
股票简称：博士眼镜

股票代码：300622



博士眼镜连锁股份有限公司

**2018 年限制性股票激励计划
(草案) 摘要**

二〇一八年四月

声明

本公司及全体董事、监事保证本激励计划及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司所有激励对象承诺，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，将由本激励计划所获得的全部利益返还公司。

特别提示

1、本激励计划系依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司股权激励管理办法》和其他有关法律、法规、规范性文件，以及《博士眼镜连锁股份有限公司章程》制订。

2、本激励计划采取的激励工具为限制性股票。股票来源为公司向激励对象定向发行博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）A 股普通股。

3、本激励计划拟授予的限制性股票数量为 160.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 1.86%。其中首次授予 128.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 1.49%；预留 32.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 0.37%，预留部分占本次授予权益总额的 20.00%。

4、在本激励计划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、派发股票红利、股份拆细或缩股、配股、派息等事宜，限制性股票的授予价格或授予数量将根据本激励计划予以相应的调整。

5、本激励计划首次授予的激励对象总人数为 25 人，包括公司公告本激励计划时在公司（含全资及控股子公司，下同）任职的公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心业务人员。

预留激励对象指本计划获得股东大会批准时尚未确定但在本计划存续期间纳入激励计划的激励对象，由本计划经股东大会审议通过后 12 个月内确定。预留激励对象的确定标准参照首次授予的标准确定。

6、本激励计划有效期自限制性股票授予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 48 个月。

本激励计划首次授予的限制性股票限售期分别为自首次授予日起 12 个月、

24 个月、36 个月；预留限制性股票限售期分别为自首次授予日起 24 个月、36 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。

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	自首次授予日起 12 个月后的首个交易日起至首次授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	40%
首次授予的限制性股票第二个解除限售期	自首次授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	30%
首次授予的限制性股票第三个解除限售期	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	30%

本激励计划预留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
预留限制性股票第一个解除限售期	自首次授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	50%
预留限制性股票第二个解除限售期	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	50%

7、本激励计划的解除限售考核年度为 2018 年至 2020 年三个会计年度，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
首次授予的限制性股票	第一个解除限售期 以 2017 年度营业收入为基数，2018 年度营业收入增长率不低于 12%；以 2017 年度净利润为基数，2018 年度净利润增长率不低于 12%。
	第二个解除限售期 以 2017 年度营业收入为基数，2019 年度营业收入增长率不低于 25%；以 2017 年度净利润为基数，2019 年度净利润增长率不低于 25%。

	第三个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2020 年度营业收入增长率不低于 40%；以 2017 年度净利润为基数，2020 年度净利润增长率不低于 40%。
预留授予的限制性股票	第一个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2019 年度营业收入增长率不低于 25%；以 2017 年度净利润为基数，2019 年度净利润增长率不低于 25%。
	第二个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2020 年度营业收入增长率不低于 40%；以 2017 年度净利润为基数，2020 年度净利润增长率不低于 40%。

注：上述“净利润”、“净利润增长率”指标以激励成本摊销前并扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润作为计算依据，下同。

8、公司不存在《上市公司股权激励管理办法》第七条规定的不得实行股权激励的情形。

9、本计划激励对象不存在《上市公司股权激励管理办法》第八条规定的不得成为激励对象的情形。

10、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。

11、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，将由本激励计划所获得的全部利益返还公司。

12、本激励计划经公司股东大会审议通过后方可实施。

13、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对首次授予部分激励对象进行授予，并完成登记、公告等相关程序。公司未能在 60 日内完成上述工作的，终止实施本激励计划，未授予的限制性股票失效。预留部分须在本次股权激励计划经公司股东大会审议通过后的 12 个月内授出。

