

行分析。四是针对国有企业改革,邀请中山大学谭劲松教授、北京工商大学毛新述教授等对党组织如何更好地嵌入公司治理结构、混合所有制改革如何抑制盈余管理等问题进行探讨。五是针对我国资本市场改革,邀请对外经济贸易大学汤谷良教授、中国人民大学孟庆斌教授分别对科创板、沪伦通开通对企业财务的影响进行探讨。六是在建设“美丽中国”的背景下,邀请暨南大学宋献中教授、东北财经大学耿云江教授、浙江工商大学裘益政教授,从绿色低碳发展视角下的企业投融资行为、绿色创新等方面进行研究。

(二)提升刊物编校质量,促进刊物与作者共同成长。在甄选来稿的过程中,严格遵循学术期刊的规范和惯例,对文章的政治性、创新性、学术性进行全方位把关。在审改稿过程中,从选题视角、框架设计、内容核实、政策把关等方面,对文章进行精细打磨。定期组织理论学习和业务交流,强化编辑人员的工作能力。鼓励编辑与作者进行广泛深入地交流沟通,探讨财务前沿理论、方法以及刊物发展建设问题,实现作者队伍和编辑队伍的共促共进。

(三)立足长远发展,完善作者和审稿人队伍建设。一是在密切与知名学者联系的同时,不断发掘和培养优秀年轻作者。有针对性地发展、培养优秀作者,尽量将更多的学术新锐吸收到作者队伍中来,给予青年学者更大的鼓励和支持。二是不断扩充匿名审稿人队伍。通过资深审稿专家推荐、到学术会议中寻找水平较高的学者等途径,不断补充新生审稿力量。

(四)加强平台建设,提升刊物影响力。一是借助新媒体平台,丰富传播形式。将每期目录摘要和首篇文章通过微信公众号发布,每篇都有上千的点击量,在学术论文中属于较高水平。同时,选取部分文章以摘要的形式进行推送,逐步增加微信文章的发布频率,以提高刊物的引用率和传播力。二是与《财务与会计》合办读者、作者座谈会,增加与读者、作者的互动。座谈会为来自政府部门、高等院校、会计师事务所、企业的代表提供交流平台,进一步巩固、提高了刊物的影响力。《财务研究》2020年入选了“复印报刊资料重要转载来源期刊(2020年版)”和武大“RCCSE中国核心学术期刊(A-)”。

(中国财政杂志社供稿)

财经报纸出版

2020年,中国财经报社牢牢把握正确的政治方向和舆论导向,进一步提高政治站位,紧紧围绕财政中心工作,主动作为,推动各项工作迈上新台阶。

一、《中国财经报》新闻宣传情况

2020年,长篇通讯《长缨在手缚苍龙——财政部倾力推进疫情防控和经济社会发展工作纪实》,得到财政部部长刘昆的批示肯定。《兰考“焦桐”意外长成“摇钱树”》获第30届中国新闻奖文字消息三等奖。《把阳光“装”进钱包里——山西省临县光伏发电扶贫见闻》获第32届中国经济新闻大赛新闻报道类二等奖。《四川甘孜:“互联网+精准扶贫代理

记账”助力攻克深度贫困堡垒》获第32届中国经济新闻大赛新闻报道类三等奖。1人获2020年中国经济传媒“十佳编辑”称号。

(一)抓好重大政治活动等主题宣传报道。开设“学习贯彻十九届五中全会精神”“五中全会精神在基层”专栏,集中报道各级财政部门学习贯彻党的十九届五中全会精神的行动及成效。同时,继续于头版头条位置开办“在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章”专栏,对各级财政部门推进改革创新,促进高质量发展的新实践、新经验进行报道。开设“走向我们的小康生活”专栏,刊发稿件90余篇,开设“回眸十三五”“回顾十三五·展望十四五”等专栏,刊发稿件50余篇。

(二)开展财政支持统筹疫情防控和经济社会发展工作宣传报道。新冠肺炎疫情暴发后,报社所属媒体快速响应、协同联动,及时准确宣讲财税政策,传播疫情防控“政”能量,广泛刊发各级财政和社会各界积极应对疫情的即时信息。自2月3日至5月底,刊发相关新闻稿件(图片)2500余篇(幅)。其中,1.2余万字的长篇通讯《长缨在手缚苍龙》,全景式展现了财政部积极有为支持抗疫、稳定经济社会发展的担当与效能。

(三)展示财政帮扶脱贫攻坚工作成效。从年初开始,在多个版面先后开设“决战决胜脱贫攻坚”“脱贫攻坚看行动”“扶贫映像”“第一书记扶贫路”等专栏,持续开展脱贫攻坚报道。1月,组织7支采编队伍,深入深度贫困地区,开展“新春走基层·脱贫攻坚一线见闻”主题采访报道,刊发相关新闻稿件(图片)60余篇(幅)。6月以后,进一步加大脱贫攻坚宣传力度,组织多个报道组分赴9个省份开展“决战决胜脱贫攻坚”大型战役报道。同时,对财政部两个定点扶贫县的脱贫攻坚工作进行重点宣传报道,推出《把贫困的帽子扔进金沙江》《写下高质量脱贫的真情答卷》等报道。全年累计刊发脱贫攻坚稿件(图片)410余篇(幅),其中在头版头条位置刊发27篇。

(四)主动做好全国两会预算报告解读。全国两会期间,报社克服疫情影响,通过书面、电话或视频采访代表委员、专家学者及社会各界人士等方式,全方位、多角度、深层次解读预算报告和财政相关政策举措。其中,5月23日至28日,通过调整出版刊期,以日报模式连续推出6期“国家账本·2020”两会特刊,共计40版,见报稿件180篇。有关解读预算报告的做法先后两次被中国记协编发的“两会”工作简报(共4期)采用并向财政部办公厅反馈。

(五)深入阐释积极财政政策更加积极有为。广泛联系各级财政部门,围绕各地全面落实减税降费,大力支持复工复产,以及做好“六稳”工作、落实“六保”任务,采写了大量新闻报道。积极参加财政部办公厅新闻办组织的调研采访,形成《政府过紧日子走向常态化》等重头报道,充分反映了各级财政积极落实中央重大决策部署,促进经济社会平稳健康发展的工作成效。

(六)广泛开展全国人大代表、全国政协委员“履职风采”采访报道。统筹全部采编力量,从第四季度开始对80余位全国人大代表、全国政协委员展开一对一采访,并于12月3日

起在《中国财经报》三版开设“代表委员履职风采”专栏。截至12月底,连续刊发《参政议政怀“公共”初心》《仗“剑”走天涯、为民鼓与呼》等11篇稿件。

(七)努力为财政部内司局提供高质量的新闻宣传报道服务。与财政部内司局密切沟通,做好重大财税改革和政策举措出台后的解读工作,并从行业、地方实践等多个侧面、多个角度抓好政策落地情况的跟踪报道。配合办公厅,在中国财经报网站、微信公众号开设“财政资金直达基层”专题,展现财政资金直达基层情况。配合国库司,开展“财政国库管理制度改革20周年”征文活动,收到稿件1400余篇;开设“地方政府债券自发自还五周年”专栏,刊发《自发自还五周年 乘风破浪谱新篇》等20余篇报道。配合人事教育司,开设“全国财政双先风采录”专栏,对财政系统“双先”事迹进行连续宣传报道,积极传递正能量。

(八)持续推进新媒体建设,发挥媒体融合的立体传播优势。2020年,中国财经报APP客户端正式运行,融媒体演播室于年底前试运行。中国财经报微信公众号在中国经济传媒协会发布的“经济报刊微信内容被转载”指数中位列第三。报社网站、微信、APP客户端与平面媒体协调联动,特别是在疫情防控宣传报道中,发挥了重要作用,融媒体立体传播优势进一步显现。自1月27日起,中国财经报微信公众号开设“疫情防控,财政是一支重要的力量”栏目,每日一刊,共推出62期。自2月3日起,推出专题栏目“战‘疫’一线的财政身影”,共推出45期,讲述各地财政部门 and 财政人抗疫故事。两个专栏累计刊发稿件900余篇,70万余字。中国新闻网、中华网、腾讯网、新浪网等门户网站,财政部、各地财政厅(局)微信公众号和网站纷纷予以转载。

二、《中国会计报》新闻宣传情况

坚持“为会计人说话,让会计人脱话,说会计人的话”的办报理念,主动讲好会计故事,推进媒体融合发展,开展了“决战决胜脱贫攻坚·会计在行动”“聚焦注册会计师行业联合监管”等一系列主题宣传报道。

(一)围绕财会中心工作,做好深度报道、专题报道。主动服务财政部相关司局、单位,深入解读政策举措,生动展现工作成果,有效引导社会舆论。紧扣会计改革发展实践,策划推出“政府会计改革巡礼”“疫情背景下企业管理会计案例应用”等一系列深度报道,继续开展减税降费、全国先进会计工作者风采等系列报道。围绕纪念中国注册会计师制度恢复重建暨行业改革发展40周年,与中国注册会计师协会联合举办“壮丽四十年 阔步新时代”征文活动,并推出2个版的特刊,集中报道改革发展的历程和取得的成就。加强对中国资产评估协会、财政部会计资格评价中心、三家国家会计学院等单位的工作报道。

(二)做好重大活动策划报道。11月28日,与浙江省绍兴市财政局联合举办“‘计’古开今——会计文化起源传承与创新”研讨活动暨中国会计报年会。活动就中华会计文明的历史脉络、会计精神实质、会计本源初心展开探讨。协办北京国家会计学院——香港城市大学智能会计与金融科技应用硕士项目首期班开学典礼暨主题论坛,对北京国家会计学院主办的

2020年第二届“诚信杯”研究生案例大赛提供媒体支持。筹备2020年度中国十大财会新闻评选活动。

(三)探索推进媒体深度融合发展。各新媒体的用户数均保持增长,微信公众号总用户数年底达到113.4万,比2019年底的105.6万增加近8万;全年阅读量总计1380万,其中头条的阅读量平均超过2.6万。微信公众号入选2020中国经济媒体“微信原创传播力指数”TOP10,阅读量超过“10万+”的文章8篇;微博粉丝数超过18.8万,比2019年底的7.5万增加1.5倍。APP注册会员数13.3万,比2019年底略有增加,文章的平均点击量逐步提高。

三、《中国政府采购报》新闻宣传情况

克服疫情困难,围绕中心,服务大局,唱响主旋律,打好主动仗。重点在新闻策划上做文章,围绕政府采购领域的重点工作和社会热点问题进行重大主题报道、突发性事件、节点时政等精心策划。

(一)倾听代表委员的政采“心声”,加强对深化政府采购改革工作的宣传,组织记者、编辑在线上进行采访,推出“全国人大代表财政厅(局)长访谈”专栏,对12位全国人大代表财政厅(局)长进行了专访,围绕政府采购工作热点推出“两会特刊”,上会记者完成报道30余篇。同时,推出以“认真倾听,深入交流——追踪两会代表委员政采‘心声’采访”为专栏的系列报道,完成《“两法合一”是深化政采制度改革的顶层设计》《一份“痛定思痛”的议案》《紧急采购制度当统一》《深化改革,撕下政采“质次价高”标签》等报道20余篇。系列报道得到了财政部办公厅和国库司的认可,一些重要报道在办公厅《服务代表委员工作交流》上进行了宣介。

(二)持续做好政府采购支持脱贫攻坚宣传报道。开设“政采扶贫在行动”栏目,记者深入扶贫一线,报道各地在预留份额、采购执行、平台对接等方面的工作进展、经验与成果,推出《天山南北政采扶贫奋起追》《策勒红枣搭上政采扶贫快车》等专题报道10余篇,编发各地政府采购支持脱贫攻坚经验做法稿件60余篇。借全国政府采购贫困地区农副产品工作推进会之际,推出特刊一期,集中报道了政府采购贫困地区农副产品工作的成绩、数据、经验以及扶贫成效等。

(三)做好《深化政府采购制度改革方案》贯彻落实的宣传报道。按照财政部的各项改革进展,对采购意向公开、全国集中采购目录及标准统一、绿色采购政策等重点改革工作跟进报道。策划了“政府采购合同性质来争鸣专题报道”“聚焦·政府采购绩效评价专题”“政采支持绿色建材系列报道”等多个专栏。

(四)做好政府采购助力防疫抗疫宣传报道。1月26日起,在财政部出台关于疫情防控采购便利化政策之际,中国政府采购报微信公众号对政策出台及各地贯彻落实情况进行了持续跟踪报道,刊发稿件30余篇。从不同角度及时报道政府采购支持因受疫情影响的企业复工复产等一系列新举措,围绕各地政府采购在助力抗击疫情上的所作所为做文章,针对疫情期间遇到的完善紧急采购制度等问题进行探讨。

(中国财经报社供稿)