



普通高等教育“十一五”规划教材
高等院校市场营销类教材系列

非营利组织营销

冯炜 孟雷 主编



科学出版社

www.sciencep.com

普通高等教育“十一五”规划教材

高等院校市场营销类教材系列

非营利组织营销

冯 炜 孟 雷 主 编

温 良 季红颖 副主编

科学出版社

北 京

内 容 简 介

非营利组织的快速发展及竞争的加剧,要求非营利组织必须引入市场营销理念,掌握市场竞争的手段和策略。本书系统介绍了非营利组织营销的理论,结合案例深入分析了非营利组织的营销环境、营销规划、营销调研、营销策略和营销管理等内容,同时展望了非营利组织营销的发展趋势。

本书采用了最新的理论研究成果和大量的实例,可作为高等院校公共管理专业和市场营销专业学生的教材,也可作为从事非营利组织实际工作的读者学习和参考。

图书在版编目(CIP)数据

非营利组织营销/冯炜,孟雷主编.—北京:科学出版社,2009
(普通高等教育“十一五”规划教材·高职院校市场营销类教材系列)
ISBN 978-7-03-025700-0

I. 非… II. ①冯… ②孟… III. 社会团体-市场营销学-高等学校-教材
IV.F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 176197 号

责任编辑:李娜 熊远超 / 责任校对:耿耘
责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号
邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2009年10月第一版 开本:787×1092 1/16

2009年10月第一次印刷 印张:18 1/2

印数:1-3 000 字数:410 000

定价:27.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62137374 (HF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

20 世纪 70 年代，全球性的“社团革命”勃然出现，国家和市场之外的非营利组织或称“第三部门”得到了空前的发展，以追求此前国家和市场力量未曾实现的目标。我国非营利组织在全球化浪潮的推动下，也得到了迅猛地发展。除了以往的社会团体、民办非企业单位外，大量的事业单位也逐步分化为非营利组织。然而，随着非营利组织地位的提升、市场需求的扩大和越来越多的非营利组织的涌现，使得这一领域的竞争越来越激烈，再加上一些商业企业也加入社会服务领域，更加剧了非营利领域的竞争。这就迫使非营利组织引入市场营销理念，开展市场营销活动，因为市场营销的本质就是通过一系列营销手段和策略来了解市场需求，满足市场需求，实现组织目标。这就要求非营利组织必须对市场营销进行专门、系统、全面地研究，掌握市场竞争的手段，以提高自身的竞争能力。可喜的是，我国非营利组织营销已从初步的尝试和探索，逐步进入了较为系统、正规的研究，非营利组织营销已进入高等院校的课程体系。

本书是为了适应中国社会领域改革实践的要求，满足公共管理专业和市场营销专业的本科教学的需要编写的。全书共分十二章，不同的章节强调非营利组织营销的不同主题。冯炜、孟雷拟定了本书的编写大纲，具体编写分工如下：冯炜编写了第一章、第二章；孟雷编写了第三章、第四章；温良编写了第五章、第六章；季红颖编写了第七章、第八章；郎春婷编写了第九章、第十章；张映辉编写了第十一章、第十二章。

最后，由冯炜对其进行了修改、补充和定稿。

本书的编写过程中，参考了一些国内外的学术专著、教材和最新的研究成果，在此向原作者表示诚挚的感谢！由于编者水平有限，此书的不周之处，还请学界的广大同仁不吝赐教。

最后，科学出版社的李娜女士为了本书的最终成稿倾注了大量的心血，在此，向她表示诚挚的谢意！

目 录

第一章 非营利组织	1
第一节 非营利组织的界定及特征	2
一、非营利组织的界定.....	2
二、非营利组织的特征.....	3
第二节 非营利组织的分类、作用和局限性	5
一、非营利组织的分类.....	5
二、非营利组织的作用.....	8
三、非营利组织的局限性.....	9
第三节 非营利组织的发展	10
一、国外非营利组织的发展.....	10
二、我国非营利组织的发展.....	12
三、我国非营利组织发展中存在的问题.....	13
小结	14
案例分析	15
练习题	19
第二章 非营利组织营销概述	20
第一节 非营利组织营销概述	21
一、非营利组织营销的概念.....	21
二、非营利组织营销的研究内容.....	22
第二节 非营利组织营销的特点和作用	23
一、非营利组织营销的特点.....	23
二、非营利组织营销的作用.....	24
三、我国非营利组织营销存在的问题.....	25
第三节 非营利组织的营销导向和发展趋势	27
一、非营利组织的营销导向.....	27
二、非营利组织营销的发展趋势.....	29
小结	31
案例分析	32
练习题	34
第三章 非营利组织营销环境分析	35
第一节 非营利组织微观环境分析	36
一、非营利组织本身.....	36



