計 1,200 餘名工程師 / 班組長參加，旨在賦能現場工程師及一線班組長。
- **EHS 風險管理納入新產品開發全流程：**將職業健康安全風險管理納入新產品開發 NPDS 流程體系中，實現在生產線設計、施工調試、裝備驗收、料架開發、原材料導入、試製、投產等全流程中融入安全關鍵控制，累計加入安全關鍵控制點 49 項，前置識別並管控 EHS 風險。
- **制定並推進專項方案：**本年度，本集團制定並推進《三四類事故預防專項方案》落地，提出共計 46 項關鍵舉措，實現重傷及以上事故清零。
- **定期督促安全隱患閉環整改：**管理層每周、每月定期組織開展現場安全生產檢查工作，並督促對檢查發現的安全隱患進行整改 ,以完成發現隱患 - 提出整改方案 - 消除隱患的風險管理閉環。本年度，本集團組織開展格柵梯台、AGV、相關方管理、自動化線聯鎖防護等 7 次集團級專項排查活動，支持 15 次高風險基地現場幫扶工作，累計整改 3,092 項關鍵隱患。此外，各子公司基於危險源辨識與風險分級管控機制，組織全員參與風險點管控與隱患排查治理工作，覆蓋管理層至一線員工，確保全員具備及時識別並消除現場動態隱患的能力。
- **調查分析基地未遂事件與事故：**本集團要求基地第一時間匯報輕微傷、輕傷事故，報告期內，對每月發生的安全生產事故 100% 實施現場調查，及時組織管理層召開現場事故分析會，並針對性制定適用於所有級別標準提升的關鍵整改措施，完成事故調查報告，通報事故處理。基於實際工時對比，本年度事故率同比下降 36%，全年未發生重傷及以上事故。
- **落實基地安全風險防範措施：**本集團定期組織「回頭看」驗證，檢查典型事故案例橫展落實情況；2025 年累計開展 5 次全集團驗證，核查出不符合項 52 個，平均符合率為 90.5%。制定百萬工時里程碑激勵方案，在各工廠、部門目視化展示零事故工時里程。2025 年，杭州灣公司、臨海公司、西安公司等基地達成五百萬工時及以上零事故里程碑。
- **提升安全生產智能化水平：**基於吉利星睿 AI 大模型，本集團自主開發 3 個 EHS 領域 AI 智能體，應用於輔助掌握 EHS 法規 / 技術標準 / 集團制度，推廣事故案例橫展應用及污水站處理控制方面的高效支持。本年度，共 11 家基地已將 IoT 物聯監控與 AI 視覺技術導入現場安全管控，實現現場智能化本質安全水平提升。同時，本集團依托低代碼平台自主開發並逐步推廣 BBS（行為安全管理）功能、KYT （危險預知訓練）功能及全員 EHS 積分等數字化功能模塊，通過嵌入高風險場景危險源庫、事故案例，穩步提升整體智能化水平。報告期內，相關功能已累計支持現場作業安全監管應用 5.2 萬次，有效提升了現場安全管理的數字化水平與 EHS 業務運行效率。

## 安全培訓及應急演練

針對全員，我們通過構建覆蓋 EHS 賦能、知識獲取、技能培訓與認證、文化宣貫的安全認知與應對能力提升體系，致力於將安全意識融入全員日常行為，並强化應急情況處置能力。

- **開展全員 EHS 能力提升：**本集團將職業健康與安全意識的提升置於健康管理工作的重要位置。我們制定並實施《EHS 培訓教育培訓管理程序》，明確培訓管理要求，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一系列培訓項目，各崗位員工具備與職責相匹配的安全能力，從而讓各崗位員工具備與職責相匹配的安全能力。2025 年員工三級安全教育率達 100%；接受職業健康安全培訓的員工比例達 100%，累計培訓 1,362,392 小時。
- **上線知識庫：**建立線上制度標準與典型事故案例知識庫，方便輔助員工第一時間獲取國家、行業、集團在安全相關的標準要求；同時，方便員工以 AI 方式檢索適用於作業場景的事故案例中的關鍵控制措施，防止同類事故再次出現。
- **策劃開發系列課程：**面向定向合作院校訂單班，開發《實習生安全技能》系列課程。
- **培訓授權方案完成認證：**建立危險作業監護人培訓授權方案，累計完成各基地共 2,275 名危險作業監護人員能力認證。
- **新能源崗位 EL4 層級認證：**2025 年，11 家單位 21 人通過新能源崗位 EL4 層級的認證；實現新能源 EL1-EL4 認證工作全面覆蓋，累計認證 2.3 萬人。
- **組織 EHS 主任課堂：**組織開展 EHS 主任課堂 10 次，各單位累計達 1,498 名安全工程師參與。

針對外包商與門店端，我們同樣積極開展安全培訓，賦能 EHS 管理，全面貫徹安全環保要求。

- **賦能外包商（駐場供應商）安全：**對外包商同步開展安全培訓、EHS 管理評價，組織供應商共同參與基地應急體系的搭建和演練，2025 年，外包商安全環保協議簽訂率、培訓覆蓋率、排查問題整改率達 100%。
- **建立門店 EHS 管理手冊：**基於門店端，組織開展店長 EHS 管理培訓，累計達 335 人次參與；製作《門店 EHS 手冊》500 餘冊，發放至門店端對照使用，全面落實本集團安環相關標準要求。

### 開展安環諮詢日活動

2025 年，本集團在總部及各園區共計舉辦 12 場安環諮詢日活動，約 1.5 萬員工參與。此外，我們面向全員開展安全知識競答，知識競答通過設置獎勵鼓勵員工自願參與，共有 21,810 人參與全員 EHS 知識競答活動，實現全員安全意識强化。

### 第六屆集團安全專業技能大賽

大賽規定安全工程師為專業組，班組長及其他業務領域的工程師納入非專業組參與。大賽覆蓋共 17 家單位，8,153 人參加初賽，複賽中評選出 20 名工程師和班組長進入決賽，最終評選出本集團優秀工程師與安全技能人才。此次大賽所有基地共計 1.8 萬人參與，以賽促學提升了全員安全保障技能。

### 極端天氣安全管理

本集團持續關注極端天氣的安全管理。2025 年，本集團發布《2025 年夏季安全生產工作通知》，提前開展防暑設施、危險化學品、防颱防汛等關鍵領域的專項排查與隱患治理，累計整改安全隱患 1,582 項。在應對颱風「竹節草」期間，本集團積極履行預警職責，累計發佈 5 次颱風預警信息，並組織值班人員 528 人次，轉移物資及商品車共計 1,197 輛，確保了響應工作的及時與高效，最大限度地降低了自然災害對企業資產的影響。

## 安全績效評價審核

吉利汽車重視安全績效評價審核工作，通過制定集團級、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，對現狀和潛在風險逐項審核。我們基於審核結果，嚴格落實整改，並積極實施 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。2025 年 12 月，本集團組織對各基地開展交叉審核，結果顯示，各基地平均得分為 847.9 分，獲得 A 級評級的生產基地 / 單位從 7 家增加到 12 家，其餘所有基地達到目標設定 B 級，較 2024 年末 S 級基地占比提升 100%、A 級基地占比提升 24%。（S 級需獲得安全標準化一級、國家級綠色工廠、連續 2 年 KPI 達成，且得分≧ 900；A 級需獲得安全標準化二級、省級綠色工廠、年度 KPI 達成，且得分≧ 850；B 級需獲得 ISO14001 及 ISO45001 認證，且得分≧ 800）。

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。

此外，本集團制定了各層級 EHS 安全履職評價體系，明確管理層開展安全履職工作的工作頻次、輸出物要求並每月進行評價。2025 年管理層平均履職率達到 97.5%。且將各單位管理層績效與本單位 / 部門安全績效進行關聯，如發生安全生產事故，將對相關管理人員進行績效考核、取消當年評優資格以及 2 年晋升資格。

### 安全生產關鍵績效

| | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| 安全事故數量 ( 個 ) | 40 | 49 | 35 |
| 因工傷死亡人數 ( 個 ) | 0 | 1 | 0 |
| 百萬工時死亡率 (n/ 百萬工作小時 ) | 0 | 0.0079 | 0 |
| 因工傷損失工作天數（天） | 1,652 | 2,557 | 1,205 |
| 20 萬工時損工事故率 (LTIR)(n/20 萬工作小時 ) | 0.07 | 0.08 | 0.05 |
| 重傷事故率（‰） | 0.017 | 0.079 | 0 |
| 輕傷事故率（‰） | 0.65 | 0.68 | 0.48 |
| 職業病事故數量（個） | 0 | 0 | 0 |
| 職業病比例（%） | 0 | 0 | 0 |
| 工傷率（‰） | 0.66 | 0.77 | 0.48 |
| 缺勤率（‰） | 0.110 | 0.136 | 0.066 |
| 因安全事故造成的經濟損失 ( 萬元 ) | 31.48 | 51.49 | 35.44 |

2025 年，本集團堅持夯實安全生產管理，自上而下落實安全責任。制定並實施專項改進措施，强化隱患排查整改與事前預防，不斷完善安全績效管理機制。報告期內，本集團實現百萬工時死亡率和重傷事故率為零，重大安全事故數量、輕傷率及工傷率也保持穩步下降。

未來，我們將繼續鞏固安全管理成果，推動安全管理體系向更系統化、精細化方向發展，為員工創造更安全、健康的工作環境。

## 8.6.3 職業健康管理

本集團致力於採取多元化的舉措，提升員工的職業健康與安全管理水平，並確保所有運營活動符合當地法律法規。為全面保障員工的身心健康，我們每年為員工提供至少一次免費的健康體檢，覆蓋身體、心理及社交等多維度的健康服務與支持計劃，致力為員工營造一個健康、安全且充滿關懷的工作環境。

### 職業病預防

本集團高度關注員工職業病預防工作。通過建立完整的員工職業健康管理制度與職業健康檢查程序，每年為接觸職業病危害因素的員工提供免費的年度職業健康體檢，並貫徹職業健康一人一檔的要求，不斷規範職業病預防管理；同時，通過對在崗、離崗員工的體檢數據進行職業病分析，我們持續優化職業病防治措施，顯著提升職業病防治工作的精準性和有效性。

在應急救護方面，我們建立了相應的應對機制，通過為基地配備自動體外除顫器（AED），並組織救護員認證培訓，增强突發健康事件的現場響應與救助能力。2025 年，我們更新並發佈 AED 和救護員的配置標準，要求救護員取得外部紅十字會證書，以提高救護員能力。此外，本集團已配備 45 台 AEDs，確保所有基地 AED 的配備率 100%，持紅十字救護員證員工達 1,833 人，實現了每班次、每工段 100% 覆蓋，以提高現場突發疾病的處理能力。

## 職業病防治六大舉措

| | |
|---|---|
| 職業病危害識別與監測 | 定期開展年度職業健康特色危害因素識別及季節評估監測，監控作業現場危害因素接觸水平。 |
| 員工職業健康監護 | 1) 職業病危害崗位優化：精準化識別崗位是否為職業危害崗位，2025 年共將 1,000 多人的接觸職業危害因素崗位轉變成普通崗位；<br>2) 開展自主監測：購買噪聲、粉塵等監測設備自主開展日常監測，相關超標崗位均已完成落實整改；<br>3) 第三方現場職業病因素檢測：每年邀請第三方做現場的職業病因素檢測，例如噪聲和煙塵濃度檢查是否符合危害崗位標準；<br>4) 開展上崗前、在崗期間及離崗時的職業健康檢查工作；<br>5) 建立職業健康人員檔案，實施全面可追溯管理。 |
| 勞動防護用品管理 | 1) 嚴格按照本集團勞防用品配備指南，免費為所有一線員工提供全套、專業科學的個體防護設備，保證防護用品的質量和舒適性；<br>2) 免費為所有一線員工提供全套、專業適配的防護設備，保障防護用具的質量與舒適性，以預防工傷、職業病和意外事故。 |
| 改善作業環境 | 1) 根據生產工藝調整，用封閉式水性漆替代油性漆，全集團推廣使用塗裝濕式打磨，提升員工舒適度，並降低作業現場的職業危害風險；定期開展職業病防護設施檢查及性能檢測，如焊裝煙塵收集裝置的風速檢測，發現問題保證及時處理，確保設施有效運行；<br>2) 定期排查涉及粉塵、物理因素、放射性、化學物質等職業危害因素崗位的分佈；在涉及高位取貨通道、收集作業；設置防震蕩等工程控制措施；<br>3) 進行市場調查研究，尋找低毒、低危害物料替代現有物資。<br>4) 2025 年將接觸職業危害因素崗位轉變成普通崗位的員工超過 1,000 人。 |
| 開展職業健康培訓 | 開展上崗前職業健康培訓和考核；制定周期性全員培訓，涵蓋危害因素特性、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理念滲透到海外業務中。 |
| 職業健康現場督察 | 定期組織針對職業健康檔案、勞保用品穿戴、職業防護設施投入等保障事項的檢查。 |

## 員工心理健康服務

幫助員工解決心理健康問題，保持心情舒暢對提升組織活力有重要價值。本集團在現代健康管理理念的指導下，通過整合各項醫療健康資源，著力推動疾病的早期發現與預防，以此提升員工健康水平。為了保障健康服務的專業度，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等活動，多措並舉地增強員工健康意識與自我管理能力，為員工營造積極、可持續的健康工作環境。

### 舉辦「吉利大健康心理集市」活動，守護員工心理健康

2025 年 12 月 9 日，本集團舉辦了「吉利大健康心理集市」活動，以互動體驗形式展開，邀請專業心理諮詢師現場提供支持，引導員工在輕鬆參與中瞭解心理健康知識、體驗專業心理服務。活動同時結合「吉康康」小程序，實現線上線下聯動參與。

