

大众汽车集团

驾驭梦想

2009/2010年可持续发展报告





报告概要

思想驱动我们前进。因此，我们将“驾驭梦想”作为第三份大众汽车集团可持续发展报告的标题。在我们努力实现可持续交通的过程中，我们的思想和行动取决于人、技术和环境这三个因素。

大众汽车自1995年起开始发布环境报告。并不断采纳各方意见以及与利益相关者进行深度沟通的结果，使之演变为集团的可持续发展报告。集团每两年出版一次印刷版报告，而关键指标则是每年在网上更新。此报告中的事实和数字涵盖2006年1月1日至2008年12月31日这段时间，涉及集团合并报表中包含的所有公司（另有说明的情况除外）。与环境、财务和社会相关的关键指标部分有大幅扩充，而且首次纳入了集团在欧洲的新车型的二氧化碳排放量。与以往的报告一样，我们不仅提出了目标，还提出了实现该目标的具体时间。如需了解集团以及其它的风险管理、车型战略业务发展，请访问以下网站：

- 投资者关系页面 ▶ www.volkswagenag.com/ir
- 2008年报 ▶ annualreport2008.volkswagenag.com
- 集团可持续发展门户网站 ▶ www.volkswagenag.com/sustainability

对于可持续发展和企业社会责任（CSR）报告而言，互联网这种传播途径的重要性正日益增加。从如下网站您可获得到本报告的完整内容以及其它补充材料和深入信息（见本页下方说明）：

- ▶ www.SustainabilityReport2008.volkswagenag.com

您可使用“InfoBasket”功能在网上定制您自己的报告。与过去一样，您还可以通过以下网站了解与交通和可持续发展相关的最新信息和详细文章：

- ▶ www.volkswagenag.com/sustainability

所有这些信息都与可持续发展报告和大众汽车集团各品牌的最新信息紧密联系。

我们的报告符合国际认可的标准，如全球报告倡议组织（GRI）的原则和要求，包括汽车产业增补标准（2004年试用版）。全球报告倡议组织（GRI）确认了对我们报告的A+应用等级评级。此报告和互联网上公布的指标（见封底折页）记录了我们对报告要求的完成情况。我们同时也遵循了全球契约的10项原则。

普华永道事务所对报告的主题、相关企业结构和流程以及报告中的关键指标进行了审验。该审验是首次采用AccountAbility AA1000审验标准（2008版），包含两个阶段：对AccountAbility原则标准中规定的实质性、包容性和回应性准则的遵循情况进行评估（类型1），对具体信息的可靠性进行评定（类型2）。独立审验报告参见第60页。

通过发布可持续发展报告，我们期待与大家进行坦白、直率的对话与交流。如有任何问题和意见，请发邮件至：

- ▶ info@volkswagen-sustainability.com

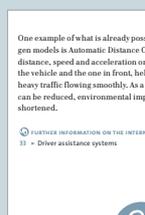
此报告于2009年6月15日公开发布。我们下一份可持续发展报告将于2011年出版。

互联网

我们的在线可持续发展报告包含此书面报告的所有内容，此外还包括在两年报告期内更详细、更全面的信息。我们在报告中的相应位置提供了对应的链接。

如需浏览网络材料，请使用如下主页上的快速链接列表：

- ▶ www.SustainabilityReport2008.volkswagenag.com



您可在相关编号下方找到您所需的文章或文件的链接。



互联网上的更多信息
2 ▶ 通过认证的工厂

集团概览

总部位于沃尔夫斯堡的大众汽车集团是世界领先、欧洲最大的汽车制造商。2008年，集团交付给顾客的车辆总数增至625.7万辆（2007年：619万辆），全球市场份额达到10.3%。在世界最大的乘用车市场——西欧，1/5以上（20.3%）的新车都是由大众汽车集团制造的。集团的销售总额从2007年的1089亿欧元增长至2008年的1138亿欧元。2008财年的税后利润总额达到46.9亿欧元（2007年：41.2亿欧元）。

2008年6月22日，大众汽车集团在斯堪尼亚公司（瑞典商用车制造商）所拥有的具有投票权的股份增至68.6%。对斯堪尼亚品牌的并购将大众汽车集团品牌增加至9个，覆盖7个欧洲国家，这些品牌包括：大众汽车、奥迪、宾利、布加迪、兰博基尼、斯堪尼亚、西亚特、斯柯达和大众汽车商用车。每个品牌都独具特色，在市场中各领风骚。乘用车包含从经济紧凑型车到高端豪华车的众多车型。而商用车则包含从轻型货车至公共汽车和重型卡车的各别车型。大众汽车集团也是欧洲最大的汽车金融服务商，在销售车辆之外，还为顾客提供一系列定制服务。大众汽车金融服务的销售收入持续增长，2008年增长了7.7%，达到109亿欧元。

大众汽车集团拥有61家生产厂（截至2008年12月31日），遍布15个欧洲国家和6个美洲、亚洲和非洲国家。每个工作日集团在世界各地的近37万员工将生产26,600辆汽车或提供与汽车相关的服务。大众汽车集

团在全球150个国家设立了销售机构。集团的目标是提供有吸引力、安全、环保的车辆，在竞争日趋激烈的市场中保持优势，确立各个级别汽车的全球标准。

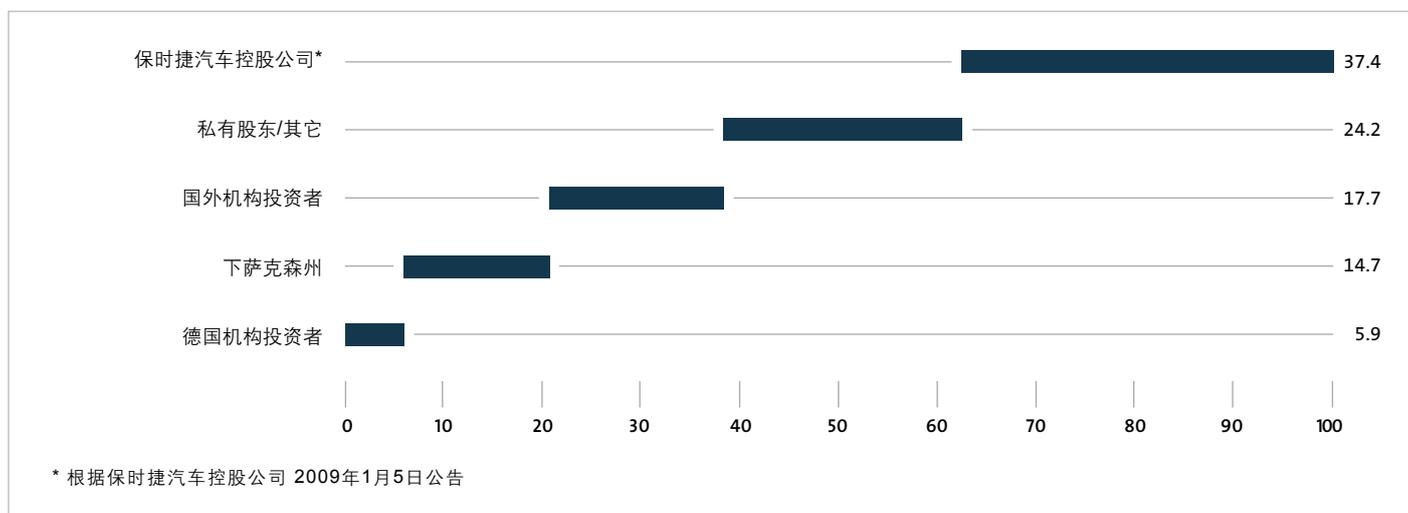
 [2 ▶ 通过认证的工厂](#)

通过股票期权行权的因素，集团股本增长了0.9%。截至2008年底，大众汽车的核定资本包括294,920,207股普通股和105,238,280股优先股。截至2008年12月31日，下萨克森州拥有20.01%的普通股。2009年1月5日，保时捷汽车控股公司公布其所拥有大众汽车公司有投票权的股份50.76%，其余股份由机构投资者和私人投资者拥有。

有关大众汽车集团主要产品的制造和交货的信息，请参见2008年年报第81至93页的内容。

 [1 ▶ 2008 年年报：有关主要品牌、产品和业务领域的信息](#)

2008年12月31日股权结构（占核定资本的百分比）



有关大众汽车集团公司目前控股和持股公司的明细，请参见2008年年报第276-278页或上网查询

 [5 ▶ 集团公司](#)

2009年1月5日，保时捷汽车控股公司宣布其所拥有的大众汽车公司有投票权股份已超过50%，截至当日已达到50.76%。



大众汽车集团

大众汽车集团

| 数据 | 2008 | 2007 |
|----------------------|-----------|-----------|
| 汽车销量 (辆) | 6,271,724 | 6,191,618 |
| 产量 (辆) | 6,346,515 | 6,213,332 |
| 截至12月31日的员工人数 | 369,928 | 329,305 |
| 女性员工的比例 (百分比) | 14.0 | 13.7 |
| 健康指数 (百分比) | 97 | 97 |
| 欧洲新车型的二氧化碳排放量 (克/公里) | 159 | 164 |
| 直接二氧化碳排放量 (千克/车) | 227.19 | 229.09 |
| 能源消耗 (兆瓦时/车) | 2.78 | 2.72 |
| 财务数据 (IFRS), 百万欧元 | 2008 | 2007 |
| 销售收入 | 113,808 | 108,897 |
| 运营利润 | 6,333 | 6,151 |
| 税前利润 | 6,608 | 6,543 |
| 税后利润 | 4,688 | 4,122 |

有关可持续发展关键指标的评论，请参见此报告的关键指标部分（第48页）。有关各个品牌和业务领域的细分收入和利润，请参见最新年报的第78-95页，或参见：

1 ▶ 2008年年报：有关主要品牌、产品和业务领域的信息

指标——评级——奖项

大众汽车集团在可持续发展方面所做的努力已见成效：在最重要的可持续发展指标上继续改善。大众汽车集团不但在2007年重新入选著名的道琼斯全球可持续发展指数，并且还于2008年再度入选要求更严的道琼斯可持续发展指数STOXX，成为唯一一个入选该指数的汽车制造商。目前集团还入选了以下可持续发展或企业社会责任（CSR）指数：ASPI-先进可持续发展绩效

指数、道琼斯可持续发展指数STOXX、道琼斯全球可持续发展指数、ECPI欧洲道德指数、Ethibel可持续发展指数、FTSE4Good指数和FTSE4Good欧洲环境领先40指数。2009年基希霍夫咨询股份公司《经理人杂志》(manager magazine)组织的优秀公司排名进一步证明了大众汽车的良好表现。在这次欧洲最大的90家企业的企业社会责任（CSR）排名中，大众汽车集团从第47名

61

家生产厂

大众汽车集团在全球21个国家设有61家生产厂，其中97%的工厂已根据国际环境管理标准进行认证或正在准备进行认证。

已通过认证的工厂名单（截至2008年12月31日）已在如下网址发布：

- 2 ▶ 通过认证的工厂
- 3 ▶ 生产厂

342

家公司

大众汽车的合并财务报表中包含342个汽车生产或提供相关服务的公司。

6.3

售出630万辆汽车

2008年，大众汽车集团向全世界的顾客售出约630万辆汽车，与上年增加1.1%。



35

种车型

集团35种车型的二氧化碳排放量低于120克/公里（截止2009年6月）。在2009年和2010年的新车型中，还将增加二氧化碳排放量低于100克/公里的车型数量。

370,000

名员工

大众汽车集团在全世界的员工总数接近37万名。

99

克/公里

2006年，大众汽车推出POLO蓝驱车型，这是第一款柴油油耗仅为3.8升且二氧化碳排放量仅为99克/公里的五座车型。2010年，我们将发布第二代POLO 蓝驱车型，其二氧化碳排放量将降至87克/公里，将成为蓝驱系列的明星车型。

97

健康指数

自2003年起，我们的健康指数一直保持在较高水平——至少为97%。

跃居至第13名，是汽车行业中排名最靠前的公司。2008年大众汽车被评为德国可持续发展企业奖的最佳可持续发展品牌。

集团2007/2008年可持续发展报告被生态经济研究所评为汽车行业的最佳报告。





驾驭梦想

6 应对全球范围内的挑战

大众汽车集团针对金融和经济危机、气候变化、就业保障、交通、人口等一系列问题，大众汽车将认真应对以提供富于远见的解决方案。

18 更高效率

必须大幅降低二氧化碳的排放量，并保证能源的长期供应。这是确保交通可持续发展的唯一途径。

24 蓝色的可持续发展

大众汽车集团在世界范围内提供具有环保高效的领先技术，以满足未来对汽车的需求。

28 未来需要智能型交通

网络化汽车和有效的交通管理比以往任何时候都更加重要。创新技术则是实现上述目标的关键。

30 全球标准 - 当地生产

大众汽车集团在世界各地的生产活动（尤其在中国、印度和俄罗斯等快速增长的市场中）均重视环境保护。



目录

- 4 前言
- 战略和管理**
- 6 全球化的挑战
- 8 “2018战略”
- 11 结构、流程和工具
- 12 合规
- 15 供应商
- 目标**
- 16 经济和金融危机
- 18 气候和能源
- 23 动力系统和燃料战略
- 24 高效节能的汽车
- 26 新型家用小车
- 27 有关交通的研究
- 28 生产厂
- 30 员工
- 34 Employees
- 38 职业健康和安全
- 41 报告：对南非的贡献
- 44 企业公民
- 关键指标**
- 48 环境
- 53 财务
- 55 社会
- 58 成绩和不足
- 59 目标
- 60 证书

联系方式和年报制作相
各方信息

34 目标：成为最佳雇主

大众汽车的目标是成为最成功和最受青睐的雇主，为此，需要一个勤奋敬业、能力出众、身体健康、追求卓越的优秀团队，来实现这个目标。

41 不仅仅是足球

为迎接 2010 年世界杯的到来，大众汽车集团企业职工委员会正在支持一项名为“创造机会，欢乐共享”（A chance to play）的弱势儿童帮助计划。但我们对南非的支持并不会仅止于此。

48 关键指标

通过审阅重要事实和数字，可以深入了解大众汽车集团在可持续发展方面的表现。

此报告的完整内容和更多相关文章，登录网站参阅我们的在线可持续发展报告：

 www.sustainabilityReport2009.volkswagen-ag.com

2009/2010 年可持续发展报告于 2009 年 9 月 1 日出版



“我们的目标是系统地巩固我们作为世界领先的经济型、环保型汽车制造商的地位。”

尊敬的读者：

在大众汽车集团，我们将可持续发展作为公司管理的基本原则。商业成功、保护环境以及社会责任：无论在何地，都应当使这三个要素持续地取得平衡。

作为欧洲最大的汽车制造商，我们将发挥独特的作用。汽车是经济发展的主要驱动力之一，尤其是在新兴市场中。但汽车业的迅速发展也带来了诸多挑战：例如持续减排的需要、有限的化石燃料资源以及大都市日益凸显的交通堵塞现象。

在此形势下，大众汽车正采取措施以应对这些挑战。我们的目标是系统地巩固我们作为世界领先的经济型、环保型汽车制造商的地位。纵观我们的车型，大众汽车集团的“绿色”特质展露无遗：我们为顾客提供的车型中，有134款车型的每公里二氧化碳排放量低于140克，其中35款车型的排放量低于120克。第6代高尔夫油耗降低了28%。大众汽车的斯柯达、西亚特和奥迪品牌的节能车型均代表了最新的科技成果，同时其价格仍在可承受范围内。第二代POLO蓝驱车型是我们重视环保的最佳佐证。百公里耗油3.3升、二氧化碳排放量87克，堪称世界上最经济、最环保的五座汽车。

即使在金融危机的情况下，我们也从未停止实现可持续交通发展的步伐，同时兼顾产品的吸引力和驾乘舒适性。正因如此，大众汽车集团将继续每年投资80亿欧元用于开发新车型和环保技术。我们当前的首要任务是继续优化内燃发动机，发展混合动力系统和电动系统。

对一个跨国公司而言，可持续公司管理涉及多个层面，且非常复杂。但我们坚信，在困难时期，可持续发展是取得长期成功的关键，所以我们始终坚持执行联合国全球契约的原则。让我们感到高兴的是，我们采取的可持续发展措施得到了广泛的认可。大众汽车集团入选了所有重要的可持续发展和企业社会责任（CSR）指数，包括道琼斯可持续发展指数（全球及 STOXX 指数）和FTSE4Good。

大众汽车认真履行其对于顾客、股东、雇员、业务合作伙伴和整个社会的责任，在这份可持续发展报告中，您将看到许多相关例证。公开这些信息对于我们而言非常重要——正因如此，我们开始根据AA1000 AS 标准对此报告进行了审验，并达到全球报告倡议组织（GRI）评级的最高级别——应用等级A+。

今年我们选择“驾驭梦想”作为我们报告的主题。大众汽车全球近37万名员工皆以此作为座右铭，为打造未来的新型汽车倾注着心血和热情。

在此，我谨代表集团董事会成员，恭请您阅读此报告，并发表您的意见。这是一扇窗口，透过此窗口您将看到精彩纷呈的大众汽车集团，祝您阅读愉快！

文德恩教授

大众汽车集团董事会主席

“对于大众汽车集团而言，经济效益和保障就业这两项企业目标同等重要”



尊敬的读者，

作为员工，我们一直密切关注公司在经济、环境和社会方面的可持续发展。可持续发展的三个要素对于大众汽车集团近37万名员工具有重大意义，因为它们事关保障就业、某些地区乃至全球的未来。

归根结底，最期待公司取得长期商业成功的是公司的员工。所以我们与董事会一致同意，对于大众汽车集团而言，经济效益和保障就业这两项企业目标同等重要。对员工来说，这意味着我们必须随时考虑一项决定产生的经济影响；而当董事会制定战略决策时，必须考虑到决策结果将对公司员工就业情况所造成的影响。尤其在当前金融危机的冲击下，我们能比其它公司更好地承受住打击，无疑说明这一原则帮助大众汽车集团取得了长期成功，并增强了我们克服难关的实力。今天，只有在经济与生态环境并行时，才有可能实现可持续的商业活动。我们的欧洲集团工作委员会一直与立法机构密切合作，积极推广环保的动力总成技术，利用此类技术的发动机油耗大幅降低，在经济性方面具有优势，二氧化碳排放显著降低，同时也利于环境保护，使这类发动机广受顾客的欢迎。

大众汽车几十年来形成的共同决策制度可确保由董事会和工作委员会确定的目标能够被集团的所有员工所接受。基于此，董事会以及欧洲和世界集团工作委员会目前正忙于劳资关系章程的最终定稿，此章程将在全球范围内实施。大众汽车集团长期以来一直执行一项社会章程，此章程规定了集团范围内的所有社会权利和劳资关系的最低标准。除此之外，我们也希望世界各地的供应商履行其职责。可持续发展协议中供应链部分对这方面的标准作出明确规定。在我们新的业务区域也将实施所有这些协议。为发扬企业文化，世界工作委员会目前正在协助这些新的区域建立员工代表机构。

对于我们员工而言，社会责任远非止于工厂大门。作为“为未来贡献一小时”援助项目的一部分，全球的大众汽车集团员工已经启动了一项与2010世界杯相关的计划。举办世界杯将为南非带来很好的机遇，但同时也存在这样的隐忧——即许多人会被忽略，无法从世界杯中受益。在此背景下，“创造机会，欢乐共享”（A Chance to Play）计划应运而生，此计划由大众汽车集团工作委员会和儿童救援组织（人的土地（Terre Des Hommes））发起，目的是向弱势儿童伸出援助之手，帮助开展教育项目、建造操场和体育设施。大众汽车集团员工为此项计划捐赠了130多万欧元。除此之外，集团工作委员会也积极参与许多其它项目，以帮助世界各地的儿童缔造一个可持续的未来。

今天，可持续发展不仅是一句时髦的口头禅，而是我们企业战略不可或缺的一部分。我们决心履行我们应尽的责任！

贝尔纳德·奥斯特洛 *Bernd Weiskopf*
大众汽车公司劳资联合委员会主席

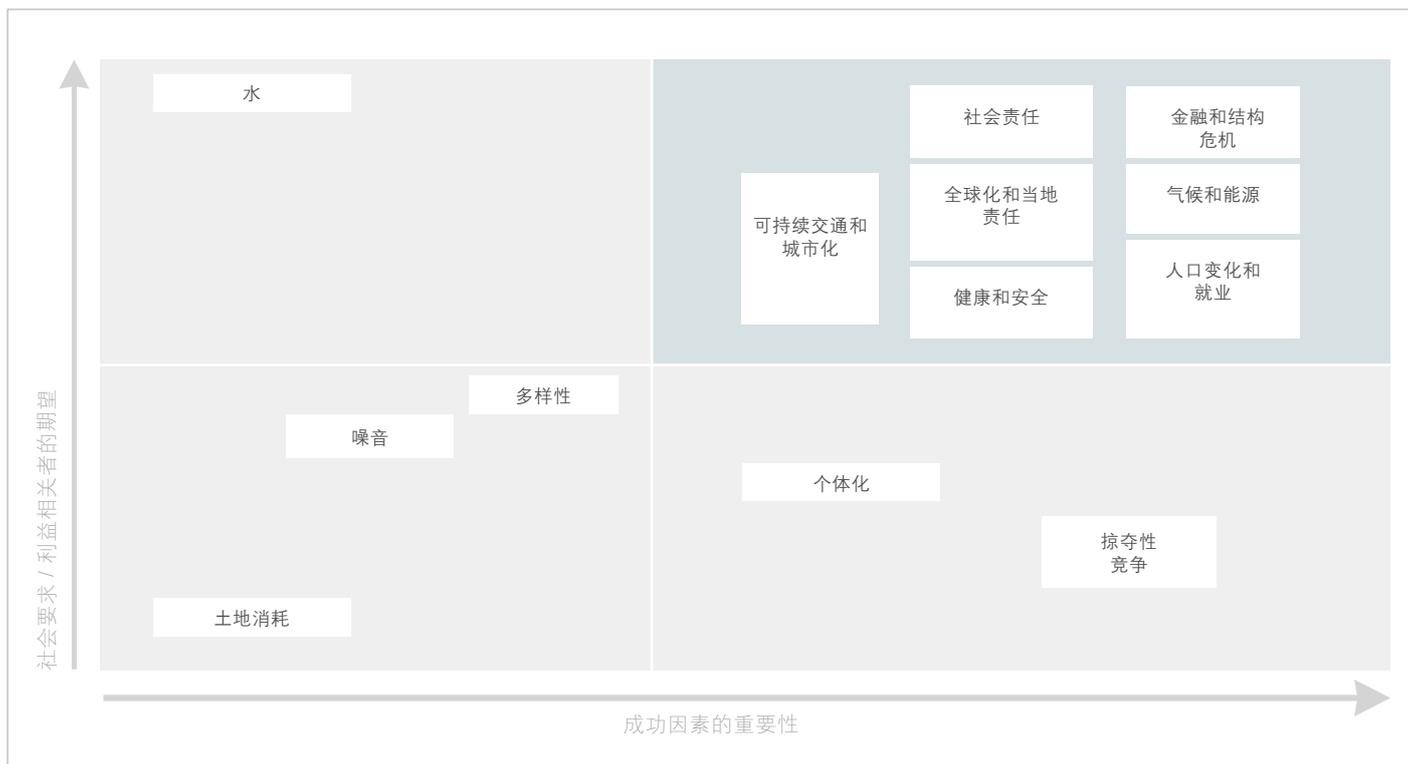
应对全球范围的挑战

大众汽车集团信赖其技能熟练的员工、技术以及创意。

为了应对诸如气候变化、资源稀缺等全球范围的挑战，需要制定行业的解决方案，这些方案往往超出通常所涉及的那些领域。作为一个商业活动遍及全球的集团，大众汽车致力于利用其专业技术以及社会方面的专业知识和经验制定面向未来的解决方案，从而应对这些问题。

我们通过广泛的分析，不断研究新的挑战。在此过程中，我们运用未来研究、市场研究、环境雷达等方法，以及早评估全球发展情况，并将调查结果运用到我们的战略定位当中去。

大众汽车集团面临的挑战





在德累斯顿举行的大众汽车管理层会议上，约1800位经理与董事会共同讨论可能出现的挑战。会议传达的一个重要信息是每次危机中都蕴藏着机遇——而大众汽车将发掘利用这样的机遇。

金融和经济危机从2008年第三季度开始影响汽车市场。气候变化、全球化、保障生产厂的未来发展、交通、就业、健康和安安全等都是当今十分重要的课题——无论是对于整个社会还是对于大众汽车集团而言，而这正是我们的可持续发展活动的宏观背景。

有关我们针对这些课题所采取的应对措施，您可参考自20页起的“目标”部分的内容。如需更深入地了解各项内容，可浏览我们的网上可持续发展报告。

 www.SustainabilityReport2009.volkswagenag.com

 互联网上的更多信息

6  有关挑战的演示文稿和详细说明。



更具创业精神的思考、更多协同合作、更好地保护生态环境

大众汽车集团的“2018战略”

大众汽车集团通过“2018战略”确定了一个明确的发展道路，持续加强公司的优势，设立新的目标。公司已为迎接未来做好准备：吸引人的新车型、前景看好的汽车市场以及创新的环境技术，为日益经济的内燃发动机和变速箱、混合动力和电动车以及第二代生物燃料的发展指明了方向。

当我们昂首前进时，大众汽车集团拥有坚实的基础，其中包括历史悠久、以社会和生态创新为中心的坚实的企业文化。我们的企业价值观倡导我们不懈地坚持可持续发展并履行社会责任。在我们看来，在取得商业成功的同时，还必须保护环境，做一个优秀的企业公民。



油耗极低的车型，其车身上均有相关标志，如奥迪品牌的“e”、西亚特品牌的“ECOMOTIVE”、斯柯达品牌的“GreenLine”和大众品牌的“蓝驱技术系列”。

这些车型运用了减少油耗和二氧化碳排放量的技术和零部件，使这些节能车型比同等级别的普通车辆更经济。



对我们的顾客、股东、员工和社会承担责任是大众汽车集团的基本原则。

在“2018战略”中，我们为自己设定了一项长期目标，即保持大众汽车作为世界上最成功的汽车制造商之一的地位，其中包括利润、顾客满意度、质量、进入新的市场、增加产量以及作为雇主的吸引力等

要素。

通过制定“2018战略”，大众汽车集团将更坚定地执行既定战略发展道路，进行更具创业精神的思考、更多协同合作以及更好地保护生态环境。

“我们的目标是成为世界上最环保的汽车制造商！”

大众汽车依循生态原则开发的一系列车型及其9个品牌在全球市场中稳固的市场地位，将使大众汽车集团得以增强市场竞争优势。我们的增长战略是开发生产吸引人的汽车，赢得世界各地顾客的青睐，并满足不同区域的要求和实现成本目标。横置发动机模块（MQB，参见第10页）和纵置发动机模块（MLB）将发挥重要作用。

通过与涡轮增压缸内汽油直喷发动机（TSI）、涡轮增压缸内直喷柴油发动机（TDI）、创新的双离合变速箱（DSG）以及未来的电动动力总成相结合，MQB和MLB将确保大众汽车集团达到其雄心勃勃的油耗和排放目标。在未来推出重量轻、空间紧凑、配备环保动力系统的新一代小型家庭用车时，这些模块将继续发挥作用。

除此之外，为了保障就业、保护环境以及增加利润，我们还将我们的专业技术知识应用到其它产品和服务之中，比如有的项目主要针对工业发动机和船用发动机的开发和使用，这些发动机动力强劲、油耗更省、排放更低。

只有赢得更多世界各地的新顾客，才能实现我们的宏伟目标。秉持这一信念，大众汽车将加大对经销商——公司与顾客联结的重要纽带——的支持，增加市场营销活动。这方面最大的增长潜力将来自巴西、中国、印度、俄罗斯和美国。

