

东风汽车股份有限公司
2014 年度社会责任报告

目 录

关于本报告	3
总经理致辞	4
第一部分 关于东风汽车股份有限公司.....	6
一、 公司概况	6
二、 公司治理	9
三、 廉政建设	9
四、 服务型党组织建设	10
五、 组织结构	11
第二部分 公司履行社会责任情况	11
一、 市场领域	11
1、 客户责任	11
2、 伙伴责任	18
3、 股东责任	20
二、 社会领域	22
1、 员工责任	22
2、 安全生产	26
3、 公益责任	28
三、 环境领域	35
1、 绿色经营	35
2、 绿色产品	38
3、 环保公益	39
第三部分 2015 年展望.....	40

关于本报告

报告概述：东风汽车股份有限公司 2014 年社会责任报告，涵盖了东风汽车股份有限公司对股东、对客户、对员工、对国家和社会、对合作伙伴、对环境负责等社会责任体系中重要的信息内容。

时间范围：2014 年 1 月 1 日——2014 年 12 月 31 日

报告范围：东风汽车股份有限公司及下属分子公司。为便于表述，在报告中东风汽车股份有限公司使用“东风汽车股份”、“公司”。

报告参考标准：全球报告倡议组织《可持续发展报告指南(G4 版)；国际标准化组织社会责任国际标准 ISO26000；中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR3.0）》。

报告数据说明：本报告所引用的数据为最终统计数据，财务数据如与年报有出入，以年报为准；报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。

报告查阅地址：

上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn/>

公司网址：<http://www.dfac.com/>

公司地址：湖北武汉经济技术开发区创业路 58 号

总经理致辞

2014年，行业全面推进国IV法规的严格实施，因发动机升级带来整车成本的大幅提升，轻卡行业销量整体下滑，公司轻卡市场全年销售166万辆，同比下滑12.8%。

面对行业的调整，东风汽车股份上下一心，以国IV商品切换为契机，提升产品竞争力。一方面积极相应国家政策法规要求，坚决停止非国IV法规车的生产，另一方面大力加强国IV法规车的产品开发工作，预计到2015年初，公司国IV轻卡及工程车产品将全线切换完成。同时，公司围绕“商品力、制造力、营销力”进一步提升经营质量。通过持续推进库存削减、降低企业经营风险；持续强化成本及费用管控，全力推进内外部降成本；构建并持续完善以市场为导向的机制和体制等措施，有效的提升了公司产品的市场竞争力。2014年，公司汽车销售23.9万辆，工业总产值241亿，缴税11.266亿元。

公司在应对行业调整，提升竞争力的同时，始终没有忘记作为一个企业的社会责任，没有忘记对利益相关方、对国家与社会、对环境的责任。

2014年，公司对客户的关注更加注重客户的实际诉求，从客户车辆运营、平安行车、舒心生活等多个方面结合客户需求，为客户提供了更加专业、贴心的客户关怀活动。对经销商持续开展战力提升辅导工作，通过系列的培训与实践，并组织优秀经销商进行经验交流，帮助经销商提升了市场占有率及收益水平。对供应商进行培训，并请专家到供应商现场一起进行改善活动，帮助供应商伙伴共同成长。

围绕东风公司“润”的中期社会责任行动计划，公司持续开展各项公益活动，全年累计对外捐赠 716 万元，捐赠涵盖助学、环境、灾难救助、文化等各个领域。同时，秉持“让每一位员工生活得有尊严”的理念，2014 年公司“爱心工程”共救助困难员工 47 人，发放救助金 40 余万元，为困难员工构筑了一道有力得保障机制。

环境保护方面，公司持续关注并跟进恩施“碳平衡”生态林项目，通过补贴当地农户的形式，定期对已经完成种植的一万亩油茶林与核桃林进行修枝定型、病虫害防治、施肥以及补植等工作，确保作物健康良好地生长，以期达到补农惠农、冲抵企业碳排放的目的。同时公司也一直致力于环保汽车的开发与推广，2014 年在已有产品的基础上，根据市场需求，重点推进以多利卡和凯普特车型为基础的中高端纯电动环卫车和以 A08 客车为基础的纯电动客车的开发。其中郑州日产已有有六款纯电动车产品获得国家汽车产品公告，四款列入免购置税目录。公司竭力为环境保护事业尽自己的一份力量。

从 2012 年到 2014 年，经过三年的调整，公司已宣告走出调整期，2015 年，公司将继续围绕“商品力、制造力、营销力”的提升开展工作，同时围绕企业在市场领域、社会领域、环境领域等方面进一步提升管理，加大举措，更好得履行上市公司的义务，尽到企业应有的责任。

第一部分 关于东风汽车股份有限公司

一、公司概况

东风汽车股份有限公司，英文简称 DFAC，沪市上市代码 600006。是经国家证监会证监发行字 [1999] 68 号文批准，由东风汽车公司独家发起，采取公开募集方式于 1999 年 7 月 15 日创立，于 1999 年 7 月 27 日在上海证券交易所上市交易，是肩负东风汽车公司轻型商用车事业的大型股份制企业。

公司主要从事全系列“东风—日产”双品牌轻型商用车及东风康明斯系列发动机的开发、设计、制造和销售业务，产品符合国家第四阶段排放法规标准。秉承“突出主业、相机扩张、注重利润、稳健发展”的经营方针，不断优化和整合供应、研发、制造、销售价值链，现已形成 30 万辆整车产销能力，部分整车、总成及零部件出口海外。

公司总部位于湖北省武汉市经济技术开发区，事业格局已从襄樊扩展到武汉、郑州、十堰、常州，事业单元从单一的轻型商用车事业扩大到发动机事业、工程车事业、客车及底盘事业、特种车事业、海外事业、小型商用车事业和郑州日产事业。各事业单元遵循“分兵把守、守土有责”的运作方式，既共同构建东风轻型商用车事业大厦，也力争将自身打造成行业“小巨人”。

公司承担利润责任和成本责任的分、子公司及事业部共有 20 余个，目前已形成了 LCV 全系列品种，产品涵盖轻卡、工程车、皮卡、特种车、SUV、MPV、客车、轻型客车及底盘等。发动机产品覆盖东风康明斯 B、C、L、LK

系列机械式和 ISB、ISDe 等系列全电控柴油发动机，B、C、L 系列天然气发动机，排量为 3.9 至 13 升，功率覆盖范围为 80 至 680 马力；以及日产 ZD30D28 和 D28 发动机。

研发水平行业领先。2015 年，公司实现全线产品切换，符合国四排放法规的轻型车引领行业浪潮，凭借其高性能、低排放、高安全性、高可靠性的优势立于国内轻型车的标杆地位。

发动机事业树立良好口碑。长期处于行业龙头地位的东风康明斯发动机坚持实施产品多元化和市场多元化战略，东风康明斯在致力于排放升级、品质提升的同时，重视适应性产品研发、自主开发与技术引入相结合，产品项目前瞻性规划，奉行“生产一代、准备一代、研发一代”的超前模式，以省油、高效、低排放的优势赢得市场先机。东风轻型发动机 ZD30、D28 多次荣获业内发动机大奖，车次赔偿率优于行业水平，逐步在客户中建立起了良好的市场口碑。

客车及客车底盘事业生机勃勃。公司客车底盘连续 4 年稳居行业第一，销量突破 30000 辆大关，拥有 5 至 12m 的各系列客车底盘，4 个平台，26 个系列，基础产品 214 个。客车销售突破 6000 辆，搭建完成 5 至 12 米公路、城市客车及校车全系列产品线，现有阵地将形成 1000 辆生产能力，成为华中地区最大的客车生产基地，也是中国客车市场的主力军之一。