本次活動有效提升了員工對心理健康的認知與關注，幫助參與者掌握壓力調節與情緒管理的方法，進一步疏解職場壓力、改善身心狀態。

「吉利大健康」關注員工身心健康，提供專業健康管理服務：

| | |
|---|---|
| 設立多類企業內部健康站 | • 設立旗下健康站，配備健康諮詢、推拿理療、心理放鬆三類基礎功能的服務空間；<br>• 解決員工日常健康問題，讓員工隨時享有專業的健康諮詢與服務。 |
| 搭建企業員工健康管理數字化服務平台 | • 運用互聯網技術，搭建數字化健康管理平台；<br>• 提供涵蓋健康建檔、健康諮詢、智慧心理、健康導航的線上健康服務；<br>• 依托「吉康康」數字化平台，建立 7x12 小時常態化心理健康支持體系，提供涵蓋健康管理、在線諮詢、健康知識科普等功能在內的一體化支持，逐步構建成熟的數字化健康生態；<br>• 未來也將繼續注重建設統一健康數據中心，推動健康管理向個性化、預防式服務升級，為員工營造更健康、可持續的工作環境。 |
| 提供員工免費健康體檢與健康管理服務 | • 在崗員工可享受每年一次的免費健康體檢福利；<br>• 為有健康問題的員工協調醫療資源，提供綠色就診通道。 |
| 提供免費 EAP 心理諮詢服務 | 在道路服務平台搭建心理服務板塊，為員工提供系統、長期的心理健康服務。 |
| 開展健康類課程與活動 | • 定期開展健康課程，增強員工健康意識；普及科學健康知識，提升員工健康認知；<br>• 定期組織急救培訓，培養持證急救員；<br>• 推出系統化的「她力量」能量沙龍，開展心理健康領域主題活動，幫助女性員工在職場與家庭中獲取、維持更高能量。 |
| 加強管理者 / 核心人才的健康管理 | 為管理者、核心人才等高強度工作人群，提供定制化的健康管理方案。 |

# 社區公益

重要議題

社會公益與慈善

ESG 戰略 共榮發展

## 生態友好

- 領克攜手「藍星衛士」以衛星物聯通信技術支持生物多樣性保護與研究

## 應急賑災

- 向西藏地震災區、香港火災災區，捐贈共計 **1,909 萬元**，支持緊急救援、安置及災後恢復重建等工作

## 文化傳播

- 以綠色智能安全出行保障第 12 屆世界運動會、2025 杭州馬拉松

## 弱勢幫扶

- 捐贈 20 臺回收改造的電動護理輪椅，實踐融合「循環經濟 + 科技助殘」的創新模式

## 優質公平教育

- **連續 12 年**開展「綠跑道」鄉村少年體育夢想計劃，惠及**超 100 所**鄉村學校，受益學生**近 5 萬名**

## 鄉村振興

- 「與愛同行」項目共資助 146 位困境學子，累計捐贈金額超 **80 萬元**

## 社區發展

- 員工參與社區服務及志願者活動共計 **931 人次**，活動時數為 **2,266 小時**
- 極氪 Z-Green 吸引參與「碳減排行動」的用戶已累計達 **1,148,571 人**，累計減少碳排放 **592,385 萬噸**，相當於 **1.32 億棵**樟子松一年的碳匯量
- 領克聯合 Co 志願者理事會在全國各地組織應急救護培訓累計 **280 場次**，幫助超過 **9,100 人**獲得紅十字會頒發的應急救護證書。

本集團秉承吉利控股集團的社會責任理念與體系，堅持在社會公益領域進行長效投入與持續深耕。吉利控股集團以「讓世界感受愛」為公益價值主張，重點聚焦「生態友好」「優質公平教育」及「鄉村振興」三個核心領域，同時輻射「應急賑災」與「弱勢幫扶」兩個公益議題。近年來，我們充分發揮吉利科技生態優勢，賦能公益創新，並號召員工、商業夥伴及消費者共同參與，積極探索可持續的企業公益模式，搭建富有吉利特色的公益體系。

本集團亦將社區公益納入 ESG 戰略中的「共榮發展」議題，依托自身科技力量和專業知識，持續探索可持續的公益模式，通過完善慈善體系建設及拓寬公益事業的參與面，為社會創造更多長期的可持續價值。

## 李書福公益基金會

浙江省李書福公益基金會以「致力公益慈善事業，營造公益氛圍，推動社會和諧進步」為宗旨，重點開展扶貧、濟困、扶老、救孤、恤病、助殘、救災、助醫、助學等公益慈善活動。基金會在近 20 年來的公益實踐累積中，已開展多個大型資助計劃，如「吉時雨」「綠跑道」等亮點項目。2025 年，基金會繼續開拓「大涼山青少年籃球圓夢之旅」「大涼山女子足球隊成都世運會體驗之旅」「吉利廢舊車變輪椅項目」等多個公益行動，合作助力「2025 韓紅愛心·百人援疆」大型醫療援助公益行動，並迅速響應馳援「西藏定日地震災區」「香港大埔火災災區」等應急賑災行動。報告期內，李書福公益基金會公益捐贈總額為 2,440 萬元（其中現金捐贈：2,079 萬元，非現金捐贈：361 萬元）。

## 公益項目管理

公益項目活動及相關宣傳事宜由本集團品牌傳播中心管理。在治理層面，社會責任與公益慈善納入整體 ESG 治理體系，相關重大政策方向、承諾目標及年度行動規劃等內容由管理層提報，定期提交董事會進行審議與監督，確保公益實踐與本集團長期價值創造目標保持一致。在資源投放上，重點圍繞統籌短期應急響應與中長期能力建設，既保障災情等突發情況下的快速支援，更著力推動鄉村教育賦能、產業振興、生物多樣性保護等可持續公益項目，持續完善從需求識別、項目設計、執行評估到迭代優化的全流程管理體系，切實將企業專業能力轉化為社會長期價值。

## 當地社區交流與社區影響評估

我們通過每月走訪對接地方政府部門、街道社區、殘疾人聯合會、婦女兒童工作委員會等社會組織，深入瞭解社會需求，並據此部署公益計劃與優化資源配置。同時，我們注重與專業公益力量協同，通過長效化的公益項目合作構建多元共治的公益生態。

我們通過官方網站、博客及社交網絡平臺及時公佈公益事業進展，並借助這些渠道收集各利益相關方的意見，以此更有效地傾聽訴求和傳播公益。我們持續向消費者、員工、供應商、經銷商及社區等利益相關方傳遞我們的公益理念，並號召其積極參與我們各項公益活動。我們亦將利益相關方的意見融入 ESG 戰略制定過程中，定期檢視所聚焦的公益領域和議題，並根據項目進展制定改善計劃，確保公益事業與社會需求保持一致。

## 公益慈善外部認可

憑藉在企業社會責任與社會公益領域的持續深耕，吉利控股集團於 2025 年度獲得以下相關獎項與認可：

**2025 浙江省**
**企業社會責任報告優秀案例**
浙江省工業經濟聯合會、浙江省企業聯合會、浙江省企業家協會、浙江省國有資產管理協會、浙江省總會計師協會

**2025 年浙江民營企業**
**社會責任優秀案例**
浙江省工商聯合會

**年度國際可持續發展先鋒**
鳳凰衛視、落基山研究所、大道應對氣候變化促進中心

**年度企業社會責任（CSR）榮譽企業**
中國年度車（CCOY）

# 9.1 生態友好

本集團認為建立生態友好的環境是關係到人類生存和發展的重要基礎。我們在經營過程中遵守「自然受益」為導向，通過充分利用資源及科技優勢，帶動各利益相關方加入生物多樣性保護及環境保育的行動中，攜手在生態環境共建之路上前行。

## 生物多樣性保護

從對生態保護的深度關注到躬身力行，本集團借助公益和科技的力量長期踐行生態保護承諾。「藍星衛士」項目由極氪與吉利控股集團於 2021 年聯合發起，旨在利用前沿技術為生物多樣性保護提供技術支持，通過衛星科技、淨海行動、科普教育等多元方式，提升公眾可持續發展意識，守護人類賴以生存的自然家園。2025 年，領克品牌參與其中，攜手本集團將生態保護範圍從海洋保護延伸至陸地生物多樣性。

### 助力浙江省首顆海洋衛星「藍碳一號」成功發射

吉利控股集團依托旗下浙江時空道宇科技有限公司（簡稱「時空道宇」）的自研衛星平臺，以及首個深度融合了航天製造和汽車製造能力的衛星工廠——吉利衛星超級工廠，為國家海洋遙感監測作出貢獻，盡企業之所能賦能海洋生態保護。

2025 年 1 月 17 日，由位於台州灣新區的吉利衛星超級工廠製造的浙江省首顆海洋衛星——「藍碳一號」，在酒泉衛星發射中心使用長征二號丁運載火箭發射升空，衛星順利進入預定軌道，發射任務獲得圓滿成功。這顆衛星完全由浙江省從頂層規劃、設計、製造到應用，是涉海科學研究及環境監測的重要基礎設施。入軌後將開展海洋遙感監測，聚焦浙江省入海水系和河口、海灣、近海的水質遙感監測 , 以及入海排污口遙感巡查等需求，為生態環境保護和海洋資源管理提供强有力的高科技支持。

### 「藍星衛士」以科技向善，守護生物多樣性

「藍星衛士」公益項目，以時空道宇衛星物聯通信技術鏈接來自山野的訊號，為科研人員提供了更為精準的生物多樣性數據支持。

2025 年 10 月，「藍星衛士」公益項目攜手 17 位領克品牌用戶及其家人，一同走進位於四川省寶興縣世界第一隻大熊貓的科學發現地，其不僅是現存 181 隻野生大熊貓的棲息地，更孕育著 2,000 餘種珍貴生靈。我們攜手用戶深度參與了包括博物館參觀解說、紅外相機安裝監測、野外生態巡護及珍稀物種觀測在內的多項生態活動。

在實地探訪的同時，項目專門拍攝製作了公益微紀錄片《來自山野的訊號》，生動記錄下這場生物多樣性探索之旅，並講述時空道宇如何依托衛星物聯通信技術踐行「科技向善」，為生物多樣性保護工作提供高效的數據與技術支撐。我們借助科技和傳播，向用戶和大眾傳遞對生物多樣性認知和保護的必要。

## 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 12 年開展「夢想綠跑道」項目。該項目足迹遍佈全國多個省份和地區，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、四川省等地超過 100 所鄉村學校，幫助鄉村青少年拓展體育素質 助力近 5 萬名學生享有綠色 藝術的運動空間。

2025 年，我們在教育公益領域持續發揮自身智能製造領域的領先優勢，在優質公平教育中注入傳統與未來科技的雙重活力。

### 「吉利星願」點亮大涼山學子「背簍裏的籃球夢」

「我們 +」公益計劃攜手吉利星願發起了「我們的星願」圓夢計劃，在收集到超過 1 萬份心願中，我們選中了一份承載著籃球夢想的提案：有一群來自大涼山阿波覺小學的彝族孩子，他們的背簍裏時常裝著籃球，但卻需要翻山越嶺 10 個小時才能去比賽，實現自己的籃球夢。

2025 年 7 月，吉利星願聯合李書福公益基金會，為四川大涼山阿波覺小學援建了一個專業的籃球場。7 月 12 日，吉利星願攜手昭覺縣涼善公益促進會、美姑縣良善助學協會等機構，發起大涼山青少年「圓夢之旅」，邀請這所學校的「背簍籃球隊」走出大山，赴杭研學。此次研學之旅，吉利星願聯動 CBA 冠軍球隊浙江廣廈的專業球員，為孩子們提供面對面的籃球技術指導，並支持他們在專業場館完成了人生首場正式比賽。

本集團擅長在教育公益領域發揮自身智能製造領域的領先優勢，依托於領先的智能製造基地、前沿的科技研發中心、全域 AI 智能體系等自有體系力優勢以及汽車行業全鏈路合作夥伴資源，為青少年提供科學素養啟蒙與賦能的平臺，持續為社會儲備具備數智素養的科創後備人才。

### 吉利汽車打造「智造未來科創計劃」，啟迪青少年科技創新

2025 年 5 月，本集團發起「智造未來科創計劃」，旨在面向全球 7 歲至 18 歲青少年，打造集研學探訪、科普課程、理論實踐於一體的綜合性平臺，為他們提供兼具科教性、趣味性與前瞻性的研學體驗。

自計劃啟動以來，陸續開展了包括「科創無界·灣區同行」研學之旅、2025 HACKWELL 科創工坊、VEX V5RC 大賽暑期競賽集訓、青少年黑客松科創大賽以及 VEX 機器人國際簽名賽 SRCC 聯盟邀請賽在內的系列活動。

「智造未來科創計劃」堅持以真實產業命題驅動教學，不僅為超 20 支隊伍、15 所以上的學校提供 VEX 賽隊培訓支持，更將影響輻射至上百所學校，累計助力上千名青少年完成科創啟蒙，幫助他們在實踐中深化科技認知，充分釋放創造力。

本集團視產教融合為支持教育公益的重要錨點，致力於在汽車行業培育更多生力軍，兼具創新能力與綠色使命擔當。

### 甲醇技術賦能中國大學生方程式汽車大賽

2025 年 9 月 16 日，吉利控股集團正式宣佈冠名 2025-2028 年中國大學生方程式汽車大賽（FSCC），開啟為期四年的深度戰略合作。賽事將於 2026 賽季起首次引入「甲醇內燃機」動力路線，由吉利控股集團旗下浩思動力與錢江摩托聯合研發的綠色甲醇發動機將正式登陸賽場。

