上汽大通
SAIC MAXUS

上汽大通汽车有限公司

2025年环境、社会及公司治理报告



目录

关于本报告 03

领导致辞 04

关于上汽大通 05

01
可持续治理
1.1 ESG 治理战略：D-R-I-V-E 10
1.2 ESG 治理架构 11
1.3 利益相关方沟通活动 12
1.4 实质性议题评估及确定 14
1.5 回应联合国可持续发展目标 19

02
合规筑基
2.1 公司治理 21
2.2 商业道德 22

03
绿色运营
3.1 环境管理 25
3.2 污染物排放 26
3.3 废弃物处理 27
3.4 化学品管理 28
3.5 生态系统和生物多样性保护 28
3.6 水资源利用 29
3.7 物料使用 30
3.8 循环经济 30

04
气候行动
4.1 应对气候变化 32
4.2 温室气体排放 36
4.3 能源利用 37
4.4 绿色物流与仓储 38

05
产品责任
5.1 产品安全与质量 40
5.2 创新驱动 43
5.3 产品生命周期管理 45

06
携手并进
6.1 客户关系 48
6.2 数据安全与隐私保护 52
6.3 可持续供应链 53
6.4 经销商管理 57

07
以人为本
7.1 员工权益与福利 59
7.2 员工培训与发展 65
7.3 职业健康与安全 68

08
社会贡献
8.1 乡村振兴与公共设施建设 72
8.2 慈善捐助 73
8.3 社区活动 73
8.4 地方服务 74
8.5 全民创富 74

附录
关键指标绩效表 75
GRI 索引表 80
SDGs 索引表 85
独立审验声明 86
意见反馈表 86

关于本报告

本报告是上汽大通汽车有限公司首份《可持续发展报告》，旨在向全体利益相关方披露公司在经营中对于可持续发展议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告编制依据及原则

本报告参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）《可持续发展报告标准（GRI Standards）》、联合国可持续发展目标（UN SDGs）等相关标准、框架、原则编制。

报告主体

本报告涵盖上汽大通汽车有限公司、分公司（上汽大通汽车有限公司无锡分公司、上汽大通汽车有限公司南京分公司）、全资子公司（无锡申联专用汽车有限公司、上汽大通房车科技有限公司）及上汽大通汽车销售服务有限公司。

简称说明

上汽大通汽车有限公司	>	上汽大通、大通、本公司、公司、我们
上汽大通汽车有限公司（总部）	>	上海总部、总部
上汽大通汽车有限公司无锡分公司	>	无锡分公司、无锡工厂
上汽大通汽车有限公司南京分公司	>	南京分公司、南京工厂
无锡申联专用汽车有限公司	>	无锡申联、申联
上汽大通房车科技有限公司	>	房车科技
上汽大通汽车销售服务有限公司	>	销售公司

报告时间范围

时间范围：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。考虑到披露事项的连续性和可比性，部分信息适当向前或向后延伸。

发布周期：年度报告。

报告获取

本报告以中英文形式发布，您可通过上汽大通官网（https://www.saicmaxus.com/index.shtml）获取电子版报告。如中英文表述存在差异，请以中文报告为准。

意见反馈

如对报告有建议，可通过以下方式与我们联系：

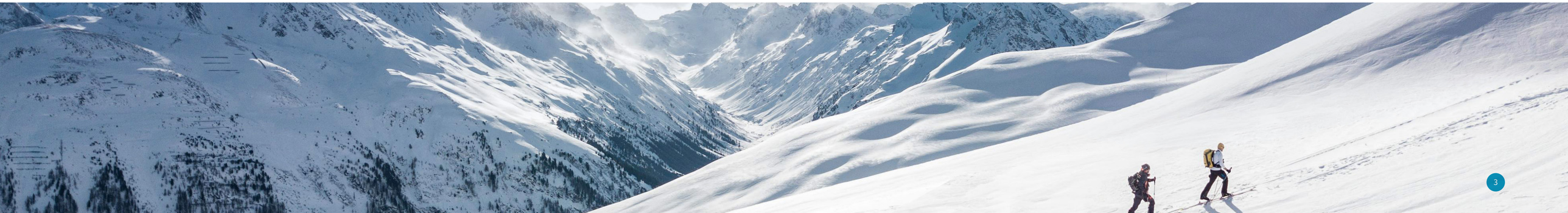
联系地址
上海市杨浦区军工路 2500 号

联系邮箱
chenruixin@saicmotor.com

我们将认真阅读您的反馈，并保证您的个人信息严格保密。

其他声明

上汽大通董事会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，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。



领导致辞

尊敬的各位合作伙伴、客户、员工及所有关心上汽大通发展的朋友们：

当下，全球汽车产业正经历着前所未有的绿色与智能变革。我们深知，企业的长远价值不仅在于商业成功，更在于对环境、社会及更广泛利益相关方的责任担当。为此，我们已将环境、社会和治理（ESG）理念深度融入企业发展的核心战略，并构建了“以价值为驱动，为奋斗者创富；赋能绿色生态，共赢可持续未来”的 D-R-I-V-E 可持续发展战略框架。在董事会领导下，我们建立了权责清晰的四级 ESG 治理架构，确保可持续发展的目标与要求系统性地整合到日常运营与决策之中。

卓越治理，筑牢可持续发展基石。

我们始终将诚信与合规视为生命线。公司建立了完善的治理架构与系统的内控、风险管理体系，对商业贿赂、不正当竞争等行为坚持“零容忍”原则。我们致力于构建公平、透明的商业环境，并通过严格的供应商与经销商管理体系，将合规与道德标准延伸至整个价值链。

绿色运营，践行可持续发展。

我们致力于将环境保护深度融入企业运营的全过程，建立了系统的环境管理体系，严格管理污染物排放与化学品使用，并推行废弃物的减量化、资源化与无害化处理。我们重视水资源的节约与循环利用，也通过物料精细化管控和推广可循环包材，提升资源使用效率，不断降低生产经营活动对环境的影响，筑牢绿色发展的根基。

积极响应，驱动低碳转型。

应对气候变化是我们义不容辞的责任。我们积极响应巴黎协定“1.5°C升温目标”，将低碳发展纳入公司整体战略，系统管理运营中的气候风险与机遇。在制造环节，我们持续推进节能技改、提高可再生能源使用比例、强化水资源循环利用与废弃物资源化管理，旗下南京工厂更是以绿色制造与智能制造融合的实践，成为行业标杆的“灯塔工厂”。我们承诺，将不断减少自身的碳足迹，并通过对新能源产品的持续投入，为全球用户提供更低碳的出行解决方案。

创新驱动，担当产品责任。

我们视产品质量与安全为对用户的根本承诺。公司建立了覆盖产品全生命周期的严苛质量管控体系，并致力于通过技术创新引领产业升级。2025 年，我们在混动、纯电、智能化等领域取得多项突破，不断完善绿色产品矩阵。同时，我们以用户为中心，构建了覆盖售前、售中、售后全流程的服务体系，并通过“铃驹生态”为用户打造全链路创富平台，在提供卓越产品的同时，守护用户的数据安全与隐私。

以人为本，凝聚发展合力。

员工是企业最宝贵的财富。我们严格遵守法律法规，保障员工合法权益，提供具有竞争力的薪酬福利与多元化的发展通道。我们致力于营造多元、平等、包容、无歧视与骚扰的工作环境，并构建了系统的职业健康安全管理体系，全力保障每一位员工的安全与健康。我们相信，员工的成长与企业的可持续发展密不可分。

贡献社会，共创美好未来。

作为社会的一员，我们积极回馈社区。从依托“星际计划”助力乡村振兴，到灾难面前的快速驰援，再到以高品质产品与服务护航进博会等国际盛事，我们始终努力以实际行动服务国家战略、助力社区发展，践行企业的社会责任。

展望未来，可持续发展任重道远。我们将继续携手所有利益相关方，将 ESG 理念更深、更实地融入企业经营的每一个环节，以卓越的治理、绿色的运营、创新的产品、对员工的关怀和对社会的贡献，驱动公司行稳致远，为全球伙伴创造可持续的价值。

上汽大通汽车有限公司
总经理
杨怀景



关于上汽大通

企业概况

上汽大通汽车有限公司是上海汽车集团股份有限公司全资子公司，也是上汽商用车板块的核心载体，旗下品牌涵盖“大通”、“跃进”。公司总部位于上海，下设无锡和南京两个分公司，以及子公司无锡申联、房车科技，负责汽车产品的生产制造。

公司以 CVDP 汽车产品开发体系、集成全球的供应链、TS16949 质量管理体系、SCPS 柔性化精益生产系统、领先的智能化信息系统及汽车金融产业链等体系能力，坚持“团队合作、持续改善、勇于创新、追求卓越”的核心价值观，致力于成为具有国际竞争力的汽车公司，实现员工与企业的可持续发展，为消费者提供高起点、高品质、高水准的汽车产品及服务，为用户创造更多的价值。

公司拥有达沃斯 4.0 世界灯塔工厂的制造工艺，多项产品已获得五星安全品质认证，以“科技，信赖，进取”为全新品牌基因，通过业务模式和商业模式创新，与用户建立终身相伴的有温度的关系，为消费者打造定制化的产品和服务。

大通立足中国，放眼世界，以 2 个技术中心、打造 2 大技术平台，依托南京、无锡、溧阳 3 大顶级制造基地，及覆盖全球 100 多个国家和地区的海外技术研发及生产基地，构建起覆盖轻客、皮卡、MPV、SUV、房车、轻卡6大车系的全场景产品矩阵，全方位满足全球消费者高效创富与高品质出行的多样化需求。放眼全球市场，大通的产品已覆盖至欧洲、澳新、南美、东南亚、中东、非洲六大区域。

2 个
技术中心

2 大
技术平台

3 大
顶级制造基地



发展历史

2011

02 月 28 日「上汽大通」品牌诞生

03 月 21 日「上海汽车商用车有限公司」正式成立

2012

10 月 26 日上汽大通 210 辆 V80 整车出口澳大利亚

2013

04 月 20 日「上汽大通首款 MPV 概念车 G10」在上海车展发布

2014

12 月 18 日上汽大通发布首批出口欧盟 V80

2015

04 月 20 日上汽大通 EG10 及全新 G10 旗舰版亮相上海车展

11 月 20 日「上海汽车商用车有限公司」正式更名为「上汽大通汽车有限公司」

2016

11 月 21 日 RV80 惊艳亮相，定义旅居生活新方式上汽大通房车诞生

2017

08 月 08 日运用 C2B 智能化大规模定制理念，首款互联网定制 SUVD90 全球首发，上汽大通 SUV 车型诞生

11 月 18 日国际基准划时代皮卡 T60 亮相广州车展，上汽大通皮卡诞生

2018

02 月 02 日上汽大通 20 万辆整车下线

2019

07 月 01 日南京工厂荣膺夏季达沃斯论坛工业 4.0「灯塔工厂」

2020

12 月 03 日上汽大通 50 万辆车下线，并已畅销全球 50 个国家和地区，海外累计销量 9 万 +

2021

11 月 19 日上汽大通 MAXUS 全尺寸豪华智能 MPV-MIFA 9 惊喜亮相

11 月 22 日上汽大通获工售部评选为上海服务型制造示范企业

2022

12 月 07 日上汽大通 MAXUS MIFA 9 以高分通过新版 Euro NCAP 和新版 ANCAP 双五星安全认证

2023

03 月 20 日行业首个 100 万整车下线，海外销量占比突破 25%，新能源全系中文名「大家」发布

09 月 21 日上汽大通 MAXUS 大拿 V1 发布

2024

03 月 23 日上汽大通原厂房车第 10000 台交车仪式暨品牌 2.0 升级发布

06 月 07 日上汽大通 MAXUS 大家超混系列大家 7&9 超混全球上市

2025

04 月 09 日国民家用 MPV G50 混动正式上市

10 月 15 日大通携铃驹生态和鸿图 2.0 技术开启首届创富大会，大拿 V1L 发布

11 月 21 日广州车展大通品牌焕新发布会，引领新能源商用车进入用户价值时代

企业文化

品牌愿景 全球轻型商用车领导者

品牌价值观 是驱动品牌持续向上的内在生命力

科技
为核 驱动新变革

信赖
为基 共筑新生态

进取
为翼 开拓新格局

可持续发展认证

ISO 14067 CARBON FOOTPRINT

ISO 27001 Information Security Management System Certified

International Organization for Standardization ISO 14001

ISO ISO45001

荣誉、资质与认证

称号	颁发机构
百强企业	上海市杨浦区人民政府
2025 上海市先进质量管理方法“十佳案例”评选十佳	上海市经济和信息化委员会
2025 全国机械工业优秀质量管理小组一等奖	中机质协发表
2025 上海市重点产品质量攻关成果三等奖	上海市质量协会
2025 年上海市优秀质量管理小组优秀奖（底盘振动性能提升攻关小组）	上海市质量协会
2025 年上海市优秀质量管理小组优秀奖（电动前舱盖创新开发小组）	上海市质量协会

行业协会参与情况

上海市企业联合会、上海市企业家协会
常务理事

上海市汽车行业协会
副会长

中国旅游车船协会
副会长

杨浦区合同信用促进会
理事

上海市律师协会
会员

上海生产性服务业促进会
理事

中国轻型车市场联合分析会
会员

中国汽车流通协会汽车市场研究分会（乘用车市场信息联席会）
会员

上海市会计学会汽车工业工作委员会
会员

上海市劳动和社会保障协会汽车分会
会员

上海质量协会
会员

上海市汽车服务行业协会
理事

无锡市惠山区安全生产管理协会
会员

中国汽车工业协会
会员

上海杨浦国际商会
会长

数说 2025

环境

环保总投入
2,269.68 万元

能耗强度
1.48 吨标准煤 / 百万元营收

光伏发电量
30,426.28kWh

温室气体排放量
8,756,440.70 吨二氧化碳当量

环保培训累计时长
15,179.77 小时

南京工厂、无锡工厂共使用可回收包装
3,485.6 吨

光伏发电量占比
19.54%

社会

研发投入
13.55 亿元

客户服务满意度达
99.74%

电池供应商尽职调查率（含动力电池、蓄电池）
43%

员工平均培训时长
14.57 小时

开展 PCR 再生材料内部认证
5 款

涉及侵犯隐私的举报
0 次

多样性、歧视和平等意识相关员工培训覆盖率为
100%

可记录工伤比率（乘以 200,000 工作小时计）为
0.09

治理

贪污腐败相关事件的风险评估的场所覆盖率
100%

反欺诈、防止利用冲突主题教育覆盖率
100%

重大违法违规事件
0 起

01

可持续治理

1.1 ESG 治理战略：D-R-I-V-E
1.2 ESG 治理架构
1.3 利益相关方沟通活动
1.4 实质性议题评估及确定
1.5 回应联合国可持续发展目标



1 可持续治理

上汽大通将环境、社会和治理（ESG）理念深度融入企业发展的核心战略。为此，公司已构建起一套由清晰愿景引领、系统战略驱动、健全治理架构支撑的 ESG 管理体系，确保 ESG 管理获得董事会及最高管理层的有效监督，并将可持续发展的目标与要求，通过明确的权责分工与执行机制，系统性地整合到公司的日常运营与决策流程之中。

1.1 ESG 治理战略：D-R-I-V-E

公司的 ESG 实践始于明确的顶层承诺。我们确立了“以价值为驱动，为奋斗者创富；赋能绿色生态，共赢可持续未来”的 ESG 愿景，在追求商业成功的同时，积极履行对环境、员工、供应链伙伴及更广泛社区的责任。

我们制定了 D-R-I-V-E 可持续发展战略框架，以卓越治理为基础，构建绿色低碳（Decarbonization）、用户责任（Responsibility）、创新产品（Innovation）、供应链管理（Vendor）、同心伙伴（Engagement）五大支柱，将 ESG 责任与目标分解至各业务部门，逐步纳入部门及中层管理者的考核体系，确保公司的可持续发展工作覆盖了运营、产品、价值链及人才等关键维度，并与业务战略紧密协同。

ESG 愿景

以价值为驱动 为奋斗者创富
赋能绿色生态 共赢可持续未来

ESG 战略目标

成为全球商用车绿色低碳的引领者

ESG 战略分解

D-R-I-V-E 战略

Decarbonization	Responsibility	Innovation	Vendor	Engagement
绿色低碳制造	**用户责任**	**创新产品**	**供应链管理**	**同心伙伴**
应对气候变化：实现自身运营范围的碳强度显著下降，并制定有雄心的碳中和路径。 **循环经济：**建立循环经济体系，完善资源的梯次利用与回收。 **能源利用：**践行节能降耗，提升能源利用效率，推进能源结构转型。	**客户关系：**以消费者为核心，覆盖售前、售中、售后全流程，提升产品附加值和用户体验。 **数据安全与隐私保护：**采取合理措施确保客户信息或隐私数据没有被误用或流失。	**研发驱动：**不断提升研发能力，搭建研发平台，输出高质量的创新型产品。 **产品安全与质量：**建立完善的质量管理制度，确保产品符合质量与安全标准。 **产品设计与生命周期管理：**涵盖从产品的概念设计、开发、生产、使用、退役和回收的整个生命周期的管理。	**可持续供应链：**对供应商的社会和环境及治理表现设定监督管理标准，并通过审计等方式监督其表现建立供应商 ESG 准入评估机制；推行供应商行为准则签署；高风险供应商现场审核；推动关键供应商 EcoVadis 评级；建立冲突矿产与人权尽调机制。	**员工权益与福利：**实现员工基本权益的保障和满意度的提升，重视劳工人权保障。 **职业健康与安全：**完善职安健体系认证、安全培训等，预防、控制和消除职业病危害。 **员工培养与发展：**为员工提供完善的职业发展通道、绩效评估体系，开设多样的培训课程。

卓越治理 构建稳健、透明、负责任的决策与监督体系，建立全面的 ESG 风险识别、评估与应对机制，保障公司长期稳健运营。

1.2 ESG 治理架构

为确保 ESG 战略的有效落地与持续监督，公司依据治理最佳实践，构建了权责清晰、分层落实的四级 ESG 治理架构。



总经理是本公司 ESG 事务的最高管治层，承担最终责任；对公司 ESG 发展战略与目标、ESG 中长期规划、涉及 ESG 的重大投资及 ESG 治理事宜进行决策；主持并在总经理办公会上做出 ESG 相关决策，相关决策及时通报董事会。

在总经理领导下，公司设立 ESG 委员会，作为 ESG 工作的核心决策与咨询机构，深入研究 ESG 相关重大议题，向总经理提供战略建议；监督公司 ESG 愿景、目标与政策的实施进展；系统性地评估气候相关风险与机遇，并向总经理汇报。

ESG 委员会下设可持续发展工作小组，负责公司 ESG 战略的统筹推进与跨部门协调，组织各业务单位执行 ESG 工作计划；统筹 ESG 信息的收集、管理与可持续发展报告的编制；总结 ESG 工作成果与问题，并向 ESG 委员会反馈；作为中枢协调各部门及分子公司，推动具体 ESG 事宜的落实。

在各职能部门及分子公司层面，公司设立 ESG 专项工作小组作为 ESG 工作的具体执行者，落实既定的可持续发展计划、进行日常数据统计与分析、完善内部管理制度、组织利益相关方沟通活动，并协助编制可持续发展报告，确保 ESG 要求融入业务末梢。

此外，公司将 ESG 绩效与激励体系相连接，以形成持续改进的内生动力。公司计划将关键的 ESG 绩效指标纳入业务计划管理（BPD）中。



1.3 利益相关方沟通活动

利益相关方	对大通的意义	关注议题	沟通方式	大通实践	回应章节
政府及监管机构	监督大通对产品检测、日常运营、商业道德与各项法律法规遵循的情况；是政策推动及影响行业发展的主要利益相关方。	- 公司治理 - 商业道德 - 环境管理 - 污染物排放 - 废弃物处理	- 政策研讨会 - 定期工作会议 - 监管考核 - 政府闭门会议	- 对一切违反商业道德的行为采用“零容忍”原则； - 配合政府部门开展环保合规检查。	- 2 合规筑基 - 3 绿色运营
客户	上汽大通的产品和服务直接面向客户与消费者，其需求和满意度直接决定了企业的市场地位、品牌影响力和竞争力。	- 商业道德 - 产品质量与安全 - 客户关系 - 数据安全与隐私保护	- 定期拜访 - 需求调研 - 大通汽车 APP - 电子邮箱	- 推出智能客服平台，优化客户服务流程，提升问题响应效率。	- 5 产品责任 - 6 携手并进
个人车主	个人车主是大通产品的直接使用者，其对产品的反馈是公司持续改进产品设计、优化服务的重要依据。通过满足车主的需求，我们能够不断提升品牌忠诚度和市场竞争力。	- 可持续供应链 - 产品安全与质量 - 化学品管理 - 客户关系 - 产品设计与生命周期管理	- 400 用户热线 - MAXUS 云服务小程序 - 大通汽车 APP - 线下 4S 店 - 铃驹生态	- 完善经销商管理，打造优质门店服务； - 针对不同客户，设计并提供差异化服务。	- 5 产品责任 - 6 携手并进
供应商	供应商是上汽大通供应链体系的重要组成部分，为公司提供高质量的零部件和服务，确保公司能够生产和销售高品质的汽车产品。	- 客户关系	- 行业活动（展会、研讨会等） - 供应商大会	- 制定供应商行为准则，评审供应商可持续发展表现； - 开展供应商培训，提升供应链的可持续发展能力。	- 6 携手并进
员工	作为大通重要的人力资本，员工是大通不断繁荣发展的重要利益相关方。	- 员工权益与福利 - 职业健康与安全	- 党工团走访 - 员工访谈 - 茶会 - 满意度调查 - 职工代表大会	- 为员工提供具有竞争力的、适应不同业务板块特点的薪酬； - 保障员工人权，开展相关培训，确保无童工雇佣、歧视、骚扰等事件； - 完善职业健康与安全管理体系建设。	- 7 以人为本
经销商	经销商是上汽大通产品销售的重要渠道，是连接企业与消费者的重要桥梁。与经销商紧密合作能够更好地服务客户，提升品牌影响力和市场占有率。	- 客户关系	- 经销商大会 - 核心经销商专项会议 - 现场巡查 - 上门寻访与现场督导 - 专项约谈与定向指导	- 建立覆盖经销商“准入 - 运营 - 考核 - 退出”的闭环管理机制； - 开展常态化交流。	- 6 携手并进

利益相关方	对大通的意义	关注议题	沟通方式	大通实践	回应章节
合作伙伴	合作伙伴是大通产业链的重要组成部分，与公司共同推动行业的可持续发展。	- ESG 治理 - 应对气候变化 - 研发驱动	- 产学研合作	- 携手高校、行业伙伴共同推动汽车产业技术升级。	- 5 产品责任
行业协会	行业协会是推动汽车行业技术进步和标准化建设的重要平台。通过行业协会参与，公司能够及时了解行业发展趋势、政策动态等前沿信息，进一步巩固行业地位。	- 研发驱动	- 参与行业标准制订 - 研讨会、论坛和交流活动	- 积极参与行业标准制定与行业协会工作。	- 5 产品责任
社区	社区是上汽大通企业社会责任的重要关注对象。作为一家负责任的汽车制造企业，大通致力于通过社区沟通积极回馈社会。	- 废弃物处理	- 偏远地区网点建设 - 服务当地政策与战略	- 开展“星际计划”，为兰坪县农户提供物资支持； - 不定期开展“百变大拿”主题活动。	- 8 社会贡献
媒体	媒体是传递企业价值观和展示社会责任的重要渠道，同时，媒体的监督和反馈也为公司改进产品设计、优化管理流程和提升社会责任实践提供了重要参考。	- 研发驱动 - 产品设计与生命周期管理 - ESG 治理 - 水资源管理 - 绿色物流	- 与媒体合作，主动发布企业动态、研发成果和社会责任实践	- 与媒体保持长期合作关系，通过多种形式的宣传和互动，向社会展示企业在技术创新、产品设计和社会责任方面的成果。	- 本报告全部章节
公益慈善机构	通过对公益慈善机构的关注，大通参与社会公益事业，助力社区发展和社会福祉的提升。	- 社区关系	- 不定期合作	- 西藏喀什地震后统筹调配车辆与救援物资，启动专项抗震援助计划。	- 8 社会贡献

