

**BMW
GROUP**



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD



宝马集团中国
可持续发展报告2023

关于本报告

报告期限

本报告是宝马集团中国的第二份可持续发展报告，内容及数据时间跨度为2023年1月1日至2023年12月31日，部分内容适当延申。宝马集团中国将以年度为单位披露可持续发展进展。

报告范围

自2013年，宝马集团中国开始在中国大陆披露可持续发展信息。2013年至2021年，披露主体主要为宝马集团中国最大的生产基地——华晨宝马。在2022报告年，宝马集团在中国扩大其可持续发展报告披露范围，涉及其在中国大陆的七个实体，包括华晨宝马汽车有限公司（华晨宝马）及其全资子公司领悦数字信息技术有限公司（领悦）、宝马（中国）投资有限公司（宝马中国投资）、宝马（中国）汽车贸易有限公司（宝马中国）、宝马汽车金融（中国）有限公司（宝马金融）、宝马（中国）服务有限公司（宝马中国服务）、先锋国际融资租赁有限公司（先锋租赁）。

报告标准

跟2022年报告完全一致：宝马集团中国致力于在本报告中为利益相关方提供关于公司可持续发展蓝图和进展信息。我们针对一系列可持续发展议题开展了全面的实质性分析和梳理，在此基础上确定了报告的内容和主题。本报告根据全球可持续发展标准委员会 (GSSB) 发布的 GRI 标准编制而成。同时，我们通过 GRI 指标索引展示了在践行联合国全球契约十项原则方面所做出的努力。宝马集团中国支持并以自身的实际行动推动联合国可持续发展目标 (SDGs) 的实现，尤其是 SDG 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17。每个章节的开篇将使用图标来展示我们的业务与这些 SDGs 的关联。

第三方鉴证

普华永道中天会计师事务所 (特殊普通合伙) 对本报告中选定的关键数据提供了有限保证的鉴证。

称谓说明

为便于表述和阅读，在本报告中，凡报告范围内的宝马在华实体的联营活动也被称为“宝马在中国”“宝马集团中国”和“我们”。对于超出中国实体的部分，则称为“宝马集团”。



封面说明

牛背鹭，作为国家二级保护动物，在我国长江以南地区多数为留鸟，而在长江以北地区则主要是夏候鸟。位于中国的宝马里达工厂，拥有近150万平方米的绿化面积，这为广大牛背鹭提供了充足的食物资源，使其成为了这些鸟儿的理想栖息地。截至2023年8月，已有超过一百只牛背鹭在此生活。其中一部分会按时清晨至中午在工厂区域觅食，此报告封面图正是捕捉了牛背鹭在宝马里达工厂飞过时的场景。



此份报告旨在汇报我们践行联合国全球契约原则以及支持更广泛联合国目标的情况。我们欢迎对报告内容的反馈。

目录

02 关于本报告

00 愿景与方向

- 04 管理层致辞
- 09 宝马集团中国企业概况
- 10 2023年大事纪
- 11 专题 1: 应对气候变化的行动
- 13 专题 2: 资源效率与循环经济
- 14 专题 3: 赋能利益相关者

01 基本原则

- 16 可持续发展战略与行动
- 21 公司治理

02 产品与出行解决方案

- 28 卓越的品质与安全
- 31 可持续产品
- 38 以客户为中心的服务

03 生产与运营

- 46 资源使用与效率
- 55 绿色物流

04 经销商与供应链

- 59 经销商管理与赋能
- 65 采购与供应商网络

05 员工与社会

- 71 培育未来人才
- 77 多元化, 平等与包容
- 81 员工福利与福祉
- 86 企业公民

06 其他信息

- 96 可持续发展关键绩效汇总
- 102 GRI内容索引
- 113 独立鉴证报告
- 115 关键数据编报基础

唯有责任为先才能行稳， 唯有长期主义方能致远

2023年，我们经历了新一轮的通货膨胀、环境和经济等挑战，导致全球市场显著波动，但同时，这些挑战也会激发新的创新活力，促进社会加速发展，采取果断且明确的行动对我们而言至关重要。

与中国可持续发展愿景和联合国2030年可持续发展议程相保持一致，宝马集团中国力求引领行业转型升级。我们的目标是将整合的可持续发展行动融入价值链，确保多元化、本地化、数字化和脱碳行动等趋势为我们的利益相关方创造价值。

宝马在中国的可持续发展之旅始于20多年前。中国正处于全球市场和未来移动出行的核心，不仅是宝马最大的销售市场，对我们的全球运营、创新和生产也非常关键。我们将继续与中国的学术机构、供应商、经销商和社区紧密合作，实现可持续的增长。

在中国，宝马集团秉持责任与远见，坚信投资中国就是投资未来。在不断演变的市场环境下，我们通过创新性投资、开展可持续实践以及与合作伙

伴共享成功等方式，着眼于长期发展目标，志存高远，奋楫笃行。

宝马集团在中国拥有多样化的电动汽车产品组合，充分体现了我们致力于电动出行的坚定承诺。截至2023年年底，宝马集团在中国市场已成功推出六款全电动车型，并计划在2024年推出第七款电动产品。电动化是实现低碳出行的关键路径，我们设定了明确的目标——到2030年，纯电动汽车的销量将占到全球总销量的50%。

数字化技术，包括人工智能、数据科学和虚拟化等，正在我们的供应链和生产效率提升以及客户服务中发挥举足轻重的作用。此外，我们正在积极推进循环经济，提高资源效率并降低废弃物排放。

这是宝马集团在中国发布的第十一份年度可持续发展报告。在过去十年中，我们的可持续发展举措日益多样化，同时战略方向也更加聚焦。这表明，我们始终致力于在中国的各项业务中实现可产生深远影响的可持续践行，强调运用科学的问责手段，并采取强有力的行动，全力以赴推动可持续的切实发展。



高翔

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官

合力移山成玉，同行共助发展

过去的几十年中，华晨宝马与中国经济携手共进，繁荣发展。作为中国工业生态系统的重要组成部分，华晨宝马与各界伙伴紧密协作，开创机遇，实现共赢。展望未来，华晨宝马的发展理念与中国推动高质量发展的着力点——“新质生产力”相一致，并将数字化、电气化和可持续发展融入我们的核心业务。

我们认为，可持续发展是一项多元的挑战，需要跨学科的解决方案。因此，深化合作至关重要。通过知识共享、人才发展和技术赋能，我们不断消除障碍，激发创新，加速前行。华晨宝马扎根中国，立足自身，持续献礼书写社会新篇章，从脱碳、循环和利益相关方参与三个方面，引领汽车行业的系统性变革。

携手同行，为碳中和提速

在助力中国实现碳中和的道路上，我们已实现了众多里程碑式的突破，并且准备就绪，主动担当，积极应对挑战。宝马集团深知实现全球气候目标所需的变革程度，并采取了雄心勃勃、以科学为基础的方法来设定我们的目标，其中包括加入“1.5°C 控温目标行动”。

提升行业标准以推动行业进步。我们继续鼓励本地供应商一同打造循环和低碳供应链。作为指定直接供应商(一级供应商)的重要条件，宝马集团规定未来产品必须100%使用可再生电力。到2023年底，本地直接供应商(一级供应商)为现有产品所消耗的电力中，约有50%承诺使用可再生能源。到2023年底，这些努力将帮助华晨宝马减少超过40万吨二氧化碳的供应链排放量。

戴鹤轩博士

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官

“同心协力方可守护现在并造福未来”

通过我们零售端的可持续举措，250 多家经销商采取可持续运营举措，获得了“领创绿星”认证。这些举措包括减少能源消耗和使用可再生能源电力，最终共计使用 153 万兆瓦时的可再生能源电力。

循环性：提高整个价值链的资源效率

循环经济重新定义资源的外延。我们从生产流程着手，提高资源利用效率。珍惜有限的水资源，减少浪费，并循环利用。自 2016 年起，我们不断扩大再生水在生产中的使用。2023 年，所有工厂的回收废水总量达到 159,325 立方米，比去年增加了 51.4%。为了将废弃物转化为可再利用的资源，通过优化运营以及与第三方的合作，动力总成工厂在 2023 年 1 月实现了零废弃物填埋。

华晨宝马与合作伙伴共建共赢，促进供应链绿色发展。通过签署低碳铝谅解备忘录(MoU)，我们支持在电解铝生产中使用可再生电力，使每吨铝的排放量减少了 14 吨。通过使用再生铝材料，我们每生产一吨铝可减少 18 吨排放。与此同时，在中国我们对所有报废高压电池(HVB) 进行闭环回收。2023 年期间，1,041 吨高压电池原材料被回收，并被重新加工成全新的电池组，用于 2,400 辆 BMW i3 汽车，达到与全新电池组相同的质量标准。

利益相关方参与，共筑社会责任基石

华晨宝马的目标不仅限于业务增长，更在于人、文化和社会的共同进步。我们与商业伙伴、行业协会、智库等各利益相关方合作推动创新和互惠的议程，支持中国的可持续发展目标。

我们致力于守护当地文化和生物多样性，弘扬教育，传递文化，为社会和社区的文教和环境赋能。2023 年，我们的企业社会责任(CSR) 活动受益人数达 35,542,888 人，比 2022 年增长了 11.47%。2024 年 4 月，宝马集团(中国) 与中外文化交流中心、中国教育发展基金会共同启动了“BMW 中国文化之旅——大运河文化保护与教育公益项目”，旨在将宝马集团中国 18 年来为保护中国非物质文化遗产所积累的经验推广至大运河。

展望未来，我们秉持开放的心态和务实的行动，与利益相关方、员工和社会各界共同努力，共同构建一个负责任且可持续发展的未来。

负责任和可持续的行为是我们的核心价值观之一，深刻根植于企业战略之中。宝马集团致力于在可持续发展方面处于领先地位，因此采购部、开发部和生产部等部门齐心协力，共同履行在减少碳排放、循环经济以及环境和社会责任方面的承诺。为了持续取得卓越的成果，我们在产品开发、生产以及与供应商网络的合作中，寻求深思熟虑、有效而灵活的解决方案。我们将继续共同追求卓越成绩，实现 360 度可持续发展解决方案。



顾羽棠女士

宝马(中国)服务有限公司总裁

可持续供应链是企业长期成功的基础。 供应商网络作为宝马集团中国可持续发展活动的起点，该部分的减碳占总量的 60% 以上，为可持续发展做出了重要贡献。负责任的、可持续的、合法的行为是我们的核心价值观之一，也是宝马集团（中国）供应链的坚实基础。我们承诺，无论是在日常运营还是供应商网络中，都要遵守环境和社会标准。我们在整个供应链中不断实施明确且可核查的减碳措施，为实现宝马集团的脱碳目标做出贡献。为确保将低碳和循环理念融入到零部件的设计和制造中，我们与研发、生产部门以及供应商紧密合作，提高材料的可回收性，增加再生材料的使用，并使用可再生能源生产的低碳材料。在过去几年中，我们扩大了与本地供应商的战略合作，通过签署谅解备忘录和建立不同类型材料（包括电池、钢和铝）的闭环回收，确保低碳材料的可用性。

雷凯博士

宝马中国区研发高级副总裁

研发是可持续发展的推动力。 可持续发展理念应在前期产品研发及设计的基础阶段引入，而非作为事后补充，这不仅能提高资源利用效率，还能降低成本和时间消耗。我们从内饰到电磁防护，全方位确保车内无有毒物质、内饰无有害排放，同时保证电磁辐射处于较低水平。在产品材料和能源效率方面，我们力求提高材料的可回收性以及增加再生原材料的使用，减少能源消耗和碳足迹（CO₂e）。通过对零部件的重新设计，例如制造轮毂时使用更高比例的再生铝材，在新世代 X 概念车上采用植物基以及完全不含石油和矿物制品的创新可持续 3D 纺织品等，我们不断突破限制，使豪华车践行永续，感染人心。



昆硕先生

华晨宝马汽车有限公司技术及生产高级副总裁

对于**汽车制造业**，先进技术可以有效提高资源和能源效率，并减少汽车的碳足迹。针对中国市场的独有形态，华晨宝马沈阳生产基地高度整合了研发、采购和生产部门的专业知识与资源。这种方法不仅重塑了制造的精确性与灵活性，也聚焦了对气候以及资源环境的管控优化。我们持续践行循环理念，明确了清晰的环境目标，包括脱碳、能源和资源利用效率以及废物减量等。这些措施不断优化能源使用、材料采购、物流等环节。此外，我们在 2023 年开展了地源热泵试点，探索可再生热力的使用，为 BMW 第六代电池动力总成工厂供暖。2023 年，单车生产水资源消耗量为 1.72 m³，较 2019 年减少了 40%。在物流方面，零部件入厂物流加大了海运占比。与 2022 年相比，海运总量增加了 10%。在包装周转箱方面，我们力求增强包装材料利用效率，去年有 50,719 件混合再生材料制成的塑料周转箱已投入使用。可持续发展的理念深深融入我们运营的每一步。

宝马集团中国致力于打造业界最佳的客户体验。我们将质量和可持续发展融入产品和服务，并引导客户做出可持续发展的最优决策。可持续发展是我们为客户提供优质体验和服务的核心。



邵宾先生

华晨宝马汽车有限公司营销高级副总裁

我们提供全面的解决方案，通过产品与服务为客户实现可持续的旅程。“无永续，不豪华”的理念充分融入宝马中国的市场营销中。中国正处于技术趋势的前沿，正在塑造未来的出行方式，宝马集团积极响应市场需求，帮助客户做出明智、可持续的产品选择，同时让我们的员工和经销商合作伙伴共同成为宝马可持续发展雄心的倡导者。我们持续扩大公共充电基础设施建设来提升充电便捷性。2023年，我们在中国建设了超过 588,550 个公共充电桩，并在 2024 年 6 月将公共充电桩数量提升至 71 万个。此外，华晨宝马还与梅赛德斯 - 奔驰在中国成立合资公司运营超级充电网络，并计划在 2026 年底前建立至少 1,000 个充电站，尽可能使用可再生能源为中国客户创造可持续的充电体验。

李峥女士

领悦数字信息技术有限公司客户数字化业务总经理

数字技术助力增强可持续发展解决方案。作为创新技术孵化器和数据服务供应商，领悦优先考虑使用数字渠道，有效提升客户参与度，优化以客户为中心的服务。从无缝的用户体验到合理的资源配置，数字化充分发挥科技潜力，为环境和社会带来了积极的成果。与此同时，我们坚信，保护信息安全和隐私是我们为客户提供可靠、稳定且高效的价值创造之旅的基础。



洪天乙先生

宝马中国区金融服务总裁
兼宝马汽车金融(中国)有限公司首席执行官

宝马金融服务针对新能源汽车，量身定制了一系列金融方案、租赁解决方案和保险产品，满足客户多样化的需求。我们通过数字化金融客户平台，提供全流程数字化体验和端到端的金融服务，以便客户轻松购买新能源汽车和能源高效的车型。这些金融方案不仅仅提供了财务支持，更是启发客户做出更可持续的选择，共同缔造更美好的未来。

宝马集团中国企业概况

1994年4月，宝马集团在华设立了代表处——宝马汽车公司北京代表处，标志着宝马集团正式进入中国市场。2003年5月，宝马集团与华晨汽车集团控股有限公司共同设立合资企业——华晨宝马汽车有限公司。如今，华晨宝马已成为宝马集团最大的生产基地。2005年10月，宝马（中国）汽车贸易有限公司成立，这是宝马集团对中国市场长期承诺的又一里程碑。

宝马集团在中国的业务涵盖了研发、采购、生产、售后服务以及包括金融、租赁、数字解决方案和服务在内的综合服务，同时包括BMW品牌汽车、MINI汽车和劳斯莱斯的进口与销售。

宝马集团秉持“家在中国”的承诺，以数字化与可持续性为驱动力，通过持续投资实现高质量发展。宝马将持续推动产业升级，支持中国汽车工业向智能化、可持续和高质量发展迈进。



图例

总部和生产基地 ²	🌐
分公司	○
区域销售办公室	○
研发中心	●
整车仓储分拨库	△
整车分拨中心	△
售后零件配送中心	▲
培训中心 ³	■
宝马品牌体验中心	■

OUR LOCATION

1 北京	🌐 ○ ● ▲ ■ ■
2 沈阳	🌐 ● ▲ ▲ ■
3 天津	▲ ▲
4 郑州	▲
5 西安	▲ ■
6 合肥	▲
7 南京	○
8 上海	○ ○ ● ▲ ▲ ■ ■
9 宁波	▲ ▲
10 成都	○ ▲ ▲
11 重庆	○
12 武汉	▲
13 广州	▲ ○ ▲ ■
14 佛山	▲

2023 年概览

728,562

整车产量。

824,932

汽车零售量¹。

28,074

截至当年年底员工总数。

937

授权经销商网点及代理商数量。

1. 包含宝马品牌和 MINI 品牌的汽车零售量。

2. 包括铁西工厂、大东工厂和里达工厂。

3. 由宝马管理，为员工和经销商提供培训。

2023年大事纪

一月

- 2023 领悦 China IT DepOps Hub 创新峰会圆满收官。



二月

- 宝马沈阳生产基地累计生产 500 万辆车。
- 全新纯电动 BMW i3 新车型上市。
- 2023 年 2 月，宝马集团作为唯一一家汽车行业代表企业，在第二届中国数字碳中和高峰论坛期间被授予“2023 年数字空间绿色低碳行动”轮值单位的称号。
- “BMW 中国文化之旅”非遗保护创新成果展开幕。

BMW GROUP AWARD FOR SOCIAL RESPONSIBILITY

三月

- 2023 年宝马集团社会责任奖开放申请，鼓励员工参与志愿活动。

四月

- 宝马集团参加电动汽车百人会论坛，分享了在绿色转型过程中的成果和经验，赢得广泛赞誉。
- 华晨宝马五款车型在中国汽车用户满意度测评中成功卫冕。
- 数字先锋项目 2023 启动仪式及数据驱动开放日活动促进华晨宝马数字化转型。



五月

- 在开启华晨宝马下一个 20 年之际，宝马集团宣布将于 2026 年起在沈阳投产纯电动 BMW 新世代车型。
- 华晨宝马 20 周年新闻发布会暨 BMW 第六代动力电池项目全面动工。

六月

- 第三届宝马集团中国可持续发展峰会在无锡举行，发布首份升级整合版《宝马集团中国可持续发展报告》。
- “BMW 中国文化之旅传统手工艺文创设计大赛”正式启动。

宝马在中国升级发布首份《宝马集团中国可持续发展报告》



七月

- 宝马集团中国第三次捐赠支持云南两县教育发展。
- 2023 “BMW 中国文化之旅——福建茶乡茶韵之旅”通过文化保护促进可持续发展。
- 华晨宝马作为首批汽车企业代表率先加入“汽车绿色低碳发展倡议”。
- “BMW 美丽家园行动”捐资支持辽河口、黄河三角洲国家级自然保护区。



八月

- 宝马集团中国上市五款新能源汽车，稳步推进电动化战略。
- 宝马集团中国紧急捐赠 1,500 万元驰援北京防汛救灾。



十月

- 宝马集团荣获第一财经“绿点中国 2023 年度案例”。
- 华晨宝马五款车型在 2023 年中国汽车用户满意度燃油车测评中夺冠。
- BMW X1 车型获得国内外安全测试“双优”好评。
- 宝马在中国首次颁发可持续发展供应商奖。



九月

- 华晨宝马电子发票平台全面推广，践行“数字化、循环永续”战略。
- 首款 BMW iX1 下产线。

十一月

- 华晨宝马签订联合合作备忘录确保低碳铝可持续供应。
- 宝马沈阳生产基地第六代动力电池项目建筑封顶。
- 宝马与梅赛德斯-奔驰在中国合作建设超级充电网络。
- 宝马集团首次携氢能产品亮相进博会。

十二月

- 宝马集团中国紧急捐款 300 万元驰援甘肃地震灾区。
- 宝马 L3 级自动驾驶车辆正式获得国内高快速路测试牌照。
- 全新升级电池监控平台打通电池从生产到回收的数据闭环。
- 2023 世界新能源汽车大会中，BMW M 高性能混合动力驱动系统蝉联“2023 年全球新能源汽车创新技术”奖。

专题 1 第 1 部分

应对气候变化的行动

宝马碳核算立场文件

简介：

据政府间气候变化专门委员会 (IPCC, 2021) 报告¹显示，科学家们观察到全球气候正在迅速变化。气候变化引发的一系列现象，如持续的海平面上升、森林流失、海洋酸化、传染病传播和粮食安全恶化 (IPCC, 2022)，对我们生活的各个方面几乎产生了影响。然而，有力且持续的针对二氧化碳和其他温室气体的减排措施，能有效减缓气候变化。了解气候科学的基础知识，是我们采取行动，以减缓气候变化严重影响的关键。随着科学和法规的进步，我们的应对措施也必须与时俱进。提高温室气体排放数据透明度和问责制可以有效帮助社会了解气候变化的进展，以便迅速开始脱碳行动。

外部环境与挑战：

继《巴黎协定》全球共识之后，众多国家、投资者以及企业正日益采纳净零排放承诺，并着手将这些承诺转化为具体政策和目标。然而，对国家、投资者和企业来说，准确测算、评估和制定碳减排目标可能具有一定挑战。近年多项应对气候变化相关的法规和提案²同时被起草，这些法规和提案通常有各自独立的监管要求和核算标准，特别是在碳核算方法上并不一致。

缺乏统一碳核算标准。大多数企业的碳数据为自愿披露，而且某些法规³可能会给企业从多层级供应链中获取详细信息造成困难。这些困难对企业核算、核查和披露价值链中的碳数据带来挑战，进一步导致数据不透明、碳核算过程负担过重并限制国际社会和经济的发展。解决方案之一是制定国际统一的碳核算方法。温室气体核算体系 (GHG Protocol)⁴允许企业用独立数据提供商提供的行业平均数据，来补充缺乏的供应商原始数据或特定数据。

缺乏原始数据。使用二手数据和行业平均数据能够进行估算，这为启动碳核算工作提供基础。但由于缺乏国际公认的核算方法，在进行企业自身以及供应链碳排放核算方面，使用二手数据和行业平均数据与使用企业原始数据进行核算的结果易产生较大差异。

中国政府在可再生能源方面处于领导地位，同时持续加大力度解决环境问题。2024年，中国仍将保持高水平的低碳能源转型投资⁵。持续依赖区域或数据提供商的默认平均数值可能给企业核算带来挑战，导致企业失去在其价值链中实施特定脱碳策略的关键数据基础。

宝马集团立场： 标准化碳核算及可靠的原始数据

我们支持创建一个方法论框架，该框架依赖国际公认的标准，明确气候环境效益的衡量方法，实现内部管理测算与外部汇报的逻辑及方法相一致。

我们支持碳核算和审计方法的标准化，鼓励使用原始活动数据计算碳排放，并支持价值链共享碳排放相关数据。该框架需要企业考虑自身及供应商所取得的碳减排成果，并报告企业自身及其供应链特有的碳排放量。该举措激励企业利用自身市场影响力推动价值链减排，将减排成效反映在产品碳核算和碳排放报告中。

数据规则和数据库的统一是开展合作的关键。我们支持采用国际公认的数据平台和倡议，可以透明、可靠、完整地交换碳数据，并在整个价值链中进行相应的核算和报告。

在企业层面，宝马集团倡导使用原始数据而非二手数据或平均排放系数来计算产品碳足迹。因此，宝马集团中国支持本地供应商采取脱碳措施，如使用可再生能源和再生材料，并对其进行更精确的跟踪和测量。相应的，也可以使更多的可持续发展践行者充分参与其中，在脱碳的道路上贡献自己的一份力量。

1. IPCC. (2021). Climate Change 2021: The Physical Science Basis. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>

2. Corporate Disclosure (CSRD), Battery Regulation (Battery PCF) and Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) etc.

3. 例如纵向垄断协议与竞争法等。

4. Greenhouse Gas Protocol. (2016). What is GHG Protocol? <https://ghgprotocol.org/about-us>

5. BloombergNEF. (2024). Energy Transition Investment Trends 2024. <https://assets.bbhub.io/professional/sites/24/Energy-Transition-Investment-Trends-2024.pdf>

专题 1 第 2 部分

应对气候变化的行动

为了提升脱碳效果，我们倡导透明化，鼓励整个价值链中的企业落实各自肩负的脱碳责任。我们从源头着手，加速能源转型，并激励工业创新，实现可持续的未来。

供应商

生产运营和物流

产品与服务



脱碳战略

我们的脱碳方法优先考虑能源效率、可再生能源的使用以及产品电气化。

加速供应链的可再生电力转型

~50% 100% 100%

本地提名直接供应商用于生产现有产品的用电量已承诺采用可再生电力。 所有高压电池供应商在自我生产环节使用可再生电力。 华晨宝马生产所需铝锭原材料的供应商已经实现了可再生电力转型。

供应链脱碳透明度



在本报告期内，宝马集团中国通过首次合同约定的脱碳措施，在上游供应链中实现了超过 40 万吨二氧化碳当量的减排。



宝马 iFACTORY 战略

面向未来的汽车生产革命性战略。通过灵活、高效、可持续和数字化的制造技术，在气候保护和竞争力方面树立新标准。

持续提升能源效率



引入基于人工智能的技术，指导日常运营并检查每月能源目标。

- 实时能耗分析
- 未来能耗预测
- 节能减排措施挖潜

可再生能源转型



自 2019 年起采用可再生电力



自 2022 年起从煤到天然气转型



自 2022 年起利用地热能



2023 年起探索生物质甲烷利用

90.2 兆瓦

现场太阳能光伏容量，较 2022 年的 74.8 兆瓦峰值有所增加

低碳运输方式



共有 14 家

供应商承诺 100% 采用铁路货运。

2023 年，运输方式的转变每年可减少 1,578 吨二氧化碳排放。

扩大可再生能源运输规模

20 辆

电动卡车投入入境物流。

40 辆

电动卡车投入整车和售后物流。

氢能

与战略合作伙伴共同开发的氢能卡车车队将于 2024 年投入使用。



绿色仓储管理

沈阳售后零件配送中心太阳能光伏发电装置安装计划

4,000 平方米

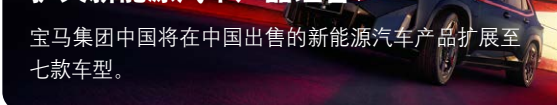
仓储屋顶空间面积

400 千瓦

装机容量

- 所有售后零件配送中心、整车配送中心、分散式配送中心、集中式零件回收与拆卸工厂及逆向物流中心均采用 100% 可再生能源电力。
- 华晨宝马汽车北京区域配送中心办公室获 LEED 室内装修设计及施工金级认证。

扩大新能源汽车产品组合



宝马集团中国将在中国出售的新能源汽车产品扩展至七款车型。

提升内燃机汽车的能源效率



新车平均二氧化碳排放量
↘ 0.83% vs 2022

142.9 g/km

境内乘用车

↘ 3.46% vs 2022

165.7 g/km

进口乘用车

企业平均燃料消耗量
↘ 0.82% vs 2022

6.03 L/100km

↘ 3.45% vs 2022

6.99 L/100km



空气动力学

各种技术进一步降低空气阻力

宝马“领创绿星”

截至 2023 年，251 家经销商被授予“领创绿星”认证

绿色充电服务



即插即充技术，150,000 个公共大功率直流充电站配备了即插即充技术。

专题 2

资源效率与循环经济

我们视循环经济为设计资源友好型汽车的关键。与传统的线性经济相比，循环经济作为一种更具可持续性的替代模式，其理念在于使材料参与进资源循环中——确保资源不会丢失，而是长期保持价值。

为了减少经济增长对资源开采的依赖，宝马集团正在采取措施增加循环性，并优先使用再生材料。

1 研发

可持续的产品设计

轻质结构是宝马高效动力战略的关键，带来更多驾驶乐趣、更低油耗和更长续航里程。

- **再生材料**
BMW iX1 配备的车轮使用了 70% 的再生铝。

- **创新的生物基材料**
Neue Klasse 系列的内饰包括纺织物仪表板和人造革。

- **可持续产品乘员保护评级**
BMW i5 eDrive 35L 在中国绿色汽车评价规程 (C-GCAP) 中获得五星评级

3 生产

水资源回收利用

- **扩大废水回收量**
通过启用厂级污水处理设备实现工艺用水零自来水消耗。

2023 年，所有工厂的水循环系统废水循环总量达 159,325 立方米，比 2022 年增加了 51.4%。

- **实现再生水用途多样化**

废物利用

与 2022 年相比，每辆汽车产生的废物处理量减少了 16%。

通过与第三方水泥厂合作，将发动机厂产生的陶瓷和铁泥用作水泥生产的原料。在大东工厂、里达工厂和铁西工厂安装污泥干燥机，通过脱水处置将废物体积与重量减少 40% 至 50%。

挥发性有机化合物控制

喷漆车间的废弃溶剂进行蒸馏再利用，进一步减少 VOCs 排放。

5 销售与产品使用

通过经销商网络践行循环永续理念与服务



绿色环境

通过土建装修一体化、地源热泵空调、洗车水循环处理设备、光伏发电、LED 照明等项目来节约能源资源。开发雨水回用系统、玻璃幕墙光污染控制等项目践行绿色环保理念。



绿色运营

提供包括高压电池和零配件在内的回收服务。



2 供应链

再生材料使用进展

- **贵金属**
2022 年以来钨和铈的再生材料使用比例超过 70%。

- **铝锭**
截至 2023 年底，铝锭铸造厂中铝的回收使用率达到 50%。

- **高压动力电池**
2023 年，退役高压电池闭环回收关键原材料镍、钴、锂。此外，再生铝和镍已应用于电池电芯生产。

- **塑料**
30% 的再生热塑性材料应用于试点车辆项目的内外部配饰，如车门坎板、保险杠、储物箱等。

创新和材料回收与再利用

回收废钢和废铝。2023 年回收 82,639 吨废钢

4 物流与运输

绿色包装

回收包装材料，包括金属和非金属周转箱。

在包装规划上，根据周转箱的状态定义了标准化的再利用流程。共 1,159 个集装箱被重复使用。

6 处理与回收

探索高压动力电池的闭环回收与梯次利用

- **高压动力电池回收**
在中国 100% 回收退役高压动力电池，共回收 1,041 吨原材料，这些材料足够制造 2,400 个全新 i3 eDrive 35L 电池包。

- **高压动力电池再利用**
扩大高压动力电池的再利用，用于叉车、托盘车、储能站。

扩大再制造零配件的产品品类

回收 351,634 个零配件用于再制造，材料总重量达 766 吨。

专题 3

赋能利益相关者

可持续的未来不能仅靠一家企业的努力，宝马集团迫切希望在整个价值链中拓展合作，释放新的价值。我们不仅创造更美好的未来，并积极携手伙伴们共同踏上可持续发展的征途。

行业



支持政府可持续发展目标

支持生态环境部宣传教育中心举办与可持续发展相关的活动，如“全国低碳日”。

参与联合国倡议

参与联合国可持续发展目标系列报告：《动力电池碳足迹及低碳循环发展白皮书》。

行业协会

与领先商业伙伴合作，我们举办了技术专家会议和研讨会，推动技术交流和加速增长。

与智库合作

中国发展研究基金会支持的研究项目

为推动中国经济的低碳转型和发展，中国发展研究基金会和宝马集团共同发起“产业链绿色转型倡议”，专注于钢铁、汽车以及绿色能源和动力电池等关键行业，系统研究产业链绿色转型的路径和标准，通过主题研讨会、实地调研和专家访谈，促进整个产业链的绿色转型。

国际可持续移动性研究平台

宝马与清华大学和国际学术界合作

- 1) 解决与宝马可持续发展目标相关的关键问题。
- 2) 培养共享主题，促进不同研究领域、项目和合作伙伴之间的交叉合作与思想交流。
- 3) 建立四个独特的研究领域，发挥每个研究合作伙伴的独特优势。

供应商



伙伴与合作

可持续转型

到 2023 年底，接近 50% 本地提名直接（一级）供应商用于生产现有产品的用电量已承诺采用可再生电力。
再生材料应用：70% 的贵金属回用；铝锭铸造厂中 50% 的铝回用；继续高压电池闭环回收；30% 的再生热塑性材料使用。

加强供应链合作

宝马集团中国与两家供应商签署了联合合作备忘录。

亮点活动

华晨宝马举办了供应商大会，增强供应链的凝聚力，激发供应链的韧性。

环境、健康与安全培训

为供应商提供中英文在线及线下培训，包括社会责任、环境健康安全和减碳等主题。

经销商



经销商赋能

重塑一线员工的综合能力

为新能源汽车和数字化技术的管理人才发展和转型赋能

赋能合作伙伴，开启新销售模式，实施 MINI 品牌零售转型策略

经销商企业社会责任活动

通过经销商的企业社会责任活动提高利益相关方的参与度。

通过提供培训和教育材料，宝马集团中国帮助经销商实施企业社会责任活动。2023 年，共有 355 家经销商实施了 605 场企业社会责任活动。

可持续发展经销商奖

为了激励更多经销商加入宝马集团中国的气候行动，我们评选出了 20 家绿色先锋经销商，并颁发“宝马集团可持续发展经销商奖”。

公众和社区



价值链之外的生物多样性

促进自然保护

黄河三角洲国家级自然保护区湿地国家公园保护
辽河口国家级自然保护区保护和生物多样性保护

提高公众意识

大运河文化保护教育公益项目
传统手工艺文创设计大赛
福建茶香茶韵之旅

员工



持续创新培训

我们坚定投资于员工的学习和发展，提供创新的培训项目，清晰、及时地反馈他们技能提升情况。

数字化在线学习，丰富创新培训

数字提升项目是我们迄今为止规模最大的数字化在线学习项目，旨在帮助非生产员工提高数字知识水平。

全方位培训

领导力培训

技术培训



第一章

基本原则

1.1 可持续发展战略与行动	16
1.2 公司治理	21

01

1.1

可持续发展战略与行动

面向未来，家在中国，践行永续

面对世界的加速变革，宝马集团中国始终坚守可持续发展承诺。我们的可持续发展战略不断适应商业环境的演变和外部挑战。面对复杂的挑战，我们与各利益相关方保持密切沟通，确保公司的发展目标充分考量各利益相关方的期望。我们在跨部门合作和开放沟通的基础上，建立健全稳健的治理体系，促进公司蓬勃发展。

排名第一

在2023年“汽车行业绿色发展指数中”排名第一，连续五年荣膺榜首。

2023年绿色低碳宣传 教育基地称号

华晨宝马沈阳生产基地被生态环境部授予。



可持续发展宏观趋势

近年来，全球可持续发展面临多重挑战，经济困难、环境危机等因素为实现可持续发展目标加大了难度。2023年，在全球温室气体排放量上升、极端气候事件频发和生物多样性退化的形势下，更需采取行动加速应对。数字化转型、公众可持续发展意识的提升和包容性理念的传播，正引领着社会发展焦点的转变，我们不再仅仅关注基本生存，而是更加重视提高生活质量。各国政府、企业和机构正在采取更有力的措施，共同推动全球可持续发展向和谐共生的自然和繁荣昌盛的社会迈进。

