



联合国
粮食及
农业组织



国际条约
粮食和农业
植物遗传资源

暂定议程议题 21

管理机构第七届会议

2017 年 10 月 30 日-11 月 3 日，卢旺达基加利

《国际条约》交流战略

内容提要

在 2017 年 3 月举行的第二次会议上，管理机构第七届会议主席团要求秘书处为《国际条约》制定一份交流战略，提交管理机构第七届会议。

制定《交流战略》的目的是为《国际条约》提供战略工具，指导其与利益相关者开展更多的定期交流活动。预计《交流战略》将为开发交流产品和服务提供更连贯一致的框架。

征求指导意见

请管理机构审议本文件中提供的资料，批准为《国际条约》制定的《交流战略》，并酌情为有效实施《交流战略》提供进一步指导。



目 录

	段 次
I. 引言.....	1-2
II. 范围与目的	3-5
III. 目 标.....	6-9
IV. 目标受众	10-11
V. 作用和职责	12
VI. 品牌形象推广和关键信息	13-17
VII. 方法和工具	18-30
VIII. 伙伴关系和合作关系	31-33
IX. 交流计划	34-35
X. 资 源.....	36-40
XI. 定期审查	41-44
附录：缩略语	

I. 引言

1. 《粮食和农业植物遗传资源国际条约》（以下简称《国际条约》）于2001年获得通过，旨在促使世界各国保护作物生物多样性，并公平合理、可持续地利用种质资源。自那以来，《国际条约》已实现巨大发展，缔约方已达到144个。迄今为止，《国际条约》已通过其获取和利益分享多边系统，促成超过4 000 000份粮食和农业植物遗传资源的转让，并通过在全球55个发展中国家实施61个项目，支持农民和植物育种者保护并可持续利用粮食和农业植物遗传资源。

目前，《国际条约》正处于转型阶段，需要制定一项交流战略，确保定期向利益相关者通报最新进展、成就和未来计划。

2. 近年来，许多国际组织，包括《国际条约》上级组织即粮食及农业组织（粮农组织）及《生物多样性公约》等，都广泛认识到制定传播战略并开展专项实施工作的重要性。这些组织都成立了专门的交流团队来实施组织交流政策和计划。但迄今为止，《国际条约》尚未制定连贯一致的交流战略，也未拨出专项资金制定战略计划，以便在其框架下持续开发交流产品并开展交流活动。管理机构第七届会议主席团和供资战略特设咨询委员会最近承认并讨论了制定并实施《国际条约》交流战略的必要性。¹主席团第二次会议请秘书处制定一份交流战略，供定于2017年10月举行的管理机构第七届会议审议。在此背景下，制定了本《交流战略》。

II. 范围与目的

制定《交流战略》的目的是为《国际条约》提供战略工具，指导其与利益相关者开展定期、清晰、持续的交流。

3. 要有效地开展交流，关键是在恰当的时间利用合适的工具吸引合适的受众。无论受众是一个庞大的群体还是个人，确保交流信息清晰有效至关重要。否则，再宏伟的计划和成就都无济于事，甚至湮没无闻。为了获取并维持支持，管理机构和《国际条约》秘书处必须继续与利益相关者进行有效交流，提高其对《国际条约》的认识，宣传成果，分享知识，并争取其对今后活动的支持。制定一项交流战略来指导今后交流活动的开展和交流材料的制作，有助于有效实现这一目标。

¹ 《供资战略特设咨询委员会第九次会议报告》，载于：<http://www.fao.org/3/a-BS764e.pdf>

4. 制定本《交流战略》的目的是根据粮农组织的《全组织交流政策和准则》，为加强《国际条约》的交流进程、产品、活动和服务提供框架。²

5. 本《交流战略》旨在为定期设计和传播相关且具有战略意义的交流活动和材料提供指导，同时为国家联络点和国家实施人员开展交流工作提供有用的准则。因此，《交流战略》将有助于确保《国际条约》获得更深入的认识、更多的支持和更好的实施。此外，实施本《交流战略》将有助于为持续的对话提供有益的意见，确保“联合国生物多样性十年”的活动能持续开展，³ 推动目前正在进行的与《2030年可持续发展议程》相关的活动，⁴ 同时能提供宣传材料，支持《国际条约》的资源筹措工作。⁵

