

## 汇纳科技股份有限公司

### 关于对深圳证券交易所关注函回复的补充公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

汇纳科技股份有限公司(以下简称“汇纳科技”、“公司”或“上市公司”)于2021年4月22日对深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对汇纳科技股份有限公司的关注函》(创业板关注函(2021)第182号)进行了回复，具体内容请参见公司于2021年4月22日在巨潮资讯网上披露的《公司关于对深圳证券交易所关注函的回复公告》(公告编号：2021-027)。

为了让广大投资者对回复中的相关内容有更清楚的了解，现对有关问题回复补充如下(补充内容为加下划线部分)：

**问题 1、你公司分别于 2020 年 3 月 9 日、9 月 14 日召开股东大会审议通过了 2020 年限制性股票激励计划、2020 年第二期限制性股票激励计划相关议案，并分别于 2020 年 5 月 29 日、12 月 7 日完成相关股份授予登记。在公司审议相关议案及办理授予登记的过程中，新冠疫情对经济活动的影响已经显现。同时，公司在相应的股权激励方案中称业绩考核指标“具体数值的确定综合考虑了宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等相关因素，综合考虑了实现可能性和对公司员工的激励效果，指标设定合理、科学”。请你公司补充说明原业绩考核指标确定的依据和过程，以及公司在制定相关方案时是否充分考虑了新冠疫情对公司生产经营及业绩的影响。若是，请说明公司测算疫情对公司业绩影响的具体方式，并结合方案披露后疫情变化、对所处行业及公司业务影响的具体表现说明公司以疫情影响为由调整业绩考核指标的合理性；若否，请说明公司调整前业绩指标的设定是否符合《股权激励管理办法》第十一条的有关规定。**

**【公司回复】**

一、公司原业绩考核指标确定的依据和过程，及公司在制定相关方案时已充分考虑了新冠疫情对公司生产经营及业绩的影响

1、公司确定股权激励计划原业绩考核指标综合考虑了宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等相关因素，并基于公司 2017 至 2019 年营业收入增速逐年提高的现实考虑

首先，公司在确定股权激励计划原业绩考核指标的过程中，具体数值的确定综合考虑了宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等相关因素。具体如下：

第一，在宏观经济环境层面，中国经济持续快速增长，消费市场逐步升级扩大，公司下游线下实体商业行业规模不断增长。

近年来中国经济结构转型成效初显，社会消费品零售总额增速持续高于 GDP 增速，消费对 GDP 的拉动作用稳步提升，中国稳步进入消费驱动型经济增长模式。2019 年全国社会消费品零售总额 411,649 亿元，比 2018 年增长 8.0%。全国社会消费品零售总额与 GDP 呈现较强的同步增长趋势，且增速持续高于 GDP 增速。

随着中国经济持续快速增长，消费市场逐步扩大，公司下游线下实体商业行业规模不断增长。根据中国社会科学院财经战略研究院《流通蓝皮书：中国商业发展报告(2016~2017)》的数据，2016 年中国已有购物中心近 4,000 家，另外，据中国购物中心产业咨询中心预测，截至 2025 年还会有 7,000 家购物中心建成开业，届时中国购物中心数量将超过 1 万家。

从长期发展趋势来看，消费市场的不断增长使得线下实体商业具有较大发展空间，但受 2020 年初爆发的新冠疫情影响，线下实体商业在短期内会受到一定冲击，有关该影响以及公司对此考虑及研判的具体内容请见本问题回复之“2、公司充分考虑了新冠疫情对公司生产经营及业绩的影响”。

第二，在行业发展状况层面，大数据产业持续高速发展，线下实体商业顺应消费发展趋势谋求数字化转型，公司产品具有广阔的市场空间。

近年来，全球大数据产业保持快速发展，据权威咨询机构 Wikion 公布的数据，预计 2020 年，全球大数据产业规模将达到 573 亿美元，2017-2020 年年复合增速有望达到 20%。而在国内，国家促进大数据及推动实体零售创新转型的行业政策不断推出，如 2014 年大数据首次写入政府工作报告、2015 年国务院《促进大数据发展的行动纲要》、2016 年国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》等，国内大数据产业市场亦快速增长，根据中国信息通信研究院《大数据白皮书（2018）》数据显示，2017 年我国广义大数据产业规模为 4,700 亿元人民币，同比增长 30%，预计未来几年仍继续保持近 30% 的增速，高于全球增速，到 2020 年中国大数据市场规模将超万亿。

