联想集团有限公司
2004/05财年全年业绩公布

财务回顾

高级副总裁兼首席财务官：马雪征

2005年6月8日

lenovo联想

业绩概要

港币	**2004/05**	2003/04	变化
营业额	**225.5** 亿元	231.8 亿元	-2.7%
整体毛利率	**14.75%**	14.62%	上升0.1个百分点
除利息、税项、折旧及摊销前经营溢利	**11.74** 亿元	11.25 亿元	4.3%
股东应占溢利	**11.20** 亿元	10.53 亿元	6.4%
每股盈利(基本)	**14.99** 仙	14.09 仙	6.4%
纯利率	**4.97%**	4.54%	上升0.4个百分点
股东回报率 (ROE)	**23.13%**	24.67%	下降1.54个百分
末期股息 (每股)	**2.8** 仙	3.0 仙	-6.7%

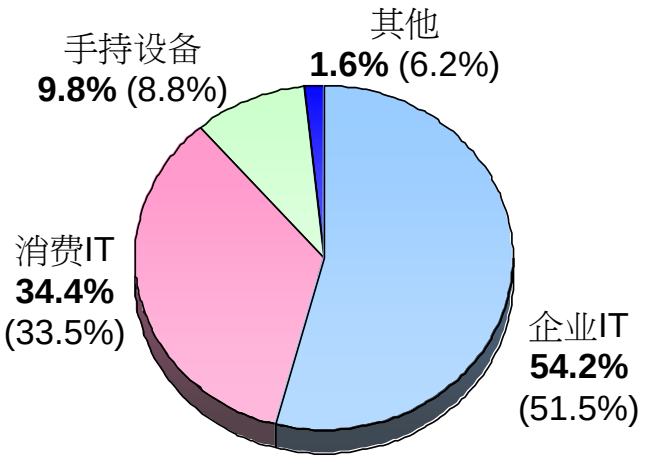
lenovo联想

2004/05财年全年综合损益表

港币千元	2004/05 全年	占营业额比例	2004/05 第四季	2003/04 全年	占营业额比例	2003/04 第四季
营业额	**$ 22,554,678**		**$ 4,713,175**	$ 23,175,944		$ 5,034,523
除利息、税项、折旧及摊销前经营溢利	**$ 1,173,616**	*5.20%*	**$ 195,110**	$ 1,125,129	*4.85%*	$ 212,012
折旧费用	**$ (184,490)**		**$ (39,222)**	$ (211,161)		$ (62,121)
无形资产摊销	**$ (58,078)**		**$ (36,937)**	$ (34,999)		$ (9,511)
资产减值	**$ (51,364)**		**$ -**	$ -		$ -
出售投资(亏损)/收益	**$ 156,958**		**$ (2,235)**	$ 47,558		$ (3,819)
财务收入	**$ 105,677**		**$ 40,126**	$ 93,368		$ 19,101
经营溢利	**$ 1,142,319**	*5.06%*	**$ 156,842**	$ 1,019,895	*4.40%*	$ 155,662
财务费用	**$ (6,667)**		**$ (884)**	$ (2,881)		$ (2,490)
	$ 1,135,652		**$ 155,958**	$ 1,017,014		$ 153,172
应占共同控制实体亏损	**$ (12,327)**		**$ (1,037)**	$ (39,053)		$ -
应占联营公司溢利	**$ 4,182**		**$ 480**	$ 16,891		$ 580
除税前溢利	**$ 1,127,507**		**$ 155,401**	$ 994,852		$ 153,752
税项	**$ (35,184)**		**$ 7,585**	$ 20,150		$ 18,403
除税后溢利	**$ 1,092,323**		**$ 162,986**	$ 1,015,002		$ 172,155
少数股东权益	**$ 27,823**		**$ 3,041**	$ 37,883		$ 16,161
股东应占溢利	**$ 1,120,146**	*4.97%*	**$ 166,027**	$ 1,052,885	*4.54%*	$ 188,316
股息	**$ 388,806**		**不适用**	$ 373,628		**不适用**
每股盈利(基本)	**14.99 仙**		**2.23 仙**	14.09 仙		2.52 仙
每股盈利(全面摊薄)	**14.97 仙**		**2.23 仙**	13.99 仙		2.49 仙

lenovo联想

2004/05财年营业额按业务分布



联想电脑销量

年比年变化	全年	第四季
商用台式	14.6%	4.4%
消费台式	16.5%	38.0%
笔记本电脑	36.4%	36.0%
服务器	-8.5%	-3.9%
总体	**16.9%**	**20.0%**

注1：其他业务指IT服务以及合同制造业务，这两项业务分别于2004年10月及6月开始不纳入合并范围。

注2：括号内为2003/04财年之分布。

lenovo联想

营业额按业务分类变化 (全年)

港币百万元	**2004/05 全年**	2003/04 全年	变化
企业IT	**$ 12,226**	$ 11,925	2.5%
消费IT	**$ 7,768**	$ 7,761	0.1%
小计:	***$ 19,994***	*$ 19,686*	*1.6%*
手持设备	**$ 2,203**	$ 2,050	7.5%
其他	**$ 358**	$ 1,440	-75.2%
总额	**$ 22,555**	$ 23,176	-2.7%

lenovo联想

营业额按业务分类变化(第四季)