作為優質公平教育的積極倡導者，我們不僅為賽事提供全方位支持，更致力於打破傳統產教壁壘，創新性地將產業領先的甲醇技術帶入校園，應用至汽車運動賽場。

## 9.3 應急賑災

本集團持續關注社會需求，堅持回饋社會，以解決實際的民生困難為己任。在應急賑災方面，我們緊密關注社會動態，積極開展應急救援工作。吉利控股集團攜手李書福公益基金會，投身各類自然災害及突發情況的應對工作，與受災社區和居民攜手並肩共渡難關。

### 馳援西藏定日地震災區

2025 年 1 月 7 日，西藏日喀則市定日縣發生 6.8 級地震，造成重大人員傷亡及大量房屋倒塌。由於災區處於高原高寒地區，一線的救援與安置工作面臨極其嚴峻的挑戰。面對災情，吉利控股集團迅速響應，攜手李書福公益基金會於 1 月 8 日向中華慈善總會捐贈 1,000 萬元。該筆資金專項用於定日縣受災地區的緊急救援、應急物資採購及災後恢復重建工作，旨在為受災民眾提供及時支持，助力其渡過難關、重建家園。

### 緊急馳援香港火災災區

2025 年 11 月 26 日，香港大埔宏福苑發生嚴重火災，多棟住宅樓受災，造成重大人員傷亡。面對嚴峻災情，吉利控股集團攜手李書福公益基金會第一時間響應，緊急捐贈 1,000 萬港元。該筆資金專項用於大埔宏福苑受災人群的醫療救助、緊急安置及後續的災後重建工作。除資金援助外，本集團旗下極氪品牌迅速投入多輛保障車輛，全力配合相關機構在應急期間的物資調配與人員轉運，為災後的生活保障與安置工作提供高效的運力支持。

### 35 輛吉利銀河星艦 7 EM-i 助力「2025 韓紅愛心·百人援疆」大型醫療援助公益行動

2025 年 5 月 23 日，吉利控股集團攜手李書福公益基金會，向北京韓紅愛心慈善基金會捐贈 35 輛吉利銀河星艦 7 EM-i，作為 2025 年百人醫療援助新疆公益行動的醫療巡診專用車，並派出 15 輛領克 900 作為禮賓用車，共同護航公益之路。

本次公益行動歷時 13 天，醫療志願者團隊深入新疆維吾爾自治區共 9 個縣（市），全程 2,300 公里，途經高海拔地區，路況複雜多變。來自吉利銀河、領克的資深工程師團隊 24 小時全程駐守，完成車輛調試、維護等保障工作，使得醫療巡診專業車隊順利完成醫療團隊出行保障和醫療藥械運輸的重要任務。同時，來自吉利控股集團、吉利銀河的員工志願者和用戶志願者，也跟隨韓紅愛心慈善基金會一同奔赴新疆，承擔場地搭建、分診引導、信息核實登記、藥物分發等工作，為義診活動提供支持。

自 2013 年起，吉利控股集團攜手李書福公益基金會與韓紅愛心慈善基金會合作，已累計 8 年通過捐贈醫療巡診車等方式，助力百人醫療援助的系列公益行動，共計捐贈車輛 230 輛，覆蓋全國 7 個省（自治區）的 80 多個縣市，累計行駛里程超過 60 萬公里，以實際行動為偏遠地區的基層醫療援助提供支持。

## 9.4 弱勢幫扶

本集團持續關注弱勢群體的實際需求，發起醫療救助、資源捐贈及文化支持等多重資助項目，為特需群體提供切實的關愛和保護。

### 融合「循環經濟 + 科技助殘」，助力無障礙城市建設

2025 年 5 月，在第 14 個全球無障礙宣傳日到來之際，吉利控股集團攜手李書福公益基金會向西湖區殘疾人聯合會捐贈了 20 台電動護理輪椅。這些輪椅是由廢舊網約車回收改造而成，「廢舊車變輪椅」在環境層面踐行了循環經濟的核心理念，延長了工業零部件的生命周期，減少了資源浪費和廢棄物污染；同時在社會層面精準對接了「科技助殘」的需求。通過「循環經濟 + 科技助殘」的創新模式，有效助力資源的循環利用與公益價值的深度結合。

同時，吉利控股集團聯合杭州市無障礙促進協會及西湖區殘疾人聯合會，共同拍攝了無障礙環境建設短片《想出門的人》，旨在倡導公眾關注身邊有無障礙需求的特需群體，傳遞對殘障群體的關愛與溫暖。

### 關注女性健康，吉利汽車發起「粉紅絲帶」公益行動

2025 年 10 月，吉利汽車在阿聯酋攜手知名醫療健康機構 Medcare 正式發起「粉紅絲帶」公益行動，通過在當地舉辦多場專業的疾病預防健康講座，向女性群體普及乳腺健康知識及早期篩查的重要性。本次公益項目還為當地社區提供了免費的醫療篩查機會，幫助女性群體實現疾病的「早發現、早診斷、早治療」，體現了吉利汽車對全球女性健康的深度人文關懷。

### 吉利汽車攜手智利兒童與癌症基金會，關愛癌症青少年

2025 年 12 月，吉利汽車聯合智利兒童與癌症基金會共同組織公益活動，通過邀請吉利簽約產品大使、社交媒體博主、知名主持人親臨活動現場開展多元化互動，借用榜樣的力量鼓勵青少年勇於面對疾病挑戰，為青少年癌症患者群體提供精神支持與人文關懷。

## 9.5 文化傳播

本集團持續倡導將企業發展融入社區，並投身於文化與體育事業的推廣，通過具象化的行動參與社區共建。

### 「吉利汽車·2025 杭州馬拉松」，保障體育賽事的綠色智能安全出行

2025 年，吉利汽車成為 2025-2026 年度杭州馬拉松的賽事冠名合作夥伴。本集團極氪 9X、領克 900、吉利銀河 M9 等作為官方指定用車，以綠色科技、智能安全為賽事提供全場景的車輛服務保障。除了技術支持，眾多吉利汽車員工和媒體代表積極參與賽事，通過實際行動向全社會傳遞綠色、健康、可持續的生活方式。

同時，本集團還特別宣佈為本次杭州馬拉松賽事破紀錄的中國籍選手提供吉利銀河 M9、吉利銀河星耀 8 作為重磅獎勵，致敬不斷突破自我、挑戰極限的體育精神。

### 吉利控股集團以綠色出行和公益踐行，賦能第 12 屆世界運動會

2025 年 8 月 7 日，第 12 屆世界運動會（簡稱「成都世運會」）在成都開幕。吉利控股集團作為官方合作夥伴，通過綠色智能安全出行及體育精神推廣，全方位助力這一全球體育盛事的成功舉辦。

吉利控股集團交付了近 500 輛智能新能源精品車型，涵蓋吉利銀河、領克、極氪等品牌，在火種採集、火炬傳遞及賽會接駁等多個場景提供出行保障服務。我們還組建了超 350 人的專業保障團隊，確保賽事的高標準運行，並向全球參與者傳遞低碳、智慧、安全的出行理念。

成都世運會期間，吉利控股集團特別邀請了吉利公益大使、世界冠軍及射擊大滿貫得主黃雨婷，帶領來自四川大涼山依撒小學女子足球隊的隊員們打卡了各類賽事體育項目，並體驗成都當地傳統的蜀錦織造技藝。

通過支持成都世運會這一國際賽事，吉利控股集團不僅助力了體育文化的多元化傳播，更以此拓寬了偏遠地區青少年的視野，點燃他們的體育夢想。

THE WORLD GAMES 2025 CHENGDU
GEELY 吉利控股集团

2025年第12届世界运动会官方合作伙伴
Official Sponsors Of The World Games 2025 Chengdu

# 9.6 社區發展

本集團積極承擔推動社區發展的社會責任，充分發揮資源優勢與影響力，以公益力量推動社區發展。我們不僅鼓勵員工積極參與社區建設與志願服務，更致力於攜手用戶及各方力量，共同構建公開、真誠、和諧的社區關係，以實際行動詮釋企業的社會責任與人文關懷。

**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）。

## 9.6.1 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。2025 年本集團組織員工參與社區服務及各類志願者活動共計 931 人次，活動時數為 2,266 小時。

2025 年，我們參與吉利控股集團組織的第 15 屆無償獻血日活動，共有 93 人成功獻血，獻血總量達 34,700 毫升。自 2011 年開展以來，已有 1,409 人成功參與獻血活動，累計獻血總量達 417,200 毫升。

## 9.6.2 用戶參與

本集團秉持「快樂而偉大」的價值主張，致力於攜手愛心用戶共同參與公益行動，將溫暖和幸福傳遞給社會上更多的人。

### 環保公益

在環保公益領域，我們每月都組織愛心用戶常態化地開展多元化的環保公益，並聯合環保組織、企業、社區及學校，共同提升公眾對保護環境、生物多樣性和應對氣候變化的關注。

吉利國際用戶品牌 GEELY·GO 推出旗下用戶公益 IP「GO CLEAN」，2025 年澳洲到中亞，從悉尼海灘到哈薩克峽谷，GO CLEAN 活動正在全球範圍內傳遞著吉利汽車的環保理念和社會責任感。

**GEELY·GO 攜手澳洲用戶與當地環保組織，開啟海洋保護公益之旅**

2025 年 4 月 13 日，GEELY·GO 聯合澳洲公益環保組織 Living Ocean，在悉尼北部棕櫚灘開啟了一場跨越大洋洲的海洋保護公益之旅。通過海洋保護主題演講、海洋生物棲息地實地探訪、吉利國際 EX5 新能源產品體驗等以 GO CLEAN 為主題的一系列精彩活動，帶領澳洲用戶們提升對自然環境保護和生物多樣性的關注。

**GEELY·GO 携手哈薩克斯坦用戶，開展峽谷垃圾清理行動**

2025 年 5 月 21 日，GEELY·GO 首次在哈薩克斯坦舉辦 GO CLEAN 綠色公益活動。我們召集了 21 位吉利車主及其家人，齊聚位於距哈薩克斯坦阿拉木圖 120 公里的圖爾根峽谷，旨在開展峽谷垃圾清理行動，提升車主和公眾的環境保護意識。在這片壯美的自然景觀中，大家齊心協力為保護自然環境貢獻力量，共清理垃圾約 40 公斤。

極氪「Z-Green」社區以「與用戶共創低碳生活」為使命，通過線上 APP 社區、線下組織低碳環保及志願者相關行動，持續推動低碳傳播與碳普惠實踐。2025 年 Z-Green 將綠色行動向更廣闊的維度延伸，推動從減碳到守護生物多樣性，始終引領用戶積極主動參與碳中和與可持續發展進程。

截至 2025 年底，極氪 Z-Green 吸引參與「碳減排行動」的用戶已累計達 **1,148,571 人**，用戶通過長途駕駛新能源汽車或短途步行等低碳出行方式，累計減少碳排放達 **592,385 萬噸**二氧化碳排放當量，相當於 **1.32 億棵**樟子松一年的碳匯量。

### 極氪與阿里公益等共啟「Z-Green 生物多樣性探索」活動

2025 年 3 月 22-23 日，Z-Green 聯合阿里公益、飛豬旅行以及衢州開化文旅，共同開啟生態探秘 48 小時活動，攜手 20 位極氪用戶（Z 客）一起深入錢塘江源頭。通過尋訪原生村落和叢林，參觀錢江源國家公園科普館等，瞭解錢塘江源的自然生態。此次活動將生態旅行與公益賦能進行創新融合，既帶領用戶開啟 Z-Green 生物多樣性探索，又助力當地鄉村特色產業發展，共同書寫鄉村振興的可持續發展篇章。

### 極氪 2025 春節綠色出行公益行動

2025 年春節期間，極氪發起「里程賦能，溫暖傳遞」公益項目，創新性地將車主綠色出行與公益捐贈相結合。活動鼓勵車主駕駛極氪車輛低碳出行，並將行駛里程數據捐贈至極氪 APP 中的「心願里程」。當累計里程達到預設目標後，活動解鎖相應的公益項目，極氪將捐贈現金及物資，支持三項公益行動，覆蓋助老、安全教育與文化傳承領域：

**助老關懷**

向多家養老院捐贈輪椅，讓更多老人出行無憂，計劃覆蓋 3,000+ 老人

**安全普及**

與藍天救援隊合作，在全國範圍內開展安全公益教育培訓，計劃覆蓋 10,000 人

**文化傳承**

聯合河南省兒童希望救助基金會於河南省內推廣非遺文化，讓 1,000+ 兒童體驗非遺魅力

本項目累計吸引了超 128 萬人次參與，車主們累計捐贈了逾 1.02 億公里的心願里程，不僅推動了車主參與綠色出行，更將環保行動轉化為具象的社會價值。極氪以創新模式鏈接用戶、企業與社會需求，實現了環保與公益的雙向賦能。

## 急救公益

本集團秉承全新升級的「全域安全 2.0」理念，不僅關注車輛本身的主被動安全，更致力於通過科技與公益的結合，為更廣泛的交通參與者築起生命安全防線。本集團自主發起「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，攜手 Co 志願者理事會於 2023 年 4 月正式推出了應急救護培訓計劃，啟動自動體外心臟除顫器（AED）公益急救活動。該計劃旨在通過應急救護知識的普及與專業設備的佈控，在緊急時刻挽救生命。

為了將急救能力真正轉化為社會公共資源，本集團持續在全國各地組織應急救護培訓計劃。截至 2025 年末，領克已在全國各地組織應急救援培訓累計 280 場次，幫助超過 9,100 人獲得紅十字會頒發的應急救護證書。

