



北京汽车股份有限公司

BAIC MOTOR CORPORATION LIMITED*

(于中华人民共和国注册成立的股份有限公司)

2016年度环境、社会及管治报告

行有道·達天下

Your Wish · Our Ways

股份代号: 1958

* 仅供识别

报告范围及释义

本报告在介绍北京汽车股份有限公司在相关环境、社会及管治 (ESG) 议题方面的表现时, 以北京汽车股份有限公司集团层面的相关政策、理念及目标为导向, 并展开阐述本公司及其附属公司的具体落实及表现情况。

为方便表述, 本报告中:

[本公司]、[公司]、[北京汽车] 指北京汽车股份有限公司;

[本集团]、[我们] 指本公司及其附属公司。

其他释义: 如未特别说明, 本报告释义请参考本公司《2016 年年报》。

报告发布周期

本报告为本公司发布的第一份环境、社会及管治报告, 报告时间范围为 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日, 部分内容或超出上述时间范围。

报告编制原则

本报告参照香港联合交易所有限公司发布的《环境、社会及管治报告指引》、全球报告倡议组织发布的《可持续发展报告指南》(G4) 等标准要求编写。

报告数据说明

本报告中的部分财务数据来自《2016 年年报》, 如数据与《2016 年年报》不一致, 请以《2016 年年报》为准。其他数据主要来源于本集团内部统计数据。本报告所涉及货币金额以人民币作为计量币种, 特别说明除外。

报告发布形式

本报告提供中文及英文两个版本, 在对两种文本理解发生歧义时, 请以中文文本为准。

报告电子版可在香港联交所网站及本公司官方网站查阅。

联系方式

投资者专线: (86) 10 5676 1958

(852) 3188 8333

邮件: ir@baicmotor.com

地址: 中国北京市顺义区仁和镇双河大街 99 号

更多详情, 请扫描下方二维码



北京汽车



ESG 报告

董事长致辞	02	展望	74
总裁致辞	04	附录	76
关于我们	06		
06 公司简介		76 实质性议题分析	
06 业务概览		76 责任沟通	
08 发展历程		77 ESG指标索引	
10 经营业绩		78 GRI指标索引	
10 企业荣誉			

行有道·達天下
Your Wish · Our Ways

1 行稳健之道
达价值天下



- 14 协同国家战略
- 16 坚守诚信合规
- 18 提升价值创造

2 行匠心之道
达品质天下



- 24 坚持自主创新
- 28 提供优质产品
- 32 提升客户体验

3 行人文之道
达骏业天下



- 36 打造多元团队
- 38 助力员工成长
- 40 营造安全健康的环境
- 42 打造以奋斗者为本的企业文化

4 行协调之道
达共赢天下



- 48 携手供应商共赢
- 52 强化经销商合作

5 行低碳之道
达绿色天下



- 56 绿色设计
- 60 清洁生产
- 64 绿色产品

6 行善举之道
达和谐天下



- 68 开展公益活动
- 72 践行志愿活动



党委书记、董事长 徐和谊

2016年度，实现营业收入

1,162 亿元

2016年度，本公司权益持有人应占净利润

63.67 亿元

变革的时代，形势的发展一日千里；转折的关口，竞争之路百舸争流。根据中国汽车工业协会的数据，2016年度，中国实现乘用车销售2,437.7万辆，同比增长14.9%，市场的快速发展与互联网、物联网的兴起，促使汽车行业充满机遇与挑战。在这个新时期，本集团紧密围绕“供给侧结构性改革”主线，强化自主品牌建设、推进合资品牌做大做强、布局新能源，调结构、促改革、谋发展，报告期内实现营业收入人民币1,162亿元，同比增长38.1%；归属本公司权益持有人应占净利润人民币63.67亿元，同比增长91.9%，实现每股收益人民币0.84元，取得良好的经营业绩。本集团在不断提升价值创造能力的同时，主动承担社会责任，推动企业及社会可持续发展。

行匠心之道。汽车逐步从交通工具向大型移动智能终端、储能单元和数字空间转变，在电动化、智能

化、网联化、轻量化新趋势下，本集团以“工匠精神”为引领，不断健全以汽车研究院为核心、广泛开展产学研合作的开放式创新平台，建立高水准的技术研发生态体系，不断强化自主品牌整车、关键系统和核心零部件的开发及制造能力。2016年，我们与百度在智能汽车领域展开广泛合作，开展智能化研究，以创新为企业和产品赋予更多内涵，为客户创造更多价值。

行人文之道。“致天下知之治在人才”，我们深知创新激发活力，而人才决定未来。在转型发展的关键时刻，本集团不断调整和优化人才结构，吸引高端化、创新化、青年化的人才加入，不断建立健全人才晋升渠道，提供多元化学习和提升平台，广泛开展员工关爱，打造舒适的工作环境，让人才红利成为企业发展的内生动力。

行协调之道。汽车行业现代生产体系的建立，依赖于价值链上下游通力合作，通过资源整合，进一步优化核心发展环节。我们一方面与上游价值链合作，建立动态的管理与合作模式，逐步打造智慧供应链，为智能制造和国际化发展奠定基础；另一方面强化下游经销商管理，逐步建立标准化与个性化相结合的消费空间，完善销售网络布局，以实现企业持续发展与价值链共赢。

行低碳之道。国家“十三五”绿色发展理念的提出，为汽车行业向更加绿色、低碳发展提出新要求，北京汽车积极响应国家战略，全面参与“国六”标准制定，推动整车生产进一步降低环境影响。同时，本集团坚持“电动化”，布局新能源汽车，2016年全新上市的纯电动A级轿车EU260、国内首款电动SUV EX200，引领绿色低碳出行。

行善举之道。本集团在自身发展的同时，将社会责任与发展战略有机结合，积极投身社区公益，在教育、环保、关注社会弱势群体方面持续投入，践行企业社会责任。

面向“十三五”，本集团将牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，将北京汽车的发展与环境、社会相统一，践行企业长足持续发展之道。■

二零一七年七月二十五日



党委副书记、总裁 陈宏良

2016年度，整车销售

192.9 万辆

2016年度，节能环保工作上投资总额约

7.1 亿元

2016年，本集团继续完善产业转型升级，发展自主品牌，坚持稳健运营。北京汽车业绩表现可圈可点，其中，自主品牌保持了加速增长态势，实现年度毛利首次转正；以北京奔驰为首的合资板块则延续了以往卓越的业绩表现，实现了销量与利润的突破性提升。北京品牌、北京奔驰、北京现代、福建奔驰合计实现整车销售192.9万辆、同比增长16.4%，近五年销量复合增长率达16.7%，高于中国乘用车行业的整体增速，最终实现销量带动业绩的大爆发。

坚持自主创新，履行产品责任。本集团致力打造开放式创新平台，建设创新人才梯队，尊重创新成果保护，加强校企合作，不断完善产学研体系。截至2016年底，创新课题成果应用率接近80%。经过几年的努力，在竞争日益激烈的国内车市，北京汽车的自主品牌从品质到外观、从可靠性到成本控制都得到大幅提升，自主品牌五年完成100万辆整车

的生产。在产品质量层面，北京汽车将“工匠精神”内化为企业文化，强化质量闭环管理，以产品创新和品质提升市场竞争力。

悉心关爱员工，打造多元团队。本集团关注员工健康安全，注重员工发展，在保障员工基本权益的前提下，为员工创造更多发展可能性。2016年，员工培训总学时数达1,770,364小时；员工人均学时数达70.4小时。

携手供销合作，构建完善供销链。本集团联动供应商与经销商，力求多方携手共赢。有效评估供应商社会及环境风险并进行相应管理，2016年，本公司对161家供应商进行培训，培训满意度达93%。

坚持绿色运营，倡导绿色出行。本集团坚持低碳生产，践行排放物管理与节能减排举措，同时积极向员工及社会公众宣传绿色环保理念，投入大量资金

打造新能源汽车。2016年，本集团在节能环保工作上投资总额约人民币7.1亿元；参与“国六”标准制定并获“中国轻型汽车第六阶段排放标准编制工作突出贡献”奖。

投身社会公益，坚持扶贫济困。本集团饮水思源，连续开展青海玉树公益助学、“美好北汽·与爱同行”、内蒙治沙等公益活动，在教育助学、关爱弱势群体、环保等领域持续投入。本集团建立青年志愿者团队，服务国际标准化组织(ISO)大会、北京国际马拉松、国际青年交流营等大型活动，积极回馈社会，践行社会责任。

展望2017年，本集团仍将坚定不移的践行可持续发展，联动多方利益相关方打造更加创新、绿色、高质量的产品及服务，履行企业公民的责任，与社会、环境共同发展。■

二零一七年七月二十五日

公司简介

北京汽车股份有限公司成立于 2010 年 9 月，是北京汽车集团有限公司乘用车整车资源聚合和业务发展的平台，是北京市政府重点支持发展的企业。2014 年 12 月 19 日，本公司完成首次公开发行 H 股并在联交所主板挂牌上市。作为中国能够契合市场需求且具高速增长潜力的乘用车制造商，我们的主要业务涵盖乘用车研发、制造、销售与售后服务，乘用车核心零部件生产、汽车金融、以及其他相关业务，我们拥有：具有先进技术平台且销售快速增长的北京汽车自主品牌业务；历史悠久的梅赛德斯－奔驰豪华车业务；以及销售稳健增长的北京现代中高端品牌业务。我们提供的乘用车品牌组合高度多元化且互补，覆盖了合资豪华、合资中高端、自主品牌中高端和自主品牌经济型乘用车不同的细分市场。我们提供多种乘用车车型，覆盖了中大型、中型、紧凑型及小型轿车、SUV、MPV 和交叉型乘用车产品，可满足消费者对不同种类车型的要求。

北京汽车股份有限公司以科学发展观为统领，以提高企业核心竞争能力为目标，坚持自主创新，规模发展，以建设“实力北汽、规模北汽、世界北汽，和谐北汽”为战略方向，坚持国际合作和自主发展相结合，调整优化产品结构和产业结构，提升全价值链的综合竞争力，从而建成国内一流、具有国际竞争力的大型汽车企业，成为国内自主品牌中高端乘用车的标杆企业。截至 2016 年底，本集团员工总数 25,159 人，营业收入 1,162 亿元，同比增长 38.15%。

截至 2016 年底，本集团员工总数

25,159 人

业务概览

乘用车



绅宝

“绅宝”是本集团自主中高端乘用车产品系列，以重视车辆性能和成本效益的消费者为目标群，“为性能执着”是绅宝的品牌理念。

北京

“北京”系列是传承北汽越野半世纪的军车血统与硬派基因打造的越野先锋品牌，“唯越野行无疆”是北京的品牌理念。


Mercedes-Benz
北京奔驰


北京现代
NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.


