2019年5月7日

汉高确定2019财年目标

# 汉高第一季度实现销售额增长

* **销售额增长2.8%，达49.69****亿欧元，实现有机增长0.7%**
* **营业利润（息税前利润）\*达7.95亿欧元（下滑5.6%）**
* **息税前利润率\*为16.0%（下滑140个基点）**
* **优先股每股收益\*达1.34欧元，****以不变汇率计算下滑6.3%**
* **自由现金流强劲增长：达5.23亿欧元**
* **持续投资于增长并提高竞争力**

**杜塞尔多夫——“尽管市场环境日益严峻，汉高仍在第一季度实现有机销售额与名义销售额的增长。在集团层面，调整后息税前利润率和调整后优先股每股收益情况均在整个财年的预期范围中。”汉高首席执行官****汉斯·范·比伦（Hans Van Bylen）先生表示。**

**“总的来说，2019年第一季度的业务发展情况喜忧参半。正如预期，粘合剂技术业务表现受到若干行业的工业生产放缓所影响，预计下半年将有所改善。”****汉斯·范·比伦先生表示。**

**“消费品业务方面，化妆品/美容用品业务表现不如预期。虽然我们成功推出了新的品牌与创新，专业美发业务的表现也超越了市场整体水平，但在西欧和中国等关键地区的零售业务表现不佳。我们正采取有针对性的措施来解决这一问题，从而促进增长，改善化妆品/美容用品业务的表现。”****汉斯·范·比伦先生补充道。****“另一方面，洗涤剂及家用护理业务今年开局良好，这也得益于创新成果和新品上市。”**

**持续投资于增长及提高竞争力**

**“今后，我们将着力进一步加强业务，投资于增长与数字化领域，并继续调整结构以实现全年目标。”****汉斯·范·比伦先生说道。**

**今年年初，汉高宣布将主要在消费品业务领域加大投资促进增长，以便抓住更多增长机遇，同时进一步加快数字化转型。汉高还将采取一系列措施，进一步提高企业竞争力。**

**2019财年目标确定**

**“我们确定了整个财年的目标。”汉斯·范·比伦先生说道，“预计本财年的有机销售额增长在2%至4%之间。调整后息税前利润率预计在16%至17%之间，以不变汇率计算的调整后优先股每股收益将以中等个位数百分比范围低于去年同期水平。”**

**2019年第一季度销售额及盈利表现**

从名义上看，2019年第一季度的**销售额**增长2.8%，达49.69亿欧元。不考虑外汇及收购/撤资的影响，**有机**销售额增长了0.7%。收购和撤资带来了0.6%的增长。外汇对销售额造成1.5%的积极影响。

**粘合剂技术**业务部的有机销售额下滑0.8%，主要原因是电子和汽车业务的放缓。**化妆品/美容用品**业务部的有机销售额较去年同期下滑2.2%，主要原因是西欧地区和中国零售业务表现疲弱。**洗涤剂及家用护理**业务部的有机销售额实现4.7%的强劲增长，主要得益于关键市场的新品上市和创新成果。

**新兴市场**有机销售额取得2.2%的良好增长，对集团有机增长的贡献再次超过平均水平。**成熟市场**的有机销售额下滑0.4%。

**西欧地区**的有机销售额下滑1.3%。**东欧地区**实现6.5%的有机增长。**非洲/中东地区**的有机销售额增长13.5%。**北美地区**的有机销售额增长1.1%。**拉美地区**实现8.0%的有机增长，**亚太地区**的销售额较去年同期下滑8.8%。

**调整后的营业利润（息税前利润）**达7.95亿欧元，与去年同期的8.42亿欧元相比，下滑5.6%。

**调整后的销售回报率（息税前利润）**为16.0%，较去年同期下滑1.4个百分点。

**调整后的优先股每股收益**下滑6.3%，从去年第一季度的1.43欧元跌至今年同期的1.34欧元。按不变汇率计算，优先股每股收益变动同样为-6.3%。

**净流动资本**在销售额中占比达6.6%，高于去年同期的6.2%。

2019年第一季度的**自由现金流**为5.23亿欧元，显著高于去年同期的2200万欧元。这一跃升体现了公司产生自由现金流的能力。

汉高截至2019年3月31日的**净财务状况**为-24.78亿欧元（2018年12月31日为-28.95亿欧元）。

**各大业务部门业绩表现**

2019年第一季度，**粘合剂技术**业务部的有机**销售额**略微下滑0.8%。名义销售额增长了1.7%，达23.09亿欧元。**调整后营业利润**为3.88亿欧元，低于去年同期的4.10亿欧元。**调整后的销售回报率**为16.8%（去年同期为18.1%）。

2019年第一季度，**化妆品/美容用品**业务部的有机**销售额**下滑2.2%。名义销售额为9.60亿欧元，低于去年同期的9.65亿欧元。**调整后营业利润**为1.44亿欧元。**调整后的销售回报率**为15.0%，低于去年同期水平。

2019年第一季度，**洗涤剂及家用护理**业务部实现4.7%的**有机销售额增长**。名义销售额增长了6.3%，达16.67亿欧元。**调整后营业利润**为2.86亿欧元，较去年同期减少1.9%。**调整后的销售回报率**达17.1%，低于去年同期水平。

**关于汉高**

汉高在全球范围内经营均衡且多元化的业务组合。通过强大的品牌、卓越的创新和先进的技术，公司在工业和消费领域的三大业务板块中确立了领先地位。汉高粘合剂技术业务部是全球粘合剂市场的领导者，服务于全球各行各业。洗涤剂及家用护理以及化妆品/美容用品两大业务也是各国市场和众多应用领域中的领先品牌。公司成立于1876年，迄今已有140多年光辉历史。2018年，汉高实现销售额约200亿欧元，调整后营业利润达35亿欧元左右。汉高在全球范围内约有5.3万名员工，在强大的企业文化和共同的价值观的引领下，他们融合为一支热情、多元化的团队，为创造可持续价值这一企业目标而奋斗。作为企业可持续发展的表率，汉高在许多国际性指数和排行榜中名列前茅。汉高的优先股已列入德国DAX指数。更多资讯，敬请访问[www.henkel.com](http://www.henkel.com)。

本文件所含前瞻性表述乃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、打算、计划、预测、假设、相信、预计、预期、预见和类似的表述。该等表述在任何情况下都不应该被理解成保证该等预期的准确无误。汉高股份及两合公司及其关联公司实际实现的未来业绩和结果取决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。很多因素，例如未来的经济环境和竞争者行为以及市场上其他参与者的行为，均在汉高的控制之外，无法准确预计。汉高不计划也不承诺更新前瞻性表述。

本文件在适用的财务报告框架中未明确界定的补充性财务计量指标，这些指标是或可能是替代性财务表现计量（非公认会计原则）。这些补充财务计量指标是根据综合财务报表中适用的财务报告框架提出的，不应被孤立看待，也不应被视为汉高净资产、财务状况或运营结果的替代计量指标。其他公司对于报告或描述类似项目的替代性财务计量指标，可能使用不同的计算方法。

本文件仅供参考，并不构成任何对证券的投资建议、出售要约或购买要约。

**媒体联系人（大中华区）**

**Louise Cheung张晓芸 Liki Qin 秦莉佳**

Phone: +86 21 2891 5152 Phone: +86 21 2891 4386

Email: louise.cheung@henkel.com Email: liki.qin@henkel.com