

2025年 环境、社会和公司治理 (ESG) 报告

北京巴士传媒股份有限公司



北京巴士传媒股份有限公司

地址：北京市海淀区紫竹院路32号

电话：010-68477383

传真：010-68731430

<http://www.bbcm.com.cn>



北巴传媒
微信服务号二维码



北巴传媒
官方网站二维码



目录

关于本报告	01
董事长致辞	03
走进北巴传媒	05
责任事记与绩效	09
可持续发展管理	13
附录	67

01

深耕业务，铸就品质

坚守卓越服务品质	18
深化广告业务运营	22
强化汽车服务能力	25
深耕绿色能源服务	27
优化客户服务管理	31

02

资源循环，低碳运营

坚定低碳绿色转型	35
推进循环经济发展	39
践行生态保护理念	42
环境领域关键绩效	45

03

责任践行，共益福祉

夯实人才组织基础	48
深化行业协同生态	56
履行企业社会责任	58

04

筑基强本，规范治理

深化党建引领发展	63
优化治理规范运行	65

关于本报告

报告概览

北京巴士传媒股份有限公司已连续十年发布企业社会责任报告。自2023年起，公司将社会责任报告升级为环境、社会及公司治理（ESG）报告，本报告为公司面向利益相关方发布的第三份ESG报告。报告全面披露公司2025年度在环境、社会及公司治理等责任领域的实践成果与绩效表现，持续构建系统化双向沟通机制，精准识别并积极回应各利益相关方的核心关切与发展期望。

报告时间范围

2025年1月1日-2025年12月31日。

报告组织范围

本报告组织范围包括北京巴士传媒股份有限公司及其下属分、子公司，除另有说明外，本报告范围与本公司年度报告范围一致。

报告指代说明

全称	简称
北京巴士传媒股份有限公司	北巴传媒公司/公司/我们
北京公共交通控股（集团）有限公司	北京公交集团
北京巴士传媒股份有限公司广告分公司	广告分公司
北京公交广告有限责任公司	公交广告公司
北京北巴汽车销售服务有限公司	北巴汽车公司
北京天交报废汽车回收处理有限责任公司	天交公司
北京巴士汽车租赁有限责任公司	北巴租赁公司
隆瑞三优新能源汽车科技有限公司	隆瑞三优公司
北京巴士海依捷汽车服务有限责任公司	海依捷公司

报告参考标准

本报告根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》，同时参考全球报告倡议组织标准（GRI 标准）等规定和要求编写。

报告信息来源

本报告所使用的信息均来自公司的统计文件或公开文件，以及经公司各职能部门统计与汇总的可持续发展实践信息。

报告审阅与批准

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对报告内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告发布形式

报告以电子版形式发布，可登陆上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）或本公司网站（<http://www.bbcm.com.cn>）下载查阅。



董事长致辞

2025年，顺应经济社会绿色转型与高质量发展大势，北巴传媒公司持续深化业务结构调整与运营效率提升，将ESG理念深度融入公司治理与业务运营，着力构建业务高质量发展与社会价值、生态效益协调统一的可持续发展格局。

广告传媒业务坚持创新驱动，实现商业价值与社会效益融合发展。我们聚焦自营能力建设与媒体资源提质，依托候车亭及车身核心资源优化经营布局，积极拓展直客市场并打造高端定制品牌线路；构建新媒体营销矩阵、拓展公交文创，推动商业价值与文化传播价值协同提升，并依托公交媒体网络积极开展公益宣传，服务城市文化形象建设与社会正能量传播。

汽车服务打造新能源服务生态链，深度参与循环经济绿色发展。公司积极响应汽车产业新能源转型趋势，稳步推进品牌优化与资源整合，引入零跑电池维修中心、极氪家及特斯拉授权钣喷等项目，不断提升公司在绿色出行领域的综合服务能力与市场竞争力；积极推进报废车辆绿色拆解与零部件资源化利用，布局电池回收体系，通过技术手段提高资源回收效率，降低全产业链环境影响，切实为城市资源循环与低碳发展提供支撑，助力城市绿色转型。

新能源业务完善充电服务水平，积极服务城市绿色出行转型。公司致力于构建“智慧能源生态”，在保障公交充电网络稳定运营基础上，积极拓展社会化充电服务，全年累计投运公共充电站700余处、



充电桩6,000余根，服务社会车辆充电显著增长；通过超级充电技术与数字化平台结合，利用大数据提升电力调度与服务水平，以技术创新助力绿色出行，不断提升城市公共充电服务水平。

我们坚持党建引领，将党建工作融入经营决策、业务发展的全过程，不断完善“三重一大”决策机制和合规管理制度体系，持续完善权责法定、有效制衡的治理结构，提升董事会科学决策与合规运行水平。在履行社会责任方面，我们重视保障员工权益，强化人才发展机制，通过多序列岗位体系与实战平台激发员工的潜能与价值；积极响应国家双碳目标，跨省采购绿电累计3亿度；结合自身业务特点与资源优势，支持乡村振兴，彰显国企担当。

面向未来，北巴传媒公司将继续围绕首都城市功能定位与绿色发展要求，以可持续发展理念为指引，加快转型升级、培育发展新动能，持续深化文化传媒、汽车服务、新能源与循环经济三大主业的协同创新与价值融合，全面提升面向未来的综合服务能力，为首都高质量发展与社会绿色转型贡献坚实的企业力量。

北京巴士传媒股份有限公司

董事长 吴名

2026年4月

走进北巴传媒

公司概况

北京巴士传媒股份有限公司成立于1999年6月18日，于2001年1月4日在上海证券交易所成功发行人民币普通股股票（A股）8,000万股，并于同年2月16日成功上市，股票代码600386。

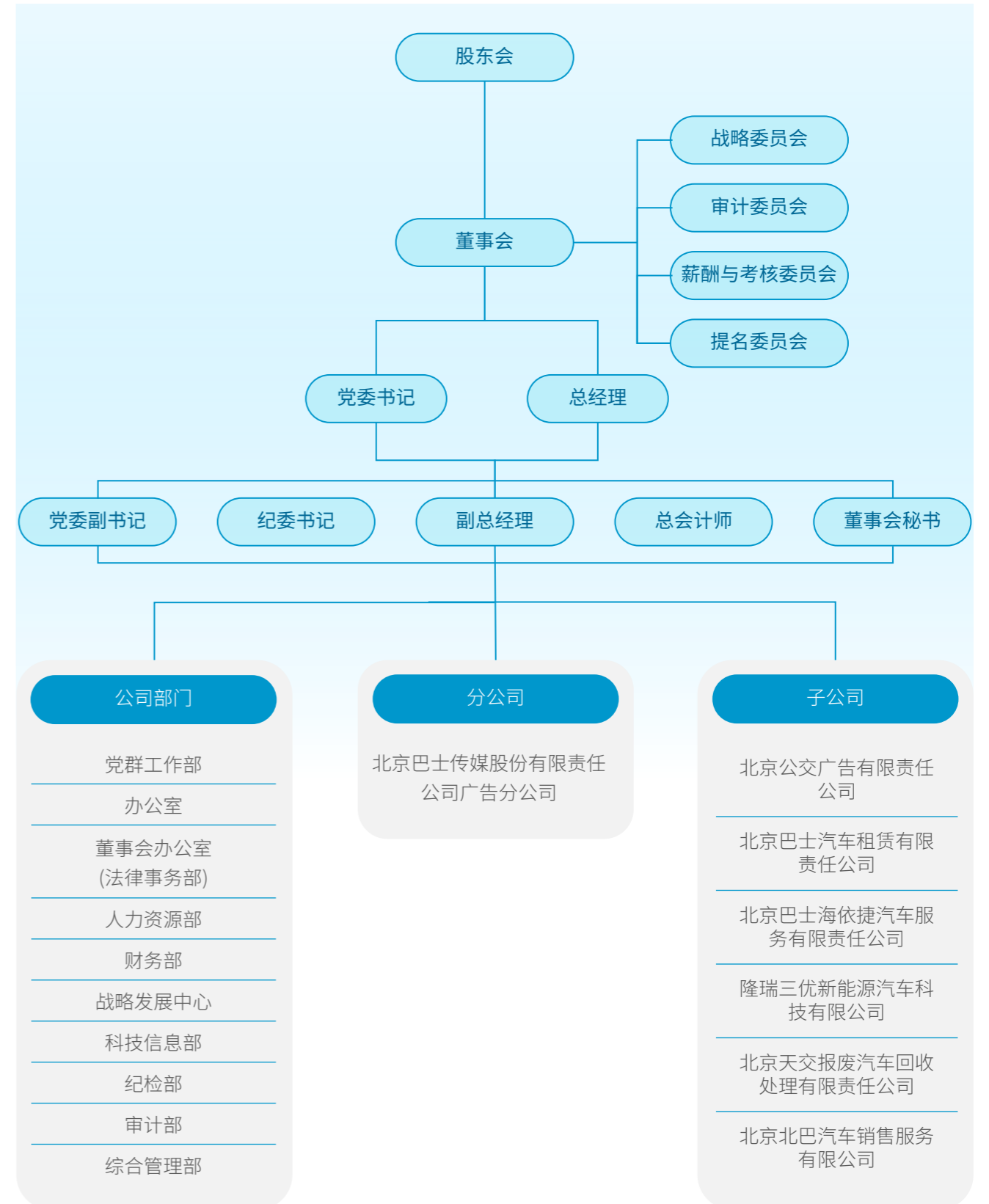
北巴传媒公司是北京公共交通控股（集团）有限公司所属唯一上市公司，主营业务包括广告传媒板块、汽车服务板块、新能源板块。公司紧密围绕首都发展大局和公交集团公司“打造国内领先、世界一流的现代城市客运出行综合服务商”定位，坚定以集团擘画的“品质公交、智慧公交、绿色公交、平安公交、韧性公交、温情公交”发展蓝图，为各业务板块指明前进方向。

广告传媒业务板块由广告分公司及公交广告公司构成，统筹运营北京市公交车身、车厢内、候车亭等核心户外媒体资源，积极拓展文创产品开发、升级媒体营销模式，致力于打造集媒体运营、创意策划、品牌传播于一体的综合性传媒服务商。

汽车服务业务板块由海依捷公司、北巴汽车公司、北巴租赁公司及天交公司组成，其业务涵盖汽车销售维修、租赁、报废拆解，构建了从“前端销售租赁”到“后端拆解再生”的完整汽车服务产业链。

新能源业务板块以隆瑞三优公司为主体，是国家高新技术企业及北京市“专精特新”企业。业务涵盖充电桩投资建设与运营管理，并积极拓展智慧能源管理、绿电交易及电池数据资产商业化等新领域，持续为城市绿色低碳转型注入动力。

组织架构



企业文化

企业使命

创造更多价值
传递美好生活

以专业铸就能力，以服务成就客户，持续为股东创效、为员工谋利，与社会各界共创价值，共享美好生活



企业愿景

引领品牌传播
赋能绿色交通
成为现代出行生活综合服务商

围绕与出行生活相关的领域，多元协同、优化整合，立志成为业务品质化、管理现代化、队伍职业化、品牌知名化的综合服务企业

经营理念

以诚信服务客户
以合作实现共赢
以品质提升效益



企业精神



忠诚磊落



踔厉奋发



坚韧不拔



善作善成



责任事记与绩效

责任事记

2025年

1月

抖音集团北京公司副总裁带队到访北巴传媒公司，双方就公交乘车码支付领域合作进行深入交流，为后续互利共赢奠定基础。

2月

北巴传媒公司被授予北京榜样礼遇联盟成员单位。

3月

北巴传媒公司组织各分、子公司开展庆祝“三八”国际妇女节系列活动，向全体女职工致以节日祝福，传递组织关怀。

4月

光华科技副总裁带队到访北京公交集团，与北巴传媒公司就天交公司报废机动车拆解及动力电池回收利用产业合作进行深入交流，共同探索北京新能源循环产业市场机遇。

5月

天交公司设立“党员服务岗”，提供社区一站式政策咨询与手续代办服务，切实提升服务效率，有效打通服务惠民“最后一公里”。

北巴传媒公司及下属企业积极拓展外部合作，先后与福州公交集团、雄安集团基础建设公司、北京航天华盛科贸公司等开展调研交流并达成合作意向。

北巴传媒公司与一卡通公司开展洽谈，拟在广告精准投放与新能源充电业务拓展等方面深化合作，携手推动业务升级与数字化转型。

6月

隆瑞三优公司亮相德国汉堡UITP全球公共交通峰会，集中展示了超级充电技术及“车-桩-云”协同创新成果。

7月

广告分公司携公交车模文创产品亮相主题线下市集，通过“公交IP+城市消费”模式积极拓展品牌文化传播新场景。

8月

广告分公司在五城区298个公交站点上刊863块灯箱画面，完成重大活动宣传保障任务，营造浓厚宣传氛围。

9月

广告分公司与宁夏回族自治区农业农村厅、中国农业电影电视中心联合主办“乡味宁夏·六特农产品进京暨乡村振兴公交线路发车仪式”，助力宁夏枸杞、滩羊等“六特”农产品的推广。

