

GEELY

2015

# 浙江吉利控股集团社会责任报告

ZHEJIANG GEELY HOLDING GROUP CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

GEELY



浙江吉利控股集团有限公司

浙江省杭州市滨江区江陵路1760号

ZHEJIANG GEELY HOLDING GROUP CO.,LTD.  
1760,Jiangling Road,Binjiang District, Hangzhou Zhejiang Province

# 目录 / contents

关于本报告	02
董事长致辞	04
蓝色吉利，开启新能源时代	06
智能吉利，造每个人的精品车	10
关于吉利	13
责任经营	22
<b>为客户打造精品</b>	<b>29</b>
> 全方位安全管理	30
> 打造卓越品质	34
> 从客户需求出发	37
> 追求极致客户体验	39
<b>与员工共同成长</b>	<b>41</b>
> 平等机遇汇聚人才	42
> 保障员工健康安全	42
> 激发员工成长潜能	43
> 创造快乐企业文化	46
<b>与伙伴共享价值</b>	<b>48</b>
> 与供应商合作共赢	49
> 与经销商合作共赢	49
> 贡献全行业发展	51
<b>与环境友好共生</b>	<b>54</b>
> 提升整车环保性能	55
> 新能源开启新未来	56
> 环境友好绿色经营	57
<b>与社会共同发展</b>	<b>59</b>
> 教育为先培养栋梁	60
> 社区融入和谐共建	62
<b>数字绩效</b>	<b>63</b>
<b>未来展望</b>	<b>70</b>
<b>荣誉及社会评价</b>	<b>71</b>
<b>ESG&amp;G4索引</b>	<b>74</b>
<b>读者反馈表</b>	<b>87</b>

## 关于本报告

本报告是浙江吉利控股集团自2012年以来连续第四次发布的企业社会责任报告。

### 时间范围

本报告时间范围覆盖2015年1月1日至2015年12月31日，并包含部分历史信息。

### 指代说明

为了便于阅读，报告中“浙江吉利控股集团”也以“吉利控股”、“吉利集团”、“集团”或“我们”表示。

### 报告范围

浙江吉利控股集团（除特别说明外，本报告内容和数据不包括沃尔沃汽车。）

本报告数据索引中，分别披露了浙江吉利控股集团以及吉利汽车控股有限公司（香港联交所股份代号175）的核心数据。

### 报告内容

本报告主要披露了浙江吉利控股集团旗下吉利汽车品牌和教育产业在社会责任管理、公司治理、经营管理、客户保障、人才培养、价值链管理、环境保护、社会公益等方面的社会责任理念和实践情况。

### 编制依据

本报告依据全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南》（G4）以及香港联合交易所有限公司（以下简称香港联交所）发布的《环境、社会及管治报告指引》（《主板上市规则》附录二十七，以下简称ESG）编写，并参考《联合国全球契约》、国际标准化组织发布的《社会责任指南ISO 26000》。

本报告数据索引中，G4索引的数据范围为浙江吉利控股集团，ESG索引的数据范围为吉利汽车控股有限公司（香港联交所股份代号175）。

### 遵守法律法规的情况

浙江吉利控股集团严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《生产安全事故应急预案管理办法》、《生产安全事故报告和调查处理条例》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反洗钱法》、《联合国气候变化公约》等对吉利集团有重大影响的法律法规。

香港联交所2015年12月发布的最新《环境、社会及管治报告指引》将若干方面的披露规定提高至「不遵守就解释」的程度，并于2016年1月1日起执行新指引。作为一家香港上市公司，吉利汽车控股有限公司严格按照ESG最新版指引要求编制2015年度社会责任报告。截止2015年12月31日，吉利汽车控股有限公司一直遵守香港联合交易所有限公司证券上市规则附录27所载《环境、社会及管治报告指引》之守则条文。（ESG相关数据与报告内容的对应关系请参见ESG索引）。

### 数据来源与说明

本报告中所使用数据均来自浙江吉利控股集团以及吉利汽车控股有限公司的正式文件和统计报告，且通过相关部门审核。除特别说明外，报告正文中的数据统计范围为浙江吉利控股集团。

### 可靠性保证

浙江吉利控股集团保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 报告索取

本报告电子文本可登陆浙江吉利控股集团官方网站<http://www.geely.com>以及吉利汽车控股有限公司官方网站<http://www.geelyauto.com.hk/>下载。

## 董事长致辞

2015年是吉利发展历史上具有重要历史意义的一年，我们坚持企业可持续发展的战略，在创造企业自身价值的同时，为社会的长远发展创造价值。

这一年，吉利控股集团产销量突破了一百万台，这是我们发展进程中具有里程碑意义的数字。集团旗下的沃尔沃汽车和吉利汽车都加快了新产品投放力度，针对不同细分市场推出不同新车型，巩固优势产品地位，产销量分别超过五十万台。

吉利的突破发展，源自于我们在产品、经济、环境以及社会等各个领域以可持续发展的视角来面对不断变化的市场环境所产生的挑战，并在过去的几年中始终坚持将可持续发展的理念融入运营过程中，在追求商业回报的同时，也肩负为社会创造价值的使命。

产品是一个实业企业的立身之本。2015年，吉利控股集团旗下各子公司坚持技术创新，坚持精益生产，为消费者提供健康安全、品质卓越、节能环保的产品，并通过优质的客户服务赢得信任和口碑。令我们欣喜的是，2015年，博瑞被评为“2016中国年度车”，代表了中国品牌B级车在技术、造型、品质、工艺等领域的最高水准，获得了用户、行业和媒体的广泛认可。2015年12月23日，C-NCAP公布了第四期碰撞成绩，博瑞以55.8的高分获得五星成绩。继1.3T发动机后，我们的1.8T发动机再次荣获2015年“中国心”年度十佳发动机。

过去一年中，吉利欧洲研发中心（CEVT）也取得了重大进展，基于CMA基础架构，吉利汽车和沃尔沃汽车未来将推出面向不同细分市场、不同消费群体的全新战略车型，必将极大提高集团在全球汽车市场的竞争力。

伦敦出租车公司同样致力于新产品和技术的革新。2015年10月，习近平主席和夫人参观了伦敦出租车公司推出的具有零排放能力的全新一代出租车TX5，集团将投资3亿英镑建设全新的工厂投产这款车型，并将这个新工厂打造成吉利在英国的前沿技术研发中心。

严峻的环境和能源问题鞭策着每一个具有责任感的企业通过技术创新来缓解社会问题。除了持续优化绿色经营，我们重要的坚持在于通过产品端降低能耗，减少排放，在更大范围内推动改变。2015年，我们酝酿了已久的“蓝色吉利行动”新能源战略正式发布，加快吉利汽车从传统汽车向新能源汽车的转型；吉利对于冰岛碳循环国际公司的投资将持续推进甲醇技术和产品研发，为环境改善做出贡献。

秉承“快乐人生，吉利相伴”的价值理念，集团不断完善“快乐经营体”管理模式以及员工关爱及发展体系，使员工在吉利的工作和生活中得到潜力的发挥以及个人价值的实现。我们搭建合作平台，增强与经销商以及供应商伙伴们的交流合作，实现共赢。我们持续投入集团旗下院校，推进中国教育产业的发展，为行业输送及储备人才，我们积极开展公益项目及社区融合活动，并鼓励吉利的伙伴深入参与，倡导公益价值。

所有成绩的取得源自于团队的精诚合作与奉献。2015年，越来越多的国际化人才和专家型人才加入到吉利大家庭，新的一年，我们朝着将吉利控股集团打造成为“有国际影响力和竞争力、受人尊敬的世界汽车十强企业”的愿景不断前行，为吉利控股集团成立30周年献礼。在未来，吉利会继续锐意创新，推进尖端技术研发，打造精品车型，推动环境友好型产品及生产方式，携手员工与合作伙伴共创价值，共同创造可持续发展的未来。

李书福

浙江吉利控股集团董事长



## 2020年



2015年12月，吉利集团正式承诺在2020年前后实现新能源车占销量比重90%以上，新产品百公里综合油耗1.5升以下，并让消费者能够以传统汽车成本实现拥有新能源汽车的梦想。

环境问题近几年日益凸显，随着我国空气污染治理的不断推进，减少汽车尾气排放，发展新能源汽车成为汽车行业未来发展趋势。经过几年的储备和探索，吉利集团将制造新能源汽车作为企业未来经营的重点。我们认为，为客户提供能源节约型的汽车是联动消费者共同应对环境问题的最直接、最有效的方式。

### 蓄力待势

新能源汽车是战略性新兴产业，不是一朝一夕、一蹴而就的，新能源战略也并非重新开辟一条技术路线，必须建立在传统汽车技术的高标准、高要求上。稳扎稳打的技术研发工作使吉利集团目前的技术实力在各方面都得到均衡发展，慢慢积累起新能源汽车开发所必须具备的基本功。

博采众长，融汇贯通是吉利集团新能源技术储备的重要方法。2015年发布新能源战略之前，吉利集团在新能源领域已布局多年，与甲醇汽车、微型电动车、电动车等各车型、各领域掌握核心技术的公司进行深度合作，如在全国多地投资建厂生产甲醇汽车并试运营；与浙江康迪车业、山东新大洋电动车公司分别合资生产康迪电动车与知豆汽车，主攻微型电动车；投资冰岛碳循环国际公司，探索在中国推广清洁甲醇燃料合成生产技术等。此外，2012年吉利集团与沃尔沃达成技术转让协议、2013年整合吉利集团和沃尔沃汽车的优势资源，设立欧洲研发中心，使我们得以迅速地进行技术升级。

### 厚积薄发

新能源战略在内部达成共识后，经过近三年的打基础、练内功，吉利集团的新能源技术取得了重大突破：完全自主开发、具备自主知识产权的GHS（行星齿轮功率分流式混合动力系统）实现在吉利A级车上的搭载测试，填补了国内功率分流式混合动力系统的技术空白；吉利欧洲研发中心开发的1.5TD+7DCTH混合动力系统平台完成样机合箱及Boxcar搭载测试，将陆续搭载在吉利全系车型；基于帝豪纯电动汽车基础开发了拥有自主知识产权的汽车级整车控制器硬件平台和模块化软件平台。以上三项技术将分别应用在油电混合动力、插电式混合动力以及纯电动的三条技术路线上，助力吉利集团实现由传统汽车企业向新能源汽车企业的战略转型。

# >>> 蓝色吉利 开启新能源时代

2015年底，吉利集团推出的首款战略纯电动汽车——帝豪EV，帝豪EV综合工况续航里程为253公里，60公里/小时等速续航里程可达330公里。现阶段，吉利新能源汽车市场在售车型为吉利电动金刚、吉利电动熊猫、吉利电动GX2以及新上市的吉利帝豪EV。



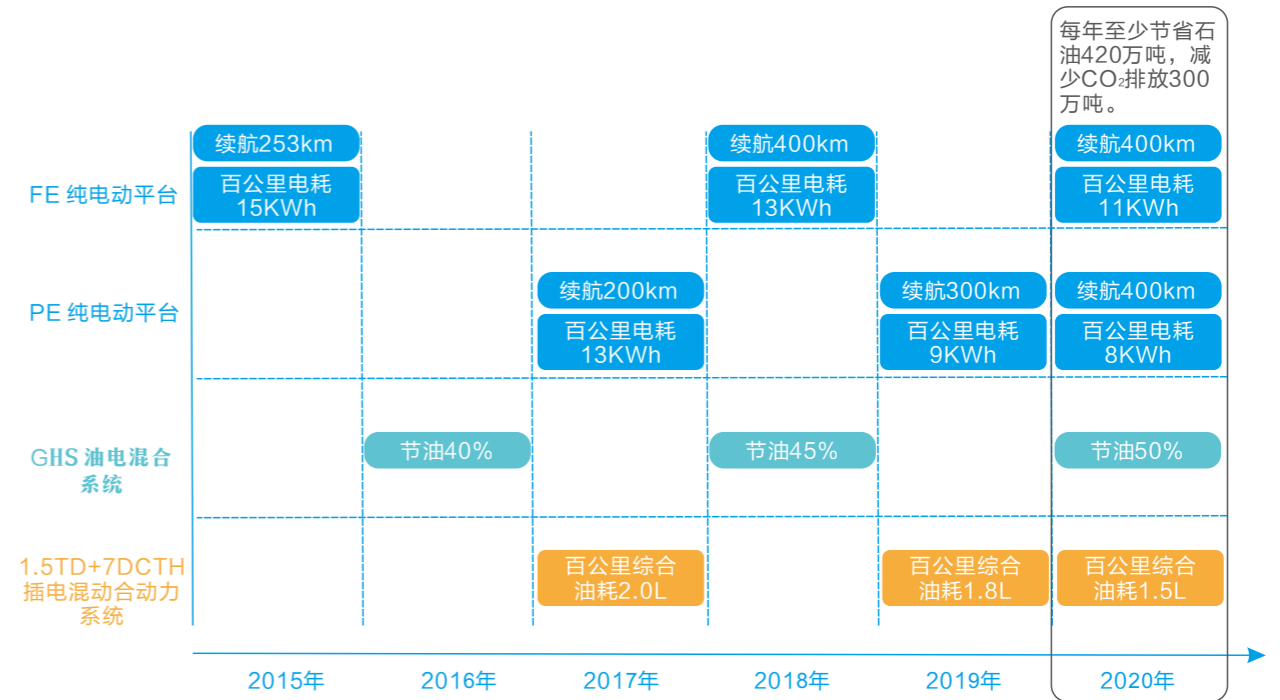
帝豪EV

## 放飞梦想

2015年11月8日，吉利集团正式发布了新能源汽车发展战略——“蓝色吉利行动”，开启了我们新能源发展的新纪元，公司将加快从传统汽车向新能源汽车转型，并致力于成为中国领先的新能源汽车公司。



为了达到以上目标，尤其是提前实现2020年国家第四阶段企业平均5.0 L/百公里燃油消耗限值，集团在油电混合动力、插电式混合动力以及纯电动的三条技术路线上作出了详尽的节能减排规划，到2020年，吉利集团每年至少节省石油420万吨，减少CO<sub>2</sub>排放300万吨。



吉利集团未来五年节能规划

未来，吉利集团将“蓝色吉利行动”贯彻到企业的每一年经营计划中，这不单是我们对自身发展战略和技术路线的自信，也是我们承担企业社会责任和践行可持续发展战略的体现。请大家一起与我们期待，2020的蓝色吉利！

# >>> 智能吉利 造每个人的精品车

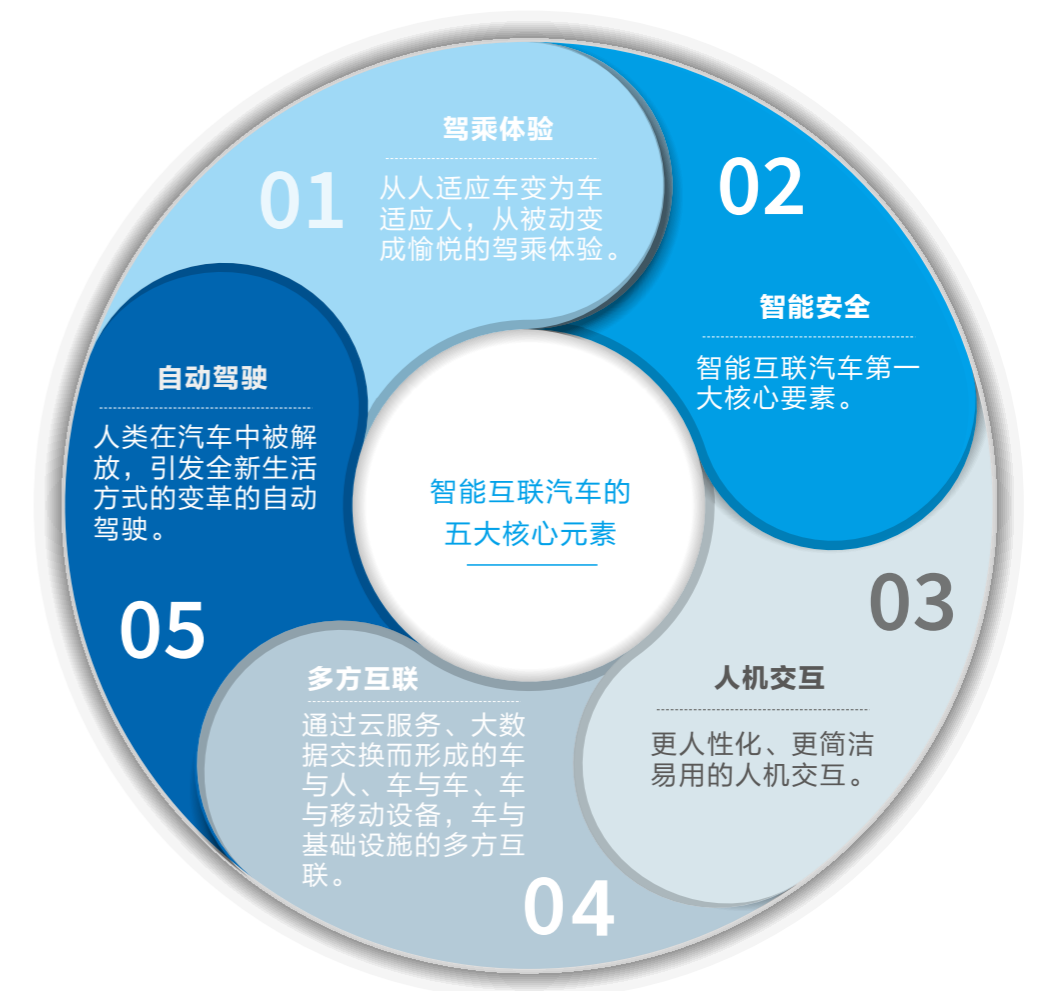
无人驾驶也许是汽车智能化的巅峰，但路在脚下，吉利集团的智能化之路将稳扎稳打，结合沃尔沃积累的领先智能化技术，大力进行本地化，并分阶段推进。

汽车工业正进入智能时代，进入汽车与互联网融合的新阶段。汽车正在通过智能互联和自动驾驶技术解放人的手脚，理解人的言行。基于对未来互联趋势和消费者需求的深刻理解，吉利控股集团制定了全面的智能互联战略、技术路线和产品规划。

## 我们心中的智能汽车

目前，业内已经对“智能汽车是未来发展趋势之一”的观点达成共识，“连接”是这个概念的核心元素，但对于这个词的诠释和延展，各方的理解基于不同的出发点，呈现不同的特点，也决定了未来技术开发侧重点的差异。吉利集团对智能汽车领域长期的关注和研究，慢慢形成了对智能汽车核心元素的独特见解。

我们认为，智能互联汽车必须具备以下核心元素：



## 从现实到理想，还有多远

吉利集团对汽车智能化的追求诚然热切，而我们正在一步步坚实地走在自主研发与引进技术齐头并进，集中研发智能化技术的道路上。

目前在吉利博瑞、吉利帝豪等车型上已经应用了诸多智能化技术，尤其以主动安全以及辅助驾驶为甚。如吉利博瑞搭载的“七位一体主动智能安全系统”可以保证行车中突然转向的安全性、防止在冰雪路面起步打滑、防止爆胎等意外发生，减少驾驶者在行车时对于突发状况的担忧。而“七位一体行车辅助系统”应用了ACC智能自适应巡航控制，LDW主动偏航警示系统等，减轻客户疲劳驾驶，辅助避免碰撞发生。这些功能虽离自动驾驶仍有很长的路要走，但综合考虑目前的政策环境与客户痛点，我们追求最具性价比的“智能化”。



吉利博瑞

展望未来，沃尔沃在智能化技术上的引领和实践将为吉利品牌汽车搭载更多智能化功能提供长足的支持，吉利集团与沃尔沃的技术合作也将在未来的几年中愈发紧密，共同为打造汽车行业尖端智能化技术做出贡献。

