

社会影响力债券:一种新的精准扶贫工具

李 健

(中央民族大学管理学院,北京 100081)

摘 要:作为一种以实现社会成果为前提的新型合同,社会影响力债券能够吸引私人投资和社会参与,为我国精准扶贫工作提供了新的思路和解决方案。在引介社会影响力债券基本原理的基础上,指出社会影响力债券与精准扶贫之间在社会需求、资金投入和政府支持方面存在的契合性,从公私合作和央地合作角度分析了精准扶贫运用社会影响力债券工具的 4 种模式,并结合国内首单扶贫社会影响力债券案例,分析政府在精准扶贫工作中社会影响力债券应该注意的问题。

关键词:精准扶贫;社会影响力债券;结果付费;公私合作

中图分类号:D35;F323.8 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-4970(2018)05-0064-06

一、问题的提出

随着“十三五”时期全面深化改革的推进,如何进一步消除贫困,让改革发展成果更多地惠及贫困人口成为党和政府面临的严峻课题。在这一背景下,习近平总书记审时度势,高瞻远瞩地提出了“精准扶贫”的重要战略,为 2020 年实现所有贫困地区和贫困人口共同迈入全面小康社会的目标发出了动员令。作为一项从国家战略层面对扶贫工作的重要战略部署和制度安排,精准扶贫不仅很好地回应了我国当前贫困地区、人口的分布特点,而且能够弥补过往扶贫政策的缺陷,是我国脱贫贡献阶段取得胜利的重要保证。

仔细观察这场全国范围力度空前的脱贫攻坚战后不难发现,从精准扶贫战略落地实施开始至今,整个工作重心严重依赖体制内力量,这种“五级书记抓扶贫、全党动员促攻坚”贫困治理氛围虽具有全局性、政策性和权威性优势,但在取得显著成效的同时也不可避免地暴露出诸多问题。在扶贫主体方面,由于政府主导色彩过于浓厚,多元社会主体协同扶贫的机制尚未建立起来,社会力量参与扶贫开发的积极性不足;在帮扶手段方面,以增收为直接目标的产业帮扶手段如发展经济作物、推广家畜养殖等在贫困村和贫困户层面都面临项目实施主体缺失或

人力资源不充分而导致的失效风险,直接影响扶贫资源所能发挥的效果;在扶贫绩效方面,在政府科层管理模式下,缺乏市场导向的传统扶贫思路也造成资源浪费和扶贫效率低下,难以产生效益和辐射功能,大量资金投入也给各级政府造成巨大的财政压力^[1]。解决上述问题的核心焦点在于为精准扶贫引入新主体、新机制和新方法^[2]。

尽管在扶贫实践中不乏创新举措,当前理论界主要从公私合作视角出发关注以下两种工具:第一种是政府购买服务,即政府将原来直接提供的扶贫服务,通过直接拨款或公开招标的形式交给有资质的社会力量来完成,政府依合同约定向其支付费用的一种形式^[3];第二种是政府与私人资本合作模式(PPP),即在基础设施、公共工程与公共服务领域由政府与非政府主体合作共赢式的供给机制^[4]。这两种模式均强调利用市场机制,激励社会力量参与精准扶贫,并已经在地方层面被付诸实践^[5]。前者主要面向贫困人口直接提供服务,具有针对性强、灵活性高的优势,但也存在政府财政负担过重和扶贫主体缺乏创新动力的弊端;后者主要通过改善贫困地区公共基础设施建设从而间接帮扶贫困人口,可以有效缓解政府资金压力并形成长效扶贫机制,但也存在较高的投资风险。尤其是这两种工具都是以具体投入为工作导向,精准扶贫绩效成果的评估与

收稿日期:2018-01-27
基金项目:国家社会科学基金项目(15CMZ024);深圳市哲学社会科学“十三五”规划课题(135B025)
作者简介:李健(1981—),男,辽宁盘锦人,副教授,博士,从事社会组织、公益慈善研究。