北巴传媒公司携手智达科技代表北京公交集团亮相服贸会，集中展示了智慧公交数字化转型成果及新能源超充服务等全产业链创新布局。

10月

北巴传媒公司出席第32届中国国际广告节，并与南京公交围绕公交媒体运营管理经验及未来合作方向开展友好洽谈。

11月

北巴传媒公司与特来电新能源公司开展座谈，围绕充电桩行业现状、风险管控及盈利提升策略进行深度交流，共促高质量发展。

北巴传媒公司组织开展消防安全宣传日系列活动，通过知识培训与应急演练有效提升员工安全防范与处置能力。

12月

隆瑞三优公司荣获北京市“专精特新”中小企业称号。

可持续发展亮点绩效

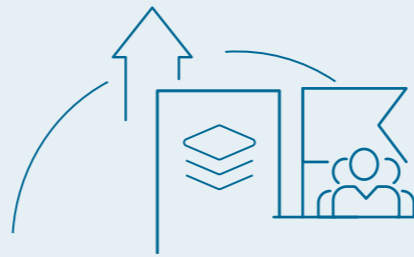
环境

温室气体范围1排放量：**7,179.43** 吨二氧化碳当量
 温室气体排放总量：**12,718.50** 吨二氧化碳当量
 温室气体范围2排放量：**5,539.07** 吨二氧化碳当量
 温室气体排放强度：**3.25** 吨二氧化碳当量/百万营收



治理

全年召开董事会**10**次，党委会**33**次，经理办公会**28**次
 围绕“三重一大”事项进行科学、民主、依法决策共计**70**项



社会

利用车身媒体发布公益广告**10,360**余部；利用候车亭媒体发布公益广告**48,714**余块

投运公交充电站**238**处（1,522台充电桩）、驻地充电站**687**处（6,524台充电桩）、超级充电站**53**处（377台充电桩），年度公交充电量**36,183.10**万度，年度社会充电量达**4,440.88**万度

回收社会报废车辆**8,001**辆，接收报废公交车辆**579**辆

研发投入总金额：**2,561.91**万元

全年累计培训**2,845**人次，年度培训支出共计**10.16**万元，实现关键岗位人员培训覆盖率**100%**

乡村振兴投入金额**20.96**万元



可持续发展管理

可持续发展治理架构

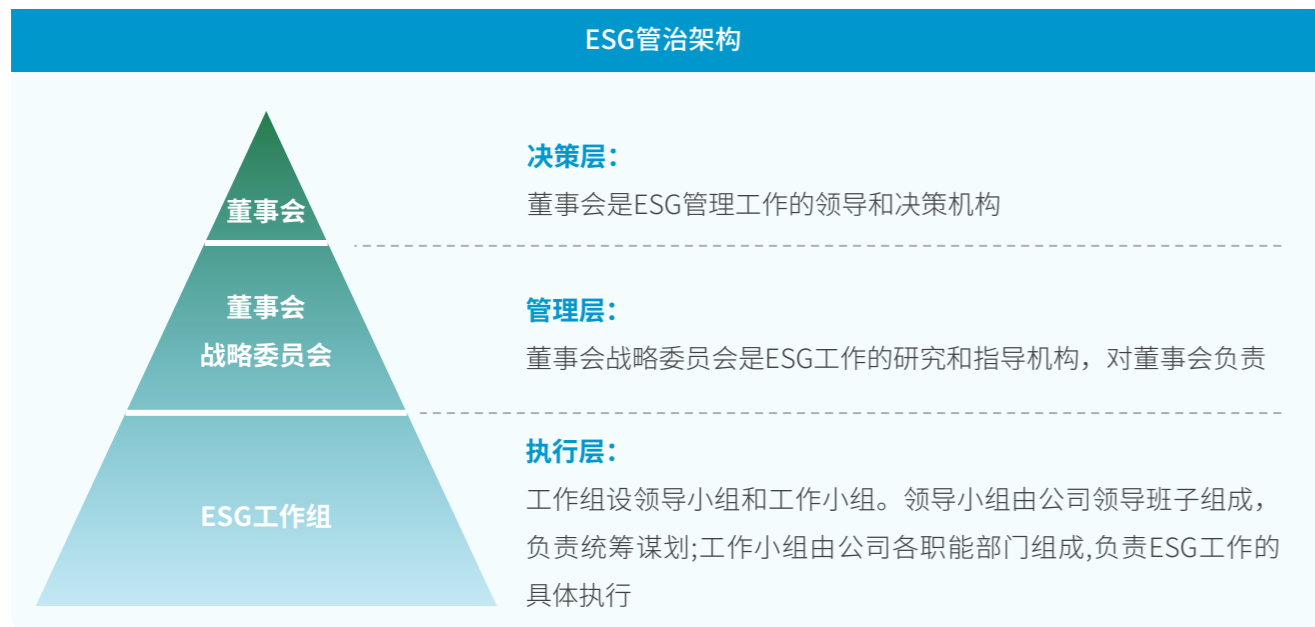
我们高度重视ESG管理，不断完善ESG治理体系。公司董事会作为公司ESG工作的最高决策机构，承担全面监管和领导责任，确保相关议题融入公司治理与战略核心。

董事会下设董事会战略委员会，由四名董事组成，董事长担任主任委员，另包含三名具备战略规划、财务风控、ESG合规等多元背景的独立董事，为公司可持续发展议题的决策提供了专业的治理基础与判断支撑。

董事会战略委员会职权覆盖可持续发展与ESG管理的全链条，其核心职责包括：研究并提出公司长期发展战略规划建议；对重大投资、融资、资本运作及资产经营方案进行研究并提出建议；统筹推动公司ESG体系建设，研究并提出相关战略政策建议；审阅公司可持续发展与ESG相关报告，并就实质性议题提出专业意见；对影响公司战略与可持续发展的重大事项进行研判、提出建议、检查与监督。

董事会办公室是公司ESG工作的日常联络和协调机构，日常对接公司ESG管理的相关工作要求；各职能部门及子公司是ESG管理工作的执行主体，承担职责范围内的主体责任，负责按照公司整体规划，落实ESG工作任务并定期汇报执行情况；公司董事有权对公司履行ESG职责的情况提出意见和建议，由ESG工作组汇总相关意见，并定期提请董事会战略委员会研究讨论并将形成的议案提交董事会审议。

此外，根据工作需要，公司也会聘请相关领域的专家顾问或专业机构，为推进ESG工作提供专业化建议。



可持续发展理念

我们积极贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，并将其融入经营发展的各领域和全过程，通过在安全生产、科技创新、公司治理、人才培养等方面的努力和实践，推动产业高质量发展，在为社会贡献力量的同时实现环境友好建设。



公司ESG理念

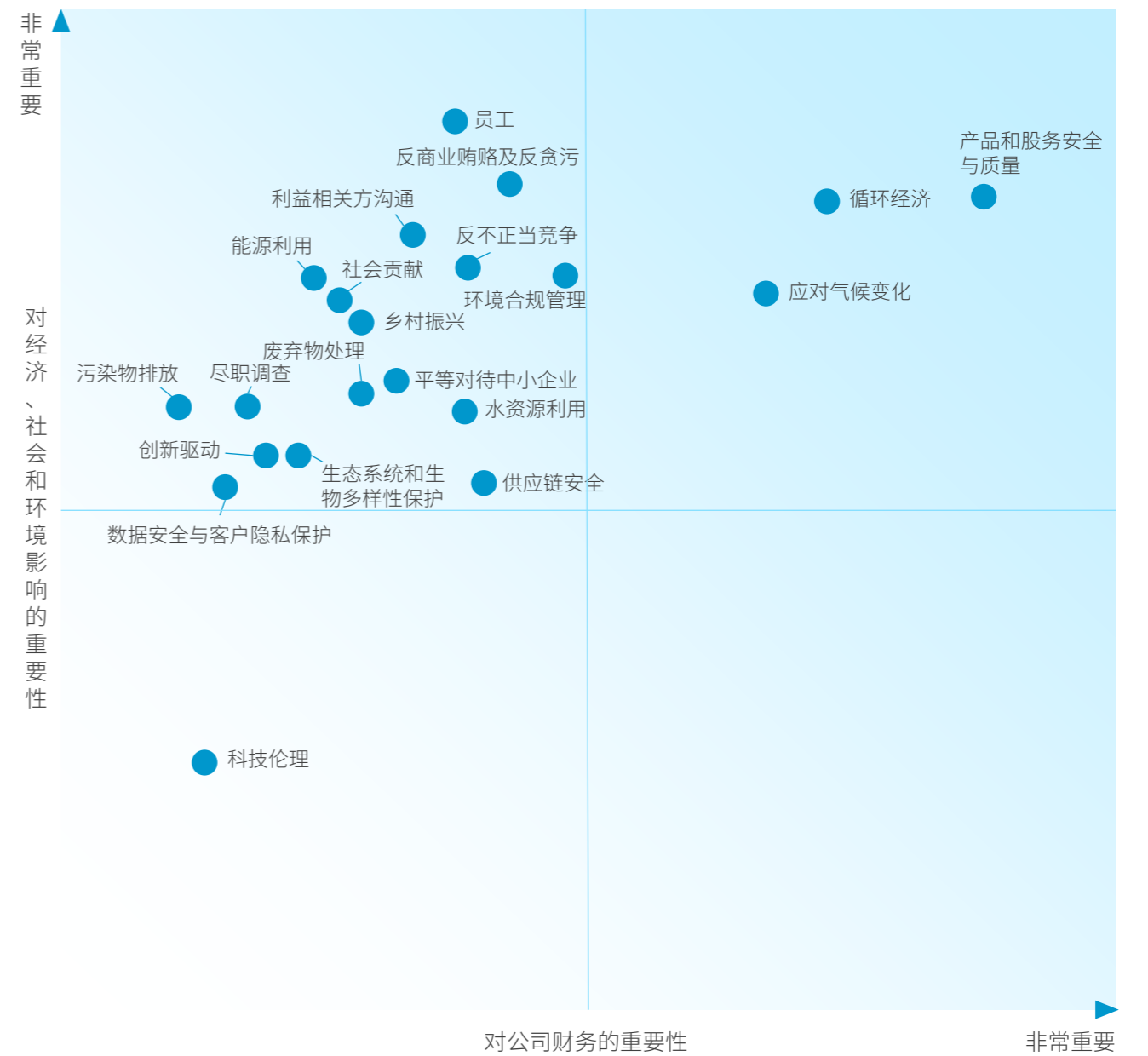
利益相关方沟通

我们高度重视与内外部利益相关方的沟通与交流，致力于构建系统化的利益相关方参与机制，通过定期沟通，倾听来自员工、客户、投资者、股东、供应商、政府部门等多方的声音。我们不断健全沟通机制、拓宽多元化沟通渠道，力求精准识别并响应各方关切与诉求，并将其作为制定公司可持续发展计划、优化ESG管理体系的重要参考依据。

利益相关方	关注及沟通议题	沟通渠道
投资者	反不正当竞争 反商业贿赂及反贪污 产品和服务安全与质量	循环经济 员工 利益相关方沟通 完善治理体系 定期报告、公告 交易所上证e互动平台 股东会、董事会
政府及监管部门	平等对待中小企业 反不正当竞争 反商业贿赂及反贪污 社会贡献	乡村振兴 环境合规管理 应对气候变化 利益相关方沟通 专题汇报 调研拜访 项目合作 工作会议 统计报表
客户	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 创新驱动	客户反馈 客户关系管理 在线服务
员工	员工	职工代表会议 工会 公司信箱 微信 文体活动 走访慰问
供应商/同行	供应链安全 平等对待中小企业 反商业贿赂及反贪污 尽职调查	能源利用 创新驱动 循环经济 利益相关方沟通 商务谈判 合同、协议 培训、技术交流会
社区	乡村振兴 社会贡献 生态系统和生物多样性保护	废弃物处理 水资源利用 应对气候变化 利益相关方沟通 环保业务拓展 绿色环保宣传 投放公益广告 开展公益活动 促进乡村振兴

双重重要性评估

公司不断优化可持续发展议题的识别与评估机制。本年度，公司重点参照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》（以下简称“《指引》”），对可持续发展议题开展了双重重要性评估。评估围绕“财务重要性”与“影响重要性”两个维度，系统识别、分析与公司经营发展密切相关的可持续发展议题，并据此构建了双重重要性议题矩阵¹。



¹ 公司业务专注于广告传媒、汽车服务及新能源综合服务领域，目前经营活动不涉及需进行科技伦理评估及管理的前沿科技领域，因此科技伦理议题暂不适用于公司现有运营范畴。

01

深耕业务 铸就品质

坚守卓越服务品质

深化广告业务运营

强化汽车服务能力

深耕绿色能源服务

优化客户服务管理



坚守卓越服务品质

2025年，北巴传媒公司围绕广告传媒、汽车服务及新能源三大业务板块，持续完善全过程质量控制机制，不断提升服务交付质量与客户响应能力。

在强化质量管理的同时，公司以技术突破驱动服务升级，为业务发展与市场竞争力提升提供坚实支撑²。截至2025年，隆瑞三优公司以推动技术研发与成果转化为目标，先后获得了“国家级高新技术企业证书”“中关村高新技术企业证书”“专精特新”中小企业证书，共取得54项软件著作权、19项发明专利授权证书和16项实用新型专利证书，并参与3项团体标准制定。

