

B070
Disclosure

（上接B069版）

业绩存在不利的影响。为此，基于谨慎性原则，本激励计划根据规定设置两个权益行权期且第二个行权期采用累计计算方式，尽量降低经营不可控因素对激励的负面影响。本激励计划设定的考核目标综合考虑了当前经营状况及未来发展规划等因素，具有科学性和合理性。

除公司层面业绩考核之外，本激励计划还设置个人层面绩效考核，能够对激励对象的工作绩效做出较为客观、全面的评价。各考核期内，公司将根据激励对象的个人层面绩效考核结果，确定当期股权激励可行权数量以及具体的可行权数量。

综上，本激励计划的考核体系具有全面性、综合性及可操作性。一方面，有利于充分调动激励对象的积极性和创造性，促进公司核心队伍的建设，为公司未来经营战略和目标的实现提供坚实保障。

（八）股权激励激励计划的调整方法和程序

1、股权激励激励计划的调整方法

股权激励计划实施过程中，若公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细或配股等事项，应对股票期权数量作相应的调整。调整方法如下：

（1）资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细

$Q=Q_0\times(1+n)$

其中：Q为调整后的股票期权数量；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、送股或拆细后增加的股票数量）；Q₀为调整前的股票期权数量

（2）配股

$Q=Q_0\times P_1\times(1+n)/(P_1+P_2\times n)$

其中：Q为调整后的股票期权数量；P₁为股权登记日当日收盘价；P₂为配股价格；n为配股的比例（即配股的股数与配股前公司总股本的比例）；Q₀为调整前的股票期权数量。

（3）缩股

$Q=Q_0\times n$ 其中：Q为调整后的股票期权数量；n为缩股比例（即1股公司股票缩为n股股票）；Q₀为调整前的股票期权数量。

（4）派息、增发新股

若公司派息或增发新股的，不调整股票期权的数量。

2、股票期权行权价格的调整方法

激励对象获授的股票期权可行权时，若公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细或缩股、配股、派息等事项，应对股票期权的行权价格作相应的调整。调整方法如下：

（1）资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细

$P=P_0\div(1+n)$

其中：P为调整后的行权价格；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、送股或拆细后增加的股票数量）；P₀为调整前的行权价格。

（2）配股

$P=P_0\times(P_1+P_2\times n)/(P_1\times(1+n))$

其中：P为调整后的行权价格；P₁为股权登记日当日收盘价；P₂为配股价格；n为配股的比例（即配股的股数与配股前公司总股本的比例）；P₀为调整前的行权价格。

（3）缩股

$P=P_0\div n$

其中：P为调整前的行权价格；n为缩股比例；P为调整后的行权价格。

（4）派息、增发新股

若公司派息或增发新股的，不调整股票期权的行权价格。

3、调整程序

股东大会授权董事会，当出现前述情况时，调整股票期权数量和/或行权价格。公司应聘请律师事务所就上述调整事项是否符合《管理办法》和公司当时有效的相关规定出具法律意见。关于股票期权的调整议案经董事会审议通过，公司应当及时披露董事会决议公告，同时公告法律意见。

（九）股权激励激励计划的会计处理

根据《企业会计准则第11号——股份支付》《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》等有关会计规定，公司需选择适当的估值模型对股票期权的公允价值进行计算，并将在等待期内的每个资产负债表日，根据可行权日可行权条件达成情况等等后续信息，修正预计可行权的股票期权数量，并按照授予日的股票期权公允价值，将当期取得的服务计入相关成本/费用和资本公积。

1、股票期权公允价值的确定方法

公司按照Black-Scholes模型计算股票期权的公允价值，以2025年8月8日作为基准进行预测算，具体参数选取如下：

（1）标的股票：16.85元/股（2025年8月8日公司股票收盘价）

（2）期限：1年、2年（股票期权授予登记完成之日起至每个行权期可行权的日期）；

（3）历史波动率：28.55%、25.10%（分别采用2019年1月、2年的年化波动率）；

（4）无风险利率：1.36%、1.41%（分别采用中国国债1年期、2年期到期收益率）；

（5）股息率：0.99%（公司最近一年的年化股息率，数据来源：同花顺iFinD金融数据终端）。

2、激励成本对公司经营业绩影响的预测算

假设公司将于2025年8月向激励对象授予股票期权共计11782.7份，由此产生的激励成本将在本激励计划的实施过程中按照行权安排分期摊销，预计对公司各期经营业绩的影响如下：