III. 目标

6. 本《交流战略》的主要目标是：

清晰及时地与关键受众分享各项活动、计划和成果的信息，**提高《国际条约》的知名度和地位；**

通过展示积极影响和成就，**吸引受众支持**并参与《国际条约》当前和未来的计划。

7. 考虑到当前的全球发展问题和粮农组织的全组织交流战略，一项重要的次要目标是展示《国际条约》、粮农组织与《2030年可持续发展议程》之间具有明显的联系，尤其是以下可持续发展目标：

目标 2：消除饥饿，促进农业可持续发展；⁶

目标 15：遏制生物多样性的丧失。⁷

8. 此外，还需要展示《国际条约》的活动与下列可持续发展目标之间的联系：

目标 1：消除贫困；⁸

目标 5：实现性别平等，⁹

目标 13：采取行动应对气候变化。¹⁰

² <http://www.fao.org/docrep/w2840e/w2840e0b.htm>

³ “联合国生物多样性十年”推动着《2011-2020年生物多样性战略计划》的实施。（<https://www.cbd.int/2011-2020/>）

⁴ 尤其是目标 2 和目标 15，以及目标 1、目标 5 和目标 13。

⁵ 《供资战略特设咨询委员会报告》，2017年6月：<http://www.fao.org/3/a-BS764e.pdf>

⁶ 消除饥饿、实现粮食安全、改善营养状况、促进农业可持续发展。<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg2>

⁷ 保护、恢复并促进可持续利用陆生生态系统，可持续管理森林，防治荒漠化，遏制并扭转土地退化以及遏制生物多样性丧失。<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg15>

⁸ 消除各地所有形式的贫困。<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg1>

⁹ 实现性别平等，并赋予女性和女童权力，<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg5>

¹⁰ 采取紧急行动应对气候变化及其影响，<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg13>

9. 正如供资战略特设咨询委员会第九次会议所强调的，可持续发展目标为加强《国际条约》的“政治地位”创造了机会。¹¹ 供资战略特设咨询委员会强调，管理机构需要“进一步加强与可持续发展目标的联系”，“加强交流和认识提高工作”，并探讨与相关发展问题的可能联系，包括气候变化、农业发展、环境与生物多样性、公共卫生与营养。¹² 所有这些目标都可以增列为次要目标。

IV. 目标受众

确定关键利益相关者/目标受众是设计有效交流战略的第一步。

10. 在设计交流战略之前，必须确定并界定关键利益相关者或目标受众。为了设计《国际条约》的交流战略，确定的关键受众包括现有和潜在的利益相关者：

关键受众	说明	依据
缔约方	国家和国际政策制定者、各国部长（农业、环境、外交）、国家联络点、常驻代表（驻罗马、首都和其它地方）、代表团	这些人是关键受众。要接触这些决策者、政策制定者和国家代表，并支持他们执行《国际条约》的活动和计划。
非缔约方	尚未加入《国际条约》的国家	要说服所有国家加入《国际条约》，以实现普遍性，并增加全球植物生物多样性和未来粮食安全的潜在惠益。
粮农组织和整个联合国大家庭	上级组织和联合国其它机构 – 包括总部、区域、分区域和地方机构	要与粮农组织有关单位密切协调合作，并与联合国其它机构，特别是参与关键活动领域的机构合作。
其它国际组织	姊妹组织，如《生物多样性公约》	要建立伙伴关系，特别是与参与推进作物生物多样性和国际发展的机构建立伙伴关系，从而提高《国际条约》的知名度和受众的了解程度。
合作伙伴	合作组织包括国际农业研究磋商组织各中心、非政府组织、民间社会组织、私营部门、农民团体、其他观察员	可为扩大《国际条约》交流工作的覆盖面创造机会，从而可提高其知名度和受众的认识。
捐助方	现有捐助方（如欧盟）和潜在捐助方（如国家、基金会、私营部门）	要提高可见度，并展示捐款正如何产生/可能如何产生积极影响。可支持供资工作。
研究机构	学术界和相关研究机构	要提高认识，并发展潜在伙伴关系，提高各项计划和活动的地位和成效。
媒体	各大媒体。包括国际、区域和地方各级的一般媒体和专业媒体	增进了解，提高知名度。
公众	公众。包括具备和不具备特定技术专门知识的外行	提高其对《国际条约》的认识和了解。

