# 深圳北晨有色金属有限公司介绍（范文）

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2024-09-14

*第一篇：深圳北晨有色金属有限公司介绍（范文）深圳市北晨有色金属有限公司（简称北晨金属），地处风景秀丽的深圳市龙岗区，是一家以专业生产高纯及超纯镍带（板），高纯及超纯镍丝，特殊复合金属材料三大类产品的高新技术企业，并对以上产品均具有完整的自...*

**第一篇：深圳北晨有色金属有限公司介绍（范文）**

深圳市北晨有色金属有限公司（简称北晨金属），地处风景秀丽的深圳市龙岗区，是一家以专业生产高纯及超纯镍带（板），高纯及超纯镍丝，特殊复合金属材料三大类产品的高新技术企业，并对以上产品均具有完整的自主知识产权。产品广泛应用于二次电池，电动工具，电子材料，化工等领域。公司目前各类产品的规模总体生产能力已超过年产1500吨，产品除满足国内广东，天津，江苏，上海，浙江等用户需求外，已部分实现东南亚各国及香港，台湾地区的出口。

自创建以来，公司非常关注新材料制备及应用技术的研究与开发，已与清华大学，哈尔冰工业大学，中南大学等国内著名大学开展了广泛的产学研合作，并与包括比亚迪，BAK电池，摩托罗拉，TTI等国内外知名企业建立起长期的产业合作关系，从而使产品的性价比不断的提升，在市场上形成了强大的核心竞争力：同时，公司非常注重对人才的培养，为员工创造了一个优越的发展空间，公司现已建立起包括高级工程师，高级技师等在内的强大的专业人才队伍。

为保证产品的质量的长期稳定，公司于2024年建立并通过了ISO9001-2024质量管理体系认证，“重视客户要求，不断提高产品质量，达到行业领先水平”是我们的质量方针，也是公司全体员工日常工作的基本准则。“努力做到客户的百分之百满意”是我们的服务宗旨，我们将以优良的产品品质，合理的价格，完善的服务为客户提供更加满意的产品。

**第二篇：铜陵有色金属集团股份有限公司**

东风汽车股份有限公司 2024履行社会责任的报告

前 言

1、社会责任是指企业在创造利润、对股东利益负责的同时，还要承担对员工、客户、国家、社会和环境的社会责任，包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、节约资源等。

2、东风汽车股份有限公司（以下简称“本公司”）自 1999 年上市以来，以全面贯彻科学发展观为指导原则，大力推进可持续发展的理念，在实践中始终追求企业与员工、社会、自然的和谐发展，以实际行动回报股东、关爱社会、保护环境，创造和谐的企业发展环境，实现社会责任。

3、《东风汽车股份有限公司社会责任报告》（以下简称“本报告”）将从对股东负责、对客户负责、对员工负责、对国家和社会负责、对合作伙伴负责、对环境负责六大方面系统地阐述本公司做为一家国有大型企业的价值取向和社会责任追求，也是本公司落实科学发展观，构建和谐社会的具体行动。

一、公司的社会责任观

本公司充分认识到，企业做为社会成员之一，应该积极履行其应尽的社会责任，在秉承“关怀每一个人，关爱每一部车”的经营理念的同时，提出了“学习、创新、超越”的企业哲学观。公司不但致力

于落实对股东负责、对客户负责、对员工负责、对国家和社会负责、对合作伙伴负责、对环境负责的六大责任体系，在今后的发展中，还将把社会责任渗透到企业的发展战略之中，做到战略发展规划、方针、品牌建设都围绕企业的社会责任来展开，把社会责任作为一个最基本的要素来考虑，在企业发展的战略层面上强化思想意识，同时强化并完善社会责任管理体系建设，以真正的履行公司的社会责任。

二、公司社会责任履行情况

1、对股东负责

对股东负责：为股东创造价值

本着对企业负责、对股东负责、对社会负责的态度，本公司通过各种措施加强投资者关系管理，以促进投资者对公司的了解，进一步完善公司治理结构，实现公司价值最大化和股东利益最大化。2024年全年销售汽车突破26.3万辆，发动机销售突破16.2万辆，实现销售收入177亿元，净利润2173万元。

1.1 股东权益保护

■完善法人治理结构。本公司股东大会的召开严格遵守相关的法定程序，对于涉及关联交易的重大事宜，大股东都进行了回避表决，股东大会如有再融资的议题，本公司都按照规定并鼓励中小股东现场或经过网络投票对相关的事项进行表决，让中小股东充分的享有参与公司经营管理的权力。公司严格按照《公司法》、《证券法》等相关法律法规以及上级监管部门的要求，不断完善公司法人治理结构、规范

