



# 三A三力社会价值数据分析报告 社创之星项目版 (102星)

Social Value Analysis Report of Social Entrepreneur Star

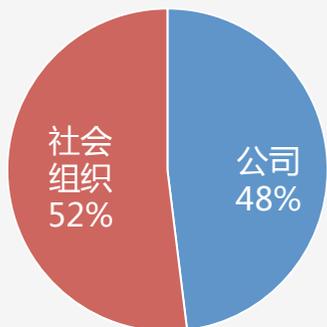


2017年5月

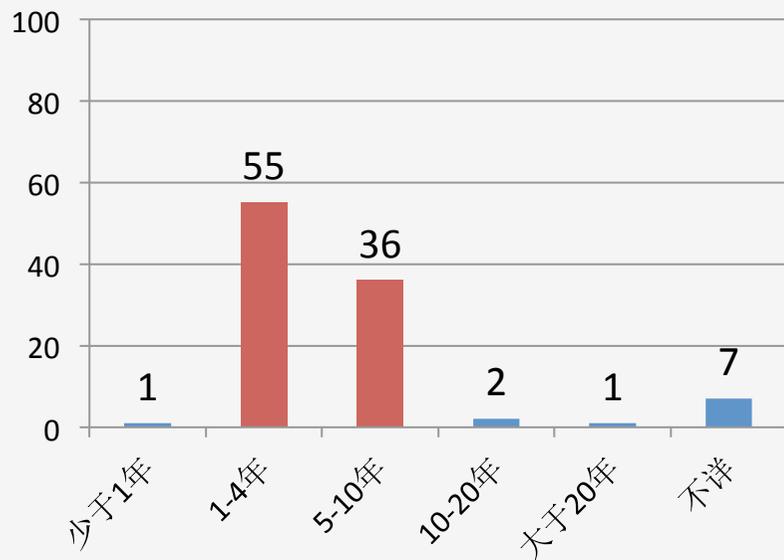


# ① 社创之星概况 · 机构特征

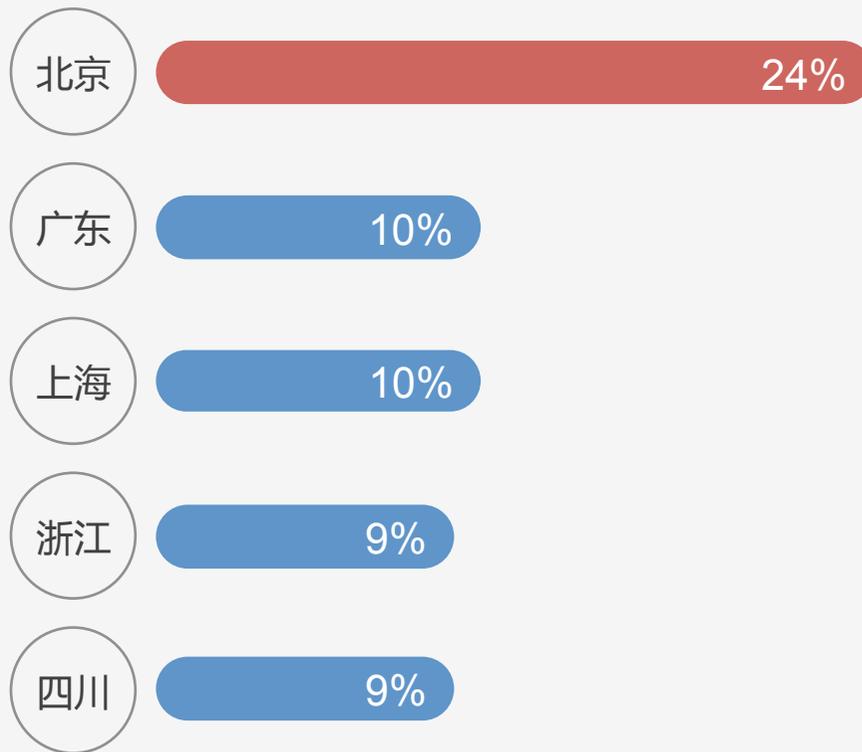
## 机构注册类型



## 机构成立年数分布



## 地域分布 (IP 前五)



平均成立年数 **4年**

样本量 **102家**

# ① 社创之星概况 · 机构体量

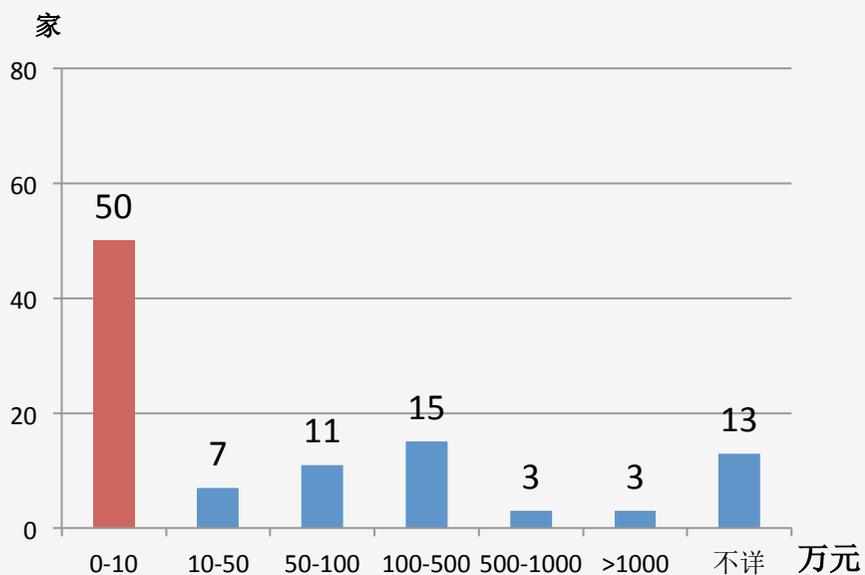
平均注册资本

146  
万元

注册资本总量

1.3  
亿元

注册资本量机构分布



各机构成长阶段

成熟期

2%

扩张期

11%

成长期

53%

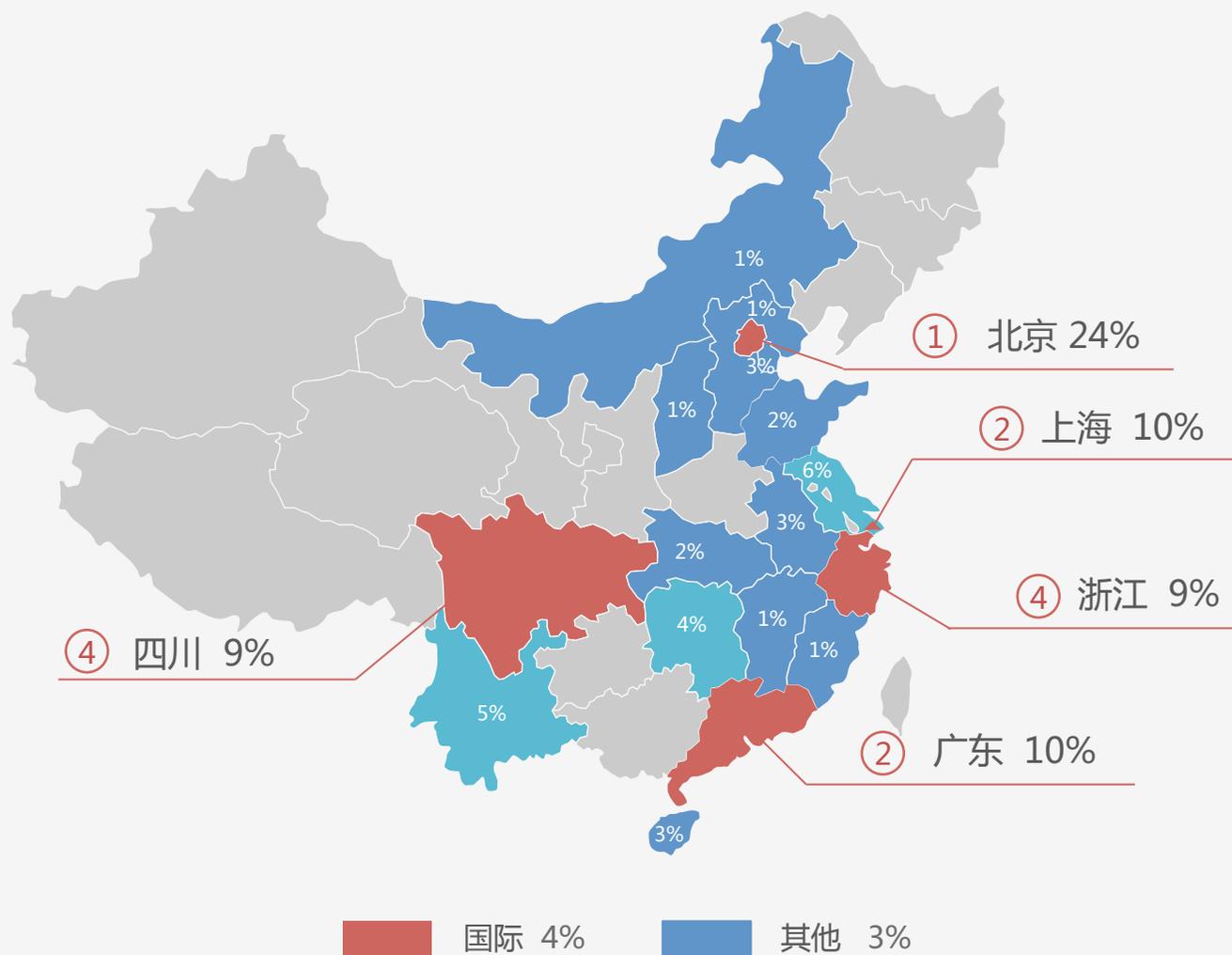
初创期

25%

种子期

8%

# ① 社创之星概况·地域分布

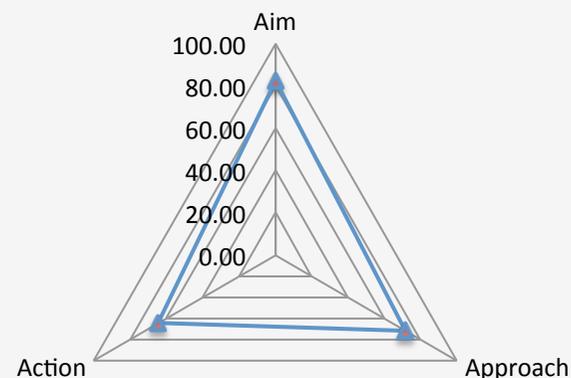


## ② 三A概况及星级标准

社创之星三A平均水平



三A总分	76.26	推动更公平、更有效率、更可持续解决社会问题的水平
三A合一性	79.24%	Aim, Approach, Action 的一致性程度
目标驱动力 Aim	82.62	社会议题的公共性、社会性
方案创新力 Approach	71.72	解决方案的专业性、系统性、创新性、可持续性
行动转化力 Action	64.68	组织和团队实施创新解决方案、达成社会目标执行能力

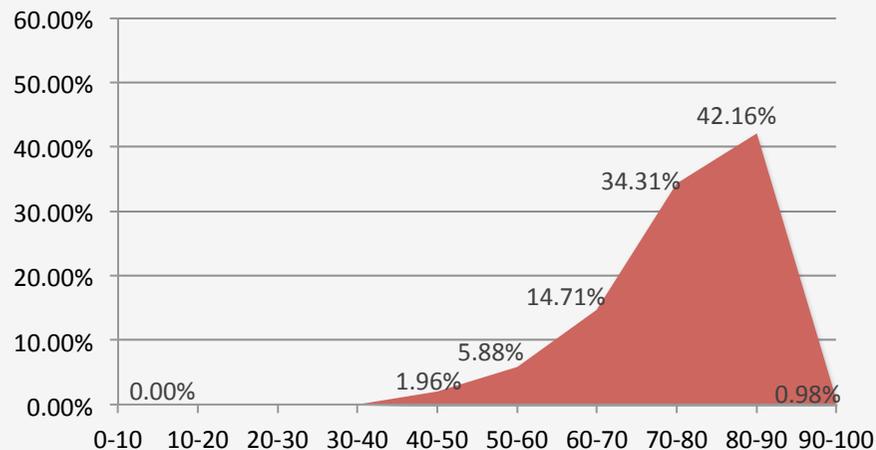


### 三A报告星级标准分数对照表

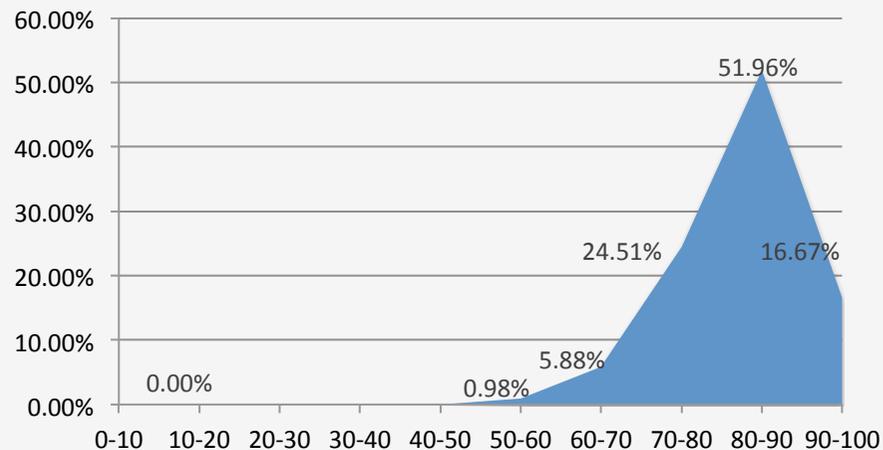
星级 / Star	★★★★★	★★★★	★★★	★★	★	-	-
得分 / 全部	100-90	90-80	80-70	70-60	60-50	50-40	<40
得分 / 公司	100-85	75-85	75-65	65-60	60-50	50-40	<40
得分 / 社会组织	100-90	90-80	80-70	70-60	60-50	50-40	<40
三A合一性	100%-95%	95%-80%	80%-70%	70%-60%	60%-50%	50%-40%	<40%

