

联合国  
贸易和发展会议Distr.: General  
29 December 2014  
Chinese  
Original: English

贸易和发展理事会  
战略框架和方案预算工作组  
第七十届会议  
2015年3月9日至13日，日内瓦  
临时议程项目3  
审议贸发会议传播战略和出版物政策执行情况

## 贸发会议传播战略和出版物政策执行情况报告

## 贸发会议秘书处的报告

## 目录

	页次
导言.....	2
一. 传播、宣传和外联.....	2
A. 加强贸发会议的网站内容.....	3
B. 社交媒体.....	4
C. unog.org 网的网络测量 .....	4
D. 内部网 .....	5
E. 有针对性的信息产品.....	6
F. 针对主要受众.....	6
G. 展示本组织的工作.....	11
二. 出版物.....	14
A. 产出趋势.....	14
B. 出版物规划和管理.....	14
C. 出版物的相关性、一致性、创新性和质量.....	15
D. 优化出版物的传播.....	18

GE.14-25266 (C) 200115 260115



\* 1 4 2 5 2 6 6 \*

请回收



## 导言

1. 2009 年 9 月，贸易和发展理事会通过了贸发会议传播战略(TD/B/56/9/Rev.1)和贸发会议出版物政策(TD/B/56/10/Rev.1)。前者旨在帮助贸发会议完成任务，提高贸发会议工作的影响力，确保有效传播，并使良好传播做法主流化。后者的目的是提供一个规划和管理出版物的框架，以便其能够满足发展中国家和政府间进程的需求；保证出版物的相关性、一致性、创新性和质量；保障这些出版物以最佳方式传播给主要受众群体并得到反馈。秘书处根据要求每年通过战略框架和方案预算工作组向理事会报告传播战略和出版物政策的执行情况。本报告审查报告所述期间采取的主要举措。

## 一. 传播、宣传和外联

2. 各司和各单位均承担传播、宣传和外联活动。传播、宣传和外联科牵头协调外联活动，将活动推广到新闻媒体、民间社会、国际组织、乃至广大公众。另一些单位和司支持该科履行传播和外联职能。政府间支助处是面向驻日内瓦成员国的主要对接部门。各司通过与各自工作领域内包括政策制定者、私营部门和学术界在内的受众，有针对性地开展外联工作，以加强上述各种活动。技术合作处协调与捐助方、机构伙伴以及联合国机构间贸易和生产能力小组的外联工作。传播小组和出版物委员会负责推动内部协调和规划工作。传播战略和出版物政策继续指导传播和外联的强化工作。

3. 本报告概述 2014 年 1 月至 12 月开展的活动。在报告所述期间，贸发会议举行了成立五十周年(1964 年 6 月成立)庆祝活动。这一年组织的“贸发会议五十周年”和一些特别活动为展示贸发会议工作和加强支持其任务的主要信息提供了机会。本组织还举办或参加了一些强调其对整个联合国进程、特别是 2015 后发展议程所作贡献的活动。

4. 例如，在第三次小岛屿发展中国家问题国际会议(9 月 1 日至 4 日，萨摩亚阿皮亚)和第二次联合国内陆发展中国家问题会议(11 月 3 日至 5 日，维也纳)上，贸发会议作了发言，散发了出版物，<sup>1</sup>并组织了一些会外活动，支持作为其工作重点的两组国家。贸发会议还就影响这些国家的发展问题与更广泛的联合国系统协调。

5. 在萨摩亚会议上，秘书长和联合国开发计划署(开发署)署长共同主持了一次关于小岛屿发展中国家脱离最不发达国家地位的高级别小组讨论。在维也纳会议上，贸发会议副秘书长出席了开幕式，是实现内陆发展中国家经济结构转型的高级别圆桌会议的小组成员，并参加了会外活动。

<sup>1</sup> 例如与印度洋委员会联合编制的出版物：《更有效地处理小岛屿发展中国家的脆弱性》。

6. 结合维也纳会议政府间筹备委员会第二届会议，贸发会议在 10 月与同一些合作伙伴举行了一次关于内陆发展中国家和初级商品价值链的特别活动。
7. 针对贸发会议主要目标受众制定了强化型传播活动、专门信息产品和外联活动，下面概述其中一些例子。
8. 秘书长在任职的第一年，力求通过多种方式加强透明度和外联工作。其中包括开设了专门的秘书长“推特”账户，定期更新秘书长的网页，经常与成员国和贸发会议工作人员举行会议——群体和个人会议——以及开发新的内部网等。
9. 2014 年加强了设在联合国总部的贸发会议办事处。该办事处与纽约(美利坚合众国)的目标受众，包括成员国、民间社会、经核准的媒体和联合国组织进行了联系。
10. 加强传播工具方面的重点是加强网络内容、进行社交媒体外联和开发在线工具，包括针对具体受众的数据库和网上登记。开发了一个每周更新的在线信息工具，即“最新消息”，向成员国、民间社会和贸发会议工作人员及时提供本组织未来一周工作概览，以及与日历、事件、文件和活动的链接。
11. 整个组织的传播活动通过贸发会议传播小组协调，该小组由各司、处的联络人组成。通过联络人向高级管理层和所有工作人员分发会议录。还向管理层分发关于重大新闻发布会的每周新闻监测和概要，作为信息和监测工具。
12. 根据工作组 2014 年第六十七届会议通过的议定结论，<sup>2</sup> 秘书处继续努力加强其有效的网上存在，包括通过使用社交媒体。秘书处还在加强对其媒体和网上存在的监测和评价能力方面取得了进展。下面的例子说明了这方面的努力。

#### A. 加强贸发会议的网站内容

13. 除了更新贸发会议网站的内容之外，整个 2014 年还继续合并原先存在的外部独立网站。初级商品问题特别股的子网站及债务管理和金融分析系统被并入 unctad.org 网站。这些网站的内容现在可通过一体化的网站搜索进行全面检索。随着功能的加强，2014 年还建立了一些会议网站：2014 年公开研讨会、2014 年世界投资论坛和定于 2015 年举行的第七次联合国全面审查《管制限制性商业惯例的一套多边协议的公平原则和规则》会议。另外，2014 年还测试并启动了贸发会议各种会议的网上登记门户网站。
14. 贸发会议正在采取步骤，吸引具有奉献精神，可为其研究、政策讨论和能力建设活动作出贡献的高素质专业人员。为此，贸发会议网站的工作机会网页提供关于就业、联合国招聘门户网站上的现有职位空缺表、顾问、实习生、初级专业人员方案和青年专业人员方案的信息。

