

证券代码：832971

证券简称：卡司通

主办券商：首创证券

深圳市卡司通展览股份有限公司
2025 年股权激励计划（草案）

2025 年 5 月

声明

本公司及董事会全体成员保证本股权激励计划相关信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实、准确和完整承担个别及连带责任。

所有激励对象承诺：公司因信息披露文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致不符合授予权益或行使权益安排的，激励对象应当自相关信息披露文件被确认存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后，将由股权激励计划所获得的全部利益返还公司。

特别提示

本计划依据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，并参照《非上市公众公司监管指引第6号——股权激励和员工持股计划监管要求（试行）》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》相关规定制定。

本计划的股票来源为公司已回购的本公司股票。股票种类为人民币普通股。

本计划涉及的限制性股票数量为7,250,000股，占本计划签署时公司股本总额72,504,800股的10.00%。

本计划授予的限制性股票的授予价格为2.00元/股。

本计划的激励对象为公司董事、高级管理人员及核心员工。

公司承诺不为激励对象依本计划获取有关股票提供贷款、担保及其他任何形式的财务资助。

本计划的有效期为授予的限制性股票完成登记之日起至激励对象获授的所有限制性股票解除限售之日止，最长不超过48个月。

除公司基于本计划回购激励股份情形外，激励对象根据本计划获授的限制性股票在解除限售前不得进行包括转让、担保、偿还债务等在内的任何处置。限售期满后，由公司为激励对象办理解除限售事宜。

本计划需经董事会审议通过后，提请股东大会审议，经股东大会审议通过后方可生效实施。

目录

第一章	释义	5
第二章	股权激励计划的目的	6
第三章	股权激励计划的管理机构	8
第四章	激励对象的确定依据和范围	9
第五章	股权激励计划拟授出的权益及分配情况	11
第六章	激励计划的有效期，限制性股票的授予日、限售期及解限售安排	16
第七章	限制性股票的授予价格及确定方法	18
第八章	激励对象获授权益、行使权益的条件	20
第九章	股权激励计划的调整方法	26
第十章	股权激励的会计处理	28
第十一章	股权激励计划的相关程序	30
第十二章	公司与激励对象发生异动时股权激励计划的执行	33
第十三章	限制性股票回购注销原则	35
第十四章	公司与激励对象之间相关纠纷或争端解决机制	37
第十五章	公司与激励对象各自的权利义务	38
第十六章	附则	40

第一章 释义

以下词语如无特殊说明，在本文中具有如下含义：

释义项目	指	释义
公司、本公司	指	深圳市卡司通展览股份有限公司
股东大会	指	深圳市卡司通展览股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市卡司通展览股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市卡司通展览股份有限公司监事会
股权激励计划、 本计划	指	《深圳市卡司通展览股份有限公司 2025 年股权激励计划》
激励对象	指	按照本计划规定获得限制性股票的公司董事、高级管理人员及核心员工
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	公司授予激励对象的每一股限制性股票的价格
限售期、锁定期	指	激励对象根据本计划获授的限制性股票不得自行处置的期间
《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》
《6 号指引》	指	《非上市公众公司监管指引第 6 号——股权激励和员工持股计划监管要求（试行）》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《公司章程》	指	《深圳市卡司通展览股份有限公司公司章程》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
元、万元	指	人民币元、万元
《公众公司办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》

注：本激励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，是由于四舍五入所造成的。

第二章 股权激励计划的目的

为进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引与保留核心人才，增强公司管理团队和业务骨干对实现公司持续、健康发展的责任感、使命感，确保公司发展目标的实现，公司依据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，并参照《6号指引》、《业务规则》等相关规定，制定本计划。

一、公司实施本次股权激励计划的目的

（一）进一步完善公司治理结构，建立健全公司长期、有效的激励约束机制，完善公司薪酬考核体系，有效地将股东、公司和激励对象三方利益结合在一起，促进公司持续、稳健、快速的发展。

（二）通过本计划的引入，完善公司的绩效考核体系和薪酬体系，进一步吸引、保留和激励实现公司发展战略和经营目标所需要的人才，增强公司的竞争力。

（三）倡导以价值为导向的绩效文化，建立股东与激励对象之间的利益共享、风险共担机制，将激励对象利益与股东价值紧密联系起来，使激励对象的行为与公司的战略目标保持一致。

二、公司股权激励的基本原则

（一）依法合规原则：公司实施本计划，遵循依法合规的原则，公司董事、监事和高级管理人员实施本计划应当遵守法律、行政法规和《公司章程》的规定，诚实守信，勤勉尽责，维护公司和全体股东的利益。

（二）自愿参与原则：公司实施本计划应当遵循激励对象自主决定、自愿参加的原则，公司不得以摊派、强行分配等方式强制员工参加本计划。

（三）风险自担原则：本计划参与人盈亏自负、风险自担。

（四）激励与约束相结合原则：按照权责相统一的要求，建立健全激励对象经营业绩同激励约束相结合的考核制度，使激励对象的经营目标责任、绩效考核和激励约束有机结合。

公司存在同时实施的其他股权激励计划及其他长期激励机制。

根据公司的《2024年股权激励计划（草案）（第一次修订稿）》（公告编号：

2024-047) 及《股权激励计划限制性股票授予结果公告》(公告编号：2024-077)，公司于 2024 年 9 月 2 日向张洲、蔡世仕、陈得胜等 15 人授予限制性股票，实际授予数量 2,348,200 股，实际授予价格 2.10 元/股。

第三章 股权激励计划的管理机构

股东大会作为公司的最高权力机构，负责审议批准本计划的实施、变更和终止。股东大会可以在其权限范围内将与本计划相关的部分事宜授权董事会办理。

董事会是本计划的执行管理机构，负责本计划的实施。董事会负责拟订和修订本计划，经董事会审议通过后，报股东大会审批，并在股东大会授权范围内办理本计划的相关事宜。

监事会是本计划的监督机构，负责审核激励对象的名单，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。监事会对本计划的实施是否符合相关法律、行政法规、部门规章和股转公司相关业务规则进行监督，并在限制性股票解除限售的条件成就后对解除限售条件是否成就发表意见，在出现股权激励计划规定的应当回购注销限制性股票情形的就是否存在限制性股票应当回购注销的情形发表意见。

