

# 2019年境内外TMT标杆企业 高管薪酬与激励调研报告

# 调研样本

本次调研共选取16家境外TMT标杆企业及16家中国赴境外上市TMT企业

| 16家境外TMT标杆企业                    |                                  |                               |                              | 16家中国赴境外上市TMT标杆企业           |                         |                         |                          |
|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Alphabet<br>(GOOG)<br>\$9,221亿  | Amazon<br>(AMZN)<br>\$9,162亿     | Apple<br>(APPL)<br>\$13,048亿  | AT&T<br>(T)<br>\$2,855亿      | 阿里巴巴<br>(BABA)<br>\$5,670亿  | 爱奇艺<br>(IQ)<br>\$153亿   | 百度<br>(BIDU)<br>\$438亿  | 京东<br>(JD)<br>\$514亿     |
| Cisco<br>(CSCO)<br>\$2,035亿     | Disney<br>(DIS)<br>\$2,607亿      | EBay<br>(EBAY)<br>\$294亿      | Facebook<br>(FB)<br>\$5,853亿 | 美团点评<br>(3690.HK)<br>\$760亿 | 拼多多<br>(PDD)<br>\$440亿  | 趣店<br>(QD)<br>\$13亿     | 搜狗<br>(SOGO)<br>\$18亿    |
| Intel<br>(INTC)<br>\$2,603亿     | Microsoft<br>(MSFT)<br>\$12,031亿 | Netflix<br>(NFLX)<br>\$1,418亿 | Oracle<br>(ORCL)<br>\$1,699亿 | 腾讯<br>(0700.HK)<br>\$4,607亿 | 腾讯音乐<br>(TME)<br>\$192亿 | 微博<br>(WB)<br>\$104亿    | 蔚来汽车<br>(NIO)<br>\$42亿   |
| Salesforce<br>(CRM)<br>\$1,443亿 | Tesla<br>(TSLA)<br>\$754亿        | Twitter<br>(TWTR)<br>\$249亿   | Verizon<br>(VZ)<br>\$2,539亿  | 小米集团<br>(1810.HK)<br>\$333亿 | 携程网<br>(TCOM)<br>\$197亿 | 迅雷<br>(XNET)<br>\$3.32亿 | 36氪<br>(KRKR)<br>\$2.77亿 |

注：市值取2019年12月31日收盘价计算，货币汇率按2019年12月31日计算

# 调研数据来源及说明

TMT，即Technology, Media, Telecom，科技、媒体和通信



## 样本说明

- 本调研报告并非全样本研究，研究方法为典型样本群体研究及个体深度解剖相结合。典型样本选择原则为综合考虑企业规模、细分行业及其影响力、所处发展阶段、薪酬及激励特色等因素，在此选取32家境内外知名TMT企业进行标杆研究，之后基于该样本数据库从中选取6家典型企业进行深度案例解读



## 数据说明

- 本报告数据来源于样本企业于2017~2019年内公告的年报、Proxy Statement、招股说明书等SEC/HKEX公开披露文件



## 统计口径

- 本报告中的“高管薪酬总额”是指样本企业披露的薪酬排名前5位指定高管NEO (Named Executive Officer) 薪酬数据总和，包括现金及股权部分。部分样本可能剔除一些极端值（如1元年薪、极端值等）
- 除特殊说明以外，境外TMT企业（特指美国本土TMT上市企业）统计数据全部基于美元计价，境内TMT企业（特指中国赴境外上市TMT企业）统计数据全部基于人民币计价