>>> 关于吉利





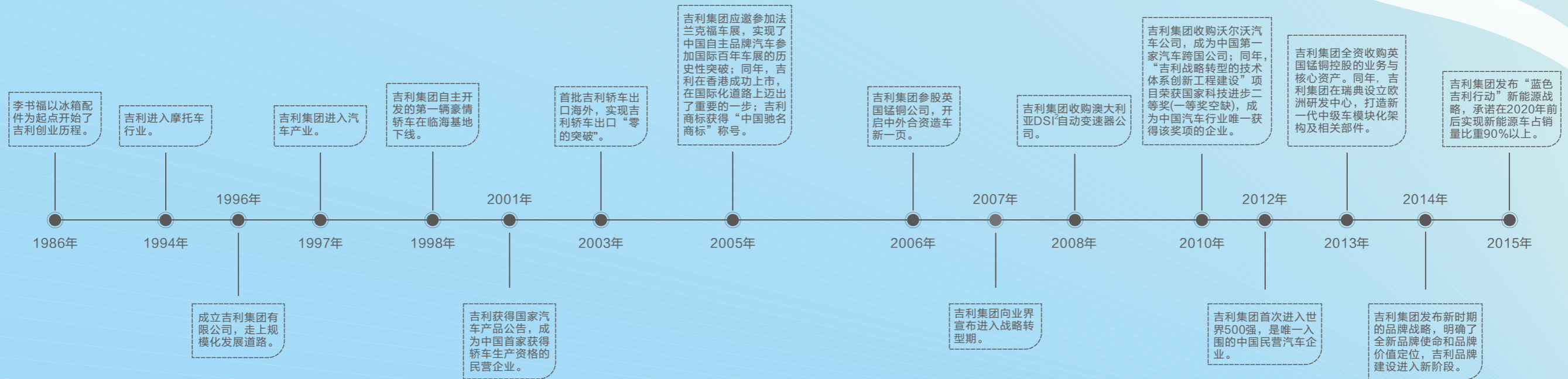
## 集团概况

吉利集团始建于1986年，1997年进入汽车行业，多年来专注实业，钻研技术创新和人才培养，取得了快速发展。现资产总值超过千亿元，连续4年进入世界500强，连续12年进入中国企业500强，连续9年进入中国汽车行业十强，是国家“创新型企业”和“国家汽车整车出口基地企业”。

<sup>1</sup> 不包含沃尔沃以及伦敦出租车汽车产品



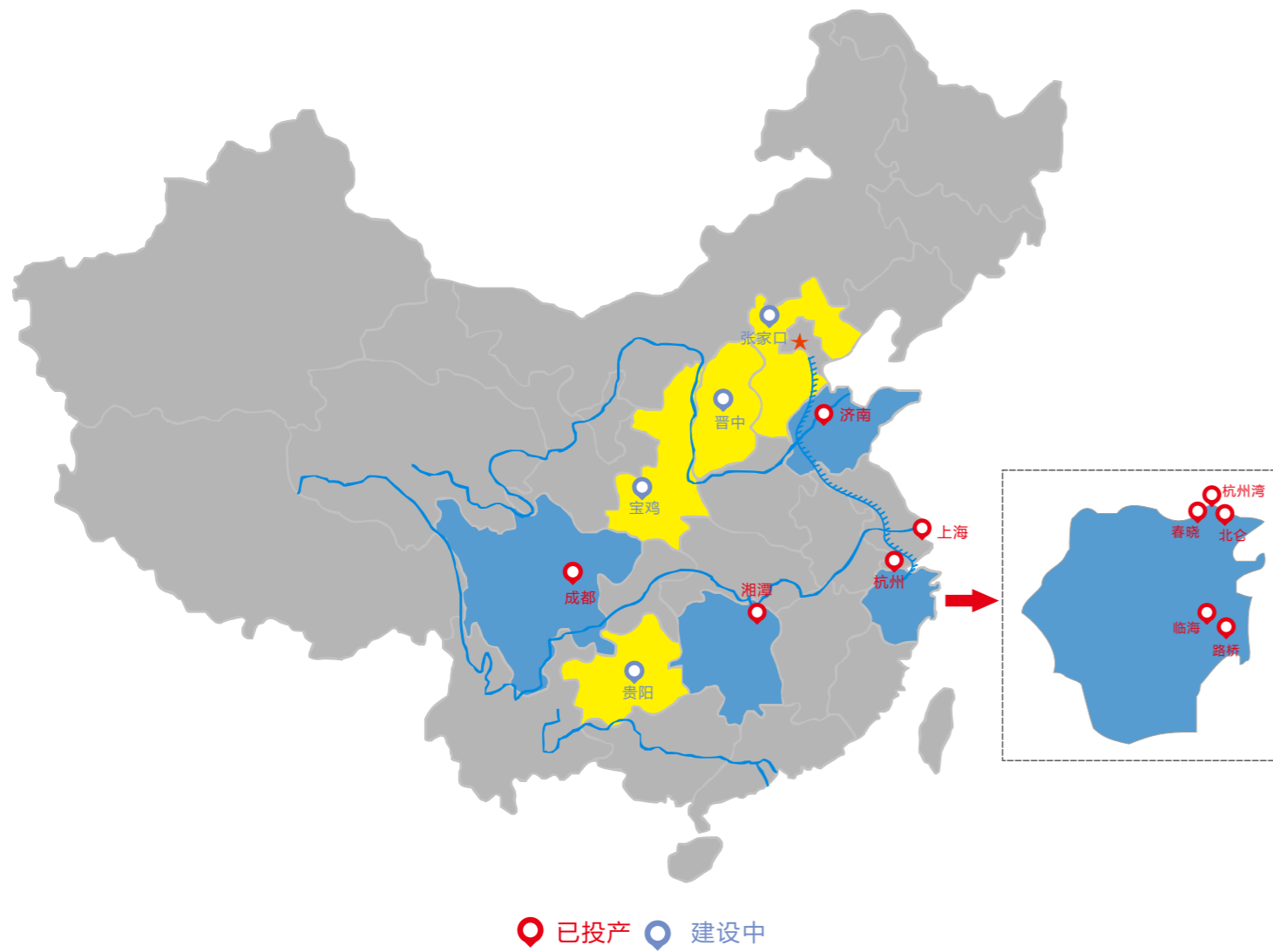
# 发展历程



<sup>2</sup> DSI ( Drivetrain Systems International, 国际动力传动系统 )

## 1. 产品与服务

吉利控股集团总部设在浙江杭州，其中吉利汽车在浙江台州、宁波和湖南湘潭、山东济南、四川成都等地建有汽车整车和动力总成制造基地。



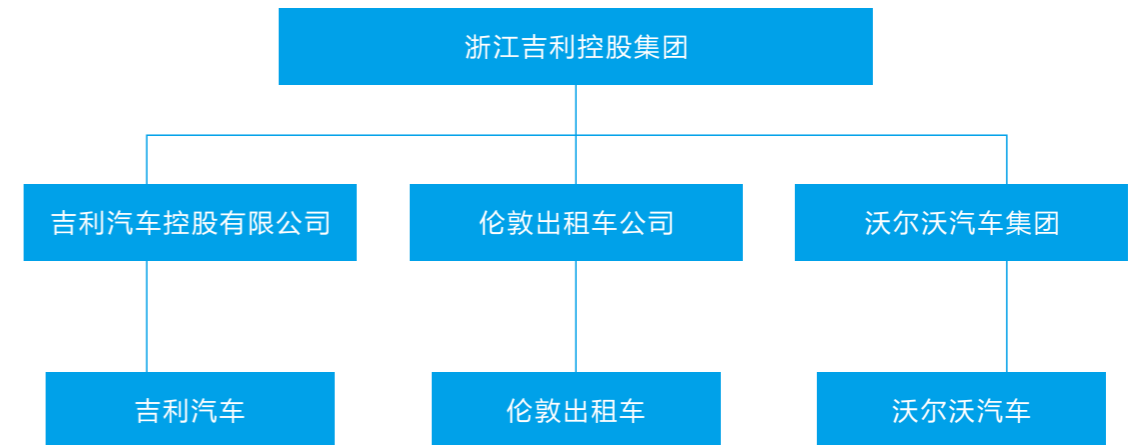
吉利集团制造基地分布图

浙江吉利控股集团旗下拥有吉利汽车、沃尔沃汽车、伦敦出租车等品牌。其中吉利汽车品牌于2014年进行了战略调整，将原有三大品牌汇聚为一个全新的汽车品牌。同时优化整合相应渠道，以统一形象和产品组合为消费者提供优质服务。未来，吉利集团将不断开发和升级“吉利博瑞、帝豪、远景、金刚、熊猫”等几大系列产品，满足用户不同类型需求。截至2015年底，吉利集团累计社会保有量超过400万辆。

集团公司名称

子公司名称

品牌名称



吉利集团在国内建立了完善的营销网络，拥有700多家品牌4S店和近千个服务网点，并投资数千万元建立国内一流的呼叫中心，为用户提供24小时全天候快捷服务。在海外，吉利集团建有近200个销售服务网点。

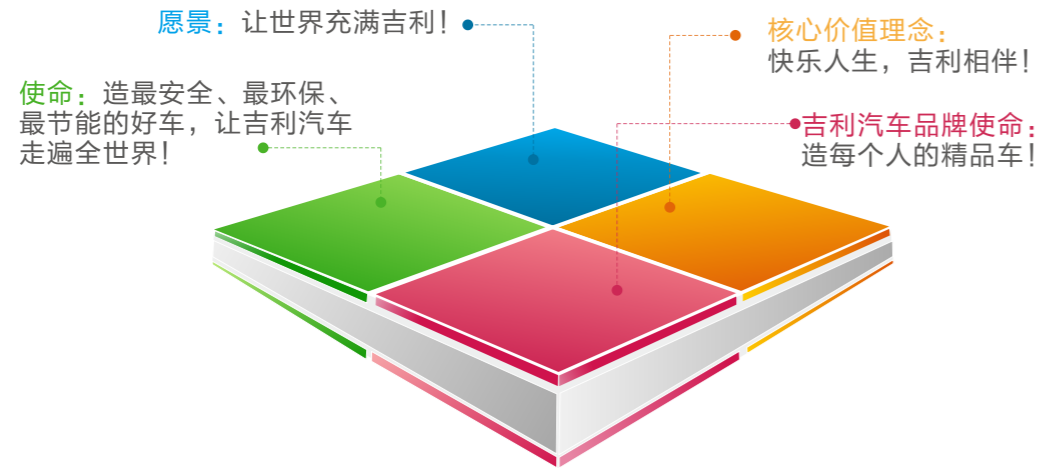
## 2. 技术与人才

吉利集团在浙江杭州建有研究院，形成完备的整车、发动机、变速器和汽车电子电器的开发能力；在中国上海、瑞典哥德堡、西班牙巴塞罗那、美国加州设立了造型设计中心，构建了全球造型设计体系；在瑞典哥德堡设立了吉利汽车欧洲研发中心（CEVT），打造具有全球竞争力的中级车模块化基础架构。

目前，吉利专利申请和授权量分别达13,000余件和6,500余件，其中发明专利申请和授权量分别达2,300多件和900多件，被列为“中国企业知识产权自主创新十大品牌”，是国家级“企业技术中心”、“博士后工作站”、“高新技术企业”。“吉利战略转型的技术体系创新工程建设”荣获国家科技进步奖二等奖（一等奖空缺），“吉利轿车安全技术的研发与产业化”荣获中国汽车工业科学技术一等奖。

吉利集团现有员工19,000余人，其中工程技术人员6,100余人。拥有院士3名、外国专家数百名，在册博士80余名、硕士1,300余名、高级工程师及研究员级高级工程师数百名。有8人入选国家“千人计划”，成为拥有“千人计划”高端人才最多的民营企业。

## 企业文化



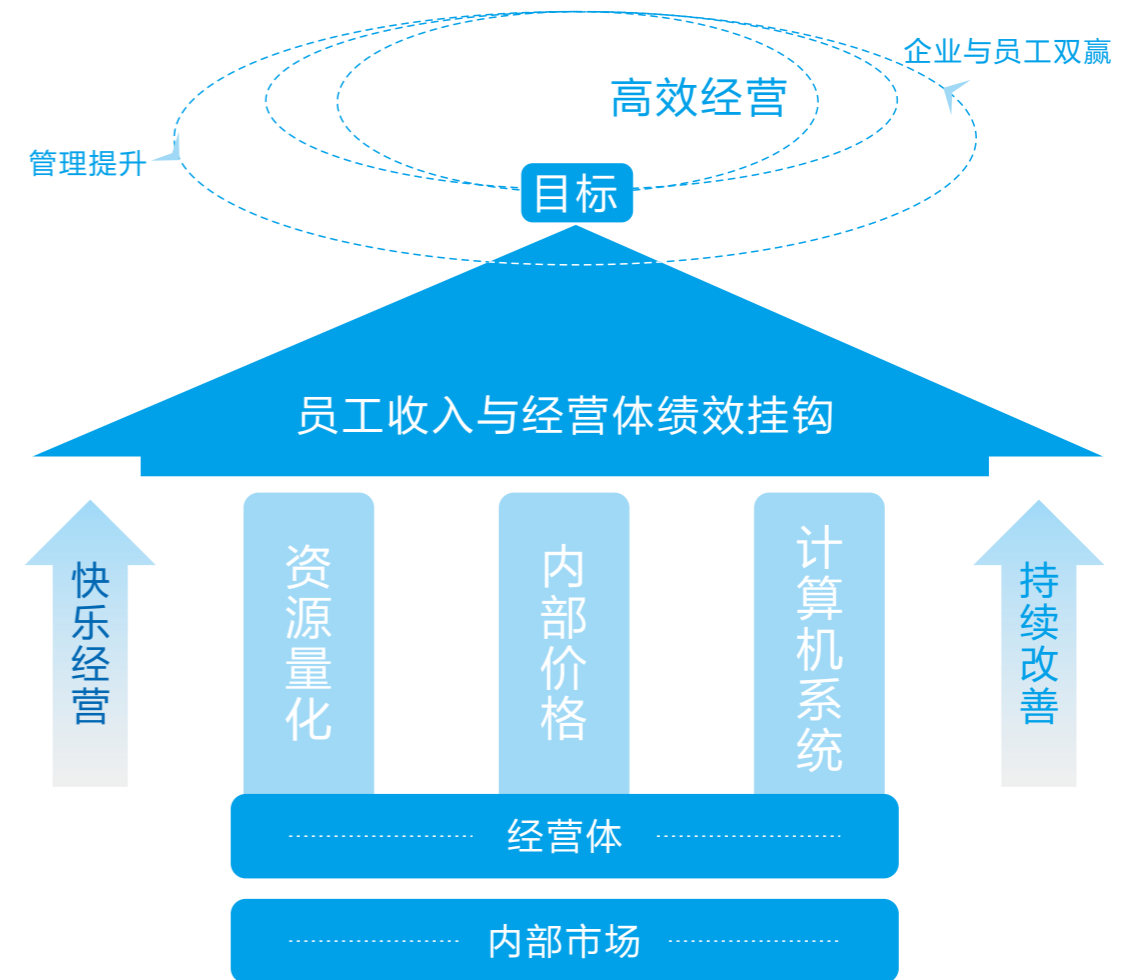
企业的核心竞争力，来自于它的核心价值观。本着“总体跟随、局部超越、重点突破、招贤纳士、合纵连横、后来居上”的发展战略和“快乐人生，吉利相伴”的核心价值观，浙江吉利控股集团坚持走科技创新的道路，发挥团队智慧，打造有国际影响力和竞争力、受人尊敬的世界500强汽车企业集团，为中国汽车工业的崛起，为实现“让吉利汽车走遍全世界”的美丽追求而奋斗！

### “快乐经营体” 缔造快乐文化

为了让吉利集团的核心价值观“快乐人生，吉利相伴”能真正融入到每一位员工的工作与生活中，我们独创了“快乐经营体”的模式，以“高效经营、企业与员工双赢，快乐工作、快乐生活”为愿景，视每位员工为主角，完善集团考核、评价、分配体系，建立公平、公正、透明的企业环境，通过快乐经营实现管理提升和持续改善。

“快乐经营体”按不同的业务职能划分为研发、采购、制造和销售“快乐经营体”单元模块。在各公司内部充分导入市场化机制，最大限度地划小核算单位，实行精细化管理以期达到资源使用效率最大化、成本控制最优化。

## 快乐经营体模式



人人都是企业经营者 —— 人人都是价值创造者 —— 人人都是快乐感召者

同时，“快乐经营体”也为员工提供展示的自我能力的平台，激发吉利集团员工的积极性、创造性，挖掘员工的潜力、智慧、创新与创造力，构筑实现员工自身价值与团队发展目标双赢的舞台。

# 责任经营

## 责任聚焦

责任经营是企业社会责任开展的基石。吉利集团以不断完善公司治理结构为目标，加强日常经营的合规性。同时，我们以公司使命作为社会责任管理的中心，在实质性议题上开展关键行动，积极回应利益相关方的诉求。

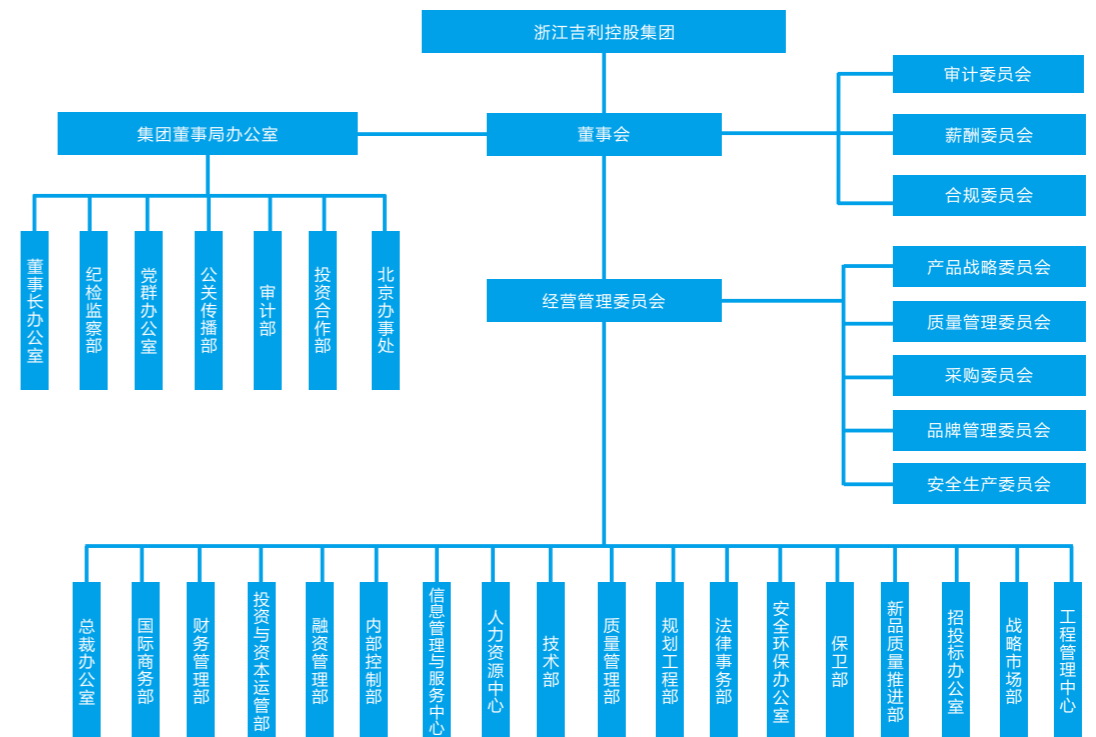
## 公司治理

### 1. 治理结构

吉利集团以法人治理结构为公司治理的核心，通过设立董事会、经营管理委员会以及各个职能部门，明确相应的职责和职权，形成稳定的公司法人治理结构。

目前吉利控股集团董事会设有集团董事局办公室，下辖董事长办公室、纪检监察部、党群办公室、北京办事处、公关传播部、审计部、投资合作部7个部门，此外，董事会另设有薪酬委员会、审计委员会以及合规委员会三个专业委员会。

集团经营管理委员会是吉利控股集团的经营管理机构，下设产品战略委员会、质量管理委员会、采购委员会、品牌管理委员会以及安全生产委员会5个专业委员会，对集团重点关注的各个领域进行统筹协调。在经营管理委员会的领导下，吉利控股集团共设18个职能部门展开日常工作。



吉利控股集团组织架构图

## 2. 合规经营

为了顺应吉利集团战略转型，实行集团的可持续发展，我们于2015年3月正式成立合规办公室，全面推进合规建设。集团董事局下设合规委员会统筹领导集团合规管理工作，设立日常运行办公室负责具体组织落实集团各项合规制度，维护合规五项保障机制的运转；在集团的各部门和子公司都有兼职的合规岗，配合合规办公室工作。

集团制订了《合规行为准则》及十三项配套管理制度，涉及利益冲突管理、公司资产合规使用管理、商业伙伴合规管理、社区关系管理、业务记录、合规风险识别管理等多个合规经营的核心议题，并相应出台了合规培训、考核、咨询、举报以及查处的管理办法，落实各项制度的实施。吉利汽车控股有限公司也制定了相应的合规管理举报流程及政策措施，详细内容请参考公司官网www.geelyauto.com.hk。