公司运作，建立了以公司《章程》为基础。

■严格履行信息披露义务，公平的对待所有投资者。本公司除及时披露法定的信息外，还积极地进行自愿信息披露，确保股东享有其各项合法权益。

■回报股东。本公司明确规定了每年的利润分配比例，让广大的投资者充分地分享企业成长所带来的收益，2024年本公司股东分红1亿元。

1.2 债权人的权益保护

在经营决策过程中，本公司严格遵守相关合同及制度，充分考虑债权人的合法权益，及时向债权人通报与其权益相关的重大信息，并按时归还到期借款和上缴税收，保证与相关方良好的合作关系，使本公司能够顺利地筹措资金进行投融资项目建设，为本公司的长远发展提供了必要的条件。

2、对客户负责

对客户负责：为客户创造价值

2024年，本公司延续为客户创造价值的认识，加大研发力度、加强品质提升、提高安全系数、提升客户关怀力度，进一步提升了客户价值。

2.1 为客户提供安全的汽车产品

本公司始终将生产安全可靠的汽车产品视为最大的诚信。新品研发时，严格地按照国家相关的法规进行各种试验，确保产品在投入市场后客户使用安全。

2024年，本公司坚持分品系发展战略: 4月23日，本公司经过4年自主研发，通过50万公里“品质之旅”的首款新一代跨界商用车——俊风CV03在北京车展上正式上市。

5月5日，在本公司第200万辆东风轻型车下线仪式上，新一代东风轻型工程车——东风力拓在襄阳下线。

以“和融创新 基准之上”的品牌核心价值，填补东风品牌在高端轻客领域的空白。6月19日，本公司旗下的首款全球化高规格商用MPV——东风御风在杭州全国首发。

9月20日，东风凯普特C系列全新高压共轨产品于在成都、佛山两地同时举行发布会。

9月20日，东风锐铃宽体产品在浙江义乌举行新品上市发布会，这是本公司专注市场需求，打造专业中高端客户需求的一款新产品。

10月20日，涵盖郑州日产D22和锐骐两款，大中国轴距最长、货厢容积最大的新款加长皮卡重磅上市。

经过13年的发展，本公司整车自主开发能力已覆盖载货车、旅行车、工程车、特种车、皮卡、微车、SUV、MPV、轻型客车等，从高端到经济型的全系列轻型商用车品种，且自主品牌逐步齐整，从最初低端品种为主导品牌发展到高、中、低端一并在握，2024多个品种95%以上属于自主品牌。

本公司在轻型商用车领域已经掌控了全价值链的所有环节。同时，在发动机核心技术方面，本公司正在完成一个跳跃，包括保持东风康明斯发动机既有的优势；同时与日产合作开发轻型动力，以及自

主开发小型动力。

2.2 质量体系的完善

2024年，本公司质量体系继续以“品质领航计划”为中心指导思想。作为“新315计划”重要的战略支撑，“品质领航计划”提出要进一步强化品质管理职能，实施全员参与、全过程管控，通过新品符合性、量产一致性的管控与积累，持续提升产品价值。同时，还细化工作目标，通过构建统一的品质保证体系、推进市场问题改善、严肃新品移行管理、实施客户及经销商调查、开展工程保证能力评价等五项具体举措，实现“个、十、百、千、万”（VES个位数、纳入不良——十位数、售时换件——百分之一以内、整车资金赔偿率——千分之八以内、可靠性平均故障间隔里程突破一万公里）的品质超越目标，以进一步巩固和扩大东风轻型商用车“初期品质持续领先，耐久品质超越竞品，客户口碑行业最优”的市场领航地位。

2月2日，A08、W03高原高寒试验车队从襄阳出发，开启高原高寒试验征程。

4月11日，本公司在常州东风举行“不设限 勇敢闯——2024俊风汽车百城五十万公里品质之旅”发车仪式，实地检验俊风CV03品质。

5月，本公司旗下汽车分公司“金钥匙”职业技能竞赛扬帆再起航，汲取首届竞赛的经验，在焊接、涂装、叉车等工种范围内展开，以赛代评，继续深入推进技能层级建设工作，培养高技能工人。