<sup>2</sup> 见 TD/B/WP/260。

15. 建立了一个特别网页，定期提供与贸发会议五十周年直接相关的活动、会议和文件的最新信息。它还有一个照片库，并利用社交媒体确保尽量扩大宣传面。

16. 对专门的联合国贸易和生产能力机构间小组网页进行定期更新，提供关于该小组及其业务的背景信息，包括与其最近活动的详细宣传册和信息之间的链接。还可通过该网页查询关于该小组各机构参与的机构间项目和方案的项目和方案文件。

17. 通过网站主页上的新闻头条来突出关于贸发会议活动的最新信息。还在上面发布带有相关链接的简短新闻。截至 2014 年 11 月底，贸发会议共发布了 220 条新闻。其中包括会议成果、活动，尤其是活动实例和对外地的影响。通过在贸发会议“推特”账户上张贴海报来支持新闻的传播。对于每一项重大活动，传播、宣传和外联科都与各实务司合作，拟订传播计划，确保在活动之前、期间和之后传播信息和新闻。

## B. 社交媒体

18. 2014 年，贸发会议通过“推特”、Flickr、“脸书”、LinkedIn 和 YouTube 等加强了在社交媒体上的活动力度。

19. 贸发会议定期发布关于各项活动的新闻、出版物和信息，并得到其他联合国和国际组织、成员国、民间社会、媒体和学术界越来越多的转发和分享。贸发会议“推特”账户的关注人数从 2012 年的 8,000 人增加到 2014 年 11 月的 50,500 多人。

20. 为与广大受众进行互动、直接和非正式的交流，贸发会议秘书长于 2013 年 9 月开设了@UNCTADKituyi“推特”账户。在一年的时间里，其关注者增加了 700%。

21. 还有一些“推特”账户向专门的目标受众通报贸发会议的最新趋势和动态，它们是：@unctadwif、@ICT4DatUNCTAD、@STI4Dev、@UNCTADstat、@TrainForTrade、@UNCTAD\_ISAR 和 empretecUN。

22. Flickr 是所有重大活动的图片的主存库，图片在贸发会议网站上实时发布。为重大活动、如贸发会议五十周年创设了照片库。贸发会议官方“脸书”网页于 2014 年启动，以支持社交媒体外联活动。

## C. unog.org 网的网络测量

23. 下表展示的是 2014 年网络访问数据的初步综述(2014 年 1 月 1 日至 11 月 15 日，加上 2014 年 12 月的推断数据)。

## 网络访问量

月份	unog.org 访问量	
	2013 年	2014 年
一月	107,537	110,682
二月	106,787	115,400
三月	131,968	140,219
四月	135,156	141,272
五月	133,370	135,300
六月	114,296	119,626
七月	97,148	98,957
八月	86,055	92,230
九月	119,237	128,692
十月	129,264	145,637
十一月	132,496	142,820 <sup>a</sup>
十二月	136,158	-- <sup>b</sup>
<b>合计</b>	<b>1,293,314</b>	<b>1,478,707</b>

<sup>a</sup> 现有 11 月 1 日至 15 日数据(推测数据相当于前两周的数字乘以二)。

<sup>b</sup> 无。

## D. 内部网

24. 为加强内部协调和传播、信息共享和各科之间的协作，贸发会议开发了一个新的内部网平台，并重新设计了其内容。第一阶段是替换以前的内部网，于 2014 年 6 月启动，为贸发会议提供了一个内部信息共享网络工具。其特点包括实质性活动要闻、内部消息和声明、旨在加强内部透明度、问责制和信息共享的秘书长公共方案每周安排、关于贸发会议服务的信息以及与有用的联合国网络应用的链接。

25. 该技术平台还增强了文件管理、社会网络以及搜索和工作流程自动化能力。第二阶段的开发始于 2014 年 7 月，包括为贸发会议工作人员提供协作空间。第三阶段将通过自动化的工作流程，简化内部程序。

## E. 有针对性的信息产品

26. 贸发会议发布了一些旨在满足目标受众要求或以简洁格式处理热点问题的传播和外联产品。继续努力削减纸印本的发行，保证在贸发会议网站上以电子版提供信息产品。

27. 诸如《运输通讯》季刊(<http://unog.org/transportnews>)等电子通信针对专门的受众，定期提供关于专题问题的最新信息。贸发会议订购了 <http://mailchimp.com> 提供的服务，即通过电子邮件分发《运输通讯》新刊，集中管理和促进读者联系信息数据库的更新和维护。债务管理和金融分析系统定期发布通讯，提供方案活动和公债管理方面的信息。

28. 为应对当前问题和新出现的问题，如国际金融市场波动的加剧，贸发会议定期发布政策简报或分专题的网络文章。贸发会议和秘书长的一些专栏文章发表在著名媒体上，如《卫报》、《赫芬顿邮报》、《世界报》和《时代日报》等。

## F. 针对主要受众

29. 2014 年，工作组呼吁贸发会议继续努力确保与所有利益攸关方尽可能广泛的外联。成员国通过的传播战略指出了本组织的主要受众。下面是一些对利益攸关方进行传播和外联的例子。

### 1. 政策制定者

30. 传播战略将政策制定者界定为贸发会议的主要目标群体。这包括范围很广的各级政府官员，其中包括代表和议会议员。贸发会议出版物的主要对象是政策制定者。有效传播是秘书处传播和外联工作的主要内容。传播战略还建议通过与贸发会议官员的会晤、在高级别会议上的互动、与各国议会联盟举行吹风会和合办活动，以及接触议会议员等，直接将政策制定者作为传播对象。

31. 秘书长和副秘书长的实地访问和高级别会晤大大有助于推动本组织的政策工作和技术援助。2014 年，讨论的领域包括脱离最不发达国家地位、通过贸易和发展处理不平等问题以及生产能力和基础设施投资等。秘书长与政府首脑和部长举行了 100 多次双边会晤。另外，为加强公开和非正式的意见交流，秘书长还与常驻代表举行早餐会，并与他们举行了 60 多次双边会晤。

32. 贸发会议参加二十国集团会议仍然是接触政策制定者的主渠道，贸发会议政策简报以及《贸易和发展报告》概述是联络专门受众的有用工具。对该集团的技术性建言主要集中在涉及宏观经济和发展政策的问题上。

