证券代码：600933　　证券简称：爱柯迪　　公告编号：临 2020-081

爱柯迪股份有限公司第二届监事会第二十一次会议决议公告

本公司监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

爱柯迪股份有限公司（以下简称“爱柯迪”或“本公司”或“公司”）第二届监事会第二十一次会议于2020 年 9 月 24 日在宁波市江北区金山路 588 号公司三楼会议室以现场表决方式召开，会议通知于2020 年 9 月 19 日以电子邮件与电话相结合的方式发出。

本次会议应到会监事 3 人，实际到会监事 3 人。公司董事会秘书列席了会议。会议由监事会主席仲经武先生主持。会议的召开符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议决议有效。

出席会议的监事认真审议了下述议案，并以记名投票表决的方式审议通过如下议案：

一、审议通过《关于变更股东代表监事的议案》

根据控股股东的提名，因工作调整原因，公司非职工监事仲经武先生不再担任公司第二届监事会监事会主席、监事职务。根据《公司法》、《公司章程》等的有关规定，仲经武先生离任导致监事会成员低于法定人数，仲经武先生将按照有关规定继续履行监事职责至公司股东大会选举产生新任监事会主席。控股股东提名阿能中先生为第二届监事会监事候选人，任期自公司股东大会审议通过之日起，至公司第二届监事会任期届满之日止。阳能中先生现任公司副总经理，待股东大会审议本议案后，将不再担任公司副总经理职务。其已获授但尚未解除限售部分限制性股票、已获授但尚未行权部分股票期权将在后续办理回购、注销手续。上述监事候选人简历附后。

表决结果：3 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交公司股东大会审议。

二、审议通过《关于调整第一期限制性股票激励计划、第二期股票期权激励计划、第三期限制性股票激励计划、第四期限制性股票与股票期权激励计划公司层面 2020 年业绩考核及实施考核管理办法的公告》（详见临时公告，公告编号：临 2020-082）

监事会认为：公司本次对各期股权激励计划进行的调整合法合规，本次调整形成的各期股权激励计划的内容符合《公司法》、《证券法》、《上市公司股权激励管理办法》等有关法律、法规和规范性文件的规定，各期股权激励计划的调整有利于促进公司业务发展和长期持续发展，不存在损害公司及全体股东利益的情形。

表决结果：3 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交公司股东大会审议。

三、审议通过《关于调整第一期限制性股票激励计划实施考核管理办法、第二期股票期权激励计划实施考核管理办法、第三期限制性股票激励计划实施考核管理办法、第四期限制性股票与股票期权激励计划实施考核管理办法的议案》（详见临时公告，公告编号：临 2020-082，《各期股权激励计划管理办法（修订稿）》详见上海证券交易所网站 www.sse.com.cn）

监事会认为：公司本次对《各期股权激励计划考核管理办法》进行的调整合法合规，本次调整形成的《各期股权激励计划考核管理办法（修订稿）》的内容符合相关法律法规的规定和公司的实际情况，调整后的考核体系具有全面性、综合性及可操作性，能够保证公司各期股权激励计划的顺利实施，监事会同意公司制订的《各期股权激励计划考核管理办法（修订稿）》。

表决结果：3 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交公司股东大会审议。

特此公告。

爱柯迪股份有限公司监事会
2020 年 9 月 25 日

附：

阳能中先生：男，1976 年 9 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，注册会计师、国际注册内部审计师。2000 年 9 月起从事审计工作，2006 年 1 月至 2015 年 10 月，先后任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）经理、瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）高级经理；2015 年 11 月至 2018 年 8 月，任公司总经理助理；2018 年 8 月至 2019 年 3 月，任公司董事会秘书；2019 年 3 月至今，任公司副总经理。阳能中先生不属于失信被执行人，未受过中国证监会及其他有关部门的处罚和证券交易所惩戒，不存在《公司法》、《公司章程》中规定的不得担任公司监事的情形。

证券代码：600933　　证券简称：爱柯迪　　公告编号：临 2020-082

爱柯迪股份有限公司关于调整第一期限制性股票激励计划、第二期股票期权激励计划、第三期限制性股票激励计划、第四期限制性股票与股票期权激励计划公司层面 2020 年业绩考核及实施考核管理办法的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

爱柯迪股份有限公司（以下简称“爱柯迪”或“本公司”或“公司”）于 2020 年 9 月 24 日召开第二届董事会第二十三次会议和第二届监事会第二十一次会议，审议通过《关于调整第一期限制性股票激励计划、第二期股票期权激励计划、第三期限制性股票激励计划、第四期限制性股票与股票期权激励计划公司层面 2020 年业绩考核的议案》、《关于调整第一期限制性股票激励计划实施考核管理办法、第二期股票期权激励计划实施考核管理办法、第三期限制性股票激励计划实施考核管理办法、第四期限制性股票与股票期权激励计划实施考核管理办法的议案》，公司独立董事对相关事项发表了独立意见。

二、关于调整第一期限制性股票激励计划、第二期股票期权激励计划、第三期限制性股票激励计划、第四期限制性股票与股票期权激励计划公司层面 2020 年业绩考核的修订背景

为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司任职的董事、高级管理人员、中高层管理人员及核心岗位人员的积极性，公司于 2018 年 7 月至 2019 年 7 月制定了各期股权激励计划。各期股权激励计划的公司层面业绩考核指标为营业收入增长率，在设置业绩考核指标时，综合考虑了目前复杂多变的国际贸易形势及可能带来的不确定性影响，结合公司短期发展任务及长期战略规划，在激励与约束并重的原则下，设置了收入增长的业绩考核指标体系。

2020 年初，新冠肺炎疫情在全球爆发，并持续蔓延，疫情对汽车产业短期冲击较大，使得消费需求延迟，汽车销量大幅下滑，且由于复工推迟导致供应链管理运营成本增加。根据 LMC Automotive 的数据统计，2020 年上半年全球轻型车销量同比下降 27.7%；根据 IHS Markit 的数据统计，2020 年上半年美洲轻型车市场产量下滑 43%，欧洲及中东市场乘用车市场产量下滑 41%，亚太市场产量下滑 28%。根据中国汽车工业协会统计，2020 年 1–6 月，中国汽车产销量分别为 1,011.20 万辆和 1,025.70 万辆，同比分别下降 16.80%和 16.90%，主要是由于乘用车产销量下降所致。我国乘用车产销量分别完成 775.40 万辆和 787.30 万辆，同比分别下降 22.50%和 22.40%。

鉴于公司的业务均衡覆盖美洲、欧洲以及亚洲的汽车工业发达地区，主要客户为全球知名的大型跨国汽车零部件供应商，包括法雷奥（Valeo）、博世（Bosch）、麦格纳（Magna）、电产（Nidec）、耐世特（Nexteer）、大陆（Continental）、克诺尔（Knorr-Bremse）等，外销占比较高，近年来约为 70%，鉴于新冠肺炎疫情在国内外爆发时间点不同，及率先在中国得到有效控制，国外汽车市场影响晚于国内汽车市场，一季度公司营业收入基本与去年同期持平，二季度营业收入影响较为严重。根据公开披露的信息，2020 年上半年，公司及行业内可比公司营业收入均较上年同期有显著下滑：

单位：万元

证券代码	公司	2020 年 1–6 月	2019 年 1–6 月	变动比例
600660.SH	福耀玻璃	812,126.71	1,028,736.27	−21.06%
603730.SH	岱美股份	166,504.79	247,087.07	−32.61%
000887.SZ	中鼎股份	474,588.60	558,212.52	−14.98%
600699.SH	均胜电子	2,052,980.26	3,082,748.04	−33.40%
HK0425	敏实集团	484,915.40	613,004.40	−20.90%
	平均值			−24.59%
600933.SH	爱柯迪	102,917.21	125,259.04	−17.84%

经查阅公开资料信息，公司主要客户 2020 年上半年营业收入受下游需求延迟影响，较上年同期亦显著下滑，具体如下：

序号	客户名称	2020 年上半年营业收入情况
1	法雷奥（Valeo）	法雷奥在 2020 年全球汽车零部件配套供应商百强中排名第 10 位。法雷奥 2020 年上半年的销售额为 70.58 亿欧元，同比下降 28%。
2	麦格纳（Magna）	麦格纳在 2020 年全球汽车零部件配套供应商百强中排名第 3 位。麦格纳 2020 年上半年的销售额为 129.50 亿欧元，同比下降 37%。
3	耐世特（Nexteer）	耐世特在 2020 年全球汽车零部件配套供应商百强中排名第 63 位。耐世特 2020 年上半年的销售额为 12.1 亿美元，同比下降 34%。
4	大陆（Continental）	大陆在 2020 年全球汽车零部件配套供应商百强中位列第 4 位。大陆 2020 年上半年的销售额为 165.32 亿欧元，同比下降 26%。

注：公司主要客户的相关数据均以客户集团口径统计，客户 2020 年上半年营业收入情况介绍来源于其官方网站或公开披露的报告，排名情况来源于《美国汽车新闻》（Automotive News）。

