

# 三十而立 向新向上



1996—2005

当时光落在纸上，便成了一页记事簿，记下1997的归途、2003的感动和2019的欢庆，30年岁月流转，集成一本厚重的史册；当城市刻于纸上，便成了一个地标，化作渤海湾的碧波、冀东的长城和省会的楼宇，30年山河巨变，拼成一张宽阔的地图；当情绪倾泻纸上，便成了一封信笺，写着圆梦大学的喜悦、讨要工资的愤怒和弱者获救的感动，30年共同感受，叠成一沓给读者的情书。

30年，这张报纸如雪花般风行于燕赵大地，飞过每一个值得记住的时刻，飞过大河之北的每一个角落，飞进每一个平凡人的心底。

经过30年进化，随着时代演变，它在2026年走进数字世界，与新媒体紧密交织。但我们与读者的故事还在继续，记录永远不停。

## 一纸风行燕赵



2006—2015

### 1996 青园苗长

1996年1月8日，在青园街与裕华路交叉口河北日报招待所顶层，几张桌子拼凑出了一个编辑部，简陋的条件难以抵挡这个二十人小团队的热情，散发着墨香的燕赵都市报创刊号在此亮相。为市井人家办报，让平民百姓爱读，初生的燕赵都市报如一棵茁壮的小苗，展露出勃勃生机。1998年，燕赵都市报由周六刊改为每日出版，成为一张日报。

### 1997 助寒门学子圆梦

1997年8月，家境贫寒的石家庄女孩郝琴被北京大学录取。本报报道后，这个穿着不合体的姑娘吸引了社会广泛的爱心，解决了学费问题。在本报30年的历程中，有许许多多“郝琴”的故事曾被关注，本报2002年推出大型助学活动，多年来帮助数万寒门学子圆梦大学，助学活动成为深入人心的王牌栏目。

### 1998 为失散者点亮归途

1998年，燕赵都市报与江苏媒体联动，启动了帮常州被抛弃者寻亲的大型活动，26人在30多年后找到自己的亲人，这次穿越时空，跨越两地的寻亲活动，不仅在石家庄和常州两地掀起巨大的情感波澜，还被评为常州当年“十大文明事件”。此后本报多次牵线搭桥，帮助被拐者和失联者与亲人在茫茫人海中重逢，本报还帮多位烈士找到苦寻多年的家人。

### 2006 复合型媒体

燕赵都市报成为全省版+地方版+地方资讯DM广告的复合型区域纸媒。都市报人努力探寻了一条跨媒体、多区位、分众式的碎片化经营之路，不断丰富复合型媒体的内涵。

### 2007 民生立报

每到供暖期，市民的冷暖就成了媒体热点，创刊以来，报社冬日供暖从未缺席。忙碌的供暖热线，寒风中奔忙的记者，一篇篇供暖报道的背后，是燕赵都市报对民生的持续关注。当年报纸明确了“民生立报”办报宗旨，以“关注社会和谐，关心大众民生，关怀公平正义，关爱弱势群体”为指导思想。

### 2008 跻身最具价值品牌

在世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌排行榜》中，燕赵都市报以价值评估9.01亿元名列榜单，这是河北省文化产业唯一进入该品牌榜的单位。此后连续几年获此殊荣。

### 1999 无纸化办公

燕赵都市报的办公地几易其址，从招待所搬到地下室，又从地下室搬到家属院居民楼，1999年5月，正式搬到新建的采编楼，实现干净整洁的无纸化办公。黄色报箱走进千家万户，楼道口挂着一排排报箱成为当时十分常见的景观。

### 2000 有事找都市报

从2000年起，“有事找都市报”专栏设立，一直持续到现在。栏目迎来一茬茬读者、来访者，历经电话热线、上门走访、网络投诉等联系方式，社会和报纸、读者和记者呈现出最为紧密的互动关系。

