



HONGGUO SHEHUI ZUZHI

中国社会组织

发展舆情报告

FAZHAN YUQING BAOGAO

詹成付 主编 (2014—2015)



中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位



HONGGUO SHEHUI ZUZHI

中国社会组织

发展舆情报告

FAZHAN YUQING BAOGAO

詹成付 主编 (2014—2015)



中国社会科学出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

中国社会组织发展舆情报告. 2014 ~ 2015/詹成付主编.
—北京: 中国社会出版社, 2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5087 - 5202 - 0

I. ①中… II. ①詹… III. ①社会组织管理—舆论—
研究报告—中国—2014 ~ 2015 IV. ①C916②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 282565 号

书 名: 中国社会组织发展舆情报告 (2014—2015)
主 编: 詹成付

出 版 人: 浦善新
终 审 人: 李 浩
责任编辑: 朱永玲

责任校对: 朱文静

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电 话: 编辑室: (010) 58124837

邮购部: (010) 58124848

销售部: (010) 58124845

传 真: (010) 58124856

网 址: www.shcbs.com.cn
shcbs.mca.gov.cn

经 销: 各地新华书店



中国社会出版社天猫旗舰店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 15.25

字 数: 208 千字

版 次: 2016 年 3 月第 1 版

印 次: 2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元



中国社会出版社微信公众号

第一章 导论	(1)
第一节 研究背景	(1)
第二节 研究方法	(3)
第三节 2014 年社会组织舆情综述	(4)
第四节 2015 年社会组织舆情展望	(18)
第二章 2014 年社会组织发展概况与态势	(21)
第一节 2014 年社会组织发展概况	(21)
第二节 2014 年社会组织十大年度关键词	(33)
第三节 2014 年社会组织热点聚焦	(48)
第三章 省级社会组织舆情指数	(69)
第一节 省级社会组织舆情信息综合指数	(69)
第二节 省级社会组织舆情信息质量指数	(71)
第四章 专题篇	(84)
第一节 社会组织参与灾害治理的实践与创新	(84)
第二节 社会组织促进就业实证分析	(100)
第三节 行业协会商会与行政机关脱钩舆情综述	(141)
第四节 社会组织舆情应对案例剖析：以壹基金为例	(150)

第五节 顺德社会体制综合改革创新之路
——基于舆情视角的分析 (160)

附录1 民政部关于确认北京市西城区等70个地区为
“全国社会组织建设创新示范区”的通知 (172)

附录2 2014年全国社会组织十件大事 (175)

附录3 2014年安徽社会组织十件大事 (179)

附录4 2014年民政部购买社会服务指导目录 (183)

附录5 全国性基金会2013年年度检查结果 (188)

附录6 2013年度全国性社会组织评估等级结果 (196)

附录7 全国性公募基金会名录 (212)

后记 (235)

第一章 导 论

第一节 研究背景

2014 年是我国接入互联网 20 周年，这一年被称为“网络治理改革之年”。2 月 27 日，中央网络安全和信息化领导小组成立，习近平总书记主持召开第一次会议并发表重要讲话，他强调：“做好网上舆论工作是一项长期任务，要创新改进网上宣传，运用网络传播规律，弘扬主旋律，激发正能量，大力培育和践行社会主义核心价值观，把握好网上舆论引导的时、度、效，使网络空间清朗起来。”这表明网上舆论工作已上升为国家战略，各级党委政府围绕加强网上舆论治理进行了具体部署和有益探索，学界对舆情问题研究日趋深入，涉及大数据与舆情信息挖掘分析、研判、舆情处置等方面，出版了教育系统、电力行业、食品安全、社会组织等方面的舆情年度报告。

2014 年社会组织有序发展，一系列顶层设计陆续出台、各类扶持举措竞相到位、社会组织作用进一步发挥，社会组织自身建设及内部治理逐步完善，媒体及网上舆论为推进社会组织改革发展凝聚了正能量。据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿人，互联网普及率为 47.9%，较 2013 年年底提升 2.1%，手机网民规模达 5.57 亿人，较 2013 年年底增加 5672 万人，网民中使用手机上网人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 85.8%。移动舆论场域的形成要求社会组织信息宣传工

