

2015年8月12日

尽管市场环境严峻，全年指导方针得到确认

汉高在第二季度表现稳定

- 销售额增长 **13.5%**，至 **46.95** 亿欧元（有机增长：**+2.4%**）
- 营业利润*：**+14.0%**，至 **7.68** 亿欧元
- 息税前利润率*：**+0.1** 个百分点，达 **16.4%**
- 优先股每股盈利*（EPS）：**+11.2%**，达 **1.29** 欧元
- 新兴市场销售额有机增长强劲：**+5.1%**

杜塞尔多夫——“尽管市场环境严峻，汉高在第二季度总体表现稳定。销售额及盈利均实现两位数增长。主要驱动因素包括稳定的有机销售额增长、去年的收购，以及美元的强势表现。新兴市场的有机销售额表现强劲，再一次超过市场平均表现为增长做出贡献，”汉高首席执行官罗思德（先生）表示。

关于汉高在2015年上半年的表现，罗思德（先生）表示：“上半年，我们成功地将销售额提升近11亿欧元，达91亿欧元以上。有机销售额增长达3.0%，调整后息税前利润率16.2%，调整后优先股每股收益增长12.3%，全年目标的实现情况良好。”

* 已对一次性费用/收益和重组费用予以调整。

在评价2015财年时罗思德（先生）表示：“我们预计当前全球经济环境的严峻形势将会持续。市场将保持大幅波动。在这样的情况下，敏锐和灵活性是成功的关键因素。因此我们将根据市场情况的变化继续调整、进一步简化公司结构、提高流程效率。”

确定2015财年指导方针

尽管市场环境形势严峻，但罗思德（先生）确定了全年的预期：“我们预计2015财年有机销售额增长将位于3%和5%之间。我们预期调整后销售回报率可增至16%左右，调整后优先股每股收益可增至10%左右。”

2015年第二季度销售及盈利实绩

2015年第二季度，销售额再一次实现两位数增长，涨幅13.5%，至46.95亿欧元。扣除7.3个百分点的正面汇率影响，销售额增幅达6.2%。扣除外汇和并购/撤资的影响，有机销售额增长2.4%。

洗涤剂及家用护理业务部表现出强劲的有机销售额增长，增幅达4.3%。化妆品/美容用品业务部的有机增幅达1.9%。粘合剂技术业务部同样实现了1.7%的有机销售额增长。

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了14.0%，由6.74亿欧元增至7.68亿欧元。实际营运利润（息税前利润）由5.89亿欧元增至7.15亿欧元，涨幅21.4%。

调整后销售回报率上升0.1个百分点，至16.4%。实际销售回报率上升1.0个百分点，由14.2%增至15.2%。

财务计算结果较上年同期降至-1100万欧元。税率为24.6%，上年同期数字为22.8%。

扣除非控制性权益后，第二季度调整后净收益增长11.8%，由4.99亿欧元增至5.58亿欧元。第二季度实际净收益增长19.1%，由4.46亿欧元增至5.31亿欧元。扣除1000万欧元非控制性权益后，第二季度净收入为5.21亿欧元（上年同期为：4.41亿欧元）。

优先股每股收益（EPS）增幅达11.2%，由1.16欧元增至1.29欧元。实际EPS由1.02欧元增至1.20欧元。

销售相关的净流动资本较上年同比增长0.6个百分点，至6.6%。这主要是由于受到收购及外汇的影响。

2015年上半年业绩表现良好

2015年上半年汉高销售额显著增长10.59亿欧元，至91.25亿欧元。较上年同比增长13.1%。扣除外汇影响后，销售额增长6.5%。扣除外汇和并购/撤资的影响，有机销售额增长3.0%，汉高所有业务部门均表现良好。

调整后营运利润增长1.82亿欧元，由12.93亿欧元增至14.75亿欧元，增幅达14.0%。调整后销售回报率由16.0%增至16.2%。

扣除非控制性权益后，上半年调整后净收益增长12.3%，由9.51亿欧元增至10.68亿欧元。

调整后优先股每股收益（EPS）增长0.27欧元，涨幅达12.3%，由2.20欧元增至2.47欧元。

截至2015年6月30日的汉高净财务状况为-6.34亿欧元（截至上年12月31日的数字为-1.53亿欧元）。这一变化主要是由于受到分红的影响。

2015年第二季度各大业务部门业绩表现

洗涤剂及家用护理业务部在2015年第二季度持续了盈利性增长趋势。有机销售额同比增幅达4.3%，高于相关市场的发展水平。市场份额进一步增长。名义销售额再次实现两位数增长，涨幅15.3%，至13.14亿欧元（上年同期数字为：11.39亿欧元）。

稳定的有机销售额增长主要得益于新兴市场的强劲表现。东欧和拉美地区均实现两位数增长。非洲/中东地区增长稳定。成熟市场的有机销售额有所增长，这主要得益于西欧的良好表现，特别是德国的稳定增长。竞争激烈的北美地区的销售业绩也有所增长。

