

迅銷有限公司 2025 財政年度前三季度 (2024 年 9 月-2025 年 5 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					
	前三季度實值 (2023/9~2024/5)	前三季度實值		第三季度實值		全年度預計	
		(2024/9~2025/5)	按年變動	(2025/3~2025/5)	按年變動	(2024/9~2025/8)	按年變動
收益	23,665	26,167	+10.6%	8,265	+7.7%	34,000	+9.5%
毛利	12,789	14,085	+10.1%	4,537	+4.6%	-	-
(佔收益比率)	54.0%	53.8%	-0.2p	54.9%	-1.6p	-	-
銷售、一般及行政開支	8,858	9,649	+8.9%	3,118	+6.9%	-	-
(佔收益比率)	37.4%	36.9%	-0.5p	37.7%	-0.3p	-	-
事業溢利	3,931	4,435	+12.8%	1,418	-0.0%	5,400	+11.3%
(佔收益比率)	16.6%	17.0%	+0.4p	17.2%	-1.3p	15.9%	+0.3p
經營溢利	4,018	4,509	+12.2%	1,467	+1.4%	5,450	+8.8%
(佔收益比率)	17.0%	17.2%	+0.2p	17.8%	-1.1p	16.0%	-0.1p
融資收入 / 成本	759	695	-8.4%	100	-70.1%	900	+59.9%
所得稅前溢利	4,777	5,205	+8.9%	1,567	-12.1%	6,350	+14.0%
(佔收益比率)	20.2%	19.9%	-0.3p	19.0%	-4.2p	18.7%	+0.7p
母公司擁有人應佔溢利	3,128	3,390	+8.4%	1,055	-9.7%	4,100	+10.2%
(佔收益比率)	13.2%	13.0%	-0.2p	12.8%	-2.4p	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			
		前三季度實值 (2023/9~2024/5)	前三季度實值		第三季度實值	
			(2024/9~2025/5)	按年變動	(2025/3~2025/5)	按年變動
日本UNIQLO	收益	7,220	8,014	+11.0%	2,598	+9.7%
	事業溢利	1,267	1,502	+18.5%	526	+4.6%
	(佔收益比率)	17.6%	18.7%	+1.1p	20.2%	-1.0p
	經營溢利	1,278	1,506	+17.8%	529	+4.7%
	(佔收益比率)	17.7%	18.8%	+1.1p	20.4%	-0.9p
海外UNIQLO	收益	12,928	14,571	+12.7%	4,429	+8.3%
	事業溢利	2,205	2,375	+7.7%	679	-3.6%
	(佔收益比率)	17.1%	16.3%	-0.8p	15.3%	-2.0p
	經營溢利	2,219	2,406	+8.4%	721	+1.5%
	(佔收益比率)	17.2%	16.5%	-0.7p	16.3%	-1.1p
GU	收益	2,464	2,562	+4.0%	904	+4.1%
	事業溢利	292	251	-14.2%	119	-15.3%
	(佔收益比率)	11.9%	9.8%	-2.1p	13.2%	-3.1p
	經營溢利	294	263	-10.7%	124	-12.1%
	(佔收益比率)	12.0%	10.3%	-1.7p	13.7%	-2.6p
全球品牌	收益	1,037	1,005	-3.1%	327	-4.6%
	事業溢利	-4	29	-	18	+44.2%
	(佔收益比率)	-	2.9%	-	5.5%	+1.8p
	經營溢利	-3	28	-	19	+35.1%
	(佔收益比率)	-	2.8%	-	5.8%	+1.7p

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 財政年度前三季度綜合業績: 收益及溢利雙雙增長, 創歷來最佳業績

- 綜合收益總額為 26,167 億日圓, 較上年度同期增長 10.6%, 經營溢利總額為 4,509 億日圓, 同比增長 12.2%; 母公司擁有人應佔溢利為 3,390 億日圓, 同比增長 8.4%。
- 第三季度單季期間, 日本、歐洲、北美、東南亞、印度及澳洲地區, 以及南韓的 UNIQLO (優衣庫) 業務帶動集團整體業績增長。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：第三季度單季錄得收益及溢利雙增長**

- 第三季度單季期間，收益為 2,598 億日圓，同比增長 9.7%；經營溢利為 529 億日圓，同比增長 4.7%。
- 同店銷售淨額同比增 7.5%。夏季主力商品及全年性商品銷情強勁；感謝節與黃金周期間銷售亦大獲成功。
- 毛利率因成本率及折扣率上升而下降 2.1 個百分點。銷售、一般及行政開支比率因收益增長而改善 1.2 個百分點。
- 前三季度累計收益為 8,014 億日圓，同比增長 11.0%；經營溢利為 1,506 億日圓，同比增長 17.8%。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：第三季度單季收益及溢利亦雙增長**

- 第三季度單季期間，收益為 4,429 億日圓，同比增長 8.3%；經營溢利為 721 億日圓，同比增長 1.5%。以當地幣值計，收益則約增長 14%，經營溢利約增長 7%。
- 南韓、東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區皆錄得收益及溢利雙增長。業績出色歸功於加強行銷措施後帶動夏季主力商品暢銷，以及持續不斷推出高品質店舖傳遞「LifeWear 服適人生」的品牌價值。
- 大中華地區錄得收益及溢利下降。其中，中國大陸市場因整體消費意願低落，加上 5 月初仍持續低溫，致使實際需求未能升高，收益及溢利下降。
- 前三季度累計收益為 14,571 億日圓，同比增長 12.7%；經營溢利為 2,406 億日圓，同比增長 8.4%。

■ **GU (極優) 事業分部：第三季度單季收益增長但溢利大幅下降**

- 第三季度單季期間，收益為 904 億日圓，同比增長 4.1%；經營溢利為 124 億日圓，同比減少 12.1%。
- Barrel Leg 錐形褲裝系列、Sweat Look T 恤，以及 Dry T 恤等夏裝暢銷，但包括外套、長版 T 恤等可見商機的商品，卻因庫存及行銷推廣不足，致使同店銷售淨額僅小幅上升。
- 前三季度累計收益為 2,562 億日圓，同比增長 4.0%；經營溢利為 263 億日圓，同比減少 10.7%。

■ **全球品牌事業分部：第三季度單季收益下降但溢利上升**

- 第三季度單季期間，收益為 327 億日圓，同比下降 4.6%；經營溢利為 19 億日圓，同比增長 35.1%。
- 該事業分部雖因 Theory 銷售面臨挑戰而收益下降，然而在法國品牌 Comptoir des Cottonniers 虧損幅度縮窄助益下，溢利增長。
- 前三季度累計收益為 1,005 億日圓，同比減少 3.1%；經營溢利為 28 億日圓，扭虧為盈。

■ **2025 財政年度全年度綜合業績預測：維持先前預測水準不變，料再創最高業績，同比增派 80 日圓**

- 有關全年度綜合業績與股息派發預測，皆維持先前預測水準不變。
- 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%。
- 全年度每股股息之中，繼中期派發 240 日圓後，期末亦預計將派發 240 日圓，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) 第三季度單季收益及溢利雙增長**

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年前三季度收益總額為 8,014 億日圓 (同比增長 11.0%)，經營溢利總額為 1,506 億日圓 (同比增長 17.8%)，錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長。

該事業分部第三季度單季亦錄得收益及經營溢利皆增長。除全年性商品銷情持續強勁之外，在感謝節及黃金周期間夏季商品熱銷的帶動下，使同店銷售淨額同比增長7.5%。然而，因日圓匯率疲軟對用於採購的預約遠期匯率造成影響，導致成本率上升；加上提早推出折扣促銷，以春季商品為主進行存貨出清，折扣率上升，毛利率下降了2.1個百分點。不過，由於銷售額上升，使得人事費用、租賃費用，以及廣告宣傳費用等比率下降，使得銷售、一般及行政開支佔收益比率同比改善1.2個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 第三季度單季收益及溢利亦雙雙增長

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，前三季度收益總額為14,571億日圓 (同比增長12.7%)，經營溢利總額為2,406億日圓 (同比增長8.4%)，錄得收益大幅增長、經營溢利上升。來自各地顧客對UNIQLO主力商品的支持愈發提高，加上公司持續在各地區推出能傳遞LifeWear品牌價值的高品質店舖，使業績表現強勁。

