

证券简称：华谊兄弟

证券代码：300027

华谊兄弟传媒股份有限公司 第二期限限制性股票激励计划 (草案) 摘要

2018 年 6 月

声明

本公司及全体董事、监事保证本激励计划草案不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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，导致不符合授予限制性股票或限制性股票解除限售安排的，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

1、本激励计划依据《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》、《创业板信息披露业务备忘录第8号：股权激励计划》及其他有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件，以及华谊兄弟传媒股份有限公司（以下简称“华谊兄弟”或“公司”、“本公司”）《公司章程》制订。

2、本公司不存在《上市公司股权激励管理办法》中“第七条”规定的不得实施股权激励的情形。

3、本激励计划的激励对象不存在《上市公司股权激励管理办法》中“第八条”规定的不得成为激励对象的情形。

4、本激励计划拟向激励对象授予的限制性股票总量为 3,000 万股，约占本激励计划签署时公司股本总额 277,450.5919 万股的 1.08%。其中：首次授予 2,562 万股，约占本激励计划公布时公司股本总额 277,450.5919 万股的 0.92%，预留 438 万股，约占本激励计划公布时公司股本总额 277,450.5919 万股的 0.16%，占本次授予限制性股票总量的 14.60%。本激励计划的股票来源为公司向激励对象定向发行公司 A 股普通股股票。

公司于 2012 年实施的首期股票期权激励计划业已全部执行完毕，不存在尚未行权的有效权益，公司全部有效的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计不超过公司股本总额的 10%。

本激励计划中的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本公司股票累计不超过本激励计划公告时公司股本总额的 1%。

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金转增股本、派送股票红利或股票拆细、缩股、配股等事宜，限制性股票的数量将做相应的调整。

5、本计划中预留限制性股票的授予方案由公司薪酬与考核委员会拟订，授予方案经过董事会审批通过。预留限制性股票的激励对象名单经监事会核实，律师发表专业意见并出具法律意见书后，公司应在指定网站按要求及时准确地进行披露，完成其他法定程序后按本激励计划的约定进行授予。预留限制性股票将在本计划经股东大会审议通过后 12 个月内一次性授予，授予条件与首次授予限制性股票的授予条件相同。

6、本激励计划首次授予的限制性股票授予价格为 3.82 元，授予价格不低于本计划草案公布前 1 个交易日及前 20 个交易日公司股票交易均价 50%的孰高者。

董事会决定预留限制性股票的授予价格。预留权益的授予价格依据董事会决议公布前 1 个交易日公司股票交易均价的 50%与董事会决议公布前 20 个交易日、前 60 个交易日或者前 120 个交易日的公司股票交易均价之一的 50%的孰高者确定。

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金转增股本、派送股票红利或股票拆细、缩股、派息、配股等事宜，限制性股票的授予价格将做相应的调整。

7、本激励计划的有效期为自限制性股票上市之日起至所有限制性股票解除限售或回购注销完毕之日止，不超过 60 个月。

本计划首次授予的限制性股票自上市之日起满 12 个月后，满足解除限售条件的，激励对象可以在未来 36 个月内按 30%：40%：30%的比例分三期解除限售。

预留限制性股票自上市之日起满 12 个月后，满足解除限售条件的，激励对象可以在未来 36 个月内按 30%：40%：30%的比例分三期解除限售。

8、激励对象只有在规定的考核年度内达到公司业绩目标，个人绩效考核等级为“良好”及以上的前提下，才可按照规定的比例解除限售。

9、本激励计划中，限制性股票解除限售的公司业绩条件为：以 2017 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为基数，2018 年-2020 年公司各年度实现的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与 2017 年相比增长率分别不低于 20%、44%、72.80%。