洗涤剂及家用护理业务部**调整后营运利润**增长明显，达**18.6%**，至**2.25**亿欧元。调整后销售回报率较上年同期改善**0.5**个百分点，至**17.1%**。实际营运利润同样增长明显，达**23.6%**，至**1.98**亿欧元，上年同期数字为**1.60**亿欧元。

同样，**化妆品/美容用品**业务部在2015年第二季度持续了盈利性增长趋势。实现有机销售额增长**1.9%**，再一次超过相关市场的表现，进一步提高了市场份额。名义**销售额**增长显著，增幅**12.2%**，至**10.06**亿欧元（上年同期数字为：**8.97**亿欧元），单季度销售额首度破**10**亿欧元。

该业务部在新兴市场的成功开拓继续呈现十分强劲的有机销售额增长。亚洲（日本除外）和拉美地区再次实现两位数增长。东欧销售业绩表现强劲，非洲/中东地区有机销售额有所增长。成熟市场业务继续受到负面的市场发展、价格和推广竞争的影响。受西欧业绩影响，这里的销售额较上年同期有所下降。尽管市场环境严峻，但北美销售额呈现稳定增长。亚太区成熟市场的有机销售额有所增长。

化妆品/美容用品业务部的**调整后营业利润**较上年同期大幅增长 **14.7%**，至 **1.66** 亿欧元。调整后销售回报率增长 **0.3** 个百分点，首度达到 **16.5%**。实际营运利润增长 **17.6%**，至 **1.58** 亿欧元。

粘合剂技术业务部在2015年第二季度实现**1.7%**的有机销售额增长。名义**销售额**增长**13.3%**，至**23.43**亿欧元（上年同期为：**20.69**亿欧元）。

新兴市场表现出稳定的有机销售额增长率。非洲/中东地区呈现强劲增长。拉美地区增长强劲，亚洲（日本除外）销售额有所增长。尽管东欧部分地区的政治局势依然紧张，

但业绩表现同样良好。总体上，成熟市场的有机销售额有所增长。亚太区成熟市场业务增长强劲，西欧销售业绩良好。北美地区有机销售额较上年有所下滑。

粘合剂技术业务部的**调整后的营业利润**较上年同期增长**9.9%**，至**3.98亿欧元**。调整后销售回报率为**17.0%**，较上年同期有所下降。实际营运利润增长**12.2%**，至**3.88亿欧元**。

2015年第二季度各地区业绩表现

汉高在**西欧**地区销售额增长**7.9%**，至**15.64亿欧元**。在竞争激烈的市场环境中，有机销售额水平与上年同期持平。南欧及法国、德国市场表现良好，北欧及瑞士销售额有所下滑。**东欧**销售额达**7.07亿欧元**，较上年同期数字为**7.39亿欧元**。但是，尽管市场环境严峻，仍然实现了**5.5%**的有机销售额增长。这主要得益于俄罗斯、土耳其和波兰的业务。**非洲/中东**地区销售额由**2.87亿欧元**增至**3.42亿欧元**。尽管部分国家的政治局势影响了增长，有机销售额仍然增长了**4.4%**。

北美地区销售额由**7.03亿欧元**增至**9.34亿欧元**。有机销售额增长**0.3%**。**拉美**地区销售额增长**12.7%**，至**2.92亿欧元**。有机销售额增长**8.4%**。这一强劲表现主要得益于墨西哥的表现。**亚太区**销售额由**6.66亿欧元**增至**8.26亿欧元**。有机销售额增长**3.7%**。这主要得益于中国、日本和印度的业绩表现。

在东欧、非洲/中东、拉美和亚洲（日本除外）**新兴市场**的销售额显著增长**11.0%**，至**20.47亿欧元**。在所有业务部门的努力下，实现有机销售额增长**5.1%**，再一次超过汉高集团的平均有机增长水平。来自新兴市场的销售额比例较上年同期略有下滑，至**44%**。**成熟市场**实现有机销售额增长**0.4%**，至**26.17亿欧元**。

汉高集团2015财年展望

汉高预计在**2015财年**可以实现**3到5个百分点**的有机销售额增长。汉高预期粘合剂技术业务部、洗涤剂及家用护理业务部能在各自所属领域获得有机销售额增长。对于化妆品/美容用品业务部，汉高预期有约**2个百分点**的增长。和之前一样，汉高希望新兴市

场的销售份额比例稳定发展。相比2014财年，汉高预计调整后销售回报率（息税前利润）可以增至16%左右，而调整后优先股每股收益将会至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 Janice Fu
E-mail Janice.fu@cn.henkel.com
电话: 86-021-2891 5121

欲获取2015财年第二季度财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：

www.henkel.com/ir
www.henkel.com/press