港币百万元		2004/05 第四季		2003/04 第四季	变化
企业IT		**$ 2,084**	$	2,369	-12.0%
消费IT		**$ 2,005**	$	1,692	18.5%
	小计:	***$ 4,089***	*$*	*4,061*	*0.7%*
手持设备		**$ 597**	$	618	-3.3%
其他		**$ 27**	$	356	-92.4%
总额		**$ 4,713**	$	5,035	-6.4%

lenovo联想

分类经营利润变化(全年)

港币千元	2004/05 全年	2003/04 全年	变化
企业IT	**$ 658,034**	$ 724,886	-9.2%
消费IT	**$ 463,459**	$ 432,225	7.2%
小计:	***$ 1,121,493***	*$ 1,157,111*	*-3.1%*
手持设备	**$ (54,462)**	$ (76,910)	不适用
其他	**$ (87,378)**	$ (153,958)	不适用
总额	**$ 979,653**	$ 926,243	5.8%

注3：2003/04及2004/05财年之总额为未作商誉及市场推广权摊销，未作资产减值，未包括利息收入、利息支出以及出售投资收益之分类经营利润。

lenovo联想

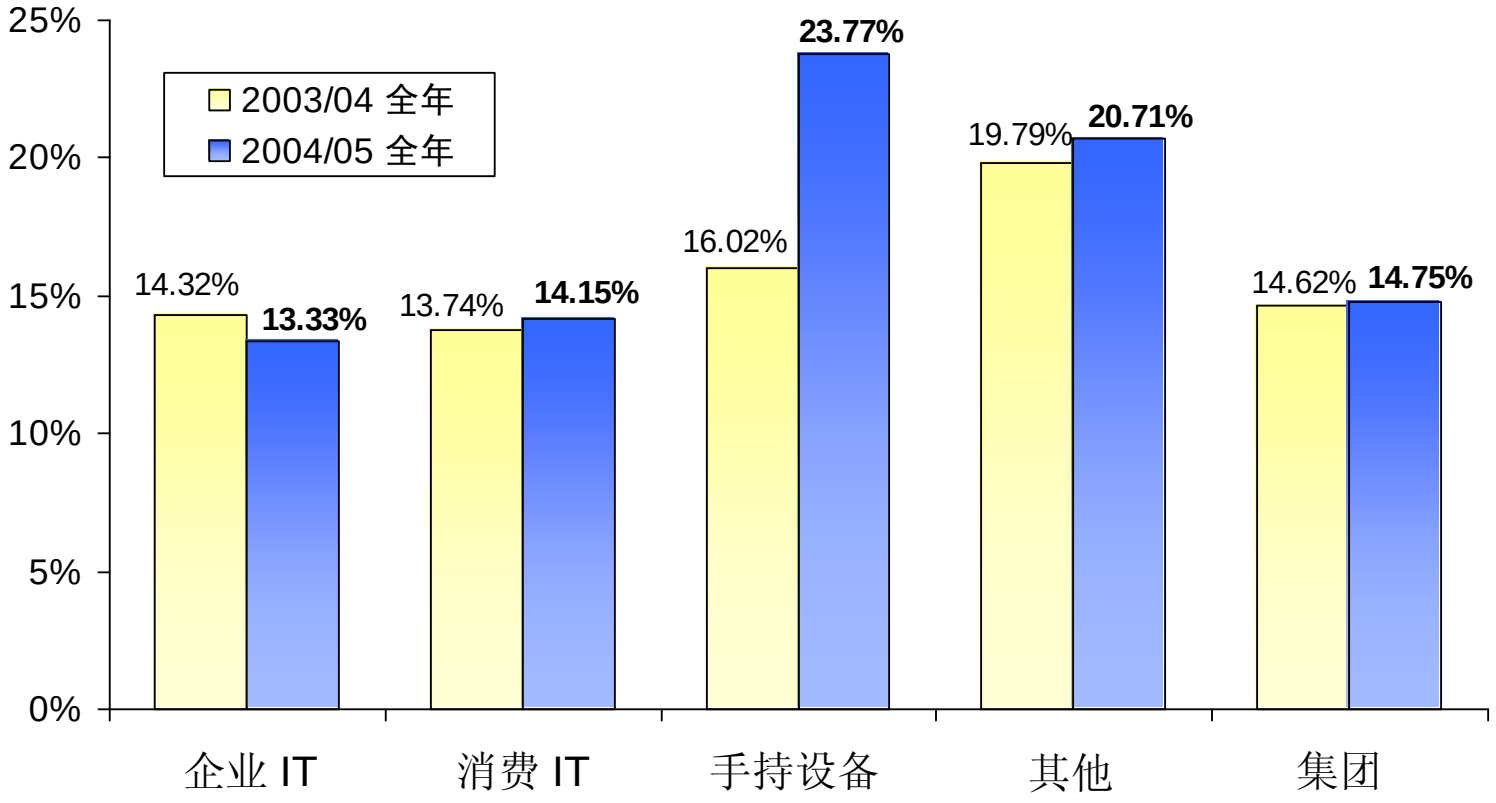
分类经营利润变化(第四季)

