

2025-2030年中国社会企业发展趋势与商业模式分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：社会企业基本概念**1.1 社会企业定义**

1.1.1 社会企业定义五要素

- (1) 目标设定要素
- (2) 收入来源要素
- (3) 利润分配要素
- (4) 资产配置要素
- (5) 治理结构要素

1.1.2 社会企业国内外定义

- (1) 国外社会企业定义类型
- (2) 国外社会企业法律形式
- (3) 本土社会企业的定义

1.2 社会企业与其他机构区别

1.2.1 社会企业、NGO、商业企业对比分析

1.2.2 社会企业三种运作模式类型

- (1) 重合式运作模式
- (2) 交叠式运作模式
- (3) 混合价值链模式

第2章：社会企业商业模式要素分析**2.1 商业模式分析方法**

2.1.1 商业模式总体结构

2.1.2 商业模式组成部分

2.1.3 商业模式核心要素

2.2 社会企业价值主张分析

2.2.1 社会企业利益主体及价值需求

2.2.2 社会企业产品/服务及效益

2.2.3 社会企业价值主张制定策略

2.2.4 社会企业价值主张案例分析

2.3 社会企业关键业务分析

2.3.1 业务模式几种分类

- (1) “补贴模式”
- (2) “权衡模式”
- (3) “同步模式”

2.3.2 社会企业业务领域分布状况

2.3.3 社会企业业务领域选择分析

- (1) 教育领域问题及投资需求
- (2) 医疗领域问题及投资需求
- (3) 扶贫领域问题及投资需求
- (4) 环保领域问题及投资需求
- (5) 社会弱势群体问题及投资需求
- (6) 公共卫生领域问题及投资需求

2.4 社会企业合作伙伴分析

2.4.1 社会企业与商业企业合作模式

2.4.2 社会企业与NGO合作模式

2.4.3 社会企业与政府合作模式

2.4.4 社会企业与金融机构合作模式

2.5 社会企业核心资源分析

2.5.1 优秀的人才资源

2.5.2 良好的社会关系

2.5.3 持续的利润来源

2.6 社会企业潜在客户群体特点及需求分析

- 2.6.1 捐助者/赞助商群体状况及需求
- 2.6.2 政府购买者群体及需求
 - (1) 政府购买公共服务国外经验
 - (2) 国内政府购买公共服务现状
 - (3) 国内政府公共服务购买对象
 - (4) 社会企业公共服务竞争力
- 2.6.3 公益机构购买群体状况与需求
- 2.6.4 一般传统客户购买者状况及需求
- 2.6.5 第三方受益人群体状况及需求

2.7 社会企业营销渠道分析

- 2.7.1 社会企业与商业企业营销异同点
- 2.7.2 社会企业营销推广渠道策略分析

2.8 社会企业客户关系分析

- 2.8.1 商业模式客户关系概念
- 2.8.2 社会企业客户关系策略

2.9 社会企业成本结构分析

- 2.9.1 社会企业成本构成特点
- 2.9.2 社会企业成本控制策略

2.10 社会企业价值创造与投资回报分析

- 2.10.1 社会企业经济价值创造与盈利模式
 - (1) 社会企业盈利能力水平
 - (2) 社会企业盈利模式创新方法
- 2.10.2 社会企业社会投资回报分析
 - (1) 社会企业社会投资回报构成
 - (2) 社会企业社会投资回报评估方法

第3章：世界范围内社会企业发展状况与经验借鉴

3.1 香港地区社会企业发展经验

- 3.1.1 香港社会企业现状
 - (1) 香港社会企业发展政策
 - (2) 香港社会企业发展规模
 - (3) 香港社会企业特色分析
 - (4) 香港社会企业发展障碍
- 3.1.2 香港社会企业发展模式
 - (1) 香港社会企业业务多元化
 - (2) 香港社会企业运作模式与特点
- 3.1.3 香港社会企业成功因素

3.2 中国台湾地区社会企业发展经验

- 3.2.1 中国台湾社会企业发展政策
- 3.2.2 中国台湾社会企业发展规模
- 3.2.3 中国台湾社会企业驱动因素
- 3.2.4 中国台湾社会企业运作模式