Fujian Benz
福建奔驰

乘用车核心 零部件

本集团生产整车产品的同时，亦通过北京品牌、北京奔驰、北京现代的生产基地生产发动机、动力总成等制造发动机、变速器和凸轮轴及连杆等乘用车核心零部件。

汽车金融

本集团通过联营企业北京汽车集团财务有限公司、北京现代汽车金融有限公司、梅赛德斯－奔驰租赁有限公司等开展北京品牌、梅赛德斯－奔驰品牌、现代品牌的汽车金融及汽车后市场相关业务。

威旺

“威旺”系列产品集中于交叉型乘用车、MPV 及 SUV 车型，以小微企业用户和个人用户为目标群，“引领幸福未来”是威旺的品牌理念。

新能源产品

在生产传统燃油乘用车的同时，北京品牌也积极推动基于传统车型的新能源车的生产，并于 2015 年度完成了所有生产基地的新能源生产技术改造，大力推进纯电动新能源乘用车的研发与制造，并成为纯电动新能源车业务的领跑者。

北京奔驰

北京奔驰自 2006 年起生产和销售梅赛德斯－奔驰品牌乘用车。目前，北京奔驰生产和销售梅赛德斯－奔驰 E 级轿车、C 级轿车、GLC 级 SUV 及 GLA 级 SUV 四款车型。

北京现代

北京现代自 2002 年起生产和销售现代品牌乘用车。目前，北京现代生产和销售涵盖中级、紧凑型、A0 级等全系主流轿车以及 SUV 车型的共十余款产品。

福建奔驰

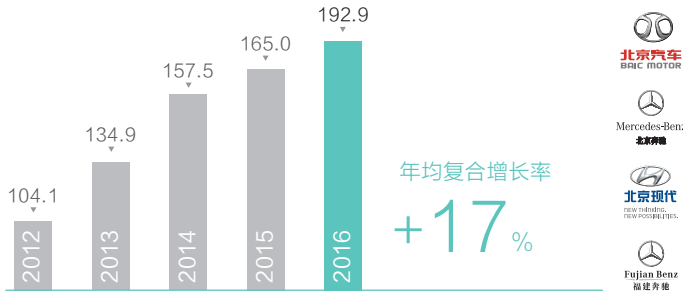
福建奔驰自 2010 年起生产和销售梅赛德斯－奔驰品牌多用途乘用车及轻型客车。目前福建奔驰生产和销售梅赛德斯－奔驰 V 级、新威霆及凌特三大系列产品。

发展历程

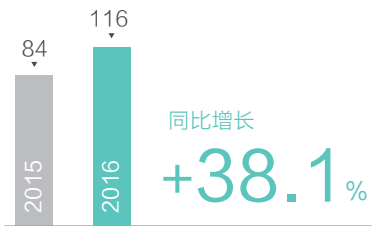


经营业绩

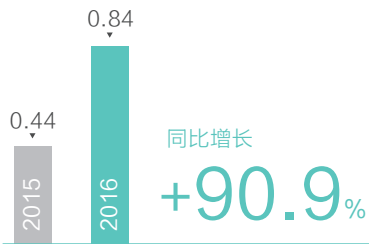
■ 本集团2012年至2016年销售变化情况（万辆）



■ 营业收入（人民币十亿元）



■ 基本每股收益（人民币元）



轩辕奖（全新体验奖）

轩辕奖评选委员会

绅宝 X55 和 X25 荣获 2015 年中国设计红星奖

中国设计红星奖委员会

大型汽车“产业联动”创新平台构建与实施荣获第五届北京市第三十一届企业管理创新成果二等奖

北京市企业管理现代化创新成果
评审委员会

中国轻型汽车第六阶段排放标准编制工作突出贡献奖

环境保护机动车排污监控中心

上市公司年度大奖

香港股票分析师协会

北京市国有企业安全生产工作创新奖
北京市安全文化建设示范企业

北京市安全生产监督管理局

全国机械工业质量效益型先进企业
全国机械工业质量奖

中国机械工业质量管理协会

2016 年市场关注新车（A0 级 SUV）满意度第一名

中国质量协会用户委员会

2016 中国自主品牌 100 佳

人民日报社人民论坛杂志社、国家治
理周刊、人民论坛网

2016TTA 自主品牌车型评选——年度影响力大奖

腾讯汽车

2016 “第十四届”中国企业竞争力年会——卓越表现评选之最佳年度业绩奖

《中国经营报》社

年度风云汽车企业奖

中国新主流媒体汽车联盟主办，搜狐
汽车承办

中国品牌年度特别大奖——创新大奖

世界经理人

2016 年北京市科技奖一等奖（获奖项目名称：乘用车关键技术
创新及其在绅宝 D70 系列化车型开发中的应用）

北京市政府

2016 年中国汽车工业科学技术奖二等奖

中国汽车工程学会

企业荣誉

2016 年中国证券“金紫荆”颁奖典礼

- 北京汽车股份有限公司
获得“最具投资价值上市公司”大奖
- 北京汽车股份有限公司董事长徐和谊
获得“最具影响力上市公司领袖”大奖





1

行稳健之道 达价值天下

- 协同国家战略
- 坚守诚信合规
- 提升价值创造

协同国家战略

北京汽车积极响应国家“京津冀协同发展”、“一带一路”等战略部署，秉承“整体布局、谋而后动、步步为营、重点突破”经营方针，将本集团的发展与国家战略政策及社会经济发展需求高度统一，提出以互联网思维重构传统汽车制造业和北汽产业价值链与整体业务链，用改革创新实践推动规模化、高端化、国际化、服务化、低碳化发展，助力国家战略落地过程中资源的流动及技术、经济、社会、文化交流。



案例

助推京津冀一体化，北京现代河北沧州建工厂



在京冀两地联手，企业与地方协同的多点面推动下，2016年10月，北京现代第四工厂—整车及发动机生产基地落户河北省沧州市并开始投产，总投资约为人民币74.5亿元，占地面积2,868亩，整车年产能30万辆、发动机年产能20万台。

该基地将公司的自身发展战略同京津冀战略契合起来，协同发展，走出北京，拉动当地就业和经济发展。沧州工厂将直接带动就业6,000人以上，带动整车零部件物流、服务贸易、汽车金融以及相关产业产值超过人民币1,000亿元。

案例

协同一带一路，布局南非

有着“彩虹之国”美誉的南非位于非洲大陆最南端，是海上丝绸之路的另一个端点，北京汽车积极响应国家“一带一路”战略，在南非伊丽莎白港市库哈工业区建设北汽南非工厂。北汽南非工厂既是中国企业 在南非及非洲一次性投资规模最大的汽车制造工厂，同时也是本土化程度最高的汽车制造工厂。建成后不仅促进北京汽车产品出口，成为推动北京汽车国际化战略布局的“能量源”，也进一步推动南非汽车工业的发展，为当地提供更多就业

机会，促进中国和南非在经济、人文方面的广泛交流。

南非工厂是北汽集团国际化的龙头项目，是北汽第一座海外整车制造工厂，是我们立足南非，辐射非洲大陆和欧洲、大洋洲市场的重要布局。我们将以资金、技术、产品、人才和品牌的全方位资源保障，推动这一项目迈向成功。

——北京汽车董事长 徐和谊

坚守诚信合规

持续诚信经营是企业立足之本，也是企业规避风险的重要源头。本集团遵照运营所在地颁布的《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国公司法》、国家工商行政管理局《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规要求及基本的道德准则开展工作，并制定《合规管理办法》、《合规举报管理办法》及企业的商业行为准则等内部制度，编制合规管理规范，明确合规管理的内容、体制、机构、职责等，特别针对反商业贿赂、反垄断、反不正当竞争等重点领域，强化防范贪腐风险，坚守诚信合规。报告期内，本集团并未知悉发生任何违反运营地反贪污、反贿赂、反欺诈及反洗钱等法律法规所引起的诉讼。



强化廉政体系建设

- 在廉政教育、效能监察和创新型惩防体系建设等方面已取得初步成效
- 严格落实廉政建设监督责任，聚焦主责主业，深入探索创新，从 6 个方面、22 个环节加强廉政监察工作，提升监督执纪问责水平
- 精准监督 – 探索推进创新型惩防体系建设

通畅举报沟通渠道

- 设立来访举报、举报信箱、邮箱、电话等全方位的信访举报渠道，确保沟通渠道的畅通
- 在信访举报案件查办过程中，严格执行《北汽股份关于办理实名举报的暂行办法》等相关规定，确保举报人的权益和安全

加强廉政教育宣传

- 因材施教 – 定制课堂助推廉政教育出实效
- 围绕“责任、极简、融合”主题，开展企业廉洁文化宣讲
- 开展家庭助廉活动
- 举办廉洁书画摄影展
- 参观北京市检察院反腐教育警示基地
- 进行预防职务犯罪专题讲座
- 组织反贪污专题考试
- 进行“餐前十分钟”廉洁谈话
- 举办反腐知识在线竞赛

提升价值创造

面对“十三五”的机遇与挑战，本集团践行国家“十三五”战略规划和“中国制造 2025”国家战略，以向建设制造服务型和创新型企业转型为战略，不断整合资源，逐步形成以北京为中心，重庆、广州、株洲、沧州相呼应的乘用车整车基地，产品逐步实现向全国市场的近距离覆盖，通过业务在地区延伸，提升企业价值创造能力。



北京品牌

2016 年度，北京品牌乘用车实现销售 45.7 万辆，同比增长 35.6%，增速远高于行业整体及中国品牌增速，加速增长势头明显。其中绅宝系列实现销量 20.1 万辆，同比增长 65.1%，北京系列实现销售 2.8 万辆，同比增长 619.7%；威旺系列实现销售 18.0 万辆，同比减少 5.8%；新能源乘用车实现销售 4.83 万辆，同比增长 138.7%。

北京品牌积极推进技术升级

-  **电动化** 新能源产品在细分市场占据领先地位
建立共平台开发流程
-  **智能网联** 启动下一代智能驾驶舱等四个重点项目
联合百度在 CES 发布“NOVA-PLS”
-  **国际化** 绅宝品牌完成 8 款产品的国际化改造
合资成立北汽南非、布局海外市场



Mercedes-Benz 北京奔驰

北京奔驰

2016 年，北京奔驰延续爆发式增长态势，实现整车销量 31.7 万辆，同比增长 26.7%，增速远超其他合资豪华品牌乘用车制造商，继续引领中国豪华车市场快速增长。目前，北京奔驰建有戴姆勒于合资公司中最大的研发中心，包含气候腐蚀、整车排放、发动机和振动噪声等 7 个先进的实验室，以及研发试制车间和测试跑道，为梅赛德斯－奔驰国产车型的研发、生产提供重要的技术支撑。



2016 年度，北京奔驰获得由科尔尼管理咨询公司与全球知名商业周刊 Produktion 共同发起、旨在发现并表彰全球制造业企业典范的“2016 年度全球卓越运营工厂－最佳大规模制造厂商”。这一奖项的获得，标志着北京奔驰的制造与运营能力已经全面达到世界尖端水平，在树立行业标杆的同时，也为中国制造推开了走向全球的荣耀之门。



北京现代 NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

北京现代

2016 年，北京现代的产品结构进一步优化，SUV 产品销量同比增长 30.1%，D+S（D 级轿车 + SUV 车型）比重进一步提升至 50.3%。2016 年，为迎合行业发展及消费升级，北京现代积极在新能源领域布局，发布了新能源「NEW」计划，并发布首款新能源产品－第九代索纳塔混合动力版。2016 年，实现整车销售 114.2 万辆，同比增长 7.5%，销量排名稳居合资品牌第四位，连续四年销量超过 100 万辆。

■ 新能源战略——NEW 计划



Fujian Benz 福建奔驰

福建奔驰

2016 年，本公司通过对福建奔驰 35% 股权的收购，加之与福汽集团签署的一致行动协议，福建奔驰正式成为本公司的合营公司。本次交易的实现，进一步深化了本公司与戴姆勒等合作方的合作范围，实现相关方在梅赛德斯－奔驰品牌的全面战略合作。同时，本次交易也有助于丰富本公司的产品线，并且通过技术、人才、战略全方位的协同，实现强强联合下的市场开拓，有利于本公司及股东的整体利益。2016 年，福建奔驰实现整车销售 1.26 万辆，同比增长 87.5%，取得了良好的发展势头，并推出全新 V-Class 以及全新威霆两款新产品。



