

2023 年度社会责任报告



南京依维柯汽车有限公司

2024 年 4 月

关于本报告

1、报告范围

本报告以南京依维柯汽车有限公司为主体，披露了 2023 年企业履行政治、经济、社会和生态责任方面的内容。

2、称谓说明

为表述方便，报告把“南京依维柯汽车有限公司”简称为“南京依维柯”或“公司”。

3、报告时间和频次

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，部分数据及内容超出上述范围。本报告为年度报告。

4、报告发布形式

本报告以电子文档形式发布，其中电子文档可在 www.naveco.com.cn 网站下载阅读。

目 录

一、企业概况.....	1
1、公司简介.....	1
2、企业文化.....	2
3、最高管理者的社会责任承诺.....	5
4、社会责任战略.....	7
5、利益相关方识别和沟通.....	8
二、社会责任绩效.....	10
1、社会责任履行情况.....	10
2、组织治理情况.....	11
3、基本原则和权利.....	12
4、企业社会实践情况.....	16
5、公共责任体现情况.....	18
6、公平运行实践情况.....	20
7、消费者权益保护.....	22
8、公益支持情况.....	23

一、企业概况

1、公司简介

南京依维柯汽车有限公司成立于 1995 年 12 月，1996 年 3 月正式运行，是上汽集团和意大利依维柯公司共同投资成立的国内著名的商用车企业（股比分别占 80.1%和 19.9%），公司注册资本为 25.27 亿元人民币，在册员工 2600 余人，公司目前的行业地位处于高端欧系轻客全国保有量第一位。

公司坐落于江苏省南京市浦口区百合路 8 号，生产能力可达年产 10 万辆依维柯轻型汽车。公司拥有依维柯产品平台和“温馨 360”服务平台，产品覆盖物流、客货两用、专业改装、通勤商旅和军用五大领域，是目前国内用途最广泛、承载力最强、耐久性最好的欧系轻客。

近三年公司规模效益和运营效率平稳，公司先后荣获“全国质量诚信标杆典型企业”、“全国汽车行业质量领军企业”、“全国百佳质量诚信标杆示范企业”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“江苏省高新技术企业”、“江苏省名牌产品”、“南京市名牌产品”、省/市“守合同重信用企业”，以及南京市市长质量奖（组织）提名奖、江苏省工业企业质量信用 AAA 级企业、江苏省绿色工厂等荣誉。

公司 2012 年开始积极推进卓越绩效管理，始终遵循“尚同共生、维新至善”的经营哲学，构建了“顾客导向、勇于担当、挑战卓越、协同高效、崇尚人本、开放共赢”的核心价值观，并融入公司质量管理体系。公司全面推行 WCM 世界级精益制造及“质量门”管理，有效控制产品质量。公司拥有 128 台 ABB 机器人和亚洲最大的总拼焊台的焊装车间，实现了轿车化的涂装工艺以及柔性化的总装线，焊装及涂装车间被江苏省工信厅授予“示范智能车间”。公司实施“H 型”员工发展通道，创建雍宁国家级技能大师工作室、陈冲南京市技能大师工作室；截止 2023 年底，公司享受国务院政府特殊津贴 1 人；全国技术能手 1 人；江苏大工匠（工匠）3 人、江苏特级技能大师 1 人、江苏省企业首席技师 6 人、江苏省有突出贡献高级技师 1 人；南京市技术能手 23 人、突出贡献高级技师（技师）9 人；全国劳动模范 1 人、江苏省劳动模范 1 人、南京市劳动模范 8 人；全国五一劳动奖章 2 人、江苏省五一劳动奖章 5 人、南京市五一劳动奖章 5 人；南京工匠 3 人、上汽工匠 4 人。

公司建有江苏省企业技术中心、江苏省智能网联环保轻型商用车工程技术研究中心、江苏省研究生工作站等为依托的自主创新平台，并与同济大学、吉林大学、东南大学、南京理工大学等多所院校开展产学研合作，承接江苏省科技厅重点研发计划，截止 2023 年底，先后获得国家级科技进步奖 1 次、省级科技进步一等奖 6 次、二等奖 6 次、三等奖 9 次，市级科技进步二等奖 1 次、三等奖 4 次，江苏省优秀专利奖 1 次、南京市优秀专利奖 2 次；公司拥有江苏省著名商标 2 个、南京市著名商标 2 个，公司主持和参与国家标准/行业标准 42 项；拥有各项授权专利 252 项，其中发明专利 33 个、实用新型专利 183 个、外观专利 36 个，具有软件著作权 10 项。

2、企业文化

南京依维柯是中意合资合作成功典范，在公司发展过程中，高层领导把握宏观环境和核心竞争力的变化，立足国内走向国际，汲取世界各国文化的优秀元素，兼收并蓄，传承创新，建立了特色鲜明的文化体系和清晰的愿景路线图，并与相关方充分沟通，形成共识。高层领导身体力行，着力营造以人为本、诚信经营的良好环境，规范治理机构，定期评审组织绩效，主动履行社会责任，引领公司不断走向卓越。

公司的文化发展经历了三个阶段：

技术引进，铸就企业精神（1985-1995）： 1985 年，上汽引进意大利依维柯公司轻型商用车技术，高层领导在吸收消化先进技术的过程中，继承发扬“一担挑”的创业精神，秉承“创业、创新、创优、创名牌”的“四创”企业精神，创立了中国轻客“高速、安全、环保”的新标准，开创了我国轻客发展的新纪元。

中外融合，构建开放文化（1995-2007）： 1996 年，上汽与意大利依维柯成立合资公司，随着业务发展，高层领导提出“高效、务实、创新、共赢”的文化理念，阐述了质量、品牌、营销、服务、人才、竞争、生产、生存、资本运营和环保等十个子理念，形成中外双方融洽合作的新文化雏形。公司编制了《企业文化探索与实践》、《管理新语与实践》，2004 年获全国企业文化创新奖，并成为江苏省企业文化建设示范企业。在中外文化融合的进程中，依维柯高档轻客国内销量第一，高速公路、大街小巷，广告语“欧洲风格，南京依维柯”风靡全国。