8月5日到10月底，本公司在东风轻型商用车质量万里行活动中，共征集有价值的客户“金点子”3000余条。

9月，本公司启动“质量月”活动，旗下分子公司相继开展提升品质相关活动。

10月16日，由湖北省发改委、科学技术厅、财政厅、国税局、地税局和武汉海关联合授予的本公司旗下商品研发院“湖北省认定企业技术中心”正式揭牌。

2024年，公司围绕“提升供应商QCDD综合能力，发展长远而稳定的伙伴关系”开展供应链竞争力协同提升工作。组织专业技术人员对供应商进行QCDD评价、质量监察、生产准备验收共计200余场次，促进供应商质量保证能力的提升。

2024年，通过商务改善、技术改善、设计优化，及组织团队对供应商进行品质管控支援，促进零部件品质大幅度提升，使整车平均故障间隔里程提升20%。

质量是对客户的一种负责任态度，特别是在当前环境下，如何准确把握客户需求是当务之急，是整个质量管理的指导思想，本公司一直按照这个目标集中资源挖掘课题。

2.3 帮助客户走上风光创富路

本公司从成立的那一天开始，就把客户关怀作为市场营销的重中之重，不断创新方式方法，为客户提供贴心、增值服务。

3月18日，本公司旗下东风兄弟俱乐部第二次全国会员代表大会在古城襄阳召开，来自全国各地的400余名会员参加会议，会议表彰了32名雷锋会员。

6月20日，东风兄弟俱乐部工程车事业部分部成立仪式在工程

车事业部举行，十堰博隆、随州江汉、宜昌楚云三家工程车分部正式成立。

7—8月，本公司旗下郑州日产车主俱乐部将从“爱车呵护”和“人文关怀”两个角度入手，通过 “爱车免费检”、“亲子观影”等一系列活动，展开“总部+4S店”联动的差异化客户维护及开发活动，成为继车主大会及商户联盟系列活动之后的又一项特色活动。

8—11月，本公司成立以来最大的一次客户回馈活动“东风轻型商用车质量万里行”走进了31个省、市、自治区直接服务数十万客户，影响上百万东风轻卡客户。在这次活动中客户除了更深入地了解东风轻型车的产品质量、服务质量外，还享受到本公司提供的免费身体检查和25项免费车检，最终找回失踪客户30余万人。

10月11日，东风兄弟俱乐部亲子教育项目在新疆金大地汽车城正式启动，随后来自全国百余名客户来电对此进行了咨询。东风兄弟俱乐部亲子教育服务项目将通过电话、网络等多种服务形式为会员解决亲子教育等方面难题。

2024年12月初，央视《新闻周刊》、《面对面》等栏目连续采访报道东风兄弟俱乐部交通维权顾问王金伍及他在交通维权上做出的努力。东风兄弟俱乐部法律援助服务项目平均每月接到客户咨询电话40起。该项目从2024年启动以来，先后举办客户法律培训班100余场，帮助会员追回“公路三乱”罚款近30万元。

截至2024年11月底，东风兄弟俱乐部“爱心基金”在本已经援助家庭特困、车祸等会员十余起。“爱心基金”使用以来，5年

援助了困车祸、家人疾病的会员30余人。同时，俱乐部分部成员对这些遭遇不幸的兄弟以精神和物资方面支持，让他们感受到了东风大家庭的温暖。

早在2024年，本公司就领行业之先，创立了中国第一家全国性、公益性卡车司机组织——东风兄弟俱乐部，服务全国卡车司机兄弟，致力于为卡车司机提供营运解决方案。俱乐部除了提供紧急救援等车务服务外，还有交通法律、健康、车辆维修技术专家等顾问，帮会员解答相关问题。目前，东风兄弟俱乐部已拥有104家分部、13万余名会员，分布在全国各地，另有16对高速公路会员服务区。

3、对员工负责

对员工负责：价值共创，成果共享。

本公司视员工为第一财富，努力营造积极向上的企业文化氛围，为员工打造良好的工作环境和发展平台，致力与员工责任共担、和谐共创、成果共享。

本公司开展群众性经济技术创新活动坚持全员性、群众性特点，组织员工立足岗位开展改善活动，2024年实施群众性经济技术创新项目186项，创造经济效益560万元。

开展员工职业技能竞赛，实施人才发展规划，逐步实现了竞赛工种系列扩展由6个工种竞赛扩展至16个工种。

把“员工书屋”建设作为提升员工素质的重要工作，根据员工队伍现状，以打造技术型、知识型、复合型人才为活动目标，立足班组，以小型、分散、实用为原则，鼓励基层大力开展“员工书屋”建设，满足广大员工日益增长的精神文化需求。本公司商品研发院和铸造分公司“员工书屋”先后被授予全国总工会“职工书屋”示范点。

