

中国社会企业与 社会影响力投资发展报告

China Social Enterprise and Social Impact Investment Development Report

独家赞助:  瑞银集团

编写单位:  Social Enterprise
Research Center
社会企业研究中心

 北京大学公民社会研究中心
CENTER FOR CIVIL SOCIETY STUDIES, PEKING UNIVERSITY

21世纪经济报道
21st CENTURY BUSINESS HERALD

 SOCIAL
INNOVATION
21世纪社会创新研究中心

 Penn
Social Policy & Practice

鸣 谢

特别鸣谢瑞士银行集团对此报告撰写与发布的支持，并为本报告“社会影响力投资的国际视角”部分提供了独家内容。

同时感谢《21 世纪经济报道》社会创新专版辟专栏连载本报告部分章节。

感谢北京英博电气股份有限公司提供设计与排版；以及易社、阳光基金会在出版过程中提供的各项支持。

我们也对接受我们采访及调研的社会企业表示感谢。

感谢写作组其他成员：何双伶、张嘉伟、马沙沙、张晓萌（中国人民大学马克思主义学院），王世强（中国人民大学公共管理学院），陈富春，唐秋韵，周思齐，冷笑非。

鸣谢博鳌亚洲论坛秘书处，邀请我们在 2013 博鳌亚洲论坛年会上发布本报告。

《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》

由上海财经大学社会企业研究中心、北京大学公民社会研究中心、21 世纪社会创新研究中心、美国宾夕法尼亚大学社会政策与实践学院共同撰写完成。

编 委：周惟彦 朱小斌

邱天雪 袁瑞军

陈静雅 陈统奎

赞助单位：瑞士银行集团

前言

对于大多数中国人而言，“社会企业”这个名词是非常陌生的。其实早在 1978 年，英国人 Freer Spreckley 就已正式提出“社会企业”这一名词，全球最大的社会企业家支持网络“阿育王”的创始人 Bill Drayton 先生也是在上世纪 70 年代后期首次定义了“社会企业家”概念，2006 年，孟加拉的尤努斯教授成为了首位获得诺贝尔和平奖的社会企业家，他创办的“格莱珉银行”旨在消除贫困。

在中国，第一本关于社会企业的书“如何改变世界”在 2006 年出版问世，同年，来自哈佛大学的两个女生放弃了高薪，在青藏高原创办了中国第一个社会企业“SHOKAY”。2008 年的汶川大地震激发了民间各类公益机构的蓬勃发展，也给中国早期的社会企业萌芽提供了空气和土壤，如颇有知名度的阿坝州羌绣帮扶计划已经成为了灾后重建的标志性项目，除此之外，“阿坝松潘格莱珉小额贷款公司”也是应了大地震的契机落地四川阿坝州。说起来，我虽然促成了这两个社会企业的成立并提供了资金、战略的支持，但时任“壹基金”执行主席，无法专心研究与实践，深度参与其实际运作。



周惟彦

2009 年，英国大使馆文化教育处在中国开展了长期的社会企业家培训项目，并邀请了业界最有影响力的领袖人物奔赴英国学习了解社会企业，如今，接受该培训项目的直接受益人数已累计 800 余人，而伴随着公益领袖人物的倡导，“社会企业家”也成为了整个公益界的新宠，全社会参与社会企业和社会投资的个人和机构如雨后春笋，以势不可挡的势头在迅速增长，公益组织、中产阶级、商业精英、政府部门、学术机构包括公共媒体纷纷不约而同地走上了这一条社会创新的探索之路。这不仅仅是社会进步的表现，也是时代发展的必然。

上世纪 70 年代，欧洲遭遇了经济大衰退，失业率高居不下，公共政策转而开始与非营利部门进行协力，不同于传统非营利部门形式的新组织即“社会企业”悄悄诞生了。在福利系统的转换、创造就业机会、社会凝聚力与创造社会资本、地方发展及社会文化等方面做出了巨大的贡献，逐步成为保证社会可持续性发展的重要角色。

1995 年，比利时政府通过了《社会目的企业法》，清晰界定了商业企业转型成为社会目的企业的条件，任何商业企业如何符合该法以下七点，就可以申请为社会目的企业，享有政府补助：

- （一）企业合伙人同意不以追求利益或仅追求有限的利润；
- （二）企业必须界定明确的社会目标，且该目标不得让企业伙伴牟取任何间接利益；
- （三）企业保留盈余的政策必须能反映其社会目标；
- （四）企业必须提出特定的年度报告，指出其将如何达成福利目标，包括投资消费的资讯、运作成本及员工的薪资；
- （五）必须承诺任何员工若工作满一年，就可以成为企业的合伙人；

(六) 任何员工一旦离职, 便丧失合伙人地位;

(七) 企业若经过清算, 其剩余分配必须符合企业的福利目标, 而在实务上, 则将清算结余赠与给其它社会目的企业。

2004 年, 英国政府通过了《公司(审计、调查和社区企业)法令》, 该法令增设了一种新的公司类别, 即社区利益公司, 为社会企业提供了一种独特且易于识别的法律身份, 明确了其并不属于传统的慈善组织, 并必须遵循一定监管。2004 年, 英国有 15,000 个社会企业, 这是英国所有企业的 1.2%, 它们聘用了 45 万名员工, 另有 30 万志愿者。截至 2009 年, 英国的社会企业数量增加到了 62,000 家, 创造了 240 亿英镑的收入, 其中 29% 的社会企业位于 20% 的最贫困地区。

不难看出, 欧洲各国政府的政策支持和导向对社会企业的发展意义重大, 政府第三部门和社会企业的默契合作, 才使得后者发展得如此欣欣向荣。

我们关注到, 在 2007 年十二月香港政府首次举办的“香港社会企业高峰会”上, 时任香港特首的曾荫权先生指出“社会企业的一个最大特色就是通过企业家的思维, 利用商业策略达致社会目标”。近年在中国大陆沿海地区, 如上海、广东和深圳等地也开始出现了地区实验性的社会企业孵化园, 地方政府勇敢地迈出了探索的第一步。

我们期待这本《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》能客观完整地反映出中国社会企业发展现状, 引发更多的社会关注和资源配给, 并推动中国社会企业的相关政策出台, 为其创造更好的生存环境, 促进其健康发展。社会企业因时而生, 中国正处于最佳的发展时期, 放眼十年后的今天, 我们有理由相信社会企业必定将成为中国社会的中坚力量。让世界更加美好, 这是每一个人的共同心愿! 改变, 就从现在开始!

非常感谢北京大学的袁瑞军老师、上海财经大学的朱小斌老师、美国宾夕法尼亚大学的邱天雪老师以及易社的黄效、阳光基金会的高广深和 21 世纪经济报道的陈静雅等同仁们的共同努力, 以及 UBS 的独家赞助支持。

由于时间有限, 一定有不完善的地方请读者谅解, 欢迎大家批评指教, 我们的联系方式是: chencaian_1999@163.com, 欢迎大家提出宝贵意见。谢谢!

周惟彦

本报告召集人、亿未来好家长社区互助中心发起人、永真公益基金会联合发起人

于 2013 年 3 月

瑞银集团非常荣幸能为《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》提供赞助。我们相信，金融服务机构有责任通过推动社会创新解决社会问题并为社会创新的组织及项目提供融资服务。我们更相信中国在未来能够成为这个领域的领导者。我们希望本报告将加速这一进程。

刘羽恩
瑞银财富管理亚太区家族服务部主管



刘羽恩

目 录

CONTENTS

第一章	
中国定义：社会企业的本土化界定框架	002
第二章	
生态环境：社会企业的法律与政策环境	008
第三章	
案例数据：社会企业的数量和范围、创新和影响	016
第四章	
社会投资：社会影响力投资在中国	028
附 录一：全球投资者展望	052
第五章	
未来预期：社会企业在中国的机遇与挑战	060
附 录二：中国主要社会企业支持机构	070

社会企业的本土化界定框架

时代呼唤社会企业

过去几年间，越来越多的商业创业者不再满足于单纯的经济回报，而是希望通过商业手段解决社会问题，提升自我社会价值；另一方面，越来越多的公益组织也试图摆脱对传统捐款的依赖，谋求可持续的财务来源，社会企业在中国应运而生，并开启了第一拨社会创业潮。简单来说，社会企业就是用商业的手段来达到公益的目的。为什么我们的社会需要社会企业呢？

第一，市场存在缺陷。市场机制天然存在很多局限性，很多问题完全靠市场是解决不了的。大家都追求高利润，容易忽略那些不能带来高回报的社会需求，社会问题的解决需要一些新的办法。

第二，政府也不能解决所有问题。比如说政府资源不够，政府靠收税只能做一定的东西，再者政府的效率不高，靠政府解决所有的社会问题也不现实。

第三，靠 NGO 也不行。NGO 大部分都是慈善组织，慈善组织需要不断地由捐助者捐钱，它的影响力就有限，得不断地靠别人输血才能做。像这些方式是目前很多问题解决不了。

政府、NGO、企业解决不了的，需要新的方式来解决。社会企业就在这样的背景下生根发芽，社会企业家开始涌现，社会创投跃跃欲试，学界对此表现出极大关注，地方政府开始尝试社会企业的孵化，媒体亦开始呼唤社会企业家精神。经过几年沉淀，一批优秀的社会创业者、社会投资者逐步显现。

然而，对于“社会企业”的明确界定至今却众说纷纭。“社会企业”所涉及的概念范围较为广泛，形式多样，

可能是非盈利性机构采用企业化的管理模式，亦可能是盈利性企业涉入公益非盈利领域，亦可能是几个非盈利性组织共同投资为了达到社会公益目的所创设的盈利性公司。有关“社会企业”的定义在国内仍然模糊，其争论仍在进行。于是，本书的第一章，我们有必要先对“社会企业”的定义进行较为深入的讨论，探讨一下适合中国环境的社会企业概念框架。

社会企业定义的三个要素

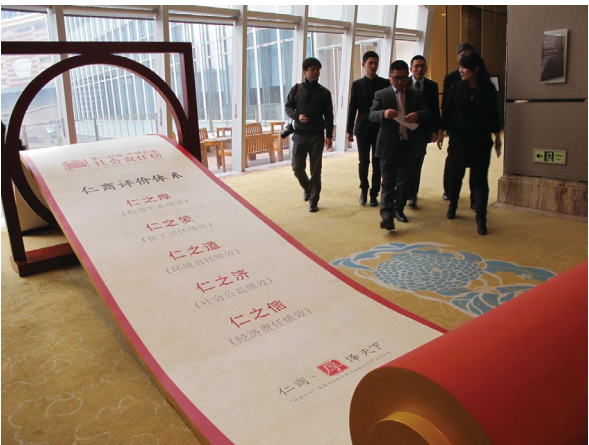
“社会企业”这一概念最早源自欧洲。早在 1844 年，英国若干名为“合作社”的组织便以该模式加以运作，其从事企业活动以达成社会公益目的而非商业利润。自 20 世纪末，一些企业家开始关注社会公益事业，以其企业的相关管理模式、运营模式参与到解决人权问题、环境问题、健康问题等相关社会问题中，这些企业家被称为具有“社会企业家精神”，从而推动“社会企业”在全球蓬勃发展起来。

结合社会企业的发展历程以及近年来众多社会企业的案例分析，我们认为一个严格的“社会企业”定义应该具有三个要素：“目标设定”、“运营模式”、“利润分享方式”。

“目标设定”是指企业的主要目标、使命是什么；企业所存在的主要动机是什么。

“运营模式”是指企业采取了何种经营的手段以实现其设定的目标。

“利润分享方式”是指企业如若盈利，其利润如何分配、最终流向哪里。



根据上述维度的设定，我们选取了相关政府或非政府组织的官方定义进行探讨，如下：

表 1：社会企业的定义举例

行动主体	定 义
香港政府	通常，一个社会企业是一种实现特定社会目标的商业，比如提供服务或者社区需要的产品，为社会弱势群体创造就业和培训机会，保护环境，通过挣得的利润资助其他社会服务。社会企业的利润主要用于其追求的社会目标上的业务再投入上，而不是在股东中分配。
意大利政府	如果要被认可为社会企业，必须同时符合以下条件： a) 必须是私人组织； b) 必须以一种企业家方式生产社会所需品和服务； c) 为了公共利益运行，而且不是为了营利目标。
欧洲委员会	社会企业介于传统私人领域和公共领域之间。尽管没有统一认可的定义，社会企业的主要特征是社会目标与私人领域企业家精神的结合。社会企业关注与他们的业务，同时把盈余再投入到实现更大社会、社区目标的事务中。
社会企业联盟	社会企业是为了公共利益目标的企业。社会企业使用了商业的手段、市场的力量，推进他们的社会、环境和人类正义目标。 1) 社会企业直接应对了严峻的社会需求，服务公共利益，或通过他们的产品服务，或通过雇用弱势群体； 2) 社会企业的商业活动是收入推动的。或在一个非营利组织中有显著的经营性收入，或是营利企业； 3) 公共利益是社会企业的首要目标，或者认为是植根在组织的 DNA 之中。

在四种定义的陈述中，每个定义都提及并强调了“目标设定”、“运营模式”以及“利润分享”这三个要素的一个或多个。

目标设定

上述所有的定义都强调了社会企业应当主要甚至全部以“社会公益目标”、“公共利益”为商业动机。意大利相关政府强调了这些社会目标主要是提供社会所需要的产品和服务，而香港政府则将这些目标更为广泛扩展到环境、社会公正等相关问题上，如为特殊群体提供服务、为社会的弱势群体提供就业以及培训机会等。欧盟委员会与美国社企联盟都指出：社会企业的重要特征是其企业的社会目标。不论表述如何，其定义都意在强调有益于解决相关社会问题。

可以看出，上述的相关机构将企业的“目标设定”作为使得社会企业区别于传统企业的主要界定条件，在一些较为宽泛地定义中，甚至强调凡是以实现社会利益为目标的组织都称作社会企业。在强调了社会企业的社会目标如此重要的同时，也带来了一些问题：企业的目标设定是否可以成为“社会企业”主要界定条件？社会企业是否应该以完成其社会目标的表现来评估其企业的绩效？

运营模式

美国社会企业联盟指出了社会企业需按照商业规则以及方法进行企业活动，并且借助市场的力量。在其补充定义中强调，社会企业的商业活动应当是企业重要的利润来源。其他定义在对这个维度的叙述中，有些强调出社会企业是一种“商业模式”（business），多少表明了社会企业是以企业的运营模式从事商业活动。值得思考的是：社会企业是否应当严格定义于企业？是否须按照商业规则与方式进行盈利？一个有盈利性运作的慈善机构是否可以称之为社会企业？如果采用宽泛、多样

性的定义，严格界定社会企业的运营模式是否有利于社会企业的发展？

利润分享

在香港政府的定义中，着重强调了社会企业所具有的“利润分享的方式”：即社会企业的利润会再次投入到其社会公益相关的企业活动中，而不是进行股东分红。欧洲委员会的官方的定义都着重强调了其利润的流向：不应用于投入到追求利润最大化，而是其主要或全部利润流向实现其社会目标的再投入中。这一点使得社会企业显著有别于一般企业，即社会企业是盈利性的，但其盈利动机以及利润流动走向始终围绕实现其“社会目的”。可以看出，这些政府或机构意在利用清晰的利润流向来界定社会企业。采用“利润分享方式”这一维度，使得社会企业的界定由形而上的“社会目标”具体化，更重要的是可量化。由于利润的流动方向以及情况都可以数据化，所以根据这个维度，判断一个企业是否为社会企业时便显得有理可循。但是，这一维度是否可以成为社会企业的主要界定标准？严格地规定利润分配方式是否限制了社会企业的发展？

本土化社会企业概念框架

我们认为社会企业需要有中国本土化的定义。定义的设计首先基于三个有利于原则，即：有利于推动社会企业的发展；有利于监督的实现；有利于与本地文化认知的连贯。此外，还要考虑到不同的行动主体有不同的动机和侧重点，从文化推动的角度、从政策制定的角度、从国情结合的角度，我们提出社会企业的三级概念框架，并且认为：社会企业是一种可以认证的标准，而非注册的某种新形式。



表 2：社会企业三类定义的行动主体和动机

属性	行动主体	主要动机	社会企业的定义
A 类： 广泛意义	投资者 教育者 创业者	推动私人资本的流入 促进社会企业被广泛地传播、认知 鼓励社会企业家实践	以创造社会效益为核心文化的企业
B 类： 严格意义	政府机构 第三方评估机构	有助于制定扶持社会企业的政策和法规 促进社会企业有效管理和监督	以社会效益为首要目标、社会公益投资为主要利润分配的企业
C 类： 特殊意义	政府机构 社会组织	保留中国体制内特色的组织形态 推动公益组织向社会企业转型	经营性收入为主的民办非企业单位

A 类定义：

“以创造社会效益为核心文化的企业”是一种广泛意义上起文化倡导作用的定义，推动这样的社会企业发展，能促进整体商业文化朝着更具有社会价值的方向发展，同时促进私人资本的流入，因为资本天然有着回报的要求，不限制利润分配的做法，可以有效地激发资本的活力；也没有必要获得政府的政策优惠。A 类企业，本身就是企业的形态，受到政府工商部门和其他业务相关部门的监督，而认证的核心在于其社会绩效，于是需要开发一套指标体系并结合财务可持续性，才有利于投资和影响力扩大。

B 类定义：

以社会效益为首要目标、社会公益投资为主要利润分配的企业是以政策制定的角度出发，推动这样的企业，能有效规范社会企业行为，从而制定政策优惠和扶植条件。这个定义有几个显著特点：

1) 明确了社会企业的形态：企业

虽然不少国家对于社会企业的法人实体没有做出明确规定——可以是企业或者慈善机构，虽然这似乎扩大了社会企业的范围，但是现实中薄弱的基础不能忽视。如果我们将界定社会企业为企业属性，一方面，



不需要去重新教育公众的认识基础，另一方面，政府的相应的管理部门可以有章可循。

2) 社会企业的质量：社会效益的评估

许多社会企业定义把社会目标看作是社会企业的界定标准。这说明了社会企业以社会效益为首要目标，其营运围绕着这一目标的实现，而不是以利润最大化为首要目标。为了有效监督企业是否基于设定的目标运营，应该开发相应的社会效益指标和第三方评估机构，促使社会企业如同普通企业发布年度报告一样，发布社会效益报告（可由民政部认可的第三方机构出具审查报告）。如果企业的首要目标发生了转变，则应该取消社会企业的认证。但是：社会企业的社会效益大小，不应该作为判断社会企业属性的标准。

3) 社会企业的标准：基于社会投资的利润分配

将社会目标的首要与否作为认证社会企业的标准，是危险且主观的。社会企业模式本身是一种利润的分配手段，主要目标是持续产生社会影响力，逻辑上可测量的核心就在于利润。我们认为利润的大多数用于社会公益投资的企业，才是衡量的社会企业基本条件。与西方的一些定义不同，有的国家会限制社会企业不能分红，为了激发企业的活力，促进投资和回报，我们的定义只是说明主要方式，即超过 50%。

这类社会企业首要创造的是社会效益，致力于改善民生，这与当前我国政府提出的社会管理的创新思路是一致的。胡锦涛总书记在省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班的重要讲话强调：“扎扎实实提高社会管理科学化水平，建设中国特色社会主义社会管理体系”，提出“强化各类企事业单位社会管理和公共服务职责”以及“进一步加强和完善非公有制经济组织、社会组织管理”。国家通过税收完成了财富的二次分配，社会企业直接完成了财富向民生的分配，这类创造社会效益的社会企业理应享受到相应税收的优惠。

C 类定义：

经营性收入为主要利润来源的民办非企业单位是结合本地特色的一种社会企业定义。民办非企业单位在从事社会服务活动的过程中，可以根据国家的规定收取合理的费用，以确保成本，略有盈余。民办非企业单位的非营利性特点，理解为不以营利为目的。从民办非企业的特点上看，本身已经满足了经营性活动为运作模式，以及社会服务目标为使命的社会企业两大主要维度。只是目前的法人结构体制下，它属于社会组织范畴，受民政系统管理，能接受捐款资助，但是不能分红。我们也将其作为特殊意义上的社会企业定义。

下表对这三类定义进行了进一步的归纳

表 3：社会企业三类定义的多角度比较

	A 类：广泛意义	B 类：严格意义	C 类：特殊意义
法人结构	企业	企业	社会组织
经营模式	经营性业务	经营性业务	经营性业务、传统捐助
主要目标	社会目标、经济目标	社会目标	社会目标
利润分配	没有限制	超过 50% 利润流入社会公益投资	不能分红
监管机构	工商	民政、工商	民政
政策优惠	没有	有	有
投资收益	全部的投资回报收益	有限的投资回报收益	没有投资回报收益，视同慈善捐款
认证重心	社会效益、财务可持续性	社会效益、利润分配	经营收入
定义的价值诉求	推动社会企业文化、投资	协助政府有效管理和政策制定	保留中国特色的社会企业形态

从“福利企业”到“社会企业”

作为一种新型社会组织创新模式，社会企业兼具商业的高效、专业、灵活等特征，同时以承担和解决社会问题为目标，能够积极有效地参与到社会治理和发展进程之中，为和谐社会的建设提供富有活力的创新方案，在社会治理领域发挥着日益重要的作用。同时，在实践领域，社会企业能够从横向上打通诸多职能部门之间的隔阂，灵活、有效地处理社会服务领域的综合性问题。

由于其独特的自身价值，社会企业正逐步引起政府、学界和社会的普遍关注。近些年，将自身定位为社会企业的多样化组织在我国蓬勃发展，越来越多具有社会企业家精神的创业家们投身于教育、环保、公平贸易、扶贫济困等实践领域，承担和解决大量社会复杂问题。与此同时，学术界、媒体界和社会资本方对社会企业的关注空前，纷纷举办国际化、高规格、形式多样的社会企业论坛和会议，推动探索社会企业的本土化之路。社会企业的繁荣发展局面逐渐受到来自地方政府的重视，2011年6月，北京市委颁布《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》，首次在政府文件中提出“探索多种有效方式，吸引社会资源和社会资金投入公共服务领域。积极扶持社会企业发展，大力发展社会服务业”。

然而目前，社会企业仍面临法律制度滞后于实践发展的整体局面。作为一种新兴的组织形式，社会企业尚未取得明确的法律地位，缺乏相应的立法和监管机制，造成社会企业面临着诸多发展问题。随着实践领域日趋活跃和中外合作逐步加深，有关立法建设的呼吁不断加强，因而有必要从立法体系、相关政策配套等方面对社会企业的发展进行整体研究。

福利企业立法：已有成就与现存问题

由于我国尚未对社会企业进行明确的法律界定和规范，在现存的诸多“类社会企业”类型中，与社会企业的组织性质、组织目标、业务领域等方面契合度最高的是在我国社会发展中发挥过重要影响力的社会福利企业。因此，虽然学界和业界对社会企业进行了多种多样的界定，但在社会福利企业是社会企业的一种类型这个问题上拥有普遍共识。下文将就福利企业的发展历程展开分析，通过对现行法律主要内容、政策沿革、实施效果及存在主要问题等方面进行综合考察，希望对社会企业的未来法制建设起到借鉴作用。

一、福利企业的性质与历史沿革

福利企业是指集中安置有劳动能力（包括部分劳动能力）的残疾人就业的特殊经济组织（企业），其特征表现为安置残疾人的人数占企业人员总数的一定比例，国家对这类经济组织（企业）给予减免税收优惠，所减免的税金全部作为企业发展基金和集体福利基金。福利企业产生于计划经济时代，经历了市场经济的转型期，经过多次政策调整和60多年的发展，成为残疾人集中就业的重要途径。其发展大致经历了四个阶段：

第一阶段为初步发展期（1949—1977年）。早期福利企业是以接纳救济对象包括贫民、残疾人、烈军属和残废军人等为主要目标的生产单位，并在后来的发展中逐渐集中成为安置残疾人就业和从事社会福利生产的事业单位。



第二阶段为平稳增长期(1978-1984年)。1978年3月,福利企业由工业部门交由民政部门管理,并连续发布了一系列有关所得税、贷款、建筑税、销售增值税的优惠政策,鼓舞和促进了中央和地方兴办福利企业的积极性。到1994年底,我国福利企业个数发展到6710个,残疾职工数达到11.6万人,实现利润1.3亿元。与1978年相比,企业数增长7.3倍,残疾职工增长3.3倍,利润额增长1.6倍。此时,除国家兴办的福利企业之外,社会办福利企业也开始出现,其主要形式为街道兴办的福利企业。

第三阶段为急剧扩张期(1985-1995年)。1985年9月,民政部召开全国福利生产改革工作经验交流会议,对福利企业改革提出明确意见,要求大力扶持和发展福利企业,并逐步出台和完善了《关于社会福利企业招用残疾职工的暂行规定》、《社会福利企业管理暂行办法》、《中华人民共和国残疾人保障法》等一系列相关法律法规。为了防止出现贪多而不注重管理效益现象的出现,政府管理部门逐步完善具体优惠政策,促进福利企业的健康发展。通过出台《关于加强社会福利生产管理工作的决定》、《关于加强社会福利企业年检工作的通知》、《关于进一步加强福利企业行政监督严格检查清理假冒福利企业的通知》等规定,政府着手进行福利企业清理整顿工作,健全认证手续和年检制度,加强对福利企业的行政监督和企业化管理。这一时期,我国福利企业呈现快速增长的态势。1995年,中国福利企业达到其历史顶峰:福利企

业个数达到60237个,安置残疾职工就业达到93.9万,与1978年相比,企业数增长65.5倍,残疾职工数增长26.8倍。1995年,实现利润49.1亿元,是1978年的61.4倍。

第四阶段为快速收缩期(1996-)。受到宏观经济调控和亚洲金融危机影响,中国经济增长速度放慢,国内有效需求严重不足,福利企业经营开始遇到严重困难。为促进福利企业的发展,政府推出了一系列优惠政策,例如颁布《关于进一步做好残疾人劳动就业工作的若干意见的通知》,给予福利企业改制以政策上的扶持保护。但这些措施未能阻止福利企业数量下滑的趋势。到2005年,福利企业数仅存31211家,仅相当于1995年的51.8%。

二、现行福利企业法规体系

福利企业的目标在于解决残疾人就业问题,因而受到残疾人保障法规和福利企业政策的双重约束和规范。

第一,在残疾人就业保障法方面,《中华人民共和国残疾人保障法》是我国第一部保护残疾人合法权益的专门法律,这部法律是国家关于残疾人和残疾人事业的基本法律,也是残疾人社会救助工作开展的基本指导。其中规定,残疾人劳动就业实行集中与分散相结合的方针,采取优惠政策和扶持保护措施,通过多渠道、多层次、多种形式,使残疾人劳动就业逐步普及、稳定、合理。政府和社会举办残疾人福利企业、盲人按摩机构和其他



福利性企业，集中安排残疾人就业。国家对安排残疾人就业达到、超过规定比例或者集中安排残疾人就业的用人单位和从事个体经营的残疾人，依法给予税收优惠，并在生产、经营、技术、资金、物资、场地等方面给予扶持。同时规定，县级以上地方人民政府及其有关部门应当确定适合残疾人生产、经营的产品、项目，优先安排残疾人福利性单位生产或者经营，并根据残疾人福利性单位的生产特点确定某些产品由其专产。政府采购在同等条件下应当优先购买残疾人福利性单位的产品或者服务。

