

(上接B097版)

备案、核准、同意等手续,签署、执行、修改、完成向有关政府、机构、组织、个人提交的文件;修改《公司章程》、办理公司注册资本的变更登记;以及做出其认为与股权激励计划有关的必要、恰当合理的所有行为。

3. 提请公司股东大会对本次激励计划的实施、授权董事会委任财务顾问、收款银行、会计师、律师、证券公司等中介机构。

4. 提请公司股东大会同意,向董事会授权的期限与本次股权激励计划有效期一致。

上述授权事项,除法律、行政法规、中国证监会规章、规范性文件、本次限制性股票激励计划或公司章程有明确规定需由董事会决议通过的事项外,其他事项可由董事长或其授权的适当人士代表董事会直接行使。

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票。关联董事路金波、翟洪斌回避表决。

4. 审议尚需提交公司2024年第一次临时股东大会审议。
审议通过《关于签署壹壹投资合作协议暨关联交易议案》

董事会认为:本次交易有利于提升公司综合竞争力,为全体股东创造更大价值。符合《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》及《公司章程》规定,未损害公司及其他股东,特别是中小股东和非关联股东的利益,符合上市公司和全体股东的利益。

上述事项已经公司独立董事专门会议审议通过。

表决结果:同意4票,反对0票,弃权0票。关联董事路金波回避表决。

5. 审议尚需提交公司2024年第一次临时股东大会审议。

审议通过《关于召开2024年第一次临时股东大会的议案》

董事会决定于2024年4月24日(星期三)召开公司2024年第一次临时股东大会。

表决结果:同意5票,反对0票,弃权0票。

三、备查文件

1. 第三届董事会第三次会议决议;
2. 独立董事关于第三届董事会2024年第二次专门会议决议;
- 特此公告。

果麦文化传媒股份有限公司董事会

2024年4月9日

证券简称:果麦文化 证券代码:301052 公告编号:2024-021

果麦文化传媒股份有限公司

2024年限制性股票激励计划(草案)摘要

二零二四年四月

摘要

本公司及全体董事、监事保证本激励计划草案及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司所有激励对象承诺:如因公司信息披露文件中有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,导致不符合授予权益或权益归属安排的,激励对象应当自相关信息披露文件被确认存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏后,将因本激励计划所获得的全部利益返还公司。

特别提示

一、果麦文化传媒股份有限公司(以下简称“果麦文化”、“本公司”或“公司”)2024年限制性股票激励计划(草案)系依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司股权激励管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第1号——业务办理》及其他有关法律、法规及规范性文件(以下简称“激励计划”)制定。

二、本限制性股票激励计划所采用的激励工具为限制性股票(第二类限制性股票)。股票来源为公司向激励对象定向发行或二级市场回购的公司A股普通股股票。符合本激励计划授予条件的激励对象,在满足相应归属条件后,将进行价格折扣获得公司A股普通股股票,该等股票将在中国证券登记结算有限责任公司进行登记。激励对象获授的限制性股票在归属前,不享有公司股东权利,并且该限制性股票不得转让、用于担保或偿还债务等。

三、本计划拟向激励对象授予的第二类限制性股票总量为100.00万股,约占本计划公告时公司股本总额8,800,718.99万股的1.01%。其中:首次授予83.00万股,占本计划拟授予权益总数的83.00%,占本计划公告时公司股本总额的0.94%;预留17.00万股,占本计划拟授予权益总数的17.00%,占本计划公告时公司股本总额的0.17%。

公司全部有效的股权激励计划所涉及的限制性股票总数未超过公司股本总额的20%,且任何一名激励对象通过全部在有效期内的股权激励计划获授的公司股票,累计未超过本激励计划公告时公司股本总额的1%。