依法维护员工合法权益，本公司把完善员工代表大会制度和民主管理“四项制度”的推进和实施贯穿于生产经营全过程，积极推进工资集体协商和集体合同签订，定期开展劳动生产检查，保证员工的切身利益。

扶贫帮困爱心工程形成持续救助。在8月18日本公司“爱心日”捐赠仪式上，公司向“爱心工程”捐赠了110.5万元。2024年本公司“爱心工程”共救助困难员工161人次，发放救助金484678.84万元。

全方位商保——点滴关爱，汇聚温暖海洋，本公司投入商保形成100%覆盖。

“总经理在线”活动，耐心倾听，无缝沟通。从2024年开始，至目前共举办11次，形成了全员参与公司建设，共同的为公司发展出谋划策的良好企业文化氛围。

本公司积极组织文体活动开展，各类文化活动做到季季有安排、月月有活动。同时不断提高员工的参与率和文体活动项目的覆盖面，使丰富多彩、健康向上的文体活动充实在员工的业余文化生活当中。

职业生涯规划，重视人才培养，提升员工发展空间，年均开办各类培训班次近2024次。

4、对国家和社会负责

4.1 对国家负责：诚信经营，稳健发展。

本公司依照国家的法律法规规范地运作企业，诚信经营、稳健发展，2024年公司产销突破26.3万辆，以实际行动向国家展示了一个负责任企业的形象，用良好的业绩回报了对国家的责任。

■自主创新

2024年本公司继续加强标准体系建设，参与制订国家标准5项，行业标准 1项，完成技术标准在BOM内的更新18类，新增标准161项、标准 PDF图纸119份,完成本公司技术标准244项。

对自主创新的矢志不渝，使得本公司的研发理念由最初的“跟随市场”逐步转变到“引导市场”，在竞争中将“中国制造”逐步演绎为“中国创造”。本公司贯彻科技创新思想，产品开发、工艺制造等专利申报连续四年列东风汽车公司榜首。2024年，本公司共申报各类专利548项，与2024年相比增加2.6%，其中实用新型+发明专利总数为393项，专利占有率为71.5%，同比提升8.3%。其中自主研发的东风御风系列车型开发，申报专利74项；东风俊风共申报专利73项。

■带动地方经济发展

2024年，本公司为地方政府上缴税收20.13亿元（含郑州日产和常州东风），工业增加值贡献了45亿元，带动了多个行业迅猛发展，使汽车产业成为拉动当地经济发展的强劲动力，带来了经济繁荣和税收增长，为本地区经济发展做出了巨大贡献。

■提供就业岗位

截止到2024年12月，本公司提供了11000个就业岗位。

■安全生产

本公司按照东风公司“五个转变”、“六个落实”的要求，坚持致力于消除各类安全隐患，预防各类安全事故，杜绝重大安全事故发生。

6月安全环保月期间，以“科学发展、安全发展”为主题，狠抓安全生产，在全体员工中普及安全预防、事故应急、职业健康和环保知识，为公司安全、有序、健康发展编制全方位强有力的安全生产网。公司旗下各分子公司将安全生产理念贯穿在全年的工作中，将安全培训常态化，并不断创新形式，探索出符合自身实际的安全管理模式，实现了全年安全环保重大事故“六杜绝”。

本公司2024年安全生产工作中，没有发生一起死亡事故、重大压力容器爆炸事故、重大火灾事故、责任性重大交通事故、多人急性中毒事故、重大环境污染事故。工业户废水排放达标率为100%。全年公司克服员工持续高强度疲劳作业影响，加强日常安全教育与检查，全面达成安全指标。

4.2 对社会负责：回馈社会，共建和谐。

■本公司在注重企业发展的同时，踊跃参与社会公益事业活动： 2月15日，中国上市公司协会北京钓鱼台国宾馆正式成立，本公司当选为该协会首届常任理事单位。作为经国务院批准、中国证监会主管的全国上市公司自律组织，协会将承担起提高上市公司质量、促进完善公司治理、推动建立良好的公司文化、为会员企业共同利益