### 2001 关注民生冷暖

贵州打工仔黄义强、残疾人田禾……本报拿起舆论监督武器，与劳动监察、公安部门等合力，帮助弱势群体。燕赵都市报对民生冷暖的人文关怀、对社会问题的仗义执言，帮助她在读者中获得了广泛的公信力和影响力，舆论监督和爱心报道成为报纸的“两驾马车”，赢得办报和广告双丰收。

### 2002 全景呈现体育盛事

2002年，燕赵都市报首次派记者走出国门，进入赛场全景报道了韩日世界杯。此后的奥运会、世锦赛、全运会等体育赛事，本报均用大幅版面连续报道，并见证了郭晶晶、孙颖莎、巩立姣等明星运动员和河北体育的崛起。

### 2009 报网一体

从2009年开始，燕赵都市报开始进行传统媒体与新媒体融合发展的尝试和探索。6月26日，“燕赵都市报”改版上线运营，7月28日手机报问世，初步形成报、网、手机报“三媒一体”格局，实现“一纸风行燕赵，一网连通天下”。

### 2010 微博与粉丝见面

5月6日，燕赵都市报发出第一条微博问候大家，与粉丝们见面。短小精悍、风趣幽默、正能量满满的发声形式，迅速得到了粉丝们的喜爱与关注。燕赵都市报以网络为依托，积极通过互动活动、新闻专题等形式做大做强深新闻，再次提升品牌影响力，获“中国最具公信力都市报”“中国品牌媒体百强都市报品牌竞争力10强”等殊荣。

### 2011 “快乐操场”进乡村

燕赵都市报推出“快乐操场”活动，将体育器材送进乡村学校，在全省捐助学校数百所，数十万学子直接受惠。由于良好的社会效益和公众形象，次年被升级为国家级公益项目，在全国众多省份同时开展。

### 2003 “哑铃型”办报

2003年7月1日，燕赵都市报在石家庄创办地方版《都市时讯》，8月1日，在唐山秦皇岛创办地方版《冀东版》，“哑铃型”办报模式形成。12月7日，“感动河北”倾情而出，该活动坚持20余年，在社会上凝聚起向善向上的强大力量，成为河北特有的文化品牌。

### 2004 探讨社会议题

2004年夏天，在一个风雨交加的傍晚，石家庄22岁女孩刘晓静不幸被一棵倾斜的大槐树砸中，当场身亡。是自然灾害还是管理部门的责任？本报报道后，引发众多读者的关注，也留给社会深深的思考。此后本报推出众多探讨社会议题的报道，邀请市民、专家和相关部门等共同寻求答案。

### 2005 世界百强

在世界报业协会发布的世界日报发行量前100名排行榜上，燕赵都市报跻身世界发行量第87位，在中国内地23家上榜媒体中位居第19位，成为华北地区发行量最大的平面媒体，并以其巨大的公信力和影响力，名列2004年度晚报都市报类报纸竞争力第12位，成为河北唯一上榜媒体。

### 2012 全媒体运营

燕赵都市报逐步形成以新闻为依托、以地方资讯服务为主旨、以快捷权威的信息传递为保证的全媒体运营态势。同时积极探索全媒体商业模式，孵化出一批商业化运营产品及项目。

### 2013 公众号启动

2013年，燕赵都市报微信公众号启动，再添重要新媒体通道。报纸发挥报业公信力和深度解读的优势，对都市报的品牌价值进行深层次延展，在媒体运营和市场经营方面有大的创新。

### 2014 报网联动报道

2014年，在石家庄区划调整的报道中，燕赵都市报实现了微博微信网站与前方记者的联动，实时播报，抢占先机，在各个平台都取得了巨大的影响力。报纸全新改版，使报道更加贴近时代、贴近读者、贴近生活，并通过优化内部采编流程，打破壁垒，实现了重大事件、重点选题及独家特色报道的全媒体链条式传播。

### 2015 守卫青山绿水

滹沱河生态绿廊2015年开工，燕赵都市报全程报道滹沱河经过治理变身果林花海、水绿交融的景观廊道的过程。燕赵都市报多年来推出生态保护系列报道，记录了衡水湖、渤海湾的动物越来越多，风景越来越美的进程，守护河北的青山绿水和美好生态。

### 2016 向新而生

2016年，在唐山抗震40年之际，凤凰之城迎来一系列盛事：世界园艺博览会在南湖举行，金鸡百花电影节在唐山大剧院召开，废墟中崛起的新唐山惊艳了世界。燕赵都市报全景展现了新唐山的方方面面，在与新媒体的磨合和促进中，报纸也走上涅槃之路。

### 2017 服务城市

2017年是石家庄解放70周年，大型报道《解放》和《石门开》全面回忆了那段烽火岁月。燕赵都市报在追忆抚摸英雄时代波澜壮阔画卷的同时，服务于这个伟大的时代，伟大的城市。

### 2018 记录时代

大型系列报道《巨变》在“改革开放40周年”推出，包括《百姓故事》《社会变迁》《时代力量》《历史档案》四个部分共四十篇报道，站在历史的洪流之中回看风云激荡的四十年。在历史截面中，显露出平凡人生最动人的成长姿态，也映射出报纸随时代奔走和变化的模样。

### 2019 与国共振

在新中国成立70周年之际，《家国70年》系列报道《时代记忆》《大国小家》和《金句中的河北印记》连续发出，回望新中国成立七十年的峥嵘岁月，记录燕赵热土上的奋斗故事和民生点滴。同时在“十一”推出《这盛世如你所愿》《盛世今朝》两个特刊，报纸在记录国家发展的同时，与国共振，抒写华彩篇章。

### 2020 正能量矩阵

爱心照亮微心愿、针心针意、经典诵读……《燕赵都市报》陆续打造了大美周刊、燕都正能量等栏目。之后持续关注河北的正能量故事，推出文明河北、点赞河北、双争进行时、河北故事等，形成正能量矩阵。

### 2021 致敬光辉历程

为庆祝中国共产党成立100周年，燕赵都市报用《百年盛典》特刊致敬党的光辉历程。报纸一直以来聚焦党和国家的伟大进程，不负时代，牢记使命，为实现中华民族伟大复兴兴鼓与呼。

### 2022 纵览时代

2022年7月1日，由河北新闻网和燕赵都市报共同打造的纵览新闻客户端上线，立足民生，服务民生，和民生立报的燕赵都市报有着同样的基因。报纸在头版增加纵览热点与客户端联动，扫码可直达视频或长图。此后报纸更加注重精品新闻深度报道，有了新的历史使命。

### 2023 助力文旅“破圈”

7月到10月，石家庄举办了Rock Home Town音乐演出季，全面打造中国“摇滚之城”，记者进入现场一起摇摆和狂欢。本报30年来聚焦长城碧海山川河流等燕赵美景，为河北文旅造势，看见有关部门的走心服务赢得交口称赞，助力“这么近那么美周末到河北”更加火爆出圈。

### 2024 新媒体闯入全国前十

在中宣部主流媒体所办新媒体生产传播效果评价中，纵览新闻抖音、微博多次进入全国地方媒体前十。燕赵都市报当年组织了《跟着董耀会再走长城》系列报道，呼吁全社会共同守护长城，多年来报纸持续关注河北风物和非遗传承，相关报道从未中断。

### 2025 报业创新发展典范

“纵览新闻”全媒体传播矩阵建设入选中国报业创新发展案例名单。纵览传媒构建起以纵览新闻客户端为龙头，河北新闻网、燕赵都市报为两翼，涵盖微博、微信、抖音、快手等多个新媒体平台账号的“1+2+N”大型全媒体传播矩阵，总用户数超1亿。

2016—2025

