

IMPACT IVM 指南

Identification

Valuation

Management



CSES | Center for Social Value Enhancement Studies



IMPACT IVM

指南

Impact IVM 指南 导语

社会越来越重视企业的ESG，大量资金流入ESG基金。截至2020年，主要投资初创企业的影响力基金的管理金额已高达4040亿美元。大量资金被投入用于创造社会价值，不禁让人欣喜。

ESG基金或影响力基金不应仅仅是说说而已。正如我们对基金的回报进行管理一样，对企业的影响力也必须进行管理。为了做到这一点，需要定义基金的目标影响，并准确评估实际所产生的影响力大小。

(韩) 社会价值研究院 (CSES) 长期以来，开发研究『影响力识别、评估、管理 (IVM, Identification, Valuation, Management)』的研究方法论，制定操作原则和方法，来评估企业的的影响力，以满足对提高影响力投资绩效的衡量和管理日益增长的需求。通过比照应用了影响力基金领域中领先的全球影响投资机构使用的方法，我们尝试在投资领域，为现场从业者提供可以直接应用的、一种量化评估影响的方法实用指南。

CSES通过IVM指南对影响力进行精细区分，衡量标准化的社会价值并大胆付诸实践。对于影响力投资如何在社会中创造新的价值，CSES 尝试使用IVM 指南，为此提供一个崭新的替代方案。IVM指南将被用于影响力基金和ESG基金，以帮助初创企业和社会性企业成长，从而产生更大的影响力并照亮我们的社会。

目录

识别 Identification

评估 Valuation

管理 Management

Part. 1

Impact Valuation Research 影响力评估研究

01 研究背景	10
02 Impact IVM 指南介绍	13

Part. 2

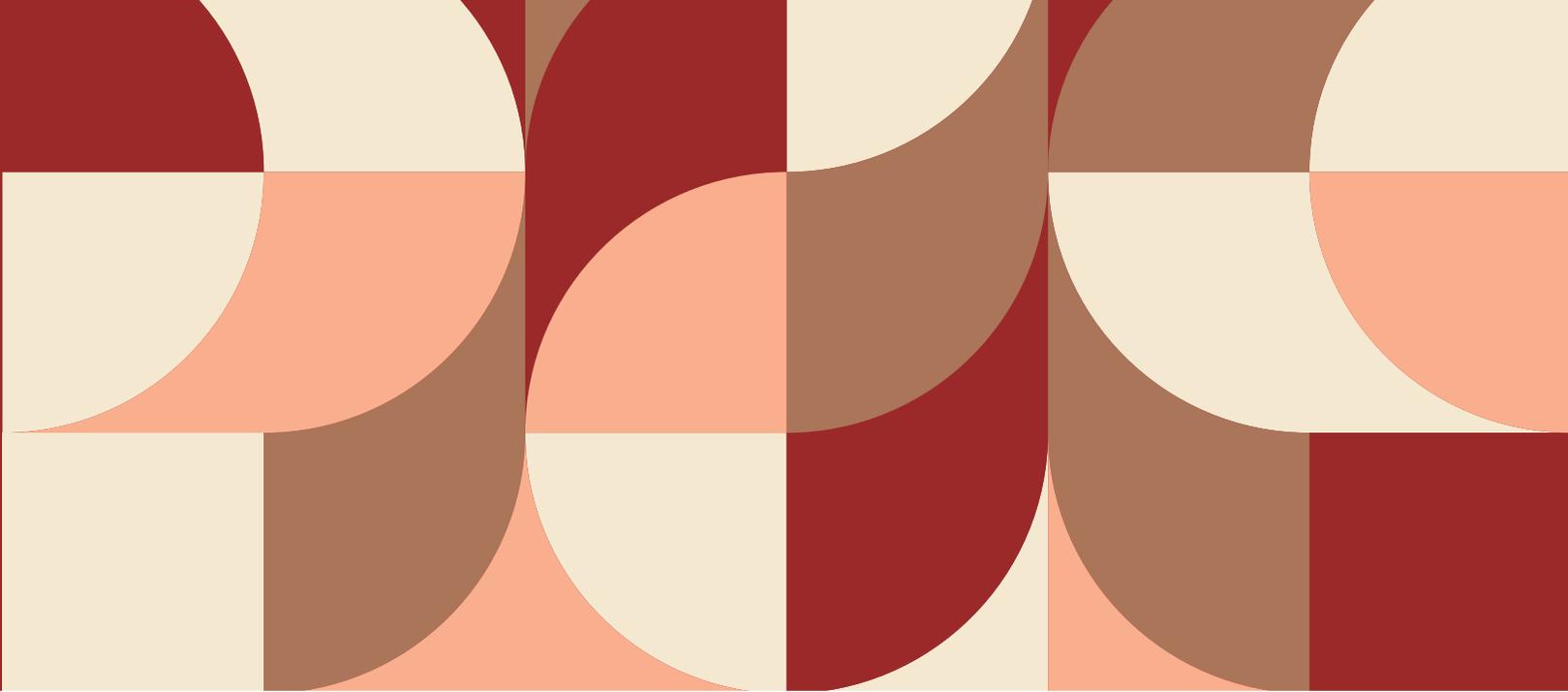
Impact IVM 指南 用户指南

01 Impact IVM 指南介绍	28
02 影响力识别 Impact Identification	30
03 影响力评估 Impact Valuation	39
04 影响力管理 Impact Management	56

Impact IVM 指南 用户指南

附录

01 风险调整表	62
02 世界银行国别收入分组	65
03 国家风险溢价	67
04 最终价值评估区间未来现金流折现率的计算	69
05 最终价值评估方法的差异	70



Impact Valuation
Research
影响力评估研究

01 研究背景

10

02 Impact IVM 指南介绍

13

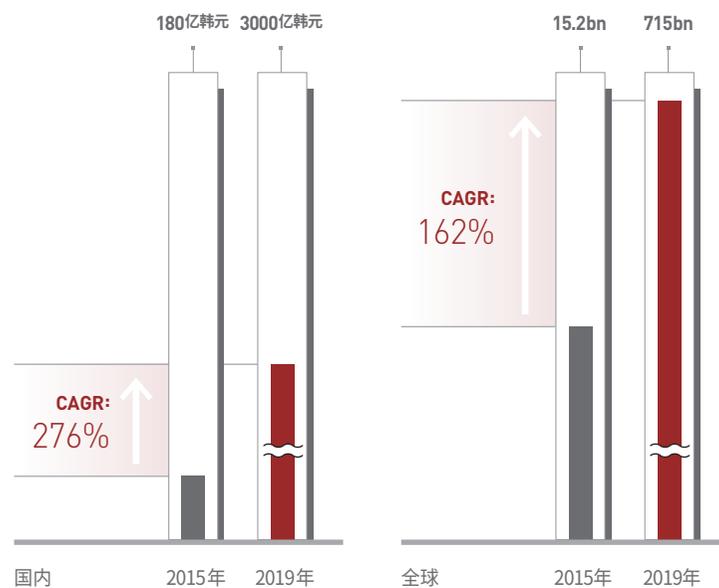


01

研究背景

启动全球影响力投资

- 2019年全球影响力投资将增至7150亿美元¹⁾
- 2019年韩国国内影响力投资规模将增至约3000亿韩元²⁾



1) Annual Impact Investor Survey 2016 & 2020, GIIN

2) 韩国成长金融, 韩国风险投资, 各影响力投资者网站等 CSES估算金额

对影响力评估和管理方法的需求

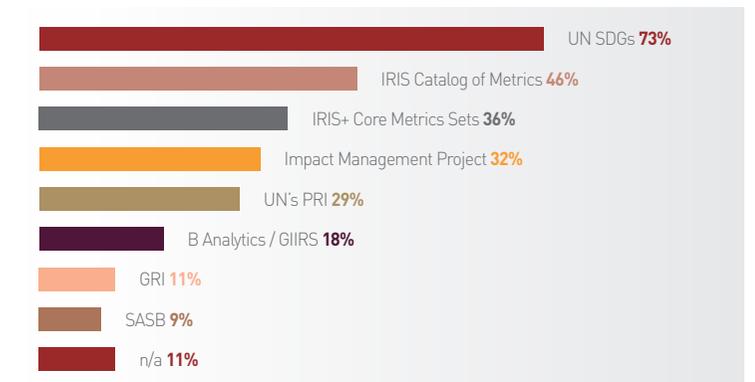
- 随着对影响力投资的关心不断升温, 对衡量和管理影响力投资绩效的原则和方法的需求也在增加
- 2021年8月, 首尔国际金融中心 (IFC) 公布了“影响管理运营原则”³⁾, 迄今已获得135个组织的支持和相应



3) The Operating Principles for Impact Management, IFC (www.impactprinciples.org/9-principles)

全球影响力投资者的影响力评估与管理现状

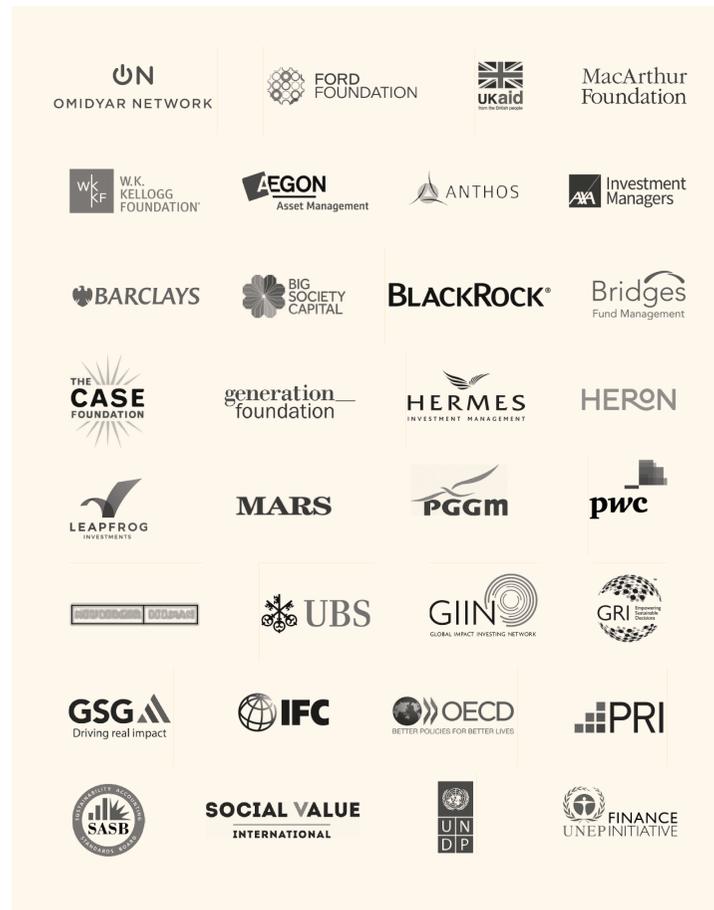
- 作为影响可持续发展目标 (SDGs) 的一部分, 衡量和管理影响或利用例如IRIS或IMP等外部工具



参与“影响力投资者调查的”294位影响力投资者, 多项选择

努力对影响力测量·
管理进行标准化

- 对于影响力投资领域的概念模糊性和易用性，消除测量·管理方法的复杂性和可比性的需求增加⁴⁾
- 2016年，以2000家影响力投资领域机构为核心的全球咨询机构IMP成立，以推动影响力投资理念和对评估·管理方法的进行标准化⁵⁾



4) UBS Investor Watch “Return on values”, 2018

5) Impact Management Project (<https://impactmanagementproject.com>)

