

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 COMPANY LIMITED

(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/listco/hk/hengan>

二零二零年年度業績公告

『追求健康，你我一起成長』

二零二零年年度業績 財務摘要

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元	變動 %
收入	22,374,001	22,492,845	(0.5%)
經營利潤	6,392,388	5,680,296	12.5%
公司權益持有人應佔利潤	4,594,815	3,907,723	17.6%
毛利率(%)	42.3%	38.6%	
每股收益			
—基本	人民幣 3.864 元	人民幣3.285元	17.6%
—攤薄	人民幣 3.864 元	人民幣3.285元	17.6%
股息			
—中期(已付)	人民幣 1.20 元	人民幣1.00元	
—末期(建議/已付)	人民幣 1.30 元	人民幣1.25元	
應收賬款週轉期(日)	57	53	
製成品週轉期(日)	49	43	
流動比率(倍)	1.4	1.3	
回報率(%)	23.7%	21.9%	

* 僅供識別之用

業績

恒安國際集團有限公司(「本公司」或「恒安國際」)之董事會欣然宣布本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零二零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 二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
收入	2	22,374,001	22,492,845
銷售成本		<u>(12,918,146)</u>	<u>(13,803,888)</u>
毛利		9,455,855	8,688,957
推廣及分銷成本		(3,468,931)	(3,202,780)
行政費用		(1,363,991)	(1,284,556)
金融資產減值準備淨額		(4,163)	(7,614)
其他收入和利得—淨額		<u>1,773,618</u>	<u>1,486,289</u>
經營利潤		6,392,388	5,680,296
財務收益		291,811	140,069
財務費用		<u>(718,295)</u>	<u>(773,478)</u>
財務費用—淨額		<u>(426,484)</u>	<u>(633,409)</u>
應佔聯營企業之虧損		<u>(4,482)</u>	<u>—</u>
除所得稅前利潤	3	5,961,422	5,046,887
所得稅費用	4	<u>(1,352,980)</u>	<u>(1,129,784)</u>
年度利潤		<u>4,608,442</u>	<u>3,917,103</u>
應佔利潤：			
公司權益持有人		4,594,815	3,907,723
非控制性權益		<u>13,627</u>	<u>9,380</u>
		<u>4,608,442</u>	<u>3,917,103</u>
本公司權益持有人應佔之每股收益			
—每股基本收益	5	<u>人民幣3.864</u>	<u>人民幣3.285</u>
—每股攤薄收益	5	<u>人民幣3.864</u>	<u>人民幣3.285</u>

合併綜合收益表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元
年度利潤	4,608,442	3,917,103
其他綜合收益		
其後可能會重分類至損益的項目		
－外幣折算差額	<u>(19,460)</u>	<u>(39,511)</u>
本年度總綜合收益	<u>4,588,982</u>	<u>3,877,592</u>
應佔：		
公司權益持有人	4,592,157	3,858,224
非控制性權益	<u>(3,175)</u>	<u>19,368</u>
本年度總綜合收益	<u>4,588,982</u>	<u>3,877,592</u>

合併資產負債表

	於十二月三十一日	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元
資產		
非流動資產		
物業、機器及設備	7,571,430	7,822,457
使用權資產	970,171	988,245
在建工程	489,052	543,534
投資性房地產	213,609	226,233
無形資產	755,444	724,620
非流動資產預付款	327,989	120,293
遞延所得稅資產	435,853	213,211
對聯營企業的投資	97,188	101,670
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	156,593	—
長期銀行定期存款	3,482,147	2,430,082
	14,499,476	13,170,345
流動資產		
存貨	4,310,918	3,802,496
應收賬款及應收票據	3,375,149	3,651,224
其他應收賬款、預付賬款及按金	1,616,952	1,956,862
預繳當期所得稅	48,995	97,511
衍生金融工具	—	12,858
有限制銀行存款	4,812	7,209
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	100,884	—
現金及銀行存款	20,483,739	20,540,270
	29,941,449	30,068,430
總資產	44,440,925	43,238,775
權益		
歸屬於本公司權益持有人		
股本	125,366	125,654
其他儲備	3,133,402	3,203,594
留存收益	16,152,622	14,543,693
	19,411,390	17,872,941
非控制性權益	250,084	278,937
總權益	19,661,474	18,151,878

		於十二月三十一日	
	附註	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
負債			
非流動負債			
借款	9	2,492,618	1,246,992
租賃負債		8,665	4,365
遞延所得稅負債		216,222	171,467
		<u>2,717,505</u>	<u>1,422,824</u>
流動負債			
應付賬款及應付票據	8	2,244,205	2,223,894
其他應付賬款及預提費用		1,310,282	907,752
合約負債		134,847	145,230
衍生金融工具		15,643	19,788
租賃負債		11,110	5,960
當期所得稅負債		2,177	—
借款	9	18,343,682	20,361,449
		<u>22,061,946</u>	<u>23,664,073</u>
總負債		<u>24,779,451</u>	<u>25,086,897</u>
權益及負債合計		<u>44,440,925</u>	<u>43,238,775</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布的香港財務報告準則的規定及香港公司條例的披露要求編製。合併財務報表按照歷史成本法編製，並就以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產及金融負債(包括衍生金融工具)的重估而作出修訂。

(i) 本集團已採納之新準則及準則修訂

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

準則及準則修訂		於下列日期或之後 起的年度期間生效
香港會計準則第1號及 香港會計準則第8號(修訂)	重大之定義	二零二零年一月一日
香港財務報告準則第3號(修訂) 修訂概念框架	業務之定義 修訂財務報告概念框架	二零二零年一月一日
香港財務報告準則第7號、 香港財務報告準則第9號及 香港會計準則第39號(修訂)	利率基準改革	二零二零年一月一日
香港財務報告準則第16號(修訂)	COVID-19相關之租金寬免	二零二零年六月一日

