证券代码:603883　　证券简称:老百姓　　公告编号:2026-030

老百姓大药房连锁股份有限公司 2026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法律责任。

重要内容提示:

股权激励方式	√第一类限制性股票 □股票期权
股份来源	√发行股份 □回购股份 □其他
本次股权激励计划有效期	60个月
本次股权激励计划拟授予的权益数量	978.29 万股
本次股权激励计划拟授予的权益数量占公司总股本比例	1.29%
本次股权激励计划是否有预留	√是,预留数量 93.85 万股(万份); 占本股权激励拟授予权益比例 9.59% □否
本次股权激励计划首次授予的权益数量	884.44 万股(万份)
激励对象数量	230人
激励对象数量占员工总数比例	0.62%
激励对象范围	√董事 √高级管理人员 √中层管理人员及核心骨干 □外籍员工 □其他
授予价格/行权价格	6.37 元/股

一、公司基本情况

(一)公司简介

公司名称	老百姓大药房连锁股份有限公司
统一社会信用代码	91430000782853875C
法定代表人	谢子龙
注册资本	758,890,236 元(截至 2026 年 2 月 9 日)
成立日期	2005年12月1日
注册地址	湖南省长沙市开福区青竹湖路 808 号
股票代码	603883.SH
上市日期	2015年4月23日
主营业务	公司是国内规模领先的药品零售连锁企业之一,公司主要通过构建营销网络从事药品及其他健康、美丽相关商品的销售,经营品类包括中西成药、中药饮片、养生中药、健康器材、健康食品、普通食品、个人护理品和生活用品等,除药品零售外,公司兼营药品批发与制造(主要为中成药及中药饮片制造)。 在致力于直营经营管理模式的同时,老百姓大药房积极开拓控股式收购“星火公司”合作模式,大力发展“七统一”高标准的药店加盟模式,创新打造“第三方综合赋能服务平台”的联盟模式及DTP专业药房、中医馆连锁等业态,积极探索O2O业务,致力于成为以科技驱动的健康服务平台,打造零售引领、服务协同,不断向新零售、处方药等领域拓展的创新平台。
所属行业	批发和零售业－零售业

(二)公司最近三年主要业绩情况

单位:元　币种:人民币

主要会计数据	2025年	2024年	2023年
营业收入	22,236,615,347	22,357,610,195	22,437,489,012
归属于母公司所有者的净利润	381,846,593	519,063,405	929,023,131
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	346,630,483	496,274,418	843,765,222
归属于上市公司股东的净资产	6,535,391,985	6,580,857,270	6,701,235,576
总资产	19,845,403,504	21,044,853,679	21,230,999,976
主要财务指标	2025年	2024年	2023年
基本每股收益(元/股)	0.50	0.68	1.23
稀释每股收益(元/股)	0.50	0.68	1.23
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.46	0.65	1.11
加权平均净资产收益率(%)	5.66	7.84	13.91
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	5.61	7.60	12.64

(三)公司董事会、高级管理人员构成情况

序号	姓名	职位
1	谢子龙	董事长、总裁
2	谢嘉祺	董事
3	郑嘉齐	董事
4	李甄	董事
5	武辰	董事
6	武连峰	董事
7	谢子期	董事
8	任明川	董事
9	谭坚	职工代表董事
10	王忠新	副总裁
11	苏世用	副总裁
12	万鑫	副总裁
13	党娴	副总裁
14	林欢	副总裁
15	张文帅	副总裁
16	陈立山	副总裁、财务负责人
17	冯诗悅	副总裁、董事会秘书

二、本激励计划的目的

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,充分调动公司核心人才的积极性,有效地将股东利益、公司利益和经营者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原则,根据《中华人民共和国公司法》(以下简称“《公司法》”)《中华人民共和国证券法》(以下简称“《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。

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。股票来源为公司向激励对象定向发行公司 A 股普通股。

四、股权激励计划拟授予的权益数量

本激励计划拟向激励对象授予的限制性股票数量为 978.29 万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额 75,889.0236 万股的 1.29%。其中首次授予 884.44 万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额的 1.17%,占本激励计划授予权益总额的 90.41%;预留 93.85 万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额的 0.12%,占本激励计划拟授予权益总额的 9.59%,未超过本激励计划拟授予权益总量的 20%。

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在有效期内的股权激励计划获授的公司股票数量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》等有关法律及其他有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定,结合公司实际情况而确定。

本激励计划的激励对象不存在《管理办法》第八条规定的不得成为激励对象的下列情形:

(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)中国证监会认定的其他情形。

2、激励对象未发生以下任一情形:

(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)中国证监会认定的其他情形。

(二)限制性股票解除限售条件

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、公司未发生以下任一情形:

(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、激励对象未发生以下任一情形:

(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)中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第 1 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回购注销;某一激励对象发生上述第 2 条规定情形之一的,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

本激励计划考核年度为 2027 一 2028 年两个会计年度,每个会计年度考核一次,以达到业绩考核目标作为激励对象当年度的解除限售条件之一。

解除限售期	业绩考核目标
第一个解除限售期	以 2025 年净利润为基数,2027 年净利润增长率不低于 75%。
第二个解除限售期	以 2025 年净利润为基数,2028 年净利润增长率不低于 100%。

注:1、上述“净利润”指经审计的净利润,在股权激励计划有效期内,若因国家法律法规、财税政策发生重大变化(包括但不限于税率调整、税收优惠政策变更、税收优惠政策适用条件变化、会计准则变更等),导致公司净利润等业绩考核指标的计算基础发生实质性变化的,公司在计算当期业绩考核指标时,应当剔除前述因素对业绩考核指标的影响,且剔除公司全部在有效期内的股权激励计划及员工持股计划所涉及的股份支付费用影响的数值作为计算依据,下同。

2、2025 年净利润基数较低,主要受减值金额较大影响。

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,由公司统一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

根据公司制定的《老百姓大药房连锁股份有限公司 2026 年限制性股票激励计划实施考核管理办法》,公司将按照绩效考核制度对激励对象个人年度绩效分类进行综合考核。公司根据激励对象岗位及职责等,将本激励计划激励对象分为 A、B 两类,不同类别的激励对象分别设置了不同的个人层面绩效考核,具体如下:

(1)本激励计划 A 类激励对象个人层面绩效考核根据激励对象的岗位职责不同,适用相应岗位的绩效考核标准计算综合业绩达成率,相对应的个人层面解除限售比例(X)如下表:

综合业绩达成率(K)	个人层面解除限售比例(X)
K≥100%	100%
100%>K≥90%	按个人综合业绩达成率(K 值)执行
90%>K	0

(2)本激励计划 B 类激励对象个人层面绩效考核根据激励对象的岗位职责不同,适用相应岗位的绩效考核标准计算综合业绩达成率,相对应的个人层面解除限售比例(X)即为综合业绩达成率,综合业绩达成率超过百分百,则个人层面解除限售比例(X)为 100%。

若公司满足公司层面业绩考核要求及个人绩效考核满足解除限售条件,则激励对象个人当年实际可解除限售额度 = 个人当批次计划可解除限售额度 × 个人层面解除限售比例(X),激励对象当期不可解除限售的剩余限制性股票,由公司按授予价格加上银行同期存款利息之和回购注销,不得解除限售或递延至下期解除限售。

5、考核指标的科学性和合理性说明

本激励计划考核指标分为两个层次,分别为公司层面业绩考核及个人层面绩效考核。

公司层面业绩指标为净利润,净利润指标能够真实反映公司的经营状况、盈利能力与未来的成长性,是衡量企业经营效益、股东权益和企业管理效能的重要指标。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,并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,公司还对激励对象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。公司将根据激励对象相应年度绩效考评结果,确定激励对象个人是否达到解除限售的条件。

对公司而言,业绩考核指标的设定兼顾了激励对象、公司和股东的利益,有利于吸引和留住优秀人才,提高公司的市场竞争力以及可持续发展能力,从而实现公司阶段性发展目标和中长期战略规划;对激励对象而言,业绩目标明确,同时具有一定的挑战性,具有较好的激励作用。

综上,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,同时对激励对象具有约束效果,能够达到本激励计划的考核目的。

九、限制性股票激励计划的调整方法和程序

(一)限制性股票数量的调整方法

若在本激励计划草案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、股份拆细或配股、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

$Q = Q0 \times (1 + n)$

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(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

$Q = Q0 \times P1 \times (1 + n) \div (P1 + P2 \times n)$

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

$Q = Q0 \times n$

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、派息

公司在发生增发新股、派息的情况下,限制性股票的数量不做调整。

(二)限制性股票授予价格的调整方法

若在本激励计划草案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、股份拆细或配股、缩股、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

$P = P0 \div (1 + n)$

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

$P = P0 \times (P1 + P2 \times n) \div [P1 \times (1 + n)]$

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

$P = P0 \div n$

其中:P0 为调整前的授予价格;n 为缩股比例;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)限制性股票解除限售计划调整的程序

当出现前述情况时,应由公司董事会根据股东会授权,审议通过关于调整限制性股票数量、授予价格的议案。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,同时公告律师事务所意见。

十、股权激励计划的实施程序

(一)本激励计划生效程序

1、公司董事会下设提名、薪酬与考核委员会负责拟定本激励计划草案,并提交董事会审议。董事会应当依法对本激励计划作出决议。董事会审议激励计划时,作为激励对象的董事或与其存在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会审议;同时提请股东会授权,负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购及注销等工作。

2、董事会提名、薪酬与考核委员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。

3、本激励计划经公司股东会审议通过后方可实施。公司应当在召开股东会前,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)。董事会提名、薪酬与考核委员会应当对股权激励名单进行审核,充分听取公示意见。公司应当在股东会审议本激励计划前 5 日披露董事会提名、薪酬与考核委员会对首次授予激励名单审核及公示情况的说明。

4、公司股东会应当对《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、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、公司应当对内幕信息知情人在本激励计划草案公告前 6 个月内买卖本公司股票及其行生品种的情况进行自查,并说明是否存在内幕交易行为。知悉内幕信息而买卖本公司股票的,不得成为激励对象,法律法规、规章和规范性文件及相关司法解释规定不属于内幕交易的情形除外。泄露内幕信息而导致内幕交易发生的,不得成为激励对象。

6、本激励计划经公司股东会审议通过,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。经股东会授权后,董事会负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购及注销等工作。

(二)本激励计划的权益授予程序

1、股东会审议通过本激励计划后,公司与激励对象签署《限制性股票授予协议书》,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,董事会应当就限制性股票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。预留限制性股票的授予方案由董事会确定并审议批准。

董事会提名、薪酬与考核委员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、公司董事会提名、薪酬与考核委员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限制性股票激励计划的安排存在差异时,董事会提名、薪酬与考核委员会(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、本激励计划经股东会审议通过后,公司应当在 60 日内首次授予激励对象限制性股票并完成公告、登记。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,应当及时披露不能完成的原因,并宣告终止实施本激励计划,未授予的限制性股票失效,自公告之日起 3 个月内不得再次审议股权激励计划,但不得授予限制性股票的期间不计入 60 日期限之内。预留权益的授予对象须在本激励计划经公司股东会审议通过后的 12 个月内明确。

上市公司在下列期间不得向激励对象进行授予限制性股票:

1、公司年度报告、半年度报告公告前 15 日内,因特殊原因推迟公告日期的,自原预约公告日前 15 日起算,至公告前 1 日;

2、公司季度报告、业绩预告、业绩快报公告前 5 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、中国证监会及证券交易所规定的其他期间。

上述“重大事件”为公司依据《上海证券交易所股票上市规则》的规定应当披露的交易或其他重大事项。

(三)本激励计划的限售期和解除限售安排

本激励计划授予的限制性股票适用不同的限售期,首次授予的限制性股票的限售期分别为自首次授予登记完成之日起 19 个月、31 个月。预留部分限制性股票限售期分别为自预留授予登记完成之日起 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。

本激励计划首次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如下表所示:

解除限售期	解除限售时间	解除限售比例
第一个解除限售期	自首次授予部分限制性股票登记完成之日起 19 个月后的首个交易日起至首次授予部分限制性股票登记完成之日起 31 个月内的最后一个交易日当日止	50%
第二个解除限售期	自首次授予部分限制性股票登记完成之日起 31 个月后的首个交易日起至首次授予部分限制性股票登记完成之日起 43 个月内的最后一个交易日当日止	50%

本激励计划预留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如下表所示:

解除限售期	解除限售时间	解除限售比例
第一个解除限售期	自预留授予部分限制性股票登记完成之日起 12 个月后的首个交易日起至预留授予部分限制性股票登记完成之日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	50%
第二个解除限售期	自预留授予部分限制性股票登记完成之日起 24 个月后的首个交易日起至预留授予部分限制性股票登记完成之日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	50%

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。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,公司将按本激励计划规定的原则回购注销激励对象相应尚未解除限售的限制性股票,相关权益不得递延至下期。

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,限售期内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,则因前述原因获得的股份将一并回购。

(四)本激励计划的额外限售期

1、所有限制性股票的持有人在每批次限售期届满之日起的 6 个月内不以任何形式向任意第三人转让当批次已满足解除限售条件的限制性股票。

2、所有限制性股票持有人在限售期届满之日起的 6 个月后由公司统一办理各批次满足解除限售条件的限制性股票的解除限售事宜。

3、为避免疑问,满足解除限售条件的激励对象在限售期内发生异动不影响限售期届满之日起的 6 个月后公司为激励对象办理当批次已满足解除限售条件的限制性股票的解除限售事宜。

(五)本激励计划的禁售期

禁售期是指对激励对象解除限售后所获股票进行售出限制的时间段。本激励计划的禁售规定按照《公司法》《证券法》《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 15 号一一股东及董事、高级管理人员减持股份》等相关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定执行,具体规定如下:

1、激励对象为公司董事和高级管理人员的,其在就任职时确定的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,法律法规及相关监管规定另有豁免的除外。减持公司股票还需遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 15 号一一股东及董事、高级管理人员减持股份》等相关规定。

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的规定。

八、本次激励计划限制性股票的授予条件与解除限售条件

(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、公司未发生以下任一情形:

(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、激励对象未发生以下任一情形:

(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)中国证监会认定的其他情形。

公司发生上述第 1 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回购注销;某一激励对象发生上述第 2 条规定情形之一的,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

本激励计划考核年度为 2027 一 2028 年两个会计年度,每个会计年度考核一次,以达到业绩考核目标作为激励对象当年度的解除限售条件之一。

解除限售期	业绩考核目标
第一个解除限售期	以 2025 年净利润为基数,2027 年净利润增长率不低于 75%。
第二个解除限售期	以 2025 年净利润为基数,2028 年净利润增长率不低于 100%。

注:1、上述“净利润”指经审计的净利润,在股权激励计划有效期内,若因国家法律法规、财税政策发生重大变化(包括但不限于税率调整、税收优惠政策变更、税收优惠政策适用条件变化、会计准则变更等),导致公司净利润等业绩考核指标的计算基础发生实质性变化的,公司在计算当期业绩考核指标时,应当剔除前述因素对业绩考核指标的影响,且剔除公司全部在有效期内的股权激励计划及员工持股计划所涉及的股份支付费用影响的数值作为计算依据,下同。

2、2025 年净利润基数较低,主要受减值金额较大影响。

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,由公司统一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

根据公司制定的《老百姓大药房连锁股份有限公司 2026 年限制性股票激励计划实施考核管理办法》,公司将按照绩效考核制度对激励对象个人年度绩效分类进行综合考核。公司根据激励对象岗位及职责等,将本激励计划激励对象分为 A、B 两类,不同类别的激励对象分别设置了不同的个人层面绩效考核,具体如下:

(1)本激励计划 A 类激励对象个人层面绩效考核根据激励对象的岗位职责不同,适用相应岗位的绩效考核标准计算综合业绩达成率,相对应的个人层面解除限售比例(X)如下表:

综合业绩达成率(K)	个人层面解除限售比例(X)
K≥100%	100%
100%>K≥90%	按个人综合业绩达成率(K 值)执行
90%>K	0

(2)本激励计划 B 类激励对象个人层面绩效考核根据激励对象的岗位职责不同,适用相应岗位的绩效考核标准计算综合业绩达成率,相对应的个人层面解除限售比例(X)即为综合业绩达成率,综合业绩达成率超过百分百,则个人层面解除限售比例(X)为 100%。

若公司满足公司层面业绩考核要求及个人绩效考核满足解除限售条件,则激励对象个人当年实际可解除限售额度 = 个人当批次计划可解除限售额度 × 个人层面解除限售比例(X),激励对象当期不可解除限售的剩余限制性股票,由公司按授予价格加上银行同期存款利息之和回购注销,不得解除限售或递延至下期解除限售。

5、考核指标的科学性和合理性说明

本激励计划考核指标分为两个层次,分别为公司层面业绩考核及个人层面绩效考核。

公司层面业绩指标为净利润,净利润指标能够真实反映公司的经营状况、盈利能力与未来的成长性,是衡量企业经营效益、股东权益和企业管理效能的重要指标。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,并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,公司还对激励对象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。公司将根据激励对象相应年度绩效考评结果,确定激励对象个人是否达到解除限售的条件。

对公司而言,业绩考核指标的设定兼顾了激励对象、公司和股东的利益,有利于吸引和留住优秀人才,提高公司的市场竞争力以及可持续发展能力,从而实现公司阶段性发展目标和中长期战略规划;对激励对象而言,业绩目标明确,同时具有一定的挑战性,具有较好的激励作用。

综上,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,同时对激励对象具有约束效果,能够达到本激励计划的考核目的。

九、限制性股票激励计划的调整方法和程序

(一)限制性股票数量的调整方法

若在本激励计划草案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、股份拆细或配股、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

$Q = Q0 \times (1 + n)$

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(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

$Q = Q0 \times P1 \times (1 + n) \div (P1 + P2 \times n)$

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

$Q = Q0 \times n$

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、派息

公司在发生增发新股、派息的情况下,限制性股票的数量不做调整。

(二)限制性股票授予价格的调整方法

若在本激励计划草案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、股份拆细或配股、缩股、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

$P = P0 \div (1 + n)$

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

$P = P0 \times (P1 + P2 \times n) \div [P1 \times (1 + n)]$

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

$P = P0 \div n$

其中:P0 为调整前的授予价格;n 为缩股比例;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)限制性股票解除限售计划调整的程序

当出现前述情况时,应由公司董事会根据股东会授权,审议通过关于调整限制性股票数量、授予价格的议案。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,同时公告律师事务所意见。

十、股权激励计划的实施程序

(一)本激励计划生效程序

1、公司董事会下设提名、薪酬与考核委员会负责拟定本激励计划草案,并提交董事会审议。董事会应当依法对本激励计划作出决议。董事会审议激励计划时,作为激励对象的董事或与其存在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会审议;同时提请股东会授权,负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购及注销等工作。

2、董事会提名、薪酬与考核委员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。

3、本激励计划经公司股东会审议通过后方可实施。公司应当在召开股东会前,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)。董事会提名、薪酬与考核委员会应当对股权激励名单进行审核,充分听取公示意见。公司应当在股东会审议本激励计划前 5 日披露董事会提名、薪酬与考核委员会对首次授予激励名单审核及公示情况的说明。

4、公司股东会应当对《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、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、公司应当对内幕信息知情人在本激励计划草案公告前 6 个月内买卖本公司股票及其行生品种的情况进行自查,并说明是否存在内幕交易行为。知悉内幕信息而买卖本公司股票的,不得成为激励对象,法律法规、规章和规范性文件及相关司法解释规定不属于内幕交易的情形除外。泄露内幕信息而导致内幕交易发生的,不得成为激励对象。

6、本激励计划经公司股东会审议通过,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。经股东会授权后,董事会负责实施限制性股票的授予、解除限售、回购及注销等工作。

(二)本激励计划的权益授予程序

1、股东会审议通过本激励计划后,公司与激励对象签署《限制性股票授予协议书》,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,董事会应当就限制性股票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。预留限制性股票的授予方案由董事会确定并审议批准。

董事会提名、薪酬与考核委员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、公司董事会提名、薪酬与考核委员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限制性股票激励计划的安排存在差异时,董事会提名、薪酬与考核委员会(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、本激励计划经股东会审议通过后,公司应当在 60 日内首次授予激励对象限制性股票并完成公告、登记。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,应当及时披露不能完成的原因,并宣告终止实施本激励计划。董事会应当及时披露未完成的原因且自公告之日起 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)。

预留权益的授予对象应当在本激励计划经股东会审议通过后 12 个月内明确,超过 12 个月未明确激励对象的,预留权益失效。

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,董事会提名、薪酬与考核委员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、激励对象可对已解除限售的限制性股票进行转让,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、公司办理限制性股票解除限售前,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。

(四)本激励计划的变更、终止程序

1、激励计划变更程序

(1)公司在股东会审议本激励计划之前拟变更本激励计划的,需经董事会审议通过。

(2)公司在股东会审议通过本激励计划之后变更本激励计划的,应当由股东会审议决定,且不得包括下列情形:

1)导致提前解除限售的情形;

2)降低授予价格的情形(因资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细或配股、缩股、派息等原因导致降低授予价格情形除外)。

(3)董事会提名、薪酬与考核委员会应当就变更后的方案是否有利于上市公司的持续发展,是否存在明显损害上市公司及全体股东利益的情形发表明确意见。律师事务所应当就变更后的方案是否符合《管理办法》及相关法律法规的规定、是否存在明显损害上市公司及全体股东利益的情形发表专业意见。

2、激励计划终止程序

(1)公司在股东会审议本激励计划之前拟终止实施本激励计划的,需经董事会审议通过。

(2)公司在股东会审议通过本激励计划之后终止实施本激励计划的,应当由股东会审议决定。

(3)律师事务所应当就公司终止实施激励是否符合《管理办法》及相关法律法规的规定、是否存在明显损害公司及全体股东利益的情形发表专业意见。

(4)本激励计划终止