针对防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱等方面，集团在《合规行为准则》中明确将“廉洁合规”、“诚实守信”作为核心要求，并对“礼品与招待”方面的行为做了明确的规定。此外，吉利承诺遵守关于反洗钱的相关法律规定，同时确保公司或个人在进行可能收取非法资金或参与涉及非法资金的活动与交易时严格遵守规定的报告要求。

2015年集团对于合规工作的全面推进取得了显著的进展：合规主题培训覆盖17,549人，覆盖率96.9%，其中2015年集团共有4,125名新员工参加合规主题培训。针对关键岗位的员工，进行关键岗位风险梳理，收集风险防控表单38份。此外，2015年合规办共查处违法违规事件15起。

## 3. 经济绩效

单位：亿元人民币

指标	2013年	2014年	2015年
总资产	336.0	372.80	422.92
营业总收入	287.1	217.38	301.38
企业所得税	6.2	4.94	5.86
净利润	26.80	14.49	22.89

备注：各项经济指标仅指吉利汽车控股有限公司

## 企业社会责任管理

### 1. 社会责任管理理念及模型

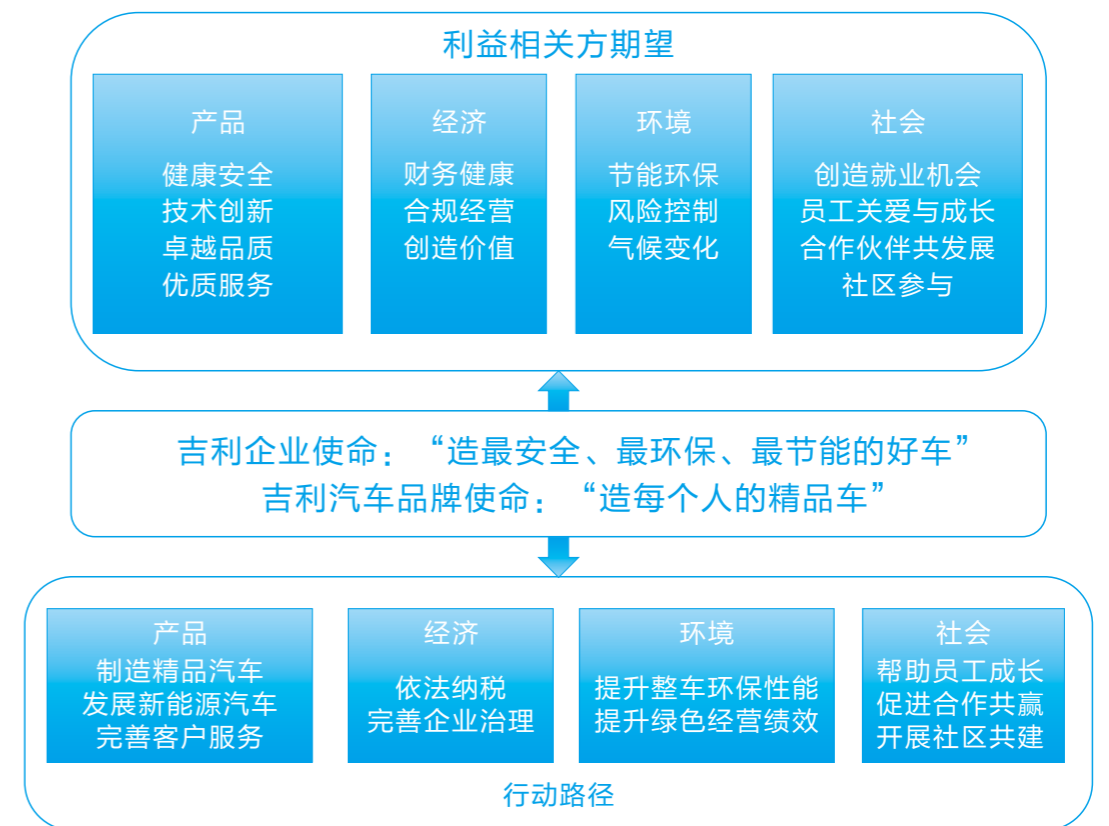
吉利集团的社会责任管理以企业使命“造最安全、最环保、最节能的好车”为出发点，从产品、经济、环境以及社会四个领域履行社会责任，贡献于社会的可持续发展。

**产品领域：**不断推进技术创新，为消费者提供健康安全、品质卓越、节能环保的产品，并通过优质的客户服务赢得信任和口碑。

**经济领域：**恪守商业道德，依法诚信经营，为股东创造权益。

**环境领域：**持续推动绿色经营，在研发、生产、物流等各环节提高资源效率，采取节能减排措施，控制环境风险，降低企业及产品对环境的影响。

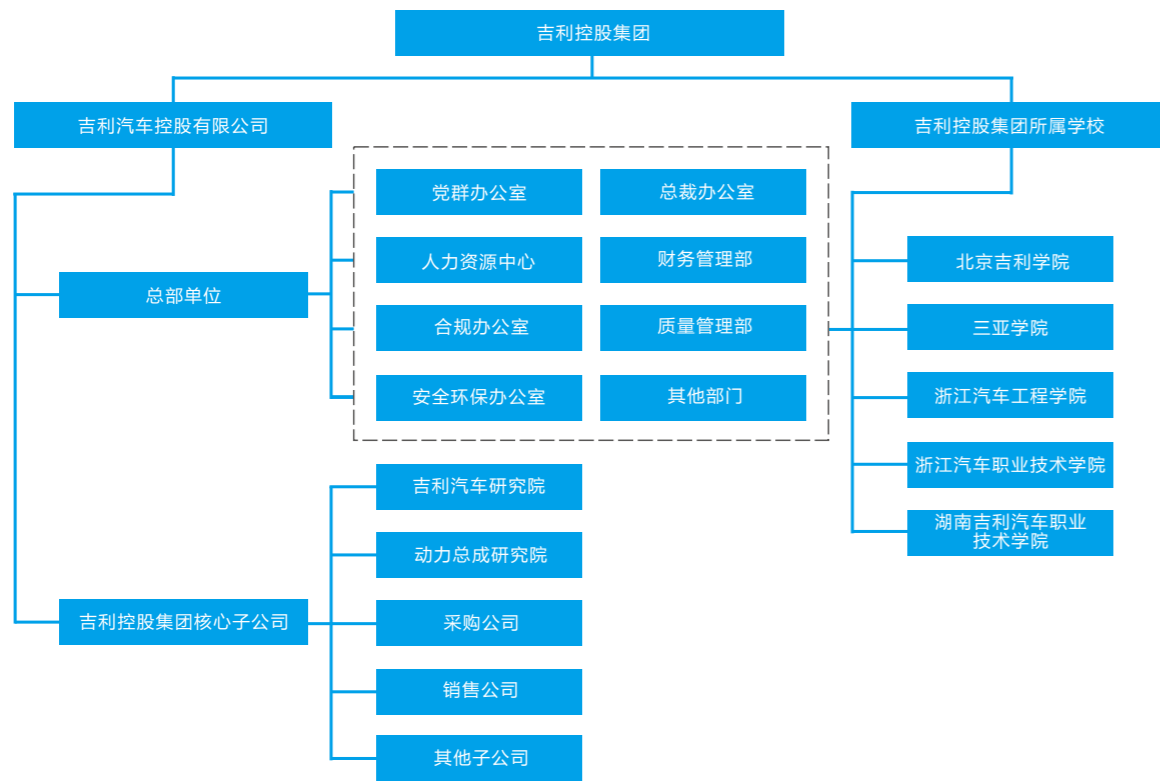
**社会领域：**保障员工权益，关爱员工发展，提供广阔成长空间；打造责任价值链，积极贡献行业发展；关注社区发展及教育事业，贡献和谐社会。



吉利集团企业社会责任模型

## 2. 社会责任管理架构

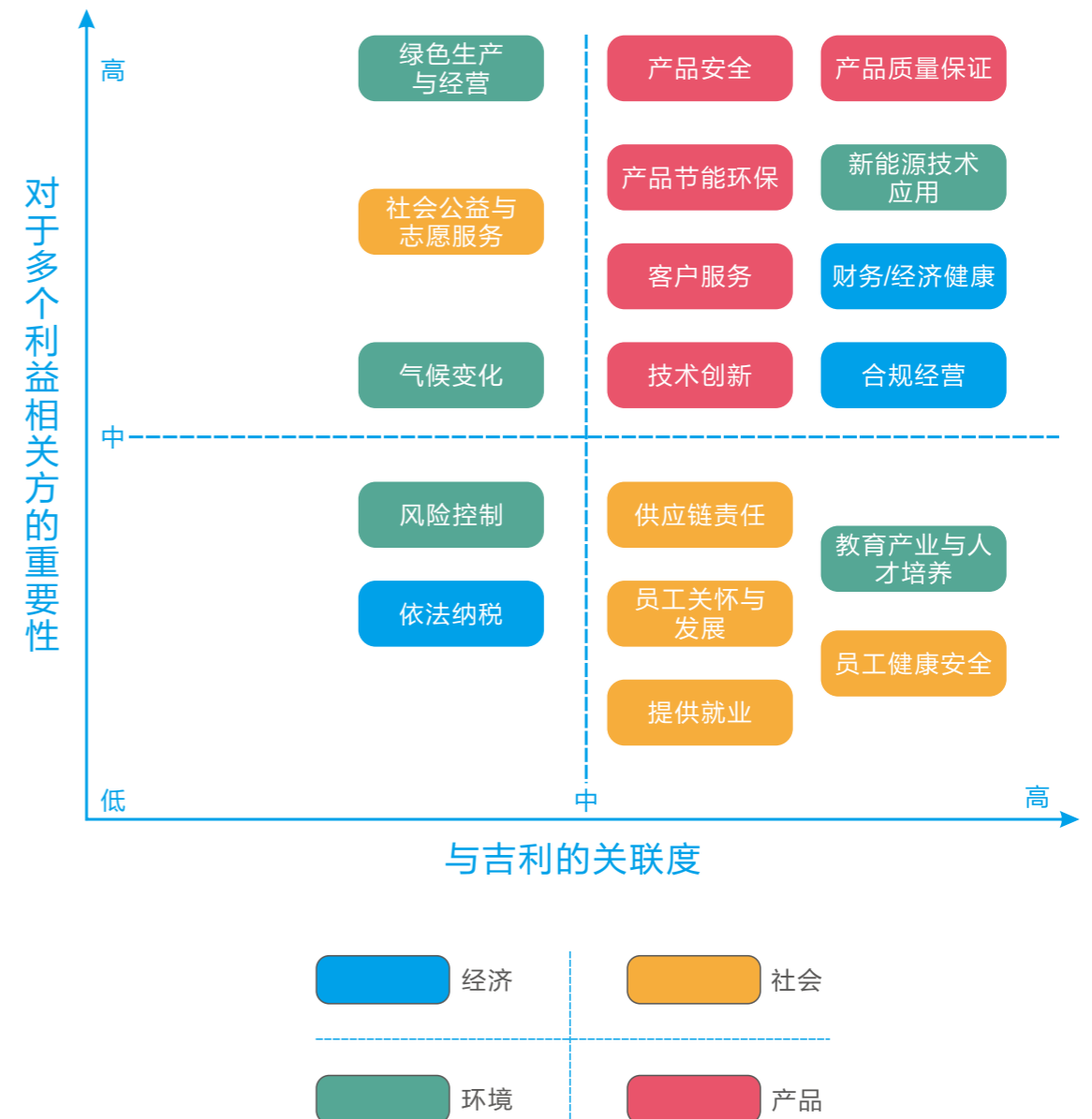
吉利集团将社会责任管理工作视为生产经营过程中重要的管理维度，董事局承担集团整体企业社会责任和可持续发展事务。总裁办公室、人力资源中心、质量管理部、安全环保办公室、公关传播部、国内销售和服务公司、海外销售和服务公司等协同参与，并在各子公司中贯彻执行相关政策。



吉利集团企业社会责任管理架构

## 3. 实质性议题筛选

吉利集团参照《可持续发展报告指南》(GRI)、ISO 26000等企业社会责任相关国际标准、指南和国内政策要求，对国内外汽车行业履行社会责任情况进行对标研究与分析，结合利益相关方期望调研以及吉利企业社会责任理念模型，根据“对于利益相关方的重要性——与吉利关联度”的二维矩阵确定吉利社会责任重点议题。披露了吉利集团在做出有关环境、社会和经济领域决策时，重点考虑的几个议题。



## 4. 利益相关方沟通

一个企业的发展协同了整个社会的资源，得到各方支持的同时也在诸多方面产生影响，政府、投资者、员工、消费者、供应链伙伴、同业企业、社区公众和媒体各利益相关与企业一起组成了社会共同体。作为一家负责任的企业，吉利集团积极聆听各利益相关方伙伴的需求、期望与建议，根据企业实际情况进行适当调整，积极回应。



## »»为客户打造精品

责任聚焦

“造每个人的精品车”不仅是吉利汽车的品牌使命，它融入于集团的管理、研发、设计、制造、营销以及服务的各个环节。我们精益求精，为客户提供品质卓越的汽车，并在安全、品质、健康、节能、环保等影响客户生活品质的环节投入大量的研发力量，不断完善客户服务，提升消费者体验，赢得客户的口碑与信任。

> 截至2015年末累计社会车辆保有量超过  
**400万辆<sup>3</sup>**

> 2015年4S店数量  
**532个**

> 2015年车友人数  
**330,173人**

<sup>3</sup> 不包含沃尔沃以及伦敦出租车汽车产品

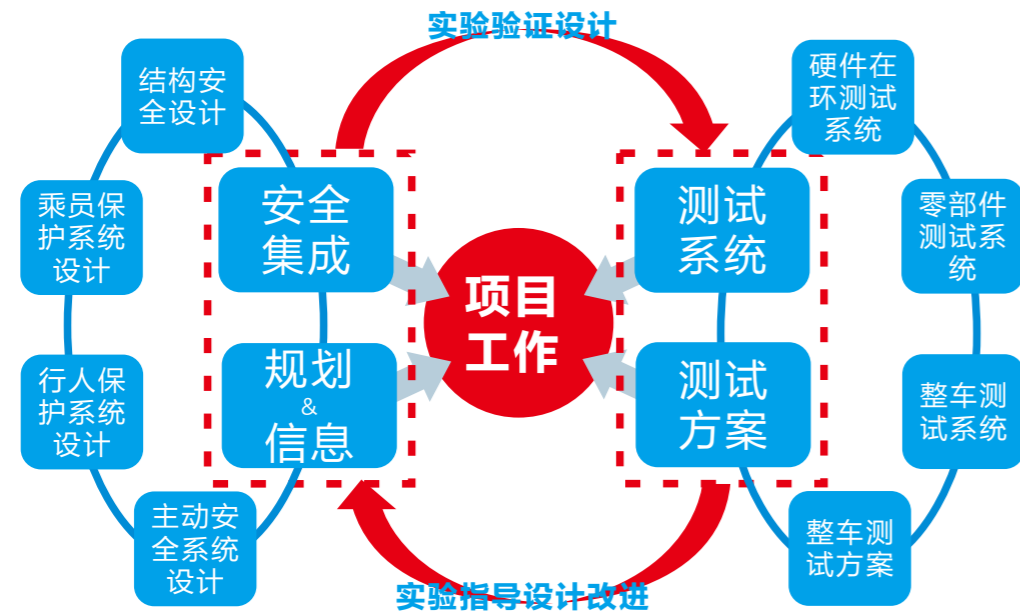


## 全方位安全管理

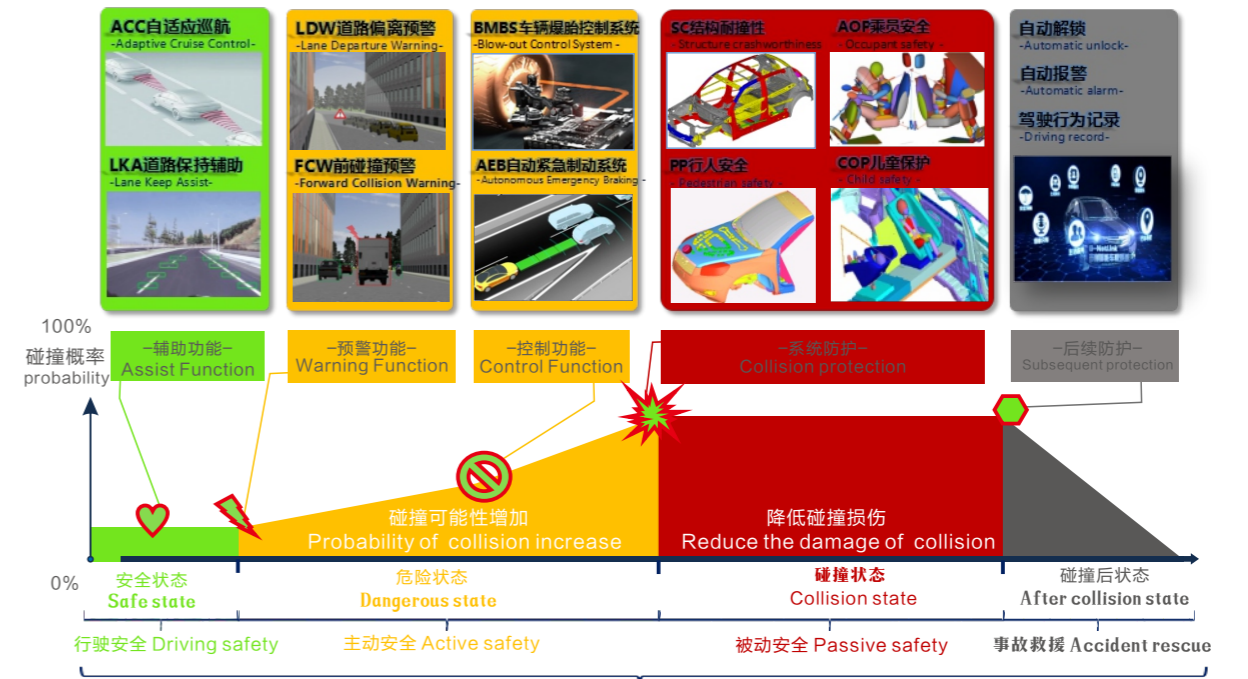
汽车市场的日渐成熟也催生出消费者对安全问题的越发重视，“造最安全的汽车”一直是吉利集团追求的目标，我们将安全作为产品最重要的属性，提出“安全第一”战略，通过全方位、全过程的管理体系保障该战略的实现。

### 1. GTSM汽车安全管理体系

吉利集团的汽车安全管理体系简称为GTSM (Geely Total Safety Management)，借鉴国际知名汽车厂商的先进经验并结合自身的特点建立。从标准的车辆初期策划、产品定义，到车型开发、性能验证，到严格的生产控制环节，再到积极的安全教育以及优良的销售及售后环节，在汽车的全生命周期内都进行了全方位综合的安全管理，真正体现出吉利集团“安全第一”的宗旨。



吉利集团安全性能研发体系示意图



智能驾驶 IntelliDrive  
吉利全方位汽车安全技术体系



吉利的安全技术研发愿景：零死亡、零伤害，直至零事故

## 2.安全试验及测试能力

安全并非纸上谈兵，需要反复多次的试验和测试来加以验证和优化。吉利集团建立了主被动安全为一体的全方位安全试验验证平台，包括整车碰撞实验室、模拟碰撞实验室、行人保护实验室、安全部件实验室、车身结构实验室以及主动安全实验室等多个分系统实验室，模拟驾驶及主动安全实验室也已经投入使用。

实验室还拥有CNAS认证<sup>4</sup>，以及欧美汽车出口认证资质，也是浙江省唯一的汽车安全技术重点实验室，极大地推进了国内自主品牌安全技术的提升速度。吉利集团如今每开发一款新车型，需要按照十多种整车碰撞工况，做三十余次整车被动安全性能验证试验，整个产品生命周期内总共约做六十多次验证试验。



汽车碰撞测试场景

### 【责任实践】吉利博瑞的主动安全技术

被动安全能起到减轻事故发生后对人体的伤害，而汽车安全技术不仅仅是我们常常能感知的安全带、安全气囊等被动安全措施，作为被动安全的重要补充，主动安全技术具有较高的避免事故能力，是日常行车中使用频率更高的安全技术。

新推出的吉利博瑞车型搭载了自主品牌里最先进的主动安全技术，同时也达到了国际同类车型的先进水平，做三十余次整车被动安全性能验证试验，整个产品生命周期内总共约做六十多次验证试验。

<sup>4</sup> CNAS (China National Accreditation Service for Conformity Assessment, 中国合格评定国家认可委员会) 认证由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作。

