

# 2022 年第三季度财报

7 月 - 9 月

汉高上调 2022 财年展望

## 汉高成功保持增长势头，第三季度销售额实现两位数增长

- 集团报告有机销售额增长 **11.3%**，达到约 **60 亿欧元**（名义增长率为 **17.3%**），创历史新高，所有三个业务部都对此做出贡献：
  - 粘合剂技术业务部有机销售额实现两位数增长，达到 **16.8%**，名义增长 **22.6%**
  - 化妆品/美容用品业务部录得有机销售额增长 **0.9%**，名义增长 **8.4%**
  - 洗涤剂及家用护理业务部有机销售额显著增长 **7.3%**，名义增长 **13.2%**
- 新兴市场销售额的增长达两位数，成熟市场的增长亦十分强劲
- 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消费品牌业务部较计划有所提前
- **2022 财年展望**：基于持续强劲的业绩，汉高上调销售额及利润预期

杜塞尔多夫，2022 年 11 月 8 日 - 汉高在 **2022 财年第三季度**成功保持了增长势头，**集团销售额**达到约 60 亿欧元。得益于各地区各业务部门的表现，在第三季度，有机销售额实现两位数涨幅，增长达 11.3%，季度销售额创历史新高。由于消费品业务的原因，整体销量同比有所下降。名义销售额增长 17.3%。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔（Carsten Knobel）表示：“在一个仍然极具挑战性的市场环境中，我们继续推动执行公司的战略，销售额实现了两位数的显著增长。尤为喜人的是，所有业务部和地区都为这一强劲的业绩表现做出了贡献，特别是粘合剂技术业务部在第三季度实现了显著的两位数销售额增长。”

第三季度两位数的销售额增长进一步证明了我们稳健和平衡的成功品牌，以及创新技术的力量。我们一直在推动实施产品组合的优化措施，继续执行严格的成本管理，并致力于进一步提高效率。此外，随着我们将两个消费品业务部进行整合，我们在实施新架构方面的进度较计划时间表有所提前。强劲的业绩背后是我们全球团队的力量支撑，大家的杰出贡献对汉高在这个充满挑战的时代取得长期成功来说至关重要。”

汉高第三季度两位数的销售额增长主要由**粘合剂技术业务部**推动。所有业务领域都取得了显著或两位数的有机销售额增长。

尽管实施了此前宣布的产品组合调整措施，**化妆品/美容用品业务部**在第三季度依旧取得了积极的有机销售额增长。专业线和零售线业务领域均对这一业绩做出了贡献。

**洗涤剂及家用护理业务部**实现了显著的有机销售额增长，这主要由洗涤剂领域推动。

就地区而言，在第三季度，所有地区都实现了有机销售额增长。集团强劲的销售业绩主要由新兴市场推动，所有地区都呈现出两位数的有机销售额增长率。

展望 2022 财年剩余的时间，卡斯滕·诺贝尔评论到：“我们正处于一个具有高度波动性，充满不确定性的商业环境中。在原材料和能源成本增加的总体通胀环境下，我们在前九个月取得了强劲的业绩表现。在此背景下，我们提高了 2022 年全年的销售额和利润预期。”

在集团层面，汉高现在预计有机销售增长率为 7.0%至 8.0%（此前为：5.5%至 7.5%），调整后的销售回报率为 10.0%至 11.0%（此前为：9.0%至 11.0%）。对于按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 25%至 15%（此前为：35%至 15%）。

## 集团业绩表现

**2022 年第三季度**，集团销售额名义增长 17.3%，达到 59.76 亿欧元。有机销售额（即根据汇率和收购/撤资进行调整后）增长 11.3%。在集团层面，这一增长由价格所驱动，各业务部间的销量增长情况则各有不同。收购和撤资致使销售额下降 0.6%。与此相对，汇率因素推动销售额增长 6.6%。

