强劲的第三季度业绩与更新后的全年展望彰显增长战略成效

汉高第三季度销售额增长非常强劲

- **集团销售额增长 11.0%至 57 亿欧元，有机增长 6.5%**
- **粘合剂技术业务部：有机销售额显著增长 7.9%，价格表现强劲，销量实现正增长**
- **消费品牌业务部：有机销售额增长 4.8%，表现非常强劲，价格与销量均实现显著正增长**
- **所有地区均为有机销售额增长作出贡献**
- **2026 年宣布的五项收购均已顺利完成**
  - 粘合剂技术业务拓展至两大相邻领域
  - 进一步强化消费品牌业务的美发板块
- **更新 2026 财年业绩展望**
  - 有机销售额增长：3.0%至 4.0%（此前预期：1.5%至 3.5%）
  - 调整后销售回报率：约 15%（此前预期：14.5%至 16.0%）
  - 按固定汇率计算，调整后优先股每股收益（EPS）实现中个位数百分比增长（此前预期：低至高个位数百分比增长）

杜塞尔多夫，2026 年 11 月 10 日——尽管市场环境持续充满挑战，汉高 **2026 年第三季度**销售额增长非常强劲，**集团销售额**约为 57 亿欧元，有机增长率为 6.5%。增长得益于两大业务部价格与销量的正向发展。汉高已于 10 月底公布第三季度初步业绩及更新后的全年展望，上调销售额预期，并收窄盈利指引区间。

汉高首席执行官卡斯滕·诺贝尔（Carsten Knobel）表示：“第三季度，得益于两大业务部非常强劲的表现，我们的有机销售额增长显著提速。尤其令人鼓舞的是，价格与销量持续实现正向发展，其中销量已连续第五个季度实现增长。第三季度的出色业绩彰显了我们的业务实力，以及我们持续推进增长议程所取得的成效。”

“与此同时，我们继续坚持清晰、一贯的重点方向，推进业务组合的战略发展。今年宣布的五项收购目前均已顺利完成。通过近期收购，我们进一步夯实核心业务，拓展具有吸引力的新领域，并为两大业务部创造更多增长机遇：在粘合剂技术业务部，我们将高性能水性特种胶带及柔性材料特种涂层纳入业务组合；在消费品牌业务部，我们进一步强化了全球美发业务，覆盖零售线与专业线两大板块。

近期收购的业务合计销售额约为 16 亿欧元。我们预计，未来几年这些业务将实现高于平均水平的增长，增幅为中至高个位数百分比，到 2030 年年销售额将达到约 20 亿欧元。这将进一步强化我们的增长议程。”卡斯滕·诺贝尔继续说道。

“通过更新 2026 年业绩展望，我们进一步彰显了实现可持续盈利增长的决心。我们目前预计有机销售额增长将更为强劲，同时收窄盈利指引区间，以反映原材料成本更大幅度的上涨，这一影响在粘合剂技术业务部尤为明显。”

第三季度，在所有业务领域的共同推动下，**粘合剂技术业务部**有机销售额实现显著增长。**消费品牌业务部**有机销售额增长非常强劲，洗涤剂及家用护理与美发两大业务领域均为增长作出贡献。

集团销售额表现

2026 年第三季度，**集团销售额**实现两位数**名义增长**，增幅为 11.0%，达 57.13 亿欧元。收购/剥离使销售额增加 4.4%，汇率影响为中性。**有机**销售额（即剔除汇率及收购/剥离影响）增长 6.5%，得益于集团层面价格与销量的正向发展。

2026 年前九个月，**销售额**总计 160.61 亿欧元，**名义**增长 3.3%。**有机**销售额增长 4.3%，表现非常强劲，同样得益于价格与销量的正向发展。

第三季度，所有地区均为非常强劲的有机销售额增长作出贡献。其中，**印度、中东和非洲**地区及**亚太**地区分别实现两位数和显著的有机销售额增长；**欧洲**、**北美**和**拉丁美洲**地区的有机销售额亦较去年同期有所增长。

2026 年前九个月，几乎所有地区均为汉高非常强劲的有机销售额增长作出贡献，其中**印度、中东和非洲**地区及**亚太**地区增长最为强劲。相比之下，**欧洲**地区有机销售额较去年同期小幅下降。

粘合剂技术业务部销售额表现

2026 年第三季度，粘合剂技术业务部**销售额**为 30.27 亿欧元，较去年同期名义增长 11.8%。**有机**销售额（即剔除汇率及收购/剥离影响）增长 7.9%，主要得益于强劲的价格表现，销量亦实现正增长。汇率影响使销售额增加 1.1%，收购/剥离亦带来 2.7%的正面影响。

2026 年前九个月，粘合剂技术业务部销售额**名义**增长 5.4%，达 85.61 亿欧元；**有机**销售额增长 5.7%，表现非常强劲。

第三季度，粘合剂技术业务部有机销售额实现显著增长，尤其得益于移动与电子以及包装与消费品两大业务领域。**移动和电子**业务领域有机销售额实现两位数增长，达 12.1%，其中电子和工业业务均实现两位数增长。尽管市场环境依然疲软，汽车业务销售额整体表现非常强劲。**包装和消费品**业务领域有机销售额显著增长 9.8%，旗下两项业务均有贡献。**工匠、建筑和专业**业务领域有机销售额增长 2.1%，其中通用工业制造与维修业务贡献强劲；消费品与建筑业务销售额整体实现正增长。

