

中国巨石股份有限公司

超额利润分享方案

(2021 年-2023 年)

2021 年 8 月

一、企业基本情况

(一) 企业概况

1、基本情况

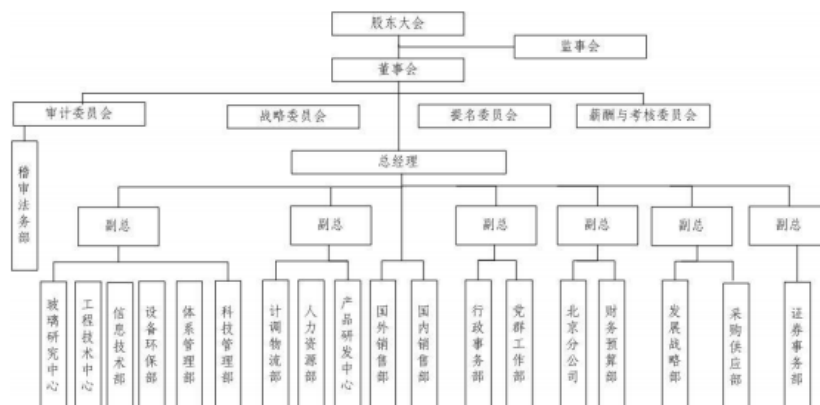
中国巨石股份有限公司（以下简称“公司”）成立于 1999 年 4 月 16 日，注册地位于浙江省桐乡市梧桐街道文华南路 669 号，法定代表人曹江林，公司注册资本 40 亿元。

公司前身为中国化学建材股份有限公司，由中国建材集团有限公司（以下简称“中国建材集团”）和民营企业振石控股集团有限公司等四家股东共同发起设立，1999 年在上海证券交易所上市，是我国新材料行业进入资本市场最早的上市公司之一。

2、治理结构

公司严格按照《公司法》、《证券法》和公司章程、证券监督管理委员会、上海证券交易所的有关规定，建立了完善的现代企业制度和规范的法人治理结构。建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，切实发挥股东大会、董事会、监事会等在重大事项方面的决策、指导、监督等作用。2017 年完成党建进章程，明确党组织在治理结构中的地位，把党委会研究讨论作为董事会、经理层决策重大问题的前置程序，有效发挥党委的领导作用，把方向、管大局、促落实。

3、内部机构设置



4、人力资源

截至 2020 年底，公司全级次共有员工 11720 人，员工结构如下：

专业构成	
专业构成类别	专业构成人数
生产人员	8,873
销售人员	102
技术人员	1,766
财务人员	73
行政人员	906
合计	11,720
教育程度	
教育程度类别	数量（人）
研究生及以上	123
大学本科	1,231
大学专科	1,289
中专及以下	9,077
合计	11,720

（二）企业业务发展情况

公司属于中国建材集团有限公司新材料业务板块，主要从事玻璃纤维及其制品的生产和销售，新材料的技术开发、技术服务。截至目前，公司玻纤产能超过 200 万吨，拥有浙江桐乡、江西九江、四川成都三大国内生产基地，以及埃及苏伊士、美国南卡两大境外生产基地，是全球领先的玻璃纤维制造商。经过多年的努力，公司已成为治理完善、战略清晰、资产优良、文化优秀、管理精细、技术先进、营销网络完备的行业龙头企业。

公司近三年主要财务指标如下：

单位：万元

指标	2018 年	2019 年	2020 年
总资产（期末）	3,037,045.96	3,360,424.23	3,673,726.84
净资产（期末）	1,458,037.87	1,608,053.71	1,834,619.91

营业收入	1,003,242.33	1,049,329.31	1,166,619.68
利润总额	282,402.83	253,698.19	285,377.13
归母净利润	237,397.83	212,886.53	241,611.10

