



北京汽车股份有限公司
BAIC MOTOR CORPORATION LIMITED*
(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

2016年度環境、社會及管治報告

ESG

行有道·達天下

Your Wish · Our Ways

股份代號：1958

* 僅供識別

報告範圍及釋義

本報告在介紹北京汽車股份有限公司在相關環境、社會及管治（ESG）議題方面的表現時，以北京汽車股份有限公司集團層面的相關政策、理念及目標為導向，並展開闡述本公司及其附屬公司的具體落實及表現情況。

為方便表述，本報告中：

「本公司」、「公司」、「北京汽車」指北京汽車股份有限公司；

「本集團」、「我們」指本公司及其附屬公司。

其他釋義：如未特別說明，本報告釋義請參考本公司《2016年年報》。

報告發佈週期

本報告為本公司發佈的第一份環境、社會及管治報告，報告時間範圍為2016年1月1日至2016年12月31日，部份內容或超出上述時間範圍。

報告編製原則

本報告參照香港聯合交易所有限公司發佈的《環境、社會及管治報告指引》、全球報告倡議組織發佈的《可持續發展報告指南》(G4)等標準要求編寫。

報告數據說明

本報告中的部份財務數據來自《2016年年報》，如數據與《2016年年報》不一致，請以《2016年年報》為準。其他數據主要來源於本集團內部統計數據。本報告所涉及貨幣金額以人民幣作為計量幣種，特別說明除外。

報告發佈形式

本報告提供中文及英文兩個版本，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

報告電子版可在香港聯交所網站及本公司官方網站查閱。

聯繫方式

投資者專線：(86) 10 5676 1958

(852) 3188 8333

郵件：ir@baicmotor.com

地址：中國北京市順義區仁和鎮雙河大街99號

更多詳情，請掃描下方二維碼



北京汽車



ESG 報告

董事長致辭 02

總裁致辭 04

關於我們 06

06 公司簡介

06 業務概覽

08 發展歷程

10 經營業績

10 企業榮譽

展望 74

附錄 76

76 實質性議題分析

76 責任溝通

77 ESG指標索引

78 GRI指標索引

行有道·達天下
Your Wish · Our Ways

1 行穩健之道
達價值天下



- 14 協同國家戰略
- 16 堅守誠信合規
- 18 提升價值創造

2 行匠心之道
達品質天下



- 24 堅持自主創新
- 28 提供優質產品
- 32 提升客戶體驗

3 行人文之道
達駿業天下



- 36 打造多元團隊
- 38 助力員工成長
- 40 營造安全健康的環境
- 42 打造以奮鬥者為本的
企業文化

4 行協調之道
達共贏天下



- 48 攜手供應商共贏
- 52 強化經銷商合作

5 行低碳之道
達綠色天下



- 56 綠色設計
- 60 清潔生產
- 64 綠色產品

6 行善舉之道
達和諧天下



- 68 開展公益活動
- 72 踐行志願活動



黨委書記、董事長 徐和誼

變革的時代，形勢的發展一日千里；轉折的關口，競爭之路百舸爭流。根據中國汽車工業協會的數據，2016年度，中國實現乘用車銷售2,437.7萬輛，同比增長14.9%，市場的快速發展與互聯網、物聯網的興起，促使汽車行業充滿機遇與挑戰。在這個新時期，本集團緊密圍繞「供給側結構性改革」主線，強化自主品牌建設、推進合資品牌做大做強、佈局新能源，調結構、促改革、謀發展，報告期內實現營業收入人民幣1,162億元，同比增長38.1%；歸屬本公司權益持有人應佔淨利潤人民幣63.67億元，同比增長91.9%，實現每股收益人民幣0.84元，取得良好的經營業績。本集團在不斷提升價值創造能力的同時，主動承擔社會責任，推動企業及社會可持續發展。

行匠心之道。汽車逐步從交通工具向大型移動智能終端、儲能單元和數字空間轉變，在電動化、智能

化、網聯化、輕量化新趨勢下，本集團以「工匠精神」為引領，不斷健全以汽車研究院為核心、廣泛開展產學研合作的開放式創新平台，建立高水準的技術研發生態體系，不斷強化自主品牌整車、關鍵系統和核心零部件的開發及製造能力。2016年，我們與百度在智能汽車領域展開廣泛合作，開展智能化研究，以創新為企業和產品賦予更多內涵，為客戶創造更多價值。

行人文之道。「致天下知之治在人才」，我們深知創新激發活力，而人才決定未來。在轉型發展的關鍵時刻，本集團不斷調整和優化人才結構，吸引高端化、創新化、青年化的人才加入，不斷建立健全人才晉升渠道，提供多元化學習和提升平台，廣泛開展員工關愛，打造舒適的工作環境，讓人才紅利成為企業發展的內生動力。

2016年度，實現營業收入

1,162 億元

2016年度，本公司權益持有人應佔淨利潤

63.67 億元

行協調之道。汽車行業現代生產體系的建立，依賴於價值鏈上下游通力合作，通過資源整合，進一步優化核心發展環節。我們一方面與上游價值鏈合作，建立動態的管理與合作模式，逐步打造智慧供應鏈，為智能製造和國際化發展奠定基礎；另一方面強化下游經銷商管理，逐步建立標準化與個性化相結合的消費空間，完善銷售網絡佈局，以實現企業持續發展與價值鏈共贏。

行低碳之道。國家「十三五」綠色發展理念的提出，為汽車行業向更加綠色、低碳發展提出新要求，北京汽車積極響應國家戰略，全面參與「國六」標準制定，推動整車生產進一步降低環境影響。同時，本集團堅持「電動化」，佈局新能源汽車，2016年全新上市的純電動A級轎車EU260、國內首款電動SUV EX200，引領綠色低碳出行。

行善舉之道。本集團在自身發展的同時，將社會責任與發展戰略有機結合，積極投身社區公益，在教育、環保、關注社會弱勢群體方面持續投入，踐行企業社會責任。

面向「十三五」，本集團將牢固樹立「創新、協調、綠色、開放、共享」五大發展理念，將北京汽車的發展與環境、社會相統一，踐行企業長足持續發展之道。■

二零一七年七月二十五日



黨委副書記、總裁 陳宏良

2016年，本集團繼續完善產業轉型升級，發展自主品牌，堅持穩健運營。北京汽車業績表現可圈可點，其中，自主品牌保持了加速增長態勢，實現年度毛利首次轉正；以北京奔馳為首的合資板塊則延續了以往卓越的業績表現，實現了銷量與利潤的突破性提升。北京品牌、北京奔馳、北京現代、福建奔馳合計實現整車銷售192.9萬輛、同比增長16.4%，近五年銷量複合增長率達16.7%，高於中國乘用車行業的整體增速，最終實現銷量帶動業績的大爆發。

堅持自主創新，履行產品責任。本集團致力打造開放式創新平台，建設創新人才梯隊，尊重創新成果保護，加強校企合作，不斷完善產學研體系。截至2016年底，創新課題成果應用率接近80%。經過幾年的努力，在競爭日益激烈的國內車市，北京汽車的自主品牌從品質到外觀、從可靠性到成本控制都得到大幅提升，自主品牌五年完成100萬輛整車

的生產。在產品質量層面，北京汽車將「工匠精神」內化為企業文化，強化質量閉環管理，以產品創新和品質提升市場競爭力。

悉心關愛員工，打造多元團隊。本集團關注員工健康安全，注重員工發展，在保障員工基本權益的前提下，為員工創造更多發展可能性。2016年，員工培訓總學時數達1,770,364小時；員工人均學時數達70.4小時。

攜手供銷合作，構建完善供銷鏈。本集團聯動供應商與經銷商，力求多方攜手共贏。有效評估供應商社會及環境風險並進行相應管理，2016年，本公司對161家供應商進行培訓，培訓滿意度達93%。

堅持綠色運營，倡導綠色出行。本集團堅持低碳生產，踐行排放物管理與節能減排舉措，同時積極向員工及社會公眾宣傳綠色環保理念，投入大量資金

2016年度，整車銷售

192.9 萬輛

2016年度，節能環保工作上投資總額約

7.1 億元

打造新能源汽車。2016年，本集團在節能環保工作上投資總額約人民幣7.1億元；參與「國六」標準制定並獲「中國輕型汽車第六階段排放標準編製工作突出貢獻」獎。

投身社會公益，堅持扶貧濟困。本集團飲水思源，連續開展青海玉樹公益助學、「美好北汽·與愛同行」、內蒙治沙公益活動等，在教育助學、關愛弱勢群體、環保等領域持續投入。本集團建立青年志願者團隊，服務國際標準化組織（ISO）大會、北京國際馬拉松、國際青年交流營等大型活動，積極回饋社會，踐行社會責任。

展望2017年，本集團仍將堅定不移的踐行可持續發展，聯動多方利益相關方打造更加創新、綠色、高質量的產品及服務，履行企業公民的責任，與社會、環境共同發展。■

二零一七年七月二十五日

公司簡介

北京汽車股份有限公司成立於2010年9月，是北京汽車集團有限公司乘用車整車資源聚合和業務發展的平台，是北京市政府重點支持發展的企業。2014年12月19日，本公司完成首次公開發行H股並在聯交所主板掛牌上市。作為中國能夠契合市場需求且具高速增長潛力的乘用車製造商，我們的主要業務涵蓋乘用車研發、製造、銷售與售後服務，乘用車核心零部件生產、汽車金融、以及其他相關業務，我們擁有：具有先進技術平台且銷售快速增長的北京汽車自主品牌業務；歷史悠久的梅賽德斯－奔馳豪華車業務；以及銷售穩健增長的北京現代中高端品牌業務。我們提供的乘用車品牌組合高度多元化且互補，覆蓋了合資豪華、合資中高端、自主品牌中高端和自主品牌經濟型乘用車不同的細分市場。我們提供多種乘用車車型，覆蓋了中大型、中型、緊湊型及小型轎車、SUV、MPV和交叉型乘用車產品，可滿足消費者對不同種類車型的要求。

北京汽車股份有限公司以科學發展觀為統領，以提高企業核心競爭能力為目標，堅持自主創新，規模發展，以建設「實力北汽、規模北汽、世界北汽，和諧北汽」為戰略方向，堅持國際合作和自主發展相結合，調整優化產品結構和產業結構，提升全價值鏈的綜合競爭力，從而建成國內一流、具有國際競爭力的大型汽車企業，成為國內自主品牌中高端乘用車的標桿企業。截至2016年底，本集團員工總數25,159人，營業收入1,162億元，同比增長38.15%。

截至 2016 年底，本集團員工總數

25,159 人

業務概覽

乘用車



北京汽車
BAIC MOTOR

紳寶

「紳寶」是本集團自主中高端乘用車產品系列，以重視車輛性能和成本效益的消費者為目標群，「為性能執著」是紳寶的品牌理念。

北京

「北京」系列是傳承北汽越野半世紀的軍車血統與硬派基因打造的越野先鋒品牌，「唯越野行無疆」是北京的品牌理念。



Mercedes-Benz
北京奔馳



北京現代
NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.



