

甘源食品股份有限公司

舆情管理制度

(2025 年 8 月)

第一章 总则

第一条 为建立健全甘源食品股份有限公司（以下简称“公司”）舆情处置机制，进一步提升应对各类舆情的能力，及时、妥善处理各类舆情对公司股价、商业信誉及正常生产经营活动造成的影响，切实维护投资者合法权益，根据《上市公司监管指引第 10 号—市值管理》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、行政法规、规范性文件及《甘源食品股份有限公司章程》（以下简称《公司章程》）的规定，结合公司实际情况，制定本制度。

第二条 本制度所称舆情包括：

- (一)报刊、电视、网络等媒体对公司进行的负面和不实报道；
- (二)社会上存在的已经或将给公司造成不良影响的传言或信息；
- (三)可能或者已经影响社会公众投资者投资取向，造成股价异常波动的信息；
- (四)其他涉及公司信息披露且可能对公司股票及其衍生品交易价格产生较大影响的事件信息。

第三条 舆情信息的分类：

- (一)重大舆情：指传播范围较广，严重影响公司公众形象或正常经营活动，使公司已经或可能遭受较大损失，已经或可能造成公司股票及其衍生品交易价格异常波动的负面舆情；
- (二)一般舆情：指除重大舆情之外的其他舆情。

第四条 本制度适用于公司、全资子公司、控股子公司（以下简称“子公司”）及公司能够对其实施重大影响的参股公司的所有舆情管理工作。

第二章 舆情管理的组织体系及其工作职责

第五条 公司成立舆情工作组，品牌中心、证券部、外事部、质量中心、法务部的部门负责人为工作组成员。品牌中心总监为公司舆情管理的主要负责人，向公司董事长、副总经理汇报工作。在发生舆情时，由公司品牌中心负责统一组织，协调证券部、外事

部、质量中心、法务部及其他相关职能部门协同应对，对舆情做出快速反应。公司可以聘请外部顾问专家加入舆情管理小组提供相关咨询工作。

第六条 舆情工作组是公司应对各类舆情处理工作的领导机构，统一领导公司应对各类舆情的研判分析和处理工作，就处理应对工作做出决策和部署，根据需要研究决定公司对外发布信息，主要工作职责包括：

(一) 决定启动和终止各类舆情处理工作的相关事宜；

(二) 评估各类舆情信息对公司可能造成的影响以及波及范围，拟定各类舆情信息的处理方案；

(三) 协调和组织各类舆情处理过程中对外宣传报道工作；

(四) 协调和组织舆情处理过程中与监管部门等机构的汇报沟通工作；

(五) 各类舆情处理过程中的其他事项。

第七条 舆情工作组职能分工：

(一) 品牌中心：负责对公众媒体信息进行管理，及时收集、分析、核实对公司有重大影响的舆情、社情，制定公司舆情管理和信息发布策略；负责品牌相关媒体的日常沟通工作；负责舆论引导工作，在公众媒体宣传公司正面形象，树立良好的品牌形象，提升消费者的信任度；

(二) 证券部：负责对涉及可能导致公司股票及其衍生品交易价格异动、资本市场重大传闻等对公司有重大影响的舆情进行评估，组织协调舆情处理过程中与监管部门的汇报沟通工作；

(三) 外事部：负责对接公司的第三方新闻媒体平台、网信、公安等政府部门，及时向品牌部反馈公司内外相关活动，协助品牌部宣传企业形象，并按舆情工作组要求开展舆情处置工作；

(四) 质量中心：负责加强质量风险管理，及时处理与质量相关的反馈信息，核实产品质量相关情况，协助调查并出具专业报告；

(五) 法务部：负责审查舆情应对处置工作中的稿件（声明、新闻稿等），收集和保存与舆情事件相关的证据（书面文件、电子数据、证人证言等）；对编造、传播公司虚假信息或误导性信息的媒体，出具初步法律处理意见。

第八条 公司及其子公司各部门负责人为舆情信息采集工作的配合人员，对可能影响企业形象、品牌声誉，可能影响企业的经营环境和发展的信息和情况（以下简称“负面舆情”）应主动报告舆情工作组，报告应当做到及时、客观、真实，不得迟报、谎报、

瞒报、漏报。

第九条 公司及其子公司各部门负责人在日常工作中应对本部门业务流程中可能产生负面舆情事件的风险点定期进行识别并实施相应管控措施，开展全面的舆情风险自查自纠，预防公司日常运营中舆情事件的发生。在发生舆情危机时，配合舆情工作组做好舆情应对工作，提供专业知识和信息支持；积极参与舆情事件应急处置工作，共同维护公司形象。针对舆情反映的问题，及时进行整改落实，提高工作质量和服务水平。

