


本书受英国大使馆文化教育处资助

透视

TOUSHI SHEHUICHUANGXIN YU SHEHUIQIYE:
TANSUO ZHONGGUO SHEHUI FAZHAN LUJING

社会创新与社会企业： 探索中国社会发展路径

周红云 宋学增 著

 中国社会出版社
国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

本书受英国大使馆文化教育处资助



透视

TOUSHI SHEHUICHUANGXIN YU SHEHUIQIYE:
TANSUO ZHONGGUO SHEHUI FAZHAN LUJING

社会创新与社会企业： 探索中国社会发展路径

周红云 宋学增 著

中国社会科学出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

透视社会创新与社会企业：探索中国社会发展路径 / 周红云, 宋学增著. —北京：中国社会出版社, 2016. 7
ISBN 978 - 7 - 5087 - 5382 - 9

I. ①透… II. ①周… ②宋… III. ①企业管理—研究—中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第163060号

书 名：透视社会创新与社会企业：探索中国社会发展路径
著 者：周红云 宋学增

出版人：浦善新
终审人：胡晓明
策划编辑：李春园
责任编辑：孙 研

责任校对：王洁丽

出版发行：中国社会出版社 邮政编码：100032

通联方法：北京市西城区二龙路甲33号

电 话：编辑部：(010) 58124832

邮购部：(010) 58124848

销售部：(010) 58124845

传 真：(010) 58124856

网 址：www.shcbs.com.cn

shcbs.mca.gov.cn

经 销：全国各地新华书店

印刷装订：中国电影出版社印刷厂

开 本：170mm × 240mm 1/16

印 张：18.75

字 数：320千字

版 次：2016年7月第1版

印 次：2016年7月第1次印刷

定 价：56.00元



中国社会出版社天猫旗舰店



中国社会出版社微信公众号

序 言

2015 年被称为中国的社会企业元年。在创新的大语境下，“兼具公益性和市场性”的社会企业至此在中国已有了近 10 年的理论积淀和实务探索。既然提到了元年，我们能否在这个节点系统地梳理社会企业这一欧美国家的“显学”在中国的成长，出一本里程碑式的著作？不仅是回顾，尤其要引领未来的认知和发展，以飨关注和从事社会发展事业的同仁。

我们和中央编译局比较政治与经济研究中心就这些问题一拍即合。经过 8 个多月的中英合作和努力，终成此书。我尤其要感谢中央编译局周红云、龙宁丽、马瑞、宋学增对项目和研究付出的心血与努力。

社会企业对我来说是一种情怀，但又是企业家精神和担当的具体呈现。希望书中的案例描述和分析能带给读者更多深入的体会。书中多层次的研究方法也令人耳目一新，这还包括了可视化语义网络图和词云分析技术的运用。此书的亮点和又一创新还在于其开发的多维度理论模型，并运用这个强大的理论工具来综合分析社会企业案例。实践和理论的有机和有效结合，才能得出针对中国未来社会创新和社会企业发展的有力的导向与建议。

谈到实践，我所在的 British Council 从 2009 年至 2016 年期间有幸能与诸多的中国政府机构、企业、学者、媒体、社会组织和社会投资人一起紧密合作，携手成功地启蒙和推动了社会企业在中国的发展。我们的初心就是要分享英国在这方面的理念和经验，抛砖引玉，希望能给中国的社会创新和公益事业发展带来一些启示。此书的完成，也是对我们社会企业项目的肯定和实务的升华。

