

**网宿科技股份有限公司**  
**关于对深圳证券交易所关注函回函的公告**

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

网宿科技股份有限公司（以下简称“公司”或“网宿科技”）于2020年5月6日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对网宿科技股份有限公司的关注函》（创业板关注函〔2020〕第271号）（以下简称“关注函”），公司于2020年5月12日向深圳证券交易所创业板公司管理部提交了关注函的回函，现将相关回复情况公告如下：

**问题：**请你公司就激励计划中公司层面考核指标设置的考虑及合理性进行详细说明，并说明本次考核指标的设置是否有利于促进公司竞争力的提升，是否能够发挥长期激励效果，是否存在刻意设置较低考核指标向相关人员输送利益的情形，是否可能损害中小投资者利益。请律师发表明确意见。

**回复：**

**一、公司推出 2020 年股票期权与限制性股票激励计划的背景与目的**

公司所处的互联网行业是一个快速发展和变化的行业，需要大量的技术、营销、管理类人才。当前市场环境下，行业内人才竞争激烈，如何激励核心技术、营销以及中高级管理人员，如何调动员工积极性，增强团队凝聚力是公司的重点工作之一。推出合适的股权激励计划对公司稳定核心团队及长期发展是非常必要的。

公司一直将股权激励作为重要和长期的激励工具。上市后第二年、第三年，公司即推出了第一期、第二期股票期权激励计划，实施效果良好，并于 2014 年、2015 年、2016 年及 2017 年分别推出了股权激励计划。但是，自 2016 年下半年起，国内 CDN 市场竞争加剧，市场价格明显下降。面对激烈的市场竞争，公司凭借技术创新以及高质量的产品和服务，保持了行业领先地位。但是，从业绩指标上看，因 CDN 业

务市场价格明显下降，公司毛利率、净利润均受到了较大影响。以往多期股权激励计划的多个行权/解锁期（包括 2014 年股权激励计划的第四个行权期，2015 年股权激励计划的第三、第四个行权期，2016 年股权激励计划的第二、第三、第四个行权期，2017 年股权激励计划的第二个行权期/解锁期）均因公司业绩考核指标未达成而失效，另外，多个行权期（包括 2015 年股权激励计划的第二个行权期、2016 年股权激励计划的第一个行权期以及 2017 年股权激励计划授予期权的第一个行权期）因可行权期内大部分时间的行权价格高于公司股票的市场价格，导致当个行权期内大部分激励对象没有实施行权。以上情况导致公司股权激励计划的失效，进而影响了激励对象的积极性，没有达到公司既定的激励效果。

目前，公司有效的股权激励仅剩余 2017 年股权激励计划的第三个行权期/解锁期对应的份额，激励效果大大减弱，激励对象持有的有效期权份额平均为 1.5 万份，有效限制性股票份额平均为 1.3 万份。在目前的人才竞争压力下，公司必须及时推出新一期激励计划，才能达到稳定和留住人才的关键作用，让核心人才对公司发展有信心，并与公司目标一致、并肩作战，从而推动公司各项战略布局的实施，实现公司的长期发展。因此，公司在 2019 年年报披露后（年报披露的同时披露了 2017 年股权激励计划第二个行权期/解锁期未达业绩考核的事项）即推出了 2020 年股票期权与限制性股票激励计划（以下简称“2020 年股权激励计划”或“本次激励计划”）。

## 二、关于公司层面考核指标设置的考虑及合理性

1、公司本次激励计划选取净利润作为公司层面业绩考核指标，符合《上市公司股权激励管理办法》（以下简称“《管理办法》”）第十一条的规定。

根据《管理办法》第十一条规定：“上市公司可以公司历史业绩或同行业可比公司相关指标作为公司业绩指标对照依据，公司选取的业绩指标可以包括净资产收益率、每股收益、每股分红等能够反映股东回报和公司价值创造的综合性指标，以及净利润增长率、主营业务收入增长率等能够反映公司盈利能力和市场价值的成长性指标。”基于前述规定，公司选取净利润作为公司层面的考核指标是可行的。

