香港联交所上市公司　　股票简称：恒安国际　　股票代码：1044

恒安国际集团有限公司
HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED
2023 年面向专业投资者公开发行公司债券
募集说明书摘要

注册金额	不超过 100 亿元
增信情况	无增信
主承销商/簿记管理人/受托管理人	国泰君安证券股份有限公司
资信评级机构	中诚信国际信用评级有限责任公司
信用评级结果	发行人主体评级：AAA；评级展望：稳定；

主承销商、受托管理人、簿记管理人：

国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

签署日期：二〇二三年 9 月26 日

声明

发行人承诺将及时、公平地履行信息披露义务。

发行人及其全体董事、监事、高级管理人员或履行同等职责的人员承诺本募集说明书信息披露真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

主承销商已对本募集说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

中国证监会对公司债券发行的注册及上海证券交易所对公司债券发行出具的审核意见，不表明其对发行人的经营风险、偿债风险、诉讼风险以及公司债券的投资风险或收益等作出判断或者保证。凡欲认购本期债券的投资者，应当认真阅读募集说明书全文及有关的信息披露文件，对信息披露的真实性、准确性和完整性进行独立分析，并据以独立判断投资价值，自行承担与其有关的任何投资风险。

投资者认购或持有本期公司债券视作同意本募集说明书关于权利义务的约定，包括债券受托管理协议、债券持有人会议规则及债券募集说明书中其他有关发行人、债券持有人、债券受托管理人等主体权利义务的相关约定。

发行人承诺根据法律法规和本募集说明书约定履行义务，接受投资者监督。

重大事项提示

请投资者关注以下重大事项，并仔细阅读募集说明书中“风险因素”等有关章节。

一、与发行人相关的重大事项

（一）截至 2020-2023 年 6 月末，发行人流动负债中的借款分别为 1,834,368.20 万元、1,748,775.30 万元、1,502,861.80 万元和 2,365,874.10 万元，占总负债比例分别为 74.03%、75.99%、66.61%和 84.14%，短期债务规模较大。**截至 2020-2023 年 6 月末，发行人现金及银行存款分别为 2,048,373.90 万元、1,824,668.70 万元、1,866,749.20 万元和 2,674,971.00 万元，**虽然可以一定程度上覆盖短期债务，存在一定的流动性风险。

（二）发行人存货主要由原材料、制成品、在制品、配件及消耗品构成，**截至 2020-2023 年 6 月末，发行人存货分别为 431,091.80 万元、416,247.70 万元、454,493.50 万元和 350,108.20 万元，占总资产比例分别为 9.70%、9.84%、10.74%和 7.23%，**存货规模整体相对稳定。制成品及在制品的成本包括原材料、直接劳工、其他直接费用和相关的间接生产费用（依据正常营运能力）（不包括借款费用）。由于存货价格易受到市场行情、产品质量、生产技术等诸多因素影响，存在较多的不确定性，因此集团面临一定的存货跌价风险。

（三）截至 2020-2023 年 6 月末，发行人应收账款及应收票据分别为 337,514.90 万元、297,018.20 万元、293,188.70 万元和 283,882.30 万元，占总资产比例分别为 7.59%、7.02%、6.93%和 5.87%。随着营业收入持续增加，应收账款及应收票据余额也呈现波动递增的态势。如果未来应收账款及应收票据出现不能按期偿还或无法收回的情况，则会发生坏账风险，给发行人带来损失。同时，较大的应收账款及应收票据余额也在一定程度上影响了资产周转效率的进一

步提高。

二、与本期债券相关的重大事项

（一）发行人主体信用等级为 AAA 级。本期债券上市前，发行人最近一个会计期末（2022 年 12 月 31 日）的所有者权益合计为人民币 1,977,573.70 万元（合并报表口径），其中归属于母公司的所有者权益合计为人民币 1,952,360.70 万元，发行人合并报表资产负债率为 53.29%；本期债券上市前，发行人最近三个会计年度实现的年均可分配利润（合并报表中归属于母公司所有者的净利润）为人民币 326,455.50 万元，预计不少于本期债券一年利息的 1.5 倍。本期债券发行对象为《公司债券发行与交易管理办法》中规定的专业投资者，发行及上市安排见发行公告。

（二）本期债券发行结束后，发行人将积极申请本期债券在上海证券交易所上市流通。由于具体上市申请事宜需要在本期债券发行结束后方能进行，并依赖于有关主管部门的审批或注册，发行人无法保证本期债券上市的申请一定能够获得证券交易场所的同意，亦无法保证本期债券会在债券二级市场有活跃的交易。如果证券交易场所不同意本期债券上市的申请，或本期债券上市后在债券二级市场的交易不够活跃，投资者将可能面临流动性风险。

（三）本期债券面向专业投资者公开发行，认购本期债券的投资者需要符合《管理办法》规定的专业投资者条件。

（四）本期债券为无担保债券。在本期债券的存续期内，若受到国家政策法规变化影响，或者行业及市场环境发生重大不利变化，本公司经营状况受到重大不利影响并导致未能如期足额获得还款资金，可能将影响本期债券本息的按期偿付。若本公司未能按时、足额偿付本期债券的本息，债券持有人亦无法从除本公司外的第三方处获得偿付。

（五）公司本期债券募集资金扣除发行费用后拟全部用于偿还公司债务。公司将严格遵守关于债券的各项法律法规，将募集资金用于法律法规允许的用途，承诺不将本期债券募集资金转借他人，不跨境使用。公司承诺本期债券募集资金不直接或间接用于房地产业务或偿还房地产相关债务。

目 录

声明 2

重大事项提示 3

一、与发行人相关的重大事项 3

二、与本期债券相关的重大事项 4

目 录 6

释 义 8

第一节 发行条款 10

一、本期债券的基本发行条款 10

二、本期债券发行、登记结算及上市流通安排 11

第二节 募集资金运用 13

一、本期债券的募集资金规模 13

二、本期债券募集资金使用计划 13

三、募集资金的现金管理 13

四、募集资金使用计划调整的授权、决策和风险控制措施 13

五、本期债券募集资金专项账户管理安排 13

六、募集资金运用对发行人财务状况的影响 14

七、发行人关于本期债券募集资金的承诺 14

八、前次公司债券募集资金使用情况 14

第三节 发行人基本情况 16

一、发行人基本情况 16

二、发行人的历史沿革及重大资产重组情况 16

三、发行人的股权结构 18

四、发行人的重要权益投资情况 20

五、发行人的治理结构等情况 23

六、发行人的董监高情况 35

七、发行人主营业务情况 42

八、其他与发行人主体相关的重要情况 64

第四节 发行人主要财务情况 65

一、发行人财务报告总体情况 65
二、发行人财务会计信息及主要财务指标 66
三、发行人财务状况分析 71
第五节 发行人信用状况 84
一、发行人及本期债券的信用评级情况 84
二、发行人其他信用情况 84
第六节 备查文件 86

释 义

在本募集说明书中，除非上下文另有规定，下列词汇具有以下含义：

发行人/公司/本公司/恒安国际/集团	指	恒安国际集团有限公司(HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED），包括发行人直接或间接、全资拥有的或控股的以及进行合并报表处理的子公司
公司债券	指	依照法定程序发行、约定在一年以上期限内还本付息的有价证券
本次债券、本次公司债券	指	本次发行规模为不超过人民币100亿元整（含100亿元）的恒安国际集团有限公司公开发行2023年面向专业投资者公司债券
募集说明书、本募集说明书	指	发行人根据有关法律、法规为发行本期债券而制作的《恒安国际集团有限公司公开发行2023年面向专业投资者公司债券募集说明书》
承销团	指	主承销商为本次发行组织的承销团
余额包销	指	本期债券的主承销商组织的承销团按承销协议约定在规定的发售期结束后将剩余债券全部自行购入的承销方式
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会及其派出机构
证券登记机构/登记机构/登记托管机构	指	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
交易所、上交所	指	上海证券交易所
主承销商、簿记管理人、债券受托管理人、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
发行人中国律师、北京环球	指	北京市环球律师事务所
发行人开曼律师、迈普达	指	迈普达律师事务所（香港）有限法律责任合伙
财务审计机构	指	罗兵咸永道会计师事务所
信用评级机构、中诚信国际	指	中诚信国际信用评级有限责任公司
公司董事会	指	恒安国际集团有限公司董事会
董事、公司董事	指	恒安国际集团有限公司董事会成员
股东	指	恒安国际集团有限公司股东
债券持有人	指	通过认购或购买或其他合法方式取得本期债券之投资者
《公司章程》	指	《恒安国际集团有限公司公司章程》
《债券持有人会议规则》	指	为保障本期债券持有人的合法权益，根据相关法律法规制定的《恒安国际集团有限公司公开发行2023年公司债券债券持有人会议规则》
《债券受托管理协议》	指	本公司与债券受托管理人签署的《恒安国际集团有限公司公开发行2023年公司债券受托管理协议》
《管理办法》	指	《公司债券发行与交易管理办法》

近三年**及一期**、报告期	指	2020 年、2021 年、2022 年**、2023 年 1-6 月**
交易日	指	中国证券经营机构的正常营业日（不包括法定及政府指定节假日或休息日）
工作日	指	国内商业银行工作日，不含法定节假日或休息日
法定节假日、休息日	指	中华人民共和国的法定及政府指定节假日或休息日（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省的法定节假日和/或休息日）
联交所	指	香港联合交易所
《上市规则》	指	联交所证券上市规则
恒安中投	指	恒安（中国）投资有限公司
潍坊热电	指	潍坊恒安热电有限公司
珍宝投资	指	恒安珍宝投资有限公司
常德恒安	指	常德恒安股份有限公司
抚顺恒安	指	抚顺恒安心相印纸制品有限公司
晋江恒安	指	晋江恒安心相印纸制品有限公司
恒安（重庆）	指	恒安（重庆）纸制品有限公司
亲亲食品	指	亲亲食品集团有限公司
阿米巴	指	企业经营管理模式中使用这一词，称作“阿米巴经营模式”。阿米巴经营就是以各个阿米巴的领导为核心，让其自行制定各自的计划，并依靠全体成员的智慧和努力来完成目标。通过这样一种做法，让第一线的每一位员工都能成为主角，主动参与经营，进而实现“全员参与经营”
元、千元、万元、亿元	指	如无特别说明，指人民币元、千元、万元、亿元
COD	指	化学含氧量，是在一定条件下，采用一定的强氧化剂处理水样时，所消耗的氧化剂量，反映了水中受还原性物质污染的程度
BOD	指	生化需氧量，是在一定期间内，微生物分解一定体积水中的某些可被氧化物质，特别是有机物质所消耗溶解氧的数量。如果进行生物氧化的时间为五天就称为五日生化需氧量
长纤木浆（NBKP）	指	原生纸浆取自于天然林木，由寒冷地区之针叶树种所制成。可用于生产生活用纸产品，负责产品的韧度
短纤木浆（LBKP）	指	原生纸浆取自于天然林木，由热带地区之阔叶林种所制成可用于生产生活用纸产品，负责产品的柔软程度
绒毛浆	指	经过漂白，抽出有机溶剂等操作后的长纤木浆。此浆种特别柔软，可用于生产各种卫生用品（如卫生巾、婴儿尿布、医院床垫等）用作吸水介质的纸浆

本募集说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节　发行条款

一、本期债券的基本发行条款

（一）发行人全称：恒安国际集团有限公司（HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED）。

（二）债券全称：恒安国际集团有限公司 2023 年面向专业投资者公开发行公司债券。

（三）注册文件：

发行人于【】年【】月【】日获中国证券监督管理委员会出具的《关于同意恒安国际集团有限公司向专业投资者公开发行公司债券注册的批复》（证监许可【】号），注册规模为不超过 100 亿元。

（四）发行金额：

本次债券发行总额不超过 100 亿元（含 100 亿元），其中期限超过 1 年的中长期公司债券发行规模不超过人民币 20 亿元，期限为 1 年及以内的短期公司债券的债券余额为不超过人民币 80 亿元。本次债券拟分期发行，发行前根据资金需求及市场情况明确各期发行规模。

（五）债券期限：

本次债券期限不超过 5 年（含 5 年），可为单一期限品种，也可为多种期限的混合品种。本次债券可设置赎回和回售选择权，具体赎回和回售条款由发行人根据相关规定、市场情况和发行时公司资金需求情况予以确定。

（六）债券品种：

本次债券品种包括但不限于一般公司债券、短期公司债券、可续期公司债券、绿色公司债券、创新创业公司债券、乡村振兴公司债券、可交换公司债券、纾困公司债券、疫情防控公司债券和可持续发展挂钩公司债券等。

（七）票面金额及发行价格：

本次债券面值为 100 元，按面值平价发行。

（八）债券利率及其确定方式：

本次债券为固定利率债券，债券票面利率将根据簿记建档簿记结果，由发行人与主承销商协商确定。本次债券可设置票面利率调整选择权，具体票面利率调

整条款由发行人根据相关规定、市场情况和发行时公司资金需求情况予以确定。

（九）发行对象：本次债券面向专业投资者公开发行。

（十）发行方式：本次债券发行方式为簿记建档发行。

（十一）承销方式：本次债券由主承销商以余额包销承销。

（十二）兑付方式：本次债券的本息兑付将按照中国证券登记结算有限责任公司上海分公司的有关规定来统计债券持有人名单，本息支付方式及其他具体安排按照中国证券登记结算有限责任公司上海分公司的相关规定办理。

（十三）兑付金额：本次债券到期一次性偿还本金。

（十四）偿付顺序：本次债券在破产清算时的清偿顺序等同于发行人普通债务。

（十五）增信措施：本次债券不设定增信措施。

（十六）信用评级机构及信用评级结果：经中诚信国际综合评定，发行人主体信用等级为 AAA，评级展望稳定，本次债券注册阶段未评级。

（十七）募集资金用途：债券的募集资金将用于项目建设、偿还到期债务及补充流动资金。具体募集资金用途详见“第三节 募集资金运用”。

（十八）质押式回购安排：本期公司债券发行结束后，认购人可按照有关主管机构的规定进行债券质押式回购。

二、本期债券发行、登记结算及上市流通安排

（一）本期债券发行时间安排

1.发行公告日：2023 年【】月【】日。

2.发行首日：2023 年【】月【】日。

3.发行期限：2023 年【】月【】日至 2023 年【】月【】日。

（二）登记结算安排

本期公司债券以实名记账方式发行，在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司进行登记存管。中国证券登记结算有限责任公司上海分公司为本期公司债券的法定债权登记人，并按照规则要求开展相关登记结算安排。

（三）本期债券上市交易安排

1.上市交易流通场所：上海证券交易所。

2.发行结束后，本公司将尽快向上海证券交易所提出关于本期债券上市交易的申请。

本期债券预计上市日期：2023 年【】月【】日。

3.本期公司债券发行结束后，认购人可按照有关主管机构的规定进行公司债券的交易、质押。

（四）本期债券簿记建档、缴款等安排详见本期债券“发行公告”。

第二节　募集资金运用

一、本期债券的募集资金规模

经发行人董事会审议通过，并经中国证券监督管理委员会注册（证监许可【】），本次债券注册总额不超过 100 亿元，采取分期发行。

二、本期债券募集资金使用计划

本次公司债券的募集资金拟用于偿还到期债务、补充流动资金、项目建设及运营等合法合规的用途。

（一）偿还到期债务

因本次债券的发行时间及实际发行规模尚有一定不确定性，发行人将综合考虑本次债券发行时间及实际发行规模、募集资金的到账情况、相关债务本息偿付要求、公司债务结构调整计划等因素，本着有利于优化公司债务结构和节省财务费用的原则，未来可能调整偿还有息负债的具体金额。

在有息债务偿付日前，发行人可在不影响偿债计划的前提下，根据公司财务管理制度，将闲置的债券募集资金用于补充流动资金（单次补充流动资金最长不超过 12 个月）。

（二）补充流动资金

本次债券募集资金补充流动资金的部分，用于补充公司主营业务等日常生产经营所需流动资金。根据公司财务状况和资金使用需求，公司未来可能调整部分流动资金用于偿还有息债务。

三、募集资金的现金管理

在不影响募集资金使用计划正常进行的情况下，发行人可将暂时闲置的募集资金进行现金管理，投资于安全性高、流动性好的产品。

四、募集资金使用计划调整的授权、决策和风险控制措施

募集资金使用计划的调整，应报送董事会或董事会授权的有权机构/授权人审批并及时进行临时信息披露。发行人需严格按照国家规定，加强对募集资金的使用和管理，妥善安排和调度资金，确保募集资金合规使用。

五、本期债券募集资金专项账户管理安排

（一）募集资金的存放

为方便募集资金的管理、使用及对使用情况进行监督，公司将实行募集资金的专用账户存储制度，在银行设立募集资金专项账户。

（二）募集资金的使用

发行人按照募集说明书约定的安排使用募集资金，，设立了本次公司债券募集资金专项用户，用于本次债券募集资金的接收、存储、划转与本息偿付。

六、募集资金运用对发行人财务状况的影响

（一）有利于优化公司债务结构、提高债务管理水平

通过本期债券的发行，可以有效拓宽融资渠道，丰富融资管理手段。以公司2022年12月31日的财务数据为基准，假设本次债券70亿元用于偿还到期债务，30亿元补充流动资金，则预计公司总资产由423.37亿元增加至453.37亿元，总负债由225.62亿元增加至255.62亿元，资产负债率由53.29%增加至56.38%，变动不大。本期债券的发行有助于改善公司的债务结构，提高长期债务融资的比例，公司的负债结构得到一定程度的优化，并与公司的经营特点和未来发展规划相匹配。

（二）对发行人财务成本的影响

与银行贷款这种间接融资方式相比，公司债券作为资本市场直接融资品种，具有一定的成本优势，发行人通过本次发行固定利率的公司债券，有利于锁定公司财务成本，避免贷款利率波动风险。同时，将使公司获得大量的的营运资金，减短期经营压力和债务兑付压力，使公司获得持续稳定的发展。

七、发行人关于本期债券募集资金的承诺

发行人承诺本期发行的公司债券募集资金仅用于符合国家法律法规及政策要求的企业生产经营活动，将严格按照募集说明书约定的用途使用募集资金，募集资金根据募集说明书约定的用途使用，除此之外不用于其他用途。

八、前次公司债券募集资金使用情况

报告期内，发行人本部未发行过公司债券。发行人子公司恒安（中国）投资有限公司前次公开发行公司债券的募集资金用途使用情况如下：

经中国证监会“证监许可[2016]1923号”文件核准，发行人获准向合格投资者公开发行面值总额不超过人民币57.5亿元的公司债券。发行人分别于2016年9月和2018年7月发行规模为10.00亿元和30亿元的公司债券。截至本募集说明

书签署日，发行人上述核准范围内的 57.5 亿元公司债券已累计发行 40 亿元，剩余额度已过期。

上述债券信息如下：

单位：亿元、%、年

债券简称	发行日期	发行规模	票面利率	期限	募集资金用途
16 恒安 01	2016/9/5	10.00	3.30	5	偿还有息债务及补充流动资金
18 恒安 01	2018/7/27	30.00	4.58	2+1	
合计		40.00			

上述公司债券募集资金已全部使用完毕，且募集资金的使用均符合募集说明书约定的用途范围内。

第三节　发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	恒安国际集团有限公司
英文名称	HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED
董事会主席	施文博
已发行股本	12,334.50万元港币（截至2022年12月31日）
设立日期	1998年7月22日
香港商业登记证号码	22023141-000-10-18-A
住所（注册地）	P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands
主要办公地址	香港金钟夏慤道18号海富中心一座21楼2101D
所属行业	根据港交所行业分类，公司属于“（HS）消费品制造业”
经营范围	生产个人及家庭卫生用品、不干胶、无纺布、塑料包装袋、流延波薄膜、彩印胶袋、个人卫生用品（出口不含配额许可证管理品种）、日化产品、仓储；代购代销成员企业原辅材料和产品，并协调管理成员企业的经营活动。
电话及传真号码	联系电话：+852 2798 0770 传真：+852 2799 7372
信息披露事务负责人及其职位	信息披露事务负责人：李伟樑 职位：执行董事、授权代表、财务总监、公司秘书

二、发行人的历史沿革及重大资产重组情况

（一）发行人设立情况

1998 年 7 月 22 日，发行人于开曼群岛注册设立，注册登记号为：83399。1998 年 12 月 8 日，公司于联交所主板挂牌上市，股票代码为 01044.HK。2011 年 6 月 7 日，恒安国际正式入编香港恒生指数成分股。

（二）发行人历史沿革

发行人历史沿革事件主要如下：

发行人历史沿革信息			
序号	**发生时间**	**事件类型**	**基本情况**
1	2003 年 3 月	收购	2003 年 3 月，发行人以现金 262,500,000 港元及配发 44,554,455 股新股(每股 2.525 港元)为

			代价，从发行人当时的股东施文博先生、许连捷先生及杨荣春先生收购协隆（开曼岛）国际控股有限公司的股东贷款及全部股本权益。协隆（开曼岛）国际控股有限公司的主要资产为在常德恒安股份有限公司的 68.9%的股本权益。常德恒安为生活用纸生产商，旗下品牌“心相印”为中国驰名商标。此外，常德恒安也持有抚顺恒安心相印纸制品有限公司、晋江恒安心相印纸制品有限公司及恒安（重庆）纸制品有限公司 75%的权益。
2	2004 年 3 月	收购	2004 年 3 月，发行人以总计代价 368,093,000 港元从多名第三方人士收购常德恒安的 31.1%权益及抚顺恒安、晋江恒安、恒安重庆各 25%的权益。该总计代价的 50%以现金方式支付，剩余的 50%以发行 40,899,900 本公司新股份（每股 4.5 港元）支付。
3	2006 年 5 月	发行可换股债券	2006 年 5 月，发行人以初步换股价每股本公司普通股 19.12 元发行本金总额港币 15 亿元于 2011 年 5 月到期的零息可换股债券。
4	2007 年 10 月	配售	2007 年 10 月，发行人委托 Morgan Stanley & Co. International plc，以先旧后新方式按每股股份港币 30.47 元配售 60,000,000 股，所得款项净额约港币 17.97 亿港元，主要用作潜在收购、产能扩充及一般营运资金用途。
5	2008 年	重组	2008 年，发行人对其国内外子公司的股权架构进行重组。首先将发行人控制的英属处女群岛的控股公司所持有的多家国内子公司股权，转让给恒安珍宝投资有限公司。其后在厦门设立恒安（中国）投资有限公司，主要经营范围为在国家允许外商投资的领域依法进行投资（包括依据国家规定对于上市公司进行战略投资等）。再由恒安中投受让恒安珍宝持有的国内子公司全部股权，从而实现恒安珍宝通过恒安中投间持控制国内公司的目标。
6	2008 年 11 月	收购	2008 年 11 月，发行人收购亲亲食品集团有限公司。亲亲食品为中国领先的果冻生产商之一，旗下品牌“亲亲”为中国驰名商标。通过对亲亲食品的收购，集团进入了快速消费品的另一大门类—休闲食品行业。
7	2013 年 6 月	发行可换股债券	2013 年 6 月，发行人以初步换股价每股本公司普通股港币 120.0825 元发行本金总额港币 54.34 亿元于 2018 年 6 月到期的零息可换股债券。

