

关于本报告

本报告是北京汽车集团有限公司发布的 2015 年企业社会责任报告，反映北汽集团 2015 年在创造股东价值、完善公司治理、引领行业创新、履行环境责任、满足客户需求、促进员工成长及构建和谐社会等方面的社会责任实践和绩效，报告内容涵盖整车研发与制造、通用航空产业、汽车零部件制造、汽车服务贸易、投融资等业务领域，本报告的发布将为公司的利益相关方提供便捷的沟通渠道。

报告时间范围

本报告为年度报告，时间范围为 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，部分数据和事实超出此范围。

报告组织范围

本报告所涉及的数据和事实来自于北京汽车集团有限公司及下属机构。

指代说明

为便于表述，在本报告中，“北京汽车集团有限公司”也以“北汽集团”“北汽”“公司”“集团”“我们”等表示。

报告参考标准

本报告的编写主要参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》的第四代标准（G4）和《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR1.0）》，同时突出公司的企业特点和行业特色。

可靠性保证

报告所披露的数据与案例主要由北汽集团的各业务部门及分子公司提供，北汽集团保证本报告中相关数据和案例的真实性。如无特别说明，本报告所示金额均以人民币列示。

报告获取

本报告分在线版本和印刷版本两种。

在线版本可在本公司网站（www.baicgroup.com.cn）查阅和下载。

联系方式

北京汽车集团有限公司品牌管理部

地址：北京市顺义区双河路 99 号

传真：010-8766 4048

网址：www.baicgroup.com.cn

目录

02 董事长致辞	十二五回顾	第一章 责任体系	第二章 质量北汽
04 总经理致辞	08 集团发展	19 发展愿景	25 自主创新
06 公司简介	10 战略引领	20 公司治理	26 品质管理
I-III 附录：指标索引	11 产业布局	21 商业合规与反腐倡廉	27 工匠精神
	12 国际布局		28 新兴能源发展
	15 "十三五"规划		30 自主品牌



第三章 员工发展

35 权益保护

36 员工成长

38 安全生产

39 员工关爱

第四章 相关方共享发展

45 政府责任

46 客户服务

48 供应链协作共赢

第五章 绿色环保

53 环保理念与制度

54 绿色工厂

56 汽车轻量化

57 绿色办公

第六章 公益与慈善

61 公益方针与制度

62 回报社会

64 支持志愿服务

65 慈善捐助





北京汽车集团有限公司董事长 徐和谊

A handwritten signature in black ink, reading '徐和谊' (Xu Heyuan). The signature is fluid and stylized, with a long horizontal stroke at the end.

2015 年是我国“十二五”的收官之年。在“十二五”期间，北汽集团抓住市场机遇，实施集团化发展战略，成功实现了跨越式发展。根据最新公布的《财富》杂志全球 500 强榜单，北汽集团以 549 亿美元排名第 160 位，名次大幅提升，跻身 200 强之列。

我们在十二五期间所取得的进步，为我们实现“北汽梦”夯实了基础，未来，我们将进入到全面实现“北汽梦”的新阶段。

“北汽梦”，就是要将北汽集团建设成为一个掌握核心技术、拥有国际化自主品牌、具有可持续发展能力的世界级企业；成为社会认可、股东满意、员工幸福的企业公民；成为建设汽车强国的“国之重器”。

“北汽梦”立意高远，构思宏大，它既传承历史，又立足现实，更面向未来，向我们昭示出企业腾飞、产业进步、员工幸福、社会和谐的美好前景，是未来相当长时期内引领北汽集团发展的核心战略与行动指南，是团结和凝聚 12 万余名北汽员工共同为之奋斗的力量源泉。

实现“北汽梦”，我们既具备众多有利的条件，同时也面临着严峻的挑战。当下的中国汽车行业，市场需求与产能规划之间存在近一倍的巨大缺口，严重的产能过剩将使行业竞争更趋白热化。未来，我们必须积极尝试商业模式创新、拓展产业链盈利点、培育产品的市场杀手锏，切实提高我们的产品竞争能力、成本控制能力、集团盈利能力和可持续发展能力，使北汽在加速分化的市场中立于不败之地。

尤其是，要实现“北汽梦”，我们需要在集团内大力提倡“工匠精神”，重塑工匠心，重塑匠人魂。对于北汽来说，工匠精神的内涵是：坚韧、执着、专注、极致。工匠精神是一种回归，需要回到我们制造者的责任和本分；工匠精神是一种追求，它需要我们保持对技术创新的不断钻研和不竭热情；工匠精神是一种境界，它需要我们对质量的敬重和对消费者的敬仰；工匠精神是一种修炼，它需要我们耐得住寂寞吃得苦；工匠精神更是一种能力，它需要我们有提供完美产品的“金刚钻”和赢得市场竞争的“杀手锏”。

工匠精神也是北汽履行企业社会责任的应有之义。在集团全面建设“北汽梦”的过程中，我们要时刻不忘努力成为优秀的企业公民。我们相信，将企业社会责任的理念融入到我们的企业发展战略和运营流程之中，将会为“北汽梦”的实现带来极大的助力。

2015 is the final year of China's 12th Five-Year. During the 12th Five Year period, BAIC seized market opportunities to implement the development strategy of group and realized the successful implementation of the development by leaps and bounds. According to the latest release of "Fortune" magazine's Global 500 list, BAIC Group ranked No.160 at \$549 billion, whose ranking has gone significantly up to top 200.

The progress we have made in the 12th Five Year Plan period implemented "BAIC dream" by laying a solid foundation. In the future, we will enter the new stage of full realization of the BAIC Dream.

BAIC Dream is aimed at making BAIC group become a world-class enterprise with core technologies, international brand, and sustainable development ability; become a corporate citizen enjoying social recognition, shareholder satisfaction, staff well-being; become a vital motor of the national construction of automobile country.

"BAIC dream" entails lofty conception, spectacular idea, and it inherits historical spirit and is also based on the reality and towards future, unveiling bright prospect of enterprise growth, industrial progress, employee well-being, social harmony. It is the core strategy and action guide leading BAIC Group long-term development, is the source of unity and cohesion of nearly 10000 BAIC staff joint effort.

To realize of "BAIC dream", we have many favorable strengths, but we also face tough challenges. The current Chinese auto industry implies that production capacity planning is twice as large as the market demand, which means excessive capacity will make the industry more competitive. In the future, we must

actively be engaged in commercial mode innovation, exploring the industrial chain profitable point, cultivating the cutting-edge products in the market, and effectively improving our product competitive advantage, cost control ability, group profit capacity and sustainable development ability, thus making BAIC in accelerated differentiated market at an invincible position.

In particular, to achieve "BAIC dream", we need to vigorously promote craftsmanship within the group, restoring the spirit and reshaping the soul. For BAIC, the connotation of craftsmanship is about tenacity, dedication, focus, extreme. Craftsmanship is a kind of regression, which requires us to focus on the manufacturer's responsibility and duty. Craftsmanship is a kind of pursuit, which requires us to keep the continuous study on technology innovation and an inexhaustible enthusiasm. Craftsmanship is a kind of realm, which requires us to respect the quality and customers. Craftsmanship is a kind of practice, which requires us to endure loneliness and bitterness. Craftsmanship is a kind of ability, which requires us to provide perfect products and win the market competition.

Craftsmanship is also a part of BAIC corporate social responsibility. In the process of building the "BAIC dream", we should never forget to strive to become a good corporate citizen. We believe that involving the concept of corporate social responsibility with the enterprise development strategy and operation process will serve as a great engine of "BAIC dream".



北京汽车集团有限公司总经理 张夕勇

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters, positioned to the right of the portrait.

刚刚过去的 2015 年，北汽集团的业务发展成绩优异。我们的产业规模持续扩大，综合实力大幅提升；自主品牌取得重大突破，核心竞争力显著增强；产业链布局日益完善，新能源汽车国内领先。有了如此良好的基础，我们有理由对北汽集团的未来发展前景保持乐观。

我们预计，未来一段时期，中国汽车市场仍然会稳定增长，但市场结构会发生变化。

2020 年，全球汽车市场规模将突破 1 亿辆，增量最显著的将是中国、印度和东盟。中国仍然是全球汽车制造业的引擎，虽然增速会减缓，但增量和存量巨大。考虑到中国汽车普及率远低于全球平均水平，汽车消费增长的大趋势将会持续。

"十三五"期间，中国汽车市场将保持 4% - 5% 年复合增速，规模达到 3000 - 3200 万辆左右。轿车换购升级、新增需求、农村和低端消费的增长，将有利于 SUV 销售的增长；新富阶层数量、扩张到年轻群体的消费结构，将会推动豪华 SUV、小型豪华汽车大幅增长，预计 2020 年中国豪华车市场规模接近 300 万辆。另外，中国中西部地区潜力巨大，二、三线城市将会成为带动汽车市场发展的主要动力。

同样让人期待的是，新能源汽车将会步入成长期。新能源汽车是中国政府大力支持的战略性新兴产业，对新能源汽车的扶持和引导政策，将会持续且力度更大。据中汽协预计，到 2020 年，中国新能源汽车的市场规模有望达到 180 - 200 万辆左右、约占总体市场 6%；同时，电池成本的下降与能量密度的大幅提升，会逐步增强新能源汽车对消费者的吸引力。

与此同时，计算机智能、互联网技术会成为汽车设计和使用的焦点，并将催生出新的业务模式和服务，从而提升顾客价值。

面对如此激动人心的行业前景，北汽集团将坚持创新、协调、绿色、开放、共享的可持续发展理念，适应行业新常态，走集团化协同发展之路，深化国企改革，不断创新驱动，加强开发合作，向制造服务型和创新型的国际化汽车集团转型。我们相信，北汽集团的明天更美好。

The year of 2015 has witnessed the impressive achievements of business development. Our industry scale has been expanding continuously and the comprehensive strength has been improved significantly. The independent brand has made significant breakthroughs and the core competitiveness has been significantly enhanced. With such a good foundation, it is reasonable to maintain a positive attitude towards BAIC future development prospects.

What we expect is that during certain period of time in the future, China's auto market will continue enjoying stable growth, but with a changing market structure.

In 2020, the global automotive market size will exceed 100 million, and China, India and Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) will enjoy the most significant increase. Although at a relatively slow growth rate, China still is the engine of the global automotive industry, but the incremental and stock are immense.

During the "13th Five-Year" period, Chinese automobile market will maintain 4-5% compound annual growth rate reaching at approximately 30 to 32 million new cars. Car purchase upgrades, new demand, the growth of rural and low-end consumption will contribute to the growth of SUV sales; the consumption structure that new rich class growth including a large number of young consumers, will promote luxury SUV, small luxury

car substantial growth, which is expected to have 3 million cars within China's luxury car market in 2020. In addition, the central and western regions of China have great potential, and the second-and third-tier cities will be the main driving force to promote the development of the automobile market.

At the same time, what is promising is that new energy vehicles will enter a growth period. New energy vehicles are regarded as the strategic emerging industry that Chinese government strongly supports, and the supportive policies about new energy vehicles will continue and become more intensive. Meanwhile, due to the decreasing battery costs and increasing energy density, new energy vehicles will attract more consumers.

At the same time, the computer intelligence, Internet technology will become the focuses of car design and usage, which boosts new business models and various service and win more customer value.

Facing such bright industry prospect, BAIC Group will adhere to the innovation, coordination, green, open, sharing concept of sustainable development, adapt to the new normal in the industry, enhance the group's collaborative development, deepen the reform of state-owned enterprises, continue to be innovation driven, strengthen cooperation in the development, transmit to manufacturing service and innovative type of international automobile group. We believe that BAIC will enjoy a rosy future.



北京汽车集团有限公司（简称“北汽集团”），成立于 1958 年，是中国主要的汽车集团之一，目前已发展成为涵盖整车研发与制造、通用航空产业、汽车零部件制造、汽车服务贸易、投融资等业务的国有大型汽车企业集团。2015 年，北汽集团销售汽车 248.9 万辆，营业收入 3452.2 亿元。

自 1958 年北京汽车制造厂生产出北京市第一辆汽车——“井冈山”轿车以来，北汽集团先后自主研发生产了中国第一代轻型越野车 BJ212 和第一代轻型载货车 BJ130，建立了中国汽车工业第一家整车制造合资企业——北京吉普汽车有限公司和中国加入 WTO 以后第一家整车制造合资企业——北京现代汽车有限公司，收购了瑞典萨博汽车相关知识产权等，创造了中国汽车工业的多个第一。

经过 50 多年的发展，北汽集团已拥有“北京”、“绅宝”、“昌河”、“福田”等自主品牌，先后引进“现代”、“梅赛德斯·奔驰”、“铃木”等国际品牌，拥有乘用车、越野车、商用车、新能源汽车和动力总成技术的专业研发机构，建立了涵盖汽车零部件、汽车服务贸易、进出口和汽车金融的完整产业链，实现了产业向通用航空等领域的战略延伸。北汽集团以北京为中心，建立了分布全国 10 余省市的八大乘用车、九大商用车生产基地，并在全球 20 多个国家建立了整车工厂。

作为优秀的企业公民，北汽集团积极关切和回应员工、客户、合作伙伴等利益相关方的诉求，致力于人、车和自然的和谐发展，并持续不断地从事社会公益慈善事业。此外，北汽集团极为重视新能源汽车的研发和产业化发展，积极履行作为企业公民的义务和社会责任。

秉承“行有道·达天下”的品牌理念，北汽集团走规模化、高端化、服务化、国际化和低碳化的可持续发展之路，努力建设制造服务型和创新型企业，力求成为一个具有国际竞争力的汽车制造商，为追求幸福出行与高效运输的人们提供科技、安全、品质、环保的全方位解决方案，成为高品质美好出行生活的引领者。



Beijing Automotive Industry Group Co., Ltd. (hereinafter referred to as "BAIC Group"), founded in 1958, is an automobile enterprise group in China with a very broad variety of products, an outstanding industrial chain, the largest commercial vehicle scale, and a leading position in the new energy vehicle market. In 2015, BAIC Group realized vehicle sales of 2.49 million and an operating revenue of RMB 345.22 billion.

BAIC Group possess self-owned brand enterprises including BAIC Motor, Foton, Changhe Auto, Beijing Automobile Works, BAIC Yinxiang, as well as joint venture brand enterprises including Beijing Hyundai, Beijing Benz, Changhe Suzuki, BFDA, etc.

BAIC Group has formed an industrial pattern both home and abroad, with Beijing as the center, which is distributed along the whole country and reaches the whole world. Beijing is BAIC Group's development planning center, capital operation center, innovation center and talent center. In over 10 provinces and cities in China, BAIC Group has established eight passenger car bases and nine commercial vehicle bases. While consolidating and developing the domestic market, BAIC Group is constantly expanding into the international market, and has established complete vehicle plants and parts bases overseas in over 20 countries.

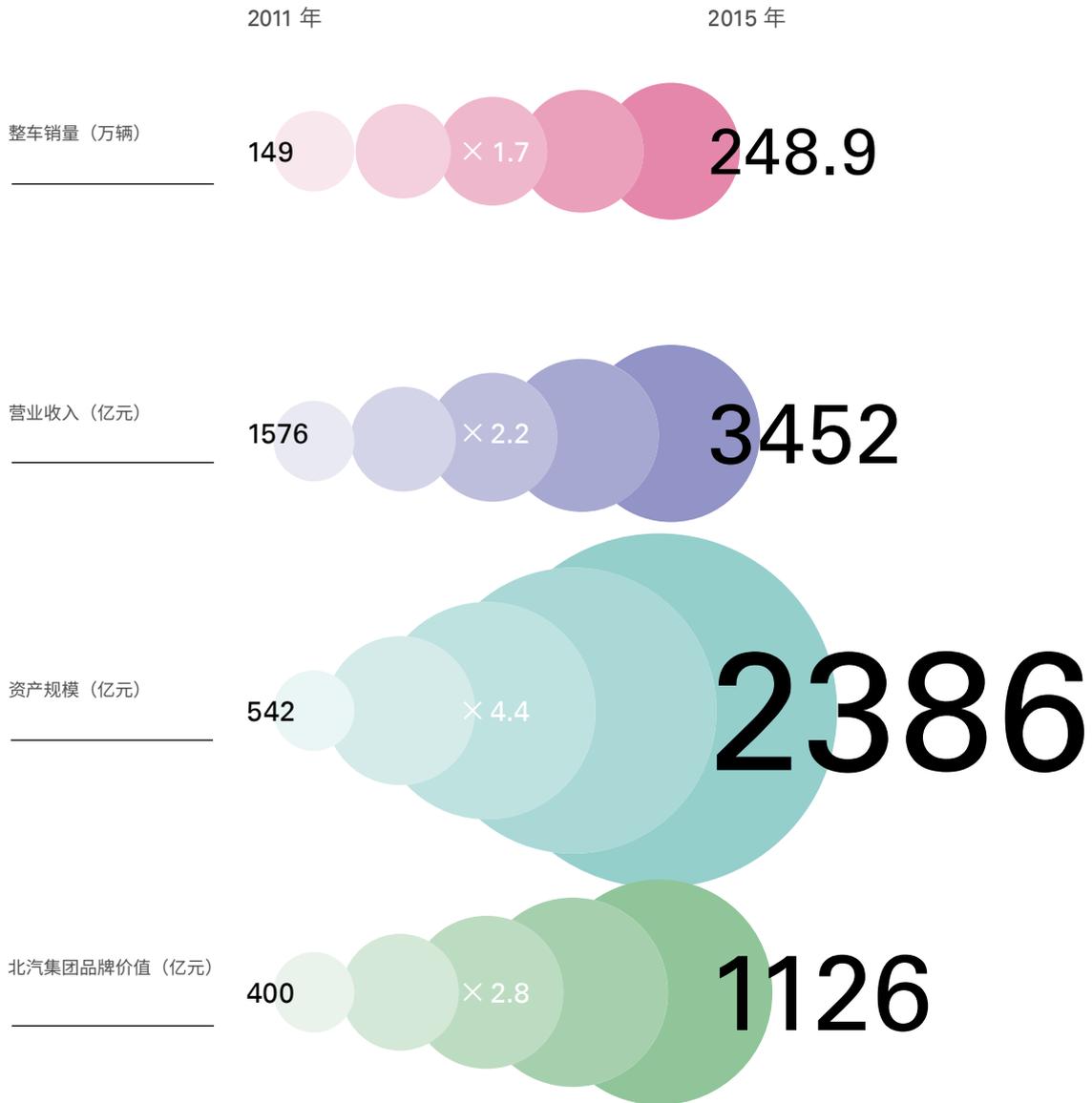
As a qualified corporate citizen in the Chinese society, BAIC Group has always been committed to realizing

the growth of its employees, customers, partners, and promoting the harmonious development of people, vehicles, and nature. In recent years, BAIC Group and its subordinate enterprises have continuously carried out public interest activities in assistance of poor and distressed people, environmental protection, social service, corporate responsibility, school construction and teaching assistance, and has cumulatively spent hundreds of millions of yuan. In addition, it actively promotes research & development and the industrialization process of energy saving and new energy vehicles, energetically supports the low-carbon transport development, and makes a solemn commitment to fulfill the corporate citizen obligations and social responsibility of BAIC Group.

Upholding the brand concept of "Your Wish-Our Ways", BAIC Group will take independent construction innovation ability as the key to speed up the promotion of enterprise core competitive ability, to continuously promote renovation and adjustment, and to solidly promote the internationalization strategy. In this way, BAIC Group can realize transformation and upgrade from a traditional manufacturing enterprise to a service-oriented and innovative manufacturer, and thus become an internationally competitive automobile manufacturer and service provider.

集团发展

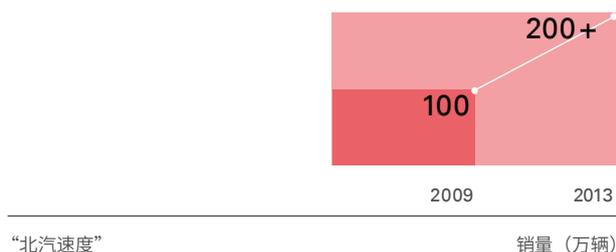
“十二五”期间，北汽集团实施集团化发展战略，不断调整经济结构，积极转变发展方式，持续完善产业布局；我们抓住良好的市场机遇，以提高企业经济效益为目的，持续加大产品结构调整力度，在客户服务、品牌营销、产品研发、供应链合作等方面勇于创新，产销量、营业收入、资产规模、利润、品牌价值等各项经济指标大幅增长，取得了显著的成绩。



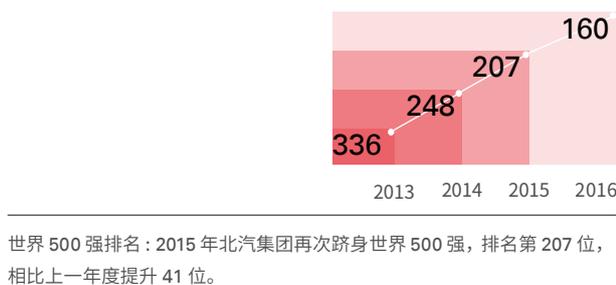
“十二五”期间，北汽集团快速发展，成绩显著

“十二五”是北汽集团 58 年历史中发展最快的一个五年，也是北汽集团发展史上极不平凡的五年。我们在产业规模、综合实力、产业布局等方面进步明显，自主品牌取得重大突破，新能源汽车继续居于国内领先水平，企业的核心竞争力显著增强。在国内汽车行业中，北汽集团表现突出；在所有自主品牌汽车企业集团中，我们的成绩单更是其中的一抹亮色。

2013 年，北汽首次进入 200 万辆俱乐部。从 2009 年集团产销突破 100 万辆，到 2013 年越过 200 万辆大关，我们创造了令人瞩目的“北汽速度”。北汽新能源从 2014 年开始连续排名纯电动汽车销量第一位。北汽的自主品牌也快速发展，与合资品牌一起成为推动集团发展的“双引擎”。

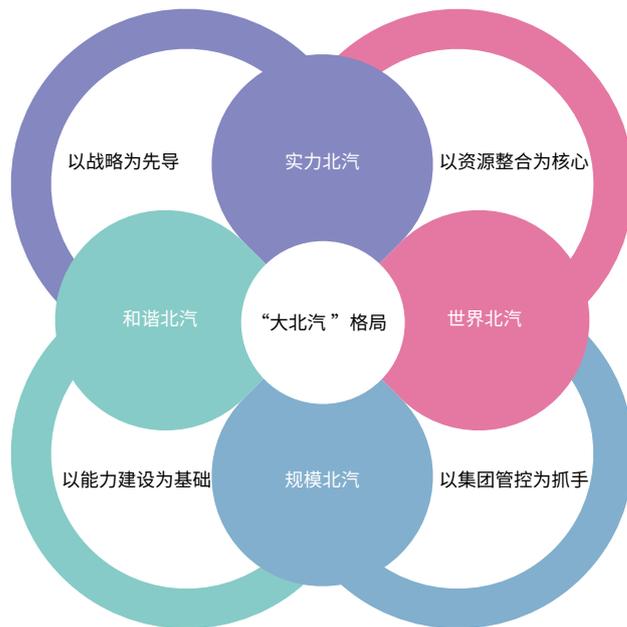


凭借不断壮大的企业规模、良好的发展业绩和持续增强的国际竞争力，北汽集团在“十二五”末期从传统制造业向制造服务型和创新型企业战略转型，克服汽车市场整体增速放缓、商用车市场大幅下滑等各类不利因素的影响，在“十二五”收官之际，实现整车销售 248.9 万辆，增速与行业水平保持一致。2013 年，北汽集团首次进入《财富》世界 500 强，此后连续身列其中，且排名次序大幅提前。



战略引领

北汽集团在确立了“走集团化道路，实现跨越式发展”的发展战略后，构建起了发展史上前所未有的“大北汽”格局，从而迅速驶入健康发展的快车道。集团按照“实力北汽、规模北汽、世界北汽、和谐北汽”的目标，形成了以战略为先导，以资源整合为核心，以能力建设为基础，以集团管控为重要抓手的快速发展模式。



以战略为先导，构建“大北汽”格局

“十二五”期间，北汽集团开启了“二次创业”的新征程。二次创业的最终目标，是要实现“北汽梦”的战略构想。

“北汽梦”以兴国为本、强企为先、立人为要，确立了“成为一个掌握核心技术、拥有国际化自主品牌、具有可持续发展能力的世界级企业；成为社会认可、股东满意、员工幸福的企业公民；成为建设汽车强国的‘国之重器’”的中心目标。

作为一个勇于革新、不断超越自我的企业，北汽又在新的发展阶段主动实施战略转型，这是北汽集团为实现“北汽梦”而进行的路径选择。

集团的战略转型，是要以服务业比重的提升，突破制造业利润的天花板；要以商业模式创新，突破汽车行业现有发展路径的束缚：在价值创造上，从以生产制造为核心，向提供具有丰富服务内涵的产品或依托产品的服务转变；在生产方式上，从以产品为核心，向以人为中心转变；在组织模式上，从以制造企业为核心的封闭体系，向利益相关方建立价值共同体转变；在运作模式上，从被动响应用户需求，向主动发现用户需求、提供有针对性的服务转变。

通过持续的战略调整、组织变革、业务重构、改革创新和管理提升，我们希望北汽成为业内技术潮流与商业模式的领导者，并在通用航空领域取得长足发展，为实现由大变强、走向世界的“北汽梦”奠定坚实基础。

产业布局

“十二五”期间，北汽集团加快完善产业布局，并加速向全产业链迈进。我们形成了涵盖技术研发、整车制造、零部件制造、汽车服务贸易、通用航空等业务的完整产业链，同时进一步向金融、产投、教育等领域延伸拓展，实现跨越式发展。

在技术研发方面，我们充分利用首都优质资源，在北京形成了一个由北汽产业研发基地和所属重点企业研究部门所组成的北汽自主研发体系，实现自主品牌对标国际一流水平，开启了智能化、电动化、轻量化、互联网化等未来新技术的研发竞争；

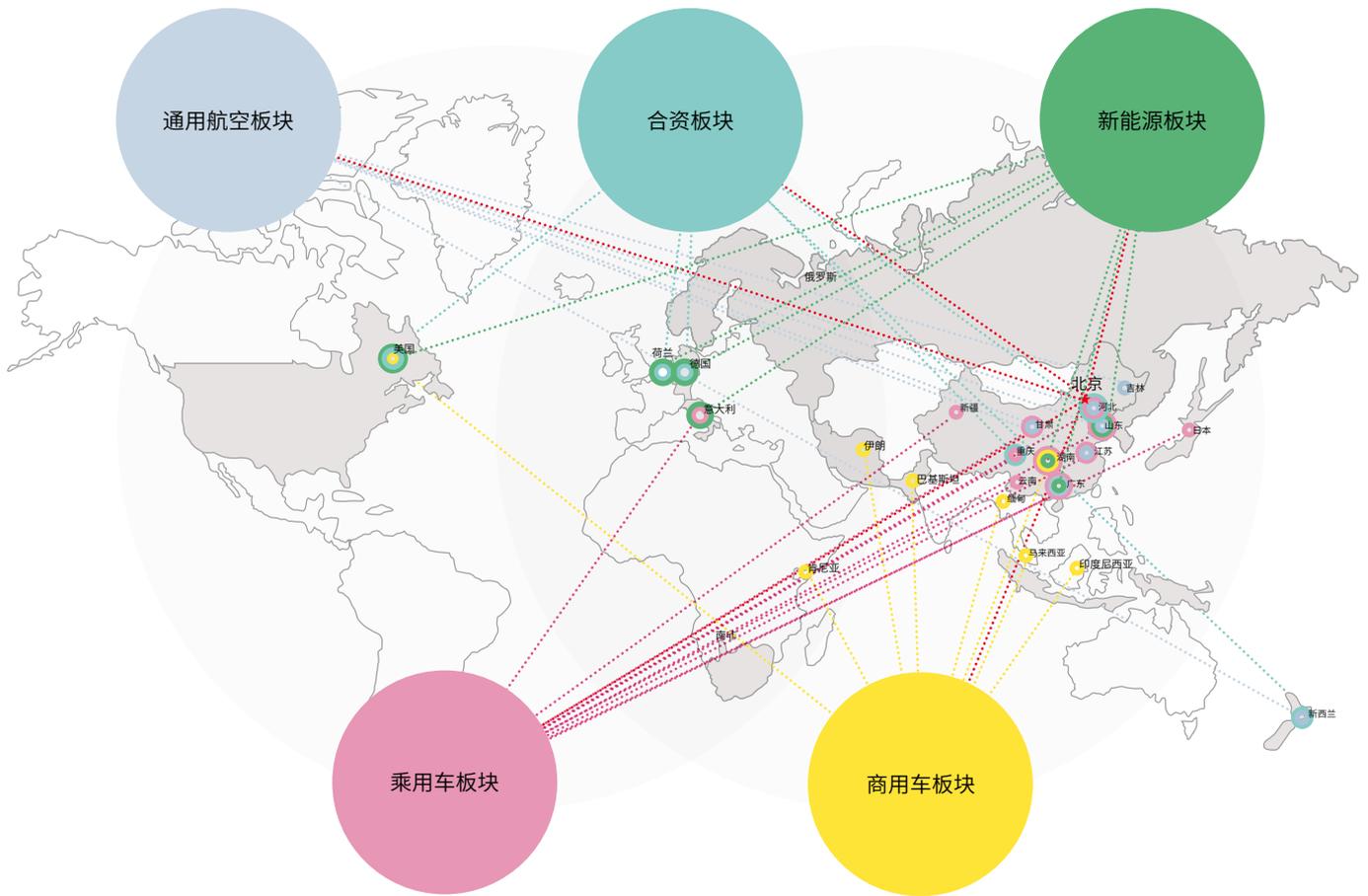
在零部件方面，海纳川公司依托集团整车市场，大力拓展资本并购，初步建设成为国内一流的汽车零部件企业集团；服务贸易方面，建立起鹏龙服务贸易平台，初步实现了集团整车生产、零部件制造与服务贸易业务的对接和联动；金融方面，财务公司与产投公司异军突起，为集团今后探索、拓展多种产业投资方式发挥了积极作用；新能源汽车爆发式增长，北汽新能源成为国内产业规模最大、产业链最完整、示范运营规模最大的新能源汽车企业，成为北汽集团践行转型战略的先行者和典范。

在整车制造方面，北汽集团以北京为中心，建立了分布全国十余省市的八大乘用车、九大商用车生产基地，并在全球 20 多个国家建立了整车工厂。“十二五”收官之际，昌河汽车九江产业园奠基、昌河洪源工厂竣工、北汽镇江基地投产、北汽常州产业基地项目签约、株洲基地二工厂开工，北汽已做好借力“中国制造 2025”，通过“产融结合”和“跨界合作”，向制造服务型企业全面转型的准备。



国际布局

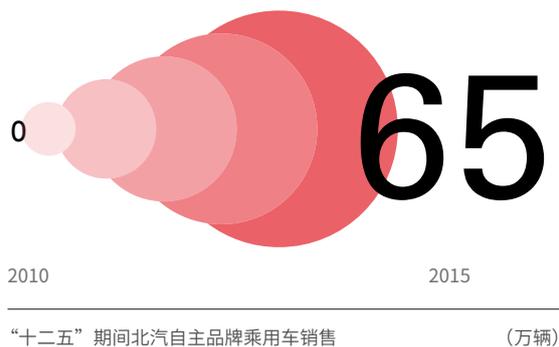
北汽集团近年来确立了“立足北京，面向全国，走向世界”的发展战略，加快了产业转移和布局的步伐。目前，形成了以河北黄骅、江苏镇江、江西景德镇及九江、广东增城、湖南株洲、重庆、云南瑞丽相呼应的八大自主品牌乘用车整车基地，以及在鲁、湘、粤、冀、鄂、新等省市的九大自主品牌商用车整车基地的布局。产业布局涉足华北、华南、西南、华中、华东地区，产品也将实现对全国市场的近距离覆盖。此外，北汽集团也积极拓展海外市场，在美国、荷兰、俄罗斯、南非、缅甸、肯尼亚等地分别建立乘用车、商用车、零部件生产基地以及合资公司，加快北汽走出去的步伐。



北汽产业布局图

自主品牌

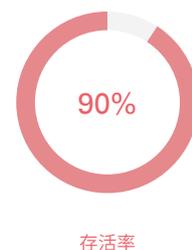
以打造自主品牌乘用车为核心，自主品牌新能源、自主品牌乘用车和自主品牌商用车并肩发展，北汽集团建立起从研发、采购、制造、质量到销售、售后服务、品牌、IT 等完整的生产经营体系。自主品牌乘用车威旺、绅宝上市短短三年时间，销量已超过 20 万辆；“双品牌”战略导入工作稳步推进，昌河汽车重组后发生了巨大变化；北汽福田持续位居国内商用车销量第一；新能源汽车从 2014 年开始连续占据国内纯电动汽车产品产销首位。



牵手昌河拓“双品牌”战略

自北汽集团与昌河汽车进行重组，启动实施“双品牌”战略以来，集团积极培育昌河汽车成为“双品牌”战略的重要支撑，以“昌河汽车”作为第二大乘用车自主品牌。在产品方面，昌河汽车完成了与北汽集团研发体系的对接，并将陆续导入 6 大平台、10 款衍生车型的产品，昌河福瑞达 M20、Q25 等车型陆续面市。在推进乘商分网的同时，昌河汽车坚持“密布 + 精耕”的销售网络核心策略，网络的数量和质量全面提升。

2013 - 2015 年
开发一级新网 130 家
开发二级新网 206 家



昌河汽车销售网络的数量与质量全面提升

整合资源打造自主好车

北汽集团的自主品牌走国际化道路，先行整合国际资源，然后通过消化吸收再创新，建立自己的核心技术平台。

北汽瞄准自己的合作伙伴，与戴姆勒集团的独立合资子公司奔驰技术签约，成立“北汽德奔”，负责技术的本地化应用。同时，还通过自主优化和提高，搭建起更适于国内的整车系统、零部件设计标准及规范技术体系。

“十二五”末期，北京汽车发布“π”战略，其中自主品牌技术研发方面，除北京汽车研究院外，还将依托于 MB-TECH、META、Michigan 三大技术研发中心（简称“3M”），在高端车型、新能源整车以及动力总成等核心技术方面提供持续的研发人才和技术支持。

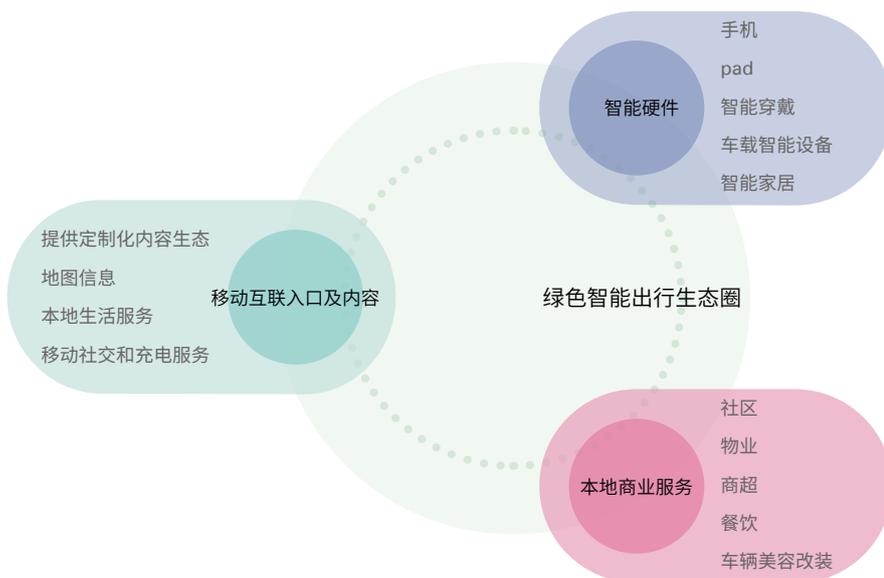
新能源汽车

北汽新能源通过体制、机制创新，成长为国内产品应用范围最广、发展速度最快、产业规模最大、产业链最完整、示范运营规模最大的新能源汽车企业。

北汽新能源着眼全球。2015年8月21日，中国新能源汽车首个海外研发中心——北汽新能源硅谷研发中心在美国西海岸硅谷正式挂牌成立，9月18日，北汽新能源与Meta公司合作的亚琛研发中心在德国亚琛挂牌成立。两大海外研发中心的成立，将打造全新的自主研发基地和全球最佳资源的整合平台，提升北汽新能源自身的研发能力、科技实力和人才竞争力。



2015年8月21日，北汽新能源硅谷研发中心在美国硅谷正式挂牌成立



北汽新能源将打造“绿色智能出行生态圈”引导产业创新升级，形成合作共赢的生态环境

北汽·太阳花

北汽集团在十二五期间创立了“北汽·太阳花”的企业公民理念，以“为世界创造微笑”为己任，整合全集团资源，携手下属企业，从人、自然、社会、文化几个方面与社会进行沟通，履行国有企业的社会责任，连续多年获得各方认可，改善了品牌美誉度，品牌价值也得以全面提升。

“北汽·太阳花”品牌理念的四大维度是：携手关联群体，与之共发展；关爱自然环境，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。



“北汽·太阳花”品牌理念的四大维度

“北汽·太阳花”从核心理念的四个外延维度展开，持续开展扶贫济困、改善环境、应急救援、养老助学、振兴体育等多个方面的项目，在环境、社会、经济等各方面积极履行社会责任。我们将一路走下去，为世界创造更多微笑。



“北汽·太阳花”开展多层次项目

“十三五”规划

2015年，中国“十二五”规划胜利收官，北汽集团与中国同步站在了一个承前启后、继往开来的历史节点。

集团党委书记、董事长徐和谊表示“‘十三五’，我们志在超越”，并提出了到2020年实现“年产销汽车450万辆；营业收入6000亿元；跻身中国汽车行业第一阵营；全球汽车行业前十二名；全球企业和全球品牌双百强”的发展目标。在接下来的五年中，北汽集团将启动一场全面而深刻的战略转型，乘着“互联网+”和“中国制造2025”战略的东风，以新思维开辟创新路径，以新战略谋求新突破，全面完成向制造服务型和创新型企业的转型升级。



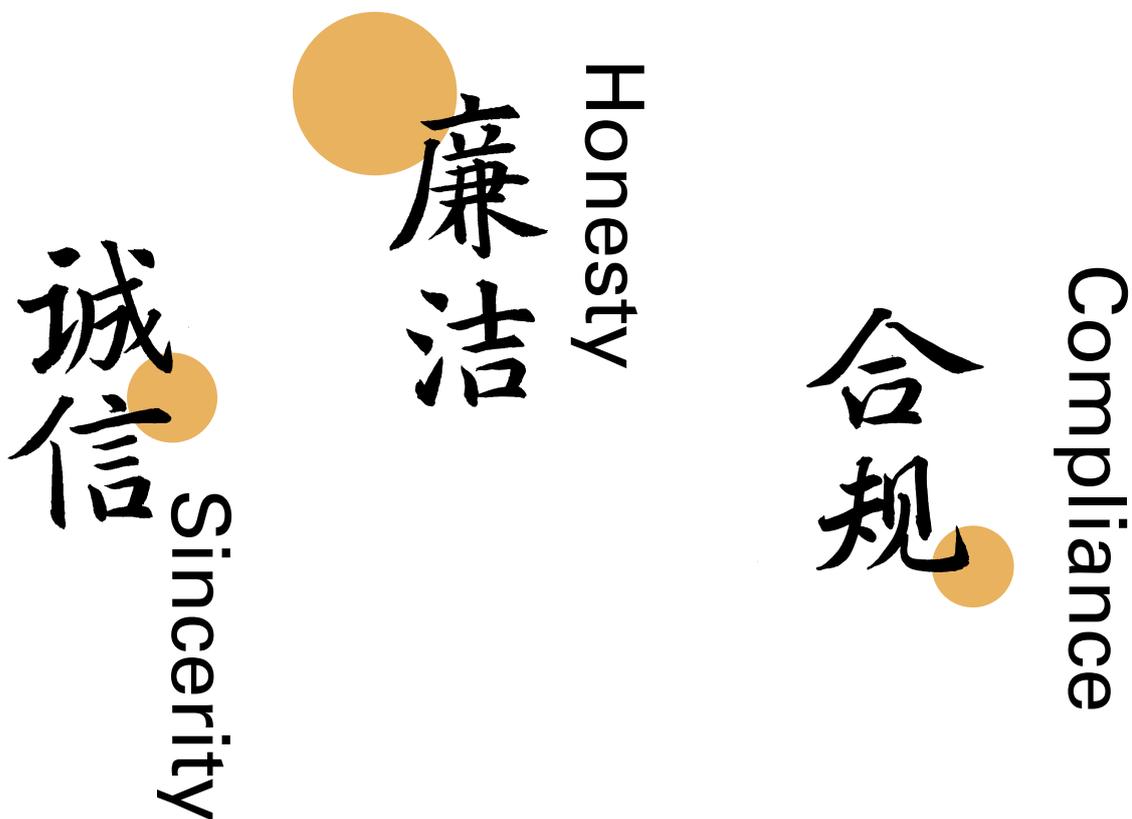
责任体系

Responsibility
System



北汽集团始终将社会责任视为企业的 DNA，将社会责任与发展战略有机结合，秉持“致力人文关怀，建设和谐北汽”的使命，持续关注与投入，履行企业公民义务，践行企业社会责任。

BAIC will always regard social responsibility as DNA of the enterprise, combining social responsibility and development strategy organically, upholding the mission of “Commit to human well-being, establish a harmonious BAIC”, sustaining attention and input, fulfilling the obligations of corporate citizenship, practicing corporate social responsibility.



北汽集团在履责工作实践的基础上，从“行有道·达天下”的品牌理念出发，以“为世界创造微笑”为心愿，以“爱行天下 惠及万家”为指导思想，创建了“北汽·太阳花”企业公民品牌。

履责理念之“爱行天下”从北汽集团品牌理念“行有道·达天下”中而来。“行”为万事万物循环运转之根本法则，其意在于：只有以大爱周行天下、恪守诚信经营之道，方能实现人、车、自然的和谐，从而“行之有道、达致天下”，实现北汽梦，共创中国梦。

履责理念之“惠及万家”则从北汽集团长期履责工作实践中而来。北汽集团推出的企业公民品牌“北汽·太阳花”，正是以“爱行天下”作为履责理念的行动纲领。意在我们像太阳花一样追求光明和幸福，让微笑与和谐充满世界的每个角落。

Overview: BAIC Motor Corporation assumes working responsibility from the brand philosophy of “Walk in good way-Reach the world”, fulfilling the resolution of “Create smiles for the world”, being guided by “Love the world, Benefit thousands of families”, to create an enterprise citizen brand, which is “BAIC - the Sun Flower”.

The concept of “Love the world” derives from brand concept “Your Wish-Our Ways”. Everything in the world has its fundamental rules, and thus the brand concept means that only through loving the world and obeying honesty and integrity, can we realize the harmony of man, vehicle, and nature. In this way, “Your Wish-Our Ways” can be helped to realize BAIC Dream and China’s dream.

The concept of “Benefit thousands of families” derives from BAIC long-term practice and responsibility. BAIC Group launches the enterprise citizen brand “BAIC-the Sun Flower”, and this is guided by “Love the world”. It means we are like the sun pursuing brightness and happiness in order to make a harmonious world.

发展愿景

北汽集团融合全球资源，着力打造人文化、科技化、国际化的世界级汽车企业集团，打造国际知名的自主汽车品牌；努力建设制造服务型企业和创新型企业，成为具有国际竞争力的汽车制造商和服务提供商。

品牌愿景 成为高品质美好出行生活的引领者。

品牌使命 以最具有人文情怀的科技创新精神，推动人、车、自然的和谐发展，实现人们的移动梦想。

品牌定位 为追求幸福出行与高效运输的人们提供科技、安全、品质、环保的全面解决方案。

品牌之旅 历史、积淀、创新社会责任理念。

品牌核心价值观 责任、智慧、激情

品牌口号 行有道·达天下 Your Wish·Our Ways

- 行：是人的行动行为，是车的移动运行，也是我们赖以生存的自然的循环运转，更是北汽人志存高远、全力以赴的汽车事业与筑梦旅程。
- 有道：是人们的行为准则，是车的行驶规则，是自然的运行法则；更是北汽人恪守的诚信之道，以及人、车、自然的和谐发展之道。
- 达天下：指“善”达天下，就是北汽人驭善于行，致力于以创新的产品和科技共圆人们的移动梦想，创造北汽共享价值。

“Your Wish·Our Ways”与当代企业的经营理念“顾客就是上帝”有紧密的联系，传达了北汽与客户之间的关系。作为一家汽车制造企业，“Ways”不仅仅意味着交通工具和道路，它还在向顾客暗示：我们总会找到方法满足你的愿望。

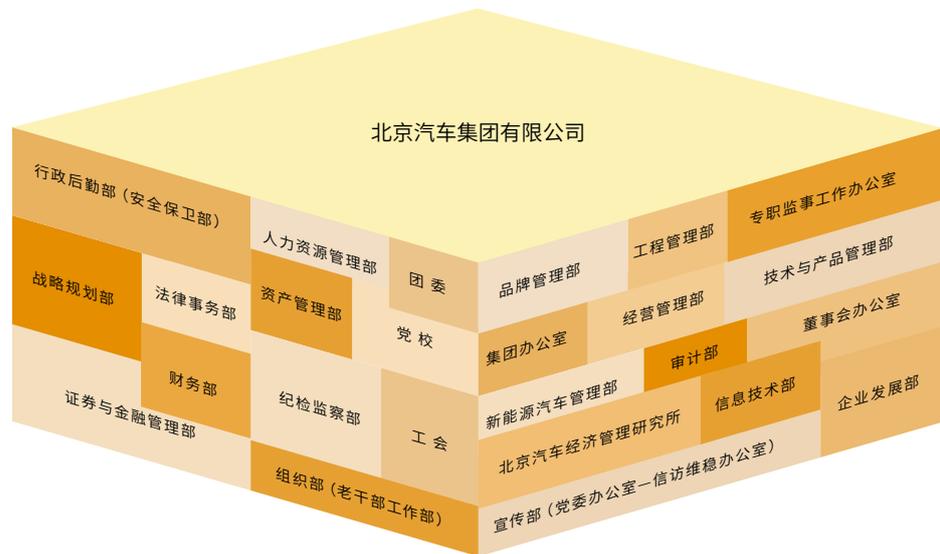
良好的公司治理，是企业道德的根基。

依法、规范、科学、诚信，是北汽集团经营之道。

——北汽集团党委书记、董事长 徐和谊

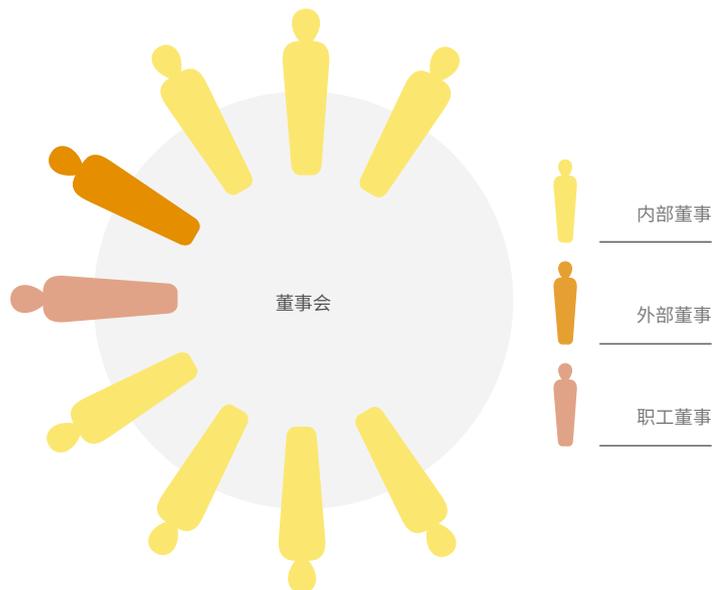
公司治理

北汽集团根据《公司法》规定，结合自身实际情况和发展要求，建立由董事会、监事会和经营管理班子组成的现代企业治理架构，并按照现代企业制度的要求，围绕公司管理和生产运营的各环节，建立健全系统内部管理体制和组织架构，确保各项事业符合治理要求、经营目标、区域开发和业务发展的需要。



北京汽车集团有限公司职能部门结构

集团公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名与薪酬委员会，董事会共有 9 名董事，其中包括 7 名内部董事、1 名外部董事和 1 名职工董事。



北汽集团董事会成员构成

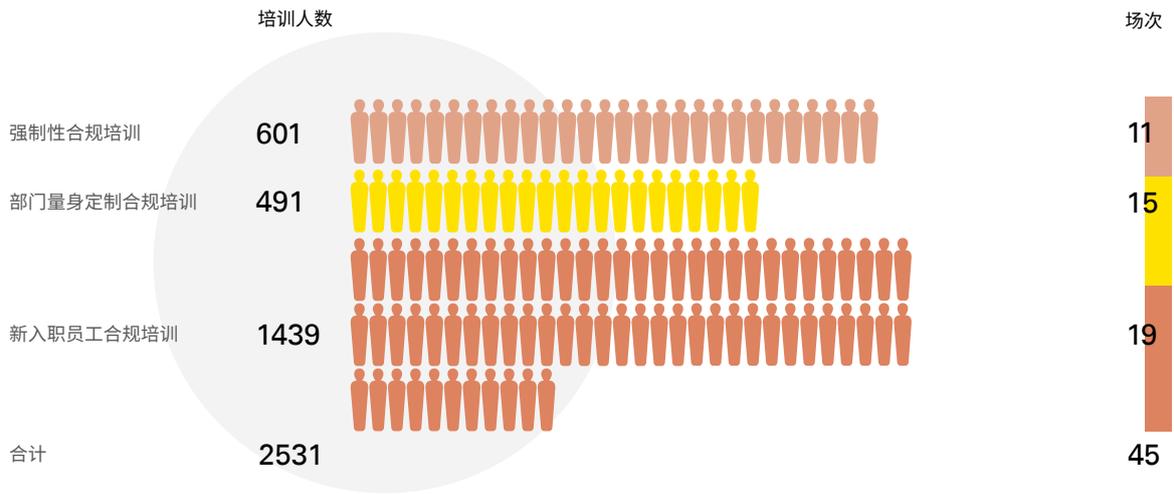
商业合规与反腐倡廉

北汽集团建立了一系列规章制度确保守法合规经营，为企业重大事务和日常经营的管理和决策提供制度支撑和流程规范性指引，主要包括：

1. 公司重大决策方面的管理制度：董事会及专门委员会相关制度、“三重一大”决策制度、总经理及总经理办公会、专题会相关制度。
2. 安全生产及产品技术管理相关制度：安全生产管理办法、缺陷汽车产品召回管理办法等。
3. 日常经营管理相关制度：法律事务管理制度、财务及税收管理相关制度、对外投资管理相关制度、采购管理相关制度、建设工程管理相关制度、人力资源管理相关制度等；
4. 廉洁从业相关制度：党风廉政建设责任制执行情况的检查和考核办法、关于贯彻落实党风廉政建设责任制的实施细则等。

为做好纪检监察各项工作，北汽集团以廉政宣传教育月为重要载体，开展宣传教育工作，贯彻落实廉政责任制，全面推动廉洁文化建设，加强对招投标领域的监督，打造“阳光工程”，开展效能监察，实现廉政风险防控工作全覆盖。

案例：北京奔驰完善合规管理体系



2015年北京奔驰开展多主题、有针对性的合规培训，提高员工合规意识，防范公司合规风险



开通合规微信公众号和合规文化宣传内网，北京奔驰合规文化内外部宣传载体全面建立



质量北汽

Quality BAIC



精益求精，止于至善。北汽以工匠精神致力于产品品质的锻造和完善，又以开拓精神致力于新能源汽车、无人驾驶等技术的发展。2015年，北汽新能源汽车的技术研发、销售和服务都喜获突破，自主品牌产品的品质改善和海外拓展也可圈可点。

Keep improving, goodness. BAIC is committed to forging and improve the quality of the products in the spirit of the craftsman, and pioneering spirit is committed to the development of new energy vehicles, such as unmanned technology. In 2015, Beijing new energy automotive technology research and development, sales and services are made breakthrough, quality improvement and the overseas development of own-brand products, too.

品质
Quality

新能源
New Energy

工匠精神
Craftsmanship

北汽集团一心一意打造精品汽车，在激烈的汽车产业市场竞争中，融合吸收韩、德等合作方的质量经营理念和造车技艺，从研发、采购、制造到销售服务等价值链的各环节，建立严格的质量标准；通过集团化战略，塑造全员、全周期、全价值链的质量管理，凭借“以质量之魂”的北汽质量理念和“品质第一、卓越经营”的北汽质量文化，打造“质量北汽”。

BAIC wholeheartedly create super car, in the fierce market competition of the auto industry, fusion absorb the partners such as Korea and Germany, the quality of the management idea and skill building cars from research and development, procurement, manufacturing to sales and service value chain of each link, establish strict quality standards; Through collectivization strategy, shaping, the whole cycle of the whole, the quality of the whole value chain management, in order to “take the quality as the soul” the north of steam quality concept and the “quality first, excellence” Beijing automotive quality culture, create a “quality BAIC”.

自主创新

作为中国汽车产业的重要成员，自主创新是北汽的企业使命，也是中国汽车企业在产业变革大背景之下实现弯道超车的不二之途。2015年，在新能源汽车、无人驾驶等领域，北汽集团都取得了令人瞩目的成绩。

北汽新能源发展成效显著

北汽新能源于2015年获“中关村知识产权重点示范企业”称号。目前，北汽新能源共完成了四大系列，包括EV150、EV160、EV200、EU260、ES210、EX200等多款纯电动乘用车产品开发和量产，产品覆盖A0级、A级、B级及微客、微货等。北汽新能源公司已经具备了基本的整车开发、三电系统开发的能力；并建立了相应的标准及管理制度体系。

跨界通用航空，做第一个“吃螃蟹的人”

发展通用航空业务，让北汽成为中国汽车企业中第一个“吃螃蟹的人”。2015年6月19日，首届北京国际通用航空博览会在北京市平谷区开幕。北汽集团旗下的北京通用航空有限公司，携旗下北京泛太平洋航空技术有限公司正式亮相此次航展，并在航展开幕首日举行了首架P750复装飞机的交付仪式。本次P750飞机的顺利复装和成功交付，标志着北京首次具备了10座以上载人飞机的生产能力，向建设世界城市的目标又迈出坚实一步，也标志着以北京通航公司为代表的首都通航产业正式起飞。

无人驾驶技术全球领先

随着无人驾驶技术的成熟，传统的汽车业已经进入到一个变革的时期，不仅一大批知名的互联网企业凭借自身的智能技术进入汽车行业，传统的汽车巨头们也纷纷自我变革，力图有新的发展。北汽集团经过多年的积累，已经掌握了比较成熟的无人驾驶技术。在2016北京国际车展上，北汽集团展示的无人驾驶技术达到了世界领先水平，这是北汽的骄傲，也是中国汽车产业的骄傲。



北汽新能源汽车“全家福”

品质管理

2015年北汽集团推进质量管理改善方案，以客户需求为导向开展各项质量工作，持续提升质量管理工具和质量体系运行的有效性。通过不懈努力，北汽集团的质量体系不断完善，并于2015年荣获“北京市人民政府质量管理奖”。

“机制+激励”形成文化双驱动

北京汽车从上到下的纵向推动与点面结合的横向促进相统一的立体文化，贯穿战略层——管理层——执行层，通过体制机制建设和正向激励政策，形成了领导者亲抓、管理者实抓和全体员工普抓的“理念+执行”双促进、双提升，以及质量管理全员参与、全员改善的局面。

量产车质量保证

为系统构筑市场质量问题迅速应对体制，我们推出了一系列新的举措，包括：通过开展上市初期百日作战行动，确保各车型初期市场问题的快速应对；强化4S店质量信息快速录入和各工厂市场质量会议体系，以此改善市场问题管理体系；扎实运营质量问题TFT改善，对顽固性和顾客抱怨多发问题攻关改善；构建两级供应商质量会议机制，强化供应商高层人员的质量意识，推动重点问题的迅速改进。



绅宝 D20 获得 2015 年 J.D.POWER 紧凑型轿车细分市场第二名；



绅宝 D50 获得 2015 年 J.D.POWER 中型基础轿车细分市场第一名。

市场投诉与服务

市场投诉快速响应机制：公司建立了以质量主管单位为核心，以研发部门、生产部门、采购部门、供应商、服务部门为成员的快速响应机构，定期组织产品质量投诉会议，评估质量风险，快速采取措施消除顾客抱怨，赢得客户的理解和认可。公司设立了400热线，对用户的抱怨进行收集，解答用户的疑惑，接受用户对于北汽产品、服务的投诉。

缺陷汽车产品主动召回机制：北汽建立了召回管理机制，在确认车辆产品存在缺陷且在用户安全或正常使用方面存在隐患时，以对用户负责的态度启动主动召回机制，召回维修已销售产品，防止对用户生命、财产安全造成影响。2015年共计开展召回活动2次，分别为：绅宝D70车型，因燃油泵泵芯异常电腐蚀问题召回9915台；BJ40车型，因燃油泵泵芯异常电腐蚀问题召回2090台。

工匠精神

北汽集团“工匠精神”的基因主要涵盖四大关键词——坚韧、执着、专注和极致。工匠精神虽说是近一两年来才引起全社会重视的热门词汇，但在北汽集团，工匠精神从来就不曾缺失。在生产、研发、维修等众多岗位上，独具“匠”心的北汽人脚踏实地，精益求精，攀登着制造精品的一座座高峰。

案例：他与北京汽车共成长——北汽集团首席技师王志伟

王志伟，男，36岁，中共党员，北汽集团首席技师、北京现代高级技师，现工作于北京现代仁和工厂轿车二部总装车间。在长期从事汽车装调工作的过程中，王志伟摸索出了一套车辆电路系统调整检测技术和故障排除方法，是北京现代中韩双方一致认可的“一线工人技术专家”。

2011年王志伟成立了首席技师工作室，带领工作室成员攻坚克难，树立创新模范团队，在新设备、新工艺、新车型带来的重重挑战面前，集中力量解决了一大批生产中的重点、难点问题，为北京现代甚至是北汽集团的发展做出了巨大贡献。

2015年首席技师工作室积极参与北京现代和北京市顺义区人社技工学校的“企业新学徒制”培训试点项目，这也开辟了北汽集团技能人才培养的新模式，王志伟作为导师代表与学员签署培养协议。

从一名生产线装配工人，到总装车间汽车装调方面中韩双方认可的技术达人；从技能大赛中的高级技师，到整个北汽集团的技术骨干；王志伟这十余年来，实现了一名技术工人的完美蜕变。



北汽集团首席技师王志伟

新兴能源发展

2015年是北汽新能源汽车的突破之年。这一年，北汽新能源引进高端技术人才167名，其中核心技术人员占比43%；共申报专利173项，其中发明专利98项，累计申请专利423项，其中发明专利218项。依托战略引领（卫蓝事业计划3.0）、“双创”驱动（创业精神和创业文化）和“两圈”融合（朋友圈和生态圈），北汽新能源乘用车全年销售整车20129辆，同比增长265%，市场占有率扩大到24.2%，继续蝉联国内纯电动汽车销量桂冠，并位居全球单品销量第四位。



北汽新能源的“双创”驱动 + “两圈”融合

技术研发

新能源乘用车方面，新能源公司课题经费到位1.23亿元，研发成功EU260、EX200等纯电动乘用车产品，并在美国硅谷、德国亚琛建立研发中心，整合国际技术资源和人才优势发展新能源汽车。

新能源商用车方面，北汽福田进一步确立在智能化节能技术、安全可靠技术、整车控制技术、智能车载管理系统、创新性CAN总线技术等方面的优势地位，实现从整车到动力、再到关键零部件技术的突破与领先。

产品完善

在新能源乘用车方面，新能源汽车产业链不断完善与延伸，拓展了孚能科技、日本松下、韩国LG、德国大陆、台湾浩薪、东莞ATL等合资合作资源，打通了新能源汽车的全产业链，为实现产品布局奠定了良好的基础。新能源公司开发产品项目14项，完成C30DB经济型、C50EB出租车开发，形成了以纯电驱动为主，大力发展大中小、高中低、234的多平台产品，完成了A00、A0、C级车、交叉车型产品研制与生产，覆盖3个平台3个产品系列8款车型。

新能源商用车方面，北汽福田通过联合戴姆勒、康明斯等国际资源，坚持实施新能源产品多技术路线发展的思路，布局新能源客车产品，已形成了覆盖卡车、客车领域7个平台15个产品系列的40余款新能源汽车车型。其中欧辉客车布局了并联混合动力、串联混合动力、增程式电动车、纯电动车、氢燃料电池客车等新能源产品，覆盖6—18m公交系统。



北汽福田欧辉新能源客车

最新款车——EX200

EX200 的造型风格，传承了绅宝 X25 的动感，同时结合了纯电动汽车的绿色、环保元素。虽然是一款小型 SUV，但造型设计彰显 SUV 的硬朗特性风格，前格栅外嵌蓝色概念装饰条配合 X 型北字标，数字化的组合仪表设计凸显了纯电动汽车的基因和科技感。双气囊、侧气帘、ABS、EPS、倒车影像、真皮座椅、天窗等匹配一应俱全，EX200 还为用户提供 6 种外观颜色和 3 种内饰颜色组合的 10 种配色方案，款款都呈现给人以时尚、动感和活力。作为一款专业级纯电动 SUV，EX200 秉承乘坐空间最优化、通过性最优化和电池安全最优化的设计理念，打造成为了一辆安全、舒适性的 SUV。



EX200

北汽新能源的 N 个 1

- 2015 年 6 月 5 日 ● 北汽新能源发起成立“卫蓝众享联盟”，国内第一家由车企主导创建的产业生态圈由此诞生。
- 2015 年 8 月 20 日 ● 北汽新能源硅谷研发中心在美国硅谷正式挂牌成立，成为国内第一家在海外设立研发中心的新能源汽车企业。截止到目前，北汽新能源已经在美国硅谷、底特律、德国亚琛、西班牙巴塞罗那等地建立五家海外研发中心，技术实力大大增强。
- 2015 年 8 月 21 日 ● 北汽新能源第一个外埠生产基地——莱西基地正式竣工投产，首批 1000 台纯电动汽车交付。
- 2015 年 10 月 9 日 ● 北汽新能源 EV 系列产品斩获“中国新能源汽车用户满意度指数”第一名，是国内第一个荣获此殊荣的新能源汽车企业。
- 2015 年 10 月 29 日 ● 北汽新能源 C30 平台纯电动乘用车关键技术集成开发与应用项目荣获中国汽车工业科学技术奖一等奖。
- 2015 年 12 月 15 日 ● 北汽新能源第一个高端产业基地——常州基地第一根钢结构立柱安装完成，标志着国内首个高端产业基地正式开工建设。未来，常州基地将成为北汽新能源首个数字智能工厂，承担 Acrfox-1 轻量化跑车的生产工作。

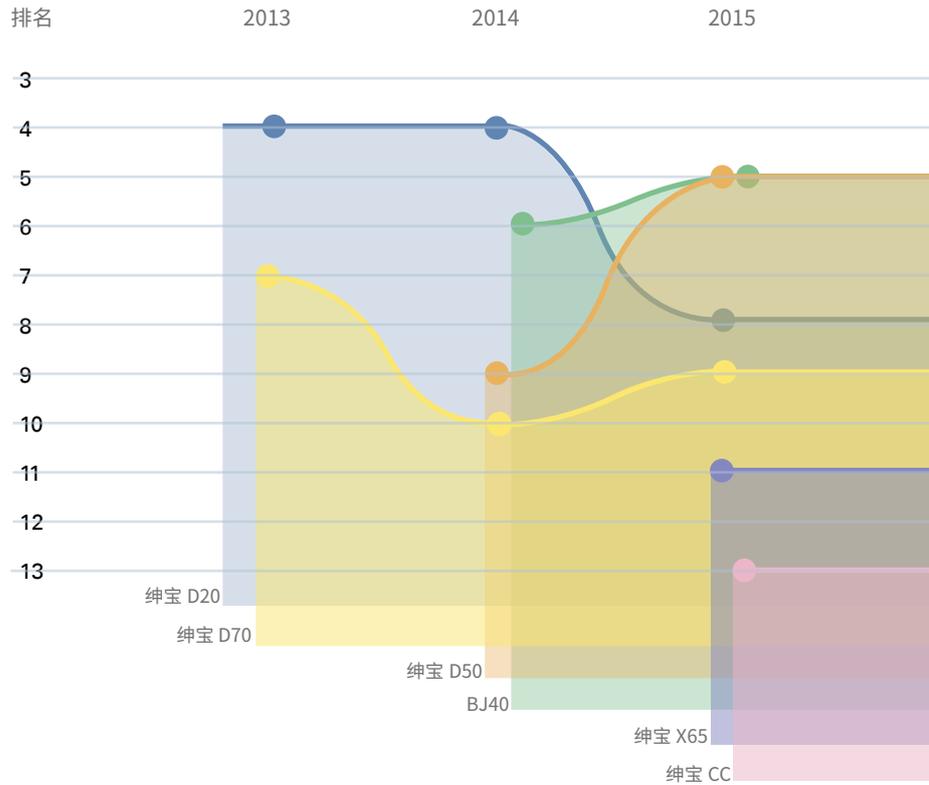
自主品牌

2015年，北汽绅宝、北京系列产品在售车型共八款，其中绅宝 D50 年销量接近 6 万台，市场占有率 6.6%；绅宝 D20 年销售突破 3 万台，市占率接近 3.8%；SUV 方面，绅宝 X65 也有着较好表现。

型号	绅宝 D20	绅宝 D50	绅宝 CC	绅宝 D70	BJ40	绅宝 X25	绅宝 X55	绅宝 X65	合计
销量 (辆)	30280	59806	1342	1423	3849	5732	1502	22388	126340
市场占有率	3.8 %	6.6 %	0.1%	0.3 %	2.7 %	3.1 %	0.2 %	2.2 %	0.7 %

注：数据来源于乘联会发布的批发数据；各车型市场占有率指该车型在该竞品组中的销量占比。

十二五期间，经典的绅宝 D20 由竞品组底端一步步跻身至上游阵营，成为绅宝品牌的口碑车型；绅宝 D50 虽在 2014 年上市，但后来居上，在 2015 年升至竞品组第四。



注：数据来源于乘联会发布的批发数据；各车型排名为该产品在竞品组中的排名。

期间，基于良好的产品品质和市场口碑，北汽绅宝、北京系列产品获得多项重要奖项。其中，绅宝 X55 获得由汽车头条颁发的“年度最值得期待 SUV”奖项，绅宝品牌获得由北京晨报颁发的第九届“北京人心中最有价值汽车品牌”奖项。



X55 获得“年度最值得期待 SUV”奖项

自主品牌的国际化战略

作为北汽集团实施国际化战略的重要平台，2013年6月成立的北汽国际公司，以“成为中国车企国际化业务的领先者”为公司愿景，以“成为北汽集团海外业务战略平台、成为北汽集团全球化产业创新布局的推动者”为公司使命，通过三年的努力，北汽国际实现了销量突破4万辆，布局了42个国家129家销售网络、19家KD工厂和4家境外公司，和合作伙伴一起，以优质的产品和服务助力城市交通、汽车金融等领域实现高效运营和敏捷创新。在行业出口排名上，北汽国际快速缩短了与其他车企的差距，乘用车出口排名从20名之后，跃居到2015年第7名，预计2016年将升至第四至第六名。

作为负责任的企业公民，北汽国际致力于通过创新转型，将北汽集团旗下的传统汽车、新能源汽车、汽车零部件、通用航空、设施农业、金融服务等板块纳入统一平台，以“社会公民”的角色定位，为目标市场带来全球投资、增加就业、税收提升、产业升级、环境改善等众多切实利益，促进产业布局更加合理、出口创汇提升，实现可持续发展态势。



2015年4月19日阿塞拜疆、哥伦比亚、埃及三国媒体团走进北汽

The background is a photograph of an indoor sports court with a green floor and white court lines. A person is in motion on the right side, blurred. In the background, there is a white wall with a wooden lower section and a white net. A large, faint, circular graphic with a stylized pattern is overlaid on the top left. A semi-transparent teal circle is positioned behind the text, and a smaller white circle is in the bottom left corner.

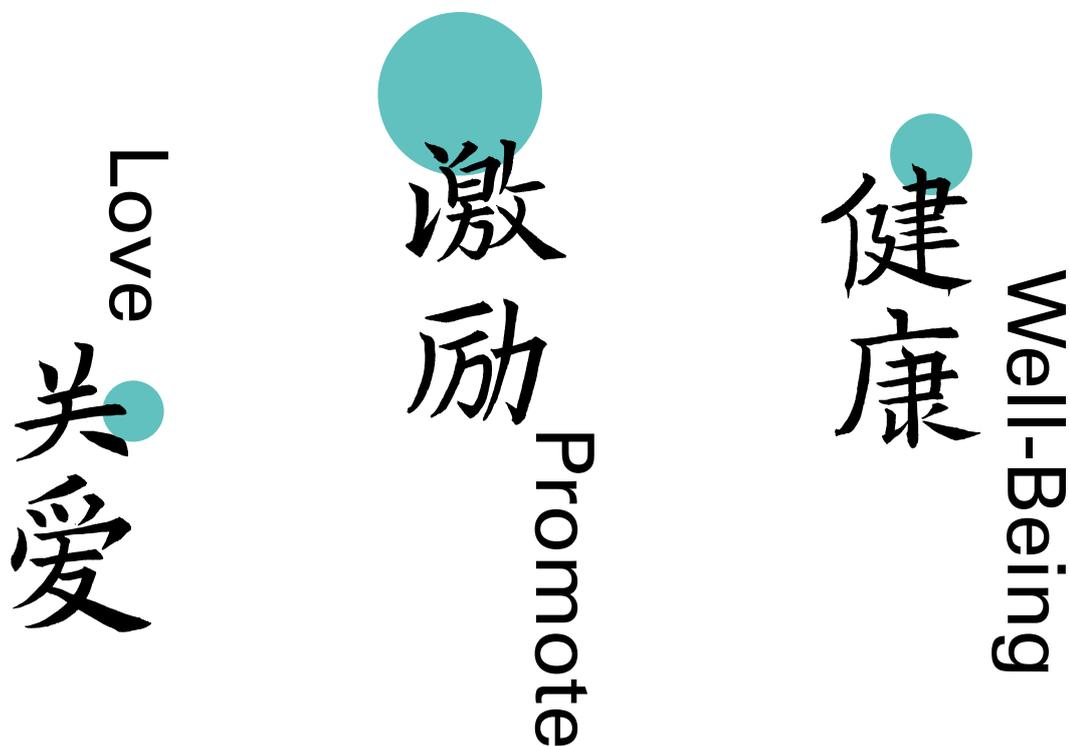
员工发展

Staff Development



北汽集团秉承以人为本，倡导企业与员工之间伙伴式共同发展关系，致力于构建家园般充满责任与情感的新企业文明。

BAIC Group is people-centered promoting developing relationship between enterprise and employees and targeting at establishing a new kind of corporate culture just like a home full of responsibility and affection.



北汽集团的员工规模从“十一五”末的 5.8 万人增加至目前（“十二五”末）的 12.3 万人，期间，定向培养出 110 名高级企业经营管理人才、1258 名优秀创新人才、11787 名高技术人才，连续五年荣获“中国年度最佳雇主”，排名第 4 位，位列汽车行业第一名。

通过集团化多渠道模式引进“五湖四海”人才；打造分别针对新员工、普通员工、中层管理人员及高层管理人员的“培训平台”；与美国 GE、德国戴姆勒、荷兰英纳法等世界级知名企业合作，培养国际化人才；推进“能者上，平者让，庸者下”的选人用人激励机制与绩效考核深度结合等举措，营造和谐发展的工作氛围，与员工分享集团的发展成果，提升员工满意度及幸福指数。

BAIC had 58000 employees at the end of “Eleventh Five Year” and the number increased to 123000 at the end of 12th Five Year. During the orientated training, we have 110 senior managers, 1258 outstanding innovators, and 11787 high-tech talents. For the five consecutive years, BAIC won the “China’s annual Best Employers”, and we ranked the fourth of all fields, and ranked first in the automobile industry.

Through multi-channel corporation model, we have been recruiting talents from all over the world. Furthermore, we build up personnel training platform targeting at new staff, general staff, middle managers and senior managers respectively. And we cooperate with world-class and well-known enterprises including GE (the United States), Daimler (Germany), Inalfa (Netherlands) to foster international talents. Moreover, we promote “Talents Promote First, Ordinary Stand By, Losers Out” incentive mechanism and performance assessment to select talents, and create a harmonious working environment, and we would like to share group’s development achievements with staff to enhance employee satisfaction and happiness index.

权益保护

北汽集团严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》和《中华人民共和国工会法》等法律法规，尊重和维护中国政府签署的国际人权公约和劳工标准，保障和维护员工的合法权益，坚持男女平等，同工同酬，依法向劳动者提供平等的就业机会和公平的就业条件，构建和发展和谐稳定的劳动关系。

案例：北汽股份汽车研究院员工权益保护

2015年，研究院围绕“薪酬结构优化”、“职级体系优化”、“福利制度优化”、“创新研发激励机制”、“综合年度工时审批”工作，为员工谋求具有竞争力的薪酬水平和多劳多得的激励机制，创造紧张有序、劳逸结合的工作环境，具体内容如下：

薪酬结构优化——优化外籍专家薪酬结构、打通外籍专家薪酬调整通道。通过行业内薪酬对标，调整外籍专家薪酬结构及薪酬水平，有效保留和激励外籍高端人才。

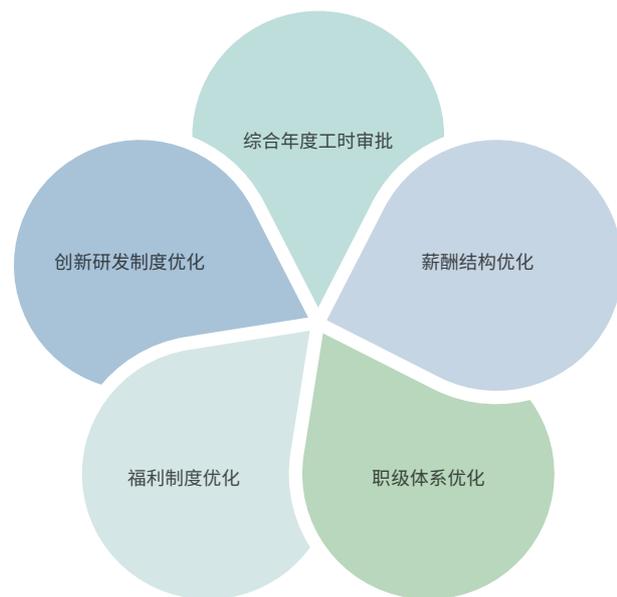
健全薪酬调整机制——在股份公司薪酬政策指导思想下，结合研究院项目关键岗位的特殊性，健全开发经理等关键岗位薪酬标准及调整方案。

设置关键岗位津贴——根据项目需求设置工程/性能经理、专业组长、VSE等关键岗位，完成岗位津贴设置方案，给予关键岗位相应津贴，实现员工的责权利相统一。

福利制度优化——建立与竞争性的薪酬制度相结合的激励性的福利制度，提升员工对于企业的满意度，增强员工归属感。

优化试验补助发放形式及方式——对标行业内试验补助标准，优化试验补助计发形式，有效提升试验质量，激发试验人员工作热情。

职级体系优化——按照开发管理部提出的项目团队组织结构优化方案，增设子项目经理岗位。为体现其岗位价值，保证薪酬内部公平性，参照工程/性能经理岗位津贴方案，于2015年9月完成子项目经理岗位津贴申请，实现员工责权利相统一。



北汽股份汽车研究院的员工薪酬福利制度

员工发展

员工成长

北汽集团一直秉承为员工“提供没有天花板的舞台”的员工发展理念，注重加强员工能力、素质建设，立足于“学习促进发展”，致力于创建学习型组织，倡导员工终身学习，为员工成长提供各种帮助和支持，充分激发员工潜力。

人才资源作为北汽集团的第一资源，是北汽集团提高核心竞争力、实现可持续发展的强劲动力。按照北汽集团“十二五”战略规划目标，为建设数量充足、结构优化、布局合理、素质优良的人才队伍提供智力支持和人才保证。经过多年的实践，北汽集团在人才培养方面已形成了一套相对完善的体系，着力打造更具职业化、专业化、国际化水平的经营管理、技术和技能人才队伍，切实提升集团的综合管理水平，为把北汽集团打造成具有国际竞争力的汽车集团提供强有力的支撑。

搭建三位一体的海外人才培养体系

北汽集团的海外人才培养项目已建立成一套完善的流程、体系，形成了统一配置、整体协调、流动顺畅的企业内外人才培养和运行机制，并打造位于美国、德国、荷兰，集 GE、戴姆勒、英纳法三位一体的北汽集团海外人才培养基地。这一业界领先的人才培养机制有效整合了集团内外部各层次智力资源，形成智力资源培育体系，为北汽集团未来可持续发展提供坚实的人才保障。



徐和谊董事长带队在德国与海外人才培养项目学员进行早餐会

以多样化举措强化技能人才培养

根据高技能人才队伍建设的要求，补充生产力量，集团人力资源管理部统筹安排各企业进行技能工人职业能力鉴定工作，各企业已完成 2015 年职业鉴定计划，并于 2015 年 4 月开始进行培训，全年鉴定人数计划达 13131 人。

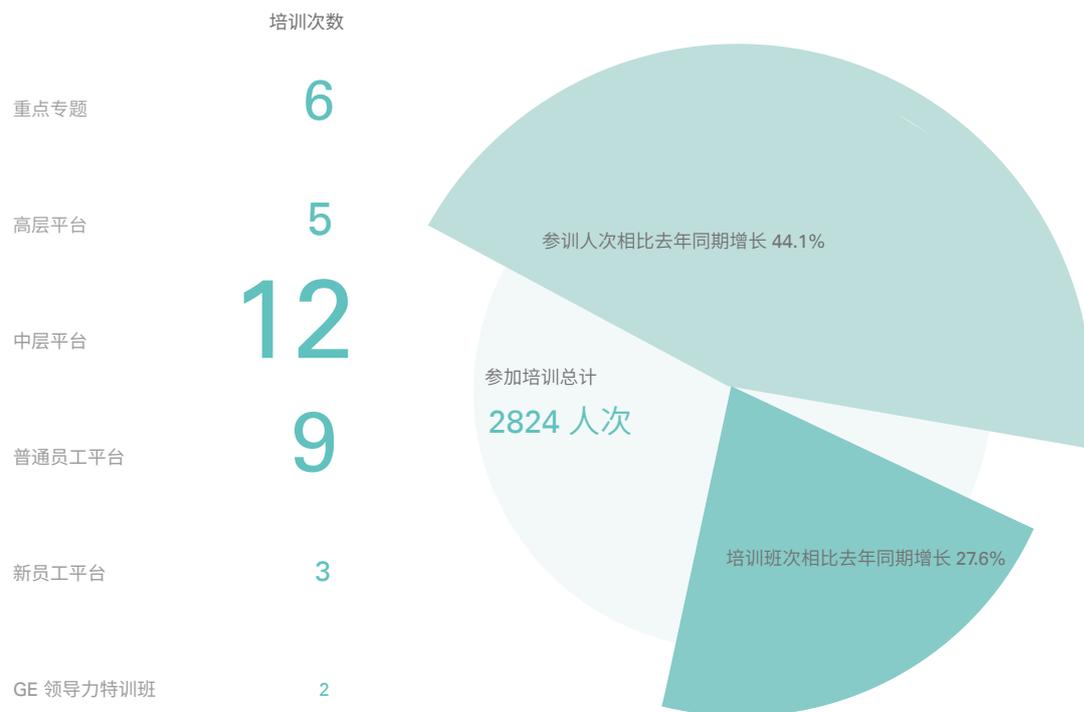
集团人力资源管理部于 2015 年 4 月至 6 月组织了第四届北汽集团职业技能竞赛——福田杯，竞赛工种为发动机装调工和汽车焊装工，共有 1067 人参加竞赛；12 月举办第五届北汽集团职业技能竞赛，竞赛工种为叉车工和可编程控制系统设计师，共有 350 人参加竞赛。

强化校企合作、充分利用高校资源培养人才

在校企合作平台基础上，搭建学历教育平台，以集团力量集中向高校争取各层次学历教育支持，包括学费优惠、优秀师资力量配备、独立开班、优先录取等。2015 年协调完成北理工工程硕士录取政策支持，北汽集团 110 余名员工进入 2015 工程硕士学习；协调北理工、对外经贸 MBA 录取政策支持，组织北汽集团员工集中参加报考 MBA 提前批次面试，35 名员工按要求参加面试，并全部通过面试且获得学校以最低分数线录取资格；与北理工合作培养“在职人力资源开发硕士”开班，各单位共选派 8 名人力资源业务领域人员，已于 10 月正式进入课程学习。

开展多形式、分层级的集团管理培训

2015 年，北汽集团人力资源管理部组织 GE 领导力特训班 2 次，重点专题培训 6 次，高层平台培训 5 次，中层平台培训 12 次，普通员工平台培训 9 次，新员工平台培训 3 次，累计 2824 人次参加培训。培训班次相比去年同期增长 27.6%，参训人次相比去年同期增长 44.1%。并实施更加全面的训后效果评估工作，评估是否合格将与每年 24 学时的要求一并纳入员工职级调整的考评依据，这一措施有效促进了员工参加培训的积极性，也促进了集团内部学习型组织的建立。



安全生产

北汽人崇尚以人为本的事业理念，视员工职业安全为重要使命，从集团总部到下属企业都在努力构建安全的工作环境，预防员工人身安全事故和职业危害事件发生。各单位严格遵照安全生产法以及 AQT9006-2010《安全生产标准化基本规范》的要求，开展安全生产标准化达标评级工作，持续构建科学、合理、全面的安全管理体系。

案例：北京现代职工安全教育与安全隐患排查

2015年北京现代为3132名员工提供职业健康体检，同时对一线员工实行严格的劳保用品穿戴检查，并逐步细化职业危害因素检测点，努力改善职业危害作业场所。同时，对全公司146个岗位进行了职业病危害检测，年度第三方检测结果达标率为100%。此外，公司还积极改善涂装车间和室外作业者工作服质量，满足不同岗位性质员工的差异性需要。

北京现代2015年组织职工学习公共安全教育和职业病防治活动达到120余次，覆盖全体员工；举办各级“应急预案演练”总计30余次，参加人数达到8600人；基层工会累计开展各类安全竞赛系列活动参加人次近3万，参与总人数达到15000余人，受到全国总工会的高度评价，被评为北京市“安康杯”竞赛活动优秀组织单位。

案例：青年安全摄影大赛

为贯彻落实北汽集团“安全生产月”活动的整体部署，号召全系统团员青年充分参与到安全生产活动中，营造浓厚的安全生产氛围，推动企业安全发展，北汽集团团委根据集团《关于开展2015年“安全生产月”活动的通知》的要求，举办了以“依法治企、以人为本、安全发展”为主题的青年安全摄影大赛。经过各级团组织推荐申报，共收到参赛摄影作品263件，集中展示了全系统各个岗位优秀青年安全模范人物、安全生产方式、安全生产岗位、安全生产提示、警告以及安全生产培训等内容。

2015年，公司组织专项安全检查30次，查找安全隐患2,414项，整改2,401项，整改完成率达到99.5%。



整改完成率

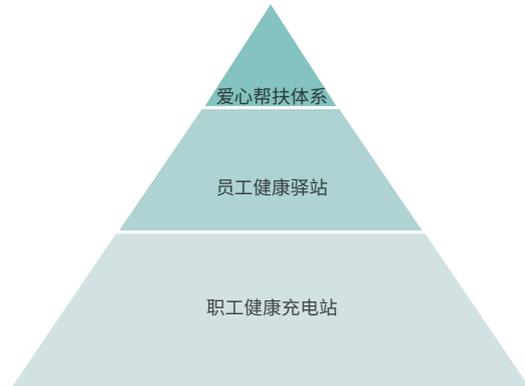
北京现代防患于未然



参赛作品：《紧握长枪向火情》孙焕庆 北汽福田

员工关爱

北汽集团把员工视为企业最大的财富与资源，将解决员工居住、出行等生活事务纳入集团重点管理项目。同时，为丰富员工的业余生活，提高员工的文化素养，北汽集团及各下属企业都会不定期开展形式多样的文体活动，把员工的幸福感与企业的可持续发展结合起来。



公司将“服务”作为提升员工幸福感的重要抓手，打造多元服务平台。

案例：北京现代建设员工幸福大家庭

在北京现代仁和、杨镇工厂厂区内，新建职工室外运动场3个，修缮足球场地5块，篮球场地8块，排球场地2块，网球场地3块，总面积超过2万平米；室内文体活动中心5个，建筑面积2760平米。为打造员工文娱舞台和沟通的平台，工会文体委员会组织了第五届企业文化节系列赛事，包括羽毛球、篮球、足球、保龄球、乒乓球、游泳、台球共7个比赛项目，总计1200多名员工参加其中。同时，分别成立了7个职工体育协会，使员工参与体育活动实现常态化、规范化、多样化。



北京现代第五届企业文化节“朗动杯”足球比赛

案例：北汽集团嘉年华

北汽集团连续多年邀请集团和下属各单位职工及其家属，在集团研发中心大楼参加一年一度的北汽嘉年华活动。在每年的嘉年华会上，集团都会开放工作区，并利用办公场所搭建众多家庭游乐设施。这一方面是为了让员工家属了解集团的工作环境，对北汽集团获得更多的亲身感受，另一方面又临时建成了一个大型游乐场，让员工能带着家人孩子一起在这里度过欢乐的一天。集团领导每年都会亲自到嘉年华会现场与员工一起度过这美好的一天。



徐和谊董事长在嘉年华与员工家属互动

相关方共享发展

Stakeholder Development

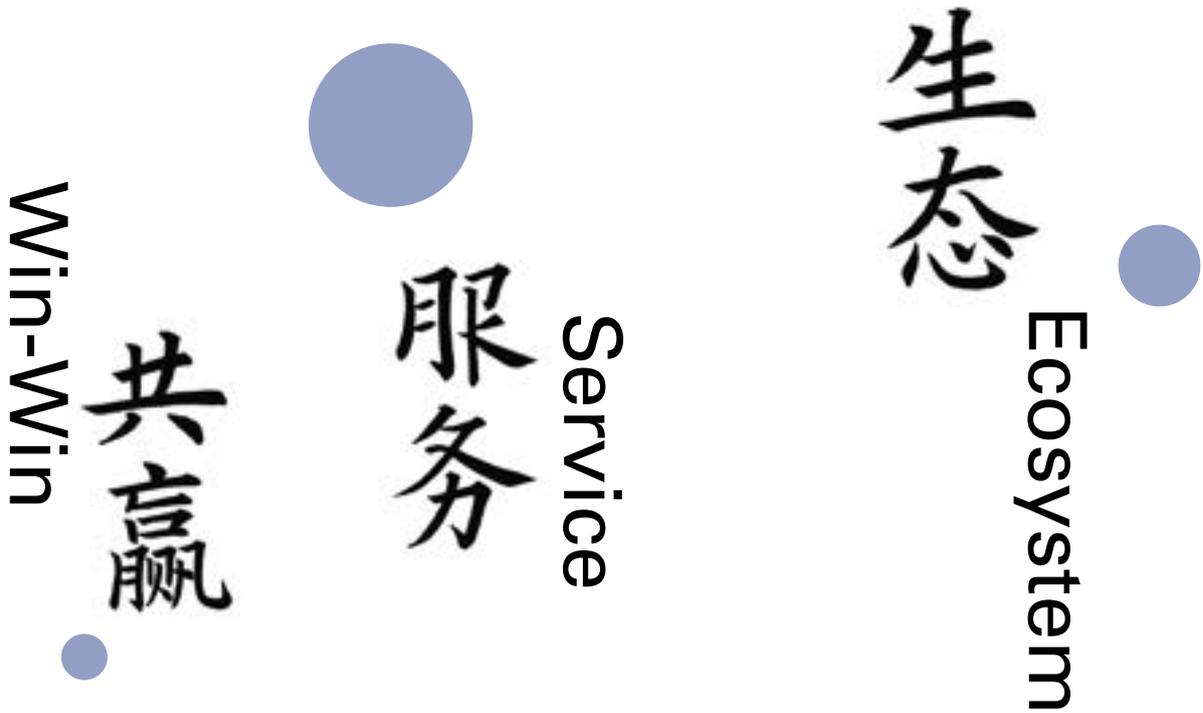




作为一名优秀的企业公民，要时刻不忘照顾利益相关方的关切，对他们的诉求和期待作出积极回应。

A good corporate citizen should always consider stakeholders, and respond actively to their aspirations and expectations.





作为供应链领导企业，北汽在谋求自身业务增长的同时，一直极为注重与政府、客户、供应链合作伙伴等各利益相关方共享发展的果实，构建可持续的友好合作关系。

2015年，北汽集团通过项目投资为地方经济发展提供动力，在客户服务方面勇于创新，并主动为供应链伙伴创造发展机遇，这种以利益共享为核心的合作关系，让北汽集团拥有了一个良性的朋友圈和生态圈，从而为未来的发展夯实基础。

As a leading enterprise in the supply chain, while BAIC seeks to grow own business we pay much attention to sharing the development achievements with the government, customers, supply chain partners and other stakeholders, so as to maintain sustainable relationships involving friendship and cooperation.

In 2015, BAIC assisted local economy by investing all kinds of projects and we are determined to innovate in terms of customer services sector and offer development opportunities for supply chain partners. This kind of cooperative relationship based on profit sharing enables BAIC to enjoy a virtuous circle of friends and ecosystem which will lay a solid foundation for the future development.

政府责任

为地方经济的发展提供助力，是北汽在各地投资设厂的一个重要考量，也是衡量投资成功与否的一个主要标准。除此之外，在促进汽车行业的健康发展方面，北汽集团也一直积极行动，力求有所作为。

北汽岱摩斯助力京津冀一体化发展

2015年8月7日，北汽岱摩斯(沧州)汽车系统有限公司汽车座椅生产基地建设项目钢结构启动仪式在沧州经济开发区顺利举行。北汽岱摩斯(沧州)汽车系统有限公司是由北京海纳川汽车部件股份有限公司与韩国现代岱摩斯株式会社合资组建而成，是第一个入驻沧州市的北京现代沧州工厂零部件供应商。2015年3月份项目正式启动，筹备建设工期为14个月，达产后可实现年产30万台汽车座椅的生产能力。该项目的建设得到了海纳川公司和沧州市当地政府的大力支持。此次启动仪式的顺利举行，标志着该项目已经进入全面施工建设阶段，将为北京现代沧州工厂2016年顺利量产提供强有力的保障，同时也为京津冀一体化的发展增添新动力。

成立中国汽车工业南非联盟

2015年11月23日，由中国汽车工业协会主办，北京汽车国际发展公司协办，北汽南非投资有限公司承办的首届南非论坛在约翰内斯堡举行。论坛吸引了来自北京汽车国际发展有限公司、北汽南非投资有限公司、北京福田国际贸易有限公司、东风商用车有限公司、一汽车辆制造南非有限公司、中国重汽南非有限公司、华晨汽车国际贸易公司、长城汽车股份有限公司、厦门金龙联合汽车工业有限公司、金杯南非有限公司、中非基金、南非巴克莱银行、南非Imperial集团等10余家单位共30多人参加。中国汽车工业南非联盟的成立，将对中国汽车工业在南非的发展产生深远影响，同时南非联盟的成功组建，将为中国汽车工业在海外其他区域建立协作组织，提供成功经验。



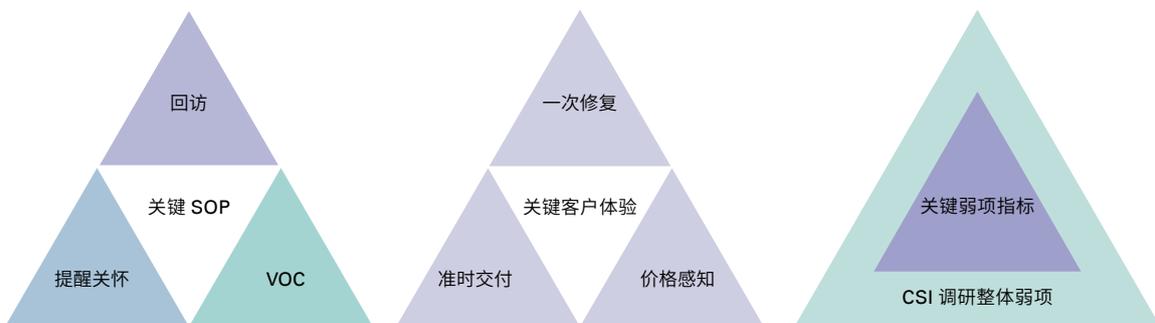
客户服务

北汽的核心价值观之一即为“用户至上”，“为用户创造价值”，为此，北京汽车一直致力于为客户提供优质、便捷、专业的服务体验，在为客户提供更多养车用车的优惠服务的同时，不断提升服务质量，为每一位车主提供更为人性化的关怀。

北汽自主品牌提升客户满意度

2015年，北京汽车经销商在销售过程中服务客户的能力大幅提升。从最初的客户接待到最后交车仪式，都给客户带来完美的购车服务和体验。由经销商组织每个展厅每天安排销售顾问站岗轮值，每个顾问站岗时间为30分钟，客户到店时由前台及时通过微信通知值班，保证任何时候前台都有人员迎接客户。同时，每月一次安排销售环节情景演练、绕车介绍演练，并录成视频，让员工不断熟悉服务能力、技巧，确保客户全方面了解产品情况。

在售后服务方面，为进一步提升北京汽车的售后服务质量。2015年，北汽绅宝、北京(BJ)越野车的整车质量担保期已由前期的3年或6万公里全部升级为3年或10万公里，在中国品牌厂商中处于中上游水平。这一举措，既体现了北京汽车全心全意为客户服务的社会责任心，也体现了北京汽车的产品质量已达到一个新的高度。以提升客户满意为核心，北汽持续严抓满意度改善，通过逐月开展的满意度调研，发现服务中存在的问题，并推出多种整改方式，推动经销商落实整改，推进客户满意度的不断提升。销售公司组织定期对服务过程中发现的问题进行专项分析，通过区域巡回指导，帮助经销商解决服务问题，提升客户感知；同时，在整体网络共性问题，通过对3个关键SOP(回访、VOC、提醒关怀)、3个关键客户体验(一次修复、准时交付、价格感知)、3个关键弱项指标(CSI调研整体弱项)等服务满意度关键点的强化提升，实施了PDCA的良性循环改善，夯实服务基础，保障整体满意度的持续改善。



北汽自主品牌对服务满意度关键点进行强化提升

2015年，通过“暖冬礼遇、平安随行，清凉夏日、畅游无忧，快意金秋、好礼相伴”三次季节性服务活动的开展，累计服务客户13.2万人次，更好地满足客户需求，以实现客户服务满意与忠诚度的不断提升。

北汽国际 —— “小镇里最好的服务”

如何打造成熟完善的售后服务体系？北汽国际经过三年来的探索，作了有益的尝试。

一是同步签署售后服务协议。对于售后服务业务的导入，北汽国际在与目标市场经销商伙伴洽谈初期，就要求除了签署整车分销协议之外，还需签署以北汽国际标准来制订的售后服务协议。

二是率先推出超长质保服务政策。早在 2013 年，当国内市场普遍采用 3 年 6 万公里的质保政策的时候，北汽国际为不同的目标市场提出了 3 年 10 万公里甚至 5 年 10 万公里的质保政策。在拉美一些市场，北汽国际甚至提供了 5 年 12 万公里的质保政策，远超一些国际大厂商的著名品牌。

三是创新实施区域经理制度。为了更好的聚焦市场，北汽国际根据销量、保有量及地域情况，将全球市场划分为六个区域，每个区域配备 1-2 名区域服务经理，开展前端售后服务工作。目前北汽国际已在全球进入市场设置 6 名区域服务经理，覆盖 20 个国家。区别于传统售后技术专家支持的模式，BAIC 区域经理与所属市场的店面对接，从技术支持到售后服务流程指导，对经销商给予全方位的指导，帮助其提升售后服务满意度。此举对于 BAIC 品牌在海外的客户满意度和服务管理的提升起到了至关重要的作用。而“Best Service in the Town”的服务理念也被海外经销商所接受并转化为行动。

2015 年，北汽国际在全球六个主要市场（阿塞拜疆、安哥拉、智利、秘鲁、埃及、菲律宾）开展首次售后服务满意度调研，从产品、销售、售后服务三个维度来对 BAIC 品牌进行深度测评。结果显示，超过 85% 的消费者认可 BAIC 品牌产品，90.6% 的消费者认可销售人员的态度，95.8% 的消费者认可服务人员的态度和水平。从整体来看，94.7% 的消费者对 BAIC 品牌总体评价较好。



北汽国际的修车技师在工作中



首个海外“北汽家庭日”

供应链协作共赢

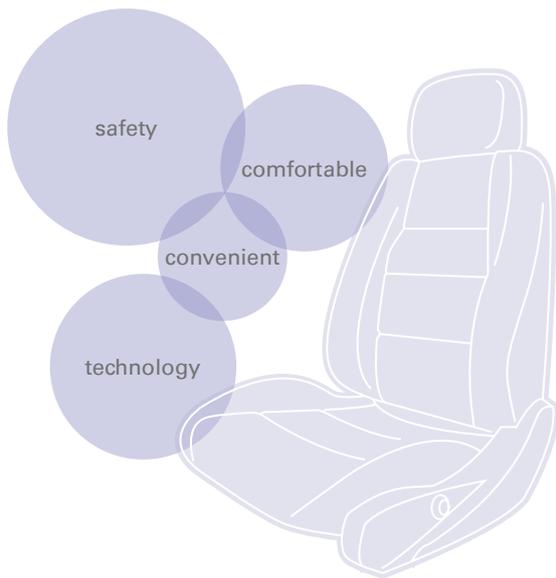
北汽的供应链合作伙伴数量众多，对这些伙伴而言，与北汽这样的供应链领导企业合作，让他们获得了业绩增长和能力提升的良好机遇。而能为供应链伙伴的发展提供机会，对北汽来说，既是实力的体现，更是责任的担当。

案例：北汽李尔——与一流企业合作，大大提高企业能力

北京北汽李尔汽车有限公司，是北汽海纳川与美国李尔公司合资建立的以座椅为主的零部件生产企业。通过与北汽集团的合作，北汽李尔从 2013 年到 2015 年实现了跨越式飞跃，短短两年实现产值翻番、人员规模扩大至 1.5 倍、产品线更新满足 7 个系列产品，对本土社区经济贡献以及人员就业上取得了卓越的成绩，成为北京亦庄经济开发区前五十强企业，2015 年获得“高新技术企业”的称号。多年来，北汽李尔作为北京奔驰的优秀配套企业，全面完成并保证了 C 级、GLK 等多种在华生产车型的配套供应，2013 年就获得过北京奔驰的“最佳供应商奖”。

2014 年公司开始对接北京奔驰新 E 级轿车的研发工作，这是奔驰第一次在中国进行产品研发。为了最大限度满足中国消费者的需求，该款车型要求实现 70% 以上本土研发。北汽李尔配合戴姆勒全面完成了奔驰 E 级车的研发，并且独立完成了配套座椅的研发和生产，全面保证奔驰 E 级车的生产供货，使 E 级车顺利上市并量产。对北汽李尔来说，与北京奔驰这样的顶尖企业合作，是提升能力的难得机会。如今，北汽李尔已经具备了配合整车厂进行新品研发和生产的卓越能力，在汽车零部件配套市场上具备明显的竞争优势。

北汽集团提供的机遇，既推动了北汽李尔在短短的两年时间内取得如此显著的进步，也体现了北汽集团对供应链伙伴的无私支持和帮助。



GLK 座椅



北汽李尔 V213 首台座椅下线仪式

案例：北汽模塑——通过与北汽合作，成为汽车轻量化研发的先锋

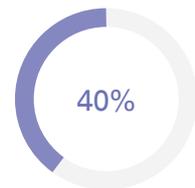
北京北汽模塑科技有限公司是北汽集团的另外一家零部件配套企业，主要生产汽车保险杠、模具、塑料制品等。鉴于轻量化是汽车设计生产的大势所趋，2014年底，北汽集团邀请北汽模塑一起进行汽车轻量化前端模块的研发。获得这样难得的机遇，让北汽模塑喜出望外。北汽模塑总经理朱晓华说：“在此之前，我们从没有涉足过汽车轻量化的研发，北汽集团选择我们作为共同开发汽车轻量化的供应商，这对我们是一个极为难得的机遇。”2015年8月，北汽集团研究院又开始和北汽模塑合作进行汽车轻量化塑料尾门的研发。在研发过程中，北汽集团向北汽模塑开放很多资源，促进双方的研发成果能够实现很好的融合。

北汽集团开放资源的做法，令北汽模塑在轻量化方面的研发成果实现了与汽车的其他零部件进行整体检验。如今，在汽车轻量化方面，双方的研发成果获得了很大的进展，相关技术已在北汽集团内得到了验证。轻量化的产品会在2017年上市并量产。正是因为有了北汽集团的支持和推动，北汽模塑的研发实力有了很大的提高。北汽模塑现在有一支70多人的研发团队。2015年，北汽模塑的研发总投入达7800多万元，其中有40%是用于汽车轻量化的研发。

产品的轻量化是汽车行业发展的重要趋势，邀请供应链伙伴参与到如此重要且具有前瞻性的研发项目中来，北汽此举在汽车行业内并不十分常见，这体现了作为供应链领导企业的胸怀和担当。北汽集团的“朋友圈”和“生态圈”也因此而得以良性发育。



北汽模塑汽车轻量化研究成果展示



北汽模塑的研发总投入中的40%是用于汽车轻量化研发



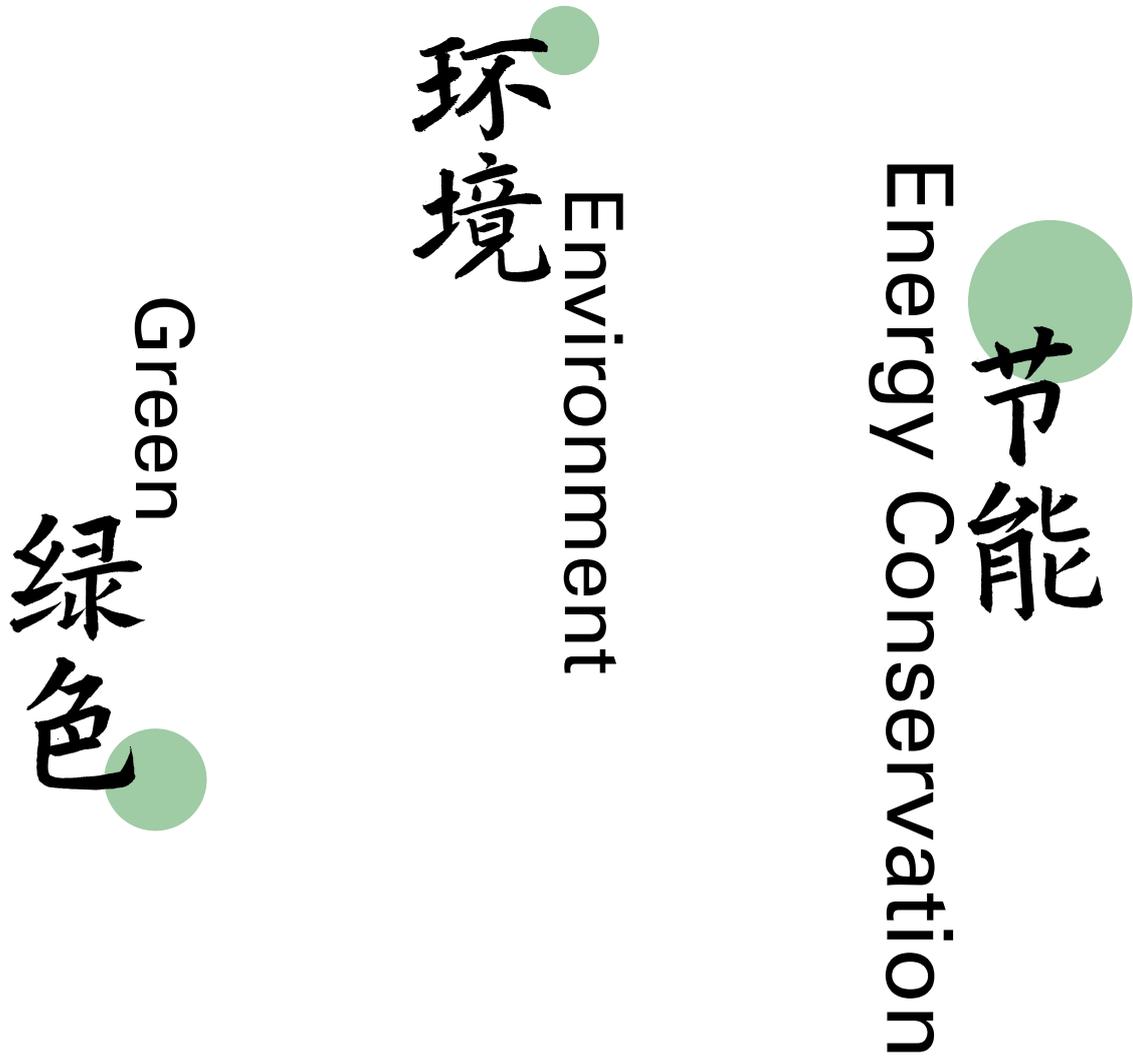
绿色环保

Green Environment



只有良好的环境才能造就优质的产品。通过完善自身的体系建设，有效控制环境风险，实现节能减排，做好环境保护，这不仅能体现优质产品的品牌价值，更是与实现自身长远发展目标相适应的重要战略要素。

High quality products can only be made in good environment. Own system improvement, environmental risk effective control, environment protection are contributive to realize the brand value of high quality products, and are essential strategic elements to achieve long-term goal of self-development.

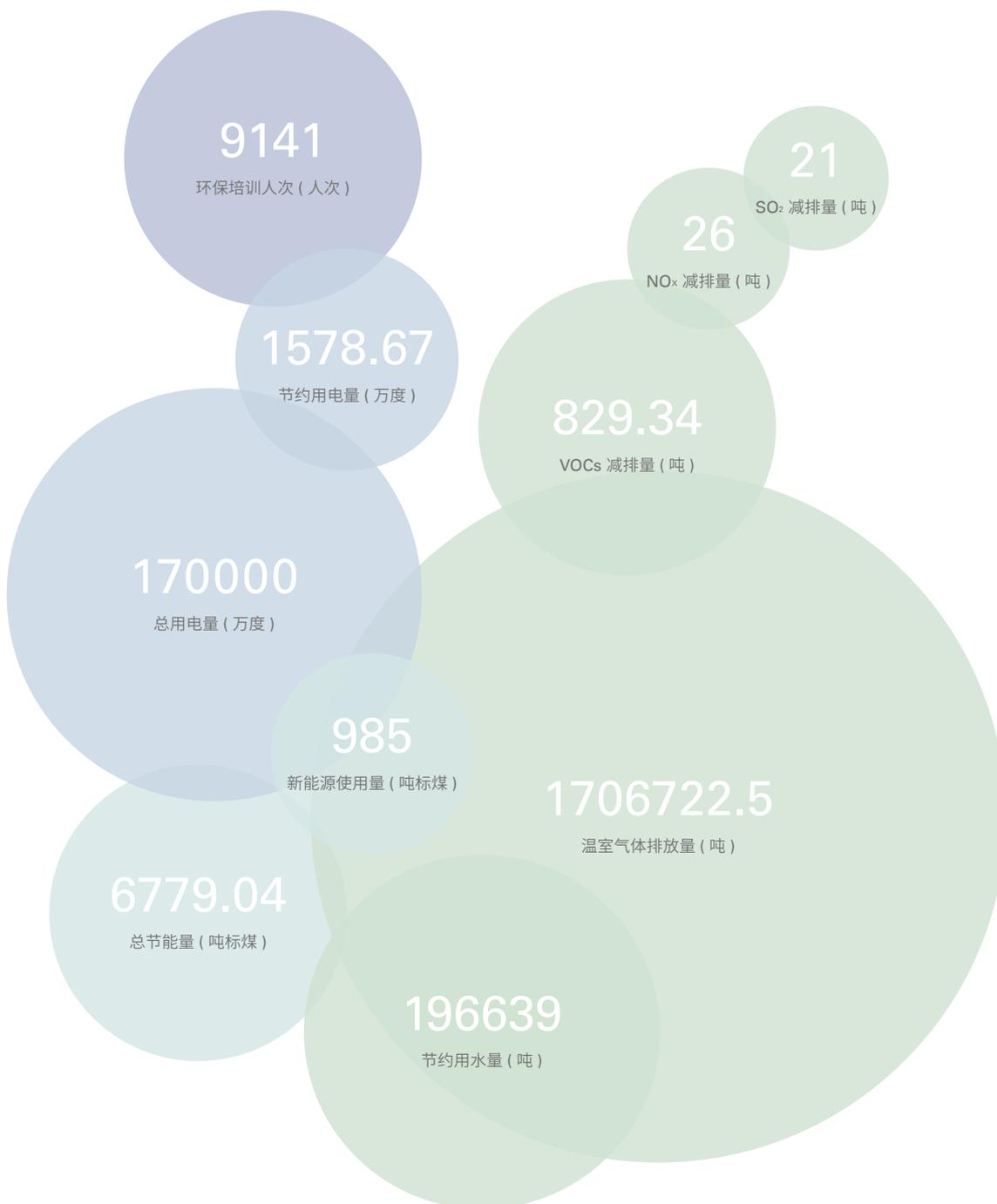


北汽集团作为汽车制造业龙头企业，在促进经济、行业发展的同时也肩负着巨大的环境责任。汽车产品及其生产过程的节能减排对改善生态环境质量、促进社会和谐发展都具有重要意义，因此北汽集团一直致力于节能减排技术的研究与应用。在致力于汽车轻量化技术的突破与创新的同时，北汽集团努力建设绿色工厂，实现生产过程的绿色制造，并采取有效措施实现绿色办公。

BAIC as a leading enterprise in automobile industry, shoulders enormous environmental responsibility through promoting economy and industries. Energy conservation and emission reduction through automotive products and their manufacturing process have important significance in terms of eco environment improvement, harmonious society development. Therefore BAIC is always dedicated to R&D of Energy conservation and emission reduction technology. While lightweight automotive technology innovation, BAIC works hard to construct green factories to maintain clean production and adopt environment-friendly measures to do office working.

环保理念与制度

2015年，北汽集团贯彻“绿色发展，污染预防，主动减排”的环境理念，进一步完善环境管理制度体系，制定了《北汽集团环境保护管理办法》、《建设项目环境保护管理规定》等相关制度体系，进一步明确北汽集团能源环保委员会的跨部门职责和经营管理部的专项职能，自上而下实现环境管理规范化、制度化；在历年目标责任制考核基础上，修订《北汽集团节能减排目标责任书》，要求企业领导人签订“责任书”，切实落实企业领导人环保工作责任。



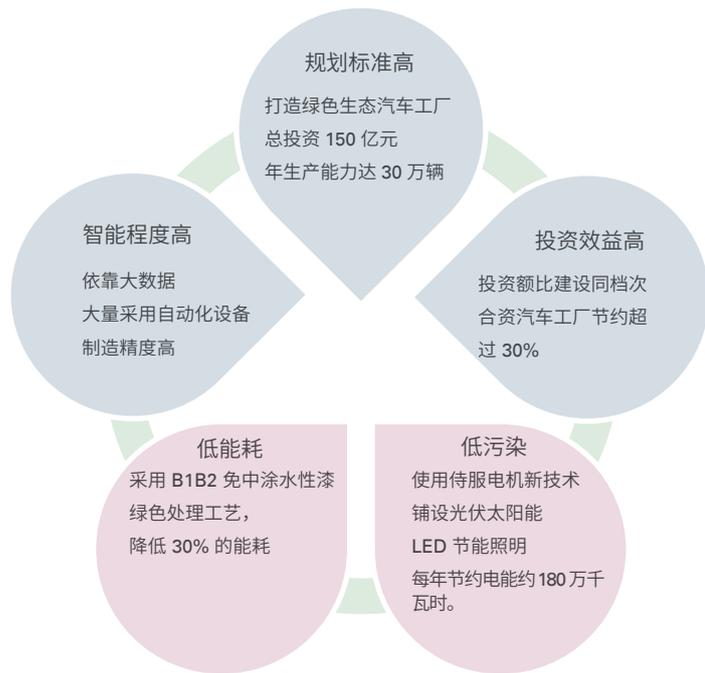
绿色工厂

建设绿色工厂、开展绿色生产,对于汽车企业转型升级、实现节约型增长具有重大意义。为此,北汽集团上下一心,将节能减排的理念融入到工厂建设和生产流程之中,努力成为行业内可持续发展实践的标杆。

案例:北汽镇江以“三高、两低”规划绿色工厂

2015年,北汽镇江公司全面落实“三高、两低”规划要求。“三高”,一是规划标准高,以打造绿色生态汽车工厂为目标,定位北汽集团标杆基地,对标北京现代二工厂,总投资150亿元,年生产能力达30万辆。二是智能程度高,充分利用互联网+物流,依靠大数据,将物料实现智能化配送,全程可视化监控,大量采用机器人等自动化设备,制造精度高。三是投资效益高,四大工艺的关键设备全部采用全球知名品牌,投资额比建设同档次合资汽车工厂节约超过30%。

“两低”是指大量采用新工艺、新材料、新能源、新技术,真正实现低能耗、低污染。采用目前行业最先进的B1B2免中涂水性漆绿色处理工艺,降低30%的能耗;普遍使用伺服电机新技术,停车场和屋顶铺设光伏太阳能,厂区全LED节能照明,每年能节约电能约180万千瓦时。



北汽镇江的“三高两低”

案例：北京现代的三废管理

废弃物管理

北京现代采取多项措施处置废物，对每月产生的固体废物进行及时、安全、环保的回收利用和处置。对于废漆渣、废油、污泥等危险废物，交给具有处理危险废物处理资质的企业进行清运和无害化处理。2015年，北京现代投资540万元，在杨镇工厂涂装车间增加漆渣脱水装置，降低漆渣的含水率，年废物排放较之前减少400吨。

废水管理

北京现代的每个工厂都建有独立的污水处理站，涂装车间的废水经过处理后，其各项指标均满足《北京市水污染排放标准》。污水处理站兼具纯水生产和污水处理双重功能。为提高用水效率，北京现代进行了水站扩建，并实施了浓水再利用项目，将生产纯水时产生的浓水回收再次过滤生产纯水，以此提高用水效率。



北京现代污水处理站

废气管理

在废气处理上，北京现代采用燃气锅炉进行供暖，同时为每台锅炉安装了低氮燃烧调节器，严格控制氮氧化物的排放，大大降低了对空气的污染。

为了最大程度的降低涂装工艺的主要污染物——VOC(挥发性有机化合物)的排放，从排放源头上进行控制，公司2015年投资2600万元对仁和一工厂涂装车间进行中涂排放废气沸石转轮改造，年降低VOC排放量250吨，同时仁和二工厂涂装车间投资2100万元进行罩光内板机器人的改造，使车门内板实现自动喷涂，提高了直行率，减少涂料使用量，每年降低VOC排放量约为100吨。

我们的成绩：

目标	方案 / 措施	2015 年度完成情况
废水排放达到北京市《水污染综合排放标准》DB11/307-2013 标准要求，100% 达标排放	仁和、杨镇污水处理站保持正常运行；定期进行内、外部监测，保证废水达标排放	无废水超标排放情况
推进实施 VOC 减排	仁和涂装二车间罩光内板机器人改造	完成改造
危险废弃物单车排放量 <13kg	杨镇发动机部安装废乳化液处理装置	单车危废产生量 8.75kg

汽车轻量化

轻量化技术是汽车行业下一轮技术竞争的焦点，北汽集团提出，2020 年要实现减重 10% 的轻量化目标，2020 年轻量化的核心技术要达到国内先进水平。北汽集团积极参与轻量化联盟的各项工作，这对北汽深化轻量化技术自主研发、培养轻量化技术高端人才，以及将轻量化技术打造成北汽自主品牌的差异化优势起到了助推作用，也巩固了北汽在我国汽车行业轻量化技术创新中的领军地位。

碳纤维应用

2015 年 7 月，北汽与江苏康得新复合材料有限公司签订战略合作协议，在新材料、新能源汽车等领域开展合作，实现资源共享、优势互补，推动产业结构转型升级及创新能力。

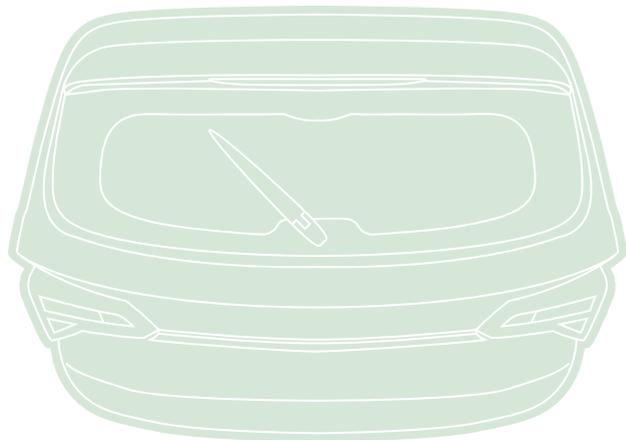
双方战略合作的短期目标为：共同建设具有世界先进水平的新能源汽车轻量化设计中心，建造中等规模年产量的碳纤维汽车部件的碳纤维复合材料公司和碳纤维组件生产公司，打造完整的 4.0 版智能化新能源汽车碳纤维部件产业生态链。长期目标为：掌握汽车轻量化核心技术，提升轻量化的工程化和产业化能力，打造从关键零部件到整车的完整工业体系和创新体系，全面提升我国新能源汽车的轻量化水平。

塑料前端模块预研

2015 年 1 月至 4 月，由北汽集团新技术及材料部主导，五大专业部门参与，北汽模塑派出专家进驻新技术及材料部，开展塑料前端模块预研。

塑料前端模块的使用不但能够有效降低整车的重量，而且还可以避免车身前端的焊接误差和累计误差。在塑料前端模块中，最重要的一个部件为塑料前端框架。

预研工作历时四个多月完成，经过 3 轮数据制作及 2 轮 CAE 分析，圆满完成预研工作，并交付专业部门进行工程化开发。前端模块实现减重 3-5.22kg，减重率约 40%，成本基本持平。该模式在节省开发费用的同时突破了技术难点，利用外脑推进了新型轻量化技术落地，并提升了北汽工程师的水平。



塑料后尾门模块

绿色办公

生产制造环节的节能环保固然重要，而员工办公环节也同样不可忽视。北汽集团各公司采取各种有效措施，促使员工养成良好的节能环保的行为习惯。下班关灯关电脑，安装水龙头节水装置，夏季供风冬季供暖的时间调节，通过一个个细节的改善，绿色办公在北汽集团蔚然成风。

案例：北汽广州公司的光伏停车场发电项目

2015年3月，北汽广州公司开始启动员工停车场2MW光伏电站发电项目建设。光伏车棚能为员工提供722个停车位，太阳能发电组件建设面积约1.3万平方米，建设容量2.043MW，电站使用寿命周期为25年。项目投入发电后，年均发电量近200万KWh，总发电量4500万KWh，电站运行寿命内共节约标准煤20000吨，减少二氧化碳排放约45000吨，为推进生态文明城市建设、保护环境做出应有的贡献。

