

证券代码：300628

证券名称：亿联网络

公告编号：2020-091

厦门亿联网络技术股份有限公司 关于对深圳证券交易所关注函的回复公告

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。

厦门亿联网络技术股份有限公司（以下简称“公司”）董事会于2020年8月17日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对厦门亿联网络技术股份有限公司的关注函》（创业板关注函[2020]第397号）（以下简称“关注函”）。公司就《关注函》中所关注事项进行了认真核实，并按照要求向深圳证券交易所作出书面说明及回复，现将有关情况公告如下：

问题1、你公司董事会和股东大会分别于2020年4月14日和5月12日审议通过了《2020年限制股票激励计划（草案）》及相关文件，并于2020年7月8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，公司在股权激励方案中称业绩指标的设定系“经过合理预测并兼顾激励计划的激励作用”。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及对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，以及前期披露相关指标“经过合理预测”是否存在误导。

公司回复：

一、公司 2020 年股权激励计划原业绩考核指标确定的依据及过程

公司在确定股权激励计划业绩考核指标时，除了考虑行业情况、公司的行业竞争力、业务进展之外，还需要对全球新冠疫情的发展及影响进行预判；参照公司一贯的原则，在业绩考核指标的设定上要兼顾挑战性和可实现性，以此来激励员工通过自身努力去获得更好的个人回报，因此一直以来，公司的业绩考核指标要求都较为严格。

公司及行业自身都处于高速发展期，且公司保持了较好的行业竞争力，因此公司在过去 3 年均保持了 30%以上的营业收入及净利润增长；2020 年第一季度虽然受新冠疫情影响国内业务停滞，但整体营业收入仍然实现了 21%以上的增长；疫情在海外各国出现蔓延后，众多公司关闭办公室改为员工居家办公，公司的视频会议终端和云办公终端的需求增加趋势明显，4 月初公司的实际业务情况仍然较好。4 月份国内疫情已经基本得到控制，考虑到国外可以参照国内疫情防控成功经验，公司判断全球疫情会很快在二季度得到控制，第三、四季度经济活动会恢复到正常情况。基于如上分析，通过详细测算，公司认为全年 20%的业绩增长目标具有合理性，设定这样的目标有利于激

励员工发挥最大的潜能，为公司和股东争取最大的利益。

详细分析如下：

（一）、公司近三年历史业绩增长情况及 2020 年一季度业绩

公司 2017 年、2018 年、2019 年销售收入增长率分别为 50.23%、30.81%、37.13%，净利润增长率分别为 36.65%、44.13%、45.08%，持续保持良好增长。公司 2020 年一季度虽然受到疫情影响，但仍实现营业收入增速 21.95%，净利润增速 40.18%的业绩。因此，结合 2020 年一季度业绩情况和公司对全球疫情防控形势的判断，原业绩考核指标的设定是合理且同时兼具挑战性和激励作用的。

（二）、新冠疫情的发展态势及对公司业绩的影响

2020 年初新冠疫情在国内爆发，致使公司的生产经营受到了一定影响。而进入三四月份，国内疫情逐渐受控，复工复产进展良好，宏观经济开始恢复，但海外国家疫情开始蔓延，基于当时疫情防控专家的普遍共识，疫情较大概率在进入夏季后逐渐好转，对全球经济的冲击主要集中体现在第二季度。

公司在测算 2020 年限制性股票激励计划业绩考核指标时，参考了国内疫情的恢复情况，以及部分亚洲国家（如日本、韩国）疫情遏制的经验，认为疫情能在较短时间能得到控制，可能第二季度末将基本结束。同时疫情对公司不同业务的影响存在差异：个人桌面终端的部分采购需求会延后造成业务量暂时减少，而视频会议及云办公终端因为远程办公需求量会上升。

（三）、公司结合新冠疫情的进展，合理测算全年业绩，以支撑

业绩考核指标的设置

公司在制定本次限制性股票激励计划业绩考核指标前，对日均出货（工作日均）情况进行分析。2020年4月1日至4月13日，日均出货1,212万元，较上年同期日均出货同比增长33%。

公司结合自身对疫情影响的判断、与经销商及海外客户沟通的结果及4月初的出货数据等信息，预计二季度经营业绩会同比持平或部分下滑，三、四季度将恢复到正常水平，即同比30%以上的增长。同时，由于无法精确预估业绩数据，公司专门进行了悲观、中性、乐观三种不同情形的业务预测，以更好地支撑对于股权激励业绩考核目标的合理设置。具体测算情况如下：

