

2022 年度社会责任报告

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

2023 年 4 月

四川新闻网传媒(集团)股份有限公司社会责任报告 (2022年)

目录

一、前言	3
二、政治责任	5
三、阵地建设责任	15
四、服务责任	16
五、人文关怀责任	20
六、文化责任	25
七、安全责任	27
八、道德责任	27
九、保障权益责任	28
十、合法经营责任	29

一、前言

1、媒体情况。四川新闻网传媒（集团）股份有限公司的前身为成立于 1999 年的四川新闻网站。经中央外宣办批准，四川新闻网站作为全国首批转企改制试点单位，2013 年 3 月 31 日，组建四川新闻网传媒（集团）股份有限公司（以下简称“川网传媒”），现注册资本 17,336.80 万元，注册地为成都市高新区。川网传媒是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑、全国领先的主流新媒体企业，2021 年 5 月 11 日成功登陆创业板，在深圳证券交易所成功挂牌上市，股票代码 300987。川网传媒是继人民网、新华网之后上市的第三家新闻类媒体，也是 A 股第一家省级新闻类媒体上市公司。

川网传媒作为四川省重点文化传媒产业集团，始终坚持以“移动优先、技术优先、用户优先”为核心经营理念，坚持以业务创新与技术创新为内生动力，满足客户多样化需求和提升客户服务质量为导向，不断整合和拓展公司业务平台和资源，实现业态创新，创造性地打造出以融媒体、智媒体和 RCS 富媒体为核心的多维一体的媒体平台矩阵。旗下拥有四川新闻网、中国西部网、四川手机报、四川发布、麻辣社区、可乐影视等新媒体平台，媒体形式涵盖网站、手机报、微博、微信、论坛社区和互动电视等，形成了“网、端、微、屏”立体传播体系。

2、社会责任理念。川网传媒始终坚持党对新闻舆论工作的领导，坚持马克思主义新闻观，坚持正确政治方向、舆

论导向和价值取向，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实意识形态工作责任制，勇担新型主流媒体职责使命，做到采编和经营两分开、两加强，持续提高新闻舆论传播力、影响力、引导力和公信力，努力做好重大主题、重要节点、重要活动等宣传，唱响主旋律，打好主动仗，出新出彩，实现社会效益放首位、社会效益与经济效益相统一。

3、获奖情况。川网传媒工会委员会荣获“2021 年度省直单位先进职工之家”称号。四川新闻网荣获 2021 年度四川省三八红旗集体称号。《“百年号”强国主题列车》荣获 2021 年度四川新闻奖“新闻专题”一等奖。《H5|话筒交给你，环保连连看！》荣获 2021 年度四川新闻奖“融合创新”一等奖。《技术驱动内容、平台、服务再造——川网传媒媒体融合实践》荣获 2021 年度四川新闻奖“新闻论文”一等奖。《专题 | 秀家乡·百县巡礼》《100 条建议被采纳落实群众建言献策助力四川文旅强省建设》荣获 2021 年度四川新闻奖“新闻专题”二等奖。《四川好 xiang——2021 年终策划》《红领巾广播站》《成都天府国际机场系列报道（含 VR 沉浸式体验、虚拟主持人 AR 体验等）》《我的名字叫“成渝”》《“学习强国”公益认养的大熊猫强强、国国一周岁生日会》荣获 2021 年度四川新闻奖“融合创新”二等奖。《“西”游记》荣获 2021 年度四川新闻奖“短视频专题报道”二等奖。“学习强国”四川学习平台“天府书展”专题宣传推广活动获得 2022 年天府书展优秀策划案。《新思想在四川落地见效之‘筑牢长江黄河上游生

态屏障’系列图说》获得第二届四川生态环境新闻奖三等奖。戴璐岭荣获 2020—2021 年度四川省“十佳编辑”。李丹、戴璐岭荣获四川省第九届“好记者讲好故事”活动“优秀选手”。

