

证券代码：874689

证券简称：牙博士

主办券商：中信建投

牙博士医疗控股集团股份有限公司舆情管理制度

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、 审议及表决情况

公司于2026年4月23日召开第二届董事会第十三次会议，审议通过《关于制定<舆情管理制度>的议案》，议案表决结果：同意6票，反对0票，弃权0票。本议案无需提交股东会审议。

二、 分章节列示制度的主要内容

牙博士医疗控股集团股份有限公司 舆情管理制度

第一章 总则

第一条 为提高牙博士医疗控股集团股份有限公司（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形象、商业信誉、股票交易价格及日常正常生产经营可能造成的影响，切实保护股东及公司的合法权益，根据相关法律、法规和规范性文件及《牙博士医疗控股集团股份有限公司章程》（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、网络等媒体及自媒体对公司进行的不实或负面报道；
- （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）按照舆情内容性质分为：

1、正面舆情：对公司品牌、服务、价值观等传递积极认可、支持或赞誉的信息，能直接或间接推动品牌好感度、市场信任度提升。

2、中性舆情：无明确褒贬倾向，仅客观陈述事实、传递行业资讯或引发中性讨论的信息，对公司声誉无显著增益或损害，但具备信息价值。

3、负面舆情：对公司品牌、产品、管理或合规性存在质疑、批评、投诉或负面联想的信息，可能引发公众信任危机、监管关注或市场负面预期。

（二）按照舆情风险等级分为：

1、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，已经或可能造成公司股票交易价格异常波动的舆情。

2、一般舆情：指除重大舆情之外的其他舆情。

第四条 公司舆情管理工作坚持实行统一指挥、快速反应、尊重事实、注重实效、科学应对的整体原则，有效引导社会舆论，避免和消除因媒体报道对公司可能造成的各种负面影响，切实维护公司的利益和形象。

第五条 本制度适用于公司及合并报表范围内的各下属子公司。

第二章 舆情管理的组织体系及其工作职责

第六条 公司成立舆情处理工作领导小组（以下简称“舆情工作组”），由公司董事长任组长，董事会秘书任副组长，成员由其他高级管理人员及相关职能部门负责人、下属各子公司负责人组成。

第七条 舆情工作组是公司应对各类舆情处理工作的领导管理机构，统一领导公司应对舆情的处理工作，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的相关信息，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，决定、审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，并拥有对外发布

信息的最终审批权；审批品牌管理中心提出的紧急资源动用申请；

- （四）负责做好向有关监管机构、主管部门的信息沟通及汇报工作；
- （五）督导危机处置的后续评估与恢复工作，决策相关的制度优化方案；
- （六）确保舆情应对工作符合法律法规及监管要求；
- （七）有关各类舆情处理过程中的其他事项。

第八条 品牌管理中心是公司应对各类舆情处理工作的执行实施机构，主要负责对舆情信息的日常事务的处理，证券事务部予以辅助。主要工作职责包括：

（一）负责公司舆情管理体系的日常运营与优化，包括但不限于建立和维护媒体关系、主动策划正面品牌宣传、构建关键意见领袖沟通网络，从源头提升公司声誉韧性，预防和减少负面舆情发生；

（二）对各类舆情信息进行监测、追踪与信息采集，确保及时、全面掌握舆情动态；

（三）对收集的舆情信息进行内容性质（正面/中性/负面）、风险分级（一般/重大）进行初步判断，分析其传播路径、影响范围和潜在趋势；

（四）落实舆情工作组的执行决定，拟定并执行初步应对方案，包括但不限于：实时跟踪事件进展；内部同步信息至相关部门；协调并督促相关职能部门迅速完成内部事实核查；协同有关职能部门拟定官方声明或回应口径；

（五）建立舆情案例档案库，记录信息包括但不限于“舆情内容、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。档案应及时更新并整理归档备查，为后续优化策略提供依据；

（六）负责对各下属子公司的舆情管理工作进行指导、监督，确保全公司网络舆情管理标准与行动的一致性；

（七）根据授权，负责对口外部合作机构（如公关公司、大数据监测机构等）的日常联络与管理；根据工作需要，提出舆情管理专项预算与资源需求建议；

（八）协助证券事务部对涉及资本市场的舆情信息进行梳理，对于经判断可能触发信息披露义务的舆情，应与证券事务部会商并提供支持，确保公开披露内容符合监管要求；

（九）定期向舆情工作组汇报舆情监测、处置进展及管理成效，负责起草舆情处置评估报告，并落实工作组的督导意见。

第九条 舆情信息采集包括但不限于公司及下属各子公司官方网站、官方微信公众号、网络媒体、报刊、微博、博客、互动易问答、论坛、股吧、贴吧等各类信息载体。

第十条 公司及下属各子公司其他职能部门等作为舆情信息采集配合部门，履行以下职责：

（一）配合开展舆情信息采集相关工作；

（二）在发现或知悉涉及本部门业务范围的舆情后，应立即进行初步核实，了解基本事实情况；

（三）及时向公司品牌管理中心和证券事务部通报日常经营、合规审查等情形中发现的舆情情况；

（四）其他舆情及管理方面的响应、配合、执行等职责。

第十一条 公司及下属各子公司负责人、各职能部门有关人员报告舆情信息应做到及时、客观、真实，不得迟报、谎报、瞒报、漏报。

第三章 舆情信息的报告及处置

第十二条 各类舆情信息的报告：

（一）品牌管理中心工作人员以及相关职能部门负责人在知悉各类舆情信息后做出快速反应，立即汇报至董事会秘书；

（二）董事会秘书在知悉上述舆情后，应在第一时间了解舆情的有关情况。如认为属于一般舆情，应向舆情工作组组长报告；如认为属于重大舆情，除向公司舆情工作组组长报告外，还应向舆情工作组通报；

（三）对于重大负面舆情或在紧急态势下，品牌管理中心工作人员以及相关职能部门负责人可以立即将相关情况提报舆情工作组全员讨论决策。

第十三条 各类舆情信息的处置：

公司舆情处置坚持以事实为基础、客观为标尺的原则，快速反应、注重实效；协调宣传、真诚沟通；客观公正、实事求是；系统运作、科学应对。

公司需依据舆情性质、潜在影响及资源效率，构建“自然沉淀（正面）—动态预判（中性）—协同攻坚（负面）”的分层响应机制：

（一）对正面舆情：在核实相关内容信息真实准确的情况下，默认采取“非

干预式自然传播”策略。

（二）对中性舆情：在核实相关信息是否存在虚假陈述、夸大表达的同时，关注舆情发展情况，立即启动“释疑-引导”机制，若仅为中性资讯，保持动态监测。

（三）对负面舆情：在舆情工作组的领导下，由品牌管理中心统管，根据具体情况调配协调相关资源，灵活处置，力求从源头上化解矛盾。

第十四条 重大负面舆情或重大突发事件的处置：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。品牌管理中心和证券事务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舆情传播范围，具体如下：

（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，防止媒体持续跟进导致事态进一步发酵；

（三）根据需要通过官网、官微等渠道进行澄清，舆情信息可能或已经对公司股票交易价格造成较大影响时，公司应当及时按照有关规定发布澄清公告；

（四）同步启动内部沟通程序，由品牌管理中心主导，人力资源部门及涉事单位协同，根据事件性质向公司员工发布官方统一口径，确保内部信息一致，稳定团队士气；

（五）加强与股东沟通，做好股东的咨询、来访及调查工作，及时发声。同时对股东做好疏导化解工作，减少误读误判，防止网上热点扩大；

（六）联动法务、证券、内控、医管等相关职能部门成立专项攻坚小组，引入外部团队制定组合方案；

（七）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，进一步维护公司和股东的合法权益；

（八）加强危机恢复管理，对危机处理结果进行全面评估，总结经验，不断提升在危机中的应对能力。

第四章 责任追究

第十五条 公司内部有关部门及相关知情人员对公司前述舆情负有保密义务，并应严格遵守本制度规定的各项职责与义务。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。如有违反本制度规定或保密义务的行为发生，给公司造成损失的，公司有权视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，如由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变动，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，按国家有关法律、法规、部门规章、规范性文件和《公司章程》的规定执行。本制度的规定如与国家日后颁布或修订的法律、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 公司品牌管理中心作为本制度的执行实施主体，根据实际工作需要可以在本制度框架内制定具体的实施执行细则，报公司舆情工作组审批。

第二十条 公司各下属子公司应严格遵守本制度，并可结合自身实际情况与属地管理要求，在本制度框架内制定相应的落实细则或方案，报公司品牌管理中心备案。

第二十一条 本制度由公司董事会负责制定、解释、修订。

第二十二条 本制度经公司董事会审议批准后生效，修改时亦同。

牙博士医疗控股集团股份有限公司

董事会

2026年4月24日