具体到线下实体商业而言，线下大数据是利用数字化的手段凸显客户的中心位置，有助于推动商业要素的重构，加速实体经济经营模式和商业模式的创新。如根据中国百货商业协会及冯氏集团利丰研究中心的调查，受访的百货企业都表示发展线上线下全渠道融合，增强人、货、场重构，加入更多人工智能、大数据、物联网等科技元素，智能化、数字化改革是他们在新消费时代变革成功的关键。调查显示，当前于实体店有应用科技的受访百货企业中，87.9% 已在门店铺设无线网络，46.2% 设有自助收费系统，29.7% 设有互动指示屏，16.5% 通过动态轨迹做客流分析。根据调查数据，客流分析系统在目前存量实体商业中的渗透率仍较低。

随着中国经济持续快速增长，消费市场逐步扩大，“消费升级”渐趋明显，越来越多的中产阶级及新世代（1980 年后出生人口）客群逐渐成为消费主力，品质化、个性化及体验类消费逐渐流行。为了顺应需求，线下商业实体利用线下大数据对“人”进行分析，对“场”进行重塑并优化运营效率，已成为企业转型重要举措。随着“新零售”时代对“人、货、场”的重塑、线下大数据重要性的认知提升，实体商业加大客流分析系统等科技投入的意愿明显，将为公司客流分析领域带来广阔的市场空间。

第三，在市场竞争情况层面，公司具有较强的市场竞争力。

公司是国内领先的线下消费者行为数据采集分析服务提供商，是线下客流数据采集分析细分行业的首家 A 股上市公司。公司视频客流统计系统已被国内众

多知名商业地产、百货公司以及零售商用户所采纳，实现了每年百亿人次客流量统计，其中包括万达广场、银泰城、华润、凯德商用、龙湖地产、恒隆地产、龙之梦、新世界、百联集团等知名购物中心/百货商场，以及屈臣氏、苹果、特力屋、艾格、耐克、彪马等零售品牌和连锁店铺。经过十余年的积累和发展，在市场份额、研发、营销、盈利能力等方面，公司当前在国内市场处于领先地位。同时，商业零售领域十余年的行业经验，所积累的大量的线下商户资源，以及分布广泛、数量众多的线下商业数据入口，都是公司保持持续竞争优势的重要壁垒。

第四，在公司未来发展规划层面：公司将秉承“构建实体商业数据连接”这一使命，在市场开拓与销售、技术研发与产品两方面持续发力，不断发展创新，扩大市场份额与数据平台规模。

公司将依托产品、服务、市场声誉等的核心竞争优势，以及潜在非公开发行股票带来的资金优势，在市场开拓及销售方面，迅速扩大市场份额，快速扩大数据平台规模；在技术研发及产品方面，综合运用 AI、大数据、IoT 等技术为实体商业提供全面的数据采集、数据管理及数据运营服务，推出基于云平台的产品和服务。此外，公司将持续在运营、运维服务、商业模式创新和衍生领域布局等方面积极优化、探索。

综上，基于宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等，公司长期发展趋势较好，新冠疫情的短期冲击并不改变行业及公司长期发展趋势。

其次，在此基础上，公司综合考虑了实现可能性和对公司员工的激励效果，并基于公司 2017 至 2019 年营业收入增速逐年提高的现实情况，设定了考核指标，具体如下：

公司 2017 年、2018 年、2019 年营业收入分别为人民币 20,312.60 万元、24,916.61 万元、32,479.83 万元，对应营业收入增长率分别为 17.44%、22.67%、30.35%，近三年公司营业收入增长率不断提高。

.....

2、公司充分考虑了新冠疫情对公司生产经营及业绩的影响

2020年2月，公司在制定2020年限制性股票激励计划时，公司在制定股权激励计划时，新冠疫情对经济活动的影响已经显现，当时制定股权激励计划的初衷是在新冠疫情及公司数据服务业务转型发展的重要一年中，激励公司管理团队及核心骨干努力做好经营发展，积极克服新冠疫情影响，有力推进公司数据服务业务转型，实现公司业绩快速增长，努力回报投资者。

.....

2020年8月，公司在制定2020年第二期限限制性股票激励计划时，新冠疫情对公司造成了一定的经营压力，但是，上述影响主要在2020年上半年，仍符合公司年初对疫情发展的判断，公司对2020年第三四季度线下商业逐步复苏到正常水平的预期未变，预计下游实体商业2020年全年开业计划会在疫情常态化后于2020年年底如期落实。彼时，根据第三方平台赢商网于2020年中公布的数据，随着疫情好转，购物中心快速“复苏”，下半年或将迎来购物中心集中开业潮，2020年下半年全国拟开业购物中心数量约为458个，下半年拟开业量承载了大部分上半年延期开业的项目。公司在与部分客户的沟通中也获知了大量延期开业购物中心将于年底前集中开业的信息。并且如前所述，公司经营业绩在历史上均具有明显的季节性，从近两年情况来看，单第四季度营业收入占全年的比重约4成。因而，直到2020年第四季度到来前，公司都无法预计到疫情对实体商业的冲击将导致公司2020年收入大幅下滑，同时大幅提升了公司实现2021年全年业绩考核指标的挑战性。所以，为进一步调动公司管理层与核心骨干的积极性，确保公司实现既定目标，公司进一步扩大了激励对象的范围，制定了2020年第二期限限制性股票激励计划，并沿用了2020年2月制定的2020年限制性股票激励计划原业绩考核指标。

.....

