

ข่าวประชาสัมพันธ์

6 สิงหาคม 2026

Henkel เดินหน้าวาระการเติบโต: ด้วยการลงทุนในแบรนด์ นวัตกรรม และการควบรวมและซื้อกิจการ

Henkel มีผลประกอบการด้านยอดขายและกำไรที่แข็งแกร่ง ในช่วงครึ่งปีแรก

และปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายสำหรับปี 2026

- ยอดขายของกลุ่มบริษัทในช่วงครึ่งปีแรกเติบโตจากภายในอย่างแข็งแกร่งที่ 3.2 เปอร์เซ็นต์ และระดับ 10.3 พันล้านยูโร
- การเติบโตที่แข็งแกร่งได้รับแรงหนุนจากพัฒนาการเชิงบวกด้านราคาและปริมาณในทุกหน่วยธุรกิจ
- กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)* เพิ่มขึ้นเป็น 1,620 ล้านยูโร (+0.3 เปอร์เซ็นต์)
- อัตรากำไร EBIT แข็งแกร่งที่ 15.7 เปอร์เซ็นต์ (+10 เบสิสปอยต์) โดยทั้งสองหน่วยธุรกิจต่างแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจ
- กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS)* เพิ่มขึ้นเป็น 2.86 ยูโร เพิ่มขึ้น 7.1 เปอร์เซ็นต์ในอัตราแลกเปลี่ยนคงที่
- ดำเนินกลยุทธ์การเติบโตผ่านการควบรวมและซื้อกิจการได้สำเร็จในช่วงครึ่งปีแรก โดยเริ่มส่งผลเชิงบวกต่อยอดขายและกำไรในปี 2026
- แนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2026: ปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายสำหรับกลุ่มบริษัท และธุรกิจเทคโนโลยีการ
 - การเติบโตของยอดขายจากภายใน: 1.5 ถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์ (เดิม: 1.0 ถึง 3.0 เปอร์เซ็นต์)
 - ผลตอบแทนจากการขายที่ปรับแล้ว: 14.5 ถึง 16.0 เปอร์เซ็นต์
 - กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ (EPS) ที่ปรับแล้ว: เพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียวตั้งแต่ระดับต่ำถึงระดับสูง (เมื่อคำนวณในอัตราแลกเปลี่ยนคงที่)

ดุษเชลเดอร์ฟ – Henkel

มีการเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งและมีผลประกอบการด้านกำไรที่ดีมากในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 แม้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจยังคงท้าทายอย่างมาก

“หน่วยธุรกิจทั้งสองยังคงร่วมกันขับเคลื่อนการเติบโตของยอดขายจากภายใน

โดยแต่ละหน่วยธุรกิจมีพัฒนาการเชิงบวกทั้งด้านราคาและปริมาณ สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีการ

การดำเนินมาตรการด้านราคาอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็วเพื่อชดเชยแรงกดดันจากราคาวัตถุดิบ

ยังช่วยสนับสนุนการปรับตัวดีขึ้นของยอดขายและกำไรด้วย” Carsten Knobel ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ Henkel กล่าว “สำหรับธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมยังคงรักษาแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่งอย่างมากไว้ได้

ขณะที่ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักผ้ากลับมา มีการเติบโตในเชิงบวก”

“เราเดินหน้าดำเนินกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเติบโตอย่างมีเป้าหมายอย่างชัดเจน

และผลลัพธ์ของเราแสดงให้เห็นว่าแนวทางนี้ประสบความสำเร็จ ในช่วงครึ่งปีแรก

เรามีผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยรวมแข็งแกร่งอย่างมาก

ขณะเดียวกันก็ยังคงลงทุนเพื่ออนาคตของเราอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านแบรนด์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม นอกจากนี้ เรายังเร่งดำเนินกิจกรรมด้านการควบรวมและซื้อกิจการอย่างมาก

เราได้บรรลุข้อตกลงในการเข้าซื้อกิจการ 5 รายการ ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 5 พันล้านยูโร

และจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่หน่วยธุรกิจทั้งสองของเราอย่างมาก ขณะนี้ เราดำเนินการเข้าซื้อกิจการ 4 รายการเสร็จสิ้นแล้ว ในช่วงหลายปีข้างหน้า

คาดว่าธุรกิจที่เข้าซื้อจะเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเลขหลักเดียวระดับกลางถึงสูง