说明：上表中列示的财务数据，出自于天职业字[2019]12927号、天职业字[2020]11752号和天职业字[2021]9133号审计报告。

（三）企业发展战略

“十四五”期间，公司确定了“一核二链三高四化”战略：以玻纤业务为核心，继续做大、做强、做优主业，做全、做稳、做强供应链，做深、做长、做实产业链，打造玻纤产业生态圈，以“创新引领高质量发展、生产经营高速度增长、企业价值高品质提升”为目标，构建“制造数智化、管控精准化、产销全球化、发展和谐化”的新发展格局。

“十四五”战略目标为：以“一核二链三高四化”为总体战略，坚持“以国内发展为主、海外发展为辅，总部发展为主、其他发展为辅”的总体原则，确保“十四五”末期实现“热固（TS）粗纱全球第一、热塑（TP）短切全球第一、电子（IT）薄布全球第一”的“三个第一”目标，继续巩固玻璃纤维行业全球第一地位，坚定不移朝着由“强大到伟大”跨越的目标奋进。

（1）制造数智化

通过树立新理念、运用新技术、采取新方法、开辟新领域、发挥新优势，实施纵向到底、横向到边的全方位智能化、智慧化建设，促进数字赋能与智能制造互相融合促进，推动技术结构持续升级，支撑产品结构不断优化，实现规模效益向技术、管理、质量、品牌效益全面转变，全力推进“四百工程”，引领复合材料行业变革和发展，在复合材料和“数智化转型”领域勇当国家名片，勇为中国制造代言。

（2）管控精准化

通过应用管理新技术、新理念、新手段，实施卓越绩效管理，促进智慧化管理模式应用，推动素质再提升、职责再优化、管理再前移，支撑多

领域联动、多维度监测、多体系融合的全球精准化管控，实现效率不断提高、风险更加可控、优势更加突出的精准要求，全面提升运营管理水平，形成具有全球竞争力的巨石特色管理体系。

（3）产销全球化

通过“先建市场、后建工厂”，以主业带副业，以专业促多元，实施全球营销网络和产业布局，促进资源共用共享，推动产销全球深度融合，支撑“以内供内、以外供外”并重的跨国经营模式，实现国内基地互补、海外基地互动、“三地五洲”互济的“国内国外双循环”的新格局，以“一核二链”为原则，探索打造玻纤产业生态圈，为全球复合材料发展提供巨石方案。

（4）发展和谐化

通过践行创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，实施绿色制造、绿色运营，助力实现碳达峰碳中和，促进多元文化融合、丰富巨石文化内涵，推动相关方受益，以员工实现“四有”为核心重点，支撑开展合作共赢，最终实现员工和股东脸上有笑、供方和顾客心中满意、社会可持续发展，各方共创巨石未来、共享发展成果。

二、可行性分析

（一）本行业市场竞争状态

玻璃纤维作为一种新型无机非金属材料，具有轻质、高强、耐腐蚀、电绝缘、隔热、吸音等优异性能，广泛应用于电子电气、石油化工、建筑、交通运输、国防军工等部门，在国民经济中发挥着不可替代的作用。无论在国内还是国外，它的发展速度均高于国民经济的发展速度。

玻纤主要应用领域集中在建筑建材、电子电气、交通运输、管罐、工业应用以及新能源环保等领域，占比分别约为 34%、21%、16%、12%、10%和 7%。其中有相对比较偏周期的应用领域（建筑建材、管罐等），也有比较新兴的应用领域（汽车轻量化、5G、风电），所以玻纤行业兼