就該事業分部第三季度單季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5%，經營溢利同比下降約3%。這主要是因為市場整體消費意願低落，同時截至5月初仍持續低溫等因素，使實際需求無法提振。香港及台灣市場雖錄得收益增長，但因成本率上升使毛利率下降，加上行政開支等佔收益比率升高，致使經營溢利大幅減少。南韓的收益及溢利則皆錄得大幅增長，這是由於其策略性地備妥春季及全年性商品的庫存，成功推展換季時期業績，以及行銷策略奏效所致。東南亞、印度及澳洲地區錄得收益大幅增長、溢利上升。該地區以夏季商品為中心，銷情旺盛，推使同店銷售淨額增長。北美地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長，歐洲錄得收益大幅增長、溢利上升，業績持續表現良好。在歐美地區策略性加強行銷活動下，以主力商品為首帶動銷售表現亮麗。同時，前三季度期間開設的新店銷情不俗，不但能持續擴展顧客層並提高品牌知名度。

■ GU (極優) 第三季度單季收益增長但溢利大幅下降

在GU (極優) 事業分部方面，前三季度收益總額為2,562億日圓 (同比增長4.0%)，經營溢利總額為263億日圓 (同比減少10.7%)，錄得收益增長但溢利大幅下降。

其中，第三季度單季亦錄得收益增長、溢利大幅下降。雖然 Barrel Leg 錐形褲裝系列、Sweat Look T 恤，以及 Dry T 恤等夏裝受到青睞，使同店銷售淨額略有增長，但包括外套、長版 T 恤等嶄露商機的商品，卻因庫存不夠、行銷推廣不足，銷售表現低於預期。同時，受日圓疲弱影響，成本率上升，使毛利率下降。銷售、一般及行政開支佔收益比率上升。這主要是因調高薪資水平的同時，未能充份擴大銷售規模，使人事費用及總部費用比率上升所致。

■ 全球品牌事業分部第三季度單季收益下降但溢利回升

在全球品牌事業分部方面，前三季度收益總額錄得下降，為1,005億日圓 (同比減少3.1%)；經營溢利總額為28億日圓 (相較於上年度同期3億日圓虧損)，業績扭虧為盈。

第三季度單季期間，該事業分部旗下Theory業務錄得收益及溢利下降。這主要是因日本業務於百貨公司的銷售面臨挑戰，亞洲地區消費意願亦低迷，而皆錄得收益及溢利下降所致。PLST業務則錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長。該品牌不但新商品備受青睞，加上感謝節所推出商品奏效，銷售強勁。法國品牌

Comptoir des Cottonniers 業務雖然因店舖總數減少而使收益錄得下降，但因調整價格至更為實惠區間的商品銷售強勁，裝修後重新開幕的店舖業績亦表現佳，推動同店銷售淨額錄得增長，虧損幅度縮窄。

■ **2025 財年全年度綜合業績預測維持於先前預估水準不變，料將再創最高業績，同比增派 80 日圓**

展望未來，公司對 2025 財政年度綜合業績預測維持於 4 月時公布的預測水準不變。綜合收益總額預估將為 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。至於美國政府近期發表的對等關稅及追加關稅，預料其對集團下半年度整體事業溢利的影響額度在 1% 左右。同時，由於大量商品已進入美國的倉儲，因而對本年度的影響有限。

在各個事業分部方面，預計海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部，以當地幣值計，下半年度及全年度均可錄得收益大幅增長，經營溢利亦將上升。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、全年度皆將錄得收益下降，經營溢利則預料下降 10% 左右。南韓預估下半年度及全年度皆將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。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，經營溢利在扣除向母公司應繳款項增加的影響後，預計亦可錄得大幅增長；全年度則預期可錄得收益與溢利皆大幅增長。至於北美及歐洲地區，預計下半年度與全年度皆可錄得收益與經營溢利雙雙大幅增長。

在日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，預期下半年度將錄得收益及溢利雙增長，全年度則預期可錄得收益增長，經營溢利大幅增長。在 GU（極優）事業分部方面，預計下半年度與全年度皆將錄得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及全年度收益皆將下降；在經營溢利方面，因法國品牌 Comptoir des Cottonniers 與 Princess tam.tam 進行公司重整事業改造，預估將產生包括減值虧損等約 40 億日圓的費用，因而料將導致輕微虧損。

在期末每股股息分配方面亦維持先前預估不變，每股料將派發 240 日圓，合計中期派發 240 日圓，全年度將派發 480 日圓，每股較上年度增派 80 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>