

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP CO., LTD

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1044)

網址：<http://www.hengan.com>
<http://www.irasia.com/listcolhklhengan>

二零二三年十二月三十一日止年度業績公告

『追求健康，你我一起成長』

二零二三年年度業績財務摘要			
	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	變動 %
收入	23,767,936	22,615,878	5.1%
毛利率(%)	33.7%	34.0%	
經營利潤	3,977,931	2,869,154	38.6%
公司權益持有人應佔利潤	2,800,533	1,925,249	45.5%
每股收益			
— 基本	人民幣2.415元	人民幣1.657元	45.8%
— 攤薄	人民幣2.415元	人民幣1.657元	45.8%
股息			
— 中期(已付)	人民幣0.70元	人民幣0.70元	
— 末期(建議/已付)	人民幣0.70元	人民幣0.70元	
應收賬款週轉期(日)	42	48	
製成品週轉期(日)	42	43	
流動比率(倍)	1.4	1.4	
回報率(%)	13.7%	9.9%	

業績

恒安國際集團有限公司(「本公司」或「恒安國際」)之董事會欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零二三年十二月三十一日止年度之合併財務業績，連同上年之比較數字如下：

合併利潤表

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
收入	2	23,767,936	22,615,878
銷售成本		<u>(15,757,248)</u>	<u>(14,926,379)</u>
毛利		8,010,688	7,689,499
推廣及分銷成本		(3,552,898)	(3,369,466)
行政費用		(1,515,989)	(1,519,347)
金融資產減值準備 — 淨額		(123,317)	(19,231)
其他收入和利得 — 淨額		<u>1,159,447</u>	<u>87,699</u>
經營利潤		<u>3,977,931</u>	<u>2,869,154</u>
財務收益		273,351	445,865
財務費用		<u>(646,577)</u>	<u>(468,159)</u>
財務費用 — 淨額		<u>(373,226)</u>	<u>(22,294)</u>
分佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)		<u>699</u>	<u>(13,574)</u>
除所得稅前利潤	3	3,605,404	2,833,286
所得稅費用	4	<u>(798,000)</u>	<u>(883,986)</u>
年度利潤		<u>2,807,404</u>	<u>1,949,300</u>
應佔利潤：			
公司權益持有人		2,800,533	1,925,249
非控制性權益		<u>6,871</u>	<u>24,051</u>
		<u>2,807,404</u>	<u>1,949,300</u>
本公司權益持有人應佔之每股收益			
— 每股基本收益	5	<u>人民幣2.415元</u>	<u>人民幣1.657元</u>
— 每股攤薄收益	5	<u>人民幣2.415元</u>	<u>人民幣1.657元</u>

合併綜合收益表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
年度利潤	2,807,404	1,949,300
其他綜合收益		
其後可能會重分類至損益的項目		
— 外幣折算差額	<u>(64,659)</u>	<u>(238,713)</u>
其後不會重分類至損益的項目		
— 外幣折算差額	<u>82,041</u>	<u>368,951</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,824,786</u></u>	<u><u>2,079,538</u></u>
應佔：		
公司權益持有人	2,823,176	2,047,519
非控制性權益	<u>1,610</u>	<u>32,019</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,824,786</u></u>	<u><u>2,079,538</u></u>

合併資產負債表

	於十二月三十一日	
	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
	附註	
資產		
非流動資產		
物業、機器及設備	7,255,824	7,099,255
使用權資產	1,190,224	1,192,081
在建工程	1,710,626	969,210
投資性房地產	163,360	166,696
無形資產	640,498	656,976
非流動資產預付款	239,560	460,660
遞延所得稅資產	498,460	532,204
按權益法入賬之投資	56,854	43,576
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融 資產	212,370	212,572
長期銀行定期存款	1,438,163	2,895,490
	<u>13,405,939</u>	<u>14,228,720</u>
流動資產		
存貨	4,352,041	4,544,935
應收賬款及應收票據	7 2,553,357	2,931,887
其他應收賬款、預付賬款及按金	1,703,406	1,920,248
預繳當期所得稅	10,915	42,168
衍生金融工具	–	1,490
有限制銀行存款	300	302
現金及銀行存款	18,189,943	18,667,492
	<u>26,809,962</u>	<u>28,108,522</u>
總資產	<u>40,215,901</u>	<u>42,337,242</u>
權益		
歸屬於本公司權益持有人		
股本	123,345	123,345
其他儲備	2,880,980	3,143,018
留存收益	17,391,515	16,257,244
	<u>20,395,840</u>	<u>19,523,607</u>
非控制性權益	<u>234,011</u>	<u>252,130</u>
總權益	<u>20,629,851</u>	<u>19,775,737</u>

		於十二月三十一日	
		二零二三年	二零二二年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
負債			
非流動負債			
借款	9	330,430	2,001,334
租賃負債		12,948	16,636
遞延所得稅負債		182,386	149,433
		<u>525,764</u>	<u>2,167,403</u>
流動負債			
應付賬款及應付票據	8	2,750,069	2,920,685
其他應付賬款及預提費用		1,630,085	1,671,547
合約負債		540,276	453,741
衍生金融工具		15,548	32,838
租賃負債		17,675	18,109
當期所得稅負債		199,438	268,564
借款	9	13,907,195	15,028,618
		<u>19,060,286</u>	<u>20,394,102</u>
總負債		<u>19,586,050</u>	<u>22,561,505</u>
權益及負債合計		<u>40,215,901</u>	<u>42,337,242</u>

1. 編製基準及主要會計政策

本集團的合併財務報表是根據所有適用的由香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則的規定及香港公司條例第622章的披露要求編製。

《香港財務報告準則》包括以下權威文獻：

- 《香港財務報告準則》。
- 《香港會計準則》。
- 香港會計師公會制定的解釋。

合併財務報表按照歷史成本法編製，並就以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產及金融負債（包括衍生金融工具及未上市的優先股）的重估而作出修訂。

(i) 本集團已採納之新準則及準則修訂

若干新準則及準則修訂適用於本報告期間。本集團已評估新準則以及準則修訂的全面影響，確認對本集團的財務狀況和經營表現並無重大影響。

準則及準則修訂		於下列日期或 之後起的年度 期間生效
香港會計準則第8號(修訂)	會計估計之定義	二零二三年 一月一日
香港會計準則第12號(修訂)	源自單一交易的資產及負債的相關 遞延稅項	二零二三年 一月一日
香港會計準則第1號及香港財務報 告準則應用指引2(修訂)	會計政策之披露	二零二三年 一月一日
香港財務報告準則第17號	保險合約	二零二三年 一月一日
香港會計準則第12號(修訂)	國際稅制改革 — 第二支柱標準規則	二零二三年 一月一日

(ii) 本集團未採納之新訂及經修訂準則

多項新訂和經修訂準則及解釋在二零二三年十二月三十一日後開始的年度期間生效，但未有在本合併財務報表中提前應用。該等準則預期於目前或未來報告期間及於可預見將來之交易並不會對本集團造成重大影響。