1.4 实质性议题评估及确定

公司参考《GRI 3：实质性议题 2021》等标准要求，通过以下方式开展 ESG 实质性议题的识别、筛选及重要性评估工作：

背景回顾	结合公司活动和业务关系、客观外部环境、行业特点及利益相关方沟通反馈开展内外部环境分析，为实质性议题分析提供参考依据
建立清单	基于国际趋势、国家政策导向、ESG 标准分析、行业对标等，识别出与公司高度相关的实质性议题，汇总形成公司议题清单
双重重要性评估	邀请主要利益相关方线上参与实质性议题问卷调研；依据调研结果，评估并整合各项议题的影响重要性与财务重要性
议题报告	结合公司战略规划与经营方针，验证实质性议题评估结果，披露双重实质性议题矩阵

基于问卷调研与行业研究结果，参考国内外标准与框架指引，我们梳理出各利益相关方关注的环境、社会及治理（ESG）议题，结合汽车行业质量为先、技术革新快、市场规模大等特点，筛选出 24 项关键议题，并生成双重重要性议题矩阵。

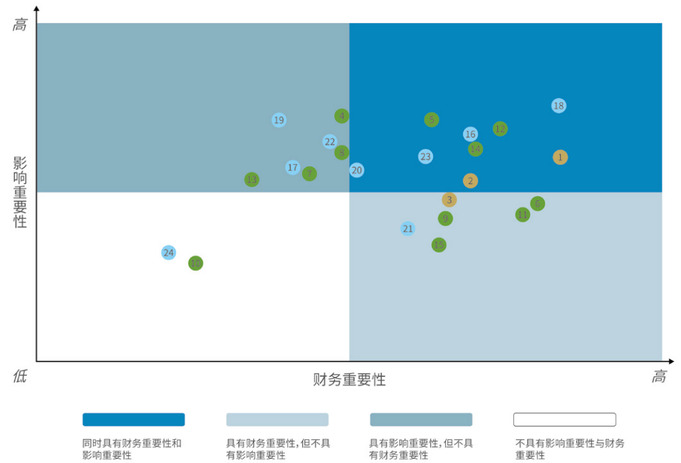
影响重要性评估

采用定量与定性相结合的方法，根据不同利益相关方的答复评估议题可能产生的影响规模、范围、可能性及不可补救性，确定高影响、高优先级的议题

财务重要性评估

邀请管理层评估各实质性议题对公司财务的影响以及影响公司财务表现的概率，整合财务重要性排序

经识别，24 项议题中，9 项议题对公司具有财务重要性及影响重要性，6 项仅具有财务重要性，7 项仅具有影响重要性。



治理	1 公司治理	2 ESG 治理	3 商业道德
环境	4 应对气候变化 5 环境管理 6 能源利用 7 污染物排放	8 废弃物处理 9 物料使用 10 生态系统和生物多样性保护 11 水资源管理	12 产品设计与生命周期管理 13 化学品管理 14 循环经济 15 绿色物流
社会	16 研发驱动 17 可持续供应链 18 产品安全与质量 19 员工权益与福利 20 职业健康与安全	21 员工培养与发展 22 数据安全与隐私保护 23 客户关系 24 社区关系	

基于 ESG 重要性议题矩阵评估结果，公司对各议题开展系统性分析，制定针对性的管控措施与落地路径，推动 ESG 管理与经营发展深度融合，保障公司长期稳健经营与价值提升。

议题名称	识别结果[1]	核心风险内容	核心机遇内容	应对措施
产品安全与质量	潜在短期风险 潜在短期机遇	- 产品质量缺陷、安全故障可能引发批量车辆召回，产生高额召回成本、维修更换成本、客户赔偿支出，直接侵蚀公司当期经营利润； - 产品安全事故可能引发监管处罚、法律诉讼，产生合规罚款、诉讼赔偿等额外营业外支出，同时严重损害品牌口碑，导致用户流失、市场份额下滑，直接影响公司营收规模； - 新能源车型、商用车运营安全相关的质量问题，可能触发质保条款超额赔付，增加公司长期质保成本与履约支出。	- 全流程严苛的质量管控可有效降低召回、维修、诉讼相关的非必要财务支出，优化公司成本结构与盈利水平； - 领先的产品安全与质量表现可提升用户忠诚度与品牌美誉度，扩大市场占有率，带动整车销售营收增长； - 高于行业标准的质量管控体系可形成产品差异化竞争优势，提升产品溢价能力，增强公司整体盈利能力。	- 建立覆盖研发设计、采购、生产制造、出厂检测、售后维保全生命周期的产品质量管控体系； - 将传统汽车行业质量体系系 + 智能网联汽车网络安全体系深度融合，制定高标准质量管控体系； - 完善产品质量追溯体系与缺陷召回应急管理机制，针对潜在质量风险快速响应、闭环处置； - 将产品质量管控要求纳入供应商管理体系，压实全链条质量责任。
公司治理	实际全周期风险 潜在长期机遇	- 治理架构不完善、决策机制不规范可能引发重大经营决策失误，导致投资亏损、资产减值等重大财务损失； - 内控体系失效、关联交易不规范可能引发监管处罚、合规罚款，同时损害资本市场信誉，影响公司融资成本与融资能力； - 治理机制缺陷可能引发管理层舞弊、利益输送等问题，造成公司资产流失，损害股东权益。	- 规范完善的公司治理体系可提升决策科学性，降低投资失误、经营失控引发的财务损失，保障公司资产安全与经营稳健； - 高水平的公司治理可获得资本市场认可，降低公司融资成本，拓宽融资渠道，优化公司资本结构； - 健全的内控体系可提升经营管理效率，降低运营内耗，优化公司整体经营效益。	- 建立权责清晰、制衡有效的公司治理架构，董事会及管理层的议事规则与决策流程； - 完善内控管理体系与风险管控机制，常态化开展内控审计与合规排查。
循环经济	潜在中期风险 实际短期机遇	- 动力电池回收、汽车零部件再利用相关政策收紧，可能引发合规整改成本与处罚风险； - 循环经济布局滞后，可能导致废旧物资处置成本上升，同时失去政策支持与市场竞争优势； - 原材料循环利用率偏低，将导致公司对大宗商品价格波动的抗风险能力减弱，增加原材料采购成本波动对盈利的影响。	- 动力电池回收、零部件再制造体系的建设，可降低原材料采购成本，同时通过废旧物资资源化利用获得额外收益； - 循环经济相关技术研发可获得政策补贴与税收优惠，优化公司成本结构； - 高循环利用率的产品设计可契合市场绿色消费需求，形成产品差异化竞争优势，提升市场占有率。	- 提升废旧物资资源化利用率； - 完善废旧车辆与动力电池回收网络，规范废旧物资处置流程，确保全流程合规经营。
产品设计与生命周期管理	潜在中期风险 潜在长期机遇	- 产品设计与市场需求脱节，可能导致研发投入无法转化为营收，造成研发费用浪费与资产减值损失； - 产品生命周期管理不到位，可能导致老旧车型库存积压，产生存货跌价损失，同时占用公司营运资金，增加资金成本； - 产品设计不符合环保、安全相关法规更新要求，可能导致产品无法上市销售，造成前期研发投入损失。	- 以用户需求为核心的产品设计，可提升产品市场竞争力，扩大销售规模，带动营收增长； - 全生命周期成本管控，可优化研发、生产、维保全流程成本，提升产品盈利水平； - 长生命周期的产品设计与迭代管理，可延长产品盈利周期，摊薄研发投入成本，提升公司整体资产回报率。	- 建立以市场需求为导向的产品研发设计机制，常态化开展用户需求调研与市场趋势研判； - 将循环经济设计理念融入产品研发环节，提升产品可回收、可拆解性能； - 加强产品绿色研发力度，推出低油耗、低能耗、低尾气排放的产品。

[1] 时间周期定义：短期（1 年内）、中期（1-3 年）、长期（3 年以上）；属性定义：潜在（未发生、可能出现的情形）、实际（已发生、正在发生或行业内已有相关案例的情形）。

议题名称	识别结果[1]	核心风险内容	核心机遇内容	应对措施
ESG 治理	潜在长期风险 实际中期机遇	- ESG 治理体系不完善、ESG 绩效表现不佳，可能导致公司 ESG 评级下调，引发资本市场估值下滑、融资成本上升； - ESG 信息披露不合规，可能引发监管处罚、投资者质疑，损害公司资本市场信誉，影响公司融资能力； - ESG 管理与经营发展脱节，可能导致公司无法把握 ESG 相关的政策与市场机遇，失去行业竞争优势。	- 完善的 ESG 治理体系与优秀的 ESG 绩效，可提升公司 ESG 评级，获得资本市场认可，降低融资成本，提升公司估值水平； - 规范的 ESG 信息披露可增强投资者信心，拓宽融资渠道，优化公司资本结构； - 将 ESG 理念融入经营决策，可推动公司把握绿色转型、可持续发展相关的市场机遇，带动公司长期业绩增长。	- 建立总经理领导下的 ESG 治理架构，明确 ESG 管理的权责分工与议事决策机制； - 制定 ESG 发展战略与年度工作计划； - 严格按照监管要求与行业标准，规范开展 ESG 信息披露，提升披露质量与透明度。
环境管理	实际短期风险 实际中期机遇	- 环境管理不合规，可能引发环保监管处罚、停产整改，造成合规罚款、产能损失等直接财务损失； - 环保设施投入不足、环境管理不到位，可能引发环境污染事故，产生应急处置成本、生态赔偿、法律诉讼等额外支出； - 环保政策更新迭代，可能导致公司现有环保设施无法满足新标准，产生高额技改投入成本。	- 系统化的环境管理可降低环保合规成本，避免罚款、停产等非必要财务损失； - 清洁生产、节能降耗技术的应用，可降低生产环节的能源、物料消耗，优化公司生产成本； - 领先的环境管理表现可获得环保相关政策补贴、绿色信贷支持，降低公司融资成本。	- 建立覆盖生产经营全流程的环境管理体系，严格遵守环保相关法律法规要求； - 加大环保设施投入与运维管理，常态化开展环境风险排查与应急演练； - 持续推进清洁生产技改，降低生产环节污染物排放与资源消耗。
客户关系	实际短期风险 实际中期机遇	- 客户服务体系不完善、用户诉求响应不及时，可能导致客户满意度下降、用户流失，直接影响整车销售与售后营收； - 客户权益保护不到位，可能引发客户投诉、集体维权、监管处罚，产生赔偿支出与品牌声誉损失，进而影响市场销售表现； - 客户需求挖掘不充分，可能导致产品与服务无法匹配市场需求，失去市场竞争优势，引发营收下滑。	- 完善的全周期客户服务体系，可提升客户满意度与忠诚度，带动复购与转介绍，扩大销售规模，提升营收水平； - 深度挖掘客户需求，可推动产品与服务优化升级，形成差异化竞争优势，提升产品溢价能力与市场占有率； - 良好的客户关系管理可增强品牌口碑，提升品牌价值，为公司长期业绩增长提供支撑。	- 建立覆盖售前、售中、售后全流程的客户服务体系，完善用户诉求快速响应与闭环处置机制； - 制定客户权益保护管理制度，规范销售宣传、售后维保、用户信息保护全流程管理； - 常态化开展客户满意度调研与需求挖掘，推动产品与服务持续优化升级； - 搭建线上线下融合的客户服务网络，扩大服务覆盖范围，提升服务响应效率。
职业健康与安全	实际短期风险 潜在短中期机遇	- 职业健康与安全管理不到位，可能引发安全生产事故、职业病事件，产生监管处罚、医疗赔偿、停产整改等直接财务损失； - 安全生产设施投入不足，可能导致事故频发，提升公司用工成本、保险费用支出，同时影响生产效率，造成产能损失； - 职业健康安全相关法规更新，可能导致公司现有管理体系无法满足要求，产生整改投入成本。	- 完善的职业健康与安全管理体系，可避免安全生产事故引发的罚款、停产、赔偿等非必要财务损失，保障生产经营连续稳定； - 良好的安全生产环境可提升员工工作效率与稳定性，降低用工流失率与招聘培训成本，提升生产运营效率； - 领先的职业健康安全管理表现，可获得安全生产相关政策奖励与优惠，优化公司成本结构。	- 建立覆盖生产经营全流程的职业健康与安全管理体系，建立安全生产责任制，严格落实安全生产相关法律法规要求； - 加大安全生产设施投入与运维管理，常态化开展安全生产培训、隐患排查与应急演练； - 完善员工职业健康监护体系，定期开展职业健康体检，落实职业病防控措施。

议题名称	识别结果[1]	核心风险内容	核心机遇内容	应对措施
研发驱动	实际中长期机遇 潜在中长期风险	- 研发方向与市场趋势脱节，导致研发投入无法转化为营收，造成资产减值损失； - 核心技术研发突破不及预期，导致产品失去市场竞争优势； - 研发成果知识产权保护不到位，引发技术流失与侵权纠纷。	- 核心技术研发突破形成技术壁垒，提升产品差异化竞争优势与溢价能力； - 新能源、智能化技术研发契合市场需求，扩大市场份额，带动营收增长； - 研发成果转化获得知识产权相关政策补贴与税收优惠，优化成本结构。	- 打造四大核心研发平台，形成覆盖整车架构、新能源动力、智能网联、高效动力总成的全领域研发能力； - 完善研发成果知识产权保护机制，防止专利陷入侵权纠纷。

高财务重要性专项议题

议题名称	识别结果[2]	核心风险内容	核心机遇内容	应对措施
能源利用	短期实际风险 短中期实际机遇	- 能源价格波动直接影响生产制造成本，能源利用效率偏低导致成本偏高，压缩产品盈利空间； - 能源管理不合规引发监管处罚，产生额外合规成本。	- 提升能源利用效率、推进清洁能源替代，直接降低生产环节能源成本，优化盈利水平； - 节能技改项目获得政府节能补贴、税收优惠，降低投入成本。	- 建立能源消耗全流程管控体系，制定能源消耗定额与节能目标，推进生产基地节能技改与清洁能源替代，常态化开展能源利用效率审计，持续优化能源管理。
水资源管理	短期实际风险 短中期实际机遇	- 水资源税改革、用水管控趋严导致用水成本上升； - 水资源利用效率偏低、废水排放不合规引发监管处罚与整改成本。	- 推进水资源循环利用，降低新鲜水取用成本与废水处置成本，优化生产制造成本； - 节水改造项目获得政府相关补贴，降低技改投入。	- 建立水资源取用、消耗、排放全流程管控体系，制定用水定额与节水目标，推进生产基地水循环利用技改，提升水资源重复利用率，完善废水处理设施运维管理。
商业道德	全周期实际风险 中期潜在机遇	- 商业贿赂、不正当竞争、利益输送等违规行为引发监管处罚、法律诉讼，产生高额罚款与赔偿支出； - 商业道德违规损害品牌信誉，影响市场经营与合作拓展。	- 完善的商业道德管理体系避免合规处罚与诉讼相关的财务损失，保障经营稳定； - 良好的商业信誉能够增强合作伙伴与客户的信任，助力市场拓展与营收增长。	- 制定商业道德管理规范与反商业贿赂、反不正当竞争相关制度，常态化开展商业道德合规培训； - 建立商业道德违规举报与调查处置机制，对违规行为零容忍、严肃追责。
物料使用	短期实际风险 短中期实际机遇	- 大宗商品价格波动直接影响原材料采购成本，物料利用效率偏低导致原材料浪费、生产成本上升，压缩产品盈利空间。	- 提升原材料利用效率、优化物料使用管理，直接降低生产制造成本，提升产品盈利水平； - 轻量化、高利用率的物料使用设计优化产品性能，提升产品市场竞争力。	- 建立原材料采购、消耗、库存全流程管控体系，将轻量化、高利用率设计理念融入产品研发环节，优化原材料采购管理，通过集中采购、长期协议降低价格波动影响。

[2] 时间周期定义：短期（1 年内）、中期（1-3 年）、长期（3 年以上）；属性定义：潜在（未发生、可能出现的情形）、实际（已发生、正在发生或行业内已有相关案例的情形）。

议题名称	识别结果[2]	核心风险内容	核心机遇内容	应对措施
员工培养与发展	中期潜在风险 中期潜在机遇	- 员工培养体系不完善导致核心人才流失，增加招聘、培训成本，影响研发、生产与服务效率，间接影响经营业绩。	- 完善的员工培养体系提升员工专业能力与工作效率，推动研发创新、生产效率提升与服务质量优化，带动经营业绩增长； - 良好的职业发展通道降低核心人才流失率，减少招聘、培训相关的人力成本支出。	- 完善员工职业发展双通道体系，建立与能力、业绩挂钩的薪酬激励机制，激发员工积极性，降低核心人才流失率。
绿色物流	短期实际风险 短中期实际机遇	- 物流环节碳排放、污染物排放管控趋严引发合规成本上升； - 物流运输效率偏低导致物流成本偏高，增加产品销售成本。	- 优化物流运输路线、推广新能源物流车辆，降低物流环节燃油成本与碳排放成本，优化物流成本结构； - 绿色物流实践获得相关政策支持，降低物流运营成本。	- 制定绿色物流发展规划，优化物流运输路线与运输模式，提升物流运输效率，逐步推广新能源物流车辆替代，建立物流承运商管理体系。

对于财务重要性相对较低，对公司当期财务表现影响较小的议题，公司将其纳入常态化 ESG 管理体系，开展常规化风险防控与管理提升。

议题名称	包含议题	管理方式
高影响重要性、低财务重要性	员工权益与福利、数据安全与隐私保护、可持续供应链、废弃物处理、应对气候变化、污染物排放、化学品管理。	作为合规经营底线要求，建立常态化管理机制，保障合规经营与利益相关方权益。
低影响重要性、低财务重要性	社区关系、生态系统和生物多样性保护。	作为企业社会责任践行的重要内容，持续提升品牌社会价值。

1.5 回应联合国可持续发展目标

公司全面审视 SDGs 与公司责任实践的关联性，积极响应联合国可持续发展目标（SDGs），在提供创新产品和服务的同时，将可持续发展管理理念融入到业务运营的方方面面。

基于自身业务属性与相关方关注重点，我们就其中 12 项重点可持续发展目标贡献予以总结，如下表所示：

通过强化安全生产管理、降低职业健康风险、提升产品安全性能，公司为员工与社会公众健康提供保障。

搭建“i 学”内部线上学习平台，通过员工培训和技术能力建设，推动内部“终身学习”。
持续提升工程师和技术人才的专业能力。
以人才能力支撑长期技术创新和产业升级。

在招聘、晋升、调岗、薪酬发放、培训等全流程践行性别平等。
关注管理层女员工比例并不断优化该数据。

通过工业用水管理、废水排放控制与水资源效率提升，降低生产对水资源的环境影响。

提升可再生能源使用比例，推行节能降耗，降低组织能源强度；
通过电动商用车产品线的拓展，为客户提供低排放解决方案。

建立职业健康安全管理体系（ISO 45001），推进员工技能培训与职业发展，保障合规劳动管理。
在海外市场拓展过程中注重本地就业与合规经营。



建立反腐败制度、内部举报机制与合规管理体系，强化透明治理与风险控制。
反对不正当竞争、洗黑钱、欺诈等违背商业道德的行为。

强化危险废弃物管理与污染防治措施，降低制造活动对生态环境的潜在影响。

通过建立碳排放管理体系，开展能源效率提升和制造环节减碳行动，支持国际客户实现供应链减排目标。
参与 CDP 气候信息披露，强化气候风险识别与情景分析能力，提升气候治理透明度。

开展供应商行为准则签署与 ESG 评估、原材料合规与尽职调查。
制造过程实现废弃物减量与循环利用。
践行产品生命周期管理与绿色设计，降低环境风险与供应链合规风险。

推广电动商用车产品，助力城市物流低碳化与空气质量改善，在绿色城市建设中发挥积极作用。

持续推动新能源商用车与智能制造升级，强化技术创新能力与低碳产品研发能力。
通过产业升级与技术投入，公司在绿色交通转型背景下构建长期竞争优势。

02

合规筑基

2.1 公司治理
2.2 商业道德



16 和平、正义与强大机构

2 合规筑基

2.1 公司治理

上汽大通汽车有限公司建立了由董事会领导、管理层负责执行、各职能部门广泛参与的治理架构，通过系统化的内部审计与全面的风险控制机制，保障公司战略目标的实现、运营的合规性与有效性。

治理架构

公司搭建了“董事会 - 管理层 - 专业委员会”的治理架构，明确决策、执行与监督的权责关系，确保重大事项得到有效管控。董事会是公司治理的最高责任机构，负责对重大运营事项进行审议与决策；在日常运营中，公司设立了管理层决策会议机制，并在部分专项领域设立了管理者代表及管理委员会，负责体系建设的领导、评审与决策。

内部审计

公司制定了《上汽大通内审和管理评审条例》，设立了审计与法务部，作为牵头部门建立系统、独立的内部审计体系，以评估和监督内部控制的有效性，并驱动持续改进。

内部审核	
频率：	**内容：**
每年组织一次	覆盖全体系
机制：	
制定《内审计划》与《内审检查表》并记录不符合项，并通过正式的纠正措施流程进行跟踪与闭环管理，以确保问题得到重视与解决。	

管理评审	
频率：	**内容：**
每年至少一次	信息安全及隐私安全管理体系
机制：	
由最高管理层主持，根据内 / 外审结果、客户反馈等输入内容，对信息安全及隐私安全管理体系的适宜性、充分性和有效性进行评价，跟踪验证改进事项，其结果作为下次评审的输入，从而形成“计划 - 执行 - 检查 - 改进”的管理闭环。	

风险管理

大通实施了一套贯穿业务全流程的主动式风险控制机制，明确风险类别及责任部门，确保风险管理工作职责清晰，深入业务前端。各职能部门持续收集内外部风险信息，并采用定量与定性相结合的方法，动态开展风险评估，划分风险等级，为差异化应对提供依据。

针对已识别的风险，公司要求责任部门制定并执行风险管理解决方案，必要时上报至管理层进行决策审批，确保重大风险得到高度重视与资源保障。各职能部门每季度对风险管理工作进行自查，评估方案与实施的有效性，发现缺陷并及时改进，形成常态化的自查机制。



2.2 商业道德

上汽大通致力于在全球运营中构建并维护一个诚信、公平、透明的商业环境，通过建立系统的制度体系、实施全链条的预防与监督机制，确保公司及所有员工的行为符合最高的道德与法律标准。

我们的目标

定性指标

- 承诺防止任何贿赂行为的发生
- 承诺不参与任何洗钱行为
- 承诺采取完全透明的行动，谴责任何非法谋取利益的行为
- 要求所有相关人员避免利益冲突

定量指标

开展贪污腐败相关事件的风险评估的场所覆盖率	反欺诈主题教育覆盖率	利益冲突主题教育覆盖率
2030 年目标	2030 年目标	2030 年目标
100%	100%	100%
2025 年目标达成情况	2025 年目标达成情况	2025 年目标达成情况
100%	100%	100%

尽职调查

为确保合作合规性，公司对拟开展合作金额大于规定金额的经销商、供应商、合作商等第三方开展尽职调查，方式包括由第三方提交《第三方调查情况说明》、与第三方及其员工口头交流、核对有关资料、从公开渠道获得重要信息、聘请中介机构对其进行尽职调查等。

第三方尽职调查内容

企业基础信用信息	第三方的声誉，及其作出的道德和合规承诺
是否与大通存在利益冲突，或潜在利益冲突	第三方是否被列入有关国家、国际组织的禁止或制裁名单、是否被上汽集团列入禁止合作名单

基于尽职调查的结果，本公司将根据《第三方合规风险等级列表及审批权限表》进行评估分级，判断其是否存在高风险信号。任何第三方或其现任股东、高级管理人员、关联企业，涉嫌腐败、欺诈、垄断、串谋、逃税、漏税、洗钱等非法行为或因此受到指控者，一律不开展合作。

反商业贿赂及反舞弊

公司对一切腐败与贿赂行为的“零容忍”原则，制定了核心纲领性文件《反腐败反商业贿赂管理制度》，建立了覆盖预防、发现、调查与处置全流程的廉洁风险管理体系。为确保政策的有效执行和目标的达成，公司每两年对政策进行复查，以评估其实施效果并进行必要的调整。