我们员工的技能是企业发展的基础。必须对员工的发展给予支持，为他们提供发挥聪明才智、尝试创意的空间，这样才能使他们掌握汽车制造的精髓，解决汽车行业可能遇到的问题。这里几个比较关键的因素是：提升具有高潜质的人才、持续进行职业发展、为不同专业人员提供有针对性的培训。大众汽车人事工作的一个重点是促进女性员工的提升和职业发展。

横置发动机模块 (MQB)

——一种针对未来车型的新平台架构，为大多数新车奠定了技术基础，不仅将削减开发成本，同时也有助于量产车型实现良好的经济效益和环保效应。

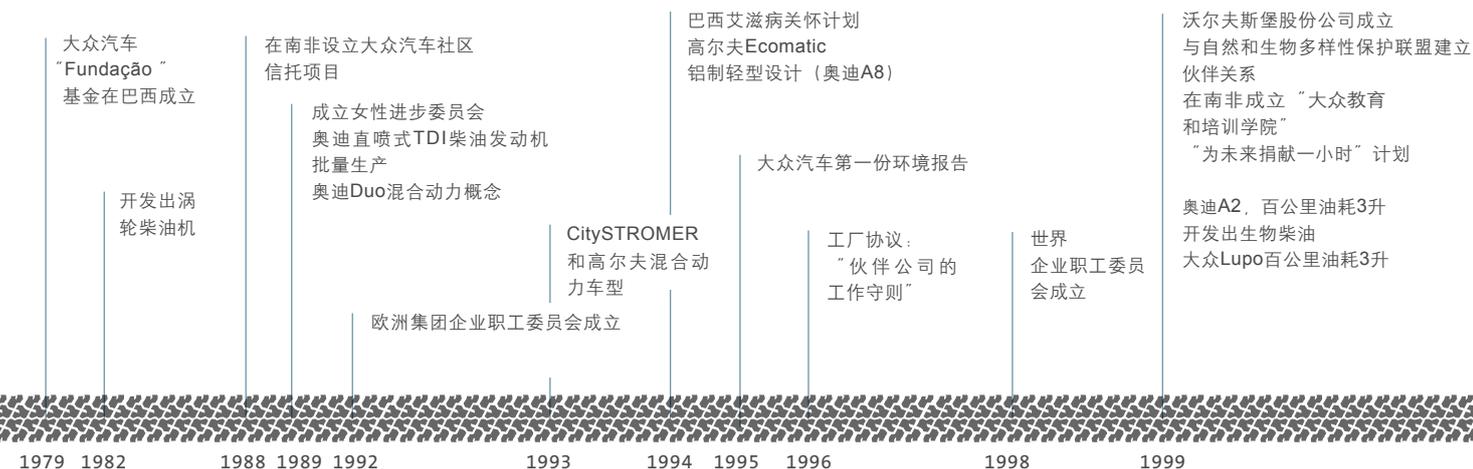


我们真诚地希望更多女性毕业生从事工程和科研技术类职业，为打造未来的汽车献一份力。这方面的一个事例就是公司开展的专门针对女性员工的“女性驾驶奖”项目（参见第36页）。

虽然处在困难的经济环境，“2018战略”仍将指导我们沿着既定路线继续前进。在此背景下，我们将与生态和盈利相关的工作列为重中之重。我们继续大力推进旨在提升生产力和质量的项目。同时，通过在成本和资本支出方面实施严格的规定，我们为达到长期的利润目标、确保稳定、较高的流动资金创造了必要条件。

里程碑

以下是最近30年公司历史中具有里程碑意义的事件，记录了大众汽车集团在可持续发展领域所付出的努力。



对于大众汽车而言，“绿色交通”意味着在汽车制造业设定新的生态标准，从而让污染最小、最经济、最具吸引力的汽车驶上道路。为了达到这一目标，大众汽车推出了蓝驱技术系列，汇集了现有最先进的环境技术。今后几年，我们将投资80多亿欧元，用于优化我们现有的TSI、TDI和DSG技术，并继续完善基于天然气或混合燃料动力系统的TSI技术。在第二代生物燃料领域，我们也将努力取得进展。我们还将投入大量资金与精力研究动力系统的电动化。对于我们而言，电动系统比燃料电池系统更重要，但电动系统的成功在相当大的程度上依赖于所用的电池，车用电池技术的成熟还需要实现很多进步和突破。

换言之，由传统的动力系统向电动车的转变尚需一段相当长的时间。但不管怎样，大众汽车的信念不变：我们将为顾客提供最佳的解决方案，绝不妥协！

当开发新车时，二氧化碳排放量是一个关键的参数。所以，我们在产品生产的每个环节，都会关注二氧化碳排放量，采取一切可能的措施减少对气候的影响，从而确保达到集团环境准则中规定的目标和技术发展部的环境目标。

“我们的目标是成为世界上最环保的汽车制造商！”这是2008年在管理层会议上制定的目标，对于大众而言，它既是挑战，也是我们的责任。

通过优异表现和公开信息获得信任

可持续发展战略的结构和工具

可持续发展和责任

履行社会责任（企业社会责任，CSR）并保持可持续发展可为公司增加价值，并可在长时间内保持此价值。对于大众汽车集团而言，关注社会和生态问题、承担企业社会责任是公司经营活动的一部分。企业社会责任与集团的核心业务紧密相关，并有助于公司预防风险、及早发现增长机会，并提升公司的信誉。

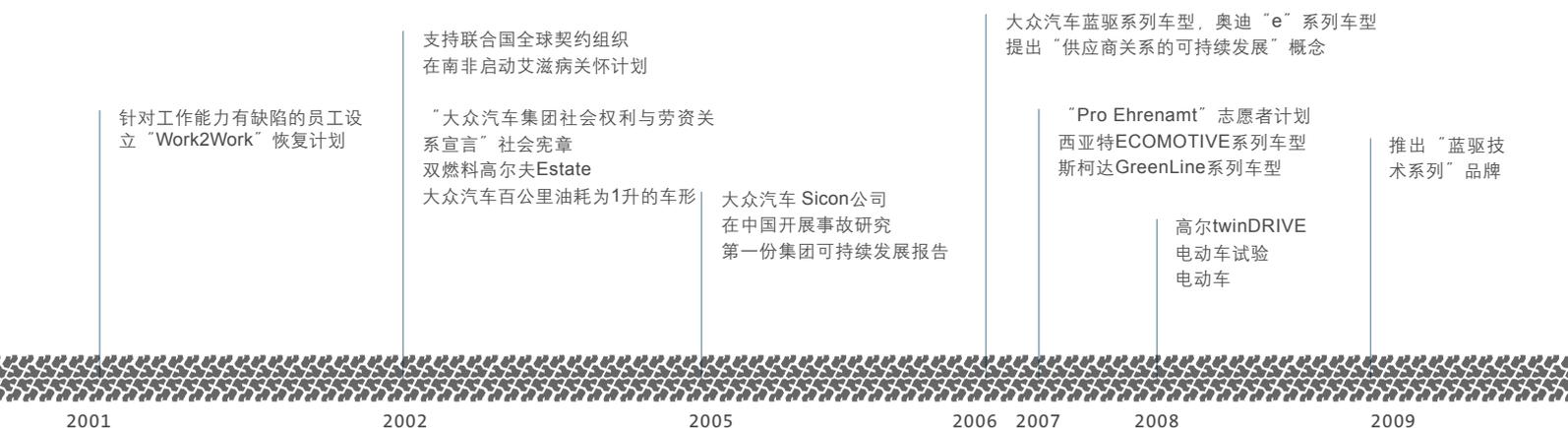
可持续发展模式

在可持续发展模式中，我们制定了可持续业务发展的原则。对于我们而言，这是企业长期战略的基准，以应对来自环境、社会和经济领域的挑战。大众汽车集团在全世界范围内开发、制造汽车，针对顾客的出行需求提供最佳的解决方案。在所有这些环节中，我们坚持将最先进的技术推广到全世界，同时充分地考虑环境保护和社会和谐。

大众汽车集团源自德国，在世界范围内开展业务并承担相应的责任。员工的权利、个人发展、社会保障和经济回报是我们企业政策的核心元素。所以在德国、欧洲乃至全世界，协同合作的企业文化已成为管理层和员工代表之间成功合作的基础。在商业发展的同时兼顾环境和社会责任，这一准则在我们与供应商合作的过程中同样适用。无论在何处开展业务，大众汽车集团都将自己视为当地社会经济政治生活的一个合作伙伴。

全球发展状况分析和早期预警系统为我们指明方向

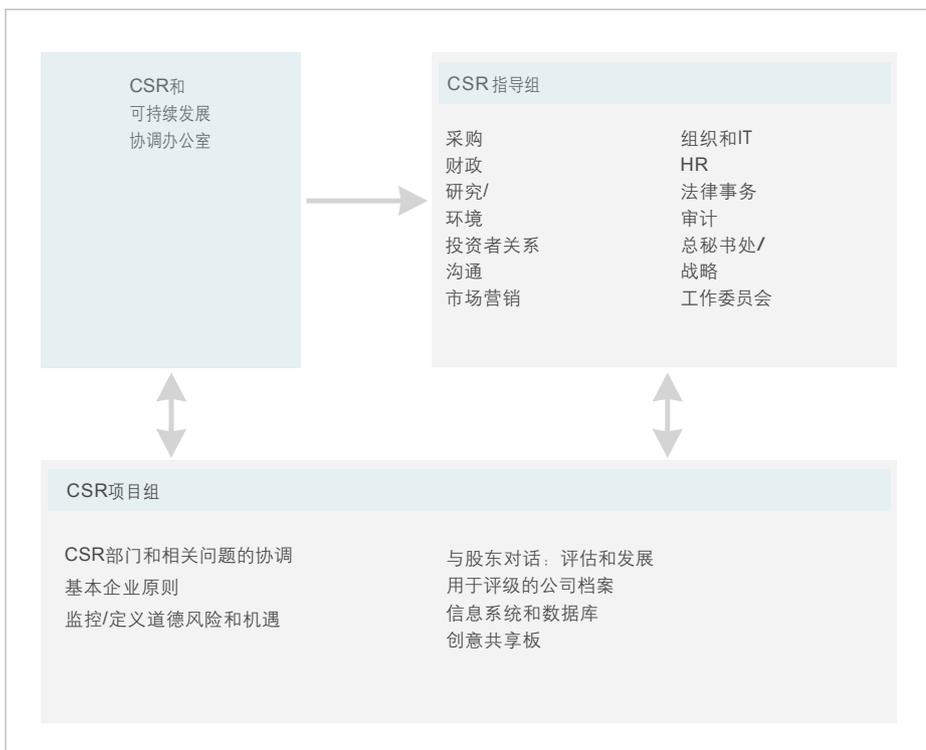
2008年大众汽车集团制定了一项“研究远景”，涵盖能源、驾驶体验、交通、产品生命周期、安全、环境和节约成本等主题。作为“全球发展状况预测”的一部分，大众汽车集团关注和分析涉及交通的技术和社会问题的国内外研究、设想与报告。



“2018计划”中的全球发展情景研究旨在及早判断发展趋势，确定这些趋势对汽车行业的影响，并提出适当的应对措施。在可持续发展的背景下，我们充分地考虑了气候变化、原材料和能源、环境法规和消费者行为等因素。

我们会对原材料风险进行评估，这是我们对环境影响进行分析的一个具体例证。我们的目标是通过我们特别设计的研究方法，在开发电动和轻型车身设计等创新技术时，确保能够供应所需的原材料。

企业社会责任（CSR）与可持续发展协调



“我们正在建立基于IT的关键指标系统，通过此系统，我们将提升管理效率，增加管理透明度。”

Gerhard Prätorius博士
企业社会责任（CSR）和可持续发展协调主管

诸如“供应国的地理政治风险”或“市场、产业集中度”等指标可以清晰地预示潜在的原材料短缺问题，以便公司及早采取适当的应对措施。

通过风险管理系统，大众汽车集团确定全球金融和经济危机（参见第16页）带来的严重影响，并根据其特别制定的“2018计划”来应对危机中产生的问题。风险指标和早期警告系统会持续进行完善，以纳入不断发生的新变化——例如供应商破产的风险，可能对整个生产线造成不利影响。

生态环境风险的管理也同样重要，为此我们建立了自己的独立早期预警系统：环境雷达小组。此外，作为其市场监控的一部分，大众汽车集团系统地使用情景分析方法——用于提前

增强意识，确保合规

对一个业务遍及全球的公司来说，公司的价值创造、可持续发展和声誉比任何时候都更加依赖于每个员工始终遵守法律要求、约定的准则以及有关社会和生态环境的最低标准。

根据《德国公司治理准则》的条款，董事会需要确保整个集团严格遵循相关法律要求和企业内部规定，保证所有业务合规经营。

指导我们行动和决策的价值观

大众汽车集团除了遵守法规和内部规定，还把自愿遵守更多道德准则视为我们企业文化不可或缺的一部分，并把这些道德准则形成指导性文件用于决策参考。

2007年，我们新设立了集团首席合规官这一职位。该职位是法律事务和合规部的主管，直接向董事会主席文德恩教授汇报工作。他的任务是向董事会报告所有合规问题、提出预防性措施、管理并监控这些措施的实施，确保所有业务活动合规。

提高对相关规则和价值的认知

在集团范围内实施防患于未然的合规战略，是我们所有合规活动的基础。

2008年我们成立了中心合规办公室，目前该办公室正在设立集团范围内的合规部门。我们将集团内已有的合规专业人员集中起来，组成一个核心合规部门。我们正逐步建立一个全球性的合规人员网络，以支持集团各个公司、各个地区和业务部门促进和确保合规经营。2009年，我们向全世界的高级经理宣布集团将设立合规部门，以及提高合规意识的措施，并鼓励他们积极参与。

确定主要问题，提供有针对性的培训

涉及集团内各个级别的合规项目每年都会举组

发现不确定性和风险，同时也用作战略规划的一项工具。

管理可持续发展——改善内部信息交流

我们于2006年成立了企业社会责任和可持续发展协调办公室，主要负责大众汽车集团内部的企业社会责任战略方向和优化。为实现上述目标，该办公室建立了连接内部部门的网络，并增进专业部门之间的信息交流。该办公室向企业社会责任领导小组报告，此领导小组由所有企业职能部门和员工委员会代表组成。此外还设有跨部门的企业社会责任项目组，定期讨论相关事宜。

我们正在建立基于IT的关键指标系统，通过此系统，我们将提升管理效率和管理透明度。该系统融入了现有工具和指标，形成一个信息集中的企业社会责任信息系统。

这样，经过试验证明有效的工具，如关于车辆回收战略和其它管理工具生命周期评估的评测（LCA）的最新改进，可以整合到整个信息系统之中，为作出综合评定和评估提供基础。通过这种方式，大量可持续发展方面取得的改善就在集团各个品牌之间实现了信息共享，并提升整个集团在可持续发展方面的表现。

促进持续的对话——加强利益相关者的参与

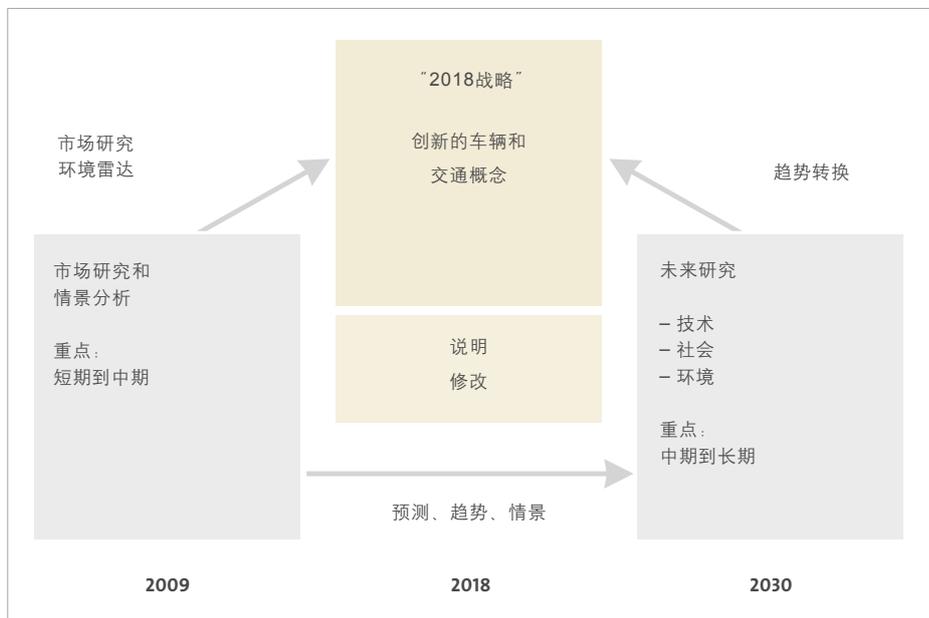
作为一名良好的“企业公民”，我们一直与利益相关者进行持续的对话。我们从2002年起开始支持联合国全球契约，这是一个由前联合国秘书长科菲·安南于1999年发起的有关负责的

企业管理的联盟，目前已有120个国家的4,700多家公司参与。

在我们2008年12月的全球契约进展报告中，我们提供了履行全球契约的例证，包括大众汽车集团正在开展的多个项目如环境和气候保护项目、反腐败措施、国际劳工标准和我们的人权政策。我们在制定企业战略时还重点参照了国际劳工组织协议和经济合作与发展组织跨国公司指导。我们还积极参与世界可持续发展工商理事会（WBCSD）、欧洲企业社会责任组织（CSR）和德国企业可持续发展论坛（econsense）的相关活动。

 7 ▶ 联合国全球契约进展报告

未来研究和趋势转化



组织相关议题的内部讨论，例如，2009年的讨论议题是反腐败措施。

监察员体制有助于建立信任

合规项目也会调查集团监察员发现的问题。2006年集团开始设立监察员，目前监察员体制已经成功地建立起来了。两名独立律师担任集团的监察员，负责接听员工反映问题的国际热线。监察员律师遵守严格的保密制度，只有在信息提供者明确同意的情况下才能将有关腐败问题的信息转交给集团调查部门。2008年监察员收到38个举报信息，集团对每一项均进

行了调查。在此报告期内，我们对全球热线服务进行了扩展，目前该热线提供多语种服务：德语、英语、西班牙语、葡萄牙语、捷克语、意大利语和中文。

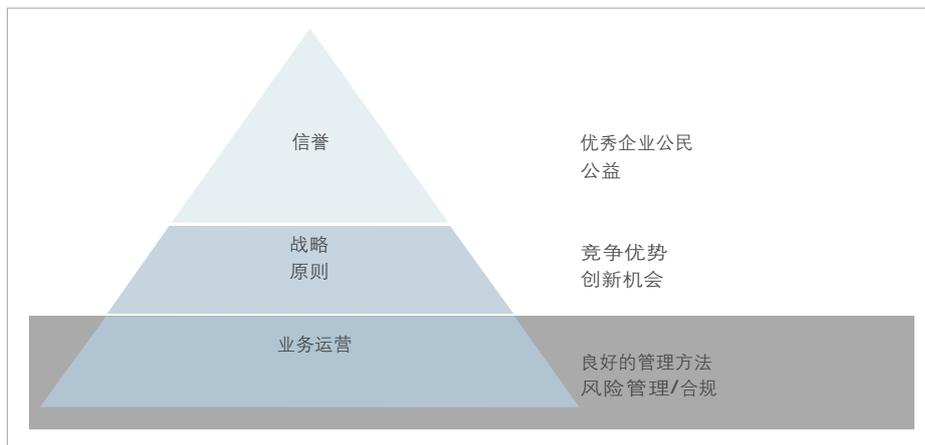
除此之外，大众汽车集团还实施了各种预防性的反腐败措施，其中包括2006年颁布的公司第34号指令，有关“避免利益冲突与腐败”，是根据全球契约的准则、国际商会的规则和经济合作与发展组织跨国公司指导制定的。

此外，大众汽车集团还对公司向员工和第三方

送礼等情况制定了内部规定，以实现必要的业务透明。

目前我们正在开展一系列培训课程，以提高员工对上述合规问题的认识。根据不同的目标对象—有时是全体员工，有时是高级管理层—我们采用不同的方式来提高大家的合规意识，如在线学习项目，或在大众汽车大学（AutoUni）的教室内上课、举办讲座或会议。在其它后续的职业发展培训课程中，也会涉及有关合规的问题。

企业社会责任金字塔



卓越的表现提升顾客满意度

只有顾客对我们的产品和服务感到满意，我们的环境技术才可称之为成功。大众汽车集团的目标是到2018年赢得300万新顾客，其中250万新顾客来自欧洲以外的市场。为达到此目标，大众在销售、售后和产品活动中采取了更有效的措施来贴近顾客，并提升顾客满意度。

基于各种顾客满意度调查，我们的目标是到2018年，让大众品牌在顾客满意度和品牌忠诚度方面的评级中跻身前三名。大众汽车集团的所有部门正全力以赴以实现此目标而努力。这些工作由质量保证部和销售部来共同协调，主要集中于根据不同市场的顾客需求传播我们的汽车理念以及销售和售后流程的优化。为此，我们设立了顾客满意度论坛，来协调所有这些活动。

成员的薪酬。此外，董事会还定期向监事会提供有关业务发展和集团情况的最新信息，包括存在的风险和风险管理措施。

保护自然环境和生物多样性

我们可持续发展战略中的重要一点就是我们将长期致力于保护自然环境和生物多样性。因此大众汽车集团于2008年2月加入由德国联邦环境部发起的企业和生物多样性活动。在大众汽车集团董事会主席文德恩教授给联邦环境部部长西格马·加布里尔的信中，他表达了大众汽车对环境部领导宣言的支持。大众汽车集团在这个领域的项目由生物多样性指导委员会予以协调。在第9届联合国自然保护会议于2008年5月在德国波恩举行之前，大众汽车集团发表了一项有关生物多样性的声明，表达了公司保护生物多样性的郑重承诺：集团将在开展业务的所有地区保护生物多样性，并将物种保护纳入集团环境管理系统。

在制定生物多样性准则时，我们征询了我们的长期合作伙伴——德国自然与生物多样化保护联盟（NABU）的意见。我们围绕以下几方面来履行我们的责任：群落生境的保护和改善（如国家公园和自然保护区），与环境保护组织合作，推动研究、教育项目的开展。我们还与德国自然与生物多样化保护联盟（NABU）合作，举办有关节省燃油的课程。

企业治理创造透明

我们通过有责任的企业治理增强客户和投资者对我们的信任，这将在长期内提升公司的价值。因此，董事会和监事会遵循《德国公司治理法规》（2008年6月6日版）中的相关建议，但不包括董事会成员遣散费的最上限额的相关规定。

与上一年度一样，公司发布的薪酬报告详细公布了所有董事会和监事会

通过高效的风险管理避免损失

发现和评估潜在的风险，采取积极和及时的应对措施规避风险并避免损失——这是集团风险管理系统责任。此系统完全遵循1998年德国《企业控制和透明法》（KonTraG）的要求。

风险管理是结构和组织流程不可或缺的一部分，因而已经成为大众汽车集团所有业务流程的一部分。风险监控系统的任务下放到各个部门和投资项目。集团和品牌控制部与集团审计部共同协调整个风险管理系统，定期评估其有效性和完备性。需要由专家持续进行详细评估的风险包括一般风险、财务风险，与部门、产品、需求、竞争相关的风险，以及生态和社会风险。

互联网上的更多信息

- 8 ▶ 全球发展情景研究
- 9 ▶ 顾客满意度和顾客忠诚度
- 10 ▶ 大众汽车品牌的顾客服务
- 11 ▶ 质量保证
- 12 ▶ 可持续发展范例
- 13 ▶ 大众汽车有关生物多样性的声明

葛西亚 (Francisco Javier Garcia Sanz) 博士
大众汽车集团采购董事



坚持原则的伙伴

可持续的供应商关系

在采购方面，大众汽车集团也设定了最低的环境和社会标准。这对于发展和新兴国家的供应商而言非常重要，因为这些国家的法定社会标准和环境标准通常不完善或根本没有此类法规。鉴于此情况，在价值观不断国际化的趋势下，我们需要承担特别的责任，确保在集团内遵循统一的环境和社会标准。“我们世界各地的合作伙伴不仅要提供质量无可挑剔的产品，还要达到最低环境和社会标准，这对我们非常重要。”大众汽车集团采购董事葛西亚 (Francisco Javier Garcia Sanz) 表示。

为了达到这一目标，早在2006年大众汽车集团就和奥尔登堡大学联合制定了“可持续的供应商关系”计划，并且逐渐将这一计划引入集团各个机构以及与生产相关的采购流程中。2008年，这些标准的应用范围扩展至一般采购领域。

“可持续的供应商关系”已经成为大众汽车集团供应商管理的重要因素。所有新任采购人员都须定期接受此方面的培训，以确保对供应商的不足和改善潜力有更清晰地认识。

扩展至其它地区和品牌

我们现在正努力将“可持续的供应商关系”的标准推广至其它大众汽车品牌以及集团业务运营的地区，并使这些标准得到严格遵守。我们正在进行一项调查，来了解这些标准在内部和外部流程的应用情况，并寻求进一步优化的可能。

2008年，我们在大众汽车集团（中国）实施了一个为期7个月的试点项目，我们对内部程序进行分析，并成功地制定了流程优化措施。在为期几天的培训中，我们与中国的供应商就环境和社会标准进行了深入交流，也进行了其它方面的对话与沟通。在培训结束时，所有参与者集思广益，共同制定了包括改善措施在内的行动方案。

国际网络

在欧洲，大众汽车集团和其它公司致力于进一步巩固可持续性在整个汽车行业供应商关系中的重要性。作为欧洲企业社会责任联盟的合作伙伴，大众汽车集团正积极通过“负责任的供应链管理在线门户网站”等方式加强网络建

设。此外，大众汽车集团还是“供应链企业社会责任”工作组的成员，此团体汇集了来自众多汽车制造商的代表。

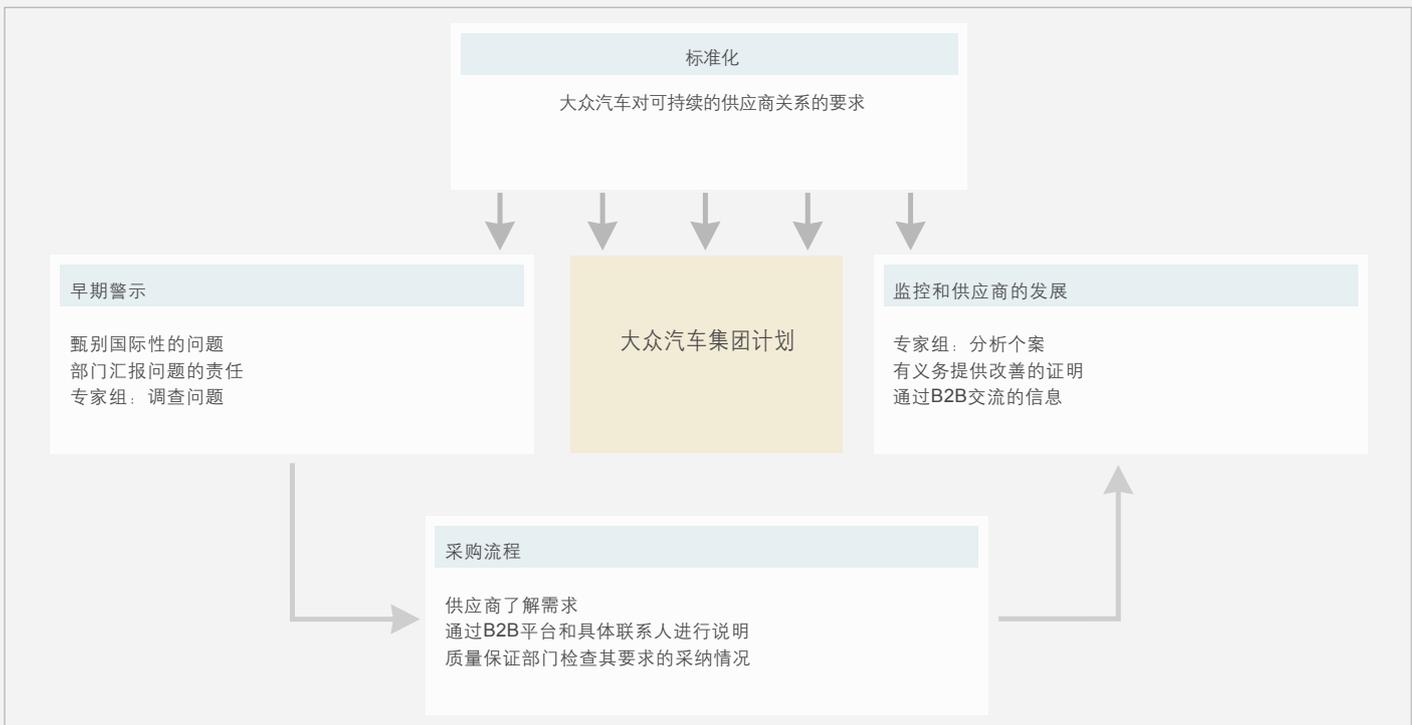
合作前景

作为供应链中的合作伙伴，我们和供应商在共同履行责任时，也不断面临新的挑战，尤其是在与未来投资相关的战略决策、资源利用以及产品、流程创新等方面。

所以，我们需要对“可持续的供应商关系”计划持续进行评估。这一计划的所有因素，包括可持续发展的要求、早期预警机制、采购过程的透明化、供应商的发展，都需要定期审核，进行必要的修正。若想达成可持续发展目标，持续发展供应商关系尤为必要。

