

FYSE: 2012 China Social Enterprise Report

社会企业家本地化、NGO 市场化

# FYSE 发布 2012 中国社会企业报告

尽管中国社会企业的公众意识在逐渐增强,但公众对于中国社会企业的现状、规模和影响仍知之甚少。为填补这个空缺, FYSE (青年社会企业家基金会) 在中国的社会企业家中进行了连续两年的年度调查。其 2012 年的报告在众多行业专家的辅助下, 由安德烈·雷恩 (Andrea Lane) 编写完成, 其中数据来源基于 2010/2011 冬季和 2011/2012 冬季收集的两组数据之上; 由在线问卷基于 52 家中国的社会企业收集的有效数据; 对行业专家的访问, 他们代表了 12 家扶助社会企业家的组织。

本文现摘取其最新发布的《2012 社会企业报告》中的关键调查成果以作分享。

## 中国社会企业总述

当社会企业家的概念于 2004 年在中国初浮水面之时, 并没有广泛流行开来, 直至两年后, 特别是在 2008 年四川汶川地震发生后, 才开始大为发展。从那时起, 社会企业和其倡导者们——孵化中心、社会效应投资人、媒体和学术研究者——就开始在全中国迅速扩张开来, 尽管时至今日, 这个初生的领域仍然留有广阔发展和生长的空间。

仅从数据来看, 中国社会企业在就业岗位创造、规模和个体动机上的潜力与包括英国和印度在内的所有国家的社会企业极为相似。然而, 由于政府的高度影响力和从中扮演的角色, 以及仅在中国出现的初期支持结构, 这些社会企业所面对的、也是他们所要运行和挑战的企业生态系统, 却是前所未有的。

但只要能以下几点建议上下功夫, 包括对初期社会企业的原始资助、升级支持网络和媒介以及构建整个部门的人力资源深度, 我们相信中国的社会企业有能力对创建和谐社会做出贡献。

## 行业标志性事件

**2004 年** 第一届“中英社会企业与非营利组织座谈会”召开  
戴维·伯恩斯坦 (David Bornstein) 的《如何改变世界: 社会企业家与新思想的威力》与查尔斯·里德比特 (Charles Leadbeater) 的《社会企业家的崛起》两书的中译本问世

**2007 年** 恩派启动了公益组织孵化器项目

友成企业家扶贫基金会创立

**2008 年** 四川汶川地震  
英国文化协会发起“社会企业家技能”培训与奖励项目

**2009 年** 青年社会企业家基金会启动“典范”奖励金项目

**2010 年** 舍恩菲尔德基金会发起“易社”奖学金项目  
南都公益基金会发起银杏

## 伙伴成长计划

### 中国社会企业家的动力

三股并驾齐驱的内力正影响着中国社会企业家的成长:

**加剧的社会经济悬殊** 在过去的三十年中, 中国使数以万计的人口脱离贫穷, 然而中国的经济发展已经导致了环境的恶化、城乡差距的加剧和可能危及国家稳定的社会悬殊。中国公民社会和社会企业正为通往可持续发展探索着另一条道路。

**NGO 的资金匮乏** 中国的经济腾飞已经使传统的国外捐赠者减少了对中国的资助, 而中国的基金会和慈善家等新生捐赠者尚未能填补这块资金空缺。因此, 一部分 NGO 正从市场化和商业化入手, 继续提供服务, 并实现财政的可持续性。

**社交媒体的兴起** 社交媒体为公众提供资讯和表达观点的机会、分享突发事件, 使他们能在由国家管控的媒体所限制的话题上进行协作和讨论。中国现有超过 5.13 亿网络使用者, 社交媒体正悄悄地构建着公民社会, 网民也真正成为一股不可忽视的力量。

### 关键性数据

**63%** 社会企业家大多数为接受过高等教育、有一定国际知名度的中年人士。在本调查中, 63% 的中国社会企业家都介于 31 至 40 岁之间, 且所有企业家均拥有本科学历。不仅如此, 近半数的社会企业家曾于求学或就职于国外, 许多人由此接触并向往社会企业, 从而一回国就朝此方向努力。然而, 相比 2011 年的调查, 拥有国际背景的社会企业家人数却在减少, 可见社会企业正逐渐地本地发源化。

**72%** 中国社会企业中的劳动力, 女性占主导地位。在毛泽东宣布“妇女能顶半边天”几十年后的今天, 女性占了社会企业家的 42%, 社会企业中超过 70% 的劳动力均为女性。

**NGO 开始商业化** 由于收入的短缺和机构性的挑战, 越来越多的 NGO 正着手市场化和商业化的转变。然而, 由于往往许多组织在努力成为社会企业的途中还是回退到依赖于捐赠的状态上, 很多中国专家也对 NGO 成功转变为可自力更生的社会企业的能力发出了质疑。他们更倾向于相信最有前途的中国社会企业将诞生于商业部门, 但在中国的商业领域, 这些或已诞生了的企业可能还不知道社会企业的概念。



去年初, 海南“博鳌青年领袖圆桌会议”现场, 姚明为代表的一批有志之士相聚探讨解决社会问题的途径, 社会企业越来越多地出现在国内主流话题讨论范围之内

“

中国的社会企业家正初次面对繁杂的社会和环境难题, 并首次重新定位着企业在社会中的角色, 报告第一次如此近距离地观察这些新兴企业家们的表现, 以及分析他们所面对的挑战。

”

**63%** 社会企业仅在一定的地理范围内运营。63% 的社会企业在单个城市或村镇范围内运营, 13% 在单个省内运营, 17% 达到了全国程度, 8% 在国际范围内运营, 而这 8% 中通常是将其产品在国际市场上销售, 而不是在国际间推行其服务。

2/3 的被调查社会企业将其总部设于北京或上海, 因为这两地能让企业家接触到大量储备的人才、财政资金和交际网络, 并

更接近省级和区级以上、思想较开放的政府机构。

**66%** 机构注册难和缺乏良好的机构管理是主要的绊脚石。由于本报告中的社会企业在中国仍是一个相对较新的概念, 目前还没有明确的相应法规, 他们只能遵循现有的法律框架。这给社会企业带来了诸多困难, 但同时也为他们在选择法定形态上提供了自由, 供选的广泛形式包括商业公司、农业合作社和社会福利企业 (SWE) 等等。事实上确实如此, 调查中 66% 的社会企业均注册为公司, 20% 为 NGO, 而其余 14% 则根本没有进行注册。

**54%** 幼龄化反映了社会企业概念的近期热度。54% 的社会企业于过去 3 年中成立, 38% 的企业成立超过 5 年, 数量比 2011 年增长了 15 个百分点。而另一方面, 处于初期的社会企业则为数不多, 成立两年内和成立 3 至 5 年内的企业数量都在减

少。研究显示, 一大部分社会企业都无法完成由初期成立到组织成型的成熟转变。

**71%** 由于成立未久, 社会企业仍然受限于自身的规模和经济影响力。71% 的受访企业年收入低于 50 万元人民币, 甚至成熟的社会企业也停留在低水平的收入阶段。例如, 调查中只有两家社会企业收获高于 1000 万人民币的营业额。受访企业平均创造了 7 个就业岗位和 2 个志愿者岗位。

## 中国社会企业的挑战

中国的社会企业面临着一系列挑战, 有些挑战与世界范围内的同行所面对的大体相同, 有些则是中国仅有的。主要的挑战聚集在以下三项主题上:

资金的获取, 86% 的社会企业家视夹层融资 (介于股权与债权之间的资金) 的获取为严重或重大的挑战。

尽管人才储备正在不断地提升自身的社会意识, 58% 的受访者仍将获取和留住人力资源列为严重或重大的挑战。

中国政府的形态意味着政府法规对社会企业有着重大的影响, 能够帮助这个部门成长也能遏制这一成长延迟数年。47% 的受访者表示现有政策或类似政策的缺乏为自身运营的严重或重大挑战。

(高文兴/摘译)

## 链接

FYSE (青年社会企业家基金会) 为注册于香港的公益组织, 是亚洲范围内社会企业家的领头人, 致力于激励、对接和加速社会企业家以及对他们产生支持的领域。

中国社会企业对各自挑战的认同度

