

河北衡水老白干酒业股份有限公司

舆情管理制度

第一章 总则

第一条 为了提高河北衡水老白干酒业股份有限公司（以下简称“公司”）应对各类舆情的能力，建立快速反应和应急处置机制，及时妥善处理各类舆情对公司股价、商业信誉及正常经营活动造成的影响，切实保护公司和投资者的利益，根据《上海证券交易所股票上市规则》及相关法律法规、规范性文件的规定和《河北衡水老白干酒业股份有限公司章程》，结合公司实际情况，制订本制度。

第二章 定义及分级

第二条 舆情的定义

公众（包括消费者、投资者、媒体、员工、政府机构等利益相关方）针对企业及其相关事件（如产品、服务、管理、社会责任等）所表达的态度、意见、情绪和行为倾向的总和。它是公众对企业形象、品牌声誉和市场行为的集体反馈，直接影响企业的经营环境和发展。

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报道、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闻或信息。
- （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 舆情的分级

根据舆情传播媒体、事件内容、社会影响力制定分级标准，分为：重大舆情（一级舆情、二级舆情）、一般舆情（三级舆情、四级舆情）。

一级舆情（S级）：

传播媒体：央媒、具备全国影响力的主流媒体及自媒体号广泛传播；

事件内容：虚假宣传、大批产品质量问题、品牌战略重大变更；

社会影响力：社会面影响巨大，全平台热搜事件，政府部门直接发布或介入。

二级舆情（A级）：

传播媒体：权威门户主流媒体、行业财经媒体、及自媒体传播；

事件内容：涉及公司高管不实信息、质疑市场战略；

影响力：权威媒体关注，超过 30+媒体转载，多平台发酵，各大搜索引擎排位 top10。

三级舆情（B级）：

传播媒体：权威门户主流媒体、行业财经媒体、及自媒体传播；

事件内容：传播公司不实信息，在资本市场造成不良影响；

影响力：门户媒体关注，超过 10+媒体转载，各大搜索引擎排位 top10。

四级舆情（C级）：

传播媒体：个人自媒体账号小范围传播，基本无转载；

事件内容：陈旧内容发酵、个体用户吐槽；

影响力：少量媒体传播，阅读量较低，转发量较低，搜索引擎无排名。

第三章 机构及职责

第四条 领导机构

成立应对舆情管理工作领导小组（以下简称“舆情领导小组”），由公司总经理任组长，公司品牌主管副总担任副组长，成员由公司其他高级管理人员及各部门、各分子公司负责人组成。舆情领导小组下设办公室，设在公司品牌部。

第五条 工作职责

舆情领导小组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）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）负责向证券监管等政府部门进行信息上报工作。
- （五）各类舆情处理过程中的其他事项。

第六条 日常监测

（一）公司总部品牌部负责对媒体信息的管理，及时收集、分析、核实对公司有重大影响的舆情、社情，并将各类舆情的信息和处理情况汇报舆情领导小组，并按要求及时上报监管部门。证券办公室跟踪公司股票交易价格变动情况，研判和评估风险。

（二）公司下属子公司设舆情信息联络人，负责监控媒体发布的与本单位相关的报道信息，若发生舆情事件，第一时间将信息汇总报送至总部品牌部，并协助品牌部对相应事件进行核实。

（三）公司品牌部设专人负责建立舆情信息管理档案，记录信息包括但不限于“文章题目、内容摘要、刊载媒体、情况是否属实、产生的影响、采取的措施、后续进展”等相关情况。该档案应及时更新并整理归档备查。

（四）公司各部门、各子公司有关人员报告舆情信息应当做到及时、客观、真实，不得迟报、谎报、瞒报、漏报。

（五）各部门、各子公司在日常工作中应结合公司《全面风险管控运行机制》中关于风险管理的相关要求，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。

第四章 舆情处理及应对

第七条 重大舆情信息报告流程：

（一）公司相关部门及子公司在知悉各类舆情信息后应立即汇总整理报送公司总部品牌部，品牌部核实信息后将重大舆情第一时间报告舆情领导小组副组长。由舆情领导小组副组长、舆情领导小组办公室主任、舆情管理专员、出现舆情事件部门主任、公司主管领导等相关人员组建 xxx 舆情处置专项小组（以下简称专项小组），负责具体舆情的分析研判→上报领导决策→处置→总结及经验提炼→归档等一系列事务。

（二）舆情领导小组副组长应及时向舆情领导小组及监管部门报告：

1、舆情领导小组副组长在知悉相关的情况后，及时向舆情领导小组报告，第一时间采取处理措施；

2、对于相关内容需要进一步调查核实后才能确定的，必须积极推进，第一时间作出应急反应；

3、若发现各类舆情信息可能或已经对公司造成负面影响时，应立即向监管部门报告。

第八条 重大舆情信息处理：

各类舆情被主要财经媒体报道、转载，可能或已经对公司声誉、品牌、股价造成较大影响时，专项小组应主动自查，如造成股价异动时与上海证券交易所沟通并发布澄清公告，同时将舆情自查情况上报证券监管部门，必要时还可报请上级部门或聘请中介机构核查并公告其核查意见。

第九条 一般舆情信息处理：一般舆情由舆情管理办公室根据舆情的具体情况灵活处置。

第十条 舆情处理三个原则：

（一）快速反应原则：公司应保持对舆情信息的敏感度，发生舆情后应快速反应、迅速行动，及时制定相应的舆情应对方案。

（二）真诚沟通原则：公司在处理舆情过程中，应按照相关规定，及时协调和组织对外信息披露工作，回应和澄清舆情信息。同时保持与媒体的真诚沟通，在不违反信息披露规定的情形下，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。

（三）主动承担原则：公司在处理舆情过程中，应坚持主动承担的态度，及时核查相关信息，积极配合做好相关事宜，维护公司形象，维护公司和全体股东的利益。

第十一条 媒体关系维护

品牌部应加强日常与宣传主管部门、网信办、文化部门、央媒、党媒、行业各级媒体等相关部门的沟通，构建良好的媒体关系。

第五章 责任追究

第十二条 公司各部门、各分子公司有关人员未执行本制度规定，给公司造成损失的，舆情领导小组应参照公司《责任追究制度》、《员工奖惩管理办法》视情节轻重对当事人给予批评、警告、记过直至解

除劳动合同等相应处分。

第十三条 公司各部门、各分子公司相关知情人员对前述舆情及其处理、应对措施负有保密义务，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，公司根据上述等相关制度规定对当事人进行处分，构成犯罪的，将依法追究其法律责任。

第十四条 公司关联人或聘请的中介机构工作人员应当遵守保密义务，如擅自披露传播公司信息，致使公司遭受媒体质疑，对公司声誉、品牌、股价造成较大影响时，公司将根据具体情形追究其法律责任。

第六章 附则

第十五条 本制度未尽事宜或与有关法律法规、规范性文件不一致的，按有关法律法规、规范性文件执行。

第十六条 本制度由舆情管理办公室负责制定并解释。

第十七条 本制度自公司董事会审议通过之日起生效。

2025 年 4 月 24 日