33. 贸发会议结合其关于最不发达国家的工作，通过参加国家和国际活动来与政策制定者联络，如最不发达国家生产能力建设新伙伴关系部长级会议(7 月 28 日至 31 日，科托努)和联合国高级别小组。

34. 此外，贸发会议在非洲联盟经济和财政部长会议与非洲经济委员会非洲财政、计划和经济发展部长会议第七届联席会议(3月，阿布贾)上作了发言。会上传播了《2013年非洲经济发展报告》的结论和建议。

35. 贸发会议还通过第166段(P166)培训方案与政策制定者联络。主要目标包括与利益攸关方有效接触和加强对贸发会议工作和影响的了解。重点是进行双向交流，鼓励提出反馈意见，以及更好地满足政策制定者的需要。为尽可能扩大外联和传播，不断加强数字渠道。其中的两个渠道是：政策能力建设网站，用于交流方案信息和 P166 校友故事，展示成功和影响；以及 P166 Moodle 电子学习平台，在每次课程之前、期间和之后为政策制定者提供视听材料，作为面对面授课的补充。这一知识共享平台还用于讨论、评价和学术内容。社交媒体对于保持 P166 校友长期参与也很重要，“脸书”群区域培训班就表明了这一点。为网上登记和上传文件建立了一个区域班和短期班登记平台，它还有助于生成用于报告目的的统计资料。

## 2. 成员国

36. 除了贸发会议的会议、出版物和其他活动的有关正式通知之外，秘书处还为代表们举办入职介绍会，并举行各种吹风会，介绍贸发会议的政府间会议。

37. 2012年12月启动的代表门户网站通过贸发会议网站上的一个链接，为代表们提供公众无法搜索到的其他资料。为成员国提供一个登录名和密码。代表们可以查询互动式的会议和活动日历，以便报名参加某个会议，收到时间和地点更新信息，并查询相关文件，如包括议定结论草案在内的文件草稿以及不公开分发文件。约有200名代表注册使用该门户网站，2014年页面访问量超过了7,000次。

38. 依然重视向驻日内瓦和纽约的各代表团介绍旗舰报告及其他研究成果。

39. 贸发会议继续通过代表门户网站，发布专业人员及以上级别的现有职位空缺。此外，贸发会议还应成员国要求，在工作组12月届会期间分享了人力资源相关数据，以供参考。

## 3. 媒体

40. 本报告期内，贸发会议的媒体曝光率很高。2014年1月1日至12月15日，收集到大约8,560份与贸发会议有关的新闻简报。但这一数字仅仅是媒体对贸发会议及其活动实际报道量的一小部分——20%。贸发会议现有的搜索引擎可能会忽略以少数群体语言发表的和非网络媒体中的材料。尖端搜索技术价格昂贵，获得可负担得起的全面监测工具的机会有限。因此，贸发会议依靠媒体合作伙伴、工作人员以及联合国新闻中心各国家办事处来提供传统搜索引擎忽略的许多简报数据。

41. 面向公众的网络和传统媒体频频报道贸发会议的工作，专业出版物则经常深入介绍贸发会议的政策和分析工作。

42. 贸发会议重视与驻日内瓦的经联合国核准的 200 多名国际媒体代表培养业务联系。贸发会议在联合国新闻处的新闻发布会上每周两次提供关于其活动、会议和发布的最新情况和预报。此外，作为一个无外驻机构的组织，贸发会议还积极地与伦敦、巴黎、新德里、约翰内斯堡和布宜诺斯艾利斯等主要媒体中心的记者保持联系。贸发会议与联合国新闻处和其他联合国机构密切合作，确保得到日内瓦及外地媒体最大限度的关注。

43. 2014 年 1 月 1 日至 12 月 15 日，贸发会议发布了 64 份新闻稿(联合国正式语文的译文 174 份、其他语文的译文 13 份)和 10 份信息说明(联合国正式语文的译文 23 份)。这些材料以电子方式发送到一个不断更新的全球记者数据库。还以电子方式向成员国和民间社会发送新闻产品，并实时发布在贸发会议网站上。

44. 为保持与媒体的联系，贸发会议发布了一些称为媒体提示的“一览式”电子文件，向记者提供关于贸发会议即将开展的活动的信息，以及与新发布的新闻材料和实质性文件的超链接。本报告期内发布了 12 条媒体提示。

45. 为尽可能降低传播成本，贸发会议审查了对出版物印刷品的需求，特别是对发布旗舰报告的需求。所有报告都可以从贸发会议网站上免费下载。在限时禁发条件下，向媒体提供有密码保护的先行读取权，以便其有充分时间准备，争取及时报道。

46. 贸发会议与联合国其他组织、基金(会)和计(规)划署协作支持出版物的发布，扩大媒体推广面。贸发会议与欧洲经济委员会的一名资深经济学家一起，协助经济和社会事务部在日内瓦发布了《2014 年世界经济形势与展望》。贸发会议还在这一年中通过开发署各办事处和联合国信息中心与外地新闻干事进行了合作。

#### 4. 民间社会

47. 传播战略强调有必要通过改善会议和研讨会的参加情况，以及以电子方式交流信息，使民间社会更多地参与贸发会议的活动。该战略特别重视争取南半球国家民间社会的参与，主张建立伙伴关系，促进围绕贸发会议的主要信息开展对话。过去 15 年，民间社会对贸发会议的重要性增加。民间社会是传达本组织信息和培养政治意愿的一个重要途径。传播战略所载某些建议的落实工作取决于资源具备情况。特别是，推动进一步与南半球国家的民间社会接触，以及以更多语种开展传播工作都需要资源。

48. 具体而言，贸发会议联络民间社会的手段如下：

(a) 公开研讨会。2014 年，民间社会、学术界、私营部门和政府间组织的约 350 名代表讨论了全球不平等问题及其对发展的影响。

(b) 民间社会组织电子提示。定期向 3,000 多个订阅者发送着重报道民间社会感兴趣的消息、研究、出版物和活动的电子邮件。2014 年散发了 30 期电子提示，包括关于公开研讨会、贸易和发展理事会以及世界投资论坛的特别版；

(c) 民间社会门户网。贸发会议网站有一部分专门提供民间社会特需资料，并定期更新，增添新材料。

(d) 社交媒体。今年的公开研讨会召开之前、期间和之后，在 LinkedIn、“推特”、YouTube 和 Flickr 上进行了宣传。对 YouTube 网贸发会议频道进行了更新，上传了全体会议的 27 个视频短片。活动的照片和要点也通过 Flickr 和“推特”分享；