¹¹ 《供资战略特设咨询委员会报告》，2017年6月：<http://www.fao.org/3/a-BS764e.pdf>

¹² 同上。

11. 《国际条约》需要宣传有针对性的信息来吸引不同的目标受众，同时谨记总体关键信息，并采用不同媒体进行宣传，最大限度提高有效性。为了取得成效，必须根据不同的受众和场合，调整交流信息的形式、内容和涵义，在地方、国家、区域和全球背景下都是如此；同时维护《国际条约》的视觉形象和关键信息。

V. 作用和职责

界定作用和职责有助于厘清对关键参与者的期望，并确保其直接参与实施《交流战略》。同时，必须统一各方认识，确保所有参与者对《国际条约》相关问题、以及对如何提高其知名度和了解程度形成共识。

12. 预计以下各方将在实施《国际条约》的《交流战略》方面发挥特殊作用：

- 1) **管理机构**将每两年审查一次《交流战略》，提供指导，并确保为其实施工作提供充足的资源。
- 2) **秘书处**将通过制定年度交流计划实施《交流战略》。交流计划将包含根据管理机构的指导以及缔约方和主要利益相关者的需求，而设计并制作的产品和服务。
 - 任命一名交流和外联专员/官员，该专员将在《国际条约》秘书的指导下，并参考秘书处官员的意见，监督制定并实施一份载列相关产品和活动的详细年度交流计划。
 - 技术官员将就年度交流计划提出意见，并定期予以审查，同时铭记专题重点和利益相关者的需求。
- 3) 《国际条约》的**合作伙伴**将与秘书处合作，分享并传播关键信息及交流产品和活动，并创造参与活动和其它外联活动的机会。¹³

¹³ 见下文第 VIII 节：合作伙伴与合作关系。

VI. 品牌形象推广和关键信息

要树立与众不同的形象，必须兼顾两项基本要素：

1. 品牌形象推广 – 各项设计要素（图像、颜色、字体）必须保持一致；
2. 关键信息 – 根据专题领域和行动，清晰传达“要点”信息

13. 为了树立并保持鲜明独特的形象，《国际条约》必须根据粮农组织《全组织交流战略和准则》，创建并使用连贯一致的“品牌形象”和鲜明独特的重要信息。例如，在2015年，按照最新版粮农组织交流准则重新设计了《国际条约》的标识（彩色版和黑白相间版），自那以来，始终将其与粮农组织的标识一同使用，成为《国际条约》“商标”的一部分。要开展有效交流，传递的信息必须重点突出、清晰一致。

14. **品牌形象推广：**要推广品牌形象，必须一以贯之地使用所有设计元素，包括标识、颜色和其他识别图形细节。这有助于创建清晰的视觉形象或“商标”。在某种程度上，这项工作已经完成，在《国际条约》的标识和颜色方面尤其如此。但完全可以、而且应该根据粮农组织的准则进一步加强这项工作：可以提出朗朗上口的口号，然后将其与视觉形象结合起来，凸显《国际条约》的独特形象和专题重点领域。此外，《国际条约》可把握机会在特定活动期间进行**品牌形象联合推广活动**，比如在区域会议期间，可重点突出会议主题，将现有的品牌因素与特定合作伙伴结合起来。这样，《国际条约》可提高其知名度，同时与相关区域、专题重点和有价值的（现有或潜在的）合作伙伴建立明确的联系。

15. **关键信息：**关键信息要围绕专题重点领域提出，同时与视觉品牌形象结合起来，这样有助于展示《国际条约》的独特形象。这项工作将主要由管理机构就任何特定两年度的主题和相关工作计划作出的决定来推动。例如，管理机构第七届会议专门强调了《2030年可持续发展议程》，因此，应着眼于品牌要素和信息的制作，开发一些交流产品，强调《国际条约》对《2030年议程》的贡献。

