

债券发行人可持续发展目标影响力标准

将影响力管理纳入债券发行人决策，优化债券发行对可持续发展及SDGs的贡献

1.0版

2021年3月

关于联合国开发计划署

联合国开发计划署（UNDP）是联合国的全球发展网络，为助力人民创造更美好生活，联合国开发计划署积极推动变革并为各国提供知识、经验和资源。联合国开发计划署以推动世界根本变革为己任，以实现联合国可持续发展目标（SDGs）融合为使命。联合国开发计划署在全球170多个国家和地区开展工作，协助各国政府和人民用符合自身发展条件的解决方案应对全球和国家发展挑战，支持国家规划实现SDGs。

关于可持续发展目标影响力计划

可持续发展目标影响力计划（SDG Impact）是联合国开发计划署的一项全球投资促进行动，旨在催化对可持续发展投资以保障2030年SDGs如期实现。

- **可持续发展目标影响力管理**：提供实现更佳决策的方法，促使资金投向最需要之处，其组成板块包括可持续发展目标影响力标准、可持续发展影响力认证和影响力管理培训。
- **可持续发展目标影响力市场洞察**：为提高可持续投融资规模提供必要的数据和洞见，通过具备搜索功能的桌面平台提供关于可投资商业模式的SDG投资人地图。
- **可持续发展目标影响力促进**：充分利用联合国开发计划署在全球170多个国家的发展网络、丰富的可持续发展专业知识及与各国政府和其他有影响力者的伙伴关系，重点支持投资人与政策对话，促成配对与协作，将可持续发展投资机会化为现实。

致谢

联合国开发计划署感谢可持续发展影响力计划团队，包括主任Elizabeth Boggs-Davidsen、Sebnem Sener、Sara-Lisa Orstavik及Violeta Maximova，以及为本《标准》的制定工作建言献策的专家顾问，包括Fabienne Michaux（本《标准》第一作者）、Carol Adams、Rosemary Addis、Susan De Witt、Ellen Maginnis、Liza Murphy、Maria Laura Tinelli、Amanda Feldman、Belissa Rojas、Jennifer Flynn（编辑）以及Maja Bialon（平面设计）。

可持续发展影响力计划指导委员会由联合国开发计划署署长阿齐姆·施泰纳（Achim Steiner）担任主席，由全球金融部门及其他产业的领军人物和意见领袖组成。联合国开发计划署感谢以下在可持续发展领域的领军专家在鉴别可持续发展投资、释放市场讯号并推动本《标准》采纳方面发挥的关键作用：国际商会（International Chamber of Commerce）秘书长John Denton、淡马锡信托基金会（Temasek Trust）常务董事兼首席执行官蒋福娟（Cheo Hock Kuan）、Summa Equity公司董事长Anna Ryott、尼日利亚拉各斯深水离岸物流基地（LADOL）首席执行官Amy Jadesimi、社会价值投资联盟主席马蔚华、ADM基金会（ADMCF）创始人兼首席执行官Lisa Genasci、渣打银行（Standard Chartered）可持续金融业务主管Daniel Hanna、IDFC第一银行（IDFC First Bank）董事长Rajiv Lall、影响力投资全球指导小

组 (Global Steering Group for Impact Investment) 主席、慈善家Ronald Cohen、涩泽株式会社 (Shibusawa and Company, Inc.) 首席执行官涩泽健、太平洋投资管理公司 (PIMCO) 可持续发展和国际事务总裁Gavin Power。感谢联合国开发计划署全体同仁及联合国其他机构为本《标准》制定工作所贡献的智慧及支持。发挥领导力作用和对集体责任的认识对2030年如期实现SDGs大有裨益。

版权及知识共享署名权许可

© United Nations Development Programme, 2021

本文件的发布遵循《知识共享署名 4.0公共许可协议国际版》。授权条件及法律文本详见知识共享 (Creative Commons) 网站: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>。

本文件为SDG Impact Standards for Bond Issuers 1.0的中文版草案 (非正式版), 如需咨询相关议题, 敬请联系联合国开发计划署驻华代表处可持续发展金融负责人徐青博士 (qing.xu@undp.org) 和政策分析师王亚丽 (yali.wang@undp.org)。



前言

2030年可持续发展议程和可持续发展目标（SDGs）是旨在为全人类开创更美好、更可持续未来的全球蓝图，着力应对当前的贫困、不平等问题、气候变化、环境恶化及和平与正义等全球挑战。17个SDGs之间联系密切，涵盖经济、社会和环境目标。因此，一个目标进度缓慢将影响其他目标的进程。