预留部分将在本计划经股东大会审议通过后12个月内明确预留限制性股票的授予对象。预留部分的授予由董事会提出,监事会发表明确意见,律师发表专业意见并出具法律意见书,公司在指定网站对外披露激励计划,激励对象职务、授予价格等详细内容做出充分的信息披露后,按本计划的约定进行授予。超过12个月未明确激励对象的,预留限制性股票失效。

四、本激励计划首次授予限制性股票的授予价格为16.42元/股,预留部分限制性股票授予价格与首次授予的限制性股票授予价格相同。

五、在本激励计划公告日至激励对象完成限制性股票归属期间,若公司发生资本公积转增股本、派发股票红利、股份拆细或缩股、配股、派息等事宜,限制性股票的授予价格和数量将做相应的调整。

六、本激励计划首次授予激励对象总人数为15人,激励对象包括公司公告本激励计划时在公司(含子公司,下同)董事、高级管理人员、中层管理人员、核心骨干员工。公司独立董事与监事不在本计划的激励对象范围之内,符合《上市公司股权激励管理办法》第八条、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第8.4.2条的规定。本计划激励对象不存在不得成为激励对象的情形如下:

1. 最近12个月内被证券交易所认定为不适当人选;
2. 最近12个月内被中国证监会及其派出机构认定为不适当人选;
3. 最近12个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施;
4. 具有《公司法》规定的不得担任公司董事、高级管理人员情形的;
5. 法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;
6. 中国证监会认定的其他情形。

七、本激励计划有效期自限制性股票授予之日起至激励对象获授的限制性股票全部归属或作废失效之日止,最长不超过36个月。激励对象获授的限制性股票将按约定比例分批归属,每次权益归属以足额相应归属条件为前提条件。

八、公司不存在《管理办法》第七条规定的不得实行股权激励的下列情形:

1. 最近一个会计年度财务会计报告被注册会计师出具否定意见或者无法表示意见的审计报告;
2. 最近一个会计年度财务报告内部控制被注册会计师出具否定意见或无法表示意见的审计报告;
3. 上市后最近36个月内出现过未按法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
4. 法律法规规定不得实行股权激励的;
5. 中国证监会认定的其他情形。

九、激励对象参与本激励计划的资金来源合法合规,符合《管理办法》第二十一条的规定,公司承诺不为激励对象依本计划获取有关权益提供贷款以及其他任何形式的财务资助,包括为其贷款提供担保。

十、本计划经公司股东大会审议通过方可实施。
十一、自公司股东大会审议通过本计划之日起60日内,公司将按相关规定召开董事会对激励对象进行授予登记,并完成公告等相关程序。授予日应为交易日。公司未能在60日内完成上述工作的,应及时披露未完成的原因并终止实施本计划,未授予的限制性股票失效。根据《管理办法》及《监管指南第1号》规定,上市公司不得授予权益的期间不计入60日内。

预留部分限制性股票的激励对象在本计划经股东大会审议通过后12个月内确定。

十二、本计划的实施不会导致公司股权结构不符合上市条件的要求。

释义

在本计划中,除非另有特殊说明,以下名词或简称在本文中具有如下含义:

释义	释义内容
果麦文化/本公司/公司	指 果麦文化传媒股份有限公司
激励计划/本激励计划/本计划	指 果麦文化传媒股份有限公司2024年限制性股票激励计划(草案)
股东大会	指 本公司股东大会
董事会	指 本公司董事会
监事会	指 本公司监事会
限制性股票/第二类限制性股票	指 符合本激励计划授予条件的激励对象,在满足相应归属条件后分批获得并锁定持有的本公司A股普通股股票
激励对象	指 符合本激励计划授予条件的激励对象(含子公司)董事、高级管理人员、中层管理人员、核心骨干员工
授予日	指 公司向激励对象授予限制性股票的日期
授予价格	指 公司向授予激励对象每一股限制性股票的价格
有效期	指 自限制性股票授予日起至激励对象获授的限制性股票全部归属或作废失效的期间
归属	指 第二类限制性股票激励对象满足归属条件后,公司将按照约定分期授予至激励对象账户的行为
归属日	指 限制性股票激励对象满足归属条件后,获授股票应归属的日期,必须为交易日
归属条件	指 限制性股票激励计划所设立的,激励对象为获得激励股票所需满足的归属条件
《公司法》	指 《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指 《中华人民共和国证券法》
《管理办法》	指 《上市公司股权激励管理办法》
《上市规则》	指 《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《监管指南第1号》	指 《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第1号——业务办理》
《公司章程》	指 《果麦文化传媒股份有限公司2024年限制性股票激励计划实施考核管理办法》
《考核管理办法》	指 《果麦文化传媒股份有限公司2024年限制性股票激励计划实施考核管理办法》
中国证监会、证监会	指 中国证券监督管理委员会
深交所、证券交易所	指 深圳证券交易所
登记结算机构	指 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
元、万元	指 人民币元、人民币万元