(ii) 本集團未採納之新訂及經修訂準則

多項新訂和經修訂準則及解釋在二零二零年一月一日後開始的年度期間生效，但未有在本合併財務報表中提前應用。該等準則預期於目前或未來報告期間及於可預見將來之交易並不會對本集團造成重大影響。

準則及準則修訂		於下列日期或之後 起的年度期間生效
香港會計準則第1號(修訂)	將負債分類為流動或非流動	二零二二年一月一日
香港會計準則第16號(修訂)	物業、廠房及設備： 扣除擬定用途前之所得款項	二零二二年一月一日
香港會計準則第37號(修訂)	虧損性合約—履約成本	二零二二年一月一日
香港財務報告準則第3號(修訂)	引用概念框架	二零二二年一月一日
香港財務報告準則第17號	保險合約	二零二三年一月一日
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號(修訂)	投資者及其聯營企業或合資 企業之間的資產出售或投入	有待釐定
香港財務報告準則二零一八年 至二零二零年之年度改進		二零二二年一月一日

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：

	二零二零年				集團 人民幣千元
	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入	6,804,704	1,526,780	11,097,505	4,836,954	24,265,943
分部間相互銷售	(149,993)	(101,213)	(714,747)	(925,989)	(1,891,942)
集團收入	6,654,711	1,425,567	10,382,758	3,910,965	22,374,001
分部利潤	3,215,281	119,363	1,040,685	266,831	4,642,160
未分配成本					(23,390)
其他收入和利得—淨額					1,773,618
經營利潤					6,392,388
財務收益					291,811
財務費用					(718,295)
應佔聯營企業之虧損					(4,482)
除所得稅前利潤					5,961,422
所得稅費用					(1,352,980)
年度利潤					4,608,442
非控制性權益					(13,627)
本公司權益持有人應佔利潤					4,594,815
其他項目—截至二零二零年 十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	132,102	74,070	294,611	85,868	586,651
物業、機器及設備及 投資性房地產之折舊開支	167,642	37,590	505,606	54,100	764,938
使用權資產之折舊開支	10,667	3,162	18,568	8,014	40,411
攤銷開支	16,020	—	382	15,551	31,953

二零二零年

	衛生巾產品 人民幣千元	紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
於二零二零年十二月三十一日					
分部資產	<u>7,431,097</u>	<u>4,084,636</u>	<u>14,055,251</u>	<u>3,458,077</u>	29,029,061
遞延所得稅資產					435,853
預繳當期所得稅					48,995
對聯營企業的投資					97,188
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產					257,477
未分配資產					<u>14,572,351</u>
總資產					<u>44,440,925</u>
分部負債	<u>2,083,677</u>	<u>1,435,252</u>	<u>5,375,313</u>	<u>911,512</u>	9,805,754
遞延所得稅負債					216,222
當期所得稅負債					2,177
未分配負債					<u>14,755,298</u>
總負債					<u>24,779,451</u>

二零一九年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部收入	6,546,424	1,470,212	11,984,079	3,910,114	23,910,829
分部間相互銷售	(59,421)	(31,125)	(497,541)	(829,897)	(1,417,984)
集團收入	6,487,003	1,439,087	11,486,538	3,080,217	22,492,845
分部利潤	3,104,858	151,365	843,218	123,943	4,223,384
未分配成本					(29,377)
其他收入和利得—淨額					1,486,289
經營利潤					5,680,296
財務收益					140,069
財務費用					(773,478)
除所得稅前利潤					5,046,887
所得稅費用					(1,129,784)
年度利潤					3,917,103
非控制性權益					(9,380)
本公司權益持有人應佔利潤					<u>3,907,723</u>
其他項目—截至二零一九年					
十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	252,343	91,724	291,726	93,570	729,363
初始確認與建築物有關的 使用權資產	1,988	208	1,663	116	3,975
物業、機器及設備及投資性 房地產之折舊開支	174,768	38,762	491,760	45,759	751,049
使用權資產之折舊開支	10,414	4,174	18,950	4,940	38,478
攤銷開支	15,782	—	382	10,443	26,607

二零一九年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
於二零一九年十二月三十一日					
分部資產	<u>7,371,874</u>	<u>5,009,723</u>	<u>14,576,696</u>	<u>3,641,818</u>	30,600,111
遞延所得稅資產					213,211
預繳當期所得稅					97,511
對聯營企業的投資					101,670
未分配資產					<u>12,226,272</u>
總資產					<u><u>43,238,775</u></u>
分部負債	<u>2,392,831</u>	<u>1,457,052</u>	<u>5,235,705</u>	<u>832,438</u>	9,918,026
遞延所得稅負債					171,467
未分配負債					<u>14,997,404</u>
總負債					<u><u>25,086,897</u></u>

3. 除所得稅前利潤

除所得稅前利潤計入及扣除下列項目：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
計入		
政府獎勵收入(附註)	605,056	692,420
現金及現金等價物利息收入	219,243	132,302
長期與短期定期存款利息收入	917,090	833,343
營運匯兌收益—淨額	249,214	—
融資匯兌收益—淨額	72,568	7,767
已實現衍生金融工具公允價值利得	6,891	15,711
扣除		
物業、機器及設備之折舊	758,897	745,188
使用權資產之折舊	40,411	38,478
無形資產之攤銷	31,953	26,607
物業、機器及設備之減值	18,675	—
投資性房地產之減值	6,568	—
員工福利費用(包括董事酬金)	1,879,932	1,823,062
市場及推廣成本	1,316,330	1,136,555
維修及保養費用	155,979	149,104
物業、機器及設備出售損失	14,615	32,549
公用事業及辦公室費用	773,016	851,848
運輸及包裝費用	917,246	816,591
短期及低價值租賃開支	93,426	86,306
金融資產減值準備計提	4,163	7,614
存貨減值準備計提	9,651	4,747
營運匯兌損失—淨額	—	89,331
未實現衍生金融工具公允價值損失	16,519	6,808
借款利息費用，扣除於在建工程中資本化之 利息費用人民幣10,092,000元 (二零一九年：人民幣15,630,000元)	717,389	772,987