- 互联网上的更多信息
- 14 ▶ “可持续的供应商关系”计划
 - 15 ▶ 企业间的电子商务平台
 - 16 ▶ “负责任的供应链管理”在线门户网站

可持续的供应商关系



强劲的增长潜力

经济危机过后，大众汽车集团将更加强大。

尽管爆发了国际金融和经济危机，大众汽车集团2008年的汽车销量、销售收入和利润却创造了有史以来的最佳记录，并将在危机后继续保持增长势头。可持续的财务管理是实现这一目标的关键因素。

2008秋，多年的经济增长和油价上涨驱动诱发全球通货膨胀，导致美国房地产和金融市场崩溃。美国联邦储备局的低利率政策以及不透明的金融工具的膨胀使对利率非常敏感的贷款急剧增加，结果在通胀情况下联邦储备局的基准利率上升，导致房地产泡沫最终破裂。许多大型抵押金融公司和银行陷入困境，引发信任危机，最终导致同业拆借市场的瘫痪。由于国际资本市场的紧密联系，上述情况使全球的银行和金融系统都出现裂痕，从而对实体经济产生深刻影响，导致全球的经济增长大幅降低。

这一危机给汽车市场和大众汽车集团带来双重打击。一方面，2009年第一季度全球汽车销量大幅下降（整体市场下降21%，大众汽车集团下降11%）。另一方面，全球信用危机使再融资成本大幅上升。

确保集团财务实力

大众汽车集团仍然拥有融资渠道。另外，公司还可依靠保时捷和下萨克森州这两个注重长期、可持续和赢利的增长的强大的股东。而且我们仍有充分的理由保持高度自信：凭借运用创新技术开发的新车型以及集团坚实的财务基础，大众汽车集团已做好充分准备以渡过经济危机。所以，尽管经济环境日益艰难，2008年我们仍然实现了汽车销量、销售收入和利润目标。特别是通过持续成本控制和全面流程优化，我们的盈利能力和竞争力都有所增强。

“大众汽车是唯一可以有效抵御经济危机的汽车制造商。”

《汽车杂志》2009年2月号

鉴于经济危机导致的全球流动性缩减，财务实力和充裕的内部流动资金对我们来说非常重要。这正是首席财务官汉斯·迪亚特·波什（Hans Dieter Pötsch）多年来一直追求的。“我认为这一政策是合理的。”波什说，“因为对于像大众汽车这样追求长期发展的国际集团，必然会碰到一些固有风险，所以在油箱中保持充足的燃料非常重要。通过实施“2018战略”，我们正努力成为全球汽车行业中经济和环境表现的领导者。”

充足的流动资金储备、确定的信用额度以及经证实有效的货币和资本市场融资渠道，增强了我们的偿付能力。我们的金融服务部门主要通过金融市场上的外部资金来满足其资本需求，这种多样化的再融资结构确保了充足的流动资金。

同时，大众汽车集团致力于对风险进行严格控制，实现可持续的财务管理。董事会制定的指示为此打下了基础：集团财务部的各项业务均需遵循这些指示。这些指示涵盖风险上限、允许使用的金融工具、证券操作和套期保值期限等方面。集团财务部识别、评估、管理和监测信用、流动性和市场价格风险（利率、汇率和原材料价格走向），并定期向集团董事会汇报最新的风险情况。



大众汽车财务和控制董事汉斯·迪特·潘师 (Hans Dieter Pötsch)

我们集团范围的风险管理方针基于法律要求和信用机构的最低要求。我们不从事金融投机交易，一切经营活动围绕我们的核心业务展开。我们选择银行合作伙伴的标准包括其资产、穆迪或标准普尔等独立机构的评级、共同债务方案，以及对中期报告、股价走势和信用违约的分析。

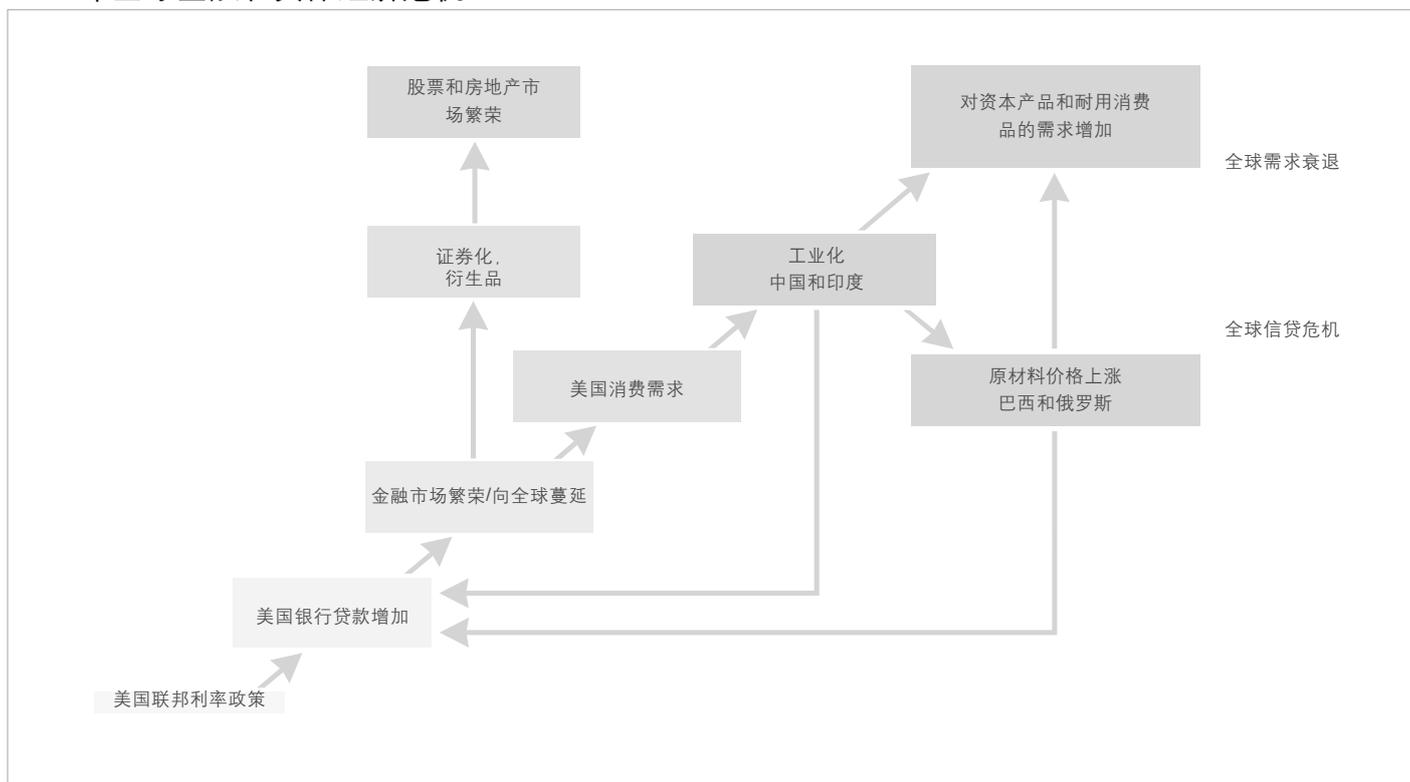
可持续的财务管理

作为我们可持续财务管理的一部分，我们以透明、公开和可信赖的方式与所有资本市场参与者来往——银行、评级机构和投资者——以确保我们保持足够的流动资金。同时大众汽车集团采用“双重路线”模式，在此模式下，金融服务部门在很大程度上进行独立再融资。

在整个大众汽车集团，我们执行严格的成本和投资管理，对所有新项目进行审核，以减少原计划之外的相关费用和投资。公司可以延缓投资，例如在扩大销售机构或备件供应方面的投资；也可以在成本控制方面，通过减少生产班次或撤销外部合同等方式，在相对较短的时间内实现数十亿欧元的资金储备。因为供应商存在更高的违约风险，所以我们对他们的信用度进行仔细评估，并希望通过战略合作确保其长期发展。为此，我们提前很长时间告知供应商我们的原材料计划，并与一些主要供应商一起实施具有战略意义的重要项目。但是，我们打算向供应商进行直接投资。

总而言之，大众汽车集团将继续小心、审慎地应对危机，在投资过程中坚持可持续发展的原则。我们对外公布的目标是超过市场表现，获取更多市场份额。因此，集团正集中所有力量和资源开发以顾客为导向、环境友好型汽车。虽然金融危机肆虐，大众汽车集团仍将大力投资创新技术、提供职业培训、员工的持续职业发展视为巩固其竞争地位并确保可持续发展的关键因素。

2008年全球金融和实体经济危机



更高效

关注气候问题，呼唤企业责任

气候变化问题影响深远，而且非常复杂。生物多样性、食品供给和饮用水的获取等诸多因素都与气候密不可分。因此，若想避免严重的后果，就必须限制气候变化。根据联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）的分析，如要长期将全球气温升幅控制在2摄氏度以内，则到2050年温室气体排放应在1990年的基础上减少一半。正如联合国秘书长潘基文在哥本哈根国际气候变化商业峰会中所强调的，虽然当前的经济危机非常严重，但我们在应对气候变化这方面亦不能松懈。

但是，我们在生活和工作方式方面要做的改变不只是减少温室气体排放，还需要考虑到保障长期的能源供给。例如，国际能源署（IEA）发布了一系列警告，表明石油——我们赖以生存的重要能源——正面临紧缺的局面。暂且不论地球还剩多少石油资源或者石油供给何时达到顶峰，但是石油、天然气和煤炭这些目前满足全球80%能源需求的化石燃料都是有限的，终有竭尽的一天。所以我们迫切需要加紧开发新的替代能源。

在道路交通方面，有多个因素影响温室气体排放和化石燃料的消耗：石油公司应生产含碳量更低的原料，如天然气和可持续的生物燃料。汽车制造商的责任则是开发高效的汽车技术，并推向市场。但是，上述两者的行动都依赖于最终用户的购买决策，因为消费者的驾车方式对油耗和二氧化碳排放将产生重大影响。此外，基础设施的扩建和现代化也有助于减少排放。

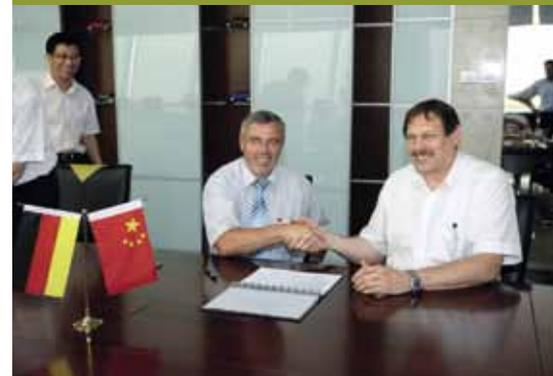
大众汽车集团以吸引人的价格将先进、高效的汽车技术推向市场。之所以能实现这一点，我们需要将各种不同能源原料和技术方法有机结合。此外，我们还在各种国内、国际机构和论坛上交流我们的专长技术。例如，自2008年起，大众汽车集团研究部就开始与国际能源署（IEA）开展合作。我们还作为合作伙伴参与了联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）下一个报告的编写。

根据世界可持续发展工商理事会（WBCSD）的有关规定和德国工业联盟（BDI）发起的“气候保护企业责任”计划，我们进一步细化了气候政策。

为了执行具体措施，我们建立了各种管理系统。例如，我们成立了企业二氧化碳指导委员会，以监督整个产品组合的二氧化碳排放情况。集团各个品牌的指导委员会和部

沃尔夫斯堡工厂屋顶上铺设了21,400块太阳能电池板，覆盖面积相当于6个足球场，每年可减少1,600吨以上的二氧化碳排放。总功率3.3兆瓦——足以满足740户四口之家一年的用电需求。

2008年在中国举行的地区性环境会议。



地区性环境会议

地区性环境会议的意义在于确保大众汽车集团位于世界各地的机构能够及时了解其环境政策以及相应的环境准则，同时集团也可了解到各地区的具体情况。各相关方之间持续的信息交流、利用协同效应以及采取节约成本的措施等内容尤其重要。此外，环境部门员工之间也进行深入交流，以减少企业责任和形象方面可能面临的风险。



大众7速DSG双离合变速箱



门也在这方面给予支持。在生产环节，企业“能源”工作组及其扩大小组主要负责能源管理，尤其是提高能源效率。另外，集团内部的气候和能源专家网络负责建立一个范围广泛、涵盖所有品牌、地区和部门的网络。

大众汽车集团与全世界分享其先进且高效环保的技术。在大众汽车公司董事会和企业环境指导委员会的监管下，我们制定了针对产品和生产流程的可持续环境准则，与油耗、噪音、资源保护、产品和生产过程中的污染物相关的排放准则和要求，以及优化、环保的生产流程。根据ISO 14001标准进行的环境地区会议和环境审计为“环境之屋”（见右侧插图）奠定了基础。

在各级别车型中均处于领先地位

在产品方面，我们的目标是使各级别的车型的油耗都处于领先水平。而这已经成为我们多年来的一贯表现。例如在90年代末，我们在市场上发布了奥迪A2 3L和Lupo 3L，这是首批百公里平均油耗低于3升的两款车

二氧化碳记录

在产品制造的每个阶段，我们会分析每个汽车项目的二氧化碳排放量；任何一项对产品有所影响的决策（从选择原材料到物流），我们都会检查其对于温室气体排放的影响。这些“二氧化碳记录”的结果将提交董事会决策。通过这种方式，我们可以确保实现企业目标中的强制性二氧化碳减排目标。

“在大众汽车集团，环境保护已经成为所有业务结构、过程和工作密不可分的一部分。”

大众汽车集团环境主管君特·达默 (Günter Damme)

型。得益于我们的先进科技，今天我们在降低油耗和减排方面仍占据着领先地位：目前大众汽车已有134款车型的二氧化碳排放量低于140克/公里，其中有35款车型的排放量低于120克/公里，有6款车型低于100克/公里（根据2009年6月数据）。我们新的环保之星——第二代蓝驱波罗——将在2010年初面世，百公里柴油油耗仅约3.3升，二氧化碳排放量仅为87克/公里。

评估和审核

自2007年以来，大众汽车一直依据产品生命周期评价 (LCA) 颁发环境贡献奖。这些奖项颁发给与上一代车型或参考车型相比对生态环境有进一步贡献的车型和技术。根据ISO 14040/44标准，产品生命周期评价不是仅考虑到车辆使用期中相关排放物对生态环境的影响，而是全面评估产品的整个生命周期，即从生产到实际使用再到回收利用，对生态环境的影响。这些产品生命周期评价 (LCA) 由外部专家根据ISO14040标准检查和鉴定。其结果会显示与环保相关的信息，如新车型与上一代车型相比在环保方面有多少改进，在整个生命周期中温室气体排放量减少的情况。产品生命周期评价 (LCA) 已作为产品开发过程中的一项重要环境管理工具被纳入“集团环境原则——产品部分”。

大众汽车集团环保战略



在国内外举办节油课程

只有大约三分之二的汽车油耗是由车型设计因素或其它不可控的外部因素决定的，其余三分之一则取决于驾驶人员，比如用车方式和养成良好

高尔夫更新换代

通过比较不同年代的柴油发动机高尔夫，可以清楚地看到我们这些年来在汽车油耗效率方面取得的长足进步。与第三代高尔夫相比，第六代高尔夫更大、更重、动力更强劲，但其油耗却降低了近四分之一。



驾车习惯。例如搭载涡轮增压缸内直喷柴油发动机（TDI）的高尔夫，年行驶里程为18000公里，百公里油耗5.2升，按此标准计算则每年可节省约300欧元，减少二氧化碳排放约608公斤。因此，车辆本身的环保节能装置再加上良好的驾驶习惯可以大大降低油耗、减少排放。奥迪自1994年起开始开设有关节省燃油的课程，并取得了长足的进步。仅2008年就有约4000人参加了我们与经销商共同组织的培训课程，为省油驾驶打下良好基础。自2006起，主题为“大众汽车经验”的节油课程已经使2500多名驾驶员体验到了经济驾驶的好处。除了减排和降低油耗，经济驾驶还带来一个更大的好处，就是提高了行车安全性，而且令人惊讶的是，平均速度几乎没有下降。此外还有1600名驾驶员参加了我们与德国自然和生物多样性保护联盟（NABU）共同组织的培训课程。

2008年和2009年，我们的节油课程培训师开始向我们在澳大利亚、日本和韩国的顾客讲授经济驾驶的好处。在日本，有350多名顾客参加了此课程，并在培训课程结束时平均降低油耗约19%。这些受训人员还将培训更多其他驾驶者，一传十、十传百，未来几个月将有更多的人继续传播经济和安全驾驶所带来的益处。在2009年，也将在中国开展此类培训课程。

 17 ▶ 节省燃油

环保不只是关掉电灯

大众汽车集团的环保措施不仅局限于向市场推出使用环保工艺制造的环保产品。在所有的生产厂，大众汽车坚持不懈地寻找和开发新的环保手段。节约能源是重中之重的课题，这一点从每年的能源费用即可看出：2007年，大众汽车集团在欧洲13个汽车生产厂的能源费用约为4.9亿欧元，其中73%的费用为电费，其中一半的电费是由电动机耗费的。目前采取的对策包括使用节能驱动方案，如变频器驱动和变速泵驱动。此外在2009年3月，集团能源工作小组推出了名为“节能电动机”的新生产标准，并将此标准应用于整个集团。

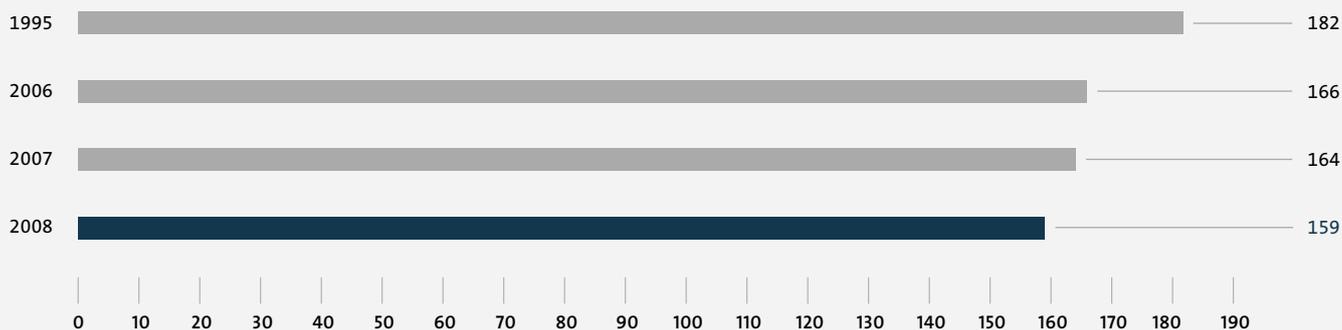
节能措施不是只能在生产部门开展，在公司所有部门都存在节能空间。节能早已不仅仅是晚上下班前关灯、关电脑，今天我们谈的是目标能源管理，这也正是德国政府准备从2012年开始以法律形式规定的任务。在此方面，大众汽车集团经实践证明可行的跨部门能源管理人网络可以发挥作用。企业能源工作组定期将集团60多个区域的代表聚集到一起，召开会议，报告节约能源的方法和手段，交流经验并制定未来的发展战略。标杆管理流程作为我们生产部门的中心能源管理计划的一部分，已在欧洲汽车生产厂中实施，致力于降低能源消耗和二氧化碳排放，寻求生产部门潜在的节能空间，与生产厂共同制定适当的措施。

太阳照常照耀着我们

在将环保型能源应用于生产设施这方面，我们处于领先地位。例如在沃尔夫斯堡，我们设有一个节能型的燃煤和天然气综合热电厂，充分利用电力生产中产生的热能。在萨尔茨吉特，我们有一家使用环保燃料天然气发动机（此发动机也应用于车辆）的综合热电厂，从2008年开始供应电力和热水。巴西大众汽车公司将与另外两个公司共同在圣保罗的里奥萨普卡伊（Rio Sapucaí）建立一座小型水力发电厂。该厂建成后将可满足巴西四个大众汽车生产厂18%的能源需求。2009年4月，沃尔夫斯堡的大众汽车工厂屋顶上的光电设施投入使用，这是目前德国北部最大的光电设施。埃姆登生产厂也使用了光电设施，其基本热能需求由使用木材的生物燃料热电厂满足。发电厂的运行效率高达70%以上，二氧化碳排放减少了一半。自2007起，我们在潘普洛纳的生产厂的电力需求完全来自可再生资源。

换言之，大众汽车集团正致力于使信息和通信技术更符合可持续发展的标准，如能源效率、二氧化碳减排、环保和资源保护。我们的综合绿色IT管理涉及面很广泛，从节能的计算机中心到有助于节约差旅费的视频会议系统和虚拟会议设备，以及环保型的办公室解决方案。2006年3月至2008年12月，大众汽车集团用大约15,000台节能型多功能设备取代了

大众汽车集团欧洲（欧盟27成员国）新车二氧化碳排放量（单位：克/公里）



之前使用的5万多台打印机、复印机、扫描仪和传真机，从而使集团降低了86%的能源消耗和二氧化碳排放，将二氧化碳排放量从6,381吨降低至891吨。

同样，在物流系统的各个运输环节，我们都面临着降低能源消耗、排放和废弃物或将其保持在最低水平的挑战。使用货车运输产生的二氧化碳排放约为450克/公里/集装箱，而使用铁路仅产生二氧化碳排放约200

的配件生产厂和其它各个区域采取这些措施。

更有效率的信息技术(IT)和物流

大众汽车集团IT采用创新的信息技术。大众汽车集团内使用的硬件、软件 and 新的智能解决方案都必须符合我们为自己设定的高标准，这项标准我们称之为“大众汽车的绿色IT管理”。

互联网上的更多信息

- 18 ▶ 环保嘉奖记录了保护生态环境方面的进展
- 19 ▶ 环保嘉奖门户网站：产品生命周期评价和背景报告
- 20 ▶ 通过环境优化流程制造的环保汽车
- 21 ▶ BlueTDI：用高科技来对抗氮氧化物
- 22 ▶ space up!blue：电动汽车前景
- 23 ▶ 智能轻型设计
- 24 ▶ 物流：降低运输领域的二氧化碳排放
- 25 ▶ 节油课程：与德国自然和生物多样性保护联盟 (NABU) 合作
- 26 ▶ 环保规定和排放交易
- 27 ▶ 蓝色动力：节能型热电厂
- 28 ▶ 绿色IT管理
- 29 ▶ 区域环境管理
- 30 ▶ 新地区的生态保护



大众汽车通过铁路运输新车。

克。所以，我们正致力于优化我们的道路运输系统，尽可能使用铁路运输。我们也正在努力改善物流规划和管理，主要通过使用高新信息技术手段，如无线射频辨识 (RFID)。

通过这些举措，2008年集团所有生产厂的能源需求减少了约17.7万千瓦时 (MWh)，相当于一个6万人口的城镇一年的用电量。毋庸置疑，我们在这方面取得的成就也利于大气环境，因为这些措施至少减少二氧化碳排放6.2万吨。2009年，我们将继续实施这些举措，同时还将在我们

10%

我们的目标是在2013年之前把我们欧洲生产厂的能源消耗和二氧化碳排放降低10%

20 %

为了达到欧盟制定的严格标准以及符合顾客的需求，我们计划在2015年年底以前将我们在欧洲市场（欧盟27国）投放的所有新车的二氧化碳排放量在2006年的基础上减少20%。

“随着化石燃料日益枯竭，采用新的动力系统只不过是时间迟早的问题。”

汉斯-约克·布凌格 (Hans-Jrg Bullinger) 教授

弗劳恩霍夫学会主席

向清洁能源转变

动力总成和燃料战略致力于研究广泛的能源和技术

动力总成和燃料战略是大众汽车集团可持续汽车业务的发展蓝图。其最重要的目标即减少温室气体二氧化碳的排放量，并促进能源安全。

我们可以清楚地预见，大众汽车集团工程师正在开发的零排放电力驱动系统将成为未来所采用的新技术。但因为完全由电力驱动的车辆尚需要很长一段时间才能实现，所以我们同时关注混合动力技术。内燃发动机仍将是近期主导的动力技术，我们将继续挖掘其巨大的发展潜力。我们已开发出环保高效的技术，例如小排量、直喷式、涡轮增压型的TDI和TSI发动机。此类发动机与DSG6档或7档双离合变速箱相配合时，可发挥出更高的效能。

同时，我们已经开始研究第二代生物燃料（阳光燃料）。我们认为，对于那些依赖石油的产品而言，这些燃料可作为其替代燃料，因此其在大众汽车的动力和燃料战略中占有重要地位。阳光燃料可取自任一种生物质，包括木材、稻草、能源作物或生物遗体。这种燃料中不含硫或芳烃，且碳排放非常低。另一个显著的好处是，阳光燃料也不会与食品生产构成竞争。事实上，如果车辆依赖合成生物燃料（如阳光柴油）提供动力，则该车辆的发动机几乎可称作“碳中和型”——即不增加碳排放——发动机。另外一种接近“碳中和”的能源是太阳燃体，这是一种可从当地种植的生物质中（主要是玉米和青草青贮）提取的新型生物气体，可无限制地用于大众汽车集团的任一

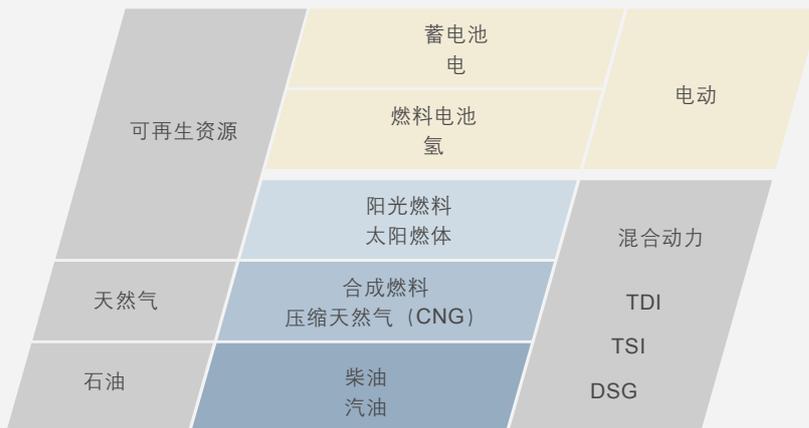
款天然气车辆中。我们支持使用可持续生产的生物燃料，而且我们致力于生物质鉴定系统的发展。十几年前，我们与外部合作伙伴共同协作，努力摆脱对石油的依赖。我们同样相信，可持续性交通发展的道路不应只局限于一种类型的燃料和一种动力总成方案。