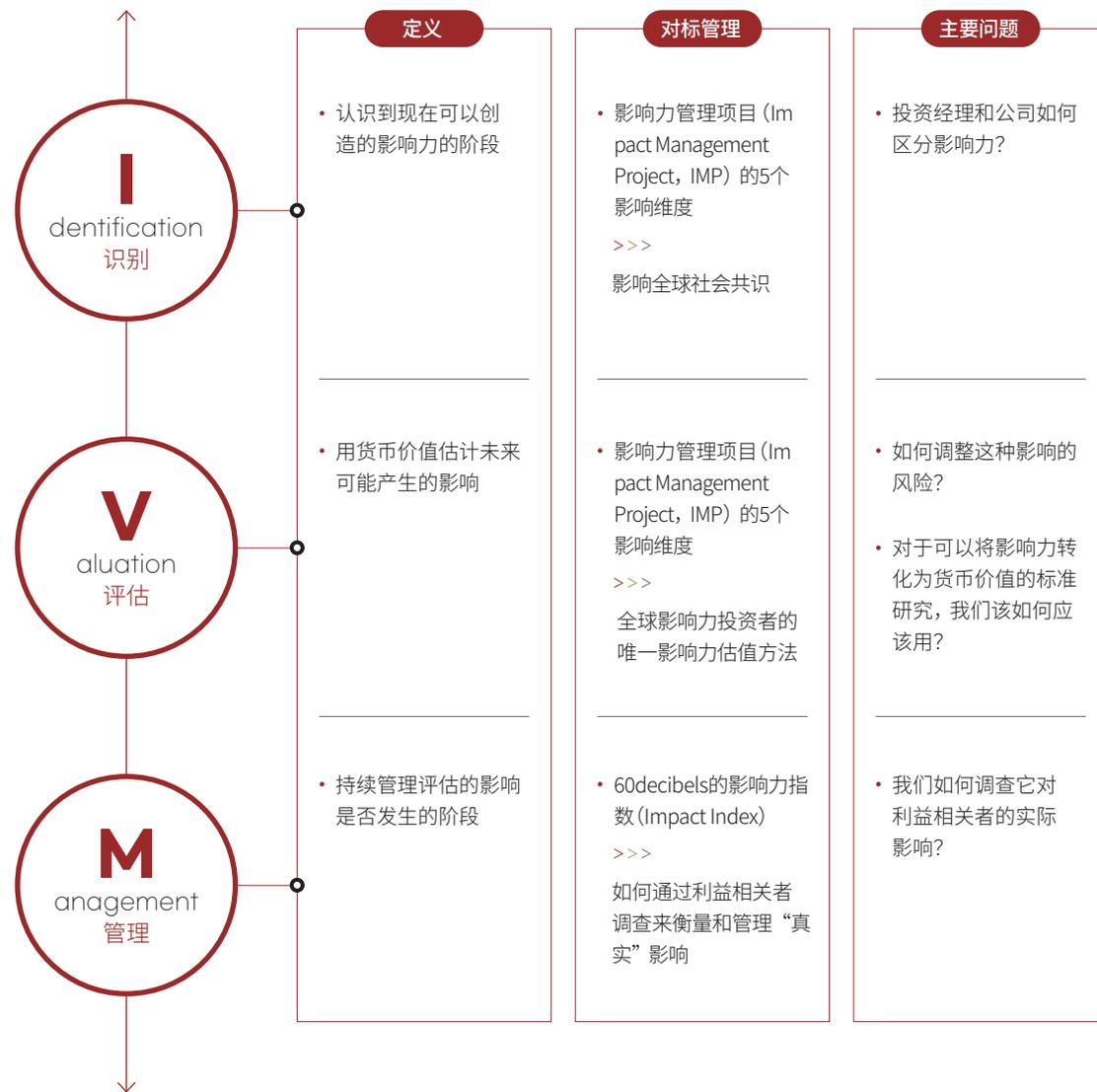
02

Impact IVM 指南介绍



概要

IVM指南分识别 (Identification)、评估 (Valuation) 和管理 (Management) 三个阶段开发



通过与利益相关者之间的交流, 不断重复影响力识别 (Identification)、评估 (Valuation) 和管理 (Management) 的步骤

识别阶段 (Identification)

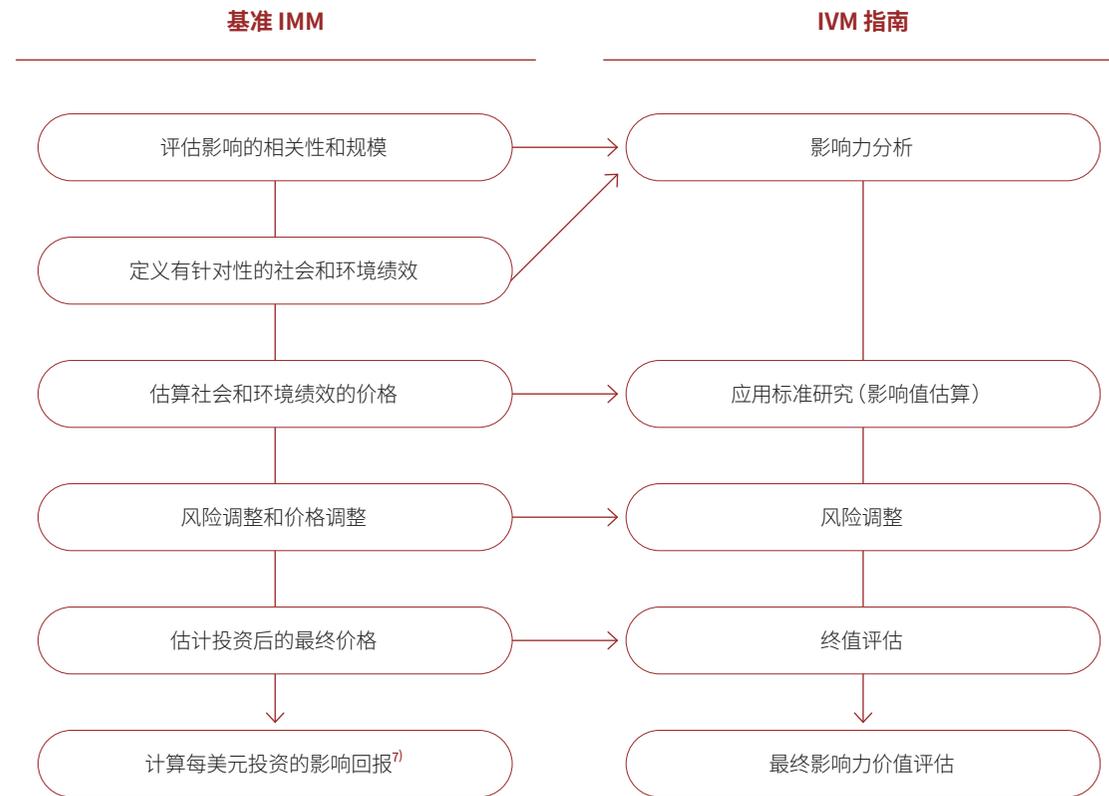
在识别 (Identification) 阶段, 通过对影响力管理项目 (Impact Management Project, IMP) 的5个维度进行基准测试, 从而定义和具体化公司创造的影响力

SPC ⁶⁾ 参加企业 Lumir 的影响力识别		
类别	分类	详细分类
1. What 什么	1-1 结果 Outcome	使用Lumir K (LED灯) 减少一氧化碳排放
	1-2 阶段性结果水平 Outcome Level in Period	一氧化碳排放11mg/h
	1-3 结果阈值 Outcome Threshold	一般的煤油灯, 一氧化碳排放量为1132mg/h
	1-4 结果对利益相关者的重要性 Importance of Outcome to Stakeholder	使用煤油灯会产生大量的空气污染物, 如一氧化碳
	1-5 SDGs and/or IRIS+ Impact Theme	联合国可持续发展目标 (SDGs) 7. 廉价和清洁能源; 8. 体面工作和经济增长
2. Who 谁	2-1 利益相关者 Stakeholder	由于电力渗透率低而使用煤油灯的居民
	2-2 地理边界 Geographical Boundary	该地区内电力普及率低的村庄
	2-3 基线结果水平 Outcome Level at Baseline	煤油灯一氧化碳排放量 × 住户数
	2-4 利益相关者特性 Stakeholder Characteristics	该地区每户家庭的月收入为1,704,000印尼盾
3. How Much 多少	3-1 规模 Scale	该地区约有410,000名居民用不上电
	3-2 深度 Depth	由于使用Lumir K, 一氧化碳排放减少了1121mg/h
	3-3 期间 Duration	Lumir K可使用约50,000小时
4. Contribution 贡献	4-1 深度&期间对比	如果不提供Lumir K, 则在印度尼西亚政府建立电网之前, 煤油灯的使用会排放大量一氧化碳
5. Risk 风险	5-1 风险类型和水平 Risk Type & Level	印尼政府安装电网导致不必要使用Lumir K的风险 - 低

6) 社会绩效奖励是衡量和奖励社会型企业解决社会问题的项目, 始于2015年, 使用货币价值评估, 到2021年累积有324家企业参与。

评估阶段 (Valuation)(1/2)

评估阶段 (Valuation) 使用The Rise Fund的IMM⁷⁾基准
预计公司在未来创造的影响力可以用货币价值来估算



7) The Rise Fund在每投资1美元产生2.5倍或以上的影响时会进行投资。

评估阶段 (Valuation)(2/2)

SPC参与企业Lumir的影响力评估 (Impact Valuation)				
过程	区分	影响力1	影响力2	影响力3
1. 影响力分析	1-1 什么 What	<ul style="list-style-type: none"> 使用Lumir K作为煤油灯的替代品 → 降低家庭燃料成本 → 可支配收入增加 	<ul style="list-style-type: none"> 使用Lumir K减少二氧化碳排放 → 减少温室气体排放 → 应对气候危机 	<ul style="list-style-type: none"> 使用Lumir K减少一氧化碳排放 → 减少室内空气污染 → 减轻呼吸系统疾病造成的经济负担
	1-2 谁 Who	<ul style="list-style-type: none"> Lumir K使用家庭 	<ul style="list-style-type: none"> 地球 	<ul style="list-style-type: none"> Lumir K使用家庭
	1-3 多少 How Much	<ul style="list-style-type: none"> 家庭使用Lumir K燃料成本节省量 × 销量 	<ul style="list-style-type: none"> 使用Lumir K的二氧化碳减排量 × 销量 	<ul style="list-style-type: none"> 使用Lumir K的一氧化碳减排量 × 销量
	1-4 贡献 Contribution	<ul style="list-style-type: none"> 如果不再供应Lumir K, 政府停止发放购买煤油的补贴, 不可避免地会增加无电网地区家庭的燃料成本 	<ul style="list-style-type: none"> 如果不再供应Lumir K, 使用煤油灯会持续排放二氧化碳 	<ul style="list-style-type: none"> 如果不再供应Lumir K, 使用煤油灯的家庭的室内暴露在二氧化碳之下
	1-5 风险 Risk	<ul style="list-style-type: none"> 通过与当地企业集团合作建立分销网络 → Lumir K分销网络的不确定性 - 低 地方政府电网供应缓慢 → Lumir K需求减少风险 - 低 		
2. 影响力货币化估算	2-1 设定参考研究	<ul style="list-style-type: none"> 每年节省燃料成本: 15.6美元/台 	<ul style="list-style-type: none"> 每年节省燃料成本: 约2.1美元/台 	<ul style="list-style-type: none"> 呼吸系统疾病经济负担: 564美元
	2-2 投资期内产品和服务的销售额	<ul style="list-style-type: none"> 投资期内 (5年) Lumir K预计销量: 1,725,000台 		
	2-3 影响力货币价值估计	<ul style="list-style-type: none"> 28,596,855美元 	<ul style="list-style-type: none"> 3,874,817美元 	<ul style="list-style-type: none"> 1,034,804,150美元
3. 反映风险因素和调整价值	3-1 风险调整	<ul style="list-style-type: none"> 风险防范评分: 59分 投资期内未来现金流折现率: 4.74% 	<ul style="list-style-type: none"> 风险防范评分: 49分 投资期内未来现金流折现率: 5.24% 	<ul style="list-style-type: none"> 风险防范评分: 47分 投资期内未来现金流折现率: 5.34%
	3-2 核算未来现金流折现率	<ul style="list-style-type: none"> 23,698,176美元 	<ul style="list-style-type: none"> 3,150,005美元 	<ul style="list-style-type: none"> 838,024,767美元

过程	区分	影响力1	影响力2	影响力3
4. 最终价值评估	4-1 值估计区间 折现率	<ul style="list-style-type: none"> • 投资期内未来现金流折现率：4.74% • 资本成本加权平均：0.76% • 最终价值估计区间折现率：2.75% 	<ul style="list-style-type: none"> • 投资期内未来现金流折现率：5.24% • 资本成本加权平均：0.76% • 最终价值估计区间折现率：3% 	<ul style="list-style-type: none"> • 投资期内未来现金流折现率：5.34% • 资本成本加权平均：0.76% • 最终价值估计区间折现率：3.05%
	4-2 最终价值估计 区间影响力价值	<ul style="list-style-type: none"> • 最终价值估计区间：5年 • 61,946,726美元 	<ul style="list-style-type: none"> • 最终价值估计区间：5年 • 8,333,035美元 	<ul style="list-style-type: none"> • 最终价值估计区间：5年 • 2,222,194,387美元
5. 最终影响力价值评估	5-1 最终影响力货币 价值估计	• 72,840,480美元	• 9,605,046美元	• 551,254,000美元
	总和	2,633,699,525美元		



参考 Lumir 的影响力故事



因为缺少照明而很难阅读的你，现在可以和5个朋友一起来阅读。

使用每台Lumir K油灯每年可节省15.6美元的燃料成本，
每年可减少排放0.17公斤导致呼吸系统疾病的一氧化碳。

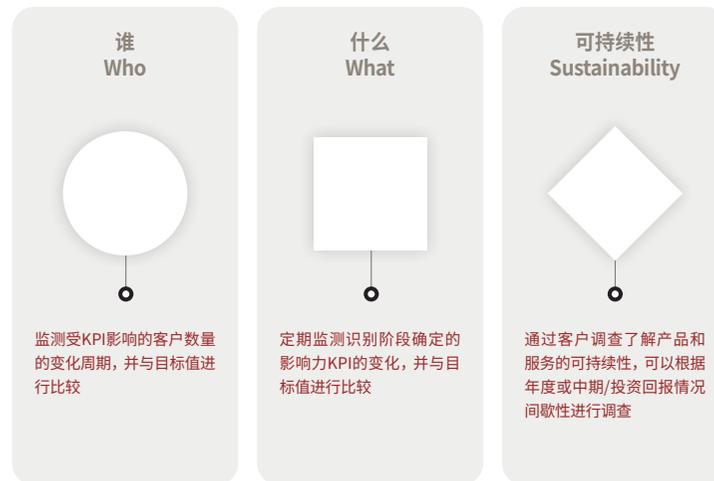
借助Lumir K油灯的影响，
您每年可以创造1527美元的价值。

你会成为照亮黑夜的暖光吗？

管理阶段 (Management)