从区域来看，第三季度粘合剂技术业务部在**欧洲**实现强劲的有机销售额增长，主要得益于移动与电子业务领域的两位数有机增长，以及包装与消费品业务领域非常强劲的销售额增长。**北美**地区有机销售额增长非常强劲，所有业务领域均有贡献。**印度、中东和非洲**地区实现两位数有机销售额增长，三大业务领域均实现两位数增幅。**拉丁美洲**地区有机销售额增长强劲，主要由移动与电子以及包装与消费品业务领域推动。**亚太**地区实现两位数有机销售额增长，尤其得益于电子和工业业务的两位数增长。

消费品牌业务部销售额表现

2026 年第三季度，消费品牌业务部**销售额**同比名义增长 10.1%，达 26.43 亿欧元。得益于价格与销量的正向发展，**有机**销售额（即剔除汇率及收购/剥离影响）增长 4.8%，表现非常强劲。汇率影响使销售额减少 1.2%。收购/剥离为销售额带来 6.4%的积极贡献，尤其得益于近期完成的对欧拉裴（OLAPLEX）和“Not Your Mother’ s”的收购。

2026 年前九个月，消费品牌业务部销售额为 73.76 亿欧元，较去年同期**名义**增长 0.9%；**有机**销售额增长 2.8%，表现良好，得益于价格与销量的正向发展。

第三季度，**洗涤剂及家用护理**业务领域有机销售额增长 6.0%，表现非常强劲。其中，洗衣护理业务整体销售表现非常强劲，主要得益于织物清洁品类的强劲增长及织物护理品类的显著增长。家用护理业务更是实现两位数有机销售额增长，主要受洗洁精品类所推动。

美发业务领域有机销售额强劲增长 4.0%。其中，零售线业务有机销售额增长强劲，洗护和染发品类贡献尤为突出；专业线业务销售额增长非常强劲。

其他消费品业务领域有机销售额下降 1.2%，主要受欧洲身体护理业务影响。

从区域来看，第三季度消费品牌业务部在**欧洲**实现有机销售额正增长，洗涤剂及家用护理与美发两大业务领域均实现良好的有机销售额增长。**北美**地区同样实现有机销售额正增长，尤其得益于美发业务领域。**印度、中东和非洲**地区实现两位数有机销售额增长，洗涤剂及家用护理与美发两大业务领域均实现两位数增长。**拉丁美洲**地区有机销售额增长非常强劲，主要由洗涤剂及家用护理业务领域推动。相比之下，**亚太**地区略低于去年同期水平：美发业务领域实现有机销售额正增长，但洗涤剂及家用护理业务领域表现不及去年同期。

集团净资产及财务状况

与 2026 年 6 月 30 日相比，本报告期内集团净资产及财务状况未发生重大变化。

汉高集团展望

基于第三季度强劲的业务表现以及对今年剩余时间的相关假设，汉高已于 2026 年 10 月 29 日更新 2026 财年销售及盈利指引。

汉高预计，本年度集团**有机销售额**将**增长** 3.0%至 4.0%（此前预期：1.5%至 3.5%）。其中，粘合剂技术业务部有机销售额预计增长 4.5%至 5.5%（此前预期：2.0%至 4.0%）；消费品牌业务部预计增长 1.5%至 2.5%（此前预期：0.5%至 2.5%）。

集团层面的**调整后销售回报率**（调整后息税前利润率）预计约为 15%（此前预期：14.5%至 16.0%）。粘合剂技术业务部的调整后销售回报率预计约为 16.5%（此前预期：16.5%至 18.0%），消费品牌业务部预计约为 15%（此前预期：14.0%至 15.5%）。

按固定汇率计算，**调整后优先股每股收益**（EPS）预计实现中个位数百分比增长（此前预期：低至高个位数百分比增长）。

此外，我们对 2026 年作出以下预期：

- **收购/剥离：**带来低个位数百分比的正面影响
- **外币销售额折算：**带来低个位数百分比的负面影响
- **直接材料价格：**较上年平均水平上涨约 10%[1]（此前预期：较上年平均水平上涨高个位数百分比 [1]）
- **重组费用：**2 亿至 2.5 亿欧元（此前预期：1.5 亿至 2 亿欧元）
- **不动产、厂房及设备和无形资产投资的现金流出：**6.5 亿至 7.5 亿欧元

[1] 毛价格变动，即采取应对措施前的价格变动。

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品类占据领先地位，在洗涤剂及家用护理和美发领域尤为突出。乐泰（Loctite）、宝莹（Persil）和施华蔻（Schwarzkopf）是公司的三大核心品牌。2025 财年，汉高实现销售额约 205 亿欧元，调整后营业利润约为 30 亿欧元。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。成立于 1876 年，汉高如今在全球范围内约有 4.7 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.cn

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。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

Louise Cheung 张晓芸
电话：+86 21 2891 5152
邮箱：louise.cheung@henkel.com

Liki Qin 秦莉佳
电话: +86 21 2891 4386
邮件: liki.qin@henkel.com