

证券代码：003006

证券简称：百亚股份

公告编号：2023-020

重庆百亚卫生用品股份有限公司

关于调整公司 2021 年股票期权与限制性股票激励计划公司 层面业绩考核指标合理性的补充说明公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

重庆百亚卫生用品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2023 年 3 月 23 日召开的第三届董事会第十次会议和第三届监事会第十次会议分别审议通过了《关于调整 2021 年股票期权与限制性股票激励计划部分业绩考核指标的议案》，具体内容详见公司于 2023 年 3 月 25 日在巨潮资讯网发布的《关于调整 2021 年股票期权与限制性股票激励计划部分业绩考核指标的公告》（公告编号：2023-016）。现就调整公司 2021 年股票期权与限制性股票激励计划（以下简称“激励计划”）公司层面业绩考核目标合理性补充说明如下：

一、激励计划调整后的公司层面业绩考核目标

公司激励计划中经调整后的股票期权和限制性股票首次授予及预留授予部分的非线上业务员工 2023 年-2024 年公司层面业绩考核目标分别如下：

2023 年，以 2020 年公司营业收入和净利润为基数，营业收入增长率不低于 55%，并且净利润增长率不低于 18%。

2024 年，以 2020 年公司营业收入和净利润为基数，营业收入增长率不低于 85%，并且净利润增长率不低于 35%。

上述“营业收入”以公司经审计的合并报表数值为计算依据；上述“净利润”指经审计的归属上市公司股东的净利润，并以剔除考核期内公司存续的股票期权及限制性股票激励计划产生的激励成本作为计算依据。

二、调整公司层面业绩考核目标合理性的补充说明

本次调整激励计划中公司层面业绩考核指标主要基于以下几个方面的考量：

1、外部环境变化方面

（1）宏观环境的短期扰动

2022 年，全球政治经济环境错综复杂，石油及木浆等大宗交易商品价格持

续走高，绒毛浆、高分子和无纺布等原材料价格不断上涨，推高了公司生产制造成本。此外，国内经济环境变化及公司所在地遭遇罕见的极端天气，短期内对公司生产经营安排也产生了一定影响。

（2）行业发展和市场竞争环境

根据生活用纸专业委员会的统计，2021 年我国吸收性卫生用品市场规模达到 1,142.5 亿元，比 2020 年下降 5.9%。其中，女性卫生用品市场规模 617.8 亿元，较 2020 年增长 0.8%；婴儿卫生用品市场规模 412.6 亿元，较 2020 年有所下降；成人失禁用品消费量继续保持两位数增长，市场规模 112.1 亿元。

近年来，国内销售渠道结构和消费者购物习惯不断变化，不少国内外品牌通过更为进取的促销策略来抢占市场份额，一次性卫生用品行业的市场竞争较为激烈。

受上述多方面综合因素的影响，公司及同行业上市公司 2022 年度业绩短期内均受不同程度影响。公司及同行业上市公司 2022 年度业绩表现具体如下：

公司名称	2022 年度营业收入		2022 年度净利润	
	金额（亿元）	同比变动	金额（亿元）	同比变动
恒安国际	226.16	8.80%	19.25	-41.19%
中顺洁柔	85.70	-6.34%	3.52	-39.43%
百亚股份	16.12	10.19%	1.87	-17.83%

注：以上财务数据引自于恒安国际、中顺洁柔已公开对外发布的 2022 年度业绩公告、2022 年度业绩快报公告内容。

尽管公司对各项生产经营活动进行优化调整，公司下半年经营业绩和盈利能力已逐步提升，但是公司当前所处的市场和行业环境与 2021 年底制定股权激励计划时发生较大变化。如果按照原有的公司层面业绩考核指标进行考核，不利于提高被激励对象的积极性，不利于公司可持续发展，进而可能损害公司股东权益。

2、公司发展规划方面

公司实施“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的营销发展策略，2022 年，公司电商渠道和外围省份市场实现了较快增长。公司将抓住行业发展机遇，借助产品优势、渠道优势和组织优势等，加快全国市场拓展节奏，实现更广泛的市场覆盖，进一步提高市场份额。当前阶段公司将加大营销类和品宣类费用资源投入，公司调整后的 2023 和 2024 年公司层面的业绩考核指标中净利润增速略低于收入增速是根据实际情况的合理设定。

3、公司业绩增长方面

在 2021 年底制定本激励计划时，公司综合考虑当时的外部环境、发展规划及员工激励效果等因素，对 2022 年至 2024 年 3 个考核年度分不同业务板块设定了具有挑战性的业绩考核目标。原激励计划的公司层面的业绩考核指标中，2023 年和 2024 年营业收入的同比增速分别不低于 20.69%和 22.86%，且净利润同比增速分别不低于 17.86%和 18.18%。经本次调整后的公司层面业绩考核指标，2023 年和 2024 年营业收入的同比增速分别不低于 20.25%和 19.35%，且净利润同比增速分别不低于 14.99%和 14.41%。

一次性卫生用品较与其他消费品类有所不同，前期构建的客户、渠道、品牌和消费者市场基础有助于更好地推动公司经营业绩持续稳步提升。在 2022 年度经营现状下，本次调整后的 2023 年和 2024 年公司层面营业收入和净利润的业绩目标均较上一年度有明显提升。经调整后的 2023 年和 2024 年营业收入考核指标的收入增速，与调整前相比变动幅度较小；净利润增速根据全国化拓展进程中营销资源和品牌资源的投入力度策略性地有所放缓。下调后的公司营业收入和净利润指标同时兼顾了挑战性和达成性，更具合理性。

2023-2024 年公司层面业绩考核指标调整前后对比情况

单位：亿元	调整前公司层面业绩考核指标			调整后公司层面业绩考核指标		
	2022 年	2023 年	2024 年	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	18.14	21.89	26.89	16.12	19.39	23.14
营业收入同比增长 (%)	--	20.69%	22.86%	--	20.25%	19.35%
净利润	2.56	3.01	3.56	1.87	2.15	2.46
净利润同比增长 (%)	--	17.86%	18.18%	--	14.99%	14.41%

4、员工激励效果方面

本次经调整后的公司层面业绩考核指标是根据当前经营环境下制定的挑战性与可达成性兼顾的业绩考核指标，是公司根据目前客观环境及实际情况采取的应对措施，更符合公司当前生产经营现状。调整后的公司层面业绩考核指标将更有利于充分调动员工工作积极性，发挥激励计划的激励效果，有利于公司的长远发展。公司管理团队将继续认真履行工作职责，带领团队共同完成经营目标，为股东创造价值。

因此，综上所述，公司本次调整 2023-2024 年度公司层面业绩考核指标，考

虑了公司内外部经济环境、行业环境和市场竞争、公司发展规划及激励效果等多方面影响因素，兼顾了公司未来业务持续稳步提升，能更好地激发激励对象的责任感和使命感，充分调动其积极性和创造性，提升公司竞争力，具有科学性和合理性。

特此公告。

重庆百亚卫生用品股份有限公司

董事会

2023年4月1日