证券代码：600315　　证券简称：上海家化　　公告编号：临 2022-043

上海家化联合股份有限公司关于 2022 年第二季度主要经营数据的公告

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。

根据上海证券交易所《上市公司行业信息披露指引第十三号—化工》的要求，现将公司 2022 年第二季度主要经营数据披露如下：

一、主要产品的产量、销量及收入实现情况

主要产品	产量(支)	销量(支)	营业收入(元)
护肤	13,660,528	12,107,981	365,187,716.53
个护家清	68,013,779	68,771,625	628.870,740.89
母婴	38,423,918	38,361,278	529,189,705.48
合作品牌	2.211,207	3,795,356	72,734,173.78

注 1：护肤品类，包括佰草集、玉泽、典萃、高夫、双妹、美加净；个护家清品类，包括六神、家安等；母婴品类，包括启初、汤美星；合作品牌，包括片仔癀、艾禾美、碧缇丝、芳芯；

注 2：自 2022 年第二季度起，对分产品线数据做了口径调整，上表销量中不包含货返中小样。

二、主要产品和原材料的价格变动情况

（一）主要产品价格变动情况

2022 年第二季度，公司主要产品的价格详见下表：

主要产品	2021 年 4-6 月平均售价(元/支)	2022 年 4-6 月平均售价(元/支)	变动比率%
护肤	25.93	30.16	16.33
个护家清	8.38	9.14	9.16
母婴	14.37	13.79	-3.99
合作品牌	21.93	19.16	-12.62

（二）主要原材料价格波动情况

公司主要原材料有皂粒油脂、表面活性剂、溶剂、营养药物添加剂、包装物等。

1、皂粒油脂

2022 年第二季度皂粒、油脂类原料受棕榈油、棕榈仁油同比上涨的影响，报告期比去年第二季度采购均价上涨 4510 元/吨左右(不含税)，涨幅约 59%。

2、表面活性剂

2022 年第二季度表面活性剂受棕榈仁油上涨、环氧乙烷上涨的影响，报告期比去年第二季度采购均价上涨 1770 元/吨左右(不含税)，涨幅约 16%。

3、溶剂

2022 年第二季度溶剂与去年第二季度采购均价持平。

4、营养药物添加剂

2022 年第二季度营养药物添加剂价格与去年第二季度相比价格下跌，跌幅约 13%。

5、包装物

2022 年第二季度包装物中，塑料品类受国内塑料价格上涨的影响，比去年第二季度采购均价上涨约 0.6%。玻璃受市场原材料价格上涨影响，比 2021 年同期上涨 4.8%。纸箱品类报告期与去年第二季度采购均价持平。

三、报告期内无其他对公司生产经营具有重大影响的事项。

特此公告。

上海家化联合股份有限公司董事会

2022 年 8 月 20 日

证券代码：600315　　证券简称：上海家化　　公告编号：2022-041

上海家化联合股份有限公司关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划部分业绩考核指标的公告

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。

上海家化联合股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 8 月 19 日召开八届董事会第五次会议、八届监事会第五次会议，审议并通过了《关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法的议案》、《关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划部分业绩考核指标的议案》。该议案尚需提交公司股东大会审议，现将具体情况公告如下：

一、已履行的决策程序和信息披露情况

1、2020 年 9 月 30 日，公司召开第七届十四次董事会，审议通过了《关于公司<2020 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》、《关于公司<2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理 2020 年限制性股票激励计划相关事宜的议案》及《关于召开公司 2020 年第二次临时股东大会的议案》，关联董事已在审议相关事项时回避表决，公司独立董事对本次激励计划及其他相关议案发表了同意的独立意见。

2、2020 年 9 月 30 日，公司召开七届九次监事会，审议通过了《关于公司<2020 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》、《关于公司<2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》、《关于公司<2020 年限制性股票激励计划激励对象名单>的议案》。

3、2020 年 10 月 10 日至 2020 年 10 月 19 日，公司对激励对象的姓名和职务在公司内部进行了公示，在公示期内，公司监事会未接到与激励对象有关的任何异议。2020 年 10 月 23 日，公司监事会披露了《关于公司 2020 年限制性股票激励计划激励对象名单的核查意见及公示情况说明》。

4、2020 年 10 月 28 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司<2020 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》、《关于公司<2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理 2020 年限制性股票激励计划相关事宜的议案》，关联股东依法回避表决。

