

列,约请北京工商大学王斌教授撰写了《集团财务管理》系列。②“分享空间”栏目约请实务工作者温胜精就成本管理等实务问题撰写系列文章。③“点睛系列”栏目约请上海财经大学会计学院刘华老师撰写企业内部控制实践方面的系列文章,为我国企业加强内部控制建设提供经验参考和有益启示。约请中兴通讯股份有限公司的陈虎等以“战略财务、业务财务、财务共享服务协同发展、创造价值的财务管理体系”为主题撰写系列文章。④约请东北财经大学会计学院王振武老师撰写实施ERP的系列文章,通俗地讲解、浅显地论述、生动地阐释信息化的道理和相关问题。⑤“考辅之页”栏目继续刊载了高级会计师考试自测试题及答案4套,得到读者的好评。

(四) 提高刊物的可读性。

1. 加大实务工作者稿件的采用比例。作为实务性刊物,理财版的读者大多是财务会计一线的理财者,为此,2011年理财版有意识地加大了对实务工作者的约组稿力度,全年刊发的各栏目文章中实务工作者的稿件比重较高。其中,“理财广场”栏目全年刊发文章28篇,“CFO论坛”栏目全年刊发文章14篇。

2. 加大对“案例分析”栏目的策划组稿力度。为使理财版的内容更加“可读、易读”,2011年理财版加大了对该栏目稿件的策划组稿力度,全年刊发文章30篇,内容涉及上市公司控制权之争、管理层激励的业绩评价、企业重组、上市公司理财行为问题与分析、创业板IPO中的盈余管理、上市公司外汇期权套期保值问题、企业并购的资源预期协同问题、采购流程与公司财务策略、现金集中管理问题、价值管理与内部控制相结合问题等。

(五) 注重加强编辑队伍建设。编辑部认真组织全体人员学习党的十七届六中全会、中央经济工作会议精神,并在宣传工作中贯彻落实科学发展观,把握正确的宣传导向,以在审改稿件过程中把好政策关。在业务方面,抓好企业财务、税收、国资、外汇、资本市场等新政策和知识以及编辑出版知识的学习,提高编辑的业务水平和能力。在对外联络方面,鼓励编辑人员积极参加理论界和实务界的各种会议,多方面联系作者,了解理论界和实务界的理财新进展、新思路和新做法,听取与会人员对《财务与会计》(理财版)的建议,进一步加强了与理论和实务工作者的联系。通过学习,编辑队伍的素质得到了进一步提升,工作效率有了较大的提高。

(六) 加强作者队伍建设。编辑人员利用参会、采访等各种机会广泛联系企事业单位的财务人员和财经院校的师生,向他们介绍理财版的办刊情况、刊物定位、栏目设置和用稿要求,以增强作者投稿的针对性;认真对待每篇来稿,注意挖掘实务界中对写作感兴趣、高校中接触实务较多且对某些实务问题有所研究和体会的作者。在处理稿件过程中,编辑们又结合作者所长,提出有针对性的修改建议,反复与作者沟通,由此激发了一批中青年学者和理财新秀的写作热情。

(中国财政杂志社供稿,张敏、刘黎静、周愈博执笔)

财经报纸出版

2011年,《中国财经报》有效履行财政宣传职能,围绕财政中心任务,突出宣传重点,全面准确及时反映财政在推动科学发展、保障和改善民生等方面的政策措施及成效。针对社会关注的财政热点、焦点问题,主动解疑释惑,为财政改革发展营造了良好的舆论环境。

一、报纸出版基本情况

2011年,中国财经报社主办有《中国财经报》及其子报《中国会计报》、《中国政府采购报》。《中国财经报》出版194期,《中国会计报》出版71期,《中国政府采购报》出版64期。