8	2016 年 7 月	子公司分拆上市	2016 年 7 月 8 日，恒安集团子公司亲亲食品在香港联交所主板上市，恒安集团完成亲亲食品的分拆，将其持有的亲亲食品全部已发行股本以实物方式，按每持有五股恒安股份获发一股的基准分派予恒安集团合格股东。
9	2017 年 6 月	收购	2017 年 6 月 5 日，恒安集团收购马来西亚证交所主板上市公司皇城集团合计 8,000 万股，销售股份占皇城股本权益约 50.45%，交易价格折人民币约 1.46 亿元，是集团扩展境外业务发展中重要的一环。
10	2017 年 12 月	收购	2017 年 12 月 27 日，恒安珍宝投资有限公司与恒安（中国）投资有限公司以人民币 1.5 亿元共同收购潍坊热电全部股权。
11	2018 年 2 月	子公司成立	2018 年 2 月，恒安集团间接附属子公司恒安（东方）卫品有限公司在俄罗斯成立，主营业务范围为于俄罗斯制造、分销及出售个人卫生用品，恒安集团持有其 51%的股权。
12	2018 年 4 月	收购	2018 年 4 月 4 日，恒安集团收购声科集团 100%股权，交易价格约人民币 1.42 亿元，旨在扩大家居产品组合市场份额，提升集团整体销售收入。同月 23 日，恒安集团以约 1,167 万欧元入股芬浆公司 Finnpulp 共 36.46%股权，扩展上游纸浆业务。

发行人于 1998 年 12 月 8 日在联交所上市，股票代码为 01044.HK。

（三）重大资产重组情况

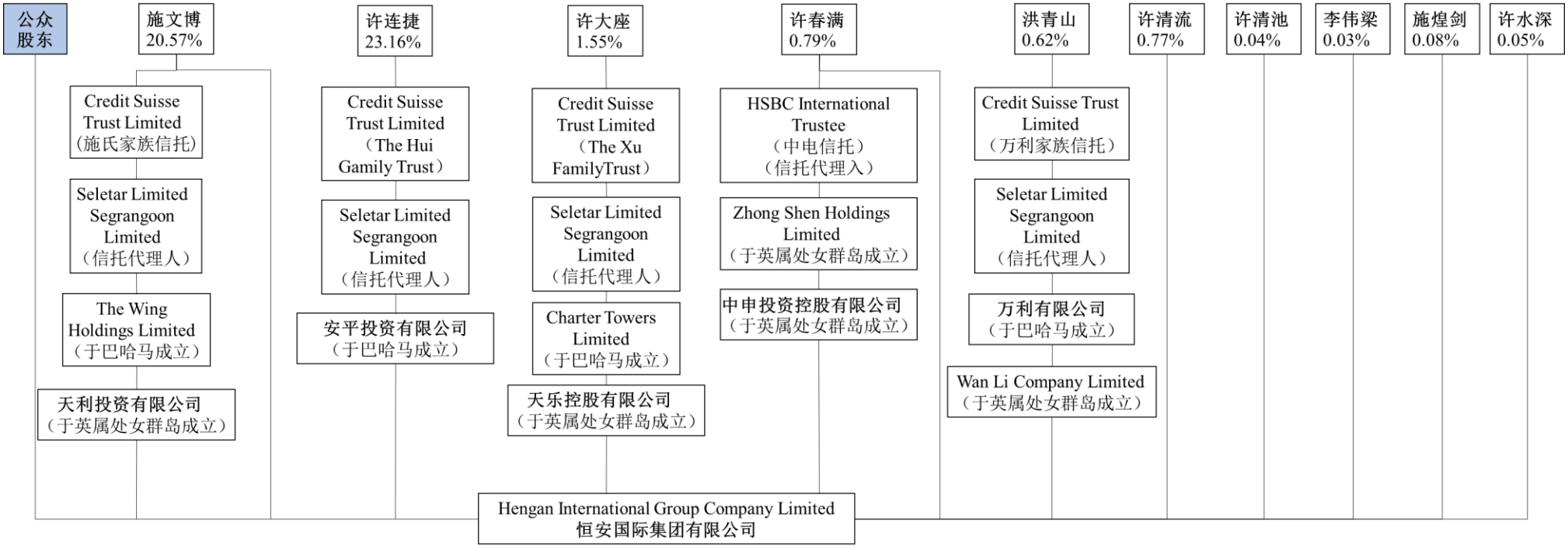
报告期内，发行人无重大资产重组情形。

三、发行人的股权结构

（一）股权结构

截至报告期末，发行人股权结构图如下：

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人公众及各董事比例如下：



（二）控股股东及实际控制人基本情况

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人的董事施文博先生和董事许连捷先生直接及／或通过他们各自的家族信托作为发行人的前两大股东，分别持有发行人 20.57%和 23.16%的股权。根据《公司法》，控股股东是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十的股东；出资额虽然不足百分之五十，但依其出资额所享有的表决权已足以对股东会的决议产生重大影响的股东。鉴于发行人不存在持股比例超过百分之五十的股东，或者其表决权对股东会的决议产生重大影响的股东，因此发行人不存在控股股东或实际控制人。截至 2022 年 12 月 31 日，发行人前两大股东的持股不存在抵质押或者争议情况。

四、发行人的重要权益投资情况

（一）主要子公司情况

截至最近一年末，发行人主要子公司 6 家，情况如下：

单位：亿元，%

序号	企业名称	主要营业收入板块	持股比例	资产	负债	净资产	收入	净利润
1	恒安（中国）投资有限公司	对外投资	100.00	148.47	57.10	91.37	0.00	21.07
2	恒安（中国）纸业有限公司	纸制品制造	100.00	35.06	19.62	15.44	18.08	0.93
3	福建恒安集团厦门商贸有限公司	个人卫生用品销售；纸制品销售	100.00	51.69	59.68	-7.99	1.58	3.95
4	恒安（中国）卫生用品有限公司	生产高档纸、高档纸尿片、高档纸尿裤等妇幼卫生用品系列产品	100.00	16.99	14.63	2.36	7.29	0.90
5	恒安（湖南）心相印纸业有限公司	造纸和纸制品业	100.00	8.87	6.66	2.21	17.68	-0.02
6	山东恒安纸业有限公司	纸制品制造	100.00	18.58	4.90	13.68	21.67	-1.05

发行人主要子公司的情况如下：

1、恒安（中国）投资有限公司

恒安（中国）投资有限公司经营范围包括：在国家允许外商投资的领域依法进行投资，包括依据国家规定对于上市公司进行战略投资；受所投资企业的书面委托为所投资企业提供下列服务：协助或代理所投资企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品，并提供售后服务；在外汇管理部门的同意和监督下，在所投资企业之间平衡外汇；为所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；协助所投资企业寻求贷款及提供担保。境内设立科研开发中心，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务；为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；承接母公司和关联公司（含境外公司）的服务外包业务；依据《对外贸易经营者备案登记办法》的规定，从事货物进出口或者技术进出口；通过佣金代理（拍卖除外）、批发方式在国内销售所进口及在国内采购的商品（特殊商品及以零售和特许经营方式销售的，遵守国家有关规定）；在经中国银行业监督管理委员会批准后，为所投资设立的企业提供财务支持。

截至2022年末，该公司资产总额为1,484,735.64万元，负债总额为571,020.46万元，所有者权益913,715.18万元。2022年度实现营业收入0.00万元，净利润210,685.92万元。

2、恒安（中国）纸业有限公司

恒安（中国）纸业有限公司成立于2004年11月3日，经营范围包括生产高档纸（不含新闻纸）、卫生用品（纸巾纸）类。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。

截至2022年末，该公司资产总额为350,567.94万元，负债总额为196,314.87万元，所有者权益154,253.07万元。2022年度实现营业收入180,781.72万元，净利润9,192.60元。

3、福建恒安集团厦门商贸有限公司

福建恒安集团厦门商贸有限公司成立于2003年9月15日，经营范围包括：从事福建恒安集团有限公司及其成员企业和关联企业所有产品的加工、包装、仓储及原辅材料、配件、设备等统一采购和销售，并接受相关知名品牌产品的代理

销售；经营各类商品和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品除外；自有物业租赁；旅游饭店；正餐服务；咖啡馆服务；酒吧服务；游泳场馆经营；休闲健身活动场所（不含高危险体育项目活动）；汽车租赁（不含营运）；停车场管理；办公服务；酒、饮料及茶叶零售；保健食品零售；糕点、面包零售；预包装食品零售；乳制品（不含婴幼儿配方奶粉）零售；纺织品及针织品零售；服装零售；箱、包零售；其他日用品零售；体育用品及器材零售（不含弩）；工艺美术品及收藏品零售（不含文物）；其他文化用品零售；理发及美容服务；洗浴服务；足浴（上述第 4 项全部经营项目限分支机构经营）。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。以上商品不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。

截至 2022 年末，该公司资产总额为 516,911.87 万元，负债总额为 596,818.26 万元，所有者权益-79,906.39 万元。2022 年度实现营业收入 15,797.25 万元，净利润 39,457.41 万元。

4、恒安（中国）卫生用品有限公司

恒安（中国）卫生用品有限公司成立于 2005 年 12 月 6 日，经营范围包括生产高档纸、高档纸尿片、高档纸尿裤等妇幼卫生用品系类产品（以上经营范围涉及国家法律、法规规定需经审批许可的，凭审批许可证经营。涉及国家有专项规定的从其规定）。

截至 2022 年末，该公司资产总额为 169,928.91 万元，负债总额为 146,388.48 万元，所有者权益 23,540.43 万元。2022 年度实现营业收入 72,912.19 万元，净利润 8,980.06 万元。

5、恒安（湖南）心相印纸业有限公司

恒安（湖南）心相印纸业有限公司成立于 2006 年 12 月 19 日，经营范围包括心相印卷筒纸、心相印纸巾纸、安乐牌卫生护垫、安尔乐牌卫生护垫、安乐牌卫生巾的生产及产品自销（有效期限以许可证为准）。

截至 2022 年末，该公司资产总额为 88,689.03 万元，负债总额为 66,613.60 万元，所有者权益 22,075.43 万元。2022 年度实现营业收入 176,847.20 万元，净利润-216.54 万元。

6、山东恒安纸业有限公司

山东恒安纸业有限公司成立于 2003 年 12 月 29 日，经营范围包括高档生活

用纸的加工、制造；销售本公司产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，有效期限以许可证为准）。

截至 2022 年末，该公司资产总额为 185,754.83 万元，负债总额为 48,978.84 万元，所有者权益 136,775.99 万元。2022 年度实现营业收入 216,720.10 万元，净利润-10,475.90 万元。

（二）参股公司情况

截至最近一年末，发行人重要的参股公司、合营企业和联营企业 4 家，情况如下：

发行人重要参股公司、合营企业和联营企业情况

单位：万元、%

序号	公司名称	注册地点	主营业务	实收资本/股本	持股比例
1	芬浆有限公司	库奥皮奥（芬兰）	制造、分销、销售木浆	欧元 1.00	36.46
2	中轻（晋江）卫生用品研究有限公司	晋江（中国）	研究和开发个人卫生材料	人民币 2,941.18	38.80
3	元气联萌（厦门）网络科技有限公司	厦门（中国）	网络形象设计及推广	人民币 3,666.00	30.00
4	嘉利安发展有限公司	香港（中国）	开发、批发分销、医药、个人护理及卫生产品零售	港币 100.00	50.00

五、发行人的治理结构等情况

（一）治理结构、组织机构设置及运行情况

发行人治理结构具体如下：

发行人作为在开曼群岛注册成立的香港上市公司，严格按照《香港公司条例》、《香港上市规则》附录十四中所载的《企业管治守则》及《企业管治报告》的相关规定实施企业管治。

1、股东会

股东会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（1）宣派及批准股息；（2）省览及采纳账目、资产负债表、董事会报告、核数师报告以及其他须附加于资产负债表的文件；（3）选举董事以替代退任董事；（4）委任核数师；（5）厘定董事及核数师的酬金或决定厘定有关酬金的方式；（6）向董事会授予任何授权或权利以发售、配发、授出涉及发行人未发行股份的购股权或以其他方式处置该等股份，

但数额不得超过发行人当时已发行股份面值的 20%等。

2、董事会

发行人董事会由执行董事和独立非执行董事成员组成，其中包括主席、副主席、多位执行董事及独立非执行董事。此外，董事会下设三个专门委员会，即薪酬委员会、审核委员会以及提名委员会。

董事会负责批准及监察集团的整体策略及政策，批准年度预算及业务计划，评估集团表现，以及监督管理层的工作。管理层在行政总裁的领导下，负责集团日常业务。根据本公司组织章程细则，所有董事须每三年至少轮值告退一次。每次股东周年大会上，有三分之一的在职董事（若如其人数不是三或三之倍数，则最接近但不少于三分之一的人数）须轮值退任并合资格可当选连任。另外，被委任的董事将在位直至下届股东大会举行时（就填补临时空缺而言）或于本公司下届股东周年大会举行时（就新增董事而言），并可以当选连任。董事须经董事会确定与集团并无任何直接或间接的重大关系，方会被视为具独立性。董事会按照上市规则的规定，确定董事的独立性。主席及行政总裁职责分开，以加强相互之间的独立性和问责性。

（1）薪酬委员会

负责确定全部执行董事及高级管理层之具体薪酬待遇，包括实物利益、退休金权利及赔偿金额（包括丧失或终止其职务或委任的赔偿），并就非执行董事之薪酬向董事会提出意见。在制定薪酬政策及就董事及高级管理层之薪酬作出建议时，薪酬委员会将会考虑集团及个别董事及主要行政人员之表现。任何董事不得参与厘定其本身的酬金。委员会每年召开最少一次会议，并根据其按上市规则所编制的职权范围履行责任。

（2）审核委员会

负责审阅及监督本公司财务报告程序及内部监控。审核委员会包括五位独立非执行董事，他们其中一人具备了解财务报表所需的商业与财务技巧与经验。参考常规守则及香港会计师公会发出之“成立审核委员会之指引”及“审核委员会有效运作指引”而编制和采纳的其职权范围，审核委员会的职责包括监察与外聘核数师的关系、审阅集团的中期业绩与年度业绩、检讨集团内部控制的范畴、规限与有效性，审阅集团所采用的会计政策及处理方法，在认为有需要时委聘独立的法律或其他顾问，以及进行调查。

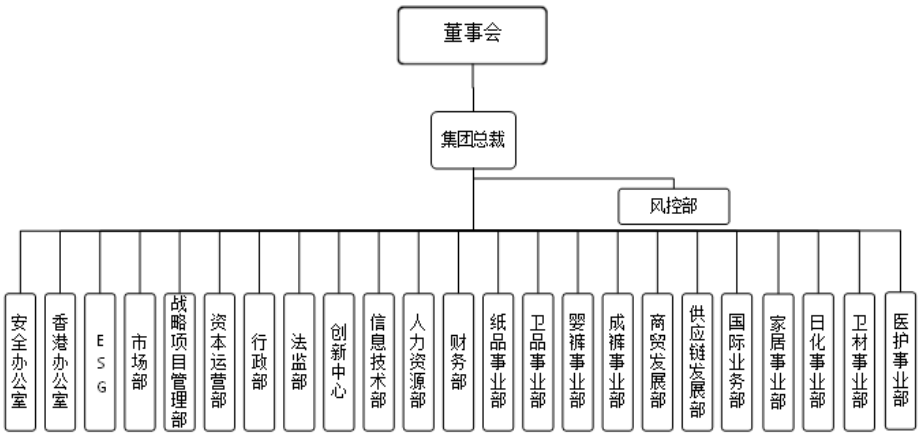
（3）提名委员会

主要职能是就董事会之成员委任、架构、规模及组成向董事会提出建议，以及评核独立非执行董事的独立性及董事是否适合获得重选。

集团的高级管理层在董事会领导下负责集团及各子公司的日常管理、业务发展及营运。集团建立了以风控部、安全办公室、中国香港办公室、ESG、市场部、战略项目管理部、资本运营部、行政部、法监部、创新中心、信息技术部、人力资源部、财务部、供应链发展部、商贸发展部及各品类事业部的组织架构。

截至 2022 年 12 月末，发行人的集团本部组织结构图如下：

发行人的集团本部组织结构图如下：



各主要部门职能如下：

1、风控部：开展内控与审计工作，负责公司全流程的风险预防与控制。对集团发布的各类制度、流程和标准的运作开展全流程合规性检查，对其存在的设计缺陷，提出反馈建议；发现不合规状况，督促相关单位纠正；形成定期的流程审计合规性报告，向集团高层汇报；制定年度审计计划，组织内部项目审计和离任审计等工作，形成定期的审计报告，向集团高层汇报；受理除审计部门之外各部门、分公司的投诉，进行专项舞弊审计；为各业务单元提供合规风控咨询，宣导公司的风控政策和管控案例，提升员工的合规意识。

2、安全办公室：负责安全管理的组织与协调工作，进行安全风险管理，并提供安全专家支持。作为集团安全生产管理的专业机构，负责督导各单位贯彻执行安全生产法律、法规，组织制定安全管理政策、方针、目标、指标和工作计划，落实主体责任，规定安全红线；组织识别和评价潜在的安全风险，把控集团安全风险；负责组织制定应急管理规定，统筹协调应急管理（逃生、急救）演练。组织开展安全管理会议，检讨安全绩效和重大风险控制情况，协调相关业务单位安全事项，是集团安全的守护者。

3、市场部：负责制定集团整体品牌发展战略，组织开展集团品牌策划工作，负责媒介组合策略、媒采资源和供应商甄选评估与管理、媒体投放效益分析等；统筹品牌预算管理和品牌费用并配合品类及商贸的营销工作；负责品牌自媒体的内容规划和实施；建立跨品类的品牌推广协同机制；收集、梳理和管理全集团会员数据资产，制定、主导执行会员数据回流方案，并针对用户数据进行反馈分析及洞察等工作。通过品牌传播与消费者会员管理，提升品牌形象和消费者用户体验。

4、战略项目管理部：负责预算管理、项目管理、流程管理、持续改善工作，支撑集团战略的实施落地，推动经营管理的可持续发展。制定项目管理的制度和流程，研究行业发展大趋势与业务模式，开展专项的行业研究和对标项目；负责项目群的立项、运作与结项的管理，协调项目资源，评估项目进度和风险，及时预警项目问题；组织与领导各业务单元制定预算方案与经营计划，整合集团年度预算方案；负责流程变革与优化，设计管理与维护集团业务流程，定期检查并优化集团业务/管理/运营流程；根据集团战略目标与业务需求，推动经营管理的可持续发展。

5、资本运营部：是恒安资产运营组织，是资产盘活的规划者与管理者。负责对动产与不动产进行资本经营与盘活；根据集团发展及经营需要，为集团筹集资金，统筹管理、监督全集团运营资金运作及资金安全及增值。制定集团资产管理规划和预算，组织开展集团资产成本分析和经营计划；经营集团的流动资产（包括现金流、债券、股票等），实现流动资产的保值与增值；经营集团不动产（建筑房产与土地），包括折旧处理、产权转让、对外物业资产投资、物业资产租赁或承包等资产经营，实现不动产的保值与增值；负责维护、协调与政府财税部门、

证券联合交易所、各级投资机构、潜在投资者、银行及金融机构等各项关联体间的关系，塑造良好的企业信用；支持和推进集团变革管理，为新业务孵化、投资并购等战略事项提供专业建议与支持。做好纳税筹划工作，主动争取税收优惠政策，加强对新政策的把握和利用；跟踪及监督税收优惠政策的落实。

6、行政部：集团品牌、企业文化、行政管理的践行者。负责品牌公关工作，制定集团品牌管理制度；负责集团对内对外宣传工作，媒体关系维护；负责政府扶持补贴政策及重大项目申请，统筹集团知识产权维护工作，负责制定集团宣传制度，审核并发布集团官方信息；建设并协同各业务单位做好企业文化，协同党工团组织开展文体活动，丰富员工精神文明建设；建立健全集团行政及后勤管理的相关制度、服务标准和流程方案；统筹管理集团印章、档案、会议会务及办公类资产；负责员工宿舍、食堂、安全保卫等后勤服务。

7、法监部：负责处理内外部法律事务，是公司的法律事务负责组织。编制集团统一法律文本，为集团各业务单元提供法律咨询服务；负责集团的诉讼事项法务管理，健全公司诉讼管理制度，负责立案、庭审、调解、执行工作；负责集团商标、版权的申请、维护及其他知识产权管理工作，避免他人在相关类别上恶意抢注商标；负责集团合同相关法律事务，参与重大合同可行性论证和谈判，起草合同文本，法律审核各类合同；负责为集团证书/营业执照/组织机构代码证的申请、发更、注销及年检工作提供法律专业意见；负责建立、健全公司的企业登记档案资料库，对公司证照申请、发更、注销进行法务审核；负责集团打假法律相关事务，协调、联合执法机关，部署开展与项重点打假活动；针对重大运营偏差，配合战略项目管理部和审计部开展联合检查；针对日常巡查中发现的重大法务合规问题线索，开展与项调查。

8、创新中心：负责集团创新性材料技术和设备技术研发，集团质量标准管理与业务规划；统筹全集团专业材料与设备技术项目管理、专利管理、体系认证；调研行业领先技术与品类产品规划，制定集团技术规划；负责行业领先的创新性技术（包括新材料、新包材、新设备与新工艺）的研发管理，推动集团产品升级换代和技术变革；负责工业4.0与生产智能化的研究，推动相关项目的落地实施；参与新设备引进、设备的技术评定、新设备寻源过程，为设备购买决策提供技术方面的评估意见，以及现有设备的升级改造；组织、管理与开展各种与外部合作

伙伴的研发和技术交流活动，推动高新技术的内外部技术联盟的合作。制定集团年度质量目标、质量工作计划、质量绩效；建立并维护集团的质量管理体系，负责集团产品、材料的质量标准审核、发布；负责成品及材料的委托和监督检验，仪器统筹管理，精密仪器检测分析及微生物检测平台建设，协助研发开发验证新方法，通过质量稽查及监督检验，识别质量风险持续推动责任部门改善，确保质量体系的有效运行。