如果说 2015 年是中国社会企业元年，我认为我们完成了使命。历史的

接力棒已经交给有担当的中国同行和社会企业家，要由你们来引领大家，完成下一步更加宏伟的事业。

于 准

英国大使馆一秘

英国文化教育协会社会发展总监

2016年6月

目 录

第一章 社会创新与社会企业研究概述	001
一、研究背景	001
二、研究内容	003
三、研究方法	004
四、研究设计	006
第二章 中国社会企业的理论研究：文献评述	007
一、关于社会企业研究的主要文献	007
二、社会企业研究文献的统计分析	007
1. 文献的时间趋势分析	007
2. 文献的期刊来源分析	007
3. 文献作者信息分析	009
4. 文献摘要信息的关键词和语义内容分析	011
三、社会企业理论研究的主要内容	015
1. 社会企业的概念研究	015
2. 社会企业的理念应用研究	030
3. 社会企业的基础理论研究	032
4. 社会企业的实践案例研究	036
5. 社会企业发展的域外经验研究	037
6. 中国社会企业的发展研究	040
第三章 关于社会企业的认知调查：分析和评估	043
一、社会企业的社会认知访谈调查设计	043

二、社会企业的社会认知访谈调查说明	043
三、什么是社会企业：社会认知调查结果的分析	044
四、社会企业的研究和发展状况的访谈结果分析	093
1. 社会企业的实践工作访谈调查结果分析	094
2. 社会企业的理论研究者访谈调查结果分析	110
3. 社会企业的支持性机构访谈调查结果分析	137
第四章 中国社会企业的实践研究：案例和模式	145
一、中国社会企业的案例研究之一：基于产生路径的维度	145
1. 中国社会企业的产生路径之一：NGO 组织转型	146
2. 中国社会企业的产生路径之二：企业组织转型	155
3. 中国社会企业的产生路径之三：公共组织转型	161
4. 中国社会企业的产生路径之四：初创型社会企业	166
二、中国社会企业的案例研究之二：基于驱动力的维度	175
1. 中国社会企业的驱动力之一：资源推动	176
2. 中国社会企业的驱动力之二：利益驱动	182
3. 中国社会企业的驱动力之三：理念引导	194
4. 中国社会企业的驱动力之四：政策推动	208
三、中国社会企业的发展模式： 基于产生途径和动力机制的模式分析	217
第五章 社会企业的中英比较研究：异同与启示	220
一、英国社会企业发展状况评估	220
1. 英国社会企业的多样性	221
2. 构建一个支持社会企业的生态系统	224
3. 社会企业融资	228
4. 社会影响力衡量	229
5. 合作	231
6. 政府干预	233
二、英国社会企业的最新进展	236

三、社会企业：中英的比较	239
1. 中英社会企业的相似性比较	239
2. 中英社会企业的差异性比较	240
3. 中英社会企业发展状况的整体性理解	241
第六章 社会企业的多维理论模型：理解社会企业的新视角	242
一、社会企业概念和理论的再审视：一个复杂性的存在	243
1. 公/私“普遍适用”观	243
2. 公/私“二分”观	244
3. 公/私的统一连续体模型	245
4. 以所有权和资金来源为基础的公私观	246
5. 组织公共性的多维模型	246
6. 以产权性质、资金来源和社会控制模式为基础的交叉分类模型 ..	248
二、组织公共性的多维理论模型：理解社会企业的新视角	249
1. 组织公共性理论的比较分析	249
2. 组织公共性分析的基本逻辑	251
3. 组织公共性评价的五维分析框架	252
4. 社会企业评价五维分析框架的测量指标	253
三、社会企业多维分析模型的检验：基于 23 个案例的分析	255
四、社会企业的多维理论模型的启示与意义	263
第七章 探索中国社会发展的路径：社会企业的评估与建议	266
一、中国社会企业发展状况的综合评估：机遇与困境参半	266
1. 中国社会企业的理论研究评估	266
2. 中国社会企业的社会认知评估	267
3. 中国社会企业的发展实践评估	268
4. 中国社会企业的政策环境评估	269
二、推进中国社会创新与社会企业的发展建议	270
附录：关于社会企业社会认知状况的访谈提纲	273
1. 社会企业的实践工作者访谈调查提纲	273