在設備佈控層面，領克創新性地打造了「流動的 AED 車隊」與網格化門店救護站。截至 2025 年底，遍佈全國十多個省市、三十多座城市的近 150 家領克門店均已設立 AED 救護站，同時已有超過百位領克車主自發在私家車上配備了 AED 設備，建立起一套高效的應急聯動機制。在緊急情況下，他人可通過聯絡車主實現遠程開門或在必要時破窗獲取設備。領克對此鄭重承諾，凡因挽救生命而產生的碎窗損失均由廠家承擔，以企業擔當消除施救者的後顧之憂。

### 動物保護公益

吉利汽車以實際行動支持流浪動物回歸家庭，傳遞「責任養寵」「領養代替購買」的公益理念，為流浪動物保護議題有效發聲。

#### 吉利汽車攜手車主發起「關愛流浪動物」的公益行動

2025 年 12 月，吉利汽車聯合經銷商四川鑫衆集團及全系車友會，發起以「吉行中國·暖冬公益」為主題的公益活動。此次活動通過物資捐贈、實地探訪與領養倡導相結合的方式，為四川啟明動物保護中心的 2,000 餘隻流浪動物累計募集愛心糧食超1,000 斤 、寵物窩及寵物玩具 100 件 ，並開通領養通道，鼓勵車主以領養代替購買。本次活動得到了經銷商及 20 名車友的積極響應，並由他們親自驅車前往將活動募集到的物資親手送達四川啟明動物保護中心。

## 9.7 鄉村振興

為助力鄉村全面振興，我們持續聚焦鄉村發展需求，積極參與鄉村建設行動，扎實推動各項幫扶工作的開展並取得了一定成效。

#### 領克「與愛同行」公益活動 再次走進四川省大涼山地區

自 2022 年起，領克 09 四川車友會聯合四川索瑪慈善基金會發起「與愛同行」公益項目，旨在通過定向的物資捐贈與資金幫扶，為四川大涼山地區的困境學子改善學習生活條件，點亮他們的求學夢想。

截至 2025 年底，該項目共組織十餘次愛心幫扶行動，多次深入大涼山腹地，先後資助 146 位當地學生，項目捐款總額超過 80 萬元，捐贈書籍 1,100 餘本。經過持續深耕，「與愛同行」已從區域性的公益嘗試演變為全國聯動的品牌公益行動。未來，領克將攜手車主探索更多可持續的公益路徑，為鄉村教育振興做出貢獻。

2025 年，領克「不止公益」活動已覆蓋全國 75 個城市，攜手 100 家經銷商，成功聯動 2,998 位愛心車主，共同開展了 108 場形式多樣的公益活動，包括「以蔬換書」、「守護行星的孩子」、「Co 客支教」以及「愛心車隊」等，展現出用戶群體參與公益的活力與創意。

# 附錄 1

作為一家香港上市公司，吉利汽車嚴格遵守香港聯合交易所有限公司《主板上市規則》及附錄 C2 所載《環境、社會及管治報告守則》之守則條文；吉利汽車主要運營所在地位於中國內地，運營管理嚴格遵守對本集團有重大影響的法律法規和標準要求，亦執行其中相關適用條款。

## 適用的法律法規及相關標準清單

| 序號 | 文件名稱 |
|---|---|
| 一、节能环保适用法律法规清单 | |
| 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. | 《GB 18352.6-2016 轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国 VI 阶段）》 |
| 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. | 《绿色工厂评价通则》 |
| 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條例》 |
| 34. | 《城鎮污水處理廠污染物排放標準》 |
| 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. | 《揮發性有機物無組織排放控制標準》 |
| 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. | 《2024—2025 年節能降碳行動方案》 |
| 50. | 《中華人民共和國能源法》 |
| 51. | 《新能源汽車廢舊動力電池綜合利用行業規範條件（2024 年本）》 |
| 52. | 《關於加快經濟社會發展全面綠色轉型的意見》 |
| 53. | 《加快構建新型電力系統行動方案（2024—2027 年）》 |
| 54. | 《關於進一步構建高質量充電基礎設施體系的指導意見》 |
| 55. | 《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》 |
| 56. | 《聯合國氣候變化框架公約》 |
| 57. | 《中華人民共和國水法》 |
| 58. | 《中華人民共和國水污染防治法實施細則》 |
| 59. | 《中華人民共和國海洋環境保護法》 |
| 60. | 《環境空氣質量標準》 |
| 61. | 《地表水環境質量標準》 |
| 62. | 《中華人民共和國大氣污染防治法實施細則》 |
| 63. | 《中華人民共和國水土保持法實施條例》 |
| 64. | 《中华人民共和国循环经济促进法》 |
| 65. | 《绿色产品评价通则》 |

| 序號文件名稱 |
| --- |
| 二、職業健康和安全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》 |
| 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.《用人单位职业病危害告知与警示标识管理规范》 |
| 10.《用人单位职业健康监护监督管理办法》 |
| 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.《易制毒化学品管理条例》 |
| 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》 |
| 20.《特种设备重大事故隐患判定准则》 |
| 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》 |

| 序號文件名稱 |
| --- |
| 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》 |
| 26.《職業學校學生實習管理規定》 |
| 27.《工會勞動法律監督辦法》 |
| 28.《中华人民共和国妇女权益保障法》 |
| 29.《外国人在中国就业管理规定》 |
| 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》 |

| 序號文件名稱 |
| --- |
| 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.《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》 |
| 9.《新能源汽車生產企業及產品准入管理規定》 |
| 10.《汽车零部件再制造规范管理暂行办法》 |
| 11.《機動車維修管理規定》 |
| 2.《報廢機動車回收管理辦法實施細則》 |
| 13.《報廢機動車回收管理辦法》 |
| 14.《中华人民共和国标准化法》 |
| 15.《中华人民共和国计量法》 |
| 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]