根据《保障法》的要求，2007年国务院发布《残疾人就业条例》，从用人单位的责任、保障措施、就业服务、法律责任四个方面明确了政府、企业、残疾人职工的责任和权利及违反条例所需承担的法律責任。2008年，党中央、国务院下发第一个关于促进残疾人事业发展的纲领性文件《中共中央、国务院关于促进残疾人事业发展的意见》，进一步鼓励和扶持兴办福利企业。

第二，在福利企业政策法规方面，主管部门民政部与其它相关部委在福利企业审批与管理、税收优惠等方面给予相应政策扶持。2007年，民政部发布《福利企业资格认定办法》，严格规范了福利企业申请条件，并对残疾职工的最小比例和最少数进行了具体规定。规定对福利企业的定义更加具体，即依法在工商行政管理机关登记注册，安置残疾人职工占职工总人数25%以上，残疾人职工人数不少于10人的企业。同时，福利企业申请条件更加严格，福利企业申请条件由原来的五条增至十条，新增支付工资和社会保险费凭证，无障碍设施证明等多项内容。

同年，财政部、国家税务总局发布《关于促进残疾人就业税收优惠政策的通知》，国家税务总局、民政部、中国残疾人联合会发布《关于促进残疾人就业税收优惠政策征管办法的通知》，规定了在流转税和企业所得税方面的税收优惠政策。在流转税方面，由主管税务机关按单位实际安置残疾人的人数，限额退还增值税或减征营业税。其中，每位残疾人每年可退还的增值税或减征的营业税的具体限额，由县级以上税务机关根据单位所在县（含县级市、区、旗）适用的经省（含自治区、直辖市、计划单列市）级人民政府批准的最低工资标准的6倍确定，但最高不得超过每人每年3.5万元。在所得税方面，对安置残疾人的单位实行按照支付给残疾人的实际工资税前据实扣除，并加计100%扣除的办法。单位实际支付给残疾人的工资加计扣除部分，如大于本年度应纳税所得额的，可准予扣除其不超过应纳税所得额的部分，超过部分本年度和以后年度均不得扣除。同时，对单位按照规定取得的增值税退税或营业税减收收入，免征企业所得税。

三、政策调整与实施效果

以 2007 年民政部印发的《福利企业资格认定办法》和财政部、国家税务总局联合出台的《关于促进残疾人就业税收优惠政策的通知》为分界点，福利企业的资格认定和税收优惠政策发生了一些变化，标志着福利企业的发展进入新时期。

具体而言，第一，放开福利企业多元投资的政策。享受税收优惠政策的福利企业由原来的民政部门、街道和乡镇政府举办的国有、集体所有制福利企业扩大到由社会各类投资主体设立的全所有制内资企业。第二，降低举办福利企业的门槛。残疾人占生产人员比例由过去的 50% 以上降低到占企业在职正式职工总数 25%（含 25%）以上，有利于引领兴办更多的福利企业，吸纳更多的残疾人就业。第三，统一享受税收优惠的认定条件。将流转税、企业所得税优惠的认定条件统一规定，同时按企业实际安置残疾人数确定减免限额，即按企业实际安置残疾职工人数实行每人 3.5 万元每年的定额减免的办法，税收优惠与企业的销售收入、纳税额不再挂钩。由原来的“补企业”改为“补人头”，消除了福利企业税收过度减免的问题，既贯彻了公平税负的原则，也兼顾了国家、投资者、残疾职工三者的利益。第四，厘清各部门间的职责。在新政策中，为了有效避免税收征管出现漏洞，以及企业利用减免税政策虚开发票，出现假安置、真骗税、假福利、真逃税的假福利企业现象，对福利企业资格和退税资格，实行分别审批制。按照现行管理制度，社会福利企业审核审批归民政部门主管，税务部门负责税收减免，残联负责组织残疾人的安置情况审核。此外，退税资格不搞终身制，企业在税收检查中被查出违反税收法律法规，一律取消其资格。

尽管有关部门出台了不少措施应对，福利企业数量和质量下滑的趋势还是没有得到有效遏制。福利企业的资格认定和税收优惠政策调整产生了一些新的问题，主要表现在福利企业户数减少，残疾人安置比例降低方面。按照原有政策，只要企业安置的残疾职工占职工总数的 50% 以上，增值税和所得税就全部减免，而新政策按每安置一名残疾人退税 3.5 万元的最高限额退税，实际上只是对增值税或营业税实行部分减免，所得税由全免实行按残疾人实际工资的 100% 加计扣除。原政策规定了 50% 的安置比例，按现在的政策安置比例起点为职工人数的 25%，但退税额根据实际人数计算企业的税收减免，势必要求企业根据自身经营情况确定安置人数。对于部分安置残疾职工人数较少、产品利润较大的企业而言，因退税限额的设定使享受退税空间大幅度减小，因而不再生申请享受福利企业待遇。对于部分安置能力较差的企业而言，所安置残疾职工人数不满 10 人，不再符合新政策的规定，退出了福利企业行列。这将会对目前在岗的残疾职工形成冲击，势必产生流进流出，很可能会出现“富余”的残疾人被精简的情况，不利于调动福利企业多安置残疾职工的积极性。

从福利企业到社会企业：立法难点与趋势分析

我国残疾人就业整体遵循《中华人民共和国残疾人保障法》规定的架构：实行集中与分散安排相结合的方针，采取优惠政策和扶持保护措施，通过多渠道、多层次、多种形式，使残疾人就业问题逐步普及、稳定、合理。集中安置残疾人就业管理成本相对较小，政策的支持与



△ 南京爱德面包坊，一家为智障者提供就业的社会企业

资金的投放更有针对性、易于操作。在我国残疾人就业仍然面临较大困难的情况下，残疾人集中就业的福利企业仍然是解决残疾人就业的重要渠道之一。

一、针对福利企业进一步发展的法规建议

从我国国情出发，税收优惠和扶持保护政策是现阶段进一步发展社会福利企业最经济有效的措施。特别是在当前就业形势严峻、社会福利企业发展陷入困境的情况下，全面落实国家给予社会福利企业的税收优惠和扶持保护政策显得十分必要。

首先，健全完善法规政策，加大补贴和优惠力度。根据社会和经济发展趋势，及时修改和完善残疾人集中就业保障的相关政策，采用“托底保障”和特殊政策相结合，针对不同残疾人群体和不同性质的福利企业制定多样的保障政策。在福利企业的管理政策上，建议界定某些社会服务项目和行业，制定保护性法律政策；在税收政策上，应考虑到不同的地区经济发展具有不平衡性，尽量避免“一刀切”的限额算法，建议采用按比例计算方式，更能适应各地区经济发展情况，从而鼓励经济较发达地区的福利企业发展，更好地推进残疾人的集中就业。

其次，鼓励各种形式共同参与，扶持有规模的新型福利企业发展。采取政府主导社会保障制度建设，调动企业自愿参与的方式，更好地满足残疾人保障的需求。同时，通过政策倾斜吸引更多的社会力量举办公益性社会组织。对那些以社会目标为组织发展方向，同时又采用企业化运作的方式而存在的公益性组织；以企业形式

在工商管理部门注册，但经营目标以社会目标为主；以及利用非国有资产举办的从事非营利性社会服务活动的社会组织，在之前享受税收优惠政策的基础上，从法律规制上进一步明确其社会公益性质，给予更大的促进和扶持。

再次，落实现有政策，鼓励多种形式的政策创新，加大政府采购和转产专供的政策力度。各地方在实践中不断探索，已取得了一些阶段性的成果和良好政策尝试。以上海市为例，2010年政府出台政府采购和专产政策，明确要求各区县把福利企业的产品优先列入政府采购。同时，调查核准全市福利企业经营状况和产品，与市国资委协商确定44家福利企业需要产品（项目）扶持。此外，提出在“十二五”期间将调整优化现有福利企业，新发展300家有质量、有品牌的福利企业。鼓励社会兴办50家现代服务型企业，新安置有文化、有技能、新型残疾人劳动者3000名；建设新型示范福利企业基地30家，培训1000名管理者，届时该市福利企业残疾职工劳动就业社会保障水平将在全国领先。此外，青岛市出台《关于进一步做好残疾人就业工作的意见》并明确规定，自2012年起，政府部门、机关事业单位在物资和服务采购工作中，要将参与竞标单位安置残疾人就业情况纳入评标体系，予以量化赋分；各区（市）每年在本级政府采购中，至少确定一种产品或服务，安排给残疾人福利企业或残疾人辅助性就业机构，由其专产专供。

最后，整合残疾人就业资源，提高残疾人就业安置工作的效率。从目前分管残疾人就业各渠道的部门现状来看，存在着阻碍残疾人整体就业的制度和组织因素，

有必要对涉及残疾人就业的工作实行联席制度或统一归口管理。

二、社会企业立法建议

通过对社会福利企业发展历程的详细论述，我们可以发现其组织性质与社会企业具有很强的相似性。福利企业已有相对完善的国家的法律法规体系和管理监督机制，在特定历史阶段得到了国家政策的大力支持，对我国经济社会良好发展、建设和谐社会做出重要贡献，有丰富的实践探索和解决问题的经验。因而，对我国社会企业的法制建设和完善有重要的借鉴意义。针对社会企业的立法建设，我们提出如下几点建议：

第一，推动社会企业法律法规体系的制定，逐步完善加强社会企业的认证制度。由于现今我国公益慈善界、商业界和政府对社会企业没有一个统一明确的概念共识，加之近些年我国公民社会力量的逐步增强，跨界合作更加频繁和深入，非营利组织、公司、合作社等各类社会组织纷纷进驻社会企业阵营，业务领域涉及就业、教育、环保、扶贫、公平贸易等诸多方面，形成了社会企业多元化发展的局面。若迟迟不能建立法律体系，将不利于规范和引导社会企业的多样化发展，造成责权不明的局面，更甚者将会为投机主义者创造假借慈善公益为名谋取私利的恶果。因而，建设相关法律法规为社会企业确立合法性地位将是其发展的当务之急，这将在制度层面规定社会企业的认定程序，将社会企业的抽象理念落实为可操作的具体规定，严格规范和监管社会企业的运营。从国际经验方面看，英国与芬兰的社会企业立

法值得我国借鉴，英国将社会企业的发展与社区相结合，出台《社区利益企业法规》，芬兰政府出台《社会企业法案》，法案赋予社会企业明确的法律地位，在组织目标、认定标准、利润分配、资产管理等方面做出明确规定。社会福利企业的发展历程告诉我们，资格认定是全部法律规范的基础，诸多发展阶段呈现出的成绩与问题均与福利企业的认证政策调整相关。对社会企业而言亦是如此，只有从法律上明确何为社会企业，并在此基础上逐步建立有关社会企业组织管理、利润分红、破产制度、资产配置和监督的法律体系，才能切实有效地在实践中加以规范和监督。

第二，社会企业法律法规将长期处于新旧制度并存的局面，且涉及跨部门合作问题。由于我国社会企业起步较晚，在“社会企业”概念舶来以前，中国已存有多种形态的“类社会企业”组织，它们均有自身所归属的法律法规体系，并且已有非常具体的发展问题和革新方案。例如，社会企业兼具商业部门和非营利部门的优势和特征，因此在制定社会企业立法时，不仅需要涉及与规范非营利组织活动的《社会团体登记管理条例》、有关公益慈善资金募集等相关法规的关系，还涉及到与公司治理相关的《公司法》、《企业破产法》等法规的关系。以帮扶残疾人等弱势群体为主要目标的社会企业为例，我国已经在社会福利企业方面有很成熟的管理和运作机制，尽管它自身存在诸多政策和现实问题，但是仍然有着宝贵的实践经验。社会企业在进驻该领域时，不可避免地会重复一些社会福利企业曾经走过的路，在具体法律法规方面无法回避同样的问题。



放眼世界，英国、美国、韩国均在社会企业盛行的基础上出台新政或修改原有法律，认定企业资格并规范运营。在很长的一段时期，原有的有限公司、合作社、非营利组织法等相关法律规制也作为衡量社会企业发展的法律依据，形成了新旧法律制度并存的局面。这种局面的出现具有一定的存在合理性，它是社会企业法律体系发展的阶段性产物。社会企业的独特性决定了它的法律体系建设是跨部门合作的系统工程，其立法机制包含多方面的利益和诉求。因此，在社会企业进行立法之初，应当全面综合地考虑和囊括已有法律架构，恰当地与社会企业立法建立关联。社会企业如何在现有的相关法律范围内分得一杯羹，开辟独立的发展空间将是其发展所面临的重要问题。

第三，社会企业法律制定将采取分级认定和管理方

式。为了促进社会企业的长期可持续发展，我们应当对社会企业进行整体的政策约束，例如对组织目标的量化、收入来源、利润分配、资产处置等具体指标进行统一规定。与此同时，我们应当意识到社会企业呈现多元发展的趋势，在领域、资产、利润、规模等方面具有很大的差异性。考虑到社会企业发展的阶段性和复杂性，我们建议初步实行分级和多领域的方式进行管理。对于社会企业认定，我们实行分级定义的方式，在资质认定和享有政策支持之间建立起某种对应关系。即便对于同一业务领域，社会企业也应当尊重既有法律规范和实践经验，实行双重管理的方式。通过对我国残疾人就业保障政策进行分析，我们发现社会福利企业和残疾人自主创办企业的政策有很大不同，社会企业在帮扶残疾人方面能够兼具以上两种特征，也可以具有某些其它新特征，因而需要在法律法规制定方面采取严格并具体的分析。

第四，社会企业的法律体系须注重保护内部积极性与制度规范性之间的平衡。目前，对于社会企业是否应当得到政府的政策倾斜和扶持仍存有争议，但是主流的观点认为社会企业在社会主义建设和发展中承担了大量的社会责任，为解决失业、帮扶弱势群体、发展教育、促进公平贸易和弘扬社会企业家精神做出了卓越贡献，并且这种作用将会随法律法规的完善发挥更大的影响力。从福利企业的经验来看，政府的政策支持对其发展沿革影响深远，新旧法规的调整直接决定了福利企业的运营成本和社会责任之间天平的变化。社会企业所面临的发展环境与此类似，其立法体系应当注重保护内部积极性与制度规范性之间的平衡。对于其自身发展而言，社会企业在收入来源、利润分配等诸多方面受到严格的限制，为了吸引更多具有社会责任感的精英人才进入这一领域，更好地促进社会企业可持续性发展，有必要对社会企业的发展创造良好的政策环境。这涉及到对社会企业界定的基础性问题，社会企业发展光谱告诉我们，社会企业将在非营利组织和商业组织之间抉择自身的定位。美国社会企业更加具有商业性质，基本受到公司法等相关企业法律规范的管理，在资金来源、利润分配等方面受到的额外限制较少，因而也很少得到来自政府的减免税等政策支持。对于英国的社会企业而言，它们的发展更加接近于非营利组织，按照《社区利益公司规定》实行资产锁定、分红上限等具体规定。政府虽然没有在税收方面给予优惠，但是每年向社会企业委托服务，在

政府外包项目上优先考虑社会企业和社区组织，并且从政策上引导民间资金流向社会企业。当然，确定相关扶持政策的前提是，我国政府需要明确社会企业究竟是作为一种积极的价值理念去引导和弘扬，还是作为一种政策性的扶持产业加以推动。

第五，社会企业的立法应当与制度环境、社会治理核心领域相结合。社会企业是新兴的社会组织创新形式，因此具有其它机构所不能实现的组织灵活性、创新性和多样性。在进驻社会服务领域时，应当与当前国家关于社会治理的核心议题相结合，选准其落地生根的社会环境和政策土壤。以英国的社会企业发展为例，在上个世纪60-70年代，英国经济随着传统工业的衰落而一蹶不振，失业、老龄化、贫富分化等社会问题成为社会发展的短板。在英国各阶层在思考一种新的社会福利改革哲学时，人们选中了社会企业与社区结合的方案。这一方案有效地利用了社会企业熟悉社区、多元灵活的优势，同时从社区层面切实地解决了当时英国政府所面临的诸多棘手问题。可以说，英国社会企业的迅猛发展离不开它所选择的社会土壤，与社区的结合为社会企业发展注入不竭动力。社会福利企业的发展也表明，与街道共同建设成为其在新时期多元化发展的重要契机。因此，推动社会企业的进一步立法规范应当恰当地选取社会企业定位，明确社会企业应当如何更好地与制度环境相适应，发挥组织能动性，为社会发展做出贡献。

社会企业的数量和范围、创新和影响

社会企业在中国的发展阶段、特点和范围

虽然如前章所述，社会企业的某些特征在福利企业中有所体现，但是更全面意义上的社会企业其实是一个舶来品。如前所述，隶属于英国使/领馆文化教育处的英国文化协会在中国社会企业的引进和推广中起到了关键的作用。

近年来，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，基金会等能力建设以及企业和资本的协同孵化下，中国的社会企业领域开始萌芽。社会企业在中国的发展历史还非常短暂，而且目前在国内也没有对社会企业的统一的定义和概念。如果我借鉴国际上一些通用的标准，目前为止，在中国，真正具有规模和比较严格意义上的社会企业屈指可数。根据我们所访谈的社会企业有如下特点：

● 相当一部分是由原来的 NGO 转型而来。这其中的原因可能以下几个：第一，NGO 本身对社会企业所强调的社会使命部分认同感很强；第二，NGO 因为面临资金的困境因而更有转型的动力；第三，英国文化协会的培训对象很多都来自于 NGO 社区。NGO 转型的社会企业，通常都服务于传统的扶贫和弱势群体领域，这也是和他们原来所在的领域一脉相承。NGO 的转型成功很大程度上取决于 NGO 领导层的意识和能力。由 NGO 转型而来的社会企业最大的挑战是机构内部缺乏商业运营的经验，人才和构架。NGO 的文化也与商业企业有很大区别，因而，有相当一部分 NGO 的转型是不成功的。

● 有些社会企业在成立之初，并没有把自己归到“社会企业”这个标签下，但是其企业宗旨中有明确的

价值观导向。例如国际志工（GLA），他们的创始人以前并没有听说过社会企业这个概念，其商业模式是通过组织青少年训练营，到贫困国家参与义工项目，从而培养青少年的慈悲心和社会责任感，但是这是一个具有社会企业潜力的企业。这类型的企业的创始人通常都具有一定的商业运营经验，没有条条框框的限制，思维更具创意性。

● 利润分配模式不清。目前国际上界定社会企业的一个重要指标就是其利润分配。就中国的情况而言，如果社会企业注册的形式是民办非企业单位，按照国家规定，民办非企业单位是不能分红的。例如北京富平学校，由多个股东出资，按照市场规则运作，它旗下的两家小额贷款公司每年利润约 300 万元，富平家政公司年利润 30 万元，但是利润滚动投入到企业发展中去，从 2002 年成立至今，富平学校没有进行分红。

但是如果社会企业的注册形式是工商注册，就目前的调查和访谈对象分析结果而言，很少有企业或者机构对他们的利润分配有明确的规定。这可能是由于很多社会企业本身还在起步阶段，或者因为服务对象的支付能力有限或者本身运营成本较高，而没有盈利或者仍在亏损，因此企业还没有就利润分配做太多的考虑。但同时也反映出，中国的社会企业在企业的深层属性上并不清晰。虽然就社会企业是否应该规定分红标准一直存在争议，但应该看到，多个国家对社会企业设定分红标准的根本用意在于防止企业追求利润最大化而忽视了其社会使命。虽然是否能够通过规定硬性的分红标准就可以到



达这个目的，特别是在中国这个企业自我规范性比较差的环境中，很多学者和实践者还表示存疑。但是社会企业如果自身没有明确的自我规范标准，是很难从长远上保证社会企业的社会性的。这种规范可以包括方方面面，比如：用人标准，采购标准，制造或服务标准，而利润分配标准也应该是重要的指标之一。

● 绝大多数的被访企业都规模较小，很少有年营业额超过一百万的企业。这主要还是因为社会企业目前还在发展初期，多数企业的历史不超过三年，同时，也因为资金有限，经验不足，盈利模式还需要被印证。很多 NGO 转型类的社会企业都需要通过捐赠，政府购买和销售的多元化收入模式才能维持财务平衡。

“红丹丹”是一家致力于为视障人提供无障碍文化产品服务，倡导社会为视障人群提供融合性支持环境的非营利机构。但是由于“红丹丹”无法找到挂靠的业务主管单位，因此它是一家工商注册的机构。“红丹丹”虽然是工商注册，但采取非营利组织的理事会决策模式。采取非营利组织的运作方式，所有盈余不用于分配。“红丹丹”在 2011 年正式推出了助残的点字文化产品，例如低视力人士用的大号字体的挂历、学盲文台历、盲文版台历、盲文版名片等。“红丹丹”在进行商业化之后，开发了一些新的专业助盲产品和服务，例如帮建行北京分行设计的产品、助盲钱币识别卡和盲文旅游导图，这些无障碍文化产品的设计和营销为机构带来了新的利润增长。同时，“红丹丹”也开始获得政府采购。政府采购在 2011 年有 5.6 万元，2012 年则增长到 41 万元。

2012 年，产品销售收入，政府购买服务，基金会和企业捐赠各占到“红丹丹”收入的三分之一，另外“红丹丹”还获得了联想集团的公益创投。

社会企业的创新实践

虽然我们从多数的与社会企业访谈的过程中，发现其经营模式和灵感都多少参考了海外的经验和模式，但在本土化的过程中，还是有不少独特的创新。下面我们就几个案例来分析一下社会企业在中国的创新实践。

残友集团

深圳市残友集团股份有限公司是一家解决残疾人集中就业的高科技商业公司，总部位于深圳。残友集团的创始郑卫宁在 1999 年 9 月，以 2 元注册个体企业“深圳市福田区残友网社”，从五个残疾人一台电脑的小作坊起家。在创办之初，郑卫宁没想到为残疾人谋利，“只是为了解决寂寞，想为自己改变一种活法”。可以说，郑卫宁在创始阶段只是想通过创业，改变自身的命运，成为能够自食其力的人。经过多年发展，残友集团已经建立了 32 家企业、1 家慈善基金会、8 家非营利机构的集团。创办至今，残友在全国 11 个省市都成立了分公司，共有员工 3700 余名，其中 95% 都是残疾人，是中国最富盛名的社会企业。



残友的产业领域包括软件、动漫、文化设计、系统集成、呼叫中心、电子商务、电子产品组装与精工制造、物联网、培训咨询等。电脑技术规避了残疾人行动不便的弱势，因为残疾人拥有超过健全人的耐力和定力，因此长期在电脑前的工作很残疾人从事。

郑卫宁慈善基金会控股了残友社会企业集团 90% 股份，并享有股东权益。在残友，职业经理人提出经营方案最终是由基金会来决定的。“残友”的营利分红给基金会，基金会一方面投资开办更多的分公司，获取更多利润，另一方面支持各种公益机构。虽然残友集团的股东可以分红，但是残友集团的股东从来没有分过红。残友集团的分公司的利润，三分之一留在企业，用于进一步发展，三分之一给股东（基金会为主），三分之一给员工作为工资。残友集团的股东有工资、年终奖金，但这个不是根据利润算出来的。在残友，工作表现好的员工都有月奖、季奖、年终奖，如果干的不好，年终就没有。

2009 年，在郑卫宁一次病重时，他将个人持有的集团 90% 股份控股和各分公司 51% 的股份以及“残友”的商标品牌价值等，全部捐赠给郑卫宁慈善基金会。这就确立了“残友”的社会所有制的产权性质。郑卫宁在捐赠遗嘱里有两条要求，其中一条是未来残友集团残障员工的比例不得低于 70%，另一条是“员工退养制”，对不能再工作的残障员工实行工资及生活补贴的全额照发，仍能享受公司的免费出行、洗衣、吃饭等福利。残友对残障员工的高福利待遇，虽然体现了其社会性，但是企业过于庞大，人员成本过高，同时人员绩效管理问题严重。这些都是残友继续发展所面临的挑战。

■ 羌绣

汶川地震后，颜俊辉与丈夫高电子设想推进实施“羌绣帮扶计划”，旨在广泛帮扶灾区妇女从事羌绣手工作业，鼓励和帮助其就业，同时，对国家级非物质文化遗产——羌绣文化进行保护和拯救。她的想法得到了当时李连杰壹基金执行主席周惟彦女士的支持，在中共阿坝州委、阿坝州人民政府的指导和支持下，由壹基金拿出 170 万元、成都高电子文化机构联合发起成立了羌绣帮扶中心。

开始的时候村民并不相信他们，第一批参与计划只有不到 10 位的妇女。为了取得村民的信任，颜俊辉决定，无论绣品是否能卖出去，一定要给村民及时的报酬。“绣东西真的可以赚钱”这种说法很快就传开了。不久，茂县帮扶站，理县帮扶站，汶川帮扶站，都江堰帮扶站相继建立。绣娘人数一度达到 8000 多人，效果日益明显。地震之前，阿坝州农村劳动力的日平均收入为 1.7 元 1.8 元 / 小时。羌绣设计的工价当时为 3 元 / 小时。一个熟练的绣娘平均一天能挣 50 元 ~ 60 元，一般的绣娘也能挣 30 元 ~ 40 元。2008-2009 年，羌绣的产品主要通过壹基金采用集团订购的方式解决，然而随着公众对灾区关注的转移和壹基金支持的淡出，羌绣的销量下滑了 70%。同时，因为羌绣的产品都是绣娘手工完成，而绣娘均是在农忙的业余时间绣花，因此工时和质量都难以控制。

颜俊辉在参加了香港社会企业峰会后受到启发，她决定用富有现代创意性的设计和商业化的运营，让羌绣



走出大山，进入日常人的生活。同时让灾后的羌族妇女能通过代代相传的手艺，实现就业。2010年，羌绣在成都政府的支持下，在宽窄巷开设第一家专卖店旗舰店，开业第二年初就实现了盈亏平衡。至今专卖店已开了6家。2013年正在筹备开业的专卖店有8家，包括都江堰、苏州、北京、上海甚至台北。羌绣同时在产品开发上下大力，将传统的绣法和现代审美结合，开发了手提包、家居用品、服装等系列产品。

2011年，“羌绣帮扶计划”延展为“一针一线”帮扶计划，将帮扶计划辐射、复制到贵州的苗绣、新疆的柯赛绣、四川的蜀绣、藏绣等，从而能使更多的农村妇女与家庭受益。中国经济三十年的发展，消耗掉大量的农村壮劳力，从而产生农村空洞化问题，土地荒废、老人小孩无人照顾，给社会造成了不稳定隐患。“一针一线”为解决中国农村高半山地区的妇女不离乡、不离土、居家灵活就业而探索了一个全新的模式。一台缝纫机、一个在家女性、一份订单。这就是“一针一线”帮扶计划的社会意义。