2. 社会企业的理论研究者访谈调查提纲	275
3. 社会企业的政府决策者访谈调查提纲	277
4. 社会企业的支持性机构访谈调查提纲	279
参考文献	281
跋 记	290

第一章 社会创新与社会企业研究概述

一、研究背景

社会企业 (Social Enterprise), 作为一种兼具公益性和市场性的新型组织形式, 近年来在世界范围内迅速崛起, 在扶贫、助残、就业、环保、社区建设等领域发挥了令人瞩目的作用, 受到了社会的广泛关注和赞誉。一般来讲, 社会企业最早源于法国经济学家蒂埃里·让泰提出的社会经济概念——社会经济是“把社会效果和间接的经济效益结合在一起的”。从实践来看, 社会企业的概念快速兴起, 一定程度上应归功于小额贷款之父格莱珉银行 (Grameen Bank) 的创始人穆罕默德·尤努斯 (Muhammad Yunus)。早在 1976 年, 尤努斯就放弃了在大学任教的体面生活, 开始探索给当地身无分文的农家女性贷款。9 年后, 格莱珉银行才正式获批注册并挂牌。在孟加拉文字中的含义, 其就是乡村银行。这家致力于帮助穷人从生存到致富的民间信贷机构, 源自草根、服务民生、用商业手段创造社会价值, 可谓是社会企业的标杆。穆罕默德·尤努斯也因此获得了 2006 年诺贝尔和平奖。至此, 小额信贷、社会企业、农民银行家等一系列名词一时引起社会强烈的反响。

在发达国家或地区尤其是欧美国家, 社会企业已发展成为社会创新领域的领导力量, 在推动社会创新、解决社会问题、满足社会需求方面发挥着重要作用。2013 年, 英国社会企业已有 7 万多家, 对英国经济贡献达 187 亿英镑, 并提供 100 万个工作岗位。据美国国家公益统计中心 (National Center for Charitable Statistics, NCCS) 数据显示, 2008 年美国非营利组织年收入达 2 万亿美元, 雇用职工年约 1290 万人, 占全体劳动人口的 9.7%。然而, 自称为社会企业者的则为数不多。美国社会企业联盟 (Social Enterprise Alliance) 统计美国约有 5000 家社会企业。据日本内阁发布的《关于我国社会企业活动规模的调查报告书》显示, 截至 2014 年年底, 日本社会企业共有 20.5 万家,

雇用人员总数达到 577.6 万人，其附加产值高达 16 万亿日元（占日本 GDP 的 3.3%）。此外，作为亚洲唯一以法律形式支持社会企业发展的国家，韩国的社会企业已有 1124 家（截至 2014 年 7 月）。2013 年，韩国社会企业共雇用员工 21574 名（平均每个社会企业雇用 22.7 名），其中弱势群体雇用比率为 60.7%，弱势群体社会服务受惠比达到 70%。

可见，在发达国家和地区尤其是欧美国家，社会企业已发展成为社会创新领域的领导力量，并被称为一种改革世界的新经济模式，关于社会企业的研究也成为一门显学。然而，相比之下，中国的社会企业实践及其研究才刚刚开始。在中国，社会企业兴起正是最近十年的事情。大家纷纷用“社会创新”来形容这股浪潮。社会企业的核心要义在于用商业的方法解决社会问题，这是社会企业和社会企业家推动社会发展的引擎和原动力。与传统的慈善和慈善家不同之处在于，社会企业将企业盈利与解决社会问题同等看待，并把社会问题内部化看作组织发展的商机。因此，社会企业的理念和行动具有颠覆性，即企业创造的经济价值与社会价值并非背道而驰，企业也并非顾此失彼。正是基于这种创新性理念，在寻求社会公益事业的可持续发展模式的探索中，越来越多的社会公益组织开始了社会企业化转型的探索和发展。据此，有人断言，社会企业这种新的组织方式“将是社会公益创新的引爆点”。

