**新闻稿**

2022年1月28日

进一步推动目标性增长议程的综合举措

**汉高计划将洗涤剂及家用护理业务部与化妆品/美容用品业务部合并成为全新的“消费品牌”业务部**

* **打造一个销售额约为100亿欧元的多品类增长平台**
* **持续优化消费品业务组合：明确聚焦于具有良好增长和利润潜力的核心品牌与业务，以及跨消费品类的更强大的并购基础**
* **通过合并有望实现显著协同效应和效率提升**
* **启动高达10亿欧元的股票回购计划：利用强劲的资产负债表和现金流，优化资本结构，并对未来盈利增长潜力充满信心**
* **2021年的初步业绩结果公布：有机销售额增长（OSG）7.8%，息税前利润率\*为13.4%，优先股每股收益\*（EPS）增长9.2%（按固定汇率计算）**
* **2022年业绩展望：有机销售额增长：2%至4%，息税前利润率\*：11.5%至13.5%，优先股每股收益\*（EPS）增长：-15%至5%（按固定汇率计算），反映出市场高度不确定性和波动性**
* **汉高新的中长期财务目标：有机销售额增长3%至4%，息税前利润率\*约为16%，优先股每股收益\*（EPS）增长达到中等至较高个位数百分比（按固定汇率计算，包括并购）**

**杜塞尔多夫 - 汉高今日宣布计划将其洗涤剂及家用护理业务部与化妆品/美容用品业务部合并为一个业务部门——汉高消费品牌业务部。公司将立即开始为该整合过程做准备，并计划最晚于2023年初将新的组织架构落实到位。凭借这个新的业务部，汉高将建立一个多品类增长平台，将旗下的消费品牌和业务整合在一起，其中包括许多标志性的品牌，如宝莹（Persil）和施华蔻（Schwarzkopf），以及专业美发业务。**

**汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔（Carsten Knobel）表示：“我们将整合我们的消费品业务，从而建立一个强大的综合业务部，以此作为未来盈利增长的基础。整合后的消费品牌业务部将为汉高、我们的股东、客户和相关团队带来显著收益，并将有利于在不断变化的行业中积极塑造未来。”**

**“我们正在打造一个销售额约为100亿欧元的多品类平台。这将为进一步优化和塑造我们的产品组合，从而实现更高的增长和利润率奠定更广泛的基础。我们还将获得显著的协同效应和效率提升，使我们能够释放资源，其中部分将用于对我们的战略优先事项，如创新、可持续发展和数字化方面进行有针对性的投资。我们将成为更具吸引力的雇主品牌，在这个令人兴奋的行业中提供更好的职位和更多的发展机遇。总之，我确信这一合并将使我们的目标性增长议程更上一层楼。”**

**此次合并旨在推动消费品业务和公司的增长与盈利能力。这也反映在汉高制定的新的中长期财务目标上：公司当前的目标是实现3%至4%的有机销售额增长，约为16%的调整后息税前利润率，以及中等至较高个位数百分比的调整后优先股每股收益增长（按固定汇率计算，包括并购）。**

**强大的平台：聚焦于具有良好增长和利润潜力的业务组合**

在2021年底完成的积极的业务组合管理之外，汉高消费品牌业务部将使公司有机会更好地获得有机和无机增长的潜力，并聚焦于具有良好增长和利润潜力的产品。

进一步的业务组合管理措施将包括撤资或终止非核心品牌和业务，以及在整个消费品领域的品类中进行收购。与化妆品/美容用品产品组合有关的首批措施将在2022年内实施。

**创造规模：显著的协同效应和效率提升**

通过整合这两个业务部，汉高将创造出更大的规模，使公司能够获得显著的协同效应，变得更为高效和灵活，并帮助公司在高度动荡的环境中更快更灵活地采取行动。预计将会在行政、分销、营销和供应链等领域产生协同效应。

这将使新的消费品牌业务部能够释放资源进行更大的投资，并将这些投资更有针对性地用于提升战略能力，例如数字化研发、电子商务能力或围绕可回收包装的可持续发展计划。这些协同效应还将用于加强该业务部的盈利能力。

**联合团队：更精简的架构、更快的决策和有吸引力的机遇**

新的业务部将采用针对所有消费品类的零售商、贸易或渠道合作伙伴的综合方法，以客户和渠道为中心进行组建。

在统一的领导下，合并后的团队将专注于以更精简的架构和更快的决策速度推进整个消费品业务。在合并后的业务部，汉高将提供更好的职位和更大的机遇，从而成为对团队、领导者、人才和新员工都更具吸引力的雇主。

