

迅銷有限公司 2015 年度第一季度 ( 2014 年 9-11 月 ) 業績概要

綜合業績 <IFRS>

( 單位 : 億日圓 )

	2014年8月止年度	2015年8月止年度			
	第1季度實值	第1季度實值	按年變動	全年度預計	按年變動
收益	3,890	4,795	+23.3%	16,000	+15.7%
毛利 ( 佔收益比率 )	1,988 51.1%	2,532 52.8%	+27.4% ( + 1.7p )	- -	- -
銷售、一般及行政開支 ( 佔收益比率 )	1,354 34.8%	1,680 35.0%	+24.0% ( + 0.2p )	- -	- -
經營溢利 ( 佔收益比率 )	653 16.8%	913 19.1%	+39.9% ( + 2.3p )	1,800 11.3%	+38.0%
所得稅前溢利 ( 佔收益比率 )	694 17.9%	1,067 22.3%	+53.6% ( + 4.4p )	1,800 11.3%	+32.9%
母公司擁有人應佔溢利 ( 佔收益比率 )	419 10.8%	688 14.4%	+63.9% ( + 3.6p )	1,000 6.3%	+34.1%

集團下各事業業績 <IFRS>

( 單位 : 億日圓 )

		2014年8月止年度	2015年8月止年度	
		第1季度實值	第1季度實值	按年變動
日本UNIQLO	收益	2,084	2,326	+ 11.6%
	經營溢利 ( 佔收益比率 )	421 20.2%	511 22.0%	+ 21.3% ( + 1.8p )
海外UNIQLO	收益	1,140	1,680	+ 47.3%
	經營溢利 ( 佔收益比率 )	154 13.6%	243 14.5%	+ 57.2% ( + 0.9p )
全球品牌	收益	659	781	+ 18.6%
	經營溢利 ( 佔收益比率 )	73 11.1%	95 12.2%	+ 30.4% ( + 1.1p )

**【業績概要】 2015 財政年度第一季度收益及溢利雙雙呈現增長**

■ 各個事業分部皆達致收益、溢利雙增長

集團 2015 財政年度第一季度收益與溢利雙雙呈現增長，綜合收益總額達 4,795 億日圓，較上年度增長 23.3%；綜合經營溢利 913 億日圓，較上年度增長 39.9%。同時，各個業務分部的收益及溢利亦均錄得增長，尤其是海外 UNIQLO ( 優衣庫 ) 的收益與溢利更呈現強勁擴展。然而，由於日圓持續貶值，以致以外幣計值的資產估定價值提高，產生融資收入淨額 153 億日圓，母公司擁有人應佔溢利因而大幅增加，達 688 億日圓，較上年度增長 63.9%。

■ 日本 UNIQLO ( 優衣庫 ) : 在收益增長、毛利率改善帶動下，收益及溢利表現高於預期

因天氣於9月起轉涼，使秋冬系列商品更早受到消費者青睞，加上HEATTECH、Ultra Light Down ( 超輕型羽絨 ) 及Extra Fine Merino等核心冬季商品系列表現強勁，使同店銷售收益增長7.5%。同時在毛利佔收益比率增長2.4個百分點助益下，經營溢利增長高於預期。

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

海外UNIQLO事業分部收益及溢利增幅雙雙高於預期。尤其是大中華地區（中國內地、香港及台灣）及韓國UNIQLO的收益及溢利均表現強勁，在預期之上。截至2014年11月底，海外UNIQLO門店新增62間，總數增至695間。

■ **全球品牌：收益及溢利增長均符合預期，GU、theory 表現理想**

全球品牌事業分部收益及溢利增長與預期相符。GU 品牌業務的收益及溢利如預期般錄得雙位數增長，而theory 品牌的收益及溢利增長則較預期稍高。

■ **2015 全年度綜合業績預測：**

集團對 2015 全年度的業績預測並無調整。預估全年度收益將達 16,000 億日圓，較上年度增長 15.7%；經營溢利或可達 1,800 億日圓，較上年度增長 38.0%；母公司擁有人應佔溢利將達至 1,000 億日圓，較上年度增長 34.1%。第一季度業績表現雖較預期為佳，但集團將待各分部業務業績動向以及匯率走勢明確後，再考慮是否對業績預測作出調整。另外，集團預計 2015 年度全年每股股息為 320 日圓。

