



# 我们需要什么样的纳税服务宣传？

湖南省税务局办公室 罗舜爱

2023年6月

# 什么是纳税服务宣传？

纳税服务宣传是指为进一步方便纳税人办税缴费、提升纳税人税法理解力和税法遵从度，并对税费业务办理流程、便民办税服务举措、税费政策落实效应等内容开展的宣传告知活动。

# 一、为什么要开展纳税服务宣传？



## （一）上级有要求

加强宣传引导。税务总局要会同有关部门认真做好宣传工作，准确解读便民利企政策措施，及时回应社会关切，正确引导社会预期，营造良好舆论氛围。

——中办、国办印发的《关于进一步深化税收征管改革的意见》

## （二）基层有需求

基层对纳税服务宣传存在“三个误解”：

1. 简单化：开税企座谈会、悬挂宣传标语、发放宣传手册、签订税收服务协议等。（思想认识问题）

2. 老旧化：税收宣传月、青少年税法知识竞赛、大学生税法辩论赛、银税互动机制建立等活动的新闻报道。（方式方法问题）

3. 被动化：只是税务部门的事，只是纳税服务和新闻宣传部门的事，只是一项面子工程（临时性、单项工作），宣传效果大打折扣。（能力态度问题）

## （三）公众有期盼

税收宣传存在片面“五说”问题：

1. 你不想说（有人替你说）——意愿
2. 你不正面说（有人反面瞎说）——方式
3. 权威部门专家不说（草根专家满天说）——角色
4. 该说时不说（再说时无人听）——塔西佗陷阱
5. 他关注的你不说（你说的他不关注）——内容

● 找准宣传方向、创新宣传形式、提升宣传效果

## 二、纳税服务宣传的主要内容有哪些？



## （一）便民办税缴费类

1. **便民办税春风行动服务举措：**党政领导点赞“春风行动”、智税云厅建设、“网上办”“掌上办”“就近办”等智慧税务场景、数字人民币办税缴费、12366视频资讯服务、“办不成事”专窗、办税窗口“双语”服务、不动产交易提速、出口退税提速新举措、纳税服务体验师活动、外国企业或重点企业表扬纳税服务等；

2. **税收宣传月创新活动：**税法进校园、税收志愿者行动、税务局长走进直播间、党政领导主讲税务讲堂、局长税课走进省委党校、签订大企业税收服务协议、税收普法取得新成绩、税协讲坛开讲等。



## （二）优惠政策享受类

1. 享受税收政策事例：走访代表委员、个税汇算专项辅导、税收助力网红节日、税惠赋能产业发展、税收服务重点项目建设、服务博览会、服务中欧班列、服务乡村振兴等方面的事例，挖掘享受税收政策背后的故事；

2. 政策落实提速事例：银税互动机制、优化电子税务局功能、建立退税集中处理中心、打造社保信息系统联合运维中心等新机制、新平台，推出后深受纳税人点赞的事例。

## （三）税务执法监管类

1. 征管执法类：动态“信用+风险”监管试点、税警协作机制、虚开骗税案件曝光、首违不罚、柔性执法等；

2. 监管服务类：党政领导调研走访税务部门、“看税务走基层”网评品牌活动、税收大数据补链强链、考评监督推进退税减税、纳税人诉求反馈效应、纳税人满意度排名靠前、优化营商环境考核优秀、纳税服务人才队伍建设等。

## 三、如何开展好纳税服务宣传？



## 纳税服务宣传方式有哪些？



- ◆ 新闻宣传
- ◆ 图片报道
- ◆ 折页产品
- ◆ 视频解读
- ◆ 公益广告
- ◆ 12366热线咨询
- ◆ 涉税舆情应对

## \* 什么是新闻？

新闻，是对客观发生的事实的叙述。体现为报纸、电台、电视台、互联网经常使用的记录社会、传播信息、反映时代的一种文体。

新闻概念有广义与狭义之分。就其广义而言，除了发表于报刊、广播、电视上的评论与专文外的常用文本都属于新闻之列，包括消息、通讯、特写、速写（有的将速写纳入特写之列）等等；狭义的新闻则专指消息，消息是用概括的叙述方式，简明扼要的文字，迅速及时地报道国内外新近发生的、有价值的事实。

# ●新闻的特征

- 1.新闻报告的是现实事物。
- 2.强烈的时效要求。
- 3.新闻是能够公开传播的一类信息。
- 4.现代新闻业造就了公众对新闻的持续关注。

# \* 什么是宣传？

宣传，是运用各种符号传播一定的观点，影响和引导人们的态度、控制人们的行为的一种社会性传播活动，有着“传者扬其理”的说法。特别是指政府或政治团体支持的运作。同样的手法用于企业或产品上时，通常则被称为公关或广告。