10、业绩条件设置的合理性说明：公司本次限制性股票激励计划公司层面的业绩指标选取了“归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润增长率”，该指标有助于直接反映上市公司的成长能力、盈利能力、成本费用控制能力等。公司设定了 2018 年-2020 年三年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润复合增长率为 20%的目标，高于本次股权激励计划实施前三年（2015 年-2017 年）的复合增长率，是综合考虑公司的历史业绩、经营环境、公司面临的行业状况，以及公司未来的发展规划等相关因素，指标设定合理、科学。对激励对象而言，业绩目标明确，同时具有一定的挑战性；对公司而言，业绩指标的设定能够促进激励对象努力尽职工作，提高上市公司的业绩表现。指标设定不仅有助于公司提升竞争力，也有助于增加公司对行业内人才的吸引力，为公司核心队伍的建设起到积极的促进作用。同时，指标的设定兼顾了激励对象、公司、股东三方的利益，对公司未来的经营发展将起到积极的促进作用。

风险特别提示：本次激励计划所设定的业绩指标具有一定的可实现性，但未来由于受到宏观经济环境的变化、行业景气度的波动、市场竞争加剧等原因的影响，公司也可能存在业绩无法达成的风险，提醒广大投资者注意。

11、本计划的激励对象均为公司核心管理层及核心骨干（含控股子公司），不包括公司独立董事、监事，亦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。本计划首次授予的激励对象总人数为 171 人，占公司截至 2018 年 4 月 30 日在册员工总人数 2,003 人的 8.54%。

12、公司承诺不为任何激励对象依本激励计划获取的有关权益提供贷款以及其他任何形式的财务资助，且不为其贷款提供担保。

13、本激励计划必须满足如下条件后方可实施：公司股东大会审议通过。

14、自公司股东大会审议通过本激励计划之日起 60 日内，公司按相关规定召开董事会就本激励计划设定的激励对象获授限制性股票的条件是否成就进行

审议，公司独立董事及监事会应当发表明确意见；律师事务所应当对激励对象获授限制性股票的条件是否成就出具法律意见书。公司董事会对符合条件的激励对象授予限制性股票，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，终止实施本计划，未授予的限制性股票失效。

15、公司审议本激励计划的股东大会将采取现场投票与网络投票相结合的方式。公司将通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统向公司股东提供网络形式的投票平台，股东可以在网络投票时间内通过上述系统行使表决权。

16、本激励计划实施后将不存在导致公司股权分布发生变化而不具备上市条件的情况。

目录

第一章	释义	7
第二章	实施激励计划的目的	8
第三章	激励对象的确定依据和范围	8
一、	激励对象的确定依据	8
二、	预留限制性股票激励对象确定的原则	9
三、	首次授予激励对象的范围	9
四、	首次授予的激励对象的核实	9
五、	激励对象的人员名单及分配情况	10
第四章	本激励计划具体内容	10
一、	激励计划的股票来源	10
二、	拟授予的限制性股票数量	10
三、	激励计划的有效期、授予日、限售期、解除限售日、禁售期.....	11
四、	限制性股票的授予价格和授予价格的确定方法	13
五、	限制性股票的授予与解除限售条件	14
六、	限制性股票激励计划的调整方法和程序	15
七、	限制性股票的回购注销	17
八、	限制性股票会计处理、公允价值的测算与费用摊销	20
九、	激励计划对公司现金流的影响	21
第五章	本激励计划的变更、终止	22
一、	本激励计划的终止	22
二、	本激励计划的变更	22
三、	激励对象个人情况变化的处理方式	22
第六章	公司与激励对象之间相关争议或纠纷的解决机制	24
第七章	附则	24

