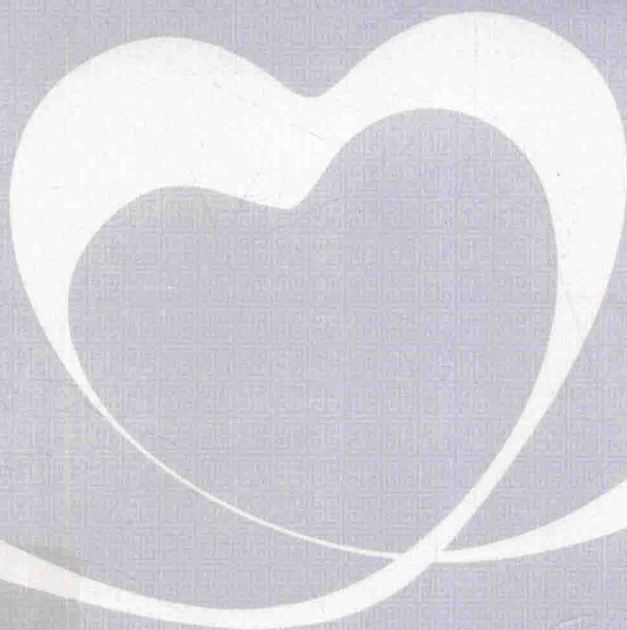


李健 著

我国慈善组织 信息公开研究

RESEARCH ON INFORMATION DISCLOSURE OF
CHARITY ORGANIZATION IN CHINA



 中国社会出版社

国家一级出版社·全国百

李健 著

我国慈善组织 信息公开研究

RESEARCH ON INFORMATION DISCLOSURE OF
CHARITY ORGANIZATION IN CHINA

中国
社会
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

我国慈善组织信息公开研究 / 李健著. —北京:
中国社会出版社, 2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5087 - 5722 - 3

I. ①我… II. ①李… III. ①慈善事业 - 组织机构 -
信息管理 - 研究 - 中国 IV. ①D632. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 163622 号

书 名: 我国慈善组织信息公开研究
著 者: 李 健

出 版 人: 浦善新
终 审 人: 胡晓明
策划编辑: 刘延庆
责任编辑: 邢幼弢

责任校对: 丁 一 张爱华

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方式: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电 话: 编辑部: (010) 58124831
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: 全国各地新华书店

印刷装订: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 11

字 数: 180 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版

印 次: 2017 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元



中国社会出版社天猫旗舰店



中国社会出版社微信公众号

感谢深圳市壹基金公益基金会
和深圳市阿斯度社会组织自律服务中心
对本研究的资助

前言

慈善组织信息公开透明是困扰各国和地区慈善事业发展的一大顽疾。即便是在慈善组织十分发达的欧美国家，慈善丑闻也屡见不鲜。

针对这一现状，政府决定通过立法对慈善组织信息公开难题给予回应。新出台的《中华人民共和国慈善法》（以下简称慈善法）以专章形式对慈善组织信息公开主体、内容、时间、渠道等多个方面提出了新的要求，凸显了政府对慈善组织信息公开进行治理的决心。毫无疑问，将信息公开纳入立法对处于起步阶段的现代慈善事业及缺乏自律性发展的慈善组织而言实为必要。从发达国家已有经验来看，无论是依靠慈善组织诚信自律，还是寄希望于立法的“一锤定音”，都无法从根本上解决慈善组织与利益相关者之间的信息不对称问题。慈善组织信息公开究竟如何运作，这一问题在慈善法出台后依然亟待探索和思考。

本书正是基于这一问题意识，以慈善法推动信息公开为重要契机，前瞻性地选择慈善组织信息公开作为研究对象，从回答慈善组织信息公开的动因问题出发，以学理与现实的双重视角，对推动慈善组织信息公开的积极因素与消极因素进行了系统分析，全面回顾了我国慈善信息公开的发展历程及存在的主要问题，并结合“推拉理论”对赫茨林杰的 DADS 模型进行修正，建立了慈善组织信息公开 PP-DADI 模型，并据此提出慈善组织信息公开的机制设计和配套性政策细则，以期为推动慈善组织信息公开工作提供智力支持和决策参考。

第一章对我国慈善组织信息公开问题进行描述，并介绍了本研究的研究思路框架和方法。

第二章对我国慈善组织信息公开的相关理论进行梳理，并将其进一步归结为积极因素和消极因素，提出慈善组织信息公开中存在着推拉机制，建立起慈善组织信息公开行为的理论解释框架，并以此统领和贯穿全文的内