9、信息技术部：作为数据服务提供者，统一恒安集团的数据标准，为平台各部门提供原始数据，为最高管理层提供管理数据的可视化呈现，供其分析决策；作为数据价值提供者，基于“数据驱动”战略，全面推进数字化项目的实施落地负责集团数字化战略的制定，通过集团各级信息化项目执行，整合内外部数据，提供数据可视化呈现及数据应用与洞察，并对IT基础设施进行开发与维护。

10、人力资源部：人力资源部根据集团战略目标，制定人力资源战略并推进落实；根据集团年度经营目标及经营计划，制定集团年度人力资源工作规划，编制集团人力资源成本预算；组织各部门及各经营单位制定年度人力资源规划；支持和推进集团变革管理，为新业务孵化、投资并购等战略事项从人力资源角度提供专业建议与支持。根据集团业务发展对组织架构和岗位进行优化调整，以满足业务发展需求。负责根据业务需求建立人才获取及选拔机制；为集团关键岗位的人才选拔提供建议和信息支持。建立健全集团人力资源管理的相关制度和流程方案并持续优化；执行及宣贯各项人力资源管理制度，监督各项制度全面实施。制定符合集团战略定位的薪酬体系及福利方案，并贯彻实施；负责集团薪酬核算，社保、公积金、商业险缴纳工作。建立科学、合理的绩效考核体系；负责对绩效考核过程进行监督与指导，根据业务发展需求优化绩效管理体系；组织收集全年员工绩效考核数据，并对员工考核的结果进行分析，为员工下一年度薪酬调整、岗位调整、培训与发展等提供依据。建立健全集团培训体系，针对关键岗位，组织建立继任者梯队，并全面统筹轮岗计划的管理和组织实施；建立员工职业发展通道，健全员工职业生涯规划体系。全面负责劳动关系管理，促进企业及员工的共同发展。

11、财务部：财务部根据集团战略，制定集团年度整体财务管理规划，并根据集团全面预算管理要求做好财务预算管理工作。建立健全集团财务管理的相关

制度和流程方案并持续优化；组织执行及宣贯各项财务管理制度，监督各项制度全面实施；在公司战略目标与业务发展需求的指导下，参与制定公司年度经营计划，并参与公司各类经营决策，提出合理建议及专业意见；做好纳税筹划工作，跟进税收优惠政策的落实。负责集团会计管理及财务控制，组织制定统一的会计政策、会计核算流程、财务指标分析数据来源及口径、财务管理制度及相关实施细则，集中管控财务风险；指导财务部门定期编制、上报财务报表，分析公司财务状况，提交财务分析报告，为公司各项决策提供支持；负责集团外部审计对接工作，撰写向股东披露的财务报告，上报董事会并配合进行发布工作。根据集团战略与预算目标，明确集团整体可能面临的财务风险种类并组织制定具体量化指标；明确集团整体对各种财务风险的偏好、承受度和管理有效性标准，制定风险预警线并搭建、持续完善集团统一的全面财务风险框架、模型和数据库；组织财务部及其他职能中心共同制定财务风险预案。

12、品类事业部：集团产品全生命周期管理者。为纸品事业部、卫品事业部、婴裤事业部、成裤事业部、家居日化事业部的统称。从产品管理、产品研发、生产制造、质量管理、营销拓展等方面，对产品进行全生命周期管理，洞察消费者需求与调研，了解消费者与市场需求；制定产品市场定位，研发产品满足市场和消费者需求，针对产品和市场制定营销策略；负责产品的价格体系的制定；协同创新中心，对接新技术、新材料的测试及应用，储备战略性新产品；规划生产产能布局，通过生产现场管理，保证产品质量和生产效率的提升，推进生产成本的有效管控，增强公司核心竞争力。

13、供应链发展部：负责国际业务的布局和开拓，制定国际业务战略、经营举措与年度计划，开拓国际渠道，进行海外销售与营销活动；负责组织制定年度供应计划，从销售计划、物流计划、库存计划、生产计划到采购计划的计划管理；组织运营相关方的产销协调工作，负责全国全品类的产销存平衡调控；制定集团仓储物流业务标准，负责订单、物流、仓储管理，并协同品类制定产能布局规划，负责物流网络布局规划及跨区域产能的调配。制定与实施供应商评审与管理标准，优化供应商结构，培植核心战略供应商；制定贸易战略、业务目标，开发贸易产品，拓展贸易渠道，建立可持续发展的采购和贸易体系。

14、商贸发展部：制定商贸发展部战略，编制集团年度销售计划、销售预测

及需求计划；制定商贸业务规则和运作机制，收集反馈市场动向及消费者信息；负责组织、管理、执行、监督产品的销售工作，参与制定及管理价格体系，监督执行价格管控机制，并负责各渠道销售终端的落地执行；制定客户管理细则、设立客户准入和退出机制，建立客户信用额度授权管理制度，发展、管理和服务渠道客户及零售终端，开拓新市场及新渠道，并针对不同渠道模式，制定渠道策略。

（二）内部管理制度

1、内部管理制度的建立

为了建立完善的法人治理结构，有效提高内部管理效率，防范企业运营风险，发行人制订了一整套内部管理和控制制度，包括《融资管理办法（暂行）》、《恒安集团财务收支审核审批制度》、《恒安集团不良资产管理制度》、《恒安集团固定资产管理制度》、《恒安集团经营预算管理（暂行）办法》、《恒安集团货币资金管理制度》、《存货预警管理制度》、《环境安卫控制程序》、《内部交易管理办法》等。

（1）对下属公司的管理制度

集团对下属公司制订了一系列的管理控制制度，包括《恒安集团财务收支审核审批制度》、《恒安集团固定资产管理制度》、《恒安集团存货预警管理制度》等。在人事方面，从管理人员任免、薪酬、绩效考核等全方面进行控制；在财务方面，从统一会计核算政策、统一资金管理、统一税收筹划、明确收支权限等全方面进行控制；在行政管理方面，从发文到用印，进行规范化；在资产管理方面，明确了从采购到报废的管理控制权限，在其他经营管理方面，对交易方式、合同管理、价格管理、物资采购等方面进行控制。此外，集团通过审计的手段保证各项管理控制在下属公司能够有效实施。

（2）对外担保的管理控制

集团一直以来从来不允许进行对外担保。按照《恒安集团财务收支审核审批制度》、规定，各下属公司无权对外抵押（含质押）、担保。如确属融资需要对外抵押、担保的，必须由集团财务部统一安排，办理相关手续。

（3）对外筹资的管理控制

为规范融资行为，降低资本成本，减少融资风险，提高资金利用效益，集团制定了《融资管理办法（暂行）》。集团围绕战略目标的实现，依据年度经营计划需要，制订年度各类资金预算并据以确定筹资方式报董事会批准，由总经理组织财务部门实施，同时，融资风险的评价亦由公司财务部门负责。

（4）对项目投资的管理控制

为规范集团的对外投资行为，保证新项目的稳定运行和新增资产的安全，集团制定了《恒安集团新项目投资管理办法》，适用于集团所有新项目的投资管理，包括生产项目的新建、扩建、改建及其他项目。集团成立由首席执行官任命的集团投资审查委员会对集团的投资决策过程进行管控且所有新项目的投资计划必须经首席执行官批准后方可实施。新项目的审批应当按照“分级负责，逐级审批，董事会决策”的原则进行。新项目投资必须经过发起、论证和审批、项目筹备、项目建设以及项目验收几个阶段。

（5）对新项目开发的管理控制

鉴于项目开发对企业发展方向、产品优势、开拓新市场、提高经济效益等方面起着决定性作用，集团为更好地做好市场调研、项目收集、项目资料整理、投资咨询等项目开发工作，制订了《恒安集团新项目开发管理制度》。相关管理制度包括：通过多种渠道收集、整理、分析、筛选项目信息和资料；调查项目的国内外市场状况和技术现状；对新项目的社会需要、市场占有率、技术现状、发展趋势、以及资源效益等五个方面进行分析论证等。同时，为使项目开发工作有序开展，明确各部门的责任，集团制定了项目开发的工作程序，包括：项目立项——公司决策——项目管理——风险控制——跟踪评估在内的几个关键步骤，并通过各部门的协同配合完成。

（6）对财务的管理控制

为规范集团的财务管理，集团从财务收支、不良资产管理、固定资产管理、经营预算管理、货币资金管理以及存货预警制度等多方面制定了专项管理制度。其中包括：

①《恒安集团财务收支审核审批制度》主要规范集团的收支报销行为，旨在加强收支的控制与管理和强化集团审计部的职责。

②《恒安集团不良资产管理制度》旨在提高集团资产质量和资产运行效率，同时规范不良资产管理，并不断通过强化管理，堵塞漏洞，促进建立集团不良资产管理和防范机制，进一步增强市场竞争力，完善内控管理。集团成立不良资产管理领导小组，组长由总裁担任，副组长由公司财务总监担任，审计及相关业务单位人员为小组成员。小组负责对界定需要由管理领导小组负责批处的不良资产进行批处，同时负责调查、检查不良资产的处置情况。

③为加强固定资产的保管及使用管理，集团制定了《恒安集团固定资产管理制度》，并按资产类别统计整理集团内固定资产信息以及定期对固定资产管理执行情况进行检查等工作。同时，集团将固定资产进行分类并由归口管理部门分别负责管理。

④为发挥经营预算在集团经营决策中的作用，建立动态的经营信息，集团制定了《恒安集团经营预算管理（暂行）办法》，经营预算一般包括年度预算和季度动态调整预算，具体有销售预算、生产预算、采购预算、部门预算、资本支出预算、专项预算、财务预算等，同时集团成立预算决策委员会和预算工作执行委员会分管公司预算工作的审批及具体分析评估等工作。

⑤为了实现收支两条线管理，统一调度和规范集团各单位的货币资金，提高货币资金使用效率，保障货币资金安全，集团制定了《恒安集团货币资金管理制度》，对包括库存现金、银行存款和其它货币资金在内的资金使用、审批及管理工作进行了详细规定。

⑥为加强集团存货管理，及时发现并处理积压存货，减少存货不良损失，提高资产运营效率，集团还制定了《存货预警管理制度》，对集团存货实行预警管理，建立存货预警报告机制。同时要求集团采购平台、运营管理部、商贸发展部监督下属单位及时、合理、有效的降低预警存货。

（7）对集团人事工作及人力资源的管理规定

为规范集团各单位人事管理工作，使集团人事管理工作有章可循，集团制定了《恒安集团人事管理规定》，用于集团范围内涉及所有员工的人事管理工作，对新员工的报到、试用，人事异动、劳动合同管理及人事系统管理等做出了详细的规定。同时，集团制定了《恒安集团人力资源管理政策》，对集团人力资源管理的宗旨与定位、基本目标、实务操作的基本原则等做出了规定。另外，就员工的招聘选拔、培训及绩效考评，集团都制定了专门的制度规范。

（8）关联交易制度

集团为了确保内部员工能够了解关联交易的基本内容及应当遵守的相关程序，特别制定了《关联交易披露制度》，不仅对关联人士和关联交易的定义进行了详细介绍，而且对关联交易在上市规则下所需遵循的披露及审批要求进行了列举。同时，对所有部门在进行任何交易及/或签订合约前，规定了进行关联交易识别的义务和相应的上报和披露程序。集团与关联公司的关联交易由发行人的独

立非执行董事按上市规则规定审阅并确认该等关联交易是（1）在集团的一般及通常业务过程中订立的；(2)以正常商业条款或以不逊于集团从独立第三方可得或获取的条款订立；且（3）根据有关的协议进行，且协议条款为公平和合理并符合发行人股东整体利益。

（9）外汇及汇率风险管理制度

集团的部分生产原料进口于海外供应商并以美元支付；集团的主要营业收入源自中国，结算货币主要为人民币；集团的财务报表以人民币作为本币编制。此外，集团的部分贷款为浮动利率。为对冲部分由此产生的汇率及利率波动风险，集团与若干银行订立有远期外汇合约及利率掉期合约，旨在将银行贷款浮动利率转为固定利率并对冲汇率波动风险。除此之外，集团并无重大外汇及汇率风险管理制度。

（10）信息披露管理制度

发行人严格遵守联交所的信息披露要求。为建立健全发行人的信息披露制度，提高信息披露水平和信息披露的规范性，保护投资者合法权益，集团制定了《恒安集团信息披露管理制度》。信息披露制度由发行人董事会负责制定，并保证制度的有效实施，确保信息披露的及时性和公平性，以及信息披露内容的真实、准确、完整、及时。

此外，为进一步控制信息披露风险，集团制定了保密制度，明确了信息的分类、保密等级、披露权限。集团的信息披露由集团总裁办指定专人统一管理。集团各部门、各附属公司对外披露相关信息，一律要经集团总裁办核准或提供相关资料。未经核准或非由集团总裁办提供的资料，一律不得向外披露。

（11）安全生产及环境保护制度

为了对其所确定的重要环境因素、危险源进行必要的控制，预防或减少有害环境因素对环境造成的影响，预防或降低职业健康安全风险，确保方针、目标 / 指标的有效实施，集团制定了《环境安卫控制程序》，对运营管理部、人力资源部及其他部门及生产公司的职责进行了明确规定。同时，集团针对固体废弃物、废水排放、噪音污染、废气排放等的处理规定了具体的操控程序和所需遵循的依据。

2、内部控制制度运行情况

发行人现有内部管理制度已基本建立健全，能够适应发行人的管理要求和发

展需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证。发行人内部控制制度制订以来，各项制度得到了有效的实施，保证了发行人财务收支和经营活动的合法性和规范化。

（三）与控股股东及实际控制人之间的相互独立情况

发行人在业务、人员、资产、机构、财务等方面的独立情况如下：

1、业务独立性

发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力：发行人拥有完整的法人财产权，包括经营决策权和实施权，能够独立自主地进行生产和经营活动；拥有业务经营所需的各项资质，拥有开展业务所必要的人员、资金和设备，已在此基础上按照分工协作和职权划分建立起完整的组织体系；发行人能够顺利组织开展相关业务，具有独立面对市场并经营的能力。发行人与股东在经营活动、财务各重大方面保持独立。发行人与关联企业保持业务往来的同时，运用财务独立、生产独立、管理独立制度确保以独立企业身份经营以及确保关联交易定价的公平。

2、资产独立性

集团发起人投入公司的资产权属明确，不存在未过户的情况。发行人拥有生产经营所需的房屋产权、土地使用权、商标所有权、专利权、生产设备以及相关配套设施等资产。发行人与股东之间产权明晰，不存在股东违规占用公司资金、资产的情况。发行人资产独立完整，并进行独立管理，与其股东及其他关联方之间的资产权属关系界定明确，不存在产权不清晰的情形。

3、人员独立性

发行人设有独立的人力资源管理部门，独立招聘经营管理人员和员工。发行人高级管理人员均按照公司法、公司章程等有关规定通过合法程序产生。发行人高级管理人员未在股东担任职务，未在股东及其控制的其他企业领取薪酬。

4、财务独立性

发行人设立了独立的财务部门和独立的会计核算、财务管理体系，并独立取得银行授信开设银行账户，独立纳税。发行人根据经营需要独立作出财务决策，独立运作，独立核算，且这种独立性不受制于股东。

5、机构独立性

发行人已根据开曼群岛法律法规及《香港上市规则》相关规定建立了股东会、

董事会、经营管理层等决策、监督及经营管理机构，明确了职权范围，建立了规范的法人治理结构。发行人已建立起了适合自身业务特点的组织结构，组织机构健全，运作正常有序，能独立行使经营管理职权。发行人经营和办公机构与股东及其控制的其他企业相互分开，不存在混合经营的状况。此外，发行人作为香港联交所上市公司，亦遵守《香港上市规则》附录十四中所载的《企业管治守则》的相关规定实施企业管治。

（四）信息披露事务相关安排

具体安排详见本募集说明书“第九节 信息披露安排”。

六、发行人的董监高情况

根据发行人的适用法律，发行人未设置监事会或监事。截至 2022 年 12 月 31 日，发行人董事及高级管理人员基本情况如下：

姓名	现任 职务	任期 (如有)	设置是否符合《公司法》等相关法律法规及公司章程相关要求	是否存在重大违纪违法情况
施文博	执行董事、集团主席	2022.5 起	是	否
许连捷	执行董事、集团副主席	2022.5 起	是	否
洪青山	执行董事	2020.5 起	是	否
许清流	执行董事	2021.5 起	是	否
许水深	执行董事	2020.5 起	是	否
许大座	执行董事	2021.5 起	是	否
许春满	执行董事	2020.5 起	是	否
施煌剑	执行董事	2021.5 起	是	否
许清池	执行董事	2021.5 起	是	否
李伟樑	执行董事	2022.3 起	是	否
陈铭润	独立非执行董事	2020.5 起	是	否
黄英琦	独立非执行董事	2021.5 起	是	否
保罗希尔	独立非执行董事	2022.5 起	是	否
何贵清	独立非执行董事	2013.1 起	是	否
陈闯	独立非执行董事	2022.5 起	是	否
周放生	独立非执行董事	2013.1 至 2022.5	是	否
许文默	风控部总监	-	是	否

姓名	现任 职务	任期 (如有)	设置是否符合《公司法》等相关法律法规及公司章程相关要求	是否存在重大违纪违法情况
刘莹	行政部总监	-	是	否
王向阳	供应链发展部采购贸易总监	-	是	否
朱建水	国内财务总监	-	是	否
金蓓蓓	卫品事业部总监	-	是	否
林毓贤	商贸发展部副总监	-	是	否
杨成龙	人力资源部总监	-	是	否
李丽	市场部总监	-	是	否

发行人的执行董事、独立非执行董事及高级管理人员的简历如下。

1、执行董事

（1）施文博先生，73 岁，为本集团主席兼本公司执行董事，负责制定本集团整体业务的发展方针及策略。施先生为本公司创办股东之一和本公司提名委员会成员。施先生于消费品制造及分销行业有超过 40 年的经验。彼为本公司执行董事施煌剑先生的父亲。施先生现为于香港联合交易所有限公司（“联交所”）主板上市公司亲亲食品集团（开曼）股份有限公司（股份代号 1583）的非执行董事。施先生于二零一七年六月十五日获皇城集团委任为执行董事，皇城集团于马来西亚证券交易所主板上市，股份代号为 7203，彼于二零一七年九月二十五日调任为皇城集团的非独立非执行董事。

（2）许连捷先生，69 岁，本公司副主席兼执行董事，为本集团长远发展继续提供支持。许先生为本公司创办股东之一，于消费品制造及分销行业有超过 40 年的经验。彼于二零二一年八月十八日辞去本公司行政总裁、授权代表（“授权代表”）（按上市规则第 3.05 条所规定者）、提名委员会和薪酬委员会成员。彼于一九九八年至二零二一年八月十八日期间，曾出任本公司行政总裁，负责本集团的策略规划，人力资源及整体管理。许先生具有中国高级经济师职衔，许先生现任联合国海陆丝绸之路城市联盟工商理事会主席及晋江市慈善总会会长。于一九九八年至二零一二年期间，许先生曾为中国人民政治协商会议（“政协”）全国委员会第九、第十和第十一届委员。于一九九七年至二零一一年期间，彼为中华全国工商业联合会执委（第八届政协）、常委（第九届政协）和副主席（第

十届政协）。许先生亦为第九、第十及第十一届泉州市政治协商会议副主席，以及第十、第十一、第十二及第十三届泉州工商业联合会主席。彼为本公司行政总裁兼执行董事许清流先生和执行董事许清池先生的父亲。许先生现为于联交所主板上市公司亲亲食品集团（开曼）股份有限公司的前主席和现任非执行董事。许先生于二零一七年六月十五日获皇城集团委任为执行董事，并于二零一七年九月二十五日调任为皇城集团的非独立非执行主席。

（3）许清流先生，43 岁，于二零二零年十二月十日获委任为本公司执行董事。并于二零二一年八月十八日获委任为本公司之行政总裁、授权代表、薪酬委员会及提名委员会成员。彼拥有约二十年企业管理经验，现负责就本集团的战略发展事宜提供规划、指导及策略意见和本集团整体营运。彼现时为亲亲食品集团（开曼）股份有限公司（一间股份于香港联交所主板上市的公司，股份代号：1583）的执行董事及董事会主席。彼为连捷投资集团有限公司（一间投资管理公司）的董事总经理。于二零一三年至今，许先生为福建省政协第十一和第十二届委员。于二零一四年十二月至今，彼为中国侨联第四届青年委员会常务副会长。许先生亦为福建省工商业联合会（十一届）副主席，全国工商业联合会（十二届）执委、中国侨联第十届委员会常务委员及世界晋江青年联谊会永远荣誉会长。）许先生于二零零一年七月取得坎特伯雷肯特大学会计及金融及经济学文学学士学位，并于二零零二年十一月取得英国伦敦大学帝国理工学院金融学理学硕士学位。彼亦于二零一零年九月取得中华人民共和国长江商学院高级工商管理硕士学位。许先生为本公司董事会副主席兼执行董事许连捷先生的儿子，亦为本公司执行董事许清池先生的胞兄。

（4）洪青山先生，73 岁，为本公司执行董事，负责督导集团采购招标工作，于原材料采购以及进出口贸易方面积逾四十四年经验。洪先生为本公司创办股东之一。

（5）许水深先生，53 岁，现为本集团高级顾问。许先生于二零二一年至二零二二年间，曾为本集团纸品事业部总裁。彼于一九八五年加入本集团，在营运管理及业务发展方面积逾三十八年经验。彼毕业于国立华侨大学工商管理系，并具有中国高级经济师职衔。许先生为本公司执行董事许大座先生之弟弟。

（6）许大座先生，56 岁，为本集团资本运营部总监，负责集团资本经营及投资管理，彼曾任本集团财务总监。许先生于一九八五年加入本集团，并于会计及内部审计方面积逾三十八年经验。彼具有中国高级会计师职衔。彼为本公司执行董事许水深先生的哥哥。

（7）许春满先生，48 岁，负责本集团整体业务发展策略。彼于一九九一年在福建晋江职业学校毕业后加入本集团。许先生在业务发展及客户服务管理方面积逾三十二年经验。

（8）施煌剑先生，47 岁，负责本集团整体业务发展策略。彼于二零一零年六月一日加入本集团前，曾于两家澳洲会计师事务所任职，对审计及商业咨询有丰富的经验。施先生于二零零五年开始其于香港和海外的电子零件和电脑配件批发和分销业务。彼毕业于悉尼科技大学，持有商业学士学位并主修会计，彼亦获取澳洲新南威尔斯大学金融硕士学位。彼于二零一六年十一月三十日获委任为本公司公司秘书和授权代表，并于二零一七年一月三日辞去该等职务。施先生为澳洲会计师公会的会员和香港会计师公会的资深会员。彼为本公司主席兼执行董事施文博先生的儿子。

