

<<CSR竞争力>>

图书基本信息

书名：<<CSR竞争力>>

13位ISBN编号：9787030336873

10位ISBN编号：7030336879

出版时间：2012-3

出版时间：科学

作者：《商业价值》杂志

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<CSR竞争力>>

前言

前言 可持续发展的力量 我们渴望那片曾经的蓝天，靠一己之力却远远无法实现。

人类赖以生存的环境正在面临着前所未有的挑战和威胁，越来越频繁的极端天气，越来越贫乏的水资源，越来越严峻的能源消耗和能源价格攀升……不仅如此，在中国，无法避免的贫富分化加剧问题、弱势群体的被忽视问题以及由此带来的不安定、不和谐因素越来越令人不安……这些曾经只有大企业才会关心的问题，这些曾经只有成功者才有资格去贡献力量的领域，今天已经是所有企业都必须面对的局面。

我们必须看到，当今社会，构成企业竞争优势的元素已经不再仅仅是更为廉价的原料、更为经济的成本或更为快捷的供应链体系。

企业必须认识到，那些曾经看起来与自己无关的因素已经影响到企业自身的利益，而每个企业，即使是小企业也并不是真的对此“无能为力”。

我们坚信：企业对社会责任“有勇气、有智慧、有区别”的担当，将成为构建自己可持续竞争力的重要途径。

这将是企业在今后时代发展必不可少的核心竞争力之一，更是众多企业家将其事业终极追求与脚下的实现路径完美统一的起点。

《商业价值》杂志在与众多企业接触的过程中，充分感受到了诸多企业对“CSR竞争力”的思想萌芽，也了解到了这些企业在实践路径上遇到的各种困难和迷惑。

从2010年3月开始筹备的、联合众多第三方NGO以及研究机构的“中国企业社会责任竞争力”评选，就是旨在与企业共同推进这一思想在中国商业界完善、严谨、务实地落实到可研究的案例和可推广的经验中去。

该评选旨在评选出在CSR领域充满智慧和行动力的企业，筛选出包含跨国公司、成熟企业以及中小企业在内的CSR竞争力领域的杰出实践典范。

其实，在今天的中国，CSR的概念几乎无人不知，但是令人遗憾的是，在实践水平上国内企业仍处于较为初级的阶段。

当前对企业社会责任的评价，除了感性经验判断之外，社会公众和企业利益相关者了解信息的渠道非常有限，而在上市公司群体中，能通过企业社会责任报告公布自身CSR状况的上市企业也只有400余家。

同时，不论是企业还是关注者，往往都是只能聚焦于企业捐了多少钱，获得什么称号等行为，没有注意到企业的社会责任应该与企业的长期发展战略和竞争优势有机地结合才能够生生不息；也忽视了企业的社会责任除了捐献款额数字后面有多少个零之外，更应该注意企业是否真正投入了智慧，在高效地推行CSR，而不是低效率地“花钱换荣誉”。

CSR是指企业在创造利润、对股东承担法律责任的同时，还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。

我们相信，企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调在生产过程中对人的价值的关注，强调对消费者、对环境、对社会的贡献。

而我们也相信，一个商业组织在其经营过程中对CSR的承担不仅仅是一种责任，更是一种能力。拥有这种能力的商业组织可以在使其实现社会价值的同时，也能够推动企业自身可持续发展--这就是CSR竞争力。

在中国市场，就存在着这样一批企业：他们不一定是本土上市公司，也不一定有着无法企及的市值和无法比拟的庞大身躯，但是他们一样在CSR领域表现优异。

这些企业相信CSR与企业自身的发展并不是一对矛盾，相反，他们有着正向的联系。

企业完全能够在实现自身可持续发展的同时，也造福于环境、社会和其他群体；而且，只有这样，企业才能为自己的可持续发展创造一个安全且阳光的环境。

这些优秀企业的成功实践能够启发更多企业，把社会责任与企业竞争力完美结合，让中国商业界把CSR不仅仅作为一种精神，更形成一种可持续的能力。

<<CSR竞争力>>

内容概要

花旗银行利用自己的资本能力推动绿色环保和公益事业；IBM将分散的闲置计算机资源组织起来形成了强大的技术力量；百事的“土豆农场”既改善了沙漠环境又提高了自身竞争力……

这些成功的案例告诉读者优秀的企业如何将CSR（Corporate Social Responsibility，企业社会责任）与企业竞争力完美结合，从而形成企业可持续发展的竞争力。

本书荟萃了金融、科技、制造等行业中的CSR优秀案例和CSR创意，读者可以借鉴他人的可靠经验，寻找符合自己企业发展需求的CSR战略和项目，更好地推进自身企业社会责任及竞争力的构建，并更好地塑造企业文化和品牌。