Fujian Benz
福建奔馳

威旺

「威旺」系列產品集中於交叉型乘用車、MPV及SUV車型，以小微企業用戶和個人用戶為目標群，「引領幸福未來」是威旺的品牌理念。

新能源產品

在生產傳統燃油乘用車的同時，北京品牌也積極推動基於傳統車型的新能源車的生產，並於2015年度完成了所有生產基地的新能源生產技術改造，大力推進純電動新能源乘用車的研發與製造，並成為純電動新能源車業務的領跑者。

北京奔馳

北京奔馳自2006年起生產和銷售梅賽德斯－奔馳品牌乘用車。目前，北京奔馳生產和銷售梅賽德斯－奔馳E級轎車、C級轎車、GLC級SUV及GLA級SUV四款車型。

北京現代

北京現代自2002年起生產和銷售現代品牌乘用車。目前，北京現代生產和銷售涵蓋中級、緊湊型、A0級等全系主流轎車以及SUV車型的共十餘款產品。

福建奔馳

福建奔馳自2010年起生產和銷售梅賽德斯－奔馳品牌多用途乘用車及輕型客車。目前福建奔馳生產和銷售梅賽德斯－奔馳V級、新威靈及凌特三大系列產品。

乘用車核心 零部件

本集團生產整車產品的同時，亦通過北京品牌、北京奔馳、北京現代的生產基地生產發動機、動力總成等製造發動機、變速器和凸輪軸及連桿等乘用車核心零部件。

汽車金融

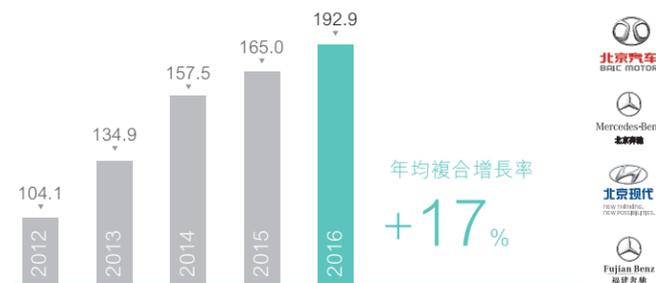
本集團通過聯營企業北京汽車集團財務有限公司、北京現代汽車金融有限公司、梅賽德斯－奔馳租賃有限公司等開展北京品牌、梅賽德斯－奔馳品牌、現代品牌的汽車金融及汽車後市場相關業務。

發展歷程



經營業績

■ 本集團2012年至2016年銷售變化情況 (萬輛)



■ 營業收入 (人民幣十億元)



■ 基本每股收益 (人民幣元)



企業榮譽

2016年中國證券「金紫荊」頒獎典禮

- 北京汽車股份有限公司
獲得「最具投資價值上市公司」大獎
- 北京汽車股份有限公司董事長徐和誼
獲得「最具影響力上市公司領袖」大獎



軒轅獎(全新體驗獎)	軒轅獎評選委員會
紳寶X55和 X25榮獲2015年中國設計紅星獎	中國設計紅星獎委員會
大型汽車「產業聯動」創新平台構建與實施榮獲第五屆北京市第三十一屆企業管理創新成果二等獎	北京市企業管理現代化創新成果評審委員會
中國輕型汽車第六階段排放標準編製工作突出貢獻獎	環境保護機動車排污監控中心
上市公司年度大獎	香港股票分析師協會
北京市國有企業安全生產工作創新獎 北京市安全文化建設示範企業	北京市安全生產監督管理局
全國機械工業質量效益型先進企業 全國機械工業質量獎	中國機械工業質量管理協會
2016年市場關注新車(A0級SUV)滿意度第一名	中國質量協會用戶委員會
2016中國自主品牌100佳	人民日報社人民論壇雜誌社、國家治理週刊、人民論壇網
2016TTA自主品牌車型評選——年度影響力大獎	騰訊汽車
2016「第十四屆」中國企業競爭力年會——卓越表現評選之最佳年度業績獎	《中國經營報》社
年度風雲汽車企業獎	中國新主流媒體汽車聯盟主辦, 搜狐汽車承辦
中國品牌年度特別大獎——創新大獎	世界經理人
2016年北京市科技獎一等獎(獲獎項目名稱: 乘用車關鍵技術創新及其在紳寶D70系列化車型開發中的應用)	北京市政府
2016年中國汽車工業科學技術獎二等獎	中國汽車工程學會



1

行穩健之道 達價值天下

- 協同國家戰略
- 堅守誠信合規
- 提升價值創造

協同國家戰略

北京汽車積極響應國家「京津冀協同發展」、「一帶一路」等戰略部署，秉承「整體佈局、謀而後動、步步為營、重點突破」經營方針，將本集團的發展與國家戰略政策及社會經濟發展需求高度統一，提出以互聯網思維重構傳統汽車製造業和北汽產業價值鏈與整體業務鏈，用改革創新的實踐推動規模化、高端化、國際化、服務化、低碳化發展，助力國家戰略落地過程中資源的流動及技術、經濟、社會、文化交流。



案例

助推京津冀一體化，北京現代河北滄州建工廠



在京冀兩地聯手，企業與地方協同的多點面推動下，2016年10月，北京現代第四工廠—整車及發動機生產基地落戶河北省滄州市並開始投產，總投資約為人民幣74.5億元，佔地面積2,868畝，整車年產能30萬輛、發動機年產能20萬台。

該基地將公司的自身發展戰略同京津冀戰略契合起來，協同發展，走出北京，拉動當地就業和經濟發展。滄州工廠將直接帶動就業6,000人以上，帶動整車零部件物流、服務貿易、汽車金融以及相關產業產值超過人民幣1,000億元。

案例

協同一帶一路，佈局南非

有著「彩虹之國」美譽的南非位於非洲大陸最南端，是海上絲綢之路的另一個端點，北京汽車積極響應國家「一帶一路」戰略，在南非伊麗莎白港市庫哈工業區建設北汽南非工廠。北汽南非工廠既是中國企業在南非及非洲一次性投資規模最大的汽車製造工廠，同時也是本土化程度最高的汽車製造工廠。建成後不僅促進北京汽車產品出口，成為推動北京汽車國際化戰略佈局的「能量源」，也進一步推動南非汽車工業的發展，為當地

提供更多就業機會，促進中國和南非在經濟、人文方面的廣泛交流。

南非工廠是北汽集團國際化的龍頭項目，是北汽第一座海外整車製造工廠，是我們立足南非，輻射非洲大陸和歐洲、大洋洲市場的重要佈局。我們將以資金、技術、產品、人才和品牌的全方位資源保障，推動這一項目邁向成功。

——北京汽車董事長 徐和誼

堅守誠信合規

持續誠信經營是企業立足之本，也是企業規避風險的重要源頭。本集團遵照運營所在地頒佈的《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國公司法》、國家工商行政管理局《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規要求及基本的道德準則開展工作，並制定《合規管理辦法》、《合規舉報管理辦法》及企業的商業行為準則等內部制度，編製合規管理規範，明確合規管理的內容、體制、機構、職責等，特別針對反商業賄賂、反壟斷、反不正當競爭等重點領域，強化防範貪腐風險，堅守誠信合規。報告期內，本集團並未知悉發生任何違反運營地反貪污、反賄賂、反欺詐及反洗錢等法律法規所引起的訴訟。



強化廉政體系建設

- 在廉政教育、效能監察和創新型懲防體系建設等方面已取得初步成效
- 嚴格落實廉政建設監督責任，聚焦主責主業，深入探索創新，從6個方面、22個環節加強廉政監察工作，提升監督執紀問責水平
- 精準監督 — 探索推進創新型懲防體系建設

通暢舉報溝通渠道

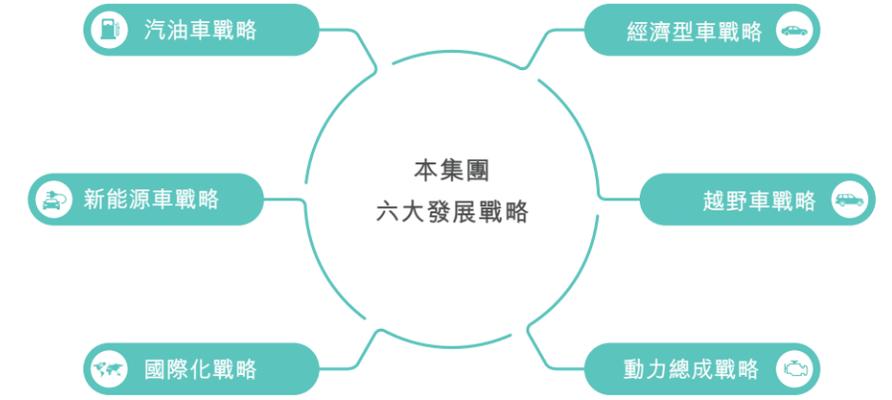
- 設立來訪舉報、舉報信箱、郵箱、電話等全方位的信訪舉報渠道，確保溝通渠道的暢通
- 在信訪舉報案件查辦過程中，嚴格執行《北汽股份關於辦理實名舉報的暫行辦法》等相關規定，確保舉報人的權益和安全

加強廉政教育宣傳

- 因材施教 — 定製課堂助推廉政教育出實效
- 圍繞「責任、極簡、融合」主題，開展企業廉潔文化宣講
- 開展家庭助廉活動
- 舉辦廉潔書畫攝影展
- 參觀北京市檢察院反腐教育警示基地
- 進行預防職務犯罪專題講座
- 組織反貪污專題考試
- 進行「餐前十分鐘」廉潔談話
- 舉辦反腐知識在線競賽

提升價值創造

面對「十三五」的機遇與挑戰，本集團踐行國家「十三五」戰略規劃和「中國製造2025」國家戰略，以向建設製造服務型和創新型企業轉型為戰略，不斷整合資源，逐步形成以北京為中心，重慶、廣州、株洲、滄州相呼應的乘用車整車基地，產品逐步實現向全國市場的近距離覆蓋，通過業務在地區延伸，提升企業價值創造能力。



北京品牌

2016年度，北京品牌乘用車實現銷售45.7萬輛，同比增長35.6%，增速遠高於行業整體及中國品牌增速，加速增長勢頭明顯。其中紳寶系列實現銷量20.1萬輛，同比增長65.1%，北京系列實現銷售2.8萬輛，同比增長619.7%；威旺系列實現銷售18.0萬輛，同比減少5.8%；新能源乘用車實現銷售4.83萬輛，同比增長138.7%。

北京品牌積極推進技術升級

- 電動化**：新能源產品在細分市場佔據領先地位，建立共平台開發流程。
- 智能網聯**：啟動下一代智能駕駛艙等四個重點項目，聯合百度在 CES 發佈「NOVA-PLS」。
- 國際化**：紳寶品牌完成 8 款產品的國際化改造，合資成立北汽南非、佈局海外市場。



Mercedes-Benz 北京奔馳

北京奔馳

2016年，北京奔馳延續爆發式增長態勢，實現整車銷量31.7萬輛，同比增長26.7%，增速遠超其他合資豪華品牌乘用車製造商，繼續引領中國豪華車市場快速增長。目前，北京奔馳建有戴姆勒於合資公司中最大的研發中心，包含氣候腐蝕、整車排放、發動機和振動噪聲等7個先進的實驗室，以及研發試制車間和測試跑道，為梅賽德斯－奔馳國產車型的研發、生產提供重要的技術支撐。



2016年度，北京奔馳獲得由科爾尼管理諮詢公司與全球知名商業週刊 *Produktion* 共同發起、旨在發現並表彰全球製造業企業典范的「2016年度全球卓越運營工廠－最佳大規模製造廠商」。這一獎項的獲得，標誌著北京奔馳的製造與運營能力已經全面達到世界尖端水平，在樹立行業標桿的同時，也為中國製造推開了走向全球的榮耀之門。



北京现代 NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

北京現代

2016年，北京現代的產品結構進一步優化，SUV產品銷量同比增長30.1%，D+S（D級轎車+SUV車型）比重進一步提升至50.3%。2016年，為迎合行業發展及消費升級，北京現代積極在新能源領域佈局，發佈了新能源「NEW」計劃，並發佈首款新能源產品－第九代索納塔混合動力版。2016年，實現整車銷售114.2萬輛，同比增長7.5%，銷量排名穩居合資品牌第四位，連續四年銷量超過100萬輛。

