



2011年度社会责任报告



2012.3

潍柴动力股份有限公司

Weichai Power Co.,Ltd

报告概况

本报告是我公司第四次发布的社会责任报告，发布周期为每财年一次。在本报告中，我们继续关注关键指标的披露，注重公司社会责任的延续性和持续改进。

本报告是以全球报告倡议组织的 GRI/G3 指标为指引，并以公司遵从的行业准则及质量环境管理指标为标准，进行相关指标的筛选和披露。

本报告主要阐述潍柴动力股份有限公司从 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日的社会责任履行和实践情况，部分涵盖相关子公司的数据。其中人员和某些财务指标，我们以公司合并口径披露。我们计划以后逐渐加大披露的范围，涵盖更多的子公司，尤其是省外及国外的子公司。

本报告发布主体为“潍柴动力股份有限公司”，正文中如无特别说明，以“我们”、“公司”、“潍柴”或“潍柴动力”为其简称。

本报告已经潍柴动力股份有限公司二届十五次董事会审议通过。

本报告同步在本公司网站 www.weichai.com 投资者关系专栏发布，欢迎查阅。

目录

报告概况.....	1
目录.....	2
董事长致辞.....	3
公司概况.....	4
社会责任综述.....	6
公司治理.....	8
特辑——2011 “感恩年”	10
客户.....	13
员工.....	18
股东.....	23
环境与社会.....	27
供应商.....	33
2012 年展望.....	36
GRI 指标对照.....	36
联系我们.....	38

董事长致辞

2011年是“十二五”的开局之年，也是极不平凡的一年。在这一年里，潍柴动力坚持内生增长，实施创新驱动，继续保持了平稳较快发展。作为中国唯一拥有发动机、变速箱、车桥、重型汽车黄金产业链的企业集团，潍柴动力紧紧抓住自主创新和内涵式发展两条主线，坚持产品经营与资本运营双轮驱动，积极调整产品 and 市场结构，全面实施人才第一工程，有效增强了自主创新能力，实现了公司治理、市值管理、产品研发、生产运营等各个层面的完善和突破，向社会、政府和股东交出了一份优异的答卷。

饮水思源，感恩回报。企业在快速发展的进程中，一直不忘感恩公司员工的拼搏和奉献，回报社会各界的关心与支持。2011年，公司秉承“绿色动力”的企业使命，大力开展“感恩年”系列活动，以“客户满意”为宗旨，以“制造优质装备、提供绿色动力、倡导节能高效、创造低碳生活”为己任，积极创建“环保友好型”、“资源节约型”企业，以自身发展带动地方经济的发展，将企业经济利益最大化与社会利益最大化有机结合，主动承担社会责任、参与公益事业，努力实现“股东得益、员工获益、社会受益、政府放心、自然和谐”的共赢目标。过去，潍柴动力是社会责任的忠实践行者；未来，潍柴动力将争做社会责任的不懈领跑者。

此次发布社会责任报告，阐述了 2011 年度公司在履行社会责任方面的具体实践，并希望藉此进一步加强公司与社会各界尤其是与利益相关方的沟通交流，以更好地接受社会监督和帮助，不断提高企业履责水平，增强国际竞争力，促进公司可持续发展，为构建和谐社会的作出贡献。

董事长：谭旭光

公司概况

潍柴动力股份有限公司（HK2338,SZ000338）创建于 2002 年，总部坐落于美丽的世界风筝之都——山东潍坊。公司由原潍坊柴油机厂（2007 年 8 月改制为“潍柴控股集团有限公司”）联合境内外投资者发起设立，是国内内燃机行业第一家在香港 H 股上市的企业，也是中国第一家通过换股吸收合并方式由 H 股回归 A 股的企业。公司在全球拥有员工 40000 余人，2011 年实现营业收入 600 亿元，是目前中国综合实力最强的汽车及装备制造集团之一。

公司拥有整车、动力系统和汽车电子及零部件三大业务平台，构筑起了国内最完整的包括发动机、变速器、驱动桥、商用车在内的重型汽车黄金产业链，形成了以潍坊为中心的商用车和工程机械用动力产业基地，以西安为中心的重型汽车和传动系统产业基地，以重庆为中心的轻型车产业基地，以株洲为中心的汽车电子及零部件产业基地，以扬州为中心的轻微型汽车动力产业基地。旗下产品“潍柴动力发动机”、“法士特变速器”、“汉德车桥”、“陕汽重卡”先后荣获“中国名牌产品”、“中国驰名商标”称号，在各自领域都具有举足轻重的地位。其中，高速大功率发动机全球第一，重型变速箱全球第一，重型车桥中国第一品牌，火花塞中国第一、全球第三，重卡国内前五。

公司现有专业技术人员 5000 余人，专门从事整车、动力总成和零部件的研发工作，拥有现代化的“国家级技术中心”及国内一流水平的产品实验室，设有“博士后工作站”，在法国、奥地利、美国、潍坊、上海、重庆、杭州、西安等地建立了研发中心，确保企业技术水平始终跟踪世界前沿。2009 年，国家商用车动力系统总成工程技术研究中心、商用车与工程机械新能源动力产业技术创新战略联盟先后通过国家科技部审批，科技创新的支撑能力进一步增强。依托全球领先的研发平台，企业先后承担、参与了 18 个国家“863 项目”、科技支撑计划、国际合作计划和科技攻关项目，获得产品和技术授权专利 506 项，主持和参与行业和国家标准制定 27 项。其中高速大功率“蓝擎”发动机达到国 V 排放标准，在经济性、可靠性、环保性等方面均达到国际领先水平。

公司在国内同行业率先通过 ISO/TS16949 质量管理体系认证，在全国建立了由 3800 家特殊维修服务中心组成的服务网络。同时，以北美芝加哥、法国马赛、东南亚新加坡三大产业基地为核心，在海外 22 个国家建有近 100 家维修服务站，产品远销印度、越南、白俄罗斯、东盟、中东等 30 多个国家和地区。公司 WD615、WD12、WP10/12 发动机已成为我国重型汽车、工程机械、大型客车的首选配套动力，在 14 吨以上重型汽车和 5 吨装载机配套市场的占有率分别达到 36%和 78%左

右。其中，国Ⅲ“蓝擎”系列 WP10/12 发动机各项性能指标达到世界先进水平，已成为重卡市场客户在国Ⅲ阶段的首选动力品牌。陕西法士特集团公司是我国最大的以重型汽车变速器、汽车齿轮及其锻、铸件为主要产品的专业化生产企业和出口基地，各项经营指标连续六年名列全国齿轮行业第一，重型变速器产销量世界第一，法士特变速箱在 14 吨以上重型汽车市场保持绝对领先地位；陕西重汽在 14 吨以上重型汽车市场占有率稳步提升，稳居国内前列；汉德车桥在商用车和工程机械领域具有广泛的市场配套和客户美誉度；火花塞等汽车零部件也在同行业处于领先地位。2007 年，公司荣获“全国质量大奖”，标志着企业管理水平和运营质量逐步与国际接轨。

潍柴动力以“绿色动力、国际潍柴”为使命，以“客户满意”为宗旨，形成了“责任、沟通、包容”的集团文化，在未来五年内，将努力实现“进军世界 500 强”的宏伟愿景，成为以整机为导向，拥有动力总成核心技术国际化企业集团，发展成为独具特色、全球领先的装备制造业集团。

公司加入社会组织

中国内燃机工业协会理事长单位
 中国企业联合会副会长单位
 中国汽车工业协会副会长单位
 中国机械工业联合会副会长单位
 中国机械工业企业管理协会副理事长单位
 山东省企业联合会副会长单位

公司 2011 年荣誉

1	1 月 19 日	荣获“山东省设备管理优秀单位”称号
2	3 月	被科技部确定为国家创新型企业
3	3 月	被省科技厅、国资委和总工会评为山东省首批创新型企业
4	4 月	荣获“2010 年度潍坊市纳税百强企业”荣誉称号
5	4 月 27 日	山东省设备管理示范基地
6	5 月 28 日	“2011 年度中国上市公司市值管理百佳”奖
7	6 月 11 日	荣登“2010 年度中国上市公司百强榜”
8	6 月 22 日	“2011 中国主板上市公司最佳董事会（10 强）”和“2011 中国上市公司创造价值最快董事会”
9	6 月 25 日	荣获“2010 年度中国上市公司金牛百强奖”，名列百强排行榜第 11 位
10	7 月 5 日	荣获“2010 中国主板上市公司价值百强（前 10 强）”和“2010 中国主板上市公司十佳管理团队”
11	7 月 6 日	“全国机械工业质量管理活动杰出企业”
12	10 月 19 日	“2011 全国企业文化示范基地”
13	11 月 16 日	潍柴动力申报的“WP10/WP12 系列重型高速发动机及关键技术”荣获中国机械工业科技进步特等奖
14	12 月 28 日	“2011 年度中国十大创新型企业”

社会责任综述

● 公司履行社会责任的宗旨和先进理念

企业使命：绿色动力，国际潍柴

公司核心价值观：责任为本

公司宗旨：客户满意是我们的宗旨

公司愿景：打造成为以整机为导向，拥有动力总成核心技术的国际化企业集团，发展成为独具特色的全球装备制造业的重要一极。

公司质量理念：以客户满意为宗旨，全员参与持续改进，打造潍柴驰名品牌。

公司安全/环保理念：遵守法规，持续和谐发展，预防为主坚持以人为本，减污增效实现清洁生产，打造潍柴国际绿色品牌。

● 建立健全社会责任制度，确保社会责任落到实处

1、质量监控。公司一直认为“质量是对客户最大的责任”，将质量视为企业的生命线。公司先后推行 GJB9001B、TS16949 质量体系，并通过社会认证机构审核。同时，公司制定了《质量监督检验工作条例》、《顾客服务质量稽查办法》等十余项质量管理专项办法，不断强化质量监控。此外，公司每年都高标准制定下发质量控制指标，严格考核，落实到位，近年来潍柴动力没有出现过一次重大质量事故，主要质量指标均在受控状态。