该项目是全国最大的单体光伏停车场发电项目，也是广州增城地区唯一以光伏和车棚建筑相结合的一体化生态绿色电站。



北汽广州公司的光伏停车场

公益与慈善

Public Welfare
And Charity

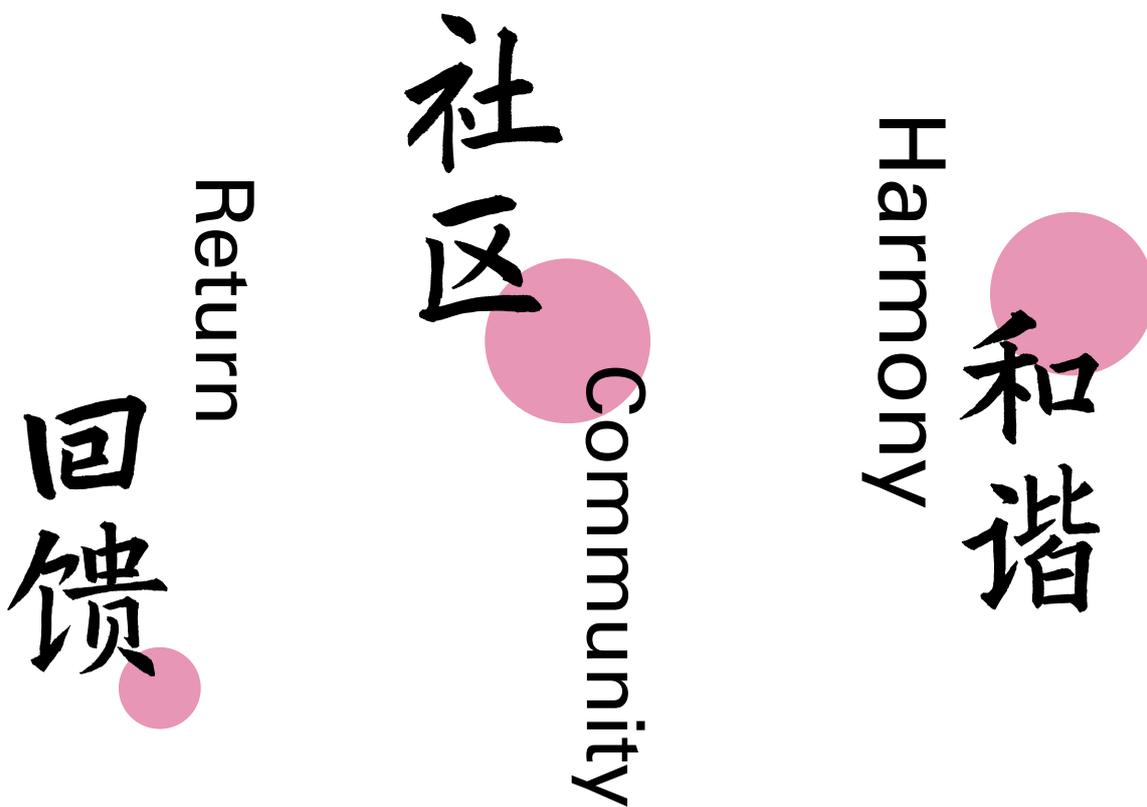




北汽集团始终秉承其一贯的责任之道，将这种责任贯穿到自身发展的方方面面，以切实有效的行动助推整个社会的和谐发展。

BAIC always adheres to the responsibility and involve this responsibility through self-development and whole society development.





为更好的履行社会责任，北汽集团推出以“太阳花”命名的公益品牌，开始在关爱社会弱势群体、真情回馈社会、扶危济贫、环境保护、社会服务、兴学助教等公益领域形成一整套科学化体系，以期塑造良好的企业公民形象，提升品牌影响力。

To better exercise social responsibility, BAIC launches Sunflower charity brand and starts to care about the underprivileged, return to society, help the poor, protect environment, enhance education to inform a scientific system, thus establishing a positive corporate citizen image and brand influence.

公益方针与制度

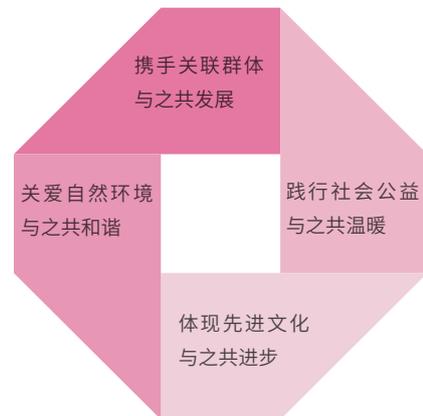
北汽·太阳花企业公民品牌理念

北汽集团在履责工作实践的基础上，从“行有道·达天下”的企业文化出发，以“为世界创造微笑”为心愿，以“爱行天下温暖万家”为履责理念，创建了“太阳花”企业公民品牌理念作为集团社会责任工作的指导思想，意在我们像太阳花一样追求光明和幸福，同时，将我们的仁爱 and 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。



近年来，北汽集团的公益活动主要集中在捐资助教、抗震救灾、扶贫济困和内部帮扶等几个领域。随着北汽集团成长为中国第一阵营的汽车企业和北京市的经济支柱企业，我们也以更加强烈的责任担当和更加饱满的热情开展社会责任实践。北汽集团愿意与各方携手，为促进社会和谐发展、打造北京城市名片而积极努力，作出自己的贡献。

为了进一步完善企业社会责任管理制度和体系，北汽集团先后制定了对外捐赠管理办法和企业社会责任管理办法。



“北汽·太阳花” CSR 品牌理念的四大维度

回报社会

北汽集团及下属企业打造内外兼修的发展模式，持续增加公益人文事业的投入力度，通过各种方式回馈社会，致力让全社会共享企业发展的成果。为带动社区发展，将就业岗位向当地社区开放，并优先录用本地的社区成员，积极为当地社区解决就业问题。此外，集团各下属企业积极推动所在社区的公共服务事业，推动所在社区的经济与社会事业发展。致力于环境改善，一直是北汽集团公益活动的重点内容之一。多年来，北汽集团旗下企业持续多年开展沙漠治理、植树绿化等活动，取得了良好的成效。在支持体育事业发展方面，北汽集团也表现突出。比如在排球、羽毛球比赛，及北京冬奥会申请等方面，北汽集团调配自己的资源做了很多有益的工作。

案例：北京现代的“蓝天计划”

2015年8月，由北京现代、现代汽车(中国)、环境保护组织“生态和平亚洲”共同启动“正蓝旗盐碱干湖盆治理宝绍岱诺尔”生态治理活动。由北京现代员工(共56人)、生态和平亚洲(10人)与大学生志愿者(127人)组成治沙队伍，挺进宝绍岱诺尔盐碱湖盆的治沙一线。此次生态治理项目，北京现代根据此前几年阿巴嘎旗查干诺尔治沙技术的基础，在宝绍岱诺尔地区开展实验性建设沙障、种植碱蓬、碱茅等先锋植物，吸碱压尘，控制盐碱尘暴。



北京现代“蓝天计划”志愿者合影

案例：奔驰销售公司推进“星愿林”项目

4月25日，北京梅赛德斯—奔驰销售服务有限公司在北京怀北神山村植树基地开展“驰骋星愿林，续写星辉煌”的主题植树活动，按规划继续耕耘其专属种植基地“星愿林”。梅赛德斯—奔驰管理层、员工及其家属、媒体、受梅赛德斯—奔驰捐助的贫困儿童代表一行近260余人组成的志愿者团队参加了本次活动，为共创美好未来凝聚更多公益力量，计划在未来四年内实现对整个植树基地近10000平米区域的绿化覆盖。



北京梅赛德斯—奔驰“星愿林”

案例：北京奔驰连续九年赞助中国网球公开赛

2015年10月11日，随着一记制胜ACE球的轰出，塞尔维亚网球名将德约科维奇第六次将中国网球公开赛男子单打冠军奖项收入囊中，为一年一度的中网画上了完美句号。随后，北汽集团党委书记、董事长，北京奔驰董事长徐和谊，陪同北京市市长王安顺为德约科维奇颁发了奖杯，2015中国网球公开赛随之正式落下帷幕。

这是北京奔驰连续九年赞助中国网球公开赛。星所向往，同心共聚。北京奔驰与中网的第九次携手，释放出了强大合力与生机勃勃的动力，推动了汽车梦与体育梦大步迈向成功之门。



徐和谊董事长陪同北京市市长王安顺为冠军获得者颁发奖杯

案例：连续多年支持北京排球事业的发展

为响应北京市振兴“三大球”战略的号召，促进北京排球事业的发展，北汽集团于2010年出资成立了“北京汽车排球俱乐部”，试图通过经营体制的转变探索排球运动职业化发展的新模式，并通过资金的注入延揽优秀人才，为北京市排球事业的发展创造新的局面。此后，北汽集团一直积极支持北汽排球俱乐部按照排球运动的发展规律，和真正的体育俱乐部的模式开展运营。从2012年开始，北京汽车男排获得全国排球联赛三连冠，对于北京男排来说，这是历史性的成绩。2015年，北京汽车男排也取得了优异的成绩。



北汽男排比赛现场

支持志愿服务

2015年，北汽集团“达天下”青年驾驶员志愿服务队正式成立并投入运营。3月，“北京汽车2015世界斯诺克中国公开赛”在京举办，10名“达天下”志愿者出色的完成了世界台联官员及明星球员的服务任务，并向国际友人展示了北汽自主知识产权的独特魅力；4月，第十六届上海国际汽车工业展览会在上海国家会展中心举行，志愿服务队选派两名志愿者圆满完成了驾驶绅宝D80及绅宝CC亮相发布的任务，获得各级领导和媒体的一致好评；6月，军车项目评审会在北京采育国际会议中心召开，志愿服务队临危受命，圆满完成军方评审代表的交通服务任务；9月，第三十五届北京现代·北京马拉松比赛期间，“达天下”青年驾驶员志愿服务队的27名志愿者以优质的服务和满腔的热情为北京现代呐喊，为北汽青年代言。服务结束后，志愿者们得到了徐和谊董事长的亲切慰问和高度肯定，北汽精神在志愿者身上得到了很好的体现；11月，志愿服务队克服严寒等恶劣条件，出色完成了“第八届跨国公司领袖圆桌会议”和“公车改革车辆保障”志愿服务，获得了组委会和主办方的一致好评。2015年，“达天下”青年驾驶员志愿服务队完成服务任务8次，服务1335人次，安全行驶26905公里，零事故、零投诉，高标准、高水平地完成了各项工作任务。



北汽志愿者为群众提供服务

慈善捐助

北汽集团为发扬人道主义精神，体现社会公平，弥补社会救助机制的短板，向弱势群体伸出援助之手，献出仁爱之心，帮助更多的人走出困境。

案例：美好北汽·与爱同行

由北汽集团团委发起的“美好北汽·与爱同行”贫困小学生一对一帮扶爱心活动自2013年启动以来，已连续举办三年，活动得到了北汽各级领导及员工的高度重视和广泛参与，截至目前已与来自四川甘孜和西藏拉萨的260名藏族贫困小学生建立了一对一帮扶关系。今后，北汽共青团还将继续为更多的北汽员工和贫困学生搭建起一座爱的桥梁，为践行“北汽梦”、实现“中国梦”传递北汽大爱无疆的正能量。



四川省康定县少数民族贫困学生寄给北汽员工的感谢信

案例：海纳川公司定点扶助黑崖沟小学

2015年12月24日，河北阜平县黑崖沟小学沉浸在冬日暖阳的温暖与祥和之中，“海纳川定点支持黑崖沟小学”揭牌暨新年礼物捐赠仪式在此举行。海纳川向学校 and 孩子们赠送了新年第一份礼物，包括180余套书包、文具及文体用品，为学校送去了150套桌椅、10套讲台、13套教工办公桌椅。这些物品是由海纳川团委在全公司开展“助学·圆梦”众筹活动中筹措到的资金购买。黑崖沟小学的学生为了表达感谢之情，画了一幅题为“心扬帆·海纳川”的画赠送给海纳川公司。



北汽海纳川定点支持黑崖沟小学捐赠仪式



附录 指标索引

指标代码	指标意义	所在页码
G4-1	机构最高决策者（如 CEO、董事长及相当高的职位）就可持续发展与机构的相关性及机构可持续发展战略的声明	P02-05
G4-2	描述主要影响、风险和机遇	P06-15、P25-26、P28-31
G4-3	机构名称	P08
G4-4	主要品牌、产品和服务	P02-05、P08
G4-5	机构总部的地点	P11
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	P11、P12、P31、P47
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）	P04-07、P11-12、P30-31、P45-49
G4-9	机构规模，包括：员工人数、运营地点数量、净销售额（私营机构适用）或净收入（公共机构适用）、按债务和权益细分的总市值（私营机构适用）、所提供的产品或服务的数量	P02-9、P14-15、P28-31 P34、P38、P49、P54
G4-10	a. 按雇佣合同和性别划分的员工总人数。 b. 按雇佣类型和性别划分的固定员工总人数。 c. 按正式员工、非正式员工和性别划分的员工总数。 d. 按地区和性别划分的员工总数。 e. 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。 f. 雇佣人数的重大变化（如旅游或农业雇佣人数的季节变动）	P34-39
G4-11	集体谈判协议涵盖的员工总数百分比	P34、P37
G4-12	描述机构的供应链情况	P44-49
G4-13	报告期内，机构规模、架构、所有权或供应链的重要变化，包括：运营地点或业务转变，包括工厂的启用、关闭和扩充、股本架构的改变，其他资本的构成、保有及业务变更（私营机构适用）、供应商所在地、供应链结构、与供应商关系（包括甄选和终止）的改变	P11、P44-49
G4-14	机构是否及如何按预警方针及原则行事	P16-21、P24-29、P37、P34-39
G4-15	机构参与或支持的外界发起的经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	P14、P28、P37、P62-65
G4-16	机构加入的协会（如行业协会）和国家或国际性倡议机构，主要指以机构名义保持的成员资格	P45
G4-24	机构的利益相关方列表	P44-49
G4-34	机构的治理架构，包括最高治理机构下的各个委员会。说明负责经济、环境、社会影响决策的委员会	P20-21

指标代码	指标意义	所在页码
G4-37	利益相关方和最高治理机构就经济、环境和社会议题磋商的过程。如果授权磋商，说明授权的对象和向最高治理机构的反馈过程	P44-49
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	P16-21、P24-29、P37、P35-39
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	P2-7、P16-21、P29-32、P35-37 P46-49、P56、P60-65
G4-EC1	机构产生及分配的直接经济价值，包括收入、运营成本、员工薪酬、捐献及其它社区投资、留存收益、向出资人及政府支付的款项	P2-11、P14-15、P33-35、P37、P49、P53
G4-EC4	政府给予的重大财政补贴	P45
G4-EC6	机构在各重要运营地点对当地供应商的政策、措施及支出比例	P4-5、P11-15、P37、P45、P48-49
G4-EC8	机构通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务等形式主要为公共利益开展的基础设施投资及服务及其影响	P15、P60-65
G4-EC9	机构对其重大间接经济影响（包括影响的程度）的理解和说明	P2-7、P15、P30、P45、P47、P62
G4-EN5	通过节约和提高能效节省的能源	P53
G4-EN6	提供具有能源效益或基于可再生能源的产品及服务的计划，以及计划的成效	P14、P28、P30、P52-57
G4-EN7	减少间接能源消耗的计划，以及计划的成效	P17、P29、P35、P51、P53
G4-EN16	按质量说明，直接和间接温室气体总排放量	P53
G4-EN17	按质量说明，其它相关间接温室气体排放量	P53
G4-EN18	减少温室气体排放的计划及其成效	P53-56
G4-EN20	按类别及质量说明，氮氧化物 (NO)、硫氧化物 (SO) 及其它主要气体的排放量	P53
G4-EN21	按重量及排放目的地说明污水排放总量	P55
G4-EN26	降低产品及服务的环境影响的计划及其成效	P4-7、P16-17、P29、P54-57、P62
G4-EN30	按类别说明总环保开支及投资	P54

附录 指标索引

指标代码	指标意义	所在页码
G4-LA1	按雇佣类型、雇佣合约及地区划分的劳动力总数，并按性别区分	P28、P34
G4-LA3	按主要业务地区划分，只提供给全职员工（不给予临时或兼职员工）的福利	P35、P39
G4-LA4	受集体协商协议保障的员工百分比	P38
G4-LA6	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中能帮助员工监督和评价健康与安全相关项目的员工代表在总职工人数中所占的百分比	P38
G4-LA8	为协助劳工及其家属或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、辅导、预防与风险控制计划	P35、P38-39
G4-LA9	与工会达成的正式协议中的健康与安全议题	P38-39
G4-LA10	按性别和员工类别划分，每名员工每年接受培训的平均时数	P37
G4-LA11	加强员工持续就业能力及协助员工转职的技能管理及终生学习计划	P21、P34、P36-37
G4-SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例	P11-14
G4-SO4	针对腐败个案所采取的行动	P21
G4-SO5	对公共政策的立场，以及在发展及游说公共政策方面的参与	P4-7、P11、P14、P19
G4-SO9	对当地社区具有重大潜在影响或实际负面影响的运营点	P6-7、P12
G4-SO10	在对当地社区具有重大潜在影响或实际负面影响的运营点实施的预防和消除措施	P11-12、P19、P52
G4-PR1	在生命周期阶段为改进产品和服务在健康与安全上的影响而进行的评估，以及须接受这种评估的重要产品及服务类别的百分比	P10、P26、P30-31
G4-PR3	程序要求的产品及服务信息种类，以及需要标明这种信息的重要产品及服务的百分比	P6-7、P11、P30
G4-PR4	按后果类别说明，违反有关产品及服务信息和标识的法规及自愿性准则的事件总数	P28

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。为提升北汽集团的社会责任实践，不断改进我们企业社会责任报告的编制，我们希望倾听您的意见和建议。请将您的意见以电子邮件的方式反馈到：ggcbb@baicgroup.com.cn