



北师大社会发展与公共政策学院案例丛书

SHEHUIQIYE

YUZHONGGUOSHEHUIFAZHAN DE CHUANGXIN SHIJIAN

社会企业与中国社会发展的 创新实践

余晓敏 等◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



北师大社会发展与公共政策学院案例丛书

本书系：北京市社会科学基金项目“社会创新视角下的中国社会企业运行模式研究”（项目编号：14SHC027）

国家社会科学基金青年项目“可持续发展视角下的企业社会责任”（项目编号：12CSH045）

中央高校基本科研业务费“学院综合专项”资助项目“社会企业的可持续发展模式以及影响因素分析”的阶段性研究成果

社会企业与中国社会发展的创新实践

余晓敏 等著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

社会企业与中国社会发展的创新实践 / 余晓敏 等著.

—北京: 中国经济出版社, 2018. 10

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3722 - 0

I. ①社… II. ①余… III. ①企业管理—案例—中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 024809 号

责任编辑 邓媛媛

责任印制 巢新强

封面设计 任燕飞工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 17.5

字 数 250 千字

版 次 2018 年 10 月第 1 版

印 次 2018 年 10 月第 1 次

定 价 45.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

目 录 <<<

第一章 导论：社会企业的崛起	余晓敏 (1)
第二章 社会企业在中国的发展概况	余晓敏 (39)
第三章 就业整合型社会企业的多元化资源动员模式	
——关于张成盲人按摩中等职业学校的案例研究	
.....	赖佐夫 余晓敏 (84)
第四章 社会企业的关键成功因素分析	
——以深圳残友集团为例	杨丽 黄德舜 孟一文 (114)
第五章 社会企业的可持续发展之路	
——基于金羽翼的案例研究	余晓敏 (136)
第六章 社会企业的政府合作	
——基于乐龄合作社的案例研究	余晓敏 张玉蛟 (165)
第七章 公益性小额贷款机构的社会绩效和财务绩效平衡	
——基于永济富平小额贷款公司的案例研究 ...	吴丹 余晓敏 (193)

第八章 社会企业的“客户导向”

- 基于北京光华慈善基金会 DNLC 项目的案例研究 冀岩 余晓敏 (223)

第九章 社会企业型在线慈善商店的创新模式

- 基于“善淘网”的案例研究 余晓敏 李娜 (248)

第一章

导论：社会企业的崛起

余晓敏

20 世纪 80 年代以来，在全球范围内，社会企业（Social Enterprise）逐步发展成为驱动社会创新和推动社会、经济、可持续发展的强大引擎。在欧盟 15 国，截至 2004 年已有 130 万个组织活跃于社会经济部门，创造了 900 万个就业就会，其中 80% 是在社会服务、医疗卫生、教育、科研、文化和娱乐行业（Peattie 和 Morley, 2008）。在美国，1999—2001 年，从事创收的非营利组织由 4.65 万家上升至 5 万多家，其营业额由 40.6 亿美元升至 48.8 亿美元。在香港特别行政区，截至 2008 年 5 月，由 100 多家 NGO 或是商业公司开办的社会企业项目已达 284 个。世界上最大的社会企业家支持机构——“阿育王”（Ashoka），自 1981 年至今，已在全球 70 多个国家发现并支持了超过 3000 名社会企业家，在推动公民参与、经济发展、环境保护、健康与医疗、人权、教育等领域取得了突出成效（Ashoka, 2013）。在英国，截至 2015 年已经有 7 万多家社会企业，为国民经济创造了 240 亿英镑的价值，为将近 100 万人提供了就业机会（Social Enterprise UK, 2016）。

社会企业的全球兴盛有其特殊的时代背景。简单说来，20 世纪 80 年代以来，全球经济、政治、社会层面发生了显著变化，促使社会企业成为推动社会变革、促进社会发展的新兴力量。首先，在这个时期，各国普遍经历了私有化过程，传统的公共福利体制的局限性日益突出。在全球范围内，受新自由主义意识形态的影响，社会变革与社会发展的资源配置逐步

从“社会福利”模式向市场化模式转型。在社会福利模式中，政府和非营利组织作为社会发展主体，通过动员政府资源和慈善捐赠来解决社会问题，推动社会发展。20世纪90年代以来，尽管对既有社会福利模式的需求依然存在，但其所赖以生存的资源供给却出现严重不足，从而出现发展领域的“政府失灵”和“志愿失灵”。具体说来，在经济衰退的背景下，各国的政府管理体制以及政策导向纷纷出现“亲市场、重效率”的改革倾向，导致政府与非营利组织的关系以及支持方式都出现显著变化。与此同时，各国非营利部门的迅速扩张，非营利组织的数量激增，也加剧了社会福利发展模式中的资源困境。不仅如此，随着越来越多的商业组织涉足之前由非营利组织垄断的社会服务部门（如医疗行业），非营利组织不得不与营利组织进行资源竞争和市场竞争。在此背景下，越来越多的非营利组织开始寻找“非资助型”的收入来源、采取更加具有企业家精神的商业发展战略来实现组织的可持续发展（Phillips, 2006；Weerawardena, 2010；Becchetti 和 Borzaga, 2010：8）。

此外，也有研究关注在某些特定区域，社会企业的发展所处的现实背景。例如，2009年，经济合作与发展组织（OECD）在一份关于欧洲社会经济部门的发展报告中分析认为，社会经济部门（包括社会企业）在欧洲国家的蓬勃发展有其特定的现实背景，包括：经济的缓慢发展以及发展的区域性不平衡、人口老龄化、欧盟内部的移民潮、新自由主义的兴盛以及欧洲福利国家模式的危机等等（Noya 和 Clarence, 2007）。此外，社会企业在公共福利体制相对薄弱的国家（如意大利）以及私有化比较深入的国家（如英国）发展得更为迅速（Becchetti 和 Borzaga, 2010：8）。

一、社会企业的概念与特征

（一）社会企业的概念

关于社会企业的定义纷繁复杂，在多种诠释主体（学者、政策制定

者、业内机构等)之间,甚至不同学科背景的学者之间仍存在明显差异。总体而言,社会企业是一个包括多种组织类型的集合体,而不是特定的某种组织。正如 Peattie 和 Morley (2008) 所总结的,“社会企业是一个伞状术语,包括了一系列在活动、规模、法律结构、地域、资金来源、组织动机、营利导向、社区关系、所有制、组织文化等维度均存在差异的组织类型”。

在比较宽泛的意义上,社会企业可以理解为“一种既具有商业模式又追求社会目标的事业体,其中商业活动的盈利用于提供社区或社会服务”(Bartlett, 2005)。又如,英国政府将社会企业定义为,“具有社会使命的商业组织,其收入盈余主要用于再投资于商业活动或服务社区,而不是追求为股东或是所有者实现利润最大化”(UK Department of Trade and Industry, 2002)。OECD 的定义具有广泛的影响力。OECD 认为,社会企业是指任何可以产生公共利益的私人活动,具有企业精神策略,以达成特定经济或社会目标而非以利润最大化为主要目标,且有助于解决社会排斥及失业问题的组织(OECD, 1998)。2003 年,OECD 进一步明确了社会企业的组织形态、特征与活动领域,认为社会企业是指介于公私部门间的组织,其主要形态为利用交易活动达成目标且财务自主的非营利组织,具体包括:员工所有制企业、合作社、社会公司、社区企业及慈善的贸易部门;其主要活动领域包括培训和整合受劳动力市场排斥的员工以及个人及福利服务(OECD, 2003)。

社会企业定义的差异化,在不同国家或地区之间表现得尤为明显。在下文中,笔者将对不同国家或地区中,由于社会经济状况、法律环境、政策导向不同而产生的差异化的社会企业概念进行梳理和对比。

1. 在欧洲国家,社会企业被认为是植根于资本主义市场经济体系之外的“社会经济”(social economy)部门,更为强调社会企业(尤其是合作社性质的社会企业)的“社会所有制性质”(social ownership),因而社会企业被认为是带来体制性变革的社会力量(Murdock, 2010)。同时,欧洲

的学者更强调社会企业与公民社会之间的联系，认为典型的社会企业——意大利的社会合作社（social co-operatives）、美国的“社区经济发展组织”（community economic development Initiatives）、法国的“团结经济组织”（solidarity-based economy initiatives）、加拿大魁北克的“社会经济”（Social Economy）以及风行全球的小额信贷组织，都有一个共同的特征，即起源于公民社会（Noya, 2009: 93）。