监测往往被选择性忽视了。

在这一背景下,博兴于英美的社会影响力债券进入了本文的研究视野。社会影响力债券是一种与政府或捐助人的合同,它承诺为改善社会的成果付费,不仅可以推动精准扶贫领域的公私合作,其链接投资者回报与成功结果的特质也为解决当前精准扶贫的困境提供了新的思路和解决方案。为此,本文的研究目的在于敦促我国地方政府在精准扶贫工作中认真考虑社会影响力债券的发展和设计。

二、社会影响力债券与精准扶贫的契合性

社会影响力债券起源于2007年的英国,当时乔治·布朗首相要求社会行动委员会“生成政府和其他关键利益相关者能够参与社会行动的方案”^[6]。2010年,首个由英国司法部推动的社会影响力债券在彼得格勒落地,主要干预对象是女皇陛下监狱服刑不到12个月的囚犯,目标是降低其出狱后的再犯罪率^①。作为实现多利益相关者协作的一种创新机制,社会影响力债券旨在通过政府和私营部门之间的伙伴关系为社会问题提供资金,在节省政府资金的同时提供更有效的社会服务^②。在社会影响力债券中,政府预先设定想要达到的绩效结果,私人投资者承担前期投入成本,服务提供者使用该笔资金实施项目。如果一个项目成功且有利可图,政府会偿还投资者。但如果项目没有达到既定的目标,政府就不承担风险,而由投资者承担损失^[7]。

社会影响力债券的基本操作流程为:政府与社会影响力债券发行组织(也称为中介组织)签订合同获得社会服务。政府完全或几乎完全依赖于社会影响力债券发行组织能否达到绩效目标。社会影响力债券发行组织通过向私人投资者发行债券来筹集运营资金,这些投资者既可以是私人慈善家,也可以是慈善信托,他们提供前期资金,以换取政府支付的部分,如果绩效目标实现的话,支付将会得到兑现。社会影响力债券发行组织使用运营资金与服务提供商(非营利组织或以营利为目标的扶贫服务提供者)签订合同,提供满足绩效目标所需的服务。债券发行机构从私人投资者那里筹集资金,并将这些资金捐赠/支付给非营利组织以补偿运营成本。如果达到业绩目标,政府就会向社会影响力债券发行组织支付款项。债券发行组织使用这些支付来偿还私人投资者,并为投资者提供他们最初投资的回报(图1)^[8]。

截至2016年6月,共有15个国家开展了60个社会影响力债券项目,募集资金超过了2亿美元,超过9万受益人^③。社会影响力债券的有效性已经在

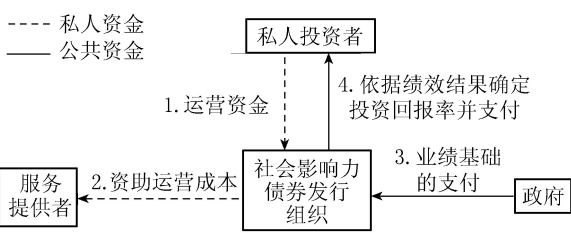


图1 社会影响力债券的基本模型

教育、刑事司法、寄养、保健、就业培训和残疾部门得到证明。这些领域的共同特点是有很高的社会需求,并给政府造成了高成本。政府为了完成项目的绩效目标,愿意支付服务的全部费用,包括投资者要求的回报率。

社会影响力债券的应用要求与精准扶贫之间存在较高的契合性。首先,1978年改革开放以来,扶贫工作取得了举世瞩目的成就,当前的扶贫开发工作已进入“啃硬骨头,攻坚拔寨”的冲刺期,中国的贫困人口更是以插花式状态分布在革命老区、民族地区、边疆地区和连片贫困地区,基础设施条件差、开发成本高、脱贫难度相当大,这些地区具有生存环境恶劣、生态脆弱、基础设施薄弱、公共服务滞后等共同特点^[9]。在这一情况下,精准式扶贫是确保到2020年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫、贫困县全部摘帽的必要选择,也是全面建成小康社会的现实需求,习近平总书记也曾多次强调:“扶贫开发贵在精准,重在精准,成败之举在于精准。”^[10]其次,精准扶贫需要大量的资金投入。根据十二届全国人大五次会议《国务院关于2016年中央和地方预算执行情况与2017年中央和地方预算草案的报告》,2017年中央财政安排补助地方专项扶贫资金861亿元,比2016年增加200亿元,增长幅度为30.3%,用于支持落实精准扶贫、精准脱贫基本方略^[11]。地方层面在精准扶贫方面的投入更为巨大,一些市县财政支出70%以上用于扶贫开发,县区按照当年地方财政收入增量20%以上增列专项扶贫预算^[12]。最后,政府为了激励社会力量广泛参与到精准扶贫,愿意向其他扶贫主体提供支付。《中共中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》《国务院

