

团 体 标 准

T/CAAMTB XXXXX—XXXX

中国汽车行业社会责任指南

Guidance on social responsibility of China's automobile industry

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 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
3.1 科技伦理 science and technology ethics.....	1
3.2 道路交通安全 road traffic safety.....	1
3.3 弱势群体 vulnerable group.....	1
3.4 汽车产品质量问题 automobile product quality problem.....	1
3.5 产品召回 product recall.....	1
3.6 汽车产品三包 three guarantees for automobile products.....	2
3.7 可持续消费 sustainable consumption.....	2
3.8 循环经济 circular economy.....	2
3.9 气候变化 climate change.....	2
3.10 碳资产 carbon asset.....	2
3.11 共同富裕 common prosperity.....	2
4 总则.....	2
4.1 社会责任基本目标.....	2
4.2 社会责任基本原则.....	2
4.3 社会责任基本实践.....	3
5 核心主题.....	4
5.1 责任治理.....	4
5.2 技术创新.....	5
5.3 产品质量与安全.....	6
5.4 员工权益.....	7
5.5 环境保护.....	8
5.6 资源利用与循环经济.....	8
5.7 应对气候变化.....	9
5.8 产业链管理与合作.....	10
5.9 消费者关系.....	11
5.10 社区参与和共同富裕.....	11
参考文献.....	13

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：XXXX、XXXX、XXXX、XXXX。

本文件主要起草人：XXXX、XXXX、XXXX、XXXX。

引 言

汽车产业是国民经济的重要支柱产业，产业链长、关联度高、就业面广、消费拉动大，在国民经济和社会发展中发挥着重要作用，不但极大满足了广大人民群众的物质生活需求，也对国民经济和社会发展做出了重大贡献。

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，深入践行可持续发展，共同应对经济、环境、社会等多方挑战，助力我国从世界上最大的汽车生产国和消费国迈向汽车强国，特制定本标准。

本标准以中国的法律、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、法规与本标准要求竞合的情况下适用其中更为严格的要求。

本标准坚持以创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念为原则，旨在有针对性地对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》、GB/T 39653-2020《在管理体系中使用GB/T 36000》等社会责任国家标准体系。

本标准从责任治理、技术创新、产品质量与安全、员工权益、环境保护、资源利用与循环经济、应对气候变化、产业链管理与合作、消费者关系、社区参与和共同富裕十个主题，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、规范等企业运营之中，满足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，实现行业社会责任建设长远发展。

为助力汽车行业企业有效开展社会责任实践，本标准就社会责任基本目标、基本原则、基本实践和社会责任核心主题和议题（见表 1）等提供了指南性意见和建议。

表 1 汽车行业社会责任核心主题和议题

核心主题和议题	对应章条号
核心主题：责任治理	5.1
议题 1：责任管理	5.1.2
议题 2：合规运营	5.1.3
议题 3：利益相关方沟通	5.1.4
核心主题：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
核心主题：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

表2 汽车行业社会责任核心主题和议题（续）

核心主题：员工权益 议题 1：规范用工 议题 2：职业发展与关爱 议题 3：职业健康与安全	5.4 5.4.2 5.4.3 5.4.4
核心主题：环境保护 议题 1：环境管理 议题 2：污染防治 议题 3：生物多样性与生态保护	5.5 5.5.2 5.5.3 5.5.4
核心主题：资源利用与循环经济 议题 1：资源管理 议题 2：循环利用 议题 3：绿色产品	5.6 5.6.2 5.6.3 5.6.4
核心主题：应对气候变化 议题 1：气候变化管理 议题 2：减少温室气体排放	5.7 5.7.2 5.7.3
核心主题：产业链管理与合作 议题 1：供应链管理 议题 2：经销商管理 议题 3：促进产业发展	5.8 5.8.2 5.8.3 5.8.4
核心主题：消费者关系 议题 1：基本权益保护 议题 2：消费者隐私保护 议题 3：支持可持续消费	5.9 5.9.2 5.9.3 5.9.4
核心主题：社区参与和共同富裕 议题 1：社区参与 议题 2：志愿服务 议题 3：汽车交通安全普及	5.10 5.10.2 5.10.3 5.10.4

