

中国电影产业集团股份有限公司

舆情管理制度（试行）

（2025 年 6 月，经公司第三届董事会第二十次会议审议通过）

第一章 总 则

第一条 为提高中国电影产业集团股份有限公司（简称“公司”）的舆情管理与处置工作能力，及时研判、妥善应对舆情对公司品牌形象、商业信誉、经营活动及公司股票价格造成的影响，切实保护公司与投资者的合法权益，根据《上海证券交易所股票上市规则》、中国证监会《上市公司监管指引》，及《中国电影产业集团股份有限公司章程》（简称“《公司章程》”）的规定，结合公司实际，制定本制度。

第二条 本制度所称舆情，是指通过电视广播、报刊杂志、网络平台等媒体反映的，涉及公司的报道及评论。

本制度所规定内容，不适用于公司主动发布的信息，邀请或配合媒体进行的宣传报道。但由公司主动发布信息或宣传引发的次生舆情，适用于本制度。

第三条 本制度所称舆情工作，是指对舆情进行监测、研判、预警、处置和引导的有关工作。

公司应切实增强舆情管理意识，科学有效应对舆情，妥善处置涉企负面信息，最大程度地预防、减少和消除重大舆情造成的负面影响，着力营造有利于公司发展的良好环境。

第四条 本制度适用于公司各部门，分公司及纳入公司合并报表范围的全资、控股子公司（统称“各单位”）。

第二章 管理机构与职责

第五条 公司建立舆情管理体系，对舆情工作实行统一指挥、上下联动、协同应对。舆情管理体系的机构定位为：

（一）董事会是舆情工作的最高决策机构，负责审定舆情管理制度、重大舆情应对措施；

（二）公司设舆情工作领导小组，负责舆情工作的全面部署指导、统筹协调；

（三）董事会办公室是舆情管理的日常工作机构；

（四）各单位是舆情工作的执行单位，应在做好本单位舆情工作的基础上，积极落实舆情工作领导小组的工作部署，配合做好舆情监测、核实、报送与处置工作。

第六条 董事长为舆情工作第一责任人。舆情工作领导小组由董事长担任组长，董事会秘书担任常务副组长，其余高级管理人员担任副组长，相关职能部门负责人为成员。舆情工作领导小组的职责为：

（一）研判舆情形势，审定舆情应对方案并组织实施；

（二）统筹舆情处置过程中的内外部关系，做好与主管部门、监管机构的汇报沟通；

（三）健全公司舆情工作机制；

（四）其他舆情工作事项。

第七条 董事会办公室负责日常舆情工作，承担舆情工作领导小组的日常工作。主要工作职责为：

（一）监测、追踪舆情，及时向舆情工作领导小组通报情况；

（二）根据舆情发展态势，及时组织开展分析研判；

（三）核实舆情相关信息，起草对外口径，组织发布材料；

（四）拟订信息发布与媒体宣传方案；

（五）组织接待来访记者、股东或其他利益相关方，拟定必要的答复口径；

（六）协调办理其他舆情管理相关工作。

第八条 各单位负责人是本单位舆情工作的第一责任人，应积极落实本制度要求，健全本单位舆情工作机制。舆情事件发生后，做到第一时间监测、收集、研判舆情动态并及时上报。

各单位应指定一名舆情联络员，对接董事会办公室，负责办理信息核实、舆情报送等工作。

第九条 公司主出品的影视项目，应根据项目分工确定舆情工作责任主体，并将项目舆情联络员信息报董事会办公室备案。未明确责任主体的，由公司内部投资份额最高的出品单位承担舆情工作责任，并将项目舆情联络员信息报董事会办公室备案。

非影视类工程或商业项目，由工程或项目实施主体承担舆情工作责任。

第十条 根据工作需要，公司可聘请相关领域的专家顾问或专业机构，参与舆情研判，协助拟订舆情应对方案，为舆情工作提供专业化工具或建议。

第三章 舆情监测与分类分级

第十一条 舆情监测，是指对舆情生成、发展、高峰、回落等过程进行持续不间断的信息采集、监测、追踪、分析，从而对舆情态势做出判断的过程。

舆情监测单位应密切关注舆情动向，做到及时发现、全面收集、实时汇报、加强预警。舆情监测人员应具有较强的信息处理能力和舆情分析能力，能够及时、准确地识别舆情风险。

第十二条 舆情监测按照谁管理谁负责的原则分层实施，责任单位及监测目标为：

（一）董事会办公室负责公司层面的舆情监测，包括“中影”公

司与品牌，“中国电影”证券，公司董事、高管人员相关舆情；

（二）各单位负责本单位相关舆情监测，包括公司、品牌、产品、项目及重要人员相关舆情；

（三）涉及参股公司的舆情，由其直接投资主体负责监测。多家单位同时持股的，由持股比例最大的单位负责。

第十三条 各单位应结合实际，多渠道、多维度开展舆情监测：

（一）监测范围。原则上包含中央媒体、主流媒体、垂类媒体，以及自媒体、社交平台等信息源，涉及专业领域的应增加财经媒体、境外媒体等。各单位应结合实际制定监测信息源清单，并予以定期评估更新。