①该合同约定如果该计划对3组1000名囚犯中的任何一组的重新犯罪减少了10%,或者在全部3000名囚犯中减少了7.5%,英国司法部将每年最低支付2.5%的金额。在社会影响力债券下,第一组1000名囚犯的干预结果是累犯减少了8.4%。尽管与最低门槛的差距不是很大,但也取得了积极的结果,第一支社会影响力债券被视为取得成功。

②这里尽管使用了债券一词,但严格来说并不精确,因为合同里通常没有承诺保本支付。

③资料来源:<http://socialfinance.org/>

扶贫办关于完善扶贫龙头企业认定和管理制度的通知》《国务院扶贫开发领导小组关于广泛引导和动员社会组织参与扶贫攻坚的通知》等一系列文件中均规定了政府面向其他扶贫主体提供的相关奖补政策。

三、精准扶贫应用社会影响力债券的优势

相比传统的精准扶贫工具,社会影响力债券具有以下优势:

1. 转移精准扶贫风险

在政府主导下,精准扶贫的风险通常是由政府承担的,政府由于财政预算限制难以全部承担如此巨大的成本。作为一个专注于结果支付的系统,社会影响力债券与当前的精准扶贫系统非常不同,它意味着更广泛的参与者,更多的扶贫方式等诸多变化,并在这一过程中大大降低了地方政府在精准扶贫中的压力和风险。在社会影响力债券中,资金可以来自于公共部门、私人部门或社会投资者^[13]。政府只支付成功的项目和结果,通过判定有效和无效的精准扶贫绩效从而减少了资金损失,并将这种风险转移到能够更好地承担风险的私营部门。

2. 激励精准扶贫参与

社会影响力债券可以促进公共服务的更多市场测试,并鼓励新的市场进入者,特别是来自私人 and 志愿部门,它也代表了政府如何选择服务提供者的根本性转变。对于投资者来说,社会影响力债券提供了一个“使命对称”的投资机会——投资者获得了财务回报,但也被要求重视投资的社会回报。对于社会来说,社会影响力债券可以通过提供服务的方式来改善贫困人群的收入和生活质量,填补既有服务的空白^[14]。投资者提前支付,这为非营利组织和社会企业提供了服务递送的机会。服务提供者尽管不直接承担与绩效结果差异相关的风险,但仍然有强大的激励机制来执行。因为如果没有达到业绩目标,资金将会枯竭,服务提供商将被迫降低其服务规模或去寻找新的资金来源。因此,从各方角度来看,社会影响力债券都是一个双赢甚至多赢的工具,它能使参与各方都努力克服结构性障碍,并为贫困人口解锁,进而追求更好的结果。

3. 激发精准扶贫创新

一份基于社会影响力债券的支付合同将代表政府主导精准扶贫的根本性转变。在传统公私合作模型中,政府通常支付的是投入,而不是结果。合同中规定了需要花费的资金数额,交付的服务,以及要使用的帮扶方式,而不是要实现的扶贫绩效。在社会影响力债券模式下,社会影响力债券发行组织及服

务提供者将在决定提供哪些服务以及在达到目标水平的哪些技术方面具有相当大的自由。社会影响力债券通过“释放”提供者并以不同的方式参与精准扶贫,这将从各个领域带来不同的技能,充分利用社会力量带来的创造力和专业知识,进而鼓励更多的创新^[15]。