## ② 三A概况·分值分布

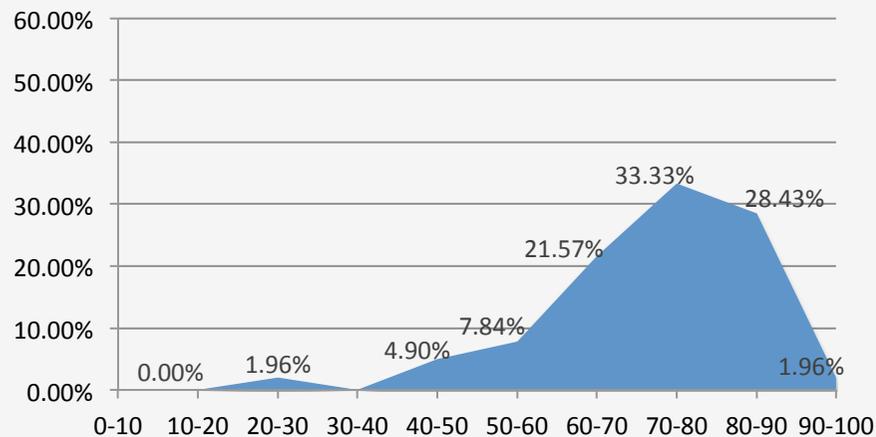
### 三A总分分布



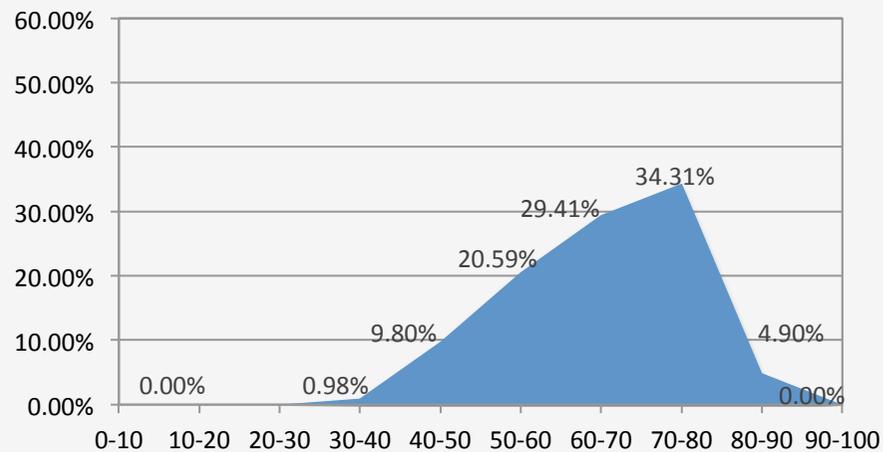
### Aim 分布



### Approach 分布



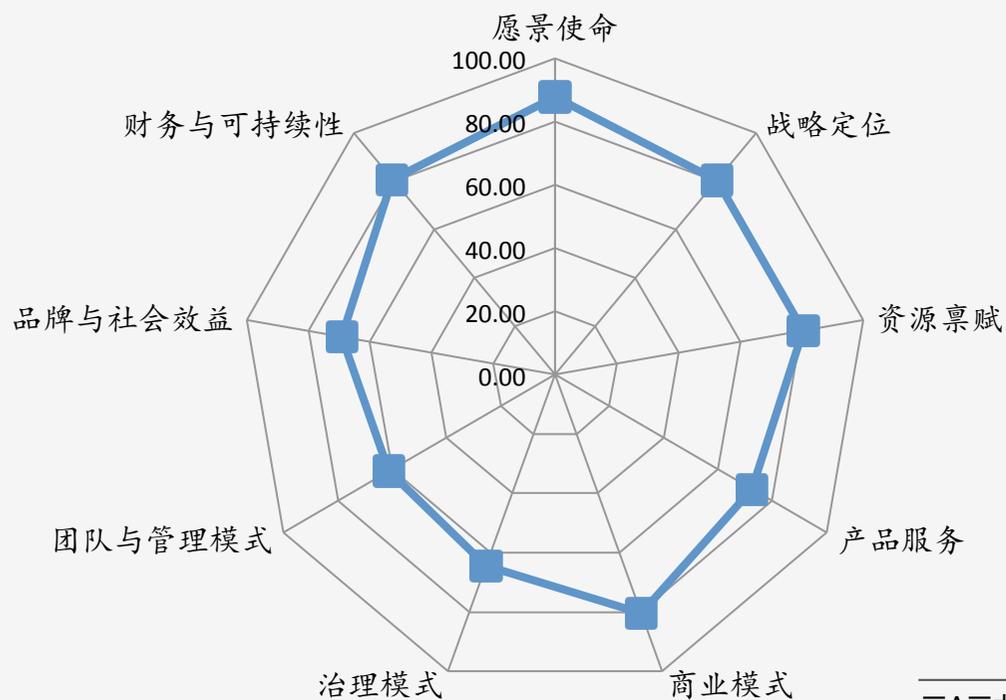
### Action 分布



## ② 三A概况·二级九项表现

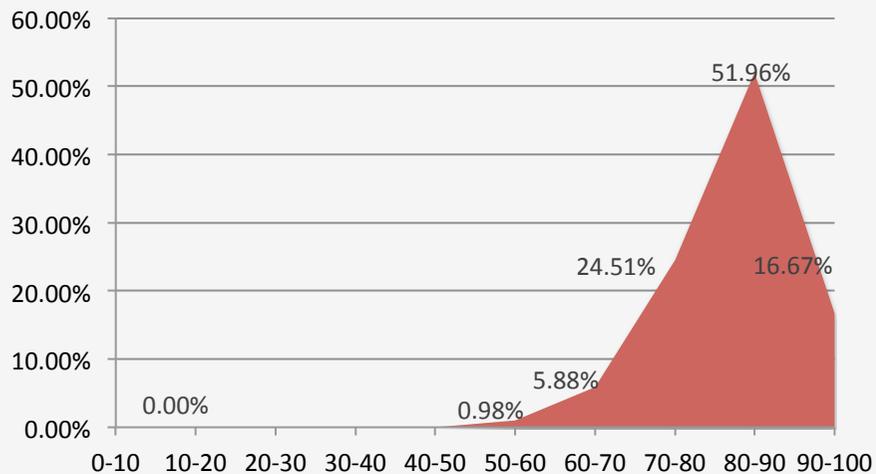
二级表现 (均值) **愿景使命** > **财务表现** > **资源禀赋** > **商业模式** > **战略定位**

Aim		Approach				Action		
愿景使命	战略定位	资源禀赋	产品服务	商业模式	治理模式	管理模式	品牌效益	财务表现
87.76	80.37	80.55	72.55	80.47	64.55	61.33	69.08	80.77