党群工作部作为公司反商业贿赂反腐败的监督管理执行组织，向纪检委员会进行工作汇报，并由审计与法务部协助公司董事会、纪检委员会落实反腐败反贿赂工作，做好集团廉洁履职的教育宣传工作，受理违法违纪行为的举报。董事会及审计委员会对反腐败体系的健全性与有效性负有监督责任。

关键措施

风险识别与评估	在年度风险评估工作中应当对业务运营中与贪污腐败相关的风险进行年度评估，以优先进行相关风险管理工作，制定并实施具体的改进措施。
教育与文化培育	利用晨会、工作总结大会、公司培训日等时间，通过节日廉洁提醒、工会 / 支部活动案例宣讲开展常态化的廉洁教育培训，将合规要求嵌入商业合同，并要求员工签订《廉洁履职、诚信从业责任书》，确保廉洁意识深入人心。
交易管理	领导干部因各种原因未能拒收的礼品、礼金和有可能影响公正执行公务的物品，均需如实填写登记表，连同应上交的礼品一并上交，登记在册。
商业伙伴管理	公司对拟开展合作金额大于规定金额的第三方执行严格的准入前尽职调查与持续监督，评估其合规状况，签订《廉洁协议书》，从源头管控贿赂风险。
审计与监督	内部审计部门定期开展反腐败与反舞弊专项审计与合规检查，评估内部控制的有效性，并及时提出改进建议。

公司设立了独立、保密的举报渠道，鼓励内外部利益相关方实名或匿名举报可疑行为。对所有举报均会进行及时、公正的调查。一经查实，公司将依据规章制度对违规员工通过解除劳动合同等方式严肃处理；对违规的商业伙伴，将采取终止合作、列入黑名单等措施；涉嫌违法犯罪的，坚决移送司法机关。

公平竞争

大通严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，坚决反对并禁止一切垄断协议、滥用市场支配地位及其他不正当竞争行为，致力于维护健康、公平的市场竞争环境。

公司颁布了《反垄断及反不正当竞争管理》，明确了在市场竞争中必须遵守的行为底线。业务部门在制定商务政策、开展营销活动、与经销商签订协议时，禁止与竞争对手达成任何横向垄断协议；在纵向关系中尊重经销商的自主定价权，避免实施转售价格维持；杜绝商业混淆、虚假宣传、商业诋毁、不当有奖销售等不正当竞争行为。

防止利益冲突

上汽大通始终秉承诚信、透明和负责任的经营理念，致力于建立和维护高标准的公司治理体系。公司要求所有员工在履行职责时，以公司利益为重，并主动、及时地向直属上级或人力资源部报告。

主动披露	及时报告	透明沟通
员工必须主动识别并披露任何可能存在的利益冲突。	一旦发现潜在的利益冲突，员工需立即向直属上级或人力资源部报告。	在披露时，员工需如实提供所有相关信息，包括利益冲突的性质、涉及的人员或组织，以及可能对公司造成的影响。

合规营销

我们承诺所有产品推广、品牌宣传及销售活动均遵循真实性、准确性、合法性的原则，符合相关法律法规与商业道德。

在营销内容管理方面，公司严格遵守《中华人民共和国广告法》，制定了有广告与宣传品内容审核流程，确保所有对外发布的营销信息，包括但不限于广告、宣传册、社交媒体内容等，不存在虚假、夸大或误导性陈述。

在销售行为方面，公司的销售策略与经销商管理政策严格遵循公平竞争原则。我们致力于通过提供优质的产品与服务赢得市场，所有营销活动方案均需经过合规审核后方可执行，坚决杜绝通过商业贿赂、虚假宣传等不正当手段获取竞争优势。

举报与申诉

公司设有专门的投诉及反馈渠道，员工可通过实体信箱或纪委邮箱便捷地对贪污腐败、利益冲突、欺诈、洗钱、违纪违规等问题及时反映。收到投诉后，公司将迅速启动调查程序，由公正、专业的调查小组负责，若投诉属实，将对违规者采取严肃的纪律处分，包括警告、降职、解除劳动合同等；情节严重的，将移交司法机关处理，并及时调查结果将及时反馈给投诉人。

线上举报渠道

纪委邮箱
gsjw-smcv@saicmotor.com

为了保护投诉人免遭被投诉人的报复，公司将严格保密投诉人和被投诉人信息。
报告期内，公司未发生任何因腐败、不正当竞争、洗黑钱、欺诈、利益冲突等而导致的罚款或诉讼事件，也未收到相关举报。



03

绿色运营

3.1 环境管理
3.2 污染物排放
3.3 废弃物处理
3.4 化学品管理
3.5 生态系统和生物多样性保护
3.6 水资源利用
3.7 物料使用
3.8 循环经济



3 绿色运营

3.1 环境管理

上汽大通坚持绿色发展理念，将环境保护要求深度融入企业经营管理全过程，围绕制度建设、合规运营、风险防控、监测评估与持续改进，逐步构建起覆盖生产制造、设施运行、应急响应等重点环节的环境管理体系。公司持续完善环境与职业健康安全一体化管理机制，明确管理方针、目标指标、组织职责和运行要求，推动环境管理要求落实到各业务单元和作业现场，为绿色运营提供制度保障。

在管理体系建设方面，上汽大通已建立较为系统的环境与安全管理框架。公司及分子公司相关环境管理活动已通过 GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015 环境管理体系认证，持续推进环境管理要求与日常经营深度融合，推动管理体系从“通过认证”向“融入经营、支撑运营”持续深化。围绕环境因素识别、合规义务识别、目标管理、运行控制、应急准备、监视测量和纠正改进等关键环节，公司不断夯实环境管理闭环机制。

ISO 14001 环境管理体系认证证书



总部及无锡分公司



南京分公司



无锡申联



房车科技

在建设项目管理方面，公司坚持从源头防控环境风险，将环保要求纳入新建、改建、扩建及技术改造项目全过程，严格落实环保设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用的“三同时”要求；持续加强施工现场环境管理，对扬尘、废水、固体废弃物和施工噪声等重点问题提出专项防治要求，推动环境管理要求向项目建设全过程延伸。

在运行保障方面，公司围绕污染治理设施稳定运行，建立了环保设施操作、巡检、维护、停运报告和异常处置机制，要求环保类设施先于主体设备开启、晚于主体设备关闭，并由专人管理、定期维护、建立运行台账，杜绝“带病运行”。公司还通过排污许可证管理、自行监测、执行报告、年度检测、内部检查和专项培训等方式，不断提升环境管理的规范化和透明化水平。

针对突发环境事件、污染物排放异常、危险化学品泄漏等风险情形，公司要求各生产单位制定《突发环境事件应急预案》，员工可通过 24 小时应急值班电话直接向车间负责人报告突发环境事件，并上报至公司应急指挥部，厂内应急指挥组将依照实际情况分级处理，启动相应应急响应程序，必要时报告至市县生态环境局，并通知周边企业。

此外，南京工厂于六五环境日，在公司食堂，班组园地等地推送环境保护知识，提升员工环境保护意识。



3.2 污染物排放

我们的目标



定量目标

以 2025 年为基准，减少制造环节单车颗粒物排放强度

2030 年目标
下降 3%

2025 年排放强度
10.51g/ 辆

上汽大通高度重视生产经营过程中的污染物排放管理，坚持“源头预防、过程管控、末端治理、持续减排”的总体思路，建立污染物排放控制程序，明确管理职责、控制要求和运行流程，推动污染物管理制度化、规范化、常态化开展。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《水污染防治法》《大气污染防治法》等国家及运营所在地有关污染防治的法律法规，制定了《污染物排放控制程序》，将排放管理要求落实到生产组织、设施运行、委外运营、监测检测和应急处置等环节，持续提升排放控制水平。

污染物管理

废水

生产废水主要来源于整车制造环节的表面处理、涂装、固废堆场等工序，生活污水主要来源于日常运营。主要排放因子包括化学需氧量、氨氮、总氮、总磷。

源头管控

持续推进清洁生产与工艺优化，严格管控有机溶剂、废油及化学品使用，禁止其进入排水系统，并通过优化生产工艺及替代材料应用，从源头减少污染物产生；

推广低污染或无磷洗涤剂等环保物料，降低生活污水污染负荷。

管理机制

对废水处理设施日常巡检、定期维保，对沉淀池、生化系统等核心设施开展全生命周期运维管理；建立 “进水 - 过程单元 - 出水” 全环节水质监测机制，对关键指标开展常态化自检与第三方外检；针对不同类型废水设置专属收集单元与预处理工艺，避免水质交叉影响。

处理工艺

针对固废堆场渗沥废水、电泳系列废水、喷漆循环水排槽废水，核心采用 “均质调节 + 混凝沉淀 + 水解酸化 + 接触氧化生化处理” 工艺。

针对涂装工序脱脂废水、薄膜废水，采用 “分质预处理 + 综合混凝沉淀 + 生化处理 + 资源化回用” 工艺，针对不同废水开展专属预处理，经 pH 调节与生化深度处理后，部分出水作为零排放系统原水实现梯级回用，其余出水达标排放。

废气

废气主要来源于涂装全工序，覆盖电泳、烘房、涂胶、中涂、色漆、面漆、点补等环节。主要排放因子包括二氧化硫、氮氧化物、颗粒物、挥发性有机物。

源头管控

推广水性油漆替代溶剂型油漆，由单组份清漆改为使用双组分清漆；通过涂装工艺改进降低挥发性有机物产生量，从根源减少挥发性有机物产生量。

过程控制

围绕涂装等重点工序持续加强治理设施运行管控，重点排放口安装在线监测系统，对重点污染因子开展常态化监测与第三方检测，确保污染治理设施稳定运行、排放过程可控可管。

末端治理

针对不同废气特性匹配差异化处理工艺：喷漆工序废气采用湿式漆雾预处理，烘房等高浓度有机废气采用 “沸石转轮浓缩 + RTO（热力氧化）” 工艺，配套两套 RTO 装置，通过 700°C以上高温实现有机污染物高效分解，处理达标后排放。

噪声

噪声检测

按要求对厂界噪声开展监测，执行国家《工业企业厂界环境噪声排放标准》和当地环保部门的要求，生成《噪声评估记录表》。

噪声防治

无锡分公司将高速冲压线改为全封闭式，从源头降低噪音；

在公司噪声敏感建筑物集中区域（如：生活区）内，禁止夜间进行产生环境噪声污染的建筑施工作业（抢修、抢险作业和因生产工艺上要求等必须连续作业除外）。

夜间作业必须制定施工计划方案，上报环保局批准并公告附近居民；

施工现场尽可能选用低噪声设备，合理布局施工现场，对高噪声设备摆放远离噪声敏感点；采用高速自动化冲压线等自动化、密闭化生产方式降低噪声外泄。



3.3 废弃物处理

我们的目标

定量指标

以 2025 年为基准，减少单车危废处置强度

2030 年目标	2025 年处置强度
下降 3%	8.34kg/ 辆

上汽大通坚持减量化、资源化、无害化原则，持续推进废弃物全过程管理，努力减少生产经营活动对环境带来的影响。根据《废弃物管理规定》，公司各生产单位建立了从源头识别、分类收集、规范贮存、台账登记、合规转移到资源化利用或无害化处置的闭环管理机制，持续提升废弃物管理的规范性。

公司对废弃物进行分类定义和分级管理，并根据是否具有危害性、是否具备回收利用价值进行分类控制，明确各相关方职责，推动废弃物管理责任落实到具体岗位。

根据废弃物类别，公司设置专门的收集容器或站点，定期或不定期地收集各类废物，实施分类存放、规范标识、专人管理和合规清运处置，并将收集到的废物运往指定的处理场所或回收站点，避免造成二次污染。根据废物的性质和分类，采用不同的处理方法，尽可能减少有害物质对于周边社区、土壤等的负面影响：

一般固废	生活垃圾	危险废弃物
进行资源化利用，如金属边角料回收再利用、废包装材料回收造纸等	按照城市垃圾分类处理要求进行处置	进行无害化处理，送往专业的危险废物处理公司进行处置

针对危险废弃物，公司进一步建立了申报登记、分类贮运、监督检查、台账管理和转移联单管理制度，依托危险废物全生命周期监控系统，规范开展危险废弃物申报、贮存、转移和处置工作，确保全过程可追溯、可核查、可监管。

危废仓





为了实现源头减量，公司将废弃物管理从末端处置前移至生产和包装环节，持续推动工艺优化、包装改进和资源回用，开展危废减量专项改善行动，在胶桶包装管理、危废减量、循环包装替代一次性包装等方面形成了一系列实践。

危险废弃物源头减量措施

无锡工厂通过漆桶与胶桶内置衬袋替代模式，优化胶桶内衬使用和回收拆分方式，从源头减少危废产生量。

项目完成内衬选型验证与操作流程优化，回收时仅内衬作为危废处理，未沾染胶的包装桶转为一般固废处置，洁净外桶交由专业单位循环利用，从源头减少危险废弃物产生。

报告期内，该项目实现危废减量 **35.83 吨**，全部转化为可回收资源，实现环境效益与经济效益双赢。

改善前

空桶残留物清洗困难，直接作为危废处理不符合循环经济理念

改善后

水性漆和车身胶桶加内衬，减少危废空桶量；未沾染油漆和胶的包装空桶可回收利用

对于具备循环利用条件的有害废弃物、包装材料或容器，公司推动回收利用或由供应商重复使用，不断拓展废弃物资源化路径。

本报告期内

公司危险废弃物合规处置率为

100%

3.4 化学品管理

上汽大通高度重视化学品的规范使用与环境风险防控，围绕采购、储存、领用、使用、包装、废弃和应急处置等关键环节，建立综合预案、专项预案和现场处置方案相衔接的应急机制，持续完善全过程管理要求。

公司将化学品相关风险纳入环境与安全管理体系，针对易燃、易爆、油品及各类化学品建立检查、监控和培训机制，持续提升化学品使用的规范性和安全性。

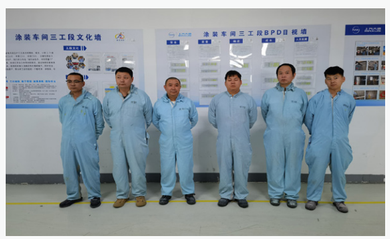
公司将化学品管理要求嵌入现场运行控制和日常监督检查流程，定期对化学品的储存、使用和实施情况开展检查，并保留相关记录。针对重点岗位、重点区域和重点风险源，公司持续完善现场管理要求和操作规范，张贴四色标签与化学品技术使用说明（MSDS），确保化学品管理要求落实到具体环节和具体责任人。

在使用与处置衔接方面，公司注重化学品使用过程与废弃物管理过程的协同控制，对含化学品包装物、沾染性废弃物等实施分类收集、规范贮存，委托有资质的第三方进行合规处置，避免因包装残留、混放混存或转移不规范引发环境风险。

此外，公司持续开展危险化学品规范使用培训、危险废物培训和环保专题培训，明确危险化学品使用规范，强化员工对化学品风险识别、规范操作和应急处置的理解，推动制度要求向现场执行有效转化。

危险化学品管理培训





3.5 生态系统和生物多样性保护

公司高度关注生产经营活动对生态系统及生物多样性的潜在影响，严格依据《环境影响评价技术导则 生态影响（HJ 19-2002）》等相关法规和标准开展生态环境影响评价与管理工作，致力于在运营过程中减少对自然环境的干扰，积极推动生态环境的可持续发展。报告期内，公司所有运营场所均未位于或毗邻自然保护区、生态红线区域或其他生物多样性敏感区域，生产活动未对重要生态系统产生不利影响。

未来，公司将持续关注生物多样性相关风险与机遇，逐步完善相关管理机制，在确保合规运营的基础上，探索更多有助于生态保护的实践路径，实现人与自然和谐共生。

3.6 水资源利用

我们的目标

定量指标

以 2025 年为基准，定额用水强度

2030 年目标

下降 5%

2025年目标达成情况

8m³/辆

水资源是支撑社会长期健康发展的关键要素。公司始终将水资源保护与高效利用作为环境管理的重要内容，严格遵循《中华人民共和国水法》《节约用水条例》等相关法律法规要求。为持续提升水资源利用效率、减少水资源浪费，公司从设施管理、生产优化、水循环利用及目标管控等方面对水资源精细化管理，具体的措施如下：



强化用水设施管理

公司对用水设施实施常态化检查与维护管理。除设备使用人员开展日常点检外，由制造工程部公用动力与设施相关部门组织开展定期巡检，对供水管网及相关设施进行全面排查，及时发现并处理跑、冒、滴、漏等问题，降低非生产性水资源消耗。

优化用水方式

公司通过优化生产组织方式，推进集中生产管理，减少用水过程中的损耗，提高水资源重复利用率，从源头降低水资源消耗水平。

卫生间使用感应水龙头，自动控制出水量，节约用水。

完善循环水系统管理

公司持续推进循环水系统建设与运行管理，不断提高水资源循环利用率。

冷却环节配置冷冻机系统及冷却塔，通过蒸发散热与传导散热降低冷却水温度，实现冷却水的循环使用，减少新水补给需求。在生产环节，喷漆工艺采用循环水回用体系，配置中涂、色漆、清漆及内腔循环水泵等设备，实现喷漆清洗用水的循环利用，有效降低水资源消耗。将锆化废水等含氮磷废水通过零排放系统制备成达标的中水回用于车间生产。

公司已建立规范化的循环水系统操作与维护机制，持续监测循环水系统关键运行参数，确保系统稳定高效运行。根据生产需求对循环水进行补充与更换，并加强水质管理与设施维护，提升循环水使用效率，减少新水取用量，推动水资源的集约化与循环化利用。

报告期内

公司总取水量为

170.54 万立方米，全部取自市政供水系统

水循环利用

公司不断完善管理体系并配合相关技术措施，推动水资源的高效循环利用与可持续利用。

我们不断完善中水回用及循环利用体系建设，将处理达标的废水用于生产补水、清洁或绿化等场景，提高水资源重复利用率，减少新水取用量，逐步实现水资源闭环管理。报告期内，无锡分公司用水审计报告显示，该厂废水回用率达 62.09%。

3.7 物料使用

公司高度重视生产运营全链条的物料使用管控，以减量化、高值化、绿色化为核心原则，聚焦包装类核心生产辅助物料，持续提升物料使用效率，最大限度降低物料使用带来的资源消耗与环境影响。

绿色包材

推广可循环包装设计，包装淘汰后优化再利用，减少环境污染的同时提升资源利用率；

深度参与供应商包装方案的设计，严格要求按照《上汽大通外购件包装技术规范》，遵循五大原则，提高循环包装使用率，减少一次性包装使用；

在满足使用要求及强度的前提下，尽量减少包装材料的重量，以节约资源、能源和运输能源。

报告期内，南京工厂、无锡工厂共使用可回收包装（金属料箱，料架）3,485.6 吨。

提升资源利用率

在自制器具上试点引入 LoT 设备，实现在线自动盘点、使用状态展示、使用位置系统化跟踪，可有效提高包装的利用率，减少包装的闲置及丢失。

推进包装器具共用性。自投包装部分，考虑同一平台同类零件包装共用，减少料架投入。外购件包装部分，考虑充分利用社会资源，变更为一体化租赁运作模式。

2025 年，公司物料精细化管控取得显著的资源节约与环境效益，实现物料使用减量化与环境效益的协同提升。

减少 **770** 个全新料架的物料投入

实现 **11** 家供应商、**430** 种零件使用可循环的围板箱，替代了一次性纸箱的使用

3.8 循环经济

公司积极践行循环经济发展理念，将“减量化、再利用、资源化”原则融入产品设计、生产制造以及废弃物管理全过程，推动资源高效利用与闭环管理，减少对自然资源的依赖，降低环境影响。

设计源头引入循环材料

公司在产品设计阶段充分考虑零部件的可复用性和可回收性，制定《零部件回收利用设计指南》，优先采用可回收材料与环保材料，保障零部件的质量、性能与使用寿命同时，降低全生命周期资源消耗。

产品生命周期材料管理

在产品使用与废弃阶段，公司根据废物性质进行科学分类处理。资源化利用可回收物：如金属边角料回收再利用、废包装材料回收造纸等。

废旧动力电池回收利用

公司与具备国家资质的专业回收处理单位签订长期技术服务协议，明确在回收、运输、拆解及再利用环节的责任与协作机制。

拆解后的电池材料（如金属、塑料、隔膜等）被分类回收，进入下游资源化利用环节；具有梯次利用价值的电池模块用于储能或低速电动车等场景；无法梯次利用的电池则进行材料级回收，提取关键金属重新投入制造或其他工业领域。

持续推进海外市场电池回收，目前已选定具有专业资质的合作方，协助逐步开展电子废弃物、电池等品类的全生命周期回收，满足欧盟、北美等地区环保法规，规避合规风险。

04

气候行动

4.1 应对气候变化
4.2 温室气体排放
4.3 能源利用
4.4 绿色物流与仓储







4 气候行动

4.1 应对气候变化

在全球气候治理加速推进与中国 “双碳” 战略深入实施的背景下，公司深刻认识到气候变化对公司运营、价值链及长期发展战略带来的深远影响。公司将积极应对气候变化视为实现高质量、可持续发展的核心议题，严格遵循 TCFD、IFRS S2 等国际披露框架及国内外气候监管要求，通过健全的治理架构、前瞻的战略规划、系统的风险机遇管理以及清晰的量化目标，将气候应对举措全面融入企业经营决策与日常运营，持续提升全价值链气候韧性与低碳竞争能力。

治理

公司建立总经理监督、管理层执行、ESG 专项组织统筹落地的气候治理体系，明确权责分工与运行机制。

总经理：

对气候相关风险与机遇承担最终监督责任，将气候议题纳入公司长期战略与合规管理范畴，确保气候相关工作与公司整体发展方向保持一致。总经理领导 ESG 委员会，专项统筹气候风险管理、海外出口气候合规、国内双碳政策落地及生产基地低碳运营等关键事项，提升监督与决策专业性。

管理层：

负责落实领导层相关决议，牵头推进全公司气候风险管理落地。公司设立 ESG 工作小组，明确牵头部门与核心参与部门的职责边界，统筹协调上海总部及无锡、南京、溧阳三大生产基地开展气候相关工作，同步对接海外市场气候合规要求，确保气候治理体系高效、顺畅、闭环运行。

战略

公司充分将可持续发展理念融入整体发展战略，全力构建更低碳的生产运营体系与低碳产品矩阵，以绿色产品与绿色制造协同发力，为助力国家“碳达峰、碳中和”目标实现、推动行业绿色低碳转型持续贡献力量。

- **业务布局战略：**

持续优化产品结构，大力发展纯电动轻客、氢燃料电池商用车、电动专用车等低碳产品，稳步提升新能源车型产能与出口占比，深耕海外核心市场，拓展绿色客户群体。

- **财务资源战略：**

科学统筹低碳技术改造、新能源车型研发、海外气候合规等专项资本支出，优先向高潜力绿色低碳业务倾斜资源。

- **绿色制造战略：**

加强生产过程中的能源和资源管理，优化生产调度，实现“节能、降耗、减污、增效”。

- **供应链战略：**

加快构建绿色供应链管理体系，严格筛选优质低碳供应商，全面保障价值链全链条绿色合规运营。



风险与机遇管理

公司建立常态化、全周期的气候风险识别、评估与管理流程，每年开展全面气候风险排查，采用 “发生概率 + 财务影响” 双维度评估方法，划定高、中、低三级风险等级，形成年度风险清单并实施动态管理。

在气候风险管理上，公司全面覆盖物理风险与转型风险，按短期（1–3 年）、中期（3–5 年）、长期（5 年以上）分类施策。针对极端天气、高温限电等物理风险，完善应急预案、优化产能调配、推进节能改造与可再生能源布局；针对欧盟 CBAM 碳关税、CSRD 披露、新电池法规、欧 7 排放标准等政策转型风险，公司加快纯电动、氢燃料电池车型布局，完善产品碳足迹核算体系，以新能源产品组合规避合规风险，保障海外市场准入与业务稳定。

风险大类	周期	风险等级	风险描述	针对性应对措施	财务影响
物理风险					
急性风险	短期为主，中长期持续存在	高	**长三角流域性暴雨洪涝、强台风极端天气** 无锡 / 南京基地沿江临沪，台风 + 风暴潮易引发厂区内涝，严重时直接导致生产基地核心车间停产，精密恒温设备进水损坏，长三角省内零部件运输中断，上海 总部出口通关、单证系统瘫痪，直接侵蚀当期净利润，影响海外客户合作稳定性。	1. 完善极端天气应急预案，配置防汛、降温应急设施，储备应急物资； 2. 建立厂区备用产能调配机制，上海总部统筹三地工厂跨区域产能调剂。	利润下降 停产损失上升 维修成本上升
	中长期	中	**长三角夏季持续极端高温 + 迎峰度夏限电** 车间部分产线为恒温恒湿高耗能环节，极端高温会导致良品率下降，车间空调能耗上浮； 江苏能耗管控严格，迎峰度夏拉闸限电将直接导致高耗能的车间被迫限产，产能下滑。	1. 工厂推进节水改造、余热回收，优化用水用电结构； 2. 布局分布式光伏等可再生能源，降低电网用电依赖； 3. 优化生产排班，错峰用电，提升设备散热与运维效率。	能耗成本上涨 生产稳定性下降 设备运维成本增加 产能受限
	短期集中爆发，中长期持续	中	**出口核心物流节点极端天气** 海外市场极端高温、飓风引发港口作业停滞，导致海运舱位紧张、运费上浮，交付周期拉长，引发海外客户批量索赔、订单取消。	1. 优化物流路线，规划出口备选港口与海运航线。	海运成本上涨 物流成本增加 营收损失 市场份额下降
	中长期	中	**长三角长期气温攀升 + 水资源短缺 + 地质沉降** 涂装车间为整车制造高耗水环节，区域性缺水将导致生产用水成本持续上涨； 无锡 / 南京沿江基地长期面临海平面上升、地质沉降，厂区防洪标高不足，土地、厂房固定资产存在减值风险。	1. 推进节水改造； 2. 制定防洪涝应急预案，配备应急物资。 3. 必要时排查厂房、生产线抗风险能力，针对性改造升级。	用水成本上涨 设备运维成本上浮 厂房资产减值

风险大类	周期	风险等级	风险描述	针对性应对措施	财务影响
转型风险					
政策合规风险	短期集中爆发，中长期持续收紧	高	**欧盟三重合规壁垒集中落地** 2026 年 CBAM 碳关税全面生效，整车及钢铝核心零部件已纳入征收范围，出口欧盟产品需核算全生命周期碳足迹并缴纳碳关税； CSRD 强制要求部分欧盟上市公司披露符合 TCFD/IFRS S2 的气候报告，作为该类公司的供应商需了解并配合其披露要求。	1. 了解 CBAM 申报、CSRD 要求，搭建全流程碳足迹核算体系； 2. 跟进双碳政策，优化生产能耗； 3. 及时跟踪海外政策更新，提前调整出口策略。	碳关税支出 合规整改成本增加 出口准入受限 罚款风险 海外市场份额流失
	全周期，中期（3-5 年）影响凸显	高	**欧盟新电池法规 + 欧 7 排放标准** 出口欧盟的新能源车型需强制配备电池护照，满足碳足迹、回收利用率、原材料溯源要求； 欧 7 排放新规将大幅加严燃油车排放限值，出口燃油车型需全面整改动力系统，单台合规成本上涨，无法达标将导致燃油车出口业面停摆。	1. 对接海内外客户碳足迹要求，提供产品低碳认证，满足客户合规需求； 2. 持续推进车辆低尾气排放方向的研发。	合规整改研发投入上升 制造成本上涨 出口利润下降
	短期逐步显现，中长期持续趋严	中	**国内长三角能耗双控 + 工业碳达峰政策** 江苏为全国能耗双控重点管控省份，工厂面临能耗指标不足、限产、超能耗加价征收风险； 国内碳市场扩容后，可能会将整车制造行业将纳入管控，需额外承担碳排放成本。	1. 持续推进各基地节能技改，降低单位产值能耗，预留能耗指标空间； 2. 提前对接国内碳市场规则，制定碳排放管控方案，降低碳成本支出。	生产成本增加 产能下降
市场需求	全周期，中期影响凸显	高	**海外客户低碳准入门槛升级** 海外头部经销商、整车企业强制要求上游供应商提供产品碳足迹报告、ISO14064 低碳认证，无法满足要求将被直接剔除出供应链，品牌口碑受损后难以重新进入海外主流供应链 。	1. 加大新能源车型研发投入，适配市场低碳需求； 2. 梳理产品结构，逐步提升低碳 / 新能源车型产能与出口占比； 3. 跟踪行业技术迭代，布局低碳生产工艺。	出口营收下滑
	全周期，短期逐步显现	中	**供应链低碳转型风险** 上游核心原材料（钢、铝、电池）低碳改造导致采购价格上涨； 上海 / 江苏本地核心钢铝供应商面临能耗管控，供应稳定性不足； 供应商合规能力不足将直接导致供应链断裂，进而导致生产停摆、出口订单违约，面临客户索赔 。	1. 优先选择合规低碳供应商； 2. 核心原材料多源采购，分散供应风险； 3. 逐步搭建绿色供应链管理体系； 4. 定期排查供应商碳排放合规情况。	采购成本上涨 毛利率下降

在气候机遇挖掘上，公司以新能源产品落地与绿色运营模式转变为核心抓手抢抓发展窗口：短期加快纯电、氢能商用车与新能源出口认证与低碳合规整改，稳固海外客户合作，对内持续开展节能增效项目，稳步推进减碳工作；中期构建覆盖商用、专用等全系列绿色产品生态，扩大全系列新能源车型、氢能车型、电动专用车规模化量产，抢占全球低碳交通市场，同时不断优化能源结构，提高清洁能源及可再生能源占比，逐步实现能源转型；长期打造全球低碳出行与物流解决方案提供商，构建净零排放目标，建立长期气候竞争力。

市场机遇

周期	机遇描述	落地举措	财务影响
短期	海外市场低碳汽车需求上涨，快速推进现有车型低碳整改，抢占欧洲、澳新等核心市场，规避碳关税同时获取短期订单增量； 开展简易节能改造，快速降低能耗成本，申请国内绿色技改补贴； 完成碳足迹核算，满足海外客户合规准入要求，稳固现有海外客户。	加快出口产品合规认证，推进工厂局部节能优化，梳理绿色补贴申报流程。	市场规模扩大 运营成本下降
中期	新能源车型规模化量产，扩大海外中高端新能源市场份额，获取低碳产品溢价； 布局可再生能源，实现能耗与碳成本双下降。	推进新能源产能扩建，完成光伏等可再生能源项目落地，优化能源结构。	市场份额扩大 运营成本下降
长期	成为行业低碳标杆企业，建立全球低碳品牌优势，拓展欧洲、美洲以外海外市场； 逐步实现全价值链零碳运营，规避碳合规风险。	制定长期零碳战略，持续加大低碳研发投入，构建全链条低碳生态。	市场份额扩大

指标与目标

公司依据 GHG Protocol、ISO14064 等国际标准建立气候相关指标与目标管理体系，围绕运营低碳化、产品绿色化、核算规范化搭建全维度监测框架，推动气候管理可量化、可追踪、可评估。

- **核心运营指标：**
  重点监测单位产值能耗、组织碳排放量、可再生能源使用占比等指标，持续提升生产基地低碳运营水平。
- **产品低碳指标：**
  跟踪纯电动、氢燃料电池等新能源车型产量、销量及占比，以产品结构优化支撑公司整体低碳转型。
- **温室气体核算：**
  全面覆盖范围一、范围二，同步推进范围三碳排放核算与管理，为碳减排目标设定与落地实施提供数据支撑。

公司已建立全维度温室气体减排目标与行动规划体系，明确组织层面及价值链环节减排方向，系统披露碳减排目标与规划，为全链条碳减排与气候目标落地提供清晰指引。

温室气体减排目标

2026 年实现运营层面碳达峰

4.2 温室气体排放

公司建立规范完善的温室气体排放管理体系，严格遵循 GHG Protocol、ISO14064 等国际标准及国内监管要求，覆盖各运营主体、工厂及分子公司，对全运营环节温室气体排放实施统一核算、动态监测与精细化管控，持续推进生产运营全流程减碳增效，为低碳转型与长期气候目标夯实管理基础。

公司明确核算边界与统计口径，依托完善的数据台账与信息化管理系统，强化能源及排放数据统计、复核与追溯，确保数据真实准确、合规可披露。同时持续优化用能结构，通过节能技改、余热回收、高效设备应用等措施，稳步降低单位产值碳排放强度。

- **核算标准与范围：**
  依据国际通用标准开展核算，完整覆盖范围一、范围二排放，并按行业及监管要求推进范围三上下游价值链排放核算与信息归集。
- **产品碳足迹管理：**
  同步推进产品层面碳核算，已按照 ISO14067 标准完成 eDeliver9 、eDeliver3 两款产品碳足迹核查报告，构建组织与产品双维度碳管理体系。
- **降碳与数据治理：**
  深化重点排放环节管控，推广低碳技术应用，提升碳管理效率；建立规范的数据披露机制，为内部管控、外部合规及减排目标落地提供可靠支撑。

温室气体排放量 [3]

指标	单位	2025 年
范围 1 排放量	tCO_2e	26,266.70
范围 2 排放量 (基于位置)	tCO_2e	74,150.43
范围 3 排放量	tCO_2e	8,656,023.57
范围 3 上游排放	tCO_2e	1,854,443.20
范围 3 下游排放	tCO_2e	6,801,580.37

[3] 固定源排放因子由 IPCC 原始排放因子及燃料的低位热值通过转换得出。其中 IPCC 原始排放因子来自《IPCC 国家温室气体清单指南 2019 年修订版》能源卷第二章，低位热值来自于《综合能耗计算通则 GBT2589-2020》。电力排放因子来源于中华人民共和国生态环境部《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》，分别取全国、上海市、江苏市的电力排放因子。



4.3 能源利用

公司将能源高效利用作为绿色发展的核心内容，深度融入长期发展战略，建立覆盖全公司的能源管理体系，确保管理举措与国家双碳目标、行业发展趋势及企业生产经营需求持续适配。

公司构建由制造工程部统筹、各生产基地及职能部门协同的能源管理组织体系，设立专职能源管理岗位，保障管理要求有效落地。依据《能源管理程序》等内部制度，公司规范开展能源规划、计量、统计、定额、审计与考核工作，参照 ISO 50001 要求建立推进能源管理体系运行。

为精准支撑能效提升工作，公司建立完善的能源统计与监测机制，实现能耗数据在线采集与实时监测，通过定期报表等形式精准跟踪能源消耗动态，为管理决策提供数据支撑。同时，公司将单位产值能耗、单位产品综合能耗等关键能效指标纳入年度经营计划和部门绩效考核体系，通过目标分解与动态跟踪明确中长期能效提升路径，并对重点耗能设备建立专项台账，强化全生命周期能效管控，持续提升能源利用效率。

指标与目标

公司依据环境、安全管理体系要求，建立能源资源使用与节能降耗管理目标，持续对能源资源管理实施情况、节能降耗工作成效开展监督检查与测量，推动能源使用规范化、高效化，持续提升节能管理水平，降低生产运营环节能源消耗。

类别	单位	数据
能源消耗总量 [4]	tce	41,486.09
天然气	m^3	14,762,044.60
柴油	kg	1,083,384.90
汽油	kg	485,165.32
外购蒸汽	GJ	12,446.64
外购电力（含光伏）	kWh	155,699.09
光伏发电	kWh	30,426.28
绿电电力占比	%	19.54

[4] 能源消耗折标系数来自《GB/T 2589-2020 综合能耗计算通则》。

关键举措

生产工艺优化

以流程精细化管控为核心，通过工艺升级、技术迭代降低各环节能源损耗，推动节能工艺在各生产基地的普及应用。

- **南京分公司：**已在涂装车间落地薄膜前处理工艺、水性 3C2B 涂装工艺及 RTO 废气焚烧余热回收系统，有效减少加热能耗与热能浪费；
- **无锡分公司：**已安装压缩机热回收系统。该系统具备一次侧与二次侧循环加热、热水供水、热水系统阀门监控、水泵运行监控、水泵参数及模式调整、数据存盘浏览及报警等多项功能。系统通过回收压缩机运行过程中产生的余热，实现热能的高效利用，同时满足现场对热水及工艺热的需求。

节能技术改造

聚焦高耗能设备与系统优化，推进存量设备更新替换及专项节能改造，全面挖掘技术节能潜力。

- **南京分公司：**已完成空调系统冷凝器全自动清洗改造、两级喷油高效螺杆空压机替换项目，同步对冲压、焊接等车间生产设备开展能效优化升级，显著降低设备运行能耗；针对涂装车间新风空调进风室高能耗问题，实施进风室改造，通过吸取室内空气替代直接吸入外界新风，冬季进风口温度提升 5°C，有效降低空调调节能耗，预计可节约天然气 80m^3/h，年减排二氧化碳约 156 吨，实现当年收回改造成本；
- **无锡分公司：**针对超期服役、高能耗空压机实施能源管理改造，通过引入高效节能型空压机替换老旧设备并优化站房系统，实现显著的年度节电与运维成本下降，有效提升设备能效与运营稳定性。通过集中排产优化涂装生产组织，减少烘房升温开关机频次，提高生产节拍与单位时间出车量，进一步降低天然气消耗。

可再生能源与清洁能源推广

持续优化能源消费结构，扩大光伏电站、光伏储电站等可再生能源应用规模，同时提高天然气等清洁能源在生产环节的使用比例，降低对传统化石能源的依赖。

- **南京分公司：**利用厂房屋面布设 2.5 兆瓦、5.88 兆瓦光伏电站，并建成 10 兆瓦时光伏储电站，形成 “发电 - 储电 - 用电” 闭环管理。2025 年实现自发自用光伏电力 13,835,929.50kWh，绿电电力占比 22.30%；
- **无锡分公司：**布局 16.37 兆瓦光伏电站，2025 年实现自发自用光伏电力 15,217,840.26 kWh，绿电电力占比 20.79%；
- **大通房车：**2025 年消纳光伏电力 1,372,508.00kWh，绿电电力占比 58.40%。

此外，为了提升员工的能源管理意识，公司于报告期内开展节能减排主题培训，向员工宣导绿色低碳的办公模式。

4.4 绿色物流与仓储

公司将绿色低碳理念深度融入成品物流配送与仓储管理全过程，聚焦面向市场与客户的成品发运、干线运输及终端配送，持续优化绿色物流组织模式，推进智慧仓储标准化、精细化运营，并以数字化技术赋能物流仓储高效协同，构建绿色、规范、智能的成品物流与仓储管理体系，不断提升对外物流服务的可持续水平与运营效率。

- **优化成品物流结构：**

  提升装载率减少整体车次，提升运输效率。国内订单以高效陆运为主，海外订单统一采用海运模式，通过集中发货、规模化运输提升资源利用效率，降低对外物流环节碳排放与环境影响，规范物流合作伙伴准入与运输管理。

- **厂内物流管理优化：**

  入厂物流板块厂内使用一部分电动叉车代替燃油叉车，使用电动卡车驳运等，节能减排。

- **推进绿色包装体系建设：**

  严格遵循安全、质量、标准化、成本、绿色包装五大原则，推广可循环包装设计并规范供应商包装方案；通过料架改制再利用、可循环围板箱替代一次性纸箱等举措，显著减少包装废弃物与资源投入；同时优化包装材料轻量化设计，有效降低运输能耗与物流环节碳排放。

- **效率优化与数字化供应链应用：**

  依托智能生产管理系统实现订单与生产状态实时匹配，推进柔性调度、供应链协同优化与全链条数据互通，提升物流周转效率并降低库存积压；实现物流、仓储与生产端到端数字化打通，融合智能排产、智能物流、智能仿真与智能防错系统，提升运营效率，支撑大规模个性化定制生产。

- **推进差异化仓储管理：**

  针对不同物料特性实施精准管控，对温湿度敏感物料实行恒温恒湿管理，对易碎品采取专项防护措施，有效减少物料损耗。

2025 年，公司凭借在数字化转型与智能制造领域的突出实践，荣获汽车 AI 大模型应用创新奖、数字化工厂综合实力卓越奖等多项荣誉，南京工厂作为全球首家整车行业灯塔工厂，持续发挥智能制造标杆作用，以数字化、绿色化协同发展为企业高质量发展提供坚实支撑。



2025 年度汽车 AI 大模型应用创新奖



2025 智慧汽车数字化转型卓越奖



05

产品责任

5.1 产品安全与质量
5.2 创新驱动
5.3 产品生命周期管理



9 产业、创新和基础设施

12 负责任消费和生产

5 产品责任

5.1 产品安全与质量

上汽大通视质量为企业的生命，致力于为全球消费者提供可靠的产品与服务。公司建立了完善的质量管理体系，并通过持续的技术创新与全员参与的质量文化活动，推动产品质量竞争力不断提升。

公司成立了“大通产品质量安全委员会”，并已构建覆盖产品全生命周期的端到端质量管理体系，融合 ISO 9001 、IATF 16949、ISO/SAE 21434、ISO/SAE 24089、GB 44495、GB 44496 多体系标准，将传统汽车行业质量体系 + 智能网联汽车网络安全体系深度融合，叠加卓越绩效管理模式，建立了《整车缺陷产品召回控制程序》《不合格品控制程序》《持续改进控制程序》等一系列程序文件，为产品质量提供了坚实的体系保障，确保各项质量活动有章可循。

目前，公司已取得覆盖全部分、子公司的 ISO 9001 质量管理体系认证，下属多个分公司亦取得 IATF 16949 质量管理体系认证。



ISO 9001:2015
认证主体：上汽大通
（含所有分、子公司）



IATF 16949:2016
认证主体：无锡分公司



IATF 16949:2016
认证主体：南京分公司

全过程质量控制

公司通过流程优化与数字化管理，在制造、检验及供应链环节实施严格的质量控制。我们在生产基地持续推进制造标准化，并通过专项攻关（如油漆质量、防腐质量）持续改善。2025 年，各工厂的制造质量指标（DR）及新车交付合格率均实现同比显著提升。

在产品设计阶段，我们通过全面的风险评估和设计验证，确保产品的安全性、可靠性和环保性。在研发过程中，产品需经过严格的测试和验证，包括性能测试、耐久性测试、环境适应性测试等，确保其符合国家法规和客户需求。

在生产制造环节，我们实施生产一致性保证和制造过程审核，确保生产过程的稳定性和一致性。通过先进的生产设备和工艺技术，结合严格的质量控制流程，我们能够有效降低生产过程中的质量风险，保证产品合格率。

在产品交付和使用阶段，我们通过完善的检验与测试机制，确保每一辆出厂的车辆都经过严格的例行检验和确认检验。所有产品在交付客户之前，必须通过多项严格的质量测试，包括外观检查、功能测试和安全性能测试，确保产品的可靠性和安全性，并通过 MES（Manufacturing Execution System）、BQMS（制造质量管理系统）系统实现制造质量在线监控，确保每一辆出厂车辆均符合一致性要求。

公司建立了完善的产品召回机制，在发现潜在的产品缺陷时例及停止缺陷产品的生产与销售，并编制“缺陷汽车产品召回计划”，发布召回信息，快速启动召回程序，及时解决问题，评估召回效果后方可再次进入市场，极力保障客户权益。

同时，公司实施“长库龄车辆专项评审机制”，对库存超一年的车辆进行高标准评审，推动问题整改，实现从“事后处理”到“事前预防”的转变。

持续改进是上汽大通质量管理体系的重要组成部分。我们通过定期分析质量数据、客户反馈和内部审核结果，识别改进机会并制定改进计划。2025 年，公司实施了多项质量改进项目，显著提升了产品质量和生产效率，同时客户投诉率同比下降，质量成本也得到了有效控制。

此外，公司在质量管理流程中引入 AI 视觉检验系统，采用 AI 机器视觉技术，对产品外观进行毫秒级自动检测，目前，无锡工厂缺陷识别准确率已提升至 99.5%，有效避免了质量溢出。

为了将质量意识深植于全员，公司定期开展系统的质量活动与培训。

报告期内

大通报送的 5 支 QC 小组和信得过班组表现在全国机械工业第 44 次群众性质量管理成果、质量品牌故事评选活动中

一举斩获四项一等奖和一项二等奖

案例 质量月活动

为进一步夯实质量管理基础，筑牢全员质量意识防线，以“大通质量我护航”为主题的质量月系列活动在工厂内如火如荼地展开。

本次活动旨在通过案例征集与签名承诺等活动形式，将“不接受缺陷、不制造缺陷、不传递缺陷”的质量三不原则深植于每一位员工的心中，转化为日常工作中的自觉行动。一个个签名不仅是一份承诺，更是一份沉甸甸的责任，彰显了大通人从源头捍卫产品质量的坚定决心。

此外，线上全员质量知识竞赛圆满收官，为质量月活动筑牢了全员质量知识普及与意识夯实的根基。从线上全员参与到线下战队比拼，大通通过系列质量知识竞赛实现质量文化的实践与传递。

未来，大通人将继续以“质”为基，以“精”为尺，在高质量发展的道路上再启新程。







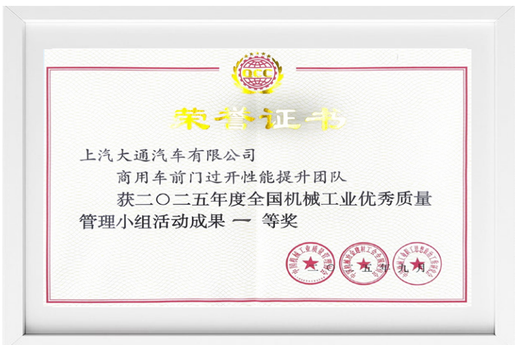
报告期内，公司取得了 1 项全国机械工业质量管理协会等机构共同颁发的奖项，6 项上海市质量协会奖项。

1 项
全国机械工业质量管理协会等机构共同颁发的奖项

6 项
上海市质量协会奖项


荣誉证书
HONORARY CREDENTIAL
上海汽车集团股份有限公司商用车技术中心
你单位 智能中央网关国产化项目数字化管理和分层管理方法 ，荣获2025年苏浙皖赣沪先进质量管理方法
特发此证，以资鼓励
2025年5月


此证颁予在促进上海市质量技术进步工作中做出突出贡献者，以资证明和鼓励。
上海市质量协会
2025年5月
上海市质量协会质量技术奖
证 书
获奖项目： 基于DFSS的EV6平台轻商车型动力电池底部防护优化
获奖类别： 质量技术进步奖
获奖等级： 优秀奖
获奖单位： 上海汽车集团股份有限公司商用车技术中心


荣誉证书
上汽大通汽车有限公司
商用车前门过开性能提升团队
获二〇二五年度全国机械工业优秀质量管理小组活动成果 一 等奖


证 书
在二〇二五年上海市群众性质量提升活动中，“基于EV-电动冒险盖双锁机构电控逻辑设计”课题取得质量管理小组活动一般众性质量改善建组成果，特发此证。
上海市质量协会


证 书
在二〇二五年上海市群众性质量提升活动中，“957 底盘振动性能提升与质量控制”课题取得质量管理小组活动一般众性质量改善建组成果，特发此证。
上海市质量协会

产品安全管理

公司重视客户与使用者的安全。为了确保整车的安全性能，公司制定了《产品安全管理程序》，通过全面的安全风险评估和严格的安全标准，不断完善选材、制造到出厂检验全链条管控，保障产品安全性能。

供应链端

每年开展零部件型式实验监控，从设计定型、产品一致性、合规性进行的全面验证试验，确保零部件在规定条件下的性能、可靠性、安全性是否符合设计要求、行业标准及法规强制条款。

制造端

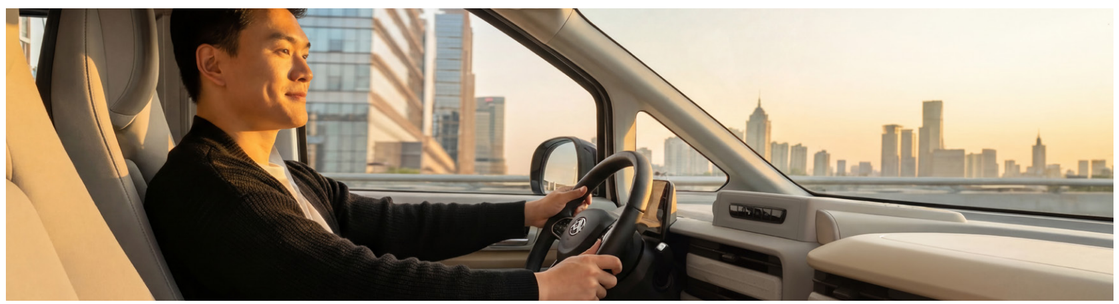
白车身焊接强度：制造过程通过焊接电流参数控制，焊点循环凿检、白车身破检等专项监控白车身焊点质量，确保白车身整车强度；

动力底盘等关键零件扭矩：通过高精枪系统控制发动机、变速箱、底盘悬架、制动系统、电池包核心部件的扭矩，系统防错保障整车行驶安全。

检验端

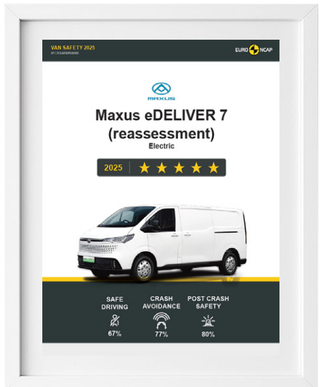
日常车辆下线后进行，通过 100% 开展整车功能相关测试，覆盖整车动力系统、制动系统、转向系统、智驾系统及电器功能系统，同时通过专项工作开展进行“查漏补缺”，确保产品安全性能；

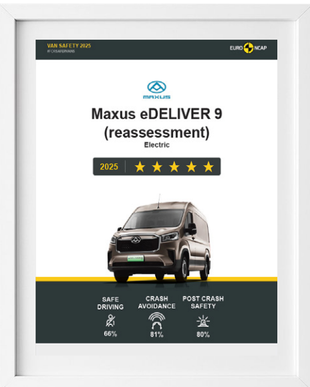
整车 EOL：制造过程 100% 进行整车功能电检，对零件管软软件 / 软件版本 / 关键控制器的功能状态进行检测。



截至 2025 年底，上汽大通持有的产品认证证书涵盖 CCC、e/E-mark 等，以及 Euro NCAP 五星安全认证。

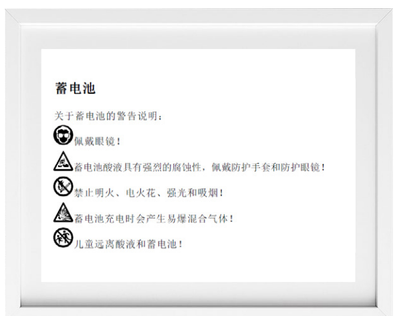
部分产品安全认证

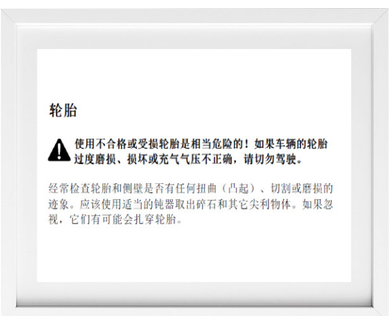




此外，公司注重产品安全宣贯，通过《产品使用手册》等正式文件，向用户提供明确的安全操作指引与风险警示。

安全警示





5.2 创新驱动

创新是大通可持续发展的核心引擎。2025 年，公司锚定汽车产业“电动化、智能化、网联化、共享化”发展趋势，聚焦新能源、智能网联、低碳材料、高效动力等核心赛道，以技术突破赋能产品升级。

公司打造四大核心研发平台，形成覆盖整车架构、新能源动力、智能网联、高效动力总成的全领域研发能力，实现多品类车型的平台化、标准化开发，大幅提升研发效率与产品质量。目前，公司主要依托上汽集团技术中心总院进行整车及零部件检测，可完成从核心零部件到整车全流程的测试验证工作，确保所有量产产品均满足国家法规要求与企业质量标准。

公司持续打造高素质、专业化、年轻化的研发人才队伍，构建完善的人才选拔、培养、激励全流程管理机制，为技术创新提供核心人才支撑。截至报告期末，公司技术中心研发团队规模达 1,008 人，其中硕士及以上学历人员占比 35%，本科及以上学历人员占比超 97%，形成了以高学历核心技术人才为主体、覆盖整车全研发流程的专业人才梯队，具备整车及核心零部件全领域自主研发能力。

2025 年研发投入 **13.55** 亿元

研发创新激励机制

公司建立与研发成果、绩效贡献强挂钩的创新激励体系，将研发项目成果、技术突破、产品量产表现等核心指标全面纳入绩效考核体系，研发专项奖励通过绩效奖金体系落地兑现，充分激发研发团队的创新活力与攻坚动力，形成“创新有回报、突破有激励”的良性研发氛围。

核心研发成果

2025 年，公司聚焦轻商三大品牌核心赛道，全年共推进 122 个研发项目，顺利完成 38 个产品项目的高质量量产上市，持续完善全品类产品矩阵，覆盖燃油、混动、纯电全动力形式，满足全球市场多元化用户需求，核心量产成果包括：

混动技术领域突破	推出全球首款柴油功率分流混动轻客 V90 PHEV，填补了柴油混动轻客市场的技术空白；高性价比混动 MPV G50 MAX 实现量产上市，进一步完善乘用混动产品布局。
纯电产品矩阵扩容	推出入门版、BUS 款等多款纯电物流车型，持续强化新能源商用车市场竞争力。
皮卡品类全球布局	皮卡 eTerron9 实现海外多区域上市，推出乘用版高盖皮卡，丰富皮卡产品谱系，持续拓展全球市场份额。

此外，公司致力于实现新能源与智能化转型，极力打造两大新能源专属架构与 “三高一低” 技术体系。

两大新能源专属架构

纯电大 VAN 架构：
聚焦极致能耗、承载与空间效率

小 VAN 架构：
主打高安全性、多能源模式与低成本优势

“三高一低” 技术体系

高
- **高电压平台：** 搭载 600/800V 系统实现超快充
- **高寿命动力电池：** 联合开发半固态电池提升续航与安全
- **高效电驱：** 集成化电驱系统综合效率提升至 93%

低
- **低成本：** 平台化开发实现核心零件共用率 80% 以有效控制成本

公司紧跟汽车产业智能化发展趋势，持续加大智能驾驶、智能地盘等技术的研发投入，构建覆盖全场景的智能技术体系，为用户提供更安全、更便捷、更智能的出行与物流解决方案。

智能舱驾



产学研协同创新与行业生态共建

公司坚持机制创新与资源整合，构建以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系，积极参与行业标准制定与行业协会工作，携手高校、行业伙伴共同推动汽车产业技术升级与高质量发展。

报告期内，公司依托上海汽车工业科技发展基金会支持，联合清华大学、同济大学、江苏大学等 5 所国内顶尖高校，持续推进 12 项产学研合作课题，覆盖混合动力控制、NVH 优化、燃料电池技术、智能网联、尾气后处理、车身优化等多个核心技术领域，核心合作项目与成果包括：

与同济大学合作开展《涡轮增压器气流噪声控制研究》课题，相关技术成功应用于企业压后消声器设计。

与上海工程技术大学合作开展《国际先进的 SDPF 涂覆技术研究》课题，为柴油机尾气后处理净化技术开发提供核心技术支撑，项目已申请发明专利 1 项，在柴油车尾气后处理系统研究领域公开发表 SCI 论文 2 篇。

与同济大学、上海理工大学、江苏大学等高校合作，在燃料电池氢安全、电动商用车电驱动桥 NVH 控制、整车多轴载荷实现、车载以太网、车身与电池包协同优化等领域开展深度研究，多项技术成果已落地应用于产品开发。

公司积极参与汽车领域相关行业协会工作，包括中国汽车标准化协会汽车分会、上海市汽车工程学会等，及时跟进行业技术动态与政策导向，主动参与行业交流与技术研讨，分享企业创新实践经验，深度参与汽车行业相关标准的制修订工作，携手行业伙伴共同推动汽车产业标准化、规范化发展。

2025 年大通参与的标准制定清单



ISO/TS 17430:2025
负压救护车
医疗舱技术规范



GB/T 40032.2-2025
电动汽车换电安全要求 第 2 部分：商用车辆



QC/T 1234-2025
旅居车辆 车内气味、挥发性有机物和醛酮类物质的要求及评价方法

知识产权管理

公司知识产权体系以商标与专利为核心，分别由品牌公关部与工程支持部实行专业化归口管理。为提升管理效能，公司构建了系统化的制度保障，先后出台《商标管理制度》《专利管理流程》《专利许可 / 转让管理办法》，实现对商标与专利申请注册的全生命周期动态跟踪，确保应注尽注、高效确权、及时维权。

针对潜在风险，公司依据《纠纷管理制度》快速响应争议，坚决捍卫合法权益。在运营层面，通过全员签署保密协议及与合作方订立严密的合同条款，清晰界定知识产权归属与使用边界，在筑牢自身权利护城河的同时，严格规避第三方侵权风险。

报告期内专利申请情况 [5]

本年度专利申请数目

67 项

发明专利	外观专利	实用新型专利	软件著作专利
44 项	12 项	9 项	2 项

本年度授权专利数目

86 项

发明专利	外观专利	实用新型专利	软件著作专利
56 项	18 项	10 项	2 项

[5] 年内授权专利包含部分 2024 年末申请数量，因此授权数略高于申请数。

5.3 产品生命周期管理

我们的目标

定量指标

以 2025 年为基础，新增可再生材料应用

2027 年目标

新增 3 个

2025年目标达成情况

已完成5款PCR再生材料内部认证

公司始终秉承可持续发展的理念，致力于构建绿色、低碳、循环的产品全生命周期管理体系。通过电池回收、低碳与循环材料的研发应用、整车节能与轻量化设计优化，以及模块化设计与循环化开发等多维度举措，我们不断优化产品的环境表现，推动产品绿色转型。

绿色材料选用

公司积极响应全球低碳发展目标，致力于推动再生材料和生物基材料的研发与应用，构建汽车内饰低碳材料应用体系，助力产品全生命周期的循环可持续发展。

截至报告期末，公司已完成 5 款 PCR（Post-Consumer Recycled）再生材料的内部技术认证，并成功应用于汽车内饰的多个部件中，减少对石油基材料的依赖，同时降低生产环节的碳排放。

公司制定了生物基材料规模化应用计划，计划自 2026 年起，将生物基材料应用于内饰门板、顶棚、备胎盖板等核心内饰部件。通过引入可再生资源（如植物基材料），进一步降低产品的碳足迹，推动汽车材料体系向绿色、可持续方向转型。



整车节能与轻量化设计

公司聚焦产品的能效提升，围绕低风阻设计和轻量化技术两大核心方向，持续优化整车设计，降低能耗与碳排放。

公司开展了整车流线型造型设计与空气动力学结构优化。通过优化车身线条、底盘护板、导流结构等多维度设计，显著降低整车风阻系数，为实现低电耗目标提供了核心技术支撑。此外，公司从轻量化材料应用、先进工艺升级、结构设计优化三大维度进行全面布局，实现整车重量进一步降低，有效提升了车辆的续航能力，同时显著降低了资源消耗。

模块化设计

公司积极推进整车模块化设计体系建设，聚焦高销量车型的高频零部件，构建高价值零件模块化库，推动零部件的标准化、平台化和通用化开发，从研发源头提升生产效率，降低资源消耗。

我们锁定了 16 款核心高通用零件，制定 12 种收敛策略，覆盖造型风格统一、功能标准化、平台化开发、配置梯度组合聚焦等多个维度，实现零件通用化率大幅提升；建立统一的高价值零件模块化库管理体系，将标准化零件纳入模块库进行全生命周期管理，减少重复开发带来的资源浪费，同时提升供应链效率与产品质量一致性。

低污染战略

上汽大通积极响应国家环保政策和全球绿色发展趋势，通过全面实施低污染战略，推动旗下车辆实现更高的环保标准。除了大力发展电动车产品线外，所有非电动车型全面符合国六排放标准，以减少污染物排放，助力绿色出行。

限用物质管理

在物料采购前，公司将对对供应商进行有关限制物质（如 RoHS 要求）的审核，确保供应商所提供的的产品符合限制物质的要求。

产品碳足迹管理

公司持续完善电动汽车电池生命周期碳足迹管理，逐步建立碳足迹计算能力。针对自主电池，公司已完成 5 款电池的数据收集及建模工作；针对外购电池，法规要求已传递至供应商，确保供应商内部已定点认证机构开展数据收集建模工作。

目前，公司已取得 2 款产品碳足迹核查声明，系统边界覆盖从摇篮到大门。



产品碳足迹核查声明 -eDeliver 3



产品碳足迹核查声明 -eDeliver 9

此外，针对动力电池碳足迹管理，公司已将其纳入运营计划。

电池护照

为应对欧盟新电池法，早日将所有电池信息应上传到护照平台，并将电池护照平台自动生成的 QR 码粘贴在每个出口电池包上，同时公司已与外部电池护照平台进行沟通；针对外购电池，调研供应商自建电池护照平台的情况，确保满足法规要求。

电池回收

作为新能源汽车产业链的重要环节，动力电池的回收与再利用是公司产品生命周期管理的核心内容之一。公司致力于建立完善的电池回收体系，当电池出现损坏或达到更换条件时，立即启动回收流程，确保废旧电池能够得到高效、环保的处理和再利用。



06

携手并进

6.1 客户关系
6.2 数据安全与隐私保护
6.3 可持续供应链
6.4 经销商管理



12 负责任消费和生产

6 携手并进

6.1 客户关系

客户关系上汽大通始终坚信卓越的服务是品牌价值的重要组成部分。公司成立用户服务部，作为践行这一承诺的关键部门，致力于构建一个高效、透明、有温度的全周期客户服务体系。

售前与售中服务

为保障产品基础功能的可用性与交互逻辑的合理性，公司在产品开发阶段设置了相应的体验验证环节，旨在从用户体验角度优化设计并完善测试标准。

在客户购车与产品使用阶段，公司建立了标准化的服务流程与主动式的体验管理机制，制定从客户接待到车辆交付的标准作业程序。

需求确认	产品体验	交易执行	产品使用
接待客户后，识别、记录其核心需求，包括用车场景、功能关注点及服务期望。	安排并陪同客户进行实车体验，过程中对车辆性能与功能进行讲解，并对客户提出的特定需求（如紧急提车）予以明确回应与可行性确认。	协助客户完成合同签署，将售后服务的初步对接前置，邀请售后顾问参与交付，以建立客户与售后服务团队的联系。	通过《上汽大通产品使用手册》向用户宣导关于座椅、轮胎等配件维护的要点，以及助于车辆的保值的方式方法。

客户声音管理与售后服务机制

公司将退换货纳入三包政策范畴，严格按照三包法规定的退换货条件执行；用户提出退换货需求后，先纳入投诉处理流程，核实是否符合法定及公司规定的退换货要求，符合条件的按流程审批办理。为了减少资源浪费，经销商将以二手车形式回购用户需换货的车辆，并向用户退还相关费用。

为全面、及时地感知用户反馈，公司制定了《客户投诉抱怨处理管理办法》，秉持“预防为主、快速响应、闭环管理”的原则，建立了客户声音收集与投诉处理体系，依托 400 客服电话与在线 IM、服务商报备系统、全不满意用户主动回访、大客户直连群到七大核心信息收集渠道，形成了线上线下、内部外部、主动被动相结合的声音矩阵。

24 小时客户服务专线
400 081 2011

所有渠道汇集的客户投诉，均通过统一的 CTM（客户跟踪管理）系统生成标准化工单，并遵循明确的流程在多级主体间流转，分派至经销商 / 服务商进行一线处理，并由各大区及总部售后服务部提供支持、跟踪与审核。

公司致力于将个案处理转化为系统改进的驱动力，建立“案例溯源 - 短板诊断 - 整改落实”机制，对所有服务不满意案例进行深度复盘，并针对高频问题拉动跨部门资源制定长效改善措施；严格落实“红黄绿灯”预警机制与投诉预防周会，对服务商关键指标（满意度、投诉率等）进行动态监控，并对中高风险报备案例“一事一议”。

2025 年亮点绩效

投诉预防成功率达	服务满意度达	投诉发生率降至
93.5%	**99.74%**	**0.36%**

差异化的特色服务

公司深度挖掘不同用户的差异化用车需求，推出特色改装与产品适配服务。为响应市场需求的多样化和个性化趋势，公司围绕客户的需求开展设计与开发工作，同时积极探索新兴市场需求，围绕社会趋势和行业发展方向，布局银发经济、智慧医疗等领域。



为不同用户群体提供多样化的产品矩阵

银发经济：老年人出行辅助解决方案

随着全球老龄化趋势加剧，老年人出行需求日益增长，公司聚焦开发适合老年人使用的福祉车，配备轮椅升降装置或无障碍坡道，提供舒适、安全的出行体验，包括可调节座椅、扶手和宽敞的车内空间，方便行动不便的老年人上下车。

应急救援：消防及灾害应对车型

公司积极研发应急救援领域的专用车，以满足快速响应和高效救援的需求：

消防车：车内配备消防设备、水箱和高压水管，支持城市和农村地区的消防工作。

救援车：专为灾害应急设计，配备搜救工具、医疗设备和人员疏散设施。

无人驾驶：专用车领域布局

随着无人驾驶技术的快速发展，公司积极探索其在专用车领域的应用，如物流配送、最后一公里运输和公共交通，同时拓展创新场景，包括无人驾驶接驳车、配送机器人以及工业和城市环境中的无人驾驶服务车。

低空经济：无人机支持车辆

随着低空经济的兴起，无人机在物流、监控等领域的应用日益广泛，公司抓住这一机遇，开发相关支持车辆，配备无人机发射、回收系统以及存储和充电设施。



宠物经济：宠物服务车

随着宠物经济的快速发展，宠物相关服务的需求持续上升，公司正在开发专为宠物服务设计的宠物美容车、宠物医疗车和宠物运输车，为宠物主人提供便捷的服务。

上门服务：移动服务专用车

随着上门服务的兴起，公司致力于开发满足小众需求的移动服务专用车，例如移动美甲车、移动理发车、按摩车和个人护理车等。

检修车：现场维修与检测解决方案

为支持需要现场维修和检测服务的行业，公司开发了一系列检修专用车，配备车载升降设备，便于现场维修和设备安装，提升现场服务效率。

智慧医疗：医疗专用车

随着医疗服务需求的增长，特别是在偏远或医疗资源不足的地区，医疗专用车的市场需求不断扩大。公司正在开发以下医疗专用车：

血压检测车：配备先进的血压检测设备，用于现场健康检查。

DR 体检车：用于移动 X 光和影像诊断的车辆，便于在偏远地区进行健康筛查。

血液透析车：配备透析设备，为无法轻松前往医院的患者提供生命支持服务。

移动诊所：功能齐全的医疗专用车，可提供疫苗接种、健康检查和小型治疗等服务。

在标准化服务的基础上，公司针对不同客户群体的特定需求，设计并提供了多项特色服务。

上门服务	为突破地理距离限制、最大化客户便利，公司系统化推广上门服务，配套专项商务政策，有效增强客户粘性。 报告期内，公司累计完成超 4 万台次主动上门服务，并计划于 2026 年将此项服务升级为标准化的“上门主动关怀活动”。
维保服务优化	针对保养等待时间长、事故车辆定损时间长等问题，公司于报告期内加大预约推广力度，落实预约绿色通道、快保工位机制；严格落实滞留车辆跟踪管理机制，建立快速响应机制，及时同步用户抱怨并针对性制定处置措施，加速问题关闭。
动力电池深度维修	针对新能源车动力电池故障，公司建立了区域性电池维修中心，提供低成本解决方案，逐步实现从“换包”向“修芯”转型，减少用户维修费用。
大客户服务保障	针对大客户，公司实施分级、专属的深度服务模式，实行“一客户一群”的直接对接机制，承诺 30 分钟内响应、24 小时出具解决方案，并配备专属售后负责人及定期的主动上门检查与拜访，确保服务体验与业务连续性。
改装车辆专项服务	针对经改装车辆的技术复杂性，公司成立专项工作组，对服务商提出了“0 拒修、4 小时响应、疑难问题 30 分钟上升、改企 24 小时支持”的明确要求与考核目标，系统性解决特种车型用户的维修难题。

此外，公司持续致力于服务网络整体效能与技术人员能力的提升，通过“核心赋能”现场培训与“智驭未来”线上课程相结合的形式，全年培训技术人员超 700 人次。

2025 年亮点绩效

“10 小时修复率”达 **96.6%**

“2 小时保养完成率”达 **91.8%**

智能化诊断工具与技术平台升级

公司以技术赋能一线维修。2025 年，轻商全球售后智能诊断平台初步建成，智能电路查询系统已在海外市场上线，升级版诊断仪已开发完成，实现了售后维修诊断、刷写一键配置，显著降低软件维护复杂度；同时，公司正在规划远程智能诊断与预防性维修体系，旨在通过车况数据监控，推动服务模式从“被动响应”向“主动预防”演进。

生态大通

上汽大通以全资子公司上汽大通汽车销售服务有限公司为核心载体，打造全链路创富生态圈——铃驹生态，聚焦奋斗者群体的用车、创富、管车全周期需求，构建一体化服务体系，以“0 门槛、0 负担、0 佣金”为核心，打通“选车 - 管车 - 找货”全链路，与产品技术形成“1+1>2”的协同效应。

截至报告期末，铃驹生态已覆盖大通、跃进、依维柯全系新能源商用车产品，全国布局服务网点超 1,000 家，生态内车辆累计运营里程近 10 亿公里。

围绕用户全生命周期核心诉求，公司打造“用车通、货源通、管车通”三大核心服务板块，形成覆盖车辆使用、货源对接、运营管理全流程的服务闭环，切实解决商用车用户行业痛点，保障用户核心权益。



全周期用车服务，降低用户用车门槛

公司推出“用车通”服务产品，以“0 门槛享原厂全周期用车服务”为核心，为用户提供覆盖租赁、备车、维保、换车全流程的用车保障，具体服务内容包括：

- **省心租：**提供全系列新能源商用车租赁服务，以国企资质为保障，打造无套路租车模式；
- **极速用：**提供一小时极速备车服务，针对用户维修需求实现 5 分钟内响应；
- **品质养：**依托整车厂专属售后服务团队，为用户提供一站式专业客户服务；
- **无忧换：**支持多场景异地换车，提供多种租车模式随心切换服务，适配用户多元运营需求。

全链路供需对接，享专属各业态优质货源

依托全国网点布局，公司打造“货源通”服务平台，以“0 佣金享专属各业态优质货源”为核心，打通司机与货主的直连对接渠道，具体服务内容包括：

- 为大通用户提供专属货源服务；
- 为司机用户对接优质货主资源；
- 为货主对接可靠司机用户；
- 实现供需双方交易直连，无差价、不抽成，简化交易流程。

全维度运营管理，助力用户降本增效

公司推出“管车通”服务产品，以“0 负担享专业一站式用车管理”为核心，为用户提供数字化、智能化的车辆运营管理解决方案，具体服务内容包括：

- **数字化管理：**实现全天候车辆信息共享、全过程车辆远程管理；
- **智能化保障：**以智能设备实现行车安全全程守护，依托智慧运营体系提升管理效率；
- **场景化用车：**提供全场景车辆按需定制服务；
- **高效化托管：**提供专业车辆托管服务，助力用户降本增效。

公司建立了全面生态伙伴模式，在传统 4S 门店的基础上，首创 8S 门店：

大通超级用户体验中心 MAXUS 8S

传统 4S			大通首创 8S	
Sales	不仅提供销售	+	Social Link	新媒体中心　更提供 数字智连 打通售前中后
Spare Parts	不仅提供配件	+	Special Customization	官方改装　更提供 一站式改装 完备车辆需求
Service	不仅提供服务	+	Supporting Ecosystem	铃驹生态　更提供 租车用车资源全链生态
Survey	不仅提供调研	+	Survey Co-creation	用户共创　更提供 品牌与用户的对话与共创

6.2 数据安全与隐私保护

我们的目标

定性指标

承诺负责任地管理所有公司机密信息与客户隐私信息

定量指标

涉及侵犯隐私的举报数量

2030 年目标

0

2025 年目标达成情况

0

信息安全主题教育覆盖率

2030 年目标

100%

2025 年目标达成情况

100%

信息安全

上汽大通已建立覆盖全业务链的信息安全与隐私保护管理体系，完善风险识别、管控处置、应急响应、意识建设的全流程管理机制，全面保障公司业务连续运营、数据资产安全与客户合法权益。目前，公司已取得 ISO 27001、ISO 27701 信息安全管理体系认证，认证范围覆盖上汽大通汽车有限公司及无锡分公司、南京分公司。





ISO 27001 信息安全管理体系认证





ISO 27701 信息安全管理体系认证

信息安全管理体系与风险管控

大通建立了系统化的信息安全管理架构，明确全流程管理规范，持续完善风险评估与漏洞管控机制，从制度、组织、执行多维度保障信息系统与数据资产安全。

公司制定了《信息安全风险评估管理条例》，明确信息安全风险识别、评估与管控的全流程管理机制，设立专项安全运营小组，负责日常信息安全工作的处置与落地，推动网络数据安全风险全流程闭环管理，针对营销、制造、供应链、海外业务等关键业务领域制定专项应急响应计划，形成常态化的风险管控体系。

同时，公司建立了标准化的信息安全事件响应与处置机制，明确机密信息违规泄露等各类安全事件的上报、处置、复盘全流程规范，同时完善全流程记录保存管理体系，保障安全事件处置的可追溯、可核查。

在事件上报与反馈环节，公司建立畅通的员工反馈渠道，员工发现钓鱼邮件等信息安全事件后，可通过信息安全公共邮箱进行反馈，由专项信息安全团队第一时间开展核查与处置，形成快速响应的闭环管理；建立信息安全奖惩机制，相关奖惩执行依据人力资源部员工奖惩管理制度落地，强化全员信息安全责任意识。

针对信息安全漏洞防控与机密信息违规泄露等突发事件，公司已建立覆盖事前预防、事中监测、事后处置的全流程控制程序，定期对控制程序的有效性开展内部审核与优化，结合年度应急演练与风险评估工作持续完善漏洞防控机制，验证应急响应机制的有效性，实现系统故障导致的生产停线事件“零发生”，全面保障业务连续稳定运营。公司同步推进 DLP 数据泄露防护项目建设，强化机密信息全生命周期管控，从技术层面防范信息泄露风险。

为了加强员工信息安全管理意识，公司按照上汽集团统一要求，每年组织开展全员网络数据安全意识培训，每年至少开展一次全员钓鱼邮件演练及专项应急演练，制定并推送信息安全意识宣贯屏保、钓鱼邮件风险预警提示，检验员工安全意识与风险识别能力，同时结合关键业务应急响应计划，强化团队应急处置能力。

信息安全培训绩效

信息安全培训覆盖率

100%

人均培训时长

4 学时

2025 年，公司荣获上汽集团年度网络安全管理竞赛最佳组织奖，信息安全管理工作获得集团层面的专业认可。

隐私保护

公司高度重视客户隐私保护工作，制定了《上汽大通个人信息安全管理条例》建立覆盖客户个人信息收集、存储、使用、传输、销毁全生命周期的保护机制，严格遵守相关法律法规要求，全面保障客户合法权益。

为确保客户个人信息的安全，规范信息处理流程，公司制定并明确了隐私政策的要求，严格限制未经授权的员工或第三方接触客户个人信息，仅允许经过授权的人员在明确的权限范围内访问和处理相关数据，同时对第三方合作方的访问权限进行严格管理，确保客户信息的安全性和合规性。

同时，公司制定了清晰透明的隐私政策，严格遵循“知情同意”原则，通过交互界面或其他适当方式，向客户明确告知个人信息的收集目的、方式、范围及使用规则，并在获得用户的明确同意和授权后，方可开始收集和处理其个人信息。隐私政策的内容采用清晰、简洁、透明且易于理解的语言，确保目标用户能够准确了解其个人信息的处理方式。

此外，公司还采取了多种技术和管理措施，确保客户个人信息的安全性，防止未经授权的访问、泄露或滥用。2025 年，公司经证实的侵犯客户隐私及遗失客户资料的投诉次数为 0，客户隐私相关违法违规事件总数为 0，全面实现客户隐私保护零事故、零投诉、零违规的管理目标。

为响应欧盟市场对车辆信息安全的严格要求，同时保障用户的隐私与车辆安全，我们在出口至欧盟的车型中引入了信息安全锁技术，旨在防止未经授权的工具或人员对车辆进行信息更改，车辆下线后，任何非授权工具均无法对车辆的电子控制单元（ECU）或其他关键系统进行信息更改。目前，公司已获得 UN R-155 车辆网络安全管理体系认证（CSMS）证书。


RDW

THE NETHERLANDS

CERTIFICATE OF COMPLIANCE

Manufacturer : SAIC MAXUS Automotive Co., Ltd

Address of the manufacturer : no.7388, Jinqiang Road, Yangpu District 200438 Shanghai China

Checks have been performed on : SAIC MAXUS Automotive Co., Ltd Cyber Security Management System

By : TÜV Rheinland Kraftfahrt GmbH

Number of report :

Type-approval Department

欧盟 CSMS 证书

有效期至 2026.7

6.3 可持续供应链

我们的目标

定性指标

优先考虑选择具有健全环境管理体系以及劳工与人权管理体系的优质供应商

定量指标

供应商评估员有关供应链环境议题和供应链劳工与人权议题培训覆盖率

2030 年目标

100%

2025 年目标达成情况

100%

电池供应商尽职调查率

2030 年目标

90%

2025 年目标达成情况

43%

大通致力于将 ESG 管理要求与韧性建设深度融入供应链全生命周期，以合规为底线、以可持续为导向、以风险防控为核心，携手上下游供应商打造稳健、绿色、负责任、高韧性的汽车产业链生态，推动全产业链协同实现高质量可持续发展。



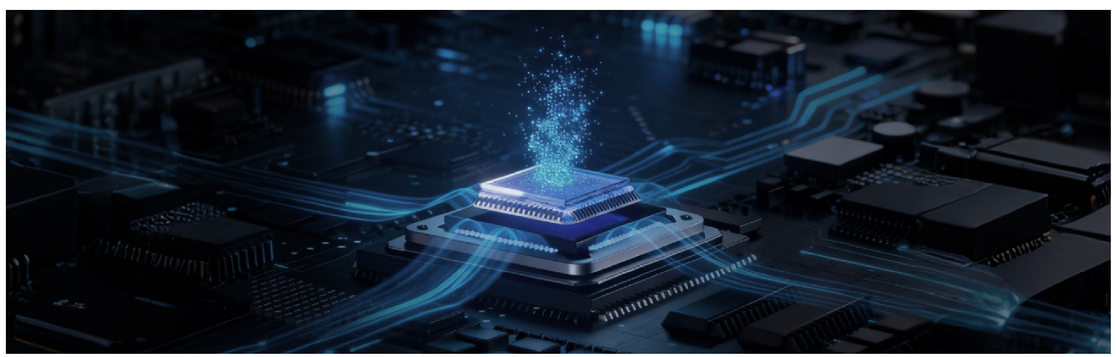
供应链韧性

公司以供应链中心为核心牵头部门，制定并发布《上汽大通供应链可持续发展管理程序》《上汽大通供应商行为准则》等专项制度文件，作为所有供应商合作的核心法律依据，明确采购全流程各环节的权责边界、履约要求、风险管控规则，形成自上而下、权责清晰的韧性建设责任体系。

公司建立覆盖“入厂检验 - 生产过程 - 售后市场 - 整车召回”全生命周期的供应链质量管控体系，执行零缺陷接收准则，针对交付质量、交付及时率等核心指标实施动态跟踪，指标异常立即触发预警，启动专项整改与帮扶，从源头规避质量问题引发的供应中断风险。

供应商质量管理

入厂端	建立严格的入厂检验机制，对供应商交付的零部件实施全批次 / 抽样检验，不合格品一律拒收，由供应商承担全部相关损失。
生产端	因供应商交付产品质量问题造成公司生产线停线的，供应商需向公司支付违约金，同时承担返工、返修、替换等全部相关费用。
售后端	明确供应商 10 年售后配件供应义务，对售后市场出现的质量缺陷，公司有权向供应商进行全额质量索赔。



针对核心结构件、关键原材料等核心供应品类，公司全面推行“主供 + 辅供”双源 / 多源供应布局，规避单一供应源断供风险；要求核心供应商报备二级、三级关键供应商名录，实现核心物料供应全链条可追溯、可管控，提前识别上游次级供应商的潜在风险。

为了进一步加强供应商质量管理，上汽大通构建了供应链协同平台，整合供应商协同、采购寻源、物流响应、质量管控及财务协同等功能，通过 EDI 与 API 接入超百家供应商系统，实时获取库存与生产数据；通过对接数据平台追踪在途物资，与核心供应商系统深度集成，动态管理线边、厂内及在途库存，保障供货稳定性。



同时，公司注重建设多元化供应链，鼓励和支持女性所有供应商、残障群体所有供应商、少数族裔所有供应商，及退役军人所有供应商在供应链中的参与。

此外，公司将合规管控作为供应链韧性建设的核心底线，明确约定了贸易合规、知识产权、数据安全、廉洁经营、环境保护等全维度合规要求，覆盖采购全流程。

供应链社会责任管理

公司将 ESG 管理作为供应商合作的核心准入门槛与刚性履约要求，制定发布《上汽大通供应商行为准则》，将环境、社会、治理要求全面传导至供应链上下游，打造负责任的供应链生态。

《上汽大通供应商行为准则》是所有供应商合作的准入前提与刚性履约要求，准则明确了劳工与人权、职业健康与安全、环境保护、商业道德四大核心维度的 ESG 管理标准与底线要求。目前，公司已建立覆盖“准入 - 履约 - 审核 - 考核 - 退出”全生命周期的供应链 ESG 管理闭环：

准入阶段	潜在供应商准入时需填写可持续发展评估表，涵盖企业经营、劳工、环境等多方面情况，并提供佐证材料；签署《上汽大通供应商行为准则》。
分级管理	根据采购额实施分类分级管理，A 类供应商每年至少安排一次现场或文件审核，B 类供应商每两年安排一次自审并改善，必要时安排现场审核。
审核流程	供应商现场审核严格执行标准化流程，审核结束后，向供应商出具《不符合项改善报告》，明确问题点与改进要求； 对于行贿、使用童工、强迫劳动、肉体胁迫与性骚扰、严重的环境与健康安全问题等零容忍项，一经发现立即启动风险升级处理，要求供应商立即完成改善。
改善管理	针对审核中发现的不符合项，供应商需在 CAP 中填写原因分析、纠正与预防措施、责任人及完成日期；公司将每月跟进供应商改善进度，直至所有严重不符合项全部关闭。
奖惩措施	对于不愿配合改善的供应商，采取减少采购份额、停止合作等处罚措施； 在环境和社会问题上表现优异的供应商，优先受邀参与公开招标及竞标项目。

公司在《上汽大通供应商行为准则》中明确了对于供应商劳工管理、职业健康、环境管理、商业道德、负责任矿产等方面的标准，并将其作为合同条款的一部分，要求供应商严格遵守，建立程序用以识别与其经营相关的劳工、健康与安全、环境以及商业道德的风险，确定各风险的相对重要程度，实施适当的程序和控制措施，以控制识别的风险并确保合规。

公司制定《供应链可持续发展管理程序》，明确从供应商选择、分类、评估审核、整改跟进到记录保持的全流程控制逻辑，并提出“零容忍项目”机制，对行贿、童工、强迫劳动、严重健康安全与环境违规等行为采取风险升级处理。这一机制体现了上汽大通在供应链治理上的底线思维，即对于可能造成严重不利影响的议题坚持严格要求并强化处置力度。通过《供应链可持续发展评估表》评审电池供应商可持续发展表现，评估人权、健康与安全、环境、商业道德负面影响因素。采购员根据各因素评定供应商分数，依此划分供应商等级至高风险、中风险、低风险，并依据不同风险等级开展相应的供应商应对措施。

同时，公司制定《供应链尽职调查白皮书》《负责任矿产供应链尽责管理控制程序》，针对锡、钽、钨、金、钴、铜、镍、锂、云母、天然石墨等矿产原材料，确定其在供应链中的位置，根据国际组织、政府机构发布的信息（如 CAHRA's 清单），建立高风险地区清单，包括但不限于受冲突影响地区、存在严重人权问题地区、环境法规执行不力地区等，确保信息的及时性和准确性，规避冲突矿产、非法开采等合规风险。

负责任矿产供应链尽责管理控制程序

风险识别与分级	尽职调查	风险处置与闭环
建立高风险地区清单，对供应商及所供应矿产进行风险评估，评估其生产场所、使用材料是否位于 / 来自受冲突影响或高风险地区，并按风险等级划分为高、中、低三级，针对不同风险等级制定差异化管控措施。	每 2 年向供应商发放 CMRT、EMRT 调查问卷，收集矿产来源、开采加工、贸易合规等信息，完成《供应链地图调查表》； 要求供应商提供相关证明文件，如矿产开采许可证、出口许可证、环境评估报告、社会责任报告、第三方审核报告等。	针对尽职调查发现的风险，制定专项风险缓解计划； 对不符合要求者发出整改通知，限期完成整改，整改后仍不符合要求的，终止合作关系； 供应商需公开供应链年度尽职调查报告，所有与冲突矿物尽职调查相关的记录，均需妥善保存至少十年。

为了应对欧盟新电池法，上汽大通制定了动力电池供应链尽职调查工作的推进路径和阶段性目标，以确保可持续发展要求逐步覆盖到所有重点供应商。目前，公司已对部分动力电池供应商开展尽职调查，在评估完成后，向每家供应商出具《不符合项整改报告》（CAP），要求供应商针对发现的问题制定整改措施和计划，并由采购部门定期跟踪整改进度，直至所有重大不符合项关闭为止，并确保相关记录留存。同时，公司将分阶段扩大评估覆盖范围，按优先次序推进执行。

第一阶段

试点评估与工具完善

选取高风险领域的核心供应商开展试点评估，对动力电池供应链中的 3 家关键供应商进行了现场审核评估，发现问题并督促整改；
完善《供应商评估表》和配套指南，对内部审核员队伍开展针对性培训，并通过实践验证评估工具的有效性。

第二阶段

扩大重点供应商覆盖

在试点基础上，将评估范围扩大至更多一线关键供应商。优先覆盖环境和劳工风险较高的供应商（如原材料提炼、关键零部件供应商等）。与此同时，建立分级分类的供应商风险名录，将评估结果纳入采购决策参考，对高风险供应商要求签署整改承诺或限制合作。

第三阶段

深化评估与全面推广

将供应链尽职调查嵌入常规采购管理流程中，制定年度审核计划，逐步实现重点供应商评估常态化。对于评估中发现的问题，建立协同改进机制，提供培训与技术支持，提升供应商整体绩效。

第四阶段

常态运营与持续改进

建立长期机制，将可持续发展尽职调查作为供应商准入和绩效考核的必要环节，对新供应商一律开展社会责任评估；
每年定期更新供应商风险评估，针对重点领域开展回访审核，巩固改进成果。通过发布年度可持续供应链报告，披露评估覆盖率、整改情况和绩效提升成果，接受利益相关方监督，不断完善提升尽职调查体系。

供应链沟通

公司为供应商及其员工、利益相关方提供反映供应链可持续发展问题的渠道，制定《供应链申诉与沟通管理程序》，建立标准化的供应链申诉与沟通机制，设置专门的申诉渠道，受理与供应链尽职调查管理相关的申诉、建议与意见，申诉方可匿名反馈并要求身份保密。

申诉电话
021-60569694-1694

公司承诺对投诉人信息进行保密，严禁打击报复举报人，对违反保密原则或打击报复举报人的员工，视情节严重程度予以处罚，严重者解除劳动合同并移交司法机关处理。

公司通过全周期、多层次的协同管理建立供应商沟通机制，针对重点项目设立专项会议机制，聚焦难点攻坚；定期组织供应链大会与供货协同会议，统筹战略方向、协调资源分配、保障交付执行，全面提升供应链协同效率与韧性。

此外，上汽大通面向供应商组织可持续供应链意识培训，围绕人权、环境、职业健康安全与管理等议题，全面提高供应商的社会责任管理能力与意识。



供应链评估员管理

为了帮助采购部门员工全面了解公司供应链社会责任管理的核心要求，公司面向供应链评估员开展了系统化的可持续供应链培训，内容涵盖环境管理、劳工人权、商业道德等方面，并保留培训记录，不断提升其对于建设可持续供应链的了解与认知。

为了激励采购部门相关员工主动推动供应商改进其社会责任表现，公司定期开展供应链评估员绩效考核，评估其在推动供应商可持续发展管理方面的表现，包括问题识别、沟通协调和改进步骤的跟踪；供应商 CSR 评估结果和改善记录将作为供应链评估员绩效考核的重要依据。

6.4 经销商管理

经销商伙伴是大通品牌发展的核心伙伴与价值共同体。我们致力于完善经销商全生命周期的管理与赋能，搭建覆盖准入审核、日常运营、考核激励、能力提升、风险管控全流程的标准化管理体系，持续推动经销商网络的健康可持续发展。

公司建立了覆盖经销商“准入 - 运营 - 考核 - 退出”全生命周期的闭环管理机制，以统一的核心标准为基础，结合市场差异灵活施策，围绕理念、实力、能力、资质四大核心维度搭建经销商准入标准体系，所有合作方均需为可独立承担民事责任的合法企业法人，筑牢合作的合规底线。

准入流程执行全流程标准化管控，设置六大核心环节：初步接洽与意向申报→初步审核与深度洽谈→资质审核与实地考察→内部评审与授权批准→合同签订与入网准备→标准化建店指导与新开业融入期辅导，每个环节均设置专人专责跟进，确保流程透明、高效、合规。此外，公司对门店选址亦有严格要求，力求每一个环节都做到便捷服务。

公司以经销商盈利可持续性为核心抓手，搭建全维度运营管控体系，覆盖经营面貌、服务流程、经营状况、客户满意度、市场行为等核心维度，同步监控单车毛利、人员配备、人均效能、试驾车管理、批零售任务达成率等关键指标，实现运营数据的常态化监测。

经销商常态化沟通

定期会议

每 3 个月 / 半年召开不同规模的经销商大会，按季度召开核心经销商专项会议，同步政策信息、研判市场趋势、解决经营痛点

日常督导

推行常态化上门寻访与现场督导，辅以销售团队临时抽检，在核查问题的同时同步提供现场赋能支持，协助经销商解决经营难题

现场巡查

执行总部月度巡查检核制度，重点核查展车陈列、库存管理、渠道运营效能等内容，同步排查经营风险与合规问题

专项帮扶

针对市场下行阶段的低效能经销商，启动专项沟通与定向指导，结合运营短板制定个性化效能提升方案，推动渠道整体质量优化

我们搭建了“结果性考核 + 过程性考核”双维度考核体系，实现对经销商全链路经营能力的全面评估，结果性考核与激励政策、渠道准入资格直接挂钩，以季度为周期实施红黄牌管理，核心关注批零售任务达成率，以此判定黄牌警告与红牌清退触发条件；过程性考核聚焦经营风险前置管控，核心监测资金能力、人均效能、试驾车合规性等指标，同步纳入投资人合作意愿作为定性评估项。

我们针对经销商不同层级人员，搭建了全覆盖的赋能培训体系，通过线上 + 线下结合的模式落地，实现能力提升的精准触达，包括但不限于产品赋能、管理能力赋能等，确保经销商全面掌握产品核心信息与卖点，夯实一线销售顾问的服务能力，提升门店中层管理能力。

绿色门店建设

我们将绿色低碳理念融入渠道建设与运营全流程，全面开展经销商网点能源使用与碳排放盘查工作，持续推进渠道绿色转型，携手经销商共同落实“双碳”目标。

2025 年，我们完成了经销商网点的碳排放盘查工作，通过抽样方法统计并估算网点建筑面积、年度用电量、单位面积能耗等核心数据。

我们将持续推进绿色网点建设，引导经销商应用绿色节能的运营模式，降低渠道运营碳排放，打造绿色低碳的经销商网络体系。



07

以人为本

7.1 员工权益与福利
7.2 员工培训与发展
7.3 职业健康与安全



7 以人为本

7.1 员工权益与福利

公司始终将员工权益保障视为企业可持续发展的基石，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》及运营所在地劳动法律法规，构建了覆盖员工全生命周期的制度管理体系，涵盖员工手册、薪酬绩效、干部选拔、培训发展等关键领域的制度管理体系，通过制度化、规范化的管理确保员工基本权益不受侵犯，并持续优化。

同时公司建立了 " 高层统筹、部门协同、基层落实 " 的三级员工权益治理架构：由总经理办公室牵头制定战略方向，人力资源部与党群工作部（含工会）协同推进政策落地，各分子公司人力资源管理部门负责属地化执行，形成权责清晰、上下贯通的权益保障网络。

员工权益与福利管理架构



2025 年，公司持续关注员工权益与福利议题，开展了全面的风险识别及机遇分析工作，确保公司能够及时、恰当地采取措施。

风险

若员工权益保障不足或福利体系缺乏市场竞争力，可能导致核心人才流失、组织效能下降，进而影响企业创新能力和市场占有率。

机遇

统化的权益保障与具有吸引力的福利体系能够提升员工归属感与敬业度，降低人力资源流失成本，形成人才集聚效应，支撑企业战略转型。

公司制定并实施了员工权益与福利风险管理流程，旨在强化员工权益保障体系、提升员工福利待遇、优化员工沟通与反馈机制，从而有效应对员工权益与福利管理方面的各种影响、风险和机遇，全面提升公司的员工满意度。

员工权益与福利风险管理流程

01 识别

通过多渠道（如员工满意度调查等）倾听员工声音，识别权益保障与福利需求。

02 评估

- 从整体满意度、党建满意度、员工信心度、员工敬业度等多维度进行影响程度的评估。
- 评估风险和机遇发生的可能性和影响程度，综合考虑公司内部管理水平、外部环境变化等因素，如员工权益保护、福利待遇等。

03 响应

基于评估结果确定优先改进事项并制定针对性策略。

04 监测

通过建立量化监测指标体系（如员工满意度趋势、人才流失率等）追踪实施效果。

05 优化

最终根据监测数据反馈持续优化制度设计与执行方式，确保员工权益保障体系与时俱进，真正实现企业与员工的共同成长。

凭借杰出的管理，截至报告期末，公司连续五年获得杰出雇主调研机构（Top Employers Institute）颁发的杰出雇主认证证书。



员工薪酬与关爱

我们的目标

目标指标

到 2030 年所有员工中获得维生工资的比例是 **100%**

截至 2025 年实际达成
100%

到 2030 年，维持 **100%** 的员工享受集体谈判协议保障

截至 2025 年实际达成
100%

持续维持正式员工五险一金缴纳率 **100%**

截至 2025 年实际达成
100%

持续维持所有员工工资条明细发放率 **100%**

截至 2025 年实际达成
100%

公司制定《薪酬管理规定》，根据公司经营状况，以岗位价值为基础，结合员工能力和绩效，建立市场化薪酬体系。

年度薪酬	员工的年度薪酬主要由月薪、年度绩效浮动奖励、专项奖励等构成。
月薪	月薪按月发放。月薪主要由基本工资、月绩效奖金构成。月绩效奖金与绩效挂钩，按相关考核方案执行。
年度绩效浮动奖励	年度绩效浮动奖励与公司经营业绩、个人绩效考核结果挂钩。
专项奖励	专项奖励主要依据公司经营业绩、重点项目攻关完成情况实施。
其他薪资待遇	其它薪资待遇包含加班工资、值班津贴、轮班津贴、高温补贴等。
保险、福利	• 按国家规定缴纳法定社会保险、住房公积金； • 公司按国家政策标准执行带薪年休假政策； • 公司为员工缴纳补充住房公积金； • 公司为员工购买补充医疗保险； • 公司在工作日每天为员工提供一顿免费工作餐，如因加班，公司免费提供当日加班餐； • 根据相关规定，提供独生子女费及托费等其它福利； • 提供三大节假日慰问品（春节、端午节、中秋节）、生日福利及防暑降温物品； • 设立健身房、爱心妈咪小屋，以及组织各类文体活动； • 对员工（男女职工均适用）给予 1,000 元生育（每胎）实物奖励； • 在公司连续工作满一年及以上的员工（不含外包工），可以申请自驾车补贴（限驾驶上汽大通品牌车辆）。

