

2023 年度社会责任报告

川网传媒

2024 年 4 月

四川新闻网传媒集团社会责任报告

(2023 年度)

目 录

一、前言	1
二、政治责任.....	3
三、阵地建设责任.....	7
四、服务责任.....	8
五、人文关怀责任.....	10
六、文化责任.....	14
七、安全责任.....	16
八、道德责任.....	17
九、保障权益责任.....	18
十、合法经营责任.....	18

一、前言

1、媒体情况。四川新闻网传媒（集团）股份有限公司（简称“川网传媒”）成立于2009年12月23日，注册资本1.33亿元人民币，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，是中央文化体制改革领导小组确定的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位。川网传媒于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，国内第三家在A股上市的主流媒体集团，也是首家获批在A股上市的全国省级重点新闻媒体集团。

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，以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。经过多年经营和行业积累，已建立起多个涵盖时政新闻、民生资讯、数字政务、广告营销、技术服务等领域的信息传播和媒介服务平台，主营业务包括新媒体整合营销、移动信息服务、互动电视业务等，形成了强大的宣传推广能力、权威公信力和品牌影响力。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、川网影视等新媒体平台，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，构建形成了“网、端、微、屏”立体传播渠道。

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。川网传媒荣获中央网信办评选的 2023 年度互联网舆情工作“先进单位”荣誉称号。四川新闻网荣获 2022“好评中国”网络评论大赛“优秀组织单位”。四川发布微博荣获 2023 年四川省优秀政务新媒体。四川发布获 2023 “时代光影 百部川扬”网络视听作品征集传播活动优秀组织单位。《烟火中国》在 2023 中国正能量网络精品征集展播活动中荣获“网络正能量主题活动”精品。《遨游太空的“天府粮仓”——只为稻香满天府》入选中国记协新媒体专业委员会组织开展“新时代新征程新伟业”融创精品案例。《我在乡村看见中国》荣获 2022 年度四川新闻奖“新闻专题”一等奖。《深情嘱托·蜀地回响》荣获 2022 年度四川新闻奖“系列报道”一等奖。《太阳鸟时评》荣获 2022 年度四川新闻奖“新媒体新闻专栏”一等奖。《天府好丰景》荣获 2022 年度四川新闻奖“融合报道”一等奖。《视频 | 凡心微光——致奋战在 2022 夏秋的我们》荣获 2022 年度四川新闻奖“融合报道”一等奖。《云端对话——AI 虚拟主播 e 跑 2022 四川省“两会”！》荣获 2022 年度四川新闻奖“应用创新”一等奖。《“双圈 00 说成渝——短视

频联动”网络主题宣传活动》荣获 2022 年度四川新闻奖“新闻专题”二等奖。《“围炉煮茶”话新村 H5》荣获第 32 届四川人大新闻奖一等奖。《拼经济·奋斗者故事 | 绿水青山变金山银山 他带领村民吃上生态旅游饭》获四川省生态环境新闻奖二等奖。《巴山蜀水 万物萌动——四川切实筑牢长江黄河上游生态屏障系列主题报道》获 2023 年社会主义核心价值观主题微电影（微视频）优秀作品 15 分钟类二等奖。

二、政治责任

2023 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。2023 年，统筹各媒体平台，完成 700 余个单项宣传策划，推出专题专栏 517 个，新媒体产品 659 个，全网累计阅读量超过 171 亿人次。持续做好习近平新时代中国特色社会主义思想、习近平文化思想和党的二十大精神网络主题宣传，做好中共四川省委十二届二次、三次、四次全会精神及“四化同步、城乡融合、五区共兴”网络宣传。同时，围绕大运会、金熊猫等重点活动，积极参与天府融媒联合体的传播赋能相关工作，新闻报道推陈出新，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，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，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。



《好好学习》专题截图

比如在学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育宣传中，2023年，川网传媒各媒体共推出专题5个，相关报道3500余篇，全网累计阅读量达5000万人次，在网上营造了良好的舆论环境。重点策划推出“图评”海报、《SVG海报 | 催人奋进！总书记的这些嘱托我们牢记在心》“强国会客厅·青年说”系列微视频等新媒体产品，推动主题教育走深走实、见行见效。



《学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育》专题截图

在习近平总书记来川一周年宣传中，聚焦生态文明建设、天府粮仓建设、弘扬中华优秀传统文化、基层医疗等重点，融合系列报道、评论文章、海报、视频、手绘长图、AI 谱曲等多种形式，推出《品读三苏 看见中国》《循着总书记的足迹 牢记殷殷嘱托》《巴山蜀水 万物萌动》等 7 个新媒体产品，系统回顾在总书记来川视察重要指示精神引领下推动治蜀兴川再上新台阶的生动实践，全网阅读量超 2135 万。据统计，相关报道被“学习强国”四川学习平台、腾讯网、陕西新闻网、红网、云南网、中国台湾网、河北新闻网、中国宁波网等 30 多家媒体转载。