上南合作，打造卓越公司（2007-现在）：2007年，上南合作后，南京依维柯成为上汽集团商用车的骨干企业，公司吸收上汽、南汽和意大利优秀文化元素，持续打造卓越公司的文化品牌。2012年，公司高层领导结合企业发展实际需求和党的“十八大”提出的社会主义核心价值观，在传承公司优秀文化、创新公司特色文化的基础上，重塑公司文化理念体系，形成了由企业哲学、愿景、使命、价值观构成的新理念系统（见表1）。同步推出在新理念指导下的公司行为准则、员工行为准则和部门子文化。

公司的文化理念体系，特别是企业哲学和公司使命、价值观，贯彻了党中央提出的“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念；公司行为准则和员工行为准则，则贯彻了社会主义核心价值观在国家、社会、公民三个层面24字的总要求，是新发展理念和社会主义核心价值观在基层企业的具体表现。

南京依维柯围绕“创新”、“奋斗”内核，不断丰富企业文化理念内涵，创新文化践行模式。公司围绕文化理念的落地与践行，组织发布全新的部门愿景、部门子文化践行体系，加强了公司战略、组织、体系和流程与公司文化的融合，形成文化、理念和价值共振（见图1）。公司围绕打造共同价值观的奋斗团队，发布价值观之星和团队培育争创管理制度、行动指南、企业文化管理制度，以及全新企业宣传片，立体展示企业创新发展新形象；编制《尽责任、争先锋》、《勇于挑战》、《践行NAVECO价值观实例》、《企业文化手册》等系列丛书，持续打造员工文化。历年来，南京依维柯连续荣获“中国企业文化管理创新十佳单位”、“南京市职工文化示范基地”、“中国汽车行业企业文化典范单位”、“中国企业文化建设标杆单位”。



图 1 公司“同心·超越”企业文化体系总格局图

表 1 企业文化理念表

项目	表述	诠释（摘要）
企业哲学	尚同共生 维新至善	追求卓越、尽善尽美，共同成长、共生共荣 凝心聚力、协同合作，不断改善，创新超越 贯穿文化体系，是基于现实、面向未来，打造卓越企业、实现基业长青所依凭的哲学思想
使命	以科技、绿色、人文的制造与服务，创造高效、节能、安全的运输方式	致力于科技、绿色、人文的服务型制造模式的发展之路，探索人、车、社会、自然和谐发展之道，奉献高效、节能、安全的运输方式，促进人们事业发展，增添社会福祉，推动社会可持续发展
愿景	缔造卓越的商用车企业	以国际先进的制造与服务为标杆，以品牌、技术、管理和文化的卓越为载体，以核心竞争能力和国际经营能力为支撑，持续地为顾客和社会创造卓越价值，与员工、股东、合作伙伴共生共赢，全面追求卓越绩效
核心价值观	顾客导向 Norms of customer orientation	以“顾客导向”实现永续发展 以顾客价值为根本出发点，全力满足和超越顾客的多元化需求，为顾客提供最具价值的产品和服务；在公司内部形成内部顾客链
	勇于担当 Accountability-taking responsibility	以“勇于担当”实现超越发展 时刻保持追求成功和卓越的激情，遇事敢负责、有事敢担当，不畏艰险、大胆开拓、锲而不舍；有主人翁意识、高度的责任感、必胜的信心
	挑战卓越 Value the challenge to excel	以“挑战卓越”实现创新发展 勇于挑战、追求卓越的理念思路，设立向自己和竞争对手挑战的卓越标准和目标，向墨守成规挑战的创新性方法和路径，脚踏实地、永不放弃
	协同高效 Efficiency through synergy	以“协同高效”实现协调发展 围绕市场和顾客、围绕共同目标，重视内部合作与价值链协同，实现整体效能最优，主动而为、立即行动，兼顾效果与效率
	崇尚人本 Concentration on people	以“崇尚人本”实现共同发展 尊重、爱护、培育员工，营造和谐、快乐的工作环境，打造成就职业理想与幸福人生的平台，与员工共同创造和分享价值、共同成长
	开放共赢 Open mind and win together	以“开放共赢”实现和谐发展 统筹兼顾顾客、员工、合作伙伴、股东及社会的利益，实现人、企、社会的利益共赢与成果共享，促成企业基业长青与社会和谐发展

高层领导通过多渠道、全方位的沟通，向供方、合作伙伴、顾客及其他相关方有效传播使命、愿景、价值观、发展目标，使利益相关方充分理解和认同

企业文化，共同追求绩效（见图 2-3）。

图 2 公司文化集锦



图 3 公司年会、发布会

3、最高管理者的社会责任承诺

社会责任承诺书

我们承诺：

我们将不遗余力地履行对所有利益相关方的承诺，从产品研发、原料采购、生产制造，到能源资源利用和废弃物管理，始终致力于在产品全生命周期内践行可持续发展。

遵标守法：遵守国家及地方法律法规，国家、地方及行业的相关社会责任标准。

职业健康：向员工工作与生活提供健康安全的环境，关爱员工，禁止童工、反歧视、反强迫劳动、惩罚员工，尊重所有员工自愿组织并加入工会以及进行集体谈判的权力，遵守工时要求，并努力为员工提供成长空间。组织职工进行体检，做好职业病防治工作。

安全环保：遵循安全第一的思想，构建安全管理体系；遵循绿色低碳的理念，防治或整治污染，节能减废，实行清洁生产审核，为社会提供安全环保的产品与服务。

自愿接受评估：我方自愿接受第三方社会责任评估活动，如果公司违反上述承诺，公司愿意依法采取纠正措施，并逐步完善体系，并传达于供应商及经销商。

4、社会责任战略

公司秉承“以科技、绿色、人文的制造与服务，创造高效、节能、安全的运输方式”的使命，为达成“缔造卓越的商用车企业”的愿景，建立并完善战略管理体系，明确战略管理的部门、职责、流程，形成了一个良性的战略管理系统，保障战略有效实施，推动公司不断向前发展，保障公司战略目标的实现。战略管理图见图 4。

