



《老干部之家》：

用“新”服务“老”用户

□本报记者 张博

“作为党组织联系和服务离退休干部的纽带和阵地,《老干部之家》自创刊以来始终围绕党和国家工作大局,为老干部服务,为老干部工作服务,为中国老龄事业发展服务,并在这种服务中引领老年新生活的办刊宗旨。经过32年的发展,老干部之家杂志社目前拥有‘两刊一网多端’,服务范围涵盖期刊出版、老年文旅、老年用品,发行量和影响力均位于全国老年期刊前列,杂志社已发展成为一个老年综合文化服务单位。”老干部之家杂志社社长韩甜在第五十八期刊协讲堂上分享了《老干部之家》的发展成就。

坚持内容为王 贴近读者需求

“作为期刊,内容建设始终是根本。”韩甜表示,《老干部之家》基于此认识,在内容建设方面始终牢固树立精品意识,一方面强调讲政治,重视对广大老同志的政治引领作用;另一方面强调贴近性,深入老同志的生活,让他们能共鸣,能“有用”,能够引领他们拥有积极健康快乐的晚年。

“具体来说,我们主要加强了以下方面工作。”韩甜介绍,一是紧密配合党和国家工作大局,精心策划做好主题宣传;二是用心用情讲好老同志艰苦奋斗的故事、奉献社会的故事、健康老龄化的故事;三是贴近读者、扎根读者,坚持开门办刊,倾听读者心声,开设特色栏目,体察读者需求,建立联通道,密切联系读者。

韩甜举例表示,在党的二十大召开之际,杂志社除联合省委党校推出了《党的二十大报告里的未来》专刊以外,还牵头21家老年期刊、23个省份的老干部工作部门成立联合报道组,线上线下联动,并出品了新媒体产品《党的二十大报告学习宝典》、专题片《我们的二十大》。同时,围绕读者的新变化新需求,每年还会对杂志栏目进行改版,如聚焦家庭建设和退休生活开设的《人生幸福课》栏目,聚焦孙辈教育开设的《隔代抚养》栏目等。

推动转型融合 建好服务平台

随着互联网、人工智能的高速发展,大众阅读习惯在改变,期刊的吸引力、转化率等都在下降。对此,杂志社积极应对人工智能等新技术的挑战,坚持技术驱动,做到刊网融合、纸刊与数字刊并重,延伸出版产业链条,完成了由单一纸媒向“两刊一网多端”融媒体平台的转型,单一出版向融合出版转型。

“2004年,我们在全国老年期刊中率先建立了老干部之家网。2014年,我们对网站进行了改版升级,其也成为唯一的全国老干部工作宣传网站。同时,我们陆续建立了中国老干部微信公众号、老干部之家轻龄生活视频号,能够满足老年人线上‘乐学、社交、活动和服务’的文化养老平台轻龄家小程序及APP等,并在适老应用、语音转写、视频制作、文章审核等方面为编辑和读者提供智能支撑,如策划开发的‘我和党旗合个影’‘制作我的党龄卡’等活动模块,吸引了百余万名老党员参加。”韩甜介绍。

不仅如此,杂志社还通过建社团吸引读者、搭平台沉淀读者、搞活动凝聚读者、做服务赢得读者,不断增强杂志的影响力、传播力。如围绕老同志兴趣爱好,先后建立了山东老干部诗词学会、老干部之家书画协会、老干部之家摄影俱乐部等5个老干部兴趣社团机构,在册会员万余人。

注重企业文化 加强人才培养

人才是推动发展的根本。多年来,杂志社注重企业文化和企业制度两手抓,通过企业文化的引领和企业相关制度的保障,双向奔赴,塑人成才。“在老干部之家杂志社墙上写着一句话:做照亮‘家’人的那束光,这让员工时刻铭记,与读者的关系就是‘家’人,要像对待父母一样对待他们。”韩甜表示,杂志社通过企业文化上墙,希望员工能深切感受到,他们与读者之间始终在相互感动、相互照亮。

