

**BMW
GROUP**



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD



宝马集团中国
可持续发展报告 2022

关于本报告

报告期限

本报告是宝马集团中国的第一份可持续发展报告，时间跨度为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。宝马集团中国将以年度为单位披露可持续发展进展，下一份可持续发展报告将于 2024 年第二季度发布。

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。2022 年，宝马集团中国驰而不息，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

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 [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。



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

2 关于本报告

0 简介

4 管理层致辞

9 宝马集团中国企业概况

10 2022年大事记

11 专题一：脱碳之路

12 专题二：循环永续

13 可持续发展关键绩效指标

1 基本原则

17 可持续发展战略与行动

23 公司治理

2 产品与出行解决方案

29 卓越的品质与安全

32 可持续产品

37 以客户为中心的服务

41 出行概念与解决方案

3 生产与运营

44 资源使用与效率

52 绿色物流

4 经销商与供应链

56 经销商管理与赋能

62 采购和供应商网络

5 员工与社会

67 培育未来人才

72 多元化, 平等与包容

75 员工福利与福祉

81 企业公民

6 其他信息

89 可持续发展关键绩效汇总

95 GRI内容索引

106 独立鉴证报告

108 关键数据编报基础

凝心中国可持续 奋楫扬帆引征程

2022年，全球经济和社会面临了诸多风险与挑战，从后疫情时代的经济复苏和通货膨胀，到应对气候变化的业务转型。面对瞬息万变的外部环境，我们笃行致远，砥砺前行。

在联合国2030年可持续发展议程和中国共产党二十大高质量发展愿景的共同号召下，宝马集团中国致力引领汽车行业绿色转型，并将可持续发展贯穿于价值链的每个环节。

扎根中国，躬行可持续发展二十载，我们一直对中国社会和宝马的业务发展充满信心。面向未来，我们将持续扩大对华投资，深入践行对中国可持续发展的承诺。宝马集团是第一个加入科学碳目标倡议 (SBTi) 组织发起的“1.5°C 控温目标行动”的德国车企。在中国，我们稳步践行可持续发展，确保每一步行动都科学有效、公开透明。

迈向电动化、数字化、循环永续的未来

- 信念引领，成就非凡。我们视己为未来出行的引领者，并坚定聚焦“**数字化、电动化、循环永续**”的可持续发展方向。
- **电动化**是实现碳中和出行的前提，也是宝马集团不断丰富电动产品组合的驱动力。目前，我们在中国市场推出了五款纯电车型，并建立了覆盖供应链、生产、销

售、客户服务等完善的电动出行生态系统。在2030年前，宝马集团计划将纯电动车销量占比提高至总销量的50%。

- **数字化转型**对于打造更高效的供应和生产体系；更卓越的客户体验；更富有情感和个性的产品来说至关重要。最新发布的BMW i数字情感交互概念车 (Dee) 正是数字创新的典范，开启了人车交互的新纪元。
- **循环永续**诠释了宝马集团创造生态友好的电动车的愿景。我们以“再思考；再减少；再利用；再回收”为基石，致力于挖掘关键原材料的再生价值并提高再生材料的使用比例，以今车之材，造明日之车。今年，我们在中国成功建立了高压动力电池的闭环回收系统。

唯有透明，方能彰显行动

首次发布的宝马集团中国可持续发展报告，充分展现了我们协同管理各个在华实体、全面推进可持续发展的工作成果，也彰显了宝马集团作为跨国企业对中国的坚定承诺。这是宝马集团中国28,000名员工共同努力的印证。

2023年，我们将看到更多可持续发展项目开花结果。面向未来，我们更期待与中国的合作伙伴并肩携手，全速迈向电动化、数字化、循环永续的新征程。

高乐先生

宝马集团大中华区
总裁兼首席执行官

扎根中国，矢志行动

弹指一挥间，华晨宝马已经深深扎根中国二十年。

二十载春华秋实。我们不仅在中国建立了宝马集团全球最大的生产基地，年产量突破 83 万台，也与广大本土供应商和经销商伙伴携手同心，共同打造了世界级产业链。

沈阳是我们中国的家。作为辽宁工业精神的铸造者，我们与沈阳共历成长、共享荣耀、深感自豪。

二十载砥砺前行，长期坚守可持续发展的承诺，是我们成功的关键所在。随着可持续工作的深入开展，我们对可持续发展责任的理解也越发深刻。如今，中国正踏上“十四五”规划的可持续转型之路，华晨宝马蓄势待发，致力引领中国汽车行业的绿色发展。为此，我们将可持续发展工作的重点放在协同降碳、拥抱循环和社会贡献三个领域。我们很高兴在本报告中与大家分享我们所取得的进展。

协同降碳，推进价值链转型

华晨宝马引领气候行动，并致力于为全价值链转型带来规模效应。2022 年，“中国供应链可持续发展计划”持续推进，进一步降低我们的上游碳足迹。我们建立了低碳钢的供应链体系，并成功推动了超

过 40% 的本土供应商和 100% 的铝锭供应商转向使用可再生能源电力。

同时，为降低运营环节的能源消耗和碳排放，我们对 BMW iFACTORY 生产战略进行本土化调整并落地。自 2019 年沈阳生产基地实现 100% 可再生能源电力¹供电后，2022 年，我们推动 37 个非生产场所完成了可再生能源电力转型。我们正式启动了业界首创的经销商“领创绿星”计划，赋能经销商绿色转型。目前，已有 50 家经销商取得“领创绿星”认证。

物流在推动整个价值链的绿色转型中发挥着至关重要的作用。我们持续通过一系列绿色物流措施降低物流碳足迹，包括扩大铁路运输、投入电动卡车、并强化绿色仓库管理等等。

我们开创性的可持续发展举措也得到了政府和市场的广泛赞誉和认可。华晨宝马已连续四年荣膺“中国汽车行业绿色发展指数”榜首。

拥抱循环，建立闭环生态

回收利用材料是通向可持续发展的必由之路。在中国，我们遵循“再生优先”和“再思考、再减少、再利用、再回收”两大原则，建立了增加镍、锂、钴回收的

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。



戴鹤轩博士

华晨宝马汽车有限公司
总裁兼首席执行官



作为真正的可持续发展引领者，我们应当全面推动全价值链的低碳和循环转型。作为塑造美好未来的榜样力量，我们与行业伙伴携手推进绿色创新与实践，激励上下游共同开启可持续发展的新篇章。

高压动力电池原材料闭环回收系统，并持续推进再生钢、铝、铂族金属和塑料等原材料的回收利用。我们也在持续开展退役动力电池梯次利用、扩大再制造零配件品类等项目，并取得了良好的成果。

节约资源、降低废弃物产生量是贯彻循环永续理念的重要手段。2022年，我们通过设施升级改造，节约了超过15万立方米的水资源，减少废弃物1,000余吨。我们单台生产水资源消耗量实现了连续五年下降，并成功入选工业和信息化部首批全国“工业废水循环利用试点企业名单”。

培育人才，赋能社区发展

衡量一个组织的质量，不仅应该考虑其经济成功，也应该考虑其社会贡献。一家优秀的公司应该关注对员工、价值链中的员工以及当地社区的贡献。

多年来，我们在中国创造了超过25,800个高质量就业岗位。在践行可持续发展的同时，我们高度重视在华合作供应商和经销商的赋能与发

展。2022年，在华合作供应商达到429家，总采购额为734.7亿元人民币。

回馈当地社区是我们的坚定承诺。我们从中国社会发展的最紧迫需求出发，通过创新与协作积极履行企业社会责任，重点关注乡村振兴、生物多样性保护和文化遗产事业。2022年，BMW企业社会责任活动受益人次数达近3,190万人次，创下历史新高。我们还向四川泸定地震灾区捐赠了200万人民币，艰难时刻更显责任担当。

扎根中国二十载，华晨宝马经历了非凡的成长，取得了出色的成就。今天，在锚定“电动化、数字化、循环永续”目标全速前进之际，我们承诺将再创二十年辉煌，为助力中国高质量发展作出贡献。

为了开启下一个绚烂的篇章，我们将继续加强环境和气候保护，不断增加产品的可持续价值，为利益相关方和更广泛的社区繁荣贡献我们坚实的力量。



石明哲先生

宝马(中国)服务有限公司总裁

可持续供应链管理是以产品和服务的全生命周期视角为基础, 对于其涉及环境、社会和经济影响的因素积极开展可持续实践。作为中国最大的汽车制造商之一, 我们用自身的影响力, 倡导供应商与合作伙伴开展低碳行动、发展循环经济、履行社会责任, 进而在整个价值链上引领真正的变革。我们落实一系列供应链可持续管理措施, 并履行企业环境与社会 responsibility。2021年, 我们启动了“中国供应链可持续发展计划”, 建立了中国供应商端到端的可持续发展流程, 涵盖关键原材料、可再生能源、EHS、社会责任等诸多方面。通过以上这些方式, 我们与供应商密切合作, 将宝马的价值观和可持续行动内化并推广成为原材料生产商的常态标准。同时我们建立了与中国发展研究基金会等平台的联系, 最大限度地发挥社会、环境和道德的积极影响。



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**而言, 中国的可持续发展目标为创造经济实惠、便利和可持续的解决方案带来了无限机遇。汽车行业也在拥抱变化, 全面向自动化、联网化和电气化高速发展。作为高端汽车制造业的创新领导者, 我们依托于数字化、灵活、高效及可持续的技术, 在华晨宝马沈阳生产基地实施了面向未来的 iFACTORY 制造战略。此外, 沈阳生产基地独特地将研发、采购和生产集成一体化管理, 这办法可推动高效决策, 使问题得以迅速解决, 同时也可更好地将可持续理念融入并贯彻至整个价值链中。

雷凯博士

宝马中国区研发高级副总裁

循环经济是应对气候变化的解决方案之一。推进原材料再利用、优化供应链结构、重塑市场认知, 这些工作颇具挑战性, 却是实现循环转型的关键。产品设计是推进循环经济与可持续制造的初始点。我们制定了精准的目标: 在 2030 年前, 将新车热塑性塑料中所含的再生材料占比从当前的20%左右提升至平均 40%以上。为了最大限度地提高我们的车辆可回收性和再生材料的利用率, 我们会对每个组件加以研究, 探索减排降碳的空间。对于组件的迭代设计, 如合金轮毂和座椅等, 我们致力于确保始终如一的性能、安全和稳定性所带来的豪华体验。例如, 全新 BMW X1 采用了再生尼龙材质的地毯地垫, 这种材料由回收的废弃渔网和废弃地毯制成, 每台新 BMW i7 亦使用了约 150 千克的回收铝材。





梅晓群女士

领悦数字信息技术有限公司总裁兼首席执行官

数字化已成为企业是否可在汽车行业竞争中脱颖而出的关键性因素，也是宝马推进业务全面转型的核心。就品牌与客户关系而言，数字化为客户互动提供了新的可能，也更好地赋能我们提供以客户为中心的服务。与此同时，在实现数字化的道路上，我们始终将信息安全和个人隐私保护放在首位，因为这是维持客户满意度和忠诚度的根本所在。

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

宝马金融服务在关注客户个性化需求以及提供新能源汽车解决方案中发挥着关键作用。中国市场在电动化和新能源汽车领域上发展的步伐是其他任何地区都望尘莫及的。因此，针对不同客户群体，我们提供了丰富多样的金融解决方案。为提升新能源产品的可及性，我们在全销售渠道为新能源车型量身打造了金融方案、租赁方案和保险产品。这些金融解决方案提供了全面数字化的客户体验，并使用了无纸化端到端的金融服务流程，让我们的客户可以更加轻松地实现向新能源汽车的转型。



佑翰博士

先锋国际融资租赁有限公司首席执行官兼董事

提供多元的租赁服务方案以满足宝马客户的出行需求是先锋租赁的宗旨。毋庸置疑，未来的可持续交通出行需要生态友好的产品，也离不开低碳的出行模式。因此，我们的使命是为客户和经销商提供简便的、支持新型出行模式的解决方案与服务，如汽车租赁等。我们将助力宝马，持续扩大新能源产品组合，并加速推动绿色充电服务，同心同行，蓄势发力，塑造可持续出行的未来。



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, 宝马集团和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中规模最大的生产基地。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。

如今, 宝马集团中国的业务已经包括了在华的研发, 采购, 生产, BMW 品牌汽车、MINI 汽车和 劳斯莱斯的进口与销售, 售后服务, 以及租赁, 金融、数字信息等综合服务。

扎根中国近 20 年来, 宝马集团中国始终致力于为消费者、地方社会和行业创造价值, 践行“家在中国”的承诺, 并坚定贯彻 360度的可持续发展战略。作为高端个人出行领域可持续发展的领导者, 宝马集团中国将会不断推动中国汽车价值链的可持续转型。



图例

总部和生产基地 ²	
分公司	
区域销售办公室	
研发中心	
工厂和区域整车分拨中心	
整车出口库	
售后零件配送中心	
培训中心 ³	
宝马品牌体验中心	

经营位置

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

2022 年概览

674,663 台

整车产量

791,985 台

汽车零售量¹

27,982 人

截至年底员工总数

893 个

授权经销商网点数量

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。

2022年 大事纪



一月

- 创新 BMW iX M60, BMW iX xDrive 40 登陆中国市场。
- 宝马短租服务正式登陆海南。

二月

- 创新 BMW i4 中国上市。



三月

- 全新 BMW i3、全新 BMW X5 上市。
- 华晨宝马连续第三年入选“实现可持续发展目标企业最佳实践”名单。

四月

- “清华大学美术学院 BMW 非遗保护创新基地”非遗创新模式探究与实践项目圆满结项。
- 华晨宝马大东工厂产品升级项目在沈阳正式开业。



五月

- 宝马集团中国实现动力电池原材料闭环回收。
- 全新 BMW i3 正式下线。

六月

- 里达工厂在沈阳正式开业。
- 《华晨宝马 2021 可持续发展报告》正式发布。
- 华晨宝马第六届职工代表大会暨第四届华晨宝马工会会员代表大会隆重召开。



七月

- BMW 童悦之家“天行健计划”走进四川凉山彝族自治州。
- 宝马集团中国整车物流可持续发展会议成功召开。
- 大东工厂火车站正式启用。



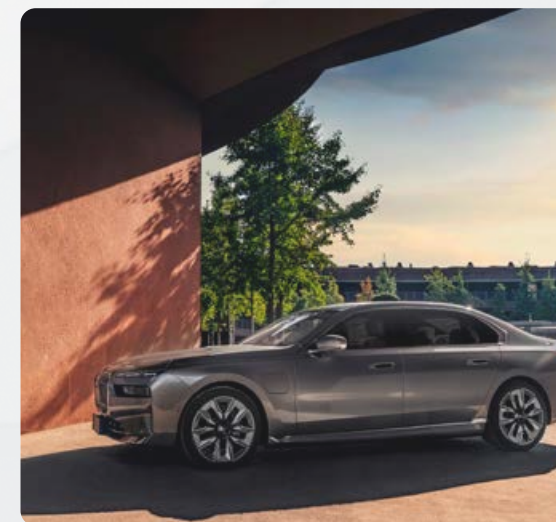
八月

- 宝马集团中国与河钢集团签署备忘录，携手打造低碳钢铁供应链。
- BMW 儿童交通安全训练营走进青海。



九月

- BMW 成为豪华汽车细分市场首家同时拥有 NFC 和 UWB 超宽带技术解决方案的品牌。
- 宝马中国和华晨宝马向四川泸定地震灾区捐赠人民币 200 万元。



十月

- 宝马集团与远景动力建立合作，采购远景动力生产的锂离子电芯。



十一月

- 投资百亿，宝马全新动力电池项目落地沈阳。
- “BMW 美丽家园行动”生态观鸟屋“美丽家园—鹤乡”正式落成。
- 第二届宝马集团中国可持续发展峰会顺利举行。

十二月

- “BMW 中国文化之旅”非遗保护创新成果发布。
- 创新纯电动 BMW i7 及 BMW XM 上市。
- 华晨宝马第四年蝉联“汽车行业绿色发展指数”第一。



专题 1

脱碳之路

领航可持续发展，铸造高端制造典范。

为实现脱碳目标，我们不拘泥于自身运营范围，关注整个价值链：从生产、供应链、产品使用、物流、经销商、非生产场所等环节入手，大力推进二氧化碳减排。

上游



供应商环境管理框架

我们的“中国供应链可持续发展计划”将环境标准纳入供应商管理流程。

加速供应链的可再生能源电力转型

>40% 提名供应商在2022年使用可再生能源电力 ¹ 。	100% 铝锭供应商实现可再生能源电力 ¹ 供电。	~20% 辽宁供应商在我们的协助下参与绿电交易。
---	--	------------------------------------

采购低碳原材料

第一家与河钢集团合作，共同开发绿色低碳钢铁，从2026年起每年预计减少约23万吨的二氧化碳排放。

生产、运营与物流

BMW iFACTORY 生产战略

坚持绿色原则，引领绿色生产。

降低化石燃料依赖

探索替代性可再生能源。

地热能

生物质能

持续提升能源效率

52项改进方案通过STEAM平台实施，节约能源超过15,034兆瓦时。

绿色仓储管理

合肥、宁波、北京的三个售后零件配送中心获得LEED绿色建筑认证。

可再生能源转型

100% 2022年，100%的生产基地继续使用100%可再生能源电力 ¹ 。	74.8兆瓦 提高太阳能光伏覆盖率：从2021年的31.1兆瓦时增加到2022年的74.8兆瓦。	37个 非生产场所完成了可再生能源电力 ¹ 转型。
--	--	--

低碳运输方式

30%零配件从大上海地区通过火车运往沈阳生产基地，减少二氧化碳排放2,160吨。

供应链本土化发展

>30%售后零配件来自本地采购。

扩大可再生能源运输规模

39辆 电动卡车投入工厂物流。	16辆 电动卡车投入整车和售后物流。	LNG² 新型液化天然气卡车与合作伙伴共同开发单次可装载8台整车。
---------------------------	------------------------------	--

下游

扩大新能源汽车产品组合

提供低碳服务

宝马“领创绿星”

绿色充电服务

2022年，50家经销商取得“领创绿星”认证。

促进共享出行

6个中国城市推出了汽车租赁服务。

建立合作

与枫叶租车建立合作并交付全新BMW i3，拓宽绿色出行服务。

培育可持续发展意识

推出MINI绿色模式，增强MINI车主的绿色驾驶意识。

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。

2. 液化天然气—Liquefied Natural Gas。

专题 2

循环永续：
打造莫比乌斯环

研发



可持续产品设计

新能源车型具备高度集成、重量轻、可扩展和模块化的特点。

第五代 BMW eDrive 技术完成去稀土化。

BMW X5 获评工业和信息化部“绿色设计产品”。

BMW iX3 在中国汽车技术研究中心中国生态汽车认证中获得“白金牌”。

供应链



创新材料的回收与再利用

回收废钢、废铝。

- 2022年回收废钢48,160吨。

- 2022年回收废铝14,536吨。

开发再生铂族金属供应商。

推进再生塑料材料研究。

生产



水资源回收利用

沈阳生产基地水资源回收利用系统。

华晨宝马获选工业和信息化部首批“国家工业废水循环利用试点企业”。

废弃物利用

单台生产废弃物处置量较2021年下降20%。

在大东工厂和里达工厂安装了污泥干燥设备，通过污泥脱水处理将废弃物的体积和重量减少了40-50%。

物流与运输



绿色包装

回收利用包装材料，包括钢制周转箱和非钢制周转箱项目。

最大化使用周转箱，通过租赁周转箱实现重复使用40,332次。

基本原则：“再生优先”

再思考 为我们的所有产品追求可循环性。

再减少 用更少的资源实现更高的要求。

再利用 尽可能地延长我们产品的使用期限。

再回收 尽可能地延续资源的重复利用。

销售与产品使用



促进二手车市场发展

BMW 官方认证二手车项目。

2022 BMW 官方认证二手车节启动，覆盖全国超过400家 BMW 官方认证二手车授权经销商。

通过经销商网络践行循环永续理念与服务

BMW i 都市体验店：建材和家具全部使用绿色可回收材料。

提供高压动力电池、售后零配件等回收服务。

处理与回收



扩大再制造零配件的产品品类

回收零配件275,421个，总重量达595吨。

探索动力电池的闭环回收与梯次利用

携手华友集团，打造动力电池材料闭环回收新模式。

强化闭环溯源追踪：升级电池追踪系统。

退役动力电池再利用：用于叉车、托盘车和储能解决方案。

将我们在生产资源效率上的领先地位延伸到汽车的整个生命周期。

可持续发展关键绩效指标

企业概况

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
整车产量 (台)	491,888	536,537	602,936	700,787	674,663	-3.7	674,663
汽车零售量 ² (台)	-	-	-	-	-	-	791,985
授权经销商网点数量 (个)	625	647	666	683	707	3.5	893

产品和出行服务

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
境内乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克/公里)	139	137.8	142.1	152.8	144.1	-5.7	144.1
进口乘用车新车平均二氧化碳排放量 ³ (克/公里)	-	-	-	-	-	-	171.6
境内乘用车生产企业平均燃料消耗量 (升/百公里)	5.84	5.79	5.97	6.42	6.08 ⁴	-5.3	6.08 ⁴
进口乘用车供应企业平均燃料消耗量 ³ (升/百公里)	-	-	-	-	-	-	7.24 ⁴

注:

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106页注册会计师独立鉴证报告。
2. 包含宝马品牌和 MINI 品牌的汽车零售量。
3. 2022 年新增指标。
4. 该数据公示于中华人民共和国工业和信息化部 2023 年 4 月 10 日发布的《关于 2022 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》。

生产和运营

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2021	2022
温室气体排放量 (范围一) (吨二氧化碳)	35,733	42,141	43,614	50,937	54,306	6.6		54,306
温室气体排放量 (范围二) (吨二氧化碳)	281,753	68,602	71,275	71,604	76,121	6.3		76,121
温室气体排放量 (范围三) ² (吨二氧化碳)	13,872,546	15,307,212	17,626,158	21,269,854	24,636,801	15.8		31,276,213
单台生产二氧化碳排放量 (吨/台)	0.63	0.20	0.18	0.17	0.19	11.8		0.19
可再生能源电力占比 (%)	43	100	100	100	100	0		100
能源消耗总量 (兆瓦时)	841,518	974,642	1,026,890	1,106,295	1,169,425	5.7		1,189,231
单台生产能源消耗量 (兆瓦时/台)	1.65	1.63	1.51	1.40	1.60	14.3		1.60
单台生产挥发性有机化合物排放量 (千克/台)	0.56	0.52	0.50	0.12	0.12	0		0.12
水资源消耗总量 ³ (立方米)	1,214,892	1,332,876	1,188,228	1,275,998	1,191,954	-6.6		1,191,954
单台生产水资源消耗量 (立方米/台)	2.47	2.40	1.97	1.82	1.77	-2.7		1.77
单台生产工艺废水排放量 (立方米/台)	0.42	0.44	0.44	0.47	0.50	6.4		0.50
废弃物总量 ⁴ (吨)	85,237	87,013	181,791	210,691	208,564	-1.0		208,564
单台生产废弃物处置量 ⁵ (千克/台)	8.05	7.47	2.99	2.50	2.00	-20.0		2.00
非危险废弃物总量 ⁴ (吨)	74,073	76,814	172,349	200,283	198,662	-0.8		198,662
危险废弃物总量 ⁴ (吨)	11,164	10,199	9,442	10,408	9,902	-4.9		9,902

经销商与供应链

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2021	2022
在华合作供应商数量 ⁶ (个)	378	394	400	436	429	-1.6		429
在华采购额 ⁶ (十亿元人民币)	43.10	49.68	54.89	71.39	73.47	2.9		73.47

注:

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106页注册会计师独立鉴证报告。
2. 当年在中国大陆市场销售的汽车在上游供应链、使用过程及报废过程的二氧化碳排放量，以及运输物流、员工通勤及公务出差产生的间接二氧化碳排放量之和。上游供应链的排放及报废过程的排放基于生产线上代表车型的碳足迹计算得出，推算模型为 Sphera 的产品生命周期模型 GaBi。物流的排放是按照实际运输方式和区域，并采用国际 GLEC 框架 V2.0, CleanCargo 和 DIN EN 16258 中相应的排放因子计算得出。使用过程的排放基于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。
3. 华晨宝马工厂的水资源消耗量。
4. 华晨宝马工厂的废弃物产生量。
5. 大东工厂通过实行污泥干化项目，降低出厂污泥的含水量，进一步减少废弃物处置总量，实现单台生产废弃物处置量的减少。
6. 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。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2021	2022
截至当年年底员工总数 (人)	18,925	19,824	20,739	22,829	25,802	13.0		27,982
女性员工比例 (%)	12.0	12.1	11.9	11.9	11.4	-4.8		14.5
管理岗位女性员工比例 ² (%)	30.0	30.6	30.2	31.4	31.8	1.3		37.1
管理岗位中的本地员工比例 ² (%)	87.2	86.7	87.2	90.0	91.7	1.9		91.3
整体本地新员工比例 ³ (%)	16.6	8.2	8.2	15.4	18.3	18.9		18.0
本地员工离职率 ⁴ (%)	4.9	3.7	3.8	7.4	6.9	-7.6		7.1
事故率 (每百万工时)	0.28	0.17	0.09	0.13	0.08 ⁵	-38.5		0.08
人力资源部组织的培训天数 ⁶ (天)	33,804	24,311	15,491	19,524	25,844	32.4		28,241
人均培训天数 (天/人)	1.79	1.23	0.75	0.86	1.00	16.5		1.01
培训满意度 (%)	97.0	98.2	98.4	99.0	99.8	0.8		99.4
BMW 企业社会责任活动受益人次数 (人次)	80,292	2,628,710	11,568,364	11,459,458	-	-		31,885,474 ⁷
社会责任活动项目支出 (元)	15,575,085	16,513,831	36,619,722	23,439,759	-	-		24,210,755
参与志愿活动的志愿者人次数 ⁸ (人次)	-	212	85	300	-	-		916 ⁹
志愿者服务时长 ⁸ (小时)	-	1,915	923	1,914	-	-		1,960

注:

- 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106页注册会计师独立鉴证报告。
- 管理岗位员工指职级I-V级的员工。
- 2022年新增数据,用以反映本地新雇佣员工。数据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。为便于比较,已对往年数据进行追溯调整。
- 2022年新增数据,用以反映本地员工离职率。数据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。为便于比较,已对往年数据进行追溯调整。
- 2022年度相较去年,发生事故数减少。
- 数据仅包含线下培训。2022年度整体线下培训的开展受疫情影响减少,线下培训数量增加,课程参与人数增加,是整体培训人天数相较2021年增加的主要原因。
- 2022年,为深入广大公众,扩大社会影响,我们加强了科普教育及中国传统文化教育的网络传播,增加了线上视频类及直播类活动。线上视频类、直播类活动的增加,是受益人次数大幅增加的主要原因。
- 志愿者包括员工及其子女和其他社会公众。
- 这一数字的增加主要是由于口径扩大,将员工的子女和其他公众纳入了统计范围,并首次推出了在线项目,以吸引员工志愿者参与。