渐进式发展是可持续性交通发展的唯一途径

我们的多燃料概念允许车辆使用生物乙醇、汽油或两者的混合物作为燃料来运行。我们的双燃料发动机可将LPG作为燃料，我们的环保燃料车型可将天然气作为燃料。开迪和T5已有环保燃料型发动机车型，高尔夫/高尔夫Plus、夏朗已有双燃料发动机车型。帕萨特、帕萨特 Estate和途安是首批搭载TSI环保燃料、能以压缩天然气（CNG）作燃料、双增压、直喷式发动机的3款车型。在天然气运行模式下，这些车辆的二氧化碳排放量比同类汽油发动机降低约1/4，其它有害物质的排放量也非常低（例如，一氧化碳排放量降低80%，氧化氮（NOx）排放量降低约50%）。除此之外，天然气比汽油价格便宜近50%，比柴油价格便宜30%。

燃料电池：与蓄电池抗衡

其它的新型、低排放能源包括氢气（或甲烷）。2007年11月，大众在上海首次展出世界上绝无仅有的两辆装备燃料电池的汽车：零排放帕萨特领驭和零排放途欢HyMotion。我们还参与了一系列燃料电池实地试验。所有相关车辆均配备有一个由氢燃料电池供电的电动机。燃料电池排放的唯一“废物”只是水蒸气。同时，大众汽车集团目前正在研究现在普遍使用的低温燃料电池的替代品，以便减少系统中某些固有的弊端。目前，尤其是在世界大型城市中心，针对此类动力来源更为环保的交通解决方案，正在稳步向前发展。但显而易见，将技术商业化并解决基础设施问题还需要很多年的时间。



蓝色的可持续发展

用高效技术实现可持续交通

蓝色含有多种蕴意。蓝色是天空和海洋的颜色，它使人联想到清新、活力和惬意。将蓝色元素与用于环保型交通的创新技术相融合，便诞生了大众汽车高效节能的核心技术——蓝驱技术系列。蓝驱技术系列是一个主品牌，涵盖了大众汽车现今最好的环境技术，可以满足今天和未来汽车未发展的需求。蓝驱技术系列包括大众汽车所有已经商业化和即将商业化的、可大幅降低油耗和二氧化碳排放量技术和产品。

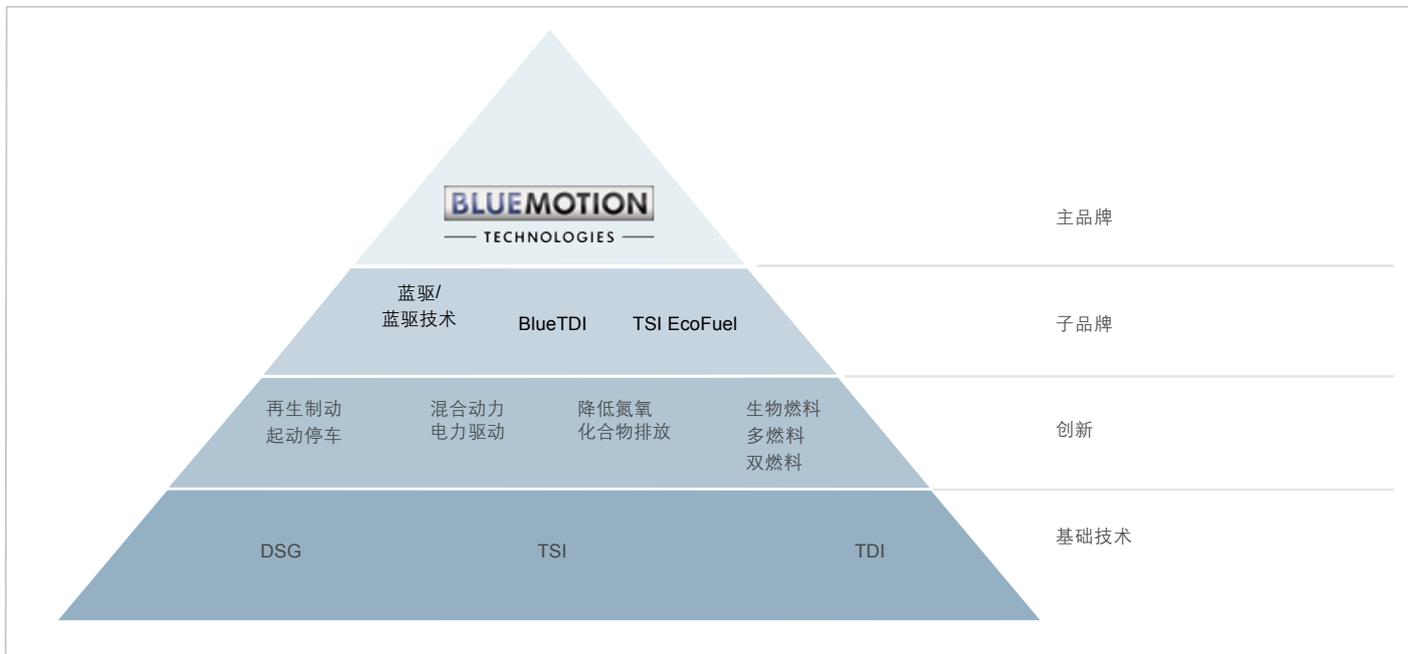
主品牌蓝驱技术系列包含众多子品牌：蓝驱车型、蓝驱技术系列、BlueTDI（可将氮氧化物排放降至相当低的水平）和TSI EcoFuel。这些创新证明，将高效的动力总成技术与优化的底盘和车身设计相结合，我们将能制造出燃油效率极高但价格仍可承受的汽车。

实现环保交通的技术组合

为所有需求提供合适的解决方案——这是蓝驱技术系列的承诺。为实现此诺言，蓝驱车型和蓝驱技术系列车型通过起动停车、再生制动和优化的空气动力系统等技术创新在油耗和二氧化碳排放方面设立了新的行业标准。通过管末排气处理装置，BlueTDI车型将氮氧化物排放降低了90%，达到了未来的欧6排放标准。TSI EcoFuel车型使用最环保的化石燃料和天然气，同时配合TSI技术，在驾驶更经济、更有乐趣的同时实现非常低的排放。

蓝驱技术系列将多种创新融入省油、低排放的交通解决方案，堪称环保汽车技术的集大成者。

主品牌下的环保产品和技术





“蓝驱 (BlueMotion) 已经是一个有口皆碑的品牌”

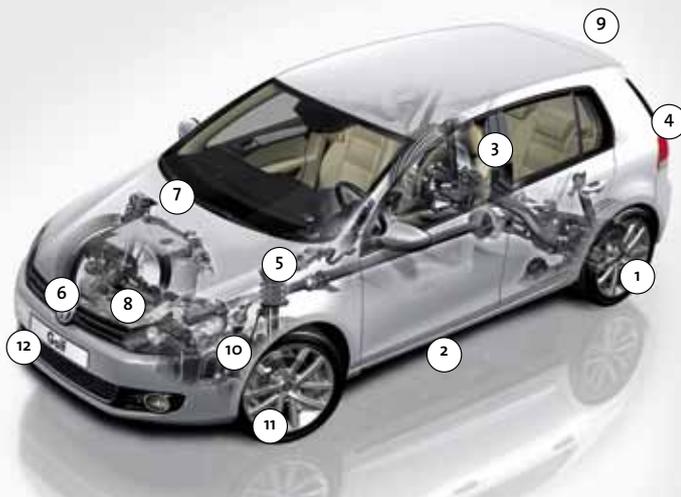
哈肯贝格 (Ulrich Hackenberg) 博士
大众汽车品牌产品研发董事



第六代高尔夫采取的节油措施

重量减轻 (W)、油耗减少 (E)、阻力减小 (D)

1. 钢制车轮材料厚度优化 (W)
2. 应用热压金属板 (W)
3. 应用高强度钢材 (W)
4. 金属板厚度优化 (W)
5. 电子机械式动力转向装置 (E)
6. 交流发电机效率提升 (E)
7. 降低无载电流 (E)
8. DSG或优化的手动变速器 (D)
9. 集成于后备箱的后扰流器 (D)
10. 降低悬架 (D)
11. 轮胎阻力改善 (D)
12. 优化的散热器格栅、前扰流器、后视镜和底盘 (D)





斯柯达汽车公司董事会主席荣海德 (Reinhard Jung) 介绍斯柯达Greenline车型。

车辆的环保性能一直是大众汽车集团首要考虑的事项之一。为此，我们制定了全球环境准则——“产品环保原则”，每个车型的设计和制造等相关活动均需遵守此准则。我们的目标是每一款新产品在其整个生命周期中都要表现出比其前一代产品更优异的环保性能。例如，有134种大众汽车集团车型的二氧化碳排放量低于140克/公里，其中35种车型的二氧化碳排放量低于120克/公里。随着2009年和2010年新车型的发布，每公里二氧化碳排放量低于100克的车型数量将大幅增加。

最著名的绿色标志

大众汽车的蓝驱 (BlueMotion) 车型、奥迪的“e”车型、西亚特的“ECOMOTIVE”车型和斯柯达的“GreenLine”车型都是专为燃油效率最大化而设计的。换言之，蓝驱也是应对油价上涨的解决方案。大众汽车蓝驱车型的油耗与同类普通车型相比至少低半升，这就意味着它们总是特定车型系列中最省油的车型。

蓝驱出类拔萃，良好的口碑很快广为人知：在德国的驾车族中，大众汽车蓝驱标志比其它环保标志享有更好的认知度。在最近一次问卷调查中，有85%的驾车者说他们听说过或阅读过我们的“蓝色/绿色”蓝驱标志。

用于环保型汽车的清洁、省油的动力系统

2006年，POLO蓝驱车型成为第一款百公里油耗仅为3.8升、每公里二氧化碳排放量仅为99克的五座汽车，创造了世界纪录。两年前推出的帕萨特蓝驱有力证明了中型车也可达到百公里油耗略高于5升的优异表现。同时POLO蓝驱车型成为第一款在巴西市场销售的蓝驱车型，巴西版车型以汽油和乙醇作为燃料。

所有带有蓝驱标志的车型都是同级别车型中最清洁和最省油的汽车。高尔夫蓝驱（每公里二氧化碳排放量低于100克）和第二代帕萨特蓝驱预计在2009年秋季上市，随后将于2010年推出POLO II蓝驱系列车型，其每公里二氧化碳排放量仅为87克，必将成为蓝驱系列车型中的一颗新星。

王宫归来

次级原材料经济又环保

报废车辆是原材料的一大来源，这听起来似乎理所当然，但我们却一直到现在才充分理解其含义——在历经多年研究之后。今天，我们回收的材料占车辆总重量的比例不是80%，而是95%。通过实施车辆回收利用战略，大众汽车集团确保其能达到所有法定的车辆回收目标。我们的全球“环保准则产品部分”对节约使用资源、利用可再生材料做了相关规定。大众SiCon回收处理程序不同于普通的回收处理系统，它还能处理非金属粉碎残余物，这是我们在汽车循环利用领域一个重要的里程碑，此程序使95%的回收可行而且经济。

大众SiCon回收处理程序曾获得欧盟颁发的欧洲企业环保奖，对此程序进行的生命周期评价表明，与人工拆解相比，此程序可减少30%的二氧化碳排放。例如，在第六代高尔夫生产过程中使用了527公斤次级原材料，从而相应地节省了初级原材料，所使用的次级原材料包括前东德“共和国王宫”拆除后回收利用的钢材。换言之，次级原材料按重量计算占车辆全部材料的40%以上。这些数据都通过了德国技术监督协会会员TUV NORD的鉴定。

 31 ▶ 回收利用



电力驱动—未来的趋势

内燃式发动机在燃烧方式的设计方面还有很大的优化空间，所以仍具有相当大的发展潜力。但是，在动力系统和燃料战略的指导下，大众汽车集团研发部门的研发工程师不仅在努力设计更高效的汽油和柴油发动机，还在努力研发替代发动机的其它驱动系统，包括混合动力技术和电动技术。在混合动力技术方面，目前我们将高性能的TSI发动机和电动机结合使用，可降低15%的油耗。混合动力是迈向零排放纯电动汽车的第一步，如果与可再生电力能源相结合，将发展出一套极其环保的交通运输解决方案。

我们的长远目标是结束公路运输对石油的依赖。为确保实现目标，我们制定了包含两条路线的发展方案，以顺利地可持续驱动技术转变。在此方案中，高性能电动机、高能电池以及燃料电池组将发挥重要作用。大众汽车集团开发的高尔夫Twin Drive和混合动力途锐为最终实现零排放的纯电动汽车迈出了坚实的第一步。目前大众汽车集团正在德国环境部的支持下对高尔夫Twin Drive车队进行测试。随后将发布space up! blue，这是一款零排放的小型多功能（MPV）汽车，其配备的电动机、燃料电池和锂电池可使该车型达到250公里的可观行程。大众汽车第一款批量生产的电动车将会是新一代小型家庭用车(New Small Family)，预计在未来10年内会投放市场。

互联网上的更多信息

- 21 ▶ BlueTDI：利用高科技抗击氮氧化物
- 23 ▶ 智能轻型设计
- 32 ▶ 电动汽车：激扬的科技

百公里油耗2.5升

新一代小型家庭用车(New Small Family)——先进汽车概念的模范车型

早在政府开始实行“旧车回收鼓励措施”之前，小型车就已经越来越受欢迎了。现在对小型车的期望很多——低油耗、与中型车相当的性能以及可持续性。简而言之，消费者希望拥有环保型的小型车。

大众汽车提供的新一代小型家庭用车将是未来此类车型的先驱。大众汽车集团的发动机研发团队正在为“Eco2.0”车系研发节油的三缸发动机，这类发动机具有低油耗、运行平稳和结构精密的特点。新型家用小型车将在2011年与最具大众特色的up!共同发布。这款创造“空间奇迹”的小型车将有一系列的亮点，包括轻盈的车身设计、小巧紧凑的外形以及两款新的经济型火花点火式内燃机，其汽油版车型二氧化碳排放量将低于100克/公里，天然气版将低于90克/公里。



“这类车标志着新时代的来临”

Walter Maria de´ Silva
大众汽车公司设计总监

未来需要智能型交通

汽车联网和高效交通管理日趋重要

联合国资料表明，目前越来越多的人从乡村移居到城市，因此，除了交通量增加、机动车燃料和气候变化等问题外，世界范围内的城市化趋势也是一个影响未来交通的重要因素。在很多地方，城市交通的核心问题变得越来越尖锐：一方面城市里保证交通通畅的基础设施相对不足，另一方面，空气和噪音污染又集中在某些有限的区域。

然而，不同的城市具体情况各不相同。尽管很多城市面临类似的问题，但却没有包治百病或简单易行的解决方案。相反，制定解决方案时需要兼顾到本地方、本地区和本国家的具体因素。

为解决这些交通管理问题，大众汽车集团提供了各种车辆和交通解决方案，并对交通系统展开研究。除制造环保型的汽车之外，充分利用现有的基础设施从而提高交通效率也是非常重要的。

因此，理想的交通不仅仅意味着环保和低油耗的汽车，还应将智能型车辆联网，并提供配套的基础设施——如智能型交通信号灯或交通管理中心。这样可使驾驶者了解到之前无法获取的信息，比如在出行前或行车期间进行路线规划。事实上，不必要的绕道、交通堵塞和交通事故通常是由于信息匮乏和道路使用者税务负担过重所导致的。

在一系列创新背后，是驾驶员辅助系统、导航系统和交通网络这几项关键技术。大众汽车集团正着手研发契合时代的技术，包括“智能交通自适应协作技术”（AKTIV）研发计划。未来我们的汽车将配备大量的传感器，能感知车辆周围的情况，甚至是交通情况。正如环境战略部主管汉斯·尤根·史道斯博士所说：“我们的汽车将可进行远程信息处理，比驾驶者看得更清、更远——即使在弯道也不例外。”

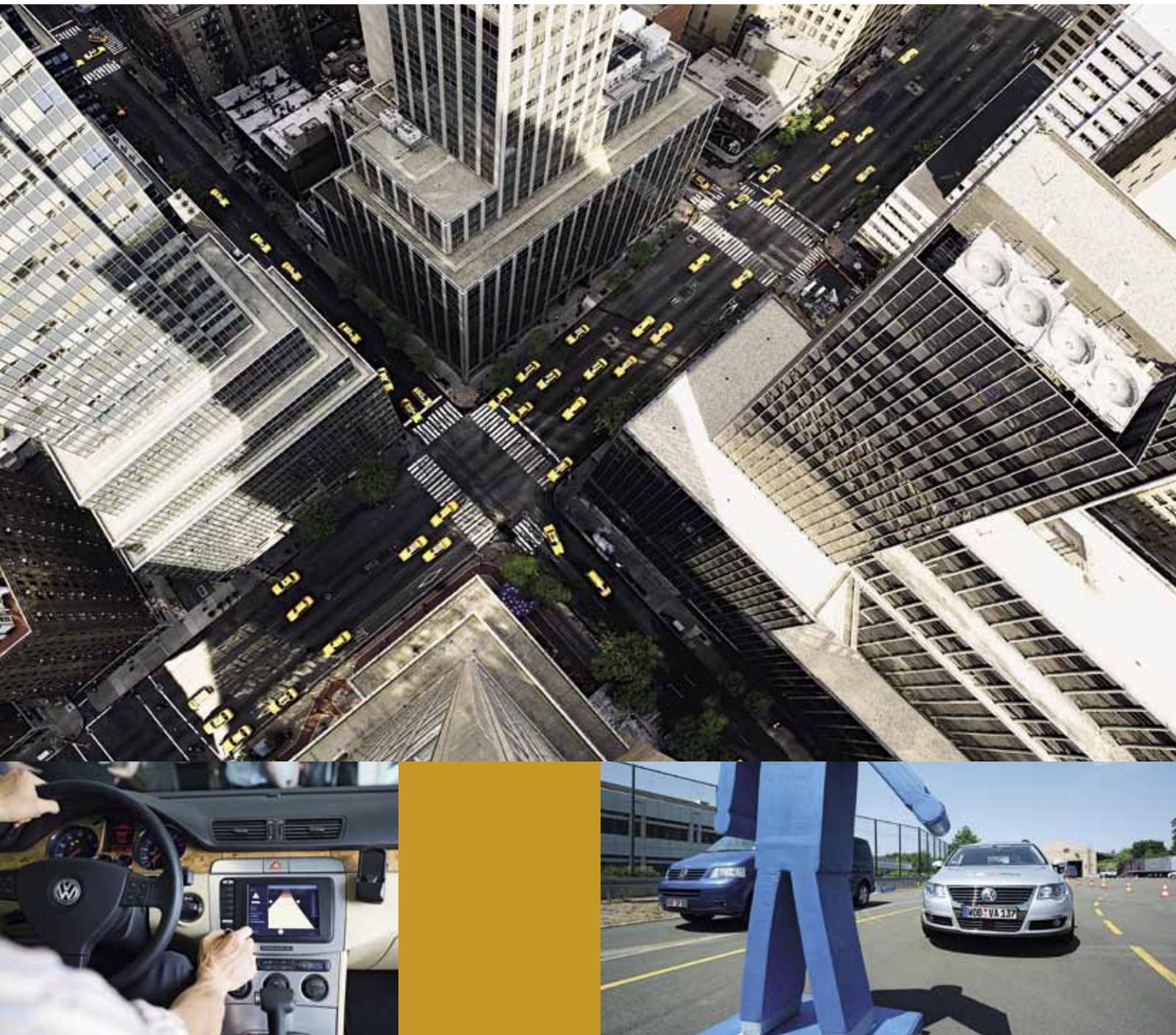
此外，车辆很快就可以在彼此间或与路边的基础设施交换各种信息。这样，交通信号灯的周期就会更灵活，从而使我们城市中“绿灯通行”情况更多，并可使我们直接获



理想的交通不仅仅意味着环保和低油耗的汽车，还应将智能型车辆联网，并提供配套的基础设施——如智能型交通信号灯或交通管理中心。

“我们的车比驾驶员
看得更清、更远——
即使在弯道也不例外。”

汉斯·尤根·史道斯博士
大众汽车集团环境战略主管



取其它道路使用者所建议的路线。“会说话的”汽车为在各种交通方式（协同运输方式）进行更密切的互动提供了条件，协同运输方式也是欧洲运输政策的一个重要目标。毕竟，只有通过互相沟通，我们才能找到顺利到达目的地的最好方法。大众汽车集团研发部研制的试验车目前正在路试，以检测汽车与其他方交流(C2X)系统的运行情况。

目前大众汽车这方面已经实现和应用的技术范例是自动距离控制系统，该系统可以根据与前车的距离控制距离、速度和加速，帮助驾驶员在拥

挤的交通状况下保持平顺行驶，从而缓解交通拥挤、减轻对环境的影响、缩短行驶时间。

 互联网上的更多信息
33 ▶ 驾驶员辅助系统



大众汽车印度公司快速发展：2009年4月，开始在新建的浦那工厂生产新一代波罗。自2001年起大众汽车集团开始在奥兰加巴德生产奥迪、斯柯达和大众汽车品牌汽车。公司旨在通过本地化生产在蓬勃发展的印度汽车市场获益更多。目前印度每年销售120万辆汽车，专家预测到2014年，这一数字将超过200万辆。

右侧照片：（左起）大众汽车集团生产董事约亨·海兹曼（Jochem Heizmann）教授、省长Shri Jamir先生和大众汽车印度执行董事约克·米勒（Jörg Müller）在浦那厂开业仪式上。



全球化标准——本地化生产

成熟市场和新兴市场的可持续发展

大众汽车集团正在全球范围内采取措施，以巩固集团及所在地区的发展，包括在经济层面实行本地化生产，在环境方面实行综合环境保护。

全球金融和经济危机从2008年第四季度开始对汽车行业产生影响。在如此困难的环境下，大众汽车集团仍然成功地站稳了脚跟，同时我们坚定不移地将危机过后的业务发展作为我们的重心。毕竟有一点是毋庸置疑的，市场会在将来某个时候重新恢复生机，我们正积极地为这一时刻的到来做准备。因此，我们继续实施“2018战略”，力争成为世界最大且最环保的汽车制造商。我们希望通过面向未来的产品、商业成功、保障就业的措施、集团价值观以及设定环境标准，确立公司在所有市场及所在地区的未来发展。

在全世界遵循社会标准

在社会宪章（“大众汽车集团社会权利与劳资关系宣言”）中，大众汽车集团管理层和世界员工委员会达成共识，通过应对全球化带来的挑战，利用全球化带来的机遇在公司利益和员工利益两方面获得双赢，同时限制相关风险。我们的目标是增强公司在商业、技术和社会方面的竞争力，并以此为基础保障公司和员工未来的发展。

为兼顾社会责任和竞争，大众汽车世界员工委员会作为合作伙伴，在集团内与相关方进行对话。在2002年的社会宪章中，我们保证工作时间、薪酬、职业健康和安全等至少达到相关国家标准，这也包括对基本结社自由的承认。不能因种族背景、性别、宗教、国籍、性取向、社会背景或民主政治意见而歧视任何员工。大众汽车集团确保在其所有经营地区遵守联合国全球契约中与人权、劳工、环境和反腐败相关的规定。

 7 ▶ 联合国全球契约进展报告

 34 ▶ 社会宪章



本地化生产

2008年我们市场增长最强劲的区域是南美洲、亚太地区和中國。集团在美国市场也成绩斐然，市场份额有所增长。这些国家的汽车交通问题仍然非常突出。但是，为了继续保持这些区域的业务增长、减轻汇率波动对公司的影响，以及在顾客心中树立当地汽车制造商的形象，我们必须也确实会在这些市场生产更多汽车。同时，我们在目前这些增长市场中所取得的成功也能让我们保障成熟的欧洲市场中的就业机会，包括公司内部、供应商和服务提供商的就业机会。

随着这些新兴市场越来越繁荣，对交通的需求也随之增强，越来越多的人能买得起汽车。大众汽车集团希望利用这些国家巨大的市场潜力，为此，我们正在这些地方投资兴建工厂并建立高效的供应渠道。我们已在俄罗斯卡卢加、中国南京和印度浦那建成了新的生产厂。

我们在马哈拉施特拉邦的浦那工厂于2009年3月底投产。这是印度唯一一家由德国汽车制造商运营的工厂，包括完整的生产流程，冲压车间、车身制造、油漆车间至装配一应俱全。此外，该工厂的原材料和零部件主要来自当地的供应商。自2009年5月起斯柯达晶锐小型车在浦那投

产。2010年春，特别针对印度市场开发的掀背式波罗也将在浦那投产，这辆新车将配备类似“3升Lupo的许多提高效率的技术。

但是，我们并非仅在中国、俄罗斯、印度等增长市场拓展我们的业务——秉持可持续发展的理念，我们同样重视美国市场。在美国市场我们引进了污染极低的柴油版车型，如大众的Blue TDI车型和配备超低排放系统的奥迪Q7。除此之外，我们正在美国进行本地化生产，位于田纳西州查塔努加市的工厂正在建造之中。在规划和建造新厂房时，我们综合考虑了能源和排放物等因素，采取了一系列符合可持续发展要求的措施，并获得了能源和环境设计领先（LEED）认证。自2011年起，工厂将生产根据美国顾客的要求量身定制的汽车。中期内，大众汽车集团将在此地区聘用约2000人，其供应商和物流系统也将创造数千个就业岗位。

我们在查塔努加市的生产投入也在厂外产生了积极的影响，美国相关政府采取鼓励措施，以支持公共基础设施的建设和对员工的培训。这些措施通过合同的形式与大众汽车的投资和提供的就业机会挂钩，并且已经获得田纳西州州长和田纳西州经济社会发展局的同意。



“作为未来的市场，印度具有举足轻重的地位”

大众汽车集团印度总裁兼执行董事约克·米勒（Jörg Müller）访谈

新厂有什么突出的特点？

我们投资约5.8亿欧元、与印度本地供应商签约、主要聘用本地员工，大众汽车在为筹办新厂进行投入的同时，也对本地甚至是整个印度的中长期经济发展做出了重要贡献。浦那新厂于2009年投产，比预计时间提前了一年，是大众汽车集团最先进的工厂之一，也是印度唯一一家由德国汽车制造商运营、且涵盖整个生产流程的工厂。同样，这个工厂也是根据环境标准来运营的，并且严格遵守集团制定的“环境准则生产部分”。

约克·米勒先生，大众汽车进入印度多长时间了？在这段时间里，大众汽车集团品牌的发展情况如何？

大众汽车集团于2001年进入印度市场，这段时间以来在印度建立了稳固的地位。对于现在取得的成绩，位于奥兰加巴德

（Aurangabad）的斯柯达生产厂在初期所做的贡献是功不可没的，此工厂目前组装六种车型。目前，向印度市场提供奥迪、斯柯达和大众汽车三个品牌的15种不同车型，均达到法定标准。2010年4月，在11个印度城市将开始实施Bharat 4标准（相当于欧4标准）。当然，我们也在印度提供技术领先且油耗低的共轨柴油喷射系统。

大众决定进入印度市场、尤其是决定在印度设立工厂的关键因素是什么？大众汽车此举的目标是什么？

一个关键因素就是印度具有远大的发展前景。对于大众汽车集团来说，印度次大陆是我们未来一个举足轻重的市场。据专家预测，到2014年，印度乘用车市场的年销量将从目前的120万辆汽车增至200万辆以上。因此，近年来我们一直在推出刚才所说的那些具有竞争

力的车型，也在扩大我们的全国经销商网络。这些举措将使我们的市场份额从现在的近2%增加到五六年后的8-10%。

为什么大众汽车会将生产厂设在浦那？

其中一个重要因素就是该区域是目前的汽车产业“聚集地”，这里已有很多著名的汽车制造商，更重要的是，还有许多供应商。另外，交通运输基础设施已建设到位，比如公路网，有通往孟买和南部的高速公路，以及直飞所有印度中心城市甚至德国的航班，以及铁路网络，目前已经制定出铁路系统的扩建计划。此外，浦那还有一所享誉国际的大学，且周边有大量研究机构。