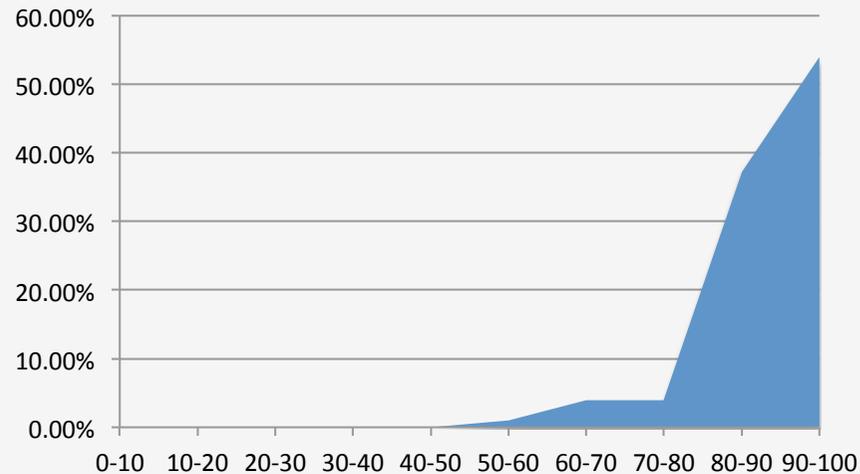


## ② 三A概况·二级九项分布

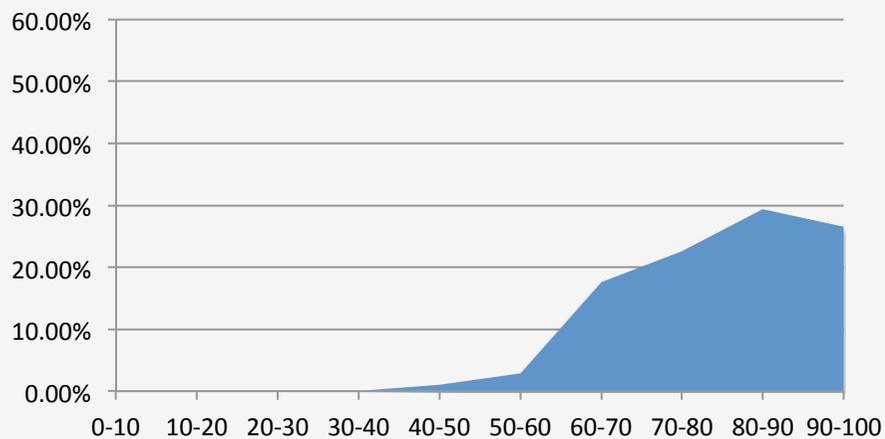
### Aim目标驱动力



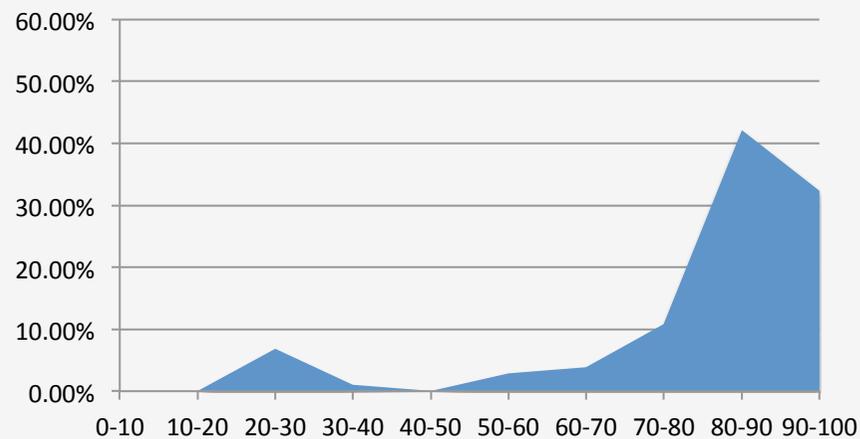
### 愿景使命



### 战略定位

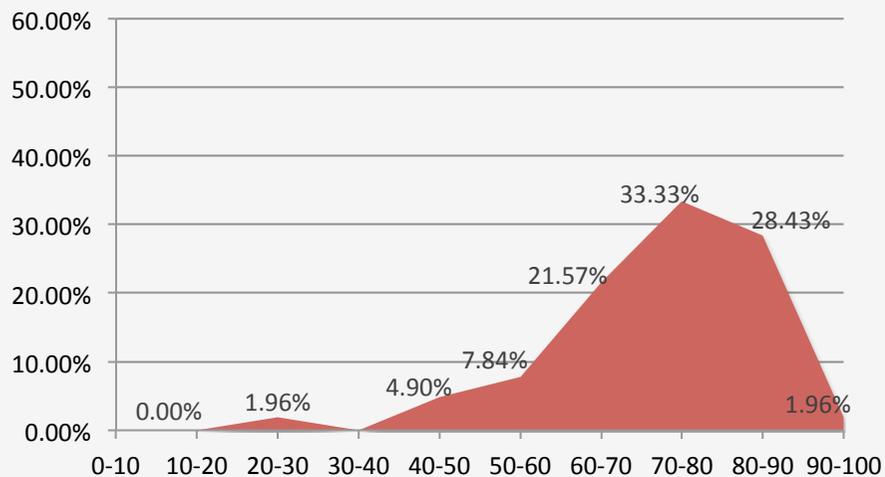


### 资源禀赋

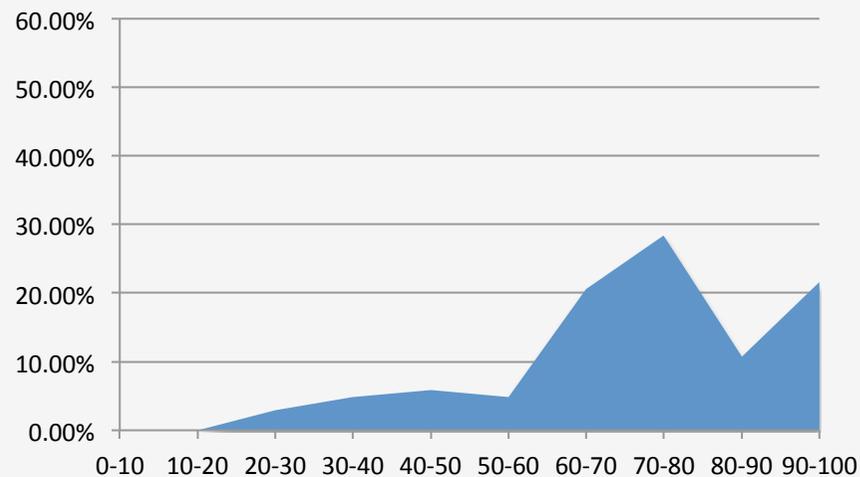


## ② 三A概况·二级九项分布

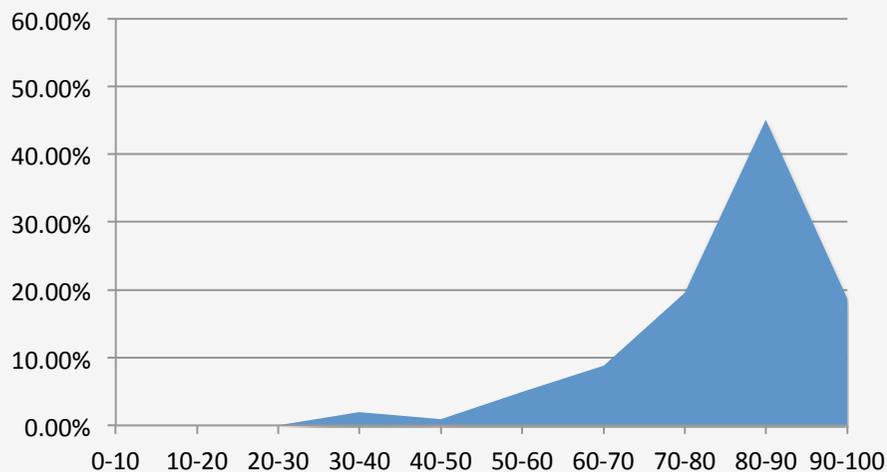
### Approach方法创新力



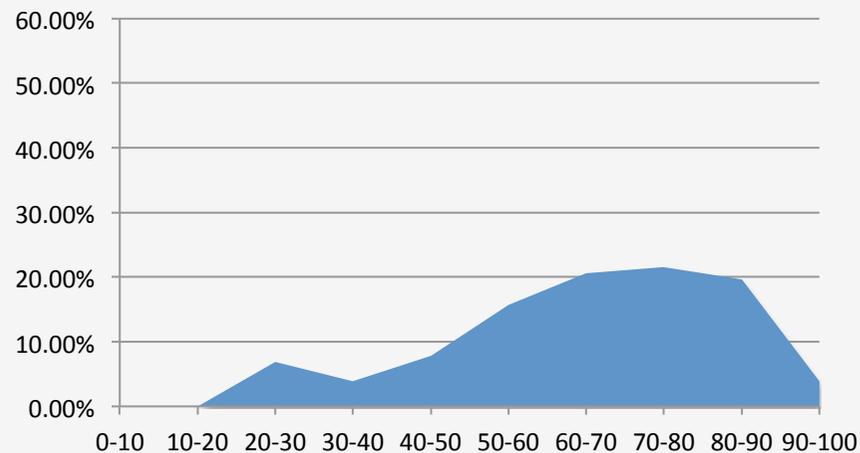
### 产品服务



### 商业模式

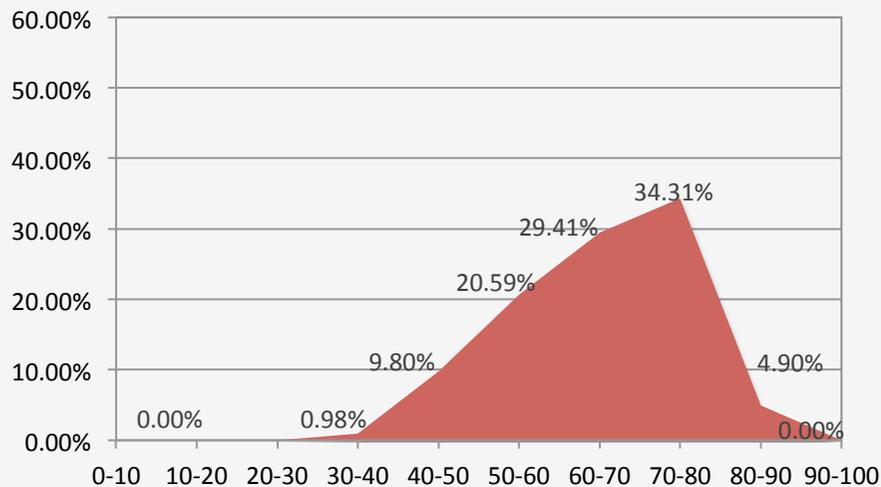


### 治理模式

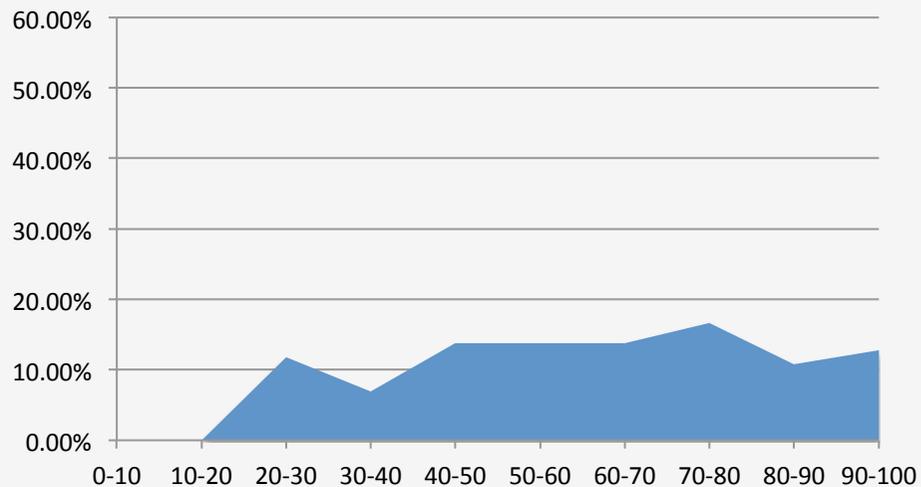


## ② 三A概况·二级九项分布

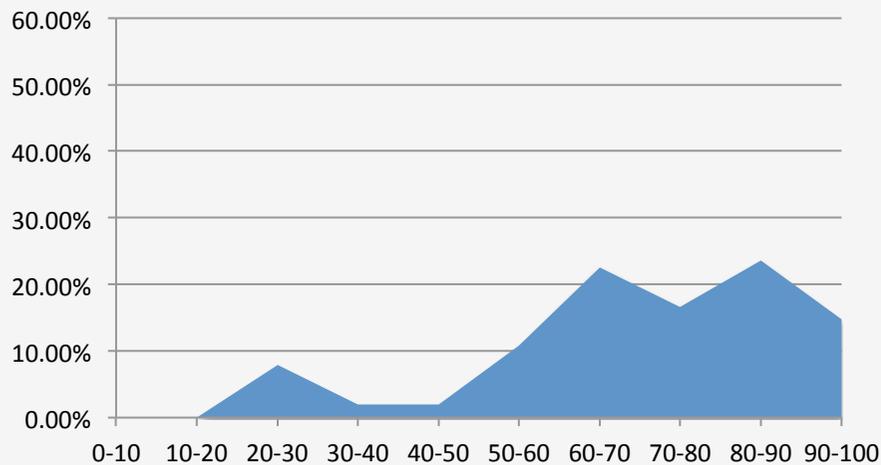
### Action行动转化力



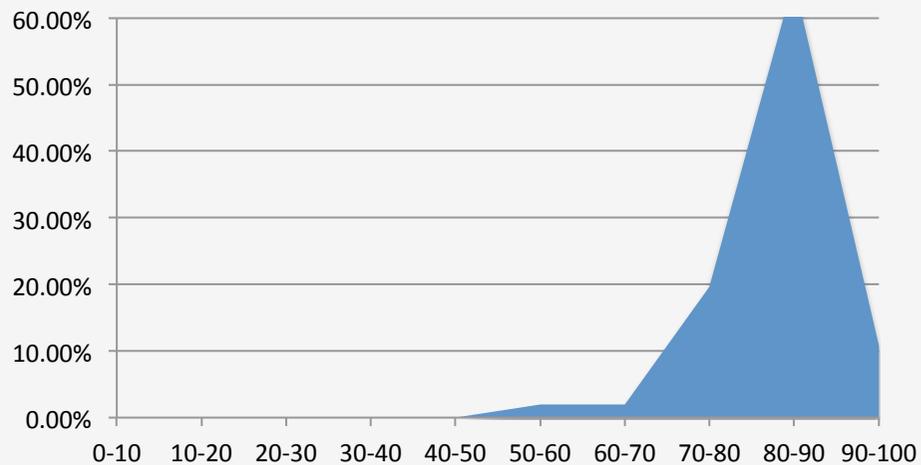
### 管理模式



### 品牌效益



### 财务表现

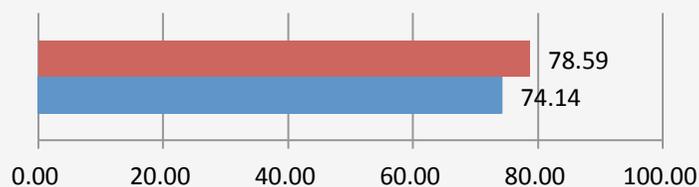


### ③ 三A概况 · 注册类型对比

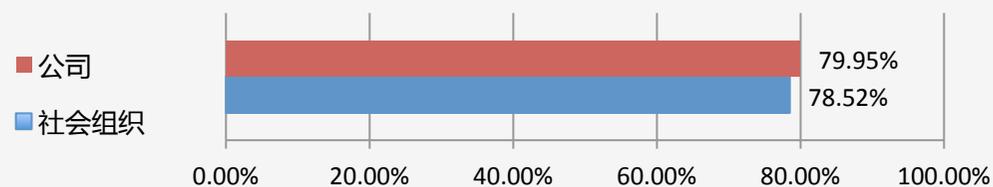
注册类型分值对比 公司 > 社会组织

	Aim 目标驱动力			Approach 方法创新力			Action 行动转化力		
社会组织	80.88			69.54			62.62		
公司	84.53			74.21			66.86		
组织vs.公司	↓ 3.65			↓ 4.66			↓ 4.23		
二级指标	愿景使命	战略定位	资源禀赋	产品服务	商业模式	治理模式	管理模式	品牌效益	财务表现
社会组织	85.65	80.08	75.72	68.13	78.64	63.78	58.73	64.08	80.21
公司	89.87	80.98	85.40	77.19	82.55	65.71	64.07	74.57	81.29
组织vs.公司	↓ 4.22	↓ 0.9	↓ 9.68	↓ 9.06	↓ 3.91	↓ 1.93	↓ 5.34	↓ 10.49	↓ 1.08

三A总分对比

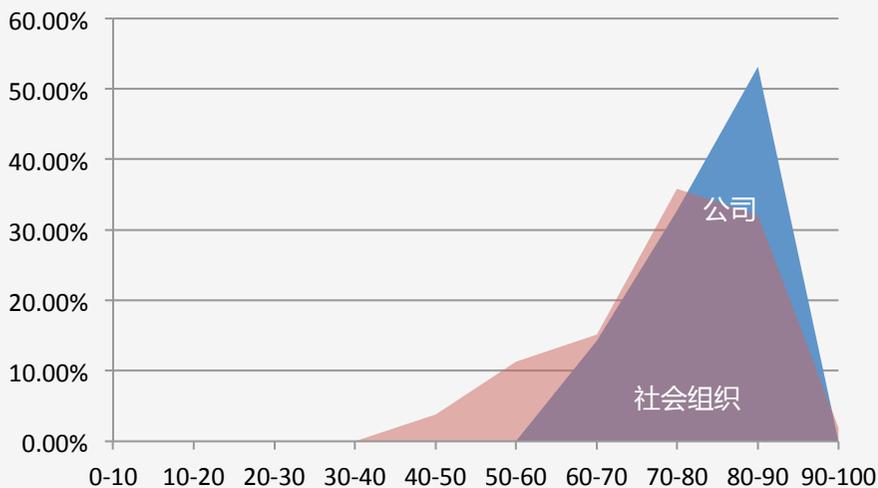


三A合一性对比

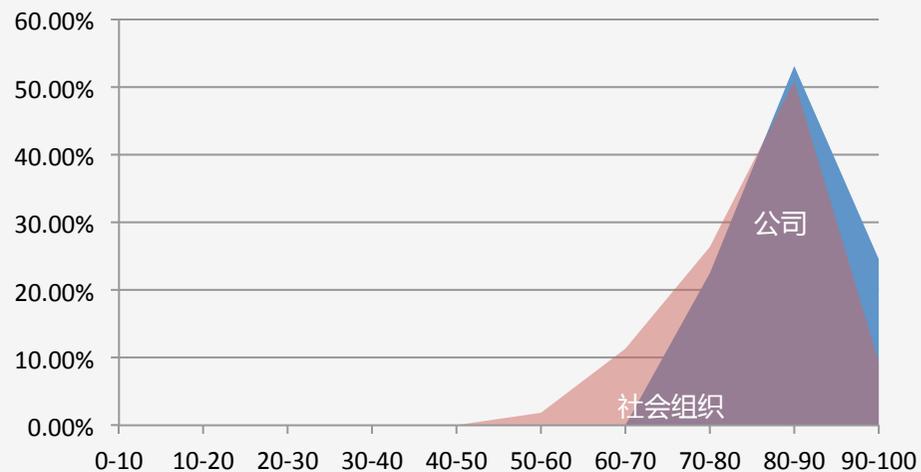


### ③ 三A概况 · 注册类型分值分布对比

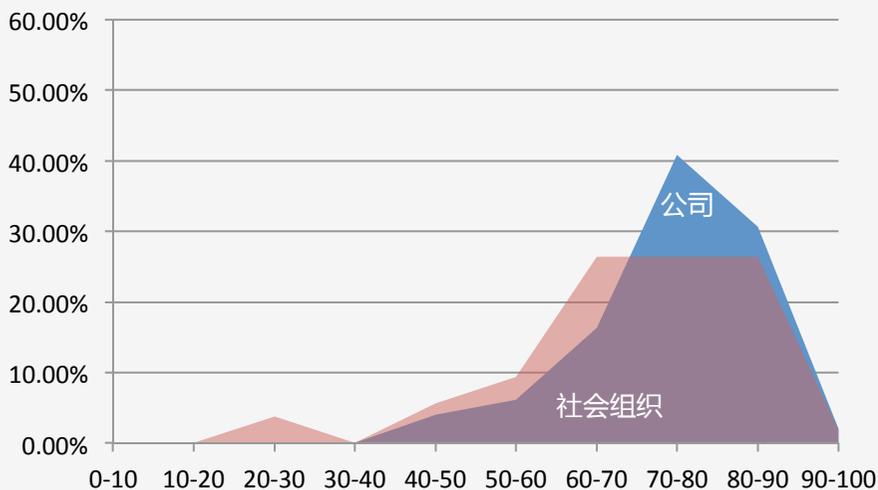
三A总分：公司集中分布



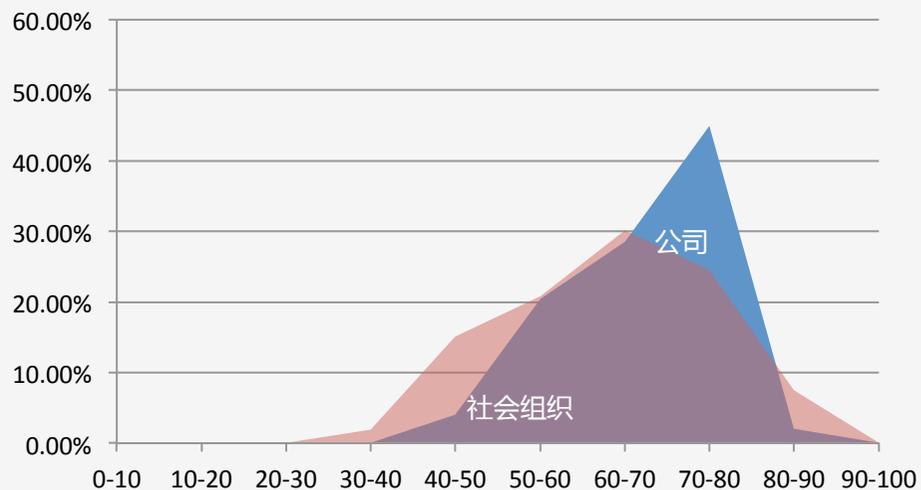
Aim分布：几乎一致



Approach分布

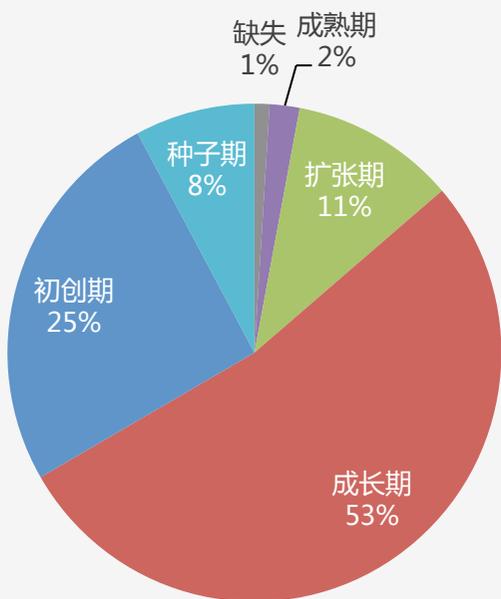


Action分布



### ③ 三A概况 · 成长阶段总分均值

成长阶段 **53%** 处于**成长期**



三A各项均值对比：成熟度越高，Approach与Action越好



	Aim	Approach	Action
成熟期	82.78	79.94	81.67
扩张期	84.11	78.13	66.66
成长期	82.67	70.74	65.23
初创期	81.51	72.93	64.97
种子期	82.81	63.88	51.66

三A总分均值对比：成熟度越高，表现越好

成长阶段	成熟期	扩张期	成长期	初创期	种子期
三A总分均值	85.36	80.05	76.03	76.52	68.72
样本量	2	11	54	26	8

# ③ 三A概况 · 成长阶段对比

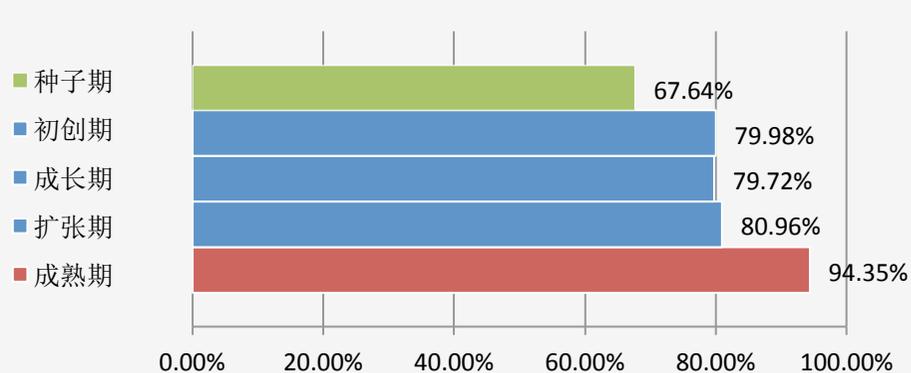
## 成长阶段二级九项均值对比

一级指标	Aim 目标驱动力			Approach 方法创新力			Action 行动转化力		
二级指标	愿景使命	战略定位	资源禀赋	产品服务	商业模式	治理模式	管理模式	品牌效益	财务表现
成熟期	92.50	74.65	88.50	63.80	88.25	92.50	74.65	88.50	63.80
扩张期	90.36	80.81	83.00	82.05	85.32	69.80	62.77	70.55	83.91
成长期	87.92	80.82	79.39	73.12	80.20	61.85	61.24	68.52	82.52
初创期	87.08	78.49	80.71	69.89	81.34	68.91	64.25	69.85	79.04
种子期	83.75	83.05	80.81	67.10	71.16	56.00	40.05	60.00	68.13