■ 新能源戰略——NEW計劃



Fujian Benz 福建奔馳

福建奔馳

2016年，本公司通過對福建奔馳35%股權的收購，加之與福汽集團簽署的一致行動協議，福建奔馳正式成為本公司的合營公司。本次交易的實現，進一步深化了本公司與戴姆勒等合作方的合作範圍，實現相關方在梅賽德斯－奔馳品牌的全面戰略合作。同時，本次交易也有助於豐富本公司的產品線，並且通過技術、人才、戰略全方位的協同，實現強強聯合下的市場開拓，有利於本公司及股東的整體利益。2016年，福建奔馳實現整車銷售1.26萬輛，同比增長87.5%，取得了良好的發展勢頭，並推出全新V-Class以及全新威靈兩款新產品。



2

行匠心之道
達品質天下

- 堅持自主創新
- 提供優質產品
- 提升客戶體驗

堅持自主創新

作為首都經濟高端產業和現代製造業的重要支柱企業之一，本集團秉承自主創新、嚴謹求實、卓越品質、用戶至上的研發理念，在質量、成本、進度管控能力持續提升，項目開發、標準體系、產品驗證、專利管理趨於成熟，智能化、低碳化、精細化實現了突破。本集團注重研發隊伍建設，根據國家和政府倡導和支持的汽車產業發展方向和政策，持續推進產學研合作，並通過不斷完善的創新激勵辦法及科研成果保護制度，積極鼓勵創新科研，致力發展自主品牌。2016年，開展自主品牌自主科研課題近30項，結題課題的成果應用率接近80%。



開放式創新平台

- 與研究所、高校、專業聯盟、其他主機廠共同開展課題研究和技術交流，推動產學研合作；
- 針對專業技術前瞻和新技术及研發工作的問題進行研究、攻關，建立跨單位、部門，以專家和專業技術人員組成並以科技帶頭人和勞模命名的創新工作室14個，其中北京市級的有6個；
- 北京汽車研究院設有「知識管理信息系統」，建立《知識產權管理辦法》為給科技創新營造創良好的激勵氛圍。

創新人才培養

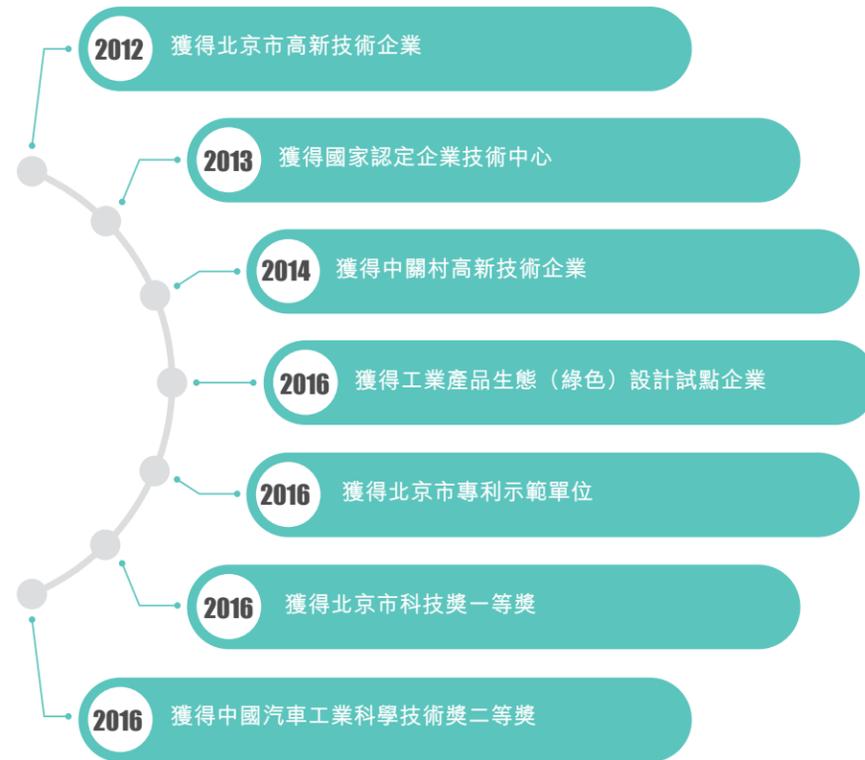
- 北京汽車研究院在培訓工作上圍繞助推戰略變革和助力員工績效改進為目標，持續優化和改善BVDP（分為四個層級）人才培養體系；
- 從體系建設、分層分類培訓實施、精品化管理層領導力項目和應屆生培養方面實施相關工作。

知識產權管理

- 設有《知識產權管理辦法》、《科研課題管理辦法》、《科技成果管理辦法》，對本公司的知識產權、科研課題、科技成果、技術標準化等進行管理和保護。

創新成果

- 一種電子駐車機構和汽車獲得中國發明協會頒發的「第九屆國際發明展覽會葡萄牙發明協會國際特別獎」；
- 「北汽股份企業級BOM管理系統項目」、「一種安全帶高度自動調節裝置及汽車項目」等16個項目獲得北京發明協會/北京職工技術協會頒發的「優秀獎」；
- 車輛胎壓自動調節系統、節能型車輛負載控制系統等研究獲得中國發明協會頒發的「發明創業獎」金獎兩項，銀獎兩項，銅獎三項；
- 截至2016年末，北京汽車專利申請總量3,791項，擁有專利3,204項；2016年新增專利申請數941項，新增專利855項。



案例

北京汽車攜手百度簽署智能汽車戰略合作



北京汽車與百度智能汽車在智能汽車領域達成全面戰略合作，共同致力於推進未來汽車智能化升級。合作方將在智能汽車、車聯網、L3 級智能駕駛、高精度地圖及車載地圖、聯合品牌運營等領域及其他新興領域建立緊密和共贏的戰略合作夥伴關係，實現合作領域技術開發、市場應用、資源信息共享、優化和共同發展。

北京汽車在探索從傳統製造型企業向製造服務型和創新型企業轉型升級的過程中，已將「智能化」戰略定為主線之一。此戰略合作顯示了傳統製造業與新興互聯網產業的深度融合，合作方將發揮各自的優勢，將最大程度縮短自動駕駛的研發週期，共同推動智能駕駛的發展，並為未來人類出行帶來全新體驗。

提供優質產品

以「工匠精神」為引領，本集團通過設定長遠質量戰略、構建完善質量體系、積極推進體系創新、實行質量閉環管理，自上而下實現產品質量保障。本集團的質量體系以質量領導力為核心，將質量文化融入並落實到過程中；以戰略為先導，以績效為度量手段，緊密圍繞顧客要求及相關方的需求與期望，保證價值鏈運營過程準確把握質量方針，追求並超越顧客滿意、滿足相關方要求。報告期內未發生缺陷汽車產品召回事件。



紳寶 X55 榮獲 2015 年中國設計紅星獎

紳寶 X25 榮獲 2015 年中國設計紅星獎

北汽紳寶 獲得中國汽車安全中國行「星盾動力獎」



■ 推進質量戰略落地

以系統為單位開發零部件及整車綜合驗證

加強先行質量活動
(含黑匣子+四象限)
提高對試制車的評價標準
強化模擬顧客試驗和評價

質量部門主動介入經銷商意見反饋，快速跟進，及時改進
— 熱線中心 / 論壇 / 車主群反饋的信息

快速掌握市場信息，及時改進

○ 加強對感知質量的提升

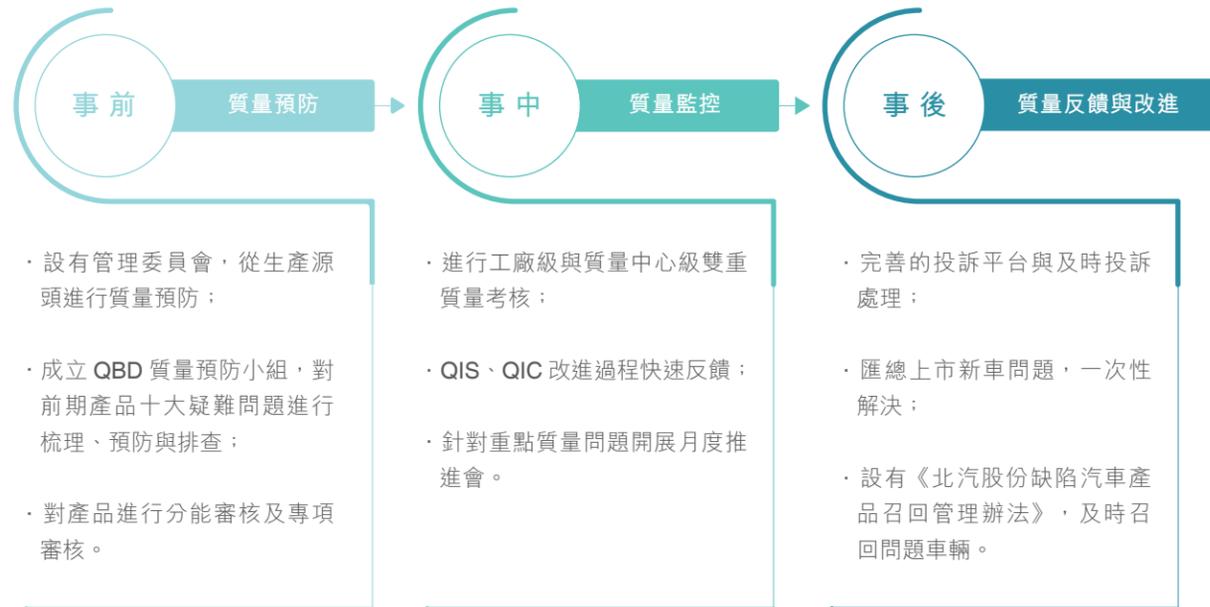
加強客戶感知維度的質量提升—內飾 / 工藝精度 / 氣味 / 座椅舒適性 / NVH / 人機便利性等

質量戰略
推進舉措

質量激勵、質量競賽、質量宣傳、質量培訓、流程優化、制度完善，促進標準化建設

○ 加強質量文化建設

加強質量閉環管理



六方審核流程



案例

創新體系：「1-2-3」質量一體化預防與攔截體系

北京汽車針對質量管理現況，構建了以供應商「四象限」分級管理及黑匣子零部件Know-How為核心的質量預防系統和模擬顧客試驗評價、製造質量築基、市場質量攻防一體化的快速改進三大防線為核心的質量攔截系統，並扎實完善推進質量激勵與宣傳機制，將「品質經營—以質量為魂」的理念融入到公司發展戰略、企業文化、產品開發和生產、市

場營銷等各項經營管理活動中，促進各項工作有效落地。

公司通過「1-2-3」質量一體化預防和攔截體系，以點帶面，對研發、零部件、生產、售後、運營五大板塊質量工作進行全面梳理，建立健全相關流程制度，以達到質量「預防」與「攔截」的目的。

1 個 質量意識

- 通過質量激勵與宣傳促進全員質量意識的提升，並確保質量預防和質量攔截體系建設的有效推進。

2 個 質量預防手段

- 供應商「四象限」分級管理，目的是綜合考慮質量和成本建立供應商選定基準，在定點時選擇適宜的廠家，避免質量與成本風險，找到低成本模式下的質量路徑，並通過系統培訓提升整個供應鏈的質量水平。
- 黑匣子零部件Know-How管理，目的是在零部件開發階段通過共同開發等手段逐步掌握黑匣子件的核心技術，形成北京汽車自己的技術Know-How和核心競爭力，預防並降低質量風險。

3 項 質量攔截系統

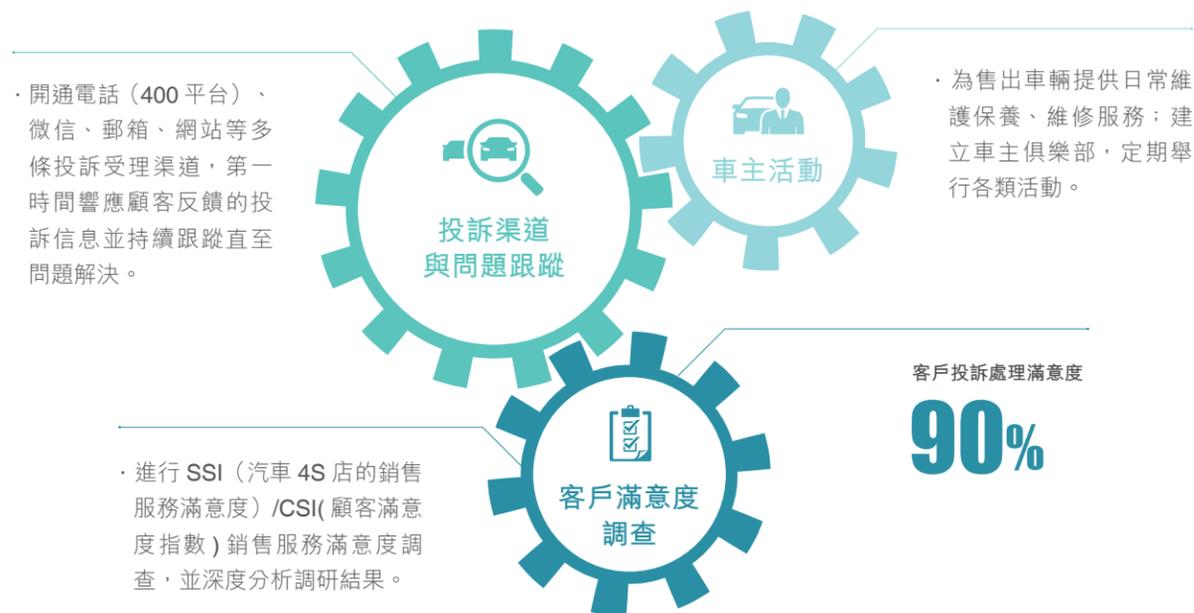
- 新車模擬用戶試驗評價，通過增加驗證車和驗證手段，提前充分發掘質量問題，在量產前改進完成。
- 製造質量築基，就是通過製造質量各環節的強化管理，提升體系質量，防止產品質量問題流入市場。
- 市場質量攻防一體化（改進「快一秒」），即使仍有一部份問題沒有發現，流入市場，也能夠通過市場快速改進小組，迅速出擊，實現質量問題快速解決、客戶抱怨快速響應和客戶情緒快速安撫。

提升客戶體驗

本集團從全價值鏈條考慮，從各環節體現顧客要求的重要性。設身處地為客戶著想，全心全意服務客戶。在售前、售中和售後服務中，在汽車行業逐步向數字化發展的過程中，逐步完善信息軟件及硬件的安全及管理，通過對優質服務、消費者權益維護、消費者隱私保護，在給客戶提供可信賴的安全用車保障的同時，追求提升客戶的用車生活品質與樂趣。



北京汽車售後服務機制



案例

400平台

為實現客戶投訴問題及時高效反饋，北京汽車建立客戶投訴管理系統，記錄客戶在車輛使用過程中發現並投訴的問題，並進行客戶投訴受理、分派、處理結果的反饋收集。

該系統將客戶投訴分為一般投訴、重大投訴、危機投訴共三個等級，一般投訴

要求24小時完成，重大及危機這兩類要求15天內完成。

系統設有400全國統一投訴熱線並將其產品說明、質保手冊、官方網站及經銷商店頭均予以公示。同時客戶管理系統對新車銷售和售後服務情況實施電話回訪，跟進客戶滿意度。



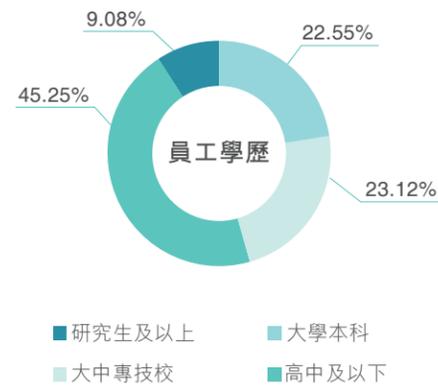
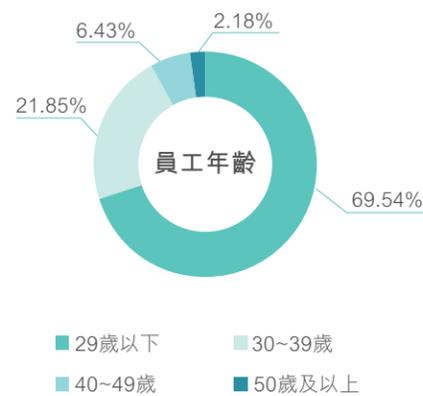
3

行人文之道 達駿業天下

- 打造多元團隊
- 助力員工成長
- 營造安全健康的環境
- 打造以奮鬥者為本的企業文化

打造多元團隊

本集團秉承以人為本的人才理念，貫徹實施《中華人民共和國勞動法》等法律法規要求，堅持平等僱傭原則，杜絕僱傭童工和強制勞工；通過校園招聘、社會招聘及海外招聘等多種渠道廣納人才，並堅持依法與員工簽訂勞動合同。在僱傭及日常工作過程中杜絕任何形式的歧視行為，尊重不同民族的文化及宗教信仰，維護員工的合法權益，按照法律規定工時、權益規定，不斷完善薪酬福利體系，在勞動關係、薪酬福利及績效結果等方面建立反饋渠道，保證員工實時獲得相關問題解答及政策普及。截至2016年底，本集團員工總數25,159人，員工勞動合同簽訂率100%。其中，少數民族員工1,078人，殘疾人士36人。



保障員工合法權益

- 薪資福利**
- 按時繳納五險一金；
 - 提供企業年金；
 - 提供購車福利；
 - 提供員工宿舍、接送班車等；
 - 提供帶薪年休假；
 - 社會保險覆蓋率100%。

- 民主溝通**
- 向全體員工發放《員工手冊》，將與員工切身相關的勞資、福利等規章制度告知全體員工，確保公司相關制度的效力，減少因政策宣貫不足造成的爭議；
 - 員工通過職工代表大會制度、廠務公開等途徑參與民主管理，建議權，充分保障監督權；
 - 通過總裁午餐會，微信，信箱，公告欄等各個渠道聽取職工建議；
 - 圍繞「職工職業發展」、「企業安全工作」、「持續提升產品質量」為主題，2016年度，創新組織了2次總裁午餐會、10期基層員工代表管理問題點座談會，徵詢問題點200餘項。

助力員工成長

本集團秉承以人為本、人盡其才、承諾共贏的人才理念，致力於為員工創造實現個人發展和價值平台，努力打造發展員工與成就員工的環境，提供多樣化的培訓課程，幫助員工發展自我，實現自我價值。



多元的學習機制

本集團為員工提供多元化的學習機制，不斷創新完善培訓機制，提升員工個人職業素養與綜合能力。2016年，北京汽車以匠心育匠人的理念，通過著力打造「講師體系」、「課程體系」、「管理體系」三支柱的一系列有效舉措，按照分層級、全覆蓋地工作思路組織實施各類培訓，初步實現「完善北京汽車培訓體系、傳承北京汽車文化」的階段性目標，為打造「自覺自發、自給自足」的學習生態圈邁出堅實的一步。2016年度，員工培訓總學時數1,770,364小時，人均學時數達70.4小時。

- 線上 (e-learning) 培訓
- 微信課程等



- 北京汽車大學堂、職場學堂、工匠學堂等
- 講師平台及講師薪酬激勵
- 分層級進行外部學習及內部組織的培訓、科級人才培養項目、戰略發展培訓等

案例

內訓體系建設

為了系統萃取和傳承組織經驗，滿足資源整合、人才成長發展等需求，本公司積極打造內訓體系。2016年組織實施三期內訓師培養項目，從授課需求較大的專業類及通用類課程入手，產出標準化課程標桿，同時構建股份公司級講師隊伍，完善內部講師管理體系，初步搭建學習地圖，為員工更好的獲得專業培訓和學習提供良好平台和資源，2016年共計123人參加，完成參訓學時共3,192小時，面授評估滿意率為100%，結業通過率為84%。



暢通的晉升渠道

本集團為員工提供暢通的晉升渠道、職業發展和薪資調整的機會，為員工創造實現個人價值的機會與平台。積極選派人員參加海外人才培養項目，促進人才國際化，提升公司國際化經營能力。2013年至2016年年底，共輸送27人赴海外參加培訓，其中戴姆勒項目13人，英納法項目14人。

案例

雛鷹計劃

公司關注青年員工的發展，為給予員工快速成長的綠色通道，啟動「雛鷹計劃」，挑選參加工作五年內優秀的青年工作人員，組織進行培訓、考核、培養，為其制定長期性人才培養計劃，充分提升青年員工的學習力、創造力、格局力及影響力。

組織「雛鷹」與部門級以上領導探討，與前輩交流學習經驗，與領導們一起深入了解領導力素質模型卡片建立的流程和標準，提升

青年員工學習力。2016年打造三期「讀道」拆書活動，以拆書之形式，坐論讀書之道，提高員工創造力。組織員工參加國際標準化組織 (ISO) 大會、為北京國際馬拉松、G20 科技創新部部長會議提供志願者服務，提升員工格局力。組織青年員工積極參與「溫暖衣冬」活動，提升員工影響力。同時與人力資源部合作，對青年人才進行量化考核，鼓勵青年員工針對短板，參加相關培訓或活動，努力提升自我。

營造安全健康的環境



本集團持續加強安全與健康管控，遵守法律法規相關規定，實施安全生產責任制，建立安全管理體系，並制定定期檢查計劃，實現閉環管理，消除各項隱患，確保為員工營造安全健康的生產環境。每年通過PDCA(即：計劃(Plan)、實施(Do)、檢查(Check)、行動(Action))模式開展工作，定期接受審核機構的年度監督審核，不斷提升職業健康安全績效。並定期在安全發期期間舉行一年一度的安全生產季系列活動，通過開展各項安全主題活動，強化各級管理者安全觀念，完善安全管理內控機制，提升應急響應和風險事故預防能力，增強全員安全素質與危險應對能力。關注員工身心健康發展，開展健康主題培訓、重視基地食品安全、為員工提供醫療服務和體檢、不斷強化職業病防治，全方位保障員工健康。2016年未發生因工死亡情況。

安全檢查

- 職業健康安全體系內部審核
- 月度安全檢查
- 假期施工安全檢查
- 危險化學品檢查、夏季安全用電檢查、叉車專項安全檢查等

安全主題活動

- 開展安全生產季系列活動
- 舉辦消防運動會
- 開展安全生產知識競賽
- 建立安全文化示範班組
- 最美安全員評選
- 安全宣傳條幅展示
- 安全演講比賽
- 安全小品比賽
- 安全漫畫展
- 應急演練
- 燃油洩漏演習
- 安全板報展示及評比
- 危險廢棄物洩露應急演練

車間安全防範措施

- 一線人員需佩戴噪音防護耳塞、安全帽、面罩等勞保用品
- 叉車前後裝有醒目藍色燈
- 自動生產線安裝隔離門及安全鎖
- 使用有安全防護的壓機等機器設備
- 建立勞保用品制度，對相應工作需要的勞保用品種類、更換次數作出明確規定

開展禮儀文明、心理健康等主題的教育培訓班，2016年舉辦15場大講堂，70個教育培訓班。

持續對食堂進行監管，設置夥食管理委員會，定期對廚房衛生進行傳染病等相關檢查。

提供醫務室及體檢等健康保障，不同工作種類按照相關標準執行分批體檢，提供體檢上門服務。

為員工配備噪音防護耳塞、安全帽、勞保鞋等勞保用品。

案例

北汽動力安全生產季系列活動

為進一步推進公司安全文化建設，增強員工安全環保意識，提高員工安全環保技能。北汽動力於2016年6月召開「安全生產季」暨「安康杯」啟動大會，為公司一年一度的安全生產季系列活動拉開了序幕，在為期3個月的安全生產季期間，北汽動

力組織開展各類專項安全檢查及安全教育活動，利用多種宣傳方式營造安全文化氛圍，豐富員工安全知識技能。並在8月份舉辦「北汽動力2016年安全環保知識競賽」活動，調動員工學習安全知識的積極性。

案例

安全管理否定性角色定位管理模式

2014年，北京汽車創新性地提出了安全管理的否定性角色定位，經過兩年的逐步完善，該模式在2016年末已經成為北京汽車安全管理工作的核心和主線，形成了具有時代特徵、北汽特色的安全管理模式。通過推行安全問題點TOP10(即：十個最重要安全問題點)，動態手段治理安全隱患；開展停產請求，及時糾正重大安全風險；細化過程管理，完善考核引導；量化目標管理，實施差異化指標；查漏補缺，完善

制度流程。以安全管理的否定性角色定位為核心，加強制度建設，編製相關制度共39項，並廣泛培訓和宣傳貫徹，保障實施。

自實施安全管理的否定性角色定位管理模式以來，輕傷事故逐年下降，工傷死亡、重傷事故、重大特種設備事故、導致人員死亡火災事故、可防性重大治安災害事故等發生數量均為零，安全管理獲明顯成效。

案例

北京分公司季度安全主題活動

北京分公司針對不同階段安全管理特點，結合公司產能衝刺、季節性等特點，開展專業工作策劃，制定專項工作方案，組織「高空作業專項治理、加標鎖定專項治理、車身技改項目評審、安全百日行動、年末生產衝刺保障方案」五期專項活動，開展隱患排查、專項工作策劃、安全教育培訓，管理制度完善等工作，進一步梳理了兩級管理職責及流程，推動了安全工作落地。

並以「掌握安全生產知識，爭做遵章守紀職工」為主題，以基層班組員工為基礎，開展安全生產知識競賽。此次安全知識競賽突破原有競賽模式，通過宣傳教育、屬地評審、公司抽測三個階段，利用生產間歇，深入現場進行抽測，極大的調動了員工的積極性，進一步增強了員工安全生產意識和自我保護能力。

打造以奮鬥者為本的企業文化

本集團樹立了「以用戶為中心，以奮鬥者為本，以工匠精神為準繩、向經營者轉型」的用人導向。

企業文化

-  **企業使命** 引領未來車生活
-  **企業願景** 為用戶創造價值，為股東提升價值，為員工實現價值，為夥伴延伸價值，為社會貢獻價值，成為汽車行業受人尊敬的領跑者
-  **核心價值觀** 用戶至上、務實誠信、開放創新、敢為爭先、熱情專注、效率執行
-  **企業精神** 奮力拼搏、團結協作、知難而進、志在必得
-  **經營哲學** 品質、責任、精益、創新
-  **品牌理念** 行有道·達天下
-  **工匠精神** 堅韌、執著、專注、極致





幫助員工平衡工作與生活

- 開辦候鳥託管班、夏令營、親子活動，解決學校放假期間員工孩子無人託管的問題；
- 配置班車接送員工上下班；
- 舉辦聯誼活動，增進員工交流；
- 關愛女性職工，強化母嬰關愛室建設，推動所屬單位工會建立了**34**個母嬰關愛室，「媽咪屋」覆蓋率百分之百，並為女性職工舉辦計劃生育、健康講座、沙龍、插花、戶外踏青等活動；
- 給予員工自由構建職工之家的權利，讓員工在公司內建設自己的休閒活動場所。截至**2016**年末，本集團共計有**1,133**個職工小家。

開展文體活動

- 職工攝影展、舌尖上的北汽，書畫展等文化活動；
- 組織舉辦健走、乒乓球、籃球、羽毛球、游泳五大體育賽事活動，吸引職工廣泛參與。**2016**年，體育賽事參與職工共計**2,000**人次。

關懷困難員工

- 制定《工會會員關懷幫扶資金管理辦法》，大力推進職工關懷的規範化管理；
- 職工關懷側重一線員工，為員工送溫暖、送清涼，為員工送上慰問品，慰問金等；
- 加大困難幫扶力度，全年幫扶大病職工或職工親屬共**13**人，幫扶金額**65,000**元；
- 充分發揮京卡•互助服務卡的會員服務功能，更好的服務員工；
- 北京現代創建創新幫扶小站，進行定期服務。

案例

建設職工之家

本集團鼓勵員工積極建設職工之家，加大對各單位職工之家建設的支持和管理力度，按照《關於創建模範職工小家的指導意見》和《職工之家驗收標準》的要求，大力推進職工之家規範化建設。員工們利用業餘時間一起合力建設職工之家，從方案設計到搭建裝飾，大家共同獻計獻策，大大增進彼此的交流。

員工可以在職工之家休息、聊天、健身。如北京現代職工之家，設有生態、足球、音樂、健康、心理健康、酒吧等主題，企業規定企業三級上至高層管理，下至車間，都能建造並享受職工之家。其中北京分公司及廣州公司職工之家獲得「全國總工會優秀職工之家」。

案例

「展你我豐富技藝 看北汽映象生活」主題職工書畫手工藝術展活動

為豐富員工文化生活，本公司組織**2016**年北京汽車「展你我豐富技藝 看北汽映象生活」主題職工書畫手工藝術展活動。共收集北汽職工和子女原創的書

法、繪畫、攝影和手工藝作品共**1,151**件，精選出**400**件作品進行集中展出。

案例

文化節活動

北京汽車以文化節作為企業文化建設的重要載體，通過開展文化節活動，緊緊圍繞企業中心工作，集中全體員工智慧推動文化建設，以員工親身實踐豐富文化內涵，營造公司內部濃厚的文化氛圍，對外輸出北京汽車的文化魅力和文化影響。公司堅持每

兩年舉辦一次文化節活動，每次活動將持續大半年，截至**2016**年末，已舉辦兩屆文化節活動，開展子活動近**20**項，吸引本集團**4**萬餘人廣泛參與，為北京汽車的轉型發展注入了強大的文化力量。



4

行協調之道 達共贏天下

- 攜手供應商共贏
- 強化經銷商合作

攜手供應商共贏

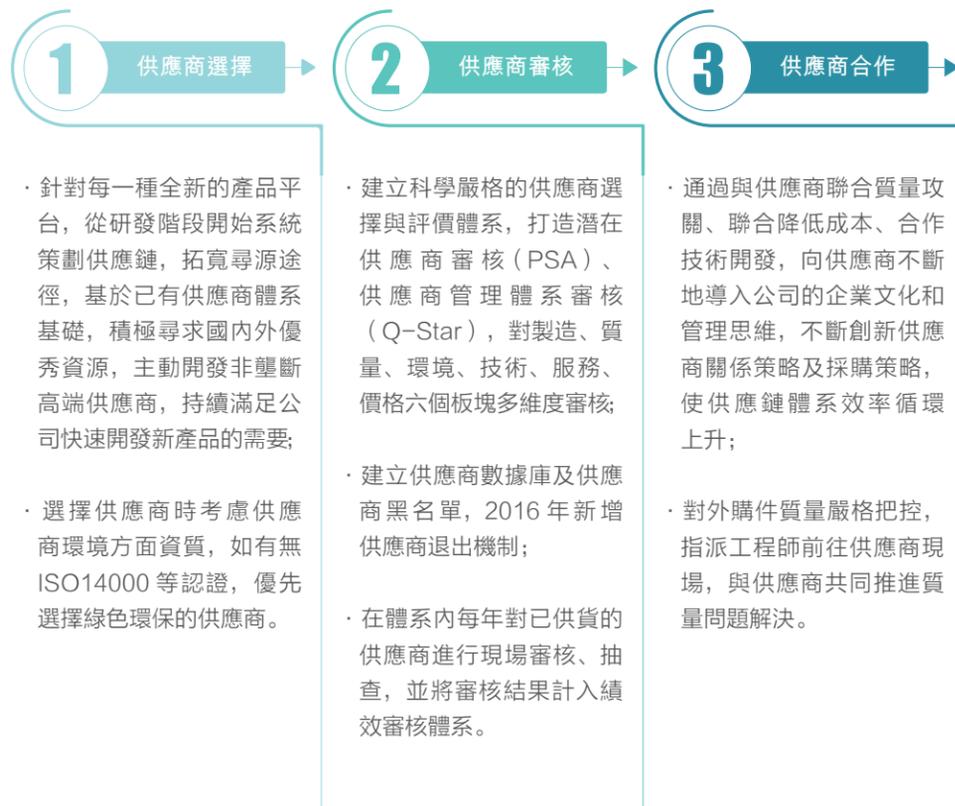
本集團秉承誠信合規、協作共贏、準時供應、成本最優的經營理念，綜合考慮規模經濟、配套便利等因素，有重點地發展戰略合作夥伴，側重發展高端供應商，構建模塊化和國際化採購管理系統，持續完善科學的供應商管理體系和精益高效的採購執行體系，加強供應商培訓，確保供應商提供的產品符合法律、法規要求，並通過綠色採購引導供應商向更加清潔環保低碳發展。



供應商管理

本集團制定《潛在供應商管理辦法》、《供應商績效管理辦法》、《綠色供應鏈管控辦法》等供應商管理辦法，運用供應商關係管理信息系統平台（SRM）對整個供應鏈採購與物流過程進行實時監控和可視化管理，實現供應商之間信息的數據交換，整合雙方資源和競爭優勢，共同開拓市場，擴大市場需求和份額，促進公司優化供應商關係，降低成本、促進企業利潤增長，實現雙贏。

同時引入和完善供應商准入與績效評價方法，持續調整優化供應商體系結構。以質量競爭力、成本競爭力分別建立坐標軸，制定供應商「四象限」管理體系，通過「四象限」管理，定量分析供應商優勢、劣勢，制定供應商發展計劃，控制供應商總量，優化供應商體系整體結構，促進汽車產品質量不斷躍上新台階。



案例

綠色採購

為向消費者提供環保型整車產品，本公司大力引導供應商清潔環保，努力打造綠色採購。本公司制訂並實施《北汽股份綠色供應鏈管理辦法》、《零部件包裝技術規範》等管理文件，優先採購環保方面突出並有積極表現的供應商的零部件、原輔料及產品包裝，並在全供應鏈實施禁限用物質要求的《有害物質檢測報告》。

將環境表現要素作為供應商准入的考核之一，要求供應商具備環境第三方認證，並簽訂《合規承諾書》。確保供應商提供的產品符合環境保護的法律、法規要求，確保產品安全，並減少包裝材料的使用，實現綠色環保。

供應商培訓

本公司建立並實施《供應商培訓管理辦法》等相關制度，每年為供應商組織開展自主流程和生產件批准程序 (PPAP) 等專業課，並針對綠色環保開展環境類供應商培訓。本公司每年為供應商組織報廢車輛指令 (ELV) 法規、中國汽車材料數據系統 (CAMDS) 和北汽股份整車開發流程 (BVDP) 等必修培訓課程，確保供應商提供的產品符合相關法律法規要求。2016 年全年共舉辦供應商培訓 17 個場次，包含 6 類 15 門課程，共計 161 家供應商 534 人次參訓，培訓滿意度達 93%。



供應商培訓

案例

培訓供應商合併採購

為了幫助公司實現降本增效，2016 年公司實施北京汽車培訓供應商合併採購的工作方式，通過搭建供應商合併採購平台，一次招標確定供應商，當需要某些課程時可以直接與供應商簽訂培訓合同，簡化了複雜又費時的招標程序，大大提高工作效率，節約大量採購資金，且方便管理。

對供應商而言，合併採購增加了銷售量，同時被確定為定點合作單位，也提高了供應商自身的信譽和社會影響力。通過合併採購能夠保證供應商提供的課程質量及服務，不僅採購方便，同時節約大量的採購成本。

強化經銷商合作

本集團加強與經銷商的合作，不斷完善實施1+N+X 經銷網絡（其中1代表4S店，N代表衛星店，X代表二級網絡），並在銷售、管理、服務等諸多方面提供幫助和支持，為經銷商提供針對銷售能力和管理能力提升的培訓。同時，建立通暢的渠道，經銷商在產品銷售過程中遇到問題時，可填寫問題清單提交本地區銷售管理部門，各地區銷售管理部門確認問題後由銷售部進行問題登記備案，根據問題內容情況進行分類、責任劃分，並跟蹤相關部門進行處理直至問題關閉，幫助經銷商優化門店、提升管理能力。2016年，本公司各地區銷售管理部門合計問題反饋率達98.11%。



經銷商銷售及管理培訓重點及內容：

銷售能力培訓

- 新產品培訓
- 銷售顧問戰術培訓
- 骨幹銷售顧問培訓
- 銷售顧問崗位認證培訓

經銷管理培訓

- 新建經銷店業務培訓
- 新建經銷店基礎培訓
- 經銷商管理培訓

案例

星火燎原計劃

本公司通過篩選並授權經銷商「品牌發言官」的形式，對經銷商進行集中訓練，定期邀請各戰區的授牌經銷商參加「公關知識培訓講堂」活動，內容包括公關傳播、媒體維護等，及時分享品牌信息，以考核、反饋、年終獎勵的方

式，激勵經銷商執行落地，形成全面、完整的執行閉環。在星火計劃「品牌發言官」制度激勵下，區域經銷商稿件傳播量均有較大提升，有效補充廠端傳播，更好地為終端銷售助力，提升品牌美譽度。■



5

行低碳之道 達綠色天下

- 綠色設計
- 清潔生產
- 綠色產品

綠色設計

本集團在整車的研發和製造環節高度貫徹「綠色」理念，遵循環保相關法律法規的規定，在不斷提高整車安全質量水平的同時，積極探索各類綠色節能材料和綠色工藝的使用，以「全生命週期」概念為引導，將「綠色」理念融入到從最初的零部件製造、生產、使用和報廢回收的整車生命週期中，全面推進整車產品向「綠色」、「環境友好」方向發展。

2016年本公司成為：

- 「汽車行業生態設計示範企業試點單位」
- 「北京生態設計與綠色製造促進會」常務理事單位
- 「全國工業綠色產品推進聯盟」理事單位



推進輕量化研究，推進汽車節能降耗

- 積極開發完善車身輕量化技術與流程
- 編製《輕量化技術戰略發展規劃》、《輕量化製造商先期介入(EVI)開發規範》

案例

北京汽車積極參與汽車零部件輕量化研究與應用

2015年11月，科技部發佈國家重點研發計劃新能源汽車2016年試點專項計劃，北京汽車研究院積極響應國家及中國汽車工程學會號召，聯合重慶長安、中國寶武、上海交通大學、浙江大學等企業與國內院校，牽頭承擔《電動汽車結構輕量化共性關鍵技術研究與應用》項目中《耐蝕鎂合金汽車零部件設計、成形與評價方法》課題，並於2016年12月正式開展，本課題為北京汽車研究院首次承擔的國家級重點研發課題。

鎂合金零部件具有諸多優勢，應用於新能源汽車，不僅具有更輕的重量、更好的散熱性能、可回收再利用，而且可以提高提升整車噪聲、振動與聲振粗糙度(NVH)

性能，同時整車操控、安全性能也顯著提升，從而提升企業新能源汽車的市場競爭力和整車品質；應用鎂合金輪轂可改善車輛的多項性能，包括：降低油耗和排放；減少制動距離、減少加速時間和轉向力；提高輪胎壽命等；對電動車而言，相當於電池能量密度得到提升，增加續航里程；對智能化車而言，輕量化有利於增加有效載荷。

新能源車應用鎂合金輪轂，預期整車簧下質量可降低10至15公斤，相當於整車減重70至100公斤（簧下質量減重1公斤相當於簧上質量減重7公斤），對於傳統汽油車，油耗可降低5%至6%，對於新能源電動車，續航里程可提升6%至7%。

參與行業標準制定，加強汽車排放物控制

- 參與最新國六排放標準制定，並提前進行佈局準備
- 設計時充分考量車內空氣質量，獨創整車異味來源排查方法及裝置，為車內環境品質設計提供技術解決方案

案例

北京汽車牽頭承擔「國六」標準核心內容制定

近年來，隨著霧霾天氣、大氣污染的日益嚴重，旨在進一步降低機動車尾氣排放的「國六」標準已於2016年底出台。早在「國六」標準制定之初，環保部機動車排污監控中心考察組在考察了北京汽車研究院相關技術資源、技術實力之後，對北京汽車研發技術團隊、試驗測試設備等專業能力給予高度評價，最終確認北京汽車作為牽頭單位，組織行業內15家核心成員單位，承擔「國六」標準的創新部份，也是第六階段排放標準的核心內容、控制重點的部份——燃油蒸發和加油排放部份內容的制定與論證工作。

汽車研究院迅速成立「國六」標準制定工作組開展工作。在實際道路排放實驗中，北京汽車作為國內唯一參與的自主品牌車企，選派了兩款車型完成了實際道路摸



底、數據收集工作，並成功通過了實際道路測試的所有要求，標誌著北京汽車在「國六」標準相對於「國五」標準的新增點車載加油油氣回收系統(ORVR)、真實需求效果恒定系統(RDE)研究上，已在全行業中處於領跑態勢。同時，北京汽車研究院獲「中國輕型汽車第六階段排放標準編製工作突出貢獻」獎。

推進環保材料應用

- 設計《溫成形零件的試制與評價》、《聚乳酸汽車材料應用開發》等技術方案，積極探索新材料
- 設計時充分考慮產品的可回收性，推進環保材料使用

清潔生產

本集團不斷強化清潔生產，注重在生產運營過程中排放物和資源使用的管理。從集團層面，統一部署年度節能環保目標、任務並落實考核。對各附屬公司的節能指標、污染物排放指標、環保技改指標進行細化、落實和推進，確保目標能夠做到逐級傳達、逐級分解、逐級考核、逐級落實。2016年度，北京汽車節能環保方面投資總額達71,850.38萬元。



加強排放物管理

- 危險廢棄物：統一回收，並交由具有資質的處理公司處置
- 一般廢棄物：盡可能使用可回收循環使用物料，減少垃圾產生
- 廢水：自建污水處理廠，所有生產/生活廢水處置達標後統一排放
- 廢氣：採用先進塗裝工藝和材料減少揮發性有機化合物（VODs）排放；推進鍋爐低氮燃燒改造項目，減少氮氧化物等有害廢氣的排放
- 噪聲：噪聲基本控制在廠區，不對週邊居民造成影響，為沖壓、裝配等涉及噪聲的環境，採用工業機器人、為員工佩戴防具、進行設備更新等諸多手段，降低其影響

節約資源能源

- 定期舉辦「節能環保宣傳月」活動，鼓勵大家提出節能環保改善建議，報告期內共收到了260條改善意見
- 積極實施節能技改項目，實現節能增效
- 採用節能設備
- 利用能源管理系統監控能耗情況，做到精準計量（株洲基地二工廠）
- 在日常運營中還注重新能源的利用，積極推進屋頂光伏發電等項目
- 完成入職新員工環保培訓、國家清潔生產審核師培訓、世界環境日清潔生產培訓等各類培訓96場，共計1,350個學時，7,241人次參與

案例

北京奔馳杜爾乾式噴房吸附系統 (EcoDryScrubber) 技術

自2013年起，北京奔馳開始採用MRAII噴漆工藝的環境影響。通過新技術的應用，漆車間新技術，積極引進杜爾乾式噴房吸附系統 (EcoDryScrubber) 技術，降低塗裝工藝的環境影響。不僅有效減少了塗裝過程中的排放物，同時也進一步提升了資源使用效率。

- 1 集成噴塗工藝 (IP2) 免中塗工藝**
 - 減少了中塗噴漆線及中塗烤箱
 - 30%運行費用降低，20%油漆材料用量降低
- 2 全機器人噴塗**
 - 自動化
 - 減少噪聲
- 3 噴漆室送排風系統**
 - 80%噴漆室排風循環再利用，節約60%噴漆室能耗
 - 20%噴漆室排風，採用熱量回收裝置，回收熱量/冷量
- 4 重金屬污水單獨處理**
 - 有效降低重金屬污染
- 5 烤箱採用廢氣焚燒集中供熱裝置 (TAR) 熱量回收利用**
 - 促進資源能源再利用
- 6 乾式噴漆室**
 - 噴漆室能源節約60%，可以循環利用噴漆室中約80%空氣
 - 沒有廢水產生，減少水污染和後續污水處理工藝
 - 整個過程全部自動運行，廢石灰粉可用於生產水泥等其他用途，廢石灰中含有漆量不超過5%

案例

北京現代沸石濃縮轉輪改造項目

為了進一步滿足北京市《汽車整車製造業(塗裝工序)大氣污染物排放標準》DB11/1227-2015要求，進一步削減揮發性有機化合物 (VOCs) 排放總量，北京現代仁和一工廠對塗裝車間中塗室體廢氣進行處理，採用沸石轉輪工藝，將中塗廢氣經過吸附、濃縮、燃燒處理，控制和減少揮發性有機化合物 (VOCs) 排放，實現VOCs年度減排290餘噸。



案例

北京分公司塗裝分廠烘爐廢氣焚燒集中供熱裝置 (TAR) 煙氣餘熱回收工程改造

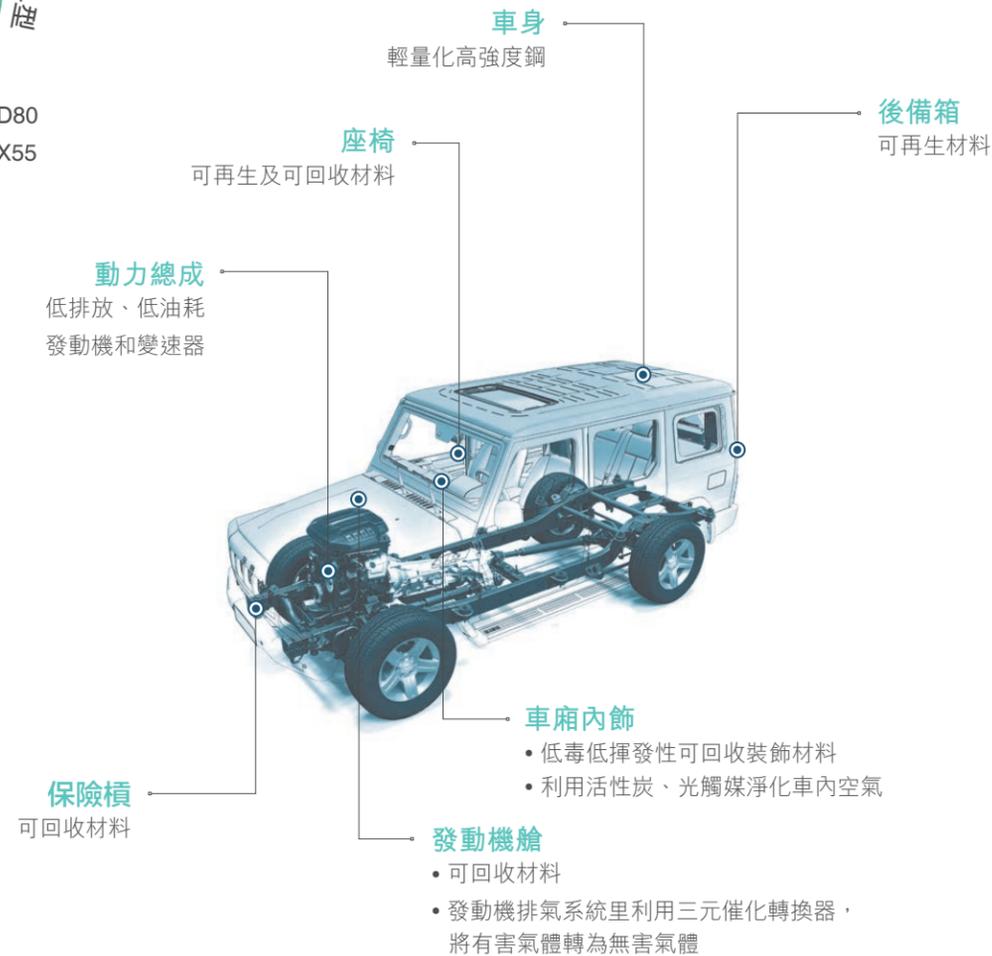
塗裝廢氣中含有揮發性有機化合物 (VOCs)，需通過高溫燃燒淨化後排放，但同時也會使得高溫廢氣中所含的大量熱量白白浪費掉。為了減少熱量損失，節約資源，北京汽車北京分公司塗裝分廠於2016年度投入200餘萬元進行了高溫煙氣餘熱回收改造項目，在原有的廢氣焚燒裝置中加裝熱能回收裝置，用於加熱熱水，加熱後的熱水可使用到前處理加熱熱水洗和預脫脂的槽液中，取代了之前的蒸汽加熱。並將換熱後的熱水管路，分出一支與熱風空調相連接，解決冬季供暖的熱源問題，從而實現高溫煙氣餘熱回收綜合利用。據估算，項目建成後，可年節約蒸汽使用量3,300噸，相當於每年可減少759噸的溫室氣體排放量，年產生節能效益61.6萬元。

