



宝泰隆新材料股份有限公司

與情管理制度



二〇二四年十二月



第一章 总则

第一条 为加强宝泰隆新材料股份有限公司（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、公司商业信誉及正常生产经营活动造成的影响，切实保护投资者合法权益，维护公司良好形象和稳定发展，根据相关法律法规、规范性文件及公司实际情况，特制定本制度。

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 公司舆情管理的目标是及时发现、准确判断、迅速应对，以降低负面影响，提升公司品牌形象。

第四条 本制度适用于公司及所属各单位。

第二章 舆情管理机构与工作职责

第五条 公司舆情管理制度应遵循统分结合的原则，将舆情管理实际落实到日常工作中，成立公司舆情管理领导工作组（以下简称“舆情工作组”），负责全面领导和统筹公司舆情管理工作，注重职能部门的响应与协作，提高防范声誉风险和处置声誉事件的能力和效率。

第六条 舆情工作组的组成，由公司总裁任组长，董事会秘书任副组长，成员由公司其他高级管理人员及相关职能部门负责人组成。

第七条 舆情工作组下设舆情管理办公室，具体承担以下职责：

- （一）全面领导和统筹公司舆情管理工作，制定舆情管理战略和规划；
- （二）负责建立、完善舆情管理制度和流程，确保其有效执行；
- （三）定期召开舆情管理工作会议，分析舆情形势，评估潜在风险，并制定相应措施；
- （四）指导、协调和监督各部门在舆情管理工作中的职责履行情况；



- (五)负责组织舆情应对培训和演练,提高全体员工的舆情意识和应对能力;
- (六)在发生重大舆情事件时,迅速组织相关部门进行应对,确保公司形象和声誉不受损害;
- (七)各类舆情处理过程中的其他事项。

第八条 舆情工作组是公司应对各类舆情(尤其是媒体质疑信息)处理工作的领导机构,统一领导公司应对各类舆情的处理工作,就相关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)定期召开领导小组会议,分析当前舆情形势,研究制定应对措施;
- (二)建立舆情信息共享机制,确保各部门之间信息畅通,协同应对舆情事件;
- (三)加强与媒体、行业组织等外部机构的沟通与合作,共同维护行业良好形象;
- (四)对舆情管理工作进行定期评估和总结;
- (五)不断完善和优化管理制度和流程。

第三章 舆情监测与预警

第九条 建立舆情监测体系,运用专业工具和手段,对各类媒体、网络平台进行实时监测,借助舆情监测系统,及时收集、分析、核实对公司有重大影响的舆情、社情,跟踪公司股票及其衍生品交易价格变动情况,研判和评估风险,并将各类舆情的信息和处理情况及时上报董事会秘书,并根据管理要求及时上报监管部门。

第十条 设定舆情预警指标,当出现达到预警标准的舆情时,及时发出预警信号。遇到重要的舆情,经办人需立即以电话形式向上级汇报。

第十一条 定期群发舆情报告。证券部门每周五下班前需将本周舆情周报群发邮件给各个部门领导人。邮件内容包含但不限于:资本市场政策解读、行业政策解读、资本市场行情总结、同行资本运作情况陈述、公司媒体报道、公司本周舆情正负面比例、股吧情绪等内容。

第四章 舆情定性



第十二条 针对不同类型的舆情，予以定性。舆情定性主要是对公众的某一事件、现象或话题的态度、看法和情感倾向、媒体声量、转载次数进行判断和分类。以下是对舆情定性的清晰归纳：

（一）舆情定性的含义

舆情定性是指对媒体报道量、媒体内容、转载次数、公众情绪、态度和看法的性质进行界定，它涉及对舆情的基本判断和分类。这种定性有助于更好地理解 and 应对公众对特定事件或话题的反应。

（二）舆情定性情感倾向的分类

根据情感倾向，舆情可以分为正面舆情、负面舆情和中性舆情。

- 1、正面舆情：媒体及公众对某一事件、现象或话题持积极、肯定的态度，表现出支持、赞同或满意的情感倾向；
- 2、负面舆情：媒体及公众持消极、否定的态度，表现出不满、批评或反对的情感倾向；
- 3、中性舆情：媒体及公众态度相对中立，没有明显的正面或负面情感倾向。