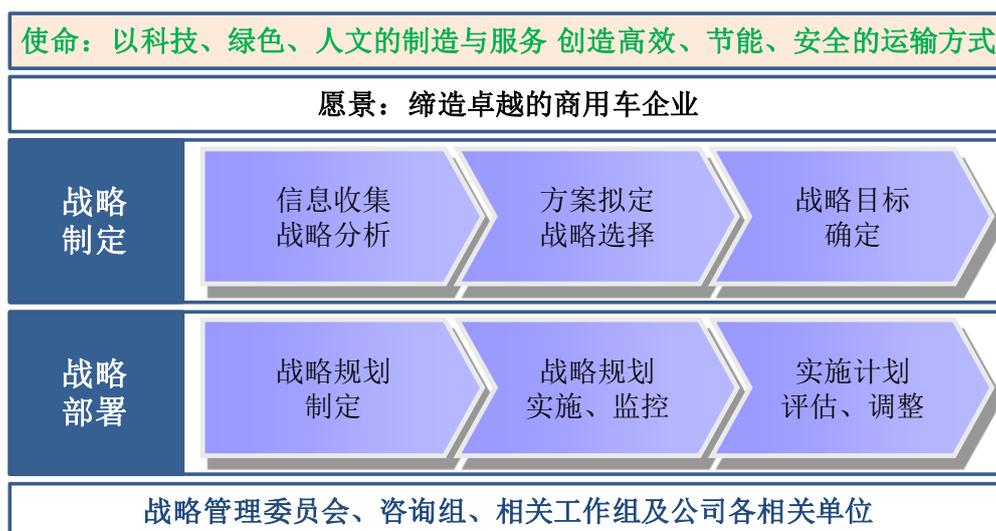


图 4 战略管理图

公司股东会是战略的决策机构，下设战略管理委员会，统一领导战略的制定工作，规划与项目管理部归口战略制定的协调组织，战略工作组及各工作小组负责信息收集分析及战略方案拟定，并借鉴外部专家意见，以确保战略的前瞻性。战略管理组织架构见图 4.2-2。

- ◆ **战略管理委员会：**通过公司管理委员会或专题会运作，对战略、战略规划制定及实施计划调整提出要求；对战略方案、战略目标、战略规划及实施计划调整方案进行评审；对公司战略规划执行情况进行评估。委员

会成员由公司高层领导和相关部门总监组成。

- ◆ 规划与项目管理部：是战略管理日常工作机构，负责信息汇总、组织分析、草拟战略方案，以及方案实施、调整等组织协调工作，负责对战略实施情况进行跟踪监控，并组织分析、进行汇总，形成滚动规划年度战略目标完成情况评估报告。
- ◆ 咨询组：负责对宏观经济、行业、技术、市场发展趋势及分析方法的适宜性提出建议。咨询组成员由中国汽车行业协会、中国质量协会、南京理工大学等外部行业专家、高等院校专家及外部咨询机构专家组成。
- ◆ 战略工作组：是战略方案拟定的领导工作小组，负责研究评估战略方案，指导战略规划制定，并对战略备选方案和战略规划进行评估，确定战略备选方案和战略规划。工作组成员由各单位领导组成，下设六个职能工作组。
- ◆ 各职能工作组：负责收集、分析整理数据信息，拟定战略备选方案和战略规划，由各相关单位指定专人参加。其中供应链组含采购、制造、质量、物流等职能。

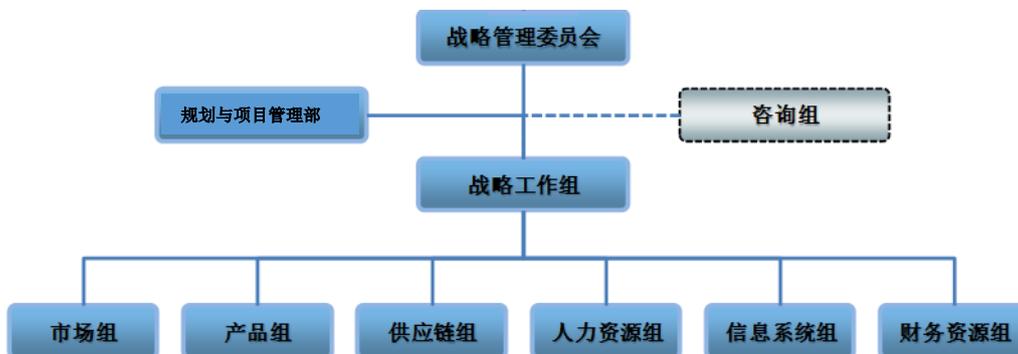


图 5 战略管理组织架构

由于宏观经济放缓，法规和政策要求越来越严格，市场竞争激烈程度逐年加剧，公司未来绩效预期有所下调。为实现公司战略目标，超越竞争对手，公司将进一步加强人、财、物等资源的配置；实施全过程成本控制、优化成本结构；优化销售组织结构，实施品牌资源聚焦，深耕细作，提升服务水平；充分利用公司内外部研发力量，深度整合股东方资源，探索、完善与高校、研究机构等形成产学研合作项目，加大研发人员储备和研发投入，提高公司的研发能力。通过以上几方面，实现公司核心竞争力的提升，提高市场竞争优势，实现

并超越绩效目标，促进企业和整个社会的可持续发展。

5、利益相关方识别和沟通

南京依维柯坚持以市场为导向、以经营为核心，按照“战略、组织、体系、流程、文化”五位一体的模式，建立了公司文化、发展方向沟通方式（见表2），让企业文化成为助推企业发展的内在动力。公司对内将企业文化融入日常管理，进一步引导员工聚焦市场现场，“不忘初心、牢记使命”，在“市场开拓、顾客满意、产品研发、质量卓越、效益提升、现场改善”等六个核心领域，培育践行公司价值观，使企业文化通过宣贯导入而内化于心，通过规范强制而外化于形，确保员工充分了解公司文化和发展方向，各层面达成共识，凝聚内部合力；对外将企业文化融入品牌、产品宣传互动，提升企业形象和顾客价值感受，提高相关方对公司文化的认同度，扩大社会对公司的认知度，提升企业形象。（见图5）