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

4. 所得稅費用

在合併利潤表支銷之所得稅費用如下：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
當期所得稅		
—當期所得稅費用	1,350,340	1,042,369
—中國代扣代繳股息稅	182,067	157,094
遞延所得稅，淨額	(179,427)	(69,679)
所得稅費用	<u>1,352,980</u>	<u>1,129,784</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適用之現行稅率計算。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。

再者，根據財政部、國家稅務總局、海關總署頒發之財稅[2011] 58號「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」，於西部區域成立並由中國政府公布其歸屬為若干認可工業類別之公司將有權享有15%優惠稅率。本集團部份中國大陸附屬公司於西部開發區成立並歸屬於認可工業類別，故有權享有上述優惠稅率。

- (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。

5. 每股收益

(a) 基本

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

	二零二零年	二零一九年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>4,594,815</u>	<u>3,907,723</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,189,149</u>	<u>1,189,697</u>
每股基本收益(人民幣元)	<u><u>3.864</u></u>	<u><u>3.285</u></u>

(b) 攤薄

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

截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度，本公司僅有購股權一類潛在可攤薄的普通股。每股攤薄收益與每股基本收益相同，因為有關購股權並無攤薄影響。

6. 股息

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
支付中期股息每股人民幣1.20元 (二零一九年：人民幣1.00元)(附註)	<u>1,427,625</u>	<u>1,189,677</u>
建議/支付末期股息每股人民幣1.30元 (二零一九年：人民幣1.25元)(附註)	<u>1,542,239</u>	<u>1,487,109</u>
	<u><u>2,969,864</u></u>	<u><u>2,676,786</u></u>

附註：

二零二零年派發股息人民幣2,914,734,000元(二零二零年中期：每股人民幣1.20元，二零一九年末期：每股人民幣1.25元)。二零一九年派發股息人民幣2,617,290,000元(二零一九年中期：每股人民幣1.00元，二零一八年末期：每股人民幣1.20元)。

於二零二一年三月十九日舉行的董事會議上，建議派發二零二零年末期股息每股人民幣1.30元，此項股息合計人民幣1,542,239,000元，具體金額以二零二一年五月十七日舉行的年度股東大會上的公司股東最終批覆為準。本合併財務報表中未確認應付股息。

應付予股東的股息以港幣派發。本公司派股息所採用的匯率為宣派股息日前一個營業日中國人民銀行公佈的港幣兌人民幣匯率中間價。以二零二一年三月十八日當日港幣兌人民幣匯率0.83537折算，期末股息每股人民幣1.30元相等於每股港幣1.556197元。

7. 應收賬款及應收票據

本集團部份銷售以記賬交易形式進行，信貸期為30天至90天。於二零二零年及二零一九年十二月三十一日，應收賬款及應收票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
30天以內	1,557,041	1,483,539
31-180天	1,687,797	2,017,526
181-365天	106,096	119,287
365天以上	91,379	96,036
	<hr/>	<hr/>
	3,442,313	3,716,388
減：減值準備	(67,164)	(65,164)
	<hr/>	<hr/>
應收賬款及應收票據—淨額	<u>3,375,149</u>	<u>3,651,224</u>

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

8. 應付賬款及應付票據

於二零二零年及二零一九年十二月三十一日，應付賬款及應付票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
30天以內	1,209,694	1,094,302
31-180天	975,847	1,073,147
181-365天	22,623	19,387
365天以上	36,041	37,058
	<u>2,244,205</u>	<u>2,223,894</u>

由於信貸期較短，應付賬款及應付票據於合併資產負債表日的賬面值與公允值相若。

9. 借款

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
非流動		
長期銀行貸款—無抵押	2,384,705	—
長期銀行貸款—抵押	6,473	—
其他貸款—無抵押	101,440	249,760
公司債券(a)	—	997,232
	<u>2,492,618</u>	<u>1,246,992</u>
流動		
短期銀行貸款—無抵押	17,034,684	16,912,788
公司債券(a)	998,938	2,997,242
其他貸款—無抵押	190,000	50,000
銀行押匯貸款	118,185	401,419
短期銀行貸款—抵押	1,875	—
	<u>18,343,682</u>	<u>20,361,449</u>
總計	<u>20,836,300</u>	<u>21,608,441</u>

(a) 公司債券

於二零一六年九月，集團全資附屬公司恒安(中國)投資有限公司(「恒安中投」)發行以人民幣計值的公司債券，面值達人民幣1,000,000,000元，每年固定利率為3.30%。該債券自發行之日起的五年後到期。除去發行費用人民幣8,000,000元後的負債價值從債券發行之日起即確定。

二零一八年七月，恒安中投發行面值達人民幣3,000,000,000元的公司債券，前兩年每年固定利率為4.58%。在第二年結束時，發行人可以選擇調整票面利率，而債券持有人可以選擇要求發行人提前贖回。除去發行費用人民幣9,600,000元後的負債價值，從債券發行之日起即確定。該公司債券已於二零二零年八月被全額贖回。