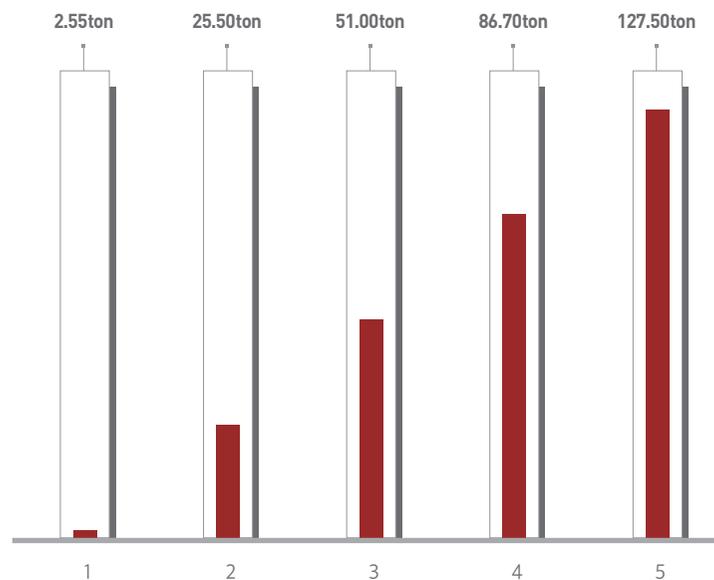
管理阶段以60decibels的影响力指数 (Impact Index) 为基准，跟踪管理识别阶段 (Identification) 设定的影响力KPI是否保持持续的创造。

管理框架
(Management Framework)



影响力管理示例

• 年度一氧化碳减排目标



参考 1 GIIN⁸⁾ 的 IRIS⁹⁾ 指标目录

可以衡量影响力投资的社会、环境和财务绩效的矩阵

区分	详细内容	关联数据
影响力分类 Impact Category	• 包括农业在内的17项影响	• 643个数据集，包括每个项目的定义、解释和相关参考资料 (截至 2020年 6月)
SDGs可持续发展目标	• 消除贫穷等17个可持续发展目标	
影响力维度 Dimension of Impact	• 什么 What • 谁 Who • 多少 (规模, 深度, 区间) How Much Scale, Depth, Duration • 贡献的深度 Contribution Depth	
运营影响力 Operational Impact	• 境政策 Environment Policies • 政府和所有者 Governance & Ownership • 社会政策与绩效 Social Policies & Performance	
产品服务影响力 Product Service Impact	• 质量和绩效 Quality and Performance • 数量和范围 Quantity and Reach	
重点/核心 Focus	• 环境 Environmental • 社会 Social	
投资 Investment Lens	• 性别 Gender • 人口统计学 Geographic Setting • 少数民族和残疾人 Minority and Disabled • 贫困线 Poverty Level • 中小企业 SMEs	
金融 Financials	• 资产负债表 Balance Sheet • 现金流 Cash Flow • 收入证明 Income Statement • 其他金融 Other Financial	

8) Global Impact Investing Network

9) Impact Reporting and Investment Standard

参考 2 Impact Management Project (IMP)

就当前为促进影响力测量和管理措施达成共识的论坛，目前有包括洛克菲勒基金会在内的2000多个相关组织参与¹⁰⁾

什么是影响力?

影响力是由组织引起的结果变化。影响可以是积极的或消极的、有意的或无意的。

影响力的5个维度

将企业的影响分为 A、B 或 C

维度	评估查找...	未知	重要的负面结果	重要的负面结果	重要的正面结果	重要的正面结果
□ 什么 What		未知	s重要的负面结果	重要的负面结果	重要的正面结果	重要的正面结果
○ 谁 Who		未知	多样的	不应当地	多样的	不应当地
☰ 多少 How Much	深度 Depth	未知	多样的	高度积极的变化	多样的	高度积极的变化
	规模 Scale	未知	多样的	多样的	多样的	受惠人数
	期限 Duration	未知	多样的	多样的	多样的	长期的
+ 贡献 Contribution		未知	多样的	可能相同或更好	可能相同或更好	可能更好
△ 风险		未知	多样的	多样的	多样的	多样的

影响力分类

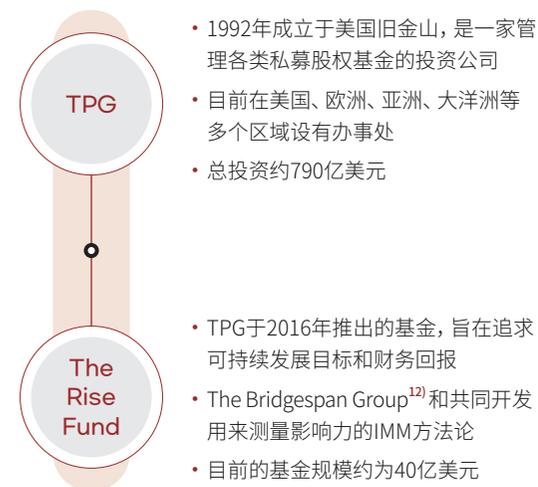


10) Impact Management Project (<https://impactmanagementproject.com>)

参考 3 The Rise Fund的影响力货币乘数 (Impact Multiple of Money, IMM)

在全球影响力投资者中，TPG的The Rise Fund使用IMM对影响力进行估值¹¹⁾

TPG的The Rise Fund



基准 IMM¹³⁾



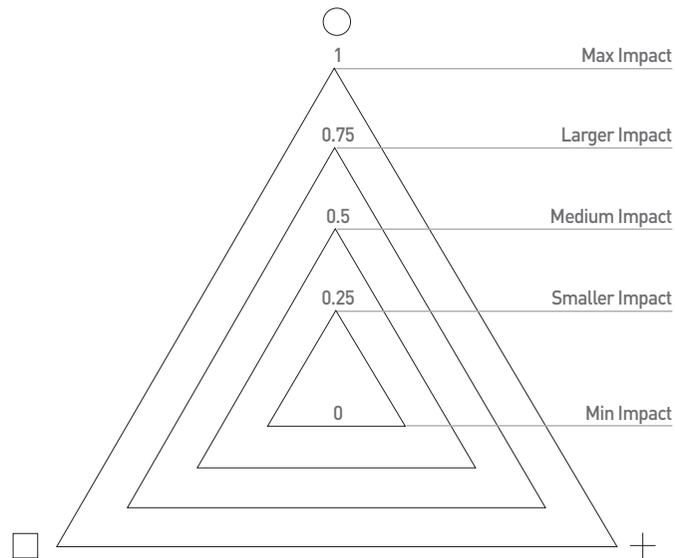
11) 社会价值研究院 (CSES) 对加入GIIN的，并已披露影响力衡量方法的影响力投资者中管理资产中值超过2900万美元的19家投资公司进行分析
 12) 贝恩 (Bain & Company) 公司创立的非营利组织管理咨询专业机构
 13) <https://hbr.org/2019/01/calculating-the-value-of-impact-investing>

参考 4 60decibels的 Impact Index

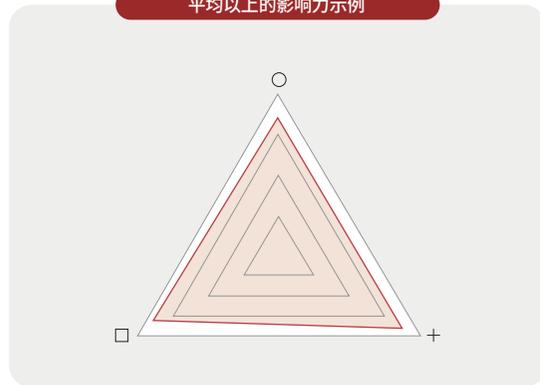
60decibels¹⁴⁾中, 影响力指数 (Impact Index)
被用于衡量和比较被投资公司的产品和服务对利益相关者的影响

影响力指标 Impact Index

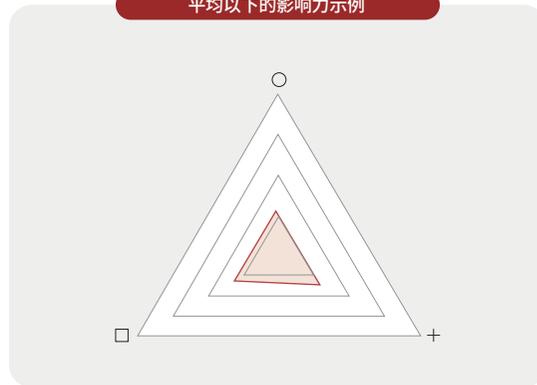
- 谁 Who
- 什么 What
- ✦ 贡献 Contribution



平均以上的影响力示例



平均以下的影响力示例



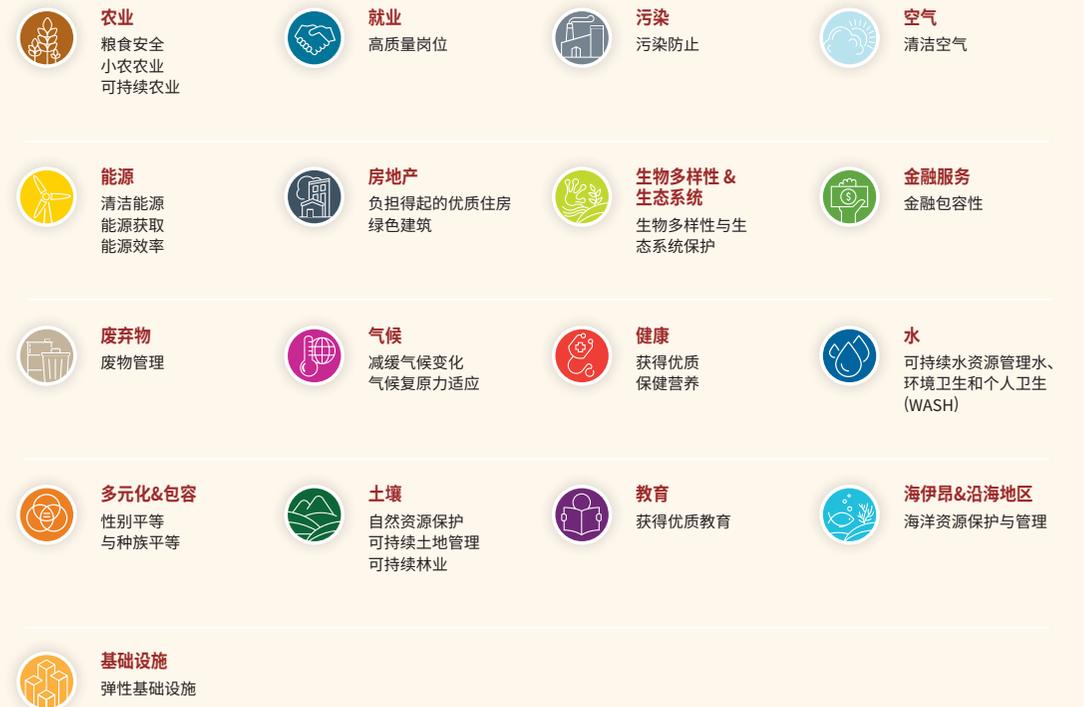
14) 作为从美国非营利影响基金分拆出来的独立影响力测量机构, 为发展中国家利益相关者开发了利用手机短信测量影响力的精益数据 (Lean Data), 在77个国家, 使用43种语言, 开展了641个精益数据项目。

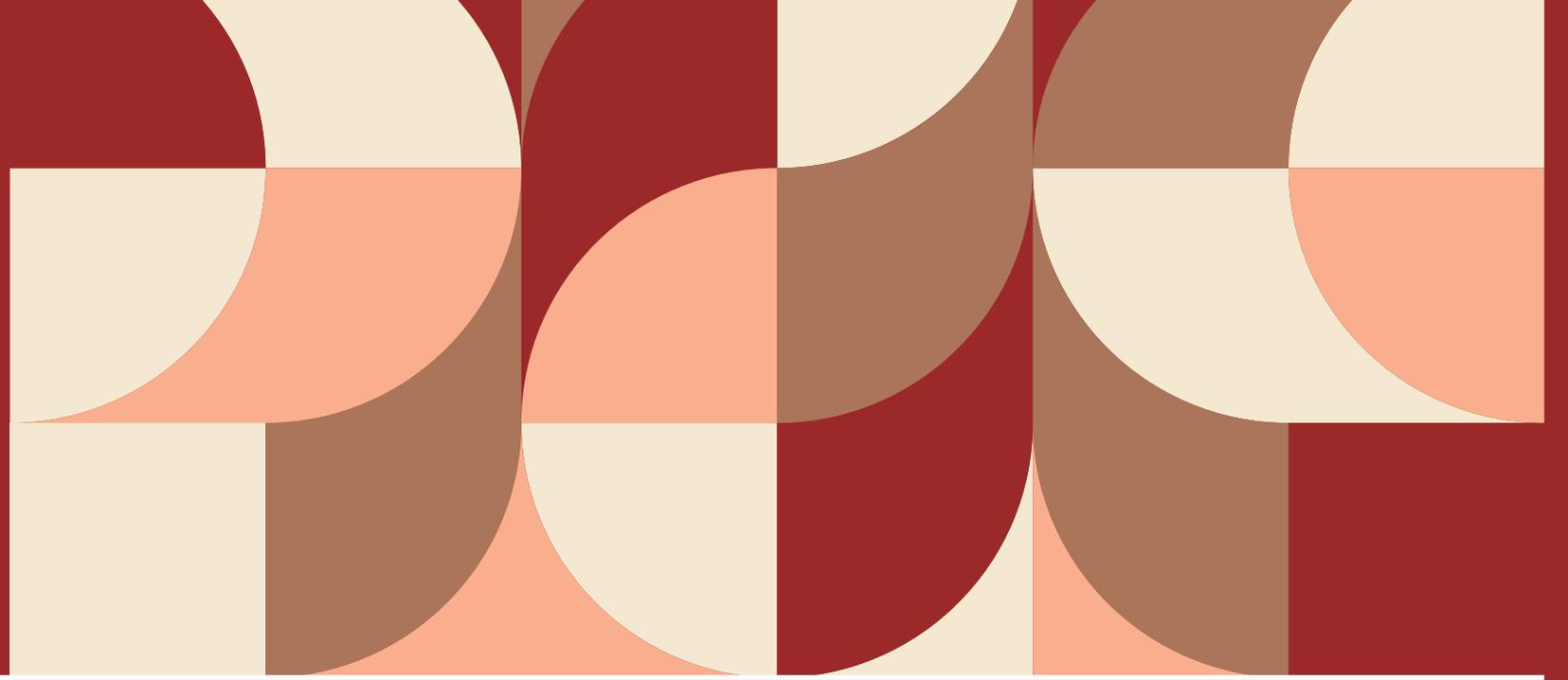
参考 5 UN的可持续发展目标 (SDGs) 和 IRIS+ 的 Impact Theme

