

## 新闻稿

2014 年 4 月 4 日

汉高 2014 年年度股东大会

### 关注战略实施

杜塞尔多夫——在今天举行的汉高年度股东大会上，公司 CEO 罗思德回顾了公司在 2013 财年的成功业绩。谈到充满挑战的经济状况时，他说道：“虽然外部环境艰难，我们还是实现了所有财务目标。我们的业务定位良好，再次取得了稳健的增长。”罗思德还强调了实施公司 2016 年战略取得的进展。

“2013 年，我们朝着实现汉高公司的愿景：“一个全球品牌和技术的领袖”又迈出了一步。我们定义了清晰的战略和宏伟的目标。当前，我们关注实施公司的全球战略重点。”

近年来，汉高公司的赢利能力显著提升。“我们希望股东能通过较高的股息的成功发展中受益。因此，我们在年度股东大会上提议优先股股息为每股 1 欧元 22 欧分。和上一年相比，增长了 28%以上”，罗思德说道。和上一年 25%的平均利率相比，扣除非控制性股权以及例外事项变动后的股息支付率高达净利的 30%。股息支付率今后会在 25%至 35%之间浮动。股息支付率的提高不会影响到汉高战略的灵活性或其保守的财务战略。

股东委员会和监事会女主席白舒曼博士感谢公司管理委员会和所有员工在 2013 年对公司的付出和贡献。

着眼于本财政年度，罗思德特别强调了市场的高度不确定性：“除了东欧政治局势外，还有很多其他因素导致我们难以预测 2014 年的业务发展情况。”谈到外汇走势，罗思德谈到短期内得以缓和的可能性很小。“一些主要新兴市场上的货币今后可能会贬值。特别是在今年上半年，我们会看到一些负面影响”，他说道。

更多有关 2014 财年第一季度的情况，罗思德提到了 5 月 7 日将发布的第一季度的业绩。

罗思德还强调了新兴市场对汉高今后发展的重要意义：“过去四年间，我们新兴市场的有机增长率平均近 10%。相比之下，成熟市场的有机增长只有 2%。”此外，他还特别强调了新兴市场表现出的挑战：“我们也看到了这些市场上的不稳定性。高增长不可避免地伴随着高风险。但这并不会改变我们的战略——事实上，恰恰相反，我们决心迎难而上，应对这些挑战。”

更多有关汉高年度股东大会的信息，请访问

<http://www.henkel.com/press/annual-general-meeting-2014-44802.htm>

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方面：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 47,000 名员工。2013 财年的销售额为 164 亿欧元，调整后营业利润为 25 亿欧元。汉高优先股被列入德国 DAX 指数。

联系人 Anna Zhuang

Janice Fu



E-mail [anna.zhuang@cn.henkel.com](mailto:anna.zhuang@cn.henkel.com)

[janice.fu@cn.henkel.com](mailto:janice.fu@cn.henkel.com)

汉高股份有限及两合公司