

2016-2022年中国社会企业市场产销调研及十三五 投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国社会企业市场产销调研及十三五投资动向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/253412253412.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

社会企业不是纯粹的企业，亦不是一般的社会服务，社会企业透过商业手法运作，赚取利润用以贡献社会。它们所得盈余用于扶助弱势社群、促进小区发展及社会企业本身的投资。它们重视社会价值，多于追求最大的企业盈利。

中国报告网发布的《2016-2022年中国社会企业市场产销调研及十三五投资动向研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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：社会企业基本概念

1.1 社会企业定义

1.1.1 社会企业定义五要素

- (1) 目标设定要素
- (2) 收入来源要素
- (3) 利润分配要素
- (4) 资产配置要素
- (5) 治理结构要素

1.1.2 社会企业国内外定义

- (1) 国外社会企业定义类型
- (2) 国外社会企业法律形式
- (3) 本土社会企业的定义

1.2 社会企业与其他机构区别

1.2.1 社会企业、NGO、商业企业对比分析

- (1) 社会企业与NGO的区别
- (2) 社会企业与商业企业的区别
- (3) 社会企业、NGO、商业企业的联系

1.2.2 社会企业三种运作模式类型

- (1) 重合式运作模式
- (2) 交叠式运作模式
- (3) 分离式运作模式

第二章：社会企业商业模式要素分析

2.1 商业模式分析方法

2.1.1 商业模式总体结构

2.1.2 商业模式组成部分

2.1.3 商业模式核心要素

2.2 社会企业价值主张分析

2.2.1 社会企业利益主体及价值需求

2.2.2 社会企业产品/服务及效益

2.2.3 社会企业价值主张制定策略

2.2.4 社会企业价值主张案例分析

2.3 社会企业关键业务分析

2.3.1 业务模式几种分类

- (1) “补贴模式”
- (2) “权衡模式”
- (3) “同步模式”

2.3.2 社会企业业务领域分布状况

2.3.3 社会企业业务领域选择分析

- (1) 教育领域问题及投资需求
- (2) 医疗领域问题及投资需求
- (3) 扶贫领域问题及投资需求
- (4) 环保领域问题及投资需求
- (5) 社会弱势群体问题及投资需求
- (6) 公共卫生领域问题及投资需求