具“周期”和“成长”双重属性。2020年，作为交通运输领域的汽车轻量化替代品、以风电叶片为代表的新能源玻纤需求增长较快。

1、风电高景气周期预计可持续

在风电行业，玻纤主要被应用于制造风电叶片与机舱罩部分，其中叶片占风机成本20%，中国目前已经成为世界规模最大的风电市场。2019年5月，国家发改委下发《关于完善风电上网电价政策的通知》，再次调低风电上网电价，并首次明确陆上风电平价，2020年底以后陆上风电补贴取消。风机设备抢装自2019年开始进入高潮，2020年，全国风电新增并网装机7167万千瓦，其中陆上风电新增装机6861万千瓦、海上风电新增装机306万千瓦。截至2020年底，我国可再生能源发电装机容量中风电装机达2.81亿千瓦，其中陆上风电累计装机2.71亿千瓦、海上风电累计装机约900万千瓦。政策是我国风电产业发展的驱动力，同时也是导致市场供需关系变化的根本原因。2021年3月1日，国家电网公司发布碳达峰、碳中和行动方案，其中主要提到将大力发展清洁能源，预计2025、2030年，电能占终端能源消费比重将达到30%、35%以上。从路径规划上来看，将在能源供给侧，构建多元化清洁能源供应体系；在能源消费侧，全面推进电气化和节能提效。不仅将给风电并网构建绿色通道，还将支持分布式电源和微电网发展。

风电用玻纤纱也因此需求紧俏，自2019年底，玻纤龙头企业纷纷对产品结构进行调整，加大对风电用玻纤纱的生产。虽然2021年底以后海上风电中央财政补贴将取消，但不少地方政府已积极出台海上风电投资、度电补贴等激励政策。目前，广东已出台地方补贴政策，浙江在“十四五”能源规划中也已明确将对海上风电予以地方补贴。由此可见，未来十年中国风电行业仍有望保持高速增长，行业高景气度将持续。

2021年陆上风电进入平价时代，未来风电需求的增长主要依赖于度电成本的下降，大容量、长叶片、高塔架被认为是降低度电成本的主要

手段。1GW 风电叶片约需 1 万吨玻纤用量，随着风机机型容量越来越大，风机叶片朝着大型化趋势演变，每兆瓦风电叶片所需玻纤用量增加，长期利好风电用玻纤产品需求。

2、汽车行业触底复苏，新材料渗透率有望提升

汽车轻量化是指在保证汽车的强度和安全性能的前提下，尽可能地降低汽车的整车重量，从而提高汽车的动力性，减少燃料消耗，降低排气污染。相关研究证明，若汽车整车重量降低 10%，燃油效率可提高 6%-8%；汽车整车重量每减少 100 公斤，百公里油耗可降低 0.3-0.6 升；汽车重量降低 1%，油耗可降低 0.7%。节能减排是汽车轻量化的核心驱动力，材料轻量化成重点内容。玻璃纤维复合材料作为汽车轻量化领域传统金属材料的重要替代品，近年随着汽车行业的节能减排以及新能源汽车的推广，需求快速增长。目前，汽车上应用的玻璃纤维增强复合材料包括：玻璃纤维增强热塑性材料（QFRTP）、玻璃纤维毡增强热塑性材料（GMT）、片状模塑料（SMC）、树脂传递模塑材料（RTM）以及手糊 FRP 制品。玻纤在汽车及厢内设施制造方面应用广泛，占到全球玻璃纤维总消费量的 20%左右。欧美平均每辆轿车使用增强塑料达 117 公斤，占轿车重量的 5-10%，其中 42%为玻璃纤维增强热塑性塑料；国内经济型轿车增强塑料用量每辆 16-20 公斤，载货汽车为 20-30 公斤，市场空间广阔。

2018 年以来，受国内宏观经济增速放缓、外部贸易战升级等影响，我国汽车产量增速明显放缓，2020 年汽车产量逐渐触底复苏。除传统汽车市场复苏带来轻量化需求复苏之外，环保趋严也将加速玻纤复合材料在汽车领域渗透率的提升。在汽车环保节能政策趋严背景下，新能源和轻量化成为汽车减排、节能降耗的重要路径，二者均带来玻纤应用的显著提升。对于新能源汽车，轻量化不仅能够节能降耗，还可以通过增加续航里程，减少动力电池的更换次数，从而降低电池使用成本。在目前电池成本高、关键技术尚未突破背景下，新能源汽车对轻量化的需求显

得更为迫切。处于高增长的新能源汽车将有力拉动玻纤轻量化材料需求。在政策支持下，近几年新能源汽车销量快速增长。2019年12月，工信部发布《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》（征求意见稿），规划明确2025年我国新能源车销量占比要达到当年汽车总销量的25%。