2、环境保护。公司始终坚持“经济与社会、自然和谐双赢发展”是践行社会责任的基本原则。在快速发展中，公司严格制定执行环境保护和社会方面的各项指标，实施定期检查制度，每天自检，每周例检，每月巡检，对企业与社会环境密切相关的重点指标进行实时监控，排查问题，持续整改，追踪责任，确保圆满完成各项指标，让社会责任意识更深入地根植于公司每个员工心中，并落到实处。

3、诚信办企。公司视坚定不移地将诚信建设作为履行社会责任的核心，首先，从企业文化入手，把诚信融合到企业的发展理念、经营理念和管理理念中，让员工意识到讲诚信是潍柴员工的群体行为和共同语言。同时，从制度建设入手，编制了《营销信用管理办法》、《社会责任和商业道德管理准则》、《合同管理办法》、《企业人员与供方业务往来的行为规定》、《环境保护管理标准》、《能源管理标准》、《维修服务人员违规处罚条例》等管理制度，强化了企业信用管理。再者，从过程监控入手，严格按照国家合同管理的相关法律、法规和省、市主管部门的要求，建立了两级合同管理体系，健全管理制度，配备专门人员，严密监督合同的履行。自公司成立至今，在与广大商业伙伴和用户的合作中，从未发生合同欺诈和故意不履行合同等失信行为，履约率达到 100%。企业的诚实守信也得到了政府主管部门的认可，近几年来，公司先后被评为山东省“劳动合同制度实施示范单位”、潍

坊市“文明诚信经营企业”。

4、安全生产。多年来，公司一贯强调“安全是对员工的第一责任，是对社会最大的回报”，一如既往地认真贯彻《安全生产法》，积极落实企业主体责任，牢固树立生产必须安全，安全保障人权的人本观念，下大力气抓安全。**一是强化组织领导。**成立了安全生产委员会，下设管理机构，配备专职人员，定期或不定期召开生产与安全协调会、专题会，通报情况，研究分析，摆查定改，及时消除安全隐患。**二是健全网络体系。**以安全生产全员化、最大化为导向，按照“分级管理、分线负责”的原则，构建了公司-分厂-车间-班组，“纵到底，横到边”的安全体系，力保杜绝“三违”，做到“三不伤害”。**三是完善管理标准。**按照法制化、标准化、规范化要求，公司制定了《特种危险设备、危险作业场所安全管理标准》、《职业卫生管理标准》、《安全生产责任制管理标准》等多项标准，明确职能，落实责任，并严格配备劳动保护用品。**四是严格考核落实。**公司制定实施了专业管理项目考核制度，利用经济杠杆控制违规违章，对违章指挥、违章操作的单位或个人的，以及事故超标、隐患整改不及时等现象严格考核，与当月收入挂钩，激发了员工安全生产的积极性，有效降低了事故发生率。多年来从未发生重大安全生产责任事故，并多次获得潍坊市“安全生产示范企业”、“安全生产先进单位”等荣誉称号。

5、绿色经济。公司以“绿色动力”为使命，以技术创新带动节能环保，先后成功研制并率先推出国Ⅲ、国Ⅳ、国Ⅴ排放标准的大功率发动机，并严格按照循环经济、清洁生产、行业标准，推进企业“节能减排”。企业每年都优异完成潍坊市政府下达的节能目标，从来没有环保审批手续不全和偷排、超标排污等失信行为记录，并顺利通过“环境/职业安全健康体系认证”，先后获得“全国城市节水优秀范例奖”、“山东省节能先进企业”、“山东省城市再生水利用示范项目”、“潍坊市节能突出贡献企业”等荣誉称号。

6、和谐共赢。为进一步促进企业与社会和谐共赢，通过多种渠道和方式，积极践行社会责任。**一是推动社会就业。**近三年，公司以自身的发展积极为社会创造就业机会，招聘各类大中专及技校毕业生近 4000 余人，帮助解决地方就业问题。**二是热衷于公益事业。**2011 年，公司捐助希望小学及社会捐助共约 120 万元。**三是维护员工权益。**公司积极按照《劳动合同法》要求，与员工 100% 签订劳动合同，合法补偿解除、终止劳动合同的员工；建立全面、系统的工资支付体系、经济责任制考核与绩效激励机制，在“五险一金”的基础上，增加“企业年金”、“补充医疗保险”等福利模块，并增入“安顺保险”，让员工“放心工作、幸福生活”，连续多年被评为潍坊市“劳动保障诚信示范单位”。

公司凭借“对社会负责”的高度使命感，遵循可持续发展规律，维持了设备的高效运转，节约了环境成本和维修成本，维护了员工的身心安全，从而大大带动了企业的生产业绩，保证了公司在 2011 年抓住市场机遇，实现了环境绩效和经营绩效双丰收。

公司治理

● 治理结构

公司根据《公司法》、《证券法》、《企业内部控制基本规范》及相关法律法规要求，建立了股东大会、董事会、监事会和高级管理层在内的完善的法人治理结构。

股东大会是公司的最高权力机构，严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》等制度的规定履行职责，股东大会的召集、召开和议事程序合法合规，保证了股东大会的高效规范运作和科学决策；确保所有股东，特别是中小股东享有平等地位，行使自己的权利。

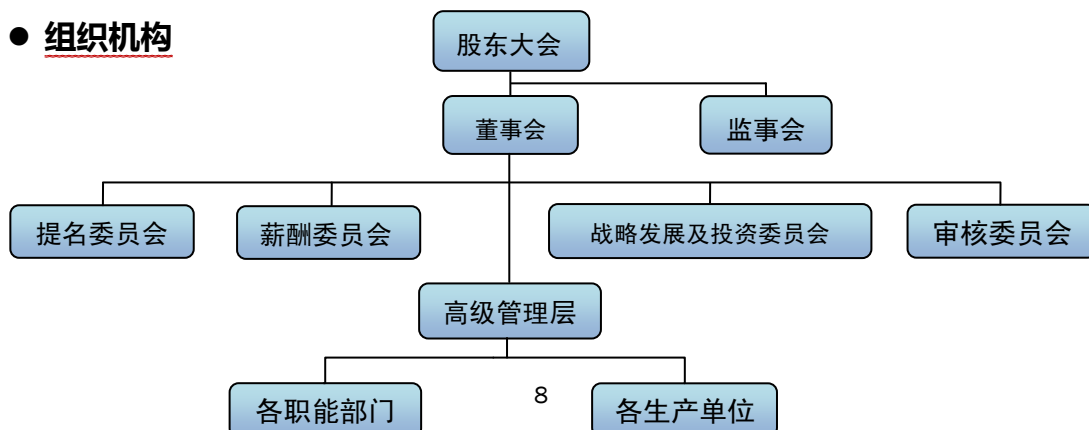
董事会向股东大会负责，由 18 名董事组成，其中包括不少于二分之一的外部董事，外部董事中包括不少于全体董事三分之一的独立董事。各位董事勤勉尽责，严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》等制度，在规定的职责范围内行使经营决策权，并负责内部控制制度的建立健全和有效实施，维护公司的整体利益。

监事会，向股东大会负责，由 3 名监事组成。各位监事严格按照《公司章程》、《监事会议事规则》等制度的规定履行职责，定期检查公司的财务情况，对董事、经理和其他高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督，并独立发表意见。

高级管理层由董事会聘任，向董事会负责。高级管理人员负责公司日常的生产经营管理工作，组织实施股东大会及董事会的各项决议。

公司根据《公司法》、《上市公司治理准则》等有关法律规章及中国证监会、深圳证券交易所、香港联合交易所有关规定建立了以《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《审核委员会工作细则》、《战略发展及投资委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《薪酬委员会工作细则》、《总经理工作细则》等为核心的一套较为完善的公司治理制度，明确了股东大会、董事会及其下属各专业委员会、监事会和高级管理层在决策、执行、监督等方面的职责权限、工作程序以及应履行的义务，形成了科学有效的职责分工和制衡机制。

● 组织机构



公司治理未尽内容，参见公司 2011 年年报。

特辑——2011 “感恩年”

2011 年是公司“感恩年”，为贯彻落实“坚定不移地将感恩融入责任、沟通、包容的公司文化”的重要理念，公司开展了“感恩年”系列主题活动。2011“感恩年”系列活动开展以来，公司各单位积极策划，创新形式，围绕“感恩企业、感恩员工、感恩客户、感恩社会”这一主线，开展了丰富多彩的活动，丰富了员工的业余文化生活，营造了企业大家庭的良好氛围。

● “感恩于心，回报于情”主题征文

作为感恩年的第一项活动，公司组织开展了“感恩于心，回报于情”的主题征文活动，发动员工对身边及企业发生的感人事迹进行深入挖掘、宣传，以点带面，形成浓厚的感恩氛围。

● 感恩文化墙展示



“感恩年”活动中，公司精心制作了 54 块感恩文化展板在厂区中央马路两侧集中展出；共设计制作 17 组版面，95 块小型版面，展示了公司各种感恩活动情况。活动中，广大员工的感恩情怀升华为“感恩企业 再创辉煌”的共同心理默契。

