

## Press Release

## 【资生堂集团 2020 年第三季度决算速报】

**资生堂第三季度财报显示，中国市场电子商务及高档化妆品业务持续引领增长**  
**高档化妆品电商渠道销售额同比增长超 40%**

## 【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，资生堂前三季度在华销售额较疫情爆发前同期呈增长趋势。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 2020 前三季度销售额达 1550 亿日元(换算人民币: 约 100.7 亿人民币)除日本市场外海外第一，中国市场份额在资生堂集团整体占比中达到了 23.7%；利润额达 114 亿日元(换算人民币: 约 7.4 亿人民币)；
- 资生堂中国大陆第三季度零售销售额实现同比增长 8%，其中电商渠道增长超 15%；
- 资生堂中国大陆第三季度高档化妆品整体零售销售额同比增长超 35%，其中高档化妆品电商渠道增长了 40%以上；

## 以下为主要财报信息：

## 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 (百万日元)	经常利润(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(△) (百万日元)	EBITDA (百万日元)
2020 年 12 月期 第三季度合并决算期间	653,675	8,906	5,568	△13,668	43,400
2019 年 12 月期 第三季度合并决算期间	846,625	103,324	100,718	72,458	144,821
增减率	△22.8%	△91.4%	△94.5%	—	△70.0%
外汇增减率	△21.8%				
实质增减率	△22.5%				

在本次第三季度累计合并决算期间(2020 年 1 月 1 日~2020 年 9 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，受紧急状态宣言导致的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。同时还受到了去年 9 月份消费税加税前的囤积购买需求带来的反作用力的影响。另外，日本政府取消了大约 150 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持续减少，因而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。新冠肺炎的

新增感染者人数在夏季一度呈现稳定态势，但是欧美等国自 9 月份起再度增长，经济活动限制措施再度加强，整体环境仍然非常严峻。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。

在本次第三季度累计合并决算期间，所有地区都受到了新冠肺炎疫情扩大的影响，因此，以当地货币为标准，销售额比上一年度减少了 21.8%。剔除美洲适用美国会计标准（ASC 第 606 号）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 22.5%。换算为日元后，比上一年度减少了 22.8%，为 6,537 亿日元。另一方面，在本次第三季度合并决算期间，除我们一直在加强的护肤产品品类外，在华高端品牌销售、以及在亚洲地区的旅游零售、电商销售等也为增长做出了贡献，因而按实值计算，销售额比上一年度同期减少了 18.4%，从第二季度开始销售势头有所恢复。

营业利润方面，市场环境急剧恶化的情况下，虽然我们迅速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、加强管理以实现合理库存所带来的库存评估额的调整等因素影响，营业利润比上一年度同期减少了 91.4%，为 89 亿日元。按季度来看，在第二季度合并决算期间，出现了 99 亿日元的亏损，但是由于上述强化领域的增长以及在全公司范围内实施的控本增效措施发挥成效，在第三季度合并决算期间，我们的营业利润大幅恢复，实现了 123 亿日元的利润。

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 137 亿日元的亏损。

本次第三季度累计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 = 107.5 日元，1 欧元 = 120.8 日元，1 元人民币 = 15.4 日元。

## 【合并决算】

(单位:百万日元)

类别	本年 第三季度 (累计)	构成比	上年 第三季度 (累计)	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		
								本年第三季度 (累计)	上年第三季度 (累计)	
销 售 额	日本业务	226,815	34.7%	335,044	39.6%	△108,229	△32.3%	△32.3%	248,072	354,761
	中国业务	155,030	23.7%	158,522	18.7%	△3,492	△2.2%	0.6%	155,695	159,007
	亚太业务	43,277	6.6%	53,658	6.3%	△10,380	△19.3%	△18.7%	44,958	55,350
	美洲业务	65,846	10.1%	92,493	10.9%	△26,647	△28.8%	△27.5%	82,793	122,744
	欧洲业务	60,241	9.2%	76,176	9.0%	△15,934	△20.9%	△19.7%	66,882	84,748
	旅游零售业务	75,573	11.6%	93,629	11.1%	△18,056	△19.3%	△18.1%	75,771	93,821
	专业美发业务	9,020	1.4%	10,966	1.3%	△1,945	△17.7%	△16.5%	9,474	11,485
	其他	17,869	2.7%	26,134	3.1%	△8,264	△31.6%	△31.6%	133,987	132,181
	小 计	653,675	100.0%	846,625	100.0%	△192,950	△22.8%	△21.8%	817,637	1,014,100
调整额	—	—	—	—	—	—	—	△163,961	△167,474	
合 计	653,675	100.0%	846,625	100.0%	△192,950	△22.8%	△21.8%	653,675	846,625	