联合国开发计划署（UNDP）在170个国家和地区协助联合国驻地协调员和联合国国别团队促成更多综合性分析、规划和实施工作，加速推进SDGs实现进程。其中一项关键工作就是与政府、企业和投资人开展积极合作，协助他们将SDGs充分融入自身的业务和投资决策中，推动更多资本投向最需要之处。

全球范围内，私营部门正日益主动寻求新机遇以发挥积极影响并缓解长期及系统风险，为实现SDGs作出有意义的贡献。然而，关于如何将此愿景落实为行动，依然缺乏具体指导。联合国开发计划署《债券发行人可持续发展目标影响力标准》为解决这一问题作出切实贡献，提供了一套通用语言和清晰体系，将SDGs充分纳入所有商业与投资决策过程中。

本《标准》源自联合国开发计划署可持续发展目标影响力计划正在开展的重要工作。这一富有开拓性的行动旨在帮助投资人和企业获得必要的对可持续投资的释义、洞见与工具，以支持并鉴别他们对于推动SDGs实现的贡献。我们很高兴能获得由全球可持续发展领域领军人物组成的指导委员会的支持。

新型冠状病毒（COVID-19）疫情凸显了齐心协力与团结一致对于实现发展成果的重要。私营部门作为技术、创新、技能、服务和就业提供方，在疫情中作为第一响应者发挥了关键作用。随着一些国家开始从疫情造成的破坏性社会经济影响中逐渐恢复，所有部门都有责任为复苏和重建贡献力量。我相信，联合国开发计划署《可持续发展目标影响力标准》将作为一套实用工具，可以助推对果断采取气候变化行动、解决不断扩大的不平等现象等关键领域的投资。

最重要的是，本《标准》正在帮助我们重新认识企业和投资在社会中的作用。例如，不能再任由“以生态环境换取经济增长”或是“以人民健康换取经济利益”的零和博弈主导世界发展。在本《标准》的指引下，影响力将成为所有消费、就业、商业和投资决策的核心。我很高兴地看到联合国和联合国开发计划署再次走在推动这一思潮和行动变革的最前沿。



阿希姆·施泰纳 联合国开发计划署署长

目录

前言	4
概述	6
《标准》如何发挥作用	6
本《标准》的受众群体	7
本《标准》的架构	7
本《标准》的使用方法	8
关于本《标准》	9
债券发行人可持续发展目标影响力标准	12
I. 标准概览	12
II. 标准及实践指标	13

概述

《债券发行人可持续发展目标 (SDG) 影响力标准 (1.0版)》(以下简称《标准》) 由联合国开发计划署“可持续发展目标影响计划”(UNDP SDG Impact) 推出。

*“企业界和投资界日益深刻地认识到，地球的健康和人类的福祉影响着他们长远的发展前景，而可持续发展目标 (SDGs) 为协同努力解决这些问题提供了着力点。”*¹随着气候变化、生物多样性加速丧失和人口增长等长期趋势的发展，社会、环境和经济问题正进一步相互交织、相互影响。因此，影响力管理和推进与SDGs保持一致的可持续发展变得愈发重要而紧迫。从长远上看，如果不能为保护整个全球公域，不能共同实现SDGs，最终将削弱政府、金融机构、企业、投资组合、社会、社区和家庭的可持续性、韧性及其经济发展或财力。相反，积极推动可持续发展和SDGs，就有机会共同制定一条不同的发展路线，实现更公平、更具恢复力、更繁荣的未来。

本《标准》是面向所有希望为可持续发展和SGs作出积极贡献的债券发行人提供的公共产品。本《标准》遵循自愿遵守原则，供所有用户免费使用，作为最佳实践指南和自我评估工具，帮助债券发行人将影响力管理纳入决策过程。本《标准》是一整套统一标准及补充工具包中的一个组成部分，其他还包括专业术语表、指南、鉴证方案和对整个资本及投资领域中不同参与主体的培训。

《标准》如何发挥作用

本《标准》推出了一套可以衔接核心商业目标及实践与推动可持续发展和SDGs的方案。广泛采用本《标准》可以推动业界作出将更多资本投入推动如期实现可SDGs的活动和项目的决定。

本《标准》以推动可持续发展和SDGs为基础。要实现这一目标，就必须以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》(UNGP)、地球限度理论和其他负责任商业惯例，并实施有效的影响力管理和决策制定(见图1)。

本《标准》同时重点关切遵循《联合国工商企业与人权指导原则》减少相应负面影响并增加正面影响，并承认避免或大幅减少负面影响是对可持续发展的积极贡献。

促进SDGs的商业战略不能替代人权尽职调查。恰恰相反，扎实的人权尽职调查能促进并推动可持续发展。对企业来说，要对可持续发展作出最大贡献，不在于从有如何最容易地做出积极贡献的角度着手，而