14、本激励计划的实施不会导致股权分布不符合上市条件的要求。

目录

第一章	释义	7
第二章	本激励计划的目的与原则.....	8
第三章	本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	限制性股票的来源、数量和分配.....	12
第六章	有效期、授予日、限售期、解除限售安排和禁售期.....	14
第七章	限制性股票的授予价格及授予价格的确定方法.....	17
第八章	限制性股票的授予与解除限售条件.....	18
第九章	限制性股票激励计划的调整方法和程序.....	22
第十章	限制性股票的会计处理.....	25
第十一章	公司/激励对象发生异动的处理	27
第十二章	限制性股票回购注销原则.....	30
第十三章	附则.....	32

第一章 释义

本文中除另有说明，下列简称具有如下含义：

博士眼镜、公司、本公司、上市公司	指	博士眼镜连锁股份有限公司（股票代码：300622）
本激励计划、激励计划、本计划	指	博士眼镜连锁股份有限公司 2018 年限制性股票激励计划
限制性股票	指	公司根据本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	按照本激励计划规定，获得限制性股票的公司董事、公司高级管理人员、中层管理人员、核心业务人员以及公司董事会认为应当激励的其他员工等
授予日	指	公司向激励对象授予限制性股票的日期，授予日必须为交易日
授予价格	指	公司授予激励对象每一股限制性股票的价格
限售期	指	激励对象根据本激励计划获授的限制性股票被禁止转让、用于担保、偿还债务的期间
解除限售期	指	本激励计划规定的解除限售条件成就后，激励对象持有的限制性股票可以解除限售并上市流通的期间
解除限售条件	指	根据本激励计划，激励对象所获限制性股票解除限售所必需满足的条件
《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》
《管理办法》	指	《上市公司股权激励管理办法》
《公司章程》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司章程》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所	指	深圳证券交易所
元	指	人民币元

注：本草案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二章 本激励计划的目的与原则

为了增强公司核心团队的凝聚力，提升公司价值和员工价值的统一，促进公司长远发展，充分调动公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心业务骨干的积极性，在充分保障股东利益的前提下，按照收益与贡献对等原则，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。

第三章 本激励计划的管理机构

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

二、董事会是本激励计划的执行管理机构，负责本激励计划的实施。董事会下设薪酬与考核委员会，负责拟订和修订本激励计划并报董事会审议，董事会对激励计划审议通过后，报股东大会审议。董事会可以在股东大会授权范围内办理本激励计划的其他相关事宜。

三、监事会及独立董事是本激励计划的监督机构，应当就本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。监事会对本激励计划的实施是否符合相关法律、法规、规范性文件和证券交易所业务规则进行监督，并且负责审核激励对象的名单。独立董事将就本激励计划向所有股东征集委托投票权。

公司在股东大会审议通过股权激励方案之前对其进行变更的，独立董事、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独立意见。

公司在向激励对象授出权益前，独立董事、监事会应当就本激励计划设定的激励对象获授权益的条件发表明确意见。若公司向激励对象授出权益与本计划安排存在差异，独立董事、监事会（当激励对象发生变化时）应当同时发表明确意见。

激励对象在行使权益前，独立董事、监事会应当就本激励计划设定的激励对象行使权益的条件是否成就发表明确意见。

第四章 激励对象的确定依据和范围

一、激励对象确定的依据

（一）激励对象确定的法律依据

本计划激励对象根据《公司法》、《证券法》、《管理办法》等有关法律及其他有关法律、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。

（二）激励对象确定的职务依据

本计划激励对象为公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心业务人员以及公司董事会认为应当激励的其他员工等（不包括独立董事、监事）。

二、激励对象的范围

本计划首次授予的激励对象共计 25 人，包括：

- （一）公司董事；
- （二）公司高级管理人员；
- （三）公司中层管理人员；
- （四）公司核心业务人员。

本激励计划涉及的激励对象不包括独立董事、监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。

以上激励对象中，公司董事、高级管理人员必须已经公司股东大会选举或董事会聘任。所有激励对象必须在授予限制性股票时或在本计划的考核期内与公司或公司的全资/控股子公司具有雇佣或劳动关系。