服务等四项职责。

4月16日，在襄阳市政府召开的扶贫开发工作会上，本公司荣获襄阳市“十一五”期间全市扶贫开发工作先进单位，并在会上作了交流发言。

8月9日，东风汽车公司在东风襄阳基地举行向襄阳灾区捐赠城市排涝车仪式，12辆救灾车辆共计200万元。

8月18日，本公司2024年“爱心日”暨第二批“捡回珍珠计划”捐赠仪式隆重举行，本公司向浙江新华爱心教育基金会捐赠67.5万元善款。本公司持续开展的“爱心工程”社会专项帮扶活动，深入推进“捡回珍珠计划”, 认养“珍珠生”252人。

9月19日，本公司召开东风“碳平衡”生态经济林产业基地建设汇报会，东风“碳平衡”基地已完成建园2500亩，农户每亩综合效益可超过4000元。

本公司自 1999 年上市以来，以全面贯彻科学发展观为指导原则，大力推进可持续发展的理念，在实践中始终追求企业与员工、社会、自然的和谐发展，以实际行动实现社会责任。本公司充分认识到，企业做为社会成员之一，应该积极履行其应尽的社会责任，在秉承“关怀每一个人，关爱每一部车”的经营理念的同时，提出了“学习、创新、超越”的企业哲学观。公司不但致力于落实对股东负责、对客户负责、对员工负责、对国家和社会负责、对合作伙伴负责、对环境负责的六大责任体系，还把社会责任渗透到企业发展战略之中，做到战略发展规划、方针、品牌建设都围绕企业的社会责任来展开，把社会

责任作为一个最基本的要素来考虑，在企业发展的战略层面上强化思想意识，同时强化并完善社会责任管理体系建设，以真正的履行公司的社会责任。

■反哺老基地,致力实现集团利益最大化。

吃水不忘挖井人，本公司一旦发展起来，必然要支持和回报老基地，这是基本的道义和责任。为了东风公司的发展，也为了本公司自身的发展，反哺老基地，带动零部件、装备等系统的发展，是公司必须要做的事情。事实上，本公司与十堰老基地的东风企业一直有着业务的联系和合作。据统计，为反哺十堰基地，本公司先后与东风实业公司、东风零部件公司、装备公司等相关单位签订了战略性的合作协议。

5、对合作伙伴负责

对合作伙伴负责：共创价值，携手发展。

本公司严格履行上市公司对合作伙伴的责任和义务，坚持依法经营，落实诚实守信，与合作伙伴共同担当风险，实现共同发展。

5.1 对供应商

■“金字塔”工程打造强势供应链

自2024年公司提出“金字塔”工程，到2024年，集中采购专业化供应商平台已经发力，实现了供应商水平提高与公司同步发展。公司按照五大专业、三个层次打造“金字塔”工程，使原来对供应商不规范的管理，形成了现在集中采购。

■供应商QCD联合提升工程

在实现与供应商共同提升质量的过程中，公司将QCD管理工具推广到供应厂商，在质量、成本、交货期方面加强对供应厂商的提升，一方面为供应商降低了作业成本，同时使供应产品的不良点数逐渐得到下降。

5.2 对经销商

5—8月，本公司旗下东风轻型商用车营销公司在全经销商范围（近600家）内开展“销售精英”大比武活动，定期评比出周冠军、月冠军和总冠军，与合作伙伴共同提升东风轻卡销售业绩。

6月初，东风轻卡全网内的14家经销商通过东风财务公司审批，正式开通了消费信贷业务，助经销伙伴提升销量。

7月22日，东风轻型商用车经销商理事会正式成立。11月20日, 东风轻型商用车第二届经销商理事会在上海召开，16家理事单位畅谈了对2024年商务政策的建议和意见，分析了东风轻卡与竞品之间存在的优势与劣势，以及对营销公司事业流程的沟通与衔接、制定大客户应急预算、广宣支持、产品结构等方面的问题，提出了许多中肯的意见和建议。经销商理事会的成立，建立起了厂家与经销伙伴的沟通畅通，实现双赢。

2024年，本公司旗下工程车事业部为达成销售目标，不断提升事业部产品在重点区域的竞争力和品牌形象，进一步提升营销能力，形成1+6+3营销区域，由总经理在内的领导干部分别与这些重点区域进行结对帮扶管理。