	激励成本 (万元)	2025年 (万元)	2026年 (万元)	2027年 (万元)
	561.04	136.52	330.19	94.33

注：1、上述预计结果并不代表本激励计划最终的会计成本。实际会计成本除与实际授予日情况有关之外，还与实际生效和失效的股票期权数量有关。

2、实施本激励计划产生的激励成本对公司经营业绩的影响将以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

（一）限制性股票激励计划的股票来源

限制性股票激励计划的股票来源为公司二级市场回购的公司A股普通股股票。

（二）限制性股票激励计划的授予数量

本激励计划向激励对象授予股票期权合计58.91万股，约占本激励计划公告时公司股票总额的0.14%，无预留权益。

（三）限制性股票激励计划的权益分配

本激励计划授予的限制性股票的分配情况如下：

类别	获授权人数 (万人)	占授予股票期权总量的比例	占股权激励计划总量的比例
公司（含子公司）核心骨干员工（共计104人）	58.91	100%	0.14%

注：1、在股票期权授予登记完成后，激励对象因离职而未获得授股票期权或者自愿放弃股票期权的，董事会可做出调整，将前述股票期权直接调减或者分配至授予的其他激励对象。

2、以上合计数据与各项明细数据相加之和在尾数上如有差异，系四舍五入所致。

（四）限制性股票激励计划的有效期、授予日、限售期、解除限售安排和限售规定

1、有效期

限制性股票激励计划的有效期为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。

授予日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。自股东大会审议通过本激励计划之日起60日内，公司将按相关规定召开董事会确定授予日，并完成登记、公告等相关程序。若公司未能在此60日内完成上述工作，应当及时披露未完成的原因，并在上述期限内向激励对象授予限制性股票（相关规定发生变化的，以变化后的规定为准）。

2、授予日

（1）公司年度报告、半年度报告公告前十五日内；

（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产品交易价格产生较大影响的重大事件发生之日起或者在决策过程中，至依法披露之日止；

（4）中国证监会及证券交易所认定的其他期间。

上述公司不得向激励对象授予限制性股票的期间不计入60日期限之内。

3、限售期

本激励计划授予的限制性股票的限售期为自限制性股票授予登记完成之日起2个、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之前不得转让、用于担保或偿还债务等。

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安排如下表所示：

解除限售安排	解除限售期间	解除限售比例
第一个解除限售期	自授予登记完成之日起12个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起24个月内的最后一个交易日当日止	50%

除本激励计划另有约定之外，在上述约定期间内未解除限售但未申请解除限售的该期限制性股票，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

激励对象获授的限制性股票由资本公积转增股本、股票红利、股份拆细而取得的股份同时限售，不在二级市场出售或以其他方式转让，该等股份的解除限售期与限制性股票解除限售期相同。

5、限售规定

本激励计划的限售规定按照《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定执行，具体如下：

（1）激励对象为公司董事及/或高级管理人员的，在就任时确定的任期内在任期届满后六个月内，每年转让股份不得超过所持公司股份总数的25%；在离职后六个月内，不得转让所持公司股份。

（2）激励对象为公司董事及/或高级管理人员及其配偶、父母、子女的，将其持有的公司股份在本人任职期间内，或者在离职后六个月内又转让，由此所得收益归公司所有。

（3）激励对象为公司董事及/或高级管理人员、减持公司股票需遵守《公司法》《证券法》《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上市公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第18号—股东及董事、高级管理人员减持股份》《公司章程》等有关规定；有关规定发生变化的，需遵守变化后的规定。

（四）限制性股票的授予价格及确定方法

1、授予价格

限制性股票的授予价格为每股8.42元。

2、授予价格的确定方法

限制性股票的授予价格不低于公司股票的面值，且不低于下列价格的较高者：

（1）本激励计划公告前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）每股16.84元；

（2）最近24个月内公司股票交易均价（前60个交易日公司股票交易总额/前60个交易日公司股票交易总量）每股16.33元；

（3）最近60个交易日公司股票交易总额/前60个交易日公司股票交易总量，每股16.33元；

（六）限制性股票的授予条件及解除限售条件

1、限制性股票的授予条件

同时满足下列条件的，公司应向激励对象授予限制性股票；反之，未满足下列任一条件的，公司不得向激励对象授予限制性股票。

（1）公司未发生如下任一情形：

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者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。

（2）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。

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由公司回购注销，回购价格为授予价格；未获授的限制性股票，则第2条规定情形发生时，由律师事务所出具法律意见书，并经公司董事会审议通过后，方可回购注销，回购价格为授予价格。

（三）公司层面业绩考核

本激励计划授予的限制性股票解除限售对应的考核年度为2025年—2026年两个会计年度，每个会计年度考核一次。公司层面业绩考核目标如下：

解除限售批次	业绩考核目标
第一个解除限售期	公司层面业绩考核目标如下三个条件之一： (1) 2025年营业收入不低于28.51亿元； (2) 2025年净利润不低于2.68亿元； (3) 2025年度净利润同比增长率不低于2024年度净利润同比增长率。
第二个解除限售期	公司层面业绩考核目标如下三个条件之一： (1) 2025年—2026年度营业收入平均数不低于58.84亿元； (2) 2025年—2026年度净利润平均数不低于7.42亿元； (3) 2025年—2026年度营业收入平均数同比增长率不低于2024年度营业收入平均数同比增长率。

注：1、上述“营业收入”均以经审计的合并报表所载数据为准；

2、上述“净利润”指扣除非经常性损益后归属母公司股东的净利润，指标为经审计的合并报表数据，剔除除本激励计划考核期内因公司实施股权激励计划或员工持股计划等激励事项产生的激励成本对公司净利润的影响后上述数值作为计算依据；

（3）上述考核目标考核不构成对公司投资者权益的实质性承诺，不构成对激励对象的承诺。解除限售期内，公司未通过上述考核目标的，激励对象当期计划解除限售的限制性股票不予解除限售，由公司回购注销，回购价格为授予价格加上银行同期存款利息。

（4）个人层面绩效考核

本激励计划的个人层面绩效考核按照公司《含子公司》现行的相关制度实施，激励对象的考核评价按照划分A、B、C、D、E五个考核等级。各解除限售期内，公司依据激励对象相应的年度考核结果，确定当期个人层面可解除限售比例，具体如下：

考核等级	考核人数 (人)	解除比例	合计(%)	不考核(%)
A	300%	80%	80%	0%

各解除限售期内，在公司满足相应业绩考核目标的前提下，激励对象当期实际可解除限售的限制性股票数量=个人当期计划解除限售的限制性股票数量×个人层面可解除限售比例。

激励对象发生个人绩效考核考核不及当期未能解除限售的限制性股票由公司回购注销，回购价格为授予价格加上银行同期存款利息。

（五）考核体系

本激励计划的考核体系分为公司层面业绩考核和个人层面绩效考核，符合《管理办法》等相关规定。

公司层面业绩考核指标为营业收入、净利润及/或除非经常性损益后归属母公司股东的净利润，能够真实反映公司的经营情况，市场占有能力与获利能力，是预测公司经营业务拓展趋势和成长性有效性指标。其中，2025年度、2026年度营业收入目标分别确定不低于28.51亿元、29.94亿元，同比2024年度营业收入增长率分别为16.48%、22.32%。2025年度、2026年度净利润目标分别确定不低于2.68亿元、2.78亿元，同比2024年度净利润增长率分别为44.93%、59.46%。2025年度、2026年度年度除非经常性损益后归属母公司股东的净利润目标分别确定不低于1.74亿元、1.83亿元，同比2024年度除非经常性损益后归属母公司股东的净利润增长率分别为40.13%、47.37%。

公司所处行业情况预测未来较长时期的经营业绩存在不上的难度，为此，基于谨慎性原则，本激励计划根据规定设置两个权益解除限售期且第二个解除限售期采用累计计算方式，尽量降低经营不可控因素对激励的负面影响。

本激励计划设定的考核目标综合考虑了当前经营状况及未来发展规划等因素，具有科学性和合理性。

（六）限制性股票激励计划的调整方法和程序

1、限制性股票数量的调整方法

激励对象获授的限制性股票完成登记前，公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股、缩股等事项，应对限制性股票的数量进行相应的调整。调整方法如下：

（1）资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细

$Q=Q_0\times(1+n)$

其中：Q为调整后的限制性股票数量；n为每股的资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细的比例（即每股股票经转增、送股或拆细后增加的股票数量）；Q₀为调整前的限制性股票数量。

（2）配股

$Q=Q_0\times P_1\times(1+n)/(P_1+P_2\times n)$

其中：Q为调整后的限制性股票数量；P₁为股权登记日当日收盘价；P₂为配股价格；n为配股的比例（即配股的股数与配股前公司总股本的比例）；Q₀为调整前的限制性股票数量。

（3）缩股

$Q=Q_0\times n$

其中：Q为调整前的限制性股票数量；n为缩股比例（即1股公司股票缩为n股股票）；Q₀为调整前的限制性股票数量。

（4）派息、增发新股

若公司派息或增发新股的，不调整限制性股票的数量。

2、限制性股票授予价格的调整方法

激励对象获授的限制性股票完成登记前，公司有派息、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股或缩股等事项，应对限制性股票授予价格作相应的调整。调整方法如下：

（1）资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细

$P=P_0\div(1+n)$

其中：P为调整后的授予价格；n为每股的资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细的比例（即每股股票经转增、送股或拆细后增加的股票数量）；P₀为调整前的授予价格。

（2）配股

$P=P_0\times(P_1+P_2\times n)/(P_1\times(1+n))$

其中：P为调整前的授予价格；P₁为股权登记日当日收盘价；P₂为配股价格；n为配股的比例（即配股的股数与配股前公司总股本的比例）；P₀为调整前的授予价格。

（3）缩股

$P=P_0\div n$

其中：P为调整前的授予价格；n为缩股比例；P为调整后的授予价格。

（4）派息、增发新股

若公司派息或增发新股的，不调整限制性股票的授予价格。

3、调整程序

股东大会授权董事会，当出现前述情况时，调整限制性股票的数量和/或授予价格。公司应聘请律师事务所就上述调整事项是否符合《管理办法》和本激励计划等相关规定出具法律意见。关于限制性股票的调整议案经董事会审议通过后，公司应当及时披露董事会决议公告，同时公告法律意见。

（九）股权激励激励计划的会计处理

按照《企业会计准则第11号——股份支付》的规定，公司将在授予日至解除限售日期间的每个资产负债表日，根据前期确认权益变动，解除限售条件完成情况等等后续信息，修正预计可行权的限制性股票数量，并按照授予日的股票期权公允价值，将当期取得的服务计入相关成本/费用和资本公积。

1、激励成本的确定方法

根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的相关规定，公司以授予日为基准，确定限制性股票的公允价值，授予限制性股票单位激励成本=授予日本公司股票收盘价—限制性股票的授予价格。公司暂以2025年8月8日作为基准日进行预测算。

	激励成本 (万元)	2025年 (万元)	2026年 (万元)	2027年 (万元)
	406.61	124.15	289.89	82.77

注：1、上述预计结果并不代表本激励计划最终的会计成本。实际会计成本除与实际授予日情况有关之外，还与实际生效和失效的限制性股票数量有关。

2、因实施本激励计划产生的激励成本对公司经营业绩的影响将以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

（一）限制性股票激励计划的股票来源

限制性股票激励计划的股票来源为公司二级市场回购的公司A股普通股股票。

（二）限制性股票激励计划的授予数量

本激励计划向激励对象授予股票期权合计58.91万股，约占本激励计划公告时公司股票总额的0.14%，无预留权益。

（三）限制性股票激励计划的权益分配

本激励计划授予的限制性股票的分配情况如下表所示：

类别	获授权人数 (万人)	占授予股票期权总量的比例	占股权激励计划总量的比例
公司（含子公司）核心骨干员工（共计104人）	58.91	100%	0.14%

注：1、在股票期权授予登记完成后，激励对象因离职而未获得授股票期权或者自愿放弃股票期权的，董事会可做出调整，将前述股票期权直接调减或者分配至授予的其他激励对象。

2、以上合计数据与各项明细数据相加之和在尾数上如有差异，系四舍五入所致。

（四）限制性股票激励计划的有效期、授予日、限售期、解除限售安排和限售规定

1、有效期

限制性股票激励计划的有效期为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。

授予日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。自股东大会审议通过本激励计划之日起60日内，公司将按相关规定召开董事会确定授予日，并完成登记、公告等相关程序。若公司未能在此60日内完成上述工作，应当及时披露未完成的

原因，并在上述期限内向激励对象授予限制性股票（相关规定发生变化的，以变化后的规定为准）。

2、授予日

（1）公司年度报告、半年度报告公告前十五日内；

（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产品交易价格产生较大影响的重大事件发生之日起或者在决策过程中，至依法披露之日止；

（4）中国证监会及证券交易所认定的其他期间。

上述公司不得向激励对象授予限制性股票的期间不计入60日期限之内。

3、限售期

本激励计划授予的限制性股票的限售期为自限制性股票授予登记完成之日起2个、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之前不得转让、用于担保或偿还债务等。

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安排如下表所示：

激励对象获授的限制性股票自授予登记完成之日起，公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股或缩股、派息等影响公司股本总额或公司股票价格事项的，公司应对尚未解除限售的限制性股票的回购价格进行相应的调整。

1. 回购价格的调整方法

除本激励计划另有约定之外，在上述约定期间内未解除限售但未申请解除限售的该期限制性股票，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

激励对象获授的限制性股票由资本公积转增股本、股票红利、股份拆细而取得的股份同时限售，不在二级市场出售或以其他方式转让，该等股份的解除限售期与限制性股票解除限售期相同。

5、限售规定

本激励计划的限售规定按照《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定执行，具体如下：

（1）激励对象为公司董事及/或高级管理人员的，在就任时确定的任期内在任期届满后六个月内，每年转让股份不得超过所持公司股份总数的25%；在离职后六个月内，不得转让所持公司股份。

（2）激励对象为公司董事及/或高级管理人员及其配偶、父母、子女的，将其持有的公司股份在本人任职期间内，或者在离职后六个月内又转让，由此所得收益归公司所有。

（3）激励对象为公司董事及/或高级管理人员、减持公司股票需遵守《公司法》《证券法》《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上市公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第18号—股东及董事、高级管理人员减持股份》《公司章程》等有关规定；有关规定发生变化的，需遵守变化后的规定。

（四）限制性股票的授予价格及确定方法

1、授予价格

限制性股票的授予价格为每股8.42元。

2、授予价格的确定方法

限制性股票的授予价格不低于公司股票的面值，且不低于下列价格的较高者：

（1）本激励计划公告前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）每股16.84元；

（2）最近24个月内公司股票交易均价（前60个交易日公司股票交易总额/前60个交易日公司股票交易总量）每股16.33元；

（3）最近60个交易日公司股票交易总额/前60个交易日公司股票交易总量，每股16.33元；

（六）限制性股票的授予条件及解除限售条件

1、限制性股票的授予条件

同时满足下列条件的，公司应向激励对象授予限制性股票；反之，未满足下列任一条件的，公司不得向激励对象授予限制性股票。