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。预留激励对象的确定标准参照首次授予的标准确定。

三、激励对象的核实

1、本计划经董事会审议通过后，公司在内部公示激励对象的姓名和职务，公示期不少于 10 天。

2、公司监事会将激励对象名单进行审核，充分听取公示意见，并在公司股东大会审议本激励计划前 5 日披露监事会对激励对象名单审核及公示情况的说明。经公司董事会调整的激励对象名单亦应经公司监事会核实。

第五章 限制性股票的来源、数量和分配

一、本激励计划的股票来源

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公司 A 股普通股。

二、授出限制性股票的数量

本激励计划拟授予的限制性股票数量为 160.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 1.86%。其中首次授予 128.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 1.49%；预留 32.00 万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额 8,580.00 万股的 0.37%，预留部分占本次授予权益总额的 20.00%。

在本激励计划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、派发股票红利、股份拆细或缩股、配股等事宜，限制性股票的授予数量及所涉及的标的股票总数将做相应的调整。

三、激励对象获授的限制性股票分配情况

本激励计划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：

姓名	职务	获授的限制性股票数量（万股）	占本计划授予限制性股票总数的比例	占目前总股本的比例
杨秋	董事、副总经理、董事会秘书	15.00	9.38%	0.17%
刘之明	董事、副总经理	10.00	6.25%	0.12%
张晓明	副总经理、财务总监	10.00	6.25%	0.12%
何庆柏	副总经理	10.00	6.25%	0.12%
郑庆秋	副总经理	10.00	6.25%	0.12%
公司中层管理人员、核心业务人员（共计 20 人）		73.00	45.63%	0.85%
预留限制性股票		32.00	20.00%	0.37%

合计	160.00	100.00%	1.86%
----	--------	---------	-------

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公司股票均未超过公司股本总额的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激励计划提交股东大会审议时公司股本总额的10%；
- 2、本次激励对象不包括公司独立董事和监事，亦不包括单独或合计持有上市公司5%以上股份的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女；
- 3、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向书后，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。

第六章 有效期、授予日、限售期、解除限售安排和禁售期

一、本激励计划的有效期

本激励计划有效期自限制性股票授予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 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 日内对首次授予部分激励对象进行授予，并完成登记、公告等相关程序。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。预留部分须在本次股权激励计划经公司股东大会审议通过后的 12 个月内授出。

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三十日内，因特殊原因推迟定期报告公告日期的，自原预约公告日前三十日起算，至公告前一日；
- 2、公司业绩预告、业绩快报公告前十日内；
- 3、自可能对本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，至依法披露后二个交易日内；
- 4、中国证监会及证券交易所规定的其它期间。

上述公司不得授予限制性股票的期间不计入 60 日期限之内。

三、本激励计划的限售期和解除限售安排

本激励计划首次授予的限制性股票限售期分别为自首次授予日起 12 个月、

24 个月、36 个月；预留限制性股票限售期分别为自首次授予日起 24 个月、36 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。

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	自首次授予日起 12 个月后的首个交易日起至首次授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	40%
首次授予的限制性股票第二个解除限售期	自首次授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	30%
首次授予的限制性股票第三个解除限售期	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	30%

本激励计划预留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
预留限制性股票第一个解除限售期	自首次授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	50%
预留限制性股票第二个解除限售期	自首次授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予日起 48 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。

四、本激励计划禁售期

本次限制性股票激励计划的禁售规定按照《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《深圳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》、《深圳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。

第七章 限制性股票的授予价格及授予价格的确定方法

一、限制性股票的授予价格

限制性股票的授予价格为每股 11.46 元，即满足授予条件后，激励对象可以每股 11.46 元的价格购买公司向激励对象增发的公司限制性股票。

二、限制性股票的授予价格的确定方法

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：

（一）本激励计划草案公告前 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 22.63 元的 50%，为每股 11.32 元；

（二）本激励计划草案公告前 60 个交易日（前 60 个交易日股票交易总额/前 60 个交易日股票交易总量）的公司股票交易均价每股 22.92 元的 50%，为每股 11.46 元。

三、预留部分限制性股票授予价格的确定方法

预留部分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，并披露授予情况的摘要。预留部分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：