2. 在美国，学界对于社会企业的定义要比欧洲国家相对宽泛。正如 Janelle A. Kerlin (2006) 所分析的，美国学界认为社会企业是一种由多种组织形态构成的连续体，包括开展社会公益（企业慈善、企业社会责任）活动的营利性企业、兼顾利润和社会双重目标的组织以及为实现社会目标而开展商业活动的非营利组织（社会目标组织）。此外，美国的社会企业定义还比较强调社会创新的元素（Murdock, 2010）。例如，Kim Alter (2007) 认为，“社会企业是非营利组织所有的赚取收入的商业行为，其目的在于服务于某一社会使命但同时具备营利性商业组织的模式、创新性和要素”。

3. 在加拿大，对社会企业的定义主要是使用“社会经济部门企业”（enterprise of the social economy）的概念。其中，社会经济部门包括合作社、社区经济发展等社会运动，而社会经济部门企业是指所有具有以下特征的社会经济部门组织：为组织成员或社区提供服务；自主管理；民主决策；以人的需求而非资本利益为导向；听取当地利益相关方尤其是服务受益人群的意见；创造永久性的工作机会（OECD, 1999: 43）。

4. 在日本，由于目前尚不存在有关社会企业的专项立法，关于社会企业的定于存在 3 种不同的解释。其一，从“非营利组织自营收入”（earned-income non-profit）的角度，认为社会企业是指在社区层面提供准市场化的社会服务从而获得经营收入用于维持组织可持续运转的非营利组织。其二，从非营利合作社的角度，将社会企业定义为注册为“非营利性专业企业”（specified non-profit corporations）的非营利组织或合作社，这类组织主要的

社会使命是为在劳动力市场处于边缘地位的弱势人群（已婚妇女、老年人、残障人士等）提供就业机会。其三，从社会创新的角度，认为社会企业是指通过商业方法实现社会创新的“社会事业”（social business），其组织形式既包括非营利组织、合作社，也包括营利企业（Laratta, et al, 2011）。

5. 在香港特别行政区，社会企业的内涵也比较宽泛，通常包括有经营活动的非营利组织企业、合作社、社区经济组织等多种类型。社会企业一般被视为以履行社会目标为主，其盈利基本上会根据此目标再投放于其业务或社区上，而非用作为企业股东和拥有人赚取最大的利润，其主要愿景是推广助人自力更生的概念。社会企业应包括以下特点：①通过采取企业策略及商业模式追求社会目的；②从事商业或贸易活动，通过提供货物和服务赚取收入；③基本定位应是达致社会目标、利润再投放于社会企业（香港特别行政区立法会，2008）。根据“香港社会服务联会”（Hong Kong Council of Social Service）提供的数据，截至2009年底，香港特别行政区大约有320家由非营利组织成立的社会企业（Chan等，2011：34）。

6. 在我国台湾地区，社会企业的出现始于20世纪90年代，发展至今产生了不同类型的社会企业。官有垣等人的研究表明，在我国台湾地区主要存在5类社会企业。其一是“积极性就业促进型”（work integration or affirmative business）社会企业，主要是指为残障人士、女性、原住民以及经济和教育方面的弱势者提供职业培训、工作机会以及辅导创业的服务的非营利组织。其二是“地方社区发展型”社会企业（local community development organizations），是指由社区发展运动所带动的社区草根非营利组织，其社会使命包括协助振兴地方经济、改善地方生活环境、充实居民的工作能力、提升居民的公共参与意识以及强化居民对地方文化产业的认识等。其三是“服务提供或产品销售型”社会企业（social enterprise providing social services and products），是指提供付费式社会服务以及生产和销售与其社会使命密切相关产品的非营利组织。其四是“公益创业的独立企业型”社会企业（venture capital business created for the benefits of NPOs），是指由

企业或非营利组织投资设立的营利企业，其利润用于支持公益社团的运作。其五是“社会合作社”（social cooperatives），是指特定的社会群体（如主妇、原住民）以成立合作社的方式积极参与组织事务、共同追求集体利益（官有垣等，2012：74-84）。

7. 在韩国，政府效仿西欧洲国家的做法，试图通过立法和政策干预的方式促进社会企业的发展，2006年颁布的《社会企业促进法案》（Social Enterprise Promotion Act）对于韩国社会企业的发展具有重大意义。这部法案也为定义韩国的社会企业提供了法律依据。学者将依据这部法律定义的社会企业称为“认证的社会企业”（certified social enterprises），是指在从事商业活动的同时以提升当地居民生活质量为社会使命的组织，而社会企业的组织类型多种多样，包括依据民法注册的“联合企业”（associative corporation）、依据商法注册的公司、依据法律设立的非营利组织、消费合作社、“福利企业”（welfare corporation）（Bidet 和 Eum，2011：77）。此外，韩国还存在一种与“国家最低生活保障体系”（National Basic Livelihood System）密切相关的社会企业，主要是指依据国际低保体系建立的，旨在为弱势群体提供就业服务的由公民社会组织建立的“自给自足企业”（self-sufficiency enterprises）（Bidet 和 Eum，2011：77）。

8. 在墨西哥，社会企业主要是指由原住民群体、农民、极端落后地区居民自发组建的合作社（co-operative），这类合作社的成立通常受到政府部门——1992年由政府建立的“社会企业国家基金”（National Fund of Social Enterprises）的支持（OECD，1999：47）。

（二）社会企业的相关概念

社会企业存在一些相关概念，主要有社会企业家（social entrepreneur）、社会企业家精神（social entrepreneurship）和社会经济（social economy）。事实上，这些概念可能是对同一现象或过程的不同侧面的描述，它们既相互联系又有所区别。正如 Bartlett（2005）所总结的，“社会企业家

指的是人，社会企业是社会企业家所致力项目，而社会企业家精神指的是创建或运营一个社会企业的状态”。

1. 社会企业家

在一般意义上，社会企业家是指那些善于将基于市场的商业技能运用于推动社会进步的社会个体，而社会企业家们实现这一目标的工具可以是多元化的，社会企业只是其中之一。美国著名的社会企业家支持机构“阿育王”认为：“社会企业家是这样一些个体，他们用创新性方法解决最紧迫的社会问题，他们既雄心勃勃又坚定不移，为解决主要社会问题提供新思路。社会企业家不依赖政府或商业部门来满足社会需求，他们善于发现现有体制存在的问题并寻求解决方案，同时将其广泛传播，最终推动整个社会的改变”（Ashoka, 2014）。也有学者将社会企业家理解为社会创新者，他们尤其善于解决那些商业、政府、志愿部门没有触及的社会问题（Vega 和 Kitwell, 2007）。

那么，与商业世界中的企业家相比，社会企业家具有哪些特质呢？Dees（1998a）认为，作为社会部门中社会进步的推动者，社会企业家具有如下特征：“以创造社会价值（而非仅为私有价值）为使命；为实现组织使命而义无反顾地寻找和追求新的机遇；进行持续的创新、适应和学习；不受现有资源所困而大胆地采取行动；对于服务对象及组织活动的后果具有更高的可问责性。”可见，社会企业家和商业企业家的重要差别在于，社会企业家是受社会使命驱动，例如，当社会企业家在发掘新机遇的时候主要考量标准是与组织使命相关的社会影响力而非为投资人或客户创造财富（Dees, 1998a）。简言之，如果商业企业家的标志性特征在于冒险、预见和创新，社会企业家的核心特质则在于以创新的方式满足未被满足的社会需求（Ascigil, 2012）。

2. 社会企业家精神

社会企业家精神这一概念大约于 20 世纪 80 年代在学术界和实务界出

现, 20 世纪 90 年代以来被第三部门与慈善家们广为使用。社会企业家精神与企业家精神的概念密切相关, 后者是经济学和管理学界 20 世纪早期著作中广泛讨论的术语, 而约瑟夫·熊彼特 (Joseph Schumpeter) 是 20 世纪企业家精神研究领域最重要的经济学家。熊彼特认为企业家精神的核心在于提供“生产方式的新型组合” (new combinations of means of production), 包括通过科技创新制造新产品、探索新的生产模式、开拓新市场、开发新的原料来源或者创建新的组织结构等 (Dees, 1998a; Young 和 Kerlin, 2010)。目前, 多数关于社会企业家精神的定义都起源于经济学家约瑟夫·熊彼特的企业家精神理论, 即强调社会创新是社会企业家精神的核心内容。

目前, 关于社会企业家精神的定义有广义和狭义之分。广义的社会企业家精神是指具有社会使命的创新行为, 它既可以是发生在营利部门 (如具有社会目标的商业行为), 也可以出现在非营利部门, 或者是跨部门的 (如兼有营利非营利模式的混合型组织结构) (Austin 等, 2006: 2)。例如, Mair, Robinson 和 Hockerts (2006: 1) 认为, 社会企业家精神包括“个人采取的旨在推动社会进步的企业化行为, 非营利部门中受社会使命驱动的商业行为, 涉足风险投资的慈善创新, 以及非营利组织旨在提升组织能力的商业化运营等等”。与此不同, 狭义的社会企业家精神是特指将基于市场的商业技能运用于非营利部门, 如非营利组织采取创新方式获得经营性收入 (Austin 等, 2006: 2)。尽管社会企业家精神的定义多种多样, 但多数定义都就其两点核心特质达成共识: 其一, 社会企业家精神的驱动力在于创造社会价值, 而非为个人和股东创造财富; 其二, 组织活动具有创新性 (Austin 等, 2006: 2)。

此外, 在许多研究中, 学者对于社会企业家精神和社会企业家的界定是融合在一起的。Peredo 和 McLean (2006: 64) 认为, 社会企业家精神是具有如下特质的个体或群体的实践过程: 1) 完全或很大程度上以创造社会价值为目标; 2) 具有识别、利用机会创造社会价值的能力; 3) 利用创新 (或是直接创新, 或是采用他人的经验) 进行社会价值的创造和传播;

4) 在社会价值创造和传播中愿意承受高于平均水平的风险；5) 在社会创业中足智多谋，不会因资产稀缺而畏缩。

3. 社会经济

社会经济 (social economy) 在西欧国家有近 200 年的发展历史，深深植根于西欧国家特殊的社会、政治和经济环境当中。20 世纪 80 年代，社会经济部门焕发出新的生机，出现了一系列具有以下共同特征的社会经济组织：志愿参与、自主决策、具有正式法律身份、重视开展经济活动、民主化的治理模式、非营利导向、利润分配不直接取决于资本等。上述特征不仅反映了社会经济组织“服务于人而非资本需求”的宗旨，而且显示出社会经济组织与市场经济体系下的营利组织、公共部门组织和非营利组织均存在显著差异 (Bidet, 2010)。

作为公民社会部门中具有正式身份和经济功能的组织类型，社会经济组织在西欧国家主要存在 3 种主要的组织形式：合作社 (cooperatives)，共有社会 (mutual societies) 以及协会 (associations)。近年来，一些基金会也发展成为社会经济的第四种组织类型 (Bidet, 2010)。

目前，社会经济部门在西欧国家甚至全球范围内已经具有重要的经济、社会影响力。根据最新统计数据，社会经济部门在欧盟 15 国占就业市场总额的 6.5%；据 Johns Hopkins 全球 35 国非营利部门比较研究数据反映，社会经济提供的就业机会占经济活动人口总数的 4.4%，其创造的经济价值占这些国家 GDP 的 5.1%；国际合作社联盟 (International Co-operative Alliance) 的统计数据显示，在全球范围内有 8 亿人是各种合作社组织的成员 (Bidet, 2010)。

二、社会企业的特征

作为一种“充满矛盾的混合体” (paradoxical hybrids)，社会企业往往兼具私有营利性组织和公益组织的属性。其核心特征有两点：其一是组织

以社会使命为导向，其二是组织的主营业务中涉及商品或服务的经营活
动。前者使社会企业区别于营利性商业组织，后者使社会企业有别于传统
的非营利组织（Peattie 和 Morley，2008）。当然，学者们基于不同的理论
框架和研究旨趣，在诠释社会企业的组织特征时各有侧重。

Dees（1998b）提出了“社会企业光谱”的概念，认为社会企业在性
质上是处于纯慈善和纯商业之间的连续体，在与主要利益相关方（受益
者、出资者、劳动者、供应方）的关系维度上，具有介于非营利组织和营
利性企业之间的混合型特征。

图 1-1 社会企业特征的光谱分析

		纯粹公益 ←————→ 纯粹商业		
动机、方法与目标		公益、 使命驱动、 社会价值	混合动机、 使命与市场驱动、 社会与经济价值	自身利益、 市场驱动、 经济价值
主要 利益 相关方	受益者	免费	享受补贴的租金； 全额付费和免费兼有	市场价格
	投资	捐赠与资助	低于市场成本的资本； 捐赠和市场成本资本兼有	市场成本资本
	人力资源	志愿者	低于市场水平的工资； 志愿者和付酬员工兼有	市场水平工资
	供应商	捐赠	特殊折扣； 捐赠和全额收费兼有	市场价格

资料来源：Dees，1998b；60。

Alter（2007）对于社会企业核心特征的解释具有三个分析重点：组织
目标、问责机制和盈余使用方式。在对不同类型组织的特征光谱分析时，
Alter 首先区分三类组织，即传统的非营利组织、“混合型组织”（Hybrid
Organization）、传统的营利组织。其中，混合型组织又包括“从事创收活
动非营利组织”（nonprofit with income-generating activities）、社会企业、
“社会责任商业”（socially responsible business）以及“具有社会责任实践
的企业”（corporation practicing social responsibility）四种类型。如图 1-2
所示，社会企业与处于光谱两极的传统的非营利组织和传统的营利组织的

区别是显而易见的。

特别值得一提的是，社会企业与其他三类混合型组织的差异。其一，“具有社会责任实践的企业”是指创造一定社会价值的商业组织，但其主要的组织目标是营利而非履行社会使命，其问责机制以股东利益为导向，同时允许股东利润分红。其二，“从事创收活动非营利组织”是指通过开展商业活动创造经济价值用于支持社会使命实现的非营利组织，但其主要的组织目标在于履行社会使命，其问责机制以利益相关方为导向，同时不允许利润进行股东分红而是用于支持组织社会使命的实现或是冲抵组织的运营成本。那么，如何划分“从事创收活动非营利组织”与社会企业之间的边界呢？Alter 认为关键在于组织的运营模式。具体说来，如果具备以下运营特征，“从事创收活动非营利组织”可能就转型成为了社会企业：①组织发展在战略意义上将创造社会价值和经济价值作为目标，并为实现这一目标进行长期、持续的努力；②在组织的商业活动或是运营项目中设定明确的增长和营业收入目标；③组织的商业活动或是运营项目由具有商业或行业经验的专业人士而非一般的非营利组织雇员管理。其三，“社会责任商业”是指具有双重组织使命的商业组织，既为股东创造利润又致力于在更大范围内服务社会，其问责机制主要以股东利益为导向，尽管允许向股东分配利润但是有时会因为社会目标而舍弃利润。在很多情况下，“社会责任商业”可以被认为是社会企业，尤其是当“社会责任商业”是作为非营利组织所有的商业型分支机构时如图 1-2 所示。



图 1-2 社会企业特征的光谱分析

资料来源：Alter, 2007。

在对社会企业和其他类型混合型组织进行比较分析的基础上，Alter（2007）进一步明确总结了社会企业的核心特点，包括：1）使用商业手段或方法实现社会目标；2）将社会资本和商业资本有机结合；3）创造社会与经济价值；4）通过商业活动获得收入用于支持社会项目；5）具有市场导向和使命驱动；6）对财务绩效和社会影响力进行监测；7）在满足公共利益的前提下实现财务目标；8）具有自主收入从而享有财务自由；9）为实现组织使命而战略性地组建企业。

此外，也有学者致力于将社会企业植根于特定的政治、经济、历史、文化情境，讨论其组织特征。例如，欧洲社会企业研究网络（European Research Network on Social Enterprise, EMES）提供了基于欧洲现实的社会企业的操作化概念，认为典型的社会企业应该具备如下特征：1）持续的经营活
动（生产销售产品或服务）；2）高度的自治性；3）承担显著的商业风险；4）少量的付酬工作；5）具有明确的社区利益导向；6）民间性（由公民发起）；7）组织的决策权不取决于资本所有权；8）参与性（尤其是针对受组织活动影响的人群）；9）限制利润分配（Borzaga 和 Defourny, 2001）。

三、社会企业全球发展实践

20 世纪 80 年代以来，社会企业逐步发展成为一种推动经济发展、社会发展、可持续发展的崭新力量。综观社会企业的全球发展实践，社会企业在促进就业、社会服务、社区发展、公平贸易、小额信贷等几个发展领域发挥着尤为显著的作用。

（一）促进就业

任何社会都存在大量在主流劳动力市场处于边缘位置的社会群体——残障人士及其他弱势人群，成为社会排斥问题的主要表现形式。如何为劳动市场的边缘化群体提供就业服务，帮助其实现就业并且重新融入社会，