二、政治责任

2022 年，川网传媒牢记党媒职责使命，围绕中心、服务大局，讲好中国故事、四川故事，为推动治蜀兴川再上新台阶营造了良好舆论氛围。

1、坚持党媒站位，履行职责使命。2022 年，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻全国、全省宣传思想工作会议、网信工作精神，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，坚持稳中求进、守正创新，聚焦习近平总书记来川视察、“奋进新征程建功新时代”大型主题采访活动、“踔厉奋发新时代治蜀兴川再跨越”主题采访报道活动、2022 年全国全省“两会”、省第十二次党代会、“足迹”主题宣传、贯彻落实党的二十大精神、川渝党政联席会议第五次会议、青少年书画传习大会、公园城市建设等主题和重要会议、重要活动，科学谋划、周密部署、奋力工作，扎实抓好网上宣传报道和舆论引导，推出专题专栏 775 个，创作富有传播力、引导力、影响力的新闻作品 550 多个，为推动新时代治蜀兴川再上新台阶提供了良好舆论支持。

2、聚焦重大主题宣传，力求宣传报道出新出彩。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领网络内容建设，

在四川新闻网首页显著位置开辟专区，及时准确报道习近平总书记重要活动、重要讲话，使习近平新时代中国特色社会主义思想宣传牢牢占据网络平台首页首屏头条。同时深入开展习近平总书记网上宣传，深入阐释解读习近平总书记重要讲话精神，围绕“聚焦学习习近平总书记重要讲话精神迎接党的二十大专题研讨班”“奋进新征程建功新时代”“领航中国”“沿着总书记的足迹”“江河奔腾看中国”等宣传重点推出专题专栏，制作图集报道《图说·足迹》、《蜀地回响沿着总书记的足迹看变化》九宫格故事片、快闪短视频《三赴四川总书记最深的牵挂》、《【牵挂】青川》系列报道等新媒体产品，积极推送中央、省级重点媒体发布的《奋力推动新时代治蜀兴川再上新台阶——沿着总书记的足迹之四川篇》等重要稿件，形成全媒体传播效应，及时准确报道习近平总书记重要活动，全景、多维、立体展现总书记考察指导后当地发生的巨大变化、呈现的崭新气象，点面结合展示新时代的伟大成就，全面反映各地牢记嘱托、感恩奋进取得的显著成就和人民群众更多的获得感、幸福感、安全感。



《沿着总书记的足迹》专题截图

在贯彻落实习近平总书记指示精神和全面推进乡村振

兴过程中，川网传媒着力推出《我在乡村看见中国》大型系列报道，聚焦乡村振兴，记者深入田间地头、乡村原野，以记者 VLOG+海报+手绘动漫+图文的形式，以天府乡村之变化，看中国乡村振兴之未来，共推出 28 期系列报道，其中有 24 期被全网推送，并获得上级主管领导批示。



《我在乡村看见中国》专题截图



《我在乡村看见中国》专题二维码

在 2022 年农民丰收节期间，制作推出视频《每一帧都是壁纸！跟着节气看丰景》，被人民日报、新华网、环球网、农民日报等 100 余家新媒体平台转发、点赞，微博话题阅读量超 2.1 亿，形成传播声势，展现丰收美景。



《每一帧都是壁纸！跟着节气看丰景》视频二维码

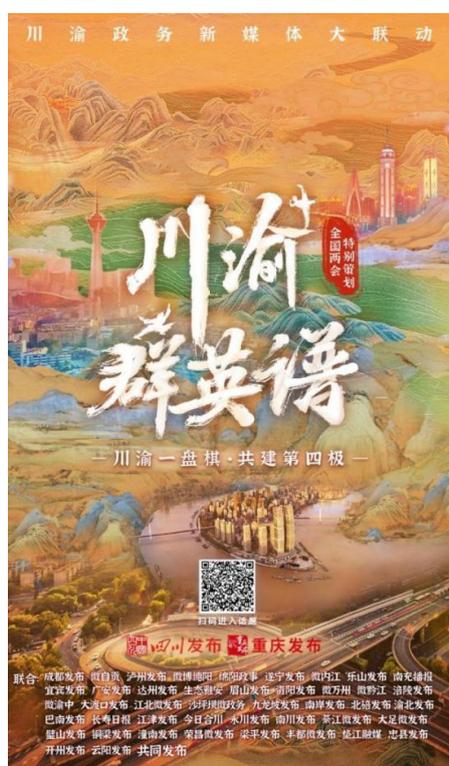
围绕打造新时代更高水平天府粮仓，策划《中国粮心》系列主题报道，记者带大家走进田间地头、科研院所，多方探访，通过图文、短视频等多种形式，展示四川省贯彻落实习近平总书记来川视察重要指示精神，着眼“天府粮仓又增添科技新粮”主题，报道保障粮食安全的“四川实践”。该报道被传媒领域研究平台——《传媒茶话会》作为党的二十大融媒报道优秀作品点赞肯定，引起了很好社会反响。