治理

公司建立了系统的产品安全管理与质量保障体系，在董事会领导下，由董事会战略委员会负责相关战略与重大事项的审议决策。在执行层面，公司针对广告传媒、汽车服务、新能源三大业务板块特点，设立了专职质量管理体系与相应执行部门，各部门分别统筹各业务板块的质量安全体系建设、日常运维与持续改进工作，通过组建具有专业能力的项目团队，全面落实产品质量与服务质量管理责任。为提升管理透明度与跨板块协同效率，公司设置定期质量报告机制，确保各业务板块在遵循统一质量方针的同时，能够针对自身业务特性实施精准化质量管理。为持续精进服务品质，公司已将服务质量保障指标纳入相关人员的绩效考核。

公司制定了包括《广告发布全流程质量管控细则》《车辆检查维护作业标准》《充电桩建设质量验收规范》等一系列标准化制度，形成了从方案设计、服务交付到客户反馈的全过程质量控制机制。

战略

公司持续聚焦产品品质与客户服务体验的提升。面对行业技术迭代加速、市场需求演变及外部环境复杂化等多重因素，公司在三大业务板块的质量安全与服务领域既面临挑战，也存在机遇。为有效应对公司产品和服务安全与质量方面的风险与机遇，公司系统识别并评估相关影响因素，针对性制定应对措施，保障经营稳健有序，持续增强市场竞争能力与客户认可度。

² 2025年，公司研发投入总金额为2,561.91万元，占营业收入0.66%；研发人员总数31人，占总员工数2.72%。

风险/机遇分析	风险/机遇	类型	风险/机遇描述	发生概率	影响周期	影响程度	财务影响	应对措施
	风险	市场风险	产品或服务质量不稳定，影响客户体验与品牌声誉，可能导致业务合作中断或市场份额下降	中	中期	中	收入下滑，客户维系成本增加	建立标准化服务流程与质量监控体系；定期开展客户满意度调研并针对性改进。
	机遇	市场机遇	通过服务创新与技术升级提升业务竞争力，拓展新客户群体或新业务场景，增强市场影响力。	中	长期	中	收入来源多元化，盈利能力提升。	持续优化服务模式，探索业务协同机会；加强品牌宣传与市场合作。
		政策机遇	国家及地方政策鼓励公共服务升级与产业融合发展，公司可依托现有业务基础争取政策支持或项目资源。	中	长期	高	获得补贴或合作项目，降低运营成本	积极跟进相关政策，保持与政府部门沟通，推动业务合规与创新。
影响分析	影响类型	影响描述	影响范围	应对计划				
	正面影响	提升公共服务质量与效率，促进行业规范发展，将增强社会公众对相关服务的信任与满意度。	/	企业运营	价值链下游	制定全流程服务质量标准；建立客户反馈机制与持续改进体系；加强员工培训与服务意识教育。		
	负面影响	服务过程中出现质量或安全问题，引发客户投诉或合规风险，将对企业声誉和运营稳定性及客户利益造成损害。	/	企业运营	价值链下游	严格执行服务安全与质量检查；建立应急响应机制与客户投诉快速处理流程；定期开展风险排查与整改。		

注：

- 发生概率：指风险/机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生概率从“低”到“高”。
- 影响周期：不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1-5年）、长期（5年以上）。
- 影响程度：综合考虑发生概率、影响大小、影响时间范围等因素，结合公司实际，优先级排序分为“低”“中”“高”。
- 基于当前可获取的资料分析，相关风险及机遇未对公司当期财务状况、经营成果及现金流产生重大影响，且对公司下一年度财务状况、经营成果、现金流产生重大影响的可能性极低。同时，相关风险与机遇的相关财务影响难以单独估计，当前量化测算存在一定不确定性。未来，公司将逐步推动披露形式由定性向定量深化。

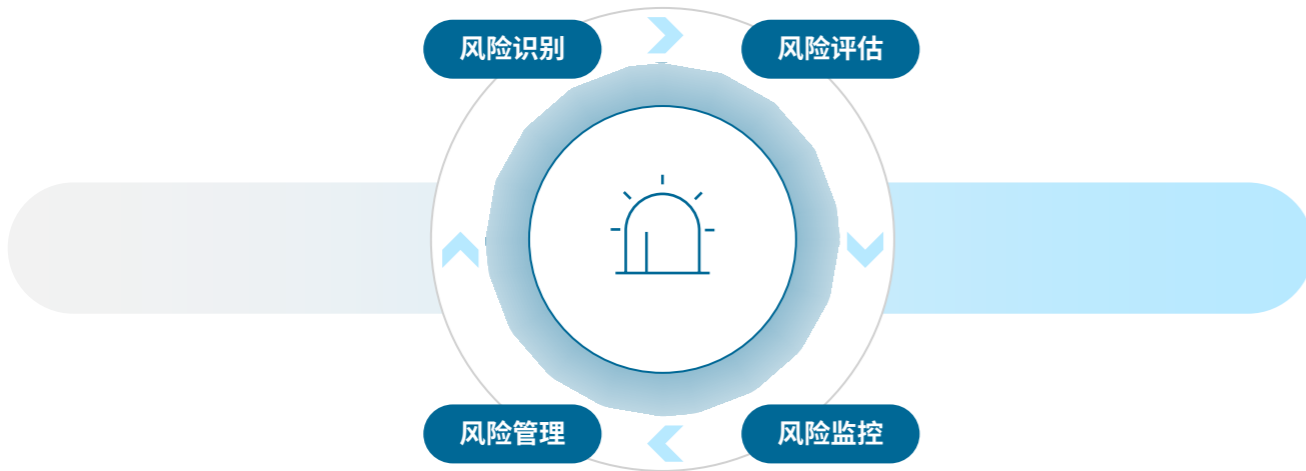
影响、风险与机遇管理

公司高度重视各业务板块在运营过程中所涉及的可持续发展相关影响、风险与机遇的识别与管理，并持续推进各业务的质量相关认证。

在风险管理方面，公司形成“识别-评估-监控-管理”的闭环体系：

公司结合广告传媒、汽车服务、新能源三大业务板块特点，通过客户反馈、内部巡检、服务质量评审等方式，识别各业务环节中存在的内外部风险，涵盖广告内容审核、车辆维修作业、充电桩建设运维等关键节点。

依据风险发生可能性和潜在影响程度，将服务质量与安全相关风险划分为高、中、低三个等级。对可能引发重大客户投诉、媒体发布事故、运营中断或监管处罚的高优先级风险，明确应对责任并启动处置流程。



将质量风险管理要求纳入公司现有管理制度与业务流程，推动三大业务板块在方案设计、服务交付、客户反馈等环节形成闭环，确保质量管控措施在运营各层面有效落实。

由相关业务部门负责收集、分析与报告质量数据，覆盖广告制作发布、汽车租赁维修、充电设施运营等环节。通过定期服务质量监测、设备运行状态跟踪及客户满意度评价，及时发现潜在问题与风险趋势。



关于公司在广告传媒、汽车服务、新能源三大业务板块的具体实践、管理措施与成效，更多详细内容可参见本报告“深化广告业务运营”“强化汽车服务能力”“深耕绿色能源服务”“优化客户服务管理”等章节。

指标与目标

2025年公司各业务板块服务质量持续提升，客户总体满意度达到96.5%，合同履行率保持100%。本年度，公司未发生产品和服务相关的安全与质量重大责任事故。

公司将继续以客户满意为核心目标，进一步健全质量管理长效机制，推动各业务板块在服务质量、安全运营与客户体验等方面实现持续优化与提升。

深化广告业务运营

公司以数字化推动媒体业务升级，促进广告传媒高质量发展。通过优化团队结构、强化专业能力，激发市场拓展活力。同时，完善设施巡检与闭环管理，提升媒体运行品质，并依托公交媒体网络，积极服务城市形象与公益传播，践行企业社会责任。

赋能信息高效传播

公司制定《北巴传媒公司公交广告媒体“双审双签双备案”管理规定（试行）》，严格落实广告内容合规审核。同时，公司开展意识形态工作专题培训，确保发布内容合规合法，守牢媒体阵地安全。

公司严格落实站务设施整改整治，建立常态化巡检机制，重点加强对核心区域、重点设施的日常检查与隐患整改。针对公交候车亭灯箱、电子站杆等设施，广告分公司组建专项工作组，持续排查设施污损、黑屏等常见问题，并与专业维护团队协同响应，形成从发现问题到修复反馈的闭环管理，不断提升公交站务设施运行稳定性和外观整洁度。

公司依托公交车身、候车亭灯箱、车内挂板、场站灯箱等媒体资源，持续服务首都城市形象宣传与公共信息传播。2025年，利用车身媒体发布公益广告10,360余部，利用候车亭媒体发布公益广告48,714余块，为社会主义核心价值观、重大活动保障及城市公益传播提供户外展示平台。

2025年

利用车身媒体发布公益广告 **10,360** 余部

利用候车亭媒体发布公益广告 **48,714** 余块

为社会主义核心价值观、重大活动保障及城市公益传播提供户外展示平台



利用公交车身开展“援藏”主题宣传



利用公交候车亭开展“一带一路”主题宣传

案例

圆满完成中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年纪念活动保障任务

2025年9月，公司承接中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年纪念活动媒体保障任务。广告分公司组织专项工作小组，分阶段推进点位确认、画面核对、印制发布各环节，在一个月内完成五个城区860余块灯箱点位的现场确认及画面内容校对，后续三天内完成全部候车亭灯箱画面的印制与上刊。发布期间，采取常态化巡查方式，对画面清洁度及完好状态进行跟踪，保障发布期间整体展示效果。



公交候车亭纪念活动主题画面

加快数字化升级

公司秉持数字赋能媒体提质的理念，按照“稳存量、提增量、促创新、防风险”的经营思路，全方位推动广告传媒业务高质量发展。2025年，公司扩大销售人员范围并推行全员营销模式，组建自营团队与新媒体团队，并通过组织专项培训与行业对标学习，有效提升了销售人员的专业素质与自营能力，激发业务拓展活力。

聚焦媒体品质的迭代升级，公司严格对标《北京市公共汽车车身户外广告设置方案》相关要求，利用业务管理平台实现公交线路的精准适配与标注，创新打造“单层车大三侧”媒体形态，并推动智能候车亭设计方案编制，深度融合城市文化内涵。公司积极构建线上营销矩阵，在抖音、小红书等平台累计发布视频200余条，播放量超30万次，成功促成车身媒体广告合作。

案例

探索新媒体营销，推动公交文创数字化传播与销售

为积极拥抱数字化趋势，拓展文创产品销售渠道，广告分公司首次举办文创产品专场直播，积极探索“媒体+电商”融合模式。直播精准面向车模收藏爱好者及公交文化关注群体，通过专属优惠、实时互动、抽奖赠礼等方式增强用户参与。此次活动不仅开辟了线上直销新路径，更通过讲述产品故事、融入公交文化，增强了用户情感联结，推动销售向文化体验升级。



文创产品专场直播

强化汽车服务能力

公司围绕车辆各服务环节构建标准化质量管理体系，覆盖销售、维保、租赁及拆解等全链条服务，形成业务闭环。同时，公司积极发展新能源汽车业务，深耕新能源与中高端燃油车维修市场，推动门店向新能源销售与服务转型，持续拓展新能源服务布局。

完善汽车服务产业链

公司围绕车辆各服务环节建立标准化质量管理体系，覆盖整车销售、维修保养、汽车租赁、报废拆解等业务环节，形成闭环服务能力。北巴汽车公司制定《所属各经营单位大客户维修管理办法》《商品车管理办法》，规范售后维修协议签订、价格管控及进销存流程，防范经营风险。

整车销售

系统梳理所属16家经销门店的管理体系，建立统一的服务流程和服务标准，以提升服务品质，持续打造海依捷、北巴汽车两大服务与贸易品牌。

维修保养

在拆解作业流程设置36个质量控制点，关键零部件更换后须进行性能测试，全年维修车辆返修率降至0.8%；建立统一的技师培训与质量考核机制，电池检测、电机维修等核心作业须出具第三方检测报告。

汽车租赁

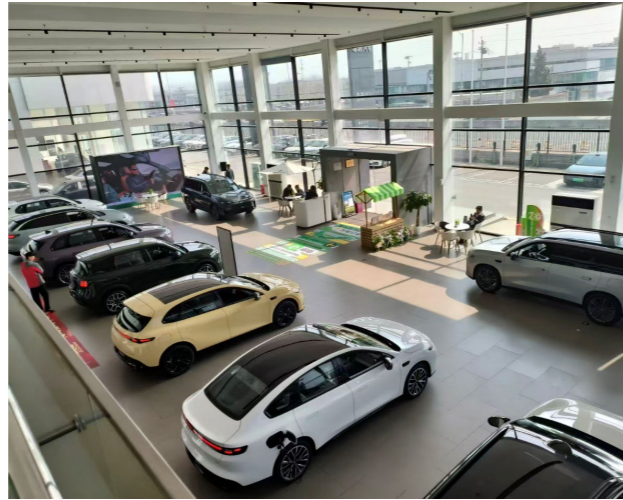
执行“出车前、行车中、收车后”三检制度，每台租赁车辆日检项目不少于12项，车辆完好率保持在99%以上。

报废拆解

实施拆解作业“十步质量管控法”，环保处理与零部件可追溯管理环节合规率保持100%；搭建线上回收渠道，在线上明确报废汽车回收流程、报废流程及流程状态说明、最新政策补贴标准、申领指南等信息，方便客户“一站式”掌握及便捷查询，拓展线上新客源，提升业务办理效率和客户体验。