¹ Adams, CA及Druckman, PB, Picot, RC著(2020)，可持续发展目标信息披露(SDGD)建议，英国特许公认会计师公会(ACCA)、澳大利亚和新西兰特许会计师公会(ANZ)、苏格兰特许会计师公会(ICAS)、国际会计师联合会(IFAC)、国际综合报告委员会(IIRC)、国际基准联盟(WBA)出版，ISBN: 978-1-909883-62-8。

在于将对人的尊重贯穿于其商业活动和整个价值链中，消除对人造成的伤害，并关注潜在和实际的影响。换言之，企业需要认识并接受这一点：不产生负面影响是最起码的要求，也是对SDGs的积极贡献。²

本《标准》的受众群体

本《标准》不受规模、地域与产业领域限制，适用于所有类型债券发行人，包括且不限于主权国家（及州、省、市、镇或市等次主权当局）、超国家和政府主体以及公司、金融机构和通过由活动、资产或项目（如证券化、基础设施交易）支持的特定实体等。只要有意愿为可持续发展和SDGs做出积极贡献，皆可使用。

不同类型发行人在使用本标准时，可根据情况灵活调整。例如，对于主权发行人而言，在“公司治理与董事会”的评估维度上，可代之以顾问委员会、治理机构等机制框架；在“公司战略”维度上，可代之以国家发展计划与发展战略等，包括针对SDGs的国家（或地方）自愿审查及其他相关政策重点；在“负责任商业行为”维度上，代之以法律法规应用及其他相关考虑。

本《标准》即适用于债券，又适用于贷款，且同时适用于为自身资金需求而筹资的发行人和为第三方债务人需求而筹资的发行人。

本《标准》不仅适用于希望在直接运营、供应链和价值链中避免或减少负面影响的债券发行人（如正向净零碳排放转型的债券发行人），也适用于希望通过产品与服务产生积极影响，惠及利益相关方、提供SDGs解决方案的债券发行人。

本《标准》也为价值链上的其他主体提供参考，可用于辅助相关调查、评估和决策，以评估债券发行人所有的SDG影响力管理的战略与能力。例如，**投资者**可据此拟定投资责任、准则和尽职调查相关文件；**分析师、专业顾问和研究机构**可据此为其客户提供建议或制定实践基准；**政府和政策制定者**可据此调整政策规定，使其与《标准》更为一致，或根据政策重点在当地应用本《标准》，以推动可持续发展并履行自身SDGs承诺。

本《标准》的架构

本《标准》分为四大主题：战略、管理方法、透明度和治理（见图1）。四大主题彼此关联、相互依存，并且为私营部门和公共部门所有主体所熟知。每一主题的标准包括一个或多个组成部分（见“标准概览”部分），并附有实践指标，以说明实现每项标准（或其组成部分）的具体情形。

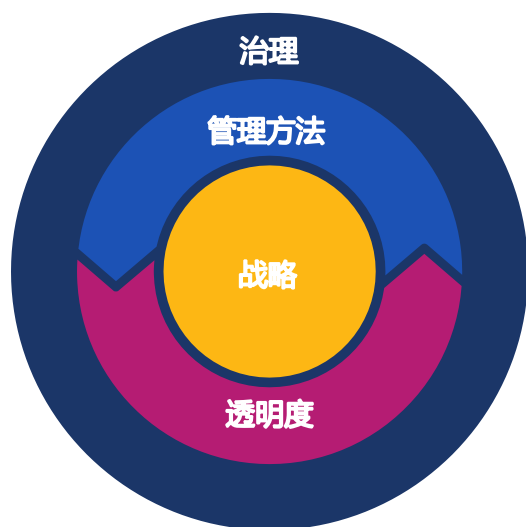
图1 《债券发行人可持续发展目标影响力标准》

² 联合国大会：人权与跨国公司和其他工商企业问题工作组报告，A/73/163 2018，第59段。

https://ap.ohchr.org/documents/dpage_e.aspx?si=A/73/163

本《标准》的根本要素包括：

- 为实现可持续发展和可持续发展目标（SDGs）做出积极贡献
- 必须以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例
- 通过有效的影响力管理和决策过程来实现上述目标



标准1（战略）：将根本要素植根于目的与战略

标准2（管理方法）：将根本要素融入经营与管理方法中

标准3（透明度）：披露根本要素如何融入机构目的、战略、经营及管理方法，并报告实施绩效

标准4（治理）：通过治理实践，强化对根本基础要素的承诺

支持《可持续发展目标影响力标准》的专业术语表另行提供。本文件所使用术语均采用专业术语表中的定义。指导材料另行提供，包括为《标准》实施提供指导说明和资料来源。上述材料将实时维护更新，以服务用户。《债券发行人可持续发展目标影响力标准》支持文件详见此处。