## 三A总分

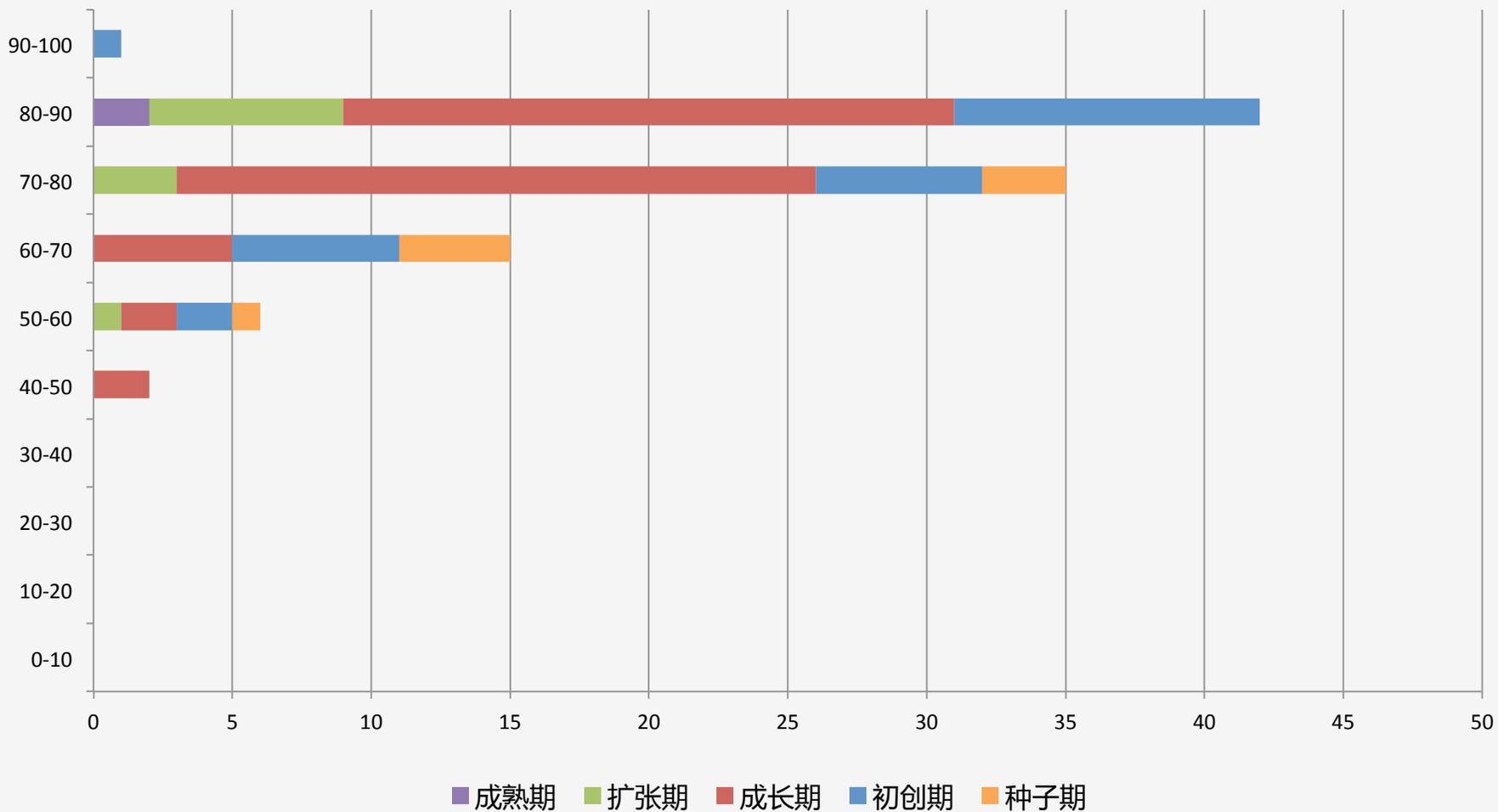


## 三A合一性



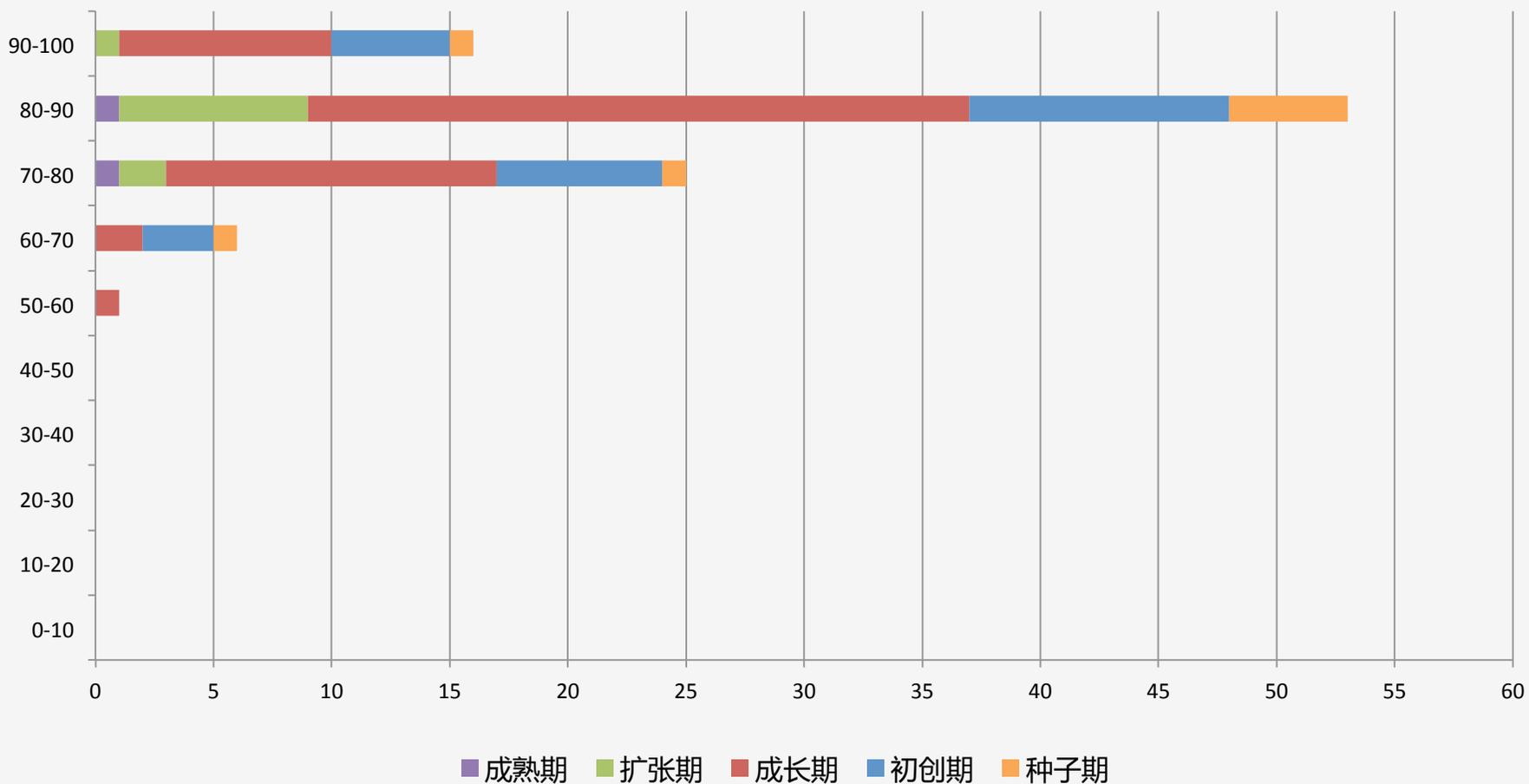
### ③ 三A概况·成长阶段分布

总分



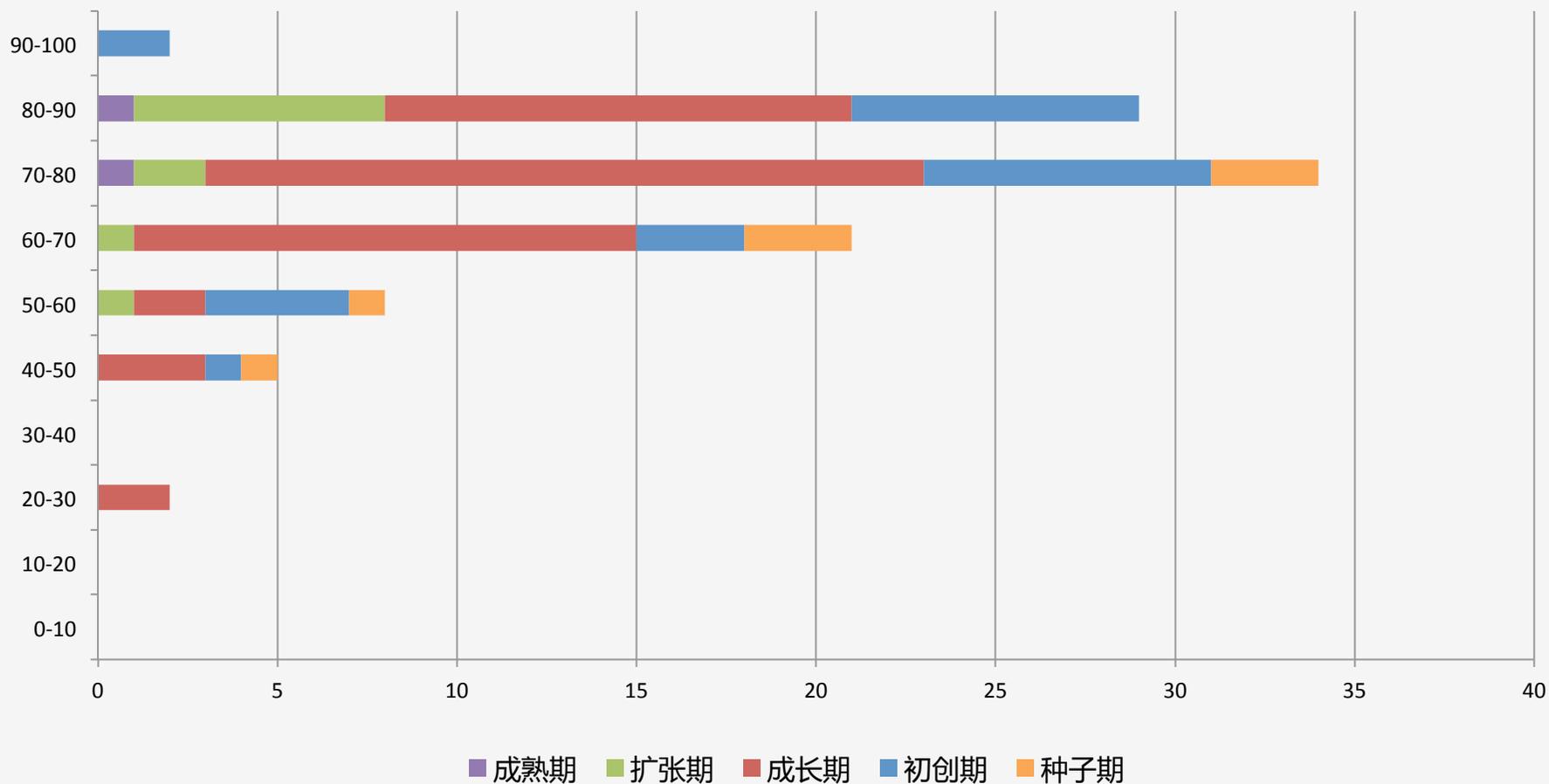
### ③ 三A概况·成长阶段分布

Aim



### ③ 三A概况·成长阶段分布

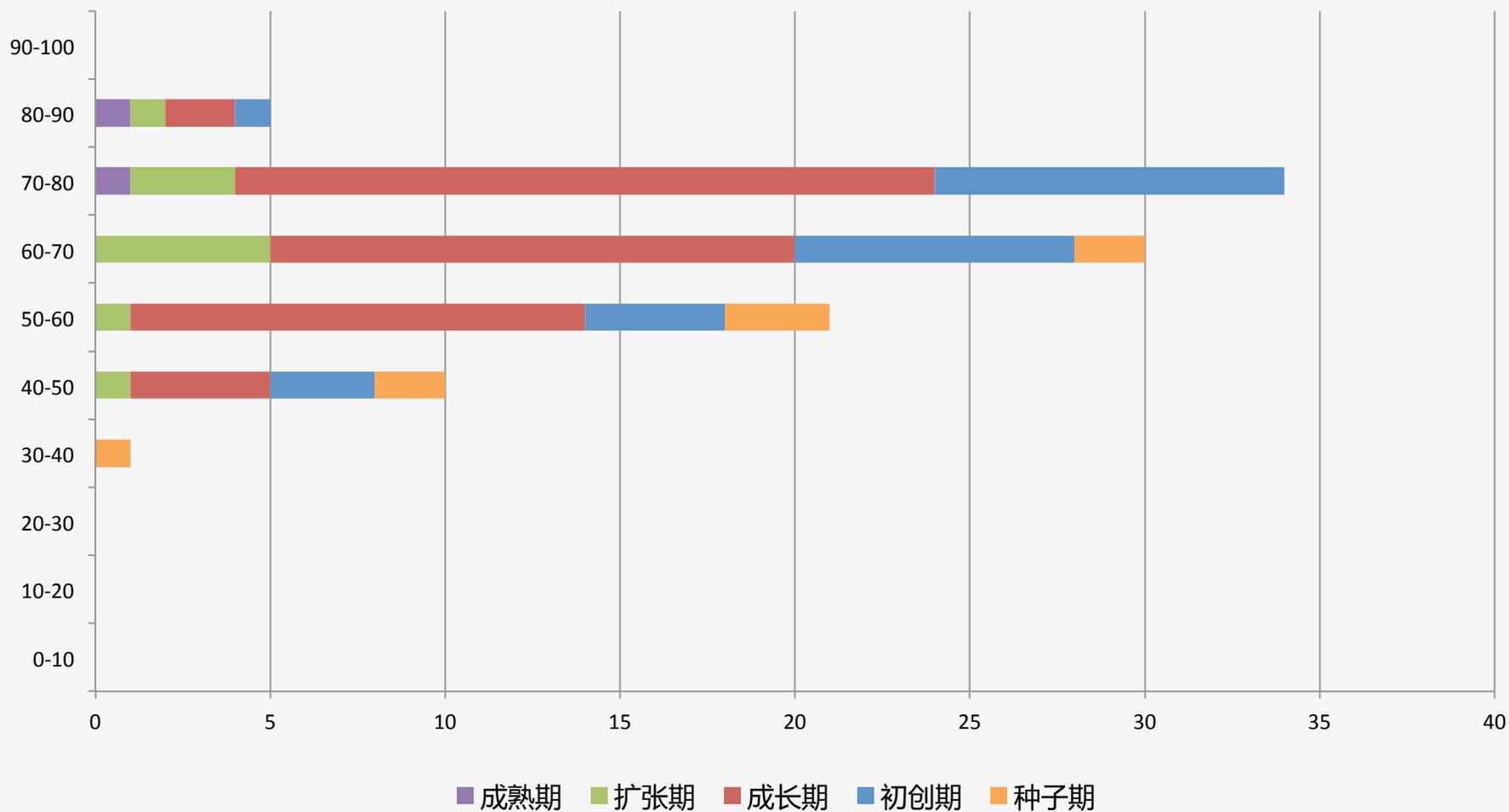
#### Approach



### ③ 三A概况·成长阶段分布



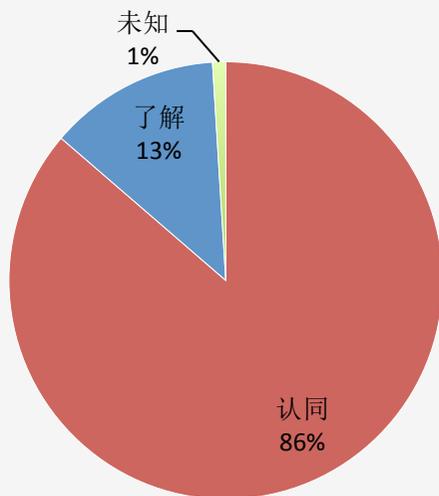
Action



## ④ AIM · 愿景使命

### 团队对价值观认可度

较高



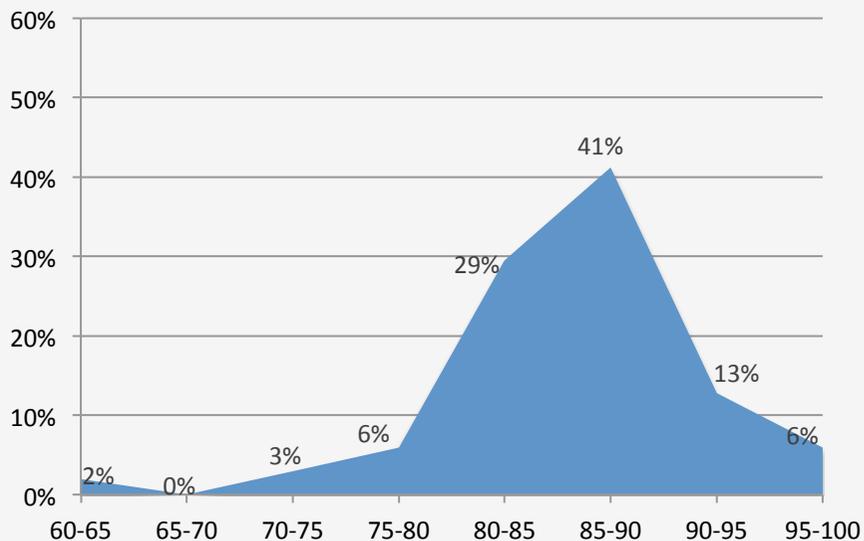
机构团队对机构的价值观认知程度较高，有86%的机构表示，团队成员认同机构价值观，13%的机构表示，团队成员了解机构价值观。

### 专家对价值观认可度

根据专家对机构创始人及愿景使命打分，大部分机构均得到较高评价，83%的机构得分在80-90之间。其中得分分布最多的85分共41家机构，其次80分，共30家机构，90分共13家机构。