注:

1. 本计划所引用的财务数据和财务指标,如无特殊说明并合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标;
2. 本计划中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异,是由于四舍五入所致造成。

第一章 本激励计划的目的与原则

为了进一步完善公司法人治理结构,促进公司建立、健全激励机制和约束机制,增强公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心骨干员工对公司整体健康发展的责任感、使命感,确保公司发展战略与经营目标的实现,公司根据《公司法》《证券法》《管理办法》《上市规则》及《监管指南第1号》等有关法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定,制定本计划。

一、本激励计划的目的

(一) 进一步建立、健全公司治理结构及运营机制,建立和完善公司激励约束机制,确保公司发展战略与经营目标的实现;

(二) 建立和完善公司员工与其所有者共享机制,有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起,促进各方共同关注公司的长远发展;

(三) 吸引和保留优秀管理人才及核心骨干,满足公司对核心人才的巨大需求,建立公司的人力资源优势,进一步激发公司创新活力,为公司的持续快速发展注入新的动力。

二、本激励计划遵循的原则

(一) 充分保障股东利益,遵循收益与贡献对等的原则;

(二) 股东利益、公司利益和员工利益一致,遵循有利于公司的可持续发展的原则;

(三) 依法规范、公开透明,遵循依据相关法律法规和《公司章程》规定的原则。

第二章 本激励计划的管理机构

一、股东大会是公司的最高权力机构,负责审议批准本计划及计划的变更和终止。股东大会可以在其授权范围内将与本计划相关的部分事宜授权董事会办理。

二、董事会是本计划的执行管理机构,负责本计划的实施。董事会下设薪酬与考核委员会,负责拟定和修订本计划并报董事会审议,董事会对激励计划的审议通过,报股东大会审批。董事会可以在股东大会授权范围内办理本计划的其他相关事宜。

三、监事会是本计划的监督机构,应当就本计划是否有利于公司的持续发展,是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表意见。监事会负责审核激励对象的名单,并对本计划的实施是否符合相关法律、行政法规、部门规章和《公司章程》进行监督。

四、独立董事应当就本计划向所有股东征集委托投票权。

五、公司在股东大会审议通过本计划之前对其进行变更的,监事会应当就变更后的方案是否有利于公司的持续发展,是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表明确意见。

六、公司在向激励对象授出权益前,监事会应当就本激励计划设定的激励对象获授权益的条件发表明确意见。若公司向激励对象授出权益与本计划安排存在差异,监事会(当激励对象发生变化时)应当发表明确意见。

七、激励对象在行使权益前,监事会应当就本激励计划设定的激励对象行使权益的条件是否成就发表明确意见。

第三章 激励对象的确定依据和范围

一、激励对象的确定依据

(一) 激励对象确定的法律依据

本计划的激励对象根据《公司法》《证券法》《管理办法》《上市规则》《监管指南第1号》等有关法律、法规及规范性文件(以下简称“法律法规”)的相关规定,结合公司实际情况确定。

