2017年8月10日

2017年度目標確認

**漢高第二季度業績表現強勁**

* **銷售额大幅增長：增長9.6%，達50.98億歐元，有機增長2.2%**
* **營業利潤\* 取得兩位數增長：增長11.0%，達9.09億歐元**
* **息税前利潤（EBIT）率\*進一步提升：增長20個基點，達17.8%**
* **優先股每股收益（EPS）\*大幅增長：增長10.7%，達1.55歐元**

**杜塞爾多夫——“漢高第二季度表現強勁，季度銷售額、調整後營業利潤和息稅前利潤（EBIT）率以及優先股每股收益同時創下新高，三大業務部門對此均作出積極貢獻，”漢高首席執行官漢斯·範·比倫（Hans Van Bylen）先生表示，“銷售額大幅增長，達51億歐元左右。調整後營業利潤和調整後息稅前利潤率進一步提高。調整後優先股每股收益取得兩位數增長。在充滿挑戰的市場環境下，漢高業績表現強勁。”**

**“我們預計全年市場環境的整體波動和不確定性將延續。匯率波動可能會繼續，預計消費品市場的困難狀況將持續下去。我們全面致力於保持業務的成功發展並實施我們的戰略重點。” 漢斯·範·比倫先生表示。**

**“漢高確認了本財年的財務目標。我們預計有機銷售額增長率將在2%至4%之間。我們預計調整後息稅前利潤（EBIT）率將提高至17.0%以上，調整後的優先股每股收益將增長7%至9%。”**

\* 已對一次性費用/收益和重組費用予以調整。

**漢高2017財年第二季度銷售及盈利表現**

2017財年第**二**季度，漢高**銷售額**達到50.98億歐元，創下歷史新高，與去年同期相比增長9.6%。收購/退出所持業務（項目）的貢獻達到7.4%，主要得益於對Sun Products公司的收購。外匯影響總體呈現中立態勢。扣除匯率波動和收購/退出所持業務（項目）影響後，漢高的**有機**銷售額實現了2.2%的穩步增長。

**粘合劑技術**業務部實現非常強勁的有機銷售額增長，增幅達3.4%。**化妝品/美容用品**業務部有機銷售額與上年同期持平，同時**洗滌劑與家用護理**業務部實現2.1%的有機銷售額穩步增長。

**新興市場**對漢高集團有機增長的貢獻再次高於平均水準，有機銷售額強勁增長4.7%，**成熟市場**有機銷售額增長良好，增幅為0.5%。

在促銷和定價壓力加劇的情況下，面對持續充滿挑戰的市場環境，**西歐地區**的有機銷售額出現-1.2%的輕微負增長。所有其他地區有機銷售額均有增長：**東歐地區**實現5.2%的銷售額增長。**非洲/中東地區**銷售額增長1.1%。**北美地區**銷售額增長3.2%。**拉美地區**銷售額和**亞太地區**銷售額分別增長了6.1%和4.8%。

**調整後營業利潤**（息稅前利潤）增長11.0%，達到9.09億歐元。三大業務部門對此均有所貢獻。

**調整後的銷售回報率**（息稅前利潤）增至17.8%，上升0.2個百分點。

**調整後優先股每股收益**從1.40歐元增至1.55歐元，增長10.7%。

在銷售額中占一定比例的**淨流動資本**增至5.2%，改善0.1個百分點。

**各大業務部門業績表現**

2017年第**二**季度，**粘合劑技術**業務部**有機銷售額增長**強勁，增幅達3.4%。名義銷售額增長3.5%，達23.70億歐元，創下歷史新高。**調整後營業利潤**增長6.6%，達到4.55億歐元。調整後的銷售回報率增長非常強勁，達到創紀錄的19.2%。

2017年第**二**季度，**化妝品/美容用品**業務部**有機銷售額**與上年同期持平。名義銷售額增長0.9%，達到9.97億歐元。**調整後營業利潤**強勢增長，達1.80億歐元，同比增長4.3%。調整後的銷售回報率增長勢頭強勁，達到18.0%，創歷史最高記錄。

2017年第**二**季度，**洗滌劑與家用護理**業務部**有機銷售額增長**良好，增幅達到2.1%。名義銷售額同比增長26.6%，達到17.03億歐元。**調整後營業利潤**增長22.2%，達到2.98億歐元。收購Sun Products公司對銷售額和營業利潤均有顯著貢獻。調整後的銷售回報率為17.5%。

**憑藉強勁收購進一步加強產品組合**

漢高在第三季度初順利完成對全球包裝技術公司泰力士包裝技術（Darex）與勝德集團（Sonderhoff）的收購工作，進一步加強了粘合劑技術業務，補充了其技術組合。

**2017上半年業務表現強勁**

半年**銷售額**首次突破100億歐元，增長11.5%，達到101.62億歐元。基於匯率和收購/退出所持業務（項目）調整後，**有機**銷售額增長強勁，達到3.1%。三大業務部門對此均有所貢獻。

**調整後營業利潤**增長12.3%，從15.70億歐元增至17.63億歐元。

**調整後的銷售回報率**從17.2%增至17.4%。

**調整後優先股每股收益**增長10.9%，從2.67歐元增至2.96歐元，增長29欧分。

2017年上半年，**粘合劑技術**業務部有機銷售額增長非常強勁，達4.4%。調整後的銷售回報率強勁增長，達18.6%。**化妝品/美容用品**業務部有機銷售額增長良好，達1.1%。調整後的銷售回報率強勁增長，達17.4%。**洗滌劑與家用護理**業務部有機銷售額穩步增長，達2.5%。調整後的銷售回報率為17.4%。

截至2017年6月30日，漢高**淨財務狀況**為-23.42億歐元（截至2016年12月31日，該數字為-23.01億歐元）。

**2017年目標確認**

漢高確認2017財年目標。漢高預計可以實現2%至4%的有機銷售額增長並預計各業務部門將在這一範圍內實現有機銷售額增長。與2016財年相比，漢高預計調整後銷售回報率（息稅前利潤率）將超過17.0%。漢高還預計調整後優先股每股收益可增長7%到9%。

**關於漢高**

漢高在全球範圍內經營均衡且多元化的業務組合。通過強大的品牌、卓越的創新和先進的技術，公司在工業和消費領域的三大業務板塊中確立了領先地位。漢高粘合劑技術業務部是全球粘合劑市場的領導者，服務于全球幾乎所有行業。洗滌劑及家庭護理以及美容護理兩大業務也是各國市場和眾多應用領域中的領先品牌。公司成立於1876年，迄今已有140多年歷史。2016年，漢高實現銷售額187億歐元，調整後營業利潤32億歐元。公司旗下三大品牌——寶瑩（洗滌劑）、施華蔻（護髮產品）和樂泰（粘合劑）貢獻了超過60億歐元的銷售收入。漢高在全球範圍內擁有5萬多名員工，在強大的企業文化和共同的價值觀的引領下，他們融合為一支熱情、多元化的團隊，為創造可持續價值這一企業目標而奮鬥。作為企業可持續發展的表率，漢高在許多國際性指數和排行榜中名列前茅。漢高的優先股已列入德國DAX指數。更多資訊，敬請訪問[www.henkel.com](http://www.henkel.com/)。

該內容所含前瞻性表述是漢高股份及兩合公司管理層基於現有的預測和假設。前瞻性表述的特點是使用諸如：期望、計畫、預測、假設、相信、預計、預期和類似的表述。這樣的表述在任何情況下都不應該被理解成確保這些預期將是準確的。漢高股份及兩合公司及其關聯公司實際實現的未來表現和結果基於一系列的風險和不確定性，因此，可能與前瞻性表述有明顯差別。這些因素，例如未來的經濟環境和競爭者行為以及市場上的其它參與者的行為，均在漢高的控制之外，並且無法準確預計。漢高將不計畫或採取行動更新任何前瞻性表述。

**媒體連絡人（大中華區）**

**Louise Cheung張曉芸 Jenny Fan 範悅**

Phone: +86 21 2891 5152 Phone: +86 21 2891 8071

Email: louise.cheung@henkel.com Email: jenny.fan@henkel.com

欲獲取2017年第二季度財報和其他資訊以及相關下載材料，請訪問我司網站中的新聞頁面：

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.de/ir)

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.de/presse)