2

行匠心之道
达品质天下

- 坚持自主创新
- 提供优质产品
- 提升客户体验

坚持自主创新

作为首都经济高端产业和现代制造业的重要支柱企业之一，本集团秉承自主创新、严谨求实、卓越品质、用户至上的研发理念，在质量、成本、进度管控能力持续提升，项目开发、标准体系、产品验证、专利管理趋于成熟，智能化、低碳化、精细化实现了突破。本集团注重研发队伍建设，根据国家和政府倡导和支持的汽车产业发展方向和政策，持续推进产学研合作，并通过不断完善创新激励办法及科研成果保护制度，积极鼓励创新科研，致力发展自主品牌。2016 年，开展自主品牌自主科研课题近 30 项，结题课题的成果应用率接近 80%。



开放式创新平台

- 与研究所、高校、专业联盟、其他主机厂共同开展课题研究和学术交流，推动产学研合作；
- 针对专业技术前瞻和新技术及研发工作的问题进行研究、攻关，建立跨单位、部门，以专家和专业技术人员组成并以科技带头人和劳模命名的创新工作室 14 个，其中北京市级的有 6 个；
- 北京汽车研究院设有“知识管理信息系统”，建立《知识产权管理办法》为给科技创新营造创良好的激励氛围。

创新人才培养

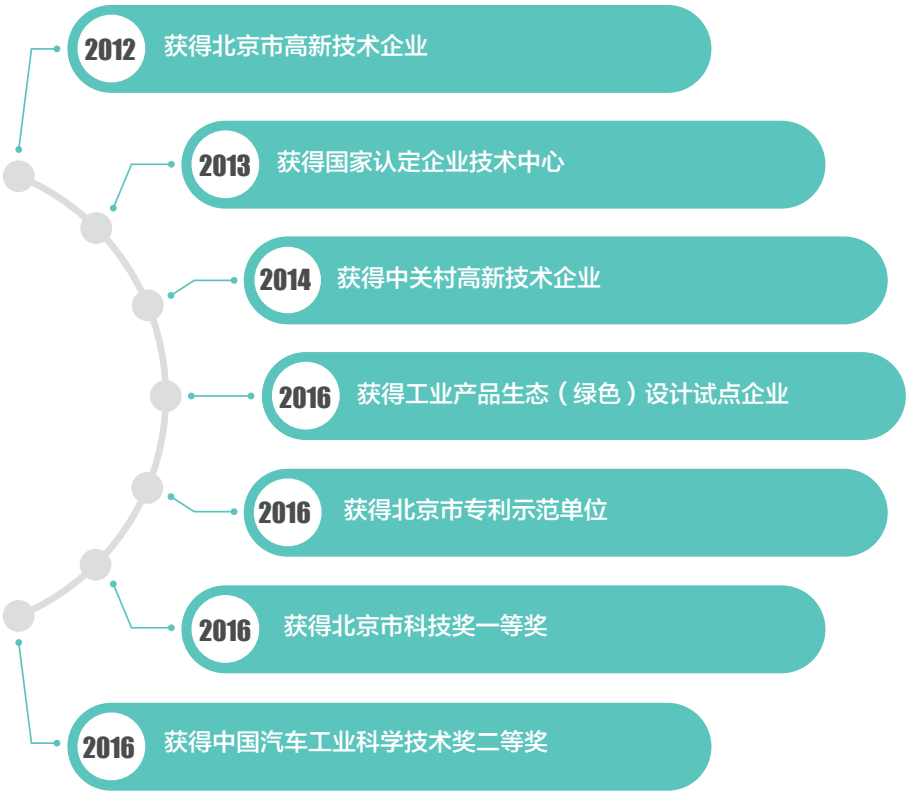
- 北京汽车研究院在培训工作上围绕助推战略变革和助力员工绩效改进为目标，持续优化和改善 BVDP（分为四个层级）人才培养体系；
- 从体系建设、分层分类培训实施、精品化管理层领导力项目和应届生培养方面实施相关工作。

知识产权管理

- 设有《知识产权管理办法》、《科研课题管理办法》、《科技成果管理办法》，对
本公司的知识产权、科研课题、科技成果、技术标准化等进行管理和保护。

创新成果

- 一种电子驻车机构和汽车获得中国发明协会颁发的“第九届国际发明展览会葡萄牙
发明协会国际特别奖”；
- “北汽股份企业级 BOM 管理系统项目”、“一种安全带高度自动调节装置及汽车
项目”等 16 个项目获得北京发明协会 / 北京职工技术协会颁发的“优秀奖”；
- 车辆胎压自动调节系统、节能型车辆负载控制系统等研究获得中国发明协会颁发的
“发明创业奖”金奖两项，银奖两项，铜奖三项；
- 截至 2016 年末，北京汽车专利申请总量 3,791 项，拥有专利 3,204 项；2016 年
新增专利申请数 941 项，新增专利 855 项。



案例

北京汽车携手百度签署智能汽车战略合作



北京汽车与百度智能汽车在智能汽车领域达成全面战略合作，共同致力于推进未来汽车智能化升级。合作方将在智能汽车、车联网、L3 级智能驾驶、高精度地图及车载地图、联合品牌运营等领域及其他新兴领域建立紧密和共赢的战略合作伙伴关系，实现合作领域技术开发、市场应用、资源信息共享、优化和共同发展。

北京汽车在探索从传统制造型企业向制造服务型和创新型企业转型升级的过程中，已将“智能化”战略定为主线之一。此战略合作显示了传统制造业与新兴互联网产业的深度融合，合作方将发挥各自的优势，将最大程度缩短自动驾驶的研发周期，共同推动智能驾驶的发展，并为未来人类出行带来全新体验。

提供优质产品

以“工匠精神”为引领，本集团通过设定长远质量战略、构建完善质量体系、积极推进体系创新、实行质量闭环管理，自上而下实现产品质量保障。本集团的质量体系以质量领导力为核心，将质量文化融入并落实到过程中；以战略为先导，以绩效为度量手段，紧密围绕顾客要求及相关方的需求与期望，保证价值链运营过程准确把握质量方针，追求并超越顾客满意、满足相关方要求。报告期内未发生缺陷汽车产品召回事件。

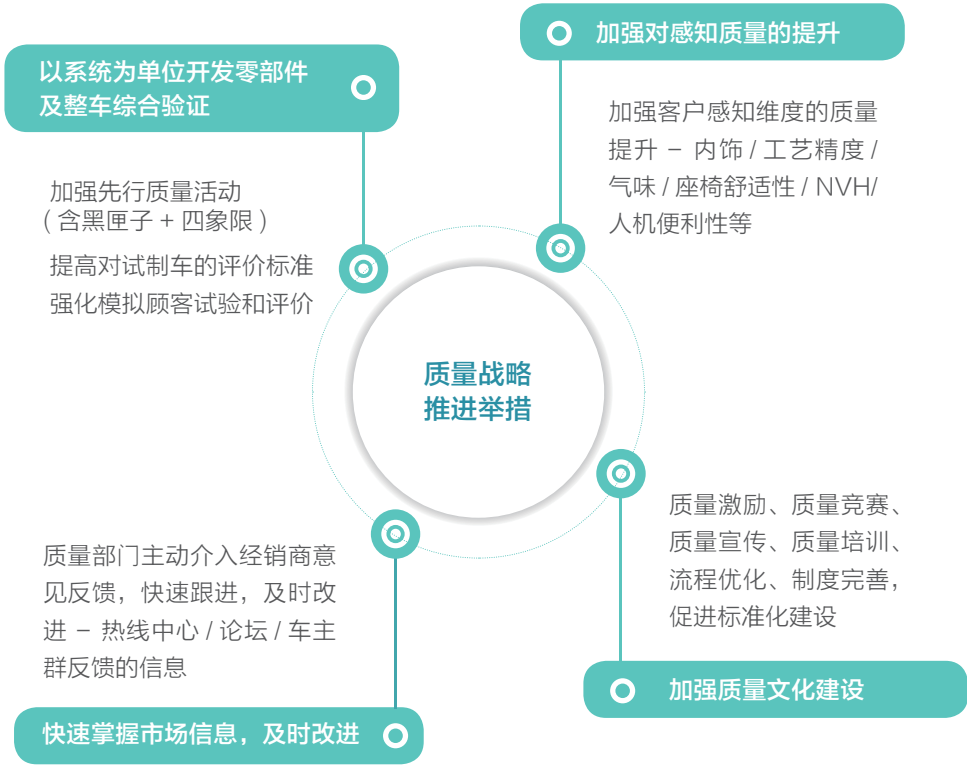


绅宝 X55 荣获 2015 年中国设计红星奖
绅宝 X25 荣获 2015 年中国设计红星奖

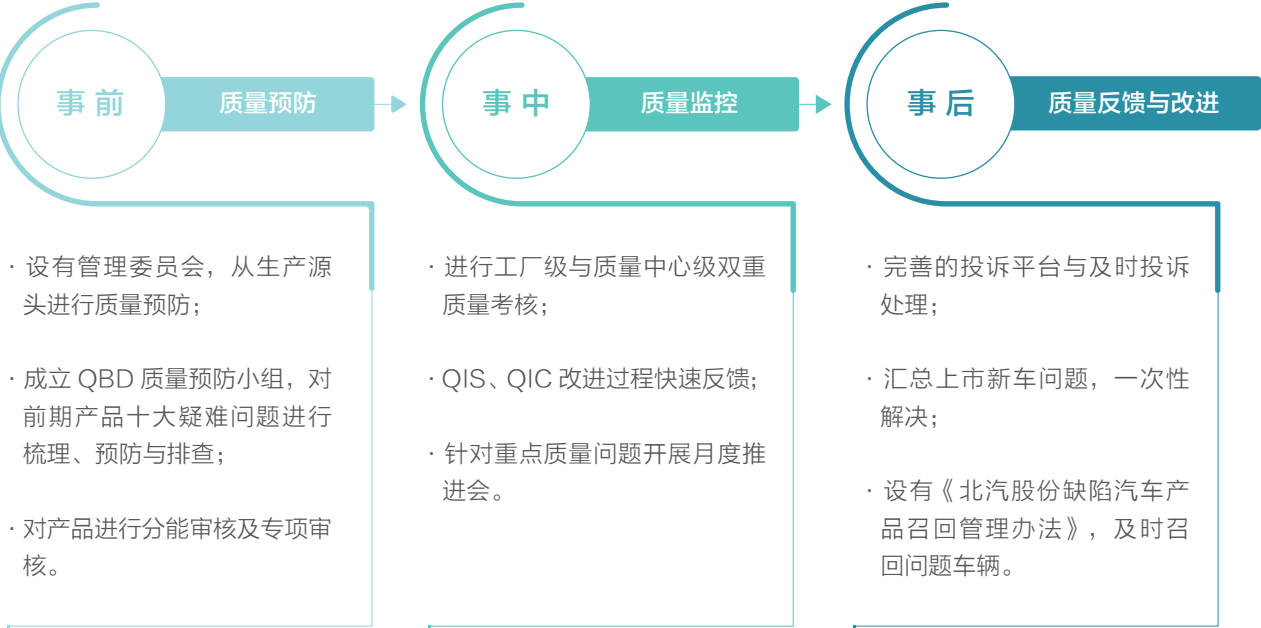
北汽绅宝 获得中国汽车安全中国行“星盾动力奖”



推进质量战略落地



加强质量闭环管理



六方审核流程



案例

创新体系：“1-2-3” 质量一体化预防与拦截体系

北京汽车针对质量管理现况，构建了以供应商“四象限”分级管理及黑匣子零部件 Know-How 为核心的质量预防系统和模拟顾客试验评价、制造质量筑基、市场质量攻防一体化的快速改进三大防线为核心的质量拦截系统，并扎实完善推进质量激励与宣传机制，将“品质经营－以质量之魂”的理念融入到公司发展战略、企业文化、产品开发和生产、市场营销等各项经营管理活动中，促进各项工作有效落地。