（二）监测流程。各单位应指定责任部门或人员，明确信息收集、分析、报告与反馈的内部流程、责任分工与监测周期。

（三）确定监测目标。各单位应系统梳理重点领域、重点问题相关风险点，设定舆情监测的敏感话题与关键词。举办重要活动期间，应增设阶段性监测目标。

（四）监测方式。及时关注、浏览与本单位、本行业密切相关的新闻媒体，用好媒体聚合平台的定制推送功能，加强关键词搜索与话题追踪。根据工作需要，可选用专业舆情监测工具，提高舆情监测的及时性与准确性。发现正面舆情后，本单位应主动做好宣传引导工作。

第十四条 负面舆情按照事件影响、传播态势分为四级：

一级（危机）舆情：危及公司生存发展、极大损害公司声誉的恶性事件；已经成为社会关注热点或有可能形成重大网络热点事件的苗头性舆情；导致公司股价异动。

二级（重度）舆情：影响公司生产经营，对公司声誉构成不利影响；在垂类媒体或平台形成热点话题；导致公司股价波动。

三级（中度）舆情：影响个别分子公司的生产经营，对单项业务构成一定不利影响；有多家媒体发布原创报道，或在社交平台形成话

题。

四级（轻度）舆情：正常业务范围内的一般性爆料、投诉、普通诉求；集中在个别媒体或平台，传播范围小。

舆情分级标准由舆情工作领导小组制定，并结合实际予以动态调整。

第十五条 责任单位监测发现负面舆情后，应及时调查核实有关情况，形成舆情报告。舆情报告应包括舆情监测结果、舆情分级研判意见、应对处置措施等内容。

第四章 舆情处置与应对

第十六条 舆情实行分级负责、分级处置：

一级舆情：责任单位应在舆情发生4小时内，将舆情报告报至董事会办公室，由舆情工作领导小组决策部署，并组建专门工作组进行处置。必要时，召集董事会作出决定。

二级舆情：责任单位应在舆情发生24小时内，将舆情事件报告报至董事会办公室，由舆情工作领导小组决策部署，并由董事会办公室协调有关部门，会同责任单位进行处置。

三级舆情：由责任单位自行处置。但应在舆情发生的48小时内，将舆情事件报告交董事会办公室备案。

四级舆情：由责任单位自行处置。

舆情事件涉及公司《重大信息内部报告制度》规定情形的，责任单位应同时履行内部报告义务。

第十七条 舆情处置过程中，责任单位应持续追踪舆情走势，如舆情态势升级，应按最新级别处置办理。

第十八条 舆情应对以尊重事实、统一信息、真诚沟通为原则。

一级舆情、二级舆情由董事会办公室会同有关部门拟定口径，经

舆情工作领导小组审定后，以信息披露或新闻通稿的方式发布。必要时，召开新闻发布会或安排媒体采访，回应公众关切。未经批准，其他单位及个人不得擅自对外回应舆情。

三级舆情由责任单位拟定口径，报董事会办公室审定后自行安排发布。

四级舆情由责任单位自行决定口径及回应安排。

第十九条 舆情处置平息后，责任单位应对事态进行动态跟踪，适时采取跟进处置措施，防止舆情的复发升级。

第二十条 各单位应定期总结舆情的发生、传播与处置情况，持续健全工作机制，不断提高舆情管理与处置的水平。

第五章 责任追究

第二十一条 未按要求开展舆情监测，迟报、瞒报、漏报、谎报舆情信息，未经批准擅自对外发布和泄露信息，或处置措施明显不当导致舆情蔓延，公司将依纪依法依纪追究相关责任人的责任。

第二十二条 媒体或个人编造、传播虚假信息或误导性信息，对公司品牌声誉造成恶劣影响，或使公司遭受损失的，公司将依纪依法追究其责任。

第二十三条 在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息。若擅自披露泄露内幕信息，导致舆情风险并给公司造成损失的，公司保留依纪依法追究其责任的权利。

第六章 附 则

第二十四条 除非有特别说明，本制度所使用术语与《公司章程》及公司《信息披露管理制度》《重大信息内部报告制度》中该等术语的含义相同。

第二十五条 本制度未尽事宜或与本制度生效后颁布、修订的法律法规或《公司章程》的规定相冲突的，按照法律法规、《公司章程》的规定执行。

第二十六条 本制度由公司董事会负责解释和修订。

第二十七条 本制度经董事会审议通过之日起生效。