

งบรายไตรมาสที่ 1 ปี 2564

มกราคม – มีนาคม

คำแนะนำสำหรับปีงบประมาณ 2564 ที่เพิ่มขึ้น: คาดการณ์ว่ายอดขายและกำไรจะเติบโตสูงขึ้น

เชิงклรายงานการเริ่มต้นอย่างแข็งแกร่งในปีงบประมาณ 2564

- ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ของกลุ่มเติบโตขึ้นร้อยละ +7.7 อยู่ที่ประมาณ 5,000 ล้านยูโร อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ +0.8 โดยได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการแลกเปลี่ยนสกุลเงิน
- หน่วยธุรกิจทั้งหมดรายงานการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales):
 - หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการมียอดขายเติบโตเป็นเลขสองหลักที่ร้อยละ +13.0 อัตราการเติบโต(nominal) ร้อยละ +6.7
 - สำหรับธุรกิจชีวิตแคร์ยอดขายเติบโตร้อยละ +2.3 อัตราการเติบโตร้อยละ -1.1
 - ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนมียอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่งถึงร้อยละ +4.1 อัตราการเติบโตร้อยละ -5.6
- ตลาดเกิดใหม่ที่มียอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) เติบโตร้อยละ +18.5 ตลาดที่เติบโตเต็มที่เติบโตร้อยละ +0.5
- เสงเคลเสนอแนวทางสำหรับปีงบประมาณ 2564:
 - ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) เติบโต: ร้อยละ +4.0 ถึง +6.0
 - ส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีที่ปรับปรุงแล้ว (EBIT margin)*: ร้อยละ 14.0 ถึง 15.0
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับปรุงแล้ว (EPS)*: เพิ่มขึ้นจากตัวเลขหลักเดียวช่วงร้อยละ 8-9 เป็นเลขสองหลักในช่วงร้อยละ 15-17 ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่

ดูสเชลดอร์ฟ วันที่ 6 พฤษภาคม 2564 - เสงเคลรายงานการเริ่มต้นปีงบประมาณ 2564 โดยรวมเป็นไปได้ด้วยดี โดยมียอดขายเติบโตอย่างมีนัยสำคัญถึงร้อยละ +7.7 ในไตรมาสแรก แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตไวรัสโคโรนาที่ยังคงส่งผลเสียต่อสังคมและเศรษฐกิจทั่วโลก ยอดขายของกลุ่มอยู่ที่ประมาณ 5,000 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยร้อยละ +0.8 โดยได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการแลกเปลี่ยนสกุลเงิน

“เรามีผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ดีมากในไตรมาสแรก ซึ่งหน่วยธุรกิจทั้งหมดของเรามีส่วนร่วม โดยอุปสงค์จากภาคอุตสาหกรรมที่ฟื้นตัวในอัตราที่แข็งแกร่งกว่าเดิม เราจึงมองในแง่ดีเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจในช่วงที่เหลือของปี แม้ว่าตลาดของเราจะมีความไม่แน่นอนอย่างต่อเนื่องก็ตาม ภายหลังจากการเริ่มต้นปีที่แข็งแกร่ง ในวันนี้เราได้เพิ่มแนวทางการขายและรายได้ของเรา” คาร์สเทิน โนเบล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เฮงเคิล กล่าว

“ยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสแรกนั้นได้รับแรงหนุนจากหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการของเราซึ่งมีการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งในทุกพื้นที่ธุรกิจและภูมิภาค ทำให้ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales)

เติบโตเป็นตัวเลขสองหลัก ด้านยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales)

ในธุรกิจบิวตี้แคร์และธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนของเรายังคงเติบโต

จากมุมมองของภูมิภาคผลการดำเนินงานของยอดขายที่เพิ่มขึ้นมากในไตรมาสแรกนั้นได้รับแรงหนุนจากตลาดเกิดใหม่ โดยทุกภูมิภาคมีอัตราการเติบโตที่เป็นตัวเลขสองหลัก” โนเบล กล่าวเสริม

