

团 体 标 准

T/CAAMTB 67—2022

中国汽车行业社会责任指南

Guidance on social responsibility of China automotive industry

2022 - 03 - 31 发布

2022 - 04 - 01 实施

中国汽车工业协会 发布

目 次

前言.....	II
引言.....	III
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 总则.....	2
5 特定主题.....	4
参考文献.....	13

全国团体标准信息平台

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》给出的规则起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

本文件由中国汽车工业协会提出并归口。

本文件起草单位：中国汽车工业协会、责扬天下（北京）管理顾问有限公司、中国第一汽车集团有限公司、东风汽车集团有限公司、北京汽车集团有限公司、重庆长安汽车股份有限公司、中国重型汽车集团有限公司、奇瑞汽车股份有限公司、比亚迪股份有限公司、厦门金龙汽车集团股份有限公司、中国汽车工程研究院股份有限公司。

本文件主要起草人：叶盛基、殷格非、李邵华、于志宏、林波、步艳翠、叶云、王昕、张隽祎、伊鸣、桂飞、于海淼、杨赛、孙立成、马文雄、乔童、赵红全、熊华俊、梁晓晖、任翔、朱敏、郜杰、刘媛、董彬、赵芳、张洁。

引 言

汽车产业作为我国国民经济发展的重要支柱产业，其关联度高、科技集中性强，催生了大量新技术、新产业、新业态、新模式，已然成为我国实施制造强国战略、双碳战略，打造双循环新格局重点，为满足人民日益美好生活的诉求，推动国民经济和社会高质量发展作出了重要贡献。

为推动汽车行业履责水平提升，指导上下游企业完善社会责任管理建设，践行社会责任，共同应对经济、社会和环境等多方挑战，助力行业企业识别未来发展的机遇与风险，提高企业竞争力，特制定本文件。

本文件以中国的法律、法规和批准、签署或加入的国际公约为规范基础，且不增加或改变标准实施者的法律义务或责任。在任何情况下，企业应首先满足运营所在地适用的法律、法规，并在法律、法规与本文件要求竞合的情况下适用其中更为严格的要求。

本文件坚持以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为原则，旨在有针对性地为汽车行业企业在应用GB/T 36000-2015《社会责任指南》等基础性社会责任标准时提供进一步的指导。应用本文件时，企业宜参考GB/T 36000-2015《社会责任指南》等社会责任国家标准体系。

本文件从责任治理、技术创新、产品质量与安全、员工权益、环境保护、应对气候变化、供应链管理与合作、消费者关系、社区参与和发展九个社会责任特定主题出发，明确汽车行业企业的履责重点，帮助企业将社会责任理念更好地融入战略、制度、规范和企业的运营之中，回应各利益相关方的期望与诉求，促进行业社会责任意识和能力提升，助力行业社会责任建设长远发展。

为推动汽车行业企业有效开展社会责任实践，本文件就社会责任基本目标、基本原则、基本实践和社会责任特定主题和议题（见表 1）等提供了指南性意见和建议。

表 1 汽车行业社会责任特定主题和议题

特定主题和议题	对应章条号
特定主题一：责任治理	5.1
议题 1：责任管理	5.1.2
议题 2：合规管理	5.1.3
议题 3：利益相关方沟通	5.1.4
特定主题二：技术创新	5.2
议题 1：创新机制	5.2.2
议题 2：创新应用	5.2.3
特定主题三：产品质量与安全	5.3
议题 1：产品质量	5.3.2
议题 2：产品安全	5.3.3
议题 3：产品召回	5.3.4
议题 4：汽车产品三包	5.3.5
特定主题四：员工权益	5.4
议题 1：规范用工	5.4.2
议题 2：职业发展与关爱	5.4.3

议题 3: 职业健康与安全	5.4.4
特定主题五: 环境保护	5.5
议题 1: 环境管理	5.5.2
议题 2: 污染防治	5.5.3
议题 3: 资源利用	5.5.4
议题 4: 生物多样性与生态保护	5.5.5
特定主题六: 应对气候变化	5.6
议题 1: 气候变化管理	5.6.2
议题 2: 减缓气候变化	5.6.3
议题 3: 适应气候变化	5.6.4
特定主题七: 供应链管理与合作	5.7
议题 1: 供应商管理	5.7.2
议题 2: 经销商管理	5.7.3
议题 3: 促进供应链可持续发展	5.7.4
特定主题八: 消费者关系	5.8
议题 1: 基本权益保护	5.8.2
议题 2: 支持可持续消费	5.8.3
特定主题九: 社区参与和发展	5.9
议题 1: 社区参与	5.9.2
议题 2: 汽车交通安全公益行动	5.9.3
议题 3: 志愿服务	5.9.4