5、2020 年 10 月 29 日，公司披露了《上海家化联合股份有限公司关于 2020 年限制性股票激励计划内幕信息知情人买卖公司股票情况的自查报告》。

6、2020 年 11 月 16 日，公司召开了七届十六次董事会和七届十一次监事会，审议通过了《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》，关联董事已在审议相关事项时回避表决，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见，监事会对本次授予限制性股票的激励对象名单进行了核实。

7、2020 年 11 月 30 日，公司完成 2020 年限制性股票激励计划首次授予限制性股票的登记工作，向 135 名激励对象授予限制性股票 672.10 万股，并取得中国证券登记结算有限责任公司上海分公司出具的《证券变更登记证明》。

8、2021 年 5 月 25 日，公司召开了七届二十次董事会，审议通过了《关于向激励对象授予预留限制性股票的议案》，关联董事已在审议相关事项时回避表决，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见，监事会对本次授予限制性股票的激励对象名单进行了核实。

9、2021 年 7 月 8 日，公司完成 2020 年限制性股票激励计划预留授予限制性股票的登记工作，向 83 名激励对象授予限制性股票 166.50 万股，并取得中国证券登记结算有限责任公司上海分公司出具的《证券变更登记证明》。

10、2022 年 6 月 1 日，公司召开了八届四次董事会和八届四次监事会，审议通过了《关于回购注销 2020 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见。

11、2022 年 6 月 1 日，公司召开八届四次董事会和八届四次监事会，审议通过了《关于公司 2020 年限制性股票激励计划首次授予部分第一个解除限售期解除限售条件成就的议案》，关联董事已在审议相关事项时回避表决，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见。公司监事会对相关事项进行了核查并发表了同意的意见。

12、2022 年 7 月 21 日，公司 2020 年限制性股票激励计划首次授予部分第一个解除限售期限售股1,561,958 股上市流通。

13、2022 年 8 月 19 日，公司召开八届五次董事会和八届五次监事会，审议通过了《关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法的议案》、《关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划部分业绩考核指标的议案》，同意调整 2020 年限制性股票激励计划中 2022 年、2023 年公司层面业绩考核指标，除上述内容调整外，限制性股票激励计划的其他内容不变。公司独立董事对该议案发表了同意的独立意见，监事会发表了同意的核查意见。

二、调整的具体内容

公司结合目前客观环境和公司实际情况，为了稳定团队，充分调动公司董事、高级管理人员、中层管理人员和骨干员工的积极性，拟调整公司 2020 年限制性股票激励计划中部分公司层面业绩考核指标、具体如下：

调整前内容：

业绩考核目标		解除限售期		
		第一个解除限售期(2021 年度)	第二个解除限售期(2022 年度)	第三个解除限售期(2023 年度)
业绩考核目标(A)	营业收入(X1)	83 亿	94 亿	106 亿
	累计净利润(Y1)	4.8 亿	13.1 亿	24.7 亿
业绩考核目标(B)	营业收入(X2)	76 亿	86 亿	98 亿
	累计净利润(Y2)	4.1 亿	11.1 亿	21.0 亿

注：上述“累计净利润”是指第一个解除限售期考核 2021 年度净利润，第二个解除限售期考核 2021 年度与 2022 年度净利润之和，第三个解除限售期考核 2021 年度、2022 年度及 2023 年度净利润之和，且“净利润”指归属于上市公司股东的净利润。

假设：考核年度的实际营业收入为 X，实际累计净利润为 Y，则解除限售系数 K 的公式为：

（1）当 X≥X2 且 Y≥Y2 时：解除限售系数 K=[(X-X2)/(X1-X2)*0.2+0.8]*0.5+[(Y-Y2)/(Y1-Y2)*0.2+0.8]*0.5，其中当 X≥X1 时，X 按 X1 取值；当 Y≥Y1 时，Y 按 Y1 取值；

（2）当 X<X2 或 Y<Y2 时，解除限售系数 K=0。

当期实际解除限售比例=当期可解除限售比例 * 解除限售系数 K

调整后的内容：

业绩考核目标		解除限售期		
		第一个解除限售期(2021 年度)	第二个解除限售期(2022 年度)	第三个解除限售期(2023 年度)
业绩考核目标(A)	营业收入(X1)	83 亿	80 亿	94 亿
	累计净利润(Y1)	4.8 亿	13.1 亿	22.3 亿
业绩考核目标(B)	营业收入(X2)	76 亿	75 亿	86 亿
	累计净利润(Y2)	4.1 亿	11.1 亿	19.2 亿