1、悲观预测：二季度业绩同比负增长20%，下半年同比正增长30%

2、中性预测：二季度业绩同比负增长10%，下半年同比正增长30%

3、乐观预测：二季度业绩持平，下半年同比正增长30%

其他预测：净利润率维持2019年水平

收入测算	一季度	二季度	三季度	四季度	全年	增长率
2019年	53,305	64,141	68,137	63,352	248,935	-
悲观预测	65,007	51,313	88,578	82,357	287,256	15%
中性预测	65,007	57,727	88,578	82,357	293,670	18%
乐观预测	65,007	64,141	88,578	82,357	300,084	21%

单位：万元

净利润测算	收入	净利润率	净利润	增长率
2019 年	248,935	49.62%	123,529	-
悲观预测	287,256	49.62%	142,536	15%
中性预测	293,670	49.62%	145,719	18%
乐观预测	300,084	49.62%	148,901	21%

单位：万元

经过测算，2020 年全年收入及净利润的增长区间值为 15%至 21%，将业绩考核指标定在 20%会兼具挑战性和可实现性。

（四）、业绩考核指标的可比性及合规性

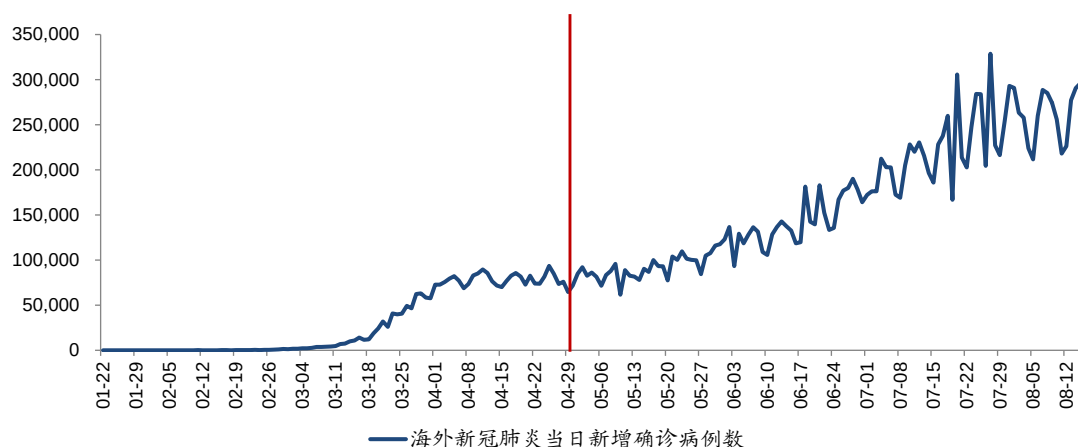
公司 2018 年限制性股票激励计划与 2020 年限制性股票激励计划同时并存，根据《管理办法》第十四条规定，“上市公司可以同时实行多期股权激励计划。同时实行多期股权激励计划的，各期激励计划设立的公司业绩指标应当保持可比性，后期激励计划的公司业绩指标低于前期激励计划的，上市公司应当充分说明其原因与合理性。”因此，公司在设置本期激励计划考核指标时充分参考了 2018 年限制性股票激励计划相关指标的设置，保持了指标的一致性。

公司在相关股权激励业绩考核指标的选取和设置，严格按《股权激励管理办法》的有关规定执行，履行了必要的内部决策程序和公开信息披露程序，客观公正。

二、方案披露后疫情变化及对公司业务影响及公司以疫情影响为由调整业绩考核指标的合理性。

（一）、方案披露后疫情趋势的变化

本次限制性股票激励计划方案披露后，受欧美国家疫情防控措施失当影响，海外各国疫情开始迅速蔓延，单日确诊病例数量增长趋势显著，美洲地区的疫情截至目前仍在持续，德、英、法等欧洲国家也属于疫情重灾区。根据世界卫生组织（WHO）统计数据，截至 2020 年 4 月 13 日，海外新冠肺炎累计确诊病例数为 169 万例，而截至 8 月 16 日，海外累计确诊病例数已经突破 2,120 万例。4-7 月份及 8 月上半月平均海外单日新增确诊病例数分别为 7.8 万、9.2 万、14.2 万、22.3 万和 26.1 万，海外新冠疫情自 5 月份以来日趋严重。从目前的实际情况来看，海外疫情肆虐产生的经济影响有可能仍会持续较长时间，这是公司在制定股权激励方案时没有预料到的，也超出了疫情防控专家初期的预测。



资料来源：世界卫生组织（WHO）统计数据

（二）、方案披露后疫情对公司业绩的影响及调整背景

新冠疫情的蔓延趋势远超预期，公司重点海外市场的经济活动受到严重冲击，截至目前，公司主要客户所在国仍存在疫情未得到有效遏制、尚未全面复工等情形，整体形势不容乐观。公司与主要客户的合作关系及合作方式虽然没有发生明显变化，但渠道代理的主要下游

客户需求明显下降。根据公司 7 月的业绩统计结果，相较于 6 月虽有好转，但未达到理想状态，同比去年仍然出现负增长。三季度业绩不仅已经无法实现原有测算的增长幅度，而且大概率同比出现单季度负增长。

结合股权激励计划发布后海外疫情的恶化情况及公司实际业务情况的变化，在目前的海外疫情情势下实现原本设定的业绩目标可能性很低，原业绩考核指标已经基本不具备激励作用。为了对下半年公司业绩及员工积极性有正向的牵引，公司认为有必要在下半年开始的初期紧急调整全年业绩目标的设置。

问题 2、2020 年半年度报告显示，你公司报告期内实现收入和归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）同比分别增长 2.26% 和 6.36%。公司拟修改的业绩考核指标低于上半年业绩增长水平，也低于公司上市以来历年的收入和净利润增长水平。请你公司结合公司历史业绩、生产经营现状以及与主要客户合作的变化情况等补充说明公司确定新的业绩考核指标的依据及合理性，修改后的业绩考核指标是否能起到激励作用进而提升公司的竞争力，公司是否存在刻意调低业绩考核指标向特定对象输送利益的情形，是否可能损害上市公司及中小股东利益。

公司回复：

如前所述，公司于 2020 年 4 月制定完成 2020 年限制性股票激励

计划后，海外疫情的蔓延趋势远超预期，公司重点海外市场的经济活动受到严重冲击，对公司生产经营状况及主要客户销售造成了较为严重的影响，在此背景下，公司充分考虑了海外疫情的蔓延趋势、公司当前的实际经营情况及下半年收入及费用等经营数据的合理预测的前提下，将业绩考核指标调整为“2020 年营业收入及净利润同比增长”。

一、公司历史业绩

公司 2017 年、2018 年、2019 年销售收入增长率分别为 50.23%、30.81%、37.13%，净利润增长率分别为 36.65%、44.13%、45.08%。

公司 2020 年第一季度及第二季度的分季度销售收入情况如下：

	2020 年一季度	2020 年二季度
销售收入	65,007	55,090
同比变化	21.95%	-14.11%
净利润	36,583	27,952
同比变化	40.18%	-19.16%

单位：万元

二、主要客户的合作情况及生产经营现状

（一）、主要客户的业绩依然低于预期及三季度预测

尽管公司与主要客户的合作模式没有发生明显变化，但受疫情影响，渠道代理的主要下游客户经营活动受阻而对统一通信产品需求减少，公司二季度收入同比下降 14.11%，收入增长率从一季度的同比增长 21.95%下降至半年度的 2.26%；二季度净利润同比下降 19.16%，净利润增长率从一季度的同比增长 40.18%下降至半年度的 6.36%。根据公司 7 月的业绩统计结果，相较于 6 月虽有好转，但未达到理想

状态，同比去年仍然出现负增长。目前看来，三季度业绩不仅已经无法实现原有测算的增长幅度，而且大概率同比出现单季度负增长。

（二）、公司的生产经营现状

新冠疫情爆发以来，公司以最快的速度复产复工，在 2 月 10 日就逐步复工。目前生产经营现状如下：

研发计划：视频会议及个人桌面办公终端产品线的开发按原计划执行，为抓住市场机会，公司进一步加大了云办公终端产品线的研发速度，上半年公司加大研发投入，研发投入比例进一步提升到 8.8%，达到了 10,395 万元。

市场开拓计划：受疫情影响，业务人员无法赴境外出差进行市场开拓，公司业务人员尽各种可能接近用户市场，挖掘订单需求以贡献销售收入：调整为按欧美时间上班；利用自有的云通讯平台，保持与客户的密切沟通；将线下的展会路演等活动改为线上推广活动；加大对疫情利好产品的推广力度；加大国内市场开拓力度。

其它经营管理计划：仍按原计划执行。

综上，为尽可能地减少疫情带来的负面影响，公司组织员工迅速调整工作方法及工作策略，尽最大努力减少损失。

（三）、公司在调整业绩考核指标前对下半年业绩趋势的预判

如前所述，由于新冠疫情是全球共同面临的突发公共卫生事件，公司在 4 月份对疫情的预判与实际发展情况产生了较大的偏差；虽然公司采取了种种措施增加收入，如努力开拓国内业务、开拓视频会议业务、加快云办公终端的开发及推广且取得了较好的效果，但仍然无