準則及修訂		於下列日期或 之後起的年度 期間生效
香港會計準則第1號(修訂)	將負債分類為流動或非流動	二零二四年 一月一日
香港會計準則第1號(修訂)	附帶契諾的非流動負債	二零二四年 一月一日
香港財務報告準則第16號(修訂)	售後租回中的租賃負債	二零二四年 一月一日
香港會計準則第7號及香港財務報告 準則第7號(修訂)	供應商融資安排	二零二四年 一月一日
香港詮釋第5號(修訂)	財務報表的呈列 — 借款人對含有按要求 償還條款的定期貸款的分類	二零二四年 一月一日
香港會計準則第21號(修訂)	缺乏可兌換性	二零二五年 一月一日
香港財務報告準則第10號及香港 會計準則第28號(修訂)	投資者及其聯營企業或合資企業之間的 資產出售或投入	有待釐定

2. 收入及分部資料

向執行董事提供有關報告分部的分部資料如下：

	二零二三年				集團 人民幣千元
	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入	6,386,582	1,316,905	14,074,820	3,426,785	25,205,092
分部間相互銷售	<u>(208,144)</u>	<u>(62,835)</u>	<u>(326,648)</u>	<u>(839,529)</u>	<u>(1,437,156)</u>
集團收入	<u>6,178,438</u>	<u>1,254,070</u>	<u>13,748,172</u>	<u>2,587,256</u>	<u>23,767,936</u>
分部利潤	<u>2,317,022</u>	<u>194,302</u>	<u>243,739</u>	<u>129,601</u>	2,884,664
未分配成本					(66,180)
其他收入和利得 — 淨額					<u>1,159,447</u>
經營利潤					3,977,931
財務收益					273,351
財務費用					(646,577)
分佔按權益法入賬之投資收益					<u>699</u>
除所得稅前利潤					3,605,404
所得稅費用					<u>(798,000)</u>
年度利潤					2,807,404
非控制性權益					<u>(6,871)</u>
本公司權益持有人應佔利潤					<u>2,800,533</u>

二零二三年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
其他項目 — 截至二零二三年					
十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	287,027	89,111	1,333,481	134,269	1,843,888
物業、機器及設備及投資性房地產之折舊開支	159,359	49,050	545,520	60,868	814,797
使用權資產之折舊開支	12,051	5,820	25,721	10,609	54,201
攤銷開支	24,143	2	26	6,651	30,822
於二零二三年十二月三十一日	4,297,173	1,086,481	12,384,739	1,862,643	19,631,036
遞延所得稅資產					498,460
預繳當期所得稅					10,915
按權益法入賬之投資					56,854
以公允價值計量且其變動計入損益的 金融資產					212,370
長期定期存款					1,438,163
現金與銀行結餘					18,189,943
未分配資產					178,160
總資產					40,215,901
分部負債	929,902	269,567	3,287,919	372,125	4,859,513
遞延所得稅負債					182,386
當期所得稅負債					199,438
借款					14,237,625
未分配負債					107,088
總負債					19,586,050

二零二二年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部收入	6,358,599	1,300,680	12,997,505	3,863,091	24,519,875
分部間相互銷售	<u>(202,539)</u>	<u>(98,333)</u>	<u>(749,494)</u>	<u>(853,631)</u>	<u>(1,903,997)</u>
集團收入	<u>6,156,060</u>	<u>1,202,347</u>	<u>12,248,011</u>	<u>3,009,460</u>	<u>22,615,878</u>
分部利潤	<u>2,507,569</u>	<u>135,815</u>	<u>136,505</u>	<u>88,591</u>	2,868,480
未分配成本					(87,025)
其他收入和利得 — 淨額					<u>87,699</u>
經營利潤					2,869,154
財務收益					445,865
財務費用					(468,159)
分佔按權益法入賬之投資虧損					<u>(13,574)</u>
除所得稅前利潤					2,833,286
所得稅費用					<u>(883,986)</u>
年度利潤					1,949,300
非控制性權益					<u>(24,051)</u>
本公司權益持有人應佔利潤					<u>1,925,249</u>

二零二二年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
其他項目 — 截至二零二二年					
十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	421,283	176,090	624,414	105,419	1,327,206
物業、機器及設備及投資性房地產之折 舊開支	171,741	42,928	532,961	52,259	799,889
使用權資產之折舊開支	13,728	3,896	26,844	9,226	53,694
攤銷開支	22,992	3	42	10,373	33,410
	<u>4,347,292</u>	<u>1,134,152</u>	<u>12,254,049</u>	<u>2,055,975</u>	<u>19,791,468</u>
於二零二二年十二月三十一日					
分部資產	<u>4,347,292</u>	<u>1,134,152</u>	<u>12,254,049</u>	<u>2,055,975</u>	<u>19,791,468</u>
遞延所得稅資產					532,204
預繳當期所得稅					42,168
按權益法入賬之投資					43,576
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產					212,572
長期定期存款					2,895,490
現金與銀行結餘					18,667,492
未分配資產					<u>152,272</u>
總資產					<u>42,337,242</u>
分部負債	<u>1,101,507</u>	<u>293,649</u>	<u>3,162,454</u>	<u>432,501</u>	<u>4,990,111</u>
遞延所得稅負債					149,433
當期所得稅負債					268,564
借款					17,029,952
未分配負債					<u>123,445</u>
總負債					<u>22,561,505</u>

3. 除所得稅前利潤

除所得稅前利潤計入及扣除下列項目：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
計入		
政府獎勵收入(附註)	549,621	546,165
現金及現金等價物利息收入	272,469	330,056
長期與短期定期存款利息收入	696,546	537,444
融資匯兌收益 — 淨額	882	115,809
已實現衍生金融工具公允價值利得	140,711	5,889
附屬公司清算收益	1,564	—
存貨減值準備沖回	23,387	—
分佔按權益法入賬之投資收益	699	—
扣除		
物業、機器及設備之折舊	808,830	793,670
使用權資產之折舊	54,201	53,694
無形資產之攤銷	30,822	33,410
員工福利費用(包括董事酬金)	2,253,995	2,134,375
市場及推廣成本	1,100,647	1,067,215
維修及保養費用	180,377	145,835
物業、機器及設備、無形資產及其他長期資產處置損失	28,399	69,245
公用事業及辦公室費用	990,824	867,427
運輸及裝卸費用	1,156,571	1,068,499
短期及低價值租賃開支	49,412	74,217
金融資產減值準備計提	123,317	19,231
營運匯兌損失 — 淨額	184,325	912,865
存貨減值準備計提	—	13,095
分佔按權益法入賬之投資虧損	—	13,574
未實現衍生金融工具公允價值損失	15,461	31,348
借款利息費用，扣除於在建工程中資本化之利息費用 人民幣14,985,000元(二零二二年：人民幣11,087,000元)	645,081	466,638
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產的 公允價值損失淨額	3,301	—
物業、機器及設備的減值準備計提	5,883	—

附註：此項目主要為本集團從中國大陸部份市政府所獲得的獎勵，以鼓勵集團對當地經濟發展作出貢獻。

4. 所得稅費用

在合併利潤表支銷之所得稅費用如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
當期所得稅		
— 當期所得稅費用	644,021	770,263
— 中國代扣代繳股息稅	87,314	176,016
遞延所得稅，淨額	<u>66,665</u>	<u>(62,293)</u>
所得稅費用	<u>798,000</u>	<u>883,986</u>