公司主要产品以中小型零部件为主，具有产品数量巨大，品种繁多，多批次、多家客户工厂发运等特点，根据 2020 年上半年销售情况，从客户结构来看，公司第一大客户销售收入占公司营业收入比重约为 15%，单一客户收入占比不超过 20%；前五大客户销售收入合计占公司营业收入比重约为 52%；前十大客户销售收入合计占公司营业收入比重约为 78%；前二十大客户销售收入合计占公司营业收入比重约为 90%。从内外销结构来看，公司主营业务收入中外销占比约为 71.3%，内销占比约为 28.7%，其中美洲、欧洲，以及以中国为主的亚洲地区各占约 1/3。故公司与向全球汽车市场供货的汽车零部件公司的营业收入增减趋势基本保持一致，销售情况与全球汽车产销量走势紧密相关。

截至目前，我国经济运行总体复苏态势持续向好，制造业供需两端持续回暖，消费市场继续改善，汽车产销延续了回暖势头，保持了较好的发展态势，国外汽车市场需求亦在恢复当中。根据 LMC Automotive 发布《2020 年 8 月全球汽车市场月报》，截至 2020 年 8 月底，全球轻型车销量同比下降 22%。尽管全球整体轻型车销量在 8 月同比减少了 10.3%，但出现这一结果是因为去年 8 月销量表现较为强势。总体而言，8 月的全球轻型车销量是鼓舞人心的。当前，为应对新冠疫情所采取的封锁措施在全球许多地区都已十分变松，但再次实施更为严格和广泛的封锁措施的可能性依然存在。中国的轻型车销量继续呈现同比正增长，全球多数地区的经季节调整年化销量都较数月前有所提升。尽管中国汽车市场被抑制的需求在 4 月和 5 月继续得到释放，致使第 2 季度销量表现超出预期，但 2020 年下半年的销量预期仍不明朗。根据 LMC Automotive 于 7 月底发布的报告，2020 年全球轻型车销量预计同比下降 21.3%；预测中国 2020 年轻型车销量同比下降 11%，预计 2020 年下半年与 2019 年下半年的需求量基本持平；根据 IHS Markit 于 7 月份、9 月份发布的报告，预测 2020 年全球汽车需求将下降 22%；预计 2020 年欧洲汽车销量将同比下降 23%，扣除 2020 年上半年实际销量，2020 年下半年欧洲汽车销量将同比下降 9%；北美汽车销量 2020 年将下降约 23%，扣除 2020 年上半年实际销量，2020 年下半年北美汽车销量将同比下降 20%。

注：预测信息来源于美国调查公司 LMC Automotive Ltd.及全球信息提供商 IHS Markit Ltd.。

注：LMC Automotive Ltd.是一家提供汽车、动力总成领域产销量预测服务的美国专业调查公司。1992 年成立以来，在全球拓展客户，目前的全球客户超过 800 家。用户主要是大型整车厂、零部件供应商，也涉及材料供应商、金融机构以及咨询公司等。目前与获得公认的汽车行业用户满意度调查公司美国 J.D. Power & Associates 公司，以及微观经济专业预测机构英国 Oxford Economics 公司开展合作，提供覆盖全球的高精准汽车预测服务。

注：IHS Markit Ltd.为纽约证券交易所上市公司，是全球领先的信息服务综合供应商，为全球主要行业和市场提供信息搜集、信息分析等综合解决方案。IHS Markit 为 140 多个国家的 50,000 多个关键客户提供服务，“财富”全球 500 强中有 85%是其客户。2019 年，IHS Markit 实现销售收入 4.99 亿美元。

鉴于以上情况和原因，公司当前经营环境较 2018 年、2019 年各期股权激励计划制定时发生了较大的变化，原激励计划中所设定的营业收入增长率指标法或受外部不可抗力影响较大，若公司坚持按照原业绩考核指标，将削弱各期股权激励计划的激励性，不利于公司长远发展，进而可能损害公司股东利益。

经审慎研究，公司认为应当积极采取应对措施，将新冠疫情和外部环境变化给公司带来的负面影响降到最低。在特殊时期更需要鼓励团队士气、充分调动员工积极性，从而将公司利益、股东利益和员工利益实现高度统一，为公司、股东和社会创造更大的价值。因此，公司决定优化调整各期股权激励计划中关于公司层面 2020 年业绩考核指标。

公司 2019 年全年实现营业收入 26.27 亿元，下调后的 2020 年预设营业收入指标为 23.60 亿元，较 2019 年同期下降 10.16%，扣除 2020 年 1–6 月已实现的销售收入，即 2020 年下半年营业收入目标较上年同期下降 3.13%，高于 LMC Automotive 对 2020 年下半年全球轻型车销量的预测（2020 年 7–12 月较上年同期下降 15%左右，全年预测数据减去 2020 年 1–6 月实际销量）及 9–12 月全球轻型车销量的预测（2020 年 9–12 月较上年同期下降 19%左右，全年预测数据减去 2020 年 1–8 月实际销量），仍具有较大的挑战性，确保受激励员工能够努力地提升公司和股东价值。

