

中国认证社会企业 2020 年调研报告



本报告由中国社会企业服务平台 SCECS、深圳社创星社会企业发展促进中心委托，由社界企业管理咨询有限公司联合撰写。旨在为中国社会企业认证体系的优化升级提供思路和研究数据，深度挖掘社企认证需求，提升认证价值，更好地服务于社企发展。



©2020 年 9 月.本报告版权由社界企业管理咨询有限公司于中国社会企业服务平台所有。



前言 PREFACE

社会企业最早出现在国内是 2009 年,由友成企业家扶贫基金会与英国大使馆文化教育处(BC)共同推出了社会企业家技能项目。社会企业家技能培训项目旨在向那些希望解决社会问题或已经付诸实践的社会企业家、非政府机构从业者、社区领导者和年轻人提供技能培训、导师计划、专业支持及对接社会投资的机会。

1

2015 年,由中国慈展会筹办的中国社会企业认证(行业认证)开启了国内社会企业规范化的进程。2018 年,佛山市顺德区政府、成都市政府、北京市政府相继开展了社会企业地方认证,让社会企业参与到社区治理成为解决社区问题的新方法、新思路。社会企业逐步得到了更多民众的认可。

2

社会企业成为一股潮流,除了需要有培训教育与认证孵化之外,还需要有社会企业的研究作为支撑。为了更好地了解认证成功的社会企业,摸清企业对于社会企业概念的认知,梳理社会企业的价值体现与影响力情况,我们做了关于认证的社会企业调查研究问卷,通过对问卷的整理归纳,形成了认证的社会企业调查研究报告。

3

目录 CONTENTS

01	样本特征	2-10
02	企业使命与价值	11-13
03	企业运营情况	14-20
04	企业外部价值与影响力	21-28
05	社企的价值与身份认同	29-32



01

样本特征



企业基本情况

企业类型

企业所在地

认证类型

认证次数

涉及领域

填写人身份



企业经营状况

收入规模

主营业务收入来源

业务增长情况

善见未来

GOOD AT SEEING THE FUTURE

企业基本情况

社会企业类型

此次调研的样本企业数量为 67 个，其中无效问卷 0 份，有效问卷 67 份。67 份问卷均属于地区或/和行业认证的社会企业，其中属于公司性质的有 62 家，占比 92.54%，社会组织 4 家，占比 5.97%，农民专业合作社 1 家，占比 1.49%。

国内对于社会企业的普遍认知是以商业手段解决社会问题，这也反映在此次调研中。根据图 1-1 所示，自带营利性的公司类社会企业占比绝大多数。社会组织虽然不是营利企业，因为考虑其天生具备社会属性，在行业、北京的社会企业认证标准中，社会组织是可以被认证的。所以样本中出现的社会组织都是由行业、北京市认证的，成都市认证的社会企业均为公司。有趣的是，农民专业合作社这样具有中国特色的企业类型也出现在样本中，足以见得国内的社会企业认证十分符合中国国情。

n=67; 单选题		选项	数量	比重
企业类型		公司	62	92.54%
		社会组织	4	5.97%
		合作社	1	1.49%
合计选择次数			67	100.00%

图 1-1 社会企业类型情况统计

企业所在地

从图 1-2 可以看出，在四川省的社会企业占比 62.69%，占到了调查样本的大多数，而这 42 家企业中，有 41 家是成都市认证的社会企业，可以看出成都市社会企业认证在四川省的主流程度，这与成都市政府对于社会企业认证的重视

有正相关性。样本中其他地区社会企业分布情况为：北京市占比 22.39%，广东省占比 4.48%，上海市占比 2.99%，浙江省、河南省、湖北省、湖南省及西藏自治区各有 1 家社会企业，均占比 1.49%。样本中所属成都市的社会企业较多，在随后的题目中可能会带来的区域性特征，这是因为近两年社会企业认证在成都得到了政府的大力支持与推广，认证成为社会企业的企业数量较多，故样本呈现区域性特征是无法避免的，但这也侧面反应了国内目前社会企业发展的具体情况。



