

迅銷有限公司 2025 財政年度上半年度（2024 年 9 月-2025 年 2 月）業績概要

綜合業績

（單位：億日圓）

	2024年8月止年度		2025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	15,989	31,038	17,901	+12.0%	34,000	+9.5%
毛利	8,452	16,730	9,548	+13.0%	-	-
(佔收益比率)	52.9%	53.9%	53.3%	+0.4p	-	-
銷售、一般及行政開支	5,940	11,877	6,531	+9.9%	-	-
(佔收益比率)	37.2%	38.3%	36.5%	-0.7p	-	-
事業溢利	2,511	4,853	3,016	+20.1%	5,400	+11.3%
(佔收益比率)	15.7%	15.6%	16.9%	+1.2p	15.9%	+0.3p
經營溢利	2,570	5,009	3,042	+18.3%	5,450	+8.8%
(佔收益比率)	16.1%	16.1%	17.0%	+0.9p	16.0%	-0.1p
所得稅前溢利	2,993	5,572	3,637	+21.5%	6,350	+14.0%
(佔收益比率)	18.7%	18.0%	20.3%	+1.6p	18.7%	+0.7p
母公司擁有人應佔溢利	1,959	3,719	2,335	+19.2%	4,100	+10.2%
(佔收益比率)	12.3%	12.0%	13.0%	+0.7p	12.1%	+0.1p

集團下各事業業績

（單位：億日圓）

		2024年8月止年度		2025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	4,851	9,322	5,415	+11.6%
	事業溢利	764	1,543	975	+27.7%
	(佔收益比率)	15.8%	16.6%	18.0%	+2.2p
	經營溢利	772	1,558	976	+26.4%
	(佔收益比率)	15.9%	16.7%	18.0%	+2.1p
海外UNIQLO	收益	8,839	17,118	10,141	+14.7%
	事業溢利	1,500	2,760	1,695	+13.0%
	(佔收益比率)	17.0%	16.1%	16.7%	-0.3p
	經營溢利	1,509	2,834	1,685	+11.7%
	(佔收益比率)	17.1%	16.6%	16.6%	-0.5p
GU	收益	1,595	3,191	1,658	+3.9%
	事業溢利	151	324	131	-13.3%
	(佔收益比率)	9.5%	10.2%	7.9%	-1.6p
	經營溢利	153	337	139	-9.3%
	(佔收益比率)	9.6%	10.6%	8.4%	-1.2p
全球品牌	收益	694	1,388	677	-2.3%
	事業溢利	-17	1	11	-
	(佔收益比率)	-	0.1%	1.7%	-
	經營溢利	-17	6	9	-
	(佔收益比率)	-	0.5%	1.4%	-

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】

■ 2025 財政年度上半年度綜合業績：收益及溢利雙雙大幅增長、創歷來最佳業績

- 綜合收益總額為 17,901 億日圓，較上年度同期增長 12.0%，經營溢利總額為 3,042 億日圓，同比增長 18.3%。
- 日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部，東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區的 UNIQLO 業務銷情強勁，皆錄得收益及經營溢利大幅增長。
- 上半年度母公司擁有人應佔溢利達 2,335 億日圓，同比增長 19.2%。中期每股派息預計為 240 日圓，全年度合計每股將派發 480 日圓股息，較上年度增派 80 日圓。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益溢利大幅增長；配合氣溫變動展開商賣，創歷來最佳業績**

- 收益為 5,415 億日圓，同比增長 11.6%。經營溢利為 976 億日圓，同比增長 26.4%。
- 針對氣溫變化開展策略性商品及市場推廣措施，推升同店銷售淨額同比增長 9.8%，表現不俗。
- 毛利率因折扣率改善同比上升 0.8 個百分點。銷售及行政開支等佔收益比率則因人事及租賃費用比率下降，同比改善 1.4 個百分點

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益、溢利皆大幅增長，創歷來最佳業績**

- 收益為 10,141 億日圓，同比增長 14.7%；經營溢利為 1,685 億日圓，同比增長 11.7%。
- 來自全球對 UNIQLO 主力商品的支持愈發穩健，同時，以歐美地區為首新店開幕亦大獲成功。
- 東南亞、印度及澳洲地區，以及北美與歐洲地區皆錄得收益、溢利大幅增長。南韓錄得收益及溢利增長。
- 大中華地區以當地幣值計錄得收益及溢利下降。其中，中國大陸市場消費意願低落，加上地區間溫差加劇，商品組合未能滿足各地不同需求，因而錄得收益及溢利下降。

■ **GU (極優) 事業分部：收益增長，經營溢利下降**

- 收益為 1,658 億日圓，同比增長 3.9%；經營溢利為 139 億日圓，同比下降 9.3%。
- 缺乏不受氣溫影響且符合大眾潮流的熱銷商品，加上熱門商品庫存不足，同店銷售淨額同比僅略有上升。
- 美國旗艦店開幕費用以及日本廣告宣傳費用增加，銷售及行政開支等佔比上升，致使經營溢利下降。

■ **全球品牌事業分部：收益下降，經營扭虧為盈**

- 收益為 677 億日圓，同比減少 2.3%；經營扭虧為盈錄得溢利 9 億日圓。
- Theory 業務雖錄得收益下降，但在全球品牌事業分部旗下各個事業毛利率及銷售及行政開支等比率皆獲改善下，經營扭虧為盈。

■ **2025 財政年度全年度綜合業績預測：向上修正溢利，料將再創歷來最高業績水平**

- 綜合收益總額預計將為 34,000 億日圓，同比增長 9.5%；經營溢利總額預計為 5,450 億日圓，同比增長 8.8%；母公司擁有人應佔溢利預計為 4,100 億日圓，同比增長 10.2%。
- 其中，經營溢利預測向上修正 150 億日圓，母公司擁有人應佔溢利預測向上修正 250 億日圓。
- 中期每股預計將派發 240 日圓股息，合計全年度將可派息 480 日圓，較上年度增派 80 日圓。

* * * * *

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利皆大幅增長；針對氣溫變動展開商賣，創歷來最佳業績**

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年上半年度收益總額為 5,415 億日圓 (同比增長 11.6%)，經營溢利總額為 976 億日圓 (同比增長 26.4%)，錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長。該事業分部針對氣溫變化推出策略性商品及市場推廣措施，使銷售在全年性產品及保暖衣物為中心表現強勁，加上來自入境旅客的購買進一步擴大，推使同店銷售淨額 (包括網路商店) 同比增長 9.8%。毛利率因折扣率改善而同比上升 0.8 個百分點。銷售、一般及行政開支佔收益比率則因人事費用比率及租賃費用比率下降，同比改善 1.4 個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益、溢利雙雙大幅增長，創歷來最佳業績

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，上半年度收益總額為 10,141 億日圓 (同比增長 14.7%)，經營溢利總額為 1,685 億日圓 (同比增長 11.7%)，錄得收益及經營溢利皆大幅增長。其中，東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區皆錄得收益及經營溢利大幅增長，來自全球對 UNIQLO 主力商品的支持愈來愈高，推使業績持續擴大。

按該事業分部旗下各地區業績來看 (以當地幣值計)，大中華地區之中，中國大陸市場收益較上年度同期減少約 4%，經營溢利同比下降約 11%。這主要是因為市場整體消費意願低落，加上不同地區之間氣溫差距較以往為大，商品組合未能滿足各地需求所致。香港市場錄得收益下降，溢利大幅減少；台灣市場則錄得收益及溢利上升。另外，南韓錄得收益、溢利增長。東南亞、印度及澳洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。該地區除了 BRATOP、彈性輕便褲及牛仔褲等夏裝，以及全年基本商品銷售暢旺以外，HEATTECH、PUFFTECH 等冬季商品也大受歡迎，推動同店銷售淨額錄得增長。同時，北美、歐洲地區也錄得收益、溢利大幅增長，業績十分亮麗。不但冬季主力商品銷情強勁，新開幕的店鋪也大為成功。隨著門店銷售旺盛，提高了 UNIQLO 在當地的知名度，網路商店業績也因而擴大。這顯示「店鋪即宣傳媒介」，透過店鋪擴大顧客群，形成良性循環。

■ GU (極優) 收益增長，經營溢利下降

在 GU (極優) 事業分部方面，上半年度收益總額為 1,658 億日圓 (同比增長 3.9%)，經營溢利總額為 139 億日圓 (同比減少 9.3%)，錄得收益增長但溢利下降。雖然 Barrel Leg 錐形牛仔褲、保暖夾棉 HEAT PADDED 外套、以及經典麥爾登大衣受顧客青睞，然而因缺乏不受氣溫左右且能捕捉大眾潮流特色的熱銷商品，加上熱門商品庫存不足，使得該事業分部上半年度同店銷售淨額僅略高於上年度同期水平。至於經營溢利同比下降，則是由於美國旗艦店開幕，租金及總部費用上升，加上在日本策略性增加電視廣告，致使宣傳費用增加所致。

■ 全球品牌事業分部收益下降，經營扭虧為盈

在全球品牌事業分部方面，本財年上半年度收益總額為 677 億日圓 (同比減少 2.3%)，經營溢利總額為 9 億日圓 (相較於上年度同期 17 億日圓虧損)，業績扭虧為盈。雖然旗下 Theory 業務因銷售不振而收益下降，但該事業分部旗下各個品牌皆致力改善毛利率，以及銷售、一般及行政開支佔收益比率，因而錄得收益下降但經營扭虧為盈。

以旗下各個品牌業務來看，Theory 業務錄得收益下降但溢利增長。亞洲地區消費意願低迷，加上未能提供足夠休閒款式以滿足現今的生活方式，使收益下降；但在毛利率以及銷售、一般及行政開支佔收益比率獲得改善下，經營溢利錄得增長。PLST 業務錄得收益增長、經營扭虧為盈。這要歸功於暢銷商品成功地策略性備妥庫存、推動店鋪運營及賣場設計改革奏效，使銷售強勁。法國品牌 Comptoir des Cotonniers 業務雖然因店鋪總數減少三成錄得收益下降，但因調整價格至更為實惠區間的商品銷售強勁，推動同店銷售淨額錄得大幅增長，虧損幅度縮窄。

■ 2025 財年全年度綜合業績預測向上修正溢利水平，料將再創歷來最佳業績

展望未來，預計 2025 財政年度綜合收益總額將為 34,000 億日圓 (同比增長 9.5%)；事業溢利總額為 5,400 億日圓 (同比增長 11.3%)；經營溢利總額為 5,450 億日圓 (同比增長 8.8%)；母公司擁有人應佔溢利為 4,100 億日圓 (同比增長 10.2%)；預期將再創歷來最佳業績。反映上半年度業績表現高於預期，向上修正全

年度溢利預測，包括事業溢利 100 億日圓，以及經營溢利 150 億日圓。同時，因修正融資收入及成本項下預測值，母公司擁有人應佔全年度溢利預估向上修正 250 億日圓。

在全年度每股股息分配方面則較最近預測值向上修正 30 日圓；目前預估中期及期末每股將各派發 240 日圓，合計全年度派發 480 日圓，每股將較上年度增派 80 日圓。

在各個事業分部方面，預計海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度及全年度均可錄得收益大幅增長，經營溢利則將錄得個位數增長。這是由於上年度該業務錄得減值虧損撥回的一次性收益，而今年預計不會出現相同情況；同時，假設美國 UNIQLO 業務或將受到美國政府近期發表對等關稅及追加關稅的影響所致。

以該事業分部旗下各個地區而言，預估大中華地區下半年度將可錄得收益及經營溢利微幅增長，全年度則預料收益將略微下降及溢利下降。南韓預估下半年度及全年度皆將錄得收益及溢利雙增長。東南亞、印度及澳洲地區預料下半年度可望錄得收益大幅增長，在扣除向母公司應繳款項增加的影響後，經營溢利預計可錄得大幅增長；全年度則預期可錄得收益與溢利皆大幅增長。至於北美地區，預計下半年度收益將大幅增長但事業溢利下降。這主要是因假設來自美國政府所宣布對等關稅及追加關稅的影響將降低毛利率所致。同時，本年度目前預計不會有如同上年度一次性減值虧損撥回收益的情況，因而下半年度經營溢利預估將減少約兩成。因此，全年度預料將錄得收益及事業溢利大幅增長，經營溢利則錄得個位數增長。在歐洲地區方面，預期下半年度及全年度皆將錄得收益與經營溢利雙雙大幅增長。

此外，預估日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度將錄得收益增長，經營溢利略為上升；全年度則預期錄得收益增長，經營溢利大幅增長。在 GU（極優）事業分部方面，預計下半年度收益略有增長，經營溢利維持於上年度同期水平；全年度預料收益增長但經營溢利下降。全球品牌事業分部預估下半年度收益下降，經營溢利維持於上年度同期水平；全年度則預料收益下降但經營溢利增長。

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>