2、公司本次激励计划选取净利润作为公司层面业绩考核指标，符合现阶段行业情况及公司发展规划。

（1）CDN 行业竞争处于常态化，5G 应用尚未大规模爆发

长期来看，互联网行业保持发展的态势，5G 网络建设推动互联网创新应用的发展，为超高清视频等大流量宽带业务、智能物流等大规模物联网业务、工业自动化等需要低时延、高可靠连接的业务等提供发展基础。但目前，相关应用尚未大规模爆发，公司布局的边缘计算项目处于建设期内，现阶段对公司业绩贡献不大。近两年，互联网行业发展人口红利增速放缓，根据 CNNIC 报告，截至 2019 年 6 月我国网民规模已达 8.54 亿，互联网普及率为 61.2%，虽然较 2018 年底提升 1.6 个百分点，但增速减慢（2018 年较 2017 年互联网普及率提升 3.8%）；另外，近两年互联网应用发展趋于平稳，流量红利减弱，从而导致 CDN 行业整体增速放缓。从市场环境看，国内 CDN 市场竞争激烈，CDN 业务市场价格下降，公司毛利率、净利润均受到了较大影响。

从公司来看，一方面，上市后公司一直坚持研发投入，通过技术创新来应对市场变化，2019 年，公司研发投入 66,962.38 万元，占营业收入的 11.15%。未来，公司会持续进行技术创新，加强研发投入，不断进行技术创新、产品升级，保持并增强公司竞争力。另一方面，目前公司云安全、网络产品、云计算等战略布局业务收入占比较小。

因此，在目前的行业发展阶段及市场状况下，结合公司未来规划，以 2019 年业绩作为考核指标的基数更能体现目前行业及公司的实际状况，指标可比性强，从而激发员工的积极性及热情。

## （2）2019 年较 2018 年净利润下降主要系公司收入及毛利率下降影响

2019 年，国内互联网应用发展趋于平稳，流量红利减弱，致使 CDN 行业整体增速放缓；另外，国内 CDN 市场竞争趋于常态化，CDN 业务市场价格下降，公司毛利率下降，从而对公司净利润带来负面影响。2019 年，公司营业收入为 60.07 亿元，同比下降 5.21%，公司整体毛利率为 25.15%，同比 2018 年减少 8.09 个百分点。其中，CDN 业务收入为 54.37 亿元，毛利率为 24.91%，同比 2018 年减少 9.69 个百分点。

2019 年，公司非主营业务影响的指标主要有投资收益（正向）及资产减值（负向）的影响，该两项金额基本持平，基本系一次性影响。具体见下表：

|      | 金额（元）           | 形成原因说明         | 是否具有可持续性 |
|------|-----------------|----------------|----------|
| 投资收益 | 731,510,106.57  | 主要系处置子公司所致     | 否        |
| 资产减值 | -756,311,275.82 | 主要系商誉及无形资产减值所致 | 否        |

### （3）业绩考核指标及激励计划条款的设置体现考核、约束与激励并重

1) 根据公司 2020 年第一季度报告，公司 2020 年第一季度实现营业收入 15.66 亿元，同比 2019 年第一季度下降 5.72%，实现归属于上市公司股东的净利润 8,734.75 万元，同比 2019 年第一季度下降 21%，环比 2019 年第四季度有一定提升。2020 年第一季度互联网流量在疫情期间有较大幅度增长，带动公司第一季度收入环比 2019 年第四季度增长了 12,818.70 万元。

但从 2019 年分季度数据来看，2019 年第一季度、第二季度（剔除出售厦门秦淮的影响）、第三季度及第四季度（剔除计提商誉及无形资产减值的影响）分别实现归属于上市公司股东的净利润 11,056.19 万元、4,029.77 万元、-3,122.97 万元、-2,094.94 万元。另外，目前，CDN 市场竞争仍然激烈，来自市场竞争及大客户的议价压力仍然存在，公司也会根据市场情况及时调整经营策略；同时，公司营业成本中约 90%为租赁机柜及资源的成本，毛利率受上游供应商的影响较大。因此，上下游的压力及市场竞争仍可能在后续的经营中体现，业绩在未来存在不确定性的风险。若因 2020 年第一季度业绩而设定过高的考核目标，则可能影响员工的工作积极性，与公司长远发展目标不符，也不符合股权激励的目的。

另外，鉴于 CDN 业务是一个常态化的市场竞争，公司也在布局新的战略业务方向，比如云安全、云计算及边缘计算，开展相关产品的研发及市场拓展；公司也在积极捕捉互联网行业的一些新机会，推动公司战略转型。这些都需要大批专业性的人才，能够跟随公司的目标，沉下心在各自专业的领域发挥坚实作用。在这个过程中，公司也要更加坚定这些核心人才的目标、为其提供良好的激励方案，从而将公司和员工的目标绑定在一起，共同努力推进各项业务的实施。因此，及时推出一期合适的股权激励计划非常重要。基于上述行业发展阶段、市场环境及公司发展规划等综合考虑，设定了本次激励计划的考核指标。