表2 公司文化、发展方向沟通方式

沟通对象	沟通方法、渠道及频次	单向/双向	沟通内容	效果评价
员工	员工大会（年）、《NAVECO 文化》（月）、《信息速递》（半月）、THINK MODEL 调研（半年）、宣传栏、企业文化手册	单向	企业文化/战略目标/阶段性发展思路/发展方向和绩效目标/重大决策/文件规定/员工思想等	充分了解公司文化和发展方向，各层面达成共识
	全员主题文化活动（半年）、办公系统、日信息扫描（日）、思想动态调研（月）、员工座谈会（季）、全员主题学习（月）	双向		
股东	董事会（半年）、各类报表和业务评审（按规定）	双向	发展方向、绩效目标、经营结果	促进公司和股东充分了解，达成共识
顾客 （含经销商）	车展、广告宣传	单向	价值观/战略目标/营销理念/经营业绩/产品信息等	提升了企业形象和顾客价值感受，进一步促进了经销商与公司的融合
	经销商年会、客户座谈会、顾客满意度调查（半年）、大客户专访、企业网站、电子商务交易平台	双向		
供方、服务商、 合作伙伴	广告宣传、《NAVECO 文化》（月）	单向	价值观/战略目标/营销理念/需求信息等	提高了相关方对公司文化的认同度，提升了企业形象
	供应商年会、服务商年会、重点供方走访、高层互访、管理/技术/人才/企业文化交流、企业网站、驻外机构	双向		
政府、媒体 及社会团体	发展规划报批、支持公益事业（专项计划）	单向	战略目标/经营计划/经营业绩/重大决策/管理经验等	社会对公司的认知度持续提高，提升了企业形象
	政府及行业相关会议、企业网站、驻外机构、媒体采访	双向		



图 5 各类活动展示

二、社会责任绩效

1、社会责任履行情况

公司致力于“以科技、绿色、人文的制造和服务创造高效、节能、安全的运输方式”的使命，具有强烈的社会责任感，奉献社会，奉献国家是公司义不容辞的职责。

公司高度重视并积极推进环境保护、节能降耗、安全生产、产品安全、公共卫生等方面工作，通过对生产和产品生命周期的全程控制（见表3），提升安全管理水平，减少污染物排放，降低能源和资源消耗，保护生态环境和人类健康，实现可持续发展。

公司于2002年通过了GB/T24001环境管理体系认证，2010年导入GB/T28001职业健康安全管理体系，持续提升环境、职业健康安全绩效。2012年开展安全生产标准化一级企业创建工作，改善作业环境，提升设备设施的本质安全度。2014年，公司获得国家安全生产监督管理局核准为机械制造安全生产标准化一级企业（第十五批）。2017-2018年开展黑墨营搬迁场地土壤调查评估与修复，投入1052万元对搬迁场地土壤进行调查评估，对于有污染的土壤和地下水进行修复，减少对环境的污染，取得良好的环境效益。2021年建立ISO50001:2018能源管理体系，持续开展节能降耗工作。

表3 公共责任风险因素及控制方法

控制项目	影响指标	风险	国家行业标准	控制指标	测量方法	采取的措施
环境保护	工业废水、SO ₂ 、粉尘、苯系物、固体废物、噪声等	水体污染、大气污染、酸雨、土壤污；危害人体健康和干扰居民生活	《污水综合排放标准》一级标准； 《大气污染物综合排放标准》二级标准等； 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等； 《工业企业厂界环境噪声排放标准》	1、废水污染物总量控制： 桥林厂区总量：COD≤125t/a，石油类≤5.03t/a，SS≤100.7t/a，氨氮≤2.2t/a，总磷≤2.29t/a； 2、废气污染物总量控制： 桥林厂区总量：二氧化硫≤0.11t/a，氮氧化物≤21.21t/a，烟尘≤3.44t/a，VOCs≤52.8t/a； 3、厂界噪声达标排放： 白天65dB 夜间55dB	公司自测、区环境监测站测量	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 设置污水处理站、废气净化装置 ◆ 固体废物分类存放，危险废物安全贮存和无害化处置 ◆ 噪声源治理 ◆ 实施环境审核 ◆ 落实“三同时”制度

控制项目	影响指标	风险	国家行业标准	控制指标	测量方法	采取的措施
能源、资源消耗	水、电、蒸汽、天然气、柴油等	浪费能源资源；增加制造成本；影响可持续发展	行业无具体规定，采用上汽标准	单车耗电量≤1420kWh/辆 单车耗天然气量≤67立方米/辆 单车耗水量≤14吨/辆	内部计量表测量、统计分析	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 完善节能组织机构 ◆ 实施能源实时监控 ◆ 加强能源计量器具的监督管理 ◆ 完善三级计量体系
安全生产	物体打击、车辆伤害、机械伤害、起重伤害、高处坠落、触电、灼烫、中毒	人员伤亡；财产损失；影响社会稳定	行业无具体规定，采用上汽标准	全年重伤事故 0 起； 100000 工时损工事故率≤0.052；	安全评价、定期安全检查	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 开展危险（害）源辨识、评价与控制 ◆ 推广防火评价标准实施细则 ◆ 导入安全信息网络，搭建安全管理信息平台（SSM），推广安全监督员和安全绿十字管理 ◆ 引入 WCM 安全模块，强化现场安全目视化、标准化管理
产品安全	安全件、内饰材料	人员伤亡；危害人体健康	《汽车制动系统结构、性能和试验方法》、《机动车运行安全技术条件》等； 《汽车内饰材料燃烧特性》等	加强主、被动安全性设计；严格控制含有毒有害物质材料的使用	产品公告申报、产品安全认证、CCC 强制认证	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 整车及零部件均通过 3C 强制性认证 ◆ 内饰件材料的选用符合“GB 8410-2006 汽车内饰材料燃烧特性”要求 ◆ 设计汽车制动系统时，严格遵守 GB12676-1999 的规定，使用无石棉的制动衬片
公共卫生	汽车排气污染物排放、汽车噪声、油耗	污染空气，危害人体健康；干扰居民生活；节能减排	《轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国 III、IV 阶段）》《南京市机动车排气污染防治条例》、《汽车加速行驶车外噪声限值及测量方法》、《道路运输车辆燃料消耗量检测和监督管理办法》等	满足国家汽车排放要求；降低整车噪声；新能源产品	产品公告申报、外部机构检测	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 产品设计时，汽车的排放严格执行国家强制性标准的规定，产品样件送检 ◆ 率先推出达到国四标准的 F1C 发动机 ◆ 开发依维柯和跃进 1 吨微卡纯电动车、依维柯 4*4、4*2 混合动力汽车等新能源产品

2、组织治理情况

（1）治理结构

股东双方根据《中华人民共和国公司法》、《中外合资经营企业法》、《中外合资经营企业法实施条例》和中国的有关法律、法规以及合资合同的规定，规范了公司《章程》，完善了公司的法人治理结构，明确股东会、董事会、管理委员会的职责，规范会议议事规则和重大决策议事程序，确保决策、执行和监督相互分离，形成制衡。2021 年南京依维柯完成公司股权调整，调整后的股权结