■ 富平学校

北京富平学校是由茅于軾、汤敏等在2002年创办。

富平，既是“扶贫”的谐音，也包含了让平民富裕起来的意思，这也是富平家政成立的初衷，主要是为贫困地区的妇女提供家政培训。刚成立之初，富平给自身定位了两个作用。第一是作为农民的跳板，让农民先进城里来有活干，适应了城市生活后可以转行干其他工作。随后，富平发现单一的职业培训并不能真正满足农民工脱贫的需求，因此富平先后发展了家政与社区服务、儿童早期教育、生态信任农业、微型金融服务四项核心业务，永济富平小额贷款有限公司更是成为了全国第一家机构设置村庄的商业性小额贷款公司。富平的社会使命是：以社会企业家的精神和方法推动社会创新，让服务惠及穷人，促进社会公正、和谐与可持续发展。未来，富平学校将更多的关注专业化发展，培训更好的育婴师、养老护理员，着眼于中国未来更大的幼儿教育 and 老年护理市场；开拓农业科技市场，为家庭农场和专业合作社提供专业的市场、技术和管理服务。

■ 中和农信

尤努斯所创建的“穷人的银行”的小额贷款扶贫方式风行世界，中国也有大批的小额贷款项目，其中最成功的当属中和农信。中和农信是从中国扶贫基金会的小额信贷扶贫项目中转制成立的小额信贷社会企业，自



1996 年以来开始实施小额信贷扶贫项目。十几年来，累计向 50 万多农户发放小额贷款近 40 亿元，共有 150 多万贫困人口直接从中受益。作为中国最早的一批小额信贷项目，在当年 300 多个小额信贷项目纷纷销声匿迹之时，中和农信脱颖而出，不仅成为中国最大的小额信贷机构，也在国际上代表中国的小额信贷水平，占有一席之地。

中和农信的小额信贷产品设计理念不是传统的看客户当下的资产状况，而是相信客户未来的还款能力与还款意愿，从而开发了适合农村社会的无抵押，五户连保模式。为了确保真正贫困农户能够获得贷款，在贷款产品设计中，采用了贷款额度小（12000 元以下）、非优

惠利率（高于银行利率）、五户连保、现场集中发放和整贷零还等基本规则，有效地降低了非贫困农户贷款的可能性。

中和农信的创新在于与大型商业银行合作，例如国家开发银行、渣打银行、中国农业银行、北京银行等，由大银行提供批发贷款，由专业小额信贷机构执行基层业务，整合大银行的资金优势、小机构的实践经验，既解决了大银行直接服务中低收入农户的难题，又满足了公益性小额信贷机构融资需求，更重要的是使更多的贫困农户获得了贷款支持，实现大银行、小机构、贫困农户共赢。

中和农信作为一家社会企业，不同于一般商业企业，在通过高效运作实现自我可持续经营的前提下，中和农信强调社会绩效，体现其社会价值。因此，中和农信在提供资金支持的同时，更加关注农民自身能力的成长，进而实现可持续脱贫致富。中和农信根据各项目区的农事特征免费为客户提供多样化的农业技术培训，同时各分支机构通过不同的活动方式向贷款客户宣传和普及金融知识提高客户金融意识。更值得一提的是，中和农信始终坚持“当地人服务当地人”的用人理念。在地方的分支机构完全实现本土化管理，招聘当地员工，每个乡镇设立信贷员，采用上门服务的方式，最大程度的便利农户获得贷款，实现了农村金融最后一公里的畅通。国际知名小额信贷评级机构沛丰评级（PLANET





RATING)，经过实地走访评级给中和农信的评价为 B+，位于全球小额信贷机构前 20% 的序列。

■ 鹤童

中国社会的老龄化日益严重。1995 年，第一家鹤童老人院在天津成立。经过 17 年的努力，鹤童已经建立起一个年收入突破 3000 万元、已成规模的养老社会服务的产业联合团体，包括鹤童老年福利协会、老年公益基金会、7 座老人院、1 座老年病医院、7 座老人护理职业培训学校和一个国家职业技能鉴定所。尚未登记的试运营机构包括免陪护排遣中心、餐饮配送中心、老年用品研究所，还运营一家登记为企业的公益性物业服务公司。

鹤童系列机构的目的是促进老年人福利，不追求利润最大化，故均不设股东，没有分红，除了员工工资和日常行政开销外，所有的资金都用于支持发展老人福利的专项项目和老人院护理。鹤童坚持按照老人与护理员人数 1:4.5 的国际标准配备护理员，并自主开发和进口了专用护理用品，同时引进了德国的老人护理技术，培养了大批专业水平高于一般养老院的护理人员。在收费平价，专业护理成本却高于其他养老院的情况下，鹤童通过提高管理效率，还是达成了很好的财务平衡。

鹤童的成功首先归功于社会企业家精神和魄力。鹤童的公益本质和专业服务、公司化管理和负责人个人魅

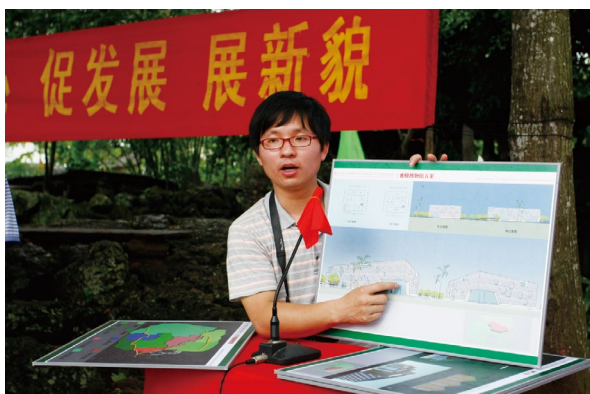
力创下了优秀的口碑，为鹤童吸引来捐赠和客户青睐。

鹤童的活力来自于它的个人化管理，类似企业的决策方式，自主决策空间大，是保持活力的重要因素。此外，鹤童不仅重视老人护理，而且通过基金会开展各项促进老人服务的专项公益项目，提高了品牌知名度和影响力。

■ 博学生态村

城市日新月异，乡村却破败消失，这是摆在中国人眼前的一个大大的社会问题，而人才的流失是乡村凋敝的根本原因。2009 年起，时任《南风窗》高级记者的陈统奎返回海南老家，在海口一个火山口古村落开始了创建“博学生态村”的行动，摸索出一个乡村再造的新模式。在陈统奎看来，大学生返乡创业有两层意义，一是：返乡者在故乡找回了自己生命的意义；二是：他们的幸福也增添了故乡的荣耀。他们选择在匮乏的地方播种耕耘，这正是弥合城乡差距最有效的解方。

2011 年，陈统奎筹资近 80 万元，在博学生态村建设了海南岛第一栋民宿——花梨之家。近 80 万建设资金中，其中 10 余万来自微博借款。那时民宿进入装修阶段，尚缺 10 余万元装修费用，陈统奎利用新兴的社交网络微博的“微公益”现象，发帖集资，并承诺“每人各提供 1 万元借款给我，从 2012 年起连续 10 年，每年免费享受一间民宿一周（只需提前一个月预订），并



享受年息8%的保值，款项2年内月供返还。这条微博当天被大量转发，仅仅半天时间，就有15万贷款承诺。

陈统奎利用个人影响力和公信力，并利用个人梦想与分享一种诱人的生活方式作为“卖点”，在微博平台获得了社会资本支持。社会创业最大的一个特点是“用小钱做大事”，它需要社会资本丰富、公民互助的社会。值得一提的是，花梨之家获得了海航集团和21世纪经济报道联合主办的社会创新创业竞赛2011年度二等奖，获得了5万元现金奖励。这种竞赛奖金往住是社会创业者获得的第一笔启动资金。陈统奎盖这栋民宿的目的不是为了个人赚钱，而是为了解决家乡发展问题，带领乡民发展乡村生态旅游目的地的，从一个传统农村转型成为结合有机农业、休闲体验和生态保护为一体的生态村。

陈统奎带头创建了社区自组织“博学生态村发展理事会”，一是组织培训村民，让博学里农民转型为“知识型农民”；二是作为外界的人力、财力、物力、资源的接受中心，用社会的资源和力量来帮忙一个传统农村的发展和转型；同时也是社区营造的决策和执行机构。社区营造方法中，有一条是这样说的，对一个社会力分散的乡村社区来说，得从社群培力做起，先让一些有心的社区人在理念的指引下操作，完成可做到的小成就，再引发吸磁效应，进而吸引更多社区居民参与，逐渐影响社区的结构性改变。

在民宿所得分红上，陈统奎通过博学生态村发展理事会形成决议，民宿住宿分出营业额10%、餐饮分出营

业额5%做社区公积金，相当于25%左右的利润用于社区公共事务。当然，这是一个决议，凡是在博学生态村经营民宿等产业，都需要交纳公积金，支持社区建设。在民宿的经营管理上，陈统奎亦别出心裁，他申请成为友成基金会志愿者驿站，友成基金会派小鹰计划项目学员，即专职志愿者和民宿主人共同管理民宿，每名专职志愿者驻扎10个月，陈统奎将民宿定义为“留宿型志愿者驿站”，除了小鹰计划学员，再招聘1或2名月驻型志愿者，共同管理民宿和推动社区营造。2012年还有韩国艺术家进入博学生态村带村民进行公共艺术创作。陈统奎先后带领乡民修建了海南岛第一条乡村山地自行车赛道、文化室、运动场、村内道路改造等公共基础设施项目，同时争取公共财政支持修建了自来水引用和灌溉设施、农村电网改造，一个贫困落后的山村已经发生巨变，为迈向成熟的乡村生态旅游目的地打好了基础。

接下来，陈统奎还希望吸引“新居民”进入博学生态村进行社区营造，推出了“一亩地试验”：农民提供宅基地、新居民投资建造民宿，所有权归农民所有，新居民获得其中一间主房30年使用权（自己居住或亲朋度假、不能自主经营，可委托农户经营），其余客房用于经营民宿，新居民拥有30年受益权利。经营所得，10%利润上交村公积金，余下90%新居民和农户平分。

2013年，陈又推出一个新梦想：在博学生态村建造一个占地100亩的社区营造园区，同时也是返乡大学生永久性会馆，在海南培育一家致力于推动海南返乡大学



生回乡创业，带领乡村发展的社会企业。社区见学园区有4大内容组成，一是展示自然农法的“家庭农场”，二是推广火山口美食的“火山村食堂”，三是推广原生态农产品的“农夫市集”，四是将当地特产黄花梨与艺术结合的“康木祥黄花梨美术馆”，亦让人亲自动手做木工或雕刻的“DIY 工坊”。因此，在园区中不但有农民们市集，也有社区营造工作坊与展览之用的场所。陈统奎还推动一年一度的返乡大学生论坛，发动更多的大学生返乡创业。

■ 天空农场

V-Roof 的创始人之一黄柯原来供职于一家国有企业下属设计院，为上海世博园区景观设计顾问，世博会结束后，黄柯与其它8名设计师集体离职创业，以促进绿色屋顶推广，减弱城市热岛效应和优化空气质量为使命，以V-life理论为指导致力于优化都市环境闲置资源开发利用，希望解决城市化进程带来诸多食品安全、生态、就业等社会问题。

在谈到愿景时，黄柯说：“我们的口号是‘Green city, Better life’。我们发现现代人与人之间的距离越来越远，我们希望住在城市的人们保持与自然的联系，尤其是在高楼林立的市中心地带，它能带给人少许的心灵慰藉。屋顶花园作为开放空间，起到城市社区发展的作用。公寓楼顶的屋顶花园可以拉近邻里之间彼此的距离。与办公大楼相连的屋顶花园为职员们提供了一

个更为宽松舒适的交流环境。公共屋顶花园能够提供丰富多样的社区功能，作为约会、社交和参加特殊活动的场所。”同时，“天空菜园”还可以解决另一个社会问题，即让从农村到城市的新移民有尊严地融入城市：“打工者从农村出来，种田是他们的拿手绝活，如果聘请他们维护天空菜园，城市人不懂的耕种技术，但向往田园生活，这些打工者的身份变成了老师，由城市人向他们讨教技术，这不就增加他们信心和尊严吗？我们这家企业是一家能够让社会长治久安、并且改变生活、让一个国家和社会可持续发展的社会企业。”

德国、日本等国是世界上公认的“绿色屋顶”技术最先进、屋顶绿化普及程度最高的国家，经验证明，城市中的屋顶花园和农场，不仅可以减少蔬菜运输的成本和产生的废气，而且绿色屋顶能为建筑物减少15%的夏季用电量，这都是对城市节能减排的贡献。

2011年刚创业不久，黄柯携天空农场项目参加了由英国大使馆文化教育处主办的“绿色生活行动”竞赛，并获得3万元种子基金，其后，黄柯团队设计的天空农场方案，50%种菜，30%景观，20%提供休闲服务，并结合雨水收集系统、太阳能利用设施等，让更多人享受低碳生活。这个创意获得了上海市科委的青睐，并提供了80万元的政府扶持资金，从而解决了创业资金问题。目前，黄柯目标开发一些楼层不高的精品商业酒店，因为屋顶种菜，可以成为他们吸引客人的特色。同时，在开发办公楼顶的时候，用“个人分块租赁”的方式，找办

公楼的白领分租，因为改善城市空气污染与每一个公民个体息息相关，如果提供一种生活方式，让大家在利益自己的同时，又能够贡献于社会，就能吸引千家万户一起来参与。

对未来，黄柯有很多设想，例如：在商厦设立一个以墙面绿色蔬果为主题的餐厅，并通过销售墙面种植的蔬菜、瓜果等来增加盈利点；开办儿童农场，进行亲子教育和自然教育，让儿童们能够回归大自然的怀抱。黄柯更寄希望于中国碳交易所的成立，因为“天空菜园”，是一家吸收碳排放的企业，其他碳排放超标的企业可以通过碳交易所与它进行交易，让这些碳中和掉。这种模式也许会成为 v-roof 未来新的业务模式。

■ 善淘网

善淘网的创始人周贤者英国留学时，受到伦敦街头琳琅满目的慈善商店的启发，回国后在 2011 年创立了善淘网。闲置物品是这个社会很大的一个资源浪费，善淘鼓励人们将闲置的物品捐赠到善淘网，购买或者循环利用闲置物品，从而减少碳排放。捐赠的物品经过清理、整合、拍照、上传，再在网上进行义卖。所有物品的清洁整理、商品拍摄、图象制作、分发物流都是由残障伙伴完成。善淘网希望通过这个方式能够帮助残障伙伴得到持续性和有尊严的工作岗位。义卖的销售款项一部分用来支持公益项目，在线产品销售的所有收益均根据捐赠者和购买者的意愿捐献到指定的公益账户；一部分用来支持商店日常运营；一部分资金用来支持残障伙伴的就业和培训。



为了方便捐赠者，在善淘总部所在的江浙沪地区，只需要在线预约，物流公司就会去上门收取。善淘网有非常严苛的挑选标准，会员们捐赠过来物品只有通过挑选和整理才可以上架。收取捐赠品以后，捐赠者还可以在线查询捐赠物品的情况，比如是否在整理中，是否已经上架，是否已经销售。在善淘网上所有的数据，无论你捐了多少件，卖了多少钱，资金去往哪里，这此数据捐赠者都可以上网查到，而且善淘网每半年会发布一次透明报告。而每一位网购者更可以通过追踪系统，查到这笔交易最终资助了谁。善淘网运用互联网技术，将所有利益相关者（爱心捐献者、善意购买者、公益组织、受助人群等）联系在同一个平台，并进行有效互动。其财务数据完全公开，即时更新，所有人都可以随时了解相关数据和资料。

除了透明度的考验之外，善淘网还必须应对其他一些风险，例如知识产权。对于贵重的物品，比如一个标识为 LV 的包包，它是真是假？目前善淘网还没有一个强大的鉴定体系，好在这些捐赠都是实名的，善淘网会反复向捐赠人确认，并把风险事先告诉消费者。

在 2011 年短短 10 个月间，通过善淘模式，实现公益筹资金额共计 30 余万元，为 10 个以上的公益机构提供了 5000 元到 6 万元不等的公益资金；共计创造销售收 70 余万元。2012 年，实现公益资金超过 60 万元，销售超过 181 万元，公益股东有 11158 名。从 2011 年到 2012 年，善淘网为 40 多位残障伙伴提供过培训和就业的机会，帮助超过 20 个公益项目，优化了超过 10 类残



障伙伴适合的工作岗位。

2013年,周贤计划开一个手机的APP。因为在慈善商店里面每一件商品都只有一件,价格很便宜,很多购买者都要抢,开发一个APP可以让大家进行手机抢购。善淘网将“电子商务”和“慈善商店”进行结合,打造了一个创新的公益模式。善淘提倡“每一个人都有价值”。

“大家可能很好奇我们的网站为什么叫BUY42.com, 42即for two,为了两个人的意思,在这个过程中,无论捐赠还是购买,首先解决自己的问题,快乐自己,然后帮助别人,让每一个都有价值,所以每一件物品在这里都有价值,每一个岗位每一个残障伙伴在这里都有价值,无论是捐赠者还是消费者,每一次行动也都有价值。”周贤说。

■ 重庆“剪·爱”

重庆“剪·爱”剪纸是中国第一家以解决血友病患者(罕见病)生存和治疗为主的社会企业。在我国,目前约有6万至13万名血友病患者,而将近九成的患者没有接受规范治疗。由于要常年支付高昂的治疗费用,因病致贫的家庭不在少数。2006年,彭茂琳女士联合重庆的80多位血友病患者家庭,在民政部门注册成立了“重庆血友病关爱之家”,这是中国第一个由血友病患者母亲创办的关爱之家。2007年4月,“关爱之家”正式更名为“重庆市血友病康复协会”。2008年,创办“剪爱剪纸设计室”。2010年9月,在工商局注册成立“剪爱工艺品有限责任公司”。2011年9月,剪爱又在民政部门注册为“社会福利企业”。短短七年,剪爱历经了社

会团体、民办非企业单位、公司、社会福利企业等多种法人注册形式,为了开创可持续的帮扶之路,最终选择了社会企业模式,这一发展路径在中国很有代表性。

剪爱吸收了血友病患者、家属以及部分残疾人就业,并带动西南地区血友病组织走自救创业之路。目前,拥有全职员工12人(包括管理者和设计人员)、兼职员工15人(包括血友病患者及患者家属)、志愿者30余人,已创造就业岗位50多个,实现血友病人的居家就业,并成为中国人口福利基金会幸福家庭项目点。

剪爱产品主要包括剪纸、纸雕、纸编产品的设计等,旨在适应现代都市新一代装修、装饰、节庆、婚庆的需求。剪纸市场中,大多数企业都是机器批量生产。而剪爱产品是纯手工制作,定位高端市场,所开发的产品均具有独立知识产权,且拥有“平面多层次三维表现手法”的剪纸专利技术。剪爱的作品《重庆明天会更好》获第二届工艺美术展览银奖,《清明上河图》、《一城山色两江水》在第三届工美展中分获金、银奖,《乌江妹子》得到世界银行副行长林毅夫教授的青睐并收藏,《重庆人民大礼堂夜景》被世行驻华首席代表杜大维收藏,《新嫁娘》、《走进世博》参加了上海世博会展览,其中《新嫁娘》应邀在中南海钓鱼台国宾馆参加拍卖,拍出15万元,创造同行业作品最高价格。手工制作不仅保证了剪爱产品的高品质,同时也使患者们得到更多益处。剪爱创始人彭女士说,比赚钱更重要的是让他们获得满足感和自信心,如果是用机器生产,就算生产出很多卖了很多钱,他们也不会获得手工制作带来的成就感。企业

的名字“剪爱”就是取义于夏洛蒂·勃朗特的《简·爱》中的主题：人的价值 = 尊严 + 爱。

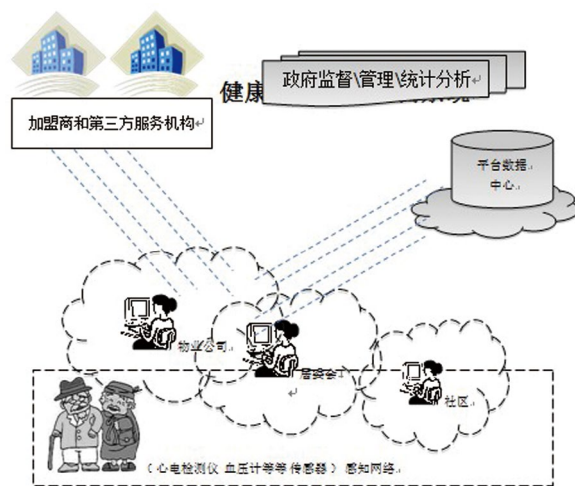
剪爱采用“统一管理、统一采购、统一销售渠道、统一设计、分散制作”的运作模式，以礼品团购销售和加盟销售相结合的方式为主，店面代销和旅游点销售为辅，产品已销往重庆本地、沿海城市和国外市场。剪爱的投资者为血友病患者和家属员工，所有权归股东，实行股东决策机制，所得利润70%用于扩大再生产，20%用于支持血友病救助项目，10%用于支持血友病康复协会发展。财务报表向股东和利益相关方公开。

未来剪爱将重点发展祈福节庆窗花市场、实用品剪纸市场、DIY 剪纸市场和艺术品市场，打造“剪爱”的公益品牌价值，依托文化产业形成一定的生产力，烘托出品牌后面的艰辛创业、坚持不懈的血友精神，进而让全社会都能清楚的认识和关注血友病，并延伸到农村，进行技能培训，延长产业链，实现“居家就业”。

■ 北京“智慧老年健康关爱云服务平台”

北信得实公司，是北京信息管理科学研究所为跟踪和服务于国家卫生部、中国疾控中心有关疾病预防与防控工作的需要，于07年5月成立的一家高科技软件公司。这家公司开发的“智慧老年健康关爱云服务平台”以提升养老健康服务能力和管理水平为目标，利用物联网、云计算等先进的信息技术，构建了一个健康照护和精神慰藉于一体虚拟养老院，使不同类型老年人在“安心”、“安定”和“安全”的环境中过着有尊严的养老生活。数据库中目前共有140万居民健康管理数据，并且还在不断增加。

“智慧老年健康关爱云服务平台”产品架构和网络结构示意图如下所示：



“智慧老年健康关爱云服务平台”网络结构示意图

远程康复保健子系统

居家养老的老人普遍患有糖尿病、心脑血管等高危慢性疾病，病程长且迁延不愈。因而通过信息技术进行远程康复指导已成为老人的基本需求。此系统的特点：

智能化：传感器检测到的用户生理参数能够通过无线网络自动上传到中心数据库；

个性化：社区医生根据老人具体的特点、目标和要求给出具体的诊断建议。

人性化：该设计采用无线传感器和无线网络技术，可以在不影响用户正常生活的条件下使用户得到独立、安全、方便的健康监护；通过远程医疗会诊模块，老人

在家中就可以得到医生的咨询建议。

健康介护服务系统

随着我国人口老龄化发展进度不断加快，需要长期照护的老年人口绝对数量迅速增长。他们大多数患有多种慢性疾病，行动不便。而目前对老年人的照料、护理主要依赖于护工和钟点工，她们大都来自城镇待业人员和经济欠发达的农村，缺乏必要的医护常识。因此通过“健康介护服务系统”提供服务探索中国的介护服务模式，显得尤为重要。

非处方药物知识自学习系统

非处方药（以下简称 OTC）不需要医生处方，在药店即可买到。它是根据患者对病情的自我判断，或借助药品说明书，或由医师提供咨询，自我进行治疗的药品。此系统针对老人普遍滥用非处方药物的现状，以全新的视角、对已经发布的非处方药物的信息资源进行二次策划创意，开发定制的专项服务系统。

精神慰藉服务系统

随着社会进步和生活水平的不断提高，老年群体的精神需求问题日益凸显出来。这些需求表现在情感交流、人际交往、文化娱乐、知识教育、自我实现等方面。此系统将以养心、养德为基点，探索各种文化娱乐活动的形式和服务内容，为老人创造邻里间的相识、相知的机会。

基于“时间银行”互助管理系统

该系统把老年人之间的健康介护互助服务进行量化并存储起来，承诺服务提供者可以支取等量的他人服务。这建立了一种“人人为我，我为人人”的长效互助服务信用体制。“时间银行”模式在欧美等发达国家和地区发展较为成熟。服务过程通过计算机系统进行管

理，政府则从立法上保障该模式的发展，对模式运行中的经费来源、互助双方的权利义务关系、培训等做了严格的要求。

社会企业的影响力评估

在中国还没有对社会企业的影响力有成体系的或来自第三方的独立评估。社会企业的影响力多来自于社会企业自身的记录和评估。例如，在对富平学校的访谈中，相关负责人提到：富平学校的微型金融服务至今已累计发放贷款超过 1 万笔，贷款金额近 1 亿元，3 千余户农户从中受益。富平家政与社区服务项目自 2002 年启动之后，至 2012 年底共培训了 23000 多名学员，解决了两万多人的就业问题。累计为 12000 户北京市居民提供家政服务，创造直接经济价值约合 1 亿元人民币。

但我们发现绝大多数的社会企业自身并没有对自己的社会影响力做有意识的评估。虽然多数的社会企业有明确的宗旨，但社会企业负责人目前更忙于让自己的企业生存下来，没有精力去跟踪和评估自己的社会影响力。多数企业对设立怎么的评估指标和评估方法也没有想法，因此目前对社会企业在中国的社会影响力还很难评估。

单个的社会企业即使做了一些评估，但是因为其规模太小，影响力也是微乎其微的。目前的影响力更多的是因为社会企业作为一种新鲜事物的兴起，而对青年创业者、NGO 领域和政府的影响。这些影响，我们在本报告的其他章节还会详述。

社会影响力投资在中国

社会影响力投资的全球兴起

当今世界所呈现的社会问题已经不是光靠政府、慈善人士所能解决的。众多发展中国家在发展过程中不断面临着来自环境、教育、资源等诸多社会问题。2011年，国内慈善界试图与商业界结合来，更高效地解决这些社会问题，但是“郭美美”引出的中红博爱资产管理公司与红十字会间的复杂关系以及之后的15亿中非希望工程项目等等事件，让国人对于公益慈善与商业的结合变得敏感、质疑甚至排斥。在同一时期，欧美许多国家正在兴起一种新的结合商业和公益的投资模式，即近年来逐渐受到关注的——社会影响力投资（Impact Investing），正试图以金融投资与公益慈善紧密联合的方式来高效解决社会问题。

摩根大通（J.P. Morgan）和洛克菲勒基金会（Rockefeller Foundation）在2010年的一篇合作研究报告《影响力投资：一种新兴的投资类别》（‘Impact investments: An emerging asset class’）中首次提出将影响力投资区别于其他投资类别，将其认定为一种新兴并且正在面临融入主流投资界的投资类别。该报告进一步指出影响力投资不仅可以创造利于解决社会问题的正效应，而且能带来财务上的回报，这必然会引起传统投资界和慈善界的共同关注。

社会影响力投资中的“影响力”英文是 Impact，直译为冲击，影响之意，之前有将其译为“社会效应投资”，

也有译为“社会效益投资”。本文认为，译为“社会效应投资”或者“社会效益投资”会与之后提及的“社会责任投资”容易混淆，而 Impact 本意不限于指出投资行为所能产生的社会正效应或效益，更意指投资行为对解决社会问题的高效，从而产生不可忽视的社会影响力。因此，本文认为译为“社会影响力投资”更为贴切。

所谓社会影响力投资，普遍意义上来说，最主要目的在于创造有利于社会环境的正面效应，并高效解决社会问题，但也不排除传统意义上的财务回报收益。衡量其收益不仅仅有传统财务上的投资回报率，还应包含该投资所带来可测量的社会正效用，即社会影响力。