第一章 释义

华谊兄弟、本公司、公司	指	华谊兄弟传媒股份有限公司
本激励计划、本计划	指	上市公司以本公司股票为标的，对公司核心管理层及核心骨干（含控股子公司）进行的长期性激励
限制性股票	指	激励对象按照股权激励计划规定的条件，获得的转让等部分权利受到限制的本公司股票
激励对象	指	按照本计划规定获得限制性股票的公司核心管理层及核心骨干（含控股子公司）
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
限售期	指	股权激励计划设定的激励对象行使权益的条件尚未成就，限制性股票不得转让、用于担保或偿还债务的期间
解除限售日	指	本计划规定的解除限售条件满足后，激励对象持有的限制性股票解除限售之日
授予价格	指	上市公司向激励对象授予限制性股票时所确定的、激励对象获得上市公司股份的价格
解除限售条件	指	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》
《备忘录》	指	《创业板信息披露业务备忘录第8号：股权激励计划》
《公司章程》	指	《华谊兄弟传媒股份有限公司章程》
《考核管理办法》	指	《华谊兄弟传媒股份有限公司第二期限限制性股票激励计划实施考核管理办法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
登记结算公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
元	指	人民币元

第二章 实施激励计划的目的

本激励计划的目的为：

一、进一步建立、健全公司经营机制，建立和完善公司及控股子公司核心管理层及核心骨干激励约束机制，充分调动其积极性，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，促进公司持续、稳健、快速的发展；

二、进一步完善目标考核制度，激发公司及控股子公司核心管理层及核心骨干的动力和创造力，保证公司战略的顺利实施；

三、有利于吸引和保留优秀的管理人才和业务骨干，满足公司对核心人才的巨大需求，建立公司的人力资源优势，进一步激发公司创新活力，为公司的持续快速发展注入新的动力；

四、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，制定本计划。

第三章 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

本计划激励对象根据《公司法》、《证券法》、《管理办法》、《备忘录》及其他有关法律、法规和规范性文件以及《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

本计划的激励对象主要是公司的核心管理层及核心骨干（含控股子公司）。本激励计划的激励对象由公司董事会薪酬与考核委员会提名，并经公司监事会核实确定。所有激励对象必须在本计划的考核期内于公司或控股子公司任职并已与公司或控股子公司签署了劳动合同或聘任合同。具体确定的依据如下：1、公司董事、高级管理人员；2、公司核心骨干；3、公司监事、独立董事不得参加本计

划；4、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、子女不得参加本计划；5、根据《管理办法》规定下述人员不得参与本计划：（1）最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选的；（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的；（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的；（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）具有法律法规规定不得参与上市公司股权激励情形的；（6）中国证监会认定的其他情形。

二、预留限制性股票激励对象确定的原则

预留限制性股票将在本计划经公司股东大会审议通过后起 12 个月内一次性授予。预留限制性股票的激励对象由公司董事会薪酬与考核委员会提名，经监事会核实后，律师发表专业意见并出具法律意见书，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，且完成其他法定程序后按本激励计划的约定进行授予。预留限制性股票的激励对象可为：公司董事、高级管理人员、核心骨干（含控股子公司），具体包括以下情况：1、本次激励计划经股东大会审议通过后 12 个月内新进入公司（含控股子公司）的并符合激励对象条件的员工；2、在本计划审议批准时尚不符合公司（含控股子公司）激励对象条件而此后符合公司激励对象条件的员工；3、原有激励对象出现职务变更和升迁的情况时，部分预留限制性股票可用于对原有激励对象的追加授予；4、其他做出突出贡献的员工。

三、首次授予激励对象的范围

本计划首次授予的激励对象共计 171 人，占公司截至 2018 年 4 月 30 日在册员工总人数 2,003 人的 8.54%。

四、首次授予的激励对象的核实

1、公司将在召开股东大会前，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。

2、公司监事会应当对激励对象名单进行审核，充分听取公示意见。

3、公司应当在股东大会审议本计划前 5 日披露公司监事会对激励对象名单审核及公示情况的说明。

五、激励对象的人员名单及分配情况

姓名	职务	获授的限制性股票数量（万股）	获授限制性股票占授予总量的比例	获授限制性股票占当前总股本比例
丁琪	董事、副总经理、财务总监	60	2.00%	0.02%
叶宁	董事、副总经理	60	2.00%	0.02%
高辉	副总经理、董事会秘书	60	2.00%	0.02%
秦开宇	副总经理	60	2.00%	0.02%
核心骨干（含控股子公司） （共计 167 人）		2,322	77.40%	0.84%
预留限制性股票		438	14.60%	0.16%
合计		3,000	100%	1.08%