(e) 交流和磋商。组织了一些磋商，包括与秘书长和贸发会议各司的磋商。在公开研讨会之后，紧接着举行了关于贸发会议和 2015 年后问题的为期半天的战略会议。

(f) 支持和指导民间社会组织提出成为贸发会议观察员的申请。2014 年，五个民间社会组织达标，获得贸易和发展理事会的批准。目前有 25 项申请还处在申请过程的不同阶段。

## 5. 私营部门

49. 世界投资论坛是争取私营部门参与贸发会议工作的一个重要途径。今年高级别会议的重点是投资可持续发展目标这一主题。该论坛力求通过一些不同活动传播《2014 年世界投资报告》的主要信息，并通报报告中提出的投资可持续发展目标高级别行动计划。

50. 私营部门外联还采取电子邮件提示以及通过世界投资网电子分发网络信息、新闻通讯和问题说明的形式。通过把私营部门网络与广大投资界联系起来，产生了乘数效应，而这又进一步传播了信息。

51. 通过私营部门对贸发会议政府间会议和专家会议的参与、让私营部门代表参加同行审查过程以及其他有针对性的办法，例如直接访谈和参加讨论小组等，征求私营部门的意见。

52. 应内陆发展中国家请求，贸发会议实施了关于增强这些国家吸引外国直接投资能力以促进生产能力发展和现代化的发展账户项目。该项目通过司际合作实施，目的是帮助投资促进机构为投资者提供关于本国商业成本、机会和条件的最新信息。编制投资指南(iGuides)是该项目的一部分，贸发会议在 10 月的世界投资论坛期间举行了一次全球投资指南会议。

## 6. 大学和研究机构

53. 大学和研究机构是贸发会议研究和分析报告的积极使用者。所有已发表的文件都可在网站上免费获取。贸发会议专家还受邀举行演讲。2014 年进行了约 30 次关于全球经济专题如金融危机、政策空间、不平等、就业和初级商品价格金融化的演讲和发言，包括秘书长的发言。

54. 与大学互动的一个主要途径是贸发会议的虚拟学院方案。2014 年，虚拟学院网站发布了 50 条与该方案的能力建设活动有关的新闻，以及五项基于贸发会

议研究的多媒体教学资源。该学院成员还可通过其数字图书馆查阅 70 本新出版物以及其中三次参观考察所提供的材料。成员大学参加了 11 次介绍旗舰出版物研究成果的视频会议。

55. 此外，2014 年，虚拟学院还在其网站上发布和分发了四期季刊 (<http://vi.unog.org/news-mainmenu-2/newsletter>)。这些季刊还以电子方式分发给贸发会议所有工作人员和来自学术界、政府、非政府组织和其他感兴趣的利益攸关方的 6,800 名接收者。学院成员——截至 2014 年 11 月共有 4,319 人——收到了关于新出版物、奖学金、贸发会议培训机会、征集论文通知和其他成员机构提供的学习机会的电子邮件提示。

## 7. 国际组织

56. 贸发会议推动了联合国为使联合国发展系统符合 2015 年后发展议程目的作出的努力。例如，贸发会议是联合国贸易和生产能力机构间小组的主导机构，并代表该小组参加了行政首长协调委员会的各种机制：管理问题高级别委员会、方案问题高级别委员会和联合国发展集团。

57. 在贸发会议以观察员身份出席会议的情况下，秘书长向国际货币基金组织国际货币和金融委员会及世界银行发展委员会的春季和年度会议提交了声明，概述了贸发会议对宏观经济现状的看法，并就成员国可采取的促进贸易和发展增长的政策步骤提出了建议。

58. 贸发会议继续与其他国际组织合作，支持二十国集团国家的审议工作。为此，与世界贸易组织和经济合作与发展组织建立了关于贸易和投资相关问题、与国际劳工组织建立了关于宏观经济和社会问题的重要伙伴关系。最近还于 2014 年 12 月 4 日和国际劳工组织签署了进一步实现这种合作某些方面正规化的谅解备忘录。

## 8. 广大公众

59. 本报告期内，贸发会议为来访学生、外交官、学术人员和企业高管群体举办了实质性情况介绍会。联合国新闻处或贸发会议组织了约 53 个访问团，总人数超过 1,400 人。贸发会议工作人员介绍了本组织的活动，组织开展了互动讨论。为学生们提供了专门编写的贸发会议文件和网上后续参考资料。还系统收集和审查评价意见，以提高贸发会议情况介绍会的质量和效力。

60. 为进一步展示贸发会议广泛而多样的研究工作，在万国宫以及外部选定地点举办的所有贸发会议政府间会议和活动期间设文件散发摊位。此外还向日内瓦以外地点发送成套宣传资料，供在贸发会议参加的活动上散发。贸发会议在诸如瑞士年度招聘日等活动期间，向对其工作感兴趣的目标群体进行宣传。贸发会议专家向发展领域的 2,000 多名专业人员介绍了贸发会议的业务工作和职业发展机会。

## G. 展示本组织的工作

### 1. “贸发会议五十周年”

61. 2014 年 6 月 16 日是贸发会议成立五十周年，为强调贸发会议的作用和贡献提供了一个独特机会。为此，本组织制定了一项整个组织的战略，在全年开展的工作中纳入对“贸发会议五十周年”的反思。其目的是与目标群体进行外联，并利用周年庆祝活动提高贸发会议的影响力。制定了一项包含会议、出版物和活动日历的详细传播计划，重点是逐渐发展贸发会议三个支柱的工作。贸发会议在这一周年期间与利益攸关方联系、加强核心信息和展示其工作的例子包括贸发会议在日内瓦或与国家和机构主办方合作在外地举行的各种会议，以及在政府间会议和专家会议及联合活动中关于“贸发会议五十周年”的讨论。

62. 为突出表明 2014 年期间在五十周年主题下开展的活动，贸发会议设计了一个专门的图形标识，包括一个标志。这一标识用于具体产品中与周年有关的印刷和数字材料，包括海报、横幅、日历、网站和全组织范围的电子邮件签名。“贸发会议五十周年”的图形标识是实现本组织视觉形象标准化的大型项目的一部分。

### 周年庆祝周

63. 为纪念 1964 年 6 月贸发一大在万国宫闭幕，在日内瓦举办了为期一周、题为“贸发会议五十年：庆祝活动”的周年庆祝方案(6 月 16 日至 20 日)，其中包括各种高级别活动和特别活动。