图 1-2 企业所在地情况统计

认证类型

问卷统计的认证类型，主要包括行业认证（中国社会企业认证）及地方认证（成都市社会企业认证、北京市社会企业认证及顺德区社会企业认证）。

根据图 1-3 统计，通过行业认证的企业 50 家，占比 74.63%；通过成都市社会企业认证的企业 31 家，占比 46.27%；通过北京市社会企业认证的企业 12

家，占比 17.91%；通过顺德区社会企业认证的企业 1 家，占比 1.49%；通过行业认证及成都市社会企业认证的企业 17 家，占比 25.37%；通过行业认证及北京市社会企业认证的企业 10 家，占比 14.93%。

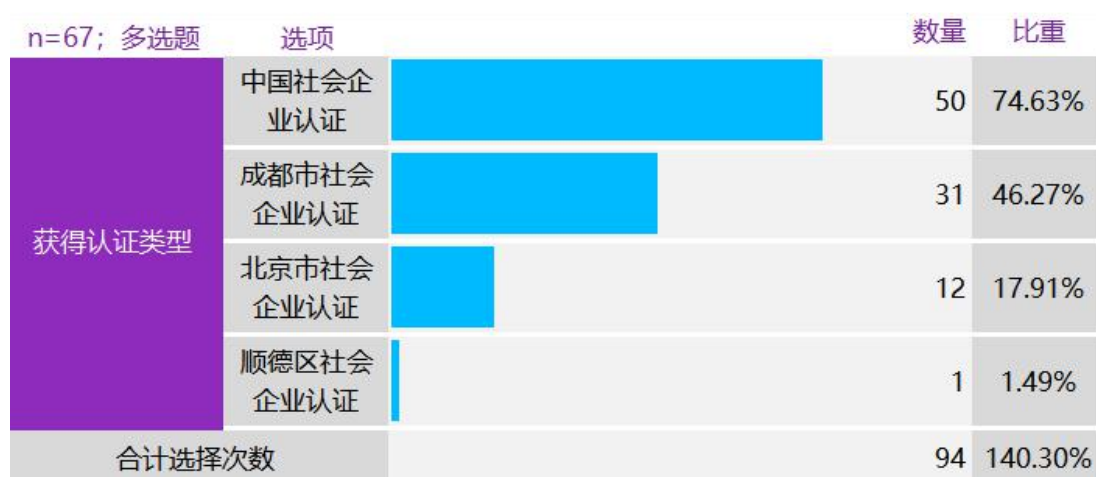


图 1-3 企业获得认证类型情况统计

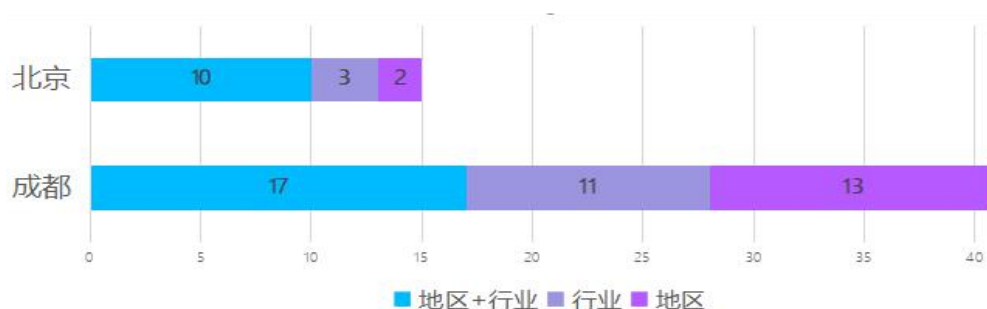


图 1-4 北京市与成都市社会企业认证类型分解情况统计

获得认证的次数

统计企业获得社会企业认证的次数，可以看出企业对于社会企业的认可度及接触社会企业的时间早晚。如图 1-4 所示，样本中，有 85%的企业属于首次获得认证的企业，获得两次认证的企业占比 12%，获得三次认证的企业仅有 3%。