布局多元化品牌结构

在品牌结构方面，公司深耕新能源和中高端燃油汽车维修市场，积极顺应新能源汽车发展趋势，探索新能源车经销领域。各门店充分结合自身实际，转型布局新能源汽车相关业务，完善产品结构，打造新能源电动车发展产业链。北巴汽车公司引入零跑新能源品牌，配套建设的电池维修中心同步投入运营，取得了良好经营成效。同时，公司采用“极氪+广本”双品牌经营模式，兼顾新能源与传统燃油车业务，有效扩大市场覆盖面，提升市场竞争力。此外，我们精准把握市场需求，成功引入特斯拉销售中心，打造集车辆销售、机电维修、钣喷修复于一体的综合服务中心，进一步完善板块新能源服务布局。



新能源品牌4S店展示

在区域结构方面，公司根据现有品牌情况和店面分布位置，通过并购重组完善区域布局；同时借助京津冀协同发展的机会，分析周边中高端品牌汽车经销现状，进行区域扩张，提升在行业中的影响力。



中高端品牌门店展示



中高端品牌门店展示

深耕绿色能源服务

公司持续完善充电设施与运维体系，建设新能源智慧管理平台，提升公交充电效率与公共服务体验，构建起服务公交保障与公众出行的多元化充电网络，为城市绿色出行提供助力。

优化充电设施管理

隆瑞三优公司专注于新能源充电服务领域，通过持续的技术创新与业务模式探索，为首都公交电动化提供稳定、高效的服务支撑，有效缓解了市民“充电难、充电远”的痛点。

截至2025年底

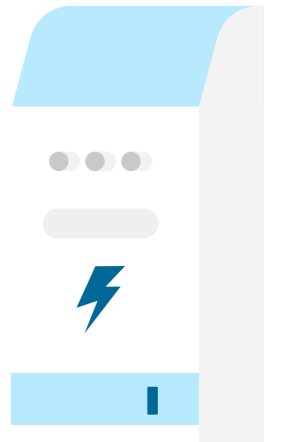
截至2025年底，隆瑞三优公司累计投运公交充电站 **238** 处（1,522台充电桩）

驻地充电站 **687** 处（6,524台充电桩）

超级充电站 **53** 处（377台充电桩）

2025年，驻地充电桩全年充电量达 **2,234.74** 万度

超级充电站累计充电量达 **2,206.14** 万度。



公司围绕公交充电与社会充电两大场景，持续推进充电设施建设与运维服务体系完善。针对公交充电场景，公司通过智能调度系统优化充电效率，保障公交车辆准点发车与运营秩序；针对社会充电场景，推出“一键报修”“充电导航”等线上服务功能，提升客户使用体验。

- 充电设施建设：严格执行《充电桩建设质量验收规范》，涵盖设备选型、施工工艺、调试测试等18项核心指标，新建充电桩防护等级均满足IP54³以上标准，年度验收合格率达100%。
- 充电设施运维：建立“7×24小时”运维响应机制，实施双周现场巡检制度，通过远程监测系统实时掌握设备运行状态，故障后响应时间不超过30分钟，故障修复率达99.2%；制定应急预案、组织应急演练及安全培训，确保能够及时响应用户诉求，保障充电服务顺畅高效。

³ IP54 是国际防护等级认证代码。“5”表示防尘等级，能防止有害的粉尘堆积；“4”表示防水等级，能防止从任何方向溅射的水侵入。



公司为公交车辆与社会车辆提供高效、便捷的充电服务



在做好基础服务的同时，公司积极关注行业前沿技术动态，探索机器人充电、储能、电力交易等创新业务模式的可能性。2025年，公司全力推进绿电采购与交易工作，申报绿电用电量3亿度，应用于公交车充电桩，相当于为社会减少16万吨二氧化碳排放；同时，公司主动顺应碳市场发展趋势，扎实做好碳交易前期筹备工作，稳步推进电力交易，致力于通过技术与管理创新，提升能源利用效率与服务智能化水平，为绿色交通体系的可持续发展贡献力量。

案例

木樨园超级充电站——以智慧服务赋能绿色出行

隆瑞三优公司利用公交场站冗余电力资源，创新打造面向社会公众的超级充电站网络。北京木樨园超级充电站配备了技术先进的直流快速充电桩，支持高达240千瓦的最大输出功率与200-1,000伏特宽电压平台，可实现“充电一刻钟，畅行数百公里”的高效补能体验，显著提升了充电效率与用户体验。自投入运营以来，木樨园超级充电站以其“充电高效、价格亲民、服务周全、停车免费”的特点，受到了周边社区居民及广大车主的广泛认可。



超级充电站

案例

自动充电机器人

隆瑞三优公司依托自身产学研体系的科技优势，联合研发并迭代了两代自动充电机器人，通过自动化和智能化手段，提供更为优质的充电服务，提高充电效率和增强充电安全。自动充电机器人综合了自动化和智能化技术，充电时可以智能感知车辆停靠位置，利用目标识别算法，采用5D成像，实现远距离准确识别充电口，利用机械臂给车辆插拔枪完成自动充电，真正实现充电自动一体化，为未来无人驾驶公交车的自动化充电做了技术储备，目前自动充电机器人已在隆瑞三优马官营充电站投入试点应用。



自动充电机器人

完善充电平台建设

公司持续加强新能源板块系统平台建设，依托新能源系统集成服务项目，推动板块从“重资产”向“轻资产”转型。公司全面升级新能源智慧管理平台，形成车辆、充电、电网等信息的互通基础。

依托新能源智慧管理平台，公司全面整合集团电池运行数据，实现数据集中管理和精准监测。通过深入分析电池运行规律、健康状态，公司初步确定了充电安全报告、电池检测报告及安全监测预警、电池寿命评估等开发方向，并推进应用方案编制，为后续电池数据资产商业化落地奠定有力基础。截至2025年底，累计存储集团电池历史数据142.5T、实时数据87.5T。

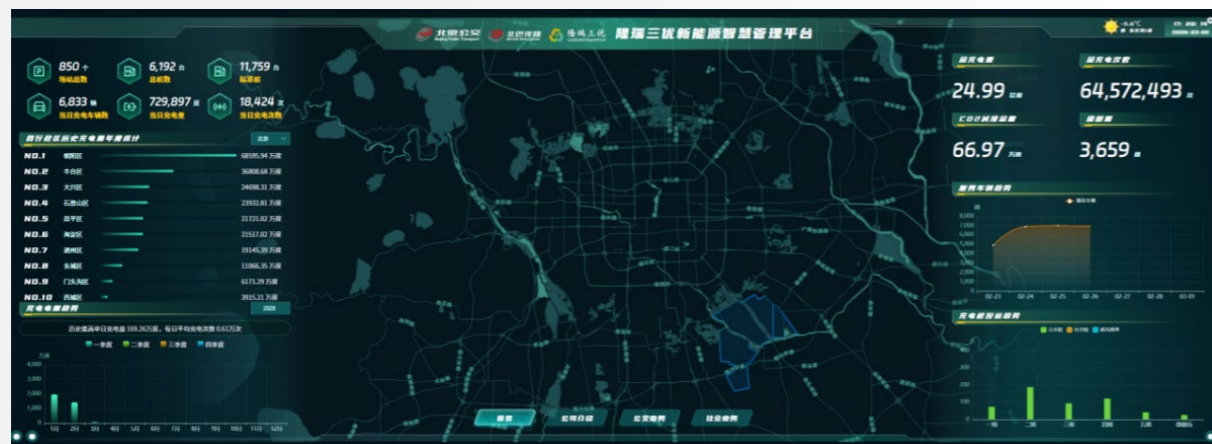
在平台应用方面，公司加快移动APP开发与平台推广，通过用户充电行为数据积累，为公交、环卫、物流等行业用车及社会私人车辆提供能源管理服务。同时，我们不断探索电池生态圈相关业务，依托现有新能源充电平台和汽车拆解平台，在电池回收、梯次利用及拆解再利用等方面向产业链纵深发展。

案例

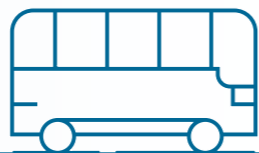
智慧充电驱动首都公交绿色升级

隆瑞三优公司新能源智慧管理平台是北京市新能源公交车辆充电运营管理的核心支撑平台，为首都公共交通的绿色低碳发展提供了先进、可靠的技术运营保障，取得了显著的经济效益与社会效益。平台实现了对充电站、充电桩等资产的基础信息与实时状态管理，完成了从充电业务记录、场站运维到与北京公交集团信息系统对接及充电费用结算的全流程数字化覆盖。平台采用“微服务”“大中台”等现代化设计理念，构建灵活可扩展的互联网服务平台（SAAS），有效连接了充电桩制造商、运营商、企业用户与个人用户，构建起良性互通的充电服务生态。

截至目前，隆瑞三优公司的充电网络已全面覆盖北京市全部16个行政区，投运的公交专用及社会公用充电场站超过900处，部署充电桩总计8,000余根，累计服务公交车辆超8,000辆，历史总充电量已达25亿度。平台日均处理充电请求近3万次，单日充电量最高突破140万度。



充电管理平台



优化客户服务管理

公司持续完善充电设施与运维体系，重视客户隐私保护与数据安全，为客户提供更安全、可信赖的服务保障。

精进客户服务水平

公司围绕广告传媒、汽车服务、新能源三大业务板块，持续健全客户诉求响应机制，优化服务流程，推动服务标准从“有”向“优”不断升级。

广告传媒板块

明确客户需求响应时效不超过2小时，广告投放方案定制不超过3个工作日，通过量化时限管理，确保客户诉求第一时间响应跟进。同时，针对市民诉求办理，以“接诉即办、办就办好”为核心准则，按照“分类处置、精准施策、闭环管理”原则，有序推进设备维修与服务优化。在设备维修方面，依托“接诉即办”大数据动态优化重点区域巡检频次，并结合季节与设备寿命提前备足库存，提升维修效率；在诉求处理上，对于短期难以解决的问题，通过“三上门”服务强化当面沟通，以规范化答复争取市民理解。2025年，广告业务客户需求响应及时率达98.5%，有效支撑了重点客户投放效率与传播效果；市民意见管理系统派单3,639件，切实架起连接公司与市民的沟通桥梁。

汽车服务板块

持续畅通客户反馈渠道，完善投诉处理机制。客户可通过拨打服务监督电话反馈问题，相关部门接诉后第一时间核实情况、上报主管领导，并依据公司意见及时形成处理方案与答复口径，确保每一起客户投诉均有回应、有落实、有闭环。

新能源板块

设立专属服务对接渠道，对运营中出现的充电设施故障、电力供应异常等诉求，在接到反馈后第一时间启动排查流程，并依据标准作业程序（SOP）与应急预案，协同内外部技术力量限时处理、及时反馈，保障公交车辆充电服务连续稳定，以可靠、高效的响应能力履行能源保障责任。

案例

倾听公众诉求，优化公共空间体验

针对市民集中反馈的广告视觉体验问题，广告分公司迅速启动应急响应机制，第一时间开展评估，迅速核实情况，研判问题根源。同时“接诉即办”分中心主动实地走访，向市民客观说明设计理念与安全标准，并充分吸纳公众建议。经综合研判，广告分公司果断实施下刊处理。此次事件通过快速响应和与市民的面对面沟通，在保障候车设施安全规范的同时，提升了市民公交出行体验，也维护了公司的良好形象和候车空间的和谐。

案例

“党员服务岗”打通政策惠民“最后一公里”

天交公司创新服务模式，在社区现场设立“党员服务岗”，为居民提供一对一政策解读、手续代办、进度查询等贴心服务，有效解决了服务“最后一公里”的难题，显著提升了服务响应速度与客户满意度，更以党建为引领，将客户至上的理念转化为具体、可感的服务实践，展现了国有企业在提升服务品质、履行社会责任方面的积极作为。

案例

智能工牌

智能工牌是北巴汽车公司面向经销商销售人员的数字化管理与服务赋能工具，核心作用是AI智能质检、客户洞察、销售赋能、合规留证与管理提效，打通厂家、经销商、客户的服务数据闭环。通过智能工牌，北巴汽车公司可实时掌握门店服务质量、快速识别问题、提升团队能力、降低投诉与纠纷，使服务更标准、透明、可追溯。



管控客户隐私安全

我们高度重视客户隐私保护及数据安全，将网络安全、信息化治理与数据合规作为企业可持续发展的重要组成部分，持续完善治理架构、制度体系与技术防护能力。

公司设立网络安全和信息化委员会，由党委书记、董事长、总经理担任主任，网络安全和信息化主管领导担任常务副主任，领导班子其他成员担任副主任，机关各部室及所属各单位负责人担任委员，统筹推进网络安全与信息化建设，协调解决重大事项。委员会下设办公室，设在科技信息部，负责网络安全和信息化建设、管理日常工作。

同时，我们成立了大数据工作领导小组，由科技信息主管领导担任组长，科技信息部经理担任副组长，机关各部室及所属各单位负责人担任成员，统筹大数据生态建设与数据治理体系建设，推动数据管理制度、平台能力、数据安全、流程标准化等工作。