郑州日产事业方兴未艾。郑州日产是“东风-日产”双品牌 LCV 产品的主要发展基地，长期致力于轻型商用车的专业化和细分市场的高端化。拥有从产品研发、供应链管理、生产制造到营销服务全价值链的业务流程，目前共有 NISSAN、东风两个品牌，五大序列、八大车型，是国内 LCV 产品覆盖最全的企业之一。

常州东风事业正在起跑。该事业板块经历过多次资源整合和事业定位，小型商用车产品产销基地初步形成，东风常州将成为东风轻型车事业在华东地区的桥头堡。

轻型工程车事业前景广阔。近年来，轻型工程车事业增长幅度较大，与排名前列的同行企业的差距不断缩小。随着国家排放法规升级，轻型工程车产品实现了全线升级，商品企划、开发、采购等得到全方位改善，产品竞争力大幅提升。

特种车事业创新发展。依托公司优势资源，特种车事业紧紧围绕以锂离子电池为标志的新能源纯电动车、以 CNG/LNG 为标志的清洁能源汽车和以适应不同法规和使用要求的特种底盘和特种车辆为发展方向，初步形成了“清、新、特”的产品格局，努力实现底盘做专、技术领先。

海外出口事业连年增长。海外事业逐步自主建立起海外市场产销网点，同时加强了“东风”与“日产”双品牌进军海外的协同效应，打造黄金车型，在海外市场树立东风品牌，目标正在指向 5 万辆海外市场规模。

“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞。”公司秉持东风汽车公司“关怀每一个人关爱每一部车”的企业理念，围绕备受信赖的专业化、规模化、国际化的轻型商用车和动力总成制造商的愿景，坚守“对股东、对客户、对员工、对国家、对社会、对环境和合作伙伴负责”的企业承诺，坚持“品质、专业、信赖”的品牌核心价值，以客户为中心，关注价值营销，走内生式的质量效益型发展之路，公司正在市场变革中力争实现多方共赢。

二、公司治理

报告期内,公司严格遵守《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法,进一步完善治理结构,形成了股东大会、董事会、监事会与管理层权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的公司治理结构,确保公司的规范运作,切实保障股东和债券人的合法权益。

三、廉政建设

作为央企下属上市公司,2014年,公司认真贯彻党的十八大精神、十八届中纪委三次、四次全会精神 and 东风公司2014年党风廉政建设工作会精神,通过深入贯彻落实中央和上级的要求,深入推进党风廉政建设党委主体责任和监督责任的落实,积极推动纪检监察部门转职能、转方式、转作风,强化监督执纪问责职能,狠抓干部作风建设,专项整治“四风”方面存在的问题,不断拓展监督领域、规范监督程序,完善廉洁教育和廉洁风险防控机制,努力形成惩治和预防腐败两手抓、两手硬。

一是加强监督教育。公司纪委通过廉心讲堂、微信公共平台、廉政微电影、阅文思廉微体会征文活动、高管任前教育谈话等,广渠道、多角度的进行宣传教育。同时,继续深化廉洁风险防控,不断优化业务流程,自上而下,以点带面促进公司廉洁风险防控体系建设。

二是严肃执纪问责。中央八项规定出台以来,公司纪委严格落实,持续深入改进工作作风,努力建立并完善作风建设长效机制。通过开展专项治理,2014年五项费用同比降低1007万元。针对信访举报案件,公司纪委

严格遵守“事实清楚，证据确凿；定性准确，处理恰当；手续完备，程序合法”，确保件件有回音，事事有结果。同时，公司纪委严格执行《东风汽车股份有限公司廉洁教育谈话工作制度》及《东风汽车股份有限公司党风廉政建设第一责任人责任风险金考核制度》，强化了第一责任人履行主体责任的担当意识。

四. 服务型党组织建设

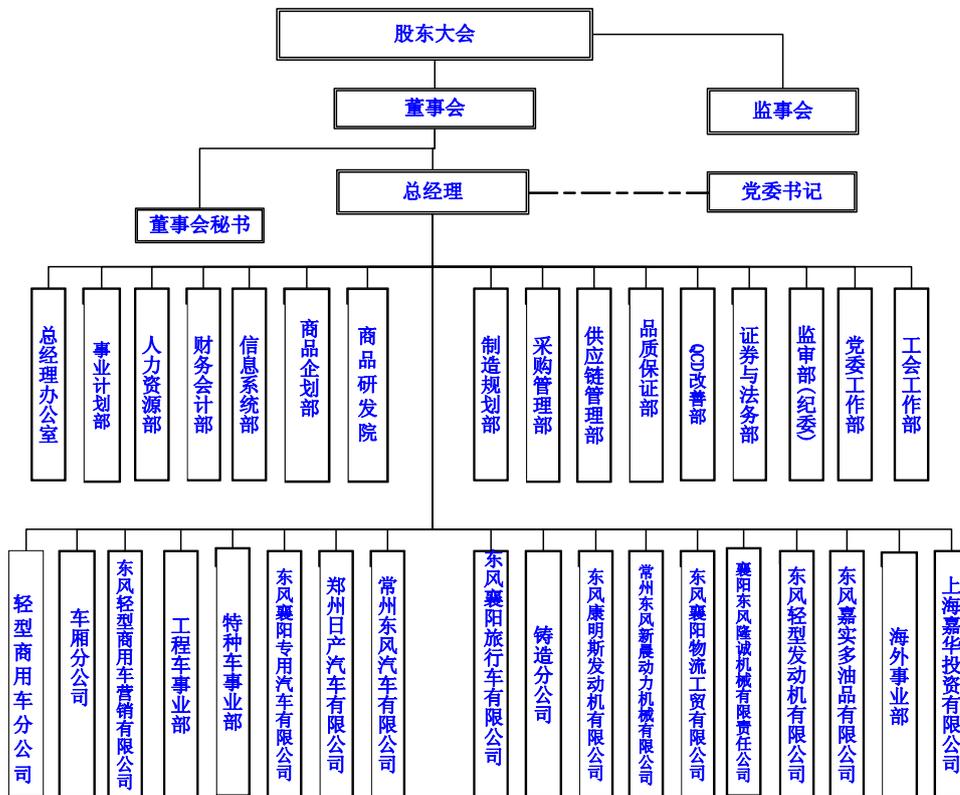
2014年，公司认真学习领会中央精神，深入开展服务型党组织建设，努力做好“三心服务”，强化党建工作价值提升。

一是扎实推进“党建对标管理”，集中编写《党建工作指导手册》，广泛开展内部学标和外部对标活动，专心服务好基层组织。

二是扎实开展党内主题实践活动，在公司全价值链认真组织开展“党员岗位当先锋，改善收益我先行”主题实践活动，尽心服务好生产经营。

三是扎实开展服务创优活动，创新搭建了“家属接待日、主题宣传日、心连心工作室”三大服务载体，在营销部门开展以SSI（销售服务满意度）、CSI（售后服务满意度）、DSI（经销商满意度）、ESI（员工满意度）和销量/市场占有率等五项指标为重要评价标准的“为民服务，客户在我心中”活动。通过设置为民服务电话，服务流程公示，在简化服务程序、完善服务标准、提高服务质量上作出服务承诺。同时，组织开展在职党员到社区报到并参加便民服务活动，拓宽社会化的服务渠道，贴心服务好社区群众。

五、组织结构



第二部分 公司履行社会责任情况

一、 市场领域

1、 客户责任

1.1 产品质量与安全

●构建制造过程的全数品质保证模式

结合日产质量管理模式，在公司制造系统树立“下一道工序就是客户”

的观念，按“不接受不良、不生产不良、不流出不良”和“PDCA”循环原则，实现对制造过程的量化管控，确保各工程所有规定的项目得到保证，每个产品在交给客户之前进行全数质量保证。