作需抓好线上线下两个舆论场，以实现社会组织“外塑形象，内聚力量”，助力社会组织健康有序发展。

社会组织舆情是指公众对于社会组织发展政策、登记管理工作行为及社会组织行为所表达出来的态度、意愿和情绪。社会组织舆情分析的目的在于为各级登记管理机关、社会组织从业者及媒体、公众等相关人员全面了解当前我国社会组织发展现状提供翔实的客观依据，并辅助解决登记管理机关、行业主管部门、社会组织负责人在管理与决策方面的实际问题。2014年，社会组织舆情收集主要围绕“社会组织”、“行业协会商会”、“社会团体”、“基金会”、“NGO”、“民间组织”、“公益组织”、“境外非政府组织”、“网络募捐”、“民办非企业”、“公益慈善”、“购买服务”、“社会治理”、“志愿服务”等关键词进行，以确保收集信息能够反映行业发展的基本情况。

本报告的数据来源于2014年社会组织每日舆情摘报和每日舆情快报，舆情监测人员每天从300余条新增社会组织舆情信息中筛选采集10多条最有参阅价值的信息进行报送。信息精选的标准有5个方面，至少满足一个要求，才会被筛选出来。这些标准分别是：①政策指导性较强；②具有较强的实践创新价值；③各级登记管理机关报送；④媒体和公众关注度及持续性较高；⑤突发并将形成负面舆论。精选出来的信息，被编辑加工成《全国社会组织舆情摘报》，供各级民政部门及全国性社会组织参阅。2014年，共精选了2864条有价值的社会组织舆情信息，这为分析2014年全国社会组织发展舆情提供了样本数据。社会组织舆情信息来源有三个渠道，一是国内主流媒体及网络媒体（论坛、微信、微博等）关于社会组织的报道、评论；二是各级登记管理机关报送的重要信息；三是各类社会组织报送的重要信息；尽可能地保证了信息样本的全面性。

本报告在对2800余条精选信息的定量分析的基础上，围绕社会组织发展的创新点进行了实地调研，从而呈现出2014年社会组织发展态势、热门盘点、专题报告及地方的创新探索等篇章，旨在对全年社会组织发

展进行较为全面的回顾总结，聚焦当前社会组织发展中的焦点热点问题，力图通过客观、深入的分析研究，提炼较为有价值的对策建议或创新路径，供相关从业者参考。

第二节 研究方法

本研究报告采用定量和定性相结合的研究方法。为较全面反映主流媒体和网络媒体报道的社会组织发展的整体情况，各省社会组织发展情况、社会组织相关方舆情处置情况等内容，对精选的 2860 余条信息进行定量分析。为深入剖析热点焦点事件，对于网络舆论关注较高的事件，以传播学为视角，采用新闻框架研究方法，如：反腐倡廉是 2014 年社会组织领域的热点事件，为掌握有关网络舆论，则以“社会组织反腐”为关键词进行检索，选取媒体原发性报道、微博微信传播情况（阅读量）、网友评论等内容。对于应用价值较高的工作焦点则采取实地访谈、问卷调查等方式予以深入研究，如“社会组织参与灾害治理”，则以壹基金为研究样本，采用文献研究法、焦点访谈法和田野考察法等，系统梳理当前国内有关灾害治理的政策文件、提炼灾害治理概念、分析社会组织参与灾害治理现状、存在的问题，在此基础上提出对策建议。舆情信息是反映各地社会组织发展的一面镜子，为此本报告构建了省级舆情信息综合指数，设置了舆情信息数量、质量、信息倾向性、报送信息数量四个一级指标及九个二级指标。总的来讲，本报告运用了以下几种研究方法：

百度指数：基于百度网页搜索和百度新闻搜索的大数据，以反映研究者所定义的关键词在特定时段里的用户关注度，能够客观反映舆情动向，洞察媒体和网民关注点。在具体研究中，进入“百度指数”首页，输入“嫣然基金”，时间定义为 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 8 月 13 日，而后就可以得到对应时段的“嫣然基金”媒体和用户关注度趋势线：即嫣然基金事件贯穿 2014 年大半年，是各界关注的舆论焦点。

内容分析法：从媒体报道和网络舆情监测入手，运用内容分析法，对媒体及网络空间中有关社会组织发展的显性内容进行定量数据分析和定性归纳提炼，为分析掌握舆情传播规律，总结相关方的意见建议，提出舆情处置方案服务。

文献研究法：本研究的文献梳理包括两个层面：一是针对专题部分涉及的社会组织就业、灾害治理等内容，通过查阅国内外现有文献展开系统性梳理研究；二是线下查阅收集有关省市社会组织吸纳就业、社会组织参与灾害治理现状的相关数据、政策文件、会议资料、评估报告及培训材料等；线上收集有关媒体报道、微博微信信息等。