（9）许清池先生，38 岁，现为集团副总裁，负责集团国际业务发展。许先生于二零一五年至二零一六年间，曾为本集团供应链总监。彼于二零零八年二月加入本集团前，曾于伦敦一家大型国际银行工作。彼持有伦敦大学法律学位。彼为本公司董事会副主席兼执行董事许连捷先生的儿子及行政总裁兼执行董事许清流先生之胞弟。许先生于二零一七年九月二十五日获委任为皇城集团的执行董事。

（10）李伟樑先生，44 岁，彼于二零二零年三月二十六日获委任为本集团财务总监，彼同时为本公司的公司秘书及授权代表。李先生于会计、财务及商业咨询有逾二十二年经验。于二零一七年一月三日加入本集团前，李先生曾出任多家中国大型制造业公司的首席财务官及曾于罗兵咸永道会计师事务所担任高级经理。李先生在香港大学取得工商管理（会计及财务）学士学位。彼为香港会计师公会资深会员。李先生于二零一七年六月十五日获皇城集团委任为执行董事。

2、独立非执行董事

（1）陈铭润先生，57 岁，于一九九八年获委任为本公司独立非执行董事，陈先生同时亦为审核委员会、提名委员会和薪酬委员会成员。陈先生在金融市场

积逾三十六年经验，并且为新富证券有限公司的董事总经理。彼曾为联交所之董事及曾出任证券及期货事务监察委员会咨询委员会成员。陈先生现为香港证券经纪业协会的永远名誉会长及经营服装和纺织品制造和贸易之联交所主板上市公司联泰控股有限公司（股份代号 00311.HK）的独立非执行董事。陈先生同时亦为中国人民政治协商会议福建省厦门市委员会委员。陈先生持有工商管理硕士学位。

（2）黄英琦，63 岁，于一九九八年获委任为本公司的独立非执行董事，彼亦为审核委员会、提名委员会和薪酬委员会成员。黄英琦女士为执业律师并为黄乾亨黄英豪律师事务所的合伙人。此外，黄女士亦积极参与公共及教育服务。彼是香港兆基创意书院校监及香港树仁大学的校董会成员。于二零零四至二零零七年，黄女士曾任湾仔区议会主席，现为博物馆咨询委员会委员及博物馆咨询委员会艺术专责委员会委员。现时亦为于联交所主板上市的白花油国际有限公司（股份代号 00239.HK）之独立非执行董事。

（3）保罗希尔先生，69 岁，于二零一九年五月十七日获本公司委任为本公司独立非执行董事、审核委员会、提名委员会及薪酬委员会成员。希尔先生在金融和投资领域具有非常丰富的经验。彼为深圳市中安信业创业投资有限公司创始人和自二零零八年一月起担任董事长。彼自二零一六年六月起担任亲亲食品集团有限公司（「亲亲」）（一间股份于香港联交所主板上市的公司，股份代号：01583.HK）独立非执行董事。彼于二零一三年十月至二零二一年六月曾担任兴业银行（股份代号：601166.SH）独立董事，并于二零二一年六月调任为该银行监事。彼在二零零零年七月至二零零一年九月，曾出任本公司董事。希尔先生于一九七五年六月毕业于耶鲁大学，获得文学学士学位，并于一九七五年六月获得东亚研究文学硕士学位。彼并于一九八零年六月及一九八一年十一月分别取得哈佛大学商学院的工商管理硕士学位及哈佛大学法学院法学博士学位。

（4）何贵清先生，61 岁，彼于二零一三年一月一日获委任为本公司独立非执行董事，并为审核委员会、提名委员会及薪酬委员会成员。彼现为普域商品市场有限公司的联合创办人和行政总裁，于利记控股有限公司（股份代号为 0637）及绿新亲水胶体海洋科技有限公司（股份代号为 1084）的独立非执行董事。彼曾任职东英亚洲证券有限公司首席营运总监和香港商品交易所的监察总监，新鸿基证券有限公司的业务发展总监以及辉立证券（香港）有限公司的董事。此前，

彼曾任香港交易及结算所有限公司的企业策略部副总裁和香港期货交易所有限公司监察部主管，于证券及期货行业拥有超过二十八年的经验。何先生于一九八四年获香港大学颁授社会科学学士学位，现为特许公认会计师公会及香港会计师公会会员。

（5）陈闯，45 岁，于二零二二年五月获委任为本公司独立非执行董事。同时被委任为本公司薪酬委员会、审核委员会及提名委员会成员。对于企业战略、大型企业创新及内部创新拥有超过 17 年经验。自二零一九年八月起，陈先生于联交所主板上市之三六一度国际有限公司（股票代码：1361）担任独立非执行董事。陈先生从大连理工大学管理学院获得管理学学士学位及硕士学位，亦获得清华大学经济管理学院工商管理博士学位。现时为厦门大学管理学院工商管理教育中心工商管理教授。陈先生是中国管理现代化研究会案例研究专业委员会成员。

（6）周放生，73 岁，于二零一三年一月一日获委任为本公司独立非执行董事，并为审核委员会、提名委员会及薪酬委员会成员。周先生拥有逾二十九年之管理经验。一九九一年至一九九七年，周先生先后担任国家国有资产管理局副处长、处长、国有资产管理研究所副所长。一九九七年至二零零一年，任国家经贸委国有企业脱困工作办公室副主任。二零零一年至二零零三年，任财政部财政科学研究所国有资产管理研究室主任。二零零三年至二零零九年，任国务院国资委企业改革局副巡视员，分管国有企业改制和企业管理工作。二零一二年至二零一七年，周先生曾出任深圳交易所上市的北京北斗星通导航技术股份有限公司的独立非执行董事。周先生现担任中国外运股份有限公司（一间于香港上市的公司，股份代号为 00598.HK）的监事。彼亦为中国建材股份有限公司（一间在香港上市的公司，股票代码为 03323.HK）的独立非执行董事以及晨光生物科技集团股份有限公司（一间在深圳上市的公司，股票代码为 300138.SZ）的独立董事。周放生先生已于 2022 年 5 月 20 日起不再担任发行人独立非执行董事职务、审核委员会、提名委员会及薪酬委员会成员。

3、高级管理人员

（1）许文默先生，57 岁，为风控部总监，负责本集团风险管理及内外部审计。许先生于一九八五年加入本集团，并于管理和消费品市场推广及销售方面积逾三十四年经验，并具有中国高级经济师职衔。

（2）刘莹女士，54 岁，为行政部总监，负责集团品牌公关、企业文化、行

政后勤的全面管理。彼于一九九五年加入本集团，在行政及人力资源管理方面有逾三十六年的经验。刘女士毕业于北京大学行政管理专业，并具有中国高级经济师职衔。

（3）王向阳先生，54 岁，为供应链发展部采购贸易总监，负责本集团的所有采购业务及贸易业务。彼于一九九九年加入本集团，并于二零一五年二月离职，离职前为集团供应链总监。于加入本集团前在中国建设银行晋江市支行任国际业务部经理。王先生于二零一七年二月重新加入集团，具有超过二十四年采购及物流经验。彼毕业于国立华侨大学，获工学学士学位，并有中国高级经济师职衔。

（4）朱建水先生，48 岁，为本集团国内财务总监。彼于一九九八年加入本集团，在财务和审计方面积逾二十七年的经验。彼毕业于中国天津商学院国际会计专业及西南大学法学本科专业，并具有中国注册税务师、审计师、高级经济师、企业法律顾问等职衔。

（5）金蓓蓓女士，40 岁，为卫品事业部总监，负责本集团卫生巾事业的全面管理及业务发展工作。彼于二零零四年加入本集团，在品类、品牌管理和市场营销方面积逾十九年的经验。彼毕业于中国福建师范大学经济学专业，获经济学学士。

（6）林毓贤先生，43 岁，为商贸发展部副总监，负责区域销售和新零售的业务发展工作。彼于二零零一年加入本集团，在销售和市场方面积逾二十二年的经验。彼毕业于中国黎明大学经济经管系会计电算化专业。

（7）杨成龙先生，38 岁，为人力资源部总监，负责集团人力资源管理各项工作。彼于二零零八年加入本集团，在人力资源方面积逾十七年的经验。彼毕业于北京物资学院人力资源管理专业，获管理学学士学位，并具有中国高级经济师职衔。

（8）李丽女士，39 岁，为市场部总监，负责集团旗下品牌、会员、用户体验的全面管理工作。彼于二零一九年加入本集团，在品牌发展方面积逾十馀年的经验。彼毕业于成都理工大学和厦门大学，分别获得工学硕士学位和工商管理学硕士学位。

截至 2022 年末，发行人现任董事持有本公司股份的情况如下：

姓名	职务	持股数量（股）	权益占比（%）
施文博	执行董事	239,090,399	20.57

许连捷	执行董事	269,192,733	23.16
洪青山	执行董事	7,250,000	0.62
许清流	执行董事	9,000,000	0.77
许水深	执行董事	533,030	0.05
许大座	执行董事	18,010,000	1.55
许春满	执行董事	9,140,000	0.79
施煌剑	执行董事	951,700	0.08
许清池	执行董事	440,000	0.04
李伟樑	执行董事	300,000	0.03

注：截至 2023 年 6 月 30 日，许水深、洪青山和许春满已不担任执行董事职务，陈铭润不担任独立非执行董事、薪酬委员会主席、提名委员会及审核委员会成员。保罗希尔委任为发行人薪酬委员会主席

七、发行人主营业务情况

（一）发行人营业总体情况

发行人经营范围为：生产个人及家庭卫生用品、不干胶、无纺布、塑料包装袋、流延波薄膜、彩印胶袋、个人卫生用品（出口不含配额许可证管理品种）、日化产品、仓储；代购代销成员企业原辅材料和产品，并协调管理成员企业的经营活动。

发行人主营业务为投资控股及进行个人卫生用品贸易。附属公司主要业务为在中国大陆生产、分销及销售个人卫生用品，主要包括纸品、卫生巾、纸尿裤三大业务板块。

（二）发行人最近三年营业收入、毛利润及毛利率情况

报告期各期，发行人营业收入情况如下：

发行人主营业务收入情况

单位：万元、%

业务板块名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
纸巾	**717,011.00**	**58.75**	1,224,801.10	54.15	984,242.90	47.34	1,038,275.80	46.41
卫生巾	**321,929.50**	**26.38**	615,606.00	27.22	611,653.00	29.42	665,471.10	29.74
一次性纸尿裤	**66,530.40**	**5.45**	120,234.70	5.32	121,944.50	5.87	142,556.70	6.37
其他	**114,989.60**	**9.42**	300,946.00	13.31	361,174.00	17.37	391,096.50	17.48

合计	**1,220,460.50**	**100.00**	**2,261,587.80**	**100.00**	**2,079,014.40**	**100.00**	**2,237,400.10**	**100.00**

报告期各期，发行人营业毛利润情况如下：

发行人主营业务毛利润情况

单位：万元、%

业务板块名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
纸巾	**126,670.21**	**33.44**	253,841.60	33.00	260,291.99	33.49	347,873.30	36.79
卫生巾	**199,015.25**	**52.53**	411,434.90	53.51	431,389.64	55.50	475,310.50	50.27
一次性纸尿裤	**23,979.08**	**6.33**	44,407.80	5.78	45,978.40	5.92	56,422.00	5.97
其他	**29,190.48**	**7.70**	59,265.60	7.71	39,571.81	5.09	65,979.60	6.97
合计	**378,855.00**	**100.00**	**768,949.90**	**100.00**	**777,231.84**	**100.00**	**945,585.40**	**100.00**

报告期各期，发行人营业毛利率情况如下：

发行人主营业务毛利率情况

单位：%

业务板块名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
纸巾	**17.67**	20.73	26.45	33.50
卫生巾	**61.82**	66.83	70.53	71.42
一次性纸尿裤	**36.04**	36.93	37.70	39.58
其他	**25.39**	19.69	10.96	16.87
综合毛利率	**31.04**	**34.00**	**37.38**	**42.26**

（三）主要业务板块

1、发行人业务开展情况

（1）纸巾业务板块

近三年及一期，发行人纸巾板块收入分别为 1,038,275.80 万元、984,242.90 万元、1,224,801.10 万元及 717,011.00 万元，占收入的比重分别为 46.41%、47.34%、54.15%及 58.75%，报告期内有一定波动。

在发行人的所有业务板块中，纸巾业务对营业收入的贡献度最高。发行人纸巾业务板块主要包括纸手帕、盒装面巾纸、卷筒卫生纸和湿巾等类型。经过多年的发展，发行人旗下纸巾主力品牌“心相印”在生产规模、新品研发以及市场占

有率等方面居于国内生活用纸行业龙头地位，为中国驰名商标产品，享有“中国纸巾十大品牌”、“湿纸巾十大品牌”、“国家保护商标”、“湖南省著名商标”、“中国生活用纸行业领先品牌”等荣誉，具有较高的品牌价值。根据世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的 2018 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜，“心相印”以 168.71 亿元的品牌价值荣登 2018 年度最具价值品牌，成为连续多年上榜的生活用纸企业。与此同时，公司于 2018 年推出以竹纤维无染色素材为产品特色的“竹π”系列，环保概念鲜明，深受市场欢迎。2019 年公司继续以竹π系列为重点推广品牌，拓展产品类别至厨房用纸、擦手纸及卷纸等，拟实现全用途的产品覆盖。

由于疫情反复不定，使得国民的卫生意识维持在高水准，但由于消费者不再担心纸巾供应短缺，消费态度趋向谨慎，价格敏感度亦有所提高。2021 年，尽管木浆成本上升，众多纸巾企业为抢占市场份额而加大促销甚至减价销售，于第四季度销售旺季的价格竞争更为激烈。然而，纸巾行业亦逐步走向淘汰弱势企业保留强势企业的行业整合期，中小型纸巾企业无法将上涨的成本转嫁给消费者，在高成本的压力下难以长期维持减价促销。在这充满挑战的市场环境下，发行人凭借起规模优势、强大品牌竞争力及多元化产品组合，把握市场发展机遇，成功于 2021 年下半年抢占市场份额，在高端产品“云感柔肤”系列及湿纸巾的强劲销售带动下，集团于下半年的整体纸巾销售实现逆势增长，有效收窄全年纸巾业务销售收入跌幅。

2022 年疫情反覆冲击中国经济及整体零售市场，但集团以灵活务实的策略转危为机，纸巾销售实现逆市大幅增长。国民在疫情再次肆虐下卫生意识有所提高，对纸巾的需求持续旺盛。面对高涨的成本压力及激烈市场竞争部分中小型纸巾企业退出市场，集团凭藉其雄厚资本实力及全国性销售网络优势获得更多市场份额。在强大的品牌及多元化产品组合的支持下，集团坚持采取稳定价格策略并有效控制促销。，

（2）卫生巾业务板块

近三年及一期，发行人的卫生巾板块的收入分别为 665,471.10 万元、611,653.00 万元、615,606.00 万元和 321,929.50 万元，占收入的比重分别为 29.74%、29.42%、27.22%和 26.38%，收入呈现小幅波动震荡的态势。

发行人卫生巾产品包括“七度空间”、“安尔乐”及“安乐系列”等多个品牌

系列，满足了不同层次客户的多样化需求。

安乐品牌为发行人的创始品牌。在 1985 年进入卫生巾市场后，短短六年时间，就占据了全国卫生巾市场的领导地位。2002 年至今，安乐系列产品被国家检验检疫总局评定为“国家免检产品”。

安尔乐品牌创立于 1993 年，品牌主要定位中端市场，包括具有速吸、抑菌及防漏不同功能特点的卫生巾系列产品及纯棉及抑菌净味护垫系列产品。

七度空间品牌作为发行人重要的卫生巾品牌，一直是国内卫生巾市场的领导者，销量及市场占有率长期处于领先地位。2020 年推出的全新形象高端产品“Space 7”主攻成熟白领族群的市场，销售量始终保持正向发展。深受消费者青睐的“Space 7”持续助力发行人稳步发展高端市场，提升高端产品的占比。

中国的女性卫生护理用品市场规模庞大，位列世界之首，但市场饱和度高，竞争十分激烈。年内不少国内外的品牌均采取非常进取的促销策略来试图抢占中高端市场及年轻族群的市场。面对更加激烈的竞争，恒安坚守理性稳定的定价策略以维持品牌形象，并通过产品升级及朝高端化方向发展，巩固集团在中高端市场的领导地位。妇女卫生巾市场近年竞争激烈，发行人积极升级及更新产品组合，以针对不同年龄层的需要。发行人重点推出优质高档产品，如 Space7 系列以高级的包装，针对成熟及白领女性，奠定高档品牌的市场定位。发行人在产品功能上不断升级，如“七度空间”的功能性升级产品如特薄系列、超长夜 420 系列和甜睡裤系列等广受市场欢迎。发行人针对不同年龄层消费者的需求在产品包装上作出改变，以提高市场竞争力。

疫情催生了新消费模式，亦加速了销售管道碎片化。电商平台及其他新兴的零售管道（包括线上到线下（O2O）平台、社区团购）蓬勃发展，发行人为配合新消费趋势，积极拓展新兴管道，以提升卫生巾业务销售额及市场占有率。2021 年度，发行人于加大发展新零售管道时，无可避免需采取较传统管道更优惠的销售策略，故短期内会对传统管道的卫生巾销售造成压力。不过相信卫生巾业务将会因为销售管道改革成功而显著改善及进一步提高市场份额。

2022 年，不少国内外的品牌均采取减价及非常进取的促销策略以渗透中高端市场及年轻族群，试图抢占三四线城市的市场份额。恒安不盲目跟随价格战，坚守理性稳定的定价策略以维持品牌形象，并加速产品升级及高端化的布局，持续提升品牌形象及强化集团在中高端市场及传统销售渠道的领导地位。集团旗下

的升级卫生巾产品如“少女特薄”及“裤型”系列，凭借优良的质量和品牌形象，深受消费者喜爱，带动整体卫生巾业务销售增长。新消费模式加速了销售渠道碎片化，电商平台及其他新兴的零售渠道（包括线上到线下（O2O）平台、社区团购）持续蓬勃发展，集团全面捕捉新消费趋势的机遇，积极拓展新兴管道，同时保持在传统渠道的领先优势，有效提升卫生巾业务销售额及保持市场占有率。

（3）一次性纸尿裤业务板块

近三年及一期，发行人一次性纸尿裤产品收入分别为 142,556.70 万元、121,944.50 万元、120,234.70 万元及 66,530.40 万元，占收入的比重分别为 6.37%、5.87%、5.32%及 5.45%，呈现波动下滑的趋势，主要由于品牌电商、微商以及海外代购等碎片化渠道对发行人传统商超销售渠道形成较大冲击。

随着消费者对于高品质产品追求的不断提高，发行人不断发展高品质高毛利产品，2018 年发行人以优质高档品牌 Q•MO 为发展重心，其系列销售量相较去年同期增长超过三倍，占纸尿裤销售收入超过约 5%。2018 年 10 月，Q•MO 旗下品牌淳氧，推出革新的轻薄新品以替代厚纸尿裤的传统概念，进一步提升产品的创新特质。

国民教育水平及卫生意识日益提高，人口老龄化趋势持续，加上中国目前的纸尿裤市场渗透率仍低于发达国家的现状，有助于推动幼儿及成人纸尿裤的市场发展。另一方面，国内消费升级带动优质高毛利产品市场的增长，整体纸尿裤市场发展空间广阔。2019 年，发行人继续加强纸尿裤电商销售的布局，成效日益彰显，加上集团的升级高档产品 Q•MO 及“小轻芯”于 2019 年的销售成绩理想，并持续提升其市场渗透率，有效收窄纸尿裤的销售跌幅。

2019 年，电商布局有效带动销售增长，集团电商纸尿裤销售占纸尿裤整体销售已经上升至超过 40%，电商渠道的销售同比上年同期增长超过 10%，有助缓和集团纸尿裤整体销售额的跌幅。

面对国内消费升级，以及消费者对高档产品的追求不断提升，集团把握机遇，深入发展高档产品市场，将资源及产品开发重点投放在优质高档品牌上，持续升级高档纸尿裤系列 Q•MO 及“安儿乐”升级版产品“小轻芯”。2019 年，成人纸尿裤产品在国内市场持续增加市场渗透率亦已成功进入马来西亚市场，并为未来在马来西亚及东南亚市场发展奠定良好的基础。

经过数年来强调品质的针对性推广，Q•MO 已成为集团高档纸尿裤系列基准，

高毛利产品 Q•MO 及成人纸尿裤（安尔康）的市场渗透率逐渐提高，2020 年上半年的销售达到两位数增长，占纸尿裤的比例提高，使集团的纸尿裤业务销售表现比过往年度有明显的改善。

2021 年，发行人加强发展电商及母婴管道的销售布局，产品销售成绩理想，纸尿裤通过电商及母婴管道的销售占比分别提高至接近 50%及超过 14.50%。随着发行人的纸尿裤市场的销售管道变得更加多元化，导致传统管道销售加速下跌超过 20%并以抵消发行人高端纸尿裤销售的增长，加上其他品牌采取更进取的促销策略以抢占市场份额，市场竞争更加激烈，导致发行人纸尿裤业务的销售收入有所下降。

2022 年，为迎合消费者日益提高的产品质量需求，集团持续研发优质婴儿及成人健康护理产品。年内，皇牌高档产品（QMO）销售保持增长势头，销售录得同比增长接近约 17.4%，占比进一步提升至超过 30.0%。而集团成人纸尿裤业务受惠于国内成人失禁用品市场规模日益增长，以及集团成人纸尿裤渗透率上升，年内亦录得约 12.9%的增幅，占比大约 23.7%。2022 年，集团致力加强布局电商及母婴渠道，电商及母婴渠道的销售占比分别提高至超过约 60.2%及超过约 18.5%。不过由于市场竞争激烈，集团高端产品的销售增长只能部分抵销来自传统渠道及中低端产品的销售下跌，导致集团纸尿裤业务销售仍然下跌。

未来，集团将会继续致力以高端化战略双线发展婴幼儿市场及成人健康护理市场。除了透过电商销售渠道，集团将努力发展新零售渠道，同时亦会加强与母婴店、养老院及医院合作。一方面把握新零售带来的新商机，另一方面透过与母婴店、养老院及医院合作，在扩大潜在顾客基础的同时，提供一站式产品销售链，为纸尿裤业务带来可持续的增长动力，支撑成人健康护理产品业务的长远发展，继续挖掘成人健康护理市场的成长潜力。