(二) 激励对象确定的职务依据

本计划的激励对象包括公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心骨干员工。对符合本计划的激励对象范围的人员,由公司董事会薪酬与考核委员会拟定名单,并经公司监事会核实确定。

(三) 激励对象的考核依据

根据公司董事会审议通过《考核管理办法》对激励对象进行考核,激励对象经考核合格后方可具有获得本计划项下限制性股票及归属的资格和条件。

二、激励对象的范围

(一) 本计划首次授予涉及的激励对象共计15人,包括:

1. 公司董事、高级管理人员;
2. 公司中层管理人员、核心骨干员工。

本计划涉及的激励对象不包括独立董事、监事。

激励对象中,董事、高级管理人员必须由股东大会选举或公司董事会聘任。所有激励对象必须在公司授予限制性股票时和本激励计划规定的考核期内与公司存在聘用或劳动关系。

本次激励计划首次授予激励对象包括公司实际控制人路金波,路金波先生任果麦文化董事长,拥有多年管理经验,主要工作职责为负责公司全面经营管理,在公司的整体战略规划、重大经营管理事项起到领导作用,有助于促进公司未来发展战略的实现,符合《上市规则》8.4.2条关于激励对象的规定及其他相关法律法规的规定。因此,本激励计划将实际控制人路金波先生列入激励对象范围符合相关政策规定,贴合公司实际发展情况,符合激励与约束等原则,具有必要性和合理性。

预留激励对象的确定依据参照首次授予的依据,公司应当在本计划经股东大会审议通过后12个月内明确预留限制性股票的授予对象,经董事会提出,监事会发表明确意见,律师发表专业意见并出具法律意见书后,公司按要求及时准确披露激励对象相关信息。超过12个月未明确激励对象的,预留权益失效。

(二) 激励对象不存在不得成为激励对象的下列情形:

1. 最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选的;
2. 最近 12 个月内被中国证监会及其派出机构认定为不适当人选的;
3. 最近 12 个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施的;
4. 具有《公司法》规定的不得担任董事、高级管理人员情形的;
5. 法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;
6. 中国证监会认定的其他情形。

三、激励对象的核实

(一) 公司聘请律师对激励对象的资格是否符合《管理办法》等相关法律、法规及本计划相关规定出具专业意见。

(二) 公司将在召开股东大会前,通过公司网站或者其他途径,在公司内部公示激励对象的姓名和职务,公示期不少于10天。

(三) 公司监事会对激励对象名单进行审核,充分听取公示意见,并在公司股东大会审议本激励计划前5日披露监事会关于激励对象名单审核及公示情况的说明。经公司董事会调整的激励对象名单亦应经公司监事会核实。

第四章 限制性股票的来源、数量和分配

一、本激励计划的股票来源

本计划所涉及的第二类限制性股票来源为公司向激励对象定向发行或二级市场回购的公司A股普通股股票。

二、授予限制性股票的数量

本计划拟向激励对象授予的第二类限制性股票总量为100万股,约占本计划公告时公司股本总额8,800,718.99万股的1.01%。其中:首次授予83.00万股,占本计划拟授予权益总数的83.00%,占本计划公告时公司股本总额的0.94%;预留17.00万股,占本计划拟授予权益总数的17.00%,占本计划公告时公司股本总额的0.17%。

公司全部在有效期内的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计未超过公司股本总额的20%,且任何一名激励对象通过全部在有效期内的股权激励计划获授的公司股票,累计未超过本激励计划公告时公司股本总额的1%。

预留部分将在本计划经股东大会审议通过后12个月内明确预留限制性股票的授予对象。预留部分的授予由董事会提出,监事会发表明确意见,律师发表专业意见并出具法律意见书,公司在指定网站对外披露激励计划,激励对象职务、授予价格等详细内容做出充分的信息披露后,按本计划的约定进行授予。

