

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>

## 二零二五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』

二零二五年年度業績財務摘要			
	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	變動 %
收入	<b>23,068,869</b>	22,669,215	1.8%
主營業務收入(包括紙巾及衛生用品收入)	<b>20,739,891</b>	20,361,041	1.9%
毛利率(%)	<b>33.8%</b>	32.3%	
經營利潤	<b>3,484,096</b>	3,354,591	3.9%
公司權益持有人應佔利潤	<b>2,535,047</b>	2,298,535	10.3%
每股收益			
— 基本	人民幣 <b>2.227元</b>	人民幣2.015元	10.5%
— 攤薄	人民幣 <b>2.227元</b>	人民幣2.015元	10.5%
股息			
— 中期(已付)	人民幣 <b>0.70元</b>	人民幣0.70元	
— 末期(建議/已付)	人民幣 <b>0.70元</b>	人民幣0.70元	
應收賬款週轉期(日)	<b>36</b>	39	
製成品週轉期(日)	<b>42</b>	46	
流動比率(倍)	<b>1.2</b>	1.4	
回報率(%)	<b>11.6%</b>	11.0%	

## 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」)截至二零二五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	
		二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
收入	2	23,068,869	22,669,215
銷售成本	4	<u>(15,262,995)</u>	<u>(15,344,275)</u>
毛利		7,805,874	7,324,940
推廣及分銷成本	4	<u>(3,892,396)</u>	<u>(3,687,693)</u>
行政費用	4	<u>(1,469,841)</u>	<u>(1,422,536)</u>
金融資產減值準備(含減值損失轉回)	4	<u>(53,252)</u>	<u>(68,006)</u>
其他收入和利得 — 淨額	3	<u>1,093,711</u>	<u>1,207,886</u>
經營利潤		<u>3,484,096</u>	<u>3,354,591</u>
財務收益	5	71,516	180,399
財務費用	5	<u>(350,740)</u>	<u>(563,575)</u>
財務費用 — 淨額		<u>(279,224)</u>	<u>(383,176)</u>
分佔按權益法入賬之投資業績		<u>115</u>	<u>376</u>
除所得稅前利潤		3,204,987	2,971,791
所得稅費用	6	<u>(671,820)</u>	<u>(675,187)</u>
年度利潤		<u>2,533,167</u>	<u>2,296,604</u>
應佔利潤：			
公司權益持有人		2,535,047	2,298,535
非控制性權益		<u>(1,880)</u>	<u>(1,931)</u>
		<u>2,533,167</u>	<u>2,296,604</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2.227元</u>	<u>人民幣2.015元</u>
— 每股攤薄收益	7	<u>人民幣2.227元</u>	<u>人民幣2.015元</u>

## 合併綜合收益表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
年度利潤	2,533,167	2,296,604
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>65,575</u>	<u>(19,069)</u>
其後不會重分類至損益的項目		
— 外幣折算差額	<u>(142,365)</u>	<u>107,149</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,456,377</u></u>	<u><u>2,384,684</u></u>
應佔：		
公司權益持有人	2,448,812	2,381,489
非控制性權益	<u>7,565</u>	<u>3,195</u>
本年度總綜合收益	<u><u>2,456,377</u></u>	<u><u>2,384,684</u></u>

## 合併資產負債表

	於十二月三十一日	
	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
	附註	
<b>非流動資產</b>		
物業、機器及設備	9,098,076	8,319,686
使用權資產	1,245,616	1,171,034
在建工程	445,626	1,287,158
投資性房地產	176,580	181,100
無形資產	581,336	612,589
非流動資產預付款	131,491	136,187
遞延所得稅資產	385,860	491,777
按權益法入賬之投資	34,025	34,678
長期銀行定期存款	7,009,754	4,630,685
	<u>19,108,364</u>	<u>16,864,894</u>
<b>流動資產</b>		
存貨	4,463,723	4,797,574
應收賬款及應收票據	9 2,320,032	2,254,158
其他應收賬款、預付賬款及按金	1,634,031	1,556,768
預繳當期所得稅	3,681	7,473
衍生金融工具	35,833	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	15,615,635	14,261,723
	<u>24,073,235</u>	<u>22,939,517</u>
<b>總資產</b>	<u>43,181,599</u>	<u>39,804,411</u>
<b>資本及儲備</b>		
股本	123,345	123,345
其他儲備	2,967,648	2,902,639
留存收益	18,660,540	17,894,966
<b>歸屬於本公司權益持有人 非控制性權益</b>	<u>21,751,533</u>	<u>20,920,950</u>
	221,290	224,631
<b>總權益</b>	<u>21,972,823</u>	<u>21,145,581</u>

	附註	於十二月三十一日	
		二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
<b>非流動負債</b>			
借款	11	116,345	2,420,061
租賃負債		9,092	9,000
遞延所得稅負債		169,399	153,227
		<u>294,836</u>	<u>2,582,288</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款	10	3,102,737	3,044,835
其他應付賬款及預提費用		1,903,262	1,641,831
合約負債		86,948	543,233
衍生金融工具		14,360	–
租賃負債		17,815	14,078
當期所得稅負債		171,103	162,778
借款	11	15,617,715	10,669,787
		<u>20,913,940</u>	<u>16,076,542</u>
<b>總負債</b>		<u>21,208,776</u>	<u>18,658,830</u>
<b>權益及負債合計</b>		<u>43,181,599</u>	<u>39,804,411</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二零二五年一月一日起生效：

香港會計準則第21號（修訂本） 缺乏可兌換性

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。

### (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

本集團並無提早應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則：

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） <sup>2</sup>
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 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號（修訂本）	投資者與其聯營公司或合營公司之間之資產出售或投入 <sup>1</sup>
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 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第18號 香港會計準則第21號（修訂本）	財務報表中的呈列及披露 <sup>3</sup> 惡性通貨膨脹列報貨幣折算 <sup>3</sup>

<sup>1</sup> 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

<sup>2</sup> 於二零二六年一月一日或之後開始的年度期間生效。

<sup>3</sup> 於二零二七年一月一日或之後開始的年度期間生效。

除下文所述的新訂香港財務報告準則會計準則外，董事預期應用所有其他經修訂香港財務報告準則會計準則於可見未來將不會對綜合財務報表產生重大影響。

#### 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號財務報表中的呈列及披露（「香港財務報告準則第18號」）載列財務報表的呈報及披露規定，將取代香港會計準則第1號財務報表呈報。該新訂香港財務報告準則會計準則於延續香港會計準則第1號多項規定的同時引入新規定，要求於損益表呈列指定類別及經界定小計，於財務報表附註中提供管理層界定績效衡量的披露，並改善財務報表中呈列的匯總及分類資料。此外，香港會計準則第1號若干段落已移至香港會計準則第8號會計政策、會計估計變動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號每股盈利亦有輕微修訂。