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 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 | 127,437 | 170,646 | 172,828 |
| 二氧化碳（$CO_2$） | 噸二氧化碳當量 | 124,603 | 164,606 | 172,326 |
| 甲烷（$CH_4$） | 噸二氧化碳當量 | 0 | 824 | 147 |
| 氧化亞氮（$N_2O$） | 噸二氧化碳當量 | 0 | 921 | 287 |
| 氫氟碳化物（HFCs） | 噸二氧化碳當量 | 2,834 | 4,295 | 68 |
| —整車基地 | 噸二氧化碳當量 | 119,796 | 162,578 | 162,625 |
| —其他 | 噸二氧化碳當量 | 7,641 | 8,068 | 10,203 |
| 溫室氣體排放量（範圍二）[5] | 噸二氧化碳當量 | 379,211 | 429,291 | 96,411 |
| 溫室氣體排放量（範圍二）- 基於位置 | 噸二氧化碳當量 | 653,675 | 772,122 | 852,266 |
| 溫室氣體排放量（範圍二）- 基於市場 | 噸二氧化碳當量 | 379,211 | 429,291 | 96,411 |
| —整車基地 | 噸二氧化碳當量 | 203,746 | 223,715 | 10,458 |
| —其他 | 噸二氧化碳當量 | 175,465 | 205,576 | 85,953 |
| 溫室氣體排放量（範圍三）[6] | 噸二氧化碳當量 | 56,273,917 | 67,652,981 | 85,961,646 |
| —採購商品與服務 | 噸二氧化碳當量 | 12,263,153 | 15,817,608 | 21,201,844 |
| —上游運輸與配送 | 噸二氧化碳當量 | 155,985 | 162,534 | 197,905 |
| —下游運輸與配送 | 噸二氧化碳當量 | 960,480 | 984,228 | 1,868,604 |
| —售出商品的使用 | 噸二氧化碳當量 | 42,874,713 | 50,666,458 | 62,672,934 |
| —員工通勤 | 噸二氧化碳當量 | 879 | 738 | 721 |
| —商務差旅 | 噸二氧化碳當量 | 18,707 | 21,414 | 19,637 |
| 溫室氣體排放總量（範圍 1+2+3） | 噸二氧化碳當量 | 56,780,564 | 68,252,917 | 86,230,885 |
| 溫室氣體排放密度（範圍 1+2+3） | 噸二氧化碳當量 / 輛 | 33.67 | 31.36 | 28.51 |
| 平均尾氣排放密度（WLTC）[7] | 克二氧化碳 / 每公里 | 169.48 | 155.19 | 138.14 |
| 平均尾氣排放密度（WLTC）- 直接排放 [7] | 克二氧化碳 / 每公里 | N/A | N/A | 74.57 |
| 能源使用 [2, 8] | | | | |
| 總能源消耗 | | | | |
| 直接能源消耗量 [9] | 噸標煤 | 80,221 | 103,558# | 109,796 |
| | 兆瓦時 | 725,320 | 938,109# | 1,073,339 |
| —整車基地 | 噸標煤 | 76,360 | 99,987 | 105,786 |
| —其他 | 噸標煤 | 3,861 | 3,571# | 4,010 |
| 間接能源消耗量 [10] | 噸標煤 | 150,343 | 179,469 | 197,456 |
| | 兆瓦時 | 1,223,230 | 1,460,174 | 1,606,508 |
| —整車基地 | 噸標煤 | 108,286 | 129,527 | 143,764 |
| —其他 | 噸標煤 | 42,057 | 49,942 | 53,692 |
| 能源消耗總量 | 噸標煤 | 230,564 | 283,027# | 307,252 |
| | 兆瓦時 | 1,948,550 | 2,398,283# | 2,679,847 |
| —整車基地 | 噸標煤 | 184,646 | 229,514 | 249,550 |
| —其他 | 噸標煤 | 45,918 | 53,513# | 57,701 |
| 能源消耗密度 | 千克標准煤 / 輛 | 136.71 | 130.03# | 101.59 |
| | 兆瓦時 / 輛 | 1.16 | 1.10 | 0.89 |
| 可再生能源 [10] | | | | |
| 可再生電力 | 千瓦時 | 536,948,212 | 703,782,222 | 1,421,976,708 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| —整車基地 | 千瓦時 | 502,756,803 | 648,941,985 | 1,132,192,673 |
| —其他 | 千瓦時 | 34,191,409 | 54,840,237 | 289,784,035 |
| 非可再生能源 [10] | | | | |
| 天然氣 | 標准立方米 | 69,139,256 | 90,960,448 | 96,567,999 |
| —整車基地 | 標准立方米 | 68,272,341 | 90,052,737 | 95,674,010 |
| —其他 | 標准立方米 | 866,915 | 907,711 | 893,989 |
| 汽油 | 公升 | 3,391,171 | 3,024,853 | 3,293,848 |
| —整車基地 | 公升 | 1,057,160 | 768,962 | 476,299 |
| —其他 | 公升 | 2,334,012 | 2,255,892 | 2,817,550 |
| 柴油 | 公升 | 49,011 | 42,229 | 26,697 |
| —整車基地 | 公升 | 44,395 | 42,229 | 26,697 |
| —其他 | 公升 | 4,615 | 0 | 0 |
| 外購電力 | 千瓦時 | 919,517,743 | 979,092,975 | 146,481,241 |
| —整車基地 | 千瓦時 | 604,837,856 | 628,716,974 | 0 |
| —其他 | 千瓦時 | 314,679,887 | 350,376,001 | 146,481,241 |
| 外購蒸汽 | 噸 | 64,920 | 61,661 | 51,175 |
| —整車基地 | 噸 | 63,850 | 60,311 | 50,570 |
| —其他 | 噸 | 1,070 | 1,350 | 605 |
| 污染物排放 [2, 11] | | | | |
| 大氣污染物 | | | | |
| 氮氧化物 (NOx) 排放量 | 噸 | 110.82 | 163.88 | 167.54 |
| —整車基地 | 噸 | 109.97 | 161.66 | 166.22 |
| —其他 | 噸 | 0.85 | 2.22 | 1.32 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 氮氧化物 (NOx) 排放密度 | 千克 / 輛 | 0.067 | 0.075 | 0.055 |
| 二氧化硫 ($SO_2$) 排放量 | 噸 | 18.03 | 17.17 | 17.99 |
| —整車基地 | 噸 | 17.09 | 16.68 | 16.59 |
| —其他 | 噸 | 0.94 | 0.49 | 1.40 |
| 二氧化硫 ($SO_2$) 排放密度 | 千克 / 輛 | 0.011 | 0.008 | 0.006 |
| 揮發性有機物（VOCs）排放量 | 噸 | 70.54 | 80.26 | 113.30 |
| —整車基地 | 噸 | 70.54 | 79.71 | 113.30 |
| —其他 | 噸 | 0.00 | 0.55 | 0 |
| 揮發性有機物（VOCs）排放密度 | 千克 / 輛 | 0.043 | 0.037 | 0.037 |
| 非甲烷總烴（NMHC）排放量 | 噸 | 77.96 | 90.57 | 121.95 |
| —整車基地 | 噸 | 75.72 | 87.36 | 116.87 |
| —其他 | 噸 | 2.24 | 3.21 | 5.08 |
| 非甲烷總烴（NMHC）排放密度 | 千克 / 輛 | 0.047 | 0.042 | 0.040 |
| 顆粒物排放量 | 噸 | 68.84 | 79.46 | 67.87 |
| —整車基地 | 噸 | 62.72 | 70.27 | 52.92 |
| —其他 | 噸 | 6.12 | 9.19 | 14.95 |
| 顆粒物排放密度 | 千克 / 輛 | 0.042 | 0.037 | 0.022 |
| 廢水 | | | | |
| 化學需氧量 (COD) 排放量 | 噸 | 175.00 | 239.60 | 255.46 |
| —整車基地 | 噸 | 172.85 | 235.54 | 254.81 |
| —其他 | 噸 | 2.15 | 4.06 | 0.65 |
| 氨氮排放量 | 噸 | 8.94 | 12.66 | 12.97 |
| —整車基地 | 噸 | 8.46 | 12.25 | 12.92 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| —其他 | 噸 | 0.48 | 0.41 | 0.05 |
| 工業廢水排放量 [17] | 噸 | 2,553,442 | 3,069,256 | 2,799,453 |
| —整車基地 | 噸 | 2,547,704 | 3,064,085 | 2,793,814 |
| —其他 | 噸 | 5,738 | 5,171 | 5,639 |
| 工業廢水排放密度 | 噸 / 輛 | 1.55 | 1.41 | 0.93 |
| 生活廢水排放量 [17] | 噸 | 1,878,706 | 2,004,799# | 2,081,958 |
| —整車基地 | 噸 | 1,099,380 | 842,637# | 979,373 |
| —其他 | 噸 | 779,326 | 1,162,162 | 1,102,586 |
| 生活廢水排放密度 | 噸 / 輛 | 1.14 | 0.92# | 0.69 |
| 廢棄物 | | | | |
| 無害固體廢棄物產生總量 | 噸 | 195,460 | 277,644 | 295,202 |
| —整車基地 | 噸 | 172,662 | 254,391 | 258,672 |
| —其他 | 噸 | 22,798 | 23,253 | 36,530 |
| 無害固體廢棄物產生密度 | 千克 / 輛 | 118.57 | 127.56 | 97.60 |
| 危險廢棄物產生總量 | 噸 | 16,762 | 20,407 | 23,873 |
| —整車基地 | 噸 | 15,167 | 18,639 | 21,822 |
| —其他 | 噸 | 1,595 | 1,769 | 2,051 |
| 危險廢棄物產生密度 | 千克 / 輛 | 10.17 | 9.38 | 7.89 |
| 固體廢棄物循環利用率 [12] | % | 97.06 | 98.41 | 97.26 |
| 固體廢棄物達標排放率 [13] | % | 100 | 100 | 100 |
| 主要污染物達標排放率 [14] | % | 100 | 100 | 100 |
| 水資源使用 [2, 11] | | | | |
| 總用水量 [15] | 萬噸 | 43,297.40# | 47,124.47# | 37,826.59 |
| —整車基地 | 萬噸 | 39,549.67# | 43,328.43# | 26,261.74 |
| —其他 | 萬噸 | 3,747.73# | 37,96.04# | 11,564.85 |
| 總用水量密度 | 噸 / 輛 | 256.73# | 216.51# | 125.06 |
| 生產用水消耗量（新水） | 萬噸 | 507.05 | 660.30 | 693.76 |
| —整車基地 | 萬噸 | 445.16 | 599.78 | 637.87 |
| —其他 | 萬噸 | 61.89 | 60.53 | 55.89 |
| 生產用水消耗量密度（新水） | 噸 / 輛 | 3.01 | 3.03 | 2.29 |
| 生活用水消耗量（新水） | 萬噸 | 240.07 | 150.89 | 258.70 |
| —整車基地 | 萬噸 | 148.08 | 50.15 | 121.78 |
| —其他 | 萬噸 | 91.99 | 100.74 | 136.92 |
| 總取水量 [16] | 萬噸 | 747.12# | 811.20# | 952.46 |
| —整車基地 | 萬噸 | 593.25# | 649.93# | 759.66 |
| —其他 | 萬噸 | 153.88# | 161.27# | 192.80 |
| 總排水量 [17] | 萬噸 | 443.22# | 507.41# | 488.14 |
| —整車基地 | 萬噸 | 364.71 | 390.67# | 377.32 |
| —其他 | 萬噸 | 78.51 | 116.73 | 110.82 |
| 水資源消耗總量 [18] | 萬噸 | 303.91# | 303.80# | 464.32 |
| —整車基地 | 萬噸 | 228.54# | 259.25# | 382.34 |
| —其他 | 萬噸 | 75.37# | 44.53# | 81.98 |
| 總水資源消耗密度 | 噸 / 輛 | 1.80# | 1.40# | 1.54 |
| 水資源循環利用量 [19] | 萬噸 | 42,550.28# | 46,313.27# | 36,874.14 |
| —整車基地 | 萬噸 | 38,956.43# | 42,678.50# | 25,502.09 |
| —其他 | 萬噸 | 3,593.85# | 3,634.77# | 11,372.05 |
| 整車基地水資源循環利用率 [20] | % | 98.50 | 98.50 | 97.11 |
| 水資源循環利用率 [20] | % | 98.27# | 98.28# | 97.48 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 原材料使用—制造環節 [2] | | | | |
| 鋼材消耗量 | 噸 | 448,601 | 521,124 | 692,899 |
| 鋼材消耗密度 | 千克 / 輛 | 272.12 | 239.42 | 238.99 |
| 油漆消耗量 | 噸 | 20,803 | 24,725 | 29,923 |
| 油漆消耗密度—整車製造 | 千克 / 輛 | 12.62 | 11.36 | 10.32 |
| 包裝材料使用 [2] | | | | |
| 一次性包裝材料消耗量 | 噸 | 10,341 | 9,982 | 13,600 |
| 一次性包裝消耗密度 | 千克 / 輛 | 6.13 | 4.59 | 4.69 |
| 使用循環包裝材料的供應商占比 | % | 83.79 | 83.90 | 84.15 |
| 包裝材料回收利用率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 僱員人數及分佈 [21] | | | | |
| 年末員工總人數 [22] | 人 | 60,296 | 63,678 | 73,129 |
| 新聘員工數量 | 人 | 24,328 | 30,090# | 37,928 |
| 吸納應屆畢業生就業人數 | 人 | 3,114 | 3,559 | 3,620 |
| 年末少數民族員工 | 人 | 3,445 | 3,822 | 4,016 |
| 按僱傭類型劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 全職員工 | 人 | 53,998 | 55,169 | 64,786 |
| 其他類型員工（含實習生、退休返聘人員） | 人 | 6,298 | 8,509 | 8,343 |
| 按性別劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 男員工 | 人 | 49,832 | 52,295 | 59,742 |
| 女員工 | 人 | 10,464 | 11,383 | 13,383 |
| 未透露 [23] | 人 | 0 | 0 | 4 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 按年齡組別劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 30 歲以下 | 人 | 30,446 | 30,651 | 33,882 |
| 30-50 歲 | 人 | 29,226 | 32,040 | 37,960 |
| 50 歲以上 | 人 | 624 | 987 | 1,287 |
| 按地區劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 華北地區 | 人 | 1,864 | 1,586 | 4,213 |
| 西北地區 | 人 | 7,085 | 6,752 | 6,598 |
| 西南地區 | 人 | 2,376 | 3,951 | 6,086 |
| 華東地區 | 人 | 44,568 | 42,517 | 47,834 |
| 華南地區 | 人 | 4,182 | 7,459 | 5,879 |
| 東北地區 | 人 | 112 | 309 | 621 |
| 港澳台地區 | 人 | 14 | 21 | 20 |
| 海外地區 | 人 | 95 | 1,083 | 1,878 |
| 按僱員崗位劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 研究 | 人 | 15,657 | 17,448 | 18,705 |
| 支持（包括銷售、供應鏈、業務支持人員等） | 人 | 16,309 | 15,776 | 22,205 |
| 管理 | 人 | 3,219 | 4,784 | 5,604 |
| 操作 | 人 | 25,111 | 24,866 | 26,615 |
| 按創收及 STEM 崗位劃分的年末員工分佈 | | | | |
| 擔任創收職位的員工 | 人 | N/A | 8,225 | 10,004 |
| 擔任創收職位的女性人員占比 | % | N/A | 28.32 | 34.28 |
| 擔任 STEM 相關職位的員工 | 人 | N/A | 10,780 | 18,354 |
| 擔任 STEM 相關職位的女性員工占比 | % | N/A | 15.19 | 15.73 |
| 按照創收職位（如銷售）及 STEM 相關職位（如研發、技術、工程）的管理職位女性占比 | % | N/A | 20.87 | 9.68 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 最高治理機構年末成員數量 | | | | |
| 最高治理機構成員 | 人 | 12 | 11 | 9 |
| 最高治理機構女性成員 | 人 | 3 | 3 | 3 |
| 僱員權益及福利 | | | | |
| 勞動合同簽訂率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 社會保險覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 體檢及健康檔案覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 接受定期績效和職業發展考核的員工比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 參加工會的中國內地員工比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 員工流失[24] | | | | |
| 正式員工離職總數 | 人 | N/A | 11,590 | 15,834 |
| 正式員工總流失率 | % | N/A | 16.98 | 22.10 |
| 正式員工平均流失率 | % | N/A | 1.41 | 1.84 |
| 按性別劃分員工流失率 | | | | |
| 男員工 | % | 14.26 | 17.82# | 22.56 |
| 女員工 | % | 14.50 | 14.52# | 20.21 |
| 按年齡組別劃分員工流失率 | | | | |
| 30 歲以下 | % | 16.43 | 19.68# | 25.82 |
| 30-50 歲 | % | 11.57 | 13.96# | 19.61 |
| 50 歲以上 | % | 8.33 | 9.61# | 5.94 |
| 按地區劃分員工流失率 | | | | |
| 華北地區 | % | N/A | 15.26# | 34.24 |
| 西北地區 | % | N/A | 16.02# | 12.05 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 西南地區 | % | N/A | 10.95# | 24.52 |
| 華東地區 | % | N/A | 17.38# | 24.01 |
| 華南地區 | % | N/A | 22.45# | 16.42 |
| 東北地區 | % | N/A | 8.33# | 10.89 |
| 港澳台地區 | % | N/A | 10.00# | 0 |
| 海外地區 | % | N/A | 12.63 | 19.48 |
| 健康安全 | | | | |
| 安全事故數量[25] | 個 | 40 | 49 | 35 |
| 20 萬工時損工事故率（LTIR）[26] | n/20 萬工作小時 | 0.07 | 0.08 | 0.05 |
| 因工傷死亡人數 | 人 | 0 | 1 | 0 |
| 百萬工時死亡率 | n/ 百萬工作小時 | 0 | 0.0079 | 0 |
| 因工傷損失工作天數 | 天 | 1,652 | 2,557 | 1,205 |
| 重傷事故率 | ‰ | 0.017 | 0.079 | 0 |
| 輕傷事故率 | ‰ | 0.65 | 0.68 | 0.48 |
| 職業病事故數量 | 個 | 0 | 0 | 0 |
| 職業病比例 | ‰ | 0 | 0 | 0 |
| 工傷率 | ‰ | 0.66 | 0.77 | 0.48 |
| 缺勤率 | ‰ | 0.110 | 0.136 | 0.066 |
| 因安全事故造成的經濟損失 | 萬元 | 31.48 | 51.49 | 35.44 |
| 發展與培訓[27] | | | | |
| 組織員工培訓的總小時數 | 小時 | 4,842,797 | 5,982,753 | 5,106,202 |
| 員工培訓覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 按主要類別劃分的培訓總時數 | | | | |
| 健康安全培訓總時數 | 小時 | 1,338,314 | 1,179,520 | 1,362,392 |
| 可持續發展培訓總時數 | 小時 | N/A | 25,502 | 31,187 |
| 產品質量和安全培訓總時數 | 小時 | N/A | N/A | 3,444,765 |
| 數字化培訓總時數 | 小時 | 119,030 | 226,140 | 625,255 |
| 電動化培訓總時數 | 小時 | 1,700,000 | 1,480,800 | 2,683,580 |
| 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 |
| 按職級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 | 80.33 | 93.62 | 70.95 |
| 女員工 | 小時 | 80.24 | 95.48 | 70.95 |
| 按職級劃分的每位員工平均培訓時數 | | | | |
| 高級人員 | 小時 | 137.70 | 94.19 | 70.95 |
| 中級人員 | 小時 | 126.60 | 94.83 | 70.95 |
| 普通員工 | 小時 | 78.96 | 93.78 | 70.95 |
| 按僱員崗位劃分的每位員工平均培訓時數 | | | | |
| 研究 | 小時 | 107.50 | 95.81 | 71.81 |
| 支持 | 小時 | 71.36 | 96.96 | 71.51 |
| 管理 | 小時 | 99.60 | 94.15 | 70.93 |
| 操作 | 小時 | 66.72 | 90.37 | 69.90 |
| 按地區劃分的供應商[28] | | | | |
| 供應商總數 | 家 | 1,020 | 1,085 | 878 |
| 中國華東地區 | % | 68.3 | 68.0 | 68.9 |
| 中國其他地區（包括華北、西南、華南、東北等地區） | % | 30.4 | 30.5 | 29.8 |
| 海外地區 | % | 1.3 | 1.5 | 1.3 |
| 供應商管理[28] | | | | |
| 開展日常及不定期飛行審核的供應商比例 | % | 79.05 | 74.75 | 89.29 |
| 供應商培訓總時數[29] | 小時 | 23,178 | 18,862 | 21,348 |
| 供應商反貪腐培訓比例 | % | 90 | 77 | 100 |
| 通過 ISO 14001 認證的供應商比例 | % | 90 | 77 | 84 |
| 通過 ISO 45001 認證的供應商比例 | % | 57 | 62 | 77 |
| 通過 IATF 16949 認證的供應商比例 | % | 99 | 87 | 92 |
| 供應商簽署《吉利供應商行為準則》比例 | % | 94 | 93 | 98 |
| 已識別的高風險供應商 | 個 | 0 | 3 | 6 |
| 高風險供應商盡職調查覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 產品質量安全[33] | | | | |
| 通過安全健康評估的產品比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 公開召回[30] | 次 | 1 | 1 | 1 |
| 召回數量 | 輛 | 22,272 | 2,539 | 46,108 |
| 千車故障率（12MIS）[31] | ‰ | 吉利品牌：7<br>領克品牌：23<br>極氪品牌：123.26 | 吉利品牌：6<br>領克品牌：20<br>極氪品牌：71.01 | 吉利品牌：8<br>領克品牌：16.8<br>極氪品牌：37.6 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 新車質量研究（IQS）[32] | % | 吉利品牌：140<br>領克品牌：161<br>極氪品牌：151 | 吉利品牌：64<br>領克品牌：151<br>極氪品牌：171 | 吉利品牌：63<br>領克品牌：145.1<br>極氪品牌：166.3 |
| 門店管理 [33] | | | | |
| 中國經銷商數量 | 個 | 2,164 | 2,606# | 2,800 |
| 自營門店數量（中國內地） | 個 | 340 | 467 | 537 |
| 海外門店數量 | 個 | 782# | 1,027# | 1,686 |
| 門店培訓 [33] | | | | |
| 組織門店培訓次數 | 次 | 1,844# | 1,898# | 2,664 |
| 門店參與培訓總時數 | 小時 | 17,354 | 29,074# | 41,239 |
| —國內門店參與培訓比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| —海外門店參與培訓比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 產品與客戶服務 [33] | | | | |
| 累計 APP 車友注册数量 | 人 | 9,217,800 | 14,096,000# | 30,319,700 |
| 車友年增長率 | % | 66.56 | 52.93 | 115.11 |
| 車友活動次數 | 次 | 3,762 | 5,268 | 9,301 |
| 產品與服務投訴 | 起 | 19,186# | 23,061 | 27,384 |
| 投訴處理比例 | | | | |
| —國內 | % | 96.6# | 99.8 | 99.4 |
| —海外 | % | 99.1 | 99.5 | 98.8 |
| 客戶滿意度 | | | | |
| —吉利品牌 ( 中國 ) | 分 | 95.6 | 96.6 | 97.1 |
| —領克品牌（中國） | 分 | 97.5 | 94.4 | 96.2 |
| —極氪品牌（中國） | 分 | 93.8 | 96.5 | 98.4 |
| —國際 | 分 | 吉利品牌：93.4 | 吉利品牌：94.6 | 吉利品牌：94.6<br>領克品牌：92.3<br>極氪品牌：95.0 |