3、PCB产业快速发展带来市场机遇

电子玻纤纱是一种绝缘性较好的玻纤材料，可制成玻纤布，用于印制电路板（PCB）的核心基材——覆铜板的生产。电子玻纤纱约占覆铜板成本的25%-40%，是制备PCB的重要原材料，其需求与PCB行业发展息息相关。在智能化、信息化的时代浪潮中，5G基建、大数据中心等数字新基建的发展对PCB及上游电子纱/电子布原材料的供应数量和质量提出了更高要求。同时，随着5G、物联网、云计算、大数据、人工智能等新技术向传统行业渗透，智能制造、汽车电子、智能家电、智慧医疗等融合新领域蓬勃发展，“中国制造2025”推进实施，拓宽了PCB的应用范围，推动电子纱/电子布需求提升。

4、国内外地产共振带来补库预期

国内地产竣工速度持续回暖，在地产三道红线的压力下，地产竣工的速度将持续保持在较高水平，带动下游后周期玻纤产品需求。海外在财政和货币政策的刺激下，地产市场需求火热，美国新建住房销售在2020年9月就达到了2007年以来最高。随着海外经济的加速复苏，需求端复苏较快且补库预期较强，但供给端海外复工复产恢复缓慢，国内玻纤出口企业或将从中受益。

（二）玻璃纤维行业发展前景及趋势

1、行业领军企业优势更加明显

玻璃纤维行业高投入、高技术的特征使得行业进入壁垒相对较高，同时公司下游复合材料行业企业注重玻纤品牌、品质、企业知名度，同时新进入企业很难通过技术转让获取玻纤生产的核心技术，因此，行业

领军企业优势将变得更加明显，特别是以公司为代表的中国玻纤企业在未来全球玻纤行业中将起到主导和引领作用。

2、行业在全球范围内仍处于上升期

根据国外 Markets and Markets 发布的最新市场报告，由于全球对高性能材料的需求增加，复合材料行业正在增长，预计全球复合材料市场规模将从 2020 年的 740 亿美元增长到 2025 年的 1128 亿美元，复合年增长率为 8.8%。其中，玻璃纤维复合材料在产值和数量方面将占据最大的市场份额，主要应用在风电、汽车、PCB、建筑、管道、轨道交通、航空航天等领域。

未来随着我国大力推进城市化进程及“一带一路”战略的实施，经济发展方式发生转变，除建筑、交通工具因节能减排的需要对玻纤制品及玻纤复合材料将产生巨大需求之外，在工程塑料、基础设施、环境保护、新能源、航空航天等领域也将拥有广阔的发展空间，亦将成为我国玻纤行业下一轮发展的引擎，国内玻纤需求的增速将快于全球玻纤需求增速。

3、产能结构将持续优化

随着国家对高能耗与污染企业监管的加强，预计淘汰高能耗与污染的小型玻纤企业步伐会加快，有效遏制玻璃纤维行业低水平重复建设和盲目扩张，规范市场竞争秩序，促进产业结构升级。国家工信部 2012 年颁布实施了新的《玻璃纤维行业准入条件》，与 2007 年的准入条件相比，新实施的准入条件最大特点是涉及企业布局、工艺装备、能源消耗、环境保护等多方面的准入门槛全面提高。一方面大量淘汰代铂炉和陶土坩埚等落后工艺的产能，另一方面将迫使中小企业加大技术改造投入，更倾向于产品结构的调整，提升产品质量和附加值水平。增强企业的自律意识和行业大局观，维护行业健康有序的竞争和发展秩序。

4、技术进步加快，应用领域拓展

未来，以大型池窑设计及建造、纯氧燃烧、全自动物流输送、新型玻璃配方、大漏板加工、废丝回用等为代表的领先技术将在全球玻纤工业逐渐普及，在提高生产效率的同时，也将有助于增强玻纤产品的性能，降低生产成本，从而提升玻璃纤维替代其他传统材料的优势。

