

社会商业「善经济」 读本



2017年9月3日

顺德社会创新中心

开篇词

“经济”，与政治、社会和文化一样，其根本功能乃是“经世济民”。企业，并不只是追求利润的组织，也是社会之公器。商人，在提供有效产品和服务实现个人利益的同时，也通过解决社会问题、促进人民福祉赢得普遍尊重和支持，实现永续经营和社会进步的良性互动。

中国历史上就不乏兼顾经济、社会和文化发展的大国善政，如“贞观之治”、“文景之治”；或者融商业、公益和人文精神于一体的个人与地方“善经济”，如范仲淹设立的义庄和顺德的祠堂；更有当代一批企业家纷纷成立慈善基金会支持社会发展，包括顺德的何享健和杨国强先生。从世界范围来看，近100多年来西方经历了从传统国家福利，到现代慈善，再到“共益运动”或价值共创兴起的公益发展和商业文明融合之势。这都反映了国家和地区的目标永远不只在经济和物质，而是各方面的均衡和谐发展；凸显了人作为万物之灵，有着更高的社会、文化和精神追求；表明了公益需要政、商、社、文等多方参与、跨界合作、优势互补，才具有生命力和持续性；印证了经济伦理和商业文明的本质在于“效”与“善”的须臾不可分离。

回到顺德，我们的祠堂、桑基鱼塘、海外乡亲对家乡的捐款和投资，企业家乐善好施以及用商业智慧运营公益慈善事业等等，都在诠释着“Good Business is Business for Good”这句话。是的，好的生意是为善的生意，为善的生意才能成为百年老店。我们以为，这句话最适合顺德人。因为顺德人一直是这么做的，未来也会这么做；因为顺德人从来就不是物质至上的，我们有着温润而超越的灵魂。

顺德人，善经济！

CONTENTS

社会商业是什么

顺德社会创新中心观点	01
社会商业“面面观”	01
从社会商业到“善经济”	02
社会商业的特征	03

为什么推动社会商业

全球性运动	04
顺德的历史与现实	16

寻找顺德社会商业（善经济）行动

23

结语

26

社会商业是什么

2007年，诺贝尔和平奖得主尤努斯出版了论著《创造一个没有贫困的世界：社会商业和资本主义的未来》。在书中，他首次尝试定义“社会商业”，认为社会商业是一种被创造用于解决社会问题的商业形态。从此，社会商业一词，开始进入大众的视野，并在世界范围内得到较为广泛的传播。

社会商业，简单地说，是一种融合社会目标与商业价值的经济行为、过程或模式。从这个意义上说，社会商业在生活中可谓无处不在。然而，作为一个流行的词汇，社会商业是什么，无疑需要回答。近年来，一些地区与国家的商业研究与实践，丰富了社会商业的内涵与价值，另一方面也使最早由尤努斯定义的社会商业，发生着社会化的嬗变。

顺德社会创新中心观点

以解决社会问题、推动社会进步为出发点和目标，采用创新思维、商业手段满足社会服务需求或运营公益慈善事业，并取得经济、社会和环境三重效益的行为或者模式。

社会商业“面面观”

1. 学者角度

旨在通过把市场经济基础业务与社会目标相结合，以解决社会福利的一种商业模式（桑托斯，2009）。社会商业被认为是在市场体系中扮演互补角色的经济因素。

2. 社会企业角度

“欧洲社会创新教父”迈克尔·诺顿（Michael Norton）强调立业为善（Good



迈克尔·诺顿



徐永光

Business is Business for Good），认为社会商业是致力于解决社会问题的商业行为与产品开发（过程）。我国著名的公益事业领袖徐永光认为，社会商业是用商业化手段解决社会问题或从事公益事业研究、投资和生产（实践）。

3. 企业角度

社会商业包含“发现、定义和利用各种机会的行为和过程，通过这些机会，企业家能够创立新的企业或以更创新的方式来管理自己的企业，以实现创造社会财富的目的”。

4. 社会政策角度

社会商业是为了开发和利用各种机会对资源的创新使用和组合过程，其目的旨在推动社会变革，以通过一种可持续的方式来满足基本的人类需求。

从社会商业到“善经济”

随着财富的增长，世界格局和人类文明发生了重大变化，人类财富的产出从解决有和无、多与少过渡到了如何做得好与更好。我国与世界在客观上已进入“善经济”时代。中国公益研究院院长王振耀在《社会创新推动社会转型》中提出：“善经济时代”是指以社会服务为基本市场，以社会价值为开发对象，将现代慈善、社会服务与经济发展三者相结合引领



王振耀先生及其“善经济时代”

经济价值走向质的提升的时代。

从社会商业到善经济（行动），表现出二者在价值取向与社会目标上的相近性——都是以市场经济手段解决社会问题。如果说社会商业是一种价值理念，那么“善经济”则希望是以社会商业为核心理念，开创一个与邻为善、环境友善、资本向善、价值共创的新型商业文明时代。

社会商业的特征

1.目标的社会性

社会商业的第一大特征是其目标的社会性，指的是社会商业把社会和环境作为自己的关注重点，这种关注体现在公共产品的创造和正面的外部效应。所有关于社会商业的定义都不约而同地优先考虑社会商业对社会和环境造成的后果，而不是对盈利最大化或其他策略考虑。以下六个领域是社会商业行为的考虑方向。

- 福利和健康服务（如印度阿拉文德眼科医院）
- 教育和培训（如巴西的信息技术大众化委员会）
- 经济发展（如欧洲的工作整合型社会企业，简称WISE）
- 救灾和国际援助（如Keystone的创新型“农民的呼声”项目）
- 社会公正与政治变革（包括种族和性别权力，如巴基斯坦的妇女自主创业协会，简称SEWA）
- 环境规划与管理（如海洋管理委员会）

2.方法的创新性

社会商业的方法与商业创业的模式存在许多共同之处。社会商业的典型特征就是在社会服务领域引入了商业手段，从这个角度来说，企业所有关于技术创新、组织创新等商业创新同样可以应用于社会领域。因此，社会创新可以形成新的社会组织模式和流程、新的公共产品和服务，直到对社会问题和挑战的重新思考定位。

3.运作的市场化

方法上的创新能不能落到实处需要社会服务市场的检验，因此社会商业必须采用市场化的运作方式。市场化最明显的是体现在营利性社会企业中。营利性社会企业在商业市场运行，并为了社会使命而将创造的利润用于重新投资。EMES欧洲研究网络认为，社会企业不同于传统的非政府组织和非营利组织，它们能持续提供产品和服务，并承担经济风险，比如破产。许多给社会商业下定义的学者，都很强调社会企业家如何通过绩效驱动的市场导向行为，来推广其社会创新模式。



为什么推动社会商业

全球性运动

为什么推动社会商业，首先它是一种全球性的社会思潮与进步运动。那么，这种全球性运动是什么？南都公益基金会理事长徐永光先生在新作《商业向左，公益向右》中认为，商业向左、公益向右即是这种全球性运动的核心价值（特征）。商业向左，尽管我们的商业还有很多问题，但关于企业社会责任与良性资本的追求已是一种不可阻挡的世界潮流。公益向右，尽管我们的公益领域也做出了改革与创新，但是力量还是显得微弱；因此公益必须向右，用包括商业在内的多重手段解决社会问题。

1. 理解商业向左，公益向右

在社会影响力投资光谱（图1）上，公益在左边，商业在右边；左边偏重于社会效益，右边偏重于经济效益。从左到右是花钱和赚钱的关系，最左端不讲效率，只讲公益；最右端单纯追求利润的最大化。光谱图的中间地带，公益和商业的边界逐渐模糊；通过商业与公益的互动融合，构成了社会创新的活力空间。