在互联化、自动化和电气化转型浪潮中，全球汽车行业正经历着深刻的变革，碳减排以及数字化转型既带来了机遇，也带来了挑战。2023年，宝马重点投资于汽车的电动化、数字化及自动驾驶技术的发展。随着电动化转型取得重大进展，宝马集团将继续夯实业务基础，满怀信心地迈向移动出行的新时代。

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，也是实现经济社会和生态协调发展的关键时期。作为深耕中国的汽车企业，宝马集团中国的未来与中国市场息息相关。秉承“家在中国”的理念，我们积极将自身战略与中国的可持续发展相结合，以实际行动加快电动化、数字化和可持续发展的步伐。

利益相关方沟通

随着可持续发展理念的不断深化，政府、客户、员工和其他利益相关方日益关注企业在环境保护、社会责任和公司治理方面的表现。宝马集团中国不断扩大可持续发展领域的信息披露范围，并提高透明度，拓宽沟通渠道，与利益相关方保持紧密互动。

秉持“家在中国”的承诺，我们与当地政府、客户、员工和供应商进行对话，在信任的基础上建立长期互利共赢的伙伴关系。2023年，宝马集团作为唯一一家高档汽车制造商亮相“全国低碳日”活动，展示了我们在可持续发展方面的努力。我们分享了宝马在全价值链减碳、循环永续、绿色出行等方面的见解。活动期间，华晨宝马作为首批汽车企业代表率先加入“汽车绿色低碳发展倡议”，再次以行动展示了其在汽车行业绿色发展及深度脱碳方面的承诺，与中国新能源产业的发展蓝图相契合。

宝马集团中国与利益相关方的互动方式及利益相关方的关注议题如下：

我们的利益相关方群体与沟通方式

利益相关方	互动方式	关注议题
员工	工会、“数字工会”平台、员工调查、试驾体验、华晨宝马20周年庆典、Social Days活动、全方位培训、微信、内网等。	<ul style="list-style-type: none"> 职业健康与安全 员工发展和人才留用 产品质量与安全 多元、平等与包容
客户	调研、社交媒体、车展、大众传媒、My BMW应用程序、宝马品牌体验中心、JOYCUBE、Mission i、客户之声机制等。	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 空气污染 信息安全与隐私保护 合规
政府部门	与当地政府部门开展定期沟通，高层会晤，参观及高层论坛等。	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 合规 空气污染 可持续的产品组合
公民社会	与专家学者举办圆桌会议、讲座和研讨；专业化且本地化的学习课程、培训和职业教育、大众媒体等。	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 价值链减排行动 环境、生态与资源管理 合规
供应商	定期互动、培训、风险评估、论坛、供应商大会、供应商媒体走访等。	<ul style="list-style-type: none"> 负责任的采购 价值链减排行动 可持续的产品组合 环境、生态与资源管理
经销商	经销商“领创绿星”项目、定期互动、在线论坛、经销商环境健康与安全(EHS)评估、培训等。	<ul style="list-style-type: none"> 职业健康与安全 合规 产品质量与安全 信息安全与隐私保护
当地居民	一对一会面、工厂参观、新闻发布会、培训、社会责任承诺、志愿者活动等。	<ul style="list-style-type: none"> 信息安全与隐私保护 产品质量与安全 职业健康与安全 空气污染
媒体	调研、社交媒体、交易会、车展、新闻发布等。	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 多元、平等与包容 可持续的治理 信息安全与隐私保护

实质性议题评估

实质性议题评估是确定可持续发展报告中应披露的议题的起点。它为企业提供了有效的行动方向和可持续发展报告的关键议题，对信息披露至关重要。

2022年，宝马集团中国开展了实质性议题分析，并对其重要性进行了排序，以确定对业务和主要利益相关方十分重要的可持续发展议题重要性。矩阵横轴表示宝马集团中国产生的环境和社会影响的程度，纵轴表示与宝马集团中国商业成功的相关性。这个矩阵提供了明确的指导，使我们能够更加专注于推进可持续发展工作，为经济、社会和环境的和谐共存做出贡献。



宝马集团中国2022年实质性议题矩阵



产品责任	环境	社会	治理
1 可持续的产品组合	5 价值链减排行动	9 负责任的采购	16 合规
2 产品质量与安全	6 循环经济	10 多元、平等与包容	17 信息安全与隐私保护
3 城市出行与基础设施	7 空气污染	11 职业健康与安全	18 可持续的治理
4 智能网联与自动驾驶	8 环境、生态与资源管理	12 员工发展和人才留用	19 参与公共政策
		13 具有吸引力的工作场所	20 利益相关方参与
		14 企业公民与社区参与	
		15 人权	

实质性议题的对应行动

实质性议题	行动与项目
可持续的产品组合	<ul style="list-style-type: none"> 在中国市场推出六款纯电动车型：BMW i7、全新 BMW i3、BMW i4、BMW iX 和 BMW iX3 和 BMW iX1。 提供低碳服务和共享出行，培养客户的可持续发展意识。 安装 588,550 个公共充电桩，通过与国网电动合作，推广绿色充电。
价值链减排行动	<ul style="list-style-type: none"> 全部生产场所及 36 个非生产场所使用 100% 可再生电力¹。 供应链中的二氧化碳排放量减少超过 400,000 吨。 251 家经销商凭借绿色服务方面的出色表现，取得 " 领创绿星 " 认证。
负责任的采购	<ul style="list-style-type: none"> 现场供应商企业社会责任 (CSR) 审计。 评估冲突矿产（钽、锡、钨和金）的原产地，并要求供应商执行同样的流程。
循环经济	<ul style="list-style-type: none"> 与供应商强化合作，尽力提高再生材料在产品中的使用。 在中国建立 100% 的高压动力电池闭环回收系统，包括客户汽车电池、经销商采购的电池以及沈阳宝马工厂生产的测试电池。 扩大零配件再制造的范围。
合规	<ul style="list-style-type: none"> 在各个实体实施合规管理系统，严格落实三级模式。 开展多项合规文化宣导活动培养合规文化，如“高层声音”、高管对话、定期合规期刊和合规界面研讨会。 建立 ESG 风险管理系统，监控供应商的 ESG 风险。
产品质量与安全	<ul style="list-style-type: none"> 通过质量管理体系质量圈 (QC-QMS) 强化全面质量体系，确保产品和服务符合至高标准。 加强与德国汽车工业协会、业务合作伙伴和 BMW 全球等审核员团体的合作关系。 通过最大限度地减少 VOCs、PM2.5、有害物质和噪音等，改善车内环境。
空气污染	<ul style="list-style-type: none"> 蒸馏回收再利用喷漆车间废弃的溶剂，进一步减少挥发性有机化合物的排放。 对每个生产阶段进行严格监控，彻底检查车辆中的挥发性有机化合物和气味，确保符合 GB/T 27630《乘用车内空气质量评价指南》中规定的标准。
环境、生态与资源管理	<ul style="list-style-type: none"> 2023 年，所有工厂的废水回收总量达到 159,325 立方米，与 2022 年相比增长了 51.4%。 多用途使用中水，使用范围从工厂灌溉扩大到喷漆车间和冷却塔。 与第三方水泥厂合作，回收发动机厂的陶瓷和铁泥，作为水泥生产的原材料。
可持续的治理	<ul style="list-style-type: none"> 全面、自上而下管理及协作机制。

实质性议题	行动与项目
信息安全与隐私保护	<ul style="list-style-type: none"> 制定政策、标准和流程，以保障数据的安全性和准确性。 完善的应对潜在数据安全事件流程。 保持高标准的数据保护，采用严格的程序、工具和说明来保护客户隐私。 在所有产品推出前及后续迭代中，对其进行全面的安全流程和隐私影响评估。
职业健康与安全	<ul style="list-style-type: none"> 完善的职业健康与安全 (OHS) 管理系统。 利用数字安全平台优化安全管理水平。 在全公司范围内开展安全活动并组织培训，提高员工的安全意识和能力。 实施双重预防机制，对影响职业健康安全管理的安全隐患进行分类、排查和治理。 开展多样的健康主题活动，引导员工健康行为。
多元、平等与包容	<ul style="list-style-type: none"> 修订《华晨宝马员工手册》，增加防止工作环境中的骚扰等内容。 推进残障人士雇佣，通过间接支持和财政援助促进包容性文化。 举办一系列 " 多元日 " 线上和线下体验活动。
员工发展和人才留用	<ul style="list-style-type: none"> 通过可持续的雇主品牌文化，推进以候选人为中心的招聘活动，如“BMW 需要好 Young 的你”“BMW 闪光的实习”夏令营等。 利用数字化工具和前沿人工智能技术，精准触达优秀人才。
具有吸引力的工作场所	<ul style="list-style-type: none"> 提供全面多样的福利。 开展丰富的员工沟通和参与活动。 以核心价值观为框架，通过乐高游戏化体验，共同打造理想工作场所。 邀请残障博主参观里达工厂，并在社交平台上分享对我们无障碍工作场所的体验。
公共政策参与	<ul style="list-style-type: none"> 强化与政府部门的沟通。 组织企业社会责任活动，促进环境保护。
利益相关方参与	<ul style="list-style-type: none"> 将可持续发展理念贯穿于公司与政府、员工、供应商、经销商、社区等利益相关方对话中。
智能网联与自动驾驶	<ul style="list-style-type: none"> 深耕前沿科技，加强研发合作。
企业公民与社区参与	<ul style="list-style-type: none"> 通过“我的社会公益心”活动培育员工社会责任理念。 四项企业社会责任旗舰项目。 BMW 企业志愿者协会。 公益捐赠及紧急援助。
人权	<ul style="list-style-type: none"> 保护员工的劳工权利与利益。 要求供应链落实权益保护。

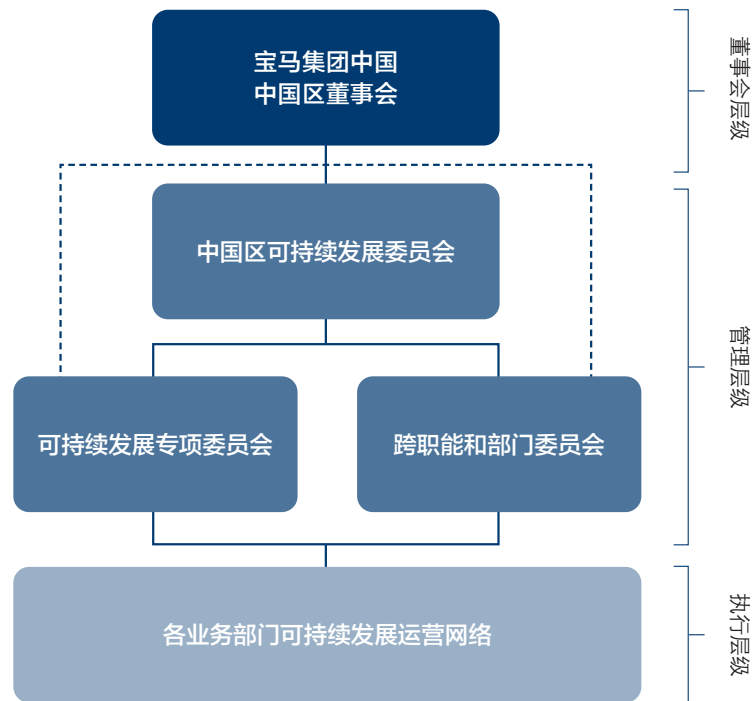
1. 外购电力和内部生产电力均为可再生能源。包括光伏发电、绿色购电协议及国际绿色电力证书。

可持续发展管理

可持续发展治理

宝马集团中国通过自上而下的全面管理与协作，将可持续发展承诺付诸行动。中国区董事会作为领导核心，将可持续发展融入所有关键业务决策，引领公司的可持续发展。

宝马集团中国的可持续发展治理



我们围绕可持续发展这一核心元素开展年度目标的设定工作。各业务部门遵循中国区董事会将责任落到相关部门的指导意见，设定并执行具体的部门目标，落实各业务部门的问责制。中国区董事会也负责确保公司运营满足法律及内部规定的合规性，同时执行全面的风险管理和控制措施。

为把控公司可持续发展方向，我们成立了专门的中国可持续发展委员会，定期向中国区董事会汇报可持续工作的最新进展，分配任务并征求反馈意见，确保可持续发展始终处于公司业务发展的重要地位。

可持续发展专项委员会重点关注生产和供应链，而跨职能和部门委员会则负责在全公司范围内实施各项可持续发展行动。我们保持运营反馈渠道的畅通，以促进公司内的可持续发展协作。

在日常工作中，我们的内部业务部门负责落实中国董事会的可持续相关决策。这一过程也由各业务部门的管理委员会进行指导和监督。管理团队的定期审阅确保了董事会的决策能够转化为具体的行动事项，并在业务层面得到落实。

气候风险评估与韧性

全球气候正在经历显著变化。极端天气事件，如高温、洪水、干旱和海平面上升，正在变得越来越频繁。气候风险不仅威胁到自然生态系统的平衡，还对企业的运营稳定性、供应链乃至全球社会安全带来严峻挑战。作为社会经济的重要组成部分，企业必须认识到气候变化带来的风险，并采取相应措施来增强其气候韧性。

2023年，我们对气候风险进行持续评估和管理。我们根据相关标准分析气候风险，在全公司进行物理风险和转型风险评估，在工厂、项目和日常运营中采取应对措施，构建气候风险应对能力，并鼓励员工积极应对气候变化。





1.2

公司治理

作为宝马集团这一跨国公司的重要组成部分，宝马集团中国始终严格遵循国际商业合规框架和中国本土法律法规，在日常运营中贯彻严谨、高效的企业标准。依托全面、清晰的合规管理框架，我们针对反垄断、反腐败、反欺诈、数据治理、信息安全、出口管控及反洗钱等关键领域采取了切实有效的行动。我们坚守承诺，确保在符合各项监管要求的同时，实现高效企业管理，以实际行动彰显我们对高标准商业道德的不懈追求。

宝马集团中国企业信用最高荣誉榜

高级认证企业

海关总署

A 级纳税人

国家税务总局

A 类

国家外汇管理局

A 类企业

中国质量认证中心

劳动保障 A 级

人力资源和社会保障部

守信企业

生态环境部



合规管理

在宝马集团中国，合规的内涵远超遵守法律法规与公司规定的范畴。作为公司取得长期成功的基石，合规深植于我们的诚信文化中，为各项商业活动提供了基本框架，更为我们建立产品与品牌信誉、塑造可持续发展的良好公众形象构筑了良好根基。

合规治理架构



稳健的治理结构

在宝马集团中国，我们拥有一套广泛而全面的合规管理架构，并在各运营实体中，相应设置了合规管理委员会、合规部门及承担合规管理职责的相关人员，以保证各实体均能够有效地运行合规管理体系。我们将合规管理机制整合至各实体的风险管理体系中，持续贯彻合规风险管理“三线模型”：

- **业务部门**：作为合规管理的“一线”，对日常业务的合法合规负责，确保严格执行合规要求及流程。
- **合规组织**：作为合规管理的“二线”，为“一线”即业务部门履行合规责任提供必要的支持，从而形成一个由集团层面、业务条线层面、本地合规部门及合规代表 / 大使构成的多层级合规组织。
- **审计部门**：作为合规管理的“三线”，负责独立审计合规结构、流程及系统，支持公司管理、监督职能部门及日常运营管理。
- **合规委员会**：作为管理委员会，负责监督和审批合规相关活动，管理合规和声誉风险。

宝马集团中国构建了一个坚实稳健的合规组织体系，以确保日常运营中的合规责任得到有效落实。以华晨宝马为例，其董事会及下设的审计与合规委员会作为合规管理的最高责任机构，对全体股东负责。同时，华晨宝马管理委员会及公司治理与合规委员会承担关键的合规监督职责。

在宝马集团中国所有运营实体中，我们清晰界定了各个合规相关岗位的角色与职责，确保合规管理工作的高效推进。业务部门作为合规管理的“一线”，负责识别日常运营中的合规风险，评估风险管理工作是否符合公司目标，并执行严格的管控措施以有效缓释合规风险。此外，



所有业务部门均任命了合规联络人，为业务部门与合规部门之间的有效沟通搭建了桥梁。

负有监督职责的合规部门与业务部门之间保持紧密沟通与协作，积极敦促并确保公司合法合规行为与负责任经营准则得到有效落实。在宝马集团中国，公司治理与合规部全面统筹监督其各个实体的合规管理工作，而法务、财务控制、税务、关务和出口管控、IT 信息技术、公司质量和人力资源等部门则在各自专业领域内就合规相关事宜积极引导与协同管理，共同推进公司合规工作的完善与落实。

合规管理三步法

宝马集团中国的合规管理体系以“事前预防、事中监测、事后响应”模型为基础，明确了预防、监测、管控及响应的具体措施。

宝马集团中国各运营实体依据自身的风险评估状况，量身定制了一套行之有效的合规管理体系，全面覆盖了反垄断、反腐败、反舞弊、数据隐私保护、出口管控及反洗钱等关键合规领域。

我们构建了全方位的合规管理体系。在公司层面，我们将企业运营原则融入《宝马集团行为准则》中，以确保在关键合规领域的信息面向员工及公众均实现透明公开。在此基础之上，我们制定了合规管理的内部制度和流程，有效贯彻合规方面的法律要求。通过开展合规风险评估，我们能够精准识别特定业务领域的合规风险，并制定相应的管控措施，以确保风险得到妥善管理。此外，我们对风险培训与合规意识培养予以高度重视，致力将合规理念根植于企业文化之中。

我们构建以信息技术为驱动的合规系统，以确保合规相关事宜能够透明、高效地记录、评估和批准。通过宝马集团中国举报热线通知系统，相关合规问题能够及时发现与妥善解决。此外，我们进一步建立了多层次的审查机制，以保障合规规则和流程得到严格遵循和有效执行。

宝马集团中国倡导业务部门采取更为积极的反舞弊策略，涵盖对高风险岗位实施轮岗制度、强化分包商管理等措施。与此同时，我们持续深化对潜在舞弊行为的识别与排查工作，以确保反舞弊问题从源头得到妥善解决。

宝马集团呼吁所有员工避免可能产生利益冲突的情形。任何可能会导致利益冲突风险的情况都需要向公司透明的披露和记录。本地公司级别的防范利益冲突政策为此提供了坚实的基础和及时的指引。在2023年，关于利益冲突话题，公司采取了一系列措施来进一步提升意识、防范风险并保证透明度，包括提供培训、全员沟通与全员申报。

2023年，在与集团合规组织更为紧密的合作下，宝马集团推行的多个合规体系优化举措在中国本地成功实施。其中，集团合规体系认证项目旨在进一步强化和保证集团与本地合规体系有效性。在集团总部的积极指导与外部咨询支持下，宝马集团中国的反腐败与反垄断合规

管理工作得到了持续的优化与协同。此外，双语版本地化合规制度及合规精要线上培训帮助本地员工轻松掌握合规信息。本地法律框架监控则将框架性合规管理通行性标准与本地法律环境相结合，持续提升合规管理成熟度。

金融服务业务的合规管理

宝马集团中国金融服务业务严格遵循特定的政策监管与风险管理原则，聚焦于开展全面的合规风险评估以满足中国监管机构的要求。为实现精益的合规管理，金融服务业务构建了专门的合规管理架构，旨在加强公司内部部门与外部监管机构之间的紧密协作与有效沟通。

金融服务业务组建了一支专业的合规管理团队，以准确、有效地传达与执行监管要求，确保在金融服务业务板块全面推动合规文化建设。

2,800名

员工参加定制化合规培训

40次

所有新晋合规责任人及合规接口人
一对一培训场次



合规意识提升

在宝马集团中国内部，我们致力于通过开展丰富多样的内部宣传及培训活动提升员工合规意识，促进合规理念在企业文化中生根发芽。通过量身定制线上、线下等不同形式的合规培训课程，赋能员工在其各自的职责范围内履行守法合规责任，确保所有员工全面了解并遵守监管框架，夯实合规意识基石。

强有力的“高层声音”是促进合规文化的核心要素。2023年，宝马集团中国区高管在高层合规讲话视频及“高管对话”中强调了合规的重要性，并向全体员工传达了合规期望。其中，高层合规讲话视频以

“合规——我们的共同承诺，你我同行”为主题，积极倡导并有力传达了公司高管对诚信文化的坚定承诺。高管合规讲话视频通过多条内部渠道传播，如全员沟通邮件、宝马中国内网新闻及海报、合规日宣传并被纳入新员工入职定向合规培训要求。

年度合规知识竞赛是另一项广受认可的创新宣传活动，涵盖了自主学习模块和互动问答环节，并以笔记本、笔或者日历等办公用品融入员工的日常工作中。此项常规合规活动旨在用引人入胜的方式及时更新合规知识并提升合规意识。除此之外，我们也定期通过向全体员工或重点人群发送合规内部沟通函提示各类合规风险与相关要求，以有效地提升员工的合规意识。

我们与全体员工开展直接对话，深入探讨与他们密切相关的合规话题，确保每位员工都能深刻理解并践行合规要求。宝马集团中国定期发布《法规速递》《案例分析》《新闻简报》及《问答交流》等合规系列刊物，为员工提供行业最新动态，增强他们对合规知识的理解与重视。2023年，在悦信平台轻应用“合规乎”发布的第40期合规期刊累计获得661,604次点击量，受到了员工的广泛关注与积极响应。同时，针对超过2,800名具有特别业务及管理需求的员工，我们组织并实施了超过60次合规课程培训，确保他们在特定的专业领域内有效识别和管理合规风险。此外，为深化对合规要求的理解，我们为全体新晋合规责任人及合规接口人/大使安排了40次一对一培训，并召集153名合规联络官/大使参与2023年合规联络人研讨会，就合规领域面临的挑战及热点问题开展深入交流，共享行业最佳实践。此外，宝马汽车金融围绕合规及可持续发展主题，每月度向全体员工发送合规邮件，传递行业合规资讯，增强公司上下对合规的理解与重视。

数据合规与信息安全管理

宝马集团中国从产品与服务的设计开发阶段就纳入了最严格的数据保护标准。我们基于稳健的治理体系，将透明度、开放性和安全性置于首位，重视高效的数据资产管理以维护客户及合作伙伴的信任，并通过负责任的团队、实践和制度确保其有效落实。我们始终相信，隐私保护是提供卓越客户服务和体验的基本要义。我们致力通过制定的制度、标准和流程，以充分确保数据的安全性和准确性，并符合中国和其他地区市场的监管要求。



治理及管理方法

宝马集团中国严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》及《汽车数据安全若干规定（试行）》¹等法律法规，以有效开展数据保护工作。在公司层面，为了满足不同公司、不同职能的数据安全与合规需求，我们于2021年启动了跨部门的数据治理项目。2023年，我们成立了中央数据治理部门以整体管理和监督宝马集团在中国的合规工作。

公司成立了数据治理部确保公司在开发和实施新技术、新产品和新服务时履行数据合规承诺。数据合规官(DCO)负责确保整体数据设计和实施的合规性，并对数据处理进行合规性审查。2023年华晨宝马汽车有限公司在数据安全体系整体设计实施方向荣膺工业和信息化部评选的数据安全典型案例。

信息与数据安全

宝马集团中国高度重视信息与数据安全保护。我们致力于持续强化信息安全管理，尤为关注网络安全、IT安全和生产网络安全等领域。我们建立了企业级的供应链网络安全流程，以确保宝马集团中国免受供应链网络攻击的风险。此外，为增强办公网络的安全性，我们针对高风险数据泄露场景，在终端、云应用等部署了数据防泄漏(DLP)工具。为了持续提升云安全的成熟度，我们采用了先进的自动云安全管理工具。针对中国区苹果商店和安卓应用商店的移动应用程序，我们建立了一套严格的合规流程，并依据监管部门检查标准开展了全面的合规性测试，确保其符合相关合规要求。为全面保障数据安全质量管理，我们亦遵循外部相关规范和标准。其中，包括华晨宝马与领悦在内的宝马集团中国相关实体，已获得了ISO/IEC 27001信息安全管理体系认证、ISO/IEC 27701隐私信息管理体系认证。领悦还通过了ISO/IEC 27017云服务信息安全管理认证、ISO/IEC 27018公有云中个人可识别信息保护管理体系认证及ISO/IEC 38505数据治理安全认证。

网络安全对数字化转型至关重要。2023年，我们积极参与并通过了上海市通信管理局组织的智能网联汽车网络安全和数据安全检查及“磐石行动”网络安全攻防演练。在“磐石行动”中，我们凭借出色的响应能力获得了“卓越应急奖”。此外，我们亦参与了可信风险框架和标准的认证，获得了39个网络安全等级保护认证(MLPS)，覆盖超86个应用。

我们聚焦数据安全，制定了符合宝马集团要求及中国法规的数据管理准则—《数据治理指南》。随着中央数据治理部门的成立，数据管理的各个方面都得到了加强，包括数据战略、数据标准、数据质量、数据架构和数据安全。我们成为首个获得中国信息通信研究院“数据安全能力成熟度认证”(DCMM)三级(管理级)的原始设备制造商(OEM)及外资汽车企业。此外，我们还获得了由中国电子信息行业联合会颁发的“2023中国数据管理百项优秀案例奖”，奠定了我们在数据管理领域的行业领先地位。

宝马集团中国在信息和数据安全方面所获得的认证类型：

认证实体	认证体系	首次通过认证时间	2023年认证
华晨宝马及领悦	ISO/IEC 27001: 信息安全管理体系认证	2020年	换证审核
	ISO/IEC 27701: 隐私信息管理体系认证	2020年	换证审核
领悦	ISO/IEC 27017: 云服务信息安全管理认证	2021年	换证审核
	ISO/IEC 27018: 公有云中个人可识别信息保护管理体系认证	2021年	换证审核
	ISO/IEC 38505: 数据治理安全认证	2021年	换证审核



1. 《汽车数据安全若干规定（试行）》主要用于规范汽车数据安全管理，以保护车主个人信息，并确保车联网的安全性。

意识提升与沟通传播

我们亦积极提升员工的合规意识和能力。例如，华晨宝马和领悦在合规培训与沟通项目中，全面覆盖了合规运营的各个关键方面，从而通过增强合规能力来助力实现商业目标。此外，宝马汽车金融围绕合规及可持续发展主题，每月度向全体员工发送合规邮件，传递行业合规资讯，增强公司上下对合规的理解与重视。

信息安全是构成公司合规文化的核心要素。我们为新入职员工、经销商和供应商伙伴提供培训课程，筑牢信息安全文化根基。与此同时，通过学习管理平台、线上平台和线下会议活动等多元化的培训与沟通渠道，确保员工和第三方伙伴深入理解并遵守信息安全政策。

2023年，以网络钓鱼攻击培训为例，共有18,721名员工及合作伙伴参与了培训，并组织超1,300名专业人员参与网络安全意识教育及专项技能培训，共同营造更加积极的信息安全文化氛围。

18,721名

员工及合作伙伴参与了2023年网络钓鱼攻击培训课程。

超1,300名

专业人员参与了2023年网络安全培训。

展望

面对日益变化的监管环境，我们深刻理解合规管理体系必须与时俱进；面对众多外部挑战，我们特别关注高风险领域，并持续提供针对性、系统化的解决方案，赋能企业以降低合规风险。

当前合规管理工作已经取得稳步进展，对合规风险的重视深深根植于我们心中。未来，我们仍将持续坚守底线杜绝一切违规行为，以高度

警觉与加倍努力确保各项合规计划与流程得到全面、有效与及时落地。同时我们还会持续致力于优化合规管理体系，不断增强合规核心竞争力以充分赋能业务发展。





CHAPTER 2

产品与服务

我们不仅是汽车制造商,也是未来出行解决方案的先行者。通过推动可持续产品的创新,以及在全业务流程中提供以客户为中心的服务体验,我们加速向更可持续、更便捷的未来转型。

2.1 卓越品质与安全	28
2.2 可持续产品	31
2.3 以客户为中心的服务	38

02

2.1

卓越品质与安全

我们在产品生命周期的每一个环节秉承至高标准，铸就卓越品质与安全。我们始终坚持质量至上，积极营造质量第一文化，多措并举为客户的健康与安全保驾护航。

台车2
Framing 2

榜首

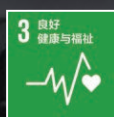
宝马集团中国产品荣膺中国汽车用户满意度测评 (CACSI) 榜首。

五款车型

宝马集团中国有五款车型在中国汽车用户满意度测评中荣获同类别第一名。

结构耐撞性零缺陷

BMW X1在中国保险汽车安全指数 (C-IASI) 测评中荣获结构耐撞性零缺陷的优秀评价。



质量第一文化

宝马集团中国将质量第一文化贯穿于研发、供应链、生产、产品和服务交付的始终，既体现核心竞争优势，更诠释了对卓越品质的不懈追求。我们追求“零缺陷”生产理念，并通过执行 BMW iFACTORY 生产战略，为实现卓越的质量工作保驾护航。

质量第一文化是全体部门与行业合作伙伴共同追求卓越的强大驱动力。2023 年，我们持续深化与包括德国汽车工业协会、业务合作伙伴和 BMW 全球等审核员团体的合作关系，不遗余力地追求至臻品质。

全面质量管理

宝马集团中国建立了一套严格的质量管理框架，确保所有产品与服务符合最高质量与安全标准。2023 年在华生产基地均通过了 ISO 9001 质量管理体系认证的年度认证审核。我们持续强化全面质量管理体系，充分发挥质量管理体系质量委员会 (QC-QMS) 的核心作用，并定期召开质量管理会议，持续评估、深化质量控制实践。

产品安全实践

产品安全是我们的立足之本。基于对实际事故的深入分析，我们持续完善产品的安全表现与性能。我们遵循严格且可落地的质量与可靠性准则，并开展全面测试来最大程度确保驾驶员与乘客的安全。

确保产品质量

宝马集团中国采用世界一流的工艺和技术，经过严格的质量检查，打造符合高标准的优质汽车。我们在产品设计与生产流程中全面贯彻落实法律法规的要求，致力提供卓越的设计与高质量产品。自产品研发伊始，在尾气排放、安全、新能源汽车等领域覆盖 70 多个测试台架和 100 多项不同核查，全面严格执行质量控制流程。

沈阳生产基地对我们实现卓越制造发挥着举足轻重的作用。铁西工厂应用三维建模、虚拟现实及虚拟调试等前沿的数字化工具，推动高效的产品开发和过程测试。同时，该工厂通过实行业领先的的生产管理系统与实时定位跟踪技术，针对每辆车各生产阶段的几何参数等质量数据进行追踪，确保汽车组装过程的及时性与透明性，实现全流程品质保证。针对中国本土制造，我们开发了 EMT² 实践，为快速决策并解决质量问题提供坚实保障。一旦发现不合格零件或车辆问题，独立的质量管理团队会迅速协同研发、采购等部门实施全面有效的控制措施，确保这些隐患在进入下一流程前就得以解决。通过实施全面的质量管理体系，彰显我们对持续创新和保持技术领先地位的坚定承诺，确保交付给中国客户的每一件产品均严格符合高标准的安全与质量要求。

宝马集团中国产品荣膺中国汽车用户满意度测评 (CACSI) 榜首

五款车型在 2023 年中国汽车用户满意度测评中荣获同类别第一名



BMW 3 系
豪华 B 级轿车



BMW 5 系
(长轴距和插电式混合动力¹)
豪华 C 级轿车



BMW X1
豪华 A 级 SUV



BMW X3
豪华 B 级 SUV



BMW X5
豪华 C 级 SUV

1. 插电式混合动力汽车。
2. 研发、采购及生产一体化。

关心客户健康

我们恪守严格的标准，持续探索前沿技术，为客户打造更健康、更安全的产品体验，并通过使用更高质量的配件材料，不断满足新的设计要求与标准。

我们全方位保护客户健康，从原材料到成品车的每个生产环节对车辆的挥发性有机化合物 (VOCs) 及气味进行严格而全面的监测，保障所有车型均符合 GB/T 27630《乘用车内空气质量评价指南》。例如，华晨宝马的所有车型均通过极端条件下模拟客户实际使用的测试，确保产品不仅严格遵循高标准，更在行业中树立了合规新标杆。

按照宝马集团全球制定的有害物质审批流程严格管理有害物质，我们恪守《欧盟报废车辆指令 2000/53/EC》《关于化学品注册、评估、许可和限制的法规》(REACH¹)、GB/T 30512《汽车禁用物质要求》标准以及工业和信息化部 (MIIT) 发布的《汽车有害物质和可回收利用率管理要求》等欧盟及中国有害物质管理条例，有效管理零部件中的有害物质，严格控制零配件和组件中有害物质的含量，并在必要时减少或替换其使用，为客户提供更安全、更健康的优质选择。与此同时，我们按照中国质量认证中心材料数据库系统 (CQC MDS) 及中国汽车材料数据系统 (CAMDS) 的要求提交数据，以符合型式认证的要求。

此外，我们制定了有害物质豁免清单，要求供应商提前完成年度豁免申请流程，在优化供应链管理方面持续努力。我们将持续提升有害物质管理效率，为车辆安全与环境保护保驾护航。

多年来，我们不遗余力地开发众多硬件设备，持续探索降噪可能性，为客户创造更加舒适的驾驶体验。例如在本地新项目中持续引进新兴隔音材料提升客户听觉舒适度。我们还投资于数字化降噪技术领域，例如运用主动降噪 (ANC) 技术，通过软件手段有效降低车内噪音，从根本上减少了对硬件设施的依赖，这意味着更轻量化以及更少排放，也标志着降噪手段从传统解决方案向更可持续的未来降噪方式迈出了重要一步。

宝马集团中国产品在中国保险汽车安全指数 (C-IASI) 中表现优异

在结构耐撞性得分方面，BMW X1 获得了优秀评级，并在测评中获得了零缺陷的称号。在可维修性得分方面，BMW X1 再次脱颖而出，成为唯一一款获得优秀评价的车型。



结构耐撞性：
零缺陷



车内成员安全指数：
优秀



车外行人安全指数：
优秀



车辆辅助安全总分：
得分率 96.6%

提升驾驶安全

为提升驾驶安全性，我们与客户紧密合作，积极推广安全驾驶理念。我们通过 BMW 精英驾驶培训项目为驾驶者提供全面的安全驾驶培训，旨在培养良好的安全驾驶习惯，并增强他们在复杂路况下的应对能力。2023 年，该项目成功吸引了 15,062 名参与者。

展望

秉承对质量第一的不懈追求，我们持续提升产品安全性能，为客户提供高品质与高安全性兼备的产品。通过不断的技术创新与质量改进，我们致力于为客户打造高品质的产品和卓越的出行体验。为进一步加深客户对于产品健康与安全理念的理解，自 2024 年起我们将开展一系列市场活动，推广健康的美好生活方式。