二、营销中介	38
三、市场	39
四、竞争者	39
五、公众	40
第二节 非营利组织营销的宏观环境分析	41
一、人口环境	41
二、经济环境	44
三、自然环境	46
四、技术环境	48
五、政治法律环境	49
六、社会文化环境	50
第三节 SWOT 分析	52
一、SWOT 分析法的内涵	52
二、SWOT 分析法的步骤	52
小结	53
案例分析	54
练习题	57
第四章 非营利组织营销规划	58
第一节 非营利组织营销规划概述	59
一、营销规划的含义	59
二、制定营销规划的意义	59
三、营销规划的演进	60
第二节 非营利组织营销规划过程	61
一、确定组织使命	61
二、制定组织目标	63
三、安排业务组合	66
四、发展新业务	68
五、制定营销战略	70
六、制定营销计划	70
七、执行营销计划	72
八、评估营销效果	73
小结	73
案例分析	78
练习题	82



第五章 非营利组织营销调研	83
第一节 非营利组织营销调研概述	84
一、营销调研的定义.....	84
二、营销调研的类型.....	86
三、营销调研的方法.....	88
第二节 非营利组织营销调研的过程	90
一、确定调研问题.....	90
二、营销调研设计.....	90
三、确定抽样方法.....	96
四、数据的整理与分析.....	100
五、形成调研报告.....	100
小结.....	102
案例分析.....	102
练习题.....	105
第六章 非营利组织的营销定位战略	106
第一节 非营利组织的市场细分	107
一、市场细分的含义和作用.....	107
二、市场细分的标准.....	108
第二节 非营利组织的目标市场选择	113
一、什么是非营利组织的目标市场.....	113
二、非营利组织目标市场策略的选择.....	114
第三节 非营利组织的市场定位	118
一、非营利组织市场定位的含义.....	118
二、非营利组织市场定位的作用.....	119
三、非营利组织市场定位的方式.....	120
四、非营利组织市场定位的步骤.....	121
小结.....	122
案例分析.....	124
练习题.....	129
第七章 非营利组织产品和服务策略	130
第一节 非营利组织产品的整体概念	131
一、非营利组织产品的概念.....	131
二、产品整体概念.....	133
三、产品组合决策.....	135



第二节 产品生命周期	136
一、产品生命周期分析	137
二、产品生命周期各阶段的策略	139
三、非营利组织的新产品开发	145
第三节 非营利组织的服务	147
一、服务的定义与特点	147
二、服务的分类	150
三、服务的传递	151
四、服务质量管理	152
第四节 非营利组织品牌策略	153
一、品牌的概念	153
二、品牌设计	154
三、品牌价值的测试	154
四、塑造良好形象	156
小结	156
案例分析	157
练习题	161
第八章 非营利组织的价格策略	162
第一节 成本管理	163
一、成本的性质	163
二、成本的类型	165
三、成本的管理	166
第二节 确定定价目标	167
第三节 非营利组织的定价策略	172
一、定价对非营利组织营销的作用	172
二、非营利组织的定价方法	173
三、非营利组织的定价策略	175
第四节 价格调整及价格变动	180
一、非营利组织降价与提价	180
二、顾客对非营利组织变价的反应	181
三、竞争者对非营利组织变价的反应	182
四、非营利组织对竞争者变价的反应	183
小结	184
案例分析	185
练习题	188



第九章 非营利组织的渠道策略	189
第一节 渠道的性质与任务	190
一、渠道的定义与任务	190
二、渠道的主要职能	191
第二节 渠道的决策	191
一、服务质量	192
二、渠道的模式	192
三、渠道长度和宽度的选择	193
第三节 渠道的管理	194
一、选择渠道成员	194
二、协调与控制渠道成员	196
小结	198
案例分析	199
练习题	201
第十章 非营利组织的传播策略	202
第一节 概述	203
一、传播过程	203
二、反应模式	204
三、发展有效传播的步骤	204
第二节 广告策略	210
一、广告的概念与种类	210
二、广告媒体	211
三、广告的设计原则	213
四、广告效果评估	214
第三节 人员推销策略	214
一、人员推销的概念及特点	215
二、推销人员的素质	215
三、推销人员的甄选与培训	216
四、人员推销的形式、对象与策略	217
五、推销人员的考核与评比	219
第四节 公共关系策略	220
一、公共关系概述	220
二、公共关系的作用	221
三、公共关系的活动方式和工作的程序	222



第五节 销售促进策略	224
一、销售促进的方式	224
二、销售促进的控制	224
小结	225
案例分析	227
练习题	230
第十一章 非营利组织的募捐和志愿者管理	231
第一节 募捐管理	232
一、募捐的演进	232
二、募捐与营销的联系	233
三、募捐计划的制定	233
第二节 志愿者管理	244
一、志愿服务	244
二、志愿者的招募与甄选	245
三、志愿者的定位与培训	248
四、志愿者的管理	249
五、志愿者的激励	250
六、志愿者的保持、认可和评估	252
小结	255
案例分析	256
练习题	258
第十二章 非营利组织营销的新趋势	259
第一节 非营利组织的竞争	260
一、我国非营利组织在市场竞争中存在的问题	260
二、提高非营利组织竞争力的总体思路及实施步骤	261
第二节 非营利组织的合作营销	265
一、非营利组织合作营销的现实意义	265
二、非营利组织合作营销战略的实施与管理	266
三、非营利组织开展合作营销应注意的问题	271
小结	272
案例分析	273
练习题	277
参考文献	278

第一章

非营利组织

▣ 教学目标

作为全书的导论，本章阐述了非营利组织最基本的常识。通过本章的学习，使学生掌握非营利组织的概念和特征，了解非营利组织的分类与作用，明确非营利组织的局限性。

▣ 教学要点

- 非营利组织的概念、特征。
- 非营利组织的产生与分类。
- 非营利组织的发展。

▣ 关键词

非营利组织 特征 分类 作用 发展



第一节 非营利组织的界定及特征

20世纪70年代以来,全球性的“社团革命”的出现,使市场和国家之外的非营利组织或称“第三部门”得到了空前的发展。从欧美发达国家到亚洲、非洲和拉丁美洲的发展中国家,为了追求国家和市场的力量未曾实现的目标,非营利组织纷纷创立并在各国的经济、社会发展事务中扮演着越来越重要的角色。

伴随着全球化的浪潮,中国非营利组织也开始迅速成长,除了以往的社会团体、民办非企业单位以外,大量的事业单位正在逐步分化为非营利组织。然而,非营利组织毕竟是刚刚从西方引进的概念,人们对这一领域还非常陌生,特别是中国社会领域各项改革中所遇到的有关现实问题,亟待加强对非营利组织的理论探索。

一、非营利组织的界定

国际上对非营利组织的概念没有统一的界定。比较有代表性的有如下几种。

1) 美国约翰·霍布金斯大学教授莱斯·萨拉蒙(Lester Salamon)认为,同时具备组织性、非政府性、非营利性、自治性和志愿性5个特征的组织可称为非营利组织。这一定义目前较为流行,常为人们所引用。

2) 美国学者彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)认为,非营利组织是既非企业又非政府,其目的是人与社会的变革,是向社会提供服务的部门。

在欧洲国家,非营利组织是指包括合作社、互助会在内的社会经济组织。社会经济组织是欧洲共同体的产物,该组织在运营过程中遵循四个原则:一是不以追求利润为目的,而是为组织成员和集体服务;二是脱离政府,自立、自主进行管理;三是民主决策;四是分配时人与劳动要优于资本。

3) 日本学者重富真一结合亚洲的国情认为,非营利组织是同时符合非政府性、非营利性、自发性、持续性、利他性、慈善性六个条件的社会组织。

4) 日本另一个学者川口清史提出,非营利组织一般不以获利为目的,从事商品生产、流通以及提供服务的民间组织。

就我国而言,非营利组织的主体是在民政部登记注册的社会团体、民办非企业单位和基金会,包括其他不具备法人地位的各种非营利性、非政府性的社会组织。我国庞大的事业单位体系也可纳入广义的非营利组织的范畴。因此,一些学者对西方非营利组织的定义进行了中国化的阐述,他们认为,非营利组织是那些有服务大众的宗旨、不以营利为目的、不为任何人牟取私利、组织本身具有合法免税资格和提供免税的合法地位的组织。

