

迅銷有限公司 2026 財政年度上半年度 (2025 年 9 月-2026 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位: 億日圓)

	2025年8月止年度		2026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	17,901	34,005	20,552	+14.8%	39,000	+14.7%
毛利 (佔收益比率)	9,548 53.3%	18,288 53.8%	11,115 54.1%	+16.4% +0.8p	-	-
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	6,531 36.5%	12,777 37.6%	7,246 35.3%	+10.9% -1.2p	-	-
事業溢利 (佔收益比率)	3,016 16.9%	5,511 16.2%	3,869 18.8%	+28.3% +1.9p	6,900 17.7%	+25.2% +1.5p
經營溢利 (佔收益比率)	3,042 17.0%	5,642 16.6%	4,006 19.5%	+31.7% +2.5p	7,000 17.9%	+24.1% +1.3p
所得稅前溢利 (佔收益比率)	3,637 20.3%	6,505 19.1%	4,288 20.9%	+17.9% +0.6p	7,400 19.0%	+13.7% -0.1p
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	2,335 13.0%	4,330 12.7%	2,792 13.6%	+19.6% +0.6p	4,800 12.3%	+10.9% -0.4p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2025年8月止年度		2026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	5,415	10,260	5,817	+7.4%
	事業溢利 (佔收益比率)	975 18.0%	1,813 17.7%	1,107 19.0%	+13.4% +1.0p
	經營溢利 (佔收益比率)	976 18.0%	1,844 18.0%	1,114 19.2%	+14.1% +1.2p
海外UNIQLO	收益	10,141	19,102	12,413	+22.4%
	事業溢利 (佔收益比率)	1,695 16.7%	3,053 16.0%	2,330 18.8%	+37.4% +2.1p
	經營溢利 (佔收益比率)	1,685 16.6%	3,093 16.2%	2,341 18.9%	+38.9% +2.3p
GU	收益	1,658	3,307	1,684	+1.6%
	事業溢利 (佔收益比率)	131 7.9%	283 8.6%	157 9.4%	+20.1% +1.5p
	經營溢利 (佔收益比率)	139 8.4%	305 9.2%	164 9.8%	+18.3% +1.4p
全球品牌	收益	677	1,315	627	-7.5%
	事業溢利 (佔收益比率)	11 1.7%	26 2.0%	-7 -	- -
	經營溢利 (佔收益比率)	9 1.4%	-9 -	-1 -	- -

註:「事業溢利」指收益總額扣除銷售成本,以及銷售、一般及行政開支後能反映事業本質的溢利。

【業績報告摘要】

■ 2026 財政年度上半年度綜合業績: 錄得收益及溢利大幅增長, 創歷來最佳業績

- 綜合收益總額為 20,552 億日圓, 較上年同期增長 14.8%; 事業溢利總額為 3,869 億日圓, 同比增長 28.3%; 母公司擁有人應佔溢利為 2,792 億日圓, 同比增長 19.6%。
- 旗下 UNIQLO (優衣庫) 事業於各個地區皆錄得收益、溢利雙增長, 以開展旗艦店為軸的品牌策略, 以及全年性商品策略性銷售佈局皆有助業績表現。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益增長、溢利大幅增長**

- 收益為 5,817 億日圓，同比增長 7.4%；事業溢利為 1,107 億日圓，同比增長 13.4%。
- 上半年度同店銷售淨額同比增長 6.5%。除了全年性商品外，氣溫下降推升冬季商品需求亦有助銷售。
- 採購用預約日圓匯率走低，使成本率上升，導致毛利率下降 0.2 個百分點。銷售、一般及行政開支比率則因人事及租賃費用率下降，同比改善 1.2 個百分點

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利雙雙錄得大幅增長**

- 收益為 12,413 億日圓，同比增長 22.4%；事業溢利為 2,330 億日圓，同比增長 37.4%。事業溢利率同比改善 2.1 個百分點。
- 透過於全球各地開展旗艦店及大型門店等，使 UNIQLO 的知名度進一步提升。
- 各個地區不但冬季商品受青睞，在強化全年性商品的訴求下，銷售表現亮麗。
- 大中華地區錄得收益增長，溢利兩位數增長；南韓、東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區收益、溢利亦皆錄得兩位數增長，業績持續高度成長。