根据摩立特学院（Monitor Institute）的一篇报告中对社会影响力投资的分类²，本文从两个不同侧重角度进一步给出社会影响力投资的定义：

1. 侧重于财务回报的社会影响力投资

此类社会影响力投资是基于可预期的财务回报并且能够带来可测量的利于社会环境正面效应的投资形式。预期的财务回报为首要投资决策考虑要素，因此回报率的要求也相对较高，一般接近或略高于市场投资回报率。

2. 侧重于社会价值的社会影响力投资

此类社会影响力投资是以追求可测量的社会环境正

² Investing for Social and Environmental Impact Monitor Institute (2009)

面效应为主要目的，并兼具投资财务回报性质的投资形式。预期的财务回报为次要投资决策考虑要素，因此回报率的要求也相对较低，一般能够接受低于市场投资回报率。

之所以从不同侧重角度将影响力投资进行分类，是鉴于目前投资界不同机构对于社会影响力投资这一新兴投资类别的认识存在细微的差别，然而这种差别产生的根源是由于影响力投资所蕴含来自慈善公益和金融投资双重构成要素。比如作为市场化的金融产品，财务收益肯定是重要的指标，而作为慈善资本的投资，投资者可以接受负性的财务回报，并把其视作免息贷款或者捐赠。本文按构成要素将社会影响力投资细分为两类，旨在完备社会影响力投资的定义。

因为社会影响力投资是英文的直译，在中国并没有认知的基础，这样的新概念容易与其它概念混淆。所以，我们对社会影响力投资与其它投资方式进行对比。

社会影响力投资与慈善捐助

如果将慈善捐助中的捐助行为看作广义的投资行为来看的话，其本质就是这种投资行为不追求任何财务上的回报，而完全追求投资所产生的社会正效用，并且这种正效用往往体现在明确特定的投资指向，因此财务回报上的风险在投资决策中不予以考虑。而不论侧重于哪个方向的影响力投资，都需从财务回报角度上予以考虑，即存在可以预期的财务收益，这一点是影响力投资与慈善捐助有本质的区别。

而通过影响力投资所获得的收益，可以反复再投资；然而，慈善捐助需要不断的输血，这也是两者在社会效益的扩展性、效率上的不同。所以更多有策略、远见、关注结果和效率的慈善家、基金会也开始采用社会影响力投资的思想，抛弃了传统的单一捐助模式。

社会影响力投资与公益创投

公益创投 (Venture Philanthropy) 是指应用公益慈善的理念以及风险投资的专业技术协同达到公益目的，从而创造更大的社会价值及影响。就投资的理念而言，公益创投更偏向于慈善捐助，旨在产生社会影响力，造福社会。但是与慈善捐助相比，公益创投把影响力的持续产生作为投资的考量之一，其更关注与投资企业能否利用投资将企业进一步发展壮大，来扩大并持续产生影响力。而不像慈善投资主要理念的契合作为投资（捐助）的首要决策考量。从这一点来看，公益创投和社会影响力投资比较契合。而两者比较大的区别在于公益创投在财务回报诉求方面明显低于影响力投资。

社会影响力投资与社会责任投资

社会责任投资 (Socially Responsible Investing)，从传统意义上是指通过公开市场交易的证券来投资那些对于有助于环境问题、社会问题改善的公司，并避免投资于烟草、酒类、博彩、武器制造等会对社会产生负面影响的公司。狭义上的社会责任投资是以避免投资可能对社会环境造成负面影响的企业为首要投资决策标准，

而不是以追求社会环境问题的改善，获取社会正效用为必要目的。这一点也是和社会影响力投资最为显著的区别。但是从更广的角度看，消除负面效应在相对意义上是产生正面效应。因此，社会责任投资与社会影响力投资有深层的联系与区别，一种比较被动，另一种比较主动。

社会影响力投资与传统投资

与传统投资相比，社会影响力投资不仅是以一定的财务回报为目的，同时也以投资所产生的社会影响为目的，即投资者除了获得收益，也一定程度上参与了慈善事业，对特点社会问题的缓解提供了自己的贡献。影响力投资所带有的双重投资目的是与慈善捐助和传统投资的本质区别，也是其特色和差异优势。

通过上述的比较与描述，可以看出影响力投资就是位于由强调社会价值的慈善捐助和强调经济价值的传统投资两个极端的中间层，而公益创投 (Venture Philanthropy) 及社会责任投资 (Socially Responsible Investing) 分别作为两个极端和中间层的过渡，我们则可以进一步清晰理解影响力投资的性质与特点。

中国社会影响力投资者构成

在中国，社会影响力的参与者呈现更为丰富的迹象，从政府背景的机构到商业组织，到学术机构。不同类型的行动者参与的程度方式都有所不同，促进了社会投资领域不同方面的发展。在中国进行社会影响力投资的主体主要有如下几类：

非公募基金会

基金会曾是私人不能涉及的禁地。然而，自 2000 年开始，国务院法制办和民政部开始修订《基金会管理办法》，完成了《基金会管理条例》。2004 年 6 月 1 日，新条例实施：这一年被称为中国基金会的转折之年。在新条例中，以公民个人或者企业名义创办的基金会鼓励发展。据基金会中心网统计，截止 2012 年 8 月 20 日，基金会总数达 2747 家，其中公募基金会 1259 家，而非公募基金会已经超过公募基金会的数量，达 1488 家³。私募基金会的创办人通常都是高收入人群，而这些人群也是影响力投资在亚洲的主要来源，并以企业家和投资家为代表。在整个亚太地区，这些人的投资高达 \$8.6 万亿⁴。由私人设立的非公募基金会可能成为中国慈善

³ 基金会中心网。20 August 2012. <<http://www.foundationcenter.org.cn/>>.

⁴ Chua, Cynthia et al. "Avantage Ventures Annual Report."



市场将最具规模的一股力量。

那么这股力量该如何利用？它们与商业的交叉开始被社会注意并引起讨论。在这样的讨论声中，由南都基金会、腾讯公益慈善基金会、北京大学非盈利组织法研究中心牵头于2011年12月17日举办“公益与商业合作”研讨。24家基金会签订共同制订的《公益与商业合作九大行为准则》规范，意在借助商业活动为公益事业持续提供资源的同时，确保公益组织品性⁵。传统的比如南都基金会、友成基金会等都对优秀的社会企业进行资助和投资。近2年还有不少新的非公募基金会成立，关注于社会投资和社会企业的支持。由汤敏、茅以軾、吴敬琏等知名经济学家发起的北京乐平公益基金会成立于2010年11月，基金会团队之前已经在扶贫工作、农民工培训就业、农村微型金融等方面取得了初步成果，最近成立得乐平基金会长期专注于行业标杆型社会企业投资、社会企业家培养与社会投资行业倡导三大领域。上海盛立基金会于2012年3月，由上海国盛集团原董事长，原上海市民政局局长施德荣先生连同其他企业家发起。在盛立的使命阐述中，点明了：专注于培育、支持社会企业成长。

政府机构

“社会管理创新”在党的十六届四中全会的提出，标志着全能统治型政府治理范式的转变。党的十七大报告再次强调要重新配置社会资源，“对社会组织和社会事物进行规范和引导，调整各类社会利益关系，回应社会诉求。”在“社会管理创新”的启示下，政府购买社会服务成为了一种正在探索的新管理方式，这也暗示政府开放更多的社会服务机会给与社会组织、企业来参与，用政府预算支持相应机构的业务开展。

比如在上海，在上海市民政局和上海公益发展事业基金会（公募型基金）的承办下，2012年上海社区公益创投启动：500万元的总预算用于资助和扶持以“扶老、助残、救孤、济困”为宗旨的公益服务项目和公益服务组织⁶。此次公益创投创新之处在于活动基金来源于用福利彩票募集的慈善资金。除了上海，深圳、东莞、南京、苏州、宁波等城市也在复制此模式。

这样的一种公益创投方式之所以产生了重大的影响，是因为它打破了政府全权掌控的局面，引进购买社会服务的方式，通过竞标来服务社区⁷。然而，这样的新理

⁵ 基金会观察，基金会中心网，18 August 2012. <<http://crm.foundationcenter.org.cn/html/2011-12/45.html>>

⁶ 2012 / マジノ/ 酷オメ/ 蜗・カ. 12 August 2012. <<http://vp.lianquan.org.cn/>>.

⁷ 东方财富网，“公益创投探寻造血模式，未来五年或迎黄金期”. 12 August 2012. <<http://www.citicsf.com/details.jsp?id=78477>>.

念所配套的一系列从立项到竞标再到带审评的复杂流程让许多政府官员感到陌生。

境外基金会

无论社会企业、影响力投资、还是公益创投 (Venture Philanthropy)，这些概念都是源自于欧美。许多运作成熟、理念先进的境外社会投资机构在这几年来也开始注意到中国的经济发展和社会服务市场的不少空白。除了著名的社会企业投资者爱创家 Ashoka 于 2009 年在香港入驻以外，其他许多影响力投资领域的先驱创投以基金会的名义在中国内地先后开展项目，比如福特基金会、香港心苗基金等。

相比较国内本土的对影响力投资和公益创投有涉及的各机构和基金会而言，我们可以看出这些境外机构从理论到投资实践都有比较清晰具体的定位，然而因为法律身份以及资金来源的渠道方式等因素，他们将来在中国内地以及亚洲其他地区的策略规划仍然需要不断调整变化。

私募股权基金

在社会影响力投资中，也开始有私募基金的身影。

比如，中国第一个本土的社会私募股权基金——岚山社会基金。这一中国内地目前最接近影响力投资标准的参与者在使命陈述中明确强调：以社会效益为第一目的，收益回报为第二目的，投资于高成长性的社会性企业，帮助其快速规模化发展。基金以合伙制模式运营，募集总规模 1 亿元人民币，有两亿的美金额度用来吸引外国基金，存续时间为 5 年+2 年+2 年。它的投资规模从 20 万到 1000 万人民币不等，投资期从 2 年到 5 年不等。香港投资机构 Advantage Ventures（以下简称 AV）也通过自己的网络成立了浩盈投资。除了为社会企业提供咨询，通过浩盈投资这个机构，AV 投资于那些既能体现社会效益、环境效益，又能可持续财务运营的社会企业而非盈利组织（三重底线标准）。⁸AV 的投资目的是寻找方法把它们和主流金融市场联系起来。AV 结合战略咨询、商业银行、慈善风投和私募资金等的工作方式表现了一个影响力投资者的基本元素构成。

商业创投

2011 年 3 月出台的第十二个五年计划中，中国政府特别强调社会经济结构转型的重要性，特别是技术创新对于经济可持续发展的决定性作用，建造一个低碳化趋势。

而国内目前最有影响力的，致力于“三重底线”（经

⁸ Advantage Ventures. 14 August 2012. <<http://www.avantageventures.com/zh/impact-investing/inprogress>>.

⁹ 青云创投. 15 August 2012. <http://www.cefund.com/tsingcapital_about_content_zh_cn.asp?pageid=2&pagename=%E9%9D%92%E4%BA%91%E5%88%9B%E6%8A%95>.

¹⁰ 新浪公益. 15 August 2012. <<http://gongyi.sina.com.cn/z/lenovo/>>.

¹¹ 2012 年海航集团社会创新创业竞赛. 15 August 2012. <<http://21innovation.org/Venture/>>.

¹² 星巴克中国教育项目. 15 August 2012. <<http://www.starbucks.com.cn/responsibility/china-education.html>>.



济，社会，环境）的社会责任投资机构青云创投（Tsing Capital）是如今中国创投界的标杆，是投资新能源、节能、环保、新材料、生态农业和清洁生产领域的开拓者。青云创投之所以引人注目要归功于它稳定增长的经济回报。它目前管理着四支总额为6亿美元的境外美元环境基金和二支共计10亿人民币的境内人民币清洁技术基金，已经成功投资39家企业。然而青云创投对外界并没有将自己定位为影响力投资者。从它的公开宣传来看，它更把自己定义成一个“社会企业责任”（CSR）投资者⁹。青云创投从理念到结构是传统到新兴影响力投资的过渡性机构。它对清洁能源领域的专注度体现着在新兴市场（emerging markets）投资的一种相对稳定性强的策略。而其他主流的传统商业风险投资机构，比如KPCB，霸菱亚洲也正在积极摸索中国的影响力投资的市场和机会。

具有社会责任的企业

如今用商业方法来解决社会问题的理念也影响着大企业的企业社会责任方向。之前提到的公益创投概念就被一些大的企业扩展到自己的社会责任发展规划中来。比较有名的有联想集团的二期公益创投计划：第一期的活动在全国范围内资助了16家民间公益组织，发放近300万创投款。同时联想的管理团队成员也参与进来，为公益组织提供诊断和战略咨询。¹⁰与联想创投竞赛类似的还有海南航空举办的“海航集团社会创新创业大赛”，大赛邀请全国范围内的社会企业、NGO、NPO、学生团体及社会个人进行自由组队，针对海南内的社会发展问题用商业办法来提案和创意。¹¹然而这些公益创投比赛还

仍然停留在捐赠扶持的性质，并无经济回报的期望。

企业社会责任最有效的投资方式之一被广泛认为是对自己产品相关生产供应链上的投资。这样的投资方式不仅能够用来解决社会问题，还能够提高自己产品链上各个环节的质量，达到经济创收。比如2007年，在“世界水日”，美国星巴克咖啡公司宣布通过赠与亚洲（Give2Asia）基金，向中国妇女发展基金会捐赠460万元人民币，以支持一项名为“水·妇女·健康与发展”的水教育项目来改善当地的卫生环境。¹²

作为企业，影响力投资如果既能与社会发展如环境保护、关怀弱势群体、文化教育等相关又能够增加自己产品链的竞争力，则是经济回报与社会效应回报双收的模式。如何开发这样的投资方式，调动资金以及相关人才组建成一个专门的团队或商业部门将是本土大型企业以及国际企业在中国未来可研究的方向。

中国社会影响力投资的进展

社会影响力投资机构的快速增长

近几年有随着不同类型的社会影响力投资者出现，专项的社会投资基金设立也有加速的迹象，同时越来越多的社会投资案例产生，证明了基金运作的实际性。下表整理了近几年在中国开展活动的社会投资机构，未必全面，难免遗漏。



表 X：近年来在中国进行社会影响力投资的主要机构一览

基金名称	成立年份	发起机构	投资数（中国）	已投资总额
创思	2012	Schoenfeld 基金会	2	不确定
China Impact Fund	2012	世界资源研究所	4	不确定
LGT 公益创投	2008	LGT 基金	2	≈ 30 万美元
SA Capital	2008	SA Capital	2	< 50 万美元
浩盈优世基金	2012	Avantage Ventures	3	预计≈ 2 千万美元
岚山基金	2011	私募	7	1.6 亿人民币
北京乐平公益基金会	2008	富平学校	5	不确定
心苗基金	2009	香港新苗慈善基金	1	50 万人民币
新湖育基金	2012	新湖集团、深德公益	2	不确定
南都公益基金会	2007	上海南都集团有限公司	不确定	不确定
友成企业家扶贫基金会	2007	两岸三地企业家发起	不确定	不确定
青云创投	2002	青云创投	>30	不确定

中国最初的社会影响力投资者是来源于慈善领域，以传统的非公募基金会为典型。以南都基金会为例，作为一家旨在推动社会创新和公民社会发展的资助性基金会，在它的价值文化中特别列出：公共利益为上。以公共利益为价值追求，不谋求任何公司或个人直接或潜在的利益¹³。大多基金会像南都这样的以公益为唯一目的，而商业盈利只是为公益项目可持续发展的资本支持，与影响力投资的“三重标准”并不相符。友成企业家扶贫基金更是集合众多商业企业家力量支持社会创新的基金会。友成理事会成员有香港信和集团主席黄志祥、泰康人寿董事长陈东升等等。顺应基金会扶持公益创业的趋势，友成很早就开始对符合标准的社会企业、非盈利组织和研究机构，进行资金、知识资本和社会资源的投入。投资效益以长期可持续的社会价值产出为主要衡量标准。这个基金会的设想非常靠近“影响力投资”的定义标准。另外一个创新是：友成成立了自己的资产管理公司，希望通过用基金会的存量基金投资运作，保障受托管理基金资产的安全并实现增值效益最大化。这种把高收入人群的资金利用规范的资本市场操作投入公益项目并继续扩大的模式有可能在今后被广泛运用到对于盈利性企业的投资。这种“耐心资本”在这样的操作下也更能专注于社会效益的产出，对经济回报的要求保有一定回旋空间。

随着国内慈善关注的升温，境外的基金借助比较成熟的影响力投资技术，也参与到中国大陆的市场中。香港地区的心苗（亚洲）慈善基金 SOW Asia 以人性关怀

为准则在亚洲范围内进行投资。致力于教育、环境和扶贫领域的 SOW Asia 于 2009 年在上海投资了环保科技企业循绿（GIGA Base）。除了在资金上用 5 年为期的无息放贷的方式支持 GIGA Base，SOW Asia 还借用自己的人力和网络关系，帮助 GIGA Base 这个外商独资公司（Wholly Foreign Owned Enterprise）解决法律和技术上的难题。

而 2010 年之后关注社会事业领域的私募基金、创投基金也不断成立，让中国社会影响力投资不只是慈善意义，而更多体现出商业投资的价值。2012 年，由世界资源研究所的中国团队组建的中国影响力基金（China Impact Fund），是第一个投资中国中小型环境企业、改善金字塔底层人群环境质量的创业公司，包括对土地、能源和水问题的改善。同年 3 月，新潮集团、爱德基金会和育基金共同成立新潮育公益创投基金。新潮育初始资本为人民币一千万，由育基金进行管理。通过天使投资和运营管理咨询，助力中国高成长潜力的社会企业实现规模化。

社会影响力投资链条发展

除了社会影响力投资者和被投资机构的不断涌现，社会影响力投资中许多第三方机构也应运而生，使得整个投资链条更加完善。

社会影响力投资的园区建设。在一些省市地区，政府支持创建了不少社会企业的孵化园区，或者称为社会

¹³ 南都基金会官方网站 .28 July 2012.<<http://www.naradafoundation.org/html/jgjs/index.html>>

创新中心，比如广东省顺德、中山、江苏省苏州、上海等等，比如顺德的社会创新中心由政府投资 3000 万，而苏州的社会企业产业园区面积达 2800 平方米，政府部门将对入驻的社会企业和组织进行一定的租金补贴。目前，初步达成入驻意向的社会企业和组织已经达到 20 家左右。在政府搭台的基础上，更多的社会资本会参与到对入驻机构的投资和支持。

社会企业的孵化器发展。社会影响力投资者也可以通过相应的孵化器来寻找合适的项目，相比国内众多的商业、科技、互联网创业的孵化器，社会企业孵化器刚开始露出水面。比如，2012 年刚成立的创思(Transit)投资方向更多元化，并且直接在使命中阐明自己“与风险投资界，尤其是‘影响力投资’领域的主要参与者都有紧密的关系。”创思这家机构由一个强大的在社会创新领域方面有所建树的导师队伍支撑着孵化企业的功能。创思的团队由一群有着海外背景的年轻人组成。创思用贷款或股权的方式投资刚起步的公司、产品和服务，希望能够“为服务欠缺型人口推动经济和社会进步的突破性技术和设计；证明商业能够同时创造社会价值和财务价值的模式；有潜力产生规模化、催化性影响力的公司和团队。”其投资资金范围在 1 万至 100 万美元之间，同时也孵化还处在最早的研发阶段的创业者、技术和点子。利用自己的资源和关系，创思提供一个测试产品的机会¹⁵。像创思这样强调创新和技术价值的影响力投资和孵化机构的出现具有着标志性意义，也鼓励着创业人才思考盈利与商业模式的交叉。

社会企业的特设金融服务。社会影响力投资需要特别的金融服务来支持整个投资流程，其中一块就是被投资机构所享受的金融服务是否专业和完整。新加坡星展银行基于全球战略，也在 2012 年 10 月在上海启动了“社会企业公益计划”，在中国扶持社会企业发展，帮助社会困难群体改善就业和生活前景，助力公益可持续性发展。作为计划的第一阶段，星展中国将支持四家社会企业的培训项目，在未来两年时间里于北京、上海、深圳和成都培训共计超过 2300 人，改善他们的就业技能；同时支持这些社会企业给受训人员提供各种就业机会，以及推动社会企业发展可行的商业模式。借助银行自身的金融专长，星展还将推出社会企业金融服务套餐，成为国内首家社会性企业优惠金融服务的银行机构。

社会影响力投资的咨询中介发展。专业的咨询公司在社会影响力投资领域也有重要贡献，可以以第三方的形式提供项目评估和战略规划的咨询服务。以深德咨询为例，它是一家定性为专业公益咨询的社会企业。除了评估、咨询的核心业务领域之外，它还涉足企业社会责任、社企运营管理、社会投资项目管理、公益创投、社企案例研究等新业务领域。目前深德的项目包括壹基金、法国爱达讯基金会等国际性基金会委托的汶川地震灾后重建等项目调查和评估，也有英国大使馆文教处社会企业家技能项目 31 家获奖机构的评估。除了深德咨询以外，还有一些致力于为非盈利机构做咨询的组织，比如在上海的 Social Venture Group 等，也有为企业社会责任和基金会管理做咨询的机构，比如商道纵横、

¹⁵ 投资组合，创思，15 August 2012.<<http://www.transi.st/portfolio>>.

瑞森德企业社会责任机构、明善道管理顾问有限公司等。这些机构通常通过研究、咨询、执行和培训手段来推动公益事业的管理和具有社会责任的投资。虽然这些企业的核心业务都是以专业化企业社会责任职能为主，但是他们在企业、非政府机构 / 非营利机构和政府三方的相互作用与合作中所起到的推动和桥梁作用，使得社会影响力投资的目标方能够有一个扶持的生态系统，使这些领域的资源成为交叉和可共享的。

社会影响力投资的学术研究和教育培训。对于新的一种投资理念和模式，需要理论的支持和实证的研究，对于新的市场参与者，还需要有教育培训的渠道。上海财经大学社会企业研究中心是 2008 年就成立的国内最早的社会企业和社会投资的研究机构，关注于社会企业的基础理论和实践的研究，并且在社区营造、农业开发方面有积极的实践。中心除了撰写优秀的社会创业案例，也进行社会企业和社会影响力投资的基础理论研究，并且和香港心苗基金合作完成了大陆第一个社会影响力投资案例。2012 年，在上海财经大学首次开设“社会创业”MBA 课程，让商业精英充分了解社会创业和投资的机会和趋势。与社会企业研究中心相似的机构，还包括北京师范大学社会创新研究院、湖南大学中国公益研究中心等等。

此外，英国大使馆发起的、国内不少基金会、企业参与的“社会企业家技能项目”，已经在中国培训 600 名社会企业家，提供了社会影响力投资的不少项目资源。友成基金会还于北京大学合作开展“社会企业家



精神与社会创新的实践”学分课等等。

社会影响力投资相关的活动日益丰富

因为社会创业和社会影响力投资的兴趣增加，许多机构开始举办各类的社会影响力投资的活动，来促进项目和投资者之间的沟通，促进社会影响力投资被主流投资界、公众的认知的提高。

企业发起社会创业的比赛，比如腾讯公司连续几年与中欧商学院合作开展社会商业计划书大赛，在 MBA 群体中广泛传播教育社会企业家精神，并且对优秀的项目进行资助。英特尔公司发起“芯世界”公益创新计划，实际提倡利用技术力量更好地提供社会服务，并且对优秀的机构进行资助和管理咨询的支持。

学术机构和媒体也在 2012 年积极举办研讨会和论坛。2012 年 3 月，由《21 世纪经济报道》、国投信托有限公司和斯坦福大学公益与公民社会研究中心共同主办的“21 世纪社会创新沙龙北京站”在京举行。来自媒体、NGO、企业和学界的专家学者就“社会影响力投资”这一主题展开了深入探讨。2012 年 11 月，上海财经大学社会企业研究中心联合 21 世纪经济报道、创智天地成功举办首届社会创业和社会创投高峰论坛，倡导更多的社会资本来促进整个社会创业产业的发展，也将影响

力投资的理念在超过 260 位各界重要人士进行分享，在论坛期间社会企业研究中心启发成立社会创新俱乐部，对俱乐部会员定期开始举办社会创业项目的路演会等定期的内部活动。香港 Advantage Ventures 机构也在 2012 年 11 月在北京举办首届中国社会投资论坛，讨论我们如何能够利用市场的高效性，将投资引向解决社会和环境问题的项目，在获取投资收益的同时实现积极的社会进步。

英国文化协会这几年连续运作的“社会企业家技能项目”除了是一个教育项目，也是社会影响力投资的渠道。比如，新湖地产等企业在培训项目实施同时，设立社会企业创新奖，用于资助具有良好的创新模式，创新形式突出并具有启发性和带动性，且关注的社会问题具有独特性的优秀商业计划。奖项的总金额为 60 万元人民币。

社会影响力投资的方法与工具

社会影响力投资的评估方法

商业评估体系

对于社会企业商业表现的评估，和通常的私募创投

机构 PE&VC 项目评估一样。需要考虑的要素包括：是否有明确的商业模式，有可持续的财务收入，产品/服务的有效性，管理团队的组成和价值观、执行力、企业未来扩张、复制化的潜能以及和投资者合作的合适性等等。

社会评估体系

但是社会影响力投资的难点在于社会表现评估。这个方面，不同的投资公司显然采取了不同的模式，主要可以分为：采用专业的指标体系，或者让被投资机构自陈说明。

在系统化体系中，做的比较好的是著名的青云创投。青云采用系统化的方法来评价和定期检查受资公司的社会环境绩效。该系统的核心即是社会和环境审计，在投资的前后时段均要进行。社会和环境审计重点审查公司在劳动力管理，健康安全，企业管治，污染，资源利用和其他方面的优缺点，并评估其是否遵守法律，组织规章和最佳做法。

而私募基金岚山基金对于投资社会效益考量则通过深度（国际通用的生活质量指数 QOL）与广度（社会影响范围、服务人数等）两个维度进行考量，具体来说：只要是以可持续的方式解决社会问题，尤其是提高金字塔底层人群生活质量的模式，不管是企业还是公益组织，都可以算在这个社会企业大类里，而创始人和股东

¹⁷ 全球社会影响力投资评级体系（Global Impact Investing Rating Systems，简称 GIIRS）是由 15 家慈善基金和投资机构联合发起的评级组织，它将参照基金行业的晨星公司（Morningstar），承担起社会投资项目的评级任务

¹⁸ 全球影响力投资联盟（GIIN）为影响力投资作为一种资产类别的全面发展提供支持。GIIN 的《影响力报告和投资标准》（IRIS）项目旨在确定报告标准和指标定义，以便汇总和对比各种资产类别的社会和环境表现数据。