2.4 社会企业合作伙伴分析

2.4.1 社会企业与商业企业合作模式

2.4.2 社会企业与NGO合作模式

2.4.3 社会企业与政府合作模式

2.4.4 社会企业与金融机构合作模式

2.5 社会企业核心资源分析

2.5.1 丰富的人力资源

2.5.2 有利的政策环境

2.5.3 强大的舆论导向

2.6 社会企业潜在客户群体特点及需求分析

2.6.1 捐助者/赞助商群体状况及需求

2.6.2 政府购买者群体及需求

(1) 政府购买公共服务国外经验

(2) 国内政府购买公共服务现状

(3) 国内政府公共服务购买对象

(4) 社会企业公共服务竞争力

2.6.3 公益机构购买群体状况与需求

2.6.4 一般传统客户购买者状况及需求

2.6.5 第三方受益人群体状况及需求

2.7 社会企业营销渠道分析

2.7.1 社会企业与商业企业营销异同点

2.7.2 社会企业营销推广渠道策略分析

2.8 社会企业客户关系分析

2.8.1 商业模式客户关系概念

2.8.2 社会企业客户关系策略

2.9 社会企业成本结构分析

2.9.1 社会企业成本构成特点

2.9.2 社会企业成本控制策略

2.10 社会企业价值创造与投资回报分析

2.10.1 社会企业经济价值创造与盈利模式

(1) 社会企业盈利能力水平

(2) 社会企业盈利模式创新方法

2.10.2 社会企业社会投资回报分析

(1) 社会企业社会投资回报构成

(2) 社会企业社会投资回报评估方法

第三章：世界范围内社会企业发展状况与经验借鉴

3.1 香港地区社会企业发展经验

3.1.1 香港社会企业发展政策

3.1.2 香港社会企业发展规模

3.1.3 香港社会企业特色分析

3.1.4 香港社会企业发展障碍

3.1.5 香港社会企业成功因素

3.2 台湾地区社会企业发展经验

3.2.1 台湾社会企业发展政策

3.2.2 台湾社会企业发展规模

3.2.3 台湾社会企业驱动因素

3.2.4 台湾社会企业运作模式

3.3 英国社会企业发展经验

3.3.1 英国社会企业支持政策

3.3.2 英国社会企业发展规模

3.3.3 英国社会企业社会经济效益

3.3.4 英国社会企业组织类型分析

3.4 美国社会企业发展经验

3.4.1 美国社会企业发展政策

3.4.2 美国社会企业发展规模

3.4.3 美国社会企业运营体制

3.4.4 美国社会企业发展经验

3.5 国外著名社会企业商业模式案例分析

3.5.1 孟加拉尤努斯格莱珉银行

(1) 企业成立背景与简介

(2) 企业治理机制分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业客户定位

2) 企业价值主张

3) 企业产品/服务

4) 企业核心资源

5) 企业客户关系

6) 企业渠道通路

7) 企业成本机构

8) 企业收入来源

(4) 企业商业模式架构图

(5) 企业社会及经济效益分析

1) 社会价值

2) 经济价值

3.5.2 香港长者安居服务协会

(1) 企业成立背景与简介

(2) 企业治理机制分析

(3) 企业商业模式要素分析

- 1) 企业客户定位
- 2) 企业价值主张
- 3) 企业产品/服务
- 4) 企业核心资源
- 5) 企业合作伙伴
- 6) 企业客户关系
- 7) 企业渠道通路
- 8) 企业成本机构
- 9) 企业收入来源

(4) 企业商业模式架构图及特点

(5) 企业社会及经济效益分析

3.5.3 英国乐施会慈善商店

(1) 乐施会商店成立背景与简介

(2) 乐施会商店商业模式要素分析

- 1) 企业客户定位
- 2) 企业价值主张
- 3) 企业产品/服务
- 4) 企业核心资源
- 5) 企业合作伙伴
- 6) 企业客户关系
- 7) 企业渠道通路
- 8) 企业成本机构
- 9) 企业收入来源

(3) 乐施会商业模式架构图及特点

(4) 企业社会及经济效益分析

3.6 社会企业风险与国外失败案例分析

3.6.1 社会企业风险与失败原因分析

(1) 社会企业经营风险分析

(2) 社会企业失败因素分析

3.6.2 美国Shore Bank公司案例分析

(1) Shore Bank公司简介

1) Shore Bank公司成立背景

2) Shore Bank公司使命

(2) Shore Bank公司运营分析

1) Shore Bank公司主要业务

2) Shore Bank公司合作伙伴

3) Shore Bank公司关键业务

4) Shore Bank公司服务网络

5) Shore Bank公司营收效益

(3) Shore Bank公司失败经验总结

第四章：本土社会企业发展驱动因素及现状

4.1 国内外社会企业驱动因素

4.1.1 国外社会企业发展路径影响因素

(1) 法律政策环境因素

(2) 跨部门合作因素

(3) 投资市场因素

(4) 社会支持服务因素

4.1.2 本土社会企业发展路径影响因素

(1) 政府部门推动

(2) 公民社会影响

(3) 市场部门影响

(4) 国际机构影响

1) 本土社会企业发展路径特点

4.2 本土社会企业发展现状

4.2.1 本土社会企业发展现状

(1) 本土社会企业发展阶段

(2) 本土社会企业数量规模

(3) 本土社会企业从业规模

(4) 本土社会企业地理分布

4.2.2 本土社会企业发展挑战

(1) 本土社会企业发展机遇

(2) 本土社会企业发展挑战

第五章：本土社会企业运营模式案例

5.1 典型社会企业模式案例分析

5.1.1 深圳残友集团

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业收入来源

7) 企业成本结构

(4) 企业商业模式特点总结

(5) 企业经济及社会效益分析

5.1.2 北京采桑子文化艺术发展中心

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业目标客户

5) 企业营销渠道

6) 企业客户管理

7) 企业收入来源

8) 企业成本结构

9) 企业发展面临的问题

(4) 企业商业模式特点总结

(5) 企业社会效益分析

5.1.3 中和农信项目管理有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业营销渠道

7) 企业客户管理

8) 企业收入来源

9) 企业成本结构

(4) 企业商业模式特点总结

5.1.4 深圳市青番茄文化传媒有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业营销渠道

7) 企业客户管理

8) 企业收入来源

9) 企业成本结构

(4) 企业商业模式特点总结

5.1.5 北京中扶利民经贸有限公司

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业营销渠道

7) 企业收入来源

8) 企业成本结构

(3) 企业商业模式特点总结

5.1.6 SHOKAY

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业营销渠道

7) 企业客户管理

8) 企业收入来源

9) 企业成本结构

(4) 企业商业模式特点总结

5.1.7 善淘网

(1) 企业基本情况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业商业模式要素分析

1) 企业价值主张

2) 企业核心资源

3) 企业关键业务

4) 企业合作伙伴

5) 企业目标客户

6) 企业营销渠道

7) 企业客户管理

8) 企业收入来源

9) 企业成本结构

(4) 企业商业模式特点总结

5.2 其他社会企业模式案例分析

5.2.1 富平家政学校

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

(3) 公司经营效益分析

5.2.2 花旦工作室

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

(3) 公司经营效益分析

5.2.3 北京笃挚优游文化发展有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

(3) 公司经营效益分析

5.2.4 欣耕工坊

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

(3) 公司经营效益分析

5.2.5 北京有机农夫市集

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

(3) 公司经营效益分析

5.2.6 多背一公斤

(1) 公司简介

(2) 公司运作模式分析

第六章：社会企业创业投资与策略分析

6.1 社会企业成长规律分析

6.1.1 社会企业发展阶段及目标特点

6.1.2 社会企业发展阶段及风险特征

6.2 社会企业创业融资渠道分析

6.2.1 社会企业资金需求分析

(1) 社会企业资金缺口情况

(2) 社会企业财务状况分析

6.2.2 社会企业筹资模式及渠道分析

(1) NGO资金筹资模式及规模

(2) 社会企业筹资渠道特点比较

6.2.3 公益创投发展状况

(1) 国外公益创投发展状况

(2) 公益创投特点分析

(3) 公益创投运作模式分析

(4) 公益创投投资案例

6.3 社会企业治理结构问题

6.3.1 社会企业所有权模式选择

6.3.2 社会企业治理结构选择

6.3.3 社会企业治理模式分析

(1) 社会企业治理模式类型

1) 利益相关方模式

2) 民主模式

3) 管理人模式

4) 吸纳模式

(2) 我国社会企业治理模式选择

6.4 社会企业投资模式选择策略比较

6.4.1 种投资模式利润分配

6.4.2 社会企业投资模式比较

(1) NPO慈善型优劣势分析

(2) NPO企业型优劣势分析

(3) 混合投资型优劣势分析

(4) 私人投资型优劣势分析

6.5 社会企业创业产业选择策略

6.5.1 适合创业产业特征判断

(1) 核心竞争力

(2) 资金

(3) 联结

6.5.2 潜力产业类型创业机会分析

(1) 营运模式创新产业创业机会

(2) 科技服务整合产业创业机会

(3) 新渠道/品牌产业创业机会

第七章：社会企业创业机会与需求分析

7.1 社会企业创业机会寻找策略

7.1.1 创业机会市场需求的估算方法

7.1.2 创业机会投入资本的估算方法

7.1.3 创业机会市场需求及投入资本总结

(1) 最具投资潜力行业市场需求总结

(2) 最具投资潜力行业投入资本总结

7.2 保障房市场创业机会寻找策略

7.2.1 确认拥有未能获服务之人群

7.2.2 保障房市场需求规模测算

7.2.3 保障房市场投资需求与收益预测

7.3 基础教育市场创业机会寻找策略

7.3.1 确认拥有未能获服务之人群

7.3.2 基础教育市场需求规模测算

7.3.3 基础教育市场投资需求与收益预测

7.4 农村/养老医疗市场创业机会寻找策略

7.4.1 确认拥有未能获服务之人群

7.4.2 农村/养老医疗市场需求规模测算

(1) 农村医疗市场需求测算

- (2) 养老医疗市场需求测算
- 7.4.3 农村/养老医疗市场投资需求与收益预测
- 7.5 农村能源市场创业机会寻找策略
 - 7.5.1 确认拥有未能获服务之人群
 - 7.5.2 农村能源市场需求规模测算
 - 7.5.3 农村能源市场投资需求与收益预测
- 7.6 水与卫生市场创业机会寻找策略
 - 7.6.1 确认拥有未能获服务之人群
 - 7.6.2 水和卫生市场需求规模测算
 - 7.6.3 水和卫生市场投资需求与收益预测
- 7.7 可持续农业市场创业机会寻找策略
 - 7.7.1 确认拥有未能获服务之人群
 - 7.7.2 可持续农业市场需求规模测算
 - 7.7.3 可持续农业市场投资需求与收益预测
- 第八章：NGO转型与商业企业/其他机构社会影响力投资分析
 - 8.1 NGO社会企业转型与商业运作分析
 - 8.1.1 国内非盈利组织发展现状分析
 - (1) 国内NGO概念界定
 - (2) 国内NGO机构类型
 - (3) 国内NGO发展政策
 - (4) 国内NGO发展规模
 - 8.1.2 非盈利组织发展模式分析
 - (1) NGO现有商业模式画布结构
 - (2) 我国NGO发展阶段分析
 - (3) NGO可持续发展困境分析
 - (4) NGO转型方向与趋势分析
 - 8.1.3 非盈利组织转型路径分析
 - (1) NGO历史转型驱动
 - 1) 第一阶段：身份团体推动
 - 2) 第二阶段：专业人士推动
 - 3) 第三阶段：政府推动
 - (2) NGO当前转型驱动
 - 1) NGO与政府关系变迁推动
 - 2) 社会问题及其成因转变
 - (3) NGO当前转型路径

- 1) 收入渠道多元化策略
- 2) 商业收入替代策略
- 3) 非营利组织的商业化
- (4) NGO社会企业模式案例分析
- 1) 内置式模式案例
- 2) 分离式模式案例
- 3) 合一式模式案例
- 8.1.4 英国Green Work成功案例分析
 - (1) Green Work简介
 - (2) Green Work运作模式
 - 1) Green Work主要业务
 - 2) Green Work客户群
 - 3) Green Work合作机构
 - 4) Green Work盈利模式
 - 5) Green Work利润分配
 - (3) Green Work经验借鉴
 - 1) Green Work运作模式总结
 - 2) NGO向社会企业转型的条件
- 8.2 商业企业/其他机构社会影响力投资分析
 - 8.2.1 国内社会影响力投资概念
 - (1) 社会影响力投资概念
 - (2) 社会影响力投资主体
 - (3) 社会影响力与投资方式区别
 - 1) 与慈善捐助区别
 - 2) 与公益创投区别
 - 3) 与社会责任投资区别
 - 8.2.2 社会影响力投资现状
 - (1) 社会影响力投资规模
 - (2) 社会影响力投资链条
 - 1) 社会影响力投资园区建设状况
 - 2) 社会影响力投资孵化器发展状况
 - 3) 社会影响力投资金融服务发展状况
 - 4) 社会影响力投资咨询中介发展状况
 - 5) 社会影响力投资研究/培训发展状况
 - 8.2.3 社会影响力投资效用评估

- (1) 社会影响力投资方法/工具
- (2) 社会影响力投资评估方法
- 8.2.4 商业企业社会影响力投资策略
 - (1) 中国社会影响力投资面临的挑战
 - (2) 发展中国社会影响力投资的建议
- 8.2.5 商业企业社会企业转型分析
 - (1) 商业企业社会企业投资模式
 - 1) 内置式模式案例
 - 2) 分离式模式案例
 - 3) 合一式模式案例
 - (2) 社会企业制度框架分析
 - 1) 治理结构框架分析
 - 2) 利润分配制度分析
 - 3) 信息透明机制建立
 - (3) 商业企业社会企业转型案例——桃源居
 - 1) 深圳桃源居社会公益事业现状
 - 2) 社区治理“桃源居模式”分析

图表目录：

图表1：不同主体对社会企业的定义举例

图表2：国外社会企业定义四种类型

图表3：各国社会企业法律形式

图表4：社会企业与NGO以及商业企业的区别和联系

图表5：香港社会企业业务分布情况（单位：%）

图表6：香港社会企业特色分析

图表7：英国社会企业支持政策分析

图表8：英国社会企业业务分部（单位：%）

图表9：英国社会企业组织类型分析

图表10：美国政府在居民服务方面与非营利组织合作的契约及补贴情况（单位：次，%，美元）

图表11：美国社会企业运营体制分析

图表12：孟加拉尤努斯格莱珉银行与传统商业银行客户定位对比

图表13：孟加拉尤努斯格莱珉银行与传统商业银行价值主张对比

图表14：孟加拉尤努斯格莱珉银行与传统商业银行产品/服务对比

图表15：孟加拉尤努斯格莱珉银行与传统商业银行客户关系对比

图表16：孟加拉尤努斯格莱珉银行与传统商业银行员工激励机制对比

图表17：孟加拉尤努斯格莱珉银行商业模式架构图

图表18：孟加拉尤努斯格莱珉银行社会价值分析

图表19：孟加拉尤努斯格莱珉银行经济价值分析

图表20：香港长者安居服务协会治理机制分析

图表21：香港长者安居服务协会价值主张

图表22：香港长者安居服务协会产品获奖情况

图表23：香港长者安居服务协会商业模式架构图

图表24：截至2014年香港长者安居服务协会社会服务统计（单位：次，个，小时）

图表25：英国乐施会慈善商店商业模式架构图

图表26：英国乐施会慈善商店社会及经济效益分析

图表27：社会企业发展路径的国际比较

图表28：中国社会企业的发展路径：分析框架

图表29：我国社会企业运作范围分布（单位：%）

图表30：我国社会企业特征

图表31：部分知名社会企业情况汇总（单位：岁，万元，万美元）

图表32：深圳残友集团基本情况

图表33：深圳残友集团组织架构

图表34：深圳残友集团地域分布

图表35：深圳残友集团组织结构——三位一体

图表36：深圳残友集团价值主张

图表37：深圳残友集团核心资源

图表38：深圳残友集团合作伙伴

图表39：深圳残友集团利润来源方式

图表40：深圳残友集团商业模式分析

图表41：深圳残友集团经济与社会效益

图表42：北京采桑子文化艺术发展中心基本情况

图表43：北京采桑子文化艺术发展中心组织架构

图表44：北京采桑子文化艺术发展中心核心资源

图表45：北京采桑子文化艺术发展中心供需关系图

图表46：北京采桑子文化艺术发展中心面临的问题

图表47：北京采桑子文化艺术发展中心商业模式

图表48：中和农信基本情况

图表49：中和农信股东情况（单位：万元）

图表50：截至2014年12月31日中和农信发展状况

图表51：中和农信分支结构地区分布

图表52：中和农信价值主张

图表53：中和农信企业核心资源

图表54：中和农信贷款流程

图表55：中和农信商业模式结构图

图表56：青番茄基本情况

图表57：青番茄公司股东信息（单位：万元：%）

图表58：青番茄公司运营结构

图表59：青番茄公司价值主张

图表60：青番茄公司核心资源

图表61：青番茄公司押金交费情况（单位：本，天，元）

图表62：青番茄商业模式结构图

图表63：北京中扶利民经贸有限公司基本情况

图表64：北京中扶利民经贸有限公司核心资源

图表65：北京中扶利民经贸有限公司商业模式结构图

图表66：SHOKAY基本情况

图表67：SHOKAY全球门店设立情况

图表68：SHOKAY核心资源

图表69：SHOKAY商业模式结构图

图表70：善淘网基本情况

图表71：南通聚善网络科技有限公司

图表72：善淘网组织结构

图表73：善淘网“每一个都有价值”理念

图表74：善淘网核心资源

图表75：善淘网业务流程

图表76：善淘网流程

图表77：善淘网收入来源

图表78：2014-2015年善淘网运营收入情况（单位：件，元）

图表79：2014年善淘网成本费用情况（单位：元）

图表80：善淘网公益资金使用

图表81：善淘网商业模式结构图

图表82：富平家政学校基本情况

图表83：富平家政学校发展特色

图表84：花旦工作室行动及目标

图表85：花旦工作室运行项目和活动

图表86：北京笃挚优游文化发展有限公司基本信息

图表87：北京笃挚优游文化发展有限公司运营模式

图表88：欣耕工坊运作模式

图表89：欣耕工坊完成的助学项目

图表90：欣耕工坊运作模式

图表91：2016-2022年六大行业市场投资及需求预测（单位：十亿美元，十亿美元/年，%）

图表92：中国社会企业治理模式

图表93：估算市场需求的方法

图表94：估算投入资本的方法

图表95：至2022年最具投资潜力行业市场需求总结

图表96：至2022年最具投资潜力行业投入资本总结

图表97：亚洲贫民区居住人口（单位：百万人口）

图表98：保障房市场规模预计

图表99：小学入学率净值和小学教师学生比率

图表100：基础教育市场规模预计

图表101：基础教育市场投资需求与收益预测（单位：十亿美元/年，%，十亿美元）

图表102：亚洲各国关键医疗指标分析

图表103：发展中亚洲农村医疗行业市场价值估算

图表104：老龄人口医疗市场规模预计

图表105：农村/养老医疗市场投资需求与收益预测（单位：十亿美元/年，%，十亿美元）

图表106：亚洲电普及率（按地域分）（单位：%）

图表107：亚洲国家依赖生物能烹调食物的人口（单位：%）

图表108：农村能源市场规模预计

图表109：农村能源市场投资需求与收益预测（单位：十亿美元/年，%，十亿美元）

图表110：享有改善的水源和卫生设施的人口比重（单位：百万人，%）

图表111：至2022年水和卫生服务报告"

>卫生服务行业市场规模估算（单位：百万人，%，十亿美元）

图表112：水和卫生市场投资需求与收益预测（单位：十亿美元/年，%，十亿美元）

图表113：从事农业及其相关活动的家庭收入分布图

图表114：有机种植土地面积和生产者数量

图表115：可持续农业市场规模预计

图表116：可持续农业和农商联合企业市场投资需求与收益预测（单位：十亿美元/年，%，十亿美元）

图表117：非营利组织（NGO）概念界定

图表118：中国与国际上对NGO分类的对比

图表119：非营利组织免税资格认定条件

图表120：非营利组织所得税免税收入范围

图表121：2014-2015年国内社会组织数量变化（单位：万个，个）

图表122：2012-2015年国内社会组织发展规模（单位：个）

图表123：第二代NGO的特点

图表124：NGO可持续发展困境分析

图表125：NGO专业化发展方向

图表126：NGO的历史转型驱动

图表127：身份团体参与社会福利提供的动机各有不同

图表128：政府与NGO关系论的对比

图表129：中国对NGO看法持两极分化趋势

图表130：传统的NGO面临巨大的外部压力

图表131：Green Work成立使命

图表132：Green Work主要业务

图表133：Green Work主要客户群

图表134：Green Work盈利模式

图表135：Green Work主要财务收入

图表136：Green Work利润分配

图表137：Green Work运作模式

图表138：NGO向社会企业转型的策略

图表139：社会影响力投资概念的区分

图表140：社会影响力投资主体

图表141：社会影响力投资与慈善捐助的区别

图表142：近年来在中国进行社会影响力投资的主要机构

图表143：社会影响力投资园区建设案例

图表144：社会影响力投资咨询中介案例

图表145：社会影响力投资工具的预期收益和风险

图表146：中国社会影响力投资面临的挑战分析

图表147：中国社会影响力投资建议分析

图表148：2012-2015年桃源居公益事业发展基金会收支情况（单位：元）

图表149：桃源居模式

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/253412253412.html>