

证券代码：003006

证券简称：百亚股份

公告编号：2025-005

# 重庆百亚卫生用品股份有限公司

## 2024 年年度报告摘要

### 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 429,323,390 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

### 二、公司基本情况

#### （一）公司简介

|          |                             |                             |        |
|----------|-----------------------------|-----------------------------|--------|
| 股票简称     | 百亚股份                        | 股票代码                        | 003006 |
| 股票上市交易所  | 深圳证券交易所                     |                             |        |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书                       | 证券事务代表                      |        |
| 姓名       | 张黎                          | 刘嘉培                         |        |
| 办公地址     | 重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼 | 重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼 |        |
| 传真       | 023-68825666-801            | 023-68825666-801            |        |
| 电话       | 023-68825666-666            | 023-68825666-666            |        |
| 电子信箱     | baiya.db@baiya.cn           | baiya.db@baiya.cn           |        |

#### （二）报告期主要业务或产品简介

##### 1、公司主要业务和产品

公司主要从事一次性个人卫生用品的研发、生产和销售，产品主要涵盖卫生巾、婴儿纸尿裤、成人失禁用品等领域，公司旗下拥有“自由点”、“好之”、“丹宁”等具有较高品牌知名度和市场美誉度的品牌。其中，“自由点”为卫生巾品牌，“好之”为婴儿纸尿裤品牌，“丹宁”为成人失禁用品品牌，均定位于中高端产品。

公司产品主要采取自主研发和生产的模式，以经销商、KA 和电商为主要销售渠道，坚持多品牌、差异化的发展战略，实施“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的营销策略，致力为各年龄段消费人群提供安全、舒适和高品质的个人健康护理产品。

公司主要产品系列如下所示：

| 品类  | 品牌       | 系列名称       | 产品示例   | 主要特点  |
|-----|----------|------------|--|---|
| 卫生巾 | FREEMORE | 益生菌系列      |    | 该系列产品添加可改善女性私处环境的专利益生菌 LA88，该益生菌可平衡私处微生态。                     |
|     |          | 益生菌 PRO+系列 |   | 该系列产品表层添加天然蚕丝，3D 超导亲肤，添加专利女性益生菌 LA88+N13+益生元，促进私处有益菌、抑制私处有害菌。 |
|     |          | 有机纯棉系列     |  | 该系列产品采用有机纯棉表层，天然健康，极薄柔软，亲肤透气。                                 |
|     |          | 敏感肌系列      |  | 该系列产品采用天然蚕丝添加表层，含雪绒花精华，天然健康，为 0 敏而生。                          |
|     |          | 无感 7 日系列   |  | 该系列产品具有薄、柔、吸的特性，采用超薄复合芯体结构，产品轻薄，蓬松柔软，超强吸收。                    |
| 自由点 |          |            |  |   |

|               |           |               |  |  |
|---------------|-----------|---------------|--|--|
|               |           | <p>无感无忧系列</p> |    | <p>该系列产品采用独创的 Y 型芯体结构，结合立体悬浮设计，产品更加贴合人体股沟，减少摩擦感。</p> |
|               |           | <p>舒睡系列</p>   |    | <p>该系列产品具有超长超吸收的特性，舒睡 430 长度保持着行业内最长的巾身设计。</p>       |
| <p>婴儿纸尿裤</p>  | <p>好之</p> | <p>乳木果系列</p>  |   | <p>该系列产品采用珍贵乳木果油添加面层，天然植物萃取减少皮肤刺激，温和滋润呵护宝宝肌肤。</p>    |
|               |           | <p>超薄全能系列</p> |  | <p>该系列产品采用双层超薄柔软面层和轻薄柔韧的复合芯体结构具有超薄、透气、柔软的特性。</p>     |
|               |           | <p>不要紧系列</p>  |  | <p>该系列（内裤式）产品采用超声波工艺设计的无束缚弹柔腰围，让婴幼儿穿着更舒适。</p>        |
| <p>成人失禁用品</p> | <p>丹宁</p> | <p>健康系列</p>   |  | <p>该系列产品解决成人失禁期间的困扰，具有抑制异味、吸收性好、超强防漏的特性。</p>         |

|  |     |         |  |   |
|--|-----|---------|--|---|
|  | 好来康 | 医用护理垫系列 |  | 该系列获市药监局批准上市，尿裤型结构，多重防漏，瞬吸锁水，添加抑菌 SAP，抑味防臭。 |
|--|-----|---------|--|---|