第四章 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

本计划激励对象依据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规及《6号指引》、《业务规则》、《公司章程》的相关规定，由公司结合实际情况确定。

（二） 激励对象确定的职务依据

本次激励对象的职务类别包括 董事 高级管理人员 核心员工

本计划激励对象为对公司经营业绩和未来发展有直接影响的董事、高级管理人员和核心员工。所有激励对象必须在董事会审议通过本方案之日前已在公司或公司的子公司任职、已与公司或公司的子公司签署劳动合同。

二、 激励对象的范围

本次股权激励对象共25人，占公司全部职工人数的比例为7.08%。激励对象的范围为：

公司的董事、高级管理人员和核心员工共计25人

激励对象不包括公司监事或审计委员会成员、独立董事。

激励对象包括挂牌公司持有5%以上股份的股东、实际控制人及其配偶、父母、子女。激励对象屈慧平截至2025年4月30日直接持有公司40.55%的股份，为公司控股股东，实际控制人，其同时担任本公司董事长、总经理。

本次股权激励计划不存在预留权益。

三、 特殊情形的说明

挂牌公司及激励对象不存在下列情形：

特殊情形
挂牌公司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
挂牌公司最近 12 个月内因证券期货犯罪承担刑事责任或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

挂牌公司因涉嫌证券期货犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查
激励对象对挂牌公司发生上述情形负有个人责任
激励对象被中国证监会及派出机构采取市场禁入措施且在禁入期间
激励对象存在《公司法》规定的不得担任董事、高管情形
激励对象最近 12 个月内被中国证监会及派出机构给予行政处罚
激励对象最近 12 个月内被中国证监会及其派出机构、全国股转公司认定为不适当人选

四、 激励对象的核实

（一） 公司董事会审议通过本激励计划后，公司将通过公司网站 其他途径全国中小企业股份转让系统(<http://www.neeq.com.cn>)挂牌公司信息披露专栏，公示激励对象的姓名和职务，公示期不少于 10 天。

（二） 本次股权激励计划需公司监事会充分听取公示意见，在公示期满后对激励对象名单进行审核。

（三） 本次股权激励拟认定的核心员工尚需由监事会发表明确意见后，经股东大会审议批准后可以参与本次股权激励。如果本次拟认定的核心员工未通过上述认定流程，则其不具有参与本次股权激励的资格。

第五章 股权激励计划拟授出的权益及分配情况

一、 激励计划拟授出的权益形式

本次激励计划采取的激励形式为 限制性股票 股票期权

二、 激励计划拟授出权益涉及的标的股票来源及种类

本次激励计划标的股票来源方式为：

向激励对象发行股票 回购本公司股票 股东自愿捐赠

其他方式

本计划标的股票来源为公司已回购本公司股票。股票种类为人民币普通股。

2025年3月3日，公司召开第四届董事会第十五次会议，审议通过了《关于公司回购股份方案的议案》。根据公司回购股份方案，公司所回购的股份拟用于实施股权激励或员工持股计划。截至2025年4月30日，公司本次回购计划已通过股份回购专用证券账户以竞价方式回购公司股份7,250,000股，占总股本的比例为10.00%。公司于2025年5月6日披露《股份回购结果公告[2025-064]》

上述回购股份7,250,000股拟全部用于本次股权激励计划。

三、 本次激励计划拟授出权益的数量及占公司股份总额的比例

本次股权激励计划拟授出的权益数量包括限制性股票7,250,000股，所涉及的标的股票种类为人民币普通股，占挂牌公司股本总额的百分比为10.00%：

存在（两）期同时实施的其他股权激励计划，全部在有效期内的股权激励计划所涉及的标的股票数量为9,598,200股，占公司股本总额的百分比为13.24%。

四、 激励对象名单及拟授出权益分配情况

姓名	职务	是否为持股5%以上股东、实际控制人及其近	获授的限制性股票数量（股）	占激励计划拟授出权益总量的比例（%）	涉及的标的股票数量（股）	标的股票数量占激励计划公告日股本总额	标的股票来源

		亲属				的比例 (%)	
一、董事、高级管理人员							
屈慧平	董事长、 总经理	其他， (持股 5%以上 股东及 实际控 制人)	2,830,000	39.03%	2,830,000	3.90%	回购本 公司股 票
张洲	董事、副 总经理	否	1,000,000	13.79%	1,000,000	1.38%	回购本 公司股 票
王兆	董事	否	500,000	6.90%	500,000	0.69%	回购本 公司股 票
杨欣	董事	否	500,000	6.90%	500,000	0.69%	回购本 公司股 票
蔡世仕	董事、副 总经理	否	300,000	4.14%	300,000	0.41%	回购本 公司股 票
陈得胜	财务负 责人	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本 公司股 票
徐蔓	董秘	否	50,000	0.69%	50,000	0.07%	回购本 公司股

							票
二、核心员工							
栗华瑞	核心员工	否	200,000	2.76%	200,000	0.28%	回购本公司股票
张芬	核心员工	否	200,000	2.76%	200,000	0.28%	回购本公司股票
张玉薇	核心员工	否	200,000	2.76%	200,000	0.28%	回购本公司股票
张灿埔	核心员工	否	200,000	2.76%	200,000	0.28%	回购本公司股票
危双燕	核心员工	否	150,000	2.07%	150,000	0.21%	回购本公司股票
陈小龙	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
李新材	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
马国峰	核心员工	否	60,000	0.83%	60,000	0.08%	回购本公司股票
李尚津	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票