“为进一步激励员工,促进新员工快速成长,我们还开展了最美系列评选活动,推行员工导师制度。”韩甜进一步解释说,杂志社以员工的实际工作业绩和贡献为主要依据,坚持向基层一线倾斜的原则,每个季度评选一次杂志社最佳学习、最佳创新等奖项,以激励员工奋力拼搏、攻坚克难、担当作为。

而在加强企业制度保障中,杂志社则对组织架构进行了重建,实行区域经理人+项目制的同时,专门制定了职业通道管理制度。“杂志社以全员运营为要求,在内部竞选了6位区域经理人,把人员打散重组为6个组,按照融合创新工作要求,明确每个小组任务及目标,项目完成情况纳入绩效考核,与工资挂钩,以有效保证项目的落地;根据各岗位的工作特点及对岗位序列的统筹规划与设计,形成‘管理、专业’双通道职业发展体系,员工可在‘管理’‘专业’两个不同而互通的通道间发展。”韩甜表示,这些措施促进了员工思想上的转型和统一,也有效地促进了人才培养工作的开展。

《中国政府采购》：

全媒体联动创新政府采购普法宣传

□王洁

当随手打开某地政府采购网,映入眼帘的是项目种类丰富的采购公告,某小学食堂劳务服务项目、某医院医疗设备采购项目、乡村振兴农产品加工厂房建设工程……政府采购密切关系着如何用好纳税人的钱,进而采购到物有所值的产品,因而逐步被大众所关注。由于政府采购专业性强,公众对其了解往往流于表面,需要专业媒体肩负起普法责任,增强公众的政府采购法律规范意识。

中国财经出版传媒集团旗下《中国政府采购》杂志,作为财政部政府采购领域唯一的信息发布指导刊,伴随着《中华人民共和国政府采购法》的制定和实施成长发展,20余年来以权威、专业、全面的办刊理念,坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,全媒体联动创新政府采购普法宣传,助力提升政府采购法治化水平。

以普法栏目打造独家记忆点

无法治则不立,无专业则不破。专业内容生产始终是全媒体建设的核心,无论从主题策划、栏目设置,还是热点追踪、深度报道,杂志社始终坚持正确的舆论导向,服务财政中心工作,向不同受众提供有深度、有温度的政府采购普法知识。

《中国政府采购》杂志每年12期特稿专栏围绕党和国家重大决策部署和服务财政中心工作,推出《学习贯彻党的二十大精神 三中全会精神》《两会代表谈采购》《集中采购落实高质量发展硬道理》等主题报道,策划组约党建与政府采购业务融合创新实践文章,邀请专访全国两会代表谈《政府工作报告》及提案中涉及的绿色采购、创新采购、数智化采购、优化营商环境、全国统一大市场建设等热点问题,让读者全方位深入了解政策制定及实施的现实意义。

杂志设置的《政府采购中国行》栏目,深挖政府采购新闻“富矿”,以真实视角全景展示了青海、云南、广西、宁夏等地政府采购基层一线深化政府采购制度改革、优化营商环境工作的点点滴滴。例如,《夯实工作基础 推进政府采购从法制向法治转变——青海站专访》《优化营商环境 深化制度改革 推

进经济高质量发展——厦门站专访》等,通过政府采购工作者的一言一行向公众普及了政府采购知识。

为有效解决全国各地读者的实践困惑,杂志常设的《答疑解惑》栏目分期刊登了编辑们收集的政府采购实务操作600余个典型问题,如“供应商如何参加政府采购活动”“奖项证书可以作为加分项吗”等问题,依据政府采购法律制度体系框架归纳梳理,邀请权威部门和业内专家进行分析解释,为政府采购从业者进行权威系统指导。

为提高公众政府采购法律知识普及率,杂志以《答题释惑》分期刊登涉及政府法律、法规、政策的辨析、实施等方面的1600余道试题,“哪些供应商可以对成交结果进行投诉?”此类试题每道均有难易程度标签,附以专家解答及分析阐释,方便读者针对性练习,提升专业能力。

为满足各地财政部门面向各类采购主体培训考核需求,杂志社还将栏目问答、试题编纂出版成《政府采购法一本通》《政府采购1600题》《政府采购500问》等系列畅销书,实现销量过万册,助力政府采购法治建设实践。

以新媒体宣传凸显“法香法味”

党的二十大报告指出,“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局”。

全媒体联动普法要将优质内容传播插上数智化翅膀,发挥宣传乘数效应,以解决读者“听得懂”政策,百姓“看得见”成效的普法宣传难题。杂志社为此开通了微信公众号、政采家小程序以及官方网站等新媒体平台,通过将《中国政府采购》杂志、政府采购培训丛书内容碎片化生产加工,以图文、音视频形式进行知识服务和普法宣传。自上线以来基本保证每周一次的更新频率,至今更新约120批次内容,涵盖政府采购政策解读、热点专题、技能培训、法律法规库全域搜索等。目前,微信公众号总粉丝数达9万人,政采家小程序总粉丝数3.72万人,业内关注度持续上升。

政采家小程序音视频栏目《编辑之声》手把手教读者上手政府采购项目,“采购价格越低越好吗”“供应商如何享受

中小企业扶持政策”编辑们针对此类问题整理相关法律知识抽丝剥茧来解答。政采家小程序《专家视点》栏目更是多年从业者的身边小课堂,针对“您做好开标前准备工作了吗”“政府购买服务项目合同一签三年可行不”等问题,邀请业内专家以平实生动的语言讲解复杂的实践问题令人茅塞顿开。政采家小程序热点栏目《主题征文》遴选财政部国库司主办、中国政府采购杂志社承办的深化政府采购制度改革主题征文优秀文章,例如,北京大学法学院博士研究生张旭撰写的《社会责任公共采购的价值取向与国际实践》,阐述了社会责任采购对促进社会均衡发展、对采购理念革新及制度完善的重要意义,开拓了读者认知视野。

为实现内容与技术双翼起飞,杂志社新媒体平台不断升级迭代,其中一大亮点是为用户提供全域搜索工具。编辑对信息数据标注后,相关阅读知识联动推送。当读者输入“采购方式”等政府采购核心词条可无限关联海量阅读文章信息,增加用户黏性,使政府采购普法宣传更具智能化、人性化。杂志社还在持续探索政府采购大模型创新应用,细分业务场景,辅助多轮复杂问答、监管审核、招标投标内容生成等方面,努力打造智慧普法新业态。

以品牌宣传彰显普法实效

中国政府采购年会作为杂志社每年的品牌宣传会议,搭建起业界交流、分享政府采购法治化改革实践经验,宣传成果、凝聚共识的互动平台。

例如,在2024年5月召开的建立适应高质量发展要求的现代政府采购制度研讨会中,在政府采购法治研究与学科建设研讨环节中,业内专家现身说法讲述个人成长经历及进入政府采购专业研究领域的契机,获得高校、研究机构、行业协会等大批政府采购青年学者的良好反馈,助力了政府采购人才梯队建设,提升了杂志品牌影响力。

2020年以来,杂志社依托政府采购远程培训平台,面向各类采购主体开展政府采购业务培训,举办线上培训班20期,累计参训近5万人。例如,2024年底,杂志社在黑龙江省财政厅委托下,首



次面向社会公开以直播培训的形式对黑龙江全省采购人进行政府采购业务培训,4场直播累计时长达14小时,在线观看人数达2万多,点赞5万余次,受到了各地政府采购部门的广泛欢迎和转发,取得了良好的社会效益和经济效益。

为实现专业协同,激发品牌宣传合力,杂志社不断加强主流媒体、政府部门、法律专业机构、行业协会等协同合作,使专业普法“飞入寻常百姓家”。例如,杂志社持续加强与中央和地方政府采购单位、中国政府采购网等平台宣传协作,建立通讯员联络机制,通过信息共享、联合报道、专家访谈等提升普法媒体的传播力、引导力、影响力和公信力。

兴业必先兴人。政府采购普法品牌的打造离不开一支懂法律、懂技术、懂新闻的复合型全媒体人才队伍。杂志社依托中国财经出版传媒集团持续开展“请进来”和“走出去”相结合培育模式。例如,集团举办的“中财传媒大讲堂”邀请著名出版家聂震宁谈《全民阅读:编辑出版人的阅读与修养》,对青年编辑如何做好全媒体出版及内容营销启迪深远。

未来,《中国政府采购》杂志将继续发挥全媒体联动创新政府采购普法的宣传引领作用,努力与法治中国同频共振,同全媒体融合并肩前行。

(作者系中国财经出版传媒集团中国政府采购杂志社副总编辑)

《国家税务总局税务干部学院学报》：

加强新时代税务期刊转型提质

□彭艺

学术期刊,作为特定学科或行业领域内定期发行的学术出版物,具有显著的学术性、专业性和周期性特征。在全国税务系统机构改革和数字化转型发展的背景下,《国家税务总局税务干部学院学报》(以下简称《学报》)作为税务领域唯一的综合性学术期刊,致力于紧跟时代发展脉络进行税务学术研究与实践探讨。创刊37年来,《学报》始终围绕学院的教学培训、科学研究及决策咨询职能,服务政策导向、引领学术发展,坚定不移地推动税务期刊向更高水平发展,为我国哲学社会科学繁荣发展作出了积极贡献。

立足根本 明晰期刊专业定位

方向是旗帜,亦是灵魂。坚守“为党育才、为党献策”的政治立场,是《学报》办刊的根基所在;“为税务教育培训服务、为税收中心工作服务、为税收改革和发展服务”,是《学报》办刊的灵魂所在。因此,刊物的首要任务是传播税务领域的学术智慧,内容应专注于财税领域,深入研究税务理论、政策解读及实务操作。

在明晰专业定位的基础上,进行精确细致的栏目设置,是确保内容创作方向准确、传播效果显著及受众定位精准的关键。当前,税务工作主要涉及税费政策制定执行、税费征管、税收法治建设、税费监管、国际税收协作、税收宣传普及、税收信息化体系构建以及优化税费服务等多个层面。经过充分论证与研究,《学报》特设置了《税收理论》《税费实践》《税务文化》《干部教育培训》《党建理论研究》《管理科学探索》《财经纵横分析》等栏目。

同时,《学报》紧跟时政动态,精心设置专栏并策划重点稿件,确保刊物始终屹立于学术前沿。例如,2023年12月,中央经济工作会议明确提出要谋划新一轮财税体制改革。为此,2024年刊物更名后的首期,即以“新一轮财税体制改革”为主题设立专栏,组织并刊发了来自北京国家会计学院、厦门国家会计学院以及中南大学等学校的专家学者



的学术见解。这些专家学者从中国式现代化新征程的财税新定位、财税如何赋能新质生产力的发展、经济高质量发展阶段的税制改革方向等多个维度,对这一轮关乎中国经济社会长期稳定发展的重大改革进行了深入剖析与研究。相关文章刊发后,在全国税务系统中引发了广泛的学习与热烈探讨。

为突出《学报》的独特性,满足读者深度阅读需求,自2024年起,《学报》聚焦热点与深度话题,特邀名家大咖撰稿,开设了《本刊特稿》专栏,已刊发《让新时代税收现代化战歌因你们更嘹亮更高亢——关于全国税务领军人才培养工作的思考》《新时代税制改革与发展趋势研究》两篇中国税务学会专家撰写的文章。文章不仅涵盖深入的财税理论研究,还融入鲜活的税收实践案例,并辅之以丰富的党建经验总结,极大地提升了期刊的学术影响力,赢得了广大读者的广泛赞誉。

教研一体 发挥培训师生力量

综观目前国内公开发行的学术综合性刊物,专注税务这一特定学科领域的期刊数量相对有限。《学报》既是培训成果展示交流平台,亦是助力培训工作的服务平台。因此,《学报》不仅要深入挖掘和系统探讨税务相关的理论与实践问题,

还主动承担起传播税务教育培训科研成果的重要使命,为税务教育培训的高质量发展注入了新的动力与活力。

《学报》的主管单位是国家税务总局,主办单位是国家税务总局税务干部学院,学院面向全国税务系统开展干部教育培训,培训内容覆盖税务系统全员、贯穿职业生涯全过程。完善的培训项目体系不仅孕育了丰硕的教学成果,还构筑了一座学术科研的宝库。因此,《学报》开设了《干部教育》这个常设栏目。该栏目的作者群不仅有资深的客座教授、骨干教师,也有业界的领导干部、业务标兵,他们围绕提升培训效率与质量、培训教材的创新研发、党建与业务工作的深度融合以及标准试题库的构建等多个维度,系统总结了自己的教学实践、工作心得与经验,很大程度避免了学术期刊的“纸上谈兵”短板,提升了学术成果的可读性、对税收工作的指导性。

除了传道授业解惑的师资队伍,全国百万税务学员也是《学报》的优质作者。《学报》自创办以来,就重视吸纳刊发优秀的学员论文,曾设置《领军人才》栏目。2024年,《学报》共刊发了《税收政策促进科技创新激励作用优化探究》《纳税信用应用于税收优惠政策的研究》《个人所得税对高层次人才的影响研究》等14篇由相关省(区、市)税务局局长、总会计师、课题组及青年干部学员投稿的论文,占全年论文数量的五分之一。这些作者具备卓越的政治素养和业务能力,其研究的问题紧密贴合工作实际,能够巧妙地将对理论与实践相结合。他们撰写的文章,视野宏阔,对工作实践具有显著的促进作用。刊发这些论文是提升专业期刊创新性、前瞻性的重要举措。

多措并举 加强编辑队伍建设

质量是刊物的生命。自创刊以来,编辑们几代人始终严格执行三审三校、交叉审稿、匿名审稿、审稿回避等编辑制度。2024年,编辑部又对审校、排版等制度进行了进一步细化和完善。为确保税务专业内容的准确,编辑部在三审三校基础上,严格做到每篇稿件送相关专家外审,

重点稿件或专业性强的稿件还将在三校后,增加一轮专业审读环节,邀请与文章研究方向有关的行业专家或业务骨干进行逐字逐句审校。

打铁必须自身硬,百炼才能出精钢。《学报》编辑经手文章,必须确保研究主题符合权威专著的评价标准,具备学术水平和创新性;论点要明确、论证要充分,内容要符合学术研究的规范性;同时,文章应使用“说言说语”,语句表达要准确无误,能够真实反映税务工作的实际情况。

《学报》坚持提升编辑能力需秉持编辑并重的原则。

在选题策划、学术活动筹备、学术活动开展、与作者沟通交流、稿件编辑加工等各项工作环节中,均要求编辑发扬专注致志、耐心细致、持之以恒的钻研精神。每期《学报》出版后,编辑部都会对编校工作进行全面复盘,不断总结经验教训,积累实践智慧。

《学报》还构建沟通交流与学习提升的平台,博采众长,以资自身完善。创办三十余载,《学报》编辑部几乎每年都组织编辑人员参加所在地或全国性的编辑出版培训班,通过与其他优秀期刊编辑部的深入交流与互鉴学习,弥补自身工作的不足。同时,依托主管主办单位的行业影响力,《学报》安排编辑人员前往税务局进行交流访问,参与税务系统的业务培训与技能竞赛,以此提升编辑人员的专业素养和实践能力。

《学报》还鼓励编辑人员积极投身科研学习活动,形成良好的学术氛围。如2024年,《学报》所有编辑、审稿人员均成功申报了国家税务总局科研课题、税务干部学院科研课题及湖南省编辑学会专项科研课题,并顺利完成了结项工作。《学报》主编、副主编及编辑部主任身先士卒,参与多部学术书籍及培训教材的编纂工作,为编辑部全体成员树立了良好的榜样。当下,编辑部全体成员正朝着成为既具备深厚学术底蕴又掌握精湛编辑技能的“学者型编辑”目标稳步迈进。

(作者系《国家税务总局税务干部学院学报》编辑)