“商业向左”是指商业企业要注重社会责任，实现自身的社会价值。商业向左反映了

为什么推动社会商业

当前商业企业生产模式的变化。传统企业单纯地追求利润最大化，逐渐向利益生产与企业家精神转变，并朝着价值利益共创共享的新商业文明演进。

“公益向右”是指公益要讲效率，要向右走，更加注重投入产出。公益机构可以转型为社会企业，用商业的手段来解决社会问题；也可以运作商业项目，用以反哺针对弱势群体的纯公益项目。公益机构的公益性应该体现在目的“公益”上，而不是运作方式的“公益”性。

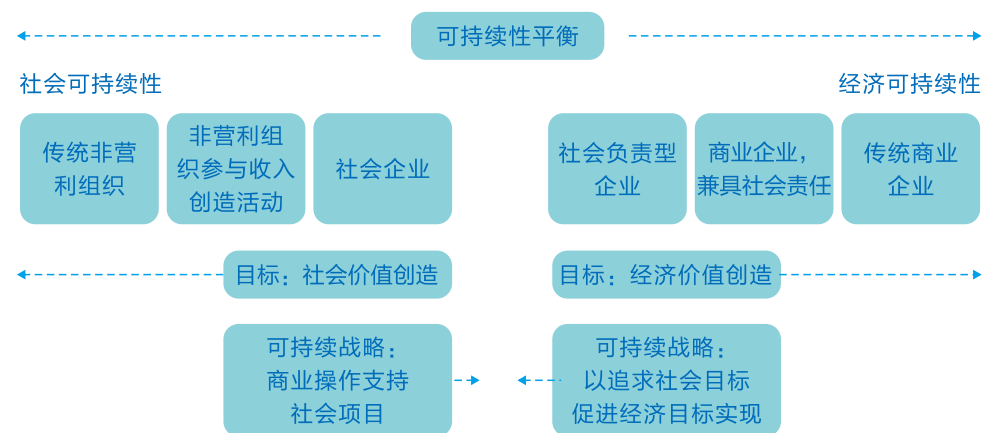


图1：社会影响力投资光谱图

2. 公益向右案例

①合作社原则与市场经济：西班牙蒙德拉贡工人合作社经验



典型代表法戈尔合作社 (FAGOR Cooperative)

蒙德拉贡是西班牙北部山区的一个小镇。1943年，出于解决当地就业问题的需要，何塞为没有机会接受教育的工人子弟，建立了一所初级技术学校。1956年，经他的悉心教导，第一届毕业的五位学生创建了一家生产煤油炉的小型合作社工厂，工厂所有权掌握在工人手中，并自主经营管理。从此，以合作社为基本形式的蒙德拉贡系统便应运而生。1959年，蒙德拉贡建立了第一家劳动者银行。

通过建立内部个人账户，集合所有合作社成员的帐户盈余资金，并借给合作社作为发展资金。1964年，他们进一步成立了一个跨合作社联盟，鼓励合作社内部建立市场。1991年，为适应欧洲统一市场的竞争环境，蒙德拉贡众多合作社



西班牙蒙德拉贡合作社

又联合起来，组建了蒙德拉贡联合公司(简称MCC)。目前，MCC已发展成为集工业、农业和农产品加工业、商业、金融、教育和培训、科研和信息、服务等100多家合作社为一体的跨行业合作制联合体。

蒙德拉贡是目前世界上最大的工人合作社，拥有257家公司和合作社，已经成为西班牙第十大集团。截至2014年，它有7万名合作社成员，企业分布在五大洲，2014年收入达到了125亿欧元。

②克服贫困问题的小额信贷模式：孟加拉国格莱珉乡村银行

2006年，穆罕默德·尤努斯获得诺贝尔和平奖，社会商业的理念在全球范围内引起了反响。在与孟加拉国的贫困人群一起工作时，尤努斯认识到，许多穷人希望能够自



格莱珉乡村银行创始人穆罕默德·尤努斯

时、如数归还贷款。如果违约会使整个社区失去信誉。这样，债务人都积极地履行支付义务，因为他们不想辜负其所在的群体。社区动员的方式，使行

立，例如经营自己的小生意。要做到这一点，他们需要资金，大多数是少量的资金，可以购买一台缝纫机或类似的基本工具。然而，银行不愿意给穷人贷款。因为银行发现风险太高，这些目前还没有收入的人，没有可用的安全保障。这些官僚机构的贷款办理程序使小额贷款需要支付更多的费用。

1983年，尤努斯创立了格莱珉银行，并创造了一种新颖的方法，使小额贷款变得可行。银行开发了一种以“借贷圈”为特征的管理和回收办法，在每个社区由多个借款人构成。在这个圈子里，借款人相互监控，并监督每个人按

政工作和投资回报的安全性得到了保障。这些贷款的圈子使得格莱珉银行的贷款回报率比许多大型银行更高。在社会企业家看来，通过这一创新行动能够实现社会目标。一方面穷人通过获得小额贷款的帮助，建立起稳定的收入来源；另一方面，像其他银行一样，格莱珉银行收取利息，从而赚取收入。据2010年数据显示，格莱珉银行的年收入已达到了1.77亿美元。

1976年的一次意外之举，尤努斯教授把27美元借给了42名农妇，30年的发展歷程中，格莱珉模式已经遍布世界。尤努斯关于小额贷款的地方实践，被他总结并称之为“社会商业”。

③白内障病人标准化医疗服务：阿拉文德（Aravind）眼科医院商业模式

阿拉文德眼科医院是社会企业经营模式各组成部分连贯衔接的典范。作为一家社会企业，阿拉文德眼科医院旨在“消除不必要的眼睛失明”。文卡塔斯瓦米（Venkataswamy）医生是阿拉文德眼科医院的创办人，她采用麦当劳的经营理念，用标准化的方法为白内障病人提供相同的治疗服务。白内障手术是一种简单的手术。医生通过这种手术，



将病人眼睛中已混浊的晶体换成透明的人工晶体。如果不及时治疗，白内障就会导致失明。2006年，全世界有大约2000万人因白内障而失明，这些人中约有80%是来自发展中国家。作为治疗白内障的专业人士，文卡塔斯瓦米医生觉得，既然麦当劳可以用相同的方法和效率在全世界范围内生产汉堡包，那么她为什么不能用相同的理念来给白内障病人施行手术呢？最初医院成立的时候，文卡塔斯瓦米医生只有11张床位。而今天她的医院已经发展到6家，成为完全独立的每年可以做30万例白内障手术的医疗企业。

阿拉文德眼科医院的成功关键在于其标准化的工作流程。来自偏远村庄的病人在眼科营地接受眼睛检查，然后需要接受白内障手术的病人被送到医院。训练有素的工作护理人员照顾病人并做好术前准备，与此同时，医生们准备好为病人实施手术。这家医院专门治疗白内障，因此每位医生一年平均可以做2000例手术，这个数字是传统医疗方式下眼科医生或医院手术量的10倍。

流畅的工作流程使阿拉文德眼科医院有能力采取价格差异的策略，来应对病人的不同经济实力。如果病人付不起钱，他们依然会得到治疗。大约40%的患者可以支付他们的手术费用，而这部分人缴纳的手术治疗费用足以涵盖该医院所有病人的费用。阿拉文德眼科医院甚至有了部分盈余。然而，医院的利润没有发给医院的所有人，而是用于医院的发展壮大。对于能支付和不能支付手术费的患者，医院都一视同仁。

④不公平结构的创变者：欧洲公平贸易公司

GEPA（公平贸易公司）是在公平贸易领域最知名的企业之一，总部位于德国伍珀塔尔。GEPA是欧洲最大的公平贸易组织，其使命是“改善民众的生活条件，尤其是在全球经济、区域经济以及社会结构中处于不利地位的发展中国家的民众”。GEPA希望能成为一个可靠的合作伙伴，从而使生产者在人性化的条件下参与到国内和国际市场



