

证券代码：874243

证券简称：文明股份

主办券商：广发证券

**文明蒙恬（广州）集团股份有限公司  
2025 年股权激励计划（草案）（修订稿）**



2025 年 9 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

一、本次激励计划依据《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。

二、本次激励计划为限制性股票激励计划，股票来源为向激励对象发行股票，股票种类为人民币普通股。

三、本次激励计划拟向激励对象授予不超过 8,737,000 股限制性股票（最终以实际认购数量为准），占本次激励计划签署时公司股本总额 105,190,403 股的 8.31%。其中，首次授予 7,737,000 股，占本次激励计划拟授予限制性股票总额的 88.55%，占本次激励计划草案公告时总股本的 7.36%；预留授予 1,000,000 股，占本次激励计划拟授予限制性股票总额的 11.45%，占本次激励计划草案公告时总股本的 0.95%。公司不存在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总数累计未超过公司股本总额的 30%。

四、本次激励计划授予的限制性股票的授予价格为 4.50 元/股。在本次激励计划草案公告当日至激励对象完成限制性股票登记期间，若公司发生资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细、缩股、配股或派息等事宜，限制性股票的授予数量、授予价格将做相应的调整。

五、本次激励计划的激励对象为公司的董事、高级管理人员及核心员工。本次激励计划首次授予限制性股票的激励对象共计 75 人。激励对象不包括公司监事、独立董事，不存在《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的监管要求（试行）》等规则中规定的不得成为股权激励对象的情形。

六、本公司承诺不为激励对象依本次激励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。

七、本次激励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或回购注销完毕之日止，最长不超过 72 个月。

八、根据《财政部国家税务总局关于完善股权激励和技术入股有关所得税政策的通知》(财税〔2016〕101号)的规定限制性股票自授予日起应持有满3年，且解禁后持有满1年，方可享受相关递延纳税政策。

九、本次激励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	6
第二章	股权激励计划的目的	8
第三章	股权激励计划的管理机构	9
第四章	激励对象的确定依据和范围	10
第五章	股权激励计划拟授出的权益及分配情况	12
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	18
第七章	限制性股票的授予价格及确定方法	21
第八章	激励对象获授权益、行使权益的条件	24
第九章	股权激励计划的调整方法	32
第十章	股权激励的会计处理	34
第十一章	股权激励计划的相关程序	36
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	39
第十三章	限制性股票回购注销原则	41
第十四章	公司与激励对象之间相关纠纷或争端解决机制	42
第十五章	公司与激励对象各自的权利义务	43
第十六章	附则	45

## 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		释义
公司、本公司	指	文明蒙恬（广州）集团股份有限公司
股东会	指	文明蒙恬（广州）集团股份有限公司股东会
董事会	指	文明蒙恬（广州）集团股份有限公司董事会
监事会	指	文明蒙恬（广州）集团股份有限公司监事会
股权激励计划、本次激励计划、本次股权激励	指	《文明蒙恬（广州）集团股份有限公司 2025 年股权激励计划》（草案）（修订稿）
限制性股票	指	公司根据本次激励计划规定的条件和价格，授予激励对象一定数量的公司股票，该等股票设置一定期限的限售期，在达到本次激励计划规定的解除限售条件后，方可解除限售流通
激励对象	指	按照本次激励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
解除限售条件	指	根据本次激励计划，激励对象所获限制性股票解除限售所必需满足的条件
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	激励对象根据本次激励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》
《监管指引第 6 号》	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）》
《办理指南》	指	《全国中小企业股份转让系统股权激励和员工持股计划业务办理指南》

《公司章程》	指	《文明蒙恬（广州）集团股份有限公司章程》
《公众公司办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转公司	指	全国中小系统股份转让系统有限责任公司
证券登记结算机构	指	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
元、万元	指	人民币元、万元

## 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《监管指引第 6 号》《业务规则》《办理指南》等相关规定，制定本次激励计划。

### 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、快速地发展。

(二) 通过本次激励计划的引入，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：公司实施本次激励计划，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次激励计划应当遵守法律、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：公司实施本次激励计划应当遵循激励对象自主决定、自愿参加原则，公司不得以摊派、强行分配等方式强制员工参加本次激励计划。

(三) 风险自担原则：本次激励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。

公司不存在同时实施的其他股权激励计划及其他长期激励机制。

### 第三章 股权激励计划的管理机构

股东会作为公司的最高权力机构，负责审议批准本次激励计划的实施、变更和终止。股东会可以在其权限范围内将与本次激励计划相关的部分事宜授权董事会办理，包括但不限于：

(一) 确定限制性股票的授予日，根据本次激励计划授予相关激励对象限制性股票并办理股份登记、限售等事宜；

(二) 在公司发生缩股、增发等事项时，按照本次激励计划规定的方法对限制性股票数量、价格进行相应的调整；

(三) 根据本次激励计划对激励对象解除限售条件的达成情况及可解除限售的数量进行审查确认，并办理限制性股票解除限售、回购注销等事宜；

(四) 在公司或激励对象发生异动时按照本次激励计划的相关规定执行；

(五) 聘请与股权激励计划业务相关的中介机构，拟定、签署、执行、修改与股权激励计划相关的协议；

(六) 本次激励计划经股东会审议通过后，若在实施期限内相关法律、法规、规范性文件发生变化的，授权董事会按照新的政策文件进行相应调整；

(七) 办理与本次激励计划相关的工商变更登记和章程备案等事宜；

(八) 办理与本次激励计划相关的其他事宜，但有关文件明确规定须由股东会决定的事项除外。

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

监事会是本次激励计划的监督机构，负责审核激励对象的名单，应当就本次激励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。监事会对本次激励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。

## 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

本次激励计划激励对象依据《公司法》《证券法》等有关法律、法规及《监管指引第6号》《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

本次激励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。本次激励对象中的核心员工由公司董事会提名，并向全体员工公示和征求意见，由监事会发表明确意见后，经股东会审议批准确定。

### 二、 激励对象的范围

本次股权激励对象共75人，占公司全部职工人数的比例为33.94%。激励对象的范围为：

公司的董事和核心员工共计75人。

激励对象不包括公司监事或审计委员会成员、独立董事。

激励对象不包括挂牌公司持有5%以上股份的股东、实际控制人及其配偶、父母、子女。

本次股权激励计划存在预留权益，预留激励对象的确定标准与本激励计划的激励对象的确定依据保持一致。预留权益的授予对象应当在本激励计划经股东会审议通过后12个月内明确，超过12个月未明确激励对象的，预留权益失效。

### 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 √其他途径公司公告栏，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。
- (二) 本次股权激励计划需公司监事会或审计委员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) 本次拟认定的核心员工尚需向全体员工公示和征求意见，经监事会发表明确意见后，经股东会审议批准后才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质。

## 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

本次激励计划标的股票来源为公司向激励对象定向发行股票。公司拟发行的股票种类为人民币普通股，每股面值为人民币1.00元。

### 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7,737,000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7.36%：

不存在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7,737,000股，占公司股本总额的百分比为7.36%。

### 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、实际控制人及其近亲属	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的比例(%)	标的股票来源
<strong>一、董事、高级管理人员</strong>							
李桥	董事	否	3,690,000	42.23%	3,690,000	3.51%	向激励对象发行股票
金晓宇	董事	否	540,000	6.18%	540,000	0.51%	向激励对象发行股票
李国惠	董事	否	21,000	0.24%	21,000	0.02%	向激励对象发行股票
<strong>二、核心员工</strong>							

李俊杰	核心员工	否	470,000	5.38%	470,000	0.45%	向激励对象发行股票
张燕	核心员工	否	470,000	5.38%	470,000	0.45%	向激励对象发行股票
陈佳华	核心员工	否	117,000	1.34%	117,000	0.11%	向激励对象发行股票
李亮	核心员工	否	110,000	1.26%	110,000	0.10%	向激励对象发行股票
王靖匡	核心员工	否	100,000	1.14%	100,000	0.10%	向激励对象发行股票
刘微	核心员工	否	90,000	1.03%	90,000	0.09%	向激励对象发行股票
李雨宸	核心员工	否	90,000	1.03%	90,000	0.09%	向激励对象发行股票
曾清銮	核心员工	否	90,000	1.03%	90,000	0.09%	向激励对象发行股票
卢燕芬	核心员工	否	80,000	0.92%	80,000	0.08%	向激励对象发行股票
杨鹏	核心员工	否	70,000	0.80%	70,000	0.07%	向激励对象发行股票
许荣秀	核心员工	否	70,000	0.80%	70,000	0.07%	向激励对象发行股票
刘文文	核心员工	否	63,000	0.72%	63,000	0.06%	向激励对象发行股票
崔海龙	核心员工	否	60,000	0.69%	60,000	0.06%	向激励对象发行股票
伍慧	核心员工	否	60,000	0.69%	60,000	0.06%	向激励对象发行股票
罗雄耀	核心员工	否	60,000	0.69%	60,000	0.06%	向激励对象发行股票
石博闻	核心员工	否	60,000	0.69%	60,000	0.06%	向激励对象发行股票
马云峰	核心员工	否	55,000	0.63%	55,000	0.05%	向激励对象发行股票
王臻彦	核心员工	否	50,000	0.57%	50,000	0.05%	向激励对象发行股票
宣文华	核心员工	否	50,000	0.57%	50,000	0.05%	向激励对象发行股票
麦永强	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票
罗丽彦	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票

洪清源	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票
洪秀芳	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票
张星帅	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票
孙士月	核心员工	否	45,000	0.52%	45,000	0.04%	向激励对象发行股票
王丹	核心员工	否	40,000	0.46%	40,000	0.04%	向激励对象发行股票
朱健通	核心员工	否	36,000	0.41%	36,000	0.03%	向激励对象发行股票
符传丽	核心员工	否	30,000	0.34%	30,000	0.03%	向激励对象发行股票
江思远	核心员工	否	30,000	0.34%	30,000	0.03%	向激励对象发行股票
林士超	核心员工	否	30,000	0.34%	30,000	0.03%	向激励对象发行股票
李璐	核心员工	否	30,000	0.34%	30,000	0.03%	向激励对象发行股票
吴金平	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
黄衍昌	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
段晓峰	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
郑琼芳	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
张彩霞	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
朱艳	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
张弛	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
黄蔚希	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
何满娟	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
洪斯纬	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
柴小波	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票

温嘉豪	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
李小林	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
徐晓洋	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
金紫君	核心员工	否	27,000	0.31%	27,000	0.03%	向激励对象发行股票
穆慧	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
祝振华	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
李书帆	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
曹沈柳	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
丁龙凤	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
吕帅	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
陈晶妮	核心员工	否	18,000	0.21%	18,000	0.02%	向激励对象发行股票
屠江	核心员工	否	15,500	0.18%	15,500	0.01%	向激励对象发行股票
黄淑妮	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
刘婉舒	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
李子琪	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
程笑杏	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
宋莺	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
周猴安	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
李琳	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
李雷	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
李盼	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票

王露露	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
王红	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
顾斯燕	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
张洋	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
黄颖	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
罗文婉	核心员工	否	15,000	0.17%	15,000	0.01%	向激励对象发行股票
马建立	核心员工	否	13,500	0.15%	13,500	0.01%	向激励对象发行股票
张倩	核心员工	否	10,000	0.11%	10,000	0.01%	向激励对象发行股票
薛亚飞	核心员工	否	10,000	0.11%	10,000	0.01%	向激励对象发行股票
预留权益			1,000,000	11.45%	1,000,000	0.95%	-
合计			8,737,000	100%	8,737,000	8.31%	-

本次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工作经历、岗位职责、对公司的贡献及其对公司未来经营发展的重要性，结合员工个人意愿及资金情况而最终确定。

李桥先生毕业于江西理工大学，毕业后一直从事市场开拓与营销领域工作，具有丰富的销售及市场开拓经验，现任公司董事、第三事业部总经理，于 2009 年 7 月加入公司，历任销售总监、第三事业部总经理、董事，以及主要子公司的执行董事兼总经理，全面负责公司第三事业部全部业务运营，如第三事业部营销战略制定、事业部架构体系搭建、采购库存管理、组建 IT 部开发数字化工具等重要举措，相关举措作为典范在全公司推行。其对公司主营产品所处的 3C 数码电子消费行业领域有丰富的经验及业务资源，第三事业部主要合作品牌方全球知名 3C 数码消费品牌，合作期间在李桥先生的运营战略下逐步做大做强，依次进入京东电商、天猫生态链，成为行业领域内头部品牌线上与线下全渠道运营商，覆盖国内主流线上渠道与线下分销和行业渠道。业绩方面，李桥先生所带领的团队业绩贡献突出，凭借优质的服务与出色的业绩获得了合作品牌方及客户的一致认可，公司连续多年获得多项品牌方及电商平台授予的殊荣，相关产品常年在

各种电商平台大促节日活动销售排行榜排名 TOP1。未来，李桥先生将投入更大的精力致力于公司第三事业部的发展，不断创新工作方法，带领团队提升业绩产出。综上，李桥先生对公司销售业绩的提升、客户的开拓及维护、销售团队的建设培养、公司品牌的宣传、信息化管理建设等方面均做出了突出贡献。

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，其获授的限制性股票数量以实际缴纳的认购资金为准。

## 五、 相关说明

本次激励计划存在预留权益，预留部分为1,000,000股限制性股票，占本次激励计划拟授予限制性股票总额的11.45%。本次预留权益的预留比例不超过本次股权激励计划拟授予权益数量的20.00%。

## 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6年，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会审议通过之日。

公司应当在条件成就后60日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予权益：

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起或者进入决策程序之日起，至依法披露之日；

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个月内发生过卖出股票行为，则按照《证券法》中短线交易的规定自最后一笔卖出交易之日起推迟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自限制性股票授予登记完成之日起12个月、24个月、36个月、48个月、60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	20%
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	20%
第三个解限售期	自授予登记完成之日起36个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起48个月内的最后一个交易日当日止	20%
第四个解限售期	自授予登记完成之日起48个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起60个月内的最后一个交易日当日止	20%
第五个解限售期	自授予登记完成之日起60个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起72个月内的最后一个交易日当日止	20%
合计	-	100%

若预留部分在 2025 年 12 月 31 日（含 2025 年 12 月 31 日）之前授予，则预留部分的限制性股票的解限售安排与首次授予部分一致；若预留部分在 2026 年 1 月 1 日（含 2026 年 1 月 1 日）之后授予，预留部分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	25%
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	25%

第三个解限售期	自授予登记完成之日起36个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起48个月内的最后一个交易日当日止	25%
第四个解限售期	自授予登记完成之日起48个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起60个月内的最后一个交易日当日止	25%

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。

(三) 在本激励计划的有效期内，如果《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件和《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、规范性文件和《公司章程》的规定。

## 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4.50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

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、每股净资产

根据广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）出具的司农审字[2025]24009740015号标准无保留意见审计报告，截至2024年12月31日，公司2024年度归属于挂牌公司股东的净资产为849,082,513.83元，归属于挂牌公司股东的每股净资产为7.25元/股。2025年1月9日至 2025年4月9日，公司以自有资金122,955,663.34元，通过股份回购专用证券账户以竞价方式回购公司股份12,001,337股并予以注销。此外，根据2024年度权益分派方案，公司以股份回购注销后的应分配股数105,190,403股为基数，向参与分配的股东每10股派发现金红利8.00元。考虑前述股份回购注销、权益分派情况，调整后的每股净资产为6.10元/股。

本次股权激励限制性股票的授予价格未低于公司最近一期经审计每股净资产的50%。

##### 2、二级市场股票交易均价

公司于2023年12月全国中小企业股份转让系统挂牌，目前股票转让方式采用集合竞价交易方式进行交易。根据股票交易软件数据显示，公司股票于首次审议本激励计划的第二届董事会第二十一次会议召开日的前20个交易日、前60个交易日、前120个交易日二级市场交易情况如下：

时段	成 交 量 (万股)	成 交 额 (万元)	有 交 易 的 交 易 日 数 量	成 交 均 价 (元)	平 均 换 手 率 %	权 益 分 派 调 整 均 价 (元)
前 20 个 交易日	0.23	2.40	6	10.27	0.0000	9.47
前 60 个 交易日	2.93	30.39	19	10.38	0.0037	9.58
前 120 个 交易日	1,143.64	11,135.63	51	9.74	0.6306	8.94

由上表可知，公司前20个交易日、前60个交易日交易不活跃，交易量、有交易的交易日数量和换手率显著低于前120个交易日的交易量、有交易的交易日数量及换手率。因此，公司以前120个交易日交易均价为有效参考价具有一定合理性。

本次限制性股票授予价格为参考价的50.34%，不低于有效的市场参考价的50%。

### 3、前次股票发行价格

公司自2023年12月挂牌以来尚未进行股票发行。

公司前次股票发行即上次挂牌期间2020年第一次股票发行，发行对象为公司董事、高级管理人员及核心员工，发行价格为3.00元/股，因距今时间较为久远不具有参考价值。

### 4、新三板可比公司市净率

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为零售业（分类代码：F52）；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），公司属于零售业下属的互联网零售行业（F5292）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“F52零售业”中的“F5292互联网零售”。公司选取了行业分类为“零售业”或“互联网零售”的文峰股份、丽人丽妆、戎美股份等3家上市公司作为可比公司。

选取同行业可比公司市净率与公司本次发行市净率进行对比如下：

证券代码	证券简称	市净率
601010.SH	文峰股份	1.17
605136.SH	丽人丽妆	1.39
301088.SZ	戎美股份	1.21
平均值		1.26
874243.NQ	文明股份	1.84

2024年12月31日，公司股票收盘价、市净率分别为13.30元/股、1.84倍，若按本次激励价格的2倍9.00元/股计算，对应2024年末每股净资产的市净率为1.24倍，与同行业可比公司市净率均值**1.26倍基本一致，未显著低于二级市场交易价格。**

### 5、有效市场参考价及确认方法

以上述公司每股净资产**6.10元/股**、二级市场股票交易均价8.94元/股、前次股票发行价格3.00元/股、按照同行业上市公司市净率平均数折算的每股市场价格**7.69元/股**中较高者8.94元/股作为本次限制性股票授予价格的有效市场参考价。本次股权激励授予价格4.50元/股不低于股票票面金额，亦不低于上述有效市场参考价8.94元/股的50%，定价依据和定价方法具有合理性。

本次股权激励遵循激励约束对等原则，能促进激励对象为实现经营目标充分发挥主观能动性和创造性，有利于公司持续发展，不会对公司经营造成负面影响，不会损害公司股东利益。

### 三、预留部分限制性股票的授予价格及确定方法

预留部分限制性股票的授予价格与确定方法与非预留部分一致。
------------------------------

## 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

本次股权激励存在获授权益条件。

除以下负面情形外，本次股权激励不存在特定获授权益条件。

(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 年营业收入不低于 20.76 亿元，或扣除非经常性损益后的净利润不低于 1.31 亿元。
2	第二个解限售期：2025、2026 年两年营业收入合计不低于 <b>41.76</b> 亿元，或扣除非经常性损益后的净利润合计不低于 2.64 亿元。
3	第三个解限售期：2025 至 2027 年三年营业收入合计不低于 <b>63.06</b> 亿元，或扣除非经常性损益后的净利润合计不低于 <b>3.99</b> 亿元。
4	第四个解限售期：2025 至 2028 年四年营业收入合计不低于 <b>85.64</b> 亿元，或扣除非经常性损益后的净利润合计不低于 <b>5.42</b> 亿元。
5	第五个解限售期：2025 至 2029 年五年营业收入合计不低于 <b>110.28</b> 亿元，或扣除非经常性损益后的净利润累计不低于 <b>6.98</b> 亿元。

- 注：1、公司业绩指标对本激励计划所有激励对象均适用。  
 2、前述公司业绩指标中的营业收入、扣除非经常性损益后的净利润是指经审计的年度报告所披露的合并报表口径计算。  
 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。

**业绩考核指标选取累计营业收入或扣除非经常性损益后的净利润指标，不存在通过多年合计的方式调整业绩以满足激励的情形，主要系公司每年需结合市场行情变化、品牌方产品变化等外部因素以及自身过往经营情况，公司依据不同策略及侧重点，合理制定业绩经营目标。例如，当出现新产品或开展新签品牌方项目时，公司经营目标将以扩大销售量、获取更多市场份额为主，则可能将经营目标重心聚焦于营业收入；当市场份额足够稳定时，则可能将重心转向以净利润为主；当存在需要调整业务结构时，则亦可能将经营目标重心聚焦于净利润。**

当期公司层面业绩指标达成，激励对象获授的限制性股票按照其个人业绩指标完成情况来确定是否符合解除限售条件。若当期公司层面业绩指标未达成

的，激励对象获授的限制性股票当期不得解除限售或递延至下一期，相应限制性股票由公司按照股权激励计划规定的办法回购注销，回购价格为公司授予价格加出资成本利息（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同期存款利率）。

若预留部分在 2025 年 12 月 31 日（含 2025 年 12 月 31 日）之前授予，则预留部分业绩考核要求与首次授予部分一致；若预留部分在 2026 年 1 月 1 日（含 2026 年 1 月 1 日）之后授予，则预留部分业绩考核年度为 2026 年、2027 年、2028 年、2029 年四个会计年度，公司层面业绩考核指标如下表所示：

序号	挂牌公司业绩指标
1	第一个解限售期：2025、2026 两年营业收入合计不低于 41.76 亿，或扣除非经常性损益后的净利润累计不低于 2.64 亿元
2	第二个解限售期：2025 至 2027 三年营业收入合计不低于 63.06 亿，或扣除非经常性损益后的净利润累计不低于 3.99 亿元
3	第三个解限售期：2025 至 2028 四年营业收入合计不低于 85.64 亿，或扣除非经常性损益后的净利润累计不低于 5.42 亿元
4	第四个解限售期：2025 至 2029 五年营业收入合计不低于 110.28 亿，或扣除非经常性损益后的净利润累计不低于 6.98 亿元

注：1、公司业绩指标对本激励计划所有激励对象均适用。

2、前述公司业绩指标中的营业收入、扣除非经常性损益后的净利润是指经审计的年度报告所披露的合并报表口径计算。

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。

#### （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	激励对象在有效期内须持续在岗。
2	激励对象不存在违反公司管理制度给公司造成经济损失，或给公司造成严重消极影响，受到公司处分的情形。
3	激励对象无自行辞职，或因个人原因被公司解除劳动合同的情形。
4	公司业绩指标对应考核年度，激励对象个人绩效考核为“合格”及以上。合格的解除限售比例为 100%，不合格解除限售比例为 0%。

每个解限售期内，若激励对象个人层面绩效考核达标，其持有的限制性股票可按照本激励计划规定的比例申请解除限售。激励对象因个人绩效考核不达

标而不能解除限售的限制性股票，不得递延至下期解除限售，回购价格为授予价格。

### （五）绩效考核指标合理性说明

公司本次限制性股票股权激励计划的考核指标分为公司层面业绩考核和个人层面绩效考核。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

公司选取营业收入及扣除非经常性损益后的净利润为公司层面业绩考核指标。营业收入及扣除非经常性损益后的净利润指标是企业的主要经营成果，是企业取得盈利的重要保障。营业收入及扣除非经常性损益后的净利润是预测企业经营业务拓展趋势的重要标志，营业收入及扣除非经常性损益后的净利润的增长反映了公司成长能力和行业竞争力提升。为保证业绩目标的合理性和挑战性，在设定目标水平时综合考量了行业情况及公司历史业绩水平等因素，具体如下：

##### （1）公司历史业绩

公司是一家为全球知名消费品牌提供线上与线下全渠道运营的综合服务商，主要从事电商零售、电商分销、线下分销、电商代运营、品牌定位和营销推广等业务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为零售业(分类代码:F52)；根据《国民经济行业分类》(GB/T4754—2017)，公司属于零售业下属的互联网零售行业(F5292)；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“F52零售业”中的“F5292互联网零售”。

单位：亿元

财务指标	2022年	2023年	2024年
营业收入	25.80	24.25	20.56
扣非归母净利润	1.34	1.74	1.30

2024年营业收入较上年同比下降15.22%，主要为受大环境经济下行影响，消费市场行情低迷，消费降级明显，公司主营消费类产品收入下降。公司在2024年持续降本增效，销售费用和管理费用较上年同比分别下降18.87%和38.78%。

通过全面激发员工的工作积极性和主观能动性，工作效率持续提升；积极优化市场推广策略，提升经营效率。

公司设置本次营业收入和扣除非经常性损益后的净利润考核指标考虑到当前宏观环境与电商市场面临的挑战、市场竞争的激烈程度以及公司历史经营业绩，实现上述预计目标仍面临诸多挑战，需要公司在市场拓展、产品创新、客户服务、产品质量等方面作出更多努力。公司将进一步挖掘现有合作品牌及其衍生的品牌合作机会，通过全渠道运营的优势与丰富的品牌服务经验，将所运营的品牌从主要集中在3C消费领域，逐步拓展系统软件、游戏周边、文创周边等其他品类，并积极拥抱新模式、新业态的发展，布局抖音商城、快手商城等新兴电商平台，不断夯实全渠道运营模式。同时，公司不断提升品牌服务能力，提高运营服务专业水平，全面升级优化现有的信息化业务与管理系统，为品牌方提供更为专业化、个性化、精细化的品牌服务。

**从公司业务转型视角分析，2023年、2024年公司营业收入连续同比下降，该阶段性变化主要源于公司主动推进业务结构优化：通过对存量项目盈利能力的系统性评估，公司战略性终止了部分低效品牌合作，致使短期收入规模承压。本次激励计划的核心导向在于驱动团队开拓高质量品牌合作项目，有效扭转业绩下行态势，加速挖掘并培育新兴业务增长极，使其在五年考核期内发展成为支撑公司可持续盈利的核心支柱。**

综上所述，公司层面考核指标在纵向维度（较公司历史业绩）与横向维度（较同行业可比企业）均体现较强挑战性，需获授权益的董事、高级管理人员及核心骨干等激励对象，协同全体员工共同攻坚方能达成。该指标设定已充分纳入行业经营环境特征及公司战略转型阶段实际，兼顾现实基础与发展雄心。

## （2）同行业业绩情况

根据 iFind 数据库，截至 2025 年 8 月 19 日，所处行业为《挂牌公司管理型行业分类指引》中的“F 批发和零售业”的新三板挂牌公司（剔除 2024 年营业收入或净利润变动幅度绝对值超过 50%的企业）共 56 家，相关挂牌公司业绩变化情况如下：

指标	可比挂牌公司	文明股份
----	--------	------

营业收入情况	2022–2024 年平均复合增长率	-2. 01%	2022–2024 年平均复合增长率	-10. 73%
	2024 年平均变化幅度	-2. 56%	2025–2029 年目标平均复合增长率	4. 38%
	2024 年同比增长的公司	19 家，占比 33. 93%，平均变化幅度为 15. 73%	/	/
	2024 年同比下滑的公司	37 家，占比 66. 07%，平均变化幅度为 -11. 95%	/	/
净利润情况	2022–2024 年平均复合增长率	-2. 48%	2022–2024 年平均复合增长率	-1. 50%
	2024 年平均变化幅度	-13. 02%	2025–2029 年目标平均复合增长率	4. 46%
	2024 年同比增长的公司	18 家，占比 32. 14%，平均变化幅度为 19. 11%	/	/
	2024 年同比下滑的公司	38 家，占比 67. 86%，平均变化幅度为 -28. 23%	/	/

综上，修改后的业绩考核指标相较行业情况、公司历史发展情况均具有挑战性：2025 年–2029 年营业收入、净利润年均复合增长率分别为 4. 38%、4. 46%，高于 2022 年–2024 年公司年均复合增长率-10. 73%、-1. 50%，行业平均复合增长率-2. 01%、-2. 48%。公司将进一步挖掘现有合作品牌及其衍生的品牌合作机会，通过全渠道运营的优势与丰富的品牌服务经验，将所运营的品牌从主要集中在 3C 消费领域，逐步拓展系统软件、游戏周边、文创周边等其他品类，并积极拥抱新模式、新业态的发展，布局抖音商城、快手商城等新兴电商平台，不断夯实全渠道运营模式；同时，公司不断提升品牌服务能力，提高运营服务专业水平，全面升级优化现有的信息化业务与管理系统，为品牌方提供更为专业化、个性化、精细化的品牌服务，以实现考核期内高于约 4%的业绩增速。

从行业发展维度审视，公司为本次激励计划设置了较长的业绩考核周期。结合当前行业整体演进趋势及宏观经济环境研判，考核期跨度越大，市场变量复杂性及经营不确定性相应递增。公司 2024 年实现营业收入 20.56 亿元、扣除非经常性损益后的净利润 1.30 亿元，加权平均净资产收益率 17.17%，远高于在同行业均值、中位数：

项目	营业收入（亿元）	扣除非经常性损益后的净利润（亿元）	加权平均净资产收益率
同行业中位数	2.58	0.10	7.48%
同行业均值	7.04	0.21	6.51%
文明股份	20.56	1.30	17.17%

注：同行业系《挂牌公司管理型行业分类指引》中的“F 批发和零售业”的新三板挂牌公司

基于上表数据，公司稳居同行业新三板挂牌企业前列，其规模优势与盈利能力均较为突出。在零售行业整体承压的背景下，公司2024年度营业收入与净利润的稳健表现尤显可贵，因此公司设置考核指标的基数较大。基于此背景，公司设置的2029年考核指标较2024年增长率超过20%，该目标设定具有显著挑战性。

可比公司2024年业绩多数亦下滑，具体如下：

单位：亿元

财务指标	公司名称	2023 年	2024 年	变动幅度
营业收入	文峰股份	21.66	18.91	-12.69%
	丽人丽妆	27.62	17.28	-37.44%
	戎美股份	7.67	6.89	-10.20%
	文明股份	24.25	20.56	-15.22%
扣非归母净利润	文峰股份	1.40	1.49	6.13%
	丽人丽妆	0.12	-0.40	-437.32%
	戎美股份	0.48	0.54	12.14%
	文明股份	1.74	1.30	-25.64%

零售行业业绩整体呈现下滑趋势，主要系受宏观经济波动等因素影响，市场需求有所降温。同时，鉴于公司2023年度及2024年度营业收入连续下滑，亟需通过针对性举措遏制业绩下行趋势。

因此，公司充分考虑了当前的经营环境与实际运营状况，为保证激励效果及挑战性，本次股权激励公司层面业绩考核指标选取了营业收入及扣除非经常性损益后的净利润，各年预计实现的增长率与公司历史水平、同行业可比公司等相比具有挑战性，充分考虑了当前的经营环境与实际运营状况。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，该业绩考核指标不存在刻意设置较低业绩指标向相关人员输送利益的情形，具有科学性和合理性。

## 2、个人业绩指标

除公司层面的业绩考核外，公司对个人还设置了个人业绩指标，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前一年度绩效考核结果，确定激励对象个人是否达到解除限售的条件。

综上，公司本次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，能够达到本次激励计划的考核目的。

## 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：

若在本次激励计划公告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：

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后续信息，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，则由公司按照本次激励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120个交易日交易均价8.94元/股对授予的限制性股票的公允价值进行测算（详见“第七章限制性股票的授予价格及确定方法”）。因此，若公司首次授予773.70万股限制性股票，授予价格为4.50元/股，应确认的股份支付总费用预计为**3,435.23**万元，前述总费用由公司在实施本次激励计划的限售期，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9月，则公司2025年至2030年限制性股票成本摊销情况测算见下表：

单位：万元

需摊销的费用	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
<b>3,435.23</b>	<b>392.19</b>	<b>1,396.99</b>	<b>795.83</b>	<b>480.93</b>	<b>266.23</b>	<b>103.06</b>

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。

经初步估计，本激励计划费用的摊销对有效期内各年净利润有所影响，但不会影响公司经营活动现金流。考虑到激励计划对公司经营产生的正向作用，由此激发管理团队的积极性，提高经营效率，本激励计划带来的公司业绩提升将高于因其带来的费用增加。

## 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次激励计划进行审议并做出决议。董事会审议本次激励计划时，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，将本次激励计划提交股东会审议；同时提请股东会授权，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《监管指引第6号》及有关法律法规规定出具合法合规专项意见。

(五) 本次激励计划经公司股东会审议通过后方可实施。公司股东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) 本次激励计划经股东会审议通过后，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) 限制性股票回购注销，涉及注册资本变更的，由公司向工商登记部门办理公司变更事项的登记手续。

### 四、 激励计划的变更、终止的程序

#### (一) 本次激励计划的变更程序

1、公司在股东会审议通过本次激励计划之前拟变更本次激励计划的，需经董事会审议通过。公司对已通过股东会审议的本次激励计划拟进行变更的，应当及时公告并提交股东会审议，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) 本次激励计划的终止程序

1、公司在股东会审议通过本次激励计划之前拟终止实施本次激励计划的，需经董事会审议通过。公司在股东会审议通过本次激励计划之后拟终止实施本次激励计划的，应当由股东会审议决定。

2、公司应当及时披露股东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

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，并经股东会审议通过后实施。

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；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；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。

公司因本激励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，回购价格为授予价格。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，可按照本激励计划相关安排，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激励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、退休、死亡等事项时，按以下规定处理：

(一) 职务变更 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，且不存在个人绩效考核不合格、过失、违法违纪等行为的，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、若激励对象因不能胜任岗位工作、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、违反公序良俗等行为损害公司利益或声誉而导致的职务变更，或因前列原因导致公司解除与激励对象劳动关系或聘用关系的，董事会可以决定对激励对象根据本激励计划在情况发生之日，激励对象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。离职前需缴纳完毕限制性股票已解除限售部分所涉及的个人所得税，取得的限制性股票应当在半年内全部退回公司，由公司按授予价格予以回购。3、若激励对象成为独立董事或其他不能继续参与公司股权激励计

划的职务，激励对象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。（二）离职（不含退休、丧失劳动能力而离职、身故） 1、公司与激励对象之间的劳动关系或聘用关系到期且不再续约或主动辞职的，其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。离职前需向公司缴纳完毕限制性股票已解除限售部分所涉及的个人所得税。2、激励对象因公司裁员等被动离职，且不存在个人绩效考核不合格、过失、违法违纪等行为的，其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。离职前需向公司缴纳完毕限制性股票已解除限售部分所涉及的个人所得税。（三）退休 1、激励对象退休，但接受公司返聘请求的，其已获授的限制性股票完全按照退休前本激励计划规定的程序进行。2、激励对象退休，若公司提出返聘请求而激励对象拒绝或者公司未提出返聘请求的，其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。离职前需向公司缴纳完毕限制性股票已解除限售部分所涉及的个人所得税。（四）因丧失劳动能力而离职 1、激励对象因丧失劳动能力而离职时，其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，回购价格为授予价格加同期银行存款利息之和。离职前需向公司缴纳完毕限制性股票已解除限售部分所涉及的个人所得税。（五）其他 1、激励对象身故的，其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，其回购款项由其指定的财产继承人或法定继承人代为接收。2、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次激励计划的限售等规定，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。回购价格按照本次激励计划规定执行。

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，由公司回购注销：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) 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、股份拆细、配股、缩股或派息等影响公司股本总额或公司股票价格及数量事项的，公司应对尚未解除限售的限制性股票的回购价格及数量做相应的调整。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，公司有权依据本次激励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) 公司具有对本次激励计划的解释权和执行权，并按本次激励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) 激励对象因本次激励计划获得的收益，应按国家税法相关规定承担税负。
- (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。

文明蒙恬（广州）集团股份有限公司

董事会

2025 年 9 月 12 日