第三章 舆情信息的处理原则及措施

第十条 舆情信息的处理原则：

(一)前置管理，预防为主。重大决策发布、重大活动举办、重大项目实施前应开展舆情风险评估，并根据评估情况考虑是否制定风险防控工作方案。舆情风险评估工作按照谁发起、谁评估、谁报审的原则组织开展。对信息接收者（包括各级管理者、员工、客户、供应商等）开展保密提示或保密教育，内部信息、文件不得外发、上网；

(二)迅速应对，主动及时。公司应保持对舆情信息的敏感度，发生舆情时，应第一时间开展处置，快速制定相应的危机应对方案，充分把握信息发布的主动权，严格保证发布口径的一致性，尽量避免互联网媒体发布猜测性、歪曲性报道；

(三)协调宣传、真诚沟通。公司在处理危机的过程中，应协调和组织好对外宣传工作，同时要自始至终保持与媒体的真诚沟通。在不违反信息披露和保密相关规定的情形下，真实真诚解答媒体的疑问、消除疑虑，以避免在信息不透明的情况下引发不必要的猜测和谣传；

(四)勇担责任、积极应对。公司在处理危机的过程中，应表现出积极面对、主动承担的态度，及时核查相关信息，低调处理、避免冲突，积极配合做好相关事宜。

第十一条 各类舆情信息的报告流程：

(一)上报流程：公司及子公司相关部门在知悉各类舆情信息后应立即汇总整理报送公司品牌中心，品牌中心进行初步判断后，将舆情信息汇报至舆情工作组；

(二)监测流程：在公共网络上监测到舆情信息后，品牌中心应在知悉舆情信息并进行初步判断后，将舆情信息汇报至舆情工作组；

(三)舆情工作组在知悉上述舆情后，应在第一时间了解舆情的具体情况，判断舆情等级；必要时，应及时向政府主管部门或证券监管部门报告。

第十二条 各类舆情信息的处理措施：

(一)一般舆情的处置：舆情事件发生后，舆情涉及部门负责人应迅速反应，上报品牌中心协调相关部门行使职责，舆情工作组根据舆情的具体情况灵活处置；

(二)重大舆情的处置：发生重大舆情，品牌中心立即召集舆情工作组会议并汇报董事长，就应对重大舆情作出决策和部署。舆情工作组应立刻开展实时监控，密切关注舆情变化，根据情况采取多种措施控制传播范围：

1.迅速调查核实：相关部门迅速开展调查，全面了解事件的真实情况，收集相关证据，为后续的应对工作提供依据；

2.媒体沟通：与媒体保持良好沟通，确保信息传递的准确性和及时性；

3.加强投资者沟通：充分发挥投资者热线、互动易平台等沟通渠道的作用，保证各类沟通渠道的畅通，在信息披露允许的情况下及时发声，向投资者传达公司积极处理舆情信息的正向态度；

4.信息披露与澄清：各类舆情信息可能或者已经对公司股票及其衍生品种交易价格造成较大影响时，公司应当及时按照证券交易所有关规定发布澄清公告；

5.法律措施维护权益：对编造、传播公司虚假信息或误导性信息的媒体、个人或者机构，必要时可采取法律手段制止侵权行为，维护公司和投资者的合法权益；

6.持续监测与总结：在舆情得到初步控制后，持续监测相关舆情动态，及时发现和应对可能出现的新情况。舆情事件处理结束后，对事件的起因、性质、影响、处理过程等进行全面复盘总结，评估应对措施的效果，总结经验教训，完善舆情管理机制。

第十三条 公司全体员工须自觉维护公司合法权益和品牌形象，严格遵守公司对外宣传、保密与信息安全等规定。未经授权或批准，任何人员均不得代表公司就舆情事件回答媒体、公众、政府部门和社会组织的提问或提供相关信息。

第四章 责任追究

第十四条 公司内部有关部门及相关知情人员对前述舆情负有保密义务，在该类信息依法披露之前，不得私自对外公开或者泄露，不得利用该类信息进行内幕交易。如有违反保密义务的行为发生，给公司造成损失的，公司有权根据内部相关制度进行处理，构成犯罪的，将依法追究其法律责任。

第十五条 公司信息知情人或聘请的顾问、中介机构工作人员应当遵守保密义务，不得擅自披露公司信息，如因此致使公司遭受媒体质疑，损害公司商业信誉，并导致公司股票及其衍生品价格波动，给公司造成损失的，公司可以根据具体情形保留追究其法

律责任的权利。

第十六条 相关外部机构、媒体或个人编造、传播公司虚假信息或误导性信息，对公司公众形象造成恶劣影响或使公司遭受损失的，公司将根据具体情形保留追究其法律责任的权利。

第五章 附则

第十七条 本制度未尽事宜，公司应当依照有关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的规定执行。本制度如与国家日后颁布的有关法律、行政法规、规范性文件或经修改后的《公司章程》相抵触时，按国家有关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的规定执行。

第十八条 本制度由公司董事会负责解释并修订，自董事会审议通过之日起生效。

甘源食品股份有限公司

2025 年 8 月 12 日