容展开。然后，从实践角度解释慈善组织信息公开面临的有利和不利因素。

第三章主要对我国慈善组织信息公开制度现状及实践情况进行梳理、描述和分析，并归纳出我国慈善组织信息公开制度与实践中的主要问题。在制度现状分析中尤其纳入了多主体参与的视角，发现慈善组织信息公开不仅需要健全的外部制度，还离不开慈善组织自身的努力和其他社会主体的广泛参与。

第四章主要结合从宏观的论述切换到微观的实证研究，在全国范围发放调查问卷的基础上展开数据分析，了解和掌握慈善组织信息公开的外在制约因素及慈善组织内部对慈善组织信息公开的基本态度、意愿和期望，从而为文章的相关结论和建议提供支撑。

第五章从政府监管、行业组织、自律约束、第三方评估等角度介绍西方发达国家在推进慈善组织信息公开方面的最佳实践。这一部分主要运用案例分析方法介绍了国外先进经验。

第六章结合“推拉理论”对赫茨林杰的 DADS 模型进行了修正，提出了慈善组织信息公开的综合性机制，并结合发达国家经验详细论证了这一模型下的信息公开工作应该注意的问题。

第七章概括慈善组织信息公开的基本原则，并从制度保障的角度提出慈善组织信息公开应给予的配套和支持。

| 目 录 |

第一章 绪 言	001
一、问题的提出	001
二、相关概念说明	003
三、研究思路与方法	007
第二章 慈善组织信息公开研究的理论基础与现实意义	009
一、慈善组织信息公开研究的理论基础	009
二、慈善组织强制性信息公开与自愿性信息公开	017
三、慈善组织信息公开的有利因素	019
四、慈善组织信息公开的不利因素	021
第三章 我国慈善信息公开发展历程、现状与挑战	025
一、我国慈善信息公开的发展历程	025
二、我国慈善信息公开的现状	029
三、当前慈善组织信息公开面临的问题与挑战	041
第四章 慈善组织信息公开的实证分析	054
一、样本描述	054
二、慈善信息公开基本情况	056
三、慈善信息公开的认知	058



第五章 国外慈善组织信息公开的最佳实践	062
一、英国慈善委员会的独立性监管	062
二、明智捐赠联盟的行业监督约束	067
三、美国慈善导航网的第三方评级	072
四、盖茨基金会信息公开自律约束	074
五、美国公众监督的“吹哨人制度”	078
第六章 慈善组织信息公开机制	082
一、慈善组织信息公开 PP-DADI 模型构建	082
二、慈善组织信息的披露	084
三、慈善组织信息的分析	096
四、慈善组织信息的发布	098
五、慈善组织信息的激励	108
第七章 完善慈善组织信息公开的建议	116
一、慈善组织信息公开的原则	116
二、慈善组织信息公开的配套措施	118
附录一 《慈善组织公信力建设与信息公开研究》调查问卷	125
附录二 美国慈善组织文件保留政策	129
附录三 欧洲各国慈善组织信息公开法律梳理	132
附录四 马来西亚慈善组织信息公开的条目	136
附录五 诚信基金会的透明度及最佳实践指引	140
附录六 新加坡慈善透明计分卡	149
参考文献	156
后记	166

第一章 绪 言

一、问题的提出

公开透明是困扰各国和地区慈善事业发展的一大顽疾。即便是在慈善组织十分发达的欧美国家，慈善丑闻也屡见不鲜。1992年，美国最大的慈善组织——联合劝募协会（United Way of America）首席执行官阿拉蒙尼和首席财务官托马斯·默隆先后被查出挪用巨额善款牟取私利；2004年，新加坡全国肾脏基金会（NKF）被曝52%的善款流入了首席执行官杜莱的个人腰包；2013年，CNN电视台评选出美国最差的50家慈善机构，这些机构在10年里筹资13亿美元，但只将4%的善款用在救助对象身上，10亿美元最终流向企业。上述事件引发公众愤怒，直接促使监管部门对法律法规进行修订。