《中国粮心①》报道二维码

在成渝地区双城经济圈建设宣传上，推出 2022 两会特

别策划——#川渝群英谱#创意可视化产品，提前启动政务新媒体大联动，以手绘武侠风长漫新媒体产品，场景式展现国家“命题”下的川渝“答卷”，被网民称为“川渝版百里长轴”。手绘长漫结合各地在双城经济圈建设中的特色，以山水画卷形式，横向展示“圈内”各地建设的“一招一式”。此种风格形式，让网民感受到了接地气的“江湖气息”。“川渝群英谱”长漫全面展现了川渝一盘棋，使政策文件不再晦涩难懂。“双圈”44个城市政务新媒体群力合唱、接力发声，汇聚成“川渝一盘棋，共建第四极”的甜蜜结对和有力回响，在全国两会大舞台上迸发出“最强川渝音”。通过矩阵的影响力，#川渝群英谱#话题在各平台覆盖受众上亿，阅读量突破 5,000 万。



新媒体产品《川渝群英谱》

四川新闻网联动华龙网推出“双圈 00 说成渝—短视频联

动”网络主题宣传活动,以成渝地区双城经济圈中的各主流媒体中的“00后”为第一视角,展示他们眼中的“双城记”,吸引13家成渝地区主流媒体联动参与,所有短视频均在各个媒体的微博、视频号、抖音号、快手号上带#双圈00说成渝#话题发布,并@四川新闻网@华龙网,形成联动效应。该活动微博话题#双圈00说成渝#阅读次数已达1,152万,同城热搜榜第7名。



《双圈00说成渝—短视频联动》专题截图

3、聚焦重要会议，准确宣传解读会议精神。在喜迎党的二十大之际，川网传媒推出融媒体产品《凡心微光》，在5分33秒视频中，通过小切口讲好温暖故事，汇聚起各个岗位众志成城抗震救灾、全力以赴继续“拼”的群像，展现9,100万四川人的“凡心微光”，凝聚起攻坚克难的强大合力，展现携手并进、共克时艰的勇毅决心与担当作为，致敬那些在平凡中创造不平凡的人们，微博话题三小时阅读量超1.2亿，24小时全网总阅读量超3亿次，视频观看量近3,000万次，获得中央网信办网络传播局肯定。



《凡心微光》二维码

在 2022 年全国“两会”宣传中，川网传媒统筹协调、创新表达，紧紧围绕政府工作报告、乡村振兴、双城经济圈等省委省政府中心工作，充分发挥旗下四川新闻网、四川手机报、中国西部网、四川发布等多家媒体特点优势，共采访代表委员超 85 位，推出《踔厉奋发，推动新时代治蜀兴川再上新台阶——2022 全国两会特别报道》《川渝代表委员共话“双城经济圈”》《只此青绿“蜀”你最美》《跟在代表身边这五年》《五味四川！风味里的振兴密码》《两会超话》等专题专栏报道 13 个，《只此青绿“蜀”你最美》《川墩墩的两会学习手账》《跟在代表身边这五年》《四川五味！风味里的振兴密码》互动 H5、《开箱，代表委员的背包》系列短视频、“2022，四川请回答”SVG 交互海报等新媒体产品 10 个，累计发稿 1,400 余条，累计覆盖用户 2.2 亿人次，为推动新时代治蜀兴川再上新台阶营造了良好的舆论氛围。



