



企业社会责任报告 2022





关于本报告

时间范围

本报告为年度报告，时间跨度为2022年1月1日至2022年12月31日，为提高报告完整性，部分数据超出上述范围。

组织范围

本报告内容覆盖上汽大众汽车有限公司总部及各工厂，为便于表达，报告采用“上汽大众”“公司”等代指本公司。

参考标准

本报告参照全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告编写标准》及《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-ESG 5.0)》编写。

数据说明

本报告所引用的历年数据为最终统计数据，财务数据如与年刊有出入，以年刊为准；财务数据以人民币为标准，特别说明除外。

保证方法

本报告涉及财务数据符合国家颁布的《企业会计准则》和相关会计制度，并按照《中国内部审计准则》进行审计，真实反映企业财务指标、经营状况。报告经过企业内部审核，并聘请报告评级机构给予指导和评价，保证报告真实、准确、完整。

语言版本和索取

本报告分中英文两种语言版本，以电子版形式提供。您可登录企业官方网站获取企业社会责任的更多信息。

卷首语

2022注定是不平凡的一年，面对复杂严峻的市场形势及经济下行的压力，上汽大众以勇毅前行之姿，应对外部万变之势，持续推进可持续体系建设，用行动响应国家号召，在电动化、智能化的浪潮中加速前进，展现出强大的发展韧性和发展动力，为中国汽车产业转型升级、构筑低碳社会注入新动能。

上汽大众积极响应“十四五”规划对数字化和高品质可持续发展的部署，在保持企业稳步成长的同时，秉持“创造价值 负责任 创新进取 可持续”的价值观，携手全价值链伙伴共同推进CSR2025战略，致力于打造值得信赖、最具价值、富有创新精神的汽车合资企业。2022年，公司不断完善风险与合规管理体系(GRC)建设，夯实企业治理基础。此外，上汽大众进一步完善建立风控流程一体化系统(RCPIS)，已基本完成系统开发和用户UNAT测试，并进行用户首轮操作培训，持续提高公司合规管理水平。

上汽大众始终坚信员工是企业实现可持续发展的关键

因素。2022年，公司全面落实双通道人才培养体系建设，为员工定制赋能课程，聚焦数字化能力、专业能力、管理能力等多方位能力提升，为公司源源不断地培养复合型人才。2022年，上汽大众连续17年荣膺“中国杰出雇主”奖项，彰显企业品牌认可度。同时，作为中国汽车行业的领先企业，上汽大众肩负着行业的时代使命，将可持续发展实践贯穿于公司生产与运营当中，与合作伙伴共建可持续价值链，共同推动汽车行业可持续变革。

饮水思源，彰显企业担当。在CSR 2025战略的指导下，上汽大众坚持推进可持续发展战略，在企业高速发展的同时，从紧急救助、乡村教育、文体事业等多个领域开展公益活动，用实际行动回馈社会。2022年，作为上汽大众在教育公益领域的标志性项目，“繁星计划”迎来“从硬件提升到软件赋能”的全面升级，以STEM(科学、技术、工程和数学教育)教育为着力点，通过课程研发、课程试讲、教师培训等多重措施，赋能祖国的未来之星。目前，上汽大众“繁星计

划”累计捐赠超1,600万元，援建11所希望学校，以实际行动不断增强企业社会贡献力。

人类是生态链的一环，人类的生活也离不开舒适健康的自然环境和丰富多样的地球“邻居”。为积极响应国家“碳达峰”和“碳中和”的“3060”承诺，上汽大众一直致力于建设资源节约型、环境友好型企业，以“零碳之路”为目标助力社会实现脱碳，持续推进绿色运营。从纯电动产品、环保技术创新到“环境零影响”绿色工厂，上汽大众多措并举，用实际行动助力“双碳战略”。相比2021年，上汽大众二氧化碳排放量同比减少27.6%，废水排放量同比减少8.9%。

日月更迭，时光荏苒，新的一年，征途已在路上。上汽大众始终饱含初心，将继续从用户出发，围绕真实的用车场景，打造更加年轻化、科技感的产品，和更加便捷、专业的服务。此外，上汽大众将深耕社会责任，落实可持续发展政策，助力汽车行业智能化、网联化发展，促进人类社会的可持续发展和不断进步。

目录 CONTENTS

关于上汽大众 4

责任专题 8

社会责任战略 9

2022年大事记 73

关键绩效表 75

重要荣誉 77

指标索引 79



稳健经营
夯实治理基础

合规与风险防控 13

反腐败 15

保障信息安全 15

知识产权保护 15



创新驱动
推动产品升级

卓越品质保障 17

带动行业发展 24

智能车联生活 28



绿色发展
共创环境友好

绿色管理体系 33

助力绿色出行 35

打造绿色工厂 38

构筑绿色产业链 43



暖心职场
助力员工成长

保护员工权益 46

职业健康与安全 48

人才培养与发展 51

员工关爱 56



共融共建
携手伙伴共赢

供应链管理 60

经销商协同 61

提供贴心服务 64



公益行动
实现共同富裕

社会紧急救助 68

教育公平发展 69

助力文体发展 70

员工志愿者活动 71

助力乡村振兴 72

关于上汽大众

企业简介

上汽大众汽车有限公司（简称“上汽大众”）是一家中德合资企业，由上汽集团和大众汽车集团合资经营，是国内历史最悠久的汽车合资企业之一。1984 年 10 月，中德双方在北京人民大会堂共同签署了《合营合同》，中德双方投资比例各为 50%（上汽集团 50%、德国大众 38%、大众中国 10%、斯柯达汽车 1%、奥迪汽车 1%），合营期限 25 年。2002 年 4 月，股东双方签署了合营合同延长协议，将合营期限延长 20 年至 2030 年。

经过 39 年自我积累和滚动发展，上汽大众注册资本已从最初的 1.6 亿元人民币增加到 115 亿元人民币；总资产由 9.8 亿元人民币增长到 1,234.9 亿元人民币；员工人数近 3 万人。公司总部位于上海安亭，并先后在南京、仪征、乌鲁木齐、宁波、长沙等地建立生产基地。目前公司已形成 6 大生产基地包含 2 个动力总成厂、1 个电池工厂和 1 个技术中心的 生产布局，累计产销量超 2,600 万辆。

目前，上汽大众生产并销售大众、奥迪和斯柯达三个品牌共计 30 多款产品，覆盖 A0 级、A 级、B 级、C 级、SUV、MPV 等不同细分市场。公司还积极进军新能源汽车市场，已推出途观 L 插电混合动力版、帕萨特插电混合动力版，以及基于大众汽车集团 MEB 平台打造的 ID.4 X、ID.6 X、ID.3、奥迪 Q5 e-tron 等纯电动汽车。

在产品研发方面，经过多年的探索与实践，上汽大众培养了一支高效率、高素质的研发队伍，建立了功能完善、具备国际水平的技术中心，包括位于上海安亭国内首个国际标准的乘用车专用综合性试车场、位于新疆吐鲁番的全球最大极热干旱综合性试车场，以及造型中心、试制中心、零部件试验中心、碰撞中心、排放试验中心、声学试验中心、电磁兼容中心等研发配套设施；公司形成了能充分满足中国用户出行需求、创造最佳客户体验的整车研发能力，及在新能源、智能驾驶和移动在线服务领域的技术创新能力。目前，上汽大众已参与到大众汽车集团产品研发，并开展了一系列车型的国际联合开发、本土自主开发工作。

在质量管理方面，公司秉持“质量是上汽大众的生命”这一理念，建立了贯穿于整个产品生命周期的全过程质量管理体系，覆盖了整个业务链，并延伸到供应商体系。凭借在质量管理方面的优异表现，公司荣获了“全国质量奖”“上海市市长质量奖”等质量领域的重量级奖项。

在营销服务方面，上汽大众经过多年的发展和完善，建设了广泛的销售与售后服务网络，为全国各地客户提供专业、便捷的服务。同时，公司持续关注客户体验，致力于提升用户满意度。大众品牌“WeCare 大众关爱”与斯柯达品牌“Human Touch 真心呵护”为客户提供了更具针对性、更专业的服务体验。面对消费者需求的升级，上汽大众加速拓展全新的营销与服务生态，以多种直联方式与线下渠道联动，为用户实现互通的闭环体验。大众品牌以纯电产品 ID. 家族为契机，构建全新的代理制营销模式。目前，ID. Store 新零售业态正稳步推进，200 多家 ID. Store 已陆续登陆全国 88 个重点城市的核心商圈，与网络内现有的 1,000 家 4S 店特许经销商、快速发展的卫星店、交付中心等形态一起，形成以 4S 形态为主，多形态互相补位的大众品牌复合型渠道形态；上汽奥迪自品牌亮相以来，渠道布局与服务也在持续发展与迭代升级。上汽奥迪通过线上构建完整的、人性化的数字服务生态系统，线下构建全国规模最大的旗舰品牌中心“奥迪进取汇”、三大核心城市的生活体验中心“奥迪之城”，以及遍布全国已开业的 108 家奥迪都市店，打造以用户为核心的实体电商生态体验。

在社会责任方面，上汽大众致力于成为可持续的企业公民。基于国家碳达峰路径和大众汽车集团“goTOzero”理念，上汽大众致力于推动全价值链和全过程的二氧化碳减排、实现“环境零影响工厂”目标。目前安亭基地已实现 100% 使用可再生电力并实现效能提升，并积极推动从生产到产品全价值链的绿色行动，注重新能源技术的研究和开发，实现可持续发展。

同时，公司积极践行回报社会、造福社会的理念，广泛参与教育、环境、安全、社区和紧急救灾等领域的社会公益事业，开展包括希望学校建设、素质教育支持、生态环境保护、社区和谐共建等在内的公益项目。此外，公司凭借在企业文化建设、人才培养与管理机制等方面的创新实践，连续第十七年荣膺“中国杰出雇主”认证。

面对中国汽车市场的转型升级，上汽大众将在公司“共创 2025”战略引领下，在新产品开发、新能源汽车和智能网联等领域不断突破创新；并将始终以市场为导向，提升用户满意度，努力成为“值得信赖、最具价值、富有创新精神的汽车合资企业”。

关于上汽大众

2022重点车型 >>>>>>

大众品牌

凌渡 L



凌渡 L 于 2022 年 3 月底上市，采用新一代设计语言，以颠覆性的造型设计展现火辣轿跑格调，是一辆极具运动风范的高颜值智能轿车，深受年轻消费者青睐。其具备无框 4 车门、掀背式大尾门、10.2 吋 +12 吋悬浮式双联屏等豪华轿跑同款元素；基于 MQB EVO 数字智能架构打造，IQ. 智慧车联、IQ. Drive 智驾管家令智能化水平大幅提升。

新威然



新威然于 2022 年 3 月上市，基于 MQB-EVO 数字智能架构进化而来，配置广泛升级，更好看、更好开、更好坐，满足多人用车的多场景消费需求。其美学理念，重塑当代 MPV 优雅格调与豪华美学，内饰多处采用了悬浮式设计，增加风尚气息。升级智慧车联与驾驶辅助系统，带来更高效、数字化的驾乘体验，进一步彰显“宜乘宜驾”的豪华 MPV 特性。

新朗逸



新朗逸于 2022 年 6 月上市，采用“双前脸”造型策略，经典前脸 + 星空前脸带来更个性化的选择，内饰品质与舒适性也显著升级，撬动更广泛的消费圈层。10.25 吋液晶仪表 +12 吋悬浮式中控屏、IQ. 智慧车联及丰富的驾驶辅助功能令出行更舒适、便捷，展现“国民家轿”的全面实力。

全新途昂 X



全新途昂 X 于 2022 年 9 月上市，作为上汽大众豪华旗舰 SUV，全新途昂 X 凭借独特美学设计的造型、多项最新大众 IQ. 科技、超越同级的豪华奢享大空间，再加上大众品牌强劲输出的 2.5T V6 涡轮增压发动机，成为消费者选购高端大 5 座 SUV 的新选择。

奥迪品牌

奥迪 Q6



奥迪 Q6 定位于“硬悍豪华全尺寸 SUV”，将中国经典神话意象融入纯正德系豪华品牌家族化设计语言。作为奥迪品牌唯一可选航空级行政座椅的 6/7 座车型，奥迪 Q6 为享受都市精致生活、热衷于探享山河壮阔的用户，提供理想出行之选。

斯柯达品牌

柯迪亚克



柯迪亚克是斯柯达 SUV 战略的首款车型，也是斯柯达品牌的旗舰 SUV。2022 年全面焕新升级的全新柯迪亚克是为喜欢自驾游、露营等健康的生活方式，更注重品质与实用价值的懂车之人量身打造的高品质德系 SUV。凭借流晶精致设计、多元质感空间、情感智联科技、德系精敏驾控、实时无忧安全五大产品亮点，为用户带来高品质 SUV 体验。

助力联合国2030可持续发展目标实现

联合国可持续发展目标 (SDGs) 的全面实现是全人类共同努力的目标。2016 年，随着《中国落实 2030 年可持续发展议程国别方案》的发布，为中国各界落实可持续发展议程提供了行动指南。上汽大众凭借技术和资源优势，积极发挥可持续发展影响力，助力联合国可持续发展目标的推进。

2022年上汽大众行动		
1 无贫穷 	目标一：无贫穷 在全世界消除一切形式的贫困	开展扶危助困公益活动，助力乡村振兴 援助对口帮扶地区基础设施建设
3 良好健康与福祉 	目标三：健康与福祉 确保健康的生活方式，促进各年龄段人群的福祉	升级完善员工医疗健康服务，开展工伤预防宣传活动和教育急救培训 支持社会紧急救助活动，开展“爱心搭电”、专职消防队社会救援等多项社会救助活动，助力社会稳定发展
4 优质教育 	目标四：优质教育 确保包容和公平的优质教育，让全民终身享有学习机会	积极推进教育公益项目”繁星计划“的推进，为学校提供更加丰富的教学资源、设备和优质的教学环境，为贫困地区学生提供教育支持，让乡村学生享受优质的科学教育 为员工量身定做培训体系，助力员工持续提升能力与职业价值 公司发挥研发和平台优势，积极开展校企合作，为行业提供专业技能人才支撑
5 性别平等 	目标五：性别平等 实现性别平等，增强所有妇女和女童的权能	公司坚决反对一切形式的职场歧视、骚扰、强迫、威胁和暴力行为，建立完善的人力资源管理与制度体系，坚持男女同工同酬，致力于打造公平的职场环境
6 清洁饮水和卫生设施 	目标六：清洁饮水和卫生设施 为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理	积极优化水资源管理工作，不断创新管理办法，探索水资源循环利用方式，提高公司水资源利用率 对生产过程中产生的污染物和废弃物进行严格管控，基地内设立废水处理站，保证废水、废气经处理达标后排放
7 经济适用的清洁能源 	目标七：经济适用的清洁能源 确保人人获得负担得起的、可靠和可持续的现代能源	大力发展清洁能源设施，在各基地推动清洁能源供电，打造绿色工厂。其中，安亭工厂实现100%可再生电力生产，其他厂区持续推进光伏发电项目，利用太阳能电池半导体材料的光伏效应，向厂区直接供电
8 体面工作和经济增长 	目标八：体面工作和经济增长 促进持久、包容和可持续经济增长，促进充分的生产性就业和人人获得体面工作	优化加强“双通道”建设，加强领导力培训与业务实践的结合，为员工提供更好的职业发展方向 奉行公开、公平、平等的用工政策，为所有员工提供平等的工作机会，提供有竞争力的薪酬，打造富有吸引力和可持续的人才发展与薪酬体系

2022年上汽大众行动		
	目标九：产业创新和基础设施 建造具备抵御灾害能力的基础设施，促进具有包容性的可持续工业化，推动创新	深入技术创新和新能源产品研发，推进智能化、网联化升级转型，实现技术持续进步。2022年，上汽大众在MEB平台新功能开发、自动驾驶、智能驾驶等方面均取得突破
	目标十：减少不平等 减少国家内部和国家之间的不平等	营造多元化平等的工作环境，为员工提供平等的雇佣机会，保证不因民族、种族、国籍、宗教信仰、性别、年龄、残疾、婚姻状况等产生任何歧视
	目标十一：可持续城市和社区 建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区	上汽大众以ID.Store为平台，通过体验式空间布局、ID.实车亮点展示、MEB智能工厂虚拟体验等形式，构建年轻化、数字化的服务，助力打造可持续绿色出行模式。同时，公司通过优化汽车产品的安全性能助力安全社区构建 积极参与支持各类文化事业和产业发展，参与先进文化传播 设立青年志愿者队伍，积极开展志愿活动
	目标十二：负责任消费和生产 采用可持续的消费和生产模式	重视供应链践行社会责任，严控供应链劳工和环境准则，努力打造绿色供应链 坚持打造完善的质量管理体系，不断提升各项安全技术，保护消费者的驾驶安全 公司秉承在全价值链推进绿色行动的精神，通过布局零排放产品、践行零影响生产，探索产品拆解回收等方式，推动全生命周期的绿色低碳
	目标十三：气候行动 采取紧急行动应对气候变化及其影响	上汽大众积极应对气候变化，科学制定减排路线，持续推动“零碳之路” 公司建立全面的环境管理体系，采用清洁能源，降低资源消耗、减少污染物排放、践行绿色物流，着力建设绿色工厂
	目标十五：陆地生物 保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统，可持续管理森林，防治荒漠化，制止和扭转土地退化，遏制生物多样性的丧失	上汽大众在工厂建设、运营过程中注重保护生物多样性。同时，公司开展志愿者生物多样性保护活动，帮助员工在探索生物多样性的过程中提升生物多样性保护意识
	目标十七：促进目标实现的伙伴关系 加强执行手段，重振可持续发展全球伙伴关系	上汽大众秉持负责任采购原则，不断展开积极沟通、责任培训，提升供应商合作伙伴履责能力，共同推进全社会的可持续发展

责任专题

联结用户 打造可持续出行新模式

在联合国可持续发展目标 (SDGs) 和我国“碳达峰、碳中和”承诺的指引下，可持续的绿色生活方式走向主流。

上汽大众聚焦新一代消费者所思所想，通过多样渠道增加用户触点，构建年轻化、数字化的服务体验，助力不同用户探索可持续绿色出行方式。公司以大众品牌 ID. 家族上市为契机，以 ID.Store 为平台，通过体验式空间布局、ID. 实车亮点展示、MEB 智能工厂虚拟体验等形式，为用户提供全方位纯电产品出行体验。同时，上汽大众积极推进新能源“店中店”设计，通过引入 ID. Zone 的新概念，采用个性化专区布置，帮助新能源车消费者快速、精准锁定意向产品，并得到专业、专属的服务，让电动汽车走入更多人的生活。

面向新能源车主，上汽大众不断精进用户服务，助力用户绿色出行。当前，ID. 纯电系列的充电地图已经全面对接国内主流充电运营商，基本覆盖全国所有地级行政区，2022 年发布的智选充电 2.0 基于用户评价与大数据进一步提升充电用户体验。此外，上汽大众正在加速建成 ID. Store 的快充服务，方便车主轻松补能。三季度，大众品牌智能墙盒及安装进度查看功能上线，家充服务更智能、更贴心。2022 年，上汽大众首次创办 ID. Day 车主体验活动。车主们走进投资 170 亿元的上汽大众新能源汽车工厂，近距离参观 1400+ 台机器人的精工细作，如电池涂胶、高速冲压、在线测量等，全方位体验车辆的智能低碳。

自 ID. 纯电系列推出以来，车主总行驶里程已超过 7 亿公里，累计碳减排超 25,000 吨。

为了进一步满足用户对高端出行需求和精神价值追求，上汽奥迪围绕圈层兴趣打造车主俱乐部——“上奥派”，作为上汽奥迪车友的大本营，“上奥派”集结志同道合、热爱生活的车主，以车会友，建立车主与车主、车主与品牌之间沟通的桥梁。“上奥派”将推出各种中心与区域相结合的车主权益活动，携手用户体验祖国大好河山的人文与美景，深度诠释品牌进取精神，提升车主在上奥大家族的归属感与荣誉感，共同见证上汽奥迪“新四圈”中社交圈、生活圈的个性化延展。

未来，上汽大众将持续探索绿色出行解决方案，拥抱未来科技，以诚意与活力回馈用户，推动汽车行业向更环保、更智能方向发展，与用户共同绘制充满前景的可持续绿色出行蓝图。

2022 年，上汽大众 ID.4 X 获评“2022 中国年度环保车”



社会责任战略

CSR2025战略框架

为响应上汽大众“共创 2025”战略与联合国 2030 可持续发展目标，持续管理和推进公司可持续发展相关工作，2020 年上汽大众发布了 CSR2025 战略。通过对公司可持续发展工作的全面梳理，CSR2025 战略从基础责任和公益项目两方面入手，通过提升企业内部治理能力和优化升级社会责任相关公益项目，引领公司成为负责任的企业公民。2022 年，上汽大众严格遵照 CSR2025 战略，在合规经营、产品、零碳之路、员工、伙伴责任和社会公益方面持续推进相关工作，在企业内部和外部积极践行社会责任，创造社会价值。



社会责任战略

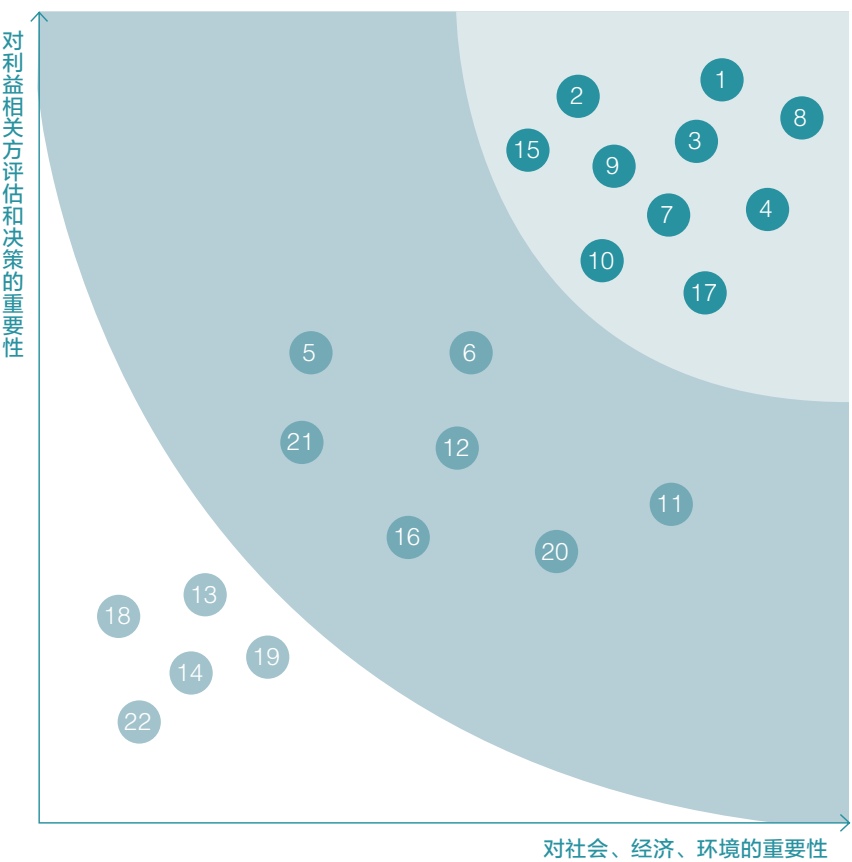
完善管理机制

为提高公司社会责任业务管理水平，上汽大众不断对责任管理机制进行升级。公司分别设置了企业社会责任决策机构和执行机构。决策机构围绕基础责任和公益责任，统筹公司履责发展方向；执行机构覆盖全部业务部门，通过协调员辅助各部门在日常工作中共同推进履责工作。

同时，上汽大众也十分重视社会责任知识普及与宣传，针对各部门社会责任业务开展知识培训活动，提高履责意识与能力。在管理层面，通过与各个部门访谈沟通，将职能部门的工作与 CSR 业务板块有机结合，以更好地完成行动及目标。2022 年，上汽大众还开展了 4 次 CSR 专项培训，对员工的社会责任能力与意识进行全面提升。