於二零二零年十二月三十一日的公司債券的賬面值與其公平值相若。

(b) 超短期融資券

於二零二零年，以下超短期融資券發行並到期：

	利率	到期期限	到期日期	金額 人民幣千元
20恒安國際SCP001	2.85%	270天	2020-11-24	1,000,000
20恒安國際SCP002	2.65%	270天	2020-12-11	1,000,000
20恒安國際SCP003	2.60%	270天	2020-12-14	500,000
20恒安國際SCP004	2.60%	270天	2020-12-14	500,000
20恒安國際SCP005	2.10%	23天	2020-12-30	350,000

業務概覽

二零二零年，2019冠狀病毒病疫情(「疫情」)在全球肆虐，對全球經濟造成極大衝擊。中國第一季國內生產總值是有紀錄以來首次錄得負增長，但隨著國內的疫情逐漸受控，中國經濟穩步復甦，第二季經濟增長由負轉正，第四季國內生產總值同比增長6.5%，全年同比增長2.3%，突破人民幣100萬億元，人均國內生產總值超過1萬美元，並有望成為全球唯一實現經濟正增長的主要經濟體。二零二零年，社會消費品零售總額按年下跌3.9%，但日用品類按年增長7.5%，顯示日用品類增長高於整體經濟。

全國衛生意識大幅提升，對個人及家庭衛生用品需求殷切。雖然在第一季度期間，集團無可避免在物流及復工方面受到影響，及在下半年期間，在市況復甦的情況下加大力度發展電商及新零售渠道以致大幅增加在市場推廣及促銷的投入，均對年內的銷售造成壓力，然而，恒安憑藉其產品在市場上的品牌品質保證及各個「平台化小團隊」的靈活應變能力，最大程度地維持產能及供應水平，以抵銷所受到的負面影響。截至二零二零年十二月三十一日止年度，集團錄得整體收入約人民幣22,374,001,000元(二零一九年：人民幣22,492,845,000元)，與二零一九年大致持平。

回顧年內，木漿價格仍處於低位，支持集團紙巾業務的毛利大幅增長；高利潤的衛生巾業務的收入因銷售渠道改革於年內成效彰顯改善，其佔整體銷售比例亦上升至接近30.0%(二零一九年：28.8%)；再者，新推出的高端衛生巾系列「Space7」的市場滲透率於年內迅速提升，帶動衛生巾業務的銷售，進一步推動集團整體毛利及毛利率增長。二零二零年，整體毛利增長約8.8%至約人民幣9,455,855,000元(二零一九年：人民幣8,688,957,000元)，整體毛利率則進一步上升至約42.3%(二零一九年：38.6%)。雖然木漿原料成本於二零二零年下半年後期開始緩慢上升，但集團有充足的木漿原料儲備，相信二零二一年上半年毛利水準仍然可控。

年內，經營利潤上升約12.5%至約人民幣6,392,388,000元(二零一九年：人民幣5,680,296,000元)。受惠木漿成本處於低位、高端產品收入佔比增加及錄得匯兌收益，公司權益持有人應佔利潤約為人民幣4,594,815,000元(二零一九年：人民幣3,907,723,000元)，同比增長約17.6%。每股基本收益約人民幣3.864元(二零一九年：人民幣3.285元)。

董事會宣佈派發截至二零二零年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣1.30元(二零一九年：人民幣1.25元)，連同已派發的中期股息每股人民幣1.20元(二零一九年中期：每股人民幣1.00元)後，全年股息為每股人民幣2.50元(二零一九年：每股人民幣2.25元)。

衛生巾業務

中國擁有全球最大的女性衛生護理用品市場，競爭十分激烈，市場飽和度高，為迎合市場需求及繼續保持領導的地位，集團一直朝產品升級及高端化的方向發展。集團旗下衛生巾品牌「七度空間」一向是國內銷量領先的產品，於國內市場佔有率長期處於領導地位。集團年內正式推出全新形象的高端產品「Space 7」，憑藉其高品質產品及品牌形象，市場反應十分理想，帶動衛生巾業務的銷售。

二零二零年，衛生巾業務銷售收入重返升軌，錄得增長接近3.0%至約人民幣6,654,711,000元(二零一九年：人民幣6,487,003,000元)，高於年內市場平均增長水平，佔集團整體收入接近30.0%(二零一九年：28.8%)。年內，受惠於高端產品「Space 7」快速增長錄得銷售約接近人民幣2億元，帶動衛生巾業務毛利率進一步擴張至約71.4%(二零一九年：70.3%)。集團正穩步邁向發展高端市場的策略，高端產品「Space 7」有望成為二零二一年及未來的潛在增長點，推動集團擴大在衛生巾的市場份額。

年內推出的高端產品「Space 7」針對成熟白領群族的市場，推出後銷售反應十分熱烈，令集團有信心進一步向高端市場進發。自從集團簽約「火箭少女101」成員楊超越為「Space 7」代言人，其少女感和給人帶來快樂的治癒能力大幅提升「Space 7」品牌形象，增添品牌時尚感。此外，集團旗下「小嗨森」品牌亦於二零二零年十月簽約國內新生代女團「SNH48-7SENSES」為品牌代言人及「小嗨森」家族產品的星推官。集團借助該女團對年輕消費客群的影響力，全面接觸「95後」年輕女性群體，進一步將品牌定位年輕化。

至於其他女性健康護理品，集團的全新女性護理品牌「若顏初」獲得市場正面的迴響及支持。集團會繼續積極研發及推出衛生巾以外的女性健康護理用品，穩步發展女性健康護理產業，把握國內消費升級所帶來的增長機遇，並積極研究把集團的衛生巾產品銷售至海外市場的機會。