《巴山蜀水 万物萌动》专题截图

在成渝地区双城经济圈建设宣传上，聚焦成渝双城经济圈建设三周年，制作推出专题《成渝地区双城经济圈建设三周年》，开设“三周年生日卡”“川渝情缘一线牵”“青年理想 展望川渝”“媒体关注”等多个栏目，推出《H5 | 咻！成渝双城漫时光》等多个新媒体产品，聚焦两地在商务、重大项目、共建园区、协同立法、交通互通、社保医保共联等方面合作，全方位展示两地取得的合作成果，多角度呈现报道成渝“双圈”建设成绩。聚焦“走进区域看发展·川渝奋楫谱新篇”网上主题宣传，策划《走进区域看发展》专栏，从“极核引领”“现代产业”“开放高地”“科技创新”“改革先锋”等多角度、多层面推出深度报道，全方位、全景式、立体化地展现各行各业高质量发展的火热景象，充分展示了经济发展的蓬勃态势，展示成渝双圈建设各项举措带来的丰硕成果及美好前景。

3、聚焦重要会议，准确宣传解读会议精神。在 2023 年全省“两会”宣传报道中，充分发挥主流媒体作用，在选题策划、形式设计上积极寻求创新，突出展示川网会客厅等特色栏目，兼顾动态信息和深度解读，融合图文、短视频、海报、图说等多种呈现方式，开设#聚焦 2023 年四川两会#、#报告里的 2023#、#四川裸眼 3D 大片#等 9 个话题，特别策划《苏轼的一诗一句，都是当今四川！》古风互动可视化有声 SVG、《10 个“蜀”字，解码未来四川！》声效互动 SVG、《提振人心！2023 四川这样“拼”》《2023 拼！一起聆听代表委员的“新语心愿”》彩绘海报和《四川五区共兴 起锚向未来》动画视频等新媒体产品 27 个，通过不

同视角、不同领域、不同群体，全力展示“两会”盛况，全渠道累计阅读量超 7300 万人次，覆盖读者、网友 6.35 亿人次。

在 2023 年全国“两会”宣传报道中，开设“2023 年全国两会特别报道”新闻专题，推出专题专栏 11 个，开设#听见争春夺秒的中国#、#烟火中国#等多个话题，特别策划《听见争春夺秒的中国》《烟火中国》《Hi！成都》《“围炉煮茶”话新村》《【诗文话两会弹幕海报】听，这跨越千年的回响！》等原创新闻作品超 110 件，通过不同视角、不同领域、不同群体，全力展示“两会”盛况，全渠道累计阅读量超 3.1 亿次，在网上营造了良好舆论氛围。其中《听见争春夺秒的中国》产品被中宣部领导点名表扬。

三、阵地建设责任

2023 年，川网传媒按照中央和省委关于推进媒体深度融合发展的决策部署，坚持以内容建设为根本，以先进技术为支撑，落实创新驱动发展战略，以互联网传播和新媒体生产为主攻方向，拓展互联网主阵地，建设文化产业发展新高地，不断深化媒体融合发展，主流媒体传播力、影响力、引导力和公信力进一步提升。

加快“川网云”智能技术平台项目的建设和推进，切实提升公司技术能力和平台升级。作为川网传媒目前最重要的技术升级项目，“川网云”的“数智化生产系统项目”软硬件已进行招标采购；麻辣社区“群众呼声改造项目”正在进行方案制定和技术可行性论证；“四川发布体系建设项目”正在进行项目筹备、方

案制定和需求调研等工作。

四、服务责任

2023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，大幅提升综合服务能力。

1、走好网上群众路线，回应群众关切。2023年，全省职能部门实名入驻麻辣社区共计10310个，位列国内省级网络问政平台第一。麻辣社区“群众呼声”四川省网上群众工作平台共解决了16376条城乡建设问题，6814条道路交通问题，3111条环保问题获得回应，2955条“三农”问题获得解决，2885条政务问题获得解答办理，2368条与企业相关问题得到了回复处理，2237条教育问题得到重视回应。



《群众呼声》栏目截图

2、有效开展舆论引导，服务党和国家工作大局。四川新闻网

持续深耕评论员队伍建设，不断推出优秀的评论文章以及“图评”“视评”等各类融媒体产品，不断提高新闻宣传的精准性和舆论引导的时、度、效。在2023年省“两会”期间，策划《两会日评》专栏，从打造新时代“天府粮仓”、提振消费信心、成渝双圈、乡村振兴等角度，有效引导网络舆论，凝聚发展共识。2023年全国两会期间，策划推出《青年“会”谈》系列评论视频5期，聚焦四川代表委员关注的议题，从中精选青年“兴趣点”，如“数字经济”“粮食安全”等，广泛邀请市民、网友、特约评论员等参与讨论，最终以评论视频的形式展现，同时引入动画、街采等表现手段，进一步放大“四川好声音”声量。



《两会日评》专栏报道截图

青年“会”谈：谈谈“数字经济”

2023年03月07日 11:55:41 来源：四川新闻网

编辑：文骥



编者按：

中国已进入“两会时间”，本次全国两会，是在全面贯彻落实党的二十大精神开局之年召开的一次盛会，是一场举世瞩目的“春天之约”。

即日起，四川新闻网-首屏新闻策划推出评论视频【青年“会”谈】系列报道，从四川代表委员关注的议题中精选青年“兴趣点”，广泛邀请市民、网友、特约评论员等参与讨论，一起来听一听青年朋友们如何谈论两会。