某激励对象出现上述第(二)条规定情形之一的,公司将终止其参与本激励计划的权利,该激励对象根据本激励计划已获授但尚未归属的限制性股票取消归属,并作废失效。

(三) 激励对象归属权益的任职期限要求

激励对象获授的各批次限制性股票在归属前,须满足 12 个月以上的任职期限。

公司业绩考核要求

本计划授予的限制性股票,分年度进行绩效考核并归属,以达到绩效考核目标作为激励对象的归属条件,具体如下所示:

本激励计划首次授予的限制性股票的归属考核年度为2024-2025年两个会计年度,每个会计年度考核一次,各年度业绩考核目标如下表所示:

归属期	业绩考核目标
第一个归属期	以2023年净利润为基数,2024年净利润同比增长率不低于10%
第二个归属期	以2023年净利润为基数,2025年净利润同比增长率不低于10%

注:上述净利润指经审计的扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为,且以剔除本激励计划及其在有效期内的激励计划股份支付费用影响的数值作为计算依据,下同。

二、预留授予的限制性股票

若预留部分限制性股票在2024年三季度披露之前授予,则预留部分业绩考核与首次授予部分一致;若预留部分限制性股票在2024年三季度披露之后授予,则预留部分考核年度为2025-2026年两个会计年度,每个会计年度考核一次,各年度业绩考核目标如下表所示:

归属期	业绩考核目标
第一个归属期	以2023年净利润为基数,2025年净利润同比增长率不低于10%
第二个归属期	以2023年净利润为基数,2026年净利润同比增长率不低于10%

注:上述净利润指经审计的扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为,且以剔除本激励计划及其在有效期内的激励计划股份支付费用影响的数值作为计算依据,下同。

三、预留授予的限制性股票

若预留部分限制性股票在2024年三季度披露之前授予,则预留部分业绩考核与首次授予部分一致;若预留部分限制性股票在2024年三季度披露之后授予,则预留部分考核年度为2025-2026年两个会计年度,每个会计年度考核一次,各年度业绩考核目标如下表所示:

归属期	业绩考核目标
第一个归属期	以2023年净利润为基数,2025年净利润同比增长率不低于10%
第二个归属期	以2023年净利润为基数,2026年净利润同比增长率不低于10%

根据《考核管理办法》,若公司未达到上述业绩考核目标的,则所有激励对象对应考核当年计划归属的限制性股票均不得归属并递延下期归属,并作废失效。

(五) 个人绩效考核要求

激励对象个人层面的考核根据公司内部绩效考核相关制度实施。公司依据激励对象的归属前一年的考核结果确认其归属比例。激励对象个人考核结果分为“优秀”、“良好”、“合格”、“不合格”四个等级,分别对应的个人归属系数如下表所示:

评价等级	优秀	良好	合格	不合格
个人归属比例	100%	80%	60%	0%

在公司业绩目标达成的前提下,激励对象个人当年实际归属额度=个人当年计划归属额度×个人层面归属系数

激励对象只有在上一年度绩效考核合格并经公司董事会、监事会审议通过,方达成归属当期相应比例的激励股票个人归属条件,激励对象可按照考核结果对应的归属比例计算实际归属,当期未归属部分激励股票取消归属,并作废失效,不可递延至下一年度;若激励对象考核不合格经公司董事会、监事会审议未通过,则其对应归属期所获授但尚未归属的限制性股票不能归属,并作废失效。