紙巾業務

國內的疫情逐漸受控，但國民的衛生意識卻沒有退減，集團一向根據市場不同的需求提供各種高品質產品。集團估計國民對生活用紙的需求會繼續向上，相信整體生活用紙市場仍存在增長空間。

於下半年，紙巾業務為配合市場全面復甦，增加在市場推廣方面的投入，尤其於第四季度在電商及新零售渠道加大投入推廣及促銷費用，使銷售及行政費用大幅增加，在會計準則下這些費用與收入抵銷，致紙巾收入下降。另一方面，國內的商業及企業活動受疫情影響，因而減少對紙巾的需求，紙巾業務全年銷售收入錄得跌幅約9.6%至約人民幣10,382,758,000元(二零一九年：人民幣11,486,538,000元)，佔集團整體收入約46.4%(二零一九年：51.1%)。然而，受惠於木漿成本仍然處於低位，紙巾業務毛利率顯著增長至約33.5%(二零一九年：27.7%)。

疫情下升級產品濕紙巾繼續向好，憑藉一直深受消費者歡迎的超迷你包裝濕紙巾，集團於二零二零年濕紙巾的銷售增長幅度持續優於市場，全年濕紙巾銷售收入同比錄得約20.9%增長至約人民幣733,192,000元(二零一九年：人民幣606,663,000元)，佔紙巾業務銷售比例增加至約7.1%(二零一九年：5.3%)。此外，集團於年內繼續升級濕紙巾產品，推出「小劉鴨」聯名款超迷你濕廁紙，並繼續發揮作為「超迷你」系列領導者的優勢，持續拓展國內濕紙巾市場份額，保持在濕紙巾市場的領導地位。

其他紙巾產品方面，集團繼續以領先業界的產品規格和創新的技術，向市場提供獨一無二和優質的產品。年內推出全新高檔系列「雲感柔膚」獲得市場的正面迴響，以獨創的雲感立體壓花技術形成空氣枕，給消費者帶來如雲般的肌膚享受，壓花更獲得國家外觀設計專利，而且不含化學黏膠，安全健康，為世界環保大會推薦用紙。「品諾黑白系列」手帕紙主打黑色型風格，新升級產品手感厚實及高韌性不易破，精準定位在職商務人士及年輕市場。

隨著國民生活習慣改變以及消費水平提高，生活用紙市場不斷擴大，競爭也逐漸加劇。集團會研發更多能滿足消費者需求的產品，拓展及抓緊國內生活用紙的商機以及市場份額，繼續保持在紙巾市場的領導地位。集團年內的產能維持為約1,420,000噸，集團會積極因應未來的市場情況及銷售表現決定未來增加產能的速度。

紙尿褲業務

國內的紙尿褲市場仍然有很大的增長空間及潛力，國民對成人護理產品的使用還處於被動消費階段，加上國內消費升級亦成為集團繼續升級及高端化旗下產品的動力，集團認為整體紙尿褲市場的發展空間仍然十分龐大。集團一向致力研發及提供一系列的嬰兒及成人健康護理產品，集團年內加強升級高檔產品「Q•MO」成績理想，而成人紙尿褲「安而康」的市場滲透率逐漸提高。

二零二零年，受惠於集團加強在電商及母嬰銷售的布局漸見成效，通過電商及母嬰渠道的銷售佔比分別提高至超過40.0%及接近15.0%，及加上高端嬰兒及成人紙尿褲產品的佔比提高，紙尿褲業務的銷售收入錄得約人民幣1,425,567,000元(二零一九年：人民幣1,439,087,000元)，跌幅大幅收窄至約0.9%(二零一九年：下降6.3%)，佔集團整體收入保持約6.4%(二零一九年：6.4%)。其中，高檔產品「Q•MO」的銷售增幅超過約70.0%，佔整體紙尿褲銷售約18.9%。毛利率方面，高端產品佔比提高，但因用於紙尿褲的石化原料受疫情影響供應緊張致成本上升，紙尿褲業務毛利輕微回落至約39.6%(二零一九年：40.5%)。

年內，集團把握機遇，深入發展高檔產品市場及理順產品組合。「Q•MO」魔法呼吸紙尿褲擁有傳統紙尿褲3.6倍的透氣孔，深受市場愛戴。安兒樂「小輕芯」紙尿褲主打超薄吸收芯體，讓嬰兒使用起來毫無負擔，不少家長都對安兒樂「小輕芯」紙尿褲品質十分滿意。此外，隨著國家更加重視老年護理產業的發展，國內成人健康護理用品這一領域將有更大市場空間。集團會加大力度投放更多資源發展成人健康護理用品，令「安而康」及「便利妥」品牌及其產品持續滲透國內市場的同時，提升於東南亞市場的佔有率。

集團會繼續雙線發展嬰幼兒市場及成人健康護理市場，除了透過電商銷售渠道，亦會加大與母嬰店、養老院及醫院合作。一方面推廣集團自身的優質產品，另一方面透過與母嬰店、養老院及醫院合作，在擴大潛在顧客基礎的同時，提供一站式產品銷售鏈，為紙尿褲業務重拾增長動力，並長遠發展成人健康護理產品業務，繼續挖掘成人健康護理市場的成長潛力。

其他收入及家居用品業務

其他收入方面，年內錄得收入同比增長約27.0%至約人民幣3,910,965,000元(二零一九年：人民幣3,080,217,000元)，當中包括因應疫情推出口罩及其他醫療用的相關產品。口罩銷售成績非常卓越，全年錄得約人民幣2.6億元的收入貢獻。

二零二零年，家居用品業務收入為約人民幣400,232,000元(二零一九年：人民幣376,874,000元)，當中包括聲科集團收入約人民幣277,265,000元(二零一九年：人民幣243,962,000元)，家居用品業務約佔集團經營業務收入約1.8%(二零一九年：1.7%)。