4. 提高精准扶贫绩效

通过将奖励集中在结果上,并对如何实现这些结果提供最低限度的处方,社会影响力债券将提高精准扶贫的绩效。当前,地方政府通常需要决定为哪些扶贫主体提供资金,审查拨款申请并选择合作对象,因为信息不对称导致的逆向选择和道德风险比较普遍。在社会影响力债券工具中,由私人投资者而不是政府来决定哪些社会力量有足够的潜力值得融资。只有当私人投资者确信一个项目的模型和管理团队有可能实现业绩目标时,债券发行人或慈善合伙人才为其提供运营资本。在此,私人投资者具有重要的质量控制功能。社会影响力债券还创造性地引入了评估和问责体系,通过可行性分析和对每一步执行情况进行监测,防止精准扶贫偏离预期的结果,如果成本超出预期,项目就会被中止。当然,投资者和债券发行机构也有强烈的动机来严格监控和改善项目的表现。因为如果业绩目标没有实现,他们的投资就会面临失败。

四、精准扶贫应用社会影响力债券的基本模式

在社会影响力债券工具中,主要包括政府、中介组织(债券发行组织)、服务提供者、投资者 4 类扶贫主体。基于这些不同扶贫主体的角色和作用,社会影响力债券应用于精准扶贫又可以细分为不同的操作模式。

1. 中介模式

在中介模式下,政府和扶贫服务提供者之间并不直接签订任何合同,每笔交易都是通过社会影响力债券发行组织进行的(图 2)^[8]。在这个模型中,扶贫服务提供者与社会影响力债券发行组织签订合同,并使用营运资金来满足特定的目标。独立评估者认证结果,政府支付扶贫服务提供者的金额将覆盖投资者初始投入资金加上政府和社会影响力债券发行组织在合同中约定的实现指定扶贫绩效后的支付金额。社会影响力债券的中介服务模式可以视为私人金融对慈善或公共金融的替代,进而创造出一个新的资产层级。社会影响力债券发行组织面向私人投资者筹集资金,与政府谈判基于绩效的合同,并雇佣和管理扶贫服务提供者。这一模式是相对标准

化、规范化的社会影响力债券操作模式,它可以建立起强有力的激励机制,对非营利组织或以营利为目标的扶贫服务提供者来说都意味着收益上的激励。

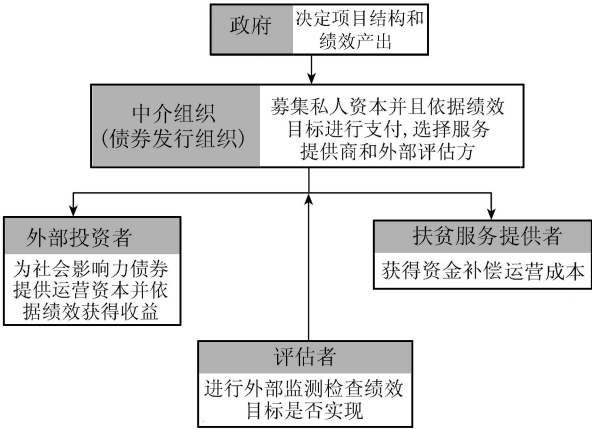


图2 中介模式

2. 服务模式

第二种模式不需要中介组织,因为扶贫服务提供者自身也可以充当中介(图3)^[7]。在这一模型中,扶贫服务提供者扮演了多重角色,投资者通过与服务提供者签订合同资助项目,服务提供者完成项目后,使用此营运资金和实现预期的目标(确定政府和扶贫服务提供方)之间的合同,政府根据绩效支付给扶贫服务提供方,支付数额包括初始金额和由绩效决定的回报率。之后,扶贫服务提供者再与私人投资者结算投资回报。在这种情况下,扶贫服务提供者所提供的服务不限于为贫困人群提供扶贫服务,还包括了市场中介职能。由于扶贫服务提供者集合了中介和服务提供等多项功能,在这种情况下,通常需要一个独立的评估方对其进行监督,评估项目的完成情况,以证明预期的结果能够得到满足。