| 指標名稱 | 單位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| J.D. Power 汽車售後滿意度研究（CSI） | | | | |
| —吉利品牌 | 分 | 771 | 786 | 801 |
| —領克品牌 | 分 | N/A | 766 | 788 |
| —極氪品牌 | 分 | 792 | 779 | 783 |
| 合規與反腐敗 | | | | |
| 合規培訓總時數 [34] | 小時 | 835,125 | 371,659 | 106,955 |
| 行為準則培訓總時數 | 小時 | N/A | 24,822 | 6,757 |
| 公平競爭培訓總時數 | 小時 | N/A | 2,122 | 605 |
| 出口與貿易管制培訓總時數 | 小時 | N/A | N/A | 1,867 |
| 數據合規 / 隱私保護培訓總時數 | 小時 | N/A | N/A | 775 |
| 信息安全培訓總時數 | 小時 | N/A | N/A | 137,568 |
| 反腐敗 | | | | |
| 反腐敗培訓總時數 | 小時 | 386,387 | 219,886 | 96,952 |
| 每位董事及員工參加反腐敗培訓平均時數 | 小時 | 6.4 | 3.5 | 1.05 |
| 員工參加反腐敗培訓百分比 | % | 100 | 100 | 100 |
| 反腐敗內部審核覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 社區活動 | | | | |
| 員工參與社區活動總時數 | 小時 | 13,653 | 5,721 | 2,266 |

注：

1.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 2023 及 2024 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，2025 年全年總銷量為 3,024,567 輛，並用以計算所有密度指標。

2.2025 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 - 制造環節、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、極氪、領克的 17 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、義烏、領克成都、領克餘姚、領克張家口、極氪梅山、極氪春曉、極氪 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）。

3. 溫室氣體排放數據參考《機械設備制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。2025 年溫室氣體排放量已包含碳信用抵消以及購買可再生能源證書（如國際 I-REC/ 國內 GEC）的抵消。

4. 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。

5. 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；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），2025 年使用排放因子 0.5856kg$CO_2$/kWh 計算基於市場的範圍二排放（2022-2023 年使用排放因子 0.5703kg$CO_2$/kWh 計算），及使用排放因子 0.5366kg$CO_2$/kWh 計算基於位置的範圍二排放。

6. 溫室氣體排放量（範圍三）中 1）採購商品與服務：主要依據上遊產業鏈的材料結構（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（按單公裏、單立方結算），現已拆分為上遊及下遊運輸與配送；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，行駛裏程按平均 15 萬公裏測算；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。

7. 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 萬公裏。其中溫室氣體排放量（範圍三）中售出商品的使用包含直接排放、間接排放和維修保養。

8. 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）的相關轉換系數計算兆瓦時。

9. 直接能源包括：天然氣、汽油、柴油。

10. 間接能源包括：可再生能源（光伏發電、水電、風電、直購綠電及購買可再生能源證書（如國際 I-REC/ 國內 GEC））及非可再生能源（外購電力、外購蒸汽）

11. 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。

12. 固體廢棄物循環利用率 = 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。

13. 本集團整車基地、動力基地以及辦公場所產生的固體廢棄物（包括無害固體廢棄物和危險廢棄物）在貯存、轉移、處置等環節均符合國家或地方相關污染控制標準及法規要求，並無涉及處罰、罰款等。

14. 本集團整車基地、動力基地以及辦公場所產生的廢氣、廢水中主要污染物排放濃度及總量，均符合國家或地方排放標準及總量控制要求，並無涉及處罰、罰款等。

15. 總用水量統計方法調整為：總取水量 + 水資源循環利用量。

16. 總取水量 = 生產用水消耗量（新水）+ 生活用水消耗量（新水），2025 年取水來源為市政供水。

17. 總排水 = 工業廢水排放量 + 生活廢水排放量。

18. 水資源消耗總量 = 總取水量 - 總排水量。

19. 水資源循環利用量包含工業用水資源循環利用量和生活用水資源循環量。

20. 水資源循環利用率的 = 水資源循環利用量 / 總用水量；整車基地水資源循環利用率 = 整車基地水資源循環利用量 / 整車基地總用水量。

21. 僱員人數及分佈的數據範圍：2025 年包括全體員工範圍，2024 年不包括極氪非正式員工，2023 年不包括極氪非正式員工、極氪歐洲員工。

22. 年末員工總數 = 上一年末員工總數 + 本年度新聘員工總數 - 本年度正式員工離職總數 ± 本年度其他影響因素產生的員工人數變化。其他影響因素產生的員工人數變化，包括：內部組織架構調整（如合併、拆分）、員工內部輪崗 / 轉崗（人才活力計劃）、成本中心歸屬變更、其他類型員工的流動（如退休返聘結束、實習結束、退休、取消入職等，不計入員工流失人數及流失率），2025 年共計 12,643 人。

23. 按性別劃分的僱員人數中，因海外部分區域對員工隱私信息的要求，2025 年有 4 名極氪欧洲員工的具體性別未被標識。

24. 正式員工總流失率（即僅包含全職員工，不含其他類型的員工）= 本年度正式員工離職人數 /（上一年末正式員工總人數 + 本年度新聘正式員工總數）。正式員工離職總數，包含主動離職 + 被動離職。正式員工平均流失率 = 正式員工總流失率 /12 個月。按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失率，2025 年僅包含全體正式員工口徑；2023-2024 年包含吉利汽車非正式員工，但不包含極氪非正式員工；除按地區劃分外，2023-2024 年均不包含极氪歐洲地區員工。

25. 安全事故數量 = 輕傷事故數量 + 重傷事故數量 + 死亡事故數量。

26.20 萬工時損工事故率 (LTIR) = 損工事故數量 X 200,000 / 全體僱員總工時；全體僱員總工時 = 僱員數量 X 40 小時 X 50 周。

27. 發展與培訓的數據，主要來源於本集團線上學習平台「吉時學」。由於統計方法與口徑的不同，組織員工培訓的總小時數按照本集團員工參與的實際培訓總時數計入；按主要類別劃分的培訓總時數按照課程開展的總時數計入。

28. 按地區劃分的供應商以及供應商管理的數據範圍包括吉利品牌、極氪品牌、領克品牌的一級供應商。

29. 供應商培訓總時數包含一級供應商的質量培訓、合規培訓、可持續發展培訓的時數總和。

30. 公開召回包括 2023-2024 年共發生 2 起主動召回，2025 年發生 1 起強制召回。

31. 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 月生產並銷售的車輛數 X 1,000。

32.IQS = 抱怨數 / 車輛數 X 100。

33. 產品質量安全、門店管理、門店培訓、產品與客戶服務的數據範圍均包含本集團吉利品牌、領克品牌、極氪品牌。

34. 合規培訓總時數，包括行為准則培訓、反腐敗培訓、公平競爭培訓、出口與貿易管制培訓，以及 2025 年將數據合規 / 隱私保護培訓納入此範圍。

# 經統計優化，2023 年或 / 及 2024 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 | 2024 年 | 2025 年 | 頁碼／備註 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 生產經營活動 | TR-AU-000.A | 車輛產量[1] | 輛 | 2,176,567 | 3,024,567 | 28 |
| | TR-AU-000.B | 車輛銷量 | 輛 | 2,176,567 | 3,024,567 | 28 |
| 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<br>歐洲地區：100 | 中國地區：100<br>歐洲地區：100 | 116-117 |
| | TR-AU-250a.2 | 針對與安全相關的缺陷投訴，已調查的百分比 | 起 | 11 | 2 | N/A |
| | | | % | 100 | 100 | 116 |
| | TR-AU-250a.3 | 召回車輛 | 輛 | 2,539 | 46,108 | 115 |
| 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 | N/A |
| | TR-AU-310a.2 | 停工次數及總停工天數 | 次 | 0 | 0 | N/A |
| | | | 天 | 0 | 0 | N/A |
| | 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 | 3.52 | 2.93 | 53 |
| | TR-AU-410a.2 | 1）零排放車輛（ZEV）銷售數 | 輛 | 576,488 | 1,073,805 | 29 |
| | | 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 | 29 |
| | | 3）插電混合動力車輛銷售數 | 輛 | 311,747 | 613,962 | 29 |
| | 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周期碳排放減少 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：「3.2 全生命周期碳標管理」（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 氣候相關披露」（P.39-47）。 | 吉利汽車已制定以 2020 年為基準年，2025 年實現單輛車全生命周期碳排放減少 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：「3.2 全生命周期碳標管理」（P.25-26）；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.43-54）。 | 25-26；43-53 |

| 披露議題 | 披露指標 | | 單位 | 2024 年 | 2025 年 | 頁碼／備註 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 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章節的關注重點。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） | 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。本集團將原材料和關鍵礦物作為主要識別的風險項之一，並基於已識別的 16 種關鍵原材料中的重點材料，如鉭、钨、锡、金（3TG）、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（含沖突礦產）風險管理（P.135-136） | 135-136 |
| 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 | 270,410 | 260,473 | 61-64；188 |
| | | | % | 97.30 | 94.63 | 61-64；188 |
| | TR-AU-440b.2 | 報廢材料的回收重量，及回收利用的百分比 | 噸 | 10,111 | 5,855 | 69-75 |
| | | | % | 97.1 | 97.9 | 71-73 |

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，2025 年報廢材料的回收重量包括：試驗車輛回收（4,096 台）及工业废弃物重量（如拆解后产生的泡沫、脚垫等 120.35 吨），每輛車估計重量預計為 1.4 噸，回收百分比參考報廢汽車再生資源綜合利用率 97.9%。

# 附錄 4

## 聯合國指導原則報告框架—內容索引

| 披露內容 | | 披露內容 / 章節 | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|---|
| A 部分：尊重人權的治理 | | | |
| 政策承諾 | A1 企業如何公開闡述其尊重人權的承諾 | 本集團《行為准則》的承諾範圍涵蓋員工、用戶、供應商及其員工、社區等所有受影響的個人和群體，明確適用於所有董事、高級管理層及全體員工（含全職、兼職及臨時職員）。《吉利供應商行為准則》構成本集團與其供應商簽訂合同的組成部分。<br>本集團定期審閱《行為准則》《吉利供應商行為准則》 等 ESG 政策，並根據需要進行修訂後在本公司官方網站發布。《行為准則》的第三版和《吉利供應商行為准則》（修訂版）於 2024 年 4 月正式發布，此為截至本報告發布日的最新版本。同年，我們發布了《人權政策聲明》《員工權益聲明》，進一步細化對尊重和保護人權的承諾。<br>2025 年，我們最新制定《員工多元化政策》《可持續供應鏈盡職調查管理政策》，進一步對全體員工、供應商及其員工作出人權相關承諾，以及提出具體要求。<br>更多內容詳見：「5.3.3 人權及勞工權益」「7.1.1 供應商全生命周期管理」「8.3.1 人權保障」。 | 87-88；153-157 |
| | A1.1 公開承諾是如何做出的？ | | 87-88；153-157 |
| | A1.2 公開承諾針對的人權對象是誰？ | | 88；153-157 |
| | A1.3 公開承諾是如何傳播的？ | | 88；153-157 |
| 把尊重人權付諸實踐 | A2 企業如何證明其對兌現人權承諾的重視？ | 本公司董事會下設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。本集團 ESG 部門、合規部門、人力資源部門、工會、供應鏈部門、安全環保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。<br>同時，本集團通過開展人權相關培訓，以讓員工理解本集團對人權的承諾，並設立了多個溝通渠道，提供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。<br>員工、供應商及其他利益相關方可通過《行為准則》《吉利供應商行為准則》及其他 ESG 相關政策所列的申訴與舉報渠道（coc@geely.com）反饋意見。<br>更多內容詳見：「5.3.3 人權及勞工權益」「7.1.1 供應商全生命周期管理」。 | 8-9 |
| | 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？ | | 10-13；88-89 |
| | 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？ | | 88-90 |
| | 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？ | | 13；88-89；141；153 |
| | A2.4 企業如何在其商業關系中表明對尊重人權的重視？ | | 88-91 |
| | 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？ | | 88；137-141 |
| 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系相關的突出人權議題。 | 我們以問卷調研的形式向董事會、投資者、本集團員工、供應商員工、經銷商員工、社區，收集對人權風險識別、人權管理及申訴渠道的建議。調研覆蓋本集團全球運營地區，其中以中國為樣本集中區域，同時亦收集到來自海外地區的員工、供應商員工、經銷商員工的回複。<br>更多內容詳見：「5.3.3 人權及勞工權益」「7.1.1 供應商全生命周期管理」「8.3.1 人權保障」「8.5.2 員工賦能」「8.6 職業健康與安全」。 | 89；137；153-157 |
| 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。 | | 89-90；137；153-157；165-167 |
| 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。 | | 89-90；137-138；153-157 |
| 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。 | | 139-141；153-157 |