香港財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提前應用。香港財務報告準則第18號需要追溯應用，並附有具體的過度條文。新準則的應用就確認及計量而言預期不會對本集團的財務表現及狀況帶來重大影響。然而，預期會對綜合損益表的結構及呈列帶來影響。

## 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：

	二零二五年			
	衛生用品 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	6,860,993	15,272,031	3,456,307	25,589,331
分部間相互銷售	(289,696)	(1,103,437)	(1,127,329)	(2,520,462)
集團收入	<u>6,571,297</u>	<u>14,168,594</u>	<u>2,328,978</u>	<u>23,068,869</u>
分部利潤	<u>1,458,789</u>	<u>651,707</u>	<u>322,960</u>	2,433,456
未分配成本				(43,071)
其他收入和利得 — 淨額				<u>1,093,711</u>
經營利潤				3,484,096
財務收益				71,516
財務費用				(350,740)
分佔按權益法入賬之投資業績				<u>115</u>
除稅前利潤				3,204,987
所得稅費用				<u>(671,820)</u>
年度利潤				2,533,167
非控制性權益				<u>1,880</u>
本公司權益持有人應佔利潤				<u>2,535,047</u>
<b>其他項目 — 截至二零二五年</b>				
十二月三十一日止年度				
非流動資產的增加	505,593	513,955	60,683	1,080,231
物業、機器及設備及投資性房地產之折舊開支	253,911	635,428	72,542	961,881
使用權資產之折舊開支	20,147	25,797	10,902	56,846
無形資產之攤銷開支	<u>25,596</u>	<u>5</u>	<u>6,730</u>	<u>32,331</u>

## 二零二五年

	衛生用品 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
於二零二五年十二月三十一日				
分部資產	<u>6,030,430</u>	<u>11,597,695</u>	<u>2,367,616</u>	19,995,741
遞延所得稅資產				385,860
預繳當期所得稅				3,681
按權益法入賬之投資				34,025
長期銀行定期存款				7,009,754
現金及銀行結餘				15,615,635
未分配資產				<u>136,903</u>
總資產				<u>43,181,599</u>
分部負債	<u>1,372,681</u>	<u>1,710,760</u>	<u>1,992,325</u>	5,075,766
遞延所得稅負債				169,399
當期所得稅負債				171,103
借款				15,734,060
未分配負債				<u>58,448</u>
總負債				<u>21,208,776</u>

## 二零二四年

	衛生用品 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(重述)	7,134,456	14,765,535	3,461,973	25,361,964
分部間相互銷售(重述)	(195,860)	(1,343,090)	(1,153,799)	(2,692,749)
集團收入(重述)	<u>6,938,596</u>	<u>13,422,445</u>	<u>2,308,174</u>	<u>22,669,215</u>
分部利潤(重述)	<u>1,669,306</u>	<u>264,922</u>	<u>247,704</u>	2,181,932
未分配成本				(35,227)
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>
<b>其他項目 — 截至二零二四年</b>				
<b>十二月三十一日止年度</b>				
非流動資產的增加(重述)	673,933	885,505	129,548	1,688,986
物業、機器及設備及投資性房地產之 折舊開支(重述)	206,317	612,551	86,123	904,991
使用權資產之折舊開支(重述)	19,045	21,270	10,515	50,830
無形資產之攤銷開支(重述)	<u>24,431</u>	<u>5</u>	<u>6,652</u>	<u>31,088</u>

## 二零二四年

	衛生用品 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
分部資產(重述)	<u>6,392,032</u>	<u>11,291,372</u>	<u>2,523,623</u>	20,207,027
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				<u>109,899</u>
總資產				<u>39,804,411</u>
分部負債(重述)	<u>1,463,045</u>	<u>1,858,649</u>	<u>1,889,097</u>	5,210,791
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				<u>42,186</u>
總負債				<u>18,658,830</u>

### 3. 其他收入和利得 — 淨額

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
長期與短期定期存款利息收入	614,557	658,472
政府獎勵收入 (附註)	189,495	464,560
已實現衍生金融工具公允價值利得	281,891	167,884
附屬公司清算 (損失) / 收益	(4,484)	77,398
處置 / 提前終止物業、機器及設備、無形資產及使用權資產 (損失) / 收益	(42,820)	47,302
出售聯營公司投資收益	—	13,283
出售以公允價值計量且其變動計入當期的金融資產收益	28,118	—
未實現衍生金融工具公允價值收益	21,759	366
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)
營運匯兌收益 / (損失) - 淨額	4,590	(98,149)
其他	605	38,403
	<b>1,093,711</b>	<b>1,207,886</b>

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。已確認的政府補助並無附帶未履行條件及其他或有事項。

#### 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(含減值損失轉回)的分析如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
原材料及消耗品	11,914,496	12,530,477
員工福利費用(包括董事酬金)	2,461,307	2,418,881
運輸及裝卸費用	1,240,592	1,183,640
市場及推廣成本	1,328,609	1,157,578
公用事業及辦公室費用	1,076,345	1,031,653
物業、機器及設備之折舊開支	951,693	896,381
維修及保養費用	203,476	212,726
研究與開發費用	176,339	209,638
差旅費用	155,567	159,940
金融資產減值準備(含減值損失轉回)	53,252	68,006
稅金及附加	118,970	106,846
使用權資產之折舊開支	56,846	50,830
短期及低價值租賃開支	36,725	42,594
無形資產之攤銷開支	32,331	31,088
存貨減值準備計提/(沖回)	14,107	(20,251)
製成品存貨變動	393,931	7,811
物業、機器及設備的減值準備計提	2,183	—
核數師酬金		
— 核數服務費用	4,400	4,400
— 非核數服務費用	1,128	3,115
其他	456,187	427,157
銷售成本、推廣及分銷成本、行政費用及金融資產減值準備 (含減值損失轉回)合計	<u>20,678,484</u>	<u>20,522,510</u>

## 5. 財務收益及費用

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
財務費用：		
利息費用		
— 借款	289,013	477,942
— 租賃負債	1,089	1,169
其他財務費用	26,706	17,126
匯兌損失	33,932	71,622
	<hr/>	<hr/>
財務費用合計	350,740	567,859
減：資本化作為在建工程中樓宇及機器的財務費用	—	(4,284)
	<hr/>	<hr/>
	350,740	563,575
	<hr/>	<hr/>
財務收益：		
現金及現金等價物利息收入	(71,516)	(180,399)
	<hr/>	<hr/>
財務費用 — 淨額	279,224	383,176
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

截至二零二五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0% (二零二四年：年利率2.82%)

## 6. 所得稅費用

在合併利潤表之所得稅費用如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
當期所得稅		
— 當期所得稅費用	494,240	570,414
— 中國代扣代繳股息稅	55,477	127,244
遞延所得稅		
— 計入損益的稅務費用／(收益)	<u>122,103</u>	<u>(22,471)</u>
所得稅費用	<u>671,820</u>	<u>675,187</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) 本集團於部分已實施第二支柱規則的司法管轄區開展經營，因此需遵守全球最低補足稅相關的支柱規則。然而，由於該補足稅對本集團的影響並不重大，本集團管理層未就第二支柱所得稅相關風險作出定性及定量信息披露。

## 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。

	二零二五年	二零二四年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>2,535,047</u>	<u>2,298,535</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,138,167</u>	<u>1,140,558</u>
每股基本收益(人民幣元)	<u><u>2.227</u></u>	<u><u>2.015</u></u>

### (b) 攤薄

每股攤薄收益通過調整後發行在外普通股加權平均數，假設所有攤薄性潛在普通股均已轉換計算得出。本公司股票期權及其一家子公司的股份獎勵，為與本公司攤薄每股收益計算相關的唯一項目。

由於尚未行權的股票期權行權價格高於平均市場價格，且該子公司所授予股份於授予後立即歸屬，因此在計算截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度的攤薄每股收益時，無需對歸屬於本公司股東的淨利潤及發行在外普通股加權平均數中的攤薄潛在普通股進行調整。

## 8. 股息

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
確認為分派予普通股股東之股息：		
支付二零二五年度中期股息每股普通股人民幣0.70元 (二零二四年：截至二零二四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
支付二零二四年度末期股息每股普通股人民幣0.70元 (二零二四年：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)(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：

- (a) 二零二五年內已向本公司股東支付截至二零二四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)以及二零二五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元及庫存股預提的股息人民幣910,000元)。

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支付的中期股息人民幣813,485,000，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)。

- (b) 於二零二六年三月十七日舉行的董事會議上，建議派發二零二五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，具體金額以二零二六年五月十八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。以二零二六年三月十六日當日港幣兌人民幣匯率0.88217折算，期末股息每股人民幣0.70元相等於每股港元0.793498。

## 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：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
30天以內	1,099,863	952,521
31-180天	1,191,782	1,248,469
181-365天	22,630	47,041
365天以上	191,585	191,641
	<u>2,505,860</u>	<u>2,439,672</u>
減：減值準備	<u>(185,828)</u>	<u>(185,514)</u>
應收賬款及應收票據 — 淨額	<u>2,320,032</u>	<u>2,254,158</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報告期末日的公平值與賬面值相若。

## 10. 應付賬款

於二零二五年及二零二四年十二月三十一日，應付賬款根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
30天以內	1,720,328	1,716,415
31-180天	1,359,440	1,299,079
181-365天	20,527	24,014
365天以上	2,442	5,327
	<u>3,102,737</u>	<u>3,044,835</u>

由於信貸期較短，應付賬款於報告期末的賬面值與公允值相若。

## 11. 借款

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
<b>非流動</b>		
長期銀行貸款 — 無抵押	<u>116,345</u>	<u>2,420,061</u>
<b>流動</b>		
短期銀行貸款 — 無抵押	9,485,613	10,540,562
銀行押匯貸款 — 無抵押	75,465	107,147
長期銀行貸款的流動部分 — 無抵押	2,356,637	21,889
長期銀行貸款的流動部分 — 抵押	—	189
超短期融債券 — 無抵押 (a)	2,700,000	—
公司債券 — 無抵押 (b)	<u>1,000,000</u>	<u>—</u>
	<u>15,617,715</u>	<u>10,669,787</u>
總計	<u>15,734,060</u>	<u>13,089,848</u>

**(a) 超短期融資券**

集團在報告期末擁有以下超短期融資券發行：

	利率	到期期限	到期日期	金額 人民幣千元
<b>2025</b>				
25恒安國際SCP002 (科創債)	1.71%	278天	2026-06-03	700,000
25恒安國際SCP003 (科創債)	1.74%	182天	2026-03-24	1,000,000
25恒安國際SCP004 (科創債)	1.77%	269天	2026-07-17	500,000
25恒安國際SCP005 (科創債)	1.68%	179天	2026-04-24	500,000
				<u>2,700,000</u>

截至二零二五年十二月三十一日，綜合財務報表中確認的超短期融資券賬面值與公允價值相若。

集團以下超短期融資券發行及已到期：

	利率	到期期限	到期日期	金額 人民幣千元
<b>2025</b>				
25恒安國際SCP001 (科創債)	1.69%	180天	2025-11-26	1,000,000
<b>2024</b>				
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	<u>2,500,000</u>
				<u>5,000,000</u>

**(b) 公司債券**

該人民幣計價公司債券於二零二五年十二月四日發行，票面利率為1.8%，到期日為二零二六年十二月四日。截至二零二五年十二月三十一日，綜合財務報表中確認的公司債券賬面值與公允價值相若。

## 管理層討論及分析

### 行業發展及業務概覽

二零二五年，面對全球經濟環境不確定性上升及國際貿易摩擦加劇，國家實施更積極有為的宏觀政策，國民經濟頂壓前行，高質量發展成效顯著，二零二五年國內生產總值同比增長5.0%。提振消費專案行動落地見效，消費市場規模穩定擴大，社會消費品零售總額同比增長3.7%，其中日用品類零售總額增長6.3%。在複雜多變的市場環境下，集團堅持以盈利為核心，持續提升綜合競爭力，推動產品高端化與多元化，深化全渠道銷售佈局，穩步擴展市佔率，實現業務穩健發展。

年內，國內生活用品市場競爭加劇，紙巾行業加速整合，部分中小型企業被市場淘汰，而衛生用品市場雖擁有較高毛利，但因具備降價促銷空間，競爭持續升溫。恒安順應行業發展與整合趨勢，緊抓個人護理產品升級需求及新零售渠道增長機遇，通過穩定價格策略、產品高端化及全渠道銷售佈局，進一步穩固盈利及市場領導地位。在各項策略有效實施下，集團二零二五年紙巾收入恢復增長，加上全渠道銷售效益及高端化產品銷售增長，有效緩解激烈價格競爭對衛生用品銷售的負面影響，集團二零二五年收入同比錄得約1.8%增長，至約人民幣23,068,869,000元（二零二四年：人民幣22,669,215,000元）。二零二六年，經營環境壓力猶存，但預期紙巾銷售的穩步上升將持續增強盈利韌性，集團將通過全渠道銷售效益優化、產品升級及促銷費用的適度投放，保持收入穩定。

集團緊隨消費渠道碎片化趨勢及迎合消費新模式，大力發展電商及新零售渠道，年內因應日用品即時補給及應急的銷售需求，開拓即時零售的新興渠道，電商及新零售銷售收入同比增長10.1%，銷售佔比為36.9%（二零二四年：34.1%）。另一方面，集團積極挖掘傳統渠道的新增長點，銷售效益於衛生用品市場尤為顯著。另外，集團持續推動產品高端化並豐富產品組合，滿足消費者對產品功能性及附加值的更高要求，並提升品牌形象，為長遠發展注入新動力。各重點高端產品包括「天山絨棉」衛生巾系列、「心相印」濕紙巾系列及高端紙尿褲「Q•MO」系列，於年內保持強勁的銷售勢頭，有效提升盈利水平，加上集團年內新推出的「蔓越莓A+」有機純棉衛生巾新品及「向野而生」高端系列紙巾皆符合「價值消費」趨勢，為集團整體收入注入新動能。

回顧年內，紙巾銷售增長有效抵銷衛生用品的銷售下跌及其促銷費用的增加，使集團二零二五年整體毛利同比上升約6.6%至約人民幣7,805,874,000元（二零二四年：人民幣7,324,940,000元）。二零二五年下半年，隨著紙巾促銷投放減少以及衛生用品銷售回暖，使集團全年毛利率改善至約33.8%（二零二四年：32.3%）。預期二零二六年，集團將精準投放銷售費用，而高端高毛利產品將保持增長，有效緩解原材料價格波動對毛利的影響，集團毛利預期將維持穩定。

年內，經營利潤上升3.9%至人民幣約3,484,096,000元（二零二四年：人民幣3,354,591,000元），主要是由於集團整體毛利改善所致。公司權益持有人應佔利潤上升約10.3%至約人民幣2,535,047,000元（二零二四年：人民幣2,298,535,000元）。二零二五年，集團每股基本收益為人民幣2.227元（二零二四年：人民幣2.015元）。

董事會宣佈派發截至二零二五年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣0.70元（二零二四年：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（二零二四年：每股人民幣0.70元），全年股息為每股人民幣1.40元（二零二四年：每股人民幣1.40元），總派發金額為人民幣1,626,970,000元（二零二四年：人民幣1,626,970,000元），保持穩定的派息金額。

## 衛生用品業務(包括衛生巾及紙尿褲業務)

消費升級、人口高齡化及育兒觀念進步持續為衛生用品市場帶來廣闊增長空間，但行業競爭亦隨之加劇。與此同時，消費者對高端優質產品需求不斷上升，企業需在品質提升與成本控制之間取得平衡，並緊隨市場趨勢推出具性價比的產品。集團依託全渠道銷售的深化佈局、高端高毛利產品的持續增長，及促銷費用的精準投放，即使在充滿挑戰的市場環境中仍穩居領先地位。

新型消費模式迅速普及，渠道不斷碎片化，電商與新興零售蓬勃發展。集團積極把握趨勢，加快多元渠道佈局，並持續強化傳統渠道優勢。年內，國內品牌以進取的促銷策略搶佔市場份額，於電商渠道尤為顯著，導致集團衛生巾產品銷售受到一定衝擊，集團二零二五年衛生用品業務銷售收入錄得跌幅約5.3%至約人民幣6,571,297,000元(二零二四年：人民幣6,938,596,000元)，佔整體收入約28.5%(二零二四年：30.6%)。然而，衛生用品銷售收入成功扭轉二零二五年上半年跌勢，於下半年恢復中單位數增長，主要受益於傳統渠道銷售提升，高端系列「天山絨棉」與「Q·MO」持續熱銷，疊加二零二四年同期的低基數效應，整體銷售逐步走向復甦態勢。預期二零二六年，市場競爭依然激烈，隨著高端高毛利產品佔比持續提升及全渠道銷售效益持續顯現，集團全年衛生用品業務收入有望保持穩定。

年內，高端產品銷售持續提升，原材料價格穩定，部分抵銷集團衛生巾用品銷售下跌及促銷費用增加的影響，使二零二五年衛生用品業務的毛利率下降至約58.3%(二零二四年：60.4%)。集團將抓緊國內市場的機遇，在全渠道銷售效益、產品升級及高端化的推動下，預期二零二六年的毛利率將保持穩定。

為迎合消費者對高質量衛生用品的需求，恒安持續推進產品升級和高端化佈局，集團「七度空間」品牌高端衛生巾系列年內銷售表現亮眼，採用天山雪域的稀缺純淨長絨棉的高端衛生巾系列「天山絨棉」，年內銷售額同比增加約28.7%至人民幣5.7億元，「褲型」系列衛生巾產品年內銷售額達約人民幣6.9億元，同比增長約17.9%。七度空間又推出「蔓越莓A+」有機純棉衛生巾，融合蔓越莓精華，具備12小時抑菌功能，並採用微膠囊淨味技術，提升使用體驗。產品設計注重久坐防漏，提升舒適度和安心感，符合現代女性對高品質健康安全衛生用品的需求。集團相信，升級及高端版的「七度空間」系列衛生巾產品將持續貢獻可觀收入，有助於集團擴大市場份額並提升高端產品佔比，進一步增強衛生用品業務盈利能力。為滿足高端產品需求增長帶來的產能需求，集團內坑二期衛生用品綜合生產基地已於年內量產，為未來業務拓展提供有力支持。

此外，「Q•MO」年內升級推出「皇家至柔」紙尿褲系列，在尺寸及吸收量上全面提升，並增強產品透氣度，助力集團把握增長機遇。年內，「Q•MO」銷售額達約人民幣6.0億元，按年增長約9.6%。此外，集團成人紙尿褲業務亦受惠於國內成人失禁用品市場規模日益壯大，滲透率持續上升，成人紙尿褲「安而康」品牌「勇闖變老」為核心品牌主張，突破傳統功能導向，升維至「精神共鳴」，獲得各界高度肯定。年內，成人紙尿褲銷售額達約人民幣3.2億元，按年增長約5.2%。

作為生活必需品，中國衛生用品市場持續擴容，行業處於轉型升級與規範化發展的關鍵階段，集團將繼續開發高品質產品，優化新零售渠道，鞏固傳統渠道增長，推動長期發展並鞏固領先地位。此外，集團將繼續以高端化戰略雙線發展嬰幼兒市場及成人健康護理市場，並加強與母嬰店、養老院及醫院合作，支持成人健康護理產品業務的長遠發展。

## 紙巾業務

受健康衛生意識提升、消費升級及多元化產品需求驅動，高端及功能性紙巾需求持續增加，加上國內紙巾市場滲透率仍然偏低，新零售渠道拓展空間廣闊，行業增長前景可期。年內，隨著行業持續整合，國內紙巾市場促銷競爭有所趨緩，集團的促銷費用及產品平均售價均有所改善，汰弱留強亦有利集團鞏固龍頭地位並持續擴大市場佔有率。

受惠於高端紙巾銷售佔比持續提升，以及新零售渠道銷售雙位數增長，二零二五年集團紙巾業務銷售收入恢復增長，同比上升約5.6%至約人民幣14,168,594,000元(二零二四年：人民幣13,422,445,000元)。在「價值競爭」、品類多元化策略及全渠道銷售效益下，市場份額穩步提升。紙巾業務銷售佔集團整體收入約61.4%(二零二四年：59.2%)。預期二零二六年，行業整合及木漿價格上行有望促使價格競爭降溫，高端優質紙巾需求將持續增長，集團將持續提升高端產品的滲透率及優化渠道銷售佈局，紙巾業務可望保持穩健增長。

年內，木漿價格處於較低位，紙巾成本壓力相對減輕，加上促銷費用逐步回落及高端高毛利產品銷售佔比穩步提升，帶動毛利率改善，集團二零二五年紙巾產品毛利率上升至約23.0%(二零二四年：18.9%)。

鑒於二零二六年初木漿價格較二零二五年上升，集團將優化促銷費用投放，持續提升高端產品銷售佔比，以抵銷成本壓力，保持紙巾業務毛利率穩定。

在「價值消費」的趨勢下，國內消費者追求更個人化的消費體驗，消費者對產品功能性、附加值及品質要求提升，推動高品質和創新產品的銷售，集團的升級及高端紙巾產品銷售表現突出。

「絨立方系列」為國內首款採用世界公認的高品質TAD空氣流乾燥技術的紙巾，舒適性和實用性皆具顛覆式提升。另外，集團心相印品牌年內推出的「向野而生」系列，採用100%原生木漿和四層柔厚壓花技術，結合全球頂奢香氛大師團隊打造親近自然的鬆弛感，兼具濕水不易破、精緻不分層等功能升級，提升其便捷性和舒適度。

心相印又攜手三麗鷗推出聯名軟抽及底部抽，貼合年輕消費群體喜好。集團高端紙巾系列亦將品類拓展至棉柔巾等品類，全方位照顧消費者多場景紙巾需求。

集團近年推出多元化的濕紙巾產品組合，加快滲透濕廁紙、嬰兒濕巾、家庭清潔濕巾及濕敷巾等細分市場，滿足消費者的不同喜好及需求，奠定其市場領跑者地位。濕紙巾持續為集團收入注入增長動力，年內濕紙巾銷售顯著上升30.0%至約人民幣1,582,125,000元（二零二四年：人民幣1,216,677,000元），佔紙巾業務銷售比例顯著提升至約11.1%（二零二四年：9.1%）。此外，濕紙巾的毛利率為紙巾產品中最高，盈利能力甚佳。隨著高端及個性化衛生用品需求持續釋放，濕紙巾業務保持快速增長。集團緊握市場機遇，不斷擴大國內市場份額，進一步強化領先優勢。

受消費升級與場景化細分產品推動，紙巾在電商平台的銷售額持續擴張，其中濕紙巾的增速尤為突出。集團加強紙巾的線上銷售，積極簽約代言人，並煥新推出各項IP聯名紙巾系列，增強產品在電商對年輕消費群的吸引力，拓展品牌佈局。年內「心相印」品牌推出「交個心朋友」手帕紙，包裝計設為依照MBTI 16型人格設計的造型，為消費者帶來個人化的全新購物體驗。年內，紙巾業務於電商及新零售渠道的銷售表現亮眼，同比增長約11.9%，佔紙巾銷售佔比接近約42.1%，助力國內市佔率持續擴大。

集團未來將專注高質量產品研發，優化生產效率，擴充產能，以抓緊國內生活用紙增長機遇，穩固行業龍頭地位。年內，年產能提升至約為1,725,000噸，為未來業務增長作前瞻性佈局。

## 其他收入

其他收入主要包括原材料貿易業務收入、家居用品業務收入及國際業務發展收入。年內，其他收入同比上升約0.9%至約人民幣2,328,977,000元(二零二四年：人民幣2,308,174,000元)。

## 家居用品業務

年內，家居用品業務收入為約人民幣316,264,000元(二零二四年：人民幣252,535,000元)，同比增長約25.2%，佔集團收入約1.4%，主要是因家居產品出口業務上升所致。

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

國際業務發展收入主要包括成品及原紙出口業務，醫療產品業務以及馬來西亞皇城集團業務。二零二五年，其總收入為約人民幣1,656,887,000元(二零二四年：人民幣1,652,384,000元)，佔集團整體銷售的比例約7.2%(二零二四年：7.3%)。其中，成品及原紙出口業務及醫療產品收入分別錄得人民幣785,183,000元及人民幣105,545,000元(二零二四年：人民幣501,483,000元及人民幣117,631,000元)。

集團旗下位於馬來西亞的皇城集團業務於年內穩步發展，錄得營業額人民幣518,403,000元(二零二四年：人民幣485,610,000元)，同比增長約6.8%，佔集團整體銷售的比例約2.2%(二零二四年：2.1%)。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」成人紙尿褲及「Carina」個人衛生產品。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集團帶進東南亞市場。

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

面對消費渠道持續碎片化，以及直播帶貨、即時零售等線上線下融合新消費模式持續發展，國內電商及新零售渠道的銷售額和市場滲透率保持強勁增長，成為新的消費動脈。根據國家統計局，二零二五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8.6%。集團積極開拓電商及其他新零售渠道，探索多元銷售及推廣模式，優化全渠道銷售佈局。年內，集團針對不同品牌在新渠道開展高質量產品推廣，並精準投放促銷資源，進一步提升線上及新零售渠道的品牌知名度，擴大消費群體覆蓋並增強市場份額。

為迎合消費新趨勢，集團著力發展即時零售業務，即時零售為貨品補給及應急需求提供更便捷的解決方案，實現「小時級」的配送服務，符合集團剛需品類高頻消費、快速周轉的特性。雖然相關業務仍處於起步階段，但集團相信，新渠道拓展將為整體銷售注入新的增長動力，有助於提升集團的市場佔有率。

二零二五年，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10.1%至超過人民幣85.2億元(二零二四年：約人民幣77.3億元)，而且佔集團整體銷售比例亦上升至約36.9%(二零二四年：34.1%)。年內，電商及新零售渠道對紙巾業務、衛生用品業務的銷售貢獻，分別約42.1%及約36.0%，未來新零售渠道的佈局及銷售結構可望進一步優化，推動集團盈利的持續提升。

未來，集團將緊貼電商與新零售趨勢，拓展品牌旗艦店及新興渠道(如抖音)，提升數據分析能力並擴大消費群覆蓋。集團通過直播與社群活動加強與年輕群體互動，並委任人氣藝人為旗下品牌的代言人提升品牌影響力。集團將持續提高在電商及新零售渠道的市場份額，為未來增長注入動力。

### **銷售及行政費用**

由於集團於二零二五年適度加大拓展新渠道的營銷投入，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5,362,237,000元(二零二四年：人民幣5,110,229,000元)，同比上升約4.9%。然而，年內毛利增長部分抵銷了銷售及行政費用的增長，銷售及行政費用佔整體收入比例上升至約23.2%(二零二四年：22.5%)。集團相信透過精準銷售費用投入，該等費用佔收入比例預計二零二六年會有所改善。

### **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升值，因此，集團的總匯兌虧損錄得約人民幣29,342,000元，而二零二四年錄得總匯兌虧損約人民幣1.7億元。

截至二零二五年十二月三十一日，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。於二零二五年十二月三十一日，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22,625,689,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣18,892,708,000元)，銀行貸款及其他貸款共約人民幣15,734,060,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣13,089,848,000元)。

集團分別於二零二三年及二零二五年成功註冊總額不超過人民幣100億元公司債券及總額不超過人民幣75億元的超短期融資券。二零二五年，集團完成發行共五批超短期融資券及一期公司債券，總額為人民幣47億元，票面利率為每年1.68%至1.80%，為期179日至1年。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。

銀行貸款及其他貸款的年利息率浮動在約0.001%至4.87%之間(二零二四年：0.001%至5.39%之間)。

於二零二五年十二月三十一日，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72.3%(二零二四年十二月三十一日：62.6%)。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31.7%(二零二四年十二月三十一日：負27.7%)，因此集團處於淨現金狀況約人民幣68.9億元(二零二四年十二月三十一日：人民幣58.0億元)。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(1,080,231,000)元(二零二四年：人民幣1,688,986,000元)，主要用於增加各生產基地的產能。於二零二五年十二月三十一日，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。集團於二零二五年十二月三十一日一共聘用約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

二零二五年，集團所獲主要獎項／榮譽如下：

獎項／榮譽	頒發機構
2024–2025福布斯中國可持續發展工業企業	福布斯中國
2025年第十一屆投資者關係大獎 — 最佳投資者關係(主席／行政總裁)、最佳投資者關係(財務總監)及最佳ESG(環境)	香港投資者關係協會
華富財經傑出企業大獎2025 — 傑出可持續企業	華富財經
第七屆中國卓越管理公司 — 白金獎	德勤中國、香港科技大學商學院和《哈佛商業評論》中文版
行業最佳進步企業2025	標普全球
第十五屆亞洲卓越企業大獎 — 永續亞洲獎、最佳投資人關係公司獎、亞太區最佳CEO獎、亞太區最佳CFO獎	《亞洲企業管治》

## 獎項／榮譽

## 頒發機構

2025年亞洲區公司管理團隊評選最佳  
CEO、最佳CFO及最佳環境、社會及管  
治(必需性消費品類別)

Extel(前稱《機構投資者調研》)

ESG年度榮譽成就大獎、ESG卓越環境表  
現專業獎、ESG卓越社會表現專業獎及  
ESG卓越企業管治專業獎

星島新聞集團、香港理工大學

2024-2025福布斯中國可持續發展工業企業

福布斯中國集團

消費者首選前十品牌、快速增長前十品牌

Worldpanel《2025品牌足跡報告》中國市場  
榜單

「2025天貓金妝獎」年度TOP品牌獎、年度  
紙品獎、年度卓越貢獻獎(心相印)及個  
護年度營銷合作獎(七度空間)

天貓

年度卓越冠軍獎(心相印)

京東超市

## 企業社會責任

在「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」的願景下，恒安構建並深耕「GROWTH」ESG戰略，在卓越治理、綠色發展、客戶關懷、員工賦能、信賴夥伴、健康社區六大支柱下持續落地ESG行動，提升可持續發展表現。同時，我們積極推動與各利益相關方的深度協作，實現高效協同發展，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評級表現。二零二五年，我們的MSCI ESG評級躍升至「A」等級；在標普全球企業可持續發展評估(CSA)中，恒安憑藉優異的表現，連續三年成功入選標普全球《可持續發展年鑑(中國版)》，於2026年2月首次入選標普全球《可持續發展年鑑》；恒生ESG評級穩定保持A級，首次入選恒生ESG50指數，並再次入選恒生可持續發展企業基準指數；恒安的富時羅素ESG評級成績亦保持領先，並連續成功入選富時羅素社會責任指數(FTSE4Good)系列。