และสร้างยอดขายเพิ่มเติมประมาณ 2 พันล้านยูโรต่อปี

นี่ถือเป็นอีกก้าวสำคัญในการขับเคลื่อนวาระการเติบโตของเราให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืน” Carsten Knobel กล่าวต่อ

“จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของเราในช่วงครึ่งปีแรก

เราจึงปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายสำหรับทั้งกลุ่มบริษัทและหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการ

สำหรับกลุ่มบริษัท ขณะนี้เราคาดว่ากำไรเติบโตของยอดขายจากภายในจะอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับประมาณการเดิมที่ 1 ถึง 3 เปอร์เซ็นต์ สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีการ

เราได้ปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายจากภายในจากเดิม 1 ถึง 3 เปอร์เซ็นต์ เป็น 2 ถึง 4 เปอร์เซ็นต์ ในปัจจุบัน ดังนั้น เรายังคงเชื่อมั่นว่า Henkel

เดินหน้าไปในทิศทางที่เหมาะสมเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีผลกำไร”

ผลการดำเนินงานด้านยอดขายและกำไรของกลุ่มบริษัทในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026

Henkel มียอดขายของกลุ่มบริษัทอยู่ที่ 10,348 ล้านยูโรในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026

คิดเป็นการเปลี่ยนแปลงตามตัวเลขรายงานที่ -0.5 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: 5,396 ล้านยูโร, +4.6 เปอร์เซ็นต์)

ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลให้ยอดขายลดลง -3.9 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: -2.6

เปอร์เซ็นต์) การเข้าซื้อกิจการและการขายกิจการส่งผลบวกเล็กน้อยต่อยอดขายที่ 0.2 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส

2: +2.5 เปอร์เซ็นต์) แม้การถอนการลงทุนในธุรกิจแบรนด์ผู้ค้าปลีกในอเมริกาเหนือเมื่อเดือนเมษายน 2025

จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบ แต่การเข้าซื้อกิจการที่เสร็จสิ้นในทั้งสองหน่วยธุรกิจในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026

โดยเฉพาะ ATP Adhesive Systems และ Not Your Mother's ได้ส่งผลเชิงบวก

เมื่อพิจารณาการเติบโตจากภายใน กล่าวคือ

หลังปรับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการเข้าซื้อกิจการ/การขายกิจการแล้ว

Henkel มีการเติบโตของยอดขายแข็งแกร่งที่ 3.2 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +4.7 เปอร์เซ็นต์)

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเติบโตของยอดขายจากภายในแข็งแกร่งอย่างมากที่ 4.5 เปอร์เซ็นต์

(ไตรมาส 2: +7.4 เปอร์เซ็นต์) ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026

โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากกลุ่มธุรกิจยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

หน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์มีพัฒนาการเชิงบวกเช่นกัน

โดยมีการเติบโตของยอดขายจากภายในในระดับที่ดีที่ 1.7 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +1.6 เปอร์เซ็นต์)

โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการเติบโตอย่างแข็งแกร่งมากของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

ภูมิภาคยุโรปมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายจากภายในติดลบที่ -1.5 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +0.4

เปอร์เซ็นต์) ในทางตรงกันข้าม อเมริกาเหนือมีการเติบโตจากภายในในระดับที่ดีที่ 2.4 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2:

+3.9 เปอร์เซ็นต์) ในภูมิภาค IMEA และเอเชียแปซิฟิก Henkel

มีการเติบโตของยอดขายจากภายในในระดับเลขสองหลักที่ 14.9 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +17.4 เปอร์เซ็นต์)

และ 10.3 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +10.3 เปอร์เซ็นต์) ตามลำดับ ในทางตรงกันข้าม

ภูมิภาคลาตินอเมริกามีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายจากภายในติดลบเล็กน้อยที่ -1.3 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส

2: +0.5 เปอร์เซ็นต์)

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้ว (EBIT ที่ปรับแล้ว) อยู่ที่ 1,620 ล้านยูโร

สูงกว่าตัวเลขของปีก่อนเล็กน้อยที่ 1,614 ล้านยูโร

อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว) ของกลุ่มบริษัท Henkel เพิ่มขึ้นเป็น

15.7 เปอร์เซ็นต์ (ปีก่อน: 15.5 เปอร์เซ็นต์)

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 1.8 เอร์เซ็นต์ เป็น 2.86 ยูโร (ปีก่อน: 2.81 ยูโร)
หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้น 7.1 เอร์เซ็นต์)

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิเมื่อคิดเป็นสัดส่วนของยอดขายในไตรมาส 2 เพิ่มขึ้นจาก 6.0 เอร์เซ็นต์ เป็น 7.0 เอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเข้าซื้อกิจการ

กระแสเงินสดอิสระเพิ่มขึ้นเป็น 612 ล้านยูโร (ครึ่งปีแรกของปี 2025: 485 ล้านยูโร)
โดยมีสาเหตุหลักจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

ฐานะการเงินสุทธิอยู่ที่ -1,855 ล้านยูโร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2026 (31 ธันวาคม 2025: 109 ล้านยูโร)
โดยมีสาเหตุหลักจากกระแสเงินสดไหลออกที่เกี่ยวข้องกับการเข้าซื้อกิจการที่เพิ่งดำเนินการเสร็จสิ้นและโครงการซื้อหุ้นคืน

ผลการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจในช่วงครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2026

ยอดขายของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเพิ่มขึ้น 2.2 เอร์เซ็นต์ตามตัวเลขรายงาน เป็น 5,534 ล้านยูโรในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026 (ไตรมาส 2: 2,908 ล้านยูโร, +7.6 เอร์เซ็นต์)
หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งอย่างมากที่ 4.5 เอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +7.4 เอร์เซ็นต์)
การเติบโตนี้ได้รับแรงขับเคลื่อนจากการปรับตัวเชิงบวกทั้งด้านราคาและปริมาณ

เมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มธุรกิจ

การเติบโตของยอดขายจากภายในของหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการในช่วงครึ่งปีแรกมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากยอดขายจากภายในของกลุ่มธุรกิจยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ 7.8 เอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +8.8 เอร์เซ็นต์)

การเติบโตนี้ได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของยอดขายจากภายในในระดับเลขสองหลักของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของยอดขายในธุรกิจอุตสาหกรรม ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจยานยนต์ปรับตัวลดลงในภาพรวมในช่วงครึ่งปีแรก แต่ปรับตัวดีขึ้นในไตรมาส 2 โดยมียอดขายจากภายในเติบโตในระดับที่ดี

กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภคมีการเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งอย่างมากที่ 4.7 เอร์เซ็นต์ โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่งอย่างมากในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (ไตรมาส 2: +9.1 เอร์เซ็นต์) การเติบโตดังกล่าวยังได้รับแรงหนุนจากการที่ลูกค้าเร่งซื้อสินค้าล่วงหน้า เนื่องจากความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ กลุ่มธุรกิจงานช่างฝีมือ งานก่อสร้าง

และมืออาชีพมียอดขายจากภายในเติบโต 1.0 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +4.4 เปอร์เซ็นต์)

การเติบโตนี้มีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากยอดขายภายในของธุรกิจการผลิตทั่วไปและการบำรุงรักษาที่เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง

ขณะที่ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและการก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายจากภายในติดลบเล็กน้อย

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ 982 ล้านยูโร สูงกว่าระดับของปีก่อน

แม้ได้รับผลกระทบเชิงลบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วเพิ่มขึ้นเป็น 17.7 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับ 17.2

เปอร์เซ็นต์ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้

การประหยัดต่อขนาดจากการเติบโตของปริมาณขายและโครงสร้างธุรกิจส่งผลเชิงบวก

หน่วยธุรกิจ**คอนซูเมอร์แบรนด์**มียอดขาย 4,733 ล้านยูโรในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026

ลดลงตามตัวเลขรายงาน -3.5 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2: 2,448 ล้านยูโร, +1.1 เปอร์เซ็นต์) **ยอดขายที่มาจากตัวธุรกิจเอง**เพิ่มขึ้น 1.7 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +1.6 เปอร์เซ็นต์)

โดยหน่วยธุรกิจมีการปรับตัวเชิงบวกทั้งด้านราคาและปริมาณเมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2025

ในช่วงครึ่งปีแรก ธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ซักผ้าและผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน**มียอดขายจากภายในเติบโตในเชิงบวกที่ 0.7 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +1.3 เปอร์เซ็นต์) ธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักผ้ามียอดขายจากภายในเติบโตในเชิงบวก

โดยมีแรงขับเคลื่อนจากยอดขายในหมวดผลิตภัณฑ์ดูแลเนื้อผ้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

และการเติบโตในเชิงบวกของหมวดผลิตภัณฑ์ปรับสภาพผ้า ในทางตรงกันข้าม

หมวดผลิตภัณฑ์ซักทำความสะอาดผ้าปรับตัวลดลงเล็กน้อย

ธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน**มียอดขายจากภายในเติบโตในระดับที่ดี

โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการเติบโตในระดับเลขสองหลักของหมวดผลิตภัณฑ์ล้างจานด้วยมือ

กลุ่มธุรกิจ**ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม**มียอดขายจากภายในเติบโตอย่างแข็งแกร่งมากที่สุดที่ 4.2 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: +3.3 เปอร์เซ็นต์) จึงเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการเติบโตในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์

ผลการดำเนินงานเชิงบวกนี้ได้รับแรงหนุนจากทั้งธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

ซึ่งมียอดขายจากภายในเติบโตอย่างแข็งแกร่ง และธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับมืออาชีพ

ซึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมาก สำหรับธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

ทุกหมวดหมู่ต่างมีส่วนช่วยขับเคลื่อนการเติบโต

โดยหมวดผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผมและผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมมีส่วนสนับสนุนมากที่สุด ในทางตรงกันข้าม

กลุ่ม**ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ** มียอดขายจากภายในปรับตัวลดลง -2.1 เปอร์เซ็นต์ (ไตรมาส 2: -4.6 เปอร์เซ็นต์) ในช่วงครึ่งปีแรก

โดยมีสาเหตุหลักจากผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายในภูมิภาคยุโรป อย่างไรก็ตาม

ภูมิภาคอเมริกาเหนือมียอดขายจากภายในเติบโตในระดับที่ดี

กำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วอยู่ที่ 724 ล้านยูโร ต่ำกว่าระดับของปีก่อนเล็กน้อย
โดยมีสาเหตุหลักจากการถอนการลงทุนในธุรกิจแบรนด์ผู้ค้าปลีกในอเมริกาเหนือเมื่อเดือนเมษายน 2025
และผลกระทบเชิงลบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในทางตรงกันข้าม
อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วยังคงอยู่ที่ 15.3 เปอร์เซ็นต์
ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน

เดินหน้าดำเนินกลยุทธ์การเติบโตผ่านการควบรวมและซื้อกิจการได้สำเร็จในช่วงครึ่งปีแรก

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026 Henkel
มีความคืบหน้าอย่างมีนัยสำคัญในการดำเนินกลยุทธ์การเติบโตผ่านการควบรวมและซื้อกิจการในหน่วยธุรกิจ
ทั้งสอง โดยกลยุทธ์ดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญของ**กลยุทธ์การเติบโต**โดยรวมของบริษัท
จากการเข้าซื้อกิจการที่ประกาศเมื่อไม่นานมานี้ Henkel ลงทุนรวม 5 พันล้านยูโร
และขยายธุรกิจด้วยยอดขายรวมต่อปีประมาณ 1.6 พันล้านยูโร จนถึงปัจจุบัน Henkel
ดำเนินธุรกรรมเสร็จสมบูรณ์แล้ว 4 รายการจากทั้งหมด 5 รายการ ได้แก่: Wetherby Laroc และ ATP
Adhesive Systems ในหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีการแปรรูป รวมถึง Not Your Mother's และล่าสุด OLAPLEX
ในหน่วยธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ การเข้าซื้อ Stahl Group
ในธุรกิจการคาดหมายว่าจะเสร็จสมบูรณ์ในช่วงครึ่งหลังของปีงบประมาณ 2026

การเข้าซื้อ **OLAPLEX** แบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับพรีเมียมซึ่งมียอดขายต่อปีประมาณ 370 ล้านยูโร
ช่วยให้ Henkel
เสริมความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินธุรกิจในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับพรีเมียมทั่วโลก
และก้าวขึ้นเป็นผู้ประกอบการอันดับสองของโลก ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสำหรับมืออาชีพ
ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับพรีเมียมมีความน่าสนใจอย่างมาก
โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้นประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์ในช่วงหลายปีข้างหน้า OLAPLEX
เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับพรีเมียมที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง
พร้อมกลุ่มผลิตภัณฑ์ประสิทธิภาพสูงที่พัฒนามาบนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์
การดำเนินธุรกรรมนี้เสร็จสมบูรณ์ช่วยให้ Henkel
เสริมความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินธุรกิจในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมทั่วโลก
ซึ่งเป็นหนึ่งในหมวดหมู่หลักของธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ Henkel
มั่นใจว่าจะสามารถขยายธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ
ด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสในการขยายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องข้ามกลุ่ม
และเสริมความแข็งแกร่งให้กับทั้งช่องทางค้าปลีกเฉพาะทางและร้านทำผมในฐานะช่องทางการจัดจำหน่าย
นอกจากนี้ การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ยังเปิดโอกาสที่น่าสนใจด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีอีกด้วย

การเข้าซื้อ **ATP Adhesive Systems** ซึ่งมียอดขายต่อปีประมาณ 270 ล้านยูโร ช่วยให้ Henkel ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ไปนอกเหนือจากเทคโนโลยีแบบของเหลว และสร้างแพลตฟอร์มการเติบโตใหม่สำหรับเทปชนิดพิเศษสูตรน้ำประสิทธิภาพสูง ตลาดนี้มีความน่าสนใจอย่างมาก และคาดว่าจะเติบโตในอัตราประมาณ 7 เปอร์เซ็นต์ต่อปี เทปชนิดพิเศษสูตรน้ำกำลังมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

เนื่องจากเป็นทางเลือกที่ยั่งยืนกว่าโซลูชันที่ใช้ตัวทำละลาย ผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถลดการปล่อยสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (VOC) ได้สูงสุดถึง 90 เปอร์เซ็นต์ และลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้มากถึง 60 เปอร์เซ็นต์ ตัวอย่างเช่น เทปชนิดพิเศษของ ATP ถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์สำหรับระบบช่วยเหลือผู้ขับขี่ขั้นสูง

การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ยังช่วยเสริมศักยภาพด้านนวัตกรรมของ Henkel สร้างโอกาสที่น่าสนใจในการขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องข้ามกลุ่ม และเสริมความแข็งแกร่งของ Henkel ในตลาดโซลูชันกาวที่ยั่งยืนให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

Henkel

คาดว่าจะการเข้าซื้อกิจการที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้จะเริ่มส่งผลเชิงบวกต่อยอดขายและกำไรในปงบประมาณปัจจุบัน ในปี 2026 คาดว่าธุรกิจที่เข้าซื้อจะสร้างยอดขายประมาณ 700 ล้านยูโร¹ ในอนาคต

คาดว่าจะการเข้าซื้อกิจการทั้ง 5 รายการจะสร้างการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเลขหลักเดียวระดับกลางถึงสูง โดยคาดว่าจะยอดขายรวมจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 2 พันล้านยูโรภายในปี 2030 ในด้านกำไร Henkel คาดว่าการเข้าซื้อกิจการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วอย่างน้อย 10 เปอร์เซ็นต์ภายในปี 2030

แนวโน้มสำหรับปีงบประมาณ 2026: ปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายสำหรับกลุ่มบริษัท และ

ธุรกิจเทคโนโลยีกาว

จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในช่วงครึ่งปีแรก Henkel จึงปรับเพิ่มประมาณการการเติบโตของยอดขายสำหรับทั้งกลุ่มบริษัทและหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว ขณะที่ประมาณการอัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้วและการเติบโตของกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิที่ปรับแล้วในอัตราเลขเปลี่ยนคงที่ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

สำหรับปีปัจจุบัน Henkel คาดว่า**การเติบโตของยอดขายจากภายใน**จะอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 3.5 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 1.0 ถึง 3.0 เปอร์เซ็นต์) สำหรับหน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาว

¹ รวมถึงการเข้าซื้อ Stahl Group ซึ่งยังดำเนินการไม่เสร็จสมบูรณ์

ขณะนี้คาดว่าจะการเติบโตของยอดขายจากภายในจะอยู่ระหว่าง 2.0 ถึง 4.0 เปอร์เซ็นต์ (ก่อนหน้านี้: 1.0 ถึง 3.0 เปอร์เซ็นต์) สำหรับธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ Henkel