构为上海汽车集团股份有限公司、上海汽车集团股份有限公司的全资子公司南京汽车集团有限公司和意大利依维柯股份有限公司分别占 30.1%、50%和 19.9%，上汽通过直接和间接控股持有公司 80.1%的股份。（见图 6）



图 6 公司股权结构图

（2）经营责任

股东会为公司的最高权力机构，决策公司所有重大事项，审查、批准公司上年度经审计的财务报表和本年度财务预算，审查、批准公司中长期经营规划/产品发展规划/年度投资计划，审查、批准产品开发项目、专项投资报告；董事会每年召开两次会议，执行股东会决议，并对公司进行监督及控制，任免公司总经理、副总经理和财务负责人；总经理执行董事会会议决议，对董事会负责；管理委员会由公司高级管理人员组成，对总经理负责。

（3）道德和法律责任

公司总经理、副总经理及其他高级管理人员若有营私舞弊、渎职、违法违纪等行为，经董事会决议可以随时解聘。高层领导带头严格遵守《公司员工行为守则》，并要求全体员工认识守则的重要性，按照守则的商业和道德原则要求开展工作。

3、基本原则和权利

（1）财务制度

公司根据国家《会计法》、《企业会计准则》、公司《章程》等的相关要求，建立健全了资金管理、投资管理、资产管理、税务管理、成本费用管理、全面预算管理、财务报告管理等财务管理制度和流程，使财务管理有法可依。

（2）财务责任和权限

公司明确了股东会、董事会、管理委员会及其他高级管理人员的财务责任。股东会决定公司全部/重要业务的转让、转移、出售、租赁或其他处置，以及公司与其他经济组织的合并或共担风险的合作和/或购置其他经济组织的全部或重要部分；审批公司年度预、决算；决定公司三项基金（储备基金、发展基金、奖励和福利基金）的提取比例、利润分配或亏损处理办法。

（3）财务监管

公司严格管控资金收支，按制度和流程审核各单位财务收支业务并办理结算；编制资金计划，并定期监控、分析和纠偏；执行预算管理辦法，实施全面预算管理，建立财务 KPI 指标体系，并定期监测和考评；建立并持续完善相关流程，对价格、成本、费用、资产安全、资金周转等相关事项实施监控。

（4）经营管理的透明性以及信息披露的政策

① 经营管理的透明性

公司制定政务公开制度，对重大决策邀请职工代表参与，对已形成的决议，在各种内部媒体、会议上广为宣传，促进了经营管理的透明性。

公司建立了《重大事项报告管理规定》，建立健全了公司重大信息内部报告的岗位责任制，明确各单位信息报告的责任，规定了严格的分级汇报审核，要求各单位第一时间报告信息。发生应报告信息未及时报告或报告信息在准确性、完整性方面存在欠缺的，公司根据报告程序追究有关责任人和联络人的责任。

② 信息披露

公司在不涉及商业秘密信息的基础上，主动、及时地通过公司网站、供应商大会、经销商大会等形式，披露对股东和其他利益相关者决策产生较大影响的信息，包括公司发展战略、经营理念、公司与利益相关者的关系等方面。

（5）内、外部审计的独立性

① 内部审计独立性

公司管理委员会负责审查公司的内控制度，审核重大关联交易，审核公司财务信息及信息披露内容，监督公司内部审计制度及实施，定期听取内部审计机构的工作汇报。

行政人事部审计法务科依照法律法规和相关授权开展内部审计监督活动。

内部审计在确定审计范围、实施审计及通报结果时不受人为了限制，对审计过程中发现的重大问题，可直接向公司管理委员会报告。

② 外部审计独立性

董事会选择国际著名的会计事务所对公司进行外部审计。会计师事务所按照企业会计准则的要求认真执行，完成审计准备阶段、审计实施阶段、审计终结阶段的独立性审计。中方股东上汽集团的审计室负责公司中方负责人的经济责任审计。股东双方根据需要对公司进行审计或联合审计。

(6) 股东及其他相关方利益的保护

① 股东权益保护

高层领导定期向股东公布财务等信息，并对准确性负责。

公司每年提取三项基金后的税后净利润，按合资双方在形成该利润年度对注册资本的实际出资比例分配。利润分配及留存计划在次年的四个月内做出。如果前几年亏损，则当年利润首先弥补前一年亏损，直到前几年亏损弥补后再分配利润。公司关联方的财务交易须经股东双方代表双签核定。

② 顾客权益保护

公司为各类顾客持续完善查询、交易和投诉的方式及渠道；提升 400 热线服务范围和功能，妥善处理每一起投诉；开展“温馨 360”服务，及时协调解决售前、售中及售后服务问题；定期开展顾客满意度调查，形成改进计划，切实保护顾客权益；建立销售合同评审管理流程，明确顾客权益；制定经销商帮扶政策并严格执行，实现共赢发展。

③ 供方权益保护

公司建立了《采购委员会制度》、《采购招投标管理办法》、《供应商业绩监控流程》等管理制度，通过实施采购委员会审批制度，公开、公平、公正地选择外部供应商，并主动接受纪检部门监督和审计部门抽查审计，保守商业机密，信守承诺；及时按采购合同付款，建立伙伴关系和战略合作关系，追求共赢。

④ 员工权益保护

为维护员工权益，公司颁布了《员工关系管理流程》、《员工考勤管理流程》等系列规章制度，定期签署《工资集体合同》等制式文件，其中对员工的合法

权益进行明确和界定，切实维护员工合法权益。在女员工权益保护方面，公司以女工委员会为载体，通过设立育婴室、女员工专属假期、女员工专属福利等措施，切实维护女工特殊权益。

集体合同作为公司工会方为员工争取各项权益的抓手，每年会根据公司生产经营状况，与公司行政方多次协商，修订并签署年度集体合同，将工资报酬、工作时间、休息休假、劳动安全、社会保险和福利、职业培训等内容具体化，“工资”部分独立形成《工资集体合同》，每年均按年签订，并于次年初向职工代表汇报集体合同执行情况。

公司每年检查劳动合同执行情况，在维护员工关系稳定的同时不断改善员工工作条件和福利报酬；通过党委书记信箱、工会主席信箱、员工热线等，建立员工投诉申诉通道，切实维护员工利益。

（7）高层领导和治理机构成员的绩效评审

公司高层领导在评审公司绩效的同时，自身也接受来自上级、同级、员工等的全方位绩效评价，并灵活运用顾客、供方及合作伙伴、政府等相关方反馈的信息，如领导的行为、形象、能力、素质、管理责任等方面的表现。对公司高层领导的主要评价方式见表 4。