“ผลการดำเนินงานของเฮงเคิลในไตรมาสแรกเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงผลงานที่แข็งแกร่งและพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์อันสมดุลของเราด้วยแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จและเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมสำหรับลูกค้าของเราในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจผู้บริโภค

ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาที่ดีโดยรวมในไตรมาสแรกยังเป็นผลมาจากทีมงานระดับโลกที่แข็งแกร่งของเราในช่วงเวลาที่ท้าทายและไม่เคยปรากฏมาก่อนเช่นนี้

สำหรับพวกเราทุกคนสิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมต่อเป้าหมายและความสำเร็จในระยะยาวของเฮงเคิล”

ห น ่ ว ย จุ ร ร กิ จ เ ท ค โ น โ ล ยี ก า ว
มีการฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในทุกพื้นที่ธุรกิจและภูมิภาคโดยมียอดขายเติบโตเป็นเลขสองหลักโดยรวมที่ร้อยละ +13.0

ธุรกิจบิวตี้แคร์ ซึ่งได้รับผลกระทบจากปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในตลาดที่เกี่ยวข้อง ในไตรมาสแรก ทำยอดขายเติบโตอย่างดีที่สุดถึงร้อยละ +2.3 กลุ่มธุรกิจผู้บริโภคมีผลการดำเนินงานที่ดีเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว นอกจากนี้ธุรกิจมืออาชีพอาชีพของเรายังสามารถบรรลุยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) แม้ว่าจะมีผลกระทบอย่างต่อเนื่องของการปิดร้านทำผมอย่างเป็นทางการในหลายประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากฐานที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด 19

แม้ว่าตลาดหลักที่เติบโตเต็มที่ของ**ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**จะเริ่มชะลอตัวลงในไตรมาสแรก แต่หน่วยธุรกิจก็สามารถทำยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) เติบโตอย่างแข็งแกร่งถึงร้อยละ +4.1 ซึ่งทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จ ทั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและตลาดเกิดใหม่มีการเติบโตเป็นเลขสองหลัก

เมื่อมองไปข้างหน้าจนถึงช่วงเวลาที่เหลือของปีงบประมาณ 2564 โนเบล กล่าวไว้ว่า “หลังจากเริ่มต้นปีอย่างแข็งแกร่งเราได้เพิ่มคำแนะนำของเราและคาดว่าจะมีการเติบโตที่สูงขึ้นทั้งในด้านยอดขายและรายได้ตลอดทั้งปี ในระดับกลุ่ม ขณะนี้เฮงเค็ลคาดการณ์ว่ายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) จะเติบโตขึ้นร้อยละ +4.0 ถึง +6.0 และผลตอบแทนจากการขายที่ (EBIT margin) อยู่ในช่วงร้อยละ 14.0 ถึง 15.0 สำหรับกำไรต่อหุ้นบริษัทยุติที่ปรับปรุงแล้ว (EPS) ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ เฮงเค็ลคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากตัวเลขหลักเดียวช่วงร้อยละ 8-9 เป็นเลขสองหลักในช่วงร้อยละ 15-17”

“อย่างไรก็ตามยังคงมีความไม่แน่นอนอย่างมากว่าการระบาดจะพัฒนาไปในทิศทางใดและการบริโภคและผลผลิตทางอุตสาหกรรมจะได้รับผลกระทบอย่างไร เราจะยังคงตอบสนองอย่างยืดหยุ่นและรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดของเราในขณะเดียวกันเรากำลังผลักดันการดำเนินการตามวาระการเติบโตของเราอย่างจริงจัง เรามุ่งเน้นไปที่สองด้าน: ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ เราต้องการขยายขอบเขตการทำงานร่วมกันของเราโดยการเสริมสร้างนวัตกรรมความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงไปในด้านดิจิทัล ประการที่สอง เราต้องการปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรด้วยกรอบกลยุทธ์ของเราเพื่อการเติบโตอย่างมีเป้าหมายและทีมงานระดับโลกที่แข็งแกร่งของเรา เราพร้อมที่จะแข็งแกร่งขึ้นจากวิกฤตเพื่อกำหนดอนาคตของเรา”