《中国财经报》每周出版4期,共28个版,逢周二、三、四、六出版。其中,财政新闻宣传报道占整体版面的80%,除了要闻、新闻版,还有市县财经、发展导刊中的税刊及企业版、世界版、政府采购周刊等,覆盖了财政宣传的各个层次各个方面。社会经济新闻以及社会文化方面的宣传占20%。根据财政新闻宣传需要,增强版面的服务性和可读性,“财经周末”专刊,开辟了“财经聚焦”、“财经文摘”、“副刊”和“理财”4个版面。其中“中财时评”、“财经周记”、“记者观察”、“财经人视点”等经典栏目继续保留。“政府采购周刊”每周三出版,共4个版,主要报道政府采购政策、理论以及政府采购工作中的热点难点问题,宣传报道地方政府采购工作中的经验与创新,发布政府信息公告和招标公告,关注企业投标信息,展示中标企业实力。现设有采购纵横、地方采购、理论实务、行业扫描、科技财富、IT汽车等版块。

《中国会计报》每周一期,每期16个版,每周五出版。包括要闻版、综合新闻、朝花夕拾、地方传真、CFO世界、专题、会计信息化、银企连线、领先视野、中介天地、家园漫步、政府会计、税收筹划、考试攻略、充电课堂等。

《中国政府采购报》,每周两期,每期8个版,每周二、五出版。该报除了保留“政府采购周刊”的部分经典版面和内容,还开辟了“it周刊”、“电器周刊”、“汽车周刊”、“绿周刊”等。

二、以《中国财经报》创刊20周年为契机,做好新闻采编工作

2011年是《中国财经报》创刊20周年,财政部部长谢旭人专门写来贺信,对办好《中国财经报》提出了明确要求和期望,他强调:希望《中国财经报》以创刊20周年作为新的起点,始终坚持正确导向,牢固树立政治意识、大局意识、责任意识,围绕财政中心工作,强化宣传引导,及时解疑释惑,使财政新闻宣传工作更好地体现时代性、把握规律性、富于创造性,不断增强财政新闻宣传的吸引力、感染力,不断提高财政舆论引导的公信力、影响力,努力为财政发展改革营造良好的外部环境。报社一个主报两个子报所带来的平台优势正在形成,报纸的影响力日渐扩大。在报道风格上,《中国财经报》更多体现出了稳重大气特色,注重政策解读,宣传财政工作主旋律;《中国会计报》和《中国政府采购

购报》两份子报则注重反映行业特色,《中国会计报》已成为展示会计行业信息、交流各地会计改革经验的主阵地。《中国政府采购报》承担着发挥政府采购舆论宣传监督的重要作用,也正在逐步扩大其影响。3份报纸在内容上互为呼应,在形式上各具特色,在广告发行上相互搭台,在积极主动服务部党组中心工作、密切配合财政系统重点工作的同时,努力打造自身品牌和行业亮点,并取得了实际成效。

三、紧紧围绕部党组中心工作,努力增强新闻宣传的时代感和针对性、实效性、主动性

为更好地服务部党组中心工作、服务读者,2011年主报和子报的版面及栏目均有所调整,在宣传报道的形式和方法上有所创新。在版面及栏目设计上,《中国财经报》一版有意识地加大了对当前各地财政创新性做法的及时报道;新闻版加大财政政策宣传力度,更好地为部党组中心工作、为地方财政工作服务;二版增加了“微观财经”栏目,选择刊登微博上的财经热点问题与读者共享;每周六的第四版“财经时空”加大了对当前财经热点、地方财政经验和财经新闻人物的报道力度。考虑到《中国政府采购报》创刊以来,采编、发行、广告经营等工作已基本趋于正常,而《中国财经报》仍保留每周8版的“政府采购周刊”存在一定程度上的资源浪费和新闻报道重复,从10月份起,周刊减为每期4版,同时《中国财经报》相应增加“财政监督”、“财政与‘三农’”版,以加大对其他财经工作的宣传报道。《中国会计报》进一步做好“地方传真”版面,陆续推出了《中国会计报》走进省区市系列报道,结合全国会计管理工作重点开展了一些专题报道。《中国政府采购报》年初推出了“代理机构版”、“采购人版”,对读者群的工作需求进一步细化。为达成更好的宣传效果,不断创新,为财政改革和发展悉心服务。对财政部出台的重大政策,注重以专题报道、追踪报道和政策解读的方式立体宣传,扩大影响。《中国财经报》更加注重方案策划对接、形式内容扩展、宣传效果落实,采取集中精干力量全程参与筹划的具体做法,取得了较好效果。新医院5项财会制度将于2012年起实施,报社记者实地采访北京协和医院、北京肿瘤医院等总会计师试点单位,于2011年10月推出了2个版的“新医院财会制度的北京试点”和“医院设立总会计师,北京在行动”的重头报道。10月,财政部发布《小企业会计准则》,初步构建完成了我国企业会计标准体系。报社指派专人提前沟通,提出报道策划方案,有深度剖析、快速解读、各界评价,连续两期从多个角度集中阐释了准则的不同侧面,为该制度的贯彻落实创造了良好的舆论环境。