綠色產品

本集團在整車設計製造的過程中十分注重環保材料和節能技術的應用，從最基礎的車身材料到最複雜的動力總成，將環保理念融於產品細節。本公司還積極參與國家最新排放標準的制訂。結合本集團技術優勢和產品開發規劃，將企業標準融入其中，使北京汽車在國六標準實施上佔據了先發優勢。



- 紳寶D50
- 紳寶D80
- 紳寶D70
- 紳寶X55



案例

報廢車輛指令 (ELV) 體系有效管理有害物質和可回收利用率

2015年6月9日，工業與信息化部發佈《汽車有害物質和可回收利用率管理要求》，對汽車禁限用物質要求和回收利用提出要求，公司新技術及材料部在第一時間內成立了專項工作組，牽頭承擔報廢車輛指令 (ELV) 管控工作，以禁止採用污染環境、危害人體健康的材料及加工工藝的基本原則，制定報廢車輛指令 (ELV) 整車開發流程，在全生命週期過程中均加入禁限用物質管控要求，優先考慮使用環保節能材料，同時利用中國汽車材料數據系統 (CAMDS)、報廢車輛指令 (ELV)、中國汽車綠色拆解系統 (CAGDS) 等行業信息化平台，收集零部件質量、成份、回收利用率及禁限用物質含量等數據，全面、準確、及時跟蹤和分析整車有害物質使用情況。

- 2016年1月15日，北京汽車兩款車型項目通過國內首批ELV公告審核；
- 2016年度，另有5款車型項目先後通過報廢車輛指令 (ELV) 公告審核；
- 完成報廢車輛指令 (ELV) 第三方檢測機構認證工作，提升了北京汽車禁限用物質管理質量，縮短檢測週期，降低檢測成本，實現了禁限用物質技術、報告與實踐的實時驗證管控。

案例

新能源汽車開發

在發展傳統汽車的同時，北京汽車還投入大量資金進行新能源汽車的開發。北京汽車研究院充分利用整車佈置、性能集成、底盤調教、仿真驗證等方面的技術優勢，將「三電」系統整合入整車技術架構，不斷積累電動化集成經驗，提升開發能力，實現集團研發

力量優勢互補，報告期內共組織各項目組推進6大平台，8大項目開發，在體現研發硬實力的電動車續航里程方面已從160公里提升至350公里，大幅度超過消費者的「300公里里程憂慮線」。



行有道·達天下

Your Wish · Our Ways

6

行善舉之道
達和諧天下

- 開展公益活動
- 踐行志願活動

開展公益活動

作為北京地區規模最大的國有企業之一，本集團自成立之日起，便不忘肩負的企業社會責任，在愛心公益的道路上不斷前行。2016年度，本集團圍繞社區關愛、助學、環保開展「雷鋒+」、「青海玉樹助學公益行」等多場愛心公益活動，並積極贊助大學生汽車賽事，為培養下一代汽車人才貢獻自己的一份力量。



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

本公司控股股東是北汽集團，作為北汽集團下最大的整車製造企業，本公司積極響應北汽集團提出的「太陽花」企業公民品牌理念，並以之作為本公司社會責任工作的指導思想和行動指南。

「太陽花」的意義在於，本集團要像太陽花一樣追求光明和幸福，同時，將仁愛和光芒撒向那些需要幫助的人，讓微笑與和諧充滿世界的每個角落。

「太陽花」企業公民品牌理念包括以下四大維度：

- 攜手關聯群體，與之共發展；
- 關愛自然活動，與之共和諧；
- 踐行社會公益，與之共溫暖；
- 體現先進文化，與之共進步。

案例

開展青海玉樹助學公益行

自2012年以來，北京汽車持續開展青海玉樹公益捐贈。五年來，公司員工共自發捐助困難學生239人，捐款近人民幣17萬元。2016年8月19日，北京汽車在青海省玉樹州囊謙縣白扎鄉寄宿制中心學校開展公益行捐資助學回訪。此次回訪，除了揭牌捐贈的「北汽汽車未來書屋」、「北京汽車電教室」以外，公司又捐贈體育器材、電腦等總價值人民幣15萬元的教學物資，獎助學金人民幣58,200元以及北京汽車

全系統廣大員工積極捐贈的兩萬餘冊圖書，向學校捐助了一輛SUV紳寶X55作為學校的教學用車。

這些承載著貧困學生讀書希望的資助款和物資包含了北京汽車人濃濃的愛意和深情，傳遞著愛的正能量，未來，北京汽車將持續關注玉樹，關注更多需要幫助的困難地區，彰顯北京汽車的社會責任感和大愛精神。



案例

推動汽車科技文化的普及

為了推動汽車科技文化的普及，為中國汽車產業培育下一代人才奠定基礎，北京汽車連續六年贊助北京理工大學參加全國大學生方程式賽車，旨在幫助參賽學生全面提高賽車設計、技術水平、車隊管理運營等各方面的能力。2016年度中國大學生方程式

汽車大賽（內燃機組）的比賽中，北京理工大學北汽紳寶方程式賽車隊，29名隊員駕駛黑鯊賽車成功完賽，最終獲得內燃機組總成績全國第6名（全國二等獎），競賽總成績全國第3名，各單項競賽成績均位列全國前10%。

案例

北京現代多維度開展公益

北京現代在諸多領域開展社會貢獻活動，並打造獨具特色的「成長計劃」、「藍天計劃」和「幸福計劃」。

成長計劃

通過電教助學、車教助學、北京現代班、北京現代希望小學項目，將電腦教室搬進深山野嶽、把車輛與零部件送進汽車院校，助力教育事業發展。

31 所
電教助學

143 所
車教助學

23 所
北京現代班

2 所
北京現代希望小學

藍天計劃

以「願天空不再揚沙，願城市沒有塵霾，為中國人民的幸福生活創造一片美好的藍天」為目標，積極開展內蒙治沙行動。2008年至2013年，北京現代攜手現代汽車共在內蒙古查干諾爾種植綠草5,000萬平方米，2014年，第2期「正藍旗寶紹岱諾爾鹽鹼干湖盆治理項目（2014-2018）」正式啟動，預計到2018年，該項目將完成寶紹岱諾爾地區4,000萬平方米的植被種植，幫助恢復生態系統。截至2016年底，項目歷經的9年間累計投入人民幣1,800萬餘元，4,000餘人次的志願者參與，製作沙障帶175千米，恢復綠地面積



約5,000萬平方米，每天可釋放氧氣750,000千克。



幸福計劃

積極開展應急救災、弱勢群體關懷、體育贊助、藝術贊助，讓低保戶家的孩子看得起醫生，領震區少年走出心靈陰影，豐富人們的文娛生活，以公益貢獻幸福。

- 截至2016年底，災害救助累計捐贈人民幣2,700萬元
- 藝術贊助共計投入人民幣3,520萬元，贊助的《媽媽咪呀》和《貓》在全國多個城市累計舉辦超過630場，累計觀眾超過110萬名
- 累計為體育事業投入人民幣2.5億元

踐行志願活動

「散是滿天星，聚是一團火」。本集團牽頭組織和成立青年志願者服務隊和「達天下」志願者服務車隊，成員單位也陸續成立志願者聯盟，懷著同樣的信念，來自北京汽車各崗位的員工走到一起，服務社會、踐行環保、扶危助困。2016年，志願者團隊服務了國際標準化組織（ISO）大會、北京國際馬拉松、國際青年交流營等大型活動，在「溫暖衣冬」志願活動中，組織捐衣物，700餘名志願者累計捐贈800餘件衣服。



案例

「達天下」志願者服務車隊

2014年亞洲太平洋經濟合作（APEC）會議期間，北京汽車曾為會議提供官方用車並選拔培養一批優秀的駕駛志願者。2015年3月，成立「達天下」青年駕駛員志願服務隊並持續開展活動。2015年，保障2015世界斯諾克中國公開賽順利進行，2016年9月9日至11月5日，153名志願者，從國

際標準化組織（ISO）大會到北京國際馬拉松，從國際青年交流營到G20科技創新部部長峰會，為四項國際性品牌活動提供駕駛員志願服務，包括4,000餘公里的服務里程，3萬餘服務人次，幫助各項活動順利舉辦。

案例

北京現代i公益志願者聯盟

2016年8月15日，北京現代正式發佈代表著熱愛、共享全新的志願服務品牌：i公益志願者聯盟。i志願者聯盟秉承「履行社會責任、弘揚互助美德、打造愛心文化」的理念，形成統一的志願服務力量，對內為職工

排憂解難，對外深入順義區特殊教育學校、福利院，民工子弟打工學校等處開展服務。截止2016年底，北京現代i公益志願者聯盟共有26個分隊，下設101個支隊，擁有常規志願者5,000餘名。

i 公益志願者聯盟

在社區生活中處處親善，感恩回饋社區，美化社區，保護環境回饋社會。

隊員們仁愛體貼，親如手足。幫助家庭困難員工、為結婚同事組織愛心車隊、替外地員工購買車票等。

隊員們用愛心行動去幫助關心老人。定點至大華山、順義老年公寓等敬老院送去精彩的節目和溫馨的祝福。

通過電教助學、車教助學來播撒希望。同時關心特殊兒童及外來務工子弟小學的孩子們，積極捐款捐物，助力成長。

展望

時代的車輪加速轉動，汽車行業變革如火如荼。2017年，本集團將深刻分析「十三五」中面臨的新形勢與新挑戰，緊緊圍繞「進一步深化轉型戰略、進一步推動轉型落地」這一核心任務，謀劃「十三五」轉型發展。將繼續秉承「堅韌、執著、專注、極致」的工匠精神，用心造車，穩健經營，全面開創北京汽車可持續發展新格局。

本集團將持續強化可持續發展理念，逐漸建設完善可持續發展管理體制，持續關注與各利益相關方的溝通聯動，創造多方共贏。



我們將進一步開創「開放創新、協同創新、集成創新」的新局面，以「提質增效」為經營重心，以工匠精神開啟研發2.0時代，全力推進自主創新，深入打造核心技術，為最終實現「北京創造」的使命而努力。

我們將一如既往踐行企業綠色責任，以國家「十三五」綠色發展理念為基石，逐步實現環境友好型生產與低碳運營，發展新能源產品，倡導綠色低碳出行。

我們將繼續關注人才培養，持續打造適合企業發展的精幹團隊；關愛員工安全健康與生活，為員工創造更多工作靈感，帶動全體員工實現「奮力拼搏、團結協作、知難而進、志在必得」的企業精神。

