

惠达卫浴股份有限公司 輿情管理制度

河北·唐山
二零二五年四月

惠达卫浴股份有限公司

舆情管理制度

（2025年制定）

第一章 总则

第一条 为提高惠达卫浴股份有限公司（以下简称“公司”）应对各类危机事件的能力，建立快速反应和应急处置机制，充分发挥网络互动优势，正确把握和引导网络舆论导向，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，切实保护投资者合法权益，根据《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规范性文件及《惠达卫浴股份有限公司章程》（以下简称“公司章程”）的相关规定，结合公司实际情况，制定本制度。

第二条 本制度所称危机公关事件包括：

- （一）报刊、电视、网络等媒体对公司进行的负面报道；
- （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交易价格产生较大影响的事件信息；
- （五）事故性危机，造成人员伤亡以及巨大财产损失，包括外部灾难以及生产事故等；
- （六）由于产品材料或品质出现严重问题，且影响人类身心健康，引发疾病甚至致人死亡。或发生批量性产品质量问题。或由于企业在运输原料或者生产过程中对环境造成危害和污染引发的危机；
- （七）品牌经营过程中，出现诚信度低下，欺骗消费者、无法兑现承诺等大规模品牌信任危机，或由于战略规划不当，管理不力，造成经济、人事、法律上的重大纠纷而产生的负面影响，或行业不良竞争导致品牌重要敏感信息泄露，而产生严重的负面影响。

第二章 危机公关管理的组织体系及其工作职责

第三条 公司应对各类舆情实行统一领导、统一组织、快速反应、协同应对。

第四条 公司成立应对危机公关管理工作领导小组（以下简称“危机公关工作组”），由公司董事长任组长，总经理（总裁）、董事会秘书任副组长，品牌部负责人担任秘书长，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。

第五条 危机公关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发布信息，主要工作职责包括：

- （一）决定启动和终止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，拟定舆情处理方案；
- （三）协调和组织舆情处理过程中对外宣传报道工作；
- （四）负责做好向证券监管部门及上海证券交易所的信息上报与信息沟通工作；
- （五）各类危机公关处理过程中的其他事项。

第六条 危机公关工作组的舆情信息采集设在公司品牌部，负责对公众媒体信息的管理，密切监控重要舆情动态，及时收集、分析、核实对公司有重大影响的事件相关信息、舆情信息、社情等；董事会办公室负责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危机公关处理情况及时上报危机公关工作组。品牌部、董事会办公室根据公司危机公关工作组的要求做出相应的反应及处置。

第七条 舆情信息采集范围应涵盖公司官网、公司微信公众号、抖音官方账号、网络媒体、电子报、微信、微博、上证e互动问答、论坛、贴吧、股吧等各类型互联网信息载体。

第八条 公司各下属子公司及其他各职能部门等作为舆情信息采集及危机公关处理的配合单位，主要应履行以下职责：

- （一）配合开展舆情信息采集相关工作；

（二）及时向公司品牌部通报日常经营、合规审查及审计过程中发现的舆情及危机事件情况；

（三）其他危机公关管理方面的响应、配合、执行等职责。

公司各部门、各子公司应明确舆情信息采集配合责任人或责任部门，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。

第九条 品牌部应当建立危机公关管理档案，设专人负责及时更新危机公关管理档案并整理归档备查，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。

第三章 各类舆情及危机公关的处理原则及措施

第十条 舆情信息的分类：

（一）重大危机：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及危机事件；

（二）一般危机：指除重大危机之外的其他危机事件。

第十一条 舆情信息的处理原则：

（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；快速制定相应的媒体危机应对方案；

（二）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，严格保证一致性，同时要自始至终保持与媒体的真诚沟通。在不违反中国证券监督管理委员会及上海证券交易所信息披露规定的情形下，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；

（三）勇敢面对、主动承担。公司在处理危机的过程中，应表现出勇敢面对、主动承担的态度，及时核查相关信息，低调处理、暂避对抗，积极配合做好相关事宜；

（四）系统运作、化险为夷。公司在危机应对的过程中，应有系统运作的意识，化险为夷，塑造良好社会形象。

第十二条 危机信息的报告流程：

（一）知悉各类舆情信息并做出快速反应

公司其他高级管理人员及相关职能部门负责人在知悉各类舆情信息后立即汇报危机公关工作组秘书长。

（二）上报危机公关工作组及监管部门

秘书长在知悉上述舆情后，应在第一时间了解舆情的有关情况，如为重大舆情，除向危机公关工作组组长和副组长报告外，还应向危机公关工作组报告，必要时向有关主管部门报告。

（三）若发现各类舆情信息涉及公司的不稳定因素时，董事会秘书需及时向河北证监局及上海证券交易所报告。

第十三条 一般危机的处置：一般危机事件由品牌部根据事件的具体情况灵活处置，必要时可征求副组长意见。

第十四条 重大危机的处置：

发生重大危机事件，危机公关工作组组长应视情况召集危机公关工作组会议，就应对重大危机作出决策和部署。品牌部和董事会办公室同步开展实时监控，密切关注危机事件及舆情变化，危机公关工作组根据情况采取多种措施控制传播范围。

（一）迅速调查、了解事件真实情况；

（二）立即告知公司法律顾问或法务人员，联合制定应对措施，及时与刊发媒体沟通情况，防止媒体跟进导致事态进一步发酵；

（三）加强与投资者沟通，做好投资者的咨询、来访及调查工作。根据危机公关工作组的处置决策和要求，协调相关方开展危机应对工作，根据需要通过官网等渠道进行澄清。相关舆情信息或危机事件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，公司应当及时按照上海证券交易所有关规定发布澄清公告，必要时还可聘请中介机构（包括保荐机构、会计师事务所、律师事务所等）核查并公告其核查意见；

（四）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》、诉讼等措施制止相关媒体的侵权行为，维护公司和投资者的合法权益；

（五）加强危机恢复管理，对危机处理结果进行全面评估，并制定恢复管理计划的实施，总结经验，不断提升公司在危机中的应对能力。

第四章 责任追究

第十五条 公司及子公司相关部门及知情人员对前述危机事件相关信息负有保密义务，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相应处分，构成犯罪的，将依法追究其法律责任。

第十六条 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，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，并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

第十八条 本制度未尽事宜，按国家有关法律、法规和《公司章程》的规定执行；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。

第十九条 本制度由公司董事会负责修订和解释。

第二十条 本制度自公司董事会审议通过之日起生效并实施。

惠达卫浴股份有限公司

董事会