焦点访谈法：此方法主要运用在专题部分的社会组织参与灾害治理的实证研究中，围绕壹基金灾害治理各环节的实践探索，对各环节部门的主要项目官员、项目主任进行深入访谈，以充分掌握壹基金在灾害治理各环节项目的运行机制、经验及挑战。

田野调查法：主要运用于专题部分和地方创新部分，选取成都、雅安、宁波镇海等地进行实地走访调研，选择与研究相关的被访者进行访谈，收集与研究有关的各类信息，为深入分析提供丰富的素材。

第三节 2014 年社会组织舆情综述

通过对 2800 余条有关社会组织的舆情信息分析，发现 2014 年社会组织发展舆情信息呈现出以下特点：

一是从时间分布上来看，全年社会组织舆情总体上保持增长态势，出现 4 个舆情谷峰。3 月，社会组织成为全国“两会”的热频词，全国人大代表及政协委员围绕社会组织提交议案或提案共计 45 篇，《中国政府采购报》、《人民日报》及新华网等媒体予以了报道，转发量达 200 余次。4—7 月，全国社会组织舆情信息稳步增长，至 7 月达到全年最高值 341 篇。7 月，社会组织首次进入全国政协双周协商会议。历经半年的发展，各地社会组织创新成果进一步显现，吉林出台《社会组织资金管理规

范》，安徽 2769 个社会组织建立了党组织，贵阳社会组织突破 3000 家……10 月，迎来第三个舆情高峰，舆情数量达 282 条，中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定，明确加强社会组织立法。12 月，出现全年最后一次舆情谷峰，信息量达 256 条。2014 年社会组织舆情走势详见下图：

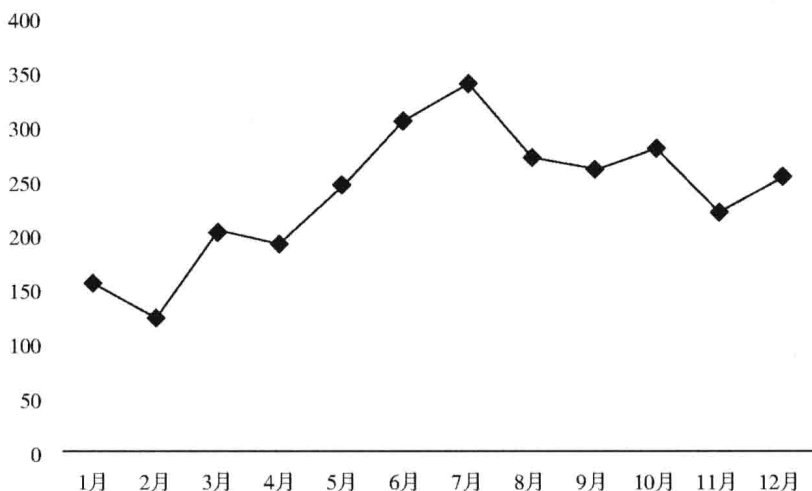


图 1 2014 年社会组织舆情信息走势

二是从地域分布来看，全年地方舆情信息共计 1398 条，分布在 31 个省、市、自治区，舆情信息数量与各地社会组织发展情况具有一致性：舆情信息数量越高则该地区的社会组织发展相对更为快速，从表 1 可以发现，广东省的社会组织舆情信息数量远远领先于其他省市，是排在第二位江苏的 2 倍之多。2014 年，舆情信息数量前五位的省份依次为：广东（254 条）、江苏（106 条）、四川（82 条）、山东（77 条）和浙江（70 条）。

表 1 2014 年 31 个省市自治区社会组织舆情信息数量

排名	省份	数量	排名	省份	数量	排名	省份	数量
1	广东	254	12	陕西	39	23	青海	26
2	江苏	106	13	重庆	36	24	新疆	23
3	四川	82	14	湖北	35	25	贵州	21

续表

排名	省份	数量	排名	省份	数量	排名	省份	数量
4	山东	77	15	河北	33	26	宁夏	21
5	浙江	70	16	云南	32	27	内蒙古	20
6	安徽	69	17	江西	31	28	黑龙江	18
7	上海	63	18	山西	30	29	海南	14
8	北京	53	19	广西	29	30	吉林	11
9	河南	40	20	辽宁	28	31	西藏	4
10	湖南	40	21	天津	28			
11	福建	39	22	甘肃	26			