(a) 中國大陸所得稅已按照本集團中國大陸附屬公司之估計應課稅利潤以按當地實行稅率計算。本公司在中國大陸境內設立之附屬公司須按照25%支付企業所得稅。

部份附屬公司獲准成為高新技術企業，有權按稅率15%繳稅。

(b) 香港和海外其他地區的利得稅已按照本年度估計應課稅利潤以按當地實行稅率提撥準備。

(c) 本集團的中國大陸附屬公司自二零零八年一月一日產生的利潤，若向於香港註冊成立的投資者分派該等利潤，將須按5%稅率繳納扣繳稅；若向其他外國投資者分派該等利潤，則須按10%稅率繳納扣繳稅。於可預見之將來派發本集團的大陸附屬公司二零零八年一月一日後之利潤為預期股息基礎而作出遞延稅項負債的撥備。

(d) **OECD第二支柱標準規則**

本集團於中國內地、中國香港、中國澳門及馬來西亞均有業務，OECD第二支柱標準規則的範圍內。截至報告日期，中國內地和澳門概無任何公告，而中國香港宣佈其計劃自二零二五年起實施全球最低稅率及中國香港最低稅負制，惟仍在進行公眾諮詢，預期立法草案將於二零二四年下半年公佈。馬來西亞已於二零二三年公佈立法草案，引入第二支柱規則，自二零二五年一月一日起生效並預期於二零二四年頒佈。

由於中國大陸、香港、澳門和馬來西亞司法管轄區的第二支柱法規於報告日期尚未生效，本集並無相現行稅務風險。根據於二零二三年十一月發佈的香港會計準則第12號(修訂)的規定，本集團應用確認及披露與第二支柱所得稅相關的遞延稅項資產及負債資料的例外情況。

此外，由於第二支柱法規於報告日期在本集團業務所在司法權區尚未頒佈或實質頒佈，以及因該法規公告的不確定性及應用該法規及計算GloBE收入的複雜性，本集團正評估第二支柱法規生效時所承受的風險。

5. 每股收益

(a) 基本

每股基本收益是以本公司權益持有人應佔集團利潤除以年內已發行普通股之加權平均股數計算。

	二零二三年	二零二二年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>2,800,533</u>	<u>1,925,249</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,159,752</u>	<u>1,162,121</u>
每股基本收益(人民幣元)	<u><u>2.415</u></u>	<u><u>1.657</u></u>

(b) 攤薄

每股攤薄收益假設所有潛在可攤薄的普通股被兌換後，根據已發行普通股之加權平均股數計算。

截至二零二三年及二零二二年十二月三十一日止年度，本公司僅有購股權一類潛在可攤薄的普通股。每股攤薄收益與每股基本收益相同，因為有關購股權並無攤薄影響。

6. 股息

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
支付中期股息每股人民幣0.70元 (二零二二年：人民幣0.70元)(附註)	813,485	813,485
建議／支付末期股息每股人民幣0.70元 (二零二二年：人民幣0.70元)(附註)	<u>813,485</u>	<u>813,485</u>
	<u><u>1,626,970</u></u>	<u><u>1,626,970</u></u>

附註：

二零二三年派發股息人民幣1,626,970,000元(二零二三年中期：每股人民幣0.70元，二零二二年末期：每股人民幣0.70元)。二零二二年派發股息人民幣1,626,970,000元(二零二二年中期：每股人民幣0.70元，二零二一年末期：每股人民幣0.70元)。

於二零二四年三月二十一日舉行的董事會議上，建議派發二零二三年末期股息每股人民幣0.70元，此項股息合計人民幣813,485,000元，具體金額以二零二四年五月十七日舉行的年度股東大會上的公司股東最終批覆為準。本合併財務報表中未確認應付股息。

應付予股東的股息以港幣派發。本公司派股息所採用的匯率為宣派股息日前一個營業日中國人民銀行公佈的港幣兌人民幣匯率中間價。以二零二四年三月二十日當日港幣兌人民幣匯率0.90722折算，期末股息每股人民幣0.70元相等於每股0.771588。

7. 應收賬款及應收票據

本集團部份銷售以記賬交易形式進行，信貸期為30天至90天。於二零二三年及二零二二年十二月三十一日，應收賬款及應收票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
30天以內	937,106	961,667
31-180天	1,517,859	1,724,960
181-365天	88,922	189,311
365天以上	<u>175,111</u>	<u>117,196</u>
	2,718,998	2,993,134
減：減值準備	<u>(165,641)</u>	<u>(61,247)</u>
應收賬款及應收票據 — 淨額	<u>2,553,357</u>	<u>2,931,887</u>

由於信貸期較短及大部分的應收賬款和應收票據也於一年內到期清還，因此應收賬款及應收票據於資產負債表日的公平值與賬面值相若。

8. 應付賬款及應付票據

於二零二三年及二零二二年十二月三十一日，應付賬款及應付票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
30天以內	1,686,381	1,609,093
31-180天	1,051,641	1,299,393
181-365天	7,775	8,270
365天以上	4,272	3,929
	<u>2,750,069</u>	<u>2,920,685</u>

由於信貸期較短，應付賬款及應付票據於合併資產負債表日的賬面值與公允值相若。

9. 借款

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
非流動		
長期銀行貸款 — 無抵押	330,250	1,999,000
長期銀行貸款 — 抵押	180	2,334
	<u>330,430</u>	<u>2,001,334</u>
流動		
短期銀行貸款 — 無抵押	10,621,301	14,319,923
長期銀行貸款的流動部分 — 無抵押	2,862,500	415,433
其他貸款的流動部分 — 無抵押	—	84,800
銀行押匯貸款	421,293	206,419
長期銀行貸款的流動部分 — 抵押	2,101	2,043
	<u>13,907,195</u>	<u>15,028,618</u>
總計	<u>14,237,625</u>	<u>17,029,952</u>

(a) 超短期融資券

於二零二三年，以下超短期融資券發行並到期：

	利率	到期期限	到期日期	金額 人民幣千元
23恒安國際SCP001	2.40%	180天	2023-08-27	1,500,000
23恒安國際SCP002	2.40%	178天	2023-09-28	2,000,000
23恒安國際SCP003	2.39%	180天	2023-11-08	1,000,000
23恒安國際SCP004	2.39%	179天	2023-11-17	500,000

管理層討論及分析

業務概覽

二零二三年，國家全面深化穩經濟政策，著力擴大內需，促進中國經濟持續復甦，二零二三年國內生產總值同比增長5.2%。居民消費保持回升向好的態勢，2023年社會消費品零售總額同比增長7.2%，其中日用品類零售總額增長2.7%。然而在複雜嚴峻的國際政經環境及發達國家的緊縮貨幣政策等負面因素影響下，經濟發展面臨不少困難和挑戰。恒安憑藉強大的綜合競爭優勢及聚焦盈利的有效銷售策略，持續擴大市場份額，進一步鞏固其強勁的業務韌性。

年內，恒安深挖消費模式變革所釋放的消費潛力。恒安持續深入拓展電商平台及新零售渠道，通過有效的穩定價格策略及產品持續升級及高端化，同時促進傳統渠道的銷售並拓展其新的增長點，集團的全渠道銷售發展效益不斷提升，受惠於全渠道銷售策略及品牌形象持續提升，三大核心業務板塊（紙巾、衛生巾及紙尿片業務）的收入保持過去兩年以來的強勁增長，按年增長約8.0%。而截至二零二三年十二月三十一日，集團的整體收入則較去年上升5.1%至約人民幣23,767,936,000元（二零二二年：人民幣22,615,878,000元）。預期二零二四年收入將保持穩定。

