

迅銷有限公司 2021 財政年度第一季度 (2020 年 9 月-11 月) 業績概要

綜合業績

(單位: 億日圓)

	2020年8月止年度		2021年8月止年度		
	第1季度實值 (2019/9 ~ 2019/11)	第1季度實值 (2020/9 ~ 2020/11)		全年度業績預測 (2020/9 ~ 2021/8)	
				按年變動	
收益	6,234 100.0%	6,197 100.0%	-0.6% -	22,000 100.0%	+9.5% -
毛利 (佔收益比率)	3,129 50.2%	3,248 52.4%	+3.8% +2.2p	- -	- -
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	2,240 35.9%	2,132 34.4%	-4.8% -1.5p	- -	- -
事業溢利 (佔收益比率)	888 14.2%	1,115 18.0%	+25.6% +3.8p	2,650 12.0%	+55.9% +3.5p
經營溢利 (佔收益比率)	916 14.7%	1,130 18.2%	+23.3% +3.5p	2,450 11.1%	+64.0% +3.7p
融資收入 / 成本 (佔收益比率)	103 1.7%	-59 -	- -	- -	- -
所得稅前溢利 (佔收益比率)	1,020 16.4%	1,071 17.3%	+5.0% +0.9p	2,450 11.1%	+60.3% +3.5p
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	709 11.4%	703 11.4%	-0.7% -	1,650 7.5%	+82.6% +3.0p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2020年8月止年度		2021年8月止年度	
		第1季度實值 (2019/9 ~ 2019/11)	第1季度實值 (2020/9 ~ 2020/11)		按年變動
日本UNIQLO	收益	2,330	2,538	+8.9%	
	事業溢利 (佔收益比率)	388 16.7%	589 23.2%	+51.6% +6.5p	
	經營溢利 (佔收益比率)	385 16.5%	600 23.7%	+55.8% +7.2p	
	海外UNIQLO	收益	2,807	2,606	-7.2%
海外UNIQLO	事業溢利 (佔收益比率)	382 13.6%	413 15.9%	+8.2% +2.3p	
	經營溢利 (佔收益比率)	378 13.5%	414 15.9%	+9.5% +2.4p	
	GU	收益	729	765	+4.9%
	GU	事業溢利 (佔收益比率)	124 17.0%	134 17.6%	+8.5% +0.6p
經營溢利 (佔收益比率)		123 17.0%	136 17.8%	+9.9% +0.8p	
全球品牌		收益	361	280	-22.3%
全球品牌		事業溢利 (佔收益比率)	19 5.3%	-3 -	- -
	經營溢利 (佔收益比率)	18 5.2%	-2 -	- -	

註:「事業溢利」指收益總額扣除銷售成本, 以及銷售、一般及行政開支後的溢利。

【業績報告摘要】

■ 2021 財政年度第一季度綜合業績：經營溢利大幅增長，表現超越預期

- 綜合收益總額為 6,197 億日圓，較上年度同期微降 0.6%，經營溢利總額為 1,130 億日圓，同比增長 23.3%，錄得收益略為下降但溢利大幅增長。銷售及溢利表現均超越預期。
- UNIQLO（優衣庫）業務在日本及大中華地區雙雙錄得溢利大幅增長，GU（極優）事業亦錄得溢利增長。
- 融資收入及成本項下因匯兌虧損等計入淨損失 59 億日圓，加上持續虧損業務業績惡化導致稅收負擔率上升等原因，母公司擁有人應佔季度溢利為 703 億日圓，同比下降 0.7%。

■ 日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部：強勁銷情帶動毛利率、銷售行政等開支比率改善，溢利大幅增長。表現大幅超出預期

- 收益為 2,538 億日圓，同比增長 8.9%，經營溢利為 600 億日圓，同比增長 55.8%，錄得收益增長及溢利大幅增長。
- 同店銷售淨額同比增長 7.3%。滿足居家需求的商品以及 Sport Utility Wear (SUW)運動系列服裝、秋冬商品均銷情強勁。
- 受益於折扣率及成本率改善，毛利率得以改善 3.8 個百分點。而物流費用及廣告宣傳費用的削減則有助銷售、一般及行政開支比率改善 2.8 個百分點。

■ 海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益降但溢利增。大中華地區溢利大幅增長，南韓扭虧為盈

- 收益為 2,606 億日圓，同比下降 7.2%，經營溢利為 414 億日圓，同比增長 9.5%，表現符合預期。大中華地區溢利大幅增長，南韓亦從虧損轉為盈利，推動該事業分部溢利總額獲得增長。
- 以各地區來看，大中華地區獲益於中國大陸及台灣業績表現強勁，錄得收益增長及溢利大幅增長。南韓雖錄得收益下降，但得益於毛利率及銷售、一般及行政開支比率雙雙改善，經營扭虧為盈。
- COVID-19（2019 冠狀病毒病）疫情為部份地區帶來的影響大於預期，殃及業績表現。東南亞、南亞及大洋洲地區錄得收益及溢利下降；北美地區錄得收益大幅下降及經營虧損；歐洲地區則錄得收益及溢利雙雙大幅下降。

■ GU（極優）事業分部：收益及溢利雙增長，表現小幅超越預期

- 收益為 765 億日圓，同比增長 4.9%，經營溢利為 136 億日圓，同比增長 9.9%，錄得收益溢利雙增長。
- 廣告宣傳的針織衫、大眾潮流商品、滿足居家需求的商品均銷情強勁，同店銷售淨額錄得增長。

■ 全球品牌事業分部：COVID-19 疫情影響嚴重，收益大幅下降，經營呈小幅虧損，表現低於預期

- 收益為 280 億日圓，同比下降 22.3%，經營虧損 2 億日圓，錄得收益大幅下降及經營小幅虧損。
- 歐美地區受 COVID-19 疫情嚴重影響，Theory 業務錄得收益及溢利雙雙大幅下降，法國品牌 Comptoir des Cottonniers 業務虧損擴大。

■ 2021 全年度綜合業績預測：維持前次預期不變

- 展望未來，由於難以預計 COVID-19 疫情可能帶來的影響，因此維持前次所公布全年度業績預測不變。預計截至 2021 年 8 月止全年度集團綜合收益總額將達 22,000 億日圓，較上年度增長 9.5%，綜合經營溢利總額將達 2,450 億日圓，同比增長 64.0%，母公司擁有人應佔年內溢利將達 1,650 億日圓，同比增長 82.6%。
- 預計全年度每股股息將為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓、期末派息 240 日圓。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 強勁銷情改善毛利率、銷售行政等開支率，溢利大增，表現大幅超越預期

在日本UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年第一季度收益為2,538億日圓 (較上年度同期增長8.9%)，經營溢利為600億日圓 (同比增長55.8%)，錄得收益增長及溢利大幅增長。同店銷售淨額同比增長7.3%。不僅家居服、HEATTECH毛毯等滿足居家需要的商品銷情強勁，超彈性Active束腳褲等Sport Utility Wear (SUW)運動系列服裝、針織外套、SMART九分褲等秋冬商品銷情亦表現出色。此外，與設計師Jil Sander聯合推出的+J系列、與《花生漫畫》(Peanuts) 合作的聯名商品，以及AIRism口罩的銷情同樣對收益增長作出了貢獻。網路商店銷售淨額為367億日圓 (同比增長48.3%)，錄得大幅增長。毛利率因折扣率大幅縮減及生產效率改善帶來的成本率下降，同比改善3.8個百分點。銷售、一般及行政開支占收益比率同比改善2.8個百分點，主要得益於以物流費用及廣告推廣費用為主的費用削減。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益降但溢利增。大中華地區溢利大幅增長，南韓扭虧為盈

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年第一季度收益為2,606億日圓 (同比下降7.2%)，經營溢利為414億日圓 (同比增長9.5%)，錄得收益下降而溢利增長。溢利表現出色得益於以中國大陸及台灣市場為首的大中華地區錄得溢利大幅增長，以及南韓業績轉虧為盈所致。而在東南亞、南亞及大洋洲、北美，以及歐洲等地區的業務則因COVID-19疫情帶來的影響較預期嚴重，使收益錄得大幅下降。不過，各個市場的網路商店銷售淨額則順利錄得增長。

按地區而言，中國大陸市場錄得收益增長及溢利大幅增長。防寒衣物、滿足居家需要的商品銷情均強勁，同店銷售淨額錄得增長。由於戰略上推向控制折扣促銷以及強化對商品價值的訴求及品牌價值的傳播，毛利率錄得改善；加上門店經營效率提高，銷售、一般及行政開支占收益比率亦錄得改善。此外，中國大陸的網路商店銷售淨額錄得增長，利潤率亦錄得大幅改善。

南韓雖錄得收益下降，但業績從上年度同期的經營虧損轉為盈利，這主要得益於毛利率改善，以及因關閉虧損門店與控制經費支出，使得銷售、一般及行政開支占收益比率有所改善所致。東南亞、南亞及大洋洲地區的業務因受到COVID-19疫情嚴重影響，收益及溢利雙雙錄得大幅下降。然而，在疫情獲得控制的越南，業績表現強勁超越預期。美國受部分門店暫時歇業和政府外出禁令影響，錄得收益大幅下降，經營錄得虧損。歐洲地區的銷售業績截至10月時基本恢復上年度同期水平，但進入11月，由於英國、法國、比利時、意大利等地所有的門店皆暫時歇業，第一季度單季錄得收益、溢利雙雙大幅下降。不過，俄羅斯因冬裝商品及滿足居家需要的商品銷情強勁，按當地貨幣計算錄得收益及溢利雙雙大幅增長。

■ GU (極優) 收益及溢利雙增長，表現小幅超越預期

GU (極優) 事業分部在本財年第一季度的收益為765億日圓 (同比增長4.9%)，經營溢利為136億日圓 (同比增長9.9%)，錄得收益及溢利雙增長。

同店銷售淨額錄得增長，這主要得益於透過電視廣告及宣傳活動大力推廣的衛衣風針織衫、能捕捉大眾潮流的雙面衛衣及廚師褲，以及滿足居家需要的休閒家居服銷情強勁所致。毛利率雖同比下降0.6個百分

點，但此為上年度基期較高所致。銷售、一般及行政開支占收益比率同比改善1.2個百分點，主要歸因於門店經營效率提高帶來的人事費用比率改善，以及加強開支控制下，廣告宣傳比率下降。

■ **全球品牌事業分部因 COVID-19 疫情影響嚴重，收益大幅下降，經營呈小幅虧損，表現低於預期**

在全球品牌事業分部方面，本財年第一季度的收益為280億日圓（同比下降22.3%），錄得經營虧損2億日圓（上年度同期為溢利18億日圓），錄得收益大幅下降及小幅經營虧損。其中，Theory業務因於美國、歐洲、日本市場受COVID-19疫情影響業績惡化，錄得收益及溢利雙雙大幅下降。PLST業務的銷售額截至10月時基本與上年度持平，但在11月期間受疫情擴大影響，錄得收益及溢利雙雙下降。法國品牌Comptoir des Cotonniers業務因法國全體門店於10月底暫時歇業約一個月，錄得收益大幅下降及經營虧損擴大。

■ **2021 全年度綜合業績預測維持前次預估水準不變**

展望未來，預計截至2021年8月止全財政年度集團綜合收益總額將達22,000億日圓，較上年度增長9.5%；綜合經營溢利總額將達2,450億日圓，同比增長64.0%；母公司擁有人應佔年內溢利將達1,650億日圓，同比增長82.6%；基本每股盈利（EPS）將為1,616.05日圓。因COVID-19疫情發展難以估計，集團決定維持前次於10月時公布的預測不變。雖然COVID-19疫情自11月後再度於全球迅速擴大，但因第一季度業績表現超越預期，上半年度截至目前為止，整體業績表現依然呈現較預期為佳的趨勢。

在海外UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，預計將在上半年度錄得收益下降及溢利大幅增長，但表現低於預期。就各個地區而言，預計大中華地區業績表現將超出預期，錄得收益增長及溢利大幅增長。南韓處境依然嚴峻，預計在上半年度將錄得收益下降，但經營應符合預期扭虧為盈。另一方面，東南亞、南亞及大洋洲地區，以及歐洲地區，由於COVID-19疫情帶來的影響較想像中為大，預計上半年度將錄得收益及溢利大幅下降，表現低於預期。北美地區業績表現亦將低於預期，經營虧損或將擴大。

在日本UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，上半年度表現預料將超乎預期，錄得收益增長，同時因毛利率及銷售、一般及行政開支比率雙雙改善，預估將錄得溢利大幅增長。GU（極優）事業分部預計上半年度表現符合預期，業績基本持平於上年度水準。全球品牌事業分部預計將因Theory、Comptoir des Cotonniers為首的業務業績表現低於預期，而使該事業分部在上半年度表現不如預期，錄得收益及溢利雙雙大幅下降。

預計全年度每股股息將為480日圓，維持上次預測不變，其中包括中期派息240日圓、期末派息240日圓，與上年度股息金額相同。

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/>