中国汽车行业社会责任指南

1 范围

本文件规定了社会责任的基本目标、基本原则、基本实践和社会责任的特定主题，明确了汽车行业企业在社会责任领域的内容和行动框架，致力于形成汽车行业企业的共同认知。

本文件适用于汽车行业整车企业及零部件企业（以下简称为“企业”），供汽车产业链和供应链相关企业参考使用。

注：本文件没有穷尽社会责任方面所有可能的规范性要求，企业可根据自身实际能力和发展需要适用更为严格的社会责任规范性要求或者补充适用其他的社会责任规范性要求。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 36000-2015 社会责任指南（ISO 26000: 2010, MOD）

GB/T 36001-2015 社会责任报告编写指南

GB/T 36002-2015 社会责任绩效分类指引

3 术语和定义

GB/T 36000-2015、GB/T 36001-2015和GB/T 36002-2015界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

道路交通安全 road traffic safety: RTS

与道路交通事故或其他道路交通事件有关的，对道路使用者的死亡和重伤有影响或有潜在影响的条件和因素。

注1：源自 GB/T 39001-2019《道路交通安全管理体系要求及使用指南》。

注2：道路交通事故，指在道路上发生的导致死亡、受伤或损害的碰撞或其他影响。
道路交通事件，指因道路交通系统的组成部分或外部影响因素失效导致的事件。
道路使用者，指道路上的人。

3.2

召回 recall

产品生产者对其已售出的产品，采取措施消除不合理危险或者降低安全风险的活动。

注：源自GB/T 39061-2020《汽车产品召回编号规则与编号应用》。

3.3

三包 repair, replacement and return warranty of automobile

汽车产品生产者和销售者在质量保证期内，因汽车产品质量问题，对汽车产品修理、更换和退货的活动及责任。

注1：源自GB/T 29632-2021《家用汽车产品三包主要零部件种类范围及三包凭证》。

注2：质量保证期包括包修期、三包有效期和易损耗零部件的质量保证期。

3.4

循环经济 circular economy

在生产、流通和消费等过程中进行的减量化、再利用、资源化活动的总称。

注1：源自GB/T 34152-2017《工业企业循环经济管理通则》。

注2：减量化，指在生产、流通和消费等过程中减少资源消耗的废弃物产生。

再利用，指将废物直接作为产品或者经修复、翻新、再制造后继续作为产品使用，或者将废物的全部或者部分作为其他产品的部件予以使用。

资源化，指将废物直接作为原料进行利用或者对废物进行再生利用。

3.5

气候变化 climate change

经过相当一段时间的观察，在自然气候变化之外由人类活动直接或间接地改变全球大气组成所导致的气候改变。

注：源自《联合国气候变化框架公约》的定义。

3.6

可持续消费 sustainable consumption

可持续消费是指提供服务以及相关的产品以满足人类的基本需求，提高生活质量，同时使自然资源和有毒材料的使用量最少，使服务或产品的生命周期中所产生的废物和污染物最少，从而不危及后代的需求。

注：源自1994年UNEP（联合国环境规划署）在内罗比发表的《可持续消费的政策因素》。

4 总则

4.1 社会责任基本目标

企业开展社会责任建设的基本目标是提升企业履行社会责任的意识，识别企业的社会责任风险和机遇，提高企业履行社会责任的能力，增强企业的内生竞争力和可持续发展能力，促进企业与社会的全面、协调、可持续发展。

4.2 社会责任基本原则

4.2.1 概述

为了最大限度地推动可持续发展，企业的社会责任实践宜遵守本章4.2.2-4.2.8条所述的社会责任七项原则以及第五章所述的特定主题，并充分考虑社会、环境、文化和企业的多样性，以及经济条件的差异性，同时遵守国际行为规范。

4.2.2 担责

企业应为其对经济、社会和环境的影响承担责任，并接受适当的监督，承担对监督做出回应的义务。

4.2.3 透明

企业应以清晰、准确和完整的方式，公开明示自身在经济、社会和环境方面有重大影响的政策、决策、活动，以及对经济、社会和环境所产生的实际和潜在影响。

4.2.4 合乎道德的行为

企业的行为宜合乎道德，即行为宜基于诚实、公平和正直的价值观。这种道德包括企业对人类、动物和生态环境的关注，以及有效管理自身决策和活动对利益相关方利益的影响。

4.2.5 尊重利益相关方利益

企业应尊重、考虑和回应利益相关方的利益，即企业宜识别其利益相关方，确认并尊重利益相关方的合法权利和正当利益，考虑其与企业的相关联系、参与和影响能力，并对利益相关方的关切作出回应。