# ●宣传的特性

1. 本质是劝服。
2. 形式上单向传播。
3. 对象分为两大类（人、一定的组织单位）。
4. 宣传者素养直接影响效果。



# ● 税收新闻宣传

**范围：** 税收新闻传播和税收宣传。

**概念：** 利用媒体报道涉税事实，让纳税人了解掌握税收知识、税收政策和税收工作情况。

**核心：** 税收价值传播，体现正确的政治方向，着眼大事，涉及根本。

**防止偏差：** 将新闻与宣传紧密结合。

## ● 如何写好一篇新闻稿件



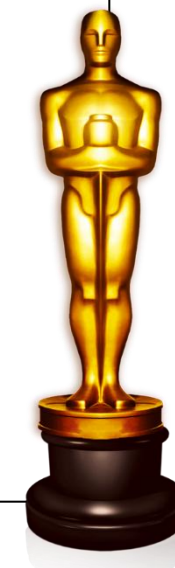
### 症状

- 提笔容易，下笔难；
- 资料匮乏，思路少；
- 临门一脚，差口气。



写什么？

怎么写？



# 要有敏感性，学会找“料”



政治敏感：从重要会议、重要节点、重大活动找新闻点。



细节敏感：培育新闻眼、新闻耳、新闻脑，形成新闻意识。



效率敏感：注意新闻时效性，提前精心谋划，加强媒体对接。

# 要注重语感，不被退稿



## 1. 做个好标题

例：（1）一块旧黑板演绎三代税收情

（2）全国政协委员王国海：“惠企锦囊”为企业发展支招

（3）湖南：退税效应显现 民生发展有力



修改：（1）一段延续了三十年的税宣情

（2）王国海的“惠企锦囊”

（3）留抵退税：为千家万户托起“稳稳的幸福”



**(1) 文题一致。就是说标题所揭示的事实要与新闻内容一致，标题中的论断在新闻中要有充分的依据。**

例1：局长税课为青年企业家送上减税大礼包

修改：局长税课走进“三三聚”活动

例2：道县税务：清廉故事进支部 税企“廉动”话亲情

修改：湖南道县：税企“廉动”话“亲清”



**(2) 突出精华。可以用数字、关键语句、精彩部分  
(做标题, 既有“严实性”, 又能“博眼球”)。**

- 例:
- 梁稳根: 减税降费为制造业发展注入强大动能
  - 全员投入 全面覆盖 全程督促



### (3) 简洁明快。善于省略，善于概括，使文字精粹， 不拖沓冗长。

例：湖南企业增值税留抵退税资金用途投向抽样调查显示：  
退税资金用在了刀刃上

修改：湖南抽样调查显示：退税资金用在了“刀刃”上

“加特林”出圈背后：浏阳花炮产业的转型与破题

修改：浏阳：一河诗画 满城烟花




# 要注重语感，不被退稿



## 2.写个好导语

新闻的导语，就是第一段或第一句话。它是由新闻中最新鲜、最主要的事实或精辟的议论组成，以吸引读者。因此，在写导语时，必须做到“三个一”：

- 
- (1) 开门见山，三言两语讲清新闻事实，使人“一眼便知”；
  - (2) 吸引读者，用精炼有文采的语言反映出新闻事实的内在美，使人“一见钟情”；
  - (3) 奠定基调，新闻稿件的主题、态度，都在导语部分“一锤定音”。

## 例1：湖南：多彩税宣送上惠企“春风”

潮涌三湘，税惠万家。第32个全国税收宣传月启动以来，湖南税务部门围绕“税惠千万家 共建现代化”主题，结合工作实际，将落实税费支持政策与开展“便民办税春风行动”有机融合，以“**蓝天税宣**”“**青税服务**”“**红甲春风**”等一系列走心、暖心、用心的多彩税宣活动，有效激发了三湘纳税人缴费人的发展活力。

（文中小标题：蓝天税宣，航空企业乘势而上；青税服务，“金”色产业通江达海；红甲春风，惠民实事深入人心）

刊发：中国税务报5月12日A3版：“惠”风和畅 湘企腾飞

## 例2：局长走进“行风热线”直播间释疑减税降费

●标题改为：税务局长走进“行风热线”

●导语改为：“您好！办理房屋交易可以享受哪些税收优惠？”近日，在湖南省常德广播电视台“行风热线”直播间，国家税务总局常德市税务局局长梁文辉刚介绍完当前减税降费的主要工作情况，就接到咨询电话。

导语有直叙式导语（“日本地震了！”）、提问式导语（8点上班的钟声响过之后，中央国家机关多少人迟到？）、描写式导语（11月5日，第二届中国国际进口博览会将在上海如期举办，四海商贾将再赴这趟“东方之约”，这个见证中国进一步扩大开放的平台再度令人期待。）、评论式导语等，其基本遵循的是“跟着标题、对着提纲”走，可以用重要的情节开头、鲜明的对比开头、精辟的议论开头，通过简单的几句话概括出新闻的基本事实，让人读得懂、有感觉。

税务系统的新闻稿件现在流行“说”式导语，开头就是纳税人说的一句话，再介绍说这句话的背景，引出新闻事实。

例：“要切实将调研成效落实到解决税收改革发展的突出问题 and 群众反映强烈的难点问题上，落实到奋力推进新征程税收现代化、更好服务中国式现代化的实际工作上，努力创造经得起人民和实践检验的实绩新功。”6月1日下午3时，国家税务总局机关大楼二层会议室，税务总局领导班子调研研究成果交流会正在进行。会上，税务总局党委书记、局长、总局主题教育领导小组组长王军向中央第36督导组汇报了总局领导班子调研研究整体情况，总局领导班子成员依次发言并进行相互点评，深入交流调研研究成果和体会收获。（中国税务报6月6日A1版的《[调查研究见行见效 主题教育走深走实](#)》）