一方面，社会企业在中国具有广阔的发展空间，这从当前我国社会公益组织的社会企业化转型浪潮中可窥一斑。另一方面，作为一个新兴领域，具体到发展实际，还面临着不少亟待解答的难题。例如：中国社会企业的发展状况到底怎样？社会公众对社会企业是怎样认知的？对社会企业的研究进展如何以及学界的知识供给怎样？被寄予“将是社会创新在公益领域的引爆点”之高期望的实务界对社会企业的探索进展如何？社会企业的创新机理是什么？怎样的转型才算是成功的运作模式……

上述问题不仅困扰着正在中国转型浪潮中的辛勤开拓的实践者，也是有担当的理论研究者必然要回应的重大研究议题。正是在这样的背景下，作为中国社会企业拓荒者、引领者和推动者的英国大使馆文化教育处（BC），联合中央编译局比较政治与经济研究中心，于 2015 年 5 月份正式启动了一项名为“社会创新与社会企业研究”的研究项目。该项目旨在从社会创新的角度，对近十年来中国社会企业的发展状况进行一次系统、全面的评估和总结。本书就是该项研究的成果体现。

二、研究内容

本研究的目的是基于社会创新的研究视野，从理论研究、社会认知、实践情况、发展模式和政策环境等方面，对中国社会企业的发展状况进行全方位、系统化的评估，研判未来中国社会企业的发展方向，进而提出相应的政策建议。为此，本研究共设计了如下内容：

1. 中国社会创新和社会企业的理论研究评述。无论社会创新还是社会企业，都是近年来兴起的全新研究领域。本研究的首要内容就是通过检索、搜集、整理和分析社会创新和社会企业的相关研究文献，对研究情况作一个整体性的评估。为此，本研究共搜集整理了 58 份社会创新文献（44 篇核心期刊论文 + 14 本图书）；123 份社会企业文献（106 篇核心期刊论文 + 17 本图书）。以期从社会创新视角，评估中国社会企业的理论研究状况。

2. 关于社会企业的认知研究。社会企业的概念传入中国是近十年的事情。经历十年发展的社会企业究竟是否为社会认知？人们心目中的社会企业究竟是什么样子？又是怎样看待社会企业的发展和未来的呢？……为了解这些问题，本研究分别设计了针对四类群体（实践者、研究者、政府官员和支持性机构）的访谈问卷，以了解人们是怎样认知、对待和评价社会企业的。然而，在实际操作中，由于官员对社会企业知之甚少，基本都持拒绝态度，因此本研究实际上仅仅对实践者、研究者和支持机构三类相关群体进行了访谈。

3. 中国社会企业的发展模式研究。模式，一般是指某种事物的标准形式或使人可以照着做的标准样式。模式研究之所以必需是因为“社会是极其复杂的，它向那些试图理解它的人们提出了种种望而生畏的问题。社会科学的典型方法，就是建构社会生活的简单概念或模式，以有助于解释社会的复杂性”（比瑟姆，2005）。因此，模式的作用之一在于建立一个解释性的框架。具体到中国社会企业的发展模式，它旨在为理解中国社会企业的产生和发展提供一种解释性的框架。本研究将采用案例研究方法，从社会企业的产生路径和驱动力两个维度，归纳中国社会企业的发展模式。

4. 中国社会企业的发展展望与建议。本研究将对中国社会企业进行整体上的评估，包括理论研究、社会认知、发展模式和政策环境四个方面。在此基础上，将从社会创新的视角，构建理解社会企业的全新分析框架——社会企业的多维分析模型。作为一种重要的社会创新，社会企业本身就是一个复杂的存在。为更好地推进社会企业的发展，必须构建全新的社会企业的认知

和分析框架，从产权性质、法定身份、资源获取途径、内部控制、组织最终收益归属五个维度，重新定义和认识社会企业。本文将在最后展望基于该分析框架的中国社会企业的未来发展方向和建议。