ผลการดำเนินงานของกลุ่ม

ยอดขายของกลุ่ม เพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ +0.8 ในไตรมาสแรกของปี 2564 จาก 4,927 ล้านยูโรในไตรมาสแรกของปี 2563 เป็น 4,968 ล้านยูโร ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) (เช่น การปรับปรุงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการซื้อกิจการ / การขายกิจการ) เพิ่มขึ้นร้อยละ + 7.7 ในระดับกลุ่ม เป็นการเพิ่มขึ้นในเชิงปริมาณเป็นหลัก เงินสมทบจากการเข้าซื้อกิจการและการถอนการลงทุนมีจำนวนร้อยละ +0.6 เปอร์เซ็นต์ ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบเชิงลบอย่างมากถึงร้อยละ -7.5 ต่อยอดขาย

ผลการดำเนินงานของกลุ่ม¹

หน่วยเป็นล้านยูโร	Q1/2564
ยอดขาย	4,968
การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว	0.8%
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-7.5%
ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	8.3%
การได้มา / การถอนการลงทุน	0.6%
การเติบโตที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ	7.7%
ในเชิงราคา	1.7%
ในเชิงปริมาณ	6.0%

¹ ตัวเลขทั้งหมดได้รับการบิดเบือนในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนจากผลรวมที่ระบุ

ตลาดเกิดใหม่มีการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ที่ร้อยละ +18.5 ในไตรมาสแรก การพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในตลาดที่เติบโตเต็มที่เป็นบวกที่ร้อยละ +0.5 เมื่อเทียบกับในรายปี ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในภูมิภาคยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้นร้อยละ +0.9 เรามียอดขายเติบโตร้อยละ +11.7 ในภูมิภาคยุโรปตะวันออก การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในภูมิภาคแอฟริกา / ตะวันออกกลางอยู่ที่ร้อยละ +21.7 ในไตรมาสแรกของปี 2564 ผลการดำเนินงานด้านการขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ อยู่ในระดับทรงตัวในภูมิภาคอเมริกาเหนือ ในขณะที่เรามียอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เติบโตร้อยละ +10.7 ในภูมิภาคละตินอเมริกา การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอยู่ในเลขสองหลัก ร้อยละ +24.4

ยอดขายของกลุ่มเมื่อแบ่งตามภูมิภาค¹

หน่วยเป็นล้านยูโร	ยุโรป ตะวันตก	ยุโรป ตะวันออก	แอฟริกา / ตะวันออกกลาง	อเมริกา เหนือ	ละติน อเมริกา	เอเชีย แปซิฟิก	องค์กร	กลุ่ม เฮงเค็ล
ยอดขาย ² มกราคม- มีนาคม 2564	1,528	742	319	1,234	280	837	30	4,968
ยอดขาย ² มกราคม- มีนาคม 2563	1,500	758	349	1,302	292	697	29	4,927
การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีที่ แล้ว	1.9%	-2.1%	-8.7%	-5.3%	-4.4%	20.1%	-	0.8%
การเติบโตที่ไม่รวมผล กระทบอื่นๆ	0.9%	11.7%	21.7%	0.0%	10.7%	24.4%	-	7.7%
สัดส่วนของ ยอดขายกลุ่ม								
2564	31%	15%	6%	25%	6%	17%	1%	100%
สัดส่วนของ ยอดขายกลุ่ม								
2563	30%	15%	7%	26%	6%	14%	1%	100%

¹ ตัวเลขทั้งหมดได้รับการบิดเบือนในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนจากผลรวมที่ระบุ

² ตามที่ตั้งของบริษัท

ผลการดำเนินงานด้านการขายในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ

ในไตรมาสแรกของปี 2564 ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (เช่น การปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการซื้อกิจการ / การขายกิจการ) ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเพิ่มขึ้นร้อยละ +6.7 จาก 2,209 ล้านยูโรในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเป็น 2,358 ล้านยูโร ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ +13.0 ผลการดำเนินงานในไตรมาสแรกได้รับแรงหนุนจากการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง การเติบโตในเชิงปริมาณอยู่ในช่วงตัวเลขสองหลัก โดยมีแนวโน้มราคาอยู่ในแนวบวกขาขึ้นเล็กน้อย ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนทำให้ยอดขายลดลงร้อยละ -6.7 ในขณะที่การซื้อกิจการ / การขายกิจการเพิ่มยอดขายขึ้นร้อยละ +0.5

