

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>

二零二四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』

二零二四年年度業績財務摘要			
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	變動 %
收入	22,669,215	23,767,936	(4.6)%
毛利率(%)	32.3%	33.7%	
經營利潤	3,354,591	3,977,931	(15.7)%
公司權益持有人應佔利潤	2,298,535	2,800,533	(17.9)%
每股收益			
— 基本	人民幣2.015元	人民幣2.415元	(16.6)%
— 攤薄	人民幣2.015元	人民幣2.415元	(16.6)%
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)	39	42	
製成品週轉期(日)	46	42	
流動比率(倍)	1.4	1.4	
回報率(%)	11.0%	13.7%	

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」)截至二零二四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

		截至十二月三十一日止年度	
	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收入	2	22,669,215	23,767,936
銷售成本	4	<u>(15,344,275)</u>	<u>(15,757,248)</u>
毛利		7,324,940	8,010,688
推廣及分銷成本	4	(3,687,693)	(3,552,898)
行政費用	4	(1,422,536)	(1,515,989)
金融資產減值準備 — 淨額	4	(68,006)	(123,317)
其他收入和利得 — 淨額	3	<u>1,207,886</u>	<u>1,159,447</u>
經營利潤		<u>3,354,591</u>	<u>3,977,931</u>
財務收益	5	180,399	273,351
財務費用	5	<u>(563,575)</u>	<u>(646,577)</u>
財務費用 — 淨額		<u>(383,176)</u>	<u>(373,226)</u>
分佔按權益法入賬之投資業績		<u>376</u>	<u>699</u>
除稅前利潤		2,971,791	3,605,404
所得稅費用	6	<u>(675,187)</u>	<u>(798,000)</u>
年度利潤		<u>2,296,604</u>	<u>2,807,404</u>
應佔利潤：			
公司權益持有人		2,298,535	2,800,533
非控制性權益		<u>(1,931)</u>	<u>6,871</u>
		<u>2,296,604</u>	<u>2,807,404</u>
本公司權益持有人應佔之每股收益			
— 每股基本收益	7	<u>人民幣2.015元</u>	<u>人民幣2.415元</u>
— 每股攤薄收益	7	<u>人民幣2.015元</u>	<u>人民幣2.415元</u>

合併綜合收益表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
年度利潤	2,296,604	2,807,404
其他綜合(支出)收益		
其後可能會重分類至損益的項目		
— 外幣折算差額	<u>(19,069)</u>	<u>(64,659)</u>
其後不會重分類至損益的項目		
— 外幣折算差額	<u>107,149</u>	<u>82,041</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,384,684</u></u>	<u><u>2,824,786</u></u>
應佔：		
公司權益持有人	2,381,489	2,823,176
非控制性權益	<u>3,195</u>	<u>1,610</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,384,684</u></u>	<u><u>2,824,786</u></u>

合併資產負債表

	於十二月三十一日	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
	附註	
非流動資產		
物業、機器及設備	8,319,686	7,255,824
使用權資產	1,171,034	1,190,224
在建工程	1,287,158	1,710,626
投資性房地產	181,100	163,360
無形資產	612,589	640,498
非流動資產預付款	136,187	239,560
遞延所得稅資產	491,777	498,460
按權益法入賬之投資	34,678	56,854
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	–	212,370
長期銀行定期存款	4,630,685	1,438,163
	16,864,894	13,405,939
流動資產		
存貨	4,797,574	4,352,041
應收賬款及應收票據	9 2,254,158	2,553,357
其他應收賬款、預付賬款及按金	1,556,768	1,703,406
預繳當期所得稅	7,473	10,915
衍生金融工具	372	–
有限制銀行存款	300	300
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	61,149	–
現金及銀行存款	14,261,723	18,189,943
	22,939,517	26,809,962
總資產	39,804,411	40,215,901
資本及儲備		
股本	123,345	123,345
其他儲備	2,902,639	2,880,980
留存收益	17,894,966	17,391,515
歸屬於本公司權益持有人 非控制性權益	20,920,950 224,631	20,395,840 234,011
總權益	21,145,581	20,629,851

		於十二月三十一日	
	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動負債			
借款	11	2,420,061	330,430
租賃負債		9,000	12,948
遞延所得稅負債		153,227	182,386
		<u>2,582,288</u>	<u>525,764</u>
流動負債			
應付賬款及應付票據	10	3,044,835	2,750,069
其他應付賬款及預提費用		1,641,831	1,630,085
合約負債		543,233	540,276
衍生金融工具		–	15,548
租賃負債		14,078	17,675
當期所得稅負債		162,778	199,438
借款	11	10,669,787	13,907,195
		<u>16,076,542</u>	<u>19,060,286</u>
總負債		<u>18,658,830</u>	<u>19,586,050</u>
權益及負債合計		<u>39,804,411</u>	<u>40,215,901</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。以編製合併財務報表而言，若果該資訊合理地影響主要使用者決策，則該資訊會被視為重大資訊。此外，合併財務報表需要根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）及香港公司條例規定的適用披露。

(i) 本集團已採納香港財務報告之準則及準則修訂

本集團於本年度首次應用香港會計師公會（「香港會計師公會」）所頒佈的香港財務報告準則的以下修訂，該等修訂對本集團編製合併財務報表自二零二四年一月一日起生效：

香港財務報告準則第16號（修訂）	銷售及售後租回之租賃負債
香港會計準則第1號（修訂）	將負債分類為流動或非流動及香港詮釋第五號相關修訂 (2020年)
香港會計準則第1號（修訂）	附有契諾的非流動負債
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

除下文所述外，本年度應用香港財務報告準則（修訂）並無對本集團本年度及過往年度的綜合財務報表所載披露造成重大影響。

香港會計準則第1號（修訂）《將負債分類為流動或非流動》及香港詮釋第5號（2020年）（修訂）（「2020年修訂」）及香港會計準則第1號（修訂）《附有契諾的非流動負債》（「2022年修訂」）應用上之影響

本集團於本年度首次應用以上該等之修訂。2020年修訂就評估自報告日期起至少十二個月內推遲結算的權利以將負債歸類為流動或非流動提供了闡述和額外指導，其內容如下：

- 規定將負債分為流動或非流動應建基於報告期末存在的權利。具體而言，分類不應受到管理層決策上在12個月內清還負債的預期影響。
- 闡述負債的償還可以是轉移現金、商品或服務，或企業本身的權益工具。若某項負債附帶條款，可規定對方可選擇以轉讓企業本身的權益工具的方式償還該負債，則僅當企業根據香港會計準則第32號：《金融工具：呈列》將該選擇權單獨確認為權益工具時，這些條款才不影響該負債分類為流動或非流動。