2014年，公司先后对4个分子公司10条装配线进行了三次全数质量保证体系诊断和多次帮扶提升，评价得分逐步上升，各分子公司逐步建立了“制造过程全数质量保证”，实现了公司内质量管理水平量化的比对和交流。

●推行节点管理，确保国四新品品质

切实开展国四新品节点移行，践行产品开发V型机制，实施产品开发充分性试验验证，以提升整车可靠性品质。对国四新品每个阶段的品质达成情况进行总结汇报，分析问题成因，提出整改措施。2014年全年完成国四移行共9个系列72款车型，并在新品开发中逐步导入V形机制。

●加强品质改善、满足顾客需求

持续开展市场质量调研活动，走访主要销售区域经销商、服务站，通过面对面、敞开谈的交流形式，对产品在企业、设计、质量、物流运输等各方面存在的问题进行深层挖掘。

进一步完善铁三角运行机制，建立市场品情快速传递机制，统一目标、达成共识、联合行动，提高市场质量问题处置反应速度。初期问题传递至QRQC，由工厂在零件入库、装配、调整、整车检查各环节进行防流出管控；耐久问题传递至“商品铁三角”，以终端市场信息为基础，析出商品配置不良项目的改善。

●持续推进“三不”活动

2014年继续以提升总装下线、总装入库直行率为重点推进“三不”活

动，即不接受不良、不制造不良、不流出不良。“三不”活动有效拉动全价值链改善，建立“过手”质量责任制，完善质量信息传递通道。析出轻卡直行率提升管理和实物性课题、并以月度推进会的方式推进。2014年，轻卡下线直行率由年初的30%提升至56.1%，上升幅度87%。

1.2 产品服务创新

● 为客户提供更好产品

2014年公司对轻卡产品进行梳理精简，避免轻卡产品项目开发重叠，对轻卡整车平台及发动机动力总成整合及规划，形成T1-T4四个平台。同时各系统按照模块化思路开发，持续加强零件的系列化、通用化，针对四个一级模块和一个基础模块进行方案细化研讨，以规范化制图提高设计校核质量，并在个别车型上展开应用。通过培训和推广，按照先战略性项目后适应性项目的顺序，逐步将模块化思想和方法落实到实际设计开发中。针对客车，开展A08国IV车型和电动车开发，同时开展品质改善活动，通过组织专项小组现场分析、系统提案等工作共完成对标、分析活动35次。2014年，东风锐铃D28国IV车型参加第七届中国国际卡车节油大赛获赛事冠军。



作为中高端轻客的东风御风，不断开发全新车型，力争为消费者提供覆盖全行业的解决方案。领先技术带来产品良好性能和耐用品质，使消费者在用车的各个环节，获得优质的品质和服务体验。目前产品已经覆盖城市物流、商旅通勤、政务警用、邮政、电力、医疗救护、移动服务、农化服务等行业，共计百余款细分产品。

东风康明斯为东风商用车提供全新 ISZ 发动机匹配天龙旗舰产品，2013 年在上海国际车展正式上市，2014 年匹配 ISZ 发动机的天龙旗舰首次亮相德国汉诺威车展，2015 年此车型将正式批量上市；2014 年 1 月 7 日，两台配装东风康明斯 ISZ13L 发动机的吉纳福赛车在达喀尔拉力赛中勇创佳绩，闯入前十；QSC 发动机匹配 PGBU 发电机组首次出口到英国。

●科技创新

2014 年，公司研发工作获得汽车行业科学技术进步三等奖 1 项，湖北省科学技术进步三等将 1 项，东风汽车公司科学技术进步二等奖 4 项、三等奖 7 项；在专利申报方面，共申报国家发明、实用新型、外观专利 217 件，其中发明专利 25 项、实用新型专利 178 项；获得东风汽车公司核心专有技术 1 项、普通级专有技术 8 项；在技术标准方面，共计完成技术标准 151 项，其中参与国家标准 8 项，含强制性国家标准 4 项，行业标准 1 项。

东风康明斯发动机有限公司的产品开发平台有 B、D、C、L、Z 五个系列，额定功率从 125 马力到 550 马力，覆盖轻型、中型和重型应用范围，可满足车用国三、国四、国五及非车用 II 阶段、欧美 Tier3/StageIII 排放法规。已具备分析测试、电控技术、设计开发、机械开发、性能开发等研发能力。目前已获得国家专利局授权专利共 193 份，获得东风公司科技进步奖 18 项，获得东风股份公司科技进步奖 46 项，年投入的科研经费约八千万元人民币。

●服务创新

东风轻型商用车营销公司自 2012 年与东风汽车财务有限公司合作开展消费信贷业务原来，截至 2014 年 12 月底，该业务已覆盖全国 22 个省份的 64 家经销商，累计为 3018 名客户提供了融资购车方案。

为快速处理国 IV 质量问题，为一线销售及服务提供专业、权威的远程技术支持，DFAC 专家诊断中心联合品保部、研发院、及供应商专家，通过坐诊和会诊的方式为服务一线提供远程技术支持，2014 年来，合计执行诊断 4680 余次，成为一线销售和服务的强有力保障。依托全国网络有 600 余台服务车，以紧急救援、定期定点等七项业务为基础的机动服务，实现服务过程的全管控，为公司服务品牌美誉度提升提供了有力支撑。2014 年来，平均每月开展定期定点上门服务 213 个点，现场服务客户年合计 9000 余台次，紧急救援月均 170 余次。机动服务成为行业服务的新标杆。

东风工程车事业部向客户提供四个 24 小时服务承诺即：24 小时全天候为客户；客户来人、来电、来函在 24 小时内得到处理和反馈；客户的质量保修及紧急调件在 24 小时内得到落实；客户的故障求援，就近服务站服务人员从接到信息开始 24 小时内到达现场（偏远地处除外）。

东风康明斯为客户提供系统的物流解决方案，帮助终端大车队优化整车燃油经济性，通过读取和分析 ECM 的运行数据，分析司机驾驶特征、车辆运行工况，量身定做出一个更加符合该车辆使用需求的标定，从而降低整车燃油经济性。

东风轻型发动机有限公司本着国 IV 服务先行、快速响应、客户关怀、上门服务的原则，协同整车服务部对全国 890 家网点进行了国 IV 产品的服务培训，注重培训实效，提升网点的国 IV 保障能力；积极参与“全国技术大比武”活动；开展“国 IV 专家坐诊”活动，快速解决市场出现的国 IV 售后问题。在重点区域投放 150 余万元备件，保障服务及时性。

●呼叫中心

公司呼叫中心主要受理包括轻型商用车系列、工程车系列、客车系列

等车辆的各类服务，面向产品客户、经销商、服务站及各类合作伙伴，提供 7*24 小时服务热线电话呼入业务，为用户解决咨询、投诉、紧急救援等各类问题。2014 年，呼叫中心全年共受理来电 109611 个。

在不断提高电话呼入业务服务质量的同时，为了顺应信息时代发展，满足用户提出的多元化服务要求，提高服务水平，公司通过“在线客服”网络服务模式受理用户提出的咨询、投诉、紧急救援等各类问题。2014 年全年受理在线咨询 4983 起，处理在线留言 871 条。

