

到2025年我国主要造林树种良种使用率要达到75%——

种苗结构性过剩有望破解

经济日报·中国经济网记者 黄俊毅

透视

我国植树造林、国土绿化正进入“啃硬骨头”阶段，林草种苗质量高低将起关键作用。我国将启动首次林草种质资源普查，力争用5年时间摸清种质资源家底——

8月23日，国家林业和草原局发布的《关于推进种苗事业高质量发展的意见》明确提出，到2025年，我国主要造林树种良种使用率要达到75%，商品林全部实现良种化，草种自给率明显得到提升，种质资源保护利用制度基本建立，种子生产供应体系更加健全，种苗市场监管水平全面提升，种苗供求信息发布制度基本形成，制约种苗发展的突出问题得到解决，种苗事业迈入高质量发展的新阶段。

为什么在此时提出种苗高质量发展？我国林草种苗产业情况如何？未来的6年时间里，种苗产业又将发生什么？

“广西桉树面积仅占全国林地面积的2.2%，但年产木材2400多万立方米，占全国商品材产量的27%。过去10年间，湖南衡阳油茶亩均产量从不足5公斤增加到30公斤以上，经济效益从每亩600多元提高到3000多元，不仅为市场提供了优质食用油，还极大地提升了经济效益。内蒙古蒙草集团近年来驯化繁育的长青石竹，是北方干旱地区生命力最顽强的草种，深受市场欢迎……”谈及党的十八大以来我国林草种苗产业的成果，国家林业和草原局局长张建龙如数家珍。

张建龙告诉记者，党的十八大以来，全国已建成各类良种生产单位1500多处，其中国家重点林木良种基地294个；共生产林木种子1.7亿公斤，苗木2800多亿株，审定认定林木良种3224个、草品种106个，主要造林树种良种使用率

提高到65%；建成国家林木种质资源保存库99处、草品种中心库1处、国家种质资源圃17处，共保存林草种质资源近10万份；搭建各级各类、线上线下种苗花卉交易的平台近100个，初步形成了覆盖全国的种苗交易平台体系。顶层设计方面，国家已出台《种子法》配套法规、规章和规范性文件100多个，形成了以《种子法》为核心的种苗法律法规体系。

种苗产业快速发展，有力促进了农村产业结构调整和农民就业增收。国家林业和草原局数据显示，目前，全国约有40万家林草种苗企业，从业人员近1000万人，年产值超过4500亿元，江苏沭阳、安徽肥西、河南鄢陵等一批苗木大县纷纷涌现。

我国林草种苗事业虽然实现快速发展，但总体发展水平不高，尚不能满足大规模国土绿化的需要。

据统计，2018年全国可出圃苗木约430亿株，当年造林绿化实际用苗量为165亿株，过剩苗木高达265亿株，其中松、杉、杨、槐等品种占90%，而珍贵树种、乡土树种、优质经济林等品种却供不应求，种苗供给侧结构性问题十分突出。以草种为例，我国草原退化面积很大，中度和重度退化面积占三分之一以上，草原生态修复任务十分繁重，但目前用于草原生态修复的草种70%依赖进口。

张建龙坦言，林草种苗结构性过剩、整体发展水平不高，是多种原因造成的，其中对种苗业属性认识不到位、把握不准确



是重要原因，既没有充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，也没有更好发挥政府作用，导致种苗供给出现结构性问题，有效供给不足，无效供给过剩，产用严重脱节。

“推动林草种苗业高质量发展，既要突出种苗的基础地位，加强政策扶持和管理服务，更好发挥政府作用；又要注重种苗的产业属性，进一步激发各类市场主体活力，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。”张建龙说。

张建龙表示，下一步，将采取加强种质资源保护利用、培育林草良种壮苗等举措推进林草种苗事业发展。通过加强种质资源保护，逐步建立起国家、省两级和原地库、异地库、设施库3种方式的种质资源保存体系。通过开展种质资源鉴定与评价，建立国家种质资源大数据平台，实现信息互通共享，提高种质资源利用效率。通过推进商品林树种的良好选

育，精心选育一批耐瘠薄、耐盐碱、抗病虫害、抗干旱的乔灌木良种和抗逆、广适、高产的优良草种。

据悉，国家林业和草原局将支持社会资本参与种质资源保护利用和商业化育种，强化林草种苗科技支撑，将各级各类林草种质资源库建设成种质资源收集保存基地、良种选育研发基地、科学研究合作交流基地和科普宣传教育基地，推进科研生产融合发展，加快培育一批高产、优质、高抗的林草品种。