64. 活动时间和地点突出了其历史性以及对贸发会议目标群体的吸引力。活动方案采用了过去、现在和未来主题一致的结构。所有活动均向所登记的与会者和媒体代表开放。

65. 6 月 16 日的第一项活动回顾了贸发会议多年来对贸易和发展政策的贡献。有三位颇负盛名的 1960 年代前工作人员受邀发言。他们的讲话为《贸发会议 50 年：短暂的历史》作者的发言拉开了序幕。该书免费提供，并在周年庆祝周期间和 2014 年随后开展的活动中，与带有五十周年标识的文具一起，作为成套宣传资料发放。6 月 16 日的第二项活动是与秘书长基图伊举行的圆桌会议，从历史角度讨论贸发会议在当代的作用。

66. 第二天举行了贸易和发展理事会特别会议，联合国秘书长、瑞士联邦副总统和其他高级别发言者在会上发了言。第三天上午，随着第三次日内瓦对话的开幕，先是对贸发会议过去的贡献作了概念上的强调，然后讨论了它现在和未来的作用。第三天关于全球不平等问题讨论后来扩展到在贸发会议公开研讨会上探讨其宏观经济层面。之后在第四天举行了进一步的研讨会小组讨论和同期分组会议。

67. 贸发会议正式方案的最后一项重大活动是讨论通过移动电话技术往家里汇款的会议。此次活动的创新之处在于使用了网播和社交媒体。对讨论进行了网上

直播(ow.ly/ygapR), @ICT4DatUNCTAD 账户则使用#MobileRemittance 标签主持了一次推特网上的聊天。小组成员所发的微博和意见被汇编成 <http://sfy.co/sZ2x> 网站上的一个#MobileRemittance storify 页面。#MobileRemittance 标签还被用在进一步的推文中, 以确保今后搜索结果的一致性。

68. 在整个一周中, 除周年庆祝活动外, 还有反映贸发会议思想和价值观在全球影响的文化活动作为补充。

69. 例如, 6 月 19 日至 24 日在万国宫举办了非洲电影节, 播放了布基纳法索、乍得、刚过民主共和国、莫桑比克、突尼斯和塞尔加尔的一些电影。这些电影从人性角度探讨各种问题, 所讲故事正是贸发会议报告的字里行间所体现的内容。电影节突出了非洲创意产业的潜力, 表明贸发会议一直处在联合国努力确定和利用创意产业对减少贫困和促进包容性增长所作贡献的最前沿。

70. 周年庆祝周的晚间节目包括联合国交响乐团的一次音乐会、俄罗斯联邦青年交响乐团的一场演出和一次传统印度舞蹈演出。

71. 所有周年庆祝活动都作为新闻在贸发会议网站上发布, 并被一些媒体报道, 包括国际新闻通讯社、全非洲新闻社、《海湾时报》、《时代日报》和《南北发展监测》等。全球媒体共制成 150 多份剪报。

## 2. 其他活动

72. 10 月 13 日至 16 日在日内瓦举行的世界投资论坛也是一项贸发会议五十周年活动。它作为迄今最大的论坛, 确认有必要建立一个全球平台, 就世界主要的和新出现的投资相关挑战开展对话和采取行动。论坛吸引了来自 150 个国家的 3,000 多人参加, 500 名发言者在 50 次会议上作了发言, 其中包括政府、工商业、学术界和民间社会的高级别决策者。

73. 今年的论坛包括为学术界、资本市场监管机构、议员和影响投资界举办的特别活动。为满足各种利益攸关方的需要, 论坛与其他 35 个组织合作, 争取到了 20 多个赞助伙伴提供的资金和支持, 并通过与 11 个全球媒体伙伴的合作, 进行了媒体传播。社交媒体和互联网(“推特”、与消费者团结和信任国际协会合开的博客、一个独立网站、网播、视频内容和直播的照片流)对论坛进行了广泛宣传。论坛期间发出了 320 多条推信, 访问量达 100,000 多次。战略伙伴关系的缔结也使论坛可在网上免费宣传, 并在印刷媒体和诸如消费者新闻与商业频道等电视频道上进行推介。此外, 论坛还通过较为传统的途径、包括大型广告活动在日内瓦加以传播, 这些途径有助于培养当地受众, 并向当地社区传播贸发会议的任务。

74. 贸发会议五十周年活动还包括劳尔·普利维什讲座。该讲座于 1982 年设立, 自那以来, 贸易和发展领域的著名思想家一直在贸发会议举办热点问题讲座。讲座第一次由一名现任国家首脑, 即厄瓜多尔总统主讲。作为五十周年传播计划的一部分, 该讲座的设计和组织的目的是为了影响尽可能多的贸发会议支持者。外

联超过了贸发会议活动的通常规模，扩大为网络宣传运动，并制作了使用五十周年标识和普利维什讲座标识的海报、横幅和摊位，将之置于显要地点。为动员研究院学生和广大公众参与作出了特别努力。媒体的报道率很高，特别是拉丁美洲的媒体。对这次参加人数众多的讲座进行了网上直播，并在“脸书”和“推特”上引起了广泛关注。

75. 77 国集团和中国举行了庆祝 77 国集团和贸发会议各成立五十周年高级别会议，正式设立了加马尼·科里亚论坛，这是一个日内瓦外交和知识界就主要发展问题自由坦诚地交换意见和进行讨论的空间。贸发会议还为 77 国集团和中国庆祝该集团成立五十周年的纪念卷贡献了一个章节。小岛屿发展中国家也举行了周年纪念活动，提请注意它们的特殊情况和重点。

76. 世界各地举办了许多活动，对贸发会议的工作予以承认。4 月，秘书长在印度尼西亚举行的一次纪念贸发会议五十周年的研讨会上作了发言。5 月在哈萨克斯坦阿斯塔纳经济论坛上举办了另一次由秘书长参加的纪念活动。这一年中，高级工作人员在哈利法克斯、伊斯坦布尔、日内瓦和其他地点作了发言。

### 3. 特别举措

77. 2013 年 11 月，秘书长启动了日内瓦对话，这是驻日内瓦成员国、民间社会、国际组织和私营部门之间一次开放的非正式对话，目的是为拟订 2015 年后发展议程带来一丝新鲜空气。对话的形式使成员可以自由交流意见，更好地理解相互的利益。2014 年，秘书长又举行了两次关于 2015 年后可持续发展议程和从巴厘岛出发的道路的对话以及作为五十周年庆祝活动的一部分而在 6 月举行的题为“贸易作为落实可持续发展目标的手段”的第三次对话。