**2022 年前九个月**，销售额名义增长 12.5%，达到 168 亿欧元。由于销量下滑的同时价格上涨，汉高有机销售额增长 9.7%。

**新兴市场**在第三季度实现了 18.6%的两位数有机销售额增长。**成熟市场**录得 5.6%的有机销售额增长。东欧地区的销售额增长 25.2%。2022 年第三季度，非洲/中东地区和拉美地区分别实现有机销售额增长 13.2%和 22.5%。亚太地区的有机销售额增长达到 13.0%。西欧地区的有机销售额显著增长 3.9%。北美地区实现有机销售额增长 7.1%。

**2022 年前九个月**，新兴市场有机销售额增长 14.8%，而成熟市场则增长 5.5%。

## 粘合剂技术业务部业绩表现

**2022 年第三季度**，粘合剂技术业务部销售额名义增长 22.6%，达到 29.95 亿欧元。有机销售额（即根据汇率和收购/撤资进行调整后）增长 16.8%。在价格出现两位数上涨的同时，销量也小幅增加。收购/撤资导致销售额下降 1.9%，而外汇因素促使销售额增长 7.7%。

**2022 年前九个月**，粘合剂技术业务部销售额名义增长 17.6%，达到 84.62 亿欧元。有机销售额增长 13.7%。所有地区和业务领域的价格均持续大幅上涨。

从地区角度来看，与去年第三季度相比，粘合剂技术业务部在**新兴市场**实现两位数销售额增长。这是由所有地区的两位数增长所推动，其中来自包装和消费品，以及汽车和金属业务领域的贡献尤为突出。

在**成熟市场**，所有地区均实现两位数有机销售额增长。在北美和西欧地区，汽车和金属业务领域的增长最为强劲。亚太地区的成熟市场实现两位数销售额增长，主要由电子和工业以及包装和消费品业务领域所推动。

## 化妆品/美容用品业务部业绩表现

**2022 年第三季度**，化妆品/美容用品业务部的**销售额名义**增长 8.4%，至 10.13 亿欧元。**有机**销售额（即根据汇率和收购/撤资进行调整后）较去年同期增长 0.9%。虽然销量有所下滑，该业务部在价格上有两位数的上涨幅度。外汇因素促使销售额增长 5.9%，而收购/撤资则促使销售额进一步增长 1.6%。

**2022 年前九个月**，化妆品/美容用品业务部**销售额**同比**名义**增长 2.9%，达到 28.55 亿欧元。受价格因素推动，**有机**销售额增长 0.6%。

在**零售线**业务领域，我们在 **2022 年第三季度**实现有机销售额正增长，主要由两位数的价格涨幅所驱动，抵消了因实施已宣布的产品组合优化措施和需求波动所导致的销量下滑。整体而言，美发品类录得非常强劲的有机销售额增长，所有业务都有所贡献。美发业务实现了两位数的有机销售额增长，延续了近几个季度的疫后复苏的势头。在新兴市场的推动下，染发剂和护发业务的有机销售业绩增长强劲。身体护理品类的销售业绩同比下滑，主要是由于此前宣布的产品组合优化措施所致。

在第三季度，**专业线**业务领域在上半年强劲业绩的基础上，实现良好的有机销售额增长，其中新兴市场两位数增长带来的推动尤为显著。

第三季度，**新兴市场**的销售额增长显著。除非洲/中东地区外的所有地区对这一业绩均有所贡献。亚洲（不包括日本）、拉丁美洲和东欧地区的有机销售额均实现两位数增长。

**成熟市场**的有机销售额总体上同比下降，主要是由于在西欧和北美市场的下滑。相比之下，亚太地区的成熟市场销售额增长显著。

## 洗涤剂及家用护理业务部业绩表现

洗涤剂及家用护理业务部在 **2022 年第三季度**的**销售额**为 19.02 亿欧元，与去年同期相比**名义**增长 13.2%。该业务部**有机**销售额（即根据汇率和收购/撤资进行调整后）强劲增长 7.3%。这主要是由于价格出现两位数上涨，同时销量下降。外汇因素促使销售额增长 5.5%。收购/撤资促使销售额增长 0.4%。

**2022 年前九个月**，洗涤剂及家用护理业务部**销售额****名义**增长 8.9%，达到 53.96 亿欧元。受价格因素推动，**有机**销售额显著增长 7.4%。

**2022 年第三季度**，衣物洗护领域实现两位数的有机销售额增长，这主要是由重垢洗涤剂和特种洗涤剂品类的两位数增长所推动。我们的核心品牌宝莹（Persil）和绮纺（Perwoll）分别实现两位数增长。

**家用护理**业务领域的有机销售额在第三季度总体持平，尤其得益于我们洗碗产品玉莹（Pril）和 Somat 品牌系列的持续强劲业绩。相比之下，硬表面清洁剂和厕所清洁剂品类的销售业绩出现下滑，原因是在去年同期为应对新冠疫情而增长的卫生产品需求回复常态。

**新兴市场**在第三季度实现了两位数有机销售额增长。东欧、非洲/中东和拉美地区分别贡献了两位数的有机销售额增长。

**成熟市场**在第三季度总体显示出良好的有机销售额增长。北美地区的有机销售额增长良好，而西欧地区则持平。在亚太地区的成熟市场，销售额增长显著。

## 集团净资产及财务状况

报告期内，集团净资产和财务状况与 2022 年 6 月 30 日相比未发生重大变化。

## 汉高集团展望

根据 2022 年前九个月的业务发展情况以及截至本财年末的假设，汉高股份有限及两合公司管理委员会决定更新 2022 财年的财务预期。

汉高现在预计，2022 财年**集团层面的有机销售额**增长为 7.0%至 8.0%（此前为：5.5%至 7.5%）。

对于**粘合剂技术**业务部，汉高预计有机销售额增长幅度为 11.0%至 12.0%（此前为：10.0%至 12.0%）。对于**化妆品/美容用品**业务部，汉高预计有机销售额增长的下滑幅度为 1.0%至 0.0%（此前为：3.0%至 1.0%），主要缘于此此前宣布的产品组合优化措施。对于**洗涤剂及家用护理**业务部，汉高预计有机销售额增长幅度为 5.5%至 6.5%（此前为：4.0%至 6.0%）。

在**汉高集团**层面，**调整后的销售回报率（息税前利润率）**现在预计为 10.0%至 11.0%（此前为：9.0%至 11.0%）。汉高目前预计**粘合剂技术**业务部调整后销售回报率为 13.5%至 14.5%（此前为：13.0%至 15.0%），**化妆品/美容用品**业务部为 7.5%至 8.5%（此前为：5.0%至 7.0%），对于**洗涤剂及家用护理**业务部，调整后的销售回报率为 8.0%至 9.0%（此前为：7.0%至 9.0%）。

对于按固定汇率计算的**调整后优先股每股收益（EPS）**，汉高现在预计下降幅度为 25%至 15%（此前为：35%至 15%）。

此外，我们对 2022 年的其他预期如下：

- 重组费用为 4.5 亿至 5 亿欧元（不变）
- 投资于不动产、厂房和设备以及无形资产的现金流出为 6.5 亿欧元左右（此前为 7 亿欧元左右）

该财务预期仍基于以下假设，即工业和零售业不会出现新的与疫情有关的广泛性业务和生产中断情况，以及乌克兰战争的影响不会明显恶化。此外，汉高的财务预期所基于的假设还包括工业领域不会因欧洲的天然气短缺而停产。

## 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。在洗涤剂及家用护理以及化妆品/美容用品两大业务板块中，汉高也在各国市场和众多应用领域中具有领先地位。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，调整后营业利润达 27 亿欧元左右。汉高在全球范围内约有 5.2 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](http://www.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。

## 媒体联系人

### Amy Zhou

电话: +86 21 2891 5345

邮件: [amy.zhou@henkel.com](mailto:amy.zhou@henkel.com)