

证券简称:三人行 公告编号:2022-009
三人行传媒集团股份有限公司
2022 年限制性股票激励计划草案摘要公告

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。

- 重要内容提示:
● 股权激励方式:限制性股票
● 股份来源:公司向激励对象定向发行 A 股普通股股票
● 股权激励权益总数及涉及的标的股票总数:本激励计划拟授予的限制性股票数量 46,937.5 万股,占本激励计划草案公告时公司股本总额 6,067.78 万股的 0.67%;其中首次授予 37.55 万股,占本次授予限制性股票总量的 80.00%;占当前公司股本总额的 0.54%;预留 9,387.5 万股,占本次授予限制性股票总量的 20.00%,占当前公司股本总额的 0.13%。

(一)公司基本情况
1. 公司名称:三人行传媒集团股份有限公司(以下简称“三人行”、“公司”或“本公司”)
上市日期:2020 年 5 月 28 日
注册地址:陕西省西安市高新区科技路 72 号西安软件园唐乐苑 E401
注册资本:人民币 6,067.78 万元
法定代表人:钱俊豪
经营范围:一般项目:组织文化艺术交流活动;广告设计、代理;广告制作;广告发布(非广播电视);电视广告;报刊出版单位;平面设计;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);企业形象策划;市场调查;会议及展览服务;项目策划与公关服务;电子产品销售;通讯设备销售;计算机设备及辅助设备零售;计算机软硬件及外围设备制造;计算机及通讯设备租赁;信息系统集成服务;计算机系统服务;信息系统运行维护服务;机械设备租赁;教学专用仪器销售;教学用模型及教具销售;家具销售。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目:第二类增值电信业务;演出经纪。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)。
(二)董事会、监事会、高级管理人员构成情况
本公司董事会由 7 名董事组成,分别是:董事长钱俊豪,董事王川、张昊、郭献伟,独立董事丁俊杰、刘守齐、廖建强。
本公司监事会由 3 名监事组成,分别是:监事会主席代秀菊,职工代表监事王雷、监事李雷。
公司现任高级管理人员共 5 人,分别是:总经理钱俊豪,副总经理,核心技术人员王川,副总经理张昊,财务总监陈伟,董事会秘书李洁。

主要会计数据	2020 年	2019 年	2018 年
总资产(万元)	2,432,708,653.17	849,542,812.03	655,642,978.35
净资产(万元)	1,689,929,864.37	376,395.738.70	260,472,684.71
营业收入(元)	2,807,747,109.33	1,631,426,346.16	1,099,511,210.29
归属于上市公司股东的净利润(元)	362,824,586.91	193,623,053.99	124,030,549.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	346,945,745.23	182,097,212.46	120,611,694.58
经营活动产生的现金流量净额(元)	115,853,312.98	140,503,595.16	77,946,920.86
主要财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
基本每股收益(元/股)	5.86	3.74	2.39
稀释每股收益(元/股)	5.86	3.74	2.39
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	5.61	3.52	2.33
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	24.25	7.27	5.03
加权平均净资产收益率(%)	35.52	60.80	56.87
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	32.05	57.19	54.51

二、股权激励计划的目
近年来,公司凭借稳定的管理团队、优秀的行业人才、突出的广告创意能力及服务众多知名客户的专业经验等优势,持续赢得客户信赖,并推动公司业务快速增长。未来,公司将持续做好行业人才储备及有效管理工作,以支持公司发展需要,通过实施新一轮股权激励计划,将为公司持续业绩的快速成长及新业务方向的开拓,和稳定及完善的人才储备。同时为了进一步完善公司治理结构,健全公司激励机制,吸引和留住优秀人才,充分调动公司董事、高级管理人员、中层管理人员及业务骨干的积极性,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,根据各方共同关注公司的长远发展,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,依据《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,制定本激励计划。

三、股权激励方式及标的股票来源
(一)股权激励方式
本激励计划采取的激励方式为限制性股票。
(二)标的股票来源
公司将通过向激励对象定向发行公司 A 股普通股股票作为本激励计划的股票来源。
四、拟授予的权益数量
本激励计划拟授予的限制性股票数量 46,937.5 万股,占本激励计划草案公告时公司股本总额 6,067.78 万股的 0.67%。其中首次授予 37.55 万股,占本次授予限制性股票总量的 80.00%,占当前公司股本总额的 0.54%;预留 9,387.5 万股,占本次授予限制性股票总量的 20.00%,占当前公司股本总额的 0.13%。

公司全部在有效期内的股权激励计划所涉及的标的股票总数累计未超过公司股本总额的 10%。本激励计划中任何一名激励对象通过本计划及/或其他在有效期内的股权激励计划如有累计获授的限制性股票数量累计未超过公司股本总额的 1%。