点击视频，解锁本期关键词：数字经济。



《青年“会”谈：谈谈“数字经济”》报道截图

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、疫情防控、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 4.2 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。从2015年到2023年，“四川发布·精神午餐”公益读书项目行走四川，持续为乡村小学为孩子们播撒阅读的种子，8年来走遍四川大地，已为10个市州、百余所乡村小学捐赠8万余册图书，举办超过50场活动，持续赋能全省教育系统的“毛细血管”——乡村小学的阅读推广。



“四川发布·精神午餐”活动报道截图

3.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。



《迎峰度夏进行时》专题截图



《四川防汛减灾》专题截图

4.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。



《2023 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、茶文化、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、“丝路茶香”茶文化宣传引发上亿网友关注。为深入学习贯彻习近平总书记关于坚定文化自信系列重要论述精神，策划《春来四川品早茶》《川茶文化10人谈》系列报道，推出《抢“鲜”的东方早茶》《“茶二代”的新茶路》等新闻产品，聚焦四川早

茶开采、四川茶文化溯源等；推出“丝路茶香”为核心聚焦的“重走茶马古道”媒体采访行动，“学习强国”四川学习平台·四川新传媒集团报道组沿着“新丝绸之路经济带”，踏上“茶马古道”，从川茶的故乡出发，探寻古迹古树、品味丝路“新茶”、重拾川茶记忆，倾情推出【丝路茶香】大型融媒采访系列报道，推出《一叶浙川情》《南路边茶 300 年的坚守》《雪域茶谷》等短视频，讲好茶文化、茶产业、茶科技“三茶”统筹的新时代故事，扩大了川茶文化在线上的影响力，推进我省“茶文化、茶产业、茶科技”高质量发展所有产品全网阅读量达到 1 亿人次，引发全网热议、点赞。



《中国好茶 川香天下》专题部分截图

2、第二届青少年书画传习大会宣传有声有色。在省委宣传部的有力指导下，此次青少年书画传习大会吸引来自全国各地的书画名家、行业代表以及全省各市（州）的参赛选手 1100 余人，得到了全省各市（州）党委、政府及有关部门和广大中小学师生的大力支持、积极参与。大会在文化内涵、文化底气和文化实力方

面的卓越表现赢得了网友赞誉，提振了文化自信。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、中国西部网等各平台共发布相关稿件（含 PC、客户端、微博、微信、自媒体号等）2100 条（不含市州），开设专题专栏 10 个、相关话题 10 个，推出短视频 278 个、海报 308 张，覆盖用户 6 亿人次，获得网友点赞量数百万次，全网阅读量突破 9 亿，让第二届青少年书画传习大会宣传在大屏小屏“多点开花”。



《第二届青少年书画传习大会》专题截图

七、安全责任

川网传媒全面落实意识形态工作责任制和网络安全责任制，旗帜鲜明坚持党管宣传、党管意识形态、党管媒体原则，坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，站稳政治立场。加强对各类意识形态阵地管理，建立健全意识形态工作相应的制度体系和工

作机制，做好自己的事、看好自己的门、管好自己的人，确保意识形态安全。不断加强改进内容监管，做到眼睛亮、见事早、行动快，防止小话题酿成大风波。

2023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。

八、道德责任

1.遵守职业规范。按照2023年度合规管理建设重点工作任务清单，积极推进合规管理组织体系建设，及时完善合规管理组织架构，明确各层级机构、部门的合规管理职能职责，健全公司治理、监督保障和责任落实体系。在新传媒集团指导下，制定完善《贯彻落实中央八项规定实施细则》《企业负责人履职待遇》等制度，修订《采购管理制度》《印章管理制度》等规定，出台《川网传媒删稿（帖）、撤稿流程规范》《重大突发事件新闻报道应急预案》《关于严格执行“三审三校”制度的管理办法》等制度，梳理川网传媒123项制度并汇编成册，以制度规范为企业发展保驾护航。

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。

2023 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。

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，并为员工缴纳五险一金，购买有关人身意外险。

3.规范新闻记者证管理。严格遵守相关规定，没有非采编人员申领记者证情况。

4.开展员工教育培训。根据公司关于加强人才培养培育的相关规定，结合“内容建设行动年”的有关要求，2023 年，采取内训加外训的模式，结合线下授课和线上参训方式，陆续邀请省委网信办、省新闻工作者协会、省内媒体同行专家以及内部骨干开展线上线下培训 8 期，覆盖员工人数超过 500 人（次）。同时，开展业务竞赛两次，营造了竞争向上的内部环境，提升了员工专业技术能力。

十、合法经营责任

2023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，进一步提升业务、财务融合管理水平，完善公司年度目标管理办法和绩效考核激励机制。加强经营过程管理，对经营目标完成情况和经营数据进行过程监控跟踪，推进落实公司经营目标任务，稳增长、防风险、增效益，全面提升经营管理效率和发展质量。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

2024年4月8日