第一章

基本原则

1.1

可持续发展战略与行动



SDG 16 and 17

家在中国 践行永续

在宝马集团中国，为了更好地适应变化的业务和外部环境，我们的可持续发展战略在不断演变。作为相互信任与理解的基础，有效的利益相关方沟通有助于我们优先发现并解决紧迫的可持续相关问题。我们非常重视与利益相关方的沟通，并持续调整、审慎分析高效的沟通模式。此外，我们不断完善稳健的治理体系，通过跨部门合作和双向沟通推动各项倡议的实施，在可持续发展道路上阔步前行。

企业最佳实践

宝马集团中国连续三年被全球契约中国网络评为“实现可持续发展目标企业最佳实践”。

排名 #1

在2022年“汽车行业绿色发展指数”排名第一，连续四年荣膺榜首。



可持续发展宏观趋势

过去一年,气候变化加剧了资源枯竭的困局,并对我们的生态系统造成了严重的破坏。能源、资源的短缺和供应链中断的风险,给全球经济的绿色发展带来了不容忽视的威胁。

汽车工业的发展对自然环境的影响不容小觑。因此,我们的可持续转型对于应对空气污染、全球变暖和资源短缺等全球性挑战至关重要。随着数字化和电动化的深入发展,我们的产品开发和生产制造也在经历着革命性的变化。这些变化为我们实现循环经济铺平了道路,也削减了我们价值链的生态足迹。

因此,2022年是呼吁团结与协作行动的一年。作为一家坚定不移地扎根中国的企业,宝马集团中国是精诚合作与共赢成长的象征。中国共产党第二十次全国代表大会强调推动绿色发展,促进人与自然和谐共生,为我们的碳中和目标提供了清晰的路线图。2022年,宝马集团中国践行可持续发展承诺决心与信心日益高涨。

利益相关方沟通

随着企业的发展,利益相关方关注的优先事项也会随之变化。我们不断延伸宝马集团在中国的可持续发展与信息披露范围,通过多样的沟通活动与利益相关方保持紧密互动。此外,我们通过开展严谨的评估,提炼利益相关方的关注重点。

为了更好地践行“家在中国”的承诺,我们与当地政府保持密切对话、追求互利共赢的伙伴关系。2022年,戴鹤轩博士出席主题为“绿色与数字化—中德友城互利合作新动能”的中德友城论坛,并在绿色合作分论坛发表主题演讲。为了进一步促进汽车产业的低碳转型,我们与河钢集团签署《打造绿色低碳钢铁供应链合作备忘录》。同时,我们还与枫叶租车深化战略合作,首批全新BMW i3将投入枫叶租车全国服务网络,在为客户带来个性化高品质出行体验的同时,引领中国低碳出行新风尚。

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	华晨宝马工会、华晨宝马“两会”、员工问卷调查、Social Drive 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	调查、社交媒体、交易会、车展、大众传媒、My BMW 应用程序、宝马品牌体验中心、JOYCUBE 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	圆桌会议、讲座、与专家学者及学生开展交流,专业化且本地化的学习课程、培训和职业教育机会等。	<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	调研、培训、风险评估、论坛、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、经销商大会、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、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

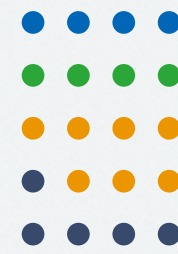
实质性议题评估

自上次2020年开展实质性议题评估以来，外部环境发生了显著变化——新冠疫情、地缘政治冲突以及迫在眉睫的气候行动与政策变化等。这些变化也导致了利益相关方对我们的期待随之转变。因此，我们在2022年开展了新一轮的实质性议题分析，识别和评估了对我们的业务发展与利益相关方均十分重要的可持续发展议题。

我们新一轮的实质性议题分析采取了**双重实质性**的分析视角，兼顾了定量与定性的调研方法。基于宏观趋势与政策分析，我们依据欧盟《企业可持续发展报告指令》的双重实质性原则，确定了实质性议题列表。这种方法能够兼顾财务因素和综合影响，帮助我们全面理解各项实质性议题。

实质性议题矩阵基于15场访谈和350余份问卷调查，覆盖了八类内外部利益相关方群体。宝马集团中国管理层对分析结果进行了审批和确认，保障了结果的有效性与关联性。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。

实质性议题分析流程



议题定义

我们将20项潜在议题分为四个组别：

- 产品责任
- 环境
- 社会
- 治理



议题排序

我们收集了350余份来自八类利益相关方群体代表的问卷，并开展了15场与内外部利益相关方的深度访谈。调研结果共同形成了实质性议题矩阵，共有九项议题被评估为对宝马集团中国及利益相关方均至关重要的议题。



明确战略重点

我们对实质性议题进行了归类分组，进一步明确战略重点。中国区董事会对实质性议题分析的结果进行了审阅，并确认了各议题的重要意义。基于此，我们着手制定对每项战略重点的行动方案，以坚定我们的决心与承诺。

宝马集团中国2022年实质性议题矩阵



产品责任

- 1 可持续的产品组合
- 2 产品质量与安全
- 3 城市出行与基础设施
- 4 智能网联与自动驾驶

环境

- 5 价值链减排行动
- 6 循环经济
- 7 空气污染
- 8 环境、生态与资源管理

社会

- 9 负责任的采购
- 10 多元、平等与包容
- 11 职业健康与安全
- 12 员工发展和人才留用
- 13 具有吸引力的工作场所
- 14 企业公民与社区参与
- 15 人权

治理

- 16 合规
- 17 信息安全与隐私保护
- 18 可持续的治理
- 19 参与公共政策
- 20 利益相关方参与

我们的可持续发展重点

在宝马集团中国,我们坚信一个真正负责任和可持续的企业不应该仅以盈利为目标,更应以促进社会发展为己任。基于实质性议题的排序,我们能够更好地识别与分析最为紧迫的挑战,从而确定我们的可持续发展方向,将商业向善贯彻始终。

透明是信赖的基础

公开与透明是可持续商业的基石。随着信息披露标准的更新以及各方的日益重视,我们也不断满足最领先的披露要求,展现更加全面、重要、详实的可持续发展绩效并提供可信赖的数据。



全价值链脱碳

脱碳已成为宝马集团中国的首要议题。我们正采取积极的气候行动,从自身的产品设计与生产向全价值链延伸,驱动绿色转型。这包含减碳技术创新、低碳产品研发、推广供应商、物流伙伴与经销商使用可再生能源电力,以及建立新型合作伙伴关系,共同探索低碳配件及材料的创新与生产等。

→ 具体可参考第11页。



循环永续

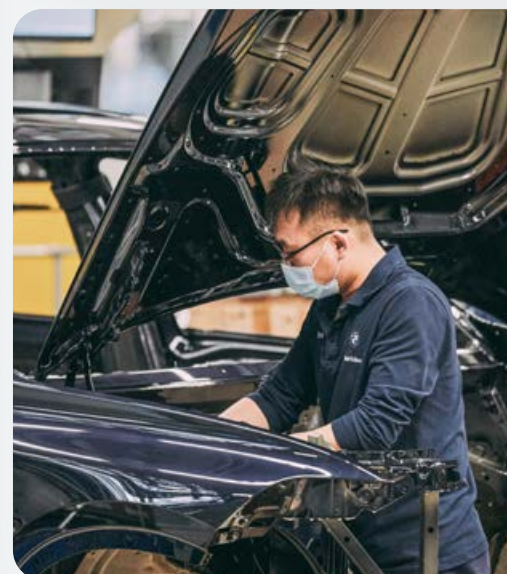
循环经济是解决资源匮乏挑战的必由之路,也是我们的愿景与坚定不移的承诺。因此,我们秉承“再生优先”原则,在包括金属、塑料等多种资源的回收利用、高压动力电池回收与梯次利用,以及零配件再制造等多个领域不断取得突破性进展。

→ 具体可参考第12页。

以客户为中心

“无永续,不豪华”。满足中国客户对于高端产品与服务、可持续出行的诉求是我们的第一要务。我们始终追求质量、安全、体验与可持续融于一体的高端产品与服务,并在与消费者的沟通互动中塑造可持续的消费意识与品牌认同感。

→ 具体可参考第38页。



社会的可持续性

社会的可持续性包含多个维度,因此我们也建立了广泛的措施与目标体系。我们对员工负责,开展领导力建设、营造多元与健康的工作环境。我们要求合作伙伴执行严格的环境与社会标准以更好地推动可持续供应链建立。此外,我们对于社会更广泛的责任也至关重要,为此我们持续加大对企业社会责任活动的投入,不断加强企业公民形象建设,助力塑造更好的世界。

→ 具体可参考第62, 67, 72, 75, 81页。

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"> 在中国市场推出五款纯电动车型：BMW i7、全新 BMW i3、BMW i4、BMW iX 和 BMW iX3。 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 470,534 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 37 个非生产场所使用 100% 可再生电力¹。 通过 STEAM 平台投入使用的节能举措，在 2022 年节约了 15,034 兆瓦时。 BMW 成为国内首家实现短途物流“纯电化”运输的汽车制造商。 50 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。 2022 年，进口车型和国产车型均实现了企业平均燃料消耗量的下降。
负责任的采购	<ul style="list-style-type: none"> “供应链 EHS 管理项目”(EPA)。 现场企业社会责任(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。 落实高压动力电池原材料的闭环回收。 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，如“高层声音”、定制化合规培训、“让合规行为更简单”等项目。
产品质量与安全	<ul style="list-style-type: none"> 开发闭环质量反馈机制，利用自然语言处理技术辅助客户沟通。 参与业界活动，加强与行业伙伴的协作。 通过减少 VOCs、PM2.5、有害物质和噪音等，提升车内环境。
空气污染	<ul style="list-style-type: none"> 在宝马车内安装新款空气过滤器以提升耐久性和 PM2.5 的过滤性能。 在里达工厂和大东工厂使用挥发性有机化合物含量下降 66% 的新型水性涂料。
环境、生态与资源管理	<ul style="list-style-type: none"> 在新工厂规划和建设的过程中实施基于自然的解决方案，如海绵工厂和土壤保护。 扩建大东工厂涂装车间的中水处理设施，并节约超过 150,000 立方米的生产用水。 在大东工厂和里达工厂安装了污泥干燥设备，通过污泥脱水处理减少废弃物的体积和重量。
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"> 建立中国个人信息保护法执行工作组，启动宝马集团中国网络安全法项目。 完善 IT 系统管理、检查及安全演练，提高网络安全保护。 启动数据治理项目，专注强化数据安全。
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。 搭建数字安全平台运用数字化手段提升安全管理水平。 开展多样的健康主题活动。
多元、平等与包容	<ul style="list-style-type: none"> 修订《华晨宝马员工手册》，制定《女职工特殊权益保护专项集体合同》。 推进残障人士雇佣，增设无障碍设施。 组织全球多元文化周，开展视觉宣传和体验活动。
员工发展和人才留用	<ul style="list-style-type: none"> 推进以求职者为中心的招聘活动，如 BMW 校园虚拟游园会、创新视频岗位介绍等。 提供面向未来的综合性培训。
具有吸引力的工作场所	<ul style="list-style-type: none"> 提供全方位、多元化的福利。 举行丰富的员工沟通及活动。
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。
城市出行与基础设施	<ul style="list-style-type: none"> 发布 BMW 灯塔城市——北京中国超大城市智慧出行图景，为北京设计可持续出行蓝图。 携手北京交通发展研究院，通过预约出行缓解城市交通堵塞。
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。 要求供应链上下落实权益保护。

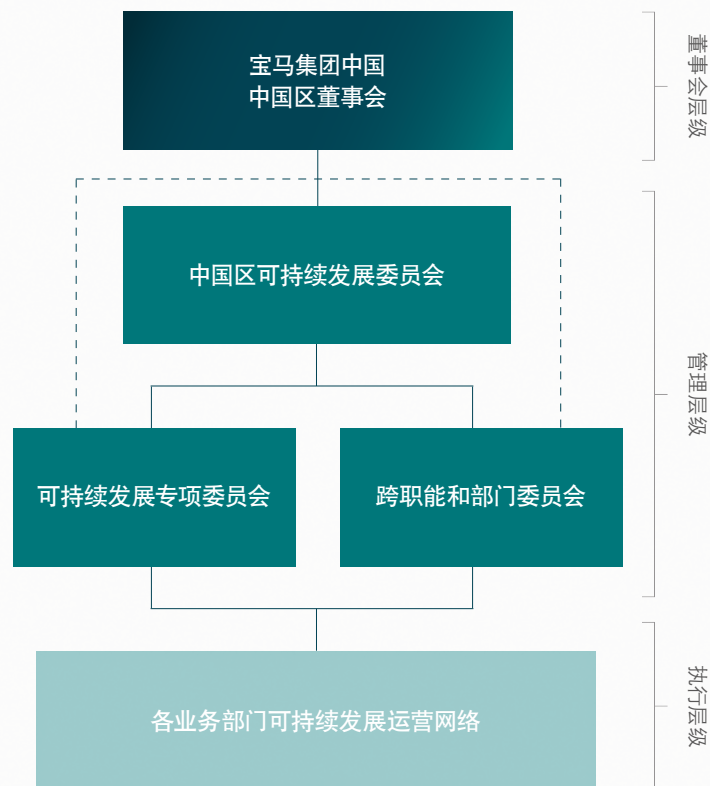
1. 外购电力和内部生产电力均为可再生能源，包括光伏发电、绿色购电协议及国际绿色电力证书。

可持续发展管理

可持续发展治理

宝马集团中国通过全面、自上而下的管理与协作，落实可持续发展承诺。中国区董事会作为核心领导力，指引我们将可持续与公司的关键业务决策相结合，引领公司的发展方向。

宝马集团中国的可持续发展治理



我们围绕可持续发展来开展年度目标的设定工作。各业务部门践行中国区董事会将责任落到相关部门的要求，负责设定并执行具体的部门目标。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，并执行全面的风险管控。

我们成立了专门的中国可持续发展委员会，把控可持续发展方向，定期向中国区董事会汇报可持续发展工作的进展，分配任务并征求反馈，从而确保我们的可持续发展处于公司业务发展的重要地位。

可持续发展专项委员会聚焦生产和供应链流程，另有跨职能和部门委员会负责在公司上下实施各项可持续发展倡议。我们为运营团队营造畅通的反馈渠道，整体推进公司内的可持续发展协作。

在日常层面，我们内部业务部门不断推进中国董事会可持续相关决策的进展。这一过程也受到各业务部门管理委员会的指导与监督。通过定期审阅，管理委员会确保董事会的决策能够转化为具体的行动事项，并通过设立可衡量的目标来确保在业务执行层面的落地。

增强风险评估，提升气候韧性

气候带来的变化前所未有。不断上升的海平面、更频繁的干旱和严重的风暴对我们的业务运营和供应链，乃至全球社会的安全都构成了威胁。

在宝马集团中国，企业高层高度重视气候变化风险——中国区董事会对气候变化问题承担最终责任，并定期审议气候变化对实际业务的影响，以确保适应气候变化的行动正在融入运营的各个方面，并采取有效措施减轻相关风险影响。

我们充分认识到，全面和量化的气候变化风险分析对实现有效的管理至关重要。因此，自2021年，我们按照气候相关财务信息披露工作组(TCFD)框架进行气候变化风险评估，结合我们的业务特征、未来情景、地理位置等其他因素开展气候相关风险的深度分析。

2022年，华晨宝马聚焦沈阳生产基地的物理风险评估，这项研究成果也已成为华晨宝马公司风险报告的组成部分，确保了未来整体风险的评估和管理的有机融合。此外，我们将在2023年完成转型风险评估，从而更加全面地认识气候变化带来的影响。

基于对气候变化影响的科学分析，我们采取积极有效的措施加以应对。在工厂层面，我们制定了相关的风险缓解和适应措施，以确保我们的关键制造设施能够抵御气候变化的影响。此外，气候相关风险评估也将融入新项目的投资决策过程中，确保我们在项目的构思阶段能够全面评估所有的气候相关风险。我们也通过定期举办的研讨会和培训课程确保我们的意识和能力建设到位，持续增强员工对气候变化的知识储备与应对能力。



宝马集团中国气候韧性联盟倡议

慎独不孤，众行能远。针对气候变化，合作和协同至关重要，我们在公司内部建立了气候韧性联盟。这一跨部门的工作小组，由战略部门牵头，成员涵盖来自供应链、生产和销售等关键业务领域的代表。通过这一机制，我们建立了高效的沟通与合作通道，以识别最新的气候风险、开展能力建设和跨部门合作，确保气候减缓与适应措施能够融入公司的各业务环节。



1.2 公司治理



SDG 16

宝马集团中国企业信用最高荣誉榜

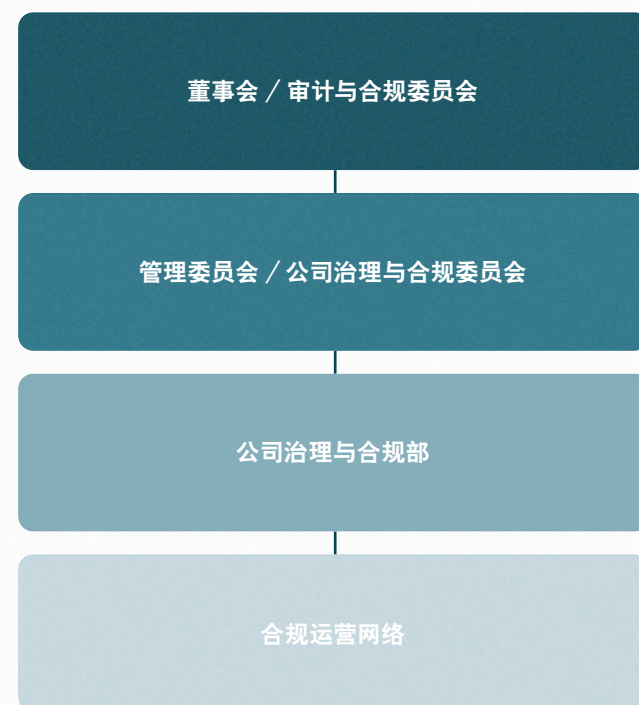
高级认证企业	海关总署
A 级纳税人	国家税务总局
A 类	国家外汇管理局
A 类企业	中国质量认证中心
劳动保障 A 级	人力资源和社会保障部
守信企业	生态环境部

作为宝马集团跨国公司的一部分，宝马集团中国在奉行国际商业合规框架的同时也严格遵守中国本土的法律法规，以领先的企业管理标准规范日常运营。通过落实一套全面、明晰的合规治理体系，我们针对反垄断、反腐败、反舞弊、数据治理、信息安全、出口管控、反洗钱等重点合规议题采取有效行动，以确保我们在满足合规的基础上，实现高效的企业管理。

合规管理

对于宝马集团中国而言，合规的内涵远超遵守法律法规和公司制度的范畴。作为公司诚信文化的基石，合规为我们所有的商业活动确定了规范性框架，为公司的长期发展奠定了基础，同时也是我们建立产品与品牌信誉、塑造可持续的良好公众形象的重要保障。

合规治理架构



稳健的治理结构

宝马集团中国拥有一套广泛且有效的合规组织架构，并在不同经营实体中设置了相应的合规管理委员会、合规部门及承担合规管理职责的相关人员，以确保各实体均能运行有效的合规管理体系。我们通过“三线模型”的合规风险管理方法，将合规管理机制融入各实体的风险管理体系。

- **业务部门** 作为合规管理的“一线”，对日常经营行为的合法合规负责，确保合规要求和流程的妥善执行。
- **合规组织** 作为合规管理的“二线”，负责协助业务部门（“一线”）履行合规职责。合规组织由多个层级组成，包括**集团层面、业务条线层面和本地合规部门**以及**合规代表/大使**。
- **审计部门** 作为合规管理的“三线”，负责独立审计合规结构，流程和系统，支持公司管理，并监督各职能部门以及日常运营管理。
- **合规委员会** 作为管理委员会监督并审批合规相关活动，管理合规和声誉风险。

宝马集团中国已经建立了稳健的合规组织体系，以确保有效落实合规责任。以华晨宝马为例，华晨宝马董事会及其下设的审计与合规委员会是合规管理的最高责任机构，向股东负责。华晨宝马管理委员会及公司治理与合规委员会承担主要的合规监督职责。

我们明确界定了各合规相关岗位的角色和责任，以保障合规管理的成功推进。业务部门作为第一道防线，需识别日常经营活动中的合规风险，评估风险管理是否符合公司目标，并严格管控、降低风险。业务部门设立并任命了合规联络人，作为业务部门和合规部门之间的桥梁。

负责统筹合规事宜的合规部门与各业务部门保持着通力协作，以敦促经营行为严守法律和负责任的准则。隶属于宝马集团中国的经营实体中的合规部负责整体统筹合规管理工作，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、人力资源等部门则根据不同合规议题承担相关的协同管理职能。

合规管理三步法

宝马集团中国的合规管理体系基于事前预防、事中监测、事后响应的模型，明确了具体的预防、监测、管控及响应措施。

宝马集团中国各运营实体基于企业自身风险状况对所有相关合规风险主题制定了卓有成效的合规管理体系。其中，重点合规主题包括聚焦反垄断、反腐败、反舞弊、数据隐私、出口管控、反洗钱等。

我们已经建立了完善的合规管理体系。在公司层面，宝马集团《法律合规准则》将企业的原则融入员工基本行为准则，并确保重点合规信息面向员工和社会大众透明公开。在此基础上，我们根据合规要求制定了内部制度和流程。合规风险评估是识别具体业务合规风险和采取风险管控措施的基础。此外，我们高度重视合规培训，提升合规意识，将合规理念通过合规宣传融入企业文化。

由合规系统作为保障，相关合规事项实现了透明高效的记录、评估与审批。通过宝马集团中国举报热线，相关合规问题能够得到及时发现与恰当应对。此外，不同层次的审查确保了合规要求与流程在运营中被充分遵守与执行。

金融服务业务的合规管理

宝马集团中国的金融服务业务板块面临一些特定的政策监管及潜在风险，其管理重点聚焦全面的合规风险评估以及满足中国监管机构的要求。为了确保精益的合规管理，金融服务业务已搭建了自身的合规治理架构，以更好地促进与内部部门及外部监管的紧密合作。

一支全面的合规管理团队已正式成立，以更好地沟通传达和实施监管要求，支持金融服务业务的整体合规管理工作，并在金融服务业务板块不断加强合规文化建设。

合规意识提升

我们通过开展丰富的内部宣传和培训活动来提升员工合规意识，促进合规理念植根于企业文化之中。合规培训旨在赋能宝马集团中国员工在各自职责范围内履行守法合规责任，并通过线上、线下等不同形式灵活开展，以满足不同群体的需求。

强有力的“高层声音”是促进合规文化的核心内容。2022年，宝马集团中国的几位高管在“高层对话”演讲中重申合规的重要性，向宝马集团中国全体员工持续传达合规期望。

2022年，宝马集团中国合规举报热线宣传活动覆盖了多个城市的经营场所，不断强化社会的合规与责任意识，并获得了宝马集团的嘉奖。

宝马中国与宝马中国服务开展的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。我们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。

2022年，“让合规行为更简单”是我们的一项重要目标。为了将“高层声音”传达到组织的各个层面，我们搭建了多个沟通平台，如悦信平台的轻应用“合规乎”，并制作了一系列引人入胜的宣传材料。此外，我们还将一站式学习材料《华晨宝马合规管理系统手册》发送至华晨宝马和领悦的全体合规负责人及合规联络官。

宝马汽车金融则围绕合规及可持续发展主题，每季度向全体员工发送合规季刊邮件，增强公司上下对合规的理解和重视，并在2022年举办“合规培训周”活动，覆盖了11项监管合规及内部合规主题。



数据隐私与信息安全管理

宝马集团中国从产品和服务的设计开发阶段就开始执行最严格的数据保护标准。依托稳健的治理体系，我们将透明、开放与信息安全作为第一要务。为了赢得并维持客户和合作伙伴的信任，我们将数据资产高效的管理放在首位，并通过负责任的措施与制度进行贯彻落实。对

我们而言，保护客户隐私是提供卓越客户服务与体验的内在要求。我们在设计政策、标准和流程时充分考虑对数据安全性和准确性的保护，并确保我们的数据管理工作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》《汽车数据安全若干规定(试行)》²等法律法规，开展数

1. 2022年宝马合规联络官大会。

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



据保护工作。我们建立了跨部门治理架构来监督组织内部数据治理的执行和合规情况。在公司层面，我们启动了跨部门的“数据治理项目”和华晨宝马网络安全法项目，以分析和落实相关法律要求。

在“数据治理项目”和华晨宝马网络安全法项目的要求下，我们组建了由五个专职岗位组成的特别小组，确保公司在开发部署新技术、新产品和新服务的过程中始终履行信息安全承诺。其中，网络安全官(CSO)负责网络安全的设计和实施。数据安全官(DSO)负责牵头关键数据的安全保障工作。数据隐私官(DPO)负责整体数据隐私保护工作的设计和实施。汽车数据安全官(ADSO)负责推动汽车数据安全的设计和实施。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。

信息和数据安全

宝马集团中国持续加强信息安全管理，尤为关注网络安全和IT安全。在生产网络安全方面，针对4,369项软件，我们完成了95%的合规性评估。在完善办公场所网络安全方面，我们强化了USB安全管理，以防范办公场所IT设备数据泄漏和安全隐患。为保护云安全，我们开发并部署了公共云网络安全框架和相应的技术工具。此外，我们为上线中国区苹果商店或安卓应用商店的移动应用程序建立了合规流程。在应用程序上线前，我们将采用真实的监管部门检查标准来进行充分测试，确保其符合相关合规要求。我们亦遵循外部规范和标准，保障数据安全管理质量。宝马集团中国相关主体，包括华晨宝马与领悦，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体系认证、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。

网络安全对推动数字化转型至关重要。2022年，我们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及数据安全检查项目。此外，我们还参与了可信风险框架和标准认证，囊括36项网络安全等级保护(MLPS)认证，覆盖100余项检测项目。

聚焦数据安全，我们新出台了全新数据管理准则《数据治理指引》，以同时满足宝马集团的要求和中国的法规。在管理层面，为满足跨下属公司、跨职能部门的数据管理需求、确保合规性，我们创

建了数据治理项目，也因此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”的汽车品牌，彰显了我们出色的数据安全管理能力。

我们对客户的责任也包括负责地处理他们的数据。为了清晰、规范地处理客户数据，我们建立了一套应对潜在数据安全事故的处理流程。一旦事故发生，事故经理将立即评估事故的影响范围，并协调相关部门采取行动。此外，我们还定期对产品进行跟踪和测试，以降低意外事件发生的可能性。

宝马集团中国在信息和数据安全管理方面所获得的认证类型：

认证机构	认证体系
华晨宝马及领悦	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	ISO/IEC 27017: 云服务信息安全管理体系认证
	ISO/IEC 27018: 公有云中个人可识别信息保护管理体系认证
	ISO/IEC 38505: 数据治理安全认证

15,514名

员工和合作伙伴在2022年参与我们的网络钓鱼攻击培训。

~9,000名

员工参加了2022年的中国数据法规线上培训。

意识提升与沟通传播

营造良好的信息安全文化是我们的重中之重。为此，我们为新入职员工、经销商和供应商伙伴提供培训课程，打造重视信息安全的企业文化。通过线上平台的相关培训与沟通，我们确保员工了解公司政策，落实信息安全实践，具体形式包括学习管理平台等线上平台和线下会议活动等。