ผลการดำเนินงานด้านการขายในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ 1

หน่วยเป็นล้านยูโร	Q1/2564
ยอดขาย	2,358
การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว	47%
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	6.7%
ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-6.7%
การได้มา / การถอนการลงทุน	13.5%
การเติบโตที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ	0.5%
ในเชิงราคา	13.0%
ในเชิงปริมาณ	0.8%
	12.2%

¹ ตัวเลขทั้งหมดได้รับการบิดเบือนในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนจากผลรวมที่ระบุ

ธุรกิจเทคโนโลยีการทั้งหมดยังคงฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสแรกเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ยอดขายในธุรกิจยานยนต์และโลหะเติบโตเป็นเลขสองหลักเนื่องจากการผลิตรถยนต์ทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมยังสร้างการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เป็นเลขสองหลักเนื่องจากผลการดำเนินงานของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของเรา แม้ว่าธุรกิจในอุตสาหกรรมจะมียอดขายที่แข็งแกร่งมากก็ตาม ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภครายงานการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ อย่างไรก็ตาม มีนัยสำคัญในไตรมาสแรก โดยได้รับแรงหนุนจากการเพิ่มขึ้นของช่วงเปอร์เซ็นต์เป็นตัวเลขสองหลักในธุรกิจบรรจุภัณฑ์และไลฟ์สไตล์ของเรา การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ยังอยู่ในช่วงเลขสองหลักในธุรกิจช่างฝีมือ งานก่อสร้าง และมืออาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับแรงหนุนจากธุรกิจผู้บริโภคและช่างฝีมือ พร้อมกับกิจกรรมของเราในกลุ่มวิศวกรรมเครื่องกลและการซ่อมบำรุง

รายละเอียดในระดับภูมิภาคแสดงให้เห็นว่าหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการที่มียอดขายเติบโตเป็นเลขสองหลักในตลาดเกิดใหม่ ภูมิภาคตลาดเกิดใหม่ทั้งหมดนี้มีส่วนช่วยในผลการดำเนินงานของทุกหน่วยธุรกิจ

ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในตลาดที่เติบโตเต็มที่โดยรวมแล้วแข็งแกร่งมาก ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีการเติบโตที่แข็งแกร่งมาก โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของยอดขายเป็นตัวเลขสองหลักในธุรกิจช่างฝีมือการก่อสร้าง และมืออาชีพ และยอดขายที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรม การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในภูมิภาคยุโรปตะวันตกนั้นแข็งแกร่งด้วยตัวเลขสองหลักในธุรกิจช่างฝีมือ งานก่อสร้าง และมืออาชีพ และการเพิ่มขึ้นอย่างมากของยอดขายในธุรกิจยานยนต์และโลหะ

ผลการดำเนินงานด้านการขายในหน่วยธุรกิจบิวตี้แคร์

ไตรมาสแรกของปี 2564 ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (เช่น การปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการซื้อกิจการ / การขายกิจการ) ในหน่วยธุรกิจบิวตี้แคร์มีอัตราเติบโตลดลงร้อยละ -1.1 เป็น 925 ล้านบาท (ไตรมาสที่ 1 ปี 2563: 935 ล้านบาท) ยอดขายลดลงร้อยละ +2.3 ผลการดำเนินงานนี้ได้รับแรงหนุนทั้งในเชิงปริมาณและราคา ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนทำให้ยอดขายลดลงร้อยละ -5.4 การซื้อกิจการ / การขายกิจการมีส่วนทำให้ยอดขายเติบโตขึ้นร้อยละ +2.0