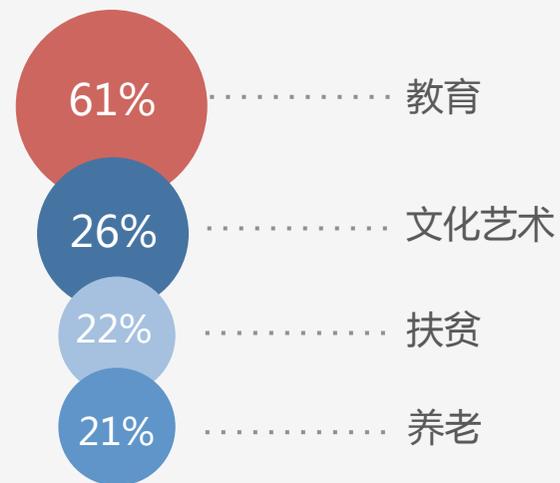
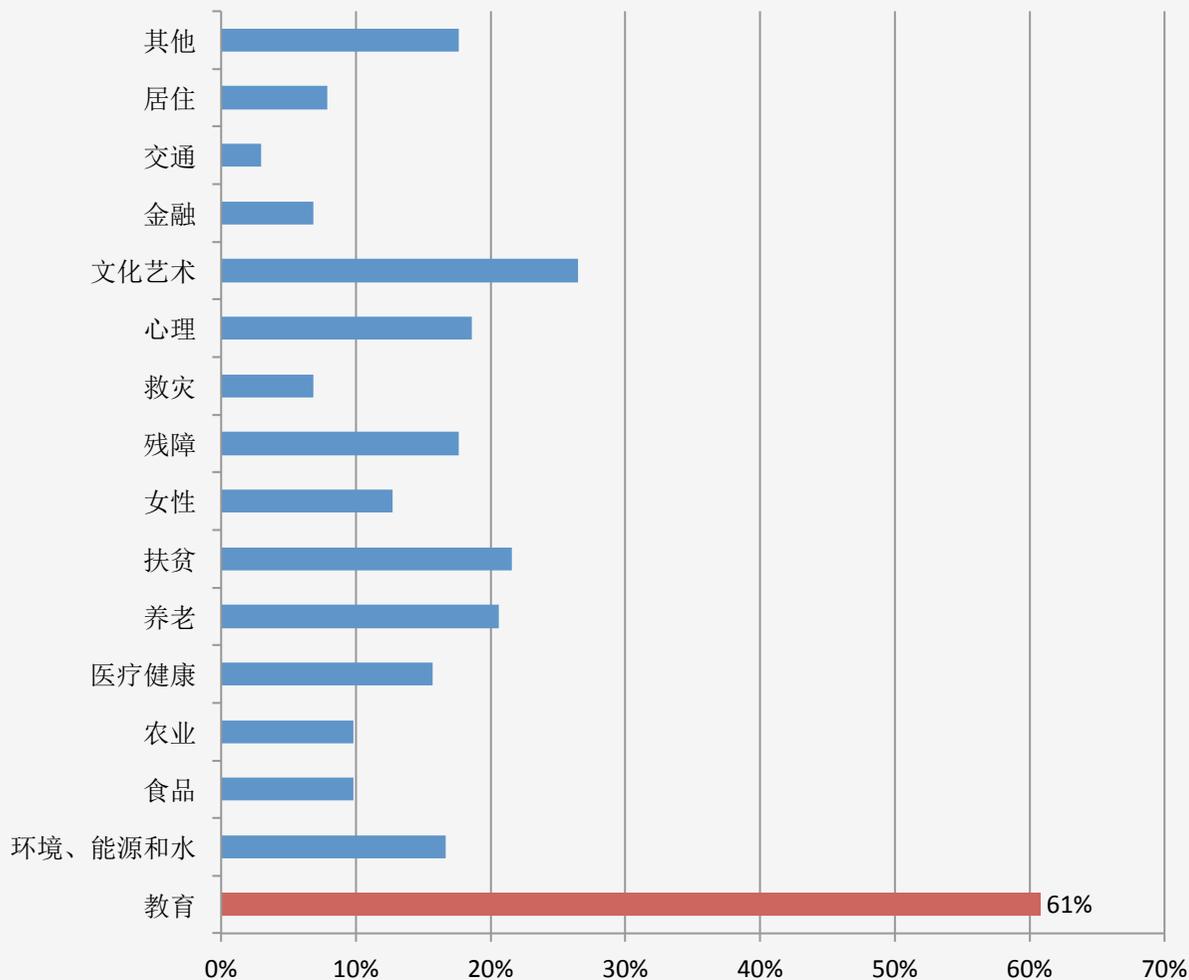
102家机构的平均得分为

83分



## ④ AIM · 愿景使命

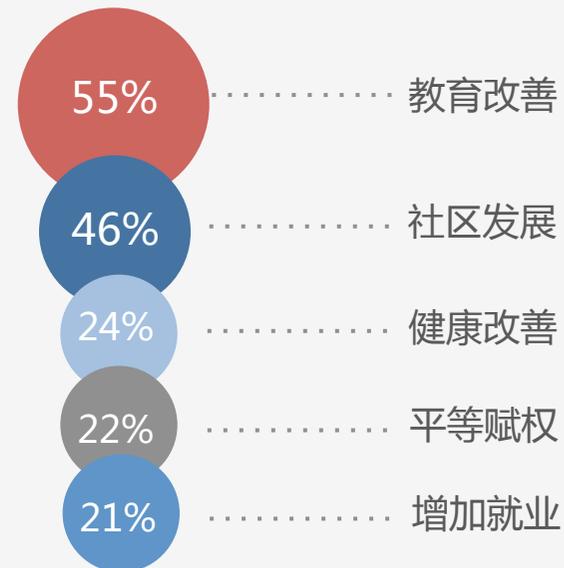
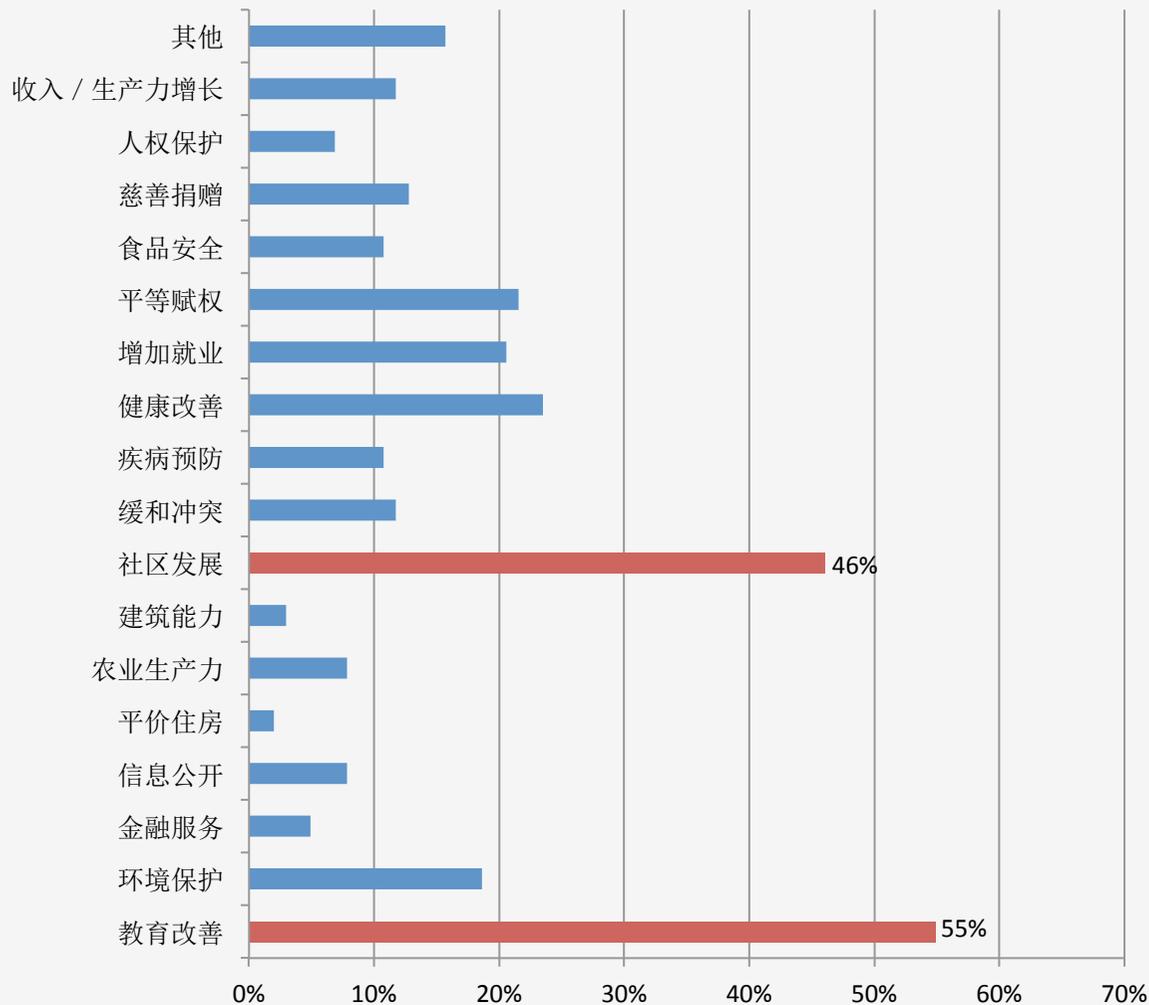
### 关注社会领域



社创之星最关注的社会领域是“教育”，有61%的机构将“教育”列为其关注的社会问题之一；其次受到重点关注的领域是“文化艺术”，占据26%的比重。“扶贫”与“养老”也是机构重点关注的社会问题，分别占比22%与21%，与之相接近的是“心理（19%）”、“残障（18%）”“环境、能源和水（17%）”、“医疗健康（16%）”。

## ④ AIM · 愿景使命

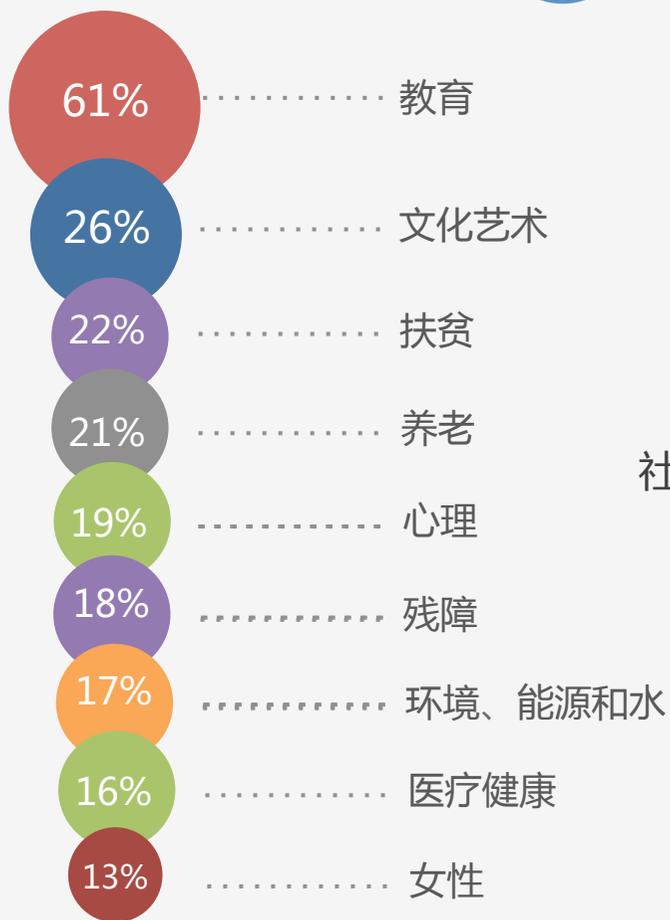
### 机构社会目标



社创之星普遍最渴望达成的社会目标是“教育改善”，有55%以上的机构将“教育改善”列为其制定的首要社会目标。其次46%的机构将“社区发展”列入社会目标之中。“健康改善（24%）”、“平等赋权（22%）”、“增加就业（21%）”、“环境保护（19%）”，是仅次于前两个被大多数机构制定为其努力达成的社会目标。

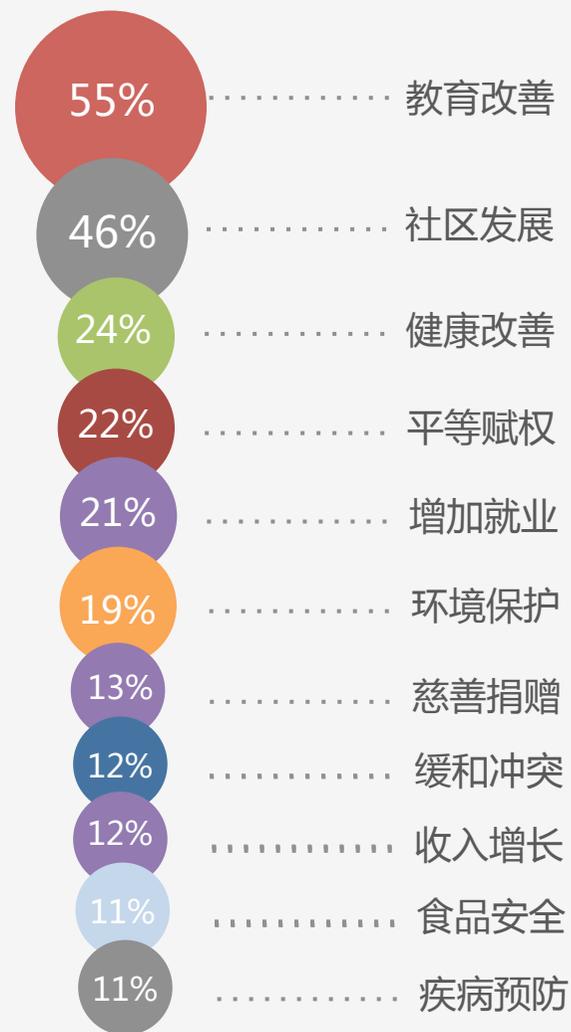
# ④ AIM · 愿景使命

愿景使命一致性程度 **较高**



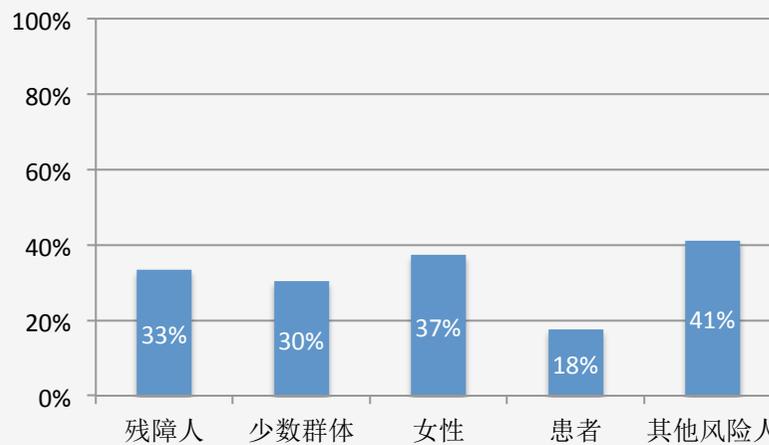
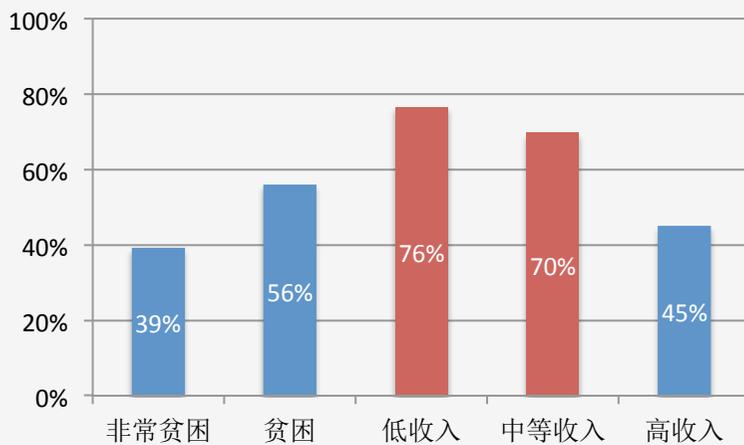
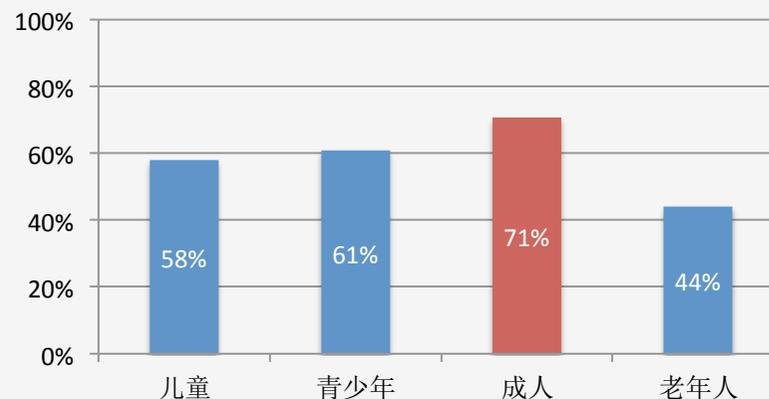
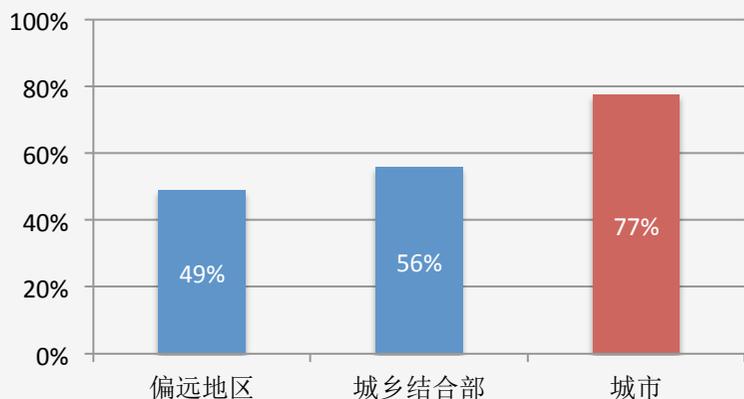
社会问题