UN的可持续发展目标 (SDGs)



IRIS+ 的影响力指标集 (Impact Theme)





Impact IVM 指南 用户指南



01	Impact IVM 指南介绍	28
02	影响力识别 Impact Identification	30
03	影响力评估 Impact Valuation	39
04	影响力管理 Impact Management	56

01

Impact IVM 指南介绍

Impact IVM 指南
背景

社会价值研究院 (Center for Social Value Enhancement Studies, CSES) 为影响力基金投资经理提供有关衡量被投资公司社会影响力的咨询。

我们长期以来开发了社会绩效评估 (Social Progress Credit, SPC) 评价体系, 被用来评价社会型企业的社会价值; 以及衡量SK集团公司的社会价值的双底线 (Double Bottom Line, DBL) 评价体系。使用这些评价体系, 评估被投资方企业的社会价值。

然而, 由于SPC衡量体系和DBL衡量体系都是对企业在“过去”创造的社会价值进行“后测”, 很难对企业在“过去”创造的社会价值进行“预估”。为了改善这一点, 我们开发了“影响力IVM (Identification 识别、Valuation 评估、Management 管理)”, 用于可以识别、评估和管理公司在整个投资过程中产生的影响力。评价贯穿整个投资过程, 如影响力投资尽职调查 → 审议 → 后续管理等。

影响力IVM指南是一种工具方法论, 借助统一的管理语言帮助投资者 (LP) - 经理 (GP) - 公司之间顺畅沟通。因此, 它的结构使得与影响力投资相关的利益相关者可以针对资源和时间投入相关的影响力进行有效地评估和管

理。此外, 我们尽可能采用IMP (Impact Management Project) 等全球影响力投资界认可的方法, 使影响力测量的结果能够与外界保持一致性。

示例中使用的数据是来自Lumir公司。Lumir公司参与了社会价值研究院的社会绩效评估项目, 示例是其进行的试点测量的结果, 用来检验IVM指南的可能性。在取得Lumir公司的同意下, 下使用了一些试点的结果作为示例, 以帮助用户更好地理解本手册。



02

影响力识别 Impact Identification

概要

影响识别是定义和识别公司业务活动产生的影响力的阶段。影响识别阶段的目的是通过检查影响的区域、类型、受益人和范围，建立影响力KPI（关键绩效指标）。社会价值研究院利用IMP中2200家机构一直赞同的5个影响维度作为建立企业影响KPI的工具。

影响力5个维度分别包含什么、谁、多少、贡献和风险（What、Who、How much、Contribution 和 Risk）分析了影响的特征。



表1 | Impact Identification 影响力识别概要

维度	组成因子	说明
1. What	1-1 结果 outcome	企业试图通过产品和服务解决的社会问题
	1-2 阶段性的结果水平 Outcome Level in Period	一定时期内，企业通过提供产品和服务所能解决的社会问题的水平或程度
	1-3 结果阈值 Outcome Threshold	判断社会问题解决程度为正(+)的最低标准
	1-4 结果对利益相关者的重要性 Importance of Outcome to Stakeholder	从关键利益相关者的角度解决社会问题的重要性
	1-5 SDGs and/or IRIS+ Impact Theme	将公司试图解决的社会问题和联合国可持续发展目标 (SDGs) 或IRIS+的影响主题进行匹配
2. Who	2-1 利益相关者 Stakeholder	公司试图解决的、正在经历该社会问题的利益相关者
	2-2 地理边界 Geographical Boundary	公司试图解决的、正在经历该社会问题的利益相关者的地理位置
	2-3 基线结果水平 Outcome Level at Baseline	在引入公司产品和服务之前，利益相关者所经历的社会问题的水平
	2-4 利益相关者特性 Stakeholder Characteristics	利益相关者的人口、社会经济和行为特征

维度	组成因子	说明
3. How Much	3-1 规模 Scale	经历公司所创造的影响力的利益相关者的数量，或产品和服务的销量
	3-2 深度 Depth	利益相关者在引入公司产品和服务之前和之后所经历的社会问题解决水平的差异
	3-3 期间 Duration	利益相关者所经历的影响将持续的预期时间
4. Contribution	4-1 深度对比 Depth Counterfactual	当公司的产品和服务没有在市场上销售的情况下，通过市场上已经存在的产品和服务、社会制度和政策可以解决的社会问题的水平
	4-2 期间对比 Duration Counterfactual	在公司的产品和服务没有在市场上销售的情况下，通过市场上已经存在的产品和服务、社会制度和政策可以解决的社会问题的持续时间
5. Risk	5-1 风险类型 Risk Type	<ul style="list-style-type: none"> 与预期不同，导致公司无法解决社会问题的风险因素类型
	5-2 风险水平 Risk Level	<ul style="list-style-type: none"> 与预期不同，造成公司无法解决社会问题的风险因素水平



What

这是识别公司创造的影响力并判定其为正面或负面以及重要性的过程。为了弄清楚“什么 (what)”，我们着眼于以下五个因素：

| 表2 | What 概要

维度	组成因子	说明
What	结果 Outcome	公司试图通过产品和服务解决的社会问题
	阶段性结果水平 Outcome Level in Period	在一定时期内，通过企业的产品和服务所能达到的对社会问题解决水平或程度
	结果阈值 Outcome Threshold	判断社会问题解决水平为正 (+) 的最低标准
	结果对利益相关者的重要性 Importance of Outcome to Stakeholder	从关键利益相关者的角度解决社会问题的重要性
	UN SDGs and IRIS+ Impact Theme	将公司试图解决的社会问题和联合国可持续发展目标 (SDGs) 或 IRIS+ 的影响主题进行匹配

1 Outcome

记录公司希望通过产品和服务解决的社会问题。

示例

通过替换 Lumir K (LED灯) 煤油灯减少二氧化碳排放

2 Outcome Level in Period

记录一定时期内，企业通过提供产品和服务所能达到的社会问题的解决水平

示例

替换使用 Lumir K 煤油灯后，每年可减少 350kg/台的二氧化碳排放量

3 Outcome Threshold

记录判断社会问题解决水平为正 (+) 的最低标准。标准可以大致分为两类：基于标准的和基于结果的。

示例

- 基于标准：国家和国际公认标准，韩国单户每月最低生活费/1百万韩元（约5200元）
- 基于结果：基于相关行业的基准或实验结果，行业煤油灯二氧化碳排放量397公斤/台（假定使用时间为8小时/天）

4 Importance of Outcome to Stakeholder

从利益相关者的角度，真实地记录解决社会问题的重要性

5 UN SDGs and IRIS+ Impact Theme

将公司试图解决的社会问题和联合国可持续发展目标（SDGs）或IRIS+的影响主题进行匹配，并记录。

示例

- Lumir K:
- 联合国SDGs 目标7. 廉价和清洁能源
 - IRIS+影响力指标8. 清洁能源

Who

探究经历公司所创造的影响力的利益相关者的类型、位置和特征的过程。为了确定“谁（who）”，我们着眼于以下四个因素：

表3 | Who 概要

维度	组成因子	说明
Who	利益相关者 Stakeholder	正在经历公司所试图解决的社会问题的利益相关者
	地理边界 Geographical Boundary	正在经历公司所试图解决的社会问题的利益相关者的地理位置
	基线结果水平 Outcome Level at Baseline	在引入公司产品和服务之前，利益相关者所经历的社会问题水平
	利益相关者特性 Stakeholder Characteristics	利益相关者的人口、社会经济和行为特征

1 Stakeholder

将正在经历公司所试图解决的社会问题的利益相关者分为两类（主要和整体）。根据社会问题的性质，在实例中，将“地球”归类为关键利益相关者。

示例

- 主要（直接）利益相关者：地球、使用Lumir K的家庭
- 整体（间接）利益相关者：Lumir K使用家庭的邻居，替代电源照明的B2C商家

2 Geographical Boundary

记录正在经历公司试图解决的社会问题的利益相关者的地理位置。建议将地理位置细分到您计划开展业务的区域。

示例

印度尼西亚加里曼丹地区

3 Outcome Level at Baseline

记录公司产品和服务推出前，利益相关者经历的社会问题水平。

示例

煤油灯年CO₂排放量：397kg/台（日平均使用时间 8小时/天）

4 Stakeholder Characteristics

从人口统计、社会经济学和行为研究方面进行分析后，记录利益相关者的特征。

示例

- 人口统计学特征：加里曼丹无电力地区有100万人
- 社会经济特征：月收入不超过1,430,000印尼盾（约630元）的低收入阶层
- 行为特征：重复购买廉价产品的消费模式，即使在有替代照明灯的情况下也仍然使用煤油灯

How Much

确定企业通过产品和服务试图解决的社会问题的利益相关者的规模、社会问题解决的程度和持续时间。为了确定“多少”，我们着眼于以下三个因素：

表4 | How Much 概要

维度	组成因子	说明
How Much	规模 Scale	经历了公司创造的影响力的利益相关者的数量, 或产品和服务的销量
	深度 Depth	在公司产品和服务推出前后, 利益相关者所经历的社会问题解决水平的差异
	期间 Duration	利益相关者所经历的影响, 其预计持续的时间

1 Scale

在投资期间内, 记录公司为解决社会问题而销售的产品和服务的小狼, 或使用该产品和服务的利益相关者的数量。

示例

5年内计划售出1,725,000台

2 Depth

公司产品和服务投放市场前后社会问题解决水平的差异

示例

记录公司的产品和服务投放市场前后, 社会问题解决水平的差异。

3 Duration

写下公司产品和服务持续可用的时间。记录预计的可持续使用的时间。建议以一种产品或服务为基准, 记录可持续使用的时间。如果同样的状态保持相当长的时间, 比如学习能力或者工作能力, 又或者没有恢复到以前的状态, 记录教育机构或工作场所的时间长度。

示例

Lumir K油灯预期寿命: 50,000 小时

+ Contribution

这是在公司的产品和服务未在市场上销售的情况下, 通过预估将产生的影响力, 来检查公司对解决特定社会问题的贡献的阶段。

为了确定“贡献”, 着重于两个因素。请注意, 这两个元素可以不加区分合计再一起。

表5 | Contribution 概要

维度	组成因子	说明
Contribution	深度对比 Depth Counterfactual	在公司的产品和服务尚未销售的情况下, 通过市场、社会制度和政策等已经存在的产品和服务可以解决的社会问题的水平
	期间对比 Duration Counterfactual	在公司的产品和服务没有在市场上销售的情况下, 通过市场上已经存在的产品和服务、社会制度和政策可以解决的社会问题的持续时间

1 Depth Counterfactual

在公司的产品和服务没有在市场上销售的情况下, 定性地记录可以通过市场上已经存在的产品和服务、社会制度和政策来解决的社会问题的水平。

示例

截至到2024年, 印尼政府领导的电网建设项目仍在进行中, 但大部分土地位于群岛地区, 因此建设进度非常缓慢 (完成30%)。此外, 虽然可以使用便携式发电机, 但由于价格高昂, 预期使用煤油灯的家庭数量会减少。

2 Duration Counterfactual

在公司的产品和服务没有在市场上销售的情况下, 定性地记录可以通过市场上已经存在的产品和服务、社会制度和政策来解决的社会问题的持续时间。

示例

印尼政府主导的电网建设项目极有可能在2024年之前无法完成, 因此预计2024年后, 在没有电力供应的地区仍然将继续使用煤油灯。

Risk

风险，是与预期不同，造成公司无法解决社会问题的情况的因素。这是一个预先估计风险因素和水平的过程。为了确定“风险”，将着重考虑两个因素：请注意，这两个元素可以毫无区别地写在一起。

表6 | Risk 概要

维度	组成因子	说明
Risk	风险类型 Risk Type	与预期不同，导致公司无法解决社会问题的风险因素类型
	风险水平 Risk Level	与预期不同，造成公司无法解决社会问题的风险因素水平