《2022 全国“两会”》专题截图

在 2022 年四川省“两会”宣传中，川网传媒以“踔厉奋发推动新时代治蜀兴川再上新台阶”为主题，推出《踔厉奋发，推动新时代治蜀兴川再上新台阶》《专题|云脑对话——AI 虚拟主播 e 跑两会》、“两会超话”“报告金句”等省“两会”专题专栏 15 个，《因为有你》《两会创意 H5 | 四川这“乡”有礼了！》《2022 云上故事荟》云访谈、“趣词新解”“拉开这幕！看 2021 年的四川故事”、“川网图说”、“这场脱口秀，比你想象中秀！”互动 H5 产品等新媒体产品，发布各类报道稿件 770 条，稿件总阅读量超 1,843 万次，覆盖用户近 5,000 万人次。



《2022 四川省“两会”》专题截图

在省第十二次党代会宣传中，川网传媒以“高举伟大旗帜推动新时代治蜀兴川再上新台阶”为主题，推出党代会专题专栏 15 个，发布各类报道稿件 1,371 条，累计点击量达 2,462 万次，覆盖近 2.4 亿人次。其中大型系列报道《我在乡村看见中国》以图文、海报、系列 VLOG 视频的形式，呈现四川在推进乡村振兴方面的探索实践与成果经验；“虚拟主播元小雅数读四川发展”系列报道通过最新技术 5G 消息进行发送，融合了定点直达、图文视频直观呈现等优势，覆盖全省用户近 2.1 亿人次；《蜀写新篇县在行动》策划通过互联网海报、短视频、图解、深度报道等方式联动市州区县政务新媒体，展现四川市域、区县的独特魅力，活动视频播放量超 530 万，话题关注度超 800 万，各平台累计阅读量超 1,500 万，累计覆盖人群超 3,000 万。



四川省第十二次党代会代表这样诞生

《省第十二次党代会》专题截图



《蜀写新篇县在行动》专题截图

在重庆四川党政联席会议第五次会议宣传中，川网传媒着力提升成渝双城经济圈报道的力度与深度，做好资源的整合利用，报道形式的编排创新，力求全方位、多角度、立体式呈现川渝信息，推出《关注重庆四川党政联席会议第五次会议》《聚焦重庆四川党政联席会议第五次会议》2个专题，《28张新闻日历带你飞“阅”成渝双圈大事记》《你磕的CP又又又发糖了！》《“入圈”两周年啦！2021，成渝CP这样走过》图文海报，《收藏级长图 | 暑期必备攻略！两个月耍遍川渝不重样》10期旅游海报，以海报、视频、图文、H5等融媒体形态，将川渝两地重要信息、融媒体策划等内容进行集中展示，多角度、全方位的报道成渝双城经济圈建设成果，所有产品累计阅读量近100万次。



《重庆四川党政联席会议第五次会议》报道截图

三、阵地建设责任

2022年，川网传媒大力推进媒体融合发展，探索媒体融合管理新模式，坚持主流媒体挺进主战场、占领主阵地，坚持把握移动优先战略，优化调整媒体布局，围绕中心、服务大局，讲好中国故事、四川故事，媒体传播力、影响力、引导力和公信力不断增强。

1、创新体制机制，探索媒体融合管理新模式。川网传媒逐步探索建立统分结合的媒体融合管理新模式，推动组织结构改革重构，新闻产品内容流程再造和人才、资金、考核激励机制等配套改革，围绕媒体融合发展规划确定各项具体目标和任务，制定出台媒体融合发展规划责任分工方案，明确牵头领导、责任领导、牵头部门和责任部门，确保各项任务责任清晰、时限明确、步骤有力。

2、坚持移动优先战略，集中力量打造移动客户端。根据下属各媒体特点，打造一批自主可控、影响力强、分众覆盖、各具特色的新媒体品牌。四川发布坚持技术赋能，升级“智能机器人”，积极探索智能化服务路径，启动新型政务客户端建设，升级四川发布智能小助手“小川”，基于新闻、政策、服务和用户开展互动，为用户进行画像，更精准反馈信息，更便捷提供服务。同时，开发建设“四川发布”小程序，抽屉式集纳“政策文件”“政策解读”“办事服务”“政民互动”和“个人中心”板块，打通与大数据中心服务功能对接，接入公