1.3 客户满意度

●以客户满意度数据为基础，开展客户满意度提升工作

为使服务网络准确地了解客户对其服务过程的评价，及时掌握网络内满意度弱项并整改落实，服务部每月通报各服务站满意度评价得分，帮助服务站分析弱项，并对服务顾问的工作流程进完善与指导；每季度出分析总结报告，并检核改善结果，以确保弱项改善落实。分批次对服务网络开展满意度专项培训，帮助服务站提升自身服务素质，从而促进客户满意度提升及回厂提升。为使客户满意度调查模型更能准确体现客户对服务过程的满意情况，通过对标 J. D. Power 调查模型，借鉴竞品调查项目设计，从 2014 年 2 季度开始对服务满意度项目进行了调整，由原来的 8 项内容，增加到 11 项内容，并重新分配了权重，且评分标准也由 1-10 分打分调整为“非常满意”=10、“满意”=5、“一般”=3、“完全不满意（不记得）”=0 四个分值，取消中间档，重点关注“非常满意”所占比重，以“非常满意”为目标，引领服务站做好服务工作，提高用户满意度。

2、伙伴责任

2.1 对经销商

●加大对经销商战力提升辅导培训

2014年，营销公司在2013年的基础上，加大战力提升辅导培训力度，2014年现场累计培训11场，累计培训66人次，现场辅导服务站284家。并在全国18个商务处各设立一名战力提升辅导专员，负责辖区内经销商的日常报表辅导工作。同时，继续导入客户管理工作，通过分析报表基础数据，帮助经销商找出销售过程中存在的主要问题和短板。

●促进单店战力提升

为提高经销商盈利性，2014年工程车事业部启动了单店战力提升项目，选取经营能力相对薄弱的22家经销商为试点，通过对其销售流程的梳理与完善、工贸双方共同研讨适应性产品投放与推广、完善售后服务功能与提高服务及时率、有效缩短C-C交付周期等措施，到14年底实现提升其销售水平同比上升25%，环比上升55%的项目目标，同时提高了所有目标单位的健康度。

● 客车行业首家4S店

“校车”作为国家严格执行特殊标准的汽车类别，2014年旅行车公司专门针对东风莲花校车专营店，执行国内客车行业首家集整车销售、零配件、售后服务、信息咨询“四维一体”的4S服务模式，为全国用户提供高规格统一标准的服务，让用户体验到东风莲花客车校车产品“高性价比”的真正含义。此举也标志着东风襄阳旅行车有限公司将在创新营销模式和提升服务质量的工作中开创新的格局，并成为东风莲花品牌走向成功的重

要基石。

● 海外合作伙伴

针对海外合作伙伴，公司多次派出商务及服务人员对委内瑞拉、中东等海外经销商进行 KD 组装、产品认证、服务等培训，同时在国内举办服务培训，邀请国外经销商维修技师参加。2014 年，通过培训、扶持等方式，公司在委内瑞拉共销售 960 辆，超额完成指标。中东市场实现销售 1250 辆。

2.2 对服务站

● 开展为服务站减负活动

东风轻型商用车营销公司服务部针对服务流程改善、客诉处理、远程诊断、系统完善等方面的问题，通过收集服务站意见切实解决服务站工作中的困难，开展为服务站减负活动。针对服务站“视频诊断时间长”“外出救援报备内容多”、“客诉结案缓慢”“等 25 类 52 个管理问题，通过自查、逐项研究、下达减负整改通报等方式取得了良好效果。

● 提升服务站运营水平

公司工程车事业部通过为服务站提供高于行业普遍水平的服务保修政策（保修期、工时费）、服务形象补贴、为服务站从业人员提供专项岗位补贴、为布建二级服务快修点提供相关支持、提供备件运营支持、维修工具升级等一系列措施，提升了服务站的整体运营水平及服务能力。

2.3 对供应商

● 协助供应商降成本、提升产品质量

2014 年，公司分 10 期对 137 家供应商 THaNKS 改善团队进行培训；请 QCD 专家到现场与供应商进行共同改善活动，全年共完成 21 家，平均消除浪费 3.44%；同时公司车型数从 2012 年的 1634 种削减为 2014 年底的

239种，降幅达85%，供应商数从2012年的711家削减为2014年的389家，提高了有竞争力的供应商供货份额，促进了品质的提升。

3、股东责任

3.1 股东权益保护

●完善法人治理结构

公司股东大会为最高权力机构，下设董事会、监事会，董事会下设审计委员和薪酬委员会。2014年，公司共召开了3次股东大会，公司股东大会的召集、召开和表决程序严格按照《上市公司股东大会规则》和公司《股东大会议事规则》的规定执行，聘请了律师事务所专业律师进行见证并出具专项法律意见，充分保障了股东大会的规范召开和所有股东依法行使职权。报告期内，公司董事会召开了5次会议，均严格按照法定程序规范召开，充分保障了董事依据法律、法规及《公司章程》行使职权。董事会下设的各专门委员会发挥各自所长，在董事会的科学决策中发挥了重要作用。公司独立董事在报告期内均遵守法律、法规和《公司章程》等相关规定，认真履行职责，参与公司重大决策，对公司重大事项发表独立意见，切实维护了公司整体利益和中小股东的利益。报告期内，公司监事会召开了4次会议，公司监事列席了公司历次股东大会和董事会的现场会议，充分保障了监事对公司事务的知情权和依法行使监督权。此外，公司还根据中国证监会最新修订实施的相关制度规范，修订了《公司章程》和《股东大会议事规则》的部分内容，进一步完善了公司的治理制度。

●重视保护中小投资者的权益

2014年公司进一步加强了对中小投资者权益的保护工作，鼓励中小股东参与公司的重大决策。股东大会采用现场与网络相结合的表决方式，为中小股东提供网络投票平台，充分保障中小股东行使股东权利。

●加强信息披露建设

公司严格按照有关法律、法规、规章和《上海证券交易所股票上市规则》履行信息披露义务。除及时披露法定信息外，公司还积极自愿披露信息，确保股东能够及时全面的了解到公司的经营情况。2014年，公司披露定期报告4份、临时公告46份。

●为股东创造价值

近年来，公司在保证自身业务正常发展的前提下，积极实施了利润分配政策，并保持其稳定性，让广大投资者充分分享企业发展所带来的收益。2012年修改后的《公司章程》明确规定了现金分红的比例，“在公司现金流状况良好，可满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。”同时，公司制定了《2012年-2014年股东回报规划》，确保股东享有其合法权利。2014年6月，根据2013年度股东大会审议通过的分红方案，实施了分红派息，向股东派发现金红利1520万元。

3.2 投资者关系管理

公司采取各种措施加强投资者关系管理工作，通过召开业绩说明会、接待投资者调研、接听投资者咨询热线、维护公司网站投资者论坛版块等多种方式与投资者保持沟通，为投资者全面了解公司提供良好的信息渠道和沟通平台。

3.3 财务绩效

2014年，公司汽车销售23.9万辆，同比下滑12.2%；其中本部汽车销售12.9万辆，同比下滑15.4%；郑州日产全年汽车销售11.0万辆，同比下滑8.2%。汽车销量下滑主要因为2014年国IV法规的严格实施带来的市场需求的下滑。轻卡市场占有率与2013年持平；皮卡市场占有率保持增长；中轻型客车底盘市场占有率保持增长，市场排名保持第一。

发动机业务方面，2014年公司发动机销售19.3万台，同比增长6.5%。其中东风康明斯销售17.5万台，同比增长2.2%；轻型发动机全年销售1.8万台，同比增长82.0%。

2014年，公司工业总产值241亿元。

二、社会领域

1、员工责任

1.1 依法用工

公司严格贯彻落实《中华人民共和国劳动合同法》及国家、地方的相关用工制度与规定，始终把创建和谐稳定的劳动关系视为企业生存和发展之本，不断强化依法用工、规范用工、诚信用工。截止到2014年底，公司合同制员工11038人，男女员工比例约7:3，公司依法与员工签订劳动合同，签订率100%。新招录应届大学生149人，安置退伍军人1人，离职员工374人，离职率3.64%。