1. 欧盟化学品注册、评估、许可和限制条例。

#生物材料

愿景与方向

基本原则

产品与服务

生产与运营

经销商与供应链

员工与社会

其他信息



可持续产品

2.2

可持续产品

引领全球变革始于自我革新。我们积极践行这一理念，通过技术创新不断提升产品、业务实践及服务。这些不懈努力与我们致力减缓气候变化影响的目标相契合，为可持续发展的未来铺平道路。

重构想象

宝马集团秉承可持续设计理念
采用橄榄叶萃取物代替传统的鞣制剂
将“无限循环利用”的理念运用至车内
在整个生命周期内减少汽车的碳足迹

351,634个
零配件回收数量，总重量超过766吨。

100%
中国区域退役动力电池回收利用率。

99,972台
2023年宝马集团中国新能源汽车零售量。



可持续产品组合

我们全力支持宝马集团成为高端个人出行领域最可持续的制造商之一的使命。同时，我们与政府步调一致，加快推进电动出行的转型之路，全力以赴提升传统驱动技术能效。

我们坚信电动化、数字化和循环永续是未来交通的发展方向。为此，我们不断优化产品组合。并计划宝马集团计划最迟于2030年将纯电动车型在全球销量占比提升至50%。

秉承可持续发展的理念，BMW 新世代概念车在生产制造过程中提高了可回收和可再利用材料的使用率，纯电驱动的方式，大大降低了全价值链、全生命周期的碳足迹。BMW 新世代概念车是宝马对未来出行的愿景之作。

宝马集团中国以多元、强大的电动车型产品组合，彰显我们向电动出行未来的转型决心。截至2023年底，我们在中国市场成功推出六款

全新纯电动车型，包括开创性的BMW i7、全新BMW i3、BMW i4、BMW iX、BMW iX3和BMW iX1。2023年，宝马集团中国新能源汽车零售量达99,972辆，同比增长超69.1%。从燃油车到电动车，宝马集团中国车队在秉承独特驾驶乐趣的同时力求节能降耗，对环境和社会更加负责。

我们不止于提供出行工具，更致力于通过创新和可持续的交通解决方案引领未来交通出行方向。我们助力推进宝马集团的全球电动化进程，以构建一个聚焦环境责任和可持续发展的美好未来。

我们全力优化燃油效率，减少碳排放。2023年，进口车型的企业平均燃料消耗量从7.24升/百公里降至6.99升/百公里，国产车型企业平均燃料消耗量从6.08升/百公里降至6.03升/百公里。卓越成就的背后，是我们对汽车电动化及可持续发展的不懈追求与坚定承诺。



AAAAA

华晨宝马连续五年荣获中国汽车技术研究中心“绿色发展指数”5A评级。

减少产品碳足迹和创新型解决方案

宝马集团中国将全球战略与本土发展完美结合，全面引领汽车可持续发展创新前沿。我们对可持续发展的承诺不仅体现在对可回收及生物基材料的使用，也体现在提升环境管理水平与深化消费者意识方面的努力。能源效率、空气动力学和轻量化设计等领域的创新突破，进一步确保我们在提供卓越汽车性能的同时，最大程度地降低对环境的影响。

产品生命周期评估

宝马集团中国对旗下车型进行了全生命周期评估，进一步识别价值链上的减碳机遇。2023年，华晨宝马强化可持续发展承诺，顺利完成了对全新X1车型的全生命周期碳足迹评估与分析，这是我们为减碳努力迈出的关键一步。此外，BMW i5 eDrive 35L车型在中国绿色汽车评价体系 (C-GCAP) 评审中荣获五星评级。

BMW i5 eDrive35L车型在中国绿色汽车评价体系 (C-GCAP) 评审中荣获五星评级。

中国绿色汽车评价体系 (C-GCAP) 提供独立、公正、专业和全面的汽车绿色指标评价，该评价体系涵盖了车载空气质量、电磁防护、续航里程、充电效率、碳足迹等行业和消费者普遍关注的多个衡量指标。

可持续的设计理念

宝马集团中国的可持续发展设计理念与宝马全球设计战略紧密相连，确保客户在中国乃至全球都能获得非凡体验。我们秉持“家在中国”创新理念，将具有国际视野的设计概念与本土文化的微妙差异巧妙结合，精准满足中国市场的需求。

循环永续是宝马设计理念的核心。我们聚焦可回收创新材料的运用，在循环利用实践方面与宝马集团步调一致。除了对工艺流程和制造技术的再思考，宝马还致力于持续提升客户对产品环境影响的理解与认知。

宝马秉承大道至简，以简驭繁的理念，使可持续设计理念超越了传统环保的概念。宝马设计师与全球创新者与工艺大师合作，融入可持续理念、非凡创新和启迪人心的美学，全力打造和提供卓越驾驶体验。



能源效率

宝马致力于通过创新解决方案提升汽车能效与续航能力。

最大续航模式：BMW iX1 及 i5 车型配备了全新的最大续航驱动模式，该模式可最大限度提高续航里程效率，应对车主因充电故障等突发原因无法为汽车电池充满电的情况。启动该模式后，用户可将续航里程增加 15% 至 25%。



控制面板加热装置：BMW iX 的面板加热功能由智能空调系统自动控制，它能够直接对车内的关键部件进行加热，包括仪表盘、手套箱、扶手上方车门装饰板、扶手以及中央控制台和方向盘。与传统加热方式相比，这种加热方式不仅响应迅速、运行安静，而且可通过热辐射的方式均匀传递热量，为车内用户带来惬意驾乘感受的同时实现能效提升。

空气动力学

空气动力学是优化汽车性能与能耗的关键要素。我们的全新 BMW X1 及 iX1 车型均采用了多种技术手段以减少空气阻力。

轻量化结构与设计

轻量化结构可有效提升驾驶乐趣、降低油耗和增加续航里程。例如，全新 BMW X1 运动型多功能车型采取多项措施实现轻量化，兼顾车辆减重与能效提升。



铝制引擎盖可增强横向和纵向动态性能。



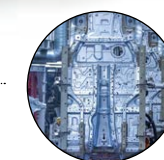
在 X1/iX1 系列的所有车型的标准配置中，包含了经过优化的**车顶扰流板**和气动叶片。



高强度钢侧防撞梁进一步提升车身强度。



优化**轮毂**设计，根据不同轮距精选轮胎，以减少空气阻力与滚动阻力。



车底总成专为纯电和内燃车型定制，以减少空气阻力与升力。



产品资源利用与保护

扩大再生材料使用

宝马集团中国与供应商通力合作，最大限度地将再生材料融入我们的产品线。我们的供应链管理实践与材料标准与宝马集团全球指导方针一致，在确保符合产品安全性、汽车及零配件性能要求与质量标准的同时，着力提升再生材料使用比例。

我们与制造商紧密协作，将生产过程中使用的材料回收至原料制造商，经再制造后重新投入生产使用。2023年，我们累计实现了82,639吨废钢的回收利用。同时通过动力电池闭环回收系统，我们能够回收总量为1,041吨的再生材料¹。

在再生塑料材料方面我们也取得了显著进展。多年来，我们在塑料工艺流程、产品开发和验证方面取得了重要的研究成果，还在再生材料应用方面积累了宝贵的实践经验，成功将再生材料应用于包括BMW 3系、BMW iX3和BMW X5在内的现有产品中，成为我们在可持续发展承诺方面的关键里程碑。

82,639吨

生产过程中的废钢回收量。

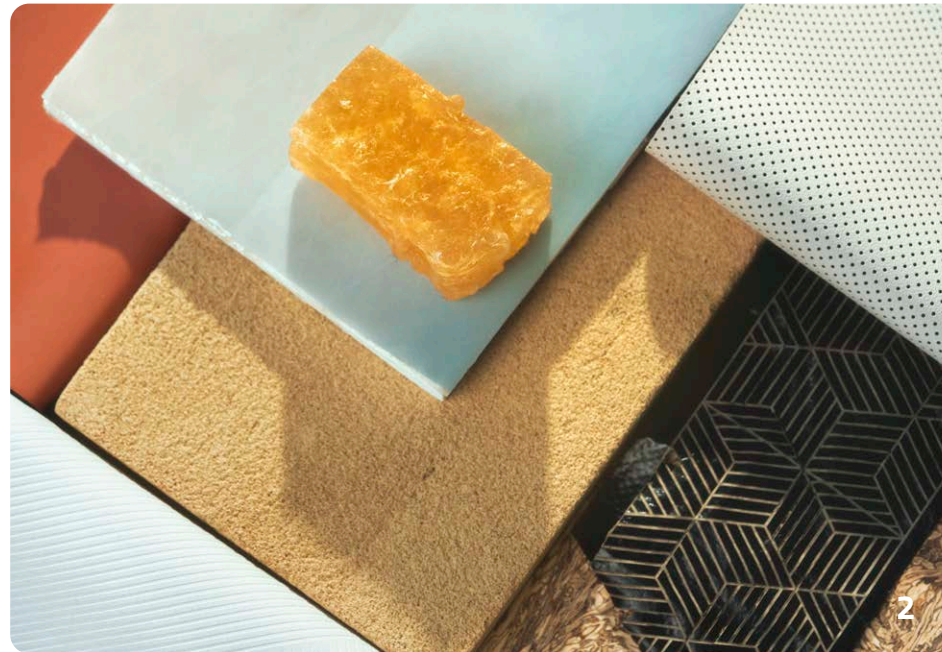
1,041吨

通过动力电池闭环回收系统原材料的回收量。

我们积极通过材料标识提升客户对再生材料的认知与理解。可持续产品同样需“再思考”，通过引导客户“再思考”可持续材料的价值，加强客户与使用再生材料产品之间的联系。在迈向低碳环保目标的路途中，我们始终追求融入使用优质的可持续材料。

创新型生物基材料

我们与供应商共同开展创新研究，在塑料中添加咖啡渣和其他植物纤维等生物基材料。还在新五系车型中推出了包括采用纯素人造革²在内的多样化内饰选项。同时作为材料研究的一部分，我们还与初创公司合作，开发更多全新的生物材料内饰。



引领电池可持续利用

随着新能源汽车的加速普及，动力电池的退役量逐年增加，为此我们构建了完善的动力电池回收利用体系，这对保护生态环境、保障新能源汽车产业的持续健康发展至关重要。宝马集团中国正积极与行业伙伴携手，共建可持续、循环永续和高质量发展的生态系统，实现中国动力电池生命周期管理。通过与战略合作伙伴的通力合作，我们推动以负责任的方式开展退役电池组报废处理与价值提取，不断增强电动出行解决方案的循环性。

电池梯次利用

宝马集团中国持续探索与开拓退役动力电池的多元应用场景，在被拆解前充分挖掘它的价值，例如，将传统的叉车铅酸电池替换为退役动力电池，并应用于宝马集团中国生产基地的叉车中，此举不仅优化了叉车的操作性能，也显著降低了维护需求。目前，我们正与合作伙伴开展深入研究，进一步挖掘相关应用的潜力。退役动力电池的另一个应用场景是可用作储能站的固定式储能电池，在项目周期结束后，站点拆除的电池将重新用于不同的储能站。

1. 从HVB收集的原材料包括氢氧化锂、硫酸镍、硫酸钴、铜、铝和锰。

2. 宝马集团创新纯素人造革内饰材料。

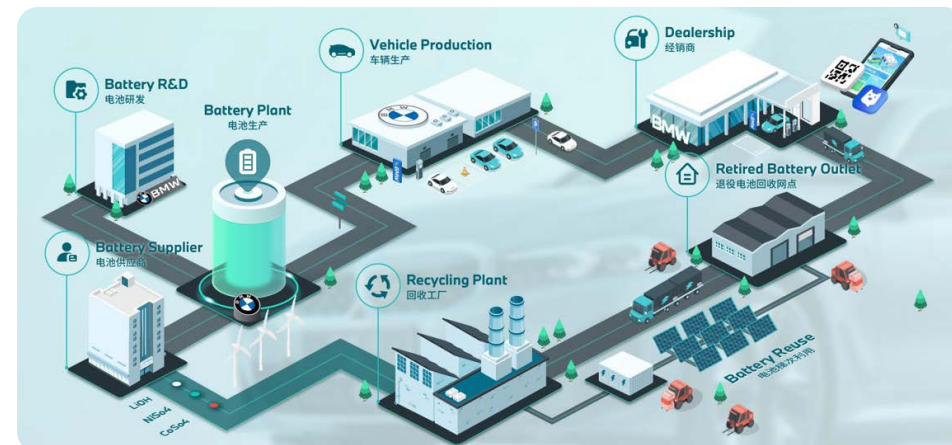
电池回收利用

通过深化与专业电池运输和电池回收伙伴的合作，宝马建立了完善的高压动力电池回收管理流程。通过持续的闭环回收，我们促进了镍、锂和钴等关键材料的回收利用，这些材料可提供给宝马的电池供应商，用于生产全新动力电池。2023年，宝马集团中国动力电池闭环回收协议的覆盖范围从中国制造的汽车扩展至所有进口汽车。目前，我们在中国实现了100%回收报废动力电池，其中包括客户汽车电池、从经销商处采购的电池以及宝马沈阳工厂的生产测试电池。据估计，通过实施闭环回收模式，可实现70%的二氧化碳减排，最大程度地发挥退役动力电池的剩余价值，有效降低原材料的开采需求。

电池集成IT系统提高可追溯性和回收效率

信息技术系统通过追踪与编码等功能，帮助公司满足国家电池法规及合规要求。智能信息技术系统可通过链接包括经销商、物流服务提供商、原材料回收商在内的不同利益相关方，实现高效的闭环可追溯性。

与此同时，我们将数字化解决方案整合至现有的追踪平台中，简化退役动力电池的回收路径，确保物流高效运营。目前，宝马集团中国的经销商网络已全面融合动力电池全生命周期管理生态系统，显著提升了动力电池回收效率。



扩大零配件再制造范围

再制造零配件的基本理念是循环利用。宝马的再制造工艺能够对满足回收标准的老旧零配件进行精确修复，标准化的流程显著降低了生产中的碳排放、废水排放以及原材料消耗。宝马集团中国加快扩大再制造的深度与广度，巩固在循环经济领域的先锋地位。2023年，我们扩展了零配件返修计划，并持续深化售后服务部门在再制造零配件方面的研发工作，这增加了我们的再制造零配件储备，也极大提高了材料的回收利用效率。

推进零配件再制造和市场发展

2023年，我们在加快推动再制造零配件发展的同时，还聚焦于加速推进再制造零配件的市场布局。宝马推出的电子转向机、变速箱、四轮驱动分动箱、空调压缩机等再制造零配件，深受市场的广泛认可。我们将尖端研发能力与市场战略布局相结合，使宝马集团中国成为引领行业发展和塑造消费趋势的先驱者。我们为迄今为止取得的成就和进展感到自豪，并将一如既往地通过全力投入回收计划和汽车零配件再制造，深入践行可持续发展。

再制造零配件

原厂标准，同样保障

宝马再制造零配件采用极高标准的技术与工艺，使用和原厂新品相同的组装流程，遵循宝马统一标准进行严格的功能检测，并享受同原厂新品零件一样的2年不限里程保修政策。



推动零配件再制造和回收

在宝马集团中国，我们积极推动对零配件再制造和回收的高效、精准管理，进一步扩大零配件回收范围。2023年，我们收集再制造零配件351,634件，成功回收766吨材料，包括285吨钢铁、230吨铝、177吨塑料、57吨纸张、7吨纤维、5吨橡胶及5吨玻璃。

100%

中国区域退役动力电池回收利用率。

展望

2024年，宝马集团将在中国市场推出更具吸引力的新能源车型。并且，我们计划宝马开发专为中国市场需求量身定制的可持续材料，不断提升汽车再生材料使用比重。我们通过将可持续发展优先贯穿于运营的各个环节，为客户提供超凡价值。

在材料领域，我们致力于与供应商携手共进，共同推动再生原材料应用场景，开展核查审计确保能源和碳排放标准化管理。我们将坚定不移地将可持续发展作为公司运营工作的重中之重，为我们的客户和地球绘就更加光明的未来。

我们仍将持续投资于再造零配件的研究和设计，进一步将范围扩展到泵、电动空调压缩机等领域。并且，我们也正在重新设计未来五年的旧件逆向物流流程和体系。延续去年的进展，新的零件逆向物流评估在线平台系统将于2024年完成，并准备进入启动阶段。



2.3

以客户为中心的服务

以客户为中心的服务理念是我们追求卓越的不竭动力。在运营的每个环节,我们持续满足并不断超越客户期望,并将可持续的创新理念融入服务流程,将负责任营销、无缝的数字化客户体验、定制化的金融方案以及有效的客户参与放在首位,与客户建立更深层次的联接。

276,682名
使用My BMW应用程序的新能源车主数量。

588,550个
接入宝马充电网络的公共充电桩数量。
↗ 25% vs 2022



以客户为中心的理念

秉承以客户为中心的指导思想，我们致力于与车迷、支持者和潜在消费者建立长久的关系纽带，丰富与客户的互动参与。我们扩大充电基础设施，为客户提供多种充电选择。借助数字化的力量，My BMW 应用程序为客户提供了无缝的数字化体验。我们倾听客户的反馈，不断改进我们的金融和售后服务，利用人工智能技术提升我们的产品，进一步提升客户服务体验。

布局充电基础设施

为客户量身定制全面、便捷、高效的充电体验，并与时俱进地满足客户需求是我们充电服务的一个重要组成部分。2023 年，我们携手国网电动持续构建高标准的绿色充电生态体系，为新能源汽车提供可再生电力充电服务，推动充电技术创新，推广卓越的充电服务，致力成为可持续充电解决方案的领导者。

扩大充电网络

随着中国新能源汽车市场的蓬勃发展，扩大充电基础设施建设尤为关键。宝马集团中国致力于通过加强充电基础设施建设以及提供多元化的充电选择，为客户提供无缝体验。



私人充电

在私人充电领域，我们为客户提供高品质充电墙盒产品和一站式安装服务。新一代智能充电墙盒提供插拔充电、远程控制、远程诊断以及空中下载 (OTA) 等升级功能，为客户提供智能化体验。智能充电墙盒可通过激活共享功能，实现多个用户共享管理。此外，为提升客户对峰谷电时段的理解与认知，帮助减轻电网负荷，促进能源的合理使用，智能充电墙盒还为客户提供了在电力非高峰时段预约充电时间的选项。

公共充电

在公共充电领域，我们与更多充电运营合作伙伴深化合作，推广即时充技术。截至 2023 年底，超过 588,550 个充电桩已接入宝马充电网络。首批“BMW 超级充电站”自 2023 年 8 月起正式进入运营，该充电站配备高达 600 千瓦的超大功率的充电设备，并向所有品牌的新能源汽车开放。与此同时，我们还与合作伙伴在中国共同构建大功率充电网络，首批充电站计划于 2024 年在主要新能源汽车地区运营，并预计到 2026 年底，在全国范围内安装至少 1,000 座充电站，约 7,000 个充电桩，竭力为客户提供高效、无缝、智能的充电体验。

经销商充电站

为更直观地向客户展示充电服务，我们在经销商门店部署充电设施，截至 2023 年底，我们在全国共有 615 个可用经销商充电站。为提高经销商参与积极性，我们引入了先进的三合一经销商充电站，构建了充电、光伏、储能三合一的一体化能源解决方案，并通过优先采用可再生电力，进一步强化了对可持续发展目标的坚定承诺。

绿色电力充电服务

为有效降低宝马汽车在使用阶段的碳排放，我们与国家电网深化合作，持续推广绿色电力充电服务。同时，为确保可再生电力来源的可追溯性与透明性，国家电网引入区块链系统，全面获取可再生电力类型、发电省份、用电省份、充电站位置以及可再生电力消耗量等详细信息。我们向客户发放可再生电力证书鼓励客户采用可再生

电力充电，并推出多种使用绿色电力的激励措施，鼓励客户积极参与并在日常生活践行可持续行动。2023 年，随着宝马新能源汽车销量的增长以及绿色电力的推广，宝马新能源汽车共达成了 3,179 次绿色充电订单，使用可再生电力总计 89,708 千瓦时。

数字化充电服务

数字化是紧密联结宝马客户、产品、服务与品牌的关键纽带。宝马集团中国通过 My BMW 应用程序提供一站式充电服务，保障客户体验，支持经销商运营，确保双方均可接入 My BMW 应用程序的充电服务门户，该门户提供充电指南、数字服务、社群互动、会员服务、在线充电关怀等广泛功能。截至 2023 年底，已有 276,682 名新能源车车主使用 My BMW 应用程序，开启高效便捷的充电体验。

My BMW 应用程序针对私人及公共充电服务设置了完善的客户反馈机制，该机制具备满意度调查、在线评估及充电问答门户等功能，确保及时反馈。此外，BMW 即时充电交流圈作为 My BMW 应用程序的开放社群，由官方账号“充电宝”通过该社群定期为车主提供充电服务信息、专业知识及问答，并赠予贴心礼品，传达节日问候，让用户享受可靠、智能的充电服务。

数字化客户旅程

我们通过数字化转型加强在线运营能力，例如运用上线自动活动通知和其他服务功能。我们将传统的业务模式与技术进行无缝整合，打造更全面、更智能的综合服务体验，持续提升服务品质，促进客户、多样化产品、综合服务与宝马品牌之间的紧密联结，构建了一个充满活力、高效运行的生态系统。

My BMW 应用程序与用户保持全天候互动，用户在该平台可享受支付购车首付、服务预约、远程控制等多种便捷服务，也可获得宝马最新资讯。2023 年，我们推出了个性化“消费积分”服务，在电商板块为客户提供精选优惠，并针对中国消费者的喜好提供定制化、多样化的生活周边产品。My BMW 应用程序还引入数字钥匙等创新功能，

消费者能够通过智能手机轻松启动汽车。目前，该应用程序拥有超千万注册用户，并得到用户的高度认可，在苹果应用商店获得高达 4.9 分（满分 5 分）的评价。

经销商是宝马集团中国服务的延伸，强化经销商与客户间的联系对我们至关重要。为此，我们持续加强 SPARK-DMO 数字平台建设，帮助经销商实现与客户从线上到线下的无缝互动和个性化服务。

数字化转型在减轻环境影响方面同样发挥了积极作用。随着传统纸质服务过渡到无纸化流程，2023 年，SPARK-DMO 平台节省消耗 9,700 万张纸，为我们实现可持续发展目标贡献力量。



276,682名
新能源车车主使用 My BMW 应用程序。

宝马金融服务

金融服务在以客户为中心的长期可持续发展中发挥关键作用。我们深知，为客户提供多样化的金融产品和服务，有助于鼓励客户做出更负责任的购买决策。

2023年，宝马集团中国遵循与宝马集团一致的环境、社会和治理(ESG)框架，采取多项措施强化在华的可持续金融服务，通过提供具有竞争力的贷款和租赁优惠活动，为新能源汽车的推广提供支持。与此同时，我们聚焦全面风险评估，恪守中国金融监管机构相关规定，并借助内部沟通及培训活动，全面提升合规意识。

我们与原始设备制造商紧密合作，通过为电动汽车定制有竞争力的金融或融资租赁方案，为客户提供更多灵活便利，激发客户对电动出行的热情，全力加速中国电动化进程。2023年，我们的贷款和租赁产品涵盖了包括BMW iX1、BMW i3、BMW iX3、BMW i4、BMW iX和BMW i7在内的多款电动车型。

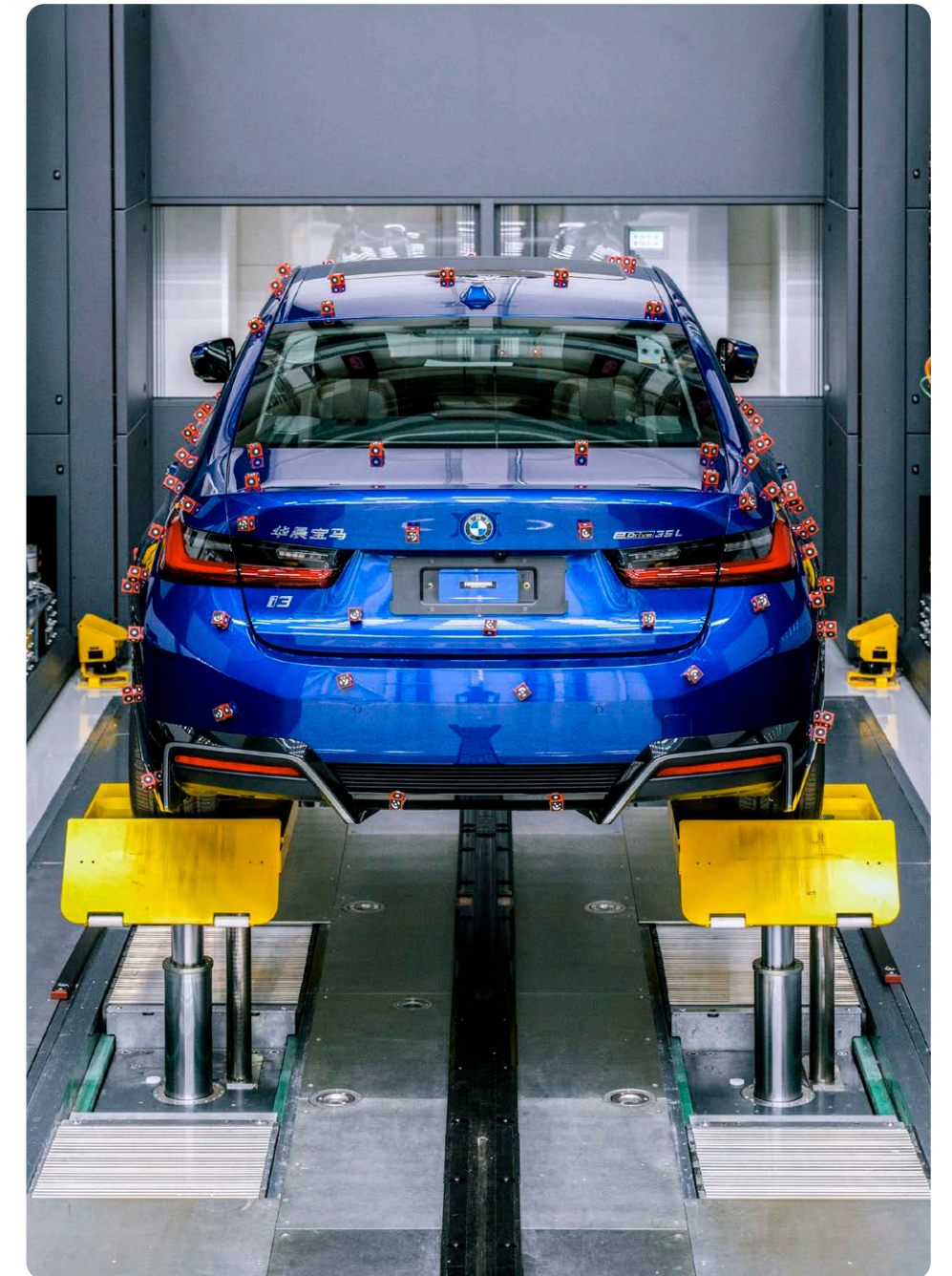
我们通过整合数字化及传统渠道开展多场季节性促销活动，并推出具有竞争力的贷款和租赁方案，为电动车型提供更优惠的利率。

2023年，先锋租赁作为宝马集团中国的租赁服务提供商，进一步融合了创新的电动汽车销售理念。例如，针对BMW i3和BMW iX3推出了1年或2年基于残值的“深度试驾”租赁产品。同时，我们推出的“2+2”悦选明天计划在提供2年初始租赁合同期限后继续为客户提供2年延期付款，提高客户支付方式灵活度。此外，先锋租赁针对BMW iX推出了悦选明天计划，为客户提供具有吸引力的月付及首付优惠组合方案。2023年7月，BMW iX为悦选客户提供了免费虚拟充电卡。这些多种多样的营销活动为客户购选电动车型提供了多元化、灵活性的金融方案。

售后服务质量

卓越的客户体验是宝马集团中国赢得客户信任、增强品牌价值的关键所在。我们始终坚守客户至上的服务理念，追求卓越的服务质量管理，提供超越客户预期的服务体验。

我们不断创新并升级“客户体验促进会”平台的反馈机制，持续提升客户满意度及经销商业绩。这一举措在优化运营流程、提高服务质量。



的同时，更为持续改进客户体验奠定坚实基础。2023年，超过300家经销商积极运用该平台，实施了超过911项售后服务行动计划，彰显我们对客户需求的深刻理解和与服务卓越的不懈追求。

我们还利用数据分析技术和人工智能(AI)，将客户反馈与复杂的问题解决引擎联动起来，持续优化服务质量。2023年，我们通过整合包括客户之声、客户调查和外呼电话等数据信息加强客户反馈分析，有效推动客户体验的持续改进。

倾听客户的声音

宝马集团中国深知真诚倾听和理解客户需求是提供优质产品与服务的关键。秉承以客户为中心的服务理念，我们在技术领域不断创新，升级客户反馈平台、沟通渠道和机制。保障我们在不断提高产品和服务质量的同时，提供超越客户期望的产品和服务体验。

在客户旅程的每一个环节，我们都积极收取收集反馈意见，确保在产品咨询、展厅参观、试驾、报价、车辆交付及售后每个环节都能理解客户的需求。我们还与经销商保持密切沟通，帮助他们提升对接客户的能力。为了提高运营效率，我们优化了“客户体验促进会”平台的反馈收集功能，为经销商引入了更多工具和最佳实践。

更进一步，我们还引入了“客户之声”机制，运用人工智能技术分析客户服务质量和产品改进信息，确保了各业务环节的无缝协作，持续根据客户的直接反馈优化产品与服务。



客户隐私保护

对宝马集团中国而言，客户隐私可让数据治理臻于至善，因为我们坚信保护隐私是提供卓越客户服务与体验不可或缺的一部分。

为维系对尊贵客户及合作伙伴的信任，宝马集团中国始终将客户隐私保护作为工作的重中之重。我们恪守中国及国际相关监管要求，遵守政策、标准及内部流程，全面精准地保障数据的安全和准确。为清晰、规范处理客户数据，我们建立了一套应对潜在数据安全事故的强大流程，一旦事故发生，事故经理会立即评估事故的影响范围，并协调相关部门采取行动。以上系列措施，皆是我们为信息透明、准确做出的努力，将继续加强客户隐私管理，确保数据管理工作有章可循、权责清晰，持续赢得利益相关方的信任与支持。

智能网联汽车数据安全

我们坚持高水平的数据保护，并采取严格的内部程序、工具和操作指南，全面保障客户隐私。随着汽车企业数字化的兴起，对智能网联汽车数据隐私与安全的合规要求不断提升。为积极应对潜在的数据隐私与安全挑战，我们严格遵守欧盟和中国多项法律法规，例如 UN R155《信息安全与信息安全管理规范》《汽车数据安全若干规定（试行）》等，亦为即将出台的《汽车网络安全技术要求》《汽车数据通用要求》等相关批准要求做足准备。与此同时，为防范智能网联汽车数据安全及客户数据隐私相关风险，我们要求所有新车型和迭代车型均须在上市前通过“数据隐私影响评估”(PIA)，确保信息安全因素从产品设计阶段就纳入考虑，这是我们在打造安全、可靠的智能网联汽车方面的坚定承诺。



宝马集团中国严格遵守以下数据保护法律法规：

国家及行业层面	《中华人民共和国个人信息保护法》	《中华人民共和国数据安全法》	《汽车数据安全若干规定（试行）》
公司层面	跨部门数据治理项目		

客户参与

提升可持续意识

2023年，我们举办了世界环境日活动、MISSION i 品牌体验活动以及参加中国国际进口博览会 (CIIE) 等活动，并提供多层次的体验，使客户能够深刻了解我们的品牌理念。

我们始终关注环境问题，秉承循环经济理念，不断探索与创新。在中国国际进口博览会上，宝马集团以“无永续，不豪华”为主题带来包括 BMW iX5 氢燃料电池车在内的多款新能源产品，倡导 iFactory 电动车战略路线。同时，宝马集团也展示了可持续发展战略、在华科技创新研发方面的综合实力。

世界环境日与BAVA

我们通过线上创意视频在世界环境日向客户传达宝马循环永续的理念，视频由宝马首席娱乐官 BAVA 生动有趣地讲述关于材料回收的故事，并采用回收材料精心打造循环限定款 BAVA，这一有趣的互动方式恰到好处的传递了循环理念。



展望

2024年，我们将持续改善并拓宽客户沟通渠道，积极倾听客户声音，利用人工智能技术更精确地响应客户需求，造就卓越客户体验。我们亦将继续推广可持续金融服务，使新能源汽车触达更广泛的客户群体。通过加强客户参与，我们将提高可持续发展意识，为实现与《巴黎协定》一致的绿色未来贡献力量。



我们通过客户参与活动深化气候友好理念宣传，践行可持续发展承诺。2023年，我们在上海举办 MISSION i 活动，展示宝马纯电产品和我们在电动汽车领域取得的发展，活动有效提升了各方对电动汽车的关注度。





CHAPTER 3

生产与运营

以责任为基，环境管理为生产运营中的可持续发展相关行动明确了方向。我们对汽车全价值链的环境足迹进行评估，涉及从原材料的采购、车辆生产、设备管理、分销物流，直至车辆销售的全流程。着眼于能效与资源利用最大化的同时，我们也不断通过回收再利用促进资源的良性循环。我们运用可持续思维及技术解决方案，持续改进生产流程，以缔造卓越的产品，并关注我们赖以生存的地球。

3.1 资源使用与效率

46

3.2 绿色物流

55

03

3.1

资源使用与效率

宝马集团中国全力支持中国碳达峰、碳中和目标和宝马集团的减碳目标，并对生产和运营各阶段的潜在影响和风险进行全面评估。通过打造高度灵活的生产线，我们不仅能实现资源节约，同时可以保证数据透明及资源的循环。

100%

沈阳生产基地和36个非生产基地可再生能源电力供电占比。

-5.3%

单台生产二氧化碳排放量同比降幅。

-1.3%

单台生产能源消耗量同比降幅。

-2.8%

单台生产水资源消耗量同比降幅。

-14%

单台生产废弃物处置量同比降幅。

-8.3%

单台生产挥发性有机化合物(VOCs)排放量同比降幅。



SDG 7, 9, 11, 12, 13 and 15

BMW iFACTORY 生产战略

BMW iFactory 生产战略利用创新技术，不断促进高度生产灵活性、高效性。旨在节约非必要资源使用的同时，推广数字化解决方案。此生产战略不仅重新定义了未来生产的方向，还在气候保护方面树立了新的标准。

BMW iFACTORY 生产战略的本土化

在中国的生产战略结合了当地文化和优势，以更快捷、有效且契合当地的市场需求将产品产业化落地。我们以中国为导向的五大战略支柱巩固了我们的承诺，即根据中国市场的独特性开展可持续生产实践，促进经济、环境和人才共同发展。

高效与灵活生产

通过遵循高效灵活制造的原则，在流程中实现无缝集成，我们在短短九年内将生产规模扩大了超过250%。生产水平的不断提升确保了宝马能够持续为客户提供卓越的产品。

资源节约与循环再生

我们不断优化能源和资源的利用，并在整个生产流程中努力实现最大程度的减排。在过去的六年中，我们履行了对资源效率和循环利用的承诺，取得了显著成效：每辆车的二氧化碳排放量降低了65%以上，淡水使用量减少了30%。我们通过与合作伙伴的紧密协作，回收、再利用材料以及采购再生材料，不断提高产品和部件包装中再生材料的成分比例。

数字化转型助力可持续制造

数字化是推动整个生产过程可持续优化的关键因素。我们通过培养数字化人才，实施数字化解决方案，为制造流程增值。例如，人工智能技术及优化的可视化技术，进一步提升生产质量、速度、准确性、效率和协作能力。

炼思维筑能力，驾驭复杂形势

员工和独特的国际文化是我们未来成功的宝贵资产。通过为人才创造成长机会，我们培养了具有韧性和适应力的多元化员工队伍，在不断变化、复杂的商业环境中取得成功。

高效制定决策，快速解决问题

通过协调研发、采购和生产团队的专业知识和资源，我们形成了一个具有凝聚力的团队。这种跨职能的工作方式有利于我们迅速有效地采取措施应对风险和把握机遇，同时密切关注中国客户需求。



环境治理与风险管理

在宝马集团中国和华晨宝马内部，我们建立了由高级管理团队组成的技术与生产可持续指导委员会，每月度召开会议监督可持续战略落实及重点项目进展情况：覆盖二氧化碳减排、能源效率提升、废水与废弃物管控、再生材料应用等方面。此外，我们在每家工厂设立绿色工厂委员会，致力于创新项目开发，通过提高生产效率，实现环境指标的持续优化。借助多层级的可持续发展接口，促进宝马全球生产网络的互通交流与最佳实践的分享。

2023年，宝马集团中国的所有生产基地均通过ISO 14001:2015环境管理体系认证。我们的环境管理团队与合规部门始终保持密切合作，确保环境管理完全满足最新的法规及政策要求。

目标导向的管理方法

宝马集团中国通过设定具体的目标和采用全面的管理方法，持续将环境影响降至最低，每一年均采用系统、科学的方法，制定与宝马集团契合的环境目标。2023年，我们实现了与碳排放、水资源消耗、废弃物管理、能源使用和挥发性有机化合物排放相关的所有年度环境目标。

生产与运营碳管理

作为宝马集团的重要组成部分，我们致力于在华的运营与集团的可持续发展目标保持高度一致，首要目标是到2030年实现单台车辆生产阶段二氧化碳排放量较2019基准年减少80%。生产阶段的碳排放是我们范围一和范围二碳排放的主要来源，其中包括来自天然气、外购电力和外购热力产生的排放。为应对这一情况，我们自2019年起开启了向

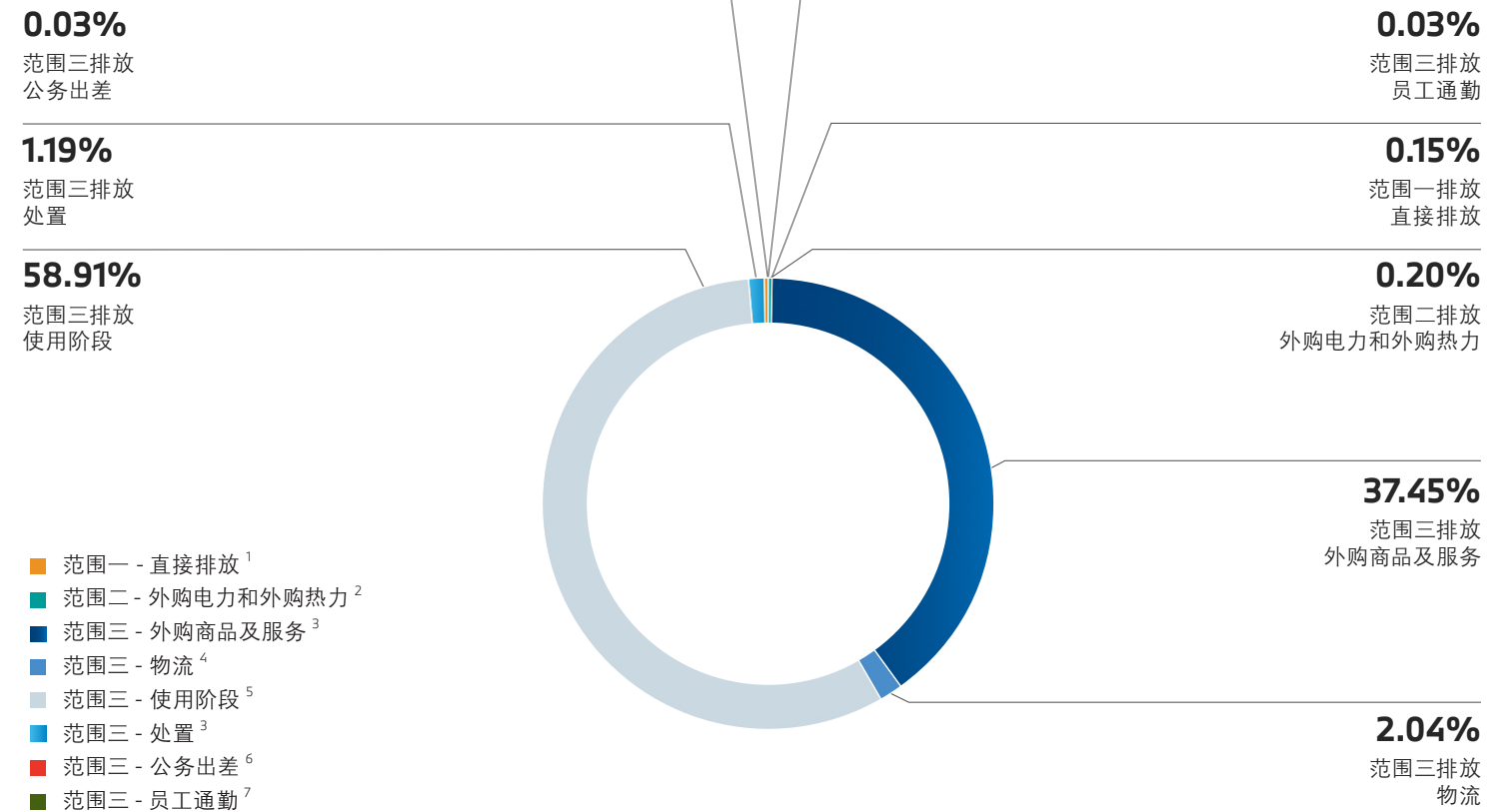
可再生能源的过渡转型。截至2023年，宝马集团中国在沈阳的所有生产基地以及全国36个在华非生产基地均已实现100%可再生能源电力供电。我们正持续稳步推进向可再生能源的转型，并与地方政府及合作伙伴一道积极探索能替代技术与能源选择方案。

温室气体排放（吨二氧化碳/二氧化碳当量）

	华晨宝马				宝马集团中国		
	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
温室气体排放总量	29,201,934	32,560,605	34,780,313	6.8	39,720,941	40,211,085	1.2
范围一 ¹	50,937	54,306	57,309	5.5	54,306	58,532	7.8
范围二 ²	71,604	76,121	80,662	6.0	76,121	81,109	6.6
范围三 ^{3,4,5,6,7}	29,079,393	32,430,178	34,642,342	6.8	39,590,514	40,071,444	1.2

→ 范围一、范围二和范围三温室气体排放具体情况见97页。
→ 范围一、范围二和范围三温室气体排放关键数据编报基础见115页。

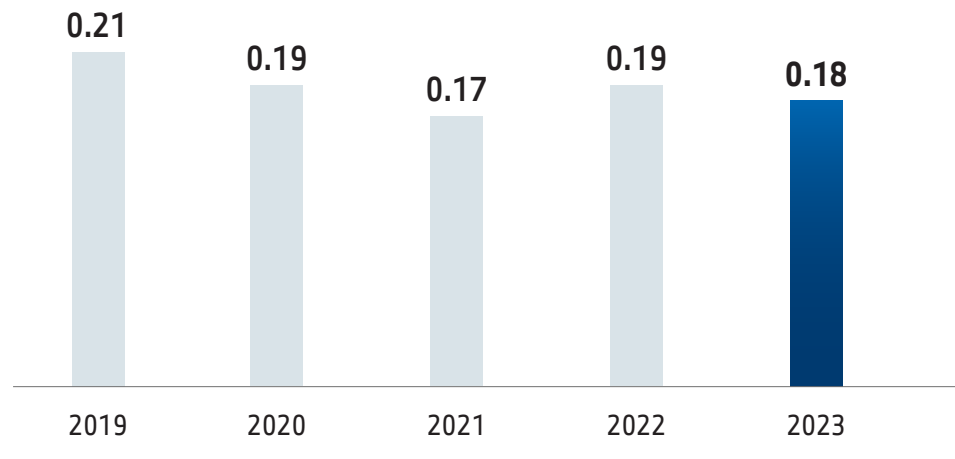
宝马集团中国2023年碳足迹分布



1. 汽车生产消耗（华晨宝马工厂）和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点（非生产场所，如研发中心、培训中心、办公楼）化石燃料消耗产生的直接二氧化碳排放量，不包括建筑和现场供应商的化石燃料消耗。用于计算的系数来自德国汽车工业协会（VDA）发布的电力、区域供热和燃料排放因子。公务车的排放量指宝马集团中国具有控制权的公务车产生的直接二氧化碳排放量，排放量根据车辆行驶公里数以及对应排放因子计算得出。
2. 汽车生产消耗（华晨宝马工厂）和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点（非生产场所，如研发中心、培训中心、办公楼）的外购电力和外购热力产生的间接二氧化碳排放量，不包括建筑和现场第三方供应商的外购电力和外购热力。为了计算范围二二氧化碳排放量，根据世界资源研究所发布的温室气体协议范围二指南使用“基于市场”的方法。用于计算的系数来自德国汽车工业协会（VDA）发布的电力、区域供热和燃料排放因子。
3. 车辆相关外购商品和服务的排放及报废过程的排放为根据 ISO 14040/44 对产品系列中的代表性车辆进行生命周期评估得出。计算模型为 Sphera 的“LCA for Experts”工具，并在计算中考虑了中国市场因素。
4. 物流排放包括工厂材料供应、整车配送和售后服务的排放。物流排放是以实际运输方式、运输重量和行驶公里数为基础。排放系数来源于同时期的标准，如国际 GLEC 框架 V3.0 和 DIN EN 16258/ISO 14083。
5. 使用阶段的排放是基于宝马集团中国为在中国大陆市场销售而生产的和进口的车辆平均二氧化碳排放量而推算得出，计算时以 200,000 公里作为平均行驶里程（根据 VDA 900-100）。
6. 公务出差的排放包括员工的航空商务差旅。
7. 员工通勤包含员工乘坐班车往来沈阳市中心及华晨宝马工厂的交通出行。

单台生产二氧化碳排放量

(吨/台)



低碳能源转型

随着汽车行业向低碳生产的转型，我们在能源结构和资源消耗方面正迎来关键变革。我们需要全面审视能源战略，从根本上转变资源利用方式，使运营符合可持续发展的要求。2023年，宝马集团中国的能源消耗总量为1,267,107兆瓦时，其中不可再生能源的消耗占比为24%，热力消耗占比为22%，电力消耗占比为54%。

华晨宝马地源热泵供暖项目

为进一步降低热力消耗产生的温室气体排放，2023年，我们在第六代电池动力总成工厂开展地热井测试，积极探索绿色热力的使用。通过与合作伙伴开展研究和密切协作，我们计划于2025年之前在沈阳建设首座零碳排放的供热厂，项目建成后，预计每年可减少约1.8万吨碳排放。

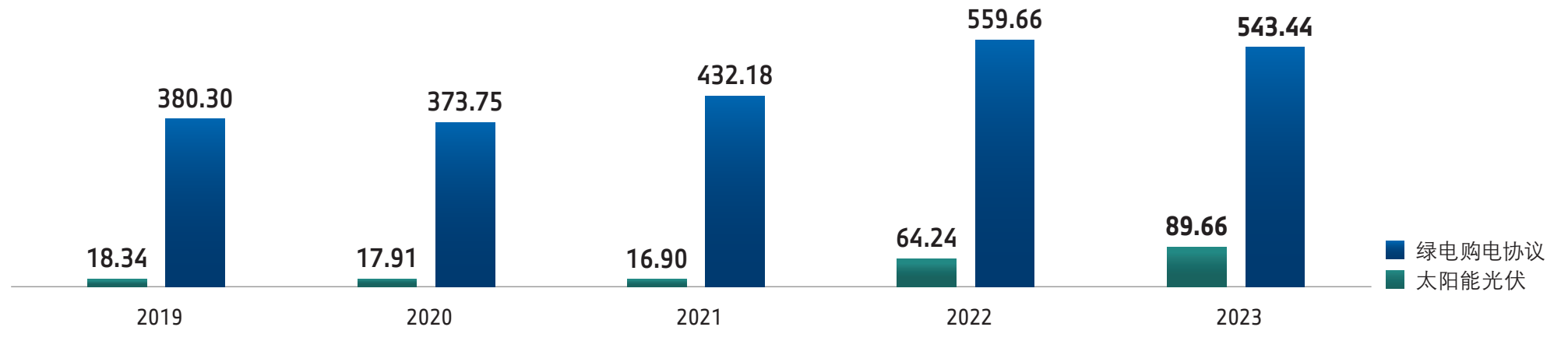
自建太阳能光伏电站

2023年，沈阳生产基地的太阳能光伏发电装机容量达89.8兆瓦，较2022年的74.4兆瓦相比增长了21%。同年，沈阳基地及北京非生产运营地的太阳能光伏总装机容量达90.2兆瓦。我们的自建太阳能光伏发电量超过89.66兆瓦时，同比增长约40%。

针对直接排放及外购热力排放，我们致力于逐步向更高效、更清洁的能源过渡。2023年，我们进一步加快了以天然气替代煤炭的步伐。该化石燃料的全球升温潜能值较煤炭低约50%。为进一步提高能源使用效率，我们加快了从燃煤锅炉到天然气供热的能源转型，并最终实现电锅炉的转换，助力低碳能源转型。该系统继2022年在里达工厂及大东工厂投入运行后，于2023年在铁西工厂及动力总成工厂完成安装。

生产过程中的绿电消耗类型

(吉瓦时)



尽管生产运营过程中的其他温室气体排放主要来自对天然气及外购热力的消耗，与此同时我们正积极探索长期解决方案。当前，我们正在针对地热能 and 生物质甲烷等替代能源进行技术可行性评估，以期作为化石燃料的可持续替代能源。

在生产用电方面，我们已实现了向100%使用可再生能源电力的全面转型，这得益于我们多措并举的实现路径，例如安装太阳能光伏板、直购绿电及购买国际认可的可再生能源证书。我们将继续提高使用可再生能源的标准，提升直购绿电及自建太阳能光伏发电在可再生能源组合中的比重。同时，我们将逐步限制绿证使用，确保为环境保护带来更直接和显著的效益。

此外，我们积极探索使用生物质甲烷等其他可再生能源的可行性，不断丰富可再生能源组合。研究表明，动力总成工厂铸造设备具备使用生物甲烷的可行性，相应的测试计划也正在部署中。

通过涵盖化石燃料转型、可再生能源应用以及创新性替代能源评估的多元化策略，我们持续坚守减缓全球变暖影响的决心。

能源效率提升

我们严格执行 ISO 50001 能源管理体系认证标准，在生产实践中坚定不移地提高能源效率，全力以赴推进生产运营能效的全面提升。

在能源管理方面，我们根据运行时间与能源需求高峰期调整生产计划，确保资源的合理利用，并通过严格的测试与流程改进，精细化管理能源需求，避免能源过度消耗。在设备与技术方面，我们坚持定期升级基础设施，例如向节能型 LED 照明转型升级，优化供暖、通风及空调 (HVAC) 系统中的空气处理机组。我们积极利用智能能源管理工具，

实施睡眠模式来减少高能耗设备的预热时间，并缩短非关键系统的运行时间，从而最大限度地减少能源消耗。这种集计划优化、基础设施数字化、工艺改进及智能能源控制于一体的协同管理方法，有效降低单台汽车生产能耗及碳排放。

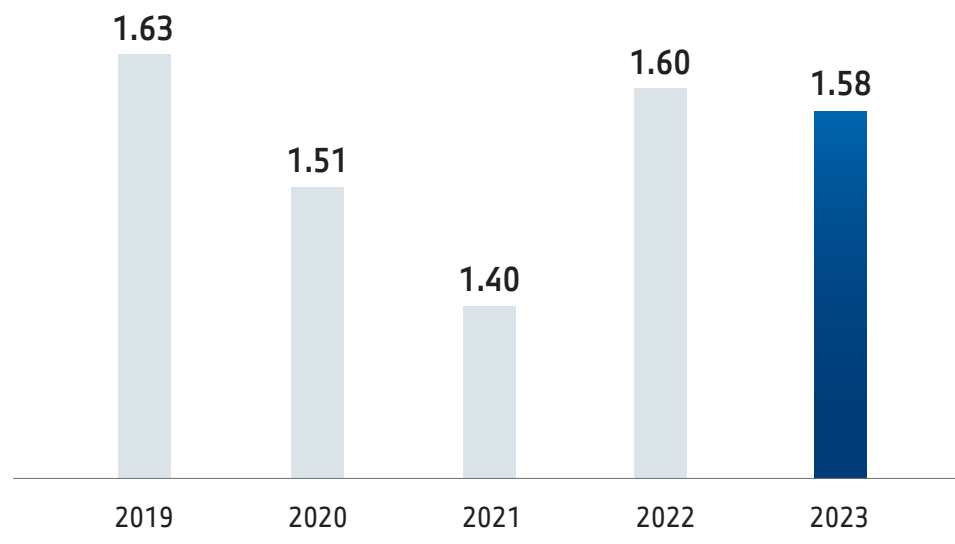
集成数字解决方案

我们深知，实现有雄心的可持续发展目标需要系统性的全面转型，转型的第一步是对运营绩效的全面评估，而实现全面转型更离不开数据

与数字化解决方案的集成。2023 年，我们不断深化数字化转型，在生产运营流程中实现提质增效。除利用数字化平台获取能耗数据外，我们还引入人工智能技术作为试点，实时分析能耗并预测能效改进潜力。目前，我们正将基于人工智能的技术在里达工厂进行规模化推广，包括所有车间、食堂和设施。通过有优化提升准确性和自动生成报告，此举可以大大提高操作员的工作效率。

单台生产能源消耗量

(兆瓦时 / 台)



资源与环境

自然资源宝贵，但同时在生产过程中不可或缺。资源高效利用与回收是推动我们绿色生产的核心原则。而提高资源生产效率、优化资源与材料使用是实现可持续发展的关键要素。

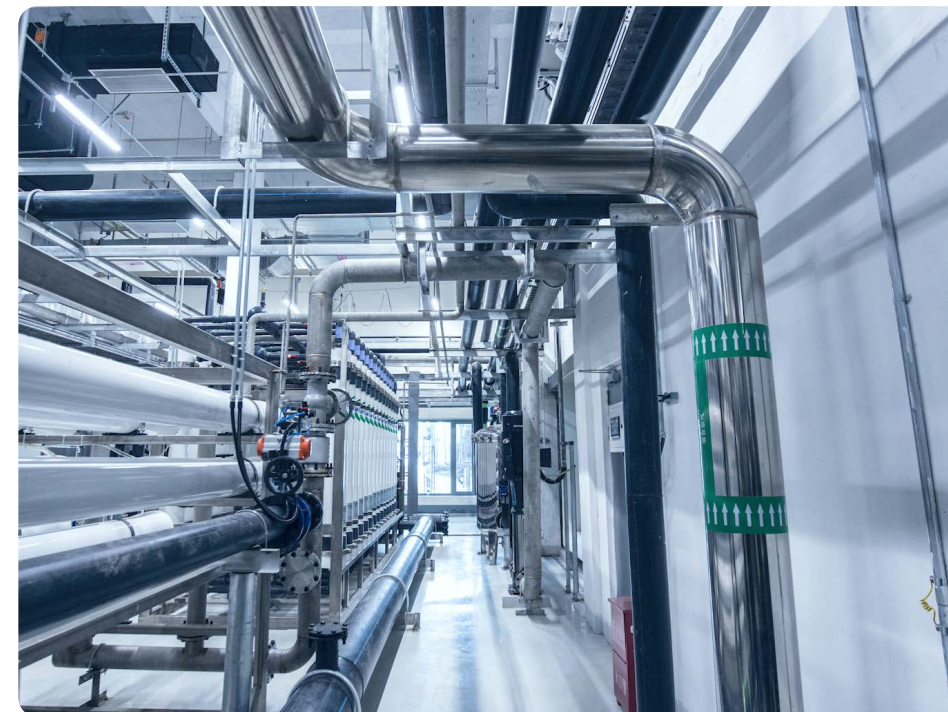
我们在生产的各阶段最大限度地减少资源消耗，以降低对环境的影响。其中包括水资源节约与回收、废弃物减量与循环利用以及挥发性有机化合物减排。

水资源管理

水既是生产的关键资源，也是日常运营的必要保障。尽管生产需求不断增长，但我们始终尽量减少淡水资源的消耗。

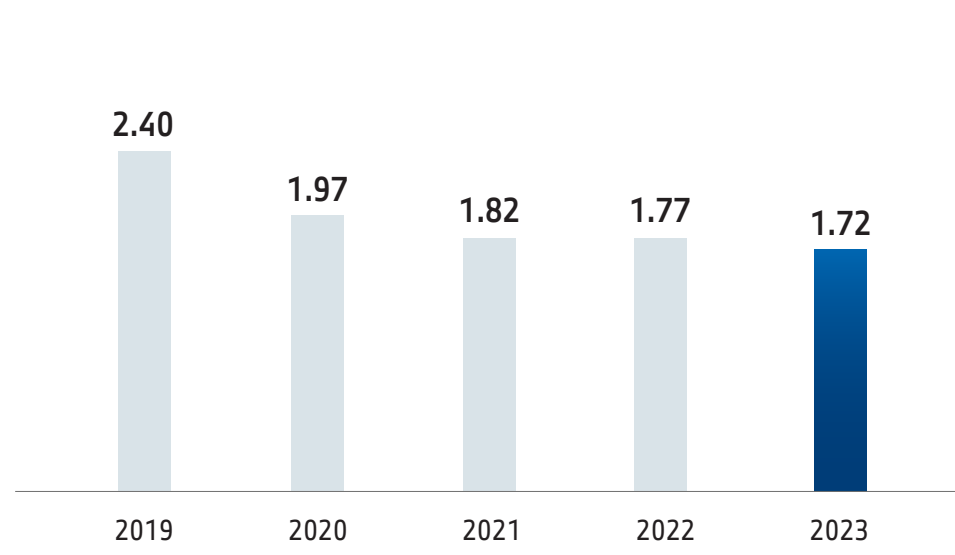
我们正推进构建闭环水系统和拓展再生水的使用范围。为确保生产运营用水的稳定性，我们建立中水回用设施，并逐步扩大自有废水处理站规模。同时，我们也拓展了再生水使用的应用场景，自2016年以来，再生水的使用已从灌溉景观植物扩展到喷漆车间和冷却塔的使用。2023年，我们使用100%再生水进行绿化灌溉，并在生产和运营过程中增加再生水的使用。此外，我们也在引入市政再生水的使用进一步满足生产需求。

2023年，所有工厂的废水回收总量达到159,325立方米，与2022年相比增长了51.4%。我们单台车辆生产的年度用水量已连续六年下降，未来我们计划在所有生产基地扩展水循环利用举措。



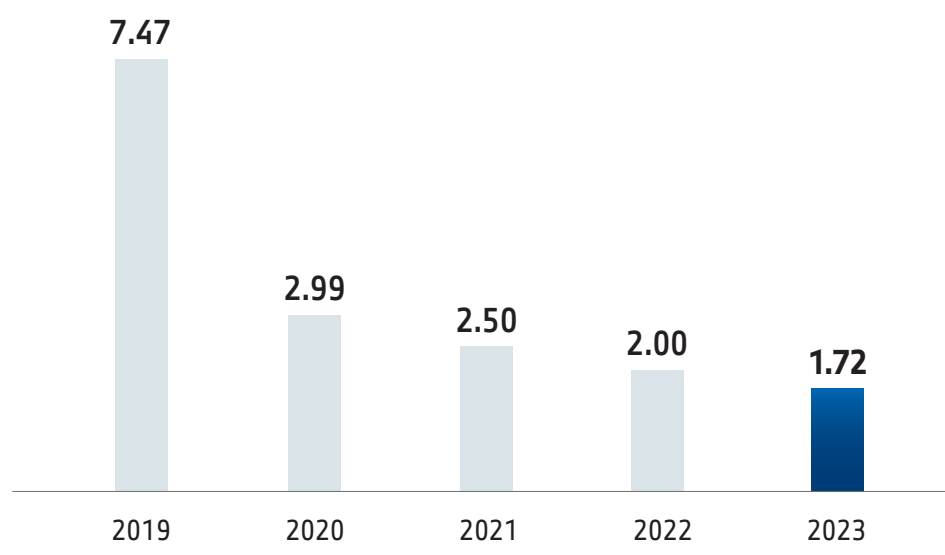
单台生产水资源消耗量

(立方米/台)



单台生产废弃物处置量

(千克/台)



100%

工艺废水回收
大东工厂产品升级项目, 铁西工厂和里达工厂。

+51.4%

所有工厂废水回收总量vs 2022。



废弃物减量与处理

有效的废弃物管理将最大限度地实现废弃物的减量及资源利用效率的提升。我们将废弃物减量、合规处置及回收利用放在首位。秉持从源头减少废弃物的原则，通过员工意识提升计划有效落实废弃物分类。我们与供应商密切合作，回收生产过程中产生的钢材及铝材废料，并重新投入到我们的生产过程中。为最大限度地实现废弃物减量，我们持续探索创新解决方案，例如与第三方水泥厂密切合作，并利用水泥窑联合处置技术，将发动机厂产生的陶瓷和铁泥用作水泥生产的原料。同时，我们还在所有整车工厂安装了污泥干燥机，通过脱水处置将废物体积与重量减少 40% 至 50%。此外，动力总成工厂于 2023 年 1 月实现了零废弃物填埋，我们计划自 2024 年起实现所有整车工厂的零废弃物填埋。

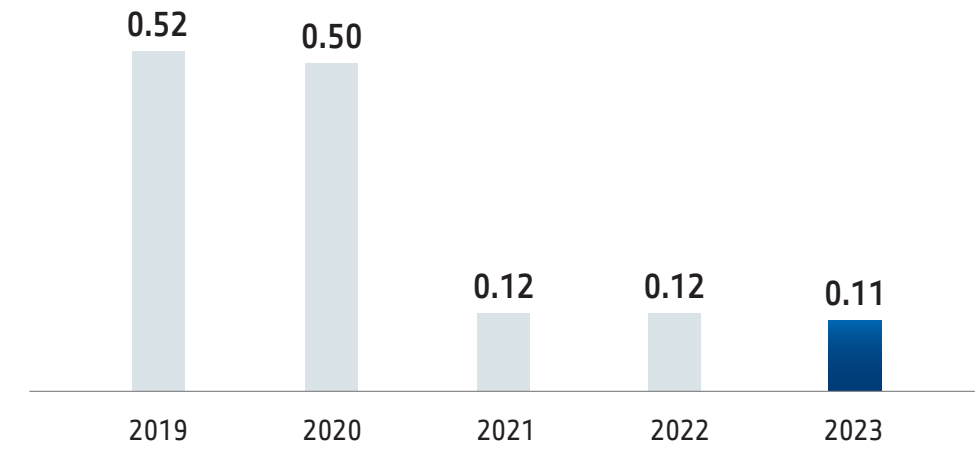
我们对所有潜在和现有废弃物处理商开展了严格的供应商评估，包括对流程文件和废弃物管理情况进行定期审核和现场检查，确保废物合法合规处置。

挥发性有机化合物减排

挥发性有机化合物作为一种有机溶剂，其排放主要来自于汽车生产过程中的涂装车间。在宝马集团中国，我们采取多元策略实现挥发性有机化合物的持续减排。首先，我们优化涂装技术，在保证良好涂装效果的同时确保油漆减量化；其次，我们不断升级涂料原料，优选挥发性有机化合物含量更低的材料；第三，我们对挥发性有机化合物进行现场回收，将涂装中使用的溶剂进行蒸馏再利用。凭借先进的挥发性有机化合物处理设施，我们在所有生产基地均开展实时监测和数字化管理举措。

单台生产挥发性有机化合物排放量

(千克/台)



土地利用与生物多样性

我们力求在工厂选址、建设及运营的每一个阶段减轻对当地植被、土壤和生物多样性的影响。在沈阳生产基地的新项目规划与建设中融入基于自然的解决方案，例如利用海绵城市设计理念实施雨水收集利用及土壤保持技术。在里达工厂，为尽力减少对生态系统的影响，我们种植本土植物品种以减少维护及灌溉，从而恢复当地动植物赖以生存的栖息地。这些举措助力我们在有效保护生物多样性、最大限度防治土地退化的同时，促进周边环境生态福祉提升。

工作环境与理念

宝马在可持续发展承诺的落实，不仅仅体现在汽车生产环节，还覆盖了包括办公室、研发中心、售后零件配送中心、品牌体验中心及培训中心在内的 36 个非生产基地。营造可持续的工作环境已成为宝马在华日常运营不可或缺的一部分，这不仅有助于减少能源消耗和废物产生，同时也有助于吸引人才，深化员工对可持续发展全局意义的理解与认知。

我们将可持续发展理念融入从选址、建筑设计、施工到运营管理的各个方面，有助于减少这些场所在碳排放、废弃物产生及资源消耗方面的环境影响。并且，在宝马集团，我们积极倡导员工参与可持续发展实践，他们的贡献不断产生乘数效应，促进社会实现深刻变革，共同迈向更加可持续的未来。

可持续的工作环境

2023 年 1 月，我们正式推出《宝马可持续建筑标准》，这一标准贯穿选址、设计、施工和运营等不动产管理流程的整个生命周期，通过提供一系列举措规范，助力打造更加绿色健康的工作环境，减少对环境的负面影响。该标准依托于 LEED、WELL 等国际权威绿色建筑评估体系和国家建筑管理与环境保护的相关标准，遵循这一标准，助力建筑存续的每个阶段实现可衡量的可持续发展目标。

员工可持续行动与生活方式

倡导全体员工在日常生活中身体力行是营造宝马集团中国可持续文化的关键所在。我们本着这一理念设计了一系列绿色倡议，并通过环保活动积极推广可持续实践，活动涵盖节能措施、垃圾分类与处理、资源保护、绿色出行及可持续生活方式等多个议题。通过积极鼓励员工参与，我们持续培养员工对环境保护的意识，塑造根植于可持续发展原则的企业文化。

2023 年，我们持续倡导员工践行可持续的生活方式与行为，提供平台让员工分享他们对可持续发展的真知灼见，并鼓励他们在职场与个人生活中践行可持续。我们通过一系列线上线下多元互动体验活动，吸引了 3,855 名员工参与，并获得了参与者满意度高达 99% 的积极反馈，这些员工反馈与观点也为未来的可持续发展计划奠定坚实基础。通过人力资源部与工会等跨部门的密切合作，我们在确保节约成本的同时，进一步将可持续实践融入组织之中。也正因如此，我们的对外宣传也获得了广泛关注，更强调了宝马集团积极倡导员工践行可持续生活方式和行动的坚定承诺。

每一个员工对环境保护和可持续发展目标都有一份自己的责任和力量，通过参与可持续的实践，培养员工对此文化的认识，并积极为可持续发展目标做出贡献。让员工参与到我们的可持续发展努力中来，共同推动社会变革。



绿色建筑证书



2023年，华晨宝马汽车北京区域配送中心办公室获**LEED室内装修设计及施工金级认证**。

2023年，北京研发中心Skylab实验室获**LEED室内装修设计及施工金级认证**。

1. “LEED”能源与环境设计先锋奖，评价绿色建筑的工具。

展望

2024年，宝马集团中国将持续推广基于人工智能的数字化解决方案，进一步提升生产过程中的能源使用效率。例如，我们将基于动态数据流的能源预测功能，实现对能源消耗模式的主动监控和异常情况的及时预警。这些措施助力我们获取更加透明的能源使用数据，显著提升生产运营的整体能效。

为推动低碳转型，我们持续推广可再生能源的使用。供热方面，我们正在通过探索生物质甲烷的使用方案逐步降低对化石燃料的依赖性。

电力方面，我们将继续在所有工厂及36个非生产基地使用100%可再生能源电力，不断扩大太阳能光伏发电的装机容量，并适时探索风力涡轮机的应用方案。

基于水资源循环利用的成功经验，宝马集团中国将继续探索提高水资源管理效率的机会。继2023年动力总成工厂实现废弃物零填埋后，我们将从2024年起将这一承诺扩展至所有整车工厂，这一宏伟目标彰显了我们致力于减少环境影响，推广废弃物可持续管理实践的坚

定决心。在挥发性有机化合物减排方面，我们将继续优化工艺技术，探索新材料选择方案，并积极改进溶剂回收流程。

在非生产运营方面，我们将继续在《宝马可持续建筑标准》的指导下，争取更多绿色建筑的外部认可。我们将继续为员工营造绿色健康的工作环境，并在生产运营的各个环节夯实对环境可持续发展的承诺。



3.2

绿色物流

绿色物流有望带来切实的环境效益，保障价值链的长期活力。我们已将可持续发展融入物流运营的各个方面。这包括通过改变运输方式，改进仓库管理，以及其他众多创新举措来减少二氧化碳排放，力求达成最佳可持续实践。

氢能

与战略合作伙伴共同开发的氢能卡车车队将于2024年投入使用。

40辆

在沈阳生产基地投入40台纯电动卡车提供零配件短驳运输服务。

20辆

电动卡车投入售后物流。



SDG 9, 12, 13 and 17



沈阳售后零件配送中心太阳能光伏发电装置安装计划

4,000

平方米

仓储屋顶面积

400

千瓦

装机容量

低碳运输方式

降低整个价值链中的运输排放对宝马集团中国实现绿色转型目标非常重要。我们通过持续推广诸如铁路、海运等运输方式,大力发展低碳运输和多式联运,以实现减排降碳与效能提升。

2023年,我们不断提升海运方式在运输生产零部件物资入厂物流方面的比重,运输总量同比增长10%。为进一步提高物流运输效率,我们也逐步从公路运输方式向铁路运输方式过渡。2023年,共有14家供应商承诺100%采用铁路货运。

在整车物流方面,我们取得了向低碳运输网络转型的积极进展——利用整车物流仿真工具,通过精确算法与灵活配置持续优化运输网络,并为整车物流网络制定了长期规划。

在售后零配件运输方面,我们在福建、广西及贵州使用陆路长途运输代替航空运输,2023年实现二氧化碳年减排超105吨。与此同时,我们通过优化碳排放计算工具,更准确地计算航空运输产生的碳排放。在低碳战略“2025+ 售后服务战略”的指导下,我们在售后物流层面设定了温室气体减排目标:计划至2026年进一步减少1/3的二氧化碳排放。

探索替代能源运输工具

为持续降低物流运输产生的碳排放,我们不断寻求更清洁的能源和更高效的运输方式。

纯电动卡车是我们用于短驳运输的新能源汽车首选。在零配件运输方面,我们与物流服务供应商密切合作,在沈阳生产基地建立由40台纯电动卡车组成的运输车队,用于提供零配件短驳运输服务,助力我们率先实现中国汽车制造商厂内短驳运输“纯电化”。未来,我们将继续扩大纯电动卡车的使用场景,2023年我们的售后物流车队纯电动卡车已扩展至20辆,实现二氧化碳减排约40.5吨。

我们还积极探索将氢能作为整车物流领域中卡车的替代能源。目前,我们已经有序完成了氢能源的评估及氢能站的选址工作,预计氢动力卡车将于2024年开始投入试运行。

绿色仓储管理

高效的仓储管理为构建绿色物流的关键环节,包括基础设施升级和能源及资源集约化利用。我们积极申报并获得绿色建筑认证全面提升绿色仓储管理水平。2023年,北京区域配送中心及北京研发中心Skylab实验室荣获LEED室内装修设计及施工金级认证。

在宝马集团中国,所有售后零件配送中心、整车配送中心、分散式配送中心、集中式零件回收与拆卸工厂及逆向物流中心均采用100%可再生能源电力。我们进一步扩大仓储太阳能光伏装置,不断在可持续生产运营方面取得进展。2023年,我们确定了沈阳售后零件配送中心安装太阳能光伏发电装置的计划,该计划覆盖4,000平方米的仓储屋顶空间,装机容量达400千瓦,建成后足以支持日间仓储用电,多余电力将实现并网发电。

我们持续推进无纸化管理,以数字化解决方案取代纸质文件。2023年,我们在区域配送中心取消了运输单据及发货通知的纸质印刷,转而通过“悦信”移动应用平台为753家经销商提供数字化入库解决方案,为BMW零件仓储节省1,400万张纸,未来,我们将继续夯实内部仓储运营中的绿色物流实践。

1. 外购电力和内部生产电力均为可再生能源。包括光伏发电、绿色购电协议及国际绿色电力证书。

绿色包装

作为汽车零部件的运输载体，周转箱在供应链中扮演着重要角色，直接影响产品质量和运营效率。在可持续思维的指导下，我们的包装规划团队持续实施“4RE”原则——再思考、再减少、再利用和再回收，在周转箱的整个生命周期中进行流程优化和理念精进，2023年实现二氧化碳减排3,766吨。

3,766吨

我们在“4RE”原则的指导下使用绿色包装实现的二氧化碳减排量。

50,719件

使用再生塑料的周转箱在2023投入使用。

9%

售后零件物流一次性包装实现可回收利用。

再思考

基于包装开发中引入的模块化概念，P-周转箱，一种新型可单独更换部件塑料通用周转箱，设计并应用于新宝马5系中的1,387个P-周转箱共减少了约125吨二氧化碳的排放。除此之外，C-模块结构是针对工厂内部周转箱的模块化概念，已部分应用于宝马X5和i3中。与此同时，共享周转箱项目通过现有资源的循环利用，减少周转箱投资，2023年减排二氧化碳181吨。通过优化通用周转箱的密度，实现了171吨二氧化碳减排。

再利用

对于金属周转箱的包装规划，根据周转箱的状态分析制定了标准化的再利用流程。52个包装方案的1,159个周转箱在新宝马X1/iX1、2系、X3/iX3、5/i5系中被重复使用，贡献了547吨二氧化碳减排。此外，12个包装方案的332个灵活结构周转箱已投入使用，这些周转箱可以满足不同需求来调节设计，减少了365吨二氧化碳排放。对于售后零件物流，自2023年12月起，沈阳区域分发中心开始使用可回收包装材料，启动阶段在18个分销商中引入了两种特定的箱子类型。实施一个月后，9%的一次性包装实现可回收利用。

再减少

2023年，标准化和轻量化仍是包装概念开发的重点。我们力求以精益的材料满足包装设计理念的策划方案，同时使用更轻的材料替代钢材料。通过对85个包装方案的共12,219个周转箱进行设计优化，实现507吨二氧化碳减排。

再回收

我们对非金属材料¹的回收和利用进行了进一步可行性研究和试点实施。在2023年全新宝马5系使用了再生材料周转箱。混合15%的再生材料制成的17,289件聚丙烯周转箱已投入使用，实现了17吨二氧化碳减排；此外，50,719件混合20%的再生材料制成的塑料周转箱已投入使用，包括28,358件小包装箱、20,513件蜂窝板箱和1,848件吸塑器具，这有助于减少87吨二氧化碳排放。与此同时，我们仍在积极探索生物材料与塑料有机结合的应用可能。

供应商沟通

为提高供应商对可持续问题的意识与认知，我们在对供应商审核过程中加强了与他们的对话交流。我们鼓励供应商采取诸如使用绿色电力和优化废物处理系统等可持续措施，并在年度“包装供应商大会”上进行表彰。在推广绿色包装的过程中，供应商对可持续发展的意识也在持续增强。

展望

在售后物流方面，我们致力于在2026年之前，提升日间市区经销商货运的新能源卡车使用率增加至50%。在整车物流方面，我们探索低碳运输方式，计划开始在沈阳区域试运行氢动力卡车运输。我们还将继续减少纸张消耗，包括在物流运输过程中使用的纸质外壳板，以及为终端客户提供的纸质用户手册等。在绿色包装方面，包装规划将以“4RE”原则为指导，不断优化业务模块。我们将继续致力于周转箱的再利用和再循环，追求轻量化设计，研究和推行使用低碳周转箱。同时，我们将继续与供应商合作，共同探索创新项目。

为深化气候变化应对行动，我们将与各界合作伙伴携手并进，共同推进绿色转型，实现全价值链低碳发展。

1. 非金属材料包括但不限于发泡聚丙烯（EPP）、塑料、蜂窝板箱和吸塑组件。



CHAPTER 4

经销商与供应链

气候的变化正在对汽车价值链的安全、稳定、韧性造成影响。经销商和供应商是我们在可持续发展道路上重要的合作伙伴及业务延伸，供应商为我们打造高品质产品起到中流砥柱的作用，经销商则是我们面向客户提供卓越服务的门户。我们携手积极应对挑战，共同塑造可持续、环境友好、具有韧性的价值链。

4.1 经销商管理与赋能

59

4.2 采购与供应商网络

65

04

4.1

经销商管理与赋能

我们的经销商是提供卓越客户服务的关键力量之一。宝马集团中国与经销商紧密合作，通过经销商“领创绿星”计划、经销商赋能和经销商EHS提升等项目，共同应对气候变化和社会期望带来的挑战。同时，我们持续加速经销商能力重塑，强化宝马品牌价值。我们希望通过与经销商的共同努力塑造一个绿色、低碳的经销商网络，进一步为客户提供优质商业服务和卓越客户体验。



11,000+名
经销商员工获得新能源相关认证。

授权经销商网点及代理商数量

937家。

截至2023年底已获得“领创绿星”

认证的经销商数量**251**家。



SDG 7, 8, 9, 13 and 17

宝马经销商“领创绿星”计划

宝马集团中国携手经销商合作伙伴，为客户构建关注可持续生活方式的可持续服务生态圈。我们于2022年启动了经销商“领创绿星”项目，向经销商赋能，增强其“以客户为中心”的可持续服务，为利益相关方和当地社区的可持续转型创造更多积极影响。截至2023年底，获得“领创绿星”认证的经销商从2022年底的50家增长为251家。

为推动经销商网络的全面可持续转型，宝马集团中国在“领创绿星”中为经销商提供全方位支持。我们发布了一系列指导手册鼓励经销商向节能、可持续运营转型，在“领创绿星”项目的规划和实施阶段提供协助。

“领创绿星灯塔”是领创绿星项目的高阶版本，通过使用更加高效率的设备、100%的可再生电力、对项目属地文化的呼应等举措，树立设计及运营绿色经销商门店的标杆。2023年，无锡锡宝行门店成为第一家领创绿星灯塔店，建筑四水归堂的平面布局呼应传统四合院的格局，外立面采用空斗砖墙，契合江南建筑特点，屋顶迁建的江南民居更是对传统文化的传承、保护。同时，建筑100%使用绿色电力，通过地源热泵系统、太阳能光伏板，降低运营能耗，通过内院中央水池，收集利用雨水，最大程度减低建筑生态足迹。

为了激励更多经销商加入宝马集团中国的气候行动，我们评选出了20家绿色先锋经销商，并颁发了“宝马集团可持续发展经销商奖”。我们也邀请客户参与宝马集团经销商可持续发展奖的投票，以提高客户的参与度。我们期待有更多经销商加入到绿色转型中。



绿色环境

在经销商店面的硬件设计上，我们以客户为中心，打造高效、安全、舒适、环保的服务环境。

采用高效的围护结构及设备降低运营能耗；

采用包括绿化覆盖、自然采光、自然通风等措施，营造适宜的客户体验空间；

采用符合国家标准的绿色建材，确保环境安全并降低建造过程的碳排放。



绿色电力

我们编制了《宝马经销商绿色能源应用指导手册》为经销商提供购买和应用绿色电力的技术指导。2023年，251家经销商门店使用了绿色电力，包括签订绿色电力购买协议、开展分布式光伏项目以及获取国际可再生能源证书等方式。经过“领创绿星”认证的经销商所使用的绿色电力占其总用电量的80%以上，使用量达到147,485兆瓦时。

80%+

领创绿星经销商使用绿色电力占其总用电量比例。



绿色运营

我们鼓励经销商将可持续发展理念融入日常运营中，如推行数字化服务以减少纸张浪费、优先采购碳足迹更低的运营耗品等。随着新能源汽车的普及，我们响应国家号召，在517家经销商门店设立了动力电池回收间，为客户提供便利的电池回收服务。

517家

经销商门店设立了动力电池回收间。



绿色践行

我们编制了《绿色践行活动指南》，帮助经销商策划可持续主题活动，吸引更多客户参与其中，进一步扩大“领创绿星”的影响范围。

为赋能经销商绿色践行编制了

《绿色践行活动指南》

经销商环境、健康和安全管理

我们对经销商的环境、健康和安全管理 (EHS) 合规有严格的要求，以确保为经销商团队和进店客户创造一个健康的环境。

为增强经销商网络的稳健性和活力，我们将环境、健康与安全 (EHS) 风险管理纳入经销商网络管理。通过全面的风险分析，我们持续完善 EHS 管理举措，以降低业务活动中的潜在风险，提升客户体验。2023 年，我们更新了 EHS 政策框架，确保其与中国政府及当地的环境、健康和法规保持一致，并与所有经销商合作优化其运营流程。通过定期审计、自查和风险评估，我们能够及时识别和缓释潜在的 EHS 风险。2023 年，我们开展了一次全国审计，并通过零售标准审计中的 EHS 自查加强经销商的自我管理。

此外，2023 年，我们为经销商提供了每月一次的 EHS 知识速递，内容涵盖地方政策法规变更，最佳践行案例等方面，旨在帮助经销商掌握有效进行 EHS 管理的技能和知识。我们在上海、成都、深圳和北京举办了 4 场研讨会，邀请行业专家分享行业领先的最佳实践。我们还通过宝马“悦学苑”平台发布了与绿色运营相关的短视频和月刊。我们将继续深化经销商 EHS 管理，致力于构建一个可持续的经销商网络。

赋能经销商可持续发展

经销商是推动我们实现可持续发展与变革的关键力量。我们着力于加速经销商能力重塑、强化宝马品牌价值，并建立一个拥有强大经销商网络的高效敏捷组织，以实现“以客户为中心”的战略。我们为经销商赋能提供全方位的支持，提升品牌力的同时，携手经销商实现共赢。我们为经销商网络的健康、稳定和可持续发展提供强劲动力。

助力经销商能力重塑，持续加速人才转型

经销商人才的发展与转型是宝马集团中国实现可持续业务增长的基石。围绕“为客户创造价值”的理念，我们持续为经销商一线员工和管理层提供学习和发展机会，提升人员竞争力，塑造卓悦客户体验，以适应行业的快速发展与更迭。

重塑一线员工综合能力

完善的新员工入职培训体系是提升经销商新员工岗位胜任力，帮助他们深刻理解宝马集团中国核心价值的必由之路。上岗培训的课程内容中涵盖了可持续发展这一必修话题，以深化经销商新员工对宝马品牌可持续发展这一理念的认知与认可。

宝马集团中国不断丰富电动化产品阵列。因此，电动化业务转型对经销商一线员工的能力提出了巨大的挑战。为了确保经销商能够为客户提供优质服务，我们通过线上（宝马悦学苑）和线下渠道为一线关键岗位提供及时、全面的新能源培训课程与认证体系，丰富他们的新能源产品知识体系和专业技能。截至 2023 年底，全网共有 5,242 位销售顾问，3,687 位服务顾问和 2,247 位技师获得了新能源相关认证。

同时，我们通过设置试驾精英、用电专家等岗位，不断提升客户在店服务体验。我们为经销商一线销售伙伴开发并推出了定制化试驾精英课程，以系统化、实战化的方式提升一线员工的专业素养与服务技能。我们还通过专业培训赋能用电专家，帮助经销商提升客户对新能源产品全流程用电服务体验。

BMW 经销商在 2023 年全面开启社交媒体及直播平台的线上营销模式。宝马中国培训学院为 102 家门店提供了社交媒体运营辅导，并针对主播及社交媒体主管打造了 4 大热门主题线上微课，为超过 300 人次的经销商伙伴提供社交媒体运营管理的专项培训，与各区域合作提升经销商门店的直播获客能力。

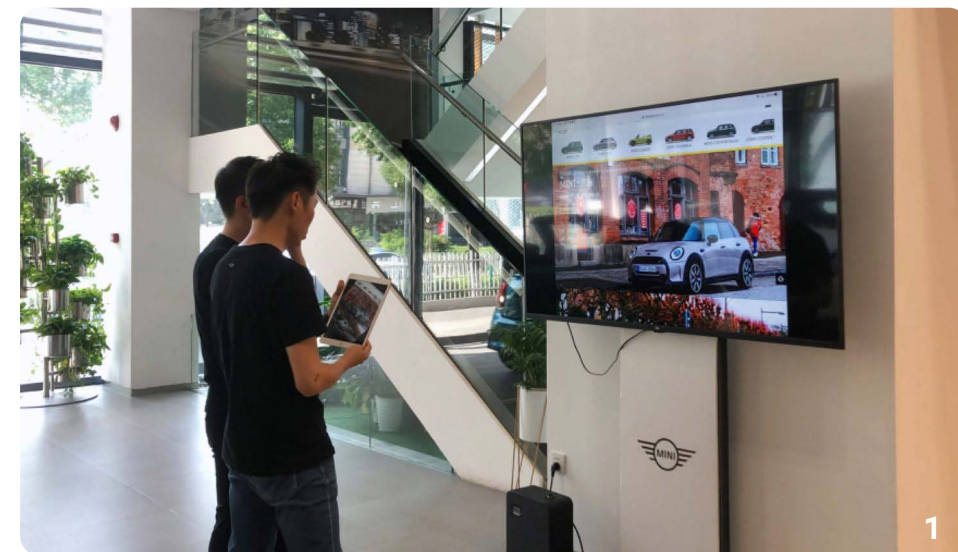


1. 全新 5 系产品上市培训。
2. 新媒体运营培训。

赋能管理层人才发展与转型

汽车行业的变革，特别是新能源车的崛起、数字化技术的迭代以及客户行为的转变，对经销商管理岗位提出了新的要求和挑战。除了提供完善的人才晋升通道和发展机制，我们还通过重点人才赋能项目提高经销商管理人才的能力。

我们为经销商伙伴的总经理和销售经理提供高阶研修课程。这些课程聚焦战略思维、战略执行、创新和组织变革等主题。2023年，我们还举办了10场BMW大型豪华车业务总经理研讨会，针对全新7系产品的销售管理和客户体验提升，面向156位经销商总经理和区域经理开展培训。此外，为了助力经销商管理层的领导力升维，宝马管理研修院带领各经销商管理层中的两期MBA学员开展游学活动。通过对河西走廊和丝绸之路重要战略意义的实地体验和理解，帮助学员在升维、转型和持续创新的道路上更进一步。



1. MINI 品牌新销售模式驻店辅导。
2. MINI 品牌新销售模式转型研讨会。

赋能 MINI 伙伴，开启新销售模式

MINI 品牌已经实施零售转型策略，并开启了全新的业务模式。为了帮助 MINI 伙伴快速掌握业务转型所需的知识和技能，我们构建了全新的“线上/线下+培训/辅导+问吧”立体式赋能体系，以支持对产品精英、总经理和 MINI 店长等岗位的业务能力培训。在2023年转型过渡期中，共有229名产品精英通过了上岗培训，145名产品精英通过了 MINI 资质认证。此外，我们用80天完成了对全网143家 MINI 伙伴的第一轮的入店辅导。2023年7月，我们对其中74家 MINI 伙伴进行了第二轮的业务辅导。通过敏捷迭代的赋能机制，我们能够快速锁定业务痛点，并与 MINI 伙伴及相关业务部门共创解决方案，为 MINI 业务转型打下了坚实基础。

提升精英人才的激励与保留，增强品牌自信

精英人才是经销商网络中提供卓悦服务和推动行业发展的中坚力量。他们是品牌文化的践行者和传播者。因此，选拔、激励和保留经销商精英人才对宝马至关重要。宝马中国培训学院携手总部、区域和经销



商，共同选拔优秀的精英人才。截至2023年底，全网共有5,503位资深人才和3,307位精英人才，占比一线关键岗位人数的29%。同时我们也通过举办大赛和菁英销售俱乐部等方式发现精英人才，为精英人才搭建持续成长和发展的平台。另外，精英管理者还有机会进入宝马管理研修院进行深造。

我们通过成立“BMW大型豪华车菁英销售俱乐部”，评选卓悦客户体验大使等一系列活动，持续激励经销商精英，激发他们对宝马品牌的热爱、认同感和归属感，从而带领更多经销商人才向宝马车迷、客户及其他利益相关方传递宝马的品牌价值。



2023 BMW 大型豪华车菁英销售俱乐部

“BMW大型豪华车菁英销售俱乐部”是我们为顶尖销售精英打造的专属社区，帮助他们拓展跨行业的业务视野，体验跨界豪华品牌为客户带来的卓悦服务体验。2023年，共有77位大型豪华车销售精英成员受邀参加了线下悦享会活动。通过精彩纷呈的体验式培训之旅，我们嘉奖俱乐部成员们对品牌的付出，强化他们对宝马品牌的信心，促进他们的职业发展。



2023 卓悦客户体验大使

我们联合各经销商共同评选出 30 名“2023 年度卓悦客户体验大使”，积极推动客户导向的文化变革。我们结合年度业务重点，聚焦售后业务领域，以提升卓悦客户体验和传递品牌价值为核心，制定了评选标准。

精英人才的有效激励和留用也源于他们对品牌的信心。为此，培训学院通过全国精英大赛和新产品培训等项目，深化经销商伙伴对宝马品牌的理解，不断增强经销商伙伴对宝马品牌的信心与团队的凝聚力。

“放轻松，有我在” 2023 BMW 中国售后服务大赛

2023 年售后服务大赛关注当前热点售后业务及未来转型，聚焦关键一线岗与核心管理岗的能力提升，推动精细化管理，助力售后业务增长与卓悦客户体验。比赛期间，共有 5,930 多名售后伙伴分享了 243,954 条热点问题与解答，690 家门店的七大一线岗位参与了线上学习进行了知识焕新，全网产出可复制的优秀管理案例 1,349 个。

2023 BMW 全国 M 品牌销售大赛

2023 年，我们成功举办了首届 BMW M 销售大赛，为全国顶尖 M 销售精英提供展示自我的舞台。共有 609 位顶尖销售精英通过线上比拼的方式参与其中。在线下决赛中，14 强选手同台竞技，不仅强化了专业技能，还提升了知识储备。通过大赛，我们选拔出了优秀的销售精英作为品牌标杆。



新产品上市培训

2023 年，培训学院为经销商伙伴举办了针对创新纯电动 BMW i7，全新 BMW 7 系，创新纯电动 BMW iX1、全新 BMW X1、全新 BMW 5 系与创新纯电动 BMW i5 的新产品上市培训。面向销售和售后岗位，详细讲解产品的功能与设计等知识，并提供了销售技巧和售后服务技能的专业指导。

展望

2024年，我们将继续加速经销商领创绿星项目的推进，鼓励更多经销商获得“领创绿星”认证，从而加快经销商网络的绿色转型步伐。同时，我们将持续加强经销商管理和销售及售后服务能力，加强人才储备，通过人才赋能与激励项目增强经销商对品牌和产品的信心，成就高效敏捷的组织，推动品牌可持续发展，深化经销商在宝马网络中的影响力。这些努力将为经销商运营模式的升级提供支持，从而实现业务的可持续增长。

在能力重塑方面，将通过品牌培训和销售顾问一级课程改革夯实经销商的基础能力。并持续围绕经销商管理升维，通过大赛“运营管理赛”，管理课程体系的迭代，以及重点辅导项目的实施，全面推动经销商运营管理模式的持续升级和盈利能力的可持续发展。

在强化品牌信心方面，我们将通过5系PET提升品牌信心，让更多的经销商伙伴成为宝马粉丝。2024全国销售大赛将聚焦试驾、新媒体、GKL+销售以及团队赛。我们将分享人才晋升的最佳实践，并加强对一线人才的激励。通过GKL+菁英销售俱乐部、精英训练营的深化，提升经销商精英人才对品牌的信心和热爱，最大化精英人才价值贡献。我们计划在北京和广州推出全新的宝马客户与品牌学院，采用多元数字化交互和沉浸式培训体验，传递品牌之悦。

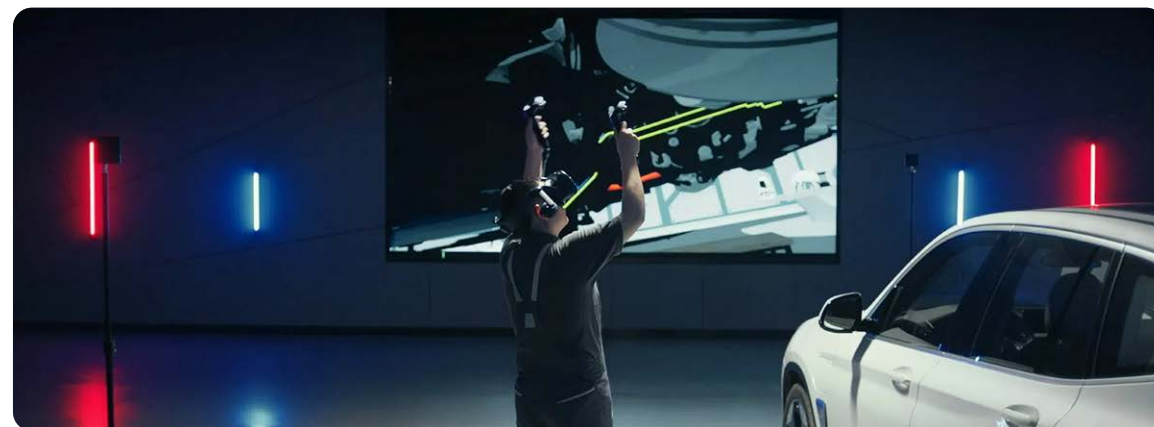
2024年“问吧”将持续升级为一线业务工具，通过“推荐”版块、智能内容排序、重复问题聚拢、搜索优化等内容管理功能，帮助经销商用户更快获取高质量业务方案；同时将问吧激励机制优化为多维度激励，鼓励更多经销商一线人才加入“问吧”，共享最新业务信息和优质解决方案。

打造高效敏捷的组织，激发个体创造力

宝马集团中国聚焦打造高效、敏捷的组织，注重激发个体的创造力。我们希望借助数字化培训平台，助力经销商快速适应当前多变的市场期望。我们正不断优化“宝马悦学苑”平台的内容和功能，同时也通过虚拟现实技术 (VR)，增强现实技术 (AR) 和人工智能 (AI) 等方式，积极助力经销商提升人才发展的效率和质量。

悦学苑“问吧”是面向全网经销商的业务赋能平台，2023年“问吧”共计产出22,619个问题、233,377个回答以及22,390个业务方案分享。在敏捷内容管理机制下，经销商可在“问吧”提出业务挑战、快速获得优质回答，同时培训学院通过“问吧快讯”敏捷回应一线热点业务问题；此外，“问吧”通过激励机制持续鼓励经销商分享一线成功经验与业务方案，赋能经销商业务持续发展。

我们不断迭代经销商培训模式，寻找更高效的赋能方式。借助虚拟现实技术 (VR)、增强现实技术 (AR) 和人工智能 (AI)，提升经销商赋能的效率和体验。我们持续开发并丰富VR课程内容，2023年，系统中已有25门课程，覆盖发动机保养及更换、高压电池维修、服务顾问技术基础能力提升等实用性内容。我们还推出了新能源车型的AR小程序，为经销商提供沉浸式体验电动车型产品亮点的机会，助力经销商销售技能满点。此外，我们配合2020年上线的AI智能陪练系统，确保售后服务一线员工可以随时随地提升客户服务能力。



悦学苑 App 平均日活用户数：

12,819人。

平均用户在线学习时长：

54.4小时。



1. 悦学苑“问吧快讯”界面

4.2 采购与供应商网络

供应链的可持续发展需要多方面的行动来更好的实现减碳承诺并支持国家和宝马集团的环境、社会标准。可持续发展目标的实现离不开与供应商的紧密合作。宝马集团中国的供应链可持续管理体系能够增强供应链韧性,促进可持续实践的开展,正因如此,越来越多的供应商已将可持续发展理念融入日常运营中。

高压电池(HVB)电芯供应商在自我生产环节实现**100%**可再生电力应用。

从2021年起,**100%**华晨宝马发动机工厂铸造车间生产所需铝锭原材料的供应商已实现可再生能源转型¹。

通过首批合同商定的减碳措施,供应链上游的碳排放减少了超**400,000吨**二氧化碳当量。

与一级供应商合作,推动间接供应商完成**100**轮“挑战回合²”评估。

1. 外购电力和内部生产电力均为可再生能源。包括光伏发电、绿色购电协议(PPA)与国际绿色电力证书(I-REC)。 2. 评估方式包括远程评估和现场评估。



SDG 7, 8, 10, 13 and 17

供应商环境责任

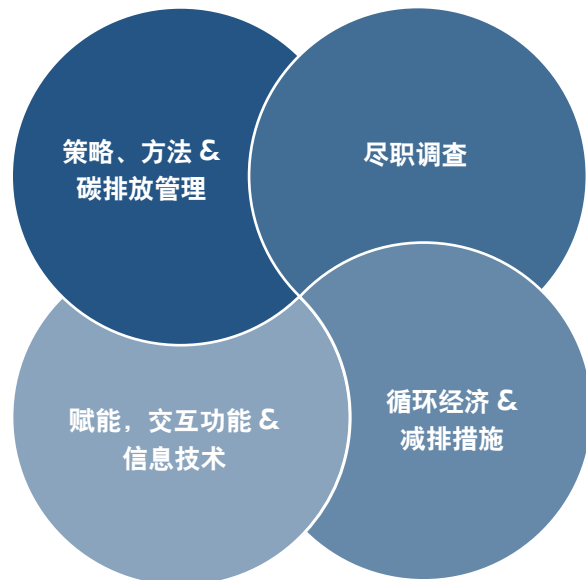
打造高效、稳健、低碳的供应链是宝马集团中国创造长期价值的重要任务之一。为此，我们持之以恒地聚焦以下三大主题：

- 提升可再生电力的使用
- 推广再生材料的利用
- 鼓励低碳技术的应用

环境管理框架

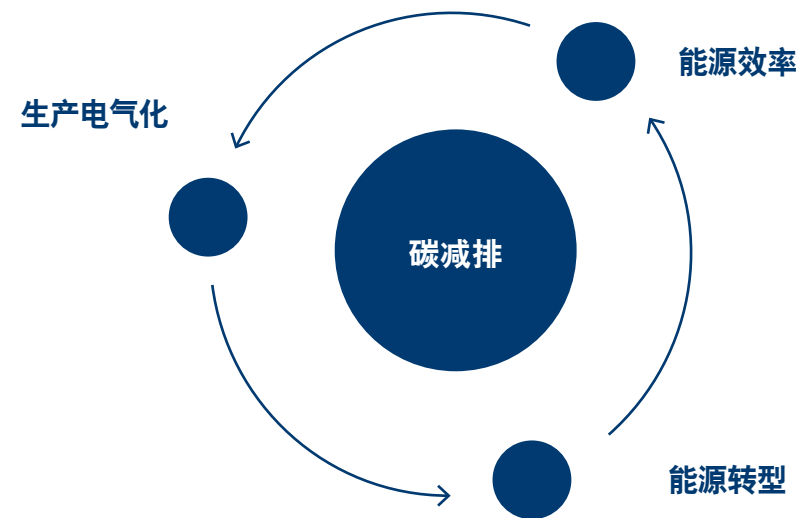
自 2021 年起，宝马集团中国开始实施为中国供应链量身打造的综合管理框架“中国供应链可持续发展计划”，实现中国供应链的可持续发展。为应对社会、经济的飞速迭代，我们在 2024 年针对性地调整了供应商可持续发展管理框架，重新聚焦中国供应链的重点发展领域，覆盖社会、环境、数字化、合规要求、利益相关方参与等话题。

供应商可持续管理框架



2023 年，我们在中国推出了供应链能源管理战略，帮助上游供应链推进减碳进程，实现供应链的绿色转型。

供应链能源管理策略

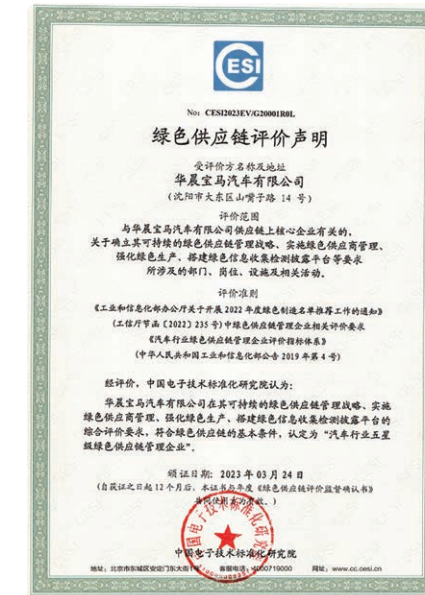


一直以来，我们将环境标准纳入供应商的筛选和管理流程中，其中可再生电力与再生材料的应用比重已成为采购战略中重要筛选标准。我们鼓励供应商依据 ISO 50001 管理体系建立系统性的能源管理方法。我们还通过推广生产过程的电气化降低供应商直接碳排放¹，鼓励供应商使用可再生电力减少间接碳排放²。

1. 直接（范围一）碳排放是指来自组织拥有和控制的资源的直接排放。
 2. 间接（范围二）碳排放包含了所有外购能源带来的间接排放。
 3. 减排措施包括应用可再生电力和用于本地宝马车型生产的再生材料应用。

为了提高供应链降碳的透明度和可量化性，宝马集团中国与外部第三方合作，对供应商批量生产中采取的减排措施进行年度评估。2023 年，宝马集团中国本地供应商已执行合同中约定的碳减排措施。据统计，这些经过评估的减排措施³帮助我们在报告期内实现了本土供应链超过 40 万吨二氧化碳当量的减排成果。

同时，我们在可持续供应链建设方面的努力和实践也获得工业和信息化部 (MIIT) 认可，并荣获绿色供应链管理企业证书。



荣获中国工业和信息化部颁发的

“绿色供应链管理企业”证书。

全供应链推广可再生能源电力

汽车供应链的上游涉及包括钢材、有色金属和动力电池在内的原材料和零部件采购，这些材料的生产和加工在汽车制造业中的能源消耗和碳排放占比较高。

在中国，宝马坚持与价值链上的伙伴共同发展，通过提高能源效率和加速能源转型来扩大影响。供应商网络需要成员间强有力的合作和伙伴关系，保障全国范围内供应商低碳举措的实施。

对于现有的供应链能源结构和技术而言，采用可再生能源是有效降低供应链碳排放的可靠方式。宝马集团把使用100%可再生能源制造未来产品作为直接（一级）供应商被提名的重要条件。截至2023年底，

接近50%本地提名直接（一级）供应商用于生产现有产品的用电量已承诺采用可再生能源。同时，从2021年起，华晨宝马发动机工厂铸造车间生产所需铝锭原材料的供应商已经全部实现了可再生能源转型。所有的动力电池电芯供应商在自我生产环节也实现了100%的可再生能源使用。

为了进一步赋能供应商，我们优化了数字化平台功能来推动供应商低碳转型，并通过开发数字化培训模块，提高供应商对可再生能源的认知和管理水平。我们还根据各个省份可再生能源的不同政策和地域差异为供应商提供可再生能源使用建议。同时，所有的指定供应商都会通过“供应商资源看板”与我们分享宝马产品生产相关的用电量。通过分析供应商同步的信息，宝马集团中国为供应商在能源转型的道路上提供切实可行的建议，助力供应商能源使用效率的提升。

促进供应链发展

我们坚持“再生优先”原则，在确保产品质量的同时，持续降低生产中对于非再生材料的依赖。为此，我们拓展供应链中再生材料的种类和数量。2023年，我们继续与供应商在贵金属、铝和动力电池回收方面开展合作，还尝试使用再生塑料材料生产全新的内外饰部件。

关于再生材料的详细介绍请见本报告“产品资源利用与保护”小节。[↗](#)



贵金属

2022年以来，钯和铑的回收使用率已超过70%。



铝锭

截至2023年底，铝锭铸造厂中铝的回收使用率达到50%。



动力电池

2023年，退役动力电池闭环回收关键原材料镍、钴、锂。此外，再生铝和镍已应用于电池电芯生产。



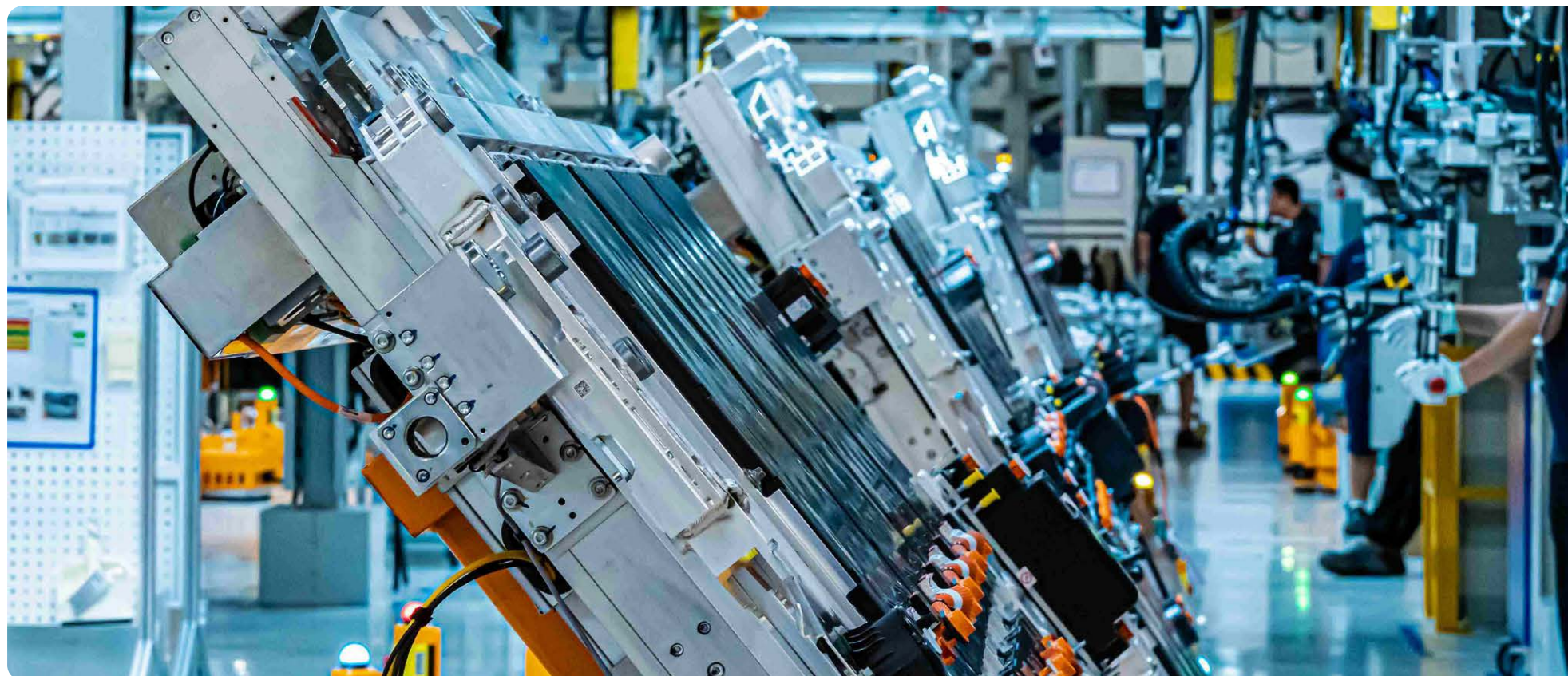
塑料

30%的再生热塑性材料应用于试点车辆项目的内外部配饰，如车门坎板、保险杠、储物箱等。



铝铸件

在铝制轮毂的试点项目中铝铸件的回收使用率已达到75%。



供应链中的技术转型与合作

与供应商通力合作是打造低碳供应链的必由之路。我们愿与供应链合作伙伴一起探索、开发和利用宝马的前沿技术，为供应链转型提供切实可行的低碳解决方案。

为了应对汽车铝材生产的低碳转型挑战，宝马集团中国就可再生电解铝和再生铝供应方面与供应商合作并签署了联合合作备忘录。通过使用合作备忘录中所提及的可再生电解铝和再生铝，宝马使用的单吨铝材的碳排放较传统铝材生产方式将分别减少 14 吨和 18 吨左右。

华晨宝马在 2023 年举办了主题为“打造有韧性、高质量、可持续的供应链”的供应商大会，与供应商一起分享在可持续发展方面的成就。会上，为表彰在可持续发展方面做出贡献的供应商，我们颁发了“碳管理奖”和“循环经济奖”两个供应链可持续奖项，激励供应商在可持续管理方面再创辉煌。借助供应商大会，我们深化与供应商的交流，团结供应商与宝马集团中国一起面对未来发展道路上的挑战。

第一次

在供应商大会上颁发宝马供应链可持续发展奖项。



碳管理奖

帅翼驰（河南）新材料科技有限公司（简称：帅翼驰）

帅翼驰积极响应并高度赞同宝马集团中国的可持续发展理念。在实现 100% 使用可再生电力生产宝马相关产品的基础上，帅翼驰还协助华晨宝马量身打造铝材闭环回收体系。

循环经济奖

延锋彼欧（沈阳）汽车外饰系统有限公司（简称：延锋彼欧）

延锋彼欧为再生塑料产业链的塑造做出贡献，积极支持宝马集团中国在可持续发展方面的努力。延锋彼欧通过密度、颜色和近红外测试等方式对再生材料的使用进行严格筛选。据估计，使用延锋彼欧开发的再生材料较非再生材料可减少 20% 到 50% 的碳排放。

供应商社会责任倡议

供应链社会责任管理可以为价值链上的利益相关方创造、保障并持续提升环境、社会和经济方面的长期价值。宝马集团将环境、社会标准以及治理因素纳入企业可持续发展战略，宝马集团中国在遵守当地法律法规的同时，积极开展供应链相关的社会责任实践。

通过第三方可持续管理问卷评估和例行审核在内的多种项目，我们实现了包括环境安全与健康（EHS）和社会责任在内的可持续发展目标。同时，我们还通过供应链尽职调查提高采购流程中的透明度。2023年，宝马集团中国更新了供应商行为准则（SCoC），对负责的商业行为、关键原材料使用以及环境社会责任提出了更完善的要求。

供应商环境、健康和安全管理

宝马集团中国相信，健全的供应商 EHS 管理和企业社会责任（CSR）实践是建设可持续供应链的基础。我们呼吁供应链中所有利益相关方共同努力，提升 EHS 风险管理效率，建立高质量且有韧性的供应链网络。

多年来，宝马集团中国通过宝马“供应商 EHS 管理项目”，与供应商开展广泛深入的合作，来提高供应商 EHS 表现，并探索行之有效的管理方法。我们聘请独立第三方机构，采用基于风险分析的方法对本地供应商进行 EHS 和 CSR 评估，从而帮助供应商识别管理短板和提升相

应能力。2023 年我们对 38 家本土供应商进行了现场评估，并将平均绩效水平从 88% 提高到 94%。

我们应用 ESG 风险管理系统（ERMS）跟踪供应商的可持续发展表现，利用数字化手段实现可持续发展管理。通过系统中的风险跟踪功能，我们精确识别和跟踪供应链风险，2023 年，在不对供应链生产造成干扰的情况下，协助供应商识别并缓释了 400 多项风险点。

深化供应链环境和社会责任管理

为降低 EHS 风险，确保宝马零部件的供应，我们要求一级供应商对其上游供应商开展“挑战回合”评估，评估结果由宝马与一级供应商共同核验。2023 年，我们通过远程评估和现场评估相结合的方式累计完成 100 次“挑战回合”。

供应商培训

宝马集团中国不断提高供应商对宝马可持续发展标准与要求的认识，持续提升供应链可持续发展水平。我们为供应商提供中英文在线及线下培训，培训主题包括社会责任、环境健康安全和减碳专题等。我们还鼓励供应商之间分享再生材料使用的最佳实践，进一步促进循环经济的发展。

负责任采购

对宝马集团而言，负责任采购是综合考虑经济、环境和社会因素的采购行为。我们根据环境及社会标准为原材料供应商制定了《供应商行为准则》。我们还要求一级供应商将这些标准传递给上游的供应商。

宝马集团非常重视包括锡、钽、钨、金（被称为 3TG）在内的冲突矿产相关管理问题。通过负责任矿物倡议（RMI）提供的标准化工具，宝马集团能够对原材料来源追溯至冶炼阶段。在要求其他原材料供应商使用现有合规认证的基础上，宝马集团也在参与价值链中关键环节的认证标准制定，例如成为负责任采矿保证倡议（IRMA）的成员并要求供应商也实施相关标准。

宝马集团还设定了通过发展本地项目中原材料的筛选来产生积极影响的目标，目前涉及的原材料包括锂、云母、钴、天然橡胶等。

展望

我们期待与供应商深化合作，共同探索行之有效的方法加速供应链减碳和社会责任进程。在未来，我们计划继续举办供应商可持续大会，为供应商提供一个向专家学习、与伙伴交流的平台，探讨可持续方面的最新趋势和解决方案，在供应链中进一步实施宝马的可持续发展战略。



CHAPTER 5

员工与社会

宝马集团中国秉持以人为本的理念,矢志不渝地追求可持续发展的未来。我们的发展植根于员工的成长和福祉。作为有责任感的企业公民,我们为社会进步积极履责。宝马集团中国携手全体员工,以创新驱动,为构建可持续社会贡献宝马力量。

5.1 培育未来人才	71
5.2 多元、平等与包容	77
5.3 员工福利与福祉	81
5.4 促进社会繁荣	86

05

5.1

培育未来人才

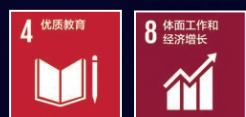
宝马集团中国深谙长期人才培养和人才支持的重要性。我们以核心价值观与企业文化为引领，提升员工在宝马集团中国的高品质工作体验。通过全面且面向未来的培训，赋能员工成长，并推动中国汽车工业的转型发展。



98.7%
培训满意度。

1.43
人均培训天数。

超过9,600名
员工因其在企业核心价值方面的突出表现而获得BestYOU奖项。





我们的核心价值观

责任

透明

开放

信任

赞赏

5,975名

员工作为获奖个人或获奖团队成员，收获了部门管理层授予的“Best in My Team”奖项。

5,053名

员工收获了同事伙伴表达感谢的“Best in My Eyes”奖项。

26个

对业务做出杰出贡献的个人或团队荣获“Best of the Year”奖项。

核心价值与文化

自2018年宝马集团提出核心价值观以来，我们积极推动这些价值观——责任、赞赏、透明、信任和开放——在中国区的落地实施。四年多来，我们在核心价值空间内组织了一系列以部门为单位的企业文化活动，为团队提供轻松开放的环境来自主开展价值观培养活动。今年我们重塑了核心价值空间大使计划，大使们可以在核心价值空间内自主开展工作坊活动，赋能更多业务部门自主举办文化主题工作坊。2023年，我们在核心价值空间内举办了98场工作坊，吸引了1,513名参与者；核心价值空间大使主持了30场文化主题工作坊，参与人数达到626人。

BESTYOU 项目

BestYOU项目倡导赞赏文化，表彰那些以实际行动践行公司核心价值观和倡导行为的员工。2023年，超过9,600名员工因在企业核心价值方面的突出表现荣获BestYOU奖项。其中5,053名员工获得了同事伙伴提名的“Best in My Eyes”奖项，5,975名员工作为获奖个人或获奖团队成员收获了部门管理层授予的“Best in My Team”奖项，26名对公司业务做出杰出贡献的个人或团队荣获“Best of the Year”奖项。

人才吸引

在这个瞬息万变的时代，员工被视为价值创造的源泉。在宝马集团中国，雇主品牌对于人才吸引至关重要，我们持续创新招聘方法和招聘计划。我们不仅提供工作岗位，更通过讲述与企业文化相契合的故事，吸引那些与我们拥有共同价值观和愿景的优秀人才，共同打造独具特色、充满活力的雇主形象。

雇主品牌

我们精心塑造雇主品牌，通过提供面向未来的职业发展机会吸引顶尖人才，激发员工的归属感，持续吸引着那些自我驱动、追求卓越、热衷于通过工作产生积极影响的优秀人才。

我们不断创新人才招聘工作，利用数字工具和前沿的人工智能技术识别优秀的候选人。通过在社交媒体和招聘平台上分享的真实员工体验，潜在人才得以直观了解我们的雇主品牌。我们还在多个社交媒体平台上加强雇主品牌的曝光度。这些举措助力我们吸引和留住更多关键人才，为公司的长期发展注入动力。

宝马集团中国为员工提供充满激情和创新氛围的工作环境，并与我们才华横溢的员工通力合作，为社会做出积极贡献。



青年人才核心价值观体验工作坊

为了向我们的95后青年人才介绍宝马集团的核心价值观，作为“超越计划”的一部分，我们举办了定制化的工作坊。亮点之一是，参与者运用乐高积木以核心价值观为框架，共同搭建理想的工作场所。

雇主品牌奖项

全球杰出雇主调研机构

中国杰出雇主 2023

智联招聘

2023 年度最佳雇主（全行业第二名）

2023 女性最佳雇主

2023 年最佳雇主奖—校招案例奖

前程无忧

2023 中国典范雇主百强

2023 雇主品牌典范

2023 中国大学生最喜爱雇主

猎聘

2023 年度非凡雇主

Lockin

2023 最具影响力海外雇主品牌

实习僧

2023 最爱雇主

脉脉

2023 年度卓越雇主

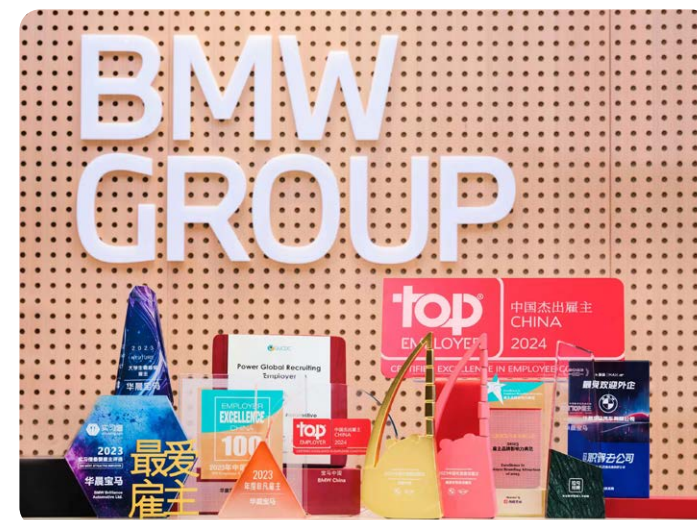
牛客

2023 牛客最佳校招雇主

以候选人为中心的招聘策略

人才是我们未来发展的重要驱动力。确保将合适的人才安排在合适的岗位上，并为他们提供成功所需的支持和机会，对我们来说至关重要。我们采用以候选人为中心的招聘方法，在整个招聘过程中为候选人创造积极的体验，深入了解候选人的期望，为他们提供在宝马集团中国稳定的职业生涯和广阔的职业发展机会。

我们追求数字化创新，以身临其境的体验强化招聘流程。2023年，我们通过微信公众号这一招聘平台举办了直播活动，聚焦“电动化、数字化、循环永续”三大战略支柱。我们邀请了内部专家阐释我们工作的意义以及我们对未来发展前景的期望。这些活动将宝马集团中国与潜在人才紧密联系在一起，超过16,000人参与了直播，在顶尖人才中提升了品牌知名度。



吸引与赋能人才

吸引青年人才

汽车行业正在经历前所未有的变革。青年人才能够以面向未来的思维应对挑战。宝马集团中国完善招聘流程，敞开怀抱欢迎更多富有创新精神和热情的青年人才加入。

我们通过毕业生项目吸引高素质的年轻毕业生和专业人才，举办形式多样的校园招聘活动，选拔和培养能够面向未来的人才，推动宝马集团中国在数字化转型、互联驾驶等前沿技术领域的可持续发展。

2023年，我们的全球管培生计划受到广泛关注，吸引了世界各地顶尖大学的申请者。我们还推出了技术管培生项目，吸引具备IT、电子、软件、数据等背景的年轻工程师加入宝马集团中国，为供应链和研发领域提供人才储备。此外，我们还推出了“BMW需要好YOUNG的你”校招活动吸引年轻技术人才，并在微信公众平台上进行推广。面向海内外精英我们推出精英硕士管培生项目，为他们描绘清晰的职业发展路径。

为吸引和培养具备关键能力的优秀学生，我们与同济大学、清华大学等顶尖高校合作开展校园活动，帮助学生了解宝马集团中国的职业发展路径和发展机会。活动内容包括创新竞赛、职业问答和学术挑战。这些活动在2023年吸引了1,600多人参与，为未来的人才引进搭建起桥梁。



BMW 闪光的实习

“BMW 闪光的实习”夏令营是我们的实习项目中的一大亮点，由宝马集团中国与同济大学电子与信息工程学院合作举办。这个为期五周的项目让实习生在我们的上海研发中心获得身临其境的体验，与我们的自动驾驶和软件测试专家并肩工作，深入了解我们面向未来的技术，并为研究/测试项目做出贡献。



1. “BMW 需要好 Young 的你”校招活动于 2023 年举行，旨在吸引 2024 年毕业的应届毕业生。

吸引技术人才

随着汽车产业尤其是新能源汽车的快速发展，相关领域的技术人才需求日益增长。我们通过有针对性的招聘计划和创新渠道，吸引具有深厚背景和实践经验的电池、电机、控制器等领域的技术人才。

为吸引海外中国学子回国发展，我们还在海外开展招聘活动。2023年，我们面向德国慕尼黑和斯图加特的一流大学举办了一系列专场招聘活动。通过这些活动，我们建立了研发和新能源汽车人才库，与海外中国留学生进行了良好的互动和交流。



2023 “黑客松”

2023“黑客松”@宝马沈阳工厂活动是这一以工业数字化转型为主题的前沿编程竞赛的第三届连续赛事，活动以沈阳BMW iFACTORY的真实场景为背景，与绿色发展、创新、经济增长相结合。三年来，这一创新性竞赛吸引了近1,300名来自顶尖学府的年轻极客，让他们有机会参观宝马沈阳生产基地，并为我们的工业数字化未来注入了新的活力。

赋能专业数字化人才

为了满足日益增长的数字人才需求，我们将目标锁定在具备数字化技能和思维方式的专业人才身上，以推动我们的数字化转型进程。在南京，我们的实习生计划吸引了大批数字化人才。在实习期间和实习结束后，实习生分享了他们在宝马的职业体验，让外界了解了我们的文化、价值观和工作环境。他们分享的内容在社交媒体上创造了良好的口碑，帮助我们树立良好的品牌形象，触达了更广泛的受众，并吸引了更多潜在的青年人才。作为宝马集团中国与社会沟通的桥梁，实习生加强了我们与公众的联系和互动，使我们能够更好地了解外界的看法和建议，不断优化管理和服务，以提升我们的社会责任。

招纳本地人才

宝马集团中国为沈阳当地的人才提供具有吸引力的职业机会和积极的工作环境，支持当地社区的发展。我们与媒体合作发布了一篇聚焦东北地区重获关注的文章，展现了该地区深厚的文化底蕴，并将宝马集团中国作为重要的就业中心进行了特别介绍。文章阅读量超过100,000人次，吸引了公众对中国东北地区和宝马集团中国的关注。

员工赋能

如今，汽车行业正在被新技术和新能源重塑，需要从业者拥有更广泛的技能组合。我们努力创造一个充满活力和创新的工作环境，通过培训和激励措施助力员工在快速变化的环境中不断提升能力。

创新模式

我们建立了一个数字化游戏平台，提供富有趣味性和互动性的培训。这种培训模式激发了员工的兴趣和参与度，帮助他们快速掌握知识和技能，促进职业成长和个人发展。

创新技术

我们运用人工智能优化培训方法，推出了有关人工智能知识和应用的内部培训课程，通过人工智能辅助提高员工的语言学习和表达能力。此外，我们还引入了元宇宙技术来激励年轻学徒。2023年，我们建立了3个VR焊接培训站和4个3D打印培训站，并实施了基于VR的电池培训、VR焊接和3D打印技术，使培训更安全、更环保。

创新资源

我们充分利用电子学习平台提供专业能力培训，与顶级商学院合作开设多样化的在线课程，激发员工的学习热情。截至2023年底，约有6,200名员工自愿参加了在线学习活动。

创新参与

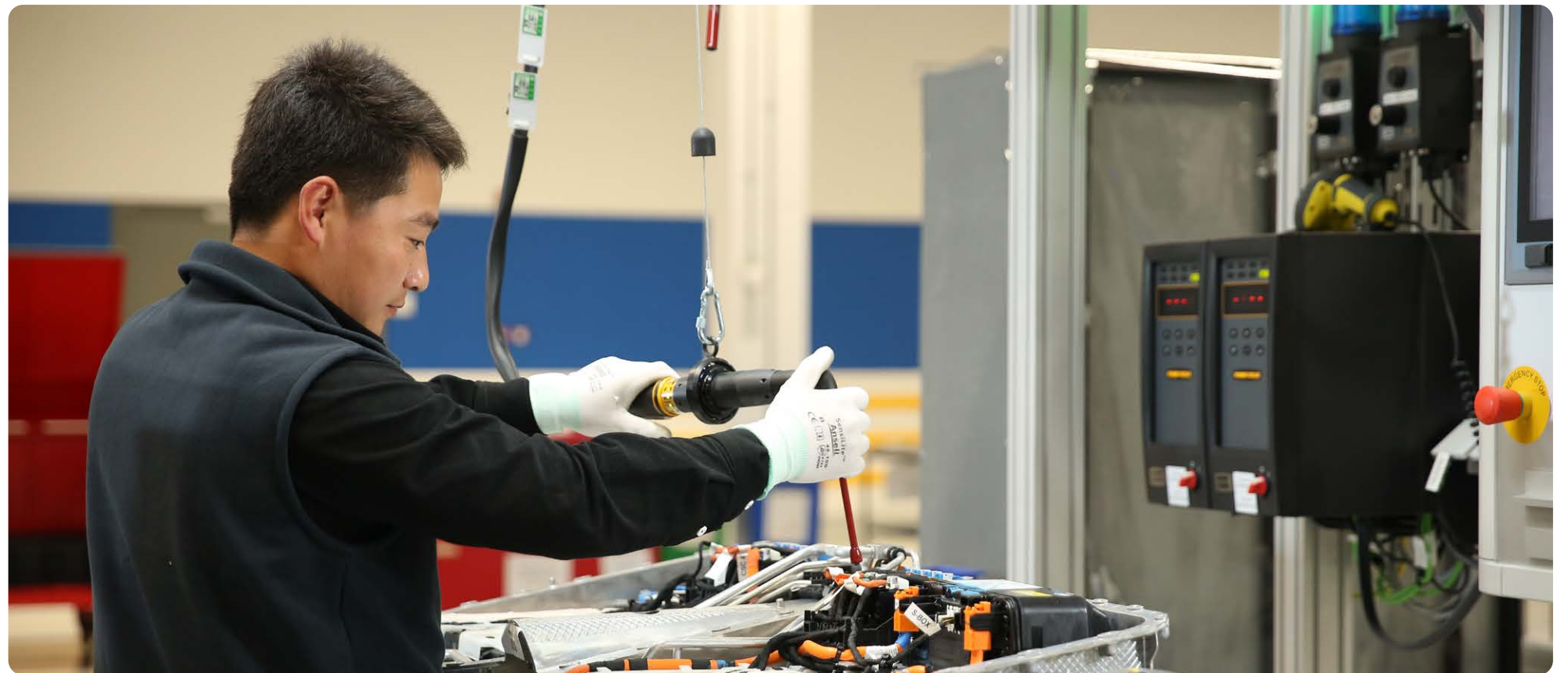
通过整合线下“翻转课堂”，我们更新了员工参与方式，鼓励参与者互动并分享对课程的理解。这种方法促进了团队合作和知识共享，进一步激发了员工积极参与的热情。

开启创新培训

数字化时代正在迅速改变我们的学习和工作方式，同时也在改变外部环境。为了培养面向未来的人才，我们通过持续培训赋能员工。我们提供创新的培训项目，及时、准确地反馈技能进展并不断突破模式、技术、资源和参与度的边界，以革新员工的学习体验。

数字提升项目

数字提升项目是我们迄今为止规模最大的数字化在线学习项目，旨在帮助非生产员工提高数字知识水平，为我们的数字化转型之旅奠定了基础。这一开创性举措引入了创新的在线学习模式，加入互动元素促进员工积极参与。2023年，近90%的宝马集团中国员工参与了这一项目，可持续发展和数字技术作为培训的关键模块，涉及环境、经济和社会等重要方面，以及我们如何通过技术创新来实现目标。



全方位培训

为满足员工技能发展和职业晋升的需要，我们为各级员工提供全面的培训课程，促进员工在宝马集团中国的个人成长和发展。这些课程包括领导力培训、技术培训和内部培训师发展项目。这些项目通过个性化的学习路径和绩效评估，培育持续学习的文化，使我们的员工在快速发展的环境中保持参与性和适应性。

领导力培训

我们推出的领导力培训旨在让管理人员掌握关键管理技能，深化他们对可持续发展作为公司核心战略的理解。我们与顶尖商学院合作，为高级管理人员量身定制了迷你 EMBA 课程，为他们提供应对动态商业环境的工具和视角。我们还开设以团队为基础的领导力讲习班，帮助团队在不同发展阶段提高能力和绩效。

技术培训

宝马集团中国聚焦电气化、数字化和可持续发展这三大核心支柱，开展了一系列技术培训项目。我们不断通过新的高压作业认证培训课程赋能员工。在电气化技能方面，超过 800 名员工参加了 2023 年的高压资格培训，获得认证的专业人员总数超过 8,000 人，为我们在电气化领域提供了更充分的人才储备。

在数字化方面，我们启动数字先锋项目，通过提高数据分析师、数据科学家和数据架构师的专业技能，并辅以认证，为百余名数字人才赋能。我们为电池厂开设了新的培训课程，帮助员工掌握最新的标准和设备。

我们还为兼职内部培训师提供内部培训师发展项目，让他们讲授技术和非技术课程，为我们的企业培训做出重大贡献。这些项目通过“教中学”的方式促进个人成长，推动了各职能部门的最佳实践。2023 年，226 名内部培训师成功开展了超过 6,116 人天的培训，获得了 99.8% 的优秀满意度。

这些全面的培训促进了员工的发展，并且通过持续的技术创新和应用支持推动了宝马集团中国的长期发展。

培育青年人才

为培育未来杰出人才，宝马集团中国与清华大学、同济大学、大连理工大学、东北大学和沈阳工业大学等知名学府密切合作，为博士生、硕士生提供了研究和交流的机会，让青年人才亲身体验行业进展。我们与清华大学达成协议，将共同建立“可持续发展与出行创新联合研究院”。这不仅有助于培养学生的创新能力，还将促进我们的技术创新和可持续竞争力。我们与东北大学保持了多年的密切合作，通过参与 2023 年东北大学的百年校庆，在一定程度上激发了学生们对电动汽车和宝马职业生涯的兴趣。



双元制教育—既有课堂教学又有在职培训—源于德国的教育政策，为宝马集团在德国的成功发展做出了贡献。因此，在总结成功经验的基础上，我们将其本土化以适应中国国情，培养兼具跨文化理解能力和专业技能的学生。2023 年，约 30 名德国博士生访问了我们在中国的工厂，与我们当地的博士生进行了富有成效的交流。两名德国学生在沈阳工厂成功完成了为期两个月的实习。随后，我们的学生于九月份前往德国车间实习。这次交流是我们首次在双元制教育体系内开展的双向学习交流，加强了跨文化交流，也为高素质人才的成长提供了支持。

98.7%

培训满意度。

1.43

人均培训天数。

5.2

多元、平等与包容

宝马集团中国打造协作的工作环境，包容并珍视每一位员工，将他们贡献的智慧与热情视为发展的基石。我们尊重员工的文化背景、年龄、经验、性别、身心能力、性取向及身份的多样性，为团队注入活力，营造一个无歧视、无偏见的工作环境。让每一位团队成员都能拥有归属感，享受工作带来的快乐，实现自我价值，共创非凡成就。



28,074人
截至2023年底员工总数。



多元 · 平等 · 包容

15.2%
女性员工比例。

37.9%
管理岗位女性员工比例。



我们的承诺

在当今时代，各行业的公司纷纷投身于推动多元化、包容性和女性领导力发展的新趋势中。我们深知，多样性和包容性不仅能够吸引和留住顶尖人才，提高决策的质量和效率，更能够深化我们对客户的理解，增强员工的满意度，这有利于构建强大的雇主品牌并激发团队的创造力、创新力和生产力。

多元是我们的一项优势。多元化有助于我们招募并留住最优秀的人才，满足全球客户的期望。秉承宝马集团的原则，我们坚持全方位的包容——无论文化背景、年龄、性别、身心能力、性取向和身份。公平和包容是我们组织的基础，我们致力于培养尊重和欣赏每位成员个性的企业文化，这种文化努力消除偏见，崇尚多样性，我们渴望将这些原则融入我们企业文化的发展和演变中。

宝马集团中国按年龄组别划分雇员占比情况(%)

30岁以下	24.9%
30-50岁	73.8%
50岁以上	1.3%

15.2%

女性员工比例。

37.9%

管理岗位女性员工比例。

创造包容的工作环境

宝马集团中国坚定接纳多元群体。我们强调招聘过程中的平等和包容，并将多元、平等和包容的理念深植于我们的品牌之中，我们提供的不仅是工作岗位，更是一个支持员工终身成长、实现成功的平台。长期以来，我们致力于消除无意识偏见，促进性别平等，营造一个透明、包容的工作环境，让不同群体都能平等地获得发展机会。

我们为积极推动对残障人士的招聘工作，践行包括提供间接支持和财政援助，打造无障碍工作空间，并消除偏见促进接纳在内的包容性文化举措。通过这些措施，我们的最终目标是逐步使残障人士融入宝马集团中国，成为我们更广泛的文化转变的一部分。

我们在微信招聘平台上特设了符合多元、平等和包容理念的专项应聘通道，方便认同这些价值理念的求职者申请。我们诚挚欢迎不同背景的人才加入宝马集团中国，共同营造多元的企业文化。2023年，我们还特别邀请了一位残障社交媒体博主参观里达工厂，并在社交平台分享亲身体验。活动有效提升了公众对我们无障碍工作环境的认识，并在社交媒体上广泛传播了我们的价值观。哔哩哔哩和抖音等平台上的观众惊讶于宝马集团中国无障碍工作场所的可行性，并给予了我们的积极的反馈，这些反馈不仅坚定了我们的决心，还推高了公众对宝马产品的兴趣，展现了宝马品牌对社会的积极影响。



促进多元、平等与包容

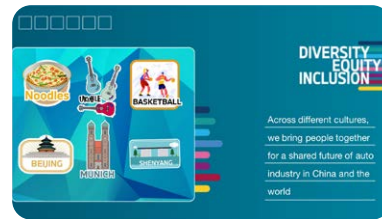
为持续提升员工对多元、平等、包容的关注度，宝马集团中国于2023年推出了一系列“多元日”线上活动和线下体验活动。

2023年多元、平等、包容之旅

3月
国际妇女节



5月
世界文化多样性日



8月
多元文化夏日嘉年华



11月
国际宽容日



12月
无意识偏见路演



多元日

我们举办这一系列活动旨在提高员工对公司内部多元化议题的认知。通过“多元日”一系列引人入胜的活动，包括主题活动、线下路演和在线平台（如新闻简报和 JoyChat），向广大员工宣传多元化、平等和包容性，同时加强员工之间的互动与交流。

2023年国际妇女节

3月8日国际妇女节是2023年宝马集团的第一个“多元日”。我们在庆祝平等与公正的同时，特别表彰女性员工的卓越成就。在沈阳举办的“我们的成功之钥：女性”视频活动展现了女性员工对宝马集团中国发展的深远影响。这些女性凭借她们不同的才能、技能和个性，不断推动公司向前发展，同时激励他人。视频记录了女性员工的杰出成功故事，展示了她们如何在各自的领域克服困难并取得胜利。节日当天，以“女性职场进阶潜在的八个突破”为主题，宝马在中国的三位优秀的女性领导，通过谈话直播的形式分享了她们丰富的职场经验，带我们了解如何转化成成长动力、如何释放内在潜力。直播吸引了895人报名参加。宝马相信成功源于多元，我们自豪地展示我们的多元化文化和女性员工的风采。

世界文化多样性日

宝马集团中国以一场别开生面的“世界文化多样性日”庆祝活动，让员工们汇聚一堂，共享来自世界各地的美食。员工不出餐厅便可沉浸式品尝全球美食，领略多种美食风情和异域文化，通过品尝食物更深入地了解不同文化背景，迈出跨文化交流和沟通的一大步。此次美食节不同于传统的跨文化活动，而是聚焦于宝马在中国的多元化进程，我们很高兴有超过2,300名员工参与其中。在沈阳，我们特别设计了一场为期一周的虚拟“美食之旅”，让员工在线上体验不同地域的饮食文化。此外，我们还举办了文化小贴士的抽奖问答和在线电子明信片分享活动，让员工们分享自己的多元化故事，促进了员工对文化多样性的理解和喜爱。



对话亮点：女性职业力量



Cao

当我们做一件事的时候，需要更加关注这件事本身，聚焦在我们如何用最好的方式把这件事情做成，而不是关注性别限制。



Amy

我们应该保持向上的、发展的趋势，向符合自己职业发展的方向做改变，而不是盲目跟从外界。



Brenda

我们可以专注于塑造理想中的自我，认清自我价值，全身心投入到每一项任务中，以此创造自我价值。

多元文化夏日嘉年华

华晨宝马第 20 届多元文化夏日嘉年华成功地将多元、平等、包容与社会责任相融合，通过主题迷宫和跨文化变革地图等活动，强调了对残障人士的包容。嘉年华吸引了包括员工及其家人在内的 7,000 多人参加，创造了一个充满乐趣的知识共享环境，特别关注年轻人以及多元、平等、包容，社会责任和循环经济等主题。

多元、平等与包容迷宫

迷宫中包含了有关日常生活中普遍存在的各种“无意识偏见”的信息。在迷宫的最后，还有一个简短的小测验来测试员工的多元、平等与包容相关的知识水平。共有 2,460 名员工及其家属体验了迷宫并参与了小测验。



国际宽容日

为纪念 11 月“国际宽容日”，宝马集团中国向全体员工发送了一封信，旨在提高员工对“国际宽容日”的认识，强调宽容和包容的重要性，并重申宝马的多元化战略。

无意识偏见路演

沈阳为所有员工举办了为期一周的“从无意识偏见到有意识包容”的虚拟现场之旅，鼓励员工识别并避免六种无意识偏见的发生，共建包容的工作场所。我们共收到了来自 3,726 名参与者的超过 759 条信息，包括他们的个人见解、故事、手绘艺术作品和留言。此外，还有诸如在线测验、电子邮件签名、故事集以及专为年轻同事设计的特别活动，以进一步增强文化多样性。

员工体验

“我在中国最喜欢的跨文化体验是丰富多样的食物选择，每个地区都有独特的风味。”

“我很重视旅行和了解这个国家的美食、艺术和历史的经历。”

“我更喜欢接触不同的人，体验他们的成长和见解，并向他们学习。多样性和包容性可以让团队工作更有效率，不同的经历可以让团队取长补短”。

“当我了解到有这么多无意识偏见时，我感到惊讶和震惊！通过学习，我希望能拥有更好的情绪管理能力、更强的同理心，并在工作和生活中寻找平静。”

—— 参加华晨宝马第 20 届多元文化夏日嘉年华的外籍同事

超过 **28,000** 名

员工在整个多元、平等与包容活动中进行了交流。

2,460 名

员工参加了多元文化周知识问答。

5.3

员工福利与福祉

作为一家具有本土化特色的跨国企业，宝马集团中国秉承以人为本的理念，将28,000余名员工的安全和幸福放在首位。我们坚守最严格的安全标准，为员工打造安全的工作环境。我们的全方位福利计划不仅丰富了员工的日常生活，也提高了他们的整体福祉，同时鼓励他们投身于可持续发展的行动中，为社会贡献自己的力量。

2,592

员工居住在沈阳公租房。

> 25,000

沈阳工厂文体活动参与人次。

0.06

事故率（每百万工时）。



SDG 3 and 8



SDG 3 and 8



员工健康与安全

为员工提供安全的工作场所是宝马集团中国的基本责任。我们努力创造安全健康的工作环境，竭尽全力预防工伤事故的发生。我们严格执行各级安全生产责任制，以“零死亡、零重伤、零重大火灾事故”为目标，全面推进安全工作。通过在全公司范围内开展安全培训和应急演练等活动，提升员工的安全意识和应急处理能力。这些措施帮助员工提高安全意识，让他们在安全的环境中充分发挥个人潜能，共同推动可持续发展。



健全的职业健康安全管理体系

建立健全的职业健康与安全管理体系，是确保员工安全与福祉的关键所在。我们通过严格遵守相关法规，降低职业健康与安全风险，预防各类事故发生。

宝马集团中国恪守中国法律法规，并严格遵循宝马集团的健康安全政策，致力于为所有员工营造一个安全健康的工作环境。我们的职业健康安全管理体系符合联合国全球契约十项原则、ISO 45001:2018标准和《国际劳工组织关于工作中的基本原则和权利宣言》等多项国际及国内的标准和倡议。华晨宝马的所有生产基地均通过了ISO 45001:2018认证，满足职业健康安全管理体系要求。此外，我们保持了辽宁省应急管理厅审核颁发的安全生产标准化二级认证。2023年，我们的事故率仅为0.06每百万工时。

我们为宝马集团中国构建的安全生产责任制已全面融入各级管理之中，借助安全管理电子平台等数字化解决方案，涵盖安全检查、特种设备管理、职业健康安全管理责任书签署等模块，优化安全管理流程。高级管理层对预防工伤事故和保障安全健康的生产场所负全面责任。管理团队制定了与战略目标相一致的职业健康安全管理政策，确保管理体系的持续改进和有效运行。

除了拥有完善的职业健康安全管理体系，我们还在全公司范围内开展安全活动和组织培训，提升员工的安全意识和能力。在强制性培训课程外，我们还为员工提供有关上锁挂牌、化学品安全、受限空间作业安全、个人防护用品和动火作业安全等一系列专项安全培训。



职业健康安全的隐患及风险管理

职业健康安全风险管理对企业保障员工福利至关重要。我们的风险管理措施包括一套风险分级防控与隐患排查治理的双重防范机制，该机制对潜在的安全隐患进行系统的分类、排查与整治，从组织、制度、技术和应急等多个角度出发对企业内部的风险进行全方位控制。

“托福”人机项目于2021年在铁西工厂装配车间启动并不断深化。项目侧重人体工程学要求、行为模式以及岗位轮换，预防员工出现肌肉骨骼疾病。

依据铁西工厂安全与人体工程学风险评估(SERA)的结果，以及对大东工厂物流部门众多工作场所人体工程学行为的实地观察，我们的健康部门精心设计了一套工作场所锻炼方案，该方案易于融入员工的日常操作流程，有效帮助员工缓解身体压力。

为倡导更健康的工作习惯，我们举办了调整正确工作姿态的培训课程。这些课程涵盖了多个主题，以保障员工的健康福祉。

健康主题活动

我们通过现场医疗健康服务及身体评估与康复中心（PAR 中心），为员工提供无障碍支持，还采取一系列配套措施，通过各种健康倡议计划，提升员工健康水平和工作表现。

根据对 2022 年度健康体检结果的洞察，我们进一步优化了“健康管理 2025 计划”。该计划旨在通过一系列具体行动——包括心理健康辅导、戒烟计划、健康燃脂、听力保护、健康睡眠和流感疫苗接种等，引导员工养成更健康的生活方式。这些措施共同促进了我们组织内部福祉文化的形成，并通过营养、健身、癌症预防和提升心理韧性等方面的专题活动日、交流会和培训课程的辅助，进一步丰富员工的健康生活体验。



心理健康辅导—关爱心理

宝马集团中国重视员工的心理健康。2023年，我们开设了35门心理健康课程，为455名员工提供了心理健康咨询，811人参与了线上和线下的员工援助计划(EAP)培训。华晨宝马荣获“2023中国企业员工援助计划服务优秀实践奖”。我们还开展了一系列教育活动，向员工宣传成瘾预防和保持心理健康等主题。

戒烟计划

根据我们2023年度健康体检显示，吸烟率从2019年的42%降至39%，有3,074名员工表达了戒烟的意愿。我们为员工提供戒烟协助，支持他们实现健康目标。2023年，我们为约200名参与者举办了四次现场戒烟培训，并在公司内部组织了联合健康活动进一步推广福祉文化。

健康睡眠

我们持续组织相关培训帮助员工提升睡眠质量，并采用匹兹堡睡眠质量指数(PSQI)评估作为健康睡眠计划的一部分。在2023年度健康体检期间，共有22,761名员工参与了此项评估，帮助我们及时发现员工在养成健康睡眠模式方面存在的问题。我们为74名员工提供睡眠监测仪并组织研讨会，吸引了1,247名线上观众和330名线下参与者。

听力保护

2023年，我们为100%噪音暴露员工进行了全面的听力保护培训，有1,193名参与者通过悦信平台参加了在线培训。为进一步推广听力保护活动，我们在车间举办了趣味问答和抽奖等听力保护现场活动，吸引了1,931名员工参与，在听力保护的实际行动上持续提高员工的认识和参与度。

健康燃脂

2023年，我们开展了14场宣传减脂知识的现场活动，共计1,160名员工参与活动，为262人制定了个性化减脂计划。我们在铁西工厂和里达工厂餐厅推出的体重管理期餐活动，取得的积极效果受到了员工的一致好评，激励我们继续在员工中推广健康饮食习惯。

年度健康体检

2023年，我们继续推进年度健康体检，其中沈阳地区员工的参与度高达96%，较2022年提升2%；非沈阳地区员工的参与度也达到了82.1%，同比增加了9%。通过这一计划，员工对健康体检重要性的认识显著提升。

流感疫苗接种

2023年，我们为3,046名员工接种了流感疫苗，其中沈阳2,785人，北京261人。我们还扩大了乙肝疫苗的接种范围，沈阳地区共接种了241剂。

完善的员工福利

企业的成功不仅依赖优质的产品和服务，还需要拥有一支充满活力的员工团队。我们致力于保障员工的福祉，促进他们的个人发展和职业成功，并为企业营造健康的工作环境。

具有竞争力的福利待遇

宝马集团中国高度重视员工的健康、幸福和职业发展，培养可持续的商业模式并促进创新。我们持续改进并优化员工福利政策，为员工提供支持。

为全面保障员工权益，我们进一步完善了《员工手册》，并推出了更为灵活的工作安排，涵盖弹性工作时间和远程办公等举措。在休假政策方面，我们提供多样化的休假选择，重点支持家庭护理。响应新的政策要求，我们延长了适用城市员工的陪产假，并引入了育儿假和父母护理假。我们还为员工提供了一系列补充保险选择，使他们能够根据个人和家庭需要选择不同的健康和医疗保险计划。

对于退休员工，我们也提供一系列福利，包括个人保险优先通道与折扣、年度健康体检以及购车帮助等。这些福利措施展现了我们对员工个人生活的关怀，帮助他们更好地实现工作与生活的平衡。

3,950_名

享受育儿假或陪护父母假的员工。

全方位的福利关怀

重视员工的全面福利是企业履行社会责任、提高员工满意度的重要途径。在宝马集团中国，我们关心员工的身心健康和职业发展，努力营造公平、健康、和谐、友好的工作环境。

我们高度重视维护员工权益，并不断优化员工福利体系。通过工会这一桥梁，我们主动倾听员工心声，并于2023年提出了二十余条协商议题，内容涵盖薪酬福利、工作环境、保险、生活等。通过集体协商，员工诉求直达管理层，促进多项福利政策落地实施，员工福利待遇与工作环境持续提升。

我们通过关爱与激励，持续提升员工归属感。员工在传统佳节和生日、新婚等特殊的时间，都会收到来自公司的礼物，同时享受观影券、公租房及幼儿园等福利。2023年，华晨宝马员工慈善基金惠及员工1,724人，涉及住院慰问、家属去世慰问、新婚、新生儿慰问、重疾救助及困难帮扶等。截至2023年底，共2,592名员工居住在沈阳的公租房，享受该项服务带来的实惠与便利。我们还积极推动落实工休站及职工之家建设，为员工在工作场所附近提供休闲和交流的好去处。

我们积极鼓励员工提升技能，助力员工发展，拓宽职业发展通路。在我们的劳模创新工作室里，技能娴熟的员工发挥带头作用，管理跨部门项目团队，整合资源推动技术攻关，在沈阳已建立了11个创新工作

室，促进主动性和创造性提升。我们还组织技能大赛等活动为员工提供展现技术的平台，鼓励员工提升技能。这些机会让技术娴熟的员工能够获得更多的认可，实现个人价值和发展的双赢。

我们通过组织各类文体活动，倡导积极健康的生活方式，促进工作与生活的平衡。悦跑嘉年华、综合运动会等活动鼓励员工参与体育锻炼，养成健康的生活习惯。啤酒节、交响音乐会等中德文化交流活动促进跨文化理解与合作。同时，亲子嘉年华和家庭日等以家庭为导向的活动加深了员工与同事、家庭和公司之间的联系。2023年，我们仅在沈阳工厂就举办了20多场文体活动，参与员工25,000余人次。

商业保险覆盖（弹性方案下所有实体的总和）

超过 **27,000** 名
雇员。

超过 **25,000** 名
家庭成员（包括配偶、子女和父母）。

员工参与

宝马集团中国的长期可持续发展需要营造激励人心的工作文化，以激发员工的卓越表现、增强适应能力和创新能力，吸引和留住顶尖人才。我们以信任、透明和公开的理念指导人力资源政策的制定和决策。

搭建多元的沟通渠道

我们通过多样化的沟通渠道，如微信公众号、内网、悦信平台、“数字工会”平台、双月刊《工会快报》U讯等渠道，倾听员工反馈。这些平台支持分享业界最佳实践、送去节日问候、发布工会活动通知以及维权关怀信息，营造了一个充满支持与尊重的工作环境，让每位员工的声音都能得到倾听和重视。

开展员工调研

我们定期开展员工调研，关注员工参与情况，并识别出需要改进的领域。2023年，我们在全公司范围内开展了员工满意度调查。结果显示，试点部门的员工满意度达到了95%，这一积极的结果将指导我们采取进一步措施优化员工的工作体验和职场环境。

增强员工与产品和品牌的联系

员工是品牌的代言人，与我们的产品和品牌之间有着紧密联系。宝马集团中国通过开展各种活动，让员工亲身体验我们的产品，从而加深他们对宝马品牌的理解，建立情感上的连结，并传递给更广泛的社会群体。

可持续活动

宝马集团中国秉持将社会责任融入员工日常生活的承诺。通过实施员工社会责任计划，我们将可持续发展的理念贯穿于多样化的员工活动之中，鼓励员工成为推动社会可持续发展的活跃力量。

宝马集团中国推出的“社会周”计划，积极倡导员工投身于履行社会责任的活动。2023年，我们特别增设的“社会日”进一步强调将社会责任融入日常生活。为了加深员工对公司社会责任承诺的理解，我们去年向全体员工发布了一封沟通信，信中介绍了集团的社会责任举措并附上了三个精心制作的视频。视频由本地管理层和过往社会责任奖项得主共同精心制作，深入阐述了我们的可持续性战略，展示了宝马集团中国在企业社会责任方面的成就，并讲述了一个持续七年的儿童资助项目的案例故事。通过这些举措，我们期望提升员工对我们的企业社会责任的认识，并激发他们参与到更多有意义的社会活动中去，共同为社会的可持续发展贡献力量。

每年我们都会组织员工体验活动。2023年，我们在上海车展以及天津举办的“BMW M 驾控体验日”为员工提供了产品和品牌体验机会。

2023年，华晨宝马迎来了成立二十周年庆典，我们在北京和沈阳举办了两场盛大的全员联谊活动，以此向员工们的卓越成就致敬。北京的联谊大会在冬奥会场馆举行，员工们在享受视听盛宴的同时，对我们的产品和未来转型的能力更添信心。在这一共同的庆典时刻，团队精神和协作精神得到了进一步加强。每一位参与典礼的在职员工或前员工，都因其对宝马的杰出贡献而倍受认可和鼓舞，并进一步鼓舞他们“激情成就未来”的精神。



1. 华晨宝马 20 周年庆典

5.4 促进社会繁荣

宝马集团中国深知企业社会责任对公司长期经营和社会繁荣发展的重要意义，不断提升品牌和车主积极负责的形象。我们将可持续发展作为企业战略核心，推动经济、环境和社会的和谐发展。除了为公益事业及社会议题提供资金支持，宝马集团中国更希望成为解决方案的一部分，并提出切实可行的解决方案以应对社会挑战。

6,050小时
志愿者服务时长。

93,322,786人次
BMW企业社会责任活动的累计
受益人次数。

34,166,849人民币
社会责任活动项目支出。

35,542,888人次
BMW企业社会责任活动受益人次数。



SDG 4, 10, 11, 14, 15 and 17

我们的企业社会责任战略及项目

以“和合共进，商责共创，美丽家园”为指导原则，宝马集团中国的企业社会责任战略始终坚持长期发展、实效为先、全员参与。我们深刻理解政府和社会的迫切需求及长远目标，积极响应并提出解决方案。通过将企业社会责任与社会及国家核心议题相结合，我们为社会、用户和行业创造价值，驱动共同发展。

在践行可持续发展的过程中，我们系统性地设计并实施企业社会责任项目，围绕传统文化和生物多样性保护两个核心议题开展工作。2023年，我们的企业社会责任项目持续创新，广泛带动利益相关方共同应对挑战。

我们以实际行动积极带动利益相关方，融入创新思维并发动社会资源，为中国社会的发展贡献力量。2023年，共有35,542,888人次从我们的企业社会责任活动中受益，较2022年增长11.47%。



1



2



3



4

1. BMW美丽家园行动。
2. BMW中国文化之旅。
3. BMW童悦之家。
4. BMW儿童交通安全教育。

BMW 中国文化之旅

我们相信，文化联结人与世界。秉承“家在中国”的理念，宝马集团中国珍视中国的文化多样性。我们于2007年发起“BMW 中国文化之旅”项目，体现了人文为本的可持续发展和企业社会责任理念，在保护非物质文化遗产的同时，推动其创新性发展。我们通过跨界协作赋能非物质文化遗产传承人，激发创新思维，帮助传承人与市场接轨，满足现代消费需求。

在过去18年间，我们先后探访了中国24个省及直辖市，421项非物质文化遗产，已对90项亟待保护的非遗项目和研究课题进行捐助，资助并赋能近千名非遗传承人，影响并带动超过2.1亿公众加入非遗传承与保护行列。“BMW 中国文化之旅”为保护中国非物质文化遗产，促进物质文明和精神文明协调发展做出了卓越贡献。

《大美中国：非遗保护创意创新案例集》

宝马集团中国致力于通过振兴传统工艺来创新、保护和传承中国传统文化。2023年6月，清华大学出版社正式出版由宝马集团中国与清华大学美术学院共同编著的《大美中国：非遗保护创意创新案例集》。

该案例集汇编了29位非物质文化遗产传承人与清华大学美术学院导师合作的成果，生动、详实地记录了“设计师+非遗传承人”合作的历程、经验与心得，集中反映了非遗传承人在“非遗走进现代生活”进程中关于消费者洞察、产品设计、市场化营销等方面的思考、探索与创新实践。

案例集完美诠释了宝马集团“家在中国”理念，展示了宝马集团积极联结中国利益相关方，共同解决现实社会问题的努力，为后代共同创造“美丽中国”。



"BMW 中国文化之旅"非遗保护创新成果展

2023年2月，“BMW 中国文化之旅”非遗保护创新成果展在中国科学技术馆正式开展。展览创新性地体现了文化、艺术与科学的融合，向公众普及中国传统文化。该展览展示了众多卓越的非遗艺术作品，并通过“有味道的非遗”装置，为参观者提供了可闻、可观和可触的沉浸式体验。宝马集团中国携手清华大学美术学院联合打造的“华彩辉耀典藏版”7系也在展览中亮相，充分体现了艺术与科学、东西方美学的融合。



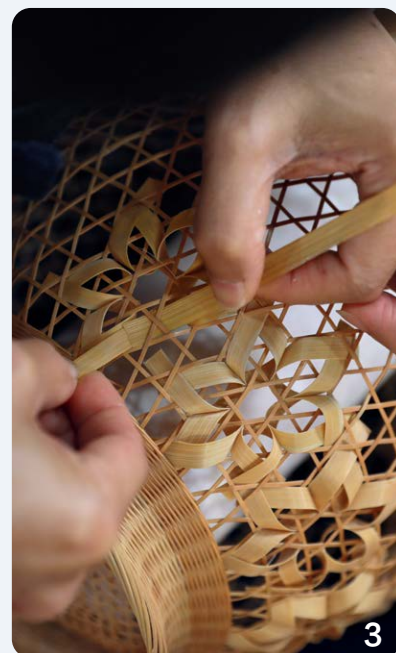
超过 **321** 万
直播观看量*。

9,617 次
直播互动量。

106,410 人
展览参观人数。

8 场
互动研讨会。

* 截至2023年2月28日下午4点。



传统手工艺文创设计大赛

传统手工艺文创设计大赛以创造性转化和创新性发展为指导，倡导可持续发展理念，促进经济、环境与人的和谐发展。以“旅游文创纪念品”和“为乡村民宿设计的家居用品或装饰物品”为主题赛道，大赛紧扣循环经济、文旅融合和乡村振兴等社会热点。

我们进一步倡导可持续设计与实践，通过促进传统手工艺者与年轻设计师之间的交流，将传统工艺与当代工业设计相结合。跨界团队利用天然或可回收材料，通过创新创作推动非物质文化遗产传承人的可持续发展，并向当代年轻人传播中国传统文化。

福建茶乡茶韵之旅

茶，源自中国，一直被视为联结人与自然的桥梁。2022年11月，“中国传统制茶技艺及其相关习俗”正式被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。2023年举办的“BMW中国文化之旅——茶乡茶韵之旅”与当前文旅融合赋能乡村振兴的社会热点议题完美契合。此次文化之旅深入中国茶乡福建，为参与者提供沉浸式体验，探索茶文化中蕴含的人与自然和谐共生的可持续理念。

通过“体验”“参与”“赋能”和“教育”四大路径，福建茶乡茶韵之旅鼓励着更多社会力量支持乡村旅游和乡村振兴，一起沉浸体验、了解和推广充满丰富内涵的中国传统文化。

BMW中国文化之旅升级

大运河是中国人民智慧的结晶与民族记忆，是中国重要的文化符号。2024年4月，宝马集团中国携手中外文化交流中心、中国教育发展基金会，共同启动“BMW中国文化之旅——大运河文化保护教育公益项目”。作为“BMW中国文化之旅”的灯塔项目，我们致力于保护大运河沿线的物质与非物质文化遗产。

我们将邀请名家助力推广大运河文化的保护与教育，遴选并资助大运河沿线的非遗传承人，帮助非遗传承人设计和开发非遗文创产品。该计划将带动近1,000万用户和全国经销商，推动围绕大运河遗产的文化旅游发展。在宝马进入中国30周年之际，我们深化“家在中国”的理念，为中国社会创造更切实的价值。



1. 传统手工艺文创设计大赛。
2. 传统手工艺文创设计大赛。
3. 福建茶香茶韵之旅。
4. 福建茶香茶韵之旅。
5. 大运河。

BMW 美丽家园行动

全球面临三大致命挑战：气候变化、生物多样性丧失、污染加剧。可持续发展是解决环境挑战的金钥匙。中国政府已经将生物多样性保护作为可持续发展的基础、目标和手段，并指出“中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化”。

在此背景之下，我们发起了“BMW 美丽家园行动”，聚焦中国生物多样性保护和国家公园建设，提高公众的生物多样性保护意识。2023年，我们在持续资助辽宁辽河口国家级自然保护区的同时，捐资支持山东黄河三角洲国家级自然保护区。我们还以创新方法与路径，支持中国绿化基金会发起的“中国自然观察三年行动计划”，构建起生物多样性保护公众教育平台。宝马集团中国始终将可持续发展作为企业战略核心，探索让更多利益相关方参与生物多样性保护的创新途径，为中国的生态文明建设贡献力量。



BMW X 微博校园

美丽家园——自然观察小程序

传播国家公园的壮丽形象，为公众创造线上学习和参与生物多样性保护的机会。



BMW X 腾讯公益“一块走”

“与BMW守护大美湿地”公益项目

公众通过捐赠每日行走步数参与湿地保护。



持续支持国家公园建设

辽河口国家级自然保护区在生物多样性保护中发挥着重要作用，为多种珍稀濒危野生动物提供了适宜的栖息环境。它处于东亚——澳大利西亚迁飞路线上，是丹顶鹤南北迁徙的重要停歇地，也是全球最大黑嘴鸥种群的繁殖地，具有极高的生态保护价值。

今年，我们对2022年捐建的“美丽家园-鹤乡”生态观鸟屋进行了数字化升级，安装数字监控与观测设备，实现对周边核心区鸟类和生态环境的24小时动态监测，成为一座集智能监测、科普教育于一体的“智慧型”观鸟屋。此外，“黑嘴鸥全球最大繁殖地”地标雕塑在辽河口国家级自然保护区“南小河”保护站顺利落成，表达出人与自然和谐共生的生态文明理念，为建设未来辽河口国家公园形象起到重要推动作用。

山东黄河三角洲国家级自然保护区因其生态系统、自然景观和生物多样性具有全球保护价值和代表性，已被列入国际重要湿地名录。基于它重要的生态意义，我们捐资支持山东黄河三角洲国家级自然保

护区，助力建设湿地类型的国家公园，捐赠仪式于2023年7月在黄河三角洲举行。我们提供3辆BMW iX3作为保护区巡护车，在当地社区开展湿地课堂生物多样性讲解员培训，并捐资开发针对当地学生的湿地自然教育读本，支持当地的生物多样性保护并提升公众意识。

推广公众教育

通过在线生物多样性教育平台，我们向利益相关方和公众宣传保护生物多样性的重要意义。2022年以来，“BMW 美丽家园行动”已通过捐赠生物多样性教材、直播和宣传片等形式，影响公众超过1,300万人次。

带动利益相关方参与

宝马集团中国带动经销商共举办了106场生物多样性主题公益活动，组织员工志愿者积极加入辽河口志愿净滩活动，已经有近百名员工志愿者两次参与其中。



1

7,380,000

“儿童交通安全训练营”现场直播观看量。

BMW 儿童交通安全训练营

宝马集团中国携手经销商、车主及各界合作伙伴，履行在交通安全教育相关的社会承诺。发起于2005年的“BMW 儿童交通安全训练营”聚焦儿童交通安全社会议题，并在2020年将中华传统“礼”文化融入交通安全教育。我们联合中国教育发展基金会和中国少年儿童新闻出版总社，共同研发“礼行天下”儿童交通安全文明礼仪礼包，将“礼”文化融入现代社会的具体交通场景，梳理出“行走之礼”“乘车之礼”和“开车之礼”的核心内容。

我们高度赞赏经销商通过企业社会责任项目对当地社区做出的贡献，并鼓励经销商向客户和当地社区传递宝马的价值观。基于此，我们将经销商是否举办包括儿童交通安全教育项目在内的社会责任活动，纳入宝马卓越经销商奖项的评选标准。

通过提供培训和教育材料，我们支持经销商开展与宝马儿童交通安全教育及其他社会问题相关的企业社会责任活动。2023年，共有355家经销商开展了605场企业社会责任活动，其中60%为儿童交通安全教育活动。我们相信通过开展BMW 儿童交通安全训练营，可以有效帮助儿童增强在复杂交通环境中的自我保护能力。

BMW 童悦之家

“BMW 童悦之家”项目自2011年启动以来，配合推动农村儿童体育教育发展，助力国家实现乡村振兴和促进教育均衡发展的目标。2021年至2023年间，我们通过“天行健计划”为35所乡村学校培训了约180名体育教师，惠及近6万名学生。

2023年，我们启动了一项为期三年的资助计划，通过中国教育发展基金会-宝马爱心基金捐赠200万元人民币。这笔资金将用于改善云南省金平和麻栗坡两县学校的办学条件，并支持当地的人才发展。此次捐赠是我们12年来第三次持续帮扶同一地区教育发展事业，深刻反映出宝马集团中国对企业社会责任的长期承诺，以实际行动回报中国社会。

其中，100万元用于资助125名被大学录取的优秀高中毕业生，帮助他们减轻家庭经济负担，以顺利完成学业。我们还向麻栗坡县捐赠人民币100万元，为当地五所中小学配备40台互动教学设备，支持教育数字化。通过三年的资助计划，预计将有超过8000名当地师生直接受益于这些举措，为乡村振兴和加快教育城乡一体化进程起到良好的推动作用。

员工志愿服务

多年来，宝马集团中国始终秉持可持续发展理念，追求企业与社会的和谐发展，关爱当地社区，以创新的企业社会责任理念回馈社会。

宝马集团中国相信，志愿服务的精髓不在于单枪匹马的奋斗，而在于众人汇聚的点滴善举。我们不断提高宝马员工志愿者的可持续发展意识，组织并鼓励员工参与社会责任和可持续发展活动，为更多宝马员工创造回馈社会的机会。

2023年，我们组织了11次志愿者活动，共计904人次参与其中，在当地社区的志愿服务时长达6,050小时。

904人次

2023年参与志愿活动的志愿者
人次数。

6,050小时

2023年志愿者服务时长。



中国非物质文化遗产志愿服务

员工推广非物质文化遗产，增强了对中国非遗的了解与认知。

志愿者人次数**60+**人次。

志愿者服务时长**400+**小时。

净滩及河道清理志愿活动

员工参加净滩及河道清理志愿活动，共同保护生态环境，增强环保意识。

志愿者人次数**280+**人次。

志愿者服务时长**2,400+**小时。



跑步捡垃圾活动

员工们不辞辛苦，徒步山间捡拾垃圾，为地球环境的清洁贡献了自己的一份力量。

志愿者人次数**30+**人次。

志愿者服务时长**180+**小时。

BMW童悦之家志愿服务

志愿者携带着捐助物资走访山区学校，开展丰富多彩的兴趣公开课和未来科技体验课，给予孩子们关怀和鼓励。

志愿者人次数**120+**人次。

志愿者服务时长**2,000+**小时。



森林治理¹

员工们参加植树和治沙活动，亲近自然，锻炼团队意志力和凝聚力，进一步增强对企业社会责任的认同感。

志愿者人次数**120+**人次。

志愿者服务时长**600+**小时。

有声邮局

员工及其家属为留守儿童录制温暖鼓舞的信息，以提供情感支持和鼓励。

志愿者人次数**260+**人次。

志愿者服务时长**300+**小时。

1. 包括BEYOND森林经营活动和沈阳公会防沙植树活动。

社会捐赠

宝马集团中国积极支持中国社会发展，在自然灾害或其他突发事件发生时，迅速响应，挺身而出，第一时间采取行动以提供帮助。

支援北京抗洪救灾

2023年7月，台风“杜苏芮”在京津冀地区造成严重人员伤亡和财产损失。我们立即响应政府号召，根据灾区人民的切实需求，向北京市慈善协会捐赠1500万元人民币，用于支持洪灾救援和灾后重建工作。

支援甘肃抗震救灾

2023年12月，甘肃省临夏州积石山县发生6.2级地震，造成了人员伤亡、道路交通中断和物资短缺。我们迅速响应，第一时间捐赠300万元人民币以应对灾情。

当地社区建设

遵循“家在中国”的理念，宝马集团中国高度重视当地社区发展和利益相关方的深度参与，实现与当地社区的协同共进。沈阳是宝马在中国的发源地，在这里，我们启动了一系列促进文化交流与合作的项目，积极推动区域文化建设与交流。

以艺术创新助力可持续发展

秉持一贯的企业可持续发展观，以及长久以来对艺术的支持与热爱，宝马集团中国携手沈阳鲁迅美术学院(LAFA)展开“新工厂艺术项目”。该项目以宝马沈阳生产基地BMW iFACTORY战略贯穿之下的“可持续发展”为内容题材，由年轻艺术家创作的10件精彩艺术作品，涵盖油画、雕塑及装置等艺术形式，这些作品在大东工厂扩建区域及铁西工厂里达厂区进行展示。

我们希望通过文化艺术活动提升员工和公众的可持续发展意识，通过展览和表演的策划和制作改善大众对于可持续发展的意识和敏感度。同时，通过中德两国跨文化的交流以及工业智能与当代艺术的跨界融合，我们希望能够为年轻艺术家提供丰富的灵感来源，以独特的艺术体验和创新阐述，为可持续发展提供多样化的解读。

精彩艺术作品展示



1. 聊天1号。
2. 镜像之外。
3. 沉浸式艺术作品展。

2023 年度企业社会责任荣誉奖项



让社会更美好的 100 个创新案例

2023 年 9 月, “BMW 中国文化之旅” 入选 2023 南风窗社会创新大会——《让社会更美好的 100 个创新案例》案例集



2023 年度社会责任汽车企业

2023 年 11 月, 宝马中国及华晨宝马荣获 21 世纪汽车产业竞争力研究“金引擎”案例“2023 年度社会责任汽车企业”奖



可持续发展银奖

2023 年 11 月, “BMW 2022 童悦之家夏令营” 荣获第十届蒲公英奖“可持续发展银奖”



2023 金旗奖全场大奖

2023 年 12 月, “BMW 美丽家园行动” 荣获“2023 金旗奖全场大奖”

展望

宝马集团中国将继续把企业社会责任与我们的核心业务和竞争力相结合, 积极解决社会关键议题, 坚定不移地为企业和社会创造共享价值。在复杂多变的市场环境中, 我们将巩固与经销商、客户、员工及公众的联系, 聚焦“传统文化保护”和“生物多样性保护”中国社会核心议题, 通过这些努力在增强企业竞争力的同时, 推动社会的可持续发展。





CHAPTER 6

其他信息

6.1 可持续发展关键绩效汇总	96
6.2 GRI 内容索引	102
6.3 独立鉴证报告	113
6.4 关键数据编报基础	115

06

可持续发展关键绩效汇总

企业概况

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
营业收入 (百万元人民币)	172,692	189,006	214,787	-	-		334,312	336,935²	-6.8
纳税额 (十亿元人民币)	35	38	43	49	49		80	74.53	-6.8
整车产量 (台)	536,537	602,936	700,787	674,663	728,562	8.0	674,663	728,562	8.0
汽车零售量 ³ (台)	-	-	-	-	-		791,985	824,932	4.2
授权经销商网点及代理商数量 ⁴ (个)	647	666	683	707	744	5.2	893	937	4.9

产品与出行解决方案

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
境内乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克 / 公里)	137.8	142.1	152.8	144.1	142.9	-0.8	144.1	142.9	-0.8
进口乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克 / 公里)	-	-	-	-	-	-	171.6	165.7	-3.4
境内乘用车生产企业平均燃料消耗量 (升 / 百公里)	5.79	5.97	6.42	6.08 ⁵	6.03	-0.9	6.08	6.03⁵	-0.8
进口乘用车供应企业平均燃料消耗量 (升 / 百公里)	-	-	-	-	-		7.24	6.99⁵	-3.5
新能源汽车零售量 ³ (台)	-	-	-	-	-		59,118	99,972	69.1
回收动力电池数量 (个)	3,262	4,347	6,173	10,153	41,759	311.3	10,318	42,072	307.8
回收动力电池重量 (千克)	78,875	98,261	123,111	579,231	1,020,470	76.2	589,384	1,029,390	74.7
回收旧件数量 (个)	124,600	108,070	278,000	275,421	351,634	27.7	275,421	351,634	27.7
回收旧件重量 (吨)	563	669	867	595	766	28.7	595	766	28.7
全国公共充电桩数量 (个)	130,405	306,891	365,713	470,534	588,550	25.1	470,534	588,550	25.1

注释:

- 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第113页注册会计师独立鉴证报告。
- 宝马集团中国的营业收入。有关华晨宝马的营业收入信息较敏感暂不予披露。
- 包含宝马品牌和 MINI 品牌的汽车零售量。
- 宝马旗下 MINI 品牌于 2023 年在中国市场实行代理销售模式，因此对原授权经销商网点数量重新命名。
- 该数据公示于中华人民共和国工业和信息化部 2024 年 4 月 1 日发布的《关于 2023 年度乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分情况的公示》。

