

证券简称：三元股份

证券代码：600429

北京三元食品股份有限公司
第二期限限制性股票激励计划
实施考核管理办法

二〇二六年九月

为贯彻落实北京三元食品股份有限公司（以下简称“三元股份”或“公司”）第二期限限制性股票激励计划（以下简称“激励计划”或“本计划”），进一步完善公司的法人治理结构，充分调动经营管理人员和业务骨干的积极性和创造性，建立长效机制吸引并留住人才，促使公司业绩稳步提升，确保公司发展战略和经营目标的实现，根据相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，特制定《北京三元食品股份有限公司第二期限限制性股票激励计划实施考核管理办法》（以下简称“本办法”）。除特别指明，本办法中涉及用语的含义与激励计划中该等名词的含义相同。

一、考核目的

贯彻落实国企改革深化提升行动实施方案，建立和完善公司激励约束机制，保证股权激励计划的顺利实施，并在最大程度上发挥股权激励的作用，进而确保公司发展战略和经营目标的实现。

二、考核原则

考核评价必须坚持公正、公开、公平的原则，严格按照本办法和考核对象的业绩进行评价，以实现股权激励计划与激励对象工作业绩、贡献紧密结合，从而提高管理绩效，实现公司与全体股东利益最大化。

三、考核范围

本办法适用于本次激励计划所确定的所有激励对象，包括：公司（含公司全资、控股子公司，下同）董事、高级管理人员、核心管理人员及核心骨干人员。

四、考核机构

公司董事会薪酬与考核委员会负责领导和组织考核工作并审核考核结果，同时负责对激励对象进行考核。

五、绩效考评评价指标及标准

（一）公司层面业绩考核

本计划首次及预留授予限制性股票解除限售业绩考核目标如下表所示：

解除限售期	解除限售比例	业绩考核目标
第一个	1/3	1. 2027 年公司归母扣非后净资产收益率不低于 4.10%；

解除限售期	解除限售比例	业绩考核目标
解除限售期		2. 2027 年公司归母扣非后净利润不低于 21,300 万元, 且以 2024 年归母扣非后净利润为基数定比增长率不低于对标企业 75 分位水平; 3. 2027 年公司营业收入不低于 730,000 万元, 且实现不低于 5% 的增长; 4. 以 2024 年主营利润总额为基数, 2027 年公司主营利润总额增长额不低于 1.90 亿元; 5. 2027 年公司战略新品贡献率不低于 6.5%。
第二个解除限售期	1/3	1. 2028 年公司归母扣非后净资产收益率不低于 4.80%; 2. 2028 年公司归母扣非后净利润不低于 27,000 万元, 且以 2024 年归母扣非后净利润为基数定比增长率不低于对标企业 75 分位水平; 3. 2028 年公司营业收入不低于 800,000 万元, 且实现不低于 5% 的增长; 4. 以 2024 年主营利润总额为基数, 2028 年公司主营利润总额增长额不低于 2.55 亿元; 5. 2028 年公司战略新品贡献率不低于 7.5%。
第三个解除限售期	1/3	1. 2029 年公司归母扣非后净资产收益率不低于 5.00%; 2. 2029 年公司归母扣非后净利润不低于 32,100 万元, 且以 2024 年归母扣非后净利润为基数定比增长率不低于对标企业 75 分位水平; 3. 2029 年公司营业收入不低于 900,000 万元, 且实现不低于 5% 的增长; 4. 以 2024 年主营利润总额为基数, 2029 年公司主营利润总额增长额不低于 3.29 亿元; 5. 2029 年公司战略新品贡献率不低于 7.7%。

公司层指标达成比例设置:

业绩考核指标	指标达成比例
归母扣非后净资产收益率	$A = \text{归母扣非后净资产收益率实际值} \div \text{归母扣非后净资产收益率目标值}$
归母扣非后净利润	$B = \text{归母扣非后净利润实际值} \div \text{归母扣非后净利润目标值}$
营业收入	$C = \text{营业收入实际值} \div \text{营业收入目标值}$
主营业务利润总额增长额	$D = \text{主营业务利润总额增长额实际值} \div \text{主营业务利润总额增长额目标值}$
战略新品贡献率	$E = \text{战略新品贡献率实际值} \div \text{战略新品贡献率目标值}$
A、B、C、D、E 均不低于 100%, 当期解锁比例=100% A、B、C、D、E 均不低于 80%但未全部达到 100%, 当期解锁比例=80% A、B、C、D、E 任一比例低于 80%, 当期解锁比例=0 注: 进行对标的考核指标 (归母扣非后净利润定比增长率) 未达到对标要求或增长率考核指标 (营业收入 5% 增长) 未达到考核要求, 当期解锁比例=0	