公司持续夯实网络安全与信息化建设基础，将客户隐私保护与数据安全贯穿日常运营各环节。科技信息部作为统筹部门，围绕网络安全保障、系统运维及信息化规划等方面，系统推进常态化工作，为三大业务板块稳健运营提供支撑。报告期内，公司未发生数据泄露、滥用、损毁等数据安全事件，也未出现任何泄露客户隐私的情况。

隐私与安全领域	核心举措与成效
网络安全责任制	落实责任书签订，完成重大活动期间专项保障，确保网络稳定运行。
网络安全防护	通过攻防演练完成系统加固，常态化开展病毒查杀、弱口令整改与漏洞修复。
等保与网络升级	完成公司网站及管理平台等保测评备案，并按公司要求推进IPv6网络改造。
信息化规划	通过对标调研，明确“一个中心、两个平台、三张网”的中长期建设方向。
基础运维保障	完成机房巡检、防火墙升级及终端漏洞扫描，持续提升网络防护能力。
软件正版化管理	落实月度全覆盖扫描与整改，全年开机合规率稳定在90%以上并通过公司检查。

02

资源循环 低碳运营

坚定低碳绿色转型

推进循环经济发展

践行生态保护理念

环境领域关键绩效

坚定低碳绿色转型

公司坚定贯彻低碳绿色发展理念，积极响应国家“双碳”战略目标，将绿色转型作为企业可持续发展的核心驱动力，持续增强企业气候韧性。

治理

为有效管理相关风险把握转型机遇，公司构建了由董事会领导、董事会战略委员会统筹的气候变化治理架构，将气候变化相关风险的识别、评估与管理深度融入公司治理与战略规划。董事会战略委员会负责指导气候变化相关战略的制定与监督，并在其统筹下，由各业务板块及相关职能部门具体负责气候变化与“双碳”目标相关事务的推进、协调与日常管理，并定期将关键进展与策略建议向董事会战略委员会汇报。

为提升治理效能，公司建立了常态化的气候能力建设机制，通过组织管理层培训、引入外部专家研讨等方式，持续增强相关人员的专业认知与决策水平。同时，公司正将气候变化因素逐步纳入运营管理、投资评估及绩效考核体系，推动应对气候变化的要求在各业务板块的执行层面有效落地，系统性提升公司的气候韧性。

战略

公司董事会作为气候行动的最高决策机构，负责识别及分析重大气候相关风险与机遇，并评估其对公司运营与财务、社会、环境的潜在影响。公司严格落实“碳达峰、碳中和”行动方案，通过加强节能降碳管理创新与业务创新，持续保持在广告传媒、汽车服务、新能源业务等领域的优势，致力于打造专业化解决方案，不断增强市场竞争力。

风险/机遇分析	风险/机遇	类型	风险/机遇描述	发生概率	影响周期	影响程度	财务影响	应对措施
	物理风险	急性风险	气候变化引起的突发极端天气（暴雨、台风等）可能导致公司办公场所、仓库或基础设施损坏，影响业务的开展、充电网络建设和日常运营管理的运维安全。	低	短期	高	设备维修导致运营成本上升；业务中断导致订单延误、客户流失，营业收入减少。	制定有效的应急预案，定期开展应急演练，通过气象部门的预警提前计划，减少极端天气对设备设施运营安全的影响。

风险/机遇分析	风险/机遇	类型	风险/机遇描述	发生概率	影响周期	影响程度	财务影响	应对措施
	物理风险	慢性风险	持续的高温天气可能导致制冷、空调等能耗增加，增加生产过程中的能源成本；同时，高温可能影响户外设备的性能和使用寿命，增加维护成本。	中	中长期	中	能源消耗与设备维护成本增加，导致运营成本上升、压缩利润空间。	加强制冷设备节能管理、优化运行模式以降低能耗，并为户外设备搭建遮阳棚、加强定期巡检维护。
	转型风险	政策风险	在碳中和目标稳步推进的背景下，针对企业气候相关信息的披露要求日益提高，企业必须全面、精准地公开自身碳排放数据以及气候风险管理举措等内容，才能满足监管标准，进而塑造良好的可持续发展形象。	中	中长期	高	企业为满足愈发严格的政策要求，可能增加公司环保投入以及合规披露成本。	密切关注政府出台的相关政策，建立政策动态跟踪机制，及时跟踪国家或地方的减排、能源政策等，提前布局。
	声誉风险	声誉风险	若公司出现不符合可持续发展要求的行为，可能被媒体或社交网络曝光，损害公司声誉，影响公司形象。	低	中短期	中	声誉下滑，客户流失，导致营业收入减少。	加强公司文化建设；与公众保持积极沟通，及时回应公众关切；建立健全舆情监测机制，及时发现和处理负面舆情。
	机遇	市场机遇	推行多样化措施以积极响应气候变化挑战，塑造可持续的文化特质，增强公司在市场领域的口碑。	高	长期	中	打造可持续发展的企业形象，提升声誉，吸引客户，可能增加营业收入，助力长期盈利。	制定长期可持续发展战略，在运营过程中不断优化能源管理，响应对气候变化挑战。
	政策机遇	政策机遇	提前布局应对未来更严格的碳排放政策。在各业务领域建立低碳标杆，可能会获得政府试点项目、补贴或税收优惠。	中	长期	高	获得政策支持，营业收入增加。	密切跟踪中央与地方气候相关政策；积极参与行业低碳标准制定。

影响分析	影响类型	影响描述	影响范围	应对计划		
	正面影响	日常办公中推动无纸化办公减少纸张消耗，鼓励员工采用公共交通方式出行减少碳排放，实施节能减排响应国家“双碳”战略，积极应对气候变化，推动价值链低碳行动。	价值链上游	企业运营	价值链下游	搭建无纸化办公系统、出台公共通勤激励政策及落实节能减排举措，积极践行“双碳”战略。
	负面影响	若公司温室气体管控不善可能导致自身运营过程中温室气体排放增加，阻碍社会绿色低碳转型进程，影响企业的长期发展。	价值链上游	企业运营	价值链下游	内部加强员工环保培训强化管理，定期发布气候相关行动报告披露气候战略实施效果，提升社会影响力。

注：
 1. 发生概率：指风险/机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生概率从“低”到“高”。
 2. 影响周期：不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1-5年）、长期（5年以上）。
 3. 影响程度：综合考虑发生概率、影响大小、影响时间范围等因素，结合公司实际，优先级排序分为“低”“中”“高”。
 4. 基于当前可获取的资料分析，相关风险及机遇未对公司当期财务状况、经营成果及现金流产生重大影响，且对公司下一年度财务状况、经营成果、现金流产生重大影响的可能性极低。同时，相关风险与机遇的相关财务影响难以单独估计，当前量化测算存在一定不确定性。未来，公司将逐步推动披露形式由定性向定量深化。

影响、风险与机遇管理

公司将气候相关影响、风险和机遇管理流程融入公司内部管理流程，在风险管理方面，我们建立“识别-评估-监控-管理”的风险管理体系，并重视相关影响管理、机遇识别与把握。更多详细内容可参见本报告“推进循环经济发展”“强化资源节约管理”等章节。

风险识别

公司相关部门学习气候风险评估的基本方法，识别了极端天气可能引发的安全风险。针对暴雨、大风、高温、冰雪等天气状况，预先梳理可能对生产经营造成影响的风险点，包括室外带电作业安全风险、建筑物高空坠物风险、户外作业人员安全风险、重点区域积水内涝风险，以及因极端天气导致的通讯中断或应急处置失效等运营连续性风险。

风险评估

根据风险发生的可能性及潜在影响程度，公司对已识别的极端天气相关风险进行分级评估。对可能直接导致人员伤亡、重大财产损失或严重影响生产经营秩序的风险（如强降雨期间的室外带电作业、大风天气下的高空坠物等），列为高风险，纳入优先应对清单，需立即启动专项应急预案并采取强制管控措施。

风险监控

公司建立常态化的极端天气风险监测与预警机制，明确由专人负责跟踪气象部门发布的防汛、大风、降雪等天气预警信息，确保预警信息第一时间通报至各级单位及相关人员，为风险应对争取前置时间。同时，在极端天气期间，公司加强对经营生产区域、办公用房、在建工程、易积水区域等重点部位的现场巡查与监控。

风险管理

为有效管理已识别的风险，公司制定了《防汛工作专项应急预案》《高温天气专项应急预案》《铲冰除雪专项应急预案》及《大风天气应急响应措施》等系列制度文件，建立了结构化的应急响应流程。

指标与目标

公司将持续开展应对气候变化能力建设，计划每年面向全体员工组织节能减排主题培训，提升员工低碳意识与行为自觉。

指标	单位	2025年数据
温室气体范围1排放量	吨二氧化碳当量	7,179.43
温室气体范围2排放量	吨二氧化碳当量	5,539.07
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	12,718.50
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万营收	3.25

注：
 1. 直接排放（范围一）包含汽油、柴油、天然气的温室气体排放量；间接排放（范围二）包含消耗外购电力所产生的温室气体排放量。温室气体清单包括二氧化碳、甲烷和氧化亚氮。温室气体核算按二氧化碳当量呈列，根据中华人民共和国生态环境部刊发的《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》及政府间气候变化专门委员会（IPCC）刊发的《IPCC2006年国家温室气体清单指南2019修订版》进行核算。
 2. 温室气体排放统计范围为位于中国大陆地区（不含港澳台）的办公与运营活动。



推进循环经济发展

公司立足资源循环与绿色低碳发展理念，持续深化报废车辆回收拆解，探索动力电池循环利用体系建设，积极推进产业协同与技术创新，致力于构建覆盖全生命周期的绿色价值链，为可持续发展注入动力。

治理

在董事会战略委员会的统筹指导下，公司构建了覆盖多业务板块的循环经济推进机制。公司将循环经济理念深度融入业务运营与投资决策，重点关注广告材料回收利用、探索研究废旧车辆与动力电池的规范拆解及资源化处置等关键环节。通过建立跨部门的协同机制，明确各业务单元在资源循环利用中的责任分工与绩效目标，并将相关环保指标纳入管理考核体系。公司定期组织循环经济相关的专题培训与能力建设活动，不断提升业务人员的资源循环利用意识与专业能力，推动各板块在减少资源消耗、提升材料回收率、降低环境足迹等方面形成有效合力，系统性地推进循环经济实践在各业务领域的落地实施。

战略

公司以资源高效利用和减少环境影响为核心导向，系统推进循环经济相关实践。我们针对资源循环利用过程中可能面临的风险与发展机遇，建立覆盖业务流程的资源管理机制，强化对广告耗材、废旧车辆、退役电池等关键资源的规范化处置与再利用，旨在有效管控风险、把握机遇，在提升运营效率与环保表现的同时，为可持续发展构建系统性支撑。

风险/机遇分析	风险/机遇	类型	风险/机遇描述	发生概率	影响周期	影响程度	财务影响	应对措施
	风险	合规风险	国家及地方环保政策趋严，对广告材料、4S店废旧配件、充电桩报废电池等的回收处理提出更高要求。若公司未能及时跟进合规，可能面临处罚、业务受限或额外处置成本。	中	中长期	中	可能增加环保投入与合规成本；若违规将面临罚款及运营中断风险。	密切关注环保法规动态；建立废弃物回收处理合规流程；与有资质的回收商建立稳定合作。

风险/机遇分析	风险/机遇	类型	风险/机遇描述	发生概率	影响周期	影响程度	财务影响	应对措施	
	机遇	市场机遇	践行循环经济理念，打造“绿色公交媒体”“环保汽车服务”“低碳充电网络”等品牌形象，契合可持续发展趋势，吸引环保意识强的客户、合作伙伴及投资者，提升企业声誉与市场竞争力。	中	长期	高	提升品牌价值与客户黏性，可能带来收入增加与合作机会。	通过营销宣传突出环保举措；参与行业绿色标准制定或相关倡议。	
影响分析	影响类型	影响描述		影响范围		应对计划			
	正面影响	推动公司业务向资源节约、环境友好转型，降低整体环境足迹，有利于助力全社会的绿色转型。		价值链上游	企业运营	价值链下游	制定循环经济中长期规划；设立跨部门工作组推动落实；定期评估资源循环绩效并公开披露进展。		
	负面影响	若循环经济实践不力或发生环保违规事件，会对环境与生态造成负担。		/	企业运营	价值链下游	建立环保内控机制；制定应急预案应对可能的环保事件；加强员工环保培训与意识提升。		

注：

- 发生概率：指风险/机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生概率从“低”到“高”。
- 影响周期：不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1-5年）、长期（5年以上）。
- 影响程度：综合考虑发生概率、影响大小、影响时间范围等因素，结合公司实际，优先级排序分为“低”“中”“高”。
- 基于当前可获取的资料分析，相关风险及机遇未对公司当期财务状况、经营成果及现金流产生重大影响，且对公司下一年度财务状况、经营成果、现金流产生重大影响的可能性极低。同时，相关风险与机遇的相关财务影响难以单独估计，当前量化测算存在一定不确定性。未来，公司将逐步推动披露形式由定性向定量深化。

影响、风险与机遇管理

公司建立了系统化的识别、评估与监测机制，通过业务链条分析，科学研判相关影响、风险与机遇发生的可能性及影响程度，并进行分级排序与优先级界定。在日常运营中，公司依托常态化管理机制对相关影响、风险和机遇进行动态跟踪，持续推动相关管理流程与公司内部治理及业务管控的融合。