积金查询、社保卡查询、律师服务、异地就医结算等十余项服务功能，为网民提供了精准、及时、有效的服务。

3、优化调整媒体布局，确保管理有序。为进一步优化资源配置，把更多优质资源和内容向主阵地汇集，川网传媒在对各媒体的战略定位中，强调发挥优势，错位竞争，统筹管理。在大型宣传战役中，做到统一指挥，集中调度，杜绝同质化竞争，展现出了新媒体集群化优势。同时，为降低由于平台、账号过多导致的管理漏洞和内容风险，先后4次牵头清理，完成川网传媒各类账号的统计、备案和清理工作，对更新不及时、定位不清晰，影响力较小的账号坚决予以清理下线，川网传媒新媒体账号从两百多个缩减到59个，且全部为川网传媒自运营，实施专人管理，定期更新，并建立AB角24小时值班制度，确保一旦发生应急事件，能第一时间及时处置，保持了所属媒体队形清晰，管理有序。

四、服务责任

2022年，川网传媒坚持以人民为中心的工作理念，从刊播政务信息、宣传惠民政策，搭建沟通平台、反映百姓呼声等全方位入手，全面提升服务水平，大大提升综合服务能力。

1、策划擦亮“‘川字号’金字招牌 2022 我最喜爱的四川十大品牌”评选活动。川网传媒下属中国西部网聚焦川粮油、川猪、川茶、川菜、川酒、川竹、川果、川药、川牛羊、川鱼十大优势特色产业的四川地理标志品牌，挖掘品牌内涵，

讲好品牌故事，推出《擦亮“川字号”金字招牌 2022 我最喜爱的四川十大品牌评选活动》专题 1 个，发布相关稿件 137 条，网上投票累计超 113.4 万人次，取得了较好的效果，进一步打响了“川字号”知名品牌。



《擦亮“川字号”金字招牌评选活动》专题截图

2、畅通问政渠道，走好“网上群众路线”。川网传媒下属麻辣社区《群众呼声》，截至 2022 年 12 月 31 日，全省共有 9,865 家职能部门实名入驻麻辣社区，覆盖省市县乡镇四级服务体系。平台全年回应群众诉求六万余次，发布“我为群众办实事”优秀案例稿件 322 条。

2022 年，“群众呼声”留言量、留言办结率、办结满意度、入驻单位数量均有明显上涨。2022 年 1 月-12 月，麻辣社区“群众呼声”共收到网络问政类留言近七万件，其中办结 69,000 余件，办结回复率 98.79%。与 2021 年同期相比，留言量增长 20,132 件，增长 40.62%；办结量增长 20,903 件，增长 43.31%；入驻机构数量增长 1,310 家，增长 15.31%。

持续做好信息报送工作，让省委省政府及时了解全省群众的热点、难点诉求，多次获得领导批示。如：“成都多区修建方舱医院锦江区选址引发网络争议”“天府机场交通成本高网民建议调整过路费、停车费”等。全年向省委宣传部、省委网信办、省纪委办公厅、省政府办公厅报送《网络问政月报》6次，向省政府办公厅报送《网络问政周报》24期。为省委网信办、省政府信息公开办报送《麻辣新舆情-每日参考》259期。



《群众呼声》栏目截图

3、有效开展舆论引导，服务党和国家工作大局。四川新闻网创新升级“太阳鸟时评”品牌评论栏目，推出太阳鸟视评、川言堂、鸟叔海报、言论新品和漫谈等子栏目，“新”方式、“新”语言打造一个有温度、有创意、有亮度的评论空间。在2022年全国“两会”期间，策划推出《青年说·“两会君”评热点》系列评论7期。以习近平总书记重要活动、重要讲话

及政府工作报告等内容为话题背景，以视频为载体，采用小编与青年“两会君”对话形式，充分发挥网评员队伍青年力量，邀请多位青年网评员畅谈两会热点话题，并融入网民观点。评论以漫画风呈现，将枯燥乏味的评论可视化、轻松化，给网民带来了较好的视觉冲击感，获得较好反响。