欧洲公平贸易公司（GEPA）

中，并改善自己的生活”（GE-PA合作协议）。通过GEPA提供的服务包括公平的价格、提前融资、长期供货协议、咨询和产品开发、避免不公平的中间贸易、直接合作和长期的贸易关系，创造有利于小企业的市场准入。主要产品有食品（咖啡、茶、蜂蜜、面包涂抹酱、巧克力和红酒等），从非洲、亚洲、拉丁美洲的协会和贸易组织收购的手工艺品和纺织品。目前GEPA与来自43个国家的169个生产者合作。

GEPA由一家教会机构于1975年建立，最初是股份有限公司，现在拥有超过170个联营公司。创办这家公司的初衷是基于服务社会和公民参与。GEPA现在是一个成功的进口公司，2009~2010年度营业额高达5.44亿欧元。GEPA从产品销售的收入中提供所有运营资金。创造的所有利润不在合作伙伴之间分配，而是进行符合公司目标的再投资。在德国，它们的产品在800个公平贸易商店和超过6000个行动小组中销售，也在食品零售企业及网上商店销售。

公平贸易商店和行动小组创造了41.39%的营业额，是GEPA最重要的分销渠道。超过10万人在那里工作，他们大多是志愿者。但是，公平贸易商店不是由GEPA管理，它们是没有任何外部资金来源的自负盈亏的独立组织。它们要么由私人组织拥有，或者规模更大一些，由非合作公司或有限责任公司拥有。公平贸易商店最初的想法是建立一个供讨论和探讨发展中国家必须面临的挑战的教育性场所。因此，在一开始，销售产品并非其主要目的，GEPA主要利用这个平台让客人认识到在全球贸易中的不公平结构，例如向客人揭露实际生产者与中间贸易商相比赚的是多么少。如今，公平贸易商店在其他欧洲国家也十分流行，例如在意大利超过550家，在荷兰超过400家。欧洲之外的其他地方，特别是在美国，还有更多的商店。

行动小组完全由志愿者构成。他们通过组织一些特殊的销售活动，如圣诞集市销售，来推销GEPA产品。这些团体没有经营地址，没有增值税的抵扣。它们购买产品然后出售

产品，并用获得的收益来实现社会目标。GEPA为这些组织提供有折扣的产品，使它们能够为所选择的社会或生态项目提供资金。

与德国的公平贸易商店相比，一些外国公平贸易商店由于其较好的地点，更吸引人的外观获得更多的营业额。因此，GEPA认为德国的公平贸易商店如果有管理更为专业的店铺，专注于销售产品和寻找新的目标群体，将会创造更高的营业额。虽然他们的初衷不能忽视，但应该有助于实现经济目标与社会目标的平衡。现在，除了志愿者之外，GEPA也聘用了一批有偿员工的合作伙伴，而且GEPA正在考虑增加这种合作伙伴的比例。除了改进现有门店的专业化管理，GEPA还计划支持个人或团体在德国开更多的门店。

⑤多重功能的社会贡献者：英国社区利益公司（CIC）

社区利益公司是英国社会企业的重要形式之一。它进行商业贸易，但最终目的是为社会服务；或者从事以社区利益为目的的商业活动。相比合作社、社区组织等形式，CIC采用了有限责任公司框架，向公众和团体提供商品、进行服务，开展贸易。由于它具有多样的资本结构，采用灵活、弹性的工作方式，有效地满足了成员和组织的发展需要。

“书籍捐献者”是苏格兰第一家社区利益公司，2005年由海沃思（Hayworth）成立。

最初目的是为慈善筹资，但它遵循了商业原则。它首先从慈善机构、图书馆或其他合作机构那里获得二手书，再通过互联网，如亚马逊进行售卖；不能重复使用的将被回收。其销售额的1/4用于支付供应商，

书籍捐赠者团队（40%为残障员工及当地失业者）



帮助他们筹集事业资金，这实现了经济价值。成吨的二手书从垃圾填埋场转移出来，这实现了环保价值。为完成二手书收集与销售工作，书籍捐献者雇用长期失业和残障人士（约1/3），为他们提供就业培训机会，也使他们实现了社会价值。随着书籍捐献者业务的拓展，它不再仅限于为慈善筹款；为失业和残障人士提供就业机会，也是当前它的一个重要使命。

⑥街头小贩的自助革命：The magazine商业模式与全球网络

The magazine是一个集娱乐、新闻和文化于一体的周刊，其风格像一个商业杂志，并且由许多无家可归的人在英国街道上出售。它是由戈登·罗迪克和A.约翰·伯德在1991年创立。罗迪克和伯德认为，要解决无家可归问题的关键在于帮助人们自救。这样做的目的是为他们提供工作，使他们能够获得本属于他们的收入。因此，小贩用他们自己的钱购买杂志，并自担风险（利润或亏损）出售杂志。这是为了提高他们自我意识和重新掌控自己命运的愿望。另一个间接目的是唤起人们对社会不公平的关注。

该杂志通过专题内容的质量来定位，被设计为一种收集捐款手段。该杂志独家销售，而不是在商店或报亭销售。因此，客户在购买杂志时与商贩直接接触。

该杂志目前的价格是2.50英镑，街头小贩从大发行公司以1.25英镑价格购买杂志，并以2.50英镑的价格卖给消费者。每个新商贩（经认证）会收到简短的说明，并进行销售培训，得到5份销售的杂志和免费副本（在伦敦是10份）。未售出的复制品不可退回，且无退款。杂志的任何额外营业额，例如广告，是由The magazine直接实现的。

The magazine背后的组织分为两部分：一部分是The magazine本部，它印刷杂志，并出售街头商贩网络；另一部分是The magazine基金会（成立于1995年），是一个非营利的基金会，基金会的目的是帮助街头小贩重新自我控制生活。The magazine基金会提供咨询服务和地区健康医疗（如获得医疗保健）、金融（如帮助获得身份证和开立银行联合账户）、住房（如获得临时和永久性住房）以及个人的愿望（如培训机会和就业机会）。

政府只在最小限度上支持The magazine。其整个组织几乎完全依赖于销售、广告、（自愿）捐款和志愿服务。如果没有个人或公司购买者以及慷慨的捐助者，慈善组织的杂志和服务将无法提供。

2010年，The magazine支持了2800个无家可归的人，受到安置的人都在英国。每周12.5万份的The magazine售出，被52.2万人阅读；The magazine赢利超过500万英镑，他们从依赖走向自立。

The magazine指出，该杂志“已经成为具有挑战性的，是独立性新闻杂志的代名词，并由于搞定了最难以捉摸的超级巨星的独家采访而著名。The magazine是一个媒体现象和一个世界领先的社会企业模式，它启发了成百上千的追随者，从约翰内斯堡到东京、从悉尼到亚的斯亚贝巴、从珀斯到圣保罗、从首尔到内罗毕，The magazine领导了全球性的自助革命”。

3. 商业向左案例

①全球社企运动新亮点：B型公司（B Corp）认证机制

社会企业逐渐成为了一个全球性运动，消融了非营利与营利的绝对区别。现今，越来越多的企业赋予自己社会任务，新的法律结构与认证也逐渐建立。领导这波运动前进的是B型公司(简称B Corp)，一个由B Lab(一个对潜在B Corp进行财务与社会标准审核的非营利组织)所创立的认证机制，为的是让公司能够“符合社会与环境表现、企业责任与透明化的现代标准”。

B型公司，即那些真正利用公司业务去创造社会和环境效益的公司（或企业）。作为

一种全新的法律框架，B型公司是美国社会试图运用营利性组织模式解决社会问题的一种创新尝试。共益实验室支持这些商业先锋们使用商业力量行善，构建一个有利于社会企业家成长的生态系统。

任何人都可以申请B型公司认证，只要他们的公司能够通过业务创造影响力，并符合共益实验室的最低标准。申



请B型公司论证，第一，申请者要满足绩效要求；第二，申请者要通过电话访谈；第三，申请者通过认证，正式成为B Corp。一旦申请人进入最后阶段，需要支付500~50,000美元（\$）不等的会员年费，年费一般根据公司的年度销售水平决定。双方还需要签署具有法律约束力的相互依存宣言（Declaration of Interdependence）和条款。

B型公司（或企业）是一个富有活力、充满激情的全球倡导运动的重要组成部分。它致力于克服社会企业被传统“股东利益最大化”的法律要求所绑架的现实。在不少国家，社会企业家面临着将企业注册为何种形式的法律机构的问题。B型公司，由于它满足了投资者、政策制



定者、消费者和社会企业本身对于公司制度的多重要求，因而被社会企业、中小型企业
和全球跨国企业公认为行业标准（或亮点）。目前，全球已经有2200多家B型公司，遍
布50多个国家，140多个行业。

②环境危机解决方案：巴塔哥尼亚(Patagonia)服装修补回收计划

环保总是被所有追求利润的企业们认为是负担，但有一家企业例外。巴塔哥尼亚是
一家设计、生产服装和户外运动用品的制造商，是全美最大的户外用品公司，专门为攀
登、远足、钓鱼等户外活动生产运动品牌。

在这个服装廉价的时代，您可能觉得服装品牌会鼓励我们多购买衣服，但巴塔哥尼
亚却走向了另一个方向。公司认为，企业最负责任的事情，莫过于向消费者提供能使用
多年的高质量商品，这样他们就不需要买更多。基于这一发展理念，巴塔哥尼亚于



美国户外用品公司巴塔哥尼亚 (Patagonia)

2015年启动了“Worn Wear”服装修补回收计划。计划强调了衣服穿得久的好处，与其扔了它
们，不如常修补它们。

长期以来，巴塔哥尼亚一直推行鼓励商品再
利用的政策，努力与品牌的环保诉求相吻合。据
公司环境事务负责人解释说：“如果我们能够制
造真正耐用的产品，并且与客户合作，给他们提
供修补服务，就为缓解环境危机提供了一种解决
方案”。2016年以来，公司扩展了Worn
Wear计划，并新增了一个用于转售的在线平台。
它将那些从消费者手中回收的品牌旧衣服，修补

后在网站上出售。消费者贡献旧的、但仍能使用的巴塔哥尼亚商品，将会获得门店积
分。与此同时，巴塔哥尼亚在回收过程中，也更好地了解到消费者的购物偏好，从而进
行针对性生产，减少对环境的影响。它的产品以耐用著称，许多产品在使用了10到15年
后，仍然能参加回收计划。

1975年成立以来，巴塔哥尼亚人勤奋地利用商业减少对环境的损害，从最初“不造
成不必要的损害”到最终“通过商业促进和实现环境危机的解决”。如果巴塔哥尼亚公
司能在我们环境哲学的规制下成功运营，那么，或许我们就能让其他公司相信，绿色商
业才是好生意，它们也就更有信心追随我们的脚步。运气好的话，这些公司也会参与到
世界问题的解决中来。

③企业节能减排与责任生产：一汽大众绿色合作伙伴行动计划

一汽大众汽车有
限公司（以下简称“一
汽大众”）是由我国第
一汽车股份有限公司与
德国大众、奥迪等汽车
股份公司合资经营的大
型乘用车企业。截至



一汽大众华南绿色工厂

2016年，公司形成了以“东北长春、西
南成都和华南佛山”为核心基地，并延伸
至华东、华北地区的生产格局。

1991年成立以来，一汽大众不仅向
广大消费者提供了优质的产品和服务，而
且始终关注绿色工厂建设，保护自然环
境。公司致力于成为汽车行业绿色环保的
“领跑者”，创造人、车与自然和谐发展的
绿色未来。

以公司华南基地为例，它是中国首个
获得绿色建筑三星级标识的现代生产基
地。该认证意味着，一汽大众在建筑的全
生命周期内，最大限度地实现了节能、节

水、节材，保护和减
少污染。据2017年最新数
据显示，华南基地共完成
了10兆瓦光伏发电项目，
铺设了太阳能电池组件
80640万片，实现年均发
电量约为1127万度。从节

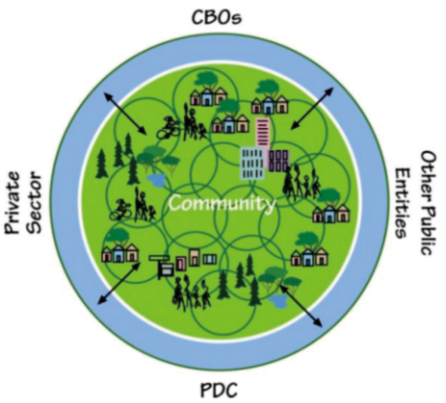
能减排意义上，一汽大众华南基地年平均节
省了标煤4509吨，减少二氧化碳排放
11239吨，二氧化硫排放338吨，氮氧化物
排放169吨，烟尘排放3066吨。

绿色与负责任生产，是一种理念，更是
一种行动。对一汽大众来说，它已演化为公
司发展的一项战略。2016年，一汽大众积
极推进了一项被称为“绿色合作伙伴”的行
动计划。目前已有近900家经销商自愿建立
ISO14001环境管理体系，并进行系统管
理；近800家经销商通过评审成为一汽大众
的绿色合作伙伴。

④用商业促进社区繁荣：美国波特兰产业转型之路

在美国西海岸的各大城市中，波特
兰曾以产业集群闻名于世界。长期以
来，波特兰的经济严重依赖出口。受
2008年国际金融危机影响，2009年波
特兰失业率激增至11.3%。

面对上述情况，2009年波特兰“半
政府性质”——波特兰发展委员会发布
《波特兰经济发展战略：2009-201
5》。由此，“打造全世界最具可持续能
力的城市”成为波特兰经济发展的核心
目标。围绕这一核心目标，提出了提升



波特兰社区繁荣促进计划

经济竞争力、驱动都市创新力和增强社区繁荣度等三个具体战略。

其中社区繁荣促进计划创立于2011年，旨在联合社区中尽可能多的利益相关者，推动社区商业发展，带动本地就业。包括基于社区的组织（Community-Based Organization，CBO）、私人部门、其他公共组织等利益相关者，与发展委员会一起，协力制定本社区的商业发展计划。发展委员会提供针对门店外立面乃至内部的装修基金。社区自治组织（基于社区的NGO、私人部门）需要到市场中寻找专业规划师提出具体城市设计方案，申请资金使用。发展委员会还会与其他公共组织一起，为各个社区提供免费咨询服务。

波特兰如此重视培育社区商业的繁荣度，原因在于社区是创新阶层最佳的“孵化器”。本地商业的繁荣有利于形成全美乃至国际影响力，形成具有波特兰地理标识的城市与产业品牌。社区商业的繁荣，也有助于培育街头文化，为创新阶层提供舒适的活动空间。社区商业还能为创新阶层提供必要的“社会保障”。

伴随着《波特兰经济发展战略：2009-2015》实施，波特兰迎来迟到的“互联网经济春天”。2012年第一季度，波特兰地区获得的创业种子基金总量约为1.25亿美元，超过西雅图地区（1亿美元）——上一次发生这种情况，要追溯至1993年。2013年，波特兰有8家互联网企业准备IPO——波特兰上一次有企业上市已是10年前。

⑤ “家”文化建设：苏州固得幸福企业与员工关爱模式

苏州固得电子股份有限公司是我国最大的半导体整流器件生产企业，也是全球最大的二极管生产商之一。它主要从事生产销售各类半导体芯片、二极管以及电子元件产品。1990年成立以来，固得电子凭借着创新精神与多元文化融合，斩获了一个又一个企业发展的里程碑。截至2016年3月，固得股份公司累计拥有专利达262项。2015年公司实现营业收入8.12亿元。

固得的社会责任实践颇具特色，让人印象深刻。2009年底，公司启动了以中国传统的“家”文化构建幸福企业典范的尝试，最终探索出了幸福企业八大模块^①系统化推进的固得模式。近7年多的实践，苏州固得把中国传统文化的精髓——“家文化”融入到了企业经营管理中。从关心员工个人幸福到员工家庭的幸福，进而延伸到社区、老人、孩子、动物、空气及一草一木；苏州固得用创新的管理方式，走出了一条企业承担社会责

模块	活动内容	IC厂		总厂	
		参与人数	累计时数	参与人数	累计时数
人文关怀	高温慰问关怀、春节返乡关怀、准妈妈关怀、家人子女入学关怀、幸福宝宝、黄金老人、幸福理发室、自助超市、爱心车队、居家慰问关怀、生日会、老乡会、座谈会、结伴关怀、双职工交流会等	3194	4791	15972	23958

模块	活动内容	IC厂		总厂	
		参与人数	累计时数	参与人数	累计时数
人文教育	轮班学习组织、公司组织的连续5天圣贤教育，宣讲团、复述“经典”、职工孩子《弟子规》学习、学习分享会、晨读经典、组织传统文化知识竞答等	4500	160035	15400	400087
绿色环保	厂区内外环境呵护、环保教育站布置完善、垃圾分类体验学习、幸福农场体验、“爱心角”布置及参与、光杯光盘宣讲、环保知识竞答、社区废旧电池回收、走进社区宣传环保、登山环保行、环保酵素制作、DIY 制作、节能设施改造等	3867	5800.5	5828	8742
健康促进	健康知识学习、吸烟危害宣导、益智类活动、篮球比赛、乒乓球活动、消防运动会、原始点服务、低碳厨艺比赛、健康知识竞赛等	3242	4863	4520	6780
慈善公益	净街净山、天使阳光陪护、敬老院长辈关怀、社区孤寡老人陪护、园企共建活动组织、爱心募捐、爱心角开展、明德基金宣导、放生活动组织等	2562	3843	6397	4626
人文记录	幸福企业视频制作和文字撰写，参观通道文化墙布置、学习教室的广告牌、卫生间布置、吸烟室戒烟典范广告牌、食堂广告牌、农场竹屋宣传广告牌、环保教育站布置、更衣室布置、演讲比赛活动开展、“我身边典范”征文活动组织、“正能量”邮件宣传	726	1576	1135	2383.5

表1：苏州固得2015幸福企业建设模块

⑥ “社区一家”信义精神：上海信义置业社区营造

信义企业集团是我国台湾地区的一家综合房地产公司。1993年，信义企业集团开始进驻上海开展业务。2012年，集团成立了信义置业（上海）有限公司，开始房地产开发事业。

在开拓两岸地产事业之际，信义集团开始了不动产的产业链整合行动，迈出了多角化、品牌化



①八大模块依次是人文关怀、人文教育、绿色环保、健康促进、慈善公益、志工拓展、人文记录、敦伦尽分。

经营的脚步。与信义品牌的扩展同步，集团一直致力于企业社会责任，一如既往地推进旗下的社会责任项目“社区一家计划”。

信义“社区一家”赞助计划开始于2004年。为寻回台湾族群和谐、多元包容的中道力量，信义投入了1亿台币作为经费，开展了以社区为推动单位的社会重组运动。2009年活动进入了第二阶段，形式由原来的单纯赞助进化为彼此学习、交流与成长，活动主题也演变为“社区一家幸福行动计划”。信义这种自下而上并长期开展的社区融合活动，被称为“台湾地区社造史上最大规模由企业推动的案例”。

2012年，信义企业集团成功取得了上海嘉定区马陆镇18-1及17-01地块。在对土地进行开发的同时，信义置业把台湾耕耘近10年之久的“社区一家”理念，引进到了上海，并打造了信义嘉庭项目。在基础设施上，信义嘉庭构建了开放式的配套系统，让邻里亲如一家；景观打造方面，设计了以人为本的零距离景观，实现了人与景观的互通感应。

信义置业秉承“社区一家”的理念、“以人为本”的信义精神，以“坚持企业社会责任，成就世界级服务”为愿景目标，打造了企业“社区营造”第一品牌，孜孜以求建设充满人文关怀的和谐社区与理想家园。我们相信，随着信义置业在社区营造领域的深入实践，不仅仅对国内城市社区的发展与创新具有借鉴意义，对房地产行业的社区生活品质提升也具有积极的推动作用。

顺德的历史与现实

1. 历史文化遗产^①

以祠堂为代表的宗族文化和“善经济”传统

今日顺德，至少仍有476所百年以上的殿堂式建筑，静静地坐落在各镇街、社区的现代楼房群中和村屋鱼塘边。数以百计的古代殿堂建筑，即是历史上有名的顺德祠堂。

祠堂，是一种祭祀祖宗或先贤的庙堂，亦作宗庙或宗祠。早在南宋时期，祠堂就零星地分布在顺德这片土地上；1452年建县以来，顺德先后迎来了几波祠堂发展的高峰期。明清两代的顺德祠堂建筑，更是承载了顺德古人在开拓创业、公益义举与商业贸易上的荣耀。与祠堂息息相关的宗族，也在历史的延续与发展中，形成了独具顺德特色的宗族文化和“善经济”。

在顺德水乡，祠堂承载了鲜明的社会功能、丰富的文化内涵和稳固的经济基础。建筑设计上，没有几间祠堂的座向是完全相同的。这种因地制宜的造法，突出地反映出人与大自然的和谐相融。社会功能上，祠堂维护着宗族内所有人的正当利益。从助学、奖学、励仕，到祠堂日常运作、族人福利、族务管理等等，开支繁多。每年的春秋二祭和清明节祭祖，祠堂都向族



北滘碧江祠堂群落



顺德南国丝都博物馆

内每位男丁分派猪肉，以示祖宗对子孙后代的关怀。祠堂的开支，其经济来源靠的是公尝。公尝又称蒸尝、祖尝、尝产，是维系祠堂运作的经济来源，其意是建造祠堂时要做好计划，在族中田产里划出5%作为祭田，并向官府注册，不得变卖，其租金收入专门用于祠堂的运作。《顺德鹿门李氏族谱》就详细提到了该族蒸尝的起始和发展情况。顺德祠堂的尝产由无到有、由小到大。由于顺德商品经济发达，诱使各祠堂把尝产的投资伸向物业、商铺、银号等领域，获得更大的增值，这成了顺德祠堂经济的稳固基础。

随着经济结构的改变和社会的变革，很多顺德人离乡别井出外谋生，闲置的顺德祠堂开始社会化，并在很大程度上发挥了文化与公益的功能。清末民初之际，出现了不少长年闲置的私伙祠堂。民国以后，各乡村的人们在尊重并维护的前提下，在需要的时候往往借用这些闲置的祠堂，使用者渐渐超出了族姓的范围。县内大部分乡村级的管理机构和学校就直接设在这些祠堂中，使这些祠堂成了全村的公益资源。例如1924年建立顺德县立图书馆，其馆址就是大良祝园里的状元祠。1925年顺德农民协会成立，址设大良崇报祠。1926年春顺德县总工会成立，地址大良县东路胡侯祠。日军侵华时代，以碧江宗祠为代表的顺德祠堂，承担起了师生庇护所与教育基地的功能。八年抗战后，那些留存下来的破旧祠堂，分担起了更多的社会公益责任，尤其是在充当学校校舍方面。相关资料显示，1949年顺德县的266所中小学，绝大部分是以当地祠堂作校舍的。一些规模较大的学校往往利用体量较大的或同时使用两三所祠堂。

顺德宗祠文化，反映了一个大历史时期的文化印记。宗祠的形成历史及社会、文化功能，既呈现了一种传统朴素的人文精神，也记录着本土公益的历史细节，更是明清以来顺德商品经济繁荣的象征。

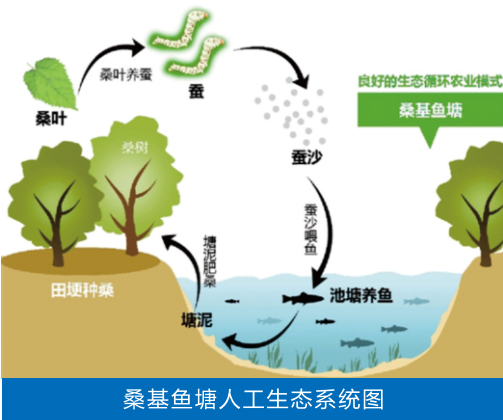
从历史上的“岭南壮县”到今天的“率先基本实现现代化”，顺德的发展足迹，在古老的祠堂里留下各种印记。敢为天下先、开放包容的人文精神，以宗族伦理和现代企业家精神为代表的公益生态，农、工与商品贸易高度结合、开拓进取的商业文化，造就了古代宗族祠堂和今日社会商业的历史传承。

^①部分内容摘自《顺德文丛》

以桑基鱼塘为代表的生态环保理念

桑基鱼塘，是指在基面上栽种桑树的鱼塘。它是珠江三角洲人民在长期的生产生活中，创造出来的一种独特的农业系统与生产模式。

在养蚕过程中，产生了大量的蚕沙废弃物，如果没有鱼塘中四大家鱼的利用与消耗，就会造成环境污染。如果鱼塘中养的不是四大家鱼，而是肉食性名优鱼类，蚕沙投放鱼塘中，只会造成累赘甚至病害。若鱼塘里的淤泥不被塘基上的桑树利用，淤泥过度沉积，则会产生许多有害物质并减少鱼塘水体容积，进而影响鱼类的生长。桑基鱼塘这一综合化生态系统，



利用桑基和鱼塘这两个子系统的相互作用，实现了废弃物的充分利用和能量的良性循环，产生了巨大的生态效益。桑基鱼塘的生产结构，前一生产环节产生的废物被后一生产环节所利用，并充分利用了太阳能和有机肥料，物质和能量在系统内实现交流与转换，形成了良性的生产循环。而极少使用农药、花肥，无污染、无浪费，已基本显现了生态农业的系列特征。

顺德是我国桑基鱼塘最主要的发源地和最大的分布区，顺德的基塘生产，

从明末清初开始进入了桑基鱼塘发展时期（以养鱼业居主要地位，蚕桑生产处于次要地位）。此后，桑基鱼塘经历了清代中期的第一次发展高潮（蚕桑业逐渐成为基塘地区的支柱产业，全县桑地面积超过20万亩），鸦片战争后的第二次发展高潮（广东成为我国乃至世界上生丝供应的主要地区，全县桑基总面积超过30万亩；机器缫丝厂开始出现），民国初期的鼎盛发展时期（珠三角桑地面积近200万亩，达到历史最高水平；顺德已成为广东省的蚕业中心，桑地总面积为66.6万亩，占珠江三角洲的1/3，蚕茧年产量占全省年总产量的一半，全县规模较大的缫丝厂有200多家，生产的生丝占珠三角的90%以上，占全省出口生丝80%以上，被人们称作“南国丝都”）。

时至今日，桑基鱼塘生产方式在顺德虽然消亡，但是它所体现出的尊重自然、利用自然的生态文化意识，以及循环利用物质、能量的节约经济思想，显示出一种可持续的经济生产形式。

以海外侨商为代表的近现代公益文化

明清以来，顺德人侨居海外、出洋谋生者络绎不绝，遍及东南亚、东南非和美洲地区，在世界范围内形成了顺德籍侨商“致富不忘家乡”的商业公益文化。

旅居港澳及海外的顺德乡亲，他们以惊人的毅力艰苦奋斗、奋发图强，为旅居地的开

发、建设作出了不可磨灭的贡献。港澳顺德人职业遍及农、工、商、学各界，以营商者的成就最大，其中尤以金融、珠宝、地产、饮食、制造等行业最为出色。与此同时，他们虽身居异地，却心系故土，时刻不忘支持家乡经济建设和社会文化事业。谈起在家乡办厂的初衷，顺德侨商的代表李伟强说道：“我在顺德投资办厂，不是为了赚家乡人的钱，而主要是为了家乡发展工业，解决剩余劳动力的出路问题，使家乡父老更快地富裕起来，以尽我的一份能力罢了。”

改革开放以来，顺德侨捐项目有如雨后春笋般涌现出来，捐赠面覆盖区镇、乡村，涵盖了教育、文化、体育、卫生、敬老、慈幼等各个方面。

教育方面 在改革开放之初的1978年，李兆基和郑裕彤率先捐资为家乡兴教办学，他们各捐180万元扩建顺德华侨中学，并于后来在该校设立了维修基金，郑裕彤还以仙翁名义设立纪念郑敬诒奖学金。1994年，顺德华侨中学准备拆迁，李兆基又一次与郑裕彤各出资8000万元人民币兴建两所颇具规模的高级中学：李兆基中学和郑裕彤中学。为完善李兆基中学的配套和鼓励学校培育英才，李兆基于1996年捐赠200万元兴建游泳池，同年又捐资500万设立李兆基中学奖学金及维修基金。1999年，顺德筹建职业技术学院，广大旅外乡亲捐资一亿九千多万元。其中，李兆基和郑裕彤就各占5000万元，再一次为家乡的教育事业作出了巨大的贡献。

医疗卫生事业 郑裕培先生首开义举，捐资兴建伦教医院，配套赠送医疗设备。当时，家乡接受旅港乡亲捐建福利项目还属首例。此后，郑裕培先生再捐100万元兴建外科综合大楼，极大地改善了家乡的医疗条件。1980年，李兆基与郑裕彤一起各捐资310万港元首倡兴建“顺德医院”。1984年，梁伟明捐资210万元兴建一座设有门诊部、留医部、手术室等配套完整的北滘梁伟明医院及医院职工宿舍大楼。1989年，香港永亨银行董事长兼行政总裁冯钰斌捐资兴建桂洲冯尧敬纪念医院。1990年，李兆麟慷慨捐资重建大良医院，并定名为“仁爱医院”。1996年，为照顾大良城南新区居民就诊方便，他再次捐资兴建了仁爱医院分院。原凤山医院1995年易地重建，伍宜孙、伍絮宜昆仲捐资1000万元，医院于1997年6月正式投入使用，易名顺德伍仲佩纪念医院。1995年，邓仕枫等乡亲捐资650多万元兴建乐从水藤医院。1998年，廖新源捐资250多万港元，在顺德新城区兴建新球医院。1999年，澳门顺德联谊总会会长何庆先生、副会长叶经纬先生及澳门顺联的部分乡亲集资数千万元，在大良兴办东华骨伤科医院。

敬老慈幼事业 1988年，原籍伦敦霞石的苏善祥先生带头捐资并发动多位港澳乡亲捐款30万港元，兴建霞石敬老院，为家乡的老人创造安享晚年的好环境。1991年，郑裕培捐资150万元兴建伦教颐老院，建院几年间，再投入100多万元进行修缮及扩建，使之成为顺德一级敬老院。为改善幼儿园环境，郑裕培先生捐资近200万元兴建伦教幼儿园、熹涌幼儿园及霞石叠石幼儿园。1993年，梁録琚以其夫人的名义捐资800万港元，在大良兴建梁録琚夫人幼儿园。

家乡文化建设

旅港乡亲梁銑琚先生先后两次共捐资港币350万元，兴建顺德图书馆。1984年投入使用的梁銑琚图书馆，为莘莘学子及各界人士提供了一个读书阅览的好环境。旅港乡亲、顺德天任集团公司港方董事长汤伟立于1998年倡建了天任美术馆，耗资超过2000万元，使顺德有了第一家美术馆。汤伟立先生每年拨出资金100万元，用于美术馆的维护与运作。从1998年到2004年，先后有300多位中外艺术家在天任美术馆举办书画展览，全国各省、市、自治区几乎都有书画家的作品在这里展出过。此外，旅外乡亲还捐资兴建了顺德体育中心、伦敦康乐中心等19所康乐体育活动和一座规模较大的青少年文化科技大楼，为丰富家乡人民的文化生活提供了舒适的环境，营造了良好的氛围。

顺德侨商公益网络，是一个以顺德华侨华人为主体的，参与家乡经济社会建设、支持本土公益事业的社会服务产品生产系统。这个生产系统，首先反映了华侨华人热爱家乡、心系故里的人文情怀；其次，它直接指向了侨商支持的家乡教育及医疗卫生福利事业；最后，它特别强调这是以经济与商业手段解决本土社会问题的公益模式。

2. 现实条件与需求

对于民营经济实力雄厚、社会资本发达的顺德而言，当前推动社会商业本土化发展，首先具备了主流经济为支撑的物质基础。作为一种经济与社会以及环境三个方共赢的经济形式，社会商业能够有效满足贫困人口、残疾康复与养老服务等多元化的现实需求。近年来，顺德企业履行社会责任，特别是社会企业为代表的新模式，表明了顺德的社会商业发展与实践具备了良好的组织基础与社会条件。

民营经济基础扎实

顺德是我国县域经济的典型代表，2011~2015年，它凭借强大的经济实力、活力与发展潜力，连续蝉联全国百强县榜单冠军。顺德以民营经济为主要形式，铸造了独一无二的经济魅力。截止2016年底，顺德民营企业超过3万家，创造了全区超过60%的工业总产值、70%的国内生产总值和80%的税收。与2015年同期相比，2016年顺德实现了地区生产总值2793.22亿元，同比增长8.4%；人均存款已超8.9万元，同比增长25%。经济数据强而有力地表明，顺德雄厚的经济实力，为商业资本向社会商业领域外溢，探索一种补充性、可持续的商业与公益、人文结合发展的模式提供了雄厚的物质基础。

与此同时，顺德10个镇街产业集群与专业化分工格局，提供了社会商业方式多样性的可为空间，如大良机械、北滘家电、乐从家居、陈村花卉等。不同形态的镇街经济，形成了差异化的社会经济结构与人口分布特征，也产生了形态各异的社会问题。这些都为社会商业的研究与地方实践，提供了多样性与可能性。

社会服务需求多元化

王振耀先生认为，社会价值是“善经济”最主要的特征，进入善经济时代需要从加强企

业社会责任和大力发展社会服务（业）两方面着手。对社会商业而言，它既是为了满足社会服务的多元需求而应运而生，又要从社会服务出发规划社会商业的可行路径。

宏观视角上，顺德全区开始了从保障弱势群体为主的传统福利型服务，逐步向全体市民共享的现代公益型服务转型。微观层面上，当前顺德本土的社会服务，呈现出服务机构大量涌现、服务面向较广，而服务水平较浅等特点。目前的公益组织开展的社会服务，只是触及了社会问题的冰山一角。

具体来说，顺德区养老服务、贫困人口及残疾康复等主流问题，现实中仍需要实实在在的本土研究，找到有效的问题解决办法。贫困人口方面，数量上具备了一定的规模，但较为分散。截止到2016年12月，顺德共有低保对象3280户共5816人，临界低保对象1046户共2852人，特困人员里农村“五保”对象166户共166人，城镇“三无”人员936户共947人。养老服务方面，顺德进入了中高程度的老龄化社会。据2016年《顺德区空巢、失能、失智长者生活状况调查》数据显示，截止2014年，顺德区60岁以上人口数达20.5万人，占全区户籍人口总数的16.41%。预计到2030年，该比例将上升到28.23%，全区60岁及以上老年人口将突破35万。2014年，全区有4882位空巢长者，其中失能老人1452位，但配套的养老床位仅2851个。残疾康复方面，截止2015年，顺德全区在册残疾人为6.5万，占全区户籍人口数的5.2%，其中持证人数为21347人，重度残疾（一级、二级）共7829人，占持证人数的36.67%。然而，康复及托养服务设施建设严重欠缺，社区残疾人康复机构仅41家左右（含医院康复科）。

养老服务，它涉及了资源竞争性分配问题；贫困人口，它指向了社会化的生存性竞争问题；而残疾康复，它关系到边缘群体的社会就业问题。所有这些都是经济与社会如何协调发展，社会价值与经济价值如何相向而行，以及经济、商业方法如何回应社会问题等历史课题的显现。社会商业正是为了适应这些矛盾与困难而产生和发展出来的。

企业公益运动方兴未艾

顺德是一方孕育企业家的水土。在北滘君兰，高楼大厦鳞次栉比地排列着，矗立在中央的美的总部大厦显得尤为耀眼。美的集团是何享健先生于1968年创办的一家消费电器制造企业，现已成功跻身世界500强企业行列。2016年，集团实现销售收入超1500亿元人民币，拥有员工逾13万人。这家巨无霸企业，给人的印象不只是庞大的经济利润，还有一个名为“和的”的慈善基金会。

2013年12月，何享健先生成立了以他本人命名的广东省何享健慈善基金会（以下简称“基金会”，今年改名为“和的慈善基金会”）。他表示要“做一些慈善事业，回馈社会、回馈国家和地方”。基金会原始注册资金5000万元，后续运作资金主要由美的控股有限公司捐赠。基金会创立以来，先后资助超过140个本土公益项目，业务范围涵盖了教育、养老、文化艺术、扶贫赈灾、环保等多个公益慈善事业。其重点资助的北滘和园、顺德善耆家园项目，分别关注文化保育和养老，引发了积极的社会反响。

与近年来企业社会责任同步，顺德开始了以“社会企业”为代表的新经济和新公益形式

实践与地方倡导运动，至今已有14家社会企业，并有一批社会服务机构和小微企业在探索以社会企业的理念和方式运作。陈村观效文化传播有限公司（以下简称“观效”），一家以制作、销售掐丝珐琅画为主要特色的企业，便是其中的典型代表。透过落地玻璃窗，远望就能看到工作室里展柜上琳琅满目的景泰蓝工艺画，金丝闪亮，釉彩鲜艳。从清新脱俗的花鸟画到精致庄严的唐卡，每一幅景泰蓝工艺画都平如镜面，高贵华美。在工作间，员工或在掐丝，或在上色，而企业负责人则在一旁耐心地指导残疾学员。精美的艺术品由此诞生，演绎了“残健共融”的精彩。

2013年9月成立以来，观效始终致力于帮扶残障人士自主就业，成为了顺德区最早通过认证的社会企业之一。从社会目标与影响力角度，它是一种以商业模式推动社会问题解决，让弱势群体能够发挥自身优势、自强不息的新型生产方式。