■ **GU (極優) 事業分部：收益錄得些微增長、溢利大幅增長**

- 收益為 1,684 億日圓，同比增長 1.6%；事業溢利為 157 億日圓，同比增長 20.1%。
- 捕捉大眾潮流的商品暢銷，同時台灣與香港市場所新開設門店的業績亦持續表現佳。
- 毛利率與銷售、一般及行政開支比率改善，有助事業溢利率攀升。同時，透過將商品種類數量集中於暢銷商品，以及提升銷量規劃精準度等，事業構造改革的成果已開始顯現。

■ **全球品牌事業分部：錄得收益下降及事業虧損**

- 收益為 627 億日圓，同比減少 7.5%；事業溢利項下錄得 7 億日圓虧損。
- Theory 業務收益下降並錄得少許虧損。美國市場因百貨業不振使其批發業務面臨困境，同時去年 3 月關閉網路折扣店亦使收益下降。另外，因批發業務客戶百貨公司申請破產而提列壞帳損失，錄得虧損。

■ **2026 財政年度全年度綜合業績預測：向上修正**

- 集團目前預估綜合收益總額將為 39,000 億日圓，同比增長 14.7%；事業溢利總額為 6,900 億日圓，同比增長 25.2%；營業溢利總額為 7,000 億日圓，同比增長 24.1%；母公司擁有人應佔年度溢利為 4,800 億日圓，同比增長 10.9%。
- 其中，向上修正額為包括收益 1,000 億日圓、事業溢利 400 億日圓、營業溢利 500 億日圓，以及母公司擁有人應佔溢利 300 億日圓。
- 全年度每股股息方面，預計中期及期末每股可望各派發 320 日圓，合計全年度派發 640 日圓股息，較 2025 年度增派 140 日圓。

* * * * *

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 錄得收益增長、溢利大幅增長**

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 5,817 億日圓 (同比增長 7.4%)，事業溢利總額為 1,107 億日圓 (同比增長 13.4%)，錄得收益增長、溢利大幅增長。全年性商品的策略性銷售佈局奏效，帶動收益成長；同時隨著氣溫下降，冬季商品亦銷售旺盛，推使同店銷售淨額 (包括網路商店) 同比增長 6.5%。因日圓匯率走低，影響採購所使用的預約匯率，導致成本率上升，毛利率因而同比下降 0.2 個百分點。然而因銷售表現強勁，人事及租賃費用比率下降，使銷售、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) 收益、溢利雙雙錄得大幅增長

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面, 本財年上半年度收益總額為12,413億日圓 (同比增長22.4%)、事業溢利總額為2,330億日圓 (同比增長37.4%), 錄得收益、溢利雙雙大幅增長。

按該事業分部旗下各地區業績而言, 大中華地區之中, 中國大陸市場錄得收益增長, 溢利錄得兩位數增長。第二季度單季期間面對氣溫攀升, 在農曆春節商戰中加強推出包括褲裝、衛衣以及休閒外套等春季及四季皆宜的造型宣傳, 使銷售表現強勁。香港市場錄得收益增長但溢利下降, 然而若扣除付與總部權利金上升的影響, 溢利則呈現增長。台灣市場錄得收益與溢利皆增長。

南韓透過善用數碼科技進行策略性資訊傳播, 成效顯著, 以年輕人為主的顧客群對 UNIQLO 的支持度持續擴大, 收益與溢利皆錄得兩位數增長。東南亞、印度及澳洲地區亦錄得收益、溢利雙雙呈現兩位數增長。策略性擴充冬季商品庫存與賣場, 推升收益增長; 同時, 褲裝、短袖針織衫以及麻紗襯衫等春夏商品銷售強勁, 使該區域內各個國家皆錄得收益與溢利增長。

北美與歐洲地區亦皆錄得收益與溢利呈兩位數增長, 持續高度成長。除了包括 HEATTECH 保暖內衣以及羽絨衣等冬季商品銷售強勁以外, 衛衣及褲裝等全年性商品亦推升銷售額, 使得同店銷售淨額錄得兩位數的增長。