78. 关于这些对话的外联和传播，贸发会议将设在日内瓦、以贸易和发展为重点的非政府组织、学术界(研究院、世界贸易研究所和日内瓦大学)以及与社会经济发展有关的其他驻日内瓦组织的同事作为目标对象。每次日内瓦对话都吸引了约 300 名参加者。有些发言见贸发会议的网站。秘书长在后来与联合国高级工作人员和驻纽约总部代表举行的后续会议中，转达了这些对话的实质内容。

79. 与全球传播举措的合作使得像贸发会议这样的组织可以通过全世界网络和媒体传播信息，对全球受众进行宣传，这往往是单个组织所无法做到的。一个成功实例是贸发会议 12 月 11 日与首次在联合国日内瓦办事处举行的“TEDx 谈话”的合作。发言者们受邀分享与日内瓦国际组织打交道的经历。从 11 名发言者中选出了一位来自乌干达的女企业家——经营技术方案受益人——在这次被广泛宣传的活动上发言。向 1,900 多名现场观众介绍了“TEDx 谈话”，并进行了网上直播。在举行该活动的同时还开展了社交网站外联活动，并吸引了媒体的关注。

## 二. 出版物

### A. 产出趋势

80. 贸发会议根据《阿克拉协议》并依照“多哈授权”重申的要求，在整个联合国系统努力精简出版物之后，力求进一步提高质量，更加有效地满足成员国的需要。2008-2009 两年期约有 225 种出版物，2010-2011 两年期约有 200 种出版物，2012-2013 两年期约有 184 种出版物，这显示了出版物的产出趋势。预计 2014-2015 两年期约有 180 种出版物。

### B. 出版物规划和管理

81. 按照贸易和发展理事会通过的出版物政策，贸发会议作了超前分析，重点分析发展中国家面临的主要挑战，提供切实可行的解决办法和政策选择。主要报告的编制在时间上错开，以便更好地推动每项研究。此外，所有出版物都经过多重质量控制程序和政策审批，以确保一致性，并监控质量。秘书处发布本年度旗舰出版物前还广泛使用了同行审评。同行审评增加了宝贵的区域和国家观点。

82. 秘书处在审查出版物委员会在联合国总部提出的经修订的出版物规划和处理程序(其中包括一定程度的决策集中)方面发挥了积极作用。贸发会议秘书处和其他一些实体一直主张采取与由部门领导如贸发会议秘书长最终负责相一致的合理分散方法，落实经核准的工作方案。与此同时，秘书处还大力主张采取灵活办法，以便及时应对新出现的挑战和成员国不断变化的优先事项。

83. 由副秘书长担任主席的出版物委员会负责贸发会议出版物的规划和管理。该委员会对贸发会议出版物的整个周期采取统筹管理办法，监测出版过程的所有阶段，以确保所有出版物的一致性。针对所有出版物的经修订的审批政策于 2014 年 12 月 1 日生效，其目的是通过简化政策审批过程，提高效率，同时确保最高标准以及与本组织任务、政策和优先事项的一致性。

84. 出版物的翻译是传播贸发会议研究和分析材料的一项重要工具。出版物翻译数量有限和翻译耗时漫长仍然是一个难题，这主要是由于联合国日内瓦办事处翻译贸发会议文件的资源有限。秘书处继续与会议服务部门密切合作，确保在合理的时间内完成出版物、特别是旗舰报告的翻译。

85. 与各级人员、包括联合国总部大会和会议管理部高级人员进行了接触，以期达成对双方都合适的安排。秘书处努力争取一定程度的灵活性，以便根据成员国不断变化的需要管理出版物的翻译。

86. 基于这些考虑，秘书处继续采取措施，确保以联合国正式语文更广泛地传播出版物。这些措施包括减少出版物的篇幅，将其限制在 100 页之内，并且只翻译贸发会议主要报告的概述。还为确保一些关键出版物的翻译调动了预算外资金。

## C. 出版物的相关性、一致性、创新性和质量

87. 2014 年是贸发会议成立五十周年，本组织的出版物侧重于致其成立的贸易和发展问题。贸发会议的研究和分析工作继续强调成员国在全球经济和金融危机之后必须维持经济复苏，促进更具包容性和可持续性的增长和发展，包括在向政府间讨论介绍国际贸易和投资对 2015 年后发展议程和可持续发展目标的促进作用时。2014 年，分析产出侧重于国际贸易方面的关键问题，因为这种问题特别与发展中国家有关，涉及竞争法和竞争政策、服务业政策、绿色贸易政策、投资、信息和通信技术、性别问题和海上贸易等。

### 1. 旗舰出版物

88. 旗舰出版物仍然是贸发会议分析和研究工作的主要产品。以下是本报告期内发布的旗舰报告：《2014 年贸易和发展报告》、《2014 年非洲经济发展报告》、《2014 年最不发达国家报告》、《2014 年世界投资报告》及《2014 年海运回顾》。

89. 《2014 年贸易和发展报告》的标题为“全球治理和发展的政策空间”，审视了全球经济是否健康，并提出了当前的状况和政策能否维持增长和支持 2015 年后宏伟发展议程的问题。报告呼吁更多地协调全球政策，并为发展中国家实行包容性和可持续的贸易和发展议程提供更多政策和财政空间。报告还述及布雷顿森林会议七十周年和贸发会议五十周年，以及二者为使多边主义更具包容性作出的努力。

90. 《2014 年非洲经济发展报告：促进非洲的投资和转型增长》强调需通过以下途径加强投资对经济增长的贡献：提高投资率；改善现有投资和新投资的生产率；确保投资转到被视为对于经济转型至关重要的战略和优先部门。报告还强调了以下做法的重要性：加强地方和外国企业之间的联系；遏止资本外逃，以释放更多资源用于投资；利用援助刺激投资；促进国际贸易，以增加投资。报告强调，在所有这些领域，都需要在国家 and 国际层面保持政策一致性。

91. 《2014 年最不发达国家报告：以结构转型促进增长—2015 年后发展议程》探讨了最不发达国家悖论：虽然经济快速增长，但减贫速度缓慢，在实现千年发展目标方面进展有限。如果不注意在落实《千年发展目标》过程中吸取的经验教训，这些国家就无法实现所提出的更高的可持续发展目标。