夏克锋	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
蒋艳梅	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
钟长彬	核心员工	否	50,000	0.69%	50,000	0.07%	回购本公司股票
钟建文	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
洪正武	核心员工	否	50,000	0.69%	50,000	0.07%	回购本公司股票
王瑞华	核心员工	否	100,000	1.38%	100,000	0.14%	回购本公司股票
李瑶	核心员工	否	50,000	0.69%	50,000	0.07%	回购本公司股票
朱迪生	核心员工	否	60,000	0.83%	60,000	0.08%	回购本公司股票
夏斌	核心员工	否	50,000	0.69%	50,000	0.07%	回购本公司股票
预留权益			0	0%	0	0%	-
合计			7,250,000	100%	7,250,000	10.00%	-

上述核心员工中，李新材、李尚津、蒋艳梅、钟长彬、钟建文、洪正武、李瑶、朱迪生已经公司董事会会议提名，尚需向全体员工公示和征求意见，经公司职工代表大会审议通过后，由监事会发表明确意见后，经股东大会审议批准，其余核心员工均已于以前年度认定。如最终获得股东大会审议批准的核心员工名单发生变动，公司将按照《公众公司办法》《6号指引》的有关规定对本激励计划进行调整。

本激励计划的激励对象及拟授予股份数量由董事会根据激励对象的职级、职称及其对公司发展的重要性等因素综合确定，各激励对象在相应标准额度内根据个人意愿申请认购。考虑到激励对象将在公司的经营发展中积极发挥作用，故授予相应股份以达到激励效果。

若激励对象未按照后续授予公告要求在付款期限内足额缴纳认购款项，则未缴纳认购款项对应股票数量视为放弃，且其获授的限制性股票数量需根据其实际缴纳的自筹认购资金进行相应调整。

第六章 激励计划的有效期，限制性股票的授予日、限售期及解限售安排

一、 激励计划的有效期

本次股权激励计划的有效期为（48）个月，有效期从首次授予权益日起不超过10年。

二、 激励计划的授予日

本次股权激励计划的授予日为股东大会审议通过本次股权激励计划之日。

经公司股东会审议通过后，公司将在60日内授予权益，并完成登记、公告等相关程序。

授予日必须为交易日。

不得在下列期间内对激励对象授出权益：

1、公司年度报告公告前15日内，因特殊原因推迟年度报告日期的，自原预约公告日前15日起算，至公告日日终；

2、公司业绩预告、业绩快报公告前5日内；

3、自可能对本公司股票及其他证券品种交易价格产生较大影响的重大事件发生之日或者进入决策程序之日，至依法披露之日内；

4、中国证监会及全国股转公司规定的其他期间。

如公司持有百分之五以上股份的股东、董事、高级管理人员及其配偶、父母、子女作为被激励对象在权益授予前6个月内发生过减持股票行为，则按照《证券法》中短线交易的规定自最后一笔减持交易之日起推迟6个月授予其权益。前述推迟的期限不算在 60 日期限之内。

三、 激励计划的限售期

激励计划授予的限制性股票的限售期为限制性股票授予登记完成之日起12个月、24个月。激励对象获授权益与首次行使权益的间隔不少于12个月，每期行使权益时限不少于12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。激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票由于资本公积金转

增股本、派送股票红利、股票拆细等而增加的股份同时受解除限售条件约束，且解除限售之前不得转让、用于担保或偿还债务等。届时，若限制性股票不得解除限售，则因前述原因获得的股份同样不得解除限售。

四、 解限售安排

授予的限制性股票的解限售安排如下表所示：

解限售安排	解限售期间	解限售比例（%）
第一个解限售期	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%
第二个解限售期	自授予登记完成之日起24个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起36个月内的最后一个交易日当日止	50%
合计	-	100%

在解锁期，公司为满足解锁条件的激励对象办理解锁事宜，未满足解锁条件的激励对象持有的限制性股票由公司回购注销。

五、 禁售期

激励对象通过本激励计划所获授公司股票的禁售规定，按照《公司法》《证券法》等相关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》执行，具体内容如下：

（一）激励对象为公司董事和高级管理人员的，在就任时确定的任职期间，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。

（二）激励对象为公司持有百分之五以上股份的股东、董事、高级管理人员及其配偶、父母、子女的，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。

第七章 限制性股票的授予价格及确定方法

一、 授予价格

限制性股票的授予价格为2.00元/股，授予价格不低于股票票面金额。

二、 授予价格的确定方法

（一） 确定方法

限制性股票授予价格的确定方法为：

二级市场股票交易均价 每股净资产 资产评估价格

前期发行价格 同行业可比或可参照公司价格 其他，拟授予股票的回购价格

授予价格不低于有效的市场参考价的50%。

（二） 定价方式的合理性说明

1、 二级市场股票交易均价

公司于2015年8月在全国股转系统挂牌，股票目前采取集合竞价交易方式进行交易。自2024年5月10日至2025年5月9日（董事会召开前一个交易日），合计221个交易日（不含停牌日），公司有交易的交易日数量为73日，占总交易日的33.03%。

根据WIND软件交易数据显示，截至本计划草案董事会召开前20日、前60日、前120日交易情况如下：

交易时段	有交易的交易日数量 (日)	成交金额 (元)	成交量 (股)	成交均价 (元/股)	累计换手率 (%)
前20个交易日	12	6,429,169	1,893,724	3.39	3.90
前60个交易日	38	26,027,201	7,891,435	3.30	16.27
前120个交易日	59	26,900,168	8,186,357	3.29	16.87

结合上述交易情况，前60个交易日形成了较为连续的二级市场股票成交，公司股票交易活跃度较好，因此公司以前60个交易日交易均价作为有效的市场

参考价。

2、拟授予股票的回购价格

自2025年3月18日公司完成首次回购以来，至2025年4月30日，公司以集合竞价方式累计回购公司股份7,250,000股，合计支付人民币24,124,788.78元，最高价为3.45元/股，最低价为3.10元/股，成交均价为3.33元/股。

本次授予人员承诺，本次授予人员均未参与本次拟授出股票的回购，不存在高价回购后低价授予、损害其他股东利益的情形。

3、可比公司市盈率、市净率情况

公司主营业务为客户的营销终端提供展示策划、形象设计、展具和展台构建、运营管理等一体化的综合解决方案和体验式服务。公司提供的产品主要是为客户提供线下的汽车展览展示服务和特装类展示服务。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司的行业分类属于“L租赁和商务服务业—L72商务服务业—L72商务服务业—L72商务服务业”，与公司所属同行业、具有一定盈利能力、主营业务相似且在二级市场交易活跃的新三板挂牌公司较少，可比性较低，未予选取。创业板上市公司米奥会展与公司同属会展行业，但其规模较大且创业板估值水平与挂牌公司不具备可比性，故此处亦未选取。因此，公司未参考可比公司市盈率、市净率。

4、有效市场参考价及确认方法

公司确定本次限制性股票授予价格的有效市场参考价为下列价格中的较高者：（1）公司前60个交易日交易均价3.30元/股；（2）拟授予股票的回购平均价格3.33元/股。本次限制性股票的有效市场参考价格为3.33元/股，授予价格不低于股票票面金额，且不低于上述有效市场参考价的50%（即1.67元/股）。

综上，本次限制性股票的授予价格未低于公司前60个交易日交易均价、拟授予股票的回购平均价格等有效市场参考价的50%，相关定价依据和定价方法具有合理性，有利于公司持续发展，不存在损害股东利益的情形。

第八章 激励对象获授权益、行使权益的条件

一、 获授权益的条件

除以下负面情形外，本次股权激励不存在获授权益条件。

（一） 公司未发生如下负面情形

序号	挂牌公司负面情形
1	挂牌公司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	挂牌公司最近 12 个月内因证券期货犯罪承担刑事责任或因重大违法违规行被中国证监会及其派出机构行政处罚
3	挂牌公司因涉嫌证券期货犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查
4	法律法规规定不得实行股权激励的情形
5	中国证监会或股转公司认定的不得实行股权激励的其他情形

（二） 激励对象未发生如下负面情形

序号	激励对象负面情形
1	激励对象对挂牌公司发生上述情形负有个人责任
2	激励对象被中国证监会及派出机构采取市场禁入措施且在禁入期间
3	激励对象存在《公司法》规定的不得担任董事、高管情形
4	激励对象最近 12 个月内被中国证监会及派出机构给予行政处罚
5	激励对象最近 12 个月内被中国证监会及其派出机构、全国股转公司认定为不适当人选
6	法律法规规定不得实行股权激励的情形
7	中国证监会或股转公司认定的不得实行股权激励的其他情形

二、 行使权益的条件

（一） 公司未发生如下负面情形：

序号	挂牌公司负面情形
1	挂牌公司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	挂牌公司最近 12 个月内因证券期货犯罪承担刑事责任或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
3	挂牌公司因涉嫌证券期货犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查
4	法律法规规定不得实施股权激励的
5	中国证监会及股转公司认定的不得实施股权激励的其他情形

(二) 激励对象未发生如下负面情形：

序号	激励对象负面情形
1	激励对象对挂牌公司发生上述情形负有个人责任
2	激励对象被中国证监会及派出机构采取市场禁入措施且在禁入期间
3	激励对象存在《公司法》规定的不得担任董事、高管情形
4	激励对象最近 12 个月内被中国证监会及派出机构给予行政处罚
5	激励对象最近 12 个月内被中国证监会及其派出机构、全国股转公司认定为不适当人选
6	法律法规规定不得实行股权激励的情形
7	中国证监会或股转公司认定的不得实行股权激励的其他情形

(三) 公司业绩指标

序号	挂牌公司业绩指标
1	第一个解限售期：2025 年净利润不低于 3,800 万元
2	第二个解限售期：2026 年净利润不低于 4,200 万元；或 2025 年与 2026 年净利润合计不低于 8,000 万元

注 1：公司业绩指标对本激励计划所有激励对象均适用；

注 2：前述公司业绩指标中的净利润是指年度报告所披露的经审计的报表数据；

注 3：上述业绩指标不构成公司对投资者的业绩预测和实质承诺

公司存在两期同时实施的股权激励计划，各期激励计划设立的公司业绩指标的相关性为：2024 年股权激励计划的第二个解限售期（2025 年）公司业绩指标

同 2025 年股权激励计划的第一个解限售期（2025 年）公司业绩指标相同。2024 年股权激励计划和 2025 年股权激励计划设置的 2024 年、2025 年和 2026 年公司业绩指标均较上一年保持了 10%上下的增长率。

（四）个人业绩指标

本次股权激励包括董事、高级管理人员，存在个人业绩指标。

序号	激励对象个人绩效指标
1	激励对象只有在解限售上一年度绩效考核结果为 80 分以上（含 80 分）时，才能 100%解限售当期限制性股份；当年考核结果为 80 分以下（不含 80 分）的激励对象，由公司按照授予价格回购未完成绩效考核部分的激励股票。
2	激励对象在限售期内须持续在岗，认同企业文化，且没有出现以下情形： （1）严重违反公司管理制度，或给公司造成巨大经济损失，或给公司造成严重消极影响，受到公司处分的；（2）激励对象自行辞职的，或者劳动合同期满不再续签；（3）被公司解除劳动合同的；（4）存在不能成为激励对象情形或本次激励计划规定的其他取消激励资格的情形的。激励对象出现上述任一情形的，不得解除限售，由公司回购注销。

（五）绩效考核指标合理性说明

本计划的业绩考核指标分为两个层面，分别为公司层面业绩考核和激励对象个人业绩考核。考核指标的设立符合法律法规和公司章程的基本规定。

1、公司业绩指标的合理性说明

公司层面业绩考核指标为净利润。净利润指标反映公司盈利能力，是企业成长性的重要体现，能够充分保护中小股东利益，树立较好的资本市场形象。根据挂牌公司管理型行业分类，公司属于会议及展览服务行业，主要为客户的营销终端提供展示策划、形象设计、展具和展台构建、运营管理等一体化的综合解决方案和体验式服务。

（1）公司经营业绩及在手订单情况

年份/业绩	营业总收入（万）	营收增长率（%）	净利润（万元）	利润增长率（%）
-------	----------	----------	---------	----------

	元)			
2021年	44,338.58	21.59	-2,283.78	-67.42
2022年	37,462.18	-15.51	726.36	131.81
2023年	58,438.00	55.99	3,063.75	321.80
2024年	63,992.79	9.51	3,793.64	23.82

由于公司主要为客户的营销终端提供展示策划、形象设计、展具和展台构建、运营管理等一体化的综合解决方案和体验式服务，公司业务或服务主要通过线下实地形式进行体现，主要业务实施地点遍布全国多个省市地区，2021年与2022年，由于公司线下业务的开展情况受到外部环境的较大影响，公司业绩波动较大，2022年公司营业收入相较于2021年下滑-15.51%。2023年以来，经过公司全体员工的共同努力，公司市场影响力逐渐提升，客户群体更加优化，公司业绩呈现快速复苏并逐渐向好的趋势，2023年收入较上年同期增长了55.99%，净利润较上年同期增加了321.80%，2024年收入较上年同期增长了9.51%，净利润较上年同期增加了23.82%，2024年度公司收入及利润的增长幅度有所放缓，主要系公司所处行业竞争较为激烈，且市场容量增长很小。公司预计2025年及2026年业绩将持续改善，但增长率会有所降低。

截至2025年4月30日，公司在手订单金额为38,999.60万元，2024年同期的在手订单数为38,523.00万元，同比增加了1.24%。公司设置的2025年与2026年业绩考核指标保持了10%的年同比增长率，高于目前在手订单的同比增长率，旨在维持2023年、2024年净利润水平持续稳定的基础上，力求推动进一步的业绩增长。在此背景下，公司为实现目标业绩，需董事、高管、核心员工等激励对象带领全体员工一同努力完成。公司设置的业绩考核指标具有一定的挑战性，有利于调动激励对象的积极性，充分保障了预期激励效果。

（2）公司所处行业的发展情况

会展行业高度依赖实体互动，2020年至2022年，因宏观经济因素的影响，展会的开展受到限制，开展数量及面积均呈现下降的趋势。根据《2022年度中国展览数据统计报告》，2022年全国线下展览总计开展2,572场，较2021年展览总数减少2,923场，展览总面积减少4,463万平方米，降幅分别为53.20%及48.60%。

2023年，随着宏观经济形势的好转，会展行业迅速恢复，各类大型展会相继回归线下，展览面积接近2019年水平，全国总共举办线下展览7,852场，展览总面积为14,345万平方米，较2022年分别增长192.77%和195.02%。公司业绩由此得以反弹，2023年净利润同比增长率较高。

2024年，全国总共举办线下展览8916场，展览总面积为14,678万平方米，较2023年分别增长14.26%和1.13%，尽管展览数量和总面积均实现增长，但单场平均展览面积有所下降。

随着外部环境逐步平稳，汽车行业竞争愈发激烈，汽车制造商逐步调整策略，减少了会展领域的资金投放。在此背景下，公司未来业绩增长预计将趋向稳定。具体而言，公司2025年1月至4月期间的在手订单量同比增幅为1.24%，对比之下，公司设定的年度业绩增长目标增长率仍旧维持在10%。

本次业绩指标的设定系公司基于对行业现状的分析及自身发展前景的审慎评估，充分考虑了当前的经营环境与实际运营状况，旨在确立一个既保证激励效果又具备挑战性的目标。

（3）同行业可比公司情况

结合同行业公司核心产品等因素，公司选取了如下同行业可比公司，其2021年度-2024年度的净利润情况如下：

证券代码	证券简称	2021年净利润/万元	2022年净利润/万元	2023年净利润/万元	2024年净利润/万元
831032.NQ	景睿策划	2,730.45	1,883.36	1,514.00	376.11
832971.NQ	卡司通	-2,283.78	726.36	3,063.75	3,793.64
834316.NQ	振威会展	-1,373.19	-1,539.45	5,235.97	3,714.82
871805.NQ	东恒会展	388.26	-578.09	848.34	891.05
871884.NQ	三博会展	216.23	466.90	804.76	946.74
872937.NQ	佰锐博雅	233.88	240.38	212.64	213.37

上述可比公司经营规模存在一定差异，业绩指标表现不一。大部分可比公司经营业绩在2023年均均有大幅增长，而2024年经营业绩较2023年增长幅度不大。相较于其他可比公司，公司业绩表现更为突出，2021年至2023年期间扭亏为盈并实现了快速增长。其中，振威会展与公司资产规模相似，其2023年净利润高

于公司，而 2024 年经营业绩则有所下滑，主要系公司与其细分产品类型存在差异导致毛利率水平不同。公司设置的业绩考核指标所对应的复合增长率与公司所处行业发展趋势及公司自身历史业绩波动情况不存在显著差异。在 2024 年净利润水平较高基数的情况下，公司实现 2025 年及 2026 年的业绩考核要求，仍具有一定挑战性，需要公司全体员工在复杂多变的市场环境下协力共同完成。

综上，本次股权激励计划设置的净利润指标系公司考虑了行业及自身业务发展情况、可比公司业绩情况等进行的综合判断，设置了相对较高的业绩考核指标，在体现较高业绩要求的同时保障预期激励效果，具有合理性。公司业绩指标设定不存在刻意设置较低考核指标向相关人员输送利益的情形，不会损害中小投资者利益。

2、个人业绩指标的合理性说明

公司对个人设置的绩效考核体系，能够对激励对象的工作绩效做出较为准确、全面的综合评价。公司将根据激励对象年度绩效考评结果，确定激励对象个人是否达到解限售的条件。

综上，公司本次股权激励计划的考核体系具有全面性、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，能够达到本计划的考核目的。

第九章 股权激励计划的调整方法

一、 限制性股票数量的调整方法

在激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票授予登记期间，公司有权益分派、股票拆细、配股、缩股等事项时，限制性股票数量的调整方法如下：

若在本计划公告当日至激励对象获授的限制性股票解除限售期间，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，应对限制性股票数量进行相应调整。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

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

其中： Q_0 为调整前的限制性股票数量； n 为每股的资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细的比率（即每股股票经转增、送股、拆细后增加的股票数量）； Q 为调整后的限制性股票数量。

（二）配股

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

其中： Q_0 为调整前的限制性股票数量； P_1 为股权登记日当日收盘价； P_2 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）； Q 为调整后的限制性股票数量。

（三）缩股

$$Q=Q_0 \times n$$

其中： Q_0 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）； Q 为调整后的限制性股票数量。

（四）派息、增发

公司在发生派息、增发新股的情况下，限制性股票的数量不做调整。

二、 限制性股票授予价格的调整方法

在激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票授予登记期间，公司有权益分派、股票拆细、配股、缩股等事项时，限制性股票授予价格的调整方法如下：

（一）资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细

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

其中： P_0 为调整前的授予价格； n 为每股的资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细的比率； P 为调整后的授予价格。

（二）配股

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

其中： P_0 为调整前的授予价格； P_1 为股权登记日当日收盘价； P_2 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）； P 为调整后的授予价格。

（三）缩股

$$P = P_0 \div n$$

其中： P_0 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。

（四）派息

$$P = P_0 - V$$

其中： P_0 为调整前的授予价格； V 为每股的派息额； P 为调整后的授予价格。经派息调整后， P 仍须为正数。

（五）公司在发生增发新股的情况下，限制性股票的授予价格不做调整。

三、 激励计划调整的程序

当出现前述情况时，应由董事会审议通过关于调整限制性股票数量、授予价格的议案。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。因其他情况需要调整限制性股票数量、授予价格的，应经公司董事会作出决议并经股东大会审议批准。

第十章 股权激励的会计处理

一、 会计处理方法

按照《企业会计准则第11号——股份支付》和《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》等相关规定，公司将在限售期的每个资产负债表日，根据最新取得的可解除限售人数变动、业绩指标完成情况等信息，修正预计可解除限售的限制性股票数量，并按照限制性股票授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

1、授予日

按照《企业会计准则第11号——股份支付》的规定，本股权激励为权益结算股份支付，在授予日不做会计处理。

2、解除限售日前的每个资产负债表日

根据会计准则规定，在限售期内的每个资产负债表日，按照授予日权益工具的公允价值和限制性股票各期的解除限售比例将取得职工提供的服务计入成本费用，同时确认所有者权益。

3、解除限售日

在解除限售日，如果达到解除限售条件，可以解除限售；如果全部或部分股票未解除限售而失效或作废，则由公司按照本计划规定进行回购注销，按照会计准则及相关规定处理。

4、限制性股票的公允价值及确定方法

根据《企业会计准则第11号——股份支付》和《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》等相关规定，对限制性股票的公允价值进行计量。每股限制性股票的股份支付=限制性股票公允价值-授予价格。

二、 预期股权激励实施对各期经营业绩的影响

公司拟以董事会召开前60个交易日交易均价3.30元/股对授予的限制性股票的公允价值进行测算。因此，公司本次授予7,250,000股限制性股票应确认的股份支付总费用预计为9,425,000.00元，前述总费用由公司在实施本计划的限售期，在相应的年度内按每次解除限售比例分摊，同时增加资本公积。

假设授予日为2025年6月底，则公司2025年至2027年限制性股票成本摊销情

况测算见下表（单位为元）：

项目	合计	2025年	2026年	2027年
需摊销的费用	9,425,000.00	3,534,375.00	4,712,500.00	1,178,125.00

上述摊销费用预测并不代表最终的会计成本。实际会计成本除了与实际授予价格、授予日、实际授予日评估价格和授予数量相关，还与实际生效和失效的数量有关，同时提请股东注意可能产生的摊薄影响。

上述摊销费用预测对公司经营成果的影响最终结果将会以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

第十一章 股权激励计划的相关程序

一、 激励计划的生效程序

（一）公司董事会应当依法对本计划进行审议并做出决议。董事会审议本计划时，作为激励对象的董事或与其存在关联关系的董事应当回避表决。董事会应当在审议通过本激励计划并履行公告程序后，将本计划提交股东大会审议；同时提请股东大会授权，负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购、注销等工作。

（二）公司应当在召开股东大会前，通过公司网站或者其他途径，将经董事会审议通过的激励名单向全体员工公示，公示期不少于10日。

（三）监事会应当对股权激励对象名单进行审核，充分听取公示意见。同时应当就本激励计划是否有利于公司持续发展，是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表意见。

（四）主办券商应当对本激励计划和挂牌公司、激励对象是否符合《6号指引》及有关法律法规规定出具合法合规专项意见。

（五）本计划经公司股东大会审议通过后方可实施。公司股东大会审议股权激励计划时，必须经出席会议的股东所持表决权的2/3以上通过，与激励对象存在关联关系的股东，应当回避表决。

（六）本激励计划经公司股东大会审议通过，且达到本激励计划规定的授予条件时，公司在规定时间内向激励对象授予限制性股票。经股东大会授权后，董事会负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购等工作。

二、 授出权益的程序

（一）本计划经股东大会审议通过后，董事会对激励对象进行授予，公司与激励对象签署授予协议，以约定双方的权利义务关系。

（二）本激励计划除约定不得成为激励对象的情形外，未设置其他获授权益的条件。因此，本激励计划经股东大会审议通过后同时披露限制性股票授予公告。

（三）公司授予权益后，应当向全国股转公司提出申请，经全国股转公司确认后，由证券登记结算机构办理登记事宜。

（四）公司董事会应当在授予的限制性股票登记完成后，及时披露相关实施情况的公告。

三、 行使权益的程序

（一）在解除限售日前，公司应确认激励对象是否满足解除限售条件。满足解除限售条件的，由公司办理解除限售事宜；对于未满足条件的，由公司按照本激励计划的相关规定处理。

（二）激励对象可对已解除限售的限制性股票进行转让，但应当符合有关法律、法规、规范性文件及本激励计划的规定。

（三）公司解除激励对象限制性股票限售前，应当向全国股转公司提出申请，经全国股转公司确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

四、 激励计划的变更、终止的程序

（一）本计划的变更程序

1、公司在股东大会审议通过本计划之前拟变更本计划的，需经董事会审议通过。公司对已通过股东大会审议的本计划拟进行变更的，应当及时公告并提交股东大会审议，且不得包括导致加速提前解除限售、降低授予价格的情形。股东大会可以在其权限范围内将与本激励计划的变更事宜授权董事会办理。

2、公司应及时披露激励计划的变更原因、变更内容，公司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。主办券商应当就变更后的方案是否符合《公众公司办法》及相关法律法规的规定、是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表专业意见。

（二）本计划的终止程序

1、公司在股东大会审议本计划之前拟终止实施本计划的，需经董事会审议通过。公司在股东大会审议通过本计划之后拟终止实施本计划的，应当由股东大会审议决定。

2、公司应当及时披露股东大会决议公告或董事会决议公告。主办券商应当就公司终止实施激励计划是否符合《公众公司办法》及相关法律法规的规定、是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表专业意见。

3、终止实施本激励计划的，公司应在履行相应审议程序后及时向登记结算

公司申请办理已授予限制性股票回购注销手续。

五、 回购注销程序

终止实施股权激励计划或者激励对象未达到限制性股票解限售条件时，相应的回购注销程序及安排为（一）当出现本激励计划规定的应当回购注销限制性股票情形的，公司应当召开董事会审议回购注销方案等相关事宜并及时公告。（二）公司按照本激励计划的规定回购注销限制性股票时，应符合法律、法规、中国证监会、全国股转公司及证券登记结算机构关于股票回购的相关规定。（三）公司按本激励计划规定回购注销限制性股票的，除本激励计划另有约定外，回购价格为授予价格，但根据本激励计划需对回购价格进行调整的除外。激励对象获授的限制性股票完成股份登记后，若公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细、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，尚未解除限售的限制性股票如果发生回购情形，公司应对尚未解除限售的限制性股票的回购数量和回购价格做相应的调整，调整方式详见本激励计划“第九章股权激励计划的调整方法”。

第十二章 公司与激励对象发生异动时股权激励计划的执行

一、 公司发生异动的处理

（一）如公司发生控制权变更、合并、分立、终止挂牌等事项时，以授予价格回购注销，并经股东大会审议通过后实施。

（二）如公司发生下列情形，本激励计划终止实施，已获授但尚未解除限售的限制性股票不得解除限售，由公司回购注销：①挂牌公司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的；②最近12个月内因证券期货犯罪承担刑事责任或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的；③因涉嫌证券期货犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查等情形。

（三）公司因本计划信息披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致不符合授予条件或行使权益安排的，激励对象持有的未解除限售的限制性股票由公司回购注销。已解除限售的，激励对象应当返还已获授权益和收益。若激励对象的权益已解除限售并卖出，则激励对象应当返还其通过本激励计划所获得的收益。对上述事宜不负有责任的激励对象因返还权益和收益而遭受损失的，可按照本计划相关安排，向公司或负有责任的对象进行追偿。

董事会应当按照前款规定和本计划相关安排收回激励对象所得收益。

二、 激励对象个人情况发生变化的处理

如激励对象发生职务变更、离职、死亡等事项时，按以下规定处理：1、激励对象非因其过错原因发生职务变更，且仍在公司任职，其获授的限制性股票按照职务变更前本激励计划规定的程序进行。2、激励对象因本人提出离职或个人原因被解聘、解除劳动合同的，取得的限制性股票应当在半年内全部退回公司，由公司按回购价格予以回购。3、如激励对象所持尚未解锁的激励股票因出现继承、离婚等法定情形需要分割的，被分割的相应股票仍需接受本计划的限售等规定，激励对象触发回购情形的，公司有权一并回购被分割的尚未解锁激励股票。回购价格按照本计划规定执行。

如激励对象发生下列可能损害公司利益的情形，本激励计划终止实施，已获授但尚未解除限售的限制性股票不得解除限售：①激励对象被中国证监会及派出

机构采取市场禁入措施且在禁入期间的；②存在《公司法》规定的不得担任董事、高管情形的；③最近 12 个月内被中国证监会及派出机构给予行政处罚的；④最近 12 个月内被中国证监会及其派出机构、全国股转公司认定为不适当人选等；⑤对挂牌公司发生上述情形负有个人责任。

其他未说明的情况由董事会认定，并确定其处理方式。

第十三章 限制性股票回购注销原则

一、 限制性股票的回购价格

（一）回购价格的不同情形：

1、激励对象存在如下过错情形的：（1）违反国家有关法律、行政法规或公司规章及制度的规定，给公司造成重大经济损失的；（2）因犯罪被追究刑事责任；

（3）存在严重失职、渎职；（4）在任职期间存在索贿、受贿、贪污、盗窃、侵占公司财产、泄露公司经营和技术秘密、同业竞争等损害公司声誉或利益等违法违规违纪行为，给公司造成重大损失；（5）未经公司人力资源部门同意，擅自离职的；

（6）存在公司董事会认定的损害公司或公司全资子公司利益的行为。公司根据上述规定决定回购激励股票的，回购价格为公司授予价格。

2、激励对象锁定期内未能按照本计划完成个人考核要求，公司有权根据本计划规定对未完成考核部分的激励股票进行回购，回购价格为公司授予价格。

3、激励对象锁定期内未能按照本计划完成公司业绩考核要求，公司有权根据本计划规定对未完成考核部分的激励股票进行回购，回购价格为公司授予价格加算出资成本利息（年化利率为限制性股票回购当月由中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心发布的一年期贷款市场报价利率[LPR]）之和。

4、限售期内激励对象发生丧失劳动能力、死亡等情形且未对公司造成负面影响的，已解锁部分股票由原持有人、合法继承人按原计划继续持有；未解锁部分个人考核条件视为已完成，参考在职情形执行。

5、限售期内激励对象退休且不存在同业竞争等损害公司利益、声誉等情形的，由原持有人按原计划继续持有，未解锁部分个人考核条件视为已完成，参考在职情形执行。

6、限售期内激励对象主动离职或与公司协商解除劳动合同、裁员、劳动合同到期终止等劳动合同解除或终止的情形，公司有权回购尚未解锁的激励股票，回购价格为公司授予价格。

7、其它未说明的情况由董事会认定，并确定其处理方式。

（二）因被回购方原因致使回购逾期未能完成的，每逾期一日，被回购方应按照回购价款的万分之五向公司支付违约金；被回购方不予配合的，公司有权依据本计划通过法律手段解决。

（三）如果由于被回购方过错导致公司发生损失的，被回购方应赔偿公司全部损失，相关损失赔偿费用可在相关回购价款中直接扣除，不足部分由被回购方另行支付。

二、 回购价格和回购数量的调整方法

回购时的价格和数量同时适用本激励计划“第九章 股权激励计划的调整方法”，即扣除因有资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细、配股、缩股、派息等事项导致股本和股票价格变动的的影响。

三、 回购价格和回购数量的调整程序

当出现前述情况时，应由董事会审议通过关于调整限制性股票回购数量、回购价格的议案。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。发生除上述情形以外的事项需要调整限制性股票回购数量、回购价格的，公司必须提交股东大会审议。

第十四章 公司与激励对象之间相关纠纷或争端解决机制

公司与激励对象发生争议，按照本激励计划和限制性股票授予协议书的约定解决；约定不明的，双方应按照国家法律和公平合理原则协商解决；如无法协商解决的，任何一方有权向公司注册地有管辖权的法院提起诉讼解决。

第十五章 公司与激励对象各自的权利义务

一、 公司的权利与义务

（一）公司具有对本计划的解释权和执行权，并按本计划规定对激励对象进行考核，并监督和审核激励对象是否具有解除限售的资格。若激励对象未达到本激励计划所确定的解除限售条件，公司将按本激励计划规定的原则，向激励对象回购并注销其相应尚未解除限售的限制性股票。

（二）公司有权要求激励对象按其所聘岗位的要求为公司工作，若激励对象不能胜任所聘工作岗位或者考核不合格，或者激励对象因触犯法律、违反职业道德、泄露公司机密、失职或渎职、严重违反公司制度等行为严重损害公司利益或声誉，经公司董事会批准，公司有权按回购价格回购注销激励对象尚未解除限售的限制性股票。

（三）公司承诺不为激励对象提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括但不限于为其贷款提供担保。

（四）公司应及时按照有关规定履行限制性股票激励计划申报、信息披露等义务。

（五）公司应当根据限制性股票激励计划及证监会、全国股转公司、中国证券登记结算有限责任公司的有关规定，积极配合满足解除限售条件的激励对象按规定解除限售。

（六）公司有权根据国家税法的规定，代扣代缴激励对象应当缴纳的个人所得税及其他税费。

（七）公司确定本次激励计划并不意味着激励对象享有继续在本公司工作或为本公司提供服务的权利，不构成公司对激励对象聘用期限的承诺，激励对象与公司的聘用关系仍然按照双方签署的劳动合同或明确的服务关系执行。

（八）公司应当根据本激励计划及中国证监会、全国股转公司、登记结算机构等的有关规定，积极配合满足解除限售条件的激励对象按规定解除限售。但若因中国证监会、全国股转公司、登记结算机构的原因造成激励对象未能按自身意愿解除限售并给激励对象造成损失的，公司不承担责任。

（九）法律、行政法规、部门规章、规范性文件及《公司章程》规定的其他权利及义务。

二、 激励对象的权利与义务

（一）激励对象应当按有关的劳动合同，按公司所聘岗位的要求，勤勉尽责、恪守职业道德，为公司的发展做出应有贡献。

（二）激励对象授予的激励股票，不得违反锁定期的相关规定进行转让、用于担保或偿还债务。

（三）锁定期内，激励对象可以享有激励股票的现金分红；非现金分红导致激励股份数量变动的，增加的股份一并予以锁定。

（四）激励对象因本计划获得的收益，应按国家税法相关规定承担税赋。

（五）激励对象为公司董事、高级管理人员的，将其持有的激励股票在卖出后6个月内又买入等额股票的，由此所得收益归本公司所有。

（六）激励对象的资金来源为激励对象自筹资金，资金来源合法合规，不会接受公司为其获取有关限制性股票提供的贷款以及其他任何形式的财务资助，包括公司为其贷款提供担保。

（七）激励对象有权且应当按照本激励计划的规定，办理限制性股票解除限售事宜，并按规定进行股份限售。

（八）激励对象应当遵守公司股东大会、董事会决议，不得从事损害或可能损害公司以及其他股东利益的行为。

（九）激励对象为限制性股票授予协议书所提供的资料（包括但不限于身份证件号码、证券账号）真实、有效，并对其承担全部法律责任。

（十）法律、法规规定的其他相关权利义务。

第十六章 附则

- 一、 本激励计划由公司股东会审议通过后生效；
- 二、 本激励计划由公司董事会负责解释。

深圳市卡司通展览股份有限公司

董事会

2025年5月12日