公司通过“1-2-3”质量一体化预防和拦截体系，以点带面，对研发、零部件、生产、售后、运营五大板块质量工作进行全面梳理，建立健全相关流程制度，以达到质量“预防”与“拦截”的目的。

1个
质量意识

· 通过质量激励与宣传促进全员质量意识的提升，并确保质量预防和质量拦截体系建设的有效推进。

2个
质量预防手段

· 供应商“四象限”分级管理，目的是综合考虑质量和成本建立供应商选定基准，在定点时选择适宜的厂家，避免质量与成本风险，找到低成本模式下的质量路径，并通过系统培训提升整个供应链的质量水平。

· 黑匣子零部件 Know-How 管理，目的是在零部件开发阶段通过共同开发等手段逐步掌握黑匣子件的核心技术，形成北京汽车自己的技术 Know-How 和核心竞争力，预防并降低质量风险。

3项
质量拦截系统

· 新车模拟用户试验评价，通过增加验证车和验证手段，提前充分发掘质量问题，在量产前改进完成。

· 制造质量筑基，就是通过制造质量各环节的强化管理，提升体系质量，防止产品质量问题流入市场。

· 市场质量攻防一体化（改进“快一秒”），即使仍有一部分问题没有发现，流入市场，也能够通过市场快速改进小组，迅速出击，实现质量问题快速解决、客户抱怨快速响应和客户情绪快速安抚。

提升客户体验

本集团从全价值链条考虑，从各环节体现顾客要求的重要性。设身处地为客户着想，全心全意服务客户。在售前、售中和售后服务中，在汽车行业逐步向数字化发展的过程中，逐步完善信息软件及硬件的安全及管理，通过对优质服务、消费者权益维护、消费者隐私保护，在给客户提供可信赖的安全用车保障的同时，追求提升客户的用车生活品质与乐趣。



北京汽车售后服务机制



案例

400 平台

为实现客户投诉问题及时高效反馈，北京汽车建立客户投诉管理系统，记录客户在车辆使用过程中发现并投诉的问题，并进行客户投诉受理、分派、处理结果的反馈收集。

该系统将客户投诉分为一般投诉、重大投诉、危机投诉共三个等级，一般投诉

要求 24 小时完成，重大及危机这两类要求 15 天内完成。

系统设有 400 全国统一投诉热线并将其在产品说明、质保手册、官方网站及经销商店头均予以公示。同时客户管理系统对新车销售和售后服务情况实施电话回访，跟进客户满意度。



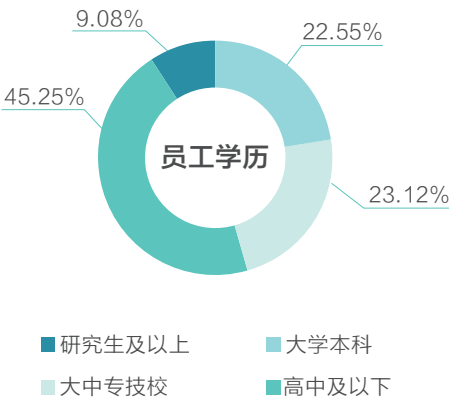
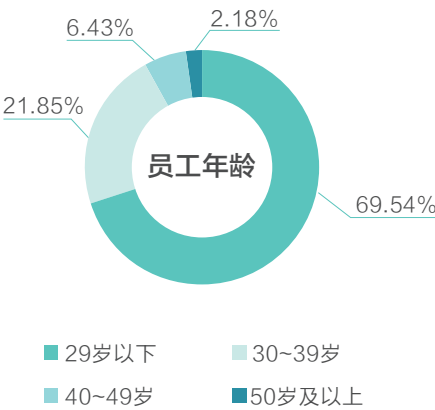
3

行人文之道 达骏业天下

- 打造多元团队
- 助力员工成长
- 营造安全健康的环境
- 打造以奋斗者为本的企业文化

打造多元团队

本集团秉承以人为本的人才理念，贯彻实施《中华人民共和国劳动法》等法律法规要求，坚持平等雇佣原则，杜绝雇佣童工和强制劳工；通过校园招聘、社会招聘及海外招聘等多种渠道广纳人才，并坚持依法与员工签订劳动合同。在雇佣及日常工作过程中杜绝任何形式的歧视行为，尊重不同民族的文化及宗教信仰，维护员工的合法权益，按照法律规定工时、权益规定，不断完善薪酬福利体系，在劳动关系、薪酬福利及绩效结果等方面建立反馈渠道，保证员工实时获得相关问题解答及政策普及。截至2016年底，本集团员工总数25,159人，员工劳动合同签订率100%。其中，少数民族员工1,078人，残疾人士36人。



保障员工合法权益

- 薪资福利

 - 按时缴纳五险一金；
 - 提供企业年金；
 - 提供购车福利；
 - 提供员工宿舍、接送班车等；
 - 提供带薪年假；
 - 社会保险覆盖率 100%。
- 民主沟通

 - 向全体员工发放《员工手册》，将与员工切身相关的劳资、福利等规章制度告知全体员工，确保公司相关制度的效力，减少因政策宣贯不足造成的争议；
 - 员工通过职工代表大会制度、厂务公开等途径参与民主管理，建议权，充分保障监督权；
 - 通过总裁午餐会，微信，信箱，公告栏等各个渠道听取职工建议；
 - 围绕“职工职业发展”、“企业安全工作”、“持续提升产品质量”为主题，2016 年度，创新组织了 2 次总裁午餐会、10 期基层员工代表管理问题点座谈会，征询问题点 200 余项。

助力员工成长

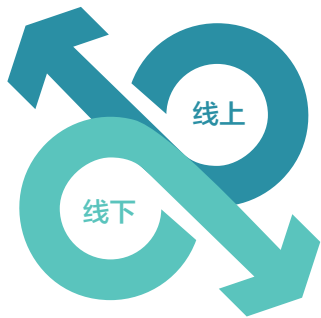
本集团秉承以人为本、人尽其才、承诺共赢的人才理念，致力于为员工创造实现个人发展和价值平台，努力打造发展员工与成就员工的环境，提供多样化的培训课程，帮助员工发展自我，实现自我价值。



多元的学习机制

本集团为员工提供多元化的学习机制，不断创新完善培训机制，提升员工个人职业素养与综合能力。2016 年，北京汽车以匠心育匠人的理念，通过着力打造“讲师体系”、“课程体系”、“管理体系”三支柱的一系列有效举措，按照分层级、全覆盖地工作思路组织实施各类培训，初步实现“完善北京汽车培训体系、传承北京汽车文化”的阶段性的目标，为打造“自觉自发、自给自足”的学习生态圈迈出坚实的一步。2016 年度，员工培训总学时数 1,770,364 小时，人均学时数达 70.4 小时。

- 线上（e-learning）培训
- 微信课程等



- 北京汽车大学堂、职场学堂、工匠学堂等
- 讲师平台及讲师薪酬激励
- 分层级进行外部学习及内部组织的培训、科级人才培养项目、战略发展培训等

案例

内训体系建设

为了系统萃取和传承组织经验，满足资源整合、人才成长发展等需求，本公司积极打造内训体系。2016 年组织实施三期内训师培养项目，从授课需求较大的专业类及通用类课程入手，产出标准化课程标杆，同时构建股份公司级讲师队伍，完善内部讲师管理体系，初步搭建学习地图，为员工更好的获得专业培训和学习提供良好平台和资源，2016 年共计 123 人参加，完成参训学时共 3,192 小时，面授评估满意率为 100%，结业通过率为 84%。



畅通的晋升渠道

本集团为员工提供畅通的晋升渠道、职业发展和薪资调整的机会，为员工创造实现个人价值的机会与平台。积极选派人员参加海外人才培养项目，促进人才国际化，提升公司国际化经营能力。2013 年至 2016 年年底，共输送 27 人赴海外参加培训，其中戴姆勒项目 13 人，英纳法项目 14 人。

案例

雏鹰计划

公司关注青年员工的发展，为给予员工快速成长的绿色通道，启动“雏鹰计划”，挑选参加工作五年内优秀的青年工作人员，组织进行培训、考核、培养，为其制定长期性人才培养计划，充分提升青年员工的学习力、创造力、格局力及影响力。

组织“雏鹰”与部门级以上领导探讨，与前辈交流学习经验，与领导们一起深入了解领导力素质模型卡片建立的流程和标准，提升

青年员工学习力。2016 年打造三期“读道”拆书活动，以拆书之形式，坐论读书之道，提高员工创造力。组织员工参加国际标准化组织 (ISO) 大会、为北京国际马拉松、G20 科技创新部部长会议提供志愿者服务，提升员工格局力。组织青年员工积极参与“温暖衣冬”活动，提升员工影响力。同时与人力资源部合作，对青年人才进行量化考核，鼓励青年员工针对短板，参加相关培训或活动，努力提升自我。

营造安全健康的环境



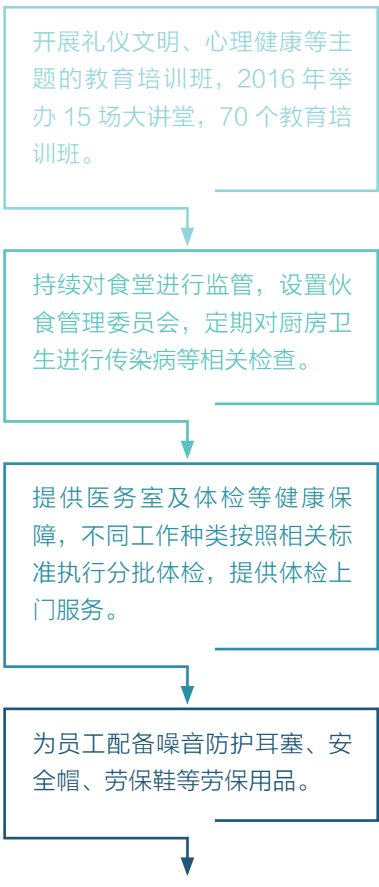
本集团持续加强安全与健康管控，遵守法律法规相关规定，实施安全生产责任制，建立安全管理体系，并制定定期检查计划，实现闭环管理，消除各项隐患，确保为员工营造安全健康的生产环境。每年通过PDCA(即：计划(Plan)、实施(Do)、检查(Check)、行动(Action))模式开展工作，定期接受审核机构的年度监督审核，不断提升职业健康安全绩效。并定期在安全事故高发期间举行一年一度的安全生产季系列活动，通过开展各项安全主题活动，强化各级管理者安全观念，完善安全管理内控机制，提升应急响应和风险事故预防能力，增强全员安全素质与危险应对能力。关注员工身心健康发展，开展健康主题培训、重视基地食品安全、为员工提供医疗服务和体检、不断强化职业病防治，全方位保障员工健康。2016 年未发生因工死亡情况。

- 安全检查

 - 职业健康安全管理体系内部审核
 - 月度安全检查
 - 假期施工安全检查
 - 危险化学品检查、夏季安全用电检查、叉车专项安全检查等
- 安全主题活动

- 开展安全生产季系列活动
 - 举办消防运动会
 - 开展安全生产知识竞赛
 - 建立安全文化示范班组
 - 最美安全员评选
 - 安全宣传条幅展示
 - 安全演讲比赛
 - 安全小品比赛
 - 安全漫画展
 - 应急演练
 - 燃油泄漏演习
 - 安全板报展示及评比
 - 危险废弃物泄露应急演练
- 车间安全防范措施