（三）舆情定性传播声量的分类

根据媒体属性、媒体传播声量，舆情可以分为一般舆情、敏感舆情、重大舆情和特别重大舆情四个等级。具体针对某个事件的舆情定性，可以聘请专业的第三方机构予以支持。

- 1、一般舆情指的是媒体等级比较低、公众关注度相关较低、媒体报道及转载量不大、对声誉造成的负面影响较小的舆情；
- 2、敏感舆情指的是媒体报道较多、有一定公众关注度、传播速度较快、可能会对声誉造成负面影响的舆情；
- 3、重大舆情指的是被重要媒体报道、公众关注度较高和传播范围广，已经严重影响声誉的舆情；
- 4、特别重大舆情指的是涉及特别重大、重大突发事件，造成或者可能造成公司经营受到重创，监管机构给予严重处罚的舆情。

第五章 舆情应对及措施

第十三条 制定差异化的应对措施：



(一) 对于等级为一般性舆情的舆情，采取冷处理，有必要的情况下及时回应、澄清事实；

(二) 对于等级为敏感舆情以上的舆情，启动应急预案，组织专项应对，证券部同步开展实时监控，密切关注舆情变化，舆情工作组根据情况采取多种措施控制传播范围。

第十四条 回应舆情应遵循及时、准确、客观的原则。这些原则是指导舆情回应工作的基石，能够确保回应的有效性，并维护公司的形象。

第十五条 加强与媒体、公众的沟通，积极引导舆论方向。通过与媒体建立良好的合作关系，可以确保信息的准确传递，避免误解和误导。媒体关系维护的名单及策略可以聘请专业的第三方机构予以推进。同时，积极与公众沟通，了解他们的关切和需求，有助于引导舆论方向，缓解公众的恐慌和不满情绪。

第六章 舆情处置流程

第十六条 舆情发生后，按照以下流程进行处置：

(一) 信息收集与核实。这包括但不限于舆情发生的原因、涉及的关键人物或组织、公众和媒体的反应等。公司证券部人员、相关职能部门负责人及其他人员，在知悉舆情信息后须立即汇报至董事会秘书，信息收集应尽可能全面，以便为后续步骤提供充分的数据支持。同时，必须确保所收集到的信息是真实可靠的，避免基于错误或虚假信息做出决策。可以通过多个渠道进行信息交叉验证，例如对比不同媒体的报道、联系涉事方进行确认等；

(二) 制定应对方案。及时反映、合理制定解决方案，应对方案应明确目标、措施和时间表，并且需要评估各种可能的风险和后果。此外，制定应对方案时还应考虑与媒体、公众以及其他利益相关方的沟通和协调。方案应旨在积极引导舆论，缓解公众情绪，并恢复或提升组织的形象；

(三) 实施应对行动。积极回应、真诚沟通，这可能包括发布官方声明、召开新闻发布会、与涉事方进行沟通协商、通过媒体等渠道引导舆情等。同时，应密切关注公众和媒体的反应，以便及时调整策略；

(四) 跟踪与评估效果。跟踪与评估是一个持续的过程，旨在确保应对行动的有效性，并为未来的舆情应对提供经验教训。如果发现应对效果不佳，需要及时调整策略并重新评估。



第七章 责任追究

第十七条 公司内部有关部门及相关知情人员对公司未公开的重大信息（包括未经正式披露的各类统计数据、重大事项、高层管理人员变动、业务合作信息、投融资信息、涉密信息及其他有可能引起社会误解的信息等）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，公司有权根据情节轻重给予当事人内部通报批评、处罚、撤职、开除等处分，同时公司将根据具体情形保留追究其法律责任的权利。

第十八条 公司有关内幕信息知情人、聘请顾问及中介机构工作人员等应当遵守保密义务，如擅自披露公司信息，致使公司遭受媒体质疑，损害公司商业信誉，或导致公司股票及其衍生品价格变动，给公司造成损失的，公司将根据具体情形保留追究其法律责任的权利。

第十九条 相关媒体编造、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。

第八章 培训与教育

第二十条 定期开展舆情管理培训，提高员工的舆情意识和应对能力。培训内容应涵盖舆情信息收集、分析、判断和应对等多个方面，旨在帮助员工建立起完善的舆情知识体系。

第二十一条 通过模拟实战演练，提升员工在实践中锻炼舆情应对的快速反应能力和决策能力。

第九章 附 则

第二十二条 本制度未尽事宜，按国家有关法律、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法律、法规或经合法程序修改后的《公司章程》相抵触时，按国家有关法律、法规和《公司章程》的规定执行。

第二十三条 本制度由公司董事会负责解释和修订。

第二十四条 本制度经公司董事会审议批准之日起施行，修改时亦同。