ผลการดำเนินงานด้านการขายในหน่วยธุรกิจบิวตี้แคร์¹

หน่วยเป็นล้านบาท	Q1/2564
ยอดขาย	925
การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว	19%
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-1.1%
ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-5.4%
การได้มา / การถอนการลงทุน	4.3%
การเติบโตที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ	2.0%
ในเชิงราคา	2.3%
ในเชิงปริมาณ	1.0%
	1.3%

¹ ตัวเลขทั้งหมดได้รับการบิดเบือนในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนจากผลรวมที่ระบุ

การพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในธุรกิจผู้บริโภคเป็นไปในเชิงบวกเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน หมวดเครื่องสำอางสำหรับเส้นผมยังคงมีแนวโน้มเชิงบวกต่อเนื่องจากไตรมาสสุดท้ายของปี 2563 โดยมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งมากในไตรมาสแรกของปี 2564 ผลกระทบที่ทำให้อัตราเติบโตเป็นตัวเลขสองหลัก ในขณะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมก็แข็งแกร่งมากขึ้น ยอดขายของผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมลดลงจากตัวเลขปีก่อนเนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคที่ลดลงซึ่งเกี่ยวข้องกับภาวะแพร่ระบาดของโควิด 19 ในแง่ของการพัฒนาขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ผลกระทบที่บำรุงผิวยังไม่เติบโตเท่าที่ควรในไตรมาสแรกของปี 2563 เนื่องจากความต้องการที่ลดลงในตลาดหลัก

แม้จะมีอุปสรรคจากการปิดร้านทำผมอย่างเป็นทางการในหลายประเทศ แต่ธุรกิจมีออาชีพรองเรียมียอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งในไตรมาสแรกของปี 2564 ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับแรงหนุนจากการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในตลาดหลักของเราในอเมริกาเหนือ นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบที่ค่อนข้างต่ำจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหลังจากได้รับผลกระทบซึ่งลบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด 19 การเติบโตอยู่ในช่วงเปอร์เซ็นต์เป็นตัวเลขสองหลักในภูมิภาคละตินอเมริกาและเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) และมีนัยสำคัญในแอฟริกา / ภูมิภาคตะวันออกกลาง ในทางตรงกันข้าม ผลการดำเนินงานในภูมิภาคยุโรปตะวันตกและยุโรปตะวันออกลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการปิดร้านทำผมอย่างต่อเนื่องจากการระบาดของโควิด 19

ในแง่ของภูมิภาค การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในหน่วยธุรกิจชีวิตแคร์อยู่ในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขสองหลักในตลาดเกิดใหม่ที่ได้รับแรงหนุนจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่งมากทั้งในกลุ่มธุรกิจผู้บริโภคและธุรกิจมีออาชีพ ภูมิภาคเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนมีส่วนช่วยในการดำเนินงานนี้ด้วยการเติบโตในช่วงเปอร์เซ็นต์เป็นตัวเลขสองหลัก ภูมิภาคลาตินอเมริกายังสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นสองหลักในขณะที่ยอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่งในภูมิภาคยุโรปตะวันออก ในทางตรงกันข้ามภูมิภาคแอฟริกา / ตะวันออกกลางมียอดขายติดลบ

การพัฒนายอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ โดยรวมติดลบในตลาดที่เติบโตเต็มที่ การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เป็นไปในทิศทางที่ดีในภูมิภาคอเมริกาเหนือ เนื่องจาก การเพิ่มขึ้นของธุรกิจมีออาชีพ และมียอดขายแข็งแกร่งมากในตลาดที่เติบโตเต็มที่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในทางตรงกันข้าม ในยุโรปตะวันตก ผลการดำเนินงานลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเนื่องจากสภาพแวดล้อมของตลาดที่ยังคงท้าทายและมีลักษณะโดดเด่น แต่เห็นสิ่งอื่นใดคือข้อจำกัดอย่างต่อเนื่องจากการระบาดของโควิด 19

ผลการดำเนินงานด้านการขายของหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน

หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนสร้างยอดขาย 1,656 ล้านยูโรในไตรมาสแรกของปี 2564 อัตราเติบโตลดลงร้อยละ 5.6 จาก 1,755 ล้านยูโรในไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (เช่น การปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการซื้อกิจการ / การขายกิจการ)