近年来，我国慈善事业的快速发展正在吸引社会各界广泛关注，而慈善透明是今天最重要的议题之一。围绕信息公开这一主线，民政部曾展开了多项举措，包括《基金会信息公布办法》（2006）、《关于深入开展民办非企业单位信息公开和承诺服务活动工作的意见》（2007）、《救灾捐赠管理办法》（2008）、《关于进一步加强社会捐助信息公示工作的指导意见》（2009）、《公益慈善捐助信息公开指引》（2011）、《关于规范基金会行为的若干规定（试行）》（2012）等，北京、上海、广州、深圳、中山、湘潭、珠海、衡阳等城市也先后出台了地方性行政法规。与此同时，行业组织、研究机构、媒体也开始采取行动。行业自律方面，中国公益慈善网、USDO自律吧、基金会中心网等纷纷建设信息披露模板并推出信息披露指标，发布组织透明度评估结果；腾讯、新浪、支付宝等互联网企业也竞相建立网络募捐平台，通过筹款业务推动捐助信息的统计、分析和发布；研究方面，关于慈善透明的报告和研讨



随处可见。总体来说，在短短的几年时间里，我国公益慈善事业的透明已经从张榜公示捐赠名单、捐赠款物发放清单，进化到通过报刊媒体发布新闻、年报摘要，进而建设网站专题和自媒体公布年报、治理信息和日常活动。最近，行业机构又推动“结果透明”转向“过程透明”，慈善组织信息公开在理念、实践层次都前进了一大步。

然而，尽管公开透明的压力不断增加，多数组织依然不愿意公开信息，一些组织甚至拒绝问责的要求。来自中民慈善捐助信息中心发布的报告显示，2014年度中国慈善透明指数为44.10，比2013年度的43.11仅上升了0.99；另一份由USDO自律吧发布的报告显示，2014年中国民间慈善组织透明度得分为27.87，相比2013年的27.23仅上升了0.64。两份报告共同披露了中国慈善透明度整体得分偏低、慈善组织信息公开进展缓慢的事实。时任民政部部长指出：“当前慈善信息公开透明已经不是做与不做的问题，而是如何加快做、如何做好问题。如果我们不下大力气解决慈善信息公开透明问题，就难以提高慈善组织的社会公信力，也就难以促进我国慈善事业迈上新台阶。”

如今，慈善组织信息公开正在由软约束升级为硬约束。2016年3月16日，《中华人民共和国慈善法》（以下简称慈善法）由第十二届全国人民代表大会第四次会议审议通过，自9月1日正式施行。作为国家慈善事业建设的第一部基础性和综合性的法律，慈善法以专章形式从主体、内容、时间、渠道等多个方面对慈善组织信息公开提出了新的要求。毫无疑问，信息公开纳入立法对处于起步阶段的现代慈善事业及缺乏自律性发展的慈善组织而言实为必要。随着慈善组织信息公开制度层面的障碍基本清除，慈善组织问责机制也会逐步趋于完善，长期制约慈善事业健康发展的运行不透明问题能够在一定程度上得到缓解。但从发达国家已有经验来看，无论是依靠慈善组织诚信自律，还是寄希望于立法“一锤定音”，都无法从根本上解决慈善组织与利益相关者之间的信息不对称问题。慈善组织信息公开何以可能，这一问题在慈善法出台后依然亟待探索和思考。

本研究正是基于这一问题意识，从回答慈善组织信息公开的动因问题出发，以学理与现实的双重视角，对推动慈善组织信息公开的积极因素与消极因素进行了系统分析，并依据“推拉理论”建构出慈善组织信息公开的PP-DADI模型，在此基础上提出了慈善组织信息公开的机制设计和配套性政策细则，以期为推动慈善组织信息公开工作提供智力支持和决策参考。

二、相关概念说明

（一）慈善组织

在慈善法正式出台之前，慈善组织是一个泛指的概念，与非政府组织、非营利组织、慈善组织、社会组织等概念混用。在慈善法正式出台后，慈善组织成为一个专有名词，与社会组织等概念予以区别。在本研究中，主要使用的概念是社会组织 and 慈善组织。两者的差异主要在于：慈善组织是一个新的法律概念，主要指代法律意义上的经过官方申请认定的实体身份；社会组织是一个传统概念，因为很多慈善组织是经过社会组织认定的，由于路径依赖的作用，在未来一段时间内，慈善组织也在一定程度上延续了社会组织所具有的属性和特征。在缺乏关于慈善组织相关信息的情况下，我们在对慈善组织进行文献综述和数据收集等方面也部分采用了社会组织的相关结论和发现。

按照慈善法相关条文：所谓慈善组织，是指依法成立、符合本法规定，以面向社会开展慈善活动为宗旨的非营利性组织。慈善组织可以采取基金会、社会团体、社会服务机构等组织形式。慈善组织应符合下列条件：以开展慈善活动为宗旨，不以营利为目的，有自己的名称和住所，有组织章程，有必要的财产，有符合条件的组织机构和负责人，法律、行政法规规定的其他条件。