“心存感恩”看变化—文化回眸。公司开展了“企业辉煌发展——我记忆中的老照片”征集活动。活动共收到照片 800 余幅(组),经过多次的斟酌筛选,共挑选出珍贵照片 200 幅(组)。

● 提升员工满意度



我们为切实解决好广大员工最关心、最直接、最现实的问题,努力让员工得到更多的实惠,立足企业实际,感恩员工,以年内为员工解决 5 个实际问题为目标,积极组织开展了 2011 年提升员工满意度项目。我们共征求员工意见、建议 217 项,包含了员工工作、生活中的困难事、紧要事;需改进的工作程序、工作环节等多个方面。截止 12 月 31 日,229 项问题中已解决 224 项,解决率为 98%。根据基层各单位完成情况及效果,评出了“十佳解决项目”。

● 贴近职工需求 举办特色的活动

公司将《感恩企业 珍惜工作》等书籍发放到各基层单位和团(委)支部,积极搭建企业感恩平台,弘扬感恩文化。同时,为在感恩年进一步营造青年员工立足岗位做奉献、扎实进取求进步的氛围,团委开展向员工家属感恩活动,青年员工向师傅感恩活动,开展了“三走进”志愿者活动,代表企业向社会感恩活动。

公司基层各单位也积极行动,逐步开展送文化、送健康、送安全、送清凉、送温暖等“十送工程”活动;面向贫困山区小学生,开展“手拉手”爱心帮扶等各有特色的系列活动。

● 潍柴特色的感恩文化

感恩文化的内涵为:心怀感恩、铭记责任、拼搏进取、持续发展。

感恩是激发员工斗志、统一全员思想、构建和谐企业的重要理念。只有企业对员工感恩才能体现“以人为本”的精髓，促进员工与企业共同发展；只有员工对企业感恩，才能激发出无

是一个幸福的人，看到明媚的阳光，你会感恩，品尝到一顿丰盛的午餐，你会感恩，受到别人的鼓励，你会感恩。感恩是一种生活态度，是一种美德，像一缕阳光温暖我们的心，像黑暗里的光明，指引我们通往成功的大道，像雨天里的一把雨伞为我们挡风挡雨。

王延忠

学会感恩——感恩潍柴的领导，因为他们给了我这个工作机会。

学会感恩——感恩我的车间主任，因为是他给了我这个工作岗位。

学会感恩——感恩我的师傅们，因为是他们教会了我怎样去工作。

学会感恩——感恩我的同事们，因为是他们给了我克服困难的力量。

感恩是一种责任，是一种品德，更是一种关爱，我们只有学会感恩，懂得付出，才会把企业和车间建设的更加温馨和谐。

苗晓雷

落叶在微风中盘旋，跳跃出一曲动人的舞姿，那是大树对滋养它的大地的感恩；白云在天空中飘落，涂抹

出一幅感人的画面，那是白云对哺育它的蓝天的感恩；我们在这里畅谈，谱写出一曲感恩的乐章，那是我们对培养我们的潍柴的感恩。我们的视野，因进入潍柴动力而开阔；我们的成长，因进入潍柴动力而茁壮；我们的生命，因进入潍柴动力而发光。

王坤

作为企业的一名新员工，首先就应该从小学生的态度和主人翁的意识去学习技术，做起，争做“内行”，与时代同步、与公司同行，勤于钻研，开拓创新。强大的潍柴集团赋予了我们所有一切感激和奋进的源泉，我又有何理由不以恳切的情怀去感恩回报呢？相信潍柴的明天一定更美好，感谢潍柴，祝福潍柴！

朱传凤

从学习做起，从现在做起，与时代同步、与公司同行，勤于钻研，开拓创新。强大的潍柴集团赋予了我们所有一切感激和奋进的源泉，我又有何理由不以恳切的情怀去感恩回报呢？相信潍柴的明天一定更美好，感谢潍柴，祝福潍柴！

王娜

只有懂得感恩的人，才能对社会对集体对他

人充满感激，并将这种感激转化为奉献企业的实际行动。

企业为我们提供了工作和学习的机遇，企业为我们的发展铺设和搭建了华丽的舞台，我们岂有不感恩之理呢？

唯求此生能为潍柴又好又快和谐发展发一份光、献一份热，生命不息、奋斗不止、青春无悔！

感恩是最重要的驱动力。我们从工作中所获得的一切、所享受到的一切，都不是理所应当的，而是许多人共同创造、奉献给我们的。在工作这个发展平台上，我们得到了领导的赏识、同事的配合、朋友的鼓励和支持，因此，无论我们取得了多大的成就，身处什么样的地位，都应该对工作心怀感激，培养自己的感恩之心、回报之心。爱，让人倍觉幸福与温暖。心怀感恩，可以让我们自觉地将这份爱融入到自己的学习、工作和生活当中，传递给那些有需要的人。

李书鹏

我感谢命运，让我来到潍柴这个大家庭中，让我在谭总领导的团队中工作生活，我为自己是潍柴人而感到骄傲。为着这份骄傲，我明白自己身上担负的责任：我要满怀感恩，奉献自己，为潍柴进入世界500强而不断奋斗！

魏素亭

感谢企业培养我们成长，感谢企业给予我们一片展示自我的天地，用感恩之情转化为忠诚企业的实际行动，用守候家以生存的家。

有了感恩的心，就会引导我们去认真对待每一项工作，认真做好每一件事，认真关心帮助身边的每一位同事；有了感恩的心，就会对生活充满希望，对工作充满信心；有了感恩的心，就会对企业有责任感，使命感，学会凡事以企业的利益为重。

温倩倩

生活需要一颗感恩的心来创造，一颗感恩的心需要生活来滋养。让感恩走进我们每个人的心灵吧！因为，感恩可以消解内心所有积怨，感恩可以涤荡世间一切尘埃，感恩是一种歌唱方式，感恩是一种处世哲感恩更是一种生活的大智慧。懂得了感恩，学会了感恩，每个人便都会拥有无边的快乐和幸福。

王敏

穷的工作激情和强大的责任意识。这种双向的感恩心态，将成为企业发展的强大推动力。

责任是原动力，感恩是凝聚力。企业为员工提供了自我展示的舞台，搭建了实现自我价值的平台，营造了自我发展的氛围；广大员工心怀感恩，践行责任，为促进公司发展贡献了全部智慧和力量；企业的发展离不开社会各界的支持，作为社会公民，公司一直十分热心于参加社会公益事业，践行着一个大型上市公司的社会责任，为推进社会进步尽自己的一臂之力。

客户

潍柴发动机无论是从品质上、还是服务上做的都很出色，为客户考虑很全面、周到，是值得信赖的品牌，今后将继续扩大合作范围。”

公司秉承“客户满意是我们的宗旨”的客户至上理念，在生产经营中，不断加大科技创新力度，切实提高产品质量，打造潍柴驰名品牌；在营销服务中，充分了解客户需求，全方位做好售后服务，打造潍柴后市场品牌。



南阳宛运集团有限公司 副总经理 王克林

市场建设——践行让客户满意宗旨的最前沿

我们的服务口号：说到，做到，更周到！

我们服务渠道的任务：同心同行同步发展，为客户提供增值服务。

● 分类管理推动后市场建设

联合主机厂客户、渠道商客户召开“省油动力，潍柴行！”感恩活动，对终端客户进行上门走访，推出省油动力产品，免费赠送首次保养，为客户创造更大价值。

● 了解客户需求

2011年初，公司进行了潍柴动力客户满意度调查项目。项目调查范围包括本埠5-12升产品和扬柴3-4升轻型机产品，覆盖卡车、客车、工程机械、船机、发电设备五大主要市场，调查对象涵盖了主机厂、经销商/服务商、终端客户



全产业链下游客户。

整个调查项目历时四个月时间，抽样 2000 多样本，几乎覆盖了各类客户群，通过深度访谈、面访、电话访谈等方式，了解到了较为准确、客观的客户满意度现状。

从此次调查结果来看，公司客户满意率处于较高水平，同时也有问题暴露，其中影响客户满意度最大的两项因素是服务及时性和有效性。公司将根据此次调查结果，认真做好后续改进工作。

● 反商业贿赂

公司严格执行《顾客服务管理制度》、《维修服务人员违规处罚条例》等管理制度；采取区域封闭分包代理经销制度、加大返利额度、制订优惠商务政策等方式，有效保障顾客权益。

● 投诉处理

按《信息管理程序》、《顾客服务程序》和《改进控制程序》进行顾客投诉信息收集、处理、整合、分析及改进管理。800、400 服务和投诉热线、售后服务网站 www.service.weichai.com 等电子化系统保证每个投诉都能得到认真处理，投诉分级管理、严格投诉处理时限与事后管理，形成 PDCA 循环、持续改进。



● 践行“客户满意是我们的宗旨”

公司内部每季度严格按《顾客满意度测量程序》进行顾客满意度的测量，以终端客户为主，主机厂、渠道商客户的满意度问题较为集中，通过客户走访进行收集。对于海外顾客的满意度情况，直接测量存在难度，通过主机厂的指标得到整体反映。

提升质量——质量是客户责任的核心

● 以质量方针为宗旨 完成公司各项质量指标

公司一直贯彻实施“以客户满意为宗旨，全员参与持续改进，打造‘潍柴’驰名品牌”的质量方针，并围绕质量方针，顺利完成各项质量绩效指标，在 2011 年顺利通过了 ISO/TS16949:2009 质量管理体系监督审核，顺利通过了 GJB9001B-2009 质量管理体系换证审核。