4.2.6 尊重法治

企业应认同尊重法治具有强制性，即企业应充分了解和遵守运营所在地所有适用的法律法规要求，定期评估其对适用法律法规的遵守情况，并告知员工有义务遵守相关法律、法规，同时落实相关措施。

4.2.7 尊重国际行为准则

企业在坚持尊重法治原则的同时，宜尊重其相关的国际行为准则。在法律、法规缺失的情况下或者企业在国外的行为不违反当地法律、法规的情况下，尽可能地尊重与其相关的国际行为准则。

4.2.8 尊重人权

企业应尊重人权，并认可其重要性和普遍性。企业宜尊重运营所在地适用的法律法规和“国际人权宪章”中所规定的人权，坚持从实际出发，将各项人权作为相互依存、不可分割的有机整体，尊重、保护和促进人权。

4.3 社会责任基本实践

4.3.1 概述

社会责任基本实践包括：

- 企业对社会责任的辨识；
- 利益相关方的识别和参与。

两项基本实践贯穿企业社会责任的各个阶段，也是企业承担社会责任的基础实践。

4.3.2 社会责任辨识

企业辨识社会责任是承担社会责任的前提。在辨识社会责任中，企业宜全面考虑自身及其利益相关方和社会三者之间的关系，意识到不同利益相关方的存在，理解其决策和活动对经济、社会和环境的影响过程，并宜理解受其影响的利益相关方的利益与社会期望之间的关系。

汽车行业企业可从以下九个特定主题认识社会责任：

- 责任治理；
- 技术创新；

- 产品质量与安全；
- 员工权益；
- 环境保护；
- 应对气候变化；
- 供应链管理与合作；
- 消费者关系；
- 社区参与和发展。

4.3.3 利益相关方识别和参与

4.3.3.1 利益相关方识别

企业识别利益相关方有助于其认定与某一个或多个利益相关方建立潜在的利益关系。

企业的利益相关方可能包括以下方面：

——直接或间接依赖于企业的活动、产品/服务及相关表现的集体或个人，或者企业赖以运作的集体或个人；

- 企业现在或将来对其负有法律的、经济的、运行的或道德的责任的集体或个人；
- 需要企业就财务、经济、社会或环境议题即刻予以关注的集体或个人；
- 能对企业或其某个利益相关方的战略性或运作性决策产生影响的集体或个人。

企业可通过以下提示性问题来识别利益相关方：

- 企业对谁有法定义务；
- 谁会受到企业决策或活动的积极或消极影响；
- 谁有可能对企业的决策和活动表示关切；
- 当类似关切需要处理时，以往曾涉及到谁；
- 谁能够帮助企业处理特定影响；
- 谁会影响企业担当责任的能力；
- 产业链中谁将受到影响。

4.3.3.2 利益相关方参与

利益相关方参与包括企业与一个或多个利益相关方之间的对话与活动。企业可以通过利益相关方参与进一步了解其决策和活动的风险和影响，必要时加强风险防范和管理；了解和回应利益相关方的利益和期望，提升企业在利益相关方中的透明度，增加可信度；协调自身利益、利益相关方利益和社会整体期望之间的关系，获得利益相关方和社会的理解与支持，促进企业与利益相关方和社会的共赢。

利益相关方参与可采取多种互动和双向交流的形式，例如利益相关方沟通会、单独会谈、公开听证、圆桌讨论、咨询委员会、结构化的信息通报和咨询程序、集体协商和网络论坛等一系列正式或非正式形式。

5 特定主题

5.1 责任治理

5.1.1 概述

企业应通过建立健全社会责任管理、合规运营管理、利益相关方沟通和参与等制度，以及防范和消除风险的管理尽责措施，确保社会责任理念和要求与企业战略和治理有机融合，促进社会责任绩效提升。

5.1.2 责任管理

5.1.2.1 企业应建立社会责任管理决策机制，明确高层管理者对社会责任工作承担的责任，推动社会责任管理融入企业运营。

5.1.2.2 企业应参照本文件制定和公开企业的社会责任方针和行为准则，结合企业实际情况，采用适宜的管理方法，将社会责任理念融入企业宗旨、愿景、发展战略、企业文化等，制定社会责任工作目标。

5.1.2.3 企业应设置社会责任管理机构或协调部门，确保社会责任工作分工明确、职责到人。

5.1.2.4 企业应识别社会责任风险，明晰其对各个利益相关方的影响，明确社会责任可能带来的经营风险以及潜在机遇，并将社会责任风险管理纳入各有关部门的管理和运营中，适时开展相关追踪监测，化解风险，保证企业的平稳运行。