■ GU (極優) 收益略增, 溢利大幅增長

在GU (極優) 事業分部方面, 本財年上半年度收益總額為1,684億日圓 (同比增長1.6%), 事業溢利總額為157 億日圓 (同比增長20.1%), 錄得收益微增、溢利呈兩位數增長。柔軟透膚T恤以及抓摺芭蕾舞運動鞋等捕捉大眾潮流的商品受各地年輕顧客歡迎, 銷售旺盛。同時, 台灣與香港市場新店舖銷售持續表現優異, 收益錄得增長。該事業分部推動營運改革, 包括將商品種類數量集中於熱銷商品、提升銷量規劃的精準度等, 使毛利率與銷售、一般及行政開支佔收益比率均有所改善, 事業溢利率亦隨之上升。

■ 全球品牌事業分部則錄得收益下降及虧損

在全球品牌事業分部方面, 本財年上半年度收益錄得 627 億日圓 (同比減少 7.5%), 事業溢利項下則錄得 7 億日圓虧損 (上年度同期則為 11 億日圓的溢利), 這主要是因旗下 Theory 業務銷售面臨困境所致。Theory 因美國市場營收下降且出現虧損, 導致該業務整體錄得收益下降及略有虧損。美國市場除了受百貨公司業績不振影響, 使批發業務陷入困境外, 去年 3 月關閉了於美國的網路折扣店, 亦導致收益減少。在利潤方面, 因百貨公司批發客戶申請破產而提列壞帳損失, 錄得虧損。PLST 則錄得收益增長及溢利兩位數的增長。除了男裝人造絲混紡及 Melton 高級針織系列銷售強勁外, 網路商店銷售額亦錄得大幅增長。法國品牌 Comptoir des Cottonniers 與 Princesse tam.tam 業務因進行事業結構改革, 集中店舖網路於都心區, 截至 2 月底時的店舖總數同比近減半, 導致收益下降。然而因關閉虧損店舖及改革經費結構, 使銷售、一般及行政開支佔收益比率改善, 進而縮窄虧損幅度。

■ 2026 財年全年度業績預測向上修正

展望未來, 集團預計 2026 財政年度將再創歷來最高業績水平, 綜合收益總額預計將為 39,000 億日圓 (同比增長 14.7%); 事業溢利總額為 6,900 億日圓 (同比增長 25.2%); 營業溢利總額為 7,000 億日圓 (同比增長 24.1%); 母公司擁有人應佔溢利為 4,800 億日圓 (同比增長 10.9%)。相較前次於 2026 年 1 月時公布的預測, 本次向上修正額度包括收益總額 1,000 億日圓、事業溢利總額 400 億日圓、營業溢利總額 500 億日

圓，以及母公司擁有人應佔溢利 300 億日圓。這是基於：1) 上半年度綜合業績表現高於預期；2) 根據下半年度目前銷售而向上調整業績預測；3) 基於近期日圓匯率走低趨勢，調整下半年度匯率基準。

在全年度每股派息預測方面，亦由前次所發布的預估值向上調整共 100 日圓，現預計中期每股將派發 320 日圓、期末派發 320 日圓，合計全年度每股派發 640 日圓股息，較 2025 年度增派 140 日圓。

就各個事業分部來看，集團預估海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度以及全年度收益及事業溢利皆將錄得兩位數的增幅。以海外 UNIQLO 各個地區來看，大中華地區預計下半年度收益、溢利皆將增長，全年度可望收益增長、溢利錄得兩位數增幅。南韓、東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區下半年度及全年度收益及溢利皆可望錄得兩位數增長，事業持續擴展。

集團預期日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度收益增長，事業溢利則將維持於上年度水平。隨著生產力提升，預期銷售、一般及行政開支佔收益比率以人事費用比率為主有所改善。然而，因成本率受匯率影響上升，預計毛利率將略微下降。該事業分部預料全年度可錄得收益、溢利雙增長。

GU（極優）事業分部方面，預計下半年度與全年度皆可錄得收益增長、溢利呈兩位數增長。全球品牌事業分部預計下半年度收益與溢利皆增長，全年度收益預料將略有下降，事業溢利則可望錄得增長。

此外，集團於此次業績預測中已納入考量目前可預期的中東局勢影響，包括部分國家與地區運輸成本上升等因素。由於本年度的商品已進入生產，並已採取相應的運輸對策，預計在生產及物流方面不會出現重大影響。倘若本次所假設的營運環境出現重大變化，集團將適時檢討及修訂業績預測。

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>