所有激励对象在各自归属期对应的满足归属条件的归属的董事会决议公告日(含公告日)须为公司在职员工。

(六) 业绩考核指标设置的合理性分析

本次限制性股票激励计划考核指标分为两个层面,分别为公司层面业绩考核、个人层面业绩考核。

公司选取净利润增长率作为公司层面业绩考核指标。净利润是衡量公司主营业务盈利能力、业绩水平的重要指标,公司主营业务为图书出版发行、互联网及其他衍生业务。2023年以来,随着AI在文字、图片、视频等多领域多模态的飞速发展,公司积极部署AI赛道,持续进行产品迭代及研发。一方面,公司需在新赛道加快布局与投入,另一方面,公司力求在市场竞争中保持领先地位,保持一定的行业竞争力,在不断发展的行业背景下,公司对人才的需求是长期持续且紧迫的。未来公司发展战略的实施依赖于核心人才的稳定性和目标一致,公司确定本次激励计划的业绩考核目标,系充分考虑了公司及行业的实际情况以及未来发展需求,并结合激励有效性进行目标,力求在不确定的环境下保持核心团队的工作积极性,提升公司的核心竞争力,具有一定的挑战性。

除公司层面的业绩考核外,公司对激励对象个人还设置了严格的绩效考核体系,能够对激励对象的工作绩效做出较为全面、综合的评价。公司将根据激励对象年度绩效考核结果,确定激励对象个人是否达到归属条件。

综上,公司本激励计划的考核体系具有科学性、综合性及可操作性,考核指标设定具有良好的科学性和合理性,同时对激励对象具有约束效果,能够达到本激励计划的考核目的。

第八章 限制性股票的调整方法和程序

一、限制性股票授予数量及归属数量的调整方法
若在本激励计划公告日至激励对象获授的第二类限制性股票完成归属登记前,公司有资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细、配股、缩股等事项,应对第二类限制性股票的授予/归属数量进行相应的调整。调整方法如下:

(一) 资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细

$Q=O0 \times (1+n)$

其中:Q为调整后的第二类限制性股票的授予/归属数量;n为每股的资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细的比例(即每股股票经转增、送股或拆细后的股票数量);O为调整后的第二类限制性股票授予/归属数量。

(二) 配股

过其所持有本公司股份总数的25%;在离职后半年内,不得转让其所持有的本公司股份;或者(二)激励对象可以在股东大会授权范围内办理本计划,将其持有的所有本激励计划在买入后6个月内卖出,或者在卖出后6个月内买入,由此所得收益归本公司所有,本公司董事会将收回其所得收益;

(三) 激励对象减持公司股票还需遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持实施细则》等相关规定;

(四) 在本计划有效期内,如果《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等文件对公司董事和高级管理人员持有股份转让的有关规定发生了变化,则这部分激励对象转让其所持有的公司股票应当在转让时符合修改后的《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

第六节 限制性股票的授予价格及授予价格的确定方法

一、首次授予限制性股票的授予价格
首次授予的限制性股票的授予价格确定为每股16.42元,即满足授予条件和归属条件激励对象可以每股16.42元的价格购买公司向激励对象增发或自二级市场回购的公司A股普通股股票。

二、首次授予限制性股票授予价格的确定方法
本激励计划首次授予限制性股票授予价格为16.42元/股,占前1个交易日交易均价的57.97%,占前20个交易日交易均价的50.29%,占前60个交易日交易均价的55.34%,占前120个交易日交易均价的50.02%。

三、预留部分限制性股票授予价格的确定方法
预留的限制性股票授予价格与首次授予一致。即满足预留授予条件和归属条件后,激励对象可以每股16.42元的价格购买公司向激励对象授予的限制性股票,预留部分限制性股票在授予前须召开董事会审议通过相关议案,并披露授予情况。

四、定价依据及合理性说明

本次限制性股票的授予目的是为了吸引和留住专业人士,充分调动其积极性和创造性。

公司是一家以互联网驱动的新出版公司,践行“以微小的力量推动文明”企业使命。公司创立于中国移动互联网起步发展的2012年,十年来积极拥抱网络新媒体、新技术,并依托于创始人团队多年开发及运营的强大内容基地,经公司研发并在实践中行之有效的“果麦基本方法论”训练后具有高度稳定产出的策划团队,以及高度专业化且持续创作优质内容的杰出作家学者们,开辟了“出版+互联网”新商业模式。

公司本次限制性股票的授予价格和定价方法是促进公司发展、维护股东权益为根本目的,基于对公司未来发展前景的信心和内在价值的认可,本着激励与约束对等的原则而定,体现了公司实际激励需求。激励对象未来的收益取决于公司未来业绩发展和二级市场股价。本次限制性股票授予价格的定价方式有助于公司中长期激励机制的建设,符合公司一贯坚持的激励与约束相对等的原则,有助于保持核心员工的工作积极性和稳定性,能够更好地保障激励权益。

综上,在符合相关法律法规、规范性文件的基础上,公司决定将限制性股票的授予价格确定为16.42元/股,此次激励计划的实施将更加稳定核心团队,实现员工利益与股东利益的深度绑定。

第七章 限制性股票的授予与归属条件

一、限制性股票的授予条件
同时满足下列授予条件时,公司应向激励对象授予第二类限制性股票,反之,若下列任一授予条件未达成时,则不能向激励对象授予第二类限制性股票。

(一) 果麦文化未发生如下任一情形:

1. 最近一个会计年度财务会计报告被注册会计师出具否定意见或者无法表示意见的审计报告;
2. 最近一个会计年度财务报告内部控制被注册会计师出具否定意见或无法表示意见的审计报告;
3. 上市后最近36个月内出现过未按法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
4. 法律法规规定不得实行股权激励的;
5. 中国证监会认定的其他情形。

(二) 激励对象未发生如下任一情形:

1. 最近12个月内被证券交易所认定为不适当人选;
2. 最近12个月内被中国证监会及其派出机构认定为不适当人选;
3. 最近12个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施;
4. 具有《公司法》规定的不得担任公司董事、高级管理人员情形的;
5. 法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;
6. 中国证监会认定的其他情形。

(三) 激励对象未发生如下任一情形:

1. 最近一个会计年度财务会计报告被注册会计师出具否定意见或者无法表示意见的审计报告;
2. 最近一个会计年度财务报告内部控制被注册会计师出具否定意见或无法表示意见的审计报告;
3. 上市后最近36个月内出现过未按法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
4. 法律法规规定不得实行股权激励的;
5. 中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第(一)条规定情形之一的,激励对象根据本计划已获授但尚未归属的限制性股票取消归属,并作废失效。

(二) 激励对象未发生如下任一情形:

1. 最近12个月内被证券交易所认定为不适当人选;
2. 最近12个月内被中国证监会及其派出机构认定为不适当人选;
3. 最近12个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施;
4. 具有《公司法》规定的不得担任公司董事、高级管理人员情形的;
5. 法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;
6. 中国证监会认定的其他情形。

二、限制性股票的归属条件

激励对象获授的限制性股票需同时满足以下归属条件方可分批办理归属事宜:

(一) 果麦文化未发生如下任一情形:

1. 最近一个会计年度财务会计报告被注册会计师出具否定意见或者无法表示意见的审计报告;
2. 最近一个会计年度财务报告内部控制被注册会计师出具否定意见或无法表示意见的审计报告;
3. 上市后最近36个月内出现过未按法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
4. 法律法规规定不得实行股权激励的;
5. 中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第(一)条规定情形之一的,激励对象根据本计划已获授但尚未归属的限制性股票取消归属,并作废失效。

(二) 激励对象未发生如下任一情形:

1. 最近12个月内被证券交易所认定为不适当人选;
2. 最近12个月内被中国证监会及其派出机构认定为不适当人选;
3. 最近12个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施;
4. 具有《公司法》规定的不得担任公司董事、高级管理人员情形的;
5. 法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;
6. 中国证监会认定的其他情形。

某激励对象出现上述第(二)条规定情形之一的,公司将终止其参与本激励计划的权利,该激励对象根据本激励计划已获授但尚未归属的限制性股票取消归属,并作废失效。

(三) 激励对象归属权益的任职期限要求

激励对象获授的各批次限制性股票在归属前,须满足 12 个月以上的任职期限。

公司业绩考核要求