

2013年3月6日

2012 财年目标全面实现

汉高销售额及营收再创新高

- 销售额增长 5.8%，达到 165.10 亿欧元（有机增长：3.8%）
- 调整后*营运利润：增长 15.1%，达到 23.35 亿欧元
- 调整后*息税前利润率：上升 1.1 个百分点，达到 14.1%
- 调整后*优先股每股收益（EPS）：增长 17.8%，达到 3.70 欧元
- 新兴市场表现强劲（有机增长：7.8%）
- 拟派股息：增长 18.8%，达到优先股每股股息 0.95 欧元
- 2013 财年将是再创佳绩的一年

杜塞尔多夫 – “2012 财年是迄今为止汉高史上最辉煌的一年：尽管市场环境极其动荡，竞争压力颇大，我们依旧取得了优异成绩，完成且超过了所有财务目标，”汉高集团全球首席执行官罗思德（Kasper Rorsted）先生说，“汉高三大业务领域均取得盈利性增长，各相关市场份额也得到提升。我们更是实现了 2008 财年制定的至 2012 财年阶段雄心勃勃的财务目标。我们极大程度上提升了汉高的竞争力，为未来的发展打造了坚实的基础。”

展望 2013 财年，罗思德（Rorsted）先生说：“强波动性和不稳定因素将持续影响市场。尽管汉高市场地位稳固，我们依旧会继续进一步简化及改善业务流程，以便比竞争对手更迅速地对市场变化作出应对。”

我们预期来年全财年的销售额有机增长率将达到 **3%-5%**之间。调整后息税前利率（**EBIT**）预期提升至 **14.5%**左右，调整后*优先股每股收益（**EPS**）预期增长为 **10%**左右。”

2012 财年销售额及营收

尽管经济环境充满挑战，汉高销售额在 2012 财年增至 165.1 亿欧元，与去年同期相比增长 5.8%。受价格和数量推动，除去外汇汇率及收购/撤资的影响，**有机销售额**增长 3.8%。

汉高旗下三大业务部门均取得有机销售额增长佳绩，同时各相关市场份额均得以提升。**洗涤剂及家用护理业务部**的有机销售额增长 4.7%。**粘合剂技术业务部**的有机增长率约为 3.6%。**化妆品/美容用品业务部**也获得了有机销售额增长率为 3.1%的骄人成绩。

扣除一次性收益、一次性费用及重组费用后，**调整后营运利润**在三大业务部门的共同努力下从 20.29 亿欧元升至 23.35 亿欧元，增长 15.1%。报告的营运利润（息税前利润）从去年的 17.65 亿欧元升至 21.99 亿欧元。

尽管采购市场价格高昂，**调整后销售回报率**（调整后息税前利润率）强势增长 1.1 个百分点，从 13.0%增至 14.1%。报告的销售回报率从去年的 11.3%攀升至 13.3%。

公司**财务费用**（**利息费用与投资收入差**）与去年相比减少 0.14 亿欧元，费用减至 1.41 亿欧元，改善原因为净债务减少及利率降低。外汇汇率同样起到了积极作用。**税率**为 24.4%，略低于去年同期的 26.0%。

扣除非控制性收益后，**调整后净收益**去年同比增加 18.2%，从 13.56 亿欧元增至 16.03 亿欧元。净收益同去年同期 11.91 亿欧元相比，增长至 15.56 亿欧元。扣除 0.46 亿欧元的非控制性收益后，净收益达到 15.10 亿欧元（去年：11.61 亿欧元）。**调整后优先股每股收益（EPS）**与去年同比增加 17.8%，从 3.14 欧元增至 3.70 欧元。调整前，优先股每股收益为 3.49 欧元，去年同期为 2.69 欧元。

管理董事会、监事会和股东委员会建议于股东周年大会批准将优先股**股息**提高 18.8% 至每股 0.95 欧元（去年同期为：0.80 欧元），同时将普通股股息提高 19.2% 至每股 0.93 欧元（去年同期为：0.78 欧元）。

净营运资本与销售比得到了进一步改善，在 2012 年年底达到 5.2%，与 2011 年同比降低 2.1 个百分点。截止 2012 年 12 月 31 日，**净债务**大幅下降至 0.85 亿欧元（2011 年 12 月 31 日净债务：13.92 亿欧元）。自由现金流翻了一番多，达到 20.23 亿欧元的纪录新高。

业务部门的业绩表现

2012 财年，**洗涤剂及家用护理业务部**取得了 4.7% 的有机**销售额**增长的优异成绩，远高于相关市场平均水平。当年的名义销售额增至 45.56 亿欧元，增幅为 5.9%。这种强劲的销售表现得益于全球所有业务区域的支持。

尽管西欧南部多国的市场环境持续困难，汉高西欧市场业务的有机销售额依旧获得增长。西欧市场业务的利润主要来源于德国、法国和意大利。尽管竞争激烈，市场萎靡，北美地区的销售增长也同样坚实。新兴市场销售额的整体增幅达到高个位数百分比。

调整后营运利润攀至 6.59 亿欧元，增幅高达 15.5%。调整后销售额回报率同样上涨 1.3 个百分点至 14.5%。相比去年同期的 4.19 亿欧元，今年报告的营运利润高达 6.21 亿欧元。除了积极的业务表现之外，重组费用减少也是利润增长的原因之一。

化妆品/美容用品业务部在 2012 财年延续往年良好势头，再次实现盈利性增长。有机销售额增幅达 3.1%，显著高于相关市场增幅。与往年一样，强大的创新项目是保证优异表现的原因之一。名义销售额增加 4.2%，高达 35.42 亿欧元。