还有一个好消息是，8月23日，国家林业和草原局宣布启动我国首次林草种质资源普查，力争用5年时间，基本摸清我国种质资源家底，收集保存各类林草种质资源15万份、林草种质资源DNA样本20万份，使我国珍稀濒危、重要乡土乔灌木树种、竹类、藤本植物、野生花卉及具有重要利用价值和潜在利用价值的草本植物种质资源得到安全保存。



专家有话说

将加快出台促进网络安全产业发展指导意见，推进国家网络安全产业园区建设，加强人才队伍建设，全力打造政、产、学、研、用一体化产业生态。

“发展是硬道理，安全也是硬道理。”在近日举办的2019北京网络安全大会上，中国工程院院士倪光南再次强调了网络安全重要性。

中国工程院院士、计算机专家李国杰认为，“安全和发展是一体之两翼，是以安全来促发展，以发展来促安全，要做好平衡。我们要找到一条路，既安全又好用”。

今年是5G元年。中国工程院院士、中国互联网协会理事长邬贺铨强调说，5G将成为工业互联网引擎，带动工业互联网发展。但要注意，随着5G应用，网络安全问题将越来越凸显。

大会联席主席、奇安信集团董事长齐向东提出，网络安全已经进化到了“内生安全”时代，需要依靠聚合，从信息化系统内不断生长出自适应、自主和自成长的安全能力。

其中，自适应是指信息化系统具有针对一般性网络攻击自我发现、自我修复、自我平衡的能力；具有针对大型网络攻击自动预测、自动告警和应急响应的能力；具有应对极端网络灾难、保证关键业务不中断的能力。自主是指每个组织应针对自己的业务特性和安全需求，建设自主安全能力。自成长则是当信息化系统和安全系统升级换代以及业务系统流程再造时，安全能力应动态提升，它的核心是人的进步和成长。

传统网络安全防护都是“外生”的，立足于边界防护，然而如何实现“内生安全”则是行业面临的新问题。齐向东认为，通过信息化系统和安全系统聚合，产生自适应安全能力；通过业务数据和安全数据聚合，产生自主安全能力；通过IT人才和安全人才聚合，产生自成长安全能力。

如何推动我国网络安全整体加强“内生安全”？工信部副部长陈肇雄表示，要加强基础性、通用性、前瞻性技术创新，积极利用人工智能、大数据等技术赋能网络安全。同时，要充分发挥企业主体作用，激发创新活力，推广创新应用，构建多领域、多层次网络安全技术创新体系。

面向5G、工业互联网、车联网等融合领域安全需求，要加快完善网络安全产品和服务支撑体系，建设网络安全防护体系，提升态势感知、监测预警、应急响应能力。

陈肇雄还透露，将加快出台促进网络安全产业发展的指导意见，推进国家网络安全产业园区建设，加强人才队伍建设，全力打造政、产、学、研、用一体化产业生态。

我国加快实现网络「内生安全」

本报记者 黄鑫



河北省塞罕坝机械林场利用树下空间种植幼苗，高大的树冠为树下苗木挡住冬春两季的大风，目前已经发展了8万亩。

图为塞罕坝樟子松苗圃。

本报记者 黄俊毅摄

品牌培育迫在眉睫 原创设计亟需发力

“中国家具第一镇”再追市场潮流

本报记者 沈慧

家具市场供不应求时代悄然远去，昔日“中国家具第一镇”同众多家具企业一起，在激烈的市场竞争中迎来发展转型期。这个地处广东顺德的小镇，正在努力扭转困局，向“微笑曲线”两端发展——

业无法回避的发展命题。“相较于传统实木油漆家具，现在消费者更青睐现代简约风格办公家具。”主动着手市场调研，频频参加国内外大型专业展会，周友华正努力摸清行业发展风向。2017年，公司在原有品牌上又增加了一个“尚佩高端定制空间”品牌，主要根据客户办公空间提供整体高端定制办公家具服务。

自主品牌建设有多重要？做了十几年床垫出口生意的金龙恒家具有限公司总经理黄豪昌深有感触：公司为国外一知名客户代工生产的一款床垫，在市场上可以卖到几万元，他们却只能赚取微薄的加工费。“品牌和研发是企业做大做强的关键。”黄豪昌感叹。