会向员工提供怎样的岗前准备？

我们计划至2010年底招聘约2,500名员工。范围广泛的培训内容将为员工提供系统的岗前培训。我们早在2008年夏季（在批量生产前约一年）就开始招聘，已有700名工人完成了岗前培训计划。培训非常重视实际运用，将理论与实际相结合，边学边用。此外，在员工培训期

综合环境保护

我们集团以及各地机构的责任还包括在环保方面发挥楷模的作用，因为通过保护当地的环境，我们当地员工的生活和工作条件也能得到保障。这些措施的影响已经波及到了工厂之外。我们已在世界范围内实施综合环境保护计划，提前对制造流程和产品可能给生活各方面带来的影响进行评估和考量。这正是集团环境管理系统的作用，此系统在全球范围内对责任范围和流程进行明确地规定，已通过国际ISO 14001标准和欧洲环境管理和审核体系（EMAS）的认证，EMAS有几项标准比ISO 14001标准的要求更高。

通过节约使用资源提升我们的经济和环保表现，将保障公司及其各地业务可持续发展的未来。这就是为什么我们早在产品开发阶段就开始实行环保的生产方针，这也是“环境准则生产部门”所规定的。这使我们通过设计和材料选择在生产和回收过程中的更多环节控制对环境的影响。在以生产流程为导向的环保方面，除了能源效率和气候保护，我们主要关注的就是水、空气、废水和废弃物。“集团环境准则——生产部分”中规定的环境标准适用于我们在世界各地的业务，包括在美国、中国、俄罗斯和印度等增长市场的新工厂。

间，我们特别重视有关质量保证、掌握生产系统的要求和持续优化生产流程等方面的内容。在我们看来，这些都是制造出高品质产品的基本要素，可保证我们能长期为顾客提供优质产品。

浦那厂将生产哪种车型？今后几年有什么计划？

首先会在浦那生产斯柯达晶锐，此车型已于几周前开始量产。接下来将于年底开始生产掀背式波罗。2010年下半年，工厂将开始生产轿车版波罗，此车型与掀背式波罗风格迥异，且仅在印度和俄罗斯两个市场销售。这两款车的基本技术配置和欧洲版波罗相同，但是在设计、脚部空间、行李厢空间、油箱容量、有效载荷、离地间隙、喇叭功率和挡风玻璃雨刷器方面则是因各区域的具体要求而异的。

您个人认为，在印度工作哪些方面最吸引你？

对我来说，在这里工作最大的魅力是可以创造新的事物、创建长期成功的项目。同时，

在这里需要对一个汽车公司内所有业务部门的工作（从生产到销售）以及相关的流程（如人力资源管理和财务）负责，这也是吸引我的一方面。我们在这里有机会创建真正可持续发展的新业务。除此之外，我们还对当地和社会项目给予支持，例如我们目前正在支持一所小学的扩建，而且还向浦那一所医院捐赠了一辆救护车。去年六月，员工在工厂内植树，这是我们在环保日的一项活动，体现了大众印度及其员工在环保方面所做的承诺。在印度工作一个非常特殊的挑战就是你要在完全不同的文化环境中工作，必须融合众多不同的价值观和人生观。当然，对于一家有几十年跨国经营经验的公司来说，我们在处理上述情况时具备一些优势，并且可以依赖阅历丰富的员工和强大的集团组织，在现代通信技术的帮助下，集团总部与各地机构的沟通已变得十分便利。简而言之，我们的目标就是将德国的技术和印度当地人的技能成功地融合并保持下去，使我们的公司和我们的产品赢得印度消费者的青睐。



大众汽车集团美国董事长兼CEO弗兰克·费希尔和大众汽车集团生产董事约亨·海兹曼博士（中）在查塔努加市同来自Calvin Donaldson小学的学生庆祝新厂投产。

互联网上的更多信息

- 29 ▶ 各地机构的环境管理
- 30 ▶ 新机构的生态环境保护
- 35 ▶ 约克·米勒（Jörg Müller）访谈（全文）
- 36 ▶ 选址时环保的重要性：托拜厄斯·斯奇米丁（Tobias Schmedding）访谈
- 37 ▶ 环保措施保障各地业务的未来发展
- 38 ▶ 员工环保奖
- 39 ▶ 大众汽车集团在中国的环保活动
- 40 ▶ 集团环境准则——产品
- 41 ▶ 集团环境准则——生产
- 42 ▶ 集团环境政策

终极目标：最佳雇主

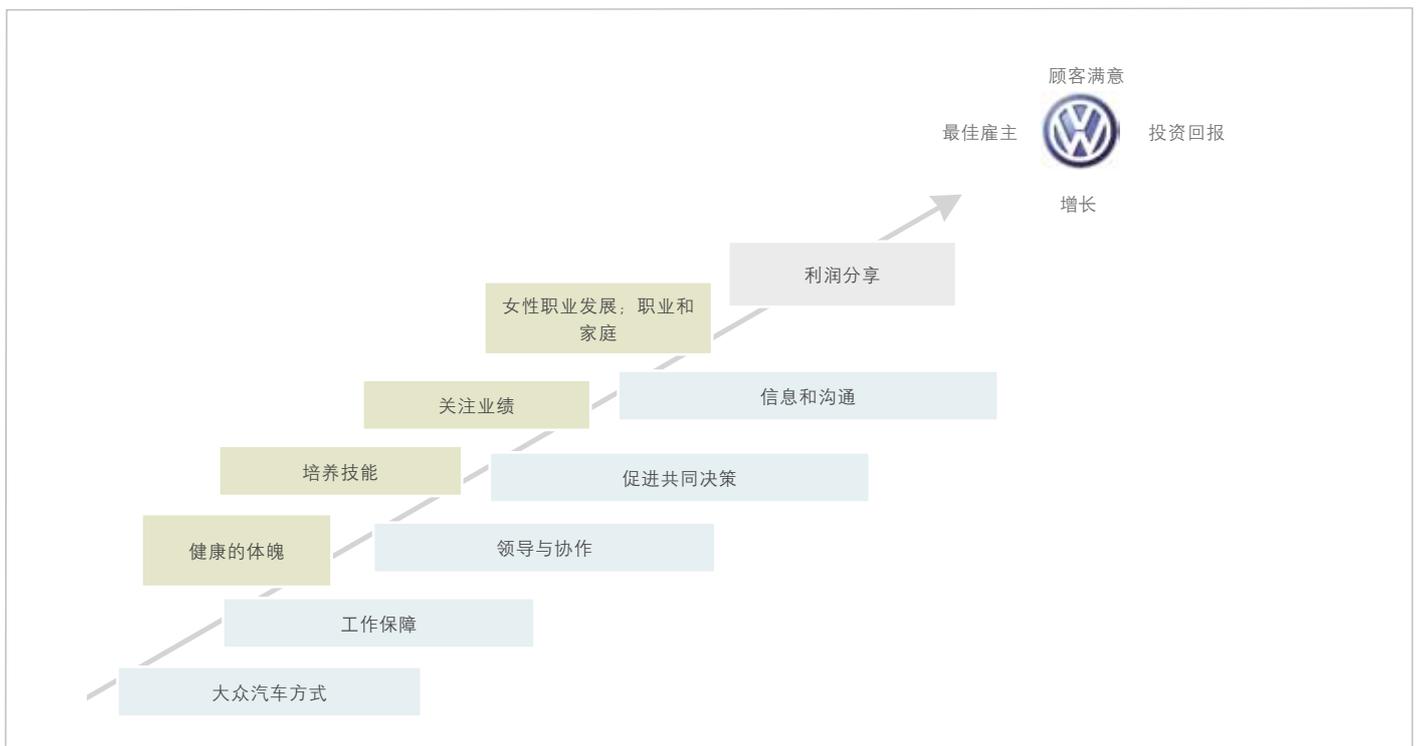
建立卓越团队是首要任务

截至2008年底，大众汽车集团的员工总数接近37万名。随着“2018战略”的实施，我们再次把成为欧洲最佳雇主定为我们的目标。为保持我们作为最成功和最具吸引力的汽车制造商之一的优势，我们必须拥有一个卓越的团队，不仅技术纯熟、积极主动，而且拥有健康的体魄。

2008年，大众汽车集团再次入选道琼斯全球可持续发展指数榜（DJS-WI），此指数是世界上衡量商业活动可持续性最重要的指标之一。除了在环保领域的优异表现外，我们的管理也获得了很高评价。我们还入选另一个知名的可持续发展指数榜——道琼斯STOXX可持续发展指数。公司入选的主要优势包括我们在人力资源和公共服务方面的进步，以及高效的技术解决方案。

大众汽车集团各方面都表现卓著。个人提升和职业发展的机会越来越多，大众汽车作为雇主的魅力也在提升，这些也已得到积极的认可。特别值得一提的是我们的员工意见调查，即“情绪晴雨表”，员工可表达自己对公司和工作的看法。主管们会讨论调查结果，并借此解决问题。目前正在进行第二次员工意见调查。

“2018战略”和人力资源目标



2008年9月1日，约1,250名毕业生开始在位于德国西部的6个大众汽车生产厂实习，实习生数量再一次达到往年的高水平。仅沃尔夫斯堡的工厂就迎接了570名实习生。



发现、培养、留住英才
我们计划继续吸引最好、最聪明的人才到大众汽车工作。因此，在2009年，我们整个集团将聘用2,800多名实习生和2,100名大学毕业生。



诺依曼 (Horst Neumann) 博士，大众汽车人力资源和组织董事

在大众汽车，我们会在各个级别发掘有才华的员工、进行系统地培养，为其未来担任某一职位做好准备。每年我们会向该年度集团内得分最高的20名实习生颁发最佳实习生奖。自2006年起，大众汽车开始为最长有5年工作经验的年青员工提供参与“Wanderjahre”计划的机会（这个项目的名称传统上是指刚取得资格的技工到世界各地获取实际经验）。该计划主要针对刚完成初期培训的员工或完成工作——学习综合计划的毕业生，在

取得相关资质后为他们提供积累国际经验的机会。

对于在大众汽车实习期间表现优异的学生，我们会通过学生人才库与其保持联系。当他们还在大学时，大众就向其提供职业培训和个人指导，与这些青年才俊建立良好关系。我们还为那些进入公司的非常卓越的毕业生制定了两年纵向和横向起步计划，旨在让他们全方位地融入大众汽车。

我们也特别注意开展有针对性的项目，以持续提高公司内女员工的比例（参见安雅·克瑞斯曼 (Anja Christmann) 的访谈）。

从奖学金到养老金

大众汽车拥有多种成熟的人事政策工具，多年来其成效卓然。我们公司在60多年前开始实施养老金计划。我们每月会向每位员工支付一笔雇主供款，同时在我们的养老金计划中会产生一个相同价值的单元或“养老金模块”。在此计划中，员工可指定其工资或薪金中的一部分缴纳为养老金。此外，员工可通过“购买”时间来决定其一生的工作时间。大众汽车员工可以使用长达8年的无薪休假，在休假期满后公司会重新聘用

该员工。员工还可利用公司的学术支持计划。

相互尊重

1996年，大众汽车签署了一项有关工作场所伙伴式工作规范的协议，该协议在全公司范围内适用，且预先涉及到后来德国《反歧视法》的诸多内容。《反歧视法》通过后，我们在2007年初修订了本协议。本协议的主要目的就是防止各种歧视，包括对种族、性别、宗教信仰、意识形态、残疾、年龄和性取向的歧视。公司协议要求员工避免任何形式的歧视行为，并倡导营造一个互相尊重和公平的工作环境。为防止并抵制歧视行为，我们定期开展反歧视的培训课程以及具有启发和教育意义的讲座。

学习技能、提升业绩

我们“2018战略”的一个核心要点就是建立一支卓越的团队，这意味着必须具备卓越的技能、健康的体魄和出色的积极性。我们人力资源发展计划针对的对象包括公司所有员工，从刚刚起步的实习生、新员工和大学毕业生至各级专员和经理。我们确保让员工提高个人才能、锻炼职业技能。

在系统的能力发展的框架下，我们鼓励不同专业领域的专家完善其知识，并传授给下一代。管理人员的持续职业发展是我们人力资源发展战略的另一个重要组成部分。担任大众汽车集团管理职位前要通过一项选

拔程序，此程序在2007年经过重新设计，需要对技术和专业技能以及管理能力分别进行考核。“领导力认证”考核是为所有初次担任管理职责的员工而设定的，通过此项考核将为员工从事管理工作做好准备。

持续发展形成专长

大众汽车公司十分重视学习和教育。所有员工的持续发展对公司非常重要。与我们合作开展教育项目的合作伙伴包括我们的附属机构——大众汽车培训机构（Volkswagen Coaching）和大众汽车大学（参见第37页图文框）。此外，2009年，我们为专业培训计划发放了100个奖学金，用于鼓励德国员工接受继续教育。大众培训机构为员工提供广泛的职业培训。每年，这个培训机构在德国为4.5万人组织约3,600门课程，为约4,200名实习生举办职业培训。此机构还为协调34种行业和职业认证项目和10个学历教育和培训项目。大众汽车培训机构有12个教育和培训中心以及68个培训实验室（涉及信息技术（IT）、计算机辅助设计（CAD）、计算机数控（CNC）、电子学、控制工程、自动化等方面），教室、车间和培训场所共占地6万平方米。

了解员工意见、采取激励措施

2008年大众汽车集团第一次在全集团范围内实施了员工意见调查。“情绪晴雨表”让德国、葡萄牙、中国、巴西等世界各地约27万名员工有机会参加调查，反馈意见，提出改善建议。超过77%的员工利用了这次机

“促进有才能的女员工的职业发展，是我们人力资源战略坚持贯彻的原则”

大众汽车女性员工代表安雅·克里斯曼（Anja Christmann）访谈。

安雅·克里斯曼（Anja Christmann）女士，德国女性都受过良好教育，女性占高中毕业生56%、大学毕业生51%、博士生42%。为提高女性经理和专员在大众汽车集团的比例，大众汽车采取了哪些措施？

大众汽车是第一个、也是很长时间内唯一一个制定并执行促进女性员工发展计划的大公司，我们早在1989年就制定了该准则。我们已制定针对性的措施，以进一步提高公司女职员的比例。机会平等是我们“2018战略”的一个组成部分。自1998年起，我们就制定了辅导员计划以系统地提高女性管理人员的数量。目前此计划已是大众汽车人力资源发展计划中一个必不可少的部分，已经开展了16轮，总计有290多名员工参与。此外，去年我们在德国

还举办了第二届“女性驾驶大奖赛”，奖励发表优秀汽车论文的年轻女工程师。在大众汽车商用车部门，我们的KICK计划就是为了培养商业和技术领域的女学员，以帮助她们发展职业生涯并获得职业发展机会。我们还开展了高级女性辅导员项目，此项目针对技能熟练的女工，旨在增加大众女性主管的数量。

对于需要兼顾家庭生活的员工而言，关爱家庭的人事政策是十分重要的。大众汽车在这方面有什么举措？

帮助我们的员工实现工作和家庭生活两不误是我们最佳雇主战略要坚持的另一个重要原则。我们为在休产假的员工组织会议，采取相关措施以帮助她们在产假后平稳过渡到正常工作

状态，另外还会通过企业内部网提供关于婴儿护理员的信息。远程办公、各种形式的兼职和换班模式也给需要平衡工作和家庭的员工提供了便利。我想特别提一下我们在这方面取得的成绩：2006年大众汽车的6家德国生产厂中有280名员工休产假，但2008年，这一数字上升至744名。其中，父亲休产假的比例急剧上升，从2006年的3%上升至去年的52%。

大众汽车未来的目标是什么？

我们要继续提高各领域女性员工的比例。在管理层，这一比例达到了将近8%。在我们招聘的大学毕业生中，有25%是女性，与5年前相比增长了6个百分点。我们计划到2012年将女性主管的比例翻一番。

会，参加了意见调查。调查的目的在于了解各个部门员工的满意度。员工通过其所在的部门获知调查结果，并以调查结果为基础与部门主管讨论，以制定未来的改善措施。为了解员工满意度的变化，自2009年起公司将每年进行一次员工意见调查。创意管理是我们在此领域运用的另一项工具，用于加强员工的参与，调动员工的积极性。

适合特定年龄的工作

大众汽车集团管理层和员工委员会的一个共同目标就是确保工作条件和业绩要求适合员工的年龄和健康状况。我们还计划加强应对人口结构变化方面的准备。这也是2007年最后确定的集体谈判协议的目标。该协议与流程和程序有关，名为“人口结构变化I” (Demographic Change I)，目的在于改善和保护员工的健康，员工可自发并最大限度地参与协议中的计划。其它目标还包括提供灵活、弹性的终身工作时间制度，并确保年龄结构保持平衡。集体谈判协议规范了一系列的活动，包括工作时间安排、人力资源规划和企业文化塑造。

大众汽车集团非常重视人尽其才。奥迪的“银发生产线”(Silverliner)项目就是一个典型的例子。奥迪特意聘用年龄偏大的员工来生产奥迪R8，以充分发挥他们多年的经验。2001年，我们启动了“工作换岗”(work2work)计划，为那些因受伤或严重疾病不能继续在之前的岗位工作的员工提供新的工作机会。在“通过创造价值而赢得尊重”理念的指导下，此计划的目的在于给这些员工安排适合其身体条件的工作岗位，使其能够继续创造价值。在知识传承方面我们也是开先河者，通过一套结构清晰的计划，我们确保由资历更深的员工将其专业知识和技能传承给后来者。

我们根据人体工程学原理对工作场所进行了重新设计，采取了预防疾病的措施，有益于所有员工，并且营造出适合各年龄层员工的工作环境。现有的工作场所经过了优化，在产品制造过程中也考虑到了人体工程学标准。

互联网上的更多信息

- 43 ▶ 最佳实习生奖
- 44 ▶ 工作—学习综合计划
- 45 ▶ 新员工计划：纵向和横向起步计划
- 46 ▶ 女性创新者：女性驾驶奖
- 47 ▶ 职业发展机会
- 48 ▶ 大众汽车大学
- 49 ▶ 创意管理
- 50 ▶ 专业知识和技能的传承
- 51 ▶ 通过创造价值而赢得尊重：工作换岗(Work2Work)
- 52 ▶ 工作场所的人类工程学
- 53 ▶ 一体化协议：对残疾员工的责任



大众汽车大学：资料和数据

- 成立于2002年
- 自2006年迁至移动生命校园 (MobileLifeCampus)
- 迄今为止约有1万名学生曾就读于此学校
- 专业设置涉及八大领域：市场营销、产品、生产、采购、质量、人力资源和组织、财务管理，以及企业事务
- 与下萨克森汽车技术研究中心 (NFF) 合作
- 研究领域集中在未来的智能型汽车
- 内设工作和人力资源管理学院、采购学院、财务管理学院和市场营销学院



为帮助员工在伤病后恢复能力，大众汽车在沃尔夫斯堡建立了运动康复中心，此项目是我们健康服务部新制定的康复计划的一部分。公司医生会向伤病员工提供治疗，并配合相关康复训练，同时为他们安排特殊的工作岗位。这些措施在业内是非常独特的。



健康意味着一切

通过预防性的健康保障和改善措施保证员工稳定

大众汽车集团的一个重要任务是通过综合的健康管理方法保障和改善员工的健康状况。早在1998年，我们就制定了《健康保障和改善指引》并在集团范围内推行。这些指引是我们计划在公司内建立的健康审核系统的基础，目前我们正在完善这些指引。我们正与重要战略合作伙伴BKK FTE健康保险基金密切合作，共同为员工量身定制综合性的健康管理方案。

以下的数据不言自明：集团内所有生产厂员工2008年的健康指数为

97%，与往年相同。2008年，奥迪位于德国英格尔斯塔特和內卡苏姆的所有员工的健康指数达到了97%的优异水平，高于德国的平均值。

改善健康状况

为了改善员工的健康状况，我们制定了健康体检计划，奥迪已经成功启动了这项计划。大众汽车集团将为其所有员工提供一项适合其年龄段的一小时体检，员工可以自愿参加。此计划将首先在德国开展，然后逐步推广至其它国家。每位员工将收到一份基于体检结果的健康档案，我

们的医生会在此档案中建议一些措施，如健康训练、健康改善计划或定期的后续检查。医生会恪守其职业保密规定，不会向雇主透露其健康状况细节。2009年3月，我们还在沃尔夫斯堡建立了一个新的运动康复中心，以帮助员工在伤病后恢复健康。

海外艾滋病援助

对于大众汽车南非和巴西公司的健康服务部而言，艾滋病防治是头等大事。我们已经实施了几个不同的项目，以预防我们的员工及其家人感染艾滋病病毒或染上艾滋病。1996年，大众汽车集团在巴西大众汽车公司启动了一项综合预防和支援项目，大大减少了艾滋病病毒感染者在医院的治疗时间，并节省了治疗费用。参与我们的预防和支援项目的艾滋病病毒感染者和艾滋病患者中，80%以上能继续工作并不再出现病症。这样，我们为显著提高人们的工作和生活质量作出了贡献。

预防措施促进职业安全

大众汽车集团也非常重视工作安全问题，我们在2002年签署社会宪章，在2004年批准通过职业安全政策，体现了我们对工作安全的重视。这些法规确保我们能在集团内实行统一的职业安全标准，在某些情况下，这些法规甚至超越了当地法律的要求。过去25年，在我们所有的各地机构中，职业事故的数量均稳步下降。2008年，每百万工时的事故数量为4起，低于上一年的水平。

1993年，我们开始实行职业安全审核，这已成为我们提高工作场所安全的一项常用工具。自那时起，我们已在大众汽车集团内进行了236次审核。在2007年和2008年，我们审查了位于波兹南、科尔多瓦、帕切科、布拉迪斯拉发、帕尔迈拉和潘普洛纳的机构的安全状况。这些审核能让我们及早发现问题，同时还能发现好的做法，并将其推广至其它地区。这些审核具有预防性，能有效减少事故。每年董事会都会向大众汽车欧洲表现最佳的工厂和最好的部门颁发职业安全奖。颁奖活动已成为强调职业安全重要性的一种有效方式。

我们对巴西、墨西哥和南非工厂的职业健康和安全的重视。自2004年以来，我们与国际劳工组织（ILO）和德国发展合作署（GTZ）合作实施一项名为“加强中小企业职业安全和健康防护”的公私合作项目，并被联合国称赞为模范项目。

97 %

2008年我们全球所有工厂员工的健康指数为97%，达到了往年的高水平。

高科技降低噪音

除了重视员工的健康，大众汽车集团也在积极地保护顾客和所有道路使用者的健康和安全。其中一项重要内容就是降低噪音。采用环保方式驾车的人开车时发出的噪音通常也较小，因为他们会更早换挡，并极少出现发动机转速很高的情况。一辆转速达4000 rpm的汽车发出的噪音相当于32辆转速为2000 rpm的汽车发出的噪音总和。降低车辆噪音的技术方法是有限的。现在一辆速度约为50公里/小时或更高且不加速的汽车，其轮胎噪音比发动机噪音更大。但是，在“集团环境准则——产品”的指导下，我们投入了大量的精力研究降低噪音的技术。

在我们技术研发部的声学试验室（如沃尔夫斯堡的声学试验中心），我们正致力于研究降低车辆内外噪音水平的技术。

大众汽车愿景：零事故驾驶

大众汽车的目标是让所有级别的车辆都具备安全配置。从90年代初期开始，我们就开始为车辆配备安全装置，如防抱死制动系统（ABS）、安全气囊以及后来的电子稳定系统（ESP）。目前大众汽车和奥迪的车型都获得了独立安全测试机构欧洲新车评估组织（Euro NCAP）和美国高速公路安全保险协会（IIHS）的最高评级。奥迪A3、A4、A6和Q7以及大众汽车Rabbit、捷达、Passat、EOS和Tiguan都获得了2009年最佳安全性能奖。尽管2009年初欧洲新车评估组织提高了测试评估要求，第六代高尔夫、奥迪A4以及斯柯达Superb仍获得5星级安全认证，在各自级别中树立了标准。

使用新科技预防事故是世界上备受关注的焦点。我们大力支持欧盟关于在2010年前将交通事故死亡数量在2000年的基础上降低一半的目标。

国际上，在联合国欧洲经济委员会（UNECE）的支持下，已制定了第一项针对汽车安全的全球技术法规。这些技术法规正由各国政府编入其成文法典中。在汽车安全领域，所有利益相关者在未来的首要目标就是预防道路事故的发生。为达到这个目标，大众汽车集团各品牌车辆提供了智能驾驶辅助系统，以帮助驾驶者正确应对道路上的危险情况。

在德国，在道路上发生事故的机率要远远低于在家里发生事故的机率。但其它国家的情况则不同。比如在中国，每1万辆车就会引起152人死于事故，这个比例比德国高127倍。其原因在于基础设施的规划、设计和投入存在缺陷。很多国家也缺乏可以缓解事故后果的紧急救援设施。此外，驾驶员不了解交通安全信息、缺乏相关教育也是原因之一。大众汽车与中国政府部门合作制作了道路安全短片，在中国电视台播放，一共有11集，片名为《大众安全路》，主要涉及安全带、车内儿童安全、正

确的汽车装载方式以及如何应对危急情况等知识。

关注人为因素

我们的愿景是未来不再发生道路交通事故。为实现这一愿景，收集和解析事故发生过程和原因的详细资料和数据至关重要。说到安全，应紧紧围绕人为因素，因为对最严重事故的分析显示，绝大多数事故都是人为因素造成的。

交通事故研究是一个重要课题

10年前我们建立了专门研究交通事故的部门。在奥迪、斯柯达、中国，以及最近在印度，我们的员工与当地科研机构 and 大学合作进行多项道路交通事故研究。

互联网上的更多信息

- 33 ▶ 驾驶辅助系统
- 54 ▶ BKK FTE：大众汽车健康保险合作伙伴
- 55 ▶ 运动康复中心
- 56 ▶ 大众汽车的交通事故研究
- 57 ▶ 斯柯达的交通事故研究
- 58 ▶ 奥迪的交通事故研究
- 59 ▶ 降低交通噪音



新一代POLO的安全气囊系统。

超越足球

艾滋病关怀计划、黑人经济振兴项目，为南非流浪儿童提供慈善捐助。

2010年6月11日3点，整个世界的目光都将聚焦约翰内斯堡，因为这一刻，第19届FIFA世界杯足球赛将在此拉开帷幕。这将是南非历史上又一个里程碑式的事件，同时也将为该国国民和社会发展做出贡献。

南非面临的一个重要挑战依然是大力改善所有南非人民的生活条件，需要让每位国民都享有接受教育和参与经

济活动的机会。大众汽车集团在这方面做了很多工作。

通过创造就业机会，带动了当地社会进步。我们的社区信托项目改善了当地的教育状况，并通过一系列加强疾病认知及预防疾病的计划防治艾滋病。在下一页您会了解到我们对南非的承诺的贡献。



增长和就业：

大众汽车位于埃滕哈赫 (Uitenhage) 的工厂为约5,000名员工及其家庭提供了收入来源。大众汽车和供应商为南非经济发展注入动力。大众汽车是当地乘用车市场的领头羊，在新车市

场中占有21%的份额。

自2000年起，大众再一次加大在南非的投资，如兴建了一个新的油漆车间和一个新的货车和客车装配厂。

反歧视：

还在种族隔离制规定黑人不能接收职业培训时，南非大众汽车公司就已经让黑人员工接受职业培训了。公司在做决策时会考虑工会和利益相关方的意见。所以，当作为民主国家的南非推出广义黑人经济振兴项目时，大众对该项

目给予充分的支持，这也不足为奇。在大众寻找新供应商或经销商时，都会优先考虑曾经遭受歧视的黑人或黑人团体经营的公司。

大众汽车社区信托：

20年以来，大众汽车社区信托一直对工厂以外的情况保持关注。大众汽车在众多项目中投资400多万欧元，以改善埃滕哈赫的教育、培训、就业、医疗保障状况和平等权利，如帮助强奸受害人、购买校服以及在布道谷 (Missionville) 设立救济站。在纳尔逊曼德拉市和省政府的协助下，大众汽车还启动了埃滕

