

## 中国引领亚太地区 呈强劲增长态势

- 有机销售额增长稳健，增幅：**+4.3%**
- 销售额受外汇影响：为 **39.29** 亿欧元（**-2.6%**）
- 调整后营运利润：**+3.3%**，至 **6.19** 亿欧元
- 调整后息税前利润率：**+0.9** 个百分点，达 **15.8%**
- 调整后优先股每股收益（EPS）：**+8.3%**，达 **1.04** 欧元
- 新兴市场销售额增长强劲（有机增长：**+9.2%**）

杜塞尔多夫——“尽管市场环境持续面临困境，但汉高依然在 2014 财年实现了良好开局。所有业务部门均实现了有机销售额增长和盈利能力提升，”汉高首席执行官罗思德（Kasper Rorsted）先生说。“我们在成熟市场上发展的同时，在新兴市场上也取得了出色的业绩。然而，外汇汇率对报告中的销售额产生的负面影响比去年更大。”

“我们无法期望外汇情况能在短期内得到改善，”罗思德先生谈及这一财年说。“随着近期东欧局势的发展，为市场增添了一些不确定因素，因此经济环境依然会充满挑战。这使我们很难预测今年的经济发展情况。高度的敏捷性和灵活性依然是成功的关键。因此，我们将继续简化、加快我们的流程和结构。”

## 中国引领亚太地区 呈强劲增长态势

在本季度，亚太地区的销售额增长 1.4%，至 5.88 亿欧元。有机销售额增长非常强劲，至 9.3%，这主要得益于达到两位数增幅的中国地区，旗下粘合剂技术业务部和化妆品/美容用品业务部均做出了贡献。

汉高中国粘合剂技术业务部实现了全方位的业务增长。作为粘合剂、密封剂和表面处理方面的全球领导者，汉高的粘合剂技术应用于众多不同的市场，包括包装业、金属、汽车、电子、以及航空应用等。在中国，随着电商的蓬勃发展，汉高加大了在物流运输领域的应用推广，例如：在纸质快递袋，背胶袋，PE 袋，快递面单，以及三层不干胶标签等都有汉高粘合剂的应用。

此外，通过产品低碳环保的优越性，汉高粘合剂不断为客户提供更可持续性发展的解决方案。例如：新一代 UV 预活化聚氨酯热熔粘合剂，针对塑料、金属和玻璃有很好的粘结力。

汉高中国化妆品/美容用品业务部旗下零售线和专业线均表现卓越，在前不久年度股东大会上，罗思德先生提到：“中国具有非常大的潜力，此地区已经成为汉高化妆品/美容用品业务部的全球第五大市场。”

旗下零售线的各大品牌，从高端专业的“施华蔻”、沙龙品质的“丝蕴”、染黑世家的“光明”、儿童护肤专家的“孩儿面”以及香体护理的“FA”等等，每款产品背后都有来自德国的创新科技支持。上月 25 日，施华蔻 FRESHLIGHT 斐丝丽洗护系列在中国全球首发，从此，施华蔻斐丝丽将不仅代表着染发产品系列，也成为兼有洗护及染发产品的全新系列，这是汉高在美发领域的一个全新突破。

专业线的销售额主要来自护理和造型业务部。施华蔻专业线通过持续推广其明星产品，发展势头迅猛。Indola（妍多娜）通过不断提供鼓舞人心的解决方案，建立起良好的品牌知名度。

## 2014 年第一季度销售额及赢利实绩

2014 年第一季度，新兴市场货币依然承受压力，但美元也是如此。因此，本季度销售额达 39.29 亿欧元，与去年同期相比下降 2.6%。相反，有机销售额增长抵御了外汇和并购/撤资影响，增幅达 4.3%。

洗涤剂及家用护理业务部取得了强劲的有机销售额增长，增幅达 6.0%。化妆品/美容用品业务部取得了稳健的有机销售额增长，增幅达 3.0%。粘合剂技术业务部同样取得了稳健增长，其有机销售额与上年同期数字相比增长达 4.1%。

将一次性费用收入/和重组费用纳入计算后，调整后营运利润增长 3.3%，由 6 亿欧元增至 6.19 亿欧元。报告中的营运利润（息税前利润）增长 7.6%，由 5.65 亿欧元增至 6.08 亿欧元。

调整后销售回报率（息税前利润率）显著上升 0.9 个百分点，由 14.9% 升至 15.8%。报告中的销售回报率由去年同期的 14.0% 增至 15.5%。

汉高财务计算结果增长了 1500 万欧元，至 -1500 万欧元。这主要归功于净利息成果改善和出售其他投资项目所得。净利息成果改善的部分原因是本公司高级债券在 2013 年 6 月和 2014 年 3 月得到偿还。税率为 23.1%，上年同期数字为 24.7%。

本季度净收入增长 13.2%，由 4.03 亿欧元增至 4.56 亿欧元。扣除 700 万欧元非控制性权益后，净收入为 4.49 亿欧元（上年同期：3.93 亿欧元）。扣除非控制性权益后，调整后净收入增长 8.4%，从 4.17 亿欧元增至 4.52 亿欧元。优先股每股收益（EPS）

由 0.91 欧元增至 1.04 欧元。调整后 EPS 增长 8.3%，达到为 1.04 欧元，上年同期数字为 0.96 欧元。

净流动资本与销售额之比进一步增至 4.8%。截至 2014 年 3 月 31 日，净财务状况实现 9.23 亿欧元现金净额，比去年同期增长 8.09 亿欧元。

## **2014 年汉高集团展望**

汉高预计在 2014 财年取得 3%-5% 的有机销售额增长。汉高预期每个业务部都能在自己所属领域获得有机销售额增长。基于公司 2016 战略，汉高希望新兴市场的销售份额能够略微提升。相比 2013 财年，汉高预计 2014 年调整后销售回报率（EBIT）能够增至 15.5% 左右，而调整后优先股每股收益将会有较高的个位数增长。