动机、分红与否、企业形式等都是不那么重要的因素。定义中“可持续”的概念除了财务上的自给自足和有益于发展的盈余之外，也包括其通过提供有价值的社会服务或产品，可持续地得到外界资助或政府购买，甚至被接管变为政府服务的一部分。对于定义中“生活质量”的概念和对社会影响的衡量，可以使用国际通行的人类五大基本生活质量指标（Quality Of Life, QOL）：物质充足 Material Wellbeing，身体健康 Physical Wellbeing，社交满足 Social Wellbeing，安全 Security，自由 Freedom。此外，在社会影响（Social Impact）规模方面，资助人、投资人、政府和受助人都会需要这种模式的可复制和可推广性，在服务人数和地域上有大的成长潜力，形成对社会问题的规模化解决。

有一些机构则通过国际上提倡的指标设计社会评估。比如 Avantage Ventures 旗下的浩盈优世基金则更多参考国际正在不断提倡的全球社会影响力投资评级体系 GIIRs¹⁷ 和 IRIS¹⁸ 指标来评估项目的社会绩效情况。

此外，不少的投资公司对于社会影响力的判断并不依赖第三方开发的标准和工具，而是一方面，由被投资公司主动提供可测量的数据，比如，香港

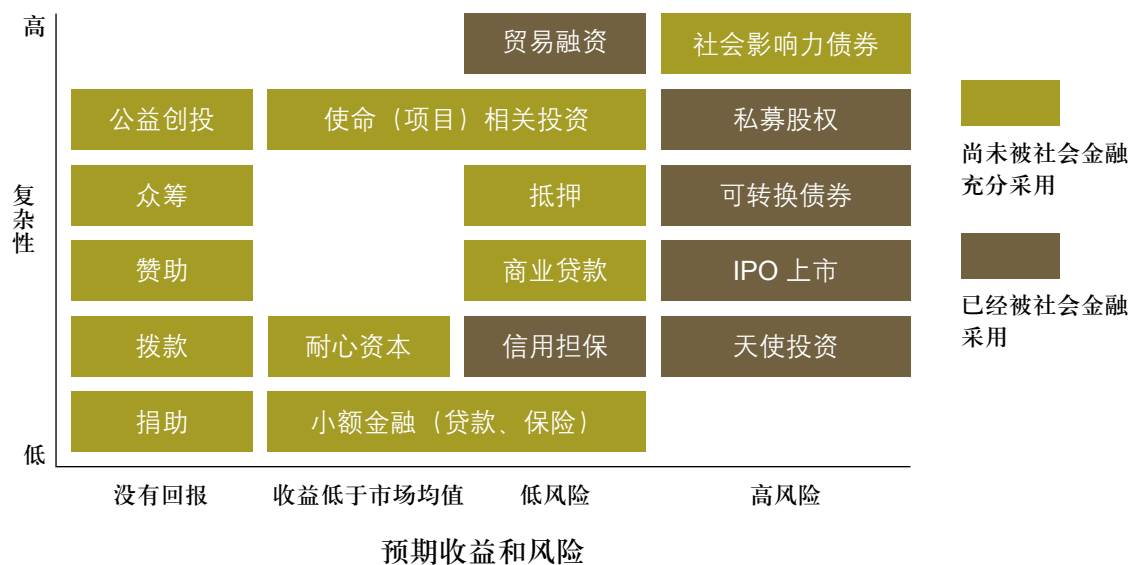
心苗基金通过询问主要的几个问题，来评估社会影响力，包括：1) 被投资企业所要解决的社会问题，把问题转化为市场需求 2) 被投资企业如何产生社会影响力，如何自行评估？这类机构更看重潜在的社会影响力，可测量是重要因素，如何测量则弹性更大。关注三重底线投资的 SA Capital 创始人罗礼全先生表示他会更关注项目机构的使命以及使命所实现的社会影响力，以及这种影响力是否重要并且与商业模式整合，所以才能相互促进。

这也正是国内社会影响力投资在项目评估中的现状，财务、商业模式评估借鉴传统商业创投已经非常成熟，但是社会绩效评估一直没有统一的模式、行业性的标准，如何测量社会影响力，是直接可见的产出，还是行为意识的改变，各自有各自的做法，心苗基金的工作人员也坦言社会评估的挑战：“因为每个社会企业都有不一样的目的，一定会有不一样的评估。我们投资的时候同时要做一个适合那个企业的评估。有时候回看是人数（服务可以带到给多少人），但是有时候也要看他们帮助的人有没有受到其他的补益。”



社会影响力投资的工具

社会影响力投资的工具是传统的风险投资和慈善服务的结合。



来源：Avantage Ventures 的分析（2011 年）

上图体现了全球领域金融工具的图谱，棕色表示已经被社会金融所采用的工具，绿色表示有待发展。目前在中国的实践主要有：商业贷款（有抵押）、耐心资本（无抵押贷款）、债权投资（准股票）、股权投资，以及捐赠。

耐心资本

中国影响力投资基金的（CHINA IMPACT FUND）叶维佳认为：影响力投资在中国可能遇到的障碍其实与主流投资的差异不大，只是目前在中国政府的政策议题中，影响力投资还没有引起重视。具体而言，投资的形式会受到限制，因为目前中国政府从法律上还没有明确规定允许投资机构以股权之外的其他方式对企业进行投融资活动。换句话说，除银行系统外，企业之间的债权融资是不受法律保护的。而对于影响力投资而言，由于自身对回报的方式、期限以及收益率的要求更为灵活，在设计投资策略时往往希望把债权融资考虑进去。

在所有的债权投资中，合适社会企业发展的耐心资本投资或者叫无抵押投资主要是那些没有对社会企业的资产进行担保的贷款，这便和主流的银行服务区别开始，因为商业银行提供的多数是担保贷款。长期 / 耐心资本通常比市场利率还要低的长期贷款。以香港新苗慈善基金为例。自 2009 年开始，心苗对上海的一家环保信息数据库公司循绿 GIGAbase，提供了 50 万人民币的免息贷款，并且约定循绿将在五年内还清全部贷款。通过新苗基金的耐心资本，循绿经历了快速的发展，健全了自身的数据库网站，并且雇佣了销售人员，逐步开展业务。

新湖育公益创投基金是另一个实例，由新湖地产集团捐赠 2 千万设立这个基金，由爱德基金会托管。这个公益创投基金分两个部分，一个是资助公益组织社会创新，一部分是投资社会企业，通过不同的方式，一个是招标、资助公益创新机构和项目，一个是与深德公益共同设立新湖育公益创投基金管理公司，由深德公益管理。这个公益创投基金是投资社会企业，最终都是关注弱势群体，解决社会问题，通过股权投资、贷款投资给社会

企业，企业赚钱回馈过来，这个钱是捐款，不会回到企业。

股权投资

相比债权投资，股权投资是一种高风险的投资方式，通过注入股权，让机构获得显著增长，如初创期的、发展期的社会企业，随着越来越多的社会企业在中国以工商形式注册，他们拥有了可售的股份资本，可接受投资，在未来可以预见，成熟的机构，通过几轮的投资和扩展，可以在股票市场获得发展。比如香港的社会投资公司浩盈投资（Avantage 关联公司）曾对北京的一家社会企业乐朗乐读进行了 100 万美元的股权投资。乐朗乐读是针对中国读写困难的儿童，这个公司首先在社会上推广相关的理念，他们有一个计划会在北京普及，在北京有 400 万学生得到相应理念的学习，同时企业在今后进一步开展连锁加盟的业务推广，扩大企业本身的影响力。浩盈投资的社会效应投资预期年收益率是 10% 到 20%。

捐赠

捐赠是传统的慈善手段，将慈善资本注入到公益组织，以维持机构的运作，通常捐赠是承诺没有任何财务回报的。虽然它并不与主流的社会投资理念相一致，但是却是现实背景下的必要手段。因为在中国不少社会企业的法人实体是公益组织（例如民办非企业单位）他们的法人性质导致不能接受股权。但是如果他们具有社会影响力的扩展潜力，社会投资机构也会乐意采取捐赠的方式，实现社会企业的扩张。但是这在所有的投资工具中所占的比例非常低。比如，一个公益创投对基金会中心项目进行了数万美元的捐赠，这是这个公益创投是在中国投的另外一个项目，从郭美美事件之后我们认为行业的公信力和透明度非常重要，基金会中心网的工作，大大提升了整个行业的透明度和公信力。虽然这笔捐赠



没有财务的回报，但是要求受捐助方定期提交报告。

混合投资模式

混合的模式结合了多种的社会投资工具，作为一个整体方案提交给社会企业。富平社会投资公司曾经完成了这样的一个案例：有个朋友回国之后发现没有很好的幼儿园，办了十年然后说为中产阶级服务已经够了，我们跟他们谈合作项目，第一我们不控股，让员工有很大的决定权，除了投资，还负责每年200万以上的捐赠帮他做研发，钱如果不能募集，就自己基金会出，这样的条件一开始觉得很不可思议，谈着谈着就说你们肯定有什么目的，在这个过程中，磨合很不容易，但是最重要的是，这个团队你可以看到能平衡两个东西，一个是确实有这样的专业能力，第二看到他们的赤子之心，对于这样的团队陪伴是非常花时间的，在这里想说所谓战略性，既然是重大的，长期的，全方位的，最重要是耐心的资本，我们需要耐心的资本推动社会投资。

其他能力支持服务

除了基本的金融服务，多数的社会投资机构还提供了有其他的配套。比如对于许多早期企业，他们不仅需要资金支持，而需要管理的支持。所以不少社会投资机构都安排导师伙伴或者专业志愿者，这些顾问角色根据我们所投资的企业，发觉企业的需求，帮助企业界定所需要解决的问题，招募工作人才，帮助企业解决特定的问题，可能是财务规范问题也可能是营销方面的问题。

中国社会影响力投资面临的挑战

影响力投资的理念虽然非常的新颖，在过去的几年，大陆的市场也产生了许多投资实践，从而我们能从市场环境、创业者和投资者三个方面，总结了中国特色影响力投资市场的主要挑战：

市场环境的挑战

缺乏对于社会影响力投资市场的认识。影响力投资是一个舶来品，越来越多境外机构开始关注中国市场，并且引入了他们的影响力投资理念和策略，和不少国内的同行一起推广了这个市场的发展。但是因为文化差异、对本土市场的理解、规则限制等等原因，这些机构在中国的发展是非常有限的。影响力投资的市场容量如何，潜力如何，未来应该如何发展、推广有待深入的研究。

社会影响力投资需要市场的印证。中国的社会企业发展只有五六年的经历，相应的社会投资市场也处于非常早期，这也体现了巨大的发展潜力。从投资的机遇说，中国是世界上经济发展最活跃的国家，中国有很多的领域，特别是这里面提到发展趋势中有很多投资机会，中国很多行业：养老、水、农业等还没有充分的发掘，在这些行业的领域中存在着很多的机会。但是大部分的社会企业处于非常早期的阶段，他们还没有一个可以被证明为有效的、被复制的商业模式，在传统商业投资市场很有利可图的时候，模糊的又缺少成功案例的影响力投资，很难被大陆主流投资界很快地接受。有的接受访谈的社会企业家还曾感慨：在中国，对风险投资家谈影响

力投资会令他们感到非常的紧张和害怕，这背后体现了整个投资市场还是以逐利为主流思潮。

体制机制对市场发展的阻碍。根据徐永光先生的介绍：在中国存在的5不政策：第一出资人不享有任何财产权利，不能分红，没有贷款资格，不准设立分支机构，不能免税。这样的“五不”政策严重制约了社会投资的积极性。民非制度是1998年定的，当时的创立确实有时代的先进性，但是经济发展的速度远超过社会管理的进程，这需要新的突破。以老龄产业为例，上海老年公寓的“亲和源”据说投资了6个亿，没有任何财产权，性质是非盈利。所以民非投资的困局是老龄产业难以发展的根本原因。其实许多民非投入教育的、养老产业很多都是有巨大盈利的，尤其是教育。所以这个领域急需改革，不然会造成更大的不公平，同时成为社会投资和社会企业发展的瓶颈。

社会创业家的挑战

社会创业家相对背景年轻、更偏公益。中国的社会企业，属于发展的早期，很多组织都在初创期，规模小、运作成本高，团队比较年轻。比如循绿GIGABASE一家上海的环保建材信息数据库公司，最初只有2个外籍设计师，他们对于商业组织的运作并没有太多的经验，但是网站开发、维护都是非常消耗人力和财力的，这还不包括整个企业的推广和业务开发。在英国文化协会推动的社会创业家技能培训中的许多学员都是公益背景、

专业技术背景出身，对于商业管理和运作都不熟悉，自然在建立一个企业，管理团队会遭遇许多的困境。

不容易权衡利润和影响力。虽然，普遍都认同社会企业把社会目标放到首位，在实际和社会投资者的互动中，社会企业对于利润和影响力的权衡反而会模糊起来。有社会创业者反映：影响力投资的理念其实并没有那么吸引人，因为突出影响力三个字会让人以为需要承担损失更多的利润回报的可能。但是除非你能向投资者表明，因为我们做的事情是有社会效应的，我们能创造收益。这实际上很难得，面对使命中的影响力，往往会对利润的要求有所放低或者牺牲。

社会企业家的自我意识尚不强烈。在中国有许多创业者，他们并没有意识到自己是社会企业家，他们只是做着自己觉得正确的事情，或者实践一种使命，对于环境和社会问题的解决，产生了创新的做法。虽然名号不是很重要的光环，但是启发这些人的觉醒，可以更好地建立社会创业者的联盟网络，协助这些人获取更多的资源和影响力投资，摆脱孤军作战。

社会影响力投资者的挑战

影响力投资者开始增多，但是依然局限。社会创新或者叫影响力投资论坛每年以不同的形式开展，有趣的现象是参与人和组织变化很小。在主流投资领域的人士，虽然有不少开始涉猎公益创投、影响力投资，但是绝对



值还是很少。这就是为什么社会企业研究中心举办社会创业和社会创投高峰论坛，吸引了不同群体的人士参与，产生了多元的效应和跨界的火花。

影响力投资者的投资模式比较简单。目前，确实有越来越多的机构参与到社会企业的投资，或称为（社会）影响力投资。但是大多数影响力投资的机构的法律地位仍然是慈善基金会性质为主，他们的投资方式还是以捐助为主，真正资本市场的成熟机构，属于第二类关注财务回报的影响力投资机构像基金风投等未出现，所以比如股权、债券等影响力投资模式尚不多见。

社会影响里如何获利、有效退出依然是未知数。任何投资都会考虑其投资回报。对于许多社会投资的先行者，他们也面对着这个问题。可以集中体现为：投资机构的退出方式，这也是目前争议的焦点。“在某些国家，比较典型的退出方式是管理层把股份回购。”岚山基金的肖晗介绍说，“在很多国家，公益投资的形式都是可转换债券，就是以债的性质投入资金，然后在某一阶段投资方可以决定这个债是转成股份还是继续以债的形式存在，最终再连本带利换回来。对于一些模式相对较好的社会企业来讲，上市当然也是一种好的退出方式。”在国外，社会企业的交易市场也在不断摸索中，有小额信贷的公司也在主板上市，为社会企业的下一步融资，投资者退出提供了鲜活的参考。在中国，社会企业上市的方向与方式仍在不断讨论与实验当中。

投资团队的特殊专业性。金融行业的投资人才是非

常难留住的，而对于收入相对更低一些的，社会影响力投资团队，如何组建团队，留住人才更是非常难的挑战。此外，最新组建的社会影响力基金，除了多数创始人有金融的背景，不少团队成员都缺乏投资工作经验，不少基金会的投资团队还是公益从业背景为主，这并没有满足社会影响力投资本身需要人才具备的2大技能：对于特定行业的工作经验、洞见和人际网络；对于社会影响力的评估和管理。从而出现社会投资者对于财务表现或者社会影响力关注的偏颇。

发展中国社会影响力投资的建议

如何在中国发展社会影响力，我们从宏观和微观两个角度提出了一些建议。

发展社会影响力投资产业基础

建立配套的产业链条，多方协力合作。社会影响力投资的主要对象社会企业在中国处在初步发展阶段。社会投资环境要成熟，要像发展商业一样，建立配套的产业链，满足被投资机构发展的不同需求，包括发展咨询中介、社会企业孵化器、社会投资/社会企业联盟协会等各种机构，联合包括社会各界，政府、学界、企业界大家一起努力推动这个行业的发展。特别是从产业和社会企业结合的角度，社会影响力投资者要协助社会企业



△ 台湾社会企业先锋，台湾新故乡文教基金会董事长廖嘉展先生

寻找跟主流的商业企业结合的合作模式，借助已有的渠道和平台去扩张自己的影响力，而不是和主流的商业企业在同一个市场去竞争。

发展有效的社会影响力测量的指标体系。如果社会影响力的指标能简单、清晰地表述，社会影响力投资就更容易被人们理解。在目前，投资公司自己使用各自的测量方法，或者让被投资机构自陈表现，容易造成更多主观判断的误差。发展第三方的影响力评估机构或者第三方的指标体系是更值得提倡的方向，其目标是形成不同行动者的共识。社会影响力的测量应该成为投资者和被投资机构首要关注的测量指标，是社会影响力投资区别于其他投资的核心。

促进影响力投资的宣导、研究和教育。影响力投资对于很多人还十分陌生，但是影响力投资本身并不是非常复杂的概念，我们建议通过知识领袖和教育，对推动影响力投资的宣传会起到重要的作用。这就需要社会影响力投资者与专业的研究机构、媒体、非政府组织合作，进行实践或者政策课题研究，研究国内外优秀的社会影响力投资的案例，社会影响力评估的方法，以及政府政策的动态。在研究的基础上，举办业内、公开的交流活动，邀请媒体的参与，一同分享案例和经验，弥补不同参与者之间的认知差异。

推动到政府在影响力投资中的重要作用。政府可以在发展影响力投资起到重要作用，特别在中国的环境中，政府的推动往往是市场的风向标。政府可以在吸引社会

影响力投资、税收政策制定、社会影响力标准设立、调整各政府部门关系有所作为，也可以通过一些试点，通过建立社会创业的园区，引入社会影响力投资。积极的信息是：我们发现越来越多的政府采取了公益创投的模式，比如上海、北京等大城市，让社会组织或者企业参与到社会服务中。这种“购买社会服务”的竞标动作透露着民生领域是政府可能愿意向社会投资开放的领域。

发展社会投资者

吸引更多资本参与到社会影响力投资。主流投资市场容量很大，如何吸引很小一部分的资金进入社会影响力投资领域，也会创造很大的绝对值。我们建议首先，可以对大的机构投资者传播社会影响力投资的商业案例，促进他们整合非财务要素进入整体的投资策略和组合。其次，对慈善家和中国越来越多的非公募基金会进行培训和教育，让基金会的管理者认识到社会影响力投资的有效性和可持续性，鼓励他们采用更战略性和结果导向的慈善方式。

丰富社会影响力投资的方式。社会影响力投资是需要特别的技术，需要人才和智力的支持，虽然国内多数非公募基金会仍然是以捐赠为主，还没有完全接受影响力投资的理念，它们越来越着重向国际慈善基金会的透明化标准、规范操作靠拢，这为未来影响力投资提供了启示。其中目前资产规模最大的公益慈善基金会是河仁基金会。具有中国公益慈善历史里程碑意义的是：这个



基金会是福耀集团董事局主席曹德旺通过捐赠其与配偶、子女共同持有的福耀集团 3 亿股股份成立¹⁹。虽然该基金会目前的运作模式是委托其他慈善机构开展项目再加以监督，但因为其资金规模和制度上的创新，今后进行投资方式的创新可能性被看好。如果政策支持，由国际化的操作标准作为范例，再由私人及企业的自主性加强后，这类基金会可以像著名基金会如 Gates Foundation, Anne E. Casey Foundation 等学习，辟出资金作为 Program-Related Investments (PRI) 真正参与影响力投资的实践。

同时，单纯的资金注入，在社会企业发展初期，并没有实现它的效果。有远见的社会影响力投资者会发现被投资机构在管理能力、社会网络方面的挑战，并根据需求提供非财务方面的支持。

被投资机构和投资机构学会磨合。投资者和被投资机构不必然是很好的合作伙伴。得到国际社会企业奖的深圳残友集团最初在 2000 年由 5 位对电脑很感兴趣的残疾人作为兴趣爱好，以电子竞技小组的形式发起。最终发展成为拥有 3000 多位残疾员工、二三十个子公司的公司集群。

社会企业的分红建议

社会企业是否可以分红，这还是一个争议，但是会直接影响到社会投资者的积极性和回报预期。香港社会投资家张瑞麟认为：“不要用道德绑架分红的问题，绝对要支持社会企业要分红。”通过允许社会企业分红，让良性循环起来，比如张瑞麟投资的黑暗中的对话，每年能分红 5%。通过与主流投资市场的比较，发现社会投资更强的内生动力。做好事的同时，有稳定可观的回报，自然会吸引更多的主流投资者参与。徐永光先生觉得：“既然社会投资来自市场资本，它的属性要求投资是要营利的，是要分红的，还有来自市场资本和公益捐赠混合的社会投资也是要营利的，也是要分红的。”参考证券市场的普遍经验，企业有盈利，鼓励分红回报投资者，如果亏损，自然不能分红。

发展对社会投资团队人才的培养

就像前一章挑战中提到的，社会影响力投资需要专业的技能，而单纯的金融投资背景和公益慈善背景，都不能完全满足这种专业性的要求。成熟的社会影响力投资团队，需要同时举办行业经验和社会影响力相关技能，

¹⁹ 公益时报网. 10 May 2011. 18 August 2012. <<http://www.gongyishibao.com/News/201105/134748.aspx>>

才能有效服务被投资公司，更重要的是社会影响力投资团队对创造更美好社会、对于社会影响力投资的热情，由此形成了独特的团队文化。培养金融从业背景，更了解社会问题和原因，培养公益背景人员对特定产业的认知和知识储备、必要的财务知识，都是完善团队的不同方法。

社会影响力投资机构案例简介

北京乐平公益基金会

北京乐平公益基金会成立于2010年11月，是经北京市民政局注册成立的非公募基金会，注册资金800万元人民币。理事会组成包括四位理事长以及数名商业精英、公益领袖、学术人才等组成。理事长包括汤敏，林荣强（联席理事长）、茅于軾（创会理事长）以及吴敬琏（创会理事长）。

北京乐平公益基金会长期专注于：行业标杆型社会企业投资、社会企业家培养与社会投资行业倡导三大领域。

在北京乐平公益基金会成立之前，基金会的创办者们就在北京富平学校（公益组织）和北京富平创业投资有限责任公司（公益性投资公司）的平台上开始了以社

会创新方式服务穷人的工作。北京乐平公益基金会的成立使得从2002年正式开始的事业有了更好的资源平台和治理结构，并且形成了北京乐平公益基金会、北京富平学校和北京富平创业投资有限责任公司为集合的社会投资平台。

北京乐平的组织使命是创新社会投资，让服务惠及穷人，组织价值观是服务 创新 朴素 快乐，组织目标是成为中国社会投资的新领军者，有效地推动中国社会企业的治理规范化、投资持续化、成本社会化、经营专业化和服务规模化，有效地推动社会投资这一兼顾社会目标最大化与商业可持续性的新公益投资资本市场成长。

北京乐平公益基金会主要包括两部分：社会投资平台与社会企业集群。社会投资平台致力于社会企业培育与投资、推动社会企业行业发展。主要包括两块组织实体，一是北京富平学校，一是北京富平创业投资有限责任公司。前者专注于创新公益项目的研发、行业标杆型社会企业的培育和社会企业家的培养，后者是对北京富平学校培育成功的社会企业进行社会投资。社会企业集群包括农村微型金融、农民工培训与就业、低收入家庭学前教育、生态信任农业等，具体包含五个组织实体：永济市富平小额贷款有限责任公司、成都市大邑县富平小额贷款有限责任公司、北京富平家政服务中心、北京谷雨千棵树教育咨询有限责任公司、北京富平创源农业科技发展有限责任公司。

创奇玖玖

创奇玖玖是一家致力于陪伴社会企业从 1% 到 99% 成长的社会投资机构。创奇玖玖的业务模式包括：

1、战略及商业模型：帮助社会企业有能力购买服务、用利润扩大规模以及塑造品牌。

2、财务建模：帮助社会企业评估目前财务状况、建立含预算、现金流及市场估值的五年财务计划，并制定投资计划。

3、运营监督：帮助社会企业建立治理结构、监管运营以及评估进展及其影响力。

4、融资策划：帮助社会企业寻找投资方、投资谈判以及完成相关调查与签约。

创奇玖玖的三位创始人包括：

官应廉，创始人，拥有丰富的职业背景，能全面掌控企业规划、管理和执行。作为菲律宾 Ateneo De Manila 大学的高级客座顾问，帮助该大学创立了菲律宾国内第一个社会企业专业。作为社会企业概念在中国最早的推广者和实践者：2008 年至今担任英国大使馆文化教育处主办的“社会创新项目”首席顾问，指导充满社会责任感的人们用创新模式发展社会企业，已培训 800+ 名社会企业家。2011 年起担任“易社计划”的创业导师。现担任多家社会企业的战略顾问。当然，他的职工作是跨国公司战略顾问，并曾在医药、工程、网络、

软件等行业有十多年企业高管经验。

王娟，从业于媒体传播、投资、公益领域，对企业管理和投融资有丰富经验。亦是中央电视台节目编导、主持人，有丰富的公众媒体传播经验。浙江某控股集团有限公司新事业部部长 负责集团投资项目立项评估、负责创建子公司并孵化其成长。中国红十字基金会众基金、中华思源工程扶贫基金会春暖基金执行总监、爱的分贝项目创始人，关注留守儿童及聋童康复，期间累计募款额超过 2000 万元。

王斌，4 年公益领域中主要从事财务顾问和咨询、财务培训、项目评估等。2010 年起成为英国大使馆文化教育处社会企业家技能项目的财务培训师，3 年来已培训超过 600 名社会企业家。目前也是 E-idea 项目的财务培训师和中国区决赛评委。在此之前，她拥有 16 年企业财务工作，在财务核算体系、财务内外部审计、工程概预决算、集团财务管理有丰富经验，曾担任中国电信工程审计和房地产开发公司首席财务官。

浩盈创投

浩盈创投（Avantage Ventures Impact Fund）是一家为管理浩盈优世基金的投资咨询与投资管理公司。其管理的基金是亚洲地区首家社会效应投资机构（Social Impact Investing），注册在开曼，在香港与北京均设有办公室。

浩盈创投的使命是投资于亚太地区最关键的社会发

展领域，把握最佳机遇，回应我们这个时代所面临的巨大挑战。具体而言，浩盈是投已经确定医疗卫生、农村发展、节能环保等行业作为急需长期投资的关键领域，并以一套独特的投资方法为支撑，希望在提供投资回报的同时，确立可持续发展的原则，并且减少投资风险。

同时，浩盈创投为投资者提供投资机会，满足亚洲地区因其在 21 世纪的发展而出现的社会经济和环境方面的需要。具体而言，浩盈创投通过为社会企业家和投资人提供信息、咨询和顾问服务来推动进步，从而有益于亚洲社会 and 环境的改善。浩盈创投以此使命为指导，其行动皆基于以下原则：（1）支持非盈利组织，社会目的驱使的商业和负责任的商业组织而不是个人、（2）寻找符合三重底线，即积极的社会影响、对环境负责和财务上可持续的组织。（3）支持那些期望通过资助或投资来创造积极的社会和环境影响的投资者。（4）咨询中运用来自公共部门的发展方法和来自私人部门的商业原则。（5）通过联系社会企业和投资者来促进资本流入社会企业，并努力寻找方法把它们和主流金融市场联系起来。

浩盈创投的团队成员包括多名企业战略发展和投资专家。其中浩盈优世基金的创始人，浩盈投资的创始合伙人 and 董事长程子俊为亚洲地区可持续发展领域的领军人物、香港科技大学客座教授、联合国发展计划署特邀专家、世界经济论坛演讲嘉宾、《金融时报》特约作家、克林顿基金会合作伙伴。创始合伙人、首席执行官李怡然拥有超过 12 年在战略规划、社会投资、股权资本市场、

股票衍生品交易和商业银行的经验。合伙人、董事总经理、中国区业务负责人王东翔具有超过 20 年的直接投资、私募基金、企业业务的发展和投融资服务的经验，担任过多家上市和非上市企业的董事职位。

总来的说，浩盈创投着重于为企业提供整体的支持生态，不仅包括资金的支持，更多的是全方位，有更多附加值投资后的培育和扶持。浩盈创投的业务范围主要分三块，社会企业咨询，投资者服务，还有自己相关的行业报告，具体包括医疗养老、职业教育与发展、能源环保、消费服务等领域的早期投资机会，社会效应与投资收益并重，并为企业提供管理咨询、市场与客户发展、资本运作等方面的增值服务。

心苗亚洲 (SOW)

心苗亚洲是一家根据香港特别行政区税务条例 88 条注册的慈善机构。SOW 三个英文分别代表：self-sustainability (S) 自身可持续性，opportunity (O) 机遇，well-being (W) 福祉。这 3 个词汇蕴含了心苗亚洲的使命：投资那些创造可持续社会 / 环境影响力的组织和个体，也透露了心苗亚洲实现使命的策略：在亚洲，为那些在扶贫、环境保护、教育三个领域可扩张的具有企业家精神的机构提供资源。

心苗亚洲投资战略包括两个方面：一是投资社企，心苗亚洲的投资对象是在可持续经营基础上创造积极效应的社会企业。心苗亚洲的投资过程与风险投资基金相类似，不同的是他们的目标为获得高水平的社会 / 环境

层面的回报。他们主要业务集中在大中国区，同时也会关注东南亚其他地区的机会。目前，心苗主要关注教育、环保和扶贫这三大领域。二是培育空间，心苗亚洲一般通过可持续经营、可扩展的方法来解决社会 / 环境各项挑战，这在亚洲是个新兴的领域。心苗亚洲正在努力创造一种文化，使得社会型企业的目标可以更好的被理解，同时能够获得更多的机会。心苗亚洲关注的领域之一是对年轻一代的培养。投资于社会企业，最终意味着投资于那些会进一步推动社企发展的未来领袖。心苗亚洲寻求与战略伙伴们合作，激发和培育社会创新领域的年轻领导者。

心苗亚洲有 2 个注册实体，由 1 个团队运营。第一个注册实体是心苗（亚洲）慈善基金，是香港注册的捐助者支持的慈善组织，基于香港特别行政区税务法规的第 88 条。

同时，为了方便慈善投资的工作，心苗亚洲还注册了一个 Noble Path 有限公司，作为股权投资使用，由心苗亚洲 100% 持股。

运营团队包括阮励欣 (Darius Yuen)，Scott Lawson、Charmian Lam、Athena Lam 等人。其中，阮励欣，心苗亚洲的创办人及现任主席，前法国巴黎银行常务董事及贝尔斯登高级常务董事。Scott Lawson，心苗亚洲的行政总裁，他在社会组织的跨文化交流与合作方面经验丰富。心苗亚洲的决策层为 6 人组成的理事会，他们都是资深的投资者和企业家，为心苗基金指明战略方向。最后，心苗亚洲还整合了志愿者的资源，形成了知识志愿者网络。所谓知识志愿者，是一群多元背景的专家，能为社会企业创造价值、满足其多方面的需要。

友成普融

北京友成普融信息咨询有限责任公司（以下简称“友成普融”）是为协助以服务农村为主的小额信贷机构加强能力建设，解决资金来源不足等问题，以实现小额信贷机构自身的可持续发展而设立的一家社会企业。通过提供一整套立体的、全方位的、普惠金融的、小额信贷行业的综合解决方案，旨在实现帮助贫困农民脱贫致富的最终目标。

“友成”二字缘起于友成企业家扶贫基金会，而“普融”二字就是“普惠金融”的意思，我们以“因友而成”的精神、“普惠金融”的手段帮助贫苦农民获得金融服务，帮助他们改善生活，尽早脱贫、甚至致富！

友成普融的发展模式是：友成普融股东的组成以友成企业家扶贫基金会与基金会的理事单位为核心，包括吉立富投资咨询（上海）有限公司、瑞格嘉德（上海）仓储有限公司、上海复星创业投资管理有限公司。此外，格莱珉基金会与友成基金会达成长期合作意向，愿意把它在这行业中最精华的实践经验提供给友成普融，协助友成早日站稳脚跟并迈向可持续发展之路。友成普融采取嫁接信托的方法，可以有效解决小额信贷机构因为身份问题而长期存在的融资瓶颈。友成普融与国务院扶贫办合作，共同支持村级互助资金的发展。我们还在与中国小额信贷发展促进网络合作，共同组建一个网络平台，这个网络平台也将是中国的小额信贷门户网站，除了结合所有小额信贷机构的网站，这个网络平台还可以整合整个行业，更可以与国际小额信贷门户网站结合。

友成普融的董事会成员包括王亚立、刘吉人、杜晓山、汤敏、李海峰等人。其中，王亚立先生担任吉立富投资咨询（上海）有限公司总经理。刘吉人先生是吉富中国投资管理股份有限公司合伙人、董事总经理。杜晓山先生，现任中国社会科学院农村发展研究所党委书记、副所长，享有研究员和教授职称。他担任中国小额信贷协会的理事长和中国小额信贷发展促进网络理事长。其经营团队包括张青、李红、朱立宇、李季等人。其中，总经理张青，曾就职于中国工商银行北京分行，中国光大银行总行任租赁部等，现任北京友成普融信息咨询有限责任公司总经理（代）。李红，风险经理，曾先后任职与上海黄金搭档生物科技有限公司北京分公司、慧聪网，分管公司资金业务贷前调查及贷后管理，实际参与尽职调查并撰写尽职调查报告。朱立宇，曾供职于神州数码（中国）有限公司和银河控股投资有限公司等机构，现任投资部总监。

育公益创投

2011年7月，深德公益和三位董事出资人民币二百五十万设立育基金，成为中国本土最早的公益创投管理公司之一。2012年3月，新湖集团、爱德基金会和育基金共同成立新湖育公益创投基金。新湖育初始资本为人民币一千万，由育基金进行管理。2012年3月，徐永光先生成为新湖育战略委员会主席，以确保基金的社会使命。

育公益创投的愿景是公益资本将有效加速中国社会的创新进程；社会企业将实现比传统非营利机构更深远的影响力。育公益创投的使命是通过天使投资和运营管

理咨询，助力中国高成长潜力的社会企业实现规模化。育公益创投聚焦于教育、扶贫、健康医疗、环境保护四大领域，为中国高成长潜力的社会企业提供天使投资和运营管理咨询。迄今为止，育公益创投已经完成了两家社会企业的投资。其投资规模在人民币五十万到五百万之间，主要通过股权或债权投资的方式实现，投资回收或退出期基本为五到七年。在债权方面，育公益创投为社会企业提供低于市场利率的债权投资。在股权方面：我们的股权投资比例通常不高于30%，同时通过董事会席位实现公司管理职能。除了资金支持，我们也为被投资的社会企业提供运营管理咨询，帮助他们提升管理能力，实现规模化。

育公益创投的投资原则包括：（1）清晰的社会目标：被投资企业提供的产品或服务必须能够使某一弱势群体受益，或解决某个环境问题。（2）可衡量的社会影响：被投资企业产生的社会或环境影响力必须是可衡量的，并能与企业的既定社会目标进行比对。（3）可持续的、有规模化潜力的业务模式：具有明确的商业模式，可以在投资持有期内实现财务可持续性，且其业务模式具有较高的可复制性。

附录一： 全球投资者展望

编辑 赵大为 瑞银财富管理亚太区慈善及价值投资服务主管
董黎滢 瑞银财富管理北亚区慈善及价值投资服务主管

社会企业的成长和社会投资模式的扩展是无可争辩的全球趋势。2013年1月，在GIIN（全球影响力投资网络）收集的调查数据中¹，有99名受访者报告说他们在2012年在影响力投资方面投入80亿美元，并计划在2013年投入90亿美元。瑞银集团致力于与金融服务行业的其他领导者一同积极推动这一领域的发展。我们相信，金融服务领域的技能、工具和资源能够在处理21世纪的社会问题中发挥重要作用。

在中国，某些时事评论家认为，在解决随着中国快速全面增长和发展而伴生的社会缺陷与差距方面，社会企业和社会投资模式可以扮演重要的角色。我们同意2012年发表的一份报告，它认为：“中国的经济迫切需要可行的、可持续的和创新的业务模式推动新的发展方式”²

在考虑怎样补充并完善编撰这份报告的中国研究人员的见解时，我们相信，瑞银集团为全球投资者的经验和观点提供一个平台可能大有裨益，俾能帮助这些投资者直接处理不同环境和国家的社会投资问题。

有鉴于此，我们邀请了社会投资领域一些国际知名

的从业者和专家对该报告提出的五个主要问题发表他们的意见。专家小组成员来自不同的国家和组织，但是，对于部署金融资本来帮助实现社会目标的挑战性和复杂性，他们有着共同的理解。由于一些小组成员选择匿名，本文后面只附有部分小组成员的名单。

瑞银集团非常荣幸地将小组对以下五个主要问题的回复进行总结：

问题 1：在您看来，哪些工具和政策杠杆最有效地加速了全球社会企业的发展？

我们的专家投资者小组强调政府为了支持社会企业而制订的激励措施、法律框架和政策机制的重要性。例如，一名小组成员告诉我们：“对于环境投资而言，可靠、长期和透明的立法绝对是释放这类资本流的关键。”但是，专家小组也表示，这些安排本身并不会产生或保证出现一个充满生机的社会企业和社会投资生态系统。对这个领域来说，有利的政策环境是必需的但不是充分的条件，它还需要来自有影响力的非政府行为者的激励、行为榜样和领导。最终获得成功的社会企业将由私营部门所推动。

¹ 《进展展望，影响力投资者调查》，2013年1月。摩根大通。

² 《打造中国梦》，2012年11月。由中国影响力基金和新经济中国项目办公室与道和环境与发展研究所合作编撰。



专家小组引用全球许多案例研究和实例，提出了政府促进社会企业和社会投资可以使用的五种主要方式：

- 建立推动社会创新的激励机制，例如美国和英国的“社会影响力债券”，同时为绿色能源、有机废弃物肥料等提供优惠性关税。例如，在德国，针对可再生能源推出的电网回购在很大程度上促进了这个行业的成熟发展并提高成本竞争力。除补贴机制之外，政府还可以通过降低私人共同投资者风险的机制提供强有力的激励。

- 针对社会企业的公司形式创设新的法律框架，规范这些组织的信义义务中的社会目标。实例包括英国的社会利益公司（CIC）以及美国的福利企业（Benefit Corporation）和“L3C”（低利润有限责任公司）。另一种方法是促进非正式的“质量标志”和登记制度，例如美国的 B-lab。但是，即使在美国，让这些公司形式得到充分发展并获得广泛的接受也并非一日之功。许多评论家认为，所有社会企业的法律结构应该由资本结构及其追求的业务模式所推动，而不是由“应该”怎样对社会企业作出结构安排这一抽象的概念所推动。因此，一些评论家认为，从法律的角度来看，对一家社会企业作出结构安排事实上没有一条唯一正确的途径，因此，公司形式只能依照其职能来确定。

- 为政府资助的相互独立的资本池提供资金，充当社会企业的孵化器。引用的实例包括美国、英国和印

度受政府机构支持的为初创型社会企业提供协助的贷款基金、补贴基金池和权益资本。在美国，总统奥巴马于 2009 年推出了社会创新基金，批准通过《小企业就业法案》向小企业提供信贷，而在国际上，由美国支持的海外私人投资公司已经成立了各种面向社会企业家的基金。

- 支持与社会企业和社会投资相关的学术研究，包括成立以大学为依托的卓越研究中心。研究和辩论的关键主题包括有关社会企业内的信义义务的新观点以及衡量与评估社会影响的方法。

- 召集全国和地区层面的潜在行为者（社会企业家、官员、投资者、学者）向利益攸关者提供有关社会企业和社会投资模式的可能性的教育。这种召集可以直接由政府进行，也可以通过中介机构和平台的支持发起。

某些小组成员提到了英国堪称是政府激励社会企业的试验场。位于伦敦的 Impact Investment Partners 的执行合伙人 Jay Barrymore 告诉我们：“我相信英国目前对社会企业的支持方面处于领先地位。英国已经开发了有效的需方和供方政策及立法，它们可以成为其它国家政府采纳的典范。”针对需方，英国政府推出了《公共服务（社会价值）法案》，它使得公共机构在采购时必须考虑社会价值。这为寻求政府合同的社会企业带来强大的竞争优势。针对供方，政府解冻了休眠账户中 9 亿美元的资金，通过一家专门成立的社会银行

Big Society Capital 投入到社会金融中介公司。政府也成立了一些规模较小的基金以支持创建社会企业的能力建设，并成立了针对创业企业的孵化器基金。所有这些举措共同创建了一个更加有利的生态系统给服务提供商，帮助社会企业取得成功。

政府对社会企业领域进行成功干预的主要目标应该是削减成本及降低进入门槛。在调查和交易成本方面，许多小组成员认为中介组织的作用非常重要。例如在新加坡成立的 IIX——影响力投资交易所。IIX 运作着三个投资平台，帮助社会企业与影响力投资者建立联系，以在成长的不同阶段筹措资金，这三个平台是 Impact Incubator、Impact Partners 和 Impact Capital。Impact Incubator 专注于为小型创业企业筹措种子资本，Impact Partners 则专门服务于寻找扩张资本的成长期社会企业。IIX 还正在开发影响力交易所，一旦推出，将成为亚洲首个交易平台，成熟的社会企业可以在这里通过发行证券筹措资本。在其它地方，伦敦的 Rianta Philanthropy Ltd 已经创办了其自己的有限入口门户 www.Arthaplatform.com，以服务对印度的社会投资感兴趣的家族办公室、社会风险基金和基金会。这些平台不仅提供了联合社会投资机会的可能性，还提供了合并尽职调查流程的可能性，从而降低成本。Rianta Philanthropy Ltd 的董事 Audrey Selian 博士告诉我们说：“总的来说，我们希望停止一个愚蠢却一再重复的现象，即受社会驱动的投资 5 万美元需要花费（直接或以实物）5 万美元等值的金额。”

整体而言，尽管小组成员未普遍质疑激励措施及其它政策机制的价值，仍然有几个小组成员认为，更重要的是让社会认同社会企业家作出的贡献、宣传成功的

案例研究和实例以激励其他人。其中一个实例是“Impact Assets 50”（50 大影响力资产），它是一个开源的、公开发布的有丰富经验的债务和股权影响力投资基金经理数据库。如 Obviam AG 的投资经理和合伙人 Jan Kuhlman 告诉我们的一样：“记录并宣传成功社会企业家的故事，是提高社会对社会企业的兴趣和信心的关键，因为社会企业无论在社会和财务底线都能表现出色。”

问题 2：在您看来，有哪些成功的工具、手段和政策可以产生更多可实现社会投资目标的资本池？

尽管专家小组再次强调了中介组织可以发挥的建设性作用，他们也举例说明了一些不同的技术，这些技术可通过分层的方法（可以使用这种方法重新分配风险以鼓励更多资本进入社会投资领域）降低某些投资者的风险。其它机制，例如瑞银集团以基金的基金方法，寻求将风险分散到不同类别投资目标上。

我们的专家小组认为，真正的金融创新将给社会投资资本带来最大的增长。一个著名的实例是 Social Impact Bond（社会影响力债券）——它是一种可有效分散投资组合，同时向机构投资者提供足够的风险调整回报的金融工具。同样，提供信贷担保和备用信用证贷款已经让某些国家的小额信贷银行从商业银行处获得债务融资。向进入低利润社会企业的种子期投资提供税收优惠，也有可能激励投资者使用其部分资本向具有创新业务模式的早期社会企业提供支持。在美国，Calvert Foundation、Rockefeller Foundation 及其它基金会提出了“企业影响力信贷”的概念，它的目标是成为公/私合伙公司。公营部门可以买下一些风险，以鼓励私营部门的投资。其目标是创造数十亿美元的融资额度。



这个项目仍在美国管理部门的考虑之中。另一个计划是放松对创业型社会企业通常需要的额度相对较小的融资的监管要求，这可能让通过在线机制“众包”融资成为可能。美国已经根据总统奥巴马在 2012 年签署成法律的 JOBS（促进小企业融资法案）提出了这种方法。但是，这种解除监管具有风险，其带来的好处必须与公共利益相互平衡。在美国，证券交易委员会（SEC）尚未发布怎样执行 JOBS 法案的细则。

一名专家小组成员强烈认为，资本只会通过如下过程流入社会企业，即合规慢慢进化到一种企业社会责任文化的过程。一名专家小组成员告诉我们：“短期而言，监管和激励（或惩罚）可以迫使企业将社会企业作为日常业务的一部分而合并进来。企业的创新是无限的——如果被迫在其业务中履行社会活动，它最终被变成营利性质。长期来看，这一过程可能会引起企业领导者心态的改变，使得他们在带动积极社会变革的过程中接受企业的角色。”这名小组成员列举了推出碳交易机制的例子，这种机制迫使企业积极寻找降低碳排放的方法。从更加长远的角度而言，评估碳“足迹”将成为每个商业项目评估中的常态。

尤其在更短的时期内，另一个战术方法可能是让现有金融机制中的社会投资以及投资者社区成为主流。天天向上基金的常务理事长应琦泓告诉我们：“当今许多影响力投资者的背景给我留下深刻的印象。他们要么在私有股权（PE）和风险投资（VC）领域拥有事业，要么与 PE 或 VC 领域有着密切的关联。如果其中一些影响力投资者能够与他们之前的 PE/VC 同事或关系人达成一项交易对现有 PE/VC 基金中的一家社会企业进行投资，则社会企业领域将能够利用价值数千亿美元

的潜在资本池。”

问题 3：您最喜欢的评估社会投资表现的方法是什么？

我们的专家小组提出了许多不同的方法来量化投资的社会影响，这反映了这个领域相对不够成熟，因为在这个领域，广为接受的标准才初露端倪。但是，小组成员一致认为，衡量方法需要有针对性，且不应吸收太多管理和财务资源。

一名经验丰富的社会投资者提出了成功衡量社会影响力的以下‘关键因素’，同时承认这些衡量标准有着与生俱来的限制，因为这个领域太年轻且发展迅速。衡量标准应该是：

- 简单（即只有少数指标，这些指标可轻易衡量业务模式中表达的变革理论并与之直接相关）。
- 社会企业能够负担得起。
- 切合实际（与其它财务指标相关）。
- 符合现有的指标框架例如 IRIS（影响力报告投资标准）。
- 整合以显示整体表现（使用社会、财务和环境指标）。
- 由第三方验证，以提高其可信性。

某些小组成员试图将社会衡量指标减少到一个或两个指数或投资的社会回报率（SROI）等综合衡量指标。例如，美国影响力投资公司 Unitus Impact 注重衡量标准的两个关键领域：（1）在职贫穷族的收入和受影响

的人员数量增加；及（2）帮助投资组合公司扩大规模的典型财务指标。Unitus Impact 的执行合伙人 Beau Seil 告诉我们：“我们认为规模可以产生影响力。随着社会企业建立强大的业务模式覆盖数十万（即使不是几百万）在职贫穷族，可以为他们带来之前无法获得的收入机会以及有用的产品和服务。”

长期来看，财务稳定性对实现社会影响力至关重要，一些人赞成将社会影响力转化为财务衡量标准。天天向上基金的常务理事长应琦泓认为，考虑到社会企业的运作模式，社会影响力与财务回报之间往往有着固定的关系。因此，他的团队设计并确定了一种运算法则，用来计算财务与社会影响力指标之间的相关系数。他认为，通过这种方法，社会企业家可以着重推动少数财务指标来交付（待）社会企业的运营表现。

其它人则选择了更为折衷的方法，根据实际环境和基础投资综合了各种衡量标准。Alterra Impact Finance GmbH 的行政总裁 Cornelius Pietzner 则使用由以下三个基本元素组成的广泛的社会衡量框架：1) 全面的定量评估；2) 行业特定变量，和定量评估；3) 以及定性的轶事证据。他认为这三个元素对提供全面的观点都是必不可少的。

施瓦布基金的副主任朱慧允也支持进行灵活处理。她说：“由于社会 / 环境影响力的许多方面可以量化，因此可以方便整合到财务指标中，而其它一些方面可能是高度主观的，难以指出它们的货币价值。例如，对于通过医疗干预挽救的生命数量，我们能确定它的财务价值吗？”同样，IIX 亚洲的总监 En Lee 说：“通常，

主要的挑战并非选择合适的社会指标或标准，而是让它们切合适当国家、领域和业务模式的实际情况并计算它们的权重。”

一个尚未解决的重要问题是衡量社会影响力所依据的基准。相比之下，财务投资通常以它们在无风险回报上提供的风险调整溢价来衡量。对于社会企业，香港社会创投基金的行政总裁魏华星提出的一种方法是使用最佳替代慈善选择（Best Alternative Charity Options, BACO）来衡量社会影响力。如果是一种纯粹的金融工具，例如社会影响力债券，他认为社会投资回报（SROI）法在与潜在投资者和基金沟通的过程中更为有效。

综合这些数据，有可能会创造一些能够推动机构资本进入这一领域的指标和投资工具。伦敦的一家社会企业 Engaged Investments 在 2012 年 12 月推出了一个这种试验性质的指数。

总之，我们的专家小组提出了各种衡量社会影响力的方法，但对这个领域的最佳实践尚未达成一致。

问题 4：从全球来看，你们认为要提高进入社会投资的资本比例面临哪些主要挑战？

某些小组成员对投资者和社会企业家的需求和预期之间的“错配”进行了讨论。投资者希望得到流动性和资本保护，而社会企业家则需要长期的增长资本。投资者经常抱怨缺乏优质的社会投资机会，而社会企业则经常提出缺乏有使命感拥有耐心资本的投资者。这凸显出成熟度、规模和预期的错配。缺乏有效的中介机构来提

升社会企业的能力，和培养有社会意识的投资者拥有现实的风险 / 回报预期，进一步加剧了这种错配现象。

总而言之，专家小组指出，要在投资者之间和在社会企业自身之间实现更大的资本流，存在着一系列相互关联的障碍。

在投资者之间：

- 受限资本——针对机构投资者或慈善信托和基金的投资政策使得将资本部署到该领域不够灵活。

- 公司信义义务的感知——尽管相关概念确实在发展，一直存在这样一种看法，即授予社会投资不符合私人公司的信义义务，事实上反过来说可能更加准确。

- 缺乏透明——在充满竞争的环境中，投资者可能不愿意大张宣扬其成功故事，而要构建对这个领域的信心则非常需要如此。

- 对于什么是“社会”投资有着不同的定义，而且不承认不同的工具 / 方法可能都有效且相互补充。

- 看重短期收益，不愿意在该领域的能力建设上投入时间和精力。

- 坚持认为社会投资“属于”慈善分配，而不是一种主流的金融投资，并且认为这两者之间存在清楚的界限。

- 认为社会问题是政府的责任。

- 需要为相对较小的交易支付很高的交易成本。

社会企业之间：

- 组织能力低下，导致有能力迎接投资者的社会企业寥寥无几。

- 在通过开发稳健的汇报和信息系统以记录并评估社会影响方面，承诺度较低。

- 对于小企业的确切发展阶段以及所寻求的资本是否符合该发展阶段的要求，缺乏清楚的定义。

- 投资机会的陈述不一致，记录投资依据及评估相关风险与机会的商业计划描述欠佳。

日内瓦 Quadia S.A. 的创办人兼董事总经理 Guillaume Taylor 在当前水平的“投资者将环境、社会与治理事件视作财务回报的驱动因素”中看到了重大挑战。当然，许多专家小组成员强调，记录成功的案例研究对在该领域建立信心和动力非常重要。香港社会创投基金的魏华星谈到了创建一种“激发思维的社会创新文化”的重要性，这一流程可能需要数年时间。同样，Rianta Philanthropy Ltd 的 Andrey Selian 强调了记录从投资中成功退出的案例的重要性，尤其是在较小的规模上，无论这些退出是通过持有人回购、第三方出售或新兴的交易机制实现。

瑞银集团的 Andreas Ernst 和 Unitus Impact 的 Beau Seil 都同意，重新定义与这些投资相关的风险非常重要。Beau Seil 认为，提到建立服务于低收入人群的公司时，存在对风险的误读，即使那些“服务不足的市场”中的人口数量比高收入消费者群体的数量要多得



多。因此，这些公司在筹措资本非常吃力。最终的结果是，本地企业家集中精力创办服务高收入群体的公司，因为他们知道他们能够为这些公司筹措资本。为了解决投资者对风险的忧虑，许多专家小组成员重点提出了多层次的融资方法，它结合了慈善投资和更加基于回报的以不同批次进行融资的方法。

最后，Jay Barrymore 认为，在社会投资领域，投资者通常太看重投资目标，而不是提供传统资本市场所允许的灵活性。例如，在私有股权中，投资者很少会特别要求他们的资本只能用于‘印度低收入群体的医疗技术方案’。投资者不容许更广泛的影响力投资授权，从而阻碍了筹措足够资金来有效扩大他们的业务。

问题 5：根据你对中国的投资状况的了解，您对加强这个国家的社会企业的发展有哪些建议？

整体而言，大多数专家小组成员认为，中国处于社会企业和社会投资相对早期的发展阶段，但是，中国也具备快速迎头赶上的能力，将成为这些领域的全球领跑者。几名专家小组成员注意到中国政府和社会对部署新的资源来解决社会问题的承诺。

某些在中国拥有经验的投资者都着重指出为规模相对较小的交易汇入及汇出资本所面临的挑战，而这些小规模交易是社会企业所常有的。为让小型社会企业吸引外国投资者，一些社会企业通过其海外附属公司进行推广，考虑到他们小规模注册资本和投资资本，这个流程代价昂贵且效率低下。对于在某些领域经营业务的某些社会企业而言，较高的注册资本要求也是个问题。如

果一家公司拥有新的业务模式，且投资者希望在看到公司成长后才投入足够资金，这种大额资本要求让创办这种公司变得非常困难。Calvert Funds 的创始主席 Wayne Silby 说：“对于在中国的外国投资者而言，最大的单一障碍是难以将外国资本投入小型的社会企业交易。”他的主要建议是针对将资金汇入中国进行这种投资设立预先授权的信贷，并采用宽松的事后监管机制。他还支持目前正在前海深港现代服务业合作区试行的 QFLP（合格有限境外合伙人）计划。

滴水基金会主席张瑞霖认为：“中国拥有大量寻找优秀项目进行投资的资金。因此，资金不是问题。而且，中国人是天生的企业家，因此，人才也不是问题。我相信，社会基础设施的缺乏，或换句话说，缺失‘生态系统’是中国落后于其它国家的主要原因。”其他人也赞成在公共政策、法律形式、使用公共基金来匹配私人投资、税收激励方面推出更有支持性的“有利环境”以及其它措施，以为中国社会企业和投资领域的发展提供强有力的支持。

天天向上基金的常务理事长应琦泓等专家小组成员相信，中国的当务之急是对社会企业家作出的贡献提供更加正式和公开的认同。他认为：“对社会企业家来说，他们相信了就会看到。而对大多数人来说，他们看到了才会相信。要加强中国社会企业的发展，我们不得不下赌注选择社会企业家并描绘他们的成功。他们的成功故事将帮助人们眼见为实。”



瑞银集团衷心感谢专家小组的贡献，希望他们的见解让本报告更具价值。

瑞银集团专家小组成员³

Jay Barrymore Managing Partner, Impact Investment Partners, LLP

张瑞霖 主席 滴水基金会

Andreas Ernst Head, Impact Investing, UBS AG

朱慧允 副主任 施瓦布基金

Jan Kuhlman Investment Manager and Partner, Obviam AG

En Lee Director, Impact Investing Exchange Asia

魏华星 创办人、行政总裁，香港社会创投基金

Cornelius Pietzner CEO, Alterra Impact Finance GmbH

RS Group, Hong Kong

Dr. Audrey Selian Director, Rianta Philanthropy Ltd / Artha

Wayne Silby Founding Chair, Calvert Social Funds

Paul Simon Associate Partners, Earth Capital Partners, LLP

Guillaume Taylor Managing Director, Quadia S.A.

