

รายงานรายไตรมาสสำหรับไตรมาส 1 ปี 2024

มกราคม-มีนาคม

ปีงบประมาณ 2024 เริ่มต้นได้ดีมาก

Henkel มีการเติบโตของยอดขายจากภายในอย่างแข็งแกร่ง ในไตรมาสแรก

- ยอดขายของกลุ่มบริษัท: ประมาณ 5.3 พันล้านยูโร การเติบโตจากภายใน 3.0 เปอร์เซ็นต์
- การเพิ่มขึ้นของยอดขายจากภายในเป็นผลมาจากหน่วยธุรกิจทั้งสองหน่วย:
 - เทคโนโลยีการ: การเติบโตของยอดขายจากภายในเป็นไปในเชิงบวกที่ 1.3 เปอร์เซ็นต์
 - คอนซูเมอร์แบรนด์: การเติบโตของยอดขายจากภายในอยู่ในระดับที่แข็งแกร่งมากที่สุดที่ 5.2 เปอร์เซ็นต์
- การเข้าซื้อกิจการ Seal for Life Industries และ Vidal Sassoon ในประเทศจีนเสร็จสิ้นก่อนเวลาที่คาดไว้
- การดำเนินงานตามแผนการเติบโตเชิงกลยุทธ์ยังคงคืบหน้าต่อไป
- แนวโน้มของปีงบประมาณ 2024 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม:
 - การเติบโตของยอดขายจากภายใน: 2.5 ถึง 4.5 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้า: 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์)
 - ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว: 13.0 ถึง 14.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้า: 12.0 ถึง 13.5 เปอร์เซ็นต์)
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS) ที่ปรับแล้ว: เพิ่มขึ้นในช่วง +15.0 ถึง +25.0 เปอร์เซ็นต์ ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (ก่อนหน้า: +5.0 ถึง +20.0 เปอร์เซ็นต์)

Düsseldorf 8 พฤษภาคม 2024 - ในไตรมาสแรกของปี 2024 Henkel

บรรลุเป้าหมายยอดขายของกลุ่มบริษัทที่ประมาณ 5.3

พันล้านยูโรและมีการเติบโตของยอดขายจากภายในอย่างแข็งแกร่งที่ 3.0 เปอร์เซ็นต์

การเพิ่มขึ้นนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาราคาในเชิงบวกของทั้งสองหน่วยธุรกิจ

การพัฒนาปริมาณในระดับกลุ่มซึ่งยังคงได้รับผลกระทบจากมาตรการของพอร์ตโฟลิโอในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ของปี 2023 ในแง่ของตัวเลขยอดขายลดลง -5.2 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้า

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขายภายใต้กิจกรรมทางธุรกิจในรัสเซียและผลกระทบในแง่ลบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

"เราเริ่มต้นปีนี้ได้ดีมาก นอกจากนี้ เรายังสามารถปิดการเข้าซื้อกิจการของ Seal for Life Industries และ Vidal Sassoon ในประเทศจีนได้เร็วกว่าที่คาดไว้ ซึ่งจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจของเราต่อไป" Carsten Knobel ซีอีโอของ Henkel กล่าว "เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์เหล่านี้ เราจึงได้เพิ่มแนวโน้มทางด้านยอดขายและผลกำไรสำหรับปี 2024 ขึ้นอย่างมากในสัปดาห์ที่ผ่านมา สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า เรามีกลยุทธ์ที่ชัดเจนซึ่งเรากำลังปฏิบัติตามอย่างเข้มงวด เราทำได้ตามที่เราให้สัญญาเอาไว้ และเราอยู่บนเส้นทางที่ถูกต้องสำหรับการเติบโตที่จะสร้างผลกำไรมากขึ้น"

การเติบโตของยอดขายจากภายในที่เป็นไปในเชิงบวกของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีภายในไตรมาสแรกเป็นผลมาจากการเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งในภาคธุรกิจการขับเคลื่อนและอิเล็กทรอนิกส์ การเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งมากในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ได้รับแรงผลักดันจากทุกภาคส่วนของธุรกิจ โดยธุรกิจที่มีส่วนผลักดันมากเป็นพิเศษคือธุรกิจเส้นผม

ผลการดำเนินงานด้านการขายตามหน่วยธุรกิจ

| หน่วยล้านยูโร | ยอดขาย | | +/- | จากภายใน |
|------------------|---------------|---------------|-------|----------|
| | ไตรมาส 1/2023 | ไตรมาส 1/2024 | | |
| Henkel Group | 5,609 | 5,317 | -5.2% | 3.0% |
| เทคโนโลยีภายใน | 2,791 | 2,677 | -4.1% | 1.3% |
| คอนซูเมอร์แบรนด์ | 2,772 | 2,605 | -6.0% | 5.2% |

ผลการดำเนินงานด้านยอดขายของกลุ่มบริษัท

ยอดขายของกลุ่มบริษัทในไตรมาสแรกของปี 2024 รวมอยู่ที่ 5,317 ล้านยูโรซึ่งเป็นการลดลงเล็กน้อยที่ -5.2 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้า (5,609 ล้านยูโร) ยอดขายจากภายใน (เช่น มูลค่าที่ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน) เพิ่มขึ้น 3.0 เปอร์เซ็นต์

การเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งในระดับกลุ่มบริษัทเป็นผลมาจากการกำหนดราคา การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนทำให้ยอดขายลดลง -4.3 เปอร์เซ็นต์

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลเชิงลบต่อการเติบโตของยอดขาย -3.9 เปอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานด้านยอดขายของกลุ่มบริษัท

| หน่วยล้านยูโร | ไตรมาส 1/2023 | ไตรมาส 1/2024 |
|--|------------------|------------------|
| ยอดขาย | 5,609 | 5,317 |
| ความแตกต่างเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า | 6.4% | -5.2% |
| อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 0.9% | -3.9% |
| ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 5.5% | -1.3% |
| การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน | -1.1% | -4.3% |
| จากภายใน | 6.6% | 3.0% |
| จากการกำหนดราคา | 12.0% | 3.4% |
| จากปริมาณ | -5.4% | -0.4% |

การเติบโตของยอดขายจากภายในของภูมิภาคยุโรปคิดเป็น 2.5 เปอร์เซ็นต์ในไตรมาสแรก ในภูมิภาค IMEA ยอดขายจากภายในเพิ่มขึ้น 26.9 เปอร์เซ็นต์ ภูมิภาคอเมริกาเหนือมียอดขายจากภายในติดลบที่ -3.0 เปอร์เซ็นต์ ในละตินอเมริกา ยอดขายจากภายในต่ำกว่าไตรมาสของปีก่อนหน้า -2.7 เปอร์เซ็นต์ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตของยอดขายจากภายในถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานด้านการขายตามภูมิภาค¹

| หน่วยล้านยูโร | ยุโรป | IMEA | อเมริกาเหนือ | ละตินอเมริกา | เอเชียแปซิฟิก | องค์กร | Henkel Group |
|--------------------------------------|--------------|------------|--------------|--------------|---------------|-----------|--------------|
| ยอดขายเดือนมกราคม-มีนาคม 2024 | 2,023 | 575 | 1,478 | 421 | 784 | 35 | 5,317 |
| ยอดขายเดือนมกราคม-มีนาคม 2023 | 2,201 | 563 | 1,584 | 411 | 805 | 46 | 5,609 |
| ความแตกต่างเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า | -8.1% | 2.1% | -6.6% | 2.5% | -2.5% | - | -5.2% |
| ภายใน | 2.5% | 26.9% | -3.0% | -2.7% | 3.5% | - | 3.0% |
| สัดส่วน | | | | | | | |
| ยอดขายของกลุ่มบริษัท 2024 | 38% | 11% | 28% | 8% | 15% | 1% | 100% |
| สัดส่วน | | | | | | | |
| ยอดขายของกลุ่มบริษัท 2023 | 39% | 10% | 28% | 7% | 14% | 1% | 100% |

¹ ตามที่ตั้งของบริษัท

ผลการดำเนินงานด้านการขายของเทคโนโลยีการ

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการมียอดขาย 2,677 ล้านยูโรในไตรมาสแรกของปี 2024 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการลดลงเล็กน้อยที่ -4.1 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้า (2,791 ล้านยูโร) ยอดขายจากภายใน (เช่น มูลค่าที่ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน) เพิ่มขึ้น

1.3 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2023

ตัวเลขของทั้งราคาและปริมาณแสดงให้เห็นการพัฒนาในเชิงบวก

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง -3.8 เปอร์เซ็นต์

การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนมีผลกระทบเชิงลบต่อเนื่องที่ -1.7 เปอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานด้านการขายของเทคโนโลยีการ

| หน่วยล้านยูโร | ไตรมาส 1/2023 | ไตรมาส 1/2024 |
|---|------------------|------------------|
| ยอดขาย | 2,791 | 2,677 |
| สัดส่วนยอดขายของกลุ่มบริษัท | 50% | 50% |
| ความแตกต่างเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า | 6.1% | -4.1% |
| อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 1.1% | -3.8% |
| ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 5.0% | -0.4% |
| การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน | -1.8% | -1.7% |
| จากภายใน | 6.8% | 1.3% |
| จากการกำหนดราคา | 11.4% | 1.0% |
| จากปริมาณ | -4.6% | 0.3% |

การพัฒนาในเชิงบวกของยอดขายจากภายในสำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ **รับเคลื่อนและอิเล็กทรอนิกส์** เป็นสาเหตุหลัก ซึ่งเพิ่มยอดขายขึ้นอย่างมากถึง 3.7 เปอร์เซ็นต์

การเติบโตนี้เป็นผลมาจากธุรกิจยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจอุตสาหกรรมแสดงการพัฒนาในเชิงบวก ในสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีความท้าทายอย่างต่อเนื่อง

ภาคธุรกิจ **บรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค** มีการพัฒนายอดขายจากภายในโดยรวมที่ค่อนข้างทรงตัวที่ -0.2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมาจากปริมาณการขายที่เป็นไปเชิงบวก ธุรกิจบรรจุภัณฑ์เติบโตในเชิงบวก

โดยได้รับประโยชน์จากสัญญาณแรกของอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคลดลงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้าที่มีผลประกอบการดีมาก การเติบโตของยอดขายจากภายในสำหรับภาคธุรกิจ **งานก่อสร้าง และงานระดับมืออาชีพ** อยู่ที่ 0.3 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้า ซึ่งหลัก ๆ

แล้วมาจากธุรกิจการก่อสร้างที่เติบโตขึ้นเป็นอย่างดี

ภาพรวมของธุรกิจการผลิตและการบำรุงรักษาทั่วไปแสดงผลการดำเนินงานในเชิงลบ

ซึ่งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีความท้าทายในปัจจุบันเป็นหลัก

ผลการดำเนินงานด้านการขายตามภาคธุรกิจ

| หน่วยล้านยูโร | ยอดขาย | | +/- | จากภายใน |
|--|------------------|------------------|-------|----------|
| | ไตรมาส 1/2023 | ไตรมาส 1/2024 | | |
| เทคโนโลยีการ | 2,791 | 2,677 | -4.1% | 1.3% |
| การขับเคลื่อนและอิเล็กทรอนิกส์ | 960 | 946 | -1.5% | 3.7% |
| บรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภค | 883 | 838 | -5.1% | -0.2% |
| งานฝีมือ งานก่อสร้าง และงานระดับมืออาชีพ | 949 | 893 | -5.9% | 0.3% |

จากมุมมองระดับภูมิภาค ผลการดำเนินงานด้านการขายภายในของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการนั้นปะปนกันไป ในยุโรป ยอดขายโดยรวมอยู่ในระดับต่ำกว่าไตรมาสของปีก่อนหน้า แม้ว่าภาคธุรกิจงานฝีมือ งานก่อสร้าง และงานระดับมืออาชีพจะเติบโตในเชิงบวก

ขณะที่อเมริกาเหนือมียอดขายจากภายในเพิ่มขึ้นในภาคธุรกิจการขับเคลื่อนและอิเล็กทรอนิกส์ แต่ผลการดำเนินงานโดยรวมในภูมิภาคก็ต่ำกว่าในไตรมาสของปีก่อนหน้า ภูมิภาค IMEA มียอดขายจากภายในเพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลัก

โดยมาจากการที่ภาคธุรกิจทั้งหมดมีอัตราการเติบโตในตัวเลขสองหลัก

ละตินอเมริกามีการพัฒนายอดขายจากภายในที่ติดลบในทุกภาคธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม การเติบโตของยอดขายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้นแข็งแกร่งมาก

โดยส่วนใหญ่ขับเคลื่อนโดยการพัฒนาในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญในประเทศจีน

ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสัญญาณแรกของสภาพแวดล้อมของตลาดที่คงตัวหลังจากเงื่อนไขที่ท้าทายที่เกิดขึ้นในปีก่อนหน้า

ผลการดำเนินงานด้านการขายของคอนซูเมอร์แบรนด์

ในหน่วยธุรกิจแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภค ยอดขายในไตรมาสแรกของปี 2024 รวมอยู่ที่ 2,605 ล้านยูโร ซึ่งลดลงเล็กน้อยที่ -6.0 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับไตรมาสของปีก่อนหน้า ยอดขายจากภายใน (เช่น มูลค่าที่ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน) เพิ่มขึ้น 5.2 เปอร์เซ็นต์ การกำหนดราคาในหน่วยธุรกิจยังคงแข็งแกร่งมากเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2023 ปริมาณการขายลดลงเล็กน้อย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากผลกระทบจากมาตรการพอร์ตโฟลิโอที่ดำเนินการอยู่

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลเชิงลบกับยอดขาย -4.0 เปอร์เซ็นต์

การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุนทำให้ยอดขายลดลงอีก -7.2 เปอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานด้านการขายของคอนซูเมอร์แบรนด์

| หน่วยล้านยูโร | ไตรมาส | ไตรมาส |
|---|--------------|--------------|
| | 1/2023 | 1/2024 |
| ยอดขาย | 2,772 | 2,605 |
| สัดส่วนยอดขายของกลุ่มบริษัท | 49% | 49% |
| ความแตกต่างเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า | 7.3% | -6.0% |
| อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 0.8% | -4.0% |
| ปรับเปลี่ยนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ | 6.5% | -2.0% |
| การซื้อกิจการ/การถอนการลงทุน | -0.5% | -7.2% |
| จากภายใน | 7.0% | 5.2% |
| จากการกำหนดราคา | 12.7% | 6.2% |
| จากปริมาณ | -5.7% | -1.0% |

ในไตรมาสแรก

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้านมีการเติบโตของยอดขายภายในที่แข็งแกร่งมากที่สุดที่ 4.6 เปอร์เซ็นต์ ธุรกิจซักล้างเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากหมวดหมู่การดูแลผ้าที่มีการเติบโตถึงสองหลัก

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้านเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในด้านยอดขายจากภายในซึ่งได้รับแรงผลักดันเป็นพิเศษจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นสองหลักในหมวดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภัณฑ์และการเติบโตที่แข็งแกร่งมากในหมวดผลิตภัณฑ์ล้างจาน

ภาคธุรกิจเส้นผมเติบโตอย่างแข็งแกร่งในด้านยอดขายจากภายในที่ 6.9 เปอร์เซ็นต์

การเติบโตของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคนั้นมีนัยสำคัญ ซึ่งหลัก ๆ แล้วเป็นผลมาจากหมวดหมู่การแต่งผม ธุรกิจระดับมืออาชีพเติบโตอย่างแข็งแกร่งในด้านยอดขายจากภายใน

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์อื่น ๆ มียอดขายจากภายในที่เติบโตขึ้นแข็งแกร่งที่ 3.4 เปอร์เซ็นต์

ผลการดำเนินงานด้านการขายตามภาคธุรกิจ

| หน่วยล้านยูโร | ยอดขาย | | +/- | จากภายใน |
|---------------------------------------|--------|--------|-------|----------|
| | ไตรมาส | ไตรมาส | | |
| | 1/2023 | 1/2024 | | |
| คอนซูเมอร์แบรนด์ | 2,772 | 2,605 | -6.0% | 5.2% |
| ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน | 1,789 | 1,661 | -7.2% | 4.6% |
| เส้นผม | 811 | 781 | -3.6% | 6.9% |
| ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์อื่น ๆ | 171 | 163 | -4.8% | 3.4% |

จากมุมมองระดับภูมิภาค

หน่วยธุรกิจแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคมีการพัฒนาที่ปะปนกันไปในช่วงเวลาที่ตรวจสอบ ภูมิภาคยุโรปมียอดขายจากภายในที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในไตรมาสแรก

ซึ่งเป็นผลมาจากทั้งธุรกิจเส้นผมและธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน การเติบโตของยอดขายจากภายในของภูมิภาค**อเมริกาเหนือ**เป็นไปในเชิงลบ โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากมาตรการพอร์ตโฟลิโอที่นำมาใช้กับภาคธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน ภูมิภาค **IMEA** มีการเติบโตของยอดขายจากภายในถึงสองหลักในทุกภาคธุรกิจ การเติบโตของยอดขายจากภายในของ**ละตินอเมริกา**เป็นผลมาจากธุรกิจเส้นผม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากทั้งธุรกิจฝั่งผู้บริโภคและระดับมืออาชีพมีการเติบโตของยอดขายในภูมิภาค**เอเชียแปซิฟิก** อยู่ในระดับคงที่ โดยได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน

สินทรัพย์สุทธิและจุดยืนทางการเงินของกลุ่มบริษัท

สินทรัพย์สุทธิและจุดยืนทางการเงินของกลุ่มบริษัทไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงเวลาที่นำมาพิจารณาเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ในวันที่ 31 ธันวาคม 2023

แนวโน้มของ Henkel Group

แนวทางสำหรับปีงบประมาณ 2024 ซึ่งเผยแพร่เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2024 ถูกปรับเพิ่มขึ้นในวันที่ 3 พฤษภาคม

ในปีปัจจุบัน Henkel คาดการณ์ว่า**การเติบโตของยอดขายจากภายใน**จะอยู่ที่ 2.5 ถึง 4.5 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์) สำหรับเทคโนโลยีการ

การเติบโตของยอดขายจากภายในยังคงคาดว่าจะอยู่ในช่วง 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์

สำหรับแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภค ขณะนี้บริษัทคาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 3.0 ถึง 5.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์)

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว) ในระดับกลุ่มบริษัทคาดว่าจะอยู่ในช่วง 13.0 ถึง 14.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 12.0 ถึง 13.5 เปอร์เซ็นต์) สำหรับเทคโนโลยีการ

ผลตอบแทนจากยอดขายที่ปรับแล้วคาดว่าจะอยู่ระหว่าง 16.0 ถึง 17.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 15.0 ถึง

16.5 เปอร์เซ็นต์) และสำหรับแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคจะอยู่ในช่วง 12.0 ถึง 13.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 11.0 ถึง 12.5 เปอร์เซ็นต์)

สำหรับ**กำไรต่อหุ้นบริสุทธิ์ (EPS) ที่ปรับแล้ว** ขณะนี้ Henkel คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วง +15.0 ถึง +25.0 เปอร์เซ็นต์ในอัตราแลกเปลี่ยนปัจจุบัน (ก่อนหน้านี้: +5.0 ถึง +20.0 เปอร์เซ็นต์)

นอกจากนี้ Henkel ยังได้ปรับปรุงความคาดหวังต่อไปนี้ให้ทันสมัยอีกด้วย:

- การเข้าซื้อกิจการ/การลงทุน: มีผลกระทบที่เป็นกลางต่อการเติบโตของยอดขายที่ระบุ (ก่อนหน้านี้: มีผลกระทบเชิงลบในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหนึ่งหลักระดับต่ำ)
- การแปลงยอดขายเป็นสกุลเงินต่างประเทศ: มีผลกระทบเชิงลบในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหนึ่งหลักระดับต่ำถึงปานกลาง (ก่อนหน้านี้: มีผลกระทบเชิงลบในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขตัวเดียวระดับกลาง)

ความคาดหวังต่อไปนี้สำหรับปี 2024 ยังคงเหมือนเดิม:

- ราคาวัตถุดิบทางตรง: การพัฒนาแบบแนวราบ¹
- ค่าใช้จ่ายสำหรับการปรับโครงสร้างอยู่ระหว่าง 250 ถึง 300 ล้านยูโร
- กระแสเงินสดที่ไหลออกจากการลงทุนในทรัพย์สิน อุปกรณ์ และสินทรัพย์จับต้องไม่ได้อยู่ระหว่าง 650 ถึง 750 ล้านยูโร

¹ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของปีก่อนหน้า

เกี่ยวกับ Henkel

ด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของเรา

ทำให้เราครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจคอนซูเมอร์ หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีของ Henkel เป็นผู้นำตลาดระดับโลกในอุตสาหกรรมกาว ซิลแลนท์ และเคมีภัณฑ์เพื่อการเตรียมพื้นผิว หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์เป็นผู้นำในตลาดและหมวดหมู่ต่าง ๆ ทั่วโลก

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้าน รวมถึงเส้นผม

แบรนด์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดสามแบรนด์ของ Henkel คือ Loctite, Persil และ Schwarzkopf ในปีงบประมาณ 2023 บริษัท Henkel มีรายงานยอดขายมากกว่า 21.5 พันล้านยูโรและผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วประมาณ 2.6

พันล้านยูโร หุ้นบุริมสิทธิ์ของ Henkel จัดทะเบียนในดัชนีหุ้น DAX ของเยอรมัน ความยั่งยืนเป็นสิ่ง Henkel ยึดมั่นมายาวนาน และบริษัทมีกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ชัดเจนพร้อมเป้าหมายเฉพาะ Henkel ก่อตั้งขึ้นในปี 1876

และปัจจุบันมีทีมงานที่มีความหลากหลายพร้อมเพื่อนร่วมงานประมาณ 48,000 คนทั่วโลก

ซึ่งรวมกันเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ยึดมั่นค่านิยมเดียวกัน และมีวัตถุประสงค์ร่วมกันคือ "Pioneers at heart for the good of generations." (บุกเบิกด้วยหัวใจเพื่อสิ่งที่ดีแก่คนรุ่นหลัง) สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม

โปรดดู www.henkel.com

เอกสารนี้ประกอบด้วยคำแถลงที่อ้างถึงการพัฒนารัฐกิจในอนาคต ผลการดำเนินงานทางการเงิน และเหตุการณ์หรือการพัฒนาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Henkel ในอนาคต ซึ่งอาจถือเป็นคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า คำแถลงต่าง ๆ อย่างเช่น "คาดหวัง" "ตั้งใจ" "วางแผน" "คาดการณ์" "เชื่อ" "ประเมิน" และคำที่คล้ายคลึงกันเป็นลักษณะของคำแถลงเกี่ยวกับอนาคต คำแถลงดังกล่าวอ้างอิงตามการประเมินและสมมติฐานปัจจุบันของฝ่ายบริหารของบริษัท Henkel AG & Co. KGaA คำแถลงเหล่านี้ไม่ได้หมายความถึงการรับประกันว่าความคาดหวังก่อนหน้านั้นจะพิสูจน์ได้ว่ามีความถูกต้อง ผลการดำเนินงานในอนาคตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงของ Henkel AG & Co. KGaA และบริษัทในเครือขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนหลายประการ และอาจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ) จากคำแถลงที่คาดการณ์ล่วงหน้า ปัจจัยหลายประการเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของ Henkel และไม่สามารถประเมินได้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในอนาคต และการกระทำของผู้แข่งขันและบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาด Henkel ไม่มีแผนหรือสัญญาว่าจะปรับปรุงคำแถลงการคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้นิยามไว้อย่างชัดเจนในกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

และเป็นหรืออาจเป็นมาตรการทางเลือกในการวัดผลการดำเนินงาน

ผู้อ่านไม่ควรมองว่าตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและสถานะทางการเงินหรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานของ Henkel ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบแสดงฐานะทางการเงินรวม (Consolidated Financial Statement) บริษัทอื่น ๆ ที่รายงานหรืออธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางเลือกที่มีชื่อคล้ายคลึงกันอาจมีการคำนวณด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้ซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

สามารถดูภาพประกอบได้ที่ www.henkel.com/press

ข้อมูลการติดต่อ

Meiling Wee

+65 8799 3216

meiling.wee@henkel.com