2024年2月1日

在极具吸引力的市场进一步加强头发护理业务

汉高拟收购沙宣大中华区业务

* 以沙龙为灵感的知名品牌，填补高端零售市场的空白，补充现有的业务组合
* 推动汉高中国消费品牌业务的发展迈上新台阶
* 收购将显著提升汉高消费品牌在大中华区头发护理市场的影响力

**杜塞尔多夫 - 汉高宣布已与宝洁集团签署协议，将收购沙宣品牌及其大中华区相关头发护理业务。**

作为知名美发品牌，沙宣在零售市场以沙龙灵感形象为特色。沙宣的加入将补充汉高消费品牌在中国本土的业务组合，填补高端零售市场的空白。沙宣的产品组合侧重于高端头发护理领域，包括洗发水、护发素，同时还提供造型和护理产品。这一业务在中国市场占据重要地位，在2022/2023财年实现超过2亿欧元的销售额。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔（Carsten Knobel）表示：“作为汉高目标性增长战略框架的重要部分，我们正在进行有针对性的收购，以积极塑造和加强我们的业务组合。此次交易将推动汉高中国消费品牌业务的发展迈上新台阶，在这个极具吸引力且不断增长的市场中，为我们提供了进一步扩大核心业务规模的机会。”

“我们很高兴有机会将这个强大的品牌纳入我们的产品组合。它完全符合我们的战略重点，即在现有的专业和零售品牌之外，扩大我们在美发领域的版图。通过此次收购，我们能够为中国的消费者提供施华蔻、施华蔻专业、资生堂专业以及沙宣的全套美发创新产品组合。”汉高消费品牌业务部执行副总裁沃尔夫冈·柯尼希（Wolfgang König）表示。

汉高消费品牌业务亚洲区总裁董万青（David Tung）表示：“汉高消费品牌已经在亚洲拥有强大的影响力，并为在该地区的进一步扩张做好了准备。此次收购不仅扩大了我们的影响力，更彰显了我们对这一充满活力市场的长期承诺。我们将共同重新定义未来的亚洲美学。”

此次收购交易受制于约定的交割条件，包括监管部门批准。

关于汉高

汉高凭借其品牌、创新和技术，在全球工业和消费品领域中拥有领先的市场地位。汉高粘合剂技术业务部是全球粘合剂、密封剂和功能性涂层市场的领导者。汉高消费品牌在各国市场和众多应用领域中具有领先地位，在头发护理、洗涤剂及家用护理领域尤为突出。乐泰（Loctite）、宝莹（ Persil）和施华蔻（Schwarzkopf）是公司的三大核心品牌。2022财年，汉高实现销售额逾220亿欧元，调整后营业利润达23亿欧元左右。 汉高的优先股已列入德国DAX指数。可持续发展在汉高有着悠久的传统，公司确立有明晰的可持续发展战略和具体目标。汉高成立于1876年，如今，汉高在全球范围内约有5万名员工，在强大的企业文化、共同的价值观与企业目标“Pioneers at heart for the good of generations”的引领下，融合为一支多元化的团队。更多资讯，敬请访问[www.henkel.com](http://www.henkel.com)。

本文件所含提及未来业务发展、财务业绩及其他与汉高未来相关的事件或发展的声明，由此构成前瞻性声明。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。这些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。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（包括正面和负面差异）。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**

姓名：Beth Ze

邮箱：beth.ze@henkel.com

姓名：July Fan

邮箱：july.fan@henkel.com