

迅銷有限公司 2015 年度上半年 (2014 年 9 月-2015 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2014年8月止年度		2015年8月止年度			
	上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	全年度預計	按年變動
收益	7,643	13,829	9,496	(+24.2%)	16,500	(+19.3%)
毛利	3,774	6,997	4,795	(+27.0%)	-	-
(佔收益比率)	49.4%	50.6%	50.5%	(+1.1p)	-	-
銷售、一般及行政開支	2,725	5,491	3,363	(+23.4%)	-	-
(佔收益比率)	35.7%	39.7%	35.4%	(-0.3p)	-	-
經營溢利	1,070	1,304	1,500	(+40.2%)	2,000	(+53.4%)
(佔收益比率)	14.0%	9.4%	15.8%	(+1.8p)	12.1%	(+2.7p)
所得稅前溢利	1,105	1,354	1,636	(+48.0%)	2,115	(+56.1%)
(佔收益比率)	14.5%	9.8%	17.2%	(+2.7p)	12.8%	(+3.0p)
母公司擁有人應佔溢利	670	745	1,047	(+56.2%)	1,200	(+61.0%)
(佔收益比率)	8.8%	5.4%	11.0%	(+2.2p)	7.3%	(+1.9p)

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2014年8月止年度		2015年8月止年度	
		上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動
日本UNIQLO	收益	4,055	7,156	4,545	(+12.1%)
	經營溢利	717	1,063	894	(+24.7%)
	(佔收益比率)	17.7%	14.9%	19.7%	(+2.0p)
海外UNIQLO	收益	2,320	4,136	3,455	(+48.9%)
	經營溢利	262	329	428	(+63.2%)
	(佔收益比率)	11.3%	8.0%	12.4%	(+1.1p)
全球品牌	收益	1,253	2,512	1,482	(+18.3%)
	經營溢利	95	-41	117	(+23.4%)
	(佔收益比率)	7.6%	-	7.9%	(+0.3p)

【業績概要】2015 年度上半年收益與溢利雙雙呈現增長

■ **各個事業分部收益、溢利均取得雙增長**

2015 財政年度上半年集團綜合業績呈現收益與經營溢利雙增長，其中收益達 9,496 億日圓，同比增長 24.2%，經營溢利 1,500 億日圓，同比增長 40.2%。同時，各個事業分部的收益及經營溢利亦均錄得增長，其中特別是海外 UNIQLO (優衣庫) 事業，收益與溢利皆呈現大幅增長。另外，所得稅前溢利與母公司擁有人應佔溢利的增幅較經營溢利為高，這主要是由於 2015 年 2 月底的日圓兌美元匯率較半年前出現貶值，致使以外幣計值的資產估定價值提高，產生融資收入淨額 135 億日圓所致。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫)：由增收、毛利率改善而帶來高於預期的溢利表現**

在日本 UNIQLO 事業方面，由於 HEATTECH (保暖內衣)、Ultra Light Down (超輕型羽絨) 及 SWEAT (運動衫) 系列等冬季核心商品銷情強勁，令同店銷售較上年度同期揚升 8.4%。同時，由於上半年業績表現不俗使集團提供折扣的需要減少，以致毛利率較上年度同期有所改善，經營溢利表現高於預期。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) : 收益及溢利雙雙大幅增長，大中華地區、韓國業績持續表現理想**

海外 UNIQLO 事業分部收益及經營溢利均實現超於預期的大幅增長；即便扣除匯率影響，按當地貨幣計算，依然錄得較預期為佳的收益與經營溢利雙增長。尤其是大中華地區（中國內地、香港及台灣）與韓國等的收益與溢利均表現強勁，在預期之上。

■ **全球品牌：收益及溢利增長幅度在預期之內，GU (極優) 銷情強勁**

全球品牌事業分部表現在預期之內，收益與溢利均呈現增長。其中 GU (極優) 業績表現佳，收益與經營溢利增長高於預期。這是由於該品牌裙裝、針織商品及冬季外套等主力促銷商品銷情強勁，加上新推出的「GU BASIC」商品系列的銷售也順利推進，均有助上半年的同店銷售額錄得增長。

■ **2015 全年度綜合業績預測：**

展望未來，集團預期全年度收益將達 16,500 億日圓，同比增長 19.3%；經營溢利或可達 2,000 億日圓，同比增長 53.4%；所得稅前溢利將達 2,115 億日圓，同比增長 56.1%；母公司所有人應佔溢利將達 1,200 億日圓，同比增長 61.0%；預期基本每股盈利 (EPS) 為 1,177.41 日圓。在全年派息方面，包括中期股息 175 日圓，預估全年將派息 350 日圓，較上年度增派 50 日圓。

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) : 得益于同店銷售增長、毛利率改善，經營溢利增長超預期**

日本 UNIQLO 於截至 2015 年 2 月 28 日六個月期間的收益及溢利增長均高於預期。收益增至 4,545 億日圓（較上年度同期增長 12.1%），而經營溢利則升至 894 億日圓（較上年度同期增長 24.7%）。上半年度同店銷售增長強勁，按年上升 8.4%。此外，由於毛利對收益比率增長 1.8 點以及銷售、一般及行政開支對收益比率下跌 0.4 點，故經營溢利大幅上升。

日本 UNIQLO 同店銷售增長強勁乃主要由於 HEATTECH、Ultra Light Down (超輕型羽絨)、SWEAT (運動衫及運動褲) 系列等核心冬季商品以及如羊毛外套及牛仔褲等相對高價商品暢銷所致。同時，由於上半年銷售態勢強勁使提供折扣的需求減少，以致毛利率錄得按年上升。

日本 UNIQLO 持續進行「拆舊建新」策略，以大型門店取代較小型的低效益門店，提高門店平均規模。於 2015 年 2 月底，日本 UNIQLO 直營門店總數（不包括 28 間僱員特許經營門店）較 2014 年 2 月底減少 18 間至 814 間。在減少的門店中，有 9 間門店乃由直營門店轉為僱員特許經營門店。

我們近期所推出以社區為本的門店發展策略之成果，也展現在陸續開業的新門店上。2014 年 10 月開幕的全球繁盛店 UNIQLO 吉祥寺店及全球旗艦店 UNIQLO OSAKA，開業以來均深受歡迎，而甫於 2015 年 3 月開業、佔地 3,300 平方米的 UNIQLO 札幌 ESTA 店，也在此加強本地化營銷策略下，一開業即獲得顧客的喜愛。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫): 收益及溢利大幅增長, 大中華地區與韓國業績持續表現理想

海外 UNIQLO 於 2014 年 9 月 1 日至 2015 年 2 月 28 日六個月期間, 收益及溢利增長均高於預期。收益大幅增長至 3,455 億日圓 (較上年度同期增長 48.9%), 而經營溢利則升至 428 億日圓 (較上年度同期增長 63.2%)。此外, 以當地貨幣計算的收益及溢利增長在扣除任何滙兌影響後仍超預期。於 2015 年 2 月底, 海外 UNIQLO 門店總數增至 716 間, 較上年同期淨增加 182 間門店。

於海外 UNIQLO 架構內, 大中華地區 (中國內地、香港及台灣) 及韓國的收益及溢利於上半年均錄得高於預期的強勁增長。東南亞 (新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓及印尼) 及歐洲 UNIQLO (英國、法國、俄羅斯及德國) 亦錄得收益及溢利增長, 與預期大致相符。與此同時, 澳洲 UNIQLO 業務於上半年錄得虧損, 主要是因首間門店於 2014 年 4 月開幕後的第一個春夏季度銷情並不理想。在美國方面, 我們加快新店開業的步伐, 於 2015 年 2 月底時, 美國 UNIQLO 門店總數達 39 間, 較上年同期增加 22 間。然而, 秋冬系列銷售遜於預期, 以致毛利率受壓, 加上新門店開業的成本, 導致業務表現低於預期, 致使美國 UNIQLO 於 2015 年財政年度上半年經營虧損出現擴大。

■ 全球品牌 : 收益及溢利增長如預期, GU (極優) 銷情強勁

全球品牌事業分部於 2015 年財政年度上半年收益及溢利均錄得增長, 與預期相符。收益增加至 1,482 億日圓 (較上年度同期增長 18.3%), 而經營溢利增加至 117 億日圓 (較上年度同期增長 23.4%)。其中, GU (極優) 時尚休閒服品牌的收益及溢利增長均高於預期, 主要是因裙裝、針織商品及冬季外套等主打商品銷情強勁, 且新推出的「GU BASIC」商品系列表現理想, 均有助推高 GU 上半年的同店銷售額。不過, Theory 時尚品牌及法國時尚女裝品牌 Comptoir des Cottonniers 的表現則不如預期, 溢利出現縮減。法國品牌 Princesse tam.tam 表現按年持平, 一如預期。至於美國 J Brand 優質牛仔布品牌則表現落後, 經營虧損出現輕微擴大。

■ 2015 全年度業績預測 :

展望未來, 2015 年財政年度 (截至 2015 年 8 月止) 集團綜合業績預估收益將達 16,500 億日圓, 同比增長 19.3%; 經營溢利或可達到 2,000 億日圓, 同比增長 53.4%; 所得稅前溢利預計將達 2,115 億日圓, 同比增長 56.1%; 母公司所有人應佔溢利或將達 1,200 億日圓, 同比增長 61.0%; 基本每股盈利(EPS)預估可達 1,177.41 日圓。

在門店總數方面, 預計截至 2015 年 8 月底時, 日本 UNIQLO 門店數將達到 844 間 (包括僱員特許經營店), 較 2014 年 8 月底時減少 8 間; 海外 UNIQLO 門店數將達到 818 間, 較 2014 年 8 月底時增加 185 間; 全球品牌門店數將達到 1,338 間, 較 2014 年 8 月底時增加 70 間; 集團旗下各品牌門店總數預計將達到 3,000 間, 較 2014 年 8 月底時增加 247 間。

此外, 在全年派息方面, 包括中期股息 175 日圓在內, 集團預估全年將派息 350 日圓, 較上年度增派 50 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/>