哈赫派遣发展计划 (UDDI)，这是一个与教育培训相关的项目，还帮助小型企业的创立和发展。

 www.vwct.co.za

艾滋病病毒/艾滋病的预防：

自2001年起，通过与德国发展合作署协作，大众汽车在对艾滋病员工的教育、治疗、消除歧视、帮助其回归社会方面取得显著成效。2005年，大众汽车艾滋病病毒/艾滋病预防计划获得由设在纽约的全球抗艾滋病企业联合会 (GBC) 颁发的“工作场所卓越企业奖” (Business Excellence in the Workplace)。

2008年，南非大众汽车公司首席医务官受邀参加世界经济论坛的艾滋病病毒/艾滋病全球议程理事会。大众汽车集团还与有关部门、非政府组织以及慈善团体协作，共同帮助该地区的艾滋病孤儿，如通过“拯救儿童”论坛等方式。

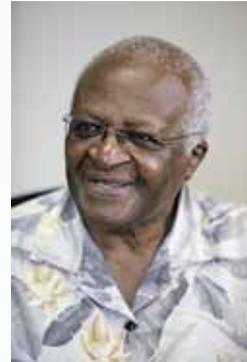
“创造机会，欢乐共享”：

在过去的10年中，大众汽车集团员工一直通过集团员工委员会发起的“为未来贡献一小时”活动为弱势儿童筹集资金。大众汽车集团此项活动的合作伙伴是儿童救援组织“人的土地” (terre des hommes)。大众汽车在南非发起了一项名为“创造机会，欢乐共享”的3年特别计划，以纪念这个慈善项目开展10周年，同时欢迎即将开始的世界杯足球赛。毕竟，对于很多当地的年青人而言，无忧无虑的童年只是一个梦想。他们经常要面对残酷的现实，比如父母失业、亲戚因艾滋病去世、教育机会匮乏以及未来的事业前景黯淡。女孩子还频繁遭到性暴力的侵害。在这

样的背景下，为儿童发展提供参与和享受体育运动以及学习和受教育的机会就显得尤为重要。“创造机会，欢乐共享”这项计划就是为孩子们提供这些机会，使他们获得快乐。这项3年特别计划于2008年5月在沃尔夫斯堡大众汽车球场以一场足球比赛的形式启动，当时比赛的两队为沃尔夫斯堡联队和施瓦本全明星队，由文德恩博士率领的大众高层经理队对抗全明星队——由圭多·布切瓦尔多、费雷迪·博比奇和简斯·诺沃特尼等著名的前职业足球运动员组成，比赛募集善款67,000欧元。

诺贝尔奖得主图图大主教专为大众汽车集团可持续发展报告撰文

在我美丽的国家南非，我们认为人必须借由与他人互动才能成其为人。换言之，我之所以为人，是因为你——我的人性必须通过你来体现。我们有一个美好的非洲词语来形容这个传统理念——“Ubuntu”（人道待人）。我相信，只要我们在全球化的过程中通力协作，可持续发展就可以通过奉行这一理念得到准确定义和实现。作为人，我们注定要与他人交往，即使是这个世界上最强大的国家也不能完全自给自足。



今年4月，南非庆祝实现民主15周年，新总统强调了他对未来的目标：团结。这对一个曾经为和平抗争多年的国家来说是一种多么来之不易的胜利，这个胜利不仅属于南非，更属于全世界，因为所有国家的人民都反对种族隔离，所有国家的人民都声讨这项制度。南非因此获得了自由，这样一个只是占据非洲一角的国家都能达成这一目标，你能想象当全世界人民再次团结起来的时候会创造什么样的奇迹吗？

不知不觉中，我们生活的世界已充满了不确定性和变数，人们心中充斥着疑问。现在最需要做的是燃起希望。我们需要开始在全球范围演讲，需要持续不懈地讨论人们要追求的究竟是什么：就是让所有人享受更好的生活。让我们努力创造一个可持续发展的环境，履行我们作为地球子民的责任。刚刚开始对话需要继续下去，需要各阶层人士的参与。我们生活在一个经济环境不确定的时代，面临许多问题。当我们走出这段困难时期时，我们应成为更有责任的公民，企业应成为优秀的企业公民。这就是我们的目标。

通过在全球范围内采取积极的措施，我们有可能缩小贫富差距。经济发展和人性关怀应当并步齐趋。经济发展与自给自足和可持续性在本质上是无法分割的，一旦认识到这一点，我们就能开发出真正有价值的项目，造福千秋万代。人们希望看到切实的结果，而我们今天所做的一切将使年轻的一代受益。教育可以改变我们生活的这个世界。我们不要仅仅向孩子们灌输知识，而是去锻炼他们的思维方式。这样，他们长大后才能创造一个更稳定的经济环境，并从中获益。助人即助己！

我们作为国际社会的一员，需要担负起对他人的责任，因为我们同是人类。我们需要在行动中通力合作。我们需要彼此鼓励、坚持前行，不达目标决不气馁，因为助人即助己。如果要为我们的后代实现可持续的发展，坦诚的对话至关重要。一位智者曾说，我们不是从先人那里继承了这块土地，而是在替我们的孩子看护这块土地。因此，让我们看护好这片土地，将最好的礼物赠予下一代——希望。大众汽车集团重视全球可持续发展的理念，将此理念贯穿于董事会决策、产品生产等各个环节，并通过创造就业机会和实施社会发展计划将此理念植根于社区之中，当我知道象大众汽车这样的公司所做的这些贡献时，我的心中充满了希望。

图图大主教

帮助他人自立自强 ——对可持续发展结构的贡献

企业公民已融入大众汽车集团战略

我们作为一个优秀的企业公民，一直将社会公益活动视为企业活动的一个重要组成部分。大众汽车集团位于全世界的所有公司都奉行同一个准则：我们支持社会发展、文化和教育。在各个机构所在地，大众汽车集团都会参与当地基础设施的开发和研究，设立有关改善健康、运动和自然保护的项目。

我们的责任并非仅限于工厂之内。我们致力于改善当地人民的生活条件，而且我们在这方面的投入超越了法定最低要求。大众汽车集团有一个悠久的传统，即兼顾生产厂所在地的利益。这是我们企业文化的一部分，同时也帮助公司得以招募到合格的人才。

我们所开展的社会项目强调一个原则——帮助他人自立自强。通过帮助他们找到自己的解决方案，同时也就发展了更多可持续的结构。

嘉奖志愿活动

大众汽车的德国生产厂约有2万至2.5万名员工参与了志愿活动，这不仅给整个社会带来诸多益处，对他们在大众汽车的工作也有益处。因为员工在志愿活动中表现出的责任感也可在工作中展现出来。所以，作为一个有吸引力的雇主，应该对积极参与志愿活动的员工给予褒奖。为了认可和长期培养我们员工的社会责任感，在2007年9月，大众汽车人力资源部启动了“大众汽车支持志愿活动”计划。

员工门户网站提供志愿者职位信息，同时也是一个数据库，到目前为止各协会和组织已在此注册1500份需要志愿者支持的请求。在职的和退休的员工都可以回应这些请求。目前，已有500个志愿者职位找到人选，涉及的工作内容包括阅读辅导、体育俱乐部教练、保姆和医院探访员。

大众汽车集团环保负责人Gunter Damme（右）
视察Aller Lowlands自然环境恢复项目。



植树是沃尔夫斯堡Aller Lowlands项目的一部分

**BIODIVERSITY
IN GOOD
COMPANY**
BUSINESS AND BIODIVERSITY INITIATIVE



大众汽车集团是德国联邦环境部发起的商业和生物多样性倡议的成员。

在沃尔夫斯堡大众汽车城举行的
“绿色标准(LEVEL GREEN)”展览。



我们还制定了一项内部高级专家计划，并与波恩的高级专家服务组织（SES）合作，该组织自1983年成立以来已安排高级专家在156个国家完成了2万多项任务。这样，大众汽车员工在退休后还可以发挥余热。2008年12月，我们获得由德国奥林匹克体育联合会（DOSB）、公民社团国家网络（BBE）、德国商业银行联合颁发的“ProEhrenant

2008”奖项。目前正在与欧盟讨论将我们的项目作为2011年志愿者日的最佳实践范例。

铭记历史

如何对待公司的历史是大众汽车集团企业社会责任的一个重要组成部



分。在二战时期，大众汽车工厂被征用于军火生产。当时约有两万名强制劳工（包括战俘和集中营囚犯），占工人总数的三分之二，在歧视性的工作环境中工作。为体现社会责任感并表达对受害者的尊重，1999年，大众汽车在沃尔夫斯堡工厂旧址的一个旧防空洞内建立了一个永久展览馆，名为“大众汽车工厂强制劳工纪念馆”。纪念馆向员工和公众开放。此外，1998年大众汽车公司成立了人道主义基金，向原来的强制劳工给予补偿。截至2008年底，26个国家的2149人各获得基金会的一次性赔偿5112欧元。我们的实习生经常在奥斯威辛的纪念馆工作，我们也为主管、专员和经理提供在纪念馆工作的机会。

环保行动走出工厂

开展环保和自然保护活动是我们企业社会责任的另一个表现。我们还将濒危物种的保护视为环保的一个重要部分，因为生物多样性、物种遗传多样性和生态系统丰富性将决定人类生活的质量和多样性。只有保持生物多样性，才有健康的食物、清洁的水源、肥沃的土壤和温和的气候。如果保护濒危物种，也就无法实现可持续发展，因为相应的经济成本将成为后代的沉重负担。保护生物多样性是整个社会的一项长期任务。政府和国际机构的措施固然十分重要，但更需要整个社会所有人士一起行动起来，调整我们其生活和工作方式，以适应生物多样性的要求。作为一个发挥典范作用的全球企业，我们在生产各个环节的要求均遵循保护生物多样性这一原则。我们通过支持众多的活动和项目来履行保护濒危物种的义务。2007年秋季，我们开始支持一个名为“自然万物，相生相息”（Jede Art Hangt von der anderen ab）的德国政府宣传活动；作为德国“推广生物多样性”（Unterwegs für Vielfalt）巡回宣传活动的合作伙伴和赞助商，我们发挥了积极作用；在自然同盟（Natural Alliance）中我们也有积极贡献。大众汽车集团还在世界各地支持了许多生物保护项目。

大众汽车金融服务公司在不伦瑞克的“Frech Daxe” 幼儿园

沃尔夫斯堡工厂内的纪念馆



绿色天地 (Level Green)

2009年6月，“绿色天地——可持续理念”展览在沃尔夫斯堡大众汽车城举行。在集团展厅1000平米的场地上展示了可持续发展的三大主题：环境、经济和社会。娱乐互动式的展示帮助参观者更好地思考诸如气候变化、资源利用、交通、可持续发展与经济，以及大众汽车的可持续发展等主题。



在阿根廷的道路安全教育

在阿根廷，道路安全是一个迫在眉睫的问题。2007年，有8,000多人死于道路交通事故（平均每天22人）。据国际道路安全统计数据显示，阿根廷位居倒数第二名，仅领先于墨西哥。道路交通事故是35岁以下人群最常见的死亡原因。在此背景下，阿根廷大众汽车公司在小学开展了道路安全教育活动，作为企业社会责任计划的一部分。布宜诺斯艾利斯和科尔多瓦200所学校的12万学生通过道路安全游戏的方式学习了道路安全知识。

大众汽车在教育领域的投资

为给德国教育行业注入新的动力并纪念沃尔夫斯堡建城70周年，大众汽车集团在沃尔夫斯堡出资兴建了一所新学校——“Neue Schule Wolfsburg”（沃尔夫斯堡新学校）。这所学校将在2009年夏季开学，招收两个班的一年级新生，到第五年增至四个班。Neue Schule Wolfsburg面向沃尔夫斯堡地区的所有孩子招生，因为想上该学校的学生太多，以致一年级的报名者必须通过抽签来决定谁能就读。学校采用跨学科、跨年级的创新教学方式，针对学生天赋进行定向培养，课程设置主要围绕四个方面：国际化、科学技术、经济和文化艺术。教学不只限于现代化的教室之内，还扩展到校外。大众汽车集团将承担学校领导、管理人员、教员及主要设备的经费，为教学活动、教学理念的发展和执行提供专业支持。

“不伦瑞克的孩子”

大众汽车金融服务公司也承担扶助儿童的义务。“不伦瑞克的孩子”基金会成立于2008年11月底，由公司及其员工共同成立，启动资金为1百万欧元。基金会将为不伦瑞克学校和幼儿园的相关项目提供持续的定向支持。初期支持主要改善学校的膳食和学生家庭作业辅导。收到的捐款将

直接用于基金会项目，大众汽车金融服务公司还制定了时间捐赠计划，员工可为项目贡献其时间及专业知识和技能。

互联网上的更多信息

- 60 ▶ “为未来贡献一小时”：流浪儿捐赠计划
- 61 ▶ “Frech Daxe”：大众汽车金融服务公司幼儿园
- 62 ▶ 沃尔夫斯堡公司课外学习互联网平台
- 63 ▶ 濒危物种保护项目

 www.volkswagenag.com/history
www.ready4work.de (German only)
www.terredeshommes.org





关键指标

我们在2009/2010年度的《可持续发展报告》中扩充了关键指标。除此报告中的大众汽车集团关键指标之外，您还可通过我们的在线可持续发展报告了解更多指标。

数据收集

本《可持续发展报告》扩充的关键指标包括一些新编制的指标类别和指标的前后对比。为了显示变化趋势，本报告提供了过去三年的关键指标。自2001年起，我们开始对集团内的数据进行整合，但数据收集由各个品牌和公司负责。报告提供的信息基本上都是相关财年（1月1日至12月31日）内的绝对指标。在本报告中，我们还第一次提供了针对每个产品单元的具体环境指标。

通过后文所示的环境、社会和财务状况等三类集团指标，您将对2006-2008报告期的企业活动有所了解。我们将不断扩大关键指标的收集范围，以在未来的可持续发展报告中反映更多信息。

环境指标

如同以往的环境和可持续发展报告，本报告也通过合并报表的形式反映特定的大众汽车集团环境数据。各个生产厂根据内部标准（大众汽车标准 98 000）和流程标准收集、检查并核准环境数据。2008年，环境数据收集做了进一步改善，因而需要对往年数据稍做调整。

本报告提供了上一份可持续发展报告中未公布的其它一些相对指标。显示关键环境数据时，也显示了与此相关的汽车产量。可持续发展报告中的环境数据，反映了大众汽车集团总体环境影响。环境数据收集自拥有29.8万名员工的48个生产厂（截至2008年12月31日）。不包括大众汽车

集团的以下生产厂和公司：

- 西德科座椅技术有限公司位于沃尔夫斯堡的生产厂
- 西德科座椅技术有限公司位于波尔科维采的生产厂
- 上海大众汽车有限公司南京工厂
- 一汽-大众汽车有限公司成都工厂
- 斯堪尼亚汽车公司 (Scania AB)

和以往一样，环境数据收集范围不包括独立的公共事业（如大众发电站）和非制造业公司（如金融服务公司）。这些公司或非制造业公司，或不受相关生产厂管理人员的控制，因此不在报告范围内。

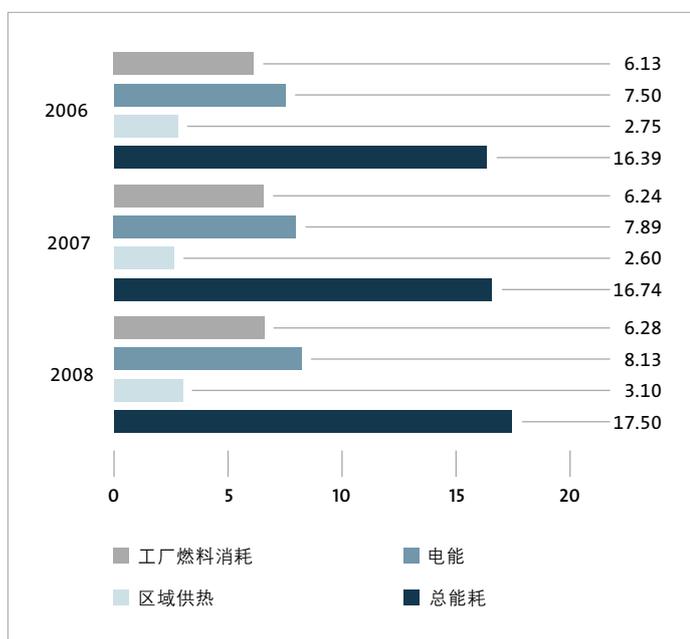
缩写

- MWh = 千兆瓦时 km = 千米
- t = 公吨 a = 年
- kg = 千克 Tsd. = 千
- g = 克
- m³ = 立方米

 互联网上的更多信息：

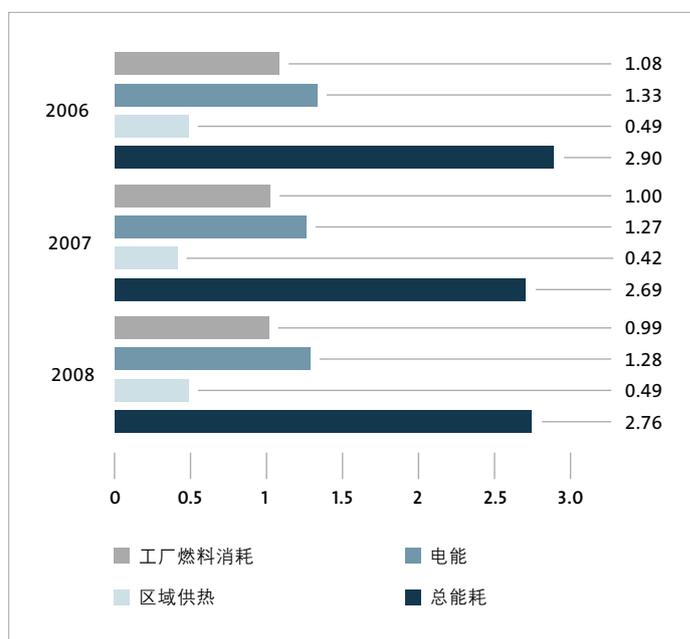
- 64 ▶ 环境数据定义
- 65 ▶ 大众汽车品牌环境指标

能源消耗（单位：百万兆瓦时/年）



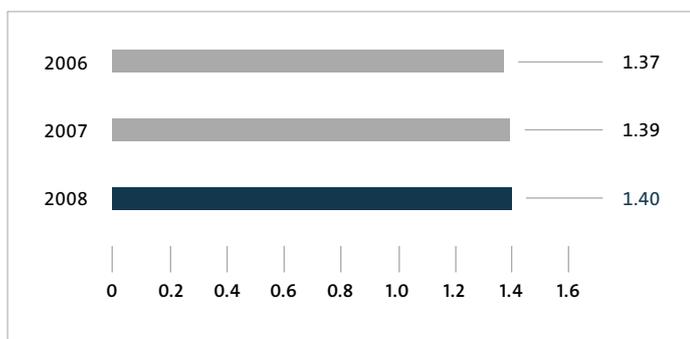
能源消耗的增加与报告期内产量持续增长有关。供热能耗因天气情况而波动。

能源消耗（单位：兆瓦时/车）



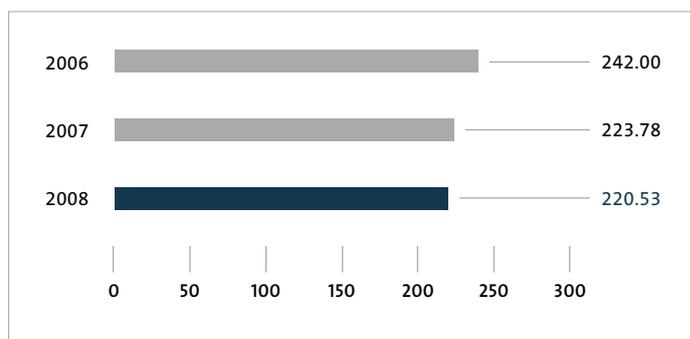
因大众汽车集团实施了资源保护战略，每辆车的电能消耗有所下降。

二氧化碳直接排放量（单位：百万吨/年）



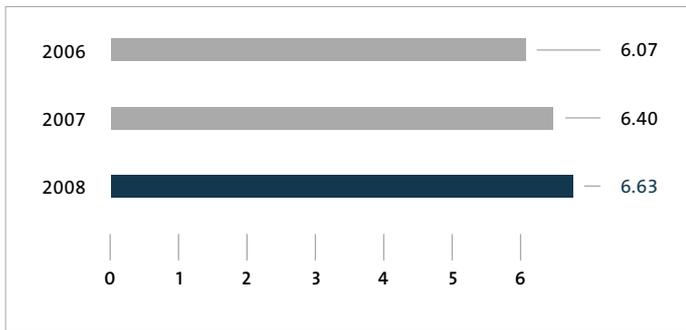
报告期间二氧化碳直接排放量有所增加，原因是产量（尤其是南美洲和亚洲）及相关能耗增加。但有些情况下，除了产量增加的因素外，还因

二氧化碳直接排放量（单位：公斤/车）

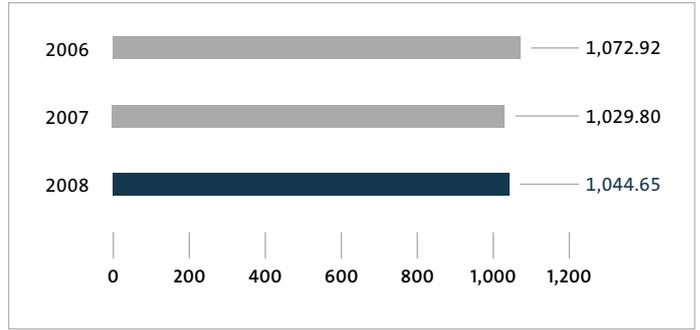


为我们从更多的生产厂收集了数据。尽管如此，资源优化的制造流程和方法对每辆车的二氧化碳排放量产生了积极影响。

二氧化碳排放总量 (单位: 百万吨/年)



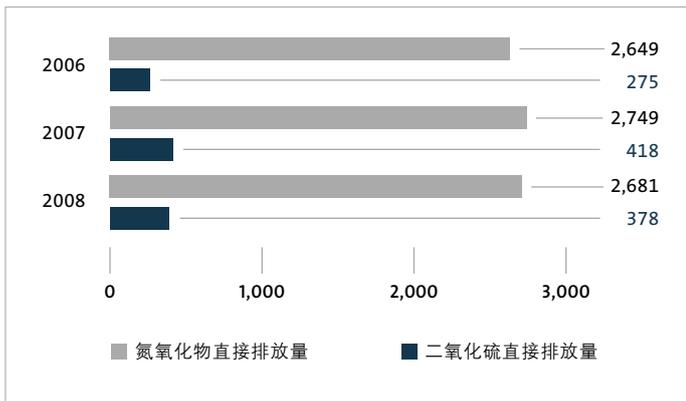
二氧化碳排放总量 (单位: 公斤/车)



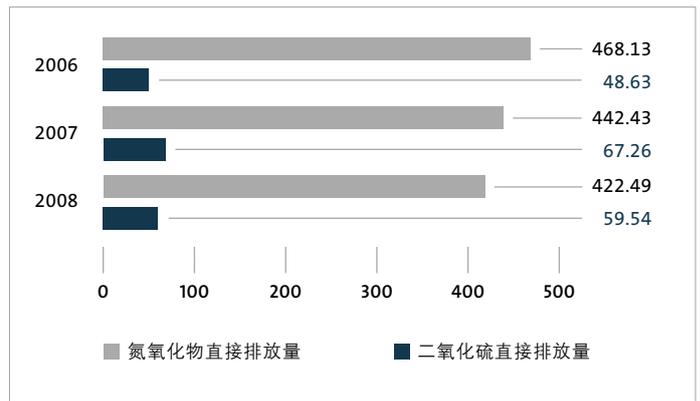
在上一报告期, 二氧化碳排放总量是二氧化碳直接排放量的4.8倍, 目前已降至约4.5倍。这表示大众汽车集团二氧化碳排放总量中约有78%是由区域供热和发电而间接产生的。

约22%是在厂内燃烧过程中产生的。但是, 尽管汽车产量在增加, 每辆车的二氧化碳排放总量比上个报告期有所减少。

氮氧化物和二氧化硫直接排放量 (单位: 吨/年)



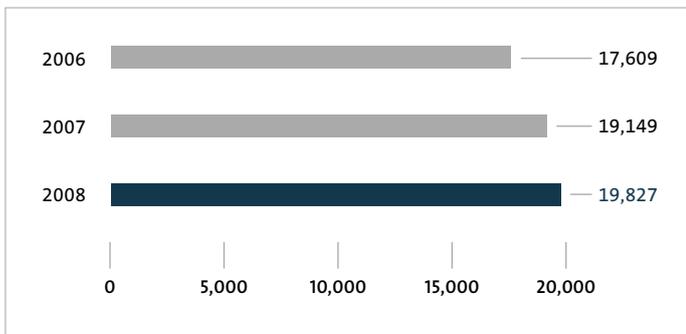
氮氧化物和二氧化硫直接排放量 (单位: 克/车)



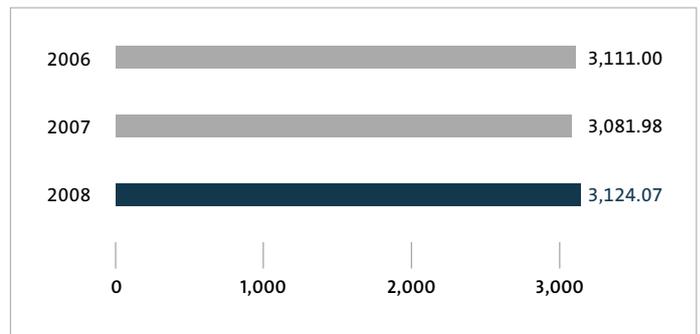
此数值在报告期初期的增长主要是因为欧洲以外的工厂燃料消耗量增加以及产量的提高。

而随后排放量又有所降低, 主要原因是改善了能源生产过程中的废气处理。

挥发性有机化合物 (VOC) 排放量 (单位: 吨/年)

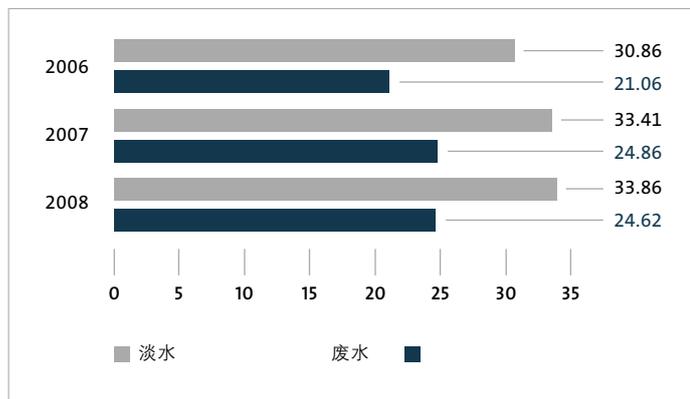


挥发性有机化合物 (VOC) 排放量 (单位: 克/车)

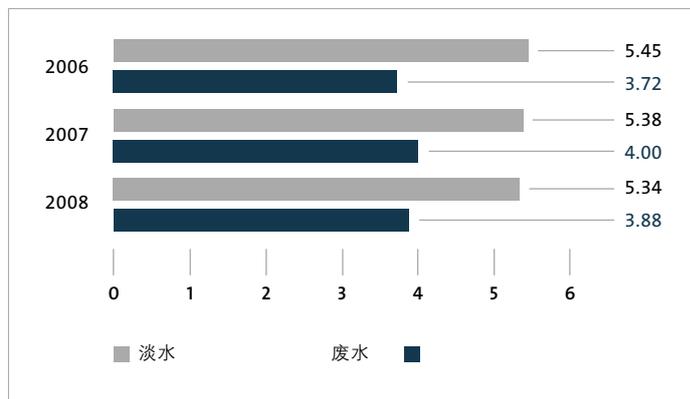


由于在报告期内汽车产量增加, 油漆消耗量也相应增加, 所以挥发性有机化合物排放量有所增加。

淡水和废水 (单位: 百万立方米/年)



