

中國社會企業研究

沙勇／著



中央编译出版社

C14037107

F279.23
780

中國社會企業研究

沙 勇 / 著



F279.23
780



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



北航

C1725191

图书在版编目(CIP)数据

中国社会企业研究 / 沙勇著.

—北京: 中央编译出版社, 2013. 11

ISBN 978-7-5117-1875-4

I. ①中…

II. ①沙…

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(2013)第 267084 号

中国社会企业研究

出 版 人 刘明清

出版统筹 薛晓源

责任编辑 王丽芳

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座(100044)

电 话 (010)52612345(总编室) (010)52612349(编辑室)

(010)66161011(团购部) (010)52612332(网络销售)

(010)66130345(发行部) (010)66509618(读者服务部)

网 址 www.cctphome.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京印刷一厂

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16

字 数 352 千字

印 张 22.75

版 次 2013 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 68.00 元

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: (010)66509618

ISBN 978-7-5117-1875-4





作者简介

沙勇：1974年10月出生，研究员、正高级经济师、南京大学产业教授、管理学博士、清华大学博士后、江苏省333第二层次培养人才、江苏省科技企业家。

担任江苏省第十一届政协常委、农工民主党中央人口与资源工作委员会副主任、农工民主党江苏省委常委、经济与联络委员会主任、江苏省工商联（商会）副会长、中国光彩事业促进会理事等社会职务。

荣获江苏省五一劳动奖章、江苏省优秀中国特色社会主义建设者、江苏省优秀企业家、江苏省第二届青春创业风云人物、南京市首届十大杰出青年企业家等荣誉。

在核心期刊以上发表高质量学术论文近20篇，部分论文、著作分别获得江苏省“社科应用研究精品工程”优秀成果奖、江苏省哲学社会科学优秀成果奖，主持、参与省部级、国家级课题多项。

序：社会企业 责有攸归

当今世界全球化、信息化和知识化迅猛发展，时代变革和社会转型与时俱进。社会企业作为崭新的话语体系和社会建设的热门话题，正在引起世人的高度关注。社会企业以新生事物的强劲动力推进了社会进步和社会功能提升，成为和谐社会建设的重要内容和应有之义。

20 世纪 90 年代以来，社会企业实践在世界范围内蓬勃兴起。社会企业借助企业管理的原理，组织、创设和经营公益事业以解决社会问题，形成促进社会进步和社会革新的新型企业模式。社会企业的成功实践使世界发达国家有效地缓解了贫富差距拉大、社会分配不公、利益矛盾激化等突出矛盾和问题，对政府失灵和市场失灵起到了有益的补充。充分体现了“企业为体、社会为用”的深刻内涵，为处于社会“金字塔”底部的民众提供基本服务和社会保障，具有重大而深远的社会发展意义。

改革开放以来，我国经济发展壮大和社会主义市场经济体制逐步建立，为社会企业在中国发展奠定了坚实的物质基础、制度基础和社会基础。党的十七大报告强调“更加注重社会建设”，党的十八大报告进一步明确指出“加强社会建设，必须加快社会体制改革”，这为我国社会企业发展指出了正确的方向。当前我国正处于社会化转型期、市场化完善期、城市化加速期、国际化提升期的发展新阶段，既是发展的黄金期，又是社会矛盾的凸显期，各种社会矛盾错综复杂，社会建设任务相当艰巨。庞大的社会弱势群体亟需党和政府的关心，也需要社会力量的呵护，尤其是创造社会财富、吸纳众多就业的企业更应担当重任。社会企业发展在我国初露端倪，这一新生事物在我国同样有着巨大发展潜力和广阔发展前景。企业稳定则社会稳定，企业和

谐则社会和谐。社会企业发展与社会建设密切相关，解决我国目前深层次社会矛盾和问题可以从社会企业的发展壮大中找到解决方案。社会企业把开展社会公益服务、实现社会目标为己任，而不把营利作为主要目标，有利于培育社会公众的公益精神，维护社会的公共利益，是建设和谐社区与和谐社会的重要条件。社会企业发展是实现科学发展、促进社会和谐进步的有效载体，为解决社会主义初级阶段基本矛盾开阔了新的视野、拓展了新的途径。在科学发展的新阶段，研究探讨社会企业问题是每一位具有社会责任感的“企业公民”义不容辞的责任。

《中国社会企业研究》是沙勇同志的新作，也是我国社会企业发展大潮中的最新理论成果。作者以开阔的全球视野和深邃的历史眼光，通过横向和纵向的对比，紧密联系我国实际，对国际社会企业的兴起、发展、壮大进行系统研究，全面阐述了我国发展社会企业的重大意义、深刻内涵、目标框架、战略对策和发展路径等。从某种程度上说，这部著作是对我国社会企业发展理论的系统思考，构建了社会企业责任平台与企业发展的双向互动机制，在社会企业的特征、竞争力构成及评估、发展战略及实施途径等方面都进行了有意义的、创新性的探讨，为社会企业的中国实践提供了理论支撑。相信这部著作的出版将引起社会企业实践者和研究者的广泛共鸣。

沙勇同志既是民营社会企业的实践者，也是社会企业发展模式的创新者，更是社会企业理论的探索者。由沙勇创办的德兰集团，是跨地区、跨行业的大型企业集团，也是中国社会企业发展的典范。德兰集团始终把社会进步作为企业发展的源泉，把社会和谐作为企业壮大的支撑。坚持企业发展与社会进步并重，就业富民和扶贫济困同行，企业文化与奉献社会互融；想社会弱势群体之所虑，急社会弱势群体之所急，谋社会弱势群体之所求，盼社会弱势群体之所盼。德兰集团设立了“3000 万元光彩事业基金”和“1250 万元大学生村官创业基金”；建立下岗职工再就业基地，为社会弱势群体就业创业提供大力帮助和支持；吸纳下岗职工等弱势群体到企业就业；向灾区、农村多次捐款捐物，对口帮扶贫困村镇等。通过各类慈善公益活动树立起了企业社会责任的标杆，践行了社会企业的先进理念，塑造了企业良好的社会形象，打造了企业负责任的社会品牌，提升了企业发展的社会竞争力。

实践的积累推动理论的进步，近年来，沙勇同志在践行社会企业发展的同时，在社会企业理论研究领域也颇有建树，多篇有关社会企业的论文及著作在理论界有很好的反响。由一名成功的社会企业家发展成为一名理论成果丰硕的学者，沙勇同志的努力和付出是值得赞赏的。本书是沙勇同志长期在社会企业发展一线实践思考和理论领域探究的成果，对推动我国社会企业的深入理论研究和良性实践发展有重要的战略意义。但对于未来中国社会企业责任发展模式建构与完善仍需要相关领域的学术研究者 and 实践者从各自不同的角度来进一步探究。以期共同推动我国社会企业的蓬勃发展，为解决民生问题、构建和谐社会发挥越来越重要的实际作用。

值此书付梓之际，是以为序！

全国政协副主席：

刘延峰 二〇一〇年八月于北京

前 言

社会企业在现代化进程中日益扮演着积极的角色，近年来，无论是被称为改革先锋的盎格鲁—撒克逊国家，还是具有斯堪的纳维亚传统的瑞典、芬兰，从 OECD 到转型国家，从西方到东方，正掀起一股社会企业繁荣发展的热潮。社会企业作为一种新的实践方式和话语体系，体现着全球范围内社会变革者的积极性与想象力。近年来，国外社会企业作为推动社会创新的重要力量，已经逐渐演化为一场全球性的公益创新热潮。特别是在“福利国家危机”和金融危机过后，社会企业在解决弱势群体就业、弥补政府福利空白、消减社会排斥、推动可持续发展等方面取得了令人瞩目的成就。在刚刚过去的三十余年时间里，社会企业实践与理论的探索和研究走过了一段漫长的道路，其概念逐渐被人接受，其实践在全球范围内也得到了飞速发展。目前，虽然世界各个国家对“社会企业”的概念界定不一，甚至有的国家还没有“社会企业”的提法。但在社会实践中，社会企业以“社会目标”为宗旨，以“商业运营”为手段的模式已经获得了国际社会的广泛认可和采纳。

在中国内地，社会企业作为一个新生事物，其发展历史还非常短暂，目前国内还没有对社会企业的统一定义和概念。如果借鉴国际上一些通用标准来界定，到目前为止，在中国内地，真正具有规模和比较严格意义上的社会企业屈指可数。近年来，国内与社会企业相关的成员组织、孵化器、研讨会不断出现。在媒体倡导、基金会等社会组织联合推动以及企业和资本的协同孵化下，中国的社会企业开始萌芽，并逐步生根和发展。2011 年 6 月，北京市委发布《中共北京市委关于加强和创新社会管理全面推进社会建设的意见》，明确提出“积极扶持社会企业发展，大力发展社会服务业”。这是我国

首次政府文件中提及社会企业，无疑为社会企业发展带来前所未有的契机。我国正处于社会结构调整和社会体制转型期，以社会企业为代表的社会组织已被证明是现代社会的重要组成部分，是政府和企业功能的必要补充。社会企业将社会性和企业性结合在一起，在解决社区贫困、失业、社区居民权利匮乏和实现社会和谐可持续发展等方面具有重要的推动作用。更为重要的是，社会企业对中国当前企业发展的启示尤为明显，通过创新企业发展模式，发展社会企业，可以有效促进企业更多地关注产品质量安全、生产环境、员工权利和慈善公益，已经逐渐成为当代企业提高竞争力的有效途径。同时，社会企业的前沿理论与中国企业发展有着非常好的结合，为中国企业走出困境、走向繁荣拓展了思路和视角。

本书正是在现实需求迫切和理论研究短缺的双重推动下展开的。社会企业不应当仅仅是一个概念，更是一种思维方式和思想方式，在中国如何发展社会企业？如何培植社会企业的中国土壤？如何培育社会企业家？如何在社会企业运作过程中更好地彰显行动力？等等，这一系列问题是特别值得关注和探讨的。本书围绕“中国社会企业的发展战略与路径”这一主题，从社会企业实际问题入手，分析了中国社会企业发展路径和面临的困难，全面论述了中国社会企业在发展过程中的现状、问题、机遇、挑战，以及应对政策，特别注重聚焦于社会企业竞争力提升所面临的问题，对社会企业开展了全面系统的理论探索与实证研究，力求构建一个在国际学术话语体系下社会企业实践探索的“中国范式”。从加强社会企业发展的“顶层设计”、提升社会企业竞争力、构建社会企业健康成长的系统保障、健全社会企业家培育机制、完善社会企业绩效评估体系等方面全面论述了中国社会企业的发展路径。

目 录

绪论：构建社会企业研究的“中国范式”	1
一、研究背景及意义	1
二、国内外研究述评	6
三、研究思路与研究方法	9
四、研究趋势与主要创新	12
第一章 社会企业：概念、特征及分类	16
第一节 社会企业概念的厘正	16
一、欧洲对社会企业的界定	16
二、美国对社会企业的解析	22
三、组织实践下社会企业内涵的深化	26
四、中国对社会企业的引入与认知	27
五、社会企业标准的系统认定	32
第二节 社会企业的特征	36
一、社会使命的价值导向	36
二、企业化运作的商业模式	37
三、社会福利的机制创新	38
四、慈爱文化的精神感召	39
第三节 社会企业的分类	41
一、社会创新视角下的社会企业分类	41
二、多元组织形态下的社会企业分类	42
三、目标与行为一体的社会企业分类	43

四、特色需求主导下的社会企业分类	45
第二章 社会企业的理论审视及实践启示	47
第一节 非政府组织理论	47
一、非政府组织内涵及作用	47
二、契约失灵理论	48
三、治理理论	49
第二节 企业社会责任理论	50
一、企业社会责任的内涵与拓展	50
二、社会企业使命与企业社会责任	51
第三节 社会企业家理论	51
一、社会企业家概念的提出与演化	51
二、社会企业家的特征与职责	54
三、社会资本理论	55
第四节 企业竞争力理论	56
一、企业竞争力界定	56
二、企业竞争力评价指标体系	59
三、企业竞争力评价方法研究	63
四、企业竞争力与企业成长理论	65
第五节 社会企业的理论演进与实践启示	66
一、社会企业发展的理论引领	66
二、社会企业发展的实践动力	70
第三章 社会企业的契约机理及运作模式	74
第一节 社会企业的契约机理分析	74
一、与政府的契约维持	74
二、与受益人的契约维持	75
三、与利益竞争者的契约维持	76
四、与社会公众的契约维持	76
第二节 社会企业的公益责任实施	78
一、突出企业的社会公益责任	78

二、建构发展的战略性资源	81
三、培育企业的核心竞争力	83
四、扩大企业文化的社会影响	85
第三节 社会企业竞争力的生成机制	85
一、社会企业竞争力的内涵辨析	87
二、社会企业运营模式的多元支撑	89
三、社会企业竞争力的生成路径	93
第四节 社会企业竞争力的动态博弈模型	98
一、社会企业的声誉模型及应用	98
二、社会企业与利益相关者博弈模型	101
第四章 中国社会企业发展的 SWOT 分析	108
第一节 中国社会企业的发展脉络	108
一、朦胧期：企业社会责任意识的觉醒	109
二、探索期：广泛培育社会企业主体	110
三、发展期：多元推进社会企业的责任行动	113
第二节 中国社会企业发展的外部机遇	117
一、政府职能转变推动社会企业兴起	117
二、“第三部门”探索的推动	119
三、社会需求为社会企业提供发展基础	120
四、社会管理创新促进社会企业的成长	125
第三节 中国社会企业发展面临的挑战	126
一、社会企业的公众认知不足	127
二、社会企业发展的法制不健全	128
三、社会企业发展缺乏系统的政策支持	130
四、信任危机损害社会企业公信力	132
第四节 中国社会企业发展的内部优势	133
一、公益品牌形象聚集彰显社会价值	134
二、社会支持促进社会企业的可持续发展	134
三、商业模式创新拓展社会企业发展空间	135

四、经营主体的素质全面提升	136
第五节 中国社会企业发展的自身困境	137
一、新型的内生动力机制尚未形成	137
二、造血功能与社会监管双向缺失	138
三、市场运作和公益创新能力不强	139
四、社会企业家群体亟待发展壮大	140
第五章 中国社会企业竞争力的影响因素	143
第一节 总体设计与模型设定	143
一、总体设计	143
二、模型设定	144
第二节 样本选择与分析方法	145
一、研究样本的基本情况	145
二、问卷设计说明	147
三、统计分析方法	147
第三节 社会企业竞争力影响因素的具体分析	149
一、品牌战略问卷的统计分析	149
二、治理结构问卷的统计分析	157
三、管理创新问卷的统计分析	162
四、企业文化问卷的统计分析	169
第四节 社会企业竞争力影响因素的总体分析	175
一、相关分析	176
二、回归分析	177
三、方差分析	179
四、交互作用分析	188
五、研究结论	193
第六章 中国社会企业竞争力的评价体系	196
第一节 国际比较视野下的社会企业评价	196
一、社会企业评价的国际动态分析	197
二、社会企业评价指标体系的国际比较	199

三、我国社会企业评价指标体系构建	203
第二节 基于随机前沿模型的中国上市公司效率评价	207
一、随机前沿生产模型与技术效率	207
二、企业效率评价的随机前沿模型构建与全要素生产率分解 ...	209
三、沪市企业技术效率的测试与分析	214
第三节 社会企业视角的中国上市公司竞争力评价	234
一、指标体系的构建	235
二、研究方法和假设	236
三、样本的选择与数据来源	237
四、实证检验结果和分析	237
第七章 中国社会企业发展的战略选择	241
第一节 社会企业发展战略的内涵与维度	241
一、社会公益责任主导的战略内涵	241
二、竞争优势支撑的战略维度	243
三、社会企业发展战略的适时纠偏	246
第二节 社会企业发展战略的目标分析	248
一、追求社会公益与企业效益双赢	248
二、把社会责任纳入战略分析框架	249
三、持续凸显公益目标与竞争优势	250
第三节 社会企业发展战略的定位原则与选择	251
一、循序渐进地实施发展战略	251
二、围绕目标市场进行战略定位	253
三、整合内外资源选择战略类型	255
第八章 中国社会企业发展的路径实施	259
第一节 塑造良好品牌形象 提升社会企业竞争力	259
一、全面推进公益品牌战略	259
二、有机优化企业治理结构	261
三、持续推进企业管理创新	263
四、大力提升企业综合竞争力	264

第二节 营造社会企业文化 培养社会企业家	265
一、强化动力机制,激发社会企业家创新热情	266
二、完善培养机制,弘扬社会企业家精神	267
三、健全评价机制,提升社会企业家价值	269
四、优化环境机制,扩展社会企业家成长空间	269
第三节 加强“顶层设计”壮大社会企业阵容	271
一、明确社会企业的公益性质	271
二、强化社会企业发展的“顶层设计”	272
三、发挥财税杠杆的撬动效应	273
第九章 中国社会企业健康成长的制度保障	291
第一节 营造社会企业发展的制度环境	291
一、弘扬社会企业的发展理念	292
二、加强社会企业的理论研究	292
三、宣传推广社会企业的成功实践	293
第二节 健全社会企业发展的法制体系	293
一、健全社会企业的认证制度	294
二、确立社会企业的法人制度	295
三、完善社会企业的法治环境	297
第三节 加强对社会企业的培育与监管	298
一、不断提升自身能力建设水平	299
二、科学建构社会监管的网络体系	299
三、突出行业协会的规范与约束	300
四、建立健全社会企业的评估体系	300
第十章 中国社会企业可持续发展愿景	303
第一节 民生导向下的中国社会企业发展共识	303
一、努力弥补政府公共物品供给不足	304
二、加快推进中国特色福利体制形成	304
三、着力克服第三部门“志愿失灵”	305
四、极大丰富社会发展的包容性内涵	306

第二节 中国社会企业可持续发展的障碍分析	307
一、认识障碍：各利益相关方缺乏共识	307
二、角色障碍：社会企业双重目标平衡困难	308
三、践行障碍：社会影响力投资不足	309
第三节 谱写“中国梦”的社会企业发展篇章	310
一、强化社会企业核心价值的引领作用	311
二、大胆探索社会企业发展的新模式	312
三、全方位完善社会企业发展的政策体系	313
附录 1：社会企业竞争力访谈问卷	320
附录 2：社会企业竞争力调查问卷	322
附录 3：图表清单汇总	327
参考文献	331
后 记	347

绪论：构建社会企业研究的“中国范式”

自 1986 年管理学大师彼得·德鲁克提出“社会创新”的概念以来，特别是 20 世纪 90 年代以来，社会创新日益受到各国政府、学术界、民间组织和国际社会的关注和重视。社会企业是社会创新的重要表现形式，社会企业的发展为社会创新的理论提供了丰富的素材和新的视野。自从社会企业这个词汇被引入到中国，旋即成为业内的热门字眼，让众多艰难生存的 NGO 看到了希望。但是在表面热闹的景象下，却存在着一系列的问题，其实大多数的人尚且不明晰社会企业的核心，更多是停留在理论研究和炒作的喧哗之中。而更为关键的是当众多公益机构面临困境和迷茫并热议社会企业的时候，如何构建社会企业研究的“中国范式”、培育社会企业发展的中国“土壤”是重要和紧迫的问题。

一、研究背景及意义

1. 社会企业成为国内外企业发展的一种重要创新模式

在传统社会体制下，非营利组织、政府部门及市场部门共同构成了现代社会的三大支柱，这三个部门具有相对清晰的边界，因此在法律地位上的权责也比较明确。但是随着经济和社会的动态演进，三个部门的边界变得越来越模糊了，非营利组织和公共部门开始逐步引入了商业化的运作方式，而以“营利”为宗旨的公司也开始向公共产品市场开放，在这一过程中，社会企业的运作模式逐渐从模糊的摸索阶段走向稳定的发展阶段。

“社会企业”（Social Enterprise）这个名词在 1978 年由 Freer Spreckley 首次提出，1982 年由 Beechwood 学院发行名为《社会审计》一书时重新提及，