三、研究方法

1. 文献分析法。文献分析法，是指收集、整理、鉴别和分析文献，并通过对文献的研究，形成对事实科学认识的方法，这是本研究的基本方法。它需要研究者对文本详加细读，深入梳理并归纳总结文本所蕴含的思想传统或问题意识。本研究共搜集整理了123份社会企业文献。将进行以下两方面的研究：一是文献统计分析。先从作者、时间、发表刊物、研究机构、出版机构等方面进行统计分析，梳理出谁在研究、时间趋势、参与机构和涉及范围等方面的统计特征。二是研究内容的分类和评述。根据研究文本内容，按照研究逻辑进行分类，回答怎么研究、研究什么、研究到何种程度等问题。

2. 问卷访谈法。问卷访谈法，也就是问卷法与访谈法的结合。首先根据研究目标设计无结构问卷（也叫开放式问卷），然后采用面访或电话访谈的方式，搜集访谈对象对社会企业的认知和评价方面的相关信息。问卷访谈法，一方面，有利于对社会企业的相关议题进行广泛而深入的研究，同时能保证所收集到的资料具有较高的可靠性；另一方面，由于访谈内容是统一、严格设计的结构性问卷，访谈过程也是结构化的，即对选择访谈对象的标准和方法、访谈中提出的问题、提问的方式和顺序、被访者回答的方式、访谈记录的方式等都作出了统一的要求，因此有助于访谈结果的统计分析。在操作中，本研究采用面访、电话访谈和电子访谈（电子邮件沟通）相结合的方式，分别对实践者、研究者和支持性机构三类群体进行了结构化访谈，有效回收84份问卷资料。

3. 内容分析法。内容分析法（content analysis）是一种搜集资料与分析文本内容的技术（Neuman, 2007），即对文件内容做出有效推论结果的一组程序（Weber, 1990）。内容（content）是指文字、意义、图片、符号、构思、主题或任何用来交流的信息。文本（text）是指任何书面的、可读的或者口头的作为交流媒介的东西：书籍、报纸、期刊文章、广告、演讲、官方文件、影片或录像带、乐谱、照片、衣物或艺术作品。为了实现各类相关群体对社会企业概念、理念、现状和评价等方面认知状况的量化分析，本研究采用内容分析法对问卷收集的文本资料进行内容分析。主要包括：一是问卷基本信息的统计分析。包括投放回收率、参与机构、人口统计学的内部构成比例等

方面的统计学特征。二是回答文本的计量分析。先分词，抽离关键词，然后进行关键词的统计分析，以及概念与关键词之间的关系网络图分析。三是主要观点的提炼与陈述。总结对各个问题回答的基本观点。在分析中，本研究使用了 ROSTCM6.0 软件 \ Word Cloud Generator。

4. 主题词共现分析方法。共现分析，广义上属于内容分析方法的一种，常用来确定各主题词之间的关系。其原理主要是对一组词两两统计它们在同一文献中出现的次数，对这些词进行聚类分析，从而达到挖掘隐含信息的目的，进而反映这些词所代表主题的结构变化。关键词的共现，实际上会形成一个虚拟的关键词网络。从社会网络的视角看，关键词是网络中的一个节点，而它们的共现则体现为节点之间有直接的联系。在虚拟的关键词网络中，由于是否共现和共现频次的不同，每个节点在网络中具有不同的地位，承担不同的角色。有些关键词反映的是该主题的关注热点；有些词表示的内容处于不成熟的状态；有些词之间的联系非常紧密，有些词会在网络中显得比较孤立。通过对关键词语义网络的分析，可以发现隐藏在真实关系网背后的关系网络，它对于了解一个概念或研究主题的成熟度、知识结构、研究的规模等状况具有非常重要的意义。