公司严格执行中华人民共和国《员工带薪年休假条例》，2014年，人均带薪年休假天数达8.7天。公司在劳动用工方面无对人员类别、性别、年龄、职等、民族、种族、宗教信仰等方面歧视的规定。

1.2 薪酬福利

公司致力于打造内部公平、外部有竞争力的薪酬体系。2014年，东风汽车股份修订发布《DFAC 人力资源中期规划纲要》（2014-2016）。《纲要》聚焦“人员效率倍增”和“员工收入倍增”（以下简称“两个倍增”）的人力资源规划目标。2014年，公司五大职能主力协同开展全员效率提升工作，精细化使用 JPMH、人工成本实力线等管理工具，间接人员工资总量包干优化在 13 家单位全面展开。通过提升劳动效率和人工成本的使用效率，进而提高员工收入。员工实际收入平均增幅 12.2%，企业和员工共同分享劳动效率提升的成果。

1.3 员工发展

●完善员工职业发展通道

2014年，公司修订了《研发、工程技术职务评审标准》，从岗位要求、任职资格和评审要求等几个方面进一步规范管理。在前期充分研究的基础上构建营销和管理序列职业发展通道，员工职业发展通道覆盖比例由 53% 提高到 100%。698 人申报研发、工程技术职务评审，人数占比 63%，934 人获得技能层级认定并享受技能津贴，占工种总人数的 62%。

进入东风公司一级专家库 39 人，东风有限二级人才库 151 人，现各级人才库人数累计 255 人；研发、工程技术职务现任职人数达 548 人，占比 49%，327 人在技能层级评审中获得晋升；内部关键岗位交流 233 人，交流率达 36.1%；136 人纳入“青苗人才”培养计划。

●促进全员激励体系

公司着力构建全员激励体系，2014 年实施“年度超挑战奖”和“季度达成奖”，进一步强化过程激励，促进年度目标的节点达成；明确了“商品

铁三角”激励体制，“铁三角团队激励政策”研究出台，“营销六举措”、“研发新八条”激励体系全落地实施；11项年度重点项目统筹纳入公司“总经理特别奖”奖励范围；“高管任期激励”制度构建出台，任期工资与考核结果强关联。全员激励体系逐步完善并启动实施，全年发放奖励合计7643万元，激励效果明显。

●培训助力员工成长

提高培训经费使用效率，开展各类培训2230期，人均达55学时；管理技术人员依托网络学院人均学习24.6学时，技能人员依托两级培训中心累计培训233天。

持续开展“百日大练兵”系列活动：依托两级“培训中心”和“网络学院”，系统构建了全员培训体系。围绕“商品收益提升、管理能力提升、TdC全价值链降成本”开展周末课堂30期；“日产专家培训季”14名日方专家走上讲堂；“我是讲师”273人申报，上报课件8大类245篇，207人获得讲师资质；联合华中科技大学开办“培英工程”，28名动力工程学员学习深造；DFM 2014年员工职业技能大赛获团体第二，班组长和数控铣两个项目获第一名。

1.4 员工关爱

●巩固保险福利保障体系

2014年，公司办理社会保险立户706余人次，为124人办理退休手续；除个人医疗结算外，办理其他医疗基金17万元，申请员工生育津贴及补助106万元，结算企业年金158万元。公司继续推行全员（合同制员工，劳务工，合同制员工子女及供养直系亲属）商业补充医疗保险制度，共计7234名员工及子女3160人加入保险计划，全年员工员工商保理赔7399人次（其

中重疾赔付 1241 人次), 项目不断调优, 商保满意度创 3.69 分新高。公司本部全年福利费发生 3763.6 万元, 同比增加 12%, 福利项目规范执行率 84%, 全年未发生其他费用挤占员工福利费现象。

●加大员工关爱力度

根据《人力资源发展中期规划纲要》制定员工收入逐年增长机制。实施年度物价调薪, 调薪幅度 2.8%, 覆盖全员; 除正常业绩调薪外, “破格业绩调薪” 581 人, 占比 7.9%, 合计覆盖比例达 51%, 人均调薪幅度 3%; 优化福利项目, 提高福利费使用效率, 扩大人群覆盖范围, 面向全员发放误餐补贴, 新增结婚慰问金、生育慰问金和退休慰问金; 年度 KPI 指标分档管理, 设定员工必达目标保障员工基本收入。

●“爱心工程”

为了在企业稳健发展的同时, 让员工共享发展成果, 着力解决员工的实际困难, 东风汽车股份有限公司明确了爱心帮扶解困、脱困、消困的短、中、长期目标, 建立了困难员工“基本生活托底救助”、“重疾救助”、“日常救助”、“边缘性困难员工致困预警”四大帮扶机制。通过近几年在实施过程中不断查找问题、发现问题, 及时予以修订, 东风汽车股份爱心帮扶体系已日趋完善, 为广大员工构筑了一道抵制风险的屏障。2014 年全年共救助困难员工 54 名, 发放救助金 43.68 万元。

1.5 职业健康

●职业病防治及职业健康管理

公司每年组织有毒、有害岗位及特种作业人员进行职业健康体检, 对现场职业危害因素开展检测。职业危害因素检测结果通过现场职业危害告

知卡告知员工，体检结果未发现职业病。职工食堂管理严格执行国家《食品卫生法》，对炊事人员进行了定期体检，未发生食物中毒与传染病事件。公司定期开展职业健康管理评价工作，2014年评价得分达到了东风公司管理要求。

2、安全生产

2.1 安全生产管理

●完善安全生产管理体系

公司于2002年创建职业健康安全与环境管理体系，2003年10月首次通过第三方认证，2003-2014年连续通过了第三方审核。

●开展安全生产标准化一级企业创建

积极推进安全生产标准化一级企业创建工作，2014年通过了国家“安全生产标准化一级企业”评审；公司不断完善和改进安全生产条件，2014年共计投入了2750余万元作为安全技术措施费用，改善公司的劳动生产条件和安全防护设施。



●开展各类安全检查活动

公司开展了压力管道、压力容器的排查和整治；开展了消防安全、外租资产、起重机械专项整治等安全活动；组织了以“打非治违”专项活动为主题的安全生产大检查；公司组织了季节性防汛、防暑降温安全检查；公司立足生产现场，积极开展“SES”安全评价，重点车间风险得到有效控制。通过这些安全检查和评价工作，有效的发现了现场安全隐患，预防了安全事故的发生。

2.2 安全教育与培训

公司根据安全管理和员工安全培训需求，制定年度培训计划，确定培训内容、责任部门、培训学时及考核要求，按规定组织了 10 种主要安全培训（新员工三级安全教育、“四新”教育、转岗复工安全教育，班组长安全教育、专兼职安全员培训、职业危害岗位培训、中高层领导安全教育、相关方安全教育、特种作业人员安全教育、全员安全教育）。公司持续开展班

组 KYT 危险预知训练活动，班组安全自主管理能力得到强化，员工安全意识得到提升。同时利用公司周末课堂进行各种专项安全知识的培训。公司开展了积极开展以“强化红线意识、促进安全发展”为主题的安全环保月活动，促进了公司安全文化建设。

2.3 安全绩效

2014 年公司实现了“五杜绝”，即：重大压力容器爆炸事故、重大火灾事故、重大交通事故、多人急性中毒事故、重大环境污染事故。

百万工时伤害率（PPM）0.20，优于同行水平。未发生职业病。工伤事故发生频次呈逐年下降态势。

3.公益责任

2014 年，公司在面对行业调整，不断集结各方能量发展新力量的同时，持续的履行企业的公益责任，全年共计捐款 700 余万元。

3.1 本地化运营

●扶持贫困乡镇

公司自 2006 年在湖北省启动的“城乡互联，结对共建”活动中与保康县城关镇白果园村结对以来，始终坚持对白果园村进行帮扶。八年来，公司对白果园的扶贫帮困非常重视，多次下派员工进行帮扶工作，及时解决白果园村农民生产，生活问题，实现了由“输血”到“造血”的转变。截止 2014 年，白果园村已经建成了一个标准化得山鸡养殖场，将养殖规模由 300 只扩大到 20000 只；将 500 亩核桃种植面积扩建到 1000 亩；同时，投资新建茶园，改造老茶园，使当前已有的 500 亩茶园更好的发挥了经济效