根据表 1、表 2 还可发现，东部地区社会组织舆情信息是来自上下联动，多点推动，不单是省会城市“一枝独秀”，如广州的舆情信息数量仅占全省信息总量的 22.44%；中西部地区的省会城市则表现“抢眼”，如武汉占全省信息总量的 42.86%，成都占比为 42.68%。

表 2 2014 年省会城市社会组织舆情信息数量

排名	省会城市	数量	排名	省会城市	数量	排名	省会城市	数量
1	广州	57	10	长沙	8	19	兰州	3
2	成都	35	11	银川	6	20	乌鲁木齐	3
3	南京	34	12	昆明	6	21	西宁	3
4	合肥	16	13	南宁	6	22	长春	2
5	武汉	15	14	太原	5	23	福州	2
6	郑州	14	15	沈阳	5	24	石家庄	2
7	哈尔滨	13	16	贵阳	5	25	海口	2
8	杭州	11	17	南昌	4	26	呼和浩特	1
9	济南	10	18	西安	4			

5 个计划单列市在地方社会组织舆情信息量贡献明显，大连和厦门占

全省信息总量均近四成（39.29% 和 38.46%），深圳占比达三成（29.92%），宁波则占全省信息量的 27.14%，青岛占比为 23.78%。

三是从报道媒体来看，以《人民日报》等主流媒体为主力军。2014 年，203 家纸质及网络媒体对有关社会组织“热点信息”进行了报道，为社会组织改革发展营造了良好的舆论氛围，有利于提高公众对社会组织的认知度。报道量前十位媒体依次是《人民日报》（网）、南方报业集团、新华社（网）、《京华时报》、中国新闻网、《中国青年报》（网）、《新京报》、《光明日报》（网）、中国广播网及《北京青年报》（详见表 3），共占热点信息总量的 46.88%。需注意的是，行业类媒体对社会组织传播的贡献度不大，如《中国社会报》和《公益时报》的报道量虽然很大，但网络可搜索和传播率较低，均未进入前十位。

表 3 2014 年对社会组织热点信息报道前 10 位媒体

序号	媒体名称	信息量（条）
1	人民日报（网）	78
2	南方报业集团	54
3	新华社（网）	43
4	京华时报	34
5	中国新闻网	29
6	中国青年报	26
7	新京报	25
8	光明日报（网）	15
9	中国广播网	14
10	北京青年报	14

在 383 条要闻信息中，来自中央政府、民政部等 16 个部委网站的信息为 157 条，占信息总量的 40.99%，其中民政部的信息最多，为 108 条，其次是中国政府网 27 条，第三位是财政部 5 条，各部委有关社会组织的信息详见下表：

表4 2014年各部委有关社会组织的要闻信息量

序号	部委名称	信息量（条）
1	民政部	108
2	财政部	5
3	工信部	3
4	国家发改委	2
5	商务部	2
6	国家质量监督检验检疫总局	2
7	国家林业局	1
8	国家旅游局	1
9	人力资源和社会保障部	1
10	国家体育总局	1
11	国务院新闻办	1
12	科技部	1
13	司法部	1
14	保监会	1
15	监察部	1

2014年，75个各级各类媒体参与了有关社会组织“要闻信息”的报道，信息量为196条，其中报道最多的为《人民日报》（人民网），报道量为34条。

表5 2014年前五名媒体报道有关社会组织要闻信息量

序号	媒体名称	信息量（条）
1	人民日报（网）	34
2	新华社（网）	24
3	中国新闻网	14
4	中国青年报（网）	12
5	法制日报	7

四是从舆情信息倾向性来看,以正面中性信息为主,负面信息 106 条,仅占信息总量的 3.74%。中国社会组织舆情信息监测平台显示,2014 年,被媒体曝光的全国社会组织负面舆情事件 106 起,涉及范围包括行业协会、基金会、学会等社会组织。负面舆情事件平均每月 8.83 起,其中 7 月负面舆情事件最多,为 14 起。从地域分布来看,涉及 17 个省、市、自治区,其中广东社会组织负面舆情事件最多,为 11 起。从社会组织类型来看,行业协会商会负面舆情最多,为 59 起,占负面舆情信息总量的 55.66%。从关键词来看,组织透明度为社会组织负面舆情事件的聚焦点,达 9 起,占信息总量的 18%。2014 年,媒体曝光 11 家非法社团,15 家组织领导违法。有关民政及登记管理机关的负面事件 9 起。

