

创新和研发扎根本地

第一季度中国业绩强势增长

日前，汉高发布了**2015**年第一季度财报，中国区业绩强势增长。汉高大中华区总裁艾峡甫（先生）在接受媒体群访时表示：“汉高中国的业绩得益于将创新和研发能力扎根本地市场，加快速度来应对中国市场的变化和 demand。此外，在业务模式领域我们也不断根据本地需要来进行定制化创新，如：电子商务渠道的快速拓展等。”

财报中显示：东欧、非洲/中东、拉美和亚洲（日本除外）地区新兴市场的销售额增长**12.0%**，达**18.70**亿欧元。有机销售额再次保持了**7.7%**的强劲增长势头。与上年同一季度相比，新兴市场的销售额比例保持稳定，为**42%**。

其中，亚太区的销售额从**5.88**亿欧元增至**7.32**亿欧元。有机销售额增长**5.9%**，这一出色的业务表现主要得益于中国市场非常强势的增长。

汉高中国业务部表现

汉高中国**粘合剂技术业务部**，旗下通用工业业务单元推出了针对手持设备的新型功能性涂料提高设备防腐蚀和防刮擦性能。此外，针对新兴行业，如无人飞行器、工业自动化设备、新型复合材料、电子烟等，推出定制化的方案。

在工业包装及消费品业务单元，所涉及的烟胶、软包装、纸巾、木工等领域业绩均增长显著，部分原因得益于粘合剂配套的**EASY-PAC**系统，为客户提供高粘结强度、多种适应性、高效率低单耗的可持续性包装解决方案。如：在鞋用粘合剂领域，创新工艺可提高生产效率，减少次品率，给鞋类生产带来革命性的变化。

在中国新能源汽车市场发展迅速的大环境下，交通与金属业务单元为纯电动汽车和插电式混合动力汽车研发了新一代 **BONDERITE** 导电涂层，这种材料被应用在电池中，从而降低电池内阻，改善活性物质对电池层正极的粘合，有助于提高电池性能，延长电池寿命。

民用粘合剂业务单元推出了以食用级原材料作为绿色环保依据的墙纸胶新品——“百得”糯米胶。“妥善”、“赛力特”等品牌频频亮相业内展会，全面展示了汉高专业的地坪施工和健康家装全系列解决方案。此外，汉高成功签约万科，成为万科中国瓷砖胶战略供应商。

汉高中国**化妆品/美容用品业务部**旗下零售部延续了高速增长强劲势头，稳居洗护发品类制造商第**3**位，染发作为市场第**1**位进一步扩大与其他厂商的距离，造型品类继续保持第**2**位的市场占有率并再创历史新高。

在一季度多个品牌推出新品，修护世家施华蔻 **EXTRA CARE** 重磅推出加入高端护肤成分丝氨酸精华的全新精华深透修护系列。专业沙龙级美发品牌丝蕴针对亚洲男士，全新上市丝蕴男士水润去屑和丝蕴男士控油去屑两款男士专属洗发露，同时，丝蕴首次携手亚洲殿堂级明星发型师 **KELVIN KOO**，共同合作研发了美发大师时尚精选系列造型产品，推出丝蕴丰盈卷俏系列。电商渠道也继续其卓越表现，凭借**3**月天猫“新风尚”主题平台，首次和时尚杂志及游戏应用跨界合作，针对年轻消费者打造“百变时尚，非同凡响”暨斐丝丽限量版全球首发活动，活动期间日均销售额成长**250%**，浏览人数高达**300**万人次。

同样，专业部在产品、服务、品牌影响力等多个方面均有卓越表现。在产品创新方面，高端专业美发品牌施华蔻专业推出的全新保丽系列产品突破原有**C12**科技，采用全球首创的**C18**科技，能够让受损秀发最大程度地还原到原生秀发的状态，实现发丝至臻之美。

此外，**2015**年**3**月**9**日，第八届施华蔻专业大中华美发大奖赛颁奖典礼在上海世博展览馆华丽上演。本次比赛参赛人数逾**2000**人，首次打破历史记录。颁奖典礼则吸引到了**1500**余名发型师及时尚名流参与，如：设计师马艳丽、国际发型大师 **Damien Carney**、**Rossa Jurenas**、宫村浩气、陈志达、顾锁全等。**2015**春夏新季风潮流在当晚发布，七项年度大奖也逐一颁出。作为美发专业品牌，施华蔻专业始终致力于挖掘才华横溢的优秀发型师，推动中国美发行业的发展。

2015财年第一季度销售及盈利实绩

- 销售额增长**12.7%**，至**44.3**亿欧元（有机增长：**+3.6%**）

- 营业利润*：+14.1%，至 7.07 亿欧元
- 息税前利润率*：+0.2 个百分点，达 16.0%
- 优先股每股盈利*（EPS）：+13.5%，达 1.18 欧元
- 新兴市场销售额增长强劲：有机增长：+7.7%

2015 财年第一季度，销售额显著增长达 12.7%，达到 44.3 亿欧元的季度新高。扣除 5.8 个百分点的正面汇率影响，销售额增幅达 6.9%。扣除外汇和并购/撤资的影响，有机销售额增幅达 3.6%。

洗涤剂及家用护理业务部表现出非常强劲的有机销售额增长，增幅达 5.2%。化妆品/美容用品业务部的有机增幅达 2.1%。粘合剂技术业务部实现了 3.3% 的有机销售额增长。

截至 2015 年 3 月 31 日，汉高的净财务状况为 1000 万欧元。截至 2014 年 12 月 31 日的净财务状况为-1.53 亿欧元。

财报数据补充信息

将一次性收益、一次性及重组费用纳入计算后，调整后营运利润增长 14.1%，由 6.19 亿欧元增至 7.07 亿欧元。报告中的营运利润（息税前利润）增长 6.5%，由 6.08 亿欧元增至 6.48 亿欧元。

财务计算结果改善了 600 万欧元，降至-900 万欧元。这主要归功于净利息成果和外汇成果的改善，净利息成果的改善部分归因于 2014 年 3 月高级债券的偿还，以及固定利率在 2014 年 3 月到期。税率为 24.6%，上年同期数字为 23.1%。

扣除非控制性权益后，调整后季度净收益增长 12.8%，由 4.52 亿欧元增至 5.10 亿欧元。报告中的季度净收益增长 5.7%，由 4.56 亿欧元增至 4.82 亿欧元。扣除 1200 万欧元非控制性权益后，净收入增至 4.70 亿欧元（上年同期为：4.49 亿欧元）。

优先股每股收益（EPS）增幅达 13.5%，由 1.04 欧元增至 1.18 欧元。EPS 由 1.04 欧元增至 1.09 欧元。

在销售额中占一定比例的**净流动资本**同比增长 1.4 个百分点，达 6.2%。这主要是由于受 2014 年的收购及外汇的影响。

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@cn.henkel.com

Janice Fu
Janice.fu@cn.henkel.com

汉高集团