实质性议题分析

为更好地把握不同可持续发展议题对公司和各利益相关方的重要性，识别上汽大众履行企业社会责任的重点议题和内容，提升企业社会责任管理能力，公司开展了实质性议题分析。通过识别利益相关方、搜集整理利益相关方关注的议题、开展可持续发展背景分析、选择国际通用的可持续发展及社会责任评估标准和指南进行对标，在合规经营、产品、零碳之路、员工、伙伴责任、社会公益 6 个领域，共筛选出 22 个对公司发展和对利益相关方都具有重要影响的实质性议题。



上汽大众社会责任实质性议题矩阵

合规经营	产品
1. 保证依法合规	4. 产品质量保证
2. 加强风险控制	5. 提高研发能力
3. 稳健经营	6. 满足不同市场需求
零碳之路	员工
7. 推出绿色环保产品	11. 保护员工权益
8. 应对气候变化	12. 保障健康与安全
9. 减少废弃物排放	13. 帮助员工成长
10. 资源高效与循环利用	14. 关心员工生活
伙伴责任	社会公益
15. 责任采购	18. 支持青少年教育
16. 与产业链共同发展	19. 倡导交通安全
17. 完善客户服务	20. 生态保护
	21. 助力乡村振兴
	22. 支持文体发展



社会责任战略

利益相关方沟通

上汽大众将利益相关方沟通放在重要位置，在经营发展过程中积极地与利益相关方建立有效的沟通机制，切实履行可持续发展理念，主动倾听利益相关方的诉求并精准回应其诉求，携手相关方实现共同发展。

利益相关方	关注议题	回应方式	2022年重点举措
政府与监管机构	• 守法合规经营 • 响应国家政策 • 发挥行业带动作用 • 促进社会和谐发展	• 遵守国家法律法规制度 • 充分发挥企业资源优势 • 提升行业整体水平 • 不断完善履责能力	• 依法纳税，接受监督 • 合规经营，推动行业发展 • 强化本地化经营
股东	• 信息披露透明 • 持续创造价值 • 完善的风险管理	• 规范公司管理 • 不断深化战略推进，打造企业优势	• 完善治理，优化风控与合规(GRC)体系 • 稳定经营 • 股东会议、工作汇报
消费者与客户	• 创新产品满足客户需求 • 优秀的售后服务	• 了解需求，持续提高基础能力 • 丰富产品种类，完善产品质量 • 不断提升服务质量，保护客户隐私	• 提供高品质产品与服务 • 洞察消费者需求，创新研发 • 提升客户关系管理 • 开展客户满意度调查
环境	• 有效利用资源 • 节能减排 • 废弃物有效利用	• 推进绿色生产 • 推出环保产品 • 建立回收体系	• 优化环境管理体系 • 打造绿色工厂 • 研发绿色产品，推出新能源汽车产品 • 绿色物流与办公 • 汽车部件回收

利益相关方	关注议题	回应方式	2022年重点举措
员工	• 保障合法权益 • 职业健康安全 • 优化薪酬福利 • 与员工共同发展	• 遵守法律法规，保障员工基本权益 • 完善职业健康与安全措施 • 提供有竞争力、可持续、绩效优先、薪酬福利，员工能力建设，建立职业发展体系	• 保障合法权益 • 完善薪酬福利体系 • 安全、健康的工作环境 • 建立多元沟通机制 • 职业发展渠道与全面的培训体系 • 开展员工关爱活动
供应商与经销商	• 规范采购流程，良好的竞争机制 • 产业链伙伴实现互利共赢 • 推动行业发展	• 制定供应商筛选政策，公平采购 • 供应商培训和交流 • 经销商支持	• 公平竞争，严格审核与管理 • 签署供应商责任承诺 • 支持能力建设与责任培训 • 推广可持续发展理念
社会	• 关怀下一代发展 • 保护环境 • 帮扶弱势群体 • 社会发展	• 青少年教育 • 关注生态环境 • 社区建设 • 文体活动支持 • 志愿活动	• 支持教育事业发展 • 支持文体事业发展 • 开展环保公益活动 • 支持弱势群体发展 • 开展员工志愿活动

01

稳健经营 夯实治理基础

上汽大众将公司的卓越治理视为稳健发展的重要基石，持续优化公司治理机制，提升公司治理水平，积极打造符合合规经营原则和商业道德标准的企业文化，将可持续发展理念融入公司企业社会责任战略，助力企业实现高质量可持续发展。





合规与风险防控

完善的合规和风控体系是强化公司内部监督、防范企业风险的必要保障。上汽大众致力于通过健全合规管理体系架构、制定合规和风险管理制度、强化合规培训等方式，持续提高合规管理水平，促进公司稳健、可持续发展。

合规管理

上汽大众遵守所有适用的法律法规，结合业务场景识别和风险评估，积极完善风险与合规管理体系(GRC)建设。同时公司专设合规指导委员会，承担主要的合规监督职责，充分发挥公司高层管理人员的领导力以推动各类合规工作和建设。

2022年，公司聚焦数据分类分级、数据出境、个人信息保护等数据合规领域，制定并更新《汽车数据分类分级管理规定》《汽车数据出境合规管理规定》《产品和平台数据安全管理制度》等一系列合规管理制度，同步推进合规风险管理、合规调查、合规培训，实现各业务环节合规运营，保障公司稳健运行。

我们重视合规文化宣传，持续提升全体员工的合规意识，加大对员工的合规宣贯。2022年合规部共展开了13次合规培训，总培训超过1,200人次。此外，合规部还组织重点部门开展合规考试、经理合规测评等活动，使员工充分了解和个人的合规义务，确保合规意识融入到每一位员工的行为习惯中。2022年，公司合规培训目标人群覆盖率达100%，合规培训测试通过率达94%。



合规部共展开
13次
合规培训



总培训
1,200+ 人次



合规培训目标人群
覆盖率
100%



合规培训测试
通过率
94%

稳健经营 夯实治理基础



案例：“合规知识分享”活动

为提升员工合规意识，引导规范员工行为，合规部设计开展每周一次的“合规知识分享”。活动抓取最新的合规热点和动态，通过电子邮件将“合规知识分享”推送给所有R1部门合规促进员，并且设计了问答环节和小礼品以调动大家的积极性，鼓励合规促进员将邮件在部门内部传播。2022年，公司共推送了47次“合规知识分享”，内容丰富多样，涵盖多个合规重点领域，得到了业务部门的积极响应。

未来，公司将继续巩固组织架构，优化运行机制，进一步确立各项合规运行机制的目的、内容和交付物，探索合规审查机制与业务的触点。同时继续加强文化建设，抓好合规培训与合规宣传工作，提升培训的效率和效果，拓展合规宣传渠道。

风险管理

风险管理强调对各个业务层面的不确定性的把控，为精准的进行风险管控，公司指导业务部门建立完善的风险识别和应对机制，将风险管理体系分为风控目标、范围和准则、评估和应对、记录 and 报告、外部审计的监控评价五部分分类管理，以管理业务领域面临的不确定性。2022年，上汽大众探索开发的RCPIS风控流程一体化系统与用户UAT测试已基本完成并完成用户首轮操作培训。

风险管理体系五部分分类管理



风控目标



范围和准则



评估和应对



记录和报告



外部审计的
监控评价

2022年，上汽大众积极开展风险调研和风险管理流程审计工作。公司对长沙工厂与新成立的SVI部分（新能源车销售）进行业务风险梳理，识别及评估，初步建立完整的风险控制体系，同步完善公司风险库并重新优化内部控制手段，提高风险受控率。此外，公司接受德国大众委托第三方机构进行的重大风险管理流程审计，高质量完成各项工作，其中股东方审计反馈重大风险管理流程完整，目前不存在需要改进的领域。

除了风险调研和审计工作，上汽大众还不断推进风险管理培训。根据业务需求，公司在年度风险回顾工作开展前，对参与部门的各风险联络员进行风险管理培训；根据RCPIS系统的上线进度要求，对所有分派系统角色的员工进行系统操作培训。2022年，上汽大众风险管理培训覆盖率达100%。



风险管理培训覆盖率达

100%

未来，公司将聚焦车联网专题，经销商风险评估等业务主题开展风险管理专项评估工作，同时计划编写季度行业风险报告，为高级管理层提供行业与公司内外部风险资讯，不断提升风险管理和控制能力。

稳健经营 夯实治理基础

反腐败

上汽大众遵守诚实守信、廉洁自律的商业道德，严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，制定并严格落实《反垄断指南》《个人信息保护指南》《经理人员问责管理办法》，并针对各类商业活动中可能出现的贪腐舞弊行为采取严格管理措施，以更有效地保护企业和员工的基本权益。

保障信息安全

随着《中华人民共和国网络安全法》的深化，《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）》的实行，上汽大众继续加强安全体系建设与能力建设，满足各方对于网络安全和数据安全的要求。从系统建设、人员培训、考核机制三个方面完善安全技术措施，保证同步规划、同步建设、同步使用。更新并发布了《个人信息保护管理规定》及实施指南。

2022年，上汽大众不断提升数据安全保障能力，按照国际信息安全管理体系ISO27001的要求对公司的信息安全工作进行规划、落实、审核和优化，逐步完善的数据

安全管理制度体系，覆盖全流程管理、分类分级、应急处置、风险评估、个人信息权益保护。同时，公司积极开展数据安全风险评估、数据安全能力认证、数据安全检查测评、数据安全合规审计、网络安全等级保护测评等各项评估测试，验证数据保障措施的安全性。2022年10月，上汽大众成功通过了ISO27001信息安全体系复审认证，并积极开展与公安机关、国家应急中心和上汽集团协同合作，研究网络威胁预防和处置的最新技术。

为不断提高专业人员的技术水平和能力，上汽大众通过培训、宣传和指导工作，深化公司员工对安全法规的理解，加强员工网络安全意识。利用钓鱼邮件测试提高员工安全意识和技能，结合理论与实践共同增强公司员工、第三方服务人员的信息安全意识。公司多次参加上海市委网信办、上汽集团、通管局举办的网络安全竞赛和演练并取得优异成绩。2022年，上汽大众积极组织和推动员工参加上汽集团全员安全培训，公司整体安全培训完成率达到99.71%。



同时，公司积极参与各类政府安全检查和防护活动，满足政府对于网络安全与数据安全的要求，在实践中提升安全防范意识与安全保障能力。8月，上汽大众通过工信部进行数据安全风险排查。9月，上汽大众通过上海市通信管理局进行的车联网网络和数据安全检查。另外，在3月和10月上汽大众圆满完成全国两会和二十大重保期间的安全防护工作。未来，上汽大众将继续按照国家网络和数据安全的各类法规要求，积极推进ISO27001信息安全体系的建设，不断完善公司的信息、数据、网络安全管理水平，降低公司的安全风险，以切实行动赢得社会与客户的认可。

知识产权保护

上汽大众将自主创新和知识产权保护作为商业战略的核心，制定《知识产权管理规定》《商标管理规定》等多项知识产权管理制度，全面保护企业的专利、商标、域名等多领域知识产权。同时，我们不断完善知识产权管理架构，为上汽大众在知识产权风险管理、运营等事务上提供保障。公司明确划分各部门在知识产权工作方面的职能职责，由法律事务部门组织协调、管理工作，由各业务和职能部门协助工作开展，提升公司在知识产权领域的工作效率，保障公司合法权益。

02

创新驱动 推动产品升级

在“新四化”和万物互联的时代背景下，上汽大众着眼技术创新，聚焦行业前沿技术，为消费者提供更安全、更智能的产品和服务。同时，我们不断挖掘多元用户的消费需求，为用户创造多元化、个性化的出行体验。



创新驱动 推动产品升级 >>>>>>



卓越品质保障

上汽大众始终坚持追求卓越的产品品质，公司秉持着“品质与安全并重”的理念，持续完善质量管理体系。同时，公司以保证与提升用户体验为重点，针对问题产品实施标准化召回流程，并不断提升安全技术，确保消费者的驾驶安全，提高客户满意度。

完善质量管理体系

2022年，上汽大众严格依照ISO9001质量管理体系及VDA6.1体系标准，进一步改进升级公司质量管理体系，强化以用户为中心的全价值链质量管理。公司各场所均通过ISO9001及VDA6.1质量管理体系认证，各整车生产厂均通过CCC认证，进一步强化质量管理体系架构。

推进数字化全生命周期质量管理

2022年，上汽大众以持续推进全价值链质量管理为目标，不断夯实质量基础、提升质量效率。同时，公司从实际出发，重新审视业务流程，在开发质量、制造质量、供应商及外购件质量、售后质量及数字化转型等方面开展工作，推进数字化全生命周期管理，全方位持续提升汽车软件质量，进一步完善全过程质量管理体系，不断提高产品和服务满意度。



案例： 试点开展软件空中升级质量管理

作为产品全生命周期质量管理的重要部分，公司以大众ID电动车软件空中升级为试点，有序推进大众及奥迪车型等空中升级项目质量管理。项目团队通过编写质量测试用例百余条，打破传统思维定势，全新构建软件质量认可流程，为空中升级软件质量保驾护航。针对应用商店的第三方应用，开展以用户场景为核心的专项测试，携手研发部门完成软件信息安全评估，确保第三方应用高质量安全上线。针对数字化整车软件试验开展重点提升，有效推进传统整车试验团队向软件集成试验转型，深度管理整车项目软件版本迭代过程。

创新驱动 推动产品升级



案例：数字质量系统平台（DQS）助力提升质量管理数字化水平

2022年，上汽大众数字质量系统平台(DQS)上线。平台基于RTM数据的SOH计算模型完成搭建，可实现MEB 117Ah/156Ah以及PHEV 37Ah共3种量产电池的健康度批量分析，这一平台可以同步实现企业动力总成各业务模块KPI指标和供应商质量业绩报表的实时展示。同时，公司还有推动智能制造质量系统(iMQF)和用户满意度应用程序的项目实施，协调流程管理系统的立项工作，完成管理层质量看板项目方案规划，提升质量管理数字化能力。

推动提升项目质量

面对激烈的市场竞争环境，新能源新技术飞速发展趋势，公司积极推动产品研发流程变革以引领项目质量提升。在产品研发领域，2022年，上汽大众采用全新的V模型研发流程，从整车产品分解到系统、零件，从各级的产品需求到产品功能实现并验证，有效提高了整车产品开发质量与效率。

上汽大众主动搭建与德国大众、大众中国的沟通平台，通过研讨会的形式集中沟通针对中国市场的产品特性目录、质量要求及售后三保费用，就中国市场现状、战略方向等方面，围绕德国开发V模型、Smart Quality等工具深入交流，为更好的质量发展奠定了基础。同时，公司进一步加强提前介入，结合大众集团的全新质量管理方案(QM-Plan)，以超前、严谨的项目质量管理方式，考虑客户满意度及售后问题、参与前期的数据模型评价及验收、完善经验教训的落实与实施，充实前期项目质量的管控方式，推动项目整体质量的有效提升。

持续提升制造过程质量

为保障制造过程质量的标准可控，上汽大众制定并推广《现场质保复产质量控制方案》，积极应对复杂的内外部生产变化状况，有序有效保障生产质量稳定性。面对多种零件短缺、断供对生产及质量的影响，上汽大众积极组织有效应对，形成标准化的现场质保质量控制流程。

2022年，公司以“百日行动”为契机，构建了5项全新现场质量管理机制，建立了多种质量推进平台，加快了质量问题解决进度。通过强化检测中心功能检测模块，建立报交线问题现场跟踪，座椅质量专项审核机制，对整车质量进行专项控制。同时，通过建立现场质保质损车质量推进工作机制，快速响应，有效解决现场质量问题，不断提升产品品质。

获上海市质量协会质量技术奖

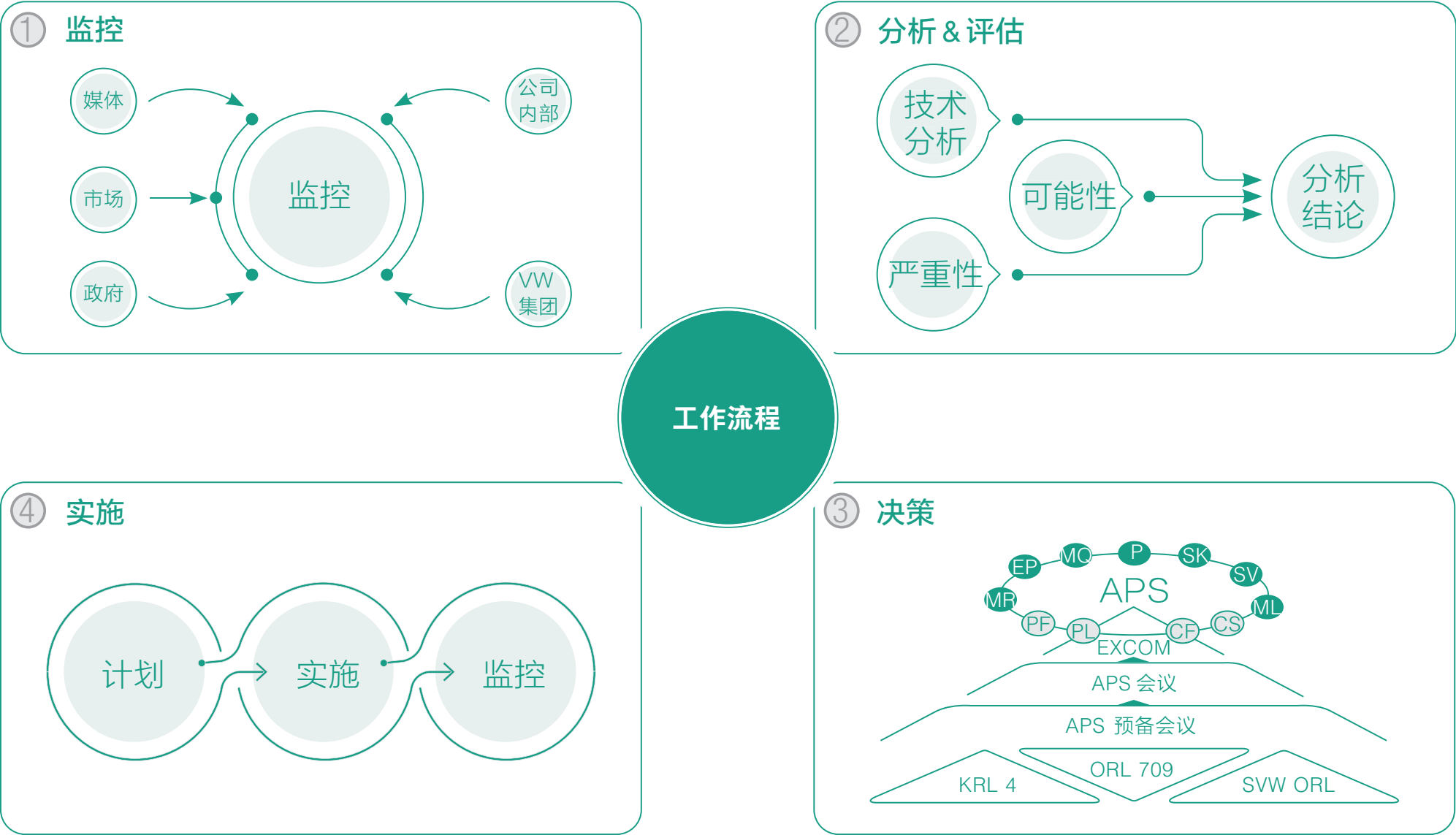
获第三届全国汽车行业智能制造创新成果奖

创新驱动 推动产品升级

产品安全管理

2022年，上汽大众在“预防为主、防患未然、及时发现、早期解决”的产品安全管理理念的基础上，进一步加强提升产品安全问题预警的准确性及时效性。通过打通各环节，确保产品安全管理工作流程畅通、产品安全问题预警准确、发现问题响应快速，从源头预防、从根本解决产品安全相关问题。依托公司的质量信息管理平台，上汽大众将重点安全性故障、重点零部件故障、重点网络舆情抱怨等问题作为产品安全风险监控的重点。公司在识别风险后，及时协同售后、开发、公关等部门，制定落实整改方案，降低召回及退换车风险，为上汽大众产品安全保驾护航。

在加强各信息源的监控、开展产品安全风险评估的同时，上汽大众持续优化产品安全风险评估流程和方法，充分应用韦布尔分析预测方法，对零件失效概率和失效模式展开科学分析和预测，为危险发生的可能性预测提供技术支撑，提高了风险评估的可靠性、精确性。同时，公司通过不断总结风险评估经验，并结合国内外召回案例，针对不同问题、事件的特点，建立起规范性处置预案，适应多种问题、不同事件的特性，针对性解决产品问题，全面保障上汽大众产品安全。



创新驱动 推动产品升级 »»»»»

在产品召回方面，上汽大众建立了完善的召回制度。2022年，公司继续以召回相关法律法规为基础，以《产品安全管理规定》《产品安全工作管理规定》《产品安全委员会会议规范》和《缺陷产品召回实施规定》等4份程序文件为指导，积极履行产品的安全性及一致性义务。持续优化召回决策流程，包括召回提案、风险评估、APS决策等，新增奥迪品牌和OTA升级等内容。

针对召回活动，公司提前制定详细全面的行动方案，涵盖技术解决方案、活动配件准备、媒体沟通、经销商指导、用户沟通等全过程。在召回过程中，公司严格按国家法律法规要求向国家市场监督管理总局进行申报备案，并在获得批准后通过指定渠道进行发布。



案例：产品召回消除安全隐患

2022年，上汽大众汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求，向国家市场监督管理总局备案了召回计划。决定自2022年6月25日起，召回2021年9月14日至2022年6月1日期间生产的部分2021-2022年款奥迪A7L汽车，共计1,765辆。

本次召回范围内的部分车辆因生产过程操作不到位，造成发动机输油硬管与燃油箱软管存在偶发插接不可靠现象，可能导致车辆底部的燃油管松脱，极端情况下会造成燃油渗漏、车辆无法启动和行驶中发动机熄火等，存在安全隐患。

上汽大众汽车有限公司对召回范围内车辆燃油管连接部位进行检查，对连接不可靠的则免费更换燃油管，以消除安全隐患，保障消费者的安全与权益。



创新驱动 推动产品升级

提升产品安全技术

2022年，上汽大众持续不断地进行研发工作，不断提高产品的技术含量和创新性，改进和优化产品的安全设计和功能，在保障用户行车安全的同时，更好地满足用户的需求和期望。



2022 年 上汽大众共获得
安全技术方面的专利授权

19 项

智能驾驶安全技术

在智能驾驶方面，2022年上汽大众共向消费者提供了Front Assist（前部安全辅助系统）、BSD（盲区监测系统）、SWA（变道辅助系统）、RCTA（后部穿行辅助系统）、PDC（泊车警示系统）、RBF（泊车制动系统）、MKE（疲劳检测系统）、aLDW（车道偏离预警）等多项主动安全功能。在研发阶段，所有安全功能均经过1,000公里及以上严格测试，确保交付给用户的产品安全可靠。

高压电池系统安全技术

上汽大众在高压电池安全技术方面始终保持着高标准、严要求。车辆高压电池包底部均设计采用高强度结构，提高电池包底部防撞击性能；电池包内部采用高强度梁结构，提高电池包防柱碰和挤压能力；电池包内部高压连接则均采用绝缘保护，整包在开盖情况下也满足每个电芯外壳、电芯与模组外壳之间均采用绝缘膜包裹，提供双层绝缘防护，完全符合IPXXB的要求。

此外，通过设置BMS（电池管理系统）实时监测电流、电池状态并且定期监测电池包绝缘阻值，一旦低于预期值，则报警；当发生碰撞，BMS接收碰撞信号，相关保险丝可在2ms内切断高压回路，保障用户行车安全。同时，车型电池采用了先进的热管理系统和液冷技术，具备电池冷却、加热、温度均衡等功能，可以将电池温度有效地控制在合适的区间内，保证了极端天气环境下电池系统和整车的性能仍能满足用户的使用需求。

针对新能源高压电池包，上汽大众在MP项目上继续延续对电池安全及可靠性的高要求，在电池系统层面上进行了近300项测试，解决技术问题20余例。与此同时，公司积极开展电池包冗余设计和多项诊断措施以及无热扩散方案设计和开发试验等后续产品的安全性研究，进一步保障产品安全。



案例：升级电池系统试验

为进一步保证产品安全，上汽大众积极开展产品安全性研究。公司设置首台具备自动安全撤离功能的电池包道路模拟试验设备 - MAST，用于考核电池包在各种严苛环境条件（极寒和极热）及实际整车道路工况下对空间随机机械振动冲击的耐受特性。

2022年期间，上汽大众完成了多轮次电池包道路模拟试验，从而保障了新能源车型项目的顺利投产。这也标志着上汽大众正式建立电池包道路模拟试验能力，提升了电池包本土研发和测试能力，让电池的安全性有了更高的保障。



创新驱动 推动产品升级

电驱动系统安全技术

在电驱动技术方面，上汽大众通过不同的技术设计保护异常情况下的人员的安全。通过软硬件设计，电机控制器能够实现2秒的主动放电技术要求和被动放电要求，以保证碰撞时或整车高低压网络出现问题时的人员安全。同时，电机控制器通过EGAS三层监控保护实现扭矩安全，达到ASIL A的功能安全等级要求。2022年，基于全新网络安全法规要求，上汽大众整车控制器软硬件全面升级，满足了ASIL D的功能安全等级要求。另外，电驱系统特殊的碰撞设计，保护电驱系统高压接口和线束在碰撞时不会受到破坏性挤压，进而保护碰撞时的高压系统和人员安全。

车身安全技术

在车身安全方面，上汽大众目前有多个车型配置了主动前盖功能，以适应越发严苛的车辆安全标准，该功能在人-车交通事故中，可以有效降低对弱势行人的伤害。

主动前盖系统包括前端的传感器分析系统以及实现后部举升的举升器和铰链布置与零件开发。当车辆在一定速度范围内行使时，若发生碰撞，车辆前端多个传感器将检测的碰撞信号传输至ACU控制单元，随后控制单元将操作命令输送至点爆装置，点爆后通过举升机构将前机舱盖向上抬起一定高度。整套系统在毫秒级时间内完成所有动作，在行人头部与发动机盖接触时起到缓冲作用，从而降低碰撞对行人的伤害。

当前，上汽大众汽车外饰部门目前已基本建立了行人保护主动前盖研发设计和试验认可能力，通过精益化设计，实现在-30℃到90℃的工况条件下主动前盖正常工作，并且应用在不同车型上，大大提高了车辆的行人保护安全性能。



案例：奥迪Q6翻滚试验

2022年按照奥迪的技术要求，上汽大众完成了奥迪Q6的翻滚测试，一共包含3大试验类型：螺旋、沙地和堤坡，每种类型又包含4种工况：No Roll、May Roll-、May Roll+和Roll。在试验过程中与模拟计算协同配合，优化试验的参数设定，有效提高了试验准确度和试验效率。通过翻滚试验有效保证了Q6车型在翻滚情况下对乘员保护的优良性能。

此外，根据C-NCAP 2025对翻滚试验的要求，公司另展开了2种翻滚试验类型的研究：路缘石翻滚和美标208翻滚，分析试验要求、试验方法和试验评价，并进行了美标208的实车翻滚试验，为后续进一步研究积累数据和经验。





案例：Knee Mapping研究守护乘员安全

上汽大众参与了C-NCAP2021及2025版Knee Mapping的规程制定，与CATARC工作组专家一起讨论并制定关键试验波形及评估要求设置。在研究Knee Mapping发现关键因素，制定出取消ELV（电子转向柱锁），增加锁止锁舌(KSZ)，加厚转向柱泡沫等有效措施，在提高了前排乘员的大腿和膝部保护安全性能的同时，还实现单车成本降低。

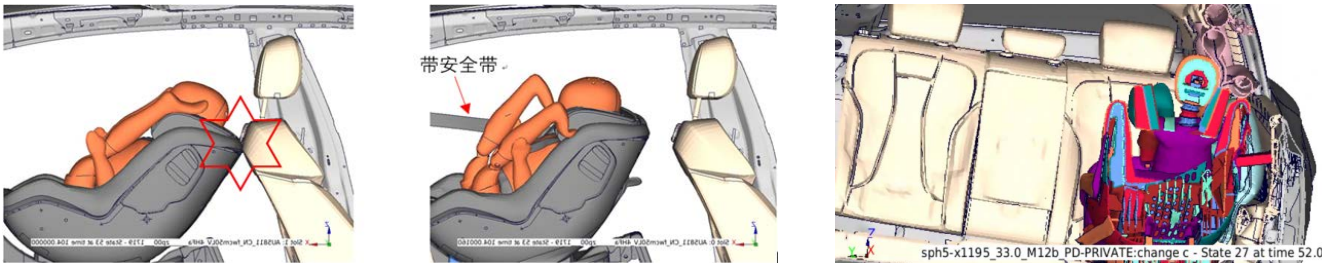
在2022年ID3 C-NCAP官方试验中，鉴上汽大众前期Knee Mapping规程制定的深度介入，对试验过程及风险点判定规则清晰明确，制定的大腿及膝部保护措施得当，最终前排假人大腿得到2分的满分成绩，有效的保障了主副驾大腿及膝部安全。



案例：儿童安全研究

上汽大众高度关注儿童乘车安全，持续开展儿童安全研究。项目通过优化改善儿童座椅结构，在ISOFIX+支撑腿的安装基础上增加三点式车用安全带对椅背约束，在碰撞过程中有效限制儿童座椅椅背的前向翻转运动，可有效避免儿童座椅靠背和前排座椅的二次碰撞的发生。在50km/h 0°撞墙的碰撞测试条件下，儿童假人分数从1分左右提升至3.5分以上，显著提升儿童安全。

同时，研发团队在道路侧面碰撞工况下发明自适应性侧面防撞杆装置，通过在儿童座椅上设置一组可折叠收纳、可调节长度的防撞杆装置，可以有效避免儿童安全座椅在侧面碰撞过程中与汽车车门发生直接碰撞，防止儿童座椅侧向倾倒以降低儿童乘员在侧面事故中的伤害风险。在32km/h侧面柱碰撞GB/T法规条件下，儿童假人得分率从50%左右提升至100%，侧面保护作用增强显著。



创新驱动 推动产品升级 »»»»»»»»

带动行业发展

上汽大众密切关注市场需求，致力于持续提升消费者体验。公司不断开展市场及消费者需求调研，聚焦中国市场，为中国消费者提供多元化、个性化的产品选择与服务。此外，公司积极发挥自身在汽车行业积累的研发与技术优势，参与行业标准制定、推动创新技术，助力汽车行业发展。

市场需求调查

为了解消费者真实需求，2022年上汽大众在全面To C的战略指引下，持续从多渠道建立强化与消费者的连接，走近用户。一方面，公司针对产品研发、上市、销售等全生命周期中的各重要环节开展市场调研活动，充分了解用户需求；另一方面，公司积极利用社交媒体大数据分析，聆听真实的用户声音，在专业团队支撑下深化公私域用户运营，快速响应客户需求。

年轻消费者洞察

当越来越多的Z世代（95后群体）逐渐走向社会并显示出旺盛的消费能力，研究Z世代消费者的生活形态、对汽车品牌的看法、信任的信息渠道、车辆需求等，是了解Z世代、赢得未来消费群体的重要参考。上汽大众通过定量面访与定性座谈会/深访两大途径，开展年轻消费者洞察。

- **定量面访：**了解Z世代消费者人口统计学特征、价值观、消费观、生活形态、车辆需求以及与Y世代（80后群体）的量化差异。
- **定性座谈会/深访：**针对价值观、消费观和车辆需求的话题展开深入探讨，了解现象背后的原因及期望，获取典型Z世代消费者的用户特征及需求。

社交媒体聆听与公私域用户运营

上汽大众通过收集、分析社交网络媒体大数据，了解消费者对于上汽大众旗下品牌、产品和营销活动等的评价，并通过超级APP和其它数字平台的用户运营，加强客户互动，提升品牌认知。

- 定量统计上汽大众产品在不同媒体平台的网络声量和喜好度，了解消费者对产品的讨论点及正负面评价。
- 定性摘取分析有代表性的消费者评论和车主反馈，深度剖析原因。
- 强化超级APP、微信、微博、抖音、Bilibili、小红书等数字化平台的客户运营，及时响应客户需求并快速反馈。

产品诊断研究

在造型研发阶段和上市准备阶段，上汽大众邀请目标消费者对新产品原型车和竞品进行评价测试，模拟真实购买选择，从而获得新产品的造型评价、亮点反馈与上市后的市场竞争情况，为产品造型改进、定价、销售规划等提供支持。

- **定量面访：**在特定场馆中展示新产品原型车和相关竞品，并邀请目标消费者进行产品评价和模拟购买选择。
- **定性座谈会：**与消费者针对新产品及竞品展开深入探讨，了解对新车型造型的详细评价及购买考虑。

新车型早期购买者研究

上汽大众通过访问新车型的早期消费者和关注者，了解实际消费者和潜在消费者对于新车型的多方面评价，为产品进一步提升提供宝贵的消费者视角。

- **电话调研：**通过在全国范围进行电话访问，了解消费者购车时的考虑因素，掌握重要决策点。
- **定量面访：**通过面对面交流，更细致地描绘消费者人群信息、生活形态与购车因素。
- **定性座谈会：**与车主展开深入探讨，了解车主选择或放弃产品的原因和决策流程，获取消费者对新车型的客观评价。

创新驱动 推动产品升级 >>>>>>

响应消费者需求

上汽大众继续秉持“用户为先”的理念，坚持以“用富有情感、高价值、操作简便的产品和创新的服务打动客户，用领先的移动在线服务和生态系统吸引客户，成为电动汽车领域的领先者”为使命，一切从中国用户的核心诉求出发，响应中国消费者需求。

在项目启动的最前期，上汽大众就围绕客户需求的多个维度（智能座舱、自动驾驶、日常使用方便性、空间、舒适性等）开展产品定义工作。依托现有的产品开发流程体系，借助用户研究、行业技术发展趋势研究、竞争车对比分析以及场景定义等科学手段，了解用户在使用过程中的实际痛点，发掘新技术、新概念对用户需求产生的新影响，积极学习优秀竞品的功能亮点，对现有产品提出改善建议并跟踪落实，面对未来有针对性的开发对用户有吸引力的新产品，以持续保持未来产品在市场上的竞争力。

在造型方面，基于对于细分市场的详细分析，上汽大众通过更新中国本土化造型战略Chinese design guideline且结合上汽大众自身特色，制定了差异化、特色化的造型战略。其中The SVW design character of the future更是清晰地指出了上汽大众走差异化的重要性以及上汽大众今后的战略设计方向。

设计思维上，上汽大众设计团队引入先进的“用户体验思维”“场景化思维”“融合设计思维”方法论来提升客户体验，优化造型设计开发流程。其中，为了更精准地做到以用户为中心，特别是针对中欧用户差异，上汽大众造型开发最前端引入了“用户分层设计”概念，根据不同地域、不同用户特征划分不同用户群体，进而制定不同的产品策略满足差异化的需求。面对多样化的出行方式情境，上汽大众提出“场景化设计思维”，在产品开发之初对不同潜在用车场景精细化分析，了解指定

场景下用户痛点和需求，将用户需求纳入到下一代平台和车型的产品定义中，以指导未来的新产品规划和设计开发。

前期研发方面，以中国客户核心需求为导向，将4C理念（舒适、便捷、酷炫、互联）指导新产品开发，定义未来产品特性，提供满足和超越客户期待的产品。集中优质资源，将CAD设计，UI/UX设计，CAE仿真及VR/AR模拟协同推进，形成智能设计的生态环，并连续5年作为上汽大众技术创新日IVET优秀项目展出，先后推出多款创新产品。



助力标准制定

上汽大众高度重视技术与研发工作的标准化，在产品的开发、生产过程中严格遵照并执行强制性国家标准。同时，公司积极发挥自身所长，参与国家标准制修订以及行业标准测试、起草的工作。2022年，上汽大众参加的国家标准工作组共计46个，汽标委分技术委员会11个。

2022 年上汽大众参制定或修订的国家标准

序号	标准类型	标准号	标准名称
1	国家标准	GB/T 34590.3-2022	道路车辆 功能安全 第3部分：概念阶段
2	国家标准	GB/T 34590.4-2022	道路车辆 功能安全 第4部分：产品开发：系统层面
3	国家标准	GB/T 34590.5-2022	道路车辆 功能安全 第5部分：产品开发：硬件层面
4	国家标准	GB/T 34590.6-2022	道路车辆 功能安全 第6部分：产品开发：软件层面
5	国家标准	GB/T 34590.7-2022	道路车辆 功能安全 第7部分：生产、运行、服务和报废
6	国家标准	GB/T 34590.8-2022	道路车辆 功能安全 第8部分：支持过程
7	国家标准	GB/T 34590.9-2022	道路车辆 功能安全 第9部分：以汽车安全完整性等级为导向和以安全为导向的分析
8	国家标准	GB/T 42193.1-2022	道路车辆 车辆和外部设备之间排放相关诊断的通信 第1部分：一般信息和使用案例定义
9	国家标准	GB/T 42193.2-2022	道路车辆 车辆和外部设备之间排放相关诊断的通信 第2部分：术语、定义、缩写和缩略语的指南
10	国家标准	GB/T 42193.3-2022	道路车辆 车辆和外部设备之间排放相关诊断的通信 第3部分：诊断连接器和相关电路的要求及使用
11	国家标准	GB/T 42193.4-2022	道路车辆 车辆和外部设备之间排放相关诊断的通信 第4部分：外部测试设备
12	国家标准	GB/T 42193.7-2022	道路车辆 车辆和外部设备之间排放相关诊断的通信 第7部分：数据链安全
13	国家标准	GB/T 42284.3-2022	道路车辆 电动汽车驱动系统用电气及电子设备的环境条件和试验 第3部分：机械负荷
14	国家标准	GB/T 34590.1-2022	道路车辆 功能安全 第1部分：术语
15	国家标准	GB/T 34590.10-2022	道路车辆 功能安全 第10部分：指南
16	国家标准	GB/T 34590.11-2022	道路车辆 功能安全 第11部分：半导体应用指南
17	国家标准	GB/T 34590.2-2022	道路车辆 功能安全 第2部分：功能安全管理
18	国家标准	GB/T 3730.1-2022	汽车、挂车及汽车列车的术语和定义 第1部分：类型
19	国家标准	GB/Z 42285-2022	道路车辆 电子电气系统ASIL等级确定方法指南
20	国家标准	GB 14023-2022	车辆、船和内燃机 无线电骚扰特性 用于保护车外接收机的限值和测量方法
21	国家标准	GB/T 41722-2022	道路车辆 侧风敏感性 风机输入开环试验方法
22	国家标准	GB/T 40711.1-2022	乘用车循环外技术/装置节能效果评价方法 第1部分：换挡提醒装置

创新驱动 推动产品升级



案例：参与起草制定保险汽车风险测试相关规程

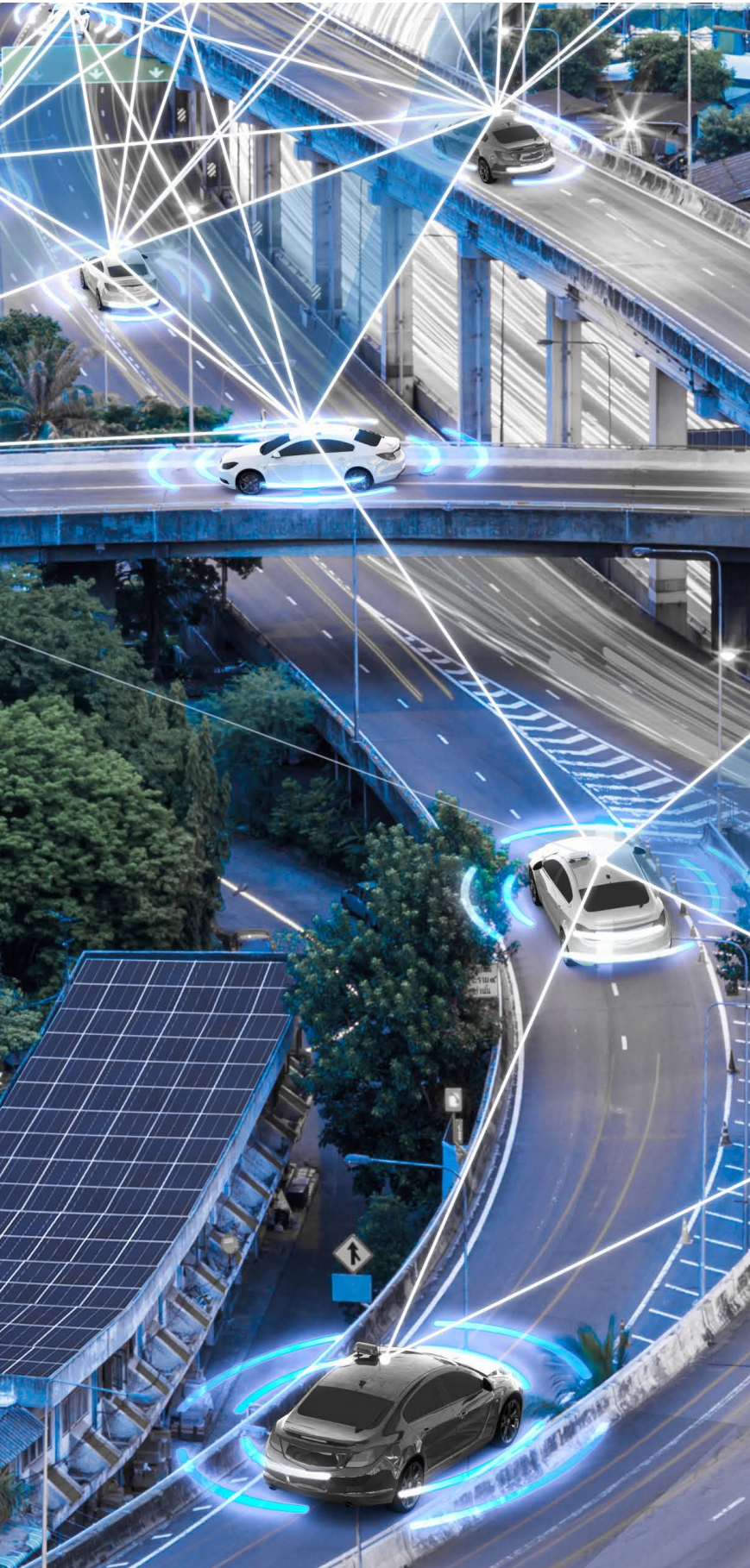
将车辆在低速工况下的“结构耐撞性”和“维修经济性”直接体现在汽车保险费用上，是汽车工业发达国家主流的做法，中国保险协会正在推动此项措施在中国落地。同时，车辆的低速碰撞表现也是近年来在消费者中兴起的全新购车考量维度。

自中保研CIRI在2019年启动相关测试规程以来，上汽大众受邀成为《保险汽车风险测试规程》标准起草单位，并全程参与包括工况覆盖情况、试验可行性、评价标准等一系列讨论。2022年上汽大众相关专家两次前往北京，与各方专家现场讨论，并支持推动《保险汽车风险测试规程（征求意见稿）》发布。



案例：参与《智能网联汽车 自动驾驶系统通用技术要求》起草工作

凭借在智能网联汽车自动驾驶功能仿真领域的丰富经验，2022年，上汽大众积极主动加入工业和信息化部提出的关于自动驾驶仿真功能试验国家标准的草案撰写。草案规定了智能网联汽车自动驾驶功能进行仿真试验时的试验要求、试验项目和通过要求。具体地讨论了测试场景的描述方式，仿真工具支持的天气环境参数以及可信度评估和验证等内容，完成了场景筛选、增加功能场景层面的测试场景、仿真和实车试验对比分析等相关提案内容。同时，上汽大众研发团队也在参与中国汽研i-VISTA2023版测试规程的起草工作。



创新驱动 推动产品升级

智能车联生活

面对汽车产业智能化、网联化的浪潮，上汽大众始终以创新驱动，激发创新活力，推动行业前瞻研究与智能驾驶研发工作。

激发创新活力

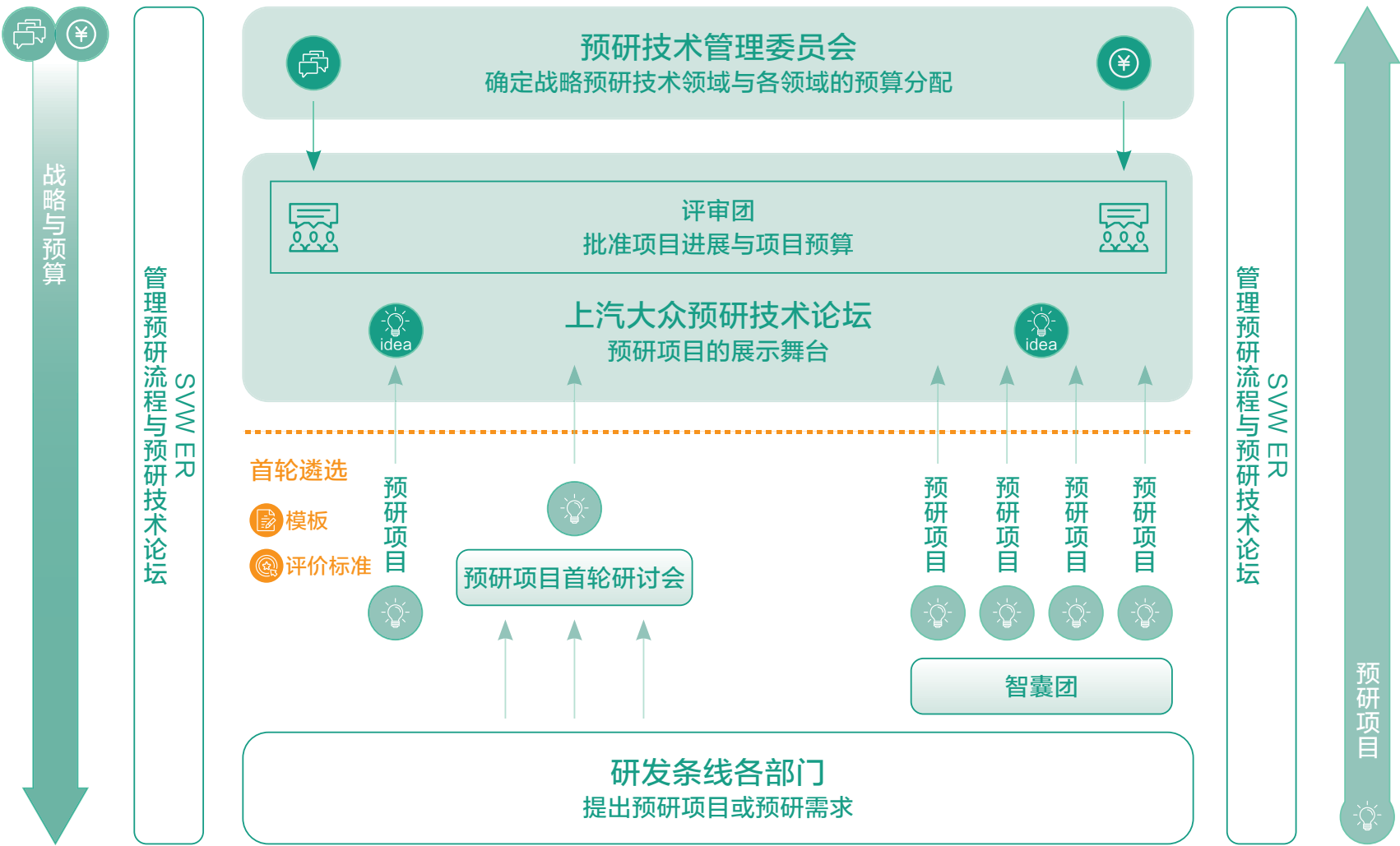
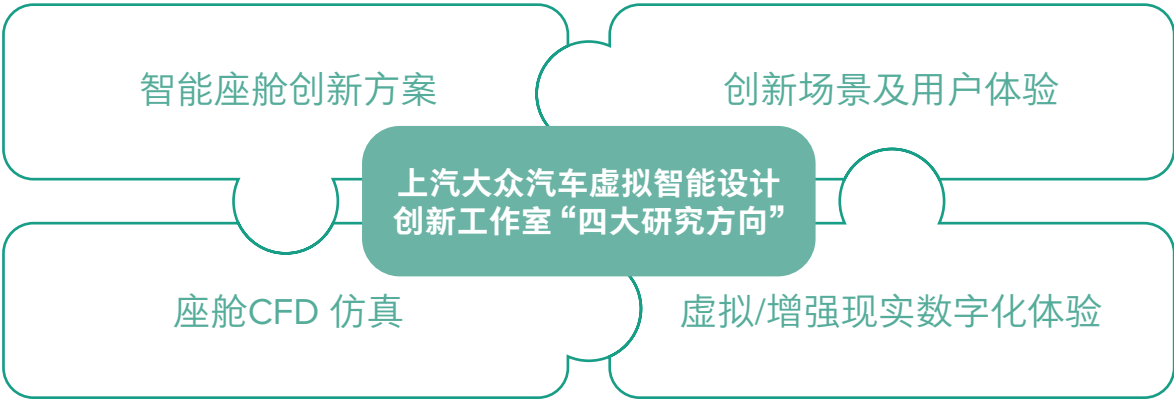
上汽大众高度重视研发能力储备，持续优化研发条线预研及前瞻创新流程，培养创新人才。



2022 年 研发条线共举办预研论坛

9 次

2022年上汽大众研发条线在智能互联、自动驾驶、前沿用户体验、产品创新优化、新能源、效率与工具6大预研技术领域紧密合作，持续推陈出新。同时，基于项目评价多维原则，公司邀请财务、采购、大众品牌产品管理、大众品牌营销事业、企业战略以及人事部门共同参与筛选优质项目。针对已获批的项目，研发条线定期举办预研论坛持续跟踪项目进展，确保项目顺利参加创新日等活动展示。



上汽大众预研及前瞻创新流程

此外，上汽大众前期研发以汽车虚拟智能设计创新工作室为平台，整合科室优势能力，积极申报IVET项目，开展内部创新。创新工作室实行师徒带教制度，坚持“老中青”结合，以老带新，以战代练模式，培养员工的创新能力和创新思维，持续储备创新人才。2022年6月，上汽大众汽车虚拟智能设计创新工作室被正式授予为上汽集团创新工作室。

创新驱动 推动产品升级

推动前瞻研发

上汽大众积极推动前瞻研究，不断探索智能驾驶技术创新。2022年，上汽大众在MEB平台新功能开发、智能驾驶、自动驾驶等方面均取得了一定突破。



2022 年 上汽大众申请前瞻研究
与智能驾驶研发方面的专利共

65 项

MEB平台新功能开发与投产

2022年，上汽大众积极推进MEB平台新功能的开发和投产。在智能泊车方面，通过完成智能泊车辅助、训练泊车、开门预警等新功能的匹配验证与认可工作，有效助力MEB平台产品竞争力提升。同时，在可预测自适应巡航方面，上汽大众与大众汽车集团（中国）、一汽大众共同成立可预测自适应巡航攻坚小组，完成功能预测测试，顺利完成MEB平台的测试工作。

搭建智能驾驶、自动驾驶研发平台

在智能驾驶技术路线图的引领下，上汽大众不断完善智能驾驶、自动驾驶自研平台，推动智能驾驶系统的开发与测试工作。



案例：智能驾驶仿真测试管理云平台研究及应用

自动驾驶汽车商业化落地离不开大量测试验证，而汽车的ADAS功能仅需要在有限、特定的场景下进行仿真测试验证。面对日益增长的海量测试场景，传统的单机仿真测试呈现出算力不足、且无法实现加速测试的问题，导致测试周期长、效率低。

2022年，上汽大众智能驾驶团队开展仿真上云研究及应用，推进智能驾驶仿真测试管理云平台落地，以提升系统研发和测试的效率，实现自动驾驶大规模仿真场景的有效解决方案。项目以主流云技术、原生组件为基础自研了自动驾驶仿真管理云平台。在提升系统研发和测试效率之外，仿真云平台还具有测试结果自动评测和报告生成功能，实现全链条的测试与结论输出。



创新驱动 推动产品升级



2022年上半年，上汽大众第一代L4级自动驾驶自研平台获得上海市智能网联汽车道路测试牌照，自此迈出了上汽大众自动驾驶研发团队实施公开道路测试的关键一步。此后，项目先后在嘉定多个智能网联汽车开放道路区域开展测试工作，通过数据采集、仿真训练、道路测试等手段，持续迭代软件算法，积累了大量的测试里程与场景数据。

得益于第一代自研平台在公开道路持续迭代验证，2022年下半年，上汽大众成功完成基于全新平台全新车型的第二代L4级自动驾驶自研平台的部署，并于2022年底以满分成绩通过考核，再次获得上海市智能网联汽车道路测试牌照。后续上汽大众将持续在公开道路上进行自动驾驶车辆测试，为后续的自动驾驶研发提供更多的数据支持和场景积累。



案例：上汽大众第二代L4级自动驾驶自研平台通过严苛考核

2022年上汽大众第二代L4级自动驾驶自研平台通过上海市智能网联汽车道路测试考核。上汽大众自动驾驶研发团队，自主完成MEB平台自动驾驶车辆的改装。此次通过考核的ID4.X车型是上汽大众第一个按照最新《上海市智能网联汽车测试与示范实施办法3.0》要求进行测试的项目。

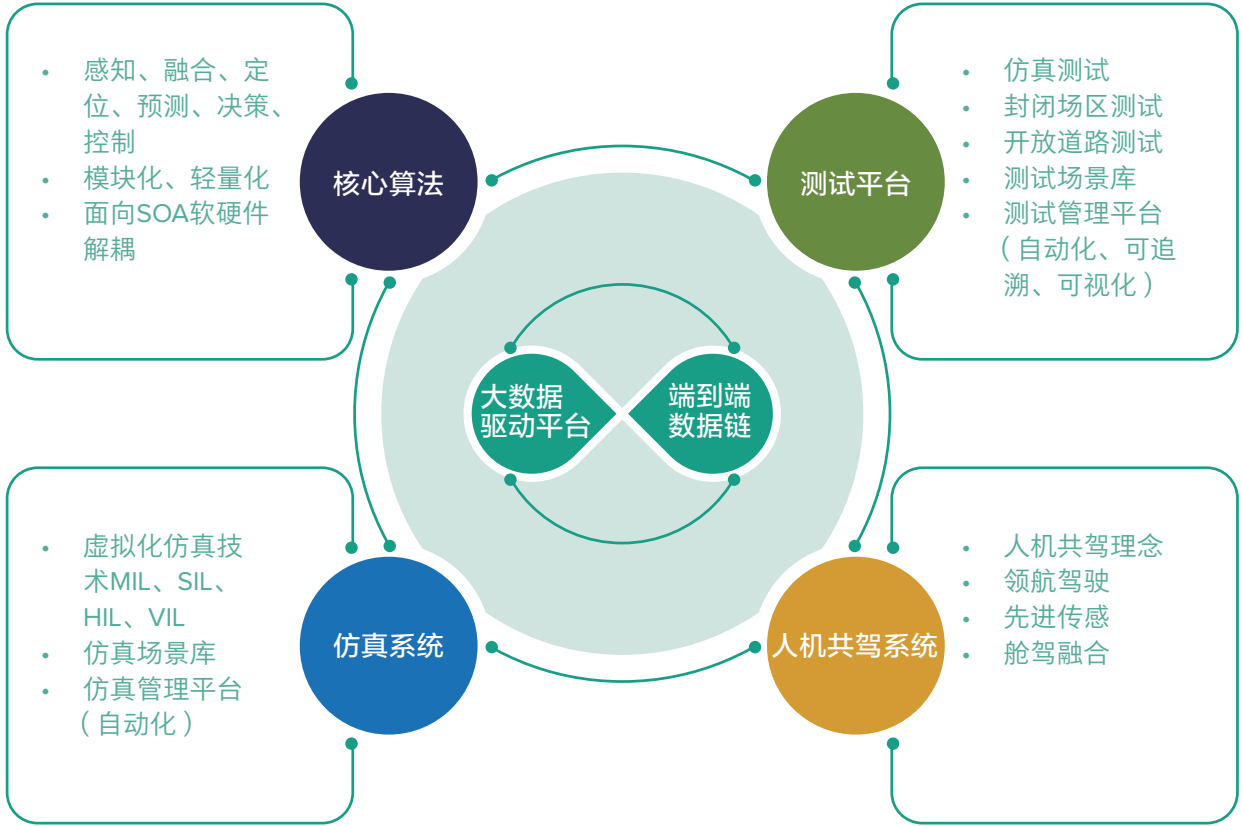
测试累计完成包括8个大类项目，42个场景，其中每个场景重复10次以上，考核过程无测试失效情况，单个场景通过率为100%，总体通过率达到100%。尤其是在鬼探头场景的考核中，上汽大众是上海市第一个以60公里时速通过考核的企业。此次以满分成绩成功通过考核，表明上汽大众自动驾驶工程化能力再次有了质的飞跃。





案例：“上汽大众L4城区自动驾驶平台”预研项目

2022年，上汽大众推出了“上汽大众L4城区自动驾驶平台”预研项目。在其过程中，智能驾驶团队逐步形成了核心算法、仿真系统、测试平台、人机共驾系统、大数据驱动平台、端到端工具链六大核心开发能力。在六大核心开发能力的保障下，项目实现了众多关键的技术创新点。



创新点1：全栈自研自动驾驶核心算法。

包括感知、融合、定位、预测、路径规划与控制等所有软件算法。此外，还提出了软件模块化、轻量化的方案，如用SOA的方式将软件模块原子化确保模块间快速适配。

创新点2：自动驾驶虚拟化仿真平台研发。

自动驾驶的仿真验证能力是实现自动驾驶研发保障。算法只有通过数千万、上亿公里的虚拟化仿真验证后，才能具备上路测试验证的能力。上汽大众独立研发了自动驾驶仿真平台，并打通了基础设施、云、工具链、应用服务等数字底座，技术含金量较高。

创新点3：端到端的数据驱动平台。

数据是自动驾驶的燃料，当前基于深度学习的自动驾驶算法开发对于数据的依赖极高。上汽大众提供的数据驱动平台可以实现在有限的海量数据中，深度去挖掘数据的价值，并在此平台中实现数据流转的自动化和可视化。此平台具有较高的实用性和应用价值。

在整车道路测试及功能评价方面，2022年，上汽大众主要开展了Level2智能驾驶系统的整车道路测试及功能评价工作以及Level2+智能驾驶系统RHP(Rush Hour Pilot)交通拥堵辅助系统的测试研究，其中包括数采方案的研究，试验方案的制定以及试验路线的选择等，逐步建立RHP整车功能测试及认可能力。

同时，公司还开展了奥迪车型的V2X功能测试，包括TLI (Traffic Light Information)、LHI (Local Hazard Information) 以及LHW (Local Hazard Warning) 测试，完成了奥迪各车型的V2X功能认可以及V2X整车评价能力建设，为后续项目建立了坚实基础。

未来，上汽大众将继续依照制定的智能网联汽车研发路线图和Innovation Roadmap2.0，聚焦加速下一阶段驾驶辅助功能开发和投产布局，为高阶智能驾驶功能开发积累开发经验。



03

绿色发展 共创环境友好

作为负责任的企业公民，上汽大众一直将绿色理念贯穿全价值链的每一个环节。通过科学完善的环境管理制度，推动企业绿色发展、绿色创新，实现经济与环境价值的双丰收，构建人与自然和谐共生的美好社会。



绿色发展 共创环境友好 »»»»»»

绿色管理体系

环境管理体系是企业推进环境工作的基石。上汽大众通过不断完善自身环境管理工作，系统地对各部门环境目标予以监督和指引，将环境工作落到实处。2022年，公司在绿色管理方面（含环保运营、三废处理、技改项目等）资金投入共9,512万元人民币。



公司在绿色管理方面资金投入共

9,512 万元人民币

环境绩效管理

经过多年的打磨，上汽大众建立起了一套不断自我完善的环境管理体系。每年年初，公司会结合战略发展、生产计划以及既定项目制定全年的环境关键绩效目标，并层层分解至各生产基地，由各地根据实际情况落实优化措施。在年中和年末，各部门会就此回顾自己的工作成果，及时校准方式方法，确保向目标稳步迈进。

在系统推进各项环境工作的同时，上汽大众还设置了环保预警及应急机制，以及时应对潜在的环境风险。公司按照当地环保要求持续更新环境应急预案，并在当地环保部门进行备案。2022年，根据应急预案的要求，公司配备了相应的应急物资，确保发生突发情况时有效控制环境影响。

2022年，上汽大众继续将单车五项关键环境绩效指标作为重点控制对象，向着“五项指标较2015年平均下降23%”的目标推进。在这一年中，各生产基地每月跟踪关键绩效指标数据的发展趋势，定期进行分析，并积极落实优化措施，最终实现了2022年度的关键绩效目标：单车能耗1,420kWh、单车CO₂排放372kg、单车水耗5.71m³、单车废弃物处置量8.08kg、单车VOC 0.44kg，较2015年平均下降29%。



单车能耗

1,420kWh

单车CO₂排放

372kg

单车水耗

5.71m³

单车废弃物处置量

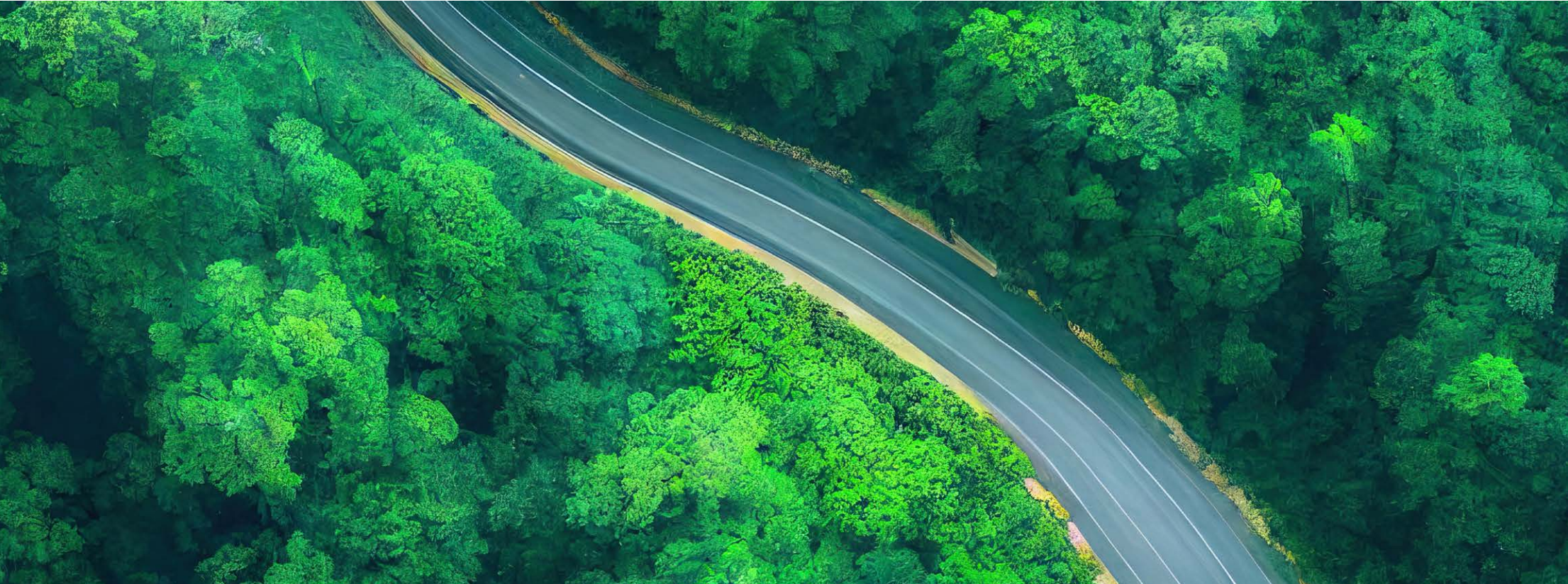
8.08kg

单车VOC

0.44kg

较2015年平均下降

29%



提升环保意识

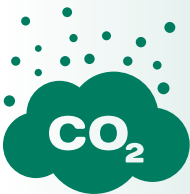
为提升全员节能减碳意识和能力，集思广益推进公司节能减碳工作，上汽大众持续开展了一系列环境主题的培训、倡导、创意活动，并且广泛征集各方环保创意，让绿色文化深入人心。

2022年，公司对综合管理大楼、质保大楼进行办公区域照明节能改造，升级安亭汽车三厂区风光互补LED路灯。在提升照明亮度、改善办公环境、保障通行安全的同时，全面贯彻绿色发展理念，年节约标煤126吨，减少CO₂排放185吨。



2022年上汽大众
年节约标煤

126 吨



2022年上汽大众
年减少CO₂排放

185 吨



案例：开展零碳之路节能减碳创意大赛

为响应国家“3060”碳达峰、碳中和目标，持续提升全体员工的节能减碳意识和能力，汇聚全员的力量推进公司节能减碳工作不断提高，2022年度世界环境日当天，上汽大众正式启动“零碳之路”节能减碳创意大赛。本次大赛得到了各部门的大力支持，初期就通过合理化建议平台收到来自各部门反馈的节能减碳创意，后续这些创意经过部门推选，线下专业评选，网络人气投票及终极PK各环节，来自安亭汽车三厂的“零碳路线之柔性生产系列”获得一等奖。



零碳之路节能减碳创意大赛



案例：化学品环保准入审核能力提升课程

2022年4月，为进一步规范和加强公司化学品的全流程管理，上汽大众开展了《化学品环保准入审核能力提升》2期培训，共有180名学员参与。课程围绕化学品环保管控实操展开，涵盖“化学品环保法规解析”“采购与物流环节的化学品环境管理”“实验室化学品环境管理”“生产工艺中的化学品管理与清洁生产”等多个重点。培训剖析了化学品全生命周期管控中容易出现的各类问题及应对方法，让学员们的能力意识全面升级。



案例：汽车行业排污许可制度解读培训

2022年11月，上汽大众开展了为期半天的汽车行业排污许可制度培训，从“国家排污许可制度”“排污许可执法检查”“证后管理重点内容”“现场管理要点难点”四个角度分享了作为企业环保管理人员应该具备的知识及现场管理能力。通过此次培训，员工深刻认识到，申请好企业排污许可证不等于高枕无忧，证后管理更为关键。

绿色发展 共创环境友好

助力绿色出行

上汽大众积极响应宏观政策对绿色出行的指引，满足消费者对更节能环保产品的需求，通过技术创新不断完善自身的绿色产品体系，助力整个社会的绿色出行。

环保技术创新

秉承在全价值链推进绿色行动的精神，上汽大众在产品研发阶段就将环保思路融入其中，制定相应的产品规划和技术开发，为消费者提供更加节能环保的产品。2022年，上汽大众在GPF（汽油机颗粒捕捉器）技术、超低滚阻轮胎开发生产、轻量化空气动力学车轮和降低电动车轮胎噪声等方面持续发力，突破种种技术难关，降低排放、减少噪音，让旗下产品更健康、更环保。



案例：全系燃油车型（包含PHEV）满足国六第二阶段排放法规

为了进一步降低燃油车颗粒物排放，保护大气环境，上汽大众在大部分车型提前使用GPF（汽油机颗粒捕捉器）技术，在微粒排放物质进入大气之前将其捕捉。2022年，上汽大众针对OPF再生循环，优化了发动机软件，能够更加高效地完成OPF颗粒物燃烧的效率和循环。

此外，公司还针对尾气排放开展了针对性的整车OPF试验，在低于零下30℃的极端低温条件下模拟实际用户使用工况。从“客观评价排放颗粒物数值达标情况”和“主观评价再生时的NVH水平”两个维度出发，兼顾整车与用户的视角，评价了OPF运作全过程中“功能可靠性”与“用户接受度”的平衡关系。



案例：全方位研究，降低轮胎噪声

电动汽车NVH（噪声、振动与声振粗糙度）的开发，面临着诸多前所未有的挑战。比如，没有了燃油发动机噪声的遮掩，轮胎噪声越发明显。为了控制电驱系统噪声，上汽大众自主设计并建立了电驱动总成声学台架。在项目开发早期没有实车情况下，基于声学台架对电驱系统进行评估，对于发现的风险点进行优化处理。

为了降低车内轮胎噪声，提升乘坐舒适性，上汽大众从三个方面对轮胎噪声进行研究和处理：一，对轮胎噪声产生机理进行了系统性分析，从源头上予以控制；二，对于轮胎和地面摩擦产生的高频噪声，制定胎噪限值线，并写入设计任务书，从开发流程上予以控制；三，对于大尺寸轮胎带来的环腔模态噪声，通过采用在轮胎内部增加吸音材料的方法予以优化，结合不同尺寸、不同品牌的具体情况，制定了轮胎吸音战略，并成功在Teramont NF 21吋轮胎上予以实施。



电驱动总成声学台架



轮胎吸音

绿色发展 共创环境友好 »»»»»»

环保材料研发

在生产过程中使用更加环保的材料，是对产品质量的追求，更是对员工及消费者健康的负责。上汽大众一直积极研发和探索新的环保材料，在生产中不断降低有害物质的使用和排放，以减少对人体及环境的影响。



案例：上汽大众各工厂采用先进技术减少VOC排放

为减少VOC（挥发性有机化合物）在生产和使用中可能造成的影响，2022年，上汽大众全国各工厂积极探索原材料革新，通过各种先进技术减少VOC挥发让产品更环保、更安全。

- 安亭汽车三厂车间PVC流水线全部采用环保无气味的可喷涂水性阻尼材料代替原始材料；在黑车顶线采用黑色清漆，减少油漆和溶剂使用，有效降低了VOC的排放。
- 南京工厂油漆车间使用天梵水性清洗溶剂，持续优化降低与水的配比，使VOC含量降低为0.14%；推进材料供应商持续优化修补清漆材料，提供高固含量的材料供现场使用，从而降低VOC含量。
- 仪征工厂通过使用VOC含量0.8%的水性SDM胶代替阻尼垫，改善产品内部VOC含量。
- 长沙工厂油漆车间采用先进的2010V无中涂水性漆涂装工艺，大量采用水性环保涂料。2022年使用的色漆VOC含量较2021年下降2%。



绿色发展 共创环境友好

新能源汽车开发

新能源汽车是当下汽车产业发展的方向。上汽大众抓住机遇，全面向电动化、网联化、智能化升级转型。基于德国大众集团的新能源平台，洞察本土市场需求，上汽大众着力打造适合中国市场的新能源汽车，在电驱动系统开发、电池系统开发、高压系统开发和高压试验中心等方面持续发力，进一步挖掘自身研发的潜力。

2022年，上汽大众成功完成了ID纯电系列(ID.3, ID.4 X, ID.6 X)和奥迪Q5 e-tron车型的年度升级，并投放市场。新款车型对多个控制器实现了软件升级，包括算法优化、故障修复，进一步提升了整车鲁棒性和性能。依托MQB和MEB平台车型，上汽大众着力提升新能源核心系统及部件技术研发能力，为用户提供性能优越、质量可靠、使用安全便捷的新能源汽车产品。

高压电池系统

- 平台化 采用“巧克力”模块化设计，电池尺寸匹配系列不同车身，实现平台化设计思路；
- 高性能 目前最高能量83.4kWh，最高输出公里260kW；
- 高安全 电芯安全设计考虑全生命周期，电池包通过338项严苛企业测试，使用过程中可远程实时监测电池安全状态；
- 长寿命 45℃下电池循环800次，剩余容量>80%；室温标准循环500次后，容量保持率约97%，远高于国标要求的90%；
- 全天候 电池包具备冷却、加热功能，模组温差控制≤3℃；
- 可制造 布置简单，自动化生产率高，更大限度规避由于人工操作失误导致的产品不一致性。

充电系统

- 高效 升级优化了7.2kW充电机，完成了11kW充电机的认可投产，预研大功率充电；
- 安全 车载充电机达到IP6K9K防尘防水，高于GB标准的IP67；充电口温度实时监测，并计划优化充电过温策略，解决高温充电可能发生的市场抱怨，提升车辆充电鲁棒性；
- 品牌影响 开发了智能和非智能品牌交流充电桩，保证产品可靠性的同时，提升品牌影响力。

电驱与电控系统

- 高性能 采用电机、控制器、减速器三合一的方案，电机和系统的最高效率分别可达97%和94.3%。
- 高可靠 15年30万公里设计及验证寿命，动力总成终身免维护；通过120g加速度机械冲击试验，保证用户碰撞安全 and 高压安全；
- 长寿命 通过德国大众标准强化高温耐久4,100h、温度交变耐久3,300h，恒定湿热耐久1,200h考核；通过德国大众标准强化台架耐久测试累计108万公里考核。
- 低电磁/低噪声 最高电磁兼容性等级Class 5，保障人员电磁防护安全；通过严苛的德国大众NVH标准要求的考核验证。



绿色发展 共创环境友好 »»»»»»

打造绿色工厂

一直以来，上汽大众坚持可持续发展理念，积极打造“零影响”工厂，努力减少工厂对周边环境的影响。早在2020年，上汽大众就已成功入选国家和上海绿色体系示范单位名单，并根据绿色制造体系的要求进行定期回顾。

2022年，上汽大众所有工厂均顺利通过ISO14001环境管理体系以及能源管理体系审核；所有项目均开展环境影响评价，均符合国家环境影响评价法规要求；公司顺利通过环境管理体系第三方审核，成功保持公司环境管理体系证书的有效性。



2022年 仪征工厂光伏发电

2,300 万千瓦时

减少二氧化碳排放

3.03 万吨



2022年 宁波工厂产生绿色电力约

6,500 万千瓦时

减少二氧化碳排放

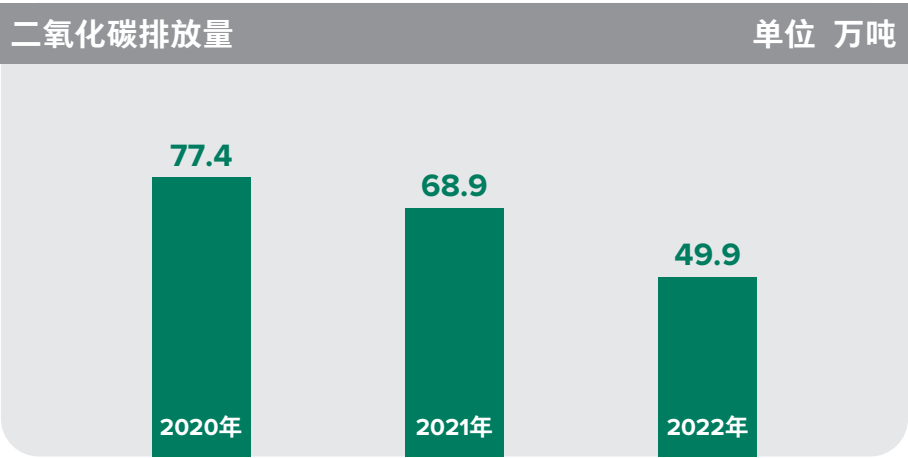
4.05 万吨

能源管理

为了响应国家双碳战略，上汽大众持续将碳减排作为重点工作推进，科学制定减排路线，向着“零碳之路”进发。

2022年，经过多方筹措，安亭基地生产阶段实现了可再生电力全覆盖，成为上海地区第一家实现100%使用可再生电力生产的汽车制造企业。每年可减少CO₂排放超过20万吨，为安亭基地低碳运营、清洁生产奠定了基础。

此外，上汽大众各厂区持续推进光伏发电项目，利用太阳能电池半导体材料的光伏效应，向厂区直接供电。2022年，仪征工厂光伏发电2,300万千瓦时，同时外购绿电2,000万千瓦时，占全厂用电40%，减少约3.03万吨二氧化碳排放。宁波工厂产生绿色电力约6,500余万千瓦时，可节约标煤1.66万吨，减少CO₂等温室气体排放4.05万吨。



案例：南京工厂试车跑道变身光伏发电

2022年，上汽大众南京工厂积极利用工厂西北角的试车跑道内空地，新建4MW容量的光伏地面电站。项目建成后，使公司光伏发电装机总容量将达到138MW，年发电量约1.4亿kWh，光伏供电量占公司全年用电量的10%，每年可减少CO₂排放近9万吨。项目计划在2023年4月份正式并网发电。

南京工厂试车跑道内侧光伏项目兼具了经济效益与环境效益，是实现“零影响工厂”、践行国家减碳政策的积极表现。



南京工厂试车跑道光伏项目实施前 南京工厂试车跑道光伏项目实施中



绿色发展 共创环境友好

大气污染物管理

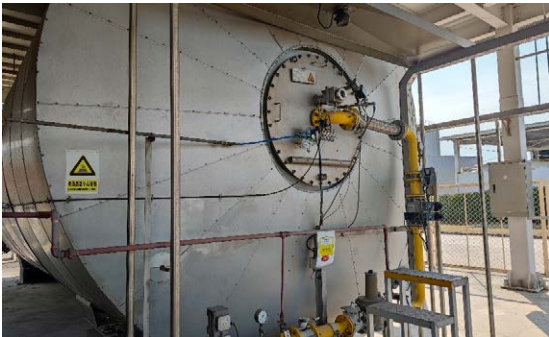
上汽大众严格管理各类大气污染物排放。2022年，各工厂废气处理设施均正常运行，排放均根据排污许可证的要求正常开展第三方监测，监测结果均符合国家及地方规定的排放标准。

在减少VOC（挥发性有机污染物）方面，上汽大众积极探索，从源头替代到末端处置，逐一研究解决办法。在源头替代方面，公司采用2010水性漆工艺逐步替代传统的溶剂型工艺。2022年，上汽大众汽车一厂正式停用传统溶剂，这意味着公司最后一个传统溶剂型油漆车间正式关闭。末端处置方面，公司积极为油漆车间配套安装沸石转轮吸附焚烧设施，通过高温焚烧方式减少VOC的最终排放量。



案例：技术升级，降低VOC排放浓度

宁波工厂油漆车间的VOC净化装置，采用了世界上最先进的转轮浓缩吸附+氧化焚烧技术，将油漆车间喷漆室的废气经过沸石转轮吸附浓缩，再送至氧化焚烧炉中进行高温焚烧，燃烧温度最高为720℃。经过整套系统处理后，喷涂废气中的VOC排放浓度可降至15~20mg/m³，VOC净化效率达到90%以上。



案例：南京工厂五重措施治理VOC排放

- 1 废水站集水池加盖项目：进一步减少废水站VOC的无组织排放。
- 2 油漆车间VOC治理项目：引进德国DURR进口设备，采用沸石转轮+高温燃烧工艺对喷漆废气进行处理，每年减排VOC 720吨。
- 3 锅炉低氮改造项目：对天然气锅炉进行氮氧化物超低排放改造，使氮氧化物排放浓度低于50毫克/立方米。
- 4 车身车间粉尘治理项目：治理后的粉尘实际排放浓度为10mg/m³，远低于排放标准。
- 5 危废堆场废气治理项目：采用沸石转轮+催化燃烧的处理工艺，经治理后排放的废气满足江苏省地方标准《表面涂装（汽车制造业）挥发性有机物排放标准》要求。

绿色发展 共创环境友好 »»»»»»

废弃物管理

废弃物的处置，既是减少对环境的压力，也是企业节约成本的抓手。上汽大众协同各部门通力合作，梳理废弃物产生的途径，通过引入新技术、新点子找到突破口，优化生产流程，减少废弃物产生，避免资源浪费。2022年，上汽大众在实现所有废弃物合规处置的同时，积极探索废弃物源头减量和回收利用。



案例：发动机厂减少一次性防尘塑料袋的使用

在发动机厂原有的生产流程中，在缸体成品下线后临时存放期间，员工会使用一次性防尘塑料袋对成品进行防护。这不仅需要耗费人力、浪费资源，同时也产生很多塑料废弃物。经过发动机厂同事的深入研究，对于报交周期短并不出厂房的成品，尝试取消使用防尘袋。经过试行跟踪，发现对产品质量没有影响。措施开展后，每年可减少塑料袋的使用50,000个，同时还可减少塑料废弃物约12.5吨/年。



上汽大众各工厂秉承“零影响”工厂理念，积极探索废弃物处置方式的优化。2022年，上汽大众南京工厂达到了工业垃圾全部回收利用，生活垃圾全部焚烧发电回收利用。仪征工厂的通过油漆车间PVC门槛机器人喷涂方式优化项目，减少了原材料的使用和废胶的产生，降低工厂废胶量约50吨。



案例：宁波工厂开展了“无废工厂”行动

2022年，为积极响应国家“无废城市”号召，上汽大众宁波工厂开展了“无废工厂”绿色文化宣传和推进工作。通过强化固体废物的全过程溯源管控及减量化、资源化，宁波工厂顺利完成“餐厨垃圾资源化利用”“重污染天气视频门禁改造”“乳化液和防冻液吨桶优化”“排污许可修编”等提升改造项目。

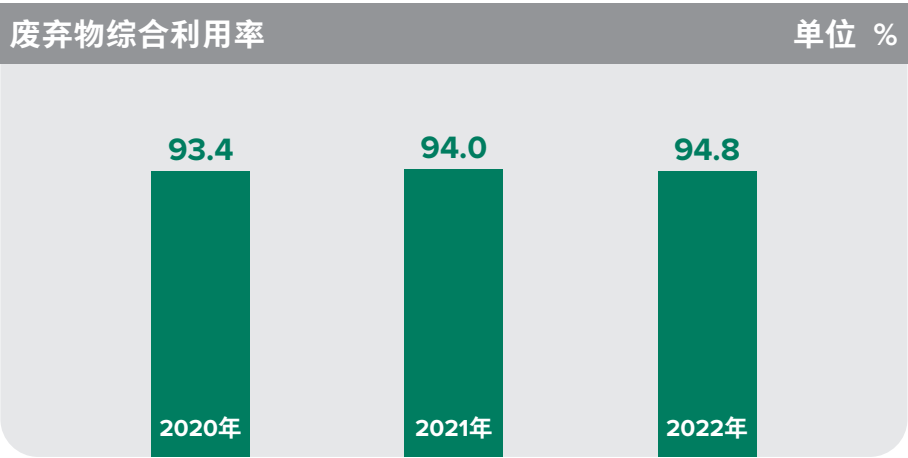
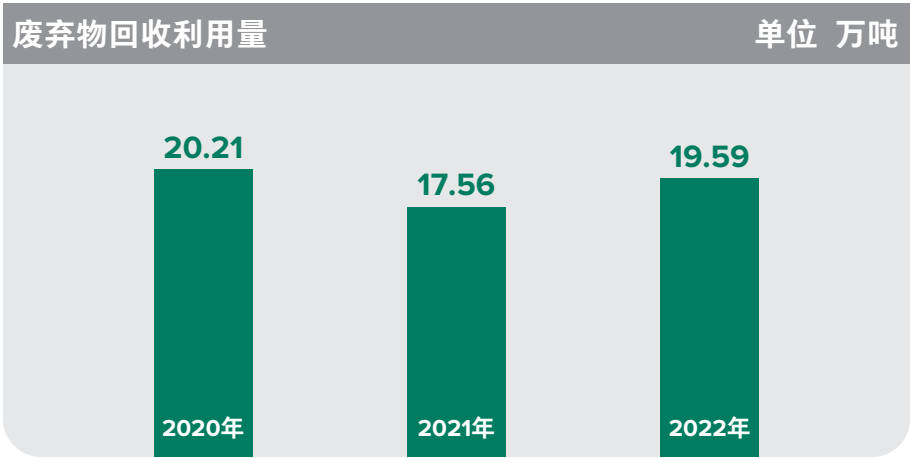
同时，工厂秉承“绿色工厂”的核心思想，围绕“无废工厂”的理念，结合日常管理要点梳理岗位职责和疑难点制定重点提升计划，并定期跟踪环保法律法规，更新环境因素识别管控、环保处置设施台账等材料，有效提升工厂的环境管理水平。



宁波工厂获得由宁波市生态环境局颁发的“无废工厂”称号



绿色发展 共创环境友好 »»»»»»»»



案例：长沙工厂探索废弃物资源化利用

2022年，上汽大众长沙工厂针对废弃物资源化利用开展了一系列工作，取得了显著成果。一方面，工厂通过寻找有资质的单位，推进完成了废胶、废水性溶剂、漆渣、沾染性废弃物的部分资源化利用，全年共利用危险废物965吨，危险废物资源化利用率从2021年的约20%提升至约50%。

同时，长沙工厂的油漆车间推进小颜色智慧喷涂项目，针对小颜色材料浪费率高（浪费率90%）、降低返工率需要的人工监管成本高(8min/car)两个痛点做出了优化，每年可实现节约油漆材料180万元，同步节约危废处理费用14万元。

2022年，上汽大众长沙工厂废弃物回收利用率达90.19%，同比提高2%。



水资源管理

上汽大众各生产基地严守国家和地区标准，对废水进行严格管理。2022年，上汽大众废水设施正常运行，且各工厂废水排放均根据排污许可证的要求正常开展第三方监测，监测结果均符合国家及地方规定的排放标准。

同时，公司各生产基地积极优化水资源管理工作，不断创新管理办法，探索水资源循环利用方式，提高公司水资源利用率、减少水资源浪费和降低企业运营成本。2022年，公司在油漆车间节水方面开展多次工作坊，通过深入讨论形成了34项节水措施，预计理想状态下每年可节约用水28万吨。

长沙工厂完成了消防管维修一期项目，埋地管网的改善使得长沙工厂的总水耗同比下降19%。仪征工厂通过研究外购蒸汽产生的冷凝水，发现其水质较好，可以进行再利用制备纯水。通过水资源的循环利用，工厂每年实现节水约2.6万立方米的同时，有效降低了降低耗电量和生产成本。



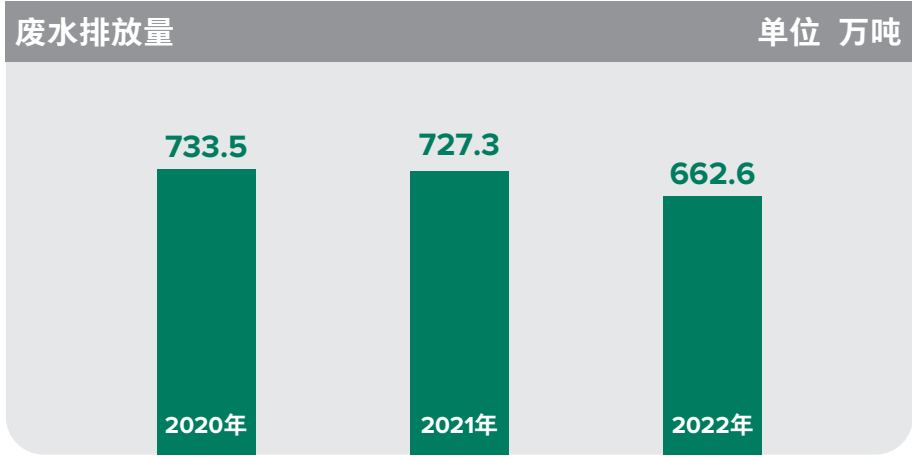
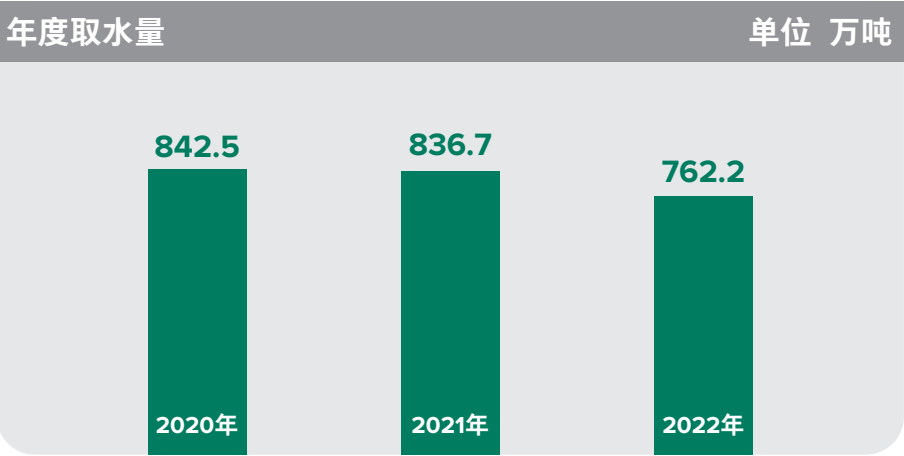
案例：宁波工厂探索水资源循环利用

宁波工厂废水处理站，由物化系统及生化系统组成，废水经过加药、絮凝、沉淀，将磷、重金属等有害物质分离，沉淀的污泥通过板框压滤机压缩成泥饼，作为危废外运，在完成物化处理工艺的同时也减少了危废处置成本。经过物化处理后的废水进入生化反应池，依靠池中的好氧菌降低COD、氨氮等指标。再经过二次斜板沉淀槽进行再次沉淀，从而完成生化处理工艺。经过处理的水已清澈见底，经过比国家排放标准更为严格的内控及在线监测后排放。

在宁波废水站，制备纯水过程中会产生超滤浓水，原本直接作为废水外排。通过加装三通和手动控制阀门，超滤浓水可回收至水箱的浓水作为制取纯水的原水。以生产30万台车的产量计算，可回收浓水51,000吨。

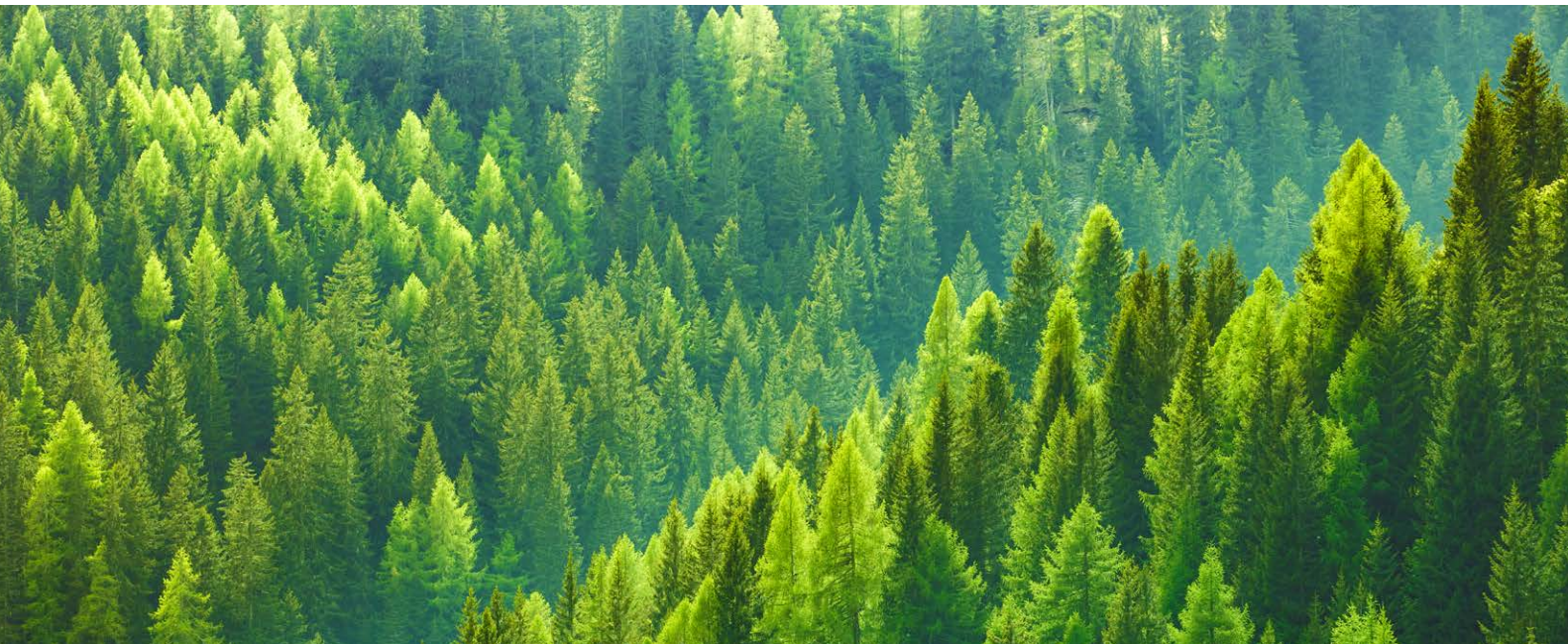


2022年 上汽大众
循环用水量达到
18,661.25 万吨



绿色发展 共创环境友好 »»»»»

43



构筑绿色产业链

在生产环节之外，上汽大众同样注重构筑绿色产业链，确保汽车全生命周期的绿色可持续。通过对绿色物流、包装的研究探索，上汽大众携手产业链伙伴一同开发新技术、引入新工具，践行环境责任，打造全生命周期绿色车辆。

绿色仓储与物流

2022年，上汽大众物流技术团队通过引入智能技术、加强对外合作等方式，继续为仓储及物流工作添加绿色元素。

在供应商伙伴的支持下，团队完成了对室外无人驾驶的技术可行性验证，该技术可适用在厂区内短驳及供应商园区等场景。通过大数据分析及软件支持，团队对入厂运输网络进行宏观及微观层面规划，优化运输路径；同时结合实际运作数据，对规划方案进行持续优化，实现智能入厂物流。在绿色仓储方面，团队通过新增自建仓库，逐步减少、关闭了厂外外借仓库，优化了短驳卡车数量或车次，有效降低了碳排放。



案例：氢能源卡车助力绿色物流

作为新能源车辆，氢能源卡车属于零排放绿色交通工具，是实现绿色物流的重要组成。2022年，上汽大众开始在物流环节试点使用氢能源卡车，持续收集卡车信息，监测卡车性能，探究运作模式，探寻应用场景，推动物流环节的绿色低碳。

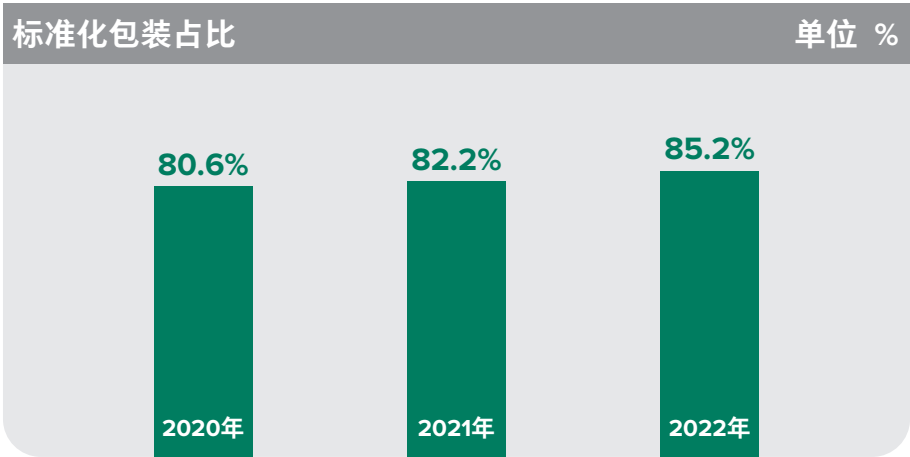


未来，上汽大众将继续逐步关闭外借仓库，优化节约短驳车辆，降低碳排。在厂内运输环节，逐步推广使用即插式锂电池叉车，消除铅酸电池充电间废气废液排放，并继续对厂内物流室外无人运输路线进行推广。在厂外运输环节，通过建立运输规划与监控系统，借助人工智能算法提升运输组织效率；同时继续深化探索新能源卡车在入厂运输业务中的应用与推广，降低整体碳排放。

绿色发展 共创环境友好 »»»»»»

绿色包装

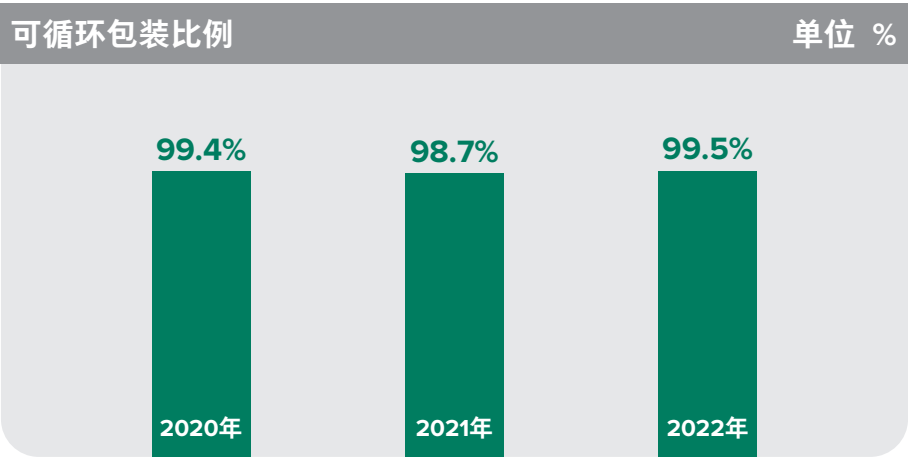
2022年，上汽大众持续推进绿色包装工作，实现包装材料回收率100%，无纸化通关覆盖率100%。在“总装零件零塑料包装项目”中，优化塑料包装零件占有所有总装零件17.6%，减少固体废弃物1.9kg/车。该项目成果已经推广至上汽大众所有工厂，并且以MEB工厂总装车间为试点，持续进行总装零件零塑料包装优化的潜力挖掘。未来，相关成果还将为日后新车型项目包装方案制定提供参考，进一步减少固体废弃物，促进绿色包装。



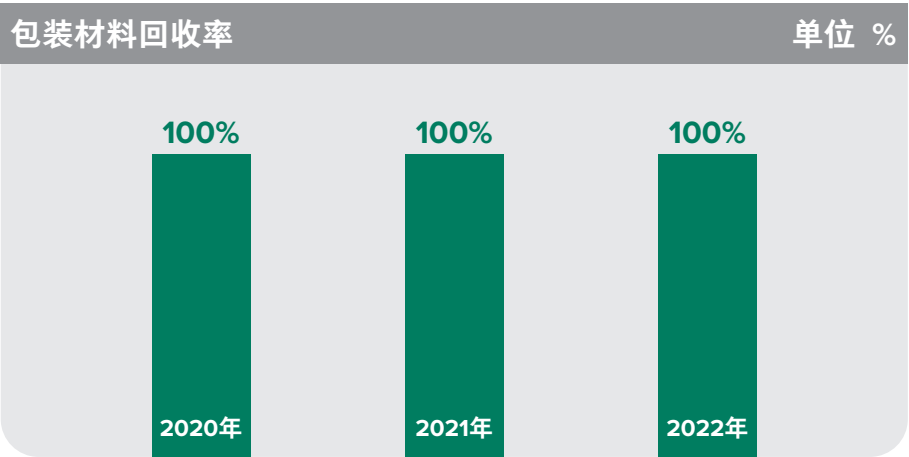
汽车拆解利用

上汽大众已形成了一套内涵丰富的乘用车产品回收利用绿色设计体系，提高了产品资源再利用率，并将管理经验转化为国家标准，推动了中国汽车行业绿色可持续发展。2022年公司汽车零部件可再利用率达到85%，可回收利用率达到95%。

此外，2022年上汽大众首次完成了ID.4 X、Tiguan L、Lavida三款车型的整车生命周期碳排放评价(LCA)核算



工作，并获得了产品第三方认证证书，为逐步摸清自身产品的碳排放情况打下坚实的基础。2022年上汽大众开展了首款奥迪品牌的面向回收利用的整车拆解，并先后完成了奥迪Q5e-tron、Lavida NF PA等车型的实车拆解，通过中国绿色拆解信息系统CAGDS发布《报废汽车拆解指导手册》29本。



04

暖心职场 助力员工成长

上汽大众重视员工价值，致力于建立以员工为本的文化和价值观，鼓励员工不断学习和成长，为员工提供良好的发展环境和机会，让员工在实现自我价值的同时，推动企业可持续发展。为了实现这一目标，公司采取了一系列措施，包括积极建立完善雇佣和绩效薪酬制度、提供多样的培训和学习机会等。截至目前，上汽大众已经连续 17 年获得由 Top Employer Institute 授予的“中国杰出雇主”奖项。



保护员工权益

上汽大众相信保障员工权益是企业实现可持续发展的关键因素之一。公司致力于在合法、公正、公平的原则下确保员工的合法权益的实现，重视雇佣与薪酬制度的建立和完善，关注员工隐私保护，并积极推动企业内部沟通，从而减少员工流失，有效维护员工的各项权益，促进个人与企业健康发展。

平等雇佣与薪酬平等

上汽大众始终遵照《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，建立并通过平等协商不断完善人事制度和用人体系。在招聘、录用工作中，公司给予每一个应聘者平等的机会和待遇，不因性别、种族、年龄、残疾等其他个人因素偏袒或者歧视，积极构建平等、和谐的劳工关系。

2022年，公司劳动合同签订率和社会保险覆盖率均为100%。



2022年 上汽大众劳动合同签订率
和社会保险覆盖率均为

100%

	2020年	2021年	2022年
员工总数(人)	32,799	30,430	29,965
女性员工比例(%)	10	11	13
员工流失率(%)	8.2	9.1	5.3
残疾人雇佣率(%)	0.09	0.2	0.2
少数民族员工比例(%)	1.5	1.94	2.3

同时，上汽大众遵循“提供具有竞争性、可持续”的薪酬福利理念，坚持“绩效导向、兼顾公平”的薪酬分配原则，建立以岗位职责、工作能力、绩效表现为主体的薪酬体系。这种公正、透明的薪酬管理方式使得公司在保证薪酬的公正性和透明度的同时，有力保障员工“劳有所值”的权益。

员工隐私保护

上汽大众认为保护员工个人信息安全是企业的基本义务和职责，也是建立企业与员工信任的重要基础。2022年，上汽大众进一步贯彻落实国家《个人信息保护法》，并根据公司《HR个人信息保护工作指导书》，持续做好员工个人信息保护工作，充分保障员工的个人信息安全，也增强了员工对企业的信任感和归属感。

在人事档案管理方面，公司依据《中华人民共和国档案法》及实施办法、《干部人事档案工作条例》及相关收集管理规定，始终坚持安全、规范保管雇员的人事档案，有效保障员工的个人隐私权益。



暖心职场 助力员工成长

民主管理与沟通

作为一家负责任的企业，上汽大众积极推进平等协商、劳动关系协调等一系列民主管理和沟通协调机制的施行，以促进企业和员工之间的沟通和协商，维护员工权益，促进良好的劳动关系发展。

为确保信息的及时沟通与反馈，公司搭建多渠道交流平台收集和听取员工建议。公司设有总经理信箱、双周一报、合理化建议等多种沟通交流的渠道，并设置职代会、公司领导与员工面对面交流会、经理会议等多种会议形式。同时，公司利用报纸、电视、内网等媒介有效开辟多元化沟通渠道，让员工能够充分表达自己的意见和建议，也让企业更好地了解员工的需求和想法，促进企业和员工实现共同发展。



案例：多渠道实现员工沟通

为了深入了解员工需求，切实考虑员工意见，2022年，上汽大众先后召开了四次平等协商会议。针对涉及员工切身利益的人事制度，如员工职业发展、考勤及假期管理方式、员工优惠购车等开展了多方多级的交流探讨，并最终达成一致意见，满足员工诉求，有效地维护了员工权益。

此外，面对复杂严峻的经济形势，2022年上汽大众多次开展了公司领导与员工面对面交流会。交流会邀请来自多个业务领域的员工代表与公司领导共同参加，就当前汽车市场形势、产品客户价值提升、新能源车前沿设计等热点话题展开双向交流，并进一步有针对性地回应员工关切的问题，同时鼓舞员工士气，鼓励员工积极应对挑战，与企业一起开辟美好未来。



暖心职场 助力员工成长

职业健康与安全

上汽大众秉持“以人为本”的理念，严格遵守相关法规，坚持不断地提升职业病预防和安全生产管理工作，制定系统性规章制度和指导文件，开展系列培训，以及一系列安全生产、职业健康等议题的活动，切实保障员工健康与安全。致力于为员工创造一个健康、安全的工作环境。

职业健康安全保障

在国家相关法律法规与行业规范的指导下，2022年，公司持续更新并推动健康保障体系与管理文件升级，在制定并完善《职业病防治管理规定》《职业病危害警示与告知管理规定》等管理文件的基础上，进一步跟进外部政策发展，共计优化职业健康安全程序文件37份，工作指导书40份。此外，上汽大众进一步搭建政企合作平台，与国家疾控、市卫监所、市职防院、市人社局、区疾控等机构深度合作，参与公司健康保障管理体系的标准制订、课题研究等工作。2022年，上汽大众顺利通过莱茵TUV的职业健康安全管理体系ISO 45001第三方监督审核，公司体系证书保持有效；此外，上汽大众的花桥培训中心首次纳入健康安全保障体系审核，并顺利通过第三方认证。

保障职业健康环境

上汽大众关注员工工作环境，持续为员工提供舒适、安全的工作环境。2022年，公司集中解决车间噪音困扰，探索噪声在线监测新模式的应用，对车身车间风机增加隔震气弹簧、隔震垫，搭建降噪房，改造排风管；

对冲压车间压机线采用有网孔板吸音海绵的整体隔音罩覆盖；对总装车间雨淋岗位风机埋地安装并增加双层隔音幕帘。大大改善了车间噪声岗位作业环境，降低了公司职业健康风险。

职业健康服务

上汽大众通过定向课程培训和主题讲堂的方式，进一步提高员工健康意识，提升健康知识知晓率。2022上半年公司开展了“一切为了劳动者健康”职业病防治法宣传周活动，采用线上线下相结合的方式，宣贯职业病防治知识，覆盖沪内外21,817人。此外，公司还组织了针对安全管理人员以及一线工班长的职业卫生专项培训，通过材料分享、自主学习以及在线交流等模式，提升了安全管理人员的职业健康意识能力，覆盖1,800多人。

同时，公司还结合员工的健康特点，组织了心脑血管健康讲堂、肩颈及腰椎问题中医理疗、女性健康专题讲座及咨询等一系列健康活动，为近200名员工带来优质的体验；针对公司内急性心脑血管风险较高的TOP100人群，邀请专家为大家带来一对一的现场咨询与健康指导，跟踪随访，有效提高员工对心脑血管疾病相关的了解与预防意识。2022年，公司进一步与安亭社区卫生服务中心深化功能社区项目。家庭医生签约1,600余人，上门服务10余次，服务超400人。

	2020	2021	2022
健康培训总次数	55场 3,001人次	52场 4,472人次	35场 1,674人次
职业卫生培训次数 及覆盖率	49场 27,236人次	50场 20,100人次	251场 23,617人次



2022年 公司职业病发生数为

0

疫情防控

上汽大众始终关注员工的职业健康，通过完善的健康保障体系与防护措施，从源头上保障员工的职业健康发展。2022年，上汽大众进一步完善更新常态化疫情防控管理原则和管理流程，进一步结合国家和地方政策调整，持续动态修订和实施相关流程方案。通过构建责任明确、协调高效，监管严格、防护有力的网格化防疫管理机制，上汽大众进一步确保疫情防控责任落实横向到边、纵向到底全覆盖的疫情防控思路。能做到应对疫情，各项防控措施执行落实到位，突发涉疫事件快速应对、处置到位。2022年，上汽大众就疫情防控共形成关键流程、规范、标准29份。

公司利用安全管理的数字化工具，进一步提升防控效率。疫情期间，公司与上海市大数据中心实现数据对接，在公司内布署场所码，实现疫情安全管控及精准管控，实现安全管理的全电子化。

暖心职场 助力员工成长

保障员工安全

“安全第一”是上汽大众的生产工作原则，公司在国际安全标准与国家标准的基础上，持续深入建设安全管理体系，开展安全教育、培训与演练，保障员工安全。

安全制度升级

上汽大众深入分析公司安全生产共性问题 and 突出隐患，全面梳理安全管理制度，巩固提升形成一套较为成熟定型、适应上汽大众安全发展的安全生产制度体系。同时，根据最新国家和地方法律法规，上汽大众形成“二十六项安全生产主体责任”清单，进一步健全全员安全生产责任制，全面落实企业安全生产主体责任，细化、实化责任措施，切实落实风险管控，不断提高对安全风险的预见、应对、处置能力。此外，上汽大众开展了覆盖各部门（制造到各工厂）的安全生产主体责任落实专项评审，要求各部门落实“二十六条公司安全生产主体责任”，通过全面严格的监督做到安全责任到位、安全投入到位、安全培训到位、安全管理到位和应急救援到位。2022年，上汽大众顺利通过国务院安全生产监督组“回头看”、应急管理部消防救援局“二十大消防安保工作”督导并取得好评，公司的安全管理工作得到政府部门认可。

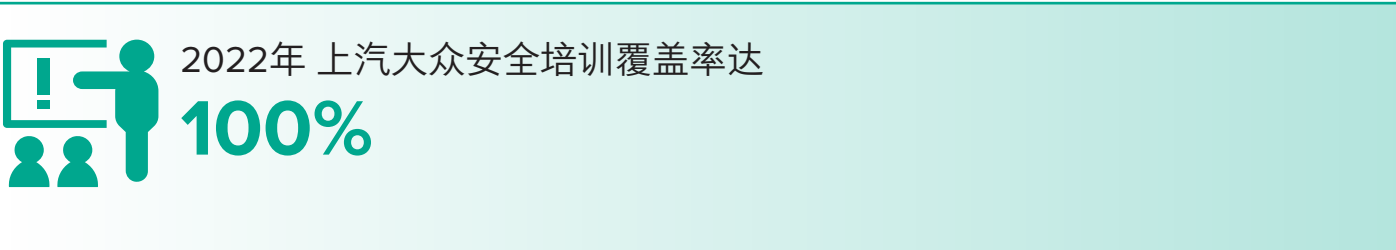
	2020	2021	2022
安全应急演练总次数、参与人次	655次 4.4万人次	361次 3.1万人次	264次 3.2万人次
安全生产总投入(百万元)	111	117	119

同时，上汽大众根据新预案编制导则要求，制定应急演练计划，开展应急演练，提升应急响应实战能力。2022年，完成突发公共事件总体应急预案及10项专项预案编制并向政府备案，全部专项应急预案均已完成演练。公司完成消防实训基地挂牌，开展急救人员培训2,000余人、志愿消防队1,146人，提升公司应急救援能力。



安全培训与文化建设

公司致力于建设“关爱生命，安全发展”的浓厚安全文化氛围，坚持组织多渠道、多层次的开展安全生产培训，全面提升员工安全意识，确保企业安全稳定、健康发展。2022年，上汽大众通过多样的宣传与品训活动传递安全知识，安全培训覆盖率达100%，为提高员工安全技能带来保障。



	2020	2021	2022
安全培训次数、参与人次	1,278次 35,757人次	2,231次 124,350人次	1,350次 68,799人次
安全培训总投入(百万元)	1.27	1.73	1.56



案例：“工伤保险伴我行”为主题的工伤预防宣传活动

为进一步普及工伤保险政策法规，预防和减少各类工伤和职业病伤害。9月21日，公司作为嘉定区人社局组织的“工伤保险集中宣传日”活动的分会场，公司工会、安全保障与人员服务，在新能源工厂开展以“工伤保险伴你同行”为主题的安全文化路演活动。通过现场AED操作、交通安全法规宣讲、工伤保险知识宣传等模块展示和互动，让一线从业人员，提升自我保护意识，普及工伤保险、安全生产及职业病预防知识。当天活动参加人数达700人以上。



案例：“消防技能比武决赛”活动

为加强上汽集团消防安全“四个能力”建设，提升志愿消防队火灾应急处置能力，上汽集团于11月9日在上汽大众消防队举行“2022年职业技能竞赛 消防技能比武决赛”。参赛队员们通过穿着灭火战斗服、负重折返跑+模拟报警、灭火器灭火和墙式消火栓灭火4个项目，为与会者呈现了一堂生动的消防应急处置知识课，加强了消防安全教育。通过激烈的角逐，最终上汽大众获得了竞赛活动的二等奖。



案例：开展“119”消防宣传月系列活动

为提升员工消防安全意识和自救能力，公司开展形式多样的119消防宣传月活动。组织员工进行消防安全专项教育培训，共31,658人参加；开展消防安全检查共318次，整改完成隐患数量共963个；同时，公司组织开展了火灾事故隐患的排查治理；组织火灾事故专项应急预案和现场处置方案演练，降低火灾发生风险。

人才培养与发展

在企业业务以及战略需求指引下，2022年上汽大众聚焦数字化能力、专业能力、管理能力的全面提升。以“问题导向、用户导向、价值导向和创新方法”的原则，通过落实人才培养体系建设，开展员工培训，积极构建学习型组织的文化，助力员工专业技能、领导能力和综合素质提升，推动员工与企业共同发展。

搭建人才培养体系

上汽大众坚信人才培养是企业发展中非常重要的一环，公司基于自身发展战略设计实施了多样化的人才培训项目，帮助员工提升数字化专业技能以及领导力，助力公司实现全面数字化转型和发展。

数字化人才培养

2022年，上汽大众持续为员工和企业数字化方向的发展赋能，以上汽大众数字化学苑为平台，聚焦数字化研发、数字化营销、智能制造、数字化运营领域，与清华大学、上海交通大学、微软等合作培养数字化人才培养项目，全面助力公司数字化能力建设。



案例：数字化研发人才培养项目

上汽大众重视员工研发能力的培养，根据产品研发的数字化研发人才需求，企业与清华大学苏州汽车研究院一起合作，共同设计并开发了相应的学习项目。其中初级学习项目为期8个月，中级学习项目为期6个月，每期围绕算法开发、嵌入式开发、全栈开发三大方向的实践课题开展线上线下的学习，并最终通过课题答辩的方式来培养数字研发人才。2022年共培养认证260人，其中初级为221人，中级39人。





案例：数字化营销人才培养项目

为了快速响应市场变化，实现营销从To B向To C转型，上汽大众从铺面及纵深两个维度，持续开展数字化产品经理培养。一方面，公司通过SVW产品思维课堂，诠释产品从无到有的关键业务链，全面提升产品思维，共有205人参与学习。另一方面，公司开展数字化产品经理养成营，帮助成员熟悉流程工具和实现简单功能优化，2022年度从0到1培养了25位初级产品经理。

此外，公司从数据工具和数字营销策略切入，为员工提供丰富的培训。数字工具方面，我们量身打造了Tableau数据分析训练营初级班，通过录播、直播、社群等多元化学习，满足不同学员的学习需求，共培养认证89人；数字营销方面，面向0-3年数字营销新人开展了SVW数字营销养成营，共培养认证60人；同时面向数字营销骨干推出宋星大课堂，帮助其全面了解数据驱动消费者运营的策略及方法。

另外，面向数字化运营团队，企业持续推出运营技能养成营及挑战营，帮助其掌握运营核心技能。87位伙伴通过首期认证并聚焦APP、小程序、公众号三大领域孵化10组的实战课题，开展团队共创工作坊，持续深化提升运营业务能力。同时，公司依托于元宇宙平台，围绕数字营销前沿话题，打造“新知实验室”，对齐内外部认知，助力品牌新增长，共有90多位员工参与学习。



案例：智能制造人才培养项目

为了培养和发展智能制造领域的关键骨干和人才，上汽大众积极开展与交大－弗劳恩霍夫智能制造中心的合作，依托上汽大众－上海交通大学智能制造人才培养中心，围绕机器视觉、人机协作、5G和物联网等领域，以关键骨干为培养对象，开展“亚琛创新项目”及“智造训练营”等专项项目，结合业务场景下的实践课题形成各课题小组，开展为期3个月线上与线下相结合的学习培训，为智能制造人才转型发展打下扎实基础。

同时，企业开展了“智能工厂规划师”“机器视觉工程师”等相关学习培训，打造具有竞争力的智能制造人才队伍，2022年度共培养智能制造技术和技能人才266人。



暖心职场 助力员工成长

53

上汽大众 | 2022 年企业社会责任报告 | 暖心职场 助力员工成长



案例：数据分析人才培养项目

上汽大众致力于数字化生态构建，加速数据分析人才的培养，重点提升员工在业务运营中的数字化应用能力。2022年上汽大众与微软（中国）签署了生态共建合作协议，在技术合作、人才培养、应用研究等方面展开长期的合作。

在数据可视化方面，上汽大众全面赋能从新员工到业务领域人员的Power BI能力提升。2022年通过内部培训师开展11期《Power BI训练营》，共培养掌握Power BI在业务工作中实现数据可视化的专业人员1,600多人。

在数据分析师培养方面，上汽大众通过《数据算法黑马训练营》，构建公司数据人才画像、搭建数据分析师人才梯队、辅导业务部门数据分析师在实际业务场景中不断挖掘深层数据价值，赋能和孵化基于业务场景的数字化项目58项，创新性解决了业务问题、提高工作效率、提升业务价值。2022年，上汽大众与阿里巴巴联合认证数据分析师375人。



领导力人才培养

上汽大众重视企业领导力人才培养，尤其是青年领导人才的培养。公司积极策划并实施定制领导力进阶、青年人才成长营、Tiger Talent等领导力提升项目，组织针对重点业务领域的经理研讨会以及各类对标学习及跨界参访，帮助经理及后备人才提升能力，助力变革转型战略下的思维转变和战略落地。我们通过多种方式帮助企业员工实现快速成长，打造出优秀的领导力人才队伍，为企业的发展注入源源不断的活力。2022年，公司创新性采用快充e课、深夜识堂等形式，利用碎片时间，围绕特定管理话题开展直播赋能。



案例：助力优秀青年管理人才成长

上汽大众基于“共创2025”与“ReSet2022”战略的引领，致力于快速培养与储备一批适应公司未来业务发展的高素质年轻干部。公司开展青年人才成长营通过实现目标员工参与到公司战略/部门TMO项目，帮助员工快速了解公司未来重点战略发展方向，同步锻炼结果导向、提升沟通合作关键能力，助力青年领导力量快速成长。2022年，青年人才成长营共为公司培养36名青年优秀人才。



暖心职场 助力员工成长

54



案例：Tiger Talent人才培养项目

上汽大众着眼未来发展战略，秉持突出发现培养，强化实践锻炼的理念，为优秀人才提供培训和发展机会。2022年，上汽大众开展Tiger Talent项目，面向优秀青年员工选拔出高绩效、高潜力后备人才，由部门经理担任导师进行挂职锻炼，设立培养目标及IDP，参与重点项目管理，完成任务交付。整个挂职锻炼为期6-12个月，采用训-练-战结合，任务导向，着重培养及考察解决问题能力，同时组织跨界学习，内外部交流分享，拓展视野，帮助表现优秀的高潜员工实现快速发展。



开展员工培训

上汽大众重视员工能力的培养，针对2022年度疫情影响、招录新员工多的特点，为员工定制赋能课程，帮助新员工更好的融入企业，提升员工的综合素质，打造一支团结协作的优秀人才团队。