 - 一线人员需佩戴噪音防护耳塞、安全帽、面罩安全帽等劳保用品
 - 叉车前后装有醒目蓝色灯
 - 自动生产线安装隔离门及安全锁
 - 使用有安全防护的压机等机器设备
 - 建立劳保用品制度，对相应工作需要的劳保用品种类、更换次数作出明确规定



案例

北汽动力安全生产季系列活动

为进一步推进公司安全文化建设，增强员工安全环保意识，提高员工安全环保技能。北汽动力于 2016 年 6 月召开“安全生产季”暨“安康杯”启动大会，为公司一年一度的安全生产季系列活动拉开了序幕，在为期 3 个月的安全生产季期间，北汽动力组

织开展各类专项安全检查及安全教育活动，利用多种宣传方式营造安全文化氛围，丰富员工安全知识技能。并在 8 月份举办“北汽动力 2016 年安全环保知识竞赛”活动，调动员工学习安全知识的积极性。■

案例

安全管理否定性角色定位管理模式

2014 年，北京汽车创新性地提出了安全管理的否定性角色定位，经过两年的逐步完善，该模式在 2016 年末已经成为北京汽车安全管理工作的核心和主线，形成了具有时代特征、北汽特色的安全管理模式。通过推行安全问题点 TOP10（即：十个最重要安全问题点），动态手段治理安全隐患；开展停产请求，及时纠正重大安全风险；细化过程管理，完善考核引导；量化目标管理，实施差异化指标；查漏补缺，完善

制度流程。以安全管理的否定性角色定位为核心，加强制度建设，编制相关制度共 39 项，并广泛培训和宣传贯彻，保障实施。自实施安全管理的否定性角色定位管理模式以来，轻伤事故逐年下降，工伤死亡、重伤事故、重大特种设备事故、导致人员死亡火灾事故、可防性重大治安灾害事故等发生数量均为零，安全管理获明显成效。■

案例

北京分公司季度安全主题活动

北京分公司针对不同阶段安全管理特点，结合公司产能冲刺、季节性等特点，开展专业工作策划，制定专项工作方案，组织“高空作业专项治理、加标锁定专项治理、车身技改项目评审、安全百日行动、年末生产冲刺保障方案”五期专项活动，开展隐患排查、专项工作策划、安全教育培训，管理制度完善等工作，进一步梳理了两级管理职责及流程，推动了安全工作落地。

并以“掌握安全生产知识，争做遵章守纪职工”为主题，以基层班组员工为基础，开展安全生产知识竞赛。此次安全知识竞赛突破原有竞赛模式，通过宣传教育、属地评审、公司抽测三个阶段，利用生产间歇，深入现场进行抽测，极大的调动了员工的积极性，进一步增强了员工安全生产意识和自我保护能力。■

打造以奋斗者为本的企业文化

本集团树立了“以用户为中心，以奋斗者为本、以工匠精神为准绳、向经营者转型”的用人导向。

企业文化

-  **企业使命** 引领未来车生活
-  **企业愿景** 为用户创造价值，为股东提升价值，为员工实现价值，为伙伴延伸价值，为社会贡献价值，成为汽车行业受人尊敬的领跑者！
-  **核心价值观** 用户至上、务实诚信、开放创新、敢为争先、热情专注、效率执行
-  **企业精神** 奋力拼搏、团结协作、知难而进、志在必得
-  **经营哲学** 品质、责任、精益、创新
-  **品牌理念** 行有道·达天下
-  **工匠精神** 坚韧、执着、专注、极致





帮助员工平衡工作与生活

- 开办候鸟托管班、夏令营、亲子活动，解决学校放假期间员工孩子无人托管的问题；
- 配置班车接送员工上下班；
- 举办联谊活动，增进员工交流；
- 关爱女性职工，强化母婴关爱室建设，推动所属单位工会建立了 34 个母婴关爱室，“妈咪屋”覆盖率百分之百，并为女性职工举办计划生育、健康讲座、沙龙、插花、户外踏青等活动；
- 给予员工自由构建职工之家的权利，让员工在公司内建设自己的休闲活动场所。截至 2016 年末，本集团共计有 1,133 个职工小家。

开展文体活动

- 职工摄影展、舌尖上的北汽，书画展等文化活动；
- 组织举办健走、乒乓球、篮球、羽毛球、游泳五大体育赛事活动，吸引职工广泛参与。2016 年，体育赛事参与职工共计 2,000 人次。

关怀困难员工

- 制定《工会会员关怀帮扶资金管理办法》，大力推进职工关怀的规范化管理；
- 职工关怀侧重一线员工，为员工送温暖、送清凉，为员工送上慰问品，慰问金等；
- 加大困难帮扶力度，全年帮扶大病职工或职工亲属共 13 人，帮扶金额 65,000 元；
- 充分发挥京卡•互助服务卡的会员服务功能，更好的服务员工；
- 北京现代创建创新帮扶小站，进行定期服务。

案例

建设职工之家

本集团鼓励员工积极建设职工之家，加大对各单位职工之家建设的支持和管理力度，按照《关于创建模范职工小家的指导意见》和《职工之家验收标准》的要求，大力推进职工之家规范化建设。员工们利用业余时间一起合力建设职工之家，从方案设计到搭建装饰，大家共同献计献策，大大增进彼此的交流。

员工可以在职工之家休息、聊天、健身。如北京现代职工之家，设有生态、足球、音乐、健康、心理健康、酒吧等主题，企业规定企业三级上至高层管理，下至车间，都能建造并享受职工之家。其中北京分公司及广州公司职工之家获得“全国总工会优秀职工之家”。■

案例

“展你我丰富技艺 看北汽映象生活”主题职工书画手工艺术展活动

为丰富员工文化生活，本公司组织 2016 年北京汽车“展你我丰富技艺 看北汽映象生活”主题职工书画手工艺术展活动。共收集北汽职工和子女原创

的书法、绘画、摄影和手工艺作品共 1,151 件，精选出 400 件作品进行集中展出。■

案例

文化节活动

北京汽车以文化节作为企业文化建设的重要载体，通过开展文化节活动，紧紧围绕企业中心工作，集中全体员工智慧推动文化建设，以员工亲身实践丰富文化内涵，营造公司内部浓厚的文化氛围，对外输出北京汽车的文化魅力和文化影响。公司坚持每

两年举办一次文化节活动，每次活动将持续大半年，截至 2016 年末，已举办两届文化节活动，开展子活动近 20 项，吸引本集团 4 万余人广泛参与，为北京汽车的转型发展注入了强大的文化力量。■



4

行协调之道 达共赢天下

- 携手供应商共赢
- 强化经销商合作

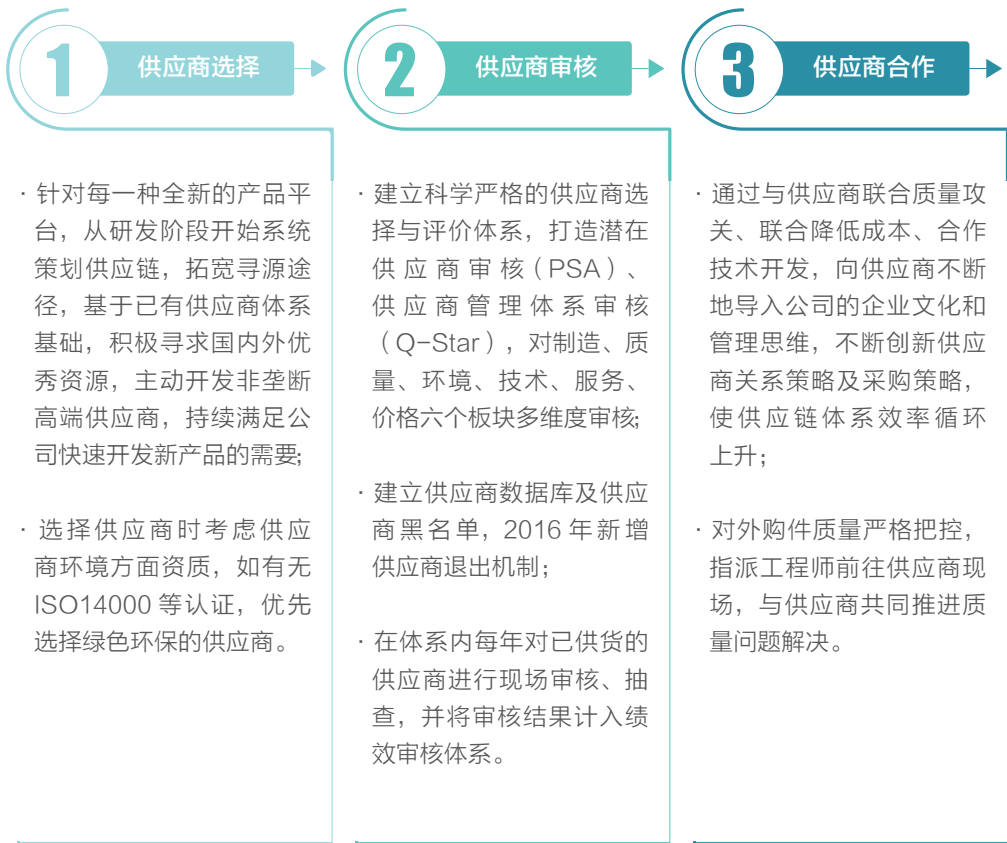
携手供应商共赢

本集团秉承诚信合规、协作共赢、准时供应、成本最优的经营理念，综合考虑规模经济、配套便利等因素，有重点地发展战略合作伙伴，侧重发展高端供应商，构建模块化和国际化采购管理系统，持续完善科学的供应商管理体系和精益高效的采购执行体系，加强供应商培训，确保供应商提供的产品符合法律、法规要求，并通过绿色采购引导供应商向更加清洁环保低碳发展。

供应商管理

本集团制定《潜在供应商管理办法》、《供应商绩效管理办法》、《绿色供应链管控办法》等供应商管理办法，运用供应商关系管理信息系统平台（SRM）对整个供应链采购与物流过程进行实时监控和可视化，实现供应商之间信息的数据交换，整合双方资源和竞争优势，共同开拓市场，扩大市场需求和份额，促进公司优化供应商关系，降低成本、促进企业利润增长，实现双赢。

同时引入和完善供应商准入与绩效评价方法，持续调整优化供应商体系结构。以质量竞争力、成本竞争力分别建立坐标轴，制定供应商“四象限”管理体系，通过“四象限”管理，定量分析供应商优势、劣势，制定供应商发展计划，控制供应商总量，优化供应商体系整体结构，促进汽车产品质量不断跃上新台阶。



案例

绿色采购

为向消费者提供环保型整车产品，本公司大力引导供应商清洁环保，努力打造绿色采购。本公司制订并实施《北汽股份绿色供应链管理办法》、《零部件包装技术规范》等管理文件，优先采购环保方面突出并有积极表现的供应商的零部件、原辅料及产品包装，并在全供应链实施禁限用物质要求的《有害物质检测报告》。

将环境表现要素作为供应商准入的考核之一，要求供应商具备环境第三方认证，并签订《合规承诺书》。确保供应商提供的产品符合环境保护的法律、法规要求，确保产品安全，并减少包装材料的使用，实现绿色环保。■

供应商培训

本公司建立并实施《供应商培训管理办法》等相关制度，每年为供应商组织开展自主流程和生件批准程序（PPAP）等专业课，并针对绿色环保开展环境类供应商培训。本公司每年为供应商组织报废车辆指令（ELV）法规、中国汽车材料数据系统（CAMDS）和北汽股份整车开发流程（BVDP）等必修培训课程，确保供应商提供的产品符合相关法律法规要求。2016 年全年共举办供应商培训 17 个场次，包含 6 类 15 门课程，共计 161 家供应商 534 人次参训，培训满意度 93%。



■ 供应商培训

案例

培训供应商合并采购

为了帮助公司实现降本增效，2016 年公司实施北汽汽车培训供应商合并采购的工作方式，通过搭建供应商合并采购平台，一次招标确定供应商，当需要某些课程时可以直接与供应商签订培训合同，简化了复杂又费时的招标程序，大大提高工作效率，节约大量采购资金，且方便管理。

对供应商而言，合并采购增加了销售量，同时被确定为定点合作单位，也提高了供应商自身的信誉和社会影响力。通过合并采购能够保证供应商提供的课程质量及服务，不仅采购方便，同时节约大量的采购成本。■

强化经销商合作

本集团加强与经销商的合作，不断完善实施 1+N+X 经销网络（其中 1 代表 4S 店，N 代表卫星店，X 代表二级网络），并在销售、管理、服务等诸多方面提供帮助和支持，为经销商提供针对销售能力和管理能力提升的培训。同时，建立通畅的渠道，经销商在产品销售过程中遇到问题时，可填写问题清单提交本地区销售管理部门，各地区销售管理部门确认问题后由销售部进行问题登记备案，根据问题内容情况进行分类、责任划分，并跟踪相关部门进行处理直至问题关闭，帮助经销商优化门店、提升管理能力。2016 年，本公司各地区销售管理部门合计问题反馈率达 98.11%。



经销商销售及管理 ability 培训重点及内容：

销售能力培训

- 新产品培训
- 销售顾问战力培训
- 骨干销售顾问培训
- 销售顾问岗位认证培训

经销管理培训

- 新建经销店业务培训
- 新建经销店基础培训
- 经销商管理培训

案例

星火燎原计划

本公司通过筛选并授权经销商“品牌发言官”的形式，对经销商进行集中训练，定期邀请各战区的授牌经销商参加“公关知识培训讲堂”活动，内容包括公关传播、媒体维护等，及时分享品牌信息，以考核、反馈、年终奖励的方式，

激励经销商执行落地，形成全面、完整的执行闭环。在星火计划“品牌发言官”制度激励下，区域经销商稿件传播量均有较大提升，有效补充厂端传播，更好地为终端销售助力，提升品牌美誉度。■



5

行低碳之道 达绿色天下

- 绿色设计
- 清洁生产
- 绿色产品

绿色设计

本集团在整车的研发和制造环节高度贯彻“绿色”理念，遵循环保相关法律法规的规定，在不断提高整车安全质量水平的同时，积极探索各类绿色节能材料和绿色工艺的使用，以“全生命周期”概念为引导，将“绿色”理念融入到从最初的零部件制造、生产、使用和报废回收的整车生命周期中，全面推进整车产品向“绿色”、“环境友好”方向发展。

2016 年本公司成为：

- “汽车行业生态设计示范企业试点单位”
- “北京生态设计与绿色制造促进会”常务理事单位
- “全国工业绿色产品推进联盟”理事单位



推进轻量化研究，推进汽车节能降耗

- 积极开发完善车身轻量化技术与流程
- 编制《轻量化技术战略发展规划》、《轻量化制造商先期介入 (EVI) 开发规范》

案例

北京汽车积极参与汽车零部件轻量化研究与应用

2015 年 11 月，科技部发布国家重点研发计划新能源汽车 2016 年试点专项计划，北京汽车研究院积极响应国家及中国汽车工程学会号召，联合重庆长安、中国宝武、上海交通大学、浙江大学等企业与国内院校，牵头承担《电动汽车结构轻量化共性关键技术研究与应用》项目中《耐蚀镁合金汽车零部件设计、成形与评价方法》课题，并于 2016 年 12 月正式开展，本课题为北京汽车研究院首次承担的国家级重点研发课题。

镁合金零部件具有诸多优势，应用于新能源汽车，不仅具有更轻的重量、更好的散热性能、可回收再利用，而且可以提高提升整车噪声、振动与声振粗糙度（NVH）

性能，同时整车操控、安全性能也显著提升，从而提升企业新能源汽车的市场竞争力和整车品质；应用镁合金轮毂可改善车辆的多项性能，包括：降低油耗和排放；减少制动距离、减少加速时间和转向力；提高轮胎寿命等；对电动车而言，相当于电池能量密度得到提升，增加续航里程；对智能化车而言，轻量化有利于增加有效载荷。

新能源车应用镁合金轮毂，预期整车簧下质量可降低 10 至 15kg，相当于整车减重 70~100kg（簧下质量减重 1 公斤相当于簧上质量减重 7 公斤），对于传统汽油车，油耗可降低 5%~6%，对于新能源电动车，续航里程可提升 6% 至 7%。

参与行业标准制定，加强汽车排放物控制

- 参与最新国六排放标准制定，并提前进行布局准备
- 设计时充分考量车内空气质量，独创整车异味来源排查方法及装置，为车内环境品质设计提供技术解决方案

案例

北京汽车牵头承担“国六”标准核心内容制定

近年来，随着雾霾天气、大气污染的日益严重，旨在进一步降低机动车尾气排放的“国六”标准已于 2016 年底出台。早在“国六”标准制定之初，环保部机动车排污监控中心考察组在考察了北京汽车研究院相关技术资源、技术实力之后，对北京汽车研发技术团队、试验测试设备等专业能力给予高度评价，最终确认北京汽车作为牵头单位，组织行业内 15 家核心成员单位，承担“国六”标准的创新部分，也是第六阶段排放标准的核心内容、控制重点的部分——燃油蒸发和加油排放部分内容的制定与论证工作。

汽车研究院迅速成立“国六”标准制定工作组开展工作。在实际道路排放实验中，北京汽车作为国内唯一参与的自主品牌车企，选派了两款车型完成了实际道路摸底、



数据收集工作，并成功通过了实际道路测试的所有要求，标志着北京汽车在“国六”标准相对于“国五”标准的新增点车载加油油气回收系统（ORVR）、真实需求效果恒定系统（RDE）研究上，已在全行业中处于领跑态势。同时，北京汽车研究院获“中国轻型汽车第六阶段排放标准编制工作突出贡献”奖。

推进环保材料应用

- 设计《温成形零件的试制与评价》、《聚乳酸汽车材料应用开发》等技术方案，积极探索新材料
- 设计时充分考虑产品的可回收性，推进环保材料使用

清洁生产

本集团不断强化清洁生产，注重在生产运营过程中排放物和资源使用的管理。从集团层面，统一部署年度节能环保目标、任务并落实考核。对各附属公司的节能指标、污染物排放指标、环保技改指标进行细化、落实和推进，确保目标能够做到逐级传达、逐级分解、逐级考核、逐级落实。2016 年度，北京汽车节能环保方面投资总额达 71,850.38 万元。



加强排放物管理

- 危险废弃物：统一回收，并交由具有资质的处理公司处置
- 一般废弃物：尽可能使用可回收循环使用物料，减少垃圾产生
- 废水：自建污水处理厂，所有生产 / 生活废水处置达标后统一排放
- 废气：采用先进涂装工艺和材料减少挥发性有机化合物（VODs）排放；推进锅炉低氮燃烧改造项目，减少氮氧化物等有害废气的排放
- 噪声：噪声基本控制在厂区，不对周边居民造成影响，为冲压、装配等涉及噪声的环境，采用工业机器人、为员工佩戴防具、进行设备更新等诸多手段，降低其影响

节约资源能源

- 定期举办“节能环保宣传月”活动，鼓励大家提出节能环保改善建议，报告期内共收到了 260 条改善意见
- 积极实施节能技改项目，实现节能增效
- 采用节能设备
- 利用能源管理系统监控能耗情况，做到精准计量（株洲基地二工厂）
- 在日常运营中还注重新能源的利用，积极推进屋顶光伏发电等项目
- 完成入职新员工环保培训、国家清洁生产审核师培训、世界环境日清洁生产培训等各类培训 96 场，共计 1,350 个学时，7,241 人次参与

案例

北京奔驰杜尔干式喷房吸附系统 (EcoDryScrubber) 技术

自 2013 年起，北京奔驰开始采用 MRAII 低涂装工艺的环境影响。通过新技术的应用，不仅有效减少了涂装过程中的排放物，吸附系统 (EcoDryScrubber) 技术，降同时也进一步提升了资源使用效率。■



案例

北京现代沸石浓缩转轮改造项目

为了进一步满足北京市《汽车整车制造业 (涂装工序) 大气污染物排放标准》DB11/1227-2015 要求，进一步削减挥发性有机化合物 (VOCs) 排放总量，北京现代仁和一工厂对涂装车间中涂室废气进行处理，采用沸石转轮工艺，将中涂废气经过吸附、浓缩、燃烧处理，控制和减少挥发性有机化合物 (VOCs) 排放，实现 VOCs 年度减排 290 余吨。■



案例

北京分公司涂装分厂烘炉废气焚烧集中供热装置 (TAR) 烟气余热回收工程改造

涂装废气中含有挥发性有机化合物 (VOCs)，需通过高温燃烧净化后排放，但也会使得高温废气中所含的大量热量白白浪费掉。为了减少热量损失，节约资源，北京汽车北京分公司涂装分厂于 2016 年度投入 200 余万元进行了高温烟气余热回收改造项目，在原有的废气焚烧装置中加装热量回收装置，用于加热热水，加热后的热水可使用到前处理加热热水洗和预脱脂的槽液中，取代了之前的蒸汽加热。并将换热后的热水管路，分出一支与热风空调相连接，解决冬季供暖的热源问题，从而实现高温烟气余热回收综合利用。据估算，项目建成后，可年节约蒸汽使用量 3,300 吨，相当于每年可减少 759 吨的温室气体排放量，年产生节能效益 61.6 万元。■

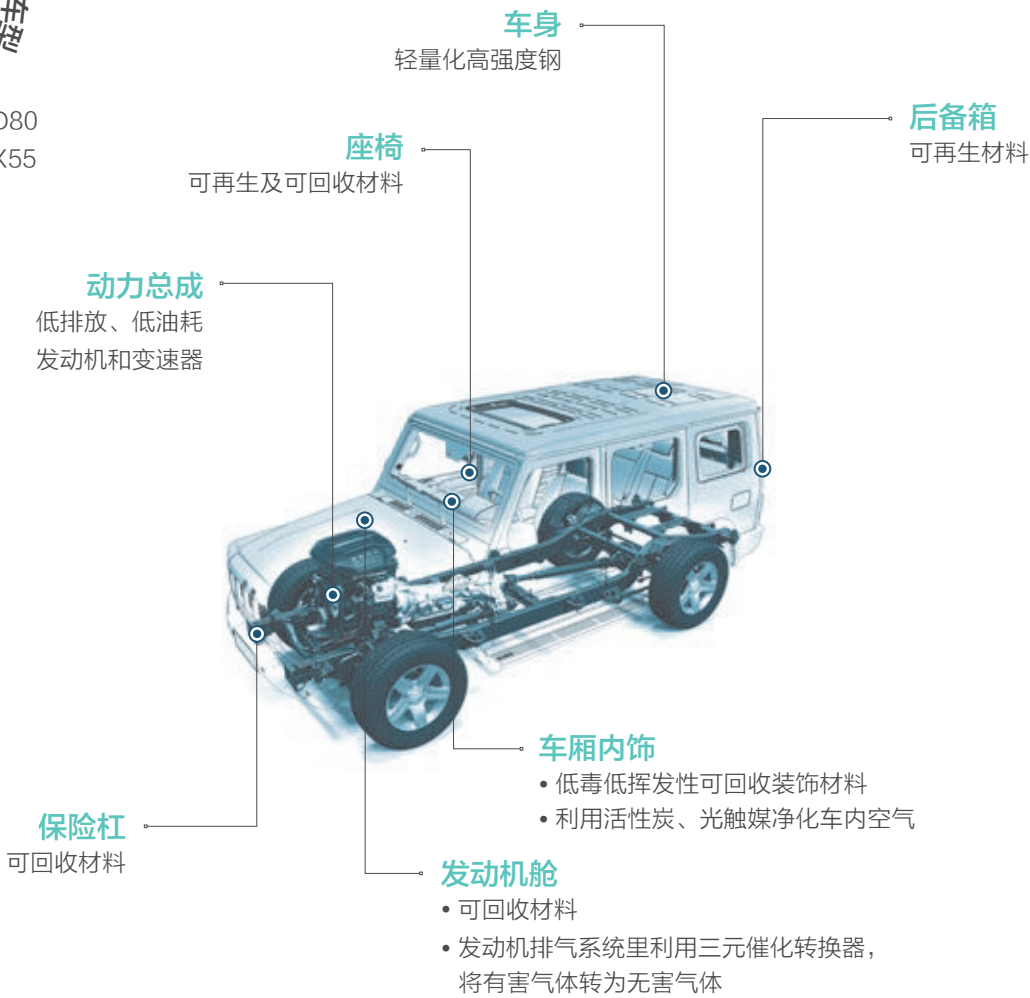
绿色产品



本集团在整车设计制造的过程中十分注重环保材料和节能技术的应用，从最基础的车身材料到最复杂的动力总成，将环保理念融于产品细节。本公司还积极参与国家最新排放标准的制订。结合本集团技术优势和产品开发规划，将企业标准融入其中，使北京汽车在国六标准实施上占据了先发优势。



- 绅宝 D50 • 绅宝 D80
- 绅宝 D70 • 绅宝 X55



案例

报废车辆指令（ELV）体系有效管理有害物质和可回收利用率

2015 年 6 月 9 日，工业和信息化部发布《汽车有害物质和可回收利用率管理要求》，对汽车禁限用物质要求和回收利用提出要求，公司新技术及材料部在第一时间成立了专项工作组，牵头承担报废车辆指令（ELV）管控工作，以禁止采用污染环境、危害人体健康的材料及加工工艺的基本原则，制定报废车辆指令（ELV）整车开发流程，在全生命周期过程中均加入禁限用物质管控要求，优先考虑使用环保节能材料，同时利用中国汽车材料数据系统（CAMDS）、报废车辆指令（ELV）、中国汽车绿色拆解系统（CAGDS）等行业信息化平台，收集零部件质量、成分、回收利用率及禁限用物质含量等数据，全面、准确、及时跟踪和分析整车有害物质使用情况。

- 2016 年 1 月 15 日，北京汽车两款车型项目通过国内首批 ELV 公告审核；
- 2016 年度，另有 5 款车型项目先后通过报废车辆指令（ELV）公告审核；
- 完成报废车辆指令（ELV）第三方检测机构认证工作，提升了北京汽车禁限用物质管理质量，缩短检测周期，降低检测成本，实现了禁限用物质技术、报告与实践的实时验证管控。

案例

新能源汽车开发

在发展传统汽车的同时，北京汽车还投入大量资金进行新能源汽车的开发。北京汽车研究院充分利用整车布置、性能集成、底盘调教、仿真验证等方面的技术优势，将“三电”系统整合入整车技术架构，不断积累电动化集成经验，提升开发能力，实现集团研发力

量优势互补，报告期内共组织各项目组推进 6 大平台，8 大项目开发，在体现研发硬实力的电动车续航里程方面已从 160 公里提升至 350 公里，大幅度超过消费者的“300 公里里程忧虑线”。



行有道·達天下

Your Wish · Our Ways

6

行善举之道
达和谐天下

- 开展公益活动
- 践行志愿活动

开展公益活动

作为北京地区规模最大的国有企业之一，本集团自成立之日起，便不忘肩负的企业社会责任，在爱心公益的道路上不断前行。2016 年度，本集团围绕社区关爱、助学、环保开展“雷锋+”、“青海玉树助学公益行”等多场爱心公益活动，并积极赞助大学生汽车赛事，为培养下一代汽车人才贡献自己的一份力量。



北汽·太阳花
BAIC Sunflower
为世界创造微笑
Create smiles for the world

本公司控股股东是北汽集团，作为北汽集团下最大的整车制造企业，本公司积极响应北汽集团提出的“太阳花”企业公民品牌理念，并以之作为本公司社会责任工作的指导思想和行动指南。

“太阳花”的意义在于，本集团要像太阳花一样追求光明和幸福，同时，将仁爱和光芒撒向那些需要帮助的人，让微笑与和谐充满世界的每个角落。

“太阳花”企业公民品牌理念包括以下四大维度：

- 携手关联群体，与之共发展；
- 关爱自然活动，与之共和谐；
- 践行社会公益，与之共温暖；
- 体现先进文化，与之共进步。

案例

开展青海玉树助学公益行

自 2012 年以来，北京汽车持续开展青海玉树公益捐赠。五年来，公司员工共自发捐助困难学生 239 人，捐款近人民币 17 万元。2016 年 8 月 19 日，北京汽车在青海省玉树州囊谦县白扎乡寄宿制中心学校开展公益行捐资助学回访。此次回访，除了揭牌捐赠的“北汽汽车未来书屋”、“北京汽车电教室”以外，公司又捐赠体育器材、电脑等总价值人民币 15 万元的教学物资，奖助学金人民币 58,200 元以及北京汽

车全系统广大员工积极捐赠的两万余册图书，向学校捐助了一辆 SUV 绅宝 X55 作为学校的教学用车。这些承载着贫困学生读书希望的资助款和物资包含了北京汽车人浓浓的爱意和深情，传递着爱的正能量，未来，北京汽车将持续关注玉树，关注更多需要帮助的困难地区，彰显北京汽车的社会责任感和大爱精神。



案例

推动汽车科技文化的普及

为了推动汽车科技文化的普及，为中国汽车产业培育下一代人才奠定基础，北京汽车连续六年赞助北京理工大学参加全国大学生方程式赛车，旨在帮助参赛学生全面提高赛车设计、技术水平、车队管理运营等各方面的能力。2016 年度中国大学生方程式

汽车大赛（内燃机组）的比赛中，北京理工大学北汽绅宝方程式赛车队，29 名队员驾驶黑鲨赛车成功完赛，最终获得内燃机组总成绩全国第 6 名（全国二等奖），竞赛总成绩全国第 3 名，各单项竞赛成绩均位列全国前 10%。

案例

北京现代多维度开展公益

北京现代在诸多领域开展社会贡献活动，并打造独具特色的“成长计划”、“蓝天计划”和“幸福计划”。

成长计划

通过电教助学、车教助学、北京现代班、北京现代希望小学项目，将电脑教室搬进深山野坝、把车辆与零部件送进汽车院校，助力教育事业发展。



蓝天计划

以“愿天空不再扬沙，愿城市没有尘霾，为中国人民的幸福生活创造一片美好的蓝天”为目标，积极开展内蒙古治沙行动。2008 年至 2013 年，北京现代携手现代汽车共在内蒙古查干诺尔种植碱蓬 5,000 万平方米，2014 年，第 2 期“正蓝旗宝绍岱诺尔盐碱干湖盆治理项目（2014-2018）”正式启动，预计到 2018 年，该项目将完成宝绍岱诺尔地区 4,000 万平方米的植被种植，帮助恢复生态系统。截至 2016 年底，项目历经的 9 年间累计投入人民币 1,800 万余元，4,000 余人次的志愿者参与，制作沙障带 175 千



米，恢复绿地面积约 5,000 万平方米，每天可释放氧气 750,000 千克。



幸福计划

积极开展应急救灾、弱势群体关怀、体育赞助、艺术赞助，让低保户家的孩子看得起医生，领灾区少年走出心灵阴影，丰富人们的文娱生活，以公益贡献幸福。

- 截至 2016 年底，灾害救助累计捐赠人民币 2,700 万元
- 艺术赞助共计投入人民币 3,520 万元，赞助的《妈妈咪呀》和《猫》在全国多个城市累计举办超过 630 场，累计观众超过 110 万名
- 累计为体育事业投入人民币 2.5 亿元

践行志愿活动

“散是满天星，聚是一团火”。本集团牵头组织和成立青年志愿者服务队和“达天下”志愿者服务车队，成员单位也陆续成立志愿者联盟，怀着同样的信念，来自北京汽车各岗位的员工走到一起，服务社会、践行环保、扶危助困。2016 年，志愿者团队服务了国际标准化组织（ISO）大会、北京国际马拉松、国际青年交流营等大型活动，在“温暖衣冬”志愿活动中，组织捐衣物，700 余名志愿者累计捐赠 800 余件衣服。



案例

“达天下” 志愿者服务车队

2014 年亚洲太平洋经济合作（APEC）会议期间，北京汽车曾为会议提供官方用车并选拔培养一批优秀的驾驶志愿者。2015 年 3 月，成立“达天下”青年驾驶员志愿服务队并持续开展活动。2015 年，保障 2015 世界斯诺克中国公开赛顺利进行，2016 年 9 月 9 日至 11 月 5 日，153 名

志愿者，从国际标准化组织（ISO）大会到北京国际马拉松，从国际青年交流营到 G20 科技创新部部长峰会，为四项国际性品牌活动提供驾驶员志愿服务，包括 4,000 余公里的服务里程，3 万余服务人次，帮助各项活动顺利举办。■

案例

北京现代 i 公益志愿者联盟

2016 年 8 月 15 日，北京现代正式发布代表着热爱、共享全新的志愿服务品牌：i 公益志愿者联盟。i 志愿者联盟秉承“履行社会责任、弘扬互助美德、打造爱心文化”的理念，形成统一的志愿服务力量，对内为职

工排忧解难，对外深入顺义区特殊教育学校、福利院，民工子弟打工学校等处开展服务。截止 2016 年底，北京现代 i 公益志愿者联盟共有 26 个分队，下设 101 个支队，拥有常规志愿者 5,000 余名。■

i 公益志愿者联盟

在社区生活中处处亲善，感恩回馈社区，美化社区，保护环境回馈社会。

队员们仁爱体贴，亲如手足。帮助家庭困难员工、为结婚同事组织爱心车队、替外地员工购买车票等。

队员们用爱心行动去帮助关心老人。定点至大华山、顺义老年公寓等敬老院送去精彩的节目和温馨的祝福。

通过电教助学、车教助学来播撒希望。同时关心特殊儿童及外来务工人员子弟小学的孩子们，积极捐款捐物，助力成长。



展望

时代的车轮加速转动，汽车行业变革如火如荼。2017 年，本集团将深刻分析“十三五”中面临的新形势与新挑战，紧紧围绕“进一步深化转型战略、进一步推动转型落地”这一核心任务，谋划“十三五”转型发展。将继续秉承“坚韧、执着、专注、极致”的工匠精神，用心造车，稳健经营，全面开创北京汽车可持续发展新格局。

本集团将持续强化可持续发展理念，逐渐建设完善可持续发展管理体制，持续关注与各利益相关方的沟通联动，创造多方共赢。



我们将进一步开创“开放创新、协同创新、集成创新”的新局面，以“提质增效”为经营重心，以工匠精神开启研发 2.0 时代，全力推进自主创新，深入打造核心技术，为最终实现“北京创造”的使命而努力。