ยังคงคาดว่าจะการเติบโตของยอดขายจากภายในจะอยู่ที่ 0.5 ถึง 2.5 เปอร์เซ็นต์

อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้ว (อัตรากำไร EBIT ที่ปรับแล้ว) คาดว่าจะอยู่ในช่วง 14.5 ถึง 16.0 เปอร์เซ็นต์ สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีการ คาดว่าอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับแล้วจะอยู่ระหว่าง 16.5 ถึง 18.0 เปอร์เซ็นต์ และสำหรับธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์จะอยู่ระหว่าง 14.0 ถึง 15.5 เปอร์เซ็นต์

กำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิ์ที่ปรับแล้ว (EPS) ณ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่
คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่วงเปอร์เซ็นต์ตัวเลขหลักเดียว ตั้งแต่ระดับต่ำจนถึงสูง

"ผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่แข็งแกร่งอย่างมากในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026
ซึ่งโดดเด่นด้วยการเติบโตของยอดขายจากภายในที่แข็งแกร่ง
รวมถึงอัตรากำไรและกำไรที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านของ Henkel
กำลังเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม เรายังคงเดินหน้าขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านนี้ต่อไป
เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว
และวางตำแหน่งบริษัทให้พร้อมสำหรับความสำเร็จในอนาคต เรากำลังเปลี่ยนผ่าน Henkel
เพื่อมุ่งสู่อนาคตที่ประสบความสำเร็จ และด้วยกลยุทธ์ที่ชัดเจน
เราจึงเดินหน้านำอย่างมั่นคงสู่การสร้างการเติบโตที่มีผลกำไรยิ่งขึ้น" Carsten Knobel กล่าว

เกี่ยวกับ Henkel

ด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของเรา

ทำให้เราครองตำแหน่งผู้นำตลาดทั่วโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีกาฬเป็นผู้นำตลาดระดับโลกในอุตสาหกรรมกาฬ ซิลแลนท์ และสารเคลือบผิว

ธุรกิจคอนซูเมอร์แบรนด์ครองตำแหน่งผู้นำในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

ผลิตภัณฑ์ซักล้างและดูแลบ้านในหลายตลาดและหลากหลายหมวดหมู่ธุรกิจทั่วโลก แบรนด์ระดับต้น ๆ สามแบรนด์ของเราคือ

Loctite, Persil และ Schwarzkopf ในปีงบประมาณ 2025 บริษัท Henkel มีรายงานยอดขายประมาณ 20.5 พันล้านยูโร

และผลกำไรจากการดำเนินงานที่ปรับแล้วประมาณ 3.0 พันล้านยูโร หุ้นบุริมสิทธิของ Henkel จัดทะเบียนในดัชนีหุ้น DAX

ของเยอรมัน ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่เฮงเคิลยึดมั่นมายาวนาน และบริษัทมีกลยุทธ์ความยั่งยืนที่ชัดเจนพร้อมเป้าหมายเฉพาะ

เฮงเคิลก่อตั้งขึ้นในปี 1876 และปัจจุบันมีทีมงานที่มีความหลากหลายจากเพื่อนร่วมงานประมาณ 50,000 คนทั่วโลก

ซึ่งรวมกันเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ยึดมั่นค่านิยมเดียวกัน และมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน: "Pioneers at heart for the good of generations." (บุกเบิกด้วยหัวใจเพื่อสิ่งที่ดีแก่คนรุ่นหลัง) ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.henkel.com

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

เอกสารนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมที่ไม่ได้นิยามไว้อย่างชัดเจนในกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง และเป็นหรืออาจเป็นมาตรการทางเลือกในการวัดผลการดำเนินงาน

ผู้อ่านไม่ควรมองว่าตัวชี้วัดทางการเงินเพิ่มเติมเหล่านี้แยกกันหรือเป็นทางเลือกแทนการวัดสินทรัพย์สุทธิและสถานะทางการเงินหรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานของ Henkel ตามที่นำเสนอตามกรอบการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องในงบแสดงฐานะทางการเงินรวม (Consolidated Financial Statement) บริษัทอื่น ๆ ที่รายงานหรืออธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางเลือกที่มีชื่อคล้ายคลึงกันอาจมีการคำนวณด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น และไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการลงทุน การเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหลักทรัพย์ใด ๆ

ข้อมูลติดต่อ

Cheerio Chan

+65 8799 3216

cheerio.chan@henkel.com