

张小泉股份有限公司

舆情管理制度

第一章 总则

第一条 为提高张小泉股份有限公司（以下简称“公司”）应对舆情的能力，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票及其衍生品种交易价格、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，根据相关法律法规及《张小泉股份有限公司章程》（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、网络等媒体对公司相关方面进行的负面报道；
- （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种交易价格产生较大影响的事件信息。

第三条 本制度所称舆情分为重大舆情与一般舆情：

- （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损失，已经或可能造成公司股票及其衍生品种交易价格变动的负面舆情；
- （二）一般舆情：指除重大舆情之外的其他舆情。

第四条 公司舆情应对坚持“科学应对、尊重事实、注重实效、高效处理”的总体原则，有效引导内部舆论和社会舆论，避免和消除因媒体报道、传闻、信息等可能对公司造成的各种负面影响，切实维护公司的利益和形象。

第二章 舆情管理的组织体系及工作职责

第五条 公司成立应对舆情处理工作小组（以下简称“舆情工作组”），由董事长担任组长，总经理任常务副组长，主管品牌营销工作的负责人及董事会秘书

担任副组长，其他高级管理人员及相关职能部门负责人为工作组成员。

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信息的发布，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的对外宣传报道工作；
- （四） 负责做好向证监局的信息上报工作及与深圳证券交易所的信息沟通工作；
- （五） 舆情处理过程中的其他事项。

第七条 公司品牌营销中心负责舆情信息的采集、监测、管理，及时收集、分析、核实对公司有重大影响的舆情，结合证券事务部跟踪的公司股票及其衍生品交易价格变动的情况进行综合研判和风险评估，并将各类舆情信息和处理情况及时上报舆情工作组。

第八条 公司其他职能部门及控股子公司、分公司等作为舆情信息采集配合部门，主要职责包括：

- （一） 配合开展舆情信息采集相关工作；
- （二） 及时向公司品牌营销中心通报日常经营、合规审查等过程中发现的舆情情况；
- （三） 其他舆情及管理方面的响应、配合及执行等职责。

第九条 舆情信息采集配合部门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。

第十条 舆情信息采集范围应包括但不限于公司官网、纸质媒体、网络媒体、微信、微博、股吧、互动易平台、论坛、贴吧等各类信息载体。

第十一条 公司品牌营销中心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、质疑内容、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。

第三章 各类舆情信息的处理原则及措施

第十二条 各类舆情信息按以下原则处理：

（一）快速反应、迅速行动。公司应保持对舆情信息的敏感度，快速反应、迅速行动，快速制定相应的舆情危机应对方案；

（二）协调宣传、真诚沟通。公司在处理舆情的过程中，应协调和组织好对外宣传工作，严格保证一致性。在不违反信息披露规定的情形下，保持与媒体的真诚沟通，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）客观公正、实事求是。公司在处理舆情的过程中，应及时核查相关信息，保持客观、中立的态度，不情绪化，低调处理，暂避对抗，更好地分析研判舆情发展，减少因主观因素造成的失误和损失，以公正的态度获取公众对公司的信任感；

（四）系统运作、化险为夷。公司在舆情应对的过程中，应有系统运作的意识，努力将危机转变为商机，化险为夷，塑造良好社会形象。

第十三条 各类舆情信息的报告流程：

（一）公司相关职能部门负责人、各分子公司负责人以及相关人员在知悉各类舆情信息后，应立即报告品牌营销中心；

（二）品牌营销中心在知悉上述舆情后，应第一时间了解舆情的相关情况并进行初步分级判断，如为重大舆情或存在潜在风险，应当立即向舆情工作组组长及常务副组长通报情况；

（三）一般舆情的处置：品牌营销中心应当立即向舆情工作组常务副组长、副组长通报情况。

第十四条 重大舆情的处置：发生重大舆情，舆情工作组组长应视情况召集舆情工作组会议，就应对重大舆情作出决策和部署。品牌营销中心同步开展实时监控，密切关注舆情变化。对于相关内容需要进一步调查核实后才能确定的情况，也应积极推进，快速反应。如发现涉及公司不稳定因素的重大舆情事件，由证券事务部在必要时向相关证券监管部门报告。

舆情工作组及相关职能部门根据情况采取多种措施控制传播范围，包括但不限于：

（一）迅速调查、了解事件真实情况；

(二) 及时与刊发媒体沟通情况，防止事态进一步发酵；

(三) 加强与投资者沟通，做好投资者的咨询、来访及调查工作。充分发挥投资者热线和互动易平台的作用，保证各类沟通渠道的畅通，及时发声，向投资者传达“公司对事件高度重视、事件正在调查中、调查结果将及时公布”的信息。做好疏导化解工作，使市场充分了解情况，减少误读误判，防止网上热点扩大；

(四) 根据需要通过官网等渠道进行澄清。各类舆情信息可能或已经对公司股票及其衍生品种交易价格造成较大影响时，公司应当及时向深圳证券交易所报告，并按照深圳证券交易所有关规定发布说明公告或者澄清公告；必要时可聘请中介机构（包括保荐机构、会计师事务所、律师事务所等）进行核查；

(五) 对编造、传播公司虚假信息或误导性信息的媒体，必要时可采取发送律师函、提起诉讼等措施制止其侵权行为，维护公司和投资者的合法权益。

一般舆情的处置：一般舆情由舆情工作组常务副组长、副组长根据舆情的具体情况灵活处置。

第四章 责任追究

第十五条 公司各职能部门及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，在该类信息依法披露之前，不得擅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，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。

第十六条 公司内幕信息知情人或聘请的中介机构工作人员应当遵守保密义务，不得擅自披露传播公司信息，如由此致使公司遭受媒体质疑，损害公司商业信誉，导致公司股票及其衍生品种交易价格变动，给公司造成损失的，公司可根据具体情形保留追究其法律责任的权利。

第十七条 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，公司可以根据具体情形保留追究其法律责任的权利。

第五章 附则

第十八条 本制度未尽事宜按有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和《公司章程》的有关规定执行。本制度的规定如与国家日后颁布或修订的法律、行政法规、部门规章、规范性文件或经合法程序修改后的《公司章程》的规定不一致，按后者的规定执行，并应当及时修改本制度。

第十九条 本制度由公司董事会负责解释和修订。

第二十条 本制度经董事会审议通过后生效并实施，修改时亦同。

张小泉股份有限公司

2025年4月17日