法抵消疫情带来的负面影响。根据第二季度的经营情况、7月份的实际交付情况及下半年海外销售订单预判，公司认为达到原定考核指标的可能性很小，如果不及早修改考核指标，势必对团队士气造成影响，不利于激励员工在下半年继续努力工作争取创造更好的业绩。经过反复讨论，公司决定适当修改业绩考核指标。

根据7月份的销售情况，公司预计第三季度的营业收入大概率为同比负增长，第四季度营业收入将大概率恢复正增长。基于此，公司判断“全年实现收入及净利润均同比增长”已经是一个较具挑战性的业绩考核指标。调整后的业绩考核指标设置更为合理，且仍然具有较大的挑战性和可实现性。

同时，对比国外同行业公司 Poly 的业绩增长情况，公司维持营业收入及净利润的双增长已属难度较大的业绩目标。

对标公司 Poly	销售收入同比增幅（2020年1-6月与2019年1-6月同比）	销售收入环比增幅（2020年1-6月与2019年7-12月环比）
总收入	-17.19%	-10.33%
Voice 收入	-30.64%	-17.98%
Video 收入	-11.23%	-20.11%

资料来源：Plantronics, Inc.公告

注：2018年7月 Plantronics, Inc.收购了 Polycom 后，两家公司合并为 Poly，Polycom 的财务信息不再单独披露。

综上所述，公司调整2020年限制性股票激励计划业绩考核指标，综合考虑了全球新冠疫情的持续蔓延且短期内无法得到有效控制、宏观经济环境不确定性加大及鼓舞员工士气等因素，对涉及本次股权激励

励计划的授予对象能够起到正向激励的作用。且激励计划中对 2021 和 2022 年的考核指标保持不变，从长远来看，仍能够保障公司未来业绩的稳健增长，有利于提升公司的长期竞争力。

三、公司对于业绩考核指标的调整，不存在刻意调低业绩考核指标向特定对象输送利益的情形，不存在损害上市公司及中小股东利益的情形。

公司对于业绩考核指标的调整，综合分析了公司的实际经营情况、疫情带来的不利及有利因素，并对宏观环境的不确定性进行预判，为充分激励员工而做出的决策，在当前业务形势下，仍然高度具备挑战性和激励性。且公司一贯重视长期发展，坚持高标准、高要求，在股权激励的目标考核上采用公司和个人双层次考核，股权激励的对象和范围明确、清晰，集中在对公司长期竞争力构建有显著作用的核心骨干人才上。公司调整业绩考核目标是基于疫情蔓延趋势和短期宏观因素做出业绩预测后的合理调整，并非刻意调低，亦不涉及向特定对象输送利益。相较原指标，新指标的激励作用更为有效，更能激励员工积极创造公司价值，也更能维护中小股东的利益。

（一）、本次股权激励主要面向公司核心人才，授予范围明确，授予数量占股本总数比例较小，主要目的是激励核心人才，创造更高的公司价值，不存在损害上市公司及中小股东利益的情形

1、股权激励的授予对象明确集中于核心骨干人才

本次股权激励计划的激励对象均为公司的核心骨干人才，包括公

司公告本激励计划时在任的部分高级管理人员，符合公司（含分、子公司）任职资格的核心管理人员和核心技术（业务）人员，以及公司董事会认定需要激励的其他员工。通过激励核心人才，有利于建立公司和员工的利益共同体，有助于提升员工的工作积极性，增强公司团队的稳定性，从而保证公司中长期战略规划的有效执行，进而创造更大的公司价值，有利于广大中小股东的利益。

2、股权激励的授予数量较小，占股本总数比例较小

本次激励计划的授予总股数为 367.05 万股，占本计划公告日时总股本的比例为 0.4082%，其中 2 名高级管理人员授予股数分别为 4.5 万股和 3 万股，仅占授予限制性股票总数的比例分别为 1.2260%和 0.8173%，因此本次激励计划所授予的股票总数较小，占激励计划草案公告日公司股本总数的比例较小，对授予对象以外的其他股东稀释极小。本次激励计划不包括独立董事、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，亦不包括总经理和其他副总理级高管，对全体股东基本上为同比例稀释，并不存在损害中小股东利益的情形。

姓名	职务	获授的限制性股票数量	占授予限制性股票总数的比例	占本计划公告日总股本的比例
张惠荣	副总经理、 董事会秘书	4.5	1.2260%	0.0050%
于建兵	财务总监	3	0.8173%	0.0033%
董事、总经理 及其他副总理级高管		0	0%	0%
核心人员（108 人）		359.55	97.9567%	0.3999%