5.1.2.5 企业宜定期在内部开展社会责任理念、知识、管理方针或行为准则的宣贯，提升企业成员社会责任意识和能力，提高企业社会责任绩效表现。

5.1.2.6 企业应制定年度社会责任工作计划，将社会责任工作目标细化为可衡量的绩效指标，定期开展社会责任绩效评估，审查关键绩效指标的执行情况。

5.1.3 合规管理

5.1.3.1 企业应将诚信理念融入运营过程，在企业治理、生产经营和市场竞争中，严格遵循公开、透明、平等的基本原则。

5.1.3.2 企业不应滥用市场支配地位，应杜绝市场垄断等不正当竞争行为。

5.1.3.3 企业应建立健全预防腐败体系，构建反欺诈相关的内部监督和外部防范机制，着力降低腐败风险，确保利益相关方合法权益不受侵害。

5.1.3.4 企业应定期为全体员工提供合规培训，并披露贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。

5.1.4 利益相关方沟通

5.1.4.1 企业宜采用科学的方法和程序，识别企业内外部利益相关方，了解决策和活动对利益相关方带来的多重影响。

5.1.4.2 企业宜建立和完善便于利益相关方交流和反馈建议的沟通机制，发现利益相关方对企业的期望，并就负面事件给予及时、充分地回应。

5.1.4.3 企业应建立健全社会责任信息披露机制，并根据自身特点和适用的法律、法规和政策要求确定信息披露的方式，及时披露对利益相关方利益有重大影响的相关信息。

5.2 技术创新

5.2.1 概述

企业宜围绕当前面临的经济、社会和环境需求，恪守伦理，推进新兴技术与汽车领域技术创新的深度融合，促进社会可持续发展。

5.2.2 创新机制

5.2.2.1 企业应制定可持续的技术创新规划，解决社会当前挑战，促进生态文明建设，改善社区民生水平，推动经济高质量发展。

5.2.2.2 企业宜在技术创新与研发活动中遵循科技伦理要求，对人工智能技术等风险较大或较特殊的技术创新进行伦理审查，防止和减少其对经济、社会和环境可能带来的危害和损失，促进社会公平与正义。

5.2.2.3 企业宜加强与政府、高校、行业组织等机构的合作，构建多元主体协同的创新机制。

5.2.2.4 企业宜明确负责知识产权管理工作的部门，制定知识产权战略，完善知识产权管理工作机制，提升知识产权创造、运用、保护、管理和服务能力。

5.2.3 创新应用

5.2.3.1 企业应优先转化应用对经济、社会和环境产生积极影响较大的创新技术。

5.2.3.2 企业应在智能网联、智能驾驶等创新技术的转化与应用过程中，规范汽车数据处理活动，保护个人、组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益，促进汽车数据合理开发利用。

5.2.3.3 企业应在推广智能网联、智能驾驶等创新技术的应用过程中，主动沟通其带来的经济、环境、社会影响，确保利益相关方的知情权和监督权。

5.2.3.4 企业应定期评估并披露创新技术对经济、环境、社会产生的实际影响。

5.3 产品质量与安全

5.3.1 概述

企业应持续完善产品质量与安全管理制度，保证产品的质量与安全，为利益相关方提供质量可靠、使用安全的汽车产品，并建立产品召回制度，与销售者、维修者等共同承担三包责任，保护消费者、使用者及其他利益相关方的健康安全。

5.3.2 产品质量

5.3.2.1 企业应建立健全质量管理体系或体系，为消费者提供符合国家法律法规要求的合格产品。

5.3.2.2 企业宜对现有产品进行持续改进和创新，不断提升产品质量，改进消费者体验。

5.3.2.3 企业宜结合特殊群体需求，设计相应产品，满足不同类型消费者、使用者和其他利益相关方的多元化需求。

5.3.3 产品安全

5.3.3.1 企业应根据安全与健康相关的法律、法规，建立健全产品安全管理制度或体系。

5.3.3.2 企业应确保在正常和合理可预见的使用情况下，提供的产品对消费者、使用者和其他利益相关方是安全的。

5.3.3.3 企业应确保产品采用安全和健康的材料和工艺，消除产品可能存在的安全隐患。

5.3.3.4 企业应标识并警示说明产品可能存在的安全风险，指导消费者、使用者和其他利益相关方正确使用产品。

5.3.4 产品召回

5.3.4.1 企业应根据相关的法律、法规，建立健全产品召回制度，加强对缺陷汽车产品的召回管理。在获知产品可能存在缺陷后，应立即开展调查分析。

5.3.4.2 企业确认产品存在缺陷后，应立即停止生产、销售、进口，并制定召回计划，发布召回信息，按照计划实施召回。

5.3.4.3 对实施召回的缺陷产品，企业应当及时采取修正或者补充标识、修理、更换、退货等措施消除缺陷。

5.3.5 汽车产品三包

5.3.5.1 企业应根据汽车产品三包相关的法律、法规，建立健全产品三包管理制度，加强对汽车产品三包责任的落实和管理。

5.3.5.2 企业应提供产品合格证或相关证明以及产品使用说明书、三包凭证、维修保养手册等随车文件，告知消费者汽车产品的三包条款、包修期、三包有效期、使用补偿系数、修理者网点信息的查询方式等。

5.3.5.3 企业应依法承担汽车产品三包责任，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的符合法律法规规定和行业惯例的三包要求。

5.3.5.4 企业应与销售者、维修者订立合同，约定产品三包责任的承担方式和各自责任，在消费者提出三包要求后，企业应监督销售者、维修者的责任履行情况，并提供必要帮助。

5.3.5.5 企业应建立三包责任争议处理机制，为消费者免费提供公正、专业、便捷、高效的汽车三包责任争议处理服务，妥善处理消费者对汽车产品三包问题的咨询、查询和投诉。

5.4 员工权益

5.4.1 概述

企业应规范用工，尊重人权，防止歧视、禁止雇佣童工和强迫劳动，保障员工的合法权益及职业健康安全，鼓励员工参与民主管理，为员工提供平等的技能培训及晋升通道，丰富员工业余活动，提高员工生活水平。

5.4.2 规范用工

5.4.2.1 企业不应在员工的招用、培训、薪酬福利等方面有歧视的规定，防止员工因年龄、性别、种族、民族、籍贯、宗教信仰、残疾等原因受到歧视，建立多元包容的员工队伍。

5.4.2.2 企业应遵守法律法规中有关最低就业年龄的规定，杜绝使用童工或从使用童工中受益，制定并严格执行救济已被招用童工的措施。

5.4.2.3 企业应建立反强制劳动、制止骚扰或虐待行为的制度和措施，不参与使用强迫或强制劳动，或者从中受益，确保任何工作或服务等均不宜在惩罚威胁下或在不自愿情况下进行。

5.4.2.4 企业应确保按照法律、法规要求和行业惯例，在平等自愿、协商一致、诚实信用的基础上与员工订立劳动合同，承担其所负有的法律责任和义务。

5.4.2.5 企业应遵守法律、法规有关工作时间、休息时间、节假日的要求，保障员工休息休假权，依据法律、法规规定向员工提供加班补偿。

5.4.2.6 企业应为员工提供不低于法律法规要求的工资和社会保险、生育保护等其他福利，并建立协商机制。

5.4.2.7 企业宜建立民主管理和集体协商制度，建立多样化、覆盖所有员工的日常沟通渠道，及时收集、处理和反馈员工的意见、建议和申诉，并据此改善管理制度。

5.4.3 职业发展与关爱

5.4.3.1 企业应建立与公司发展以及员工个人成长相配套的培训管理体系，根据行业自动化进程及员工职业发展需要，为员工提供相应技能培训，不断提高员工业务素质和技术水平。

- 5.4.3.2 企业应为员工提供科学合理的职业发展通道，确保员工有获得职业晋升的机会。
- 5.4.3.3 企业宜完善科技人才吸纳、评价和激励等机制，激发科研人员创新活力，强化专业化人才队伍建设。
- 5.4.3.4 企业应对特殊状况下的员工，尤其是处于孕期或哺乳期的员工，以及残障员工等，提供平等的培训和职业晋升机会。
- 5.4.3.5 企业宜丰富员工业余文化活动，支持员工实现工作与生活的平衡。
- 5.4.3.6 企业宜关心生活困难的员工，对困难员工及其家庭实施救助帮扶。

5.4.4 职业健康与安全

- 5.4.4.1 企业应制定和实施职业健康安全制度，落实安全生产责任制。
- 5.4.4.2 企业应为员工提供职业健康与安全的相关培训，在培训中向员工传达安全生产规范做法并要求其始终遵守。
- 5.4.4.3 企业应向员工提供预防职业伤害、疾病和事故及处理紧急情况所需的安全设备和个体防护装备，对可能发生事故和伤害的场所设置警示标识和必要的报警装置，为员工提供符合健康和安全管理要求的工作环境和条件。
- 5.4.4.4 企业应建立和落实应急救援体系和事故应急预案，定期开展安全宣传、教育、培训、演练。
- 5.4.4.5 企业应对从事接触职业病危害因素作业和特殊工种的员工建立职业健康监护档案，提供职业健康检查，并将检查结果书面如实告知员工。
- 5.4.4.6 企业宜营造积极、包容、互助的工作氛围，制定员工心理帮助计划，持续关注员工心理健康。
- 5.4.4.7 企业应对特殊状况下的员工，尤其是处于孕期或哺乳期的员工，以及残障员工等，提供相应的安全与健康保障措施。