5. 案例研究方法。案例研究是一种经验主义的探究，它以质性数据的收集和分析为主、以定量数据收集和分析为辅，以解答建立在具有情境性特征实践基础上的、以理论构建或检验为目的的实证研究方法。为了回答中国特色政治经济制度背景下的社会企业发展模式问题，本研究进行了所谓探索性案例研究——旨在为提炼出某一概念、范畴或关系，界定后续研究问题和提出研究命题。从这个意义上讲，本研究的目的在于理论构建。由于中国社会企业发展模式问题涉及的理论还不够完善，甚至可以说还没有建立，迫切需要采用案例研究方法，基于实地调查，从获取的数据中总结提炼相关理论。为此，本研究通过案例研究方法，从社会企业的产生路径和驱动力两个维度，归纳中国社会企业的发展模式。产生路径简要归纳为四类：从 NGO \ NPO 转型产生；从市场 \ 企业组织产生；从政府 \ 公共部门组织产生；从创业产生。在力场分析的基础上，从拉力与推力角度，把驱动力分为四种类型：理念、利润（利益）、政策和问题性质。为了更好地说明上述模式和分析框架，本研究在广泛调研的基础上共选取了 23 个社会企业的发展案例。各个案例的分析围绕着两个基本问题展开：社会企业是怎么形成和发展的，形成和发展的驱动力是什么。以此总结中国社会企业的形成和发展模式，支撑以产生路径和驱动力为基本维度的分析框架。

四、研究设计

本研究旨在从社会创新的视角，从理论研究、社会认知、发展实践和政策环境等方面对中国社会企业进行全方位、系统化和纵深性评估，概括中国社会企业的发展模式，在与英国社会企业比较的基础上，提炼社会企业的多维分析理论模式，并提出中国社会企业的发展方向和相关建议，回应社会企业发展的各种理论、实践和政策需求。为此，本研究的结构框架可概括如图 1-4-1。

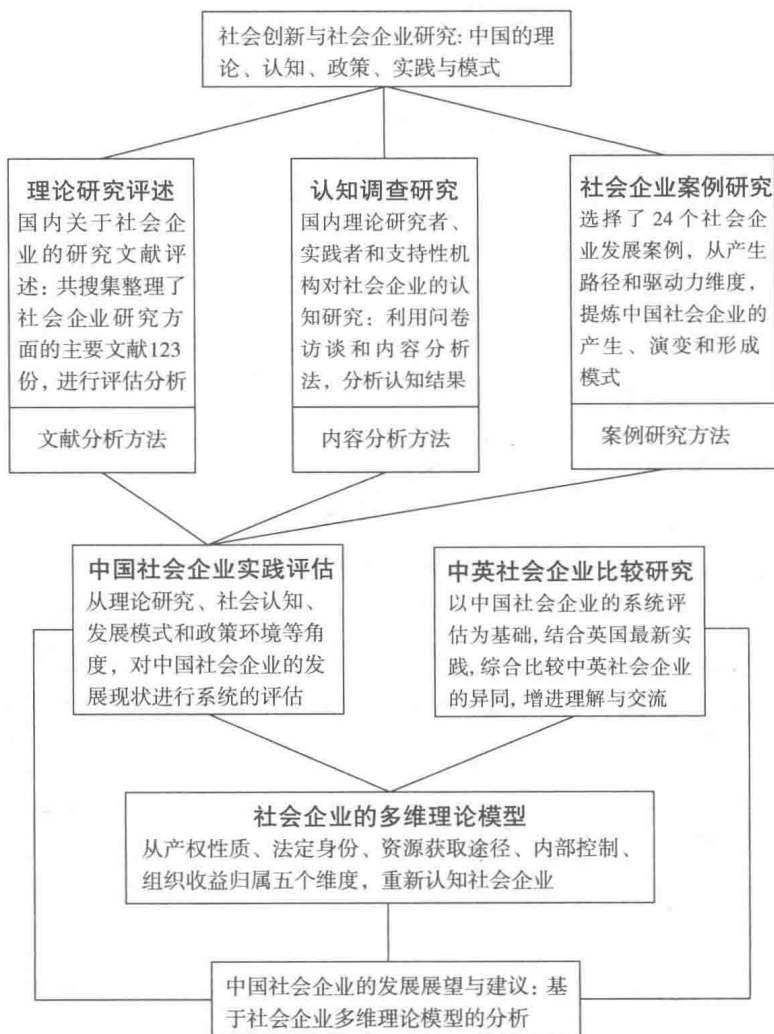


图 1-4-1 社会创新与社会企业研究的逻辑框架示意

第二章 中国社会企业的 理论研究：文献评述

一、关于社会企业研究的主要文献

本研究的首要内容是通过检索、搜集、整理和分析社会企业的相关研究文献，对中国社会企业的研究进展和水平作一个整体性的评估。为此，本研究以“社会企业”为标题名的关键词，在中国知网（期刊库）的核心论文检索中，共搜集整理了106篇核心期刊论文（检索时间为2016年3月1日）；在独秀图书的检索中，以“社会企业”为书名的关键词，共搜集整理了17本图书（检索时间为2016年3月1日），合计123份研究文献。相关期刊和书目的详尽信息详见参考文献部分。本章将从社会创新视角，以这些文献为基础，评估中国社会企业的理论研究状况。

二、社会企业研究文献的统计分析

1. 文献的时间趋势分析

从图2-2-1来看，社会企业研究是近十年来才兴起的一个研究领域。大体可以分为三个阶段：2005—2008年，低水平徘徊；2009—2010年，上升徘徊期；2011年至今，经历了不断上升的发展。

2. 文献的期刊来源分析

从文献的来源看，107篇核心文献共涉及77种期刊。从《中文核心期刊要目总览》（第七版）共计1966本核心期刊来看，除去一般不适宜发表的非社科类期刊，刊载期刊的比例显然很小，尚不足社科类期刊的1/10。这说明社会企业仍然是个小众的研究领域。表2-2-1统计了排在前五位的发文期刊名称。

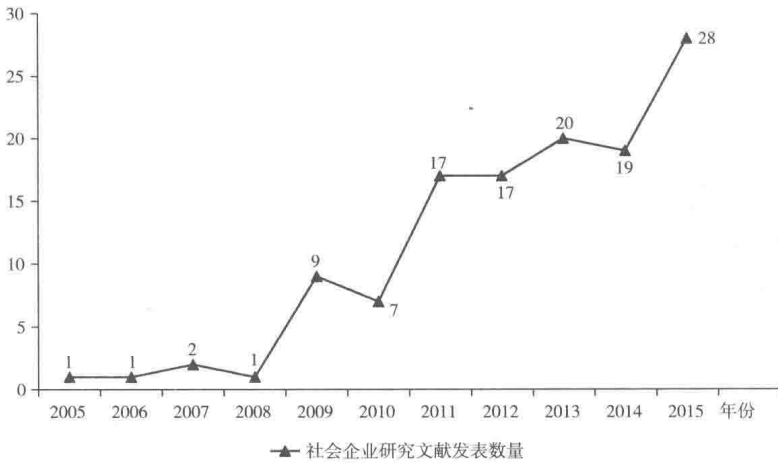


图 2-2-1 社会企业研究文献发表时间趋势^①

表 2-2-1 社会企业文献发文数量的期刊排名

期刊名称	发文数量	排序
经济社会体制比较	7	1
中国行政管理	5	2
南京社会科学	4	3
企业经济	3	4
中国地质大学学报（社会科学版）	2	5
学习与实践	2	
管理学报	2	
华东经济管理	2	
吉首大学学报（社会科学版）	2	
科技管理研究	2	
科学经济社会	2	
理论月刊	2	
天津行政学院学报	2	
特区经济	2	
人文杂志	2	
企业管理	2	

^① 在检索中，2016 年文献 3 篇，为了统计方便归入了 2015 年文献内。因此，2015 年实有文献为 25 篇。