二零二零年，集團在家居用品業務不斷擴張，以擴大集團在該業務的版圖。集團旗下「心相印」品牌大幅拓闊產品類型，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歐洲、澳洲、北美及亞洲市場的銷售渠道，集團將會繼續利用這些海外銷售網絡，把恒安的優質產品進一步帶到國際舞台。

展望未來，集團認為口罩及其他醫療用產品具有龐大的發展潛力空間，集團會繼續致力研發各類型迎合市場需求的產品，為廣大消費者提供高質素的醫療用產品，增加市場競爭力。

國際業務發展

集團一直積極發展海外市場，目前集團產品已銷往42個國家及地區，擁有68個直接合作大客戶或經銷商。海外業務(包括皇城集團業務)全年營業額約人民幣2,166,847,000元(二零一九年：人民幣2,048,125,000元)，佔集團整體銷售的比例約9.7%(二零一九年：9.1%)。

集團旗下位於馬來西亞的皇城集團受疫情封城影響，全年營業額錄得約人民幣398,384,000元(二零一九年：人民幣446,551,000元)，佔集團整體銷售的比例約1.8%(二零一九年：2.0%)。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、衛生巾和紙巾產品、棉製品及加工紙。旗下品牌包括「Dry Pro」紙尿褲及「Carina」個人衛生產品。除此之外，集團亦以馬來西亞皇城集團作為據點，將恒安自身的品牌「心相印」濕紙巾及「便利妥」成人紙尿褲產品透過皇城帶進東南亞市場。未來，集團將會繼續升級現有皇城產品，研發並推出更多恒安品牌的高檔產品，加強在馬來西亞以至東南亞市場的佔有率。

電商及新零售渠道策略

疫情促使國內線上購物市場快速成熟，新型購物渠道(包括社區團購)與主流的電子商務平台一起蓬勃發展。網購作為一種便捷的購物途徑，已經融入國內消費者的日常生活當中。在全球疫情的影響之下，電商的成長遠超出預期，不僅為電商業者帶來直接的利潤效益，同時更加速零售業者投放更多資源至電商營運。集團旗下產品自登陸國內各電商平台以來，電商渠道已經成為集團其中一個重點發展的銷售渠道。

二零二零年，集團電商渠道(包括零售通及新通路)銷售收入約人民幣43億元(二零一九年：超過人民幣44億元)，佔集團整體銷售的比例約19.1%(二零一九年：19.8%)。上半年，因受到疫情影響而導致物流受阻，及電商渠道的優化整合措施影響電商銷售，隨著網上直營店的銷售加強，第四季度電商渠道已恢復正常發展，帶動電商的銷售。集團會不時檢討電商的銷售策略，重申電商規則，加強網上直營店的銷售及推廣力度，務求未來實現快速增長。

針對急速發展及競爭激烈的電商市場，集團旗下產品紛紛推出代言人與粉絲直播的銷售策略，藉助代言人的名氣將集團的產品滲透其粉絲群，其中於雙十一的「Space 7」與人氣偶像劉濤和楊超越的直播更為該產品帶來強勁銷售業績。

集團於年內與阿里巴巴簽署數據分析(數據中台)合作協定，未來集團會利用平台對終端客戶的數據分析，精準投入費用和設計相關的銷售策略。阿里巴巴將會協助恒安集團在數智化策略、業務、組織和技術等方面進行升級，形成會員、商品、渠道等全方位統一的平台化運作方式，讓集團實現朝向「全球頂級生活用品企業」的戰略目標。

此外，社區團購及線上線下(O2O)銷售近來愈來愈流行，幾乎所有的巨頭平台都在該領域加碼布局，集團亦會增加在這一方面的資源，利用電商平台不時舉辦的購物節活動，以限定商品吸引消費者，增加集團在電商及新零售渠道的市場佔有率，使電商及新零售渠道作為未來整體銷售的主要增長動力。

銷售及行政費用

銷售及行政成本管理一向是集團錄得穩定利潤增長的關鍵，集團會抓緊疫情受控後經濟復甦的機遇，並且配合有效的銷售策略及數據中台的數據分析，繼續精準定位、優化產品組合為股東帶來可觀的回報。集團本年度的銷售及行政費用佔整體收入比例上升至約21.6%(二零一九年：20.0%)，主要是於下半年集團加大力度在電商及新零售渠道上的推廣費用，以及年內增加與物流的相關費用。集團相信來年隨著國內經濟逐漸復甦及透過數據分析達致精準費用投入，該等費用佔收入比例將會錄得改善。

外匯風險

本集團大部份收入是以人民幣結算，而部分原材料是從外國進口並以美元支付的。年內，由於人民幣於下半年升值，集團錄得營運匯兌收益約人民幣249,214,000元(二零一九年：匯兌損失人民幣89,331,000元)。

截至二零二零年十二月三十一日，除了與某些大型商業銀行訂立的遠期外匯合約及利率掉期合約外，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。

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。於二零二零年十二月三十一日，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23,970,698,000元(二零一九年十二月三十一日：人民幣22,977,561,000元)，境內債券約人民幣998,938,000元(二零一九年十二月三十一日：人民幣3,994,474,000元)，及銀行貸款及其他貸款共約人民幣19,837,362,000元(二零一九年十二月三十一日：人民幣17,613,967,000元)。

集團於二零一九年十二月成功註冊人民幣30億元的超短期融資券。於二零二零年二月至十二月期間，集團完成發行五批超短期融資券，於年內總發行金額為人民幣33.5億元(於下半年，在30億元的超短期融資券償還後，集團再於十二月發行一批3.5億短期融資券)，票面利率為2.10%至2.85%之間，五批超短期融資券為期23至270天。截止二零二零年十二月三十一日，集團沒有未償還的超短期融資券。另外，集團於二零二零年六月申請註冊兩筆合共人民幣60億元的短期融資券，每批短期融資券將為期不超過一年。以及於二零二一年成功註冊人民幣50億元境內公司債券，每批境內公司債券為期不超過五年。

銀行貸款及其他貸款的年利息率浮動在約0.54%至4.30%之間(二零一九年：約1.97%至4.80%之間)。

於二零二零年十二月三十一日，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)下降至約107.3%(二零一九年十二月三十一日：120.9%)；主要是於年內償還公司債券及超短期融資券所致。而淨負債比率(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16.1%(二零一九年十二月三十一日：負7.6%)，因此集團處於淨現金狀況。

年內，集團的資本性開支約人民幣586,651,000元。於二零二零年十二月三十一日，集團並沒有重大或然負債。

最近獎項

二零二零年，集團所獲的主要獎項及榮譽如下：

獎項／榮譽

頒發機構

「2020年亞洲區公司管理團隊」評選最受
尊崇企業：恒安國際必需性消費品類別
最佳投資者活動、最佳環境、社會及管治、
最佳行政總裁(許連捷)及最佳財務總監
(李偉樑)

《機構投資者》雜誌

「2020年第六屆香港投資者關係大獎」最佳
投資者關係公司(大型股)、最佳投資者關係
(主席／行政總裁)許連捷及最佳投資者關係
(財務總監)李偉樑

香港投資者關係協會

日用品上市公司第一名

上海市東方世紀消費品發展促進中心

輕工組別第六名

中國品牌價值評價

2020年德國設計大獎-「淳一」品牌

德國設計委員會組織

許連捷總裁獲評「全國抗擊新冠肺炎疫情
民營經濟先進個人」

全國抗擊新冠肺炎疫情民營經濟
先進個人表彰大會

產品及原料研發

恒安集團堅持「通過持續的創新與優質的產品與服務，成為中國頂級的生活用品企業」的願景，秉承著「以消費者為導向」的市場理念，持續探索優質原料及升級產品，積極優化產品組合，把握消費升級趨勢，滿足消費者需求，為大眾提供優質及可靠的個人及家庭衛生用品。

面對消費者對產品生產過程及成分是否符合環境保護或可持續發展的追求，恒安集團將善用其生產規模及技術優勢，致力開發綠色產品，及可持續發展的環保生產技術。

人力資源及管理

得益於「平台化小團隊」策略，集團有效改進人力資源效益，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。集團於二零二零年十二月三十一日共聘用約25,000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。

企業社會責任

關注疫情防控

面對疫情，恒安作為扎根於中國的個人及家庭衛生用品企業，始終秉承「追求健康，你我一起成長」的使命，持續履行企業社會責任，全力支持及配合全國防疫抗疫工作。疫情初期，集團於二零二零年二月快速展開口罩生產，協助緩解口罩短缺的情況。回顧2020年，集團捐贈物資和現金逾人民幣2,300萬元，衛生巾、防護服、消毒濕巾、消毒洗手液、成人紙尿褲、嬰兒尿褲、生活用紙等產品送抵多地的疾控中心及醫院。二零二一年一月二十二日，行政總裁許連捷先生以疫情期間「不計成本、不求回報」的責任擔當，獲得「全國抗擊新冠肺炎疫情民營經濟先進個人」榮譽。

關注低碳環保

恒安始終以實際行動踐行「綠色、低碳、可持續發展」理念，將可持續發展理念整合入日常運營和生產中。二零二零年，恒安的溫室氣體排放強度為1.19噸二氧化碳當量／萬元銷售額；造紙板塊單位產品能耗為0.37噸標煤，遠低於《製漿造紙單位產品能源消耗限額》(GB31825-2015)《生活用紙先進值標準0.42噸標煤／噸；造紙白水回用率大於99%，造紙板塊噸紙耗水量為6.1噸水／噸，遠低於GB/T18916.5《取水定額第5部分：造紙產品》中規定的每噸產品取水量的國家標準上限。

關注可持續供應鏈

恒安還在價值鏈上傳遞可持續發展理念：二零二零年，恒安作為唯一代表企業受邀出席「一帶一路」綠色供應鏈國際合作聯盟籌備啟動儀式，還被組委會授予「一帶一路」綠色供應鏈示範企業；召開工程師交流大會，就可降解生物材料、可持續軟包材料等可持續發展議題展開技術創新及應用研究方面的討論和分享。恒安持續推進負責任的紙漿採購，並攜手供應商一同推進紙漿供應鏈的可持續發展。二零二零年，恒安的六家造紙公司均通過了FSC/CoC認證。

關注人才發展

恒安視人才資源為企業成功的關鍵因素，尊重勞動，尊重人才，為員工提供具競爭力的薪酬福利及完善的培訓計劃，提供多渠道的晉升機會，讓每位員工發揮潛能。恒安積極踐行平等僱傭原則，不因種族、宗教信仰、性別、年齡、性取向、殘疾、國籍等歧視員工。

截止二零二零年底，恒安共有僱員約25,000人，僱員培訓總時數超過20萬小時，管理崗位晉升人數192人，員工加入工會的比率為100%。

關注健康安全

恒安注重身心健康，開展各種關愛員工活動，不斷完善企業經營全過程安全體系。恒安建立職業健康與安全管理體系並通過認證，設立安全管理委員會作為全面安全管理領導和決策機構，搭建全生命周期的安全管理流程架構，規範有序進行經營全過程的安全工作。本集團定期組織安全守則培訓、消防培訓與演練等，強化全員安全防範意識和自我保護能力。二零二零年，本集團未發生因工死亡事件，職業病發生率為零，因工傷損失工作日數為3,147天。