慈善组织目前有两种设立形式，一种是原有的社会组织经县级以上人民政府民政部门认定设立，另外一种是直接向县级以上人民政府民政部门申请成立。

（二）慈善组织信息公开

“公开”的概念，根据《现代汉语词典》的解释，是指：（1）不加隐蔽的；面对大家的（跟“秘密”相对）。（2）使秘密成为公开的。“公开”既可作形容词，也可作动词。在作形容词的情况下，“公开”表明的是事物的一种属性，与秘密相对；在作动词的情况下，“公开”是主体的一种行动，即主体将某种事物公布于众。信息公开最早出现在会计领域，随着早期西方资本主义国家经济的发展，信息公开被广泛应用于上市公司的证券交易中，并逐渐



建立了比较完善的信息公开制度。信息公开制度是指证券市场上有关当事人在证券的发行、上市和交易等一系列的环节中，依照法律法规、证券主管机关或证券交易所的规定，以一定的方式向社会公众公布或向证券主管部门或自律机构提交申报与证券有关的信息而形成的一套行为规范和活动准则的统称。^①

有关慈善组织信息公开的含义，学术界的看法并不完全一致。有人认为慈善组织信息公开是慈善组织依照法定程序以法定形式公开与利益相关者有关的所有信息，并允许公众依法利用的行为与制度；有人认为慈善组织信息公开是慈善组织依照法定程序向公众和特定的利益相关者提供有关信息的行为；也有人指出慈善组织信息公开是慈善组织向公众公开自己持有的公共信息，以此保证公众知情权实现。^② 布什等人将“透明度”定义为外部人士对公司特有信息的可获取性；同时还提出企业透明度的具体组成部分：第一，公司报告，包括财务披露和及时性、会计原则、审计质量以及治理披露的集中度；第二，私人信息获取的集中度，包括分析师的关注程度、机构投资者持股数量和内幕交易行为；第三，信息传播。^③ 于是，我们看到在国内外慈善组织信息公开的研究中又增加了一个新的研究视角：慈善组织的透明度。然而，在这些研究中仍然没有对慈善组织透明度给出一个明确的定义。

综上所述，慈善组织的信息公开是指慈善组织将成立申请、决策制定、财务信息、治理信息等以及与组织相关的信息（如关联交易方的信息）以章程、定期报告、临时报告、专门报告等形式向捐赠者、登记管理机关和社会公众等利益相关者公开披露的行为。^④ 捐赠者、登记管理机关、社会公众根据这些信息对慈善组织作出理性判断，是决定其进行捐赠、管理和监督等行为的主要依据。真实、完整、及时公布这些信息以及相关利益者便捷获取这些信息就尤为关键。只有达到了真实、完整、及时的信息公开，才能说披露的信息和披露信息的组织具有很高的透明度。从这个意义上，透明度是衡量慈

① 张力上：《上市公司信息披露与分析》，成都·西南财经大学出版社，2005年版，第31-33页。

② 李芳：《慈善组织信息公开的法理基础》，载《东方论坛》2009年第6期。

③ 杜长春：《上市公司信息披露管理研究》，哈尔滨工业大学博士论文，2009年。

④ 清华大学NGO研究所：《公益组织信息公开制度研究》，2012年9月。

善组织信息公开质量的指标。葛家澍、陈少华^①和孟凡利^②认为,狭义的透明度与充分披露具有相同含义;广义的透明度则视同高质量的全部含义。透明度高的信息必须是含有足够信息量的信息。因而,慈善组织的信息公开应当满足三个要求:第一,充分披露。如实反映慈善组织与外部使用者相关的财务信息与非财务信息,不能遗漏按准则和制度必须确认披露的一切事项。第二,持续披露。定期公开组织的财务、运营状况。第三,有限度的扩展披露。即在已有的信息公开基础上进行有限度的内容扩展,主要是指分析信息的扩展披露。^③

首先,慈善组织信息公开的内容和形式,应该符合法律法规的相关规定。本研究认为应鼓励慈善组织尽可能多地公开相关信息,以使得公众与政府更充分地了解 and 监督慈善组织,但是对于必须公开信息内容的范围和公开方式与程序,法律上必须事先作出详细规定,以使慈善组织有所参照。