5.5 环境保护

5.5.1 概述

企业应持续完善环境管理，并在自身活动及产品/服务的整个生命周期中，采取措施对污染物进行有效管理，推动使用可再生资源，提高资源的循环利用，积极保护和改善生态环境，减少以至消除对环境的负面影响。

5.5.2 环境管理

- 5.5.2.1 企业应充分识别自身活动对于环境的影响，制定相应的环境管理体制机制，设立环境管理部门或由专人负责环境管理相关工作。
- 5.5.2.2 企业应制定环境事件应急预案，在紧急情况和事故发生后能够迅速作出响应。
- 5.5.2.3 企业宜定期通过公开渠道披露自身环境信息。

5.5.3 污染防治

- 5.5.3.1 企业应主动识别与自身活动有关的固体、气体、液体等废弃污染物和危险化学物质的来源及其对周边环境的影响，测量、记录并报告重要的污染来源和处置结果。
- 5.5.3.2 企业应采取预防措施，预防和减少自身生产经营活动带来的污染问题，控制和减少产品/服务中有害物质的使用，加强化学物质尤其是危险化学品的管理，选用低污染的工艺和设备。

5.5.3.3 企业应对污染物进行严格管理，对因现有技术条件所限无法避免的污染物和废弃物，应进行妥善处理，达到规定标准后排放。

5.5.4 资源利用

5.5.4.1 企业应主动识别自身活动使用的资源来源，建立用能考核制度和目标，配备必要的能源（水、电、天然气等）及其他资源计量器具，测量、记录和报告使用资源的情况。

5.5.4.2 企业宜采用先进适用的节能技术、工艺及装备，加强对产品生产、运输、使用及回收等环节的能耗管控，降低综合能耗。

5.5.4.3 企业应遵循生产者责任延伸原则，宜自建或合作共建废旧产品回收利用体系，对废旧产品回收、运输、处理给出明确的制度和流程要求，加强报废产品回收拆解管理，提高回收拆解水平，提高资源综合利用效率。

5.5.4.4 企业应通过基于全生命周期的产品/服务设计和管理，在产品的设计研发、生产运输、使用及回收拆解等过程中着重考虑产品对资源和环境的影响，减少资源消耗，提高产品能效，延长产品使用寿命。

5.5.5 生物多样性与生态保护

5.5.5.1 企业应主动识别自身活动及产品/服务可能对生物多样性和生态系统造成的消极影响，并采取适宜的措施预防和减少不利影响。

5.5.5.2 企业宜采取必要的措施，对已经造成的生物多样性和生态系统的消极影响予以恢复和补偿。

5.5.5.3 企业宜积极支持和参与生物多样性保护与生态保护相关活动。

5.6 应对气候变化

5.6.1 概述

企业应主动识别气候变化带来的机遇和挑战，制定气候变化管理策略，并在经营活动中持续减少温室气体排放，加强自身运营和产品/服务对于气候变化的适应性。

5.6.2 气候变化管理

5.6.2.1 企业应建立符合自身情况的气候变化管理体制机制，如碳管理体制机制，并将气候变化管理延伸至供应链上下游。

5.6.2.2 企业宜定期通过公开渠道披露其应对气候变化管理的相关信息。

5.6.3 减缓气候变化

5.6.3.1 企业应识别累积的温室气体排放的直接和间接来源，并界定其责任边界（范围）。

5.6.3.2 企业应测量和记录其主要的温室气体排放。

5.6.3.3 企业应采取优选措施，在其控制范围内逐步减少和最小化直接和间接的温室气体排放，并在其影响范围内鼓励类似行动。

5.6.3.4 企业应评价自身主要燃料使用的数量和类型，并制定计划以提高效率和效果。即使已经考虑了低排放技术和可再生能源，也宜使用生命周期方法以确保温室气体排放的净减少。

5.6.3.5 企业应防止或减少因土地使用和土地使用变化及工艺或设备而释放的温室气体（GHG）（特别是也会造成臭氧层破坏的气体）。设备包括但不限于热力、通风和空调机等。