● 加强过程控制，提升产品质量

2011 年，无重大质量事故发生。

➔ 以 ISO/TS16949 质量管理体系为基线，加强过程控制方法

公司自 2003 年取得 ISO/TS16949 质量管理体系认证后，积极接受国内外先进质量管理理念，采用过程控制方法进行质量管理控制，对重要过程采用 SPC 控制方法，通过控制图及时预

防问题的发生。并定期进行内部审核，对发现问题举一反三，不断持续改进。

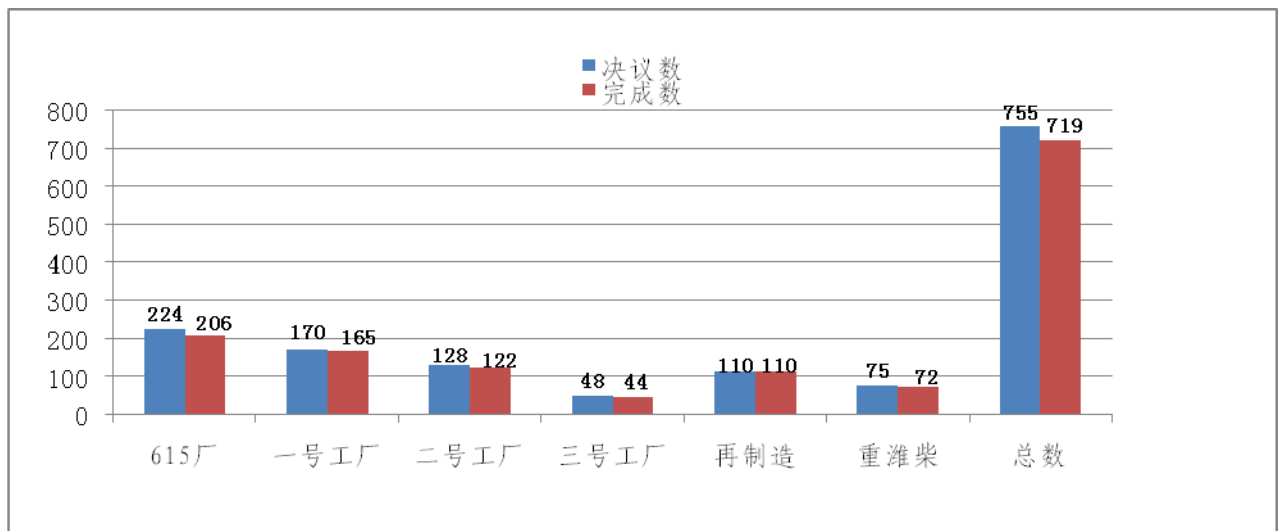
➔加强过程审核及产品审核

定期对生产过程进行过程审核，及时了解生产过程质量状况。每季度开展“Audit”评审工作，对整机从性能、零部件等全方位检测，最大限度调动各主机厂提高产品质量的积极性。

➔ 积极发挥产品质量委员会作用

为了实现跨部门、跨职能的合作，加强及时解决问题的能力，公司在借鉴国外先进经验的基础上，在 2010 年成立了产品质量委员会，在 2011 年逐步完善产品质量委员会组织结构，成立产品质量委员指导委员会，及时监控产品质量委员会运行情况。

公司产品质量委员会分为公司级产品质量委员会、产品序列级质量委员会、生产厂级产品质量委员会。2011 年，三级产品质量委员会共解决各类问题 700 余条。



➔质量信息传递渠道畅通

公司建立了质量管理信息系统 (QMS)，并完善了质量信息传递流程，完善了《质量信息管理控制程序》，定期举办质量信息通报会，设置质量部驻外信息收集员，确保信息来源的可靠与及时，及时处理公司内外的各种质量信息，达到客户满意最大化。

➔制度保证，有法可依

在 2011 年，借 GJB9001B(国家军用标准)换版之际，对程序文件全部进行理顺，使其更具有可操作性，为公司各种程序活动建立依据。

在质量管理制度方面，修改完善了《专项质量攻关项目管理办法》、《质量监督检验工作条例》、《内部质量责任追溯管理办法》、《限时处理质量问题的规定》等，并建立了质量问责制度，全方位保证公司的产品质量。

● 质量管理提升重大举措

→举办质量管理工作会议

在 2011 年，公司举办了两次质量管理工作会议，对优秀质量管理项目、优秀质量管理工作者、优秀质量管理单位等进行奖励，奖励额度达到 500 余万元，提高了公司员工参与质量、提高质量的积极性。在奖励的同时，也对部分部门进行了质量考核。

→实施质量指标体系工程

为了准确评判产品质量状况，强化员工质量意识，使产品质量处于有效控制状态，在 2011 年，公司搭建了质量指标体系。质量指标体系分为质量管理指标体系、质量预警指标体系、质量考核指标体系。

质量管理指标体系有助于量化产品质量现状，全方位展现各单位质量管理水平。



质量预警指标的建立有助于依据各项质量指标状况，从质量管理指标体系中选择关键指标作为预警指标，建立质量指标预警机制，及时预警影响质量指标的异常因素，并能及时反馈、分析、处理，持续改进。预警级别分为四级，分别红、橙、黄、绿四类预警等级，达到预警范围的按《质量预警管理办法》执行。

质量考核指标体系的建立有助于提高指标运行的有效性，各单位根据范围从质量管理指标中选取几个指标作为考核指标依据，根据各单位情况自行制定考核办法。

→实施质量人才工程

为了培养一批专业性质强、技术能力硬的质量技术人才，公司于 2011 年下半年启动了技术质量专家项目，该项目以 ISO/TS16949 质量管理体系标准为主线，对候选技术质量专家进行相关质量管理知识及质量统计工具的培训，该项目分两大阶段，第一阶段为知识培训阶段，第二阶段为选择项目，实施项目阶段。目前，培训阶段已实施完毕，取得了学员的一致好评。在项目实施阶段，公司与技术服务公司选择了 8 个具有代表性的项目，如 SPC 的有效实施，有效问题解决等。项目按照时间进度，正在有步骤实施。

→荣获质量管理杰出企业荣誉



问题反馈与改进计划

● 2010 年社会责任报告中计划落实情况

公司 2011 年，WP7/WP5 产品累计销售同比增长近一倍，其中，配套客车同比增长 211%，配套汽车起重机同比增长 289%。新市场推广取得初步成效。

● 问题及改进计划

2011 年问题：

2011 年新市场取得一定成效，但力度和强度均有限，公司新市场亟待开拓。

2012 年改进计划：

我们将继续创新推广形式，着力于公司 5L/7L 机的大批量配套和进一步推广，同时加大国外市场的本土化进程。

员工

潍柴动力是个科技领先、鼓励创新的企业，能够工作在技术创新的最前线，我倍感荣幸，我将努力工作，和创新团队一起，为公司的科技超越贡献力量。



人才战略与人才第一工程

● 人力资源管理方针与人才战略

潍柴动力技术中心 郭圣刚

以“人才第一工程”为人才战略指导思想，建立面向全球的人才引进机制，以聚集海内外高端人才为重点，创新人才管理机制，坚定不移的实施科技人才队伍支撑计划；强化开发，突出培养，打造多层次的人才队伍，重点培养高层次专家型人才队伍、高技能人才队伍、应用开发型人才队伍建设，不断完善培训体系，开展员工终身教育，建立学习型企业；创新机制、营造环境，激励人才脱颖而出，建立人才选拔任用机制，引入胜任能力模型，对人才进行科学评价，做到人尽其才、才尽其用。

我们重点从人才的“选、用、育、留”四个方面制定了工作目标，持续创新人才工作机制，着力打造适应国际化要求的人才队伍。目前，公司拥有博士 35 人、硕士近 1300 人，海外高端人才 40 余人。公司引进国家“千人计划”高端人才 2 人，山东省国务院特聘专家 11 人，泰山学者岗位特聘专家 1 人、泰山学者海外特聘专家 6 人、山东省突出贡献中青年专家 2 人。

● 战略实施与成效

1、积极创新培训思路，拓展培训平台，持续提升员工综合素质，2011 年潍柴被国家人力资源与社会保障部授予“国家技能人才培养突出贡献奖”。

2、以岗位管理为突破口，导入劳动力市场评估工具，开展人力资源规划编制，进一步提高员工岗位管理的精益化水平。

3、公司致力于责任为本的发展理念，人才引进与培养方面的成果获得社会各界与企业员工的普遍认可，2011 年先后获得中国年度最佳雇主、中国大学生最佳雇主、中国年度最具社会责任雇主、中国年度最具人气雇主等荣誉称号。

□ 职工权益保护情况

● 职工权益保护

1、公司严格按照国家的法律法规为全职员工提供了养老、医疗、工伤、生育、失业五大社会保险，参保覆盖率达到 100%，除及时足额缴纳社会保险费用外，公司为员工参加企业年金和补充医疗保险，进一步提高了员工生活保障，增强了员工抗风险的能力，全面解决员工后顾之忧。

2、为更好的激励年轻员工忠诚企业，勇于创新，公司对符合激励规定的优秀年轻员工提供购房补贴，体现出公司对优秀人才的重视与关怀。

3、公司严格执行《工伤保险条例》、《妇女权益保护法》、《山东省安全生产条例》以及上级人力资源和社会保障等部门下发的政策文件，积极协助政府部门完成相关的各类调查，全力为员工争取合法权益。企业连续多年被评为潍坊市“劳动保障诚信示范单位”。