上述有关非营利组织的定义可谓仁者见仁、智者见智,概括而言,非营利组织(non-profit organization, NPO)是指不以营利为目的的开展各种志愿性公益活动的非政府组织。



二、非营利组织的特征

非营利组织虽然有各种类型，但都应具备以下特点。

(1) 正规性

正规性即组织性，是指非营利组织的成立一般要经过国家法律许可，并到相关部门注册登记。经过注册登记后，该机构就获得了合法的地位，对外交往以法人的身份展开活动。应该指出，非正式的临时集会不能作为非营利组织，即使这些临时性集会在人们的生活中占有十分重要的位置。不过社会中往往存在着大量的这样的组织，即它们不到政府注册也不受政府的监管，但它们却在社会上开展不以营利为目的的活动。这种组织与这里所说的非营利组织的重要区别，在于是否到政府登记注册以及由此延伸出来的合法性，我们通常把这种组织称为非正式的非营利组织。

非营利组织的正规性还体现在组织内部有明确的规章制度、组织机构、组织行为和组织成员。非营利组织和其他类型的组织一样，其内部也有职能目标的分工、管理幅度的设立、规章制度的确立、规章制度的制定等类型的表现形式，使得得到法律的认可、具有法人资格的组织。那种没有组织结构、没有规章制度、临时的民间组织，不能称为非营利组织。

(2) 非营利性

非营利性是非营利组织的首要特征，是区别企业的根本属性。在市场经济条件下，企业千差万别，但都是以获取利润为目的的，不存在非营利企业。但非营利组织不同，它们不是企业，而是非营利的社会组织。

衡量一个组织是否具有非营利性的指标主要有如下三个。

1) 组织的宗旨是否是以营利为目的。企业的目的尽管表述各有不同，但都离不开营利这一本质特征，所以营利是企业的根本宗旨。作为非营利组织来说，其宗旨不是为了获取利润并在此基础上谋求组织的自身的发展壮大，而是为了实现整个社会或者一定范围内的公共利益。

2) 组织的利润是否用于成员的分配和分红。非营利组织不以营利为目的，但不等于说组织不能进行经营性运作、不能赚取任何利润，非营利组织可以通过开展一定形式的经营性业务来产生一定的超出经营总成本的剩余收入。作为企业，这部分剩余收入会被作为利润在投资者之间进行分配，但作为非营利组织，其收入只能用于符合组织目标的服务项目，而不能作为利润在成员之间进行分红，非营利组织的运营成本必须低于市场价格。

3) 组织的资本是否可以转变为私人财产。企业的资产归企业所有者所有，产权界定非常明确。非营利组织的资产严格地说并不属于组织所有，也不属于捐赠者，一定意义上它们是作为受托人来行使公益财产的所有权。因此，非营利组织解散或破产，它的剩余财产不能向企业那样在成员之间分配，只能交给其他公共部门（政府或其他非营利组织）。



（3）非政府性

这是非营利组织区别于政府的根本属性。非政府性，也称为民间性，是指非营利组织不是政府的附属机构，组织的决策和行为不受政府机构的控制，即体制上独立于政府，即不是政府的一部分，也不受制于政府。非营利组织的这一特征具体体现在以下三个方面。

1) 从人员构成来看，非营利组织的工作人员必须是民间志愿者，不是公务员，政府官员不能出任组织者。因此，非营利组织不是政府组建的，也不从属于政府部门。

2) 从组织的行为方式来看，非营利组织的成员参与其活动是基于公民自愿和互利的需要，主要是从事社会服务工作，不像政府那样拥有强制权力。

3) 从资金来源上看，非营利组织的经费来源主要是通过政府购买服务的投入、社会捐赠、会费收入和经营收入等，这点与政府经费来源于国家财政有所不同。

当然，非营利组织不是政府部门的一部分，也不受政府的控制，并不是不能得到或不接受政府的支持，也不意味着政府人员不能参加非营利组织的管理机构。关键在于非营利组织在运行机制上是民营的，它是一个独立的、不受政府控制的、按照自己的内部管理程序独立运作的机构。

（4）自治性

自治性即自主治理，也就是说非营利组织按照自己内部的规章制度控制自己的行为，实施自我管理，不受其他类型组织的干预。非营利组织是独立自我管理的组织。在合法的前提下，非营利组织按照组织内部的规章制度实施自己的活动，有自己的决策权和执行权，不受政府的干预，即非营利组织的活动范围在成立之初由政府按规定认可，其章程由成员自行制定，组织的宗旨、业务范围、重大活动以及管理机构的组成、解散等问题，由组织成员自己决定。除此之外，非营利组织也不受营利组织的干预，即营利组织可以对非营利组织进行捐赠，但一旦捐赠，这些资源就成了非营利组织的资源，非营利组织依据自己的章程运作这些资源，不受营利组织的干预。