以网络钓鱼攻击培训为例，2021年共有15,514名员工和合作伙伴参与了培训，实现钓鱼链接点击率连续三年降低12%。为普及相关知识，我们组织了“中国数据法规线上培训”，吸引约9,000人参与。我们还面向数据合规官和数据治理团队代表举办了线下的中国数据治理工作坊，吸引逾60人参与。

展望

为了在充满机遇与挑战的外部环境中确保合规运营，我们将持续提供针对性的解决方案与专业咨询，高效赋能业务发展并缓解风险。我们会持续提升合规意识、深化合规承诺，并通过强有力的“高层声音”、定制化的合规培训，丰富的沟通渠道和合规项目等多种方式不断培育合规文化。为有效彰显宝马集团中国对违法违规行为“零容忍”的态度，我们将持续加强监测合规管理系统的执行情况，并采取预防性合规措施。

我们将加倍努力以实现“让合规行为更简单”的目标。随着公司技术的迭代，我们将开发并升级IT工具，推动合规工作的数字化转型。秉承着以受众为中心的原则，合规宣传工作将一如既往地提供优质、及时且有针对性的内容。

最后，在动态变化的外部环境中保障信息安全既是我们的首要承诺，也是我们需要持续应对的挑战。数据分类和识别技术的改进将促进我们的数据管理措施不断完善，指引公司在正确的方向前进。2023年，随着智能网联汽车相关标准的引入，车辆合规方面的重点工作将聚焦于信息安全和客户隐私保护的标准化。



智能网联汽车中的数据安全责任

对于宝马集团中国而言，客户隐私保护可让数据治理臻于至善。在维持高水平的数据保护的同时，我们采取严格的内部程序、工具和操作指南，全面保障客户隐私。

汽车企业的数字化发展已对智能网联汽车的数据隐私和安全提出了更高的合规要求。宝马集团中国遵守欧盟和中国的多项法律法规，例如UN R155《信息安全与信息安全管理》《汽车数据安全若干规定(试行)》等，建立了确保汽车数据传输和使用安全的流程和解决方案。与此同时，为防范智能网联汽车的数据安全及客户隐私的泄露风险，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”。这也意味着早在产品设计阶段我们就会系统性地考虑信息安全因素。

在宝马集团中国，我们不仅设计生产汽车，还在全业务流程中整合对可持续产品、服务的理解并探索其可行性。我们致力引领并提倡可持续的出行、生活方式，在实现自身商业成功的同时，为地球和社会创造更多价值。

2.1 卓越的品质与安全	29
2.2 可持续产品	32
2.3 以客户为中心的服务	37
2.4 出行概念与解决方案	41

第二章

产品与出行解决方案

2.1

卓越的品质与安全

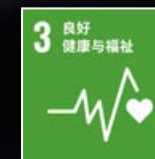
追求至高标准，成就不凡品质。我们多措并举为客户的健康和安全保驾护航，提升客户满意度，积极营造质量第一文化，在设计和制造过程中全面执行质量和安全标准，保障安全的驾驶环境。

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2022年中国汽车用户满意度测评中荣获同类别第一名。





户体验。2022年,共有320余家经销商使用该平台,并开展了1,000多项售后服务行动计划。我们提供卓悦客户体验的承诺体现在与客户接触的每个关键环节。

弘扬质量第一文化

在宝马集团中国,践行质量第一文化是我们全体部门及行业合作伙伴的共同愿景。在德国汽车工业协会主办的首届汽车质量峰会上,我们与行业伙伴和协会交流了质量管理和数字化转型的议题,呼应了大会“聚焦可持续与数字化发展,共促汽车行业质量卓越”的主题。

我们还召开了首届宝马中国质量管理体系审核员大会,宝马集团中国、宝马集团、TÜV南德等机构代表齐聚一堂。此次大会在强化质量管理体系审核员大会合作网络的同时巩固了各方的友好合作关系。

质量第一文化

质量第一文化指引高质量管理体系。通过执行BMW iFACTORY这一前瞻性生产战略,我们不断提升以客户为中心的质量管理水平,加强质量工作的精准定位,进一步推进质量第一文化建设。

全面质量管理

宝马集团中国全力以赴确保其所有的产品和服务符合ISO 9001和宝马集团中国内部的最高质量和安全标准。为此,我们通过实施全方位的质量管理体系来落实岗位管理责任。2022年,我们在华生产基地均通过了ISO 9001质量管理体系认证的年度再认证审核。

服务质量

我们始终将提供卓悦的客户体验放在首位,坚持以客户为中心。为了精益求精的服务管理质量,我们建立了闭环的反馈机制,多渠道收集并分析质量相关的售后反馈,将其中的重要发现传达给研发、制造、销售和营销部门,从而持续优化客户体验。

我们利用大数据分析以优化服务品质,应用自然语言处理(NLP)技术分析客户在整个产品生命周期中的体验和反馈。通过这些技术,宝马集团中国与客户建立起了更深层次的联结,从而更好地提供定制化的客户服务。

为提高客户满意度和经销商表现,我们对“客户体验促进会”平台的反馈机制进行了优化,进一步完善运营流程并提高了服务品质,推动改善客

产品安全实践

为了满足中国客户多样化的需求,我们不懈努力,持续优化产品的安全性和表现。

确保产品质量

我们致力达成“零缺陷”目标。合规层面,我们在卓越的产品设计与生产流程中贯彻落实最新的法律法规要求。研发阶段,我们在全面覆盖尾气排放、安全、新能源汽车等领域的70多个测试台架、100多项不同核查实验中严格执行质量控制流程。生产阶段,沈阳生产基地通过践行EMT¹理念,构筑了快速决策并解决质量问题的独特优势。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。

关心客户健康

宝马集团中国将客户的安全与健康置于首位。我们持续探索创新技术,并高效而安全的使用各种配件材料以满足新的设计要求与标准。

通过系统性的有害气体管理,我们在原材料、零配件及整车生产等各个环节对车辆的挥发性有机化合物(VOCs)及气味进行监测。例如,华晨宝马的所有车型须符合GB/T 27630《乘用车内空气质量评价指南》,并通过了极端条件下模拟客户实际使用的测试。此外,我们采用的新款空气过滤器拥有更强的耐久性并兼顾PM2.5的过滤性能。

宝马集团中国严格开展有害物质管理,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》(REACH)以及中国《汽车禁用物质要求》GB/T 30512标准。我们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。此外,我们已经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库系统(CAMDS)的要求提交数据,以符合型式认证的要求。

为了确保客户的健康安全与驾驶体验,在减少噪音方面,我们通过对内对外的创新合作来探索降噪的可能性。我们将宝马集团的质量目标无缝整合至本地生产流程中,以确保新车型的电机噪音符合相关标准要求。在很多车型中,胎噪与路噪是主要的噪音来源之一,也是宝马集团中国关注的重点,为此我们在所有20英寸轮胎上采用了改良化合物并添加了吸音泡沫降低道路噪音。该举措不仅可以降低车内噪音,同时也显著降低了外部传导噪音。

提升驾驶安全

我们积极开展客户活动,促进社会形成优良的安全驾驶环境。我们的BMW精英驾驶培训项目通过全面的课程来培养安全驾驶行为,提升驾驶员对道路紧急情况的应对能力。2022年,该培训项目共吸引了19,993名参与者,客户也对安全培训项目产生了浓厚的兴趣。

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2022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)
豪华C级轿车



BMW X1
豪华A级SUV



BMW X3
豪华B级SUV



BMW X5
豪华SUV

1. EMT - 研发、采购、生产一体化。

2.2

可持续产品

面对气候变化，宝马集团中国携手其他行业领袖积极采取坚决行动，共同应对这一紧迫挑战。我们将低碳和可持续发展理念融入产品的方方面面，并将未来的战略重心定位于电动化、数字化和循环永续。为此，我们开展了广泛的可持续实践，涵盖环保产品开发、前沿研究、可持续原材料利用等诸多领域。

59,118 台

2022 年宝马集团中国
新能源汽车零售量。

589,384 千克

动力电池在中国的回收重量，
共计 10,318 个。

275,421 个

零配件回收数量，总重
量超过 595 吨。



SDG 9, 12 and 13



引领电动出行未来

我们相信电动化、数字化和循环永续是未来交通的发展方向。因此，我们持续优化产品组合，向电动出行未来加速迈进。宝马集团计划将于2023年底前在中国市场（包含港、澳、台地区）推出11款纯电车型。到2030年之前，宝马集团全球年度销量的50%以上将是纯电车型；届时，宝马集团累计交付的纯电动车数量有望超过1,000万辆。

强大的可持续产品组合

截至2022年底，我们在中国市场成功推出五款纯电车型，包括创新BMW i7、全新BMW i3、BMW i4、BMW iX和BMW iX3，引发了市场热烈反响。2022年纯电车型零售量达59,118辆。这些产品将宝马独特的电动驾驶乐趣与其全生命周期的可持续性相结合，为BMW品牌注入了绿色化的内涵。

我们的新能源汽车凭借高度集成、重量轻、可扩展和模块化的设计使得电动效率得到进一步提升，纯电续航里程达到455-665公里，百公里电耗仅为14.3-19.1千瓦时。卓越性能的背后，是我们对汽车电动化和可持续发展的坚定承诺。

我们的目标不仅是提供交通工具，而是以产品承载我们对于创新、可持续的所有想象。我们在为现有的电动出行成就感到自豪的同时，也将继续推进宝马集团的全球电动化进程，携手社会各界，齐心共筑可持续的美好未来。

BMW iX 的可持续亮点

纯电动BMW iX以可持续发展为己任，践行未来豪华，不仅在出行过程中体现了可持续的发展理念，更将这一理念贯穿于全价值链与产品的全生命周期。



中央控制台使用森林管理委员会 (FSC) 认证木材



内饰使用橄榄叶萃取物鞣制代替传统的化学鞣剂



地毯地垫使用100%再生尼龙



织物和微纤维内饰使用50%再生聚酯纤维



减少产品碳足迹

为了进一步识别减碳机遇，宝马集团中国对旗下车型进行了完整的生命周期评估。2022年，我们在中国汽车技术研究中心 (CATARC) 的帮助下顺利完成 BMW 5系 的生命周期评估。未来，我们致力于为所有车型开展持续的碳排放测算和监测，为产品可持续研发付出不懈努力。

同时，我们全力优化燃油消耗管理，发挥极致的空气动力学性能，以提高燃油效率，减少碳排放。2022年，进口车型的企业平均燃料消耗量从 8.29 升/百公里降至 7.24 升/百公里，国产车型企业平均燃料消耗量从 6.42 升/百公里降至 6.08 升/百公里。

我们的不懈努力在中国赢得了多项认可。2022年，BMW X5 通过工业和信息化部“绿色设计产品”认证，BMW iX3 在中国汽车技术研究中心的中国生态汽车认证中获得“白金牌”。

采用可持续材料

宝马集团中国的目标是在造车过程中尽量减少关键原材料的使用，并在产品整个生命周期中降低对环境的影响。我们的循环经济发展核心战略结合了“再生优先”和“再思考、再减少、再利用、再回收”框架。

通过技术创新和外部合作，我们的循环利用实践与宝马集团步调保持一致，持续促进再生材料使用最大化。

扩大再生材料使用

宝马集团中国与供应商通力合作，并沿用宝马集团的供应链管理体系和标准，在确保产品安全性的同时，着力提升再生材料的使用比例。

通过与钢铁制造商紧密协作，我们将钢铁废料重新投入生产制造流程，于2022年累计实现了48,160¹吨钢材的回收利用。2022年，我们亦实现了14,536吨的废铝回收量。

我们在再生塑料材料方面也取得了重大进展。2021年底，我们携手供应商启动了第一批回收塑料材料研究。过去一年，我们在塑料材料的工艺



流程、产品开发和验证方面取得了重要成果，积累了宝贵经验，可持续发展工作再上新台阶。

我们也在全行业内积极推动再生材料的使用。2022年，我们参加了中国汽车技术研究中心组织的生产者责任延伸主题研讨会，共同讨论了再生材料标准、供应链保障措施以及减少报废车辆废弃物的方法等内容。

7.24 升/百公里

2022年，进口车型企业
平均燃料消耗量。

↓ 12.7% vs 2021

6.08 升/百公里

2022年，国产车型企业
平均燃料消耗量。

↓ 5.3% vs 2021

1. 由于车间废料率降低及车辆设计轻量化等原因，钢材用量正在逐年下降。

2. 生产过程中的铝回收。

引领电池可持续利用

随着新能源汽车产业快速发展，动力电池退役量逐年上升。我们推行完善的动力电池回收利用体系，对于保护生态环境、保障新能源汽车产业持续健康发展具有重要意义。宝马集团中国正与行业伙伴携手，共同促进中国高压动力电池产业的可持续、循环利用和高质量发展。

实现动力电池闭环回收

宝马集团中国与回收商对于动力电池材料的闭环回收展开合作，以减少废弃物的产生和资源开采过程中的碳排放。2022年，我们宣布与浙江华友循环科技有限公司（华友循环）建立合作，打造宝马电动车退役动力电池的闭环回收模式，并将退役电池中的关键原材料，例如镍、锂、钴等，提供给宝马的电池供应商，用于生产全新动力电池。

这是宝马集团首次实现动力电池原材料的闭环回收模式。该模式将最大程度地发挥退役动力电池的剩余价值，同时将资源开采需求降至最低，预计可以实现70%的二氧化碳减排。

加强动力电池可溯源性

宝马集团中国自2017年起开展了对动力电池从生产到退役回收的追踪工作。为了实现动力电池的闭环可追溯，我们强化了电池追踪体系以实现每块动力电池全生命周期的监测。这一措施将确保制造动力电池的关键原材料均可回到宝马生产供应链体系，实现动力电池的循环利用。

拓展动力电池梯次利用

自2020年起，宝马集团开始与华友循环共同研究动力电池再利用的可行性，成为中国首家实现动力电池梯次利用于叉车的汽车制造商。

2022年，我们与华友循环深化合作，进一步探索并扩展动力电池梯次利用在生产过程中的应用场景。未来，在宝马集团中国沈阳生产基地，厂内叉车、托盘车及储充一体化的储能站都将使用宝马退役动力电池。

扩大零配件再制造范围

先进的零配件再制造能力巩固了宝马集团中国在循环经济中的领导地位。2022年，我们在售后领域扩大了零配件的回收范围，并加大再制造研发力度，丰富再制造旧件储备，从而促进更多材料的有效回收。



我们正在与行业伙伴合作，推动中国动力电池的可持续、循环和高质量发展。

1. 在厂内叉车上装载退役动力电池。
2. 退役动力电池在叉车上的梯次利用。



强化再制造研发能力

2022年,我们进一步推进并加速再制造零配件的研发进度,其中包括电子助力转向机、发动机配件、四驱分动箱、第三代高级车载主机等再制造产品,同时扩大了再制造空调压缩机的产品范围等。

这些研发成果为宝马集团中国引领市场与可持续消费趋势奠定了坚实的基础。我们为已有成就感到自豪,并将一如既往地全力投入零配件的回收和再制造工作中。

推动零配件再制造和回收

2022年,我们积极推动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及故障测试的范围。同时,我们扩建了旧件逆向物流中心,并优化了内部作业流程。2022全年,我们共回收了646吨材料,包括465吨金属、140吨塑料、36吨废纸和5吨纤维。

展望

2023年,宝马集团计划在中国市场推出更多具有吸引力的新能源车型,包括备受期待的BMW iX1。在新产品的加持下,宝马集团将成为拥有最完整纯电动产品线的豪华汽车品牌,覆盖几乎所有细分市场。

在原材料利用方面,我们将重点推动供应商在原材料再利用、能源与碳管理流程标准化制定与认证审计的进展。针对可持续材料开发,我们将根据中国市场的实际需求,以创新手段提高产品生产中再生材料的使用比例。我们致力于将可持续发展贯彻到各运营环节,为地球和客户创造更加美好的未来。

我们计划在中国市场推出新一批再制造零配件,例如起动机和发电机。此外,我们也正在重新规划未来五年的旧件逆向物流流程和体系。

最后,我们将继续加强电池安全管理和溯源管理,应对不断趋严的政策要求。我们计划将动力电池回收服务网点增加至四个,并开发全新的溯源管理系统等。此外,我们也将于2023年持续推进零配件再制造的研发工作。



2.3

以客户为中心的服务

我们致力于提供以客户为中心的卓悦服务, 同时将可持续创新融入到我们的业务流程中。通过分享我们的可持续理念, 我们希望客户在享受美好旅程的同时, 拥抱更可持续的生活方式。

893 家

2022年全国授权经销商
网点数量。

470,534 ↑

接入宝马充电网络的
公共充电桩数量。

↗ 28.7% vs 2021

160,115 名

使用 My BMW 应用程序
的新能源车主数量。



↗ SDG 7 and 9

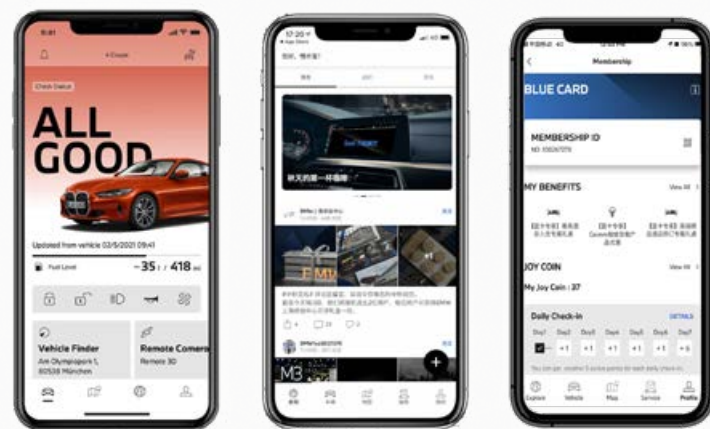


以客户为中心的理念

秉持以客户为中心的指导思想，我们致力于从购车阶段开始与客户建立长期的关系纽带，并将我们的沟通网络扩展至车迷、拥护者、潜在消费者等更广泛的人群。随着数字技术的不断赋能，我们与客户的沟通更加直接和高效，也进一步提升了客户服务体验。

负责任营销

负责任营销是维持客户长期信赖的根本，也是我们营销实践中不可或缺的一环。我们建立了完善的审查流程，确保所有市场营销活动的合法合规。我们遵循“四眼原则”，并设立了编辑处来负责开展审查，以确保所有对外发布的营销材料及信息均符合法律规定。



1

数字化客户旅程

数字化构建了客户与宝马产品、服务和品牌间的多维连接。我们推出了 My BMW 应用程序，这个集成平台能够提供客户旅程各个阶段的全面服务。在此平台上，用户能够享受购车首付、服务预约、远程控制多种实用功能，也能了解到宝马的最新资讯。My BMW 应用程序得到了用户的高度认可，在苹果应用商店获得了高达 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纽带是我们提供以客户为中心服务的工作重点。为此，我们搭建 SPARK-DMO 数字服务平台，帮助经销商实现与客户的线上“见面”，为客户实时提供专享服务。

数字化的应用也有效减少了我们的环境足迹。2022 年，随着更多的线上运营平台取代传统纸质流程，我们节省了 1 亿多张办公用纸。

低碳服务

我们坚持以客户为中心，致力于成为客户的可持续伙伴，不断发展全面、便捷、高效的充电服务。2022 年，我们继续开展销售和营销合作，携手国网电动建立高标准的绿色充电生态体系，为新能源汽车提供绿色电力充电服务，不断推动充电技术创新。

布局充电网络

宝马集团中国不断增加私人及公共充电站数量，提供便捷充电解决方案，为可持续出行奠定基础。每年，我们还会检验 20,000 余个充电桩的可用性和安全性，为客户出行保驾护航。



私人充电

我们为客户提供高品质充电墙盒产品及安装服务。充电墙盒拥有即插即充、远程控制、远程诊断、远程升级等智能功能。同时，我们为无法选择充电墙盒的客户提供充电卡作为备选方案。截至 2022 年底，我们安装了 123,000 个充电墙盒。



公共充电

我们与更多充电运营商伙伴深化合作，使用即插即充技术共同简化新能源汽车充电流程。截至 2022 年底，超过 470,000 个充电桩已接入至宝马充电网络，其中 90,000 个集成了即插即充技术。



经销商充电站

我们在经销商门店部署充电服务，向客户直观展示充电流程，让消费者更好地了解电动汽车。截至 2022 年底，我们提供了 552 个可用经销商充电站。

1. My BMW 应用程序解锁全方位客户体验。



绿色电力充电服务

使用绿色电力充电能有效减少宝马汽车在使用阶段的碳排放。我们与国网电动持续深化合作，将绿色电力充电服务推广到更多省市。同时，为了确保绿色电力来源的可信性，我们的绿色充电服务利用区块链技术实现了电力的溯源追踪。

为鼓励客户采用绿色电力充电，我们向客户发放绿色电力证书。此外，为吸引更多客户参与，我们推出多种使用绿色电力的激励措施，鼓励客户日常生活中的绿色行为。

数字充电服务

My BMW 应用程序是我们为客户和经销商提供全面充电服务的端口。为保障客户体验，支持经销商运营，双方均可接入 My BMW 应用程序的充电服务门户。该平台提供了一站式充电服务，包括充电指南、数字服务、社群互动、会员服务、在线充电关怀等功能。截至 2022 年底，已有 160,115 个新能源车主使用 My BMW 应用程序，开启便捷充电体验。

My BMW 应用程序为私人及公共充电服务设置了完善的客户反馈机制，通过满意度调查、在线评价、问答中心等渠道及时获取用户反馈和改进建议，明确未来优化方向。

BMW 即时充电交流圈是 My BMW 应用程序上的开放社群。官方账号“充电宝”通过社群不定期为车主提供充电服务资讯、专业知识与答疑，并赠予贴心礼物，传达节日问候，让用户享受可靠智能的充电服务。

金融服务

金融服务对宝马集团中国的长期可持续发展至关重要。通过提供多元化的金融服务和产品，我们鼓励客户做出更环保的购买决策。

宝马集团中国通过提供具有竞争力的新能源汽车金融服务，鼓励客户向非化石能源的交通工具转型。我们现有的贷款和租赁产品已覆盖多款新能源车型，包括 BMW i3, BMW iX3, BMW i4, BMW iX 和 BMW i7。

此外，先锋租赁作为宝马集团中国租赁服务的提供商，为客户提供了更加灵活的支付方式，并为纯电动车型提供了带残值的融资租赁方案，如

针对 BMW iX3 和 BMW i3 的 12 或 24 个月期悦选明天计划，并将逐步增加更多期限和车型选择，为客户提供更多灵活的金融方案。

为加速中国的电动化进程，我们整合传统和数字渠道开展了多场营销活动，为新能源汽车提供了低利率的贷款和租赁产品。2022 年“618”期间，我们推出 BMW i3 线上促销活动，大力提升客户对电动出行的意识。“双11”期间，我们再次举行主题促销活动，进一步增强客户对电动出行的认可度和接受度。

可持续金融工具不仅是宝马可持续产品开发的有益尝试，同时有效地延展了宝马集团中国可持续经营战略。宝马集团中国将持续为消费者提供更多的电动汽车购车激励，让中国的消费市场向着《巴黎协定》的目标更近一步。



客户参与

随着绿色消费意识的觉醒, 可持续的客户参与将对塑造品牌形象、推动整体业务增长发挥核心作用。秉承以客户为中心的理念, 宝马集团中国珍惜与客户互动的机会, 并通过丰富多彩的活动积极向客户传达我们的可持续发展战略。



1



2

强化可持续意识

我们倡导绿色行动, 并通过我们气候友好产品的宣传与传播活动来建立客户与可持续理念之间的桥梁。2022年, “MISSION i —— 2022 BMW 纯电产品及科技媒体日”活动在浙江绍兴和千岛湖举行, 吸引150余家媒体参与。BMW 纯电动汽车家族是本次活动的一大亮点, 也是我们可持续努力与成就的集中体现。我们希望通过这些产品向大众传达我们的可持续发展价值理念, 同时分享我们电动化转型的最新进展。

宝马集团中国的绿色产品将便捷创新的驾驶体验与可持续相连接。其中的一个典范就是MINI 搭载的GREEN 模式, 让用户在驾驶中进行节能设置, 提升绿色驾驶意识。为推广这一功能, 我们策划了一场别开生面的社交媒体活动, 获得超过2,160万次曝光。其中, 公众、宝马车迷、MINI 车迷、核心媒体、员工和经销商等各个群体均参与到活动中, 丰富了对可持续、数字化、创新等话题的讨论内容。

倾听客户声音

在宝马集团中国, 我们围绕以客户为中心的理念, 持续拓宽客户参与渠道。在线上, My BMW 应用程序为车主提供专属云端社交平台。在线下, BMW 品牌体验中心和JOYCUBE 餐厅分别在上海和北京揭幕。这些场所作为我们与车迷、车主互动的主要阵地, 将举行新车发布、经验分享、品牌传播等丰富多彩的活动。

BMW 精英驾驶培训项目体现了宝马对驾驶乐趣的追求。该项目为怀有驾驶热情的客户们提供建立联结的平台。我们的品牌期望在目标客户感兴趣的文化、艺术、运动等领域建立垂直圈层, 建立深度情感联结, 创造丰富的品牌价值。

此外, 我们同经销商门店携手提供卓悦的客户服务。为了更好地响应客户的需求和期待, 我们通过“忠诚之悦”项目调查客户对经销商销售和售后服

务表现的满意度。2022年, BMW/MINI 售后服务正面反馈比例达92.8%。

我们亦通过“BMW/MINI 服务体验官”项目收集客户反馈。2022年, 我们收到了37,252条与售后服务相关的客户意见。

展望

2023年, 我们将进一步推广绿色电力充电和智能充电, 扩大充电服务版图。2024年, 我们将锚定更高的可持续发展目标, 推动“车联网”技术的落地。

未来, 宝马集团中国将继续扩大可持续发展影响力, 触达更多利益相关方群体。通过创新、互动和有趣的活动, 我们致力于让可持续更加触手可及, 融入大众的日常生活。此外, 我们将持续改善并拓宽客户沟通渠道, 以卓悦客户体验不断提升客户满意度。

1. 宝马纯电动车和M系车在BMW精英驾驶培训赛道上。

2. 在Mission i活动中与客户互动交流新能源产品。



2.4

出行概念与解决方案

宝马集团中国持续助推电动出行及交通管理解决方案的开发与应用,使我们的城市更加宜居。2022年,我们围绕出行概念和解决方案开发了一系列行动倡议和合作项目,致力于提升居民的出行自由度和质量,并降低交通出行对环境和社会的影响。



六个城市

先锋租赁联合本地经销商,在六个城市推出了宝马共享出行租赁服务。

BMW 灯塔城市 —— 北京

在2022年,我们发布了中国超大城市智慧出行图景。





可持续出行

随着城市化进程的加速和人口的增长，城市面临人流拥挤、交通堵塞、空气污染、噪音、碳排放量增长、公共空间急剧减少等一系列挑战。作为出行方式的重要提供商，宝马集团中国锐意创新应对挑战，推动城市交通可持续发展。

迈向可持续出行未来

面对北京交通现状，交通转型解决方案至关重要。为了贡献一臂之力，宝马集团中国邀请政府部门和有关专家集思广益，共同探索建立高效、可持续交通系统的新方案。



1. 灯塔城市——北京 中国超大城市智慧出行图景。

2. 全新BMW i3。

2022年12月，我们发布了 BMW 灯塔城市——北京 中国超大城市智慧出行图景，融入了我们在城市规划与电动化领域的领先经验与技术，为北京勾勒出可持续出行的绿色蓝图。

宝马集团中国在对于北京未来交通的畅想中，充分尊重城市的历史文化，融合绿色交通方式与各式建筑和街景，在最大限度保留城市风貌的同时，推动城市出行系统向低碳、高效、智能的方向发展。

宝马集团中国倡导通过多种交通方式的结合来缓解交通压力，提高交通效率。我们与北京交通发展研究院建立合作，基于预约出行的方式，提高公交车专用道的利用率，减轻交通拥堵。通过采用数字化交通管理方式，预约出行模式能优化交通资源的分配，提高整体通行效率。

我们在关注可持续出行解决方案的同时，致力于解决方案的简化与普及。我们运用游戏化的方法，倡导可持续驾驶行为，以减少燃料使用和碳排放量。2022年，该倡议的覆盖范围由电动车型扩大到了燃油车型。

共享出行

作为更可持续的出行方式，共享汽车能降低道路基础设施的负担，减少交通出行活动的环境影响。因此，宝马集团中国依托丰富的电动产品，为大众提供多元化的共享出行服务。作为宝马集团中国的共享出行服务商，先锋租赁协同当地经销商在六个城市推出了汽车租赁服务，积极发展共享出行业务。例如，在海南，客户可以享受 BMW iX3 无忧租车服务。与此同时，宝马集团中国也在积极寻求与国内出行服务商合作，尽快将宝马出行服务覆盖至更多城市、推广至更多客户。

通过提供多元的租赁服务，先锋租赁不仅提升了客户购车与用车的体验，也以试驾开启以客户为中心的客户旅程，助力宝马集团中国向电动化、数字化和循环永续的目标迈进。



与合作伙伴共同推广汽车租赁服务

2022年，华晨宝马和枫叶租车深化合作，以绿色纯电车型满足客户的多场景出行需求。投入枫叶租车全国网络的首批全新BMW i3为中国消费者提供优质的共享出行体验。

展望

我们将继续推进现有计划和倡议，为可持续的未来出行赋能，以更高效的基础设施建设更加智慧的城市；与北京交通发展研究院强化合作，共同深化数字交通管理的研究；继续聚焦数字服务，推动共享出行业务稳步前行。

以提供非凡客户体验为导向，我们将不懈努力，推出深度试乘试驾、新车等待期替代车服务、电动车车主权益、代步车服务等更多增值服务。在这些行动的支持下，我们计划加速推进出行方式的可持续转型。



在产品交付之前,我们会综合评估整个价值链的环境足迹。在这一过程中,我们的环境保护能力与社会责任意识在设施管理、物流等环节发挥关键性作用。我们持之以恒地提升能源效率,通过循环发展和降碳措施持续推进资源保护,以可持续的方式生产每一台高质量汽车产品。



第三章

生产与运营

3.1 资源使用与效率	44
3.2 绿色物流	52



3.1

资源使用与效率



↗ SDG 7, 9, 11, 12, 13 and 15

我们的生产制造面临着多变的外部形势，既有后疫情时代因能源需求增加引发的温室气体排放增长，也有可再生能源快速扩张带来的发展机遇。我们全力支持中国政府的碳中和目标和宝马集团的减碳目标。通过接轨宝马集团全球的生产战略，我们持续探索前沿低碳技术，不断提升绿色制造水平。

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。

100%

沈阳生产基地和37个非生产基地可再生能源电力¹供电占比。

+280%

太阳能光伏发电的可再生能源电力同比增幅。

-2.7%

单台生产水资源消耗量同比降幅。

-20.0%

单台生产废弃物处置量同比降幅。

我们的发展兼顾满足商业成功与环境及社会可持续发展的特性，BMW iFACTORY 生产战略为此提供强有力的支撑。该战略旨在为我们生产的每一款车型提供高度灵活的生产线，实现节约资源、数据透明和循环利用。

BMW iFACTORY 生产战略

未来生产的新标杆

BMW iFACTORY 生产战略勾勒了未来汽车生产的新蓝图，在加速向电动出行转型的同时，定义了宝马工厂与生产技术的未来方向。我们将从“精益、绿色、数字化”三个方面开展可持续生产，并强调员工价值以及研发、采购和生产的一体化的协同发展。

BMW iFACTORY 生产战略的本土化

宝马集团中国致力于推动下一代汽车产业的转型发展，并为我们的利益相关方创造更多价值，成为值得信赖的伙伴。BMW iFACTORY 生产战略也与中国政府大力推动的绿色发展、创新与经济增长不谋而合。

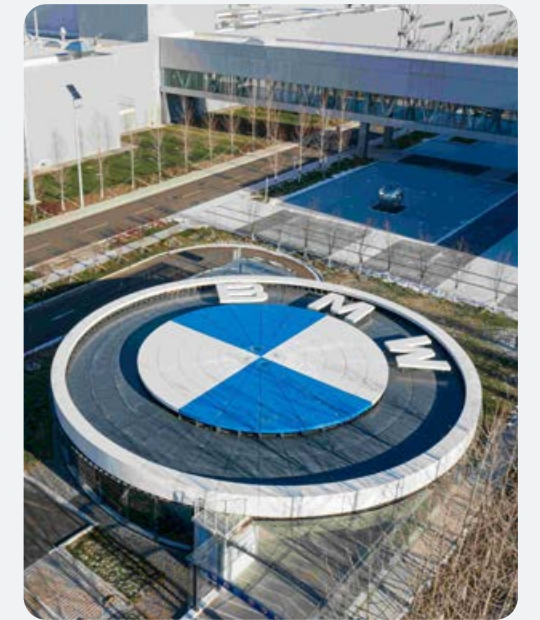
精益：
高效、灵活和精准生产的原动力



效率是汽车高质量生产不可或缺的要素。为了快速识别风险、适应不断变化的市场环境，我们运用测量中心的先进设备开展全面的质量监测、控制与分析，延续并优化高标准的生产计划，为客户提供高质量的产品。

我们在中国的全部工厂均践行高度灵活的生产方式。高产能和灵活性让宝马集团中国在八年内达成了累计产量从100万增至500万的里程碑。此外，大东工厂能够以全面灵活的方式生产燃油车、插电式混合动力车和纯电动车，包括 BMW X3、BMW X5 和 BMW 5 系，BMW 5 系插电式混合动力和纯电动 BMW iX3 等多款车型。

从生产初期开始，我们开展了排放量、安全性和精确度等多项测试，确保存在缺陷的零配件和车辆不会继续投入生产。在生产流程完成后，我们也对电芯到整车进行了多种机械和软件测试来保障质量。



精益

指生产体系的高度灵活、精确且高效。

绿色

指资源优化和循环生产。

数字化

指高效利用人工智能、大数据和虚拟化技术。

绿色： 节能减排，节水降废，循环利用可再生材料



我们时刻践行宝马集团绿色、可持续、资源节约和循环利用的制造理念，成为负责的制造商。这也是我们引领高端汽车制造未来的关键差异化因素。我们通过不断努力使该战略能够有效地利用能源和资源，同时减少排放。

为了保护自然资源，循环利用已经贯穿于我们的产品生命周期。在中国，我们与供应链伙伴密切合作，积极采购再生材料，促进材料回收和再利用，不断提升产品和零配件包装中的再生材料使用比例。

数字化： 引领数字化转型，迈向可持续制造未来



随着里达工厂在沈阳落成，宝马集团中国的生产基地实现了大规模升级。作为 BMW iFACTORY 生产战略的最新成果，里达工厂为电动智能时代的汽车生产树立了新的典范。从厂区布局、建筑设计、生产线规划到设备测试，里达工厂全面采用虚拟化技术，以尖端的数字化解决方案降低建设和时间成本，让“工业元宇宙”照进现实。

数字化不仅助力电动出行的拓展，也全面深入整个生产流程。例如，我们模拟多种物流场景，支持安全、高效和精确的周转箱管理。我们的运营环节以数据驱动，利用工业物联网保障精准严密的生产产出。

基于 BMW iFACTORY 生产战略，我们在中国进一步强调员工以及研发、采购和生产的一体化协同发展，巩固我们的竞争优势。

3D 扫描绘制数字工厂

3D 工厂扫描系统—— Factory Viewer 实现了效率、准确性与技术集成的紧密衔接。宝马沈阳生产基地已经启动了 3D 工厂扫描项目，通过 3D 激光扫描技术绘制虚拟工厂，实现沈阳生产基地与宝马集团全球 13 家工厂的互通协作，让数据共享更加便捷。3D 扫描技术还将通过二次扫描和技术升级，助力工厂的数字规划与升级改造项目。到 2023 年底，宝马沈阳生产基地将全面完成 3D 环境绘制。

员工：炼思维筑能力，驾驭复杂形势

为了推动公司人员的能力转型，我们提供了大量的项目和机会来促进员工的职业发展和个人成长。多样化的团队使我们能够利用多元文化优势，驾驭复杂多变的环境。

研发、采购和生产一体化： 高效制定决策，快速解决问题

宝马沈阳生产基地的一大独特优势就是践行了研发、采购和生产的一体化理念。通过跨部门的统一协作，我们能够快速采取有效而广泛的措施，防范风险、把握机遇，同时更加聚焦中国市场的需求。

环境治理及风险管理

在宝马集团中国和华晨宝马内部，我们建立了由各工厂高管组成的技术与生产可持续指导委员会，并召开月度会议，审视可持续战略落实及重点项目进展情况，包括二氧化碳减排、能效提升、减少污染物排放等。此外，我们在每家工厂都设立了绿色工厂委员会，追踪各项项目的落实情况，确保持续进步，并促进宝马全球生产网络的互通交流与最佳实践的分享。

我们的环境和可持续发展部门分析生产各个环节潜在的环境影响与风险。2022 年，我们所有的生产基地都成功通过了 ISO 14001:2015 环境管理体系的年度审核。此外，为及时跟进政策法规变化，我们的环境管理部门与合规部门密切合作，确保我们的环境管理完全满足最新的政策要求。

目标导向的管理方法

从宝马集团到宝马集团中国，我们坚持开展以目标为导向的环境管理工作，确定了碳排放管理、水资源消耗、废弃物管理、能源使用等关键目标。为确保这些目标的可达性，我们基于历史生产数据和未来产能进行预估，并与宝马集团的目标保持一致。2022 年，我们成功完成了全部年度环境绩效目标。

气候变化

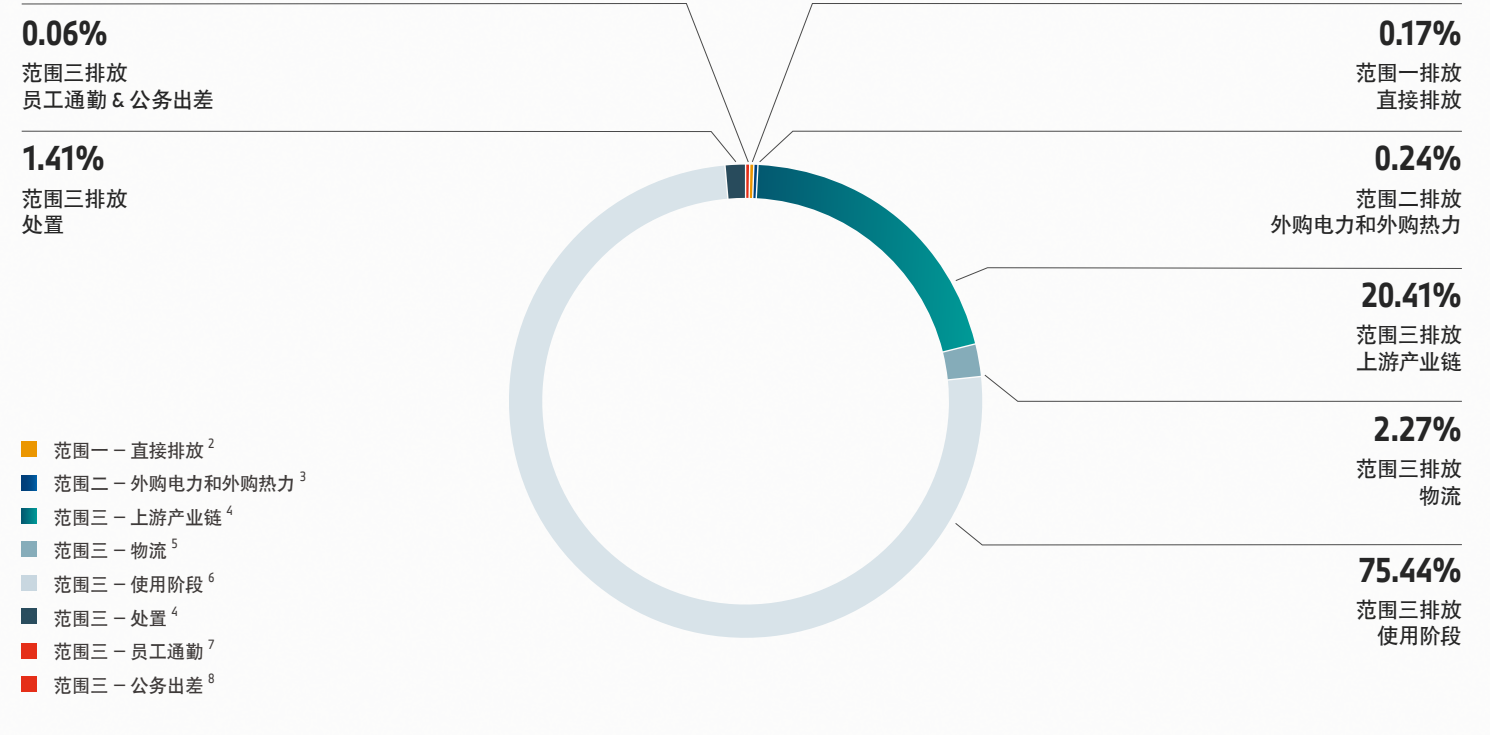
减少全价值链的碳排放是宝马集团 2030 年可持续发展的重要目标。作为价值链上的关键环节，我们致力于在生产领域实现碳中和，近年来已取得了丰硕的成果。自 2019 年以来，宝马集团中国持续推进可再生能源转型，实现了沈阳生产基地 100% 可再生能源电力¹ 供电。2022 年，我们实现了包括新建的宁波售后零件配送中心在内的 37 个在华非生产场所的全面绿色电力¹ 转型

我们的碳足迹

践行宝马集团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% 的承诺，是宝马

集团中国义不容辞的责任。生产相关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的排放。电力方面，我们通过使用自产的太阳能电力、购买绿电购电协议和国际绿色电力证书，在生产环节上实现了100%可再生能源电力供电。供热方面，我们正在推进低碳排放燃料替代传统化石燃料的方案。2022 年，我们逐步增加了天然气在供暖环节中的使用。根据 IPCC 碳排放因子数据库，天然气产生的二氧化碳排放量比煤炭减少 50% 左右。此外，生产阶段产生的其他二氧化碳排放主要来自天然气的消耗。为应对这一挑战，我们在积极探索化石燃料的替代能源，如地热能 and 生物甲烷，并研究其技术可行性。

宝马集团中国 2022 年碳足迹分布



- 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。
- 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。除二氧化碳外，其他影响气候的气体不包括在内。
- 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。除二氧化碳外，其他影响气候的气体不包括在内。
- 宝马集团中国为在中国大陆市场销售而生产的和进口的汽车的上游产业链和处置过程的排放量基于宝马集团产品线上代表车辆的碳足迹计算得出，使用 Sphera 提供的 LCA 工具 GaBi 计算，并在计算中考虑了中国市场因素。
- 物流阶段的碳排放因子采用国际 GLEC 框架 V2.0 指令，CleanCargo 和 DIN EN 16258 碳排放因子计算。包括入厂物流、整车物流和售后物流。从 2022 年开始，整车物流的排放量包括进口整车的排放量和出口车辆国际段(中国港口至全球经销商)的排放量，售后物流的排放量包括售后零件配送中心至当地经销商的排放量。
- 使用阶段的排放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。
- 包含员工乘坐班车往来沈阳市中心及华晨宝马生产基地的交通出行。
- 包括宝马集团中国各实体员工乘坐飞机的公务出差。

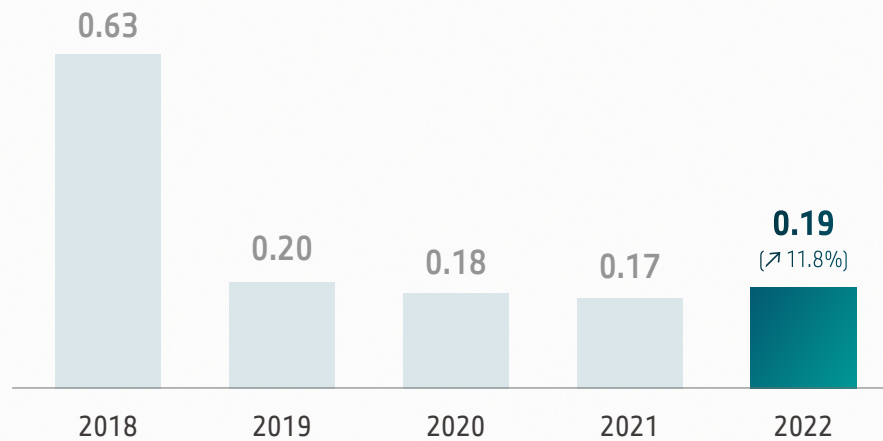
温室气体排放 (吨二氧化碳)

	华晨宝马			同比 (%)	宝马集团中国	
	2020	2021	2022		2022	2022
温室气体排放总量	17,741,047	21,392,395	24,767,228	15.8		31,406,640
范围一 ²	43,614	50,937	54,306	6.6		54,306
范围二 ³	71,275	71,604	76,121	6.3		76,121
范围三 ^{4,5,6,7,8}	17,626,158	21,269,854	24,636,801	15.8		31,276,213

→ 范围一、范围二和范围三温室气体排放具体情况见90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108页。

单台生产二氧化碳排放量

(吨/台)



二氧化碳排放强度

2022年,里达工厂和大东工厂产品升级项目相继投产。受两家新工厂产量波动的影响,我们单台生产二氧化碳排放量有所增加。随着产量的稳步增长,未来的生产运营将变得更加高效,我们预计单台生产二氧化碳排放量将恢复到此前水平。此外,为建立更加环境友好的能源结构、深化生产和经营的绿色转型,我们正在大力推动清洁能源替代化石燃料,持续扩大可再生能源电力的使用。

低碳能源转型

汽车生产的低碳转型对我们的能源结构和能源利用方式提出了更高的要求。2022年,宝马集团中国的能源消耗总量为1,189,231兆瓦时,其中不可再生能源的消耗占比为25%,热力消耗量占比为21%,电力消耗量占比为54%。

对于不可再生能源,我们努力将其产生的污染物和温室气体排放降到最低,逐步以更加高效、清洁和可靠的能源替代化石燃料。2022年,分布式热电联供系统在里达工厂和大东工厂产品升级项目投入运行,加快了从燃煤锅炉到天然气供热的能源转型,二氧化碳排放量预计将减少50%。里达工厂车身车间采用电锅炉供热,实现了从使用天然气向可再生能源电力的转型。

电力使用方面,我们已在中国的全部生产和37个非生产场所包括其中的办公楼、研发中心、整车分拨中心、整车区域分拨中心和售后零件配送中

心实现了100%可再生能源电力¹供电。

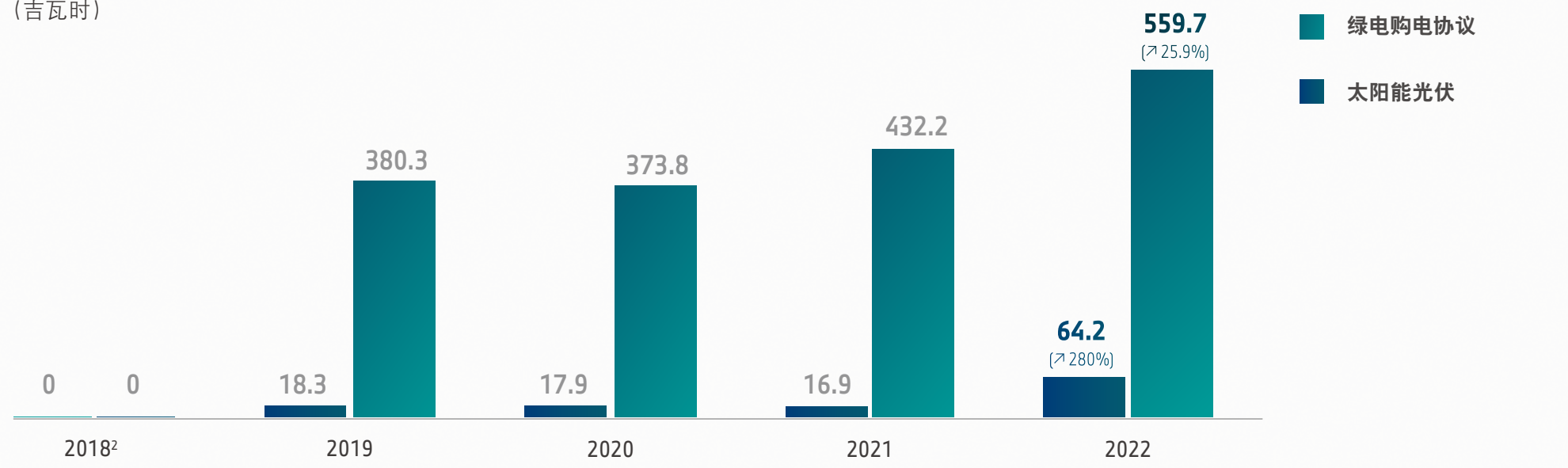
过去几年,直购绿电和太阳能光伏发电的用电量大幅增长,彰显了我们专注可再生能源的坚定承诺。我们的目标是在未来尽量减少绿证使用。

太阳能光伏发电是我们可再生能源的重要来源。在科学评估的基础上,我们在自然地理条件适宜的生产和非生产基地循序渐进地部署太阳能光伏发电系统。2022年,我们沈阳生产基地的太阳能光伏发电装机容量达到74.4兆瓦,较2021年的31.1兆瓦大幅增长139.2%。2022年,沈阳生产基地以及北京非生产运营地的太阳能光伏总装机容量已达到74.8兆瓦。同时,太阳能光伏发电总量超过64吉瓦时,较2021年显著增长约280%。

与此同时,我们积极探索在工厂内使用可再生能源供热的可行性,例如将地热能、电锅炉等替代煤和天然气等传统化石能源。

绿电购电协议和太阳能光伏发电的绿色电力消耗

(吉瓦时)



74.8 兆瓦

沈阳生产基地和北京非生产运营地的太阳能光伏总装机容量。

↑ 139.2% vs 2021 (沈阳基地)

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。

2. 2018年数据因尚未统计而无法显示。

能源效率

我们严格执行 ISO 50001 能源管理体系认证的标准, 在生产实践中坚定不移地提高能源效率。我们持续创新能源利用方法, 在直接降低单位能耗和二氧化碳排放的同时, 不断增强我们应对外部不确定因素的韧性和敏捷力。

集成数字解决方案

实现有雄心的可持续发展目标需要系统性的全面转型, 而转型的每一步均离不开集成的数字化解决方案。

华晨宝马生产部门积极使用数字化平台 EnDMS 系统, 实现了从工厂深入到车间的精细化能耗管理。通过全新的智慧能源系统, 我们在新设施中将能源管理的颗粒度从工厂和车间细化到各个操作区域, 从而及时获取最新能耗数据, 监控环境指标的达标状态。凭借敏捷灵活的机制和有效的数据收集, 增强生产环节中对环境目标的管理能力。

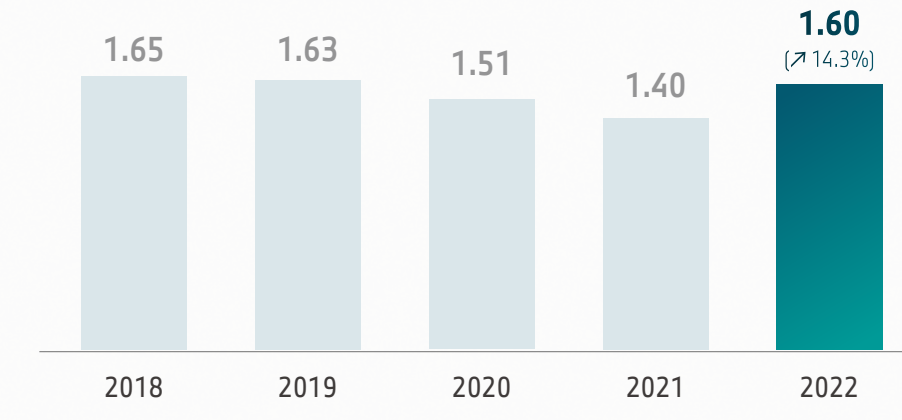
我们在多个车间部署了智能灯光控制系统。该系统助力安全生产与节能降耗, 甚至能实现车间的关灯运行。此外, 我们扩建了铁西工厂和大东工厂的热力回收系统。

工厂暂停生产期间, 我们亦积极采取措施来降低基础能耗。通过生产计划的调整, 我们有效地减少了设备输出。

STEAM 平台帮助全年追踪节能举措。2022 年, 平台提交的 52 项改进方案共计节省 15,034 兆瓦时。

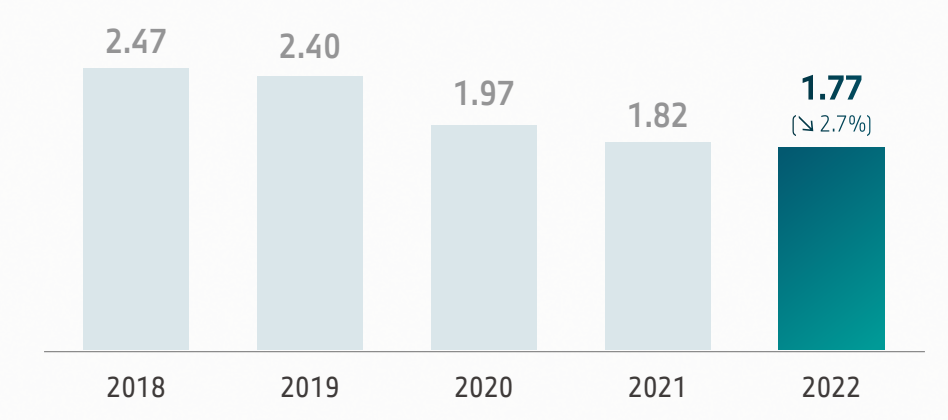
单台生产能源消耗量

(兆瓦时/台)



单台生产水资源消耗量

(立方米/台)



资源与环境

资源利用效率始终是我们绿色生产的核心。每年我们持续以负责任的生产方式, 全力降低产品资源足迹。我们秉承“再思考、再减少、再利用、再回收”原则, 尽力将汽车生产的资源效率提升到极致。这些原则指导了我们在回收利用水资源、回收处置废弃物以及减少生产挥发性有机化合物排放量方面的持续行动方向。此外, 我们通过基于自然的解决方案推进运营边界内的生物多样性保护工作。

水资源回收利用

气候变化为淡水资源的供应带来了巨大压力, 这也是我们不容忽视的挑战。整车涂装工艺是一个用水集中的制造环节, 需要复杂的废水处理系统来确保污水能在处理后满足再利用或排放标准。

我们持续提高生产环节的水资源利用效率, 力求将产量波动对淡水资源消耗量的影响降到最低。大东工厂产品升级项目引入了先进的水循环系统是其中一个代表性案例。这项多级过滤系统能够分离、分解、去除各种有机物和污染物, 确保废水处理后可复用于生产流程, 助力实现水资源管理的封闭循环。

此外, 我们扩建了大东工厂涂装车间的中水处理设施, 并于 2022 年节约了超过 150,000 立方米的生产用水。

我们确立了废水回收利用的基准, 并制定了规模化的措施, 以不断扩大水资源利用的积极影响。2022 年, 我们很荣幸获选工业和信息化部首批“国家工业废水循环利用试点企业”, 并实现了单台生产水资源消耗量连续五年下降。我们也持续将水资源回收利用的举措推广至整个沈阳生产基地。

首批 “国家工业废水循环利用试点企业”

工业和信息化部颁发。



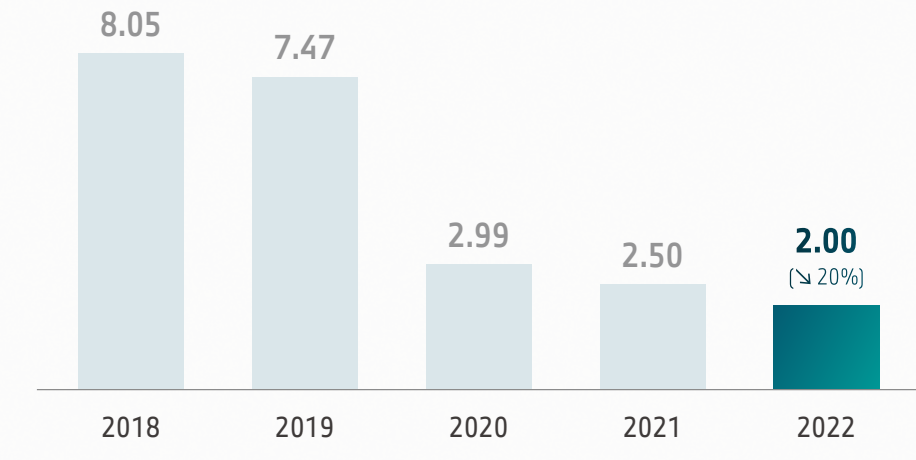
废弃物减量与处理

为了实现零废弃物的目标，我们强化废弃物的减量、分类与处理。铁西工厂和里达工厂在完成设备升级后，清洗喷漆机器人雾化器的清洁剂消耗量显著下降了 95%。我们也在大东工厂和里达工厂安装了污泥干化设备，通过污泥脱水处理将废弃物的体积和重量减少了 40-50%。（相同措施也在 2021 年于铁西工厂开始实践。）

为全面确保合规、适当地处理各类废弃物，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，包括定期审核并现场检查其流程文件和废弃物处理操作，从而保障相关法规的严格落实。

单台生产废弃物处置量

(千克/台)

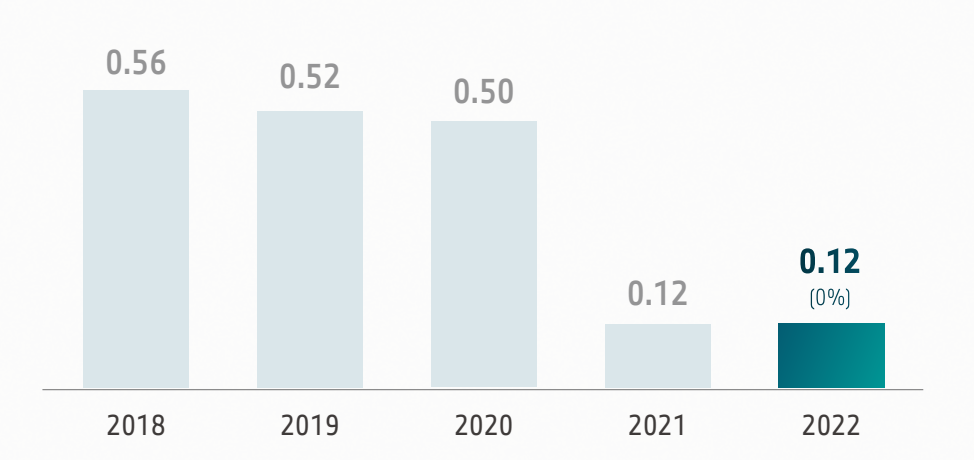


挥发性有机化合物减排

我们实施绿色生产的主要目标之一就是降低挥发性有机化合物的排放量。我们沈阳工厂的涂装车间相关区域均安装了先进的挥发性有机化合物处理设施，同时安装在线监测设备实现实时上传和监控管理。在 2022 年引入了新型水性涂料，与原来相比挥发性有机物含量减少了 66%。

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

环境与生态保护是可持续发展的内在要求。我们在工厂的选址、建设到运营的整个过程中，全力以赴地减少生产活动对当地植被、土壤和生物多样性的影响。在沈阳生产基地新项目的规划和实施过程中，我们坚持采用海绵植物、土壤保护等基于自然的解决方案。我们在厂区的景观设计阶段充分考虑了水土保持，积极引入了植草砖、黄粘土保水层和其他生态措施。里达工厂种植了 11,000 多棵树木。这些措施助力我们保护生物多样性、防治土地退化，并促进了周边生态福祉的提升。

1. 生产基地安装的水循环系统。

不动产管理与员工参与

宝马集团中国践行绿色可持续运营的信念从生产环节延伸到非生产环节，覆盖了包括办公室、研发中心、售后零件配送中心、品牌体验中心和培训中心在内的 37 个非生产场所。我们采用生命周期视角，将可持续发展理念贯穿于非生产场所的选址、设计、施工、运营管理等环节，最大限度地降低其碳排放量、废弃物产生量和资源消耗量，减少其总体环境足迹。

2022 年，我们将员工参与视为工作重心。他们的参与和反馈至关重要，有助于我们打造低碳、健康、助人的工作环境，从而更好地促进员工的发展。

营造可持续的工作环境

2022 年，我们在绿色建筑转型之路上达成了一个关键里程碑——《BMW 可持续工作环境标准》正式发布，这为宝马集团中国所有的建筑制定了严格的绿色标准。该文件广泛参考了 LEED、WELL 等国际性权威绿色建筑标准和建筑管理与环境保护相关国家标准，内容涵盖了绿色建筑的设计、施工等关键要素。这项标准也为我们在建筑生命周期的不同阶段进行开发、管理及交付量化且明确的可持续相关成果提供了重要指导。

员工可持续行动

倡导全体员工在日常生活中身体力行是宝马集团中国营造可持续文化的关键。为此，我们启动了多项绿色倡议，在每季度组织一系列环境相关可持续活动，内容覆盖能源节约、垃圾分类、资源保护、低碳出行、绿色生活方式等议题。别出心裁的活动设计和趣味盎然的主题为我们赢得了积极反馈，参与者满意度超过 99%。

每位员工都能成为一名可持续发展大使。2022 年，我们在 BMW 在线学习平台推出了《垃圾分类》《工作中的可持续行动》等定制化培训课程，帮助员工树立系统的可持续发展观。与此同时，我们通过内部沟通渠道倡导可持续行为，提出践行可持续生活方式的建议，并就可持续发展议题分享真知灼见。

我们邀请员工共同踏上可持续发展之旅，培育积极承担环境责任的企业文化，赋能每位员工为宝马集团中国的可持续发展目标做出自己的贡献。

点滴行动，成就卓越未来。我们在日常运营过程中努力打造绿色健康的工作环境，并在以下四个方面不断倡导员工的绿色行动：



废弃物管理

我们将公共区域的普通垃圾桶全部更换为分类垃圾桶，并为员工提供全面的培训和指导，鼓励更高效的垃圾分类行为。



减少塑料使用

我们试行了新的饮用水供应模式，增设直饮水机及循环利用水壶等供水设备，在满足员工饮水需求的同时极大地减少了瓶装水的消耗。



室内空气质量

我们定期评估室内空气质量并维护空气净化系统，为全体员工营造安全健康的工作环境。



能源节约

我们引入了智能开关系统和节能 LED 灯，进一步提高能源效率。



展望

2023 年，宝马集团中国将进一步深化数字化工具对提升环境数据统计和智能分析精度的关键作用，为能源和资源管理夯实科学基础。对于非生产场所，我们将推进智能电表的可行性研究，实现能源数据的实时检索和分析。

此外，我们将持续强化宝马集团各实体间的数据互通和共享，并将中国数据中心纳入总体数据版图，从而更好地统筹协调环境管理，鼓励实体间相互对标、共同进步。

为深化目标导向的环境管理，我们将在关键领域持续投入并积极改进。在可再生能源方面，我们希望扩大生产环节可再生能源使用的种类，利用地热能、生物质能等多种资源。为逐步减少新鲜水使用，我们将重新调整、升级沈阳工厂的水使用方式。



3.2

绿色物流

物流是推动全价值链绿色转型的关键力量。宝马集团中国将可持续发展概念贯彻于整个物流运营流程，通过一系列创新举措降低二氧化碳排放，并对标国际最佳实践持续提升仓储管理水平。

39 台

在沈阳生产基地投入 39 台纯电动卡车。

突破 30%

售后零配件本土采购比例突破了 30%。

2,677 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。



SDG 9, 12, 13 and 17



低碳运输方式

宝马集团中国大力发展低碳运输和多式联运，通过持续增加铁路、海运等运输方式的比重，以实现减排降碳、提质增效。2022年，我们在积极扩大铁路货运比例、提升物流效率上取得了显著进展：从上海及其周边城市运往沈阳生产基地的零配件，超过30%已用铁路运输。仅铁路运输这个方式，较传统公路运输相比，可帮助我们每年减少2,160吨二氧化碳排放。

整车物流方面，2022年位于大东工厂产品升级项目内的大东工厂NEX火车站正式投入使用。这使得我们的厂内及厂际的整车装载与分拨均可通过铁路专线运输，显著提升运输效率并降低了二氧化碳排放。

售后物流方面，在“2025+售后服务战略”的指引下，我们积极践行低碳战略，致力达成更优的环境表现以减少运维碳足迹。为实现新战略，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。2022年，我们启动了中欧南线运输线路的试运行，开辟了欧洲进口售后零配件的多式联运通道。我们亦提高了本土零部件的采购比例，以减少运输过程中产生的二氧化碳排放。2022年，售后零配件本土采购比例突破了30%。

2,160 吨

铁路运输较柴油卡车减少2,160吨二氧化碳排放。

+12

2022年新增12个物流仓储(整车区域分拨中心、整车分拨中心和售后零件配送中心)使用100%可再生能源电力³供电。

探索替代能源运输工具

为持续降低物流运输的二氧化碳排放，使用更清洁的能源和更高效的运输方式是我们的不懈追求。

纯电动卡车是我们新能源运输车辆的首选。在零部件入厂运输方面，我们与物流服务商合作，在沈阳生产基地投入39台纯电动卡车用于厂内、厂际短驳运输业务，率先实现汽车制造商厂内短驳运输“纯电化”，每年可减少150吨的二氧化碳排放量。我们将持续扩大电动卡车的使用范围，不断降低入厂物流的二氧化碳排放。2022年，我们的整车和售后物流分别引入了2台重型电动卡车和14台轻型电动卡车。

我们也在携手物流供应商和液化天然气卡车厂商，探索应用液化天然气卡车的可能性。2022年，我们通过承运商及商用车生产商合作开发了单次可装载8台整车的新型液化天然气卡车。

绿色仓储管理

可持续的仓储管理是绿色物流不可或缺的一部分，既包含仓储设施的绿色建设，也涵盖能源与资源的高效管理。

为了全面增强绿色仓储管理能力，我们大力推进绿色建筑发展，积极申报并获得绿色建筑认证。2022年，我们两家新增的售后零件配送中心均通过了LEED绿色建筑标准认证，其中宁波售后零件配送中心获得LEED银级认证，北京售后零件配送中心获得LEED金级认证。

100%可再生能源电力³持续为我们的售后零件配送中心及逆向物流回收中心提供能源。我们还将沈阳的新售后零件配送中心安装太阳能光伏板，进一步减少我们的碳足迹。

为推进循环经济，我们强化对供应商的服务要求，在全价值链推动包装的循环利用。2022年，在上海和佛山售后零件配送中心，使用可回收包装已成为仓储服务合同招标流程中的硬性服务要求。

1. 铁路低碳运输方式。

2. 与物流服务商合作实现纯电动短驳运输。

3. 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

周转箱作为汽车组件的运输载体，其对配件质量和运营效率有直接的影响，在供应链中的地位不容小觑。为实现节能减排的目标，我们的包装规划团队不断优化周转箱生命周期中的流程及方案。

同时，我们亦在“4RE”原则——再思考、再减少、再利用、再回收，的指导下开展绿色包装工作并在2022年实现了二氧化碳减排2,677吨。



2,677 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。

最大化使用周转箱

我们深入推进周转箱共享和租赁计划，持续执行包装材料的回收利用，并取得显著成效。2022年，大东工厂、铁西工厂和里达工厂共租赁周转箱40,332次，减少二氧化碳排放159吨。此外，我们完成了超出既定目标50%的周转包装箱的密度优化，在减少包装耗材使用的同时减少了182吨的二氧化碳排放。

金属周转箱和非金属周转箱项目

我们正在积极探索减少包材中金属原材料消耗的可能性，例如创新改进周转箱设计、用环保材料替代钢材、提升周转箱再利用率等。

非金属周转箱方面，提升再生材料的使用、改善材料回收流程是我们的工作重点。我们对发泡聚

供应商沟通

为了更好地指导供应商使用绿色包装，我们在供应商审计中融合了可持续发展相关主题，要求供应商分享更多环境数据，以掌握供应商的可持续发展现状。此外，我们积极向供应商宣贯宝马集团的可持续发展理念和项目，在深化可持续发展共识的同时指导供应商的绿色行动。

丙烯 (EPP)、防静电发泡聚丙烯 (ESD EPP)、蜂窝板、吸塑组件等材料开展了可行性研究，并计划持续测试更多种类的材料。我们在沈阳部署了生产回收料所需的硬件设备，并将172个各由1吨回用EPP和新料混料生产的样品周转箱交给零部件供应商以进行批量测试。

创新设计

针对华晨宝马BMW 5系的周转箱，我们执行了最新的周转箱概念化结构指南。这可以实现周转箱设计的规范化、轻量化和优质化。新的设计已经带来了超过73吨的二氧化碳减排量，而我们预计将从213吨钢材节省中减排575吨二氧化碳排放。

替代材料

我们尝试使用卡板箱、塑料周转箱等碳排放更低的非金属周转箱，并在设计中通过有限元分析法(FEA)对周转箱结构进行了模拟受力分析。BMW X5车型包装改用紧凑规格钢管后为我们节约了3.5吨钢材，减少了9.6吨的二氧化碳排放。

提高复用

通过再利用1,000余个BMW 3系周转箱，我们成功地减少了310吨的二氧化碳排放。此外，我们还发布了金属周转箱的再利用标准和流程，持续推进周转箱再利用工作。

展望

2023年，在整车物流方面，我们将专注探索低碳的运输方式，包括液化天然气卡车、氢动力卡车等，不断促进绿色运输的发展。在售后物流方面，我们将启动无纸化流程，并将其扩展至售后物流中的所有经销商，覆盖区域配送中心的大部分内部流程、BMW经销商运输流程以及入库流程。

在售后物流运输工具的低碳转型方面，我们计划于2026年之前，将日间市区经销商货运的新能源卡车使用率增加至50%。此外，我们正在研究铁路和氢动力卡车的长途经销商交付可行性。

绿色包装方面，我们将立足“4RE”原则，继续优化业务模块，巩固可持续发展理念在业务拓展中的基础性地位。我们将投入更多精力至推动更加低碳的周转箱，研发并落实周转箱的回收利用和轻量化。与此同时，我们还将鼓励供应商积极开展创新探索，携手为绿色包装和可持续发展作出贡献。

作为宝马集团中国重要的合作伙伴，经销商和供应商不仅是我们的业务上的延伸，更是我们可持续之旅的同行者。我们携手贯彻执行宝马在经济、社会、环境方面的可持续发展标准，相互赋能、共同开展可持续的前沿实践，创造更广泛的社会价值。

第四章

经销商与供应链

4.1 经销商管理与赋能

56

4.2 采购和供应商网络

62

4.2

经销商管理与赋能

宝马集团中国鼓励经销商成为我们的可持续发展大使，通过激励机制与培训赋能，培养经销商为客户提供更加绿色的服务体验。我们致力于与经销商共享愿景、共担责任，加速建设绿色低碳的经销商网络。

50 家

宝马经销商在 2022 年通过了“领创绿星”认证。

99.5%

在607家宝马经销商中开展了EHS自我评估的比例。

100%

销售顾问接受新能源汽车相关线上培训。



↑ SDG 7, 8, 9, 13 and 17

宝马经销商“领创绿星”计划

宝马集团中国努力打造联通客户旅程各环节的绿色低碳服务生态，加速中国汽车经销商行业的绿色转型。2022年，我们在推动经销商绿色转型上迈出关键一步，正式启动宝马经销商“领创绿星”计划，鼓励并赋能经销商伙伴提供“以客户为中心”的绿色服务。我们计划到2025年底完成对全网经销商的“领创绿星”实施，并在2026年底前完成认证。“领创绿星”计划是中国汽车行业首个面向经销商的可持续服务体系。2022年，已有50家经销商通过了“领创绿星”认证。

50家

宝马经销商在2022年通过了“领创绿星”认证。

33,000兆瓦时

已获得“领创绿星”认证的50家宝马经销商使用的绿色电力。



绿色环境：

我们鼓励经销商从能源节约、顾客舒适、循环利用、文化及生物多样性四个维度关注绿色环境，通过采用可持续的设计、使用高效率的设备、减少资源浪费、使用绿色家具建材等措施，为顾客营造环境友好、安全舒适的全新体验。



绿色运营：

我们致力于协助经销商在销售、售后、办公等常态运营活动中践行可持续理念。例如，经销商可利用宝马提供的技术开展数字化接待、数字化办公以减少资源消耗，并优先采购生态足迹更小的运营耗材。此外，我们还鼓励经销商推进其他减废措施，如使用复用式售后三件套、机油加注系统等。



绿色电力：

2022年，我们制定了《宝马经销商绿色电力应用指南》，并组织了五次线上培训。作为中国汽车行业首个系统性的长期服务计划，《指南》为经销商绿色购电协议 (Green PPAs)、太阳能光伏和国际绿色电力证书 (I-RECs) 等绿色能源提供相关指引。2022年，我们在绿色电力领域进展顺利，已获得“领创绿星”认证的50家宝马经销商使用了总计33,000兆瓦时的绿色电力。



绿色践行：

我们鼓励经销商围绕绿色宣导、企业社会责任、绿色传播、可持续发展培训、绿色生活方式等主题，组织丰富多彩的员工或客户活动，从而带动更多人群参与绿色行动，持续扩大可持续服务的影响范围。



我们计划到2025年底完成对全网经销商的“领创绿星”实施，并在2026年底前完成认证。



BMW i 都市体验店： 面向未来的新能源车将驱动可持续发展

宝马集团中国将人、车、自然三者融洽共生的和谐状态集中呈现于BMW i都市体验店。作为BMW i系展厅，建材和家具全部使用绿色可回收材料，深度传递生态设计理念。客户将在现代气息与原生自然相得益彰的销售环境中，体验豪华电动出行服务，感受未来电动出

行的美妙。截至2022年底，共有七家BMW i都市体验店投入正式运营。我们将加快建设步伐，让BMW i都市体验店在更多城市与消费者见面。



经销商环境、健康和安全管理

经销商是EHS管理工作的重要参与者。因此，我们希望在EHS风险的识别与预防方面，帮助经销商掌握必要的知识和技能。

我们每年开展经销商EHS审计，鼓励经销商通过自我评估识别潜在的EHS风险，并采取适当的行动。2022年，在全部607家经销商中，99.5%的经销商开展了EHS自我评估。未通过审计的经销商需按要求提供更为全面的信息，接受再次评估，以充分认识自身在EHS管理方面的不足，审计通过率也因此得到了进一步提高。此外，我们为经销商提供线上EHS培训，普及常见的EHS风险，介绍EHS审计的重要性，共计吸引100人参与。

99.5%

在607家宝马经销商中开展了EHS自我评估的比例。

赋能经销商可持续发展

经销商是助推我们实现可持续发展与变革的关键力量。为他们提供专业而完善的培训体系，是我们建立良好的经销商合作关系的重要环节。在宝马中国培训学院，我们为经销商伙伴提供全方位支持，帮助他们掌握专业新知、分享宝贵经验、推动业务增长，促进他们在中国市场获得商业上的成功和长远发展。



提升人才质量，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。我们从业务需求出发，不断加速经销商一线员工和管理层的能力提升与转型。

● 一线关键员工的人才转型与赋能

电动化是宝马集团的重要战略之一。为此，宝马集团中国持续扩大电动产品阵列，加速中国市场的电动化转型。我们强化了电动车相关的培训和认证体系，为经销商提供丰富的知识体系与能力建设，并重点关注经销商一线关键岗位员工在新能源汽车销售和售后等方面的能力提升。

一线关键岗位人员的新能源资质认证

我们建立了完善的电动车培训和认证体系，积极助力经销商搭建高质量的新能源人才队伍。截至2022年底，相关线上培训已覆盖100%的销售顾问。同时，累计2,470名销售顾问，2,745名服务顾问和4,149名技师获得了新能源相关认证。为了进一步缩短人才培养周期，帮助经销商更快打造极具竞争力的专业化团队，我们结合一线业务需求和岗位职责，为电动车业务的全新岗位人员提供专向岗位培训，比如用电专家认证课程确保该岗位人员为客户提供用车全流程的用电服务，扫除客户的后顾之忧；试驾精英课程旨在提升客户试驾体验，充分利用试驾活动赢取客户对产品和品牌的信任。



100%

销售顾问进行了新能源汽车相关线上培训。

新能源新车型上市培训和产品体验

电动车产品的上市培训是经销商人才赋能中的一个重要环节。2022年，我们为经销商成功举办了BMW iX，BMW 7系和创新纯电动BMW i7产品上市培训和体验。针对经销商总经理和销售经理，我们提供了2022 BMW 新产品体验培训，通过沉浸式学习帮助大家充分理解豪华与电动融合的品牌故事，增强经销商管理层对宝马品牌、产品和电动车业务的信心。面向经销商一线关键岗位，在新产品上市培训中，我们引导经销商学员探索产品的设计理念和性能，结合竞品分析和试驾环节，深化对产品的认识，提升销售技能和销售信心，为后续销售和客户服务打下了坚实基础。我们还通过内训和悦学苑在线学习方式覆盖全网一线销售人才，实现了全面的人才赋能。



BMW iX 产品上市培训中的“绿色一小时”模块

我们将可持续发展主题融入电动车产品上市培训，凸显绿色理念，深化经销商对BMW i品牌卓悦产品的理解。以“绿色一小时”为例，它是BMW iX产品上市培训首个模块当中的内容。我们以“电池的一生”“我的碳足迹”“末日倒计时”“大牌新风尚”这四个“绿色一小时”的主题拉开了上市培训的精彩序幕，清晰地向经销商伙伴呈现了宝马如何将循环永续的理念贯穿产品的全价值链，让经销商伙伴将可持续的理念铭记于心，并将其传递给客户。

● 经销商管理人才的转型发展

为了支持业务转型,我们重新设计了经销商管理岗位的人才发展路径和知识焕新机制。所有经销商的新晋管理者均须通过履新研修。在岗的管理者也需接受必修的培训和辅导,通过参加实践项目或全国大赛,以强化管理能力。2021年,我们与北京大学国家发展研究院共同创办了“BMW 管理研修院”,为经销商集团的投资人、接班人、品牌总监、资深和业绩优异的总经理和一线经理搭建了一个可持续发展和升维转型的平台。2022年,经过战略、市场、财务和运营四个模块的集中学习,第一期学员顺利毕业。

我们还举行了 29 期宝马电动车业务总经理研讨会,鼓励经销商管理人才向电动车时代快速过渡,做好准备以迎接新的挑战。共有 446 位经销商总经理和区域经理参加了此次研讨会,研讨会通过分析不同销售模式的优缺点,在提高运营效率、优化电动车销售队伍标准等方面开展了重点讨论。



● 全面支持 MINI 未来销售模式的实施

MINI 品牌准备开启全新的业务模式,充分提升客户体验,确保业务的长久发展。宝马中国培训学院针对MINI 未来销售模式推出了专项培训和辅导项目,赋能 MINI 伙伴充分了解零售转型策略。截至 2022 年底,1,333 名 MINI 伙伴完成了相关在线学习课程。未来,我们将在 2023 年 2 月底推出完整的未来销售模式相关课程培训和认

证,并于 3 月开展面向 MINI 伙伴的驻店辅导,预计将全面覆盖 148 家 MINI 代理商。



强化品牌力,推动以客户为中心的文化变革

造车新势力的涌现和客户需求的不断变化都为我们的品牌和客户服务带来了更大的挑战。为此,我们需要立即采取行动,增强经销商对品牌的认同和热爱,推动经销商实现以客户为中心的文化变革。2022 年,我们开展了以下重点项目:

● BMW 全国电动车销售大赛

首届 BMW 全国电动车销售大赛,以提升经销商信心、增强电动车销售攻势、探索卓悦客户体验为大赛目标,于 5 月启动,历时 184 天。此次大赛得到了各销售区域的大力支持以及全网经销商的积极响应,覆盖全网一线销售人员。新媒体营销赛攻坚社交媒体平台的推广及线索获取,并根据实际业务需求制定营销策略和方案,充分提升经销商新媒体营销的能力;管理运营赛首次邀请总经理带队参赛,从全店高度思考并重构电动车运营模式;“问吧销售大赛”启



发销售人员总结当下销售中面临的主要挑战,分享优质解决方案以应对这些挑战。

● 卓悦客户体验大使

2022 年,卓悦客户体验大使的评选侧重于考察经销商如何提升客户的新能源汽车体验,如何利用新媒体手段触及更多客户,如何提供超越客户期待的定制化服务,以细节成就信任。经过层层选拔,最终来自一线岗位的 30 位全国卓悦客户体验大使脱颖而出,成为经销商网络的人才名片,推动客户导向的文化变革。



● BMW 客户体验原则

为了更好地将宝马集团卓悦客户体验的理念传递给经销商,我们将“BMW 客户体验原则”项目融入了经销商管理岗人才的培训内容。同时,在 2022 年,我们也正式推出了《BMW 客户体验原则——BMW 技师品牌行为指引》,全面推进以客户为中心的文化变革。

1. 2022 年,“BMW 管理研修院”迎来第一批毕业生。

2. 首届全国电动车销售大赛。

3. 卓悦客户体验大使选拔。

7,018 用户

活跃在BMW悦学苑应用程序中的“问吧”板块。

近400家

宝马授权经销商申请了混合现实销售工具的配备。



深化培训的数字化转型

数字化转型是推动经销商培训的长期动力。我们持续探索混合式学习在人才赋能方面的潜力，并引入前沿技术完善现有的数字化培训平台，在为经销商提供优质课程的同时，使课程设计和授课方式更加灵活。

我们将混合式学习方法应用于常规培训课程，为每位学员定制学习计划。学员在线提交作业后，其主管经理将参与作业评估，从而切实保障培训效果。

BMW悦学苑应用程序中的“问吧”可以快速分析当前市场趋势，对销售和售后相关问题给出行之有效的策略和解决方案。2022年，我们通过“问吧销售大赛”的形式吸引了更多经销商伙伴加入到该平台，并鼓励经销商用户共创共享优质内容。截至2022年底，“问吧”收到了1,472条提问，发布了3,321条回答，分享了4,062条内容，活跃用户达到了7,018人。

2022年，我们还开发了12门虚拟现实技术的课程，例如为新能源技师开发的“新能源事故车危险评估”“发动机的保养与维修”“零配件销售”“新能源安全生产”等内容。BMW悦学苑应用程序上还引入了人工智能技术的“智能陪练”，经销商伙伴可以随时随地开展练习。此外，我们在新产品上市培训的产品展示环节中应用了先进的混合现实技术，并推广至经销商伙伴，大规模落地零售场景，为客户提升了产品展示环节的体。2022年，全国近400家宝马授权经销商申请了混合现实销售工具的配备。



1. 将先进的混合现实技术推广至经销商伙伴。

宝马校园英才教育项目于16年前启动，旨在通过与职业院校合作，为经销商培养输送青年人才。截至2022年底，已有17所职业院校成为本项目的合作院校，参训学生达约10,000人。大量学生毕业后进入宝马经销商网络，现已担任重要一线岗位。今年，我们开发了宝马校园英才在线教育(BEST ONLINE)项目，通过在线学习为经销商拓宽初级人才的获取渠道，覆盖销售和售后领域的人才需求。宝马校园英才在线教育(BEST ONLINE)项目在2022年底已获得12所职业院校加盟，注册学员达400余人。在线教育更具灵活性，能更好地帮助学员了解宝马经销商的七类主要职位，深化学员对未来职场和职业发展的认识。

展望

2023年，宝马集团中国将携手经销商伙伴在可持续发展画卷中书写更多华彩篇章。我们计划在2023年底前推动200家经销商完成“领创绿星”认证，并与经销商共同优化门店建筑的可持续设计，创造更绿色的服务环境。

在经销商EHS管理方面，我们将从识别合规检查点、提高经销商风险意识与相关技能等方面入手，制作新的培训课程。我们亦将通过月度通讯刊物、短片及线上和线下的研讨会等方式，让经销商更加便捷地获取EHS相关资讯。

在经销商培养方面，2023年我们将继续配合公司战略，全面支持业务发展。为配合产品转型，我们将持续投入纯电动汽车相关的人才培训和辅导，深化业务赋能。基本职能部门和管理岗位人才的发展与转型也将逐步加强。同时，我们将为MINI伙伴全面实施MINI未来销售模式驻店辅导。作为敏捷灵活的个性化平台，“问吧”将发挥快速响应的优势，第一时间收集经销商伙伴和客户的反馈。在公司战略层面，我们践行“以客户为中心”的文化变革，并推动卓悦客户体验计划与其进一步接轨。此外，我们将积极探索混合式学习、线上平台和数字技术，深化人才培训的数字化转型。



4.2

采购和供应商网络

宝马集团中国全面的供应链可持续管理体系涵盖环境与社会的诸多方面。对我们而言，支持供应商积极参与可持续发展实践活动意义重大。我们欣喜地看到越来越多的供应商伙伴成为了可持续发展的先行者，在把可持续措施贯彻于其自身运营的同时，与宝马集团中国一道探索汽车行业的可持续转型道路。

100%

铝锭供应商完成了可再生能源转型¹。

绿色供应链管理企业

荣获中国工业和信息化部“绿色供应链管理企业”称号。

160,000 吨

我们在2022年成功发展了一家再生铂族金属供应商，由此实现的二氧化碳减排量。

全部一级和 N 级供应商

供应链风险调查覆盖全部一级和 N 级供应商。



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、绿色购电协议区国际绿色电力证书。



中国供应链可持续发展计划

为了支持中国政府的“双碳”目标，我们推出了中国供应链减排计划，这是我们根据中国的具体情况量身打造的一项综合减排行动方案。

100%

铝锭供应商完成了可再生能源电力¹转型。

~20%

辽宁省内供应商通过绿色购电协议使用可再生能源电力。

超过 10%

供应商在 2022 年获得 ISO 50001 认证。

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。

供应商环境责任

将供应链环境足迹降至最低是我们在产品全生命周期内实现绿色转型的核心任务。为此，我们坚持长期投入，聚焦三大领域，持之以恒地向目标迈进：

- 提高可再生能源电力使用比例。
- 促进再生材料利用。
- 推广绿色技术在供应链中的应用。

环境管理框架

宝马集团中国全面落实宝马集团可持续供应链战略，并积极响应中国政府的绿色发展战略。我们将绿色供应链管理融入战略规划，明确相关管理目标，并不断提升公司及整个供应链的环境表现。

为了支持中国政府的“双碳”目标，我们推出了“中国供应链可持续发展计划”，这是我们根据中国的具体情况量身打造的一项综合减排行动方案。基于对中国供应链碳排放的全面分析，我们制定了八项工作模块，设定了具体的专项目标，并组建了专门的团队，以更好促进跨部门间的工作协同与合作。

我们将环境标准纳入供应商筛选和管理流程。其中，使用可再生能源电力和再生材料已成为采购的重要筛选标准。我们推动供应商建立能源管理体系，并提升本土供应链 ISO 50001 能源管理体系认证覆盖比例。2022 年，超过 10% 的供应商获得了 ISO 50001 认证，同时有更多供应商正处于认证流程中。

2022 年，我们凭借突出的可持续供应链管理和实践被第三方审计机构评为“汽车行业五星级绿色供应链管理企业”，并获得多项国家及地方级奖项。



全供应链推广可再生能源电力

在电动汽车不断发展供应链碳排放值增加的情况下，宝马集团仍设立了至 2030 年将单车供应链碳排放较 2019 年降低 20% 的目标。宝马集团中国的供应链管理也已全方面融入了该目标。我们正在推动指定供应商和能源密集型原材料供应商在生产和运营中向可再生能源电力全面过渡。2022 年，超过 40% 的本土定点供应商使用可再生能源电力¹，本土供应链减碳行动取得了里程碑式的成就。我们 100% 的铝锭供应商已完成了可再生能源电力¹转型，到 2023 年底，二氧化碳排放量预计将减少 72 万吨。此外，20% 的辽宁省内供应商在我们的协调下通过绿色购电协议使用可再生能源电力，实现了可再生能源电力占比的最大化。

围绕着供应商赋能这一核心，我们以多种方式积极推动供应商的绿色转型步伐。我们的培训课程帮助供应商了解中国各省绿色电力交易政策，以及我们实现 100% 可再生能源电力¹的经验和方法。我们还开通了内部专家热线，第一时间为供应商伙伴解答绿色电力交易的相关问题。

荣获中国工业和信息化部

绿色供应链管理企业

被第三方审计机构评为

“汽车行业五星级绿色供应链管理企业”

促进供应链循环发展

我们的“再生优先”原则要求在保证产品质量的同时减少对天然资源的依赖。我们致力于加大创新投入，与供应商密切合作，扩大再生材料在产品中的使用范围。

2022年，我们在供应链循环发展的道路上取得了重大进步。我们将废钢材、废铝和废动力电池的核心原材料回收并返还给供应商进行再利用。此外，我们大力推进再生贵金属采购项目，鼓励供应商深耕技术创新，扩大再生材料的采购比例。经过了为期两年的严格考核，我们在2022年成功发展了一家再生铂族金属供应商，实现二氧化碳减排160,000吨。

关于可持续材料使用的详细介绍请见本报告“[采用可持续材料](#)”及“[引领电池可持续利用](#)”小节。

助力供应商技术转型

我们不断加大供应链技术转型的支持力度。2022年，我们与河钢集团签署《打造绿色低碳钢铁供应链合作备忘录》，携手打造绿色低碳汽车用钢供应链。作为河钢绿色低碳汽车用钢的第一家客户，我们凭借其基于绿电和电炉等工艺，能够在生产过程中逐步实现二氧化碳排放量减少约95%，从2026年起在供应链端每年预计将减少约23万吨的二氧化碳排放。我们的沈阳生产基地将抓住炼钢工艺改进的低碳机遇，逐步过渡至绿色汽车用钢。我们的创举在业内引发了高度关注，为汽车行业的绿色转型注入了全新动能。

供应商环境、健康和安全管理与社会责任

在供应链管理中融入社会责任理念是为价值链伙伴和利益相关方保护、创造和发展长期价值的有力保障。2022年，我们为打造负责任供应链采取了一系列行动，拓宽供应链社会责任项目的覆盖面，强化环境、健康和安全管理，并将负责任采购的理念更好地融入供应商管理流程。这些举措有效地提升了我们采购和供应商网络的质量和成熟度。

供应商环境、健康与安全风险管理

在宝马集团中国，我们将责任管理从自身运营场所延伸至整个供应链，其中包含了EHS风险管理。长期以来，我们通过“供应链EHS管理项目”(EPA)落实了全面的供应商EHS风险管理体系。2022年，我们审计了43家供应商，包括33家指定供应商和10家N级供应商。截至



2022年底，我们成功地将平均审计分数从83%提高到94%。我们亦推动N级供应商共完成90轮“挑战回合”自我评估，助力其逐年提高EHS管理能力。

作为EPA项目的延伸，我们推行了其他数项措施以践行我们的可持续承诺。宝马集团中国完善和细化了数字环境风险管理系统(ERMS)，以分析并跟踪供应商的合规情况。为了更好的发挥管理作用，ERMS系统不断丰富功能，关键模块也得到了针对性优化。在EHS和企业社会责任工作之外，我们推出了覆盖更多可持续发展议题的新培训板块，激励我们的供应商和员工学习技术知识并提升意识。

为进一步识别和跟踪供应商违规事件，消除风险隐患，宝马集团中国导入了基于IT的风险事件跟踪系统功能。我们对供应链风险开展全盘调查，覆盖全部1,200多家一级供应商和N级供应商。此外，我们利用全天候合规监控工具，实时识别合规相关的风险隐患。



通过绿色低碳钢铁转型，我们的目标是从2026年起每年减少230,000吨二氧化碳排放。

160,000 吨

我们在2022年成功发展了一家再生铂族金属供应商，由此实现的二氧化碳减排量。

一级和N级供应商

全部供应链风险调查覆盖全部一级和N级供应商。

作为我们开展业务实践的关键要素，我们认识到负责任供应链在驱动业务增长的同时为全产业链更可持续的未来铺平了道路。

供应链社会责任项目

确保供应商遵纪守法、采取负责任行为，既是供应商管理的首要工作，也是宝马集团中国取得长期成功的基石。我们发布了《供应商社会责任行为守则》，涵盖以人为本、诚信经营、负责任采购和管理体系四大方面，为中国各供应商确立了行为指南。

2022年，我们聘请第三方机构依据《供应商社会责任行为守则》，从风险管理出发，对36家本地供应商进行了驻场社会责任审计。我们旨在协助供应商识别关键问题及潜在解决方案。在总结供应商的优秀经验以供参考的同时，审计让供应商了解了我们社会责任工作的基本要求，并有针对性地确定了下一阶段的工作重点。第一轮审计过后，我们督促供应商剖析问题所在，并积极跟踪其改进。我们的社会责任活动不断推动负责任的供应链管理，增进制造体系的永续活力。

供应商培训

在宝马集团中国，可持续发展知识赋能十分重要。在供应链层面，我们不断推动供应商加强能力建设，从而及时理解宝马的可持续标准。2022年，我们举行了五轮面向供应商的EHS及社会责任相关培训，让供应商更好地了解了EHS及社会责任领域的主要风险以及自评清单的使用方法。

负责任采购

对于宝马集团中国而言，负责任采购能够在整个供应链产生积极的商业影响，因此我们积极将可持续发展的承诺贯彻到采购活动之中。在运营过程中，负责任采购涵盖四个主要方面，分别为负责的原材料采购、森林保护、动物福祉和材料限制。我们通过审计和管理流程，严格评估冲突矿物（钽、锡、钨、金）的来源，并要求供应商开展同类审查。这些措施有效地抵制了非法采矿行为，为价值链的各个环节提供了有力的合规保障。



展望

2023年，宝马集团中国将持续深入供应链的气候友好以及环境安全责任建设工作。我们期待与供应商合作伙伴一并推动汽车产业的绿色经济转型。在原材料循环利用方面，我们将不断完善循环经济的闭环管理，例如促进可回收铝、塑料、电芯等原材料的利用。在能源利用方面，我们也将持续巩固供应链上的能源和碳排管理标准。此外，正在运行的碳排管理流程将持续扩大，并融合至全口径流程管理模型中。这一举措将助力我们更好地实现供应链减碳目标，并使解决方案可衡量，便核查。

为满足国际和国内市场的监管要求，我们将优化EHS和社会责任审计项目，向更高目标加速协助供应链韧性建设。一方面，我们将推进供应链社会风险评估，扩大供应商审计范围。另一方面，我们将优化EHS和社会责任审计项目。2023年，我们将继续实行现有项目，增加供应商审计场次，通过这些措施赋能供应商在EHS和社会责任领域取得更好的表现。

在宝马集团中国，我们坚持以人为本，员工的成就即是我们的成就。我们积极履行雇主责任，将员工的成长和健康视为企业发展的基石。与此同时，我们践行企业公民的社会责任，为应对生态环境和人类社会发展面临的急迫挑战做出贡献。我们与员工戮力同心，致力以创新方案解决社会问题，持续建设可持续、繁荣的社会。



第五章

员工与社会

5.1	培育未来人才	67
5.2	多元、平等与包容	72
5.3	员工福利与福祉	75
5.4	企业公民	81



5.1

培育未来人才

宝马集团中国坚信，长期的人才培养和支持是促成人才高质量就业的保障。我们将宝马的核心价值观和文化融入员工的职业旅程，携手员工共同打造负责任的雇主品牌。我们建立了面向未来的全方位培训体系，赋能每一位员工不断成长，为中国汽车行业的发展贡献重要力量。

5,044 名

本地新员工。

超过 9,000 名

员工因其在企业核心价值方面的突出表现而获得 BestYOU 奖。

1.01 天

人均线下培训天数。

99.4%

培训满意度。



SDG 4 and 8



我们的核心价值观

责任

赞赏

透明

信任

开放

核心价值与文化

我们将责任、赞赏、透明、信任和开放的核心价值观深深植根于日常人力资源管理与员工的职业旅程中。2022年，我们组织了丰富多彩的员工活动，不断深化我们的核心价值观和企业文化。

三年多以来，我们在专有活动场所——核心价值观空间中举行了多场以部门为单位的企业文化活动，已有160余个团队在这个开放的空间里体验了游戏化团队工作坊。2022年，我们启动了核心价值观空间大使计划。大使可以在核心价值观空间开展工作坊活动，围绕核心价值观与业务话题进行主题研讨。

我们的 BestYOU 计划旨在培育赞赏文化，对展现我们核心价值观的行为给予认可。回顾 2022 年，共有 7,119 名员工收获了同事伙伴给予的“眼中最赞的你”奖项，6,335 名员工作为获奖个人或获奖团队成员，收获了管理层授予的“部门最赞”奖项，16 个“年度最赞”称号在公司层面颁发给对业务产生巨大贡献的个人或团队。

人才吸引

为了吸引顶尖人才，人才市场的招聘竞争激烈。我们致力于打造个性鲜明的雇主品牌，以卓越的企业文化、工作环境和团队实力吸引杰出人才的青睐。我们相信，建立和人才的长远联结以及培养终身发展的成长型文化对企业来说至关重要。

雇主品牌

追求快乐工作与培育未来人才是宝马雇主品牌的精神内核。长期以来，宝马集团中国吸引了众多拥有自驱力与执着追求，并热爱通过工作创造影响力的人才。

我们采用创新形式，吸引潜在人才的注意力和兴趣。通过员工的真实见解和亲身经验，我们在社交媒体和招聘平台营造立体的品牌形象。

我们希望建立鼓励锐意进取、拥抱创新的文化氛围，携手才华横溢的人才队伍共同创造积极的社会影响。

以候选人为中心的招聘策略

我们非常重视候选人在招聘过程中的体验。我们的目标是建立可持续的招聘平台：吸引顶尖人才，并帮助他们开启适得其所、释放潜力的职业生涯。通过提供契合个人成长需求的高质量工作岗位，我们期待与目标人才建立长期合作、成就求职者的职业发展。



BMW 校园虚拟游园会

以 BMW 校园虚拟游园会为例，别开生面的元宇宙空间和一站式沉浸体验让广大青年学子以更具独特的方式体验宝马品牌。最新最潮的虚拟形象技术、实时交互和 3D 游戏化设计，赋予了常规校园招聘活动引人入胜的数字色彩，开园当天便有超过 1,000 名学生加入体验。

新冠疫情期间，我们灵活使用数字平台和工具让招聘流程更加高效。在宝马集团中国，我们积极借助数字创新的力量，为候选人营造更具沉浸感和吸引力的招聘体验。

我们更新了向候选人以视频展示岗位需求的方式：我们的视频岗位介绍与传统形式大不相同，通过邀请宝马在职员工根据自己的实际经验，以视频形式全方位分享岗位职责、文化感知、工作环境等内容。这种创新形式大大超过了传统岗位描述的信息维度，在社交媒体平台上获得了超过 220,000 次曝光。

7,119 名

员工收获了同事伙伴给予的“眼中最赞的你”奖项。

6,335 名

员工作为获奖个人或获奖团队成员，收获了管理层授予的“部门最赞”奖项。

16 个

“年度最赞”称号在公司层面颁发给对业务产生巨大贡献的个人或团队。



2022“黑客松”

2022“黑客松”@宝马沈阳工厂是一场探索前沿的在线编程盛会，以沈阳智慧生产系统的真实生产场景为命题聚焦工业化数字创新。过去两年，共有近千名就读于顶尖学府的青年极客参与了宝马集团中国的“黑客松”活动，为我们的工业数字化未来带来了更多新鲜的启发。

吸引青年人才

勇于创新、富有热情的青年人才为宝马集团中国注入了新鲜血液，推动我们在数字化和可持续发展的道路上不断前行。在青年人才培养方面，我们通过一系列校园活动为莘莘学子搭建从课堂到职场的桥梁，启迪他们探索汽车行业的前沿领域并持续成长。

与高校建立牢固的伙伴关系是我们的坚定目标。为此，我们在2022年组织了一系列校园宣讲，与才华横溢的青年朋友分享宝马独特的文化、充满活力的工作环境和丰富的青年人才项目。与此同时，我们的高管积极参与职业规划类公益项目，助力青年学子充分发挥自身潜能，踏上有意义的职业道路。

通过共同的努力，我们希望培养和激励下一代领袖人才，使其为企业的长期成功和社会的永续发展贡献力量。

吸引技术人才

卓越的技术能力为宝马的成功打下了坚实的基础。因此，我们非常重视吸引和招募技术人才，尤其是青年技术人才。我们设计了一个全新的应届生校园招聘和发展项目，通过校园宣讲、高校合作和在线推

广等多种渠道吸引顶尖的校园技术人才。对于这些青年技术人才来说，是一次巨大的启发。他们有机会更多地了解宝马产品背后的坚实技术实力，同时也坚定了他们向技术方向发展的决心。

赋能专业数字化人才

与专业数字化人才建立积极互动的关系是我们人才培育的首要任务之一。在面试前，我们为数字化人才提供定制化的培训，帮助他们提升个人技能，增强竞争优势。

我们为他们提供英文面试辅导，以减少文化差异的影响，让专业数字化人才更自信地融入英文环境。项目的首批培训已经取得了良好成果，有超过80名候选人从专项培训中受益匪浅。这也是我们持续推动优秀的数字化人才吸引与留用的第一步。我们将不断深化员工赋能，充分激发员工潜力。

雇主品牌奖项

领英

全球吸引力雇主

智联招聘

中国年度最佳雇主（第二）
最受女性关注雇主（第一）
2022 年最佳雇主奖-校招案例奖

全球杰出雇主调研机构

中国杰出雇主 2023

前程无忧

中国典范雇主百强
雇主品牌典范
2022 年中国大学生最喜爱雇主

BOSS 直聘

王者之舟·最爱人才雇主奖

猎聘

年度非凡雇主

脉脉

年度卓越雇主

拉勾

智能创新 TOP 雇主

Lockin

最具影响力海外雇主品牌

牛客

2022 Nfuture 大学生最喜爱雇主

实习僧

2022 最爱雇主

刺猬

2022 最佳雇主



招纳本地人才

宝马集团中国与沈阳市政府积极开展合作，广纳本地人才，体现了对本地的支持和回馈。

得益于“兴沈英才计划”等一系列新机制、新举措的顺利实施，我们积极响应政策并优化资源效能，吸引了大批本地人才。2022 年，我们帮助外部引进和内部培养的 600 余名员工领取了人才优惠补贴和资源保障，包括高端人才、紧缺人才、应届毕业生和生产技术等专项人才。

4,233 名

沈阳本地新员工。

员工赋能

面对瞬息万变的内外环境，建立富有适应力、创新力和领导力的人才队伍是保持成功的关键。我们致力于帮助员工培养必要的技能和知识，助力员工在不断变化的时代持续成长。

开启创新培训

我们坚定不移地在公司上下推进线上及数字化培训项目。线上培训课程分为必修与选修两类，其中必修课程包括合规培训、新员工培训和 EHS 培训，旨在确保员工行为合乎商业道德；选修课程范围更加广泛，且能组合成不同的课程体系，如 Mini MBA、个人胜任力和领导力系列，赋能员工更加灵活地开展学习。

秉承着不断创新的宗旨，我们推出了前所未有的培训模式、技术和资源，让员工的学习方式焕然一新。

创新模式

我们创新的培训模式彻底改变了员工的发展和参与方式。数字技术和游戏化概念赋能我们以富于趣味的互动性方式帮助员工掌握知识和技能。

创新技术

我们将创新技术整合到培训项目中。例如，基于虚拟现实技术的电池培训课程能让员工在安全可控的环境中磨练技术、积累实践经验。

创新资源

我们推出了大量全新的专家级能力培训资源，如优达学城的线上数据分析和数据科学课程。得益于这些课程，我们在公司内部建立了高技能数字化人才库。截至 2022 年底，已有 100 余名员工完成上述课程。

创新参与

我们将“翻转课堂”概念引入线下培训，鼓励学员积极互动，分享彼此对课程的理解。这种方法有效地促进了团队协作和知识共享。

全方位培训

宝马集团中国致力于为各职级和岗位的员工量身定制全面的培训方案。

通过精心设计的领导力培训计划,我们为管理团队提供提升领导力所需的知识和技能,确保他们全面理解可持续发展在公司战略中的基础性作用。为了进一步助力组织发展,我们启动了卓越领导力计划,旨在提升整个组织的领导力表现。我们进一步深化了对领导力的认识,并将其系统性地融入人力资源开发流程和工具中。

我们亦提供多种技术和非技术培训。通过 50 余项高压电池作业认证培训课程,我们帮助员工掌握了安全处理电气部件和电动车辆的必要知识。作为新电池工厂的启动准备,我们将从新要求、新标准和新设备出发,继续为员工开发新的培训课程。我们还为数字化同事提供了量身定制的系统化的资格认证,帮助他们为应对不断变化的环境做好准备。宝马敏捷联盟于 2022 年推出,旨在鼓励数字化人才分享最佳实践,已有超过 200 名同事加入了学习社区。

2022 年,我们继续实施内部培训师培育项目,通过"教中学"的方法促进员工的个人成长,推动最佳实践在各职能部门的应用。2020 年以来,共有 53 名技术岗位和 29 名非技术岗位员工通过了兼职内部培训师认证,就生产技术相关的 14 个主题提供内部培训。2022 年,这些内部培训师完成了 1,900 余人天的技术培训,培训满意度达 99.4%。



培育青年人才

为培养下一代人才,我们与大连理工大学、同济大学、东北大学、沈阳工业大学等知名学府深化合作内容、拓宽合作领域,并借此为在读博士生提供大量实习机会,鼓励他们参与校企合作项目,为 BMW 的前沿研究课题贡献自己的力量。

自 2014 年以来,校企合作项目录用了 49 名博士生,他们参与了污水处理、自动驾驶、能源效率等课题的研究。截至 2022 年底,有 22 名博士生正在参与校企合作项目,进一步推动我们深化汽车行业创新和可持续发展的使命。同时,还有 28 名硕士毕业生在 3-6 个月有意义的实习期之后正式加入了华晨宝马,成为高级专家。

双元制职业教育体系

双元制职业教育体系在德国双元制职业教育模式的基础上,针对中国国情进行了本土化设计,优秀学徒生持续增加,培训效果显著。我们建立了四个虚拟现实机器人培训站和四个 3D 打印培训站,提供极佳的学习体验。

2022 年,我们招收了 65 名学徒生,其中 25 名毕业生在宝马集团的标准化考试中获得了第一名的出色成绩。

展望

宝马集团中国将继续秉承核心价值,不断以创新方式优化人才的吸引与招募。随着数字化进程的深入,我们将持续增强员工赋能,落地多样化的培训项目。

在非生产场所,我们将重点推动专业化数字技术培训,覆盖新老员工,并将数字化转型和协同增效的文化推广到各个业务团队。

我们将为潜在人才提供更多机会和资源,例如为 Z 世代定制的超越项目、面向海归人才和未来领袖人才的加速计划等。为落地这些举措,我们正在扩建培训设施,加强当地实习生的培训力度。此外,我们将会面向全员开展未来导向的培训课程,助力员工更好地适应未来的工作形态。

通过不断激发人才的创新活力,我们的目标是将人才与公司的可持续发展战略紧密结合,构建数字化先锋生态系统,为宝马在中国的数字化创新贡献更大力量。

99.4%

培训满意度。

1.01 天

人均线下培训天数。

5.2

多元、平等与包容



SDG 5 and 10

27,982 人

截至2022年底员工总数。

37.1%

管理岗位女性员工比例。

1,528 名

员工参加了多元文化周知识问答。

宝马集团中国致力营造多元共融的工作环境。我们尊重且珍视每个个体的贡献，不因文化背景、年龄、阅历、性别、身心能力、性取向与身份等因素而区别对待。我们相信多元化可以增强公司的实力，帮助我们吸引并保留最优秀的人才，以满足客户的期待，并建立起没有歧视和偏见的企业文化。我们积极倡导包容精神和机会平等，着力打造多元、平等和包容的工作环境，与员工共同成长、共创辉煌。

我们的承诺

多元化驱使我们铸造团队的成功。我们拥抱多元化，不断提高自身竞争力，创新性和工作环境，以确保每一名员工在机会平等的条件下取得成功。与宝马集团一致，多元化的典型维度包括文化背景、年龄、阅历、性别、身心能力、性取向与身份。

和而不同，美美与共。我们始终致力于营造重视每一位员工多元化特征的企业文化，而这反过来又成就了公司多元、平等与包容的企业氛围。

创造包容的工作环境

宝马集团中国一直致力于关注不同群体的特性。我们相信多元文化的力量，并致力营造包容透明的环境，赋予不同群体获得更多平等的发展机会。

宝马集团中国按年龄组别划分雇员占比情况(%)

30岁以下	28.9%
30-50岁	70.0%
50岁以上	1.1%

作为性别平等的坚定倡导者，我们对《华晨宝马员工手册》进行了修订，通过强化性骚扰预防和劳动保护合规体系，推动妇女权益的保护工作。我们的《女职工特殊权益保护专项集体合同》对产假、育儿假、哺乳室建设等劳动保护措施进行了具体规范。

为全面接纳并聘用残障人士，我们专注于营造一个开放包容的工作场所。我们从共事态度、办公场所无障碍设施，正视残障员工特殊需求等方面入手，以臻于细节的人文关怀，保障残障人士能顺利加入我们的团队，贡献他们独特的技能与视角。

促进多元、平等与包容

我们开展了多项促进多元，平等与包容的活动，从而加深员工对相关议题的理解，营造更为开放的企业文化。2022年，宝马集团中国举办了全球多元文化周活动，通过视觉宣传和体验活动，加深员工对多元化的理解。

线下活动

“饭团儿”为员工提供了亲身体验多元文化的独特平台和宝贵机会。在系统的随机匹配下，员工与其他部门的同事进行一对一的交流互动，在轻松的氛围中分享彼此的经历和对多元化的理解。



14.5%

女性员工比例。

37.1%

管理岗位女性员工比例。

1. 多元文化周的回忆。

“

“多元生活与工作更加丰富多彩。我在公司体验到世界各地工作与生活的思考方式。身在沈阳，拥抱世界！”

“领导力不分性别。我们不应低估领导和决策中多元化和性别平等的好处。最好的性别平等措施是关注人才和潜力的平等。”



“这是我在北京的部门同事。我们来自中国、德国、法国、奥地利等不同的国家。我们讲中文、英语、德语、法语和韩语。这是一个受到多元文化和精神鼓舞的大团队。”

“华晨宝马巧妙地融合了中国与德国的元素。我们的食堂就是一个很好的范例，在这里，你既能够品尝到中国的饺子，也能享受美味的西餐。”



线上宣传

我们邀请了一系列富于见地的演讲嘉宾，为员工分享宝贵的业界知识和新鲜的视角。演讲主题包括《共创多元、平等、包容的工作环境》《代际沟通》《我们能从全球杰出的女性领导者那里学到什么》等。我们亦通过内部交流平台，鼓励员工之间分享自己的多元化体验与感受。2022年，1,528名员工参与了多元文化周的知识问答，超过93%的参与者正确地回答了问题，展示了高水平的多元化意识。

我们积极推进多元、平等与包容的相关项目。在2022年，华晨宝马更荣幸获得人力资源和社会保障部授予的“全国模范劳动关系和谐企业”称号。

展望

我们高度认同营造包容的企业环境与减少无意识偏见的重要性。2023年，我们计划将“多元文化周”转变成“多元文化日”，在国际妇女节、世界文化多样性日和国际宽容日等相关纪念日以线上线下相结合的方式举办活动，以此让多元文化的概念更具有可持续性。我们将不懈努力，通过概念引导和活动宣传，让员工感受到公司对多元文化的重视。

1,528 名

员工参与了多元文化周的知识问答。

5.3

员工福利与福祉



↗ SDG 3 and 8

0.08

事故率(每百万工时)。

27,664 名

员工享受弹性福利计划。

4,163 名

员工享受了育儿假或父母护理假。

1,931 名

员工受益于沈阳的员工慈善基金。

955 名

员工成功申请到沈阳的公租房项目。

作为一家拥有 27,000 多名员工的大型企业，我们将每位员工的健康、安全和幸福放在首位。为此，我们执行最严格的健康和安全标准，通过丰富多彩的员工福利和活动全面传递人文关怀。其中，可持续一直是员工活动的重要主题，我们希望员工们在提升自身福祉的同时，体会回馈社会的快乐。

员工健康与安全

在宝马集团中国，为员工提供安全的工作环境是我们的基本责任。通过创造安全与健康的工作条件，降低相关风险，我们为员工构筑安全守护屏障。

健全的职业健康安全管理体系

宝马集团中国遵守中国的各项相关法律法规和宝马集团的健康与安全政策。在此基础上，我们的职业健康安全管理体系也满足了联合国全球契约十项原则、ISO 45001:2018 标准、《国际劳工组织关于工作中的基本原则和权利宣言》等多项国际标准和倡议。

2022 年，我们各生产基地（包括新的里达工厂）均获得 ISO 45001:2018 标准认证，并符合职业健康

安全管理体系要求。同时，我们保持了由辽宁省应急管理厅审核颁发的安全生产标准化二级认证。2022 年，我们的事故率仅为 0.08 每百万工时。

宝马集团中国的高级管理层对于预防工伤事故和保障安全健康的生产场所负全面责任。管理团队制定了符合我们战略的职业健康安全管理体系政策和目标，并确保管理体系的有效运作和持续改进。

我们的安全管理电子平台利用数字化手段提升并优化管理水平，其中包括安全检查、特种设备管理、职业健康安全管理体系责任书签署等模块已投入使用。

在完善的职业健康安全管理体系基础之上，我们还提供线上职业健康与安全培训，以提高员工的安全技能和知识。在强制性培训项目之外，我们还为员工提供一系列的专项安全培训，如上锁挂牌、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。

职业健康安全的隐患及风险管理

宝马集团中国扎实推进统筹风险分级防控与隐患排查治理的双重防范机制，具体包括风险辨识与评价，风险分级管控，从组织、制度、技术、应急等角度对工厂内安全风险进行有效控制。

2021 年，我们在铁西工厂装配车间率先开启了“托福”人机项目的试点工作，2022 年项目取得了显著进展。该项目重点关注人体工程学要求、行为模式以及岗位轮换，帮助员工预防肌肉骨骼疾病。我们对铁西工厂的 454 个工作场所和大东工厂物流部门的 351 个工作场所进行了安全和人体工程学评估 (SERA) 及观察。根据评估结果，我们的健康部门为每个工作场所量身定制了一系列锻炼动作。员工可以利用休息时间进行合适的运动，缓解身体压力。

我们还向员工传授了几种改良的工作姿势，减轻潜在的健康危害。共有 4,161 名员工参加了培训课程，学习了人体工程学行为和有利于其健康的锻炼动作。我们改善了 18 个工作场所的工作条件，并在 26 个工作岗位实行轮岗。





健康主题活动

根据 2021 年度健康体检结果，我们优化了“健康管理 2025 计划”，并以此作为培养员工健康行为的指南。该计划包括心理健康辅导——关爱心理、戒烟计划、健康燃脂、听力保护、健康睡眠、流感疫苗接种等项目。



心理健康辅导——关爱心理

我们高度重视员工的心理健康。2022 年的“心理健康辅导——关爱心理”项目中，共有 595 名员工参与了心理咨询，509 名员工参加了培训项目，240 名员工完成了自我评估，127 名员工聆听了冥想、放松或职业规划和大脑激能等音频资料。疫情期间，我们为中外员工组织了线上健康培训，加强对员工心理健康的关怀。3,755 名员工接受了线上或现场心理辅导培训，培训满意度调查平均得分为 4.85 分(满分为 5 分)。沈阳各工厂共开设了七个“关爱心理专区”，员工经培训成为志愿者，引导同事通过沙盘游戏缓解压力，增强自我感受力。



戒烟计划

戒烟计划方面，我们在 2022 年度健康体检期间向多数有吸烟习惯的员工开展了戒烟调研，并向 2,812 名有戒烟意愿的员工提供了帮助他们戒烟的方法，最终有 17 人成功戒烟。



健康燃脂

共有 468 名同事参与了健康燃脂项目，其中 107 名同事有效地完成了减重目标，被工会授予奖励。



听力保护

听力保护计划方面，我们对 357 名员工进行了相关培训，并为可能受到噪声问题困扰的员工提供职位调整。



健康睡眠

作为健康睡眠项目的一部分，有 17,074 名员工在 2022 年度健康体检中接受了匹兹堡睡眠质量指数 (PSQI) 评估，识别了健康睡眠模式的影响因素。对于有意改善睡眠质量的同事，我们利用睡眠呼吸暂停监测仪对其进行睡眠分析，并根据需要为其寻求睡眠专家和/或心理辅导咨询师的帮助。为进一步提升员工的睡眠质量，2023 年我们还将组织相关主题的线下培训。



年度健康体检

我们在 2022 年也一如既往组织了年度健康体检，有 94.4% 的沈阳员工参加了体检，63.9% 的北京员工参加了体检。



流感疫苗接种

2,120 名沈阳员工与北京员工接种了疫苗。

商业保险覆盖

(宝马集团中国)

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)

完善的员工福利

员工是宝马集团中国最宝贵的财富。通过提供全方位、多样化的福利,我们支持员工在工作和生活中收获成长、获得成就,同时为公司的发展做出贡献。

具有竞争力的福利待遇

在宝马集团中国,我们为在职员工和退休员工提供全力支持。我们将员工的健康、幸福感和职业发展视为第一要务,培养更可持续的商业模式,保持创新和成功的内生动力。

吸引并留住最优秀的人才,充分释放员工的潜力,是我们建立完善薪酬和福利政策的根本出发点。我们提供有竞争力的薪酬计划并定期调整优化。休假政策方面,我们出台了育儿假、陪护假等新休假政策,帮助员工更好地建立工作与生活的平衡。

在疫情期间,我们安排灵活工作时间以保护员工的健康与安全。我们也提供了一系列补充保险方案,员工可以为自己和家人选择个性化的健康和医疗保险。

与此同时,我们为退休员工提供个人保险优先通道与折扣、年度健康体检、购车帮助等福利。心系员工的职业成长,我们通过轮岗机制和线上培训平台为员工提供职业发展机会。

全方位的福利关怀

我们位于沈阳的员工慈善基金竭力为员工排忧解难,共计支持了1,931名员工。其中,我们为579名经济困难员工提供精准帮扶,为700名新生儿和500名新婚员工送去礼物和福利。我们还为21名身患重病和74名家属去世的员工送上了慰问关怀。我们探访了46名住院员工,关照了两名因火灾导致家庭财产损失的员工,奖励了一名见义勇为的员工,并为八名退休员工举行了庆祝活动。

2022年,“大东职工之家”在大东工厂落成,为员工提供了一系列改善生活与工作质量的便利设施与服务,包括IT服务、报销服务中心、心理健康中心、生产展厅、宣传区、文娱区、迷你影院等设施和服务。自启动以来,已有近10,000名员工体验了这个新颖的一站式便利空间并从中受益。

2022年,我们的“数字工会”平台建设取得重大进展,实现了员工的线上自助服务,简化了包括“加入工会”“福利电子签收”“电子图书馆”“团购信息平台”“新生儿福利自助申领”和“新婚福利自助申领”等一系列服务的流程。平台还集成了活动日历功能和公租房申请功能,服务范围进一步扩大。2022年,“数字工会”的总点击量达到404,792次。

我们致力于解决员工的住房需求。我们的沈阳公租房项目自启动以来,一直受到员工的高度评价。2022年,955名员工成功申请了公租房项目,受益人总数达到3,623人。

我们亦为员工组织丰富多样的文体活动,促进工作与生活的有机平衡,2022年参加人数突破13,000人。

员工参与

在宝马集团中国，我们在人力资源政策的制定和决策过程中秉持信任、透明、开放的理念。我们重视员工的意见，并将其作为提升经营管理的重要出发点。为实现直接、便捷的沟通，我们建立了完善的平台和渠道来收集员工的反馈并持续跟进。

搭建多元的沟通渠道

畅通的沟通渠道为广泛倾听并采纳员工的宝贵意见和建议奠定了基础。通过微信公众号、内网、悦信平台、工会应用程序、双月刊《工会快报》U讯等渠道，我们向员工及其家人分享业界最佳实践、送去节日问候、发布工会活动通知以及维权关怀信息。这些数字化工具让我们与员工保持密切联系，倾听员工的声音，了解员工的需求。此外，工会定期与管理层举办“跟进”会议，以持续改善工作条件，支持公司未来发展。我们尊重员工的需求，并努力挖掘释放员工的潜力。



开展员工调研

我们定期组织员工调研，关注员工敬业度，以明确改进方向。我们开展了新的员工体验试点调查以衡量员工整个旅程中的（从申请工作到包括但不限于离职）满意率。2022年，我们从试点部门收到了较为积极的反馈，平均满意度为78%。通过这些调研，我们收集了员工的反馈，了解了待改进事项，明确了提升员工敬业度的方向，并提升了整体的人力资源管理方法。



增进员工与产品和品牌的联系

加强员工与产品之间的联系至关重要。我们在“My Family x i Family”的概念下，为员工们提供各种产品和品牌体验机会，以培养和建立他们对宝马品牌的理解和对产品的情感联系。这些激动人心的体验活动也邀请了员工家属共同参与，将活动带来的影响和幸福传递至员工的家人。

可持续发展主题活动

宝马集团中国致力于将社会责任意识融入到员工的日常生活中。为此，我们早在几年前就引入了“员工社会责任”的概念，并在多项公司活动中，展现了员工的社会担当，让员工成为我们的可持续发展伙伴。



“社会公益周”是一项宝马集团的全球倡议，旨在鼓励员工参与社会公益活动。2022年，宝马集团中国从“社会公益周”的本土化落地入手，推出了一系列“社会行动”活动。以关注老年人需求的“借你一题之力”活动为例，针对老年人在日常生活中经常遇到的48个问题，我们的员工贡献了283个解决方案，并将其编写为附带19张图解的生活指南，以通俗易懂的方式为老年人解决常见的困扰。

宝马集团中国还举行了系列演讲活动，分享环境、社会和公司治理(ESG)理念及其深远影响。受邀前来的外部专家为我们提供如何自发进行社会公益事业的专业知识，并分享了中国面临的挑战。演讲活动共有211人注册，促进了员工的意识提升。



“社会责任，一票之力”

在沈阳生产基地，我们发起“社会责任，一票之力”线下活动，旨在鼓励员工低碳出行，减少使用塑料袋或一次性杯子、餐具等行为，提升员工的社会责任感。参与本活动的1,723名员工均带来了收据或电子票据，作为他们低碳生活方式的证明。此外，布置本次活动的材料均由可回收纸板制成，全程体现可持续发展的理念。

我们鼓励员工将可持续发展的温度传递给家人，尤其是他们的子女。在儿童节当天，我们的员工和他们的孩子用再生材料创作了1,550幅环保主题的卡通画和1,216件手工作品，并用天然材料制作了240件T恤。通过寓教于乐的活动设计，我们进一步向员工及其家人宣传了资源回收和再利用的意义。



“我的社会公益心”活动启动会

本次启动会议通过在线和现场渠道，邀请了内外部专家以及热心员工，分享理念与行动，了解员工自我驱动的社会责任意识，并讲述他们所做的暖心故事。此外，还有70位员工分享他们自发的社会责任经历和故事，以此鼓励更多员工开启他们的社会责任之旅。

展望

2023年，我们将继续开展可持续发展相关的员工活动，聚焦绿色低碳、社会公益，不断培养员工的可持续发展意识理念和生活方式。我们坚信积跬步以致千里，员工们的点滴行动将为地球做出意义重大的贡献。

1. 一本通俗易懂的指南。
2. 长者贴心提示。
3. “我的社会公益心”活动启动会。
4. “我的社会公益心”线下活动 沈阳生产基地活动现场。

5.4 企业公民



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

2022年，疫情影响愈发凸显了企业社会责任在团结各方中扮演的关键作用。在企业社会责任的号召下，我们与各方伙伴齐心协力、深化联结，以创新方式支持经济复苏与社会的长期发展。我们变得更具韧性、更加灵活，并以创新方式为解决社会问题和创造价值作出更大贡献。2022年，我们积极开展线上科普教育和中国传统文化的传播活动，企业社会责任行动受益人次数再创新高，达到31,885,474人次，较2021年增长178%。作为一家践行社会责任担当的企业，我们关注的绝不止是盈利，创造共享价值是我们矢志不渝的目标。

31,885,474 人次
BMW 企业社会责任活动受益人次数。

57,779,898 人次
BMW 企业社会责任活动的累计受益人次数。

1,960 小时
志愿者服务时长。

24,210,755 人民币
社会责任活动项目支出。

我们的企业社会责任 战略及旗舰项目

宝马集团中国秉持“家在中国”理念，系统性地设计并实施企业社会责任项目，将自身的企业社会责任行动紧扣社会议程与国家重大战略。2022年，中国政府着力推动高质量发展，将科技、人才和创新确定为实现长期可持续发展的关键，提出了新的发展思路。在此背景下，企业社会责任将成为高质量发展的重要助推器，赋能商业应对各项社会挑战。

为了适应快速变化的社会趋势，我们拥抱社会创新与合作共赢，为高质量发展贡献有意义、可持续的影响力。为此，我们将“文化保护”“社会发展”和“环境保护”作为企业社会责任的关注领域，并在“社会发展”方面持续推进“政(府)-企(业)-学(术)-研(究)”模式。我们邀请不同利益相关方参与到问题分析、解决方案制定、项目实施和影响评估的过程中，以各方参与促进共享愿景的构建，从而更广泛地动员社会资源、扩大积极的社会影响力。

BMW 美丽家园行动

联合国秘书长安东尼奥·古特雷斯在2020年指出，人类正面临着三重环境紧急情况——生物多样性丧失、气候紊乱和污染加剧。我们需要重新思考商业与社会之间的关系，并遵循“人类”“地球”和“繁荣”这三个原则，实现可持续发展。

生物多样性是衡量物种和生态系统多样性的重要标准。健康的生物多样性有助于为地球上的所有生物保障适宜的栖居环境。中国政府已经将生物多样性保护上升为国家战略，探索形成“政府引导、企业担当、公众参与”的生物多样性保护模式。

改变当前公众、企业、社会组织的认知与行为，是生物多样性保护手段的根本。因此，“BMW 美丽家园行动”将生物多样性公众教育作为项目核心目标与手段。自2021年启动以来，项目始终以生物多样性保护和生态文明建设为使命，积极响应中国共产党第二十次全国代表大会“建设人与自然和谐共生的现代化”及“推进美丽中国建设”的重要号召。



“生态观鸟屋”

采用与周边自然环境浑然一体的新颖设计，在拉近人与自然距离的同时，为生物多样性的科普宣教提供理想的场所。



本地物种主题的文创 纪念品

以设计精美的文创纪念品宣传辽河口国家级自然保护区的保护工作，提升公众的生物多样性保护意识。



自然教育课程

我们联合中国绿化基金会推出了全国首个以生物多样性保护为主题的自然教育课程，并开展了一系列主题教育活动。

创新开展生物多样性教育

8月，我们为辽河口国家级自然保护区提供了三辆新BMW iX3用于野外巡护，并捐助了两辆野生动物救护车，以助力保护区管理，更精确地掌握当地生物的多样性现状。我们将从“支持提升保护区管理”“提升公众生物多样性保护意识”和“支持保护区科普宣教”三方面入手，积极扩大利益相关方参与，共同守护青山绿水，为子孙后代创造更美好的未来。

教育是可持续和公平利用生物多样性及其保护行动的重要内容。为了促进本地生物多样性知

识的普及，我们采用了一系列创新方法来推进生物多样性教育，旨在提高公众意识，为行为转变打下基础。

在8月5日，BMW美丽家园行动“绿色夏令营”直播活动在辽宁辽河口国家级自然保护区成功举行，引发线上轰动效应。该直播活动在中国新闻周刊微博和宝马集团微信公众号上同步进行，中国新闻周刊微博的总观看次数达到了340万次。公众对自然教育表现出了极大的兴趣。

突破**1,000,000**次

“BMW 儿童交通安全训练营”的现场直播观看量。

392 场

2022 年全国各地的经销商共同推广和开展“BMW 儿童交通安全训练营”活动场次。

超过**10,000**名

儿童受益于交通安全体验课程。

BMW 儿童交通安全训练营

2022 年, BMW 持续践行在交通安全宣教方面的社会承诺, 继续开展 “BMW 儿童交通安全训练营”项目, 以创新方式提升公众的交通安全意识, 增强儿童的安全素养。

“礼行天下”

2020 年起, “BMW 儿童交通安全训练营”项目将中国传统 “礼文化”与文明出行结合, 以创新方式推广 “礼行天下”的出行安全主题。在公安部交通管理局的指导下, 我们积极探索传统文化与现代语境的有机融合, 通过多媒体渠道的传播实现真正的 “礼行天下”。

面对交通安全教育资源严重不足的现状, 我们推出了 “儿童交通安全进西部”倡议, 并与中国教育发展基金会、中国少年儿童新闻出版总社合作研发了 “礼行天下”儿童交通安全文明礼仪包, 丰富相关教育资源。我们举办了 “儿童交通安全进西部公益研讨会”, 吸引 74 位媒体、政府、社会组织伙伴和宝马热心车主代表共同参与。此外, “2022 BMW 儿童交通安全训练营培训课”在青海省举行, 吸引各界代表 95 人出席, 包括志愿者、媒体人士、政府官员和社会组织代表等。



广泛的活动参与

宝马集团中国通过社交媒体平台持续推动公众参与。2022 年 “BMW 儿童交通安全训练营”的现场直播观看量突破了百万大关。此外, 全国各地的经销商也共同推广和开展项目活动共计 392 场。

“BMW 儿童交通安全训练营”项目亦与经销商、车主和其他伙伴密切合作, 将交通安全教育的影响发挥到最大。我们携手共青团中央青年志愿者行动指导中心, 在团中央青年志愿者行动指导中心组织的关爱行动七彩假期项目中, 为西部的农村学校和社区的上万名儿童提供交通安全体验课程。



1. 在场志愿者认真学习“主题培训”知识。
2. 儿童交通安全教育导师向义工介绍“礼行天下”交通安全礼包。
3. “礼行天下”儿童交通安全文明礼仪包。

BMW 中国文化之旅

联合国教科文组织指出：可持续发展目标以经济、社会和环境为三大支柱目标，文化是可持续发展目标的核心，并对三个支柱目标都横向做出重要贡献。唯有将文化置于发展政策的核心，才能确保以人为本，包容且公平的发展。为更好地贯彻这一理念，宝马集团中国不遗余力地推动文化保护，促进文化、艺术与科学的融合与和谐发展。为此，我们自2007年就启动了“BMW 中国文化之旅”项目，在保护非物质文化遗产的同时，助力传统文化的创造性转化与创新性发展。

2016年，宝马携手清华大学美术学院成立了“清华大学美术学院 BMW 非遗保护创新基地”，以赋能思维帮助非遗传承人设计开发非遗文创品。六年来，我们与清华大学美术学院共同举办了7场社会创新成果展和20余场研讨会，惠及来自全国各地的近500名非遗传承人。来自四川、湖南、青海玉树、海南、辽宁、湖北、云南等地的传承人在创新基地接受了量身定制的培训计划和“一对一”的创新赋能工作。

《大美中国：非遗保护创意创新案例集》

2022年，“BMW 中国文化之旅”正式发布了《大美中国：非遗保护创意创新案例集》，呈现了由创新基地清美师生与非遗传承人合作完成的社会创新成果。该案例集记录了29位非遗传承人的思考、探索和创新，反映了“非遗走进现代生活”的时代风貌。

全方位新媒体传播

宝马集团中国在新媒体平台组织的各类文化活动和文化沙龙直播吸引了1,700万观众的参与，让非物质文化遗产的传承保护工作得到了更多关注。我们在新浪微博发起的#文化之旅悦非遗#话题亦收获了1.4亿阅读量和27,000次讨论。



"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正式开展，彰显宝马在非遗保护领域的不懈努力，并以实际行动祝贺联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》发布20周年。本次展览亦诠释了BMW可持续发展观中的“循环永续”概念，75%的布展材料可实现回收利用，30%的展具使用了可回收纸品。

本次展览展出了许多构思隽妙的非遗艺术作品，如以使用天然植物染料的白族扎染系列作品、以及通过嗅觉设计装置带来“有味道的非遗”，带领观众打造层次丰富的沉浸式体验，令观众心领神会“天人合一，道法自然”的和谐共生之美。

1. 《大美中国：非遗保护创意创新案例集》。
2. "BMW 中国文化之旅"非遗保护创新成果展。
3. "BMW 中国文化之旅"非遗保护创新成果展。
4. 清华大学 BMW 非物质文化遗产保护创新中心培育的非物质文化遗产—鹤庆银器。

BMW 童悦之家

“BMW 童悦之家”项目长期以来致力于贡献中国乡村振兴及乡村教育，通过携手利益相关方与各界人士以创新方式响应社会需求。自 2011 年项目正式开展以来，“BMW 童悦之家”在全国 29 省共建立了 114 所“BMW 童悦之家”学校，超过 15 万名欠发达地区儿童从中获益，超过万名利益相关方参与了其志愿服务活动。

天行健计划

中国脱贫攻坚取得巨大成就之际，乡村振兴成为中国社会发展新阶段的重要议题。2021 年，“BMW 童悦之家”与中国教育发展基金会共同发起了面向未来的“天行健计划”，以响应教育部“加强学校体育教育”的号召。

“天行健计划”聚焦 2020 年全国最后实现脱贫摘帽的原脱贫攻坚挂牌督战县，为县内学校提供多样化的体育教育项目。2022 年，我们为来自广西、贵州、云南的 19 所农村学校的 84 位体育老师提供了在线培训，助力其提高体育课程质量。

作为本年度的一大亮点，以“天行健，看少年”为主题的 2022 BMW 童悦之家夏令营在四川省凉山彝族自治州喜德县思源实验学校举办。本次夏令营涵盖体育课、美术课、音乐课、星光晚会等一系列活动，并邀请来自 10 所“天行健计划”童悦之家学校的 100 名学生及 23 名教师共同绘制“我的家乡”水粉画。以本次活动为契机，“BMW 童悦之家”与中国教育发展基金会联合呼吁社会各界加强对乡村学校体育、美育工作的关注，以期将优势教育资源从东部地区引向中西部地区，助力乡村教育发展。



1



2

2022年度 企业社会责任荣誉奖项

2022"年度责任企业"
第十八届中国·企业社会责任论坛

"年度公益创新奖"
《汽车商业评论》第八届金轩奖

"人民企业社会责任奖年度案例奖"
人民网

"中国车企 CSR 金钥匙奖"
汽势科技

"中国车企 CSR 金钥匙奖"
汽势科技

"企业社会责任金奖"
2022 金旗奖

"年度社会责任奖"
2021 汽车头条“蓝领”奖

宝马(中国)汽车贸易有限公司/
华晨宝马汽车有限公司

"BMW 美丽家园行动"

"BMW 儿童交通安全训练营"

"BMW 中国文化之旅"

1. 2022 BMW 童悦之家夏令营。
2. 来自清华大学美术学院的志愿者教授创意艺术课程。

员工志愿服务

秉持“家在中国”理念，宝马集团中国致力于不断为中国的客户、社区与汽车产业创造价值。2022年，外部环境的不确定性并未削减宝马员工志愿者们承担社会责任的热忱。随着可持续发展备受关注，宝马集团中国的每个部门、每位员工都更加积极地参与到志愿服务活动中。2022年，共计有916人次志愿者参与到企业社会责任活动中，在当地社区的志愿服务时长达1,960小时。

916 人次

参与志愿活动的志愿者人次。

1,960 小时

志愿者服务时长。

志愿服务活动

BMW企业志愿者协会鼓励员工积极投身志愿服务活动，彰显企业价值。我们为这些志愿者们感到骄傲，他们团结协作，为社会的可持续发展做出了贡献。2022年，志愿服务活动以更加灵活的方式开展，为员工的深度参与提供了更多机会，服务主题涵盖环境保护、儿童交通安全意识提升、关爱流动与留守儿童的身心健康等方面。

