2022年4月29日

汉高根据初步数据公布第一季度销售业绩

汉高在第一季度实现了显著的有机销售额增长，并更新2022全年的财务预期

* **集团有机销售额增长7.1%，达到约53亿欧元**
	+ **粘合剂技术业务部：有机销售额实现两位数增长，达到10.7%**
	+ **化妆品/美容用品业务部：有机销售额略微下降1.2%**
	+ **洗涤剂及家用护理业务部：有机销售额强劲增长4.9%**
* **更新2022财年展望 – 预计直接原材料和物流成本将出现巨幅上涨，俄罗斯和白俄罗斯业务活动的中止也将产生重大影响**
	+ **有机销售额增长：3.5% - 5.5%**
	+ **调整后的销售回报率（息税前利润率）\*：9.0% - 11.0%**
	+ **调整后的优先股每股收益（EPS）\* 按固定汇率计算：
	下降区间为-35%至-15%之间**

**杜塞尔多夫 –** 根据初步数据，汉高第一季度的总销售额约为53亿欧元。与之相对应的，有机销售额显著增长7.1%，而市场平均预期为4.3%。这一增长主要是由非常强劲的价格上涨以及略有下降的销量所驱动。

第一季度销售额的增长主要由**粘合剂技术业务部**推动，根据初步数据，该业务部在第一季度实现了10.7%的两位数有机销售额增长。所有业务领域均实现了增长。

根据初步数据，**化妆品/美容用品业务部**的有机销售额略微下降1.2%。美发沙龙业务实现了两位数的有机销售额增长。正如预期的那样，消费品业务的增长低于去年水平，主要是由于实施了此前宣布的2022年产品组合管理措施所致。

根据初步数据，在洗涤剂业务显著增长的推动下，**洗涤剂及家用护理业务部**实现了4.9%的强劲有机销售额增长。相比之下，家用护理业务在第一季度的有机销售额略有下滑。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔（Carsten Knobel）表示：“尽管汉高第一季度的整体销售业绩非常好，但整体经济环境自年初以来持续急剧恶化。全球新冠疫情的影响导致原材料市场和全球供应链异常紧张，而乌克兰战争又明显加剧了这种局面。因此，原材料和物流的价格再次大幅上涨。此外，在乌克兰战争局势发展的背景下，我们于4月中旬决定中止在俄罗斯的业务活动。此外，我们也已决定中止在白俄罗斯的业务活动。这将影响超过2,500名员工，并对年度总销售额造成了约10亿欧元的影响。”

“由于这些事态的发展，我们现在预计在今年剩余的时间里，我们的收益将面临比年初更大的压力。因此，我们相应地更新了我们全年的展望。”卡斯滕·诺贝尔进一步解释到。就**原材料价格**而言，汉高现在预计与2021年的平均水平相比，全年将上涨25%左右。此前预计为略高于10%的上涨。“这将造成全年约20亿欧元的额外成本。是我们在一月底估计的两倍。我们未曾看到过这种幅度的上涨。我们正通过有针对性的对策应对这些事态的发展，尤其是进一步提高价格和效率。”

汉高现在预计**2022财年集团层面的有机销售额增长**为3.5% - 5.5%（此前为：2.0 - 4.0%）。这一更强劲的有机销售额增长将主要由**粘合剂技术**业务部推动，汉高现在预计该业务部门有机销售额增长为8.0% - 10.0%（此前为：5.0 - 7.0%），这主要是由于较高的原材料和物流成本转嫁为价格上涨所驱动。**化妆品/美容用品业务部**和**洗涤剂及家用护理业务部**的有机销售额增长预期保持不变。

对于**化妆品/美容用品业务部**，有机销售额预计将下降5.0% - 3.0%。正如此前所宣布的那样，下降主要是由于已经决定并正在实施改进产品组合的措施，其中包括停止不属于未来核心业务的活动。对于**洗涤剂及家用护理业务部**，汉高预计有机销售额增长仍为2%至4%。鉴于汉高决定中止在俄罗斯和白俄罗斯的业务，从第二季度开始，这些国家将被排除在汉高的有机销售额增长统计之外。”

除了中止在俄罗斯和白俄罗斯的业务活动所造成的影响以外，本财年无法完全抵消的直接原材料和物流价格的大幅上涨对收益的影响比先前预期的更大。

对于**汉高集团**而言，**调整后的销售回报率（息税前利润率）**现在预计为较低区间9.0%至11.0%（此前为：11.5%至13.5%）。对于**粘合剂技术业务部**，汉高预计调整后的销售回报率为13.0%至15.0%（此前为：15.0%至17.0%），**化妆品/美容用品业务部**为5.0%至7.0%（此前为：7.5%至10.0%），**洗涤剂及家用护理业务部**为7.0%至9.0%（此前为：10.5%至13.0%）。

对于以固定汇率计算的**调整后优先股每股收益（EPS）**，汉高现在预计下降幅度为-35%至-15%（此前为：-15%至+5%）。

这一新财务展望基于的假设为，乌克兰战争的影响不会显著恶化，并且工业和零售业不会因新冠疫情而重新出现大规模的业务停止和生产关闭的情况。

卡斯滕·诺贝尔说到：“尽管外部环境异常艰难，我们仍追求目标性增长战略。在粘合剂技术业务领域，我们是全球领导者，为许多重要行业提供创新解决方案，并明确专注于移动性、连接性和可持续性等未来趋势。通过将我们的洗涤剂及家用护理以及化妆品/美容用品这两项消费品业务合并为汉高消费品牌业务部，我们正在创建一个销售额约为100亿欧元的多品类平台。我们未来的消费品牌业务预计最迟将在2023年初建立，为更一致地优化我们的产品组合并实现更高的增长和利润率提供更广泛的基础。”

汉高将于5月5日发布2022年第一季度的财报，并将如此前宣布的那样，披露有关两个业务部整合过程的进一步信息以及计划中的产品组合管理措施，包括预期的协同效应和重组费用。

\*对一次性费用和收入以及重组费用进行了调整。