社会目标



# ④ AIM · 战略定位

受益群体特征

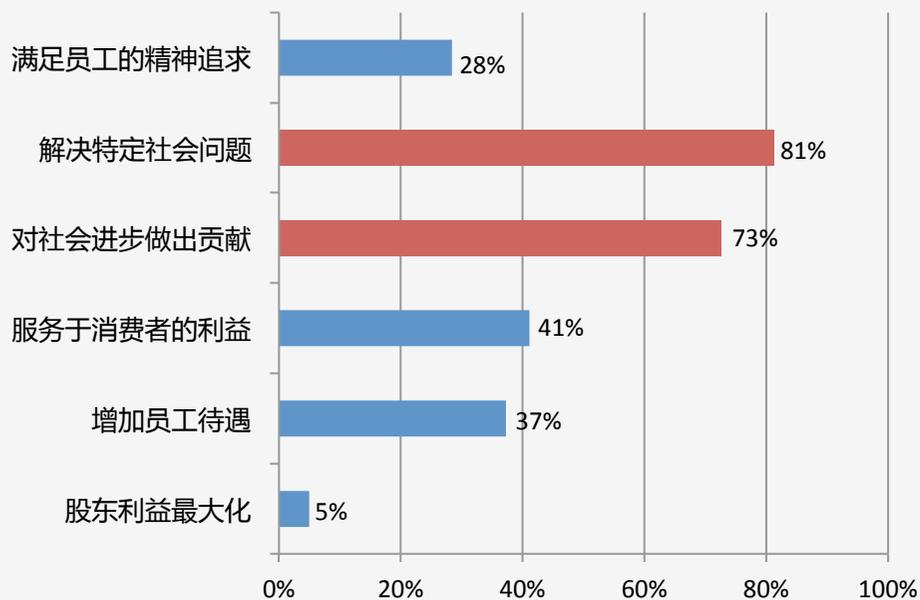


【贫困】人均年纯收入低于3000元

## ④ AIM · 战略定位

### 机构的首要任务

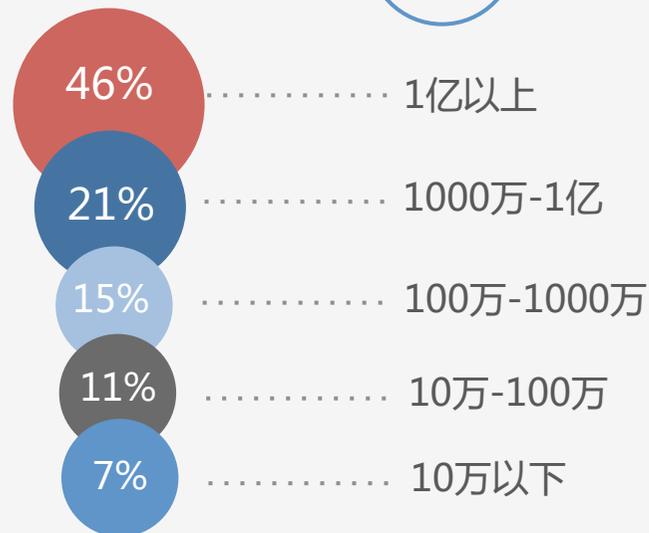
社会  
性强



机构专注的首要任务社会性属性强，81%的机构表示是“解决特定的社会问题”，“73%”的机构希望“对社会进步作出贡献”。41%的机构希望“服务于消费者的利益”，“37%”则望“增加员工待遇”，“28%”追求“满足员工的精神需求”，仅有不足“5%”的机构是实现“股东利益最大化”。

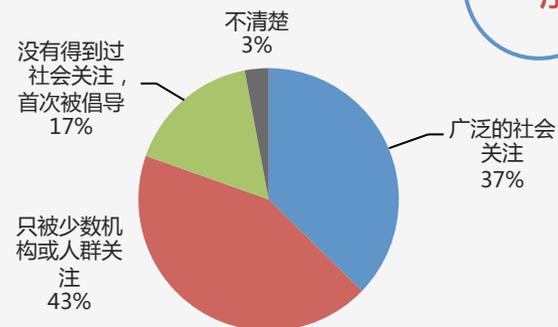
### 预计市场规模

很大



### 社会关注度

一般



## ④ AIM · 资源禀赋

创始人/负责人特征： 平均年龄

39岁

最小年龄

24岁

本科及以上学历

80%

年龄分布

学历分布

12%

<30

博士

5%

40%

30-39

硕士

29%

35%

40-49

大学本科

46%

9%

50-59

大专

12%

2%

>60

其他

8%

## ④ AIM · 资源禀赋

创始人特质

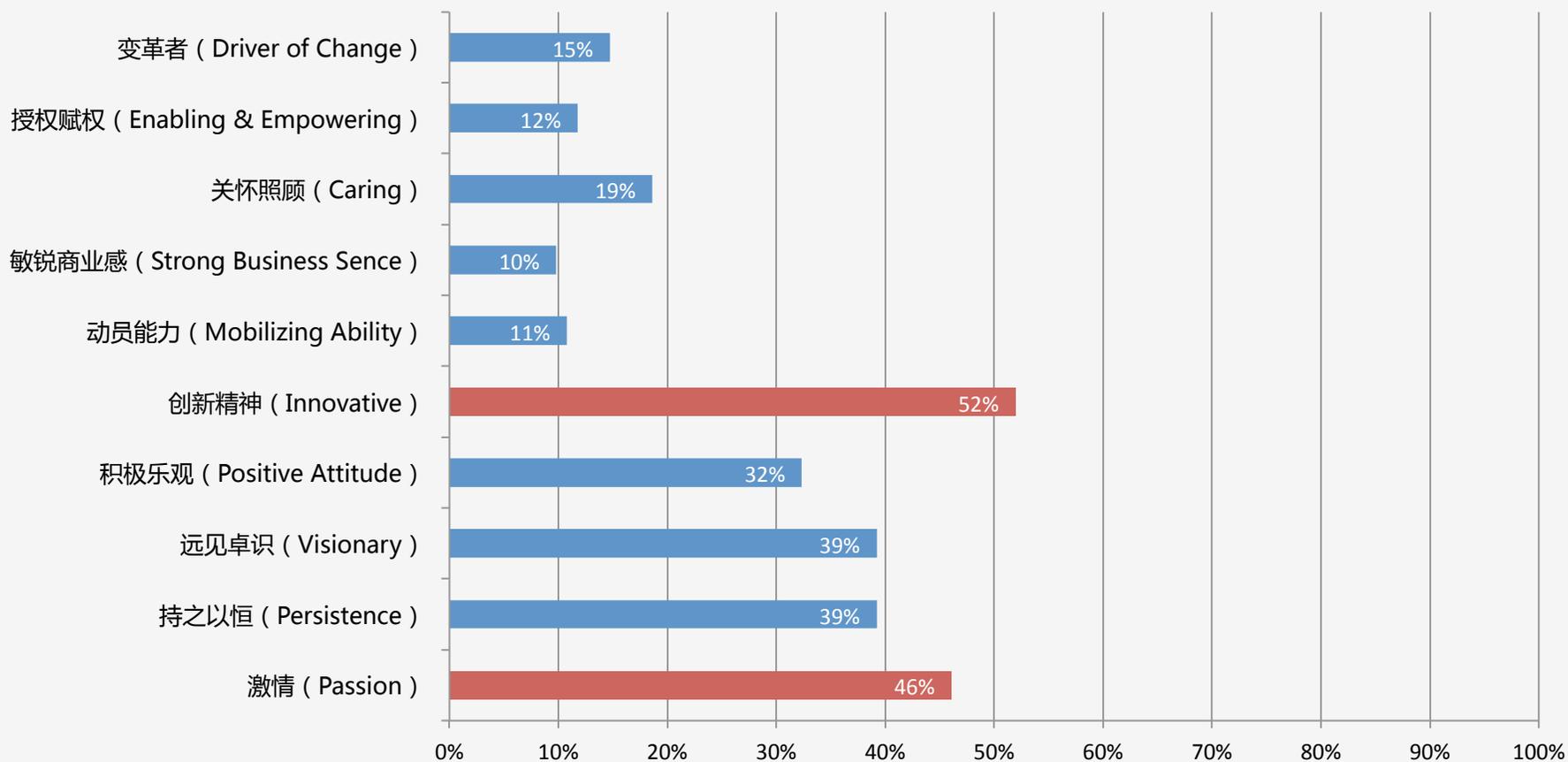
创新精神

激情

持之以恒

远见卓识

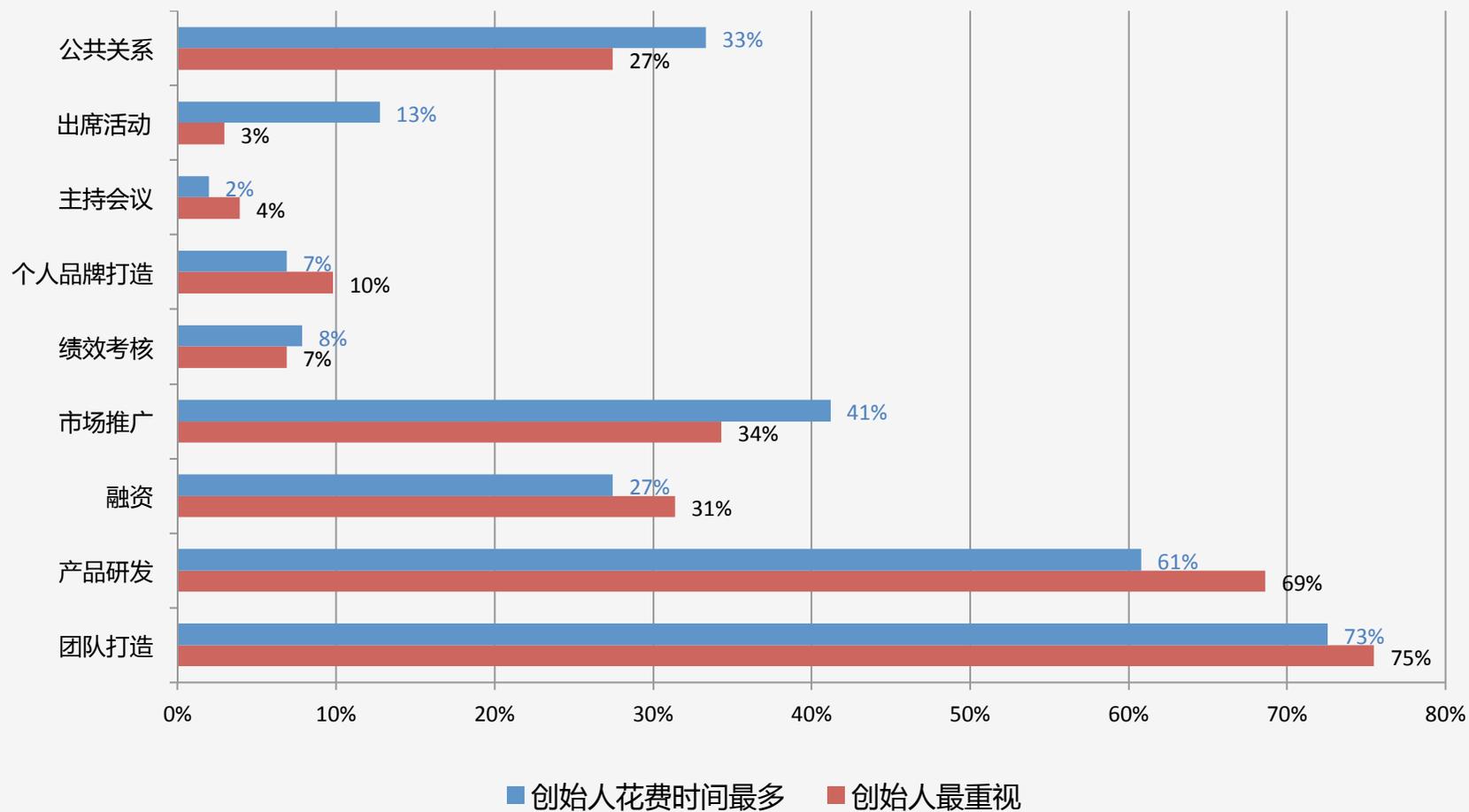
积极乐观



## ④ AIM · 资源禀赋

创始人目标一致性

高



## ⑤ APPROACH · 产品服务

产品服务主要受益人类型

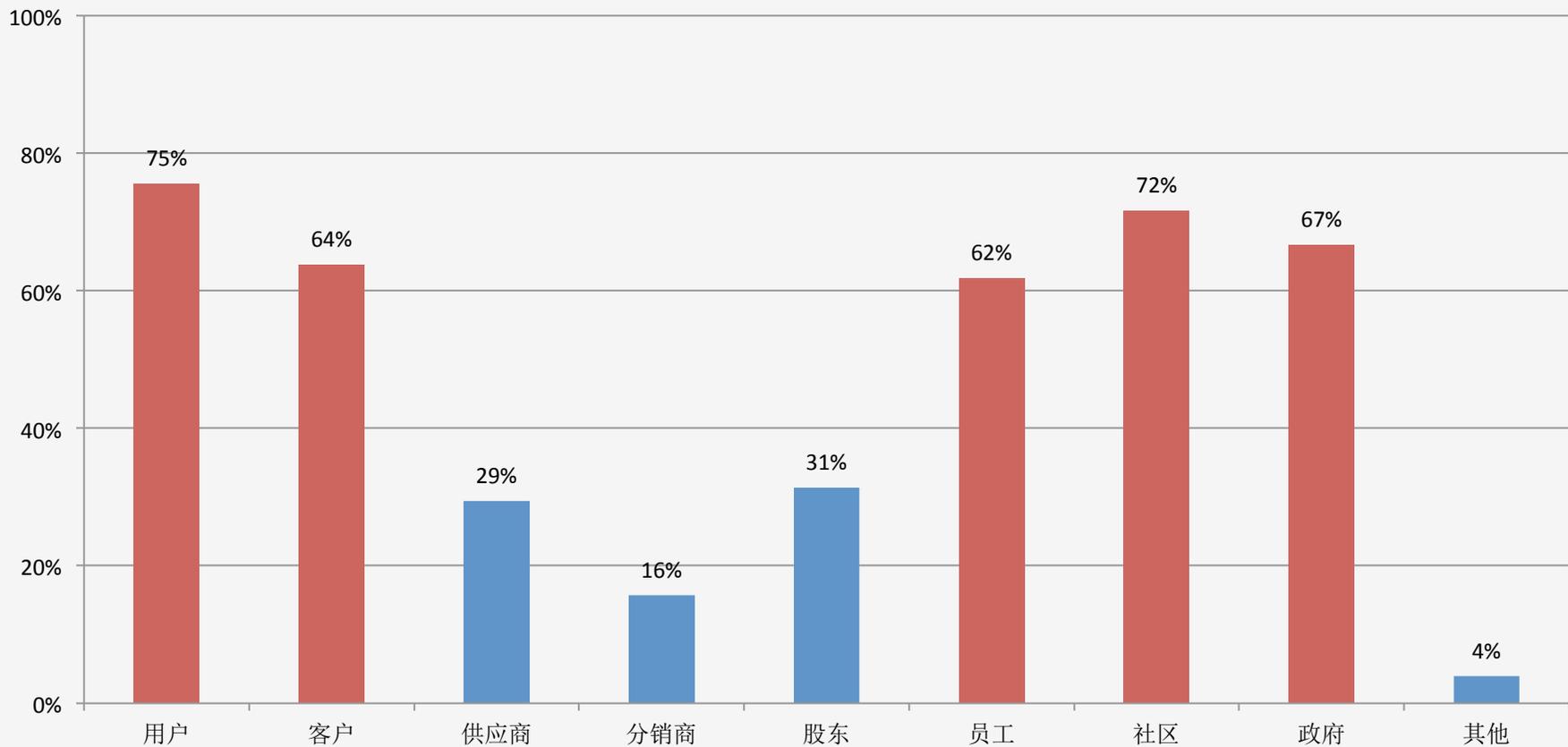
用户

社区

政府

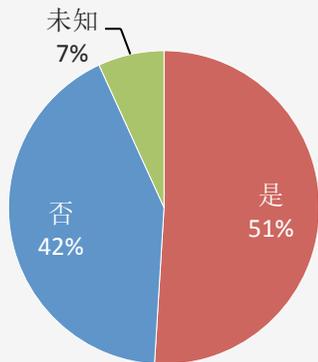
客户

员工



## ⑤ APPROACH · 产品服务

### 产品/服务溢价能力

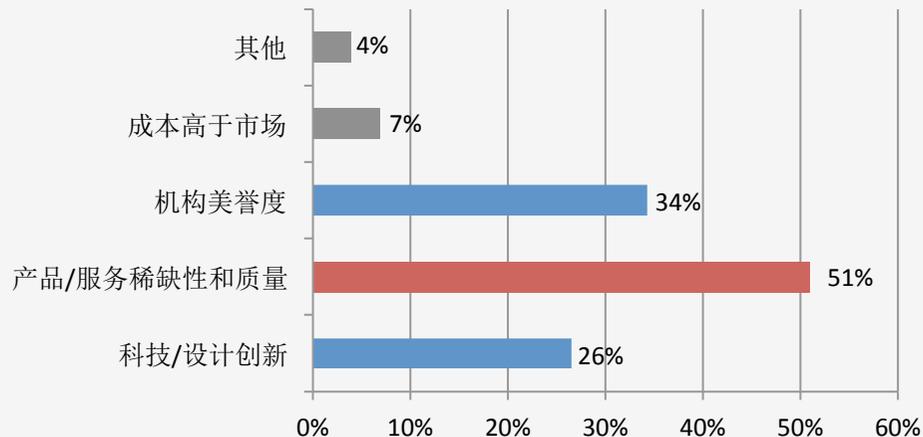
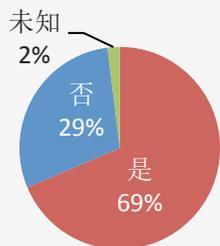


51%的机构具有显著优势使其产品/服务价格主导市场获取高溢价。

### 客户稳定度

较高

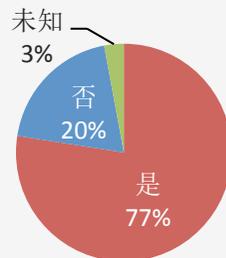
69%的机构，每年有50%收入来自稳定客户。



- 51%的机构由于产品和服务的稀缺性和质量获取高溢价。
- 34%由于机构自身美誉度获取溢价空间。
- 26%基于科技或设计的创新。

### 扩张能力

高

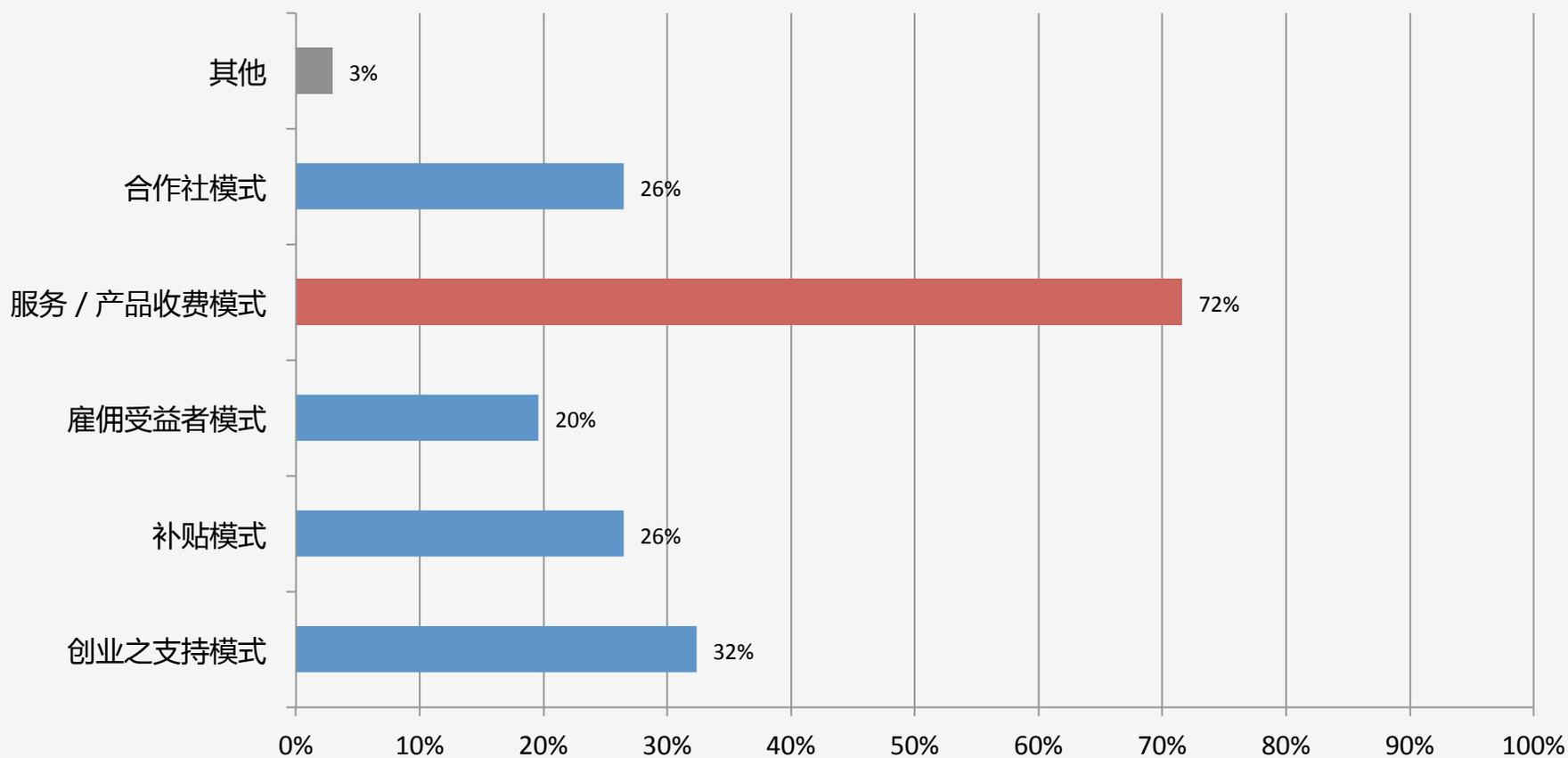


77%的机构认为其产品服务能够标准化，便于快速扩张。

## ⑤ APPROACH · 运营模式

主要模式：产品/服务收费模式

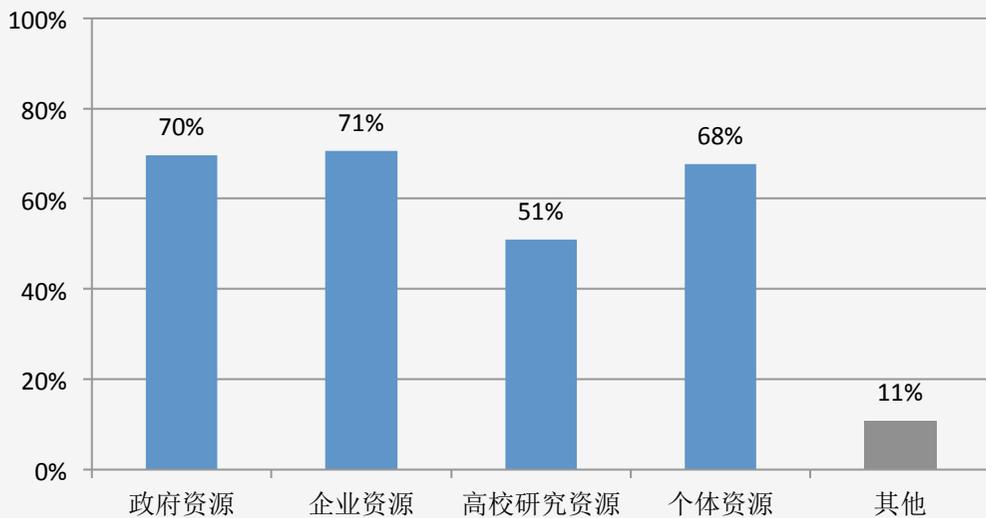
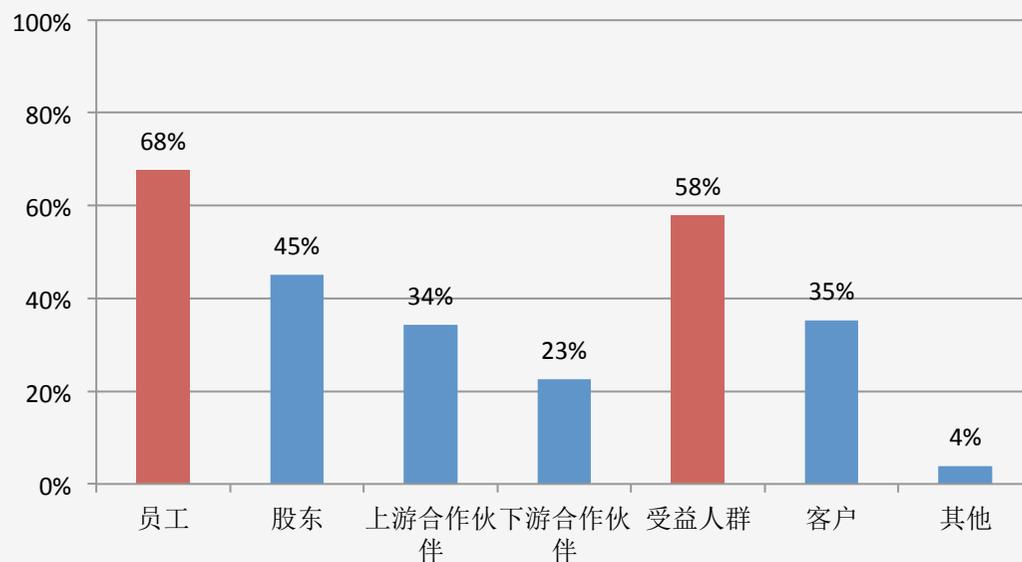
72%



# ⑤ APPROACH · 运营模式

参与公司决策的主要利益相关方

员工 受益人群



整合跨界资源能力

高

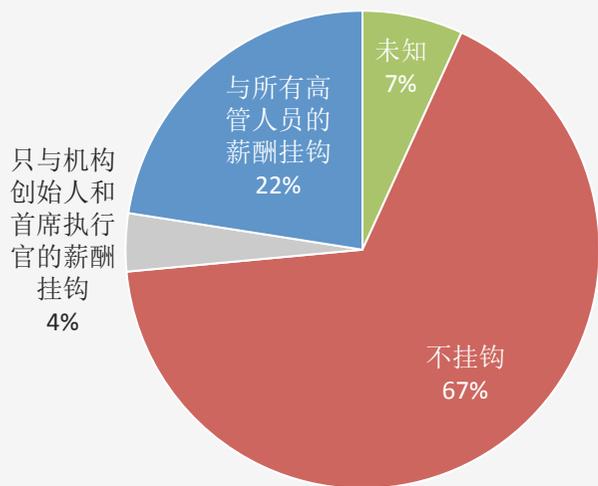
# ⑤ APPROACH · 企业社会责任

50%

机构规定了与机构社会环境目标相关的KPI (关键绩效指标)