3.3 英国社会企业发展经验

- 3.3.1 英国社会企业支持政策
- 3.3.2 英国社会企业发展规模
- 3.3.3 英国社会企业社会效益
- 3.3.4 英国社会企业组织类型分析

3.4 美国社会企业发展经验

- 3.4.1 美国社会企业发展政策
- 3.4.2 美国社会企业发展规模
- 3.4.3 美国社会企业组织形式

3.5 国外著名社会企业商业模式案例分析

- 3.5.1 孟加拉尤努斯格莱珉银行
 - (1) 企业成立背景与简介
 - (2) 企业治理机制分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业客户定位
 - 2) 企业价值主张
 - 3) 企业产品/服务
 - 4) 企业核心资源

- 5) 企业合作伙伴
 - 6) 企业客户关系
 - 7) 企业渠道通路
 - 8) 企业成本机构
 - 9) 企业收入来源
 - (4) 企业商业模式架构图及特点
 - (5) 企业社会及经济效益分析
 - 3.5.2 香港长者安居服务协会
 - (1) 企业成立背景与简介
 - (2) 企业治理机制分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业客户定位
 - 2) 企业价值主张
 - 3) 企业产品/服务
 - 4) 企业核心资源
 - 5) 企业合作伙伴
 - 6) 企业客户关系
 - 7) 企业渠道通路
 - 8) 企业成本机构
 - 9) 企业收入来源
 - (4) 企业商业模式架构图及特点
 - (5) 企业社会及经济效益分析
 - (6) 企业成立背景与简介
 - 3.5.3 英国乐施会慈善商店
 - (1) 乐施会商店成立背景与简介
 - (2) 乐施会商店治理机制分析
 - (3) 乐施会商店商业模式要素分析
 - 1) 企业客户定位
 - 2) 企业价值主张
 - 3) 企业产品/服务
 - 4) 企业核心资源
 - 5) 企业合作伙伴
 - 6) 企业客户关系
 - 7) 企业渠道通路
 - 8) 企业成本机构
 - 9) 企业收入来源
 - (4) 乐施会商业模式架构图及特点
- 3.6 社会企业风险与国外失败案例分析**
- 3.6.1 社会企业风险与失败原因分析
 - (1) 社会企业经营风险分析
 - (2) 社会企业风险管理策略
 - (3) 社会企业失败因素分析
 - 3.6.2 美国ShoreBank公司案例分析
 - (1) ShoreBank公司简介
 - 1) ShoreBank公司成立背景
 - 2) ShoreBank公司使命
 - (2) ShoreBank公司运营分析
 - 1) ShoreBank公司主要业务
 - 2) ShoreBank公司合作伙伴
 - 3) ShoreBank公司关键业务
 - 4) ShoreBank公司服务网络
 - 5) ShoreBank公司营收效益
 - (3) ShoreBank公司失败经验总结
 - 1) ShoreBank公司倒闭原因
 - 2) 社会企业风险防范策略

第4章：本土社会企业发展驱动因素及现状

4.1 国内外社会企业驱动因素

- 4.1.1 国外社会企业发展路径影响因素
 - (1) 法律政策环境因素

- (2) 跨部门合作因素
- (3) 投资市场因素
- (4) 社会支持服务因素
- 4.1.2 本土社会企业发展路径影响因素
 - (1) 政府部门推动
 - (2) 公民社会影响
 - (3) 市场部门影响
 - (4) 国际机构影响
 - 1) 本土社会企业发展路径特点

4.2 本土社会企业发展现状

- 4.2.1 本土社会企业发展现状
 - (1) 本土社会企业发展阶段
 - (2) 本土社会企业数量规模
 - (3) 本土社会企业从业规模
 - (4) 本土社会企业地理分布
- 4.2.2 本土社会企业发展挑战
 - (1) 本土社会企业发展机遇
 - (2) 本土社会企业发展困难

第5章：本土社会企业运营模式案例

5.1 典型社会企业模式案例分析

- 5.1.1 深圳残友集团
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道
 - 7) 企业客户管理
 - 8) 企业收入来源
 - 9) 企业成本结构
 - (4) 企业商业模式特点总结
 - (5) 企业经济及社会效益分析
- 5.1.2 北京采桑子文化艺术发展中心
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道
 - 7) 企业客户管理
 - 8) 企业收入来源
 - 9) 企业成本结构
 - (4) 企业商业模式特点总结
- 5.1.3 中和农信项目管理有限公司
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道

- 7) 企业客户管理
- 8) 企业收入来源
- 9) 企业成本结构
- (4) 企业商业模式特点总结
- 5.1.4 深圳市青番茄文化传媒有限公司
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道
 - 7) 企业客户管理
 - 8) 企业收入来源
 - 9) 企业成本结构
 - (4) 企业商业模式特点总结
- 5.1.5 善淘网
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道
 - 7) 企业客户管理
 - 8) 企业收入来源
 - 9) 企业成本结构
 - (4) 企业商业模式特点总结
- 5.1.6 SHOKAY
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业商业模式要素分析
 - 1) 企业价值主张
 - 2) 企业核心资源
 - 3) 企业关键业务
 - 4) 企业合作伙伴
 - 5) 企业目标客户
 - 6) 企业营销渠道
 - 7) 企业客户管理
 - 8) 企业收入来源
 - 9) 企业成本结构
 - (4) 企业商业模式特点总结
- 5.2 其他社会企业模式案例分析
 - 5.2.1 富平家政学校
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析
 - (3) 公司经营效益分析
 - 5.2.2 花旦工作室
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析
 - (3) 公司经营效益分析
 - 5.2.3 北京笃挚优游文化发展有限公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析
 - (3) 公司经营效益分析

- 5.2.4 欣耕工坊
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析
 - (3) 公司经营效益分析
- 5.2.5 北京有机农夫市集
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析
 - (3) 公司经营效益分析
- 5.2.6 多背一公斤
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司运作模式分析

第6章：社会企业创业机会与策略分析

6.1 社会企业成长规律分析

- 6.1.1 社会企业发展阶段及目标特点
- 6.1.2 社会企业发展阶段及风险特征

6.2 社会企业创业融资渠道分析

- 6.2.1 社会企业资金需求分析
 - (1) 社会企业资金缺口情况
 - (2) 社会企业财务状况分析
- 6.2.2 社会企业资金供给分析
 - (1) NGO资金筹资模式及规模
 - (2) 社会企业筹资渠道特点比较
 - (3) 社会企业筹资策略分析
- 6.2.3 公益创投发展状况
 - (1) 国外公益创投发展状况
 - (2) 国内公益创投发展状况
 - (3) 公益创投运作模式分析
 - 1) 公益创投投资标准
 - 2) 公益创投投资流程
 - 3) 公益创投方式分析
 - 4) 公益创投投资案例

6.3 社会企业治理结构问题

- 6.3.1 社会企业所有权模式选择
- 6.3.2 社会企业治理结构选择
- 6.3.3 社会企业治理模式分析
 - (1) 社会企业治理模式类型
 - 1) 利益相关方模式
 - 2) 民主模式
 - 3) 管理人模式
 - 4) 吸纳模式
 - (2) 我国社会企业治理模式选择

6.4 社会企业投资模式选择策略比较

- 6.4.1 社会企业四种投资模式
- 6.4.2 社会企业投资模式比较
 - (1) 社会企业投资方式优劣势
 - (2) NPO慈善型优劣势分析
 - (3) NPO企业型优劣势分析
 - (4) 混合投资型优劣势分析
 - (5) 私人投资型优劣势分析

6.5 社会企业创业产业选择策略

- 6.5.1 适合创业产业特征判断
- 6.5.2 潜力产业类型创业机会分析
 - (1) 营运模式创新产业创业机会
 - (2) 科技服务整合产业创业机会
 - (3) 新渠道/品牌产业创业机会
- 6.5.3 部分潜力产业社会企业投资需求预测
 - (1) 保障房市场投资需求与收益预测
 - (2) 环保市场投资需求与收益预测
 - (3) 农村/养老医疗市场投资需求与收益预测