（5）志愿性

志愿性即人们参加非营利组织都是志愿的，甚至有一些人参加非营利组织是不求回报的。企业主要以资本的形式获取社会资源，政府则要通过税收集中社会资源，而非营利组织则是源于志愿精神的志愿者和社会捐赠。因此，非营利组织的内在驱动力不是利润动机，也不是权力原则，而是以志愿精神为背景的利他主义和互助主义。正像企业是组织化的资本，政府是组织化的权力一样，非营利组织可以说是组织化的志愿精神。这是非营利组织最具特色的一个属性。非营利组织的志愿特征主要有如下两点。

1) 自愿参与或退出。非营利组织是团体成员基于共同利益或公共信仰而自愿结成的团体，因而其成员的加入或退出是自愿的，组织的结成与解散也都是自愿的。

2) 奉献工作。非营利组织所从事的行业大都是营利组织不涉足的领域，如慈善事业和环保事业等。公共的信仰或追求促使非营利组织成员对自己的工作兢兢业业、无怨无悔。志愿性是非营利组织区别于其他组织的一个重要特征。

组织成员都是志愿地参加组织的经营活动，但这并不意味着一个非营利组织的大部



分收入或所有收入都来自自愿性捐款，也不意味着大多数的工作人员都是志愿者，而只是有一定的志愿者。

(6) 非政治性

从广义上看，政党和相关的政治组织也属于非营利组织的范畴，因为它们也具备非营利组织的特征。但是，在研究非营利组织时，不把政党和相关的政治组织作为研究对象，几乎是学术界的一个共识。学术界所指的非营利组织是指在政治上采取中立立场，既不与政党结盟，也不卷入推举公职人员的党派斗争。当然，这并不是说非营利组织在所有的政治问题上完全采取超然立场，也不是说他们在选举过程中对所有政党候选人一视同仁。在政治问题上非营利组织也有其立场，尤其是在很多社会问题上政治化的今天，不可能指望环保、民权、反战等方面的组织在这些问题上采取将自己的立场置之度外的态度。在这些国家，政府允许非营利组织为获取免税资格所进行的有关司法改革的游说活动，也不禁止非营利组织支持或反对公众事务办公候选人的竞选活动。许多国家和地区的法律不会因为提供免税待遇而限制非营利组织参与政治活动，除非这些组织对政治活动的参与威胁到国家和地区的安全。

值得注意的是，中国的非营利组织与国际社会相比，从严格意义上讲，尚有一些条件不具备，突出表现在非政府性和自治性上。这是因为我国的非营利组织中有相当一部分团体挂靠于政府，官方色彩比较浓厚。一方面，由于历史的原因，在我国一些层次比较高、规模比较大、群众基础比较好的群众团体，如工会、妇联、共青团、残疾人联合会等，与政府形成了比较特殊的关系，即虽然挂着非政府的牌子，有正规的组织体系，以非营利的特征服务于公众，但这些组织的人员构成和运行方式却是官本位制的，官方色彩比较浓；另一方面，有相当一部分志愿团体为了谋求较高的合法性和获得政府的财政支持，也多挂靠政府机关，这样一来，就使第三部门的团体抹上了半官半民的色彩，这在一定程度上影响了其自治性的特征和自主性的发挥。由此可见，在中国，只有少数团体，如中华基督教青年会（YWCA/YMCA）具备上述特征。

第二节 非营利组织的分类、作用和局限性

一、非营利组织的分类

非营利组织的形式多种多样，国内外学者却没有统一的分类标准，常见的有如下几类。

(一) 国外学者对非营利组织的分类

(1) 根据所属产业的不同分类

美国约翰·霍布金斯大学非营利组织比较研究中心，根据所属产业的不同设计了一个分类体系，将非营利组织分成 12 个大类，24 个小类。这是目前国际上比较流行的、



使用比较普遍的一种分类方法，如表 1.1 所示。

表 1.1 美国约翰·霍布金斯大学非营利组织分类法

序号	大 类	小 类	序号	大 类	小 类
1	文化与休闲	文化与艺术 休闲 服务性俱乐部	7	法律、推进与政治	民权与推进组织 治安与法律服务 政治组织
2	教育与科学研究	中小学教育 高等教育 其他教育研究	8	慈善中介与志愿行为 鼓动	
3	卫生	医院与康复 诊断 精神卫生与危机防范 其他保健服务	9	国际性行动	
4	社会服务	社会服务 紧急情况救助 社会救助	10	宗教活动和组织	
5	环境	环境保护 动物保护	11	专业协会、工会	
6	发展与住房	经济、社会、社区发展 住房 就业与职业培训	12	其他	