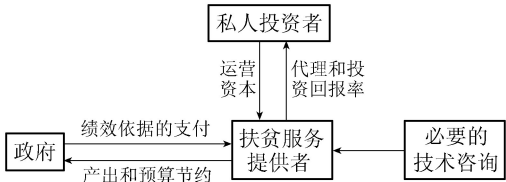


图3 服务模式

3. 慈善合伙模式

在第三种模式下,政府与私人部门和社会影响力债券发行组织都不签订任何合同。服务提供者与慈善家签订合约,并且使用其提供的运营资本去满足特定的目标(图4)^[7]。慈善家与通常作为非营利组织的服务提供者之间更像是合伙人关系,这里的慈善家并不一定是个人身份,也可以是一家慈善组织比如基金会,还可以是一家不要求利润回报的社会责任型企业。当独立第三方评估认定精准扶贫绩

效结果之后,政府将会支付给扶贫服务提供者一定数量的资金,从而覆盖慈善家先期支付的部分以及政府与扶贫服务提供者就达到特定目标签订的合同中约定的利润。在社会影响力债券的慈善合伙模式下,慈善家通过与政府建立密切的合作关系,为扶贫服务提供者提供运营资金,并改善后者的服务绩效。慈善捐赠的资金将被视为与非营利组织之间的分包合同,要求后者传递服务以实现产出的目标。这一模式与中介模式的基本区别是慈善合伙人在获得政府支付的溢价后通常并不用于分配,而是用来资助更多的扶贫服务提供者。

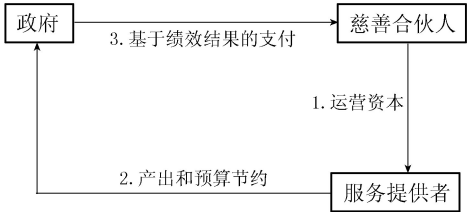


图4 慈善合伙模式

4. 央地模式

社会影响力债券也可以应用于中央政府和地方政府之间,尽管这种情况并不常见。在这一模式中,地方政府积累扶贫项目所需要的运营资本并且通过一家扶贫服务提供者来执行项目。在达成期望的产出后,中央政府将向地方政府支付前期资金和双方合同中约定的绩效回报(图5)^[7]。在精准扶贫过程中通常伴随着财政资金的层层下拨和补助,在各级政府之间应用社会影响力债券可以将中央和地方的互动提升到一个新的阶段,央地模式可以依据扶贫绩效成果来反推补助的金额,进而对地方政府提供现实激励,并减少过程中的监督成本。

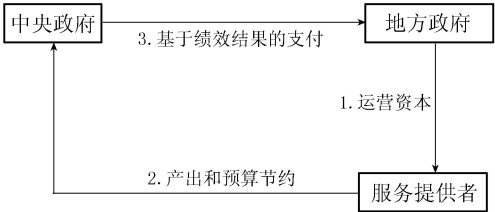


图5 央地模式

五、国内实践案例及应用建议

1. 社会影响力债券应用于精准扶贫的国内实践

2016年12月23日,山东省沂南县扶贫社会效应债券在银行间债券市场成功发行,这也是社会影响力债券首次在我国落地实践。该债券采取非公开定向发行方式,共募集金额5亿元,期限10年,专项用于沂南县扶贫特色产业项目、扶贫就业点、扶贫光伏电站、扶贫公共服务和基础设施配套等“六个一”

扶贫工程^①。沂南县位于沂蒙革命老区,是山东省脱贫攻坚重点县,有省定重点贫困村 50 个,巩固提升村 75 个,5.1 万建档立卡贫困人口,沂南县扶贫社会效应债券的发行将惠及当地 125 个贫困村的 2.2 万群众。

山东沂南扶贫社会影响力债券成功吸引了多方扶贫主体的广泛参与。其中,沂南县城乡建设发展有限公司作为债券发行机构和中介方,向中国农业发展银行、青岛银行、齐鲁银行、临商银行、青岛农商行 5 家投资机构非公开定向筹资,提供给沂南县“六个一”扶贫工程部门作为运营资金;中国扶贫协会作为评估方按照应脱贫人口年均收入水平作为业绩目标对社会影响力债券的实施进行评估和监测;沂南县人民政府依据评估方的评估结果确定投资回报率并进行支付。该债券发行方案为“本金保证、收益浮动”。沂南县政府依法与债券发行方签订了“六个一”扶贫工程政府购买服务协议,约定在项目周期内向债券发行机构采购扶贫服务。溢价支付的部分主要根据评估结果进行调整,投资回报率在 3.25% ~3.95%。

这种基于业绩支付的成果导向,通过周密的合约设计实现多元扶贫主体的共赢:服务提供者可以获得运营资金启动生产和服务;投资方得以扩大社会影响、履行社会责任并获得经济回报;第三方评估增加了项目透明度和结果的真实性,政府依据业绩进行支付成功地转移了资金风险。由此,沂南县扶贫社会效应债券不仅缓解了当地精准扶贫的财政资金压力,债券收益率明显低于当前普通的债务融资工具利率水平,有利于降低财政支出成本^[16]。

2. 社会影响力债券应用于精准扶贫的建议

在过去几年时间里,政府、市场和社会都发生了巨大变化。基于结果的合同价值开始向政策嵌入,政府对这种新型工具也保持日益开放的态度,社会影响力债券得以在更多领域和区域得到广泛应用。作为一种金融创新,社会影响力债券融合了不存在于传统公共服务中的融资和服务结构,但必须清楚的是,它并不能保证项目的成功。为提升精准扶贫的绩效结果,结合沂南县扶贫社会影响力债券的实践,我们建议政府在决定将社会影响力债券应用于精准扶贫之前,应该认真考虑以下问题。

第一,社会影响力债券吸引社会力量参与精准扶贫的关键在于政府是否能够设计出满足各方激励的支付系统。为此,政府需要找到合适的分析工具,设计一个符合精准扶贫要求的干预模型,并对合同结构进行模糊化,力图使所有各方利益相关者都能够积极地参与到精准扶贫中来,同时转移政府风险。

但任何基于激励的支付系统都有潜在的缺陷,尤其是中介组织可能需要大笔费用才能接受业绩风险,否则他们可能会完全拒绝投标。如果在中介组织及扶贫服务提供者控制之外,有相当一部分的结果是不可控制的,政府也可以与私人部门签订部分业绩的合同,从而避免支付过高的风险溢价,同时也对其利益形成保护。在上述案例中,为确保投资人的本金安全,沂南县政府与债券发行方约定在存续期内定期向债券发行方采购扶贫服务。这一“兜底”做法实际上放弃了政府转移风险的机会,可以考虑在合同中约定不保证本金的情况下增加业绩回报的支付比例。

第二,社会影响力债券是以业绩为基础的合同条款,通常要求政府部门具备管理复杂合同的能力,包括确定干预的目标群体,可测量的业绩目标,达到这些目标所需的成本,以及这些成本的风险溢价。同时,政府也必须决定如何衡量这些项目的影响,哪些部分的支付应该以绩效为基础,以及支付的时间表如何随着业绩的变化而变化。沂南县扶贫社会影响力债券在干预对象、业绩目标和支付溢价方面都已经设计的较为完善,但在精准扶贫服务的单位成本方面缺乏考量,以扶贫服务方实际投入为准。实际上,约束成本并予以公开是社会影响力债券激励创新的关键。比如英国政府就建立了公共服务的单位成本数据库,囊括了犯罪防治、教育和医疗等数百项公共服务的单位成本数据。政府在实施社会影响力债券过程中可以探索建立扶贫成本数据库和扶贫绩效信息数据库,从而为政府支付合同的制定提供依据^[16]。

第三,社会影响力债券需要对项目实施的每一个环节都进行监控,并最终确定项目是否达到了预期的结果,从而完成业绩支付。社会影响力债券依赖于对于成果的准确测量,因此,如果政府准备发行社会影响力债券,十分有必要建立完善的评估和报告系统。鉴于地方政府层面的数据收集能力参差不齐及数据准确性的缺乏,需要借助和应用大数据治

①每个村扶持发展 1 个扶贫就业点(125 个重点贫困村每村新建 1 个就业点)、1 个光伏电站(全县新建 20 个村级光伏电站,总建设规模 28.8 MWP,覆盖 1.2 万户、2.1 万人贫困人口)、1 个特色产业项目(推广 4 个国家地理产品种植,发展 340 hm² 高标准蔬菜大棚)、1 个孝心养老基金(为 529 个村民大组 70 岁以上老人提供养老孝心基金补贴)、1 个公共服务项目包(实现重点贫困村卫生室、幼儿教育等基础设施全覆盖)和 1 个扶贫理事会(为重点扶贫村购置办公桌椅等固定资产、支付理事会安排贫困户临时劳动的报酬),实现贫困村集体收入每年不低于 10 万元,贫困群众长期受益,稳定脱贫的目标。据测算,沂南扶贫攻坚的“六个一”工程大约需要资金 6.37 亿元。