第四章 本激励计划具体内容

一、激励计划的股票来源

本计划股票来源为公司向激励对象定向发行公司 A 股普通股股票。

二、拟授予的限制性股票数量

本激励计划拟向激励对象授予的限制性股票总量为 3,000 万股，涉及的标的股票种类为人民币 A 股普通股，约占本激励计划签署时公司股本总额 277,450.5919 万股的 1.08%。其中：首次授予 2,562 万股，约占本激励计划公布时公司股本总额 277,450.5919 万股的 0.92%，预留 438 万股，约占本激励计划公布时公司股本总额 277,450.5919 万股的 0.16%，占本次授予限制性股票总量的 14.60%。

公司于 2012 年实施的首期股票期权激励计划业已全部执行完毕，不存在尚未行权的有效权益，公司全部有效的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计不超过公司股本总额的 10%。

三、激励计划的有效期、授予日、限售期、解除限售日、禁售期

1、有效期

本激励计划的有效期为 60 个月，自限制性股票授予登记完成之日起至所有限制性股票解除限售或回购注销完毕之日止。

2、授予日

本激励计划授予日在本计划报公司股东大会审议通过后由公司董事会确定。授予日应为自公司股东大会审议通过本计划之日起 60 日内确定，届时由公司召开董事会对激励对象就本激励计划设定的激励对象获授限制性股票的条件是否成就进行审议，公司独立董事及监事会应当发表明确意见；律师事务所应当对激励对象获授限制性股票的条件是否成就出具法律意见书。公司董事会对符合条件的激励对象授予限制性股票，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，授予的限制性股票失效。

授予日必须为交易日，且不得为下列期间：（1）定期报告公布前 30 日内，因特殊情况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）中国证监会及深交所规定的其他期间。

**本文所指“重大事件”为公司依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的规定应当披露的交易或其他重大事项。*

3、限售期

限制性股票授予后即进行锁定。激励对象获授的限制性股票适用不同的限售期，分别为 12 个月、24 个月和 36 个月，限售期均自激励对象获授限制性股票授予登记完成之日起计算。

4、解除限售时间安排

公司首次授予的限制性股票的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	可解除限售数量占限制性股票总量比例
首次授予权益 第一次解除限售	自首次授予的限制性股票授予登记完成之日起 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完成之日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	30%
首次授予权益 第二次解除限售	自首次授予的限制性股票授予登记完成之日起 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完成之日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	40%
首次授予权益 第三次解除限售	自首次授予的限制性股票授予登记完成之日起 36 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完成之日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	30%

预留限制性股票的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	可解除限售数量占限制性股票总量比例
预留权益 第一次解除限售	自预留授予的限制性股票授予登记完成之日起 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完成之日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	30%
预留权益 第二次解除限售	自预留授予的限制性股票授予登记完成之日起 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完成之日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	40%
预留权益 第三次解除限售	自预留授予的限制性股票授予登记完成之日起 36 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完成之日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	30%

在解除限售期间，公司为满足解除限售条件的激励对象办理相关事宜，未满足解除限售条件的激励对象持有的限制性股票不得解除限售，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。

5、禁售期

禁售期是指对激励对象所获限制性股票解除限售后进行售出限制的时间段。

本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》执行，具体规定如下：

（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%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。

（2）激励对象为公司董事、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）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。

四、限制性股票的授予价格和授予价格的确定方法

1、授予价格

本计划首次授予的限制性股票授予价格为每股 3.82 元。

2、授予价格的确定方法

本计划首次授予的限制性股票授予价格不低于下列价格中的较高者：（1）本计划草案公布前 1 个交易日公司股票交易均价 6.90 元/股的 50%，即 3.45 元/股；（2）本计划草案公布前 20 个交易日公司股票交易均价 7.63 元/股的 50%，即 3.82 元/股。

3、预留限制性股票授予价格的确定方法

董事会决定预留限制性股票的授予价格，授予价格不得低于股票票面金额，且不得低于下列价格较高者：（1）董事会决议公布前 1 个交易日公司股票交易均价的 50%；（2）董事会决议公告前 20 个交易日、前 60 个交易日或者前 120 个交易日公司股票交易均价之一的 50%。

五、限制性股票的授予与解除限售条件

1、限制性股票的授予条件

激励对象只有在同时满足下列条件时，才能获授限制性股票：

（1）公司未发生以下任一情形：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）激励对象未发生以下任一情形：①最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选的；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的；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的；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。

2、限制性股票的解除限售条件

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；任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。

激励对象解除已获授的限制性股票限售条件，除满足上述相关条件外，必须同时满足如下条件：

（1）公司业绩考核要求

本计划在 2018 年-2020 年会计年度中，分年度进行业绩考核，以达到归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润增长率考核目标作为激励对象所获限制性股票解除限售的条件之一。

在本激励计划有效期内，各年度财务业绩考核目标如下表所示：

解除限售期	业绩考核指标
首次授予限制性股票第一次解除限售/ 预留限制性股票第一次解除限售	以 2017 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为基数，公司 2018 年实现的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与 2017 年相比增长率不低于 20%。
首次授予限制性股票第二次解除限售/ 预留限制性股票第二次解除限售	以 2017 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为基数，公司 2019 年实现的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与 2017 年相比增长率不低于 44%。
首次授予限制性股票第三次解除限售/ 预留限制性股票第三次解除限售	以 2017 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为基数，公司 2020 年实现的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与 2017 年相比增长率不低于 72.80%。

若限制性股票的解除限售条件达成，激励对象持有的限制性股票按照本计划规定比例申请解除限售；反之，若解除限售条件未达成，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，由公司按回购价格回购注销。

（2）个人绩效考核要求

根据《华谊兄弟传媒股份有限公司第二期限制性股票激励计划实施考核管理办法》，激励对象只有在上一年度达到公司业绩考核目标及个人绩效考核满足条件的前提下，才可解除限售，具体比例依据激励对象个人绩效考核结果确定。

激励对象个人绩效考评结果为“卓越”、“优秀”及“良好”，则可解除限售比例为 100%，其他考核等级则可解除限售比例为 0。

若达到解除限售条件，激励对象根据考核结果按照本激励计划的相关规定对该期内可解除限售部分的限制性股票申请解除限售；未达解除限售条件的限制性股票，由公司按回购价格回购注销。

六、限制性股票激励计划的调整方法和程序

1、限制性股票数量的调整方法

若在本计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积金转增股本、派送股票红利、股票拆细、缩股、配股或增发等事项，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）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。

（3）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。

（4）增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票授予数量不做调整。

2、授予价格的调整方法

若在本计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积金转增股本、派送股票红利、股票拆细、缩股、派息、配股或增发等事项，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）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。

（3）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。

（4）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股份公司总股本的比例）； P 为调整后的授予价格。

（5）增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票授予价格不做调整。

3、限制性股票激励计划调整的程序

公司股东大会授权公司董事会依据本激励计划所列明的原因调整限制性股票数量 and 价格。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董事会出具专业意见。因其他原因需要调整限制性股票数量、价格或其他条款的，应经公司董事会做出决议并经股东大会审议批准。

七、限制性股票的回购注销

公司按本计划规定回购注销限制性股票时，回购价格为授予价格，但根据本计划需对回购数量及回购价格进行调整的除外。

1、限制性股票回购数量的调整方法

若限制性股票在授予后，公司发生资本公积金转增股本、派送股票红利、股票拆细、缩股、配股或增发等事项，公司应当按照调整后的数量对激励对象获授的尚未解除限售的限制性股票及基于此部分获得的其他华谊兄弟股票进行回购。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）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。

（3）配股

公司在发生配股的情况下，限制性股票回购数量不做调整。

（4）增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票回购数量不做调整。

2、限制性股票回购价格的调整方法

若限制性股票在授予后，公司发生资本公积金转增股本、派送股票红利、股票拆细、缩股、派息、配股或增发等影响公司股票价格进行除权、除息处理的情况时，公司按下列约定对尚未解除限售的限制性股票的回购价格做相应调整，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）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。

（3）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。

（4）配股

公司在发生配股的情况下，限制性股票回购价格不做调整。

（5）增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票回购价格不做调整。

3、限制性股票回购数量或回购价格的调整程序

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或回购价格。董事会根据上述规定调整回购数量或回购价格后，应及时公告。因其他原因需要调整限制性股票回购数量或回购价格的，应经董事会做出决议并经股东大会审议批准。

4、限制性股票回购注销的程序

公司因本计划的规定实施回购时，应及时召开董事会审议回购方案，并依法将回购方案提交股东大会批准。律师事务所应当就回购方案是否符合法律、行政法规、《管理办法》的规定和股权激励计划的安排出具专业意见。随后，公司应向交易所申请解除限售该等限制性股票，在解除限售后四十五个工作日内公司将回购款项支付给激励对象并于证券登记公司完成相应股份的过户；在过户完成后

的合理时间内，公司注销该部分股票。

八、限制性股票会计处理、公允价值的测算与费用摊销

（一）限制性股票的会计处理

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—资本溢价。

2、解除限售日前的每个资产负债表日

根据会计准则规定，在解除限售日前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和资本公积（其它资本公积），不确认其后续公允价值变动。

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，结转解除限售日前每个资产负债表日确认的资本公积（其它资本公积）；如果全部或部分股票未被解除限售，则由公司按照回购价格进行回购注销，并按照会计准则及相关规定处理。

（二）限制性股票成本的确定方法

本次授予的限制性股票应确认的总成本=每股限制性股票的成本*限制性股票数量，其中：每股限制性股票的成本=授予日股票收盘价 - 授予价格。

假设授予日收盘价为 6.96 元（2018 年 6 月 12 日收盘价，最终以实际授予日收盘价计算为准），授予价格为 3.82 元，则每股限制性股票的成本=6.96 元-3.82 元=3.14 元，则本次向激励对象首次授予限制性股票 2,562 万股的总成本=3.14 元*2,562 万股=8,044.68 万元。各期限制性股票的成本测算结果如下表所示：

解锁期（解除限售比例）	各期解锁份数（万股）	每份限制性股票的成本（元）	限制性股票成本（万元）
第一次解除限售（30%）	768.60	3.14	2,413.404

第二次解除限售（40%）	1,024.80	3.14	3,217.872
第三次解除限售（30%）	768.60	3.14	2,413.404
合计	2,562.00	-	8,044.68

（三）授予限制性股票费用的摊销

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的有关规定，公司将在本激励计划有效期内的每个资产负债表日，以可解除限售限制性股票数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

若全部激励对象均符合本计划规定的解除限售条件且在各解除限售期内全部解除限售，则该等公允价值总额作为本次激励计划的总成本将在股权激励计划的实施过程中按照解除限售比例分期确认。根据会计准则的规定，具体金额应以实际授予日计算的股份公允价值为准。

假设公司 2018 年 7 月首次授予 2,562 万股限制性股票，根据测算，2018 年-2021 年首次授予的限制性股票成本摊销情况见下表：

年份	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	合计
各年摊销限制性股票费用 （万元）	2,413.40	3,620.11	1,608.94	402.23	8,044.68