# 境外TMT标杆企业高管薪酬与激励趋势关键发现

## 高管薪酬及付薪效率

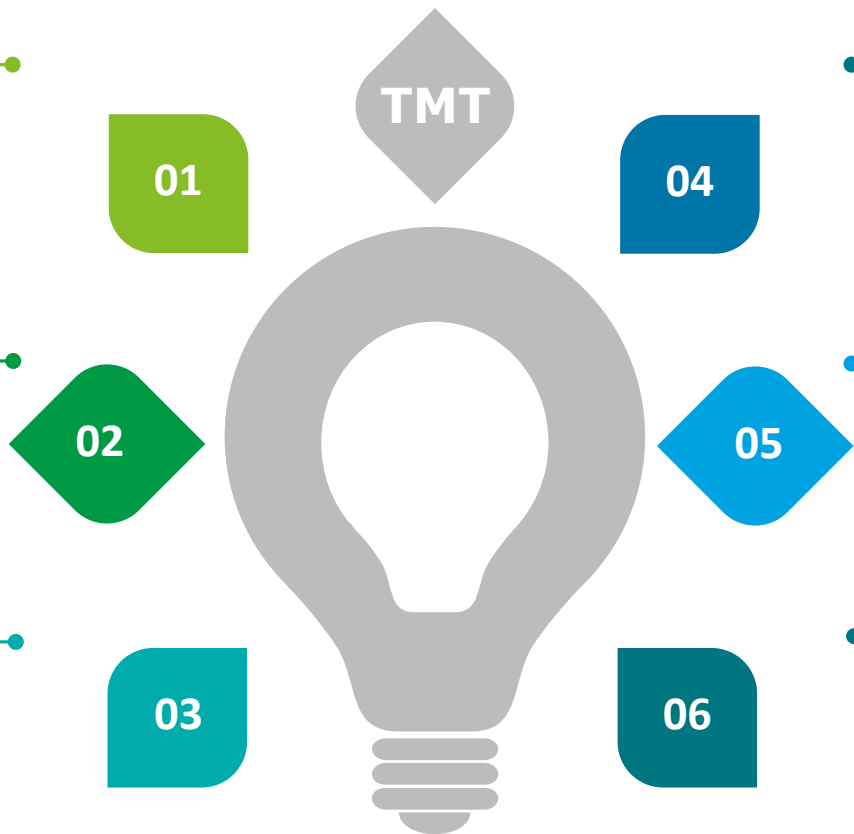
- 多数调研企业2019年高管薪酬总额稳中有增，调研企业高管薪酬总额均值较2018年增长2%
- 调研企业2017~2019年的高管薪酬投入产出持续优化，付薪效率复合增长率为9%

## 股份支付与激励工具

- 多数调研企业近三年的高管薪酬股权支付占比维持较高水平，平均股权支付比例达76%
- 限制性股票单位成为九成调研企业最偏好的高管股权激励工具

## 内部外部公平性与差异

- 高管薪酬内外部公平性较去年均有所改善，多数企业最高高管薪酬控制在其他高管薪酬均值的3倍以内，外部公平性系数收窄至1.0~2.5
- 从企业整体薪酬来看，高管薪酬与普通员工薪酬之间差距仍然较大，超过7成调研企业CEO薪酬支付系数超过100:1



## 典型岗位高管薪酬及付薪比

- CEO仍是六成调研企业中薪酬最高的高管职位，但付薪比例近年来有所下降
- 随着TMT企业在技术革新和用户体验方面的投入增加，近年来各家企业对运营和技术相关岗位维持在相对稳定的较高付薪比（34%）

## 高管薪酬的业绩考核特点

- 关注股东利益与公司长期业绩发展成为高管业绩考核的主要方向，考核结果与高管薪酬深度链接，股东回报率（TSR）成为最常用考核指标之一

## 股权激励成本

- 半数调研企业2019年股权激励成本突破20亿美元，11家调研企业2019年因股权激励产生的股权激励成本占净利润比重超出10%，且10家调研企业股权激励成本以每年超过10%的速度增长

# 中国赴境外上市TMT标杆企业高管薪酬与激励趋势关键发现

## 股权激励成本构成

- 从股权激励成本构成来看，调研企业股权激励资源明显倾向于管理人员、研发人员等企业核心成员，该群体占比约为60%~80%；部分企业的股权激励分配体现了其业务特点



## 股权激励力度

- 近一半的股权激励计划的激励总额度占首次公开发行后总股本（上市前计划）或计划公布时点总股本（上市后计划）的比高于5%，行业领先实践最高可达20%，部分计划设定额度自动调整机制实现持续滚动激励

## 股权激励成本支出

- 调研企业股权激励成本增速明显，超一半调研企业2018年股权激励成本突破1亿元人民币，有2家领先企业更是高达上百亿元人民币

## 股权激励实施情况

- 从实施时间来看，约一半股权激励计划于上市前实施，上市后继续沿用或启动新计划
- 从激励工具来看，绝大多数调研企业采用复合型激励工具，股票期权的使用率最高，达73%，限制性股票单位的使用率呈上升趋势

## 股权激励价格与归属安排

- 六成调研企业于上市前授予的期权保持较低的行权价格（低于上市发行价的3折）
- 主流实践中，已授出股权权益通常将于四年内完成归属