注:

1. 主营业务利润总额计算包含范围: 三元乳业、艾莱发喜实现的利润总额; 不含范围: 香港三元、三元普度实现的利润, 以及麦当劳等对外投资形成的投资收益;

2. 战略新品贡献率: 公司战略新品收入占营业收入的比重。其中, 战略新品是指基于重点客户需求、渠道需求、消费者需求、行业战略机会, 在 24 个月内计划和已上市新品 (新品: 产品内容物或包装发生重大变化)。

具体说明: ①特渠事业部-以客户需求为导向, 其战略新品为满足 to B 渠道重点客户的重点品类的产

品；②低温及到户事业部：在低温鲜奶、低温酸奶、低温调制乳三大低温主要品类下，顺应低温液奶消费者需求趋势（例如鲜活营养、中式养生、高蛋白、清洁标签等）推出的产品；③常温事业部：在常温白奶、酸奶两大主要品类基础下，顺应常温液奶消费者需求趋势（如高蛋白、低脂、脱脂、牧场、天然营养等）推出的产品。④奶粉事业部：基于一老一少战略方向，以科学营养为理念基础，结合消费者需求趋势，推出婴配或成人产品；⑤三元梅园、艾莱发喜：以市场和客户需求为导向，立足品牌工艺特色，围绕冰淇淋、中式甜品等赛道，针对多元消费场景打造创新产品。

3. 在本计划有效期内，若公司因实施非公开发行股票进行融资，则融资行为新增加的净资产及该等净资产产生的净利润不列入净利润及净资产收益率考核计算范围。

在本计划有效期内，如果公司发生重大资产重组，需根据北京首农食品集团有限公司（简称“首农食品集团”）和北京市国资委审批意见，由公司董事会对相应业绩指标调整。若对标企业主营业务发生重大变化、出现偏离幅度过大的样本极值或异常值，董事会可以根据实际情况予以剔除或更换，报首农食品集团和北京市国资委备案。

（二）激励对象个人层面考核

董事会薪酬与考核委员会组织对激励对象依据岗位价值、发展潜力等方面进行综合考核评价，并依照激励对象的个人年度绩效考核评分结果确定其个人对应的解除限售比例。

在公司层面解除限售考核条件达标的情况下，激励对象个人当年实际解除限售额度=解除限售比例×个人当年计划解除限售额度。

个人解除限售比例视个人年度绩效考核评分结果确定。不同的个人年度绩效考核评分结果对应不同的解除限售比例。

解除限售期对应业绩考核年度 个人绩效考核评分结果	远超预期	超出预期	达到预期	待提升	不合格
解除限售比例	100%			0	

因公司层面业绩考核不达标或年度绩效考核评分结果导致激励对象当期全部或部分未能解除限售的限制性股票，不得解除限售或递延至下期解除限售，由公司按照授予价格与回购时市价孰低值回购注销处理。

六、考核期间与考核次数

（一）考核期间

解除限售时业绩考核年度分别为 2027 年度、2028 年度、2029 年度。

（二）考核次数

本次激励计划实施期间每年度考核一次。

七、考核程序

1. 公司财务管理部根据各年度经审计的业绩等情况判断是否符合解除限售条件中公司层面业绩考核指标。

2. 公司组织人事部在董事会薪酬与考核委员会的指导下负责具体的考核工作，保存考核结果，并在此基础上形成绩效考核报告提交董事会薪酬与考核委员会。

3. 董事会薪酬与考核委员会根据考核报告审核确定激励对象的解除限售资格与考核结果。

4. 董事会根据考核结果确定被激励对象的解除限售数量。

八、考核结果管理

1. 考核结果反馈与申诉

被考核者有权了解自己的考核结果，组织人事部应当在考核结束后向被考核者通知考核结果。如果考核对象对自己的考核结果有异议，可与组织人事部沟通解决。如无法沟通解决，被考核对象可向薪酬与考核委员会申诉，薪酬与考核委员会需进行复核并确定最终考核结果或等级。考核结果作为限制性股票解除限售的依据。

2. 考核结果归档

考核结束后，考核结果作为保密资料由公司组织人事部归档保存。

九、附则

公司董事会负责拟定、修订、解释本办法。本办法自公司股东会审定批准之日起实施。

北京三元食品股份有限公司董事会

2026 年 9 月