本《标准》的使用方法

自愿独立使用

本《标准》作为最佳实践指南向债券发行人提供，协助债券发行人整合其内部流程，将影响力管理融入决策过程。我们鼓励债券发行人完全采纳本《标准》作为差距分析和自我评估工具，逐渐填补差距并改进实践。本《标准》应与其专业术语表和指南配套使用。

认证工具及可持续发展目标影响力贴标

外部认证框架和可持续发展目标影响力贴标（SDG Impact Seal）也在同步制定中。强烈建议债券发行人在从自我评估之外，聘请有资质的独立评估机构定期认证其影响力管理实践。

补充资源

联合国开发计划署正在开发更多资源以补充本《标准》，包括杜克大学社会创业推进中心（CASE）开发的影响力管理在线培训，以及社会价值国际（Social Value International）开发的评估人员培训。以此

提高认证机构的实力、能力及标准一致性。

关于本《标准》

本《标准》侧重实践及决策，不针对绩效设立或披露

本《标准》列出一个内部决策框架，以帮助债券发行人制定并实施与SDGs一致的影响力战略来，推进可持续发展，并将该影响力战略与SDG债券项目和债券发行人整体组织战略接轨。在已确立的影响力战略范围内，本《标准》协助债券发行人关注一切重大的积极影响和消极影响，以此将关切和资源导向可优化其可持续发展贡献之处。将本《标准》纳入管理决策将增强影响力绩效，有利于实现更高质量、更一致的信息披露。

本《标准》是意义建构 (sense making) 工具

本《标准》有助于整合并贯彻落实市场上现行的负责任商业和影响力管理原则框架，增强标准使用的一致性。为推动框架间的融合，本《标准》并未发明新的决策框架，而是尽可能利用市场现行决策框架。本《标准》与其他有用的框架和工具接轨，在出现新框架和工具或债券发行人需求发生变化时，可以灵活增加或用新的替换目前的框架和工具。本《标准》还填补了目前市场中标准的空白，尤其是战略、治理方面的空白及对要求通过以统一标准衡量绩效，并依据适当的基线、反面事实和阈值，了解改变产生的来龙去脉。由此，本《标准》形成一种端对端方法，将影响力管理纳入业务流程和决策实践，从而在债券发行人影响力战略范围内，通过SDG债券项目优化债券发行人对可持续发展和SDGs的贡献（见图2）。

图2 《可持续发展目标影响力标准》：推动决策过程变革以实现SDGs



本《标准》是市场现行债券原则框架及分类的补充

本《标准》为国际资本市场协会（ICMA）、《欧盟可持续金融分类法》和《欧盟绿色债券标准》等现行债券原则框架和分类提供补充。通过关注债券发行人的影响力管理和决策实践，本《标准》有助于填补当前市场实践中的空白。尤其是本《标准》具有以下特点：

- 要求债券发行人将“以人为本”及遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例纳入其组织方针（类似于一道发行人筛选屏障）；
- 要求债券发行人制定影响力战略（覆盖一定范围即可），并将该影响力战略与其SDG债券项目及整体组织战略相衔接；
- 在影响力战略范围内，要求债券发行人确立具有雄心的影响力目标，目标应考虑到从目前的绩效基线水平及时转向符合合适阈值的影响力目标所需的转变速度；
- 在影响力战略范围内，要求债券发行人通过管理自身所有重大的积极影响和消极影响，着重优化自身对可持续发展和SDGs的贡献（即“不造成伤害”）；
- 协助债券发行人解释“为什么”和“如何做”，以协助他们选择并优化产生“做什么”的影响力。

债券发行人可持续发展目标影响力标准

I. 标准概览

1. 战略：发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响力战略，发起SDG债券项目，并为实施其影响力战略确立具有雄心的影响力目标。

1.1	发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响力战略。
1.2	发行人成立SDG债券项目，并确立具有雄心的影响力目标以实施其影响力战略。

2. 管理方法：发行人将影响力管理纳入其管理方法中，优化其SDG债券项目对可持续发展和SDGs的贡献。

2.1	发行人具备有效的流程及其他机制以落实其影响力战略及实现SDG债券项目影响力目标。
2.2	在影响力战略范围内，发行人评估并对比与其产品、服务和运营相关的重大积极影响和消极影响，并在不同选项中进行选择，以优化发行人对可持续发展及SDGs的贡献，符合其SDG债券项目影响力目标。
2.3	在影响力战略范围内，发行人对其正在实施的影响力及行为进行系统管理与监测，以主动优化其对可持续发展及SDGs的贡献（包括对预期外结果进行管理）。