《青年说·“两会君”评热点①》报道截图



《青年说·“两会君”评热点②》报道截图

4、做好网络辟谣工作，维护网络清朗和网民权益。川网传媒各媒体通过开设辟谣专栏、新闻报道、官方贴文回复等方式，针对谎报灾情险情、热点事件以及危害社会安全等出现的不实和虚假信息第一时间作出反应，发布辟谣文章，认真开展辟谣工作。一是持续更新维护专题《四川网络辟谣平台》，集纳辟谣报道，打击网络谣言，营造清朗网上环境；二是运用短彩信和固定专栏及时推送辟谣信息，如《成都、乐山出现“龙线虫”？莫怕，四川疾控辟谣了》《成都东站辟谣关站封闭记者探访：实为部分旅客未持核酸证明》《手执斩谣利剑共建清朗空间四川互联网联合辟谣平台上线两周年》《成都西川中学“民转公”？官方今日辟谣！》等，有效阻止了谣言的继续传播。三是全媒体推送辟谣信息。川网传媒旗下各媒体通过微博、微信、客户端等平台，及时发布权威消息，引导网友明辨是非，不信谣，不传谣。



《四川网络辟谣平台》专题截图

五、人文关怀责任

川网传媒不仅在日常新闻报道中注重民生，将镜头对准群众，关心群众诉求，反映群众呼声，体现出以人民为中心

的价值理念，同时组织开展社会性服务活动，积极开展对外帮扶，全力打造有爱、有温度的现代文化传媒企业。

1、民生报道切实为民服务。建立#四川城市服务台#。四川发布发挥四川政务微博矩阵完整、应对突发事件经验丰富的优势，成为“微博城市服务台”共建计划中全国首批启动“城市服务台”的政务新媒体之一。#四川城市服务台#发布政务服务、权威发布、政策解读、民生实事、天气预警、出行提示、科普知识等信息，帮助网友了解四川。目前四川发布创建的微博话题#四川城市服务台#阅读次数超3亿。



《微博城市服务台》报道截图

2.热心公益事业，用爱心传递温情。川网传媒“四川发布·精神午餐”乡村学生公益读书项目通过向全社会征集图书、向乡村小学输送优质儿童读物，并为乡村小学教师提供专业的阅读教学指导培训的方式，提升乡村小学的阅读教育

水平，丰富青少年精神世界，助力青少年智慧人生。多年来，项目向全社会众筹绘本、科普书、图画、作文等优质图书超过 10 万册，县覆盖市州区 84 所贫困村和少数民族山区的乡村学校，招募志愿者教师 180 人，直接受益学生超过 2 万名。

为全面贯彻落实《促进全民阅读加快书香天府建设工作方案》，围绕迎接、宣传、贯彻党的二十大和省第十二次党代会主题主线，四川发布以高度的责任感和使命感，统筹谋划、积极作为、持续发力，2022 年 6 月 24 日，“四川发布 精神午餐”活动以“长阅科普 凝结智慧”为主题走进了四川宜宾兴文县古宋二校，将绿色低碳理念深入校园，用爱心传递温情。本次活动筹集并捐赠图书 3,000 余本，直接覆盖兴文县 1,200 名学生，并邀请全省知名教师，以线上、线下相结合的形式，给全省儿童带来一堂生动的“启智悦读”课。



“四川发布 精神午餐”活动报道截图

3.扎实开展驻点帮扶，助力当地乡村振兴。在打好脱贫攻坚战和推动乡村振兴中，川网传媒组织力量到理县薛城镇较场村参与驻点帮扶。在省委宣传部机关与川网传媒党委的关心支持下，坚持“帮办不包办、到位不越位”原则，用心用

情做好驻村工作，全力以赴为当地群众办实事好事。在驻村帮扶工作中，始终不忘媒体职责使命，充分发挥媒体优势，大力开展党史学习和宣传教育，组织编撰宣传教育文章多篇，其中《从党史学习汲取力量高质量推进乡村振兴》被省委组织部党员教育中心编入《全省党史学习教育基层党课报告汇编》一书，四川新闻网、四川乡村振兴网、“学习强国”四川学习平台、四川党的建设杂志和阿坝日报等主流媒体对驻村帮扶工作给予了报道。

4.灾难和事故报道有态度有温度。关爱生命，避免“二次伤害”，报道有态度有温度。比如在防汛救灾宣传报道中，直击一线，聚焦感人故事，激发正能量，通过图文报道，真实反映灾区情况和救灾工作进展。

北川白什乡遭受洪水袭击 公安民警奋力抢险救援

2022年07月16日 22:16:08 来源：四川新闻网 记者 杨宗友 编辑：王敏琳



防汛报道截图

在 9.5 泸定地震宣传报道中，川网传媒编委会统筹指挥，强化导向管理，抽调骨干编辑、记者成立特别报道组，选派 8 名记者赴泸定、石棉开展一线采访。四川新闻网、四川发

布、四川手机报、中国西部网、麻辣社区和“学习强国”四川学习平台组建“全媒体编辑中心”，对前方采访素材进行新媒体产品制作、分发，形成“网、端、微、号”立体传播矩阵。开设#四川地震#、#甘孜泸定地震微博滚动播报#、#甘孜州泸定县发生 6.8 级地震#、#这些温暖让我们心安#等微博话题，推出专题专栏 5 个，刊发抗震救灾相关稿件 4,568 条，累计阅读量超 5.8 亿人次；微博话题累计阅读量超 4.5 亿人次，通过全媒体立体化呈现，形成“网、端、微、号”立体传播矩阵，叠加效应实现传播效果最大化。其中，《奋战 27 小时抢通进入震中 shortest“生命通道”》、《飞夺泸定桥式救人的特警找到了》等 40 余篇稿件被学习强国总平台采用，在推荐频道、百灵频道、县级融媒频道展示，覆盖全平台近 3 亿用户。多篇原创报道被新华社、参考消息、央视频等转载或作为信源使用。

5.坚持新闻舆论工作以人为本，报道凸显人文精神。坚持把人民群众作为报道主体，不断深化走基层、转作风、改文风，增强脚力、眼力、脑力、笔力，关注百姓生活，守望公平正义，彰显人文关怀，反映群众呼声，通过民生报道的策划引领，传递积极向上的社会正能量。



【新春走基层】 驯鹿追梦快递员：自食其力就是一种幸福
 “驯鹿量大的时候，第一天能重达五六百斤。”苗加福说，“我只是走得慢一点，但我感觉自己比别人不一样，我可以奋斗，我也有自己的梦。”
 [详情]

【新春走基层】 中国铁路成都局铁路建设春节不停工 超2万名建设者坚守一线
 今年春节期间，西南地区十余条在建铁路所有建设单位全部不停工，超2万名建设者留在当地坚守建设一线。
 [详情]

【新春走基层】 中铁成都局内燃动车组机械师洛珠彭措的第7个春运
 对于很多人而言，春节最大的“年味”是团聚，而对于洛珠彭措来说，“年味”则是在更加繁忙的工作中和同事们团聚在一起奋战，让更多的人能够团圆。
 [详情]

《2022 新春走基层》专题截图

六、文化责任

川网传媒发挥新闻媒体优势，注重以文化人，传播中华优秀传统文化、红色文化，积极普及科学知识，为提高公众的科学文化素质提供强有力的支持。

1、全力以赴做好“文化传承、强国有我——青少年书画传习大会”重大主题宣传活动。川网传媒以高度的文化自觉、坚定的文化自信，高度重视和持续推进中华优秀传统文化传承发展的宣传报道，打造特色鲜明的新媒体品牌，建成具有引领性示范性的文化产业标杆企业。在省委宣传部的有力指导和靠前指挥下，川网传媒 2022 年在做好规定动作的同时，联合省教育考试院、省教科院、省美协、省书协重点承办了“文化传承强国有我”2022 青少年书画传习大会。此次大会在

社会各界引起热烈反响，有力推动了中华优秀传统文化特别是书画艺术的传承弘扬，是一次赓续中华文脉、坚定文化自信的有益探索和成功实践。中央、省级新闻媒体广泛报道，四川新闻网、四川手机报、四川发布、“学习强国”四川学习平台、麻辣社区、中国西部网等开设专题专栏 12 个，推出短视频 43 个，海报 67 张，发稿 1,400 余条，覆盖受众超过 1.5 亿人次，获得网友点赞量数百万次，为迎接党的二十大胜利召开营造了良好舆论氛围。



《青少年书画传习大会》专题部分截图

2、策划专栏【甲骨文里的中华民俗】。四川新闻网聚焦春节、清明等中华传统节日，将传统文化与中华民俗相结合，策划【甲骨文里的中华民俗】专栏，以短视频的形式，邀请四川大学“汉服博导”蔡尚伟教授、四川大学古文字与先秦史研究中心的吴毅强老师等，解读甲骨文与传统习俗，为网友奉上别样文化大餐。展示中华优秀传统文化。



【甲骨文里的中华民俗】专栏截图

七、安全责任

2022年，川网传媒严守相关信息刊播法律法规和各项采编制度，强化内容安全管理，严格执行审稿流程，落实内容发布、稿件转载等规定，提高各环节审核把关能力，确保内容安全、刊播安全、传输安全。

严格落实意识形态工作责任制，宣传工作服从党的领导，严守政治纪律和宣传纪律，加强网上信息管理，切实做好内部工作管理的规范化和制度化，完善应急预案，强化风险排查，进一步筑牢报道安全防线。

八、道德责任

1.遵守职业规范。2022年，川网传媒通过着力健全制度建设、深化业务培训，严防虚假新闻，禁止有偿新闻与有偿不闻等行之有效的措施，不断加强新闻职业道德建设。

完善内容管理制度，进一步完善编辑委员会等专门机构，规范编辑记者职业行为；要求编辑记者恪守新闻工作者职业道德规范，增强责任意识和纪律观念；规范新闻记者证管理，没有非采编人员申领使用记者证或违规开展采访活动的情况。

2.维护社会公德。加强对道德领域热点问题的引导，以正确舆论维护公序良俗，弘扬社会正气，讴歌美好心灵。同时要求全体采编人员加强道德修养、强化道德自律，自觉履行社会责任。

3.接受社会监督。进一步完善总编室和各媒体举报专区联动处置机制，确保及时处理网民各类举报投诉，接受社会监督。

2022年全年未发生违反国家法律法规、违背新闻职业精神、职业道德和新闻纪律的情况。

九、保障权益责任

川网传媒重视保障员工合法权益、薪酬福利，支持员工正常采编行为，为员工发展提供良好条件。

1.保障从业人员合法权益。建立从业人员个人档案，健全人员基本情况及各类从业信息登记，及时上报省委网信办备案，开展职工教育培训、节日关怀慰问和定期体检等，充

分维护员工合法权益，支持记者依法开展采访活动。

2.保障从业人员薪酬福利。严格按照《中华人民共和国劳动法》等法律法规规定同员工签订劳动合同，并为员工缴纳五险二金，购买有关人身意外险。

3.开展员工教育培训。有序组织所有采编人员进行采编资格培训、马克思主义新闻观培训、互联网新闻信息服务单位从业人员培训，均取得了相关资格证书。2022年，川网传媒先后组织参加了4次中国记协等相关单位举办的新媒体专业培训；内部举办3期采编人员专题培训，邀请专家学者对编辑记者和内容把关人员进行线下集中授课，进一步提升了从业人员政治意识和职业素养。

十、合法经营责任

2022年，川网传媒始终坚持社会效益放首位、社会效益与经济效益相统一的原则，落实采编与经营两分开要求，坚持一手抓内容生产，不断提升媒体影响力，一手抓产业发展，不断提升市场竞争力，以成功上市为契机，积极应对经济形势中存在的不确定性和公司发展中的瓶颈问题，及时调整经营发展思路，做好新兴文化产业布局，发挥新媒体矩阵优势，巩固主营业务，培育新业态，稳存量、拓增量双向发力，不断扩大利润增长点，推动公司持续稳健高质量发展。严格遵守国家税收相关法律法规，依法履行纳税义务和代扣代缴义务，按时足额缴纳各种税费款项；严格遵守《广告法》及相关法律法规，坚持依法依规开展经营活动，没有出现超范围

经营和偷逃、少报和漏缴税费等不良行为。

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

2023年4月27日