理的最新技术动态监测贫困户、扶贫项目、扶贫资金、扶贫产业的进展情况,消除扶贫主体与客体之间广泛存在的信息不对称,如此才能充分发挥出社会影响力债券的全部作用^[17]。

第四,从发达国家的实践来看,社会影响力债券更多被用来帮助改进现有社会服务系统,其与传统工具之间是一种互补而不是替代关系。把社会影响力债券视为拯救财政赤字和缓解经济紧张手段的危险在于忽视了其他工具的改进,并逐渐丧失在社会服务中传递的核心机制。精准扶贫是一项系统工程,既包括贫困户个体层面的脱贫致富,也包括基础设施、医疗健康、社会保障、教育培训和技能培训等区域指向方面的工作。这些领域并不能全部通过社会影响力债券来实现,这意味着精准扶贫需要灵活地实现一个包括政府购买服务、PPP、慈善信托、社会影响力债券等多种工具在内的全谱投资。这将会鼓励社会力量寻求应对精准扶贫面临挑战的解决方法,同时奖励创新。

参考文献:

[1] 左停,杨雨鑫,钟玲. 精准扶贫:技术靶向、理论解析和现实挑战[J]. 贵州社会科学,2015(8):156-162.

[2] 欧阳煌,李思,祝鹏飞. 关于新时期财政扶贫治理困境及破解的思考[J]. 财政研究,2015(12):90-93.

[3] 赵环,陈雯雯. 政府购买社会服务的社会投资回报率分析[J]. 浙江工商大学学报,2017(1):114-121.

[4] 廉超. PPP 模式助推精准扶贫、精准脱贫[J]. 贵州社会科学,2017(1):152-157.

[5] 张童朝,颜廷武,何可,等. 基于市场参与维度的多维贫困测量研究——以连片特困地区为例[J]. 中南财经政法大学学报,2016(3):38-45.

[6] STRICKLAND P. Social impact bonds-the pilot at peterborough prison. house of commons library briefing

[R]. London: HMSO,2011.

[7] FOROOGHNAZARICHAMAKI. What is social impact bond? How to implement it? How to evaluate and monitor it? [D]. Famagusta: Easetern Mediterranean University, 2015.

[8] LIEBMAN J B. Social impact bonds: a promising new financing model to accelerate social innovation and improve government performance [R]. Washington DC: Center for American Progress, 2011.

[9] 叶静. 近三年关于精准扶贫思想及实践的研究综述 [J]. 福州省委党校学报,2016(3):56-59.

[10] 新华网. 精准,在习近平的扶贫观里有多重要? [EB/OL]. (2015-12-08). http://www.xinhuanet.com/politics/2015-12/08/c_128510390.htm.

[11] 张衡. 财政扶贫资金贡献巨大 [N]. 中国财经报,2017-03-14(003).

[12] 皖财. 安徽:各类扶贫资金捆绑使用 [N]. 中国财经报,2016-04-19.

[13] MULGAN G, REEDER N, AYLOYTT M, et al. Social impact investment: the opportunity and challenge of social impact bonds [R]. London: The Young Foundation, 2010.

[14] EMMA D, DISIEY E, RUBIN J, et al. Lessons learned from the planning and early implementation of the social impact bond at HMP peterborough [R]. California: Rand Corporations, 2011.

[15] LODER J, MULGAN G, REEDER N, et al. Financing social value: implementing social impact bonds [R]. London: the Young Foundation, 2010.

[16] 曹堂哲,陈语. 社会影响力债券:城市治理的新工具 [N]. 中国城市报,2017-04-10(27).

[17] UK's Presidency of the G8. Impact investment: the invisible heart of markets [R]. Report of the Social Impact Investment Taskforce, 2014.

(责任编辑:吴 玲)

