

证券代码:603901 证券简称:永创智能 公告编号:2025-085  
 转债代码:113654 转债简称:永创转债

# 杭州永创智能设备股份有限公司 2025年第二期限制性股票激励计划草 案摘要公告

本公司董事会及全体董事保证本公司公告不存在任何虚假记载、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责任。

重要内容提示:

- 股权激励方式:限制性股票
- 股票来源:公司从二级市场回购的本公司人民币A股普通股股票
- 股权激励的权益总数及涉及的标的股票总数:292.80万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额48,767,394,000股的0.60%。本次授予为一次性授予,无预留部分。

一、本公司基本情况

(一) 公司简介

公司名称:杭州永创智能设备股份有限公司(以下简称“永创智能”、“公司”、“本公司”)。

注册地址:杭州市西湖区三墩镇科园路西园九路1号

注册资本:48,767,394,000元

成立日期:2002年11月12日

上市时间:2015年6月29日

主营业务:公司从事装备及配套包装材料的研发设计、生产制造、安装调试与技术服务,以技术

为依托提供包装设备解决方案。

根据《公司章程》,公司董事会由7名董事组成,其中独立董事3名,职工董事1名;公司高级管理人员共8人。

(三) 公司近三年业绩情况

单位:人民币万元

主要财务指标	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
总资产	800,099.61	716,274.58	637,038.03
净资产	253,571.79	258,464.48	263,924.91
主要财务指标	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	356,673.02	314,597.93	274,893.98
归属于母公司股东的净利润	1,538.00	7,106.30	27,366.69
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	173.46	11,968.60	12,834.10
基本每股收益(元/股)	0.03	0.15	0.57
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.003	0.25	0.27
加权平均净资产收益率(%)	0.62	2.79	11.84
扣除非经常性损益平均净资产收益率(%)	0.07	4.71	5.55

二、股权激励计划的目的

为了进一步建立、健全公司长效激励机制,吸引和留住优秀人才,充分调动在公司(含分公司及控股子公司)任职的中层管理人员及核心技术(业务)人员的积极性,有效激发股东利益、公司利益和团队个人利益结合在一起,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,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》”)等有关规定,行

政法规、规范性文件以及《公司章程》的规定,制定公司2025年第二期限制性股票激励计划(以下简称“本激励计划”或“本计划”)。

三、股权激励方案及对应的股票来源

(一) 股权激励方式

本计划的股权激励方式为限制性股票激励对象授予限制性股票。

(二) 的股票来源

本激励计划涉及的股票来源为公司从二级市场回购的本公司人民币A股普通股股票。

公司于2024年1月10日首次实施回购股份,于2025年1月4日完成回购,公司于2025年1月6日公告了《关于回购公司股票实施限制性股票回购的公告》(公告编号:2025-002),本次实际回购公司股份2,606,100股,回购均价为40.00元/股。

上述股份回购的现金来源为公司自筹资金,回购方案的实施不会对公司经营活动、财务状况和未来发展产生重大影响,不影响公司的上市地位。本次回购股份的实施将符合《公司法》规定。

四、拟授予的股票数量

本激励计划拟授予对象授予的限制性股票数量为292.80万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额48,767,394,000股的0.60%。本次授予为一次性授予,无预留部分。

五、股权激励计划的股票来源

本激励计划授予对象不包括独立董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。

六、股权激励对象的确定依据

1、激励对象的法律依据

本激励计划拟授予对象根据《公司法》、《证券法》、《管理办法》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定,结合公司实际情况而确定。

2、激励对象的职务依据

本激励计划拟激励对象为公司任命的高级管理人员、中层管理人员、核心技术(业务)人员。

3、激励对象的行业依据

本激励计划拟激励对象包括公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

4、激励对象的年龄依据

本激励计划拟激励对象年龄在18周岁(含)以上,且不超过60周岁。

5、激励对象的考核依据

本激励计划拟激励对象考核标准参照公司《2025年第二期限制性股票激励计划考核指标及评分表》。

6、激励对象的任期依据

本激励计划拟激励对象的任期为36个月。

7、激励对象的期限依据

本激励计划拟激励对象的期限为36个月。

8、激励对象的激励方式

授予的限制性股票的激励方式不包括股票期权激励。

9、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

10、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

11、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

12、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

13、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

14、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

15、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

16、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

17、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

18、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

19、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

20、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

21、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

22、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

23、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

24、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

25、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

26、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

27、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

28、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

29、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

30、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

31、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

32、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

33、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

34、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

35、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

36、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

37、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

38、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

39、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

40、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

41、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

42、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

43、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

44、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

45、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

46、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

47、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

48、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

49、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

50、激励对象的激励对象

本激励计划拟激励对象的激励对象为公司核心技术人员、销售人员、市场开拓人员、客户服务人员等。

51、激励对象的激励对象