二零二三年，集團進一步加大力度發展電商業務及新零售市場，除了於傳統大型電商平台推廣品牌，亦加強滲透其他新興渠道（如抖音）。年內，集團的電商及新零售銷售（包括零售通及新通路）佔比進一步上升至接近約30.1%（二零二二年：26.9%），按年增長約17.7%，其中其他新零售渠道（包括零售通、社區團購等）進展理想，同比增長約21.4%，其銷售佔整體銷售比例已達到約7.4%。同時，集團亦致力發展高端產品及優化產品組合，積極提升品牌形象，滿足國內消費者對高質量多元化產品的追求。升級紙巾系列「雲感柔膚」、高端紙尿褲「Q·MO」以及衛生巾系列「萌睡褲」等，於年內持續深受消費者喜愛，

保持強勁的銷售動力，各重點的升級及高端產品銷售也實現同比超過10.0%的增長，並持續提高其在銷售額中的佔比。再者，集團於年內有效促進傳統渠道的銷售及發展其新的增長點，同比增長超過8.0%。

回顧年內，原材料價格於下半年回落，令行業市場促銷及價格競爭加劇。面對激烈的市場競爭，恒安積極應對市場變化，堅守穩定價格及聚焦利潤，有效地進一步擴大市佔率及鞏固市場領先地位。紙巾的主要原材料木漿價格於下半年較上半年回落，加上集團的升級產品及高端產品系列於年內均錄得強勁增長，致紙巾毛利明顯改善。二零二三年，集團整體毛利上升約4.2%至約人民幣8,010,688,000元（二零二二年：人民幣7,689,499,000元）。儘管毛利率於二零二三年上半年受壓，二零二三年全年整體毛利率仍可達約33.7%（二零二二年：34.0%），與去年變動不大，而二零二三年下半年的整體毛利率甚至大幅改善至達36.5%（二零二二年下半年：32.8%）預期二零二四年，集團將審慎投放促銷資源及預期高端高毛利的產品持續錄得顯著增長，預期毛利率將持續提升。

年內，經營利潤大幅上升約38.6%至人民幣約3,977,931,000元（二零二二年：人民幣2,869,154,000元）。儘管人民幣兌美元及港幣匯率於年內的持續貶值導致集團的稅後營運匯兌出現虧損約為人民幣1.5億元，但其金額已較二零二二的稅前營運匯兌虧損的人民幣約9.0億元大幅減少約83.6%。因此，公司權益持有人應佔利潤約為人民幣2,800,533,000元（二零二二年：人民幣1,925,249,000元），同比顯著上升約45.5%。如扣除稅後營運匯兌虧損，公司權益持有人應佔利潤同比上升約4.3%，主要反映木漿成本下跌及產品升級導致集團毛利率改善。每股基本收益約人民幣2.415元（二零二二年：人民幣1.657元）。

董事會宣佈派發截至二零二三年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣0.70元（二零二二年：人民幣0.70元），連同已派發的中期股息每股人民幣0.70元（二零二二年中期：人民幣0.70元）後，全年股息為每股人民幣1.40元（二零二二年：每股人民幣1.40元），總派發金額為人民幣1,626,970,000元（二零二二年：人民幣1,626,970,000元），保持穩定的派息金額。

衛生巾業務

中國是全球最大的女性衛生護理用品市場，隨著中國女性對健康護理的意識和消費能力持續提升，女性消費者越趨注重產品質量、材料安全及產品的附加值，推動女性衛生護理用品市場的消費升級及規模不斷壯大。然而，市場競爭非常激烈，不少國內外品牌採取進取的銷售策略，以拓展中高端市場和年輕消費者群體。恒安對產品質量和在消費者中長期積累的口碑具有充分信心，堅守理性穩定的定價策略。為了提升品牌形象並鞏固在中高端市場和傳統銷售渠道的領先地位，恒安持續推進產品升級和高端化佈局，以滿足消費者對高質量衛生護理用品的需求，使恒安在激烈的市場競爭中保持領先。集團旗下的升級衛生巾產品如「萌睡褲」系列及於年內新推出的高端產品「天山絨棉」系列，憑藉優良的質量和品牌形象，深受消費者青睞，帶動整體衛生巾業務銷售增長。

新消費模式滲透率持續快速提升，加劇渠道碎片化。電商平台和其他新興零售渠道（包括社區團購）蓬勃發展。集團積極把握新興消費趨勢的機遇，大力拓展新的銷售渠道，同時鞏固在傳統渠道中的領先優勢，有效提高衛生巾業務的銷售額及保持領先市場份額。年內，集團於新零售渠道表現理想，「七度空間」系列產品在多個新零售渠道穩佔銷量的領先地位。同時，集團衛生巾業務於傳統渠道持續保持行業領先的地位，錄得穩定的增長。因此，衛生巾業務即使面對激烈市場競爭及其他品牌商的進取價格促銷策略，銷售仍錄得增幅，二零二三年衛生巾業務銷售收入，錄得升幅約0.4%至約人民幣6,178,438,000元（二零二二年：人民幣6,156,060,000元），佔集團整體收入約26.0%（二零二二年：27.2%），已經較整體衛生巾行業銷售為優勝。在升級及高端產品佔比提升及傳統銷售渠道業務持續增長的帶動下，預期二零二四年的衛生巾業務銷售收入將保持穩定增長。

集團堅持穩定的定價策略及審慎投放促銷費用，受惠於品牌高端化及升級產品佔比穩步提升，以及下半年衛生巾的主要原材料石化原材料價格較上半年下跌，衛生巾業務的毛利率於二零二三年下半年為約66.0%，較上半年的61.8%有所改善，而二零二三年的全年毛利率則為約63.8%（二零二二年：66.8%）。在產品升級及高端化的推動下，預期二零二四年的毛利率將持續改善。

集團旗下衛生巾品牌「七度空間」不斷推出升級及高端產品，並致力提升品牌形象。近年，集團推出「極薄」、「加長夜用」和「褲型」等升級產品，受到市場的熱烈歡迎。於年內主推採用天山雪域的稀缺純淨長絨棉之新品「天山絨棉系列」，旨在滿足現今消費者追求高質量產品的需求，預計其銷售額將逐步提升。集團簽約形象快樂清新的女藝人作為「七度空間」的品牌代言人，為品牌注入了青春活力，包括演員趙今麥，以「自在不設限」為主題，針對年輕少女消費群及白領女性的喜好推出代言人直播、見面會及限定禮盒等多元化推廣活動，進一步提升品牌形象和吸引年輕及白領消費客群。此外，「七度空間」亦升級「粉紅羽翼」經期互助公益，當中粉紅象徵團結互助的女性力量，羽翼代表衛生巾的守護與女性的自在不設限，公益旨在為女性權益和需求發聲，構建經期友好社會。「七度空間」又於二零二三年三月八日國際婦女節舉辦「天生自在不需黑袋」特別企劃活動，鼓勵女性自在不設限，拒絕月經羞恥，積極宣傳「衛生巾和其他所有日用品一樣，都無需隱藏」的態度，鼓勵女性告別用「黑袋」裝衛生巾的習慣。活動中，品牌在二零二三年三月一日至二日於官方微博發佈預熱視頻和宣傳海報，其後「黑袋裝衛生巾是偏見還是關心」這個話題飆升至實時榜單首位。「七度空間」公益活動巨大的正面迴響有助宣傳集團產品，提升品牌形象，而女性自在態度的廣泛宣傳亦是集團履行企業社會責任的重要一步。

此外，「褲型」系列產品仍然具有很大的增長潛力，於年內，按年同比增長超過73.4%。集團將繼續加大對「褲型」系列產品的推廣力度，並推出升級版的「萌睡褲」，以吸引更多的消費者並提高產品滲透率。集團相信，升級及高端版的「七度空間」系列產品將繼續成為衛生巾業務的主要增長動力，有助於集團擴大市場份額並提升高端產品的收入貢獻比例。

同時，集團將繼續擴大新零售渠道在總銷售中的佔比，並致力於開發更高質量的產品和保持穩定的價格策略，以及在傳統渠道保持穩定增長，從而促進集團的長期發展並鞏固其領先地位。

此外，集團還將繼續研發和推出除衛生巾以外的女性健康護理用品，穩步發展女性健康護理產業，緊握國內消費升級所帶來的市場機遇。

紙巾業務

二零二三年，國民經濟和消費市場持續復甦，但外部環境仍然充滿挑戰，集團聚焦改善利潤，以穩定價格及全渠道銷售策略應對市場的割喉式價格競爭，持續推動紙巾銷售實現雙位數增長。集團憑藉其雄厚資本實力及全國性銷售網絡優勢搶佔更多市場份額。在強大的品牌及多元化產品組合的支持下，集團堅持採取穩定價格策略並有效控制促銷。回顧年內，集團紙巾業務銷售收入大幅上升約12.2%至約人民幣13,748,172,000元（二零二二年：人民幣12,248,011,000元），優於行業平均增長水平，於市場份額處於領導地位。紙巾業務銷售佔集團整體收入約57.8%（二零二二年：54.2%）。集團將持續升級產品及提升高端產品的滲透率，預期二零二四年紙巾業務收入將保持快速增長。

二零二三年首季，集團仍然受到木漿價格高企的影響，但二零二三年第二季木漿價格開始止漲下調，集團消耗高成本木漿庫存後，於二零二三年下半年業績便能反映木漿成本回落的正面影響。儘管集團於下半年適度加大促銷致使促銷費用有所上升，但受益於產品升級及高毛利產品的佔比提升，以及木漿成本下跌，二零二三年下半年的毛利率較上半年的17.7%明顯改善，達26.1%（二零二二年下半年18.5%），而二零二三年全年毛利率則上升至約21.7%，（二零二二年：20.7%）。集團預期紙巾業務的毛利率於二零二四年將持續改善。

在國民衛生意識提升及消費升級需求日增的驅動下，集團的升級及高端紙巾產品銷售表現亮眼，其中「雲感柔膚」系列的銷售收入錄得超過人民幣13.0億元，同比增長約26.6%，佔整體紙巾銷售約12.0%。濕紙巾業務方面，年內銷售收入為約人民幣931,060,000元（二零二二年：人民幣842,354,000元），錄得接近10.5%的銷售增長，佔紙巾業務銷售比例為約6.8%（二零二二年：6.9%）。濕紙巾業務近年一直保持強勁增長，集團將持續提升國內濕紙巾市場份額，鞏固其領先市場地位。集團積極應對渠道碎片化，早期投入資源的佈局已邁入收穫期，紙巾業務於電商及新零售渠道（包括零售通及社區團購等）渠道的銷售增長約26.1%，佔紙巾銷售比接近約35.3%，表現亮眼。集團於未來將繼續拓寬銷售渠道，力爭最大市佔率。

隨著國民生活水平及衛生意識不斷加強，整體生活用紙市場充滿機遇。在激烈的市場競爭下，集團將研發更多高質量的產品，致力滿足消費者多樣化的需求，提高紙巾生產的成本效益，增加各生產基地的產能，藉此充分把握國內生活用紙市場的商機及保持在紙巾市場的領導地位。年內，集團的年產能約為1,470,000噸，預計2024年將在湖南、湖北、廣東等地逐步完成增加產能，以迎合市場情況和滿足銷售增長的需求。

紙尿片業務

人口持續高齡化及國民生活水平提升，持續推動中國紙尿褲市場規模擴大。消費升級趨勢及育兒觀念不斷進步亦帶動嬰兒紙尿褲滲透率持續提升，中國紙尿褲市場增長潛力巨大。

集團不斷研發優質嬰兒及成人健康護理產品，以迎合消費者日益升級的產品質量需求。年內，皇牌高檔產品「Q•MO」銷售保持良好增長，銷售錄得同比增長接近約21.8%，佔比進一步提升至約36.4%。二零二三年，集團致力加強佈局新零售渠道及母嬰渠道，新零售渠道及母嬰渠道的銷售佔比分別為約52.8%及約16.6%。儘管市場競爭激烈，受惠於品牌競爭力提升，集團高端產品「Q•MO」的銷售增長及安兒樂品牌轉型至「運動型」系列以致銷售改善，有效抵銷來自傳統渠道及中低端產品的銷售下跌。另一方面，集團成人紙尿褲業務受惠於國內成人失禁用品市場規模日益壯大，以及集團成人紙尿褲滲透率持續上升，年內亦錄得約11.5%的增幅，佔比約25.4%。因此，集團於年內的紙尿褲業務銷售

上升約4.3%至約人民幣1,254,070,000元(二零二二年：人民幣1,202,347,000元)，佔集團整體收入約5.3%(二零二二年：5.3%)。集團認為成人紙尿褲市場具有相當大的發展潛力，並預期在高端嬰兒及成人紙尿褲的產品佔比持續提升下，二零二四年集團的紙尿片業務銷售可望保持增長。毛利率方面，紙尿褲的石化原材料價格於下半年下跌致銷售成本回落，加上利潤較高的「Q•MO」產品及高端成人紙尿褲的銷售佔比上升，有助提升二零二三年下半年毛利率至逾40.0%，明顯較上半年的36.0%有所改善，而二零二三年全年的紙尿褲業務毛利率上漲至約38.1%(二零二二年：36.9%)。預期二零二四年紙尿褲業務的毛利率將保持穩定。

年內，集團繼續把握市場機遇，深入發展高檔產品市場及提高產品質量。嬰兒紙尿褲業務方面，集團於年內持續轉型「安兒樂」品牌，建立新的品牌定位，開拓運動褲型紙尿褲以滿足現今消費者的需求，有效提升銷售。另一方面，「Q•MO」魔法呼吸紙尿褲擁有傳統紙尿褲3.6倍的透氣孔，深受市場歡迎，集團將繼續優化「Q•MO」產品，為集團未來發展注入增長動力。透過雙品牌策略，集團預期二零二四年嬰兒紙尿褲業務的銷售能夠保持穩定增長。

此外，隨著國家日趨關注老年護理產業的發展，國內成人健康護理用品領域將有龐大發展空間。作為中國成人紙尿褲的匠心品牌，「安而康」積極教育大眾助老愛老，詮釋「安心樂享，自在如初」的品牌主張。二零二三年三月二十日，「安而康」攜手著名演員胡軍全家人共同推出公益短片《這次，愛不遺遲》，呼籲社會共同關注與正確認識失能老年人群的「難言之隱」，引起廣大關注及共鳴，短片點讚量突破10萬，話題登榜微博熱搜。其後5月借勢母親節，短片熱度更上一層樓。「安而康」又攜手中國社會福利基金會，向江西與江蘇兩省的5家醫院、養老院及23個當地村鎮，捐贈總價值近20萬的成人紙尿褲用品，旨在讓老人感受到來自社會的關懷，以實際行動教育大眾助老愛老，積極履行集團社會責任。集團將投放更多資源發展成人健康護理用品，令「安而康」品牌及其產品充分滲透國內市