（一）预留部分限制性股票授予董事会决议公告前 1 个交易日的公司股票交易均价的 50%；

（二）预留部分限制性股票授予董事会决议公告前 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%。

第八章 限制性股票的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。

（一）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。

（二）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、证监会认定的其他情形。

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：

（一）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。

（二）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、证监会认定的其他情形。

公司发生上述第（一）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；某一激励对象发生上述第（二）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。

（三）公司层面业绩考核要求

本激励计划的解除限售考核年度为 2018 年至 2020 年三个会计年度，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
首次授予的限制性股票	第一个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2018 年度营业收入增长率不低于 12%；以 2017 年度净利润为基数，2018 年度净利润增长率不低于 12%。
	第二个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2019 年度营业收入增长率不低于 25%；以 2017 年度净利润为基数，2019 年度净利润增长率不低于 25%。
	第三个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2020 年度营业收入增长率不低于 40%；以 2017 年度净利润为基数，2020 年度净利润增长率不低于 40%。
预留授予的限制性股票	第一个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2019 年度营业收入增长率不低于 25%；以 2017 年度净利润为基数，2019 年度净利润增长率不低于 25%。
	第二个解除限售期	以 2017 年度营业收入为基数，2020 年度营业收入增长率不低于 40%；以 2017 年度净利润为基数，2020 年度净利润增长率不低于 40%。

注：上述“净利润”、“净利润增长率”指标以激励成本摊销前并扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润作为计算依据，下同。

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，由公司按授予价格回购注销。

（四）个人层面绩效考核要求

根据公司制定的《博士眼镜连锁股份有限公司 2018 年限制性股票激励计划实施考核管理办法》，只有公司在规定的考核年度满足相应业绩考核目标时，激励对象才可根据其个人绩效考核结果按比例解除限售。

激励对象当年未能解除限售的限制性股票，由公司按回购价格回购注销。

三、考核指标的科学性和合理性说明

公司限制性股票考核指标分为两个层次，分别为公司层面业绩考核、个人层面绩效考核。

公司层面业绩指标体系为各年度的营业收入和净利润，营业收入增长率指标是衡量企业经营状况和市场占有能力、预测企业未来业务拓展趋势的重要标志，净利润指标反映公司盈利能力和经营成果的最终体现，两个考核指标均能够树立较好的资本市场形象。参照公司历史业绩，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下考核指标：以 2017 年度营业收入为基数，2018 年度、2019 年度、2020 年度营业收入增长率分别不低于 12%、25%、40%；以 2017 年度净利润为基数，2018 年度、2019 年度、2020 年度净利润增长率分别不低于 12%、25%、40%。

除公司层面的业绩考核外，公司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。

第九章 限制性股票激励计划的调整方法和程序

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

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

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。

2、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。

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。

第十章 限制性股票的会计处理

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，将当期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，公司以授予日公司股票的市场价格为基础，对限制性股票的公允价值进行计量。在测算日，每股限制性股票的股份支付公允价值=公司股票的市场价格-授予价格。假设以 2018 年 4 月 27 日（本激励计划公告前一日）的收盘价 22.48 元/股作为授予日的市场价格进行测算，公司向激励对象首次授予的权益工具公允价值总额为 1,410.56 万元，最终授予日市场价格以实际授予日收盘价为准。

二、预计限制性股票实施对各期经营业绩的影响

公司按照相关估值工具确定授予日限制性股票的公允价值，并最终确认本计划的股份支付费用，该等费用将在本计划的实施过程中按照解除限售比例进行分期确认。由本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，假设 2017 年 6 月 1 日为首次授予日，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：

首次授予的限制性股票数量 (万股)	需摊销的总费用 (万元)	2018 年 (万元)	2019 年 (万元)	2020 年 (万元)	2021 年 (万元)
128.00	1,410.56	534.84	587.73	229.22	58.77

