

企业 可持续发展目标影响力标准

致力于对可持续发展及SDGs作出积极贡献的企业影响力管理

1.0版本

2021年7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倡议，旨在引导投融资活动保障2030年可持续发展目标如期实现：

- **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、可持续发展目标影响力认证贴标和影响力管理培训。
- **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可持续发展领域领军人物的伙伴关系，重点支持投资人与政策制定者对话，促成合作，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：项目主任Elizabeth Boggs-Davidson、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、Jennifer Flynn（编辑）及Maja Bialon（平面设计）。联合国开发计划署感谢为本《标准》的制定贡献宝贵时间及建议的组织，包括：影响力管理项目（IMP）团队及其结构化网络成员以及所有提供反馈的组织与人士。本《标准》与《可持续发展目标披露建议》¹保持一致，并得益于《披露建议》制定过程中的咨询建议。《SDG披露建议》要求报告的行动进展作为实践指标纳入本《标准》。

可持续发展影响力计划指导委员会（SDG Impact Steering Group）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可持续发展领域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

¹ 《可持续发展目标信息披露（SDGD）建议》（2020），Adams, CA及Druckman, PB, Picot, RC著，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。

球指导委员会（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其他联合国机构为本《标准》制定工作所贡献的智慧及支持。如此强大的领导力和号召力在倡导SDG理念、推动共同责任与全球合作方面发挥了重要作用。

版权及知识共享署名权许可

© 联合国开发计划署，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>.



前言

2030年可持续发展议程和可持续发展目标（SDGs）是一份旨在为全人类开创更美好、更可持续未来的全球蓝图，着力应对当前的贫穷、不平等、气候变化、环境恶化及和平正义问题等全球挑战，现已成为我们抗击新冠肺炎全球大流行的共同道路。越来越多的企业正在寻求更直接有效的可持续经营方式并对SDGs作出积极贡献。企业和投资者日益认识到可持续发展是长期价值创造的核心要义。此外，若不能实现SDGs，就无法充分发挥经济潜力，从而导致系统稳定性受损。然而长期以来，关于如何将私营企业的愿景落实为行动依然缺乏具体指导。

联合国开发计划署《企业可持续发展目标影响力标准》旨在填补这一知识缺口，为私营企业提供一套通用语言和方法体系，落实现行原则并利用现有工具和框架，将SDGs充分纳入所有商业与投资决策过程中。本《标准》的目标是协助企业从“符合SDGs”向“践行SDGs”转型，即从将SDGs视为“锦上添花”转变为围绕SDGs开展业务交易。具体来说，本《标准》将协助私营企业依据SDGs实现更有效的资本分配，并协助企业探索不同的商业模式和新的工作方法，在提高企业绩效的同时创造对于人类和地球更有益的结果。通过建立稳健的内部管理体系，企业将更有能力满足来自政府、监管部门、投资人和其他利益相关方的各类报告披露要求和期待。本《标准》脱胎于联合国开发计划署正在开展的可持续发展目标影响力计划。这一富有开拓性的行动旨在赋能投资人和企业，帮助他们获得关于可持续投资的必要释义、知识与工具，以支持并认证他们对于推动SDGs实现的贡献。所有企业无论其规模、地理位置和所处行业，都适用本《标准》。

积极的影响力策略能够带来巨大的商业潜力。通过协助私营企业选择可持续发展方式，我们能引导数十亿美元的资金流向可持续发展，以应对SDG资金缺口——在后疫情时代，这一缺口已扩大至每年4.2万亿美元²。这意味着我们能为数百万人提供新冠病毒疫苗；支持各国恢复自然环境的新举措并采取果断的气候行动；为家庭、医院和学校供电；普及可负担的宽带网络，让成千上万的企业接入互联网。与此同时，这还将促进商业发展并加速创新，例如通过推动研发新的产品、服务和解决方案，吸引新的消费者，创造新的市场机遇。在过去90年来最严峻的全球经济衰退的余波中，本《标准》正在帮助我们重新认识企业社会中的作用，并支持企业在落实SDG进程中发挥更核心作用，从而迈向更绿色、更包容、更可持续的未来³。