◆ 7 月份负面舆情事件最多,达 14 起

从舆情事件走势图来看,2014 年 2 月份与 12 月份的负面舆情事件最少,为 3 起。7 月份,社会组织舆情事件不断,涉及民非、基金会及行业协会,达到 14 起,全年负面舆情事件平均每月为 8.83 起。

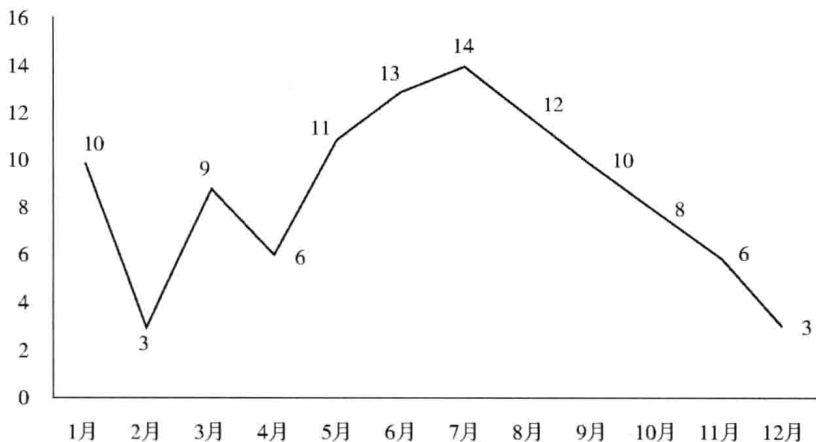


图2 2014 年负面舆情事件数量走势图

◆ 政社不分成为全年负面舆情事件关注的高频词

统计分析发现,上半年社会组织负面舆情事件分布在 12 个领域,媒体关注的高频词为组织透明度,负面事件达 22 起,主要涉及基金会资金流向,特别是 2 月份的李亚鹏嫣然基金、4 月份壹基金芦山地震中募集资

金走向及8月份袁立质疑天使妈妈基金募捐行为引发媒体和网友的持续性关注。此外,非法社团是全年负面舆情的聚焦点,媒体共曝光11家,多家涉嫌骗取资金。与此同时,随着网络募捐的兴起,网络募捐监管暴露出的问题也成为媒体关注的重要方向,全年有关网络募捐的舆情事件为3起。2014年政社不分、协会垄断备受媒体关注,相关负面事件达23起,占负面舆情信息总量的21.5%。需要注意的是,全年有关登记管理机关的负面舆情事件达9起。

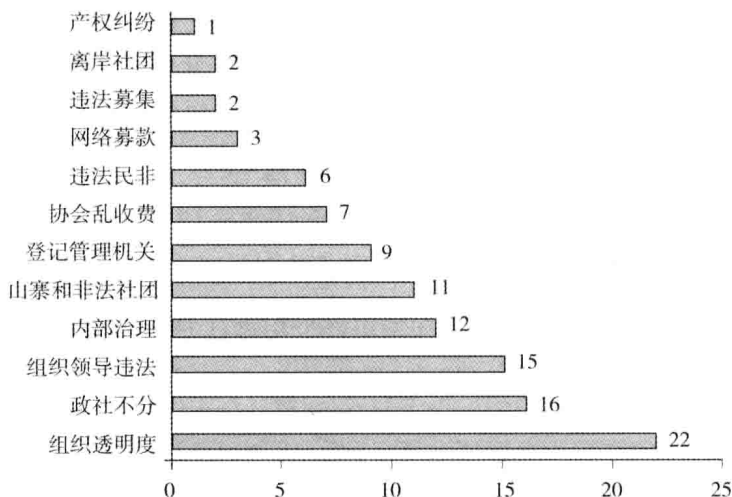


图3 2014年社会组织负面舆情事件内容分布领域

◆ 2014年负面舆情事件热度 TOP5

按照事件媒体报道持续时间(强度,权重为40%)、原发新闻稿件数量(热度,权重为35%)及转发量(热度,权重为25%)三大指标对全年107件负面舆情事件指数予以排行,总结出“2014年社会组织负面舆情事件热度TOP5”。其中,“李亚鹏嫣然基金”成为2014年上半年社会组织热度最高的负面舆情事件,持续时间长达6个多月,原发新闻稿件179篇,转发量1280余次,舆情热度指数为98.4。2014年负面舆情事件热度指数详见表6。

