

## 证券代码:603598 证券简称:引力传媒 公告编号:2024-018 引力传媒股份有限公司2024年限制性股票与 股票期权激励计划(草案)摘要

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 重要内容提示:

- 股权激励方式:限制性股票与股票期权
- 股权激励:引力传媒股份有限公司(以下简称“公司”)向激励对象定向发行公司A股普通股。
- 股权激励对象:本次股权激励计划涉及的标的股票总数:公司确定了1个股权激励对象,约占本激励计划公告时总股本总额的0.22%;授予股票期权60.00万份,授予股票期权60.00万份,约占本激励计划草案公告时总股本总额的0.22%;授予股票期权70.00万份,约占本激励计划草案公告时总股本总额的0.10%。

### 一、公司简介

公司是一家以内容创意与科技创新驱动的卓越数字营销服务公司,以依托内容、聚合数据、赋能消费为经营理念,构建了从内容创意设计、传播策略、媒介分发到数据洞察、电商运营的商业模式,形成品效协同的全域全链路生态营销服务体系,助力品牌实现可持续增长。

(二)公司治理结构

公司第五届董事会由7名董事组成,其中独立董事3名;第五届监事会由3名监事组成;现任高级管理人员5名。

(三)公司最近三年业绩情况

公司最近三年业绩情况如下:

单位:人民币万元

主要会计数据	2023年	2022年	2021年
营业收入	4,732,142.63	4,323,162.42	5,496,730,497.19
归属于上市公司股东的净利润	48,040,604.54	-59,389,612.88	-207,601,794.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	34,321,768.21	-117,319,061.61	-246,007,388.69
经营活动产生的现金流量净额	21,124,476.36	116,062,074.94	183,327,830.46
归属于上市公司股东的净资产	197,097,842.27	146,269,742.70	246,122,664.13
总资产	1,222,081,639.07	1,387,162,497.38	1,711,981,728.41
归属于上市公司股东的净资产	202.78%	202.22%	-
每股净资产(元/股)	0.18	-0.27	-0.77
每股现金流量(元/股)	0.18	-0.27	-0.77
扣除非经常性损益后的基本每股收益	0.13	-0.44	-0.80
加权平均净资产收益率(%)	28.06	-6.01	-6.49
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	20.05	-6.07	-6.38

### 二、本激励计划的目的与原则

为进一步建立、健全公司长效激励机制,吸引和留住优秀人才,充分调动公司员工工作的积极性,有效地将股东利益、公司利益和员工利益结合在一起,使各方共同关注公司的长远发展,在充分保障股东利益的前提下,按照收益与贡献对等的原则,公司根据《中华人民共和国公司法》(以下简称“《公司法》”)、《中华人民共和国证券法》(以下简称“《证券法》”)、《上市公司股权激励管理办法》(以下简称“《管理办法》”)等有关法律、行政法规、部门规章和规范性文件以及《引力传媒股份有限公司章程》(以下简称“《公司章程》”)的规定,制定本激励计划。

### 三、本激励计划方式及标的股票来源

#### (一)本激励计划的激励方式

本激励计划采用限制性股票与股票期权相结合的方式向激励对象授予限制性股票和股票期权。

#### (二)本激励计划的股票来源

本激励计划涉及的标的股票来源为公司向激励对象定向发行公司A股普通股。

#### 四、股权激励计划授予的权益数量

本激励计划向激励对象授予权益总计330.00万股,涉及标的股票种类为人民币A股普通股,约占本激励计划公告时总股本总额的2.26%,授予股票期权60.00万份,约占本激励计划草案公告时总股本总额的0.22%;授予股票期权70.00万份,约占本激励计划草案公告时总股本总额的0.10%。

公司上市以来实施了2016年限制性股票激励计划和2020年股票期权激励计划,前述激励计划均已实施完毕,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本激励计划草案公告时公司股本总额的10%。

### 五、激励对象的范围及各自所获授的权益数量

#### (一)激励对象的资格

##### 1.激励对象确定的法律依据

本激励计划激励对象的确定依据《公司法》《证券法》《管理办法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定,并结合公司实际情况确定。

下列人员不得成为激励对象:

- (1)最近12个月内被中国证监会认定为不适当人选;
- (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;
- (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。

##### 2.激励对象确定的职务依据

本激励计划的激励对象为公司的董事、高级管理人员以及核心骨干员工。激励对象不包括独立董事、监事和单独或合计持有公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女。

##### 3.激励对象的范围

本激励计划授予的激励对象总人数为22人,包括以下两类:

- 1.董事、高级管理人员;
- 2.核心骨干员工。

本激励计划涉及的激励对象不包括独立董事、监事及单独或合计持有公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女;激励对象必须是公司股东大会授权,高级管理人员必须由董事会聘任,所有激励对象必须在授予及解锁/行权有效期内与公司或公司控股子公司具有聘用、兼职或劳务关系。

#### (二)激励对象的考核

1.本激励计划的董事会审议通过后,公司应当在召开股东大会前,通过公司网站或者其他途径,在内部公示激励对象的姓名和职务,公示期不少于10天。

2.公司监事会负责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意见及对公司公示的激励对象的姓名职务进行审核的公告。

3.由公司内幕信息知情人在本激励计划草案公告前6个月内买卖公司股票及其衍生品种的情况进行自查,说明是否存在内幕交易行为。如存在内幕信息而买卖公司股票,不得成为激励对象,法律、行政法规及中国证监会规定不属于内幕交易的情形的除外。泄露内幕信息而导致内幕交易发生的,不得成为激励对象。

#### (四)激励对象获授的股票期权与限制性股票分配情况

1.授予的限制性股票在各激励对象间的分配情况如下表所示:

序号	姓名	职务	获授的限制性股票数量(万股)	占本激励计划授予总量的比例	占本激励计划公告时股本总额的1%
1	邬彬	董事、总裁	40.00	66.67%	0.15%
2	王瑞峰	财务总监	20.00	33.33%	0.07%
	合计(2人)		60.00	100.00%	0.22%

注:1.上述同一姓名激励对象授予全部有效的股权激励计划涉及的标的股票均未超过股权激励计划提交股东大会时公司股本总额的1%。公司全部有效的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计不超过股权激励计划提交股东大会时股本总额的10%。

(2)本激励计划激励对象不包括独立董事、监事及单独或合计持有公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女。

(3)表中激励对象现总人数与各分派数量之和尾数不为零,均为四舍五入原因所致。

授予的股票期权在各激励对象间的分配情况如下表所示:

序号	姓名	职务	获授的股票期权授予数量(万份)	占本激励计划授予总量的比例	占本激励计划公告时股本总额的1%
1	邬彬	董事、总裁	20.00	74.1%	0.07%
2	曹明广	财务总监	20.00	74.1%	0.07%
3	曹明广	财务总监	20.00	74.1%	0.07%
	核心骨干员工(17人)		210.00	77.6%	0.78%
	合计(20人)		270.00	100.00%	1.01%

注:1.上述同一姓名激励对象授予全部有效的股权激励计划涉及的标的股票均未超过股权激励计划提交股东大会时公司股本总额的1%。公司全部有效的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计不超过股权激励计划提交股东大会时股本总额的10%。

(2)本激励计划激励对象不包括独立董事、监事及单独或合计持有公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女。

(3)表中激励对象现总人数与各分派数量之和尾数不为零,均为四舍五入原因所致。

#### 六、激励计划的有效期及授予价格的确定方法

##### (一)限制性股票授予价格及授予价格的确定方法

###### 1.限制性股票的授予价格

限制性股票的授予价格为每股2.23元,即满足授予条件后,激励对象可以每股2.23元的价格购买公司向激励对象授予的公司限制性股票。

##### 2.限制性股票授予价格的确定方法

本激励计划限制性股票授予价格不低于股票票面金额,且不低于下列价格较高者:

(1)本激励计划草案公告前1个交易日公司股票交易均价(前1个交易日公司股票交易总额/前1个交易日公司股票交易总量)的50%,为每股6.01元;

(2)本激励计划草案公告前20个交易日公司股票交易均价(前20个交易日公司股票交易总额/前20个交易日公司股票交易总量)的50%,为每股6.23元。

##### (二)股票期权的授予价格及授予价格的确定方法

###### 1.股票期权的授予价格

股票期权的授予价格为每股9.97元,即满足行权条件后,激励对象获授的每份股票期权可以9.97元的价格购买1股公司股票。

##### 2.股票期权的授予价格的确定方法

股票期权行权价格不低于股票票面金额,且不低于下列价格较高者:

(1)本激励计划草案公告前1个交易日公司股票交易均价(前1个交易日公司股票交易总额/前1个交易日公司股票交易总量)的80%,为每股6.1元;

(2)本激励计划草案公告前20个交易日的公司股票交易均价(前20个交易日公司股票交易总额/前20个交易日公司股票交易总量)的80%,为每股9.97元。

##### 3.合理性说明

股票期权行权价格的定价依据参考了《管理办法》第二十九条的规定,定价方式是以促进公司发展、维护并打开股权激励计划为根本目的,也是为了更好地激励公司本次激励计划的激励对象,进一步稳定和激励核心人才,为公司长远可持续发展提供有效激励和人才保障。

公司是一家以内容创意与科技创新驱动的卓越数字营销服务公司,主营业务为:品牌营销、社交营销、电商营销与运营策略和数字营销服务。内容创意与科技创新驱动一直是公司的核心战略,要求公司加大在技术和数据领域投入力度,建立技术与数据人才队伍,公司在行业处于充分竞争型行业,核心人才对于公司的未来发展具有重要意义,充分调动股权激励的有效性是激励核心人才的关键,而合理的激励成本有利于公司有效地吸引人才,激励公司在行业竞争中稳定优势。公司有必要进一步完善和丰富核心人才的中长期激励机制,以应对对优秀激励人才争夺,降低公司可能面临核心人才流失的风险。

公司确定了一次股权激励计划的激励对象为公司董事、高级管理人员以及核心骨干员工。激励对象承担着引领公司发展方向,推进公司发展战略实施的重大责任。公司认为,在符合相关法律法规、规范性文件的基础上,以较高的激励成本实现对这些核心人员的激励,可以真正提升激励对象的工作热情和责任感,充分调动激励对象的积极性,有效推动股权激励计划对公司利益和股东利益结合在一起,使激励对象与公司利益保持一致,促进公司持续、高质量发展,从而推动激励计划取得预期的效果。

因此,本次股权激励定价符合《管理办法》第二十九条、第三十条的规定,公司确定的激励对象的职务范围对股权激励计划的可行性、相关性定价依据和定价方法的合理性,是否有利于公司持续发展,是否损害股东利益均发表肯定意见。

#### 七、本次激励计划的相关时间安排

##### (一)股权激励计划的有效期、授予日、限售期、解除限售安排、禁售期

1.限制性股票激励计划的有效期

本激励计划有效期自限制性股票授予登记完成之日起至激励对象获授的限制性股票全部解除限售或回购注销之日止,最长不超过36个月。

##### 2.授予日

授予日在本激励计划经公司董事会审议通过并由董事会确定,授予日必须为交易日。公司需在股东大会审议通过后60日内按照相关规定召开董事会,向激励对象授予限制性股票并完成公告、登记等相关程序。公司未能在60日内完成上述工作的,应当及时披露未完成的原因,并公告停止实施股权激励计划,未授予的限制性股票失效,但根据《管理办法》规定不得授出限制性股票的期间不计入60日期限之内。

上市公司在下列期间不得向激励对象授予限制性股票:

(1)公司年度报告、半年度报告公告前十五日内,因特殊情况原因推迟公告日期的,自原预告公告日前十五日起算,至公告前一日;

(2)公司季度报告、业绩预告、业绩快报公告前五日内;

(3)自可能对公司股票及其衍生品种交易价格产生较大影响的重要事件发生之日或者进入决策程序之日,至依法披露之后日内;

(4)中国证监会及证券交易所规定的其他期间。

上述“重大事件”为公司依据《上海证券交易所股票上市规则》的规定应当披露的交易或其他重大事项。如相关法律、行政法规、部门规章及规范性文件对不得行权的期间另有规定的,以相关规定为准。

除公司董事、高级管理人员以外的激励对象在授予前6个月内买卖公司股票及其衍生品种的股票行为,则按照《证券法》中信息披露的规定自最后一笔减持之日起追溯至6个月授予限制股票。

##### 3.股权激励计划的限售期

本激励计划各批次限制性股票的限售期分别为自相应授予日起6个月起至12个月、24个月。激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在解除限售前不得转让、用于担保或偿还债务。

激励对象因获授的尚未解除限售的限制性股票而取得的资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细股份和红利同时按本激励计划进行锁定,不得在二级市场出售或其他方式进行转让,该等股份的解除限售期与限制性股票解除限售期相同,若公司对尚未解除限售的限制性股票进行回购,该等股份一并回购。

限售期届满后,公司为满足解除限售条件的激励对象办理解除限售事宜,未满足解除限售条件的激励对象持有的限制性股票由公司回购注销。

#### 4.解除限售安排

本激励计划授予的限制性股票的解除限售期及后期解除限售时间安排如下表所示:

解除限售安排	解除限售比例	解除限售比例
第一个解除限售期	自限制性股票授予登记完成之日起12个月后的首个交易日起至激励对象授予登记完成之日起24个月后的最后一个交易日止	50%
第二个解除限售期	自限制性股票授予登记完成之日起24个月后的首个交易日起至激励对象授予登记完成之日起36个月后的最后一个交易日止	50%

在满足限制性股票解除限售条件后,公司可在解除限售期内的激励对象办理解除限售事宜。在上述约定期间内未申请解除限售的限制性股票原因未达到解除限售条件而不能申请解除限售的该期限制性股票,公司将按照授予价格回购注销。激励对象相应尚未解除限售的限制性股票,相关权益不得顺延至下期。

#### 5.禁售期

本激励计划的限售规定依照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定执行,具体内容包括但不限于:

(1)激励对象为公司董事和高级管理人员的,其在任职期间每年转让的股份不得超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。

(2)激励对象为公司董事和高级管理人员的,将其持有的本公司股票在买入后6个月内卖出,或者在卖出后6个月内又买入,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。

(3)激励对象持有未到期股票,根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》中对公司董事和高级管理人员持有股份转让的有关限制性规定发生变化的,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。

(二)股票期权的限售期和行权的有效期、授予日、等待期、可行权日、禁售期

##### 1.股票期权激励计划的有效期

股票期权激励计划的有效期为自股票期权授予之日起至激励对象获授的股票期权全部行权或注销授予之日止,最长不超过36个月。

##### 2.授予日

授予日在本激励计划经公司董事会审议通过并由董事会确定,授予日必须为交易日。公司需在股东大会审议通过后60日内按照相关规定召开董事会,向激励对象授予股票期权并完成公告、登记等相关程序。公司未能在60日内完成上述工作的,应当及时披露未完成的原因,并公告停止实施股权激励计划,未授予的股票期权失效,但根据《管理办法》规定不得授出限制性股票的期间不计入60日期限之内。

##### 3.等待期

股票期权授予之日起至股票期权可行权日之间的期间称为等待期,激励对象获授的股票期权适用不同的等待期,均自授予之日起算,分别为12个月、24个月。

##### 4.可行权日

在本激励计划经股东大会通过后,激励对象自获授股票期权等待期满后可以进行行权。可行权日必须为交易日,且不得在下列期间内行权:

- (1)公司年度报告、半年度报告公告前十五日内,因特殊情况原因推迟公告日期的,自原预告公告日前十五日起算,至公告前一日;
- (2)公司季度报告、业绩预告、业绩快报公告前五日内;
- (3)自可能对公司股票及其衍生品种交易价格产生较大影响的重要事件发生之日或者进入决策程序之日,至依法披露之后日内;
- (4)中国证监会及证券交易所规定的其他期间。

上述“重大事件”为公司依据《上海证券交易所股票上市规则》的规定应当披露的交易或其他重大事项。如相关法律、行政法规、部门规章及规范性文件对不得行权的期间另有规定的,以相关规定为准。

##### 5.行权安排

在可行权日内,若达到本激励计划规定的行权条件,激励对象应在股票期权授予之日起12个月后的未来24个月内分两期行权。本激励计划授予的股票期权行权期及各期行权比例安排如下表所示:

行权安排	行权时间	行权比例
第一个行权期	自股票期权授予之日起12个月后的首个交易日起至股票期权授予之日起24个月后的最后一个交易日止	50%
第二个行权期	自股票期权授予之日起24个月后的首个交易日起至股票期权授予之日起36个月后的最后一个交易日止	50%

在满足股票期权行权条件后,公司可在行权期内的激励对象办理股票期权行权事宜。当期行权条件未满足的,股票期权不行权或超过等待期不行权,当期股票期权由公司予以注销。在股票期权各行权期结束后,激励对象未行权的当期股票期权应当终止行权,由公司予以注销。

#### 6.禁售期

禁售期是指对激励对象行权后所获股票进行售出限制的期间。本激励计划的禁售规定依照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定执行,具体内容包括但不限于:

(1)激励对象为公司董事和高级管理人员的,其在任职期间每年转让的股份不得超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。

(2)激励对象为公司董事和高级管理人员的,将其持有的本公司股票在买入后6个月内卖出,或者在卖出后6个月内又买入,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。

(3)在激励对象持有未到期股票,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》中对公司董事和高级管理人员持有股份转让的有关限制性规定发生了变化,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。

#### 8.本次激励计划的权益授予条件、解除限售及行权的条件

##### (一)限制性股票的授予条件、解除限售条件

###### 1.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限制性股票,反之,若下列任一授予条件未达成的,则不能向激励对象授予限制性股票:

- (1)公司未发生以下任一情形:
  - ①最近一个会计年度财务报告被注册会计师出具否定意见或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上市公司最近36个月内出现过未按照法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
  - ④法律法规规定不得授予限制性股票的情形;

###### 2.解除限售的条件

同时满足下列解除条件时,激励对象获授的限制性股票方可解除限售:

- (1)公司未发生以下任一情形:
  - ①最近一个会计年度财务报告被注册会计师出具否定意见或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上市公司最近36个月内出现过未按照法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
  - ④法律法规规定不得授予限制性股票的情形;

###### 3.中国证监会认定的其他情形。

(2)激励对象未发生以下任一情形:
 

- ①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;
- ②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;
- ③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;
- ④法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;

###### 4.中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第(1)条规定情形之一的,所有激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票应由公司按授予价格回购注销,其限制性股票发生上述第(2)条规定情形之一的,该激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票应当予以注销。

##### (二)股票期权的授予条件

同时满足下列授予条件时,公司应向激励对象授予股票期权,反之,若下列任一授予条件未达成的,则不能向激励对象授予股票期权:

- (1)公司未发生以下任一情形:
  - ①最近一个会计年度财务报告被注册会计师出具否定意见或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上市公司最近36个月内出现过未按照法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
  - ④法律法规规定不得授予限制性股票的情形;

###### 2.解除限售的条件

同时满足下列解除条件时,激励对象获授的限制性股票方可解除限售:

- (1)公司未发生以下任一情形:
  - ①最近一个会计年度财务报告被注册会计师出具否定意见或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上市公司最近36个月内出现过未按照法律法规、公司章程、公开承诺进行利润分配的情形;
  - ④法律法规规定不得授予限制性股票的情形;

###### 3.中国证监会认定的其他情形。

(2)激励对象未发生以下任一情形:
 

- ①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;
- ②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;
- ③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;
- ④法律法规规定不得参与上市公司股权激励的;

###### 4.中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第(1)条规定情形之一的,所有激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票应由公司按授予价格回购注销,其限制性股票发生上述第(2)条规定情形之一的,该激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票应当予以注销。

##### (三)公司层面业绩考核要求

本激励计划限制性股票的解除限售考核年度为2024-2025年两个会计年度,分年度对公司的业绩指标进行考核,以达到业绩考核目标作为激励对象当年业绩考核合格条件之一。

本激励计划授予的限制性股票各年度业绩考核目标如下表所示:

解除限售期	业绩考核目标
第一个解除限售期	公司层面满足下列两个条件之一: 1.2024年营业收入不低于75.00亿元; 2.2024年净利润增长率不低于1,000.00%
第二个解除限售期	公司层面满足下列两个条件之一: 1.2025年营业收入不低于75.00亿元; 2.2025年净利润增长率不低于1,000.00%

注:①上述“营业收入”“净利润”均以经审计的合并报表数据为计算依据;

②上述“净利润”指归属于上市公司股东的净利润,但剔除本次及其它股权激励计划及员工持股计划(如有)的财务支付费用、商誉影响的数据值为计算依据。

公司未满足上述业绩考核目标的,所有激励对象对应考核当年计划解除限售的限制性股票均不得解除限售,由公司予以注销。

##### (4)个人层面业绩考核要求

激励对象个人层面的考核根据公司内部绩效考核制度实施。激励对象个人考核评价结果分为“合格”、“不合格”两个等级。

个人当年实际绩效考核得分=个人当年计划解除限售额度×个人解除限售比例。

激励对象当期计划解除限售的限制性股票因个人考核原因不能解除限售的,不可顺延至下一年度,由公司予以价格回购注销。

本激励计划具体内容除内依据《公司2024年限制性股票与股票期权激励计划实施考核管理办法》执行。

##### (5)考核指标的科学性和合理性说明

公司选取营业收入及净利润作为公司层面业绩考核指标,上述指标为公司核心财务指标。营业收入是公司的主营业务收入,是企业取得利润的重要保障。营业收入同时也是衡量企业经营状况和市场占有能力、预测企业经营业务拓展