16. 应利用关键信息来突出《国际条约》在其主要专题重点领域的成就和贡献，包括多边系统、利益分享基金项目、全球信息系统、可持续利用、技术转让和农民权利。在所有交流活动中，**核心信息**必须始终保持一致；与此同时，也可能需要利用其它战略信息进行补充。例如，《2030年可持续发展议程》为《国际条约》提供了完美的机会，可突显其通过支持相关项目遏制物种生物多样性丧失，为实现“目标15”做出的重大贡献。此外，必须针对特定受众和特定活动量身定制特定的关键信息。例如，通过举行生物多样性养护区域研讨会，可有效展示《国际条约》如何支持能力发展和各国的实施工作。**次要信息**通常对时限要求较高，应始终牢记《国际条约》的整体形象和核心信息。

可供开发交流信息的专题领域示例：

- 1) 《国际条约》的关键作用与《2030年可持续发展议程》
- 2) 《国际条约》作为粮农组织农业生物多样性养护工作旗舰机构的作用
- 3) 多边系统的发展与重要性
- 4) 全球信息系统的发展与包容性
- 5) 供资战略的新愿景和方向
- 6) 利益分享基金项目对发展中国家农民生活的影响
- 7) 与可持续发展和粮农植物遗传资源可持续利用领域的其他行动者密切合作并建立伙伴关系
- 8) 提高对农民权利的认识

17. 关键信息可进一步凝练成**朗朗上口的口号**，附加到出版物和其他产品中，成为《国际条约》品牌形象推广工作的一部分。这类口号与任何特定两年度的专题重点相关，包括《国际条约》的《多年工作计划》中强调的专题。口号要让人过目不忘，每个两年度都需要做出调整，同时利用任何特定两年度更具针对性的关键信息进行补充，具体要取决于管理机构确定的专题重点领域。

口号示例：

- 1) 《国际植物条约》：勇往“植”前
- 2) 《国际植物条约》：养护粮食作物，创造可持续未来
- 3) 《国际植物条约》：与育种者和农民并肩前行
- 4) 《国际植物条约》和《2030年可持续发展议程》：播撒种子，泽被后世
- 5) 《国际植物条约》和《2030年可持续发展议程》：播撒种子，改变世界

VII. 方法和工具

在制定交流产品和开展交流活动时，首先要确保相关、可及、及时。

18. 要提高《国际条约》的知名度，并争取各方更大的支持，一项最有效的办法是与主要利益相关者定期交流，以分享各项成就、成功案例、最新动态和即将举行的活动。可利用一系列方法和工具来做到这一点。

19. 秘书处过去编制了各类交流产品，包括小册子、新闻稿和出版物，并举行了多种会议和活动，如部长级圆桌会议（包括曾在联合国大会期间组织了一次此类会议）、技术研讨会、周年纪念活动；并协调了对合作伙伴活动的参与工作，如“国际生物多样性日”和“世界粮食日”。秘书处提供了多种交流产品和服务。然而，迄今仍缺乏连贯一致的策略和持续性计划，而这两者都是确保交流信息连贯一致、且能定期与利益相关者交流的重要因素。

20. 由于未制定战略计划，《国际条约》的交流产品都是临时制作而成，不成体系，缺乏规划。例如，利益分享基金项目产生了很多有价值的成果，这些成果完全可以制作成交流材料，但材料的制作只以相对孤立的方式进行，既未获得充分支持，也无系统计划提供指导。此外，一些交流产品需要更新（例如国家联络点媒体和交流工具包、利益分享基金项目交流手册、支持理由小册子等），此外，也总有增加新产品的空间（例如博客、视频、专门面向捐助方的材料，等等）。

21. 考虑到缔约方和其它利益相关者的需求，以及粮农组织的政策和交流要求（如要求专业人员每年制作并宣传一定数量的关键交流产品，促进与关键利益相关者建立伙伴关系，提高粮农组织的全球知名度），¹⁴ 制定连贯一致的交流战略和实施计划，并加以贯彻落实变得更加重要。这项工作应由秘书处的专职交流/外联专员负责监督，该专员的职责是维护现有交流渠道和产品，同时开发新渠道和新产品。