我们将一如既往践行企业绿色责任，以国家“十三五”绿色发展理念为基石，逐步实现环境友好型生产与低碳运营，发展新能源产品，倡导绿色低碳出行。

我们将继续关注人才培养，持续打造适合企业发展的精干团队；关爱员工安全健康与生活，为员工创造更多工作灵感，带动全体员工实现“奋力拼搏、团结协作、知难而进、志在必得”的企业精神。

我们将坚持回馈社区，履行企业社会责任。持续推进现有公益品牌发展，关注社会需求并积极响应，积极投入社区公益及志愿者工作，带动社区共同发展。

2017 年我们将一如既往为“引领未来车生活”而努力，不断拓展产品的统筹概念，致力于提供创新的产品和最优的服务，为人们提供最好的出行解决方案，引领未来美好的人车生活。在未来，实现人、车、生活，密不可分。

附录

1. 实质性议题分析



2. 责任沟通

利益相关方	沟通机制	利益相关方诉求	本公司回应
政府及监管机构	• 政策指引 • 日常沟通	• 带动经济发展 • 依法纳税 • 诚实守法经营 • 提供就业机会	• 积极响应国家战略部署 • 良好经营 • 合规经营 • 创造就业岗位 • 加大创新研发
股东	• 股东大会 • 董事会 • 日常沟通	• 价值提升 • 规范公司治理 • 透明运营	• 良好经营业绩 • 不断完善公司治理结构 • 全面、及时、准确披露信息
客户	• 公司网站 • 微信公众号 • 官方微博	• 性价比优良 • 安全保障 • 提供优质的服务	• 开发新能源汽车 • 完善产品质量管理体系 • 开展车主活动 • 客户满意度调查
员工	• 员工沟通 • 工会 • 职代会 • 总裁午餐会 • 公告栏	• 完善的薪酬福利制度 • 畅通的职业发展 • 舒适的工作环境	• 维护员工合法权益 • 不断强化安全与健康 • 提供多样化的培训 • 开展员工关爱活动
供应商和合作伙伴	• 定期沟通 • 业务合作交流 • 培训	• 公平公正的合作 • 合作共赢	• 不断完善供应商管理 • 加强内部采购管理 • 开展供应商培训
经销商	• 销售活动 • 培训 • 业务指导	• 车型供应 • 业务帮助	• 加强经销商销售活动指导和帮助 • 分享市场信息 • 开展经销商培训
社区	• 关怀弱势群体 • 社区公益活动	• 共同的社区发展 • 和谐的社区关系	• 赞助赛事 • 参加志愿活动 • 热心社会公益
公众和媒体	• 媒体信息披露 • 公益活动	• 公开透明的信息披露 • 全面有效的企业公民履责	• 及时客观的信息披露
环境	• 环保活动 • 绿色运营	• 减少能源消耗和碳排放 • 积极参与环保活动	• 提升环保意识 • 强化安环体系建设 • 开展绿色运营 • 进行节能改造

3. ESG 指标索引

序号	指标描述	披露情况	在报告中的位置
A1 排放物	一般披露 有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 注：废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。 温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。 有害废弃物指国家规例所界定者。	披露	P56–P60
A1 排放物	A1.1 排放物种类及相关排放数据。	未披露	
A1 排放物	A1.2 温室气体总排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	未披露	
A1 排放物	A1.3 所产生有害废弃物总量（以重量或体积计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算、每位正式雇员）。	未披露	
A1 排放物	A1.4 所产生无害废弃物总量（以重量或体积计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算、每位正式雇员）。	未披露	
A1 排放物	A1.5 描述减低排放量的措施及所得成果。	披露	P56–P60
A1 排放物	A1.6 描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。	披露	P60
A2 资源使用	一般披露 有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。	披露	P56–P60
A2 资源使用	A2.1 按类型划分的直接及／或间接能源（如电、气或油）总耗量（以每千秒千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	未披露	
A2 资源使用	A2.2 总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	未披露	
A2 资源使用	A2.3 描述能源使用效益计划及所得成果。	披露	P56–P60
A2 资源使用	A2.4 描述求取使用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计的成果。	未披露	
A2 资源使用	A2.5 制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	未披露	
A3 环境及天然资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	披露	P56–P63
A3 环境及天然资源	A3.1 描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	披露	P56–P63
B1 雇佣	一般披露 有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	披露	P36–P37
B1 雇佣	B1.1 按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。	披露	P36
B1 雇佣	B1.2 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	未披露	
B2 健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保护雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	披露	P40–P41
B2 健康与安全	B2.1 因工作关系死亡的人数及比率。	披露	P41
B2 健康与安全	B2.2 因工伤损失工作日数。	未披露	
B2 健康与安全	B2.3 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	披露	P40–P41
B3 发展及培训	一般披露 有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。 注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外培训课程。	披露	P38–P39
B3 发展及培训	B3.1 按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	未披露	
B3 发展及培训	B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	未披露	
B4 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	披露	P36
B4 劳工准则	B4.1 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	披露	P36
B4 劳工准则	B4.2 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	未发生	
B5 供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。	披露	P49–P53
B5 供应链管理	B5.1 按地区划分的供应商数目。	未披露	
B5 供应链管理	B5.2 描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及有关惯例的执行及监察方法。	披露	P49–P53
B6 产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	披露	P24–P33
B6 产品责任	B6.1 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	披露	P28–P31
B6 产品责任	B6.2 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	披露	P32–P33
B6 产品责任	B6.3 描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	披露	P26
B6 产品责任	B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。	披露	P28–P31
B6 产品责任	B6.5 描述消费资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	披露	P32–P33
B7 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	披露	P16
B7 反贪污	B7.1 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	披露	P16–P17
B7 反贪污	B7.2 描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	披露	P16–P17
B8 社区投资	一般披露 有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	披露	P68–P73
B8 社区投资	B8.1 专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	披露	P68–P71
B8 社区投资	B8.2 在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	披露	P68–P73

注：根据香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》要求，环境部分未披露关键指标拟计划在《2017 年环境、社会及管治报告》中进行披露。对于社会部分建议披露的关键指标，基于第一份 ESG 报告，信息机制等在不断完善，基于审慎原则，部分指标选择不披露，亦或在之后进行披露。

4. GRI 指标索引

序号	指标描述	披露情况	在报告中的位置
战略与分析			
G4-1	机构最高决策者的声明	披露	P2-P5
G4-2	主要影响、风险及机遇的描述	披露	P2-P5
机构概括			
G4-3	机构名称	披露	P6
G4-4	主要品牌、产品和服务	披露	P6-P7, P18-P21
G4-5	机构总部的位置	披露	P6
G4-6	机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展主题特别相关	披露	P6-P9
G4-7	所有权的性质及法律形式。	披露	P6
G4-8	机构所服务的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户 / 受益者的类型）	披露	P6-P7
G4-9	机构规模，包括：员工人数、运营地点数量、净销售额或净收入、按债务和权益细分的总市值、所提供的产品或服务数量	披露	P2-P7, P18-P21, P36
G4-10	按雇佣合同和性别划分的员工总人数；按雇佣类型和性别划分的固定员工总人数；按正式员工、非正式员工和性别划分的员工总数；按地区和性别划分的员工总数；机构的工作是否有一大部分由法律上认定为自雇的人员承担，或由非员工及非正式员工的个人（包括承包商的员工及非正式员工）承担；雇佣人数的重大变化	披露	P36
G4-12	描述机构的供应链情况	披露	P49-53
G4-13	报告期内，机构规模、架构、所有权或供应链的重要变化	披露	P6-P7
G4-14	机构是否及如何按预警方针及原则行事	披露	P16-P17
G4-16	机构加入的协会（行业协会）和全国或国际性倡议机构，并且在治理机构占有席位、参与项目或委员会、除定期缴纳会费外，提供大额资助、视成员资格具有战略意义	披露	P56
确定的实质性方面与边界			
G4-17	列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体；说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	披露	报告说明
G4-18	说明界定报告内容和方面边界的过程；说明机构如何应用“界定报告内容的报告原则”	披露	报告说明
G4-19	列出在界定报告内容的过程中确定的所有实质性方面	披露	P76
G4-20	对于每个实质性方面，说明机构内方面的边界	披露	报告说明
G4-21	对于每个实质性方面，说明机构外方面的边界	披露	P76
G4-22	说明重订前期报告所载信息的影响以及重订的原因	不适用	
G4-23	说明范围、方面边界与此前报告期间的重大变动	不适用	
利益相关方参与			
G4-24	机构的利益相关方列表	披露	P76
G4-25	就所选定的利益相关方，说明识别和选择的根据	披露	P76
G4-26	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的参与频率，并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行	披露	P76
G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式，包括以报告回应。说明提出了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别	披露	P76
报告概况			
G4-28	所提供信息的报告期（如财务年度或日历年度）	披露	报告说明
G4-29	上一份报告的日期（如有）	不适用	
G4-30	报告周期（如每年一次、两年一次）	披露	报告说明
G4-31	关于报告或报告内容的联络人	披露	报告说明
治理			
G4-35	说明从最高治理机构授权高级管理人员和其他员工管理经济、环境和社会议题的过程	披露	P76
G4-43	为加强最高治理机构对于经济、环境和社会主题的集体认识而采取的措施	披露	P76
G4-45	在识别和管理经济、环境和社会的影响、风险和机遇方面，最高治理机构的角色。包括最高治理机构在实施尽职调查方面的角色；是否使用利益相关方咨询，以支持最高治理机构对经济、环境和社会的影响、风险和机遇的识别和管理	披露	P76
商业伦理与诚信			
G4-56	说明机构的价值观、原则、标准和行为规范，如行为准则和道德准则	披露	P16-P17
G4-57	寻求道德与合法行为建议的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如帮助热线或建议热线	披露	P16-P17、P44
G4-58	举报不道德或不法行为的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如通过直线管理者逐级上报、举报机制或热线	披露	P16-P17
G4-DMA	说明为什么该方面具有实质性。说明使该方面成为实质性方面的影响。说明机构如何管理实质性方面或其影响。说明管理方法的评估。	披露	P2-P3
经济			
经济绩效			
G4-EC1	机构产生和分配的直接经济价值。	披露	P2-P7, P18-P21
环境			
产品和服务			
G4-EN27	降低产品和服务环境影响的程度。		P56-P65
G4-EN28	按类别说明，回收售出产品及其包装物料的百分比。	披露	P28
整体环境情况			
G4-EN31	按类别说明总环保支出及投资。	披露	P60
供货商环境评估			
G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施。		P50-P51
劳工实践和体面工作			
职业健康与安全			
G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别、工伤、职业病、误工及缺勤比例，以及和因公死亡人数。	披露	P40-P41
培训与教育			
G4-LA9	按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均小时数。	披露	P38
G4-LA10	为加强员工持续就业能力及协助员工管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划。	披露	P38-P39
多元化与机会平等			
G4-LA12	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分，治理机构成员和各类员工的组成。	披露	P36
社会			
反腐败			
G4-SO4	反腐败政策和程序的传达及培训。	披露	P16-P17
G4-SO5	确认的腐败事件和采取的行动。	披露	P16-P17
产品责任			
G4-PR5	客户满意度调查的结果。	披露	P32

注：本报告仅限参考全球报告倡议组织发布的《可持续发展报告指南》(G4) 指南，基于指标披露程度仍在不断完善当中，故暂时不做“核心”与“全面”披露对标，诸如环境等实质性议题及指标，公司根据实际情况或将分阶段有计划的在之后进行披露。

BAIC MOTOR



本报告采用环保纸张及油墨印刷