疫情期間，恒安採取各種措施完善集團的疫情管控工作，規範並做好人員健康管理，做到疫情期間兩萬多名員工無一例感染。

未來展望

展望二零二一年，疫情在國內大部分地區基本受控，消費市場逐步回復活力，消費需求持續釋放，相信內銷將繼續支持中國經濟維持穩定增長。但周邊政經環境變化及疫情起伏，尚為全球帶來連串未知數。集團會繼續密切關注國內外疫情發展及市場的轉變，靈活應對及作出恰當的決策。

隨著國民個人衛生意識在疫情下迅速提高，以及國內消費升級趨勢持續，長遠有利個人衛生用品市場的精細化及高品質發展。疫情改變國民的生活習慣，集團預期，即使在疫情完全結束後，國民對個人及家庭衛生用品的需求仍會維持，更會繼續追求優質的產品。為滿足終端客戶日益高端化的消費需求，集團將積極順應和把握消費升級所帶來的市場機遇，靈活配合消費需求的改變，繼續積極優化產品組合，對產品的包裝，材質和功能進行升級，推動高檔產品銷售，為集團注入增長動力。

銷售渠道方面，疫情加速消費模式轉移至線上，集團憑藉其全渠道零售，將加大力度提高電商及新零售的覆蓋，目標於可預見將來，將紙巾、衛生巾、紙尿褲的電商及新零售銷售佔比追上市場的平均水準。同時，集團會利用數據中台分析消費者的喜好及市場的變化，從產品設計、市場分布、銷售渠道策略等多方面進一步優化資源配置。為滿足消費者不同的需求，集團將融合線上線下的零售模式，積極發展新零售渠道(包括社區團購)，從而提升集團旗下各產品的市場滲透率，進一步擴大集團的市場份額。

在疫情的影響下，集團開展生產及銷售口罩等防疫醫護用品的業務，為消費者提供優質可靠的防疫產品。儘管全球疫情將逐漸受控，但大眾的個人衛生意識日益提高，集團認為醫療用品是龐大的潛在市場。集團於二零二零年取得醫療器械生產許可證，將繼續秉承「追求健康，你我一起成長」的使命，密切觀察市場需求的變化，進行市場調研，努力研究並推出不同的醫療用品產品的可行性。

作為中國領先的個人及家庭衛生用品企業，恒安致力為人民提供優質可靠的個人及家庭衛生用品，並將會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、老年健康、防疫醫護等高增長潛力的產業，逐漸把恒安品牌推進國際化，持續提升整體競爭及盈利能力，為股東帶來可持續的回報。

擬派末期派息

董事局決議向於二零二一年五月二十五日(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1.30元(「擬派末期股息」)(二零一九年：人民幣1.25元)。倘若所需之決議案於二零二一年五月十七日(星期一)舉行之應屆股東週年大會(「二零二一年股東週年大會」)獲得通過後，擬派末期股息將於二零二一年六月三日(星期四)派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

(a) 釐定出席二零二一年股東週年大會並於會上投票的資格

二零二一年股東週年大會預定於二零二一年五月十七日(星期一)舉行。為釐定出席二零二一年股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將由二零二一年五月十二日(星期三)至二零二一年五月十七日(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。為符合資格出席二零二一年股東週年大會及於會上投票，未登記為本公司股份持有人之人士務請將所有股份過戶文件連同有關股票於二零二一年五月十一日(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雅柏勤有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

(b) 釐定收取擬派末期股息的資格

擬派末期股息須待股東於二零二一年股東週年大會批准後，方可作實。為釐定收取截至二零二零年十二月三十一日止年度擬派末期股息的資格，本公司將由二零二一年五月二十四日(星期一)至二零二一年五月二十五日(星期二)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期內不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，未登記為本公司股份持有人之人士應確保所有股份過戶文件連同有關股票，必須於二零二一年五月二十一日(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雅柏勤有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54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，其他成員包括公司四位獨立非執行董事。委員會已與管理層討論並審閱截至二零二零年十二月三十一日止年度的合併財務報表。本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已就本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度的公告第2至17頁內的財務報表中所列數字與本集團該年度已由董事會所審批的合併財務報表所載數字核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核証聘用準則而進行的核証聘用，因此羅兵咸永道會計師事務所並無對初步業績公佈發出任何核證。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

截至二零二零年十二月三十一日止年度，本公司在聯交所以總代價約港幣178,976,420元(不包括費用)購回總共3,350,000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
2020年10月29日	550,000	53.45	51.45
2020年10月30日	500,000	54.80	53.45
2020年11月2日	800,000	53.55	52.25
2020年11月3日	500,000	53.90	53.25
2020年11月4日	500,000	54.70	53.60
2020年11月10日	500,000	54.10	53.30
	<u>3,350,000</u>		

除上文所披露外，截至二零二零年十二月三十一日止年內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

公司管治

本公司致力於保持高水平企業管治。年內，本公司符合聯交所之上市規則附錄十四所載之「企業管治守則」的適用守則條文。

致謝

董事謹藉此機會向鼎力支持本集團的股東及辛勤工作的全體員工致以由衷感謝。

董事會

於本公告刊發日，本公司的執行董事包括施文博先生、許連捷先生、洪青山先生、許清流先生、許水深先生、許大座先生、許春滿先生、施煌劍先生、許清池先生和李偉樑先生及獨立非執行董事陳銘潤先生、保羅希爾先生、黃英琦女士、何貴清先生和周放生先生。

承董事會命
施文博
主席

香港，二零二一年三月十九日