1 Risk Type

与预期不同，定性地记录造成企业无法解决社会问题的九大类型。这九大类型是：

2 Risk Level

与预期不同，定性地记录了造成公司无法解决社会问题的情况的九种风险因素的等级。风险等级分为三个等级（高、中、低），并真实地记录如此判定的理由。

示例

Stakeholder Participation Risk – 低 /

自2017年以来，经过实地测试并不断征求用户反馈，98%的用户表示将持续地使用Lumir K

Execution Risk – 低 /

通过确保当地的分销网络，预计能够在五年内实现我们的目标销量

**Risk Type
风险类型**

01 证据风险 Evidence Risk
没有解决社会问题的有效依据的可能性

02 外部风险 External Risk
存在阻碍社会问题解决的外部因素的可能性

03 利益相关者参与风险 Stakeholder Participation Risk
误解或未考虑利益相关者的需求或期望的可能性

04 断层风险 Drop-off Risk
社会问题解决无法持续维持的可能性

05 效率风险 Efficiency Risk
通过投入比预期更少的资源解决社会问题的可能性

06 执行风险 Execution Risk
为解决社会问题而计划的业务活动可能无法正确执行

07 定位风险 Alignment Risk
公司的商业模式和社会问题解决不存在关联的可能性

08 耐力风险 Endurance Risk
在解决社会问题所需的时间内，业务无法继续进行的可能性

09 意外风险 Unexpected Risk
社会问题可能因意外的积极因素而得到解决，又或社会问题可能因消极结果而难以解决

03

影响力评估 Impact Valuation

概要

影响力评估 (Impact Valuation) 是以货币价值的形式评估公司在未来所创造的影响力的阶段。目前，大多数全球影响力基金经理并不将影响力转化为货币价值进行评价。

由美国 TPG 的 Rise Fund 与 The Bridgespan Group 联合开发的 IMM (Impact Multiple of Money) 是唯一以货币价值估算影响力的方法。

在以 IMM 为基准的影响评估阶段 (Valuation) 中，将“投资期间将发生的影响”和“投资后期间将发生的影响”换算为货币价值，进行评估的顺序如下。

图1 | 影响力评估 (Impact Valuation) 顺序



通过上述步骤，从保守的角度，使用货币价值来评估公司未来将产生的影响力。详细信息，请参阅每个步骤的说明。

影响力分析

影响力分析将通过识别阶段 (Identification) 分析公司的影响力KPI, 将可能发生的积极变化设置为“影响力 (What)”。然后, 随后对谁 (who)、多少 (How much)、贡献 (Contribution) 和风险 (Risk) 进行影响力分析。

1 What

“影响力 (Impact)”被定义为随着结果 (Outcome) 的发生, 在很长一段时间内会发生的积极变化。

示例

如果影响KPI是“减少二氧化碳排放”, 则将影响力设定为通过减少温室气体排放来“应对气候危机”

如果影响KPI是“减少一氧化碳排放”, 则将影响力设定为减少室内空气污染, 以减轻呼吸系统疾病造成的经济负担

2 Who

经历上述影响的利益相关者。

示例

如果影响是“气候危机应对”时, 利益相关者: 地球

如果影响是“减轻呼吸系统疾病造成的经济负担”, 利益相关者: 使用 Lumir K的家庭

3 How Much

鉴于评估 (Valuation) 的最终目的是影响力的货币化价值, 我们制定了估计影响力大小和规模的公式。

示例

如果影响是“气候危机应对”
年CO₂排放许可价格×LED灯销量

如果影响是“减轻呼吸系统疾病造成的经济负担”:
呼吸系统疾病造成的经济负担×Lumir K使用家庭数

4 Contribution

计算在没有公司产品和服务的情况下产生的影响, 用来描述公司对解决社会问题的贡献程度。

5 Risk

风险被定义为公司产生的影响将不同于预期的不确定性, 要对风险因素和水平进行记录。

参考研究应用

各影响力基金经理投资公司期间, 要将参考研究 (Anchor Study¹⁾) 应用于将可能的影响力转化为货币价值的过程。“参考研究应用”将按以下顺序进行。

1 探索参考研究

首先, 探索公司的影响力以货币价值表示的参考研究。在Google Scholar、American Economic Association、DBPIA、中国知网等研究网站进行探索, 又或者联合国、美国环境保护署 (EPA), 以及环境政策评估研究所等政府机构、研究数据网站, 也可在碳信用交换网站进行搜索。

2 货币价值的推导

使用从标准研究中发现的货币价值数据, 推导出每个影响单元的货币价值。但是, 由于参考研究数据收集时间和当前估值所处时间可能不同, 因此必须应用通货膨胀率和GDP增长率来对当前货币价值进行调整。

示例

以海外事业认证的碳信用额的价格 (37,600韩元) 为根据,

- Lumir K油灯每年减少的二氧化碳排放量: 1.7 美元/台
- 印度尼西亚30岁以上成人慢性阻塞性肺疾病的经济负担: 454~881美元 (Arcenas, Agustin, et al. (2010))

3 设定投资期内的预期客户数量和销量

设定公司在投资期内预期达成的客户数量或产品和服务的销量, 根据公司计划和预测的销售数据, 要提供最少的有根据和说服力的理由。

1) 将被投资公司的影响力转化为货币价值所需的高质量参考文献

示例

今后5年Lumir K油灯的预期销量：1,725,000台

单位：个

产品/服务	2021	2022	2023	2024	2025
Lumir K油灯	15,000	150,000	300,000	510,000	750,000

④ 投资期内影响力的货币价值估算

通过基准研究计算得出的估计的影响力货币价值指标 (Proxy) 乘以投资期内预计的客户数量，或者乘以产品和服务的销量来评估投资期内影响力的货币价值。

示例

缓解呼吸系统疾病造成的经济负担的影响力的货币价值指标：564美元

Lumir K油灯5年的预期销量：1,725,000台

缓解呼吸系统疾病造成的经济负担的影响力货币价值评估：1,034,804,150美元

单位：美元

年度	2021	2022	2023	2024	2025	总计
预期销量(①)	15,000	150,000	300,000	510,000	750,000	1,725,000
影响力指标(②)	564	575.28	586.79	598.52	610.49	
影响力货币化价值 (①×②)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169	1,034,804,150

风险调整

风险调整 (Risk Adjustment) 主要目的是调整之前估计的货币价值。基于标准研究估计的影响力的货币价值存在无法适用当前情况，或者公司的业务活动和影响力创造存在可能不会完全按计划发生的不确定性的情况，需要进行风险调整。

IVM指南中风险调整分为以下三个阶段。



导出风险防范评分

风险防范评分，是以IMP的五大影响力维度和瑞斯基金货币影响力货币乘数为基准，由社会价值研究院和研究人员 (Eun-Jeong Yeo教授和Tae-Hyun Kim教授) 共同开发的风险调整体系计算得出。

IVM指南将风险因素分为以下五类，并根据满分100分对每个因素赋予不同的加权分数。说明及详细公式请参考附录1。

① 参考研究质量 - 25分

② 参考研究与产品/服务/商业活动之间的相似性 - 25分

③ 社会和经济背景的相似性 - 20分

④ 意外的外部变量的出现可能性 - 20分

⑤ 影响力创造过程被打断的可能性 - 10分

① 参考研究的质量

参考研究的质量被用来判断参考研究数据的可靠性。这是因为，当参考研究的代理指标被低估或高估时，它对影响力评估的可靠性有很大的影响。

参考研究质量的定量评价分为国外和国内评价。以海外标准研究为例，国际期刊的影响力和重要性代表数据库SJR (SCImago Journal Rank) 的四区中，根据标准研究所属的组，以25分制进行评分。

仅在韩国发表的参考研究，发表参考研究的期刊被分为优秀、注册或国家提名期刊，以18分为满分给予评分。您可以在SJR和韩国国家研究基金会网站上查看发表参考研究的期刊的等级²⁾。

由于在韩国获得优秀评价的参考研究也经常在海外期刊上发表，对在海外和国内期刊发表的论文进行了不同的评分。国内外材料中未在学术期刊上发表的材料归为“其他”，分数为8分。

2) www.scimagojr.com/journalrank.php
www.nrf.re.kr/biz/journal/
view?menu_no=13

表7 | 参考研究的质量评价基准

SJR 4区评分	
25分	Q1 (上位25%以内)
25分	Q2 (上位25~50%)
15分	Q3 (下位50~75%)
10分	Q4 (下位75%以下)
8分	其他 (政府部门和国际组织提供的数据、公司实验数据等)
根据研究基金会是否注册的评分	
18分	研究基金会优秀注册学术期刊
14分	研究基金会注册学术期刊
10分	研究基金会注册候选期刊
8分	其他 (政府部门和国际组织提供的数据、公司实验数据等)

示例

评估Lumir K的案例中，呼吸系统疾病造成的经济负担的减缓影响的参考研究，它对应于SJR四区中的第四区

► 因此赋予10分

2 参考研究与产品/服务/商业活动之间的相似性

通过比较政策措施和随机对照处理 (Randomized Control Treatment) 等参考研究的结果，企业的产品和服务与业务活动的相似性，与参考研究的结果相似，企业的产品和服务有助于解决社会问题的可能性，在满分为25分的基础上进行评估。评估方式是，评价产品和服务的相似性 (满分15分) 和业务活动的相似性 (满分10分)，然后求和。

使用韩国知识产权局的“相似产品和服务审查标准”³⁾来评估产品和服务的相似性，满分为15分。相似产品服务评价标准通过产品 (G) 和服务 (S) 的字母后跟4~6位数字的相似度对产品和服务的相似性进行评价。此外，由于该标准是基于商品和服务分类的国际标准尼斯分类⁴⁾制定的，因此即使标准研究中描述的比较对象是海外商品和服务，也同样适用。

3) www.kipo.go.kr/kpo/HtmlApp?c=3089 &catmenu=m04_02_02 参考

4) 这是根据NICE商标注册商品和服务国际分类协定建立的体系，1998年3月1日之后在韩国引入的商品分类标准

可在韩国知识产权局网站上找到类似产品和服务的审查标准⁵⁾。搜索需要比较的产品或服务，然后比较相似组的代码。

此外，使用以下三个因素，用10分制的量表对业务活动的相似性进行定性评估，然后与产品和服务相似性得分相加。



之所以这样设置的原因是，即使一个公司的产品和服务具有相同的参考研究的主题和类型，也会根据以上三个要素而产生不同的影响力。同时，以上三个要素无法进行量化评估，只能根据用户的定性分析判断并评估。

表8 | 参考研究与产品和服务相关性的评估标准

产品·服务的相似性	
15分	产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号+韩国分类产品/服务“组”编号+所有分支编号，相同
10分	产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号+韩国分类产品/服务“组”编号，相同
5分	产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号，相同
业务活动的相似性	
10分	所有三个要素都相似时
7分	两个要素都相似时
4分	一个要素相似时

示例

以Lumir K油灯为例，减轻因呼吸系统疾病减而导致的经济负担的影响力

<产品/服务相似度> - 0分，完全不相似

- 参考研究：炭火盆、家用柴火炉：G2801
- 公司产品与服务：LED灯系列代码：G3902

5) www.kipo.go.kr/kpo/HtmlApp?c=31064&catmenu=m06_07_03_01&version=11

<业务相似度> - 7分

- 业务相似性 - 不相似
 - 参考研究: 烹饪燃料和烹饪用具
 - 公司产品与服务: 食用油LED灯照明灯具
- 目标受众的相似性 - 相似
 - 参考研究: 所有家庭成员
 - 公司产品与服务: 所有家庭成员
- 预期可用性 - 类似
 - 参考研究: 日常用作炊具和燃料用
 - 公司产品与服务: 无电网地区日常使用

▶ 参考研究与产品/服务之间的相关性得分为7分

③ 社会和经济背景的相似性

由于社会和经济条件(生活习惯、购买力、消费者行为等)的差异,公司的影响可能与参考研究的结果不尽相同,因此需要实现评估社会和经济条件的相似性。在评估时,社会背景相似度和经济背景相似度的满分均为10分,评价后两者相加。

首先,对社会背景下的相似性进行评估时,公司产品和服务销售所在国家,以及作为参考标准的国家,对两者的城市人口比例进行比较。城市人口比例使用世界银行开放数据(World Bank Open Data)⁶⁾进行比较。

在世界银行开放数据网站上选择城市人口比例后,搜索并比较要比较的国家的城市人口比例。

表9 | 社会背景相似性评价标准

按城市人口比例计分	
10分	城市人口比例差异小于10%
8分	城市人口比例差异大于11%并小于20%
6分	城市人口比例差异大于21%并小于30%
2分	城市人口比例差异大于31%并小于40%
0分	城市人口比例差异大于41%并小于50%

6) <https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS> 参考

示例

仍以Lumir K油灯为例,由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻,所使用的参考研究

- 参考研究的案例分析对象国: 印度尼西亚
- Lumir K销售地区: 印度尼西亚
- 由于参考研究的案例研究对象国家,和公司产品和服务的销售国家相同,同为印度尼西亚,因此城市人口比例完全一致

▶ 所以社会背景的相似性为10分

经济背景的相似性,参考世界银行的国家分类组⁷⁾,按收入进行评估,如下所示。

• 低收入经济体: 人均GDP1,035美元以下

• 中低收入经济体: 人均GDP1,036~4,045美元

• 中高收入经济体: 人均GDP4,046~12,535美元

• 高收入经济体: 人均GDP12,536美元以上

世界银行按收入划分的国家组详细情况见附录2。为方便用户,附录2列出了按收入划分的经济体,但是该指标会不断变化,因此请参考官方数据为准。

表10 | 经济背景相似性评价标准

按照收入水平计分	
10分	属于相同收入经济体
7分	国家间收入差别为1个阶段
4分	国家间收入差别为2个
1分	国家间收入差别为3个阶段

7) <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-country-and-lending-groups> 参考

示例

仍以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，所使用的参考研究

- 案例分析参考研究对象国：印度尼西亚
- 公司产品和服务经销国家：印度尼西亚

▶ 所以经济背景的相似性为10分

▶ 所以社会·经济背景的相似性为20分

4 意外的外部变量的出现可能性

评估由于其开展业务所在国家的政治和社会因素而导致公司无法销售其产品和服务的情况的可能性。这是因为如果出现公司难以销售产品或服务或用户因制度、法律、监管和政治环境而无法再使用产品或服务的情况，则很难创造影响力。