92. 《2014 年世界投资报告：为可持续发展目标投资——行动计划》概述了对可持续发展目标进行私人投资的战略框架，其中述及发展中国家私人投资面临的一些挑战。报告提出的行动计划介绍了有助于促进私人对可持续发展投资的一系列政策选择和一套重点突出的政策。

93. 《2014 年海运回顾》对海运贸易、全世界的船队、运价、运输金融、班轮运输连接性和港口交通进行了权威的分析，并配有最新的统计资料。此外，报告

还谈及国际海运的法律和监管环境方面近来的变化趋势。2014 年报告中专门有一章重点讨论了小岛屿发展中国家面临的海运难题。

## 2. 其他出版物

94. 国际劳工组织和贸发会议联合发布的题为“经济转型：让工业政策促进增长、就业和发展”的出版物介绍了处于各种发展水平的国家——从撒哈拉以南非洲到美国——的九个案例研究。制定和实施工业政策方面的实际经验和基本原则有助于政策制定者和从业人员使工业政策促进增长、就业和发展。

95. 虚拟学院的《贸易政策、家庭福利和扶贫：虚拟学院学术网络的案例研究》一书是面向发展中和转型期国家研究者的三年期能力建设项目的成果。它采用学术界与政策制定者协作的新方法，研究了贸易政策对八个国家穷人的影响。

96. 2014 年，国际贸易方面出了几份重要报告：《2014 年国际贸易主要统计资料 and 趋势》、《全球生物燃料市场：能源安全、贸易和发展》(贸发会议第 30 号政策简报)、《谁是卢旺达贸易自由化的受益者？一种性别视角》以及《里约+20 会议以来的道路：实现可持续发展目标》(2012-2014 年)。

97. 贸发会议对乌干达(第二阶段)、莱索托、卢旺达、秘鲁和尼加拉瓜进行了一些服务业政策评审。应牙买加政府的请求，贸发会议发布了题为“牙买加贸易政策框架”的研究报告，旨在加强该国贸易政策、实施和谈判方面能够自我维持的国家机构力量。

98. 在竞争法和竞争政策领域，为菲律宾、纳米比亚和塞舌尔编写了国别报告。这些报告在竞争法和竞争政策政府间专家工作组 2014 年 7 月的会议期间进行了审评。

99. 关于贸易、性别和发展，贸发会议开展了关于冈比亚和卢旺达的国别案例研究。这些研究为各国提供了关于贸易政策如何促进两性平等的具体政策指导。贸发会议的另一种出版物“从两性平等的角度看贸易”总结了本组织 2011 年至 2014 年开展的关于贸易和性别问题的七项案例研究，并介绍了研究结果。此外，贸发会议还发布了一份政策简报，强调包容性和性别再分配的增长所面临的制度限制。贸发会议还首次编制了贸易与性别问题综合教材，包括一种两卷本出版物、一套多媒体情况介绍和一个在线课程。

100. 贸发会议下属铁矿石信息信托基金继续每年出版《铁矿石市场报告》和《铁矿石统计》，其中仅提供最新、确切而全面的有关世界铁矿石市场和相关市场动态的权威信息，包括统计数据和分析结果。《2012 年至 2014 年铁矿石市场》同以前的报告一样，也包含关于铁矿石生产、贸易、运费和价格的详细评论和数据、以及今后 18 个月的展望。

101. 题为《发展中国家竞争力的新领域：实施贸易便利化》的研究报告巩固了旨在帮助评估《贸易便利化协定》执行进展的 26 项国家贸易便利化实施计划的成

果。该报告意在作为发达国家和发展中国家的国内、区域和多边层面贸易便利化政策制定者的指导工具。

102. 贸发会议继续根据对依赖初级商品的发展中国家十分重要的初级商品和涉贸问题研究和分析工作方案，为政策制定者和其他利益攸关方编写专题报告。最近一期的《初级商品一撇报告》系列侧重于初级商品中的稀土金属，提供了关于稀土市场的独特信息来源，这些信息原本是散乱各处的。与非洲内外的各种利益攸关方协商制定的“泛非棉花路线图”是一项非洲大陆加强区域棉花价值链以促进减贫和粮食安全的战略。关于 2014 年美国农场法案及其对低收入发展中国家棉花生产者影响的研究报告分析了该法案对全世界棉花价格的潜在影响和对低收入发展中国家棉花生产者的影响。

103. 作为其贸易物流方面任务授权的一部分，贸发会议就影响运输和贸易的一系列广泛的法律和政策问题、包括海运和供应链安全相关问题开展了实质性研究和分析。2014 年 8 月出版了题为“海盗行为”的报告，该报告由两部分组成，介绍了海盗和相关犯罪的最近趋势，概述了打击海盗的当代国际法律制度，并举出了打击海盗方面国际合作和多边举措的主要实例。

104. 在线数据库“贸发会议统计数据库”(“贸发统计库” UNCTADstat)继续为政策制定者及其他利益攸关方提供有关世界贸易、发展、外国直接投资、国际资金流动和班轮运输连接指数的数据，为其实证分析和决策提供信息。年度《贸发会议统计手册》对该数据库加以补充。2014 年，纳入了关于海上船队所有权的新时间序列。往常作为统计附件列入《海运回顾》的一些海事统计数据被全部移至在线数据表。

105. 贸发统计库内的一个在线投资信息系统提供 142 个经济体的投资简介和 188 个国家的投资概况介绍。2014 年，贸发会议启动了一个新产品“双边外国直接投资统计数据”，为全世界 206 个经济体提供最新和系统的外国直接投资数据，涵盖按区域和经济体分列的流入、流出、流入存量和流出存量。

106. “冈比亚渔业：贸易、增值和社会包容性，重点关注妇女”研究报告是贸发会议与“强化综合框架”的联合出版物。这份研究报告是在更新冈比亚贸易一体化诊断性研究的框架内编写的。

107. 其他联合出版物有：《千年发展目标 8：全球发展伙伴关系状况——千年发展目标差距工作队 2014 年报告》；《2014 年千年发展目标报告》，这是经社部牵头的一种贸易相关问题联合出版物；《2014 年世界关税概况》(世贸组织、国际贸易中心和贸发会议联合出版物)；《2014 年世界经济形势与展望》(与经社部的联合出版物)；以及《海洋经济：小岛屿发展中国家的机会和挑战》(与英联邦秘书处的联合出版物)。