\*\*\*\*\*

**業績概要**

■ **日本 UNIQLO ( 優衣庫 ) : 收益增與毛利率改善有助溢利大幅增長**

日本UNIQLO於截至2014年11月30日止三個月期間的收益及溢利增長均高於預期。收益增至2,326億日圓（較上年度增長11.6%），而經營溢利則升至511億日圓（較上年度增長21.3%）。由於同店銷售額增加7.5%以及毛利率上升，故經營溢利大幅增長。由於整體銷售走勢強勁，以致毛利對收益比率於第一季度增長2.4個百分點。因天氣於9月起轉涼，使秋冬系列商品更早受到消費者青睞，而其後HEATTECH Ultra Light Down（超輕型羽絨）及Extra Fine Merino等核心冬季商品系列表現強勁，有助提高毛利率。日本UNIQLO的最新全球繁盛店UNIQLO吉祥寺店於2014年10月3日開幕，於2014年10月31日更緊接開幕最新全球旗艦店UNIQLO大阪。上述兩間以社區為本的重要新門店現時取得空前成功。於2014年11月底，日本UNIQLO直營門店總數（不包括28間特許經營門店）達824間，較上年度淨減少14間，其中9間門店乃是由直營門店新轉成的僱員特許經營門店。

■ **海外 UNIQLO ( 優衣庫 ) : 收益、溢利雙雙大幅增長，大中華地區與韓國持續表現佳**

海外UNIQLO於截至2014年11月30日止三個月期間表現十分理想，收益及溢利增長均高於預期。收益大幅增長至1,680億日圓（較上年度增長47.3%），而經營溢利則升至243億日圓（較上年度增長57.2%）。此外，以當地貨幣計算的分部收益及溢利增長在扣除任何滙兌影響後仍超預期。隨著第一季度淨開設62間門店，於2014年11月底，海外UNIQLO門店總數增至695間，較2013年11月底增加183間門店。於海外UNIQLO架構內，大中華地區（中國內地、香港及台灣）UNIQLO及韓國UNIQLO的收益及溢利均錄得高於預期的強勁增長。東南亞及大洋洲UNIQLO產生的收益及溢利增長符合我們的預期，而美國UNIQLO表現則未符預期，雖錄得收益增長，惟溢利有所收縮。歐洲UNIQLO（包括英國、法國、俄羅斯及德國的業務）的收益及溢利增長較預期略低，其中經營溢利按年表現穩定。

■ **全球品牌：收益及溢利增長如預期，GU、theory 表現理想**

全球品牌於截至2014年11月30日止三個月期間錄得符合預期的收益及溢利增長。收益增長至781億日圓（較上年度增長18.6%），而經營溢利則升至95億日圓（較上年度增長30.4%）。其中，GU時尚休閒服品牌的

收益及溢利按預期錄得雙位數增長，而經極力宣傳的短裙及針織商品表現強勁，有助推動現有門店的銷售額。Theory時尚品牌的收益及溢利增長較預期稍高。法國時尚女裝品牌Comptoir des Cottonniers表現未符預期，溢利錄得輕微收縮。同時，於截至2014年11月30日止三個月期間，集團旗下法國品牌Princesse tam.tam（提供內衣、家居服、泳裝及運動服）及美國J Brand優質牛仔布品牌表現均符合預期，且按年表現穩定。

### ■ 2015 全年度業績預測：

展望2015年財政年度（截至2015年8月底止），集團綜合業績預計收益將達16,000億日圓，較2014年度增長15.7%；經營溢利或將達1,800億日圓，較上年度增長38.0%；所得稅前溢利預計達1,800億日圓，增長32.9%；年內溢利將達到1,080億日圓，增長36.1%；母公司擁有人應佔溢利將達至1,000億日圓，增長34.1%；每股基本盈利或可達至981.18日圓，與本年度初期預期相同。第一季度業績表現雖較預期為佳，但集團將待秋冬季結束，以及各分部業務業績動向以及匯率走勢明確後，再考慮是否對業績預測作出調整。另外，集團預計2015年度全年每股股息為320日圓，其中包括中期派息160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>