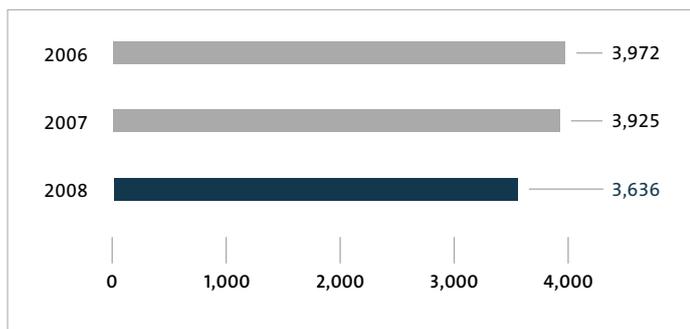
淡水和废水 (单位: 立方米/车)



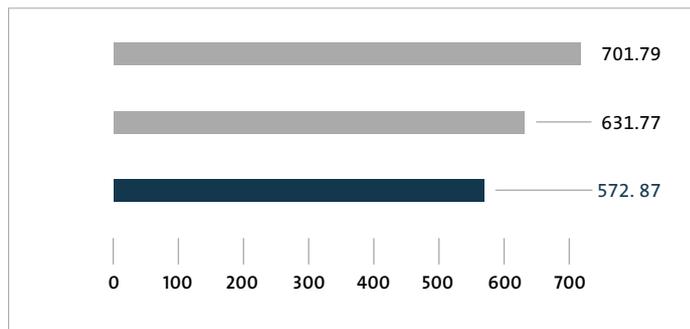
报告期内水消耗量以及废水量有所增加, 一方面因为收集了更多生产厂的数据, 另一方面是因为大众汽车集团汽车产量提高。

因为大众汽车集团实施了资源保护战略, 所以在许多工厂每辆车的水消耗量有所下降。

化学需氧量(单位: 吨/年)



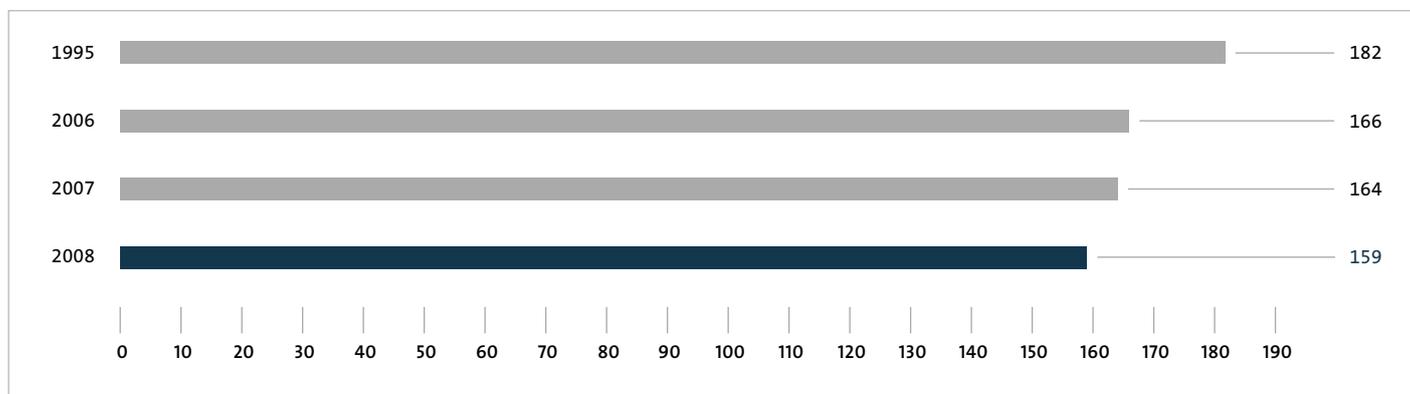
化学需氧量(单位: 克/车)



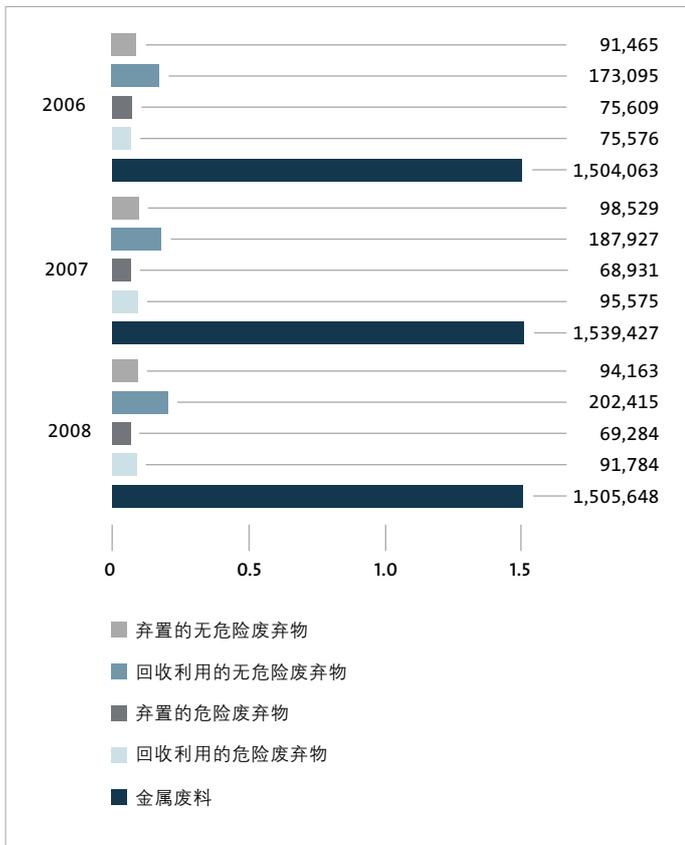
因为改善了废水处理方法, 虽然大众汽车集团汽车产量提高了, 废水量

却有所下降, 每辆车的化学需氧量也相应下降。

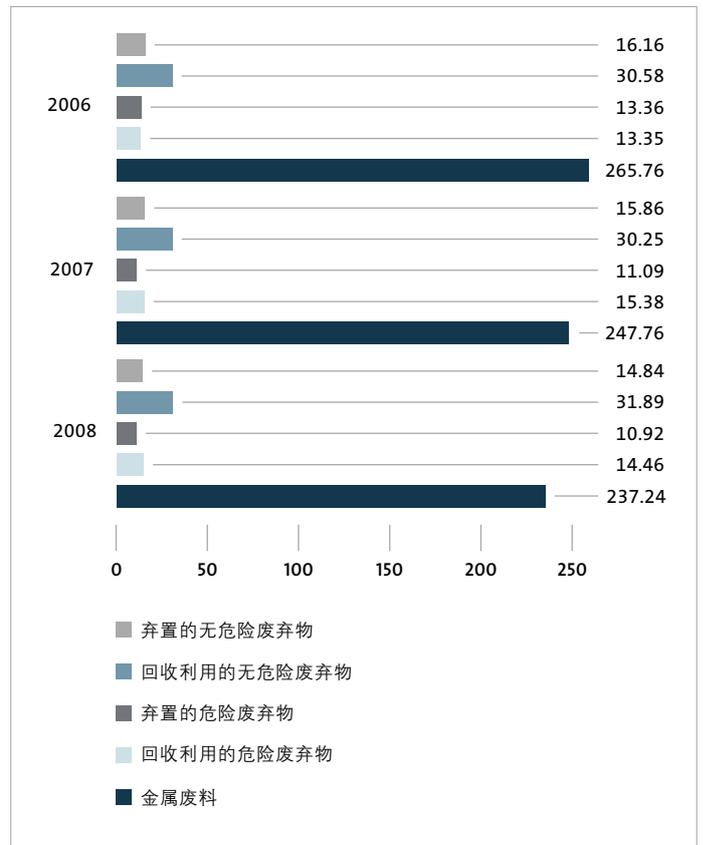
大众汽车集团欧洲市场 (欧洲27成员国) 新车二氧化碳排放量 (单位: 克/公里)



废弃物 (单位: 百万吨/年)



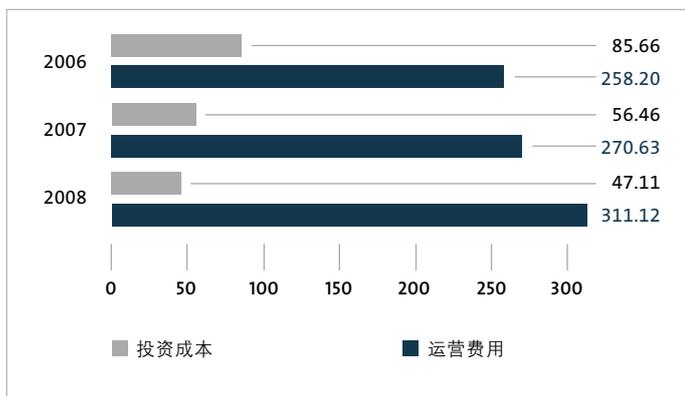
废弃物 (单位: 公斤/车)



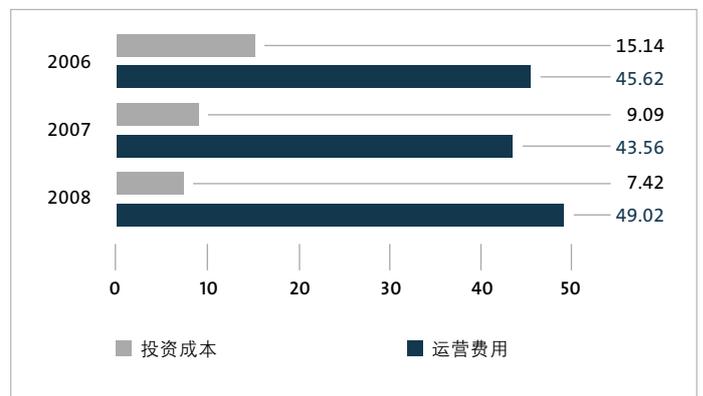
虽然大众汽车集团汽车产量提高并推出更多新车型, 金属废料在整个报告期却有所下降。这是因为采用了资源优化的制造流程, 从而提高了原

材料利用率。因为采用了优化的废弃物隔离和处理方法, 回收利用率有所提高。

环保支出 (单位: 百万欧元/年)



环保支出 (单位: 欧元/车)



上一报告期内环保领域的投资有所增加, 而此报告期内的投资成本呈下降趋势。但另一方面, 环保运营费用有所增加, 其中绝大部分费用用于

水源保护和废弃物管理, 此外空气污染的控制运营费用中也占有较大比重。

财务指标

有关更详细的财务指标，参阅2008年报。以下所述的2006至2008年的指标符合国际会计准则（IFRS）。

数量数据（单位：千）

| | 2008 | 2007 | 2006 |
|-------------|-------|-------|-------|
| 汽车销量（辆） | 6,272 | 6,192 | 5,720 |
| 德国 | 1,013 | 1,030 | 1,093 |
| 其它国家 | 5,259 | 5,162 | 4,627 |
| 汽车产量（辆） | 6,347 | 6,213 | 5,660 |
| 德国 | 2,146 | 2,086 | 1,935 |
| 其它国家 | 4,201 | 4,127 | 3,725 |
| 员工数量（年平均人数） | 357 | 329 | 329 |
| 德国 | 178 | 175 | 174 |
| 其它国家 | 179 | 154 | 155 |

*包括上海大众汽车有限公司和一汽大众汽车有限公司的数据，这些数据使用权益法计入。

财务数据（单位：百万欧元）

| 大众汽车集团 | 2008 | 2007 | 2006 |
|------------------|---------|---------|---------|
| 销售收入 | 113,808 | 108,897 | 104,875 |
| 营业利润 | 6,333 | 6,151 | 2,009 |
| 税前利润 | 6,608 | 6,543 | 1,793* |
| 税后利润 | 4,688 | 4,122 | 1,955* |
| 归属于大众汽车公司股东的利润 | 4,753 | 4,120 | 2,749 |
| 材料费用 | 75,954 | 72,340 | 66,935 |
| 人事费用 | 15,784 | 14,549 | 17,400 |
| 养老金 | 12,955 | 12,603 | 13,854 |
| 汽车部门 | | | |
| 运营活动现金流 | 8,771 | 13,675 | 11,745 |
| 投资活动现金流 | 11,450 | 6,550 | 6,114 |
| 流动资产净额（截至12月31日） | 8,039 | 13,478 | 7,133 |

*特指持续经营业务

大众汽车集团创造的价值 (单位: 百万欧元)

| 资金来源 | 2008 | | 2007 | | 2006 | |
|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| 销售收入 | 113,808 | | 108,897 | | 104,875 | |
| 其它收入 | 9,992 | | 7,050 | | 6,849 | |
| 材料成本 | -75,954 | | -72,340 | | -66,935 | |
| 折旧和摊销 | -8,438 | | -9,238 | | -9,398 | |
| 其它预付支出 | -12,554 | | -9,289 | | -11,790 | |
| 增值 | 26,854 | | 25,080 | | 23,601 | |
| 资金归属 | 2008 | % | 2007 | % | 2006 | % |
| 股东 | 779 | 2.9 | 720 | 2.9 | 497 | 2.1 |
| 员工 (工资、薪金和福利) | 15,784 | 58.8 | 14,549 | 58.0 | 17,400 | 73.7 |
| 国家 (税收、关税) | 2,503 | 9.3 | 2,950 | 11.8 | 440 | 1.9 |
| 债权人 (利息支出) | 3,879 | 14.4 | 3,459 | 13.7 | 3,011 | 12.8 |
| 公司 (资本公积) | 3,909 | 14.6 | 3,402 | 13.6 | 2,253 | 9.5 |
| 增值 | 26,854 | 100.0 | 25,080 | 100.0 | 23,601 | 100.0 |

不同品牌和业务的关键数据 (单位: 千辆车/百万欧元)

| | 汽车销量 | | | 销售收入 | | | 营业盈亏 | | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|-------------------|------------------|
| | 2008 | 2007 | 2006 | 2008 | 2007 | 2006 | 2008 | 2007 | 2006 |
| 大众汽车乘用车 | 3,648 | 3,664 | 3,451 | 72,928 | 73,944 | 70,710 | 2,715 | 1,940 | 918 |
| 奥迪 | 1,275 | 1,200 | 1,139 | 34,196 | 33,617 | 31,720 | 2,772 | 2,705 | 2,054 |
| 斯柯达 | 626 | 620 | 562 | 8,039 | 8,004 | 7,186 | 565 | 712 | 515 |
| 西雅特 | 375 | 411 | 419 | 5,196 | 5,899 | 5,874 | -78 | 8 | -159 |
| 宾利 | 8 | 10 | 10 | 1,084 | 1,376 | 1,340 | 10 | 155 | 137 |
| 大众汽车商用车 | 439 | 427 | 388 | 9,607 | 9,297 | 8,092 | 375 | 305 | 138 |
| 斯堪尼亚 ¹ | 31 | | | 3,865 | | | 417 | | |
| 大众汽车中国 ² | 989 | 930 | 694 | | | | | | |
| 其它 | -1,119 | -1,070 | -943 | -32,036 | -33,385 | -28,918 | -1,336 ³ | -631 ³ | -63 ³ |
| 大众汽车金融服务公司 | | | | 10,929 | 10,145 | 8,871 | 893 | 957 | 843 |
| 除特殊项目以外 | | | | | 108,897 | 104,875 | | 6,151 | 4,383 |
| 特殊项目 | | | | | | | | | -2,374 |
| 大众汽车集团 | 6,272 | 6,192 | 5,720 | 113,808 | 108,897 | 104,875 | 6,333 | 6,151 | 2,009 |

¹ 汽车和服务部门以及金融服务部门, 统计时段为2008年7月22日至12月31日。

² 中国合资公司的销售收入和营业盈亏不计入集团数据。中国公司的数据使用权益法计入, 营业利润 (按比例) 为3.95亿欧元 (2007年: 2.94亿欧元; 2006年: 1.08亿欧元)。

³ 计入损益的集团内部项目, 尤其是因公司间利润抵消产生的损益。2008年数据包括可确认资产的折旧和摊销, 此折旧和摊销是斯堪尼亚公司收购价格分摊的一部分。

社会指标

近年来大众汽车集团已开发出一套用于记录大众汽车集团社会指标、覆盖整个集团的报告系统。新的人力资源控制系统的引入拓宽了指标范围。由于在项目过程中提高了标准化水平，我们现在可对整个集团员工

的情况（包括中国）做更详细的报告。此报告中的社会指标涵盖了合并报表包括的所有公司。

员工数量，按工种分类（单位：人）

| | 2008 | 2007 | 2006 |
|-------|----------|---------|---------|
| 生产工人 | 189,872 | 177,736 | 176,187 |
| 非生产工人 | 170,172 | 142,267 | 139,489 |
| 实习生 | 9,884 | 9,302 | 9,199 |
| 核心员工 | 369,928* | 329,305 | 324,875 |

*包括斯堪尼亚公司

截至资产负债表报告日（2008年12月31日），大众汽车集团共有369,928名正式员工，比2007年增加40,623人，主要原因是初步包括了斯堪尼亚公司员工。与去年相比，大众汽车集团的培训生数量增加了6.3%。

员工数量，按地区分类（单位：人）

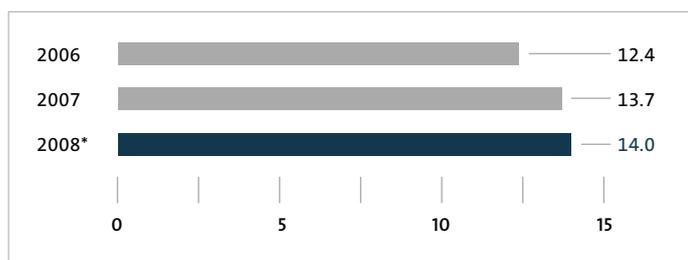
| | 2008 | 2007 | 2006 |
|--------|----------|---------|---------|
| 欧洲 | 258,805 | 256,119 | 256,605 |
| 美洲 | 44,460 | 42,814 | 40,016 |
| 非洲 | 5,580 | 5,886 | 6,768 |
| 亚洲 | 28,453 | 24,486 | 21,486 |
| 总计 | 337,298* | 329,305 | 324,875 |
| 其中临时员工 | 16,016 | 15,282 | 14,487 |
| 其中正式员工 | 321,282 | 314,023 | 310,388 |

*大众汽车集团员工，不包括斯堪尼亚公司的32,630名员工

 互联网上的更多信息：

66 ▶ 各国家的员工数量

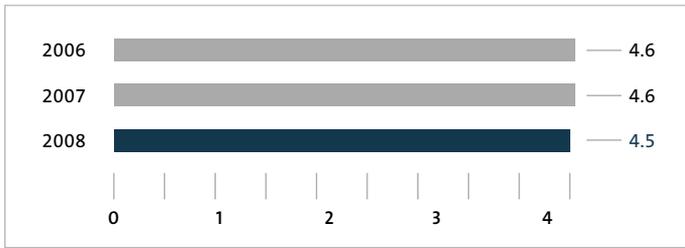
女性员工所占比例（单位：%）



与2007年相比，2008年大众汽车集团女性员工比例提高了0.3个百分点，达到14%。近年来金属加工业和汽车业的整体情况来看，女性员工比例显著下降，但大众汽车集团却呈现上升趋势。

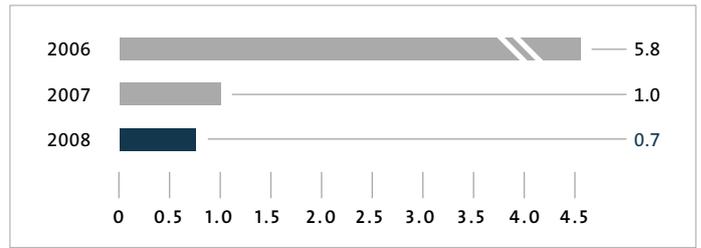
*不包括斯堪尼亚公司

德国实习生的比例 (单位: %)



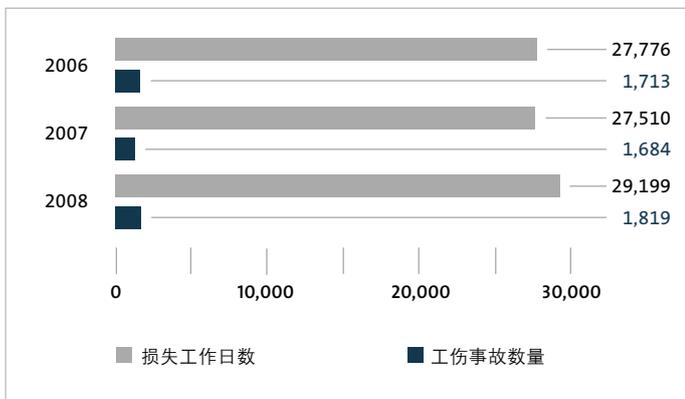
实习生比例既是衡量公司未来发展能力的重要指标,也是衡量对社会可持续发展贡献的重要指标。由于其它国家没有与德国“双轨制”对应的培训模式,这些数字只与德国的实习生相关。事实上,大众汽车集团在某些国外工厂建立了相似的培训系统,但是由于这些系统与德国的模式没有直接可比性,所以相关数据没有包括在内。

员工流动 (单位: %)



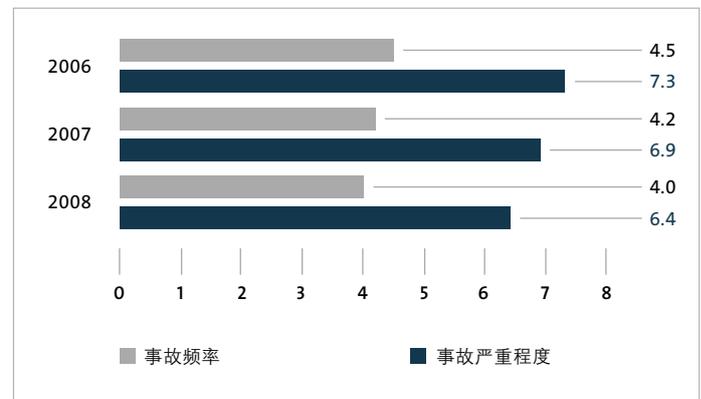
因为2006年采取了许多重组措施,对员工数量造成影响,所以该年度员工流动率激增。仅欧洲汽车公司 (Europcar)和吉达斯公司 (gedas) 的出售就使集团减少了11100名员工。此外,分阶段退休计划和自愿离职也导致员工流动率上升。2008年员工离职率仅为0.7%,低于2007年。

事故频率 (单位: 千)



事故发生频率指数表示工作时间内工伤事故发生的频率 (公式: 工伤事故数量 × 1百万 ÷ 工时数)。

事故指数



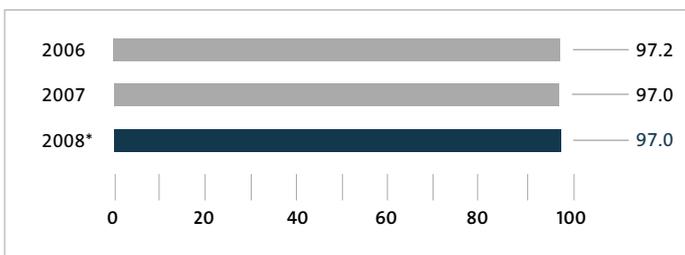
事故严重程度指数通过损失工作日和工时数来表示事故的严重程度 (公式: 损失工作日 × 1百万 ÷ 工时数 × 10)。

2007年至2008年间,损失工作日数和工伤事故数量有所增加,这是因为自2008年起,领薪员工的工伤事故也计入统计数据中,以便遵循全球统一的报告标准。

事故频率指数反映事故数量,从图中可看出,与2006年相比,2007年和

2008年的事故数量有所下降。这是因为在大众汽车的海外工厂采用了更系统的方法保障职业安全。自2006年起,大众汽车的事故严重程度也在持续下降。

健康指数——累积值 (单位: %)



健康指数反映公司员工的整体健康状况,用100%出勤率减去因疾病、事故导致的损失工作日的比例即得到健康指数。

* 不包括斯堪尼亚公司

大众汽车集团的健康指数一直保持在高水平。虽然员工数量不断增加,大众汽车集团的多种持续性的健康活动仍然产生了积极影响。

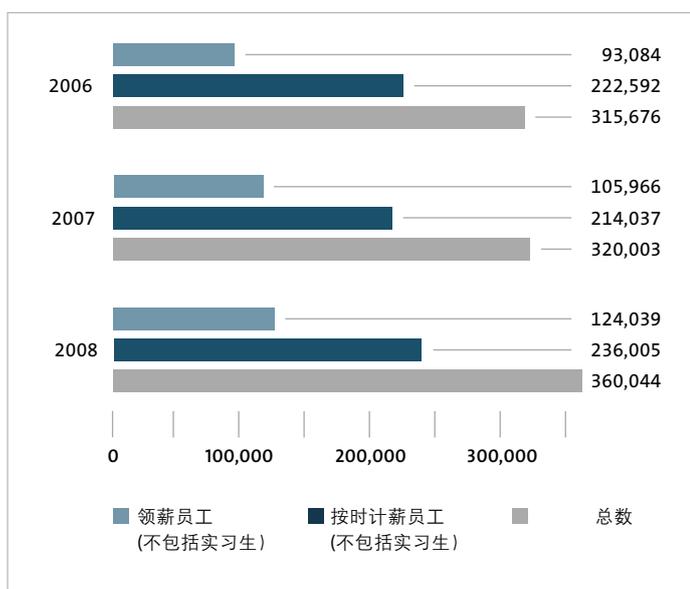
职业安全培训

| | 2008 | 2007 | 2006 |
|----------------|--------|--------|--------|
| 公司内部职业安全培训课程数量 | 1,123 | 861 | 1,127 |
| 公司外部职业安全培训课程数量 | 2,256 | 1,468 | 1,269 |
| 参与内部安全培训的员工数量 | 12,766 | 13,281 | 11,053 |
| 参与外部安全培训的员工数量 | 8,327 | 4,016 | 6,442 |
| 内部职业安全审计次数 | 106 | 64 | 117 |
| 安全检查次数 | 3,824 | 1,874 | 2,067 |
| 职业安全委员会举行会议的次数 | 107 | 53 | 83 |

我们自2005年起开始记录有关职业安全培训课程数量的数据，仅统计以下工厂的数据：沃尔夫斯堡、卡塞尔、汉诺威、埃姆登、不伦瑞克、萨尔茨基特、斯洛伐克、萨克森州摩塞尔、那

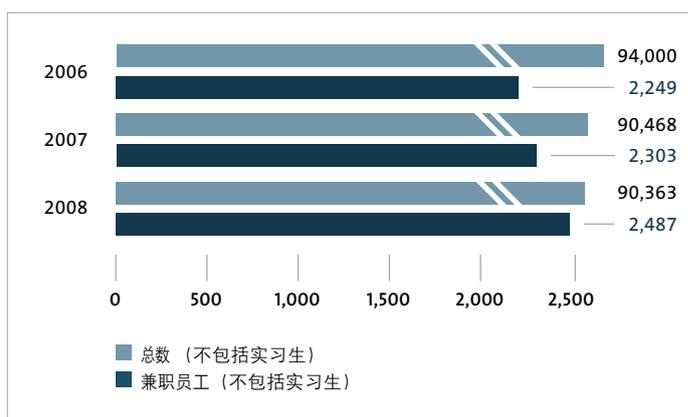
瓦拉、德累斯顿、波尔科维采、波兹南、萨克森州开姆尼茨和欧洲汽车公司。不同的工厂定义安全措施的方法有所不同。