（4）其他业务板块

近三年及一期，发行人其他业务收入分别为 391,096.50 万元、361,174.00 万元、300,946.00 万元和 114,989.60 万元，占收入的比重分别为 17.48%、17.37%、13.31%和 9.42%，整体呈现波动态势。

发行人其他业务板块主要包括日化用品、家居用品、原材料贸易等规模较小的销售业务等。2017 年 6 月，发行人宣布以 1.46 亿元收购马来西亚证交所主板上市公司皇城集团合计 8000 万股股份，收购股份占皇城集团股本权益的 50.45%

股权。皇城集团及附属公司主要从事生产及加工纤维制品，包括成人及婴儿一次性纸尿裤、纸巾纸品、棉花制品和加工纸等，其销售网络覆盖东南亚地区。2018年4月10日发行人收购声科集团及其附属公司，寻求公司产品的多元化发展。声科集团主要于中国从事食物保鲜膜及胶袋的制造，于国内销售并出口至欧洲、澳洲、北美及亚洲市场。2020 年上半年，因疫情缘故，集团正式进入口罩的生产及销售业务，为国内消费者提供优质可靠的口罩产品，以抵抗疫情，同时使得2020 年度发行人其他板块业务收入大幅上涨。2021 年度，由于疫情稳定致口罩需求下降及海外业务（包括家居用品业务及皇城集团业务）受封城及疫情影响导致发行人该板块收入有所下降。2022 年，集团旗下“心相印”的家居用品品牌持续拓阔产品类型，先后推出胶袋（包括垃圾袋及即弃手套）、食物保鲜膜、洗洁精、纸杯等。声科集团及其附属公司拥有出口至海外的销售渠道（包括澳洲及亚洲市场），集团将会继续善用这些海外销售网络，带领恒安的优质产品登上国际大舞台。

2、发行人经营业务模式

集团向上游企业采购造纸木浆、包装材料、石油化工产品及绒毛浆等原材料，通过若干生产流程，形成卫生巾、一次性纸尿裤及纸巾等产成品，再对下游分销商及客户进行销售，通过原材料和产成品之间的价差获得收益进行盈利。

（1）原材料采购

集团纸巾产品的主要原材料为造纸木浆及包装材料，卫生巾及一次性纸尿裤的主要原材料为石油化工产品及绒毛浆。集团通过国内及海外供应商采购原材料，并为避免过度依赖单一供应商，集团对主要原材料的采购均通过多个供应商进行。集团选聘原材料供应商主要考虑产品质量、价格及售后服务进行综合评定。视乎市场情况，集团对石油化工产品一般保有 1 至 2 个月的存货，而木浆和绒毛浆一般保有 1 至 4 个月的存货。

发行人 2020-2022 年部分原材料采购情况表

单位：万吨

品种	2022 年度	2021 年度	2020 年度
造纸浆	118.99	114.63	158.56
无纺布	4.17	4.08	4.22
绒毛浆	7.28	7.34	9.30
高分子	2.83	4.24	4.46

为满足供应及使采购过程整体成本最小化，集团持续优化供应链架构，由高层领导组成的商务谈判小组负责制定采购策略及供应商合作战略，开展全球采购，通过统一采购与豁免采购相结合的机制，利用集中采购发挥规模效益，有效降低采购成本，同时将部分包材及零星物资豁免给生产公司采购，发挥地区优势，提高供应灵活度，有效保障供应及降低成本。此外,成立由信息员组成的材料市场行情收集小组，搜集、分析材料市场行情及竞品的材料价格信息，为谈判小组提供决策参考。

根据供应商评估与管理制度，集团成立了跨部门评审小组，实现对供应商的评审及分类管理，扶优汰劣，对资金紧张的供应商，采取缩短付款周期的方式进行扶植，与沉淀下来的优秀供应商建立战略合作伙伴关系，通过合作论坛、签定中长期合约等方式，实现共同发展、互利共赢。

集团按照“有效监督、持续改进”的原则，从计划管理、采购业务过程管理、供应商管理、物流配送管理等对采购及供应链管理过程进行设计。根据相关方对持续发展、长期合作的需求以及降低成本的要求，集团持续优化供应链的计划体系，通过月会及周会来实现对生产资源的调控，使之与销售市场的瞬息万变更加匹配。以业务与财务一体化的信息系统、电子采购商务平台、生产运营日报信息平台、商业智能报表等信息系统为依托，实现信息流的快速集成与畅通。通过加强与供应商、物流承运商的沟通与协作，完善各个流程节点，提高应变能力与灵活度。

2022 年度，发行人前五大供应商的采购金额合计数为 40.27 亿元，占年度采购金额的比例为 38.24%。发行人向前五大供应商采购内容主要为造纸浆。发行人前五名供应商与公司不存在关联关系。公司不存在向单个供应商采购比例超过30%或严重依赖于少数供应商的情况。

发行人 2022 年前五大供应商情况

单位：亿元、%

	采购品	采购金额（不含税）	占比	是否为关联方
供应商 1	造纸浆	13.52	12.84	否
供应商 2	造纸浆	7.94	7.54	否
供应商 3	造纸浆	7.34	6.97	否
供应商 4	造纸浆	6.53	6.20	否
供应商 5	造纸浆	4.95	4.70	否

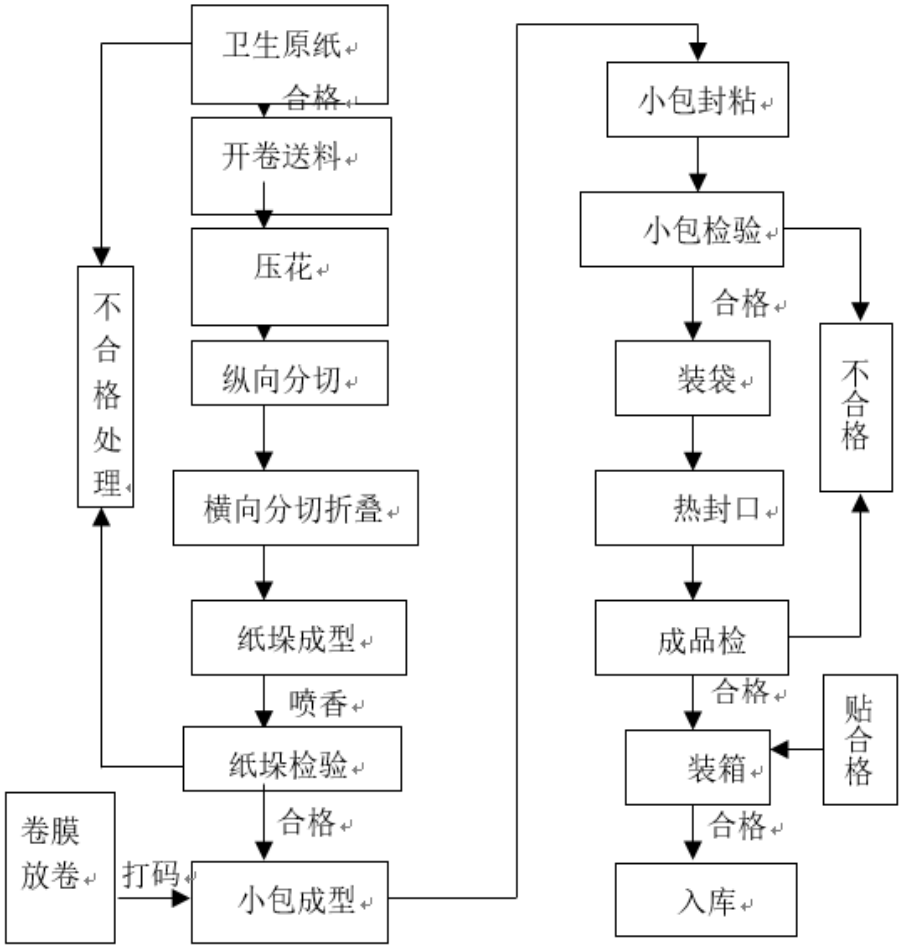
总计	**-**	**40.27**	**38.24**	

（2）产品生产

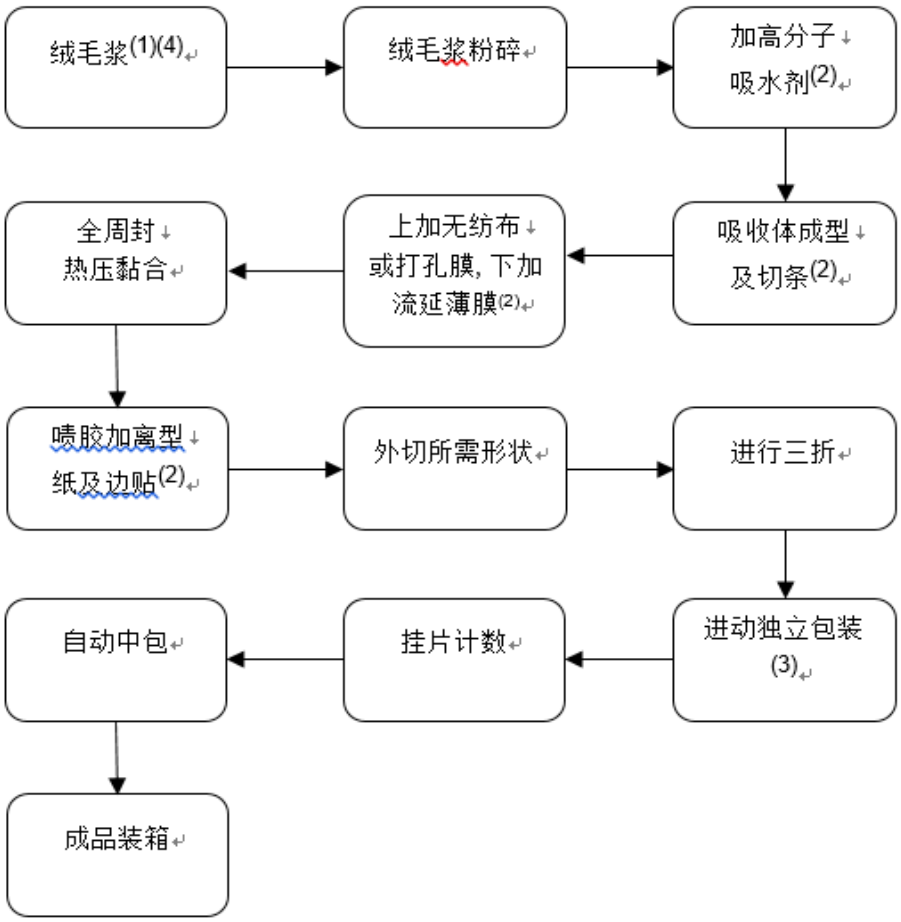
1）生产流程

发行人主要的产品的生产流程如下：

纸巾产品生产流程（以软抽面巾纸生产为例）：



卫生巾产品生产流程（以护翼卫生巾生产为例）：



附注：

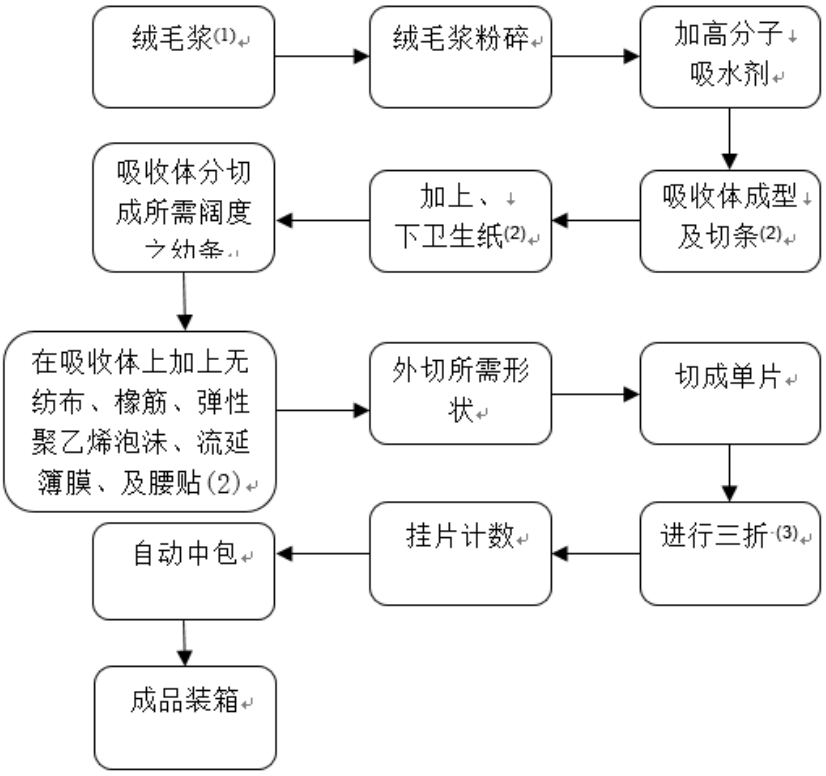
(1)→原材料的质量检验及控制工作由专职检查人员负责完成。

(2)→在生产过程中，对卫生巾的各部份进行质量检验及控制。

(3)→样本质量检验。

(4)→至于护垫方面，本集团采用无尘纸替代毛浆。

纸尿裤生产流程（以一次性婴儿纸尿裤为例）：



附注:

（1）原材料的质量检验及控制工作由专职检查人员负责完成。

（2）在生产过程中，对一次性婴儿尿纸裤的各部份进行质量检验及控制。

（3）样本质量检验。

2）主要生产指标

发行人 2020-2022 年度主要产品产能、产量及产能利用率情况

	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产能			
—卫生巾产品（亿片）	187.30	185.67	189.61
—纸尿裤产品（亿片）	26.67	25.85	28.90
—纸巾产品（万箱）	13,065.23	12,977.12	12,476.00
产量			
—卫生巾产品（亿片）	139.79	139.63	149.02
—纸尿裤产品（亿片）	16.45	16.55	19.07
—纸巾产品（万箱）	10,395.27	9,134.21	9,466.21
产能利用率（%）			
—卫生巾产品	74.63	75.20	78.59
—纸尿裤产品	61.68	64.02	65.99
—纸巾产品	79.56	70.39	75.87

（3）产品销售模式

集团建立了覆盖中国各主要省份的营销网络。集团总部位于福建省，各省的总公司负责监督并协调本省的营销工作并向集团总部汇报。

发行人销售重心位于国内市场，近年来国内销售的占比基本保持在90%左右。分区域来看，集团国内市场分为8大销售片区，分别为西北、华东、华北、福江、东北、西南、鲁豫、湖广。同时，依托多年积累的客户资源，发行人产品销售已覆盖菲律宾、美国、马来西亚、澳大利亚、台湾、香港等51个国家和地区。

发行人2020-2022年度销售情况表

单位：亿元、%

地区	2022年		2021年		2020年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
福江	81.88	36.20	70.18	33.76	67.74	30.28
西北	8.28	3.66	7.50	3.61	8.52	3.81
西南	17.45	7.72	16.17	7.78	17.87	7.99
湖广	30.61	13.53	28.60	13.76	33.11	14.80
东北	7.14	3.16	6.68	3.21	6.90	3.08
华北	11.05	4.89	10.23	4.92	10.50	4.69
鲁豫	16.01	7.08	15.96	7.68	17.22	7.70
华东	29.02	12.83	28.25	13.59	31.82	14.22
港澳及海外	24.72	10.93	24.33	11.70	30.06	13.43
合计	**226.16**	**100.00**	**207.90**	**100.00**	**223.74**	**100.00**

1）销售渠道

作为快速生活用品制造公司，集团主要通过对市场的广泛调查分析、根据不同顾客的需求、结合公司战略发展、自身优势和产品特点，确定顾客群和划分细分市场。公司的销售网络覆盖全国，按传统、现通、母婴、特通、海外、电商精细化管理渠道。销售渠道覆盖面广、层次深，销售团队执行力强，并有标准化的销售团队管理体系，对渠道的管控能力强，保证渠道覆盖和产品快速销售到目标市场。集团在全国范围成立八大销售片区（西北、华东、华北、福江、东北、西南、鲁豫及湖广），对辖区经营部、办事处进行直接市场规划及经营管控。通过实行“网络到县，直销到镇”营销战略措施，在全国范围建立多个销售终端及网点。此外，集团有专门外贸部门开拓并销售全球市场，境外商贸公司逐步建设中，目前销往菲律宾、美国、马来西亚、澳大利亚、台湾、香港等51个国家及地区。集团经多年发展，形成了战略合作顾客、重要顾客、一般顾客、潜在顾客等顾客

群。而传统渠道的一级分销商和现代渠道的各区域性重点客户（如重庆新世纪、福建永辉）则是集团的重要顾客。集团一直将战略合作顾客及重要顾客视为长期合作伙伴，在全国设立多个经营部及办事处，加快了市场应变和执行能力，加强了与关键顾客间的交流沟通。经过多年的发展，集团共建立起了多个重要的、忠诚的关键顾客。

集团将一级分销商纳入销售团队管理范畴，从销售、市场及经营上对分销商进行指导，同时定期对一级分销商人员（包括库管、财务、销售人员、导购人员）进行培训，并优化分销商的各项管理及运营流程，使一级分销商在经营理念及行动上与集团战略保持一致。

集团创新经营协作理念与思维，以完善管理流程为目标，提升现通渠道经营规划与管理。集团利用标准化管理工具，实施现通门店单店管理，建立重点零售终端门店管理办法，包括单店分销组合标准、店内资源、费用投入与产品分析、销售提升计划、促销管理等，指导销售人员提高单店产出与店内管理水平。

集团还注重与终端门店保持长期互动，并对其营销过程的进行辅导。商贸发展部将终端门店分为 A、B、C、D 类，制定方案规定了各经销店的“分销数量、陈列位置、货架占有、助销标准”等各类标准；同时对各门店的分销、出样、陈列等基础状况进行合理评估，以“重点投入、重点突破”为要求，制定阶段性行动计划与实施方案，协助各经销商共同拓展业务。

2022 年度，发行人前五大客户合计销售金额为 22.32 亿元，占年度销售总额的比例为 9.87%。发行人前五大客户均为大型商超，前五名客户与公司不存在关联关系。发行人不存在向单个客户销售比例超过 30%或严重依赖于客户的情况。

发行人 2022 年前五大客户情况

单位：亿元、%

	2022 年销售额	占比	是否为关联方
客户 1	6.07	2.68	否
客户 2	4.86	2.15	否
客户 3	4.10	1.81	否
客户 4	3.71	1.64	否
客户 5	3.58	1.58	否
总计	**22.32**	**9.87**	-

2）销售管理

集团重点推行标准化建设，创新营销管理机制结合定期走访市场、专项市场调研等方式，掌握市场动态和消费者需求。营销管理的标准化是集团的核心竞争力，是与其它竞争对手区别开来的能力所在。集团统一制作了标准化管理工具，明确量化分集团总经理、省区总经理及经营部经理/办事处主任各级销售管理层，每月下市场进行走访与检核的数量与要求，进一步推动各层级销售人员标准化建设的深入贯彻及实施，加强对各区域营销过程管控的跟踪与指导。要求各销售片区在全面普查区域终端网点的基础上，通过工作分析与评估，准备区域模块销售市场规划，制定业务人员营销覆盖战略图及匹配区域业务工作人员数量，合理安排销售人员拜访线路及所辖区域门店数量，要求按规定定期市场走访及访问终端网点。这些方法从制度上确保了与区域分销商的沟通与交流，有助于了解顾客的需求和期望。集团建立每季度分销商生意回顾机制、每月部门例会，每半年部门营销会议。对市场动态进行集中分析，重点跟踪了解新品上市情况，及时掌握竞品的价格、新品、促销等信息，及时地向关键客户传达集团讯息与销售策略，共同分析市场情况，解决市场障碍，增强分销商经营信心，保障分销渠道建设及销售目标最终实现。

3、发行人所在行业状况

（1）生活用纸行业概况

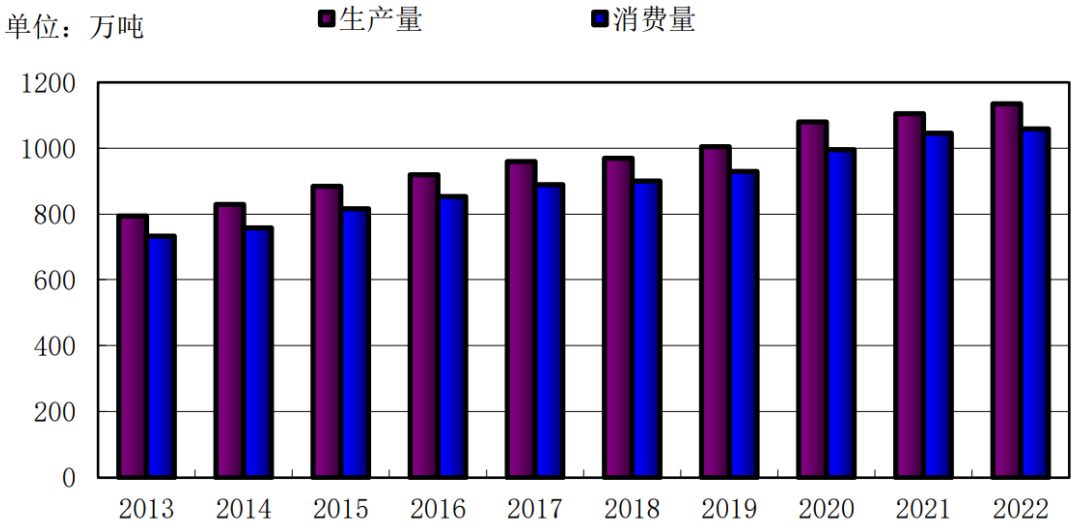
1）行业发展现状

生活用纸作为人们日常必需的快消品，是纸类中的重要类型之一，与居民的生活息息相关，具有高周转率、经济敏感度弱的特点。

从供给角度来看，生活用纸行业呈现龙头集中度持续提升的竞争格局。随着居民收入和生活水平的不断提高，我国生活用纸行业始终保持稳步增长的趋势。根据中国造纸协会公布的产能数据，2022年我国生活用纸生产量为1,135.00万吨，较2021年同比增长2.71%，2013年至2021年生产量年均增长率为4.04%。行业发展初期由于进入壁垒低，市场竞争激烈，整体处于供过于求的状态。随着近年来环保监管要求日渐趋严，中小企业的进入和产能释放受到限制，新进入企业较少，市场份额逐渐向大品牌集中，行业竞争格局出现明显改善。预计未来行业供给过剩的状态将得到改善，且市场份额将进一步向有实力的龙头企业集中。