(2) 根据从事的活动的类型分类

英国学者克拉克（Clark）根据非营利组织从事的活动的类型的不同，将非营利组织划分成了六类，包括救济和福利机构、技术革新组织、承包公共服务组织、大众发展组织、“草根”发展组织、请愿团体和网络，如表 1.2 所示。

表 1.2 克拉克非营利组织分类法

序号	名 称	表 现
1	救济和福利机构	天主救济服务社 各种宗教团体
2	技术革新组织	孟加拉国的格兰门信贷银行
3	承包公共服务组织	美国的组织关怀
4	大众发展组织	孟加拉国的农村发展委员会
5	草根发展组织	印度的妇女自我雇用社
6	请愿团体和网络	英国的世界发展运动

(3) 联合国对非营利组织的分类

联合国国际标准产业分类体系（ISIC）将非营利组织分为三个大类，15 个小类。即教育类，包括小学教育、中学教育、大学教育、成人教育等；医疗和社会工作类，包括医疗保健、兽医、社会工作；其他社区与个人服务活动类，包括环境卫生、商会和行业协会、工会、娱乐组织、图书馆、博物馆及文化机构、运动与休闲。

此外，还有一些分类方法，这里不再一一列举。



（二）我国对非营利组织的分类

（1）根据服务对象分类

中国人民大学教授王名根据服务对象的不同，将非营利组织分为公益型非营利组织和互益性非营利组织。

公益型非营利组织以整个社会为服务对象，从事公益或者慈善事业，所得收入和组织财产不得分配给组织成员，如各类教会、社会福利组织和提供服务的组织。

互益型非营利组织以组织成员为服务对象，以为了成员之间的友善和睦与互动扶助为目的，是公益、慈善、宗教以外的组织，同样，组织的剩余金额和财产不得进行分配，如住宅管理委员会、各类社交团体、合作社等。

（2）根据组织的性质和职能进行分类

中国人民大学教授郭国庆按照非营利组织的性质和职能，将我国非营利组织分为七类。

1) 教育科研组织。指从幼儿园开始到小学、中学、大学的教育机构和各类专门的科学研究院、所等科研机构。

2) 医疗保健组织。指各种医院、医疗康复中心、保健中心等医疗机构。

3) 学术、文化组织。主要指各种学术学会及各种文化馆、博物馆、图书馆等。

4) 群众、团体组织。主要指共青团、工会组织、妇联组织以及同学会、同乡会、校友会等。

5) 慈善基金会。指各种以慈善救助活动为主的基金会、慈善会等。如中国慈善总会、宋庆龄基金会、中国青少年发展基金会、北大荒基金会等。

6) 协会联合会组织。主要指各个不同行业和同行业者的协会、联合会。如中国工业经济协会、中国服装协会等。

7) 其他组织。指绿色环保组织、保护动植物组织等。

（3）官方分类

目前比较符合我国国情的分类标准，大体参照我国现行的法律法规体系进行分类，具体分为如下几种。

1) 社团法人。我国目前的主要团体包括社会团体，如各种学会、协会、促进会等；经济团体，如行业协会、商会、工会等；政治团体，如共青团、妇联、台联和侨联等。

2) 民办非营利企业。民办非营利企业单位是指企事业单位、社会团体和其他社会力量以及公民个人利用非国有资产举办的，从事非营利性社会服务活动的社会组织。在我国主要是指各种民办学校、医院、剧团、养老院、研究所、图书馆、美术馆、宗教组织、其他社会服务和福利机构等。

3) 基金会。按照2004年国务院颁布的《基金管理办法》，这里的基金会是指利用自然人、法人或者其他组织捐赠的财产，以从事公益事业为目的，按照条例规定成立的非营利法人。

4) 未登记或转登记社会团体。社会团体、民办非营利单位、基金会都是进行了合法