上汽大众相信营造学习的工作环境和氛围，对于员工成长发挥着关键作用。企业基于“i-学习”平台打造学习生态圈，利用在线点播、直播以及社群化学习等多种学习形式，为员工提供丰富而多样的学习内容；同时，企业在内部建立学习社群，如“智能训练营”、“数据咖”、“RPA学习圈”、“Power BI训练营”等，为员工提供分享交流的平台，助力学习型组织建设，鼓励知识分享和员工自主学习。此外，为了营造良好的公司学习和分享氛围，鼓励公司内部知识传播和沉淀，持续进行内训师队伍建设，2022年公司共有1,400多名内训师做了内部分享。



2022年 上汽大众员工
线上培训



835,074 人次

线下

78,328 人次

暖心职场 助力员工成长 »»»»»»



案例：疫情下的学习与成长

为了更有效地利用居家办公的时间，提升员工各项能力，上汽大众联合上汽培训中心快速为生产、营销、研发等不同员工人群定制了相应的专业技术在线学习项目，推出“春季挖笋节”主题学习活动。活动推出后得到了广大员工的积极反馈，7个学习项目共计有超过10,000名员工参与。

在为期两个月的学习期间，各学习项目以小班化、社群化的方式有序开展学习，每个班级均配备了班主任及时解答员工各类问题，并以测验的方式帮助员工巩固学习成果。最终共有10,688名员工完成了每人超过24课时的课程学习并通过考核。在疫情期间有效助力员工能力的提升，助力员工成长。



案例：新员工成长之旅

2022年初，HR邀请了新员工代表、业务带教老师和人力资源老师，开展了2场设计思维共创工作坊，结合痛点共创了全新的“上汽大众新员工成长之旅”，对新员工入职第一年的各个关键阶段进行了重新设计。在初入职场阶段，有好玩多样、喊你尽情秀的启航培训；在试用期阶段，有丰富扎实、导师带教的业务实践学习；在入职第一年，帮助新员工在数字化能力方面加速成长，充分发挥新生代的特长与优势。

2022年，共有1,300多名校招新员工加入上汽大众，他们怀着憧憬与梦想，在上汽大众正式开启了自己的职业生涯，实现了从在校生到职业人的角色转变，为公司的发展注入了新的活力，也将成为公司前行的重要力量。



暖心职场 助力员工成长

员工关爱

上汽大众关怀员工的身心健康，注重满足困难员工、外籍员工等不同员工群体的需求，开展形式多样的凝聚力活动，让员工感受到公司的温暖和关爱，产生归属感和幸福感。

员工身心健康

2022年，上汽大众围绕医疗服务、健康教育培训、心理健康关爱、女性员工关爱等多方面，关爱员工身心健康，通过贴心完备的服务和措施为员工的身心健康进一步保驾护航。

贴心健康服务

为帮助公司员工在封闭生产期间受到良好的医疗服务，保障员工身体状况良好，公司为封闭生产的员工提供代配药联系、药品配送和紧急医疗服务；复工复产后，6个医疗服务点每月为安亭员工提供1,200-1,400人次门诊服务，同时提供匹配生产的24小时急救医疗服务；2022年，安亭地区公司引入共10台智能药柜，提供24小时问诊和药品在线购买，在封闭生产期间保障员工用药需求。

同时，公司积极开拓与知名药企的合作，开启品种丰富、支付方式多样的“流动药房”服务，流动药房巡回在公司的各个厂区活动，真正实现送药上门。在健康体检服务方面，上汽大众继续运行“全面自助自选模式”，最大程度的为员工提供体检资源，当年累计13,852名员工参加了健康体检，累计举办了5场体检报告解读，帮助员工更加了解自身身体情况，做好健康规划。

此外，上汽大众在健康教育方面持续开展创新实践活动，在微信公众号建立职业卫生、急救知识课程包和系列健康知识，为不同学习对象提供多维度在线培训课程。

员工心理关爱

上汽大众始终关注员工心理健康，开展各类员工心理关爱项目，继续深化推动EAP员工心理健康关爱计划，为员工提供心理支持。2022年，EAP员工心理健康项目共完成心理咨询2,332人次，举办心理健康讲座23场，覆盖1,020人次。此外，为帮助公司员工缓解压力，减轻紧张感，公司开展心理复原力项目，累计共83人报名，打卡357人次。同时，为了满足不同员工的健康需求，

上汽大众开展戒烟、减重、减压、心理体检等项目，从生活方式和健康意识着手，提升员工的健康素养和健康水平。



2022年 EAP员工心理健康项目共完成心理咨询

2,332 人次

举办心理健康讲座

23 场次

女性员工关爱

上汽大众重视女性员工的身心健康，为女性员工开展专项体检。同时开设女性自我关爱与成长、减压、亲子、健康养生等相关的心理健康课程，关注女性员工健康发展。

暖心职场 助力员工成长



开展日常帮扶投入
268.77 万元
开展点亮心愿项目投入
21.6 万元

困难员工帮扶

为了切实提高员工的获得感和满意度，上汽大众党委工会进一步加快落实针对性的措施，面向有帮扶需要的员工针对性采取行动。2022年，公司协调上汽集团工会帮困互助专项资金，累计帮扶金额195.03万元，惠及228人次；开展点亮心愿项目，为员工办实事，累计21.6万元；开展日常帮扶（含助学帮困）268.77万元。

关爱外籍员工

为了更好地管理并照顾外籍员工的需求，上汽大众为外籍员工建立了完备的管理服务体系，从岗位规划、招募聘用、薪酬激励，到跨文化及语言培训、绩效管理、期满回归等，完整覆盖外籍员工任职生命周期的各个阶段，并安排实施不同的策略措施关怀外籍员工，包括开展安全培训、开展多样文化活动、在疫情期间为员工的工作生活提供支持等。2022年，上汽大众持续开展外籍职工合规安全知识线上培训，本年度共有17名新上任外籍职工完成合规培训及考试，18位完成安全培训和考试。

2022年，公司外籍职工考勤全面上线。外籍职工可以免于递交纸质考勤及流转线下签字。在节约资源的同时，大大提升效率。此外，通过考勤系统提供了自动化处理考勤的平台，可按需获取考勤数据，分析出勤状态等。



案例：中外员工欢天喜地闹元宵

2月15日，外籍人员管理积极配合开展中外员工欢天喜地闹元宵活动，中外方员工一起体验了包汤圆、猜灯谜、挂灯笼等中国春节的传统文化习俗。活动让外籍员工了解了中国传统节日，感受到温馨的节日氛围和上汽大众企业大家庭的温暖。推动中外员工继续并肩同行、紧密合作，拧成一股绳，为实现上汽大众各项工作目标砥砺前行。



暖心职场 助力员工成长



案例：用温暖抗击疫情

为了帮助外籍职工解决诸多信息盲区，实现疫情信息高效传达。上汽大众通过外籍职工微信群及CE邮箱等渠道，为全体外籍职工提供个性化信息套餐，包含国内及上海疫情现状、医疗预案等，并为外籍员工定制英语版本本地新闻。

此外，公司着力妥善安排疫情期间外籍职工离任休假事宜，配合开展疫情线上心理辅导，提供24小时外语服务热线等。特别是在封控期间，外籍人员管理协调各方资源，紧急采购调配一批生活物资，点对点发放抗疫“暖心礼包”，让外籍职工在特殊时期感受到公司传递的温暖。



案例：商会包车保证员工出行

上汽大众始终全力支持外籍员工的任职与发展。基于和德国海外商会联盟的合作，2022年公司组织了23班包车，协助140余名外籍职工及家属顺利来华。缓解了民航航班紧张时期，外籍职工回母国探亲或差旅后返回中国的出行问题，也保证了疫情期间新的外籍职工依然能在满足签证和健康情况等前提下持续到上汽大众上任，作为来自不同领域的专家为公司提供有力的现场支持。



The background of the entire page is a close-up photograph of several hands of different skin tones stacked on top of each other, palms facing up. The hands are positioned in a way that suggests support and unity. One hand in the upper right is wearing a dark blue braided cord bracelet with a round, clear, faceted crystal charm.

05



共融共建 携手伙伴共赢

上汽大众始终坚持与价值链伙伴建立互利共赢的平等合作关系，致力于将可持续发展理念延伸到全价值链环节，通过能力培训、强化沟通等方式持续赋能供应商，推动供应商责任管理水平，共同绘制可持续发展蓝图。



供应链管理

上汽大众始终关注供应链的管理与发展，在采购过程中全面融入企业社会责任的考量，助力供应链健康发展，积极与合作伙伴各方开展沟通与培训，进一步提升供应链责任管理，强化供应商合作伙伴的责任意识。

提升责任管理

上汽大众建设了完善的供应商准入、评价与违规处理等机制，在供应链各环节严格落实企业社会责任嵌入，坚持诚实可信和恪守规则的行为准则，倡导供应商合作伙伴关注责任践行。

上汽大众制定了《上汽大众供应商可持续发展要求》，不仅整合国内外相关规定协定、企业内部标准和价值，更融合全球契约原则、国际商会长期可持续发展宪章以及国际劳工组织相关协定，明确所有上汽大众的供应商按要求履责，如若违反相关承诺，上汽大众会及时结束合作关系。同时，上汽大众严格判定供应商的准入资格，并要求出具相关社会责任证明文件，保障共同构建合作共赢、积极履责的供应商网络。2022年，以共同实现可持续发展为目标，上汽大众与生产采购99%的Tier 1供应商签署可持续发展要求。

为了进一步提高供应商管理效率，保障原件质量安全，上汽大众2022年持续深入推进批量零件风险排摸工作，减少和消除因供应商质量问题导致的批量生产干扰，通过风险预防，保障供应链生产与质量的稳定。此外，为了应对内外部环境变化导致的供应不稳定，加强对供应商的审核与对供货风险的识别，上汽大众2022年重点关注有合作潜力的战略性供应商质量能力提升，在助力供应链成本优化的同时提高供应链稳定性。2022年，公司共完成安全件供应商审核65次，完成7家MOS软件供应商的审核。



2022年 上汽大众生产采购Tier1
供应商可持续发展要求签署率

99%



2022年 共完成安全件供应商审核

65 次

强化责任能力

为了进一步帮助供应商明晰自身履责的重要性，提高供应商责任能力，上汽大众结合政策时事、热点趋势与社会责任理念等，对供应商进行专业的培训与考核。

2022年，为进一步助力国家实现“双碳”目标，上汽大众对于碳排放重点材料组进行低碳化培训交流，推动和帮助相关供应商制定低碳化措施及计划。该培训有效帮助在供应链端大力推进可再生能源的使用。除培训外，上汽大众也明确要求Tier 1供应商在2030年最大化使用可再生能源，助力绿色供应链的构建。

2022年，上汽大众共开展供应商相关培训1场，共计50家供应商参与培训。通过培训，进一步加深供应商伙伴对企业社会责任的重视，持续强化品牌价值，助力供应链可持续发展。

共融共建 携手伙伴共赢 »»»»»»



经销商协同

上汽大众始终关注经销商的合规运营能力，不断完善发展经销商管理体系，强化经销商能力，携手经销商伙伴为客户提供更好的销售和售后服务。公司高度关注经销商涉及的相关风险，围绕《上汽大众反垄断合规管理规则》等规范性指导文件，指导经销商合规运营，建立良好的经销商生态。

经销商赋能

上汽大众关注经销商的多维度发展，开展多形式的培训与能力建设活动。公司从销售与成交、营销、服务、管理等多方面给予经销商全方位指导，助力个人能力提升与经销商整体能力提高，使“责任”二字贯穿经销商成长，推动经销商提供更优质的服务。

个人营销与服务能力提升

2022年上汽大众全面优化“人员培训”，进一步提高经销人员的营销与客户服务能力。大众品牌持续分岗位类别优化个人岗位培训课程，开发53门E-learning课程，累计完成300期销售顾问、代理制销售顾问、一线关键岗位的认证培训。为了进一步促进成交效率，提高销售人员能力，大众品牌完成销售技巧线下特训营累计2,000余人次。其中销售技巧特训营（高级）共计60期，基于区域销售痛点和重点竞品深入培训，聚焦展厅竞品应对和试驾能力薄弱点，为一线销售人员个性化定制。奥迪品牌则进一步基于高端产品的独特体验，为代理商充分解读专项功能，帮助代理商充分了解产品优势，提高销售能力。



互动培训，寓教于乐：
奥迪Q5 e-tron销售代理培训

奥迪Q5 e-tron是奥迪新能源汽车，其所涉及的高端产品体验涵盖非常广泛，涵盖设计解读与产品综合模块、静态对比体验、开放道路试驾、场地道路试驾、上汽奥迪专属充电体验、以及Q5 e-tron实验室等等。

为了更好地帮助销售学员充分掌握产品性能，为客户提供更好的服务，2022年奥迪品牌围绕Q5 e-tron产品开展线上教学，覆盖经销代理商87家，各岗位人员306人。为了提高教学培训质量，奥迪在销售学员教学中将动态体验及静态体验进行结合，其中在Q5 e-tron实验室的环节采用了寓教于乐的形式，将产品亮点设计成互动性、可操作性很强的小实验和小游戏，进一步帮助学员更深入的了解了产品的特性以及针对竞品的优势。教学培训整体满意度达到了4.92分（满分5分）。



共融共建 携手伙伴共赢 »»»»»»»

为实现更高范围的课程培训覆盖，公司在将基础课程转为线上后，进一步启动全新的内训模式。通过经销商内训，直接传递上汽大众相关政策、新品上市、产品强化和竞品等更新内容。此外，为了让经销商伙伴进一步理解上汽大众企业社会责任理念，并将其传递给到用户，上汽大众针对经销商开展了50场线上培训，累计覆盖150,000人次。培训采用“播”与“考”结合的形式，保障一线员工对公司相关重要信息的有效掌握。



上汽大众针对经销商开展

50 场线上培训

累计覆盖

150,000 人次

此外，上汽大众进一步整合自身渠道管理与线上管理系统，通过学习积分、话术擂台、视频百科等模块进一步提升经销商学员学习效率及自主性。



上汽大众经销商培训

组织管理与经营能力提升

在组织能力提升方面，2022年，上汽大众渠道管理针对经销商的业务痛点持续推进升级，帮助经销商提高在整体组织经营上的把控，持续提高管理能力。

上汽大众围绕CAE潜客集结、RSE卓越零售、增值业务能力提升、成交涡轮等多个方向，开展个性化辅导项目，进一步帮助经销商挖掘自身潜力，实现其更高比率的潜客触及与转化，扩充扩充经销商的私域流量池，提升经销商线上运维能力，提高管理效益。2022年，公司共计开展辅导超过1,000场。

上汽大众经销商辅导项目	
CAE潜客集结项目	CAE项目聚焦帮助经销商提升潜客开发能力，坚守垂媒及外拓渠道，深耕直播和短视频渠道，持续扩充经销商的私域流量池。 2022年经辅导的经销商，新增潜客提升15%
RSE卓越零售项目	RSE项目更为关注经销商零售管理，提升经销商线上运维能力，打通线上线下管理通道，优化接待流程、细化管控节点、提高接待质量，强化到店客户接待与转化能力，提高管理效益。 2022年经辅导的经销商，潜客转化率提升36.1%
增值业务能力提升	增值业务辅导针对金融信贷、保险、延保三大增值业务领域开展，从业务模式、目标管理、客户管理、绩效管理、营销策划等入手提升经销商管理能力；在销售话术、营销技巧、助销工具、流程优化等环节强化一线人员执行。 经辅导经销商实现信贷渗透率提升22.9%，延保渗透率提升24.8%，续保渗透率提升20.6%。
成交涡轮项目	成交涡轮项目优化辅导内容，打破常规思维，建立“活动管理五步骤”方法论；销售顾问一对一差异化辅导提升存量潜客邀约率和到店客户转化率；并借力短视频、直播、朋友圈等新媒体，在逆势中持续提升经销商成交转化能力。 2022年共计开展辅导410场，实现活动订单38,018台。

同时，斯柯达品牌还通过持续创新推进e通道等数字化项目，升级客户价值管理系统、经销商系统管理工具、持续推进优化服务营销产品等，多维度启用基盘客户运营管理工作，提升售后基盘运用效率。2022年，品牌实现“RSE2.0”到“智慧e销”销售管理系统的升级，提高经销商管理数字化能力，进一步提升服务能力。

共融共建 携手伙伴共赢

门店展厅升级

上汽大众持续推动数字化展厅升级，提高消费者服务水平，提高品牌可持续性创造力。围绕“Go to Zero”的节能环保理念，2022年，公司持续开展经销商展厅的升级改造工作，将大面积使用LED灯源替代了原来大功率的金属卤素照明灯，在营造舒适安逸的购车环境的同时为经销商节约了25%的照明电能。

2022年，上汽大众ID. Store先后进军上海、深圳、北京、苏州、重庆、天津、海口、昆明等国内重要的新能源城市的繁华商圈，截止到2022年12月底，上汽大众Volkswagen ID. Store已累计开业200家，遍布在全国88座城市，每天向数以万计的客户提供温馨便捷的服务，大面积布局助力品牌向上和ID.系列产品的终端销售。



案例：新能源“店中店”个性化专区

作为上汽大众电动化战略的重要部分，2022年新能源“店中店”项目正式启动。项目采用个性化专区布局，成功打造新能源车虚拟“店中店”营销场景。该项目同时构建富有科技感与未来感的新能源特性展厅，通过独特的装修与展示风格传递核心科技理念，有效提高服务质量，创造出模块化的ID.车型展示区，科技感和新能源特性十足。通过专有区域集中展示，ID.店中店让更多进店消费者第一眼就能关注到新能源车型，也可以帮助新能源车消费者快速、精准锁定自己的意向产品，并得到专业、专属的服务。



共融共建 携手伙伴共赢 »»»»»»»»

提供贴心服务

“以专业标准的服务，为用户提供上汽大众无微不至的关爱”始终是上汽大众一贯坚持与秉承的客户服务核心理念。公司以专业温暖的服务态度，不断深入完善全链条高品质的客户服务管理体系。2022年，公司以用户为中心，通过整合资源形成服务中台，赋能服务前台，优化服务流程，通过细致入微的洞悉全方面了解客户所想，以高品质产品保障客户满意度，通过丰富多彩的客户活动，为上汽大众的客户带来别样的消费体验。

完善服务理念

大众品牌

“**Techcare匠心挚诚**”是大众品牌的核心服务理念，大众始终坚守创新精神，相关服务人员持续提高服务能力，用亲切的微笑与关怀备至的态度为每一位客户提供更加优质的售后服务。

斯柯达品牌

“**Human Touch真心呵护**”是斯柯达品牌的售后服务品牌，旨在为斯柯达用户和潜在用户提供全生命周期的人性化服务。以“专业、客户导向、以人为本”为指导，关注和满足用户对于产品购置、使用和处置过程的各项需求。



个性化客户服务

基于上汽大众的个性化、年轻化客户需求，上汽大众抓住社交媒体特点，立足多样社交媒体渠道，推出丰富多样的客户活动，进一步迎合客户需求，提高客户活动参与度，全方位打造年轻的品牌形象，满足消费者越来越个性的用车需求。

为向用户提供及时高效的服务，上汽大众超级App秉承“品牌直连用户”的宗旨，从用户所亟需的资讯、服务和社交三方面持续为用户提供价值，进一步提高用户满意度。2022年，公司推出超级App“3D/视频看车”、“车型配置器”等场景化功能，通过“智联控车”、“智选充电”等多项智慧场景，提供全方位用车服务，打造“看选买用”全链路一站式平台。同时，超级App打造“圈友”社区聚拢用户，聚焦用户体验，共创美好。超级APP一系列的升级帮助客户使用相关服务更加便捷，有效提高客户满意度。

2022年，大众继续开展“心享季”活动，进一步提升客户粘性，帮助客户享受更便捷与更优惠的活动，感受来自大众的浓浓关爱。

同时，上汽奥迪也进一步精进依托企业微信平台的渗透式运营服务，帮助客户获得不止于“车”的用户体验。2022年，奥迪品牌CIC持续为客户提供直联总部的渗透式运营服务——根据客户购车旅程落位和需求对其开展分层精细化运营，为客户推送日常关怀、产品知识普及、进取活动邀请、车辆养护介绍等个性专属的内容素材，全流程保障从购车到售后的全环节服务，专注客户个性化需求，提升客户满意度和幸福感。

保护客户隐私

上汽大众始终关注客户隐私安全，在《中华人民共和国网络安全法》、国际信息安全管理标准ISO27001下，公司持续完善大众汽车集团VDA-ISA体系等规章制度，创新管理机制与技术手段，不断提高保护客户信息与隐私安全的能力。公司对全体员工以及第三方经销商、服务商等持续强化客户信息保护安全的能力与意识，2022年，上汽大众公司整体信息安全相关培训完成率达99.71%。此外，上汽大众通过设定信息部门专管负责，进一步提高客户信息安全保障能力，客户信息的调取、申请与审批均按照规范进行。



案例：超级APP上线可视化手册满足个性化需求

开发用户可视化的用户手册，手册内页通过贴合实际的建模，一目了然的向用户展示汽车相关功能以及如何使用，帮助指导用户操作车型装备，让每一位客户都能了解自己的爱车，充分发挥车辆个性化特色化功能，使得超级APP与品牌官网的使用更加符合用户习惯，便捷用户充分体验个性化产品。



上汽大众开发的可视化用户手册



06

公益行动 实现共同富裕

在“共创 2025”战略的指导下，上汽大众坚持推进可持续发展，在谋求企业发展的同时，致力于承担更多责任以回馈社会。2022 年，上汽大众继续推进各项公益行动，从紧急救助、乡村教育、文体事业等多个角度践行企业社会责任。



公益行动 实现共同富裕 »»»»»»

社会紧急救助

作为负责任的企业公民，上汽大众一直积极投身社会公益事业，带领员工及全价值链伙伴一起，尽己所能为社会做出公益贡献。

2022年4月，面对上海疫情，上汽大众携手中国妇女发展基金会通过“上汽大众基金”采购抗疫防护包，支持上海本土社区的公共卫生防疫工作。



上汽大众支援上海社区防疫工作



案例：爱心搭电，助力城市复苏

2022年5月底，上海城市复苏，居民开始恢复出行。但因车辆停放时间过长，不少汽车出现了亏电的情况。上汽大众为解决社区居民汽车用电难的问题，开展了“爱‘沪’车主 电力满格”搭电行动，超过1,000位志愿者活跃在上海各个社区，服务用户近4,000车次。



上汽大众为亏电车辆提供搭电服务



公益行动 实现共同富裕

教育公平发展

在乡村振兴、实现共同富裕的道路上，教育发挥着基础性、先导性作用。作为持续关注中国乡村教育、助力教育公平的企业，上汽大众敏锐地意识到，近年来乡村教育在不断发展变化，而公益项目也需要与时俱进，才能满足新时期乡村师生对于教育的需求。

2022年，上汽大众继续与中国青少年发展基金会深化合作，捐赠金额达200万元，用于教育公益项目“繁星计划”的继续推进。项目援建了一所新校（云南昭通市盐津县庙坝镇小坨小学），并且对已受助学校进行软硬件提升。

此外，“繁星计划”在2022年迎来了“从硬件提升到软件赋能”的全面升级：以STEM（科学、技术、工程和数学教育）教育为着力点，发挥上汽大众在科技工程领域的强大优势，通过课程研发、课程试讲、教师培训等多重措施，让乡村学生享受优质的科学教育。



2022 年 上汽大众继续与中国青少年
发展基金会深化合作 捐赠金额达

200 万元



案例：暑期夏令营，圆了乡村学生的科学梦

为了使乡村学生能够享有与城市学生一样的丰富暑期生活，2022年9月，项目开展了“上汽大众繁星计划2022希望小学夏令营”。50余名来自希望学校的师生齐聚长沙，与十余名上汽大众员工志愿者、媒体志愿者参与这次夏令营活动。夏令营期间，孩子们参观游览上汽大众长沙工厂、橘子洲、岳麓书院、湖南省博物馆、湖南省科技馆以及隆平水稻博物馆等科技与文化场所，近距离感受科技与人文的魅力。与此同时，孩子们还体验了为他们量身定制的STEM课程。