本书适合从事企业战略、企业品牌、企业营销等方面的商业人士，以及关注生态、公益、低碳的政府工作人员和NGO人士阅读。

<<CSR竞争力>>

作者简介

商业价值》杂志

中国最好的“技术商业”杂志

《商业价值》杂志是一家思想新锐、视野宽阔的商业管理类媒体，诞生于新的技术商业思潮在中国崛起的时期，致力于为中国商业界的“变革者”提供视野、观点和方法论的总结，聚焦于报道、解读和推动更创新、更智慧、更可持续的商业，特别关注技术与网络推动的商业变革，关注商业创新激发的产业趋势，关注企业如何以绿色、健康、可循环的方式持续发展。

<<CSR竞争力>>

书籍目录

- 序一 知性时代企业社会责任实践
- 序二 从CSR看企业
- 序三 CSR的效率问题
- 前言 可持续的力量
- 第一章 CSR竞争力：从商业价值到社会价值
 - 从企业到社会
 - 从概念到实践
 - 从价值到价值观
- 第二章 CSR实践之绿色金融：让金融温暖人心
 - 中国平安：低碳竞争力
 - 花旗：资本推动“绿色”公益
 - 渣打：可持续金融的力量
- 第三章 CSR实践之塑造未来：发展可持续的公益
 - 索尼：科学梦想激发者
 - 诺基亚：早教“雪球”
 - 惠普：让电脑改变命运
 - 奔驰：企业社会责任之道
 - 淘宝：从个例到平台
 - 联想：做撬动公益的支点
 - IBM：用科技带动公益
 - 雅诗兰黛：社会责任与品牌同行
- 第四章 CSR实践之构建生态商业：消耗更少，收获更多
 - 百事：土豆的力量
 - 巴斯夫：蜜蜂型企业
 - 万科：有责任才有竞争力
 - GE：获利有道
 - 远大：“地球公民”的态度
 - 蒙草：看看一棵草如何能低碳
 - 陶氏化学：创新的责任
 - 中国大饭店：低碳会议倡导者
 - 携程：“碳补偿”创意
 - 凯德置地：绿色建筑带来品牌溢价
 - 大成：食品安全竞争力
- 第五章 CSR实践之放眼新农村：发掘金字塔底层的商机
 - 微软：中国“智”造
 - 英特尔：信息化就是CSR
 - 飞利浦：高科技下乡
 - 沃尔玛：新农村运动
 - 新希望集团：分享的快乐
 - 雀巢：创造共享价值
 - 德青源：让养殖场“转”起来
- 第六章 CSR创意大集锦
 - 吃得更好更环保
 - 科技是绿色的
 - 创意在路上

<<CSR竞争力>>

爱心与商业并重

资源利用有奇招

附录一 SRCI：企业社会责任竞争力指数

附录二 2010中国企业CSR竞争力评选获奖企业

附录三 2011中国企业CSR竞争力评选获奖企业

<<CSR竞争力>>

媒体关注与评论

我有两个担忧，一是CSR这个概念在中国商业社会里热度不断降低，可能CSR见效太慢了，很多企业没有耐心，或者没有这样的精神力量；二是很多人觉得中国的商业模式是一个互害型，大家互相挖坑。

做CSR真的挺难，正因为难，所以大家需要坚持，彼此分享，互相鼓励。

——《商业价值》出版人 刘湘明 对CSR的理解和实践，中国企业和日本、美国的企业相比，关注的点不在一个层面，在我们为食品安全、生命健康奔波呼吁之时，日本企业家在关注温室效应、全球变暖等宏大主题，美国的企业也正在考虑怎么把社会责任融入到企业战略中。

对企业来讲，应该把绿色环保作为企业经营的战略，作为义务和责任来看待，在未来品牌竞争力的规划上面，一定要把绿色制造、绿色服务作为重要环节来进行，绿色竞争力应该是品牌价值的重要构成。

——TCL集团助理总裁、品牌管理中心总经理 梁启春 无论是提供产品与服务，还是推动CSR工作，我们都是基于一个共同的理念——共生。

共生的意思是人和人、人和环境、人和社会应该和谐相处，共同建立一个美好、和平、融洽、和睦的世界，这也是一个企业存在的价值。

——佳能（中国）企业品牌沟通部副总经理 鲁杰 在我们看来，真正的可持续性的企业社会责任，要从主营业务出发，将企业利益与员工、消费者、环境、社区等诸多利益方结合起来，形成一定程度上的利益共同体。

企业在创造利润的同时，就是在为员工、消费者、环境和社区创造利益。

——滕俐（锐珂医疗大中华区副总裁） 从“瘦肉精”、“塑化剂”到“血汗工厂”再到“镉污染水”、“铬污染土”、“汞污染米”，我们需要找回迷失的价值观。

我们希望通过中国企业CSR竞争力的评选，让大家看到企业在获得商业利润的同时，也承担起对劳动者、环境等利益相关方的责任，这不仅不矛盾，而且将会获得更可持续性的商业回报。

——《商业价值》总经理 万宁

<<CSR竞争力>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>