| 披露內容 | | 披露內容 / 章節 | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|---|
| C 部分：管理突出人權議題 | | | |
| 具體政策 | C1 企業是否有闡述其突出人權問題的具體政策？ | 「5.3.3 人權及勞工權益」<br>更多內容詳見：「7.1.1 供應商全生命周期管理」「8.5.2 員工賦能」「8.6 職業健康與安全」 | 88；137；168-174 |
| 利益相關方的參與 | C2 企業採用何種方法讓各項突出人權問題的利益攸關方參與其中？ | | 14-15；88-91；165-167；168-174 |
| 評估影響 | C3 企業如何識別各項突出人權問題的性質隨時間發生的變化？ | | 88-91；165-167；168-174 |
| 整合發現，採取措施 | C4 企業如何將各項突出人權問題的發現納入其決策過程和措施？ | | 88-91；137-138；165-167；168-174 |
| 跟蹤維護狀態 | C5 企業如何知道自己為解決各項突出人權問題所作的努力在實踐中是否有效？ | | 137-141；165-167；168-174 |
| 補救 | C6 如果與突出人權問題相關的企業措施或決策對一些人造成了傷害，企業如何 才能有效補救？ | | 90-91；140-144；165-167；168-174 |

# 附錄 5

## 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 / 備注 |
|---|---|---|
| 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： | 55-67；184 |
| | (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。 | 61-67；188 |
| 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）。 | 61-64；188 |
| 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）。 | 61-64；188 |
| 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。 | 55-67 |
| 關鍵績效指標 A1.6 | 描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 61-64 |
| 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。 | 55-61；67-69 |
| 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）。 | 36-39；187 |
| 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）。 | 67-69；188 |
| 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。 | 36-39 |
| 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。 | 67-69 |
| 關鍵績效指標 A2.5 | 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。 | 41；189 |
| 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。 | 55-61；75-77 |
| 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採取管理有關影響的行動。 | 55-61；75-77 |

| 主要範圍、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|
| 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： | 148-164；185 |
| | (a) 政策；及 | 189 |
| | (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 190 |
| 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。 | 148-149；168-174；184-185 |
| 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。 | 169-172；190 |
| 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： | 148-149；168-174；184-185 |
| | (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 B2.1 | 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。 | 169-172；190 |
| 關鍵績效指標 B2.2 | 因工傷損失工作日數。 | 169-172；190 |
| 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。 | 168-174 |
| 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。 | 81-93；97；99；107-116；141-144；164-168 |
| 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。 | 191 |
| 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。 | 191 |

| 主要範圍、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|
| 層面 B4：勞工準則 | | |
| 一般披露 | 有關防止童工或強制勞工的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 153-157；185 |
| 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。 | 150；153-157；196 |
| 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。 | 153-157 |
| 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。 | 131-141 |
| 關鍵績效指標 B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。 | 130 |
| 關鍵績效指標 B5.2 | 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行慣例的供應商數目、以及相關執行及監察方法。 | 131-141 |
| 關鍵績效指標 B5.3 | 描述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。 | 131-141 |
| 關鍵績效指標 B5.4 | 描述在選取供應商時推動使用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。 | 131-139 |
| 層面 B6：產品責任 | | |
| 一般披露 | 有關所提供產品及服務的健康與安全、廣告、標籤及隱私事宜以及補救方法的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 105 |
| 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。 | 116 |
| 關鍵績效指標 B6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目及應對方法。 | 121 |
| 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。 | 118 |
| 關鍵績效指標 B6.4 | 描述質量檢定過程及產品回收程式。 | 114 |

| 主要範圍、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|
| 關鍵績效指標 B6.5 | 描述消費者數據保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。 | 118 |
| 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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 91-92 |
| 關鍵績效指標 B7.1 | 於匯報年度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。 | 91-92 |
| 關鍵績效指標 B7.2 | 描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。 | 82-83 |
| 關鍵績效指標 B7.3 | 描述向董事及僱員提供的反貪污培訓。 | 91 |
| 社區 | | |
| 層面 B8：社區投資 | | |
| 一般披露 | 有關以社區參與來瞭解營運所在社區的需要，並確保其業務活動會考慮社區利益的政策。 | 176-183 |
| 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）。 | 176-183 |
| 關鍵績效指標 B8.2 | 在專注範疇所出的專注資源（如金錢或時間）。 | 176-183；192 |

| 主要範圍、層面、一般披露及關鍵績效指標 | | 頁碼 / 備注 |
|---|---|---|
| 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。 | 23-24；43-44 |
| | 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 監控措施及程式中的角色。 | |
| 策略 | 氣候相關風險和機遇 | 45-49 |
| | 業務模式和價值鏈 | 44-52 |
| | 策略和決策 | 44-52 |
| | 財務狀況、財務表現及現金流量 | 44-52 |
| | 氣候韌性 | 50-52 |
| 風險管理 | a. 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。 | 52 |
| | b. 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及厘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）。 | 52 |
| | c. 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優先排列和監察流程，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。 | 52 |
| 指標及目標 | 溫室氣體排放 | 23-26；53；186 |
| | 氣候相關轉型風險 | 47 |
| | 氣候相關物理風險 | 47-48 |
| | 氣候相關機遇 | 48-49 |
| | 資本運作 | 45-49 |
| | 內部碳定價 | 45 |
| | 薪酬 | 12；43-44 |
| | 行業指標 | 53 |
| | 氣候相關目標 | 23-27；36；39 |

# 附錄 6

## 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 2025 年 1 月至 2025 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 GRI1：**GRI1：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；192-193 |
| 2-5 | 外部鑒證 | 207-208 |
| 2-6 | 活動、價值鏈和其他商業關係 | 3 |
| 2-7 | 員工 | 189 |
| 2-8 | 員工之外的工作者 | 189 |
| 2-9 | 治理架構與組成 | 79 |
| 2-10 | 最高管治機構的提名與遴選 | 79 |
| 2-11 | 最高管治機構的主席 | 79 |
| 2-12 | 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用 | 10-12 |
| 2-13 | 管理影響責任的授權 | 10-12 |
| 2-14 | 最高管治機構在可持續發展報告方面的作用 | 3；10-12 |
| 2-15 | 利益衝突 | 92 |
| 2-16 | 重要關切問題的溝通 | 15；18-20 |
| 2-17 | 最高管治機構的集體認識 | 10-12 |
| 2-18 | 最高管治機構的績效評估 | 10-13；80 |
| 2-19 | 薪酬政策 | 12；80 |
| 2-20 | 決定薪酬的過程 | 10-13；80 |
| 2-21 | 年度總薪酬比率 | 10-13；80 |
| 2-22 | 可持續發展戰略的聲明 | 5；9 |
| 2-23 | 政策承諾 | 9；85-87；184 |
| 2-24 | 融合政策承諾 | 8-9；85-87 |
| 2-25 | 補救負面影響的程序 | 81；133-143 |
| 2-26 | 尋求建議和提出關切問題的機制 | 14；85-87；196-197 |
| 2-27 | 遵守法律法規 | 184-185 |
| 2-28 | 協會的成員資格 | 8；129；145 |
| 2-29 | 利益相關方參與的方法 | 14-16 |
| 2-30 | 集體談判協定 | 161 |
| GRI 3：實質性議題 2021 | | |
| 3-1 | 確定實質性議題的過程 | 16 |
| 3-2 | 實質性議題清單 | 17 |
| 3-3 | 實質性議題的管理 | 18-20 |
| GRI 101: 生物多樣性 2024 | | |
| 101-1 | 阻止和扭轉生物多樣性喪失的政策 | 60；75-77 |
| 101-2 | 生物多樣性影響的管理 | 75-77 |
| 101-3 | 獲取和惠益分享 | N/A |
| 101-4 | 確定生物多樣性影響 | 75-77 |
| 101-5 | 具有生物多樣性影響的地點 | 75-77 |
| 101-6 | 生物多樣性喪失的直接驅動因素 | 75-77 |
| 101-7 | 生物多樣性狀況的變化 | 75-77 |
| 101-8 | 生態系統服務 | 75-77 |

| 披露議題 / 披露項 | 披露項標題 | 頁碼 / 備註 |
|---|---|---|
| 经济 | | |
| GRI 201：經濟績效 2016 | | |
| 201-1 | 直接產生和分配的經濟價值 | N/A |
| 201-2 | 氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇 | 45-49 |
| 201-3 | 義務性固定福利計劃和其他退休計劃 | 80；163 |
| 201-4 | 政府給予的財政補貼 | N/A |
| GRI 202：市場表現 2016 | | |
| 202-1 | 按性別的標準起薪水平工資與當地最低工資之比 | 162-163 |
| 202-2 | 從當地社區僱傭高管的比例 | N/A |
| GRI 203：間接經濟影響 2016 | | |
| 203-1 | 基礎設施投資和支援性服務 | 176-183 |
| 203-2 | 重大間接經濟影響 | 176-183 |
| GRI 204：採購實踐 2016 | | |
| 204-1 | 向當地供應商採購支出的比例 | 130 |
| GRI 205：反腐敗 2016 | | |
| 205-1 | 已進行腐敗風險評估的運營點 | 91 |
| 205-2 | 反腐敗政策和程序的傳達及培訓 | 91 |
| 205-3 | 經確認的腐敗事件和採取的行動 | 91 |
| GRI 206：不當競爭行為 2016 | | |
| 206-1 | 針對不當競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟 | 92 |
| GRI 207：稅務 2019 | | |
| 207-1 | 稅務管理方法 | 93 |
| 207-2 | 稅務治理、管控及風險管理 | 93 |
| 207-3 | 利益相關方的參與以及涉稅問題管理 | 93 |
| 207-4 | 國別報告 | N/A |
| 環境 | | |

| 披露議題 / 披露項 | 披露項標題 | 頁碼 / 備註 |
|---|---|---|
| GRI 301：物料 2016 | | |
| 301-1 | 所用物料的重量或體積 | 189 |
| 301-2 | 所使用的回收進料 | 39-42；189；194-195 |
| 301-3 | 回收產品及其包裝材料 | 39-42；69-74；189；194-195 |
| GRI 302：能源 2016 | | |
| 302-1 | 組織內部的能源消耗量 | 36-39；53；186-187 |
| 302-2 | 組織外部的能源消耗量 | 27-35；39-42；186-187 |
| 302-3 | 能源強度 | 36-39；186-187 |
| 302-4 | 減少能源消耗量 | 36-39 |
| 302-5 | 降低產品和服務的能源需求 | 27-35；39-42 |
| GRI 303：水資源與污水 2018 | | |
| 303-1 | 組織與水（作為共有資源）的相互影響 | 61-67 |
| 303-2 | 管理與排水相關的影響 | 66-67 |
| 303-3 | 取水 | 61-67；188 |
| 303-4 | 排水 | 66-67；187-188 |
| 303-5 | 耗水 | 61-67；188 |
| GRI 305：排放 2016 | | |
| 305-1 | 直接 ( 範疇 1) 溫室氣體排放 | 186 |
| 305-2 | 能源間接 ( 範疇 2) 溫室氣體排放 | 186 |
| 305-3 | 其他間接 ( 範疇 3) 溫室氣體排放 | 196 |
| 305-4 | 溫室氣體排放強度 | 186 |
| 305-5 | 溫室氣體減排量 | 27；36-39 |
| 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) 和其他重大大氣體排放 | 65-66；187 |