益。

●助力当地教育事业

2014年5月20日，康明斯集团副总裁曹思德、康明斯全球副总裁刘晓星、康明斯中国政府事务及企业责任总监万莉、康明斯公司副总裁&东风康明斯总经理王宁、东风康明斯设备管理经理闻超带领CIT团队共25人来到了襄阳市樊城区竹条镇张营小学，为东风康明斯对该校捐赠的140套课桌椅进行安装，经过近三个小时的奋战，140套课桌椅圆满安装完毕。



3.2 公益慈善

●向地震灾区捐赠

2014年8月3日，云南昭通鲁甸县发生6.5级地震，公司快速做出反应，捐赠两辆东风御风、6辆锐骐皮卡和水、米、油等抗灾物品，价值约135万元，用于协助灾区救援及灾后重建工作。

●牵手工程

郑州日产汽车有限公司在 2010 启动牵手工程公益助学项目：在 2010—2014 年 5 年内，每年向郑州慈善总会捐赠人民币 300 万元，累计 1500 万元，用于对贫困大学生、贫困孤儿等困难群体的帮扶。2014 年 8 月 12 日，郑州日产发布牵手工程未来 5 年规划，承诺：从 2015 年到 2019 年，郑州日产将继续向郑州慈善总会每年捐赠不少于 300 万元，5 年累计超过 1500 万元的公益资金，用于牵手工程公益援助项目。未来，牵手工程将继续以教育支持为核心，分别针对贫困地区小学生和困难大学生两大群体，制定快乐成长计划和成才圆梦计划两大核心项目。具体内容如下：快乐成长计划即每年为 5 所贫困地区的小学持续捐赠累积不低于 50 万元的文体器材，包括课外书籍，书架，体育用品，基础设施等，为贫困地区的孩子提供坚实的教育保障。成才圆梦计划将每年为 300 名贫困大学新生提供不低于每人 5000 元助学金，并提供就业培训、课程培训等引导性资助，锻炼其策划、沟通组织、团队意识各方面的能力，同时使公益扎根于内心，使公益传承。



●持续关注“珍珠生”成长

自 2011 年以来，公司携手浙江新华爱心教育基金会共同推进“捡回珍珠计划”。截止 2014 年，共资助 252 名因家庭贫困而面临失学的优秀学子完成高中学业。公司持续关注“珍珠生”的成长，看望并不断鼓励珍珠生，2014 年，公司资助的湖北襄阳五中和山西吕梁贺昌中学的首批“珍珠班”学子迎来了高考，其中襄阳五中珍珠班 60 名学子中 56 名考取了本科学院，贺昌中学 50 名学子中 15 名考取了本科学院。

●捐书活动

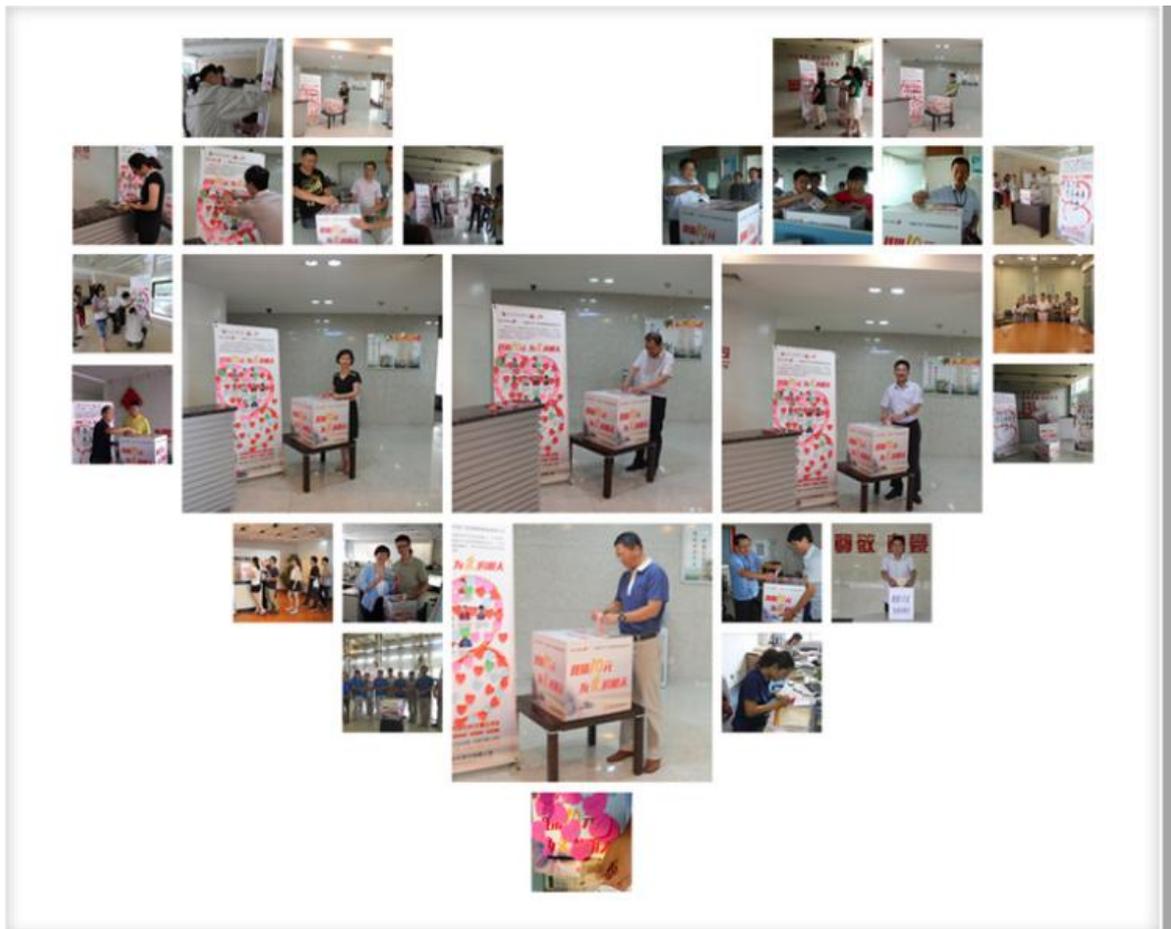
为解决贫困地区孩子课外书匮乏的问题，郑州日产于 2012 年 4 月 2 日，通过其新浪官方公益微博@郑州日产公益伙伴发起“关怀行万里·赠书大接力”活动，通过线上号召线下支持的活动形式，整合爱心车主、网友、企业员工等众多爱心力量，形成了全民献爱心的大好局面。2013 年郑州日产传承这项公益活动，打造郑州日产公益伙伴的品牌形象，把捐书活动打造成郑州日产代表性公益活动。2014 年捐书活动怀着对贫困地区小学生的教育关怀继续前进，为广东、河南、北京地区的 3 所贫困小学送去教育物资。截止目前，郑州日产捐书活动的脚步已经遍及四川、内蒙、陕西、山东，河南、云南、广东七个省份，向这些地区的贫困小学共捐助 2 万余本书籍，帮助 3000 多名孩子完成阅读梦想。