2) 公司的业绩考核指标未剔除 2020 年股权激励计划费用对各考核年度的负面影响

2020 年股权激励计划在 2020 年-2024 年均带来一定费用从而对公司净利润产生负面影响，根据目前初步预测，2020 年预计摊销本期股权激励费用为 3,682 万元。公司在设定考核指标中并未剔除该部分股份支付成本对净利润的影响。

假设公司于 2020 年 6 月初授予股票期权和限制性股票，则根据中国会计准则要

求，授予的股票期权与限制性股票合计需摊销的费用预测见下表（授予时进行正式测算）：

| 需摊销的总费用<br>(万元) | 2020 年<br>(万元) | 2021 年<br>(万元) | 2022 年<br>(万元) | 2023 年<br>(万元) | 2024 年<br>(万元) |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 13,034.15       | 3,682.54       | 4,752.00       | 2,748.50       | 1,446.79       | 404.31         |

三、公司就激励计划中公司层面考核指标设置是否有利于促进公司竞争力的提升，是否能够发挥长期激励效果，是否存在刻意设置较低考核指标向相关人员输送利益的说明。

（1）本次激励计划是一个长期激励计划，对激励对象是长期的激励与约束。

激励计划的目的在于通过对员工的长期绑定，推动公司长期发展目标的实现并创造良好的股东回报。从时间周期和行权比例上来看，公司本次股权激励方案着眼于未来的长期发展，本次股权激励计划有效期为 6 年，股票期权分四个行权期，采取了前期行权比例低，后期行权比例高的方式（后两年行权比例占到 70%）；限制性股票亦分四个解锁期，因考虑到激励对象的资金压力，采取每年解锁 25%的方式。具体如下：

1) 2020 年股权激励计划授予的股票期权行权期及各期行权时间安排

| 行权安排   | 行权时间                                             | 行权比例 |
|--------|--------------------------------------------------|------|
| 第一个行权期 | 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 | 10%  |
| 第二个行权期 | 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%  |
| 第三个行权期 | 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 | 30%  |
| 第四个行权期 | 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 | 40%  |

2) 2020 年股权激励计划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

| 解除限售安排   | 解除限售时间                                           | 解除限售比例 |
|----------|--------------------------------------------------|--------|
| 第一个解除限售期 | 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%    |

|          |                                                  |     |
|----------|--------------------------------------------------|-----|
| 第二个解除限售期 | 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% |
| 第三个解除限售期 | 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% |
| 第四个解除限售期 | 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% |

## (2) 激励计划设置双重考核，员工利益与公司发展深度绑定

1) 公司已实施全面的绩效考核管理，引导员工关注企业长期发展。

公司采用 EHR 系统进行信息化的绩效考核管理，引导员工关注企业长期发展，提升公司核心竞争力。针对销售类人员及非销售类人员分别制定了激励考核制度，并设立绩效管理工作小组，负责员工的绩效考核工作。公司人力资源部协助管理层将年度经营目标与战略项目分解落实至各事业部/中心，形成一级部门的考核指标。各部门负责人组织本部门绩效考核工作，与下级部门一起确定绩效计划、各考核指标及权重，明确工作目标和考核标准，层层分解到员工个人。绩效考核内容包含工作绩效、工作态度和工作能力三个方面。绩效考核等级分为以下等级：

|      |    |    |    |    |     |     |
|------|----|----|----|----|-----|-----|
| 考核等级 | 1  | 2+ | 2  | 3  | 4   | 5   |
| 考核结果 | 卓越 | 优秀 | 良好 | 合格 | 待提升 | 不合格 |

2) 本次激励计划中不仅有公司层面的绩效考核，还有激励对象个人层面的绩效考核。

公司本次股权激励计划考核期内，继续严格执行个人绩效考核制度。针对核心技术及研发人员，从产品研发、产品质量、服务质量等多方面进行绩效考核，同时从绩效考核指标上引导其向新技术、新产品探索，开展具备市场前景性的研发工作；针对核心业务人员，从客户开拓、财务指标等多方面进行绩效考核；针对管理人员，结合其负责的工作内容，制定相应的绩效考核指标。

在本次激励计划考核期间内，激励对象必须在上年度内绩效考核不出现待提升<4>、不合格<5>等级的情况下才可获得行权/解除限售的资格。若股票期权行权条件未达成，激励对象被授予的当个行权期对应的股票期权由公司注销；若限制性股票解除限售条件未达成，激励对象被授予的当个解锁期对应的限制性股票由公司回购注销。因此，激励对象只有在公司业绩及个人绩效考核同时达标的前提下才能按比例行权/解锁，双重考核有效地将公司利益和个人利益深度绑定。