## 2、公司主要经营模式及运作策略

公司主要采取“产、供、销”一体化的业务模式，覆盖从产品研发设计、原材料采购、生产到销售等各个环节，实现了对产业链各个环节直接、及时和有效的协同控制。

### （1）采购模式

公司坚持以市场为导向，由供应链管理部的专业人员，根据销售计划、生产计划和物料需求计划及原材料库存情况等因素，制定合理的采购计划，并通过信息系统进行管理，有效降低资金占用，并坚持与品牌供应商合作，不断提升采购质量。

### （2）生产模式

公司采取自主生产为主的生产模式。公司卫生巾和婴儿纸尿裤产品自主生产，公司完成产品的功能研发、外观和包装设计，按照产品设计及生产工艺要求，采购原辅材料，依靠自有生产技术、生产设备和生产人员组织生产，按照生产流程完成产品的制造。

### （3）销售模式

公司主要通过经销、KA 及电商渠道进行产品销售。此外，公司还采取 ODM 的合作模式，为消费品企业设计、开发和生产卫生巾、纸尿裤等产品。

①经销模式：公司与经销客户签订经销合同，以卖断方式向经销商销售产品，经销商在合同约定的地域内通过其下游零售终端将产品销售给终端消费者。在经销模式下，公司借助经销商的渠道资源开拓市场，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。

②KA 模式：公司与 KA 客户的总部或区域性总部洽谈合作事宜，签订年度框架销售合同，由 KA 客户主要采用委托代销的方式直接向终端消费者销售公司产品。目前，公司的 KA 客户主要包括永辉超市、沃尔玛、重庆百货、华润万家等国内外知名的大型连锁超市和大卖场。

③电商模式：公司通过抖音直播电商和在天猫、拼多多、京东等电商平台上开设官方旗舰店或专营店向消费者销售商品，并拓展电商平台分销体系。公司亦通过美团、饿了么等 O2O 即时零售平台，进一步拓展营销渠道以实现更广的市场覆盖。

## 3、公司主要业绩驱动因素

2024 年，公司按照既定的发展战略，持续精进“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的营销策略，聚焦优势资源，持续打造品牌力和产品力，公司在产品上持续优化产品结构，渠道上深耕核心优势地区，加快电商和新兴渠道建设，有序拓展全国市场。报告期内，公司线上、线下渠道收入均取得了较好的增长，中高端产品收入占比进一步提升，品项结构持续优化，公司盈利能力持续增强。同时，按照公司发展规划并结合市场环境变化，公司进一步优化了营销体系，加大了市场拓展和广宣类资源投入，以持续扩大消费者人群和产品销售覆盖范围。后续公司将充分发挥自身优势，进一步优化和丰富产品线、拓展营销网络、提高研发创新能力、优化人才结构等措施，扩大公司的经营规模，增加公司产品的市场份额，提升公司的市场竞争力和盈利能力。

## 4、公司所处行业情况

公司主要从事卫生巾、婴儿纸尿裤和成人失禁用品等一次性卫生用品的研发、生产和销售，主要产品归属于一次性卫生用品行业的吸收性卫生用品细分领域。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2023 年我国吸收性卫生用品市场规模达到 1,160.4 亿元，较 2022 年增长 4.1%。其中，女性卫生用品市场规模 703.4 亿元，较 2022 年增长 8.2%；婴儿卫生用品市场规模 322.6 亿元，较 2022 年有所下降；成人失禁用品市场规模 134.4 亿元，较 2022 年增长 11.1%。