**新的消费品牌业务部的清晰领导架构**

整合过程与合并后的新部门将由现任汉高化妆品/美容用品业务部执行副总裁的沃尔夫冈•柯尼希（Wolfgang König）（49岁）所领导。自2011年起担任汉高洗涤剂及家用护理业务部执行副总裁的布鲁诺·皮亚琴察（Bruno Piacenza）（56岁）将继续领导洗涤剂及家用护理业务，与沃尔夫冈•柯尼希就过渡过程进行密切合作，并在汉高工作至2022年底。

汉高股东委员会和监事会主席白舒曼（Simone Bagel-Trah）博士称：“我谨代表汉高股东委员会和监事会祝愿沃尔夫冈•柯尼希在新的岗位上一切顺利。他在消费品、家居和个人护理行业具有国际管理和领导经验。这些对于与新的领导团队一起成功组建并发展我们新的消费品牌业务部具有非常重要的价值。”

“我还要衷心感谢布鲁诺·皮亚琴察。他在汉高工作了30多年，并在超过11年的时间里作为执行副总裁领导我们的洗涤剂及家用护理业务部。得益于他的热情和专业能力，我们的顶级品牌和业务在此期间实现了成功的发展。我们非常感谢他所付出的努力和贡献，很高兴他将与沃尔夫冈•柯尼希合作以确保实现高效的过渡过程。”

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔补充道：“在沃尔夫冈•柯尼希的领导下，合并后的团队将专注于以更精简的架构和更快的决策速度推进整个消费品牌业务部的发展。我还要对布鲁诺·皮亚琴察以及他在汉高30多年中取得的众多成就表示赞赏与感谢。”

**高达10亿欧元的股票回购计划**

汉高还启动了一项总金额最高达10亿欧元的股票回购计划。汉高将回购总价最高为8亿欧元的优先股和总价最高为2亿欧元的普通股。根据当前的股价，这约等于公司股本的3%。该计划预计将于2022年2月开始，最迟将于2023年3月31日前执行，由一家银行通过股市实施。2019年4月，年度股东大会授权汉高管理委员会收购占股本最多10%的库存股。汉高有意将回购股份先作为库存股持有，保留注销这些股票及相应减少股本的权利。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔称：“通过这个计划，我们正在为我们的股东创造价值，并巩固我们对自身财务实力和未来业务潜力的信心。鉴于我们强劲的资产负债表和低债务水平，以及强大的现金流，这不会影响我们在消费品牌和粘合剂技术业务部进行战略收购的能力。”

**汉高公布2021年初步财务数据**

根据初步财务数据显示，汉高在2021财年取得了总体良好的业绩。这一表现主要是由粘合剂技术业务部的两位数增长所推动的，而新冠疫情的持续，尤其是原材料价格的急剧上涨和供应链的紧张，影响了盈利情况。

根据初步数据，**汉高集团**2021财年的**销售额**增至200.66亿欧元。有机销售额增长7.8%。**粘合剂技术业务部**的销售额为96.41亿欧元。有机销售额实现两位数增长，达到13.4%。**化妆品/美容用品业务部**的销售额为36.78亿欧元，有机销售额增长1.4%。**洗涤剂及家用护理业务部**的销售额增长至66.05亿欧元，有机销售额增长3.9%。对于汉高，**调整后的销售回报率（息税前利润率）**为13.4%。粘合剂技术业务部调整后的销售回报率为16.2%。化妆品/美容用品业务部调整后的销售回报率为9.5%，而洗涤剂及家用护理业务部调整后的销售回报率为13.7%。**集团调整后的优先股每股收益（EPS）**增至4.56欧元，增长率为9.2%（按固定汇率计算）。以上均为初步数据。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔表示：“尽管业务环境充满挑战，全球供应链遭遇前所未有的中断，原材料出现短缺和价格大幅飙升，但在所有业务部门的努力下，我们仍取得了总体良好的业绩，实现了显著的有机增长、稳定利润率和非常强劲的每股收益增长。这是汉高全球团队取得的成就，我们再次实现了突破，从而保持业务正常运转，为全球客户和消费者提供服务。”

**2022财年展望**

考虑到当前对市场环境的评估，尤其是原材料市场和供应链持续紧张的局面，以及相关直接材料成本进一步上涨的情况下，汉高公布了**对2022财年的业绩展望**（基于当前三个业务部的架构）。