从需求角度来看，我国生活用纸行业消费潜力巨大，需求呈多样化与高档化。根据中国造纸协会公布的消费数据，2022年我国生活用纸消费量为1,059.00万吨，

较2021年同比增长1.24%，2013年至2021年消费量年均增长率为4.04%。目前，我国大部分城市的人均消费量大幅低于发达国家的人均消费水平。随着我国人民生活品质的日益提高和二胎政策的全面放开，生活用纸需求量预计将呈现逐步增长趋势。但目前生活用纸生产量仍明显高于消费量，产能过剩状态仍未出现明显改善。



数据来源：中国造纸协会

从行业规模角度来看，预计未来市场规模将稳步增长。纵观生活用纸行业发展历程，由于竞争者进入壁垒低，生活用纸企业竞争激烈，整体处于供大于求的状态。在消费升级的大浪潮下，产品结构高端化成为行业发展的主要路径，消费需求呈现高档化和多样化的趋势，例如全木浆产品消费占比提升以及厨房用纸、擦手纸、化妆纸等功能多样化产品的相继面市。随着国内二孩政策的放开以及产品结构的转变，国内生活用纸行业规模有望持续保持稳定增长的态势。

2）行业未来趋势和前景

造纸行业作为传统轻工业，与国计民生息息相关。随着国内经济以投资拉动的主流趋势减弱及国内消费升级的热潮，消费成为拉动经济增长的新亮点，因此国内消费市场将迎来新的发展机遇。近年来，随着全球经济的复苏，经济增长带动生活用纸行业需求结构变化，中高端用纸需求逐年上升。2021年是贯彻落实国家“十四五”规划的开局之年，也是全面建设社会主义现代化国家新征程的起步年。为了增强我国造纸产业竞争力，推动行业高质量发展，中国造纸协会在广泛征求意见的基础上制定了《造纸行业“十四五”及中长期高质量发展纲要》，根

据国内造纸工业生产、造纸原料供应以及国内外纸张市场现状，未来国内造纸工业生产和市场总体发展将呈现以下几个方面趋势：

①坚持节能减排

根据中国造纸协会于2021年发布的《造纸行业“十四五”及中长期高质量发展纲要》要求，中国造纸协会将“十四五”及以后的发展总体目标升级为锚定2035年远景目标和2060年碳中和目标，定位自身竞争优势，科学制定行业的路线、方针、政策和战略，做好中长期规划，打造低碳环保可持续发展的绿色纸业。

②调整原料结构

坚持供给侧性结构性改革方向，提高供给质量，着力解决原料瓶颈问题，补足短板；加快产业产业结构调整和原料基地建设，推动区域布局及产品结构更趋合理；促进产业链上下游协同发展，为造纸产业高质量发展和构建新的产业发展格局奠定坚实基础。

③推进产业升级

产业大规模扩张的阶段基本结束，必须从规模扩张转向结构升级。需着力优化原料、产品、企业结构，提升产业链价值，由单纯生产制造向生产、技术、服务复合的高附加值区段转移，推进产业结构升级。

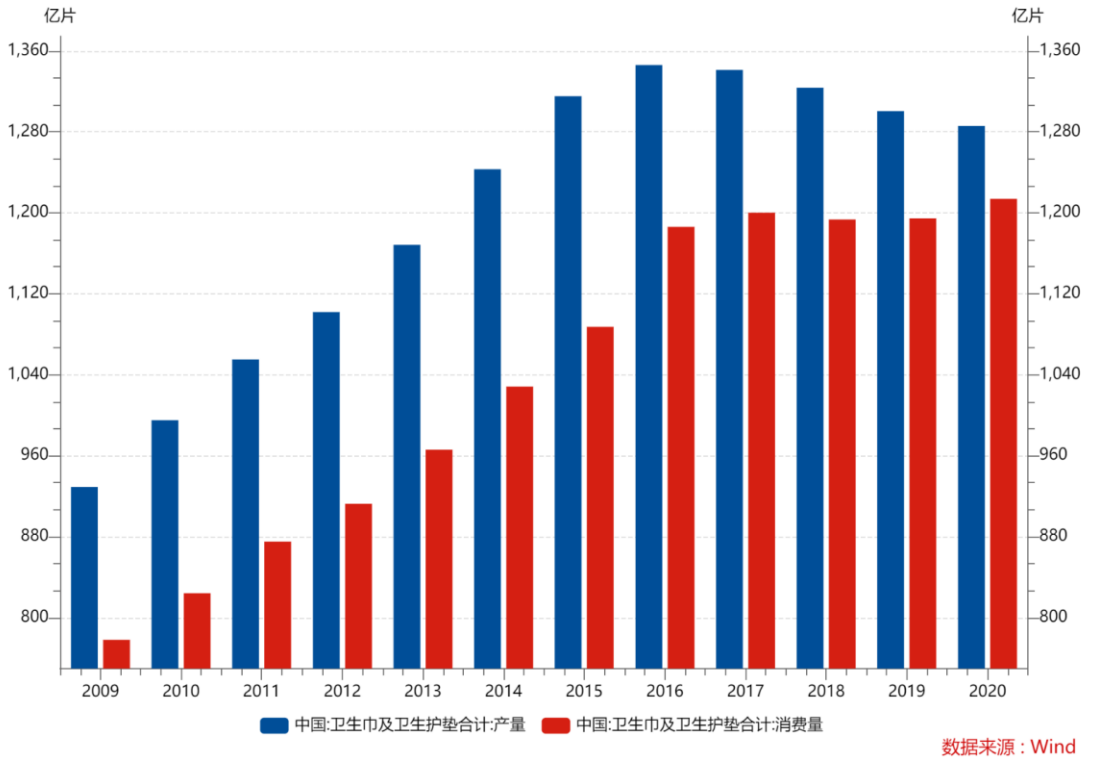
（2）卫生巾行业概况

1）行业现状

卫生巾是一种具吸收力的产品，主要的材质为棉、不织布、绒毛浆或以上材质复合物所形成的高分子聚合物和高分子聚合物复合纸。女性吸收性卫生用品按不同的产品功能和形态可以分为卫生巾、卫生护垫、卫生棉条和卫生杯四大产品类别。卫生巾和卫生护垫是我国女性使用最广泛的产品类别。卫生棉条及卫生杯在国内的认知度和接受度目前较低，主要为欧美女性使用。

经过30多年的市场发展，随着近年来居民生活水平不断提升、健康生活意识不断加强，我国女性消费者的卫生巾使用习惯已充分培养，卫生巾已成为女性经期护理必不可少的卫生用品，且女性消费者在功能、舒适、安全、健康等方面的需求不断提高。同时，卫生巾生产设备、技术水平的进步也推动了产品的设计、功能持续细分和演化。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，2020年度我国卫生巾及卫生护垫市场产量为1,285.80亿片，消费量为1,213.80亿片。2018年市场规模达到563亿元，市场渗透率已从2009年的77.70%上升到2018年的100%。

图：2009-2020年中国卫生巾及卫生护垫产量和消费量





数据来源：中国造纸协会、wind

2）行业未来趋势和前景

女性消费者对卫生巾的安全性、舒适性、贴身性等方面的要求日渐提高。卫生巾功能的多样化、差异化发展为女性消费者的经期护理提供了更多个性化的选择。如量少时适合使用网面迷你巾，具有舒适干爽的特点；日间运动时适合使用极薄日用型，具有轻薄透气的特点；夜间量大时适合使用加长型或裤型，具有吸

收能力强的特点。卫生巾功能逐渐细分将会是行业未来的发展趋势。在市场细分化过程中，产品线丰富的生产厂商将会具有一定竞争优势。

未来，随着我国居民人均可支配收入的逐渐提高和女性消费者对生理期卫生重视程度的日益加强，卫生巾市场规模将进一步扩大。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的预测，到2020年中国卫生巾（含护垫）市场规模将达到611.0亿元。居民收入的逐渐提高也推动高收入女性群体的不断扩大，以极薄、舒适、超强吸收为代表的中高端卫生巾的消费比例将持续提升。随着整体市场规模的扩大，特别是中高端卫生巾市场的快速增长为行业内新品研发实力强、生产技术领先的厂商提供了进一步迅速发展的机遇。

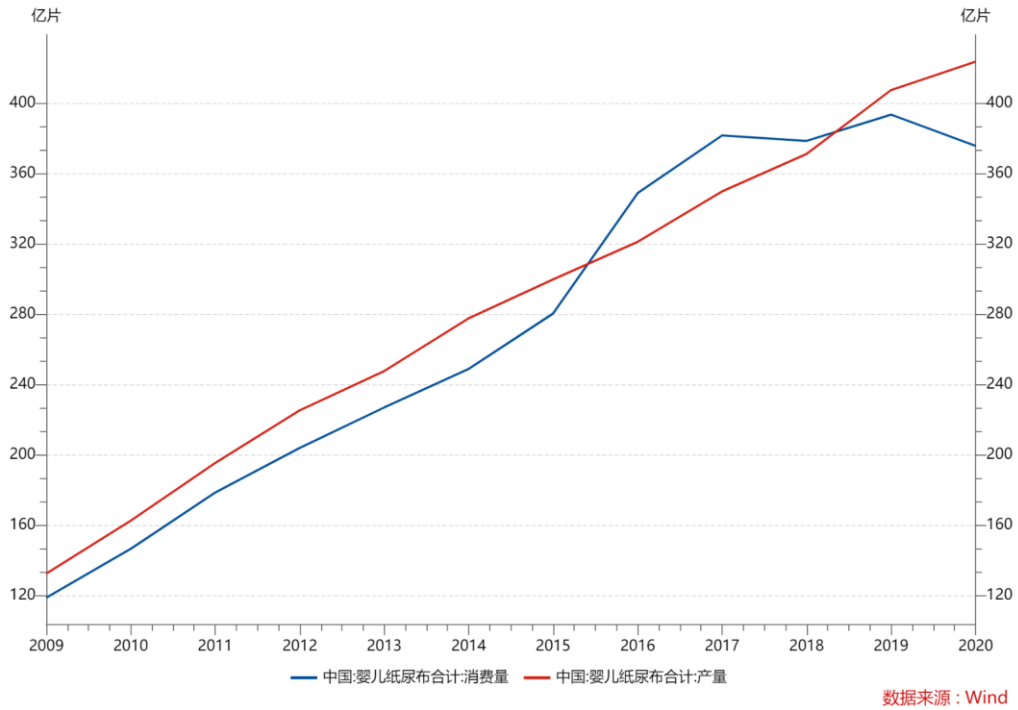
（3）纸尿裤行业概况

1）行业发展现状

纸尿裤是一次性使用后即可抛弃的产品。以无纺布、卫生纸、绒毛浆、高分子吸水树脂、PE膜、橡皮筋等材料制成。有幼儿专用与成人专用两种。最新研发的环保可降解的纸尿裤，以玉米纤维、大豆纤维或荞麦纤维提炼的原材料制造。随着新一代年轻父母消费观念的转变，婴儿纸尿裤在国内的消费需求呈现明显走强的趋势，这让婴儿纸尿裤行业成为一个极具潜力的庞大市场。

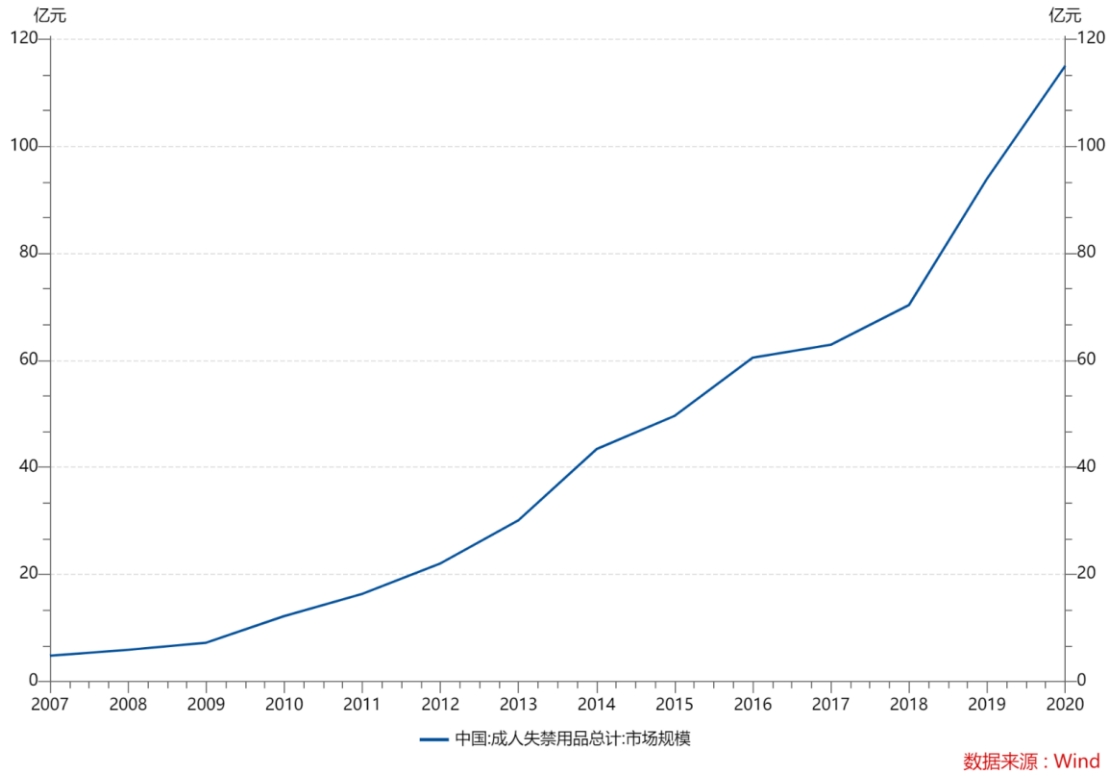
自20世纪50年代婴儿纸尿裤产品问世以来，纸尿布行业历经多次工艺发展、产业升级和产品的更新换代，结构更加精细，功能更加完善。其主要用户群体从婴幼儿扩大到成人，在发达国家长期保持80%-90%的市场渗透率。在我国，纸尿布、卫生巾等一次性吸收卫生用品均为改革开放之后的舶来品，上世纪90年代初，我国纸尿布市场渗透率近乎为零。在过去的三十多年中，随着经济的迅猛发展、人民生活水平的提高和消费观念的改变，纸尿布的市场渗透率稳步加速提升，市场不断细分，产品逐渐多样化，形成婴幼儿纸尿布和成人失禁用品两大市场，高、中、低档并存的格局。其中，婴儿纸尿布占据纸尿布市场的主要地位，包括裤型产品（即纸尿裤）和纸尿片等类型，占比达95%左右。2009年至2020年，婴儿纸尿裤生产量从132.60亿片增长至423.80亿片，消费量从118.90亿片增长至375.80亿片，2020年市场渗透率达到77.10%。随着我国二孩政策的放开，婴儿纸尿裤自2016年开始出现供不应求的局面，市场空间较大。

图：2009年-2020年我国婴儿纸尿布产量和消费量



成人失禁用品包括纸尿裤、纸尿片和护理垫三种类型，我国成人失禁用品尚处于成长初期。2007-2020年，国内成人失禁用品的市场规模由4.79亿元增至115.00亿元，2007-2020年复合年均增长率为43.58%，但市场渗透率至2018年仍为3%左右，对比世界平均12%的渗透率而言仍然存在较大差距，行业具有十足增长潜力。

图：2007-2020年成人失禁用品市场规模



2）行业未来趋势与发展前景

根据智研咨询发布的报告显示，2018年我国0-2岁的婴儿将达到3998万人，随着国家“全面二孩”政策逐步落实，新生儿的增长有望加速。近年来，中国婴儿纸尿裤市场渗透率提升速度明显，但与美国、日本等发达国家90%以上的婴儿纸尿裤市场渗透率相比，中国婴儿纸尿裤的市场渗透率仍然较低。未来，随着生活水平的提高和健康观念的转变，我国婴儿纸尿裤的使用将进一步从大中型城市向中小型城市以及农村地区普及。受益于国家推动“全面二孩”政策和婴儿纸尿裤普及程度提高等有利因素的影响，婴儿纸尿裤市场有望保持较高的增长速度。

未来，一方面，鉴于消费者对进口品牌纸尿裤的青睐，将促使国内品牌不断提升产品研发水平和生产技术，纸尿裤产品将进一步向提高舒适度、增强防漏保护以及智能化方向逐步升级，例如成人纸尿裤实现透气性、除异味、尿湿显示等功能；另一方面，产品将向更加细分的领域延伸，企业将针对特定人群推出一些细分化的产品。例如针对 3000g 以下的早产儿的低体重儿纸尿裤。根据世界卫生组织资料，全球每年有 1500 万早产儿诞生，他们最大的困惑就是无法找到合适尺寸的纸尿裤。

4、发行人行业地位及竞争优势

（1）行业地位

发行人分别于1985年进入卫生巾行业、1997年进入纸尿裤行业、1998年进入纸巾行业，是目前国内最大的生活用纸和妇幼卫生用品制造商，规模优势显著，行业地位突出。卫生巾、婴儿纸尿裤和生活用纸三大主导产品在各细分市场中均具有较为明显的规模优势。

我国生活用纸行业发展十分迅速，新增产量约占全球1/3，国产产品已经能够完全满足市场和消费者的需求。2022年我国生活用纸生产量为1,135.00万吨，较2021年同比增长2.71%，2013年至2022年生产量年均增长率为4.04%。国内目前主要的生活用纸公司包括中顺洁柔、金红叶、恒安国际、维达国际、太阳纸业等，其中前四名企业产能占比高达总产能的30%。

总体来看，发行人是目前国内最大的生活用纸和妇幼卫生用品综合制造商之一，旗下主要经营实体，拥有其大部分产能，具备显著的规模优势、突出的行业地位，能够有效控制成本，增强盈利能力。

（2）竞争优势

1）中国领先的纸巾、卫生巾及一次性纸尿裤的制造商，品牌及产品质量获广泛认可

集团的纸业品牌“心相印”具有市场领导地位，并连续多年入选中国消费者“最信任品牌”。卫生巾品牌“七度空间”和“安尔乐”在国内中高端卫生巾用品市场已经建立品牌知名度和市场领先地位。同时，集团的“安儿乐”品牌尿片和纸尿裤在国内二线城市及以下市场具有广泛的认知度。企业品牌经过超过三十年的经营，集团作为中国领先的纸巾、卫生巾及一次性纸尿裤的制造商，在国内外市场已经获得广泛认可，并连续多年获得各专业权威机构的多项殊荣。

2）得益于中国个人及家庭卫生用品市场的发展机遇及巨大潜力，具有遍及全国的营销网络及供应商网络

经过多年的发展，集团已经建立了覆盖广、层次深的产品销售渠道，具有中国个人及家庭卫生用品行业最大的规模优势。集团建立了完善的销售团队管理体系和高效的考核制度和激励机制。集团对渠道的强大管控能力保证了营销渠道的覆盖面和产品快速销售到目标市场。同时，集团与主要原料供应商建立了战略伙伴关系，并凭借充足的资金优势，得以在价格低位大量储备原物料。此外，在议价能力上，集团对各主要供应商具有优势。

3）战略性布局生产设施，依托独特的市场地位提供高端产品

集团已经建立了全国性的生产布局，为最大程度的客户覆盖及最为广泛的营销网路提供支撑。由于生产规模大，集团在原材料、生产设备采购上具有规模效应和天然优势。同时，先进的技术水平、持续的技术升级和高效的质量管理体系保证了集团的产品质量。

4）管理团队行业经验丰富，具有高超的市场把握和战略决策能力

集团的主要管理层人员行业经验丰富，同时，决策者对市场具有敏锐的判断力，集团在过去发展的三十年一直专注在高速增长的快速消费品行业，坚持做自己专业和擅长的生活用纸领域。此外，集团的管理层和决策者对市场环境变化具有敏锐的观察能力和快速反应能力，在主要原材料的价格发生变动的时候，可及时采取措施降低采购成本。

5）多元化的产品组合，强有力的成本控制和财务管理

集团通过实施多元化的产品组合策略，抵御市场波动风险能力得到强化，也为捕捉市场机遇及未来业务增长点提供基础。同时，集团的经营理念强调成本意识，各部门将成本控制落实到工作的每个环节，并通过派驻、垂直管理等方式对子公司也建立了严格高效的财务管控系统。

八、其他与发行人主体相关的重要情况

截至 2023 年 6 月末，发行人不存在非经营性往来占款及资金拆借的情况。发行人制定的《关联交易披露制度》及《恒安集团财务收支审核审批制度》等规章制度，对非经营性往来占款或资金拆借事项的决策程序及信息披露进行了严格规范。在本次债券存续期内，若发生非经营性往来占款或资金拆借事项，发行人将严格按照上述规定，履行相应决策程序和进行信息披露。

第四节　发行人主要财务情况

一、发行人财务报告总体情况

（一）发行人财务报告编制基础

本募集说明书所载 2020 年-2022 年财务报告均按照香港会计师公会颁布的《香港财务报告准则》的规定及香港《公司条例》的披露要求编制。中国会计准则委员会、中国审计准则委员会和香港会计师公会已于 2007 年 12 月 6 日在香港签署联合声明，宣布中国《企业会计准则》、《中国注册会计师执业准则》分别与《香港财务报告准则》、《香港审计准则》实现等效。

发行人 2020 年-2022 年合并财务报表经罗兵咸永道会计师事务所审计，罗兵咸永道会计师事务所分别于 2021 年 3 月 19 日、2022 年 3 月 22 日和 2023 年 3 月 22 日对发行人截至 2020 年 12 月 31 日止年度、截至 2021 年 12 月 31 日止年度和截至 2022 年 12 月 31 日止年度的合并财务报表出具了独立核数师报告，认为发行人该等合并财务报表已根据认为发行人该等合并财务报表已根据《香港财务报告准则》真实而中肯地反映了集团于 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 12 月 31 日的财务状况及其截至该日止年度的财务表现及现金流量，并已遵照香港《公司条例》的披露规定妥为拟备。罗兵咸永道会计师事务所对发行人 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日的合并资产负债表，2020 年度、2021 年度和 2022 年度合并利润表、权益变动表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并分别对上述年度合并财务报表中出具了无保留意见的审计报告。**发行人 2023 年 1-6 月财务报表未经审计。**

本募集说明书所列示的各年财务信息对比之目的，本募集说明书引用的 2020 年度财务数据引自发行人 2020 年经审计合并财务报告，2021 年度财务数据引自发行人 2021 年度经审计合并财务报告，2022 年度财务数据引自发行人 2022 年度经审计合并财务报告，**2023 年 1-6 月财务数据引自发行人 2023 年中期报告**。