| 披露議題 / 披露項 | 披露項標題 | 頁碼 / 備註 |
|---|---|---|
| GRI 306：廢棄物 2016 | | |
| 306-1 | 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響 | 61-64 |
| 306-2 | 廢棄物相關重大影響的管理 | 61-64 |
| 306-3 | 產生的廢棄物 | 61-64；188 |
| 306-4 | 從處置中轉移的廢棄物 | 61-64；188 |
| 306-5 | 進入處置的廢棄物 | 61-64；188 |
| GRI 308：供應商環境評估 2016 | | |
| 308-1 | 使用環境標準篩選的新供應商 | 139 |
| 308-2 | 供應鏈對環境的負面影響以及採取的行動 | 133-141 |
| 社會 | | |
| GRI 401：僱傭 2016 | | |
| 401-1 | 新進員工和員工流動率 | 167-168；189-190 |
| 401-2 | 提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利 | 162-168 |
| 401-3 | 育兒假 | 163-164 |
| GRI 402：勞資關係 2016 | | |
| 402-1 | 有關運營變更的最短通知期 | N/A |
| GRI 403：職業健康與安全 2018 | | |
| 403-1 | 職業健康安全管理體系 | 168-174 |
| 403-2 | 危害識別、風險評估和事件調查 | 168-172 |
| 403-3 | 職業健康服務 | 172-174 |
| 403-4 | 職業健康安全事務：工作者的參與、協商和溝通 | 169-174 |
| 403-5 | 工作者職業健康安全培訓 | 169-174；190 |
| 403-6 | 促進工作者健康 | 168-174 |
| 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 | 168-174 |
| 403-8 | 職業健康安全管理體系適用的工作者 | 168-174 |
| 403-9 | 工傷 | 169-172；190 |
| 403-10 | 工作相關的健康問題 | 168-174 |
| GRI 404：培訓與教育 2016 | | |
| 404-1 | 每名員工每年接受培訓的平均小時數 | 164-165；191 |
| 404-2 | 員工技能提升方案和過渡協助方案 | 164-168 |
| 404-3 | 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比 | 190 |
| GRI 405：多元化與平等機會 2016 | | |
| 405-1 | 管治機構與員工的多元化 | 79-80；157-160 |
| 405-2 | 男女基本工資和報酬的比例 | 162 |
| GRI 406：反歧視 2016 | | |
| 406-1 | 歧視事件及採取的糾正行動 | 157-162 |
| GRI 407：結社自由與集體談判 2016 | | |
| 407-1 | 結社自由與集體談判權利可能面臨風險的運營點和供應商 | 153-157；161 |
| GRI 408：童工 2016 | | |
| 408-1 | 具有重大童工事件風險的運營點和供應商 | 153-157 |
| GRI 409：強迫或強製勞動 2016 | | |
| 409-1 | 具有重大強迫或強制勞動事件風險的運營點和供應商 | 140；153-157 |
| GRI 410：安保實踐 2016 | | |
| 410-1 | 接受過人權政策或程式培訓的安保人員 | 88；153-157 |
| GRI 411：原住民權利 2016 | | |
| 411-1 | 侵犯原住民權利的事件 | N/A |

| 披露議題 / 披露項 | 披露項標題 | 頁碼 / 備註 |
|---|---|---|
| GRI 413：當地社區 2016 | | |
| 413-1 | 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點 | 176-183 |
| 413-2 | 對當地社區有重大實際或潛在負面影響的運營點 | 176-183 |
| GRI 414：供貨商社會評估 2016 | | |
| 414-1 | 使用社會標準篩選的新供應商 | 139 |
| 414-2 | 供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動 | 133-141 |
| GRI 415：公共政策 2016 | | |
| 415-1 | 政治捐贈 | 93 |
| GRI 416：客戶健康與安全 2016 | | |
| 416-1 | 對產品和服務類別的健康與安全影響的評估 | 107-114 |
| 416-2 | 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件 | 116 |
| GRI 417：營銷與標識 2016 | | |
| 417-1 | 對產品和服務信息與標識的要求 | 117-118；143-144 |
| 417-2 | 涉及產品和服務信息與標識的違規事件 | 144 |
| 417-3 | 涉及營銷推廣的違規事件 | 144 |
| GRI 418：客戶隱私 2016 | | |
| 418-1 | 涉及侵犯客戶隱私和丟失客戶資料的經證實的投訴 | 99 |

# 附錄 7

## ISSB IFRS S1 —內容索引

| 披露內容 | | 披露內容 / 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 | 12 |
| | | 3.4.1 治理 | 43-44 |
| | | 4.1.1 治理 | 55 |
| | | 5.3 合規與道德 | 81-84；88-89；92-94 |
| | | 6.1.1 治理 | 104 |
| | | 7.1 可持續供應鏈 | 130；137 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148 |
| | 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 | 2.2.2 治理機制 | 12 |
| | | 3.4.1 治理 | 43-44 |
| | | 4.1.1 治理 | 55 |
| | | 5.3 合規與道德 | 81-94 |
| | | 6.1.1 治理 | 104 |
| | | 7.1 可持續供應鏈 | 130；137 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148 |

| 披露內容 | | 披露內容 / 章節 | 頁碼 |
|---|---|---|---|
| 核心內容 | | | |
| 策略 | 可持續相關風險和機遇 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.2 戰略 | 44-52 |
| | | 4.1.2 戰略 | 55-60 |
| | | 5.3 合規與道德 | 81-94 |
| | | 6.1.2 戰略 | 104-106 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 149 |
| | 商業模式和價值鏈 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.2 戰略 | 44-52 |
| | | 4.1.2 戰略 | 55-60 |
| | | 6.1.2 策略 | 104-106 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |
| | 策略和決策 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.2 戰略 | 44-52 |
| | 財務狀況、財務業績和現金流量 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.2 戰略 | 44-52 |
| | | 4.1.2 戰略 | 55-60 |
| | 韌性 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.2 戰略 | 44-52 |

| 披露內容 | | 披露內容 / 章節 | 頁碼 |
|---|---|---|---|
| 核心內容 | | | |
| 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 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.3 風險管理 | 52-53 |
| | | 4.1.3 風險管理 | 60 |
| | | 5.3.1 合規管理 | 81-83 |
| | | 5.3.2 出口與貿易合規 | 83-87 |
| | | 5.3.3 人權及勞工權益 | 87-91 |
| | | 5.3.4 反賄賂與反貪腐 | 91-92 |
| | | 5.4 數據責任與隱私保護 | 93-102 |
| | | 6.1.3 風險管理 | 107-116 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |
| | 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 | 2.3.3 ESG 重要性議題 | 16-20 |
| | | 3.4.3 風險管理 | 52-53 |
| | | 4.1.3 風險管理 | 60 |
| | | 5.3.1 合規管理 | 81-83 |
| | | 5.3.2 出口與貿易合規 | 83-87 |
| | | 5.3.3 人權及勞工權益 | 87-91 |
| | | 5.3.4 反賄賂與反貪腐 | 91-92 |
| | | 5.4 數據責任與隱私保護 | 93-102 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |
| | 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 | 3.4.3 風險管理 | 52-53 |
| | | 4.1.3 風險管理 | 60 |
| | | 5.3.1 合規管理 | 81-83 |
| | | 5.3.2 出口與貿易合規 | 83-87 |

| 披露內容 | | 披露內容 / 章節 | 頁碼 |
|---|---|---|---|
| 核心內容 | | | |
| 風險管理 | 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 人權及勞工權益 | 87-91 |
| | | 5.3.4 反賄賂與反貪腐 | 91-92 |
| | | 5.4 數據責任與隱私保護 | 93-102 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |
| 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 | 2.4 ESG 指標與目標 | 21 |
| | | 3.4.4 指標與目標 | 53 |
| | | 4.1.4 指標與目標 | 61 |
| | | 5.3.1 合規管理 | 81-83 |
| | | 5.3.3 人權及勞工權益 | 83-87 |
| | | 5.3.4 反賄賂與反貪腐 | 87-91 |
| | | 5.4 數據責任與隱私保護 | 91-92 |
| | | 6.1.4 指標與目標 | 93-102 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |
| | 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 | 3.1 氣候戰略及目標 | 23-24 |
| | | 3.2 全生命周期碳管理 | 25-26 |
| | | 3.3.1 使用端減碳 | 27-35 |
| | | 3.3.2 製造端減碳 | 36-39 |
| | | 3.3.3 供應端減碳 | 39-42 |
| | | 6.1.4 指標與目標 | 114-117 |
| | | 7.1.1 供應商全生命周期管理 | 131-141 |
| | | 8.1 人力資本管理 | 148-150 |

# 附錄 8

HKQAA HONG KONG QUALITY ASSURANCE AGENCY 香港品質保證局

## 獨立核證報告

### 1. 前言

香港品質保證局（「HKQAA」、「我們」、「我們的」）受吉利汽車控股有限公司（「公司」）委託，對於其《環境、社會及管治報告 2025》（「報告」）中披露的以下 ESG 關鍵績效指標（「關鍵績效指標」）的數據，統稱為「特定可持續發展信息披露」，進行獨立核證[1] 涵蓋的時間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（「報告時間」），並出具本獨立核證報告（「核證報告」）：

### ESG 關鍵績效指標

| **a. 溫室氣體排放** | |
|---|---|
| 溫室氣體排放量（範圍一） | 溫室氣體排放量（範圍二） |
| 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） |
| 溫室氣體排放密度（範圍 1+2+3） | 平均尾氣排放密度（WLTC） |
| **b. 能源使用** | |
| 可再生電力 | 天然氣 |
| 汽油 | 柴油 |
| 外購電力 | 外購蒸汽 |
| 直接能源消耗量 | 間接能源消耗量 |
| 能源消耗總量 | 能源消耗密度 |
| **c. 污染物排放** | |
| 氮氧化物（$NO_X$）排放量 | 二氧化硫（$SO_2$）排放量 |
| 揮發性有機物（VOCs）排放量 | 非甲烷總烴（NMHC）排放量 |

| **c. 污染物排放** | |
|---|---|
| 顆粒物排放量 | 化學需氧量（COD）排放量 |
| 氨氮排放量 | 工業廢水排放量 |
| 工業廢水排放密度 | 生活廢水排放量 |
| 生活廢水排放密度 | 無害固體廢棄物產生總量 |
| 無害固體廢棄物產生密度 | 危險廢棄物產生總量 |
| 危險廢棄物產生密度 | 固體廢棄物循環利用率 |
| 固體廢棄物達標排放率 | 主要污染物達標排放率 |
| **d. 水資源使用** | |
| 總用水量 | 總用水量密度 |
| 生產用水消耗量（新水） | 生活用水消耗量（新水） |
| 總取水量 | 總排水量 |
| 水資源消耗總量 | 總水資源消耗密度 |
| 水資源循環利用量 | 整車基地水資源循環利用率 |
| 水資源循環利用率 | |
| **e. 僱員人數及分佈** | |
| 年末員工總人數 | 新聘員工數量 |
| 吸納應屆畢業生就業人數 | 年末少數民族員工 |
| 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 | |
| **f. 僱員流失：** | |
| 正式員工離職總數 | 正式員工總流失率 |
| **g. 健康安全** | |
| 安全事故數量 | 20 萬工時損工事故率（LTIR） |
| 因工傷死亡人數 | 百萬工時死亡率 |
| 因工傷損失工作天數 | 重傷事故率 |
| 輕傷事故率 | 職業病事故數量 |
| 職業病比例 | 工傷率 |
| 缺勤率 | 因安全事故造成的經濟損失 |
| **h. 發展與培訓** | |
| 組織員工培訓的總時數 | 員工培訓覆蓋率 |
| 健康安全培訓總時數 | 可持續發展培訓總時數 |
| 產品质量和安全培訓總時數 | 數字化培訓總時數 |
| 電動化培訓總時數 | |
| **i. 按地區劃分的供應商** | |
| 供應商總數 | 按地區劃分的供應商 |
| **j. 供應商管理** | |
| 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 |
| 供應商簽署《吉利供應商行為準則》比例 | 已識別的高風險供應商 |
| 高風險供應商盡職調查覆蓋率 | |
| **k. 合規與反腐敗** | |
| 合規培訓總時數 | 反腐敗培訓總時數 |
| 行為準則培訓總時數 | 公平競爭培訓總時數 |
| 信息安全培訓總時數 | 出口及貿易管制培訓總時數 |
| 數據合規 / 隱私保護培訓總時數 | |

[1] 注：於本文件中，『鑒證』與『核證』二詞含義相同，並可互換使用，均指《國際可持續核證準則第 5000 號》（ISSA 5000）所規範之核證（Assurance）概念。

為免產生疑義，載於本核證報告末端所列的附錄構成核證報告不可或缺的一部分，惟部分附錄僅供公司內部使用。我們的關鍵績效指標核證工作及本核證報告在任何時候均受附錄 A 所載列的假設、依賴因素、邊界、局限性、除外情況、角色和責任及獨立性所規限。附錄 A 的通用版本可於香港品質保證局官方網站（www.hkqaa.org）查閱，瀏覽路徑如下：動態及資源 > 指引及表格 > 指引 > 可持續核證。

本次核證工作的目的是為特定可持續發展資訊披露提供一個獨立的結論，該結論基於有限保證，以判斷特定可持續發展資訊披露是否遵循本核證報告附錄 C 中指定的計算準則（「計算準則」）編製。

## 2. 核證方法

香港品質保證局的核證程序是參考國際核數及核證準則委員會（「IAASB」）發布的《國際核證業務準則第 3000 號（修訂版），審計或審閱歷史財務資料以外的核證業務》（「ISAE 3000」）進行的。

證據收集過程乃按風險為本的方法設計，以獲得 ISAE 3000 所界定的有限保證水平。我們的核證程序包括但不限於：

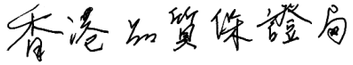
- 審閱公司內部數據管理流程，包括收集、分析、匯總及報告關鍵績效指標數據；
- 向負責處理關鍵績效指標數據的人員進行查詢；
- 對關鍵績效指標數據進行分析性審查；
- 使用判斷抽樣法選取具代表性的樣本，重點關注重要性及風險，並評估每個樣本的基礎證據 ；
- 評估假設、依賴因素及範圍界定的合理性；及
- 審查計算方法、估算、趨勢分析及數據不確定性的確定方法。

## 3. 結論

根據核證過程所執行的程序、獲得的證據，以及在既定假設、依賴因素、邊界、局限性和除外情況的前提下，我們並未注意到任何情況，使我們相信公司在其關鍵績效指標的數據於 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間的特定可持續發展信息披露，在所有重大方面非適當陳述，或未按照計算準則編製。

本核證報告僅提供予吉利汽車控股有限公司及其關鍵績效指標的數據使用者，以供其在遵循本核證報告前言所述之計算準則的目的下使用。我們不接受，亦不承擔對於本核證報告在向其他任何人士展示或被其持有時，於任何其他用途所產生的任何責任。我們確認，在開展本項工作期間，我們與吉利汽車控股有限公司保持獨立性。

**香港品質保證局簽署**



2026 年 4 月 21 日

參考編號 :14993900