注：1、上述“累计净利润”是指第一个解除限售期考核 2021 年度净利润，第二个解除限售期考核 2021 年度与 2022 年度净利润之和，第三个解除限售期考核 2021 年度、2022 年度及 2023 年度净利润之和，且“净利润”指归属于上市公司股东的净利润。

2、本集团海外子公司 Abundant Merit Limited 主要经营地位于英国，财务报表记账本位币为英镑，为规避合并其报表时从英镑折算到人民币的汇率波动风险，本集团在确认相关业绩考核目标时，统一采用 2021 年 12 月 31 日英镑兑人民币中间价 8.6064 的汇率结算，同时适用于 2022 年和 2023 年两个考核年度。

假设：考核年度的实际营业收入为 X，实际累计净利润为 Y，则解除限售系数 K 的公式为：

（1）当 X≥X2 且 Y≥Y2 时：解除限售系数 K=[(X-X2)/(X1-X2)*0.2+0.8]*0.5+[(Y-Y2)/(Y1-Y2)*0.2+0.8]*0.5，其中当 X≥X1 时，X 按 X1 取值；当 Y≥Y1 时，Y 按 Y1 取值；

（2）当 X<X2 或 Y<Y2 时，解除限售系数 K=0。

说明：除上述调整外，《公司 2020 年限制性股票激励计划(草案)》及摘要、《公司 2020 年限制性股票激励计划实施考核管理办法》中其他内容不变。上述调整方案尚需提交股东大会审议。

三、调整 2022 年、2023 年公司层面业绩考核指标的原因及合理性分析

（一）调整业绩考核指标的原因

2022 年上半年全国部分省市尤其是上海市出现了较为严重的新冠疫情，公司总部位于上海，2022 年 3 月开始，受疫情影响，公司在生产、物流、渠道等方面分别遭遇工厂停工、仓库封闭物流受限、线下零售终端闭店等多重不利情况，线下、线上业务受到不同程度冲击；

1、生产：工厂停工及相关原材料配套无法跟上，导致产能利用率下降；

2、物流：公司主要仓库位于长三角地区，仓库封闭引起的物流受限导致线下、线上部分销售订单无法履约，线上订单退货比例增加，通过外地仓库临时调配造成供应链成本上升；

3、渠道：线下零售终端闭店影响终端动销；线上业务因物流停滞及后期运力不足，影响了品牌招新蓄水举措的实施。

受上述因素综合影响，2022 年上半年公司实现营业收入 37.15 亿元，同比下降 11.76%；叠加土地、厂房、设备等固定折旧成本和刚性支出及原材料上涨等因素，导致毛利率同比下降；此外受疫情影响，公司投资收益同比减少；最终公司 2022 年上半年实现归属于上市公司股东的净利润 1.58 亿元，同比下降 44.84%。为了充分调动中层管理人员及骨干员工的积极性，且出于与 2020 年限制性股票激励计划(2022 年 8 月修订)的一致性角度考虑，公司在综合考虑历史业绩、经营环境及内部管理等因素后，制定了 2022 年限制性股票激励计划，本计划设置的业绩指标具有合理性及可操作性。

（二）调整激励计划的原因

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，充分调动在公司(含分公司及控股子公司)任职的中层管理人员及骨干员工的积极性，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，使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，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司股权激励管理办法》(以下简称“《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。

截至本激励计划公告日，公司尚在实施 2020 年第二次临时股东大会审议通过的 2020 年限制性股票激励计划和公司 2021 年第一次临时股东大会审议通过的 2021 年股票期权激励计划，其中：公司于 2020 年 11 月 30 日完成 2020 年限制性股票激励计划首次授予限制性股票的登记工作，向 135 名激励对象授予限制性股票 672.10 万股；于 2021 年 7 月 8 日完成 2020 年限制性股票激励计划预留授予限制性股票的登记工作，向 83 名激励对象授予限制性股票 166.50 万股；于 2021 年 9 月 15 日完成 2021 年股票期权激励计划 123.00 万份股票期权的授予工作。本激励计划与前述正在实施的股权激励计划相互独立。

