

# 苏州汇川联合动力系统股份有限公司

## 輿情管理制度

2026 年 1 月

## 苏州汇川联合动力系统股份有限公司

### 舆情管理制度

#### 第一章 总则

**第一条** 为了提高苏州汇川联合动力系统股份有限公司（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正常生产经营活动、商业信誉及股票交易价格造成的影响，切实保护投资者合法权益，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规和《苏州汇川联合动力系统股份有限公司章程》等有关规定，结合公司实际情况，制定本制度。

**第二条** 本制度适用于公司及公司控股子公司。

**第三条** 本制度所称舆情包括：

（一）指由各类社会主体通过报纸、杂志、网络、社交平台等媒介，表达的对于公司及其关联方所有涉及的态度、意见、情绪的总和。本制度所定义的企业舆情，是指在社会公众语境下，对于公司层面的所有讨论的集合。它包括了社会公众对公司话题的讨论、报道和反映。

（二）可能或者已经影响社会公众投资者投资取向，造成公司股票交易价格异常波动的信息；

（三）其他涉及公司信息披露且可能对公司股票交易价格产生重大影响的事件信息。

#### 第四条 舆情等级分类

红色级别舆情	<p>定义：指已对企业声誉、经营或股价造成重大现实损害，或即将引发全国性舆论风暴的极高危舆情。</p> <p>判定标准（满足其一即可）：</p> <p>A. 至少1家中央级媒体/全国性权威媒体已发布或明确即将发布具有定性的重大负面报道。</p> <p>B. 事件已登上全国性社交平台热搜榜前列，形成压倒性负面舆论，且趋势持续恶化。</p>
--------	---

	<p>C. 已引发中央或省级监管机构正式介入调查、问询或公开批评。</p> <p>D. 已直接导致公司股价异常暴跌、重大业务合作中止或面临重大法律风险。</p>
橙色级别舆情	<p>定义：指传播迅速、影响广泛，具有明确的升级风险，如不有效干预，极可能在短期内升级为红色级别的严重舆情。</p> <p>判定标准（满足其一即可）：</p> <p>A. 多家省级或重要行业媒体已进行负面报道，并开始被全国性媒体转载或关注。</p> <p>B. 在主要社交平台或财经论坛形成区域性、行业性热点，负面声量快速增长，意见领袖（KOL）参与转发评论。</p> <p>C. 已收到全国性主流媒体发送的、具有明确负面倾向且问题尖锐的正式采访函。</p> <p>D. 事件本身涉及产品安全、高管违法、财务造假等敏感议题，虽未全面爆发，但隐患极大。</p>
黄色级别舆情	<p>定义：指已在局部或特定圈层引发关注，存在一定发酵风险，需要密切监控并主动引导的潜在舆情。</p> <p>判定标准（满足其一即可）：</p> <p>A. 地方性媒体、垂直行业自媒体或有一定影响力的个人账号发布了敏感性报道或评论。</p> <p>B. 在特定网络社区（如股吧、投诉平台）或客户群中形成小范围热议，负面信息开始累积。</p> <p>C. 出现可能被曲解或放大的苗头性信息，如内部文件截图、断章取义的员工发言等。</p> <p>同行业类似事件正处热点，公司存在被关联类比的风险。</p>
蓝色级别舆情	<p>定义：指早期出现的、零散的负面信号或误解，主要风险在于应对不当可能激化矛盾，需进行日常监测与及时澄清的轻量级舆情。</p> <p>判定标准：</p> <p>A. 舆情内容主要表现为个别用户的抱怨、误解、不实猜测或非理性的情绪化批评。</p> <p>传播范围极为有限，仅见于少量社交媒体评论区、个人主页或小型</p>

	<p>论坛，未形成扩散趋势。</p> <p>B. 信息尚未引起任何媒体注意，也未形成任何讨论热点。</p> <p>C. 核心风险在于官方若忽视、回应迟缓或态度不当，可能刺激事态升级。</p>
--	---

## 第二章 舆情管理组织体系及其工作职责

**第五条** 公司设立舆情管理工作领导小组（以下简称“舆情管理工作组”），由公司董事长担任组长，公司总经理担任副组长，战略规划与投资部总监担任舆情处置副组长，董事会秘书担任舆情披露副组长，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。

**第六条** 舆情管理工作组作为公司应对各类舆情的领导机构，统一领导公司应对舆情的处理工作，并就相关工作做出决策和部署，舆情管理工作组的主要职责包括：

- （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对外宣传报道工作和媒体对接工作；
- （四）负责与监管部门信息沟通工作；
- （五）各类舆情处理过程中的其他事项。

**第七条** 公司各职能部门在舆情管理中的职责：

- （一）配合开展舆情信息采集相关工作；
- （二）协调公司内部资源和外部媒体，制定应对策略；
- （三）及时向舆情管理工作组通报日常经营、合规审查及审计过程中发现的舆情情况；
- （四）根据舆情事件性质，配合相关部门开展应对工作。

## 第三章 舆情信息的应对及处理

**第八条 各类舆情信息的处理原则：**

（一）真实性原则：坚持信息内容与事实相符，客观反映情况，避免误导公众和媒体；

（二）时效性原则：在第一时间发布准确信息，把握舆论引导的"黄金时间"，最大限度减少猜测和不实报道；

（三）主动性原则：积极采取措施，主动应对舆情，掌握舆论主导权，不做被动回应；

（四）一致性原则：就同一事件，不同部门、不同时间发布的口径与核心信息须保持一致；

（五）合规性原则：对外发布的信息须符合《上市公司信息披露管理办法》等法律法规和监管规定；

（六）公共利益与人文关怀原则：站在公共立场上发布事件信息和处理措施，体现企业社会责任和人文关怀。

**第九条 舆情信息的报告流程：**

（一）公司品牌部及其他各职能部门应当在知悉相关舆情信息后，立即汇总整理，并向舆情管理工作组舆情处置副组长报告；

（二）舆情处置副组长在知悉相关情况时应及时向舆情管理工作组报告，舆情管理工作组决策后，第一时间作出应急反应并采取处理措施，必要时可向相关监管部门报告。

**第十条** 舆情管理工作组应对监测到的舆情进行分类，分为红色级别舆情、橙色级别舆情、黄色级别舆情、蓝色级别舆情。红色级别舆情应立即报告舆情管理工作组组长，橙色级别舆情应立即报告舆情管理工作组副组长，其他舆情由舆情管理工作组根据舆情的具体情况灵活处理。

**第十一条** 对于红色级别舆情、橙色级别舆情，公司应采取以下应对措施：

（一）迅速调查、及时了解事件真实情况；

（二）及时与刊发媒体沟通情况，防止媒体跟进使事态进一步发酵；

（三）加强与投资者沟通，做好投资者的咨询、来访及调查的接洽工作。发挥

投资者热线和互动易平台的作用，确保各类沟通渠道的畅通，及时回应。做好疏导化解工作，使市场充分了解情况，减少投资者的误读误判，防止网上热点扩大；

（四）视情况需要通过公司官网、微信公众号等渠道进行澄清。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，公司应当及时按照深圳证券交易所有关规定发布澄清公告；

（五）对编造、传播公司虚假信息或误导性信息的媒体，公司应当要求相应传播平台立即删除并消除影响，同时保存证据，必要时可采取发送“公司公函”，委托律师发送“律师函”、提起诉讼等措施制止有关媒体的侵权行为，维护公司和投资者的合法权益。

#### 第四章 舆情反馈

**第十二条** 舆情管理工作组应在舆情处理结束后，对处理情况进行总结，并向董事会报告。

**第十三条** 公司应建立健全舆情处理档案，保存相关证据材料，以备后续查询和追溯。

**第十四条** 公司应对舆情处理过程中发现的问题，及时整改，完善相关制度和流程。

#### 第五章 附则

**第十五条** 本制度未尽事宜，按国家有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。本制度与有关法律、法规的有关规定不一致的，以有关法律、法规及规范性文件的规定为准。

**第十六条** 本制度由公司董事会负责制定和解释。

**第十七条** 本制度自公司董事会审议通过之日起生效，修改时亦同。