从数据占比来看，社会企业认证在近两年得到了更多的关注，越来越多的企业选择认证成为社会企业。

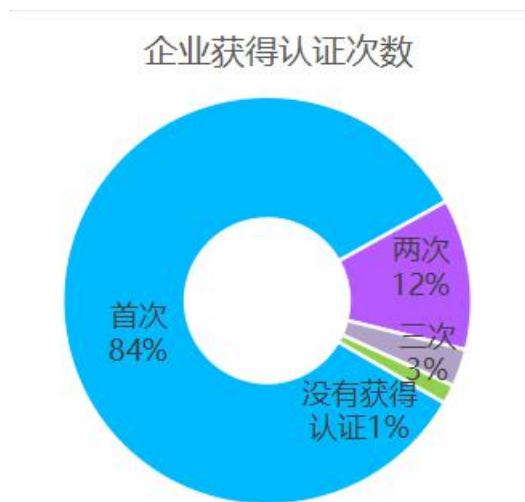


图 1-5 企业获得认证的次数占比

涉及领域

我们对于社会企业使命要解决的社会问题归属的社会领域进行分类，根据目前已认证社企领域可分成 16 类，包括：教育与培训、绿色经济与生态环保、就业促进、乡村发展与农林牧渔、养老服务、医疗与健康、社区经济、文化教育、食品与生命安全、社会支持服务、无障碍服务、住房与居住改善、科技创新、生产制造、普惠金融服务（公益金融）及其他非特定社会领域。

由于企业可能涉及多个领域，故此题为多选题。如图 1-6 所示，样本企业中有 23 家涉及教育与培训，占比 34.33%；有 15 家涉及绿色经济与生态环保，占比 22.39%；有 10 家涉及就业促进，占比 14.93%；有 9 家企业涉及乡村发展与农林牧渔，占比 13.43%；分别有 8 家企业涉及养老服务和医疗与健康，分别占比 11.94%；分别有 7 家企业涉及社区经济和文化教育，分别占比 10.45%；剩余领域，包括食品与生命安全、社会支持服务、无障碍服务、住房与居住改善、

科技创新及生产制造，均有少数企业涉及；普惠金融服务（公益金融）没有企业涉及；其他非特定社会领域有 9 家企业涉及，占比 13.43%。此题企业总共选择次数为 110 次，平均每家企业作出 1.64 次选择，可以看出一部分在实现社会使命的过程中业务模式会跨越多个领域，应用场景也是比较多元。比如就业技能与促进，就会在解决这一社会问题的同事跨越多个领域，不同领域同样的问题也会有不同的商业场景，也体现了解决社会问题的多元性和复杂性。