投资者在阅读以下财务信息时，应当参阅发行人完整的 2020 年、2021 年、2022 年经审计合并财务报表及 **2023 年 1-6 月合并财务报表，**上述会计政策变更情况以及本募集说明书其他部分对于发行人财务数据和指标的解释。

（二）发行人报告期内发生会计政策变更情况

发行人报告期内已采纳之新订及经修订准则

2020 年新订及经修订准则

准则及准则修订		生效日期
香港会计准则第 1 号及香港会计准则第 8 号（修订）	重大之定义	2020 年 1 月 1 日
香港财务报告准则第 3 号（修订）	业务之定义	2020 年 1 月 1 日
修订概念框架	修订财务报告概念框架	2020 年 1 月 1 日
香港财务报告准则第 7 号、香港财务报告准则第 9 号及香港会计准则第 39 号（修订）	利率基准改革	2020 年 1 月 1 日
香港财务报告准则第 16 号（修订）	COVID-19 相关之租金宽免	2020 年 1 月 1 日

2021 年新订及经修订准则

准则及准则修订		生效日期
香港财务报告准则第 9 号、香港会计准则第 39 号、香港财务报告准则第 7 号、香港财务报告准则第 4 号及香港财务报告准则第 16 号（修订）	利率基准改革—第 2 阶段	2021 年 1 月 1 日
香港财务报告准则第 16 号（修订）	COVID-19 相关之租金宽免	2021 年 4 月 1 日

2022 年新订及经修订准则

准则及准则修订		生效日期
香港会计准则第 16 号（修订）	物业、机器及设备：拟定用途前之所得款项	2022 年 1 月 1 日
香港会计准则第 37 号（修订）	亏损性合约-履约成本	2022 年 1 月 1 日
香港财务报告准则第 3 号（修订）	引用概念框架	2022 年 1 月 1 日
香港财务报告准则二零一八年至二零二零年之年度改进	-	2022 年 1 月 1 日

二、发行人财务会计信息及主要财务指标

（一）财务会计信息

发行人最近三年的合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表如下：

1、合并资产负债表

单位：万元

科目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
资产				
非流动资产				
物业、机器及设备	**712,213.00**	709,925.50	729,672.70	757,143.00
在建工程	**149,024.40**	96,921.00	50,964.70	48,905.20
投资性房地产	**16,605.50**	16,669.60	21,629.30	21,360.90
使用权资产	**116,390.30**	119,208.10	97,905.50	97,017.10
土地使用权	**-**	-	-	-
无形资产	**65,542.00**	65,697.60	72,477.80	75,544.40

非流动资产预付款	**26,294.70**	46,066.00	46,865.20	32,798.90
递延所得税资产	**55,618.50**	53,220.40	54,476.20	43,585.30
对联营企业的投资	**4,393.70**	4,357.60	5,333.00	9,718.80
按公允值计入损益的金融资产	**24,244.80**	21,257.20	19,434.20	15,659.30
长期银行定期存款	**189,563.90**	289,549.00	403,596.00	348,214.70
小计	**1,359,890.80**	**1,422,872.00**	**1,502,354.60**	**1,449,947.60**
流动资产				
存货	**350,108.20**	454,493.50	416,247.70	431,091.80
应收账款及应收票据	**283,882.30**	293,188.70	297,018.20	337,514.90
其他应收账款、预付账款及按金	**169,493.80**	192,024.80	188,121.30	161,695.20
预缴当期所得税	**1,325.10**	4,216.80	742.70	4,899.50
有限制银行存款	**30.00**	30.20	30.30	481.20
衍生金融工具	**–**	149.00	91.30	-
按公允值计入损益的金融资产	**–**	-	-	10,088.40
现金及银行存款	**2,674,971.00**	1,866,749.20	1,824,668.70	2,048,373.90
小计	**3,479,810.40**	**2,810,852.20**	**2,726,920.20**	**2,994,144.90**
总资产	**4,839,701.20**	**4,233,724.20**	**4,229,274.80**	**4,444,092.50**
权益				
归属于本公司权益持有人				
股本	**12,334.50**	12,334.50	12,334.50	12,536.60
其他储备	**328,211.30**	314,301.80	286,264.80	313,340.20
留存收益	**1,663,023.50**	1,625,724.40	1,605,104.70	1,615,262.20
小计	**2,003,569.30**	**1,952,360.70**	**1,903,704.00**	**1,941,139.00**
非控制性权益	**24,434.40**	**25,213.00**	**24,341.00**	**25,008.40**
总权益	**2,028,003.70**	**1,977,573.70**	**1,928,045.00**	**1,966,147.40**
负债				
非流动负债				
借款	**20,125.10**	200,133.40	73,934.20	249,261.80
租赁负债	**1,712.70**	1,663.60	1,084.30	866.50
递延所得税负债	**18,764.10**	14,943.30	22,463.30	21,622.20
小计	**40,601.90**	**216,740.30**	**97,481.80**	**271,750.50**
流动负债				
应付账款及应付票据	**218,625.00**	292,068.50	256,548.60	224,420.50
其他应付账款及预提费用	**157,940.40**	167,154.70	145,526.70	131,028.20
合约负债	**8,728.30**	45,374.10	22,562.70	13,484.70
衍生金融工具	**77.40**	3,283.80	502.80	1,564.30
当期所得税负债	**18,052.20**	26,856.40	28,071.20	217.70
借款	**2,365,874.10**	1,502,861.80	1,748,775.30	1,834,368.20
租赁负债	**1,798.20**	1,810.90	1,760.70	1,111.00
小计	**2,771,095.60**	**2,039,410.20**	**2,203,748.00**	**2,206,194.60**
总负债	**2,811,697.50**	**2,256,150.50**	**2,301,229.80**	**2,477,945.10**
权益及负债合计	**4,839,701.20**	**4,233,724.20**	**4,229,274.80**	**4,444,092.50**

2、合并利润表

单位：万元

科目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
收入	**1,220,460.50**	**2,261,587.80**	**2,079,014.40**	**2,237,400.10**
销售成本	**-841,605.50**	-1,492,637.90	-1,301,782.60	-1,291,814.60
毛利润	**378,855.00**	**768,949.90**	**777,231.80**	**945,585.50**
其他收入和利得—净额	**50,837.10**	8,769.90	130,699.10	177,361.80
推广及分销成本	**-183,505.30**	-336,946.60	-315,371.80	-346,893.10
行政费用	**-72,965.20**	-151,934.70	-137,257.50	-136,399.10
金融资产减值准备	**-3,053.50**	-1,923.10	-942.50	-416.30
经营利润	**170,168.10**	**286,915.40**	**454,359.10**	**639,238.80**
财务收益	**15,757.00**	44,586.50	29,466.20	29,181.10
财务费用	**-31,795.10**	-46,815.90	-46,556.50	-71,829.50
财务费用—净额	**-16,038.10**	-2,229.40	-17,090.30	-42,648.40
应占联营企业之利润	**18.20**	-1,357.40	-4,312.20	-448.20
除所得税前利润	**154,148.20**	**283,328.60**	**432,956.60**	**596,142.20**
所得税费用	**-31,458.10**	-88,398.60	-103,936.20	-135,298.00
年度利润	**122,690.10**	**194,930.00**	**329,020.40**	**460,844.20**
应占利润				
公司权益持有人	**122,576.80**	192,524.90	327,360.10	459,481.50
非控制性权益	**113.30**	2,405.10	1,660.30	1,362.70
应占利润总和	**122,690.10**	**194,930.00**	**329,020.40**	**460,844.20**

3、合并现金流量表

单位：万元

科目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营运活动现金流量				
营运活动产生的现金	**229,855.60**	480,303.00	543,478.40	652,338.00
已付所得税	**-35,960.20**	-99,316.80	-83,117.80	-148,171.40
营运活动产生的净现金	**193,895.40**	**380,986.20**	**460,360.60**	**504,166.60**
投资活动的现金流量				
购买物业、机器及设备，无形资产，在建工程及其他非流动资产	**-73,900.50**	-124,465.70	-78,133.40	-76,069.60
购入土地使用权	**-253.00**	-	-	-
出售物业、机器及设备、无形资产及使用权资产所得款	**2,369.20**	1,084.40	509.30	484.40
减少长期及短期银行定期存款净额	**-237,735.80**	-553,154.80	241,599.60	149,134.90
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	**-**	-	10,244.70	-
已收利息	**32,726.70**	70,563.60	93,386.20	107,815.20

投资联营企业	**-300.00**	-42.80	-	-
子公司控制权变更导致的现金减少	**-**	-575.60	-	-
出售衍生金融工具所得款	**6,170.20**	-	-	-
购买以公允价值计入损益的金融资产	**-**	-	-	-25,747.70
投资活动（使用的）/产生的净现金	**-270,923.20**	**-606,590.90**	**267,606.40**	**155,617.20**
融资活动的现金流量				
收到少数股东投入	**-**	750.00	150.00	1,050.50
附属公司减少股本	**-**	-314.60	-209.70	-
借款所得款	**1,353,588.70**	2,356,008.70	1,996,048.10	2,328,830.00
偿还借款	**-695,395.30**	-2,557,920.00	-2,230,500.50	-2,333,784.20
使用权资产（不包括土地使用权）之租赁付款	**-1,080.80**	-2,396.10	-1,986.20	-1,343.30
减少有限制银行存款	**0.20**	-	450.90	239.70
收购少数股东权益	**-**	-	-	-1,646.80
回购股份	**-**	-	-93,673.20	-15,440.90
已付利息	**-32,003.70**	-45,836.50	-46,965.30	-78,804.10
支付股息	**-81,348.50**	-162,697.00	-270,592.00	-291,473.40
向少数股东支付的股息	**-785.00**	-508.10	-1,373.40	-625.30
职工购股权计划所发行的股份	**-**	-	-	60.70
向少数股东支付的附属公司清算款项	**156.40**	-600.00	-	-
与少数股东权益交易	**-**	-228.00	-	-
融资活动产生/（使用的）的净现金	**543,132.00**	**-413,741.60**	**-648,651.30**	**-392,937.10**
现金及现金等价物净增加/（减少）	**466,104.20**	**-639,346.30**	**79,315.70**	**266,846.70**
一月一日之现金及现金等价物	**608,860.30**	1,233,981.60	1,160,705.90	912,017.60
外币汇率变动之影响	**4,396.70**	14,225.00	-6,040.00	-18,158.40
期末现金及现金等价物	**1,079,361.20**	608,860.30	1,233,981.60	1,160,705.90

（二）财务数据和财务指标情况

项目	**2023 年 1-6 月（6 月末）**	**2022 年（末）**	**2021 年（末）**	**2020 年（末）**
总资产（亿元）	**483.97**	423.37	422.93	444.41
总负债（亿元）	**281.17**	225.62	230.12	247.79
全部债务（亿元）	**238.80**	170.86	182.47	208.68
所有者权益（亿元）	**202.80**	197.76	192.80	196.61
营业总收入（亿元）	**122.05**	226.16	207.90	223.74
利润总额（亿元）	**15.41**	28.33	43.30	59.61
净利润（亿元）	**12.27**	19.49	32.90	46.08
归属于母公司所有者的净利润（亿元）	**12.26**	19.25	32.74	45.95

营运活动产生的净现金（亿元）	**19.39**	38.10	46.04	50.42
投资活动（使用的）/产生的净现金（亿元）	**-27.09**	-60.66	26.76	15.56
融资活动使用的净现金（亿元）	**54.31**	-41.37	-64.87	-39.29
流动比率	**1.26**	1.38	1.24	1.36
速动比率	**1.13**	1.16	1.05	1.16
资产负债率（%）	**58.10**	53.29	54.41	55.76
债务资本比率（%）	**54.08**	46.35	48.62	51.49
营业毛利率（%）	**31.04**	34.00	37.38	42.26
平均总资产收益率（%）	**8.20**	7.80	11.06	15.24
加权平均净资产收益率（%）	**12.25**	9.98	16.90	24.37
EBITDA（亿元）	**-**	41.88	56.66	75.17
EBITDA 全部债务比（%）	**-**	24.51	31.05	36.02
EBITDA 利息倍数	**-**	8.74	12.02	10.32
应收账款周转率	**8.46**	7.66	6.55	6.37
存货周转率	**4.18**	3.43	3.07	3.18

注：

部分 2023 年 1-6 月（6 月末）财务数据已年化

（1）全部债务＝短期借款+以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债/交易性金融负债+应付票据+长期借款+应付债券+租赁负债+其他债务调整项；

（2）流动比率＝流动资产/流动负债；

（3）速动比率＝（流动资产-存货）/流动负债；

（4）资产负债率（%）＝负债总额/资产总额×100%；

（5）债务资本比率（%）＝全部债务/（全部债务+经调整的所有者权益）×100%；

（6）总资产收益率（%）＝（除所得税前利润+费用化利息支出-非经常性损益调整项）/（年初资产总额+年末资产总额）÷2×100%；

（7）加权平均净资产收益率根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）计算；

（8）EBITDA＝利润总额+计入财务费用的利息支出＋固定资产折旧＋摊销（无形资产摊销＋长期待摊费用摊销）；

（9）EBITDA 全部债务比（%）=EBITDA/全部债务×100%；

（10）EBITDA 利息保障倍数＝EBITDA/利息支出＝EBITDA/（计入财务费用的利息支出＋资本化利息）；

（11）应收账款周转率=营业收入/（应收账款平均净额+应收款项融资调整项平均净额）；

（12）存货周转率=营业成本/存货平均净额；

三、发行人财务状况分析

（一）资产结构分析

报告期各期末，发行人资产情况如下：

资产结构分析 单位：万元、%								
项目	2023 年 6 月末		2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
存货	**350,108.20**	**7.23**	454,493.50	10.73	416,247.70	9.85	431,091.80	9.70
应收账款及应收票据	**283,882.30**	**5.87**	293,188.70	6.93	297,018.20	7.02	337,514.90	7.59
其他应收账款、预付账款及按金	**169,493.80**	**3.50**	192,024.80	4.54	188,121.30	4.45	161,695.20	3.64
预缴当期所得税	**1,325.10**	**0.03**	4,216.80	0.10	742.70	0.02	4,899.50	0.11
有限制银行存款	**30.00**	**0.00**	30.2	0.00	30.30	0.00	481.20	0.01
衍生金融工具	**-**	**-**	149	0.00	91.30	0.00	-	-
按公允值计入损益的金融资产	**-**	**-**	-	-	-	-	10,088.40	0.23
现金及银行存款	**2,674,971.00**	**55.27**	1,866,749.20	44.09	1,824,668.70	43.14	2,048,373.90	46.09
流动资产合计	**3,479,810.40**	**71.90**	**2,810,852.20**	**66.39**	**2,726,920.20**	**64.48**	**2,994,144.90**	**67.37**
物业、机器及设备	**712,213.00**	**14.72**	709,925.50	16.77	729,672.70	17.25	757,143.00	17.04
在建工程	**149,024.40**	**3.08**	96,921.00	2.29	50,964.70	1.21	48,905.20	1.10
投资性房地产	**16,605.50**	**0.34**	16,669.60	0.39	21,629.30	0.51	21,360.90	0.48
使用权资产	**116,390.30**	**2.40**	119,208.10	2.82	97,905.50	2.31	97,017.10	2.18
无形资产	**65,542.00**	**1.35**	65,697.60	1.55	72,477.80	1.71	75,544.40	1.70
非流动资产预付款	**26,294.70**	**0.54**	46,066.00	1.09	46,865.20	1.11	32,798.90	0.74
递延所得税资产	**55,618.50**	**1.15**	53,220.40	1.26	54,476.20	1.29	43,585.30	0.98
对联营企业的投资	**4,393.70**	**0.09**	4,357.60	0.10	5,333.00	0.13	9,718.80	0.22
按公允值计入损益的金融资产	**24,244.80**	**0.50**	21,257.20	0.50	19,434.20	0.46	15,659.30	0.35
长期银行定期存款	**189,563.90**	**3.92**	289,549.00	6.84	403,596.00	9.54	348,214.70	7.84
非流动资产合计	**1,359,890.80**	**28.10**	**1,422,872.00**	**33.61**	**1,502,354.60**	**35.52**	**1,449,947.60**	**32.63**
资产总计	**4,839,701.20**	**100.00**	**4,233,724.20**	**100.00**	**4,229,274.80**	**100.00**	**4,444,092.50**	**100.00**

1、现金及银行存款

截至2020-2023年6月，发行人现金及银行存款分别为2,048,373.90万元、1,824,668.70万元、1,866,749.20万元和2,674,971.00万元，占总资产比例分别为46.09%、43.14%、44.09%和55.27%；其中发行人银行定期存款金额分别为887,668.00万元、590,687.10万元、1,257,888.90万元和1,595,609.80万元；现金及现金等价物金额分别为1,160,705.90万元、1,233,981.60万元、608,860.30万元及1,079,361.20万元。发行人现金及银行存款主要包括银行存款、手头现金以及到期日在三个月及以内的短期高流动性投资。报告期内公司现金及银行存款呈现降低趋势，主要是支付股息及偿还借款的影响。

发行人总体保持了十分审慎的货币资金持有政策，将货币资金余额维持在较高水平，主要原因如下：

（1）发行人持有较大规模的货币资金主要用于日常运营资金、并购储备资金以及利润分配。其中：①日常运营资金：首先，未来发行人的业务规模仍将持续增长，因此需投入更多的营运资金以支撑公司各项业务的增长；其次，发行人正在开展管理变革，积极拓展电商等新型销售渠道；再次，发行人计划对六大生产基地（湖南、芜湖、重庆、山东、晋江及新疆）进行技术改造，引入智能制造；再次，为满足消费者的消费需求，发行人将加大对高端产品的研发投入与推广。②并购储备资金：发行人计划择机通过收购兼并等方式整合新品类、延伸产业链及拓展海外市场，故发行人对包括并购和海外合作在内的筹备提前进行资金储备；③分配利润：发行人每年均进行利润分配，储备部分货币资金也用于分配利润。

（2）为应对经济下行公司可能面临的风险。2018年以来，随着中国宏观经济的持续疲软及金融市场“去杠杆”各项政策的推行，债券市场投资者和我国商业银行对于民营企业债券的持有意愿和贷款意愿不断减弱，民营企业融资渠道进一步受阻，融资行为更为艰难。为了进一步巩固公司的资产流动性，加强对债务加权期限的主动管理，降低融资综合资金成本，发行人通过提高货币资金持有量，进而优化公司的融资结构，强化公司的抗风险能力。

2020-2022年末发行人现金及银行存款明细表

单位：万元、%

项目	2022年末		2021年末		2020年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行定期存款	1,257,888.90	67.38	590,687.10	32.37	887,668.00	43.33

现金及现金等价物	608,860.30	32.62	1,233,981.60	67.63	1,160,705.90	56.67
现金及银行存款总额	**1,866,749.20**	**100.00**	**1,824,668.70**	**100.00**	**2,048,373.90**	**100.00**

2、应收账款及应收票据

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人应收账款及应收票据分别为 337,514.90 万元、297,018.20 万元、293,188.70 万元和 283,882.30 万元，占总资产比例分别为 7.59%、7.02%、6.93%和 5.87%。2021 年末，发行人的应收账款由 2020 年末人民币 342,774 万元至人民币 300,654 万元，减少了 12.29%，主要是由于 2021 年受疫情影响，销售额减少所致。2022 年末发行人应收账款及应收票据较 2020 年末变化不大。

发行人报告期内应收账款及应收票据情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收账款	296,842.40	99.17	300,654.20	99.28	342,773.70	99.58
应收票据	2,471.00	0.83	2,166.00	0.72	1,457.60	0.42
应收账款及应收票据账面余额合计	**299,313.40**	**100.00**	**302,820.20**	**100.00**	**344,231.30**	**100.00**
减：坏账准备	-6,124.70	-	-5,802.00	-	6,716.40	-
应收账款及应收票据账面净值合计	**293,188.70**	-	**297,018.20**	-	**337,514.90**	-

公司应收账款及应收票据账龄结构以 180 天以内为主，**报告期内账龄在 180 天以内的应收票据及应收账款占比分别为 94.26%、92.26%、89.76%和 91.61%。**

2020-2022 年末应收账款及应收票据原值账龄分析表

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
30 天以内	96,166.70	32.13	117,821.20	38.91	155,704.10	45.24
31-180 天	172,496.00	57.63	161,558.60	53.35	168,779.70	49.03
181-365 天	18,931.10	6.32	13,706.90	4.53	10,609.60	3.08
365 天以上	11,719.60	3.92	9,733.50	3.21	9,137.90	2.65
应收账款及应收票据合计	**299,313.40**	**100.00**	**302,820.20**	**100.00**	**344,231.30**	**100.00**

3、存货

发行人的存货主要包括用作生产纸巾、卫生巾及一次性纸尿裤的原材料，以

及纸巾、卫生巾及一次性纸尿裤制成品，按成本及可变现净值两者的较低者列账。存货的成本以加权平均法厘定。制成品及在制品的成本包括原材料、直接劳工、其他直接费用和相关的间接生产费用（依据正常营运能力，不包括借款费用）。可变现净值为在日常经营活动中的估计销售价，减适用的变动销售费用。存货的可变现净值下降低于其账面值时，发行人即减记存货价值，以反映其当下的可变现净值。存货减记的金额反映在发行人合并利润表的销售成本中。2020年计提965万元；2021年计提659万元；2022年计提存货减值1,310万元。**截至2020-2023年6月末，发行人存货分别为431,091.80万元、416,247.70万元、454,493.50万元和350,108.20万元，占总资产比例分别为9.70%、9.84%、10.74%和7.23%**。近三年内存货账面价值呈现波动变化的趋势，主要原因系公司主要原材料造纸浆木浆的价格在报告期内产生较大波动，从而导致原材料的入账价值变化所致。

发行人报告期内存货构成明细情况如下：

2020-2022年末存货构成明细表

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
制成品	169,904.20	178,260.20	177,735.10
原材料	262,951.60	214,797.20	229,858.70
配件及消耗品	21,637.70	23,190.30	23,498.00
合计	**454,493.50**	**416,247.70**	**431,091.80**

4、其他应收账款、预付账款及按金

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人其他应收账款、预付账款及按金分别为 161,695.20 万元、188,121.30 万元、192,024.80 万元和 169,493.80 万元，占总资产比例分别为 3.64%、4.45%、4.54%和 3.50%，报告期内呈现波动态势。其他应收账款、预付账款及按金主要包含预付账款-供应商、可抵扣增值税、应收政府奖励收入、应收利息等。

