

Press Release

【资生堂集团 2020 年度上半年决算速报】

资生堂半年财报显示，高档化妆品实现飞跃增长引领中国市场复苏

看好中国市场发展前景，预计 2020 全年财年中国区销售额将实现超 10%以上增长

【中国业务】

由于新冠肺炎疫情扩大，中国业务自 1 月下旬起就受到了很大的影响。但是 3 月下旬以后由于感染者人数减少，现在几乎所有的零售店都已经重新开业，因此中国大陆在全球市场中最早出现了恢复的兆头，以高端品牌为中心，在第二季度期间的销售额已转为正增长。其中，在我们持续加大投资的电商方面，高端品牌的增长尤为显著。

- 资生堂中国上半年销售额达 1000 亿日元（换算人民币：约 64.9 亿人民币）除日本市场外海外第一；利润额达 77 亿日元（换算人民币：约 5 亿人民币）全资生堂集团第一；
- 资生堂中国第二季度零售销售额实现同比增长 9%，其中中国大陆实现同比增长 19%；
- 资生堂中国第二季度高档化妆品电商渠道零售销售额同比增长了 150%以上；

以下为具体财报信息：

1. 有关本季度决算的定性信息

(1) 经营业绩相关说明

	销售额 (百万日元)	营业利润或营业损失(Δ) (百万日元)	经常利润或经常损失(Δ) (百万日元)	归属于母公司股东的季度净利润或归属于母公司股东的季度净损失(Δ) (百万日元)	EBITDA (百万日元)
2020 年上半年合并决算期间	417,812	Δ3,436	Δ6,353	Δ21,376	13,764
2019 年上半年合并决算期间	564,647	68,980	67,965	52,452	95,980
增减率	Δ26.0%	—	—	—	Δ85.7%
外汇增减率	Δ24.5%				
实质增减率	Δ24.7%				

在本次合并决算期间(2020 年 1 月 1 日~2020 年 6 月 30 日)，由于受新冠肺炎疫情扩大的影响，全球经济活动停滞，企业收益和雇用情况的恶化导致了消费欲望低下，因此市场一直处于严峻态势。日本国内化妆品市场方面，受消费者外出受限、零售店临时停业以及紧急状态解除后营业时间仍然缩短等因素影响，客流量减少，加之日本政府取消了约 100 个国家和地区的签证效力，进行了入境限制，再加上国际航班的航班数按要求持续减少，入境需求也受到了很大的影响。国外化妆品市场方面，伴随着新冠肺炎疫情的扩大，中国以及其他亚洲地区自 2 月份起、欧美自 3 月份起化妆品市场的发展态势也开始急转直下。不过中国自 3 月下旬起，感染人数的增长得到了控制，外出限制放缓，因此自 4 月份起，市场情况开始恢复。

2015 年，为了打造一个百年后仍然闪耀的企业，资生堂启动了中长期经营战略 VISION 2020。作为一家“源

于日本的国际化妆品企业”，为了在竞争中脱颖而出，资生堂的一切活动均从顾客角度出发，致力于在全球范围内提高集团的品牌价值。

本年度作为 VISION 2020 的最后一个年度，经营环境非常严峻。但是，即使是在这种环境之下，我们仍将不断推进业务、品牌的选择与集中，继续向国际品牌进行投资以实现持续增长，并从零开始调整年度费用，制定并实施相关措施以实现业绩的恢复。

在本次上半年合并决算期间，所有地区都受到了新冠肺炎疫情扩大的影响，特别是 4-5 月份各市场开始正式封国，因此，以当地货币为标准，销售额比上一年度减少了 24.5%。剔除适用美国会计准则（ASC 第 606 号）的影响、2019 年引进基础信息系统带来的先行出货的影响以及业务收购所造成的影响等之后，按实值计算，销售额比上一年度减少了 24.7%。换算为日元后，比上一年度减少了 26.0%，为 4,178 亿日元。

营业利润方面，受市场环境急剧恶化的影响，虽然我们采取了削减成本的措施，但是由于销售额减少所带来的差额利润的减少以及减产所导致的工厂生产效率的恶化，营业利润出现了 34 亿日元的亏损。

归属于母公司股东的季度净利润方面，除出现亏损外，还需要支付停业期间的员工工资、店铺及工场维持费用，加上又计入了新冠疫情造成的特别损失，因此归属于母公司股东的季度净利润出现了 214 亿日元的亏损。

本次上半年合并决算期间的财务报表项目（收益及费用）的主要汇率为：1 美元 = 108.2 日元，1 欧元 = 119.2 日元，1 元人民币 = 15.4 日元。

【合并决算】

(单位: 百万日元)

类别	2020年 上半年度	构成比	2019年 上半年度	构成比	增减	增减率	外汇 增减率	含各类别间的内部销售及调整销售在内的销售 额		
								本年上半 年度	去年上半 年度	
销 售 额	日本业务	150,520	36.0%	221,189	39.2%	△70,669	△31.9%	△31.9%	165,159	234,172
	中国业务	100,038	23.9%	107,684	19.1%	△7,645	△7.1%	△2.9%	100,538	108,030
	亚太业务	26,158	6.3%	36,253	6.4%	△10,094	△27.8%	△26.6%	27,282	37,536
	美洲业务	36,739	8.8%	63,442	11.2%	△26,702	△42.1%	△40.9%	47,123	86,819
	欧洲业务	34,958	8.4%	48,220	8.5%	△13,262	△27.5%	△24.4%	39,491	53,414
	旅游零售业务	51,670	12.4%	63,751	11.3%	△12,081	△19.0%	△17.5%	51,813	63,879
	专业美发业务	5,619	1.3%	7,216	1.3%	△1,596	△22.1%	△20.4%	5,916	7,541
	其他	12,106	2.9%	16,888	3.0%	△4,781	△28.3%	△28.3%	89,885	88,782
	小 计	417,812	100.0%	564,647	100.0%	△146,834	△26.0%	△24.5%	527,211	680,177
调整额	—	—	—	—	—	—	—	△109,399	△115,530	
合 计	417,812	100.0%	564,647	100.0%	△146,834	△26.0%	△24.5%	417,812	564,647	

(单位: 百万日元)

类别	2020年 上半年度	销售额 占比	2019年 上半年度	销售额 占比	增减	增减率	
营 业 利 润 或 营 业 损 失	日本业务	5,239	3.2%	41,835	17.9%	△36,595	△87.5%
	中国业务	7,681	7.6%	18,020	16.7%	△10,338	△57.4%
	亚太业务	△630	△2.3%	3,161	8.4%	△3,791	—
	美洲业务	△18,637	△39.6%	△3,238	△3.7%	△15,399	—
	欧洲业务	△9,854	△25.0%	△4,990	△9.3%	△4,863	—
	旅游零售业务	7,516	14.5%	17,083	26.7%	△9,567	△56.0%
	专业美发业务	15	0.3%	229	3.0%	△213	△93.1%
	其他	9,398	10.5%	△1,194	△1.3%	10,593	—
	小 计	730	0.1%	70,906	10.4%	△70,176	△99.9%
调整额	△4,166	—	△1,925	—	△2,241	—	
合 计	△3,436	△0.8%	68,980	12.2%	△72,417	—	

(2) 有关合并决算业绩预测等未来预测信息的说明

关于2020年12月期的全年合并决算业绩预测，由于目前不确定因素较多，要准确预测其影响极为困难，所以暂时无法确定。不过，我们基于目前可以掌握的信息和眼下的业绩发展情况进行了估算，并进行公布。另外，此次的业绩预测是基于今后各主要国家继续一边与病毒共存一边开展社会和经济活动这样一种预想而做出的，并未将新冠疫情继续扩大导致日本再次宣布紧急状态、各国再次封国的可能性考虑进去。作为测算前提所使用的全年平均汇率为：1 美元 = 108.0 日元，1 欧元 = 120.7 日元，1 元人民币 = 15.3 日元。

【参考信息】各汇报地区合并决算销售额预测
各汇报地区的决算业绩预测如下：

全年合并决算销售额

(单位：亿日元)

类别	本次调整 预测(A)	增减率 (A/B-1)	外汇增减 率	实际增减 率(注)	期初发布 预测	(参考)上一年度(2019) 业绩	
						重组前	重组后(B)
日本业务	3,255	△24.5%	△24%	△24%	4,380	4,516	4,309
中国业务	2,380	10.1%	13%	13%	2,515	2,162	2,162
亚太业务	595	△14.8%	△13%	△13%	735	698	698
美洲业务	940	△23.6%	△22%	△33%	1,405	1,243	1,230
欧洲业务	990	△16.4%	△15%	△15%	1,260	1,184	1,184
旅游零售业务	960	△21.8%	△20%	△20%	1,400	1,022	1,228
专业美发业务	125	△14.9%	△14%	△14%	150	147	147
其他	285	△20.2%	△20%	△20%	355	343	357
合计	9,530	△15.8%	△15%	△16%	12,200	11,315	11,315