(单位:百万日元)

类别	本年 第三季度 (累计)	销售额 占比	上年 第三季度 (累计)	销售额 占比	增减	增减率	
营 业 利 润 或 营 业 损 失	日本业务	3,623	1.5%	66,430	18.7%	△62,807	△94.5%
	中国业务	11,373	7.3%	23,925	15.0%	△12,552	△52.5%
	亚太业务	2,136	4.8%	5,467	9.9%	△3,330	△60.9%
	美洲业务	△19,767	△23.9%	△8,468	△6.9%	△11,298	—
	欧洲业务	△8,503	△12.7%	△3,436	△4.1%	△5,067	—
	旅游零售业务	12,001	15.8%	24,824	26.5%	△12,823	△51.7%
	专业美发业务	268	2.8%	432	3.8%	△164	△38.0%
	其他	12,679	9.5%	△3,062	△2.3%	15,742	—
	小 计	13,810	1.7%	106,112	10.5%	△92,301	△87.0%
调整额	△4,903	—	△2,788	—	△2,115	—	
合 计	8,906	1.4%	103,324	12.2%	△94,417	△91.4%	

## (2) 有关合并决算业绩预测等未来预测信息的说明

日本市场消费欲望低迷的情况比预想得更为严重,而欧美地区感染人数增加,相关的出行限制措施也进一步加强。在这种情况下,本次第三季度合并决算期间的销售额低于8月份公布的全年合并决算业绩预测的数字。考虑到第四季度合并决算期间市场恢复迟缓的状况仍将在一定程度上持续,我们对全年销售额预测向下做了如下调整。

利润方面,虽然我们将继续进行全公司规模的降低成本活动,但是由于销售额减少所带来的毛利润的减少以及为了加强2021年的业务基础而开展的日本业务的库存合理化调整、美洲地区结构改革等的加速推进等所带来的影响,利润预测也做如下调整。

作为测算前提所使用的全年平均汇率为:1美元=107.1日元,1欧元=121.9日元,1元人民币=15.4日元。

2020年12月期 全年销售额预测(2020年1月1日~2020年12月31日)

	销售额	营业利润或营业损失(△)	经常利润或经常损失(△)	归属于母公司股东的当期净利润或归属于母公司股东的当期净损失(△)	每股当期净利润或每股当期净损失(△)
	百万日元	百万日元	百万日元	百万日元	日元 分
上次(2020年8月6日)发布预测(A)	953,000	0	△6,500	△22,000	△55.08
本次调整预测(B)	915,000	△10,000	△15,000	△30,000	△75.10
增减额(B-A)	△38,000	△10,000	△8,500	△8,000	
增减率(%)	△4.0%	-	-	-	
上一年度实绩 (2019年12月期)	1,131,547	113,831	108,739	73,562	184.18

【参考信息】各汇报地区合并决算销售额预测  
各汇报地区全年合并决算销售额预测如下：

全年合并决算销售额

(单位：亿日元)

类别	本次调整预测(A)	增减额(A/B-1)	外汇增减率	实际增减率(注)	上次发布预测	(参考)上一年度实绩	
						金额调整前	金额调整后(B)
日本业务	3,000	△30%	△30%	△30%	3,255	4,516	4,309
中国业务	2,330	8%	10%	10%	2,380	2,162	2,162
亚太业务	580	△17%	△15%	△15%	595	698	698
美洲业务	940	△24%	△22%	△34%	940	1,243	1,230
欧洲业务	945	△20%	△19%	△19%	990	1,184	1,184
旅游零售业务	975	△21%	△19%	△19%	960	1,022	1,228
专业美发业务	120	△18%	△17%	△17%	125	147	147
其他	260	△27%	△27%	△27%	285	343	357
合计	9,150	△19%	△18%	△19%	9,530	11,315	11,315

(注) 剔除2019年在日本转让皮肤用药物品牌“FERZEA”和“ENCRON”的影响以及在美国收购护肤品牌“Drunk Elephant 醉象”的影响。