**汉高**预计2022年集团有机销售额增长将在2%至4%之间。对于**粘合剂技术业务部**，汉高预计2022年有机销售额增长将在5%至7%之间。对于**化妆品/美容用品业务部**，预计将出现有机销售负增长，在-5%至-3%之间，主要是由于已经决定并正在实施的优化业务组合的措施，其中包括停止不属于未来核心业务的活动，这占到该业务部2021年销售额的5%左右。对于**洗涤剂及家用护理业务部**，汉高预计有机销售额增长为2%至4%。

集团**调整后的销售回报率（息税前利润率）**预计在11.5%至13.5%之间。对于**粘合剂技术业务部**，汉高预计调整后的销售回报率在15%至17%之间，**化妆品/美容用品业务部**在7.5%至10%之间，**洗涤剂及家用护理业务部**在10.5%至13%之间。

在集团层面，汉高预计**调整后的优先股每股收益（EPS）**在-15%至5%之间（按固定汇率计算），这反映出市场的高度不确定性和波动性。

**新的中长期财务目标**

凭借其新的多品类平台和整合的消费品团队，汉高将推动消费品业务和集团的增长及盈利能力。作为新的中长期财务目标的一部分，汉高旨在使其**消费品牌业务部**能够持续提高增长和利润率，并实现3%至4%的有机销售额增长以及15%左右的调整后息税前利润率。对于**粘合剂技术业务部**，汉高的目标是实现3%至5%的有机销售额增长，并将调整后的息税前利润率保持在17%至19%。

基于此，汉高为**集团**制定了中长期目标，即实现3%至4%的有机销售增长，调整后的息税前利润率约为16%，调整后的优先股每股收益（EPS）增长率为中等至较高个位数百分比（按固定汇率计算，包括收购）。与此同时，汉高将继续专注于扩大自由现金流。

**后续举措**

鉴于合并计划也将对全球范围内的两个业务部的员工产生影响，因此汉高将尽快启动与相应员工代表的信息沟通和咨询流程。

有关2021财年业务发展和2022财年业绩展望的更多详细信息，以及公司目标性增长战略议程的进展和后续措施的最新信息，将在2022年2月23日的分析师与媒体发布会上公布。

有关两个消费品业务部整合过程的更多信息以及计划进行的业务组合管理措施，包括预期的协同效应和重组费用，将与2022年5月5日的第一季度报告一同发布。

消费品牌和粘合剂技术两大业务部的最新详情将在2022年的投资者大会上公布。

*\*对一次性费用和收入以及重组费用进行了调整*

关于汉高

汉高在全球范围内经营均衡且多元化的业务组合。通过强大的品牌、卓越的创新和先进的技术，公司在工业和消费领域的三大业务板块中确立了领先地位。汉高粘合剂技术业务部是全球粘合剂市场的领导者，服务于全球各行各业。洗涤剂及家用护理以及化妆品/美容用品两大业务也是各国市场和众多应用领域中的领先品牌。公司成立于1876年，迄今已有140多年光辉历史。2021年，汉高实现销售额逾200亿欧元。汉高在全球范围内约有5.3万名员工，在强大的企业文化、共同的企业目标与价值观的引领下，他们融合为一支热情、多元化的团队。作为企业可持续发展的表率，汉高在许多国际性指数和排行榜中名列前茅。汉高的优先股已列入德国DAX指数。更多资讯，敬请访问[www.henkel.com](file:///C%3A%5CUsers%5Cfischerl%5CAppData%5CLocal%5CMicrosoft%5CWindows%5CINetCache%5CContent.Outlook%5C2MGCYH4Y%5Cwww.henkel.com)。

本文件所含前瞻性表述乃汉高股份及两合公司管理层基于现有的预测和假设。前瞻性表述的特点是使用诸如期望、打算、计划、预测、假设、相信、预计、预期、预见和类似的表述。该等表述在任何情况下都不应该被理解成保证该等预期的准确无误。汉高股份及两合公司及其关联公司实际实现的未来业绩和结果取决于一系列的风险和不确定性，因此可能与前瞻性表述有明显差别。很多因素，例如未来的经济环境和竞争者行为以及市场上其他参与者的行为，均在汉高的控制之外，无法准确预计。汉高不计划也不承诺更新前瞻性表述。

本文件在适用的财务报告框架中未明确界定的补充性财务计量指标，这些指标是或可能是替代性财务表现计量（非公认会计原则）。这些补充财务计量指标是根据综合财务报表中适用的财务报告框架提出的，不应被孤立看待，也不应被视为汉高净资产、财务状况或运营结果的替代计量指标。其他公司对于报告或描述类似项目的替代性财务计量指标，可能使用不同的计算方法。

本文件仅供参考，并不构成任何对证券的投资建议、出售要约或购买要约。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |