

证券代码：603180  
债券代码：113553

证券简称：金牌厨柜  
债券简称：金牌转债

编号：2020-010

## 厦门金牌厨柜股份有限公司 2020 年限制性股票激励计划（草案）摘要

本公司及董事会全体成员保证公告内容不存在虚假记载、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。

### 重要内容提示：

- 股权激励方式：限制性股票
- 股份来源：定向发行及二级市场回购
- 股权激励的权益总数：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 55.3090 万股公司 A 股普通股以及从二级市场回购 73.86 万股公司 A 股普通股，合计 129.1690 万股股票约占本激励计划草案公告时公司股本总额 6721.59 万股的 1.92%。

### 一、公司基本情况

（一）经中国证券监督管理委员会批准，公司于 2017 年 5 月 12 日在上海证券交易所挂牌上市。公司住所地位于：福建省厦门市同安工业集中区同安园集和路 190 号；公司是国内领先高端整体厨柜、定制及智能家居解决方案提供商，为消费者提供专业的整体厨柜、定制及智能家居研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务。

### （二）近三年主要业绩情况

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2018年	2017年	2016年
营业收入	1,701,677,972.74	1,441,967,104.74	1,098,888,659.84
净利润	210,121,799.41	166,743,714.79	96,223,133.74
归属于母公司所有者的净利润	210,190,541.74	166,748,221.45	96,225,330.27
	2018末	2017末	2016年末
总资产	1,853,448,529.49	1,580,269,658.62	833,968,319.55
归属于母公司股东的净资产	982,699,565.30	858,362,997.34	283,635,794.45
主要财务指标	2018年	2017年	2016年

基本每股收益（元/股）	3.14	2.78	1.92
加权平均净资产收益率（%）	22.65	27.78	39.53

### （三）公司董事会、监事会、高管人员构成情况

#### 1、董事会构成

公司本届董事会由 6 名董事构成，分别是：董事长温建怀，副董事长潘孝贞，董事温建北，独立董事杨文斌、钱小瑜、章颖薇。

#### 2、监事会构成

公司本届监事会由 3 名监事构成，分别是：监事会主席郑建榕、监事陈振录、职工代表监事王红英。

#### 3、高级管理人员构成

公司现任高级管理人员 8 人，分别是：总经理潘孝贞，副总经理、财务总监朱灵，副总经理孙维革，董事会秘书陈建波，研发设计中心总监温建北，总经理助理王永辉，生产制造中心总监贾斌，桔家衣柜中心执行董事李子飞。

### 二、股权激励计划目的

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，充分调动公司高级管理人员、中层管理人员和核心骨干的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心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《公司法》、《证券法》、《管理办法》等有关法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，制定本激励计划。

基于长效激励机制的持续性原则，本激励计划是公司中长期激励机制的一部分，后续将根据公司发展规划，择机推出合适的激励计划。

### 三、股权激励方式及标的股票来源

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 55.3090 万股公司 A 股普通股以及从二级市场回购 73.86 万股公司 A 股普通股，合计 129.1690 万股股票。

### 四、拟授出的权益数量

本激励计划合计拟授予的限制性股票数量为 129.1690 万股，约占本激励计划草案公告时公司股本总额 6721.59 万股的 1.92%。其中首次授予 127.7690 万股，约占本激励计划草案公告时公司股本总额 6721.59 万股的 1.90%；预留 1.40

万股，约占本激励计划草案公告时公司股本总额 6721.59 万股的 0.02%，预留部分约占本次授予权益总额的 1.08%。

公司于 2018 年 3 月披露了《关于 2017 年限制性股票首次授予登记完成的公告》，并于 2019 年 3 月披露了《关于回购注销部分激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票的公告》。截止目前，公司 2017 年限制性股票激励计划首次授予部分限制性股票第一个限售期公司的业绩考核目标未达成，以及已获授限制性股票的激励对象中 9 人因个人原因离职，不再具备激励对象资格，公司回购前述已授予但尚未解除限售的合计 28.4119 万股限制性股票，剩余 21.5881 万股限制性股票约占本激励计划草案公告时公司股本总额 6721.59 万股的 0.32%。公司两期股权激励计划所涉及的标的股票总数累计为 150.7571 万股，约占本激励计划草案公告时股本总额 6721.59 万股的 2.24%。

全部在有效期内的股权激励计划所涉及的标的股票总数未超过本激励计划草案公告时公司股本总额的 10%。任何一名激励对象通过全部在有效期内的股权激励计划获授的公司股票数量累计未超过本激励计划草案公告时公司股本总额的 1%。

## 五、激励对象的范围及各自所获授的权益数量

### （一）激励对象的确定依据

#### 1、激励对象确定的法律依据

本激励计划激励对象是根据《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、激励对象确定的职务依据

本激励计划激励对象为公司高级管理人员、中层管理人员和核心骨干（不包括独立董事、监事）。

### （二）激励对象的范围

本激励计划首次授予部分涉及的激励对象共计 281 人，包括：

- 1、高级管理人员；
- 2、中层管理人员；
- 3、核心骨干。

本激励计划首次授予部分涉及的激励对象不包括公司独立董事、监事，也不

包括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。

预留授予部分的激励对象由本计划经股东大会审议通过后 12 个月内确定，经董事会提出、独立董事及监事会发表明确意见、律师发表专业意见并出具法律意见书后，公司在指定网站按要求及时准确披露当次激励对象相关信息。超过 12 个月未明确激励对象的，预留权益失效。

激励对象中，董事、高级管理人员必须经股东大会选举或公司董事会聘任。所有激励对象必须在本计划的有效期限内与公司（或控股子公司）具有聘用、雇佣或劳务关系。

### （三）激励对象获授的限制性股票分配情况

本激励计划首次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)	占授予限制性股票总数的比例	占本计划公告日股本总额的比例
1	朱灵	副总经理、财务总监	9.0882	7.03%	0.14%
2	孙维革	副总经理	0.9500	0.74%	0.01%
3	陈建波	董事会秘书	4.5600	3.53%	0.07%
4	王永辉	总经理助理	5.5882	4.33%	0.08%
5	李子飞	桔家衣柜中心执行董事	3.9140	3.03%	0.06%
6	贾斌	生产制造中心总监	4.0648	3.15%	0.06%
中层管理人员及核心骨干（275 人）			99.6038	77.11%	1.48%
预留			1.4000	1.08%	0.02%
合计			129.1690	100.00%	1.92%

注：1、上述任何一名激励对象通过全部有效的股权激励计划获授的本公司股票均未超过公司总股本的 1%。公司全部有效的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公司股本总额的 10%。

2、预留部分的激励对象由本计划经股东大会审议通过后 12 个月内确定，经董事会提出、独立董事及监事会发表明确意见、律师发表专业意见并出具法律意见书后，公司在指定网站按要求及时准确披露当次激励对象相关信息。

3、上述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。

## 六、首次授予限制性股票的授予价格及授予价格的确定方法

### 首次授予限制性股票的授予价格

首次授予限制性股票的回购部分授予价格为每股 28.50 元，即满足授予条件后，激励对象可以每股 28.50 元的价格购买公司授予激励对象的限制性股票。

首次授予限制性股票定向发行部分授予价格为每股 31.04 元，即满足授予条

件后，激励对象可以每股 31.04 元的价格购买公司授予激励对象的限制性股票。

(一) 首次授予定向增发的限制性股票的授予价格不低于股票票面金额，且不低于下列价格较高者：

本激励计划公告前 1 个交易日公司股票交易均价(前 1 个交易日股票交易总额/前 1 个交易日股票交易总量) 每股 62.08 元的 50%，为每股 31.04 元；

本激励计划公告前 20 个交易日公司股票交易均价(前 20 个交易日股票交易总额/前 20 个交易日股票交易总量) 每股 60.87 元的 50%，为每股 30.44 元。

(二) 首次授予回购的限制性股票的授予价格不低于股票票面金额，根据公司回购股份均价 56.90 元的 50% 确定为每股 28.50 元。

公司聘请中国证监会授予证券投资咨询从业资格机构上海荣正投资咨询股份有限公司作为专业独立财务顾问，对股权激励计划的可行性、是否有利于上市公司的持续发展、相关定价依据和定价方法的合理性、是否损害上市公司利益以及对股东利益的影响发表专业意见如下：

该定价是基于公司实施员工股权激励的经验总结，并参考了《上市公司股权激励管理办法》第二十三条的相关定价规定和上市公司案例，而形成的与行业竞争环境、公司实际情况相匹配的有效可行方案。在当前家具制造业竞争压力增大的背景下，本次确定的激励对象中一部分激励对象承担着制订公司发展战略、引领公司前进方向的重大责任，一部分激励对象是公司业务单元和管理工作的直接负责人，还有一部分激励对象是公司重要工作的承担者，对于公司的发展均具有举足轻重的作用；对未来激励权益的兑现公司设定了严格的公司层面和个人层面的业绩考核要求；在激励权益份额分配上，亦坚持激励份额与贡献相对等的原则。

在依法合规的基础上，以较低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，有效地统一激励对象和公司及公司股东的利益，从而推动激励目标的实现。

同时，公司现金流稳健，财务状况良好，因实施本计划而回购股份产生的支出不会对公司日常经营产生不利影响。本计划拟以每股 28.50 元的价格授予，激励对象亦不必支付过高的激励对价，以保证激励计划的可实施性。公司的发展需要稳定的团队，以较低的授予价格对公司核心人员实施股权激励计划能够实现有效的激励，对公司发展产生正向作用。

综上，经核查，财务顾问认为：金牌厨柜本期限限制性股票激励计划的授予价格确定原则符合相关法律、法规和规范性文件的规定，相关定价依据和定价方法合理、可行，不存在损害上市公司及股东利益的情形。

### （三）预留授予限制性股票的授予价格的确定方法

预留限制性股票在每次授予前，须召开董事会审议通过相关议案，并披露授予情况的公告。预留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、预留限制性股票授予董事会决议公布前 1 个交易日的公司股票交易均价的 50%；
- 2、预留限制性股票授予董事会决议公布前 20 个交易日、60 个交易日或者 120 个交易日的公司股票交易均价之一的 50%。

## 七、限售期、解除限售安排

本激励计划首次授予部分限制性股票的限售期分别为自相应授予登记日起 12 个月、24 个月；预留部分限制性股票的限售期分别为自相应授予登记日起 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内不得转让、用于担保或偿还债务。

解除限售后，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。

本激励计划首次授予的限制性股票的解除限售期及各期解除限售时间安排如下表所示：

解除限售安排	解除限售时间	解除限售比例
首次授予的限制性股票第一个解除限售期	自首次授予的限制性股票授予登记日起12个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予登记日起24个月内的最后一个交易日当日止	50%
首次授予的限制性股票第二个解除限售期	自首次授予的限制性股票授予登记日起24个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予登记日起36个月内的最后一个交易日当日止	50%

本激励计划预留的限制性股票的解除限售期及各期解除限售时间安排如下表所示：

解除限售安排	解除限售时间	解除限售比例
预留的限制性股票 第一个解除限售期	自预留授予的限制性股票授予登记日起12个月后的首个交易日起至预留授予的限制性股票授予登记日起24个月内的最后一个交易日当日止	50%
预留的限制性股票 第二个解除限售期	自预留授予的限制性股票授予登记日起24个月后的首个交易日起至预留授予的限制性股票授予登记日起36个月内的最后一个交易日当日止	50%

在上述约定期间内未申请解除限售的限制性股票或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，公司将按本计划规定的原则回购并注销激励对象相应尚未解除限售的限制性股票。

激励对象获授的限制性股票由于资本公积金转增股本、股票红利、股票拆细而取得的股份同时限售，不得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。若公司对尚未解除限售的限制性股票进行回购，该等股份将一并回购。

## 八、授予与解除限售条件

### （一）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、公司未发生如下任一情形：

（1）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。

如公司高级管理人员作为被激励对象在限制性股票授予前 6 个月内发生过减持公司股票行为，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 个月授予其限制性股票。

(二) 限制性股票的解除限售条件

解除限售期内，同时满足下列条件时，激励对象获授的限制性股票方可解除限售：

1、公司未发生如下任一情形：

(1) 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应当由公司回购注销，回购价格为授予价格加上银行同期存款利率之和；某一激励对象发生上述第 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由公司回购注销，回购价格为授予价格。

### 3、公司层面业绩考核要求

本次股权激励计划的解除限售考核年度为 2020-2021 年两个会计年度，每个会计年度考核一次，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
首次及预留授予部分第一个解除限售期	以 2019 年净利润为基数，2020 年净利润增长率不低于 10%；
首次及预留授予部分第二个解除限售期	以 2019 年净利润为基数，2021 年净利润增长率不低于 25%；

注：上述“净利润”、“净利润增长率”指标均以归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润，并剔除激励计划股份支付费用影响的数值作为计算依据。

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可解除限售的限制性股票均不得解除限售，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率之和。

### 4、个人层面绩效考核要求

激励对象的个人层面的考核按照公司现行薪酬与考核的相关规定组织实施，个人层面解除限售比例（N）按下表考核结果确定：

个人上一年度考核结果	优秀	良好	合格	不合格
个人解除限售比例（N）	100%	80%	60%	0

若各年度公司层面业绩考核达标，激励对象个人当年实际解除限售额度 = 个人当年可解除限售额度 × 个人层面解除限售比例（N）。

激励对象考核当年不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率之和。

#### （三）考核指标的科学性和合理性说明

金牌厨柜限制性股票解除限售考核指标分为两个层次，分别为公司层面业绩考核和个人层面绩效考核。

司层面业绩指标为净利润增长率，净利润增长率指标反映企业盈利能力及成长性，能够树立较好的资本市场形象；经过合理预测并兼顾本激励计划的激励作

用，公司为本次限制性股票激励计划设定了以公司 2019 年扣非净利润为基数，2020-2021 年扣非净利润增长率分别不低于 10%、25%的业绩考核目标。

除公司层面的业绩考核外，金牌厨柜对个人还设置了严密的绩效考核体系，能够对激励对象的工作绩效作出较为准确、全面的综合评价。公司将根据激励对象前一年度绩效考评结果，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。

## 九、股权激励计划的有效期、授予日和禁售期

### （一）本激励计划的有效期

本激励计划有效期自限制性股票首次授予登记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 48 个月。

### （二）本激励计划的授予日

授予日在本激励计划经公司股东大会审议通过后分别由董事会确定，授予日必须为交易日。公司需在股东大会审议通过后 60 日内授予首次授予部分限制性股票并完成公告、登记。公司未能在 60 日内完成上述工作的，将终止实施本激励计划，未授予的限制性股票失效，但下述公司不得授出限制性股票的期间不计入此 60 日期限之内。预留部分限制性股票授予日由公司董事会在股东大会审议通过后 12 个月内确认。

公司不得在下列期间内进行限制性股票授予：

- 1、公司定期报告公告前 30 日内，因特殊原因推迟定期报告公告日期的，自原预约公告日前 30 日起算，至公告前 1 日；
- 2、公司业绩预告、业绩快报公告前 10 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大事件发生之日或者进入决策程序之日，至依法披露后 2 个交易日内；
- 4、中国证监会及上海证券交易所规定的其它期间。

### （三）本激励计划禁售期

本次限制性股票激励计划的限售规定按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定执行，具体内容如下：

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、激励对象减持公司股票还需遵守《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定。

4、在本激励计划有效期内，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相关规定。

## 十、权益数量和权益价格的调整方法和程序

### （一）限制性股票数量的调整方法

若在本激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积转增股本、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： $Q_0$  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、股份拆细的比率（即每股股票经转增、送股或拆细后增加的股票数量）； $Q$  为调整后的限制性股票数量。

#### 2、配股

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

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。

#### 3、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。

#### 4、增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票数量不做调整。

##### （二）限制性股票授予价格的调整方法

若在本激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股、缩股或派息等事项，应对限制性股票的授予价格进行相应的调整。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

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

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、股份拆细的比率； $P$  为调整后的授予价格。

##### 2、配股

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

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股份公司总股本的比例）； $P$  为调整后的授予价格。

##### 3、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。

##### 4、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， $P$  仍须大于 1。

#### 5、增发

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）限制性股票激励计划调整的程序

当出现前述情况时，应由公司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。公司应聘请律师就上述调整是否符合《管理办法》、《公司章程》

和本激励计划的规定向公司董事会出具专业意见。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，同时公告律师事务所意见。

## 十一、限制性股票激励计划的实施程序

### （一）限制性股票激励计划生效程序

1、公司董事会应当依法对本激励计划作出决议。董事会审议本激励计划时，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示、公告程序后，将本激励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、解除限售和回购工作。

2、独立董事及监事会应当在激励计划草案公告时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。公司将聘请独立财务顾问，对本激励计划的可行性、是否有利于公司的持续发展、是否损害公司利益以及对股东利益的影响发表专业意见；

3、本激励计划经公司股东大会审议通过后方可实施。公司应当在召开股东大会前，通过公司网站或者其他途径，在公司内部公示激励对象的姓名和职务（公示期不少于 10 天）。监事会应当对股权激励名单进行审核，充分听取公示意见。公司应当在股东大会审议本激励计划前 5 日披露监事会对激励名单审核及公示情况的说明。

4、公司股东大会在对本次限制性股票激励计划进行投票表决时，独立董事应当就本次限制性股票激励计划向所有的股东征集委托投票权。股东大会应当对《管理办法》第九条规定的股权激励计划内容进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过，单独统计并披露除公司董事、监事、高级管理人员、单独或合计持有公司 5% 以上股份的股东以外的其他股东的投票情况。

公司股东大会审议股权激励计划时，作为激励对象的股东或者与激励对象存在关联关系的股东，应当回避表决。

5、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、解除限售和回购。

### （二）限制性股票的授予程序

1、股东大会审议通过本激励计划后，公司与激励对象签署《限制性股票激

励协议书》，以约定双方的权利义务关系。

2、公司在向激励对象授出权益前，董事会应当就股权激励计划设定的激励对象获授权益的条件是否成就进行审议并公告。

独立董事及监事会应当同时发表明确意见。律师事务所应当对激励对象获授权益的条件是否成就出具法律意见。

3、公司监事会应当对限制性股票授予日及激励对象名单进行核实并发表意见。

4、公司向激励对象授出权益与股权激励计划的安排存在差异时，独立董事、监事会（当激励对象发生变化时）、律师事务所、独立财务顾问应当同时发表明确意见。

5、股权激励计划经股东大会审议通过后，公司应当在 60 日内对激励对象进行授予，并完成公告、登记。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。若公司未能在 60 日内完成上述工作的，本激励计划终止实施，董事会应当及时披露未完成的原因且 3 个月内不得再次审议股权激励计划（根据《管理办法》规定上市公司不得授出限制性股票的期间不计算在 60 日内）。

预留权益的授予对象应当在本计划经股东大会审议通过后 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。

6、公司授予限制性股票前，应当向证券交易所提出申请，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

### （三）限制性股票的解除限售程序

1、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。董事会应当就本激励计划设定的解除限售条件是否成就进行审议，独立董事及监事会应当同时发表明确意见。律师事务所应当对激励对象解除限售的条件是否成就出具法律意见。对于满足解除限售条件的激励对象，由公司统一办理解除限售事宜，对于未满足条件的激励对象，由公司回购并注销其持有的该次解除限售对应的限制性股票。公司应当及时披露相关实施情况的公告。

2、激励对象可对已解除限售的限制性股票进行转让，但公司董事和高级管理人员所持股份的转让应当符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

3、公司对激励对象限制性股票解除限售前，应当向证券交易所提出申请，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

## 十二、公司与激励对象各自的权利义务

### （一）公司的权利与义务

1、公司具有对本激励计划的解释和执行权，并按本激励计划规定对激励对象进行绩效考核，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。

2、公司承诺不为激励对象依本激励计划获取有关限制性股票提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。

3、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。

4、公司应当根据本激励计划及中国证监会、证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司等的有关规定，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、证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司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。

### （二）激励对象的权利与义务

1、激励对象应当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。

2、激励对象应当按照本激励计划规定限售其获授的限制性股票。

3、激励对象的资金来源为激励对象自筹资金。

4、激励对象获授的限制性股票在解除限售前不得转让、担保或用于偿还债务。

5、激励对象因激励计划获得的收益，应按国家税收法规缴纳个人所得税及其它税费。

6、激励对象承诺，若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

获得的的全部利益返还公司。

7、本激励计划经公司股东大会审议通过后，公司将与每一位激励对象签署《限制性股票激励协议书》，明确约定各自在本次激励计划项下的权利义务及其他相关事项。

8、法律、法规及本激励计划规定的其他相关权利义务。

### 十三、股权激励计划变更与终止

#### （一）本激励计划的变更程序

1、公司在股东大会审议本激励计划之前拟变更本激励计划的，需经董事会审议通过。

2、公司在股东大会审议通过本激励计划之后变更本激励计划的，应当由股东大会审议决定，且不得包括下列情形：

（1）导致提前解除限售的情形；

（2）降低授予价格的情形。

#### （二）本激励计划的终止程序

1、公司在股东大会审议本激励计划之前拟终止实施本激励计划的，需经董事会审议通过。

2、公司在股东大会审议通过本激励计划之后终止实施本激励计划的，应当由股东大会审议决定。

3、律师事务所应当就公司终止实施激励是否符合《管理办法》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。

4、本激励计划终止时，公司应当回购尚未解除限售的限制性股票，并按照《公司法》的规定进行处理。

5、公司回购限制性股票前，应当向证券交易所提出申请，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

（三）公司出现下列情形之一的，本激励计划终止实施，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，回购价格为授予价格加上银行同期存款利息之和：

1、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情形；

5、中国证监会认定的其他需要终止激励计划的情形。

（四）公司出现下列情形之一的，本激励计划正常实施：

1、公司控制权发生变更；

2、公司出现合并、分立的情形。

（五）公司因信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致不符合限制性股票授予条件或解除限售安排的，未解除限售的限制性股票由公司统一回购注销处理，激励对象获授限制性股票已解除限售的，所有激励对象应当返还已获授权益。对上述事宜不负有责任的激励对象因返还权益而遭受损失的，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。

（六）若因市场原因导致激励效果不足，董事会可决定对应考核年度的限制性股票由公司回购注销或终止本次激励计划。

（七）回购注销原则

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。

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数量和价格做相应的调整。

1、回购数量的调整方法

（1）资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细

$$Q=Q0\times(1+n)$$

其中：Q0 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、股份拆细的比率（即每股股票经转增、送股或拆细后增加的股票数量）；Q 为调整后的限制性股票数量。

(2) 配股

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

其中：Q<sub>0</sub> 为调整前的限制性股票数量；P<sub>1</sub> 为股权登记日当日收盘价；P<sub>2</sub> 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。

(3) 缩股

$$Q=Q_0 \times n$$

其中：Q<sub>0</sub> 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。

(4) 增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票数量不做调整。

## 2、回购价格的调整方法

(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 为调整后的每股限制性股票回购价格，P<sub>0</sub> 为每股限制性股票授予价格；n 为每股公积金转增股本、派送股票红利、股票拆细的比率（即每股股票经转增、送股或股票拆细后增加的股票数量）。

(2) 配股

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

其中：P<sub>1</sub> 为股权登记日当天收盘价；P<sub>2</sub> 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）

(3) 缩股

$$P=P_0 \div n$$

其中：P 为调整后的每股限制性股票回购价格，P<sub>0</sub> 为每股限制性股票授予价格；n 为每股的缩股比例（即 1 股股票缩为 n 股股票）。

(4) 派息

$$P=P_0 - V$$

其中：P<sub>0</sub> 为调整前的每股限制性股票回购价格；V 为每股的派息额；P 为调整后的每股限制性股票回购价格。经派息调整后，P 仍须大于 1。

### 3、回购数量和价格的调整程序

(1) 公司股东大会授权公司董事会依上述已列明的原因调整限制性股票的回购数量与回购价格。董事会根据上述规定调整回购数量与回购价格后，应及时公告。

(2) 因其他原因需要调整限制性股票回购数量与回购价格的，应经董事会做出决议并经股东大会审议批准。

### 4、回购注销的程序

公司及时召开董事会审议根据上述规定进行的回购价格调整方案，因本计划第八章第二节依法将回购股份方案提交股东大会批准，并及时公告。

公司按照本激励计划的规定实施回购时，应向证券交易所申请解除限售该等限制性股票，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

## 十四、会计处理方法与业绩影响测算

按照《企业会计准则第 11 号—股份支付》的规定，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。

### (一) 会计处理方法

#### 1、授予日

根据公司向激励对象定向发行股份的情况确认股本和资本公积。

#### 2、限售期内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，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或负债。

#### 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被解除限售而失效或作废，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》及《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 Black-Scholes 模型（B-S 模型）作为定价模型，扣除激励对象在未来解除限售期取得理性预期收益所需要支付的锁定

成本后作为限制性股票的公允价值。公司于董事会当日运用该模型以 2020 年 2 月 17 日为计算的基准日，对首次授予部分的限制性股票的公允价值进行了预测算（授予时进行正式测算），具体参数选取如下：

（1）标的股价：62.77 元（2020 年 2 月 17 日交易均价）

（2）有效期分别为：1 年、2 年（授予登记日至每期首个解除限售日的期限）

（3）历史波动率：19.70%、19.23%（分别采用上证指数最近 1 年、2 年的波动率）

（4）无风险利率：1.5%、2.1%（分别采用中国人民银行制定的金融机构 1 年期、2 年期存款基准利率）

（二）预计限制性股票实施对各期经营业绩的影响

公司按照授予日限制性股票的公允价值，并最终确认本激励计划的股份支付费用，该等费用将在本激励计划的实施过程中按解除限售的比例摊销。由本激励计划产生的激励成本将在经常性损益中列支。

根据中国会计准则要求，本激励计划首次授予的限制性股票对各期会计成本的影响如下表所示：

限制性股票数量 (万股)	需摊销的 总费用 (万元)	2020 年 (万元)	2021 年 (万元)	2022 年 (万元)
129.1690	2479.85	978.61	1239.93	261.31

注：上述结果并不代表最终的会计成本。实际会计成本除了与实际授予日、授予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。上述对公司经营成果的影响最终结果将以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

公司以目前信息初步估计，在不考虑本激励计划对公司业绩的刺激作用情况下，限制性股票费用的摊销对有效期内各年净利润有所影响，但影响程度不大。若考虑限制性股票激励计划对公司发展产生的正向作用，由此激发管理团队的积极性，提高经营效率，降低代理人成本，本激励计划带来的公司业绩提升将远高于因其带来的费用增加。

## 十五、上网公告附件

厦门金牌厨柜股份有限公司 2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法。  
特此公告。

厦门金牌厨柜股份有限公司董事会  
2020 年 2 月 17 日