我們將堅持回饋社區，履行企業社會責任。持續推進現有公益品牌發展，關注社會需求並積極響應，積極投入社區公益及志願者工作，帶動社區共同發展。

2017年我們將一如既往為「引領未來車生活」而努力，不斷拓展產品的統籌概念，致力於提供創新的產品和最優的服務，為人們提供最好的出行解決方案，引領未來美好的人車生活。在未來，實現人、車、生活，密不可分。

附錄

1. 實質性議題分析



2. 責任溝通

利益相關方	溝通機制	利益相關方訴求	本公司回應
政府及監管機構	• 政策指引 • 日常溝通	• 帶動經濟發展 • 依法納稅 • 誠實守法經營 • 提供就業機會	• 積極響應國家戰略部署 • 良好經營 • 合規經營 • 創造就業崗位 • 加大創新研發
股東	• 股東大會 • 董事會 • 日常溝通	• 價值提升 • 規範公司治理 • 透明運營	• 良好經營業績 • 不斷完善公司治理結構 • 全面、及時、準確披露信息
客戶	• 公司網站 • 微信公眾號 • 官方微博	• 性價比優良 • 安全保障 • 提供優質的服務	• 開發新能源汽車 • 完善產品質量管理體系 • 開展車主活動 • 客戶滿意度調查
員工	• 員工溝通 • 工會 • 職代會 • 總裁午餐會 • 公告欄	• 完善的薪酬福利制度 • 暢通的職業發展 • 舒適的工作環境	• 維護員工合法權益 • 不斷強化安全與健康管理 • 提供多樣化的培訓 • 開展員工關愛活動
供應商和合作夥伴	• 定期溝通 • 業務合作交流 • 培訓	• 公平公正的合作 • 合作共贏	• 不斷完善供應商管理 • 加強內部採購管理 • 開展供應商培訓
經銷商	• 銷售活動 • 培訓 • 業務指導	• 車型供應 • 業務幫助	• 加強經銷商銷售活動指導和幫助 • 分享市場信息 • 開展經銷商培訓
社區	• 關懷弱勢群體 • 社區公益活動	• 共同的社區發展 • 和諧的社區關係	• 贊助賽事 • 參加志願活動 • 熱心社會公益
公眾和媒體	• 媒體信息披露 • 公益活動	• 公開透明的信息披露 • 全面有效的企業公民履責	• 及時客觀的信息披露
環境	• 環保活動 • 綠色運營	• 減少能源消耗和碳排放 • 積極參與環保活動	• 提升環保意識 • 強化安環體系建設 • 開展綠色運營 • 進行節能改造

3. ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1 排放物	一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。 溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氟氯烴化合物、全氟化碳及六氟化硫。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	披露	P56-P60
A1 排放物	A1.1排放物種類及相關排放數據。	未披露	
A1 排放物	A1.2溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	未披露	
A1 排放物	A1.3所產生有害廢棄物總量（以重量或體積計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員）。	未披露	
A1 排放物	A1.4所產生無害廢棄物總量（以重量或體積計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員）。	未披露	
A1 排放物	A1.5描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	P56-P60
A1 排放物	A1.6描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	披露	P60
A2 資源使用	一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	披露	P56-P60
A2 資源使用	A2.1按類型劃分的直接及/或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以每千秒千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	未披露	
A2 資源使用	A2.2總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	未披露	
A2 資源使用	A2.3描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	P56-P60
A2 資源使用	A2.4描述求取使用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計的成果。	未披露	
A2 資源使用	A2.5製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	未披露	
A3 環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	披露	P56-P63
A3 環境及天然資源	A3.1描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	披露	P56-P63
B1 僱傭	一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、歧視以及其他待遇及福利的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P36-P37
B1 僱傭	B1.1按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	披露	P36
B1 僱傭	B1.2按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	未披露	
B2 健康與安全	一般披露 有關提供安全工作環境及保護僱員避免職業性危害的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P40-P41
B2 健康與安全	B2.1因工作關係死亡的人數及比率。	披露	P41
B2 健康與安全	B2.2因工傷損失工作日數。	未披露	
B2 健康與安全	B2.3描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	披露	P40-P41
B3 發展及培訓	一般披露 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	披露	P38-P39
B3 發展及培訓	B3.1按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	未披露	
B3 發展及培訓	B3.2按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	未披露	
B4 勞工準則	一般披露 有關防止童工或強制勞工的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P36
B4 勞工準則	B4.1描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P36
B4 勞工準則	B4.2描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	未發生	
B5 供應鏈管理	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	披露	P49-P53
B5 供應鏈管理	B5.1按地區劃分的供應商數目。	未披露	
B5 供應鏈管理	B5.2描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法。	披露	P49-P53
B6 產品責任	一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P24-P33
B6 產品責任	B6.1已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	披露	P28-P31
B6 產品責任	B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	披露	P32-P33
B6 產品責任	B6.3描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	披露	P26
B6 產品責任	B6.4描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	P28-P31
B6 產品責任	B6.5描述消費資料保障及私政策，以及相關執行及監察方法。	披露	P32-P33
B7 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P16
B7 反貪污	B7.1在匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	披露	P16-P17
B7 反貪污	B7.2描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	披露	P16-P17
B8 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	披露	P68-P73
B8 社區投資	B8.1專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	披露	P68-P71
B8 社區投資	B8.2在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	披露	P68-P73

註：根據香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》要求，環境部份未披露關鍵指標計劃在本公司《2017年環境、社會及管治報告》中進行披露。對於社會部份建議披露的關鍵指標，基於一份ESG報告，信息機制等在不斷完善，基於審慎原則，部份指標選擇不披露，亦或在之後進行披露。

4. GRI 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
戰略與分析			
G4-1	機構最高決策者的聲明	披露	P2-P5
G4-2	主要影響、風險及機遇的描述	披露	P2-P5
機構概括			
G4-3	機構名稱	披露	P6
G4-4	主要品牌、產品和服務	披露	P6-P7, P18-P21
G4-5	機構總部的地址	披露	P6
G4-6	機構在多少個國家運營，在哪些國家有主要業務，或哪些國家與報告所述的可持續發展主題特別相關	披露	P6-P9
G4-7	所有權的性質及法律形式。	披露	P6
G4-8	機構所服務的市場（包括地區細分、所服務的行業、客戶/受益者的類型）	披露	P6-P7
G4-9	機構規模，包括：員工人數、運營地點數量、淨銷售額或淨收入、按債務和權益細分的總市值、所提供的產品或服務的數量	披露	P2-P7, P18-P21, P36
G4-10	按僱傭合同和性別劃分的員工總人數；按僱傭類型和性別劃分的固定員工總人數；按正式員工、非正式員工和性別劃分的員工總數；按地區和性別劃分的員工總數；機構的工作是否有一大部份由法律上認為自僱的人員承擔，或由非員工及非正式員工的個人（包括承包商的員工及非正式員工）承擔；僱傭人數的重大變化	披露	P36
G4-12	描述機構的供應鏈情況	披露	P49-53
G4-13	報告期內，機構規模、架構、所有權或供應鏈的重要變化	披露	P6-P7
G4-14	機構是否及如何按預警方針及原則行事	披露	P16-P17
G4-16	機構加入的協會（行業協會）和全國或國際性倡議機構，並且在治理機構佔有席位、參與項目或委員會、除定期繳納會費外，提供大額資助、視成員資格具有戰略意義	披露	P56
確定的實質性方面與邊界			
G4-17	列出機構的合併財務報表或同等文件中包括的所有實體；說明在合併財務報表或同等文件包括的任何實體中，是否有未納入可持續發展報告的實體	披露	報告說明
G4-18	說明界定報告內容和方面邊界的過程；說明機構如何應用「界定報告內容的報告原則」	披露	報告說明
G4-19	列出在界定報告內容的過程中確定的所有實質性方面	披露	P76
G4-20	對於每個實質性方面，說明機構內方面的邊界	披露	報告說明
G4-21	對於每個實質性方面，說明機構外方面的邊界	披露	P76
G4-22	說明重訂前期報告所載信息的影響以及重訂的原因	不適用	
G4-23	說明範圍、方面邊界與此前報告期間的重大變動	不適用	
利益相關方參與			
G4-24	機構的利益相關方列表	披露	P76
G4-25	就所選定的利益相關方，說明識別和選擇的根據	披露	P76
G4-26	利益相關方參與的方法，包括按不同的利益相關方類型及組別的參與頻率，並指明是否有任何參與是專為編製報告而進行	披露	P76
G4-27	利益相關方參與的過程中提出的關鍵主題及顧慮，以及機構回應的方式，包括以報告回應。說明提出了每個關鍵主題及顧慮的利益相關方組別	披露	P76
報告概況			
G4-28	所提供信息的報告期（如財務年度或日曆年度）	披露	報告說明
G4-29	上一份報告的日期（如有）	不適用	
G4-30	報告週期（如每年一次、兩年一次）	披露	報告說明
G4-31	關於報告或報告內容的聯絡人	披露	報告說明
治理			
G4-35	說明從最高治理機構授權高級管理人員和其他員工管理經濟、環境和社會議題的過程	披露	P76
G4-43	為加強最高治理機構對於經濟、環境和社會主題的集體認識而採取的措施	披露	P76
G4-45	在識別和管理經濟、環境和社會的影響、風險和機遇方面，最高治理機構的角色。包括最高治理機構在實施盡職調查方面的角色；是否使用利益相關方諮詢，以支持最高治理機構對經濟、環境和社會的影響、風險和機遇的識別和管理	披露	P76
商業倫理與誠信			
G4-56	說明機構的價值觀、原則、標準和行為規範，如行為準則和道德準則	披露	P16-P17
G4-57	尋求道德與合法行為建議的內外部機制，以及與機構誠信有關的事務，如幫助熱線或建議熱線	披露	P16-P17、P44
G4-58	舉報不道德或不合法行為的內外部機制，以及與機構誠信有關的事務，如通過直線管理者逐級上報、舉報機制或熱線	披露	P16-P17
管理方法披露			
G4-DMA	說明為甚麼該方面具有實質性。說明使該方面成為實質性方面的影響。說明機構如何管理實質性方面或其影響。說明管理方法的評估。	披露	P2-P3
經濟			
經濟績效			
G4-EC1	機構產生和分配的直接經濟價值。	披露	P2-P7, P18-P21
環境			
產品和服務			
G4-EN27	降低產品和服務環境影響的程度。		P56-P65
G4-EN28	按類別說明，回收售出產品及其包裝物料的百分比。	披露	P28
整體環境情況			
G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資。	披露	P60
供貨商環境評估			
G4-EN33	供應鏈對環境的重大實際和潛在負面影響，以及採取的措施。		P50-P51
勞工實踐和體面工作			
職業健康與安全			
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷、職業病、誤工及缺勤比例，以及和因公死亡人數。	披露	P40-P41
培訓與教育			
G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受培訓的平均小時數。	披露	P38
G4-LA10	為加強員工持續就業能力及協助員工管理職業生涯終止的技能管理及終生學習計劃。	披露	P38-P39
多元化與機會平等			
G4-LA12	按性別、年齡組別、少數族裔成員及其他多元化指標劃分，治理機構成員和各類員工的組成。	披露	P36
社會			
反腐敗			
G4-SO4	反腐敗政策和程序的傳達及培訓。	披露	P16-P17
G4-SO5	確認的腐敗事件和採取的行動。	披露	P16-P17
產品責任			
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果。	披露	P32

註：本報告僅限參考全球報告倡議組織發佈的《可持續發展報告指南》(G4)指南，基於指標披露程度仍在不斷完善當中，故暫時不做「核心」與「全面」披露對標，諸如環境等實質性議題及指標，公司根據實際情況或將分階段有計劃的在之後進行披露。

BAIC MOTOR



本報告採用環保紙張及油墨印刷