三、股权激励方式及标的股票来源

本激励计划采取的激励工具为限制性股票，其股票来源为公司向激励对象定向发行的 A 股普通股股票。

四、拟授出的权益数量

本激励计划拟向激励对象授予的限制性股票数量为 60.00 万股，约占本激励计划草案公告时公司股本总额 67963.4461 万股的 0.09%。本次授予为一次性授予，无预留权益。

公司全部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本激励计划草案公告时公司股本总额的 10%。本激励计划中任何一名激励对象通过全部有效期内的股权激励计划获授的本公司股票累计未超过本激励计划草案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转增股本、派发股票红利、股份拆细或缩股、配股等事宜，限制性股票的授予数量将根据本激励计划予以相应的调整。

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、激励对象确定的法律依据

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、规章和规范性文件以及《公司章程》的相关规定，结合公司实际情况而确定。

2、激励对象确定的职务依据

本激励计划激励对象为在公司任职的中层管理人员及骨干员工(不包括独立董事、监事)。

（二）激励对象的范围

本激励计划授予的激励对象共计 10 人(占公司截止 2021 年底员工总数 5525 人的 0.18%)，为公司公告本激励计划时在公司任职的中层管理人员及骨干员工。

本激励计划涉及的激励对象不包括独立董事、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。

以上激励对象中，所有激励对象必须在本计划的有效期内于公司(含分公司及控股子公司、下同)任职并签署劳动/劳务合同。

（三）激励对象获授的限制性股票分配情况

本激励计划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：

类别	获授的限制性股票数量(万股)	占授予限制性股票总数的比例	占本计划公告日股本总额的比例
中层管理人员及骨干员工(10 人)	60.00	100.00%	0.09%
合计	60.00	100.00%	0.09%

注：1、本激励计划激励对象不包括董事、高级管理人员、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。

2、以上百分比计算结果四舍五入，保留二位小数。

（四）在本激励计划实施过程中，激励对象如发生不符合《管理办法》及本激励计划规定的情况时，公司将终止其参与本激励计划的权利，回购注销其所获授但尚未解除限售的限制性股票。

六、授予价格及授予价格的确定方法

（一）限制性股票的授予价格

限制性股票的授予价格为每股 20.83 元，即满足授予条件后，激励对象可以每股 20.83 元的价格购买公司向激励对象授予的公司限制性股票。

（二）限制性股票授予价格的确定方法

限制性股票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)的 60%，即 20.05 元/股。

2、本激励计划公告前 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)的 60%，即 20.83 元/股。

七、限售期、解除限售安排

本激励计划限制性股票限售期分别为限制性股票登记完成之日起 12 个月、24 个月。激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在解除限售前不得转让、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分红权、配股权、股票权等。

当期解除限售的条件未成就的，限制性股票不得解除限售或递延至下期解除限售。限售期满，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。

本激励计划限制性股票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	解除限售时间	解除限售比例
第一个解除限售期	自相应批次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相应批次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为止	50%
第二个解除限售期	自相应批次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相应批次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为止	50%

在上述约定期间内未申请解除限售的限制性股票或因未达到解除限售条件而不能申请解除限售的该期限制性股票，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。

激励对象获授的限制性股票由于资本公积金转增股本、股票红利、股票拆细而取得的股份同时限售，不得在二级市场出售或以其他方式转让，该等股份的解除限售期与限制性股票解除限售期相同。若公司对尚未解除限售的限制性股票进行回购，该等股票将一并回购。

八、授予与解除限售条件

（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）证监会认定的其他情形。

公司发生上述第(一)条规定情形之一的，所有激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票，应当由公司按授予价格加上银行同期存款利息之和回购注销；若激励对象对上述情形负有个人责任的，则其获授的尚未解除限售的限制性股票应当由公司按授予价格回购注销。

若激励对象发生上述第(二)条规定情形之一的，公司将终止其参与本激励计划的权利，该激励对象根据本激励计划已获授但尚未解除限售的限制性股票应当由公司按授予价格回购注销。

3、公司层面业绩考核要求

本激励计划的解除限售考核年度为 2022-2023 年两个会计年度，每个会计年度考核一次。本激励计划限制性股票的解除限售业绩条件如下表所示：

业绩考核目标		解除限售期	
		第一个解除限售期(2022 年度)	第二个解除限售期(2023 年度)
业绩考核目标(A)	营业收入(X1)	80 亿	94 亿
	累计净利润(Y1)	13.1 亿	22.3 亿
业绩考核目标(B)	营业收入(X2)	75 亿	86 亿
	累计净利润(Y2)	11.1 亿	19.2 亿

