



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国基金会产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国基金会产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277805.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

中国有着悠久的民间慈善历史。与基金会相似的“类基金会”组织可追溯到1400多年前隋朝的义仓和宋朝的义庄、义田。义庄是靠捐赠、捐献和购买田产形成的公益田庄，其收益一般用于兴办学堂、资助应举赴考等公益活动，最著名的当属北宋以来延续数百年的“范氏义庄”。

新中国成立后，随着人民公社化和计划经济体制的建立，义庄等传统公益组织失去了生存的土壤，一方面全能政府几乎包揽所有社会事务，挤压了公益组织的生存空间，另一方面长期的平均主义和物资匮乏使公益慈善失去了发展的经济基础。

第一阶段：新中国成立到20世纪70年代末——中国基金会的蛰伏期。在建国初期，民间的慈善活动基本停止，人们的生产和生活都由国家和集体统一安排，人们在一种财富相对平均的条件下生活，收入没有大的差别。

第二阶段：20世纪80年代——中国基金会的恢复期。党的十一届三中全会以后，随着社会主义市场经济体制改革的进行，以及扩大对外开放政策的实施，特别是党的十四大提出建立社会主义市场经济体制，推动了我国现代历史上第一批公益性基金会的产生。1981年7月28日，我国第一个公益基金会——中国儿童少年基金会成立，1982年宋庆龄基金会成立，同年设立了中国残疾人福利基金会，1989年中国青少年发展基金会成立。这些基金会的成立，标志着中国现代基金会的开始。国务院1988年发布《基金会管理办法》和1989年颁布的《社会团体登记管理条例》的出台，标志着中国的基金会正式纳入政府管理的范围。

第三阶段：20世纪90年代——中国基金会的改革探索期。进入20世纪90年代后，中国社会结构发生重大变化。1993年中共十四届三中全会提出，要建立多层次的社会保障体系，包括社会保险、社会救济、社会福利、优抚安置和社会互助，把原来由企业和政府承担的社会责任转移到社会，使越来越多的非营利性组织应运而生。1993年中华环保基金会、1994年中国第一家综合性的慈善组织中华慈善总会相继成立。1998年，国家民政部设立民间组织管理局。同年11月，国务院修订并发布新的《社团登记管理条例》和《民办非企业单位登记管理暂行条例》。这标志着中国的基金会管理开始完善。

第四阶段：20世纪初至今——中国基金会的转型发展期。21世纪初，中国基金会历史上发生了三件大事：一是2001年中国加入WTO，WTO给中国包括基金会在内的非营利组织的发展带来机遇；二是2004年《基金会管理条例》的出台，规定了私募基金，这标志着中国基金会及其管理制度开始转型；三是2007年《物权法》的出台，将《宪法》规定的保护非公有财产的规定落实到法律层面，加大了对基金会财产的保护。

自2004年《基金会管理条例》颁布实施后，整个基金会行业快速发展。总报告中指出，截

止到2015年5月28日，全国登记注册的基金会数量为4411家，其中公募基金会1508家，私募基金会2903家。

2004-2014年中国基金会数量发展趋势

年份	私募	公募	合计
2004	180	565	745
2005	245	646	891
2006	350	706	1056
2007	496	784	1280
2008	656	877	1533
2009	846	978	1824
2010	1114	1098	2212
2011	1396	1212	2608
2012	1705	1316	3021
2013	2220	1420	3640
2014	2850	1500	4350
2015年5月28日	2903	1508	4411