戴淑仪 集团董事总经理，万邦工业集团

應琦泓 常務理事長 天天向上基金

³ 不完全名单，省略了希望匿名的成员。

社会企业在中国的机遇与挑战

社会企业在中国发展的机遇

从以上各章中我们不难看出社会企业虽然在中国发展的历史很短，但是有十分蓬勃的发展趋势。其发展的机遇来源于以下几个方面：

青年一代意识的觉醒和强烈的参与感

七八十年带出生的人正逐步变为这个社会的中间力量，他们既享受了三十年来中国因经济飞速增长带来的物质成果，同时也在承受因此而催生的种种社会恶果。与上一代人相比，这一代人更有参与感，更希望靠自己的力量对这个世界做出某种改变。而对九十年代出生的人而言，互联网在他们的成长过程中扮演了极为重要的角色。这一代年轻人，因为这种无国界的媒体，使他们更早熟，思维更活跃，更具理想色彩。青年一代对社会企业模式的理解和热情更胜于他们的父辈。

中央编译局丁开杰先生认为：“非营利领域的年青一代对社会企业有极大的热情。教育背景和工作经验使他们相信一定有创新性的方法去解决社会问题，而传统的公益模式在中国并没有起到较好的作用。” NPI 的负责人吕朝也有相似的发现：“（公益活动）实践者的背景正在改变。在过去，绝大多数的公益领袖都是政府部门退休者或者曾从事与社会事物有关的工作。如今，大量接受过良好教育的年轻人进入这一领域，并很快熟悉社会企业的模式。”

纵观历史的发展，年轻人永远是变革的积极参与者和推动者。社会企业这种创新的形式除了其倡导的社会使命感吸引年轻人之外，也因为他能带来的潜在的经济

效益。当今中国流行的商业大潮，使得“社会企业”比传统的公益慈善机构，无论是在前景还是模式上，都更具吸引力。而大学生毕业生就业难的问题也越来越凸显，因此鼓励青年人参与创业，已经成为目前国家的教育鼓励方向。2010 年教育部颁布的《教育部关于大力推进高等学校创新创业教育和大学生自主创业工作的意见》中提倡“提高自主创新能力，建设创新型国家”和“促进以创业带动就业”的发展战略。在青年人中推广社会企业的概念，引导他们在创业的同时，可以解决一些社会问题，或者达成一些正面的社会效应，是十分有号召力的。

中国在未来两年内在经济和社会等方能都可能会经历非常具有挑战性的环境，就业问题会是大学毕业生们面临的很大的挑战。根据社会调查机构麦可思研究院 2012 年的跟踪调查，发现受宏观经济形势影响，企业用人规模缩减，2013 届毕业生求职难度增加，在 10940 份有效调查样本中，本科毕业生签约率为 38%，低于上届同期 8 个百分点；硕士毕业生仅为 29%，低于上届同期 7 个百分点。尽管就业形势严峻，但大批年轻人仍然选择毕业后留在机会较多的沿海或者发达的大中城市。虽然大城市日益高涨的生活成本，使得年轻人的生存压力巨大，但是由于中西部和二三线城市就业机会的缺乏，他们也很难回乡发展。

社会企业的涌现，也许可以引导年轻人在家乡创造新的就业机会和更多的财富。近年来越来越多的返乡大学生选择了社会企业的方式建设家乡。例如在返乡大学



生陈统奎的推动下，海南省海口市博学村发展为远近闻名的生态村。2009年，陈统奎借鉴台湾“桃米生态村”经验，学习生态社区营造的发展模式，在博学村探索一条旅游开发与生态环境保护、与当地居民利益相结合实现共赢的新路，并提出“让人民看见财富，再造魅力新故乡”的行动纲领。他带头在博学村建立发展理事会，打造了一个多元化的合作平台，政府、社会、企业、公益基金会，公民个人都可以把智慧和力量汇聚到这里来。经过近3年的努力，博学村面貌有了很大改观：在基础设施建设方面，修建了海南省第一条山地自行车赛道，还有文化室、民宿等；在农业经营方面，集中收购村民自产的蜂蜜、荔枝卖到北京、上海，村民的收入得到了提高，村里的环境也得到了改善。

由温铁军教授和他的博士生石嫣创立的小毛驴农园所倡导的“社区支持农业”的模式，也在近几年在全国范围得到更大的推广和认可，其中有很多返乡大学生投身其中。以陈统奎为代表的“返乡知识青年”既有良好的教育背景，又了解当地情况，同时对采用社会企业的方式建设家乡有很高的认同感，有望成为未来建设农村的中坚力量。

来自媒体，研究者和资本的热情

经过几年的预热，媒体，研究者和资本对社会企业的热情在2012年突然高涨。在这一年，有规模的关于社会企业的论坛有许多，其中包括北京大学主办的北京论坛-社会企业分论坛；香港的爱维稳特在北京举办的

首届社会投资论坛；上海财经大学社会企业研究中心主办的社会企业高峰论坛；清华第三届公益主题暨东亚社会企业国际研讨会；21世纪经济报道主办的2012社会创新国际论坛。来自美国、英国、法国、韩国、日本，台湾和香港和本土的社会企业教育者、研究者、实践者、和投资者聚集一堂，分享经验，探讨机会与挑战。

投资人也对“社会影响力投资”这个概念表现出空前热情。虽然在世界范围内，“社会影响力投资”都还是新鲜事物，也没有统一的认识，但是其强调“经济”与“社会”效益的双重回报的概念还是吸引了很多人。其中，慈善基金会和有海外背景的投资人更是已经开始试水。友成基金会，富平学校，南都基金会都不同程度参与其中。其中也有企业支持的公益创投基金，例如浙江新湖集团支持的新湖公益创投，联想公司支持的联想公益创投，海南支持的航空慈航基金会等都通过公益创投大赛的形式对获胜者的项目进行奖金支持。虽然通过资本和股权支持的项目还少之又少，其原因主要是因为没有足够规模和吸引人的项目，而并不是因为市场上缺少感兴趣的资金。显然，各种各样的创投大赛对资金匮乏的创业者是具有很大吸引力的。也激发了年轻创业者对社会企业的热情。

同时，“正能量”一词是近一年来媒体所渲染和推广的重点。社会企业无疑符合“正能量”所代表的意义，连《人民日报》，这样最具政策方针导向性的官方媒体自2009年至今，也有多达67篇的报道涉及甚至是专述关于社会企业的问题。在新浪微博，和豆瓣这些吸引年



轻人的新媒体上，有关社会企业和社会创新的主题更是层出不穷。

高校的研究者们也纷纷把社会创新和社会企业纳入到公益慈善研究范围内，这本《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》也是最好的例证。虽然目前政府并未有明确的关于社会企业的政策出台，其重要原因之一是政府的相关部门还没有很好地了解社会企业，但是香港，韩国，新加坡等亚洲地区政府对社会企业的态度都证明，社会企业与政府所希望达成的社会目标是高度一致的。因此，我们也预计在不久的将来，某些地区的地方政府会出台相关的支持性政策。在中国这个政府主导的社会中，政府的支持态度无疑会是社会企业发展的巨大推动力。

与世界的同步发展

在今天这个互联网发达的时代，世界各国的资讯，知识和经验传播的成本的时间都大大压低和缩短。因为英语的普及，当代中国的年轻人能更好地了解西方国家的文化，他们通过网络学习哈佛和耶鲁大学的公开课；与国际同行无障碍地交流，走出国门学习、旅行、或工作。在全球化的影响下，现在的80后、90后大概是最与世界接轨一代。因此，社会企业在世界各地的最新发展也同步影响着中国。

21世纪经济报道开辟了社会创新专刊，与斯坦福大学的社会创新评论合作，定期介绍社会企业领域的最新

观点。英国文化协会开辟了中文网站，随时更新社会企业在英国的发展状况。NPI主办的《社会创业家》杂志也将全世界的社会创新案例与中文读者分享。各种国际论坛，研讨会也纷纷举办，这些交流都对社会企业在中国的发展有积极的指导和推动意义。

同时，年轻人也开始行动起来，开始实践社会企业。全球社会企业创业大赛（Global Social Venture Competition）最早由美国伯克利大学哈斯商学院1999年发起创立，是目前全球较具影响力的社会创业大赛。GSVC于2009年首次进入中国，并在中国迅速发展。特别是近一两年报名参与比赛的年轻人非常踊跃。同时，作为中国社会企业的代表，深圳残友集团在2012年终荣膺由英国社会企业联盟（Social Enterprise U K）颁布的“年度国际社会企业”。这对还在发展初期的中国社会企业是一种很大的肯定，也会鼓励更多的中国社会企业探索属于自己的道路，并把自己的中国经验与世界分享。

社会企业在中国发展的挑战

社会企业的概念不明确，认识也不广泛

关于社会企业的概念一直存在各种争论。即使在社会企业比较发达的欧洲各国和美国也都还存在分歧。社

会企业在中国更是新兴事物，因此对社会企业定义和概念的探讨也很热烈。不同的利益相关者对定义和概念的态度其实还是有差异的。对政府而言，如果需要出台相关的扶植政策，就必须对概念有明确的定义；研究者也倾向于有比较明确的定义范围；而真正的实践者倒是认为应该先做起来再说。由于社会企业的核心价值是社会效益，商业只是手段，因此政府和公众的态度和支持都至关重要，如果对基本的原则没有明确认定，就会出现对“社会企业”这个概念的滥用，伤害社会企业的长远发展。

目前中国对社会企业的认识更多地是在公益慈善界，对主流商界这还是一个相对陌生的概念。很多人会把“社会企业”和“企业社会责任”混淆。普通大众基本上对“社会企业”没有认识。香港和韩国的政府都是通过政府认证，社会企业挂牌使得更多大众对社会企业有所了解。英国政府还在伦敦奥运会期间为社会企业大作广告。大众对社会企业的认识和支持的意义不仅在于社会企业会获得更多的市场份额，更在于扩大社会企业的道德影响力和价值观的倡导，这是不能用金钱来衡量的，而这正是目前中国社会企业发展所缺乏的氛围，因此很多社会企业的创业者会觉得孤独和不被理解。

社会企业集中在某些领域，社会效益还不凸显，缺乏革命性的创新

目前比较常见的社会企业类型集中在残疾人就业，扶贫和养老等领域。这些领域的社会企业因为带有明显

的“社会性”标签，因此容易得到政府，或者扶持机构的认可。环保类的社会企业目前真正成功的案例并不多见。原因之一是因为真正能产生规模效应，或者产生革命性影响力的环保项目，例如清洁能源和物资可再生等，大多需要大量的技术研发和投入，这是一般的社会企业所不能承担的。

目前中国社会企业的另外一个问题是规模普遍不大。真正具有规模的社会企业，除了残友、羌绣等几家，为数不多。目前社会企业的社会效应并不凸显，除了因为社会企业的数量和规模有限，还有以下几点原因：

1. 对核心的社会问题还没有触及，例如教育，医疗的质量、可及性和公平性。也许期待社会企业对这样广度和深度的社会问题做出改变，就目前而言期望太高。但是无论从市场潜力和社会道德价值观的角度，教育，医疗都是社会企业是最具发展潜力的领域。但是要进入这些领域，单靠社会企业的力量是远远不够的，必须要有来自政府的支持。

2. 社会企业的思潮和实践更多地是集中在大城市。广大的农村地区和不发达地区并没有参与进来。目前，公众所能感受到的还是原来活跃在当地零星的 NGO 转型或扶植的社会企业项目。其实，无论是扶贫性质的社会企业还是农村合作社，在这些地区都大有可为，思想意识的转变和教育培训是社会企业在不发达地区发展的重要障碍。

3. 社会企业概念目前的推崇者主要还是相对年轻的



群体，而社会上的主流商业公司和它们的管理层对此缺乏认识。虽然我们看到年轻人热情高涨兴趣盎然地创立各种有趣的社会企业，但是这个社会还是为大企业所主导的。我们似乎有把社会企业和其他的企业割裂开来看的倾向。虽然社会企业具有比一般以追求利润和市场份额为导向的企业有更强的社会性，但是并不意味着其他企业就完全与“社会性”绝缘。只要这些大企业可以修正其以牺牲社会和环境为代价换取利润的做法，他们也可以转变为社会企业。正因为他们已经具有的规模性，因此对于社会的影响是不可小觑的。

社会企业家的培养和教育滞后，中国缺乏真正的社会企业家

欧美国家著名的商学院都开设有关社会企业家的课程。英国牛津大学的赛德商学院甚至要求所有学生必须修三门以上的关于社会企业的课程。而在中国，社会企业的教育还没有进入正规大学的教育体系。挑战在于，在本土的高校中，缺乏对社会企业有深入了解和认识的师资力量。而社会企业又是一门实践性很强的课程，高校老师中多数以研究为主要背景，而且课堂外成熟的实践者又不多，因此课程的开发和教授是一大挑战。

“社会企业家不同于商业企业家之处在于，社会企业家的使命和最大价值诉求是社会公益或者推动社会变革。”因此，真正的社会企业家必须具备以下素质：

1. 推动社会变革的精神：精神的培养比起技能更困

难，它往往源自一个人的出身，经历和教育背景。在常规的课堂中很难培养“精神”，但“精神”也许是社会企业家成功的最重要的因素。

2. 创新力和领导力：社会企业本身的诉求就是用创新的方式去解决社会问题。商业手段只是其中之一，其他的还可能包括技术，人力资源的发展，社会规则的改变等等。社会企业家面对的问题往往是市场和政府失灵下的难题，因此要求社会企业家具备更高的创造力，前瞻力和领导力。

3. 技能：相比起前两条，技能也许是最容易培养和实现的。也是目前大多数支持和孵化机构所侧重的。技能其实可以通过雇佣市场上的专门人才获取，而“精神”，“创新力”，“领导力”才是社会企业家培养的重点，也是难点。

社会企业家的培养在世界范围内也是挑战。社会企业家不仅仅只是从国际知名商学院里的MBA中产生。社会企业家的培养应该是跨学科，跨阶层和跨国界的。中国是否能产生真正具有规模和影响力的社会企业，决与中国是否能诞生真正的社会企业家。

缺乏真正了解社会企业特性的资金支持

虽然上文提到有很多的投资人对社会企业概念感兴趣，也有机构设立“社会影响力投资基金”，但是目前在中国成功的社会企业投资案例还凤毛麟角。究其原因

有以下几点：

1. 多数的投资者只对有达到一定规模的项目感兴趣，而最需要资金支持的初期项目无人愿意冒险。其实，这种现象在普通的商业投资中也是常见现象。因此，对于社会企业的初期项目，需要社会投资领域里的“天使投资人”，而最有可能性担当“天使投资人”角色的就是基金会。实际上，很多海外的经验也证明，基金会的捐赠是很多社会企业初期发展资金的重要来源渠道，这也是为什么各种社企大赛参加者趋之若鹜的原因。而对很多基金会而言，支持社会企业的发展也是符合其宗旨的。

2. 多数投资人对社会企业没有深刻的认识，缺乏真正意义上的公益创投。虽然很多投资人也强调社会效益回报，但是他们对于各位数的投资回报还是无法接受。像美国的聪明人基金会（Acumen Fund）那样非营利性质的公益投资基金会的模式中国还没有建立。社会企业的目标是解决政府或者市场失灵下的社会问题，因此难度可想而知。虽然“经济”和“社会”双重回报不是不可实现，但现实情况并不都那么理想，而且，要挑战的社会问题越艰难，回报率可能越低，回报周期越长。聪明人基金会提出了一个“耐心资本”（patient capital）的概念，就是认识到，任何社会问题的解决都是需要时间的。而在中国目前多数资本急功近利的情况下，真正致力于解决社会问题的“耐心资本”还不存在。

没有真正愿意与社会企业共同成长的“耐心资本”，

社会企业即使在获得商业性资金支持后，也可能会因为投资方的回报压力而偏离最初的社会宗旨。由此可见，在我们呼吁有更多的商业资本参与到社会企业发展支持的同时，要引导这些资金成为社会企业发展的真正助力，而不是间接的“杀手”。

社会企业未来的发展趋势

根据以上各章对中国社会企业的分析，我们对社会企业在中国未来5年内的发展趋势有以下的推断：

社会企业会部分替代非营利组织或者NGO在中国的作用

非营利组织，或者叫NGO（非政府组织）在中国一直都没有明确的界定，目前归民政系统注册管理的三类组织：慈善基金会，社团组织和民办非企业单位都有非营利性，也在社会上统称为NGO。但是真正实施公益项目，或者提供具有社会性的服务性质的机构在以上三类中主要还是基金会。由于政府政策的鼓励，基金会，特别是非公募基金会在最近五年内有很快的发展。但是基金会的发展并不代表中国NGO领域的整体发展。最根本的原因还是因为基金会有比较高的资金门槛。而真正实施项目，提供服务性质的非营利组织一直在中国没有充分的发展。近一两年由于部分地方民政注册政策放宽，有少

部分公益组织注册为民非，但这种情况还不普遍，所谓的草根 NGO 大部分因为政府所要求的“双重管理”体制而很难注册为民非，因而改在公商注册为公司实体。因此这些公商注册的 NGO，无论其宗旨如何，但就其性质而言，就是企业。少数注册成功的民办非企业单位，也因为募款的困难性，而必须进行一定的经营行为，否则很难存活。

“社会企业”这个概念自由英国文化协会引进中国之初，就首先得到 NGO 领域的欢迎和认可。虽然并不是每个 NGO 的项目都可以或者适合转变成商业模式，但是社会企业所倡导的“自我造血”，是对这些常年因资金困扰的 NGO 非常具有吸引力。

而目前社会企业比较密集的领域，比如残疾人就业，养老服务，弱势人群的职业培训，贫困等，也是与大部分 NGO 所服务的领域高度一致的。因此，如果既没有注册的困难，又有明确的商业模式，社会企业是一个更容易和更具优势的选择。但是要强调的是，社会企业不可能完全代替 NGO。总有一些 NGO 服务的领域，例如各种权利和倡导组织，是没有任何商业模式可言的，而只能靠慈善和公益的方式去解决。

从欧美的经验看，尽管他们已经有很发达的非营利组织，在最近十年也有越来越多的组织在转型，或者在探索所谓的“混合性”组织（hybrid）。其外部诱因是因为近年来的经济危机和政府财政消减所带来的筹款困

难，而更深层的内部原因是，很多人希望借鉴商业企业的高效性，替代原来非营利部门的低效或者效益不明的模式。中国的非营利组织本身就不发达，又因为以上所述种种原因，很可能在未来，有很多有志于解决社会问题的个人和组织会直接选择社会企业这种形式，目前很多 NGO 的领域会被社会企业所替代。

民生服务，扶贫，助残，环保，绿色农业将是未来发展最为迅速的社会企业领域

在民生以及扶助弱势群体领域，最大的助力可能会来自于政府。在欧美国家，大部分的民生服务，例如针对养老，残疾人，低收入人群，特殊弱势人群等的服务都是通过非营利组织，或者社会企业进行的。政府通常会通过购买服务的方式进行支持。2012 年财政部投入 2 亿元购买社会组织服务，并出台《政府购买社会工作服务的指导意见》，意见明确指出：“政府购买社会工作服务，是政府利用财政资金，采取市场化、契约化方式，面向具有专业资质的社会组织和企事业单位购买社会工作服务的一项重要制度安排。”重点支持领域包括：城市流动人口，农村留守人员，老年人、残疾人，特殊群体（药物滥用人员、有不良行为青少年、艾滋病患者、精神病患者、流浪乞讨人员、社区矫正人员、服刑人员、刑释解教人员等）。一些经济发达省市，例如广东，浙江，上海，北京等地地方民政系统也出台了关于政府购买服务的细则并开展了一些实践。政府的支持，特别是通过

丁开杰，《“社会企业”能服中国水土》，《社区》杂志 2009 年 5 月期，第 43 — 44 页。

购买服务的资金支持，会在未来催生大批服务于这些领域的社会企业。

扶贫是另一个社会企业很有发挥空间的领域。目前，最具代表性的例子就是羌绣。这个原本旨在支持汶川地震中受灾的羌族妇女的扶贫项目，经过4年的发展，已经颇具规模。除了羌绣，市场上还有苗绣、黔绣，等其他类似的模式。中国地大物博，文化多元，为社会企业提供了很多可以加以利用和整合的素材。扶贫领域的社会企业是否成功，关键就看是否能从中发现可行的商业模式，开发出具有市场竞争力的产品，并具有市场推广和销售的能力。扶贫领域的社会企业，如果达到一定的规模，对社会影响力投资者也是颇具吸引力的。而资本的参与，也会进一步推动这一领域社会企业的发展。

环保类的社会企业目前真正成功的案例并不多见。但是在全世界对环保高度重视的大环境下，以及环保行业潜在的巨大商机，无论是政府，还是资本也都是非常有动力和兴趣参与的领域。目前社会企业涉足的环保领域，多是以社区为基础实施的，利用简单的技术革新（例如节水厕所，屋顶花园），或者是改变居民生活的习惯（例如生活垃圾的可再生化），从而达到改善环境目的的项目。而这类项目，因为其广泛的群众基础，其实是大有可为的。

绿色农业和农业合作社是未来另外一个社会企业有巨大发展空间的领域。以小毛驴为代表的社区支持农业（CSA）模式在近两年有迅速的发展。其中的一个巨大动因是目前中国食品安全的严重危机。然而，社区支持的农业所解决的并不单纯是放心粮，放心菜的问题，这种模式还连接了农民和最终消费者，不仅排除了中间



环节对农民的盘剥，也保证了市场销量，从而保障了农民的收入。食品安全问题在未来几年也许会更加凸显，因此绿色农业和绿色深加工的农产品有巨大的发展市场。

农业，农业合作社类型社会企业的另一个发展动因是因为历届政府对三农问题都高度重视。在不久前召开的十八大，提出了“大力推进生态文明建设，努力建设美丽中国”。许多专家学者和地方官员都进一步解读为：建设美丽中国，一定要建设美丽乡村。农协，农业合作社在部分乡村在返乡大学生的牵头下开始兴起。虽然中国的合作社在组织机构和运作治理上，与欧洲国家的拥有长久发展历史的合作社还无法相比，但是至少中国的少数农民已经开始运用有组织的方式，保障自己的权益，同时建设自己的家乡。

社会企业的数量会快速增长，但真正具有规模的企业并不会太多

社会企业虽然目前仍在发展的初始阶段，但它所强调的经济和社会效益的共赢是符合目前中国社会的需求的。目前政府对社会企业的态度尚不明确，但从媒体，学者，基金会和实践者的角度，态度都是很积极的。因此，我们预计，如果政府在不久的将来对社会企业出台一些鼓励和支持的政策，社会企业应该会有一个快速的增长。除此之外，社会效益投资的概念在中国也日趋火热，但相比起社会企业，社会效益投资在中国的实践就更加稀少。但是至少表示资本对社会企业的兴趣和重视，而社

会企业的发展，是缺少不了资本的助力的。

虽然我们预计社会企业的数量也许会快速增长，但是规模在短期内很难突破。社会企业的规模受制于以下几个因素：

1. 很多的社会企业根植于社区，或者服务特定的群体。

2. 商业模式不完善，需要时间去摸索。社会企业的许多举措都是具有创新性的，并没有可以借鉴的经验，即便是海外的经验也不一定都适合中国国情。

3. 运营成本比较高。社会企业面对的是政府和市场失灵的问题，难度要高于一般性企业。

社会企业一定会经历一个大浪淘沙的过程。在这个过程中，会涌现出许多尝试者，也会有许多失败者，幸存者一定是少数。其实这与一般的商业企业并没有什么区别。更何况社会企业，无论是在国际和中国，都还是新兴事物。我们对待社会企业的态度，应该是鼓励和大胆尝试，让他们百花齐放，自由竞争，慢慢由“边缘型”企业进入主流型的企业。

深层次和广泛的社会问题，还需要政府，资本，社会企业的共同合力才能有所突破

社会企业通过商业手段解决社会问题的立意虽然好，但复杂和深层次的社会问题，绝不是社会企业单一的力量就可以攻克的。比如，中国的教育，医疗和环境问题，这些最重要的民生议题，政府的政策导向是举足轻重的。

而相比起在这些领域的一般性企业或者商业资本，社会企业在资金，规模，人才等方面都不具优势，想改变现状是很难有大的作为的。

“在中国，社会创新与政府规定和政策的改革有着错综复杂的联系。因此，中国的社会企业家们必须在这一体制内有策略地行动，在法律法规、慈善领域、政府以及公益目的的变动中找到自己的位置。”虽然政府还没有任何针对社会企业的政策和规定，但是整体的政策方向是支持社会创新的。首先，“一二五”计划在公共管理体系里也强调了创新的重要性。其次，各级财政和民政部门开始探索和实践购买服务的政策。地方政府，例如上海，苏州等地设立了社会创新孵化基地，扶持对象包括公益慈善组织，也包括社会企业。上海市公益组织孵化器的基金已达到超过 5000 万人民币，苏州达到 1000 万人民币。由此可见，社会企业是可以争取到一些政策空间的。

但在具体解决某一社会问题上，政府，商业，和非营利部门，包括社企的合力模式是非常鲜见的。其实，不仅是在中国，在世界各国这种合作都是困难的。这个在理论上看起来无比正确合理的模式，在实践中的操作却非常困难。其中的障碍之一就是各方没有良好的沟通机制，对彼此的目标和资源互不了解。但是，如果三方可以合力，社会企业的发展将是飞速的，而其能达成的社会效益也会随之成倍扩大。

羌绣的发展也许就是一个很好的例证。羌绣的发起是得到壹基金的支持，而羌绣后来的成功，除了企业本身成功地市场化，政府的支持也起到了决定性的作用。

成都市政府把羌绣作为一个灾后重建项目的典范，在成都租金最贵的宽窄巷子为羌绣特批了一个占地 800 平米的店面，并组织其他地方政府来羌绣参观学习经验。各地政府从羌绣的成功案例中受到启发，也纷纷邀请羌绣到所在地传授经验或者开展合作，极大地拓宽了羌绣的市场机会，当然，也意味着有更多地贫困妇女会从中受益。但是如果没有成都市政府的支持和重视，单靠羌绣自己的力量，是很难在这么短的时间内达到这样的规模的。政府的支持多属于政策，资源和渠道，而真正大笔的资金还是需要来自商业投资领域。羌绣下一步在全国各地的发展是需要资金注入的，而各地政府的支持，无疑是羌绣在下一步融资时候最有力的背书之一。

在扶贫这个问题上，政府和社会企业的目标是很容易达成一致的，而资本只要看到商业模式可行，也会积极参与。但是教育，医疗，环保等涉及到所有公民利益的领域，虽然有一些案例，但是都是在边缘操作，我们还没有看到真正触及核心问题的社会企业模型。可以说，在这些领域，如果没有政府某种形式的支持，社会企业是无法真正有所作为的。随着新一届政府把目标由单纯追求 GDP 经济发展转移到更加注重民生发展，我们期待未来五年内政府提高教育和医疗公平性，防治污染等领域与有之相似宗旨的社会企业在目标上有更多的交集，提供更宽松的空间，持更积极的态度，给予更多的支持。



结语

虽然“社会企业”的概念和作用在全球范围还存在争议，在中国的发展也是小荷才露尖尖角，但是其意义是深远的。理想的社会，所有的企业都应该是社会企业：为社会成员提供均等的机会，为社会创造有意义的价值，不给环境造成破坏。但是人性中的自私和贪婪使得商业这种本来中性的社会组织和社会行为变得利弊共存，甚至弊大于利。社会企业在欧美资本主义发达国家的兴起，也许代表着人类对商业企业制度的反思和变革。中国经过过去三十年快速的经济的发展，虽然物质财富有一定的积累，但是却严重破坏了社会价值观，也带来贫富差距加大，环境破坏等恶果。社会企业虽然不是万灵药，但是至少提供了一条了创造物质财富与平衡社会和环境代价的新思路，在处在转型期的中国，是极具倡导和实践意义的。我们期待借此报告，使更多的人认识和了解社会企业，共同推进社会企业在中国的发展。

赵萌，《社会企业在中国崛起》，21 世纪经济报道，社会创新版，2012 年 6 月 19 日

附录二： 中国主要社会企业支持机构

一、BC 社会企业家技能 (SfSE) 项目

“社会企业家技能” (SfSE) 项目是一个计划由英国文化协会 (简称 BC, 在中国作为英国使 / 领馆文化教育处运作) 发起, 携手合作伙伴开展的一个大型全球项目。目前有中国和其它 13 个国家参与。本项目旨在支持被称为社会企业的机构以商业的方式来解决社会和环境需求问题, 并对所在社区做出积极的影响。项目于 2009 年启动, 向那些希望解决社会问题或已经付诸实践的社会企业家、非政府机构 (NGO) 从业者、社区领导者和年轻人提供技能培训、导师计划和来自英国的专业支持。

本项目也与多家机构及众多社会投资人 (social investors) 建立了合作伙伴关系。合作伙伴通过提供辅导和投入资金, 帮助本项目的参与者 (学员) 建立能创造就业机会并惠及社会发展的其它诸多领域的成功社会企业。此外, “社会企业家技能” 项目还组织公众活动和政策对话, 以推动社会企业和社会投资、企业社会责任及可持续的经济发展。

“社会企业家技能” 项目的内容包括:

(1) 培训

“社会企业家技能” 项目为约 1000 名已经付诸实践或希望进入本领域的社会企业家提供基础培训和深度培训。培训内容涵盖战略规划、财务管理、市场营销和媒体传播 / 沟通、社会影响评估及筹款等。

学员包括在机构起步期、成长期及成熟期的社会企

业负责人。这些学员所在社会企业的业务领域覆盖健康、养老 / 助老、扶贫、小额金融服务及环境保护等。

培训由英国和中国的专家共同参与, 培训专家中包括社会化媒体专业人士, 社会投资人和慈善家。这些培训使学员有能力优化他们的商业方案、提升管理技能、增强与投资方沟通的说服力。

(2) “希望工程激励行动” 项目

“希望工程激励行动” 由英国文化协会与中国青少年发展基金会共同主办, 旨在激励并培养大学生积极参加社会公益服务, 比如到为流动务工人员子女开设的学校讲课、探访养老院、推动可持续发展等。这个项目还帮助大学生创建自己的社会企业并与英国的社会企业建立联系。

(3) 奖励资助计划

每一年, 项目组织都与合作伙伴一起设置奖励方案, 并为此举办高规格颁奖典礼。奖励以合作伙伴以提供现金资助或非现金资助的方式, 颁发给优秀的社会企业。

至目前为止, 奖励资助计划已经向 66 个优秀的社会企业颁出共计人民币 900 万元的资金支持; 此外, 还颁出咨询辅导、媒体推广及筹款支持、英国考察访问等高附加值的非现金奖。

奖励资助计划可以为获奖机构带来更好的发展。在奖励资助计划中获奖的社会企业, 之后普遍实现平均年收入 30% ~ 40% 的增长。



在中国大陆，英国文化协会作为英国大使馆 / 总领事馆文化教育处开展工作。“社会企业家技能”项目自2009年起至今，培训了约1000名社会企业家，携手合作伙伴向66家社会企业提供了900万元人民币（90万英镑）的资金支持，举办沙龙、巡回演讲和其他公众活动，共计10,000位专家、慈善家和大学生参与通过社会化媒体促进社会企业理念在中国的传播，达1200万名受众，在中文媒体中形成超过1,000个社会企业相关话题的专门报道。

二、恩派（NPI）公益组织孵化器

NPI是一个非盈利组织支持机构的集合体，它的使命为“在中国推动社会创新、培养社会企业家”；NPI愿景是“在一个受到政策、服务与公众舆论全面支持的赋权环境下，所有中国的社会企业家与非盈利组织的实践者能都出类拔萃。”2006年NPI提出了“公益组织孵化器”的概念。2007年4月，NPI在上海创立了自己的第一个运行基地。不久，NPI又将包括办公室在内的基地扩大到了北京、成都与深圳。

NPI 的项目包括：

(1) 公益组织孵化器

公益组织孵化器项目向非盈利组织与社会企业提供

关键的资源，包括免费办公室与共享设施，系统性能力建设项目，小微贷款与注册和筹资方面的帮助。

(2) 公益创投

NPI近期与联想大中国区的联想公益创投项目展开合作，此外NPI还发起并推进上海社区服务公益创投竞赛，该竞赛由上海民政局主办。以改进公益创投基金的原型模式为中心目标，NPI正在建立一个向刚初创的非盈利组织与社会企业提供基金支持的平台，该平台同时也关注能力建设与资源网络的建立。

(3) 社区服务平台

该项目最早于2008年在上海浦东区发起，2010年又扩展至四川省。平台主要关注的领域包括：托管包括社区中心与其他平台在内的公共设施，训练社会工作者以更好地为社区成员服务，通过能力建设项目加强社区的功能等。

(4) 企业社会责任咨询

行动中的企业公民是一个由NPI发起的咨询组织，它向企业提供多种多样的社会责任咨询服务，例如企业社会责任战略计划与机制设定，慈善项目销售计划，管理咨询与评估等。

(5) 中国公益慈善项目交流展示会

NPI于2009年发起中国公益慈善项目交流展示会，旨在为草根的非盈利组织提供一个平台，展示它们最好的实践成果，并将捐助者与创新性项目联系起来。

(6) 非盈利组织能力建设项目

NPI 开展了许多能力建设项目包括培训课程、咨询服务、评价体系与组织评估。除了介绍国际非盈利组织能力建设的相关概念与课程，NPI 还努力发掘本土的课程内容与个案研究。

(7) 资金募集平台

上海公益事业发展基金会是一个由 NPI 发起的，由上海民政局支持的基金会。它力争保证非盈利组织与社会企业合理利用资金，帮助非盈利组织发展、为弱势群体提供服务并与利益相关方合作解决紧迫的社会问题。

(8) 上海社会创新孵化园

上海社会创新园于 2010 年 7 月成立，由当地政府与

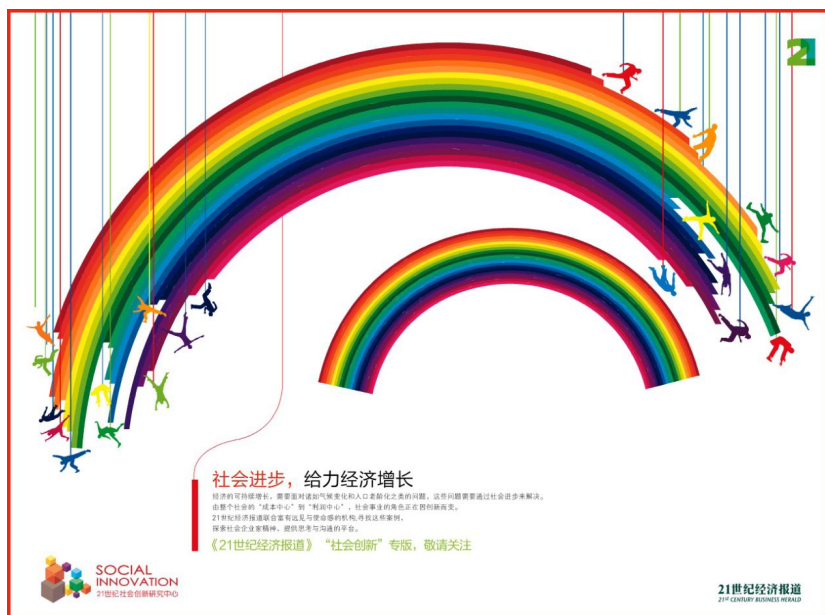
公民社会团体合作成立，由 NPI 负责运行。上海社会创新园主要向残疾人提供现场的职业技能训练与就业机会，目前它提供的项目包括了平面设计、艺术学校 / 画廊与手工艺品、呼叫中心、餐馆与管理训练。

(9) 出版物

《社会企业家》（此前叫做《非盈利组织概述》）杂志有八年的历史，是一本由福特基金会资助的月刊。该杂志致力于社会创新，以社会企业家与非盈利组织方面的专家为目标读者。

NPI 通过“社会力量兴办、政府政策支持、专业团队管理、社会公众监督、公益组织受益”的模式，培育和扶持初创期民间公益组织发展。目前，NPI 每年在中国孵化大约 30 家新成立的非盈利组织与社会企业。

三、《21 世纪经济报道》及 21 世纪社会创新研究中心



《21 世纪经济报道》创刊于 2001 年 1 月 1 日，为中国最大的全国性商业日报。2005 年 2 月，旗下《21 世纪商业评论》刊载的《社会企业家如何改变社会》，首次在国内传播社会企业理念，随后在 2006 年初集中刊发了十篇社会企业的相关文章，重点介绍在英美国家社会企业对于解决社会问题、整合社会社会资源的重要意义，推动社会企业理念在中国的初步传播。

出于对未来中国社会走向的关注以及财经媒体的社会责任感，2010 年，《21 世纪经济报道》创立“21 世纪社会创新研究中心”，希冀搭建一个跨界平台，融合商界、政界、学界及 NGO 等各方力量共同推动中国的社会创新事业。以“社稷需要、商业寻道”为使命，“21 世纪社会创新研究中心”开展了诸多活动，希望在中国点燃社会创新的火种。其主要包括：

(1) 自 2010 年起在《21 世纪经济报道》开辟社会创新月度专版，向中国各机关部委、财经及商业领袖、社会企业及社会创新领域研究者介绍国内外最新的社会创新理论、案例与动态。

(2) 与海航集团合作开展“社会创新创投竞赛”。竞赛针对海南目前发展遇到的社会议题，向全社会征集社会创新项目的规划和创意，给予获奖方案高额奖金。这不仅推动了海南经济和社会的可持续发展，也为其他致力于解决社会问题的社会创新团队树立了风向标。

(3) 定期与学术机构、商业机构、NGO、基金会和政府公共部门合作，邀约“社会创新”的前瞻者和开拓者，共同研讨社会创新和社会企业的热点议题。这其中，包括了“微型金融”沙龙、与斯坦福大学 PACS 中心举办系列合作沙龙等。

(4) 每年 11 月在美国加州举办“中美新公益慈善峰会”，探索新的公益方法与理论。每年 12 月，《21



世纪经济报道》为一周、参会嘉宾逾 3000 人的会议周上设有“社会创新国际论坛”，论坛邀请美国社会创新领域界的专家与学者与中国同仁共话未来。

(5) 发起“社会创新环球纪录片计划”，点燃中国年轻人的社会创新之梦。纪录片大使“阿菜”环游世界，记录各国年轻人的社会创新故事。他将带动更多的人拿起手中的 DV，记录社会创新实践影像，为中国的社会创新事业提供注入新的激情。

(6) 编译、出版等线下活动。为了让中国的社会创新团队随时掌握最新的业内动态，“21 社会创新研究中心”汲汲努力，编译出版各类社会创新丛书与文章。2012 年 7 月，研究中心正式出版《小钱大用：微型金融方案与案例》一书，在金融界掀起“微型金融”旋风。

在《21 世纪经济报道》的努力下，商界、政界、学界正逐渐形成“社会创新”的共识，越来越多的草根组织也因此受益。海航创新创投竞赛自开办以来，已吸引近百支参赛队伍，其中评选出的数十个优秀的社会企业（如苗卉采桑子、博学生态村等），在资金与社会资源方面都得到了众多支持，开始了自己的发展之路。已有百余位来自政经界及学界的专家参与其论坛及会议，相关书籍与文章的编译与传播让社会创新的概念日渐深入人心。

四、友成企业家扶贫基金会

友成企业家扶贫基金会（以下简称友成或基金会）是经国务院批准成立、在民政部登记注册、具有独立法人资格的非营利性社会公益组织；是国内首家由中国大陆、香港和台湾企业家共同发起，以推动社会公正和谐发展为目标，以扶贫和发展领域的社会创新支持平台为定位，以发现和支持“新公益”领袖人才，建立跨界合作的“新公益”网络为使命，以参与式资助为主要运作模式的创新型非公募基金会。基金会的主管单位为国务院扶贫开发领导小组办公室。

友成将自己定位为社会创新的平台支持型和倡导型基金会。这个定位既区别于草根 NGO 的服务性组织，也区别于实操型的公募基金会。所谓倡导就是改变利益相关者态度、影响利益关系和资源分配结构。友成基金会自主创造性地发展出一种平台项目，如“志愿者驿站”和“社会资源协调平台”两大公益平台。“平台型项目”是公益事业的公共基础设施，它能更有效的连接需求和供给，开展和提高公益资源利用效率，解决社会问题，创造社会价值。平台是公益领域专业化分工合作的一个表现，能够整体上提高公益领域的运作效率，将引领“公益行业的革命性分工”。

围绕愿景和使命，友成基金会进行了三大方面的探索和努力：

1、建设跨界合作的“新公益”服务网络 and 平台。

（1）扶贫志愿者行动计划，建立了众多志愿者驿站。

（2）开发、搭建了社会资源协调平台。

（3）开展了文化社区项目。

2、发现并支持以社会创新的方法解决社会问题的“新公益”领袖。

先后开展了北大社会创新学分课，社会企业家技能培训，新公益领导力发展研修班，常青义教，小鹰计划，创业咖啡，香港青年乡村服务，调研中国，百人计划，哈佛种子班等一系列旨在发现、培育并支持“新公益”人才的项目。

3、围绕“新公益”进行研究倡导。

与中央编译局合作开展社会创新比较研究，合作出版了《社会创新蓝皮书》、《社会创新与社会企业译丛》；举办了“社会创新论坛”、“新公益学社”、TEDx Beijing 活动、新公益嘉年华等活动；成立了“清华——友成社会创新中心”。

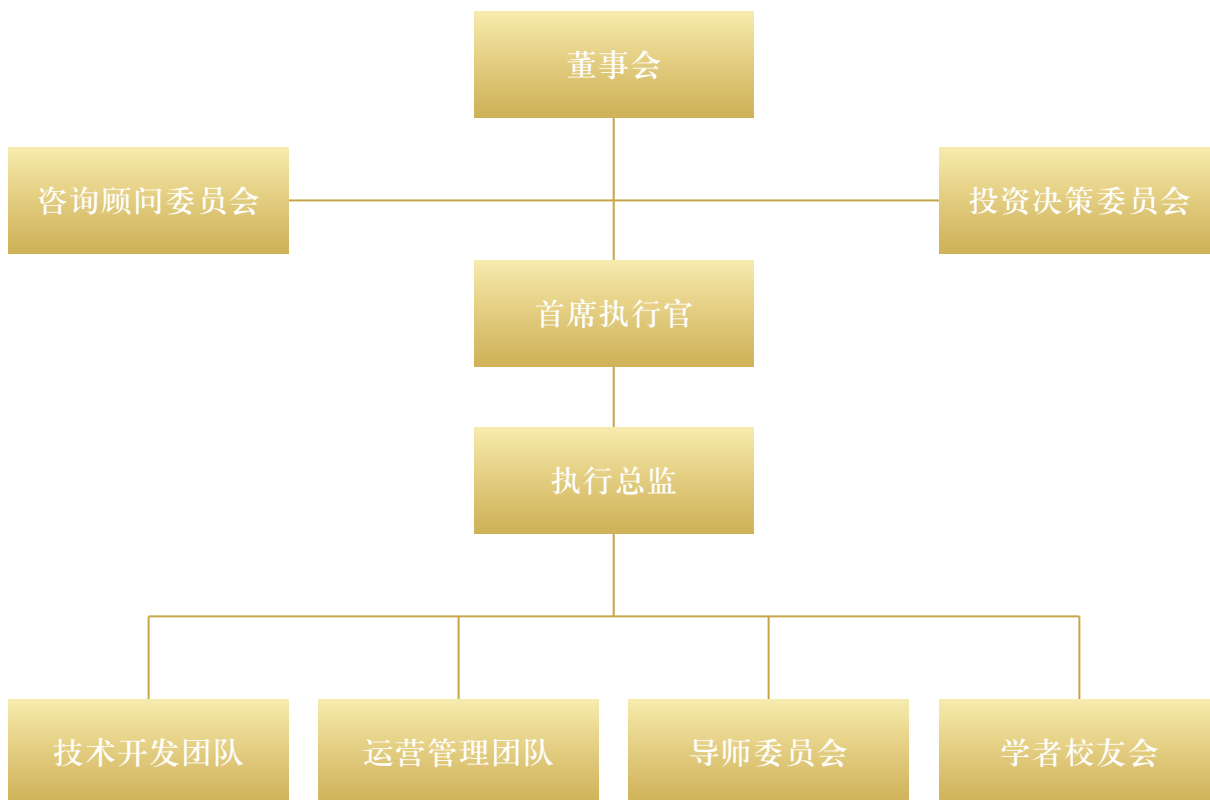
截止 2012 年 7 月，基金会累计获得捐赠收入 2.81 亿元，比 2007 年初友成基金会的注册资金 2000 万元增加十四倍之多。基金会五年累计公益总支出达 1.10 亿元，占五年全部收入的 35.28%，其中 2008 至 2011 年公益支出占上一年度净资产的平均比例为 20.80%，远远高于国家规定 8% 的水平。截止 2012 年 6 月底，基金会拥有净资产 18577 万元。五年的公益支出 1.1 亿元，创新项目和项目平台 11 个，资助各类社会组织及其公益项目 65 个，受益人群遍布全国 16 个省市。



五、易社计划

易社计划是一个每年总赞助超过 200 万元的扶持计划，旨在扶持创业者运用创新的可持续的商业途径解决社会和环境问题。它希望找到大中华地区最具潜力的社会企业创业者并帮助他们扩大企业的社会影响力，打造大中华地区最具有影响力的社会企业家国际社区以推动中国社会企业的发展进程。每年易社都会从数千份项目申请中选拔出 30 位在中国进行社会创业的企业家作为该年度重点扶持的对象，也称“易社学者”。

易社的组织结构如下图所示：



易社计划的项目包括：

(1) 跨国培训

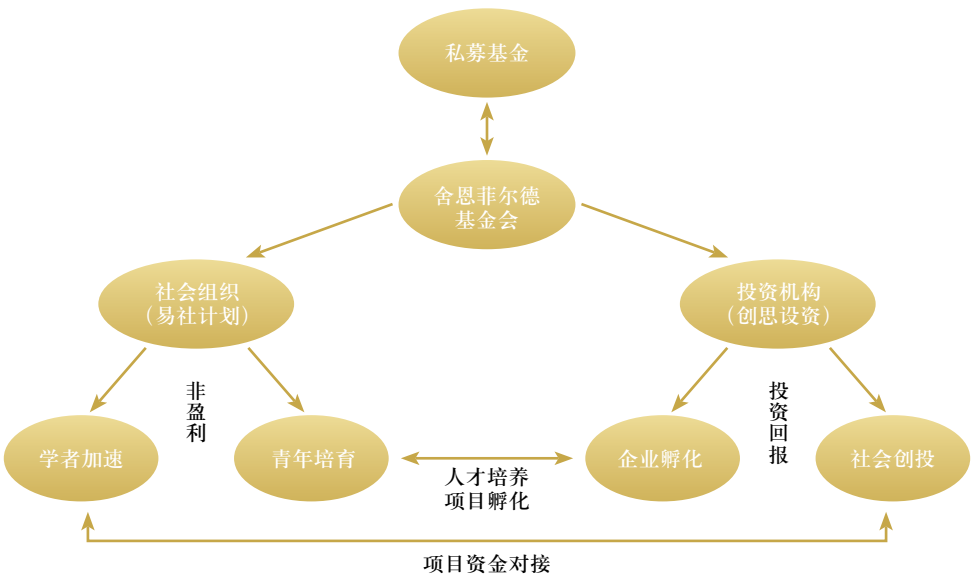
易社最核心价值在于高质量的中美跨国社会企业家培训之旅。易社为学者提供全额赞助的美国培训之旅安排在每年的四月中旬。为期两周的美国培训之旅，易社给社会企业家提供多样化的课程及许多与美国投资人、成功企业家对话的机会，并带领他们参观走访世界知名的社会企业。培训之旅曾与耶鲁大学创业学院、哈佛大学肯尼迪学院的豪泽中心、斯坦福大学设计学院等开展课程。每年的九月中旬，它为易社学者开展为期一周在国内举办的社会企业家培训之旅。中国培训之旅为学者提供更具深度以及本土化的课程、对接国内投资者以及媒体资源、参访学习国内的社会创新孵化园和社会企业。

(2) 网络课程

易社还会为学者提供一系列独家线上课程、行业报告新闻、创业工具等学习材料。

(3) 导师及专家配对

易社计划的运行模式如下图所示：



易社将为学者量身定制匹配一位富有经验的创业导师。他 / 她会将自己资深的经验和广泛的人脉资源与学者进行分享，帮助其制定和优化战略、拓宽企业社会影响力。

(4) 领域专家咨询服务

易社为学者提供专业顾问的资源库，涵盖营销、法律、融资等领域。

(5) 投资机会

易社致力于对接国内外不同类型的融资机会，包括天使投资人和创投基金，支持学者不断创新和实验，在走向规模化的道路上助您一臂之力。

(6) 校友网络

在学者项目结束之后，学者能够进入社会企业家校友网络，同时可以继续获得投资机会和社交机会。校友理事会将负责组织聚会以及其他的活动，打造一个活跃的沟通互助平台，并且每月通过邮件收到关于易社的最新活动消息。

经过近 5 年的发展，易社社区目前已经拥有 135 名学者构成社区校友，其中已经成立并取得积极社会影响力的社会企业有接近 90 个。

每年，易社计划会定期统计易社学者校友的社会企业发展进程，其中包含以下指标：企业年度人工增长数、企业年度收益增长率、企业年度社会影响力增长率等三大指标，并将其总数的平均指数作为年度的社会效益评估指标。

六、FYSE

FYSE 的使命是：通过帮助社会企业家实现最大的影响力以应对不断增长的社会与环境挑战。我们亟需更多创新式的人物与组织来应对不断增长的社会与环境挑战。

FYSE 相信，人们在一群志同道合者及相关项目的帮助下，能够对这些挑战造成显著影响。我们相信，只要采取行动，虽然这些行动有些影响力很大，有些却微不足道，但这些行动只要汇聚起，就会创造一个更好的世界。

FYSE 由一个国际化的董事会领导，并由一个国内外专家领衔的顾问团提供智力支持。2008 年，Andrea Lane 创立了 FYSE，她现在仍是执行董事。

FYSE 通过以下途径实现使命：

(1) 试点并扩大直接针对社会企业家的项目与服务（尤其是女性社会企业家），使他们能更好的发起、提供与扩展针对环境与社会问题的解决方案。

(2) 建立起一个有效率的生态系统，该系统正汇聚越来越多的公司、专家与 NGO 为社会企业家提供帮助。

(3) 将创业能力培养领域的领导者与各组织联系起

来，通过知识共享、信息传递与同行学习，为社会企业家提供更多、更大规模的、有影响力的服务项目。

项目包括：

(1) 中国社会领袖项目 - 这是一个定制的、模块化的项目，它通过自省、培训以及同行学习来识别中国社会组织中的人才，并培养新兴领袖。

中国的社会组织内部拥有大量满怀激情为这项事业奋斗的人，但是他们缺乏技巧去实践他们亟待开展的项目，也缺乏领导、激励他们员工的方法。该项目致力于创造一个人才库，这个人才库聚集了即将在社会企业或非政府组织内掌权或刚刚上任的新兴社会领袖。

(2) “星火：她”孵化器 (Sparks: She) - “星火：她”孵化器鼓励、培养女性社会企业家，并加速她们的成长。该项目的部分内容，为处于一个社会企业初创期的女提供为期一年的培训。这个为期一年的孵化过程的特别之处在于，除了像传统孵化器一样关注人际网络建立、信息共享方面的培训，它将重心放在女性、社会企业及其团队合作方法上。

(3) 社会创新学院 - 亟需更多的创新人物与创新组织，来应对不断增长的社会与环境挑战。通过提供由实践者指导的、为期 3 个月的学习机会，社会创新学院的旨在激励更多的人探索应对社会挑战措施，并将他们关于社会公益的想法付诸实践。

FYSE 以收到的捐赠或赚来的收入为基础，通过混合收入模式运行。FYSE 通过自己的“模范奖学金”(Paragon fellowship) 支持了 156 家社会企业；受支持的社会企业创造了 1718 个工作机会，吸引了 1800 多位志愿者；选择的社会企业家中，有 94% 在获得奖学金后仍然在继续为自己的企业努力工作；48 家合作组织正联合支持亚太地区的青年社会企业家；102 位商界领袖与企业家参与到组织之中，充当社会企业家的导师、培训者以及顾问。

