

迅銷有限公司 2014 年度上半年業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2013年8月止年度		2014年8月止年度			
	上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	全年預計	按年變動
銷售淨額	6,148	11,430	7,643	(+24.3%)	13,700	(+19.9%)
毛利	3,039	5,640	3,767	(+24.0%)	6,865	(+21.7%)
(佔淨銷售比率)	49.4%	49.3%	49.3%	(▲0.1p)	50.1%	(+0.8p)
銷售、一般及行政開支	2,073	4,310	2,735	(+32.0%)	5,410	(+25.5%)
(佔淨銷售比率)	33.7%	37.7%	35.8%	(+2.1p)	39.5%	(+1.8p)
經營收入	966	1,329	1,032	(+6.8%)	1,455	(+9.5%)
(佔淨銷售比率)	15.7%	11.6%	13.5%	(▲2.2p)	10.6%	(▲1.0p)
經常性收入	1,077	1,489	1,075	(▲0.2%)	1,495	(+0.3%)
(佔淨銷售比率)	17.5%	13.0%	14.1%	(▲3.4p)	10.9%	(▲2.1p)
收入淨額	654	903	645	(▲1.4%)	880	(▲2.6%)
(佔淨銷售比率)	10.6%	7.9%	8.4%	(▲2.2p)	6.4%	(▲1.5p)

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2013年8月止年度		2014年8月止年度			
		上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	全年預計	按年變動
日本UNIQLO	銷售淨額	3,872	6,833	4,055	(+4.7%)	7,150	(+4.6%)
	經營收入	689	968	702	(+1.8%)	1,000	(+3.3%)
(佔淨銷售比率)		17.8%	14.2%	17.3%	(▲0.5p)	14.0%	(▲0.2p)
海外UNIQLO	銷售淨額	1,306	2,511	2,320	(+77.6%)	4,000	(+59.2%)
	經營收入	160	183	280	(+75.1%)	350	(+90.7%)
(佔淨銷售比率)		12.3%	7.3%	12.1%	(▲0.2p)	8.8%	(+1.5p)
全球品牌	銷售淨額	957	2,062	1,253	(+31.0%)	2,530	(+22.7%)
	經營收入	85	174	92	(+7.7%)	210	(+20.3%)
(佔淨銷售比率)		9.0%	8.5%	7.4%	(▲1.6p)	8.3%	(▲0.2p)

【業績概要】上半年經營收入增長 6.8%，各部門銷售淨額、經營收入雙雙增長

■2014 年度上半年綜合業績表現：綜合銷售淨額 7,643 億日圓（較上年度同期增長 24.3%），經營收入 1,032 億日圓（較上年度同期增長 6.8%），經常性收入 1,075 億日圓（較上年度同期減少 0.2%），以及收入淨額 645 億日圓（較上年度同期減少 1.4%）。本集團所有業務的銷售淨額及經營收入均錄得增長，而海外 UNIQLO（優衣庫）於該六個月期間的銷售淨額及經營收入更呈現強勁擴展。

■日本 UNIQLO（優衣庫）：上半年銷售淨額及經營收入皆達到增長。銷售淨額增長主要因素為同店銷售淨額增長達 2.2% 等。然而，在毛利率改善同時，銷售及行政費用對銷售淨額的比率則呈上升。預計下半年同店銷售淨額與毛利率將持續改善，但員工開支、物流以及倉儲費等開支亦預料會有所上升。

■海外 UNIQLO（優衣庫）：上半年銷售淨額及經營收入亦皆達到大幅度增長。其中，大中華地區（中國內地・香港・台灣）、韓國、美國及歐洲的業績均高於預期，東南亞地區亦順利達到預期目標。有望下半年增長亦能持續，大中華地區、韓國、東南亞地區繼續高增長，而美國方面赤字收窄，歐洲地區即使因開設德國旗艦店，導致其相關成本有所增加，亦能與上年度一樣，幾乎完全達至收支平衡；所以預料海外 UNIQLO 業務將繼續維持高增長。全年盈利預測大幅向上修正，銷售額和經營利潤也會顯著增長。截至 2014 年 8 月止，預期整體海外 UNIQLO 業務的店舖數目為 632 間，較上一財政年度增加 186 間。

■全球品牌：上半年銷售淨額及經營收入皆呈現增長。GU 業務亦達到營收營利雙增長，但因冬季服飾存貨出清，使收益增長幅度較預期為低。GU 全年銷售額仍有望如預期般超越 1,000 億日圓。

■ **2014 全年度預期：**集團預計全年度銷售淨額達 13,700 億日圓，較上年度增長 19.9%；經營收入達 1,455 億日圓，較上年度增長 9.5%；經常性收入達 1,495 億日圓，較上年度增長 0.3%；而收入淨額為 880 億日圓，較上年度減少 2.6%；預期每股盈利為 863.50 日圓。全年派息預測：中期股息為 150 日圓，年終股息為 150 日圓，總共 300 日圓。

■ 日本 UNIQLO (優衣庫)

日本 UNIQLO 於截至 2014 年 2 月 28 日止六個月期間的銷售淨額及經營收入均錄得增長，銷售淨額達 4,055 億日圓（較上年度同期增長 4.7%），而經營收入則達 702 億日圓（較上年度同期增長 1.8%）。同店銷售額錄得 2.2% 增長，有助推動第二季度的表現。另外，由於我們採取「拆舊建新」策略，以大型門店取代了較小型門店，令平均銷售面積有所增加，每間門店的銷售額亦因此直接上升。於 2014 年 2 月底，位於日本的 UNIQLO 門店總數較 2013 年 2 月底增加 3 間至 831 間。此數字不包括該業務下 18 間特許經營門店。同店銷售額的 2.2% 增長乃歸因於門店客流量按年增加 0.5%，而每名客戶的平均消費額亦增加 1.7% 所致。於溢利方面，毛利率於上半年同比上升 0.8%。同時，銷售、一般及行政開支與銷售淨額比率上升 1.3%，此乃由於多個因素：店內兼職及臨時員工的員工成本增加，廣告及推廣開支上升，以及與本公司決定增加基本常年物品存貨有關的分銷及倉儲成本增加。

展望下半年，日本國內 UNIQLO 同店銷售淨額也將持續增長，預期毛利率得以改善。不過，集團將全年度的銷售淨額預測向下修正 50 億日圓，至 7,150 億日圓（較上年度增長 4.6%），經營收入預測也向下修正 145 億日圓，成 1,000 億日圓（較上年度增長 3.3%）。銷售淨額預測值向下修正主要為反映上半年未達到預期目標；而經營收入則因預計員工開支、物流以及貨倉費等開支需要而下調。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫)

海外 UNIQLO 表現超過本公司預期，其銷售淨額及經營收入於截至 2014 年 2 月 28 日止六個月期間均出現大幅增長。日本以外的 UNIQLO 業務合共錄得銷售淨額 2,320 億日圓（較上年度同期增長 77.6%），經營收入則為 280 億日圓（較上年度同期增長 75.1%）。此外，此強勁表現並不限於某一地區，期內，大中華地區（中國內地、香港及台灣）、南韓、美國以及歐洲的 UNIQLO 業務全部均錄得目標以上的業績。東南亞的 UNIQLO 業務亦如計劃般表現理想。於 2014 年 2 月底，海外 UNIQLO 門店總數同比增加 175 間至 534 間。

大中華地區 UNIQLO 業務於截至 2014 年 2 月 28 日止六個月期間表現超過公司預期，銷售淨額及經營收入均出現大幅增長。於六個月期間，UNIQLO 在該區開設 46 間門店及關閉一間門店，令大中華地區 UNIQLO 門店總數於 2014 年 2 月底增至 325 間。自於 2013 年 9 月在上海開設 UNIQLO 最大全球旗艦店後，UNIQLO 在中國的品牌形象獲得大幅提升。該旗艦店擁有 6,600 平方米的龐大銷售面積。南韓 UNIQLO 的銷售淨額及經營收入亦由於核心基本商品銷售強勁而取得高於預期的增長。我們在南韓開設 13 間新門店及關閉 2 間門店，令南韓 UNIQLO 門店總數於 2014 年 2 月底增至 116 間。另在美國方面，由於 UNIQLO 紐約第五大道門店以及另外兩間表現突出的紐約門店的合併銷售淨額取得雙位數增長，加上於 2013 年秋季在各大購物商場開設的 10 間 UNIQLO 新門店業績理想，美國 UNIQLO 的經營虧損於上半年度急劇收縮。歐洲 UNIQLO 的同店銷售淨額亦錄得雙位數增長。短期內，我們計劃於 4 月 11 日在柏林開設全球旗艦店，藉此首次進入德國市場。我們亦預定於 4 月 16 日在墨爾本開設我們於澳洲的首間門店。

展望下半年度，海外 UNIQLO 業務有望持續高增長。全年銷售淨額達 4,000 億日圓（較上年度增長 59.2%），經營收入預期達至 350 億日圓（較上年度增長 90.7%）。預期大中華地區、韓國、東南亞地區繼續維持高增長，而美國方面赤字將收窄。歐洲地區即使因開設德國旗艦店，使相關成本有所增加，但預期全年度仍能與上年度般維持收支平衡。在全年業績預測方面，因上半年度表現高於預期，以及因日圓走軟而獲致的匯兌收益，我們將銷售淨額預測向上修正 500 億日圓，經營收入預測則上調 70 億日圓。截至 2014 年 8 月止全年度，預期整體海外 UNIQLO 業務的店舖數目將達到 632 間，較上一會計年度增加 186 間。

■ 全球品牌

我們的全球品牌業務於截至2014年2月28日止六個月期間的銷售淨額及經營收入均錄得增長，銷售淨額達1,253億日圓（較上年度同期增長31.0%），而經營收入則達92億日圓（較上年度同期增長7.7%）。GU休閒服品牌的銷售淨額及經營收入均錄得增長，惟業績輕微低於我們預期。此差額乃由於第二季度須以大幅折扣銷售外衣過剩庫存所致。於六個月期間，GU開設40間新門店及關閉4間門店，令門店總數於2月底增至250間。Theory時尚品牌錄得銷售淨額上升，惟經營收入出現輕微收縮，此乃由於美國經濟低迷持續抑制百貨公司銷售，加上日本及美國的Theory業務的廣告及員工開支均錄得增加所致。

J Brand優質牛仔布品牌亦受美國經濟低迷狀況的不利影響，於截至2014年2月28日止六個月期間錄得表現低於預期。同時，Comptoir des Cottonniers錄得高於預期的銷售淨額及經營收入增長，而Princesse tam.tam的表現大致符合預期。

全球品牌業務全年度銷售淨額預期達2,530億日圓（較上年度增長22.7%），經營收入達210億日圓（較上年度增長20.3%）。其中，我們仍預期GU全年銷售淨額有望超越1,000億日圓。

■ 2014財政年度全年綜合業績預估：

2014年財政年度（截至2014年8月止），在集團綜合業績預測方面，預計銷售淨額將達13,700億日圓，較上年度增長19.9%；經營收入達1,455億日圓，較上年度增長9.5%；經常性收入達1,495億日圓，較上年度增長0.3%；而收入淨額為880億日圓，較上年度減少2.6%；預期每股盈利為863.50日圓。另外，在店舖總數方面，預期日本UNIQLO店舖數將達到857間（包括特許經營店），海外UNIQLO增至632間，全球品牌業務則將增加至1,261間舖（其中GU佔277間），總數達2,750間。此外，集團預計全年每股股息為300日圓（包括中期派息150日圓）。

投資者(IR)信息：如欲查詢更多有關本公司的業績與相關資訊，請參考以下網頁：

（英文）<http://www.fastretailing.com/eng/ir/>

（日文）<http://www.fastretailing.com/jp/ir/>