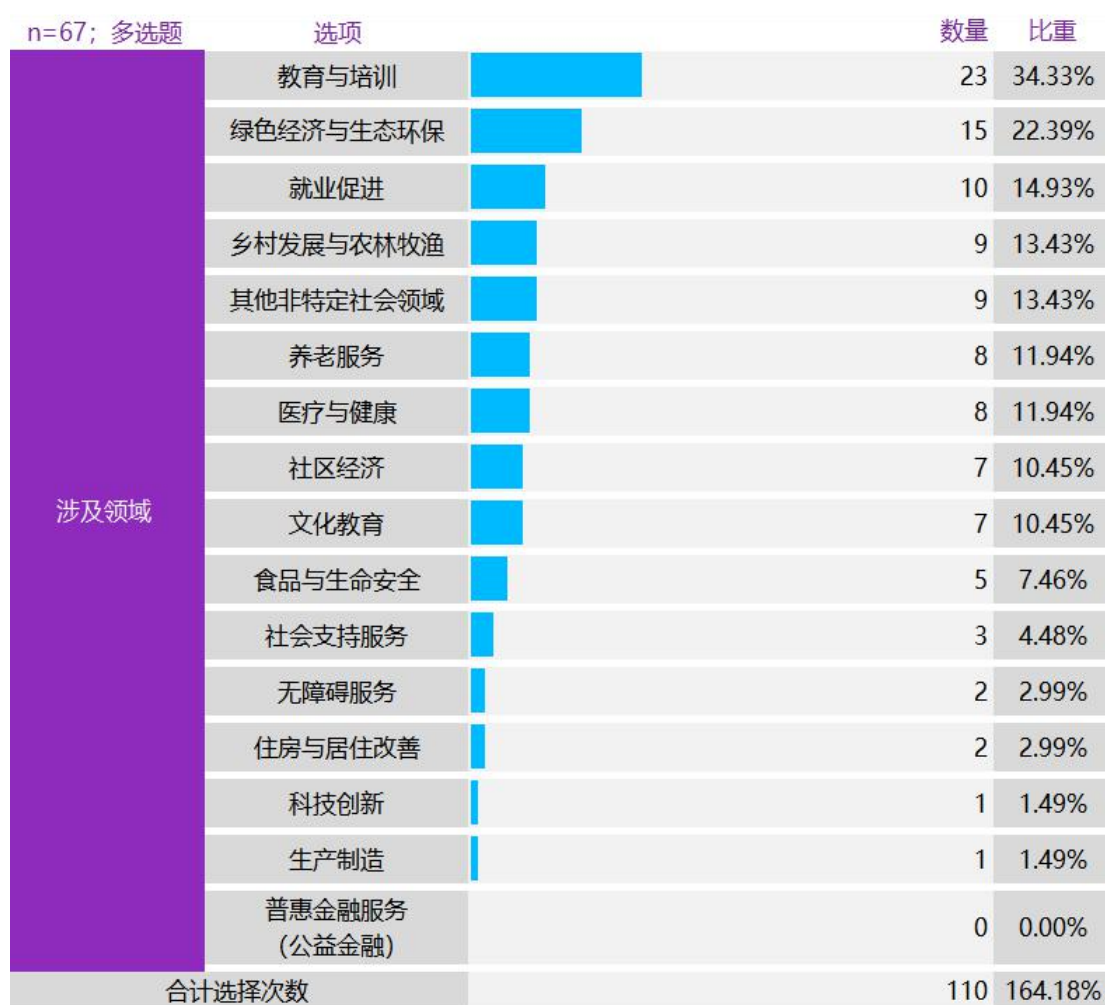


图 1-6 社会企业涉及领域情况统计

填写人身份

此次调研问卷的填写人中，创始人占比 52.24%，机构负责人占比 13.34%，机构对外联系人占比 28.36%，说明此次问卷收集质量较高，大多为创始人本人或机构负责人。具体见图 1-6 所示。

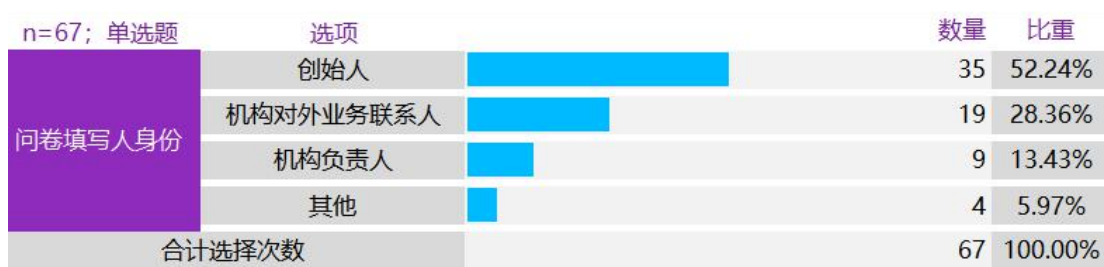


图 1-7 企业问卷填写人身份情况统计

企业经营状况分析

收入规模

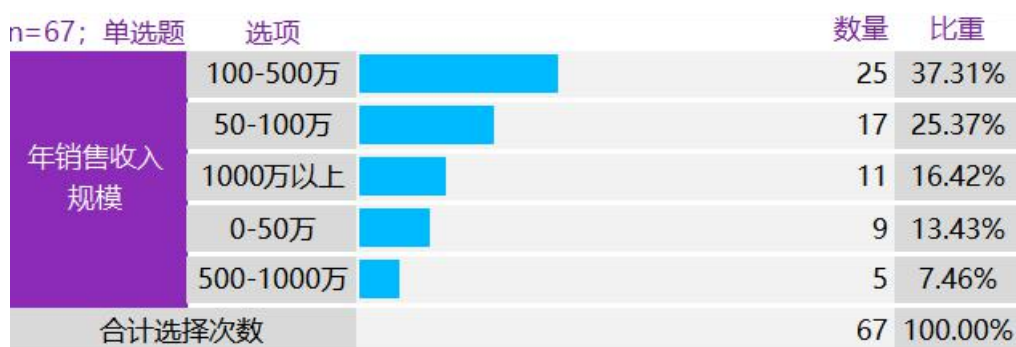


图 1-8 企业年收入范围情况统计

接受调研的社会企业中，年收入在 50 万以内的企业占比 13.43%；年收入在 50-100 万的企业占比 25.37%；年收入 100-500 万的企业最多，高达 25 家，占比 37.31%；年收入 500-1000 万的企业占比 7.46%；年收入 1000 万以上的

企业占比 16.42%。以上数据可以看出，此次调研的社会企业大多年收入在 500 万以下，但 500 万以上收入的企业也有 23.88% 的比例，说明社会企业在营业收入上也具备潜力。

主营业务收入来源

根据问卷结果显示，91.04% 的企业主要收入来自于主营的产品和服务，46.27% 的企业通过政府购买的方式，少部分企业主营业务收入来自机构或个人捐助以及其他收入。此题设置为多选题，因为考虑到大多数社会企业可能依靠政府购买或者第三方捐助，但通过调研结果看出，绝大多数企业依靠自身的产品与服务作为收入主要来源，说明绝大多数的社会企业具备自我造血能力。

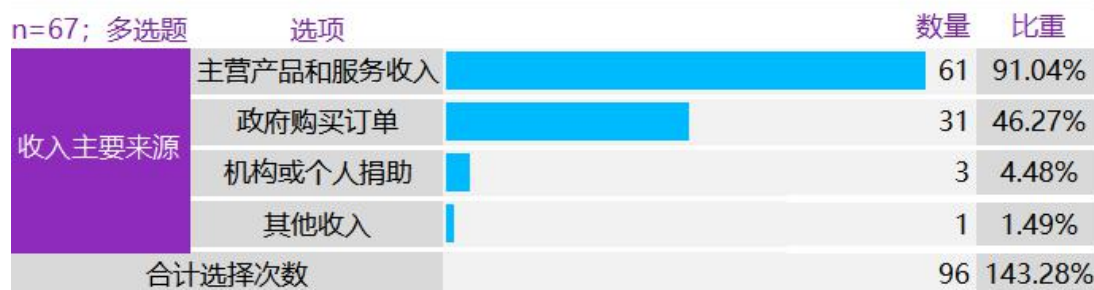


图 1-9 企业收入主要来源情况统计

业务增长情况

关于企业过去三年的业务增长情况，由于 2020 年受到疫情严重影响到了国内经济，许多企业受到波及，所以在调研过程中，我们也充分考虑到疫情对于社会企业的影响。在选项中提供了“受疫情影响有所下降”，有 52.24% 的企业选择了该选项，说明超过一半的社会企业受到疫情的影响。除此之外，有

37.31%的企业未受到疫情影响，企业的业务处于稳步增长中，说明企业商业模式得到了更大范围的验证，产品与服务得到了市场更多的认可。有 8.96%的企业业务情况不太稳定，1.49%的企业主要业务发生了调整，这部分企业值得我们更多关注。

过去三年业务发展情况

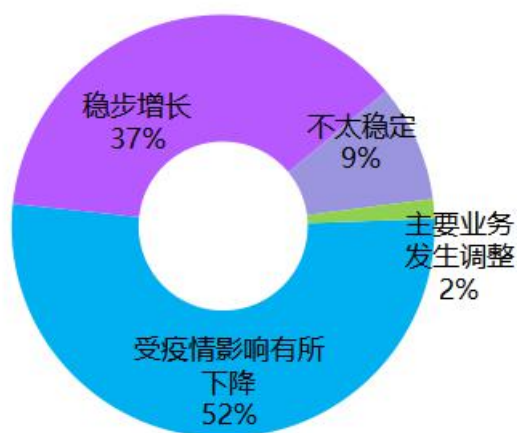


图 1-10 企业过去三年业务增长情况统计



02

企业使命与动机



创立动机



使命践行情况

创立动机

企业与企业家是两个不可分割的主体，一家企业的使命与企业家的动机直接相关。企业的创立动力可以决定一家企业今后的发展趋势。根据问卷结果图 2-1 看出，样本中有 62.69%的企业家创立社会企业的动机是“为解决社会问题”，有 23.88%的企业家认为创立社会企业是为了“个人与社会价值的实现”，这些都是很有社会企业家精神与特质的。有 13.43%的企业家选择了“社会问题中发现商机”作为企业的创立动机，这部分企业家在选择解决问题时也兼具商业思维。值得开心的是，样本中没有企业家单纯“为实现个人财富增长”而创立社会企业。

n=67; 单选题		选项	数量	比重
创立动机		为解决社会问题	42	62.69%
		个人与社会价值的实现	16	23.88%
		社会问题中发现商机	9	13.43%
		为实现个人财富增长	0	0.00%
合计选择次数			67	100.00%

图 2-1 企业创立动机情况统计

使命践行情况

企业的运营是动态的，而社会企业是企业运营过程中社会属性总和的体现。拥有以解决社会问题为首要目标的使命只是成为社会企业的第一步，如何践行使命，保持使命不漂移，是检验一家企业是否可以一直被标记为社会企业的关键。企业使命与商业模式的一致性，可以充分保证使命不漂移。

从图 2-2 中我们可以看出，68.66%的社会企业使命与商业模式相符度高，社会使命没有改变过；29.85%的社会企业在使命与商业模式的一致性上“有过调整但基本一致”；仅有一家企业其“方向有大变化”，说明其使命与之前的商业模式吻合度不够，可能存在使命漂移。

n=67; 单选题		选项	数量	比重
使命是否与商业模式一致	没有改变过		46	68.66%
	有过调整但基本一致		20	29.85%
	方向有大变化		1	1.49%
合计选择次数			67	100.00%

图 2-2 使命是否与商业模式一致情况统计



03

企业运营情况

- 企业业务能力
 - 信息化建设水平
 - 对外营销能力
 - 品牌管理能力
- 面临的主要问题
- 希望获得的帮助
- 疫情期间企业获得的帮助

企业业务能力

企业的可持续发展，企业自身业务能力是关键。本次调研主要考察了企业在信息化建设、对外营销及品牌管理方面的能力。

信息化建设水平

目前互联网信息技术已是老生常谈的话题，企业在信息化建设方面也是越来越重视。在外部环境日新月异的发展中，与时俱进不断更新企业自身能力、更快更好的适应环境是企业能更好生存的关键。有较高信息化水平的企业在未来发展上更能适应外部环境，问卷中调研了社会企业在信息化建设上的情况。根据图 3-1 所示，20.9%的企业“已实现全面的数字化运营”，7.46%的企业对“机构的客户实现了数字化运营”；而 56.72%的企业认为“机构只是实现了初步办公的信息化”，说明有一大半的社会企业在信息化建设上滞后；4.48%的企业“计划启动数字化转型”；还有 10.45%的企业“对数字化不甚了解也未实施”。以上数据可以看出，社会企业在信息化建设方面，大部分企业发展相对滞后。

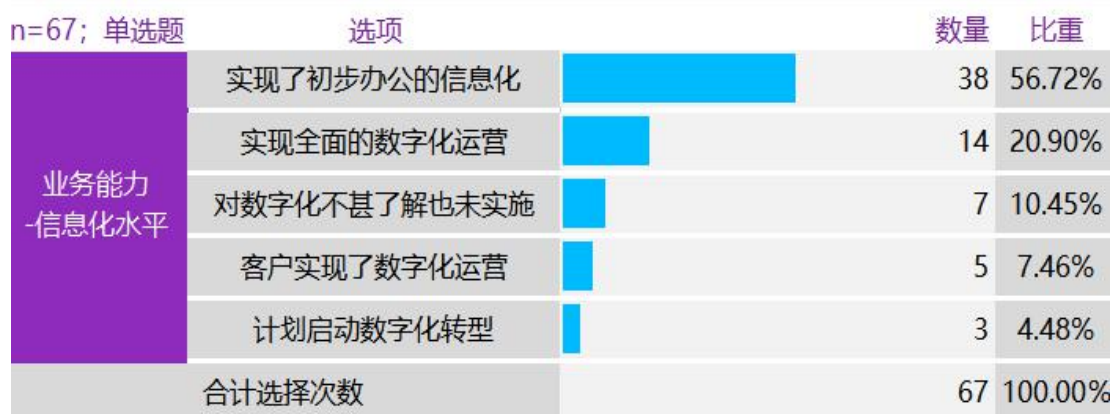


图 3-1 企业信息化水平情况统计

对外营销能力

企业要生存的根本是将自身产品或服务推广出去，从而实现自我造血能力，所以对外营销能力对于企业十分重要。此次调研问卷主要通过营销渠道与模式来衡量社会企业的营销能力，并且看出社会企业对外营销能力欠缺的共性在哪个维度。如图 3-2，67 家企业总共做出 276 次选择，企业平均做出 4.12 次选择，说明大多数企业采取了多维度的营销手段。“自媒体运营传播”、“线下展会活动及客户走访”及“长期客户合作关系”三个选项选择企业占比都超过 70%，说明 70% 以上的企业至少会采取以上三种方式之一拓展市场。选择“加入相关组织和协会推广产品服务”与“微信客户群运营精准营销”的企业占比均是 52.24%。还有 49.25% 的企业选择了“品牌运营与推广”，35.82% 的企业选择了“招投标项目合作形式”，10.45% 的企业选择了“其他形式”。

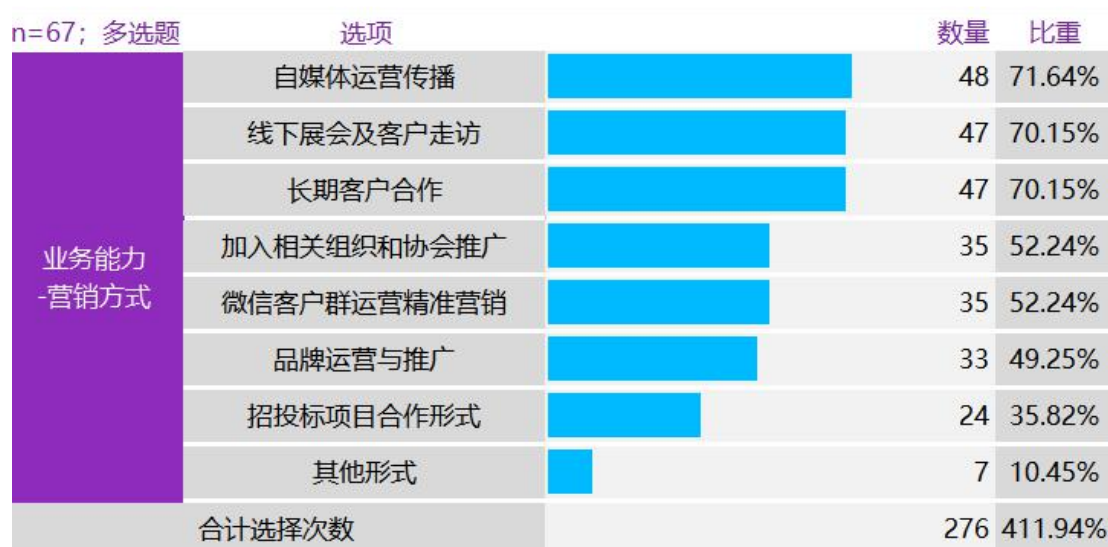


图 3-2 对外营销能力情况统计

此题显示出社会企业采取了多种方式进行对外营销，包括线上自媒体、微信群，线下活动、客户维持，加入行业协会、组织等，可以看出社会企业整合并运

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/465130212334011312>