二零二五年，在香港理工大學和星島新聞集團共同主辦「ESG認證嘉許暨永續發展論壇2025」中我們連續第二年榮獲「ESG年度榮譽成就大獎」。此外，恒安亦憑藉多年來在ESG領域的優秀實踐入選2024–2025福布斯中國可持續發展工業企業榜單。

## 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

恒安堅定踐行綠色發展戰略，將低碳轉型與生態保護深度融入運營全鏈條。我們積極應對氣候變化，通過能源管理優化、低碳物流體系建設、倉儲效率提升及綠色產品研發等多元化舉措，持續降低自身運營的碳排放與環境足跡。我們亦通過價值鏈協同，致力於構建透明、可追溯的綠色供應網絡，推動價值鏈的可持續發展。二零二五年，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0.34噸標煤，遠低於《製漿造紙單位產品能源消耗限額》(GB31825-2024)《紙中原紙1級標準(380公斤標煤／噸)》。

在生態守護方面，我們堅守「零毀林」承諾，持續推進負責任木漿採購，選擇合法、可追溯、可持續來源的木材用於紙漿生產，並要求供應商遵照本集團的紙漿原材料採購標準提供相關產品。我們持續關注並推動供應商獲得森林可持續管理相關認證，截至二零二五年年末，紙漿供應商100%擁有森林管理委員會FSC (Forest Stewardship Council)或森林認證體系認可計劃PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes)的認證；同時，恒安自身已有8家造紙公司通過了FSC-CoC (Chain of Custody) 認證。

我們持續深化循環經濟實踐，通過建立從源頭減量到末端利用的閉環管理體系，系統提升資源效率。我們著力推動包裝與塑料的綠色轉型，採取輕量化設計、使用可回收／可降解材料、提高循環包裝利用率等舉措，並在產品中擴大竹漿、可降解材料等環境友好型原料的應用，有效減少了資源消耗與廢棄物產生。同時，我們積極聯動供應鏈夥伴，共同構建綠色可持續的資源循環生態，為實現長遠綠色發展奠定堅實基礎。

## 客戶關懷

恒安國際秉持「消費者驅動、精益管理、前瞻佈局」的核心理念，持續推進研發體系優化與組織協同升級，重點完善產品研發組織架構，深化研發與市場部門的融合聯動。我們通過系統整合研發與市場資源，強化產品創新與市場需求的精準對接，有效將對消費者的洞察轉化為技術與產品的創新驅動力，推動本集團研發體系向更加協同、高效、以用戶為中心的方向發展。

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，二零二五年，我們通過自主研發並投入使用的質量文件管理系統平台，構建起一套符合ISO 9001國際標準的質量管理體系，堅持將嚴苛標準融入生產經營的全過程，實現了對全集團質量體系文件的標準化、信息化與全生命週期管理致力於不斷提升產品質量水平與質量合規。同時我們秉持問題導向、系統改進的原則，通過精準識別各類質量問題，實施針對性優化措施，並定期開展階段性總結與分析，不斷推動質量管理流程的系統性優化與產品性能的持續進步。

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，並積極踐行對消費者負責的承諾，推動產品信息透明化進程。二零二五年，我們完成濕巾、紙尿褲、衛生巾等核心品類下多個單品產品所含化學品種類及具體含量的標註工作。

## 員工賦能

恒安秉承「以人為本」的發展理念，將人權理念融入企業文化，制定《人權政策》與《反歧視與反騷擾政策》，覆蓋全體員工及全業務範圍，以零容忍態度禁止任何形式的歧視與騷擾行為，致力打造多元、平等、包容的職場環境，同時推動價值鏈責任延伸，以實際行動踐行人權相關承諾。

恒安始終將員工的成長與發展作為企業戰略重點，建立系統化、多層級的人才培養體系，幫助員工持續提升職業能力和價值。為保障培養成效，我們設立培訓評估與反饋機制，不斷優化內容與方法，確保培養體系緊密契合業務發展和員工成長的實際需求。同時，恒安持續加大學習資源與平台建設，為員工提供持續學習和自我提升的機會，並鼓勵員工積極參與更高層次的教育。二零二五年，我們與三明學院、華僑大學合作開設機電專業本科班及工商管理本科班，為在職員工搭建學歷與專業能力雙重提升的平台，促進員工全面發展。

截至二零二五年末，恒安共有僱員約23,000人，女性員工佔比為52%，僱員培訓總時數超過52.95萬小時，管理崗位晉升人數98人，員工加入工會的比例為100%。

恒安將安全管理視為運營根基，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全風險應急措施，打造安全健康的工作環境。我們已成功邁入「三步走」全面安全管理戰略實施的第三階段，朝著建立世界安全管理標桿的目標紮實前進。

我們系統推進全面安全管理項目，通過構建安全生產標桿生產線、實施精準安全幫扶、持續完善標準化作業規範等多項舉措，全面提升生產製造過程的安全管控水平。二零二五年，本集團持續完善健康管理體系，通過強化作業場所環境監測、配備有效防護裝備、組織定期健康體檢等方式，增強員工抵禦各類職業危害的能力。二零二五年，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2,634天。

## 信賴夥伴

恒安始終秉持合作共贏的態度，致力於建立信賴、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細化管理，並通過實施供應商分級分類和定期績效評估，驅動供應商績效持續改善。

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。二零二五年，我們將供應商ESG管理表現納入供應商准入及日常績效評估。在准入階段，我們將供應商ESG管理納入考察，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，並結合現場ESG審核結果，優先選擇在ESG方面表現優異的供應商。在日常管理過程中，我們定期對生產物料應商開展ESG風險評估和現場審核。對於評估結果中ESG風險較高的供應商，我們將實施持續的跟進與監督，以推動其改進和提升。

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。二零二五年，本集團組織專家團隊實地走訪芬蘭供應商，以森林資源保護與可持續林業實踐為核心，與供應商深入交流木漿可持續性管理事宜。

## 健康社區

我們以「恒揚愛心」為指引，通過完善的慈善平台與持續的公益投入，在兒童關愛、女性賦能、鄉村振興、災害援助及生態保護等領域留下了堅實的足跡，用實際行動詮釋「家國恒安」。

恒安自1985年成立以來一直關注女性在生理健康、職業發展及社會生活中的權益。二零二五年，本集團旗下的七度空間品牌在全國多個重點城市的地鐵站點發起了大規模的「暖心計劃」公益行動，設立「愛心補給站」，免費為女性提供應急經期用品，旨在打破「月經羞恥」，在公共空間傳遞女性互助力量，為城市女性提供更加安心、舒適的出行體驗。同時，恒安深度參與和支持2025全球婦女峰會女性主題特展，本集團總裁許清流先生受邀參會，分享恒安在婦女健康事業的探索與成果。

二零二五年，我們攜手中國兒童少年基金會發起「莓」好心動計劃，深入鄉村學校，通過愛心物資包發放、營養知識科普與趣味課堂互動，為孩子們帶去甜蜜的關愛與成長的動力。同時，二零二五年重陽節期間，恒安開展「情暖夕陽關愛老人」主題慰問活動，走進多家養老院及福利機構，為老人們送去護理產品及慰問金。此外，恒安積極響應國家東西部協作號召，向永興縣及閩寧縣的幫扶公益項目捐贈專項資金，用於改善當地基礎設施建設及支持特色產業發展，致力於通過精準幫扶，助力西部地區鞏固脫貧攻堅成果，實現鄉村振興。

## 未來展望

展望二零二六年，國際貿易緊張局勢、地緣政治衝突加劇等不確定性因素仍對全球經濟構成下行壓力，全球經濟增長動能有所減弱。縱然外部環境複雜多變，中國經濟基礎穩、優勢多、韌性強、潛能大，疊加積極有為的宏觀政策，經濟發展將保持穩中向好。政策紅利不斷釋放，消費市場擴容提質趨勢延續，衛生用品行業在剛性需求支撐下，長期增長前景穩健。集團將繼續密切關注國內外政經形勢及市場趨勢變化，靈活應對挑戰，並審慎制定決策。

雖然木漿價格在二零二六年初呈上行趨勢，但隨著各地木漿供應及需求趨於穩定，預期木漿價格於二零二六年上半年將保持相對平穩。集團將通過適度投入促銷資源，持續提升高端產品佔比與銷售表現，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。

作為行業的領跑者，集團將持續推進「聚焦主業」、「品牌引領」及「長期主義」三大核心策略，為可持續發展奠定堅實基礎。集團將繼續聚焦紙巾及衛生用品兩大核心業務的發展，積極開發及升級高質量產品，推動產品高端化及品類多元化，並深化農村及國內線上線下市場的全渠道佈局，增強全渠道銷售效益，進一步擴大市場份額。集團亦將堅守「穩定價格」核心戰略，保持穩健的流動資金，把握行業整合與電商發展帶來的機遇。

恒安將持續強化品牌價值與市場認同，推動品牌高端化佈局，重點發展熱捧系列「Q·MO」、「天山絨棉」及「絨立方」等高端產品，拓展品類多元化及應用場景，擴大品牌受眾群體，並凸顯品牌核心品質特徵，如採用100%原生木漿，以進一步提升品牌辨識度。與此同時，集團將定期開展跨界IP聯乘合作，煥新產品形象與包裝設計，塑造更具活力和年輕化的品牌形象。集團堅持「質量至上」，零容忍質量與安全問題，並以客戶反饋為導向，持續提升產品質量與行業標準，以優質可靠的產品鞏固品牌領導地位。

集團未來將加速融入智能化技術於營運管理，應用人工智能及大數據分析，更精確地洞察消費者偏好及購買模式，為產品研發、市場推廣及渠道佈局提供決策支持，並強化供應鏈靈活性，增強整體營運效能與競爭優勢。此外，迎合國內生活用紙及衛生用品的消費升級及多元化趨勢，集團擴充產能並升級技術，為長期可持續增長做好準備。同時，集團將研發並推出更多皇城品牌的高質量產品，進一步開拓東南亞市場，逐步拓展海外版圖。

二零二六年，集團第二個「五年計劃」啟航，作為中國領先的個人及家庭衛生用品企業，恒安將繼續秉承「追求健康，你我一起成長」的使命，並契合國家發展節奏，強化應對市場變化的核心競爭力，積極推動環境、社會及企業管治發展，致力打造一家優質可靠及可持續發展的個人及家庭衛生用品企業。未來，集團將深耕紙巾及衛生用品兩大核心業務，持續提升品牌形象，緊握「新零售」時代的機遇，推動高質量產品研發與升級，並積極拓展新市場，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，積極拓展女性健康、嬰童健康及老年健康等領域，並配合智能化科技的靈活應用，持續提升競爭力，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」）決議向於二零二六年五月二十六日（星期二）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」）（二零二四年：人民幣0.70元）。倘若所需之決議案於二零二六年五月十八日（星期一）舉行之應屆股東週年大會（「股東週年大會」）獲得通過後，擬派末期股息將於二零二六年六月五日（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二零二六年五月十八日（星期一）舉行。為釐定出席股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將由二零二六年五月十三日（星期三）至二零二六年五月十八日（星期一）（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二零二六年五月十二日（星期二）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。為釐定收取截至二零二五年十二月三十一日止年度擬派末期股息的資格，本公司將由二零二六年五月二十六日(星期二)至二零二六年五月二十七日(星期三)(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，必須於二零二六年五月二十二日(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二零二五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二零二五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於二零二六年三月十七日經董事會批准之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任何保證委聘，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

截至二零二五年十二月三十一日止年度內，本公司在聯交所以總代價約港幣28,018,250元(不包括費用)購回總共1,300,000股普通股以提高其每股的資產淨值及收益。有關購回股份之詳情載列如下：

購回日期	購回股份數目	所付最高價 港元	所付最低價 港元
2025年6月2日	700,000	21.55	20.90
2025年6月3日	600,000	22.15	21.55
	<u>1,300,000</u>		

截至二零二五年十二月三十一日，1,300,000股購回股份由本公司持作庫存股份。在遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)之證券上市規則(「上市規則」)的情況下，本公司可能會考慮使用庫存股份撥付股份激勵計劃、未來再出售、轉讓或註銷。

根據《上市規則》，本公司所持有的庫存股份於股東大會上不具備任何表決權，亦不享有任何股息分派的權利。

除上文所披露者外，截至二零二五年十二月三十一日止十二個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份(定義見上市規則))。

## 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。

於截至二零二五年十二月三十一日止年度內，本公司一直應用聯交所上市規則附錄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。

## **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二零二五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，二零二六年三月十七日