

《非上市公司股权激励》3天课程大纲

第一章 总论

一、作为老板，您是否有这样的困惑？

二、对企业，股权可以用来做什么？

三、对个人：股权意味着什么？

四、谁能跑赢超级印钞机？

视频：华谊兄弟的股权激励

案例：某企业股权激励收益表展示

案例：分豆教育，股权激励威力有多大？

五、民营上市公司公司业绩对股权激励偏好实证研究

民营上市企业管理层股权激励力度与公司业绩的实证研究

六、股权激励的前世今生，since1602

七、股权与内部员工：把 me 变成 we

八、股权与外部资源：资源是珍珠，股权一线穿

九、股权激励 VS 股权投资

十、股权激励 VS 薪酬激励

十一、股权激励的作用

案例：华为的虚拟受限股和 TUP

第二章 创始人股东控制权设计

一、股权稀释但不放弃控制权：两大系统十种方法

二、李嘉诚都在用的金字塔结构，您掌握并会运用了吗？

三、有限合伙企业架构在控制权设计中的应用案例的讲解

四、股权合作时公司章程设计需要注意的二十个核心要点

五、AB 股设计、“一致行动人”和“委托投票权”的运用技巧有哪些？

六、股东权利分解及设计

案例：阿里巴巴的控制权设计

第三章 股权结构

一、如何根据业务板块的特点来设计股权结构？

二、四种常见的股权架构比较

三、股权比例的九条生命线

四、实操案例：五虎将之决裂

实战演练环节：对业务板块进行系统梳理，做出个性化股权结构图

第四章 股权激励方案设计精要

实操案例：三国演义

演练：从业务、人员、资本三条主线梳理企业现状

一、 激励目的

二、 激励原则

三、管理机构及实施流程

四、激励对象：激励对象的筛选标准？激励对象的范围？

五、载体：自然人持股、代持、持股平台

六、股权种类：干股、期权、期股、实股各适合什么人？

七、激励数量：总股=原股本+激励股+预留股、个量、批次

八、激励股来源：转让、定向增发？

九、价格：如何给股定价？分红和增值的计算。瞬间提高企业估值 5-8 倍的 10

个秘密

十、时间：有效期、窗口期、锁定期、解锁期

十一、考核：股权激励不是无条件行权的，要与人才的双线绩效考核挂钩

十二、调整转换：晋升降级调动，动态调整转换。

十三、退出：打造金色降落伞，进退有度

穿插实战演练环节:股权激励落地方案设计

第五章 外部资源方股权激励

一、上游供应商持股+下游渠道商持股

案例：泸州老窖经销商期权激励，让这家酒业股价翻了6倍！

二、资源方入股多大持股比合适？价格如何定？谈判的要点有哪些？

三、不花一分钱开连锁店的案例分享

第六章 不同企业如何做股权激励（会经常更新亲历案例分享）

一、连锁企业股权激励案例

二、亏损企业股权激励案例

三、国企建科节能股权激励解析

四、股票打折，激励也打折？：中国建筑股权激励解析

第七章 提升

一、企业股权激励的三重境界

二、股权激励常犯10个致使错误

三、威力无比的6+1绝密股权分配体系

四、员工股权激励中的法律陷阱

五、非上市公司的股权激励方案及对未来上市的影响

六、股权激励的法律结构

七、关于股权激励，您的担心是多余的