表 4 对公司高层领导的评价体系表

评价方式	评价内容	周期
董事会考评	年度预算执行情况、经营业绩	年
股东方年度考评会	年度经营目标责任书、领导干部年度考核	年
上汽商用车事业部月度业务评审会	KPI 完成情况、组织绩效评审结果	月
职工民主评议会	德、能、勤、绩、廉	年
个人履职情况汇报	年度履行岗位职责情况	年

股东双方每年依据公司《章程》等制度规定内容评价董事履职情况，董事向股东汇报工作，接受质询，形成考核结果并反馈至高层领导。

高层领导高度重视组织绩效和领导绩效的评审结果，针对评审中反映出的问题，进行自我总结和反思；通过管理委员会等进行集体研讨，及时制定整改

方案；通过会议、刊物等将整改情况反馈给广大员工，持续改进自身及领导班子的效率和有效性。

4、企业社会实践情况

（1）诚信守法

高层领导带头学习《合同法》、《会计准则》、《企业所得税法》等民事及经济类法律法规，保证公司经营活动守法；履行《环境保护法》、《劳动法》、《安全生产法》、《产品质量法》等相关法律；设立法务部门，聘请法律顾问参与公司重大经营事项决策。

高层领导倡导诚信经营，以流程和制度（采购委员会）规范供应商和经销商的选择及业务往来，保障交易公平；落实按时付款、按时纳税等制度，保护相关方利益。公司多渠道地与相关方沟通诚信经营法则，积极带动相关方履行商业道德规范。

（2）改进与创新

高层领导鼓励员工参与公司从战略规划到日常工作的全过程管理和持续改进。公司建立了《合理化建议管理办法》、《QC小组活动管理办法》、《超额利润奖励办法》等制度，推动员工主动参与持续改进，实现自身价值。

高层领导倡导“惟创新能强国，惟创新能强业”的理念，积极创造有利于创新的工作氛围（见图7），推进管理创新和技术创新。2023年3月获得2022年南京市扛起“争当表率、争做示范、走在前列”三大光荣使命先进集体、2023年12月获江苏省高新技术企业证书。



图7 “创新”体系示意图

(3) 快速反应

高层领导以顾客和市场为导向，成立了总经理为主任的市场快速反应委员会，快速响应、统一指挥、协调处理面向顾客和市场的用户个性化定制需求、产品适应性升级需求、售后质量提升需求等各类问题，构建了五大快速反应机制，形成拉动式快速反应体系（见图8）。

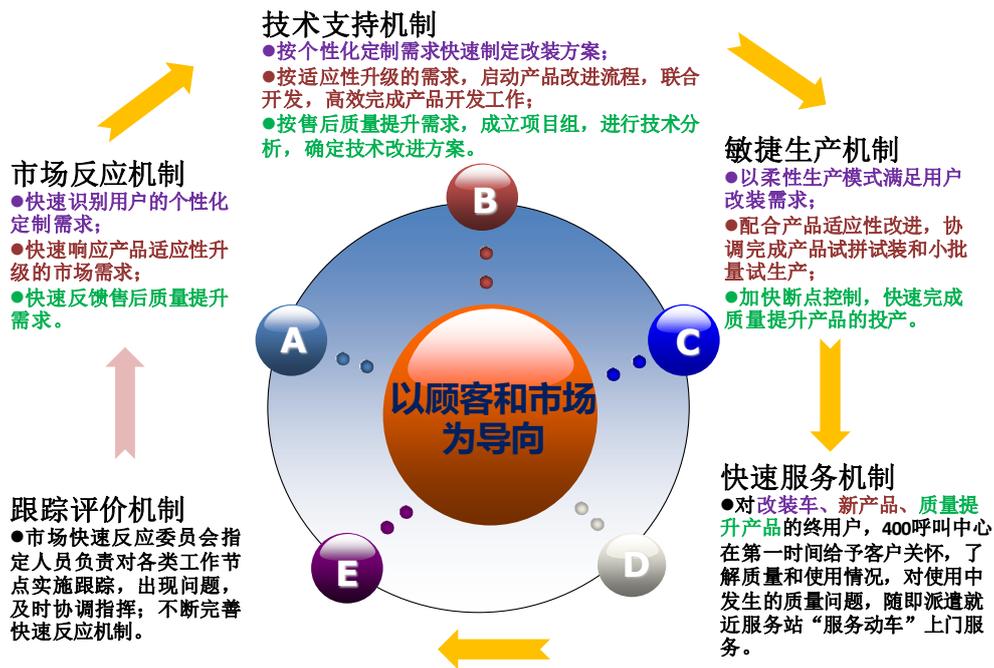


图8 公司快速反应体系示意图

高层领导本着责权对等的原则，建立了一套完善的分级授权的《授权管理办法》。各层级的员工按相应的权利和职责开展工作。在完善业务授权审批工作流程的基础上，公司建立相应的授权程序，如临时授权、紧急授权、项目授权等，充分提升全员责任意识 and 快速反应能力。

(4) 学习

高层领导率先垂范，主张“工作学习化、学习工作化”，定期开展党委中心组扩大学习、干部专题培训、管理研讨等活动，尤其注重围绕经济工作确定学习主题，向竞争对手学习成功之道，集成与创新并举，为我所用。

高层领导构建了系统的学习体系，为员工搭建多种学习平台。公司推行《员工培训管理流程》和学分制管理，要求并鼓励员工积极学习；设立员工职业发展 H 型双通道（技术、管理），制定新员工“面向未来的南维柯 DNA 计划”，帮助员工在学习中自我超越。通过课程培训、技能比武、师带徒、全员月度主题学习等活动，公司形成浓厚的全员学习氛围，培养了一大批技术、管理及高技能人才。个人的成长为组织的成长奠定了坚实的基础。

高层领导倡导“创新”的价值观，推进组织能力建设，通过有策划的管理对标、绩效对标、经验交流、行业论坛等活动开展团队学习，并以此作为检视心智模式、建立共同愿景的载体和手段。公司建立知识库、员工论坛等信息共享平台，促进团队的互相学习；实行项目制管理，鼓励团队在实践中系统思考，在探索中勇于创新，全方位促进团队和组织能力的提升。