公司旗下东风零服将服务领域的产品拓展至汽车深度保养内的

产品领域，通过与国内知名的汽车保养用品制造商进行合作，向服务渠道提供价廉物美的正宗轻卡化学保养用品，不仅满足了客户的需求，也为公司在市场环境不利的状况下，寻找到了销量和利润上的新增长点。

2024年本公司先后举办12期“模压训练”，帮助经销商培训专业营销人员300多人。至此，模压训练开展以来，共为全国经销商培训业代2400余人。

7月份，本公司将汽车保险业务纳入到服务体系之中，形成了查勘、定损、理赔一条龙服务，旨在提升客户服务水平。

本公司不断创新营销模式，大大提高了营销网络的凝聚力和市场开拓力。如今，随着重组郑州日产，工程车事业部、海外事业部等销售单元在细分市场上屡建奇功，公司汽车销售得到了长足发展，逐步形成了分兵把守、各负其责的“1＋4＋1”的战略布局。近年来，依据国内轻型商用车市场的变化，审时度势，先后实施了分品系营销、模压训练等营销模式创新，为客户提供超值服务和创新价值。

5.2 对服务站

2024年10月份，由本公司旗下东风轻型商用车营销公司主办的2024年东风汽车股份60家重点服务站提升培训圆满结束，共160名服务人员分四批次参加了此次培训。

“1+N”布局在全国完成，累计建成省级中心站29家，地级中心站187家，建立有能力、服务质量高、服务响应快的分层级服务体系。

机动服务基本布局完成，累计配备209辆机动服务车，构建了快速外出服务保障载体。

专家诊断室运营成熟，全国配备远程诊断的单兵设备387台，日均开展诊断10余例，实现了快速的远程技术支援。

限时服务在湖北、河北、江苏三省全省推广，在山东、河南、广东、浙江、云南、福建的省级中心站所在地级区域推广。其中紧急调件管控及超时补偿在全国推进，为限时服务的推广打下坚实的基础。

本公司搭建了客户关系管理的平台并推向全国，实现了对32万有效用户进行程序化管理，为深化推进客户管理打下了坚实的基础。

全国累计开展定期定点284个，服务销售据点、空白县域、集团客户、客户集散地，为客户提供便利服务。

网络化服务体系是本公司的一个创举，以建立一个服务网络，保证服务的及时性、提高维修服务的一次修好率和满意度。2024年，公司在湖北试行全品系网络化服务工作，为在全国推广积累了经验，奠定了基础。

6、对环境负责

对环境负责：节约能源，美化环境。

创新绿色产品，减少污染排放，本公司以科技创新积极推动经济与环境的和谐发展，在中国汽车行业率先荣获ISO14001环境管理体系、GB/T18001职业卫生安全管理体系、ISO9001质量管理体系“三合一”认证证书以及通过国家3C认证。

6.1 节能减排

在国家节能减排工作不断推进的时候，本公司不断完善和促进节能减排的工作机制，成立了节能减排推进领导小组，每月对公司能源消耗情况进行统计分析，对表现不好的地方进行改善。2024年，公司加大了对节能减排技术创新工作的组织和宣传力度，以控制“三大指标”为核心，以制度建设为基础，初步构建了公司节能减排管理体系，加强指导、服务、协调和监查，在员工中开展了“我为节能减排献一计、实施一项小改善、创新一项新工艺、完成一项新成果”等节能减排活动，得到了积极响应。员工建言献策、节能减排工作累计创造巨大的经济效益。本公司广泛动员和组织员工参与到节能减排技术创新活动中来，坚持把节能减排活动与“群众性经济技术创新活动”相结合、与“创建工人先锋号”相结合，确保实现“三大指标”的控制目标。

作为国内车企首个植树固碳抵充工业碳排放的企业，东风汽车股份负责运行的东风“碳平衡”生态经济林产业示范基地第一期项目实施以来，已完成建园2500亩，农户每亩综合效益超过4000元，剩余2500亩种植面积在今年12月底前完成。

6.2 环保汽车

■严格满足法规排放标准

本公司严格按照国家法规排放标准，采用成熟可靠的电控高压共轨技术和iEGR技术实现排放升级。

■新能源汽车

3月8日—9日，VDL集团副总裁图森一行来公司参观访问，并

交流新能源合作项目。

8月10日—12日，本公司携纯电动校车、电动环卫车、电动物流车三款车型（三个“唯一”的标志：唯一一款校车车型、唯一一款示范运营达两年的新能源车型、唯一一款市政车型），参展“2024中国（杭州）国际新能源汽车产业展览会”。