不只是品牌培育，原创设计也是我国家具行业亟需发力的方向。世界家具联合会秘书长、中国家具

协会副理事长屠祺说，改革开放以来我国家具行业取得了长足进步，中国逐步成为全球家具行业制造中心，但在原创设计方面还有很大提升空间。

当今家具设计界越来越认同并接受一种新设计观念，即设计新家具就是设计一种新生活方式、工作方式、休闲方式、娱乐方式。在佛山市丽星家具有限公司总经理梅桂能看来，家具是文化的重要载体，中国家具在满足基本使用价值的同时还应努力兼顾艺术欣赏价值等。

扭转困局，推动家具产业向“微笑曲线”两端发展——中国家具协会设计创新培训基地成功落户龙江。2018年，龙江家具制造业实现销售收入95.33亿元，同比增长27.5%；全镇家具外贸出口额19.4亿元，同比增长13.8%。“龙江镇有很好的家居产品制造能力，有完善的产业链，要持续制造出更好更受消费者欢迎的产品，就必须得从设计方面持续发力，同时也通过设计深化品牌形象，促进品牌提升。”龙江镇党委书记何春云表示。

广发银行线上化保银服务升级 重振国寿综合化经营布局推进有力

广发银行为落实重振国寿再出发，根据中国人寿“三转、四型、三化”战略思路以及保银协同工作要求，充分发挥综合协同潜力和特色，与中国人寿各成员单位深入推进线上化保银服务升级，加快实现以客户为中心的强销售、强服务双强格局。截至2019年上半年，广发银行线上渠道代销国寿保险、基金理财产品销售额已占全行销售额的66%、86%，已逐渐成为广发银行银保销售的主阵地。

协同推进集团各APP互联互通，推出“国寿联盟”

2019年按照中国人寿统一部署，广发银行手机银行首页新上线“国寿联盟”悬浮窗。“国寿联盟”即“国寿联盟轻量级服务平台”，是中国人寿集团通过“平台+API”建设模式对集团内各APP功能集大成，打破服务边界壁垒，形成面向国寿客户的一站式综合服务，推动实现“一个客户、一个国寿”的综合金融发展战略。目前，该平台可提供包括寿险、财险、养老险、基金、电商等轻量级服务，客户可轻松掌握国寿家族全方位服务。通过广发手机银行，客户还可快捷下载集团各子公司APP，而广发手机银行服务也能在国寿成员单位APP上找到。除此之外，广发银行官方网站与中国人寿集团官网互通工作也于2019年初完成，成功实现国寿—广发官网间的跳转连接。

围绕线上渠道，打造一站式保银产品销售平台

为深入推动国寿产品销售的深度及广度，广发银行围绕渠道建设，纵深打造线上一站式保银产品销售平台。目前，线上渠道已引入集团以及旗下寿险、财险、国寿投、养老险、基金、绿洲酒店等兄弟公司的众多产品，并针对国寿员工和代理人推出“国寿专区”专属服务。广发银行还重点迭代升级了保险板块，为客户提供保险分类筛选、保险顾问等个性化服务，同时在手机银行首页设计“国寿精选”特色专

区，提供国寿用户专享入口及国寿系列保险产品，为客户提供融“银行、保险、投资”三位一体的金融便捷入口，全面提升综合金融服务能力。截至2019年上半年，仅手机渠道保险、基金产品的国寿产品销售额分别占全行销售额的55%和84%。

实现客服热线互联互通，成功投产客户联络中心项目

2019年二季度，广发银行客服热线与中国人寿集团及成员单位客服热线实现互联互通。广发银行4008308003、95508客服热线可通过多种方式转接，连通中国人寿集团95519、国寿海外公司4006095519和国寿安保基金公司4009258258客服电话，达成了“提升协同层次和水平、实现跨公司互联互通、让客户享受高质量、高效、高科技的全渠道服务”的项目目标。

搭建体验监测触点，健全服务反馈闭环体系

为有效提升广发银行线上渠道服务水平及能力，倾听用户声音，利用中国人寿客户服务创新实验室建设项目契机，通过对客户声音的监测、收集、分析、评估、跟踪等全流程闭环管理，实现线上渠道服务不断改进升级，积极推动电子渠道的客户评价与反馈功能建设。2019年5月顺利上线“客户反馈意见分类”和对“转账、转账计划、理财申购、结构性存款、保险产品购买、E秒贷申请”等多类服务场景实现业务办理后评价功能，大幅提高客户诉求解决质量和响应时效，不断提升线上渠道服务客户体验及满意度。

广发银行还将持续聚焦线上渠道建设入手，打造个性化服务体验，提升智能化服务能力，致力于让客户享受到高质量、高价值、高效、高科技、高情感的全渠道人文关怀服务，通过持续升级线上化保银服务，推动重振国寿战略落地实施。

(数据来源：广发银行)