5.6.3.6 企业应在组织内部尽可能地实现能源节约，包括采购高能效商品和开发高能效的产品与服务。

5.6.3.7 企业应考虑以碳中和为目标,采取措施抵消剩余的温室气体排放,例如支持以透明方式运行的可靠的排放削减计划,如碳捕获与储存或碳封存。

5.6.4 适应气候变化

5.6.4.1 企业宜考虑未来气候预测,以识别风险,将适应气候变化纳入自身决策过程中。

5.6.4.2 企业宜寻找机会,避免或最小化与气候变化有关的破坏,并在可能的情况下,利用机会进行调整以适应变化。

5.6.4.3 企业宜采取措施回应已有或预期的影响,并在其影响范围内致力于利益相关方适应气候变化的能力建设。

5.7 供应链管理与合作

5.7.1 概述

企业应在选择和管理供应商时,考察其社会责任政策与实践对环境、社会所带来的影响,对供应商、经销商开展支持和培训,积极参与行业交流与合作,构建责任价值链,推动汽车供应链的发展。

5.7.2 供应商管理

5.7.2.1 企业应建立和实施符合自身情况的供应链管理体制机制,设立专门部门或由专人负责供应链管理相关工作。

5.7.2.2 企业应建立和实施社会责任导向的供应商审核、选择、评价的标准与程序,确保社会责任在供应链管理中的有效落实。

5.7.2.3 企业应与供应商建立适宜的沟通机制,加强伙伴关系建设,采取供应商培训等形式加强对话,协助供应商持续改进社会责任绩效。

5.7.2.4 企业宜评估其产品所需原材料是否来源于高风险地区或冲突地区,宜开展基于风险的尽责管理,避免因此带来风险。

5.7.2.5 企业宜加强供应链风险管理,制定应急方案,并主动识别可能对供应链造成影响的潜在紧急情况 and 事故,保障供应链持续安全可靠。

5.7.3 经销商管理

5.7.3.1 企业宜利用自身平台和影响力,采取经销商培训等适当方式,向经销商传递社会责任理念。

5.7.3.2 企业宜通过联合经销商共同开展可持续消费教育等形式,协助经销商持续改进社会责任绩效。

5.7.4 促进供应链可持续发展

5.7.4.1 企业宜考虑供应链各方的利益和实际情况,加强供应链各方的相互沟通与理解,增强供应链韧性。

5.7.4.2 企业宜建立与供应链各方责任共担、利益共享的管理机制,通过负责的、公平的供应链管理,保障供应链的可持续发展。

5.8 消费者关系

5.8.1 概述

企业应在其提供的产品/服务的各个环节中尊重并保护消费者自愿交易、消费者信息隐私安全等基本权益，建立完善的售后服务体系，并努力通过产品/服务促进可持续消费。

5.8.2 基本权益保护

5.8.2.1 企业应向消费者提供完整、准确、便于理解和可比较的产品/服务信息，在自愿、平等和公平的基础上与消费者签订合同，尊重消费者的情感和自由选择，不进行虚假或不健康的广告、商业宣传和营销活动，避免歧视任何消费者群体。

5.8.2.2 企业应向消费者提供充分有效的售后支持与投诉处理机制，完善投诉管理相关规定，及时分析投诉产生的原因，妥善处理消费者的投诉及有关争议，并对因产品质量原因造成的损失进行赔偿。

5.8.2.3 企业应收集和听取消费者对产品/服务的反馈意见，及时向消费者做出对产品性能、维修以及终止使用等承诺和告知，不断提高消费者满意度。

5.8.2.4 企业应建立消费者信息保护相关制度和规范，明确相关部门职责要求，提高对消费者隐私保护的重视程度。

5.8.2.5 企业在处理消费者信息时应遵守国家及行业相关法律法规，遵循知情同意、脱敏处理、最低限度处理等原则，明确告知消费者处理信息的目的、用途、方式、具体情境等，不通过误导、欺诈、胁迫等方式处理信息。

5.8.3 支持可持续消费

5.8.3.1 企业宜不断提高产品/服务的可持续性，提供有关产品/服务的可持续性信息，方便消费者了解产品/服务的可持续特性，鼓励可持续消费行为。

5.8.3.2 企业宜利用其自身渠道、平台对产品的可持续性进行宣传，提高消费者的可持续消费意识和能力。

5.8.3.3 企业宜为消费者提供产品/服务相关的可持续消费教育，使消费者了解到产品/服务的选择对自身健康和环境的影响，并能够就如何调整消费方式做出必要的改进，提出可行的建议。