为此，使用考虑宏观经济和政治系统的国立孔子学院以10分制进行评估。有关国家风险溢价的信息来自纽约大学金融学教授阿斯瓦斯·达莫达兰(Aswath Damodaran)，达莫达兰以著作《叙事与数字》(Narrative and Numbers) 而闻名。

国家风险溢价的详细情况见附录3。为方便用户，附录3列出了主要国家的国家风险溢价，但是该指标会不断变化，因此请参考官方数据⁸⁾为准。

表11 | 出现意外的外部变量的可能性的评价标准

根据国家风险溢价计分

20分	国家风险溢价 - $0 < 0.35\%$ (上位25%)
15分	国家风险溢价 - $0.35\% < 0.77\%$
10分	国家风险溢价 - $0.77\% < 1.5\%$ (下位25%)
5分	国家风险溢价 - $> 1.5\%$

示例

以Lumir K油灯发售国家印度尼西亚为例
- 国家风险溢价 1.84%

▶ 因此得分为5分

8) http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html 参考

5 影响力创造过程被打断的可能性

当产品或服务的使用寿命结束时，可能无法通过产品或服务产生影响力。为了评估这个案例，我们将“公司产品和服务的平均寿命和持续时间”与“竞争产品和服务的平均寿命和持续时间”进行比较。

如果难以确定“竞争产品/服务的平均寿命和持续时间”，则通过定性评估公司所属行业组的增长特征和影响来打分。

表12 | 影响力创造过程被打断的可能性

根据竞争产品/服务的平均寿命和持续时间计分

10分	当公司产品和服务的平均寿命和持续时间为平均寿命的90%或以上
9分	高于平均分的70~89%
8分	高于平均分的50~69%
7分	高于平均分的30~49%
6分	高于平均分的10~29%
5分	与平均分相等，或高于平均分的1~9%
4分	低于平均分的10~29%
3分	低于平均分的30~49%
2分	低于平均分的50~69%
1分	低于平均分的70%

示例

以Lumir K油灯发售国家印度尼西亚为例

- 市场已有的LED灯的平均寿命：5万小时
- Lumir K油灯的平均寿命：5万小时

▶ 因此得分为5分

风险预防总分

对上述五个风险因素进行评估，将所有因素的得分相加即得出风险预防的总分。

示例

Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其影响力的风险防范评分：47分

- ① 参考研究质量 - 10分
- ② 参考研究与产品/服务/商业活动之间的相似性 - 7分
- ③ 社会和经济背景的相似性 - 20分
- ④ 意外的外部变量的出现可能性 - 5分
- ⑤ 影响力创造过程被打断的可能性 - 5分

投资期内产生影响的未来
现金流折现率推导

使用之前推导出的“风险预防分数”和 20年期韩国政府债券的利率(截至2021年6月13日为2.19%)，我们得出了在投资期间产生的影响的未来现金流量的折现率。指南使用者在尝试推导未来现金流的折现率的过程中，如果20年期韩国政府债券到期利率发生变化，则需要使用变化后的利率。由此得出的折现率将在下一步使用DCF方法得出未来影响的现金流量表⁹⁾。

如<表13>所示，投资期间产生的未来影响力现金流折现率是根据风险防范分数范围内20年期韩国国债到期利率计算得出的。上一章得出的风险防范分数在对应区间每增加1分，折现率就减去0.05%。

表13 | 投资期内产生的影响力未来现金流折现率计算表

根据风险防范评分计算现金流折现率	
90分以上	20年期国债利率(2.19%) + 1%
80分以上	20年期国债利率(2.19%) + 1.5%
70分以上	20年期国债利率(2.19%) + 2%
60分以上	20年期国债利率(2.19%) + 2.5%
50分以上	20年期国债利率(2.19%) + 3%
40分以上	20年期国债利率(2.19%) + 3.5%
30分以上	20年期国债利率(2.19%) + 4%
20分以上	20年期国债利率(2.19%) + 4.5%
10分以上	20年期国债利率(2.19%) + 5%

9) Discounted Cash Flow, 现金流折现率及算法

示例

Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其影响力的未来现金流折现率

- 该影响力风险防范评分：47分
- 20年期国债利率(2.19%)+3.5%-(0.05%×7)

► 因此现金流折现率为5.34%

对投资期内产生的影响力
的未来现金流的评估

对投资期间产生的未来影响力的现金流量的评估通过以下两个步骤进行。① 计算公司每年将创造的影响力的货币价值指标(proxy)，乘以以每年的产品/服务销量，得出公司历年创造的影响力货币价值。② 使用较早得出的未来现金流量的贴现率来评估公司在投资期间产生的未来影响力的现金流量表，从而得出影响力货币及价值。

示例

以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其相关投资期间内的影响力的未来现金流评估

- 各年度LED油灯销量……①

单位：个

年度	2021	2022	2023	2024	2025	合计
Lumir K 预期销量	15,000	150,000	300,000	510,000	750,000	1,725,000

- 由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其影响力的货币化价值指标(Proxy): 564美元……②
- 由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，关联投资期间内各年度的影响力货币化价值……③

单位：美元

影响力	2021	2022	2023	2024	2025	合计
由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169	1,034,804,150

- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其相关投资期间内的影响力的未来现金流折现率评估：5.34%……④

- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其相关投资期间内的影响力的未来现金流评估表

单位：美元

	2021	2022	2023	2024	2025
年数(n)	1	2	3	4	5
影响力货币价值(③)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169
未来现金流	8,038,142	77,832,780	150,729,896	248,116,232	353,307,716
计算公式(③)/(1+④)^n	8,467,379/ [1+0.0534]^1	86,367,266/ [1+0.0534]^2	176,189,223/ [1+0.0534]^3	305,512,113/ [1+0.0534]^4	458,268,169/ [1+0.0534]^5

最终价值评估

最终价值估计是评估公司在投资回报后所产生的影响力的货币价值的过程。影响力估值 (Impact Valuation) 结果根据终值估计区间而不同。IVM 指南将最终价值评估期限限制为5年。原因是，考虑到作为影响力投资对象的社会企业和社会风险投资公司的历史较短 (平均为6.2年)¹⁰⁾，以及大众对其产品和服务的认知度较低，如果我们假设“公司将永久生存”，最终的评估结果将被显著夸大。我们所选取的基准评估方法——The Rise Fund 的IMM，将最终价值评估期限设定为5年，因此IVM指南也采用同一标准。

但是，由于使用者的不同，也会存在需要将期限设置为永久的情况出现。因此，如果最终价值估计区间是固定设置的，请参考附录5中描述的评估方法。最终价值评估分两步：

1 最终价值评估区间未来现金流折现率的计算

2 最终价值评估区间未来现金流的计算

1 最终价值评估区间未来现金流折现率的计算

应用于最终价值评估部分的折现率是使用“风险防范分数”和“加权平均资本成本” (Weighted Average Cost of Capital, WACC¹¹⁾) 计算的投资期内未来影响现金流折现率的平均值。终值估计部分计算未来现金流折现率的详细信息，请参见附录 4。

之所以将公司加权平均资本成本用于评估最终价值的折现率，是因为加权平均资本成本可以代表公司融资成本，持续检查公司是否存续，是否持续销售产品和服务，以及是否会产生持久的影响力。

示例

L以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其相关最终价值评估期间的折现率

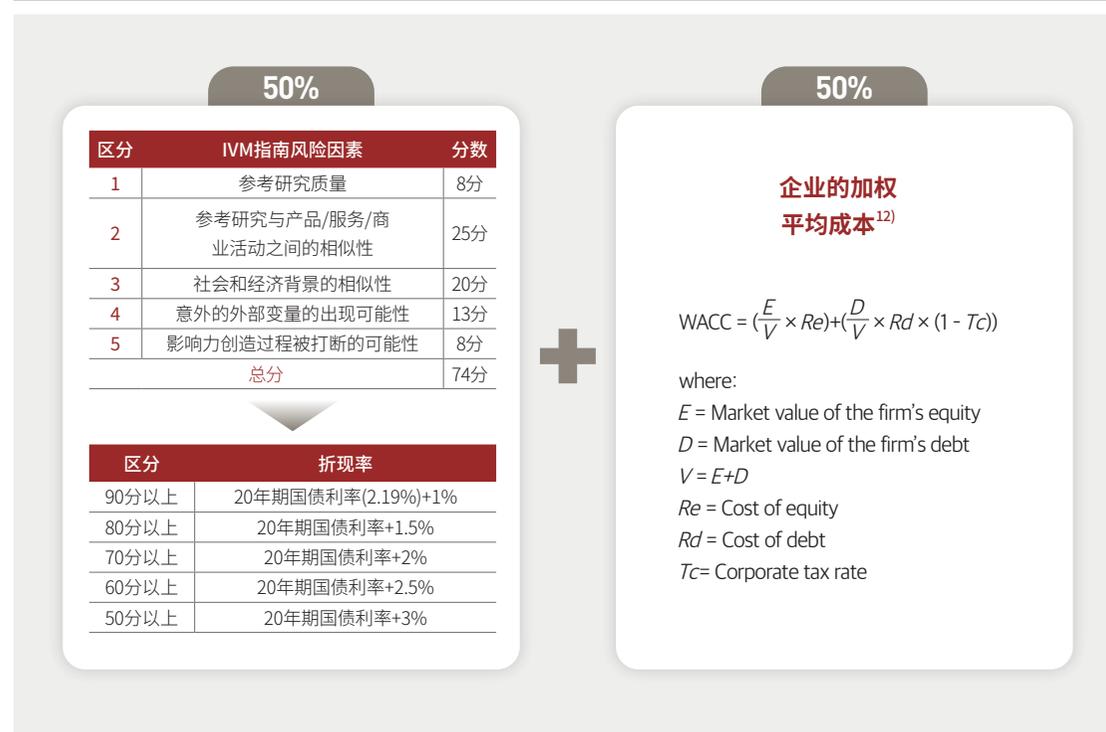
- 未来影响力现金流折现率：5.34%
- Lumir K制造业加权平均资本成本：0.76%

► 因此，最终价值评估区间折现率：3.05% [(5.34%+0.76%)/2]

10) 2020年社会创业调查结果报告，中小企业和初创企业部

11) “平均成本”的概念，按类型 (其他资本、权益资本) 对所需融资成本进行加权计算，被广泛用于估计财务价值

图2 | 最终价值评估区间折现率计算方法



2 最终价值评估区间未来现金流的计算

将最终价值评估区间限制为5年，在投资期最后一年的影响货币价值的预计最终价值的增长率(2%)，然后计算“最终价值评估阶段每年的影响力的货币价值”。

作为参考示例，在指南中，最终价值估值区间内的增长率设定为2%，但它是根据用户的情况而改变的。最终价值评估阶段的折现率适用于每年计算的影响力的货币价值，以得出最终价值评估阶段内的未来现金流量表。

示例

以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，计算其相关最终价值评估期间未来现金率

- 投资期限最后一年影响力货币的估计价值估值：458,268,169美元……①
- 最终价值评估区间增长率：2%……②
- 最终价值评估区间折现率：3.05%……③

12) “平均成本”的概念，按类型 (其他资本、权益资本) 对所需融资成本进行加权计算，被广泛用于估计财务价值

• 最终价值评估期间内未来影响力现金流计算表

单位: 美元

最终价值					
年度	1	2	3	4	5
最终价值评估期间影响力货币价值 (④)	467,433,533	476,782,203	486,317,847	496,044,204	505,965,088
计算公式 (④)×(1+②) ⁿ	458,268,169× (1+0.02) ¹	458,268,169× (1+0.02) ²	458,268,169× (1+0.02) ³	458,268,169× (1+0.02) ⁴	458,268,169× (1+0.02) ⁵
未来现金流	453,595,360	448,970,197	444,392,196	439,860,875	435,375,759
计算公式 (④)/(1+③) ⁿ	467,433,533/ (1+0.0305) ¹	476,782,203/ (1+0.0305) ²	486,317,847/ (1+0.0305) ³	496,044,204/ (1+0.0305) ⁴	505,965,088/ (1+0.0305) ⁵
总和	2,222,194,387				



最终影响力货币价值评估

评估最终影响力的货币价值时，使用投资期间产生的未来影响力现金流和最终价值评估部分的未来影响力现金流量来估计。将“最终价值评估期内的未来影响力货币价值”之和加入投资期内的未来影响力现金流量表，然后将“投资期内的未来影响力现金流折现率”反应在其中。然后，评估最终影响力的货币价值。

示例

以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其最终影响力货币价值估值: 2,551,254,000美元

- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其投资期间内未来现金流的折现率: 5.34%...①
- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其投资期间内未来现金流

单位: 美元

	2021	2022	2023	2024	2025
年度	1	2	3	4	5
影响力货币价值 (A)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169
未来现金流 (B)	8,038,142	77,832,780	150,729,896	248,116,232	353,307,716
计算公式 (B=A/(1+①) ⁿ)	8,467,379/ (1+0.0534) ¹	86,367,266/ (1+0.0534) ²	176,189,223/ (1+0.0534) ³	305,512,113/ (1+0.0534) ⁴	458,268,169/ (1+0.0534) ⁵

- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其最终价值评估期间内未来影响力货币价值总和: 1,651,123,162美元
- 以Lumir K油灯为例，由呼吸系统疾病引起的经济负担得以减轻，其最终影响力现金流