# 要注重语感，不被退稿



## 3.列个好提纲

写短消息时，基本不需要列提纲。但是在写综合性新闻稿件时，必须列好提纲，才可以动笔，不然很容易偏题。

例：湖南：为实施“三高四新”战略添加“税动能”

●助“湖南制造”强内力

●为科技创新增动力

●为内陆开放添活力



# 要注重语感，不被退稿

## 4.写个好结尾

结尾是新闻的最后一段或一句话。阐明新闻所述事实的意义，使读者对新闻的理解、感受加深，从中得到更多启示。

新闻的结尾方式有小结式、评论式、希望式等。有的新闻，事实写完，文章就止住了，结尾就在事实之中。

税务系统现在的新闻很多是采取“事实写完，文章止住”的模式。最突出的表现形式就是领导讲几句提升站位的话，或者讲下一步将采取什么措施，然后全文结束。

**例1：**“又是一年春来到，办税春风暖人心。湖南省税务局在开展“便民办税春风行动”中，将创新落实诉求响应提质、政策落实提效、精细服务提档、智能办税提速、精简流程提级、规范执法提升等33条便民办税缴费服务措施，努力以税收服务的加速度、高精度、有温度，为市场主体赋能，为经济高质量发展护航。

——中国税务报2月15日三版 [《三湘企业大步走在“春风”里》](#)

例2: “小微企业的发展关乎国计，惠及民生。”湖南省税务局党委书记、局长曾光辉表示，湖南税务部门将持续做好税之要事，纾解企业难事，以更精准的优惠政策、更精细的税费服务、更公平的营商环境，助力小微企业在“税惠春雨”中茁壮成长。

——中国税务报5月12日二版 [《“税惠春雨”润泽湖南小微企业》](#)

## 温馨提醒：

新闻稿件的素材必须是真实的，比如说退税减税数据、企业名称及相关负责人姓名，以及所适用的税收政策、相关创新举措，都必须是准确可靠的，不然出了舆情，白辛苦一场，还要被追责。

## ● 如何拍好一张新闻图片



### 症状

- 到哪里拍照?
- 拍哪些场景?
- 拍不好咋办?



1. 拍“活”人物。在拍摄时要关注新闻对象的动作，新闻图片中，人物有一定的动作会使图片更加真实生动。

2. 拍“动”细节。抓住场景最精彩、现场气氛最好的部分，这是最能吸引读者的。

3. 拍“真”事物。新闻图片必须是新近发生的具有新闻价值的真实场景或人物状况的记录，所以在拍摄时要避免摆拍，自然记录新闻画面。

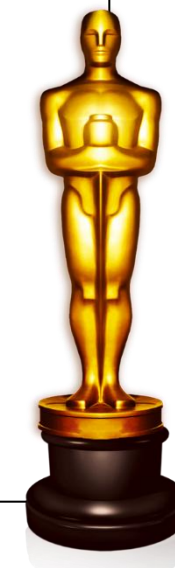
●增强政治敏感性；配上图片说明

## ● 如何创作一部税收视频



症状

- 拍什么内容?
- 怎么拍好片?
- 拍了发哪里?



## （一）税收视频类别

1. **政策解读类**：总局微信号、抖音号的视频产品，省局“小湘说税” “税收新闻会唱歌” “满妹子说税”可做参考；

2. **短视频类**：表现形式有公益广告、微电影、动漫、纪录片等，主要围绕税收服务经济社会发展大局、税务人担当奉献、纳税人缴费人的税费故事等主题进行创作，时长可根据内容、主题进行调整；

3. **日常活动类**：将税收宣传月启动仪式、银税互动线上直播、签订大企业税收服务协议等税收宣传活动的主要场景拍摄后，进行视频剪辑传播；办税厅的一天、进企解难题的场景等都可以随手拍摄后进行剪辑传播。



## （二）视频创作原则

1. **小切口，大主题。** 视频选题策划要选取纳税人最关注、工作中最有特点、最能打动人的点作为切入口，用场景切换、人物讲述、冲突博弈等手法引出主题。在创作微电影时要注意主题的唯一性，明暗线的铺垫要自然。

2. **小屏范，新语态。** 根据短视频3秒定律、15秒定律去创作产品。首先，要有自己的标签，让人一听就知道是谁的视频。其次，要跟上时代节奏，注重宣传时效，学会用新词汇，但也不能随意蹭热点。

3. **精品化，有共鸣。** 走精品化路线，聚焦纳税人缴费人“急难愁盼”问题、总局省局重点工作落实情况进行创作，保障视频内容贴近民众、符合实际、产生共鸣。

**谢谢大家，请批评指正！**



**欢迎踊跃投稿，13787675177（微信同号）**