## 5、公司所处行业发展趋势

近年来，我国一次性卫生用品行业的产品种类不断丰富、功能不断完善、普及程度不断提升，尤其是吸收性卫生用

品领域，已成为与人民生活密切相关的重要行业。随着个人健康护理意识不断加强，消费者对一次性个人卫生用品的舒适、健康、安全以及功能等方面的需求亦不断提高，整个行业市场规模仍将保持平稳发展，主要发展趋势如下：

#### （1）消费需求的变化，推动市场规模提升

随着我国消费者个人健康意识逐步增强，一次性卫生用品已从初步普及到了全面覆盖阶段。消费者需求已从单一品质追求转向对舒适性、便利性及安全性的综合考量，推动行业向高端化、个性化和功能细分方向演进。当前我国卫生用品的市场渗透率已处于高位，行业增长的核心驱动力之一已转向产品结构升级，深度洞察消费者需求变化并推出满足需求的产品，方能够让企业更好地抓住发展机遇、持续提高市场竞争力。

#### （2）新兴渠道的兴起，引领消费新趋势

随着我国零售业态加速多元化，一次性卫生用品行业的营销渠道和模式亦渐趋多样。线下销售渠道主要涵盖大卖场、大型连锁商超、中小型超市、食杂店、即时零售平台等，线上渠道包括传统电商平台、垂直电商、直播电商、直播短视频平台等。近年来，消费者的消费习惯、消费观念、购物方式和交流方式的改变带来了零售业态的变革，直播电商、O2O 即时零售等多元化新零售模式快速发展，消费品零售线上线下融合趋势愈加明显。

#### （3）产品创新能力提升，推动行业升级转型

随着行业先进生产设备和工艺技术的投入使用以及产品创新能力的提升，一次性卫生用品产品的安全性、舒适度和功能多样化等方面快速提升和改善，进而满足了消费者消费升级的需求，推动了一次性卫生用品行业的升级转型。研发创新能力突出、生产技术领先的厂商将抓住发展机遇、持续提高市场竞争力。

#### （4）国产品牌的创新发展与市场新机遇

近年来，国内市场竞争格局重塑，国产品在技术研发、品质管控、品牌塑造等关键领域持续发力，显著提升了国产品品质，逐步提高了消费者对国产品牌的接纳度。在中国质造与新零售业态的双重驱动下，国产卫生用品备受消费者青睐，国内企业凭借高品质、高附加值的产品及差异化竞争策略积极应对市场变化，市场占有率逐年稳步攀升。

### 6、公司所处行业地位情况

经过多年发展，公司专注打造中国一次性卫生用品领域的本土领先品牌，在国内一次性卫生用品市场上建立了良好的品牌形象，公司旗下的“自由点”品牌商标荣获“中国驰名商标”、“最佳品牌形象奖”、“2023 年度最具影响力品牌奖”、“2024 年度中国卫生用品行业匠心产品”、“天猫金妆奖 2024 年度中国品牌奖”等荣誉；“好之”品牌商标荣获“重庆市著名商标”等荣誉，公司产品在行业内取得了较好的知名度和美誉度。

根据尼尔森的统计数据，在 2024 年年度全国销售份额排名中，公司自由点品牌卫生巾产品的市场份额在本土卫生巾品牌中排名第二，在重庆、四川和云南市场销售份额排名第一，在贵州和陕西市场份额排名第二，公司已发展成为国内一次性卫生用品行业领先的本土企业代表之一。

## （三）主要会计数据和财务指标

### 1、近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

|                    | 2024 年末          | 2023 年末          | 本年末比上年末增减 | 2022 年末          |
|--------------------|------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产                | 2,150,862,064.00 | 1,884,474,560.00 | 14.14%    | 1,731,603,476.00 |
| 归属于上市公司股东的净资产      | 1,449,645,509.00 | 1,386,943,287.00 | 4.52%     | 1,279,870,926.00 |
|                    | 2024 年           | 2023 年           | 本年比上年增减   | 2022 年           |
| 营业收入               | 3,254,235,621.00 | 2,144,145,687.00 | 51.77%    | 1,612,141,524.00 |
| 归属于上市公司股东的净利润      | 287,671,463.00   | 238,251,847.00   | 20.74%    | 187,290,838.00   |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益 | 253,975,033.00   | 215,656,473.00   | 17.77%    | 179,221,701.00   |

|               |                |                |        |                |
|---------------|----------------|----------------|--------|----------------|
| 的净利润          |                |                |        |                |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 325,216,399.00 | 331,394,248.00 | -1.86% | 233,567,660.00 |
| 基本每股收益（元/股）   | 0.67           | 0.56           | 19.64% | 0.44           |
| 稀释每股收益（元/股）   | 0.67           | 0.56           | 19.64% | 0.44           |
| 加权平均净资产收益率    | 20.83%         | 18.17%         | 2.66%  | 15.30%         |

## 2、分季度主要会计数据

单位：元

|                        | 第一季度           | 第二季度           | 第三季度           | 第四季度           |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业收入                   | 765,153,323.00 | 767,102,381.00 | 792,728,358.00 | 929,251,559.00 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 102,619,879.00 | 77,086,691.00  | 58,814,114.00  | 49,150,779.00  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 97,529,910.00  | 74,520,284.00  | 54,114,194.00  | 27,810,645.00  |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 97,574,818.00  | 93,364,486.00  | 31,154,382.00  | 103,122,713.00 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

## （四）股本及股东情况

### 1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

| 报告期末普通股股东总数               | 8,720   | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 7,637       | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0          | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 |
|---------------------------|---------|---------------------|-------------|-------------------|------------|---------------------------|---|
| 前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份） |         |                     |             |                   |            |                           |   |
| 股东名称                      | 股东性质    | 持股比例                | 持股数量        | 持有有限售条件的股份数量      | 质押、标记或冻结情况 |                           |   |
|                           |         |                     |             |                   | 股份状态       | 数量                        |   |
| 重庆复元商贸有限公司                | 境内非国有法人 | 41.30%              | 177,310,000 | 0                 | 不适用        | 0                         |   |
| 重望耀暉投资有限公司                | 境外法人    | 12.48%              | 53,572,185  | 0                 | 不适用        | 0                         |   |
| 香港中央结算有限公司                | 境外法人    | 4.33%               | 18,606,076  | 0                 | 不适用        | 0                         |   |
| 宁波元迪创业投资合伙企业（有限合伙）        | 境内非国有法人 | 2.93%               | 12,588,002  | 0                 | 不适用        | 0                         |   |

|                                |   |       |            |   |     |   |
|--------------------------------|---|-------|------------|---|-----|---|
| 宁波元周创业投资合伙企业（有限合伙）             | 境内非国有法人   | 2.66% | 11,424,998 | 0 | 不适用 | 0 |
| 宁波元向创业投资合伙企业（有限合伙）             | 境内非国有法人   | 2.56% | 10,987,000 | 0 | 不适用 | 0 |
| 全国社保基金五零四组合                    | 其他  | 2.17% | 9,306,149  | 0 | 不适用 | 0 |
| 杨燕                             | 境内自然人   | 1.86% | 8,000,006  | 0 | 不适用 | 0 |
| 中国工商银行股份有限公司—财通资管价值成长混合型证券投资基金 | 其他  | 1.48% | 6,335,851  | 0 | 不适用 | 0 |
| 大成基金管理有限公司—社保基金17011组合         | 其他  | 0.98% | 4,196,517  | 0 | 不适用 | 0 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明               | 复元商贸于 2017 年 8 月与元迪创投、元向创投和元周创投三家员工持股平台签署《股东表决权委托协议》，约定元迪创投、元向创投和元周创投不可撤销地将其各自在公司股东大会的表决权委托给复元商贸，按照复元商贸的意愿和决策行使该部分表决权，委托期限自委托协议签署生效之日至员工持股平台不再持有公司股份之日。根据《上市公司收购管理办法》相关规定，复元商贸与元迪投资、元向投资和元周投资存在一致行动关系。除上述情况外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。 |       |            |   |     |   |
| 参与融资融券业务股东情况说明（如有）             | 无   |       |            |   |     |   |

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

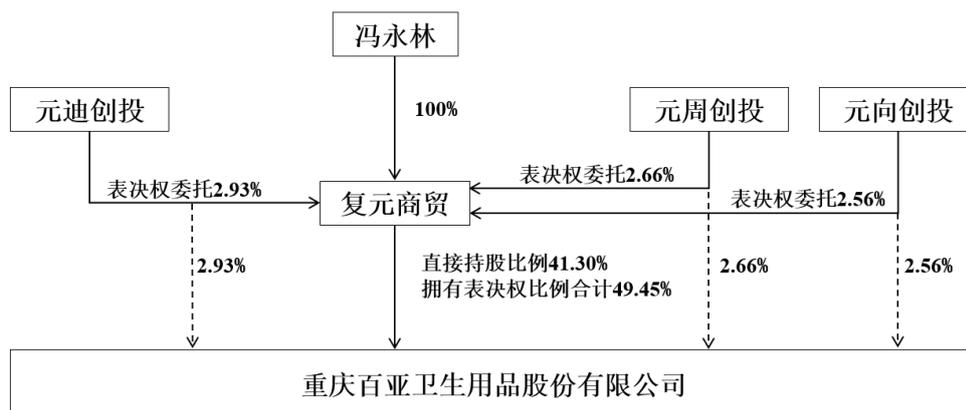
适用 不适用

## 2、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## 3、以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## (五) 在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 不适用

## 三、重要事项

1、2024年3月22日，公司召开的第三届董事会第十五次会议和2024年4月12日公司召开的2023年年度股东大会分别审议通过了《关于变更公司注册资本、修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》，同意公司根据2021年股票期权与限制性股票激励计划实施情况，将注册资本由429,401,300元人民币变更为429,112,550元人民币；同意公司根据注册资本变更情况修订《公司章程》对应条款。具体内容详见公司在巨潮资讯网发布的《关于变更公司注册资本、修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的公告》（公告编号：2024-015）。

2、2024年3月22日，公司召开的第三届董事会第十五次会议和第三届监事会第十五次会议、2024年4月12日公司召开的2023年年度股东大会分别审议通过了《关于2023年度利润分配预案的议案》，以权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利5.5元（含税），不送红股，不以公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。2024年4月24日公司已实施完成2023年度分红派息，具体内容详见公司在巨潮资讯网发布的《关于2023年度利润分配预案的公告》（公告编号：2024-006）、《2023年度分红派息实施公告》（公告编号：2024-025）。

3、2024年8月26日，公司召开的2024年第一次临时股东大会，审议通过了公司董事会、监事会换届选举的相关议案。同日公司召开的2024年职工代表大会、第四届董事会第一次会议和第四届监事会第一次会议分别审议通过了选举公司第四届监事会职工代表监事、第四届董事会董事长、董事会各专门委员会委员、聘任高级管理人员及选举第四届监事会主席等相关议案。具体内容详见公司在巨潮资讯网发布的《2024年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：2024-047）、《关于完成董事会、监事会换届选举及聘任高级管理人员、证券事务代表的公告》（公告编号：2024-051）、《职工代表大会决议公告》（公告编号：2024-048）。

4、2024年8月26日，公司召开的2024年第一次临时股东大会，审议通过了关于公司董事会、监事会换届选举的相关议案。同日公司召开的2024年职工代表大会、第四届董事会第一次会议和第四届监事会第一次会议分别审议通过了选举公司第四届监事会职工代表监事、第四届董事会董事长、董事会各专门委员会委员、聘任高级管理人员及选举第四届监事会主席等相关议案。具体内容详见公司在巨潮资讯网发布的《2024年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：2024-047）、《关于完成董事会、监事会换届选举及聘任高级管理人员、证券事务代表的公告》（公告编号：2024-051）、《职工代表大会决议公告》（公告编号：2024-048）。