四、着眼推进财政文化建设,充分展示当代财政人崇高的思想境界和爱岗敬业好形象

《中国财经报》对财政部系统内3位先进人物的宣传报道,无论在质量上,还是社会影响上,都达到了一定的高度。对河北省廊坊市大城县财政局基层财政干部李红英的先进事迹,写出了长篇通讯《在平凡的岗位上》、《感动平凡》侧记和相关跟踪报道。对江西省上犹县财政局干部张学森舍己救人、献出年轻生命的先进事迹,报社记者第一时间深入

采访,写出了《一个年轻生命的最后“一试”》长篇通讯,财政部副部长廖晓军在报道上做了重要批示:学森同志的事迹很感人,仅此“一试”的精神就足以彰显崇高的思想境界和道德水准,他是我们财政基层战线涌现出的又一位英雄模范人物,是财政人的骄傲,也是大家学习的榜样。财经报行动快,有力地配合了财政系统创先争优活动的开展,也为庆祝建党90周年贡献了力量,应该表扬。江西省代省长鹿心社以及其他省主要领导也做了批示。张学森的哥哥写信感谢记者写了一个有血有肉的弟弟。报社采写的“累倒在岗位上的财政干部汪大勇”的先进事迹,同样产生较大反响。

五、扎实开展走基层转作风活动

《中国财经报》紧扣时代脉搏,关注财政改革,聚焦社会民生,扎实开展“走转改”活动,新闻报道质量迈上新台阶。报社记者深入到基层一线,采写了大量生动鲜活的新闻报道,加强了与地方财政的沟通,不少报道受到有关领导和部门的好评。“走基层·民生财政看青海系列报道”,“百村调研”活动的一系列报道受到了地方财政厅领导的表扬;《三大产业带隆起在内蒙古大地—内蒙古自治区实施中央财政现代农业生产发展资金项目巡礼》,被内蒙古自治区政府副主席刘新乐批示,《一张卡巧解医改难题—河南省焦作市政府购买公共卫生服务纪实》获得2011年度中国健康传播好作品三等奖;《关于增强县级财政部门提供基本公共服务保障能力的思考》一文,获得了财政部优秀论文二等奖;《我们离真正的无烟日还有多远》一文获得卫生部2010—2011年度中国烟草控制大众传播三等奖;《“汶川”重生—写在5·12汶川特大地震三周年之际》一文获中宣部、中国记协等5部委组织的汶川抗震救灾好新闻奖;在3月11日的全国两会报道中,《中国会计报》重磅推出的一份24个版面的“核算中国”主题特刊,分别涵盖三个特色鲜明的“账本”,荣获第21届中国人大新闻奖报纸、通讯社作品系列报道和连续报道三等奖,实现了《中国会计报》在全国性新闻奖项上零的突破。3份报纸2011年并驾齐驱,协同作战,一些报道引起社会的关注,产生了较好的影响,被各门户网站、文摘报转载近4000条。

(中国财经报社供稿,杨光执笔)

财政信息化建设

2011年,财政信息化建设紧紧围绕财政工作大局,按照财政科学化精细化管理要求及一体化建设指导思想继续全力推进,应用支撑平台(以下简称平台)推广实施与应用取得重大进展,技术支撑与保障能力进一步提高,信息化基础设施不断完善,信息服务水平有了较大提升,信息化规范管理得到加强,各项工作取得明显成效。

一、全力开展平台推广实施和基于平台的业务应用,促进财政信息化一体化建设与管理

(一)扎实推进平台在地方推广实施工作。一是组织召开全国财政系统金财工程应用支撑平台推广实施与应用工