

## 国家税务总局：创新个税改革融媒体产品为纳税人增便利

### （一）背景意义

今年 10 月 1 日起，个人所得税正式进入改革实施阶段。个人所得税改革涉及万亿纳税人切身利益，社会关注度高，为确保个税改革顺利实施，国家税务总局聚焦纳税人需求和社会关注，制作并推广了一批融合型新媒体产品，如：新个税公益广告、动漫、新个税政策宣传图解、新工资个税计算器小程序、新个税网站专题 H5 产品等，以图文并茂、生动活泼的形式宣传改革政策和纳税服务等工作，确保让每一位纳税人及时享受到个税改革红利，取得了良好的社会传播效果。

### （二）主要做法

税务总局围绕个税改革宣传重点，集聚多方力量，统筹推动融媒体产品制作，形成上下协调、内外沟通、多方合作的制作和发布模式。一是组织策划“精”。紧紧围绕新个税知识普及、相关法规解读、减税效果社会反响等主题开展专题策划，着力制作出易于纳税人接受的图片、音视频和 H5 系列产品。二是协同联动“强”。加强与中国政府网、国务院客户端、百度等媒体平台沟通合作，多渠道发布融媒体产品；拓展税务系统发布平台，除利用总局新媒体平台发布外，指导各省税务局积极联系当地主流媒体，借助官方微博微信等多渠道开展个税改革宣传报道，构建内外联动、上下协同、同步发声的宣传网络。三是发布节点“佳”。在新个税政策出台、10 月 1 日过渡期政策执行、阶段性成果显现等重要时间节点，加大融媒体产品多渠道投放力度，形成集中宣传报道声势，把握关键期舆论热点，提升个税改革宣传覆盖面和影响力。

### （三）工作亮点

#### 1. 新个税计算器小程序

该程序是税务总局与“百度知道”联合开发，适用于个人所得税过渡期政策实施的一款个人所得税计算程序，通过 H5 产品页面展示，需要查询缴纳个税额的纳税人输入相关数据后，程序自行计算出需缴纳的个人所得税税额，并和新税法实施前税额进行对比，得出相应减税数据，使纳税人及时了解需缴纳个人所得税的数额，为纳税人申报提供便利。该程序在税务网站、微信、客户端同步投放，中国政府网、国务院客户端相继转发，累计查询使用量超过 200 万次，取得了积极的社会反响，得到纳税人的一致好评。



## 2. 推出新个税法图解系列产品

新个税法修订后，相关的法律政策有较大幅度的更改，为及时解读个税政策，为社会公众解疑释惑，同时促进政策落实，税务总局针对政策变化做了系列图解，并与中国政府网联合推出政策解读专门图解，在门户网站推出专题页面，并通过网站、微信、微博、客户端同步开展宣传。中国政府网网站、微信和国务院客户端、税务新媒体矩阵随后转载，累计点击阅读量超过500万次。



## 3. 新个税法公益广告及动漫产品

税务总局在新个税法实施宣传工作中，注重运用影像、动漫等形式，把枯燥的税收政策转换成群众喜闻乐见的融媒体产品，丰富了宣传手段，先后制作出个税改革宣传片、动漫专题片等税收影像作品，使个税改革对纳税人更具吸引力，更易于被社会公众所接受，提升了税收宣传的实际效果。产品同时在央视 14 个频道、全国 2547 个影厅、70 个地市电影频道同步播出，同时，持续在私人影院、高铁动车移动平台上循环播放，并通过税务总局网站、微信、客户端及各省税务局新媒体平台先后推出，累计观看量达千万次，让公众随处可见，社会传播力十分广泛。



#### 4. 个税改革总局网站专栏 H5

税务总局于 9 月 30 日在网站推出个税改革专栏，内容包括中央精神、总局部署、文件简报、专家解读、培训辅导、各地行动、纳税人看改革、图解视频等，设置最新动态、过渡期政策执行 2 个特别模块，全面介绍个税改革动向、宣传新个税法、回应社会关切。专题上线后迅速受到关注，日均浏览量超 6 万次。





#### (四) 效益效果

个人所得税改革关系到每一位自然人纳税人的切身利益，覆盖面广，社会关注度极高，同时对新个税政策宣传的需求较大。一系列个税改革融媒体宣传产品的制作和推广，从纳税人的涉税需求出发，既做到内容的严、细、精，又兼顾接受效果的鲜、活、实，用及时、准确、深度的税收声音引导舆论、回应关切、普及知识，打造了鲜明的个税改革宣传品牌，发挥了税收宣传影响力，使专业化的税收知识变为通俗易懂、易于纳税人接受的知识点，不仅方便纳税人深度了解个税改革相关情况，也提升了政策熟悉和使用水平。

今年以来，个税改革各类融媒体产品累计点击、阅读量和传播量累计超过 2000 万次，在全社会充分展示了个税改革成果，体现了便民服务主线，让纳税人深切感受到税务部门利用“互联网+政务服务”平台推出服务管理创新所带来的便利，赢得了纳税人一致好评和满意，社会赞誉度显著提升。

#### (五) 制度机制

个税改革融媒体产品按照“策划求精，制作求细，表现求活，发布求广”的机制运作，突出作品的创新性、层次性和丰富性，提升产品的整体性水平和多元化效果。

**1. 策划求精。**围绕税收中心工作，紧跟个税改革重点工作部署，组建专项策划团队，提前着手开展融媒体产品策划。吸纳不同层面业务骨干加入策划队伍，加强沟通协调，会商重大选题。定期召开策划选题会、研讨会、效果评估会，及时调整确定融媒体产品的主题、类别、特点、形式和风格，对工作进行科学分解，并对发布后的点击量、传播量、阅读量等实际效果进行科学评估，及时总结和修正策划中存在的问题，不断提升产品的制作水平。

**2. 制作求细。**在产品制作中注重区分电脑端和移动端两个不同的媒介发布方式，多维度考量页面承载量、交互方式、使用场景、网络接入方式等方面，分头制作新媒体产品。根据电脑端屏幕大、内容多、通过鼠标和键盘交互、使用场景固定、流量限制小的特点，充分考虑视觉浏览路线，制作内容全面、交互性强的新媒体产品。根据移动端屏幕小、承载量有限、通过手指交互、使用场景多变的特点，充分考虑人体交互习惯，制作内容简约、形式活泼、社交化程度高的产品。

**3. 表现求活。**灵活运用文字、图片、音视频三种基本表现形态，有机加以融合，制作适合个税改革内容传播的产品。以三种形态为基础，借助 H5、数据分析等技术，推出更多微内容、微信息，如互动新闻、个性新闻、可视化新闻、动新闻、听新闻、大数据新闻等，方

便碎片化阅读，易于社会公众接受和认可。

**4. 发布求广。**在对产品内容客观性、准确性、可公开性进行严格审核的基础上，把准时间节点和宣传节奏，在网站、客户端、微信、微博渠道统一发布或次第发布，并利用央视平台和地方媒体平台提升宣传层次，全方位扩大宣传覆盖面，满足不同渠道用户多样化、个性化需求。加强用户监测和网情分析，对发布效果开展动态监测，掌握信息产品在各渠道的传播效果，反向指导策划、采集、编辑、制作和分发等前向环节。

#### **（六）可推广性**

结合下一步个人所得税改革重点工作，我们将科学把握纳税人的涉税需求，围绕宣传重点，着力改进策划、制作和发布形式，丰富宣传手段，调度内外资源，在前期推出一系列宣传产品的基础上，再制作一批创新性“拳头”产品，在个税改革宣传中有针对性地推出，增强吸引力和感染力。有关工作机制将在税务全系统推广。