中国汽车行业社会责任指南

1 范围

本文件规定了汽车行业企业在社会责任领域的共同认知和行动框架。

本文件适用于汽车行业企业及其供应方和分包方等（以下简称为“企业”）。

本文件没有穷尽社会责任方面所有可能的要求，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行为要求或者补充适用其他的社会责任行为要求。

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

科技伦理 science and technology ethics

科技创新活动中处理人与社会、人与自然相互关系时应遵循的具体行为准则。

3.2

道路交通安全 road traffic safety

在交通活动过程中，能将人身伤亡或财产损失控制在可接受水平的状态。交通安全意味着人或物遭受损失的可能性是可以接受的，若这种可能性超过了可接受的水平，即为不安全。

3.3

弱势群体 vulnerable group

因具有一个或多个共同特点而易遭受歧视或处于不利的社会、经济、文化、政治或健康状况，乃至缺乏手段以实现其权利或享有平等机会的个体所组成的群体。

3.4

汽车产品质量问题 automobile product quality problem

汽车产品质量不符合法律、法规、强制性国家标准以及企业明示采用的标准或者明示的质量状况，或者存在影响正常使用的其他情形。

3.5

产品召回 product recall

生产商将已经送到批发商、零售商或最终用户手上的产品收回。

3.6

汽车产品三包 three guarantees for automobile products

汽车产品的修理、更换、退货，是销售商按照法律法规规定，对汽车产品在包修期和三包有效期内出现的质量问题应当承担的法律责任。

3.7

可持续消费 sustainable consumption

一种以适度节制消费，避免或减少对环境的破坏，崇尚自然和保护生态等为特征的新型消费行为和过程。

3.8

循环经济 circular economy

运用生态学规律，以资源的节约和反复利用为特征，力求有效地保护自然资源、维护生态平衡、减少环境污染的经济运行模式。

3.9

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。

3.10

碳资产 carbon asset

在强制碳排放权交易机制或者自愿碳排放权交易机制下，产生的可直接或间接影响企业温室气体排放的配额排放权、减排信用额及相关活动。

3.11

共同富裕 common prosperity

全体人民通过辛勤劳动和相互帮助最终达到丰衣足食的生活水平，也就是消除两极分化和贫穷基础上的普遍富裕。

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做好企业自身核心业务，提升企业履行社会责任的意识，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

为了最大限度地致力于可持续发展，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核心主题，并充分考虑社会、环境、法律、文化、政治和企业的多样性，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

企业以清晰、准确和完整的方式，公开明示自身在经济、环境和社会有重大影响的政策、决策、活动，以及对经济、环境、社会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

企业认同尊重法治具有强制性，即企业宜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、环境、社会的影响过程，并应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十个核心主题认识社会责任：

- 责任治理；
- 技术创新；
- 产品质量与安全；
- 员工权益；
- 环境保护；
- 资源利用与循环经济；
- 应对气候变化；
- 产业链管理与合作；
- 消费者关系；
- 社区参与和共同富裕。

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不一致，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式的、双向交流形式，例如单独会谈、大型会议、小型研讨、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 核心主题

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实现有机融合，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 企业应参照本标准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 企业宜识别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，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 合规运营

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，积极发现利益相关方对企业的期望，并及时、充分地回应，开展针对性的改进计划和行动。

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、环境和社会需求，恪守科研伦理，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 企业宜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，对风险较大或较特殊的研究进行伦理审查，防止和减少其对环境、经济、社区可能出现的危害和损失，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。

5.2.2.5 企业宜完善科技人才吸纳、评价和激励等机制，激发科研人员创新创造活力，强化专业化人才队伍建设。

5.2.3 创新应用

5.2.3.1 企业应在创新技术成果的转化与应用过程中，加强与新兴技术的深度融合，贡献于重大经济社会问题的解决。

5.2.3.2 企业应在推广新技术的应用过程中，主动沟通其带来的社会与环境的影响，确保利益相关方的知情权和监督权。

5.2.3.3 企业应定期披露应用可持续创新技术的产品或服务占比情况，以及其对环境、经济、社区产生的实际影响。

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，与销售商、维修商等共同承担三包责任，保护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 企业宜结合弱势群体需求，设计相应产品，满足不同类型消费者的多元化需求。

5.3.3 产品安全

5.3.3.1 企业应根据安全与健康相关的适用法律、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，提供的产品对使用者和其他人员是安全的。

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 企业应根据相关的适用法律、法规及消费者权益保障需求，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适用法律、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 企业应与销售商、维修商订立合同，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，企业应监督销售商、维修商的责任履行情况，并提供必要帮助。

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，鼓励员工参与民主管理，组织开展员工业余活动，提高员工生活水平。

5.4.2 规范用工

5.4.2.1 企业应在员工的招用、培训、薪酬福利等方面有不歧视的规定，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，并主动采取措施，逐步降低劳务外包人员比例。

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，并逐步提高生产效率，减少加班时间。

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 and 技能水平。

- 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 企业应积极采取措施为弱势群体提供保护和进步的机会，包括：为残障员工、女性员工等群体提供平等的培训和职业晋升机会。
- 5.4.3.4 企业宜丰富员工业余文化活动，鼓励并协助员工实现工作与生活的平衡。
- 5.4.3.5 企业宜关心生活困难的员工及其家庭，对困难员工实施救助帮扶。

5.4.4 职业健康与安全

- 5.4.4.1 企业应制定和实施并保持职业健康安全方针，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，为员工提供心理援助和心理健康教育等服务，持续关注员工心理健康。
- 5.4.4.7 对处于特殊状况下（如：孕妇、哺乳期妇女或残障等）的员工，企业应根据职业健康安全风险评估，对其各自不同的影响采取特定措施。
- 5.4.4.8 当工伤事故或职业病危害发生时，企业应保障相关员工依法享受国家规定的工伤待遇。
- 5.4.4.9 企业应将职业健康安全管理建立在员工参与的基础上，充分尊重员工的知情权、参与权、建议权、发生伤害或严重威胁时拒绝工作权、避免因职业健康安全遭到报复或威胁的权利。

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，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，制定符合自身活动的环境管理体制机制，设立环境管理部门或由专人负责管理环境相关工作。
- 5.5.2.2 企业应定期对环境管理制度和实施情况进行核查和评审，并根据实际情况进行必要的改进。
- 5.5.2.3 企业应制定环境应急预案，主动识别可能对环境造成影响的潜在紧急情况和事故，在紧急情况和事故发生后能够迅速作出响应。
- 5.5.2.4 企业宜采取必要的措施提高员工对环境保护的认识和能力。
- 5.5.2.5 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 企业应对受限于现有技术等原因产生的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 生物多样性与生态保护

5.5.4.1 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。

5.5.4.2 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。

5.5.4.3 企业宜利用自身影响力和优势，积极支持和参与生态保护与修复计划。

5.6 资源利用与循环经济

5.6.1 概述

企业宜健全能源管理体系，主动识别、测量、记录并报告资源的使用情况，推动使用可再生资源及资源的循环利用，设计并研发绿色产品，采取绿色采购、包装与物流，打造循环经济。

5.6.2 资源管理

5.6.2.1 企业宜按照自身情况建立健全能源管理体系，建立能源管理制度规范及相关要求。

5.6.2.2 企业宜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）计量器具，测量、记录和报告使用资源的情况。

5.6.2.3 企业宜采用先进适用的节能技术、工艺及装备，加强对运输、拆卸、储存、拆解、检测、利用等各环节的能耗管控，降低综合能耗，提高能源利用效率。

5.6.3 循环利用

5.6.3.1 企业宜合理促进诸如太阳能等可再生能源的可持续利用，替代不可再生能源，提高能源的循环利用效率。

5.6.3.2 企业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。

5.6.3.3 企业应综合利用生产过程中产生的废水、废气、工业固废，应具备符合国家标准要求并保证其正常使用的环保收集与处理设施设备。

5.6.4 绿色产品

5.6.4.1 企业宜健全推行绿色产品设计机制，在产品的设计研发、使用及回收过程中着重考虑产品对资源和环境的影响，在保障产品的功能、质量、开发周期和成本的同时，将产品及其制造、使用、回收过程对环境的影响降到最低，确保产品的各项指标符合绿色环保的要求。

5.6.4.2 企业宜建立健全绿色采购体制和规划，在采购活动中充分考虑环境保护、资源节约、安全健康、循环低碳和回收促进，优先采购和使用节能、节水、节材等有利于环境保护的原材料、产品和服务。

5.6.4.3 企业宜在产品包装过程中选择对生态环境和人体无害，有利于回收利用、易于降解、可持续发展的环保型包装材料。

5.6.4.4 企业宜建立促进经济与消费健康发展的物流运输系统，在产品的运输、仓储、装卸、搬运等过程中减少对环境的影响。

5.7 应对气候变化

5.7.1 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，加强自身对气候变化的适应性。

5.7.2 气候变化管理

5.7.2.1 企业应将气候变化管理纳入企业战略和治理，主动识别气候变化给自身带来的机遇和风险，制定应对气候变化的目标和策略，明确专门的部门或由专人负责气候变化管理工作。

5.7.2.2 企业应建立符合自身情况的碳管理体制机制，设立碳资产管理部门或指定专人对碳资产进行主动管理。

5.7.2.3 企业应定期对其建立的碳资产管理制度和实施情况进行核查和评审，并根据实际情况进行必要的改进。

5.7.2.4 企业宜主动识别气候变化给利益相关方带来的影响，并在其影响范围内提高利益相关方适应气候变化的能力。

5.7.2.5 企业宜定期通过公开渠道披露其气候变化相关信息。

5.7.3 减少温室气体排放

5.7.3.1 企业应主动识别与自身活动有关的温室气体来源，根据自身情况制定温室气体管理规划，并采取适宜的技术方法量化、报告和核查其主要的温室气体排放。

5.7.3.2 企业应将碳管理延伸至产业链上下游，采取适宜措施，进行全产业链的碳管理。

5.7.3.3 企业应制定减排制度，采取合理的减排措施，积极利用清洁能源，逐步降低直接和间接的温室气体排放，并采取措​​施抵消绝对温室气体排放。

5.8 产业链管理与合作

5.8.1 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及其对环境、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，推动汽车产业链的发展。

5.8.2 供应链管理

5.8.2.1 企业应建立和实施供应商审核、选择、评价的社会责任标准与程序，确保社会责任在供应链管理中的有效落实。

5.8.2.2 企业应与供应商建立适宜的沟通机制，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。

5.8.2.3 企业宜采取适当措施评估其原材料是否来自高风险地区或冲突地区，防范由此可能引发的风险。

5.8.2.4 企业应加强采购管理，将可持续发展纳入采购流程，制定绿色采购制度，打造绿色、可持续的供应链。

5.8.2.5 企业宜建立与供应链各方共同承担责任与风险的管理机制，加强供应链管理，实现责任共担、利益共享。

5.8.2.6 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。

5.8.3 经销商管理

5.8.3.1 企业宜利用自身平台和影响力，采取适当方式，向经销商传递社会责任理念。

5.8.3.2 企业宜开展合规、产品服务、市场渠道开拓等多样化培训活动，帮助经销商提高日常管理能力，提升市场开拓能力，促进经销商发展。

5.8.4 促进产业发展

5.8.4.1 企业宜积极组织或参与行业会议，加强行业各方沟通与合作，增进行业企业的相互理解与协同发展。

5.8.4.2 企业宜利用其在产业链中的影响力，发挥自身优势，与产业链合作伙伴共同参与行业标准等的制定，共同推动产业链可持续发展。

5.8.4.3 企业宜构建与同行业企业、跨行业企业的合作机制，共同研发共性技术，推动技术创新，促进汽车行业及相关行业融合发展。

5.9 消费者关系

5.9.1 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、个人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。

5.9.2 基本权益保护

5.9.2.1 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。

5.9.2.2 企业应向消费者提供充分有效的售后支持与投诉处理响应机制，完善投诉管理相关规定，及时分析投诉产生原因，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。

5.9.2.3 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。

5.9.3 消费者隐私保护

5.9.3.1 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。

5.9.3.2 企业在处理个人信息时应紧密围绕服务需要，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个人信息的目的、用途、方式、种类、具体情境、停止收集的方式和途径等，减少对汽车数据的无序收集和违规滥用。

5.9.3.3 企业应对收集到的消费者个人信息进行安全存储、规范使用和严格保密，不过度通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。

5.9.3.4 企业应该严格禁止任何针对单一个人数据或系列个人数据所进行的泄露、篡改、滥用或毁损行为。除法律或政府强制性要求外，企业在未得到消费者许可之前，不得把已获得的消费者私人信息提供给第三方（包括其他组织或个人）。

5.9.4 支持可持续消费

5.9.4.1 企业宜提供有关产品的可持续性信息，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。

5.9.4.2 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。

5.10 社区参与和共同富裕

5.10.1 概述

企业应基于自身特点及影响主动参与当地社区经济、环境、公益建设，促进社区高质量发展和共同富裕。

5.10.2 社区参与

5.10.2.1 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。

5.10.2.2 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。

5.10.2.3 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，有力支持本地发展。

5.10.2.4 企业应利用自身资源和优势，参与到推动乡村振兴、促进共同富裕等国家重大战略和决策活动中，促进社会整体的进步和发展。

5.10.3 志愿服务

5.10.3.1 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。

5.10.3.2 企业应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、性别平等公益项目等公益活动。

5.10.3.3 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。

5.10.4 汽车交通安全普及

5.10.4.1 企业宜利用自身优势和资源，开展交通安全普及活动，培养公众遵守交通规则、维护交通秩序的良好习惯，提升公众交通安全意识，降低交通事故发生率。

5.10.4.2 企业宜积极参与行业内交通安全交流活动，与行业组织加强合作，推动汽车安全技术及道路交通安全技术的发展。

参 考 文 献

- [1] ISO 26000: 2010 社会责任指南
- [2] GB/T 36001-2015 社会责任报告编写指南
- [3] GB/T 36002-2015 社会责任绩效分类指引
- [4] GB/T 19001-2008 质量管理体系要求 (ISO 9001:2008, Quality management systems-Requirements, IDT)
- [5] 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)
- [6] GB/T 45001-2020 职业健康安全管理体系 要求及使用指南
- [7] GB/T 23331-2012 能源管理体系要求 (ISO 50001:2011, Energy management systems-Requirements with Guidance for Use, IDT)
- [8] GB/T 24353-2009 风险管理原则与实施指南
- [9] GB/T 39604-2020 社会责任管理体系要求及使用指南
- [10] GB/T 39653-2020 在管理体系中使用GB/T 36000
- [11] 《中国制造2025》 国务院 国发〔2015〕28号 2015.5.8
- [12] 《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》 国务院 国发〔2015〕40号 2015.7.4
- [13] 《关于中央企业履行社会责任的指导意见》 国务院国有资产监督管理委员会国资发研究〔2008〕1号 2007.12.29
- [14] 《智能汽车创新发展战略》 国家发展改革委 发改产业〔2020〕202号 2020.2.10
- [15] 《信息化和工业化融合管理体系要求（试行）》 工业和信息化部 公告 2014年第3号 2014.1.14
- [16] 《新能源汽车废旧动力蓄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》 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、建设部令 2007年第8号 2007.3.27
- [19] 《企业绿色采购指南（试行）》 商务部、环境保护部、工业和信息化部商流通函〔2014〕973号 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 2021.7.2
- [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] 《赋权予妇女原则（WEPs）》 联合国妇女署 2010
- [27] 《通用数据保护条例（GDPR）》 欧洲联盟 2018