阿齐姆·施泰纳

联合国开发计划署（UNDP）署长

² 《全球可持续发展融资展望》，经合组织，2021年。

³ <https://developmentfinance.un.org/fsdr2021-pressrelease>

目录

前言	4
概述	6
关于可持续发展目标（SDGs）	6
企业的可持续经营及为SDGs作出积极贡献	6
关于本《标准》	7
《标准》的受众群体	10
《标准》的架构	10
企业可持续发展目标影响力管理标准	12
I. 标准概览	12
II. 标准及实践指标	13

概述

《企业可持续发展目标影响力标准（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力计划（UNDP SDG Impact）推出。《标准》旨在协助企业实现更可持续的经营并为联合国可持续发展目标（SDGs）作出积极贡献。

关于可持续发展目标（SDGs）

2030年可持续发展议程和17个可持续发展目标（SDGs）及相关具体目标和指标是一份旨在为全人类开创更美好、更可持续未来的全球蓝图，着力应对当下人类社会面临的贫困、不平等、气候变化、环境恶化及和平正义问题等全球挑战。SDGs由联合国193个会员国一致通过，号召私营部门通过创新创造应对可持续发展挑战。SDGs通过与众多合作伙伴及主体开展广泛合作等方式，为开展新型合作、提出解决方案创造了空间与机遇，让不同主体和地区不再是“孤岛”。

企业可持续经营及为SDGs作出积极贡献

越来越多的企业正在寻求更直接有效的可持续经营方式并对SDGs作出积极贡献。企业和投资者日益认识到可持续发展是长期价值创造的核心要义；若不能实现SDGs，就无法充分发挥经济潜力，从而导致系统稳定性及商业前景受损。可持续经营和推动SDGs能协助企业运用通用语言和共同目标，实现以下成果⁴：

- 创造新的商业机遇及效率增益点
- 打造前瞻性的企业
- 更有效地管控风险
- 提高企业声誉
- 吸引并留住企业雇员、消费者、企业类客户和投资者
- 改善利益相关方关系
- 推动创新
- 保障企业经营的社会许可
- 紧跟政策并预测未来政策发展
- 维护社会与市场稳定

但我们尚未走上可持续发展道路，关于如何将私营企业的愿景落实为行动，依然缺乏具体指导。《可持续发展目标影响力标准》旨在填补这一知识空白，推动企业从“符合SDGs”向“践行SDGs”转型，即从将SDGs视为“锦上添花”的行为转变为围绕SDGs开展业务交易。

关于本《标准》

本《标准》是为辅助公司决策而制定的标准，而非绩效标准或报告标准。本《标准》旨在协

⁴ 来源：<https://sdgcompass.org/>;https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/news_events%2F9.3%2Fbetter-business-better-world.pdf



助企业运用通用语言与共享方案，将负责任可持续经营及对可持续发展作出积极贡献纳入企业的组织体系和决策实践之中。

本《标准》以可持续经营及推动可持续发展和SDGs为基础。要实现这一目标，就必须坚持以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则和联合国妇女赋能原则以及其他负责任商业惯例，并推行有效的影响力管理和决策。

本《标准》由相互联系的四大主题构成：战略、管理方法、透明度和治理（见图1），每个主题对于企业将可持续经营及对可持续发展作出积极贡献纳入自身组织体系和决策都具有重要作用。