上汽大众繁星计划2022希望小学夏令营

早在1995年，上汽大众就关注到青少年教育在欠发达地区发展中的重要性，开始在新疆地区援建希望小学。自2012年起，公司连续5年向新疆地区捐助教育资金，并为当地学校配备电脑室、美术室和体育器材。

2015年，上汽大众联合中国青少年发展基金会等专业公益组织，发起“繁星计划”，为乡村学校改善教学楼建设与教学环境、提供教学设备与教学资源等方式。截至目前，上汽大众“繁星计划”累计捐赠超过1,600万元，在湖南、河南、广西、湖北、新疆、贵州、陕西、云南各省援建了11所希望学校，每年有超过千名青少年受益。校舍中设有体育设施、图书室、语音教室、计算机房等配套设施，为孩子们带来更高效的学习工具与更丰富的学习资源。

公益行动 实现共同富裕

助力文体发展

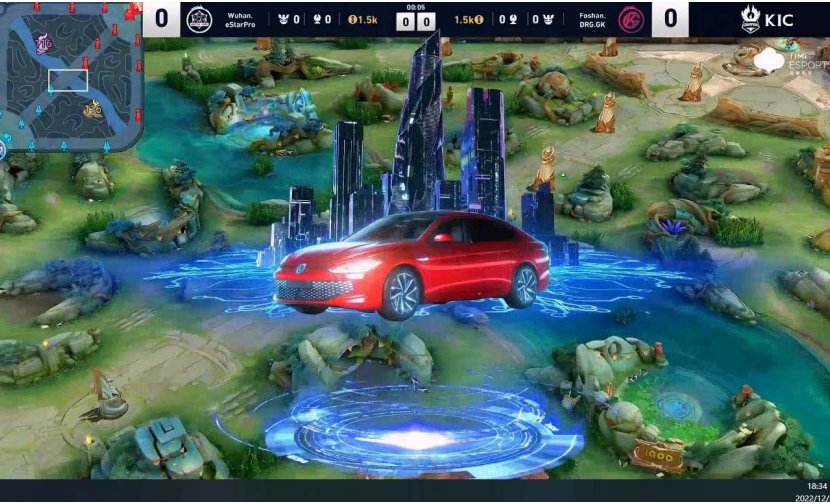
丰富的文化体育生活，是社会均衡发展和大众生活精神需求不可或缺的部分，也是推动经济发展的新生力量。

上汽大众一直关注文体事业的发展繁荣，结合自身企业优势，连续多年支持国内外各大顶级汽车、体育和电竞赛事，为文体爱好者提供实现梦想的平台，推动国内文体事业的不断发展。



案例：支持KPL王者荣耀职业联赛

一直以来，上汽大众积极关注“全民电竞”事业。2022年上汽大众携凌渡L在端内举办了两期“潮辣杯”主题赛，合计参赛人次近2,000万，领奖人次超2,200万。2018年起，上汽大众便与KPL王者荣耀职业联赛展开合作。KPL作为国内TOP移动电竞赛事，拥有1亿+的独立观赛用户，其中35岁以下用户占比高达90%。



案例：支持“CTCC中国房车锦标赛”

上汽大众与中国第一赛车运动品牌CTCC多年合作，致力于推动中国赛车运动及文化的发展。2022年，公司派出全新战车凌渡L，并与四位冠军级职业车手合作，征战2022赛季CTCC中国汽车场地职业联赛，在超级杯组赛事角逐之中获得多个分站冠军、车手年度总冠军的佳绩。同时，通过直播、互动访谈、汽车与赛车知识讲解等方式，为中国汽车行业及汽车运动的文化普及做出贡献。据统计，本次赛事共有2.7亿人次收听收看。



全新战车凌渡L在赛道驰骋

公益行动 实现共同富裕

员工志愿者活动

上汽大众于2009年成立了团委青年志愿者队伍，至今已持续开展志愿服务13年，形成了有体系、有规模、有活力的志愿者队伍。

在上汽大众的企业社会责任实践中，员工是当之无愧的主人公。上汽大众长期致力于运营员工志愿者社群，开展丰富多彩的公益志愿活动。同时，企业将志愿活动与环境保护、社区交流等社会责任主题相结合，在激发员工志愿活力的同时，带动周边社区友好交流、共同发展。



案例：用一个小时保护地球

2022年世界地球日（4月22日），上汽大众发起了Project1Hour线上环保倡导活动。尽管当时上海处于居家办公状态，仍然有十余位员工积极参与了活动，拍摄了自己生活中的环保小妙招，通过及时关灯、节约用水、绿色出行、用下厨取代外卖等方式合理使用资源、减少浪费、降低碳排放，从身边小事做起，保护环境，保护地球。



案例：上汽大众员工与社区居民携手保护生物多样性

2022年12月，上汽大众举办了“零影响工厂——上汽大众2022年志愿者活动”，三十余位志愿者及工厂周边的社区居民走进上汽大众宁波工厂和附近的杭州湾国家湿地公园，观察身边环境的生物多样性状况。在工厂里，大家了解到雨水回收、太阳能光伏发电、VOC净化装置等诸多绿色环保技术，并在工厂内进行植被与生物的观测。在湿地公园，志愿者们跟随专业工作人员完成了3公里、9个观测点的湿地与鸟类观测、记录与调查。在过程中对湿地的环境意义、候鸟迁徙的知识有了更多了解。通过对工厂及湿地的生态观测，大家更加深刻地理解了生物多样性对于人类社会与自然环境的重要性，了解工厂与社区、自然的和谐相处之道。



零影响工厂——上汽大众2022年志愿者活动



公益行动 实现共同富裕 »»»»»»

助力乡村振兴

2022年，上汽大众在乡村振兴事业上投入65万元，对口地区消费帮扶1,400.6万元。公司为帮扶对象得马村增加了党建文化宣传布置、增添了党史学习教育软硬件；体察村民需求，新建了得马村彝族村民活动中心和配套的“大众广场”；为得马完小的3位品学兼优的学生发放奖学金共计3,000元；多次采购乡村特产作为慰问品，助力乡村振兴。



2022 年 上汽大众在
乡村振兴事业上投入
65 万元
对口地区消费帮扶
1,400.6 万元

2022 年大事记 >>>>>>

2022年1月1日

上汽奥迪举办了“奥迪进取汇上海揭幕盛典”，上汽奥迪豪华旗舰车型全新奥迪A7L家族首次全员集结登场。

2022年1月20日

2022年度“中国杰出雇主”认证榜单揭晓，上汽大众连续十六年荣获“中国杰出雇主”称号。

2022年3月13日

上汽大众新威然正式上市。

2022年3月31日

上汽大众辣感美学数字轿跑凌渡L上市。

2022年3月31日

“2022中国汽车行业高质量发展交流会暨企业标准‘领跑者’发布会”在重庆举办，上汽大众ID.6 X以最佳测评成绩荣获2021年企业标准“领跑者”称号。

2022年4月26日

上汽大众ID.3荣获中央广播电视总台·2021中国汽车风云盛典最佳轿车。

2022年6月18日

上汽斯柯达旗舰SUV全新柯迪亚克焕新上市。

2022年6月23日

“新时代国民家轿”新朗逸携“双前脸”战略正式上市。

2022年7月

上汽大众ID.纯电家族7月销量达成10,086辆，实现单月销量破万的“小目标”。

2022年7月13日

上汽大众第2500万辆汽车——上汽奥迪Q5 e-tron 艺创典藏版在安亭新能源汽车工厂下线。

2022年7月24日

上汽奥迪首款全尺寸SUV奥迪Q6正式亮相并开启预订。

2022年8月6日

大众品牌全国首家新能源“店中店”ID.Zone标准展厅在上海五角场盛大开业。

2022 年大事记

2022年9月26日

上汽大众豪华旗舰SUV全新途昂X正式上市。

2022年9月

ID.3以全优成绩通过中国汽研新能源车60KM/H翻滚测试，并获颁“新能源汽车五星翻滚安全性能001号认证”证书。

2022年10月25日

J.D.Power联合58汽车颁布“紫檀奖·2022中国汽车保值率风云榜”，上汽大众途昂获得燃油车中大型SUV排名第一。

2022年11月4日

中国保险汽车安全指数2022年第二批测评车型通告发布，奥迪A7L在“车内乘员”“车外行人”“辅助安全”三大安全项目中获得G（优秀）评定；在“C-AHI（中国汽车健康指数）”2022年第二批次车型的测评结果中，奥迪A7L在各测评板块均收获五星成绩。

2022年11月23日

ID.3碰撞试验后电安全性能满足C-NCAP技术要求，达到“五星级”安全评价。

2022年11月

上汽大众超级APP注册用户突破1,000万。

2022年11月

凭借深厚的品质基因、实用的IQ.科技和出色的驾乘表现，ID.纯电车型销量迅速爬坡，于11月达成累计销量破10万辆的里程碑。

2022年12月

上汽大众2023款ID.纯电车型上市，ID.3、ID.4 X、ID.6 X同步焕新。

2022年12月30日

2022年中国燃油汽车行业用户满意度测评（CACSI）结果出炉，上汽大众共荣膺八项满意度冠军。

关键绩效表

指标名称	单位	2020年	2021年	2022年
环境				
环保总投资	百万元	186	19	8
节能项目投入	百万元	3	0	9
二氧化碳排放量	万吨	77.4	68.9	49.9
单车二氧化碳减排量	吨/车	0.008	-0.033	0.181
废弃物综合利用率	%	93.4	94	94.8
废弃物回收利用量	万吨	20.21	17.56	19.59
一般废弃物排放量	万吨			18.79
危险废弃物排放量	万吨			1.89
可循环包装比例	%	99.4	99.63	99.5
无纸化通关覆盖率	%	100	100	100
建成自动化、智能化仓库数量 (如ASR、AKL)	个	2	2	2
产值能源消耗量	吨标煤	0.023	0.23	0.022
废水排放量	万吨	733.5	727.3	662.6
单车废水减排量	吨/车	-0.69	-0.93	-0.89
单车废弃物减排量	千克/车	0.6	0.16	0.97
综合能源消耗	万吨标煤	41.46	38.25	38.35
年度取水量	万吨	842.5	836.7	762.2
循环用水量(吨)	万吨			18,661.3
单车用水节约量	吨/车	-0.69	-1.08	-1.02
VOC排放量	吨	756.5	575.4	589.9
VOC单位减排量	千克/车	0.02	0.05	0.02
环保培训次数	次	17	28	23
环保培训人次	人次	5,278	3,297	3,888

指标名称	单位	2020年	2021年	2022年
社会				
研发投入	百万元	5,910	8,461	5,915
前瞻研究与智能驾驶研发投入	百万元	61	84	85
研发人员数量	人	2,487	2,287	3,249
新能源汽车研发投入	百万元	1,442	4,140	603
专利授权数	项	138	155	143
发明类专利	项	99	112	69
实用新型类专利	项	76	105	68
外观设计类专利	项	24	15	6
环保技术专利数	项	3	5	4
员工总数	人	32,799	30,430	29,965
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
女性员工比例	%	10	11	13
女性管理者比例	%	18.1	19	19.6
员工流失率	%	8.2	9.1	5.3
男女员工工资比例	%	85	85	85
残疾人雇佣率	%	0.09	0.2	0.2
残疾人就业保障金	万元	3,769.73	4,029.47	3,987.39
少数民族员工比例	%	1.5	1.94	2.3
员工培训投入	百万元	128	70	98
员工培训时长	人天	175,105	135,405	线上：179,707 线下：125,390
员工培训人次	人次	线上：2,215,565 线下：34,403	线上：513,630 线下：75,339	线上：835,074 线下：78,328

关键绩效表

指标名称	单位	2020年	2021年	2022年
信息安全培训总时长	小时	386	400	412
信息安全培训覆盖总人次	人次	29,035	38,966	39,937
安全培训投入	万元	127.48	173.4	156
安全生产投入	万元	11,142	11,721	11,904
安全培训次数	次	1,278	2,231 49,964人次线下课。 74,386人次线上课。	1,350
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全应急演练次数	次	655	361	264
职业病发生人次	人次	0	0	0
体检和健康档案覆盖率	%	100	100	100
健康培训总次数	次	55	52	35
职业卫生培训总次数	次	49	50	251
公司安全隐患排查数量及整改率	-	隐患排查9,896处 隐患自查率：82% 隐患整改率：99%	隐患排查22,589处 隐患自查率：88% 隐患整改率：99%	隐患排查29,054处 隐患自查率：90% 隐患整改率：100%
捐赠总额	百万元	47	13	2
困难员工帮扶投入	百万元	3	4	4.3
参加工会的员工比例	%	100	100	100
平等协商会议题覆盖率	%	100	100	100
员工晴雨表指数（满分100分）	分	95.2	92.9	95
志愿服务总次数	次	339	352	343
志愿服务总参与人次	人次	4,120	4,255	4,612
志愿服务服务总时长	小时	10,127	11,253	13,665
志愿服务项目惠及人群总数	万人			3
大众品牌经销商培训总时长	人天	458,494	494,878	425,098
大众品牌营销服务网点数	家	1,289	1,011	1,202

指标名称	单位	2020年	2021年	2022年
奥迪品牌经销商培训	人天			4,857,620
奥迪品牌营销服务网点数	家			109
斯柯达品牌经销商培训总时长	人天	13,131	15,615	35,956
斯柯达品牌营销服务网点数	家	672	558	455
大众品牌投诉率	%	0.124	0.071	0.070
大众品牌消费者投诉解决率	%	98	98.1	98.5
奥迪品牌消费者投诉率	%			0.15
奥迪品牌消费者投诉解决率	%			96.1
斯柯达品牌消费者投诉率	%	0.133	0.103	0.128
斯柯达品牌消费者投诉解决率	%	98.4	97.9	96.8
治理				
产量	辆	1,495,669	1,246,556	1,340,048
销量	辆	1,505,505	1,242,022	1,320,591
销售额	百万元	175,962	159,238	164,715
权益	百万元	32,751	27,387	26,114
负债	百万元	93,582	90,904	78,789
累计投资	百万元	128,321	133,599	138,275
长期投资	百万元	1,253	1,163	1,226
无形资产及其他资产	百万元	33,635	39,836	38,766
固定资产	百万元	39,260	36,797	33,012
流动资产	百万元	52,185	40,495	31,900
资产合计	百万元	126,333	118,291	104,903
纳税总额	百万元	30,942	18,399	24,828
风险管理培训覆盖率	%	100	100	100

重要荣誉

企业相关

奖项名	颁奖机构
2022汽车智能大会——优质服务品牌	上海交通广播
2022年度风云汽车企业	车主必读

大众品牌相关

车型	获奖内容	获奖日期	颁奖单位
ID.4 X	2022中国年度环保车	2022.1	CCOY年度车
ID.6 X	2021企业标准“领跑者”称号	2022.5	中国汽车工程研究院股份有限公司
	年度最受欢迎七座纯电SUV	2022.9.30	红星新闻
ID.3	“中央广播电视总台·2021中国汽车风云盛典”最佳轿车	2022.5	中央广播电视总台
	新能源汽车五星翻滚安全性能001号认证	2022.9	中国汽研
	C-NCAP五星级认证	2022.11	中汽中心汽车测评管理中心
	汽车与运动“中国心”十佳新能源汽车动力系统	2022.11	
途昂	燃油车中大型SUV排名第一	2022.1	紫檀奖·2022中国汽车保值率风云榜
大众品牌	2022年中国燃油汽车行业用户满意度测评（CACSI）合资品牌销售服务第一，售后服务第一	2022.12.30	中国质量协会

斯柯达品牌相关

车型	获奖内容	获奖日期	颁奖单位
明锐PRO	第六届齐鲁车坛消费者信赖品牌——年度中级轿车	2022.1	山东广播电视台文旅频道《汽车生活》
	2022年中国燃油汽车行业用户满意度测评（CACSI）10-15万紧凑型轿车B类（含两厢）细分市场第一	2022.12	中国质量协会
柯迪亚克	年度最具品质中级SUV	2022.8	中国汽车金象奖组委会
	2022年第八届中国汽车“金轱辘奖”年度舒适旗舰SUV	2023.1	My车轱辘、CPCA乘联会
斯柯达品牌	2022中国汽车金扳手奖-客户口碑奖	2022.12	中国汽车市场、搜狐汽车主办，汽车与驾驶维修传媒承办

重要荣誉



奥迪品牌相关

车型	获奖内容	获奖日期	颁奖单位
A7L	最受欢迎豪华轿车	2022	车生活
	年度豪华运动轿车	2022	网易汽车
	十佳年度汽车	2022.4	搜狐汽车
Q5 e-tron	更新·设计风格大奖	2022	辣车族
	年度最佳纯电车型	2022.8	中国汽车金象奖组委会
	纯电动驱动系统	2022	汽车与运动
	2021-2022年度值得信赖纯电车型	2023.1	经济观察报
Q6	2022年度焦点豪华SUV	2023.1	30秒懂车
	2022-2023年度智能先锋SUV	2023.1	智驾
	年度用户体验设计大奖	2022.12	搜狐汽车 & 搜狐科技
	最受欢迎合资品牌SUV	2022.12	鬼斗车
	年度豪华品牌SUV	2022	网易新闻汽车-Auto live!
	年度豪华SUV车型	2022	汽势
	年度豪华 SUV	2022	ZAKER
	2021-2022年度型色先锋SUV	2023.1	经济观察报
奥迪品牌	2022中国汽车营销成就奖-团队奖	2022.8	中国市场学会 & 搜狐汽车

支持联合国可持续发展目标

目标	目标内容	行动
目标1	无贫穷	教育扶贫，乡村振兴，精准扶贫，对口帮扶基础设施
目标2	零饥饿	教育扶贫，精准扶贫
目标3	良好健康与福祉	健康、安全的产品，员工医疗健康服务，抗疫行动，社会紧急救助活动
目标4	优质教育	教育公益项目，员工培训，校企合作
目标5	性别平等	平等雇佣，关爱女性员工
目标6	清洁饮水和卫生设施	优化水资源利用，严控污染物废弃物
目标7	经济适用的清洁能源	光伏发电，绿色工厂
目标8	体面工作和经济增长	员工培训与业务实践，平等的工作机会，多元、包容的工作环境，合理薪酬福利
目标9	产业、创新和基础设施	产品创新研发
目标10	减少不平等	平等的工作机会，多元化工作环境，教育扶贫，当地供应商发展
目标11	可持续城市和社区	建立ID.Store，提倡绿色出行，志愿活动，节能减排措施
目标12	负责任消费和生产	绿色供应链，建立质量管理体系，绿色生产
目标13	气候行动	节能减排措施，零碳之路，绿色工厂
目标14	水下生物	减少污染物排放，保护生态环境
目标15	陆地生物	减少污染物排放，保护生物多样性
目标16	和平、正义与强大机构	依法合规经营，反舞弊行动
目标17	促进目标实现的伙伴关系	负责任采购，与产业链伙伴携手并进

全球报告倡议组织（GRI 标准）

目录		全球报告倡议组织（GRI标准）
关于本报告		2-1, 2-2, 2-3
卷首语		2-1, 2-6
关于上汽大众	企业简介	2-1, 2-6
	2022重点车型	
	助力联合国2030可持续发展目标实现	2-23
责任专题	联结用户 打造可持续出行新模式	302-5, 416-1
社会责任战略	CSR2025战略框架	2-22, 2-23
	完善管理机制	2-27
	实质性议题分析	3-1, 3-2, 3-3
	利益相关方沟通	2-29
稳健经营，夯实治理基础	合规与风险防控	2-27
	反腐败	2-27, 205-2
	保障信息安全	2-27, 417-1
	知识产权保护	2-13, 2-27
创新驱动，推动产品升级	卓越品质保障	416-1
	带动行业发展	416-1
	智能车联生活	416-1
绿色发展，共创环境友好	绿色管理体系	2-27, 301-3, 302-1, 302-4, 302-5
	助力绿色出行	301-3, 302-5
	打造绿色工厂	301-2, 301-3, 302-1, 302-4, 302-5, 303-1, 303-3, 305-1, 305-4, 305-5, 305-7, 306-1, 306-2
	构筑绿色产业链	301-1, 301-2

目录		全球报告倡议组织（GRI标准）
暖心职场，助力员工成长	保护员工权益	2-27, 405-1, 405-2
	职业健康与安全	403-2, 403-4
	人才培养与发展	404-1, 404-2
	员工关爱	401-2
共融共建，携手伙伴共赢	供应链管理	2-27, 308-1, 414-1
	经销商协同	2-27
	提供贴心服务	417-1, 418-1
公益行动，实现共同富裕	社会紧急救助	413-1
	教育公平发展	203-1, 203-2
	助力文体发展	
	员工志愿者活动	413-1
	助力乡村振兴	413-1
2022年大事记		
关键绩效表		201-1, 203-1, 301-1, 302-3, 302-4, 302-5, 303-1, 303-3, 305-1, 306-1, 306-2, 403-3, 405-1
重要荣誉		
指标索引		

中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-ESG 5.0)

目录		中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-ESG 5.0)
关于本报告		P1.1, P1.2, P1.3
卷首语		P2.1, P2.2
关于上汽大众	企业简介	P3.1, P4.1, P4.2, P4.3, P4.4
	2022重点车型	M2.7
	助力联合国2030可持续发展目标实现	
责任专题	联结用户 打造可持续出行新模式	E1.8, S5.1
社会责任战略	CSR2025战略框架	G3.1, G3.2, G3.3, G3.4, G3.5
	完善管理机制	G3.3
	实质性议题分析	G3.5
	利益相关方沟通	G3.6
稳健经营，夯实治理基础	合规与风险防控	G1.3, G1.4
	反腐败	G1.5, G1.7, G1.8
	保障信息安全	G1.10
	知识产权保护	
创新驱动，推动产品升级	卓越品质保障	S5.1, S5.2, V2.1, V2.2, V2.3, V2.4
	带动行业发展	V2.5, V2.6, V2.7, V2.8
	智能车联生活	V2.1, V2.2, V2.3, V2.4
绿色发展，共创环境友好	绿色管理体系	E1.1, E1.2, E1.4, E1.5, E1.8, E1.9, E5.6
	助力绿色出行	E1.8
	打造绿色工厂	E2.1, E2.2, E2.3, E2.4, E2.9, E2.10, E3.1, E3.2, E3.3, E3.4, E3.5, E3.10
	构筑绿色产业链	E2.6, E2.7

目录		中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-ESG 5.0)
暖心职场，助力员工成长	保护员工权益	S1.1, S1.2, S1.3, S1.4, S1.5, S1.6, S1.7, S1.8
	职业健康与安全	S3.1, S3.2, S3.3, S3.4, S3.5, S3.6, S3.7, S3.8, S3.9
	人才培养与发展	S2.1, S2.2, S2.3, S2.4
	员工关爱	S1.10
共融共建，携手伙伴共赢	供应链管理	S6.1, S6.2, S6.6, S6.7
	经销商协同	S6.1, S6.2, S6.6, S6.7
	提供贴心服务	S5.4, S5.5, S5.6, S5.7, S5.8, S5.9
公益行动，实现共同富裕	社会紧急救助	V1.1, V1.2, V1.3, V1.4, V3.6
	教育公平发展	V3.4, V3.6
	助力文体发展	V3.4
	员工志愿者活动	V3.7
	助力乡村振兴	V1.1, V1.2, V1.3, V1.4, V3.3, V3.6
2022年大事记		
关键绩效表		A2
重要荣誉		
指标索引		A4

上汽大众汽车有限公司
SAIC VOLKSWAGEN AUTOMOTIVE CO., LTD.

中国上海安亭于田路 7 号
7 Yu Tian Road, Anting, Shanghai, P.R.China
Tel: (86) 21 5956 1888 Fax: (86) 21 5957 2815