5、公共责任体现情况

公司通过对外部环境变化趋势及国家相关法律法规的跟踪、分析和预测，结合顾客、供方、政府部门等相关方反馈的信息，主动预见公众对公司当前和未来的环境保护、能源消耗、安全生产、产品安全等方面的隐忧。

(1) 应对产品安全的隐忧

公司通过产品安全认证、CCC 强制认证、环境标志自我声明等方法，对影响安全、环保、整车性能的关键系统或部件的整车匹配性进行确认，确保产品安全；从节能环保、一致性、安全性、经济性等方面对当前及未来产品隐忧进行识别，定期跟踪相关变化，制定产品的应对措施，对给公众可能带来的环境、安全方面的影响，在法规和政策没有强制要求或公众尚未意识的情况下，提前预见，识别风险，并采取防范措施。研发部门定期收集和分析国家和地区关于环保、安全的法规和政策，编制《政策法规标准信息月报》，每月在公司层级会议上汇报并决策；并在研发过程中将相关要求转变为产品技术规范，并在产品

开发过程中加以验证和确认。

如：在国家对商用车驾驶室乘员保护的标准尚未出台时，超越全系列产品驾驶室均按 ECE R29 进行设计，在 GB26512-2011 《商用车驾驶室乘员保护》标准出台后，顺利通过了国家强制性检测。

为保证高速行驶时轮胎的安全性能，在新宝迪系列车型上采用了胎压监测系统，目前国家对乘用车尚无强制性要求，相关标准还在拟定立项阶段，公司已在商用车上提前实施，使产品安全性达到国内领先水平。

为提高整车的性能，公司还将多项乘用车领域的先进技术应用在商用车的车型上，如 ESP、倒车后视、AMT 等在宝迪和新宝迪的系列车型上的应用，使产品具有卓越的安全性能和环保性能。

(2) 应对能源资源消耗及环境保护的隐忧

公司通过建立并运行 GB/T24001 环境管理体系、GB/T50001 能源管理体系，结合清洁生产审核，对环境、能源资源消耗的风险采取控制措施。

(3) 应对安全生产的隐忧

公司通过建立并运行 GB/T45001 职业健康安全管理体系，对所有场所、设备和人员进行危险（害）源辨识，采用风险评估 LEC 方法计算每一种危险（害）源带来的风险，确定车辆伤害、机械伤害、起重伤害、火灾（爆炸）、物体打击、触电、职业病为 7 大类重大风险。收集业内企业发生的事故事件案例，提前预见隐患，事前排查整改隐患，公司根据一级安全生产标准化企业要求不断完善安全管理制度和安全操作规程等制度，层层落实安全生产责任制，建立安全预警机制和事故应急处理机制，定期开展消防演练活动，实现安全生产目标。

(4) 建立体系、采用和落实关键过程及绩效指标并实施全程控制



图 9 2023 年废水、废气、噪声监测报告

根据上述措施，公司确定相关影响指标、风险识别，根据国家行业标准，确立更加严格的内控指标，公司按月度、季度、年度对各项内控指标进行监控，内控指标波动较大的制订专项整改周计划，落实责任人，确保各项内控指标完成。

6、公平运行实践情况

(1) 建立信用体系

高层领导高度重视经营道德，围绕“质量第一、诚信为本”质量诚信方针，积极倡导“依法立企、诚信兴业”的理念，通过设立纪检机构、审计法务科等部门，定期开展法律法规和职业道德教育，提高员工法制意识和道德意识，保证企业依法经营。

公司建立《公司诚信管理制度》、《信用管理流程》，对信用体系进行严格管理，通过《员工行为奖惩管理制度》明确规范全体员工日常行为，倡导诚实守信，无弄虚作假，对违反规定的行为进行处罚。公司定期开展诚信教育宣传活动，使员工对诚信的理解不断深化。在与相关方业务往来中，公司建立了完善的管理流程，如，《销售合同评审管理办法》保护经销商利益；《客户投诉管理流程》、《售后服务管理流程》等保障客户的需求得到及时有效的响应；《采购管理控制制度》严格保障采购过程中的公平、诚信。

公司诚信经营，依法纳税，2023 年先后获得中国质量检验协会颁发的“全

国商用车行业质量领先品牌”、“全国商用车行业质量领先企业”及“全国质量诚信标杆企业”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”；2023年3月获得2022年南京市扛起“争当表率、争做示范、走在前列”三大光荣使命先进集体称号；2023年5月获得国家统计局南京调查队颁发的“2022年优秀企业”；2023年12月获得中国人民武装警察部队装备部颁发的“装备维修保障战略合作单位”；2024年2月获2023年度浦口区“双晒双亮”促发展先进集体及浦口经济开发区纳税十强企业。

(2) 严格履行道德规范

公司建立道德行为监测体系，涉及的关键过程及绩效指标见表4.1-6，促进和有效监督检查公司各层级员工的日常行为，促进和监督组织治理中的行为以及公司与顾客、供方及合作伙伴、社会之间的业务活动，形成守法纪、讲道德、重合同、守信用的经营环境。

表5 公司道德行为监测体系

对象	监测过程	测量方法	周期	测量指标	责任单位	
公司	经营层	公司治理	会议、经济责任审计	不定期	无营私舞弊、严重失责行为	董事会
			廉政教育与监督	半年	违纪违法事件为零	公司党委、纪委
	中层	管理行为的公正性	廉政教育与监督	半年	重大经营活动无违规	公司党委、纪委
			监督和通报		集体劳动合同履行率 100%	公司工会
			满意度测评		员工满意度	行政人事部
			满意度测评		顾客满意度	质量保证部
	生产经营活动的规范性	财务审计、税务评价	年	依法纳税	财务部	
		银行信用评价		信用等级	财务部	
		财务检查		财务报表 100%客观真实	上级主管部门	
	员工	日常行为	投诉、违纪处理、员工思想动态信息收集	月	杜绝不文明行为	公司各部门、纪委、党委、团委
对待顾客	诚信	顾客投诉	随时	顾客投诉处理率	销售公司	
对待供应商	公平公正、守信用	供应商投诉		供应商投诉处理率	纪委	
对待公众	及时处理、和谐相处	信访处理		信访处理率	党群工作部	

