

附件 1—20:

沧州广播电视台社会责任报告
(2025 年度)

目 录

- 1、前言
- 2、政治责任
- 3、阵地建设责任
- 4、服务责任
- 5、人文关怀责任
- 6、文化责任
- 7、安全责任
- 8、道德责任
- 9、保障权益责任
- 10、合法经营责任
- 11、后记

一、前言

1. 媒体基本情况

2010年6月18日，按照全市文化体制改革部署，组建成立沧州广播电视台，为市委直属定额补贴事业单位。电台开办新闻综合、交通、音乐3个频率，原农业经济广播频率于2025年撤销。电视台开办新闻综合、公共、影视娱乐3个频道，开办《沧州新闻》《狮城视点》《百姓关注》等栏目。新媒体开办沧州广电网、新沧州客户端、新沧州微平台“一网一端一微”三个平台，注册有“直播沧州”“河海融媒”等新媒体账号37个，形成了较为完善的新媒体传播矩阵。

2. 社会责任理念

沧州广播电视台坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，忠诚捍卫“两个确立”，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，坚持党媒姓党、政治家办台，纵深推进新闻宣传、经营创收、安全播出、对上报道、事业建设、人才培养、精品创优全面发展，始终坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，坚持以人民为中心的创作导向，服务群众，引导群众，全面建设数字化、智慧化的新型主流媒体。

3. 获奖情况

《读不尽的运河桥》荣获中国广播电视节目奖文学专题类三等奖。在河北新闻奖评选中，1部作品获一等奖，1部作品获二等奖，2部作品获三等奖。电视栏目《百姓关注》、广播节目《诗

词里的中国》《一路有的聊》、宣传片《遇见沧州》等多次得到省广电局通报表扬。精品短视频《盐碱地 春潮起》等纳入河北省网络视听原创精品库。



河北新闻奖部分获奖证书

二、政治责任

1. 政治方向

坚持正确的政治方向舆论导向价值取向，围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十届四中全会精神，开设专栏 13 个，播发融媒报道 5000 余条。聚焦黄骅港建设、京津冀协同发展、盐碱地综合利用“三件大事”，在央视《朝闻天下》单发“黄骅港再扩建”，《24 小时》报道“智能化调车”，《新闻直播间》播发“北煤南运排头兵”。《经济半小时》播出 10 分 58 秒专题《盐碱地破“碱”重生》，《朝闻天下》播发“盐碱地变身丰收田”。在新华网推出 10 集《盐碱地·春潮起》系列报道，点击量超 1000 万。聚焦京津冀协同发展，在《人民日报》客户端、人民网同步推出“北京优质医疗资源下沉沧州”相关报道，彰显区域协同的民生温度。



《沧州新闻》栏目 2025 年 10 月 29 日播发《担当实干勇争先 接续奋斗开新局——我市广大干部群众认真学习领会党的二十届四中全会精神》



《沧州新闻》栏目 2025 年 9 月 9 日播发《【牢记嘱托 感恩奋进】北煤南运枢纽再进阶 黄骅港开启综合物流枢纽建设新篇章》



中央电视台《朝闻天下》栏目 2025 年 3 月 18 日播发《我国最大煤炭运输港——黄骅港再扩建》

2. 舆论引导

围绕大运河文化带建设、文旅经济发展等中心重点工作，推出全媒报道 2000 余条，凝聚起全市上下干事创业的澎湃激情。1 月 1 日《新闻联播》提要播发沧州新年灯会，成为河北首个亮相央视联播地市。央视《新闻直播间》“来我家乡过大年”对南川老街各种民俗和文旅活动进行直播，央视新闻客户端等多个新媒体平台进行了转发，浏览量过千万。立足沧州“双世界遗产之城”优势，在央视《新闻直播间》《晚间新闻》双栏目播发东方白鹳保护与候鸟迁徙报道，新华社通稿播发“大运河畔非遗热”，《晚间新闻》播发“大运河畔龙舟盛宴”。举办“唱起来！大运河，沧州零距离音乐会”，央视频、人民网、新华网等播发报道 27 条，展现了大运河文旅融合活力。