หน่วยธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมากระยะ + 4.1% การเติบโตส่วนใหญ่ได้รับแรงหนุนทั้งในเชิงราคาและปริมาณซึ่งยังเพิ่มขึ้นในเชิงบวก ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราทำให้ยอดขายลดลงอย่างมีนัยสำคัญร้อยละ -9.6 การซื้อกิจการ / การขายกิจการไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการขาย

ผลการดำเนินงานด้านการขายของหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน¹

หน่วยเป็นล้านยูโร	Q1/2564
ยอดขาย	1,656
การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว	33%
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-5.6%
ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-9.6%
การได้มา / การถอนการลงทุน	4.0%
การเติบโตที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ	0.0%
ในเชิงราคา	4.1%
ในเชิงปริมาณ	3.1%
	0.9%

¹ ตัวเลขทั้งหมดได้รับการบิดเบือนในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนจากผลรวมที่ระบุ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างสร้างการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ในไตรมาสแรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผงซักฟอก มีการพัฒนาในทิศทางที่ดีมาก แปรนด์ Persil แปรนด์หลักของเรามียอดขายเติบโตเป็นเลขสองหลักอีกครั้งอันเป็นผลมาจากการริเริ่มด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องของเรา

การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน อยู่ในช่องทางเปเปอร์เช็นต์ที่เป็นตัวเลขสองหลัก การเติบโตอย่างแข็งแกร่งของธุรกิจนี้เป็นผลมาจากการดำเนินงานของตระกูลแปรนด์ Pril, Bref และ Somat ซึ่งทั้งหมดนี้มีตัวเลขเพิ่มขึ้นสองหลักในหมวดผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ และน้ำยาทำความสะอาดพื้นผิวตามลำดับ แนวโน้มดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากความต้องการน้ำยาทำความสะอาดในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จของเรา

ตลาดเกิดใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของผลการดำเนินงานด้านการขายที่แข็งแกร่งมากของหน่วยธุรกิจนี้ ส่งผลให้ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เติบโตเป็นเลขสองหลัก เฮงเค็ลมียอดขายเพิ่มขึ้นสองหลักในภูมิภาคแอฟริกา / ตะวันออกกลางและเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) ยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เติบโตอย่างมีนัยสำคัญในยุโรปตะวันออก ในขณะที่ละตินอเมริกามียอดขายติดลบ

ผลการดำเนินงานในตลาดที่เติบโตเต็มที่แล้วโดยรวมติดลบ ผลการดำเนินงานด้านการขายในยุโรปตะวันตกอยู่ในเกณฑ์ดีและตลาดที่เติบโตเต็มที่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกสร้างกำไรเติบโตที่ดี ในขณะที่ภูมิภาคอเมริกาเหนือลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจากผลกระทบในทางลบจากการขาดแคลนอุปทานเช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

สินทรัพย์สุทธิและฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท

ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในสินทรัพย์สุทธิและฐานะการเงินของกลุ่มบริษัทเกิดขึ้นในช่วงระหว่างการสอบทานเมื่อเทียบกับวันที่ 31 ธันวาคม 2563

แนวโน้มของกลุ่มเฮงเค็ล

จากการพัฒนาธุรกิจในช่วงสามเดือนแรกของปี 2564 และสมมติฐานเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจไปอีกทั้ง 3 ไตรมาสที่เหลืออยู่ คณะกรรมการบริหารของเฮงเค็ล AG & Co. KGaA ได้ตัดสินใจที่จะเพิ่มแนวทางสำหรับปีงบประมาณ 2564

หลังจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ลดลงอย่างรวดเร็วในปี 2563 อันเป็นผลพวงมาจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้มีการคาดการณ์ว่าอุปสงค์ภาคอุตสาหกรรมจะฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในปี 2564 และความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคในหลากหลายประเภทจะกลับสู่สภาวะปกติ ในขณะที่ความไม่แน่นอนเกิดขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของอัตราการติดเชื้อและความคืบหน้าของการฉีดวัคซีน รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ เกี่ยวกับการแพร่ระบาด

จากสถานการณ์เหล่านี้ คำแนะนำของเราตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าอุปสงค์ภาคอุตสาหกรรมและพื้นที่ของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่เกี่ยวข้องกับเฮงเค็ล โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารจะฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในบางกรณี เราคาดว่าหมวดหมู่นี้ในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคของเราที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นในปี 2563 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำจะกลับมาเป็นปกติเมื่อเวลาผ่านไป

เราคาดการณ์ต่อไปว่าจะไม่มีการลือคความอย่างกว้างขวางของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอุตสาหกรรมหรือโรงงานผลิตในภูมิภาคหลักของเราซึ่งแตกต่างจากไตรมาสที่สองของปี 2563

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยเหล่านี้ เราคาดว่า**กลุ่มเฮงเค็ล**จะสร้างการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) ระหว่างร้อยละ +4.0 ถึง +6.0 ในปีงบประมาณ 2564 (คำแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ +2.0 ถึง +5.0)

สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยี ผลการดำเนินงานโดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับภาวะฟื้นตัวของอุปสงค์ในภาคอุตสาหกรรม เราคาดว่ากำไรสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ (organic sales) จะอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ +7.0 ถึง +9.0 (คำแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ +2.0 ถึง +6.0) สำหรับ**หน่วยธุรกิจบีบีดีแคร์** ปัจจุบันเราคาดการณ์การเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ อยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ +2.0 ถึง +6.0 (ไม่เปลี่ยนแปลง) ในทั้งปีความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในธุรกิจมืออาชีพน่าจะส่งผลในเชิงบวกในขณะที่ธุรกิจผู้บริโภคของเราคาดว่าจะเติบโตอย่างช้าๆ เราคาดว่า**หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน**จะมียอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ เติบโตขึ้นระหว่างร้อยละ +1.0 ถึง +3.0 (ไม่เปลี่ยนแปลง) ความต้องการที่สูงขึ้นในบางหมวดหมู่ในปีที่แล้วนั้นเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 คาดว่าจะกลับสู่ระดับปกติในช่วงปีนี้โดยมีผลต่อการเติบโตของยอดขายสุทธิที่ไม่รวมผลกระทบอื่นๆ

เราคาดว่ากำไรมีส่วนร่วมในการเติบโตของยอดขายของกลุ่มเฮงเค็ลจากการเข้าซื้อกิจการของเราในปี 2563 จะอยู่ในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียวในระดับกลาง คำแนะนำของเราไม่ได้สะท้อนถึงผลกระทบใดๆ จากการขายหรือยุติกิจกรรมทางธุรกิจ แบรินด์ และหมวดหมู่ที่ตั้งใจไว้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการพอร์ตโฟลิโอของเราในช่วงที่เหลือของปี เนื่องจากไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำว่ากิจกรรมดังกล่าวจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่และเมื่อใด การแปลงยอดขายเป็นสกุลเงินต่างประเทศคาดว่าจะมีผลในเชิงลบในช่วงตัวเลขหลักเดียวในระดับกลาง

การฟื้นตัวของอุปสงค์ที่คาดไว้โดยเฉพาะในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจมืออาชีพน่าจะส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการของเฮงเค็ลในปี 2564 ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะถูกชดเชยในระดับหนึ่งจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากราคาสสำหรับวัสดุทางตรงซึ่งเราถือว่าเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียวในระดับกลาง (คำแนะนำก่อนหน้านี้: ช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียวในระดับต่ำถึงกลาง) และจากการเปลี่ยนแปลงในทางลบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เราคาดว่า**กลุ่มเฮงเค็ล**จะสร้างส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (adjusted EBIT margin) ระหว่างร้อยละ 14.0 ถึง 15.0 (คำแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ 13.5 ถึง 14.5 เปอร์เซ็นต์)

เราคาดว่าส่วนต่างกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการจะอยู่ระหว่างร้อยละ 16.0 ถึง 17.0 (ค่าแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ 15.5 ถึง 16.5) สำหรับธุรกิจบิวตี้แคร์อยู่ระหว่างร้อยละ 10.5 ถึง 12.0 (ไม่เปลี่ยนแปลง) และสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนอยู่ระหว่างร้อยละ 14.5 และ 15.5 (ค่าแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ 15.0 ถึง 16.0)

ด้านกำไรต่อหุ้น (adjusted EPS) ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ เราคาดการณ์ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นจากตัวเลขหลักเดียวช่วงร้อยละ 8-9 เป็นเลขสองหลักในช่วงร้อยละ 15-17 (ค่าแนะนำก่อนหน้านี้: ร้อยละ +5 ถึง +15)

นอกจากนี้เรายังคาดการณ์ว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงต่อไปนี้สำหรับปี 2564:

- ปรับโครงสร้างค่าใช้จ่าย 250 ถึง 300 ล้านดอลลาร์
- กระแสเงินสดจากการลงทุนในที่ดินอาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนระหว่าง 600 ถึง 700 ล้านดอลลาร์

###

เกี่ยวกับเฮงเคิล

เฮงเคิล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจเพื่ออุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีการของเฮงเคิล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดการในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเคิลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเคิลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2563 เฮงเคิลมียอดขายมากกว่า 19,000 ล้านดอลลาร์ และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 2,600 ล้านดอลลาร์ เฮงเคิลมีพนักงานมากกว่า 53,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเคิลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ ทุนบริษัทธิของเฮงเคิลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ www.henkel.com

ข้อมูลนี้ประกอบด้วยแถลงการณ์เชิงคาดการณ์ล่วงหน้าซึ่งอ้างอิงจากการประมาณการและสมมติฐานในปัจจุบันที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารองค์กรของ Henkel AG & Co KGaA ข้อความเกี่ยวกับอนาคตมีลักษณะการใช้คำต่างๆ เช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประมาณ" และคำที่คล้ายกัน ไม่ควรเข้าใจข้อความดังกล่าวว่าเป็นรูปแบบการรับประกันว่าความคาดหวังกเหล่านั้นจะกลายเป็นความถูกต้องแต่อย่างใด

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ในอนาคตที่บรรลุได้จริงของ Henkel AG & Co KGaA และบริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ ดังนั้นจึงอาจแตกต่างอย่างมากจากข้อความคาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจุบันเหล่านี้หลายอย่างอยู่นอกเหนือการควบคุมของเฮงเคิลและไม่สามารถประมาณล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคตและการกระทำของคู่แข่งและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด เฮงเคิลไม่มีแผนหรือดำเนินการที่จะปรับปรุงข้อความคาดการณ์ล่วงหน้าใดๆ

เอกสารนี้ประกอบด้วย - ด้านการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน -
มาตรการทางการเงินเพิ่มเติมที่เป็นหรืออาจเป็นมาตรการอื่น ๆ ในการดำเนินงาน (มาตรการที่ไม่ใช่ GAAP)
มาตรการทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้ควรแยกกันหรือใช้เป็นทางเลือกอื่นในการวัดสินทรัพย์สุทธิและฐานะการเงินหรือผลการดำเนินงานของเฮงเคิลตามที่นำเสนอตามแม่บทการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบการเงินรวม บริษัทอื่น ๆ
ที่รายงานหรืออธิบายเกี่ยวกับมาตรการประสิทธิภาพทางเลือกที่คล้ายคลึงกันอาจคำนวณได้แตกต่างกัน

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้นและไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นคำแนะนำในการลงทุนหรือการเสนอขายหรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

ปฏิทินการเงิน

การเผยแพร่รายงานครึ่งปี 2564:

วันพฤหัสบดีที่ 12 สิงหาคม 2564

การเผยแพร่งบรายไตรมาสไตรมาสที่ 3 ปี 2564:

วันจันทร์ที่ 8 พฤศจิกายน 2564

ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ

แม็กกี้ แทน

เซงเคิล

โทรศัพท์ +65 6424 7045

อีเมล maggie.tan@henkel.com

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม การดาวน์โหลดข้อมูลและลิงค์สำหรับการประชุมทางโทรศัพท์:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir