

迅銷有限公司 2021 財政年度上半年 (2020 年 9 月-2021 年 2 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			
	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	12,085	20,088	12,028	-0.5%	22,100	+10.0%
毛利 (佔收益比率)	5,767 47.7%	9,758 48.6%	6,004 49.9%	+4.1% +2.2p	-	-
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	4,387 36.3%	8,058 40.1%	4,207 35.0%	-4.1% -1.3p	-	-
事業溢利 (佔收益比率)	1,379 11.4%	1,700 8.5%	1,797 14.9%	+30.2% +3.5p	2,750 12.4%	+61.7% +3.9p
經營溢利 (佔收益比率)	1,367 11.3%	1,493 7.4%	1,679 14.0%	+22.9% +2.7p	2,550 11.5%	+70.7% +4.1p
所得稅前溢利 (佔收益比率)	1,508 12.5%	1,528 7.6%	1,714 14.3%	+13.7% +1.8p	2,550 11.5%	+66.8% +3.9p
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	1,004 8.3%	903 4.5%	1,058 8.8%	+5.4% +0.5p	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	
		上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動
日本UNIQLO	收益	4,635	8,068	4,925	+6.2%
	事業溢利 (佔收益比率)	710 15.3%	1,068 13.2%	973 19.8%	+36.9% +4.5p
	經營溢利 (佔收益比率)	716 15.5%	1,046 13.0%	978 19.9%	+36.6% +4.4p
海外UNIQLO	收益	5,412	8,439	5,218	-3.6%
	事業溢利 (佔收益比率)	580 10.7%	635 7.5%	758 14.5%	+30.7% +3.8p
	經營溢利 (佔收益比率)	532 9.8%	502 6.0%	670 12.9%	+25.9% +3.1p
GU	收益	1,322	2,460	1,326	+0.3%
	事業溢利 (佔收益比率)	156 11.8%	228 9.3%	164 12.4%	+4.9% +0.6p
	經營溢利 (佔收益比率)	158 12.0%	218 8.9%	158 12.0%	+0.4% -
全球品牌	收益	701	1,096	545	-22.2%
	事業溢利 (佔收益比率)	9 1.4%	-93 -	-45 -	- -
	經營溢利 (佔收益比率)	7 1.1%	-127 -	-81 -	- -

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 財政年度上半年綜合業績表現: 經營溢利大幅增長, 超越預期

- 綜合收益總額為 12,028 億日圓, 較上年度同期下降 0.5%, 綜合經營溢利總額為 1,679 億日圓, 同比增長 22.9%, 錄得收益下降但溢利大幅增長。
- 日本及大中華地區的 UNIQLO (優衣庫) 業務錄得溢利大幅增長, 超越預期。
- 其他收入及開支項下在計入以海外 UNIQLO 業務為主的門店減值虧損等之後, 錄得淨虧損 117 億日圓。

- **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：毛利率、銷售行政開支比率改善，溢利大幅增長，超越預期**
 - 收益為 4,925 億日圓，同比增長 6.2%，經營溢利為 978 億日圓，同比增長 36.6%，錄得收益增長及溢利大幅增長。
 - 同店銷售淨額同比增長 5.6%。滿足居家需要的商品及秋冬主打商品等均銷情強勁。網路商店銷售額同比大幅增長 40.5%。
 - 得益於折扣率及成本率的改善，毛利率改善 2.9 個百分點。物流費用及廣告推廣費用的削減則助益銷售及行政開支比率改善 1.4 個百分點。
- **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益下降，但經營溢利超越預期，大幅增長**
 - 收益為 5,218 億日圓，同比下降 3.6%，經營溢利為 670 億日圓，同比增長 25.9%，錄得收益下降但溢利大幅增長。東亞地區業務總體表現強勁，而歐美地區業務則因受 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情嚴重影響，銷情不佳。
 - 大中華地區業務錄得收益及溢利大幅增長。南韓業務扭虧為盈，錄得小幅盈利。
 - 東南亞、南亞及大洋洲地區 (包括東南亞地區、印度及澳洲各市場) 和歐洲錄得收益及溢利皆大幅下降，美國錄得收益大幅下降，虧損擴大。
- **GU (極優) 事業分部：達成預期，基本與上年度持平**
 - 收益為 1,326 億日圓，同比增長 0.3%，經營溢利為 158 億日圓，同比增長 0.4%，基本與上年度持平。
 - 針織外套、起居休閒服等銷情強勁，同店銷售淨額基本與上年度同期持平。
- **全球品牌事業分部：COVID-19 疫情影響嚴重，收益大幅下降，錄得虧損。低於預期**
 - 收益為 545 億日圓，同比下降 22.2%，錄得 81 億日圓經營虧損。
 - Theory 業務因美國、日本業績惡化，收益及溢利雙雙大幅下降。Comptoir des Cotonniers 業務錄得虧損擴大。
- **2021 財政年度綜合業績預測：微幅上調，預計溢利大幅增長**
 - 展望未來，預計綜合收益總額將為 22,100 億日圓，較上年度增長 10.0%，綜合經營溢利總額將為 2,550 億日圓，同比增長 70.7%，母公司擁有人應佔溢利將為 1,650 億日圓，同比增長 82.6%。
 - 為反映上半年度的業績表現高於預期，全年度業績預測略有上調。下半年度業績維持原有預測不變。
 - 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，與上年度金額相同。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫)：毛利率、銷售行政開支比率改善，溢利大幅增長，超越預期

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，上半年度收益為 4,925 億日圓 (同比增長 6.2%)，經營溢利為 978 億日圓 (同比增長 36.6%)，錄得收益增長及溢利大幅增長。休閒服、HEATTECH 毛毯等滿足居家需要的商品，秋冬主力商品、超彈性 Active 束腳褲等 Sport Utility Wear (SUW) 運動功能服裝系列產品的銷情強勁，帶動同店銷售淨額 (包括網路商店) 同比增長 5.6%。此外，網路商店銷售額為 738 億日圓 (同比增長 40.5%)，收益錄得大幅增長。毛利率因銷售表現強勁，加上控制折扣促銷使折扣率有所改

善，以及生產效率提升帶來的成本率下降，錄得50.7%，同比改善2.9個百分點。銷售、一般及行政開支對收益比率錄得31.0%，同比改善1.4個百分點。這是由於以物流費用及廣告推廣費用為中心的效率提高所致。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫)：收益下降，但經營溢利超越預期，大幅增長

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，上半年度收益為5,218億日圓 (同比減少3.6%)，經營溢利為670億日圓 (同比增長25.9%)，錄得收益下降而溢利大幅增長。歐美地區業務雖然受COVID-19疫情嚴重影響而導致銷情不佳，但東亞地區的銷情總體良好。就網路商店的銷情而言，各個市場的收入均有所增長，並保持強勁銷情。

按地區而言，大中華地區業務中除了中國大陸市場以外，台灣及香港市場的收入也均有所改善，從而錄得大中華地區整體收入及溢利大幅增長。毛利率因控制折扣促銷而同比改善4.7個百分點，同時，因適當控制庫存水平，加上持續提高門店及物流運作效率，使銷售、一般及行政開支占收益比率改善2.5個百分點。南韓市場在持續面對嚴峻環境下，雖錄得收入大幅下降，但得益於毛利率以及銷售、一般及行政開支占收益比率有所改善，由上年度同期的經營虧損轉為錄得小幅經營溢利。東南亞、南亞及大洋洲地區 (包括東南亞地區、印度及澳洲各市場) 方面，因面對COVID-19疫情門店暫時歇業及活動限制等影響，錄得收入及溢利雙雙大幅下降。然而，越南市場因COVID-19疫情的影響較小，且由於UNIQLO品牌在當地大受歡迎，因此上半年度的銷售強勁，溢利大幅增長。

美國市場則因部份門店暫時歇業、進店管制及外出管制等嚴重影響，導致收入大幅下降及經營虧損擴大。歐洲地區亦因門店受到暫時歇業的嚴重影響，導致收入及溢利雙雙大幅下降。然而，由於俄羅斯市場的門店並無暫時歇業，因此冬季商品銷售強勁，帶動同店銷售淨額錄得雙位數增長，經營溢利大幅增長。

■ GU (極優)：達成預期，基本與上年度持平

在GU (極優) 事業分部方面，上半年度收益為1,326億日圓 (同比增長0.3%)，經營溢利為158億日圓 (同比增長0.4%)，業績表現基本與上年度同期持平。由於受COVID-19疫情影響，市中心的來店顧客數量減少，但得益於透過電視廣告大力推廣的針織外套、順應大眾潮流的雙面外套，以及滿足居家需要的休閒服銷情強勁，同店銷售淨額基本與上年度同期持平。毛利率維持於上年度同期水平，而銷售、一般及行政開支對收益比率因透過加強成本控制，從而改善0.4個百分點。

■ 全球品牌：COVID-19 疫情影響嚴重，收益大幅下降，錄得虧損。低於預期

在全球品牌事業分部方面，上半年度收益為545億日圓 (同比下降22.2%)，收入大幅下降，而錄得經營虧損81億日圓 (上年度同期為經營溢利7億日圓)。其中，Theory業務在美國、日本市場的業績受COVID-19疫情影響，錄得收入及溢利雙雙大幅下降。PLST業務因市中心的來店顧客數量減少，收入大幅下降並錄得小幅經營虧損。Comptoir des Cottonniers業務受到門店暫時歇業影響，錄得收入大幅下降及虧損擴大。

■ 2021 財政年度綜合業績預測：微幅上調，預計溢利大幅增長

展望未來，預計截至 2021 年 8 月止全年度集團綜合收益總額將達 22,100 億日圓，較上年度增長 10.0%，綜合經營溢利總額將達 2,550 億日圓，同比增長 70.7%，母公司擁有人應佔溢利將達 1,650 億日圓，同比增長 82.6%。為反映上半年度業績表現高於預期，全年度業績預測略有上調。下半年度業績則維持期初預測不變。此外，在其他收入及開支項下，預計將維持期初預測的 200 億日圓虧損。這主要是考慮到上半年度已錄得減值虧損等共 117 億日圓，而下半年度以 UNIQLO（優衣庫）業務為主實施的拆舊建新計劃亦預料將產生報廢損失、閉店損失、門店減值虧損等風險的緣故。

在海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，預計全年度將會錄得收益及溢利雙雙大幅增長。就各個地區而言，預計大中華地區將錄得全年度收益及溢利大幅增長。南韓雖預料將錄得收益下降，但因毛利率、銷售、一般及行政開支比率雙雙改善，預計全年度將可扭虧為盈。東南亞、南亞及大洋洲地區因上年度的下半年度業績基期較低，預計本年度的下半年度將可錄得收益大幅增長，扭虧為盈；全年度累計業績亦預計將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。美國市場方面，預計將在下半年度繼續受到 COVID-19 疫情導致的營業限制及外出限制影響，全年度累計業績預計將會錄得大幅虧損。但因上年度同期的比較基期低，預計全年度虧損幅度將會錄得收窄。歐洲方面，雖然預計下半年度的虧損幅度將會錄得收窄，但因上半年度溢利降幅過大，預計全年度虧損幅度仍將略有擴大。

日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度及全年度累計業績預計均將錄得收益及溢利雙增長。其中下半年度的毛利率預計將會偏低，但銷售、一般及行政開支比率預計將會改善。GU（極優）事業分部下半年度及全年度累計業績預計均將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。全球品牌事業分部全年度累計業績預計將錄得收益增長及虧損收窄。

在門店總數方面，預計截至 2021 年 8 月底，日本 UNIQLO（優衣庫）門店數將達到 813 間（含僱員特許經營店），海外 UNIQLO（優衣庫）門店數將達到 1,524 間，GU（極優）門店數將達到 440 間，全球品牌門店數將達到 886 間，集團旗下各品牌門店總數預計將達到 3,663 間。

預計全年度每股股息將為 480 日圓，維持前次預測不變，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>