中央电视台《新闻联播》栏目 2025 年 1 月 1 日播发《天南地北过新年》，报道沧州市新年灯会。



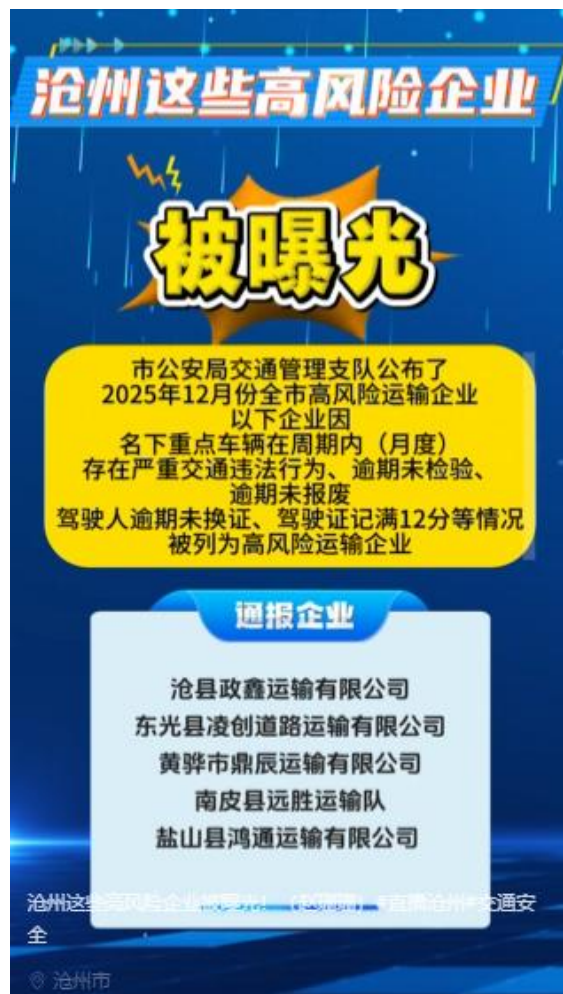
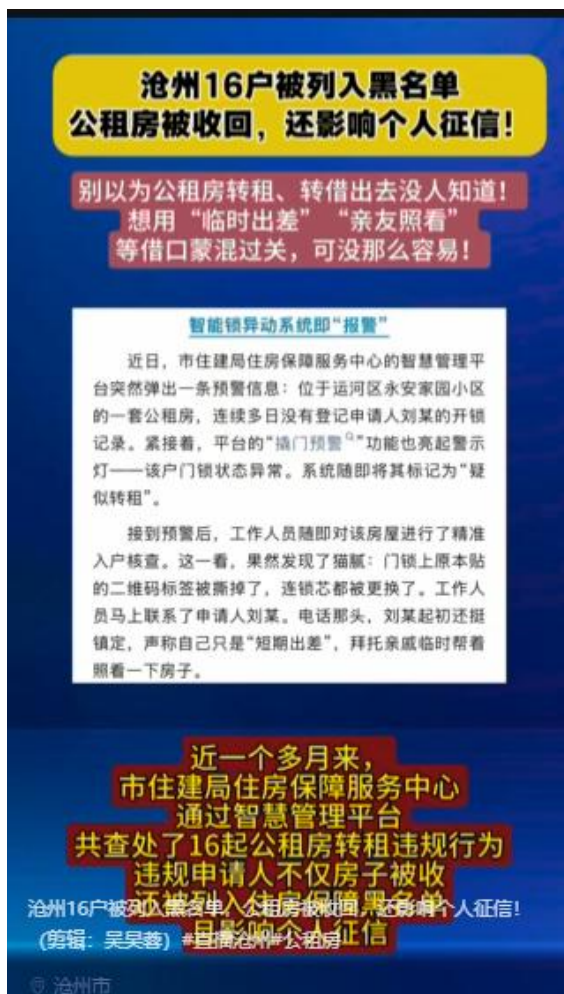
中央电视台《新闻直播间》栏目 2025 年 2 月 1 日播出的《来我家乡过大年》聚焦沧州南川老街