3) 往期股权激励计划中严格执行了个人绩效考核,对于个人考核不达标的不予批准行权/解锁

在公司以往股权激励计划实施过程中,公司严格执行考核要求,将考核结果报送公司薪酬与考核委员会及董事会。2017 年股权激励计划第一个行权期/解锁期中有 4 名员工因个人绩效考核不达标而未被批准行权/解锁。

**(3) 公司本次激励计划授予的股票期权的行权价格为 8.35 元/份,授予的限制性股票的授予价格为 4.18 元/股,符合《管理办法》第二十三条、第二十九条的规定。**

1) 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:

① 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 8.0619 元的 50%,为每股 4.0310 元;

② 本激励计划公告前 20 个交易日(前 20 个交易日股票交易总额/前 20 个交易日股票交易总量)的公司股票交易均价每股 8.3406 元的 50%,为每股 4.1703 元;

2) 股票期权的行权价格不低于股票票面金额,且不低于下列价格较高者:

① 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),为每股 8.0619 元;

② 本激励计划公告前 20 个交易日(前 20 个交易日股票交易总额/前 20 个交易日股票交易总量)的公司股票交易均价,为每股 8.3406 元。

#### **(4) 股权激励份额分配向公司各业务板块的核心带头人倾斜**

本次激励计划中仅包含 1 名公司上市后聘任的高级管理人员,占激励对象人数的 0.18%,99.82%的激励对象都是公司核心技术、业务及中层管理人员;另外,授予高管的份额占授予总份额的 2.13%,97.87%的激励份额授予给公司的核心技术、业务及中层管理人员。

将激励计划的授予份额向公司各个业务板块的技术研发带头人、业务带头人及中层管理团队倾斜,能够更有效激励这些人才的积极性,在各自的业务领域中发挥带头作用,带领团队一起为实现公司目标而努力。

1) 授予股票期权在各激励对象间的分配情况如下表所示:

| 姓名              | 职务 | 获授的股票期权数量(万份) | 占拟授予股票期权总数的比例 | 占公司目前总股本的比例 |
|-----------------|----|---------------|---------------|-------------|
| 中层管理人员、核心技术(业务) |    | 2,232.4100    | 100%          | 0.9172%     |

|           |            |      |         |
|-----------|------------|------|---------|
| 人员（301 人） |            |      |         |
| 合计        | 2,232.4100 | 100% | 0.9172% |

2) 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（万份） | 占拟授予限制性股票总数的比例 | 占公司目前总股本的比例 |
|--------------------------|-----------|----------------|----------------|-------------|
| 蒋薇                       | 副总经理、财务总监 | 100.0000       | 4.05%          | 0.0411%     |
| 中层管理人员、核心技术（业务）人员（240 人） |           | 2,367.0900     | 95.95%         | 0.9725%     |
| 合计                       |           | 2,467.0900     | 100%           | 1.0136%     |

因此，综合考虑公司面临的行业发展现状、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等相关因素的基础上，公司 2020 年股权激励计划设定了以 2019 年归属于上市公司股东的净利润为基数，2020 年至 2023 年增长率分别不低于 5%、10%、15%、20% 的业绩考核目标。另外，除公司业绩指标外，公司对每个激励对象均设置了严密的个人绩效考核指标，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行权/解锁的条件。若个人考核指标未达成，则当个行权期/解锁期对应的股票期权/限制性股票由公司注销/回购注销。这也有利于促进激励对象为实现考核指标而努力拼搏、充分调动激励对象的工作热情和积极性，促使公司战略目标的实现。

另外，本次股权激励份额分配向公司各业务板块的核心带头人倾斜。为注重长期股东回报，并体现“激励与约束对等”，公司 2020 年股权激励计划中股票期权/限制性股票均设定了较长的行权期/解锁期，可以有效地将激励对象、公司以及股东的利益长期捆绑。

综上所述，公司设置的业绩考核指标充分考虑了市场环境及公司未来的发展规划，考核指标的设置合理，具有可操作性，从长远来看，有利于公司的持续发展，提升公司竞争力。本激励计划作为长期激励措施，体现考核、约束和激励并重，能够发挥长期激励效果，不存在刻意设置较低考核指标向相关人员输送利益的情形和损害中小投资者利益的情形。

#### 四、律师核查意见

截至本核查意见出具之日，公司本次激励计划已获得现阶段必要的批准和授权，本次激励计划考核指标的设置程序合法合规。本次激励计划考核指标的设置合理，有利于促进公司竞争力的提升，能够发挥长期激励效果，不存在刻意设置较低考核指标向相关人员输送利益的情形，未损害中小投资者利益。

特此公告。

网宿科技股份有限公司董事会

2020年5月12日