5.9 社区参与和发展

5.9.1 概述

企业应基于专业优势参与社区发展活动，营造社区公益氛围，增进社区公共利益，促进社区高质量发展。

5.9.2 社区参与

5.9.2.1 企业应系统评价自身的建立、运营和退出对社区产生的影响，充分了解社区需求，建立企业与社区之间良好的沟通机制，与社区共享发展成果。

5.9.2.2 企业应与社区内的组织建立合作伙伴关系，主动参与社区内教育、文化、环境保护等活动，强化社区的支持系统。

5.9.2.3 企业应为当地社区创造就业机会，针对社区居民开展专业技能培训，优先在当地进行采购和投资，优先发展当地供应商，支持本地发展。

5.9.2.4 企业应利用自身资源和优势，响应和支持乡村振兴、共同富裕等国家重大战略和决策，促进社会整体的进步和发展。

5.9.3 汽车交通安全公益行动

5.9.3.1 企业应利用自身优势和资源，开展“安全驾驶、文明驾驶”等汽车交通安全公益行动，提升公众交通安全意识，培养公众遵守交通规则、维护交通秩序的良好习惯，降低交通事故发生率。

5.9.3.2 企业应积极参与道路交通安全的相关行动，与行业组织加强合作，推动提高汽车安全技术和道路交通安全技术。

5.9.4 志愿服务

5.9.4.1 企业宜建立员工志愿者制度，鼓励员工参与志愿活动，融入当地社区。

5.9.4.2 企业宜利用自身优势和影响力，投入资源积极参与爱心助学、文化传承、科技普及、健康促进、防灾救灾、环境保护、性别平等、汽车交通安全等公益活动。

5.9.4.3 企业宜结合经济能力、业务特点和技术优势在社区开展公益项目，支持其他社会团体和个人开展公益项目和活动，在社区内形成良好的公益氛围。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19001-2008 质量管理体系要求(ISO 9001:2008, Quality management systems-Requirements, IDT)
- [2] GB/T 23331-2012 能源管理体系要求 (ISO 50001:2011, Energy management systems-Requirements with Guidance for Use, IDT)
- [3] GB/T 24001-2004 环境管理体系要求及使用指南 (ISO 14001:2004, Environmental Management Systems-Requirements with Guidance for Use, IDT)
- [4] GB/T 24353-2009 风险管理原则与实施指南
- [5] GB/T 39001-2019 道路交通安全管理体系要求及使用指南
- [6] GB/T 39061-2020 汽车产品召回编号规则与编号应用
- [7] GB/T 39604-2020 社会责任管理体系要求及使用指南
- [8] GB/T 39653-2020 在管理体系中使用GB/T 36000
- [9] GB/T 45001-2020 职业健康安全管理体系要求及使用指南
- [10] ISO 26000: 2010 社会责任指南
- [11] 《中国制造2025》(国发〔2015〕28号), 国务院, 2015. 5. 8
- [12] 《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号), 国务院, 2015. 7. 4
- [13] 《关于中央企业履行社会责任的指导意见》(国资发研究〔2008〕1号), 国务院国有资产监督管理委员会, 2007. 12. 29
- [14] 《智能汽车创新发展战略》(发改产业〔2020〕202号), 国家发展改革委, 2020. 2. 10
- [15] 《信息化和工业化融合管理体系要求(试行)》(2014年第3号), 工业和信息化部, 2014. 1. 14
- [16] 《新能源汽车废旧动力电池综合利用行业规范条件(2019年本)》, 工业和信息化部, 2020. 1. 2
- [17] 《汽车零部件再制造规范管理暂行办法》, 国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、交通运输部、商务部、海关总署、市场监管总局、银保监会, 2021. 4. 14
- [18] 《再生资源回收管理办法》(2007年第8号), 商务部、国家发展和改革委员会、公安部、国家工商行政管理总局、国家环境保护总局、建设部, 2007. 3. 27
- [19] 《企业绿色采购指南(试行)》(商流通函〔2014〕973号), 商务部、环境保护部、工业和信息化部, 2014. 12. 22
- [20] 《家用汽车产品修理更换退货责任规定》(国家市场监督管理总局令第43号), 2021. 7. 22
- [21] 《缺陷汽车产品召回管理条例》(国务院令第626号), 2012. 10. 10
- [22] 《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》(国家质量监督检验检疫总局令第176号), 2015. 11. 27
- [23] 《汽车数据安全若干规定(试行)》(国家互联网信息办公室、国家发展和改革委员会、工业和信息化部、公安部、交通运输部令第7号), 2021. 8. 16
- [24] 《环境、社会及管治报告指引》, 联交所, 2020
- [25] 《2030年可持续发展议程》, 联合国, 2015
- [26] 《通用数据保护条例(GDPR)》, 欧洲联盟, 2018