¹⁴ 粮农组织高层官员媒体举措（SOMI）。

要开发有效的交流产品，必须使用适当的办法和工具，向关键受众宣传关键信息。

在接下来的两个两年度，《国际条约》网站将继续充当对外宣传的主要窗口，并以其它工具和产品作为补充，如：

- 传统媒体
- 社交媒体
- 组织外联活动
- 发挥伙伴关系的作用
- 聘请亲善大使

22. **网站**将继续充当《国际条约》对外宣传的主要窗口，并以电子邮件和其他交流产品作为补充。2016年，《国际条约》网站迁移至粮农组织网站，成为后者的组成部分，《国际条约》的文件也相应转移至粮农组织文件库。就像任何新举措一样，网站迁址表明《国际条约》的组织形象和影响力得到了提升，但转型也不可避免地带来了一些挑战，其中之一是“丢失”了一些交流产品，导致必须重新制作某些要素，如网站的“外联和出版物”板块。因此，《国际条约》网站必须继续完善和开发，以继续满足缔约方和其它利益相关者的交流需求。为了继续维护并开发网站，必须指定专人管理网站内容，该负责人必须了解最新动态，确保网站内容与时俱进。

23. 考虑到《国际条约》的利益相关者和目标受众广泛，建议在开发产品过程中将“传统媒体”和“新型社交媒体”结合起来，因为两者都能有效发挥各自的功能。所有产品的界面必须清晰、整洁、美观，并附有直白易懂的信息。此外，建议组织有针对性的外联活动和专门活动，鼓励个人参与，并提供目标受众的即时反馈。

24. **传统交流产品**包括印刷材料（如新闻稿、小册子、传单、信息图表、情况说明、通讯、演示文稿和文章）和多媒体产品（如信息图表、视频和音频产品），所有这些产品都公布到网站上，同时也包括网络产品（如网站和博客）。上一个两年度已制作若干此类产品，包括 30 多份新闻稿。¹⁵

¹⁵ 从 2015 年至 2017 年 7 月中旬，至少发布了 38 份新闻稿。

25. 新型**社交媒体**包括各种交互工具（例如网络研讨会和在线论坛）和社会媒体平台（例如 Twitter、LinkedIn、YouTube、Flickr、Instagram 和 Facebook），这些工具都有助于即时交流信息和观点，且尤其深受年轻一代受众的欢迎。
26. **外联活动**是宣传《国际条约》品牌和成就的另一个有效手段，可通过与特定目标受众直接接触，确保提高《国际条约》的知名度。直接接触方式包括作为秘书处例行活动的一部分而定期举行会议，如技术会议、常务委员会或特设委员会会议、专门的能力建设研讨会（如支持落实农民权利，或让用户了解/向用户展示全球信息系统的最新动态，即推动能力发展）、常驻罗马代表通报会（如在管理机构会议或特殊活动之前进行），以及其它特殊活动（如周年庆典、部长级会议或捐助者会议）。
27. 秘书处已组织并参加了多次特别活动，如“国际生物多样性日”（2017 年）、“世界粮食日”（2016 年）、在纽约联合国大会期间的一次高级别部长级圆桌会议（2014 年）、马斯喀特部长级会议（2013 年）、巴厘部长级会议（2011 年）以及若干与利益分享基金有关的活动，但这些活动或多或少都是临时性质的。现在需要采取更具战略意义、更系统的办法，同时针对每一场拟议活动/外联活动（包括与利益分享基金和资源筹措工作相关的关键活动）制定一系列相关的支持交流工具。
28. 通过与合作伙伴及其利益相关者分享相关交流材料和平台，并参与相关活动，**发挥伙伴关系的作用**。这通常是最具成本效益的办法，可让受众数量实现指数级增长，从而快速提高《国际条约》的知名度。¹⁶
29. **聘请亲善大使**是另一个值得尝试的办法。虽然粮农组织尚未广泛采用此办法，但聘请声誉较高的个人担任亲善大使有助于提高《国际条约》的知名度，并获得更大的支持。可考虑的人选包括农业领域广受认可的领导者，以及具有公信力且积极倡导环保和人类发展事业（如气候变化、保护地球的食物篮子（作物生物多样性））的知名人士和企业家。
30. 聘请的亲善大使可出席特别活动并致辞，发表证言，并表示支持《国际条约》的工作和项目。《国际条约》资源筹措高级别工作组曾在有限的范围内探讨此想法，并启动了相关工作，但未深入推进或利用。¹⁷《国际条约》管理机构不妨考虑是否值得进一步探讨此办法。