10月10日—13日，中澳新能源汽车创新联盟2024高峰论坛首次在襄阳举办，本公司受邀出席论坛，并作主题报告。

10月16日，襄阳公交公司再添20辆东风天翼纯电动公交投入运营，使襄阳市的纯电动公交客车增加到53辆，在全国节能与新能源示范城市里处于领先地位。

10月23日，本公司国内第一辆10.5米纯电动“移动警务平台”交付襄阳市公安部门，这也是国内首创“纯电动流动派出所”。

11月29日，国家工信部规划司司长肖华一行参观东风汽车股份新能源商用车阵地，对本公司新能源商用车不同地区示范运营的模式以及新能源商用车事业下一步的发展方向表示了关注。

12月份，本公司旗下特种车事业部与襄阳市城市管理执法局签订了200辆纯电动自卸式垃圾车供货合同。

本公司是东风公司新能源汽车事业的主要担当者，早在2024年就着手新能源汽车的自主研发，相继推出“东风天翼”纯电动客车、物流车，以及“帅客MPV”、“奥丁SUV”、微型客车、物流车、环卫车等12款纯电动车型，已在14个省、市开展运营工作，其中东风天 18

翼纯电动大客、纯电动锐骐、纯电动奥丁、EJ02纯电动轿车等四款车型已取得公告，并进入国家示范运营车型推荐目录，特别是EJ02的正式亮相，不仅丰富了东风股份纯电动家族的产品线，还填补了东风公司纯电动微轿的空白。

三、存在不足及今后努力的方向

尽管在公共关系和公益事业、股东和债权人权益保护、职工权益保护、环境保护、职工保护、治理商业贿赂等方面履行承担社会责任做出了一定成绩，但我们也认识到企业社会责任是一个长期任务，是一个系统化的工程，公司目前的社会责任履行状况与国家、社会发展的要求仍存在一定差距，主要体现在公司对环境保护、发展成果共建共享及社会公益事业等方面仍需要进一步加强。为此，公司将在今后的经营管理中，积极履行社会责任，进一步遵循自愿、公平、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，接受政府和社会公众的监督。

东风汽车股份有限公司董事会

2024年3月22日

**第三篇：深圳奇诺电子科技有限公司介绍**

深圳奇诺电子科技有限公司简介深圳奇诺电子科技有限公司成立与2024年，注册资金30万元，是深圳市专业的电子产品生产厂家，并且集生产和批发为一体。公司主服务于各中小个体商铺、网络店铺以及地摊、夜市等，为其提供优质的电子产品；同时我公司也与全国各地众多大中小型企业有着亲密合作，为各企业的各类活动以及送给客户的礼品等提供个性化定制的电子产品。

我公司生产的电子产品主要有：mp3、mp4、mp5、psp游戏机、键盘、鼠标、笔记本散热架、音响以及手机、内存卡等。其中mp3、mp4、手机和内存卡是我们的支柱产品，在业界和客户一直以物美、价廉著称。在2024年我公司投入大量人力和财力研发平板电脑，成功生产出搭载安卓系统的低、中、高端平板电脑，2024年会在平板电脑的生产和宣传上加大力度。

公司共有37名员工，其中研究生2人，本科10人；设有生产部、质检部、销售部、后勤部四大主要部门。四年来，在各个部门的合作和努力工作之下，公司业绩逐年上升，销售网络已覆盖内蒙古、黑龙江、辽宁、江苏、浙江、上海等20多个省（包括自治区和直辖市）。

我们相信通过我们的不断努力，我们很快会把我们产品深入到更多城市，惠及更多中小企业和想创业的个人，与大家一起实现互利共赢！

深圳奇诺电子科技有限公司 百度百科：http://baike.baidu.com/view/6805515.htm 深圳奇诺电子科技有限公司 官方网站：http://

**第四篇：深圳速度技术有限公司产品介绍**

深圳速度技术有限公司产品介绍

反假工作站：

反假币宣传活动工作总结

为进一步宣传反假货币知识，有力的打击犯罪活动，维护社会经济稳定，提高广大群众的假币鉴别能力和反假币意识，联社营业部在2024年10月份开展了反假人民币宣传月活动，积极组织开展了内容丰富、形式多样的反假币宣传活动，不断增强人民群众反假币的意识和识假的能力，有效提高了反假人民币工作水平，取得了明显成效。