五、激励对象的范围及各自所获授的权益数量
(一)激励对象的确定依据
1. 激励对象的确定依据
本激励计划激励对象根据《公司法》《证券法》《管理办法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定,结合公司实际情况而确定。
2. 激励对象确定的职务依据
本激励计划激励对象为公司部分董事、高级管理人员、中层管理人员及业务骨干,均在不同岗位任职并长期工作,并作出了突出贡献。
(2)本激励计划激励对象均在公司入职工作至少一年以上;
(3)本激励计划激励对象均认同公司的企业文化及创业精神,为公司业绩持续增长发挥了引领作用,能力、贡献了卓越力量;
(4)本激励计划激励对象需对公司未来的业绩增长、新业务开拓方向,具有不可替代的重要作用,有潜力作出更大贡献。
(二)激励对象的范围
本激励计划首次授予涉及及的激励对象共计 52 人,为公司部分董事、高级管理人员、中层管理人员及业务骨干。

六、激励计划涉及的激励对象不包括独立董事、监事会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配偶、父母、子女。

七、激励对象中,董事、高级管理人员必须经股东大会选举或公司董事会聘任。所有激励对象必须在本计划的有效期内在公司(或控股公司)具有劳动关系。
八、预留授予部分激励对象由本激励计划股东大会审议通过后 12 个月内确定,经董事会提出、独立董事及监事会发表明确意见、律师事务所发表专业意见并出具法律意见书后,公司在指定网站披露及时准确地确定激励对象相关信息。超过 12 个月内未能完成激励计划的,预留权益作废,预留授予部分激励对象的确定标准参照首次授予的标准确定。

(三)激励对象名单及拟授予权益分配情况

序号	姓名	职务	拟授予的限制性股票数量(万股)	占授予限制性股票总量的比例	占本激励计划公告时公司股本总额的比例
1	张昊	董事、副总经理	150.000	31.957%	0.215%
2	李洁	董事会秘书	150.000	31.957%	0.215%
3	杨皓	客户部门总监	3.000	0.639%	0.004%
4	雷磊	执行交付总监	3.000	0.639%	0.004%
5	尹红飞	客户部门总监	3.000	0.639%	0.004%
6	李彦光	内容总监	3.000	0.639%	0.004%
7	王良	客户部门总监	2.000	0.426%	0.003%
8	李博	客户部门总监	2.000	0.426%	0.003%
9	张亚辉	客户部门总监	2.000	0.426%	0.003%
10	张希顺	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
11	赵博	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
12	包斐	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
13	李强	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
14	陈国辉	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
15	温志佳	客户部门	2.000	0.426%	0.003%
16	张勇	项目执行经理	2.000	0.426%	0.003%
17	魏强	华东区总监	2.000	0.426%	0.003%
18	袁小花	项目执行副总监	2.000	0.426%	0.003%
19	黄秋林	客户部门总监	2.000	0.426%	0.003%
20	尹博	资深客户总监	2.000	0.426%	0.003%
21	陈博博	财务总监	2.000	0.426%	0.003%
22	付军	信息技术经理	2.000	0.426%	0.003%
23	何海南	信息数据经理	2.000	0.426%	0.003%
24	张天豪	客户部门	1.500	0.320%	0.002%
25	胡娟	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
26	代红霞	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
27	杨韵琦	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
28	李开强	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
29	胡永强	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
30	陈海强	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
31	陈海强	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
32	任红红	客户部门副总监	1.000	0.213%	0.001%
33	郝志东	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
34	张勇	客户部门总监	1.000	0.213%	0.001%
35	袁秋林	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
36	郭献伟	渠道副总监	1.000	0.213%	0.001%
37	孙博	渠道客户经理	1.000	0.213%	0.001%
38	李成文	渠道副总监	1.000	0.213%	0.001%
39	陈旭	渠道副总监	1.000	0.213%	0.001%
40	王强	项目执行经理	1.000	0.213%	0.001%
41	陈国辉	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
42	周强	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
43	李博	渠道专员	1.000	0.213%	0.001%
44	张亚秋	客户部门	1.000	0.213%	0.001%
45	尹强	项目执行经理	1.000	0.213%	0.001%
46	侯朝晖	项目执行总监	1.000	0.213%	0.001%
47	李冲涛	渠道副总监	1.000	0.213%	0.001%
48	丁朝辉	项目执行经理	1.000	0.213%	0.001%
49	李静华	高级采购主管	1.000	0.213%	0.001%
50	王朝辉	渠道经理	1.000	0.213%	0.001%
51	孙朝辉	渠道副经理	1.000	0.213%	0.001%
52	陈博博	渠道副经理	1.000	0.213%	0.001%
53	陈博博	渠道副经理	1.000	0.213%	0.001%
合计			469.375	100.000%	0.674%