本计划的股权激励成本在经常性损益中列支，股权激励成本的摊销对本计划有效期内公司各年度净利润有所影响，但是不会影响公司现金流和直接减少公司净资产。而且，若考虑到股权激励计划将有效促进公司发展，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。

本预测算是在一定的参数取值和定价模型的基础上计算的，实际股权激励成本将根据董事会确定授予日后各参数取值的变化而变化。公司将在定期报告中披露具体的会计处理方法及其对公司财务数据的影响。

九、激励计划对公司现金流的影响

若激励对象全额认购本激励计划首次授予的 2,562 万股限制性股票，则公司

将向激励对象发行 2,562 万股本公司股份，所募集资金为 9,786.84 万元，该部分资金公司计划全部用于补充公司流动资金。

第五章 本激励计划的变更、终止

一、本激励计划的终止

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、最近一年内因重大违法违规行为被中国证监会予以行政处罚；

3、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无法表示意见的审计报告；

4、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；

5、法律法规规定不得实行股权激励的；

6、中国证监会认定的其他情形。

当公司出现终止上述情形时，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，由公司按回购价格回购注销。公司在股东大会审议激励计划之前拟终止实施的，需经董事会审议通过；公司在股东大会审议通过激励计划之后终止实施的，应当由股东大会审议决定。

公司出现下列情形之一时，本激励计划不做变更，按情形发生前继续实施：

1、公司控制权发生变更； 2、公司出现合并、分立等情形。

二、本激励计划的变更

公司在股东大会审议通过本激励计划之前可对其进行变更，变更需经董事会审议通过；公司对已通过股东大会审议的激励计划进行变更的，应当及时公告并提交股东大会审议，且不得包括下列情形：（一）导致提前解除限售的情形；（二）降低授予价格的情形。

三、激励对象个人情况变化的处理方式

（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。

（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，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，由公司按回购价格回购注销，并且要求激励对象返还其已解除限售的限制性股票收益：1、最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选的；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的；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的；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、因不能胜任岗位工作、触犯法律、违反执业道德、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；6、公司董事会认定的其他严重违反公司有关规定或严重损害公司利益的情形的；7、成为法律、法规规定的其他不得参与上市公司股权激励的人员的；8、中国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，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，由公司按回购价格回购注销。

（四）激励对象因退休而离职，其获授的权益将完全按照丧失劳动能力退休前本激励计划规定的程序进行，其个人绩效考核结果不再纳入解除限售条件。

（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、激励对象因执行职务而丧失劳动能力而离职的，其获授的权益将完全按照丧失劳动能力前本激励计划规定的程序进行，其个人绩效考核结果不再纳入解除限售条件。

2、激励对象非因执行职务而丧失劳动能力而离职的，其已获授但尚未解除限售的限制性股票不得解除限售，由公司按回购价格回购注销。

（六）激励对象身故，应分以下两种情况处理：

1、激励对象因执行职务身故的，其获授的权益将由其指定的财产继承人或

法定继承人代为持有，已获授但尚未解除限售的限制性股票按照身故前本激励计划规定的程序进行，其个人绩效考核结果不再纳入解除限售条件。

2、激励对象非因执行职务身故的，其已获授但尚未解除限售的限制性股票不得解除限售，由公司按回购价格回购注销。

（七）其它未说明的情况由董事会薪酬与考核委员会认定，并确定其处理方式。

第六章 公司与激励对象之间相关争议或纠纷的解决机制

公司与激励对象之间因执行本激励计划、或双方签订的《限制性股票授予协议书》所发生的或与本激励计划、或限制性股票授予协议相关的争议或纠纷，双方应通过协商、沟通解决，或通过公司董事会薪酬与考核委员会调解解决。若自争议或纠纷发生之日起 60 日内双方未能通过上述方式解决或通过上述方式未能解决相关争议或纠纷，任何一方均有权向公司所在地有管辖权的人民法院提起诉讼解决。

第七章 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。

华谊兄弟传媒股份有限公司董事会

2018 年 6 月 12 日