单位: 美元

	2021	2022	2023	2024	2025	最终价值
年度 (n)	1	2	3	4	5	5
影响力货币价值 (A)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169	2,222,194,387
未来现金流 (B)	8,038,142	77,832,780	150,729,896	248,116,232	353,307,716	1,713,229,233
计算公式 (B=A/(1+①) ⁿ)	8,467,379/ (1+0.0534) ¹	86,367,266/ (1+0.0534) ²	176,189,223/ (1+0.0534) ³	305,512,113/ (1+0.0534) ⁴	458,268,169/ (1+0.0534) ⁵	2,222,194,387/ (1+0.0534) ⁵
最终影响力货币价值						2,551,254,000

04

影响力管理
Impact Management

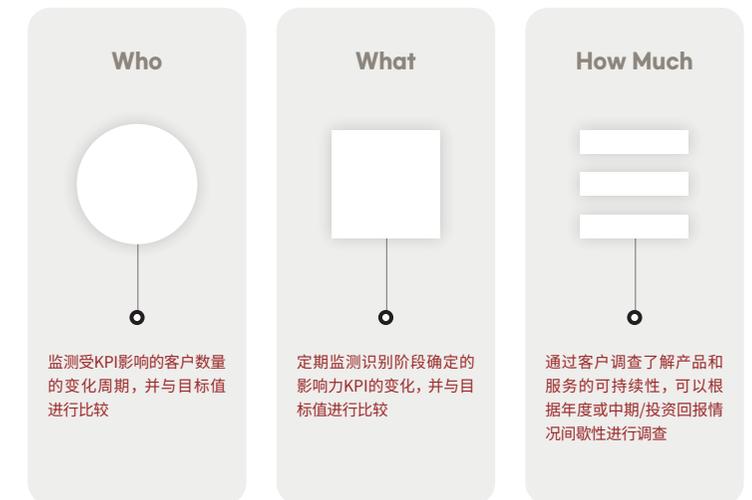
概要

影响力管理 (Impact Management) 是跟踪和管理在识别 (Identification) 和评估 (Valuation) 阶段设置的影响KPI的阶段。影响力KPI跟踪和管理的目的是确认公司是否如预期的一样，正在通过其产品和服务产生影响。



影响力管理的组成主要是参考了60decibels的影响力指数 (Impact Index)。60decibels的影响力指数通过分析通过基于IMP的5个影响维度中的谁(who)、什么(what) 和多少(how much) 客户的电话调查收集的数据，显示了被投资公司与同行行业基准相比的市场位置。

以60decibels的影响力指数为基准的影响力管理要素如下。



在深入研究评估多少(how much)阶段之前，社会价值研究院(CSES)和60decibels合作进行了一项基于问卷调查的影响力测量。

客户影响力测量使IVM用户能够深入了解影响跟踪和管理，原因如下。

- 可以验证在投资审议过程中所做的假设是否实际发生
- 可以检查投资审议过程中设置的影响是否实际对客户产生
- 能够识别客户遇到的产品和服务的可持续性问题的

但是，预算较大的调查可能很难进行，因此可以根据用户的实际情况有选择地应用“多少(how much)”部分。

● 谁 Who

谁 (who) 是影响力管理的第一个组成部分，通过识别和评估阶段可以掌握关键利益相关者的数量。关键利益相关者 (主要是客户) 的单位可能因个人和家庭等产品和服务而异。按月、季度、年跟踪关键利益相关者的数量，并与投资期内关键利益相关者的目标数量进行比较，检查是否实现了影响力绩效。

示例

如果产品或服务是食用油灯，则将用户分析单位设置为“户/家庭”，并跟踪管理食用油灯的使用户数

■ 什么 What

影响管理的第二个组成部分是什么 (what)，定量地确定了由识别和评估阶段设定的社会问题解决程度。建议在产品/服务的基础上收集社会问题解决程度的数据。与Who一样，按月、季度和年度跟踪社会问题解决程度，并与投资期内解决社会问题的目标进行比较，以检查是否实现了影响力绩效。

示例

如果影响力KPI是Lumir K油灯的CO₂减排量，则跟踪和管理每台售出的Lumir K的CO₂减排量

≡ 多少

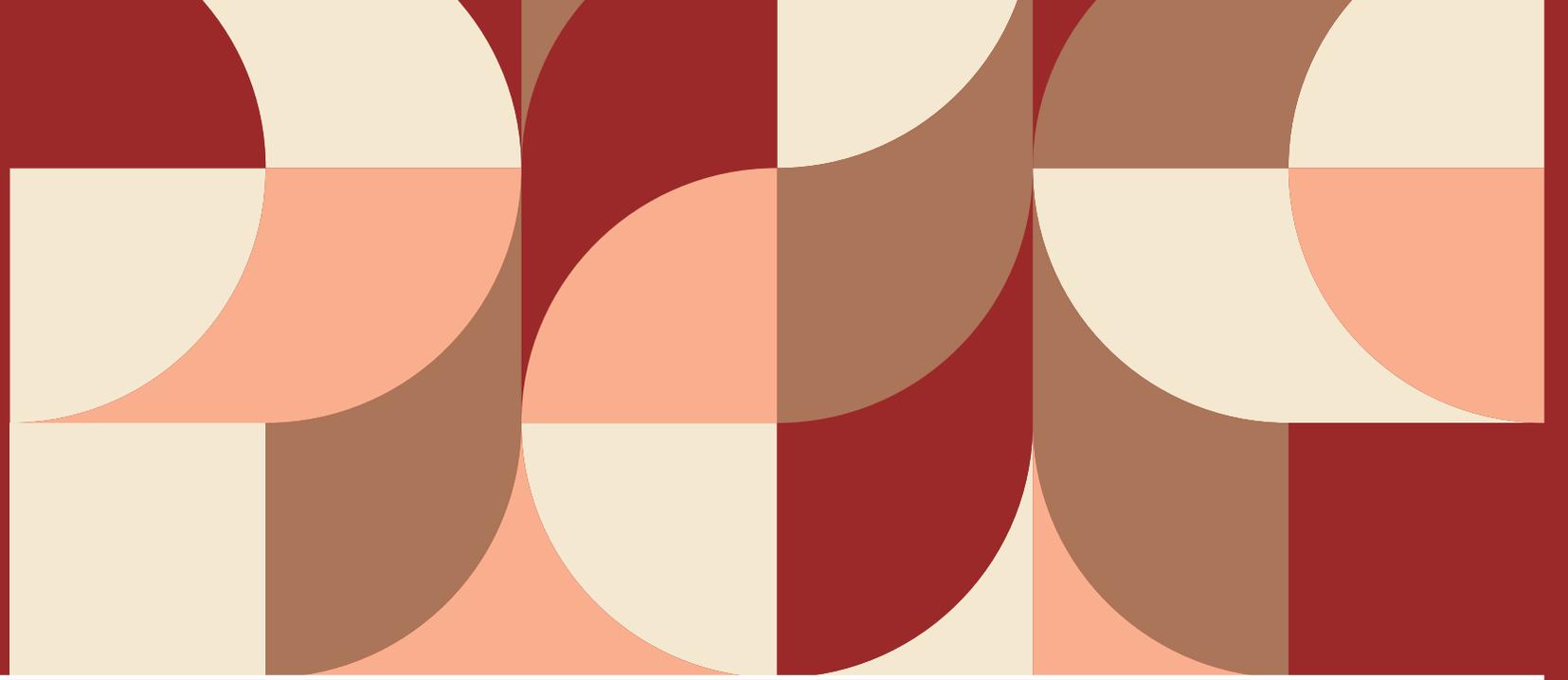
多少 (how much) 是影响管理力的最后一个组成部分，可以通过客户调查来确定在评估阶段预测的产品和服务的可持续性。通过客户调查，可以验证在测量阶段从参考文献中获得的可持续性绩效分数，可用于评估未来影响力的估计值。客户调查可用于验证通过评估从文献数据中获得的可持续性分数，这可用于修改未来的影响估计。

多少 (how much) 的测量取决于产品或服务，例如产品或服务的使用期限、改进、使用模式以及用户的行为是否发生了变化。

示例

Lumir K油灯的影响力多少 (how much)

Lumir K油灯的平均使用期限，食用油灯故障的原因，不再使用Lumir K的原因，Lumir K的使用模式，煤油灯是否重复使用，等等



Impact IVM 指南

用户指南

附录

01	风险调整表	62
02	世界银行国别收入分组	65
03	国家风险溢价	67
04	最终价值评估区间未来现金流折现率的计算	69
05	最终价值评估方法的差异	70

01 风险调整表

区分 1	
风险因素	参考研究质量
说明	<ul style="list-style-type: none"> 参考研究的质量被用来判断参考研究数据的可靠性 研究所在的国际期刊的影响力和重要性代表数据库SJR (SCImago Journal Rank) 区域来赋值 仅在韩国发表的参考研究, 发表参考研究的期刊被分为优秀、注册或国家提名期刊
分数	25
计算公式	<ul style="list-style-type: none"> SJR 4区评分 25分: Q1 (上位25% 以内) 20分: Q2 (上位25~50%) 15分: Q3 (下位50~75%) 10分: Q4 (下位75%) 8分: 其他 (政府部门和国际组织提供的数据、公司实验数据等) 根据研究基金会是否注册的评分 18分: 研究基金会优秀注册学术期刊 14分: 研究基金会注册学术期刊 10分: 研究基金会注册候选期刊 8分: 其他 (政府部门和国际组织提供的数据、公司实验数据等)
区分 2	
风险因素	参考研究与产品和服务相关性的评估标准
说明	<ul style="list-style-type: none"> 使用韩国知识产权局的“相似产品和服务审查标准”来评估产品和服务的相似性, 满分为15分 相似产品服务评价标准通过产品 (G) 和服务 (S) 的字母后跟4~6位数字的相似度对产品和服务的相似度进行评价 定性判断业务活动相似度、目标客户群相似度、预计使用量 (10分), 再与产品/服务相似度相加
分数	25
计算公式	<ul style="list-style-type: none"> 产品·服务的相似性 15分: 产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号+韩国分类产品/服务“组”编号+所有分支编号, 相同 10分: 产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号+韩国分类产品/服务“组”编号, 相同 5分: 产品/服务字母+韩国分类产品/服务“类”编号, 相同 业务活动的相似性 10分: 所有三个要素都相似时 7分: 两个要素都相似时 4分: 一个要素相似时

区分 3	
风险因素	社会和经济背景的相似性
说明	<ul style="list-style-type: none"> 对社会背景下的相似性进行评估时, 公司产品和服务销售所在国家, 以及作为参考标准的国家, 对两者的城市人口比例进行比较 经济背景的相似性, 参考世界银行的国家分类组, 按收入进行评估
分数	20
计算公式	<ul style="list-style-type: none"> 按城市人口比例计分 10分: 城市人口比例差异小于10% 8分: 城市人口比例差异大于11%并小于20% 6分: 城市人口比例差异大于21%并小于30% 2分: 城市人口比例差异大于31%并小于40% 0分: 城市人口比例差异大于41% 按照收入水平 (世界银行国别收入分组) 计分 10分: 属于相同收入经济体 7分: 国家间收入差别为1个阶段 4分: 国家间收入差别为2个阶段 1分: 国家间收入差别为3个阶段
区分 4	
风险因素	意外的外部变量的出现可能性
说明	<ul style="list-style-type: none"> 识别商业活动中可能引起社会、制度、法律、法规等变化的不确定性 使用 CDS (Credit Default Swap, 信贷违约互换) 溢价计算
分数	20
计算公式	<ul style="list-style-type: none"> 根据国家风险溢价计分 20分: 国家风险溢价 - $0 < 0.35\%$ (上位25%) 15分: 国家风险溢价 - $0.35\% < 0.77\%$ 10分: 国家风险溢价 - $0.77\% < 1.5\%$ (下位25%) 5分: 国家风险溢价 - $> 1.5\%$

区分	5
风险因素	影响力创造过程被打断的可能性
说明	<ul style="list-style-type: none"> 评估由于其开展业务所在国家的政治和社会因素而导致公司无法销售其产品和服务的情况的可能性 如果难以与平均水平进行比较,定性评估公司所属行业组的成长性和影响力的特征并进行分析
分数	10
计算公式	<ul style="list-style-type: none"> 根据竞争产品/服务的平均寿命和持续时间来打分 10分: 当公司产品和服务的平均寿命和持续时间为平均寿命的90%或以上 9分: 高于平均分的70~89% 8分: 高于平均分的50~69% 7分: 高于平均分的30~49% 6分: 高于平均分的10~29% 5分: 与平均分相等, 或高于平均分的1~9% 4分: 低于平均分的10~29% 3分: 低于平均分的30~49% 2分: 低于平均分的50~69% 1分: 低于平均分的70%

02 世界银行国别收入分组¹⁾

低收入经济体			
Afghanistan	Gambia, The	Mozambique	Tajikistan
Burkina Faso	Guinea	Niger	Togo
Burundi	Guinea-Bissau	Rwanda	Uganda
Central African Republic	Haiti	Sierra Leone	Yemen, Rep.
Chad	Korea, Dem. People's Rep.	Somalia	
Congo, Dem. Rep.	Liberia	South Sudan	
Eritrea	Malawi	Sudan	
Ethiopia	Mali	Syrian Arab Rep.	