其次,法律还需要对必须公开和鼓励公开的信息进行法律上的区分。两者都遵循最大透明度原则,对于鼓励公开的信息,除了原则上鼓励多公开信息之外,不进行具体规定;而对必须公开的信息,在公开内容和方式上进行详细规定,尽可能保证公开的信息能充分保证最大的透明度。

最后,慈善组织的信息公开,有一定的豁免机制。也就是说慈善组织公开的信息应在合理的范围之内,这个范围就是以不损害捐赠人、受益人和合作机构等利益相关方的隐私及商业秘密为限,如果超过了这个范围,慈善组织需要权衡信息公开有可能侵犯他人的合法权益问题,这就构成了信息公开豁免的基本内容。

总而言之,最大透明度是慈善组织信息公开的基本原则,应当公布信息而不予公布或公布虚假信息或公布了不应当公布的信息,都不符合最大透明度原则,慈善组织均应承担相应的法律责任,相应的法律责任设计在相关条文中应予以体现。如果慈善组织公布了不应当公布的信息,侵犯了他人的合法权益,相关权利人可以对慈善组织的信息公开行为进行法律救济。

① 葛家澍、陈少华:《改进企业财务报告问题研究》,北京·中国财政经济出版社,2002年版,第112-125页。

② 孟凡利:《环境会计研究》,大连·东北财经大学出版社,1999年版,第78-84页。

③ 张彪、张士建:《论非政府组织透明度提升机制的构建》,载《全国商情(经济理论研究)》2009年第19期。



慈善组织信息公开，与政府、上市公司的信息公开相比较，有相似之处，也有不同之处。

第一，政府的信息公开涉及公民、法人和其他组织的基本权益，涉及人民主权原则的实施，涉及政府职能转变与行政效率的提高，主要包括法律公开、情报资料公开、行政决定公开、程序公开、公务员等相关情况公开，这是由政府作为国家公共性的主要代表所决定的。而慈善组织所代表的公共性是社会公共性，与政府相比，不是公权力的行使者，因此，其信息公开的义务相对于政府而言有所不同。例如，在信息保密问题上，政府信息公开在涉及国家安全、公共安全、经济安全和社会稳定上有特别要求，而且需要经过保密审查。行政机关不得公开涉及国家秘密、商业秘密、个人隐私的政府信息。但是，经权利人同意公开或者行政机关认为不公开可能对公共利益造成重大影响的涉及商业秘密、个人隐私的政府信息，可以予以公开。慈善组织的信息公开一般不涉及国家秘密，在涉及商业秘密和个人隐私方面，一般以相关权利人的意愿为标准，同时兼顾公共利益。

第二，上市公司的信息公开涉及投资人的经济利益，因此其信息公开主要涉及可能影响经济利益的地方，这一点很值得慈善组织信息公开制度借鉴。与政府信息公开不同，上市公司和慈善组织的信息公开，都以报告制度为主体形式。但慈善组织除了涉及经济利益之外，还涉及社会公共利益和社会公众对公益事业的认同感。因此，在某种意义上，慈善组织的信息公开更具有社会意义，比起上市公司的报告制度，慈善组织应采取更为多样的信息公开方式，除了年度报告之外，应鼓励或要求有条件的慈善组织提交半年度报告、季度报告，要求对重大项目和突发事件引发的项目提供更为及时的报告等。这是由慈善组织的社会意义所决定的。

（三）慈善透明与公信力

公信力一词来自于英文单词 Accountability 或 Credibility 的翻译，由于文化差异，翻译也不尽相同，也有翻译为“问责制”“公众信任”“信誉”等意思。公信力的含义广泛，它的最狭义的解释，主要指慈善组织的上级管理部门要求相关负责人将其具体的项目活动进行详细说明和解释，事关监督和

报告的机制。^① 国外学界对公信力的定义是：慈善组织主要是募集善款、管理善款等慈善具体项目活动的机构，它是基于捐赠人帮助困难者共同期望的基础上受捐助者的委托，其公信力就是在慈善活动的开展中为了获取社会公众的信任，慈善组织将相关的慈善信息进行公开，接受公众的查询并承担相关的责任与后果，以提高组织的透明度与公信度。^② 简言之，国外学者认为慈善组织的公信力是指慈善组织就组织做出的某件事承担报告、解释的责任以及辩护的权利，同时也对自己的行为承担相应责任，并且接受质疑询问。《现代汉语词典》关于公信力的解释是：使公众信任的力量。在社会公共生活中，公信力属于政治伦理范畴，它既表达了社会公众对组织机构的信任，也表达了组织机构的公共权威；它是一种无形资产，是组织机构在长期发展过程中日积月累而形成的；它是一个组织机构在社会中享有的权威性、公众对它的信任度以及它对公众具有的影响力的重要体现。

慈善组织属于非营利组织，公益性是慈善组织的根本属性，其公共性的这一属性决定着慈善组织负有信息公开的义务。在慈善事业中，慈善组织的信息公开程度是衡量其公信力的主要标准之一，而公信力又影响着慈善组织的款物募集能力。

三、研究思路与方法

正是基于上述缘由，本研究着眼于慈善组织信息公开问题，试图通过理论梳理和实证调查相结合的方式，对影响慈善组织信息公开的因素进行分析，从而对新形势下慈善组织信息公开面临的问题提供解决思路 and 对策。主要内容大致包括：信息公开的必要性及其理论基础，对慈善信息公开的现状进行分析，对地方政府层面慈善信息公开的相关问卷和访谈调查资料进行统计分析，总结国外先进经验以及对我国慈善组织信息公开提供政策建议，等等。

主要研究方法有：

1. 文献研究法。梳理国内外关于信息公开的论述，发现信息公开的理论基础；同时，查阅国外在信息公开中的相关法律政策，梳理出国外在信息公

^① [美] 艾德勒：《通行规则：美国慈善法指南》，金锦萍等译，北京·中国社会科学出版社，2007年版，第109-113页。

^② 商玉生：《加强公信力建设，构建中国一流NPO》，载《学会》2005年第1期。



开方面的先进经验，尤其是大量借鉴上市公司信息披露的相关文献。

2. 访谈法。主要通过单独访谈方式深入了解信息公开中存在的问题，为问卷设计提供思路，同时挖掘深度信息。研究选择了6家社会组织进行深度访谈，平均每家访谈时间在一小时左右，访谈对象为社会组织负责人，样本选择方式是依据社会组织的类型，从基金会、社会团体和民办非企业单位^①中进行便利性抽样。

3. 问卷调查法。在公益慈善学园的协助下，通过设计慈善组织信息公开调研问卷，在全国范围内发放问卷，主要调研对象为下一步拟申请慈善组织认证的社会组织及部分以及获得慈善组织资格的基金会，共发放调研问卷300份，实际回收217份，问卷有效率为72.33%，试图通过调研详细了解慈善组织信息公开所面临的外部约束和机构内部关于信息公开的基本意愿。

4. 座谈法。课题组先后召开三场座谈会，第一场是政府、社会组织、专家学者共同参与的座谈会，了解各方对信息公开的基本态度和取向；第二场是专门针对社会组织的座谈会，邀请基金会、民办非企业（社会服务机构）和社会团体代表参与，深入了解它们对信息公开的态度和倾向，同时，根据问卷调查情况进行求证，实现定量资料与定性资料的互补或佐证；第三场是形成报告初稿后征求各方专家的批评意见，并根据意见反馈对报告进行完善和修改。

^① 民办非企业单位已正式更名为社会服务机构，本书依然保留民办非企业单位的称呼。

第二章 慈善组织信息公开研究的理论基础与现实意义

一、慈善组织信息公开研究的理论基础

慈善组织信息公开是近年来国内外非营利领域研究的热点，在解释慈善组织为什么要进行信息公开问题上，既有研究从委托-代理理论、新制度理论、合法性理论、资源依赖理论、合约失灵理论、问责理论、利益相关者理论、声誉理论、信号传递理论以及信托理论等不同的视角出发，为我们呈现出多元化的理论图景。

（一）委托-代理理论

委托-代理理论是20世纪六七十年代新制度经济学派在研究企业内部信息不对称和激励问题中发展起来的。这一理论主要是研究所有权与控制权分离和利益分属的情况下，如何平衡委托人和受托人之间的利益关系，并设计有效的激励机制和保障机制。委托-代理理论认为，慈善组织的捐赠行为属于“委托-代理”问题。^①捐赠者将自己的财物委托给慈善组织，捐赠者属于委托人，慈善组织是代理人，作为委托方的捐赠者不了解财物之后如何被处理，作为代理方的慈善组织为了私利，存在故意隐瞒不利于自己信息的可能。由于非营利组织产权的特殊性——捐赠者连收益权如股权亦不存在、管理层

^① Fama, E. Jensen, M. Agency Problems and Residual Claims. *Journal of Law and Economics*, 1983, 26 (2): pp. 327-350.