7、消费者权益保护

(1) 履行所提供产品和服务质量安全的职责

公司成立了产品质量安全委员会，由总经理担任主任，副总经理担任副主任，质保部、售后服务部、产品部、采购部、计划物流部、规划与项目管理部、市场部等相关部门总监担任组员，负责组织研究国际、国内汽车召回等质量安全法律法规，参与国家质量安全法律法规的制订，拟定与实施公司相关工作方案，产品质量安全职责从组织上得到了保障。公司建立产品质量安全委员会工作制度，定期召开产品质量例会；针对较大、重大质量问题，召开专题会。公司制定了《产品质量信息管理流程》、《缺陷汽车产品召回管理办法》等管理标准，规范产品质量安全管理。公司严格履行产品和服务质量安全的职责，并制定了相应的保证措施。

(2) 推进品牌建设，提高产品质量和服务水平

高层领导重视品牌建设工作，确定品牌架构，设立品牌管理组织机构及职能，实行专人专岗负责品牌规划和管理，制定品牌管理5年滚动规划并定期更新。按照新产品计划，完善依维柯产品品牌规划，讨论并确认品牌建设目标、途径和策略，完成相关规划。（见图10）。

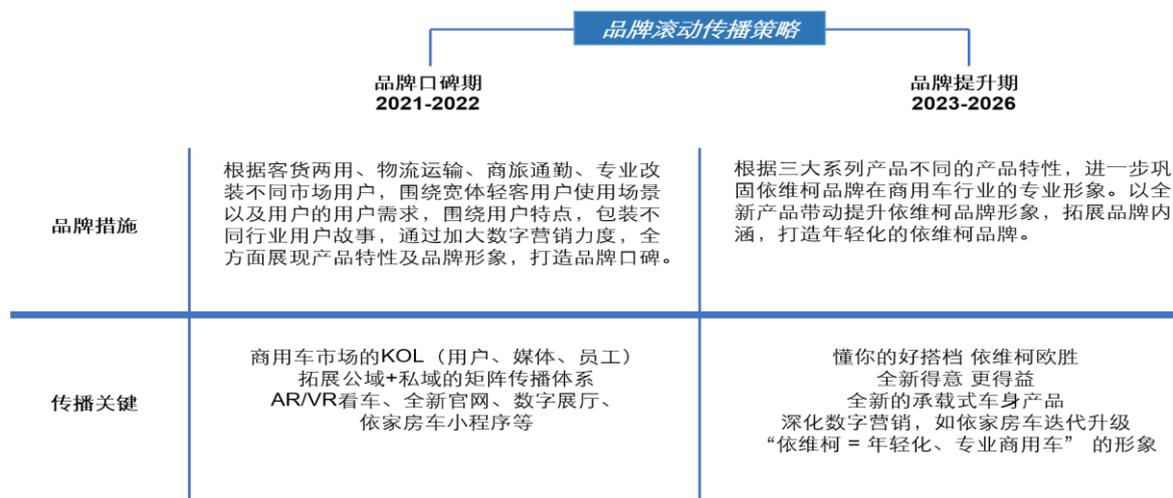


图 10 依维柯品牌规划

(3) 通过多种方式，对消费者进行产品、服务质量跟踪

公司不仅通过顾客满意度测评跟踪产品、服务质量，还采用多种方式对顾

客进行产品、服务质量跟踪，及时获取有效信息，具体内容见表 6。

表 6 产品、服务质量跟踪方式一览表

顾客类别		跟踪方式	部门
终端 顾客	零售顾客	400 服务热线	销售公司
		服务经理电话跟踪	
		面对面访谈交流（现场工程师）	销售公司、质保部
		利用 DMS 系统跟踪	销售公司、质保部、采购部
		走访	销售公司及公司相关单位
	行业顾客	年度总结会	销售公司及公司相关单位
		跟踪交付	质量保证部、总装厂、改装单位
		专项服务	销售公司
走访		销售公司及公司相关单位	
中间 顾客	经销商 改装厂	走访	销售公司及公司相关单位
		年度商务大会	
		服务商年会	
	海外市场顾 客及代理商	视频会议、电子邮件 电话跟踪、座谈	销售公司

8、公益支持情况

秉承“开放共赢”的价值观，高层领导以高度责任感和强烈的感恩之心，全心全意回馈社会，长期以来，以实际行动引领全体员工热心参与公益活动，促进企业和社会的和谐发展。

行政人事部作为公司公益活动的归口单位，根据前期活动实际开展情况，分别对《公益活动管理流程》及《对外捐赠管理办法》进行了修订，对相关职能部门的工作职责及捐赠金额审批权限进行了重新明确；同时结合公益支持所涉及的五大领域（教育体育、绿色环保、国防建设、慈善行动、关注民生）不断进行项目扩充与完善（见表 7）。

公司每年策划并开展公益活动，落实财务预算，定期组织对公益活动的效果进行评估、总结，不断改善公益活动。

高层领导高度关注公益事业，积极推进纯电动客车项目开发，节能降耗；安排残疾人就业、开展“博爱阳光”公益活动，扶贫济危；积极开展军民共建活动，与边防部队共叙军民鱼水情谊；广大员工积极参与公益活动，如积极报名参加志愿献血，夏季组织防汛，以实际行动支持环保，冬季雪天自发清理道路积雪，积极向地震、洪涝、疫情严重等受灾地区捐款捐物。2023 年，公司在

公益方面的投入达 3000 万元以上。

表 7 公司公益支持体系（2023 年）

领域	方向	理由	项目	
重点	教育体育	联合办学	促进中国汽车工业的发展	/
		产学研合作	推动高校产学研发展	电驱桥项目电池悬置支架优化支持
		体育赛事	支持竞技体育和全民健身运动，提高全民身体素质	/
	绿色环保	开发节能环保汽车	清洁、环保、降耗	EV45 电驱后桥产品开发项目
		环保支持	绿色、环保、人文	涂装车间水性漆项目（一期）
国防建设	军民共建	支持国防建设，履行国民义务与军方的历史渊源一脉相承	军民携手，共育良才专项行动 开展特殊地区专项服务活动	
其他	慈善行动	志愿献血	培育爱心和责任感	组织员工志愿献血（一次/两年）
		扶贫济危	帮助贫困人群 担当社会责任，回报社会	节日慰问 重大疾病离岗员工生活补助 “博爱阳光”益民活动 安置残疾人员就业
	关注民生	突发灾难事件	以人为本，和谐社会 关注自然灾害，为灾区人民奉献爱心	冬季扫雪、夏季防汛 司机关爱活动，通过活动为司机提供公益关爱服务站等