## D. 优化出版物的传播

108. 传统的纸质本传播和立足信通技术的传播之间的适当兼顾仍然是秘书处的集中关注点。纸质出版物的需求，特别是互联网接入还十分有限的某些发展中国家的需求仍然相当可观。贸发会议网站仍然是出版物传播的一个重要载体。光盘和闪存技术的扩大使用属于另一个趋势。此外，贸发会议还利用虚拟学院和世界投资网散发其分析产品。

### 1. 改进电子出版物的提供方式

109. 一些实例表明，在提供电子出版物方面正在进行一些变革。虚拟学院可进行全文搜索的网上图书馆正在大大推进网上传播。涉贸问题出版物继续定期通过社会科学研究网等网络以电子方式传播。《虚拟学院季刊》以电子方式发送给约 5,400 个订户，《运输通讯》以电子方式向约 3,000 个订户发送。这两个出版物可登录 [vi.unctad.org](http://vi.unctad.org) 和 [www.unctad.org/transportnews](http://www.unctad.org/transportnews) 免费订阅。

110. 《运输通讯》借助一种专业软件分发，这种软件不仅可以测量下载量，还可以确定哪篇文章是读者第一次点击。这样，贸发会议就能够更好地了解读者的兴趣，从而确定未来工作和文章的目标。

111. 所有涉及投资和创业的产品、出版物和新闻全部通过聚集全球十多万投资和企业利益攸关方群体的世界投资网传播。《2014 年世界投资报告》发布情况的分析表明，该网大部分成员从其收到的通信电邮中获得该报告。许多“贸发会议投资”推特网账户关注者通过贸发会议推文查阅该报告。

112. 另一个电子出版物“海关数据自动化系统通讯”(“海关数据系统”ASYCUDA)发行至今已进入第四年，其对象是海关数据系统的用户和所有希望了解该系统发展变化及其在世界各地实施情况的人。

### 2. 主要出版物的新闻发布会

113. 本报告期内，贸发会议在世界各地举办了 96 场新闻发布会，发布了 11 种报告和出版物。

114. 对每一种出版物都特地制定了一种专用传播战略。同时在各不同国家和地区举办新闻发布会。如果国内媒体推介会可以确保吸引广大受众，则报告在发布日前夕——在限时禁发的条件下——提供。媒体活动包括电台和电视广播，以及在学术等各类机构的广泛推介。

115. 在伦敦和巴黎举行了大多数旗舰报告的媒体参观活动。这些新闻活动期间采访贸发会议经济学家的媒体有英国广播公司、美国有线电视新闻网、《卫报》、《泰晤士报》和《金融时报》(伦敦)以及《世界报》、《费加罗报》、《回声报》、《非洲青年报》和法国国际广播电台(巴黎)等。

116. 《2014 年世界投资报告》6 月在世界各地通过 41 场新闻发布会发布，引起了媒体的极大关注。<sup>3</sup> 本组织的搜索引擎搜索到的新闻文章约有 1,651 篇，并进行了若干次现场采访。

117. 《2014 年非洲经济发展报告》7 月在喀麦隆、埃塞俄比亚、加纳、塞内加尔、南非、瑞士、乌干达和津巴布韦发布。电视和电台约有 120 份新闻报道和访谈着重介绍了这份报告的研究结论。此外，报告还在安哥拉、贝宁和加蓬作了推介。坎帕拉马凯雷雷大学(乌干达)经济政策研究中心、南非工业发展公司、第三世界网和开发署与贸发会议合作发布了 2014 年报告。

118. 《关于援助巴勒斯坦人民的报告》9 月在瑞士、埃及和巴勒斯坦国的新闻发布会上发布。贸发会议搜索引擎搜索收集到的与该研究报告有关的文章约有 178 篇。

119. 《2014 年贸易和发展报告》9 月在 14 场新闻发布会上发布。<sup>4</sup> 约 408 份剪报、包括三份新闻稿提供了有关该报告的信息。其中一次采访是英国广播公司国际频道对全球化与发展战略司司长的采访。

120. 《2014 年最不发达国家报告》在世界各地通过 23 场新闻发布会发布，<sup>5</sup> 一些国家的政府官员出席了发布会。出于对报告的浓烈兴趣，先后刊发了 167 篇新闻文章，并进行了各种采访。此外，报告还在以下国家进行了推介：刚果民主共和国、赤道几内亚、几内亚比绍、意大利、老挝人民民主共和国、莱索托、马达加斯加、莫桑比克、缅甸、尼泊尔、塞内加尔、泰国、东帝汶、联合王国和美国。

121. 在万国宫举行了其他新闻发布会，宣传贸发会议成立五十周年、世界投资论坛、全球初级商品论坛和两期《全球投资趋势监测》。

122. 在贸易和发展理事会第六十一届会议(2014 年 9 月 15 日至 26 日)上介绍了《关于贸发会议援助巴勒斯坦人民的报告》(TD/B/61/3, 2014 年 7 月 7 日)。发布该报告的新闻稿考虑到被占巴勒斯坦地区 2014 年 7 月 8 日至 8 月 26 日，即报告本身所涉期间(大体为 2013 年 6 月至 2014 年 6 月)之后发生的事件，因为这些

<sup>3</sup> 阿根廷、奥地利、巴林、孟加拉国、比利时、巴西、智利、中国、埃及、埃塞俄比亚、德国、加纳、洪都拉斯、匈牙利、印度、印度尼西亚、意大利、牙买加、肯尼亚、科威特、黎巴嫩、马来西亚、墨西哥、巴基斯坦、秘鲁、菲律宾、波兰、俄罗斯联邦、塞内加尔、斯洛文尼亚、南非、西班牙、苏里南、瑞士、坦桑尼亚联合共和国、泰国、特立尼达和多巴哥、突尼斯、土耳其、委内瑞拉玻利瓦尔共和国和津巴布韦。

<sup>4</sup> 阿根廷、巴西、中国、埃及、埃塞俄比亚、印度、意大利、肯尼亚、南非、瑞士、泰国、土耳其、大不列颠及北爱尔兰联合王国和美国。

<sup>5</sup> 安哥拉、孟加拉国、比利时、布基纳法索、布隆迪、加拿大、中国、科摩罗、埃塞俄比亚、法国、加纳、肯尼亚、马拉维、卢旺达、圣多美、南非、苏丹、瑞典、瑞士、坦桑尼亚联合共和国、多哥、乌干达和赞比亚。

事件仍在实地蔓延。在该届会议上，发言的所有成员国均就该新闻稿及时而丰富的内容向贸发会议表示感谢。由于夏季发生的事件，媒体对该报告的兴趣也有所增加，剪报数量高于前些年。

---