¹⁶ 请参阅下文第 VIII 节：伙伴关系和合作关系。

¹⁷ 实施融资战略利益分享基金战略计划：<http://www.fao.org/3/a-br578e.pdf>

VIII. 伙伴关系和合作关系

建立伙伴关系并开展合作有助于提高《国际条约》信息的知名度，并为投放交流产品提供重要平台。

31. 与其它机构（粮农组织内外部机构）建立伙伴关系和合作关系有助于提高受众对《国际条约》总体愿景和使命的认识。与伙伴组织和粮农组织其它部门合作，借力于其自身活动和交流工作，可为扩大交流工作提供相对低成本、高效率的工具。合作伙伴通过与其利益相关者分享《国际条约》的信息和交流产品，可协助促进信息的传播，从而提高认识。所有利益相关者和目标受众也都可以视为“合作伙伴”。¹⁸ 与此同时，必须考虑到伙伴组织/部门也是目标受众，需要培养并维护关系。

32. 与《国际条约》伙伴组织 – 特别是生物多样性领域伙伴组织的合作机会很多，应更充分地加以利用。至少应梳理可能有助于传播《国际条约》信息并提高受众对其认识的现有和潜在合作伙伴，然后汇编一份完整的名单并加以审查。下文是一份示例名单，可与这些机构培养伙伴关系，并借助其力量推动《国际条约》的交流工作：

- 1) 国际农业研究磋商组织¹⁹
- 2) 《生物多样性公约》²⁰
- 3) 国际生物多样性组织²¹
- 4) 欧洲环境署²²
- 5) 全球作物多样性信托基金²³
- 6) 全球环境基金²⁴
- 7) 国际食物政策研究所²⁵
- 8) 国际可持续发展研究所²⁶

¹⁸ 融资战略特设咨询委员会第九次会议报告：<http://www.fao.org/3/a-BS764e.pdf>

¹⁹ <http://www.cgiar.org/>

²⁰ <https://www.cbd.int/>

²¹ <https://www.biodiversityinternational.org/>

²² <https://www.eea.europa.eu/themes/biodiversity>

²³ <https://www.croptrust.org/>

²⁴ <https://www.thegef.org/>

²⁵ <http://www.ifpri.org/>

²⁶ <http://www.iisd.org/>

- 9) 国际种子联合会²⁷
- 10) 生物多样性相关公约联络小组²⁸
- 11) 各国部委（环境、农业、气候变化）
- 12) 联合国环境规划署²⁹
- 13) 《联合国气候变化框架公约》³⁰
- 14) 联合国环境规划署-世界自然保护监测中心³¹
- 15) 联合国多边环境协定信息平台³²。

33. 同样，加强与粮农组织其他部门合作，包括《国际条约》所隶属的气候、生物多样性、土地及水利部，可促进信息交流并利用现有的内部专门知识和交流渠道，为《国际条约》带来裨益。加强与全组织交流办公室合作尤其有益，因为该办公室是粮农组织交流工作的指挥中心，在社会媒体渠道的宣传方面尤其如此，包括 YouTube、Twitter 和 Facebook。与全组织交流办公室合作，可直接扩大《国际条约》的信息传播范围，同时加强内部合作与伙伴关系。同样，加强与粮农组织伙伴关系及南南合作司的合作，共同开发交流产品，也有助于推动《国际条约》的资源筹措工作。

IX. 交流计划

若能根据需求和目标制定全面的产品和服务交流计划，则将有助于简化合适交流材料的编制工作，这相当于为交流材料的制作和外联活动的组织工作制定一项年度“工作计划”。

34. 为有效实施《交流战略》，秘书处将考虑到每个两年度的专题重点、关键利益相关者的需求和可用资源，制定一项交流计划。该计划应每年制定一次，作为实施《交流战略》的“工作计划”。交流计划将由秘书处定期审查，因此可根据每年的实际需求和要求进行动态调整。