规范报废拆解流程

公司积极践行绿色发展理念，将报废机动车回收拆解作为汽车服务板块的重要组成部分，致力于构建“回收-拆解-资源化利用”的绿色循环产业链。公司通过制定《所属各经营单位废旧物资处置管理办法》，规范下属单位运营，并依托天交公司等专业子公司，在合规拆解、技术升级、社区服务及信息化建设方面取得显著成效。

天交公司严格遵循《报废机动车回收管理办法》及北京市相关规定，坚持依法经营、环保拆解。天交公司已通过质量管理、环境管理、职业健康安全等八个体系认证，并获评中国物资再生协会企业信用评价3A级信用企业。

在作业环节，天交公司全面淘汰了氧气、乙炔等污染性切割工艺，采用先进预拆设备与破碎技术，将小型车辆拆解效率大幅提升，显著降低了作业过程中的能耗与污染物排放。此外，通过引进先进预拆设备与破碎技术，天交公司已将小型车辆拆解速度从30分钟每辆提升至7分钟每辆，在提升作业效率与安全性的同时，实现了从回收到破碎的完整绿色拆解闭环。

探索电池回收体系

为响应新能源产业可持续发展趋势，天交公司正积极与行业协会开展合作，共同研究建立规范、安全的新能源动力电池回收体系。我们重点关注退役电池的安全收集、合规运输与环保处置，旨在为新能源汽车客户提供涵盖“车辆报废-电池回收”的一站式闭环服务，将绿色环保理念与客户服务深度结合，履行企业在新能源全生命周期管理中的社会责任。

完善新能源车绿色回收体系 提升专业服务能力

天交公司持续推进新能源车的专业化拆解与配套服务体系，与具备相应回收处置资质的企业建立稳定合作，设立动力电池回收服务网点，对回收的废旧动力电池进行专业检测与合规处理，力求实现资源的安全流转与最大化利用，探索动力电池循环利用的技术路径与业务模式。

指标与目标

公司致力于建立健全规范化的新能源汽车动力电池回收利用体系，提升退役电池的安全回收与资源化利用水平，推动循环经济在汽车拆解领域的深入发展；优化报废机动车拆解工艺流程，提升作业效率与环境绩效，确保拆解活动全面符合环保法规与安全生产要求。

截至2025年底

天交公司共计回收社会报废车辆 **8,001** 辆

接收报废公交车辆 **579** 辆。



践行生态保护理念

公司积极践行绿色发展理念，将生态环境保护融入经营发展全过程，持续完善环境管理体系，推动污染防治与资源节约协同增效，致力于实现经济效益与环境效益的有机统一。

强化资源节约管理

公司以“精益能效、绿色运营”为年度目标，针对广告传媒、汽车服务、新能源三大业务板块的用能特点，系统推进技术改造、智能管控与管理优化。2025年，公司共完成节能技术改造项目12项，涵盖照明系统升级、高效空调设备更换、智能控制系统部署等多个方面。

在水资源管理方面，公司制定节水目标，提升员工意识，促进水资源合理、可持续的利用。

节水目标

每年开展员工节水意识宣传倡导与培训。



指标	单位	2025年数据
总耗水量	吨	74,459.00
总耗水强度	吨/百万元营收	19.05

广告传媒业务板块：聚焦精细化节能管理

公司着力提升办公场所及媒体运营的能源使用效率。在办公区域，我们在公共区域应用定时照明灯，并实现“人来灯亮、人走灯灭”的按需照明模式。同时，公司严格执行办公设备管理制度，倡导员工养成下班关闭非必要电子设备的节能习惯。

汽车服务业务板块：推进运营全流程能效升级

我们将节能技术深度融入汽车服务各环节。公司旗下服务网点采用LED节能灯具，替代传统高耗能照明设备。我们优化空气源热泵系统运行参数，通过智能算法提升能源利用效率，相较传统供暖方式能效提升显著。针对维修车间、烤漆房等生产环节，公司积极推广低能耗设备与工艺，并通过生产排班优化实现高能耗设备的错峰运行。所有洗车场配备水循环处理系统，在节约水资源的同时，降低了水泵等配套设备的能耗。

新能源业务板块：以智能管控实现能源高效利用

隆瑞三优公司持续完善能源智能管控系统建设，通过实时监测充电设施负荷、分析电网峰谷时段，实现对充电任务的动态调度与优化分配，引导车辆在电网负荷低谷期集中充电，有效平抑电网峰谷差，提升电力基础设施的整体利用效率，构建了“源-网-荷”协同的能源梯级利用模式。截至2025年末，该系统已覆盖超过150处公交场站及超充站。

规范环境影响管理

公司将污染防治与绿色运营纳入整体发展战略，建立了环境风险定期评估机制、完善的污染预防管理制度以及针对突发环境事件的应急预案体系，确保环境风险可控，生产经营活动符合环保要求。同时，公司积极推动废弃物减量，并在日常办公与业务运营中减少耗材浪费、合规处置废弃物，持续推动废弃物管理水平提升。

公司在业务运营中始终重视生物多样性保护，严格遵守国家生态保护法规，不在生态保护红线范围内、自然保护区等其他具有重要生态功能或生态环境敏感脆弱区域规划业务运营，积极履行企业环境责任。

报告期内，北巴传媒公司及各分、子公司严格遵守国家及地方环境保护法律法规，未发生突发重大环境事件，不涉及因污染物排放或因环境事件受到重大行政处罚或被追究刑事责任的情况。

汽车服务业务



在废气处理方面，天交公司通过“双激发微波光解氧化系统”，对报废汽车拆解过程产生的废气进行高效分解。2025年，系统运行稳定率保持在98%以上，废气排放口挥发性有机物（VOCs）浓度稳定控制，远低于北京市地方标准限值。在汽车维修服务环节，北巴汽车公司所属4S店在机修车间配备了专业的尾气抽排净化装置，采用三级过滤工艺有效捕集颗粒物和有害气体。在钣喷作业中，配置了“活性炭吸附+催化氧化”组合式废气处理系统。同时，海依捷公司积极推广使用低VOCs环保涂料，从源头减少污染物产生。通过上述从源头到末端的综合治理，2025年VOCs排放总量较2024年减少了18.2%。



在水污染治理方面，天交公司对废水处理系统进行技术升级，新增超滤和反渗透单元，处理能力达到每日50立方米，实现了拆解废水的深度净化与循环利用，中水回用率从2024年的65%提升至2025年的78%，年减少新鲜水取用量超过4,800吨，外排废水化学需氧量（COD）浓度下降42%。



在危险废物管理方面，海依捷公司所属4S店产生的废机油、废电瓶等危险废物，均委托具有专业资质的第三方进行集中回收与专业处置。天交公司在报废汽车拆解中产生的废铅酸电池与废锂离子电池，均全量转移至具备相应资质的专业单位进行回收再利用，并建立数字化溯源系统对转移联单与运输轨迹进行实时跟踪。北巴汽车公司下属华运公司产生的废矿物油、废包装容器等危险废物，亦交由专业公司进行无害化处置。2025年，汽车服务共规范处置废旧铅蓄电池1,520组、废矿物油18.6吨，所有危险废物转移均通过正规联单系统跟踪，实现100%安全合规处置。

新能源业务



隆瑞三优公司针对新能源汽车充电设备维护过程中更换的电池冷却液，建立了规范的回收机制，进行统一收集、分类贮存，并委托具备资质的专业机构进行安全处置，有效防范了新型污染物对环境的潜在风险。



环境领域关键绩效

指标	单位	2025年数据
温室气体范围1排放量	吨二氧化碳当量	7,179.43
温室气体范围2排放量	吨二氧化碳当量	5,539.07
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	12,718.50
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万营收	3.25
汽油消耗总量	升	3,373,972.64
柴油消耗总量	升	2,459.30
电力消耗总量	千瓦时	10,439,261.05
综合能源消耗量	吨标煤	4,885.22

注:

1.公司经营过程中暂未使用风能、太阳能等清洁能源。

指标	单位	2025年数据
直接能源消耗量	吨标煤	3,602.23
间接能源消耗量	吨标煤	1,282.99
总能耗强度	吨标煤/百万元营收	1.25
有害废弃物总量	吨	6,319.36
无害废弃物总量	吨	105.87
有害废弃物密度	吨/百万元营收	1.62
无害废弃物密度	吨/百万元营收	0.03
总耗水量	吨	74,459.00
总耗水强度	吨/百万元营收	19.05

03

责任践行 共益福祉

夯实人才组织基础

深化行业协同生态

履行企业社会责任

夯实人才组织基础

北巴传媒公司始终将人才作为企业发展的第一资源，坚持党管干部、党管人才原则，持续完善与战略发展相适应的人力资源管理体系。

健全员工关怀机制

我们严格规范用工管理，依法与全员签订劳动合同，签订率100%，保障劳动关系合规稳定。在此基础上，公司工会秉持“平等协商、互利共赢”原则，通过工资集体协商签订年度《工资专项集体合同》，切实保障职工劳动报酬权益；同时设立职工代表大会，畅通多元化员工沟通渠道，构建和谐劳动关系。在用工过程中，公司始终坚持公开平等的原则，制定《工作场所反暴力、歧视、性骚扰管理办法》，严把人才入口关，保障劳动者平等就业权利，杜绝任何形式的就业歧视⁴。报告期内，公司无劳动争议事件发生，用工管理保持平稳有序。



职工代表大会

⁴ 报告期内，公司与建立劳动关系的全体员工均依法签订劳动合同，严格执行相关劳动法律法规规定。公司不涉及灵活就业岗位设置及灵活就业人员相关用工情况。

公司为全体员工足额缴纳社会保险，参保覆盖率保持100%，并建立企业年金制度作为基本养老保险的有效补充。同时，我们为在职及退休员工、员工直系供养亲属投保了团体补充医疗保险和意外伤害、疾病身故商业保险，依据《北京巴士传媒股份有限公司企业补充医疗保险方案》进行费用报销，形成了多层次、全方位的福利保障网络。此外，公司持续开展健康体检并优化检查项目，组织观看心理健康、慢性病管理等健康知识讲座。同步落实“送温暖”工程，对退休人员及困难员工进行节日慰问，以制度化、常态化的关怀举措传递组织温度。

案例

广告分公司工会开展“墨舞新春 工会送福”主题职工书法活动

为弘扬中华优秀传统文化，丰富员工业余生活，营造和谐温馨的企业氛围。广告分公司工会于2025年新春前夕精心策划并组织开展了“墨舞新春 工会送福”主题书法活动，展现了传统书法的艺术魅力，也寄托了大家对新年幸福生活的真挚期盼。

通过富有文化内涵的集体活动，不仅提升了员工的获得感与幸福感，也进一步增强了团队向心力，为公司的和谐发展注入了温馨的人文气息。



广告分公司职工参与“墨舞新春 工会送福”书法活动

构建人才成长体系

我们以提高劳动生产率为目标，建立了多序列岗位管理体系，畅通各类岗位纵向晋升和横向流动通道，将全员绩效考核结果与薪酬兑现、职级升降、岗位调整紧密挂钩，形成“能上能下”的市场化用人机制。同时，公司逐步建立与现代企业制度相适应的职业经理人遴选、考核、评价和退出机制，加大分子公司经营者、经营班子中专业领导岗位职业经理人的引进力度，不断探索企业所有权与经营权分离的新型人才配置格局，最大限度激发企业经营活力。此外，公司通过社会化招聘和内部调整相结合加强专业团队建设，积极推进跨部门、跨岗位轮岗交流，优化考核方案与数据决策支撑，为培养复合型人才搭建实践平台，为公司发展提供坚实的人才保障。报告期内，公司员工变动情况总体保持稳定，人才梯队持续优化，人才结构与业务发展需求进一步匹配。

在培训体系建设方面，公司建立了以业务发展为导向的系统培训管理体系。2025年围绕规章制度、绩效管理、人工智能应用等重点领域开展培训，全年累计培训2,845人次，年度培训支出共计10.16万元，实现关键岗位人员培训覆盖率100%。同时，公司重视高技能领军人才和创新团队骨干的选拔培养，组织劳动技能竞赛，选派青年骨干参加AI赋能等前沿技术培训，通过系统化的培养机制不断提升人才的专业能力。

我们建设“王辉创新工作室”“奥之旅市级职工创新工作室”等平台，为技术攻关与一线员工的技能传承提供支持。2025年，相关创新工作室面向职业院校开展授课培训，覆盖学员超过600人次，有效促进了知识技能的共享与行业人才的培养。



王辉创新工作室



奥之旅市级职工创新工作室

筑牢安全生产防线

公司以“零伤害、零事故、零损失”为目标，构建覆盖全面、运行高效的安全与职业健康管理体系。公司设立安全生产委员会，统筹指导全年安全工作，全年共组织召开安全生产委员会会议5次，分析安全生产形势，研究修订安全生产制度，解决安全生产工作的重点、难点问题。

同时，立足各业务板块特点，公司构建“日常+专项+季节性+第三方评估”的立体化隐患排查体系，针对不同板块精准排查重点领域安全隐患，全年累计检查各类场所9,550余处次、设备19,120余台次，排查整改隐患3,000余项，切实为公司筑牢安全发展屏障。报告期内，公司未发生安全事故。

为提升全员安全意识与应急能力，公司开展了贯穿全年的四类培训，涵盖年初全员教育、季度工伤预防、安全月专题教育及应急预案演练，通过剖析案例、模拟场景、实操演练等方式，锻炼员工的实战应对能力。同时，公司安委会办公室结合自身实际，编制并印发了图文并茂、通俗易懂的《北巴传媒公司安全文化手册》，将安全理念和文化变得具体化、可视化、日常化，增强了安全宣传的渗透力和感染力。



举行消防日活动

广告传媒板块

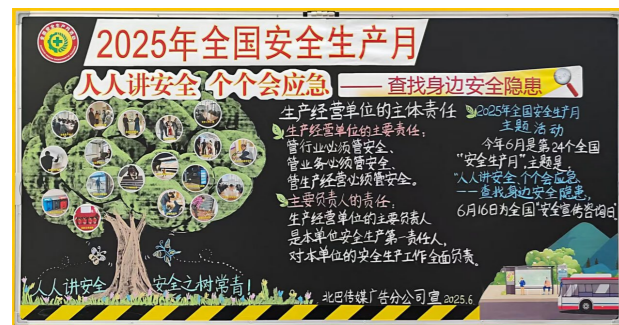
广告分公司深化安全文化建设，组织全体在册员工签订安全生产目标责任书，对新入职员工进行专项安全培训并签订告知文件。结合“安全生产月”与“消防安全月”，通过组织观看安全教育短片、开展应急演练、排查安全隐患等方式，普及安全知识；同时开展“职业健康心理知识问卷”线上答题活动，积极倡导健康工作生活方式。

汽车服务业务

北巴汽车公司、天交公司、海依捷公司等单位围绕行车安全、场所安全与网络安全等重点领域开展工作，强化“行车安全第一责任人”意识教育，设定“行车责任亡人目标为零”的硬性指标。各单位均注重车辆安全管理，通过加强检查、保养维修、实施“一车一卡一标号”等措施，车辆违章数量显著减少。

新能源业务

隆瑞三优公司以“安康杯”竞赛为载体，扎实筑牢安全防线；建立了工伤情况常态化报送机制，2025年实现了工伤事故“零发生”；在隐患排查方面，充分利用信息系统，全年下达检查任务1,430次，完成检查1,484次，累计发现并整改隐患481项；修订《突发事件应急预案汇编》，全年组织专项应急演练2次，参演80余人次，有效提升了应急处置能力。



安全生产月活动



开展防汛应急演练

案例

广告分公司：以“知识问卷”助力职工心理健康关怀

广告分公司工会开展“职业健康心理知识问卷”线上答题活动，围绕“关注心理健康，拥抱美好生活”主题，以线上问卷形式普及心理健康、压力管理与情绪调节等实用知识，引导职工在工作与生活中增强自我觉察与调节能力。未来，公司将持续拓展员工关爱的形式与内容，致力于为员工构建更全面、温暖的支持体系。



广告分公司职工心理健康知识线上答题活动

员工领域关键绩效

雇佣

期末在职员工总人数

1,141 人



期末在职男性员工数

784 人



期末在职女性员工数

357 人



期末在职30岁以下员工数

112 人



期末在职30至50岁员工数

864 人



期末在职50岁以上员工数

165 人



缴纳员工社保比例

100%



发展与培训

员工培训次数

2,845 人次



员工培训覆盖率/受训员工百分比

100%



年度培训支出金额

10.16 万元



职业健康与安全

员工工伤保险投入金额

68.72 万元



员工安全生产责任险投入金额

0.88 万元



员工工伤保险覆盖率

100%



员工安全生产责任险覆盖率⁵

2%



职业健康安全培训人员覆盖率

100%



⁵ 公司大部分业务为非高危行业，仅天交公司由于业务特性为员工缴纳安全生产责任险。

深化行业协同生态

北巴传媒公司秉持可持续发展理念，将绿色责任融入供应链管理与基础设施建设，致力于构建阳光透明的运营体系与高效协同的产业生态，为推动行业低碳转型与城市绿色发展贡献力量。

打造阳光责任供应链

为构建高效透明的供应链管理体系，公司已将合规管理与廉洁建设要求贯穿采购全流程。公司建立了常态化的供应商ESG尽职调查机制，由合规与采购主管部门负责，覆盖新引入供应商准入审核及现有核心供应商定期评估。该机制不仅审查供应商的资质、财务与合规表现，还系统纳入能耗、排放、废弃物管理、社会责任及治理水平等ESG关键要素。针对识别出的潜在风险，公司通过要求整改、制定改进计划或调整合作策略等方式，推动产业链协同提升可持续发展绩效。

公司制定了“事前预防、事中控制、事后改进”的全面风险管理目标，通过制度化的供应商评估、动态的风险监测与专项审计检查，构建了分级分类的风险应对机制。公司积极关注行业优质标的与前沿技术，通过评估并购重组机会、投资数字化平台与技术研发，提升供应链的自主可控性、协同效率与长期竞争力；对于信息化项目，我们严格遵守集中采购管理规定，在合法合规选择项目实施、监理及验收评审单位后，依据采购结果签订合同，并定期跟踪合同履行情况，确保从项目立项到合同执行的全链条受控。

各业务板块结合自身特点，进一步完善供应链管理细则。北巴汽车公司为规范备附件、精品及广告物料采购行为，制定专项管理办法，明确从建立供应商库、制定采购方案、编制采购文件至组织询价评审的完整流程；隆瑞三优公司制定《采购管理规定》，设立供应商管理专章，通过制度化的准入、评估与管理流程，致力于与供应商建立长期稳定、负责任的合作关系，推动产业链可持续发展⁶。

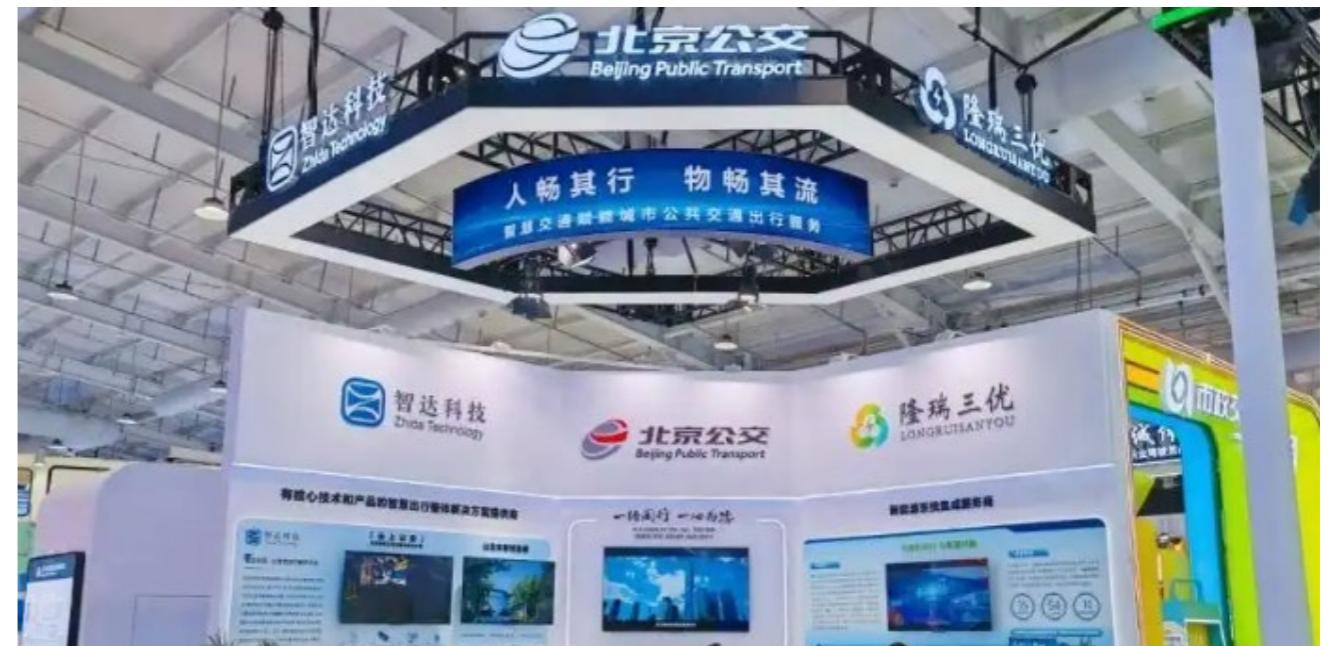
通过北巴传媒公司统筹与各业务板块细化的协同管理，我们建立了层次分明、管控有效的供应链管理体系，为业务稳健运营提供了坚实保障，持续推动供应链向更规范、更透明、更可持续的方向发展⁶。

⁶ 报告期末，公司不存在应付账款（含应付票据）余额超过300亿元或占总资产的比重超过50%的情况；亦不存在通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息的情况。

引领绿色基建创新

北巴传媒公司依托独特的公交场站网络资源与成熟的运营管理体系，已发展成为城市级绿色能源基础设施的重要建设者与运营商，构建了覆盖公交保障与社会服务的“双网融合”充电网络体系，在行业内形成了显著的资源协同与规模服务优势。

在2025年中国国际服务贸易交易会上，隆瑞三优公司通过集中展示“公交充电网+社会超充网”一体化解决方案及移动充电、智慧管理等前沿应用，系统呈现了以技术创新与模式创新驱动绿色发展的成果。该实践不仅有效盘活了存量场站资源，为社会提供了高效便捷的公共充电服务，缓解了市民“充电难”问题，也探索了“交通+能源”融合发展的新路径。同时，公司积极挖掘公交文化内涵，推动绿色产业与文化传播相结合，进一步丰富了企业社会价值的创造维度。



隆瑞三优公司展示“公交充电网+社会超充网”一体化解决方案

未来，公司将坚持市场化、网络化、智能化的发展方向，持续完善充电服务网络，积极探索车网互动、储能应用等新技术模式，致力于成为绿色交通能源体系的关键支撑，为城市清洁低碳发展与公众美好出行贡献专业力量。

履行企业社会责任

公司积极履行社会责任，响应国家乡村振兴战略，通过整合媒体资源、开展消费帮扶等多种形式，支持乡村产业发展。同时，依托自身公交媒体网络优势，围绕社会发展重要议题，持续开展公益宣传，传播社会正能量，彰显国有企业担当。

赋能乡村新发展

2025年，公司结合自身业务特点与资源优势，制定了系统性的专项工作计划，从就业支持、消费帮扶、产业协作、公益服务等多个维度出发，助力对口协作地区巩固拓展脱贫攻坚成果，实现更高质量、更可持续的发展。本年度，公司在乡村振兴方面投入金额为20.96万元⁷。

在促进就业与人才振兴方面，公司积极履行就业优先责任。在年度招聘中，我们明确在同等条件下优先吸纳对口帮扶地区的农村家庭大学毕业生、农村劳动力及脱贫人口，通过提供稳定的就业岗位与职业发展平台，切实帮助当地群众实现稳定增收，激发其内生发展动力，为乡村振兴注入宝贵的人力资源。

在推动产业与经济发展方面，公司充分发挥市场渠道与消费带动作用。我们通过单位食堂、工会福利采购、劳保物资定向采购等多种形式，建立稳定的农副产品采购机制，其中各单位食堂原则上按照不低于年度采购额30%的比例，优先采购内蒙古等对口帮扶地区的优质特色产品，有力地支持了当地特色农业的产业化、规模化发展。

⁷ 公司将完善对乡村振兴惠及群体数量的统计。

案例

乡味进京 公交载道——助力特色农产品出村进城

广告分公司积极响应国家乡村振兴战略，创新构建“媒体+政府+产业”合作模式，联合中国农业电影电视中心与宁夏农业农村厅，于2025年9月成功推出“乡味宁夏·六特农产品进京暨乡村振兴公交线路”项目。

公司突破传统公益形式，以公交车身为载体，将宁夏枸杞、葡萄酒、牛奶、滩羊、冷凉蔬菜等“六特”农产品与地域文化相结合，打造移动式“乡村振兴展示馆”。通过北京多条公交线路的持续曝光，有效提升特色农产品品牌认知，搭建从产地到市场的直达桥梁。

本项目是公司利用自有核心媒体资源、推动“内容+传播+产业”联动的创新实践，不仅拓展了公益合作路径，也为探索媒体赋能地方产业、服务区域经济发展提供了可持续的运营模式。



乡味宁夏·六特农产品进京乡村振兴公交线路发车仪式现场

传递社会向善力量

公司依托覆盖广泛的车身媒体与候车亭媒体，围绕国家战略、城市治理、公共安全等主题，开展了一系列公益广告发布，内容涵盖援藏、垃圾分类、防范电信网络诈骗、全球创业者峰会、交通安全、重大活动环境布置及自主公益传播等，以生动的视觉语言向公众传递正能量，弘扬主流价值观。