1、宣传的方式活动中我们以柜台宣传为主，结合其他卓有成效的宣传方法。一是通过安装液晶显示屏、张贴标语、为宣传活动制造声势，使广大人民群众关注反假币宣传活动；二是充分利用柜台发放宣传资料，向储户讲解了识别真伪人民币的鉴别方法，提高人民群众的防假意识和识假技能；三是营业部设立宣传点进行宣传，对储户发放宣传资材料300余份，宣传人民币防伪措施。同时还提供了残损币和零钞的兑换服务，提高流通中人民币的整洁度，受到了储户的普遍欢迎。

2、宣传取得的效果通过对“反假币”的宣传，使广大城乡居民充份认识到位、贩假币是一种违法行为，了解到假币的危害性，增强了自我保护能力，维护了人民币的信誉与当地的经济秩序和社

为进一步宣传反假货币知识，有力的打击犯罪活动，维护社会经济稳定，提高广大群众的假币鉴别能力和反假币意识，联社营业部在2024年10月份开展了反假人民币宣传月活动，积极组织开展了内容丰富、形式多样的反假币宣传活动，不断增强人民群众反假币的意识和识假的能力，有效提高了反假人民币工作水平，取得了明显成效。

1、宣传的方式

活动中我们以柜台宣传为主，结合其他卓有成效的宣传方法。一是通过安装液晶显示屏、张贴标语、为宣传活动制造声势，使广大人民群众关注反假币宣传活动；二是充分利用柜台发放宣传资料，向储户讲解了识别真伪人民币的鉴别方法，提高人民群众的防假意识和识假技能；三是营业部设立宣传点进行宣传，对储户发放宣传资材料300余份，宣传人民币防伪措施。同时还提供了残损币和零钞的兑换服务，提高流通中人民币的整洁度，受到了储户的普遍欢迎。

2、宣传取得的效果

通过对“反假币”的宣传，使广大城乡居民充份认识到位、贩假币是一种违法行为，了解到假币的危害性，增强了自我保护能力，维护了人民币的信誉与当地的经济秩序和社

**第五篇：上海新格有色金属有限公司**

上海新格有色金属有限公司

新格集团自1978年开始，持续致力于铝回收与再利用事业。上海新格成立于1993年，是台商控股的中外合作企业，注册资金3800万美元，占地面积36万平方米，建筑面积9万平方米，员工人数近2024人。1996年以“SIGMA”品牌在伦敦金属交易所（LME）注册，是中国唯一获准进入LME市场交割的二次铝合金厂商。

2024年大纪铝业与上海新格金属共同新建大纪－新格工程公司 再生铝生产商大纪铝业与上海新格金属公司宣布，将共同新建大纪－新格工程公司，该公司将从事熔炼设备的生产及市场推广。新公司将采用大纪技术生产再生铝熔炼炉和静置炉。新建初期将在中国进行市场推广，之后将逐步拓宽至全亚洲。大纪拥有新公司70％的股份，余下的30％则由新格所有。

2024年花园式新工厂建成。厂区占地540亩，绿化面积31%，大胆进行环保投入，已陆续投资5400万元，占投资比例的15%。

2024年产值49亿人民币产能产量全国同行排名第一。年底，上海新格有色金属有限公司收购漳州灿坤实业有限公司铝熔炼厂。此次收购使上海新格再生铝年产能达到50万吨，进一步巩固了其亚洲最大再生铝生产企业的地位。

2024年1月，投资2024万美元，收购灿坤集团熔铝厂，建立漳州新格。至此，新格集团包括台湾高雄、上海、漳州三地工厂，总产能56万吨，新格集团将以高标准为起点，生产高品质的铸造铝合金材料，步入世界最先进的合金企业行列。新格是目前国内最大的再生铝合金生产商。据该公司黄耀滨董事长介绍，其原料主要从俄罗斯、美国进口，产品30%销往国内，其余销往美国、台湾,目前产品供不应求。

2024年从上海新格有色金属有限公司了解到，上海新格主要生产压铸铝合金与压铸锌合金，按照新格的生产计划来看，其铝合金月产量在25000吨左右，锌合金在4000吨左右，总体年产量将达30多万吨。

另据一位负责人介绍，按照公司的进度来看，截止到9月底，其目标已完成了75%多，产量同比去年有很大的增幅。该位负责人还介绍说，新格国内外的市场份额相当，出口量稍多于内销量，目前国内的大客户主要有东风日产、比亚迪、北京东南等知名汽车企业。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找