生产与运营

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹			注释:
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)	
单台生产二氧化碳排放量 ² (吨二氧化碳 / 台)	0.21	0.19	0.17	0.19	0.18	-5.3	0.19	0.18	-5.3	1. 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第 113 页注册会计师独立鉴证报告。
温室气体排放总量 (吨二氧化碳 / 二氧化碳当量)	21,251,988	24,113,170	29,201,934	32,560,605	34,780,313	6.8	39,720,941.00	40,211,085	1.2	2. 汽车生产 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 的单台生产所产生的二氧化碳排放量, 不包括华晨宝马工厂的建筑工程和厂内第三方供应商消耗能源所产生的二氧化碳。为便于比较, 已对往年数据进行追溯调整。
温室气体排放量 (范围一) (吨二氧化碳)	42,141	43,614	50,937	54,306	57,309	-	54,306	58,532	-	3. 自 2023 年起包括公务车的二氧化碳排放量。
宝马集团中国地点 - 天然气	42,141	43,614	50,937	54,306	53,044	-2.3	54,306	53,044	-2.3	4. 自 2023 年起包括非生产场所外购热力的二氧化碳排放量。
公务车 ³	-	-	-	-	4,265	-	-	5,488	-	5. 用于计算排放量的方法论在 2023 报告年度发生了变化。IT 系统的优化使得对所有车辆进行差异化计算, 并考虑了不同生产区域的不同能源组合和排放因子。根据新方法论, 对以下报告年份的数据进行了追溯 (华晨宝马基于先前方法论的值: 2019 年: 3,981,487 吨二氧化碳当量, 2020 年: 4,339,177 吨二氧化碳当量, 2021 年: 5,071,706 吨二氧化碳当量, 2022 年: 5,179,693 吨二氧化碳当量, 2023 年: 5,666,641 吨二氧化碳当量; 宝马集团中国: 2022 年: 6,410,297 吨二氧化碳当量, 2023 年: 6,658,211 吨二氧化碳当量)。
温室气体排放量 (范围二) ⁴ (吨二氧化碳)	68,602	71,275	71,604	76,121	80,662	6.0	76,121	81,109	6.6	6. 车辆相关外购商品和服务的排放及报废过程的排放为根据 ISO 14040/44 对产品系列中的代表性车辆进行生命周期评估得出, 计算模型为 Sphera 的 "LCA for Experts" 工具。
外购电力和外购热力 ⁴	68,602	71,275	71,604	76,121	80,662	6.0	76,121	81,109	6.6	7. 该数据的增加主要是由于排放因子的调整及运输重量的增加。
温室气体排放量 (范围三) (吨二氧化碳当量)	21,141,245	23,998,281	29,079,393	32,430,178	34,642,342	6.8	39,590,514	40,071,444	1.2	8. 该数据的增加主要是由于宝马集团中国为中国大陆市场生产和进口的汽车总数增加。
外购商品及服务 ^{5,6}	9,624,538	10,711,299	12,881,245	12,973,070	13,774,060	6.2	14,724,598	15,060,222	2.3	9. 包含员工乘坐飞机的公务出差。该数据的增加主要是由于国内和国际旅行频率的增加。
物流 ⁷	173,102	175,113	310,772	519,304	619,572	19.3	711,850	821,111	15.3	10. 该数据的增加主要是由于产量的增加。
使用阶段	11,058,404	12,799,547	15,521,957	18,562,014	19,818,887	6.8	23,693,045	23,688,313	0.0	11. 自 2023 年起包括非生产场所的热能消耗。
处置 ^{6,8}	267,321	300,866	352,059	361,245	411,124	13.8	444,234	477,880	7.6	
公务出差 ⁹	8,815	2,105	2,606	2,560	6,438	151.5	4,802	11,657	142.8	
员工通勤	9,065	9,351	10,754	11,985	12,261	2.3	11,985	12,261	2.3	
可再生能源电力占比 (%)	100	100	100	100	100	0.0	100	100	0.0	
能源消耗总量 ^{10,11} (兆瓦时)	974,642	1,026,890	1,106,295	1,169,425	1,245,906	6.5	1,189,231	1,267,107	6.5	
不可再生能源的总燃料消耗 (天然气) (兆瓦时)	233,127	238,834	295,209	297,727	298,231	0.2	297,727	298,231	0.2	
电能消耗总量 ¹⁰ (兆瓦时)	557,572	590,214	590,662	625,039	664,759	6.4	644,845	684,848	3.1	
热能消耗总量 ¹¹ (兆瓦时)	183,943	197,842	220,424	246,659	282,916	14.7	246,659	284,028	14.6	
单台生产能源消耗量 (兆瓦时 / 台)	1.63	1.51	1.40	1.60	1.58	-1.3	1.60	1.58	-1.3	
单台生产挥发性有机化合物排放量 (千克 / 台)	0.52	0.50	0.12	0.12	0.11	-8.3	0.12	0.11	-8.3	
水资源消耗总量 (立方米)	1,332,876	1,188,228	1,275,998	1,191,954	1,255,579	5.3	1,191,954	1,255,579	5.3	
单台生产水资源消耗量 (立方米 / 台)	2.40	1.97	1.82	1.77	1.72	-2.8	1.77	1.72	-2.8	

生产与运营

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
废弃物总量 ² (吨)	87,013	181,791	210,691	208,564	231,484	11.0	208,564	231,484	11.0
可回收废弃物总量 ^{2,3} (吨)	83,004	179,987	208,940	207,214	230,235	11.1	207,214	230,235	11.1
处置的废弃物总量 ² (吨)	4,009	1,804	1,751	1,350	1,249	-7.5	1,350	1,249	-7.5
单台生产废弃物处置量 (千克 / 台)	7.47	2.99	2.50	2.00	1.72	-14.0	2.00	1.72	-14.0
非危险废弃物总量 ^{2,3} (吨)	76,814	172,349	200,283	198,662	221,245	11.4	198,662	221,245	11.4
可回收非危险废弃物 ^{2,3} (吨)	74,891	172,007	200,068	198,474	221,245	11.5	198,474	221,245	11.5
处置的非危险废弃物 ^{2,4} (吨)	1,923	342	215	188	0	-100.0	188	0	-100.0
危险废弃物总量 ² (吨)	10,199	9,442	10,408	9,902	10,239	3.4	9,902	10,239	3.4
可回收危险废弃物 ² (吨)	8,113	7,980	8,872	8,740	8,990	2.9	8,740	8,990	2.9
处置的危险废弃物 ^{2,3} (吨)	2,086	1,462	1,536	1,162	1,249	7.5	1,162	1,249	7.5

经销商与供应链

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
在华合作供应商数量 ⁵ (个)	394	400	436	429	455	6.1	429	455	6.1
在华采购额 ⁵ (十亿元人民币)	49.68	54.89	71.39	73.47	86.53	17.8	73.47	86.53	17.8
BMW 领创绿星认证经销商数量 ⁶ (个)	-	-	-	-	-	-	-	251	-

注释:

1 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第113页注册会计师独立鉴证报告。

2 华晨宝马工厂的废弃物产生量。

3 该数据的增加主要是由于产量的增加。

4 2023年，动力总成工厂实现零废弃物填埋。

5 仅包括华晨宝马的零部件供应商和原材料供应商及采购额。

6 2023年新增指标。



员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
截至当年年底员工总数 (人)	19,824	20,739	22,829	25,802	25,856	0.2	27,982	28,074	0.3
女性员工数量 (人)	2,389	2,465	2,725	2,931	3,119	6.4	4,066	4,256	4.7
女性员工比例 (%)	12.1	11.9	11.9	11.4	12.1	6.1	14.5	15.2	4.8
男性员工数量 (人)	17,435	18,274	20,104	22,871	22,737	-0.6	23,916	23,818	-0.4
男性员工比例 (%)	87.9	88.1	88.1	88.6	87.9	-0.8	85.5	84.8	-0.8
30岁以下员工数量 (人)	7,486	6,893	7,099	7,881	6,811	-13.6	8,089	6,985	-13.6
30岁以下员工比例 (%)	37.8	33.2	31.1	30.5	26.3	-13.8	28.9	24.9	-13.8
30-50岁以下员工数量 (人)	12,192	13,675	15,515	17,670	18,741	6.1	19,582	20,718	5.8
30-50岁以下员工比例 (%)	61.5	65.9	68.0	68.5	72.5	5.8	70.0	73.8	5.4
50岁以上员工数量 (人)	146	171	215	251	304	21.1	311	371	19.3
50岁以上员工比例 (%)	0.7	0.8	0.9	1.0	1.2	20.0	1.1	1.3	18.2
沈阳员工数量 (人)	19,068	19,963	21,563	24,174	24,027	-0.6	24,260	24,131	-0.5
沈阳员工比例 (%)	96.2	96.3	94.5	93.7	92.9	-0.9	86.7	85.9	-0.9
北京员工数量 (人)	756	776	1,266	990	1,073	8.4	2,709	2,802	3.4
北京员工比例 (%)	3.8	3.7	5.5	3.8	4.1	10.5	9.7	10.0	3.1
上海员工数量 (人)	-	-	-	103	96	-6.8	377	387	2.7
上海员工比例 (%)	-	-	-	0.4	0.4	0.0	1.3	1.4	7.7
其他地区员工数量 (人)	-	-	-	535	660	23.4	636	754	18.6
其他地区员工比例 (%)	-	-	-	2.1	2.6	23.8	2.3	2.7	17.4

注释:

¹ 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第113页注册会计师独立鉴证报告。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
管理岗位女性员工比例 ² (%)	30.6	30.2	31.4	31.8	33.2	4.4	37.1	37.9	2.2
管理岗位中的本地员工比例 ² (%)	86.7	87.2	90.0	91.7	91.7	0.0	91.3	91.5	0.2
签订固定期限劳动合同的员工比例 (%)	48.1	41.0	41.4	48.8	46.7	-4.3	47.8	45.8	-4.2
整体本地新员工数量 ³ (人)	1,628	1,691	3,510	4,716	1,082	-77.1	5,044	1,277	-74.7
整体本地新员工比例 ³ (%)	8.2	8.2	15.4	18.3	4.2	-77.0	18.0	4.5	-75.0

注释:

1 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第113页注册会计师独立鉴证报告。

2 管理岗位员工指职级 I-V 级的员工。

3 不包括从境外派遣的外籍员工及在宝马集团中国实体间内部转岗的员工。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹		
	2019	2020	2021	2022	2023	同比 (%)	2022	2023	同比 (%)
本地员工离职率 ² (%)	3.7	3.8	7.4	6.9	3.8	-44.9	7.1	4.1	-42.5
本地员工自愿性离职率 ² (%)	2.6	2.9	6.6	6.0	2.94	-51.0	6.2	3.1	-50.7
本地员工非自愿性离职率 ² (%)	1.1	0.8	0.9	0.8	0.83	3.7	0.9	1.0	14.4
事故率 (每百万工时)	0.17	0.09	0.13	0.08	0.06	-25.0	0.08	0.06³	-25.0
人力资源部培训学院组织的培训天数 ⁴ (天)	24,311	15,491	19,524	25,844	36,730	42.1	28,241	40,047	41.8
人均培训天数 ⁴ (天/人)	1.23	0.75	0.86	1.00	1.42	42.0	1.01	1.43	41.6
培训满意度 (%)	98.2	98.4	99.0	99.8	99.0	-0.8	99.4	98.7	-0.7
BMW 企业社会责任活动受益人次数 (人次)	2,628,710	11,568,364	11,459,458	-	-		31,885,474	35,542,888	11.5
BMW 企业社会责任活动累计受益人次数 ⁵ (人次)	2,866,602	14,434,966	25,894,424	-	-		57,779,898	93,322,786	61.5
社会责任活动项目支出 (元)	16,513,831	36,619,722	23,439,759	-	-		24,210,755	34,166,849⁶	41.1
参与志愿活动的志愿者人次数 ⁷ (人次)	212	85	300	-	-		916	904	-1.3
志愿者服务时长 ^{7,8} (小时)	1,915	923	1,914	-	-		1,960	6,050	208.7

注释:

1 对选定的宝马集团中国关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第113页注册会计师独立鉴证报告。

2 不包括宝马集团中国各实体间转岗的员工及因退休或身故而离职的员工。

3 2023年度相较于去年，发生事故数减少。

4 该数据的增加主要是由于口径扩大，将线上课程纳入了统计范围。

5 基于报告年度和往年数据的累计数据。

6 该数据的增加主要是由于对北京暴雨和洪水灾害以及甘肃地震的捐款。

7 自2023年起，华晨宝马沈阳工会及宝马中国工会在中国大陆地区组织的企业志愿服务活动纳入统计范围。志愿者包括员工及其子女和其他社会公众。

8 该数据的增加主要是由于统计口径扩大及举办的志愿活动的活动时长增加。

GRI 内容索引

宝马集团中国参照 GRI 标准，报告了本 GRI 内容索引中所引用的 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间的信息。

GRI 1: 基础 2021

使用的GRI 1	GRI 1: 基础 2021
适用的GRI行业标准	无

GRI 2: 一般披露 2021

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 2-1组织详细情况	09	--	--
GRI 2-2纳入组织可持续发展报告的实体	02	--	--
GRI 2-3报告期、报告频率和联系人	02	--	--
GRI 2-4信息重述	--	必要时，在相应图表的脚注中对内容进行了详细解释。	--
GRI 2-5外部鉴证	113	--	--
GRI 2-6活动、价值链和其他业务关系	10, 59-69	--	--
GRI 2-7员工	71-85, 99-101	--	6



GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 2-8员工之外的工作者	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-9管治架构和组成	20	--	--
GRI 2-10最高管治机构的提名和遴选	20	--	--
GRI 2-11最高管治机构的主席	04-06	--	--
GRI 2-12在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	20	--	--
GRI 2-13为管理影响的责任授权	20	--	--
GRI 2-14最高管治机构在可持续发展报告中的作用	20	--	--
GRI 2-15利益冲突	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-16重要关切问题的沟通	17-19	--	--
GRI 2-17最高管治机构的共同知识	20	--	--
GRI 2-18对最高管治机构的绩效评估	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-19薪酬政策	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-20确定薪酬的程序	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-21年度总薪酬比率	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-22关于可持续发展战略的声明	04-06	--	--
GRI 2-23政策承诺	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-24融合政策承诺	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 2-25补救负面影响的程序	22-24	--	--
GRI 2-26寻求建议和提出关切的机制	22-24	--	--
GRI 2-27遵守法律法规	22-24	--	--



GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 2-28协会的成员资格	--	<ul style="list-style-type: none"> • 中国汽车工业协会 (CAAM) • 中国外商投资企业协会 (CAEFI) • 中国投资协会 (IAC) • 辽宁省外商投资企业协会 (LNAEFI) • 沈阳市外商投资企业协会 (SYAEFI) • 北京外商投资企业协会 (BAEFI) • 北京新能源汽车产业协会 (ABNEA) • 中国德国商会 (AHK) • 欧洲质量管理基金会 (EFQM) • 中国智能交通协会道路车辆专业委员会 (ITS China) • 中国可持续发展工商理事会 (CBCSD) • 全球契约中国网络 	--
GRI 2-29利益相关方参与的方法	17-19	--	--
GRI 2-30集体谈判协议	77-80	所有本地员工都是工会会员。《工资集体协议》覆盖全体工会会员, 不包括外籍派遣员工, 其不属于工会会员。	3

实质性议题的专项披露

我们根据自身的管理方法披露了与实质性议题相关的所有信息。出于保密考虑，我们不会披露管理这些实质性议题的人员和财务信息。

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明
GRI 3-1确定实质性议题的过程	18	--
GRI 3-2实质性议题清单	18	--

可持续的产品组合

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3实质性议题的管理	18-19	--	7, 8, 9
GRI 302-5降低产品和服务的能源需求量	12, 49-50	--	--

产品质量与安全

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3实质性议题的管理	18-19	--	--
GRI 416-1评估产品和服务类别的健康与安全影响	28-30	--	--
GRI 416-2涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	--	2023年并无发生因违反规定而受到罚款或处罚的事件。	--

价值链减排行动

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3实质性议题的管理	18-19	--	7, 8, 9
GRI 302-1组织内部的能源消耗量	97	--	--
GRI 302-2组织外部的能源消耗量	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 302-3能源强度	97	--	--
GRI 302-4降低能源消耗量	12, 49-50	--	--
GRI 201-2气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	20, 48-51	--	--

循环经济

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3实质性议题的管理	18-19	--	7, 8, 9
GRI 301-1所用物料的重量或体积	35	--	--
GRI 301-2所用循环利用的进料	35	--	--
GRI 301-3再生产品及其包装材料	35	--	--

空气污染

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3实质性议题的管理	18-19	--	7, 8, 9
GRI 305-1直接 (范围1) 温室气体排放	97	--	--

空气污染 (续)

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 305-2能源间接 (范围2) 温室气体排放	97	--	--
GRI 305-3其他间接 (范围3) 温室气体排放	97	--	--
GRI 305-4温室气体排放强度	97	--	--
GRI 305-5温室气体减排量	12, 49-50	--	--

环境、生态与资源管理

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3确定实质性议题的过程	18-19	--	7, 8, 9
GRI 306-1废弃物的产生及废弃物相关重大影响	47, 51-54	--	--
GRI 306-2废弃物相关重大影响的管理	47, 51-54	--	--
GRI 306-3产生的废弃物	98	--	--
GRI 306-4从处置中转移的废弃物	13	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 306-5进入处置的废弃物	51-54	--	--
GRI 303-1组织与水作为共有资源的相互影响	51-54	--	--
GRI 303-2管理与排水相关的影响	51-54	--	--
GRI 303-3取水	--	出于不适用原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 303-4排水	51-54	--	--
GRI 303-5耗水	51-54, 97	--	--

环境、生态与资源管理 (续)

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	52	--	--
GRI 304-3 受保护或经修复的栖息地	90	--	--

负责任的采购

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	1-10
GRI 308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	--	由于供应链的复杂程度以及某些情况下的透明度缺失, 筛选的新供应商的百分比数据无法进行报告。	--
GRI 308-2 供应链的负面环境影响以及采取的行动	66-69	--	--
GRI 414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	--	由于供应链的复杂程度以及某些情况下的透明度缺失, 筛选的新供应商的百分比数据无法进行报告。	--
GRI 414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	66-69	--	--
GRI 204-1 向当地供应商采购的支出比例	98	--	--

多元、平等与包容

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	4, 5, 6
GRI 405-1 管治机构与员工的多元化	77-80	--	--

多元、平等与包容 (续)

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 405-2 男女基本工资和报酬的比例	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--
GRI 406-1 歧视事件及采取的纠正行动	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--

职业健康与安全

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19, 82	--	--
GRI 403-1 职业健康安全管理体系	82	--	--
GRI 403-2 危害识别、风险评估和事故调查系	81-82	--	--
GRI 403-3 职业健康服务	83-84	--	--
GRI 403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	85	--	--
GRI 403-5 工作者职业健康安全培训	82-84	--	--
GRI 403-6 促进工作者健康	82-84	--	--
GRI 403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	82-84	--	--
GRI 403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	82-84	--	--
GRI 403-9 工伤	81-82	--	--
GRI 403-10 工作相关的健康问题	--	出于保密原因, 此项信息未作报告。	--



员工发展和人才留用

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	--
GRI 404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	73-76	--	--
GRI 404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	73-76	--	--
GRI 404-3 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	--	宝马集团中国部分实体每年进行一次公司范围的绩效评估, 以评估员工业绩表现及职业发展。由于绩效评估流程的复杂性及不同岗位的差异性, 百分比信息暂未报告。	--

具有吸引力的工作场所

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	--
GRI 201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	84	--	--

合规

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 确定实质性议题的过程	18-19	--	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10

合规 (续)

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	22-24	<p>我们建立了全面的合规管理体系，成立了相关委员会。合规管理职能部门定期向相关委员会汇报合规管理领域的状况。所有委员会成员掌握反腐败政策和流程的最新动向。所有委员会成员均参加反腐败培训。股东双方代表在宝马集团的合规项目之中。</p> <p>合规培训包括面向所有非生产员工的网上培训，面向新入职员工和新任经理的课堂培训，以及针对特殊业务部门（例如销售、采购和财务）的专业研讨培训。</p> <p>我们针对相关政策和流程与业务合作伙伴进行了沟通。在此，未报告沟通对象的数量。</p>	--
GRI 206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	22-24	2023 年，没有发生涉及反竞争、违反反垄断法的行为。	--

信息安全与隐私保护

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 确定实质性议题的过程	18-19	--	--
GRI 418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	--	2023 年，没有接获有关侵犯客户隐私和丢失客户资料并经证实的重大投诉。	--

可持续的治理

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	--

公共政策参与

GRI 标准	页码索引	补充信息及从略说明	联合国全球契约原则
GRI 3-3 实质性议题的管理	18-19	--	--

独立鉴证报告

中文翻译仅供参考

注册会计师独立鉴证报告

致：华晨宝马汽车有限公司管理委员会和宝马（中国）汽车贸易有限公司董事会

我们接受委托，对华晨宝马汽车有限公司（“华晨宝马”）和宝马（中国）汽车贸易有限公司（“宝马中国”）（华晨宝马和宝马（中国）统称“贵公司”）的2023年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的宝马集团中国的2023年度关键数据（以下简称“关键数据”）执行了有限保证的鉴证业务。

关键数据

本报告就以下选定的2023年度贵公司宝马集团中国可持续发展报告中宝马集团中国的关键数据实施了有限保证鉴证工作程序：

- 授权经销商网点及代理商数量（个）
- 整车产量（台）
- 境内乘用车生产企业平均燃料消耗量（升/百公里）
- 进口乘用车供应企业平均燃料消耗量（升/百公里）
- 境内乘用车新车平均二氧化碳排放量（克/公里）
- 进口乘用车新车平均二氧化碳排放量（克/公里）
- 温室气体排放量（范围一）（吨二氧化碳）
- 温室气体排放量（范围二）（吨二氧化碳）
- 温室气体排放量（范围三）（吨二氧化碳当量）
- 单台生产能源消耗量（兆瓦时/台）
- 能源消耗总量（兆瓦时）
- 可再生能源电力占比（%）
- 单台生产挥发性有机化合物排放量（千克/台）
- 单台生产二氧化碳排放量（吨二氧化碳/台）
- 单台生产废弃物处置量（千克/台）
- 非危险废弃物总量（吨）
- 危险废弃物总量（吨）
- 废弃物总量（吨）
- 单台生产水资源消耗量（立方米/台）
- 水资源消耗总量（立方米）
- 在华合作供应商数量（个）
- 在华采购额（十亿元人民币）
- 截至当年年底员工总数（人）
- 女性员工比例（%）
- 管理岗位女性员工比例（%）
- 管理岗位中的本地员工比例（%）
- 整体本地新员工比例（%）
- 本地员工离职率（%）
- 人力资源部培训学院组织的培训天数（天）
- 人均培训天数（天/人）
- 培训满意度（%）
- 事故率（每百万工时）
- BMW企业社会责任活动受益人次数（人次）
- 社会责任活动项目支出（元）
- 参与志愿活动的志愿者人次数（人次）
- 志愿者服务时长（小时）
- BMW领创绿星认证经销商数量（个）



我们的鉴证工作仅限于 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2023 年度关键数据, 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中所披露的其他信息、2022 年及以前年度信息均不在我们的工作范围内。

标准

贵公司编制 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告关键数据所采用的标准列示于 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中第六章的关键数据编报基础(以下简称“编报基础”)中。

华晨宝马汽车有限公司和宝马(中国)汽车贸易有限公司的责任

按照编报基础编制 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告关键数据是华晨宝马和宝马中国的责任。这种责任包括设计、执行和维护与编制社会责任报告关键数据有关的内部控制, 以使该等数据不存在由于舞弊或错误而导致的重大错报。

我们的独立性与质量管理

我们遵守了国际会计师职业道德准则理事会颁布的国际会计师职业道德守则(包括国际独立性标准)中的独立性及其他职业道德要求。该职业道德守则以诚信、客观、专业胜任能力及应有的关注、保密和良好职业行为为基本原则。

本事务所遵循国际质量管理准则第1号该准则要求会计师事务所设计实施和运行质量管理体系包括与遵守职业道德要求 职业准则和适用的法律和法规要求相关的政策与程序。

注册会计师的责任

我们的责任是在执行鉴证工作的基础上对 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告关键数据发表结论。

我们根据《国际鉴证业务准则第 3000 号(修订版) – 历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》的规定执行了鉴证工作。该准则要求我们计划和实施工作, 以形成鉴证结论。

有限保证鉴证业务所实施程序的性质和时间较合理保证鉴证业务有所不同, 且范围较小。因此, 有限保证鉴证业务获取的保证程度远低于合理保证鉴证业务。因此, 我们不会就 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2023 年度关键数据是否存在所有重大方面按照编报基础编制, 发表合理保证意见。我们的鉴证工作包括评估 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告关键数据是否存在由于舞弊或错误导致的重大错报风险, 以及应对评估出的风险。选择的鉴证程序取决于我们的判断及对项目风险的评估。我们所实施的工作包括:

- 1) 与贵公司参与提供 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中所选定的关键数据的相关部门员工进行访谈, 现场走访北京办公室、铁西工厂、大东工厂、动力总成工厂及里达工厂;
- 2) 实施分析程序;
- 3) 对选定的企业社会责任报告中关键数据实施抽样检查;
- 4) 重新计算;
- 5) 我们认为必要的其他程序。

固有限制

我们提请使用者注意, 针对非财务数据, 尚无公认的评估和计量标准体系, 因此存在不统一的计量方法, 这将会影响公司间数据的可比性。

结论

基于已实施的程序及获取的证据, 我们没有注意到任何事项使我们相信 2023 年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2023 年度关键数据未能在所有重大方面按照编报基础编制。

使用限制

本报告仅向华晨宝马管理委员会和宝马中国董事会出具, 不得用作任何其他目的。我们不会就本报告的内容向任何其他方负上或承担任何责任。

普华永道中天会计师事务所
(特殊普通合伙)

中国上海市
2024 年 7 月 12 日



关键数据编报基础

授权经销商网点及代理商数量 (个)	截至当年年底, 在中国大陆获授权的在运营经销商网点及代理商数目, 包括宝马汽车和劳斯莱斯汽车的经销商网点及MINI汽车的代理商, 但不包括宝马摩托车的经销商。
整车产量 (台)	华晨宝马生产的宝马汽车的年度总量。
境内乘用车生产企业平均燃料消耗量 (升/百公里)	宝马集团中国当年由华晨宝马为中国大陆市场生产的汽车的平均燃料消耗量。核算依据为中华人民共和国GB 27999-2019《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》。该数据公示于中华人民共和国工业和信息化部2024年4月1日发布的《关于2023年度乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分情况的公示》。
进口乘用车供应企业平均燃料消耗量 (升/百公里)	宝马集团中国当年由宝马中国为中国大陆市场进口的汽车的平均燃料消耗量。核算依据为中华人民共和国GB 27999-2019《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》。该数据公示于中华人民共和国工业和信息化部2024年4月1日发布的《关于2023年度乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分情况的公示》。
境内乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克/公里)	宝马集团中国由华晨宝马为中国大陆市场生产的汽车的平均二氧化碳排放量。
进口乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克/公里)	宝马集团中国当年由宝马中国为中国大陆市场进口的汽车的平均二氧化碳排放量。
温室气体排放量 (范围一) (吨二氧化碳)	汽车生产消耗 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 消耗化石燃料所产生的直接二氧化碳排放量, 及宝马集团中国公务车产生的直接二氧化碳排放量之和, 不包括华晨宝马工厂建筑工程和厂内第三方供应商的化石燃料消耗产生的直接二氧化碳排放量。计算二氧化碳的折算系数来源于德国汽车工业协会 (VDA) 发布的《电力、热力及燃料的排放因子》。公务车的排放量指宝马集团中国具有控制权的公务车产生的直接二氧化碳排放量, 排放量根据车辆行驶公里数以及对应排放因子计算得出。

温室气体排放量 (范围二) (吨二氧化碳)	汽车生产消耗 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 消耗外购电力和外购热力所产生的间接二氧化碳排放量, 不包括建筑工程和厂内第三方供应商的外购电力和外购热力消耗产生的二氧化碳排放量。范围二二氧化碳排放量为依据世界资源研究所《温室气体议定书范围二温室气体指南》中基于市场的范围二温室气体定义进行计算。计算二氧化碳的折算系数来源于德国汽车工业协会 (VDA) 发布的《电力、热力及燃料的排放因子》。
温室气体排放量 (范围三) (吨二氧化碳当量)	宝马集团中国当年在价值链上、下游环节产生的间接二氧化碳当量。车辆相关外购商品和服务的排放及报废过程的排放为根据 ISO 14040/44 对产品系列中的代表性车辆进行生命周期评估得出, 计算模型为 Sphera 的“LCA for Experts”工具。运输物流的排放是根据实际运输方式、运输重量和行驶公里数, 并采用国际 GLEC 框架 V3.0 和 DIN EN 16258/ISO 14083 等标准中相应的排放因子计算得出。车辆使用过程的排放基于当年宝马集团中国为中国大陆市场生产的和进口的汽车的平均二氧化碳排放量, 并假设平均行驶里程为 20 万公里(根据 VDA 900-100) 计算得出。员工通勤的排放包括员工乘坐华晨宝马班车来往沈阳市中心及华晨宝马工厂的交通出行。公务出差的排放包括宝马集团中国各实体员工乘坐飞机的公务出差。
单台生产能源消耗量 (兆瓦时/台)	华晨宝马工厂单台生产所消耗的能源, 不包括研发中心、工厂整车分拨中心、建筑工程、厂内第三方供应商以及工厂其他非生产相关的能源消耗。
能源消耗总量 (兆瓦时)	汽车生产 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 年度总能源消耗的总量, 包括电力、外购热力及天然气。
可再生能源电力占比 (%)	汽车生产 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 使用的可再生能源电力占年度总用电量的比值。可再生能源电力来源于: 光伏发电、购电协议及国际绿色电力证书认购额度。

单台生产挥发性有机化合物排放量 (千克/台)	华晨宝马工厂单台生产所产生的挥发性有机化合物 (VOCs) 排放量。VOCs 排放主要为在涂装过程中产生的排放量。
单台生产二氧化碳排放量 (吨二氧化碳/台)	汽车生产 (华晨宝马工厂) 和宝马集团中国其他与生产不直接相关的地点 (非生产场所, 如研发中心、培训中心、办公楼) 的单台生产所产生的二氧化碳排放量, 不包括华晨宝马工厂的建筑工程和厂内第三方供应商消耗能源所产生的二氧化碳。
单台生产废弃物处置量 (千克/台)	华晨宝马工厂单台生产所产生的废弃物处置量。
非危险废弃物总量 (吨)	华晨宝马工厂生产活动产生的处置的和循环利用的非危险废弃物总量。循环利用包括回收再利用和燃烧发热回收。
危险废弃物总量 (吨)	华晨宝马工厂生产活动产生的处置的和循环利用的危险废弃物总量。循环利用包括回收再利用和燃烧发热回收。
废弃物总量 (吨)	华晨宝马工厂生产活动产生的处置的和循环利用的非危险废弃物和危险废弃物总量之和。循环利用包括回收再利用和燃烧发热回收。
单台生产水资源消耗量 (立方米/台)	华晨宝马工厂单台生产所消耗的自来水, 不包括研发中心、工厂整车分拨中心、建筑工程、厂内第三方供应商以及工厂其他非生产相关的自来水消耗。
水资源消耗总量 (立方米)	华晨宝马工厂年度生产消耗自来水的总量。
在华合作供应商数量 (个)	当年华晨宝马的注册地在中国大陆的零部件供应商和原材料供应商总数量, 包括于当年内结束合作的供应商。
在华采购额 (十亿元人民币)	华晨宝马当年向注册地在中国大陆的零部件供应商和原材料供应商支付的年度含税采购总额。
截至当年年底员工总数 (人)	截至当年年底宝马集团中国各实体 (包括华晨宝马及其旗下全资子公司领悦数字信息技术有限公司、宝马 (中国) 投资有限公司、宝马 (中国) 汽车贸易有限公司、宝马汽车金融 (中国) 有限公司、宝马 (中国) 服务有限公司、先锋国际融资租赁有限公司) 的员工数量, 包含劳务派遣员工但不包括实习生。
女性员工比例 (%)	截至当年年底女性员工人数占截至当年年底员工总数的比例。
管理岗位女性员工比例 (%)	截至当年年底管理岗位女性员工人数占截至当年年底的管理岗位员工总数的比例。管理岗位员工指职级 I-V 级的员工。

愿景与方向	基本原则	产品与服务	生产与运营	经销商与供应链	员工与社会	其他信息
						关键数据编报基础
管理岗位中的本地员工比例 (%)	截至当年年底管理岗位中的本地员工人数占截至当年年底管理岗位员工总数的比例。“本地”指签订本地劳动合同。不包括在本地工作但未签订本地劳动合同的人员。管理岗位员工指职级 I-V 级的员工。					
整体本地新员工比例 (%)	当年新入职的本地员工人数占截至当年年底员工总数的比例, 不包括从境外派遣的外籍员工及在宝马集团中国实体间内部转岗的员工。					
本地员工离职率 (%)	当年本地员工离职人数除以当年每月底平均本地员工人数。宝马集团中国各实体间转岗的员工及因退休或身故而离职的员工不包括在内。					
人力资源部培训学院组织的培训天数 (天)	当年人力资源部培训学院组织的 LRG (学习资源指南) 培训及部门培训的总天数。培训包括线下课程及线上课程。					
人均培训天数 (天/人)	员工参与人力资源部培训学院组织培训的人均天数。培训包括线下课程及线上课程。					
培训满意度 (%)	参加人力资源部培训学院培训的员工对培训的平均满意度。培训仅包含线下培训课程。					
事故率 (每百万工时)	仅包括华晨宝马工厂中直接与华晨宝马签订合同的员工。计算方法为损工时间为一天及其以上事故次数除以当年总工时 (以百万工时为单位)。					
BMW企业社会责任活动受益人次数 (人次)	BMW 企业社会责任团队、中国大陆华晨宝马工会及华晨宝马沈阳员工社会责任项目在中国境内组织的企业社会责任活动的受益人次。线上视频类、直播类活动数据以平台浏览量计算。					
社会责任活动项目支出 (元)	由华晨宝马、宝马中国及中国教育发展基金会宝马爱心基金会用于社会公益的支出。					
参与志愿活动的志愿者人次数 (人次)	参与 BMW 企业志愿者协会、华晨宝马沈阳工会及宝马中国工会在中国大陆地区组织的企业志愿服务活动的志愿者总人次数。志愿者包括员工及其子女和其他社会公众。					
志愿者服务时长 (小时)	参与 BMW 企业志愿者协会、华晨宝马沈阳工会及宝马中国工会在中国大陆地区组织的企业志愿服务活动的志愿者服务的总时长, 包括直接服务时长及间接服务时长。志愿者包括员工及其子女和其他社会公众。直接服务时长是指活动时长, 间接服务时长是指志愿者参与社会责任活动的交通、活动现场准备、活动期间用餐时长。					
BMW领创绿星认证经销商数量 (个)	截至当年年底, 在中国大陆在运营的 BMW 领创绿星认证经销商数目。					

**BMW
GROUP**



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD



有关本报告的相关问题, 敬请联系:

宝马集团中国企业可持续发展

中国北京市朝阳区东三环北路霞光里18号佳程广场B座28层

邮编: 100027

电话: +86(0)10 8455 7000

更多信息请参见以下互联网链接:

<http://www.bmw-brilliance.cn/cn/zh/csr/download.html>