2020-2022 年末发行人其他应收账款、预付账款及按金明细

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
预付账款—供应商	72,210.70	71,347.10	53,132.10
可抵扣增值税	46,834.60	61,315.00	44,144.30
应收政府奖励收入	22,879.00	21,153.00	35,599.00

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
预付账款—供应商	72,210.70	71,347.10	53,132.10
应收利息	42,566.20	26,379.80	23,600.70
待摊费用	4,707.10	6,888.70	3,991.90
其他	2,827.20	1,037.70	1,227.20
合计	**192,024.80**	**188,121.30**	**161,695.20**

5、物业、机器及设备

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人物业、机器及设备分别为 757,143.00 万元、729,672.70 万元、709,925.50 万元和 712,213.00 万元，占总资产比例分别为 17.04%、17.25%、16.77%和 14.72%，报告期内基本保持稳定。

2020-2022 年末发行人物业、机器及设备构成

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
土地及楼宇	296,896.90	305,886.10	316,936.60
机器设备	399,127.60	407,456.30	427,231.20
办公室设备及家私装置	13,421.40	16,075.00	12,612.50
车辆	479.60	255.30	362.70
合计	**709,925.50**	**729,672.70**	**757,143.00**

6、长期银行定期存款

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人长期银行定期存款分别为 348,214.70 万元、403,596.00 万元、289,549.00 万元和 189,563.90 万元，占总资产比例分别为 7.84%、9.54%、6.84%和 3.92%。2021 年末，发行人长期银行定期存款较 2020 年末增加 55,381.30 万元，增幅为 15.90%，主要系发行人将资金存放于商业银行以提升资金收益所致。2022 年末，发行人长期银行定期存款较 2021 年末减少 114,047.00 万元，降幅为 28.26%，主要系主要系发行人长期银行定期存款到期所致。

（二）负债结构分析

报告期各期末，发行人负债情况如下：

负债结构分析

单位：万元、%

项目	2023 年 6 月末		2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款及应付票据	**218,625.00**	**7.78**	292,068.50	12.94	256,548.60	11.15	224,420.50	9.06

其他应付账款及预提费用	**157,940.40**	**5.62**	167,154.70	7.41	145,526.70	6.32	131,028.20	5.29
合约负债	**8,728.30**	**0.31**	45,374.10	2.01	22,562.70	0.98	13,484.70	0.54
衍生金融工具	**77.40**	**0.00**	3,283.80	0.15	502.80	0.02	1,564.30	0.06
当期所得税负债	**18,052.20**	**0.64**	26,856.40	1.19	28,071.20	1.22	217.70	0.01
借款	**2,365,874.10**	**84.14**	1,502,861.80	66.61	1,748,775.30	75.99	1,834,368.20	74.03
租赁负债	**1,798.20**	**0.06**	1,810.90	0.08	1,760.70	0.08	1,111.00	0.04
流动负债合计	**2,771,095.60**	**98.56**	**2,039,410.20**	**90.39**	**2,203,748.00**	**95.76**	**2,206,194.60**	**89.03**
借款	**20,125.10**	**0.72**	200,133.40	8.88	73,934.20	3.21	249,261.80	10.07
租赁负债	**1,712.70**	**0.06**	1,663.60	0.07	1,084.30	0.05	866.50	0.03
递延所得税负债	**18,764.10**	**0.67**	14,943.30	0.66	22,463.30	0.98	21,622.20	0.87
非流动负债合计	**40,601.90**	**1.44**	**216,740.30**	**9.61**	**97,481.80**	**4.24**	**271,750.50**	**10.97**
总负债	**2,811,697.50**	**100.00**	**2,256,150.50**	**100.00**	**2,301,229.80**	**100.00**	**2,477,945.10**	**100.00**

1、应付账款及应付票据

应付账款主要是发行人在日常经营活动中购买商品或服务而应支付的债务。**截至2020-2023年6月末，发行人应付账款及应付票据分别为224,420.50万元、256,548.60万元、292,068.50万元和218,625.00万元，占总负债比例分别为9.06%、11.15%、12.94%和7.78%。**其中，应付账款占比较高，**近三年及一期末，应付账款余额占比分别为99.68%、99.84%、99.76%和99.90%。**2021年末，发行人应付账款及应付票据较2020年末增加32,128.10万元，增幅为14.32%，主要系木浆价格升高所致。2022年末，发行人应付账款及应付票据较2021年末增加35,519.90万元，增幅为13.85%，主要系木浆价格升高所致。

2020-2023年6月末发行人应付账款及应付票据情况

单位：万元、%

项目	2023年6月30日		2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	**218,415.40**	**99.90**	291,374.30	99.76	256,142.40	99.84	223,703.10	99.68
应付票据	**209.60**	**0.10**	694.20	0.24	406.20	0.16	717.40	0.32
合计	**218,625.00**	**100.00**	**292,068.50**	**100.00**	**256,548.60**	**100.00**	**224,420.50**	**100.00**

公司应付账款及应付票据账龄以180天以内为主，**报告期内账龄在180天以内的应付票据及应付账款占比分别为97.38%、99.41%、99.59%和99.75%。**

最近三年发行人应付账款及应付票据账龄分析表

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
30 天以内	160,909.30	55.10	163,819.60	63.86	120,969.40	53.90
31-180 天	129,939.30	44.49	91,207.00	35.55	97,584.70	43.48
181-365 天	827.00	0.28	355.00	0.14	2,262.30	1.01
365 天以上	392.90	0.13	1,167.00	0.45	3,604.10	1.61
应付账款及应付票据合计	**292,068.50**	**100.00**	**256,548.60**	**100.00**	**224,420.50**	**100.00**

2、其他应付账款及预提费用

其他应付账款及预提费用主要包括发行人为采购物业、机器及设备产生的应付款、预提费用和其他应缴税款。**截至 2020-2023 年 6 月末，发行人其他应付账款及预提费用分别为 131,028.20 万元、145,526.70 万元、167,154.70 万元和 157,940.40 万元，占总负债比例分别为 5.29%、6.32%、7.41%和 5.62%。**2021 年末较 2020 年增加了 14,498.50 万元，增幅为 11.06%，主要是因为发行人预提费用增加；2022 年末较 2021 年末增加了 21,628.00 万元，增幅 14.86%，主要是因为发行人应付物业、机器及设备采购款以及预提费用增加。

3、借款（一年以内）

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人借款（一年以内）分别为 1,834,368.20 万元、1,748,775.30 万元、1,502,861.80 万元和 2,365,874.10 万元，占总负债比例分别为 74.03%、75.99%、66.61%和 84.14%。发行人流动负债中的借款科目主要包括短期银行贷款（抵押/无抵押）、银行押汇贷款、长期银行贷款的流动部分（抵押/无抵押）、公司债券及其他贷款的流动部分-无抵押等。

最近三年发行人借款（一年以内）分类情况

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行押汇贷款	20,641.90	1.37	27,991.90	1.60	11,818.50	0.64
短期银行贷款—无抵押	1,431,992.30	95.28	1,520,614.00	86.95	1,703,168.40	92.85
公司债券	-	-	-	-	99,893.80	5.45
长期银行贷款的流动部分—无抵押	41,543.30	2.76	199,150.00	11.39	300.00	0.02
长期银行贷款的流动部分—抵押	204.30	0.01	187.40	0.01	187.50	0.01
其他贷款的流动部分—无抵押	8,480.00	0.56	832.00	0.05	19,000.00	1.04
合计	**1,502,861.80**	**100.00**	**1,748,775.30**	**100.00**	**1,834,368.20**	**100.00**

4、借款（一年以上）

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人借款（一年以上）分别为 249,261.80 万元、73,934.20 万元、200,133.40 万元和 20,125.10 万元，占总负债比例分别为 10.06%、3.21%、8.87%和 0.72%。发行人非流动负债中的借款科目主要包括长期银行贷款（抵押/无抵押）、其他贷款（无抵押）、公司债券等。2021 年末，发行人借款（一年以上）较 2020 年末减少 175,327.60 万元，降幅为 70.34%，主要系发行人长期银行贷款—无抵押转入长期银行贷款的流动部分—无抵押科目所致。2022 年末，发行人借款（一年以上）较 2021 年末增加 126,199.20 万元，增幅为 170.69%，主要系发行人长期银行贷款-无抵押增加所致。

最近三年发行人借款（一年以上）分类情况

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期银行贷款—无抵押	199,900.00	99.88	65,030.50	87.96	238,470.50	95.67
长期银行贷款—抵押	233.40	0.12	423.70	0.57	647.30	0.26
其他贷款—无抵押	-	-	8,480.00	11.47	10,144.00	4.07
合计	**200,133.40**	**100.00**	**73,934.20**	**100.00**	**249,261.80**	**100.00**

5、发行人有息负债情况

（1）**最近三年及一期末，发行人有息负债余额分别为 208.36 亿元、182.27 亿元、170.30 亿元和 238.60 亿元，占同期末总负债的比例分别为 84.09%、79.20%、75.48%和 84.86%。**截至 2022 年末，发行人银行借款余额为 151.45 亿元，占有息负债余额的比例为 99.44%。

最近一年及**一期**末，发行人有息负债余额和类型如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 6 月末		2022 年末	
	金额	占比	金额	占比
流动负债中的借款	**2,365,874.10**	**99.16**	1,502,861.80	88.25
非流动负债中的借款	**20,125.10**	**0.84**	200,133.40	11.75
合计	**2,385,999.20**	**100.00**	**1,702,995.20**	**100.00**

（2）截至最近一年末，发行人有息债务到期期限分布情况如下：

项目	1年以内（含1年）		1-2年（含2年）		2年以上		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行借款	1,494,381.80	99.44	200,115.00	100.00	18.40	100.00	1,694,515.20	99.50
其他借款	8,480.00	0.56	-	-	-	-	8,480.00	0.50
合计	**1,502,861.80**	**100.00**	**200,115.00**	**100.00**	**18.40**	**100.00**	**1,702,995.20**	**100.00**

（3）发行人已发行尚未兑付的债券明细情况详见本募集说明书第六节“发行人及主要子公司境内外债券发行、偿还及尚未发行额度情况”。

（三）现金流量分析

最近三年**及一期**，发行人现金流量情况如下：

现金流量金额和构成情况

单位：万元

科目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
营运活动现金流量				
营运活动产生的现金	**229,855.60**	480,303.00	543,478.40	652,338.00
已付所得税	**-35,960.20**	-99,316.80	-83,117.80	-148,171.40
营运活动产生的净现金	**193,895.40**	**380,986.20**	**460,360.60**	**504,166.60**
投资活动的现金流量				
购买物业、机器及设备，无形资产，在建工程及其他非流动资产	**-73,900.50**	-124,465.70	-78,133.40	-76,069.60
购入土地使用权	**-253.00**	-	-	-
出售物业、机器及设备、无形资产及使用权资产所得款	**2,369.20**	1,084.40	509.30	484.40
减少长期及短期银行定期存款净额	**-237,735.80**	-553,154.80	241,599.60	149,134.90
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	**-**	-	10,244.70	-
已收利息	**32,726.70**	70,563.60	93,386.20	107,815.20
投资联营企业	**-300.00**	-42.80	-	-
子公司控制权变更导致的现金减少	**-**	-575.60	-	-
出售衍生金融工具所得款	**6,170.20**	-	-	-
购买以公允价值计入损益的金融资产	**-**	-	-	-25,747.70
投资活动（使用的）/产生的净现金	**-270,923.20**	**-606,590.90**	**267,606.40**	**155,617.20**
融资活动的现金流量				
收到少数股东投入	**-**	750.00	150.00	1,050.50
附属公司减少股本	**-**	-314.60	-209.70	-

借款所得款	**1,353,588.70**	2,356,008.70	1,996,048.10	2,328,830.00
偿还借款	**-695,395.30**	-2,557,920.00	-2,230,500.50	-2,333,784.20
使用权资产（不包括土地使用权）之租赁付款	**-1,080.80**	-2,396.10	-1,986.20	-1,343.30
减少有限制银行存款	**0.20**	-	450.90	239.70
收购少数股东权益	**-**	-	-	-1,646.80
回购股份	**-**	-	-93,673.20	-15,440.90
已付利息	**-32,003.70**	-45,836.50	-46,965.30	-78,804.10
支付股息	**-81,348.50**	-162,697.00	-270,592.00	-291,473.40
向少数股东支付的股息	**-785.00**	-508.10	-1,373.40	-625.30
职工购股权计划所发行的股份	**-**	-	-	60.70
向少数股东支付的附属公司清算款项	**156.40**	-600.00	-	-
与少数股东权益交易	**-**	-228.00	-	-
融资活动产生/（使用的）的净现金	**543,132.00**	**-413,741.60**	**-648,651.30**	**-392,937.10**
现金及现金等价物净增加/（减少）	**466,104.20**	**-639,346.30**	**79,315.70**	**266,846.70**
一月一日之现金及现金等价物	**608,860.30**	1,233,981.60	1,160,705.90	912,017.60
外币汇率变动之影响	**4,396.70**	14,225.00	-6,040.00	-18,158.40
期末现金及现金等价物	**1,079,361.20**	608,860.30	1,233,981.60	1,160,705.90

1、营运活动产生的净现金分析

发行人营运活动产生的净现金主要来源于销售商品所得款项。**2020-2022 年度及 2023 年 1-6 月，发行人营运活动产生的净现金分别为 504,166.60 万元、460,360.60 万元、380,986.20 万元和 193,895.40 万元，**持续为正。2021 年度，发行人营运活动产生的净现金较 2020 年度减少 43,806.00 万元，主要系发行人当年应收账款及应收票据同比减少导致现金流入减少所致。2022 年度，发行人营运活动产生的净现金较上年度减少 79,374.40 万元，主要系发行人当年应收账款及应收票据同比增加导致现金流入减少所致。

2、投资活动所用的净现金分析

2020-2022 年度及 2023 年 1-6 月，发行人投资活动所用的净现金分别为 155,617.20 万元、267,606.40 万元、-606,590.90 万元和-270,923.20 万元。2020 年度，发行人投资活动产生的净现金较上年增加 44,277.20 万元，主要原因系发行人长期及短期银行定期存款净额减少所致。2021 年度，发行人投资活动产生的净现金较上年增加 111,989.20 万元，主要原因系发行人长期及短期银行定期存款净额减少所致。2022 年度，发行人投资活动产生的净现金较上年减少 874,197.30 万元，主要系 2022 年增加长期及短期定期存款较多所致。

3、融资活动产生的现金流量分析

发行人融资活动产生的现金流量主要来自于收到少数股东投入及借款所得款等，融资活动所用的现金流量主要用于偿还借款及支付股息等。**2020-2022 年度及 2023 年 1-6 月，发行人融资活动产生的现金流量净额分别为-392,937.10 万元、-648,651.30 万元、-413,741.60 万元和 543,132.00 万元。**2020 年度，发行人的融资活动使用的现金流量净额较上年减少 260,921.20 万元，主要原因系发行人借款所得款大幅增加所致。2021 年度，发行人的融资活动使用的现金流量净额较上年增加 255,714.20 万元，主要原因系发行人借款所得款回归 2019 年度水平所致。2022 年度，发行人的融资活动使用的现金流量净额较上年减少 234,909.70 万元，主要系 2022 年取得借款的资金增长较多且支付股息资金减少较多所致。

（四）偿债能力分析

发行人近三年及一期偿债能力分析

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
资产负债率（%）	**58.10**	53.29	54.41	55.76
流动比率（倍）	**1.26**	1.38	1.24	1.36
速动比例（倍）	**1.13**	1.16	1.05	1.16
EBITDA 利息倍数	**-**	8.74	12.02	10.32

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人流动比率分别为 1.36 倍、1.24 倍、1.38 倍和 1.26 倍，速动比率为 1.16 倍、1.05 倍、1.16 倍和 1.13 倍，总体而言保持稳定，具备较强的短期偿债能力。

截至 2020-2023 年 6 月末，发行人资产负债率分别为 55.76%、54.41%、53.29%和 58.10%，2020 年至 2022 年，发行人资产负债率逐步下降，主要由于发行人偿付中期票据、公司债券所致。报告期内，利息保障倍数分别为 10.32、12.02 和 8.74，呈现波动趋势，总体维持水平仍较高，公司盈利能力对利息支出有较强的的保障，按时还本付息能力较强。

（五）盈利能力分析

主要费用明细情况 单位：万元、%				
项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年

	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
推广及分销成本	**183,505.30**	**15.04**	336,946.60	14.90	315,371.80	15.17	346,893.10	15.50
行政费用	**72,965.20**	**5.98**	151,934.70	6.72	137,257.50	6.60	136,399.10	6.10
财务费用-净额	**16,038.10**	**1.31**	2,229.40	0.10	17,090.30	0.82	42,648.40	1.91
费用合计	**272,508.60**	**22.33**	**491,110.70**	**21.72**	**469,719.60**	**22.59**	**525,940.60**	**23.51**

最近三年及一期，发行人推广及分销成本分别为 346,893.10 万元、315,371.80 万元、336,946.60 万元和 183,505.30 万元，占收入的比例较高，分别为 15.50%、15.17%、14.90%和 15.04%。报告期内发行人推广及分销成本呈波动震荡态势。

最近三年及一期，发行人行政费用分别为 136,399.10 万元、137,257.50 万元、151,934.70 万元和 72,965.20 万元，占收入比重分别为 6.10%、6.60%、6.72%和 5.98%。报告期内行政费用占当期销售收入比重较为稳定，主要得益于发行人健全的内控控制以及有效的成本管控措施。

最近三年及一期，发行人财务费用净额分别为 42,648.40 万元、17,090.30 万元、2,229.40 万元和 16,038.10 万元。近三年公司财务费用持续下降，主要因为发行人健全的内控控制和有效的财务管控降低了财务费用支出。

（六）关联交易情况

2020-2022 年度，发行人不存在关联方交易情况。

（七）对外担保情况

截至 2023 年 6 月末，发行人未发生对外担保事项。

（八）未决诉讼、仲裁情况

截至 2023 年 6 月末，发行人不存在重大诉讼或仲裁情况。

（九）受限资产情况

截至 2023 年 6 月末，发行人受限资产具体情况如下：

单位：万元

受限资产	账面价值	受限原因
货币资金	30.00	银行保证金
固定资产	899.70	机器设备
合计	**929.70**	-

除以上所述事项之外，发行人不存在其他具有可对抗第三人的优先偿付负债的情况。

第五节　发行人信用状况

一、发行人及本期债券的信用评级情况

（一）本期债券信用评级结论及标识所代表的涵义

经中诚信国际信用评级有限责任公司评定，根据《2023年度恒安国际集团有限公司信用评级报告》，发行人的主体信用等级为AAA，评级展望为稳定。

中诚信国际评定发行人的主体信用等级为AAA，本次公司债券信用等级为AAA，评级展望为稳定。中诚信国际将公司主体长期信用等级划分成9级，分别用AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC和C表示，其中，除AAA级，CCC级（含）以下等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示略高或略低于本等级。AAA级表示发行人偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。

本期债券不进行债项评级。

（二）报告期内历次主体评级情况、变动情况及原因

发行人报告期内主体评级为AAA，未发生变动。

二、发行人其他信用情况

（一）发行人获得主要贷款银行的授信情况及使用情况

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人获得主要贷款银行授信额度合计 670.21 亿元，已使用额度 201.45 亿元，尚未使用的授信额度为 468.76 亿元。

（二）发行人及其主要子公司报告期内债务违约记录及有关情况

报告期内，发行人及其主要子公司不存在债务违约记录。

（三）发行人及主要子公司境内外债券发行、偿还及尚未发行额度情况

1、**近三年及一期，**发行人及子公司累计发行境内外债券 17 只/168.50 亿元，累计偿还债券 118.50 亿元。

2、截至 2023 年 6 月 30 日，发行人及子公司存在已发行尚未兑付的债券，具体明细如下所示：

单位：亿元、%

序号	证券简称	债券品种	发行日期	到期日期	发行规模	票面利率
1	23 恒安国际 SCP004	超短期融资债券	2023-5-19	2023-11-17	5.00	2.39

序号	证券简称	债券品种	发行日期	到期日期	发行规模	票面利率
2	23 恒安国际 SCP003	超短期融资债券	2023-5-10	2023-11-08	10.00	2.39
3	23 恒安国际 SCP002	超短期融资债券	2023-3-31	2023-9-28	20.00	2.40
4	23 恒安国际 SCP001	超短期融资债券	2023-2-27	2023-8-27	15.00	2.40

3、**截至 2023 年 6 月 30 日，**发行人不存在存续可续期债。

4、**截至 2023 年 6 月 30 日，**发行人及子公司存在已注册尚未发行的债券，具体情况如下：

单位：亿元

序号	注册主体	债券品种	注册机构	注册时间	注册规模	已发行金额	尚未发行金额
1	恒安国际集团有限公司	超短期融资债券	银行间交易商协会	2022 年 12 月 13 日	50.00	**50.00**	**-**
2	恒安国际集团有限公司	中期票据	银行间交易商协会	2021 年 12 月 23 日	30.00	**-**	**30.00**
3	恒安国际集团有限公司	中期票据	银行间交易商协会	2021 年 12 月 23 日	25.00	**-**	**25.00**
合计		-	-	-	105.00	**50.00**	**55.00**

（四）其他影响资信情况的重大事项

发行人及其子公司不存在其他影响资信情况的重大事项。

第六节　备查文件

一、本募集说明书的备查文件如下：

（一）发行人最近三年的财务报告及审计报告及最近一期末未经审计的财务报表；

（二）主承销商出具的核查意见；

（三）法律意见书；

（四）债券持有人会议规则；

（五）债券受托管理协议；

（六）中国证监会同意本次债券发行注册的文件；

（七）特定品种公司债券相关专项文件；

二、投资者可在以下地址或网站查询本期债券募集说明书全文及上述备查文件：

发行人：恒安国际集团有限公司

住所：P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands

董事会主席：施文博

信息披露事务联系人/经办人员/联系人：李伟樑

联系地址：香港金钟夏慤道 18 号海富中心一座 21 楼 2101D 室

电话号码：+852 2798 0770

传真号码：+852 2799 7372

邮政编码：999077

债券受托管理人：国泰君安证券股份有限公司

住所：中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

法定代表人：贺青

经办人员/联系人：刘阳、徐雪葳、聂夔沣、黄山

联系地址：上海市静安区新闸路 669 号博华广场 33 层

电话号码：021-38677932

传真号码：021-50688712

邮政编码：200040

在本期债券发行期内，投资者可以访问上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）查阅本募集说明书全文。

（本页无正文，为《恒安国际集团有限公司 2023 年面向专业投资者公开发行公司债券募集说明书摘要》之盖章页）

恒安国际集团有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

2023 年 9 月 26 日