无论是以美的集团为代表的大中型企业社会责任实践，还是近年来本土涌现出的社会企业形式，都反映了顺德经济社会领域中社会商业的萌芽。正如全球性的社企倡导运动那般，在顺德探索社会商业模式，目前已具备了良好的组织基础与社会条件。

3. 小结

顺德社会创新中心探讨和推动的社会商业，是基于商业向左、公益向右的历史性变化，从顺德历史文化遗产、经济基础条件和现实发展需求的视角，做出的战略规划与构想。具体而言，当前世界50余个国家和地区，推动着一股商业向善的全球倡导运动；与此同时，越来越多的公益机构、非营利组织、合作社乃至个人，都尝试着以商业方式经营，持续地解决社会问题。当前商业与公益领域的改变与融合，催生了以商业手段解决社会问题，兼顾社会与经济效益的社会商业模式。

对顺德历史而言，社会商业不是先验的舶来品。它与顺德传统实践中的人文精神、商业文化与公益生态一脉相承，是对顺德历史与文化的一种传承。历史上，顺德的宗祠文化反映了顺德人敢为天下先、开放包容的人文精神，族人相济、守望相助的社会习俗，并象征了明清以来顺德商品经济与商业文化的进步繁荣。桑基鱼塘，由于其独特的结构和功能，构成了历史上我国生态环保农业的典范。它与生丝贸易相联系，推动了近代我国缫丝产业的形成和发展。侨商公益网络，它集中地描绘了顺德近现代的公益生态。港澳及海外侨商参加家乡经济建设与福利事业，影响并塑造了顺德本土的产业布局与商业文化。

就地方现实而言，由于顺德雄厚的民营经济和发展活力，社会商业本土研究与实践，首先具备了物质基础与经济动力；其次，本土企业履行社会责任，以及社会企业倡导运动，使社会商业具备了一定的组织与社会基础。更为关键的是，社会商业作为探索、解决顺德贫困、养老、残疾人就业、儿童青少年服务等各种社会问题的一种可能方式，在顺德本土具备了现实的发展需要。



寻找顺德社会商业（善经济）行动，是顺德社会创新中心在引介、评论社会商业基础上，于全区范围内寻找和发现商界、社会各界的“商业+公益”行动，进而促进本土公益、商业与人文实现跨界融合。

使命愿景和年度主题

构建环境友善、与邻为善、资本向善、价值共创的善经济平台和集群，促进顺德公益、商业和文化跨界融合，发展更具人文的商业、更有活力的公益、更多关爱的社区。

寻找、挖掘的对象及内容

以本土企业商协会、社会企业合作社和社会服务机构（含商业运作NGO），以及致力于社会目标的团体和个人作为主要对象，并建立相应的评价机制。

寻找、挖掘的对象及内容

以本土企业商协会、社会企业合作社和社会服务机构（含商业运作NGO），以及致力于社会目标的团体和个人作为主要对象，并建立相应的评价机制。

- （1）对于企业、商协会，重点了解其商业模式和创新性公益项目的可复制性、持续性、广泛性、社会影响力，以及机构开展社会投资的意愿和能力。
- （2）对于社会服务机构、社会企业、合作社，重点了解其商业要素实践效果，能否为解决社会问题发挥实际功效。
- （3）对于自然人，重点了解个人及其团队解决社会问题的意愿、专业能力及执行方案。

资源支持体系

服务对象类别	资源支持方式
企业及商协会	（1）联合业内专业机构（如商道纵横、CM公益传播、瓶行宇宙、和众泽益等）提供咨询服务，定制个性化CSR方案； （2）加入顺德社会商业（善经济）俱乐部，优先参与业内高端交流活动，与行业权威专家深度交流； （3）对接优秀社会公益组织和社区资源，策划公益项目及活动； （4）提供机构与项目展示平台，宣扬机构向善行为，提升品牌形象。
社会服务机构、社会企业合作社	（1）符合《顺德区社会企业培育孵化支援计划（修订稿）》相关标准，由区政府法定机构认定为社会企业； （2）链接政府资金（众创共享计划、公益创新大赛等）及社会资金（区“双创”基金会、广东德胜社区慈善基金会、区创展基金会等）专项扶持；经本行动推荐的项目，向区“双创”基金会申请资助可直接进入专家评审环节； （3）优先享有人力资源、财务管理、品牌提升等商业技能培训； （4）享有社会企业、社会投资领域的高端交流及外出考察机会； （5）提供机构与项目展示平台，提升机构品牌形象； （6）引导社会各界优先采购社会企业、非营利机构的产品和服务。
社会团体及个人	（1）优先纳入顺德区“汇贤社会创新人才计划”，享受外出学习、专题培训、项目资助等服务； （2）链接区“双创”基金会、广东德胜社区慈善基金会、区创展基金会等社会创业项目资金；经本行动推荐的个人，向区“双创”基金会申请资助可直接进入专家评审阶段； （3）获得社会创业领域的专业能力辅导，如项目设计、商业模式优化等； （4）优秀代表及个人可获得媒体专题报道，提高知名度及影响力，拓宽资源获取渠道。

恒常性工作

- （1）恒常性开展寻找社会商业（善经济）行动。以创新的传播方式（符合主流价值观、公益创新类事件）吸引政府、商界、学界、媒体、居民对社会商业（善经济）的关注及参与，营造良好社会氛围。
- （2）开展年度社会企业认证。完善顺德社会企业标准、认定程序和支持体系，引导社会各界力量开展社企实践，促进社会企业做大做强。
- （3）做好资源链接工作。依托社会服务交易所（社会服务网）完善资源对接平台，为社会商业（善经济）行动寻找合作执行方，提升服务项目质量。
- （4）组建顺德社会商业（善经济）俱乐部。搭建商界人士与公益组织、社会团体及个人的纽带连接机制，逐步扩大社会商业（善经济）集群。
- （5）建立项目案例库。总结、归纳优秀的项目案例，定期发布本土社会商业（善经济）年度白皮书或案例集。

近期工作安排

- （1）寻求战略合作伙伴
- 一是了解潜在战略合作伙伴（顺德农商行等金融机构、区双创基金会等企业基金会）需求，为其量身定制合作方案。二是联动区镇两级知名商协会，如青企协会、外商协会、高新技术企业协会等，邀请其成为活动的联合主办单位，拓宽企业参与活动渠道。
- （2）顺德社会商业（善经济）行动发布会
- 2017年9月3日，举行寻找顺德社会商业（善经济）行动发布会。发布会将对行动意义、目标、参与方式、资源匹配等内容进行介绍，并开展主题研讨与实践分享。
- （3）畅通社群参与
- 社群可通过区社创中心微信公众号、官网以及合作机构资讯渠道，或机构自荐、联合推荐形式参与。
- （4）展示阶段性成果
- 梳理2017·顺德社会商业（善经济）案例，对典型事件、优秀项目及代表人物进行视频拍摄；并通过公众号、自媒体频道、公共空间发布。

结语

随着我国经济的逐步转型升级，市场经济体制的不断完善，大批社会企业家运用着市场力量创造社会价值。他们中有的人与低收入地区的农户一起，创造高附加值的产品，如大学生团队扎根乡村保护民艺，用全新的设计思维赋予传统工艺现代血液；有的人以突破型产品填补市场空白，如新兴创客用3D打印技术大大降低了假肢的制作成本；有的社会企业家为特殊人群寻找独特的市场机会，让他们以完全的公民姿态完善自己的生活，如媒体达人为工厂女工编写创意杂志；还有更多的社会企业家，他们或许还没有摸索出最合适的前进道路。

从全球范围看，分布于世界各地的社会商业行动，产生了各式各样的经济与社会效应，泛起了阵阵涟漪，逐渐影响着自己、周边人群、社区，乃至整个社会。随着越来越多的社会因素融入商业，谁又能否认，总有一天，社会商业会掀起波澜呢？