三、各期股权激励计划关于公司层面 2020 年业绩考核指标的修订内容：

（一）第一期限制性股票激励计划公司层面业绩考核的修订内容

修订前：

公司层面业绩考核要求

第一期限制性股票激励计划的解除限售考核年度为 2018–2020 年三个会计年度，每个会计年度考核一次，在各个考核年度，根据公司考核指标的实际完成度来确定各年度限制性股票的解除限售比例。

首次授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2018 年	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	18.00%	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	12.00%	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%		
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%		
	A<C	X=0		

注：在本次激励计划有效期内，若公司发生发行股票融资或收购资产的行为，则计算解除限售条件时应剔除相关行为产生的影响，下同。

预留授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%	
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%	
	A<C	X=0	

注：在本次激励计划有效期内，若公司发生发行股票融资或收购资产的行为，则计算解除限售条件时应剔除相关行为产生的影响，下同。

预留授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%	
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%	
	A<C	X=0	

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，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

个人层面绩效考核要求

根据公司制定的考核办法，对个人绩效考核结果分为 A、B、C、D 四档。对应的解除限售情况具体如下表所示：

个人层面上一年度考核结果	A	B	C	D
考核结果	S≥80	80>S≥70	70>S≥60	S<60
标准系数（S）	100%	80%	60%	0

公司层面达到考核要求时，激励对象个人各考核年度实际解除限售额度=个人各考核年度计划解除限售额度×各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）×各考核年度标准系数（S）。

激励对象考核年度内不能解除限售的限制性股票，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

修订后：

公司层面业绩考核要求

第一期限制性股票激励计划的解除限售考核年度为 2018–2020 年三个会计年度，每个会计年度考核一次，在各个考核年度，根据公司考核指标的实际完成度来确定各年度限制性股票的解除限售比例。

首次授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2018 年	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	18.00%	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	12.00%	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%		
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%		
	A<C	X=0		

注：在本次激励计划有效期内，若公司发生发行股票融资或收购资产的行为，则计算解除限售条件时应剔除相关行为产生的影响，下同。

预留授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%	
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%	
	A<C	X=0	

注：修订后的 2020 年预设营业收入指标较 2016 年、2017 年营业收入平均值增加 18.38%。

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，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

个人层面绩效考核要求

根据公司制定的考核办法，对个人绩效考核结果分为 A、B、C、D 四档。对应的解除限售情况具体如下表所示：

个人层面上一年度考核结果	A	B	C	D
考核结果	S≥80	80>S≥70	70>S≥60	S<60
标准系数（S）	100%	80%	60%	0

公司层面达到考核要求时，激励对象个人各考核年度实际解除限售额度=个人各考核年度计划解除限售额度×各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）×各考核年度标准系数（S）。

激励对象考核年度内不能解除限售的限制性股票，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

个人层面绩效考核要求

根据公司制定的考核办法，对个人绩效考核结果分为 A、B、C、D 四档。对应的解除限售情况具体如下表所示：

个人层面上一年度考核结果	A	B	C	D
考核结果	S≥80	80>S≥70	70>S≥60	S<60
标准系数（S）	100%	80%	60%	0

公司层面达到考核要求时，激励对象个人各考核年度实际解除限售额度=个人各考核年度计划解除限售额度×各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）×各考核年度标准系数（S）。

激励对象考核年度内不能解除限售的限制性股票，由公司回购注销，回购价格为授予价格。

修订后：

公司层面业绩考核要求

第一期限制性股票激励计划的解除限售考核年度为 2018–2020 年三个会计年度，每个会计年度考核一次，在各个考核年度，根据公司考核指标的实际完成度来确定各年度限制性股票的解除限售比例。

首次授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2018 年	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	18.00%	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	12.00%	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%		
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%		
	A<C	X=0		

注：在本次激励计划有效期内，若公司发生发行股票融资或收购资产的行为，则计算解除限售条件时应剔除相关行为产生的影响，下同。

预留授予的限制性股票各年度具体考核情况如下表：

以 2016 年、2017 年营业收入平均值为基数，考核各年度营业收入实际增长率（A）	考核年度	2019 年	2020 年
	预设最高指标（B）	26.00%	35.00%
	预设最低指标（C）	20.00%	28.00%
各考核年度营业收入增长率指标完成度（X）	A≥B	X=100%	
	A<B 且 A≥C	X=A/B*100%	
	A<C	X=0	

注：修订后的 2020 年预设营业收入指标较 2016 年、2017 年营业收入平均值增加 18.38%。

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