CEO、高管薪酬与社会/环境绩效指标挂钩情况

26%  
挂钩



规定机构部分年利润捐赠给公益项目情况



捐赠一定年利润的机构占比

56%

书面规定捐赠比例机构占比

14%

## ⑥ ACTION · 机构年收入

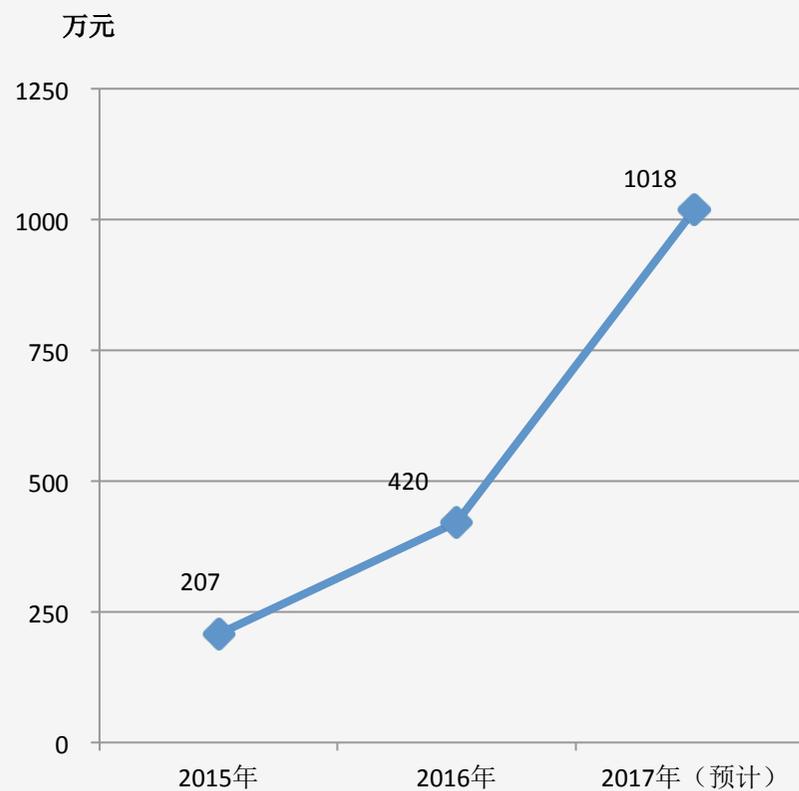
2016年102家机构年收入总额

2.94  
亿元



2016年平均年收入总额

420  
万元



有效数据

70%

# ⑥ ACTION · 收入来源

目前（2016年）最主要收入类型

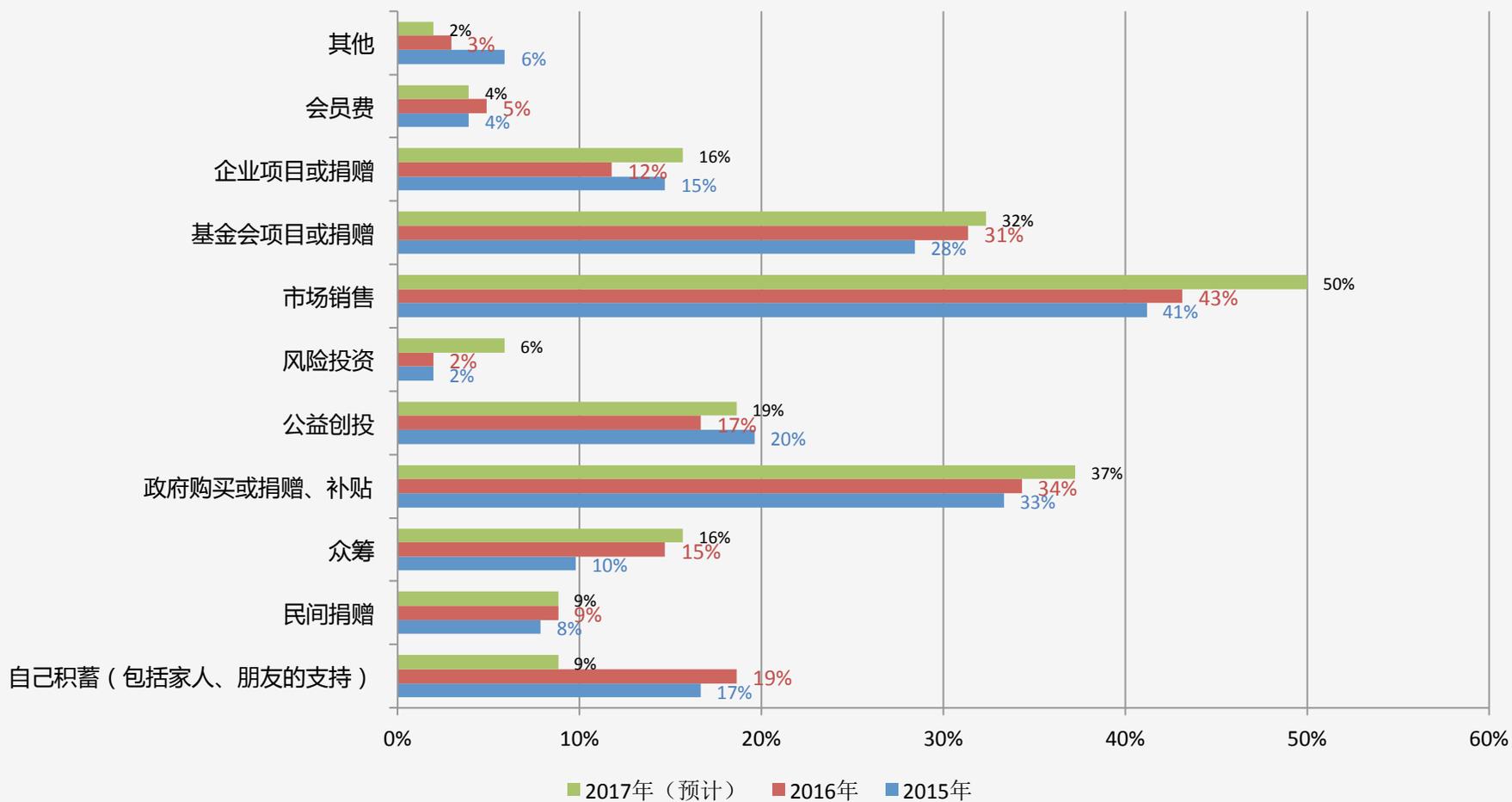
市场销售

政府购买

基金会

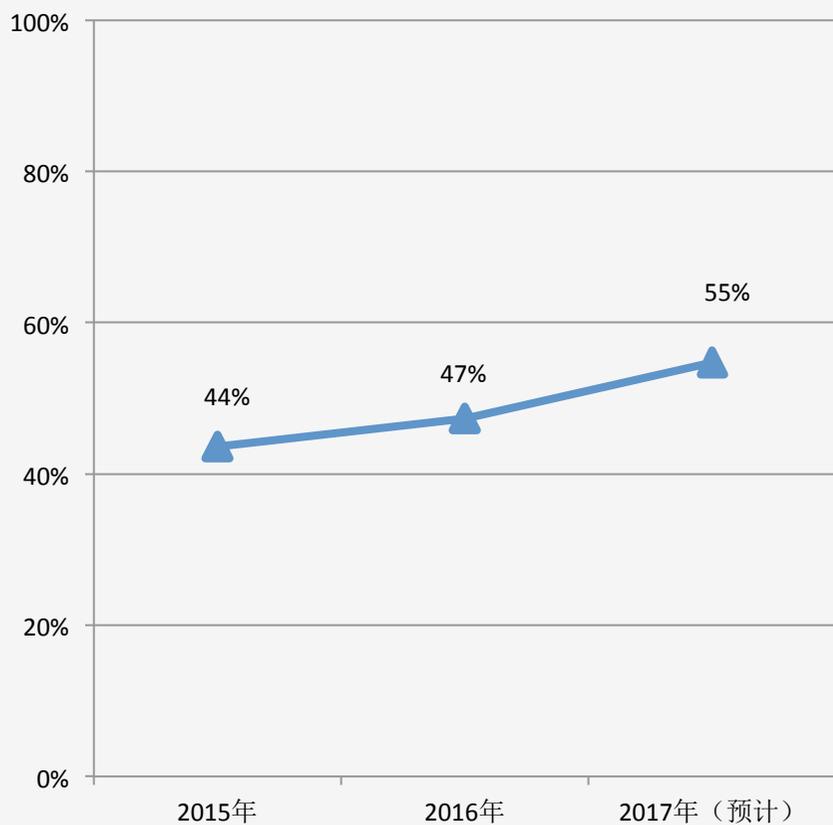
有效数据

70%

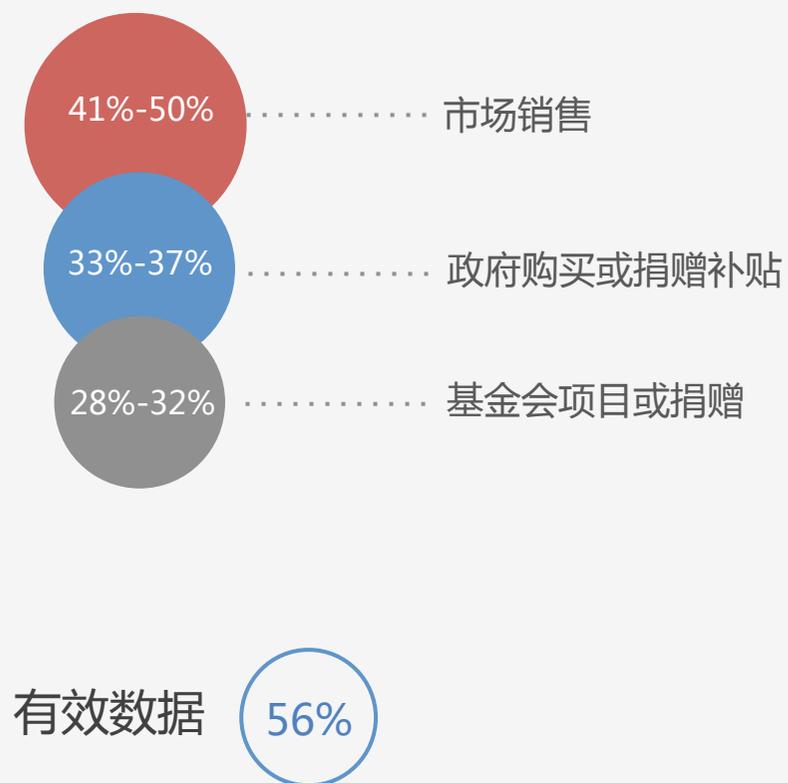


## ⑥ ACTION · 市场收入占比

### 市场收入占比三年变化



### 主要收入来源比例



## ⑥ ACTION · 薪资水平

2016平均最高薪资

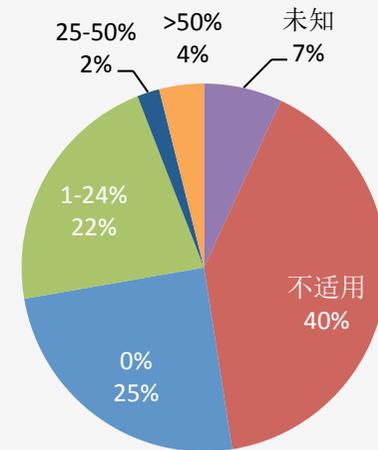
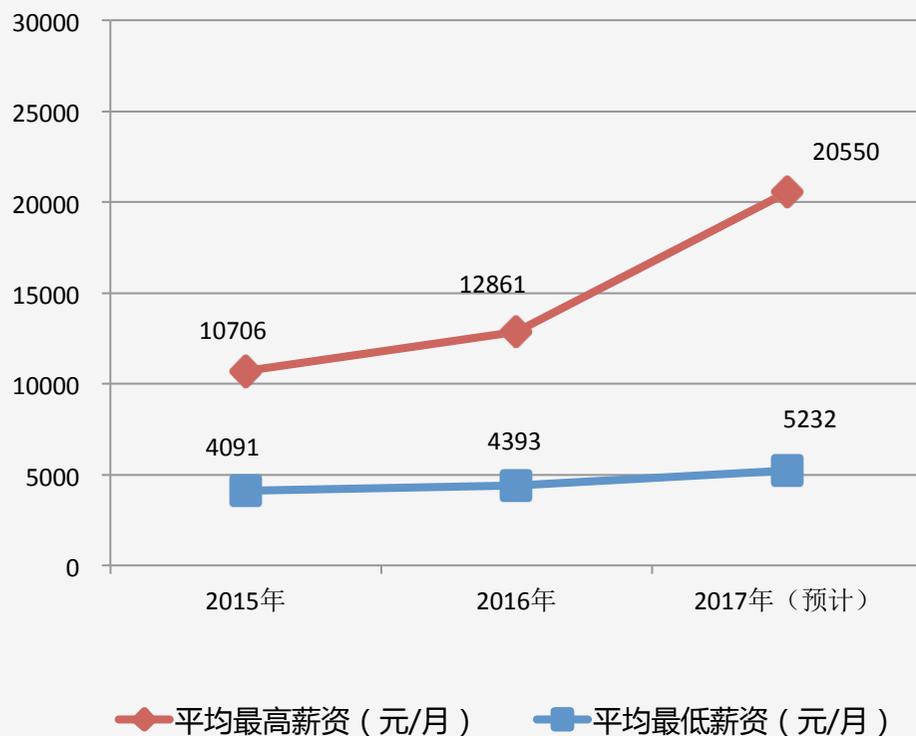
12,861  
元/月

有效数据

74%

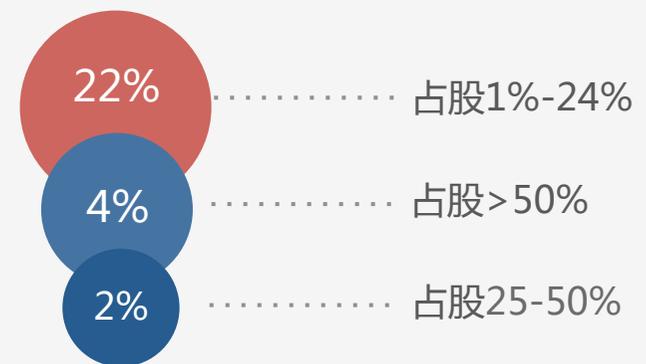
2016平均最低薪资

4,393  
元/月



员工占股比例分布

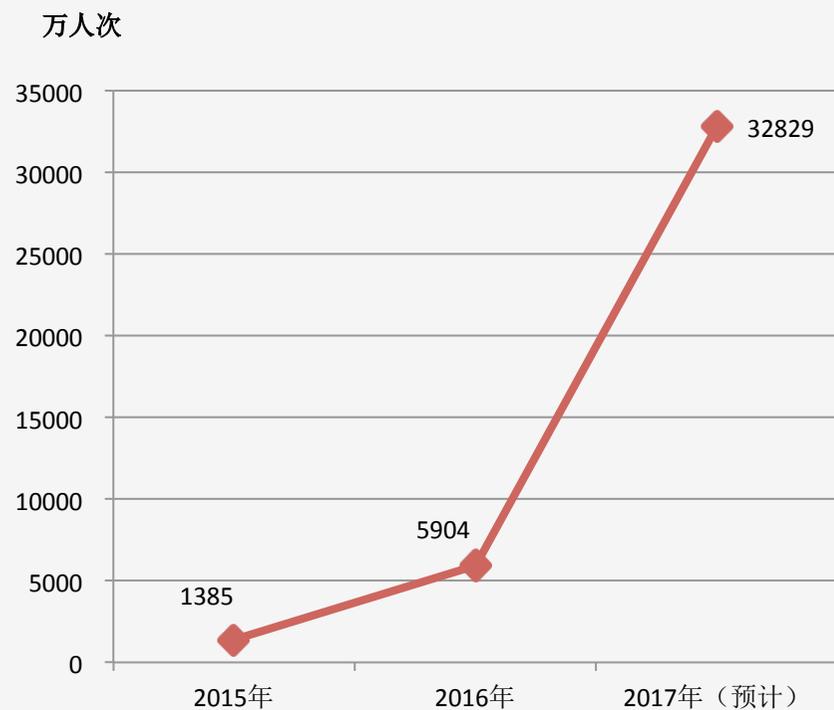
28%  
占股



## ⑥ ACTION · 受益人规模

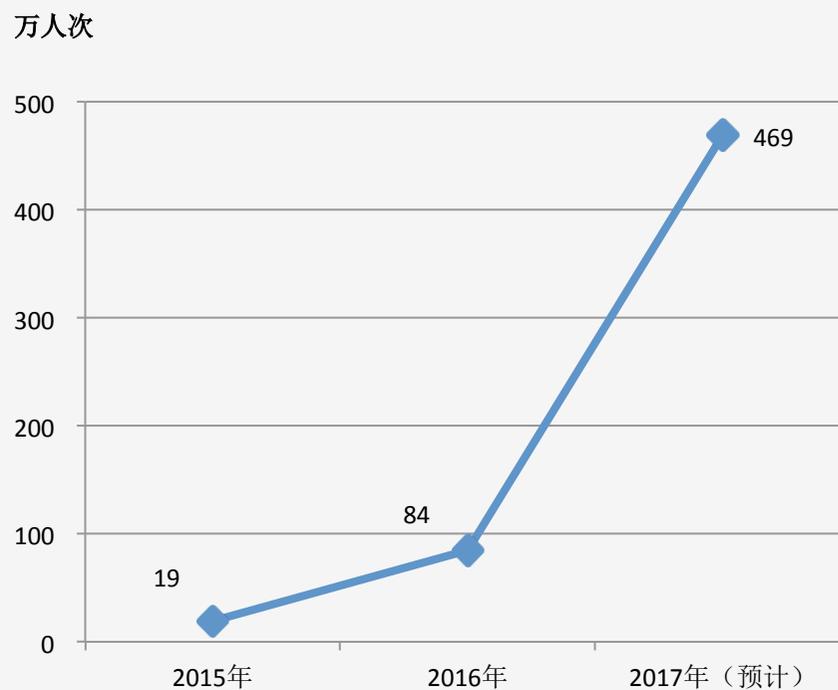
2016年102家受益人总规模

3.28亿  
人次



2016年机构平均受益人次

84万  
人次



有效数据

71%

## ⑥ ACTION · 雇佣规模

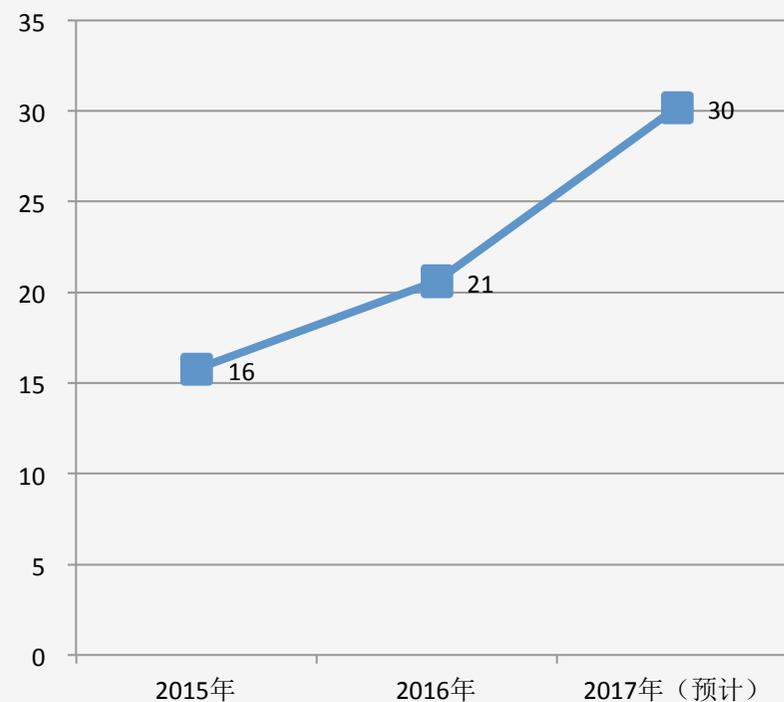
雇佣规模总数

1647  
人



平均雇佣人数

21人



有效数据

77%

## ⑥ ACTION · 阻碍因素

阻碍因素

资金

机构自身

机构发展的阻碍因素主要来自资金。

- 58%机构受到来自资金的阻碍，发展成本或缺乏资金来源。
- 49%受到来自机构自身的阻碍，时间不充裕、人才缺失、技术盲区、市场信息不对称等。
- 19%受到来自法律法规的阻碍，如政府对社会企业界定不明确，未能提供所需支持。
- 9%来自市场接受度低。

机构是否设置专项预算促进改进