3.3 志愿者活动

●开展“和畅东风”系列汽车公民文化活动

2014年，东风集团在行业内发布了第一份《中国汽车公民文明公约》，号召全体汽车公民以“和之道，畅未来”为理想、以“尊重生命合理使用 宽容有序 持续发展”为文明指引，为构建和谐汽车社会尽一己之力。做为东风集团的子公司，股份公司积极响应，通过公司官网、经销商4S店、户外广告等形式，致力于公约的推广，以期为构建和谐汽车社会尽到企业应有的责任。同时，为了将《公约》精神更广泛地传播，实现从公民使命唤醒到弱势群体帮扶的转变，2014年7月16日至18日，股份公司响应东风集团的号召，以因交通事故致残的儿童为受赠对象，面向员工开展了“我捐10元 为爱的明天”活动，共筹集善款5万余元。



● 助学活动

2014年5月24日，48名员工满载全公司的关爱，经过近4个小时车程抵达保康县后坪镇中心学校，对受助学生进行走访慰问。东风康明斯保康助学活动已经延续了11年，历年员工捐款总额接近100万元。2014年春季的员工捐款活动中235名爱心人士捐赠善款89700元，203个受助儿童，创下了历届受助孩子最多的记录！



●关注儿童

2014年6月1日国际儿童节到来之际，东风康明斯公益委员会共26人来到了襄阳市儿童福利院看望孩子们，捐赠冷藏柜、冰箱、卧式婴儿身高体重秤、婴儿床隔尿床垫、食品等物资，表达了对孩子们的慰问，衷心祝愿孩子们节日快乐，茁壮成长，度过一个愉快的童年。儿童福利院捐助活动是东风康明斯的企业责任工作传统项目，已持续进行了11年。

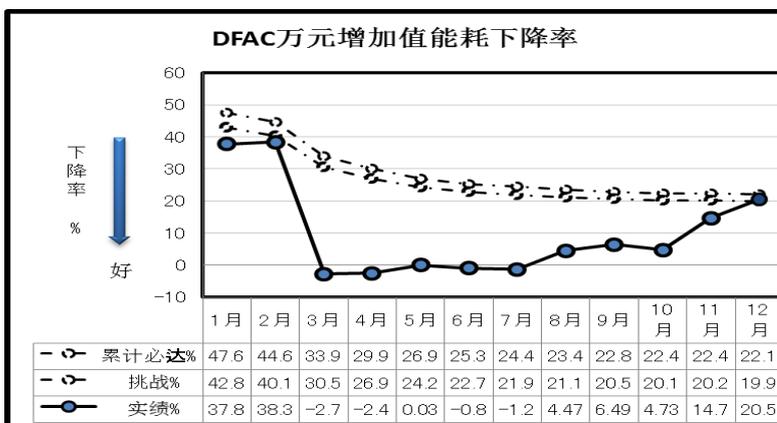


三、环境领域

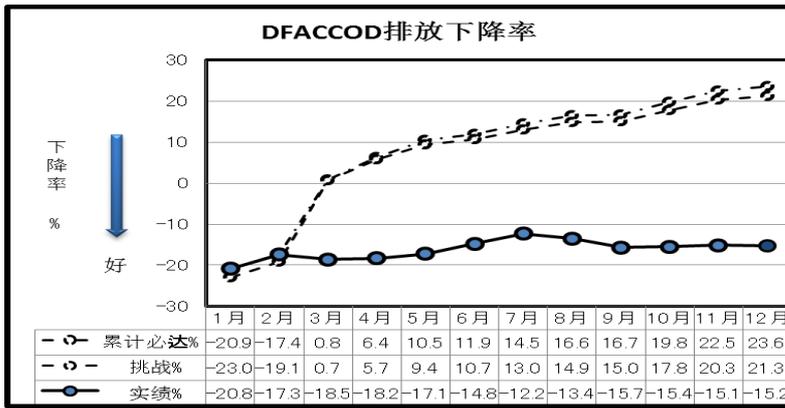
1、绿色经营

1.1 节能减排指标情况

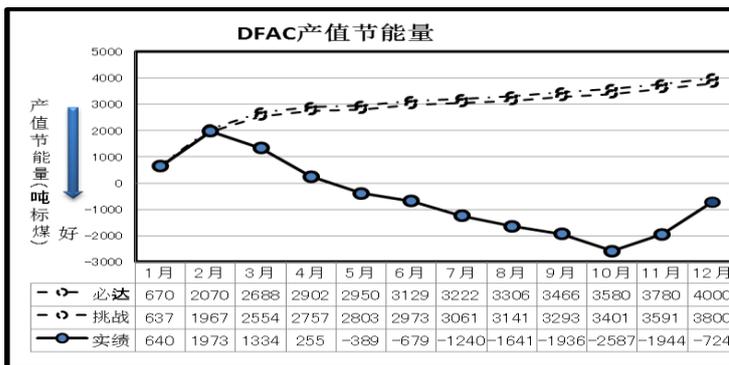
2014年，公司万元增加值能耗下降率较2012年（基准年）上升20.5%；



COD 排放下降率较2012年下降15.2%；



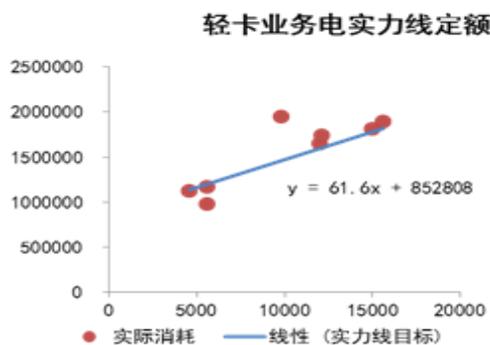
万元产值节能量较 2013 年下降 724 吨标煤；



1.2 绿色经营措施

为实现节能减排，绿色经营，公司采取了以下措施：

(1)、以降低公司单位产品能耗成本，提高能源管理水平为目的，在公司本部范围内开展工序能耗定额/动能实力线进班组推进工作。



(2)、深入开展 OEE 示范线推广，提升设备有效开动时间，降低能耗，节省动能成本。2 月 25 日公司 2014 年-2016 年 OEE 目标规划发布，启动标杆管理。

(3)、细化能耗 CPU 分析管理，消除动态异常，寻找改善空间。每月

装备例会针对各业务单元开展产品 CPU 分析，跟踪分析各类能源使用情况，保障合理用能。

(4)、积极推进设备节能减排改造，提高用能效率，改善作业环境状况。

2014年节能减排投资项目汇总

单位：万元

序号	项目名称	项目单位	投资额度	进展情况
1	能源管理监控系统	轻型商用车公司	165	完成招标
2	新厂前区变压器优化减容	轻型商用车公司	7.4	已完成
3	一涂装、二总装照明节能改造	轻型商用车公司	98	完成招标
4	二厂区压缩空气系统优化	轻型商用车公司	36.7	已完成
5	一厂区空压机余热回收利用节能改造	轻型商用车公司	98	进入招标程序
6	炉料破碎净化称量配料系统改造	铸造分公司	510	完成招标
7	试制车间变压器减容	铸造分公司	8	进入议标程序
8	RQ-14除尘器更新	铸造分公司	60	进入议标程序
9	车间照明节能改造	铸造分公司	134.7	进入议标程序
10	新增总装落板链	车厢分公司	198	进入招标程序
11	焊装800KVA变压器减容降费	旅行车公司	15	已完成
12	底盘食堂天然气改造	旅行车公司	13	已启动
13	仓库照明改造	物流公司	20.3	进入议标程序
	合计		1364.1	