合计（110 人）	367.05	100%	0.4082%
-----------	--------	------	---------

（二）、公司对股权激励的考核指标，分为公司层面业绩考核和个人层面绩效考核两个层次，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和激励效果

1、公司在激励计划中设置了公司层面和个人层面双重考核指标，兼顾公司业绩和个人绩效。

除了前述公司层面的业绩考核指标外，本计划设置了严格的个人绩效考核指标，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。激励对象的绩效结果将于每年度进行考核，考核周期与公司业绩考核周期一致，依据考核结果，按下表确定的比例进行限制性股票解除限售：

考核结果	A（杰出）	B（优秀）	C+（良好）	C（合格）	C-（待改进）	D（不合格）
解锁比例	100%		80%	50%	0%	

注：个人当年实际解除限售额度=解锁比例×个人当年获授解除限售额度

若激励对象上一年度个人绩效考核评级为杰出、优秀、良好、合格，则上一年度激励对象个人绩效考核“达标”，激励对象可按照本激励计划规定的比例分批次解除限售，当期未解除限售部分由公司回购注销，回购价格为授予价格与银行同期存款利息之和；若激励对象上一年度个人绩效考核结果为待改进、不合格，则上一年度激励对象个人绩效考核“不达标”，公司将按照本激励计划的规定，取消该激励对象当期解除限售额度，未解除限售部分由公司回购注销，回购价格为授予价格与银行同期存款利息之和。

2、往期股权激励中，公司严格按激励计划规定执行了绩效考核。

以 2018 年限制性股票激励计划第一期解锁的情况来看，82 名激励对象中只有 19 人满足 100%解除限售条件，39 人满足 80%解除限售条件，21 人满足 50%解除限售条件，3 人绩效考核结果不达标取消当期限售额度，回购注销股份数达到本期可解锁股份数的 26%。因此，公司在股权激励计划实施过程中，严格执行考核标准，在公司层面和个人层面的双考核要求上体现了激励与约束对等的原则，不存在向相关人员输送利益的情形。

（三）、公司注重长期持续、健康稳健的发展，重视人才管理，在疫情期间充分采用各种方式降低疫情影响，同时不断加大研发投入，提升公司在技术、产品和解决方案的长期竞争力

公司在宏观形势不利的情况下，迅速复工复产，采用多种方式降低疫情影响，持续增加公司的长期竞争力。

1、在业务管理方面：公司精准把握疫情期间的客户需求，延伸业务领域，新增云办公终端产品线；持续推出具有市场竞争力的新品；在做好防疫措施的前提下迅速复工复产，充分利用公司自研的云视讯平台，保持与国内外客户的高效沟通，稳步推进各项业务。

2、在技术研发方面：公司持续加大研发投入，2020 年上半年公司研发投入 10,395 万元，占公司销售收入的比例为 8.66%（去年同期研发投入为 6,121 万元，占公司收入比例为 5.21%），公司研发和技术服务人员占比近 50%，在提升语音产品的产品形态多元化、视频会议产品解决方案的核心性能和功能体验、云办公终端的产品矩阵拓展等

方面持续努力。

3、在人才管理方面：疫情期间很多企业降薪裁员、缩减招聘规模，但是公司在短期经营业绩受到严重影响的情况下，坚持长期发展的策略，依然坚持对人才的重视和激励，不仅持续提高员工薪酬待遇水平，在校园招聘的规模上较上年也依然实现了同比增长。2018 年及 2020 年的两次股权激励，覆盖了核心业务骨干及管理人员，有效保障了核心人才的稳定性和积极性。

综上所述，公司注重长期可持续发展，虽然在短期经营业绩层面，遇到一定的困难和挑战，但公司的业务基本面和长期战略规划未发生重大变化。公司调整股权激励的业绩考核指标，是基于疫情蔓延趋势和短期宏观因素做出业绩预测后的合理调整，相较原目标的激励作用更为有效。

本次激励计划的激励对象均为公司的核心优秀人才，而人才是公司长远发展的根本和核心，本次激励计划业绩考核目标的调整有利于吸引和留住核心优秀人才，充分鼓舞员工士气，调动员工积极性，通过对员工的正向牵引，避免负面情绪，激励员工在疫情环境下仍取得业绩增长，有效地将股东利益、公司利益和核心员工个人利益相结合，提升公司核心竞争力，推动公司健康持续发展，不存在刻意调低业绩考核指标向特定对象输送利益的情形，也不会损害上市公司及中小股东利益。

特此公告。

厦门亿联网络技术股份有限公司

二〇二〇年八月二十日