2025 年员工活动及福利（部分）



2025 年三八节妇女节活动



爱心妈咪小屋



健康跑活动

平衡工作与生活

工作时间	• 公司实施标准工时工作制，根据生产经营特点和需要，与工会协商，选择与本企业生产经营和管理相适应的特殊工时制度，并报劳动保障部门批准后实施； • 公司针对特定情况下的部分岗位设有弹性工作制或远程办公方式； • 公司原则上不鼓励加班，特殊情况下，根据有关法律规定，在不损害员工利益的前提下，公司在征得员工本人及工会同意后，根据生产经营需要安排员工加班； • 有关加班时间的确定和加班费的计算，按照公司《加班管理制度》相应规定执行。
假期	• 法定节假日按照国家规定执行， 目前元旦一天、春节四天、清明节一天、国际劳动节两天、端午节一天、中秋节一天、国庆节三天，国家有新规定的，依照新规定执行； • 公司在岗员工（连续工作满一年的）可享受年休假，公司员工可根据具体情形享受对应类型的假期，如事假、病假、婚假、产假、产前假、陪产假、哺乳假、丧假、工伤假、公假和探亲假等。

公司同样关注员工心理健康，由工会为员工提供心理沟通渠道，针对与业务相关的心理问题，协调对应部门沟通解决；针对个人及家庭相关的心理困扰，提供开导支持。

多元化与平等机会

我们的目标

目标指标

到 2030 年，实现接受多样性、歧视和平等意识培训的员工覆盖率为

目标	截至 2025 年末的实际达成
100%	100%

公司秉持“多元化人才与平等管理”的理念，吸引和选拔来自不同背景、专业和领域的人才。公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《集体劳动协定》等运营地相关法律法规，制定《招聘与配置管理规定》《薪酬管理制度规定》《价值创造与员工绩效管理制度》《干部选拔任用管理制度》等相关管理制度，建立公平合理的招聘流程、薪酬体系和晋升制度。承诺为所有员工，无论临时、兼职还是全职，给予平等对待、公平和尊重。

报告期内

公司新进员工
344 人
其中女性新进员工 **50** 人，占比 **14.53%**

员工总人数
5,387 人
其中女性员工为 **896** 人，占比 **16.63** %

高级管理层总人数
14 人
其中女性员工为 **1** 人，占比 **7.14%**

晋升员工总数为
29 人
其中女性晋升员工为 **5** 人，占比 **17.24%**

多元化与平等机会管理举措

制度保障	• 制定相关政策，并在《员工手册》明确规定公司遵循公平、公正、公开的原则，在招聘、录用、培训、晋升、薪酬福利等环节，严格遵循平等原则，杜绝任何形式的歧视。不因员工的个人特征差异而有差别对待，为所有员工提供公平的发展机会； • 对于残障员工或有特殊需求的员工，公司提供合理便利条件，如无障碍设施、灵活工作安排、辅助设备等，确保其能顺利履行工 作职责 充分参与公司各项活动； • 设立监督和投诉机制，员工可以通过匿名或实名举报歧视行为，公司确保对投诉进行及时、公正的调查和处理。
招聘渠道多元化	• 采用猎头推荐、员工自荐、线上招聘平台（网站及公众号）、校企合作、第三方机构合作等多样化渠道。
持续提供多元化和平等的晋升机会	• 公司设立专业 / 管理双序列的多元化晋升机会，且条件平等公开，做到公平公正公开。



人权保护

我们的目标

目标指标

持续维持发生童工或强迫劳动事件的数量为	到 2030 年，实现接受严禁雇佣童工和强迫劳动意识培训的员工覆盖率为	到 2030 年，实现接受严禁任何形式骚扰意识培训的员工覆盖率
目标	**目标**	**目标**
0	100%	100%
截至 2025 年达成情况	**截至 2025 年达成情况**	**截至 2025 年达成情况**
0	100%	100%

公司禁止录用童工，并对未满 18 岁未成年工提供合法保护，若发现有录用童工行为，将根据公司奖惩规定对有关负责人进行处理。同时公司每年定期开展内部审计评估业务中的童工和强迫劳动问题，截至 2025 年底，未发现任何童工或强迫劳动风险。公司承诺坚决抵制雇佣童工、强迫劳动和人口贩卖行为。

禁止雇佣童工管理举措

招聘

公司规定招聘过程中必须核实候选人的年龄，要求候选人提供身份证明（如身份证等），明确禁止雇佣未满最低法定工作年龄的员工。

核查

公司定期会对劳工人权问题进行评估和监测，其中包含童工雇佣事项，并做相应改进。

录用

员工被公司正式录用后，需携带本人身份证原件、学历与技能等级证书原件及复印件，与原单位解除（终止）劳动合同的相关证明和体检报告单到人力资源部报到并办理入职手续。

补救

针对已确认的童工、强迫劳动或人口贩运受害者，立即停止侵害，保障其安全，进行医疗救助与健康评估，并做经济补偿与权益恢复。

公司禁止任何形式的骚扰与歧视行为，包括但不限于性骚扰、种族歧视、性别歧视、年龄歧视等。这些行为表现为言语、肢体动作、文字、图像、电子信息等方式，无论发生在工作场所、公司活动还是与工作相关的线上交流平台，均在禁止之列。报告期内，公司开展《职场歧视、微歧视、职场骚扰那些事儿》线上培训，介绍职场歧视与骚扰定义，帮助员工识别与防止工作环境的不友善行为。

针对歧视和骚扰事件受害者的补救举措



员工沟通机制

我们的目标

目标指标

集体协议覆盖率维持

目标	2025 年实际达成
100%	100%

公司每年定期开展员工满意度调查，听取不同岗位与职级的员工的真实意见，以了解和满足员工的多方面需求。

员工沟通机制

常态化沟通	党工团走访、员工访谈、茶会等形式开展常态化沟通。
职工代表大会	职工代表大会每年召开一次，工会委员会全年召开三次（年头、年中、年末各一次）。
员工满意度调查	公司每年 9-10 月开展员工满意度调研，12 月底至次年 1-2 月形成初步调研报告，并细化至研发、营销、制造、职能四大板块及各部门。
举报投诉途径	公司设有专门的投诉及反馈渠道，确保员工能便捷地对工作条件、不公平待遇、骚扰与歧视 、违纪违规等问题及时反映。

公司根据《公司法》《劳动法》《工会法》等相关条例将员工代表大会机制、集体协商机制纳入公司治理章程，定期召开管理层工会代表联席会议。同时公司工会成立专人部门每年对集体协商制度进行复查。定期检查一般每年进行 1 至 2 次；不定期巡视可根据公司或各单位比较突出的安全生产、劳动保护、劳动人事、规章制度、产品质量、营销服务等问题进行巡视检查，以评估其实施效果。



2025 年政工例会



2025 年职工代表暨工会会员代表大会

公司设立了针对工作条件、劳工人权等方面的投诉与申诉渠道，并通过公开制度向全体员工宣导。收到投诉后，公司将迅速启动调查程序，由公正、专业的调查小组负责，严格保密投诉人和被投诉人信息。调查结果将及时反馈给投诉人。公司还将采取措施保护投诉人免遭被投诉人的报复，若投诉属实，将对违规者采取严肃的纪律处分，包括口头警告、书面警告、记过和解除劳动合同等；情节严重的，将移交司法机关处理 。

2025 年接收到针对违反人权与劳工权益的投诉次数为 0，产生的歧视事件和劳动违规事件均为 0。

举报投诉途径

HR 投诉邮箱： HRSSC@saicmotor.com　　**HR 电话热线：** 021 60569999 6666

纪委电话：13917035790　　**纪委邮箱：**chenliang10@saicmotor.com

工会电话（工作日）：2032 分机， 1011 分机　　**工会电话（双休、节假日）：** 13524695431



7.2 员工培训与发展

员工培训

我们的目标

到 2027 年，实现平均培训时长达

目标指标

目标

30 小时

2025 年实际达成

14.57 小时

公司承诺通过提供充足的培训支持员工的职业发展，公司面向各部门负责人发放部门需求调研问卷，实现全面赋能需求；开设个人发展计划（IDP），从考核、评估分析入手，与具有高潜力、绩效表现突出的优秀员工共同制定系统的职业发展计划，通过专项培训、轮岗、挂职锻炼等方式，不断提高员工的专业能力和管理水平。



员工培训体系

新员工入门培训	入门培训分公司级与部门级培训。公司级培训包括上汽集团及本公司企业文化、公司管理制度、质量体系、职业安全等方面知识，培训由公司人力资源部统一组织；部门级培训为上岗培训，主要由部门组织，内容以部门情况、岗位职责、岗位操作为主，采用授课或岗位带教的形式，上岗培训合格后方可独立进行岗位工作。
岗位专项培训	作为职业发展的基础，公司帮助和支持员工参加各类有助于业务知识提高和职业资格获取的培训，立足本岗位，成为岗位能手。

2025 年已开展培训总览

战略类培训	面向管理层及中层干部 & 海外精英特战队培训（海外新员工），开展 IPD 体系培训。
通用类培训	面向管理层、产品与营销干部，开展公众表达力培训，以提升产品发布、品牌宣讲、媒体访谈等能力。
高潜类培训	面向新聘任干部及年轻高潜员工，开展青干高潜班，以提升管理能力与业务技能； 面向销售区域负责人及营销高潜学员，开展营销高潜训练营。
社会责任类	搭建“i 学”内部线上学习平台，上线社会责任相关微课资源（含环境保护、职场骚扰、平等与包容、隐私保护、信息安全等内容），员工可自主学习。
特色培训	开展女性领导力培训，支持女性员工实现自我价值。

2025 年培训现场（部分）



智造学堂



技能大师工作室



应届大学生新星训练营



国内营销高潜训练营

案例　工人技能等级工认定

依托无锡工厂省级职业技能等级认定资质，针对三大工种构建五级至高级技师培养体系（线上理论 + 线下实操），2025 年内 187 名技术工人实现技能晋升（含高级工 107 名、技师及高级技师 7 名），形成管理与技能并重、价值清晰、治理完善的人才发展机制。



员工发展

我们的目标

目标指标

一般员工级别以上人员参加职级切换

目标	2025 年实际达成
100%	100%



公司始终将人才视为企业可持续发展的核心驱动力。为构建具有市场竞争力的人才发展生态，公司于 2025 年下半年启动职位职级体系改革，并于 2025 年底前完成一般员工级别以上层级的全面切换，建立以价值贡献为导向、覆盖 25 个职级的双通道职业发展体系，突破传统行政层级（原 A-I 岗 9 级及 4 个管理层级）的单一晋升瓶颈，推动员工发展，促进人员有序流动，实现从 " 层级管理 " 向 " 价值管理 " 的转型。

公司设立管理序列与专业序列并行的双通道发展模式，打破 " 唯职务晋升 " 的传统路径，为员工提供技术、营销、销售、职能等多维度的专业发展序列。通过优化头衔管理体系，增强员工的职业成就感与组织认同感，满足员工个性化、多元化的成长需求，确保各领域的专业人才均能获得与其价值贡献相匹配的职业认可与发展空间。

员工绩效管理

目标制定	• 根据公司 BPD 目标分解情况，制定员工个人绩效目标，引导员工聚焦价值创造，坚持结果导向，形成关键绩效实施计划。
评估方式	• 2025 年起聚焦价值创造导向，将绩效评价结果细化为 A+、A、A-、B+、B、C+、C、D 八档； • 绩效考核原则上每半年实施一次。
过程管理	• 考核人需定期及时关注员工的绩效计划实施情况，发现问题及时督促、帮助解决； • 公司、部门业务目标发生调整时，个人绩效目标同步进行调整； • 公司和部门根据员工需求提供适当培训和资源支持； • 考核结束后，考核人须与被考核人进行绩效反馈，肯定业绩、指出不足，为被考核人绩效改进、能力提升和后续发展指明方向，同时针对价值创造方面的问题提出改进建议； • 绩效结果是月绩效奖金、年度绩效浮动激励、薪酬调整、职位职级调整和劳动关系管理等工作的依据。

7.3 职业健康与安全

公司严格依据《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，将员工的健康与安全放在首位，致力于为员工打造健康安全的职场环境。截至报告期末，上汽大通、南京分公司、无锡分公司、无锡申联、房车科技均已顺利通过 ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系审核并获得认证，覆盖主要运营工厂。



总部及无锡分公司



南京分公司



无锡申联



房车科技

公司总经理为公司安全环保第一责任人，负责审核与发布公司的安全生产相关政策，对重大安全问题做出决策。安全管理部门履行安全监督管理职责，并根据部门实际情况制定相应的安全生产管理制度，定期开展安全生产隐患排查。

决策层	公司总经理对安全生产工作负全面领导责任，审定年度安全生产目标与投入预算。
管理层	分管安全副总经理负责具体监督执行，组织制定并实施年度安全检查与隐患排查治理计划。
执行层	各部门及子公司负责人承担所辖范围的主要管理责任，落实 " 管业务必须管安全 " 的要求。
操作层	各岗位员工对本岗位安全负有直接责任，享有拒绝违章指挥和强令冒险作业的权利。

公司始终坚持“遵纪守法，以人为本，关爱员工，预防为主，持续改善”的职业健康安全管理方针，承诺为员工创造一个安全，健康，舒适的生产作业与办公环境，减少职业危害，关爱员工。

公司安全管理部门每年围绕整个工作区域开展风险控制与隐患等级评估，并形成《危险源辨识及风险控制评价表》等相关文件，为制定职业健康与安全策略提供信息支撑，确保公司在职业健康安全管理方面能够迅速、合理地做出决策。

生产风险识别流程

组织全体员工对生产系统、设备设施、操作行为、职业健康、环境条件、工作场所、安全管理等方面存在的风险进行全方位全过程分析辨识。	结合自身可接受风险实际，制定事故（事件）发生的可能性、严重性、频次、风险值的取值标准和评价级别，进行风险评价，形成《危险源辨识及风险控制评价表》。	总经理批准，下发各部门指导各部门的安全管理工作。

生产风险管控措施

日常管理	• 通过 "i 大通 " 数字化平台，实现隐患随手拍实时上传； • 生产设备点检巡检，特种设备定期委外检测； • 日常检查、定期综合检查与专项与季节性检查； • 员工定期职业健康体检，提供相应的劳动防护用品； • 每年定期开展专项安全应急演练。
安全风险辨识及评价	• 每年开展职业危害与危险源检测； • 每年围绕整个工作区域开展风险控制与隐患等级评估。

生产安全

我们的目标

目标指标

员工三级安全培训覆盖率为
目标
100%
截至 2025 年达成情况
100%

因工伤造成的死亡人数为
目标
0
截至 2025 年达成情况
0

因工伤造成的重伤人数为
目标
0
截至 2025 年达成情况
0

火灾、爆炸、水淹等事故数量为
目标
0
截至 2025 年达成情况
0

承包商《安全生产责任协议书》签订率
目标
100%
截至 2025 年达成情况
100%

公司建立了分层次、分类别的职业健康安全教育培训体系，确保员工具备必要的安全生产知识、技能和应急处理能力。2025 年对新进员工、班组长、工段长、现场管理人员进行安全培训共计 2,336 人次。

公司级	培训安全生产法律法规、企业安全规章制度、劳动纪律、作业场所危险因素及应急措施、典型事故案例。
部门 / 车间级	部门安全生产状况与特点、主要危险因素及安全事项、预防工伤事故和职业病的措施、事故应急处理。
班组级	岗位安全操作规程、岗位间工作衔接配合的安全事项、劳动防护用品性能及正确使用方法、现场应急处置。

多层次安全检查体系

日常检查机制	• 班组级：每日开班检查、交班检查及生产线操作安全巡查，重点排查工艺系统、基础设施、技术装备的危险状态； • 科室 / 车间级：每周由科室（车间）负责人组织巡回检查，严格履行交接班制度，检查结果上报部门。
定期综合检查	• 部门级：每月由部门负责人带队开展安全自查，重点检查本部门安全状况，对不能单独整改的隐患提交安全管理部门协调解决； • 公司级：每月由党政领导带队，安全管理部门牵头，联合工会及相关职能部门开展全方位安全检查，排查结果纳入绩效考核。
专项与季节性检查	• 专项 / 专业检查：针对特种设备（压力容器、起重设备、冲剪压设备）、危险化学品管理、电气安全、建筑设施及施工作业等高风险领域，由各专业管理部门组织专项检查，特种设备按检验周期定期送检； • 季节性检查：包括防雷接地、防台防汛、防暑降温 / 防冻保暖、防火检查，于季节到来前完成准备，消除季节性风险； • 节假日检查：国定假日前由公司党政领导带队开展综合检查，确保节日加班及节前生产检修活动安全措施到位。

同时，员工可通过 i 大通 - 隐患随手拍程序或线下自查形式，上传隐患具体照片、部位及具体描述内容。公司接收到隐患后，将依据具体情况分配至具体负责部门针对性整改，并跟踪其关闭。



大通隐患随手拍页面

公司将承包商、服务商、劳务派遣人员等相关方纳入统一的安全管理体系，实施 " 准入 - 监管 - 退出 " 全生命周期管理。

安全准入与合同管理	• 资质审查：采购主管部门在选用相关方时，开展安全准入评审，评审涵盖安全生产标准化建设、安全诚信、安全 " 黑名单 " 等情况，严禁将项目发包给不具备安全生产条件或相应资质的单位； • 合同约束：在签订商务合同的同时，必须签署《安全生产责任协议书》，明确双方在安全生产、消防、职业健康和环境保护方面的权利义务。
过程监管与教育	• 三级安全教育：所有进入公司的承包商人员必须完成三级安全教育（公司项目区域教育、供应商项目组教育、施工班组教育），经考核合格后方可办理出入证件； • 现场监管：相关方主管部门与作业所属区域主管部门实施双重监管，对作业全过程进行安全风险辨识与防护措施审核；安全主管部门负责危险作业审批（动火、临时用电、有限空间、登高作业），执行 " 先审批、后作业 " 原则； • 设备设施管控：承包商自带设备、电动工具等必须在进入现场前向甲方提供清单，经甲方验收合格后方可使用；特种设备需提供备案登记信息及人员资质证书。
绩效评估与退出机制	• 违章处罚：建立《相关方现场安全管理规定》，对违反禁烟规定、危险作业未审批、擅自拆除安全防护设施等行为实施经济处罚，罚金直接从安全抵押金或合同款中扣除； • 评估与续用：项目结束后，相关方需持项目验收凭证办理安全抵押金退款手续；相关方安全生产评估结果作为后续招标与续用的重要依据。

职业健康

我们的目标

目标指标

职业危害岗位员工体检（岗前、中、后）覆盖率为

目标
100%

截至 2025 年达成情况
100%

职业病发病员工人数为

目标
0

截至 2025 年达成情况
0

公司坚信，保障每一位员工及相关方的职业健康与安全是企业可持续发展的基石。我们承诺建立并持续完善覆盖全员、全过程、全方位的职业健康安全治理体系，承诺积极开展健康和安全风险评估并提供充足的个人防护装备，为所有员工提供安全的工作环境，致力于实现 " 零伤害、零职业病、零事故 " 的卓越安全目标。

作业环境管理

危害因素监测	定期开展作业环境检测，对粉尘、毒物、噪声等职业病危害因素进行定点监测，确保符合职业健康安全标准。
个体防护	按照国家标准及岗位风险等级配备劳动防护用品，包括但不限于防毒面具、耐酸碱手套、防毒口罩、耳塞等，建立发放签收制度，并监督现场人员正确佩戴使用。
职业健康监护	对接触职业病危害因素的岗位人员，组织上岗前、在岗期间、离岗时的职业健康检查，建立职业健康档案，体检不合格人员及时调离原岗位。
作业环境改善	为减轻工人肌肉劳损，公司引入机械臂等自动化设施，使用辅助搬运设备（如传送带、升降平台），减少纯人力搬运与上肢重复劳作；针对无法避免的重体力或重复性岗位，采用 2-3 人协作模式，降低劳动损伤风险。

公司通过开展安全生产月、消防安全月等宣传活动，不断强化员工安全意识。在应急管理方面，公司已围绕 IT 机房、火灾爆炸、用电安全、危险化学品、有限空间作业、电梯安全等各项风险内容制定应急预案，并定期开展现场处置演练。



11 月开展全国消防安全月宣传活动，组织疏散演练

08

社会贡献

8.1 乡村振兴与公共设施建设
8.2 慈善捐助
8.3 社区活动
8.4 地方服务
8.5 全民创富



8 社会贡献

大通立足汽车产业优势，持续完善社区服务生态，守护用户出行安全与服务体验。

8.1 乡村振兴与公共设施建设

为了支持城乡公共设施建设，公司制定了“村村通 + 客货邮一体化”交通基建方案，规划 150 个“星际皮卡站” 城乡物流节点建设，提供乡村定制化轻客、皮卡，打造兼具物流集散、车辆维保、直播电商功能的“星际皮卡站”，首批 30 个“星际皮卡站”在滇、黔等落地运营，覆盖中西部 80 城 150 乡镇。

报告期内，上汽大通 “星际计划”助农推广启动仪式在与云南省兰坪县隆重举办，为农人设立专项基金，计划以 1,500 万公益基金，依托大通超级新媒体中心的技术与流量，直播电商带货助力农人增收。同时开展直播培训，提高农户数字素养能力。

“星际计划”着眼于乡村振兴的多元价值与长远效益。产业升级层面，通过聚焦兰坪松茸等地理标志产品，带动冷链包装、物流运输等上下游配套产业发展；就业增收层面，除直接带动农户销售增收外，还将培育一批懂直播、会运营的“新农人”，实现“一人直播、一户增收、一村带动”的辐射效应，“手把手”的实操培训让农户从“被动接受帮扶” 转向“主动运用数字工具创富”，为乡村留下“带不走的数字能力”；在城乡协同层面，既让城市消费者通过直播溯源买到原生态农产，也将汽车工业技术、市场运营经验引入乡村，缩小城乡数字与产业差距。

此外，为解决松茸、蓝莓等农产品位置分散、运输困难的问题，公司为兰坪县农户提供运输车辆，为田间采摘、短途运输提供可靠支撑，实现了农产品“直送目的地”，大幅提升了新鲜食材的供应效率。同时，“星际计划”更以大通超级新媒体中心的技术支撑开展直播培训、打造“原产地直播日”；更联合兰坪县政府成立联合工作组，共建“数字兰坪直播基地”，实现从“单一助销”到“产业造血”的升级。

此外，针对乡村地区地域广、用户分散、服务网点覆盖有限的特征，持续推动服务网络向县域、乡村下沉。针对渝东南等乡村及偏远地区地广山多、用户分散、维保服务半径大的痛点，公司推出服务车上门维保模式，将售后维保服务直接送到用户家门口，切实解决乡村及偏远地区用户维保难、抢修慢的问题。

截至 2025 年底，仅渝东南地区已累计完成上门服务 1,587 台次，服务行程超 12 万公里，获得了乡村用户的高度认可，保障乡村用户日常生产生活的出行安全与便利。





8.2 慈善捐助

赈灾救援

2025 年 1 月 7 日，西藏日喀则市定日县发生 6.8 级地震。灾情发生后，上汽大通西南大区第一时间梳理灾区急需物资清单，快速统筹调配车辆与救援物资，启动专项抗震援助计划。

依托区域高效联动部署，大通紧急调配 11 辆大通皮卡，凭借车辆动力强劲、装载量大的优势，足额搭载饮用水、食品、棉被等价值近 20 万元的灾区急需物资，第一时间将紧缺物资送到受灾群众手中，为高寒震区的群众送去切实温暖与生活保障。

西南大区同时协调售后启动 " 情系日喀则，携手渡难关 " 专项客户关怀服务，为灾区客户提供免费全车安全检测，24 小时救援服务及灾后理赔绿色通道，确保灾区客户用车安全。

面对突发地震灾情，团队成员没有丝毫迟疑，以最快速度响应、最实行动驰援，展现了上汽大通心系群众、勇担社会责任的企业温度，用实际行动践行了守望相助、共克时艰的初心。





8.3 社区活动

案例　百变大拿街区活动

2025 年端午节，大通以“百变大拿·粽装出街”为主题，打造了一场融合端午文化、创业灵感与福利狂欢的沉浸式市集体验。

当日，公司经典车型（纯电智慧轻客大拿 V1）化身“粽子车”，化身为一辆会“包粽子”的移动创富空间。活动现场，参与者不仅可以免费领取福利、亲手制作端午香囊，还能通过合影并晒出话题赢取神秘好礼，更有机会报名成为一日摊主，参与餐车的后续改造计划。

作为中国商用车行业首个开启 618 大促的汽车品牌，上汽大通豪掷 10 亿基金开启年中钜惠，以真金白银为创业者铺路，更有 1 亿元退役军人专项创业基金，至高 3 万元创业礼遇助力退役军人勇闯商海。

当一辆车能化身“移动商铺”，当一次购车能撬动创业杠杆，“大拿”早已超越交通工具的定义，成为新时代创富浪潮中的标志性符号。





8.4 地方服务

2025 年，第八届中国国际进口博览会将在国家会展中心（上海）盛大启幕。上汽大通以官方指定政要接待用车的身份，承担起迎接四海宾朋、护航与会政要的重要使命。

上汽大通以“国宾产品 + 国宾服务”的双重高标准，为进博会打造定制化出行体验，这种形式已延续了十余年。自 2014 年 G10 车型首担 APEC 峰会、青奥会指定用车以来，上汽大通已连续护航抗战胜利 70 周年大阅兵、G20 峰会、博鳌亚洲论坛等重大活动，并逐步形成 G20、G10、G50、G90 等车型的矩阵化服务能力，不断推动中国智造迈向高端化、全球化的进程。

8.5 全民创富

上汽大通提出一站式创富生态——铃驹生态，以“0 门槛、0 负担、0 佣金”为核心，打通“选车 - 管车 - 找货”全链路，与产品技术形成“1+1>2”的协同效应。

铃驹生态依托全国 1,000+ 线下门店服务网络，推出普惠性就业创业扶持举措，通过低门槛的灵活用车方案，大幅降低从业者入行门槛；同时为新入行的创业群体提供专项创富基金支持，切实缓解起步资金压力，帮助更多群体通过货运行业实现稳定就业与自主创业，助力稳就业、保民生的社会发展目标落地。



附录

关键指标绩效表

环境绩效

环境管理

指标	单位	2025 年数值
环保总投入	万元	2,269.68
环保培训资金投入	万元	6.00
环保培训覆盖人数	人	4,113
环保培训覆盖率	%	71.52
环保培训累计时长	小时	15,179.77

废水

指标	单位	2025 年数值
废水排放总量	吨	330,874.83
化学需氧量（COD）排放量	吨	64.40
氨氮（NH_3-N）排放量	吨	0.50
总磷（以 P 计）排放量	吨	0.06
总氮（以 N 计）排放量	吨	6.21

废气

指标	单位	2025 年数值
废气排放总量	吨	2,177.53
硫化物（SOx）排放量	吨	0.16
氮氧化物（NOx）排放量	吨	13.34
挥发性有机化合物（VOC）排放量	吨	86.38
颗粒物排放量	吨	2.40

环境绩效

固体废弃物

指标	单位	2025 年数值
一般固体废弃物处置量	吨	34,867.64
一般固体废弃物回收利用量	吨	34,867.64
危险废弃物产生量 [6]	吨	2,374.49
危险废弃物转移量	吨	2,339.62
危险废弃物回收利用量	吨	437.06
危险废弃物处置量	吨	1,902.56
生活垃圾产生量	吨	1,058.59

水资源利用

指标	单位	2025 年数值
总取水量	万吨	170.54
重复用水量	万吨	5.12
总耗水量	万吨	137.45
耗水强度	万吨 / 万元营收	0.49

[6] 数据说明：报告期内，危险废物产生量与转移量的细微差异源于部分危险废物在合规期限内于专用危废仓库暂存，未在当期完成转移。公司危险废物管理全过程符合国家相关法规要求。

环境绩效

能源利用

指标	单位	2025 年数值
综合能耗	吨标煤	41,486.09
天然气	m^3	14,762,044.60
柴油	千克	1,083,384.90
汽油	千克	485,165.32
外购蒸汽	GJ	12,446.64
外购电力	kWh	155,699,090.15
光伏发电量	kWh	30,426,277.76
光伏发电占比	%	19.54
综合能耗强度	吨标煤 / 百万元营收	1.48
清洁能源消耗	吨标煤	23,372.91
天然气	吨标煤	19,633.52
光伏发电	吨标煤	3,739.39
清洁能源占比	%	56.34

温室气体排放 [7]

指标	单位	2025 年数值
总排放量	吨二氧化碳当量	8,756,440.70
范围一	吨二氧化碳当量	26,266.70
范围二（基于位置）	吨二氧化碳当量	74,150.43
范围三	吨二氧化碳当量	8,656,023.57
排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万营收	313.34

[7] 固定源排放因子由 IPCC 原始排放因子及燃料的低位热值通过转换得出。其中 IPCC 原始排放因子来自《IPCC 国家温室气体清单指南 2019 年修订版》能源卷第二章，低位热值来自于《综合能耗计算通则 GBT2589-2020》。电力排放因子来源于中华人民共和国生态环境部《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》，分别取全国、上海市、江苏市的电力排放因子。

社会绩效

雇佣

指标		单位	2025 年数值
员工总数		人	5,387
按性别划分	男性员工人数	人	4,491
	女性员工人数	人	896
	女性员工占比	%	16.63
	男性员工占比	%	83.37
按职级划分 [8]	高级管理层员工人数	人	9
	中级管理层员工人数	人	213
	基层员工人数	人	5,165
	高级管理层员工占比	%	0.17
	中级管理层员工占比	%	3.95
	基层员工占比	%	95.88
按年龄组别划分	30 岁及以下员工人数	人	955
	31-40 岁员工人数	人	2,650
	41-50 岁以上员工人数	人	486
	50 岁以上员工人数	人	1,296
	30 岁及以下员工占比	%	17.73
	31-40 岁员工占比	%	49.19
	41-50 岁以上员工占比	%	9.02
	50 岁以上员工占比	%	24.06
按地区划分	中国大陆地区员工人数	人	5,387
	港澳台地区员工人数	人	0
	海外国家及地区员工人数	人	0
	中国大陆地区员工占比	%	100.00
	港澳台地区员工占比	%	0.00
	海外国家及地区员工占比	%	0.00

[8] 数据说明：高级管理层为高管级及以上员工，含董事长、CEO / 总裁、集团副总裁、核心业务板块总经理等；中级管理层为部门经理级员工。

社会绩效

雇佣

指标		单位	2025 年数值
按学历划分	本科及以上学历员工人数	人	2,971
	本科以下员工人数	人	2,416
	大学本科学历员工占比	%	55.15
	大学专科学历员工占比	%	44.85
按民族划分	少数民族员工人数	人	98
	少数民族员工占比	%	1.82
员工构成 - 其他	残疾员工人数	人	26
	残疾人员工占比	%	0.48
管治架构与员工多元化	高层管理女性占比	%	11.11
	高层管理男性占比	%	88.89
研发人员总数		人	990
研发人员构成 - 按年龄组别划分	30 岁及以下员工人数	人	161
	31-40 岁员工人数	人	536
	41-50岁员工人数	人	260
	50岁以上员工人数	人	33
	30岁及以下员工占比	%	16.26
	31-40 岁员工占比	%	54.14
	41-50 岁员工占比	%	26.26
	50 岁以上员工占比	%	3.33
研发人员构成 - 按学历划分	博士人数	人	8
	硕士人数	人	343
	大学本科人数	人	611
	大专及以下人数	人	28

社会绩效

雇佣

指标		单位	2025 年数值
研发人员构成 - 按学历划分	博士占比	%	0.81
	硕士占比	%	34.65
	大学本科占比	%	61.72
	大专及以下占比	%	2.83
新进员工人数		人	344
按性别划分	男性员工人数	人	294
	女性员工人数	人	50
	女性员工占比	%	14.53
	男性员工占比	%	85.47
按年龄组别划分	30 岁及以下员工人数	人	165
	31-50 岁员工人数	人	167
	50 岁及以上员工人数	人	12
	30 岁及以下员工占比	%	47.97
	31-50 岁员工占比	%	48.55
	50 岁及以上员工占比	%	3.48
按地区划分	中国大陆地区员工人数	人	344
	港澳台地区员工人数	人	0
	海外国家及地区员工人数	人	0
	中国大陆地区员工占比	%	100.00
	港澳台地区员工占比	%	0.00
	海外国家及地区员工占比	%	0.00

社会绩效

员工权益与福利

指标		单位	2025 年数值
歧视事件总数		起	0
劳动违规事件总数		起	0
有权享受育儿假的员工总数		人	644
按性别划分	男性员工人数	人	479
	女性员工人数	人	165
报告期内休育儿假的员工总数		人	398
按性别划分	男性员工人数	人	296
	女性员工人数	人	102
育儿假结束后在报告期内返岗的员工总数		人	352
按性别划分	男性员工人数	人	269
	女性员工人数	人	83
育儿假结束后在报告期内返岗率[9]		%	54.66
按性别划分	男性员工人数	%	56.16
	女性员工人数	%	50.30

员工培训与发展

指标		单位	2025 年数值
员工受训情况	接受过技能培训人员总数	人	496
	培训总时长	小时	78,499
	人均培训时长[10]	小时	14.57
期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	绩效考核覆盖率	%	100.00
	男性员工	%	100.00
	女性员工	%	100.00
	高级管理层	%	100.00
	中级管理层	%	100.00
	普通员工	%	100.00

[9] 计算公式：休育儿假的员工返岗率 = 育儿假结束后返岗的员工人数 / 上一年度育儿假结束后在报告期内返岗的员工人数 *100%。
[10] 计算公式：员工接受培训人均时长 = 培训总时长 / 员工总数。

社会绩效

职业健康与安全

指标	单位	2025 年数值
因工伤造成的死亡人数	人	0
可记录工伤的数量	起	5
可记录工伤比率（乘以 200,000 工作小时计）[11]	%	0.09
可记录工伤比率（乘以 1,000,000 工作小时计）[12]	%	0.44
安全应急演练	次	599
安全培训时长	小时	142,512
安全宣传	次	305
安全推广活动	次	144
安全计划巡查	次	617
安全非计划巡查	次	289

可持续供应链

指标		单位	2025 年数值
供应商总数		家	2,380
新进供应商总数		家	370
按地理位置划分	中国（含港澳台）	家	2,376
	海外	家	4
供应商书面调查覆盖率		%	19.58
累计共评审供应商数量		家	466
电池供应商尽职调查覆盖率		%	42.86

[11] 计算公式：可记录工伤比率（乘以 200,000 工作小时计）= 工伤发生次数 / 员工总工作时长 *200,000。
[12] 计算公式：可记录工伤比率（乘以 1,000,000 工作小时计）= 工伤发生次数 / 员工总工作时长 *1,000,000。

社会绩效

涉及产品和服务信息与标识的违规事件

指标		单位	2025 年数值
因违反规定而受到罚款或处罚的事件	产品	起	0
	服务	起	0
因违反规定而受到警告的事件	产品	起	0
	服务	起	0

涉及市场营销（包括广告、促销和赞助）的违规事件

指标		单位	2025 年数值
因违反规定而受到罚款或处罚的事件	产品	起	0
	服务	起	0
因违反规定而受到警告的事件	产品	起	0
	服务	起	0

产品侵权管理

指标	单位	2025 年数值
经确认的产品侵权事件或相关的诉讼案件总数	起	0
经确认的产品被侵权事件或相关的诉讼案件总数	起	0

治理绩效

重大违法违规事件

指标	单位	2025 年数值
发生罚款的事件	起	0
发生非金钱制裁的事件	起	0
对本报告期内发生的违法违规行为处以的罚款	人民币元	0

商业道德

指标	单位	2025 年数值
经确认的腐败事件总数	起	0
员工由于腐败而被开除或收到纪律处分的事件总数	起	0
由于腐败相关的违规事件，与业务合作伙伴的合同被终止或未续订的事件总数	起	0
开展贪污腐败相关事件的风险评估的场所覆盖率	%	100.00
反欺诈主题教育覆盖率	%	100.00
利益冲突主题教育覆盖率	%	100.00

GRI 索引表

全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》（2021）

GRI 内容索引	
使用说明	上汽大通在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日符合 GRI 标准编制报告。
使用的 GRI1	GRI1: 基础 2021
适用的 GRI 行业标准	无

根据“GRI”原则，结合上汽大通重要性议题识别结果形成此对标索引表。其中，公司经综合判断，将以下议题识别为非重要性议题（不在对标索引表中呈现）：GRI201 经济绩效、GRI202 市场表现、GRI207 税务、GRI101 生物多样性、GRI410 安保实践、GRI411 原住民权利、GRI415 公共政策。

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
一般披露					
GRI2: 一般披露 (2021)	2-1 组织详细情况	关于上汽大通	不适用“从略”		
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告			
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告			
	2-4 信息重述	本报告为首份可持续发展报告，不涉及信息重述			
	2-5 外部鉴证	附录 - 独立审验声明			
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于上汽大通			
	2-7 员工	以人为本			
	2-8 员工之外的工作者	从略	2-8-a 2-8-b 2-8-c	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。
一般披露					
GRI2: 一般披露 (2021)	2-9 管治架构和构成	可持续治理 -ESG 治理架构 合规筑基 - 公司治理	2-9-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-10 最高治理机构的提名和遴选	从略	2-10-a 2-10-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-11 最高治理机 构主席	从略	2-11-a 2-11-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	可持续治理 -ESG 治理架构			
	2-13 为管理影响的责任授权	可持续治理 -ESG 治理架构			
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	可持续治理 -ESG 治理架构			
	2-15 利益冲突	合规筑基 - 商业道德	2-15-b	不涉及	本公司非股份制公司，不涉及向股东披露利益冲突事项
	2-16 重要关切问题的沟通	可持续治理 - 利益相关方沟通活动			
	2-17 最高治理机构的共同知识	可持续治理 -ESG 治理架构			
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	从略	2-18-a 2-18-b 2-18-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-19 薪酬政策	从略	2-19-a 2-19-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-20 确定薪酬的程序	从略	2-20-a 2-20-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
一般披露					
GRI2: 一般披露 (2021)	2-21 年度总薪酬比率	从略	2-21 a 2-21-b 2-21-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	2-22 关于可持续发展战略的声明	董事长致辞			
	2-23 政策承诺	合规筑基 - 商业道德 -			
	2-24 融合政策承诺	合规筑基 - 商业道德 -			
	2-25 补救负面影响的程序	合规筑基 - 商业道德 -			
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	合规筑基 - 商业道德 -			
	2-27 遵守法律法规	附录 - 关键指标绩效表			
	2-28 协会的成员资格	关于上汽大通 - 荣誉、资质与认证			
	2-29 利益相关方参与的方法	可持续治理 - 利益相关方沟通活动			
	2-30 集体谈判协议	以人为本 - 员工沟通机制			
实质性议题					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-1 确定实质性议题的过程	可持续治理 - 实质性议题评估及确定			
	3-2 实质性议题列表	可持续治理 - 实质性议题评估及确定			
	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定			
间接经济影响					
GRI203: 间接经济影响 (2016)	203-1 基础设施投资和支持性服务	贡献社会			
	203-2 重大间接经济影响	从略	203-2 a 203-2 b 203-2 c	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
采购实践					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 携手并进 - 可持续供应链			
GRI204: 采购实践 (2016)	204-1 向当地供应商采购的支出比例	从略	2-18-a 2-18-b 2-18-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
反腐败					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 合规筑基 - 商业道德			
GRI205: 反腐败 (2016)	205-1 已经进行腐败风险评估的运营点	合规筑基 - 商业道德			
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	合规筑基 - 商业道德			
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	关键指标绩效表			
反竞争行为					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 合规筑基 - 商业道德			
GRI206: 反竞争行为 (2016)	206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	合规筑基 - 商业道德			
物料					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 绿色运营 - 物料使用			
GRI301: 物料 (2016)	301-1 所用物料的重量或体积	绿色运营 - 物料使用	301-1 a.i	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
物料					
GRI301: 物料 (2016)	301-2 所用循环利用的进料	从略	301-2	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。
	301-3 再生产品及其包装材料	从略	301-3	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。
能源					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 绿色运营 - 能源利用			
GRI302: 能源 (2016)	302-1 组织内部的能源消耗量	绿色运营 - 能源利用 关键指标绩效表			
	302-2 组织外部的能源消耗量	从略	302-2-a 302-2-b 302-2-c	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。
	302-3 能源强度	关键指标绩效表			
	302-4 减少能源消耗	绿色运营 - 能源利用			
	302-5 产品和服务的能源需求下降	产品责任 - 产品生命周期管理			
水资源和污水					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 绿色运营 - 水资源利用			
GRI303: 水资源和污水 (2018)	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	绿色运营 - 水资源利用			
	303-2 管理与排水相关的影响	绿色运营 - 水资源利用			
	303-3 取水	绿色运营 - 水资源利用			
	303-4 排水	绿色运营 - 污染物排放			
	303-5 耗水	关键指标绩效表			

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
排放					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 气候行动 - 温室气体排放 绿色运营 - 污染物排放			
GRI305: 排放 (2016)	305-1 直接（范围 1）温室气体排放	气候行动 - 温室气体排放 关键指标绩效表			
	305-2 能源间接（范围 2）温室气体排放	气候行动 - 温室气体排放 关键指标绩效表			
	305-3 其他间接（范围 3）温室气体排放	气候行动 - 温室气体排放 关键指标绩效表			
	305-4 温室气体排放强度	关键指标绩效表			
	305-5 温室气体减排量	气候行动 - 温室气体排放			
	305-6 臭氧消耗物质（ODS）的排放	从略	305-6-a 305-6-b 305-6-c 305-6-d	信息欠缺 / 不完整	此信息尚未统计，暂无法对外披露。
	305-7 氮氧化物 (NO_x)、硫氧化物 (SO_2) 和其他重大气体排放	绿色运营 - 污染物排放			
废弃物					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 绿色运营 - 废弃物处理			
GRI306: 废弃物 (2020)	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	绿色运营 - 废弃物处理			
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	绿色运营 - 废弃物处理			
	306-3 产生的废弃物	关键指标绩效表			
	306-4 从处置中转移的废弃物	关键指标绩效表			
	306-5 进入处置的废弃物	关键指标绩效表			

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
供应商环境评估					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 携手并进 - 可持续供应链			
GRI308: 供应商环境评估 (2016)	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	携手并进 - 可持续供应链			
GRI308: 供应商环境评估 (2016)	308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动	携手并进 - 可持续供应链			
雇佣					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本			
GRI401: 雇佣 (2016)	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	关键指标绩效表	401-1.b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	以人为本 - 员工权益与福利			
	401-3 育儿假	关键指标绩效表	403-d 403-e	不涉及	从略项与本公司业务关联度较低
劳资关系					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI402: 劳资关系 (2016)	402-1 有关运营变更的最短通知期	从略	402-1-a 402-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂缺，无法完整披露。
职业健康与安全					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 职业健康与安全			

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
职业健康与安全					
GRI403: 职业健康与安全 (2018)	403-1 职业健康安全管理体系	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-3 职业健康服务	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-6 促进工作者健康	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-7 预防和减缓与职业健康安全影响	以人为本 - 职业健康与安全			
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	以人为本 - 职业健康与安全			
GRI403: 职业健康与安全 (2018)	403-9 工伤	关键指标绩效表			
GRI403: 职业健康与安全 (2018)	403-10 工作相关的健康问题	以人为本 - 职业健康与安全			
培训与教育					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工培训与发展			
GRI404: 培训与教育 (2016)	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	关键指标绩效表			
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	以人为本 - 员工培训与发展			
	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	关键指标绩效表			

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
多元化与平等机会					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI405: 多元性与平等机会 (2016)	405-1 管治机构与员工的多元化	关键指标绩效表			
	405-2 男女基本工资和报酬的比例	关键指标绩效表			
反歧视					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI406: 反歧视 (2016)	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	以人为本 - 员工权益与福利			
结社自由与集体谈判					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI407: 结社自由与集体谈判 (2016)	407-1 结社自由和集体谈判权可能面临风险的运营点和供应商	以人为本 - 员工权益与福利			
童工					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI408: 童工 (2016)	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	以人为本 - 员工权益与福利			
强迫或强制劳动					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 以人为本 - 员工权益与福利			
GRI409: 强迫或强制劳动 (2016)	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	以人为本 - 员工权益与福利			
当地社区					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 贡献社会			
GRI413: 当地社区 (2016)	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	从略	413-1-a	信息欠缺 / 不完整	此信息暂缺，无法完整披露。

GRI 标准	披露项	位置	从略说明		
			要求从略	原因	解释
当地社区					
GRI413: 当地社区 (2016)	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	从略	413-2-a	信息欠缺 / 不完整	此信息暂缺，无法完整披露。
供应商社会评估					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 携手并进 - 可持续供应链			
GRI414: 供应商社会评估 (2016)	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	携手并进 - 可持续供应链	414-1-a 414-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂缺，无法完整披露。
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	携手并进 - 可持续供应链	414-2-a 414-2-b 414-2-d 414-2-e	信息欠缺 / 不完整	此信息暂缺，无法完整披露。
客户健康与安全					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 产品责任 - 产品质量与安全			
GRI416: 客户健康与安全 (2016)	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	产品责任 - 产品质量与安全			
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	关键指标绩效表			
营销与标识					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 产品责任 - 产品质量与安全			
GRI417: 营销与标识 (2016)	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	产品责任 - 产品质量与安全			
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	关键指标绩效表			
	417-3 涉及营销传播的违规事件	关键指标绩效表			
客户隐私					
GRI3: 实质性议题 (2021)	3-3 实质性议题的管理	可持续治理 - 实质性议题评估及确定 产品责任 - 数据安全与隐私保护			
GRI418: 客户隐私 (2016)	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	产品责任 - 数据安全与隐私保护			

SDGs 索引表

SDGs	相关内容	对应章节
	目标 3 良好健康与福祉	以人为本 - 职业健康与安全
	目标 4 优质教育	以人为本 - 员工培训与发展
	目标 5 性别平等	以人为本 - 员工权益与福利
	目标 6 清洁饮水	绿色运营 - 污染物排放
	目标 7 经济适用的清洁能源	气候行动 - 能源利用
	目标 8 体面工作和经济增长	以人为本 - 员工培训与发展 以人为本 - 职业健康与安全

SDGs	相关内容	对应章节
	目标 9 产业、创新和基础设施	产品责任 - 创新驱动
	目标 11 可持续城市和社区	产品责任 - 产品生命周期管理
	目标 12 负责任消费和生产	产品责任 - 产品质量与安全 产品责任 - 产品生命周期管理 携手并进 - 客户关系 携手并进 - 可持续供应链 绿色运营 - 物料使用 绿色运营 - 循环经济
	目标 13 气候行动	气候行动 - 应对气候变化
	目标 15 陆地生物	绿色运营 - 废弃物处理
	目标 16 和平、正义与强大机构	合规筑基

独立审验声明









意见反馈表

尊敬的读者：

感谢您阅读大通 2025 年度可持续发展报告，您的宝贵意见是我们持续提升 ESG 管理水平与报告质量的核心动力。

您可将建议直接发送至邮箱：

chenruixin@saicmotor.com

核心反馈指引（可直接邮件回复）：

整体满意度评分

☐ 5 分　　☐ 4 分　　☐ 3 分　　☐ 2 分

您最认可的内容

您的改进建议

上汽大通
SAIC MAXUS