注:
1、上述任一激励对象通过全部在有效期内的股权激励计划所授予的公司股票均未超过其持有公司总股本的 1%。公司全部在有效期内的激励计划涉及的标的股票总数累计未超过股权激励计划提交股东大会时公司股本总额的 10%。
2、本激励计划激励对象中没有持有公司 5%以上股份的股东或实际控制人及配偶、父母、子女。

4、以上百分比计算结果四舍五入,保留至小数。
(四)激励计划涉及的激励对象不包括独立董事、监事会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配偶、父母、子女。
(五)激励计划涉及的激励对象不包括在激励计划实施期间参加股权激励计划的激励对象。
(六)若在本激励计划实施过程中,激励对象不符合《管理办法》及本激励计划规定的条件,公司将停止其参与本激励计划的权利,以授予价格回购注销其所获授但尚未解除限售的限制性股票。

六、授予价格、行权价格及确定方法
(一)首次授予限制性股票的授予价格
首次授予限制性股票的授予价格为每股 96.33 元。
(二)首次授予限制性股票的授予价格的确定方法
首次授予限制性股票的授予价格不低于股票面值,且不低于下列价格较高者:
1、激励计划草案公告前 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 192.641 元,50%;为每股 96.33 元;
2、本激励计划草案公告前 20 个交易日公司股票交易均价(前 20 个交易日股票交易总额/前 20 个交易日股票交易总量)每股 188.099 元的 50%,为每股 94.04 元。
(三)预留部分限制性股票的授予价格的确定方法
预留部分限制性股票的授予价格与首次授予限制性股票的授予价格一致。
七、限售期及等待期、行权安排等
本激励计划授予限制性股票的限售期分别为自相应限制性股票授予登记完成之日起 12 个月、34 个月、36 个月。

激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在限售期内不得转让、用于担保或偿还债务。激励对象所获授的限制性股票,经中国证券登记结算有限责任公司上海分公司(以下简称“登记结算公司”)登记后便享有其股票应有的权利,包括但不限于该等股票的分红权、配股权等。限售期内激励对象获授的限制性股票不得质押或用于担保、不得转让、不得用于偿还债务。增发中向激励对象出售的限售期股票,不得在二级市场出售或以其他方式转让,该等限售期股票的截止日期与限制性股票相同。
公司进行现金分红时,激励对象就其获授的限制性股票应取得的现金分红在代扣代缴个人所得税后由激励对象享有,原则上由公司代为收取,待该部分限制性股票解除限售时返还激励对象;若该部分限制性股票未能解除限售,对应的现金分红由公司收回,并做相应会计处理。
限售期满后,公司为满足解除限售条件的激励对象办理解除限售事宜,未满足解除限售条件的激励对象持有的限制性股票由公司回购注销。

解除限售安排	解除限售比例	解除限售比例
第一次解除限售	自首次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登记完成之日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	40%
第二次解除限售	自首次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登记完成之日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	30%
第三次解除限售	自首次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登记完成之日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	30%

本激励计划预留限制性股票的解除限售期及各期解除限售时间安排如下表所示:

解除限售安排	解除限售比例	解除限售比例
第一次解除限售	自预留部分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部分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	40%
第二次解除限售	自预留部分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部分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	30%
第三次解除限售	自预留部分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部分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%

八、获授权益、解除限售或行权的条件
(一)限制性股票的授予条件
同时满足下列授予条件时,公司应向激励对象授予限制性股票,反之,若下列任一授予条件未达成的,则不能向激励对象授予限制性股票。
1. 公司未发生如下任一情形
(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者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) 法律法规规定不得进行股权激励的;
(5) 中国证监会认定的其他情形。
2. 激励对象未发生如下任一情形
(1) 最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选;
(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;
(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;

(4) 具有《公司法》规定的不担任公司董事、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。
(二)限制性股票的解除限售条件
解除限售期内,同时满足下列条件时,激励对象获授的限制性股票方可解除限售:
1. 公司未发生如下任一情形
(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者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) 法律法规规定不得进行股权激励的;
(5) 中国证监会认定的其他情形。
2. 激励对象未发生如下任一情形
(1) 最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选;
(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;
(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;

(4) 具有《公司法》规定的不担任公司董事、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。
(三)限制性股票的解除限售条件
解除限售期内,同时满足下列条件时,激励对象获授的限制性股票方可解除限售:
1. 公司未发生如下任一情形
(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者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) 法律法规规定不得进行股权激励的;
(5) 中国证监会认定的其他情形。
2. 激励对象未发生如下任一情形
(1) 最近 12 个月内被证券交易所认定为不适当人选;
(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;
(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;

解除限售期	业绩考核目标
第一个解除限售期	2023 年公司净利润不低于 7.30 亿元
第二个解除限售期	2024 年公司净利润不低于 10.00 亿元
第三个解除限售期	2024 年公司净利润不低于 13.00 亿元