3. 透明度：发行人披露如何将为可持续发展和SDGs作出积极贡献融入其影响力战略、SDG债券项目及其战略、管理方法和治理实践的相关方面，并报告其绩效（至少每年一次）。

4. 治理：发行人通过治理实践，夯实其关于通过实施影响力战略和SDG债券项目为可持续发展和SDGs作出积极贡献的承诺。

II. 标准及实践指标

1. 战略：发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响力战略，发起SDGs债券计划，并为实施其影响力战略确立具有雄心的目标。

1.1 发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响战略。

实践指标：

- 1.1.1 发行人遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例，将“以人为本”纳入其组织方针。
- 1.1.2 发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响力战略（范围可限于单个或多个业务线和/或产品线、业务区域、利益相关方或成果领域），并将该略融入机构的整体组织战略。
- 1.1.3 发行人在其影响力战略中：
 - 1.1.3.1 考虑可持续发展问题和SDGs的相互依存关系；
 - 1.1.3.2 在商业模式和伙伴关系中最大化SDG影响力（包括减少负面影响）；
 - 1.1.3.3 规划正式的利益相关方参与方案，以有效确保各利益相关方持续参与，以及确保他们其对所关切的影响力实现进程有所了解；
 - 1.1.3.4 使用来自于政府、科研机构和民间团体组织等声誉良好机构的既有证据和社会或科学数据来判定各项影响力实现成果的适当阈值；
 - 1.1.3.5 根据发行人能够（或正在）对可持续发展成果和SDGs产生最大（积极和消极）的影响，通过实施正式的方针以确定可持续发展问题的重要性；
 - 1.1.3.6 将可持续发展风险与机遇正式纳入机构风险管理办法中，包括采纳利益相关方观点
 - 1.1.3.7 利用敏感性测试和情景分析方法评估影响力战略的韧性；
 - 1.1.3.8 建立正式后备方案，确保影响力战略和目标在内部环境与可持续发展语境发生变化时依然适用；
 - 1.1.3.9 确定实施影响力战略所需的资源（包括预算、机构能力和领导力）。

1. 战略：发行人制定旨在为可持续发展和SDGs作出积极贡献的影响力战略，发起SDGs债券计划，并为实施其影响力战略确立具有雄心的目标。

1.2 发行人成立SDG债券项目规划，并为该规划确立具有雄心的目标以实施其影响力战略。

实践指标：

- 1.2.1 发行人发起与其影响力战略呼应的SDG债券项目规划。
- 1.2.2 发行人为其SDG债券项目设定影响力目标，并保证该目标：
 - 1.2.2.1 符合影响力战略；
 - 1.2.2.2 具有雄心的愿景，充分考虑到及时地从当前基准绩效过渡到高标准实现影响力目标所需的转变速率；
 - 1.2.2.3 具体说明拟实现的目标可持续发展成果领域（如SDG下设的具体目标）和拟实现的影响力类型（即ABC影响力分类）；
 - 1.2.2.4 参考到1.1.3.5条所述重大可持续发展（积极和消极）问题，并考虑是否需要解决多维问题，以促进性别平等、气候行动和体面工作等相关跨领域目标的实现；
 - 1.2.2.5 考虑解决在所有业务关系与价值链中其直接运营、供应环节所产生的重大负面影响；
 - 1.2.2.6 体现为实现预期成果，对比适当基阈值将需做出的改变；
 - 1.2.2.7 考虑到可能出现的意外后果，以及如何尽力规避或降低意外负面影响和/或反常结果出现的可能性。
- 1.2.3 发行人在其SDG债券项目中设立明确的解决方案，以备影响力目标未能如期实现。

2. 管理方法：发行人将影响力管理纳入其管理方法中，优化其SDG债券项目对可持续发展和SDGs的贡献。

2.1 发行人具备有效的流程及其他机制以落实其影响力战略及SDG债券项目影响力目标。

实践指标：

- 2.1.1 发行人在其组织政策及实践中坚持以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例，包括：
 - 2.1.1.1 将问责制度融入组织文化、经营活动、日常职责、跨职能团队及决策流程；
 - 2.1.1.2 在一定级别以上的管理层和决策层展示出足够的性别、种族及其他方面的多样性，以影响决策；
 - 2.1.1.3 实施有效的申诉机制和赔偿机制，并为受影响的利益相关方提供举报保障；
 - 2.1.1.4 确保高层领导的承诺在整个组织中的可见度，包括监测其绩效及遵守情况，并推动持续改善的文化；
 - 2.1.1.5 避免或减少供应链和价值链中的消极影响，坚持以人为本并遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例；
 - 2.1.1.6 遵守相关的当地和国际法律法规，努力遵循最高水平的行业最佳实践，特别是在缺乏当地法规或标准水平相对较低的情况下，并且在当地法律法规和国际法律法规发生冲突时进行调整。

在影响力战略、SDG债券项目及相关决定和行动的范围内：

- 2.1.2 发行人实施正式方针，使利益相关者参与讨论影响他们的问题，包括（1）通过足够的预算和资源（包括培训和本地地方领导力）支持利益相关者的参与；（2）通过透明方式让利益相关方了解相关行动、进展和经验教训；
- 2.1.3 发行人将影响力管理的问责制度纳入其业务运营和信息系统、日常职责、跨职能团队及决策流程，方式包括：
 - 2.1.3.1 通过适当的文化与、传播体系统和培训活动促成决策；

- 2.1.3.2 对各级人员在工作中是否遵循影响力管理政策和实践实行问责，包括确保激励机制符合影响力战略和影响力目标；
- 2.1.3.3 确保在适当的资历级别和权力级别上的人员拥有足够的影响力管理能力，从而对机构决策产生积极影响；
- 2.1.3.4 监测其影响力绩效以及影响力管理政策和实践的遵守情况，推动建立影响力持续改善的文化氛围。
- 2.1.4 发行人建立正规渠道用于收集、核实、管理和使用影响力数据，包括：
 - 2.1.4.1 代表利益相关方管理数据所有权，包括与数据收集、使用和披露相关的隐私、伦理道德和商业问题；
 - 2.1.4.2 从项目活动中系统地收集影响力数据；
 - 2.1.4.3 采取基于风险的方法，确定是否以及何时需要对影响力数据进行核实或鉴证，并将相关结果纳入决策考虑；
 - 2.1.4.4 将影响力数据纳入管理决策。
- 2.1.5 发行人确立正式方针，确保其影响力管理实践随着时间推移不断改进并依然适用，方式包括：
 - 2.1.5.1 对偏离预期绩效的情况进行分析；
 - 2.1.5.2 从与合作伙伴和利益相关方的合作及最新研究和证据中吸取经验；
 - 2.1.5.3 考虑可持续发展背景环境的变化；
 - 2.1.5.4 评估其影响力管理实践对于推动决策和影响力绩效的有效性。
- 2.1.6 在可行范围内，发行人积极主动地与承销商及（潜在）投资者开展合作，设定预期结果，提高影响力战略和SDG债券项目与投资者参与SDG债券项目发行的动机和目的之间的一致性。

2. 管理方法：发行人将影响力管理纳入其管理方法中，优化其SDG债券项目对可持续发展和SDGs的贡献。

2.3 在影响力战略范围内，发行人评估并对比与其产品、服务和运营产生的相关的重大积极影响和消极影响，并在不同选项中进行选择，以优化发行人对可持续发展及SDGs的贡献，符合其SDG债券项目影响力目标。

实践指标：

在影响力战略、SDG债券项目及相关决定和行动的范围内：

2.2.1 发行人实施正式方案，以确定其直接业务、供应链和价值链中所有重大的（积极和消极）可持续发展问题，包括：

2.2.1.1 将福祉作为通用衡量标准，对结果进行统一评估；

2.2.1.2 确定适当的基线、反面事实和阈值；

2.2.1.3 对利益相关方群体和群体各组成部分的潜在成果进行分别评估（特别关注“不让任何一个人掉队”这一SDG核心目标）；

2.2.1.4 在效果无法被量化时将不确定性纳入考虑，认识到在衡量直接业务、供应链和价值链中的过程可能面临挑战，并制定战略以减少长期风险。

2.2.2 参照2.2.1条所列成果，发行人评估其预期贡献的深度和规模，同时考虑到：（1）无论如何都会发生的情况；（2）其他人对成果的贡献；（3）影响力可能持续的时间。

2.2.3 发行人评估实际影响力不符合预期情况和预期时间的风险，并考虑到：（1）风险的可能性和规模；（2）对意外结果的容忍度；（3）任何风险缓解措施。

2.2.4 发行人考虑使用何种度量工具以及决策需要多少数据，包括：

2.2.4.1 选择并使用有助于决策的成果导向类度量指标（而非活动导向指（activities）标或产出导向(outputs)指标，包括：（1）在可能的情况下，考虑到什么对受成果影响的利益相关者最重要，实现尽可能考虑背景环境；（2）将人类福祉作为通用度量标准，对结果进行统一评估；（3）为相关方提供足够的信心，使其相信既定目标可以实现；

2.2.4.2 视情使用相关的标准化的度量指标和度量指标组合，同时认识到有可能需要使用管

理会计指标和内部指标；

- 2.2.4.3 评估无法获得影响力数据或数据不充足的风险（包括对利益相关方的风险），并评估可能的风险减缓措施，包括逐步填补数据缺口（包括质量缺口及完整性缺口）并建立证据基础的机会；
 - 2.2.4.4 在使用活动指标或产出指标替代预期的成果指标时，需具备评估决策影响的健全流程，包括评估潜在的决策数量及其风险，并视情尽快使用成果指标替代上述指标；
 - 2.2.4.5 考虑到出现意外后果的可能性，并通过指标的选择与使用，争取减少产生消极或负面意外结果的可能性。
- 2.2.5 发行人在其产品、服务及业务选项中做出（绝对或相对）选择，以透明方式优化其对可持续发展和SDGs的贡献，考虑到影响力可能不符合预期的风险，并权衡不同成果或不同利益相关方群体。
- 2.2.6 发行人基于潜在风险确定是否需要以及何时需要依据国际原则对特定活动进行全面独立影响力评估。
- 2.2.7 发行人系统掌握其影响力评估结果（包括记录评估的计算方法和所用假设），以便将其与决策和正在开展的影响力管理活动联系起来。
- 2.2.8 若发行人不是SDG债券项目募集资金的终端使用者，那么：
- 2.2.8.1 发行人开发新产品和/或制定资质标准来确定或选择资产用于证明资产（例如对个人、企业、项目或计划的赠款、贷款或其他承付款项），并纳入其SDG债券项目，以根据影响力战略和SDG债券项目影响力目标优化其对可持续发展和SDGs的贡献；
 - 2.2.8.2 发行人可以根据产品和债务人的性质（例如面向个人或微型企业的同质产品），在产品层面或债券组合层面而非债务人层面进行影响力评估；
 - 2.2.8.3 在相关情况下，发行人的影响力战略、目标和预期对债务人保持透明；
 - 2.2.8.4 在相关情况下（例如在向企业或项目发放贷款时），发行人在融资法律文件中加入影响力条款，实现：（1）债务人与本《标准》中的直接发行人遵循相同标准（例如，在可行条件下推动其债务人采用《企业SDG影响力标准》）；（2）债务人为发行人提供充足信息，以评估影响力战略的有效性，并根据其SDG债券项目影响力目标管理其绩效，并且在未实现目标时，具备评估决策影响的健全流程；

- 2.2.8.5 发行人应认识到自身能获取的原始数据是有限的，并通过技术解决方案以及使用高质量的相关二级数据等途径，争取缩小数据缺口；
- 2.2.8.6 发行人在对符合资格标准的现有资产进行再融资时，利用所能创造的能力条件进一步落实影响力战略和SDG债券项目影响力目标。

2. 管理方法：发行人将影响力管理纳入其管理方法中，优化其SDG债券项目对可持续发展和SDGs的贡献。

2.3 在影响力战略范围内，发行人对其正在实施的影响力及行为进行系统管理与监测，以主动优化其对可持续发展及SDGs的贡献（包括对预期外结果进行管理）。

实践指标：

在影响力战略、SDG债券项目及相关决定和行动的范围内：

2.3.1 发行人依据以下标准，对其影响力战略及实际影响力绩效进行正式衡量与监测：（1）预期影响力绩效；（2）基线、反面事实和阈值；（3）发行人影响力目标。

2.3.2 发行人通过以下途径填补数据缺口：（1）尽量用成果指标替代其他指标；（2）对任何所用假设进行有效性检验。

2.3.3 发行人通过以下途径识别并分析偏离预期影响力绩效的原因，以主动优化影响力：

2.3.3.1 制定缓解方案，以保证在活动被迫终止或退出前，项目影响力绩效得到最大化的实现前；

2.3.3.2 控制意料之外由于新增影响力风险或绩效不佳而对利益相关方造成的消极影响。

2.3.4 发行人将已退出活动/项目的积极和消极影响纳入对其影响力绩效的总体评估。

2.3.5 发行人系统掌握其影响力管理活动的结果，以便为未来决策提供信息。

若发行人不是SDG债券项目募集资金的终端用户，那么：

2.3.6 发行人监测最终终端用户的影响力绩效和对影响力条款的遵守情况。

2.3.7 发行人积极主动地与终端用户开展合作，分享资源和经验，以便终端用户不断提高自身影响力绩效。

3. 透明度：发行人披露如何将为可持续发展和SDGs作出积极贡献融入其影响力战略、SDG债券项目及其战略、管理方法和治理实践的相关方面，并报告其绩效（至少每年一次）。

实践指标：

- 3.1 发行人披露自身机构信息、影响力战略和SDG债券项目的相关信息，使利益相关方和潜在投资者能做出明智决策，包括：
 - 3.1.1 影响力战略和SDG债券项目的影响力产生条件款和与影响目标，以及这二者的覆盖范围与发行人的整体机构战略及其对可持续发展和SDGs的影响相比，有否客观实际。
 - 3.1.2 发行人如何将对可持续发展和SDGs的积极贡献纳入其影响力战略、SDG债券项目及其管理方法和治理实践的相关方面。
 - 3.1.3 发行人如何落实报告机制，以满足受其活动影响的利益相关方及代表他们行事的民间社会组织的需要，包括考虑增加有针对性的非公开报告，或改进现有的公开报告，使所披露信息对更多利益相关方而言更具相关性、更容易获得。
 - 3.1.4 发行人披露如何对外公开其坚持以人为本并遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例的相关政策，并披露其如何实施和管理其绩效与遵守情况。
 - 3.1.5 发行人如何遵守社会和环境信息披露的相关法律法规。
- 3.2 发行人至少每年公开报告一次SDG债券项目的绩效，包括：
 - 3.2.1 通过使用SDGs（及相关具体目标）和ABC影响分类统一方式开展影响力传播；
 - 3.2.2 通过以下方式提供充分的背景信息：（1）将实际影响力绩效与影响力目标及适当的基线、反面事实和阈值联系起来；（2）披露在不同可持续发展成果或不同利益相关方群组之间做出的权衡；（3）披露重大局限性和绩效结果所用假设。
- 3.3 发行人的外部影响力报告由独立第三方认证（若选择不经认证，则需解释原因），并及时跟进认证结果，出台适当的整改措施。

4. 治理：发行人通过治理实践，夯实其关于通过影响力战略和SDG债券项目为可持续发展和SDGs作出积极贡献的承诺。

实践指标：

- 4.1 发行人的治理主体积极监督以下事务：
 - 4.1.1 发行人坚持以人为本并遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例的相关政策，包括其有效的申诉和赔偿机制，为受影响的利益相关方提供的举报保障，以及对上述政策和相关惯例的实施绩效和遵守情况；
 - 4.1.2 利益相关者的投诉和所采取的补救措施（确保在没有适当补救措施的情况下不会出现不利结果）；
 - 4.1.3 组织文化、影响力战略、SDG 债券项目及其影响力目标；
 - 4.1.4 在影响力战略范围内，发行人对于利益相关方的识别过程及促使利益相关方参与决策的过程；
 - 4.1.5 在影响力战略范围内，发行人用于有效管理利益相关方参与、实现其影响力战略和影响力目标的预算和资源；
 - 4.1.6 在影响力战略范围内，发行人的影响力管理相关政策，及其对上述政策和相关惯例的实施绩效和遵守情况；
 - 4.1.7 在影响力战略范围内，发行人对重大可持续发展问题的决定，以及如何将这些决定纳入其影响力策略；
 - 4.1.8 在影响力战略范围内，发行人的影响力目标、财务收益目标以及发行人和利益相关方二者的影响力风险偏好和容忍度之间的兼容性；
 - 4.1.9 在影响力战略范围内，将影响力目标的制定职责与批准职责区分，并且目标批准者应认识到自己同时代表发行人和可能受影响的利益相关方的利益；
 - 4.1.10 影响力策略的有效性，以及发行人依据适当的基线、反面事实和阈值实现其影响力目标的绩效；

- 4.1.11 在影响力战略范围内，第三方认证结果和补救措施；
- 4.1.12 发行人的SDG债券项目和与影响力相关的外部披露。
- 4.2 发行人的治理主体视情况满足公司治理领域的国家最基本标准，并且：
 - 4.2.1 具有可持续发展问题和影响力管理方面的能力；
 - 4.2.2 优先考虑性别和其他方面的多样性；
 - 4.2.3 意识到失信于受影响群体可能带来的后果，以及代表他们进行正确决策的重要性；
 - 4.2.4 依据发行人的影响力目标，确保适当的管理者为发行人影响力战略和SDG债券项目的绩效负责，包括在运营中遵循负责任商业和影响力管理政策和实践。
- 4.3 发行人的母公司和/或控股公司（含最终控股公司）具备公司治理的相关政策、实践和绩效，坚持以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论和其他负责任商业惯例，符合本《标准》要求。

sdgimpactstandards@undp.org |  [@sdgimpact](https://twitter.com/sdgimpact) | sdgimpact.undp.org