注：

- 1、上述成本预测和摊销出于谨慎性原则的考虑，未考虑所授予限制性股票未来未解除限售的情况；
- 2、上述结果并不代表最终的会计成本，实际会计成本除了与授予日、授予价格和授予数量相关，还与实际生效和失效的权益数量有关；
- 3、上述对公司经营成果的影响最终结果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，本计划带来的公司业绩提升将远高于因其带来的费用增加。

第十一章 公司/激励对象发生异动的处理

一、公司发生异动的处理

（一）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，由公司回购注销：

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情形。

（二）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。

（三）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。

二、激励对象个人情况发生变化

（一）激励对象在公司内发生正常职务变更，其获授的限制性股票完全按照本计划相关规定进行。但是，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的，董事会可以决定对激励对象根据本计划在情况发生之日，对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）激励对象如因出现以下情形之一而失去参与本计划的资格，激励对象已解锁的限制性股票继续有效，尚未解锁的限制性股票将由公司以授予价格回购后注销：

- 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、证监会认定的其他情形。

（三）激励对象因辞职、公司裁员而不在公司担任相关职务，董事会可以决定对激励对象根据本计划在情况发生之日，对激励对象在绩效考核年度内因考核合格已解锁的限制性股票可继续保留，其余未获准解锁的限制性股票不得解锁，由公司按回购价格回购注销。

（四）激励对象因退休而离职，在情况发生之日，限制性股票将完全按照退休前本计划规定的程序进行，且董事会可以决定其个人绩效考核条件不再纳入解锁条件。

（五）激励对象因丧失劳动能力而离职，应分以下两种情况处理：

- 1、当激励对象因工伤丧失劳动能力而离职时，在情况发生之日，限制性股票将完全按照丧失劳动能力前本计划规定的程序进行，且董事会可以决定其个人

绩效考核条件不再纳入解锁条件。

2、当激励对象非因工伤丧失劳动能力而离职时，在情况发生之日，激励对象已解锁的限制性股票可继续保留，已获授但尚未解锁的限制性股票不得解锁，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之和。

（六）激励对象身故的，应分以下两种情况处理：

1、激励对象若因执行职务身故的，在情况发生之日，对激励对象的限制性股票将由其指定的财产继承人或法定继承人代为持有，并按照身故前本计划规定的程序进行，其个人绩效考核条件不再纳入解锁条件。

2、激励对象若因其他原因身故的，在情况发生之日，对激励对象已解锁的限制性股票可继续保留，已获授但尚未解锁的限制性股票不得解锁，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之和。

（七）其它未说明的情况由董事会认定，并确定其处理方式。

三、公司与激励对象之间争议的解决

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》的规定解决；规定不明的，双方应按照国家法律和公平合理原则协商解决；协商不成，应提交公司住所所在地有管辖权的人民法院诉讼解决。

第十二章 限制性股票回购注销原则

公司按本激励计划规定回购注销限制性股票的，除本计划另有约定外，回购价格为授予价格。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价格做相应的调整。

（一）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：

$$P=P_0/(1+n)$$

其中：P 为调整后的每股限制性股票回购价格，P₀ 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、缩股：P=P₀÷n

其中：P 为调整后的每股限制性股票回购价格，P₀ 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）。

3、配股：P=P₀×（P₁+P₂×n）/[P₁×（1+n）]

其中：P 为调整后的每股限制性股票回购价格，P₀ 为每股限制性股票授予价格；P₁ 为股权登记日当天收盘价；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）。

4、派息：P=P₀-V

其中：P 为调整后的每股限制性股票回购价格，P₀ 为每股限制性股票授予价格；V 为每股的派息额。经派息调整后，P 仍须大于 1。

（二）回购价格的调整程序

公司股东大会授权公司董事会依本计划已列明的原因调整限制性股票的回购价格。董事会根据本计划的规定调整回购价格后，应及时公告。

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

（三）回购注销的程序

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。

第十三章 附则

- 一、本计划在公司股东大会审议通过后生效；
- 二、本计划由公司董事会负责解释。

博士眼镜连锁股份有限公司

董事会

2018 年 4 月 27 日