注:上述“净利润”指经审计的归属于上市公司股东的净利润,并剔除本次及其他股权激励计划股份支付费用的数值作为计算依据。
(二)预留部分限制性股票的业绩考核目标
公司预留部分限制性股票考核年度与首次授予限制性股票考核年度相同,各年度业绩考核目标与首次授予限制性股票的业绩考核目标相同,与首次授予限制性股票考核年度不同的,将由董事会另行披露。
在解除限售期内,公司为满足解除限售条件的激励对象办理解除限售事宜;若限制性股票因公司未满足上述业绩考核目标而未解除限售,则公司将按照本激励计划的规定回购注销该部分股票。
(三)激励对象绩效考核要求
1. 激励对象的个人层面的考核按照公司现行薪酬与考核的相关规定组织实施,考核结果由董事会薪酬与考核委员会审核确认,个人层面绩效考核比例(N)按下表考核结果确定:
个人上一年度考核结果
A 或 B 以上
C 或 C 以下
个人层面绩效考核比例(N)
100%
0%

若各年度公司层面业绩考核达标,激励对象个人当年实际解除限售额度=个人当年可解除限售额度×个人层面绩效考核比例(N)。
(三)考核指标的确定和合理性说明
公司限制性股票考核指标分为两个层次,分别为公司层面业绩考核、个人层面业绩考核。

公司层面业绩指标为净利润、净利润指标能反映公司核心盈利能力及成长性且股东回报能力,本次设置的业绩目标综合考虑了宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争现状以及公司未来发展规划等相关因素,有利于调动激励对象的积极性和创造性,促进公司战略目标的实现。

除公司层面的业绩考核外,公司对个人还设置了严密的绩效考核体系,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。

综上,公司本激励计划的考核体系具有全面性、综合性及可操作性,考核指标设定具有良好的科学性和合理性,考核指标设定具有合理性及可操作性,考核指标设定具有良好的科学性和合理性,考核指标设定具有合理性及可操作性。

九、股权激励计划的有效期、授予日(授权日)、限售期、等待期、可行权日的起止日
(一)本激励计划的有效期
本激励计划有效期自限制性股票授予登记完成之日起至激励对象获授的限制性股票全部解除限售或回购注销完成之日止,最长不超过 60 个月。

(二)本激励计划的授予日
授予日在本激励计划经公司股东大会审议通过后由董事会确定,公司需在股东大会审议通过后 60 日内首次授予激励对象限制性股票并公告、登记。公司不能在 60 日内完成上述工作的,将终止实施本激励计划,未授予的限制性股票作废,预留部分限制性股票授予日由公司董事会在股东大会审议通过后 12 个月内确定,且不得为授予区间日。

授予日必须为交易日,且不得为下列区间日:
1、公司年度报告和半年度报告公告前 30 日内,因特殊原因推迟报告公告日期的,自原预约公告前 30 日计算,至公告前 1 日;
2、公司季度报告、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价格产生较大影响的重大的事件发生之日或者进入决策程序之日,至决议披露之日;

4、中国证监会及上海证券交易所所规定的其它期间。
上述公司不得授予限制性股票的期间不计入 60 日期限之内。

如公司董事、高级管理人员作为激励对象在限制性股票授予前 6 个月内发生过减持股票行为,则按照《证券法》中关于减持的相关规定自最后一笔减持交易之日起推迟 6 个月授予其限制性股票。

(三)本激励计划的禁售期
禁售期是指对激励对象所获限制性股票解除限售后进入行进行限售的期间。本次限制性股票激励计划的禁售期按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定执行,具体内容如下:
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%,在离职后半年内,不得转让其所持有的本公司股份。公司董事和高级管理人员在任期届满前离职的,在就其任职期间的任期和任期届满后 6 个月内,每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的 25%。
2、激励对象为公司董事和高级管理人员的,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、在本激励计划有效期内,如果《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《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相关规定。
十、权益数量及权益价格的确定方法和程序
(一)限制性股票数量的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的限制性股票数量。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀为调整前的限制性股票数量;n 为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整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
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(二)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀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;P 为调整后的授予价格。
4、增发
在公司发生增发新股的情况下,限制性股票数量不做调整。
(三)限制性股票授予价格的调整方法
1、资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细
 $P=P_0 \times (1+n)$
其中:P 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、派息
 $P=P_0 \times (1-P_1 \times 2\%) \times [1 \div (1+Q)]$
其中:P₀为调整前的授予价格;P₁为每股派息占当日收盘价;P₂为配股比例;n 为配股的比例(即配股的股数与调整前公司总股本的比例);Q 为调整后的授予价格。
3、转股
 $Q=Q_0 \times (1+n)$
其中:Q₀为调整前的限制性股票数量;n 为每股的资本