注：上述“累计净利润”是指第一个解除限售期考核 2021 年度与 2022 年度净利润之和，第二个解除限售期考核 2021 年度、2022 年度及 2023 年度净利润之和，且“净利润”指归属于上市公司股东的净利润。

2、本集团海外子公司 Abundant Merit Limited 主要经营地位于英国，财务报表记账本位币为英镑，为规避合并其报表时从英镑折算到人民币的汇率波动风险，本集团在确认相关业绩考核目标时，统一采用 2021 年 12 月 31 日英镑兑人民币中间价 8.6064 的汇率结算，同时适用于 2022 年和 2023 年两个考核年度。

假设：考核年度的实际营业收入为 X，实际累计净利润为 Y，则解除限售系数 K 的公式为：

（1）当 X≥X2 且 Y≥Y2 时：解除限售系数 K=[(X-X2)/(X1-X2)*0.2+0.8]*0.5+[(Y-Y2)/(Y1-Y2)*0.2+0.8]*0.5，其中当 X≥X1 时，X 按 X1 取值；当 Y≥Y1 时，Y 按 Y1 取值；

（2）当 X<X2 或 Y<Y2 时，解除限售系数 K=0。

当期实际解除限售比例=当期可解除限售比例 * 解除限售系数 K

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，由公司按授予价格加上银行同期存款利息之和回购注销。

4、个人层面绩效考核要求

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，个人层面解除限售比例按下表考核结果确定：

考评结果(S)	B 及以上	B-	C	D
个人层面解除限售比例	100%	80%	60%	0

激励对象个人当年实际解除限售额度=当期实际解除限售比例×个人当年计划解除限售的额度×个人层面解除限售比例。

激励对象因公司业绩考核或个人绩效考核不达标等原因不能解除限售或不能完全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加上银行同期定期存款利息之和。

（三）考核指标的科学性和合理性说明

公司本次限制性股票激励计划的考核指标分为两个层次，分别为公司层面业绩考核和个人层面绩效考核。

公司层面业绩考核指标为营业收入和净利润，营业收入指标反映企业经营状况和市场规模，是预测公司经营业务拓展趋势的重要指标之一。净利润指标反映了公司盈利能力，体现企业经营的最终成果，能够树立较好的资本市场形象。具体数值的确定综合考虑了宏观经济环境、行业发展状况、市场竞争情况以及公司未来的发展规划等因素，综合考虑了实现可能性和对公司员工的激励效果，指标设定合理、科学。

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，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，并对不同等级的考核结果设置了差异化的解除限售比例，真正达到激励优秀、鼓励价值创造的效果。

综上，公司本次激励计划考核指标设定充分考虑了公司的经营环境以及未来的发展规划等因素，考核指标设置合理。对激励对象而言，业绩目标明确，有利于充分调动公司核心员工的主动性和创造性；对公司而言，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，确保公司未来发展战略和经营目标的实现，为股东带来更高效、更持久的回报。

（四）实行多期股权激励计划，后期激励计划的公司业绩指标低于前期激励计划的合理性说明

公司于 2021 年推出股票期权激励计划，该激励计划设定的公司层面业绩考核目标为，2021-2023 年三个会计年度，营业收入(a1)考核目标为 84.66 亿、95.88 亿、108.12 亿，营业收入(b1)考核目标为 77.52 亿、87.72 亿、99.96 亿；累计净利润(a2)考核目标为 5.04 亿、13.755 亿、25.935 亿，累计净利润(b2)考核目标为 4.305 亿、11.655 亿、22.05 亿。

公司本次激励计划所制定的公司层面业绩考核指标，与公司于 2022 年 8 月经董事会审议通过修订的 2020 年限制性股票激励计划(尚需经股东大会审议通过生效)公司层面业绩考核指标保持一致，略低于 2021 年股票期权激励计划考核指标和 2022 年 8 月修订前的 2020 年限制性股票激励计划考核指标，主要原因由于 2022 年上半年全国部分省市尤其是上海市出现了较为严重的新冠疫情，公司总部位于上海，2022 年 3 月开始，受疫情影响，公司在生产、物流、渠道等方面分别遭遇工厂停工、仓库封闭物流受限、线下零售终端闭店等多重不利情况，线下、线上业务受到不同程度冲击；

1、生产：工厂停工及相关原材料配套无法跟上，导致产能利用率下降；

2、物流：公司主要仓库位于长三角地区，仓库封闭引起的物流受限导致线下、线上部分销售订单无法履约，线上订单退货比例增加，通过外地仓库临时调配造成供应链成本上升；

3、渠道：线下零售终端闭店影响终端动销；线上业务因物流停滞及后期运力不足，影响了品牌招新蓄水举措的实施。

受上述因素综合影响，2022 年上半年公司实现营业收入 37.15 亿元，同比下降 11.76%；叠加土地、厂房、设备等固定折旧成本和刚性支出及原材料上涨等因素，导致毛利率同比下降；此外受疫情影响，公司投资收益同比减少；最终公司 2022 年上半年实现归属于上市公司股东的净利润 1.58 亿元，同比下降 44.84%。为了充分调动中层管理人员及骨干员工的积极性，且出于与 2020 年限制性股票激励计划(2022 年 8 月修订)的一致性角度考虑，公司在综合考虑历史业绩、经营环境及内部管理等因素后，制定了 2022 年限制性股票激励计划，本计划设置的业绩指标具有合理性及可操作性。

九、股权激励计划的有效期、授予日和禁售期

（一）本激励计划的有效期

本激励计划有效期自限制性股票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之日止，最长不超过 36 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，授予日必须为交易日。公司需在股东大会审议通过后 60 日内对激励对象进行授予并完成公告、登记；有获授权益条件的，需在条件成就后 60 日内授出权益并完成公告、登记。公司未能在 60 日内完成上述工作的，需披露未完成原因并终止实施本激励计划，未授予的限制性股票失效。

授予日必须为交易日，且不得为下列区间日：

1、公司年度报告、半年度报告公告前三十日内，因特殊原因推迟年度报告、半年度报告公告日期的，自原预约公告日前三十日起算，至公告前一日；

2、上市公司季度报告、业绩预告、业绩快报公告前十日内；

3、自可能对本公司证券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在决策过程中，至依法披露之日内；

4、中国证监会及上交所规定的其他期间。

上述公司不得授出限制性股票的期间不计入 60 日期限之内。

（三）本激励计划的禁售期

本次限制性股票激励计划的禁售规定按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规章以及规范性文件和《公司章程》的规定执行，具体包括但不限于：

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。

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、激励对象减持公司股票，还需遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定。

4、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、规章以及规范性文件和《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相关规定。

5、目前激励对象名单中有 3 名激励对象(合计拟获授 44.00 万股限制性股票)，将自愿承诺其因本计划获授的限制性股票受到一定禁售限制，具体以其届时签署的协议或作出的承诺为准。

十、权益数量和权益价格的调整方法和程序

（一）限制性股票数量的调整方法

若在本激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股、缩股等事项，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=Q0×(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(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、配股

Q=Q0×P1×(1+n)÷(P1+P2×n)

其中：Q0 为调整前的限制性股票数量；P1 为股权登记日当日收盘价；P2 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。

3、缩股

Q=Q0×n

其中：Q0 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。

4、增发

公司在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

若在本激励计划公告当日至激励对象完成限制性股票股份登记期间，公司有资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股、缩股或派息等事项，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=P0÷(1+n)

其中：P0 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、配股

P=P0×(P1+P2×n)÷[P1×(1+n)]

其中：P0 为调整前的授予价格；P1 为股权登记日当日收盘价；P2 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。

3、缩股

P=P0÷n

其中：P0 为调整前的授予价格；n 为缩股比例(即 1 股公司股票缩为 n 股股票)；P 为调整后的授予价格。

4、派息

P=P0-V

其中：P0 为调整前的授予价格；V 为每股的派息额；P 为调整后的授予价格。经派息调整后，P 仍须大于 1。

5、增发

公司在发生增发新股的情况下，限制性股票的授予价格不做调整。

（三）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，当出现前述情况时，应由公司董事会决定调整限制性股票数量、授予价格。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公司董事会出具专业意见。调整议案经董事会审议通过后，公司应当及时披露董事会决议公告，同时公告法律意见书。

十一、公司授予权益及激励对象解除限售的程序

（一）限制性股票激励计划生效程序

1、本激励计划由薪酬与考核委员会依据完善的议事规则拟定，公司董事会应当依法对本激励计划做出决议。董事会审议本激励计划时，作为激励对象的董事或与其在有关联关系的董事应当回避表决。董事会应当在审议通过本激励计划并履行公示、公告程序后，将本激励计划提交股东大会审议；同时提请股东大会授权董事会负责实施限制性股票的授予、解除限售和回购工作。

2、独立董事及监事会应当就本激励计划是否有利于公司持续发展，是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表意见。公司将聘请独立财务顾问，对本激励计划的可行性、是否有利于公司的持续发展、是否损害公司利益以及对股东利益的影响发表专业意见。

3、本激励计划经公司股东大会审议通过后方可实施。公司应当在召开股东大会前，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)。监事会应当对股权激励名单进行审核，充分听取公示意见。公司应当在股东大会审议本激励计划前 5 日披露监事会对激励名单审核及公示情况的说明。

4、公司股东大会在对本激励计划进行投票表决时，将向股东提供网络投票表决方式，独立董事应当就本激励计划向所有的股东征集委托投票权。股东大会应当对《管理办法》第九条规定的股权激励计划内容进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过，单独统计并披露除公司董事、监事、高级管理人员、单独或合计持有公司 5%以上股份的股东以外的其他股东的投票情况。

公司股东大会审议股权激励计划时，作为激励对象的股东或者与激励对象存在关联关系的股东，应当回避表决。

5、本激励计划经公司股东大会审议通过，且达到本激励计划规定的授予条件时，公司在规定时间内向激励对象授予限制性股票。经股东大会授权后，董事会负责实施限制性股票的授予、解除限售和回购等工作。

（二）限制性股票的授予程序

1、股东大会审议通过本激励计划后，公司与激励对象签署《2022 年限制性股票激励计划协议书》，以约定双方的权利义务关系。

2、公司在向激励对象授出权益前，董事会应当就股权激励计划设定的激励对象获授权益的条件是否成就进行审议并公告。独立董事及监事会应当同时发表明确意见。律师事务所应当对激励对象获授权益的条件是否成就出具法律意见。

3、公司监事会应当对限制性股票授予日及激励对象名单进行核实并发表意见。

4、公司向激励对象授出权益与股权激励计划的安排存在差异时，独立董事、监事会(当激励对象发生变化时)，律师事务所应当同时发表明确意见。

5、股权激励计划经股东大会审议通过后，公司应当在 60 日内授予激励对象限制性股票并完成公告、登记等相关程序。公司董事会应当在授予的限制性股票登记完成后及时披露相关实施情况的公告。若公司未能在 60 日内完成上述工作的，本激励计划终止实施，董事会应当及时披露未完成的原因且 3 个月内不得再次审议股权激励计划(根据《管理办法》规定，上市公司不得授出限制性股票的期间不计算在 60 日内)。

6、公司授予限制性股票前，应当向证券交易所提出申请，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

（三）限制性股票的解除限售程序

1、在解除限售日前，公司应确认激励对象是否满足解除限售条件。董事会应当就本激励计划设定的解除限售条件是否成就进行审议，独立董事及监事会应当同时发表明确意见。律师事务所应当对激励对象解除限售的条件是否成就出具法律意见。对于满足解除限售条件的激励对象，由公司统一办理解除限售事宜，对于未满足条件的激励对象，由公司回购并注销其持有的该次解除限售对应的限制性股票。公司应当及时披露相关实施情况的公告。

2、激励对象根据本计划对限制性股票解除限售后，所持股份可以进行出售、转让，但公司董事和高级管理人员所持股份的转让应当符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

3、公司解除激励对象限制性股票限售前，应当向证券交易所提出申请，经证券交易所确认后，由证券登记结算机构办理登记结算事宜。

十二、公司与激励对象各自的权利义务

（一）公司的权利与义务

1、公司具有对本激励计划的解释和执行权，并按本激励计划规定对激励对象进行绩效考核，若激励对象未达到本激励计划所确定的解除限售条件，公司将按本激励计划规定的原则，向激励对象回购并注销其相应尚未解除限售的限制性股票。

2、公司承诺不为激励对象依本激励计划获取有关限制性股票提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。

3、公司应及时按照有关规定履行限制性股票激励计划申报、信息披露等义务。

4、公司应当根据本激励计划及中国证监会、证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司等的有关规定，积极配合满足解除限售条件的激励对象按规定解除限售。但若因中国证监会、证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司的原因造成激励对象未能按自身意愿解除限售并给激励对象造成损失的，