### 吉利博瑞的主动安全技术

主动安全技术	核心功能
自动紧急制动 (AEB)	汽车与前车或障碍物小于安全距离时自动制动
自适应巡航 (ACC)	自动调节车速，与前方车辆始终保持安全距离
车道偏离预警 (LDW)	通过报警的方式辅助驾驶员减少汽车因车道偏离而发生道路交通事故
车侧盲区检测 (BLIS)	在左右两个反光镜下面内置有两个摄像头，将后方的盲区影响反馈到行车电脑的显示屏幕上，并在后视镜的支柱上有并线提醒灯提醒驾驶者注意此方向的盲区

吉利博瑞真正将国际先进的主动安全技术普及到了我们消费者的生活中，也在行业内推动了这些技术在自主品牌车型中的迅速普及。

#### 紧急制动辅助 (Emergency Braking Assist)

检测到碰撞危险，当驾驶员制动力不足时激活



- ✓ 5-85 km/h
- 目标对象：静止目标
- ✓ 5-210 km/h
- 目标对象：移动目标

#### 部分自动紧急制动 (Autonomous Emergency Braking - partial braking)

检测到碰撞危险，驾驶员无制动时激活



- ✓ 30-210 km/h
- 目标对象：移动目标

#### 低速自动紧急制动 (Autonomous Emergency Braking - low speed)

低速情况下，检测到碰撞危险，驾驶员无制动时激活



- ✓ 5-30 km/h
- 目标对象：静止目标
- ✓ 5-30 km/h
- 目标对象：移动目标

吉利博瑞自动紧急制动功能图示

## 打造卓越品质

高品质的汽车离不开对质量管理体系标准的提升以及质量管控流程的不断优化，吉利集团在此基础上，2015年将更多的精力放在客户质量感知的提升上，从消费者的需求和期望出发，使质量的提升准确契合消费者的痛点。

### 1.质量管理体系

吉利集团的质量管理体系自1998年开始建立以来，不断地与时俱进、创新提升。公司始终坚持贯彻“时刻对品牌负责，永远让顾客满意”的质量方针，建立并运行以过程管控为基础的全方位质量管理体系，即新品、零部件、制造过程、检验试验、售后、质量改进六位一体，并通过全流程质量网评价体系来实现全方位的质量管控和评价。积极营造自下而上主动参与管理的氛围，促进横向沟通，并建立相应的激励机制。



吉利集团质量管理体系

### 2.质量管控优化

质量管控流程涉及集团的多个部门和岗位，基层与中层创新活力不容小觑，因此吉利汽车鼓励每一位员工树立“质量问题，匹夫有责”的意识，全员参与质量管理活动，全方位把控产品质量细节，制造出一流的产品。

新品质量管控方面，2015年通过质量阀管控形式完成了各类全新和改款整车及动力总成新品项目质量评审；对存在质量风险的项目通过预防机制进行预警，及早发现和纠正；同时通过量产初期质量遏制工作的展开，在供应商零部件生产早期遏制，初期质量检验强化和市场问题快速响应解决方面展开质量管控，有效的推进新产品项目质量的稳定和不断提升，满足顾客的期望。

零部件质量管控方面，2015年重点对超1500PPM<sup>5</sup>零部件开展重点管理和改善提升，通过分析和质量提升要求积极推动二轨开发项目供应商几十家；同时通过供应商受限，优化管理手段，超1500PPM零部件下降率达84%。

制造过程质量管控方面，截止到11月30日，整车单台不良由年初1.09下降到0.9，下降率达17.4%。

### 3.持续深化感知质量

汽车感知质量是客户通过“看、听、摸、闻”等感知手段对汽车产品品质及特性的体验，从而在客户心中形成对汽车产品的印象是否满足客户的需求和期望。

2015年作为吉利集团的“感知质量深化年”，我们在确保产品安全、可靠及可持续改善的基础上，深化产品感知魅力提升，从研发、采购、制造、销售服务各系统落实十大关键举措以及十大感知课题，力求使客户感知到吉利汽车的精致感、舒适感和科技感。2015年，我们在车内空气质量感知质量、操作感知质量、动力性经济性感知质量等方面做出了明显的提升。

----- 【 责任实践 】 新帝豪1.5L车型的操作感知质量反馈 -----

深化产品感知质量的重要方法是打通研究部门与售后部门的信息，将用户的感知用文字记录后传递到研究部门，其中的难点在于研究部门工作人员需要将感性的表述转化为逻辑分析后的判断以及专业改进意见。

新帝豪1.5L车型的售后反馈以及IQS<sup>6</sup>调研显示，66%左右的顾客表示离合器的结合点过高，新车主不容易上手。针对此反馈，研究院深度分析专业术语与用户语言中所产生的落差，通过人机校核等方式，对此问题进行了优化，并应用于多款FE平台车型中。

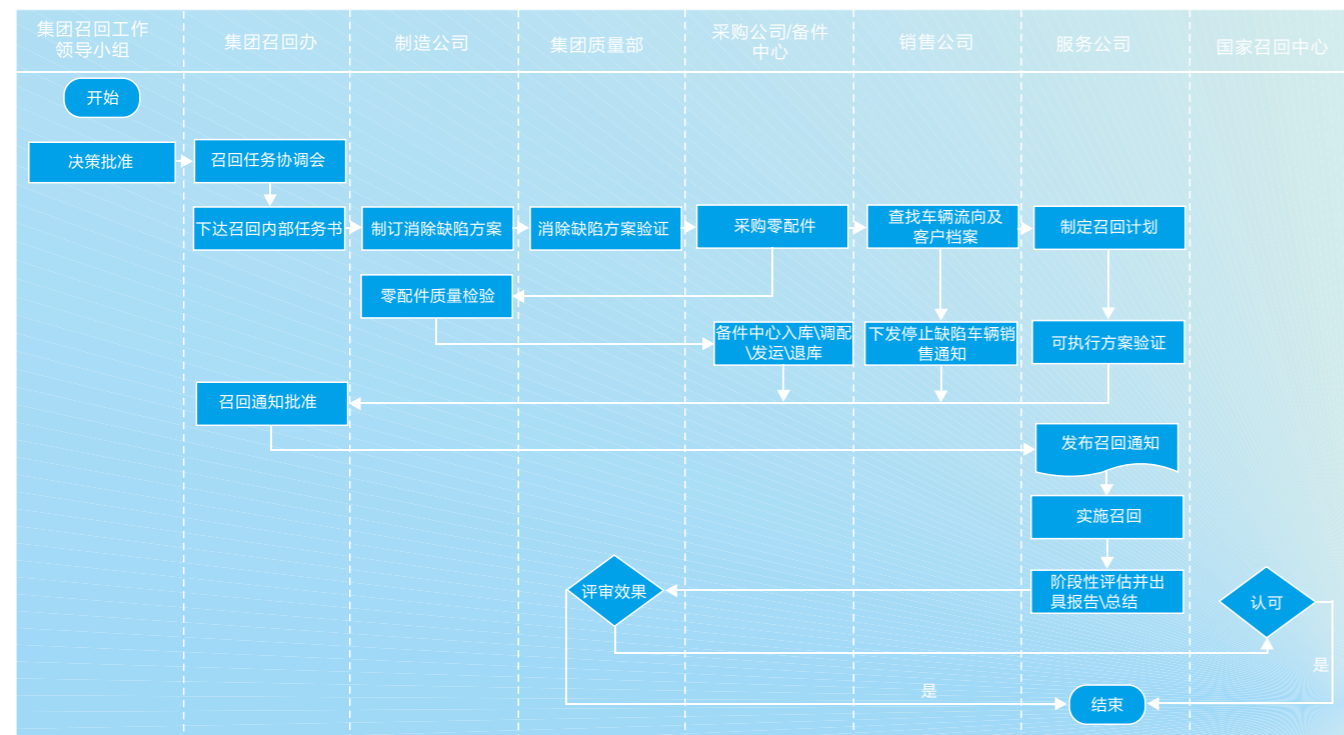
<sup>5</sup> PPM: 产品质量检验水平标准。PPM=不合格个数\*1,000,000/批量

<sup>6</sup> IQS即Initial Quality Study的字母缩写，译为最初质量调研。在汽车行业通常称之为新车质量调研，主要衡量新车的车主购车后使用2-6个月内遇到的抱怨问题。

## 4.提升市场质量

吉利集团通过强化产品安全、召回等重大质量问题快速处理与预防管控；安全、召回风险信息24小时监控；批量风险问题限期14日内处置机制；强化市场质量监控分析、生产过程问题改进及供应商质量保证推进等措施快速提升市场质量。

集团的《缺陷汽车产品召回管理条例》规定，生产者获知汽车产品可能存在缺陷的，应当立即组织调查分析，并如实地向国务院产品质量监督部门报告调查分析结果。生产者确认汽车产品存在缺陷的，应当立即停止生产、销售、进口缺陷汽车产品，并实施召回。



吉利集团主动召回流程

### 【责任实践】联电燃油泵召回

2013年12月30日上海通用因燃油泵支架制造问题召回赛欧/凯越 146.1万辆，2014年8月25日上汽同样问题召回荣威5.8万辆。吉利集团按照召回风险排查流程（召回风险排查流程是指其它国内外其它汽车品牌发生召回，吉利汽车会对召回问题在内部进行风险排查）出，赛欧/凯越、荣威召回的燃油泵是联合电子生产，通过风险排查出吉利的EC7、远景、海景车型部分燃油泵也是联电供应，通过吉利汽车严格论证，虽未发生有漏油，但同样存在耐久性风险。吉利在2014年12月将风险隐患报国家质检总局，共召回EC7：56,730辆；远景41,832辆；海景：10,617辆，合计109,179辆。

### 【责任实践】安全气囊控制单元召回

2014年3月18日至2014年5月11日期间生产部分吉利GX7、SX7汽车，由于供应商制造原因，安全气囊控制单元工作异常，极端情况下可能出现气囊警告灯点亮、安全气囊自爆等情况，存在安全隐患。集团接到相关报告后，第一时间进行产品召回，并确定安全气囊模块芯片失效的原因。2015年3月2日起公开召回714台GX7/SX7，并为召回范围内的车辆进行免费检修，以消除安全隐患。

## 从客户需求出发

互联网时代下，去中心化的特质正在发酵，技术和理念的革新使如今企业的生产思维亟需革新，不善于聆听客户的声音势必无法生产出让客户满意的产品。吉利集团力求从客户需求为出发点，根据客户的特定需求和偏好来提供合适的产品及服务并不断改善企业的产品质量和服务，同时配合高效的信息系统，以深化客户关系的管理活动。

### 1.需求来自真实的声音

将客户需求出发提前到产品设计的前端，从产品功能上即满足客户的核心诉求才能真正实现客户所想所需。在日常，吉利集团通过多渠道持续收集客户反馈的声音，积极开展体验式活动，让客户全方位的感受吉利的产品，提供测评意见。

#### 【责任实践】新吉利帝豪向上版的客户洞察

吉利帝豪于2014年上市后，连续六个月稳居自主汽车销量第一，受到了广泛的认可。好评声激励我们持续进步，在新车上市后，我们紧密追踪用户的反馈，产出《新帝豪上市后验证调研》。通过调研发现，ESC电子稳定控制系统用户认为是必要配置，GPS导航、ESC电子稳定控制系统等配置是用户购车时首要考虑配置，由此说明用户对帝豪在配置上的提升仍有较大的诉求。

为了满足消费者的需求，结合市场竞争和品牌向上的需求，吉利汽车销售公司与产品线基地共同商议，积极听取消费者及经销商的反馈意见，在2015年4月份推出向上版车型，在吉利帝豪基础上增加GPS导航、ESC电子稳定系统，以新车型配置升值避免市场价格竞争，得到消费者的认同。



#### 【责任实践】吉利博越首席体验官

吉利集团始终以开放心态拥抱消费者，在吉利博越上市前期，发起了“首席体验官”活动，邀请爱车一族提前全方位体验新车。2015年10月下旬，我们正式对外公布吉利博越中文名，同时开始征集“首席体验官”，截止到11月共征集到近5,000名体验官，从中选了10名参与2015年12月底位于呼伦贝尔牙克石的博世冬季汽车测试场的冰雪极限测试活动，其余的体验官将受邀参与2016年1月的吉利博越首席体验官品鉴会活动。

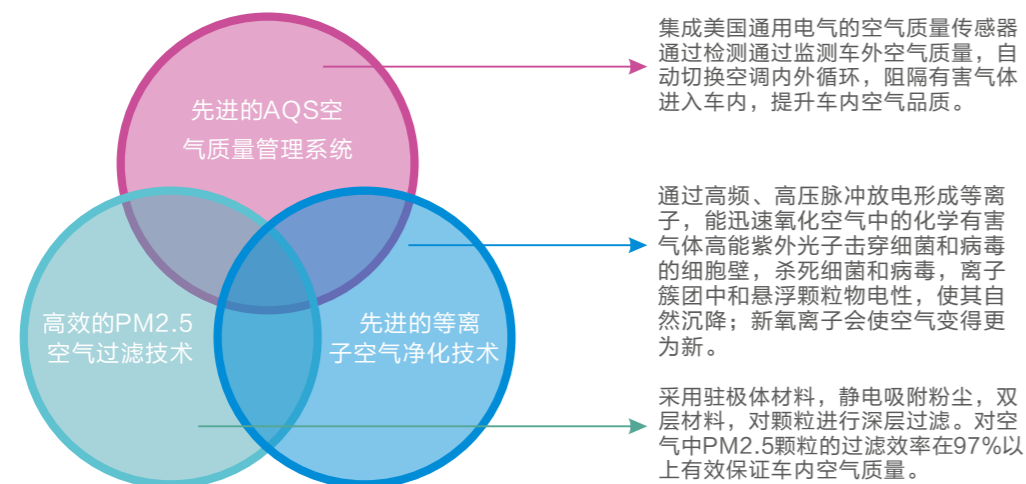
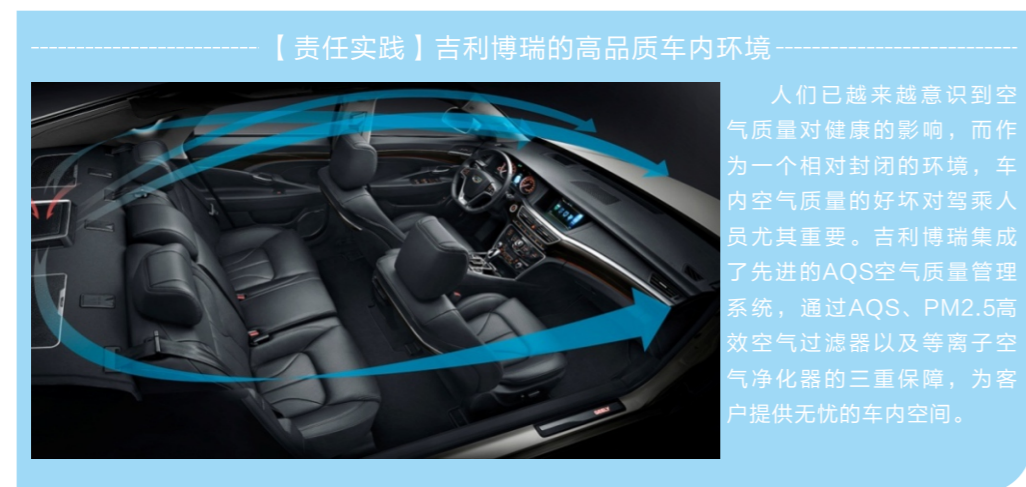
冰雪极限测试活动特地安排了吉利汽车设计院的专家为体验官们全方位介绍吉利博越的设计理念以及研发测试时的轶事，让公众更深入地了解一辆精品车从设计到量产需要考虑的细节。参与冰雪极限测试的首席体验官们通过论坛、微信、QQ群等各种方式与车主们分享了体验官日记，在吉利车主中引起了热烈的反响。

## 2. 健康与安全的双重保障

与汽车生产“安全第一”的理念一脉相承，消费者的健康也是我们最关心的。应对目前严峻的空气污染现状，集团重点从车内空气质量管控入手，为消费者营造一个安全健康的车内环境。

公司内部成立感知质量车内空气提升专项和汽车车内环境品质性能提升专项，感知溯源角度，重点关注气味感知提升，并拓展致癌、致畸、致生殖毒变、挥发胺控制范围，通过深层次的溯源配方剖析，打造全面化的健康汽车。

吉利集团旗下帝豪EC7、EC8、GX7、GX9、新帝豪、博瑞均满足车内挥发性有害物质（VOC）国标GB/T 27630-2011《乘用车内空气质量评价指南》，其中EC8、新帝豪更是接近零苯水平，EC7的车内气味性达到7级，处于行业内领先水平。材料可回收利用性、有害物质控制：吉利集团旗下所有车型均为未检出石棉，并按照德国最严格的GS认证标准，座椅、转向盘等与人体皮肤接触部位的多环芳烃含量仅为0.2mg/kg，可与婴儿直接接触。



## 追求极致客户体验

“快乐人生，吉利相伴”是我们衷心的祝愿，吉利集团将消费者视作为一路并肩前行的伙伴。我们深信“服务打造品牌”，并为此构建了全方位的吉利集团客户关爱体系、发起“吉行天下”俱乐部并始终以客户满意度的提高为工作目标。

### 1. 吉利集团客户关爱体系

我们于2010年确立了客户的六大关爱体系，重点提升用户满意度，用心服务用户、关爱用户，创新服务模式，使用户真正享受到高品质汽车售后服务。

关爱中心——吉利汽车客户关怀中心	采用国际通行的客户呼叫平台模式，为用户提供24小时全天候快捷服务，实现了用户需求的快速反应和市场信息快速处理。
关爱俱乐部——尊享吉利品质生活	通过整合多种资源与渠道，为吉利用户提供全方位高品质的生活服务享受，从而更好的提升吉利汽车用户满意度。
关爱到家——吉利汽车移动服务	为深化吉利汽车“关爱在细微处”的服务理念，吉利汽车通过“服务下乡”、“自然灾害应急救援”等形式，把配件和售后服务送到用户家门口，解决了一些服务网络没有覆盖到的区域用户修车难的问题。
关爱随行——吉利汽车道路救援服务	吉利汽车道路救援服务体系包括统一的全国施救电话，配套的随车设备与工具，统一的车辆形象以及救援人员规范的着装，标准化的道路救援操作流程。
关爱四季——365天贴心关怀	关爱四季活动是吉利售后服务常规化的关爱活动，每年春夏秋冬，根据各季节的特点策划有针对性的贴近用户需要的服务活动，为用户带去超值服务。全年365天，全方位为用户提供个性化的贴心关怀。
关爱课堂——您身边的爱车专家	关爱课堂以授课为常规形式，根据不同车型特点为用户传递养车、用车、爱车的汽车基础常识。吉利汽车始终以“让用户感动”为行动目标，践行“关爱在细微处”的服务理念。

在提供完善服务的同时，吉利集团也极其重视客户隐私的保护。涉及客户数据的部门严格按照集团《信息安全风险控制规定》以及《数据存档管理程序》，其中规定了各项操作程序中可能的风险点以及应对措施。

## 2. 车主风采，吉行天下

“吉行天下”俱乐部是吉利集团的车友会，成立于2008年10月1日。我们希望将企业的理念通过俱乐部的活动传达给用户，为用户提供多元的生活和服务内容，营造一个车友大家庭。“吉行天下”俱乐部线上与线下并发，线下在全国400多家经销商处设有分会，全国各地均有吉利车友自发组织成立的车友会。线上有超过30万的认证车主，线上分享内容包含吉利的信息和活动，以及车主自己的体会和新发现。

俱乐部不定期开展自驾游、用车交流、新车试驾、公益活动等类型的活动，大部分活动由车主自行组织，抱着相同的兴趣点和出发点，倡导协作互助、亲近自然、强身健体、美食天下、开拓视野等健康快乐文明的生活方式和积极向上的进取精神。

### 【责任实践】“吉利帝豪杯”赛车体验营

也许每个爱车一族都向往赛车场上的飞驰，“吉行天下”俱乐部为成都、北京、上海、珠海等地的车友提供了赛车体验的机会。

2015年6月14日，“吉利帝豪”赛车体验营第一站在成都国际赛车场落下帷幕，近300名选手体验吉利帝豪在专业赛道上的良好性能。来自重庆的31岁赛车体验者何瑜嘉，在谈及帝豪赛车体验后的感觉时说：“这款帝豪车操控很好，过弯时稳定性很强，动力非常好。”

吉利集团希望通过这个活动，创建一个良好的汽车运动文化平台，引领汽车运动时尚，展现吉利汽车文化精华，让企业、经销商、媒体、车主形成良好的互动沟通，也为关心吉利品牌、喜爱汽车运动的朋友提供一个展现自我的机会。



## 3. 用户满意度持续提升

2015年，我们为提升用户满意度做出一系列的举措。在处理投诉上围绕两个工作重点展开：一个重点是市场投诉体系，通过数据分析及市场投诉管理流程梳理，加大4S店投诉管控力度，旨在有效降低客户投诉量，提高用户满意度；另一个重点是内部流程，关注服务细节，不断优化服务流程，加大重复投诉数据的管控并建立预警机制。这些举措取得了良好的效果，2015年吉利集团J.D.POWER售后服务满意度（CSI）达到了715分，在自主品牌中排在前列。

## 与员工共同成长

### 责任聚焦

吉利集团秉承“尊重人、成就人、幸福人”的人力资源文化之道，结合我们的可持续发展战略与员工的成长潜力，为我们的员工提供有竞争力的薪酬福利体系，保障员工合法权益。通过营造安全的工作环境、建立健全的培训机制以及信息化系统、快乐文化体系等方面的持续推进，激发员工潜力，提升个人成就感。

› 截至2015年末员工人数  
**19,745**

› 2015年吸纳应届毕业生  
**643**

› 2015年组织培训次数  
**7,802**

## 平等机遇汇聚人才

人才是企业最重要的资本之一，也是企业得以可持续发展的根本，我们的员工为公司贡献了自己的青春和智慧，我们也致力于为员工营造公平公正、有发展前景和潜力的工作环境。公平公正的招聘政策是汇聚人才的基础，我们针对集团公司各直属部门和各子公司制定了统一的招聘制度，集团人力资源部、一级子公司人力资源部和用人部门合力完成人员的招聘和录用管理。

在招聘过程中，吉利集团不因种族、国籍、宗教、残疾、性别、学历等对应聘者产生任何歧视，采取公开、公平、公正的竞争上岗原则，不使用童工、拒绝强迫劳动。

面向2016年应届毕业生，我们启动了“吉利控股集团2016校园招聘”。自2015年9月22日起，我们历时一个半月，联合南京理工大学、浙江大学、北京理工大学、中国海洋大学、哈尔滨工业大学等12所高等学府，举办了12场校园宣讲会，招聘2016届应届毕业生643人，较2014年提升108%，占2015年度新进员工总数的9.4%。

吉利集团于2015年修订了员工的薪酬管理制度。在综合考虑地域、层级和职能差异的基础上，构建了包含年度工资、效益奖金、期权和其他福利补贴等元素，适合吉利发展的薪酬福利体系。从基本保障、短期激励、长期激励等角度，保障人才供应能够支持吉利未来的快速发展。

此外，吉利集团持续推进集体协商工作，与员工签订《集体合同》、《工资专项集体合同》、《女职工权益保护协议》等五项集体约定，全方位保障员工权益。集团客户关爱体系、发起“吉行天下”俱乐部并始终以客户满意度的提高为工作目标。

## 保障员工健康安全

吉利集团坚持把“以人为本”的理念融入安全生产的各个环节，始终贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的工作方针，落实目标责任制，不断完善健康、安全和环境（Health, Safety, Environment, HSE）管理体系，并持续提升职业健康安全管理绩效。

我们成立集团安委会、子公司安委会、子公司厂部安全领导小组的三级安委会，配备HSE专职128人，并签订岗位目标责任书。为跟踪考核年度职业健康安全完成情况，我们建立了覆盖子公司日常HSE管理各个方面的内部评价体系，确保HSE管理符合法律法规及吉利发展的要求。

集团各子公司均建立GBT 28001职业健康安全管理体系，并积极创建安全标准化一级企业。七大在产基地职业健康和安全管理体系认证通过率86%，其中春晓基地为新工厂，目前职业健康和安全相关的管理体系仍在创建过程中。此外，路桥、宁波和杭州湾等六个基地通过了由中国安全生产协会认证的安全标准化一级企业。

通过分析可能发生紧急情况类型、场所和严重程度，整合吉利集团的应急力量及周边应急资源，我们建立了综合预案-专项预案-应急处置方案三级应急救援预案体系，完成政府备案并定期进行演练和更新，以强化我们应对各种潜在事故的能力。

为确保从业人员具备足够的职业健康安全知识，并熟悉集团事故应急措施，吉利集团对业务影响范围内的所有从业人员进行职业健康安全培训，经考试、评估合格后上岗。对于特种作业以及特种设备作业，我们要求相关人员持证上岗。我们在保障员工职业健康安全权利的同时，明确了员工应承担的安全职责和义务。

### 新上岗

- 1.接触职业病危害人员清单每月更新
- 2.签订劳动合同时告知
- 3.新员工培训时告知
- 4.岗前职业健康体检

### 在岗

- 1.通风、除尘等设备设施防护、警示标识
- 2.劳保用品、年度培训
- 3.岗中体检、结果告知及处理
- 4.年度作业现场有害因素检测及结果告知
- 5.个人职业健康档案

### 离岗

- 1.离岗职业健康体检
- 2.档案复印、封存

吉利集团员工职业健康和安全实践措施

### 【责任实践】安全生产月

为增强员工的健康安全意识，2015年6月，吉利集团各子公司以寓教于乐的方式开展了形式多样的安全生产月系列活动。活动内容包含安全检查、安全培训、应急预案演练、叉车技能比武以及演讲比赛等。通过系统安全生产活动的开展，丰富员工生活的同时，传播健康安全知识。

具体到应急演练方面，以北仑公司为例，我们针对涂装厂开展了消防演习，模拟喷漆室火灾。火灾模拟烟雾释放后，火灾信息及时汇报、灭火组迅速投入扑救、车间人员有序疏散、急救小组迅速救助伤员。并且演练污水全部进入污水处理站，将演练过程本身的环境影响降到最小，同时员工的自我安全保护以及应急响应能力也得到同步提升。

## 激发员工成长潜能

吉利集团于2015年修订了针对人才培养的领导力模型，对核心、战略与市场、高价值运营、文化与人员四个维度进行能力分项解读。我们的员工需要以对未来事业的激情为核心，理解并适应不断变化的商业环境，逐步提升快速学习的能力，主动克服前进中的困难和挑战。



维度		能力项
核心	1	对未来事业的激情
战略与市场	2	关注用户
	3	战略落地
高价值运营	4	专业影响力
	5	体系化协作
文化与人员	6	建立互信与尊重
	7	培育团队与发展人才

员工在工作过程中不仅是知识和技能的贡献者，吉利集团也希望员工在此过程中有成就自我的机会，因此吉利集团将员工自我提升的渠道和机会落实到机制和行动中。2015年，我们成立了企业大学，设置通用能力学院、领导力学院、网络学院、规划与教务学院、人才发展与评估中心，为不同岗位、不同需求的员工提供成长和学习的机会，最大限度激发员工的潜能，为吉利添动力。同时，我们构建了包含管理、专业、技能等多重发展通道的职业发展体系，为员工的多元化发展提供可能。

培训发展模块		
模块一： “航”计划成就管理者	模块二： GM1000人才培养计划	模块三：管培生项目
<p>领导力培养项目以“航”计划命名。针对基层、中层和高层管理人员，以吉利集团全球领导力标准为基础，围绕“方向、方法、秩序”三个方面，分别设置启航、领航和远航三个子项目。</p> <p>截至2015年，“航”计划已全面覆盖集团总部及核心子公司，成功举办18期，累计培养管理人员719名。</p>	<p>GM1000（吉利千名研究生培养计划）通过定制化的入职理论培训+一线认知实践的培养模式，以能够解决企业运营层面短板为课题，培养学以致用的高素质人才。</p> <p>GM1000项目同时面向应届本科毕业生开放申请，培养周期2年，期间学费全部由吉利集团承担。毕业评价合格后，可以在吉利控股集团及所属关联公司、专业系统就业。</p> <p>2015年GM1000项目招收学员60人，其中技术类45人，管理类15人。</p>	<p>营销管培生培养共包含内部集中培训、生产基地实践、营销课题实践、经销商实践、内部轮岗学习等五个环节，通过将近2年的培养周期，熟悉和掌握从汽车制造、市场推广到交付给终端用户的各个环节和流程，并通过项目的班主任负责制、学习导师制、课题汇报会、实习沟通会、班委自治、阶段考核等机制，保障项目顺利推进。</p> <p>财务管培生面向财务类应届毕业生，通过研发、采购、生产和销售四个业务单元的轮岗以及业务课题的结项、结业，历时3年成为胜任财务专业核心岗位的人才。再经过1-2年管理经验积累和海外派遣机会，成为吉利集团财务经理储备人才。</p> <p>截至2015年底，有营销管培生23人，财务管培生26人。技术类45人，管理类15人。</p>

【责任实践】青春在吉利绽放

2013年7月，费圣杰在国产汽车走向世界的强国梦驱使下，刚大学毕业的他加入了GM1000项目，来到了吉利杭州湾，在总装厂开启了自己的职业生涯。他曾先后担任储备班组长、工艺员、检验班班长等职务，积极参与总装厂工艺、质量、现场问题的处理与改善。

担任储备班长期期间，他积极学习班组管理、现场维护、质量保障等知识，并掌握了内饰线87个岗位中70%以上岗位的操作，并能顺利顶岗。

担任工艺员期间，他新编内饰线FE-3/4工艺文件，先后处理现场质量、工艺问题80多个，确保FE-3/4内饰部分的顺利量产及装配质量。

担任检验班班长期间，他建立检验班问题管理看板。通过签到制度，将检验班问题传递到班组的时间由原来的1天缩减为2小时，大大加快了质量信息的有效快速传递，提升质量管理效率。

我们身边还有许许多多像费圣杰一样的GM1000学员，他们以“干一行、爱一行、精一行”的工作态度，“锲而不舍、精益求精”的职业精神，为吉利集团的发展贡献自己的力量。他们的青春在吉利绽放，吉利集团的未来也因他们的努力而更加精彩！



【责任实践】营销管培生硕果累累

吉利集团营销管培生培养项目以贴近一线的专业课题为培养载体，开拓了一条全新的营销高素质人才培养路径。

在培养环节之一的经销商实践培养过程中，营销管培生们针对经销商运营问题，提出了58项经销商提升改进建议和对策，输出专业营销课题成果共计90余份，有效加强了厂、商、终端用户之间的沟通与联系。

同时，他们充分发挥自身的专业优势，形成31份营销策划文案，其中6篇文案被吉利控股集团官方媒体（微博/微信）所采纳，短短三个月时间内直接促成终端销售65台。营销管培生培养项目的成功实施为吉利营销战线培养了一批高素质、高创新活力、高忠诚度的营销人才，也为今后管培生项目的开展积累了宝贵的经验。



## 1.国际化人才培养模式

为加快推进吉利集团国际化战略，拓展员工国际视野和专业能力，我们制定了海外派遣人才培养模式，并于2014年2月11日颁布实施《浙江吉利控股集团海外派遣管理制度》。进一步规范了海外派遣制度的适用对象、甄选条件、培养形式、工作职责以及派遣管理等具体要求。

此外，吉利集团通过联合国际化供应商举办技术交流日，开展制造与研发人才轮岗等多种方式，全力打造吉利研发岗位国际化交流平台。截止到2015年底，吉利集团研发团队8人入选“国家千人计划”，1人入选“省千人计划”，海外轮岗培养190人。

## 2.高技能人才培养和竞赛

吉利集团的高技能人才培养逐步形成了以建设技能发展通道为中心，以标准化技能培训为基础，以职业技能鉴定为手段，以技能大赛展示为舞台，以技能津贴政策为牵引的模式，全方位打造吉利高技能人才队伍。

目前吉利集团已有2个国家级“技能大师工作室”、4个省级“技能大师工作室”，评定高级技师59人、技师107人。

## 创造快乐企业文化

企业的核心凝聚力，主要由企业文化引领，企业员工实践形成。吉利集团以“元动力”工程为基础，构建了快乐文化体系，在企业内部实践“快乐人生，吉利相伴”的核心价值观。我们以信息化建设、问题管理体系和员工志愿活动为主要抓手，从细微处体现对员工的关怀。

## 1.信息化建设

企业决策、绩效考核、培训统计、薪酬计算等日常管理工作是否有效开展，很大程度上依赖于大数据系统支持的准确性和及时性。

为实现信息自动集成和业务全面管控，吉利集团2015年持续推进信息化建设，已初步形成集员工信息统计、基地现场管理、招聘系统、绩效考核体系、在线学习功能、员工福利商城Portal系统等为一体的人力资源信息化系统。我们希望未来通过该系统的全面覆盖和持续优化，增进部门之间和员工之间的互动，形成统一标准，提高工作效率，以信息化的手段更有效地实践吉利战略。

## 2.问题管理体系

经营管理的过程其实就是发现并逐个解决问题的过程。吉利集团以“问题文化”为依托，建立发现问题、表达问题、归结问题、审核问题、解决问题、评价、激励等问题管理体系。其中，员工创新提案和问题解决票是问题管理的两大方法和工具。

同时，问题管理体系提供了一种自下而上的内部信息反馈途径。通过问题管理体系的持续推进，吉利集团逐渐形成一套更加有效且更加规范化的内部沟通系统。2015年员工创新提案超过100万条，创造经济效益1.4亿元。

## 3.员工志愿活动

吉利集团始终秉承“奉献爱心、服务社会、共建和谐”的志愿服务理念，组织和动员广大员工参与志愿服务活动，加强志愿服务队伍自身建设，充分发挥员工志愿者在社会建设中的积极意义。

我们持续推进贫困助学、无偿献血、爱心义卖等员工志愿活动，已逐步形成志愿者服务的常态化机制。以杭州园区为例，2015年形成员工志愿者规模134人，提供志愿服务172小时。志愿服务已成为吉利人快乐生活的一部分，我们用爱和温暖感染身边的人，让城市更有生命力。

### 【责任实践】地铁站的蓝色风景线

为给地铁出行的乘客提供便利，以更优质的服务迎接2016杭州G20峰会，吉利集团组织了自己的杭港地铁贴心服务队，长期在杭州地铁1号线江陵路站提供志愿服务。

我们邀请杭港地铁工作人员为吉利员工志愿者们进行地铁知识培训，更熟练地引导乘客有序刷卡进站、刷卡和插卡出站，并维持免费通道秩序。同时，我们也会协助乘客自助购票、充值，引导乘客安全乘坐电扶梯及文明候车。我们的杭港地铁贴心服务队成为地铁江陵路站一道亮丽的蓝色风景线。



## 与伙伴共享价值

### 责任聚焦

在汽车市场竞争日益激烈的时代，合作共赢的价值值得每一位经营者深入挖掘。2015年，吉利集团不断探索与各利益相关方的合作共赢模式，供应商管理更加系统和专业，并逐步实现经销商网络优化整合。同时，我们充分利用伙伴优势与社会资源，通过一系列行业技术交流与合作，专利、论文等知识产权不断取得重大突破，我们期待与汽车行业伙伴共享价值。

> 截至2015年末供应商数量  
2,198个

> 执行公司供应链相关规定的供应商比例  
100%

> 截至2015年末经销商数量  
686个

## 与供应商合作共赢

吉利集团坚持引进国际国内一流供应商，建立了统一的供应商管理和评估机制。我们联合采购、质量和研发团队进行三方评审，开展供应商业绩监控和正向激励。以“公平竞争、优胜劣汰”为原则，确保各供应商能力满足准入要求。目前，我们的整车采购供应商数量已达500多个，我们与供应商逐步结成了相互依存的“命运共同体”，充分保障了生产的稳定性并降低供应链风险。

### 1. 供应商管理

2015年，吉利集团着眼于供应商的规范管理与能力提升，采取以下措施：我们与专业供应商共同设计，共同开展新材料等的研发，建立和完善共享数据库，攻克技术难关；我们扶持浙江、上海、山东、湖南、四川等地及周边地区有实力的零部件企业入驻零部件园区，就近配套，保障产能；我们提高各车型供应商共享度，保证供应商多个车型同时配套，并提供有条件的金融和担保支持，提升供应商的忠诚度；我们建立供应商多轨制和配额竞争机制，一种零部件采取两到三家供应商配套，同时质量好、价格低的供应商享受更多零部件配额；我们健全了采购数据库资源，对倒车雷达、点烟器等通用化零部件，推行电子招标竞价采购，以实现采购协同办公及成本最优化。

此外，吉利集团保持与供应商的互动、互信，所有合作供应商签订《诚信廉洁自律协议》。我们每年多次召开“供应商大会”，分享吉利集团的发展战略、采购、质量、技术管理要求和方法。吉利集团与供方一直以产品利益线为原则，我们以开放的态度与供应商开展技术合作与交流。许多供应商在我们的带领与扶持下，业绩不断提高，利润持续增长。

### 2. 供应商激励

吉利集团鼓励供应商与我们开展战略合作，并采用多种激励机制帮助供应商改进绩效：

- > 我们派遣富有经验的工程师直接到供应商现场帮助改进；
- > 由供应商派出工程师，到吉利集团学习实际的管理经验；
- > 我们鼓励供应商向除吉利集团以外的其它厂商供货，不断提升竞争能力；
- > 我们邀请经验丰富的咨询公司对供应商进行审核。

## 与经销商合作共赢

通过2014-2015年近20个月的网络优化整合，吉利集团目前合作经销商686家，覆盖全国所有省，下沉至四线城市，部分已触及县乡及农村。

吉利集团发布《G、L网络分组授权原则》、《渠道综合能力评价标准》等要求，以规范不同级别经销商形象，并根据对所有授权经销商星级评定情况，给予一定的荣誉和资金奖励。2015年一级网络开发规划68家，截止到10月31日，开发完成率达81%。经销商管理的核心除了规范化、标准化，更要给与足够的支持。就如在品牌形象展示上，我们主导设计并制作展板、车贴等二级网络展厅物料，以展示吉利全新品牌，目前二级网络经销商执行率已达96.4%。

## 1. 销售促进活动

为了提高经销商的销量，实现品牌宣传和终端销量的双赢，吉利集团也会协助组织车展、促销等活动。2015年全国举办B级车展56场，团购会111场；开展大篷车巡展273场，提交订单7,958台；在运营的《GEELY营销快讯》微信公众号，截至10月底已发布454篇活动稿件；针对不同的车型，我们设置了不同主题的促销活动，如博瑞车友之夜、远景幸福家庭PARTY等。

同时，我们借助互联网平台拓展销售渠道，不断刷新电商销售记录。2015年3月16日上午10点，吉利博瑞礼宾限量版在京东、苏宁、天猫、我的车城等电商平台正式预售。发售的第1分钟就创造了266辆销量。截止到11:17分，77分钟之内1,000辆吉利博瑞被抢购一空。平均每分钟13辆，不仅创造了汽车电商又一新高，更标志着我们征战B级车市场迈出了坚实的一大步。

### 【责任实践】博瑞寻美中国民族印象追“集”令

汉族的龙图腾、回族的清真寺、维吾尔族的苍鹰，佤族的糍粑，在华夏大地的东南西北，吉利4S店中或许就可以看到这些极具传统民族特色的图案做成车贴。

吉利博瑞兼具了国际时尚设计和中国东方特有的审美元素，被誉为“大美中国车”。配合博瑞的上市，2015年11月，吉利集团发布了“吉利博瑞·寻美中国——民族印象追集令”活动，针对博瑞车型，结合中国56个民族的特色和风俗，制作了一套56个民族印象车贴，每个车贴都如同一幅民族风情艺术画。

我们邀请“寻美者”前往各地吉利4S店，收集贴有民族印象车贴的博瑞照片上传至吉利集团官方网站，累积满一定数量后，即可获得中国国家游泳队精品礼包、春晓基地品质游、博瑞一年使用权等奖励。

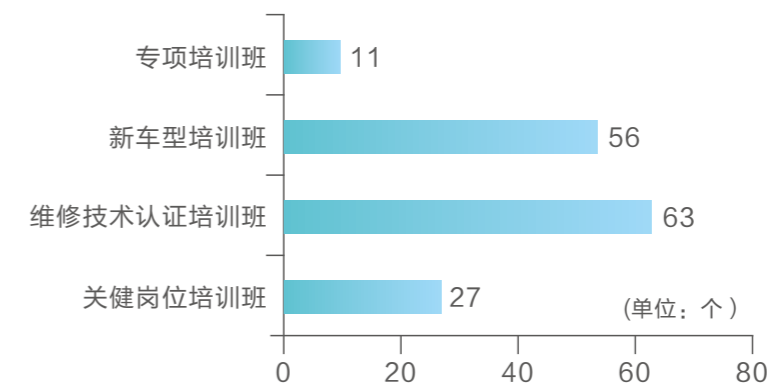
在传播民族文化的同时，引领广大车迷发现博瑞的美，以独特的方式诠释吉利集团的品牌价值定义“动感精致、自信激昂”。



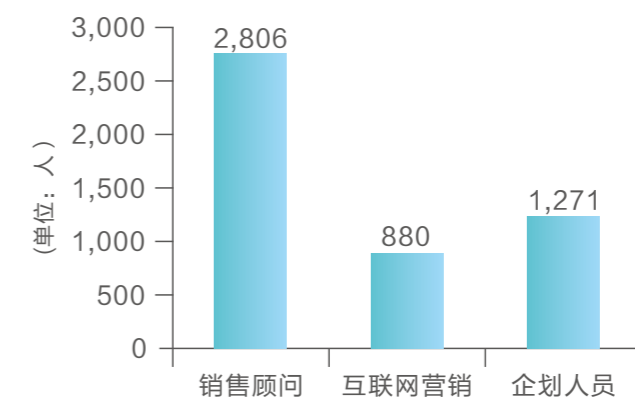
## 2. 经销商培训

为提升经销商营销与服务的专业能力，吉利集团每年开展多次售前、售后以及新品发布等各环节关键岗位培训。

此外，为了更好地落实培训的效果以及指导实际工作的开展，2015年吉利集团开始对南京、昆明、台州、湘潭四个城市经销商，以及全国的50家服务站开展驻店辅导，协助提升经营管理及盈利能力。截至2015年10月31日，我们对全国授权经销商关键岗位信息及销售热线进行7次核查，数据平均准确率为87.2%。



2015年度经销商集中培训班开展情况



2015年度经销商培训类别及参与情况

## 贡献全行业发展

吉利集团始终坚持自主创新道路，除申请专利、发表论文、参与行业标准制定之外，我们非常重视技术合作与交流，承办多个学术论坛，积极推进整个汽车行业的发展。

## 1. 自主知识产权

知识产权是汽车行业的核心竞争力，尤其对于自主研发汽车品牌，其“质”和“量”，直接关系到企业的创新空间和产品安全。在过去的五年中，吉利集团从总体技术规划出发，坚持自主创新，授权的实用新型专利、发表的SCI<sup>7</sup>论文等的数量和质量都有较大幅度的提升。同时，我们不断探索自主知识产权的产业化路径，逐步形成技术高地。

类别	数量（单位：个）	
	“十二五”期间	2015年度
专利		
申请专利	6,227	485
已授权发明专利	733	323
已授权实用新型专利	4,679	364
论文		
论文	577	70
SCI论文	54	0
国内核心期刊	53	12

此外，吉利集团也积极参与汽车安全等行业标准的制定，为行业发展提供可借鉴的经验。“十二五”期间，我们主导、参与编制《汽车正面碰撞的乘员保护》、《乘用车爆胎监测及控制系统技术要求及试验方法》等5个国家标准的制定。随着未来吉利集团的不断发展，我们也会积极参与国际标准（ECE/GTR）的制定，引领汽车行业发展趋势。

## 2. 合作交流

早在2011年，吉利集团就申请建立浙江省汽车安全技术研究重点实验室。我们每年都会针对国内外前沿汽车安全技术的科研进行攻关，投入资金用于与国内高校开展开放基金项目合作。目前已与多所国内高校形成了长期互惠互利的合作关系，有力地支持了吉利集团安全技术在国内的领先地位，同时也为行业的安全科技进步做出了应有贡献。

“十二五”期间，吉利集团自筹192万元专门用于支持开放基金课题，配套资金200余万元，共发放课题22个。其中，2015年共结题6个开放基金项目，签订3个开放基金合同，总金额27万元。我们的研究课题着眼于解决工程开发过程中的实际问题，有效促进了产、学、研的紧密结合。

<sup>7</sup> SCI (Scientific Citation Index) 是美国科学信息研究所 (ISI) 编辑出版的引文索引类刊物，创刊于1964年。进入SCI这一刊物的论文即为SCI论文。

### 【责任实践】精益生产交流会

精益生产方式的核心可以用“在需要的时候，按需要的量，生产所需的产品”来概括，这一思想影响了诸多制造型企业，也让世人看到“资源利用”更优的方式。

2015年3月30日，我们邀请到了全球知名“丰田制造系统”（Toyota Production System, TPS）精益生产理论的提出者，日本东京大学藤本隆宏教授作《构建“Monozukuri能力”》的专题讲座。

浙江汽车工程学院研究生、GM1000研究生、集团研发和生产管理等相关人员，以及浙江大学、日本东京大学、日本明治大学、日本东北大学、丹麦奥尔堡大学和德国艾森大学的教授、博士等共计100余人参加了本次课程。

本次课程提升了吉利集团生产管理人员的专业素质和管理水平，并结合日本企业的生产管理经验，将生产管理理念植入研发、采购、制造、销售等各领域，为集团战略发展与转型提供理论保障和案例支持。

# >>> 与环境友好共生

## 责任聚焦

PM2.5指数的高升，使环境议题不再只是一个宏观战略层面思考的问题，它已经影响到每一个人的生活。社会对汽车品牌的认可度不再仅仅体现在安全、外观、动力等传统领域，更需要体现在环境友好方面。吉利集团始终致力于通过产品的生态设计、新能源新模式的推广以及生产过程的绿色运营，减缓社会共同面临的环境压力。

> 2015年主要污染物达标排放率  
**100%**

> 2015年使用可再生材料的比例  
**85%**

> 2015年单位产值能源节约率  
**55.55%**

## 提升整车环保性能

吉利集团秉承“造最安全、最环保、最节能的好车，让吉利汽车走遍全世界”的使命，整车的环保性能一直是吉利汽车首要考虑的事项之一。我们追求每一款新产品都能表现出更为优异的环保性能，在动力研发、车辆回收、环境适应性等方面，深入研究并严加管控，整车环保性能要求均严于国家标准。

### 1. 动力低碳研发

吉利集团的动力研发一直采用创新科技、低碳环保的理念，在保证成品车动力性能和用户驾乘体验的同时，竭力降低产品对环境的负面效应。长期的关注与钻研使吉利的研发团队在2015年收获良多，1.8TD发动机以及1.3T发动机得到了行业的高度认可。

1.8TD发动机采用双层排气歧管技术、缸内直喷、废气涡轮增压以及变排量机油泵等先进技术。不仅提高燃油经济性，而且可以有效降低汽车尾气排放，达到欧五标准<sup>8</sup>，并获得“中国心”2015年度十佳发动机。

1.3T发动机集成尖端涡轮增压技术、VVT（Variable Valve Timing，发动机可变气门正时）技术、正时链条免维护等技术。具备高性能、轻量化、超耐久、低油耗、低排放等优异特质，荣获2015年度“中国汽车工业科学技术奖”三等奖。

#### 【责任实践】全新一代零排放伦敦出租车TX5亮相

经典黑色的伦敦出租车一直以来都非常受游客欢迎，被视作为英国文化的经典符号之一，游客们亲切地称它为“老爷车”。如今，“老爷车”也赶上了时尚的潮流，全新一代伦敦出租车TX5车型以零排放为全新特点，充分满足当代乘客功能性需求和城市发展的需要，更能彰显伦敦出租车在节能环保领域的前瞻性和领导地位。

除采用新型轻质铝制车身结构和复合面板，TX5采用插电式增程混合动力系统，使驾驶者无需为续航里程担忧，同时也满足驾驶员对可靠性的要求。用于制造该款新车的3,000个零部件均为全新设计。TX5车型将于2017年底在英国上市，并于2018年向国际市场销售。

2015年3月，吉利控股集团宣布投资2.5亿英镑，为伦敦出租车公司建设一座高技术、现代化的全新工厂。同年10月，吉利控股集团宣布追加5千万英镑投入，在工厂原有设计方案基础上进行扩容，增加研发设施，建立集团在英国的前沿技术研发中心。未来将主要研发与生产9种不同车型，其中包括TX5和即将推出的轻量化新能源商用车。



<sup>8</sup> 欧五标准：欧洲汽车尾气排放第五代标准，从2009年开始在欧洲实施。标准限定汽车最大颗粒排放为0.005克/公里，氮氧化物排放量为0.2克/公里，所有的柴油新车将必须增加颗粒物滤网。

## 2. 车辆回收技术

本着“珍惜资源、环境保护、易拆解回收、降低材料种类”的绿色设计理念，吉利集团充分考虑汽车全生命周期对环境的危害。我们从材料选择、结构设计、零件标识、拆解技术着手，在产品阶段融入绿色设计理念，达到环保可回收目标。

防腐和耐老化技术是影响车辆回收率的重要因素。吉利集团率先在国内开展汽车腐蚀与老化控制技术的研究，建立汽车腐蚀、老化多层级、动静态评价体系。目前集团开发的防腐和耐老化技术已成功应用在帝豪EC7和英伦SC5车型上，确保了两款车型的环境适应性能，降低了由腐蚀、老化引发的顾客投诉量。

车辆回收再利用技术是我们与国际接轨的关键一步。吉利集团研发的车辆回收性能控制体系已贯穿汽车研发全生命周期，并严格限制铅、汞、六价铬、多溴二苯醚、石棉纤维等禁用、限用物的含量。我们在自主品牌中率先突破技术壁垒，通过欧盟汽车材料可回收认证，减少后续车型的开发成本，开发效率得以有效提升。

## 新能源开启新未来

为了缓解交通堵塞和停车资源匮乏，有效破解纯电动汽车产业化难题，吉利集团提出了采用零排放纯电动汽车的“微公交”新型商业模式。该模式集城市出租车、私家车、城际自驾租车和传统公交模式之优点，致力于打造可靠、便捷的城市共享交通体系。

租车网点是“微公交”模式的基本单元，为用户提供自驾租车及各种服务，承担车辆立体停放、充换电、维护、电池回收再生及网络系统运行管理等。目前租车站点分布在城市的机场、车站、商业中心、居民小区等区域，用户可以通过电话、电脑、手机APP等多种形式租用。

自2013年9月开展试运营以来，已在杭州投放纯电动汽车超过16,000辆，项目已延伸至上海、南京、武汉、成都、广州、长沙、昆明等10余座城市开展试运行，在全国累计运营超过28,000辆。“微公交”不仅普及到市民用车族，还延伸到了微警务车、城管服务车、新闻媒体采访车等各个领域。

从国外汽车共享模式运行经验来看，汽车共享将减少私家车拥有量至少50%以上。随着“微公交”这一城市绿色公共交通体系的日臻成熟，将会有越来越多的人选择“微公交”出行，帮助改善大气质量，对城市环境治理做出积极贡献。

除纯电动、混合动力和插电式混合动力外，我们也积极探索甲醇等清洁燃料的使用，进一步缓解能源压力，寻找替代能源。同时，从源头控制污染物的排放。

### 【责任实践】投资冰岛碳循环国际公司推广清洁能源

碳循环国际公司于2006年在冰岛雷克雅未克成立，并迅速在可再生清洁能源和采集二氧化碳合成清洁甲醇燃料技术领域成为世界领先的标杆性企业，该公司还运营世界首家可再生清洁甲醇工厂。

从2005年开始，吉利集团成为中国首家从事甲醇汽车解决方案研发的汽车制造商。2015年7月3日，吉利集团对冰岛碳循环国际公司（Carbon Recycling International）进行总额4,550万美金投资。

吉利集团将与碳循环国际公司合作探索清洁甲醇燃料合成生产技术，同时研发并推广100%甲醇燃料汽车在中国、冰岛和世界其他地区的使用。目前已在部分城市试点甲醇出租车的运营。



## 环境友好绿色经营

作为可持续发展战略的倡导者，吉利集团不仅在产品研发与技术上注重整车产品的环保性能，更将节能减排落实到生产运营的各个环节。我们通过科学选址、利用能源节约型技术以及规范排放管理等方式，在企业经营的过程中，减少对外部环境的压力。我们也计划于不久的将来启动温室气体排放核算工作，持续追踪生产运营各阶段的碳足迹<sup>9</sup>，为开展自愿减排，应对全球气候变化提前做好准备。

吉利集团提出“建无害于环境的绿色工厂，造有益于人类的环保汽车”的环境方针。严格遵守《关于消耗臭氧层物质的蒙特利尔议定书》、《联合国气候变化框架公约》等国际公约，遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国循环经济促进法》、《中华人民共和国突发事件应对法》、《废弃危险化学品污染环境防治办法》等法律法规，并遵守《清洁生产标准汽车制造业（涂装）》等行业标准。同时，动态跟踪最新的环保法律法规要求，以确保吉利未来业务的发展满足不断演变的环保要求。

## 1. 工厂选址科学规划

吉利集团的制造基地均选在规划的一般工业区中，远离自然保护区，并经过可行性分析和环境影响评价。我们依法执行环境保护设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产使用的“三同时”制度，坚持“预防为主、防治结合、综合治理”的原则，把对环境影响降到最小，不影响当地重要水源，并保护当地物种多样性。

此外，为固化水土、美化环境，同时防尘，减少废气、噪声对办公区和厂区周围的影响，吉利在各大厂前区、车间和厂区周围，以及厂区道路两侧，进行了集中和分区绿化，绿化率近20%。

### 【责任实践】宝鸡基地保护河堤生态系统

吉利集团宝鸡基地为在建新基地，北侧紧邻滨河大道，渭河河堤范围存在部分鸟类栖息地。该项目运营期大气污染物排放量较少，废水排入科技新城污水处理厂，固体废物交由环卫部门或有资质的单位回收。废气、废水和固体废物在采取相应措施的前提下均能妥善处理处置，基本不会对河堤生态系统产生影响。

同时，为了降低噪声对厂区周围环境和鸟类正常生存的影响，宝鸡基地尽可能减少夜间试车，建设降噪绿化带。我们也会在水鸟栖息的核心区和其它一些关键区域附近设立交通标志，尽量减少对整个河堤生态系统的负面影响。

## 2. 能源节约实践

吉利集团积极推进绿色运营实践，因地制宜建造绿色工厂。我们通过太阳能光伏发电、余热回用等技术，实现能源的节约，有效缓解日趋严重的能源危机。2015年，集团杭州湾基地涂装车间废气焚烧项目实施完成并投入使用。年节约标煤消耗447.85吨，节约蒸汽使用费用83.5万元。

<sup>9</sup> 企业机构、活动、产品或个人通过交通运输、食品生产和消费以及各类生产过程等引起的温室气体排放的集合。

【责任实践】光伏发电

2015年上半年，吉利集团与正泰集团签订了太阳能光伏发电项目的战略合作框架。其中，临海基地一期项目已经实施完成并网发电，其余新基地也均已设计光伏项目。

太阳能光伏发电项目实施完成后，我们的屋顶光伏装机容量约80Mwp，停车场光伏容量约40Mwp，可实现总容量120Mwp的光伏发电，年发电量将超过1.2亿千瓦时。光伏并网为10KV高压，所发电量除少部分上网并入国家电网之外，其余全部供生产基地使用，包括生产设备及照明等，直接产生经济效益1,500多万，减少标煤消耗近1.5万吨，减少碳排放近12万吨。



临海基地项目图

### 3. 废弃物达标排放

通过对废气、废水、危险废物和一般废弃物的有效处理处置，我们的NO<sub>x</sub>、SO<sub>2</sub>、COD（化学需氧量），SS（悬浮物），氨氮，pH等主要污染物的总量和强度达标排放率为100%。

废弃物种类	处理处置方式
废气	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 焊装车间：将室内产生的焊接烟尘采用静电和过滤方式除尘后向高空排放，把无组织排放变为有组织排放</li> <li>• 涂装车间：采用废气焚烧设施焚烧喷漆过程中的烘干废气，处理后产生的热能返回烘干系统</li> <li>• 喷漆废气：经文丘里喷漆室水幕吸收过滤后，通过风机向高空排放</li> <li>• 总装车间：汽车尾气采用随行尾气吸收装置收集后室外排放</li> </ul>
废水	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各基地均设置污水处理站，整个系统采用PLC（编程逻辑控制器）控制，运用“物化+生化”工艺对污水进行处理，同时设置了规范化污水排放口，处理达标的污水全部纳入城市污水管网中</li> <li>• 安装在线监测系统实现与地方环保局联网</li> <li>• 宁波区域的制造基地安装了排污刷卡系统，实现对污染物排放浓度和总量的实时监控</li> </ul>
危险固废	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 危险废物均采用防渗防漏的容器（如防漏编织袋、废油桶等）进行收集，避免在运输中发生泄漏</li> <li>• 设置危险废物仓库，将收集来的危险废物分类分区存放，最终委托有资质的单位进行外运处置</li> </ul>
一般固废	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 冲压边角料全部出售给相关企业，实现再利用</li> <li>• 包装材料等其他固废，交由各自供应商回收</li> </ul>

## »» 与社会共同发展

### 责任聚焦

吉利集团作为企业公民，希望在解决社会发展中的急迫问题方面做出一定的贡献。科教兴国，我们通过开展教育资助为重要抓手，积极参与社会公益事业。同时，我们也希望通过邀请员工、经销商伙伴、客户等多方共同参与的机制，倡导公益价值和积极向上的生活理念，撬动更多的资源以实际行动支持社会发展和进步。

## 教育为先培养栋梁

着眼于为集团未来发展提供创新型的人才储备以及为国家培养更多汽车行业的人才，吉利集团积极推进教育产业的发展，出资创办北京吉利学院、湖南吉利汽车职业技术学院、三亚学院、三亚理工职业学院以及浙江汽车工程学院等多所院校。2015年，吉利集团旗下各院校共毕业8,469人，实现平均就业率93.1%。为汽车行业输送大批实用新型人才的同时，企业办学的模式也为其他行业的人才培养提供有益的借鉴。

吉利集团在教育改革的路上不断摸索，以“产教协同”思想为中心，形成大专、本科、硕士、博士和博士后等多层次的人才培养链条，从基础的职业教育延伸到实践型的研究生培养。各个院校结合自身发展和社会需求灵活开设专业，逐步形成具有吉利特色的人才培养模式。以湖南吉利汽车职业技术学院为例，从建校开始，就重视发挥企业在职业教育方面的作用，并形成了企业参与人才培养全过程的教育模式，吉利集团全方位参与学院的专业设置、课程体系、培养标准、课堂教学、师生实践、就业安排等，使培养出来的学生与企业“无缝对接”。同时，各个院校也非常注重国内外办学交流与合作，通过公益活动、技能竞赛、创业辅导等形式，为学生提供了全方位的发展平台，在人才培养方面取得显著成果。

### 【责任实践】理工学子获2015 RoboCup公开赛冠军

选取硬件材料、调试机械设备、编排应用程序……吉利三亚学院的理工学院的“学霸们”在每一个环节反复调试，成百上千次的试验是家常便饭。正是这种精益求精、反复试错的品质使他们赢得了2015RoboCup 公开赛冠军。

中国机器人大赛由中国自动化学会机器人竞赛工作委员会、RoboCup中国委员会、科技部高技术研究发展中心联合主办，是我国乃至亚洲最权威的机器人竞技大赛，也是该领域水平最高的学术竞赛。

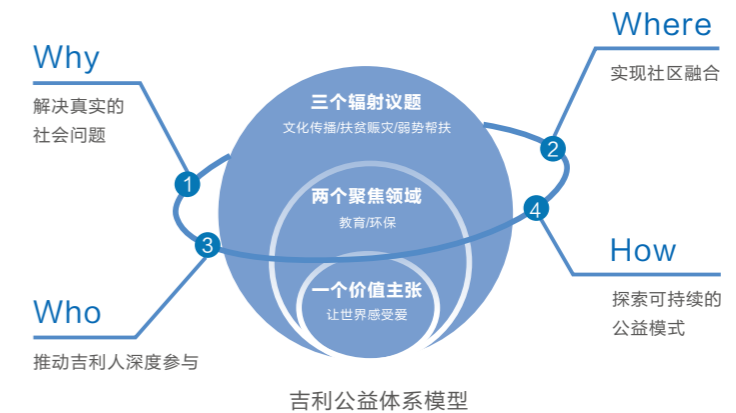
2015中国机器人大赛暨RoboCup公开赛吸引了来自清华大学、北京大学等全国387所高校的1,983支代表队参与本年度赛事。吉利三亚学院的理工学院阳光学子荣获“动作投影技术挑战赛项目”冠军，此外还获得“水中机器人全局视觉水球2VS2项目”二等奖。三亚学院继2013、2014连续两年获得一等奖后再次获得该项赛事冠军奖项。通过竞赛，学生们把理论和实践有机结合，提高综合能力的同时，带动机器人技术及其相关学科领域的发展，为地区经济、科技及工业发展注入新的活力。



“动作投影技术挑战赛项目”获奖证书及2015水中机器人大赛兰州选拔赛

## 公益行动关怀民生

吉利集团的公益体系以“让世界感受爱”为公益价值主张，将教育与环保作为公益聚焦领域，同时辐射文化传播、扶贫赈灾和弱势帮扶三个公益议题，以解决真实的社会问题、实现社区融合、推动吉利人深度参与、探索可持续的公益模式作为四大公益原则。



### 1.HOPE·绿跑道

“吉利HOPE”公益行动于2014年正式启动，该行动是以关注贫困地区少年儿童身体素质的改善为出发点，推动体育教育在贫困地区校园回归为目的公益行动。项目目标在于激发孩子们参与体育运动的热情，并培养孩子们积极进取、团结拼搏的精神。

2015年，项目走进陕西、贵州、宁夏、湖北和广东省的5所小学，捐赠体育基础设施器材，并带去一周的专业体育支教课程，以及一场HOPE运动会。共有44名志愿者参与体育支教，超过100名集团相关方志愿者参与HOPE运动会。

同时，2015年，我们尝试在腾讯乐捐平台发起“为爱担当运动鞋在飞”的公众筹款活动。316位爱心人士参与捐款，实现捐款金额24,912.35元，为项目募集更多运作资金的同时，进一步扩大项目的影响力。

为了更有效地利用公益资源，我们于2015年邀请第三方对项目进行评估，并积极收集各参与方的反馈，校长、老师、学生、志愿者以及车主等利益相关方都对项目表示了肯定和支持，并期待2016年的项目能够取得更大突破。

### 2.携手“韩红爱心百人援贵”公益行

“韩红爱心·百人援贵”公益行动于2015年8月12日正式启动，吉利集团为本次公益行动捐助30辆吉利SUV作为医疗巡诊专用车，帮助贵州地区改善当地医疗条件，并提供全程车辆保障。这是吉利汽车第三次携手韩红爱心慈善基金会开展百人医疗援助系列行动，共捐赠75辆吉利SUV作为西部偏远地区医疗巡诊专用车辆。

此外，我们还组织当地经销商，号召车主共同组成援贵爱心团，参与到韩红爱心慈善基金“百人援贵”公益活动中，开启历时近20天的爱心公益之旅。



## 社区融入和谐共建

作为一个具有“造血”能力的企业，吉利集团不断尝试通过适当的方式把经营利润中的一部分回馈给所在的社区，广泛调动我们拥有的资金、人力、产品或服务为社区提供帮助，共同建设和谐的社区环境。

多年来，我们主动参与社区共建，利用自身的产品和技术优势扶持社区文化教育事业和社会公益事业，定期将汽车检测、法律咨询、免费理发等服务带进社区。形成与各社区的良性互动，逐步实现社区和企业的共同发展。

### 【责任实践】汽车养护进社区

只会开车，不会修车，是大多数车主的真实写照。面对天书般的专业术语和形形色色的汽车配件，人们多是“雾里看花”。2011年开始，吉利集团把免费汽车监测服务和汽车养护知识普及带进各社区、企业和学校，结合吉利集团作为汽车企业的优势，更好地回馈社区。

四年来，我们先后在杭州吴山广场、滨江星光大道、最美妈妈广场等地提供汽车免费检测服务和汽车养护知识的普及，用简单易懂的语言和图片，讲解购车、养车、用车的知识。

## 数字绩效

说明：ESG关键绩效指标索引的数据范围为吉利汽车控股有限公司（香港联交所股份代号175<sup>1</sup>）。

ESG关键绩效指标		
指标类别	单位	2015年数据
<b>A环境<sup>2</sup></b>		
<b>层面A1：排放物</b>		
NO <sub>x</sub> 排放量 <sup>3</sup>	吨	40.25
SO <sub>2</sub> 排放量	吨	25.18
单位销量NO <sub>x</sub> 排放量	g/台	78.91
单位销量SO <sub>2</sub> 排放量 <sup>4</sup>	g/台	49.36
单位销量非甲烷总烃排放量	g/台	63.30
单位销量二甲苯排放量	g/台	17.04
废水排放量	吨	594,633.20
废水减少率 <sup>5</sup>	%	16.43
单位销量废水排放量	吨/台	1.18
重要泄漏物的重量 <sup>6</sup>	吨	0
单位销量危险废物处理量	kg/台	4.74
固废循环利用率	%	95.40
<b>层面A2：资源使用</b>		
直接能源消耗量	吨标煤	16,960.64
间接能源消耗量	吨标煤	29,893.99
单位销量钢材消耗量	kg/台	280.31
单位销量油漆消耗量	kg/台	12.06
总用水量	吨	1,246,256.00
单位销量水资源消耗量	吨/台	2.44
能源节约率 <sup>7</sup>	%	47.06
水资源节约率 <sup>8</sup>	%	26.73
工业用水资源循环利用率	%	97.50
<b>B社会</b>		
<b>雇佣及劳工准则</b>		
<b>层面B1：雇佣</b>		
员工总人数	人	18,682
退休员工人数	人	11
员工流失总数	人	3,261
<b>按性别划分的员工人数</b>		
女性	人	2,739
男性	人	15,943

按雇佣类型划分的员工人数和比例		
正式工	人/%	15,026 (80.4)
实习生	人/%	3,282 (17.6)
劳务派遣工	人/%	48 (0.3)
储备人员	人/%	320 (1.7)
退休返聘人员	人/%	6 (0)
按年龄阶段划分的员工人数和比例		
30岁以下	人/%	12,184 (65.2)
31-50岁	人/%	6,173 (33.1)
50岁以上	人/%	325 (1.7)
按性别划分的离职员工人数和比例		
女性	人/%	392 (12.0)
男性	人/%	2,869 (88.0)
按年龄阶段划分的离职员工人数和比例		
30岁以下	人/%	2,532 (77.6)
31-50岁	人/%	685 (21.0)
50岁以上	人/%	44 (1.4)
层面B2：健康与安全		
安全事故数量	个	0
因工伤死亡人数	个	0
重伤事故率	%	0.05
轻伤事故率	%	0.35
职业病事故数量	个	0
职业病比例	%	0
工伤率	%	0.4
缺勤率	%	0.006
因工伤损失工作天数	天	299
因安全事故造成的经济损失	万元	109,136
层面B3：发展与培训		
组织培训次数	次	7,301
组织培训的总小时数 <sup>9</sup>	小时	934,100
接受培训员工百分比	%	100
员工接受培训的平均小时数	小时/人	50
按雇员类别划分的接受培训员工百分比		
高级管理层	%	100
中级管理层	%	100
普通员工	%	100
按性别划分的员工接受培训的平均小时数		
女性	小时/人	49.5
男性	小时/人	50.08

按雇员类别划分的员工接受培训的平均小时数		
高级管理层	小时/人	54
中级管理层	小时/人	55
普通员工	小时/人	46
按员工类别划分的员工接受培训的平均小时数		
研究	小时/人	50
技术	小时/人	50
行政	小时/人	48
操作	小时/人	47
运营管理		
层面B6：产品责任		
因安全与健康原因回收的产品百分比 <sup>10</sup>	%	0

备注：

- 1 吉利汽车控股有限公司相关数据不包含海外子公司；
- 2 环境数据主要采集自各生产基地，其中临海基地于2015年迁建，未正式生产，因此该部分数据未包含临海基地；
- 3 济南、路桥基地数据来自2014年监测报告，济南、春晓基地按半年150天计算，济南、成都基地按单班8小时计算；
- 4 吉利汽车控股有限公司的产销模式为“以销定产”，故本报告以单位销量的数据表示相关的资源消耗和环境排放情况；
- 5 根据单位销量废水排放量计算；
- 6 吉利汽车控股有限公司2015年度主要制成品的生产和运输过程不存在油料、燃料以及危险化学品等的泄漏；
- 7 根据单位销量能耗计算；
- 8 根据单位销量水耗计算；
- 9 组织培训的总小时数根据A类员工平均培训小时数\*A类员工数+B类员工平均小时数\*B类员工数+C类员工平均小时数\*C类员工数+……；
- 10 吉利汽车控股有限公司2015年没有因安全与健康原因回收的产品。

说明：G4关键绩效指标索引的数据范围为浙江吉利控股集团。

G4关键绩效指标 <sup>1</sup>				
指标	单位	年度数据		
		2013年	2014年	2015年
<b>为客户制造精品</b>				
<b>质量指标</b>				
千车故障率 (12MIS) <sup>2</sup>	%	137	60	60
公开召回	次	0	0	1
IQS <sup>3</sup>	%	176	130	124
<b>车友数据</b>				
车友人数	人	139,764	153,622	330,173
年增长率	%	7.2	9.9	115.0
组织车友活动次数	次	36	36	40
活动参与人数	人	345,099	392,762	425,687
<b>消费者满意度数据</b>				
接到投诉总数	起	5,143	3,986	3,807
处理投诉总数	起	5,143	3,986	3,807
处理比例	%	100	100	100
消费者满意度	%	98.47	98.50	98.75

项目	VOC 单位: mg/m <sup>3</sup>								气味 单位: 级
	苯	甲苯	乙苯	二甲苯	苯乙烯	甲醛	乙醛	丙烯醛	
国标限值	0.11	1.1	1.5	1.5	0.26	0.1	0.05	0.05	-
EC7	0.044	0.806	0.175	0.772	0.095	0.048	ND	ND	7
EC8	0.009	0.071	0.123	0.481	0.015	0.016	0.013	ND	6
GX7	0.0632	0.1814	0.1702	0.2903	0.0091	0.0338	0.0176	0.0127	6
GX9	0.03	0.08	0.05	0.11	ND	0.05	0.09	ND	6
新帝豪	0.005	0.122	0.01	0.02	0.009	0.016	0.04	ND	6
博瑞	0.017	0.183	0.087	0.137	0.009	0.054	0.037	ND	6

G4关键绩效指标 <sup>1</sup>				
指标	单位	年度数据		
		2013年	2014年	2015年
<b>与员工共同成长</b>				
<b>员工总体情况</b>				
员工总人数	人	18,161	18,900	19,745
退休员工人数	人	N/A	23	13
员工流失总数	人	3,324	4,428	4,357
新聘员工数量	人	3,385	4,364	6,809
残障人士员工雇佣人数	人	0	0	0
少数民族员工雇佣人数	人	276	465	522
最高治理机构人员数量	人	25	25	30
最高治理机构女性人员数量	人	0	4	4
最高治理机构少数民族人员数量	人	0	0	1
公司在当地招聘的高级管理人员数量	人	8	10	11
吸纳应届毕业生就业人数	人	343	309	643
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
劳动纠纷申诉数量	个	N/A	10	11
接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	%	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100
组织员工团队建设活动次数	次	204	206	211
组织员工团队建设活动总小时数	小时	1,056	1,058	1,066
参与活动员工百分比	%	67	71	73
<b>按性别划分的员工人数</b>				
女性	人	3,568	3,685	2,914
男性	人	14,593	15,215	16,831
<b>按雇佣类型划分的员工人数和比例</b>				
正式工	人/%	N/A	N/A	18,097 (91.7)
实习生	人/%	N/A	N/A	1,281 (6.5)
劳务	人/%	N/A	N/A	19 (0.1)
退休返聘	人/%	N/A	N/A	5 (0)
储备	人/%	N/A	N/A	343 (1.7)
<b>按年龄阶段划分的员工人数和比例</b>				
30以下	人/%	N/A	N/A	11,452 (58.0)
31-50	人/%	N/A	N/A	7,898 (40.0)
50以上	人/%	N/A	N/A	395 (2.0)
<b>按年龄阶段划分的新聘员工人数和比例</b>				
30以下	人/%	N/A	N/A	4,122 (60.5)
31-50	人/%	N/A	N/A	2,639 (38.8)
50以上	人/%	N/A	N/A	48 (0.7)

按年龄阶段划分的离职员工人数和比例				
30以下	人/%	N/A	N/A	2,784 (63.9)
31-50	人/%	N/A	N/A	1,502 (34.5)
50以上	人/%	N/A	N/A	71 (1.6)
按性别划分的离职员工人数和比例				
女性	人/%	N/A	N/A	3,754 (86.2)
男性	人/%	N/A	N/A	603 (13.8)
员工健康与安全				
安全事故数量	个	0	0	0
因工伤死亡人数	个	0	0	0
重伤事故率	%	0	0	0.05
轻伤事故率	%	0.50	0.25	0.35
职业病事故数量	个	0	0	0
职业病比例	%	0	0	0
工伤率	%	0.45	0.25	0.40
缺勤率	%	0.006	0.001	0.006
因工伤损失工作天数	天	277	53	299
因安全事故造成的经济损失	万元	80,903	27,000	109,136
员工培训发展情况				
组织培训次数	次	3,424	4,018	7,802
参与培训人员总人数	人	N/A	17,839	19,745
组织培训的总小时数	小时	N/A	690,118.00	1,009,273.15
接受培训员工百分比	%	N/A	100	100
按雇员类别划分的接受培训员工百分比				
高级管理层	%	N/A	N/A	100
中级管理层	%	N/A	N/A	100
普通员工	%	N/A	N/A	100
按性别划分的员工接受培训的平均小时数				
女性	小时/人	N/A	N/A	51.3
男性	小时/人	N/A	N/A	50.1
按雇员类别划分的员工接受培训的平均小时数				
高级管理层	小时/人	N/A	N/A	56.8
中级管理层	小时/人	N/A	N/A	57.1
普通员工	小时/人	N/A	N/A	48.6
按员工类别划分的员工接受培训的平均小时数				
研究	小时/人	N/A	N/A	50.0
技术	小时/人	N/A	N/A	50.0
行政	小时/人	N/A	N/A	55.3
操作	小时/人	N/A	N/A	47.2

与伙伴共享价值				
4S店数量	个	656	589	532
经销商数量	个	945	751	686
经销商数量增长率	%	-9	-21	-9
组织经销商活动次数	次	5	6	6
参与活动的经销商比例	%	100	100	100
经销商平均参与活动次数	次/个	5	6	6
按地区划分的供货商数量				
国内	个	N/A	N/A	1,961
国外	个	N/A	N/A	237
执行公司供应链相关规定的供应商数量	个	N/A	N/A	2,198
与环境友好共生 <sup>4</sup>				
新建、扩建项目的“环境影响评价”和“三同时”的执行完成率	%	100	100	100
主要污染物达标排放率 <sup>5</sup>	%	100	100	100
固体废弃物达标排放率	%	100	100	100
环境事故和环境问题投诉率	%	0	0	0
环保设施配备率及正常运转率	%	100	100	100
企业建成区绿化覆盖率	%	19.4	19.6	20.0
违反环境法律法规被处重大罚款的金额	万元	0	0	0
违反环境法律法规受非经济处罚的次数	次	0	0	0
NO <sub>x</sub> 排放量	吨	12.21	3.90	40.25
SO <sub>2</sub> 排放量	吨	56.78	4.35	25.18
废水排放量	吨	628,402.0	567,175.7	594,633.2
重要泄漏物的重量 <sup>6</sup>	吨	0	0	0
固废循环利用率	%	95.0	95.0	95.4
整车和动力总成资源能源消耗量				
直接能源消耗量	吨标煤	35,808.48	20,522.78	16,960.64
间接能源消耗量	吨标煤	67,403.14	48,527.92	29,893.99
总用水量	吨	1,647,966	1,514,120	1,246,256
工业用水资源循环利用率	%	96.3	96.3	97.5

备注:

- 1 由于ESG指标数据统计范围为吉利汽车控股有限公司，G4指标数据统计范围为浙江吉利控股集团。吉利汽车控股有限公司为浙江吉利控股集团的子公司，因此同一指标的数值不同；
- 2 12MIS=前推12月生产并销售的车辆发生的维修/前推12个月生产并销售的车辆数\*1,000；
- 3 IQS计算公式：抱怨数/车辆数\*100；
- 4 与环境友好共生2015年的总量数据吉利汽车控股有限公司和浙江吉利控股集团数据相同，原因在于目前统计范围覆盖各生产制造基地这一主要排污单位，对零部件、销售、研发、行政等单位暂未进行环保数据统计。各基地的能源、资源消耗数据指制造公司，基地的污染物排放量数据如废水、二甲苯、重要泄漏物排放量等包含基地范围内制造公司和动力总成；
- 5 主要污染物包括NO<sub>x</sub>、SO<sub>x</sub>、POP（持久性有机物）、VOC（挥发性有机物）、HAP（有害空气污染物）、PM（可吸入颗粒物）、工业废水量、COD（化学需氧量）、SS（悬浮物）、氨氮、pH等的总量和强度；
- 6 吉利集团2013-2015年度主要制成品的生产和运输过程不存在油料、燃料以及危险化学品等的泄漏。

## 未来展望

作为全面完成“十二五”规划的收官之年，2015年于我们来说注定是不平凡的一年。在经历自主品牌汽车市场份额持续增长的同时，我们也主动响应日益严苛的环保法规和限行、限购政策，努力实现与利益相关方共同发展，不断变外部挑战为转型动力，倾力打造每个人的精品车。

在“十三五”提出的创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念指引下，布局互联网+、开展绿色生产以及推广新能源战略，将为汽车产业迎来新的发展机遇。不久的将来，汽车生产、销售、使用、养护、置换等全生命周期的各个环节，都会因为移动及智能化的普及和冲击而产生重大变革。

基于对未来趋势和消费者需求的深刻理解，我们紧紧把握电气化、轻量化和智能化等核心技术的研发，发布了集技术路线和产品规划为一体的蓝色吉利战略。

在智能安全方面，我们将通过主、被动安全技术的日益精细化和相互融合，逐步实现从“零死亡”到“零伤亡”再向“零事故”的终极目标。尽管实现完全的无人驾驶可能尚需时日，我们将结合语言识别系统、数据信息交换系统以及IT网络技术，把区域的、一定场景下适用的自动驾驶技术广泛应用于我们的产品中。

在环境保护方面，我们将在产品设计研发过程中进一步提升车内空气质量和整车拆解回收标准，严格控制生产过程中的污染物排放。同时，积极推进新能源战略，提前实现乘用车百公里油耗降至5L的目标。

在汽车共享方面，我们将层层推进“微公交”计划，并实现专车更规范化、专业化的运营，不断创新汽车共享模式。在满足用户需求的基础上，合理调配资源，承担汽车企业更为广泛的社会责任，为整个社会的可持续发展贡献我们的力量。

进入工业4.0时代，汽车科技的突破不再只局限于汽车生产企业，更需要依赖全产业链的深入协作。我们将以汽车为信息化、数字化的全新载体，打造更安全、更智能、更环保的出行方式。

## 荣誉及社会评价

- 1 世界500强，中国企业500强
- 2 2015年中国工业企业履行社会责任五星级企业
- 3 杭州市政府质量奖
- 4 猎聘网“2015变革非凡雇主”
- 5 第三届杭州人力资源管理实践创新奖
- 6 2015中国人才管理典范企业-人才管理机制典范奖
- 7 动力总成研究院试验中心通过CNAS实验室认可
- 8 1.8TD涡轮增压直喷发动机荣获“中国心”2015年度十佳发动机
- 9 JLB-4G13T发动机荣获“中国汽车工业科学技术奖”三等奖
- 10 帝豪荣获新浪“2015年度自主轿车奖”
- 11 豪情SUV荣获C-NCAP“五星安全”认定
- 12 博瑞荣获“2015TTA最受关注自主车型奖”、“2015年最美车”、“2016中国年度车”
- 13 三亚学院被评为“五星级中国一流民办大学”

# 评价

因为车型安全、环保和性能方面的表现最终选择了吉利汽车。自己是吉利吉行天下关爱俱乐部会员，并参加过绿跑道恩施站。我有开过博瑞的车，感觉非常棒，尤其是车内循环这个功能。自己喜欢抽烟，博瑞能够自行检测到烟雾浓度，并且10分钟左右可以去除烟味。未来还会考虑吉利车，一直在把吉利汽车推荐给朋友。车为信息化、数字化的全新载体，打造更安全、更智能、更环保的出行方式。

吉利汽车车主 周先生

这次的向上马拉松活动我觉得很有意义，也很有创意。我平时爱运动，但从没试过爬楼这类，对我来说是一种新体验。那么多人一起爬楼，并不单纯是为了争冠军，更是传递积极向上、不惧挑战的生活态度。通过这次比赛的历练，我深切地感到只有健康的体魄和坚韧的意志，才能从容应对事业和生活的挑战。希望吉利汽车以后能多举办类似的活动。

2015“向上马拉松”冠军 李子成

今天所接触到的博瑞车主都非常有爱心，大家一起做专车司机的经历让我觉得很新鲜，也更让我很感动。以后，我将履行好吉利汽车品牌大使的职责，履行好‘博仕班’荣誉班长的职责，将‘博仕班’打造成促进车主交流、热心公益的组织，将更多的爱心、更多的正能量向社会传递。

孙杨

英国是全球最为开放和包容的经济体之一，我非常高兴能够与习近平主席共同见证在中国投资的推动下，作为英国文化标志的伦敦出租车推出面向二十一世纪的新能源车型，再一次让考文垂站到了世界造车领域的前沿，同时使得英国本土企业可以在伦敦以外地区创造更多重要的就业机会。

英国首相 大卫·卡梅伦

吉利控股集团投资碳循环国际公司，让中国-冰岛在能源与环境保护方面展开的一系列合作更上了一层台阶。吉利的投资不仅仅是生意，更体现了吉利的企业社会责任和李书福董事长在环境保护和能源循环领域的高度社会责任感。

冰岛总统 奥拉维尔·拉格纳·格里姆松

吉利控股集团是我局经过多次而深入的考察研究后确定的自主品牌战略合作伙伴，诚挚希望我局与吉利控股集团密切协作，通过开展全方位、多角度、深层次的战略合作，实现双方更高水平的互利共赢，让自主品牌汽车在中高端用车市场站稳脚步，进一步推动我国自主品牌发展的步伐。

外交人员服务局副局长 苏文

吉利汽车作为我国汽车及零部件产业龙头企业，与宁波市经济社会发展有着密切联系。同时吉利汽车也是宁波市优秀民营企业的杰出代表，中东欧博览会组委会经过多次而深入的考察研究后，一致认为吉利博瑞无论配置还是安全性能都符合国际大型活动指定用车的标准，从而最终确定其作为本次博览会的贵宾接待官方用车。这不仅符合东道主国家本土品牌作为国际大型活动指定用车的国际惯例，也表明了宁波市对民营实体经济和中国品牌发展的信心。

2015中东欧博览会东道主的宁波市人民政府外事办公室主任 孔玮玮

吉利博瑞作为中国品牌首次在‘中国年度车’奖项中获胜，足以证明了现在的中国品牌已经具有足够的产品力，吉利集团凭借国际合作迅速提升了产品竞争力。在测试当天，吉利博瑞无论从设计造型还是底盘调校都给评委们留下了深刻印象，最终获奖实至名归。

2016中国年度车评委会对吉利博瑞评价

吉利新能源汽车产业化项目是贵州承接产业转移、发展汽车制造业的重点项目，是贵州装备制造业、汽车制造业的重要突破，对我省调整产业结构、推进转型升级意义重大。

贵州省委副书记、代省长 孙志刚

# ESG&G4索引

ESG 指引			对应章节	对应页码		
	不遵守就解释	建议披露				
层面A1: 排放物	<p>一般披露</p> <p>有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的；</p> <p>(a)政策，及；</p> <p>(b)遵守对机构有重大影响的相关法律法规的资料。</p> <p>注：</p> <p>废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。</p> <p>温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害废弃物指国家规定界定的部分。</p>		与环境友好共生	57-58		
	关键绩效指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	数字绩效	63		
	关键绩效指标 A1.2	温室气体总排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。				
	关键绩效指标A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。				
	关键绩效指标A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。				
	关键绩效指标A1.5	描述降低排放量的措施及所得成果。			与环境友好共生	57-58
	关键绩效指标A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法、降低产生量的措施及取得的成果。				
层面A2: 资源使用	<p>一般披露有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。</p> <p>注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。</p>		与环境友好共生	56-58		
	关键绩效指标A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	数字绩效	63		
	关键绩效指标A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。				

	关键绩效指标A2.3	描述能源使用效率提升计划及取得的成果。		与环境友好共生	56-58
	关键绩效指标A2.4	描述水资源获取和使用过程存在的问题，提升用水效率的计划及所取得的成果。			
	关键绩效指标A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位用量。			
层面A3: 环境及天然资源	<p>一般披露</p> <p>降低机构对环境及天然资源造成重大影响的政策。</p>		与环境友好共生	57	
	关键绩效指标A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。			
层面B1: 雇佣	<p>一般披露</p> <p>有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的；</p> <p>(a)政策，及；</p> <p>(b)遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。</p>		与员工共同成长	42	
	关键绩效指标B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。	数字绩效	63-64	
	关键绩效指标B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	数字绩效	63-65	
层面B2: 健康与安全	<p>一般披露</p> <p>有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的；</p> <p>(a)政策，及；</p> <p>(b)遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。</p>		与员工共同成长	42-43	
	关键绩效指标B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	数字绩效	64	
	关键绩效指标B2.2	因工伤损失工作日数。			
关键绩效指标B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	与员工共同成长	42-43		

B3: 发展及培训	一般披露 提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。 注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外部课程。		与员工共同成长	43-46
	关键绩效指标B3.1 按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	关键绩效指标B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	数字绩效	64
B4: 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的： (a)政策，及； (b)遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。		与员工共同成长	42
	关键绩效指标B4.1 描述避免童工及强制劳动的招聘措施和政策。	关键绩效指标B4.2 描述消除已发现的违规情况所采取的措施。		
	一般披露 供应链管理的环境及社会风险政策。		与伙伴共享价值	49
层面B5: 供应链管理	关键绩效指标B5.1 按地区划分的供货商数目。	关键绩效指标B5.2 描述有关供货商筛选和管理的措施，执行相关规定的供应商数量、以及供应链管理执行及监察方法。	N/A	N/A

层面B6: 产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a)政策，及； (b)遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。		为客户打造精品	30-36 38
	关键绩效指标B6.1 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。		数字绩效	65
	关键绩效指标B6.2 产品及服务的投诉数目以及应对方法。		为客户打造精品	40
	关键绩效指标B6.3 描述保障知识产权有关的管理措施。		与伙伴共享价值	52
	关键绩效指标B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。		为客户打造精品	36
	关键绩效指标B6.5 描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。		为客户打造精品	39
层面B7: 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a)政策，及； (b)遵守对机构有重大影响的相关法律及规定的资料。		责任经营	24



		关键绩效指标B7.1	汇报期内对机构或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	责任经营	24
		关键绩效指标B7.2	描述防范措施及举报程序,以及相关执行及监察方法。		
层面B8: 社会投资	一般披露 有关机构社区参与及业务活动保障社区利益的政策。			与社会共同发展	61-62
		关键绩效指标B8.1	社区投资领域(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。		
	关键绩效指标B8.2	社区投资所动用资源(如金钱或时间)。	N/A	N/A	

## GRI索引

说明:披露一栏中,●表示完全披露◐表示部分披露○表示没有披露 N/A表示不适用

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-1	机构最高决策者致辞	04	董事长致辞	●
G4-2	描述主要影响、风险及机遇	06-09 10-12 22-28 70	蓝色吉利,开启新能源时代 智能吉利、造每个人的精品车 责任经营 未来展望	●
G4-3	报告组织名称	02	关于本报告	●
G4-4	主要品牌、产品和服务	19	关于吉利	●
G4-5	报告组织总部所在地	18	关于吉利	●
G4-6	报告组织经营地所在国家的数量和名称,包括组织在当地具有重要经营行为的,以及与报告中可持续发展议题有特殊联系的国家	19	关于吉利	●
G4-7	报告组织所有制和法律形式	14	关于吉利	●
G4-8	报告组织服务的市场	19	关于吉利	●
G4-9	报告组织规模	14	关于吉利	●
G4-10	雇佣员工总人数与比例	67	数字绩效	●
G4-11	集体谈判协议涵盖的员工总数百分比			N/A
G4-12	描述组织的供应链	49	与伙伴共享价值	●
G4-13	报告期内,机构规模、架构、所有权或供应链的重要变化	14 49	关于吉利 与伙伴共享价值	◐
G4-14	报告组织是否设立预防措施或原则,并如何实现处理	24 36 42	责任经营 为客户打造精品 与员工共同成长	●
G4-15	组织参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	2-3	关于本报告	●
G4-16	组织加入的协会(如行业协会)和国家或国际性倡议机构	51-52	与伙伴共享价值	●
G4-17	1)列举包括组织合并报表或其他相关文件中的所有实体;2)报告任何出现在组织合并报表或其他相关文件中,而报告没有覆盖的实体	2-3 63-69	关于本报告 数字绩效	●
G4-18	说明界定报告内容和方面边界的过程	2-3	关于本报告	●
G4-19	列举定义报告内容过程中确定的所有实质性指标方面	27	责任经营	●

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-20	对于每个实质性方面，说明组织内部指标方面边界	27	责任经营	●
G4-21	对于每个实质性方面，说明组织外部方面边界	27	责任经营	●
G4-22	报告任何对以前报告中信息进行重申的作用，以及重申的理由			N/A
G4-23	报告与之前报告期间在范围和指标方面边界的重大变化			N/A
G4-24	组织的利益相关方列表	28	责任经营	●
G4-25	就所选定的利益相关方，说明识别和选择的根据	28	责任经营	●
G4-26	利益相关方参与的方式	28	责任经营	●
G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键议题和关注，以及组织回应的方式	28	责任经营	●
G4-28	所提供信息的报告期	2	关于本报告	●
G4-29	最近一起报告的日期	2	关于本报告	●
G4-30	报告周期	2	关于本报告	●
G4-31	提供联系方式以便对报告和内容进行询问	87	读者反馈表	●
G4-32	说明组织选择的“符合”方案，针对所选方案的GRI内容索引，如有，引述外部鉴证报告			N/A
G4-33	组织为报告寻求外部鉴证的政策和目前的做法			N/A
G4-34	组织的治理架构	23	责任经营	●
G4-35	说明从最高治理机构授权高级管理人员和其他员工管理经济、环境和社会议题的过程	26	责任经营	●
G4-36	组织是否任命了行政层级的高管负责经济、环境和社会议题	26	责任经营	●
G4-37	利益相关方和最高治理机构就经济、环境和社会议题磋商的过程	27	责任经营	●
G4-38	按分类说明最高治理机构及其委员会的组成	23	责任经营	●
G4-39	最高治理机构的主席是否兼任行政职位			○
G4-40	最高治理机构及其委员会的提名和甄选过程			○
G4-41	最高治理机构确保避免和控制利益冲突的程序，是否向利益相关方披露利益冲突	28	责任经营	◐
G4-42	在制定、批准、更新与经济、环境、社会影响有关的宗旨、价值观或使命、战略、政策与目标方面，最高治理机构和高级管理人员的角色			○

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-43	为加强最高治理机构对于经济、环境和社会主题的集体认识而采取的措施			○
G4-44	评估最高治理机构管理经济、环境和社会议题绩效的流程，以及评估的应对措施			○
G4-45	在识别和管理经济、环境和社会的影响、风险和机遇方面，最高治理机构的角色，以及是否使用利益相关方咨询	27	责任经营	●
G4-46	在评估有关经济、环境和社会议题的风险管理流程的效果方面，最高治理机构的角色			○
G4-47	最高治理机构评估经济、环境和社会的影响、风险和机遇的频率			○
G4-48	正式审阅和批准机构可持续发展报告并确保已涵盖所有实质性方面的最高委员会或职位	26	责任经营	●
G4-49	说明与最高治理机构沟通重要关切问题的流程	26	责任经营	●
G4-50	说明向最高治理机构沟通的重要关切问题的性质和总数，以及采取的处理和解决机制	26	责任经营	●
G4-51	按类型说明最高治理机构和高级管理人员的薪酬政策			○
G4-52	说明决定薪酬的过程。说明是否有薪酬顾问参与薪酬的决定，他们是否独立于管理层			○
G4-53	说明如何征询并考虑利益相关方对于薪酬的意见			○
G4-54	在组织具有重要业务运营的每个国家，薪酬最高个人的年度总收入与机构在该国其他所有员工平均年度总收入的比率			○
G4-55	在组织具有重要业务运营的每个国家，薪酬最高个人的年度总收入增幅与机构在该国其他所有员工平均年度总收入增幅的比率			○
G4-56	说明组织的价值观、原则、标准和行为规范	20	关于吉利	●
G4-57	寻求道德与合法行为建议的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务	24	责任经营	●
G4-58	举报不道德或非法行为的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务	24	责任经营	●
G4-EC1	创造与分配的直接经济价值	24	责任经营	●
G4-EC2	气候变化对组织活动产生的财务影响及其风险、机遇	55-57	与环境友好共生	●
G4-EC3	组织制定福利计划的覆盖面	42	与员工共同成长	●
G4-EC4	政府给予的财务补贴			○

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-EC5	不同性别的工资起薪水平与重要运营地点当地的最低工资水平的比率			○
G4-EC6	重要运营地点聘用的当地高层管理人员所占比例			○
G4-EC7	开展基础设施投资与支持性服务的情况及其影响	18 56-57	关于吉利 与环境友好共生	●
G4-EC8	重要间接经济影响	60-62	与社会共同发展	●
G4-EC9	在重要运营地点, 向当地供应商采购支出的比例			○
G4-EN1	所用物料的重量或体积	69	数字绩效	●
G4-EN2	投入可再生材料的比例			○
G4-EN3	组织内部的能源消耗量	69	数字绩效	●
G4-EN4	组织外部的能源消耗量			○
G4-EN5	能源强度			○
G4-EN6	减少的能源消耗量			○
G4-EN7	产品和服务所需能源的降低	69	数字绩效	◐
G4-EN8	不同来源用水总量	69	数字绩效	◐
G4-EN9	因取水而受重大影响的水源			N/A
G4-EN10	循环及再利用水的百分比及总量	69	数字绩效	●
G4-EN11	组织在环境保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区或其毗邻地区			N/A
G4-EN12	组织的活动、产品及服务在生物多样性方面的重大影响			N/A
G4-EN13	受保护或经修复的栖息地			N/A
G4-EN14	说明栖息地受组织运营影响的列入国际自然保护联盟(IUCN)红色名录及国家保护名册的物种总数			N/A
G4-EN15	直接温室气体排放量(范畴一)			○
G4-EN16	能源间接温室气体排放量(范畴二)			○
G4-EN17	其他间接温室气体排放量(范畴三)			○
G4-EN18	温室气体排放强度			○

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-EN19	减少的温室气体排放量			○
G4-EN20	臭氧消耗物质(ODS)的排放			N/A
G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量	69	数字绩效	●
G4-EN22	按水质及排放目的地分类的污水排放总量	69	数字绩效	●
G4-EN23	按类别及处理方法分类的废弃物总重量	69	数字绩效	●
G4-EN24	重要泄漏物的总数量和总体积			N/A
G4-EN25	按照《巴塞尔公约》附录I、II、III、VIII的条款视为有害废弃物经运输、输入、输出或处理的重量			N/A
G4-EN26	受机组织水及其他(地表)径流排放严重影响的水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值			N/A
G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度	55-58	与环境友好共生	●
G4-EN28	按类别说明, 回收售出产品及其包装物料的百分比			○
G4-EN29	违反环境法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数			N/A
G4-EN30	为组织运营而运输产品、其他货物及物料以及员工交通所产生的重大环境影响			○
G4-EN31	按类别说明总环保支出及投资			○
G4-EN32	使用环境标准筛选的新供应商的比例			○
G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响, 以及采取的措施			○
G4-EN34	经由正式申诉机制提交、处理和解决的环境影响申诉的数量			○
G4-LA1	新雇佣员工总数和比例, 以及不同年龄、性别和地区的人员流动总数	67-68	数字绩效	●
G4-LA2	按重要运营地点划分, 不提供给临时或兼职员工, 只提供给全职员工的福利	42	与员工共同成长	●
G4-LA3	按性别划分, 产假/陪产假后回到工作和保留工作的比例	42	与员工共同成长	◐
G4-LA4	有关重大运营变化的最短通知期, 包括该通知期是否在集体协议中具体说明			○
G4-LA5	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中, 能帮助员工监督和评价健康与安全相关项目的员工代表所占的百分比			○

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例，以及和因公死亡人数	67-68	数字绩效	●
G4-LA7	从事职业病高发职业或高风险职业的职业工人			N/A
G4-LA8	与工会的正式协议中覆盖的健康安全议题			○
G4-LA9	按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均小时数	67-68	数字绩效	●
G4-LA10	为加强员工持续就业能力及协助员工管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划	43-45	与员工共同成长	●
G4-LA11	按性别和员工类别划分，接受定期绩效及职业发展考评的员工的百分比	67-68	数字绩效	●
G4-LA12	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分，治理机构成员和各类员工的组成	67-68	数字绩效	●
G4-LA13	按员工类别和重要运营地点划分，男女基本薪金和报酬比率			○
G4-LA14	使用劳工实践标准筛选的新供应商所占比例			○
G4-LA15	供应链对劳工实践的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施			○
G4-LA16	经由正式申诉机制提交、处理和解决的劳工问题申诉的数量			○
G4-HR1	含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比			N/A
G4-HR2	就经营相关的人权政策及程序，员工接受培训的总小时数，以及受培训员工的百分比			N/A
G4-HR3	歧视事件的总数，以及机构采取的纠正行动			N/A
G4-HR4	已发现可能违反或严重危及结社自由及集体谈判的运营点或供应商，以及保障这些权利的行动			N/A
G4-HR5	已发现具有严重使用童工风险的运营点和供应商，以及有助于有效杜绝使用童工情况的措施			N/A
G4-HR6	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商，以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施			N/A
G4-HR7	安保人员在运营相关的人权政策及程序方面接受培训的百分比			N/A
G4-HR8	涉及侵犯原住民权利的事件总数，以及机构采取的行动			N/A
G4-HR9	接受人权审查或影响评估的运营点的总数和百分比			N/A

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-HR10	使用人权标准筛选的新供应商的比例			N/A
G4-HR11	供应链对人权的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施			N/A
G4-HR12	经由正式申诉机制提交、处理和解决的人权影响申诉的数量			N/A
G4-SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例			○
G4-SO2	对当地社区具有重大实际和潜在负面影响的运营点			N/A
G4-SO3	已进行腐败风险评估的运营点的总数及百分比，以及所识别出的重大风险			N/A
G4-SO4	反腐败政策和程序的传达及培训	24	责任经营	●
G4-SO5	确认的腐败事件和采取的行动			N/A
G4-SO6	按国家和接受者/受益者划分的政治性捐赠的总值			N/A
G4-SO7	涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断做法的法律诉讼的总数及其结果			N/A
G4-SO8	违反法律法规被处重大罚款的金额，以及所受非经济处罚的次数			N/A
G4-SO9	使用社会影响标准筛选的新供应商的比例			○
G4-SO10	供应链对社会的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施			○
G4-SO11	经由正式申诉机制提交、处理和解决的社会影响申诉的数量			○
G4-PR1	为改进现状而接受健康与安全影响评估的重要产品和服务类别的百分比	30-34	为客户打造精品	●
G4-PR2	按后果类别说明，违反有关产品和服务健康与安全影响的法规和自愿性准则的事件总数比			N/A
G4-PR3	组织的产品服务信息标签程序要求的产品服务类型，以及符合此类信息要求的重要产品服务的百分比			○
G4-PR4	按后果类别说明，违反有关产品和服务信息及标识的法规和自愿性准则的事件总数比			N/A
G4-PR5	用户满意度调查的结果	40	为客户打造精品	●
G4-PR6	禁售或有争议产品的销售			N/A

指标编号	指标内容	对应页码	对应章节	披露情况
G4-PR7	按后果类别划分, 违反有关市场推广的法规及自愿性准则的事件总数			N/A
G4-PR8	经证实的侵犯用户隐私权及遗失用户资料的投诉总数			N/A
G4-PR9	如有违反提供及使用产品与服务的有关法律法规, 说明相关重大罚款的总金额			N/A

## 读者反馈表

尊敬的读者:

您好!

非常感谢您百忙之中阅读《浙江吉利控股集团2015年度企业社会责任报告》。报告在编写过程中难免存在瑕疵和疏漏, 我将非常欢迎您的意见和建议, 请您不吝赐教!

谢谢!

浙江吉利控股集团

2016年6月

姓名:		单位:			
联系电话:		电子邮箱:			
1	您认为本报告结构是否合理?	非常好	好	一般	较差
2	您通过报告是否能了解公司的责任理念和实践特点?				
3	您认为报告是否友好易读?				
4	您认为报告的内容安排和板式设计是否合理?				
5	您对报告的总体评价如何?				
您对吉利控股集团企业社会责任报告的建议:					
您对吉利控股集团履行企业社会责任的建议:					
<p>您可以将上表发送邮件至 <a href="mailto:ywf@geely.com">ywf@geely.com</a>, 也可以将上表传真至 +86 571 28097799-8221。</p> <p>我们承诺将认真对待您的意见与建议, 并承诺妥善保护您的上述信息不被第三方获取。</p> <p>您也可通过以下方式联系我们:</p> <p>吉利控股集团企业社会责任部                      地址: 浙江省杭州市滨江区江陵路1760号                      网址: <a href="http://www.geely.com/">http://www.geely.com/</a>                      邮编: 310051                      联系人: 叶先生                      电话: +86 571 28096401</p>					