新兴市场的业务表现尤为出色，其中亚洲（日本除外）实现高达两位数的增长率，这得益于中国业务的持续扩张。非洲/中东地区同样达到两位数增幅，成熟市场销售额也有所增长。

北美市场的业务表现尤其令人满意。尽管欧元危机和南欧不利经济发展使得市场疲软，欧洲销售额依然做到了与 2011 年持平。

调整后营运利润相较于去年的 5.14 亿欧元，强势增长 6.8%，为迄今为止最高营收数据。因此，调整后销售回报率上升 0.3 个百分点至 14.5%，同创新高。报告的营运利润与去年同比上升 2.6%，至 4.83 亿欧元。

粘合剂技术业务部在 2012 财年同样持续其盈利式增长。尽管经济整年持续放缓，但销售额首次超过 80 亿欧元，创达 82.56 亿欧元新高。有机销售额增长率为 3.6%，这得益于投资组合与创新型客户解决方案的持续同步。

新兴市场再次实现强劲的销售增长，其中非洲/中东地区销售增幅最大，达到了两位数的增长。成熟市场总体实现积极增长，其中北美市场贡献尤大。强劲的销售增长弥补了西欧市场尤其是南欧多国的负面经济影响。

调整后营运利润增长 15.9%，达到 12.46 亿欧元新高。调整后销售回报率增长 1.2 个百分点，同样达到另一个 15.1%新高。营运利润增长 18.9%，达到 11.91 亿欧元。

区域业务表现

尽管市场环境竞争激烈，**西欧市场**的销售额达到 56.10 亿欧元，几乎与去年等当。有机增长率稍负，为-0.5%。德国的积极趋势受南欧的经济衰退之势影响。**东欧市场**的销售额增长 6.2%，达到 29.86 亿欧元。土耳其和俄罗斯市场的支持使有机增长率达到 6.0%。在**非洲/中东市场**，名义销售额增长 15.3%，达 10.77 亿欧元。有机增长率为 12.6%，主要由来自包括阿拉伯联合酋长国、阿尔及利亚和埃及的两位数增长所带动。**北美市场**名义销售额增长率为 11.3%，达 30.23 亿欧元。尽管美国市场消费不景气，该地区的有机销售额增长率达到 4.8%。**拉美市场**销售额稍减，名义销售额增长-0.4%，至 10.62 亿欧元。另一方面，有机销售率增长 3.1%。这主要得益于墨西哥的业务表现，而巴西销售额下滑。**亚太市场**名义销售额增长 13.1%，达到 25.97 亿欧元。该地区持续做出强劲表现，有机增长率为 7.4%，主要由中国和印度的两位数销售增长推动。

在本期年报中，由包括东欧、非洲/中东、拉美和亚洲（日本除外）在内的**新兴市场**名义销售额增长 9.3%，达到 71.15 亿欧元。有机销售额增长率为 7.8%，这来自于汉高三大业务部门的贡献。新兴市场销售份额从 42%上涨至 43%。

2012 财年第四季度业绩表现

汉高集团第四季度**销售额**与去年同比增加 5.3%，达到 40.02 亿欧元。**有机销售额**增长率为 4.0%。**调整后营运利润** – 即利润减去一次性费用/营收和重组费用 – 增长 8.4%，从 5.02 亿欧元增长至 5.44 亿欧元。报告的营运利润（息税后利润）达到 4.92 亿欧

元，去年同期为 3.47 亿欧元。调整后销售额回报率（调整后息税后利润率）增长 0.4 个百分点，从 13.2% 涨为 13.6%。销售额回报率攀至 12.3%，去年同期为 9.1%。本季度调整后净利润减去非控制性利润后的增长率与去年相比为 12.9%，从 3.34 亿欧元涨至 3.77 亿欧元。本季度净利润总额为 3.57 亿欧元，去年同期为 2.12 亿欧元。本季度净利润减去 0.14 亿非控制性利润后，达到 3.43 欧元（去年同期：2.03 亿欧元）。调整后优先股每股收益（EPS）增长 13.0% 达到 0.87 欧元，去年同期为 0.77 欧元，调整前此数字从 0.47 欧元增长到 0.79 欧元。

汉高集团 2013 财年业绩展望

汉高集团预计在 2013 年实现 3%-5% 的有机销售额增长率，预计各业务部门在此范围内实现各自的有机销售额增长。近年来，汉高集团推出了一系列措施，对其成本结构产生了积极作用。同样在 2013 年，汉高集团打算进一步优化结构，以适应不断变化的市场条件，并严格控制成本，尤其是行政成本。通过优化及标准化业务流程，并继续扩大其共享服务，汉高集团将整合业务，进一步提升效率，同时提高客户服务质量。此外，其生产和物流网络的优化将有助于改善成本结构。这些因素结合预期的销售额增长将对盈利表现产生积极影响。汉高预计，与 2012 年的财务数据相比，2013 年调整后销售回报率（息税前利润率 EBIT）将增至 14.5%（2012 年：14.1%），所有业务部门都将贡献于此增长。汉高还预计，调整后优先股每股收益将增加 10% 左右。

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

欲获取2012财年年报及更多信息和下载资料，以及新闻发布会的网络直播链接，请访问我司网站中的新闻页面：

<http://www.henkel.com/press/press-conference-publication-of-2012-annual-report-39164.htm>

2012财年财务数据的最新信息可在汉高iPad应用程序中获取。此程序为您提供了汉高集团的丰富信息，包括最新消息、年报及可持续发展报告、视频及更多。在2013年，汉高还将推出安卓版本。

<https://itunes.apple.com/de/app/henkel/id580146237?mt=8>