● 职工人身安全

2011 年公司坚持安全第一、预防为主、综合治理的方针，深入开展“安全生产基础管理提升年”活动，以杜绝死亡、控制重伤、减少轻伤为目标，通过采取多种措施，实现了全年安全生产。主要措施如下：

- 落实安全责任制。公司与各单位，单位与车间，车间与班组，班组与个人层层签订了安全生产责任书，保证了安全责任的全面落实。
- 实施安全教育。2011 年通过实施新员工三级安全教育、全员安全教育、特种作业人员培训持证上岗等多种形式的安全教育培训，提高了职工的安全意识。
- 开展安全检查。通过开展日常安全检查、危险设施设备专项安全检查、特种设备安全检测、安全警示岗巡查、重大节假日前安全大检查等，及时发现并整改事故隐患，提高了企业的本质安全。
- 开展“落实安全第一责任人”活动。为进一步加强安全生产管理，加大对重点要害部位及危险作业场所的监控，全面落实安全生产主体责任，2011 年公司组织开展了“落实安全第一责任人”活动。通过排查确定了重点要害部位及危险作业场所 772 个，指定安全第一责任人 1002 人，明确了责任人的职责，签订了责任书，提高了责任人的履责的意识，真正将职责落到了实处。
- 开展青工岗位安全达标活动。新进员工在接受入职三级安全教育后，初步树立了安全生产意识，了解了生产场所普遍存在的危险因素和职业危害因素及相应的预防措施，学习了岗位安全技术操作规程等理论知识，在顶岗工作后真正全面掌握了实际操作技术，学会了设备的正确使用方法，具备了独立操作能力，通过“岗位安全达标活动”予以了验证。共有 11 个生产单位的 1747 名青工参加了达标活动。

通过采取以上安全生产保护措施，保护了职工的人身安全，保证了公司生产经营的安全有序开

展，营造了和谐的劳动生产环境，为创建和谐社会做出了贡献，履行了公司应有的社会责任。2011 年公司未发生重伤以上工伤事故。

● 雇员职业病防治

为有效减少职业病危害因素对员工的危害，公司在雇员职业病防范方面做了大量的工作。

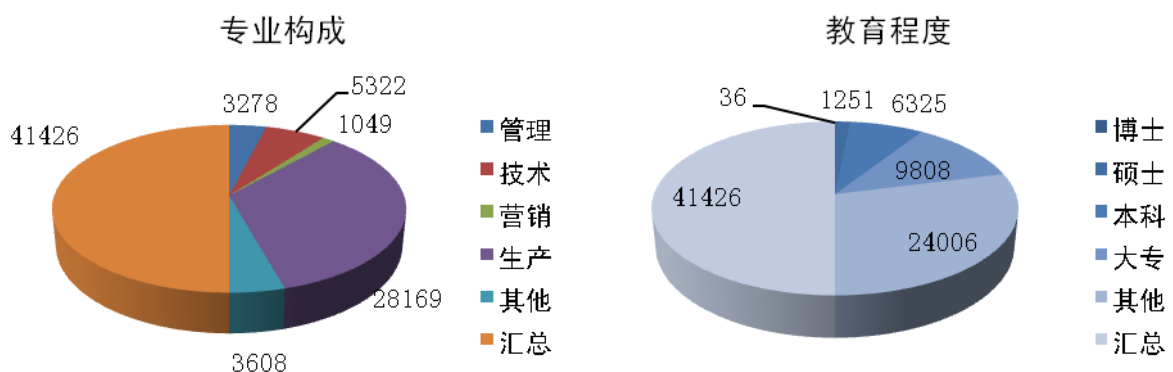
1、2011 年度，公司严格依照《中华人民共和国职业病防治法》相关要求，加强职业健康查体及职业病危害因素检测工作。公司共组织 273 人进行上岗前职业健康查体；组织 2432 人进行在岗期间职业健康查体；组织 40 人进行了离退休职业健康查体。2011 年 8 月，公司委托潍坊市疾病预防控制中心对公司作业场所中粉尘、噪声、毒物等 339 个相关职业病危害因素作业点进行了例行委托检测，并依照其提供的检测报告中提出的相关整改建议进行整改。2011 年公司依照相关要求组织进行了粉尘、噪声等职业病危害因素日常监测，实时监控作业场所职业病危害因素现状，为作业场所职业病危害因素治理提供了依据。

2、加大作业场所职业病危害治理，确保职工身体健康。2011 年度，公司对喷漆线、除尘器、扬尘治理等项目进行了大修或改造，职业病危害得到有效地控制，改善了作业环境，保护了接触职业病危害员工的身心健康。

3、加强职业健康教育，从本质上认识职业病危害。通过劳动合同告知、作业场所中职业病危害公告栏告知、潍柴职业卫生操作规程学习、职业卫生知识答卷、2011 年度职业病防治法宣传周活动等形式对新上岗或在岗员工进行职业健康教育，受教育率 100%，提高了接触职业病危害员工自我保护意识。

● 员工统计情况

截至报告期末，公司在职员工的人数为 41426 人，简要分类如下：



员工培训

● 培训整体情况

2011 年，公司共计举办培训班 3000 余个，员工年度接受培训平均 40 学时。

● 员工权益维护培训

公司采取集中培训与个人自学的方式，共计完成相关培训学时 36000 余个，员工受训覆盖率达 100%。

● 员工培训课程设置情况

按照公司“人才第一工程”理念指引，我们充分利用企业内外部师资力量。

内训师队伍方面，通过规范内部培训师体系建设，带动实现全方位的课程设置，涵盖了企业文化、企业规章制度、管理知识、WOS 精益生产、内燃机知识、质量体系、环安体系等内容。

外训师方面，采取眼睛向外、合作引进的方式，聘请社会各界优秀大学讲师与咨询师，完成前沿技术知识讲座、精益生产、现场质量管理等优秀课程的讲授，不断引进先进工具与方法。

同时，公司统一组织，由各相关部室提供资源支持，内容涵盖五险一金普及知识、保险福利政策、职工信访制度、职业病预防、安全教育等课程，面向企业员工提供了系统全面的培训。

● 重大培训活动

1、公司 2011 年领导干部集中培训。2011 年底组织完成共计 40 天的领导干部集中培训，期间共 620 人接受培训，通过专家授课、交流研讨、案例分享等形式，对精益生产、质量管理、企业文化三个模块的问题进行重点解决。

2、公司班组长集中强化培训。公司班组长集中强化培训在 2011 年间共计举办 9 期培训班，每期 8 天，累计 432 名班组长参与培训，进一步提升了基层员工骨干的综合素质。

3、2011 级大学生入职培训。2011 级大学生入职培训自 2011 年 7 月 15 日开始，累计组织 15 天，培训 890 人，为大学生迅速融入企业文化、完成角色转变奠定了坚实基础。

● 员工职业生涯发展情况

公司按照岗位性质设立了“专业与行政”并重的双职业发展通道，营造了尊重专业，鼓励创新的能力牵引的职业发展机制。

2011 年，公司共计举办培训班 3000 余个，约 30% 的人员通过岗级调整、关键岗位聘任、领导干部选拔等方式实现了不同程度的职业发展。

问题反馈及计划改进

● 2010 年社会责任报告中计划落实情况

1、完善沟通机制情况

董事长博客正式开通并有序运行。



董事长博客于 2011 年 2 月 2 日正式开通，开通后得到了公司各级领导干部及广大员工的广泛关注。经过一年的运行，目前已经创建了 15 个模块、46 个主题，内容涉及生产制造、管理提升、科技创新、企业文化、市场营销、国际化等企业运营的各个方面，全面搭建起了全员沟通、暴露问题和建言献策的平台。通过搭建这一平台，打通了公司领导与广大干部员工之间上情下达、下情上达的沟通渠道，真正体现了企业以人为本的管理理念，实现了“责任、沟通、包容”的企业文化在集团内部的真正落地。

2、“感恩年”

详情请见前述“感恩年”特辑。

● 问题及改进计划

2011 问题：公司人力资源规划尚待进一步完善

2012 改进计划：以人力资源规划为指导，加快人力资源管理体系建设。其中包括：

- 1、建立一个指标体系：人力资源评价指标体系，用数据分析支持人力资源管理工作开展；
- 2、做好两个分析：通过内外劳动力市场的分析，科学客观掌握公司人力资源现状与未来发展的影响因素；
- 3、打造一条通道：打造员工发展通道，细化岗位管理体系，满足企业战略与员工职业发展的需要。
- 4、建设一支队伍：建设具有专业知识和技能的基层人力资源队伍，将人力资源管理工作下沉，将管理纵深延伸。

股东

公司治理与信息披露

2011 年，我们在去年提升公司治理水平的基础上，抓住监管部门的巡检契机，进一步挖掘深层次问题，并采取了富有成效的措施。

● 三会与信息披露

2011 年，按照监管需要和公司实际情况，公司共召开 7 次董事会，4 次监事会和一次股东大会，并按照真实、准确、完整、及时、公平的原则进行了信息披露。

● 规范公司各项制度

1、为规范公司及子公司衍生品投资行为，控制衍生品投资风险，公司根据境内外相关法律法规及《公司章程》的有关规定，结合公司的实际业务情况，制定了《衍生品投资内部控制及信息披露制度》，并提交董事会审议批准后实施。

2、根据山东证监局《关于切实整改公司治理常见问题的监管通函》要求，公司根据相关法律法规及《公司章程》的有关规定，结合公司实际情况，制定了《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》、《董事、监事、高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度》、《董事会审核委员会年报工作规程》，修订了《内幕信息知情人管理制度》并提交董事会审议批准后实施。

● 变更公司审计机构及会计准则

根据 2010 年 12 月 10 日财政部、证监会关于“内地大型会计师事务所获准从事 H 股企业审计”公告，内地在香港上市的公司自 2010 年 12 月 15 日或以后完结的会计年度期间，可以聘请获准从事 H 股企业审计业务的内地大型会计师事务所采用中国企业会计准则为内地在港上市公司提供审计服务。

根据公司实际情况，经公司股东大会批准，公司决定将不再续聘两家审计机构，而改为一家为公司 2011 年度的审计服务机构，并且从 2011 年度起，公司只采用《中国会计准则》编制财务报表，我们相应修订了公司章程。

● 规范治理

2011 年，公司不断规范公司治理及信息披露，维护公司资本市场良好形象。公司在报告期内共披露信息 114 条，不断推进企业规范治理，并践行优异的投资者关系管理和市值管理。2011 年不断推进信息平台建设和二级市场运作，取得了较大成就。企业年内取得了第七届金圆桌奖“最佳董事会”、2011 中国主板上市公司最佳董事会（10 强）、2011 年度中国上市公司市值管理百佳、2011 中国证券金紫荆奖等九项荣誉称号。

投资者关系管理

● 加强对外沟通

公司根据中国证监会、深圳证券交易所、香港联合交易所相关法律法规和《公司章程》的规定，制定了《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》、《内幕信息知情人管理制度》、《外部信息报送及使用管理制度》等制度，进一步规范信息披露行为，确保真实、准确、完整、及时，公平的披露信息；加强投资者关系管理，确保投资者及时了解公司经营动态；明确内幕信息管理、外部信息报送和使用的程序，规范内幕信息的管理和保密工作。

同时，公司指定董事会秘书组织、协调信息披露工作和负责投资者关系管理方面的工作。公司在深交所网站、公司门户网站及时公告经营信息和重大事项信息，开通了投资者咨询专线电话和专用邮箱，设有专人负责接受咨询，确保投资者及时了解公司经营动态。

● 拓宽沟通平台

我们通过投资者电话、电子邮件、互动平台、接待投资者



主板上市公司最佳董事会



2010 年度上市公司百强

来访、组织参加策略报告会及业绩路演等多种方式，有效的拓宽了与投资者互动沟通的渠道，提高了交流沟通的质量。

2011 年，我们参加了摩根士丹利、中信建投证券、广发证券、美银美林、巴黎银行和野村证券等机构组织的投资者见面交流会，通过和投资者面对面的沟通，将公司良好的市场形象和投资价值传达给市场。

报告期内，我们进行了 2010 年年报及 2011 年一季报五地路演活动及业绩发布活动、2011 年中报路演及业绩发布活动。在年报五地路演活动中，我们共拜访内地机构 60 余家和香港机构 30 余家，有效的与广大投资者互动交流。

● 关注市场诉求

公司密切关注二级市场需求，通过问卷调查和反向调研方式了解市场诉求，通过创新投资者服务模式，打造了多元化多渠道的沟通渠道和平台，使投资者充分理性认识企业投资价值；通过实施 2010 年度现金分红方案，维护了广大投资者的利益，公司市值管理和规范治理均取得实质成效。

最近三年的分红派息情况

分红年度	现金分红金额（含税）	归属于上市公司股东的净利润	归属于上市公司股东的净利润的比率
2010 年	71,641.92 万	678,214.54 万	10.56%
2009 年	39,986.19 万	340,741.90 万	11.74%
2008 年	10,829.59 万	193,134.66 万	5.61%
最近三年累计现金分红金额占最近均净利润的比例（%）			30.31%

2011 年度分红派息政策为：拟以总股份 1,666,091,366 股为基数，向全体股东每 10 股派送红股 2 股，派发现金红利人民币 1.00 元（含税）（此方案需经 2011 年度股东周年大会审议通过后实施）。

● 投资者关系建设

公司多元化、多渠道的信息沟通和投资者群体维护得到市场高度认可，市值管理凸显成效 2011 年公司也因此获得“2011 中国主板上市公司价值百强”荣誉奖项。



问题反馈及计划改进

● 2010 年社会责任报告中计划落实情况

公司 2011 年举行了香港内地大型路演及业绩发布活动，在举办新闻发布会及电话会议同时，在香港及大陆五地进行大规模路演活动，收到了良好效果。

● 问题及改进计划

2011 问题：公司投资者交流仍存在改进空间，产业和资本的互动也有待加强。

2012 改进计划：加强同资本市场的沟通交流，加强公司产业与资本市场的联动，促进公司价值提升。

环境与社会

环境保护综述

2011 年度公司对其下属的每个分厂实施了清洁生产审核，对生产工艺、技术、设备、原辅料消耗、能源消耗、产出情况、污染源、产排污及其治理措施、环境风险及其应急等进行了全面的审核，提出了实施清洁生产的方案，建立、完善了清洁生产组织和管理制度，制定了持续清洁生产计划。通过清洁生产审核，提高了资源利用率、减少了污染物产生、排放量，有效地保护了生态环境。2011 年，公司未发生重大环保事故。

环境保护与可持续发展

● 污染物排放

1、水排放

2011 年度公司对雨污分流实施了强化管理，制定了雨污排水管网区域管理办法，划定了责任区，有效控制了污水管网随意铺设、更改、生产废水随意倾倒入雨水管网等雨污混流问题的发生，使生产废水全部进入污水处理站，杜绝了生产废水通过雨水管网直接外排。

奎文区、高新区厂区生产废水和生活污水经处理后全部回用，废水零排放。寒亭区厂区生产废水和生活污水经处理后部分回用，部分排入浞河，排放水水质达到《山东省半岛流域水污染物综合排放标准》(DB37676-2007) 要求。

2、废气排放

高新区柴油机试车废气排放达到《大气污染物综合排放标准》(GB 16297-1996)。寒亭区铸造废气排放达到《大气污染物综合排放标准》(GB 16297-1996) 及《工业炉窑大气污染物排放标准》(GB 9078-1996)。

3、固体废物排放

2011 年度公司严格依照《中华人民共和国固体废物污染防治法》的要求分类收集、储存、处置各类危险废物。

● 循环经济

潍柴动力积极发展循环经济，开展柴油机再制造项目。潍柴动力（潍坊）再制造有限公司成立于 2008 年 4 月 21 日，是国家发改委确定的首批 14 家汽车零部件再制造试点企业之一，由潍柴动力股份有限公司投资组建，是潍柴动力的全资子公司。再制造产品满足各个配套领域的潍柴用户需要，包括商用车、工程机械、船电、农机等行业。

2011 年共生产再制造发动机 4800 余台，将每年节约金属 2778 吨，减少二氧化碳排放 2911 吨。

● 节能减排

1、强化节能技改，积极推进技术节能进程。开展绿色照明管理，对 615 厂、1 号工厂、铸锻公司等部分单位安装 LED 等新型节能照明灯具约 800 盏，在大大提高照明度的同时，可节能 60%。在工业园一号工厂、技术中心中安装 2 台 2000kVA 系统节电装置，节电率达 8%。实施一号工厂局部风压节能技改，将系统供风压力由 0.62MPa 降低到 0.55MPa；减少一台 40 立方米/分，功率为 250 千瓦的空压机开机。

2、严格实行节能产品《节能试验令》，确保各类节能产品的节能试验数据真实、可靠、可行，为企业推广节能新产品、新技术、新工艺奠定扎实的准入基础。

3、实施能耗定额管理，确保能耗水平始终处于受控状态。从 4 月份起，公司制定《专业厂能耗定额考核办法》，按月下达定额考核值，并按 WOS 精益管理要求，制作能耗定额指标月度监控看板，通过指标目视化，进一步增强能耗定额指标的可控性。

4、加强节能宣传，节能减排观念深入人心。利用全国城市节水宣传周、节能宣传周活动的契机，在全公司范围内开展形式多样的节能减排宣传活动，利用潍柴周报、电视台、潍柴之声等舆论工具，宣传我国节能减排的严峻形势和节能减排小常识，进一步提高了全体员工节能减排的使命感和责任感。

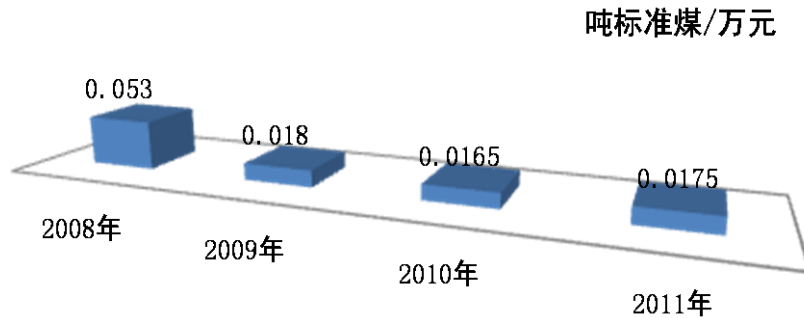
5、重视专业厂节能管理人才的培养

2011 年又选送专业厂 5 人参加山东省能源管理师培训工作，目前已有 10 人取得能源管理师资格，为今后公司节能减排工作的开展提供了智力支持。

6、2011 年，受国家宏观经济调控影响，企业产品产量下滑，虽然企业在节能管理、节能技改等各方面均做了大量工作，但受工业总产值下降 15%影响，主导潍柴动力万元产值综合能

耗高于去年同期 6%，节能指标不如去年。但是与同行业横向对比，2011 年潍柴动力万元产值综合能耗实现 0.0175 吨标准煤/万元，仍保持了国内同行业节能先进水平。

万元产值综合能耗



7、最近三年能耗指标对比

指标		2009 年	2010 年	2011 年
综合能耗	吨标准煤	33392	51952	46646
其中：电力	万千瓦时	7444	11169	9913
工业取水量	万吨	49.74	83.07	78.61
万元产值综合能耗	吨标准煤/万元	0.0177	0.0165	0.0175
节能技改投入	万元	630	105	1600
新能源及可再生能源投入和利用		未使用新能源及可再生能源。		

8、节能减排荣誉

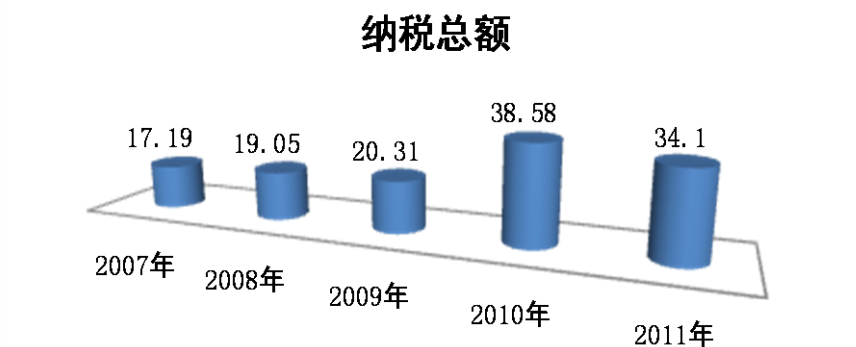


2011 年度，潍柴动力荣获“山东省节能环保产业示范企业”、“2011 年山东省城市再生水利用示范项目”、“十一五期间潍坊市节能先进单位”荣誉称号。

社会方面

●

企业最近 5 年纳税情况



(单位：人民币 亿元)

●

社会捐赠情况

2011 年儿童节和教师节期间，捐助 3 所希望小学，9 所中小学共计 77.1 万元；公司组织 14421 名员工进行了“慈心一日捐”活动，募集捐款 48.6 万元。

●

志愿者活动





● 反腐工作

1、潍柴动力进行反腐败的方针政策及战略规划

2011 年坚持“标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防”的方针，结合公司的“约法三章”、“四项承诺”、“五做五不做”、“八不用”等原则，将“干干净净为企业服务”、“要做廉洁自律的干部，不做贪图私利的干部”等内容，构成了独具潍柴特色的“廉政文化”，作为领导干部廉洁从业的导向标，战胜困难、抵御诱惑的精神法宝。

2、经营部门接受腐败风险分析

部门：采购管理部、技术改造部、制造部、质量部、技术中心、集约配送公司、营销总公司、油品公司、备品公司、再制造公司、信息工程公司、再生资源利用公司等共计 13 个单位，接受腐败风险分析的比例达 100%。

3、员工接受反腐败政策和程序培训

2011 年组织采购管理部、质量部、制造工程部等部门的 100 多名员工到警示教育基地学习反腐败政策；对技术中心、集约配送公司、热处理厂、营销总公司等 11 个单位及分厂进行反腐败程序、案例教育；通过 OA 纪检监察模块、E-Learning 学习平台等媒体为全体员工宣传反腐败政策、程序，使员工接受培训比例达到 100%。

4、取得成效

2011 年组织 100 余名公司直属单位党政负责人签订了《党风廉政建设责任书》，组织科级以上领导干部 590 多人填报了《岗位廉政自述和利益冲突表》，提高了干部的廉政意识和反腐倡廉的责任感。制定、完善了《领导干部问责管理办法》、《廉政交款（物）管理办法》、《党务公开管理办法》等制度，同时监督完善了《招投标监督管理办法》、《地磅称重管理办法》、《回空管理办法》等工作制度，使程序更加规范，避免出现薄弱环节。

我们实行了《业务关联方黑名单管理办法》，将业务关联方与企业业务往来中发生的违法、违规或失信行为，进行处罚并予以记录、公告，保证招投标、采购等业务规范运行。

问题反馈及计划改进

● 2010 年社会责任报告中计划落实情况

公司 2011 年组织员工参与了多次社区志愿者活动，为社区建设作出了重要贡献。详情见上述图片。

● 问题及改进计划

2011 问题：对能源使用与管理的监察不规范。

2012 改进计划：制定《能源使用管理监察标准》，供能区域的车间检查每周不低于 1 次；企业用能监察每月不低于 1 次；每月出节能减排简报 1 期；严格执行《专项管理考核办法》处理违章用能。

供应商



供应商政策

公司每年组织一次供应商业绩评价，根据评价结果确定供应商的供货比例，供应商按比例供货。

公司始终致力于学习型供应链建设，2011 年先后分两批组织 31 家优秀供应商到日本丰田进行精益管理研修培训；利用供应商优质资源，组织最佳实践供应商培训交流；同时借助第三方专业培训机构组织供应商由高层、车间主任到基层班组长精益管理道场培训，提高供应链整体管理水平，让供应商在与潍柴合作的同时得到发展与提升，实现共赢。

权益保护情况

采购管理部非常重视员工的廉洁从业教育，每年两次召开全体职工大会，邀请监察部的领导对员工进行廉洁从业教育，与所有员工签订《廉洁从业承诺书》，并在采购管理部设置了常驻监察员，对实施的采购流程进行监督。

同时与所有供应商签订《阳光采购协议书》，利用供应商大会的机会对全体供应商进行阳光采购宣传。到供应商审核的人员在审校前与供应商签订《审核承诺书》，严格执行各类阳光采购管理规定。

公司兼顾经济发展区域平衡，公司在潍坊本地供应商比例为 17.6%。

创新管理

采购管理部不断创新供应商管理模式，使供应链整体水平有了较大提升。

- 统一规划，协同发展

对供应商体系从产能、生产线、质量、技术投入、员工培训、物流优化等六个方面实施统一规划，构建起了资源丰富、配置合理、运作高效的百万动力供应链体系。2011年外协件布局规划由重要件向一般件延伸，同步布局，同步规划，同步提升，外协件实现了月产9万台的产能。整个供应链水平得到大幅度提升，在行业中具有非常明显竞争优势，供应链已成为企业核心竞争力之一。

● 实施供应商潍柴生产线管理标准

在国内率先实施供应商生产线标准化管理，保证了主要零部件产能、质量、物流、成本在全行业的先进性，将潍柴动力供应链团队，建设成了目标一致、步调协同的钢铁劲旅。

到目前潍柴生产线已达到 65 条，其中有 25 条达到潍柴动力专用线标准，在稳定资源的同时，降低全供应链的总成本。通过采取供应商生产线标准化管理，提升了供应商的生产装备和质量控制水平，使公司产品生产固定在一流优秀企业的先进生产设备上，提高了产品的一致性。

● 对不合格外协件实施破坏性处理，提高采购产品的质量

提高供应商质量意识，优化供应体系，防止不合格产品再次流入潍柴或配件市场，进一步提升潍柴产品质量。采购管理部制定了《不合格品破坏处理管理程序》，规范《采购产品质量保证服务协议》，到目前共组织不合格品破坏 100 余批。

● 与重要供应商建立战略同盟

为锁定行业内的优势资源，打造核心竞争优势，与 Bosch、Mahle、Honeywell、BorgWarner、天润曲轴、扬州五亭桥等 45 家国际知名品牌及国内一流企业建立了战略同盟。在战略、研发、管理上建立起良好的信息沟通平台和链合创新机制，发挥链合优势，保证我们的关键零件始终技术领先。

● 继续推进卫星制造集群建设

为实现公司产业升级，自 2008 年开始建设潍柴加工制造集群，2011 年通过开展生产线达标活动，各供方技改项目累计投入过亿元，生产线的产能、质量方面均有较大提升，机体产能增长 80%，缸盖产能增长 100%，产品项次稽查合格率平均提高 30%以上。

● 对外协件实施单元化包装

2011 年继续对外协件包装箱实施单元化包装工程，新投入的包装箱设计合理、使用便利、包装数量规范，不仅提高零件清洁度、有效杜绝零部件搬运中的磕碰伤，更重要的是物流效率

大大提升，可直投上线生产，减少了二次换装环节，降低了物流成本，为下一步公司推进拉动式精益生产奠定了基础。

截止 2011 年底共完成 1000 多个件号的包装改进，其中涉及纸质大包装、塑料箱、铁箱及仓储笼。

2012 年供应商大会情况

2012 年供应商大会于 2012 年 1 月 7 日在潍坊召开，有 453 家供应商 658 位代表参加了会议，此次供应商大会是历年来规模最大的一次。

大会期间还组织召开了供应商提升研讨会、研发共同体会议、应用共同体会议、原材料供应商交流会、博杜安专题会、物流专题会、扬柴供应商分会、重潍柴供应商分会，共 8 个分会。

会上对 38 家获奖供应商进行了表彰，共设五个奖项：优秀供应商 12 个、最佳合作奖 8 个、最佳质量奖 6 个、产品开发奖 6 个、最佳进步奖 6 个。

问题及改进计划和措施

● 2010 年社会责任报告中计划落实情况

公司 2011 年在所有供应商中实施潍柴标准生产线管理，潍柴生产线由重要件向一般乙类件扩展，提升了供应链的整体水平。帮助供应商实施精益制造，提高供应商的整体装备水平，实施潍柴供应商的标准化管

● 问题及改进计划

2011 问题：库存结构不合理

原因分析：1、缺少严格的库存管理标准。2、比例执行不到位。

2012 改进计划：1、完善库存管理标准。

2、加强对供应商的比例执行考核力度。



2012 年展望

2011 年，尽管公司在环境保护、公益事业、员工保护、股东权益保护等诸多承担社会责任的方面做了一些工作，取得了一定成绩，但社会责任履行状况与《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》的相关规定仍存在一定的差距。公司作为行业的排头兵，还需要进一步提高标准，严格要求，持续完善企业社会责任监督管理体系，时刻将履行企业社会责任作为公司追求的重要效益指标；继续严格遵守社会公德、商业道德，接受社会公众的监督，在追求经济效益、保护股东权利的同时，力求更加积极地保护债权人和员工的合法权益，诚信对待供应商、客户，积极保护环境，热心参与社会公益事业，促进公司与全社会的和谐发展。

展望 2012 年，公司站在新的起点上，将持续深入宣贯社会责任，以“产品年”为契机，将进一步加大新产品研发投入，做好产品深度开发，不断优化产品性能，为客户提供“最优质、最清洁、最省钱”的先进绿色动力；将继续严控产品质量，保障服务渠道畅通，延伸售后服务网络，加快后市场建设，实现上下游的链合共赢；将大力推广应用新技术、新工艺、新装备，降低生产能耗，实施更高水平的节能减排工程；将不断强化安全环保意识，提高安全装备水平，完善责任考核制度，全力保障安全生产；将时刻注重股东的资本增值和公司的市值提升，依靠公司前瞻性的战略能力和对市场行业的精准把握，争取更加优异的业绩，并认真履行企业公民的社会责任，回馈社会，回报股东，继续赢得市场的肯定和客户的信赖，促进公司与社会的协调、和谐发展。

GRI 指标对照

GR1	ID	指标描述	披露情况
经济 指标	EC1	创造和分配的直接经济价值，包括总收入、经营成本、员工薪酬、捐赠和其它社会投资、留存收益、向资本提供者和政府支付的资金	P
	EC2	单位因气候变化而采取的行动给财务带来的影响及其它风险和机会	N
	EC3	单位确定的利益计划义务覆盖度	F
	EC4	从政府得到的重要财政支持	N/A
	EC5	在重要经营地点比照当地最低工资水平实施标准入职最低工资比率的范围	N
	EC6	在重要经营地点的经营政策、经营实践和用在当地供应商身上的开支比例	F
	EC7	在重要经营地点从当地社区雇用员工的程序和聘用高级管理人员的比例	N
	EC8	通过商业交易、实物提供或公益活动等手段而开展的主要面向公众利益的基础设施投资与服务的发展与影响	P
	EC9	了解并说明重要的间接经济影响，包括影响的程度和范围	N
环境 指标	EN1	按重量和体积计的原材料总用量	F
	EN2	所使用的再生原材料的百分比	N/A
	EN3	使用一次能源资源的直接能源消耗	N

	EN4	使用一次资源的非直接能源消耗	F
	EN5	通过采取节能措施和提高利用效率而节省的能源	N
	EN6	提供节能或基于再生能源的产品与服务的措施，及这些措施在降低能源需求方面的成果	P
	EN7	减少直接能源消耗的措施及取得的成果	N
	EN8	总耗水量	F
	EN9	耗水量对水资源的重要影响	N/A
	EN10	循环再利用水的百分比及总量	N
	EN11	在保护区内或在保护区毗邻地区及保护区外生物多样性价值高的地区拥有、租赁、经营土地的位置和面积	F
	EN12	描述人类活动、产品和服务对保护区内及保护区外生物多样性价值高的地区生物多样性的影响	N
	EN13	受到保护或恢复的生境	P
	EN14	对影响生物多样性的现象进行管理的战略、当前采取的行动及以后的规划	N
	EN15	按照灭绝风险等级，统计列入《世界自然保护同盟濒危物种红色名录》（IUCN Red List）和国家保护名录的物种数量，其栖息地处于受人类活动影响的地区内	F
	EN16	按重量计的直接和非直接温室气体排放总量	N/A
	EN17	按重量计的有关非直接温室气体排放量	N
	EN18	减少温室气体排放的措施及取得的成效	F
	EN19	按重量计的臭氧损耗物质排放量	N
	EN20	按类型和重量计的氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)和其它重要空气排放量	P
	EN21	按质量和目的地统计的总排水量	N
	EN22	按类型和处理方法统计的废弃物总重量	F
	EN23	严重污染溢洒的数量与体积	N/A
	EN24	按重量计的根据《控制危险废物越境转移及其处置的巴塞尔公约》附录 I、II、III、VIII 的条款被视为危险废弃物的运输、进口、出口或处理数量，及国际范围内运输废弃物的百分比	N
	EN25	受报告单位排水和径流影响严重的水体及相关生境的特征、规模、保护状况和生物多样性价值	F
	EN26	减轻产品与服务对环境的影响的措施及影响减轻的程度	N
	EN27	可分类回收的售出产品及其包装材料	P
	EN28	因违反环境法规而受到大额罚款的货币价值及非货币制裁的总次数	N
	EN29	产品和其它货品及用于单位经营活动的原材料运输和劳动力运输对环境造成的重要影响	F
	EN30	按类型区分的环保的总开支和总投资	N/A
产品 责任 绩效 指标	PR1	为改进之目的而对产品和服务的健康与安全影响进行评估的生命周期阶段、及需要经过这种评估程序的重要产品与服务类别的比例	N
	PR2	在产品与服务与健康与安全影响方面违反相关规定和自觉行为规范的事件总数，按结果分类	F
	PR3	评估程序所要求的产品与服务信息类型及需要提供此类信息的重要产品与服务类别的比例	N
	PR4	在产品与服务的信息与标志方面违反相关法规和自觉行为规范的事件总数，按结果分类	P
	PR5	与客户满意度有关的举措，包括对客户满意度进行调查的结果	P
	PR6	在广告宣传、产品促销和商家赞助等营销传播活动中遵守法律、标准和自觉行为规范的计划	P
	PR7	在广告宣传、产品促销和商家赞助等营销传播活动中违反规定和自觉行为规范的事件总数，按结果分类	P
	PR8	因泄露消费者隐私和丢失消费者资料而受到实质性投诉的总次数	N
	PR9	因在产品和服务的提供和使用方面违反法规而受到重罚的金额	N/A
劳动 管理 实务 与 体 面 工 作 绩 效 指 标	LA1	按雇用类型、雇用合同和地区划分的劳动力总数	P
	LA2	按年龄、性别和地区划分的员工流动总量及所占比例	P
	LA3	按主要业务划分向全职员工提供的临时或兼职员工享受不到的福利	F
	LA4	集体谈判协议覆盖的员工比例	P
	LA5	向员工通报重大业务变化，包括是否批准集体谈判协议等事项的最短期限	P
	LA6	在那些协助监督、指导职业健康与安全计划的正式联合劳资健康与安全委员会中作代表的员工比例	N
	LA7	按地区划分的工伤率、职业病率、误工率、缺勤率、旷工率和因工死亡总人数	P
	LA8	为帮助员工及其家人或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、咨询、预防和风险控制计划	P
	LA9	与工会签署的正式协议中涵盖的有关健康和主要内容	P
	LA10	按员工类别统计的每一名员工每年接受培训的平均小时数	F
	LA11	支持员工提高继续应聘能力和帮助员工处理退职事宜的技能管理与终生学习计划	P
	LA12	接受定期业绩和职业发展考评的员工比例	N
	LA13	管理机构的组成及根据性别、年龄、少数民族成员和其它多元化指标划分的员工构成成份	N
	LA14	按员工类别统计的男女基本薪酬比例	N
人权 绩效 指标	HR1	包括人权条款或经过人权审查的重要投资协议的比例与总数量	N
	HR2	经过人权审查和在人权方面采取了措施的重要供应商和承包商比例	N
	HR3	员工在与经营活动有关的人权政策与程序方面接受培训的总小时数，包括受培训员工的比例	P
	HR4	发生歧视事件的总次数及采取的措施	F
	HR5	被确认为可能会行使结社自由和集体谈判权面临严重风险的经营活动、及为支持这些权利所采取的措施	N
	HR6	被确认具有严重的使用童工事件风险的经营活动、及为消除童工所采取的措施	N
	HR7	被确认具有强制与强迫劳动事件风险的经营活动及为消除强制和强迫劳动所采取的措施	N
	HR8	在单位与经营活动有关的人权政策和程序方面接受培训的安全保卫人员比例	P
	HR9	侵犯土著人权利事件的总次数及为防止此类事件所采取的措施	N/A
社会 绩效 指标	SO1	评估和管理包括进入、经营和退出全过程的经营活动对社区影响的任何计划和行动的性质、范围和有效性	N
	SO2	接受腐败风险分析的经营部门比例和数量	F
	SO3	在单位反腐败政策和程序方面接受培训的员工比例	F
	SO4	对腐败现象采取的应对措施	F
	SO5	公共政策立场及参与公共政策制定与游说的情况	N
	SO6	向各国政党、政治家和相关机构捐助资金和实物的总额	N/A

SO7	为反竞争、反托拉斯和反垄断而采取合法行动的总次数及其结果	N
SO8	因违反法规而受到严重罚款的金额和非罚款惩处的总次数	N/A
披露 F 选择性披露 P 不披露 N 不适用 N/A		

联系我们



潍柴动力 2011 年社会责任报告

如需获取更多公司信息，欢迎您致电：

+ (86) 536-2297056

+ (86) 536-8197069

也欢迎您登陆我们的网站：

www.weichai.com