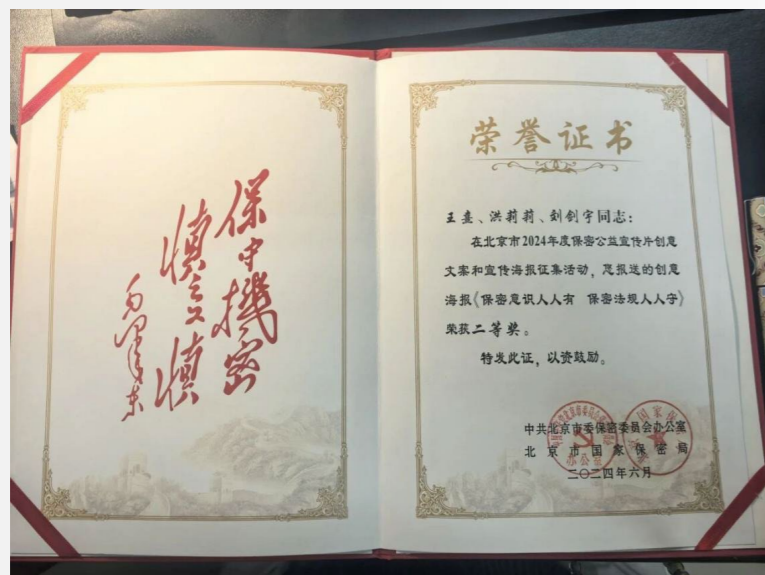
本年度，公司在公益慈善与志愿活动的投入的资金金额为1.08万元⁸。

案例

以专业创意守护国家安全，彰显公益责任

广告分公司积极履行社会责任，发挥自身专业优势参与社会公益宣传。在2025年举办的北京市保密公益宣传海报征集活动中，分公司的设计师团队，凭借作品《贯彻落实保密法，你我都是护密人》从众多参赛作品中脱颖而出，荣获二等奖。

作品围绕“保密是全民责任”的核心理念，以“锁”为核心视觉符号，通过冷色调传递法律庄重感，提升公益传播的社会价值与品牌影响力。此次获奖体现了公司将专业能力与公益责任相结合、以创意服务社会的理念，也展现了其在内容传播领域的执行能力与品牌塑造潜力。



获奖证书与海报

⁸ 公司将持续提升志愿活动相关数据的统计基础，完善参与志愿者人次，志愿服务总时长等相关数据的统计。

案例

“绿色出行之京彩同行·父爱随行”公益活动 以公交媒体传递城市温度

为积极响应城市绿色出行号召、深化社会责任实践，北巴传媒公司组织开展“绿色出行之京彩同行·父爱随行”大型公益活动。活动通过公交媒体与城市公共空间的创新运用，倡导绿色低碳出行理念，同时以父爱亲情为纽带，提升公众对出行文化的认同，推动社会情感与城市公共生活的融合。

活动围绕“文化传承”与“代际对话”设计主题海报，在市区十余台双层巴士及近百座公交候车亭发布。公益广告融合“敦煌色系”视觉元素与父爱叙事，将公交媒体转化为城市文化展廊。同时，公司邀请各界代表参观公交发展历程与绿色出行成果，并通过新媒体平台开展互动传播，提升活动影响力，展现了公交媒体在公共传播与城市文化建设中的独特价值。



活动公益海报

04

筑基强本 规范治理

深化党建引领发展

优化治理规范运行

深化党建引领发展

本公司始终坚持把党的领导融入公司治理环节，持续巩固深化党建引领发展。我们着力夯实思想根基，通过常态化理论学习与党组织建设，确保公司始终沿着正确的政治方向前进。同时，我们将党风廉政建设与反商业贿赂、反贪污、反不正当竞争管理深度融合，以严明的纪律规矩和清正廉洁的作风，为公司的高质量发展提供坚强的政治保障和精神动力。

建设坚实思想基础

公司党委持续加强基层党组织建设和党员队伍建设。2025年，修订《北京巴士传媒股份有限公司贯彻落实“三重一大”决策制度实施办法》等关键制度，进一步完善了党组织参与公司治理的机制。

我们坚持把理论学习摆在首位，通过党委理论学习中心组学习、专题研讨、主题党日等多种形式，深入学习党的最新理论成果和路线方针政策；积极推进党支部标准化、规范化建设，严格落实“三会一课”、组织生活会、民主评议党员等制度，不断提升党组织的凝聚力和战斗力；通过加强思想政治工作，我们引导广大员工树立正确的世界观、人生观和价值观，为公司的稳健运营提供坚实的思想保障；我们积极推动党建与经营深度融合，开展形式多样、内容丰富的党建活动。

厚植勤廉文化底蕴

公司持续完善以党风廉政建设为核心的治理体系，将反商业贿赂、反贪污及反不正当竞争要求系统融入日常运营与决策流程，致力于构建“不敢腐、不能腐、不想腐”的长效机制。

公司定期开展商业贿赂与贪污风险系统性评估，识别业务流程关键风险点，优化内控与审计机制。2025年，公司围绕《纪律处分条例》《公职人员政务处分法》等法规，组织面向中层以上干部及关键岗位的法务合规专题培训19次，开展中央八项规定精神专项答题4次，累计覆盖1,117人次。同时，公司修订权责、风险及流程清单，将反不正当竞争要求纳入《反垄断合规管理指引》等内部制度，并计划开展面向董事、管理层和全员的专题培训，推动廉洁教育常态长效。

公司通过党委理论学习中心组、“三会一课”、节假日廉洁提醒及常态化谈心谈话等形式，分层分类开展纪法教育，强化“八小时外”作风监督。领导班子及部门经理对照15类问题清单开展专项排查，并将群众反映问题纳入闭环整改。公司持续完善信访与举报保护机制，计划组建信息员队伍强化基层风险预警，切实维护举报人合法权益。

在业务运营中，公司要求所有业务单元严格遵守《反不正当竞争法》，禁止商业诋毁、虚假宣传等行为，并将相关监督纳入纪检与审计日常检查。报告期内，公司未发生因商业贿赂、贪污或不正当竞争引发的诉讼或重大行政处罚事件。

案例

深化“以案促改”，筑牢纪律屏障

为持续巩固廉洁从业思想防线，营造风清气正的干事创业环境，公司召开了“以案为鉴 以案促改”警示教育大会。通过通报巡察意见，剖析典型案例，组织观看警示教育片，推动全体党员干部强化纪律意识。



“以案为鉴 以案促改”会议现场

优化治理规范运行

我们持续优化治理结构，完善董事会及专门委员会运作机制，推动决策科学化与执行高效化。通过健全合规管理体系与内部审计机制，公司将合规经营融入日常运营各环节，切实强化风险防控，以规范治理护航企业稳健发展。

完善公司治理体系

北巴传媒公司致力于构建权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的现代企业治理结构。我们始终将保障股东合法权益置于公司治理的核心位置，致力于建立透明、公正、高效的投资者关系，确保所有股东，特别是中小股东，能够依法、充分地行使知情权、参与权、决策权和监督权。报告期内，公司严格按照《公司章程》及监管规定，共召开董事会10次、经理办公会28次，合计审议通过了涉及公司战略发展、财务审计、利润分配等重要事项的多项议案，决策效率与规范性持续提升。

2025年，公司修订了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》以及《贯彻落实“三重一大”决策制度实施办法》等一系列核心治理制度。积极参加资本市场监管政策与合规运作培训，精准把握监管要求，持续增强合规运作和市值管理能力，为高质量发展奠定坚实制度基础。

公司高度重视对股东的合理投资回报，在符合法律法规和公司章程规定、并兼顾公司可持续发展的前提下，公司制定了积极的利润分配方案，并已顺利完成年度权益分派的实施工作，以实际行动履行对股东的承诺，回馈股东的长期信任与支持，共享公司发展成果。



股东会现场

强化合规监督管理

我们严格遵循国家法律法规、监管要求，结合公司实际，建立并持续完善覆盖各业务领域、各管理层级的合规管理制度体系。为切实提升制度执行力，本年度公司组织了专项合规培训与学习活动，并围绕《反垄断合规管理指引》《合同管理办法》等六项核心制度开展全员专项学习。通过深化对合规管理、反垄断规范、合同风险管控等关键领域的认知，我们推动巡察整改要求与日常制度执行深度融合，将合规管理要求切实转化为全体员工的行为自觉与职业规范，全面提升公司的合规治理水平。

公司持续深化审计监督机制，坚持依法审计、风险导向，实现下属控股子公司审计100%全覆盖。审计工作聚焦工程建设、招标采购、财务收支及内控执行等重点领域，强化风险识别与预警作用。同时，公司高度重视审计与各类监督检查发现问题的整改落实，建立审计整改长效闭环机制。我们对审计发现的问题实行清单化管理、全程跟踪督办，由审计工作领导小组牵头协调重大事项整改。整改结果纳入绩效考核体系，并通过完善制度、优化流程实现“举一反三”，形成“发现问题—落实整改—追责问责—优化管理”的治理闭环，切实提升风险防控与合规运营水平。

在强化内部合规与审计监督的同时，公司将外部监督与质询视为规范公司治理、提升透明度的宝贵动力。报告期内，公司全年接听投资者专线、答复上证e互动平台及公司官网投资者留言等共计200余人次，成功组织2场业绩说明会，回复率达100%，通过高效沟通获得投资者广泛认可，有效维护资本市场稳定与公平。

附录



上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号 —— 可持续发展报告（试行）索引

披露要求	条款	对应的本报告章节
第三章 环境信息披露		
第一节 应对气候变化	第二十条	坚定低碳绿色转型
	第二十一条	坚定低碳绿色转型
	第二十二条	坚定低碳绿色转型
	第二十三条	坚定低碳绿色转型
	第二十四条	坚定低碳绿色转型、环境领域关键绩效
	第二十五条	环境领域关键绩效
	第二十六条	坚定低碳绿色转型
	第二十七条	坚定低碳绿色转型、践行生态保护理念、深耕绿色能源服务
	第二十八条	深耕绿色能源服务
	第二十九条	践行生态保护理念
第二节 污染防治与生态系统保护	第三十条	践行生态保护理念 注：公司及其重要控股子公司未被列入环境信息依法披露企业名单
	第三十一条	践行生态保护理念、环境领域关键绩效
	第三十二条	践行生态保护理念
	第三十三条	践行生态保护理念
第三节 资源利用与循环经济	第三十四条	践行生态保护理念、推进循环经济发展
	第三十五条	践行生态保护理念、环境领域关键绩效
	第三十六条	践行生态保护理念、环境领域关键绩效
	第三十七条	推进循环经济发展

披露要求	条款	对应的本报告章节
第四章 社会信息披露		
第一节 乡村振兴与社会贡献	第三十八条	履行企业社会责任
	第三十九条	履行企业社会责任
	第四十条	履行企业社会责任
第二节 创新驱动与科技伦理	第四十一条	深耕业务 铸就品质
	第四十二条	深耕业务 铸就品质
	第四十三条	公司业务专注于广告传媒、汽车服务及新能源综合服务领域，目前经营活动不涉及需进行科技伦理评估及管理的前沿科技领域，因此科技伦理议题暂不适用于公司现有运营范畴。
	第四十四条	利益相关方沟通、深化行业协同生态
第三节 供应商与客户	第四十五条	深化行业协同生态
	第四十六条	深化行业协同生态
	第四十七条	深耕业务 铸就品质
	第四十八条	优化客户服务管理
第四节 员工	第四十九条	夯实人才组织基础
	第五十条	夯实人才组织基础、员工领域关键绩效
第五章 可持续发展相关治理信息披露		
第一节 可持续发展相关治理机制	第五十一条	可持续发展治理架构、可持续发展理念
	第五十二条	公司将结合实际情况，适时开展可持续发展尽职调查
	第五十三条	利益相关方沟通
	第五十四条	深化党建引领发展、优化治理规范运行
第二节 商业行为	第五十五条	深化党建引领发展
	第五十六条	深化党建引领发展、优化治理规范运行



GRI 可持续发展报告标准索引

报告章节	GRI Standards	
关于本报告	2-2、2-3	
致辞	2-22	
走进北巴传媒	2-1	
荣誉与亮点绩效	201-1	
可持续发展管理	可持续发展治理架构	2-9、2-12、2-13、2-14、2-16、2-17、2-22、2-29
	可持续发展理念	/
	利益相关方沟通	2-29
	双重重要性评估	3-1、3-2、3-3
深耕业务，铸就品质	坚守卓越服务品质	203-1、416-2
	深化广告业务运营	203-1
	强化汽车服务能力	203-1
	发展绿色能源服务	203-1
	优化客户服务管理	418-1
资源循环，低碳运营	坚定低碳绿色转型	201-2、3-3、301-3、302-4、302-5、306-5
	推进循环经济发展	306-2
	践行生态保护理念	2-27、302-1、302-4、303-1、305-1、305-2、306-1、306-3、302-4、302-5
责任践行，共益福祉	夯实人才组织基础	2-7、401-2、403-1、403-4、403-5、403-6、403-7、403-8、404-1、404-2、405-1
	深化行业协同生态	308-1
	履行企业社会责任	203-1、413-1、415-1
筑基强本，规范治理	深化党建引领发展	205-1、205-2
	优化治理规范运行	2-27、405-1



读者意见反馈

意见反馈表

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告，并希望倾听您的意见和建议。

为了更好地向利益相关方提供有价值的信息，了解他们的期望与诉求，以改进未来的报告编制和提升北巴传媒公司的可持续发展工作水平，请您填写以下意见反馈表。您的意见对我们至关重要。

问题	很好	较好	一般	较差	很差
1. 总体印象：您对本报告的整体评价是？	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 可持续发展信息质量：您对本报告中披露的可持续发展信息质量的评价是？	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 结构安排：您对本报告结构安排的评价是？	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 版式设计：您对本报告版式设计的评价是？	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 阅读体验：您对本报告阅读体验的评价是？	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 建议：您对北巴传媒公司的可持续发展工作有何具体建议？					