場，同時拓展東南亞地區的市場份額。未來，集團將會繼續致力以高端化戰略雙線發展嬰幼兒市場及成人健康護理市場。除了透過電商銷售渠道，集團將大力發展新零售渠道，同時加強與母嬰店、養老院及醫院合作。一方面把握新零售帶來的新商機，另一方面透過與母嬰店、養老院及醫院合作，在擴大潛在顧客基礎的同時，提供一站式產品銷售鏈，為紙尿褲業務帶來可持續的增長動力，支持成人健康護理產品業務的長遠發展，繼續深挖成人健康護理市場的成長潛力。

其他收入及家居用品業務

其他收入及家居用品業務方面，主要包括原材料貿易業務收入、家居用品業務收入及馬來西亞皇城集團收入。年內，其他收入同比下跌約14.0%至約人民幣2,587,256,000元(二零二二年：人民幣3,009,460,000元)，主要由於集團傾向預留原材料為生產產品的用途及確保原材料貿易業務能有合理的利潤，故原材料貿易業務收入顯著下跌約13.6%至約人民幣14億元(二零二二年：人民幣16億元)。

年內，家居用品業務收入為約人民幣249,589,000元(二零二二年：人民幣325,962,000元)，同比下跌約23.4%，佔集團收入約1.1%，主要因家居產品出口業務下降所致。

二零二三年，集團旗下「心相印」的家居用品品牌持續拓闊產品類型，先後推出膠袋(包括垃圾袋及即棄手套)、食物保鮮膜、洗潔精、紙杯等。聲科集團及其附屬公司擁有出口至海外的銷售渠道(包括澳洲及亞洲市場)，集團將會繼續善用這些海外銷售網絡，帶領恒安的優質產品登上國際大舞台。

務、衛生巾業務及紙尿褲業務的銷售貢獻，分別約35.3%、約26.5%及約52.8%，未來新零售渠道的銷售比重可望進一步上升。

未來，集團將持續大力拓展電商品牌旗艦店及新興渠道（如抖音），提升對終端客戶的數據分析能力。

為迎合消費新趨勢，集團透過直播銷售及其他社群活動與消費者互動，加強與年輕消費群體的聯繫。此外，集團還委任廣受歡迎的人氣藝人肖戰作為「心相印」的全球品牌大使，以提升品牌影響力。集團將持續提高在電商及新零售渠道中的市場佔有率，為未來快速增長注入動力。

銷售及行政費用

由於集團於二零二三年適度加大在線營銷投入，以把握市場機遇推廣集團主推產品，集團於年內的銷售及行政費用為約人民幣5,068,887,000元，同比約上升3.7%，集團於年內的銷售及行政費用比用佔整體收入比例則輕微下降至約21.3%（二零二二年：21.6%）。集團相信二零二四年整體收入將持續增長，加上透過有效的銷售推廣策略達致精準費用投入，該等費用佔收入比例預計會錄得改善。

外匯風險

集團大部份收入以人民幣結算。年內，人民幣兌美元及港幣的匯率下跌，集團的營運匯兌虧損錄得約人民幣1.8億元，匯兌虧損大幅收窄約79.9%，主要是於去年主要產生匯兌虧損的集團的香港公司的應收國內附屬公司人民幣股息金額大幅下降所致。（二零二二年：人民幣912,865,000元）。

截至二零二三年十二月三十一日，除了與某些大型商業銀行訂立的遠期外匯合約及外匯期權合約外，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對用途。

流動資金、財務資源及銀行貸款

集團一直保持穩健的財政狀況。於二零二三年十二月三十一日，集團共有現金及銀行存款、長期銀行存款和有限制銀行存款約人民幣19,628,406,000元(二零二二年十二月三十一日：人民幣21,563,284,000元)，銀行貸款及其他貸款共約人民幣14,237,625,000元(二零二二年十二月三十一日：人民幣17,029,952,000元)。

集團於二零二二年十二月成功註冊總額不超過人民幣50億元的超短期融資券。於二零二三年二月至五月期間，集團完成發行四批超短期融資券，總額為人民幣50億元，票面利率為2.39%至2.4%，為期178日至180日。該四批超短期融資券已經於二零二三年十二月三十一日前全部償還。

銀行貸款及其他貸款的年利息率浮動在約0.05%至6.45%之間(二零二二：0.4%至5.2%之間)。

於二零二三年十二月三十一日，集團的負債比率(按總貸款對比總股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準)顯著改善至約69.8%(二零二二年十二月三十一日：87.2%)，主要由於集團致力保持財務穩健，減少高成本的債務。淨負債比率(按總貸款減去現金及銀行存款及長期銀行存款對比股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準)約為負26.4%(二零二二年十二月三十一日：負23.2%)，因此集團處於淨現金狀況。集團將繼續致力優化負債比率，並保持穩健的淨現金狀況，維持健康的財務狀況。

年內，集團的資本性開支為約人民幣1,843,888,000元(二零二二年：人民幣1,327,206,000元)，主要用於增加各生產基地的產能。於二零二三年十二月三十一日，集團並沒有重大或然負債。

人力資源及管理

於年內，集團積極改進人力資源效益，調高員工薪酬至行內水平，並實行更為科學合理的「目標工資薪酬」制度，將薪酬體系與員工崗位職責、任務目標掛鉤，激發員工工作積極性，提升工作效率。集團於二零二三年十二月三十日一共聘用約23,000名員工。集團

員工的待遇及薪酬的制定乃考慮個別員工的經驗及學歷，並對比一般市場情況而釐定。花紅取決於集團的業績及個別員工的表現。集團同時因應員工的需要提供充足的培訓及持續專業發展機會給全體員工。集團亦會繼續提升效能，調整產能及供應水平。

最近獎項

二零二三年，集團所獲主要獎項／榮譽如下：

獎項／榮譽	頒發機構
2023年度中國生活用紙行業匠心產品	中國造紙協會生活用紙專業委員會
2023年度中國衛生用品行業匠心產品	中國造紙協會生活用紙專業委員會
2023年亞洲區公司管理團隊評選最受尊重企業及最佳環境、社會及管治(必需性消費品類別)	《機構投資者》(Institutional Investor)
第五屆中國卓越管理公司	德勤中國
「渣打企業成就大獎2023」可持續企業環境領袖獎	渣打銀行

企業社會責任

恒安遵循綠色可持續發展戰略，於二零二三年六月在董事會層面設立環境、社會及管治(ESG)委員會以全面管理本集團可持續發展相關事宜，建立健全四級ESG管理架構。本集團在品質創新、低碳環保、人才培育與健康安全、公益慈善等領域進行全面部署，以可持續實踐賦能企業高質量發展，穩步實現「百年千億」目標。

二零二三年，恒安不斷提高ESG信息披露透明度，積極回應國內外ESG評級，實現評級表現穩步提升，其中明晟MSCI ESG評級由BB級提升至BBB級，標普全球S&P CSA企業可持續發展評估得分已超越84%的同行，獲選標普全球「可持續發展年鑑(中國版)2023—行業最佳進步企業」。此外，恒安已被納入富時羅素FTSE4Good指數系列。二零二三

年，本集團入選「2022福布斯中國可持續發展工業企業TOP50」榜單和「2022年度Wind ESG港股行業最佳實踐獎(日常消費)」榜單。在「渣打企業成就大獎2023」中，本集團榮獲「可持續企業(環境) — 領袖獎」。

二零二三年，本集團持續提升履行社會責任的內在動力，榮獲「《亞洲企業管治》 — 亞洲最佳企業社會責任」等獎項。

品質創新

「以消費者為導向」始終是本集團的市場理念，我們致力於「通過持續創新與優質的產品與服務，成為國際頂級的生活用品企業」，面對不斷變化的市場環境敢於創新，運用完整的產品研發體系和嚴格的技術標準為產品創新搭建基石，持續推進技術迭代並加強創新人才隊伍建設，從而推出更多優質的個人及家庭衛生用品。

我們著重維穩產品質量，建立完善的質量管理流程及風險管理系統，為質量管理打造堅實基礎。二零二三年，我們加強質量管理數字化建設，運用「一拖三視覺檢測」等數字化設備更加嚴格和精準地進行產品檢測，實現產品質量水平的進一步提升。

面對市場綠色消費趨勢，本集團以生態與環境友好性作為設計理念，運用創新能力優勢，重點探索綠色原材料的使用。二零二三年，我們建立生物降解評價系統，加快評估新型材料的生物降解性能，對材料降解機理進行深入研究。此外，我們借助塑料可持續發展平台持續進行可降解塑料的開發。我們在產品中大力應用綠色原材料，加強產品健康環保屬性，減輕對環境造成的影響。

低碳環保

恒安將綠色可持續發展理念融入集團運營的脈絡中，積極進行綠色低碳佈局和建設，規劃更加完善的氣候變化管理，優化節能減排和生物多樣性保護舉措。恒安在全國多地工廠與基地推廣分佈式光伏發電項目以優化公司能源結構。截止二零二三年末，分佈式光伏發電項目累計裝機容量約21MW。二零二三年，恒安的溫室氣體排放強度為0.66噸二氧化碳當量／萬元銷售額；造紙板塊單位產品能耗為0.31噸標煤／噸紙，遠低於《製漿造紙單位產品能源消耗限額》(GB31825-2015)生活用紙先進值標準(0.42噸標煤／噸紙)。造紙白水回用率高達99%，造紙板塊噸紙耗水量為5.77噸，遠低於《取水定額第5部分：造紙產品》(GB/T18916.5)中規定的每噸產品取水量的國家標準上限。

恒安攜手各方夥伴探討和落實環境可持續相關方針。本集團加入中華環保聯合會「一帶一路」生態產業合作工作委員會並擔任副主任委員單位，與成員共同為我國生態環境領域「走出去、引進來」夯實產業合作新基礎。在供應鏈中，本集團聯動供應商推進紙漿供應鏈的負責任、可持續發展。二零二三年，恒安有六家造紙公司通過了FSC-CoC認證，紙漿供應商100%擁有FSC或森林認證體系認可計劃(PEFC)體系證書。

二零二三年，本集團附屬恒安(中國)紙業有限公司獲評工業和信息化部「綠色工廠」，成為繼恒安(蕪湖)紙業有限公司、福建恒安家庭生活用品有限公司之後，恒安第三個國家級綠色工廠。恒安也作為生活用紙行業唯一案例入選中華環保聯合會「2022一帶一路綠色供應鏈案例」。

人才培育

本集團視員工為最寶貴的資產，切實保障員工合法權益，為員工提供完善合理的薪酬福利體系，促進員工與企業共同成長。恒安積極踐行平等就業原則，制定《人權政策》和《反

歧視與反騷擾政策》打造多元、平等、包容的職場環境，對因種族、宗教信仰、性別、年齡、性取向、殘疾、國籍等歧視員工的行為採取零容忍態度。

本集團持續梳理和更新人才培養體系框架及人才管理機制，分層次、分階段為員工開展多元技能和素質培訓，並通過校企合作打造更多高質量的培訓項目。二零二三年，我們與廈門大學合作中高層管理者培養項目(EDP)成長計劃，幫助員工沉澱和昇華工作經驗，為未來集團整體戰略的推進落地打造堅實基礎。此外，本集團建立內訓師隊伍，旨在構建內向型企業人才培養基地。本集團同樣注重員工長期職業發展，打造「管理+技術」雙通道職業發展體系為員工規劃清晰的晉升路徑。

截止二零二三年底，恒安共有僱員約23,000人，女性員工佔比為56%，僱員培訓總時數超過24萬小時，管理崗位晉升人數173人，員工加入工會的比率為100%。

健康安全

二零二三年，本集團「三步走」全面安全發展戰略已處於第二階段的關鍵發力時期，向成為行業安全績效行業標桿奮力邁進。我們佈局全面安全管理方針和目標，規範穩健管理和既定控制程序，為安全工作環境的建設提供堅實保障。本集團建立ISO 45001職業健康與安全管理體系並通過認證，設立安全管理委員會作為全面安全管理領導和決策機構，搭建全生命週期的安全管理流程並落實安全管理項目，在加強安全管理工作效率的同時提升生產環境安全保障水平。

為強化員工健康安全防護能力，本集團定期組織安全生產知識培訓、消防演練與急救培訓，並於本年度開展安全生產月活動，全面普及安全知識，強調安全防範重要性，同時夯實員工的安全救援技能。二零二三年，本集團未發生因工死亡事件，職業病發生率為0，因工傷損失工作日數為2,817天。

恒安關注員工心理健康，不定期為員工組織心理解壓講座等活動，並開展豐富多彩的文娛活動助力員工工作與生活平衡。針對困難員工家庭與殘障員工，本集團對其進行支持與幫扶，使員工感受到集體的溫暖。

公益慈善

作為業內領軍企業，恒安以身作則推動公益慈善事業，「一步一腳印」踏實履行自身社會責任，成立恒安志願者協會與恒安慈善基金，用實際行動賦能社會可持續發展。

本集團響應國家鄉村振興戰略，幫扶新坂村等多個鄉村打造致富之路。本集團秉持關愛女性健康成長與生活的初心，連續五年投資「春蕾計劃」項目。二零二三年向寧德市婦聯捐贈了總價值人民幣35萬元的「築未來」女童成長能量包。同時，本集團聚焦當下老年人需求，打造《這次，愛不遺遲》公益短片呼籲社會關心和理解失能老年人「難言之隱」。面對突發的地震災情，恒安火速馳援災區，向甘肅省受災群眾捐贈120萬片七度空間衛生巾和21萬片安兒樂紙尿褲，並向敘利亞和土耳其地震災區婦女兒童捐贈價值人民幣200萬元的物資。

二零二三年，本集團榮獲「中國紅十字會特殊貢獻獎」等榮譽。

未來展望

展望二零二四年，日益加劇的地緣政治緊張局勢及環球主要央行的緊縮貨幣政策前景不明，將持續為世界經濟增長帶來挑戰，增添國內經濟發展的不確定性，但中國經濟穩中向好的基本面不變，預期國家將繼續實施積極的財政政策和穩健的貨幣政策，進一步推動經濟的高質量發展及擴大內需，提振消費者信心，作為必需品的生活用品之升級趨勢將會持續。集團會繼續密切關注國內外政經發展及市場趨勢變化，靈活應對及作出審慎的決策。

在各地木漿廠供應保持正常的情況下，預計木漿價格有望保持在穩定的水平，有利業務營運。集團將密切留意外圍因素對進口木漿、石化原料等原材料價格的影響。

儘管國內生活用品市場競爭加劇，在國家環保標準持續提高及雙碳目標的推動下，預期行業的價格促銷策略未必能延續下去。恒安堅守「穩定價格」核心戰略，保持穩健的流動資金，伺機把握行業整合汰弱留強所帶來的機遇。憑藉領先的研發生產實力及優越的品牌形象，加上全國性的廣泛佈局及多元化產品組合，讓恒安在充滿挑戰的經營環境下仍能展現強大抗逆力，進一步擴大市場份額。

作為行業的領跑者，恒安以長線發展作為軸心，規劃業務策略及資源投放。集團將持續實行三大核心策略，包括「聚焦主業」、「品牌引領」及「長期主義」，為集團的可持續發展奠定堅實的基礎。集團將繼續聚焦紙巾、衛生巾及紙尿褲三大核心業務的發展，積極開發及升級高質量的產品及拓展新市場，加快滲透農村及國內的不同市場，把握國內生活用品市場的龐大發展機遇。

恒安未來將進一步優化旗下各產品的品牌形象，包括透過升格產品檔次、更換新包裝、精準投放營銷資源等策略，以及透過市場部門，全面引領品牌形象去帶動消費者購買恒安產品。集團將繼續致力於產品結構升級和加快高端化進程，例如熱捧系列「Q•MO」、「雲感柔膚」及「天山絨棉」等，藉此提升盈利能力，同時深度佈局在線及線下銷售渠道，推動多元渠道共同發展，大力拓展客戶群。

集團亦將持續優化組織架構，加強建設專業化年輕化團隊及提升團隊執行效率，並投放資源於科技應用改善基建及提高供應鏈效率，例如集團正透過IBM區塊鏈平台(IBM)提升供應鏈管理效率，並已落實SAP系統雲端化，致力改良系統質素，藉此有效監測營運數據，提高營運可視化水平，以制定合適的營運策略。

為持續鞏固集團在紙巾及衛生用品的市場龍頭地位及滿足國內消費者對優質產品的需求，集團計劃於未來進行不同的產能擴充及技術升級計劃，包括於福建內坑建立新的升級衛生巾、紙尿褲、濕巾集合的大基地及於孝感、湖南及廣東雲浮等地區擴充紙巾產能，預期部分新產能將於二零二四年陸續投產。

恒安作為中國領先的個人及家庭衛生用品企業，將繼續秉承「追求健康，你我一起成長」的使命，致力建立一家優質可靠及可持續發展的個人及家庭衛生用品企業，積極推動環境、社會及企業管治發展，為創造一個綠色可持續發展的地球出一分力。集團將聚焦三大主營業務（紙巾、衛生巾、紙尿褲），持續提升品牌形象、緊握「新零售」時代的機遇及以長期主義作未來發展大方向，進一步壯大恒安業務規模。同時，集團將繼續以產業延伸為長遠發展目標，積極拓展及延伸女性健康、嬰童健康及老年健康等產業，持續提升整體競爭力，並帶領恒安品牌逐步走向國際舞台，致力成為「全球頂級的家庭生活用品企業」。

擬派末期派息

董事會（「董事會」）決議向於二零二四年五月二十四日（星期五）名列本公司股東名冊之股東派發股息每股普通股人民幣0.70元（「擬派末期股息」）（二零二二年：人民幣0.70元）。倘若所需之決議案於二零二四年五月十七日（星期五）舉行之應屆股東週年大會（「二零二四年股東週年大會」）獲得通過後，擬派末期股息將於二零二四年五月三十一日（星期五）派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

(a) 釐定出席二零二四年股東週年大會並於會上投票的資格

二零二四年股東週年大會預定於二零二四年五月十七日(星期五)舉行。為釐定出席二零二四年股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將由二零二四年五月十日(星期五)至二零二四年五月十七日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行本公司股份過戶登記。為符合資格出席二零二四年股東週年大會及於會上投票，未登記為本公司股份持有人之人士務請將所有股份過戶文件連同有關股票於二零二四年五月九日(星期四)下午四時三十分前送交本公司於香港之股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

(b) 釐定收取擬派末期股息的資格

擬派末期股息須待股東於二零二四年股東週年大會批准後，方可作實。為釐定收取截至二零二三年十二月三十一日止年度擬派末期股息的資格，本公司將由二零二四年五月二十三日(星期四)至二零二四年五月二十四日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期內不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，未登記為本公司股份持有人之人士應確保所有股份過戶文件連同有關股票，必須於二零二四年五月二十二日(星期三)下午四時三十分前交回本公司之香港股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

審閱賬目

審核委員會由一名獨立非執行董事擔任主席，其他成員包括公司三位獨立非執行董事。委員會已與管理層討論並審閱截至二零二三年十二月三十一日止年度的合併財務報表。本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已就本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度的公告第1至16頁內的財務報表中所列數字與本集團該年度已由董事會所審批的合併財務報表所載數字核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核証聘用準則而進行的核証聘用，因此羅兵咸永道會計師事務所並無對初步業績公佈發出任何核證。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司或其任何附屬公司於二零二三年十二月三十一日止年度內概無購買或出售或贖回本公司任何上市股份。

企業管治守則

本集團深明達致配合其業務所需且符合其所有利益相關人士最佳利益之最高標準企業管治之重要性，而董事會一直致力進行有關工作。董事會相信，高水準企業管治能為本集團奠定良好架構，紮穩根基，不單有助管理業務風險及提高透明度，亦能維持高水準問責性及保障權利相關人士之利益。

於截至二零二三年十二月三十一日止年度內，本公司一直應用香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄C1（前稱附錄十四）企業管治守則（「企業管治守則」）所載的原則並遵守其守則條文，惟守則條文F.2.2除外，審核委員會主席黃英琦女士及時任薪酬委員會主席陳銘潤先生因有其他緊急公務，未能出席本公司於二零二三年五月二十二日舉行的股東週年大會。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司一直採納聯交所之上市規則附錄C3（前稱附錄十）所載《標準守則》。本公司已特別就截至二零二三年十二月三十一日止年度內董事是否有任何未有遵守《標準守則》作出查詢，全體董事確認他們已完全遵從《標準守則》所規定的準則，惟許清流先生於2023年3月22日在緊接截至2022年12月31日止年度的全年業績公告發佈後的董事交易禁售期內（該禁售期持續至包括截至2022年12月31日止年度的全年業績公告發佈當日，即包括2023年3月22日）不慎地購買100,000股本公司股份而違反了《標準守則》第A.3及B.8條除外。

為避免日後再次發生類似事件，公司已為全體董事安排了董事培訓。未來，公司將在未來任何禁售期內持續提醒所有董事注意交易限制。

致謝

董事謹藉此機會向鼎力支持本集團的股東及辛勤工作的全體員工致以由衷感謝。

董事會

於本公告刊發日，本公司的執行董事包括施文博先生、許連捷先生、許清流先生、許大座先生、施煌劍先生、許清池先生、許文默先生和李偉樑先生及獨立非執行董事保羅希爾先生、黃英琦女士、何貴清先生和陳闖先生。

承董事會命
施文博
主席

香港，二零二四年三月二十一日