员工数量，按职业类别分类（单位：人）



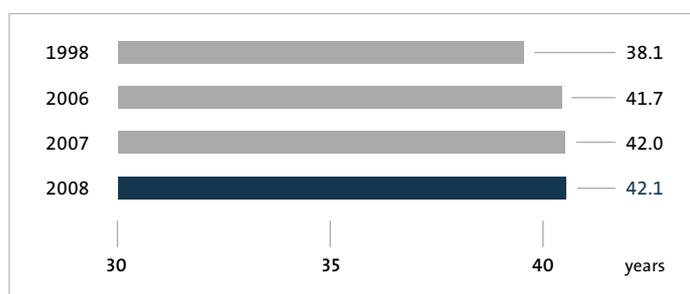
该指标首次出现，因为引入了新的人力资源控制系统才可计算该指标。2008年该指标有所增加，主要因为大众汽车集团并购了斯堪尼亚公司。

兼职员工的趋势（德国）（单位：人）



该指标首次出现，因为引入了新的人力资源控制系统才可计算该指标。在德国员工总数基本保持不变的情况下，2008年兼职员工的比例比上一年提高了8%。

大众汽车整体年龄结构（德国）



该指标首次出现，因为引入了新的人力资源控制系统才可计算该指标。过去三年中年龄结构没有变化，这说明大众汽车集团成功地吸纳了很多青年人才。

互联网上的更多信息：

- 67 ▶ 年龄金字塔
- 68 ▶ 按性别区分的年龄结构
- 69 ▶ 大众汽车集团内的资质结构

成就与不足

↓ 2007年9月13日

“气候猪”抗议

法兰克福国际车展开幕遭遇绿色和平组织的抗议，反对“德国制造商反气候的车型政策”。20名绿色和平组织激进分子将三辆油耗特别高的汽车（包括一辆奥迪车和一辆大众汽车）涂上粉红色油漆，并加上猪鼻、猪耳朵和猪尾巴，将其改造为带有讽刺意味的“气候猪”。

↓ 2008年

欧洲汽车业未实现欧洲汽车制造商协会（ACEA）自愿协议中规定的目标

欧洲汽车制造商协会（ACEA）未实现其自愿协议中规定的目标：到2008年将欧洲新车二氧化碳平均排放量降至140克/公里。

↓ 2008年8月20日

在德国运输和环境协会（VCD）的车与环境排名中名列第五

在德国运输和环境协会（VCD）的“车与环境”排名中，大众汽车在“制造商环保责任”组的名次从2006年的第一名滑落至2008年的第五名。主要原因之一是大众汽车没有公开其在德国销售车辆的二氧化碳排放量。

↑ 2008年9月30日

大众汽车集团入选两个道琼斯可持续发展指数

大众汽车集团再次入选两个业内著名的可持续发展指数：道琼斯全球可持续发展指数（全球最重要的可持续发展指数）和道琼斯STOXX可持续发展指数。这不仅是对大众汽车集团在高效技术解决方案和环境保护领域所取得的杰出成绩的肯定，同时也是对其在人力资源和社会责任方面所做贡献的认可。

↑ 2008年11月20日

捷达TDI被评为“2009年度绿色汽车”

大众汽车捷达2.0 TDI在洛杉矶汽展上被评为“年度绿色汽车”。自2005年设立此奖项以来，这是第一次由一款柴油车型获得美国的年度绿色汽车大奖。《绿色汽车杂志》评审团对该车2升发动机的燃油经济性称赞有加。他们认为捷达与美国人最喜爱的混合动力车型的性能不分伯仲，但捷达价格更低。

↑ 2008年12月5日

大众汽车集团荣获德国可持续发展奖

大众汽车在杜塞尔多夫被德国可持续发展奖评委评选为德国最可持续的品牌，获奖的其它品牌还有汉高和太阳能世界。大众汽车是唯一一家获此殊荣的汽车公司。此外，评审团还对

大众汽车集团的可持续供应链、反腐败措施和道德准则等表示赞许，节油的“蓝驱”车型也为大众汽车赢得了好评。

↓ 2008年/2009年

有关生物燃料的辩论升温

生物燃料是大众汽车集团动力总成和燃料战略的一个重要组成部分。由于与粮食作物存在竞争关系，生物燃料成为备受争议的焦点。

↑ 2009年4月24日

帕萨特TSI环保燃料车型荣获全德汽车俱乐部环保性能测试（ADAC EcoTest）五星评级

以天然气为燃料的大众帕萨特1.4升TSI环保燃料车型是全德汽车俱乐部环保性能测试（ADAC EcoTest）设立五年以来第一次获得五星评级的车型。

↑ 2009年4月24日

奥迪再次荣获魅力雇主称号

奥迪再次荣获魅力雇主称号。柏林咨询公司最新开展的青年人才意见调查（Young Professional Barometer）显示，奥迪受欢迎程度上升到第二名。



绿色和平组织抗议“气候猪”。



帕萨特TSI环保燃料车型。

目标

大众汽车集团设定了集团范围的目标，以提升可持续发展的绩效。本页中的可持续发展计划汇总了新制定的、最重要的目标。有关2007年可持续发展计划中新目标和新行动的完整内容以及目标和行动的进展报告，可通过以下网址参阅我们的在线可持续发展报告：

 www.SustainabilityReport2009.volkswagenag.com

70 ▶ 目标和成就

- 战略和管理
- 气候和能源
- 保障工厂的未来
- 可持续交通和城市化
- 人口变化和就业
- 安全和健康
- 财务

| 目标 | 行动 | 期限 |
|---|---|------|
| 负责任的管理 | | |
| 将大众汽车建设成为在经济方面和环保方面都领先的世界领先的汽车制造商 | 通过“2018战略”，根据“集团环境准则——产品”和“集团环境准则——生产”制定的覆盖整个产品生命周期的环境标准。根据战略的重要组成部分“标准化及缩短生产时间”以及严格的成本和投资原则，继续提高生产率和质量。 | 2018 |
| 加强负责任的供应链管理 | 向所有品牌和区域推广“供应商关系的可持续性”概念 | 2010 |
| | 开展区域性的培训计划 | 2011 |
| 增进与顾客、经销商和行业关于可持续发展的沟通 | 为新车型和蓝驱技术系列设置环保奖项 | 持续进行 |
| | 确保在环保奖项门户网站（ www.environmental-commendation.com ）上展示我们的产品与众不同的、有针对性的环保特性。 | 2009 |
| 引进信息化的企业社会责任(CSR)信息系统 | 通过使用现有的工具和关键指标试运行此系统，然后正式发布企业社会责任信息系统 | 2010 |
| 环保 | | |
| 新车二氧化碳平均排放量目标：为了达到欧盟的严格标准并满足顾客需求，大众汽车计划到2015年将欧洲（欧盟27个成员国）新车的二氧化碳排放量比2006年减少20% | 采取多种措施，通过大众汽车集团的动力总成和燃料战略提高燃油经济性 | 2015 |
| 将欧洲生产厂的能源消耗和二氧化碳排放量减少10%以上，将产品生命周期评价控制工具 | 执行并遵循已规划的、旨在提高经济性的组织和技术活动，寻找并发掘新的改善空间 | 2013 |
| | 根据“集团环境准则——产品”，进一步将生命周期评价融入所有车型的产品开发过程中。 | 持续进行 |
| 对新工厂进行环境认证 | 获得卡卢加和浦那新工厂的环境认证 | 2011 |
| 积极参与和影响环保的个人交通方式的演变 | 广泛开展合作项目，持续开展交通方面的研究；开发交通辅助系统 | 持续进行 |
| 社会责任 | | |
| 改善人力资源发展 | 通过系统的技能管理、使用技能档案和适当的技能发展方式提高员工水平。 | 持续进行 |
| | 通过在所有级别的管理层引入“领导能力认证”来提升领导能力 | 持续进行 |
| 加强在大学的市场推广 | 直接深入到大学中，参加大学见面会和招聘会 | 持续进行 |
| 改善员工健康水平 | 将体检服务扩展到德国境外的所有工厂 | 持续进行 |
| 经济灵活性 | | |
| 提升投资回报 | 作为“2018战略”的一部分，将整个集团实现10%以上的投资回报作为我们的长期目标 | 持续进行 |
| 确保良好的资产流动性 | 在汽车部门取得自由现金流净流入 | 持续进行 |

全球报告倡议组织(GRI)目录索引



大众汽车公司最新的可持续发展报告完全遵守全球报告倡议组织（GRI）的报告指南。

全球报告倡议组织对此报告进行审核，并将其评定为最高级（A+）。

全球报告倡议组织（GRI）内容索引列出了目前最新版GRI指南（简称G3，大众汽车编写此报告的参照标准）中的标准指标，并说明了相关信息在大众汽车公司2009/2010年可持续发展报告、在线版可持续发展报告和2008年年报中的具体位置。斜体字代表补充指标。

在大众汽车公司在线2009/2010年可持续发展报告中，

www.SustainabilityReport2009.volkswagenag.com

您将看到扩充的GRI索引，并附有链接。该索引中说明了大众汽车集团没有报告部分GRI指标，而是报告另外一些重点内容的原因。此外，我们的可持续发展报告从2004年就已符合GRI汽车行业补充文件草案中的大部分要求，扩充指标记录了这方面的详细情况。

索引

1-60页:

可持续发展报告

C1至C8:

可持续发展报告封页

AR1-286页:

2008年年报

GP:

集团门户网站

www.volkswagenag.com

OSR:

在线版2009/2010年可持续发展报告

www.SustainabilityReport2009.volkswagenag.com

BP:

品牌可持续发展门户网站（大众）

www.mobility-and-sustainability.com

状态

- 详细报告
- 部分报告
- 无报告

| GRI公开标准 | 内容页码 | 状态 |
|------------------------|--|----|
| 战略和分析 | | |
| 1.1 最高层决策者声明 | 4, 5, AR 10-11 | ● |
| 1.2 主要的影响、风险和机会 | 6-7, 11-14, 16-17, 31-32, 58-59, AR 100, 170-177, OSR | ● |
| 组织简介 | | |
| 2.1 组织名称 | 1 | ● |
| 2.2 品牌、产品或/或服务 | C3-C4, 1, AR 81-93, OSR | ● |
| 2.3 运营结构 | 1, AR 78-94 | ● |
| 2.4 总部位置 | 1 | ● |
| 2.5 业务覆盖国家 | C3, 1, 30-33, OSR | ● |
| 2.6 所有权性质 | 1, AR 124, OSR | ● |
| 2.7 可达市场 | 1, 30-33, AR 116-123 | ● |
| 2.8 组织规模 | C3-C4, 1, 54, AR 78-94, 116- 123 | ● |
| 2.9 规模、结构或所有权等方面的重大变化 | 1, 30-33, OSR | ● |
| 2.10 荣获的奖项 | C3-C4, 58, OSR | ● |
| 报告参数 | | |
| 3.1 报告期 | C2 | ● |
| 3.2 上一次报告日期 | C2 | ● |
| 3.3 报告周期 | C2 | ● |
| 3.4 咨询联络点 | C2, C7 | ● |
| 3.5 报告内容定义流程 | C2, 6-7, 11-14, 44-47, OSR | ● |
| 3.6 报告范围 | C2, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.7 报告范围的限制 | C2, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.8 合资公司、子公司和外包运营 | C2, 1, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.9 数据计量技术 | 1, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.10 对以往报告中的信息进行重申的效果 | 1, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.11 报告范围或计量方法的重大变化 | C2, 1, 48-49, 53, 55 | ● |
| 3.12 GRI内容索引 | C5-C6, OSR | ● |
| 3.13 外部认证 | C2, 60 | ● |
| 管理、承诺和参与 | | |
| 4.1 管理结构 | 12, 14, AR 98-101, GP | ● |
| 4.2 表明董事会主席是否也是主管人员 | 11-15, AR 110-113, GP | ● |
| 4.3 董事会独立成员 | AR 110-113, GP | ● |
| 4.4 股东和员工向董事会提供建议的机制 | 5, 12-13, 31-32, 37, AR 107-108, 128-129, 162, OSR, GP | ● |
| 4.5 管理层薪资水平和公司业绩之间的联系 | AR 102-103, 105, 192 | ● |
| 4.6 避免董事会利益冲突的流程 | 12-13, 16-17, AR 100, 170 | ● |
| 4.7 董事会成员在可持续发展方面的专业知识 | 8-10, 12-13, AR 98-99, 106 | ● |
| 4.8 使命声明、行为准则和原则 | 8-10, 11, 12-13, 15, 19, 31, 33, 36, 39, 48, AR 98-99, OSR | ● |
| 4.9 针对可持续发展绩效的董事会管理程序 | 12-13, 16-17, AR 170, 173-174 | ● |
| 4.10 董事会可持续发展绩效评估流程 | AR 102-105 | ● |
| 4.11 预防措施 | 8-10, 16-17, 18-19, 26-27 | ● |
| 4.12 外部章程、原则或其它计划 | C2, 8-10, 13-14, 30, 33, AR 98-99, 168-169, GP | ● |
| 4.13 所加入的协会 | 11-14, GP | ● |
| 4.14 利益相关团体 | C2, 1, 6-7, 13-14, 15, 35, 36, 41-43, 44, 46-47, OSR | ● |
| 4.15 利益相关方的确定和选择 | 6-7, 13-14, 15, 44, 46-47, AR 150-151, 153, 156-157, 162, 164-165, 168-169, OSR, GP | ● |
| 4.16 利益相关方参与的方式 | 6-7, 13-14, 15, 41-43, 44, 46-47, AR 150-151, 153, 156-157, 162, 164-165, 168-169, OSR, GP | ● |
| 4.17 利益相关方提出的议题和关切的问题 | 6-7, 13-14, 15, 41-43, 44, 46-47, AR 164-165, OSR, GP | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|------------------------|--|----|
| 经济绩效指标 | | |
| 管理方式的公开 | 1,6-7,11-15,16-17,58-59, AR 116-119, AR 170-177, OSR | ● |
| EC1 产生和分配的直接经济价值 | 1,53-54, AR 132-143 | ● |
| EC2 气候变化对财政的影响 | 6-7,11-15,16-17,18-23, AR 170-177 | ● |
| EC3 公司福利计划的覆盖范围 | 36,53-54, AR 207 | ● |
| EC4 政府财政支持 | OSR | ● |
| EC5 标准起薪与当地最低工资之间的对比 | - | ● |
| EC6 当地供应商 | 15, OSR | ● |
| EC7 当地人员聘用情况 | 34-37, OSR | ● |
| EC8 为公众利益提供的服务及投资的基础设施 | 30-33,41-43,44-47, OSR | ● |
| EC9 间接的经济影响 | 41-43, 44-47, OSR | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|------------------------|---|----|
| 环境绩效指标 | | |
| 管理方式的公开 | 6-7, 8-10,11-15,18-23,24-27, 28-29,30-33,48-52,58-59, OSR | ● |
| EN1 材料使用量 | 12, 20-21, 26,49-52, OSR, GP | ● |
| EN2 回收材料 | 26.OSR.GP | ● |
| EN3 主要直接能耗 | 49, OSR | ● |
| EN4 主要间接能耗 | OSR | ● |
| EN5 能源节约 | 21-22,49, 59, OSR | ● |
| EN6 有关能源效率和可再生能源的计划 | 8-10,18-23, 24-27, AR 50-53, OSR | ● |
| EN7 有关减少间接能耗的计划 | 21-22,49, 59, OSR | ● |
| EN8 总耗水量 | 51, OSR | ● |
| EN9 耗水量的影响 | - | ● |
| EN10 循环利用和再利用的水资源 | - | ● |
| EN11 在受保护区域内或临近区域的土地资产 | 14, 46-47, OSR, BP | ● |
| EN12 对生物多样性的影响 | 14, 46-47, OSR, BP | ● |
| EN13 受保护或经修复的栖息地 | 14,46-47. OSR. BP | ● |
| EN14 生物多样性战略 | 14, 46-47. OSR, BP | ● |
| EN15 濒危物种 | - | ● |
| EN16 温室气体排放 | 49-50, OSR | ● |
| EN17 其它温室气体排放 | OSR | ● |
| EN18 减少温室气体排放量的计划 | 21-22,49, 59, OSR | ● |
| EN19 破坏臭氧层物质的排放 | OSR | ● |
| EN20 氮氧化物、硫氧化物和其它气体的排放 | 50, OSR | ● |
| EN21 排水量 | 51. OSR | ● |
| EN22 根据类型和处理方法分类的废弃物 | 33, 52, OSR | ● |
| EN23 严重溢漏 | OSR | ● |
| EN24 根据《巴塞尔公约》确定的有害废弃物 | 52 | ● |
| EN25 排放物和放流物对生物多样性的影响 | OSR | ● |
| EN26 减轻环境影响的计划 | 8-10,18-23, 24-27, 28-29, OSR | ● |
| EN27 包装材料 | 22, OSR | ● |
| EN28 对违反环境规则行为的制裁 | 11-14, AR 170-177, OSR | ● |
| EN29 运输对环境的影响 | 22, OSR | ● |
| EN30 环保费用 | 52, OSR | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|-------------------------|--|----|
| 社会绩效指标：劳动行为和体面工作 | | |
| 管理方式的公开 | 6-7.11-15, 30-33. 34-37, 38-40, 41-43,44-47, 55-57, 58-59, OSR | ● |
| LA1 根据工种和区域对员工进行分类 | 55-57, OSR | ● |
| LA2 员工流动率 | 56, OSR | ● |
| IA3 全职员工的福利 | 34-37, 38-40, 42, OSR | ● |
| LA4 签订集体谈判协议的员工 | 5, 31, 37, 55, 57, OSR | ● |
| LA5 运营变化的最短通知时间 | 5, 31, 37, OSR, GP | ● |
| LA6 联合健康与安全委员会员工代表 | 39, 57, OSR | ● |
| LA7 职业病、损失工作日和死亡事故数量 | C3, C4, 38-39, 56, OSR | ● |
| LA8 重病康复训练 | 38-39.41-43, 57, OSR | ● |
| IA9 有关健康与安全的工会协议 | 38-39, 57, OSR, GP | ● |
| LA10 每位员工的培训 | 34-37, 57, OSR | ● |
| LA11 终身学习计划 | 34-37, OSR | ● |
| LA12 定期绩效考评和事业发展评估 | GP | ● |
| LA13 管理机构的构成 | 36,42, 55, 57, OSR, GP | ● |
| LA14 性别薪酬差异 | OSR | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|------------------|-----------------------------------|----|
| 社会绩效指标：人权 | | |
| 管理方式的公开 | C2,4,12-14, 30-33, 36, 58-59, OSR | ● |
| HR1 投资协议 | 15, OSR.GP | ● |
| HR2 对供应商的人权审查 | 15,OSR,GP | ● |
| HR3 人权培训 | - | ● |
| HR4 歧视 | 36, OSR | ● |
| HR5 员工结社和集体谈判的自由 | 5, 31, 37, 42, 55, 57, OSR | ● |
| HR6 童工 | OSR | ● |
| HR7 强制劳工 | 46, OSR | ● |
| HR8 安保人员培训 | OSR | ● |
| HR9 本地居民权利的侵犯 | OSR | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|-------------------|---|----|
| 社会绩效指标：社会 | | |
| 管理方式的公开 | C2,12-15, 30-33,41-43, 58-59, AR 98-99, OSR, GP | ● |
| SO1 对社区的影响 | 12-14. 30-33, 41-43,44-47, OSR, GP | ● |
| S02 腐败风险 | 12-14, AR 100-101, OSR | ● |
| S03 反腐败培训 | 12-14, AR 100-101, OSR | ● |
| S04 反腐败行动 | 12-14, AR 100-101, OSR | ● |
| S05 游说 | 12-14,44-47, AR 98-101 | ● |
| S06 向政治团体的捐赠 | OSR | ● |
| S07 对反竞争行为采取的法律措施 | 12-14, AR 98-101 | ● |
| S08 对违法和违规行为的制裁 | 12-14, AR 98-101. OSR | ● |

| GRI公开标准 | 参考资料 | 状态 |
|----------------------|---|----|
| 社会绩效指标：产品责任 | | |
| 管理方式的公开 | 8-10,11-14.18-21. 23, 24-27, 28-29, 39-40. 58-59. OSR | ● |
| PRI 产品生命周期内对健康和安全的影 | 8-10.11-14.18-21. 23, 24-27, 28-29, 39-40, 58-59. OSR | ● |
| PR2 未达到健康与安全标准 | 39-40, OSR | ● |
| PR3 产品信息 | 14.19-21, 24-27, 58-59, OSR.GP | ● |
| PR4 未达到产品信息标准 | 14, OSR | ● |
| PR5 顾客满意度 | 4,8-10,14, 21, 26. 34. OSR | ● |
| PR6 营销传播标准 | 19-21,12-14. AR 100-101, OSR.GP | ● |
| PR7 未达到营销传播标准 | 12-14, AR 100-101. OSR | ● |
| PR8 有关侵犯顾客隐私权的投诉 | 12-14. AR 100-101, OSR | ● |
| PR9 对违反产品和服务规定的行为的制裁 | 12-14. AR 100-101, OSR | ● |

独立认证报告

致大众汽车股份公司（沃尔夫斯堡）：

我们接受位于沃尔夫斯堡的大众汽车股份公司的委托，在遵循 AA1000 AccountAbility 原则方面以及对大众汽车股份公司在 2009/10 可持续发展报告（后文称“可持续发展报告”）中使用的各项可持续发展数据进行了独立认证，以获取中度保证ⁱ。

法人代表的责任

大众汽车股份公司的法人代表须承担以下责任

- 遵循 AccountAbility 原则标准（2008）（“AA1000 AccountAbility 原则”）中规定的有关包容性、重大性、响应性的原则；
- 按照全球报告倡议组织（GRI）可持续发展报告指南第三卷（第 7 至 17 页）中设定的标准收集和编写可持续发展报告中与可持续发展相关的信息。

其责任包括，对相关系统和流程进行构想、实施和维护，以确保遵循 AccountAbility 原则；在编写可持续发展报告的过程中，在给定的条件下进行恰当的假设和推断。

审计师的责任

我们的责任是根据我们的认证程序形成独立的意见，或确认在我们认证的所有资料中是否有任何信息致使我们相信

- 大众汽车股份公司的系统和流程未遵循 AccountAbility 原则；或
- 可持续发展报告封页 C2 “报告概要”中所列的有关可持续发展的数据信息的收集和准备不符合 GRI 标准。

我们根据 AA1000 认证标准（AA1000AS）2008 和国际认证业务准则（ISAE）3000 进行独立的认证。

这些标准要求我们根据重大性原则履行我们的职业责任，规划并执行认证业务，以获取中度保证ⁱ，该认证的等级经由大众汽车股份公司同意。如 AA1000AS（2008）条款 3.2 所规定，我方为独立机构。根据我们在非财政评估、可持续发展管理以及社会和生态问题方面的专业知识和经验，我们具备进行独立认证所需的能力。我们的独立认证业务旨在获取中度保证ⁱ，此认证业务的范围小于获取高度保证ⁱⁱ所执行的认证业务的范围。执行认证业务的独立审计师须对其所选的待审验的问题做出忠实的的评判。在审验是否遵循 AccountAbility 原则方面，我们的审验程序包括与管理层探讨、审核相关文件、对与相关系统和流程的实施和适当性有关的证明资料进行随机检查。

对于所选的可持续发展信息，我们的审验工作包括如下方面：

- 与负责汇报可持续发展信息和以流程为导向的环保工作的员工探讨；
- 检查用于编写、计算和汇报可持续发展信息的系统和流程；
- 对数据质量保证的控制进行检查；
- 对所选的可持续发展数据进行分析性评估；
- 对所选工厂进行实地审查，询问与工厂相关的问题，并收集数据。

资料调查结果和审验结果

有关 AccountAbility 原则中最基本的一项——包容性：

- 备有内部文件和公示信息，对重要利益相关方的确定和分析以及利益相关方的各种义务进行说明。
- 我们发现相关资料可证实大众汽车股份公司已建立起一套程序，用于召集利益相关方参与可持续发展相关问题的决策过程，以及召集利益相关方进行对话。
- 我们建议提供一些易于理解的文件，说明利益相关方参与的计划和进一步发展情况。

有关 AccountAbility 原则中的实质性：

- 通过内部文件以及与管理层探讨，找到依据说明公司已拥有确定可持续发展问题重大性程序的决定因素。
- 在对可持续发展报告进行严格的审阅之后，我们判定，须优先处理的内部问题在报告中得到了恰当的反映。
- 我们建议进一步发展确定可持续发展问题的相关性和影响的流程，并对进一步发展进行适当的文件记录。
- 我们建议针对可持续发展课题的各个方面进行更多的内部沟通。

有关 AccountAbility 原则中的回应性：

- 有内部文件可证明建立了相关程序，记录和考虑利益相关方提出的事项。
- 通过各种示例和内部文件，我们判定外部沟通涉及到了可持续发展课题的各个方面。
- 启动了一个有关开发范围广泛的 IT 系统（用于存储可持续发展信息）的项目，目标是将各个报告流程标准化、自动化，2010 年开始试运行。
- 我们判定大众汽车股份公司根据 GRI 标准制定了合适的、有关报告可持续发展情况的准则。
- 我们建议以后将处理利益相关方问询的过程制定为一套具有约束力的程序，记录在文件中。

基于我们中度保证的独立认证，我们在所有资料中未发现任何事项可致使我们相信

- 大众汽车股份公司安装的系统和流程未遵循 AccountAbility 原则；或
- 可持续发展报告封页 C2 “报告概要”中所列的有关可持续发展的数据信息的收集和准备不符合 GRI 标准。

更多建议

除与 AccountAbility 原则相关的建议之外，在不影响我们以上认证观点的情况下，我们提出以下补充建议：

- 数据整合自动化，例如引入范围广泛的 IT 系统用于存储可持续发展信息。
- 对定义、数据计算、合并步骤进行详细说明，在使用统一的可持续发展信息有关的程序说明的框架内设置控制环节。
- 对是否遵循大众环境规范 98 000 以及可持续发展数据内部报告流程标准，通过质量保证机构或内部审计部门进行系统性的监控。

汉诺威，2009 年 8 月 14 日

普华永道会计师事务所

审计师：

Harald Kayser, Michael Werner

ⁱ AA1000AS（2008）中所述的“中等可信性认证”等同于 ISAE 3000 中所述的“有限保证”。

ⁱⁱ AA1000AS（2008）中所述的“高可信性认证”等同于 ISAE 3000 中所述的“合理保证”。

联系方式和报告制作信息

出版

大众汽车集团
Berliner Ring 2
38440 沃尔夫斯堡, 德国

集团环境研究

Hans-Jurgen Stauss博士
战略、汽车负责人
电话: +49 (0) 53619 – 42866
E-mail: hans.stauss@volkswagen.de

集团对外关系

Gerhard Pratorius博士
CSR和可持续协调负责人
电话: +49 (0) 53619 – 44280
E-mail: Gerhard.praetorius@volkswagen.de

编辑管理联系人

Daniel-Sascha Roth 博士
电话: +49 (0) 53619 - 49171
电子邮件: daniel-sascha.roth@volkswagen.de

2009年8月 第1版

© 版权归大众汽车集团所有 2009

编辑

大众汽车集团, 沃尔夫斯堡

概念、排版、设计编辑

Crossrelations公司, 杜塞尔多夫
大众汽车集团

图片

PhotoAlto/Odilon Dimier/gettyimages
Per-Anders Pettersson/gettyimages
Kreuels/laif
Rapho/laif © Leimdorfer
REA/laif © Rolle
Jungeblodt/laif
Knoth Fotografie
大众汽车集团

本书采用经PEFC认证的环保纸张印制。

订阅

通过网址: www.volkswagenag.com/sustainability 或大众汽车分发服务部订阅, 联系方式:
Postfach 1450, 33762 Versmold 德国

大众汽车股份公司持续开展对所有车型的研发工作, 设计、设备和技术规格可能随时发生变更。因此, 此报告中的数据、图片、说明等相关资料, 不构成任何诉讼的依据。