表 6 2014 年社会组织负面舆情事件热度指数 TOP5

排名	事件名称	持续时间 (40%)	原发新闻稿件篇 (35%)	转载次数 (25%)	舆情热度 指数
1	李亚鹏嫣然基金	38.4	35.0	25.0	98.4
2	郑州搏强戒网瘾 学校致死事件	8.8	30.1	13.4	52.3
3	壹基金 3 亿元去向 事件	12.42	20.0	11.0	43.4
4	中华医学会	1.1	17.4	12.2	30.7
5	西双版纳旅游协会	3.3	12.2	10.8	26.3

◆ 全年广东社会组织负面舆情事件居各地之首，为 11 起

从社会组织负面舆情地域分布图看，2014 年社会组织负面舆情事件涉及全国 17 个省、市、自治区，其中广东省社会组织负面舆情事件有 11 起，位居各地之首，其中关于壹基金负面舆情尤为突出，各地负面舆情事件数量详见下图：

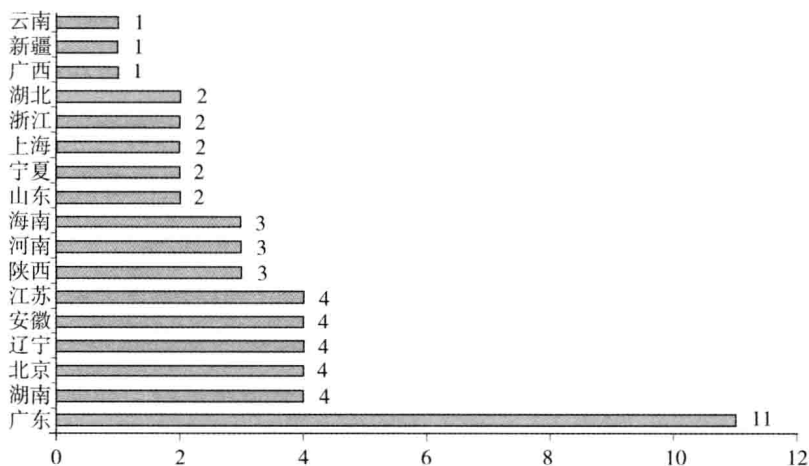


图 4 2014 年社会组织负面舆情事情地域分布情况

◆ 新华网、南方报业集团是社会组织负面舆情事件曝光的首要媒体

分析发现，上半年对社会组织负面舆情事件曝光的前4位的媒体依次为：新华网（12篇，11.32%）、南方报业集团（10篇，9.44%）、《京华时报》（9篇，8.49%）和《人民日报》-人民网（8篇，7.55%）。同时还发现，部分典型舆情事件（嫣然基金）是由网民经新媒体曝光后引起传统媒体（报纸、网络媒体）后续跟进。在网络媒体对明星公益舆情事件（嫣然基金、壹基金、天使妈妈基金）跟进阶段，娱乐媒体往往是率先报道。

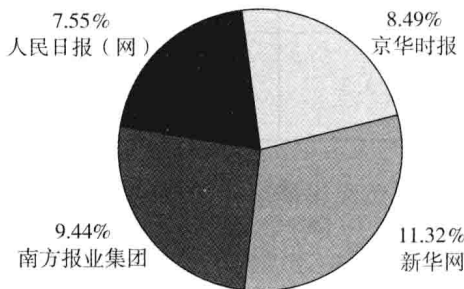


图5 2014年发布负面舆情媒体TOP4

◆ 行业协会商会负面舆情事件多发，影响社会组织整体舆情环境

2014年，9起舆情事件与整个社会组织行业有关，其他97起则分布在行业协会商会、基金会和民办非企业。其中，行业协会商会负面舆情事件最多，为59起，占比为55.56%。15家行业协会商会的会长或秘书长涉嫌违法，11家山寨和非法社团，1家社团成员违法。“中华医院管理学会”、长沙“最牛协会”、湖南“岳阳市江豚保护协会”、“中华医学会”、“西双版纳旅游协会”、“中国赛马会”等都引起媒体、网友、学者等持续关注。尽管基金会透明度历来为社会各界广为关注，但全年基金会负面舆情事件较少，总量为19起，影响较大的有4起，分别为中国红十字基金会下设的嫣然基金、天使妈妈基金、深圳市壹基金公益基金会和深圳市施惠零铅工程慈善基金会。全年有关民非的负面舆情事件6起，其中2起舆论关注度高，即湖北幼儿园病毒灵事件和郑州搏强学校（戒