中央电视台《新闻直播间》栏目 2025 年 2 月 22 日播发《河北沧州：春季候鸟迁徙“先头部队”抵达南大港湿地》

3. 舆论监督

充分发挥媒体监督职能，新媒体端播发《沧州这些高危企业被曝光》《沧州 16 户被列入黑名单》等报道。配合巡视巡察及综合治理行动，及时发布公示公告，公布举报电话，推动相关职能部门转变工作作风，为群众办实事解难题。配合市纪委拍摄制作《镜鉴 2025》警示教育专题片，并在全市警示教育大会上播放，得到各级领导干部的高度评价。



2025 年 12 月 18 日、24 日，《直播沧州》播发舆论监督报道

4、对外传播

2025 年共在中央级媒体发稿 2756 条，省媒发稿 244 条，其央视大屏 89 条，包含《新闻联播》10 条，《焦点访谈》2 条，《晚间新闻》13 条。依托“一中心两平台”，在沧州智慧融媒体平台发稿 2000 余条，与新华网联合拍摄《武动中华》《海丝印记》创意中英文系列短视频，海媒平台总浏览量超 500 万，总互动量超 35 万，全网播放量超 5000 万。《武动中华》系列短视频入选中央网信办重大主题宣传和重大议题“双重”项目，纳入

河北省“2025 年网络视听重点项目指导名录”。与人民网联合打造的 20 集《奇“技”吴桥》点击量超 3000 万，与新华网联合推出的 10 集《“技”燃东方》点击量超 1800 万，两大系列获近 30 家国内外媒体转发。海外平台机构账号“秀沧州”作为全省 400 个机构账号中 13 个优秀账号之一受到省委宣传部通报表扬。



中央电视台《新闻联播》2025 年 3 月 18 日播发《科技助力农业生产 夯实粮食丰收基础》，报道沧州东光县移动喷洒灌溉

“技”燃东方 | “我喜欢这里的一切”——孟加拉国少年爱上吴桥

新华网客户端 146.9万 · 2025年9月12日 16:47



“上至九十九，下到刚会走，吴桥耍杂技，人人有一手”。位于京杭大运河畔的河北省沧州市吴桥县是中国杂技发源地之一，是著名的“杂技之乡”。吴桥杂技起源于春秋时期，由角抵戏发展而来，在汉代被称为“百戏”。1987年，中国吴桥国际杂技艺术节创办。如今，吴桥国际杂技艺术节与摩纳哥蒙特卡洛国际马戏节、法国巴黎“明日”与“未来”世界马戏节并称世界三大杂技赛场。第二十届中国吴桥国际杂

“技”燃东方 | 梦起吴桥 坦桑尼亚青年风利五年苦练技艺

新华网客户端 102.4万 · 2025年9月25日 15:15



“上至九十九，下到刚会走，吴桥耍杂技，人人有一手”。位于京杭大运河畔的河北省沧州市吴桥县是中国杂技发源地之一，是著名的“杂技之乡”。吴桥杂技起源于春秋时期，由角抵戏发展而来，在汉代被称为“百戏”。1987年，中国吴桥国际杂技艺术节创办。如今，吴桥国际杂技艺术节与摩纳哥蒙特卡洛国际马戏节、法国巴黎“明日”与“未来”世界马戏节并称世界三大杂技赛场。第二十届中国吴桥国际杂

新华网播发《技“燃”东方》系列短视频

奇“技”吴桥 | 鼻奏唢呐“声”活传奇

人民网记者 方童

2025年09月11日10:57 | 来源：人民网—河北频道



视频制作：沧州广播电视台

将唢呐轻轻抵住鼻孔，便能奏出洪亮悦耳的旋律——这惊艳的一幕，正是河北吴桥杂技的独门绝技“鼻奏唢呐”。表演者以鼻代口，精准把控音准与节奏，让唢呐声声穿云破雾。

人民网播发《奇“技”吴桥》系列短视频

三、阵地建设责任

1. 融媒体矩阵

持续加大融媒创作生产力度、创新传播方式，不断提升融媒传播品牌影响力。目前全台 37 个新媒体账号初步构成融媒传播矩阵，形成密集宣传效应，实现了网端宣传推广的最大化。新媒体端全年共发布短视频 5600 余条次，其中自采短视频报道 2000 余条，推出“吃鸡闯江湖”“端午斗龙舟”“水陆空巡游”等各类直播活动 90 余场，总浏览量 300 多万。完成图片直播 30 场次，

奇“技”吴桥 | 三仙归洞“鬼手”江湖

方童 孙月玲 贾玉龙

2025年09月12日11:05 | 来源：人民网—河北频道



视频制作：沧州广播电视台

沧州吴桥杂技是深植于民间土壤的文化瑰宝，其中国家级非物质文化遗产“三仙归洞”以精妙手法与深厚内涵，成为其中亮眼的代表。在吴桥杂技大世界的“鬼手居”小院中，市级非

其中 22 场观看量超 10 万人次，《2025 年沧州市春季长跑》图片直播收看量达 1302.8 万人次。“直播沧州”抖音号全年作品播放量 2000 万+,在每周省广电局内容监测报告数据周报中,“直播沧州”抖音平台活跃度和发稿量长期名列全省前十。“直播沧州”快手号作品播放量 3.6 亿+,点赞量 640 余万,“新沧州微平台”公众号作品播放量 2000 万+。



全台共搭建融媒账号 37 个，形成融媒传播矩阵。

2. 融媒体报道

新媒体平台“直播沧州”抖音号、快手号,“新沧州微平台”视频号发布短视频 5600 余条次,沧州广电网、新沧州客户端围

绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，播发《习言道 | 中国人要把饭碗端在自己手里》等稿件 160 多篇。“河海融媒”视频号上线《主播诵经典》栏目，推动全民阅读成为城市新风尚。推出网络短评专栏《运河潮评》，聚焦社会热点，引领正能量话题传播。推出大型融媒体直播《精彩运河行沧县篇》、12集《狮城“守”艺人》系列微记录片等，多部作品获得河北省新闻奖、河北省优秀网络视听奖。



新媒体平台推出《主播颂经典》《运河潮评》等多档融媒节目

3. 融合采编平台建设

制定《关于深化融媒改革的实施方案》《关于组建融媒新闻中心的改革方案》，整合原老电视、老广播和新媒体新闻采编等7个部门，组建融媒新闻中心，实现了“一次采集、多种生成、多元传播”。注册“河海融媒”新闻视频号，推出了由虚拟主持人主持的“AI 新闻早班车”，发布稿件 1800 多条，短短一年成为广大市民广泛关注的重点主流媒体账号。



《河海融媒》推出由虚拟主持人主持的“AI 新闻早班车”

四、服务责任

1. 信息服务

广播电视《沧州新闻》等重点新闻节目及时播发政务信息、惠民政策信息。广播交通、音乐频率聚焦市民衣食住行，实时播报天气、交通、消费等实用资讯，全年播出寻物启事 180 余条次，发布气象灾害预警信息 30 余次。《仁医在线》栏目围绕群众健康，及时报道医疗新闻、医疗技术进展，提高医疗服务的及时性和准确性。通过开设专家学者访谈，传播健康知识、医疗政策。



《仁医在线》栏目关注医疗健康，普及健康知识

2. 社会服务

广播 93.8 频率推出《大乐说天气》《馨月说交通》《馨月说事》等栏目，搭建服务平台。邀请消防支队、市医院、国家电网嘉宾走进直播间，普及防火、医学养生以及安全用电知识。与交警支队合作常年开办《交警直播室》节目，解读交通知识法规、接听听众热线，受到听众喜爱，成为交通广播的名牌节目，全年提供交通、车辆等信息咨询服务 500 余条，解决问题 300 余件。



广播 93.8 频率推出《馨月说交通栏目》，普及交通安全知识

3. 公益活动

刊播公益广告。围绕国家安全、创建文明城市、宪法宣传、

知识产权、这么近那么美周末到河北等方面，全年播出各类公益广告 178 条，自制公益广告 50 余条，广播、电视、新媒体平台共计播出 3 万余条次，营造了良好的社会风气和道德风尚。



刊播公益广告

开展公益行动。扎实开展“三下乡”惠民服务活动，为吴桥

县桑园镇捐赠便携音响设备，丰富百姓生活。结合全国文明城市创建和模范机关创建，积极开展党员志愿服务和交通执勤活动，为创城包联村和基层社区解决实际难题，全心全意为人民服务。

助推乡村振兴。继续加大乡村振兴帮扶工作，我单位驻南皮县王厂村帮扶工作队积极争取 100 万元项目资金，对入村道路进行翻修；驻盐山县韩将军村下沉工作队争取项目资金 140 万元，用于村银耳养殖车间、可视化认养生态农场以及村道路硬化等项目建设；驻南皮县西辛庄村下沉工作队积极争取资金新建村健身广场 1 个，安装太阳能路灯 35 盏，安装“雪亮工程”监控探头 5 个，手工绘制 150 平米党建墙 1 面，组织开展红色电影放映、大型义诊等活动。

五、人文关怀责任

1. 民生报道

《百姓关注》栏目围绕民生、文化、科普、服务方面开设专栏，通过大小屏播发系列视频总计 200 余条。《沧州新闻》聚焦就业保障、医疗提质、教育均衡、养老惠民等群众关切民生实事，常态化深耕民生一线、跟踪民生热点、传递民生温度，用心用情讲好百姓身边暖心故事，共播发《京津冀医疗协同释放更多“健康红利”》等新闻报道 748 篇。



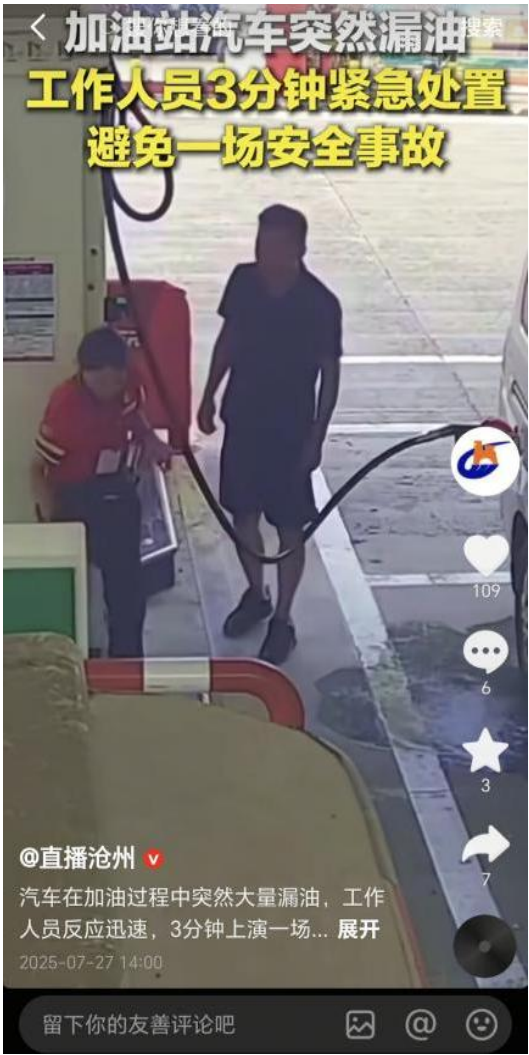
《沧州新闻》栏目 2025 年 3 月 31 日播发《我市 2025 年“春风行动”圆满收官 76 场招聘会上 2 万余人次达成就业意向》



《沧州新闻》栏目 2025 年 3 月 4 日播发《京津冀医疗协同释放更多“健康红利”》

2. 灾难和事故报道

《沧州新闻》严谨规范做好预防灾害事故小知识的新闻宣传，并对恶劣天气影响的灾害坚持权威发布、稳妥引导舆论，突出暖心救助与人文关怀，传递正能量、守护社会平稳安定。直播沧州抖音号、快手号同步播发关爱生命，减灾救灾报道 100 余条，有效传递爱心和正能量。



抖音《直播沧州》平台播发系列抢险救灾报道，传递正能量

3. 以人为本

《百姓关注》栏目开设“点赞沧州”“最美家风”等多个专栏，共发稿件 450 余条，“最美家风”系列展播得到河北省广电总局通报表扬。《好好养娃》栏目推出的宣传短片《生育让生命延续 未来因你而美》，作为河北省唯一一个入选国家级生育友好宣传视频，面向全国推广播出。开展《专家帮你报志愿（第四季）》活动，受到社会普遍关注。



2025 年推出《专家帮你报志愿（第四季）》

六、文化责任

1. 大力弘扬社会主义核心价值观

坚持以人民为中心的创作导向，纵深推进内容、体裁、形式和传播手段创新，先后完成《第十八届沧州好人典型代表颁奖典礼暨道德模范与身边好人现场交流活动》《河海润狮城 童声向未来——沧州市少儿春节联欢晚会》《金骥贺岁 融耀骏程——

沧州市金融系统春节联欢会》《唱起来！大运河——沧州南川老街音乐会》《五一到沧州 吃鸡闯江湖》《穿城阅河 啸瞰沧州——快乐金秋游狮城》《遇见艺术——青春杂“荟”》等 80 余场大型活动。



第十八届“沧州好人”典型代表颁奖典礼暨道德模范与身边好人现场交流活动



金骥贺岁 融耀骏程——沧州市金融系统春节联欢会



穿城阅河 啸瞰沧州——快乐金秋游狮城

2. 传承繁荣优秀传统文化

策划推出《诗颂千载 礼润中华——品读诗经 感悟经典中华优秀传统文化艺术宣讲》《遇见汉·潮——第七届中国献王汉文化节》《2025 沧州文庙第十届少儿国学大赛启动仪式》《最美的哥的姐颁奖典礼》等活动，配合完成了央视《沧海运河谣》《非遗里的中国》节目录制。围绕第二十届中国吴桥国际杂技艺术节，播发主题稿件 600 余篇，开展《吴桥杂技节回家》系列直播 11 场，总浏览量过百万。



《诗颂千载 礼润中华——品读诗经 感悟经典》中华优秀传统文化艺术宣讲活动



2025 沧州文庙第十届少儿国学大赛启动仪式

3. 推动提升科学素养

聚焦科技创新赋能发展，持续关注文教事业提质升级，广泛普及科普知识，全方位展现全市科教兴市丰硕成果，助力全民科学素养稳步提升，《沧州新闻》共播发相关新闻 136 篇。



《沧州新闻》栏目 2025 年 12 月 15 日播发《“十四五”时期我市科技成果落地生金 吸纳京津技术合同成交额 217 亿元》



《沧州新闻》栏目 2025 年 6 月 30 日播发《打造素质教育新样板 我市多元研学实践赋能学生成长》

《七彩校园》栏目策划推出《新年校长说》特别节目，聚焦教育一线，搭建起家校社共育的沟通桥梁。推出“弦歌千里传雅韵 两地一家庆新春”沧州市实验小学与新疆轮台县第一小学新春音乐会，搭建起两地学生友谊的桥梁。举办“非遗年味传文化 童心童趣闹新年”活动，让孩子们近距离接触非遗，感受传统年味。推出“开学第一课”系列拍摄，涵盖爱国教育、行为规范、心理健康等主题，为新学期筑牢成长根基。



沧州实验小学与新疆轮台第一小学“庆端午、六一”云联欢活动



沧州市第二实验小学“开学第一课”爱国主义教育实践活动

七、安全责任

强化“底线”思维，完善三级审查与三审三校制度及流程，健全网络应急处置预案，严防舆情信息，全力维护意识形态领域

安全。全年共开展防火、防爆、防侵袭、防侵入等应急演练 10 余次，开展专业技术培训 70 余次。完成电视标清转高清制作播出、电台频率精简更名、单北斗授时系统全覆盖等工程，圆满完成纪念抗日战争胜利暨世界反法西斯战争胜利 80 周年、党的二十届四中全会以及各重要活动的直播录播任务。

八、道德责任

1. 遵守职业规范

教育引导全体新闻工作者严格遵守《中国新闻工作者职业道德准则》，未出现违反职业精神、职业道德情况。强化政治理论学习，规范新闻采编秩序，严格落实宣传管理制度，坚决杜绝虚假失实新闻、有偿新闻、有偿不闻、新闻敲诈等行为，自觉抵制低俗、庸俗、媚俗。严肃新闻宣传纪律，严格遵守《著作权法》《广告法》等行业法律法规，尊重原创，保护版权。

2. 维护社会公德

集中展示先进典型人物和事迹，弘扬社会正气。开设《道德模范·沧州好人》专栏，播发“沧州的哥救人助人事迹暖全城”“沧县老人张桂琴 67 年坚守诠释‘长嫂如母’”等报道，凝聚起道德的力量。



《道德模范·沧州好人》专栏 2025 年 9 月 9 日播发《沧县老人张桂琴荣登“中国好人榜” 67 年坚守诠释“长嫂如母”》



《道德模范·沧州好人》专栏 2025 年 9 月 16 日播发《沧州的哥救人连闯两红灯且未收车费 助人事迹暖全城》

3. 接受社会监督

新闻采编人员从事采访活动，要求携带新闻记者证。设立热线电话，虚心听取群众意见建议，自觉接受群众监督。2025 年未发生记者被举报事件。

九、保障权益责任

1. 保障从业人员合法权益

严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等各项规定，与入职员工建立劳动关系、签署劳动合同；严格遵守国家“五险一金”的相关待遇规定；依法保障职工休假休息权利。

2. 保障从业人员薪酬福利

每月按时为干部员工发放各项薪酬福利，核算缴纳保险。进一步完善薪酬福利体系，保障了员工薪酬福利待遇。

3. 规范新闻记者证管理

严格按照规定加强记者证申领和使用管理，及时为全台符合发放要求的新闻采编人员核发 2025 年新闻记者证。对不符合条件的记者证及时收回注销。

4. 开展员工教育培训

持续深化“两级培训”“广电好讲堂”“广电好论坛”“广电好身手”等业务培训和实践活动，邀请专家学者来台授课，组织业务骨干赴北京、山东等地观摩学习精品创作以及人工智能、大数据、AI创作等经验。成立“广电名家工作室”，加强业务练兵，向年轻力量压担子，在工作实践中努力打造业务精湛、战斗力强，德才兼备、忠诚干净担当的高素质专业化队伍。

十、合法经营责任

1. 遵守法律法规和有关规定

遵守执行新闻出版、广告、网信等行政管理部门发布的政策规章、规范性文件，不断完善内部规章制度，规范经营行为。

2. 严格落实采编与经营两分开规定

加强采编队伍作风建设，严肃新闻宣传纪律，严格要求新闻采编人员不得从事经营行为，坚决杜绝有偿新闻、有偿不闻、新闻敲诈等问题发生。

3. 不刊播违法违规广告

坚持先审后播原则，严格执行广告内容三级审查制度，坚决做到不刊播政治导向错误和虚假、低俗广告。

十一、后记

1. 回应

针对上年问题不足，一是聚焦主责主业，围绕主题主线，不断创新宣传报道形式，提高宣传报道服务质量和水平。二是加大媒体深度融合发展力度，加强新媒体技术应用，塑造融媒采编新流程新机制，打造“移动优先、全媒体跟进、融媒体传播”的新业态。三是深化内部改革，优化体制机制建设，加强复合型人才培养引进力度，打造高素质宣传队伍。

2. 度存在不足

一是内容创新力度不足。原创深度精品内容产能偏低，新媒体产品形式较为单一，短视频、互动融媒体产品研发不足，内容传播表现力有待提升。二是舆论服务精细化不够。民生类选题挖

掘深度不足，基层视角内容偏少，贴近群众、服务群众的传播穿透力仍有差距。三是人才队伍建设存在短板。融媒体专业人才储备不足，新媒体运营、创意策划、技术剪辑复合型人才紧缺。

3、下一步改进举措

一是深耕内容提质创优。聚焦本土民生、社会热点，加大原创深度报道产出，丰富融媒体产品形态，增强内容趣味性与传播力。二是下沉基层拓宽选题。深入一线挖掘民生故事，聚焦群众急难愁盼，强化民生服务属性，拉近与受众距离。三是强化人才培养赋能。搭建专业培训体系，引进培育融媒体复合型人才，优化人员考核机制，提升采编运营综合能力。