

05/12/2015, 德国杜塞尔多夫

汉高签约收购高露洁-棕榄的洗涤剂品牌

汉高进军澳大利亚及新西兰洗涤剂市场

- 实施“选择性投资具有吸引力的国家”战略
- 在澳大利亚/新西兰洗涤剂市场建立领导地位
- 洗涤剂及家用护理业务的进一步扩张机会

汉高股份有限及两合公司日前与高露洁-棕榄公司签约，收购其在澳大利亚和新西兰的所有洗涤剂及预洗剂品牌。

通过收购包括 Cold Power、Dynamo、Fab 和 Sard 在内的所有洗衣粉和液体洗涤剂以及预洗剂品牌后，汉高将成为澳大利亚/新西兰地区洗涤剂行业最大的竞争者之一。即将被收购的这些品牌在 2014 财年总计实现了约 1.1 亿欧元的销售额。

“这个协议是我们实施的‘选择性投资具有吸引力的国家定位’全球战略的又一举措，”洗涤剂及家用护理业务部执行副总裁 Bruno Piacenza 说道。“通过这次收购，我们将能运用成功的品牌，填补洗涤剂护理核心市场中具有吸引力的地区的空白市场。被收购的业务也为我们借助市场领导品牌组合及创新，进一步扩张洗涤剂及家用护理业务提供了一个良好的平台。”

此次收购价格为 2.2 亿欧元，将会以现金支付。收购结束后，收益将逐渐增长。收购何时结束将以监管部门的审批为准，预计在 2015 年第三季度完成。

汉高的化妆品/美容用品业务和粘合剂技术业务已经打入澳大利亚和新西兰市场，国际核心品牌有施华蔻(Schwarzkopf)和乐泰(Loctite)等。

关于汉高

汉高(Henkel)在全球拥有多个知名品牌和多项先进技术，主要业务分布在三大事业部：洗涤剂及家用护理、化妆品及美容用品、粘合剂技术。自 1876 年成立以来，汉高旗下众多品牌分别在个人消费及工业领域处于市场领先地位并享有美誉，比如宝莹(Persil®)、施华蔻(Schwarzkopf®)、乐泰(Loctite®)等。汉高全球大约有 50,000 名员工。2014 财年的销售额为 164 亿欧元，调整后营业利润为 26 亿欧元。汉高优先股被列入德国 DAX 指数。

该内容所含前瞻性表述是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、计划、预测、假设、相信、预计、预期和类似的表述。这样的表述在任何情况下都不应该被理解成确保这些预期将是准确的。汉高股份及两合公司及其关联公司实际实现的未来表现和结果基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。这些因素，例如未来的经济环境和竞争者行为以及市场上的其它参与者的行为，均在汉高(Henkel)的控制之外，并且无法准确预计。汉高(Henkel)将不计划或采取行动更新任何前瞻性表述。

联系人 Anna Zhuang
E-mail anna.zhuang@henkel.com

Janice Fu
janice.fu@henkel.com

汉高股份有限及两合公司