

# 2021

## 企业社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report 2021



# 领导致辞

speech by leader



东风汽车集团股份有限公司总裁助理  
神龙汽车有限公司总经理、党委书记陈彬

2021年是中国共产党成立100周年，是神龙公司“十四·五”规划开局之年。公司克服疫情反弹、芯片危机、资源短缺、原材料涨价等不利影响，在股东支持下，全体干部员工积极作为、克难奋进，一举扭转了过去几年销量下滑的局面，实现了经营企稳回升：产销规模实现倍增，全年生产10.2万辆，同比增长125%；销售10.05万辆，同比增长100%；经营利润大幅减亏，自由现金流持续好转，主要经营指标均好于预算，实现了“十四·五”良好开局，夺取了神龙复兴长征路上的重大胜利！

这一年，我们坚持客户至上，“五心守护行动”落地生根。“总经理服务热线”“三年保值无忧”“客户关爱基金”……一项项硬核政策，回应客户诉求，解决客户痛点。

这一年，我们坚持产品更中国，加速迭代升级。东风雪铁龙打造“舒适”“潮流”标杆，推出凡尔赛C5X、全新C3-XR、2021款天逸、天逸骑适版。东风标致品牌焕新，全新4008、全新5008、508L 2022款、2008 THE ONE 诚意上市；神龙双品牌掀起法式旋风，圈粉新世代。

这一年，我们坚持“良心车 神龙造”，品质口碑深入人心。在看得见和看不见的地方，都做到始终如一。“汽车安全启航奖”“年度十佳汽车”“CCPC四冠王”“中国十佳车身”……每一份殊荣，都是市场和客户对我们的最好褒奖。

这一年，我们坚持目标导向，凡诺必达。一季度开门红、8月超去年全年销量、9月起销量持续破万、全年12个月连续同比正增长……我们一步一脚印，提前迈过了10万辆关口，实现销量翻番。

2021年破局突围的背后，是车主朋友的信任与厚爱，是合作伙伴的同舟共济，是媒体老师的加油打气，是双方股东的鼎力支持，是社会各界的关心和帮助，更是全体神龙人的血性、狼性和韧性。

在努力提升生产经营结果的同时，公司积极承担社会责任，在实现自身事业发展的同时，广泛参与国家和东风集团在教育、文化、慈善、扶贫、赈灾、环保、志愿服务等领域的社会公益。不断通过技术管理改善，打造“绿色工厂”“良心产品”；在东风公司“润计划”的统一指引下，对重点援建的两所希望小学（宜昌兴山县、恩施盛家坝神龙汽车希望小学），给予持续帮扶，为学生们翻新教学楼，新建学生宿舍和食堂，给他们送去节日礼物；深入践行“五心守护行动”，举办了随岳高速惠民活动，施行了高速客户关怀服务活动，全年惠及3万多车主朋友。

2022年，是神龙公司成立第30周年，我们将坚持打造良心品质，为客户创新价值；加大真金白银投入，持续升级“五心守护行动”；推动技术创新突破，加速产品推陈出新；搭建新营销体系，与客户深度互连；加快供应链补强升级，与合作伙伴携手共赢；进一步巩固销量增长态势，保持经营向好趋势。

2022，而立新生·创未来！

# 关于神龙

About DPCA



## 公司简介

### Introduction

#### ■ 公司概况

神龙汽车有限公司(以下简称“神龙公司”或“公司”)成立于1992年5月,是东风汽车集团有限公司(以下简称“东风公司”)与“Stellantis”集团(2021年标致雪铁龙集团与FCA集团合并成立的新集团公司)合资兴建的乘用车生产经营企业,注册资本金70亿元人民币,东风公司和Stellantis集团各占50%的股比。

神龙公司总部位于武汉经济技术开发区,分别在武汉、襄阳、成都建有武汉工厂、襄阳工厂、成都工厂;同时,设立有武汉龙信诚狮二手车经营管理有限公司、武汉阳光工匠汽车服务有限公司两个子公司。公司经营范围涵盖整车、零部件制造及销售、进出口、二手车、品牌连锁维修服务等业务。公司具有国内先进的冲压、焊装、涂装、总装及发动机、车桥、变速箱生产工艺,全部工装设备达到国际先进水平,已具备年产39万辆整车、40万台发动机和40万变速箱的生产能力。

神龙公司是国内最早实施“双品牌”战略的企业之一,拥有东风雪铁龙、东风标致两大合资品牌,东风雪铁龙品牌目前主要车型有天逸、凡尔赛C5X、C5 AirCross/C5 AirCross PHEV、C3-XR、C6;东风标致品牌目前主要车型有全新4008/4008 PHEV、5008、新一代2008/e2008、508L/508L PHEV、408,产品覆盖了SUV和多个轿车细分市场。

公司技术质量部是省、市级技术中心,武汉市工程技术研究中心,是国家人保部、国务院国资委联合授予的“中央企业先进集体”,是湖北省、武汉市技术创新示范企业。拥有整车、发动机、零部件、材料、环境、车内空气质量等试验室及整车试验场,开发试验技术与法国Stellantis集团产品同步,达到国际先进水平。公司历年来累计获“中国汽车行业科技进步奖”等科技进步奖230多项。

神龙公司持续实施质量领先战略,秉持“以人为本,一丝不苟,让用户更满意”的质量方针,把用户满意作为产品和服务的唯一评判标准,曾创造了“中国第一撞、中国第一贴、华夏第一漂、史上最牛车”的非凡成绩。2015年首次申报并荣获全国质量奖。2020年12月,东风标致508L挑战“国内首次公开满载高速双向侧面碰撞试验”取得优异成绩。公司坚持造“良心车”,树立了神龙车安全良心、用料良心、环保良心、服务良心、技术良心、制造良心的产品和品牌形象,深受广大用户的好评。

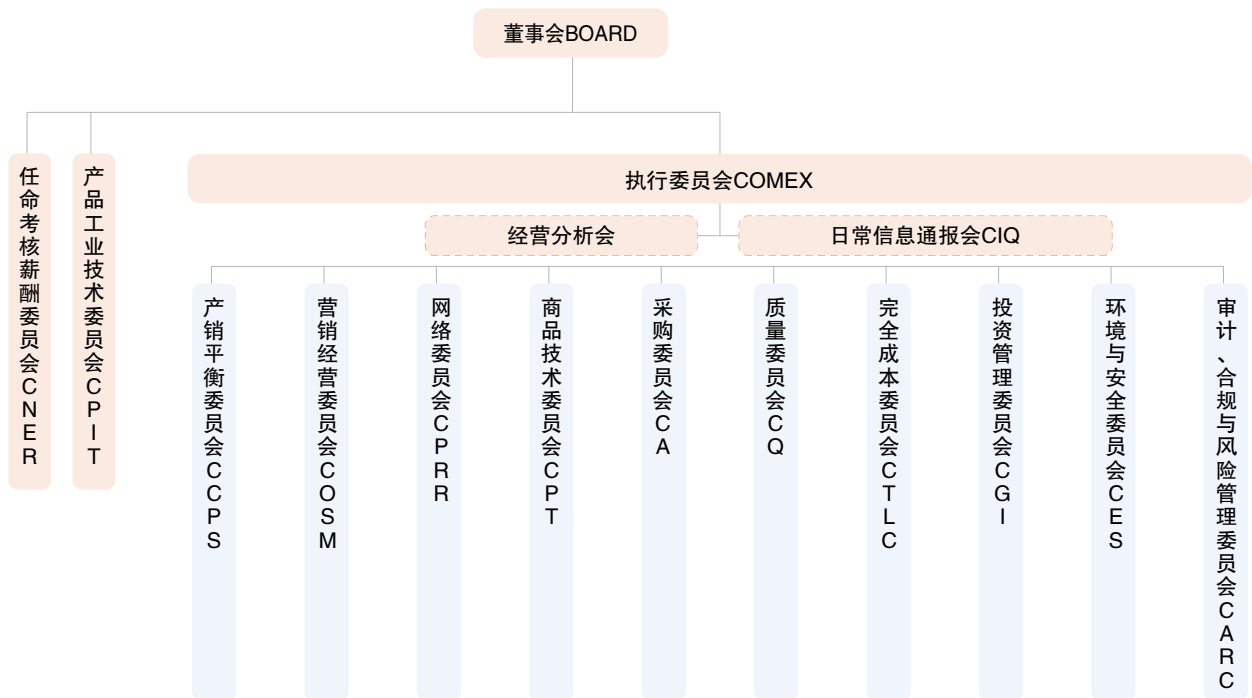
神龙公司始终坚持与众多合作伙伴,共谋发展、合作共赢。公司在全国拥有400余家4S经销网点。与500余家国际、国内知名的零部件供应商、服务商深入合作。与股东建立全球采购机制,拓展供应商发展的新机遇。

公司成立至今,已累计生产、销售整车超618万辆,为促进中国汽车工业发展和地方经济繁荣做出了重要的贡献。

## 公司治理 Governance of DPCA

### ■ 组织治理

根据公司章程规定，董事会是神龙公司的最高权力机构和决策机构，神龙公司董事会由中法双方股东各指派 4 人组成。在董事会领导下，执行委员会（执委会）负责公司日常运营和管理，并设立了股东或董事会参与的 2 个委员会。在执委会之下，设置经营分析会、日常信息通报会、专业委员会。2021 年，公司进一步强化授权决策机制，制定专业委员会及部门 DOA 授权决策表，提高各层级决策效率；在组织机构方面，基于公司的经营形势和发展目标，结合机构职能实际运行情况和业务需求，先后实施了职能领域、工业领域及营销领域的组织架构调整，减少一个一级部。

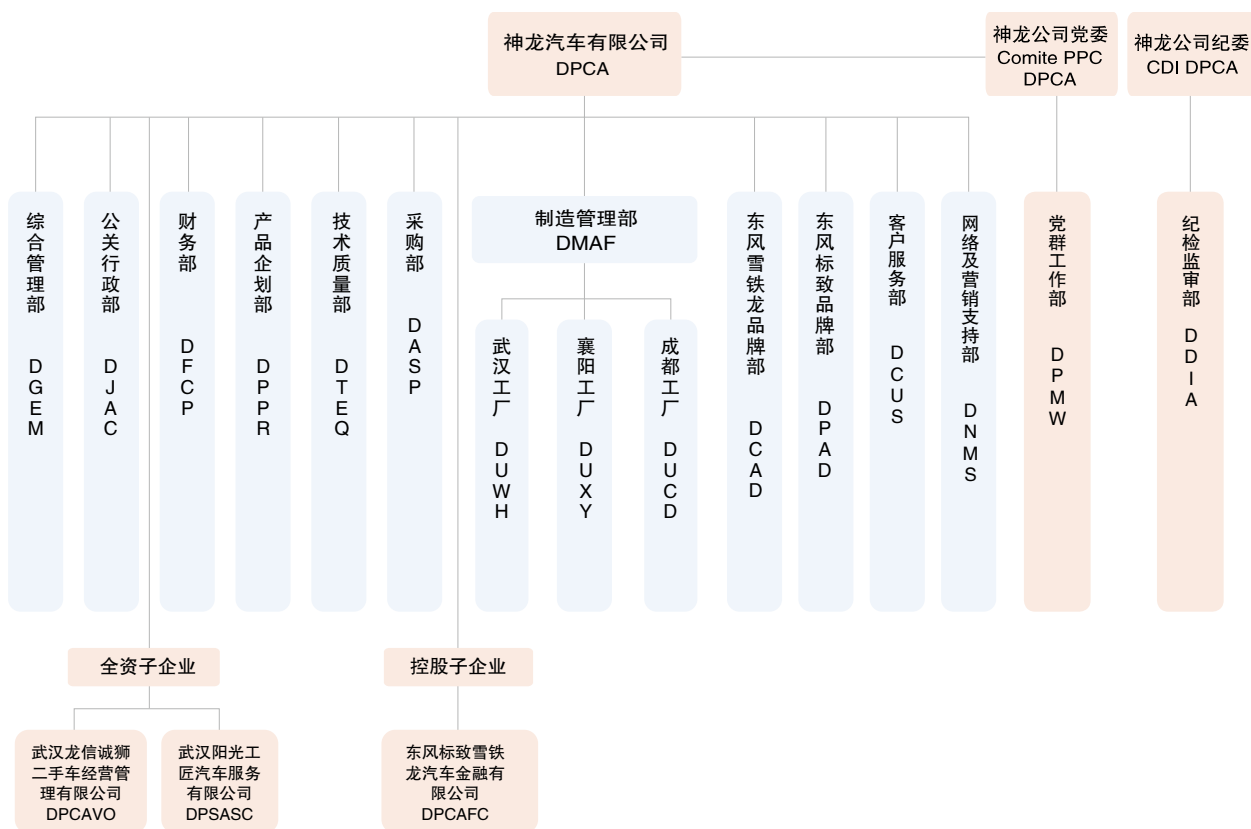


## 公司治理

### Governance of DPCA

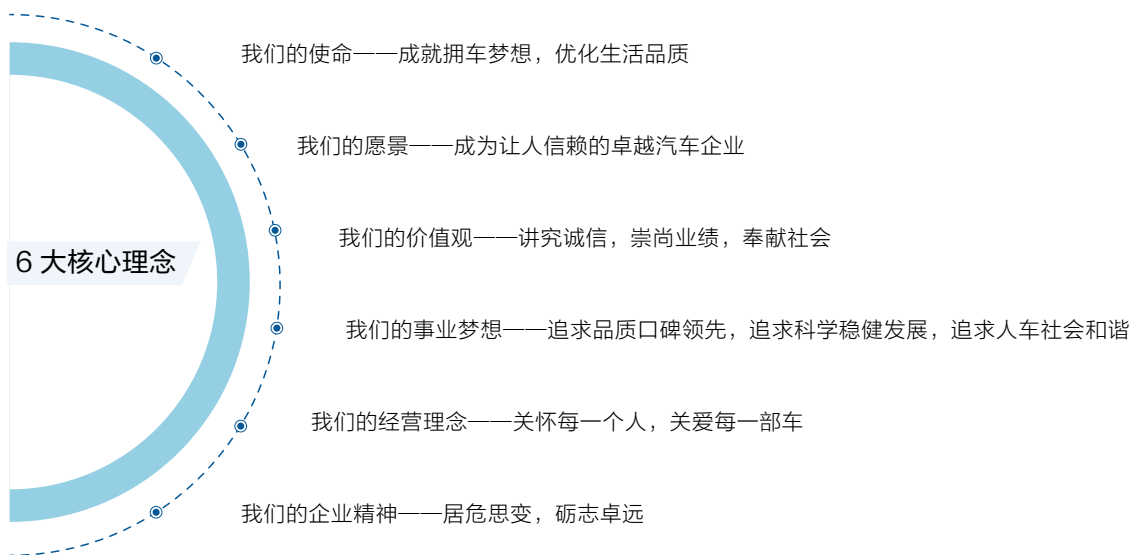
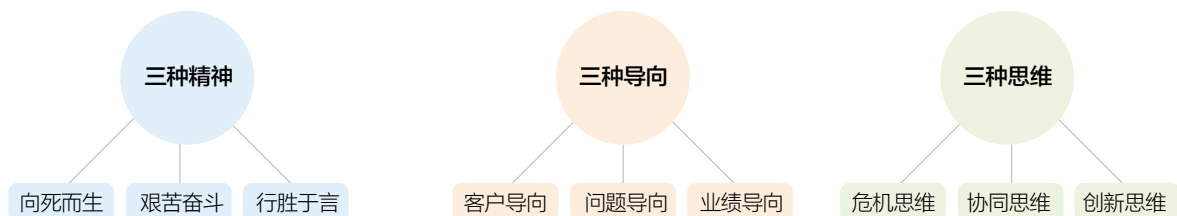
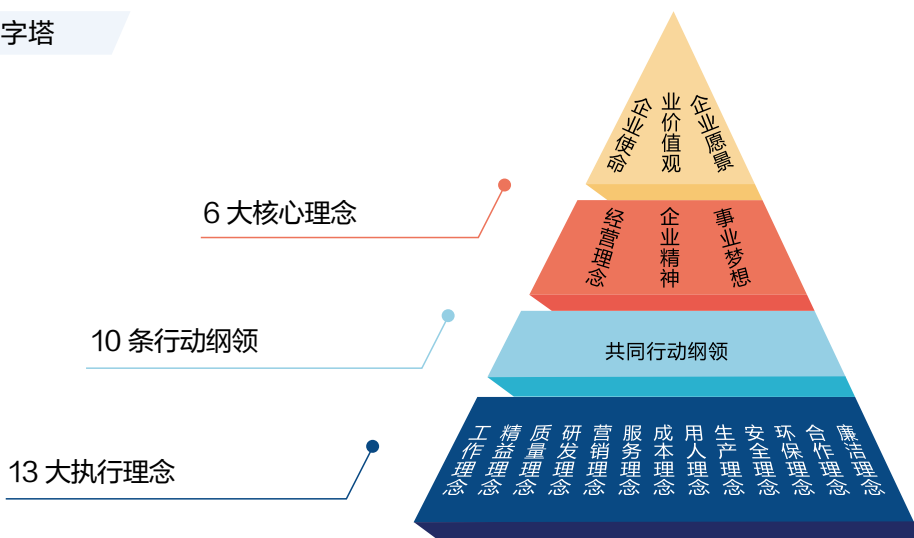
公司现有 14 个一级业务部，2 个全资子公司（武汉龙信诚狮二手车经营管理有限公司、武汉阳光工匠汽车服务有限公司）、1 个控股子公司（东风标致雪铁龙汽车金融有限公司）。此前另一家子公司 - 东风标致雪铁龙融资租赁有限公司，已根据股东安排，于 2021 年 9 月完成所持有的全部 50% 股份的转让。

### 神龙公司组织机构图



## ■ 文化体系

### 理念体系金字塔





### 我们的使命

#### 成就拥车梦想，优化生活品质

公司肩负着国家和东风公司实现国人轿车梦想的使命而诞生，秉承东风公司与标致雪铁龙集团的先进管理理念和技术优势，生产销售质量可靠、科技环保、人性舒适的汽车产品，成就世人拥车梦想，提供驾驶的乐趣和出行的快乐，不断提升和优化生活品质，并让我们的合作伙伴和员工在成就梦想的过程中实现价值、分享喜悦，为促进社会文明进步而不懈努力。



### 我们的愿景

#### 成为让人信赖的卓越汽车企业

我们致力于提供让人信赖的产品、让人信赖的服务，培育让人信赖的员工，做让用户、员工、股东、合作伙伴和社会信赖的企业，以此提升我们的核心竞争力，提升管理绩效，成为卓越的汽车企业。



### 我们的价值观

#### 讲究诚信，崇尚业绩，奉献社会

诚信，是我们实现可持续发展的基石，是我们倡导并坚持实施的核心价值观。我们始终坚持以用户、对员工、对股东、对合作伙伴、对社会高度负责，倡导每一个员工诚信做人，踏实做事，甘于奉献，以良好的业绩为企业创造效益，为社会创造财富，实现企业与社会的和谐发展。



### 我们的事业梦想

#### 追求品质口碑领先，追求科学稳健发展，追求人车社会和谐

追求品质口碑领先：遵循以用户需求为中心的原则，坚持诚实做人、诚信做事、务实高效，实现在质量管理标准与方法上的领先、在质量改进速度上的领先、在用户质量口碑上的领先。这是我们发展的基础。

追求科学稳健发展：遵循科学发展观的要求，坚持科学决策、精益管理、稳健经营，实现速度与质量的统一、规模与效益的统一、近期与长远的统一。

追求人车社会和谐：遵循“关怀每一个人、关爱每一部车”的经营理念，保持安全、舒适、节能、环保的先进水平，主动承担社会责任，实现企业与社会的和谐发展。



### 我们的经营理念

#### 关怀每一个人，关爱每一部车

我们始终以人为本，关怀每一位员工，为员工提供成长、成才的舞台；关怀每一位用户，向用户提供优质的产品和服务；关怀每一个合作伙伴，以实现共同成长。

我们用心关注每一个细节，倾心打造每一部汽车，呵护产品如同呵护自己的孩子。



### 我们的企业精神

#### 居危思变 砺志卓远

居危，是一种心态，就是时刻保持清醒的头脑和忧患意识。

思变，就是要积极行动，勇于变革创新。

砺志，就是不断磨砺意志和心智，坚韧执着。

卓远，是一种追求，就是志存高远，追求卓越。

我们的奋斗历程就是一部痴心不改、不屈不挠的砺志篇章。经过多年的锤炼，我们的意志坚定而恒久，队伍坚强而睿智。面对激烈的市场竞争，我们始终胸怀远大的理想和执着的追求，时刻保持清醒的头脑和必胜的信心，时刻保持坚韧的毅力和昂扬的斗志，直面挑战，勇于创新，敢于亮剑，不断超越，以成就我们的事业，实现我们的梦想。



### 我们的共同纲领

为了更好的促进公司中法双方的友好合作，进一步加强中法文化的融合，充分发挥中法双方在文化管理上的优势，推动管理创新，提高合资公司的运营水平和效率，我们通过重申和梳理多年坚持的既有行动准则，建立《神龙公司共同行动纲领》。



## 神龙公司共同行动纲领 DPCA Joint Action Programme

### 价值观 Value

- 我们的核心价值观是对客户、员工、合作伙伴、股东和社会负责。  
Our core values are responsible for customers, employees, partners, shareholders and society.

### 企业与股东 Enterprise and Shareholder

- 我们的所有决策要以神龙公司利益最大化为前提，要有利于推进神龙公司的发展，为股东创造价值。  
All our decisions should be based on the maximization of the benefits of DPCA and be constructive to promoting the development of DPCA and creating values for the shareholders.

### 客户 Customer

- 我们的所有工作以创造客户价值为导向，不断提升客户满意度。  
All our work is oriented by creating customer value and to continuously improve customer satisfaction.

### 员工 Employee

- 我们提供公平、公正的发展平台，让员工与企业共成长，共担使命，共享发展成果。  
We provide a fair and righteous development platform, making employees and enterprises grow together, bear the mission together, and share the achievement of development together.

### 合作伙伴 Partner

- 我们与合作伙伴和衷共济、合作共赢。  
We work together with partners with one heart and for win-win cooperation.

### 团队精神 Team Spirit

- 我们始终保持“一个团队、一致行动、一个声音”。  
We always maintain “one team, one action and one voice”.

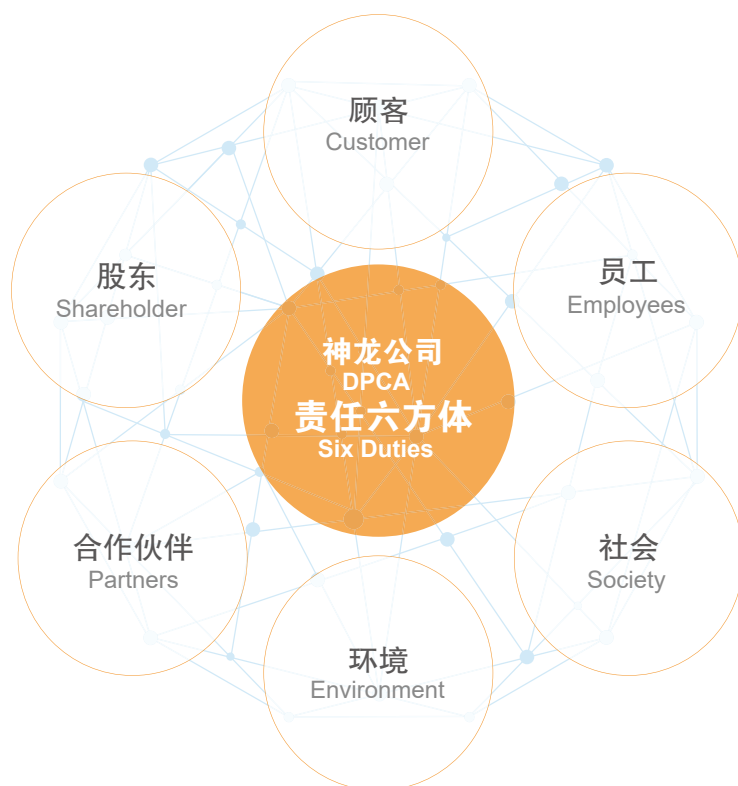


# 责任管理

Responsibility management

## 社会责任观

Responsibility outlook



神龙公司社会责任组织管理体系构架示意图

公司致力于维护相关方利益，与利益相关方共同构建了“共创价值、共担责任”的良性社会经济生态圈。同时强调对法律和社会道德行为准则的遵守（包括妥善处理产品、服务和运营给社会带来的任何不良影响，正确倡导并确保在所有的交往中的道德行为）。

在企业社会责任建设中，神龙公司始终坚守“诚信、绿色、和谐”的三大基本原则，即恪守“诚信经营”理念，实施“绿色环保”举措，追求“和谐发展”目标，以实际行动，率先垂范，担当责任，承担义务。

## 责任组织

Responsibility organization

公司明确企业社会责任规划管理、执行管理和运营评价管理等方面内容，严格执行对外捐赠流程和信息报送制度，实现社会责任工作规范化与体系化。

设立公司社会责任工作委员会（扶贫攻坚领导小组），由党委书记、总经理任委员会主任（组长），公关行政部公关分部作为牵头部门，归口管理全系统社会责任工作，并组织公司各单位相应部门和人员协调推进社会责任工作。



### 神龙汽车有限公司社会责任工作委员会（扶贫攻坚领导小组）：

主任 / 组长：公司党委书记、总经理

副主任 / 副组长：分管社会责任工作的公司领导

成员单位：公司各部门



### 委员会（领导小组）下设社会责任工作办公室（扶贫）：

办公室是委员的办事机构，也是公司社会责任工作的日常管理机构。公司社会责任工作办公室设在公关行政部公关分部。



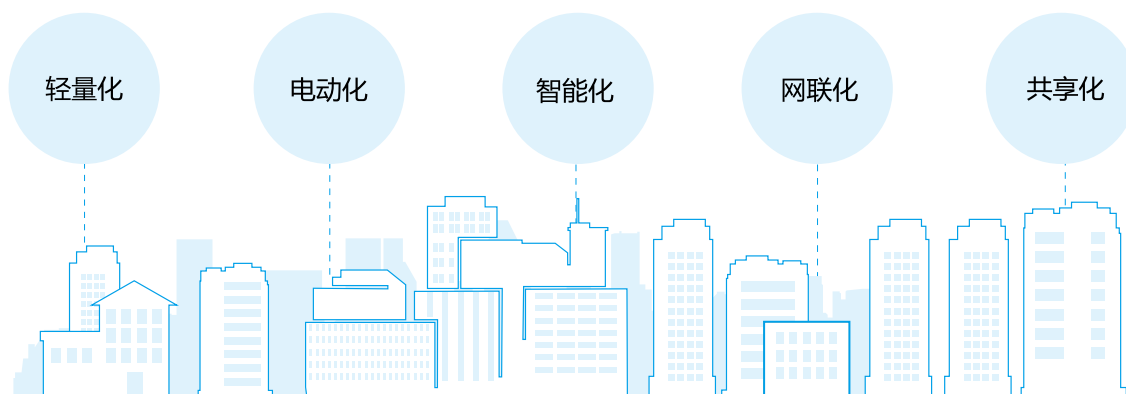
# 政治责任

Political responsibility

## 推进汽车强国战略

Promote the strategy of “building China into a strong automobile country”

### ■ 驱动创新



随着汽车法规的不断严苛，顾客对汽车的需求不断升级，汽车不仅仅是人们出行的交通工具之一，更赋予了它智能移动终端功能。人类赖以生存的环境以及人们参与交通活动对汽车也提出了要求：既要环保，又要安全。在资源有限的今天，也要求汽车既要节能，又要合理利用资源。因此，汽车五化：网联化、智能化、电动化、轻量化、共享化悄然影响着人类的生活。神龙公司在汽车五化方面，进行了深入的研究和开发。

公司在网联化方面，积极与股东双方和互联网公司合作，在整车产品上实现网联化功能，搭建网联化服务平台。公司自主开发的新一代入门级信息娱乐系统 AI2 1.0 已于 2021 年 4 月成功投放市场，同时与 STELLANTIS 集团共同为中国市场打造的新一代高端IVI系统已于2021年9月投放市场。为达到同期市场的第一阵营水准，公司启动了 AI2 下一代升级产品 2.0 的开发工作，同时公司为打造最新一代智能座舱域控产品，启动了 AI2 3.0 的预研究工作，预期在 2024 年投放时达到行业 TOP 水准。

公司在智能化方面，整合双方股东资源，实现 L2+ 级的驾驶辅助系统的量产，并搭载应用在东风雪铁龙凡尔赛 C5X 车型上。除 L2 级驾驶辅助系统外，凡尔赛 C5X 新增了 RCTA（后方交通穿行预警）、LCA（变道辅助）、VP360（360°全景影像）等全新功能，同时 AEBS3、ACC 等系统性能全面升级，智能化水平全面提升。此外，公司在智能化产品本地开发方面也加大了投入，力争打造极致的中国客户偏爱的低速场景类的本地产品，本地倒车影像换代升级为百万像素高清摄像头并已实现量产；全新开发的高清 AVM 全景影像系统新增“透明底盘”、多视角显示、“3D”视角、“转向灯触发视角”、“盲区显示”等多种功能特性，全面提升用户体验；基于中国交通环境的特点，启动本地角雷达产品的开发，车门开启报警系统，减少安全盲区，为中国客户带来更多的安全保障。

公司在电动化方面，为践行国家碳中和战略，在新能源领域，向市场投放合资公司完全自主开发的电动驾校车 e 爱丽舍，包括了手动挡及自动挡的三元锂型和磷酸铁锂型四款车型。电动手动挡汽车用电机取代内燃机，配备电机控制器（MCU）+ 直流降压转换器（DCDC）+ 高压配电箱（BDU）高效三合一系统，电池系统通过优化设计采用风冷方案，减少了冷却介质、管道、水泵和水温控制系统部件体积和重量，并通过了海南酷暑地区测试验证；其在低速运行时相比燃油车大幅度提高燃油经济效率改善污染物排放，取得良好的经济和社会效益。自动挡采用 DCDC+ OBC+BDU 高效集成的三合一方案；电机控制器采用了水冷式方案，保证高压电磁控制元件可靠运转；30Kw 的永磁同步电机与一级减速器集成，保证力矩传递路径短，简洁高效的动力系统匹配设计使 31.4Kw 的电池达到 300Km 的续航。在 2021（第八届）中国汽车生态设计国际论坛暨中国汽车行业碳中和创新发展（宁德）峰会上，e 爱丽舍斩获“A 级纯电动汽车”碳排放第一名，获“低碳领跑者”殊荣，超越比亚迪、长城、日产、大众等车企。通过自主研发累计的宝贵经验，公司再次确立启动代号为 D78 的电动汽车项目，以高品质的东风标致 408 车型平台为基础，采用新一代的高密度三元锂电池，打造预期续航达 430Km 的出租车和网约车市场的标杆车型。

### 金属材料轻量化

铝合金材料：在白车身、动力总成及底盘领域铝合金得到了广泛应用。如：发动机罩内外板、前翼子板、保险杠骨架、转向节、制动盘保护罩、发动机支架、发动机缸体缸盖、转向机、三角臂、多连杆后桥等。

先进高强钢：在白车身、底盘系统得到了广泛应用，包括 FB 钢、DP 钢、TRIP 钢、CP 钢、MS 钢、热成型钢等，此外第三代高强钢已经得到开发及应用，如 DH980 等。目前 1500MPa 级以下超高强钢均已实现批量化应用。

### 非金属材料轻量化

塑料尾门：采用高模量 SMC 材料替代钢板，单车减重达到 8Kg；

塑料天窗框架：采用高耐热高强度 SMA 材料替代钢板，整体减重达 1Kg；

风管：XPE 微发泡材料技术替代传统塑料，密度仅为传统塑料的八分之一，实现单件减重 70%，同时使风管获得更好的保温及降噪效果。

静态密封条：采用塑料骨架，较传统金属材料，减重约 20%。

### 轻量化的材料工艺

白车身领域：车身激光焊接技术、TWB 热成型钢激光拼焊技术、TRB 不等厚钢板轧制技术、不等强度热成型钢等国际先进技术和材料均已得到批量化应用。

动力总成及底盘领域：装配式空心凸轮轴，空心稳定杆、超高强 CP800 液压成型扭力梁等先进轻量化工艺均已实现批量化应用。

微发泡工艺：动态密封条密实胶采用微发泡工艺，减重约 450g。

熔喷工艺：环保吸音棉采用熔喷工艺，相较于传统的热压工艺，减重约 60%。

公司在共享化方面，依托新能源技术和项目，启动了电动网约车的开发与商业模式研究；陆续在四川、福建、湖北、贵州、安徽、上海、云南、辽宁、广东、广西等地交付。启动了电动换电版网约车的预研究工作。



## ■ 科技创新

神龙公司十分重视和鼓励技术创新，公司技术中心是省、市级技术中心，武汉市工程技术研究中心，并被纳入东风汽车公司研发体系。

公司研发人员本着严谨、执着的科技创新精神，在商品开发、整车设计、零部件设计、新能源设计、智能网联、材料设计、整车与零部件虚拟验证和实物验证、设计与制造明细表管理等领域，为客户提供质量可靠、满足客户需求的商品。

技术质量部具有完善的研发体系，严格遵守管理标准和技术标准的要求，进行商品开发。在新技术和新装备领域不断拓展。质量、环境、能源、职业健康与安全、两化融合、风险 / 内控 / 合规多管理体系在技术质量部良好运行。并通过体系的 PDCA 循环，不断促进改善。



## ■ 商品开发

2021年，成功投放了东风标致全新4008/全新5008，东风标致508L PHEV、2021款，东风标致408 PCO2版；东风雪铁龙凡尔赛，东风雪铁龙全新C3-XR，东风雪铁龙天逸2021款，东风雪铁龙C6 2级舒适版；东风富康e爱丽舍2021款。

稳步推进C84R，T93RR，P54，D78等车型项目。从质量、成本、期限、性能等方面，全面加强项目管理。质量方面，技术质量部非常重视各类新项目试验中发现的质量问题，在车型投放前，逐一解决。成本方面，通过竞品分析，零件成本测算，新项目费用管控，技术降成本等手段，全面降低整车成本。期限方面，通过项目计划管控，并将影响到项目期限的风险进行控制。性能方面，通过试验验证手段，不断提出性能优化方案，通过改善设计，提高产品性能。

## ■ 新装备与新技术的研发与应用

神龙公司技术质量部在新装备与新技术方面，不断探索与创新，在智能网联装备方面，自主研发AI2语音娱乐系统，通过在车型项目上的应用，提高装机率和用户需求满足率，不断升级IVI2020语音娱乐系统，使顾客需求得到极大满足；不断升级和丰富智能辅助驾驶系统ADAS，使驾驶更安全、更轻松，使辅助驾驶系统的应用场景覆盖率更高。在新能源方面，PHEV与BEV车型成功投放，自主研发的三电技术已应用在东风富康e爱丽舍、东风富康ES600等新能源车型上。

技术质量部在科技创新的道路上不断前行，通过鲲鹏培训，联合开发，创建专家团队，利用与STELLANTIS专业代表共同工作等机遇，提升科技创新能力，基本掌握了自主标定设计与验证技术，动力总成技术，新能源技术，智能网联技术和底盘调校技术。公司研发部门在实物验证方面不断投入，与东风达安协同，共享验证技术和验证设施，为神龙车型的验证提供支持。

## ■ 创新成果



2021年，为了加强对科技领域工作人员的创新及成果激励，驱动公司事业的快速发展，共享公司经营成果，在公司薪酬改革的基础上，公司特设立商品项目和材料降成本两个专项奖，同时对于表现突出的科技成果和个人，给予年度科技奖表彰。

设商品项目专项奖：分项目节点奖、项目结果奖和PD项目嘉奖三部分。在项目的不同阶段，依据考核模型，对项目的商品负责人PD、项目核心成员和项目非核心成员进行考核评价，依据评价结果兑现奖励。商品项目专项奖的设置，对项目不同层级不同角色的参与人员进行及时的考核激励，打破“平均主义”，有效调动项目人员的工作积极性。

设材料降成本专项奖，遵循结果导向、业绩导向，视指标的完成程度，公司拿出一定比例的资金作为额外的奖金包，奖金包的二次分配遵循向核心人员和重要人员倾斜的原则，经集体讨论，报公司领导层生效后，发放至各成员个人账户。此专项奖励政策将于2021年底执行并兑现。

设年度科技奖励，用于表彰科技先锋，激发广大科技人员干事创业的热情，用科技创新驱动公司发展。针对科技研发领域，公司每年组织科技进步奖和优秀科技人才奖的评选，其中科技进步特等奖奖金金额高达100万，2021年奖励金额再创新高，达355.44万元。极大地鼓励了科技人员的创新热情。

2021年，公司1个项目获东风汽车集团有限公司（以下简称东风公司）科技进步二等奖，1个项目获东风公司科技进步三等奖；13个项目同时获得湖北省、武汉市企业管理现代化创新成果奖，1件专利获得湖北省高价值专利银奖、东风公司专利优秀奖，27件专利获国家知识产权局授权，51件专利获得国家知识产权局受理；27篇论文获评东风公司科协优秀论文。

公司重视标准化及技术标准的制定，2021年公司参与制定的3项国家标准获得发布。公司主持和参与制定的标准累计已有36项获得发布，其中国家标准34项，行业标准2项。另有多项标准正在制定中。

## ■ 疫情防控

■ 2021年疫情期间，公司迅速组织下沉党员，义无反顾带着自己的责任与担当，积极投身到社区疫情防控工作中，用实际行动表明了新境界，彰显新担当，展示新作为。

“神龙公司党委：热心公益献大爱 携手抗疫暖人间”一面鲜艳的锦旗写道。

2021年9月28日，武汉经济技术开发区沌口街道宁康社区党委召开疫情防控表彰大会，沌口街道党工委、街道疫情防控指挥部、社区党委向神龙公司党委赠送锦旗及感谢信。



锦旗、感谢信

2021年，德尔塔病毒来袭，武汉经济技术开发区沌口街道再次按下了暂停键，宁康社区是“红区”中神龙公司员工居住最多的小区，被封闭在家超过300多名员工，占到被封闭员工总数的60%。神龙公司党委第一时间指导成立临时党支部，临时党支部迅速动员，下沉社区党员闻令而动，一些非党员在党员的带领下也主动参加，组成了一支35名党员的志愿服务队，志愿者分别来自于公司技术质量部、制造管理部、党群工作部、综合管理部、公关行政部、财务部、采购部、武汉龙信诚狮二手车经营管理有限公司和武汉工厂等部门。神龙公司党员志愿服务队会同东风公司党员志愿服务队，在8月2日封控到8月24日解封期间22个日夜，代表神龙公司党组织，完成了多项疫情防控任务，先后参加了5次核酸检测现场秩序维护，其中单独承接了2次核酸检测任务信息录入1.3万人次，为独居老人送菜送药，保障居民生活物资。其他下沉党员协助社区封控、测温、信息摸排等志愿服务活动。



神龙公司党员志愿服务队合影



党员志愿服务队掠影



党员志愿服务队掠影

■ 在社区封闭期间，党员志愿服务队始终心系公司复工复产，一方面做好社区疫情防控，一方面居家办公，急公司之所急。在公司非红线区域复工复产后，制造管理部急需备件编码采购备件，而负责该项工作的员工被封闭在小区，专用台式电脑在三部办公室，服务队积极协调东风公司党员志愿服务队和街道疫情防控指挥部将计算机送到员工家中，保障了工作无缝对接。



志愿者送电脑



表彰会现场



党员志愿者代表交流

9月30日上午，为表彰党员志愿服务队所做出的贡献，神龙公司党委在三部召开宁康园社区党员志愿服务队表彰会。

与会代表首先观看了服务队疫情防控短视频和现场照片，回顾疫情防控期间的感人事迹。核酸检测从现场准备到检测完成需要8个多小时，早上的检测往往工作到下午2点多，晚上的检测工作到凌晨3点多。由于封闭期间资源有限，志愿者为确保信息录入快捷、准确和高效，自带手机和充电器保障了居民检测信息录入，自带地标胶带搭建现场，自带手持音响维护秩序。有的志愿者嗓子喊哑了，累倒了就轮流上岗，有的党员不仅自己积极参加，还动员自家孩子踊跃加入，感人事迹比比皆是历历在目。

参加表彰会的党员志愿者代表分享了志愿服务体会和感受，表示将更多的参加志愿活动，引领青年党员员工发挥光和热。



# 经济责任

Economic responsibility

## 资产保值增值

Asset maintenance and appreciation

### ■ 风险管控

自 2012 年 5 月启动全面风险管理体系建设以来，神龙公司经过部门试点、推广，独立开发建模并持续优化完善，已经形成了具有高成熟度的全面风险管理体系。

2021 年神龙公司，持续完善风险管理体系并推动运行，为保证公司经营决策和经营管理有效性、避免出现重大经营决策等治理风险起到重要作用，在重大风险应对方面效果明显。

#### 构建多层次风险管理决策机制，落实主体责任

神龙公司建立了完善的风险管理体系，明确了公司层面和部门层面的风险管理决策机制，确保对重大风险的监控、预警和高效应对。专人负责推动公司风险管理工作，在各部门设置兼职风险管理联络员。风险管理责任逐层分解到部门、分部、室，落实到每个岗位。

管控层级	决策会议 (人)	风险管控运行机制
公司 (公司级风险)	董事会	每年第一次董事会听取风险管理工作专题汇报
	执委会或公司级会议	不定期听取风险管理工作汇报，生效风险管理重大事项
部门 (部门级风险)	部门风险管理委员会 (部务会、部长)	决策部门风险管理工作，跟踪部门级风险改善情况； 风险管理联络员负责具体工作
分部	分部主任	按风险管理流程，及时评估风险并采取管控措施；重大风险隐患 (可能损失≥5000万元)发现即时预警，及时处置、上报
岗位	员工	

#### 强化重大风险应对效果明显

**准确识别风险：**神龙公司坚持底线思维，立足公司战略规划和经营目标，对国家宏观经济形势、市场动态、政策法规及企业发展现状进行深入研判，对各重要业务领域进行全面排查，不留盲区和死角。通过自下而上的年度风险评估，监控全价值链风险，准确识别 2021 年 6 项重大风险作为公司级风险重点管控

**风险措施落地：**通过落实责任部门、细化应对方案、分解到季，明确防范风险举措、管控指标、输出物、责任人。有针对性地制定应对策略和行动方案，狠抓防控措施落地。

**风险动态监控：**风险责任部门动态跟踪监测风险指标并进行管控；公司经营管理部门按月对课题专项跟踪，并向经营分析会汇报；风险管理部门按季度跟踪监控应对措施落地情况和管控指标达成情况，并上报党委书记和东风公司，对出现偏差的风险项，推动责任部门完善改善措施并实施。

2021 年针对 6 项公司级风险，制定了 30 多项应对措施并跟进实施，全年应对措施落地偏差率控制在 10% 以内，绿灯，有效促进经营目标达成，管控效果明显。

序号	风险名称
1	商品年度收益目标达成风险
2	2021年投放的4款新车销量达成风险
3	产品风险
4	资金短缺风险
5	供应链中断风险（含芯片风险）——神龙+承接东风
6	双积分合规风险——神龙+承接东风

### 广泛运用量化模型精准管控重大风险

广泛运用量化模型，实现了对重大风险预警和量化指标的科学设定、定期跟踪和动态监控。

在风险预测、风险评估和风险监控中，广泛运用风险量化分析。建立了风险改善和预警指标的监控体系，实现了风险预警指标全覆盖，对应 133 项风险建立了风险预警和量化指标，形成全方位监控。

建立商品收益分析模型，对降成本高度和面积进行预实分析，对收益和成本影响因素进行持续跟踪、监控、对比和测算，有效促进商品年度收益目标达成。

目标target (预算产量volume:80000)		实际 actually	差异Δ	目标 target	实际actually	目标target	
2021年8月 (aout-2021)		高于相对目标的百分比 relative				高于材料成本占比百分比 absolute	
重量 Weight (RtB)	采购降本Commercial productivity	-2.47%	-2,092	26	-2,067	-2.44%	
	市况材料涨价Material cost listed/VSP	0.00%	0	-260	259	0.31%	
	非市况材料涨价Material cost negotiated	0.00%	0	-454	454	0.54%	
	DTEQ 技术降本Engineering changes	-0.88%	-745	54	-661	-0.78%	
	DMAF KD降本KD cost saving	-1.56%	-139	67	-196	-2.00%	
	单车降本Sub total purchased parts	-3.18%	-2977	798	-2211	-2.36%	
	键靶材料涨价Rh and Pd materials increase	1.85%	1736	1736	0	0.00%	
	合计TOTAL	-1.32%	-1240	970	-2211	-2.36%	
面积 Area (RtRtB)	DASP 技术采购降本Purchasing and technical savings	-3.82%	-134.8	60	-75.2	-2.14%	
	DMAF KD降本KD cost saving	-0.77%	-2.8	5	-8.0	-1.96%	
	降成本总额 Sub total purchased parts	-3.53%	-137.6	54	-83.2	-2.13%	
	键靶材料涨价Rh and Pd materials increase	1.75%	68.0	68.0	0.0	0.00%	
	合计TOTAL	-1.79%	-69.6	13.6	-83.2	-2.13%	

## ■ 市场开拓

2021年，东风雪铁龙始终坚持“以客户为中心”，超额完成全年销量目标，销量同比增长137%。9月下旬才上市的凡尔赛C5 X成功销售近13,000辆，用一个季度的时间成为法系年度销量王，成为神龙公司近7年来投放最成功的车型之一。焕新升级却“增配不涨价”的2021款天逸凭借远超行业的“3年保值无忧”钜惠政策进一步强化产品竞争力，夯实品牌销量基础。年轻高起点SUV全新C3-XR则凭借年轻、时尚的全新造型以及不到10万元的落地价，全面指向年轻人的快乐与生活，销量同比增长300%。越享高级轿车C6推出舒适版，让“总统座驾”极具性价比，让客户更容易做出选择，销量同比增长600%，大大提振经销商信心。

同时，随着凡尔赛C5 X的预售启动，东风雪铁龙还同步开启了新零售，针对4S店覆盖不到的区域，东风雪铁龙品牌直营中心同步提供上门交付服务，做到客户在哪，服务就在哪，为客户提供便捷到家的优质服务。

这一年，东风雪铁龙不仅用全新的技术与产品呈现领先舒适的用车生活，还坚持全面回归母品牌，通过舒适空间、凡尔赛大会等活动的开展，以及法语活动月、中法文化之春、夏至音乐节等活动的赞助，让客户深度感受原汁原味的法式产品和时尚领潮的生活方式。

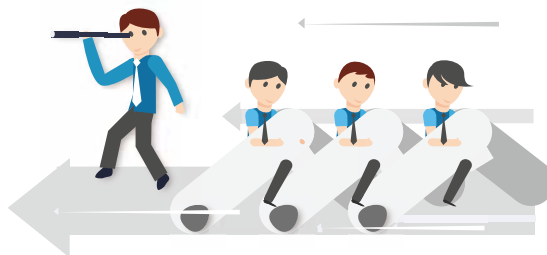
正是通过产品力、服务力和品牌力的全面升级与突破，让东风雪铁龙在阻碍重重的2021年车市环境下，实现了销量逆势增长。

2021年，是标致品牌211周年庆，在中法股东支持下，东风标致承接全球品牌定位，发布“新狮战略”，全面开启品牌向上。下半年，东风标致持续贯穿向“以客户为中心”转变，在品牌营销、产品投放、新零售模式等方面加大创新，持续加强与用户的直接互动，提升用户品牌参与感和满意度，助推销量和市占率的双增长。

立足中国消费者需求，东风标致2021年加速新产品投放节奏。4月，在上海车展推出“新法式SUV家族—全新4008/5008”；8月份推出“新法式驾控旗舰—508L 2022款”；10月份，推出首款直售车型“2008 THE ONE—法式潮品SUV”；11月份，在广州车展上，推出“全新4008创享版”，开启用户共创时代。

为顺应法系车粉丝对服务体验的更高期待，2021年，东风标致配合品牌焕新步伐，推出了“5心守护”及“4保加码”政策，为消费者带来了包括“7天可退换”、“1年保价”、“3年保值回购”、“5年15万公里整车质保”等多项诚意服务。

“标致”产品、五心服务以及“以客户为中心”全面转变，让东风标致重赢客户信赖。



## ■ 出口业务

神龙公司的出口业务经过多年不断的探索和创新，公司出口产品线不断丰富，出口结构持续优化，已经形成了以成套散件、动力总成、整车及零件全类型产品的出口格局，积极为出口客户提供多类型有偿服务，进一步提升出口项目竞争力。

### ■ 三地发运，各有侧重

目前，公司出口业务形成了武汉、成都以成套散件、整车及零件出口，襄阳以发动机、变速箱为特色的三地协同运作发展的模式。2021年三地累计实现出口成套散件及整车13156辆份。全年实现出口额13.13亿元（人民币），同比上升了105%。

### ■ 借力stellantis，快速进入海外新市场

E43 EIC车型由DPCA实现工业化开发及生产，在国内和国外同时销售，DPCA负责在中国销售，stellantis负责在全球市场销售，充分利用DPCA供应链及工业化优势竞争力。借助stellantis海外市场开发的经验及海外市场网络，减少市场开发成本，降低市场运营风险。出口国由东南亚国家，延伸至欧洲、中东及南美市场。

### ■ 完善的外销开发及物流体系

经过多年摸索和尝试，公司的出口业务已经形成了一套从产品开发，物流规划设计，质量控制等完善的体系模式。从出口项目立项开始，通过一整套的流程来对产品进行全生命周期和收益管理。为响应国家绿色物流号召，2018年在成都包装中心首次采用了无油防锈包装，杜绝了包装过程中废弃物对环境的污染。

### ■ 国际物流新方式及绿色物流新包装

借助于国家“一带一路”的倡议，以及新运输方式的普及，2019年起，公司出口业务运输形式更加多元化，江海联运、铁海联运、陆海联运多种模式择优运用。不仅有效的降低了企业成本，在交付期限上也更有保障。借助海关通关一体化，出口加工区等方式，有效缩短了通关时间，降低了物流成本。

指标	2020年	2021年	同比增长
出口销量	3808	13156	245%
出口金额	6.41亿元	13.13亿元	105%

## ■ 杜绝商业腐败

2021年，神龙公司党委以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九届五中、六中全会和十九届中央纪委五次全会、东风公司党风廉政建设工作会议精神，自觉在党史学习教育中汲取奋进力量，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚定不移推进党风廉政建设，紧紧围绕公司“生死之战”和反腐败斗争两条主线，统筹推进营销领域腐败案件查办、年度经营重大课题任务和体系重构，有效发挥监督保障执行、促进完善发展作用，有力保障上级重大决策部署和公司重点课题任务落实落地。

### ■ 聚焦重点任务，强化政治监督，保障神龙打赢“生死之战”

围绕公司“元+”计划、年度生产经营等工作，在安全生产、疫情防控、重要资源保供、X81产销衔接、E43舆情风险防控、闲置资产识别回用、E43抬头显管理费用优化、固商费用管控等重要工作中强化政治监督，有力保障公司走出“ICU”困境。扎实推进巡视、审计、专项治理等问题整改工作，着力提升对公司经营改革的推动作用。认真组织开展武汉工厂党委巡察，发现14个问题，督促制定整改措施80项，追回94.6万元备件。认真把好干部选用“廉洁关”，全年回复党风廉政意见160人次，提出否定性意见2人次，党员干部任前廉洁提醒谈话21人次。

### ■ 强力正风肃纪反腐，推动政治生态修复

严肃处理营销领域腐败问题，深挖细查采购领域专项治理、废旧物资处置问题线索，认真开展群众来信来访举报问题线索研判和调查，全年处置问题线索51件，已谈话函询1件，初步核实30件。目前，给予开除党籍、辞退处分5人，党内严重警告1人，组织处理6人，给予两家广告代理商纳入黑名单处理。深化以案促改，认真剖析腐败案件背后的管理问题，下发建议书8份，督促从严开展党内政治生活、任职回避、供应商选择、定额管理等工作。加大警示教育，组织召开警示教育大会32场次，法院庭审旁听36人次，组织开展党风廉政建设宣传教育月活动，关键岗位及风险人员开展谈心谈话2149人次，持续引导存在问题党员干部与组织同向而行、主动交代问题。

### ■ 做实做细日常监督，深入推进专项治理，以治理成果巩固提升体系能力

坚持不懈落实中央八项规定精神和纠治“四风”问题，重要节假日明察暗访6次，关键岗位人员廉洁提醒谈话89人次，4名党员干部主动上交节礼。深入推动合同管理、资金管理等领域专项治理工作，识别主要问题107个，推动制定措施157个，优化制度流程51个、实施IT系统控制改善21项。深入推进“靠企吃企”和采购领域专项治理工作，发现问题146项和部分问题线索；推动东方时代广告费处理和NTSP项目投资优化，共减少支付4160多万元；促进涂装机器人防护衣、电极帽、3M工艺辅料等采购成本大幅降低；督导襄阳工厂闲置刀辅具阶段性识别回用441万元，督导武汉工厂清理出帐外维修备件32000余件套。组织专题会、约谈基层党组织、部门主要领导，统一思想认识，厘清责任，检视政治担当，解决机制不顺、权责不清等中梗阻问题15个。统筹审计、法务、财务、人事等监督力量，发挥监督合力，积极开展廉洁风险防控试点和廉洁共建活动，不断提升廉洁合规意识。



# 利益相关者责任

Responsibilities of stakeholders

## 满足客户需求 Meet customer needs

### ■ 优质产品

#### 产品质量管理体系理念及概述

神龙公司的质量战略核心是让每个客户满意。在产品和服务质量方面追求行业领先，为客户提供安全可靠且性价比高的汽车。公司秉承“以客户为中心”的理念，力求通过公司各个层面的行为、决策和举措来提供一流的客户体验。公司质量管理体系定义了全价值链中所有流程的质量要求和运行机制，要求全体员工严格遵守质量基本原则，促进公司质量战略目标的实现。

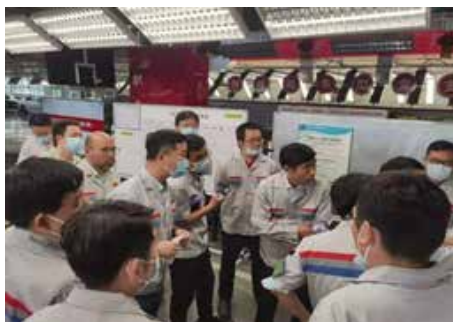
从1998年开始，神龙公司就开展了体系认证工作，2000年公司成为了中国首批通过ISO9001体系认证的企业；2010年，公司质量体系完成了ISO 9001:2008版标准的换版认证；2016年，公司质量体系完成了ISO 9001:2015版标准的换版认证；2019年，公司通过了中汽研华诚认证（天津）有限公司的第三方质量管理体系再认证审核。2021年11月，公司通过了中汽研华诚认证（天津）有限公司的第三方质量管理体系再认证后第二次监督审核。

神龙公司致力于成为最让人信赖的汽车企业，始终将“以客户为中心，坚持质量底线，夯实质量基础”摆在最重要位置。2021年，公司重点实施了3MR TOP70改善行动，强化快速反应，以客户的视角关注质量抱怨，聚焦重大问题的质量攻关，促进质量问题的解决，3MR故障率同比2020年改善了53%，处于行业较好水平；公司产品在性能满意度方面用户评价进一步提高，最新NCBS OSAT调查结果显示，在主流品牌的整体满意度（性能）方面，东风雪铁龙排名第三，东风标致排名第四，公司的产品在内饰风格及质量、可靠性和驾驶质量方面均有良好的表现。公司注重客户服务质量，天天跟踪，紧盯不放松，设立“总经理投诉专线”，每一个客户的诉求，都在2小时内能得到回应，公司通过“五心守护行动”、“715”三项服务政策、八项服务承诺升级等行动强化了全价值链“关注用户，有诺必达”的质量意识，着力提升了顾客满意度。

#### 质量管理案例

2021年，公司通过全价值链的风险预防聚焦3MR TOP70，通过铁三角（产品设计工程师+供应商质量工程师+质量检查工程师）工作模式，持续进行全价值链的风险管控及新发故障的快速反应，持续提升体系力。每周组织召开3MR OBEYA质量作战室会议，所有质量环节的窗口人员对从供应商到售后用户所有的自工序及后工序检查拦截进展进行总结，持续检核过程的可靠性；同时，对识别的新问题层层剖析，对发现的异常点快速反应，确保质量体系持续高效运行。

公司全面高效运行Q7质量问题处理流程，不断加严和提升各阶段指标，推进售后质量问题快速分析与解决，并进行横向展开确保故障不再发。对于难点问题，建立神龙公司内部升级机制，TOP10的问题由部长帮助推进，对于涉及母公司STLA的难点议题，升级至STLA TOP10，由STLA专业和质量帮助推进，并在每月的月度例会上介绍推进进展。



## 产品安全文化实践案例

神龙公司从成立之初，一直践行从管理、研发、质量、售后等各个领域，均与 PSA 集团（现 STELLANTIS 集团）的相关策略及要求保持一致。汽车产品安全性能的研发主体是公司的技术质量部，公司注重引进、消化、吸收再创新，不断提升自主创新能力，开发满足中国用户需求的产品。

作为 STELLANTIS 集团与东风公司的合资企业，神龙公司在安全方面一直遵循 STELLANTIS 集团的安全策略，通过多轮仿真及物理试验，保证联合开发的平台车型及自主开发的专有车型均满足 STELLANTIS 集团对安全性能的要求。

2021 年，神龙公司新项目（E43C\D78）通过严格的测试，安全性能开发验证均达到目标值，完成率 100%。E43C 项目作为燃油车型，性能目标直指 CNCAP5 星，通过两轮 CNCAP 摸底试验（包含高速碰撞、行人保护和主动安全）验证，达到安全性能目标。D78 作为神龙公司自主研发的纯电车型，通过正面、侧面及后部的高速碰撞，以及电池包相关安全试验验证，也均达到安全性能目标。

对于安全性能开发验证的相关工作，包含各阶段对车辆状态的一致性检查，通过相关一致性检查，能够保证同批次车辆状态一致，性能符合统一要求和标准。

## 汽车安全隐患排查制度、措施及案例

公司质量体系建立并实施了全价值链上的质量管理流程。在产品策划和设计开发阶段，公司建立了《新产品项目开发管理指南》、《外协件样件验审程序》等流程，在流程的指导下，充分识别顾客需求，严格控制开发各个环节的设计质量，项目组建立了质量问题不重现检查清单，在每个阶段与专业部门针对每项安全问题的行动措施开展了严格的分析工作，从设计源头消除产品安全风险，保证产品符合安全要求。在现生产阶段，公司建立了《外协件入厂验收程序》、《工序间产品质量保证流程》、《整车产品符合性检查流程》等流程，在每个工序上保证产品质量符合质量标准，还建立了《线束线上检查控制流程》，评审、识别并解决线束在装配过程中以及装配完成后与环境件可能会产生的干涉或磨损风险，以减少线束由于线束干涉磨损的问题而导致车辆返修的情况发生。在销售和售后阶段，公司建立了质量保修政策、《客户投诉处理流程》、《售后质量问题分析改进流程》、《召回与批量返修管理流程》等流程，向用户明确了公司的质量承诺，用户车辆存在的任何问题都会及时传递到公司，并得到快速的处理。在车辆存在安全风险的情况下，技术质量部长有权对已经交付给网点和用户的汽车发出召回命令，以最大限度保证用户的利益。

神龙公司每台车辆下线前都必须经过严格的安全检查，合格后方可入库。同时，我们还从下线检查合格的车辆中抽取样车、送至第三方检验机构进行制动、转向、车速表等法规安全项的检查，确保现生产下线车辆持续符合安全法规要求。通过对产品质量的严格监管，公司的产品质量风险得到较好的防控，在 2021 年没有出现产品召回问题。

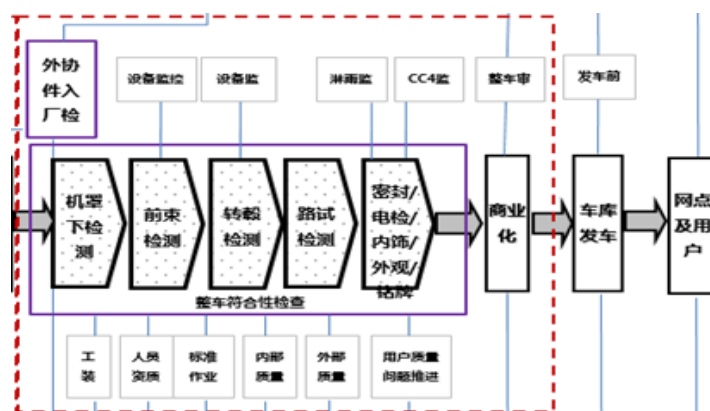
## 质量检定过程及产品召回程序

质量检查过程包括：

1、入厂检验：神龙公司建立了全供应链的质量管控体系，制定了相应的管理标准和流程文件，详细规定了供应商选择、评定及日常管理的流程和规则，对产品设计、供应商咨询/评价、产品开发、批量生产、售后服务各阶段的质量进行严格控制，并通过供应商审核、质量诊断与辅导等多种形式，将神龙的质量理念和管理模式延伸到供应商，建立了全供应链质量持续改进的机制。

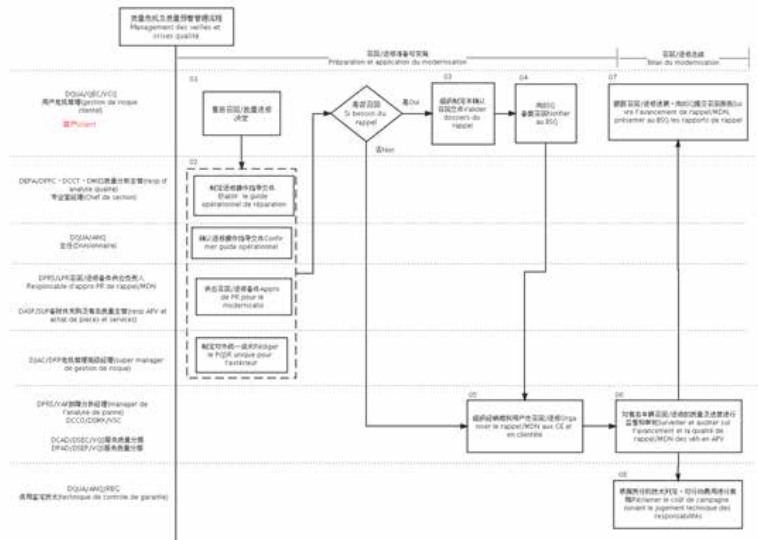
2、过程检验：神龙公司各工厂的生产过程均采用“6M”方法，对生产过程的“人、机、料、法、环、测”等要素进行全面控制，过程检验实行“自检自控”与“三检制”相结合的检验体系，建立了完善的工序检验体系。

3、出厂检验：神龙公司各工厂的整车出厂检验实行“三级检验”制度：整车全检 -- 各工厂质检分部在生产线的末端，按质检工艺卡对整车进行 100% 的“整车一致性检验（CVT 检验）”，终检合格的车辆才能下线入库；整车抽检 -- 各工厂质检分部按监控计划的规定，在终线检验合格；整车审核 -- 公司技术质量部每天从终线检验合格的车辆中，抽取部分样车进行整车质量评价和整车符合性审核（RVCV），对外观/功能进行 CORE-DPV 扣分。



计量检定过程：为了加强神龙公司计量管理，保障公司计量单位制的统一和量值传递的准确可靠，神龙公司制定了《计量管理流程》，对公司计量检定过程进行了规定：制定监控计划/技术任务书；分析国家强制检定法规，收集国家强制检定（涉及安全/环保/贸易结算/标准传递）及汽车制造的相关法规要求；制定计量检定/校准计划；不能进行自主校准的计量器具采用外委检定/校准送至相关法定计量机构进行检定/校准，并由法定计量机构出具检定/校准报告；对于能够自主校准的计量器具，按照计量规程/计量作业指导书进行操作并获取测量数据，并出具校准报告；计量结果不合格时，由使用单位及时维护/更新计量器具，并在维修后再次安排检定和校准；对于合格计量器具，在设备设施、仪器仪表合适位置张贴计量标识，对于经调整后仍无法达到使用要求的计量器具，做报废处理；定期维护计量台账，保证台账的准确性、时效性。

产品召回流程：为恢复产品设计规定的质量水平，神龙公司建立了召回及批量返修工作管理流程，对神龙汽车有限公司生产的已商业化（经过 ECOM 点）车辆，当由于设计、制造、标识等原因而在同一批次、型号或类别的汽车产品中普遍存在的不符合保障人身、财产安全的国家标准、行业标准的情形或者其他危及人身、财产安全的不合理的危险时，进行售后批量返修（主动返修，主动关怀返修，被动返修）、召回工作。由质量危机会议、RUQ 会议对售后风险车辆进行召回 / 批量返修的决定；组织制定并确认召回文件；向国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心 BSQ 备案召回文件；组织经销商和用户处召回 / 返修；对售后车辆召回 / 返修的质量及进度进行监督和审核；跟踪召回 / 返修进展，向国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心 BSQ 提交召回报告；根据责任的技术判定，对行动费用进行索赔。



## ■ 优质服务

客户关系管理体系介绍：

### 硬件设施建设

#### 客户服务网络、4S 点建设情况

截至 2021 年底，东风雪铁龙、东风标致双品牌 4S 网点合计 401 家，服务一级网点合计 248 家；在全国 338 个地级市中，东风雪铁龙网络（4S+ 服务一级）覆盖 234 个城市，东风标致网络覆盖 244 个城市。



## 不断提升客户服务中心的服务水平

为确保客户享受到及时、周到、全面的服务，神龙公司从成立之时就建立了客户服务中心并不断改进服务设施和服务水平。随着硬件、软件的逐步升级，客服中心的服务能力和水平不断提升，基于电话和互联网等各种交互渠道为消费者、车主、合作者以及经销商提供全面的咨询、服务和投诉建议等各类业务的处理和跟踪服务。帮助网点与客户建立或重新建立之间的关系，保证客户提出的需求得到快速、满意的处理。通过维系和改善客户的关系，以提高客户的满意度和忠诚度。



## 软件设施建设

### 产品知识普及或客户培训的制度及措施

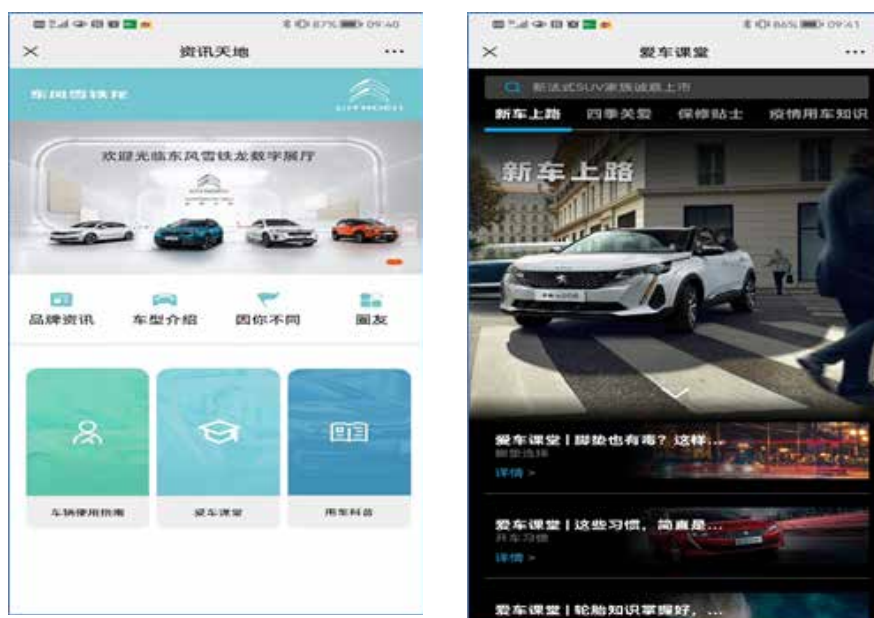
#### 1、加强经销商人员培训

经销商售后人员培训体系中课程覆盖了售后管理、营销管理、售后技术、服务备件管理、客户关系等方面。疫情常态下，客户服务部采取线上、线下、送课上门等混合教学模式，有效保证了神龙公司新产品顺利上市的售后支持，同时有效提升网点了维修技术能力和服务能力，确保公司客户享受到及时、周到、全面的售后服务。同时努力推进经销商内训机制的建立，帮助经销商实现能力自我提升。



#### 2、多方位对客户普及产品知识

帮助经销商策划、开展营销活动，不定期向网点输送用户课堂材料，激励经销商开展客户关爱活动。通过东风雪铁龙和东风标致龙/狮友汇、官方网站、微博、社会化媒体等平台，整合经销商网络系统，依据顾客生命周期不同阶段的需求，提供创新优质的服务体验，传递品牌理念，普及产品知识，积极维护车主关系，培育忠诚顾客。



### 潜在风险警示:

潜在风险警示:

神龙公司持续重视客户产品体验, 对于产品方面的使用常识, 会通过网络平台定期发布相关信息, 提升客户产品体验乐趣, 规避由于未按照使用说明、保养建议等导致潜在的用车风险, 同时通过日例会制度收集客户对产品质量及服务方面的反馈, 制定相应的预防行动。

2021年初, 从售后反馈几起发动机故障灯点亮的故障, 经诊断分析, 发现是客户未按照保养工艺要求进行保养, 错误使用了空滤总成, 技术质量团队、售后服务团队立即撰写美文, 向客户推送空滤使用常识, 正确选择合规的产品, 同时进行了软件控制策略优化, 在满足法规要求的基础上, 提升客户保养更换空滤容错率, 软件在充分进行验证后, 在售后启动了软件升级预防行动, 彻底解决了该问题。

### 产品知识普及或客户培训案例 1-2 个

根据新车客户及季节性用车需求, 推出了《新车使用小常识》、春、夏、秋、冬四季车辆使用注意事项等用户课堂材料; 根据车型客户用车需求, 推出了《东风富康纯电动车型基本使用常识》、《混合动力车型用车常识》、《东风标致全新一代 e2008 使用常识》、《东风富康 ES600 新车使用课堂》、《东风雪铁龙凡尔赛 C5 X 新车使用课堂》等; 根据零部件使用情况, 推出了《轮胎使用常识》、《发动机机油消耗疑解答惑》等产品知识普及材料等。网点不定期的有针对性的开展用户课堂活动, 普及产品知识, 传递品牌理念。

## 产品知识普及或客户培训案例 1-2 个

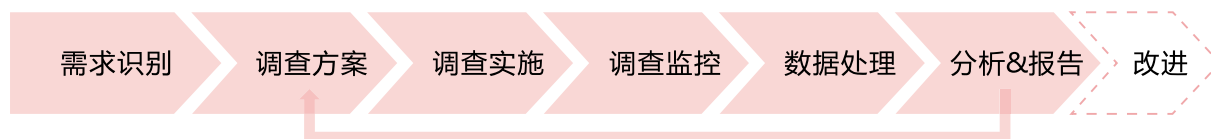
根据新车客户及季节性用车需求，推出了《新车使用小常识》、春、夏、秋、冬四季车辆使用注意事项等用户课堂材料；根据车型客户用车需求，推出了《东风富康纯电动车型基本使用常识》、《混合动力车型用车常识》、《东风标致全新一代 e2008 使用常识》、《东风富康 ES600 新车使用课堂》、《东风雪铁龙凡尔赛 C5 X 新车使用课堂》等；根据零部件使用情况，推出了《轮胎使用常识》、《发动机机油消耗解疑答惑》等产品知识普及材料等。网点不定期的有针对性的开展用户课堂活动，普及产品知识，传递品牌理念。



## 客户满意度调查制度、流程

客户是质量的唯一评判，神龙公司始终把改善客户满意度作为优先的工作，客户满意度改善的基础是客户满意度调查。售后客户满意度调查按品牌和网点展开，共调查东风雪铁龙和东风标致两个品牌，共计 600 多家网点的客户。售后客户满意度调查采用的是微信调查，对象是龙友汇和狮友汇认证客户。

总体的调查流程如下图所示：



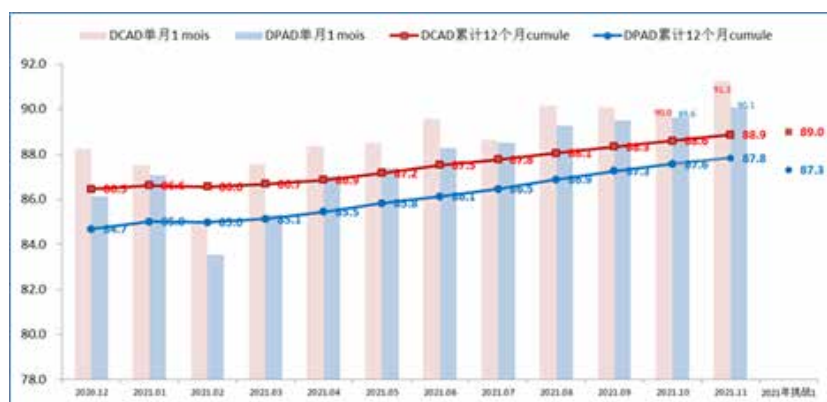
## 提高客户满意度

### 客户满意度调查结果（2021）

2021 年客户服务部制定了贯穿全年的服务质量行动计划，每月召开服务质量跟踪会，对服务质量行动执行情况进行跟踪。建立 EQC 月报制度，每月对 EQC 结果进行分析、通报。针对每月售后 EQC 下滑情况，从区域、客户抱怨等方面进行原因分析，制定预防及纠正措施。同步开展了双品牌神秘客户调查，聚焦服务流程关键项中的弱项进行改善，与 EQC 调查、服务备件区

域经理现场巡视形成互补，调查弱项纳入服务备件区域经理一店一策中督促网点进行服务质量改善。为了落实“五心守护行动”，总部层面开展了2场以“客户在我心中”为主题的座谈会，同时要求全网召开客户座谈会倾听客户声音，了解并快速响应客户的需求，改善网点自身服务，提升网点客户体验，累计开展了351场座谈会，收集了较多有用的反馈信息，将用于后续的服务质量改善中。

肯定推荐率双品牌持续提升：较2020年东风雪铁龙提升2.4%，东风标致提升3.1%；累计12个月肯定推荐率：东风雪铁龙88.9%，达标目标值；东风标致87.8%，达到挑战1。



## 针对客户满意调查反映出的问题进行改进的措施及案例 1-2 个

### 1、提升维修质量

#### 改善措施：

- (1) 人员能力提升：通过强化培训，推动网点关键岗位人员配备，提高网点人员配备达标率。
  - (2) 服务流程遵守：强化网点人员对于流程的掌握与执行；制定实施服务质量提升专项行动。
  - (3) 维修工艺执行：开展网点技术专家双月技术测评与内训；进行网点现场技术巡视帮扶；实施网点违反工艺考核。
- 截止到12月份，“一次维修合格率”累计12个月东风雪铁龙为98.9%，东风标致为98.6%，均达到目标值。

### 2、维修保养工作费用解释不到位

#### 改善措施：

- (1) 通过在车友汇车品商城上开发客户预约功能，在线上呈现保养维修套餐价格，展示产品和价格，以提高费用透明度。
  - (2) 在龙/狮友汇上开发备件扫码显示价格功能，向客户公示价格；
  - (3) 开展龙狮堡垒行动，加强对网点服务顾问的流程培训和演练，要求人人正确熟练掌握流程。
- 截止到12月份，费用解释客户抱怨率东风雪铁龙、东风标致分别下降到8.1KPPM和10KPPM，均达到目标值。

## 建立并严格执行客户信息保护制度

神龙公司重视客户信息的保护，将客户信息的保密等级上升到C3（核心商秘）级别。并建立健全的客户信息安全保密管理制度，实行严格的客户信息安全保密责任制，明确责任人和职责，细化工作措施和流程，建立完善管理制度和实施办法，通过如下措施确保客户信息的安全。

## 严格执行并不断优化客户投诉处理流程

客户服务中心收到客户咨询和投诉后，第一时间快速响应，并根据客户诉求及问题 30 分钟内派单，网点或总部专业部门 2 小时内联系客户，24 小时给出具体处理方案。

建立并完善投诉处理流程及考核机制，客诉问题：网点、总部及专业部门一起高效协同，已建立投诉日例会工作机制，跟踪、协调客户问题的快速处理。

强化全员客户服务意识，2021 年开展并完善客户全触点管理持续改善口碑行动（2.0），主要工作围绕 10 万台经营目标，对外执行五心守护行动，对内做好五心举措，为客户创造价值。

根据总经理要求：打赢口碑挽回战，工作重点平行展开到其主流网站，论坛，跟评等，

多维度全面关注客户反馈的问题，公司层面和网点层面需以客户为导向，以问题为导向，及时响应客户关切。

公司各部门利用现有资源有效形成工作合力完整管理客户触点，积极主动发声，共同努力改善客户口碑。

2021 年公司进一步优化了客户投诉（VOC）处理运行机制，通过投诉案例，识别出产品质量、服务质量、工作流程等运行机制中的问题，并以此拉动内部职能部门对识别出的焦点问题形成 PDCA 改善循环。

### 客户投诉满意关闭率（2015-2021）

品牌	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
DCAD	88%	86%	82%	68%	65%	72%	92%
DPAD	86%	90%	94%	79%	74%	76%	91%

## 客户利益保护：

神龙公司一直严格遵守国家对于缺陷汽车产品召回的相关法律法规要求，不断加强产品安全和质量管理，积极主动预防和纠正产品质量问题和缺陷，不断完善召回工作流程，健全召回管理制度。

2021 年，神龙公司虽然没有增加新的召回行动，依然坚持周例会机制识别产品质量危机项目，按照公司级流程分工对产品进行持续改善。

本着客户至上保障维修质量的原则，神龙公司开创性开展了 EB2/EP6F 发动机返厂维修的模式，在襄阳工厂（动力总成制造中心）开设发动机返修阵地，组建返修团队，逐步完善并建立了发动机返厂维修判断标准、维修标准、台架检测标准等，通过该行动，降低了公司及出保客户自费维修发动机的成本，极大提升了一次性维修合格率。

## 质量荣誉

### 2021 年公司屡获质量荣誉

在素有中国汽车界“奥斯卡”之称的中国汽车行业年度贡献奖——第九届轩辕奖的评选中，公司东风雪铁龙凡尔赛 C5X 从 70 多款车型中脱颖而出荣获“中国年度十佳汽车”荣誉。

在 2021 中国量产车性能大赛的激烈角逐中，东风标致全新 4008 在 32 款热门量产车型中脱颖而出，荣获紧凑型 SUV 组别年度综合冠军，再次证明了一脉相承的冠军基因和东风标致品牌对“良心车、放心车、安全车”的品质追求。

2021 年，公司员工积极开展现场质量改善及质量攻关活动，为公司的产品质量提升做出了重大贡献。公司 5 个 QC 小组荣获东风汽车集团有限公司 QC 成果优秀奖，公司《整车智能控制模块全生命周期质量控制体系建设》荣获东风汽车集团有限公司质量管理优秀项目奖。

## 关注员工成长

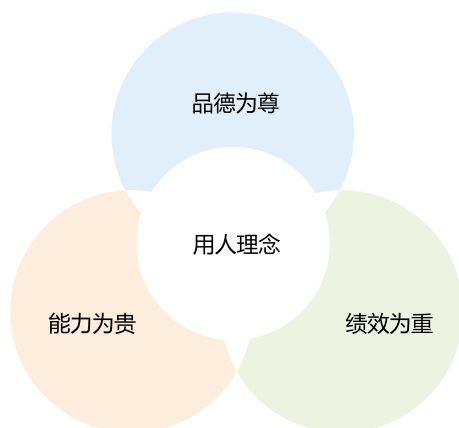
Focus on employee growth

### 基本权益

公司全面贯彻《劳动法》、《劳动合同法》等劳动法律法规，维护公司和员工的合法权益，保障员工享有劳动权利，履行劳动义务。劳动合同签订率为 100%。

### 合规雇佣

公司始终秉承“品德为尊，能力为贵，绩效为重”的用人理念，在用人方面崇尚德才兼备、业绩为重。坚持以人为本，视人才为公司最宝贵的财富，尊重人才、理解人才、培养人才、激励人才，努力创造良好的用人机制和环境，为员工提供广阔的施展才华的舞台，实现员工与企业的共同成长。



在招聘管理工作中，公司坚持遵循三项基本原则：一是，以岗位描述和专业任职资格标准为依据，以人员预算的岗位设置和职级体系职数为基础的“人岗匹配”原则；二是，在公司内部人力资源和外部人力资源选用上优先考虑公司内部招聘的可能性，以便为内部员工提供更多职业发展机会的“先内后外”原则；三是，在内部招聘实施过程中建立严格人才选拔程序的“公开选拔、平等竞争、择优录用”原则。

### 薪酬福利

2021年，公司启动了薪酬改革，简化薪酬科目，薪酬科目由22项简化为7项；提高员工薪酬浮动占比，层级越高，浮动占比越大，浮动占比区间由8%-30%提高为50%-70%。加强业绩导向，将薪酬和业绩强关联，激发和调动干部员工工作的积极性。公司深入贯彻工资效益联动的原则，树立以奋斗者为本，以价值贡献者为本的分配导向，根据业绩、贡献等要素，合理分配，打破“平均主义”、“吃大锅饭”，坚持根据绩效结果进行差异化分配；针对不同领域、层次的人才，采取差异化的激励方式。制定并实施了员工个人绩效与公司绩效、部门绩效相关联的绩效强制比例分布规则，打破了以往绩效考核宽松软的弊端，进一步强化了公司整体绩效逐级传递机制和员工个人绩效对组织绩效的支撑作用。

公司严格遵守国家相关假勤的管理规定，员工可根据相关管理规定，享受带薪年假、产假、计划生育假等，其中，2021年人均带薪年假天数为7.9天。

## 女员工权益

按国家颁布的《中华人民共和国劳动法》和《女员工劳动保护规定》，对女员工实施特殊劳动保护措施。没有安排女员工从事国家规定的第四级体力劳动作业以及处于“四期”的女员工从事禁忌劳动作业或延长工作时间。

一线生产女工在生育期间可以享受 15 个月的生育假，其中产假期间享受国家规定的生育津贴，其余休假期间由公司支付生活费。生育假期满复工后，公司首先安排其回原岗位工作。

严格执行《湖北省女员工劳动保护规定》及东风公司《东风汽车公司女职工劳动保护特别规定》，公司从 2009 年开始发放女员工劳动保护卫生费，发放方式为年底一次性发放，标准为每人每年 480 元，2021 年共计发放女员工劳动保护卫生费近 29.38 万元。

指标名称	2021
室经理及以上女性管理者比例	16%
男女员工比例	17.9%
无固定期限占员工总数比例	81%
少数民族比例	5%

## ■ 健康安全

2021 年，按照东风公司和神龙公司环境与安全委员会的要求和部署，公司职业健康安全工作紧紧围绕生产经营目标，坚持“珍爱生命健康，营造和谐企业”的职业健康安全方针，贯彻落实新《安全生产法》、《职业病防治法》，全年未发生重伤以上事故，顺利达成了年度职业健康安全目标。主要工作表现在：

### ● 贯彻落实全员安全生产责任制

新版《中华人民共和国安全生产法》于 2021 年 9 月 1 日实施，新法更加明确全员安全生产责任制，为了实现全员明责、知责和履责，从年初开始按照新的组织机构全面梳理和完善了各岗位安全责任制，经理及以上岗位编制安全责任制履责清单，对责任制和履责清单实行层层签订，年底对各级人员的履责情况开展了审核和核查，从核查结果来看，基本形成了人人关心安全生产，人人提升安全素质，人人做好安全生产的局面，为公司的安全生产夯实了基础。

### ● 安全管理体系优化

公司按照政府和上级的要求，建立了职业健康安全管理体系，开展了东风职业健康安全自主评价和安全生产标准化建设，为了将这三个管理方法有机融合，公司以职业健康安全管理体系为主线，将东风安全自主评价和安全生产标准化的要求和内容有效融入，实行同步策划、同步运行、同步审核和评价，实现不断改进和提高职业健康安全管理体系的目的，也同时满足不同相关方的需求。公司 2021 年重新通过了职业健康安全管理体系的认证。

### ● 员工安全环保意识

公司始终将提高全体员工安全环保法制意识作为安全环保管理工作的重中之重，新《环境保护法》、新《安全生产法》实施后，公司党委中心组、公司环境与安全委员会等都组织了专题学习，并将法规的要求层层传达，提高全员的守法及合规意识。2021 年 6 月和 11 月，公司分别启动了以“落实安全责任，推动安全发展”和“人与自然和谐共生”为主题的“安全环保月”活动，以“落实消防责任，防范安全风险”为主题的“消防月”活动，开展有感领导、安全大讲堂、“安康杯”劳动竞赛、安全环保管理成果短视频评比、安全环保改善评比、安全环保消防知识竞赛答题等形式多样主题活动，员工的参与程度高，积极性强，通过系列活动，提高了全员的安全环保和消防意识。

### ● 职业健康管理

2021年公司组织开展了“用人单位落实职业病责任自查和风险评估”，自查评估结果为：用人单位职业病危害暴露风险为中低级别，职业病危害综合风险类别为丙类（最低风险级别），同时对自查发现的问题进行了整改。公司始终坚持以员工的健康为本，按照国家标准配备个人防护用品，开展有毒有害职业危害年度监测，2021年共监测点位127个，达标率89.76%，组织1136名员工进行了职业健康体检。

### ● 应急管理

2021年，公司继续开展重要危险源评估与审核，识别出公司级重要危险源14个。针对可能发生的重大事故和紧急情况，逐步推进应急预案标准化、流程化、图示化、卡片化，并组织应急预案演练工作，今年率先在武汉工厂涂装分厂推行了“不打招呼”的火灾逃生应急演练，检验了真实场景下的应急处置能力。全年开展各类安全培训531人次，各项应急演练88场次，参与演练人数1312人次，应急反应能力得到持续提升。

### ● 应急管理体系及案例

2021年，为了深刻吸取十堰6.13爆炸事故教训，公司在各重点部位开展了安全环保隐患排查和应急演练。首次在生产领域（涂装分厂）开展突发式应急演练，演练前未通知现场部门，警报突然响起，以此检验现场部门的应急反应能力。全年共开展安全环保应急演练37场次，534人参加，员工应急反应能力得到持续提升。



另外，国家标准《生产经营单位生产安全事故应急预案编制导则》（GB/T29639-2020）于2021年4月1日换版实施，针对国家新的要求，神龙公司《生产安全事故应急预案》于2021年1月份提前完成修改并在武汉市经济技术开发区应急管理局进行备案。

### 安全教育与培训制度及案例

2021年开展了形式多样的安全消防培训，结合安全月、消防月系列活动，全年共开展了安全消防培训57期，累计培训人数531人次。2021年12月，公司党委中心组以及公司各层级管理人员全覆盖专题学习了习近平总书记关于安全生产重要论述。

2020年，公司继续开展重大危险源评估与审核，识别出公司级重大危险源33个。针对可能发生的重大事故和紧急情况，逐步推进应急预案标准化、流程化、图示化、卡片化，并组织应急预案演练工作。全年开展各类安全培训568人次，各项应急演练100次，参与演练人数1485人次，应急反应能力得到持续提升。



### ● 安全生产投入金额

2021年度，安全生产投入含“安全隐患治理”、“消防安全维修”、“特种设备检验”、“劳保防护用品”等领域，共计1539万元。

### ● 职业安全健康措施、培训及案例

关注员工身体健康是“以人为本”理念的重要体现。神龙公司严格落实职业健康“三同时”要求，从建设项目设计阶段引入职业健康管理，从源头把控职业健康风险。持续推进职业健康现场岗位监测，全年共监测点位127个，监测率100%，对于超标点位加大投资改善作业环境，如襄阳工厂通过优化噪声气源压力、加装隔音棉和隔音房等改善项目，完成10个噪声超标点位达标改造。

神龙公司对1136名接害员工开展职业健康体检，体检率达到100%，未发现职业病患者。为保护员工听力健康，通过组织各工厂实施“听力保护计划”，有效预防和控制噪声职业病危害，稳步持续提升员工作业舒适度，创造舒适安全的工作环境。

### ● 工伤预防制度和措施

不断修订完善《生产安全事故报告和调查处理管理制度》及《工伤事故管理制度》公司级程序文件，明确虚惊事件、轻微伤事件不纳入考核范围，鼓励员工自主申报虚惊事件、轻微伤事件。对轻伤及以上责任事故、发生事故后逃逸或隐瞒不报、谎报等按考核标准对相关责任人进行处罚。

## ■ 职业发展

### 员工职业发展

2021年，结合薪酬体系改革，进一步完善了岗位体系，将原P序列岗位中直接从事产品研发，为车型项目开发、质量、工业化服务的岗位单列为T序列，并聚焦营销一线、研发领域等关键岗位，实施分类薪酬激励，以满足各领域业务发展的人力资源需求，激发干部员工干事热情，促进公司经营目标完成。

公司将持续推进三项制度改革，做好人才盘点工作，识别关键岗位、骨干员工，进一步实施差异化激励政策，加大薪酬待遇与绩效联动幅度，切实做到收入能增能减，促进人员流动。



## 员工培训

2021年按照神龙公司（以下简称“公司”）经营改革的整体要求，根据公司“元+”计划，聚焦公司“抓市场、投商品、夯质量、降成本、强改革”重点工作方向，围绕“五心守护行动”，以“支撑战略业务落地、聚焦组织能力提升”为培训工作定位，以“赋战力、促效率、健体系”为培训工作方向，担当和落实培训促进公司组织和全员能力提升的责任。全年完成各类培训2402项，开办培训班3598期，10.1万人次参加了培训，全年完成培训17.1万人学时，人均参训学时达45.9学时。

## “元”计划战略调整



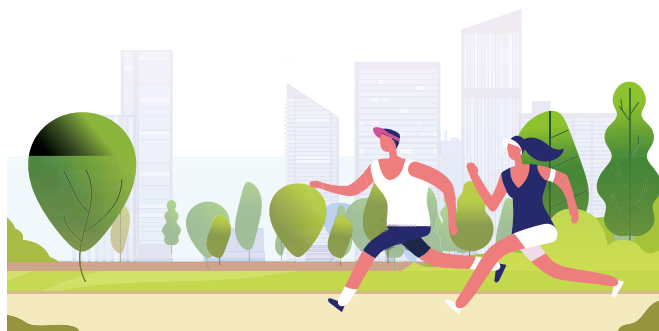
## ■ 工作生活平衡

## 员工满意度

2021年，公司大力推进“暖心工程2.0”，持续改善“衣食住行厕”等员工高频感知的工作环境，营造温馨舒适的工作环境，增强员工对公司的认同度和归属感。“暖心工程”暖人心，凝心聚力助发展。公司“暖心工程”扎实细致推进各项“暖心事”，从“暖身棉背心”、到“暖胃暖心餐”，再到“厕所革命”，随着各项暖心工程的实施及投入使用，公司把关心关爱职工真正落到实处。

## 文体活动开展情况

深入结合企业发展形势、融合企业文化，使文体活动成为提振员工士气、凝聚人心的有效“法宝”。坚持开展趣味运动会、“神龙杯”羽毛球赛、新年健康跑等传统赛事，根据疫情防控要求，结合新车上市、公司周年庆等契机，适时开展线上全民健身活动，同时积极组织参与东风公司各类文体比赛，在羽毛球赛、合唱比赛等重要赛事中屡获佳绩，通过这些活动，对内激发全体员工的工作热情与激情，对外也展示了神龙人的精神风貌。



## ■ 特殊员工关爱

### 特殊员工关爱理念及措施

将精准帮扶、及时救助、适时慰问三项措施相结合，在员工及其家庭遭遇重疾、意外灾害等突发困难时，及时给予救助，为其建立困难员工档案，跟踪关注，在元旦、春节、开学季等节点适时开展金秋助学、送温暖等专项慰问工作，传递组织关怀，帮助员工提高抵御风险、战胜困难的信心和能力。

### 困难员工帮扶投入资金

2021年共慰问困难员工49人，支出爱心工程专项款19.75万元。并适时开展“夏送清凉、金秋助学、冬送温暖”等活动，把工会组织的温暖送进员工心里，致力于打造一个员工信赖、企业支持、充满阳光和爱心的“员工之家”。

### 困难员工帮扶制度、成效及案例

2021年，公司工会在牵头收集员工“衣食住行厕”方面的意见后，全面启动“暖心工程”，会同综合管理部、制造管理部等责任部门扎实细致的推进各项暖心事，受到了员工的认可和肯定，结合员工满意度及意见建议汇总，公司工会又确定了“暖心工程2.0”十件实事，做实做细员工关爱工作，进一步提高员工满意度，满足员工对美好生活的追求和向往。



### 为孕妇、哺乳妇女等特殊人群提供特殊保护的制度、措施及案例

深化女员工关爱工作，举行庆祝“三八”妇女节专题系列活动，开展女员工健康及心理辅导讲座，特别关注特殊人群，不断升级“爱心妈咪小屋”，签订《神龙公司女员工特殊权益保护专项集体合同》，依法依规保护女员工的特殊权益。

## 携手伙伴共赢发展

Win-win development with partners

## ■ 供应商建设

2021年疫情常态化影响，以及芯片危机，原材料涨价，让全球的汽车行业在均处于产量下滑，利润下降的窘迫困境中：既定的生产计划难以实施、企业经营业绩下滑严重，多个国内知名代工厂，均出现了不同程度的停产，更有甚者提前宣布无法达

成年度既定销量。情绪在行业内部的蔓延。神龙公司供应链面临前所未有的考验：如何尽快重启供应链的正常运转、保障神龙公司快速复工复产；如何帮助供应商伙伴尽快扭转经营业绩下滑的不利局面。

神龙公司采购部立即展开供应商芯片资源状况的信息调查、落实各项生产重启的准备工作。在双方股东的大力协助之下，神龙公司采购部发掘多方资源，与全球供应商艰难谈判，抢产能、抓资源、落实行动计划，确保全年生产所需芯片资源，并为供应商提升年度经营业绩给予了有力支持。

2021年7月，河南遭受罕见大雨，暴雨过后各地受灾严重，河南地区生产资料或缺，公司采购部第一时间组织内部资源，向受灾供应商“河南锂动”输送发电机，水泵，热风枪，绝缘手套等稀缺物资。派遣专车向河南地区进行援助。物资在第一时间抵达河南锂动，作为第一批支援该地区的OEM，建立了公司在供应商地区范围内极为正面的形象。

## ■ 经销商建设

### 网络发展制度

发展原则是“实事求是、一城一策、因地制宜、严进严出”。

具体规则如下：

- 1、1-3线城市，4S覆盖（72重点城市）
- 2、4-6线城市，4S/3S/1S/B网/合伙人覆盖（208城市）
- 3、销售二网，作为4S的销售触点，覆盖区县
- 4、2S+阳光工匠，作为服务能力空白或不足的补充
- 5、在多种渠道共存的前提下，支持开拓整车市场的同时，优先享受售后客户资源

### 战略经销商支持管理办法

从2021年7月1日起，每半年发布战略经销商支持管理办法，目的就是为了让能够持续的提振经销商信心，帮助经销商达成目标。

根据不同的维度和分值将经销商划分为战略经销商、主力经销商和潜力经销商。

维度	权重	计算方式	分值
整车开票量	70%	(每半年网点累计开票量/R台)*70分 R:DC100台、DP150台	满分70分
整车开票目标完成率	30%	(每半年网点开票累计完成率/120%)*30分	满分30分
入网年限	10%	每一个年头累积1分，以此类推	满分10分
集团4S数量	10%	同一投资人旗下拥有的DC和/或DP品牌4S网点数， 每有一家累积2分	满分10分
否决项 (客户满意、 合规经营)		1、每年累计售前服务推荐率≥品牌目标值、每年累计售后服务推荐率≥品牌目标值(处于保护期内的新网点,此项不作为否决项) 2、遵守品牌年度商务政策中的管理要求，无跨区域现象、无合格证投诉、无损害品牌形象和声誉的重大事件。	

类型	战略经销商	主力经销商	潜力经销商
分值	≥ 100	≥ 50	< 50

## 经销商绩效评估

经销商绩效评估体系分为 10 个核心指标及 6 个跟踪指标。

## 核心指标

评估领域	评估指标	指标定义公式	评估指标分值
盈利及管理能力 20%	净利率	税前净利/销售收入	10%
	销售顾问认证率	销售顾问认证率=已认证销售顾问人数/在职在岗销售顾问人数	10%
销售及水平业务能力 55%	月均销量	年累计交付数/月份	5%
	开票目标完成率	当月实际开票/当月目标	20%
	月均线索量	年累计线索量/月份	5%
	成交率	交付数/线索量	5%
	售前肯定推荐率		10%
	单车销售毛利(含水平)	(销售毛利+水平业务毛利)/交付数	10%
售后业务能力 25%	零服吸收率	售后毛利/(销售费用+管理费用+财务费用)	15%
	售后肯定推荐率		10%

结合经销商的运营及财务数据进行绩效评估与风险识别，根据其意愿与能力进行分类管理，通过区域巡视辅导、网点对标改善的方式，各业务部门结合评估结果从销售、售后、二手车等业务领域进行精准帮扶。

2021 年神龙公司主要结合“五心守护”行动，通过以下三个方面围绕“客户”提升网点运营能力，促进网络健康发展：

## 经销商绩效评估与支持

行动：结合季度、月度绩效评估报告，跟踪反馈核心指标及相关行动进展，与品牌各部门及区域推动经销商一起分析、推动经销商提升客户满意度，改善经销商运营并促进经销商盈利性改善。

绩效：2021年协同两个品牌部进行网点的单店销量提升与潜力网点的数量提升，单店销量提升117%（目标/实际：230/251），潜力网点数量（目标/实际：DC:84/87;DP:99/158）。

## 风险网点管理与网点援助

行动：筛选风险网点下发大区，督促大区对网点下达警示整改要求；配合大区对风险网点约谈和运营能力帮扶；严格按照风险网点规则申报清理计划，对于长期不卖车只修车的网点零容忍。

根据双品牌/新网点发展规划，结合风险网点提升行动制定网点现场帮扶计划；提供现场网点运营援助，帮助网点提升整体运营能力；运营帮扶效果总结，完善和改进帮扶行动；对标标杆网点优势加以提炼，牵头推广其他网点学习。

绩效：2021年团队新网点运营辅导34家；对风险网点按照《风险网点处理流程》执行强网行动，处理网点共77家。

## 网点能力提升

行动：结合合区域与市场的需求，按照重点区域，分级分类原则，制定周培训计划，督促网点学员报名参训，每周更新培训进展；推动销售部将关键岗位人员配备纳入2021年商务政策考核，及时检核人员配备真实性，督促网点按时参加培训，提升关键岗位达标率。建议销售部考虑实施人员岗位积分激励政策，保障培训人员的稳定性。

2021年10月启动网点基础能力提升项目——“龙狮堡垒行动”策略与行动，支撑公司战略从“游击战”向“阵地战”的转变，从网点的基础项、提升项、区域人员的“教练员”的培养三个维度来支持转变。

绩效：由于销售顾问的流失率达40%，重点开展销售顾问的培训认证，销售顾问认证率达成目标（目标/实际：DC:93%/98%,DP:93%/98%），同时开展线下136场1438人次销售类的培训，面授训的网点的3个月的销售增长率与未培训网点高6%。

## 案例

2021年6月针对东风标致中一区、西区的销售专题会，根据总经理的要求，6月下旬与区域人员一起到湖南现场对5家网点的销售人员进行信心、能力辅导培训与演练，从6月交付55台，到7月达81台；到10月的结果，后4个月相对前4月增长36.2%，增长高于中区20%，做到率先垂范。





# 环境责任

Environmental responsibility

## 打造绿色产品 Create green products

### ■ 环保技术、环保产品

为贯彻国家 3060 碳达峰碳中和（双碳）目标愿景，神龙公司积极探索低碳或近零碳发展模式，加快产品绿色低碳转型，研发应用低排放空调制冷剂 R1234yf（2, 3, 3, 3 四氟-1-丙烯），替代 R134a（1, 1, 1, 2-四氟乙烷），GWP 降低 99.7%。在 2021 年对欧盟出口的产品 E43 EIC 上，减少二氧化碳排放总量 846kg 以上，提高了产品的低碳竞争力，成功跨越欧盟技术壁垒，为双碳目标的实现做出贡献。

神龙公司不仅致力于降低自身的碳排放，还协同供应商共同研究车辆全生命周期碳排放。自 2021 年起，启动关键零部件及材料供应链的碳排放数据调查，并要求制定并实施中远期减排方案与措施；优选具备环境管理体系，提供含有绿色低碳材料及产品的供应商，与材料供应商共同研究开发绿色低碳材料。

2021（第八届）中国汽车生态设计国际论坛暨中国汽车行业碳中和创新发展（宁德）峰会上，《中国汽车低碳行动计划研究报告（2021）》正式发布，神龙公司首次发布了 2020 年所有 580 款在售乘用车生命周期碳排放结果，其中 e 爱丽舍和 C6 分别斩获“A 级纯电动汽车”和“C 级汽油车”碳排放第一名，获“低碳领跑者”殊荣。

神龙公司 2021 年推出凡尔赛 C5X 获得“B 级汽油车”碳排放第一名，正是公司长期坚持绿色低碳发展的有力印证。

为实现“中国造销全球”战略，神龙公司研发应用了汽车产品系列环保新技术，大力推广低碳低排放的新技术。其中电路板、线束插头、半导体芯片等电器元件无铅焊料的研发应用，累计减少铅排放 15 吨以上；倒车雷达及其他电容器介电陶瓷无铅化累计减少铅排放 5 吨以上；抗热、氧化老化侵蚀性能更优、不含 DPPD 电子水泵新材料；涡轮增压器辅助水泵透气膜、玻璃升降器电机防水膜、电子水泵等零件实施 DPPD、PFOA 替代，减少 DPPD、PFOA 排放累计 3 吨以上；为社会可持续发展、节能减排和节约资源及和谐社会建设起到了先锋示范作用，提升了神龙公司产品竞争力。

神龙公司大力推广循环经济发展，设计制造利于回收利用的整车及零部件产品。通过实施材料优化设计与选择，选择易于回收利用的热塑性材料，热塑性弹性体材料和矿物、有机天然改型材料，减少热固性塑料、油漆胶粘剂材料、不能分离的高分子复合材料等难于回收或不能回收材料，从产品设计初期源头实时干预，确保整车产品的回收利用率和可再利用率始终保持在 95% 和 85% 以上，并保持持续改善。大量研发应用回收材料，包括黑色金属板材 / 长材 / 铸铁，铝合金之缸体 / 缸盖 / 车轮，使用回收料塑料的挡泥板等众多部件，整车绿色材料应用比率达到 20% 以上，处于国内领先水平。

### 环保技术研发与应用进展成果

神龙公司秉承绿色环保理念，车辆排放技术应用方面始终保持的国内领先水平，持续、稳定的满足国家法规以及客户需求。

在燃油系统蒸发排放方面，不断探索新技术新材料。燃油箱使用新型阻隔材料，阀体采用 2K 材料，燃油泵密封面采用 Camlock 结构，在设计上充分降低密封渗透对 HC 排放的影响，碳罐上应用 Mpac 新型碳粉，更高效的吸收逃逸的油蒸汽。对于不同车型，采用不同的燃油蒸发 OBD 策略，充分保证系统的可靠性。以上新技术全面应用在 EP 及 EB 两个族系动力总成所适配的车型上，使排放结果远低于国六 B 法规的要求。

在尾气后处理方面，积极响应国家政策法规，在开发阶段使用三块催化器加 GPF 的组合，一步到位提前满足国六 B 加 RDE 最严法规要求；同时与相关部门积极研讨，提前开展国七政策预研以及技术储备。

神龙公司对座舱健康不仅在于对绿色环保材质的臻选，还在于全价值链的健康管理与控制。神龙公司是国内第一家建立整车内空气质量实验室的整车厂。

各车企对车内空气质量的控制，主要以 HJ/T 400-2007 为测试标准，部分企业以难度更大的 ISO 12219-1:2012 为标准，高温静置时间为 4 小时。在 2021 年，东风标致 408 参加了中汽研（CATARC）开展的更为严苛的高温测试，其高温静置时间长达 8 小时，经测试，高温静置后座舱空气的 VOC 含量测试结果仍然低于常温条件下的国标限值，且同 GB 国标（25℃）、清新空气座舱认证标准（25℃）横向作对比，甲苯、二甲苯等有害物质差距微乎其微。根据中汽研汽车检验中心试验报告结果显示，标致 408 在高温 VOC 测试中，各项空气质量指标均获得优秀的评价。

优秀成绩来源于神龙公司从设计到制造，系统化全方位的绿色材料设计体系，建立整车 VOCs、气味和用户满意度三维座舱空气质量目标，在满足标准要求的基础上，大量使用低挥发、低气味的环保材料及工艺，确保座舱空气质量领先优势。

环保绿色材料设计体系，覆盖仪表板系统、座椅系统、顶棚内饰系统、地毯系统、声学降噪系统、空调系统、门护板和车身侧部装饰系统、后隔板、门框密封条、线束、备胎；部件连接方式的环保化：优先使用卡接、焊接、铆接等物理连接方式，尽量避免化学粘连；通过采用透气的包装方式，生产、存储环境的通风设计，在物流仓储环节进一步削减零件及材料的 VOCs。

在新能源方面，自主研发了东风富康 e 爱丽舍驾校车和东风富康 ES600 网约车，提高能源效率的同时，减少了燃油车作为驾校车和网约车在低速工况（驾校场地行驶和市区工况行驶）的排放。

## 2021 年节能汽车研发及生产进展情况介绍

2021 年，神龙公司在售新能源车型有 6 款，合计销售 7854 辆，为公司双积分达标做出了重要贡献。

2021 年，公司开发并投放了东风富康品牌电动驾培车（内部代号 eH43），全新自主开发一款纯电动网约车，并开展了 B2C 纯电动车型及换电版网约车等软课题研究工作。

### 研发情况

#### 迭代开发 eH43 电动驾培车

为抢占市场，落实成都造，成都版车型于 2021 年 1 月在成都工厂下线，此举标志着神龙公司将加速新能源汽车产品在成都驾考、驾培行业的投放，助力行业转型升级与高质量发展。同时，积极开展降成本工作，落实芯片替代方案（含替代及国产化），解决“芯”荒问题，并开展车型技术升级，加强车辆安全性能，优化电池管理策略，一次性通过电池热失控验证，优化后防撞梁设计，提升整车及产品可靠性，完成网约车投放，大幅提升 eH43 销量。

#### 自主开发 D78 电动网约车

D78 充电版基于内部代号为 T93 的燃油版车型进行开发，项目自 2020 年预研、2021 年 7 月立项，历经完善的功能架构、机械架构、电子电器架构、网络架构及热管理架构设计，采用市面上成熟的电驱动、充电系统进行适配开发，自主设计开发基于水冷板与下壳体集成的动力电池系统，完成了新能源核心三电专业及适配的自主设计开发工作。同时，更改车身地板，适配转向系统、传动系统，重新开发悬挂系统、制动系统，达成整车性能目标，夯实自主电动车开发事业。

截至 2021 年底，D78 车型公告试验已完成，既定的整车宏观性能目标皆已达成，持续 30min 最高车速达 140km/h，CLTC 续航里程 430km，能耗低至 12.2Kwh/100km。

#### 扎实预研 B2C 电动私家车及换电版网约车

##### 预研电动私家车，备战 B2C 市场

在成熟平台技术共享的前提下，充分考虑 B2C 市场核心诉求，研究 355/520/590 模组技术及 CTP 技术，对比三合一电驱动、三合一充电机及多合一架构，分析热泵、电机余热回收、电机自加热等热管理技术，储备 800V 高压技术，力争打造最适合 DPCA 发展的主流 BEV 产品，不断夯实 DPCA NEV 技术路线图。

##### 预研换电版网约车

在 D78 充电版车型基础上，开展换电版车型预研工作，涵盖了分箱换电、整体换电两种技术路线。参考换电生态圈运行规则及主流换电技术方的成熟产品及方案，开展技术、市场、商业模式预研工作。

随着环境压力日益增长，政府推动新能源汽车快速发展，神龙公司响应政府的号召，2021 年继续加大新能源汽车的研发和生产的投入。网约车是现代年轻人出行的首选，行业近年来发展较快，社会上也出现较多网约车企业，网约车的需求数量倍增。网约车实现电动化，将大幅度降低碳排放。

2021 年神龙公司针对网约车的市场需求，加大了新能源汽车研发和生产的投入。东风富康 ES600 采用了轻量化、能量高转化率等研发技术。



为了满足新能源汽车订单的需求，工厂对新能源生产线进行产能提升，从2020年3万辆/年提升至2021年9.3万辆/年。2021年公司共生产8482台新能源汽车，比2020年提高346%。

## 建设绿色工厂 Build a green factory

### ■ 循环经济

神龙公司坚持“建绿色企业，造环保汽车”的环境方针，致力于企业环境行为合规和可持续发展。水资源循环利用方面：在防疫条件许可的情况下，各工厂逐步恢复“中水回用”，以减少新鲜用水量；固体废物综合利用方面：持续推进“3R”（资源化、再循环、再利用）策略，对政府有专政策、渠道处置以外的固体废物，按照物理属性进行分解、分类，分别进行回收利用。2021年水资源重复利用率达到95.97%，固体废物综合回收利用率达到91.21%，危险废物100%合规处置。

### ■ 环保管理

建立、保持并持续改进环境管理体系。公司通过推进环境管理体系，不断完善环境管理制度和流程，从公司各项活动的每一个环节进行环境因素的识别和评价，并制定管控措施改善和提升环保绩效。2021年公司重新申请并通过第三方认证，识别重要环境因素19项，适用的环境法律法规和其它要求共75项，国家和地方环保标准51项，经合规评审，没有不符合法律法规和其它要求的环境行为和情况发生。

环境信息公开，自证环境行为合规。根据《汽车制造业 排污许可证申领规范》的要求，2021年启动了武汉工厂涂装VOCs污染源自动监控系统建设，委托第三方有资质的机构开展自行环境监测，包括地下水、土壤在内，三地工厂全年共完成环境监测800余点次，废水、废气、噪声等污染物排放均满足国家、地方排放标准限值要求。并将公司的生产、环保设施、污染物排放、环境监测数据等信息，按规范分部上传至《全国排污许可证管理信息平台》、《重点污染源管理系统》和公司官网“社会责任”“环保信息公示”栏目中进行环境信息公开，接受政府、社会公众监督。

深化污染防治攻坚战，不断提升环保绩效。2021年公司积极应对趋严的环境法规、标准，成都工厂投入1000多万元实施沸石转轮浓缩+RTO技术的喷漆废气焚烧净化项目，在8月份投入运行；武汉工厂投资1700多万元，4月份启动涂装喷漆废气焚烧项目建设，采用沸石转轮浓缩+RTO技术，对武汉工厂喷漆废气进行焚烧净化。

2021年公司三地工厂均被纳入属地环保部门“正面环保执法清单”，均被评为重污染天气C级环保绩效企业。

## ■ 三废管理

按照环境法规要求，公司三地工厂均持有《排污许可证》合规排污，建立了《废水、废气、噪声、土壤污染控制制度》、《固废管理制度》等公司级制度文件，确保公司各工厂废水、废气、噪声等污染物排放、固体废物处置，符合国家、地方排放标准和政策要求。

### 废水排放

公司废水排放主要的污染物为整车涂装产生的 COD 废水和发动机生产产生的含油废水。各工厂生产废水均经过物化处理 + 生化处理 + 深度处理后，达到杂用水水质标准进行回用，以节约水资源，未回用部分高于国家、地方排放标准限值排放。2021 年公司化学需氧量排放总量为 20.77 吨，比目标值下降 16.6%。

### 废气排放

公司废气排放主要的污染物为涂装喷涂、烘干等生产工艺产生的挥发性有机物和焊装工艺产生的焊接烟气等。武汉工厂的涂装喷漆废气经过文秋里水幕净化后，由 60 米排气筒达标排放，成都工厂的涂装喷漆废气经干式喷房石灰石粉捕集漆雾、沸石转轮浓缩 + RTO 焚烧净化，由 55 米排气筒达标排放；烘干废气经过 RTO 焚烧净化、由 25 米排气筒达标排放。焊装废气治理方面，在焊接工位均设置了焊接专用净化机，净化后由 15 米排气筒达标排放。2021 年公司武汉工厂挥发性有机物单位面积排放总量为 22.77g/m<sup>2</sup>，比湖北省地方标准限值低 24%，成都工厂挥发性有机物单位面积排放总量为 17.33g/m<sup>2</sup>，比四川省地方标准限值低 50%。

### 厂界噪声

公司重大噪声源为冲压车间大型压机、动力站房、大型风机设备。上述设备均采用减震基础，区域采用降噪、隔声、吸声设施，新建成的成都工厂冲压车间，采用了全封闭生产线，有效降低了对环境的影响。2021 年三地工厂厂界噪声值均符合属地政府声环境功能区划、区域厂界噪声标准限值的要求。

(1) 以实际行动践行低碳环保。

神龙公司武汉工厂 20% 电力供应将来自“屋顶电站”。在厂房屋顶上，披上了“绿色新衣”——1 万多块太阳能光伏发电板组成的 3 兆瓦太阳能光伏发电系统。

这是国内汽车行业最大的太阳能光伏项目。神龙公司投资 4100 万元，在总装、焊装等车间顶层闲置的 8 万平方米屋顶平台上安装了这一系统。

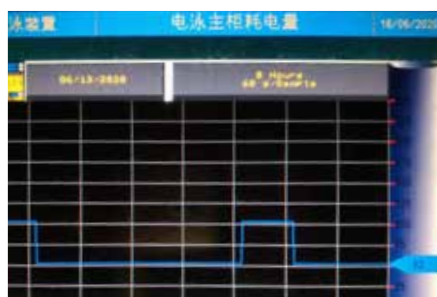
采用光伏发电具有深远的社会意义，公司 2021 年全年光伏发电 150 万 KWH，减少二氧化碳排放 789 吨，公司以实际行动践行低碳环保理念。

(2) 节电举措。

(1) 优化电泳变频

武汉工厂涂装分厂在电泳变频原有基础上，进一步优化电泳变频的极限，在停产时，由 1 小时高频 1 小时低频优化为 1 小时高频 4 小时低频，频率同步优化。涂装各条工艺线，都采取了精准启停的方式进行控制。

非工作时间每小时平均节约电量 32KWH，每年节约电量 19.3 万 KWH。



## (2) 优化供暖方式

襄阳工厂办公区域及中心实验室是襄阳工厂使用低温采暖系统集中供暖的区域，由于工厂办公区域集中化，供暖区域大幅减少，使用集中供暖能源消耗浪费很大。为减少浪费，工厂改为集中办公，办公区域采用独立空调，对中心实验室也实施改造，将原有的中央空调系统改为独立空调，冬季可实现独立恒温，无须采用工厂集中采暖系统进行供暖恒温。



采暖季（按 45 天算）减少蒸汽消耗量 450 吨；停用低温采暖系统，每年节约标煤 45 吨，折合电量为 36.6 万 KWH。

## 提升环保意识

Build a green factory

### ■ 植树造林等保护环境的倡导、举措及案例 1-2 个

1、坚持“建绿色企业，造环保汽车”的环境方针，确保公司环境行为合规。根据环境相关法规要求，神龙公司委托第三方有资质的机构开展自行环境监测，包括地下水、土壤在内，三地全年共完成环境监测 800 余点次，废水、废气、噪声等污染物排放、固体废物处置均符合国家、地方排放标准和法规政策要求。同时监测结果、环境信息在公司官网进行信息公开，自证合规，接受政府、社会监督。

2、通过技术进步，不断提升公司环保绩效。公司积极应对趋严的环境法规、标准，投入 1000 多万元采用沸石转轮浓缩+RTO 技术，对成都工厂喷漆废气进行焚烧净化，项目在 2021 年 8 月份投入运行，喷漆废气排放将持续满足国家、地方挥发性有机物排放限值的要求。在污染物排放达标的基础上进一步降低了对环境的污染排放，履行企业生态环保主体责任。公司三地工厂在 2021 年均纳入地方政府正面环保执法清单，被评为重污染天气 C 级环保绩效企业。

### ■ 带动供应链合作伙伴积极开展节能减排活动

神龙公司倡导推进全过程的绿色物流，以“低能耗、低排放”为基础，从以下几个方面带动供应链合作伙伴积极开展节能减排活动。

1. 落实运输卡车排放满足国五的升级，2021 年新上牌车辆均为国六 20%。
2. 用电动叉车和电动牵引车替代燃油叉车和燃油牵引车，实现全部叉车和牵引车零排放。

## ■ 带动供应链合作伙伴积极开展节能减排活动

神龙公司倡导推进全过程的绿色物流，以“低能耗、低排放”为基础，从以下几个方面带动供应链合作伙伴积极开展节能减排活动。

1. 落实运输卡车排放满足国五的升级，2021年新上牌车辆均为国六 20%。
2. 用电动叉车和电动牵引车替代燃油叉车和燃油牵引车，实现全部叉车和牵引车零排放。



牵引车



叉车



充电间

3. 新车型开发中，优先选用可降解、可回收、可循环、可折叠的包装材料及包装方案，推进供应商使用耐久包装。规范包装方案的验审流程，尽最大可能否决供应商的一次性包装，并减少一次性辅材的使用。推进耐久包装容器租赁业务，提高耐久容器利用率。



耐久包装



耐久包装

4. 在上游取货物流和下游新车交付物流业务中，改善运输方式，发展多式联运，提高铁路和水运比例，减少运输卡车碳排放。



水运滚装船装车



## 社会公益责任

Social responsibility

## 公益实践

Public welfare practice

### ■ 志愿活动

#### >> 志愿服务体系

神龙汽车有限公司实施“1+5”的志愿者服务体系化管理，公司团委统筹管理一个志愿者服务平台，每个基层团组织建立独立又各具特色的志愿者服务队。

#### >> 志愿服务活动简介

公司志愿服务平台 2021 年度累计组织学雷锋、汽车社区义诊、浪漫婚车、汽车文化节工厂开放日、车展助销等志愿服务活动 30 余次，志愿者参与人次超过 800 人次，服务对象超过 5000 人次，做出了奉献，收获了微笑，获得公司内外的一致好评。公司 2 名志愿者，2 个志愿服务项目，3 个志愿者服务团队获得东风公司表彰。

#### >> 志愿服务活动案例

3 月 7 日，公司团委参加 2020 年度东风青年志愿服务表彰大会暨 2021 年青年志愿活动启动会，同时组织志愿者在武汉东风阳光城、襄阳车城社区以及成都工厂单身宿舍，参加东风公司 2021 年青年志愿者服务活动，为社区居民及宿舍员工提供贴心、暖心、放心服务。

在武汉阳光城社区，公司志愿者为社区居民免费添加冷却液、雨刮水等材料，并提供胎压检测、电池检测等汽车义诊服务，在提供贴心、专业、严谨服务的同时，宣传公司“五心守护行动”政策。在襄阳车城社区，公司志愿者为社区居民提供小家电维修服务，志愿者们热情细致的服务和精湛娴熟的专业技能，吸引了大批社区居民带着小家电前来维修。在成都工厂单身宿舍，公司志愿者与物业一同对单身宿舍的消防安全等设施进行补漆，对宿舍花坛进行清理和美化。





6月1日和9月20日，公司“浪漫婚车”服务队分别为黄云鹏和王志龙提供婚车服务，活动由公司团委与襄阳工厂团支部共同举办，是深化“学党史、强信念、跟党走”主题教育实践，落实“我为青年做件事”的一项特色服务，也为公司品牌的宣传推广做助力。天逸婚车队圆满完成两次浪漫婚车服务任务。

自2016年10月，公司团委发起创新志愿服务项目以来，浪漫婚车服务已经成为深受公司青年喜爱的经典项目之一。既服务了公司青年员工，增进了同事之间的联系和感情，也加强了公司和员工之间的联系。公司团委将持续开展浪漫婚车服务活动，为公司青年员工做实事，做好事。





7月以来,公司团委借助集团团委“我为青年办实事——团团汽车义诊”主题实践活动,积极与相关单位团委联系,协调十堰、襄阳、武汉三地经销商前往东风兄弟单位,借助汽车义诊活动开展地推。

为确保地推效果最大化,公司团委在集团团委的指导下,和相关兄弟单位制定了详细工作推进计划,从客户需求实际出发,更新义诊服务内容和相关购车福利;为更好的吸引厂区员工参与,公司团委提前设计了丰富的宣传物料,相关单位的团组织也将海报,车型介绍等信息发送到员工微信群,提前预热保证传播覆盖面。

同时,活动当天在相关单位团委志愿者的支持下,在客流量大的食堂门口,办公楼入口等位置发放传单,放置宣传物料等。并且,为了更好的在东风内部推荐神龙车,公司团

委积极协调十堰、襄阳、武汉三地 8 家经销商,参加东风团委组织的团团购活动:对东风员工推荐一手线索成交,经销商给予推荐人油卡激励,以充分调动东风兄弟板块员工推荐神龙车的积极性。

汽车义诊服务结合品牌的营销政策,已累计协调开展十余场,包括中国地质大学、湖北国土职业技术学院、开发区实验小学、开发区第一初级中学等校园专场,也有汉阳海关、武钢、东风相关单位等企业专场,还有阳光城小区等社区专场,累计服务客户 400 余位,收集线索 60 余条。该活动不仅丰富了团委学雷锋志愿服务形式,也帮助经销商打通地推渠道,收获了客户的信任,实现助力品牌营销,是践行“我为客户办实事”主题实践活动的具体行动。



2021 年,车展助销团队参与武汉、成都、广州、贵阳、新疆、郑州等地车展 20 余次,参与人员 300 人以上,实现全年助力营销 1500 台。通过车展助销活动,让广大员工深入营销一线直面客户抱怨,通过助销队员的经历分享,在公司上下形成理解营销,支持营销的全员助力营销氛围,并进一步推进各部门以客户为中心的工作导向。同时,车展助销活动也锻炼了员工的沟通交流及营销能力,让一批有营销潜力,有营销意愿的员工脱颖而出,为品牌储备了营销人才。通过车展员工志愿服务,神龙公司团委在企业困难时期积极寻求突破点,将团建工作与公司经营工作紧密结合,带领青年员工在企业破局突围中发挥生力军的作用,发挥了团组织思想引领、服务公司经营做、服务青年成长成才的重要作用。



## ■ 公益实践

公司积极承担社会责任，在实现自身事业发展的同时，广泛参与支持国家教育、体育、文化、慈善、赈灾、防疫、环保等社会公益事业，企业的社会形象、品牌形象持续提升。

### 一、持续开展公益助学，提升企业责任感

截止目前，神龙汽车针对公益助学项目已经投入资金近 850 万元，改善了 3400 多名学生的学习、生活环境，为 700 余名贫困学生的学习生活增添色彩。而这一个数字背后，是神龙汽车作为一个企业的初心与使命，也展现了一个汽车企业的责任与担当。

2021 年 6 月 1 日儿童节当天，湖北省恩施市盛家坝乡神龙汽车希望小学的 300 多名师生欢聚一堂，与来自神龙汽车有限公司的志愿者团队们一起载歌载舞、分享节日礼物和祝福，共同欢庆“六一”国际儿童节。在现场，孩子们通过形式多样的节目庆祝自己的节日，有《一年级》、《六一儿童节》等展现儿童蓬勃向上的舞蹈，有《我爱你——中国》、《红领巾心向党》等展现少年儿童以昂扬姿态爱国爱党的诗歌朗诵等。

“叔叔阿姨们的到来让孩子们特别开心。”神龙汽车希望小学校长唐建明说，“我们这里交通不便，半数以上的孩子们只能寄宿读书。”在神龙公司的帮助下，学校翻修了教学楼、新建学生宿舍和希望食堂，有了新的教学器材等，孩子们的学习生活环境有了极大改善。

神龙公司与孩子们的情谊远不止于此。自 2013 年神龙公司出资援建恩施市盛家坝乡神龙汽车希望小学以来，神龙公司先后动员、协调多方资源和力量，协助重新修整校园，开展了神龙志愿者支教、中法员工献爱心、神龙小学师生捐赠、举办夏令营和中法手拉手等一系列活动，还为孩子们发放学习用具、办公用品、图书、电脑、体育器材、音乐器材、服装等学习生活用品。这一次的儿童节活动也不例外。

这些年来，在践行“东风化雨、润泽四方”的履责理念下，神龙公司坚定履行社会责任，围绕公益助学、抗疫救灾等方面全力施为，用行动践行企业担当，与社会公益共同成长。

### 二、五心守护，情满旅途，神龙公司“五一高速公路客户关爱”服务 1.3 万车主

“万分感谢，虽然不是神龙车主，真心为神龙的点赞。”烟台市民梁先生对“五一”期间驻守高速服务区神龙工作人员竖起了大拇指。原来，梁先生趁着“五一”假期驾驶爱车出游，驶上沈海高速不久即遭遇追尾。好不容易将车开到福山服务区，后保险杠又“不争气”地掉了。正当他手足无措之际，是驻守在服务区的神龙公司服务人员上前帮他找来工具将后保险杠固定，一顿操作行云流水，解了梁先生燃眉之急。

2021 年“五一”期间，像这样暖心的一幕每天都在频繁地上演着。这是神龙公司组织的“五一高速公路关爱服务活动”，为了把服务送到客户最需要的地方，神龙公司携近百家经销商，在全国 22 个省市自治区、75 个高速服务区，为途经车主提供免费车辆检查、免费油液补充、免费测胎打气、紧急救援等服务，以及矿泉水、饮料、小玩偶、钥匙扣等关爱礼品，用贴心服务为群众办实事，不限品牌，只为守护广大车主的出行之路。据不完全统计，神龙公司 75 个高速服务站点共为约 13000 名车主提供服务，受到了车主们一致的好评。



“服务更信赖”这是神龙公司自2020年10月24日神龙文化节发布的“元+”计划中四个主要支柱之一。

“五一高速公路客户关爱服务”，只是神龙公司贯彻落实“五心守护行动”，把服务做到极致的一个缩影。一直以来，神龙公司始终坚持“以客户为中心”，以真诚服务满足客户需求，并且推出了一系列的优惠福利政策，从而确保让客户真正实现“买车放心、用车安心、服务贴心、换车开心、一路同心”。



#### “4保”政策加码，法系车撕下“不保值”标签

为了解除用户认为“法系车不保值”的忧虑，神龙公司旗下东风标致品牌在4月份，在“五心守护行动”服务承诺基础上，加码推出了“保修、保养、保险、保值”的“4保”政策，以及4项100%承诺（为用户提供100%满意的服务承诺，100%良心的品质承诺，100%新车保价承诺，100%直达总经理承诺）。

其中，“1年85折，2年75折，3年65折”的保值回购承诺，高于正常置换水平近10%，东风标致品牌正式迈入主流合资品牌保值率第一梯队；同时，还有“5年15万公里整车质保”、“5年6次基础保养（含首保）”等一系列真诚服务政策，则给客户购车、养车、用车带来了更多的保障，为不同购车需求的客户提供了多样化的解决方案和百分百“心”体验。

#### 设立客户关爱基金，让客户用车更放心

日常用车过程中，车辆理赔时间长、赔付难，一直是让车主头疼的难题之一。为了解决这一问题，神龙公司在3月初建立了客户关爱基金，实施先行赔付政策，即：对其他经营主体无法兑现客户赔付承诺的进行先行垫付，从而切实解决了客户维权成本高、时间长、损失大的问题。同时实施一对一的跟踪服务，对服务或产品体验不满意的客户，实施厂家关爱、用心服务，直至客户满意。

客户关爱基金的设立，是神龙公司以客户为中心，深化“五心守护行动”又一创举，树立了汽车服务行业的又全新标杆，更将为神龙汽车双品牌的新车销售提供有力保障，真正解决了客户用车的后顾之忧。



### 免费上门取送车，把贴心服务送到家门口

为解决客户工作繁忙、无时间送车维保的需求痛点，神龙公司在4月份正式将“上门取送车”服务推广至全国范围，为15公里以内的客户提供免费上门取送车的服务，帮助车主节省了到4S店送保、送修的时间，并保障了车辆保养、维修获得最可靠的质量，也让更多的车主感受到了神龙公司服务客户的诚意。

“一切以客户为中心，站在客户视角解决问题。”这是神龙公司在客户服务上坚持的原则，把每一项客户服务都做到极致，让每一位客户都能切实感受到来自神龙公司的关爱，真正落实“五心守护”也是神龙公司一直以来坚持打造“良心车”品质的重要一环。

以“良心车”为匙，用“服务”加码，在致力于“成为让客户最信赖的汽车企业”的道路上，神龙从未停止脚步。



### 三、继五一高速关爱活动，神龙汽车再次加码“五心守护”行动

2021年6月25日，继五一高速关爱活动后，神龙汽车又将客户关爱服务带到了随岳高速上。这一天，在红二十五军长征纪念馆，迎来了一场特别的“沿高路学党史”惠民活动。活动现场，由东风雪铁龙品牌总经理毛创新、东风标致品牌总经理助理兼销售分部总经理石良军代表神龙汽车，与湖北交投随岳高速运营公司签订惠民合作协议。

这项专属政策，是针对所有的神龙车主推出的感恩回馈服务，即日起至2021年12月31日，所有东风雪铁龙、东风标致车主，都可通过东风标致“狮友汇”服务号及东风雪铁龙“龙行天下”小程序，报名参加“随岳高速通行有礼”活动。车主在驾驶东风标致、东风雪铁龙车辆通行随岳高速所辖路段后，均可获得一定价值的“龙行天下”或“狮友汇”积分，用于兑换相应礼品和权益。



“驾驶东风雪铁龙 C4L 七年，当年这款车在同级别车里配置是数一数二的，包括车身电子稳定系统、定速巡航等等非常实用的功能系统。”在活动现场，东风雪铁龙 C4L 车主邓先生兴介绍道，“因为工作原因，每个月跑 4-6 次随岳高速，设定好定速巡航后，旅途非常轻松愉快。这次营销活动受益最大的是车主，让我们获得更大实惠，同时对神龙汽车和随岳高速也有更深了解。”邓先生表示，神龙的车好服务也好，很庆幸自己买车时选择了神龙。



“东风标致 408 是我人生第一辆车，做工扎实，用料十足，空间大，视野好。后备箱储物空间不是良好，简直优秀！”东风标致 408 车主鲁先生说，“底盘调校一流，跑高速稳，过弯从容。9 年来，东风标致 408 陪我走过风风雨雨，从没把我扔在路上。”

据悉，随岳高速路段地理位置优越且拥有稳定客流量，神龙汽车旗下东风雪铁龙、东风标致品牌车辆通行的数量，约占据随岳高速全线日均总量的 2%。



以“五心守护行动”为基础，将客户服务做到极致。此次活动是神龙汽车不断升级客户服务，探索联合营销的创新形式，后续神龙汽车将继续聚焦于服务客户，围绕客户需求，为客户提供更轻松、更舒适的用车生活体验。





# 未来展望

Environmental responsibility





2022年是党的二十大召开之年，是神龙公司成立30周年，是“元+”计划承上启下、而立新生的重要一年。神龙公司将刷新全新的中期规划，强化以“感动客户”为愿景的变革，坚持“长期主义”“利他主义”，更加注重与客户的关系维系，为客户的买车、用车全场景赋能。

公司的品牌、商品、科技、服务，都将应客户所需，为客户而变。将焕新品牌定位，传承品牌基因，创新品牌价值；将紧随行业发展趋势，完成新能源商品布局；智能平台、智能网联、智能驾驶、智能制造等“技术群”，将为中国客户量身打造智能商品；双品牌超级APP将上线，赋能车主数字化、全场景用车生活；“五心守护行动”关怀再升级，一朝拥有、终身无忧。未来的神龙汽车，将是一个让客户感动、伙伴信任、员工满意、行业尊重的企业，是值得大家信赖的伙伴。

神龙公司有三十年事业发展的沉淀，有百年品牌魅力传承，有618万车主的信赖和选择，有双方股东的鼎力支持，有神龙人对自身事业的追求和热爱，一定会再度实现神龙事业的复兴！

# 附录：关于本报告

## Appendix: about this report

本报告时间范围：2021年1月1日—2021年12月31日

本报告组织范围：本报告内容来自神龙汽车有限公司（简称DPCA）及下属机构（参见公司组织结构）。为便于表达，在报告的表述中分别使用“神龙公司”、“神龙汽车”“公司”、“我们”。

以前报告发布情况：公司已连续发布公司2006-2021年度报告，其中2006-2007年度为可持续发展报告，2008-2021为社会责任感报告。此报告为第十六次发布的年度报告。

报告数据说明：本报告所引用的数据均来自公司内部统计数据，如与财报有出入，以财报为准。

参考标准：本报告编制严格遵守真实、客观、公开原则，参照国务院国有资产监督管理委员会（简称“国资委”）《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南4.0版本》、《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR4.0）》。

其它说明：本报告中涉及所有车辆参数以具体车型的使用手册为准。

获取方式：本报告提供纸质版、印刷版和PDF格式电子文档两种版本。您可以通过以下地址索取报告，或通过公司网站社会责任专栏下载：

网址：[www.dpca.com.cn](http://www.dpca.com.cn)

邮箱：[dpcapr@dpca.com.cn](mailto:dpcapr@dpca.com.cn)

# 读者反馈

Reader feedback

尊敬的读者：

本报告是神龙汽车有限公司发布的第十四份社会责任报告，为了不断改进报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成反馈意见中提出的相关问题，扫码填写问卷，谢谢。