此外，玻纤产品应用领域将得以进一步拓展。具备高强、高模、低介电、耐高温、绝缘及耐腐蚀等特殊性能的功能性玻纤将突破技术瓶颈，实现工业化规模生产，这势必使玻璃纤维的应用领域得到进一步拓宽，新型汽车、新能源（风电）、造船、飞机、高速铁路与公路、防腐、环保等领域，将成为玻纤工业的新增长点。国内玻璃纤维行业领先企业未来将大力开发弹性模量 90GPa 以上、拉伸强度 2700MPa 以上的高模量玻璃纤维并增加应用领域，加快发展大型风电叶片纤维自动铺放设备技术，扩展新的应用领域；加快发展汽车轻量化、新能源汽车、高铁和城铁等交通领域需求的各种新型材料，发展高性能纤维和热塑性复合新材料和制品。

5、国内玻纤企业加快推进“走出去”战略

2016 年 09 月 02 日，中国建筑材料联合会编制了《建材工业“十三五”发展指导意见》进一步提出，发挥我国建材业优势，加快“走出去”步伐，鼓励与支持具备条件的企业独立或抱团到国外发展综合性或专业性的产业园区，实现产业上下游配套并协同发展，拉长产能合作产业链，扩大产能合作集聚区，进而提升我国国际经营的影响力和竞争力。在政府鼓励国内企业“走出去”和全球经济一体化的大趋势下，面对国际贸易保护主义抬头的影响和挑战，国内玻纤企业将继续加快“走出去”的步伐。通过直接投资和兼并重组两种方式，中国玻纤企业参与国际市场的广度和深度也将不断延深。

综上所述，公司处在充分市场竞争领域，玻璃纤维产业是中国改革开放之后在全球增强新材料领域发展速度最快，未来市场前景非常广阔。

（三）推行超额利润分享机制的可行性

1、商业一类企业

根据《国资委、财政部、发展改革委关于印发〈关于国有企业功能界定与分类的指导意见〉的通知》（国资发研究[2015]170号）对国有企业的划分标准及所属集团内部企业或产业分类要求，企业主业处在充分竞争行业和领域，具备充分市场化发展空间，可以实施超额利润分享机制。

2、已有清晰的发展战略规划、中长期发展目标明确

“十四五”期间，公司确定了“一核二链三高四化”战略，具体见本方案第一部分企业简介之公司战略规划。

综上，公司具有清晰的中长期发展路径，并制定出中长期发展规划，符合《操作指引》中“战略引领”的引用原则。

3、利润情况符合相关要求

公司近3年税后利润累计形成的净资产增值额占企业近3年年初净资产总额的36.09%，符合中国建材集团有限公司20%以上要求；

2020年度已实现利润为241,611.10万元，2020年初未分配利润为805,766.56万元，本年已实现利润以及年初未分配利润均为正值，符合国资委要求。

4、法人治理结构健全，人力资源管理基础完善

公司股权结构清晰，法人治理健全。人力资源制度基础完善，各岗位职责明确，权责划分清晰，各项人力资源制度均已完备，岗位体系建设健全，岗位人员流动机制有效。公司通过多年探索，建立了“能者上，平者让，庸者下”的竞争上岗机制，较好贯彻了“能上能下，能进能出”的用人原则。

5、建立了规范的财务管理制度，近三年没有因财务、税收等违法违规行为受到行政、刑事处罚

公司已建立有效的企业财务内部控制系统，已具有完善的财务分析体系。近三年没有发生财务税收、安全环保、党风党纪等方面违法违规行为，未出现重大收入分配违规违纪事项，未受到行政、刑事处罚。

6、公司具备连续三年的财务数据

公司经营满 36 个月，具备连续三年的财务数据。业务开展良好，市场化程度较高，中长期战略发展目标明确，具备开展超额利润分享的条件。

7、关联交易保证公允性、合理性

为保证公司与关联人之间发生的关联交易符合公平、公正、公开的原则，确保公司关联交易行为不损害公司和全体股东的利益，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》及其他有关法律、法规、规范性文件及《中国巨石股份有限公司章程》的有关规定，公司于 2011 年 3 月 16 日制定了《中国巨石股份有限公司关联交易管理办法》。

公司关联交易遵循市场化原则，交易价格将以市场价格为基础，成立了年度日常关联交易审核小组，在将关联交易事项提交决策机构审批前，审核小组对关联交易的价格公允性进行审查，保证关联交易的公平、公正、公开。公司发生的关联交易事项均履行了相应的决策程序。

综上，报告期内公司主要关联交易 100%为与公司主营有关的关联交易，不涉及非主营业务关联交易，相关交易均为公司开展市场化经营所必须的关键环节，且均已按照市场化价格完成内部交易结算，具备开展超额利润分享的条件。

三、激励对象确定的原则和标准

公司超额利润分享的激励对象范围，按照逐岗确定，动态管理，有

限激励，长期导向的整体原则确定。一般每一期激励人数不超过企业在岗职工总数的 30%。公司开展超额利润分享的岗位，不再享受岗位分红等其他现金类的中长期激励机制。

（一）拟纳入激励范围岗位标准

超额利润分享的激励对象为与公司签订劳动合同，在该岗位上连续工作 1 年以上，对企业经营业绩和持续发展有直接重要影响的管理、技术、营销、业务等核心骨干人才。公司按照分层分类，结合岗位特征有序确定。激励人数不超过公司在岗员工总人数的 30%。上述激励对象中不包括独立董事、监事、单独或合计持有公司 5%以上股份的股东或者实际控制人及其近亲属。

（二）拟纳入激励范围岗位超额利润内部分配原则

公司开展超额利润分享，应按照一岗一定，价值优先，突出增量的原则进行分配比例的核定，确保体现价值贡献的差异，且每个岗位做且仅做一次分配。

中国巨石及巨石集团有限公司高级管理人员分配比例不超过 30%，公司其余下属全资或控股子公司高级管理人员按照厂部级级别参与分配。

四、目标利润确定的原则和标准

公司三年整体目标利润根据中长期发展规划、行业对标要素、历史利润水平和首期利润预期水平合理确定，年度目标利润应根据公司战略发展实际确定。

公司确定目标利润，以净利润作为指标的基准口径。整体目标利润应和年度目标利润指标相互衔接。

（一）未来三年目标利润规划指标和主要依据

公司根据超额利润分享的周期期间年限，以三年为周期核定整体目

标利润，具体按照如下原则进行核定：

- 1、三年期内利润水平逐年稳健增长
- 2、三年期内利润创造能力公司规模和战略发展要求匹配
- 3、三年内目标利润以行业对标为基准设定
- 4、充分考虑控股股东方对公司整体利润表现的考核要求

（二）行业对标清单和选取原则

行业对标企业在以下范围内选择：

- 1、境内外上市企业；
- 2、境内外未上市企业；
- 3、同一集团（同一控股股东方）内的兄弟单位。

根据公司主营业务，中国巨石本次从证监会行业分类“制造业-非金属矿物制品业”中选取业务和规模具有可比性的上市公司作为对标企业。另外，由于公司服务的对象为建材企业，因此选取中国建材集团内的A股上市公司及公司主要服务的建材行业中业务具有可比性、业务相关度高、规模适当的企业作为对标样本。目前A股上市公司中以玻璃纤维为主营业务的公司较少，同时将境外可比公司纳入对标样本。具体对标组企业清单如下：

序号	对标企业
1	东方雨虹
2	山东玻纤
3	长海股份
4	九鼎新材
5	泰山玻纤
6	国际复材
7	中材科技

8	北新建材
9	中国建材
10	金风科技
11	明阳智能
12	Boral Limited
13	Compagnie de Saint-Gobain S.A.
14	Owens Corning
15	Nippon Electric Glass Co., Ltd.

(三) 年度目标利润的确定和调整原则

公司设定年度目标利润应在超额利润分享周期内每年年初或上级控股股东方下达年度利润考核指标的同期确定，与公司战略规划充分衔接，年度目标利润原则上不低于以下利润水平的高者：

- 1、公司净利润考核目标
- 2、按照公司上一年净资产收益率计算的利润水平
- 3、企业近三年平均净利润
- 4、按照行业平均净资产收益率计算的利润水平

五、超额利润分享比例

(一) 超额利润分享比例的确定原则

1、公司确定超额利润分享比例，强调中长期激励效果，做到超额利润创造与发展成果共享的平衡，做到股东利益和员工利益的平衡，做到有效激励和强化约束并举。

2、公司年度超额利润分享额一般不超过超额利润的 30%，每年实际行权或激励兑现的激励总额不得高于当年税后净利润的 10%。

(二) 超额利润分享提取比例

公司董事会以超额利润分享期，即三年为一个周期，结合公司战略发展和市场化经营实际，公司超额利润分享提取比例具体如下：

1、年度净利润较上一年度净利润同比增长 0-10%（含），按照超额利润的 15%计提超额利润分享额；

2、年度净利润较上一年度净利润同比增长 10-20%（含），按照超额利润的 20%计提超额利润分享额；

3、年度净利润较上一年度净利润同比增长 20%以上，按照超额利润的 30%计提超额利润分享额；

4、若年度净利润较上一年度同比下降，则本年不计提超额利润分享额。

备注：上述提取比例按照阶梯提取比例。

计划期内公司净利润应保持稳健增长，若出现大幅递减（净利润同比下降 50%及以上）或亏损，公司有权对本期超额利润分享方案上一年度未兑现部分进行扣减，扣减的比例与净利润下降的比例一致，即当净利润同比下降大于等于 50%时，扣减超额利润=未兑现部分超额利润*净利润同比下降比例，最多全部扣完。

六、实施与兑现

（一）超额利润分享滚动实施

超额利润分享按照“三年周期规划，年度滚动实施”的基本思路开展。

（二）年度超额利润分享实施与兑现的主要流程

1、核定年度超额利润，公司根据当年净资产变化情况，计算以下最终值，对当年目标利润进行最终核定。

- 按照企业上一年净资产收益率计算的利润水平；
- 按照行业平均净资产收益率计算的利润水平。

公司根据经审计的经营业绩结果，确定公司当年度净利润总额，并根据净利润总额与最终核定的当年度目标利润指标，确定超额利润总额。即超额利润总额为企业当年实际净利润与目标利润的差额。

核定时一般应考虑剔除以下因素影响：

- (1) 重大资产处置等行为导致的本年度非经营性收益；
- (2) 并购、重组等行为导致的本年度利润及资产变化；
- (3) 会计政策和会计估计变更导致的本年度利润变化；
- (4) 外部政策性因素导致的本年度利润变化；
- (5) 负责审批的单位认为其他应考虑剔除因素。
- (6) (如是对科技进步要求高的企业) 在计算超额利润时，将研发投入视同利润加回。

2、核定超额利润分享额

(1) 公司当年超额利润分享额

在明确超额利润总额的基础上，公司依据约定的超额利润比例确定当年度超额利润分享总额即：超额利润分享总额= 超额利润 × 超额利润分享比例。

(2) 激励对象的岗位分享比例

公司高级管理人员(或经营班子)岗位合计所获得的超额利润分享比例不超过超额利润分享额的30%；其余的由参与并符合超额分享方案的人员进行分配。

● 激励对象个人分享所得额测算

每名员工每年获授的激励对象个人分享所得额为：

某一激励对象个人分享所得额=【当年该激励对象档级工资×(当年考核评价系数+个人岗位贡献系数)】÷Σ【(所有激励对象当年档级工资×(当年考核评价系数+个人岗位贡献系数)】×当年超额利润分享额。

若个人员工涉及当年内档级工资调整，则按照不同档级工资对应的工作时间计算加权平均档级工资作为计算依据。

3、开展兑现

(1) 兑现岗位要求

各激励对象满足岗位履职的基本要求的，有权获得超额利润分享奖金。具体履职要求如下：

1) 岗位任职满一年的，有权获得分享期满当年及后续各年度的超额利润分享奖金。

2) 个人年度考核达到兑现要求的，有权获得当年度超额利润分享奖金。

4、岗位调整的兑现核算

计划期内，激励对象岗位发生重大变动的，公司按实际岗位履职情况调整激励对象分配比例。

5、激励对象的调整

董事会授权管理层可在激励期间各年度调整激励对象，具体调整名单根据公司相关人员考核及岗位变动情况而定。

(三) 递延支付的相关安排

公司采用递延支付形式发放超额利润奖金。年度超额利润分享核算结束后，对于各岗位当年经考核应发的超额利润奖金，第一年兑现奖金总额度的50%（不高于50%），第二年兑现30%，第三年兑现20%，分三年兑现完毕，滚动管理。

超额利润分享期结束后，无论是否继续开展超额利润分享，未兑付部分均应按期足额兑现。

超额利润分享激励所需支出应当计入本企业工资总额，但不纳入本企业下年度工资总额基数。当年兑现（但递延支付）的超额利润分享奖金，计入当年人工成本，列入应付职工薪酬等相关科目。

七、约束条件和退出规定

(一) 退出条件

实施超额利润分享周期内，激励对象出现下列情况之一的，不得继续参与超额利润分享兑现，以前年度递延支付部分不再支付：

- 1、违反企业管理制度受到重大处分的；
- 2、因违纪违法行为受到相关部门处理或违反国家法律法规并被行政处罚、刑事处罚的；
- 3、对重大决策失误、重大财产损失、重大安全事故、重大不良影响等负有主要责任的；
- 4、本人擅自离职、提出离职或因个人原因被解聘、解除劳动合同的；
- 5、激励对象因岗位调整不再担任中层干部职务的；
- 6、其他经负责审批本方案的单位认为不得继续参与超额利润分享的情况。

激励对象因岗位调动（调动至公司下属企业或股东企业任职）、退休、工伤、丧失民事行为能力、死亡等客观原因与企业解除或终止劳动关系不受上述限制，可继续实施超额利润分享，以前年度未兑现部分可按递延支付相关安排予以支付。

（二）终止实施条件

企业出现以下情况之一，应终止实施《超额利润分享方案》：

- 1、企业在超额利润分享期间任意年度出现亏损，从出现亏损之日起终止实施；
- 2、出现重大风险事故、重大安全及质量事故或违规违纪等情况；
- 3、主审会计师事务所对企业年度财务报告出具保留意见、否定意见、无法表示意见等非标准审计意见的情况，或其他对财务信息公允性产生重大影响的情况；
- 4、经营性现金流为负或者对企业日常经营活动开展产生重大负面影响的情况；
- 5、在兑现年度故意违反会计政策或财务制度、弄虚作假等行为；
- 6、其他不得开展中长期激励的情况。

八、监督管理和组织保障

（一）监督管理

1、严格周期管理

超额利润分享方案一般以三年为一个周期，分享期届满，具备继续开展超额利润分享条件的，应重新制定《超额利润分享方案》，并重新履行决策审批程序。

2、加强纪律监督

加强对超额利润分享执行人员激励对象遵守党纪政纪的廉洁从业等情况的监督。

3、落实履职监督

企业应建立健全对超额利润分享机制的监督体系，党组织、股东会、董事会、监事会等治理主体，以及纪检监察、巡视巡察、财务、审计等机构根据职责分工，做好监督工作。

（二）责任追究

对于推行超额利润分享机制的企业，如经查实存在兑现年度故意违反会计政策或财务制度、弄虚作假等行为的，除应及时终止实施《超额利润分享方案》外，还应对相关行为发生期间相关人员已兑现的超额利润分享所得予以追索扣回，并按照有关规定严肃追究相关人员责任。

追索扣回时应从激励对象未来绩效薪酬部分中扣减直至足额弥补已发放的超额利润分享所得。

追索扣回制度不仅适用于在岗员工，离岗员工同样适用，情节严重时，公司可以采用法律手段进行追索扣回。