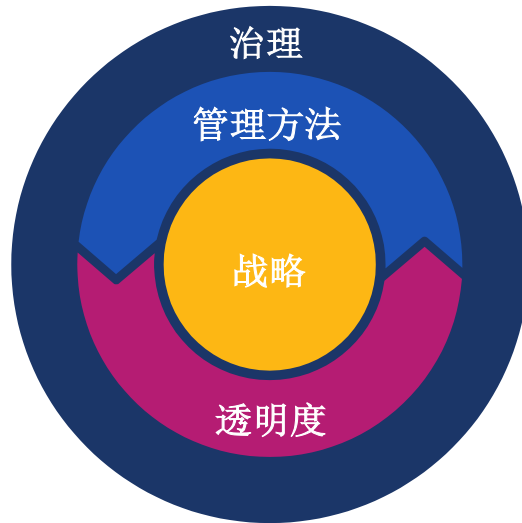


图1 可持续发展目标影响力标准

战略

将可持续发展及对SDGs的积极贡献纳入企业目的与战略十分重要，有助于企业将关注点、重心和资源集中在最重要的问题上，集中在企业对重要结果产生最大影响（包括减少负面影响）的领域。

管理方法

将负责任的商业实践及影响力管理纳入企业的组织体系和决策流程，有助于企业创造更多决策选项，并在不同选项中进行明智选择，优化企业对可持续发展和SDGs的贡献。负责任的可持续经营及对SDGs的贡献不应是加在现有经营模式上的一项帽子，而应成为经营模式改革的核心骨架。仅仅为企业“锦上添花”，而应当成为企业开展业务的核心。

透明度

保持信息透明度是对利益相关方负责的重要因素，利益相关方包括受企业决策和活动影响者或未来可能受影响者。透明度还有助于利益相关方做出更明智决策，例如是否为企业工作、是否与企业开展合作、是否进行投资或贷款以及是否购买或使用企业产品及服务等。

治理

治理是将负责任商业实践和影响力管理实践纳入组织决策的重要因素。企业的正式或非正式

治理机制决定了企业行为方式、决策方式及企业如何对内对外进行问责，使企业决策及行为符合其价值观、原则及政策。

本《标准》是一项公共知识产品，面向希望实现更可持续经营并对可持续发展和SDGs作出积极贡献的企业，作为最佳实践指南和自我评估工具，供所有企业自愿遵守并免费使用，协助企业将影响力管理和SDGs纳入决策过程。本《标准》与其他标准及补充工具共同构成一套协调统一标准，包括专业术语表、指导材料、认证框架及对于资本及投资领域的不同参与主体的培训

本《标准》以现行的其他行业主导的现有影响力管理及衡量项目为基础并进行补充。所有《可持续发展目标影响力标准》（包括企业标准、债券发行人标准、私募股权基金标准、经合组织-开发署可持续发展融资标准）均采用相似结构。本《标准》由此创造了将影响力管理和SDGs纳入决策的统一语言和方式，填补了现行市场实践中阻碍SDGs实现进程的缺口，并将生态系统中的不同主体联系起来，营造良好环境，促成更广泛的SDG融资跨行业合作和创新（见图2）。

图2 本《标准》与现有原则、框架和工具相符



来源：联合国开发计划署及经合组织

本《标准》有助于促进影响力宏观原则⁵的落实，并引导企业选择适当的框架、方法和工具衡量并管理自身影响力。本《标准》包含SDGs和影响力管理项目（IMP）的共同规范，为使用指标和分类等现有工具和框架提供操作体系。通过建立稳健的内部影响力管理体系，采用本《标准》的企业还能更好地满足日益增加的各类可持续性报告和披露要求，满足政府、监管部门、投资人和其他利益相关方的期待。

本《标准》促使企业选择负责任商业实践并将影响力管理纳入企业组织体系和决策，以

⁵ 影响力管理原则的例子包括：影响力管理运作原则（OPIM）、联合国环境规划署金融倡议（UNEP FI）、联合国全球契约组织“关于可持续发展目标综合投融资的首席财务官原则”、社会价值国际（SVI）关于社会价值的七项原则等。

期实现可持续经营并优化企业对可持续发展及SDGs的贡献。本《标准》的设计可适应2030年以后SDGs及相关具体目标和指标可能发生的变化。SDGs结构或形式上的变化不会影响本《标准》。