(4) 基础教育行业投资需求与收益预测

第7章：NGO转型与商业企业/其他机构社会影响力投资分析

7.1 NGO社会企业转型与商业运作分析

7.1.1 国内非盈利组织发展现状分析

- (1) 国内NGO概念界定
- (2) 国内NGO发展政策
- (3) 国内NGO发展规模

7.1.2 非盈利组织发展模式分析

- (1) NGO现有商业模式画布结构
- (2) NGO可持续发展困境分析
- (3) NGO转型方向与趋势分析

7.1.3 国内NGO转型路径分析

- (1) NGO历史转型驱动
 - 1) 第一阶段：身份团体推动
 - 2) 第二阶段：专业人士推动
 - 3) 第三阶段：政府推动
- (2) NGO当前转型驱动
 - 1) NGO与政府关系变迁推动
 - 2) 社会问题及其成因转变
- (3) NGO当前转型路径
 - 1) 适用市场需求变化
 - 2) 供给的市场化导向
 - 3) NGO混合化
- (4) NGO社会企业模式案例分析
 - 1) 内置式模式案例
 - 2) 分离式模式案例
 - 3) 合一式模式案例

7.1.4 英国GreenWork成功案例分析

- (1) GreenWork简介
 - 1) GreenWork成立背景
 - 2) GreenWork成立使命
- (2) GreenWork运作模式
 - 1) GreenWork主要业务
 - 2) GreenWork客户群
 - 3) GreenWork合作机构
 - 4) GreenWork盈利模式
 - 5) GreenWork利润分配
- (3) GreenWork经验借鉴
 - 1) GreenWork运作模式总结
 - 2) NGO向社会企业转型的条件
 - 3) NGO向社会企业转型的策略

7.2 商业企业/其他机构社会影响力投资分析

7.2.1 国内社会影响力投资概念

- (1) 社会影响力投资概念
- (2) 社会影响力投资主体
- (3) 社会影响力与投资方式区别
 - 1) 与慈善捐助区别
 - 2) 与公益创投区别
 - 3) 与社会责任投资区别

7.2.2 社会影响力投资现状

- (1) 社会影响力投资规模
- (2) 社会影响力投资链条
 - 1) 社会影响力投资园区建设状况
 - 2) 社会影响力投资孵化器发展状况
 - 3) 社会影响力投资咨询中介发展状况
 - 4) 社会影响力投资研究/培训发展状况

7.2.3 社会影响力投资效用评估

- (1) 社会影响力投资方法/工具
- (2) 社会影响力投资评估方法

- 7.2.4 商业企业社会影响力投资策略
- 7.2.5 商业企业社会企业转型分析
 - (1) 商业企业社会企业投资模式
 - 1) 内置式模式案例
 - 2) 分离式模式案例
 - 3) 合一式模式案例
 - (2) 社会企业制度框架分析
 - 1) 治理结构框架分析
 - 2) 利润分配制度分析
 - 3) 信息透明机制建立
 - (3) 商业企业社会企业转型案例——桃源居
 - 1) 深圳桃源居社会公益事业现状
 - 2) 社区治理“桃源居模式”分析

图表目录

- 图表1: 不同主体对社会企业的定义举例
- 图表2: 国外社会企业定义四种类型
- 图表3: 各国社会企业法律形式
- 图表4: 社会企业与NGO以及商业企业的区别
- 图表5: 香港长者安居服务协会商业模式架构图
- 图表6: 香港长者安居服务协会商业模式架构图
- 图表7: 香港长者安居服务协会商业模式架构图
- 图表8: 社会企业发展路径的国际比较
- 图表9: 中国社会企业的发展路径: 分析框架
- 图表10: 深圳残友集团基本情况
- 图表11: 深圳残友集团商业模式结构图
- 图表12: 北京采桑子文化艺术发展中心基本情况
- 图表13: 北京采桑子文化艺术发展中心商业模式结构图
- 图表14: 中和农信基本情况
- 图表15: 中和农信商业模式结构图
- 图表16: 青番茄基本情况
- 图表17: 青番茄商业模式结构图
- 图表18: 北京中扶利民经贸有限公司基本情况
- 图表19: 北京中扶利民经贸有限公司商业模式结构图
- 图表20: SHOKAY基本情况
- 图表21: SHOKAY商业模式结构图
- 图表22: 善淘网基本情况
- 图表23: 善淘网商业模式结构图
- 图表24: 社会企业发展阶段及目标特点
- 图表25: 社会企业发展阶段及风险特征
- 图表26: 部分发达国家公益创投支出情况
- 图表27: 国内社会企业治理结构类型
- 图表28: 社会企业四种投资模式分布
- 图表29: 社会企业几种投资模式比较
- 图表30: GreenWork运作模式
- 图表31: 社会影响力投资工具收益风险格局

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！