社会捐赠

在重大危机面前，宝马集团中国迅速响应，给予有力支援。2022年，宝马中国与华晨宝马通过中国教育发展基金会宝马爱心基金捐赠了200万人民币用以支持四川甘孜藏族自治州泸定县的震后重建，彰显了我们将社会责任置于盈利之上的庄严承诺。

更深入与灵活的参与方式

2022年，作为企业社会责任的必要组成，BMW企业志愿服务活动以“更深入的参与和更灵活的形式”为特点，鼓励更多员工以线上线下的形式参与其中。



线上活动

首次开展在线儿童交通安全课程，让BMW儿童交通安全大使志愿者与来自偏远地区的儿童相聚线上，展开交通安全教育。



森林治理

鼓励志愿者种植树木，构建生态足迹，让员工亲近自然，提高凝聚力，加强承担企业社会责任的意识。



中国非物质文化遗产馆志愿服务

首次与中国非物质文化遗产馆进行合作开展志愿活动，让员工能有机会学习更多关于非物质文化遗产方面的知识。



“爱心留言”

“爱心留言”项目邀请员工及其家属以语音信息的形式为留守儿童送去暖心鼓励。



两次跑步捡垃圾活动

吸引百余名员工及其子女共同参与。在专业老师的指导下，员工志愿者和儿童们参与了垃圾分类相关培训和知识问答，在跑步中捡拾垃圾。

当地社区建设

与利益相关方深化联结、持续关注当地社区发展，始终是我们发展理念中不可或缺的部分。秉承“家在中国”理念，宝马集团中国推出了一系列文化项目，携手宝马在中国的故乡——沈阳市，实现互利共赢、协同发展。

悦在沈阳，魅力共赏

为增强对本地社区的认识，我们从2020年开始创办并出版“乐享沈阳”通讯季刊。这一举措推动员工进一步了解、欣赏沈阳，同时也促进了跨文化交流和文化繁荣。我们还制作了三集关于外籍人士在沈阳真实的生活经历视频，展示了他们生活方式的多样性以及这座城市激动人心的历史与文化的结合。



“乐享沈阳”十月节

十月节是2022年“乐享沈阳”文化交流活动的重要组成。我们在沈阳举办了为期两天的庆典活动，联动户内户外，让员工进一步了解沈阳的魅力。活动期间，我们多才多艺、能歌善舞的员工呈现了中西交融、精彩动人的音乐盛宴，外籍员工也更深入地体验了沈阳独特而令人难忘的文化。

1



2022年，我们围绕“乐享沈阳”的主题组织了一系列多样化、高质量的活动，丰富驻沈阳外籍员工的生活体验，打造更为包容、多元的文化。

华晨宝马携手沈阳盍碧玺曼詹学校共同促进中德文化与教育交流。自2018年建校以来，学校在宝马集团中国的支持下稳步发展，提供12年一贯制教育，拥有70名在校学生。

学校采用德国本土教育体系，成绩单获德国学校广泛认可。学校亦通过不同的合作形式，为各学段学生提供相应的资格证书。

未来，学校将迁至专为本校设计、符合国际标准的新校址。宝马集团中国将不懈努力，让沈阳国际性、多元化的城市名片更加深入人心。

链接本地利益相关方

宝马集团中国致力于与本地社区建立牢固的伙伴关系，寻求企业文化与本地文化的契合点，加速本地的电动化出行进程。

我们积极支持当地文化艺术的发展。2022年，随着宝马集团中国与鲁迅美术学院在沈阳的合作步入第11年，双方共同举办了周年庆祝仪式。

凭借强大的研发能力和新兴技术，我们在沈阳当地大力推进电动化进程，实力诠释对“电动化、数字化、循环永续”出行未来的坚定承诺。在2022年第二届中国(沈阳)智能网联汽车国际大会上，宝马集团中国积极向本地合作伙伴介绍我们电动化进展，分享智能网联汽车和全新纯电BMW i3的全球研发战略。

展望

社会创新与合作是我们实现高质量发展的核心战略。我们亦将笃行不怠。宝马集团中国致力于可持续发展，最大限度地发挥我们的影响力，积极识别和解决社会痛点，与中国共产党的二十大战略保持高度一致。最重要的是，我们旨在将我们的业务目标与政府议程相结合，响应新的政策和倡议推动社会发展。例如，我们的“BMW 中国文化之旅”项目，计划将循环经济理念与非遗保护工作相融合，通过文化传播有效地促进可持续发展。

1. “乐享沈阳”十月节。
2. “沁香沈阳”活动。

第六章

其他信息

可持续发展关键绩效汇总	89
GRI 内容索引	95
独立鉴证报告	106
关键数据编报基础	108

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
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
营业收入 (百万元人民币)	141,918	172,692	189,006	214,787	-	-	334,312 ²
纳税额 (十亿元人民币)	31	35	38	43	49	14.0	80
整车产量 (台)	491,888	536,537	602,936	700,787	674,663	-3.7	674,663
汽车零售量 ³ (台)	-	-	-	-	-	-	791,985
发动机产量 (台)	491,488	478,588	598,316	656,956	668,336	1.7	668,336
授权经销商网点数量 (个)	625	647	666	683	707	3.5	893

产品与出行解决方案

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
境内乘用车新车平均二氧化碳排放量 (克/公里)	139	137.8	142.1	152.8	144.1	-5.7	144.1
进口乘用车新车平均二氧化碳排放量 ⁴ (克/公里)	-	-	-	-	-	-	171.6
境内乘用车生产企业平均燃料消耗量 (升/百公里)	5.84	5.79	5.97	6.42	6.08 ⁵	-5.3	6.08 ⁵
进口乘用车供应企业平均燃料消耗量 ⁴ (升/百公里)	-	-	-	-	-	-	7.24 ⁵
新能源汽车零售量 ³ (台)	-	-	-	-	-	-	59,118
回收动力电池数量 (个)	-	3,262	4,347	6,173	10,153	64.5	10,318
回收动力电池重量 (千克)	-	78,875	98,261	123,111	579,231	370.5	589,384
回收旧件数量 (个)	217,500	124,600	108,070	278,000	275,421	-0.9	275,421
回收旧件重量 (吨)	800	563	669	867	595	-31.4	595
全国公共充电桩数量 (个)	81,585	130,405	306,891	365,713	470,534	28.7	470,534

注:

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106页注册会计师独立鉴证报告。
2. 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。
3. 包含宝马品牌和 MINI 品牌的汽车零售量。
4. 2022 年新增指标。
5. 该数据公示于中华人民共和国工业和信息化部 2023 年 4 月 10 日发布的《关于 2022 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
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
温室气体排放总量 (吨二氧化碳)	14,190,033	15,417,955	17,741,047	21,392,395	24,767,228	15.8	31,406,640
温室气体排放量 (范围一) (吨二氧化碳)	35,733	42,141	43,614	50,937	54,306	6.6	54,306
天然气 (吨)	35,733	42,141	43,614	50,937	54,306	6.6	54,306
温室气体排放量 (范围二) (吨二氧化碳)	281,753	68,602	71,275	71,604	76,121	6.3	76,121
外购电力和外购热力 (吨)	281,753	68,602	71,275	71,604	76,121	6.3	76,121
温室气体排放量 (范围三) (吨二氧化碳)	13,872,546	15,307,212	17,626,158	21,269,854	24,636,801	15.8	31,276,213
上游产业链 ² (吨)	3,408,077	3,981,487	4,339,177	5,071,706	5,179,693	2.1	6,410,297
物流 ³ (吨)	-	173,102	175,113	310,772	519,304	67.1	711,850
使用阶段 ⁴ (吨)	10,219,060	11,058,404	12,799,547	15,521,957	18,562,014	19.6	23,693,045
处置 ² (吨)	245,409	267,321	300,866	352,059	361,245	2.6	444,234
公务出差 ⁵ (吨)	2,933	8,815	2,105	2,606	2,560	-1.8	4,802
员工通勤 ⁶ (吨)	-	9,065	9,351	10,754	11,985	11.4	11,985
单台生产二氧化碳排放量 (吨/台)	0.63	0.20	0.18	0.17	0.19	11.8	0.19
可再生能源电力占比 (%)	43	100	100	100	100	0	100
能源消耗总量 (兆瓦时)	841,518	974,642	1,026,890	1,106,295	1,169,425	5.7	1,189,231
不可再生能源的总燃料消耗 (兆瓦时)	196,553	233,127	238,834	295,209	297,727	0.9	297,727
电能消耗总量 (兆瓦时)	475,702	557,572	590,214	590,662	625,039	5.8	644,845
热能消耗总量 (兆瓦时)	169,263	183,943	197,842	220,424	246,659	11.9	246,659
单台生产能源消耗量 (兆瓦时/台)	1.65	1.63	1.51	1.40	1.60	14.3	1.60
单台生产挥发性有机化合物排放量 (千克/台)	0.56	0.52	0.50	0.12	0.12	0	0.12
水资源消耗总量 ⁷ (立方米)	1,214,892	1,332,876	1,188,228	1,275,998	1,191,954	-6.6	1,191,954
单台生产水资源消耗量 (立方米/台)	2.47	2.40	1.97	1.82	1.77	-2.7	1.77
单台生产工艺废水排放量 (立方米/台)	0.42	0.44	0.44	0.47	0.50	6.4	0.50

注:

1. 对宝马集团中国选定的关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第106页注册会计师独立鉴证报告。
2. 上游产业链的排放及报废过程的排放基于生产线上代表车型的碳足迹计算得出。推算模型为 Sphera 的产品生命周期模型 GaBi。
3. 2022年, 在应用 CleanCargo 和 DIN EN 16258 的基础上, 应用国际 GLEC 框架 V2.0 指令。通过提升数据的可追溯性, 我们在2022年成功追踪并将当地售后物流(备件配送中心至当地经销商)和出口车辆整车物流国际段(中国港口至全球经销商)的二氧化碳排放量纳入范围三披露范围, 报告范围的扩大以及排放因子的调整导致数据较往年增加。因此, 数据与前一年的数据不具直接可比性。受系统限制, 无法对往年的数据进行追溯调整。
4. 使用阶段的排放基于车辆平均二氧化碳排放量和平均行驶里程20万公里的假设而推算得出。
5. 包含员工乘坐飞机的公务出差。
6. 包含员工乘坐班车往来沈阳市中心及华晨宝马生产基地的交通出行。
7. 华晨宝马工厂的水资源消耗量。

生产与运营

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022	
废弃物总量 ² (吨)	85,237	87,013	181,791	210,691	208,564	-1.0	208,564	
可回收废弃物总量 ² (吨)	81,276	83,004	179,987	208,940	207,214	-0.8	207,214	
处置的废弃物总量 ² (吨)	3,961	4,009	1,804	1,751	1,350	-22.9	1,350	
单台生产废弃物处置量 ³ (千克/台)	8.05	7.47	2.99	2.50	2.00	-20.0	2.00	
非危险废弃物总量 ² (吨)	74,073	76,814	172,349	200,283	198,662	-0.8	198,662	
可回收非危险废弃物 ² (吨)	72,152	74,891	172,007	200,068	198,474	-0.8	198,474	
处置的非危险废弃物 ² (吨)	1,921	1,923	342	215	188	-12.6	188	
危险废弃物总量 ² (吨)	11,164	10,199	9,442	10,408	9,902	-4.9	9,902	
可回收危险废弃物 ² (吨)	9,124	8,113	7,980	8,872	8,740	-1.5	8,740	
处置的危险废弃物 ² (吨)	2,040	2,086	1,462	1,536	1,162	-24.3	1,162	

经销商与供应链

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022	
在华合作供应商数量 ⁴ (个)	378	394	400	436	429	-1.6	429	
在华采购额 ⁴ (十亿元人民币)	43.10	49.68	54.89	71.39	73.47	2.9	73.47	

注:

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106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. 大东工厂通过实行污泥干化项目,降低出厂污泥的含水量,进一步减少废弃物处置总量,实现单台生产废弃物处置量的减少。
4. 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。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
截至当年年底员工总数 (人)	18,925	19,824	20,739	22,829	25,802	13.0	27,982
女性员工数量 (人)	2,268	2,389	2,465	2,725	2,931	7.6	4,066
女性员工比例 (%)	12.0	12.1	11.9	11.9	11.4	-4.8	14.5
男性员工数量 (人)	16,657	17,435	18,274	20,104	22,871	13.8	23,916
男性员工比例 (%)	88.0	87.9	88.1	88.1	88.6	0.7	85.5
30岁以下员工数量 (人)	8,276	7,486	6,893	7,099	7,881	11.0	8,089
30岁以下员工比例 (%)	43.7	37.8	33.2	31.1	30.5	-1.8	28.9
30-50岁以下员工数量 (人)	10,526	12,192	13,675	15,515	17,670	13.9	19,582
30-50岁以下员工比例 (%)	55.6	61.5	65.9	68.0	68.5	0.8	70.0
50岁以上员工数量 (人)	123	146	171	215	251	16.7	311
50岁以上员工比例 (%)	0.7	0.7	0.8	0.9	1.0	3.3	1.1
生产岗位员工数量 (人)	13,844	14,311	15,029	16,312	18,698	14.6	18,698
生产岗位员工比例 (%)	73.2	72.2	72.5	71.5	72.5	1.4	66.8
非生产岗位员工数量 (人)	5,081	5,513	5,710	6,517	7,104	9.0	9,284
非生产岗位员工比例 (%)	26.9	27.8	27.5	28.5	27.5	-3.6	33.2
非生产岗位员工数量 (人)	18,175	19,068	19,963	21,563	24,174	12.1	24,260
沈阳员工比例 (%)	96.0	96.2	96.3	94.5	93.7	-0.8	86.7
北京员工数量 (人)	750	756	776	1,266	990	-21.8	2,709
北京员工比例 (%)	4.0	3.8	3.7	5.5	3.8	-30.8	9.7
上海员工数量 ² (人)	-	-	-	-	103	-	377
上海员工比例 ² (%)	-	-	-	-	0.4	-	1.3
其他地区员工数量 ² (人)	-	-	-	-	535	-	636
其他地区员工比例 ² (%)	-	-	-	-	2.1	-	2.3

注:

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106页注册会计师独立鉴证报告。
2. 华晨宝马2018-2021年按地区划分员工数量指标中上海员工数量和其他城市员工数量在北京员工数量一栏中披露。2022年起,我们对按地区划分的员工数量指标进一步细分统计。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022
管理岗位女性员工比例 ² (%)	30.0	30.6	30.2	31.4	31.8	1.3	37.1
管理岗位中的本地员工比例 ² (%)	87.2	86.7	87.2	90.0	91.7	1.9	91.3
签订固定期限劳动合同的员工比例 (%)	49.7	48.1	41.0	41.4	48.8	17.8	47.8
整体本地新员工数量 ³ (人)	3,148	1,628	1,691	3,510	4,716	34.4	5,044
整体本地新员工比例 ³ (%)	16.6	8.2	8.2	15.4	18.3	18.9	18.0
女性本地新员工数量 ³ (人)	284	240	155	371	366	-1.3	515
女性本地新员工比例 ³ (%)	1.5	1.2	0.7	1.6	1.4	-12.7	1.8
男性本地新员工数量 ³ (人)	2,864	1,388	1,536	3,139	4,350	38.6	4,529
男性本地新员工比例 ³ (%)	15.1	7.0	7.4	13.8	16.9	22.6	16.2
沈阳本地新员工数量 ³ (人)	3,010	1,538	1,619	3,089	4,228	36.9	4,233
沈阳本地新员工比例 ³ (%)	15.9	7.8	7.8	13.5	16.4	21.1	15.1
北京本地新员工数量 ³ (人)	112	78	53	177	241	36.2	500
北京本地新员工比例 ³ (%)	0.6	0.4	0.3	0.8	0.9	20.5	1.8
上海本地新员工数量 ³ (人)	8	4	6	8	8	0	65
上海本地新员工比例 ³ (%)	0	0	0	0	0	0	0.2
其他地区本地新员工数量 ³ (人)	18	8	13	236	239	1.3	246
其他地区本地新员工比例 ³ (%)	0.1	0	0.1	1.0	0.9	-10.4	0.9
30岁以下本地新员工数量 ³ (人)	2,520	1,208	1,333	2,213	2,916	31.8	2,989
30岁以下本地新员工比例 ³ (%)	13.3	6.1	6.4	9.7	11.3	16.6	10.7
30-50岁本地新员工数量 ³ (人)	628	418	358	1,297	1,800	38.8	2,055
30-50岁本地新员工比例 ³ (%)	3.3	2.1	1.7	5.7	7.0	22.8	7.3
50岁以上本地新员工数量 ³ (人)	0	2	0	0	0	0	0

注:

1. 对宝马集团中国选定的关键数据已执行有限保证鉴证。详情见第106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. 2022年新增数据,用以反映本地新雇佣员工。数据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。为便于比较,已对往年数据进行追溯调整。

员工和社会

	华晨宝马						宝马集团中国 ¹	
	2018	2019	2020	2021	2022	同比 (%)	2022	
50岁以上本地新员工比例 ² (%)	0	0	0	0	0	0	0	
本地员工离职率 ³ (%)	4.9	3.7	3.8	7.4	6.9	-7.6	7.1	
本地员工自愿性离职率 ³ (%)	3.7	2.6	2.9	6.6	6.0	-8.0	6.2	
本地员工非自愿性离职率 ³ (%)	1.2	1.1	0.8	0.9	0.8	-4.5	0.9	
事故率 (每百万工时)	0.28	0.17	0.09	0.13	0.08 ⁴	-38.5	0.08	
人力资源部组织的培训天数 ⁵ (天)	33,804	24,311	15,491	19,524	25,844	32.4	28,241	
人均培训天数 (天/人)	1.79	1.23	0.75	0.86	1.00	16.5	1.01	
培训满意度 (%)	97.0	98.2	98.4	99.0	99.8	0.8	99.4	
BMW 企业社会责任活动受益人次数 (人次)	80,292	2,628,710	11,568,364	11,459,458	-	-	31,885,474 ⁶	
BMW 企业社会责任活动累计受益人次数 (人次)	237,892	2,866,602	14,434,966	25,894,424	-	-	57,779,898	
社会责任活动项目支出 (元)	15,575,085	16,513,831	36,619,722	23,439,759	-	-	24,210,755	
参与志愿活动的志愿者人次 ⁷ (人次)	-	212	85	300	-	-	916 ⁸	
志愿者服务时长 ⁷ (小时)	-	1,915	923	1,914	-	-	1,960	

注:

- 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106页注册会计师独立鉴证报告。
- 2022年新增数据,用以反映本地新雇佣员工。数据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。为便于比较,已对往年数据进行追溯调整。
- 2022年新增数据,用以反映本地员工离职率。数据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。为便于比较,已对往年数据进行追溯调整。
- 2022年度相较去年,发生事故数减少。
- 数据仅包含线下培训。2022年度整体线下培训的开展受疫情影响减少,线下培训数量增加,课程参与人数增加,是整体培训人天数相较2021年增加的主要原因。
- 2022年,为深入广大公众,扩大社会影响,我们加强了科普教育及中国传统文化教育的网络传播,增加了线上视频类及直播类活动。线上视频类、直播类活动的增加,是受益人次数大幅增加的主要原因。
- 志愿者包括员工及其子女和其他社会公众。
- 这一数字的增加主要是由于口径扩大,将员工的子女和其他公众纳入了统计范围,并首次推出了在线项目,以吸引员工志愿者参与。

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 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间的信息。

GRI 1: 基础 2021

使用的 GRI1	GRI1 : 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	106	--	--
GRI 2-6 活动、价值链和其他业务关系	10, 56-65	--	--
GRI 2-7 员工	92-94, 67-80	--	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	22	--	--
GRI 2-10 最高管治机构的提名和遴选	22	--	--
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	22	--	--
GRI 2-13 为管理影响的责任授权	22	--	--
GRI 2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	22	--	--
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	18-21	--	--
GRI 2-17 最高管治机构的共同知识	22	--	--
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	24-25	--	--
GRI 2-26 寻求建议和提出关切的机制	24-25	--	--
GRI 2-27 遵守法律法规	24-25	--	--



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	18-21	--	--
GRI 2-30 集体谈判协议	72-74	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	19	--
GRI 3-2 实质性议题清单	19	--

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	19-21	--	7, 8, 9
GRI 302-5 降低产品和服务的能源需求量	11, 48-49	--	--

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	19-21	--	--
GRI 416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	30-31	--	--
GRI 416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	--	2022 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	19-21	--	7, 8, 9
GRI 302-1 组织内部的能源消耗量	90	--	--
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	90	--	--
GRI 302-4 降低能源消耗量	11, 48-49	--	--
GRI 201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	22, 47-49	--	--

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	19-21	--	7, 8, 9
GRI 301-1 所用物料的重量或体积	34	--	--
GRI 301-2 所用循环利用的进料	34	--	--
GRI 301-3 再生产品及其包装材料	34	--	--

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	19-21	--	7, 8, 9
GRI 305-1 直接(范围1)温室气体排放	90	--	--

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 305-2 能源间接 (范围2) 温室气体排放	90	--	--
GRI 305-3 其他间接 (范围3) 温室气体排放	90	--	--
GRI 305-4 温室气体排放强度	90	--	--
GRI 305-5 温室气体减排量	11, 47-48	--	--

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	19-21	--	7, 8, 9
GRI 306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	45, 49-51	--	--
GRI 306-2 废弃物相关重大影响的管理	45, 49-51	--	--
GRI 306-3 产生的废弃物	91	--	--
GRI 306-4 从处置中转移的废弃物	12	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	49-51	--	--
GRI 303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	49-51	--	--
GRI 303-2 管理与排水相关的影响	49-51	--	--
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	49-51	--	--
GRI 303-5 耗水	49-51, 90	--	--

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 304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	50	--	--
GRI 304-3 受保护或经修复的栖息地	82	--	--

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	19-21	--	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	63-64	--	--
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	63-65	--	--
GRI 204-1 向当地供应商采购的支出比例	91	--	--

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	19-21	--	4, 5, 6
GRI 405-1 管治机构与员工的多元化	72-74	--	--

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 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	19-21, 76	--	--
GRI 403-1 职业健康安全管理体系	76	--	--
GRI 403-2 危害识别、风险评估和事故调查系	75-76	--	--
GRI 403-3 职业健康服务	77-78	--	--
GRI 403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	79	--	--
GRI 403-5 工作者职业健康安全培训	76-78	--	--
GRI 403-6 促进工作者健康	76-78	--	--
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	76-78	--	--
GRI 403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	76-78	--	--
GRI 403-9 工伤	75-76	--	--
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	19-21	--	--
GRI 404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	69-71	--	--
GRI 404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	69-71	--	--
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	19-21	--	--
GRI 201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	78	--	--

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	19-21	--	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10

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 205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	24-25	<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	24-25	2022 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	19-21	--	--
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	--	2022 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	19-21	--	--

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	19-21	--	--



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



我们接受委托，对华晨宝马汽车有限公司（以下简称“贵公司”）2022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2022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2022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：

- 整车产量（台）
- 授权经销商网点数量（个）
- 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）
- 可再生能源电力占比（%）
- 单台生产二氧化碳排放量（吨/台）
- 能源消耗总量（兆瓦时）
- 单台生产能源消耗量（兆瓦时/台）
- 单台生产挥发性有机化合物排放量（千克/台）
- 水资源消耗总量（立方米）
- 单台生产水资源消耗量（立方米/台）
- 单台生产工艺废水排放量（立方米/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）
- 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（%）
- 事故率（每百万工时）
- 人均培训天数（天/人）
- 人力资源部组织的培训天数（天）
- 培训满意度（%）
- 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）



我们的鉴证工作仅限于宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2022 年度关键数据，宝马集团中国可持续发展报告中所披露的其他信息、2021 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 2022 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 2022 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。

管理层的责任

按照编报基础编制 2022 年度可持续发展报告关键数据是贵公司管理层的责任。这种责任包括设计、执行和维护与编制可持续发展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 2022 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 2022 年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2022 年度关键数据是否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 2022 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。在我们的工作范围内，我们仅在贵公司北京办公室、铁西工厂、大东工厂、动力总成工厂及里达工厂开展工作。我们所实施的工作包括：

1. 与贵公司参与提供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；
2. 实施分析程序；
3. 对选定的可持续发展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 2022 年度宝马集团中国可持续发展报告中选定的 2022 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

本报告仅向贵公司管理委员会出具，而无其他目的。我们不会就本报告的内容向任何其他人士承担任何责任。

普华永道中天会计师事务所

(特殊普通合伙)

中国上海市

2023 年 6 月 5 日

关键数据编报基础

整车产量 (台)	华晨宝马生产的宝马汽车的年度总量。
授权经销商网点数量 (个)	截至当年年底, 在中国大陆获授权的在运营经销商网点数目, 包括宝马汽车, MINI 汽车及劳斯莱斯汽车的经销商网点, 但不包括宝马摩托车的经销商网点。
境内乘用车生产企业平均燃料消耗量 (升/百公里)	宝马集团中国当年为中国大陆市场销售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2023年4月10日发布的《关于2022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)	宝马集团中国当年为中国大陆市场销售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2023年4月10日发布的《关于2022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)	宝马集团中国当年为中国大陆市场销售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)	宝马集团中国当年为中国大陆市场销售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, 不包括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》。
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)	宝马集团中国当年为在中国大陆市场销售而生产的和进口的汽车在上游产业链、使用过程及报废过程的二氧化碳排放量, 以及运输物流、员工通勤及公务出差产生的间接二氧化碳排放量之和。上游产业链的排放及报废过程的排放基于生产线上代表车型的碳足迹计算得出, 推算模型为 Sphera 的产品生命周期模型 GaBi。物流的排放是按照实际运输方式和区域, 并采用国际 GLEC 框架 V2.0, CleanCargo和 DIN EN 16258 中相应的排放因子计算得出。使用过程的排放基于当年宝马集团中国为中国大陆市场销售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 VDA900-100) 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生产基地的交通出行。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。
单台生产二氧化碳排放量 (吨/台)	华晨宝马工厂单台生产所产生的二氧化碳排放量, 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消耗能源所产生的二氧化碳。
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。
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, 包括外购电力、外购热力及天然气。
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。
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。
水资源消耗总量 (立方米)	华晨宝马工厂年度生产消耗新鲜水的总量。
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水资源, 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水资源消耗。

单台生产工艺废水排放量 (立方米/台)	华晨宝马工厂单台生产所产生的工艺废水排放量。
废弃物总量 (吨)	华晨宝马工厂生产活动产生的废弃物总量, 包含非危险废弃物和危险废弃物的处置量与循环利用量。循环利用包括回收再利用和燃烧发热回收。
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非危险废弃物总量, 包含非危险废弃物处置量与循环利用量。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危险废弃物总量, 包含危险废弃物处置量与循环利用量。循环利用包括回收再利用和燃烧发热回收。
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。
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。
人力资源部组织的培训天数 (天)	当年人力资源部组织的LRG (学习资源指南) 培训及部门培训的总天数。

简介	基本原则	产品与出行解决方案	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
人均培训天数 (天/人)	员工参与人力资源部组织培训的人均天数。					
培训满意度 (%)	参加人力资源部培训的员工对培训的平均满意度。					
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的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 企业志愿者协会在中国大陆地区组织的企业志愿服务活动的志愿者总人数。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
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>

