

发展起指导作用；刊物有高度的敏锐性，“围绕中心，服务大局”，对国家财政政策能够及时反映、及时跟踪、及时宣传；同时刊物可读性也比较强，刊物的文章不长，但语言简练、结构严谨、用词得当，专业的文章看起来并不枯燥，这些都是《中国财政》的特色，是《中国财政》区别其他财经刊物的重要特点，办出了自己的特色，赢得了读者的肯定，已成为财政工作人员了解财政、学习财政、研究财政不可或缺的期刊。对《中国财政》的办刊宗旨、办刊特色必须保留、必须持之以恒，并且要继续发扬光大，这是《中国财政》的优势和生命力所在。尤其是要进一步在前瞻性方面下功夫，时刻关注和把握财政改革的主旋律，抓住财政改革的脉络，增强刊物对财政实际工作的指导。同时，要深刻把握刊物的可读性，尽管是专业刊物，但读者群体广泛，必须坚持理论联系实际，讲事实、摆道理要简明扼要，用通俗的语言把道理讲清楚，增加刊物对读

者的吸引力，使读者喜欢看、愿意看。

（四）要注重沟通协作，增强凝聚力。三个臭皮匠，抵得上诸葛亮。形式是为内容服务的，好的内容要有好的形式来体现，刊物办得好不好，主要看有没有好的内容、有没有好的形式、有没有影响力。而这主要取决于三方面的因素：一是靠作者。刊物的内容是写出来的，而写文章又是辛苦的脑力劳动，对作者群要更多给予鼓励，使作者主动为刊物写文章、积极投稿。稿件来源丰富了，选择余地大，刊物容易办好。二是靠编者。好文章不仅仅是写出来，更是改出来的，编辑为他人作嫁衣裳，需要有一种甘愿牺牲的奉献精神，一方面要有慧眼、有嗅觉、有灵敏度、有超前意识、有判断力，组织编好每期的刊物；另一方面要主动放下架子，甘当小学生，主动出击，积极和作者联系组稿。三是靠读者。如果对商场来说消费者是上帝，那么对刊物来说读者就是上帝，读者愿不愿意看、愿不愿意订，这是衡量刊物成

功与否的重要标准。因此，要加强读者和编者的互动，广泛听取读者的意见和建议，让读者能够主动参与，为刊物出谋划策。《中国财政》要进一步加强编者、作者和读者之间的沟通，做好通联工作，定期把刊物关注的话题和作者、读者沟通，不定期听取作者和读者的意见和建议，把大家的心紧密联系在一起，发挥大家的积极性和创造性，使大家更加关心刊物，共同办好刊物，这样《中国财政》作为纸质媒体在和网络媒体的竞争中，就能够继续发展、继续壮大。

弹指一挥间。六十年过去了，《中国财政》伴随着共和国财政的发展而发展，在中国财政事业发展史上留下了光辉一页。愿《中国财政》越办越好，越来越受读者欢迎，为我国财政改革和发展发挥更大的作用，《中国财政》的明天更美好！

（作者单位：浙江省财政干部教育中心）

责任编辑 张蕊

图片新闻



财科院“降成本”调研成果发布研讨会在京举行

本刊记者 | 摄影报道

日前，中国财政科学研究院在北京举行了“降成本”调研成果发布研讨会。院长刘尚希做主旨发言。调研成果围绕企业成本现状、如何看待降成本，以及如何继续推动降成本等社会关注的热点问题提出新颖独到的观点，认为降成本是一项系统性、长期性的工作任务，事关经济社会发展全局和长远，因此，只有全面深化改革，坚持走改革创新之路，才能逐步建立健全我国实体经济企业成本降低的长效机制，将“降成本”任务落到实处。