问题2、你公司拟调整第一个解除限售期业绩考核指标，调整前，业绩考核指标为“2021年营业收入不低于人民币6亿元”，调整后，公司将根据2021年度业绩考核目标的实际完成情况按照一定比例确定解限额度，当2021年实际业绩高于原业绩考核指标的60%时，即可按照一定比例系数解限。同时，你公司

称“若公司继续实行原业绩考核方式，将削弱激励性，背离激励计划初衷，不利于提高激励对象积极性，不利于公司可持续发展，进而可能损害公司股东利益”。请你公司结合新冠疫情对公司所处行业及生产经营的持续性影响、2021年度截至目前营业收入实现情况、在手订单情况、前期激励计划考核指标的可比性等说明本次考核指标调整的依据及合理性，调整后的股权激励计划能否发挥激励作用、是否有利于促进公司整体竞争力的提升、是否可能损害中小投资者利益，并请律师发表明确意见。

#### 【公司回复】

一、公司根据新冠疫情对公司所处行业及生产经营的持续性影响、2021年第一季度营业收入实现情况、2021年截至目前在手订单情况、前期激励计划考核指标的可比性等依据，对本次股权激励计划考核指标进行调整，调整后的业绩考核指标具有合理性

.....

#### 3、本次调整与前期激励计划考核指标的可比性

本次方案调整中，公司并未放弃当初制定的2021年营业收入不低于6亿元的业绩考核目标，而是在保留这一业绩目标的前提下，对考核方式进行了调整。考虑到当下面临的经营环境和经营现状较之前期激励计划制定时要复杂严峻得多，即使按照本次调整后最低可解除限售标准比例来达成目标，激励对象所付出的努力也未必比在正常情况下实现前期考核目标少，因此从激励计划“激励”初衷的角度考虑，在目前的特殊时期，调整后的业绩考核指标与前期激励计划考核指标具有可比性。

具体展开如下：

第一，2020年两期股权激励计划采用新的“营业收入”业绩考核指标，是公司推进数据服务转型战略的需要。公司在制定2020年及2020年第二期限制性股票激励计划时，采用营业收入作为公司层面业绩考核指标，主要考虑到公司正在积极推进业务模式由系统销售方式向数据服务方式转变，营业收入指标更能反映公司数据采集、管理及运营相关产品的推广及布局，更能反映公司未来一段时

间的战略重点。以营业收入作为公司层面绩效考核指标，旨在激励被激励对象扩大公司实体商业数据产品的覆盖面，挖掘数据价值，加快数据服务产品的研发、推广和落地，更好的推进公司数据服务战略转型，是公司在数据服务战略转型下的发展需要，更具有合理性、科学性。

第二，在公司 2020 年因新冠疫情而创下业绩低谷及 2021 年新冠疫情对实体商业的不利影响仍在持续的情况下，即使按照本次调整后最低可解除限售标准比例系数来达成目标，激励对象仍需付出相比在正常情况下实现前期考核目标更多的努力，因此从激励计划“激励”初衷的角度考虑，调整后的业绩考核指标与前期激励计划考核指标也具有可比性。若公司 2021 年实现 3.6 亿的营业收入，则同比 2020 年公司业绩预告营业收入需增长 50.00%-71.43%，同时比疫情前的 2019 年营业收入也要增长 10.84%。在目前的经营环境和经营现状下，实现该营业收入所对应的同比增长率超过公司设定的原业绩考核目标对应 2021 年业绩同比增长率要求（36%），也超过前期激励计划设定的 2021 年业绩同比增长率要求（31%），从业绩增长率要求看，激励对象在持续不利环境下相比没有疫情情况下实现前期激励计划考核目标需付出更多努力。因此，从激励计划“激励”初衷的角度考虑，调整后的业绩考核指标与前期激励计划考核指标也具有可比性。

综合上述，本次调整与前期激励计划考核指标相比具有可比性。

4、根据上述依据，公司本次调整方案在保留原业绩考核指标的基础上，调整业绩考核方式具有合理性

...

除上述补充内容外，其他内容不变。敬请投资者查阅。公司对此给投资者带来的不便深表歉意。

以上回复特此公告。

汇纳科技股份有限公司董事会

2021 年 4 月 27 日