《标准》的受众群体

本《标准》适用于有意愿为可持续发展和SDGs作出积极贡献的企业，不受规模、地域与产业领域限制，包括上市企业、公益企业、营利性或非营利性的私营实体、非政府组织（NGO）、中小企业、国有企业及其他公共部门实体。本《标准》同样适用于寻求在其直接运营、供应链和价值链中减少或避免消极影响的企业，例如正在迈向净零碳排放的企业。本《标准》还适用于寻求通过产品与服务产生积极影响，从而惠及现有消费者、新消费者及其他利益相关方的企业。

本《标准》的具体实施将根据不同企业的类型、规模和经营环境而不同，不过本《标准》具备足够的灵活性应对上述差异。在审计或认证中，评估人员在出具认证意见时也应应对上述差异作出合理判断。

小微企业

小微企业可通过相对直接且无需高昂成本的措施落实本《标准》。小微企业往往较为简单灵活，决策者和受决策影响者之间的分离程度较小，并且小微企业和利益相关方及经营环境中的社区有紧密联系。小微企业用户指南将在后期推出。

其他主体

本《标准》也为价值链上的其他主体提供实用指南，可用于辅助相关调查、评估和决策，以评估企业推动可持续发展和SDGs的战略与能力。例如，**投资者**可参考本《标准》拟定投资责任、准则和尽职调查相关文件；**分析师、专业顾问、评估人员和研究机构**可参考本《标准》为其客户提供建议、开展认证或制定实践基准；**政府和政策制定者**可参考本《标准》推动政策法规与SDGs保持一致，也可依据政策优先事项对《标准》相关内容进行采纳，以推动可持续发展并履行自身SDGs承诺。

《标准》的架构

标准

本《标准》旨在明确关于战略、管理方法、透明度和治理的要求，以提高企业实现可持续经营并对SDGs作出积极贡献的可能性。《标准》并不确保企业实现上述目标。但是联合国开发计划署相信，如果所有企业都采纳本《标准》，必将为可持续发展和SDGs的实现作出积极贡献。

本《标准》作为最佳实践指南向企业提供，协助企业将负责任的商业实践和影响力管理实践纳入企业组织体系和决策，来实现更可持续的经营并为可持续发展及SDGs作出积极贡献。我们鼓励企业在使用《标准》时将其作为有机整体进行参考，并把它作为差距分析和自我评估的工具，逐步填补差距并改进实践。本《标准》应与专业术语表及指导材料配套使用。

专业术语表



综合的专业术语表为本《标准》提供支持，是《标准》的重要延伸。《标准》所使用术语均采用专业术语表中的定义。

指导材料

关于实践指标的指导说明旨在增进受众对本《标准》范围与实际应用的理解，以此协助受众通过统一的方式解释、实施、应用本《标准》。还将提供相关框架、工具、资源及范例的链接。随着对《标准》受众企业案例的进一步研究，未来还将增添新的范例。

自愿认证框架与SDG影响力贴标

为使《标准》成为自愿性自我评估工具，自愿外部认证框架和SDGs影响力贴标（SDG Impact Seal）也在同步制定中。独立认证是建立市场信任及信心、减少影响力造假或虚报的重要机制。

认证流程旨在证明企业具备符合《标准》的相关政策及流程。认证框架和认证程序的制定还将避免专有认证方法扩大化导致的认证质量及透明度不一致问题。鉴于企业完全达到本《标准》所代表的最佳实践水平需要时间，认证标准将采用最低阈值，同时要求企业进行持续改进，逐步达成最佳实践。

强烈建议企业在自我评估之外，聘请有资质的独立评估机构定期对企业影响力管理实践开展认证。认证程序及最低阈值将对外公开，这将有助于企业先规划落实路线图，再向有资质的评估机构寻求独立认证。

其他补充资源

联合国开发计划署正在开发更多资源以补充《标准》，包括与社会价值国际（Social Value International）共同开发的相关培训，以及杜克大学社会创业推进中心（CASE）正在开发的影响力测量与管理在线培训。可持续发展目标影响力计划将《标准》与《可持续发展目标披露建议》及联合国全球契约组织“关于可持续发展目标综合投融资的首席财务官原则”联系起来。我们还将提供指导企业落实《标准》的Excel工作簿文件，协助企业将《标准》作为自我评估工具。

截至本《标准》发布时，指南、认证框架和培训材料仍在编制中。关注并获取最新资源，请访问网站：www.sdginvestorplatform.undp.org。

企业可持续发展目标影响力标准

I. 标准概览

1.战略： 企业将“为可持续发展和SDGs作出积极贡献”纳入其目标与战略之中。	
1.1	企业将“为可持续发展和SDGs作出积极贡献”纳入其目标与战略之中。
1.2	企业制定具有雄心的影响力目标，与其目标与战略保持一致。
2.管理方法： 企业将影响力管理纳入其管理方法之中，优化企业对可持续发展与SDGs的积极贡献。	
2.1	企业具备有效的流程及其他机制以落实其影响力战略及实现企业影响力目标。
2.2	企业评估并对比与其产品、服务、经营相关的重大积极和消极影响，在不同选项中进行选择，以优化企业对持续发展和SDGs的贡献，与其影响力目标保持一致。
2.3	企业对其正在实施的影响力及行为进行系统的监测和管理，以主动优化其对可持续发展与SDGs的贡献（包括对预期外结果进行管理）。
3.透明度： 企业披露如何将可持续发展与SDGs作出积极贡献纳入其目的、战略、管理方法、企业治理，并报告其绩效（至少每年一次）。	
4.治理： 企业通过自身的治理实践，加强为可持续发展与SDGs作出积极贡献的承诺。	

II. 标准及实践指标

1.战略：企业将“为可持续发展和SDGs作出积极贡献”纳入其目标与战略之中。

1.1企业将“为可持续发展和SDGs作出积极贡献”纳入其目标与战略之中。

实践指标：

- 1.1.1 将企业的长期价值创造方法与为可持续发展和SDGs作出积极贡献挂钩。
- 1.1.2 企业在长期价值创造方法中考虑到可持续发展议题和SDGs之间的相互联系。
- 1.1.3 企业在长期价值创造方法中，将坚持以人为本，遵循《联合国工商企业与人权指导原则》（UNGP）、地球限度理论、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则、联合国妇女赋能原则以及其他负责任商业惯例。
- 1.1.4 企业利用来自政府、科研机构、社区和民间团体组织等声誉良好机构的现有证据以及社会与科学数据，更好地理解其所处的可持续发展环境。
- 1.1.5 企业具备正式的利益相关方参与方案，持续有效识别利益相关方并开展合作（包括优先考虑未被充分代表的利益相关方，同时促进政府参与，以便理解国家SDG优先事项及需求），理解对于利益相关方较重要的结果。
- 1.1.6 企业根据能够（或正在）对可持续发展成果和SDGs产生的最大（积极和消极）影响，通过实施正式的方针以确立可持续发展议题的重要性。
- 1.1.7 企业通过商业模式和伙伴关系寻求并优化为可持续发展和SDGs作出积极贡献的机会（至少做到减少消极影响）。
- 1.1.8 企业将可持续发展风险与机遇正式纳入机构风险管理方法中，包括采纳利益相关方观点及其对意外结果的承受能力。
- 1.1.9 企业利用敏感性测试和情景分析方法评估影响力战略的韧性。
- 1.1.10 企业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）。
- 1.1.11 企业建立正式后备方案，确保其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.战略：企业将“为可持续发展和SDGs作出积极贡献”纳入其目标与战略之中。

1.2 企业制定具有雄心的影响力目标，与其目标与战略保持一致。

实践指标：

- 1.2.1 企业的影响力目标与其自身的目的和战略、利益相关方期待及其所处的可持续发展环境保持一致。
- 1.2.2 企业制定具有雄心的影响力目标，对比理想结果相较于适当基线和阈值的变化，充分考虑到从当前基准绩效及时地过渡到实现影响力目标所需的转变速度。
- 1.2.3 企业参考1.1.6所明确的重大可持续发展议题，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
- 1.2.4 企业明确每个影响力目标对应的可持续发展成果领域（如SDG下设的具体目标）及预期实现的影响力类型（即ABC影响力分类）。
- 1.2.5 企业确保其影响力目标着力应对在其直接运营、供应链和价值链或通过业务关系所产生的所有重大消极结果。
- 1.2.6 企业影响力目标将可能出现的意外后果纳入考量，并尽量降低出现意外消极影响或反常结果的可能性。

2.管理方法：企业将影响力管理纳入其管理方法之中，优化企业对可持续发展与SDGs的积极贡献。

2.1企业具备有效的流程和机制以落实其影响力战略及实现影响力目标。

实践指标：

- 2.1.1 企业在其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、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则、联合国妇女赋能原则和其他负责任商业惯例，具体措施包括：
- 2.1.1.1 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。
- 2.1.1.2 确保高层领导的承诺在整个组织中的可见度。
- 2.1.1.3 避免或减少供应链和价值链产生的消极影响，坚持以人为本并遵循地球限度理论和其他负责任的商业惯例。
- 2.1.2 企业遵守相关的当地与国际法律法规，努力遵循最高水平的行业最佳实践，尤其是在缺乏当地相关法规或标准水平相对较低的情况下，并且在当地法律法规与国际法律法规相冲突时进行调整。
- 2.1.3 企业实施正式方针，促进利益相关方参与可能影响他们的问题，具体措施包括：
（1）通过配置足够的预算与资源（包括培训与当地项目领导力）支持利益相关方的参与；
（2）对于可能对利益相关方造成影响的问题，寻找利益相关方参与决策的机会；
（3）以公开透明的方式让利益相关方了解企业相关活动、进展与经验教训。
- 2.1.4 企业实施正式方针，促进以下两方面融合：（1）与政府合作评估如何最好地支持企业所在东道国实现SDGs；（2）与其他企业、潜在合作伙伴及其他专家合作（其中包括正受到影响群体），形成集体解决方案。
- 2.1.5 企业将负责任商业实践与影响力管理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：
- 2.1.5.1 通过适当的文化、传播机制和培训活动等发展决策能力；
- 2.1.5.2 推动激励机制与企业战略及影响力目标保持一致；

2.1.5.3 确保适当资历级别与权力级别的人员具备足够的影响力管理能力，并在性别、种族等方面具有多样性，从而对企业决策产生积极影响；

2.1.5.4 对各级人员在工作中是否遵循负责任商业及影响力管理政策与实践进行问责

2.1.5.5 监测企业影响力绩效及其对负责任商业和影响力管理政策与实践的遵守情况，建立持续改善影响力的文化氛围。

2.1.6 企业实施正式方针确定相关指标，收集、管理和使用影响力数据，具体措施包括：

2.1.6.1 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、伦理道德与商业问题；

2.1.6.2 从与正受到影响的利益相关方有关的活动中系统地收集影响力数据；

2.1.6.3 基于风险导向方法（包括对利益相关方的风险），确定是否以及何时需要对影响力数据进行核实或认证，并将相关结果纳入决策考虑；

2.1.6.4 将影响力数据纳入管理决策。

2.1.7 企业确立正式方针，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，具体措施包括：

2.1.7.1 对偏离预期绩效的情况进行分析；

2.1.7.2 从决策流程及实施、与合作伙伴及利益相关方的互动、最新研究和证据中吸取经验；

2.1.7.3 考虑可持续发展背景环境发生的变化；

2.1.7.4 评估企业影响力管理实践对于推动决策、影响力绩效及所需正确行动方面的有效性。

2.管理方法：企业将影响力管理纳入其管理方法之中，优化企业对可持续发展与SDGs的积极贡献。

2.2 企业评估并对比与其产品、服务、经营相关的重大积极和消极影响，在不同选项中进行明智选择，优化企业对持续发展和SDGs的贡献，与其影响力目标保持一致。

实践指标：

2.2.1 企业识别在其直接运营、供应链和价值链中产生的所有重大积极和消极结果，具体措施包括：

2.2.1.1 以人类福祉作为通用衡量标准，对结果进行统一评估；

2.2.1.2 确定与SDGs具体目标一致的适当基线、反面事实和阈值；

2.2.1.3 分别评估潜在结果对不同利益相关方群体的影响（特别关注未被充分代表的利益相关方，强调“不让任何一个人掉队”这一SDG核心目标）；

2.2.1.4 当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中可能面临挑战，并制定战略以逐步减少风险。

2.2.2 参照2.2.1所列成果，企业评估其预期贡献的深度、规模与效率，并考虑到：（1）无论如何都会发生的情况；（2）其他人对结果的贡献；（3）影响力可能持续的时间；（4）与所需资源投入对比，影响力的实现效率。

2.2.3 企业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）对意外结果的承受能力（包括正受到影响群体的承受能力）；（3）任何风险缓解措施。

2.2.4 企业考虑决策使用何种度量工具以及需要多少数据，包括：

2.2.4.1 选择并使用有助于决策的成果导向类指标（**outcome metrics**）而非活动导向类指标（**activity metrics**）或产出导向指标（**output metrics**），包括：（1）尽可能考虑到对正受到影响的利益相关者最重要的问题（包括影响大小和时长）；（2）以人类福祉作为通用衡量标准，对结果进行评估；（3）为相关方提供足够信心，使其相信目标可以实现；（4）与SDG相关指标以及企业所在东道国的国家发展战略保持一致；

- 2.2.4.2 尽可能使用相关的标准化度量指标或度量指标组合，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（包括质量缺口和完整性缺口）并逐步建立证据基础。
 - 2.2.4.4 在使用活动导向类指标或产出导向类指标替代预期的成果导向类指标时，需具备评估决策影响的健全流程，包括评估潜在决策的数量及其风险，并视情尽快使用成果导向指标替代上述指标；
 - 2.2.4.5 考虑到出现意外后果的可能性，并通过数据的收集以及指标的选择与使用，争取减少产生消极或负面意外结果的可能性；
- 2.2.5 企业在其产品、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（包括对利益相关方的风险），并权衡不同结果或不同利益相关方群体。
- 2.2.6 企业通过风险导向方法（包括对利益相关方的风险），确定是否需要以及何时需要对特定活动进行全面独立影响力评估。
- 2.2.7 企业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.管理方法：企业将影响力管理纳入其管理方法之中，优化企业对可持续发展与SDGs的积极贡献。

2.3 企业对其正在实施的影响力及行为进行系统的监测和管理，以主动优化自身对可持续发展与SDGs的积极贡献（包括对预期外结果进行管理）。

实践指标：

- 2.3.1 企业依据以下标准，对其实际影响力绩效进行正式衡量与监测：（1）预期影响力绩效（影响力目标和具体目标）；（2）基线、反面事实和阈值。
- 2.3.2 企业通过以下途径填补数据缺口：（1）尽量用成果导向类指标替代其他指标；（2）对任何所用假设都进行有效性检验，并按需进行更新（例如在发展环境发生变化时）。
- 2.3.3 企业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，包括在终止或退出活动前保证影响力绩效的措施；
 - 2.3.3.2 控制由于新增风险或绩效不佳而造成的对利益相关方的意外消极影响；
 - 2.3.3.3 对预期之外的积极影响因势利导。
- 2.3.4 企业将已退出活动/项目产生的积极和消极影响纳入对其影响力绩效的总体评估，并将退出后的长期影响纳入考量。
- 2.3.5 企业系统掌握其影响力管理活动的结果及经验教训，以便为未来决策提供信息。

3. 透明度：企业披露如何将为可持续发展和SDGs作出积极贡献纳入其目的、战略、管理方法、企业治理，并报告其绩效（至少每年一次）。

实践指标：

- 3.1 企业披露自身如何将可持续性以及对SDGs的积极贡献纳入决策中，并依据《SDG披露建议》要求报告其影响力绩效（至少每年一次）。
- 3.2 企业以统一的方式开展影响力传播，措施包括：
 - 3.2.1 使用SDGs（及相关具体目标和指标）及ABC影响力分类；
 - 3.2.2 通过将实际影响力绩效与影响力目标及适当的基线、反面事实和阈值进行对照，来提供充分的背景信息；
 - 3.2.3 披露所有假设、局限性、缺口、风险及在不同的可持续发展结果或利益相关方群体间的权衡。
- 3.3 企业落实报告机制，以满足利益相关方及相关民间社会的需要，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，使所披露信息更相关、更易获得且受众覆盖面更广。
- 3.4 企业对外公开与以下内容有关的政策：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、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则、联合国妇女赋能原则以及其他负责任商业惯例，并披露实施绩效及遵守情况。
- 3.5 企业遵守社会、环境、治理信息披露的相关法律法规。
- 3.6 企业的外部可持续性和/或影响力相关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：企业通过自身的治理实践，加强为可持续发展和SDGs作出积极贡献的承诺。

实践指标：

- 4.1 企业的治理主体积极监督以下事务：
 - 4.1.1 企业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、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则、联合国妇女赋能原则以及其他负责任商业惯例，建立有效的申诉机制和赔偿机制，为受影响的利益相关方提供举报保障，以及对上述政策及相关实践的绩效和遵守情况；
 - 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 对利益相关方的识别过程及利益相关方参与决策的过程；
 - 4.1.4 重要可持续发展议题的确立及如何将这些议题纳入企业的目的和战略；
 - 4.1.5 企业的目的、战略、文化和商业模式与本《标准》保持一致；
 - 4.1.6 企业的影响力目标、财务收益目标、企业和利益相关方的影响力风险偏好及意外结果容忍度之间的兼容性；
 - 4.1.7 企业用于管理利益相关方的有效参与、实现企业战略及影响力目标的预算和资源的充足程度；
 - 4.1.8 企业关于影响力管理的政策，以及上述政策及相关实践的实施绩效和遵守情况；
 - 4.1.9 将影响力目标的制定职责与批准职责分离，并且确保批准职责执行人采取公允的方式进行审批，同时将企业的立场和潜在受影响群体利益纳入考量；
 - 4.1.10 将企业的影响力绩效及进展，与影响力目标、适当的基线、反面事实以及阈值进行对照；
 - 4.1.11 第三方评估（绩效评估）、认证结果和补救措施；
 - 4.1.12 与企业影响力相关的外部披露及报告。
- 4.2 企业的治理主体符合公司治理方面的国家最基本标准，并且：
 - 4.2.1 具备可持续发展议题和影响力管理相关的能力；

4.2.2 运作透明；

4.2.3 优先考虑性别及其他方面的多样性，包括未被充分代表的利益相关方；

4.2.4 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；

4.2.5 确保CEO或总经理为企业的可持续经营及对可持续发展和SDGs作出积极贡献负责，包括在运营中遵循负责任的商业和影响力管理政策和实践。

4.3 企业的母公司和/或控股公司（包括最终控股公司）具备符合本《标准》要求的以下相关政策、实践及绩效：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、联合国全球契约组织（UNGC）十项原则、联合国妇女赋能原则以及其他负责任商业惯例。

sdgimpactstandards@undp.org

[@sdgimpact](https://twitter.com/sdgimpact)

sdgimpact.undp.org