(5)、组织开展轻卡与铸造业务的动能 Tdc 改善活动，旨在从动能的采购、存储、转换、使用、排放等各环节逐个分析，析出课题进行改善。

(6)、组织公司所属襄阳、十堰两地共 8 个单位开展环境专项排查与整治，共排查环保问题 293 项。截止 12 月，已完成 252 项，问题综合整改率 86%。同时针对 36 个投资项目类别进行梳理并制定方案，2014 年已启动投资项目建设 11 项。

(7)、A08 及新能源建设项目获得了湖北省环保厅的环评批复，所有新建项目都实现了环评合规。

(8)、对公司范围内 2009 年以来的建设项目环评验收情况进行了全面梳理，对遗存的环评验收问题制定了验收工作计划，目前轻商一总装还建、轻发工厂建设和车厢工厂搬迁等项目环评验收工作都在顺利推进。

(9)、针对节能减排法规、温室气体排放，节能环保新技术等方面开展培训，邀请专家对分公司全体中管进行节能环保工作的培训，从节能环保

保基本概念、刑罚对环境污染罪界定、企业节能环保工作基础三个方面进行了阐述，员工对节能环保工作的认识和重要性有了很大提高。



2、绿色产品

在国家新能源汽车产业政策的带动下，公司一直积极致力于新能源节能环保产品的研发。2014年在已有产品的基础上，根据市场需求，重点推进以10.5米、11米、12米全承载式纯电动客车、多利卡和凯普特车型为基础的中高端纯电动环卫车和以A08客车为基础的纯电动客车的开发。新能源客车产品已在上海、浙江、河北、武汉、成都、西安、拉萨、襄阳等地运营，在100%保证安全的条件下，验证产品的安全性和可靠性。仅在襄阳就有近300台新能源客车投入示范运营，累计行驶总里程超过1000万公里，最早投入运行的单车里程突破10万公里，而电池的损耗仅为5%，并且实现了万次操作零事故的优异表现。同时，公司自主研发了在技术上均达到新能源纯电动汽车行业标准的零排放、无污染、高安全性的2.5吨级、3.5吨级、7.5吨级三个平台产品，其微型纯电动专用车现已在湖北、江苏等地实现了500多辆新能源环卫车示范运营。

郑州日产自2006年开始进行新能源汽车的研发，目前有六款纯电动车产品获得国家汽车产品公告，四款列入免购置税目录。截止2014年底，共有156台车辆分布在全国35个地区，涉及电力、电信、移动、公安、公务、环卫等多个行业，累计运营里程超过120万公里，减少二氧化碳排放189

吨。

郑州日产新能源依靠公司售后服务网络平台，组建了电动汽车专业技术售后服务团队，包括运营服务专员、客户信息管理专员、车辆监控及信息处理专员、维修小组，对各服务网点及车辆使用车提供技能培训、现场支援、技术支持；24 小时远程监控中心时时监控车辆运行状态。完善得售后服务体系覆盖所有车辆运营地区，为用户用车安全提供可靠保证。



3、环保公益

●致力于绿色造林碳平衡项目

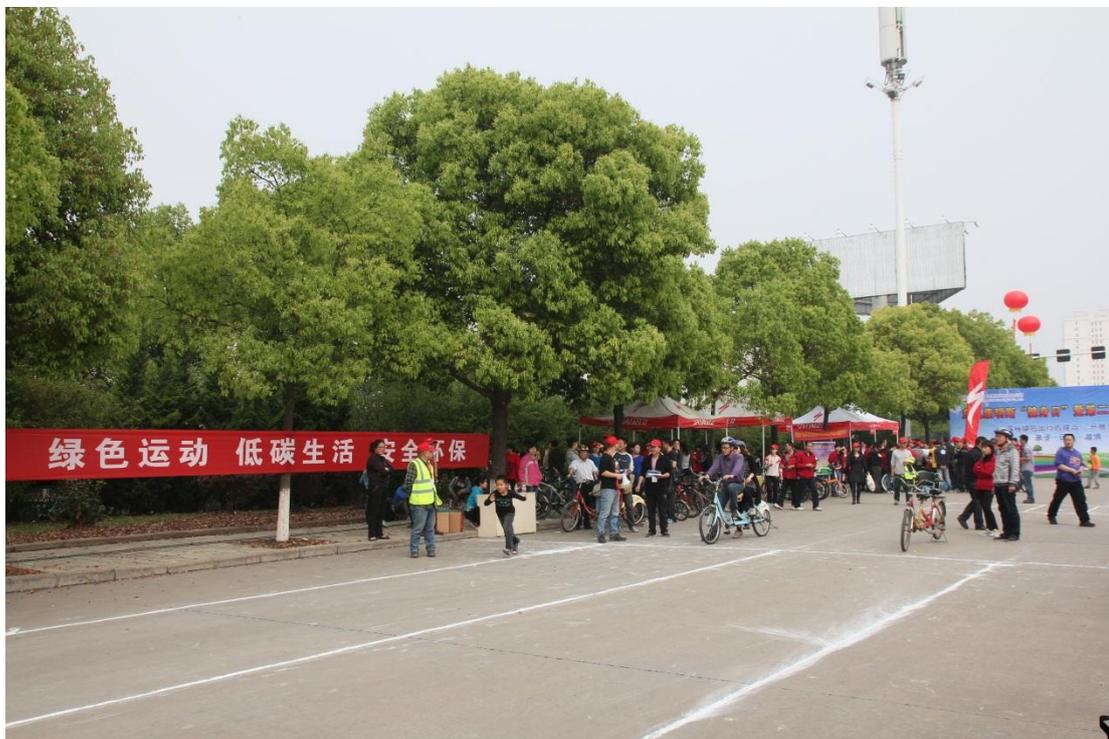
2014 年，公司持续关注恩施碳平衡生态经济林项目，为了更好地保证生态林项目稳健发展，达到补农惠农的目的，对已经完成种植的一万亩油茶林与核桃林根据作物生长特性，定期进行修枝定型、病虫害防治、施肥以及补植等工作，确保作物健康良好的生长。同时为了达成冲抵企业碳排放的目的，公司联合 CQC 武汉分中心及华中农业大学共同制定了林地种植成效验证的勘测计划并对生态林面积及存活率进行了抽检，为下一步碳汇工作做了基础准备。

●保护长江水源

春季碳补偿植树是东风康明斯传统的环境保护项目，2014 年的不同之处在与首次由东风康明斯社区公益委员会和团委联合主办，今年种植了约 800 棵树，参与总人数近千人，DCEC 员工有 456 人参与，均创下了历年新高。

●倡导绿色出行

2014年4月13日，由东风康明斯发起的宣扬绿色出行，自行车挑战赛在襄阳举行，通过此次活动，向大家倡导低碳环保理念。



第三部分 2015年展望

2015年，是公司走出调整期后的关键一年。

展望2015，公司将围绕专业化、规模化、国际化得轻型商用车和动力总成制造商的愿景，坚持“品质、专业、信赖”的品牌核心价值，以客户为中心，关注价值营销，继续聚焦汽车销量提升及收益改善，围绕“商品力、制造力、营销力”提升，通过“开源”和“节流”来推进和落实公司经营战略目标。

公司将持续完善社会责任体系，本着对国家和股东、对员工、对合作伙伴、对社会、对环境负责的态度开展切实可行的工作，一如既往地提供

优质产品与服务，切实保障员工合法权益，与合作伙伴共同成长，加强新能源产品研发与推广，为社会公益事业尽到企业应有责任。同时在公司及分子公司中进一步加强社会责任理念宣贯，强化分子公司社会责任意识，使公司社会责任管理工作持续提升，更好的履行企业的社会责任。

新的一年，新的希望，公司将在努力提高生产经营能力的同时不忘履行企业的社会责任，继续集结各方力量，不断开拓创新，为实现企业健康持续的发展而努力。

东风汽车股份有限公司

二零一五年二月