数据来源：基金会数据中心网

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

## 第一章 基金会发展背景及发展环境分析1

### 第一节 基金会的定义、分类及基本属性1

#### 一、基金会定义1

(1) 大陆法系的定义1

(2) 英美法系的定义1

(3) 中国的定义1

#### 二、基金会分类2

(1) 美国基金会分类2

(2) 中国基金会分类4

#### 三、基金会基本属性5

(1) 公益性5

(2) 非营利性5

(3) 非政府性5

(4) 基金信托性5

### 第二节 现代基金会发展历程及特点分析6

#### 一、西方基金会发展历程分析6

#### 二、中国基金会发展历程分析7

#### 三、中国基金会发展特点分析8

(1) 自上而下8

(2) 公益导向9

(3) 聚财为主9

(4) 项目主导9

(5) 规模零散10

### 第三节 基金会的产权特征及治理结构分析10

#### 一、基金会产权特征分析10

(1) 产权主体分离10

(2) 所有者缺位10

(3) 使用权受限11

(4) 无自由转让权11

(5) 受益主体虚拟化11

#### 二、基金会治理结构分析12

(1) 基金会利益相关者及其权利义务分析12

(2) 三类典型的产权结构及其治理特点分析14

### 第四节 基金会发展环境PEST分析15

#### 一、基金会发展政策环境分析15

(1) 基金会管理体制分析15

(2) 基金会主要政策及法律法规分析16

#### 二、基金会发展经济环境分析20

#### 三、基金会发展社会环境分析22

#### 四、基金会发展技术环境分析37

## 第二章 美国基金会发展状况及运作分析39

### 第一节 美国基金会发展状况分析39

### 第二节 美国基金会兴盛的原因分析40

### 第三节 美国基金会的理事会运作模式分析43

### 第四节 美国基金会发展对我国的启示49

## 第三章 2014-2015年中国基金会发展规模及竞争格局分析52

### 第一节 基金会发展规模分析52

&hellip;&hellip;&hellip;&hellip; 1981-2015年中国基金会数量 数据来源：基金会数据中心网

1981-2015年中国非公募基金会数量 数据来源：基金会数据中心网 1981-2015年中国公募基金

会数量 数据来源：基金会数据中心网      2015年5月底主要省市排名前十发展规模 数据来源：基金会数据中心网

· · · · · ·

## 第二节 基金会竞争格局分析54

## 第三节 基金会活动领域分析56

### 一、基金会活动领域分布情况分析56

### 二、公募与非公募基金活动领域比较分析58

## 第四节 基金会区域市场分析59

### 一、江苏省基金会市场分析59

### 二、北京市基金会市场分析60

### 三、广东省基金会市场分析61

### 四、浙江省基金会市场分析62

### 五、湖南省基金会市场分析63

### 六、上海市基金会市场分析65

### 七、福建省基金会市场分析66

### 八、四川省基金会市场分析67

### 九、内蒙古自治区基金会市场分析68

### 十、河南省基金会市场分析69

## 第四章 2014-2015年中国基金会成立及运营模式分析70

### 第一节 基金会设立条件及流程分析70

#### 一、基金会设立条件分析70

#### 二、基金会登记管理制度分析70

#### 三、基金会设立流程分析72

### 第二节 基金会治理模式及治理结构分析73

#### 一、基金会治理与公司治理比较分析73

##### (1) 财产权结构比较分析73

##### (2) 绩效观察度比较分析74

##### (3) 资源依赖度比较分析74

##### (4) 公共关联度比较分析75

#### 二、基金会治理的法律规范分析76

##### (1) 基础性规范分析76

(2) 强制性规范分析	77
(3) 禁止性规范分析	79
(4) 诱致性规范分析	81
三、不同法系基金会治理模式的区别	82
(1) 治理原则不同	82
(2) 治理机制不同	82
(3) 治理对象不同	83
四、中国基金会治理模式分析	84
(1) 单中心主义的行政监管模式	84
(2) 多中心主义的法律治理模式	86
五、基金会法人治理结构分析	88
(1) 基金会法人治理机构内涵	88
(2) 基金会法人治理机构的现实缺陷	90
(3) 基金会法人治理机构的完善建议	92
第三节 委托代理视角下基金会运作模式分析	95
一、传统基金会运作模式分析	95
二、新型基金会运作模式分析	96
第四节 基金会资金管理现状及改进策略分析	98
第五节 基金会公信力危机及公信力建设分析	107

## 第五章 2014-2015年中国高校基金会发展及持续运营分析109

### 第一节 高校基金会发展现状分析109

- 一、高校基金会发展概况109
- 二、高校基金会发展规模分析110
  - (1) 数量规模分析110
  - (2) 资产规模分析111
  - (3) 收支规模分析113