²⁷ <http://www.worldseed.org/>

²⁸ <https://www.cbd.int/blg/>

²⁹ <http://www.unep.org>

³⁰ <http://newsroom.unfccc.int/>

³¹ <https://www.unep-wcmc.org/>

³² <https://www.informea.org/en>

35. 制定交流计划有助于详细纵览 12 个月内计划的交流产品和活动，可详细了解每个产品/每项活动的目标受众、关键信息/专题重点、时间表，以及主要职责。应通过持续更新交流计划，使其始终充满活力，与时俱进，切实相关。为实现这一目标，并确保持续开发产品和服务，同样必须指定一名专职交流和外联专员/官员，由其负责制定年度交流计划，并负责实施和监测工作，包括监督相关交流材料的编制工作。

X. 资源

为了有效实施《交流计划》，必须提供充足的人力和财政资源。

36. 为了有效实施《交流计划》，必须提供充足的资源。近年来，缔约方指出需要加强交流工作，但可供开展交流工作的资源一直非常有限。

37. 按照当前的全球做法和标准，像《国际条约》这样的国际机构竟然没有建立专门的交流团队，也没有拨出专项资金来编制交流材料，这实属罕见。《国际条约》是目前所有与生物多样性相关的公约中唯一没有建立专门交流团队的机构。

38. 如上文第 VI 节（办法和工具）所提及的，有明确的证据表明，每当《国际条约》获得开展交流工作所需的资源，总会编制有用的产品。现在需要做的，是持续加强《国际条约》的交流工作。

39. 第七届会议主席团第二次会议请秘书处提交一份《国际条约》的交流战略，包括在预算草案中提出聘请一名新官员，供管理机构审议。³³供资战略特设咨询委员会也指出，需要在本两年度期间改善交流工作和供资工具的知名度，以支持《国际条约》的实施。³⁴

40. 为了实现这些目标，需要任命专职交流和外联官员或专员，并任命一名全职网站内容管理员提供支持，同时应视需要安排其他临时交流专家（如平面设计师、电视录像制作师、视频编辑、音频专家、专业摄影师等）提供协助。目前尚未指定任何全职交流和外联官员/专员，也未拨出预算聘请网站内容管理员。若没有充足的财政和人力资源，《国际条约》的交流活动和产品将只能继续流于临时性质。

³³ IT/GB7/Bureau-2/17/Report

³⁴ IT/ACFS-9-17/Report

XI. 定期审查

定期审查《交流战略》将有助于确保其相关且有效。

41. 应定期审查《交流战略》，以确保其相关、有效。
42. 秘书处应考虑到缔约方的需求、从关键利益相关者收到的反馈意见、新出现的全球优先事项以及可用的资源，制定年度交流计划，以实施《交流战略》。同时，在任何一年内，应根据利益相关者的需求和可用资源调整年度交流计划。
43. 管理机构应每两年审查一次《交流战略》，并确保为其实施工作拨出足够的预算。
44. 此审查机制有助于确保《交流战略》及其交流计划与时俱进、切实有效。

附录：缩略语

ACFS	《国际条约》供资战略特设咨询委员会
AGP	农业及消费者保护部植物生产及保护司
BSF	《国际条约》利益分享基金
CBD	《生物多样性公约》
CFS	世界粮食安全委员会
CSO	民间社会组织
CGIAR	国际农业研究磋商组织
CGRFA	粮农组织粮食和农业遗传资源委员会
FAO	联合国粮食及农业组织
GB	粮食和农业植物遗传资源国际条约管理机构
GFAR	全球农业研究和创新论坛
GIAHS	全球重要农业文化遗产系统
IPPC	《国际植物保护公约》
ITPGRFA	《粮食和农业植物遗传资源国际条约》
MLS	《国际条约》获取和利益分享多边系统
MYPOW	多年工作计划
NGO	非政府组织
OCC	粮农组织全组织交流办公室
OPC	伙伴关系、宣传及能力发展办公室
PGRFA	粮食和农业植物遗传资源
SDG	可持续发展目标
SOMI	高层官员媒体举措
UN	联合国