中低收入经济体			
Angola	El Salvador	Morocco	Ukraine
Algeria	Eswatini	Myanmar	Uzbekistan
Bangladesh	Ghana	Nepal	Vanuatu
Benin	Honduras	Nicaragua	Vietnam
Bhutan	India	Nigeria	West Bank and Gaza
Bolivia	Kenya	Pakistan	Zambia
Cabo Verde	Kiribati	Papua New Guinea	Zimbabwe
Cambodia	Kyrgyz Rep.	Philippines	Tunisia
Cameroon	Lao PDR	São Tomé and Príncipe, Dem. Rep.	
Comoros	Lesotho	Senegal	
Congo, Rep.	Mauritania	Solomon Islands	
Côte d'Ivoire	Micronesia, Fed. Sts.	Sri Lanka	
Djibouti	Moldova	Tanzania	
Egypt, Arab Rep.	Mongolia	Timor-Leste	

1) <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups> 参考

中高收入经济体			
Albania	Dominica	Kazakhstan	Serbia
American Samoa	Dominican Rep.	Kosovo	South Africa
Argentina	Equatorial Guinea	Lebanon	St. Lucia
Armenia	Ecuador	Libya	St. Vincent and the Grenadines
Azerbaijan	Fiji	Malaysia	Suriname
Belarus	Gabon	Maldives	Thailand
Belize	Georgia	Marshall Islands	Tonga
Bosnia and Herzegovina	Grenada	Mexico	Turkey
Botswana	Guatemala	Montenegro	Turkmenistan
Brazil	Guyana	Namibia	Tuvalu
Bulgaria	Indonesia	North Macedonia	Venezuela, RB
China	Iran, Islamic Rep.	Paraguay	
Colombia	Iraq	Peru	
Costa Rica	Jamaica	Russian Federation	
Cuba	Jordan	Samoa	

高收入经济体			
Andorra	Estonia	Liechtenstein	San Marino
Antigua and Barbuda	Faroe Islands	Lithuania	Saudi Arabia
Aruba	Finland	Luxembourg	Seychelles
Australia	France	Macao SAR, China	Singapore
Austria	French Polynesia	Malta	Sint Maarten (Dutch Part)
Bahamas, The	Germany	Mauritius	Slovak Rep.
Bahrain	Gibraltar	Monaco	Slovenia
Barbados	Greece	Nauru	Spain
Belgium	Greenland	Netherlands	St. Kitts and Nevis
Bermuda	Guam	New Caledonia	St. Martin (French Part)
British Virgin Islands	Hong Kong SAR, China	New Zealand	Sweden
Brunei Darussalam	Hungary	Northern Mariana Islands	Switzerland
Canada	Iceland	Norway	Taiwan, China
Cayman Islands	Ireland	Oman	Trinidad and Tobago
Channel Islands	Isle of Man	Palau	Turks and Caicos Islands
Chile	Israel	Panama	United Arab Emirates
Croatia	Italy	Poland	United Kingdom
Curaçao	Japan	Portugal	United States
Cyprus	Korea, Rep.	Puerto Rico	Uruguay
Czech Rep.	Kuwait	Qatar	Virgin Islands (U.S.)
Denmark	Latvia	Romania	

03 国家风险溢价²⁾

国家	国家风险溢价	国家	国家风险溢价	国家	国家风险溢价
Abu Dhabi	0.48%	Cape Verde	5.33%	Ghana	6.30%
Albania	4.36%	Cayman Islands	0.59%	Greece	3.49%
Andorra (Principality of)	7.26%	Chile	0.68%	Guatemala	2.42%
Angola	7.26%	China	0.68%	Guernsey (States of)	0.00%
Argentina	11.62%	Colombia	1.84%	Honduras	4.36%
Armenia	3.49%	Congo (Democratic Republic of)	7.26%	Hong Kong	0.59%
Aruba	1.55%	Congo (Republic of)	8.72%	Hungary	2.13%
Australia	0.00%	Cook Islands	4.36%	Iceland	0.82%
Austria	0.38%	Costa Rica	5.33%	India	2.13%
Azerbaijan	2.91%	Côte d'Ivoire	3.49%	Indonesia	1.84%
Bahamas	2.91%	Croatia	2.42%	Iraq	7.26%
Bahrain	5.33%	Cuba	8.72%	Ireland	0.82%
Bangladesh	3.49%	Curacao	1.16%	Isle of Man	0.59%
Barbados	7.26%	Cyprus	2.91%	Israel	0.68%
Belarus	6.30%	Czech Republic	0.59%	Italy	2.13%
Belgium	0.59%	Denmark	0.00%	Jamaica	5.33%
Belize	9.68%	Dominican Republic	3.49%	Japan	0.68%
Benin	5.33%	Ecuador	9.68%	Jersey (States of)	0.00%
Bermuda	0.82%	Egypt	5.33%	Jordan	4.36%
Bolivia	5.33%	El Salvador	6.30%	Kazakhstan	2.13%
Bosnia and Herzegovina	6.30%	Estonia	0.68%	Kenya	5.33%
Botswana	0.82%	Ethiopia	5.33%	Korea	0.48%
Brazil	2.91%	Fiji	3.49%	Kuwait	0.68%
Bulgaria	1.55%	Finland	0.38%	Kyrgyzstan	5.33%
Burkina Faso	5.33%	France	0.48%	Laos	8.72%
Cambodia	5.33%	Gabon	7.26%	Latvia	1.16%
Cameroon	5.33%	Georgia	2.91%	Lebanon	19.18%
Canada	0.00%	Germany	0.00%	Liechtenstein	0.00%

2) http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html Aswath Damodaran (NYU 财务学) 教授资料

国家	国家风险溢价	国家	国家风险溢价	国家	国家风险溢价
Lithuania	1.16%	Peru	1.16%	Tanzania	5.33%
Luxembourg	0.00%	Philippines	1.84%	Thailand	1.55%
Macao	0.59%	Poland	0.82%	Togo	6.30%
Macedonia	3.49%	Portugal	2.13%	Trinidad and Tobago	2.42%
Malaysia	1.16%	Qatar	0.59%	Tunisia	5.33%
Maldives	6.30%	Ras Al Khaimah (Emirate of)	0.00%	Turkey	5.33%
Mali	7.26%	Romania	2.13%	Turks and Caicos Islands	1.55%
Malta	0.82%	Russia	2.13%	Uganda	5.33%
Mauritius	1.55%	Rwanda	5.33%	Ukraine	6.30%
Mexico	1.55%	Saudi Arabia	0.68%	United Arab Emirates	0.48%
Moldova	6.30%	Senegal	3.49%	United Kingdom	0.59%
Mongolia	6.30%	Serbia	3.49%	United States	0.00%
Montenegro	4.36%	Sharjah	1.84%	Uruguay	1.84%
Montserrat	2.13%	Singapore	0.00%	Uzbekistan	4.36%
Morocco	2.42%	Slovakia	0.82%	Venezuela	19.18%
Mozambique	8.72%	Slovenia	1.16%	Vietnam	3.49%
Namibia	3.49%	Solomon Islands	6.30%	Zambia	11.62%
Netherlands	0.00%	South Africa	2.91%		
New Zealand	0.00%	Spain	1.55%		
Nicaragua	6.30%	Sri Lanka	7.26%		
Niger	6.30%	St. Maarten	2.13%		
Nigeria	5.33%	St. Vincent & the Grenadines	6.30%		
Norway	0.00%	Suriname	9.68%		
Oman	3.49%	Swaziland	6.30%		
Pakistan	6.30%	Sweden	0.00%		
Panama	1.55%	Switzerland	0.00%		
Papua New Guinea	5.33%	Taiwan	0.59%		
Paraguay	2.42%	Tajikistan	6.30%		

04 最终价值评估区间 未来现金流折现率的计算

4-1. 加权平均资本成本计算

加权平均资本成本 计算公式: $A \times (1-E) \times C + B \times D = 0.76\%$

细分要素	
• A: 平均借款利率(Rd)	3.00%
• B(=a+b+c): 权益资本利率(Re)	9.11%
• a: 20年期韩国政府债券收益率=利率(rf)	2.19%
• b: 韩国市场风险溢价(Mkt Risk Prem)	5.20%
• c: beta equity	1.33%
• D: 权益比率(we)	1.16%
• E: 税率(tax rate)	20%

4-2. 最终价值评估期间未来现金流折现率

区分	投资期间内未来现金流折现率	加权平均资本成本	最终价值评估期间未来现金流折现率
减轻呼吸系统疾病的经济负担	5.34%	0.76%	3.05%

05 最终价值评估方法的差异

5-1. 最终价值评估 期间内未来影响力现金流表

A. 最终价值评估期间 (5年) 未来现金流

- a. 投资最后一年影响力货币价值: 458,268,169美元 ①
- b. 最终价值评估期间增长率: 2% ②
- c. 最终价值评估期间未来现金流折现率: 3.05% ③

单位: 美元

最终价值	1	2	3	4	5
最终价值评估期间影响力货币价值 (④)	467,433,533	476,782,203	486,317,847	496,044,204	505,965,088
计算公式 (① × (1+②) ⁿ)	458,268,169 × [1+0.02] ¹	458,268,169 × [1+0.02] ²	458,268,169 × [1+0.02] ³	458,268,169 × [1+0.02] ⁴	458,268,169 × [1+0.02] ⁵
未来现金流	453,595,360	448,970,197	444,392,196	439,860,875	435,375,759
计算公式 (④)/(1+③) ⁿ)	467,433,533/ [1+0.0305] ¹	476,782,203/ [1+0.0305] ²	486,317,847/ [1+0.0305] ³	496,044,204/ [1+0.0305] ⁴	505,965,088/ [1+0.0305] ⁵
总和	2,222,194,387				

B. 最终影响力货币价值评估

- a. 投资期间内未来现金流折现率: 5.34% ①

单位: 美元

	2021	2022	2023	2024	2025	最终价值
年度	1	2	3	4	5	5
影响力货币价值 (A)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169	2,222,194,387
未来现金流 (B)	8,038,142	77,832,780	150,729,896	248,116,232	353,307,716	1,713,229,233
计算公式 (B=(A/(1+①) ⁿ))	8,467,379/ [1+0.0534] ¹	86,367,266/ [1+0.0534] ²	176,189,223/ [1+0.0534] ³	305,512,113/ [1+0.0534] ⁴	458,268,169/ [1+0.0534] ⁵	2,222,194,387/ [1+0.0534] ⁵
最终影响力货币价值	2,551,254,000					

5-2. 永久性 最终价值评估期限内最终价值评估

A. 最终价值评估方法:

投资最后一年的影响力货币价值 × (1+最终价值评估期间增长率)
/(最终价值评估期间未来现金流折现率-最终价值评估期间增长率)

- a. 永久性最终价值评估期间最终价值: 44,484,653,856美元
- b. 投资最后一年的影响力货币价值: 458,268,169美元
- c. 最终价值评估期间增长率: 2%
- d. 最终价值评估期间未来现金流折现率: 3.05%
- e. 投资期间内未来现金流折现率: 5.34% ①

单位: 美元

	2021	2022	2023	2024	2025	最终价值
年度	1	2	3	4	5	5
影响力货币价值 (A)	8,467,379	86,367,266	176,189,223	305,512,113	458,268,169	44,484,653,856
未来现金流 (B)	8,038,142	77,832,780	150,729,896	248,116,232	353,307,716	34,296,013,818
计算公式 (B=(A/(1+①) ⁿ))	8,467,379/ [1+0.0534] ¹	86,367,266/ [1+0.0534] ²	176,189,223/ [1+0.0534] ³	305,512,113/ [1+0.0534] ⁴	458,268,169/ [1+0.0534] ⁵	44,484,653,856/ [1+0.0534] ⁵
最终影响力货币价值	35,134,038,584					

参考文献

- (韩)中小企业和初创企业部, <2020年社会风险调查> 结果报告, 2021.2.17
- 韩国知识产权局, <类似产品审查标准>, 2020
- 韩国知识产权局, 官网, 2021.3.15, www.kipo.go.kr/kpo/HtmlApp?c=31064&catmenu=m06_07_03_01&version=11
- 韩国国家研究基金会, 网站, 2021.3.15, www.nrf.re.kr/biz/journal/view?menu_no=13
- Addy, C., Chorenge, M., Collins, M., and Etzel, M (2019). "Calculating the Value of Impact Investing," Harvard Business Review, 97(1), 102-109.
- Country Default Spreads and Risk Premiums., Website, 2021.3.15, http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html
- GIIN, "Annual Impact Investor Survey 2016", 2016
- GIIN, "Annual Impact Investor Survey 2020", 2020
- IFC, Website. 2020.11.02, www.impactprinciples.org/9-principles
- Impact Management Project, Website. 2020.11.2, <https://impactmanagementproject.com/>
- Scimago Journal & Country Rank, Website. 2021.3.15, www.scimagojr.com/journalrank.php
- UBS, "UBS Investor Watch "Return on values"", 2018
- World Bank, Website. 2021.3.15, <https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS>
- World Bank, Website. 2021.3.16, <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>

Impact IVM 指南

发行日	初版 第一次印刷 2022年 4月
发行	社会价值研究院 (CSES) www.cses.re.kr
企划·编辑	宋基广 (社会价值研究院 高级研究员) 李瀚结 (社会价值研究院 高级研究员) 李宅浚 (社会价值研究院 高级研究员) 许丞浚 (社会价值研究院 组长)
顾问	朴成熏 (社会价值研究院 室长) 余垠正 (中央大学财务学科 教授) 金兑贤 (中央大学财务学科 教授)
制作	Goodnalc www.goodnalc.co.kr

CONTACT INFORMATION

地址	04348 首尔龙山区梨泰院路45街28
Tel	02-6275-0410
Fax	070-5176-4269
主页	www.cses.re.kr
负责人	许丞浚 (社会价值研究院 组长)
Email	anthro@cses.re.kr