### 三、高校基金会竞争格局分析114

### 第二节 高校基金会筹资策略分析116

- 一、高校基金会筹资现状分析116
- 二、高校基金会筹资存在的问题分析116
- 三、高校基金会筹资策略建议118

### 第三节 高校基金会投资策略分析119

- 一、高校基金会投资的必要性分析119
- 二、高校基金会投资存在的问题分析119
- 三、高校基金会投资策略建议121

### 第四节 高校基金会内部治理分析122

- 一、建立责任划分明确的组织122
- 二、建立规范管理的规章制度122
- 三、实行有效的财务监控123

### 第五节 高校基金会发展战略分析123

- 一、影响高校基金会发展的原因分析123
- 二、高校基金会发展趋势分析124
- 三、高校基金会发展战略分析125

## 第六章 2014-2015年中国企业基金会发展及持续运营分析127

### 第一节 企业基金会发展现状分析127

- 一、企业基金会发展概况127
- 二、企业基金会发展规模分析127
  - (1) 数量规模分析127
  - (2) 资产规模分析128
  - (3) 收支规模分析129
- 三、企业基金会竞争格局分析130

### 第二节 企业成立基金会的价值分析131

- 一、承担企业社会责任131
- 二、享受税收减免优惠131
- 三、方便开展公益营销132
- 四、提升企业公共形象132
- 五、提升慈善资源效率132

### 第三节 英国家族基金会治理模式分析133

- 一、英国家族基金会发展简介133
- 二、英国家族基金会宗旨和资助对象133
- 三、英国家族基金会组织结构分析134
- 四、英国家族基金会内部治理分析134



五、英国家族基金会风险管理分析135

六、英国家族基金会信息披露分析135

第四节 企业基金会战略式慈善分析136

一、战略式慈善寻求公益与商业的平衡136

二、战略式慈善原则分析137

三、战略式慈善实施路径选择模型分析138

四、战略式慈善实施案例分析139

第五节 企业基金会发展趋势及前景分析140

一、企业基金会发展趋势分析140

二、企业基金会发展前景分析143

第七章 2014-2015年国内外领先基金会发展及运作分析144

第一节 国外领先基金会发展及运作分析144

一、比尔和梅琳达·盖茨基金会（ Bill&Melinda Gates Foundation ） 144

（1）机构简况144

（2）竞争力分析146

二、福特基金会（ Ford Foundation ） 147

（1）机构简况147

（2）竞争力分析155

第二节 国内领先公募基金会发展及运作分析156

一、上海市慈善基金会156

（1）机构简况156

（2）竞争力分析166

二、中国残疾人福利基金会167

（1）机构简况167

（2）竞争力分析168

第三节 国内领先高校基金会发展及运作分析169

一、清华大学教育基金会169

（1）机构简况169

（2）竞争力分析170

二、北京大学教育基金会170

（1）机构简况170

## （2）竞争力分析171

## 三、国家电网公益基金会172

### （1）机构简况172

### （2）竞争力分析173

## 第八章 2016-2022年中国基金会发展趋势及前景分析174

### 第一节 基金会发展面临的机遇与挑战分析174

#### 一、基金会发展面临的机遇分析174

#### 二、基金会发展面临的挑战分析174

……

造成我国基金会发展的困境主要原因是：经济发展水平低；法制不健全；与政府关系不顺；内部管理混乱；缺乏公众支持

#### （一）经济发展水平低

经济发展水平，特别是市场经济的成熟程度和个人收入水平对基金会的发展速度影响显著。

市场经济的成熟程度，特别市场中企业的成熟程度，影响企业在公益事业方面的投入。成熟的企业具有社会主体意识，重视的是企业的整体社会效益，追求企业在市场中的长期存续，而不是把获得短期效益作为企业的主要目的。对一个追求社会效益的企业来说，捐赠带来三项最重要的好处：改善公司的形象、提高员工的参与和士气、改进与顾客的关系。

但是，在中国国有国营企业捐赠主要靠的是政府行政化的动员机制，例如企业领导人需要依靠捐赠来建立政绩，就是一种变相的行政指派。而这种行政化动员机制之所以能够长期维持，其基本原因在于国营企业财政软预算的状况多年来尚未得到彻底改变。企业捐赠动机由此受到扭曲。这种中国国有企业所特有的出自建立政绩或者完成指派任务的动机是与市场体制格格不入的，市场化程度越高，持这种动机的企业就越少。所以，就这一点而言，企业捐赠动机的变化也可以作为企业市场化程度相对提高的一个衡量尺度。

不过，上海地区企业捐赠调查发现，外商投资（包括合作）企业未捐赠比例高于内资企业，认为捐赠“没有必要”的比例（20%）也高于内资企业。如何解释市场化程度相对高的外商投资（包括合作）企业对所在国捐赠并不积极的原因，除了对所在社区可能缺乏认同之外，调查中发现的两个方面的原因发人深省：一是中方管理人员更多考虑自身利益，生怕企业参与捐赠会得罪外方，不愿意“节外生枝”；二是外方对于政府部门组织许多赞助活动反感，认为没有必要通过捐赠再向政府缴税。这两个原因实际上是由我国市场经济的整体的不完善造成的。

个人收入水平则直接影响个人的公益捐赠。我国的个人收入水平一直较低，贫困人口比重又很大。在城市，一个普通家庭的收入要用于日常生活、购买住房、子女教育，以及必要的娱乐消费等。家庭收入用以维持自身的正常生活，已经负担沉重，难以再拿出一定比例用于公益捐赠。而我国农村人口的平均收入水平远远低于城市，很多地区的农民温饱问题尚未解决。

以上两个因素是导致我国公益捐赠水平低的主要原因，这就为基金会募集资金带来了很多困难，抑制基金会的数量和规模的增长，制约了基金会的发展。

## （二）法制不健全

我国的基金会发展历史短暂，而其法制化历程可以说才刚刚开始。目前的法制不完善，现行法律、法规中也存在种种问题。

首先是由于没有非营利组织的基本法律，基金会的法律定性并不准确。我国目前对包括基金会在内的非营利组织的立法只处于较低层面。在我国，非营利组织分为三种类型：社会团体、民办非企业单位、基金会。这三种类型组织，分别由三部法规加以规范：《社会团体登记管理条例》、《民办非企业单位登记管理条例》和《基金会管理条例》，缺乏一部统一的非营利组织的上位法。非营利组织法的缺位，影响了这三种组织的法律地位，造成了非营利组织与营利组织实际上的不平等。

再次是缺乏相关法律、政策的支持。基金会法制环境的健全不是一个孤立的任务。目前，《基金会管理条例》是基金会存在和运行的主要法律依据。《民间非营利组织会计制度》刚刚出台，建立了规范基金会财务活动的基础。但是仅靠这样一部法规、一个文件是无法对基金会所有行为都做出规范，同样也不能给基金会提供全面的法律保障。比如：公益捐赠的发票管理还没有形成统一制度，只有少数一些基金会或公益性社团能够从财政部门申请到税前全额扣除的捐赠发票，这也造成了基金会之间的不平等。据了解，有些有资格的基金会或社团在获得这种可以免税的捐赠发票后，向其他基金会转让。这种状况是与我国目前的税收体制联系在一起的：国家对非营利组织（含基金会）的税收优惠政策很少，也没有全面适应非营利组织（含基金会）特点的细致的减免税资格标准。税收优惠政策的缺乏，既影响个人和企业的捐赠热情，也影响基金会的资金运作。与政府关系不顺

## （三）我国基金会与政府的关系不是过密就是过疏，一直没有找到一种合适的相处方式。

我国基金会的起源与外国基金会不同，“官办”色彩浓厚。大部分基金会的产生不是源于民间意愿，很多基金会是政府为了拓宽资金来源，或是为了完成某方面工作，希望借助民间组织的形式，而由政府发起设立的。这一类官办基金会与政府的关系不尽相同。有的基金会能够借助政府的资金、人力、物力，逐渐建立其一套完善的运行机制，并逐步走向自主管理的道路。但是这部分基金会的数目很少。很多“官办”基金会设立的实际理由就是为了解决某些政

府部门人员的位置、职务、待遇问题，因人而设，往往发展为没有生机，以基金来“养人”为主要目的的休眠型机构。有的“官办”基金会设立的目标则是专门完成某项政府工作，实际上成为又一个政府部门。还有的“官办”基金会虽然以公益事业为目标，但是由于在领导者的任免、业务活动决策等方面受到政府部门过多的限制，没有自主权，而大大制约了发展。从在民政部登记的80多家基金会来看，基本上都有很浓的“官办”色彩。

而那些真正来自民间的“民办”的基金会，则往往难以与受到政府保护的“官办”基金会竞争，也难以获得政府的支持。很多政府部门对这些基金会不但予以关心，甚至还会刁难它们。《基金会管理条例》颁布以后，很多个人、企业有发起成立基金会的意图，遇到的最大障碍就是找不到业务主管单位。很多部门对于不是“自己人”的基金会不愿意管，这里面既有利益的关系，也有不愿承担责任的关系。

#### （四）内部管理混乱

基金会是否按照其宗旨开展公益活动，是否能有效地把社会募捐用于资助对象？往往受到其内部管理体制的影响。内部管理混乱，会打击公众对基金会的信任，损害基金会的形象。

内部管理混乱表现在内部民主决策制度的缺乏。很多基金会的理事会非常庞大，理事数目众多导致理事会难以召集，理事不能负起实际的责任，因此，基金会的权力往往集中在主要负责人手中，重大问题的决策由其一人决定。有的基金会的负责人利用手中权力，违背基金会的宗旨，违背捐赠人的意愿使用捐赠财产，损害了公众的利益。而由于制度的不健全，理事会无力制止这类行为，也没有监事会、内部审计等控制其行为的内部监督机制。基于这个原因，《基金会管理条例》把基金会的内部民主决策、监督制度的建立作为立法的重点。

内部管理混乱还体现在财务管理混乱。财务管理的混乱为某些基金会工作人员挪用、私分捐赠收入创造了机会，还造成了基金会内部管理的高成本，无计划，影响了基金会实现社会效益。随着《民间非营利组织会计制度》的颁布和实行，基金会内部的财务管理将走向规范。

#### （五）缺乏公众的支持

就我国现状来看，公众对基金会了解甚少，支持不够。

一是文化的差异导致中国公众的公益意识比较淡薄。有人说中国是一个无宗教国家。这种说法虽然有些极端，却也可以帮助我们找到中国人缺乏公益意识的一部分根源。公益事业在西方的发展起源于宗教慈善活动，在强大的宗教势力作用下，慈善活动规模比较大，具有规律性，进而产生基金会或是公益信托等专门形态。而中国人是从个人道德角度出发作一些善举。因而，中国的公益事业历来是小范围内以个人为主的行为，没有向一个非政府之外组织捐赠的传统。或者说，历史的差异导致中国人先天比较缺乏公益或慈善意识。近百年来，西方市场经济的发展和成熟又推动了公共管理理论在西方的发展，这进一步使得人们认识

到公益事业是社会发展必不可少的一部分，是应对"市场失灵"和"政府失灵"的良药。而中国人对市场、对社会发展的认识还没有达到这种程度。

二是基金会的社会影响力不够，不足以唤起公众的关注。基金会的数量少、规模小，现有基金会的社会效益也不高，这使得基金会从整体上没有引起人们的关注。人们既没有意识到公益事业是社会发展的推动力之一，也没有体会到基金会在公益事业中可以发挥的重要作用。

·  
·  
·  
·

## 第二节 基金会发展的影响因素分析178

### 一、基金会的性质178

### 二、基金会的级别178

### 三、基金会发起人178

### 四、基金会的宗旨179

### 五、基金会所在地179

### 六、基金会的支出179

## 第三节 基金会发展趋势及前景分析179

### 一、基金会发展的潜在需求分析179

### 二、基金会发展趋势分析181

#### (1) 企业化/非公募化181

#### (2) 国际化181

### 三、基金会发展前景预测181

## 第四节 基金会发展战略建议182

### 一、完善法律和税收体系182

### 二、完善基金会内部治理模式182

### 三、完善基金会外部监督机制182

### 四、建立基金会运作的社会支持体系183

### 五、加强国际间的交流与合作183

## 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：基金会行业产业链

图表：2011-2015年我国基金会行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国基金会行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国基金会行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国基金会行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图  
图表：企业盈利指标走势图  
图表：企业负债情况图  
图表：企业负债指标走势图  
图表：企业运营能力指标走势图  
图表：企业成长能力指标走势图  
图表：其他企业&hellip;&hellip;  
图表：主要经济指标走势图  
图表：2011-2015年基金会行业市场供给  
图表：2011-2015年基金会行业市场需求  
图表：2011-2015年基金会行业市场规模  
图表：基金会所属行业生命周期判断  
图表：基金会所属行业区域市场分布情况  
图表：2016-2022年中国基金会行业市场规模预测  
图表：2016-2022年中国基金会行业供给预测  
图表：2016-2022年中国基金会行业需求预测  
图表：2016-2022年中国基金会行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277805.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法



## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。