對於以契約承諾為條件的自報告日起至少十二個月推遲結算的權利，2022年修訂特別明確規定，只有企業必須在報告期末或之前遵守的契約承諾才會影響企業自報告日後至少十二個月推遲結算負債的權利，即使僅在報告日之後評估對契約承諾情況。2022年修訂也規定，企業在報告日後必須遵守之契約（即未來契約）不會影響報告日將負債分類為流動或非流動。但是，若果企業推遲償還負債的權利取決於企業在報告期後十二個月內是否遵守契約承諾，則企業應披露相關信息，以使財務報表使用者能夠了解該負債在報告期後十二個月內償還的風險。這將包括有關契約、相關負債的帳面價值以及表明企業可能難以遵守契約的事實和情況（若有）。

根據過渡條款，本集團已採用新會計政策追溯將負債分類為流動負債或非流動負債。本年度應用該等修訂對合併財務報表並無重大影響。

(ii) 本集團已頒佈但未採納之新訂經修訂香港財務報告準則

多項新訂和經修訂準則及解釋在二零二四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：

香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具的分類與計量(修訂本) ³
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號(修訂本)	依賴自然資源的電力合同 ³
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號(修訂本)	投資者及其聯營公司或合資公司之間的資產出售或投入 ¹
香港財務報告準則會計準則(修訂本)	香港財務報告準則會計準則的年度改進 — 第11冊 ³
香港會計準則第21號(修訂本)	缺乏可兌換性 ²
香港財務報告準則第18號	財務報表中的呈列及披露 ⁴

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

² 二零二五年一月一日或之後起的年度期間生效。

³ 二零二六年一月一日或之後起的年度期間生效。

⁴ 二零二七年一月一日或之後起的年度期間生效。

除下文所述的新訂香港財務報告準則外，本公司董事預期應用所有其他經修訂香港財務報告準則將不會對可預見的未來綜合財務報表造成重大影響。

香港財務報告準則第18號財務報表中的呈列及披露

香港財務報告準則第18號財務報表列報和披露載列了財務報表呈列和披露規定，將取代香港會計準則第1號《財務報表列報》。此新訂香港財務報告準則會延續香港會計準則第1號多項規定的同時，並引入新的規定，即在損益表中列示指定類別和定義的小計；在財務報表附註中披露管理階層定義的績效指標，並改善財務報表中披露資訊的總和分解。此外，香港會計準則第1號的部分段落已移至香港會計準則第8號《會計政策、會計估計變更及錯誤》及香港財務報告準則第7號《金融工具：披露香港會計準則》。第7號《現金流量表》及香港會計準則第33號《每股盈利》亦有修訂。

香港財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於二零二七年一月一日或之後年度期間生效，並允許提前應用。預計新準則的應用將影響損益表的列報和未來財務報表的披露。本集團正在評估香港財務報告準則第18號對本集團綜合財務報表的詳細影響。

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：

	二零二四年				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	5,858,757	1,442,567	14,054,200	3,461,441	24,816,965
分部間相互銷售	(180,792)	(181,936)	(631,755)	(1,153,267)	(2,147,750)
集團收入	<u>5,677,965</u>	<u>1,260,631</u>	<u>13,422,445</u>	<u>2,308,174</u>	<u>22,669,215</u>
分部利潤(虧損)	<u>2,016,696</u>	<u>267,380</u>	<u>(244,681)</u>	<u>132,480</u>	2,171,875
未分配成本					(25,170)
其他收入和利得 — 淨額					<u>1,207,886</u>
經營利潤					3,354,591
財務收益					180,399
財務費用					(563,575)
分佔按權益法入賬之投資業績					<u>376</u>
除稅前利潤					2,971,791
所得稅費用					<u>(675,187)</u>
年度利潤					2,296,604
非控制性權益					<u>1,931</u>
本公司權益持有人應佔利潤					<u>2,298,535</u>

二零二四年

	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 — 截至二零二四年					
十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	311,904	359,434	887,937	129,711	1,688,986
物業、機器及設備及投資性房地產之 折舊開支	151,023	50,082	617,438	86,448	904,991
使用權資產之折舊開支	10,871	5,025	24,221	10,713	50,830
無形資產之攤銷開支	24,431	—	5	6,652	31,088
於二零二四年十二月三十一日					
分部資產	4,114,100	1,370,479	12,449,072	2,195,528	20,129,179
遞延所得稅資產					491,777
預繳當期所得稅					7,473
按權益法入賬之投資					34,678
以公允價值計量且其變動計入損益的 金融資產					61,149
長期銀行定期存款					4,630,685
現金及銀行結餘					14,261,723
未分配資產					187,747
總資產					39,804,411
分部負債	943,999	270,829	3,033,196	951,067	5,199,091
遞延所得稅負債					153,227
當期所得稅負債					162,778
借款					13,089,848
未分配負債					53,886
總負債					18,658,830

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
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業績					<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
無形資產之攤銷開支	24,143	2	26	6,651	30,822
	<u>4,297,173</u>	<u>1,086,481</u>	<u>12,384,739</u>	<u>1,862,643</u>	<u>19,631,036</u>
於二零二三年十二月三十一日					
分部資產	<u>4,297,173</u>	<u>1,086,481</u>	<u>12,384,739</u>	<u>1,862,643</u>	<u>19,631,036</u>
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當期損益的金融資產					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					<u>178,160</u>
總資產					<u>40,215,901</u>
分部負債	<u>929,902</u>	<u>269,567</u>	<u>3,287,919</u>	<u>372,125</u>	<u>4,859,513</u>
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					<u>107,088</u>
總負債					<u>19,586,050</u>

3. 其他收入和利得 — 淨額

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
長期與短期定期存款利息收入	658,472	696,546
政府獎勵收入 (附註)	464,560	549,621
已實現衍生金融工具公允價值利得	167,884	140,711
附屬公司清算收益	77,398	1,564
物業、機器及設備、無形資產及使用權資產處置收益 (損失)	47,302	(28,399)
出售聯營公司投資收益	13,283	—
未實現衍生金融工具公允價值收益	366	(15,461)
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	(161,633)	(3,301)
營運匯兌損失 — 淨額	(98,149)	(184,325)
其他	38,403	2,491
	<u>1,207,886</u>	<u>1,159,447</u>

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. 費用分佈

計入銷售成本、推廣及分銷成本、行政費用及金融資產減值準備淨額的分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
原材料及消耗品	12,530,477	13,437,648
員工福利費用 (包括董事酬金)	2,418,881	2,253,995
運輸及裝卸費用	1,183,640	1,156,571
市場及推廣成本	1,157,578	1,100,647
公用事業及辦公室費用	1,031,653	990,824
物業、機器及設備之折舊開支	896,381	808,830
維修及保養費用	212,726	180,377
研究與開發費用	209,638	339,836
差旅費用	159,940	154,584
金融資產減值準備計提	68,006	123,317
稅金及附加	106,846	101,080
使用權資產之折舊開支	50,830	54,201
短期及低價值租賃開支	42,594	49,412
無形資產之攤銷開支	31,088	30,822
物業、機器及設備的減值準備計提	—	5,883
存貨減值準備沖回	(20,251)	(23,387)
存貨減值準備計提	7,811	(241,504)
核數師酬金		
— 核數服務費用	4,400	5,900
— 非核數服務費用	3,115	2,218
其他	427,157	418,198
	<u>20,522,510</u>	<u>20,949,452</u>
銷售成本、推廣及分銷成本、行政費用及金融資產減值準備淨額 合計		

5. 財務收益及費用

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
財務費用：		
利息費用		
— 借款	477,942	648,597
— 租賃負債	1,169	1,496
其他財務費用	17,126	11,469
匯兌損失	71,622	—
	<u>567,859</u>	<u>661,562</u>
財務費用合計	567,859	661,562
減：資本化作為在建工程中樓宇及機器的財務費用	(4,284)	(14,985)
	<u>563,575</u>	<u>646,577</u>
財務收益：		
現金及現金等價物利息收入	(180,399)	(272,469)
匯兌收益	—	(882)
	<u>(180,399)</u>	<u>(273,351)</u>
財務費用 — 淨額	<u>383,176</u>	<u>373,226</u>

截至二零二四年十二月三十一日止年度，從一般借款得來並用作開發在建工程之資金所用之資本化比率為2.87% (二零二三年：2.83%)

6. 所得稅費用

在合併利潤表之所得稅費用如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
當期所得稅		
— 當期所得稅費用	570,414	644,021
— 中國代扣代繳股息稅	127,244	87,314
遞延所得稅		
— 計入損益的稅務(抵免)費用	<u>(22,471)</u>	<u>66,665</u>
所得稅費用	<u>675,187</u>	<u>798,000</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) 本集團雖在部份已頒佈第二支柱法規但尚未生效的司法權區內展開業務。然而，由於本集團對所有經營所在地估計的有效稅率均高於15%，基於第二支柱法規調整後的評估，本集團管理層未就第二支柱所得稅風險作出相關的信息披露。

7. 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。

	二零二四年	二零二三年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>2,298,535</u>	<u>2,800,533</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,140,558</u>	<u>1,159,752</u>
每股基本收益(人民幣元)	<u><u>2.015</u></u>	<u><u>2.415</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。

截至二零二四年及二零二三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。

8. 股息

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
確認為分派予普通股股東之股息：		
支付二零二四年度中期股息每股普通股人民幣0.70元 (二零二三年：截至二零二三年十二月三十一日止年度之 中期股息每股人民幣0.70元)(附註)	813,485	813,485
建議／支付二零二三年度末期股息每股普通股人民幣0.70元 (二零二三年：截至二零二二年十二月三十一日止年度之 末期股息每股人民幣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：

二零二四年內已向本公司股東支付截至二零二三年十二月三十一日止年度的末期股息每股人民幣0.70元，為數約人民幣813,485,000元（當中含股份獎勵計劃預提的股息人民幣16,240,000元）以及二零二四年年度中期股息人民幣813,485,000元，每股人民幣0.70元，（當中含股份獎勵計劃預提的股息人民幣16,240,000元），全年股息合共人民幣1,626,970,000。

二零二三年內已向本公司股東支付截至二零二二年十二月三十一日止年度的末期股息，每股人民幣0.70元以及二零二三年十二月三十一日止年度支付的中期股息，每股人民幣0.70元，全年股息合共人民幣1,626,970,000。

於二零二五年三月二十五日舉行的董事會議上，建議派發二零二四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，具體金額以二零二五年五月二十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。以二零二五年三月二十四日當日港幣兌人民幣匯率0.92347折算，期末股息每股人民幣0.70元相等於每股0.758010。

9. 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。應收賬款及應收票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
30天以內	952,521	937,106
31-180天	1,248,469	1,517,859
181-365天	47,041	88,922
365天以上	191,641	175,111
	<u>2,439,672</u>	<u>2,718,998</u>
減：減值準備	<u>(185,514)</u>	<u>(165,641)</u>
應收賬款及應收票據 — 淨額	<u><u>2,254,158</u></u>	<u><u>2,553,357</u></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。

10. 應付賬款及應付票據

於二零二四年及二零二三年十二月三十一日，應付賬款及應付票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
30天以內	1,716,415	1,686,381
31-180天	1,299,079	1,051,641
181-365天	24,014	7,775
365天以上	5,327	4,272
	<u>3,044,835</u>	<u>2,750,069</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的賬面值與公允值相若。

11. 借款

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動		
長期銀行貸款 — 無抵押	2,420,061	330,250
長期銀行貸款 — 抵押	—	180
	<u>2,420,061</u>	<u>330,430</u>
流動		
短期銀行貸款 — 無抵押	10,540,562	10,621,301
銀行押匯貸款	107,147	421,293
長期銀行貸款的流動部分 — 無抵押	21,889	2,862,500
長期銀行貸款的流動部分 — 抵押	189	2,101
	<u>10,669,787</u>	<u>13,907,195</u>
總計	<u>13,089,848</u>	<u>14,237,625</u>

(a) 超短期融資券

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
2024				
24恒安國際SCP001	2.10%	180天	2024-09-04	2,500,000
24恒安國際SCP002	2.10%	182天	2024-09-11	2,500,000
2023				
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

二零二四年，隨著增量政策與存量政策共同發力，國家經濟穩中有進，二零二四年國內生產總值同比增長5.0%。在擴內需促消費政策帶動下，消費市場實現平穩增長，二零二四年社會消費品零售總額同比增長3.5%，其中日用品類零售總額增長3.0%。然而國際地緣政治動盪加劇及貿易保護主義升溫，窒礙全球經濟復甦動能。面對複雜多變的經營環境，集團積極提升其綜合競爭優勢，持續聚焦盈利，推進產品高端化，深化電商及新零售佈局，持續拓展市場版圖，實現穩健發展。

年內，儘管國內消費市場總體保持平穩增長，居民消費能力和意願仍有待提升。國內生活用品市場競爭越趨激烈，眾多國內外品牌以低價促銷策略爭奪市場份額，導致行業平均售價下降，引致整體市場銷售出現負增長。然而，恒安緊抓高品質個人護理產品需求增加及消費渠道碎片化帶來的增長機遇，通過穩定價格策略及產品持續升級及高端化，深入拓展電商平台及新零售渠道，同時促進傳統渠道的銷售及拓展其新的增長點，集團的全渠道銷售策略持續發展，其市佔率持續居於行業領導地位。截至二零二四年十二月三十一日，集團的整體收入較去年同期下跌4.6%至約人民幣22,669,215,000元(二零二三年：人民幣23,767,936,000元)。二零二五年，集團將持續其全渠道銷售、品牌全面優化及穩定價格銷售的策略，預期收入將保持穩定。

集團緊握線上線下融合消費模式所帶來的機遇，持續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。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34.1%(二零二三年：30.1%)，銷售收入同比增長約8.0%。另外，集團於年內亦持續促進傳統渠道的銷售及發展其新的增長點，全渠道銷售策略穩步推進。同時，集團積極洞察消費者對高品質衛生

用品及個性化體驗的需求，研發新技術升級產品，提速發展高端產品並優化產品組合，提升品牌形象，為長遠發展注入新動力。這包括高端紙尿褲「Q•MO」系列、衛生巾系列「萌睡褲」及高端品牌「天山絨棉」等，於年內持續深受消費者青睞，保持強勁的銷售勢頭，各重點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，同時提升品牌形象及產品口碑。

回顧年內，縱使高端高毛利產品銷售佔比穩步提升，以及衛生巾石化原材料成本得以節省，紙巾原材料木漿價格於第二季上漲的滯後效應，導致集團第三季原材料木漿庫存成本上升，再加上促銷費用於年內大幅增加超過10.0%，集團毛利受壓。二零二四年，集團整體毛利下跌約8.6%至約人民幣7,324,940,000元（二零二三年：人民幣8,010,688,000元），毛利率則下跌至約32.3%（二零二三年：33.7%）。預期二零二五年，集團將審慎投放促銷資源，而高端高毛利產品預期將持續錄得顯著增長，預期在原材料價格保持平穩下，集團毛利將維持穩定。

年內，經營利潤下跌15.7%至人民幣約3,354,591,000元（二零二三年：人民幣3,977,931,000元），主要是集團整體毛利下降所致。公司權益持有人應佔利潤下跌約17.9%至約人民幣2,298,535,000元（二零二三年：人民幣2,800,533,000元）。二零二四年，集團每股基本收益約人民幣2.015元（二零二三年：人民幣2.415元）。

董事會宣佈派發截至二零二四年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣0.70元（二零二三年：每股人民幣0.70元），連同已派發中期股息每股人民幣0.70元（二零二三年：每股人民幣0.70元）後，全年股息為每股人民幣1.40元（二零二三年：每股人民幣1.40元），總派發金額為人民幣1,626,970,000元（二零二三年：人民幣1,626,970,000元），保持穩定的派息金額。

衛生巾業務

中國女性衛生護理用品市場規模全球領先，隨著女性健康意識和消費能力的提升，消費者對產品質量、安全和附加值日益重視，驅動市場高端化升級和持續擴張。然而，市場競爭白熱化，眾多國內外品牌均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，使恒安在市場競爭中穩守行業領導地位。集團二零二三年下半年推出的高端產品「天山絨棉」系列，憑藉優良的質量和品牌形象，年內維持熱銷。

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，同時確保在傳統渠道中的優勢。然而，年內國內衛生巾市場競爭日趨激烈，國內外品牌均降價促銷以拓展市場，導致銷售受到一定影響，集團二零二四年衛生巾業務銷售收入錄得跌幅約8.1%至約人民幣5,677,965,000元(二零二三年：人民幣6,178,438,000元)，佔其整體收入約25.0%(二零二三年：26.0%)。預期二零二五年市場環境仍然充滿挑戰，但在升級及高端產品佔比提升及傳統及新零售銷售渠道業務持續穩定發展及開拓的帶動下，將有望帶動集團衛生巾業務的銷售收入回復穩定增長。

集團堅持穩定的定價策略及審慎投放促銷費用，受惠於集團的升級及高端產品的銷售佔比提升，以及年內衛生巾的主要原材料石化原材料成本的節省，衛生巾業務於二零二四年的毛利率保持穩定在約63.7%(二零二三年：63.8%)。集團將抓緊國內市場的機遇，在產品升級及高端化的推動下，預期二零二五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」和「褲型」等升級產品，受到市場的熱烈歡迎。集團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。儘管此產品於二零二三年下半年才推出，其銷售額於年內已經超過人民幣4.0億，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趙今麥作為「七度空間」的品牌代言人，為品牌注入了青春活力，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，「褲型」系列產品仍然具有很大的增長潛力，於年內，銷售額達約人民幣5.87億，按年同比增長約21.5%。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。再者，集團旗下衛生巾品牌「安爾樂」的瞬吸液體衛生巾於年內推出，產品採用專利芯體及3D液體倉技術，使衛生巾快速吸乾及防漏，獲得國內消費者的青睞。

同時，集團將繼續擴大新零售渠道佔比，開發高品質產品，保持價格穩定，鞏固傳統渠道增長，從而促進長期發展並鞏固領先地位。此外，集團還將研發和推出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，抓住市場機遇。

紙巾業務

紙巾已成為居家及出行必需品，消費者對品質、功能和環保性日益重視，推動紙巾市場高端化和環保化升級。年內，國內品牌激烈的價格戰導致行業銷售下滑，面對行業加速整合，集團聚焦利潤提升和產品高端化，通過穩定價格、全渠道銷售、品牌優化、產品多元化和費用控制，成功實現紙巾銷量逆勢增長，並進一步擴大市場佔有率。年內，受惠於集團有效的「價值競爭」策略，其高端紙巾銷售佔比持續提升，集團紙巾產品銷量錄得低單位數的增長。然而，因促銷費用增加超過10.0%及原紙銷售於年內顯著下跌超過26.0%，集團紙巾業務銷售收入同比下跌約2.4%至約人民幣13,422,445,000元（二零二三年：人民幣13,748,172,000元），其跌幅已較二零二四年上半年的3.1%收窄，主要是受惠於紙巾銷售於二零二四年第四季回暖。紙巾業務銷售佔集團整體收入約59.2%（二零二三年：57.8%）。預期二零二五年，縱使行業減價促銷持續，高端高品質紙巾的市場需求仍將持續增長，集團將持續升級產品及提升高端產品的滲透率，以減低行業價格競爭對集團紙巾銷售的影響，紙巾業務表現將保持平穩。

年內，雖然集團的產品高端化成果顯著，但受原材料價格波動及促銷費用增加影響，紙巾業務毛利承壓。紙巾原材料木漿價格於第二季上漲，第三季回落，但木漿價格的3個月滯後及促銷費用增加導致集團第三季木漿庫存成本上升，而第四季則略有改善。紙巾業務下半年毛利率較上半年環比下跌，而二零二四年全年紙巾產品毛利率下跌至約18.9%（二零二三年：21.7%）。展望二零二五年，集團將控制促銷費用及持續提高高端產品的銷售佔比，加上木漿價格預期處於穩定期，集團紙巾業務的毛利率將維持穩定。

在國民衛生意識提升和消費升級趨勢的驅動下，集團的升級及高端紙巾產品銷售表現斐然。二零二四年三月，集團心相印品牌攜手業界發佈「100%原生木漿」標識，旨在規範好紙巾辨別標準，推動生活用紙行業品質化升級，同時推出「絨立方系列」的各類型紙巾（包括抽紙及廚房紙）。「絨立方」是集團引入國內首台TAD紙機設備所生產的全新系列，亦是國內首款採用TAD空氣流乾燥技術的紙巾，TAD為目前世界公認的高品質生活用紙生產技術，舒適性和實用性皆具顛覆式提升。絨立方系列面巾紙柔軟親膚，廚房紙能高效吸油鎖水。

濕紙巾業務方面，國內消費者越來越重視衛生用品的功能性和便捷性，濕紙巾已成為日常必需品，國內濕紙巾產品的消費需求及滲透率持續提升。濕紙巾產品日益多元化，應用場景不斷拓展，滿足消費者個性化需求，驅動市場快速發展。依託卓越的產品品質及貼心的包裝設計，集團的濕紙巾業務保持強勁的增長勢頭。集團透過推出多元化的濕紙巾產品組合，加快滲透濕廁紙、凍巾、嬰兒濕巾、成人濕巾、家庭清潔濕巾等細分市場，滿足消費者的不同喜好及需求，奠定其市場領跑者地位。此外，濕紙巾的毛利率為紙巾產品中最高，盈利能力甚佳。年內，濕紙巾的毛利率為50.7%。集團的「心相印」品牌濕巾採用優質水刺無紡佈加濕液製成，質感柔軟厚實，坐擁「國內濕巾行業的第一品牌」之美譽。在集團持續深耕濕紙巾市場下，集團年內濕紙巾業務錄得突破性增長，銷售收入首

超人民幣10.0億元，大幅攀升30.7%至約人民幣1,216,677,000元(二零二三年：人民幣931,060,000元)，佔紙巾業務銷售比例為約9.1%(二零二三年：6.8%)。受高端及個人化衛生用品需求增長驅動，預期濕紙巾業務將保持強勁增長。集團將繼續緊握濕紙巾市場的龐大增長機遇，持續提升國內濕紙巾市場份額，鞏固其領先市場地位。

此外，集團亦致力提升心相印的品牌印象，展現對社會的關愛。集團於年內發佈心相印與馬吉德爺爺「玫瑰人生」的聯名抽紙。馬吉德是一位前阿拉伯語高級教師，不幸因為戰爭和疾病流落敘利亞街頭，只能靠賣紙巾維持生計。心相印為爺爺和其妻子送上玫瑰和手寫信表達品牌的敬意，同時在品牌紙巾包裝上加上「馬吉德爺爺」的人物插畫及其引句「我們必須得好好利用這一生」，又邀請馬吉德爺爺連線進行專場直播，大獲各界好評。心相印以其品牌影響力喚起社會對馬吉德以至社會弱勢、流亡人士的關注，透徹落實「愛在心相印」的品牌口號，深化心相印充滿溫度及富愛心的品牌形象。

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13.0%，佔紙巾銷售佔比接近約40.0%，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。

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及個人化的需求，提高紙巾生產的成本效益，增加各生產基地的產能，藉此抓緊國內生活用紙市場的機遇及保持在紙巾市場的領導地位。年內，集團的年產能提升至約為1,630,000噸，湖北孝感一期及廣東雲浮一期已於年內投產，預計二零二五年將在廣東雲浮項目餘下的部分逐步完成增加產能，以迎合市場情況和滿足銷售增長的需求。

紙尿片業務

隨著人口高齡化持續和國民消費水平不斷提升，中國紙尿褲市場規模持續壯大。消費升級和育兒觀念進步帶動嬰兒紙尿褲滲透率持續提升。國內消費者對國產品牌的認可度和信任度不斷提高，中國紙尿褲市場機遇處處。

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」銷售保持大幅增長，銷售錄得約人民幣5.48億元，同比增長約20.1%，佔比進一步提升至約43.5%。二零二四年，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53.9%及約21.8%。儘管市場競爭加劇，受惠於品牌競爭力提升，集團皇牌高端產品「Q•MO」的銷售持續增長，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，年內銷售保持穩定，佔比約24.0%。因此，集團於年內的紙尿褲業務銷售上升約0.5%至約人民幣1,260,631,000元(二零二三年：人民幣1,254,070,000元)，佔集團整體收入約5.6%(二零二三年：5.3%)。預期在高端嬰兒及成人紙尿褲的產品佔比穩步提升下，二零二五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年內保持穩定，加上利潤較高的高端產品「Q•MO」(毛利率超過50.0%)的銷售佔比上升，二零二四年的紙尿褲業務毛利率大幅改善至約45.4%(二零二三年：38.1%)，預期二零二五年紙尿褲業務的毛利率將持續改善。

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，集團近年持續轉型「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。集團將繼續優化紙尿褲產品，抓緊國內產品增長機會，搶佔更大市場份額。透過雙品牌策略，集團預期二零二五年嬰兒紙尿褲業務的銷售將保持穩定增長。

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10.8%至約人民幣2,308,174,000元(二零二三年：人民幣2,587,256,000元)，主要由於集團傾向預留原材料作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17.1%至約人民幣11.6億元(二零二三年：人民幣14.0億元)。受益於聚焦利潤策略的有效實施，集團的其他收入業務在年內的毛利率上升至26.1%(二零二三年：23.4%)。

年內，家居用品業務收入為約人民幣252,535,000元(二零二三年：人民幣249,589,000元)，同比上升約1.2%，佔集團收入約1.1%(二零二三年：1.1%)。

近年，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。

國際業務發展

集團一直積極發展海外市場，海外渠道(不包括皇城集團業務)的二零二四年收入為約人民幣1,166,774,000元(二零二三年：人民幣1,586,085,000元)，佔集團整體銷售的比例約5.1%(二零二三年：6.7%)。

年內，集團旗下位於馬來西亞的皇城集團業務穩步發展，營業額錄得人民幣485,610,000元(二零二三年：人民幣437,699,000元)，同比增長約10.9%，佔集團整體銷售的比例約2.1%(二零二三年：1.8%)。皇城集團主要從事投資控股以及生產及加工纖維製品，包括成人及嬰兒紙尿褲和紙巾產品、棉製品及加工紙。旗下品牌包括「P Love」成人紙尿褲、「Carina」個人衛生及紙巾產品。集團以馬來西亞皇城集團作為據點，將恒安紙巾及成人紙尿褲產品透過皇城帶進東南亞市場。

集團未來將會繼續升級現有皇城產品，研發並推出更多皇城品牌的高質量產品，進一步提升在馬來西亞以至東南亞市場的佔有率。

電商及新零售渠道

隨著線上線下融合消費新模式及數字化經濟加速發展，電商及新零售渠道日趨普及，整體網購市場規模不斷壯大，為零售業注入活力及帶來新機遇。據統計，二零二四年全國實物商品網上零售額達人民幣13.1萬億元，同比增長6.5%，其中日常用類商品增長6.3%。為滿足消費者日益升級的需求，集團持續創新發展並優化其電商及其他新零售渠道，緊隨市場趨勢以抓住商機。年內，集團在新渠道上針對不同品牌進行更高質量的產品推廣，其穩定價格策略獲得市場正面反饋，進一步提升其在線上及其他新零售渠道的品牌知名度和市場份額。

二零二四年，集團電商及新零售渠道(包括零售通及新通路)保持強勁發展勢頭，年內銷售收入增長約8.0%至超過約人民幣77.3億元(二零二三年：約人民幣71.6億元)，而且佔集團整體銷售比例亦上升至約34.1%(二零二三年：30.1%)。年內，新零售渠道對紙巾業務、衛生巾業務及紙尿褲業務的銷售貢獻，分別約39.7%、約27.9%及約53.9%，未來新零售渠道的銷售比重可望進一步上升。

未來，集團將緊貼電商及新零售渠道的新消費模式及趨勢，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，持續拓展消費群覆蓋。

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

由於集團於二零二四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5,110,229,000元(二零二三年：人民幣5,068,887,000)，與去年相比輕微上升約0.8%。然而，集團於年內的銷售及行政費用佔整體收入比例受收入下跌因素影響致上升至約22.5%(二零二三年：21.3%)。集團相信透過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二零二五年會錄得改善。

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貶值，因此，集團的營運匯兌虧損錄得約人民幣1.7億元(二零二三年：人民幣1.8億元)，與去年相若。

截至二零二四年十二月三十一日，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。於二零二四年十二月三十一日，集團共有現金及銀行存款、長期存款和有限制銀行存款約人民幣18,892,708,000元(二零二三年：人民幣19,628,406,000元)，銀行貸款及其他貸款共約人民幣13,089,848,000元(二零二三年：人民幣14,237,625,000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。於二零二四年三月，集團完成發行兩批超短期融資券，總額為人民幣50億元，票面利率同為2.1%，為期180日至182日。發行兩批超短期融資券所得款項擬用作補充集團及其附屬公司的營

運資金及償還其債務。該兩批超短期融資券已經於二零二四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0.001%至5.39%之間(二零二三年：0.05%至6.45%之間)。

於二零二四年十二月三十一日，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)為約62.6%(二零二三年：69.8%)。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27.7%(二零二三年十二月三十一日：負26.4%)，因此集團處於淨現金狀況約人民幣58.0億元(二零二三年：人民幣53.9億元)。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1,688,986,000元(二零二三年：人民幣1,843,888,000元)，主要用於增加各生產基地的產能。於二零二四年十二月三十一日，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。集團於二零二四年十二月三十一日一共聘用約24,000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

二零二四年，集團所獲主要獎項／榮譽如下：

獎項／榮譽	頒發機構
泉州慈善企業	泉州市人民政府
重點行業能效「領跑者」企業 — 恒安(中國)紙業有限公司	工業和信息化部辦公廳、國家發展改革委辦公廳、市場監管總局辦公廳
2024百大年度品牌榜第89位 — 心相印	新浪財經、中國品牌創新實驗室、蜜度
2024年度中國擦拭巾行業、嬰兒紙尿褲行業、女性衛生用品行業及成人失禁用品行業十強企業	中國造紙學會
2024年中國衛生用品行業匠心產品 — 安爾樂、安兒樂、安而康及七度空間及中國生活用紙行業匠心產品 — 心相印	中國造紙學會
中國生活用紙行業十佳科技創新企業	中國造紙學會
副主任委員單位	中國造紙學會衛生用品專業委員會
2024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)
福建省製造業及創新型民營企業100強	福建省工商業聯合會

獎項／榮譽

頒發機構

踐行「晉江經驗」優秀企業家群體	福建省委宣傳部
2024福建製造企業100強(第二十一名)	福建省企業與企業家聯合會、福建社會科學院、福建省廣播影視集團
第31屆中國國際廣告節長城獎年度品牌徵集大賽 — 年度提名品牌、大國好貨2024年度品牌企業	中國廣告協會
ESG認證嘉許暨永續發展論壇2024 — ESG年度榮譽成就大獎	星島新聞集團、香港理工大學
2024第七屆「鼎革獎」數字化轉型先鋒榜 — 年度全數據智慧企業獎(恒安供應鏈計劃優化項目、恒安ERP私有雲升級項目)	《財經》雜誌、SAP思愛普公司
京東超市十週年「銷售卓越品牌獎」— 心相印及京東超市個護行業 — 行業領先品牌(七度空間、安而康)	京東超市
年度超棒營銷獎及天貓金妝獎 — 心相印、七度空間	天貓超市
2024年中國卓越管理公司 — 中國卓越管理公司金獎	德勤中國、新加坡銀行、香港科技大學商學院、《哈佛商業評論》中文版

企業社會責任

恒安秉持「與各利益相關方共同成長，不斷向成為頂級生活用品企業邁進」的願景，構建了「GROWTH」ESG戰略框架，以促進與各利益相關方的深度協作，實現高效協同發展。圍繞卓越治理、綠色發展、客戶關懷、員工賦能、信賴夥伴、健康社區等領域，恒安以可持續實踐為引擎，驅動企業高質量前行，穩步邁向「百年千億」的目標。

在與各利益相關方的共同努力下，恒安持續提升ESG信息披露透明度和評級表現。二零二四年，我們的恒生ESG評級晉升至「A」，並首次被納入「恒生可持續發展企業基準指數」。此外，截至報告期末，MSCI ESG評級達到「BBB」等級；富時羅素評級已連續三年提升，成功入選富時羅素社會責任指數(FTSE4Good)系列；2023年、2024年本集團連續兩年成功入選標普全球《可持續發展年鑑(中國版)》。

二零二四年，我們還榮獲香港「ESG認證嘉許即永續發展論壇2024」的「ESG年度榮譽成就大獎」，成為消費品行業唯一入圍獲獎企業。

卓越治理

恒安致力於通過建立完善的管治體系，保障股東利益的同時，為利益相關方以及全社會創造價值，踐行社會責任。本集團自上而下建立了四級ESG治理架構，包含董事會、ESG委員會、ESG工作小組及各相關職能部門。各層級分別承擔ESG事宜的決策、監督、協調及執行職責，致力於將ESG理念貫穿企業運營管理的各個環節，紮實推進恒安可持續發展進程。

我們積極響應各方關切，制定可持續發展相關政策，並在官網公開披露，接受公眾的監督。恒安廣泛聽取各利益相關方聲音，響應各方對於恒安可持續發展的期望，並就各利益相關方關心的ESG相關議題進行商討和響應，及時調整本集團ESG策略。

綠色發展

恒安在綠色發展道路上堅定前行，積極應對氣候變化，將綠色低碳的理念融入運營各環節，推進價值鏈減碳，並在運營中努力減少資源能源消耗及廢棄物排放，實現能效提升與資源循環利用，助力美麗中國建設。二零二四年，恒安的溫室氣體排放強度為每萬元銷售額0.63噸二氧化碳當量；造紙板塊單位產品能耗為0.34噸標煤，遠低於《製漿造紙單位產品能源消耗限額》(GB31825-2024)》紙巾原紙1級標準(每噸380公斤標煤)。

恒安在價值鏈中堅定傳遞守護生態環境的理念，持續推進負責任的木漿採購，保護人類賴以生存的森林資源。本集團發佈《零毀林承諾》，向供應商與合作夥伴傳達「無淨森林砍伐」期望，並共同努力向此承諾邁進。截止二零二四年年底，恒安有8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。

報告期內，本集團附屬恒安(孝感)家庭用品有限公司獲評中華人民共和國工業和信息化部「國家級綠色工廠」。恒安(中國)紙業有限公司成為衛生紙原紙、紙巾原紙行業唯一一家入選2023年度《重點行業能效「領跑者」企業名單公示》的企業。

客戶關懷

恒安始終堅持「以消費者為導向」的市場理念，在瞬息萬變的市場中積極探索，大膽創新。我們著手升級研發管理體系，以強化產品創新與市場需求之間的緊密聯繫。憑藉嚴格的技術標準，我們持續推進技術迭代，加強創新人才隊伍建設，並致力於持續提升研發的一次成功率，力求以最高效的方式推出更多貼近消費者需求、品質卓越的個人及家庭衛生用品。

我們以對卓越品質的不懈追求推動生產質量體系的優化升級，通過完善質量管理流程、嚴格執行質量風險審核、打造質量人才梯隊建設，為質量管理築牢堅實基礎。同時，我

們加強質量管理數字化建設，自主開發並上線「HA恒實檢」數據採集小程序；新增質量檢測中心，並完成國家CNAS認可實驗室認證，進一步提升質量控制效率和能力，持續以高標準、嚴要求保障產品質量，為消費者提供更優質、更可靠的產品。

二零二四年，恒安集團發佈國內首款TAD產品心相印絨立方紙巾，舒適性和實用性都得到顛覆式提升；心相印作為生活用紙行業領導品牌，發起「100%原生木漿作為生活用紙品質認證標識」倡議，並頒佈100%原生木漿標識，旨在規範好紙巾辨別標準，推動生活用紙行業品質化升級。

本集團將可持續發展融入創新戰略，以生態友好與環境可持續性為創新理念之一，指引創新工作，致力於打造安全、健康且環保的產品。我們深入探索綠色原料的應用，積極採納精益生產實踐，並識別、評估產品全生命週期中的關鍵環境因素及潛在危害，制定相應的控制程序與管理規劃，以最大程度降低對環境的負面影響。

我們亦高度重視化學品安全，嚴格遵守相關法律法規與內部規範性文件，對包括產品開發、化學品採購、儲存、使用以及披露在內的化學品相關全流程實施精細化管理。我們嚴格依據國際、國家、行業相關標準以及內部標準，以高標準建設上游原材料管控，引進優質原材料，針對所有產品定期對所有用到的化學品開展識別與評估，並及時淘汰所有存在潛在風險的化學品，以提供令消費者放心的產品。

員工賦能

本集團堅信員工的福祉與成長是企業穩健發展的基礎和實現可持續發展的根本動力。恒安踐行平等就業原則，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。我們發佈《生活工資承諾》，提供完善合理的薪酬福利，切實保障員工權益。此外，我們推出期權激勵計劃，覆蓋全體員工。

恒安致力於人才梯隊建設與培養，通過建立全集團招聘業務線上流程管理平台，實現數字化閉環管理的同時建立人才庫分級和共享管理，快速定位和發掘人才。我們積極推進大學生實習實訓基地共建合作，並已獲得「廈門大學案例企業基地」「泉州師範學院大學生實踐基地」「閩南理工學院產教融合實訓基地」等榮譽稱號。

本集團持續激發員工潛力，對員工分層次、分階段進行全方位的技能和素質培訓，並不斷完善管理和技術方向的雙通道職業發展體系，篩選優秀員工進入晉升管道，促進員工與企業共同成長。

截至二零二四年底，恒安共有僱員約24,000人，女性員工佔比為54%，僱員培訓總時數超過48萬小時，管理崗位晉升人數125人，員工加入工會的比例為100%。

此外，恒安始終將安全視為企業發展的永恒主題，通過制定全面安全管理方針及目標，實施穩健管理和既定控制程序，全面落實安全生產主體責任，持續提高安全管理水平和績效。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，執行全生命週期安全管理流程和安風險應急措施，打造安全健康的工作環境。恒安已完成全面安全發展戰略的第二階段，正蓄勢待發，準備向第三階段邁進，力爭成為世界範圍內安全管理標桿企業。

我們持續穩健推進安全管理工作，不斷完善安全隱患問題提報流程，積極推進安全生產標桿生產線項目，同時開展基地安全幫扶，進一步強化安全風險管理，並採取一系列保障員工健康的舉措。二零二四年，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2,782天。

本集團高度重視安全文化建設，制定《全面安全培訓管理規定》，通過多層次、多形式的培訓和演練，並於二零二四年開展安全生產月活動，全面普及安全知識，提升員工的安全意識和應急能力。

信賴夥伴

恒安始終秉持開放包容的態度，致力於建立穩固的合作夥伴關係。我們通過不斷健全供應商管理體系，實現對供應商開發准入、績效評估、日常管理及淘汰退出的全流程精细化管理，並通過實施供應商分級分類和定期績效評估，不僅為配額分配提供重要參考，更成為驅動供應商績效持續改善的動力源泉。

恒安致力於打造可持續供應鏈，通過發佈《供應商行為準則》，在價值鏈傳遞可持續發展理念。我們積極鼓勵並支持供應商在環保和社會責任方面做出持續改進，綜合參考其披露的ESG報告、碳足跡證書以及第三方社會責任審核報告等信息，將供應商ESG相關績效表現作為正向激勵納入供應商評價體系。

我們暢通供應商交流渠道，通過現場考察或舉辦各類培訓交流會議，共同探討質量提升的有效策略，深入交流產品的環保性能優化路徑，增強供應商對保障原材料質量等方面的共識，促進價值鏈共同成長。報告期內，本集團組織專家團隊實地走訪芬蘭供應商，深入了解樹木再生和種植的知識，並與供應商交流木漿可持續性管理事宜。

健康社區

作為業內領軍企業，恒安積極構築慈善事業基石，大力支持慈善基金，致力於關愛家庭、關愛社會的不同群體，將回饋社會視為己任，將履行社會責任、服務社會民生貫徹到底。

恒安自一九八五年成立以來一直致力於推動和改善女性健康條件，通過啟動「粉紅羽翼」女童青春期健康教育系列活動，持續關注青春期女童的健康成長，並走進川西北十幾個鄉鎮開展關愛西部女性健康公益活動。本集團深切關注特殊兒童群體，通過世界孤獨症日主題活動向泉州市孤獨症關愛基金捐贈2,000萬元。同時，本集團在重陽節來臨之際，

向晉江市全市27家老年福利機構捐贈452箱愛心物資，以實際行動傳遞尊老敬老美德。此外本集團還通過專項基金、物資捐贈等形式，向西部邊疆女軍人和廈門大學附屬第一醫院「白衣天使」表達崇高的敬意與實際的支持。

二零二四年，本集團在泉州市慈善大會上獲評「泉州慈善企業」，並且作為社會公益實踐的先行者，榮獲「微博榜樣公益合作夥伴」稱號。

未來展望

展望二零二五年，地緣政治衝突、貿易緊張局勢加劇以及全球政策的高度不確定性，將為全球經濟增長增添下行風險，但中國經濟長期向好的支撐條件和基本趨勢不變，預期國家將實施更加積極有為的宏觀政策，擴大國內需求，充份激發市場活力和內生動力，推動中國經濟持續回升向好。生活用品作為必需品，將延續消費升級的趨勢。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。

在各地木漿供應及需求維持穩定的情況下，預計木漿價格將於二零二五年保持相對平穩，集團將透過控制促銷費用，持續提升高端產品佔比及提高銷售表現，推動毛利率進一步改善，致力提升集團的盈利能力。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。

二零二五年，預期國內衛生用品市場競爭持續嚴峻，行業降價促銷趨勢將持續。集團將堅守「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，加快農村及國內線上線下市場的全渠道滲透，把握國內生活用品市場的龐大發展機遇。

集團始終秉持質量至上原則，對質量和安全問題零容忍，並以客戶反饋為導向，不斷提升產品質量及行業標準，致力於打造優質可靠的產品。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」、「天山絨棉」及「絨立方」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，致力改良系統質素，並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品綜合的基地及於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二零二五年陸續投產。

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，積極開發及升級高質量的產品及拓展新市場，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」。

擬派末期股息

董事會（「董事會」）決議向於二零二五年五月二十六日（星期一）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」）（二零二三年：人民幣0.70元）。倘若所需之決議案於二零二五年五月二十日（星期二）舉行之應屆股東週年大會（「股東週年大會」）獲得通過後，擬派末期股息將於二零二五年六月六日（星期五）派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

(a) 釐定出席股東週年大會並於會上投票的資格

股東週年大會預定於二零二五年五月二十日（星期二）舉行。為釐定出席股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將由二零二五年五月十五日（星期四）至二零二五年五月二十日（星期二）（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二零二五年五月十四日（星期三）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證券登記有限公司，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股東週年大會批准後，方可作實。為釐定收取截至二零二四年十二月三十一日止年度擬派末期股息的資格，本公司將由二零二五年五月二十六日（星期一）至二零二五年五月二十七日（星期二）（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，必須於二零二五年五月二十三日（星期五）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證券登記有限公司，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二零二四年十二月三十一日止年度的合併財務報表。載於本公布中有關本集團就截至二零二四年十二月三十一日止年度之綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及相關之附註之數字已經獲本集團之獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行同意與本集團該年度之經審核綜合財務報告所載列數字一致。德勤•關黃陳方會計師行就此進行之工作並不構成根據香港會計師公會所頒布之香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港保證委聘準則之保證委聘，因此德勤•關黃陳方會計師行並未就本公布作出任何保證。

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二零二四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。

於截至二零二四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因有其他緊急公務，未能出席本公司於二零二四年五月十七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所載《標準守則》。本公司已特別就截至二零二四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。

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，二零二五年三月二十五日