

全球视野 竞争共赢

WTO 经济导刊

CHINA WTO TRIBUNE 中华人民共和国商务部主管

P34>> 国网山东电力：责任根植班组建设

P42>> GRI 大中华区总监：用G4把故事讲好

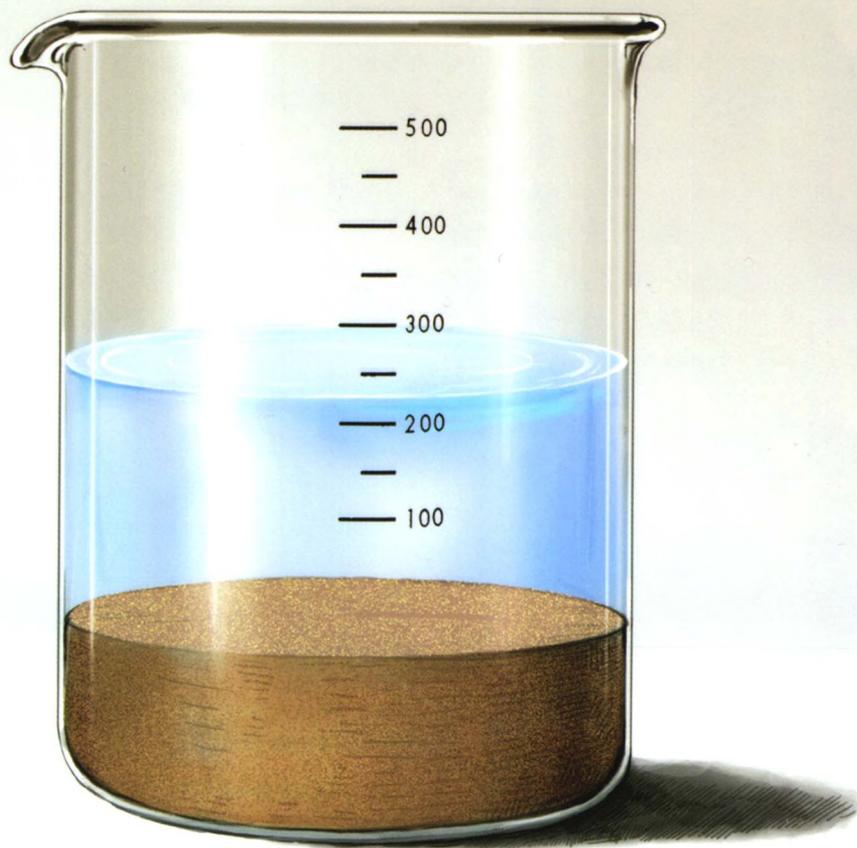
P56>> 初生牛犊遇见虎

P94>> 加入政府采购协定助推廉政

2014.04 总第127期

澄清

——责任品牌VS责任营销、责任广告、责任公关



ISSN 1672-1160



万方数据

目录 Contents

WTO

- WTO/FTA动态 WTO/FTA News
- 08 WTO/FTA动态
 - 技术壁垒 TBT / SPS
- 90 2013年全球TBT分析报告
 - 拉巴德之声 Voice from Labad
- 93 美国产业界支持多边贸易谈判议程
 - WTO专栏 Columns
- 94 加入政府采购协定助推廉政



CSR

封面文章 Cover Story

- 18 澄清
 - 责任品牌 VS 责任营销、责任广告、责任公关
- 25 品牌进化新动力
- 27 责任品牌的“软”实力
- 28 承诺需要兑现 传播不是热闹
- 29 责任品牌是核心竞争力
- 30 警惕责任品牌建设两个误区

观点 Opinion

- 编者的话 From the Editor
- 03 心底的烙印
 - 博客 Blog
- 71 CSR管理：究竟是锦上添花还是雪中送炭？

人物 People

- CSR会客厅 CSR Dialog
- 42 GRI 大中华区总监：用G4把故事讲好
- 47 珀莱雅CEO：本土品牌的责任坚持

实践 Practice

- 特别关注 Monthly Focus
- 32 第九届企业社会责任国际论坛将于6月召开
 - 特别报道 Special Report
- 34 国网山东电力：融入紧密 根植深远
- 35 “四大体系”创新责任班组建设
- 39 “安全大讲堂”走向全省
- 40 责任根植班组

P18

封面文章 Cover Story

澄清 ——责任品牌 VS 责任营销、责任广告、责任公关

责任品牌与责任营销、责任广告、责任公关各有区别和联系，或者说，责任营销、责任广告、责任公关都是实现责任品牌的途径之一，它们都是手段，最终目的是责任品牌。责任品牌概念的提出及探索，将开创品牌引领社会责任之道，同时又将超越单纯的社会责任履行和社会品牌建设之道，将引领企业上下游共同履行社会责任，开创出 1+1 远远大于 2 的企业可持续发展的新的高效路径。



P42

CSR会客厅 CSR Dialog

用G4把故事讲好

G4 可以用来帮助报告机构检测责任绩效，从而作为管理变革的决策依据，同时也是责任信息披露的方法学和报告工具，还是国际通用的对话语言。

中央企业与CSR SOE & CSR

- 51 中电科社会责任示范基地一日行
- 52 打造具有责任竞争力的全球企业公民

社会责任管理 Social Responsibility Management

- 64 以“三化式”立体沟通驱动社会责任管理
- 企业责任竞争力 Corporate Responsible Competitiveness
- 67 可口可乐：变废为肥 促可持续蔗糖生产

积极老龄化 Active Aging

- 69 养老地产蓄势待发

CSR观察 Observation

- 72 责任文化：企业文化发展的新内涵
- 75 凝数年心血 逐一生梦想

生物多样性 Biodiversity

- 79 生物多样性呼唤企业新思维

金蜜蜂2020 China GoldenBee CSR 2020

- 83 英特尔：建设并分享“企业社会责任生态圈”
- 86 金蜜蜂2020最新动态

社会创新 Social Innovation

- 87 社会创新周联结“创变客”

理论 Theory

社会责任报告 SR Report

- 46 G4带来企业社会责任工作新趋势
- 56 初生牛犊遇见虎
- 59 新指令要求欧盟大企业披露社会责任信息
- 62 中国非企业组织社会责任报告研究2013

环境与可持续发展 Environmental & Sustainable Development

- 76 北京实施大气污染防治条例驱散雾霾天

青年 CSR 论坛 Youth CSR Forum

- 81 系统动力学视角中的CSR与消费者权益

资讯 News

CSR月度报告 CSR Monthly Report

- 11 CSR月度报告

国外CSR动态 CSR News Abroad

- 14 国外CSR动态

CSR动态 CSR News

- 55 中企在英投资指南建议积极履行CSR

本期广告索引

- | | | | |
|---------------|----|------------|----|
| ◆ 寻找蜜蜂 | 封二 | ◆ 社会创新周 | P9 |
| ◆ 金蜜蜂广告 | P1 | ◆ 巴斯夫形象广告 | 封三 |
| ◆ TUV NORD 广告 | P2 | ◆ 责扬天下形象广告 | 封底 |
| ◆ 企业社会责任中国网 | P5 | | |

《WTO 经济导刊》学术委员会

- 王贵国** 香港世界贸易组织研究中心主席
香港城市大学中国法与比较法讲座教授
- 王晓晔** 中国社会科学院研究生院教授、博士生导师
法学研究所研究员、经济法研究室主任
- 王缉思** 北大国际关系学院院长
- 冯家宪** 西安交通大学金禾经济研究中心主任、国际经济研究所所长
- 朱槐叶** 华东政法学院国际法学院教授
中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员
- 江小涓** 国务院研究室副主任
- 李仲周** 经济学家，中国 - 欧盟支持中国参与世贸体系项目首席专家
- 江国青** 外交学院国际法系教授，中国国际法学会常务理事
- 李晴西** 北京师范大学教授，经济与资源管理研究所所长
- 杨树明** 西南政法大学教授、博士生导师
中国国际经济法学会常务理事
- 沈四宝** 对外经济贸易大学法学院院长、教授、博士生导师
国务院学位委员会法学组成员
- 吴家煌** 中国世界贸易组织研究会副会长
国务院关税税则委员会咨询委员，高级经济师
- 张小济** 国务院发展研究中心对外经济研究部研究员、部长
- 张圣平** 北京大学光华管理学院金融学副教授
北京大学中国经济与 WTO 研究所副所长
- 张燕生** 国家发展和改革委员会对外经济研究所研究员
- 金 碚** 中国社会科学院研究生院教授委员会执行委员、博士生导师
《中国经营报》社长
- 单忠东** 北京大学光华管理学院教授，博士生导师
北京大学民营经济研究院常务副院长
北京大学中国经济与 WTO 研究所所长
- 沈国明** 南开大学教授、博士生导师
国务院学位办学科评议组理论经济学组委员
- 夏友富** 对外经济贸易大学技术性贸易措施研究中心主任，教授
中国 - 欧盟经济合作研究中心主任
- 海 闻** 北京大学副校长，中国经济研究中心教授
博士生导师、副主任
- 崔生祥** 中国劳动关系学院经济管理系教授、主任
全国工会学研究会常务理事
- 郭寿康** 中国人民大学教授，博士生导师
联合国教科文组织版权讲座教授
- 程国强** 国务院发展研究中心研究员
商务部中国政府 WTO 通报咨询顾问

(按姓氏笔画排序)

Contents

03	Brand in the Heart
18	Clarification: Responsible Brand VS Responsible Public Relations, Responsible Advertising, Responsible Marketing
25	New Drivers of Brand Evolution
27	Responsible Brand as Soft Power
28	Promise and Efficient Communication to Realize
29	Responsible Brand Promotes Core Corporate Competitiveness
30	Mind Two Kinds of Misunderstandings in Building Responsible Brand
32	Ninth International CSR Forum to be Held in June
34	CSR Value of Strengthening Team-building
35	New Management System Innovates Responsible Team-building
39	Security Lecture Spreads out in Shandong
40	Responsibility Rooted in Team-building
41	Responsible Team-building Talk
42	G4's Value in Improving Social Responsibility Performance
46	G4 Brings about New CSR Trends
47	PROYA: Responsibility and Insist of Local Brand
51	One-day Tour to Model CSR Base of CETE
52	Devoted to being Global Corporate Citizens with Responsible Competitiveness
55	Chinese Enterprises Investment Guide to the UK Suggests Companies Fulfil CSR
56	Overview on Social Responsibility Reports in March 2014
59	Non-financial Information Disclosure Demanded by EU New Draft Directive
62	Research on 2013 CSR Reporting of China Non Enterprise Organizations
64	Three-dimensional Communication to Drive Social Responsibility Management
67	Coca-Cola: Turn "Waste" into Wealth for Sustainable Sugar Production
69	Retirement Real Estate: Ready to Go
71	CSR Management: Icing on the Cake or Providing Timely Help?
72	Responsible Culture: New Connotation of Corporate Culture
75	Reviews on Talking about CSR
76	Beijing Introduces New Environmental Regulation to Contain Haze Weather
79	Biodiversity Appeals for Enterprises' New Thinking
81	CSR and Consumers' Rights Viewed in System Dynamics
83	Intel Builds and Shares CSR Ecosystem
87	Social Innovation Week Connects ChangeMakers
90	Analysis Report of Global TBT 2013
93	American Industries in Firm Support of Multilateral Trade Agenda
94	Accession to GPA Could Facilitate Incorrupt Government

领先的 社会责任与可持续发展咨询机构

责任竞争力成就可持续发展

报告撰写 体系构建 战略规划

专项培训 品牌建设