港币千元	2004/05 第四季	2003/04 第四季	变化
企业IT	**$ 108,203**	$ 148,216	-27.0%
消费IT	**$ 100,893**	$ 99,404	1.5%
小计:	***$ 209,096***	*$ 247,620*	*-15.6%*
手持设备	**$ (30,659)**	$ (13,479)	不适用
其他	**$ (24,917)**	$ (64,618)	不适用
总额	**$ 153,520**	$ 169,523	-9.4%

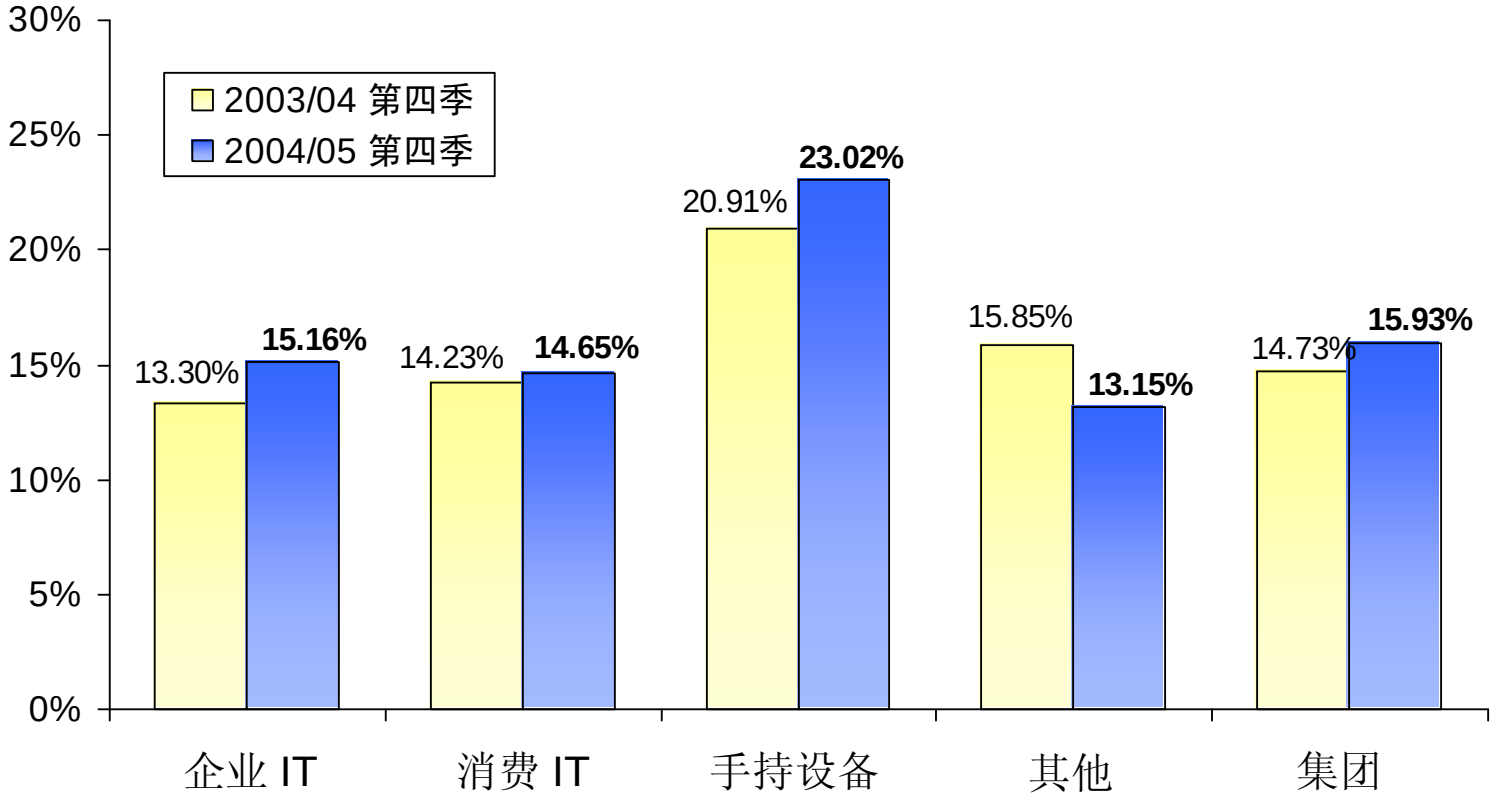
注3：2003/04及2004/05财年之总额为未作商誉及市场推广权摊销，未作资产减值，未包括利息收入、利息支出以及出售投资收益之分类经营利润。

lenovo联想

主要业务毛利率分析 (全年)



主要业务毛利率分析 (第四季)



综合资产负债表

港币百万元	于3/31/2005	于3/31/2004
无形资产	**$ 513**	$ 647
有形固定资产	**$ 878**	$ 987
在建工程	**$ 257**	$ 260
投资	**$ 307**	$ 313
递延税项资产	**$ 53**	$ 35
其他非流动资产	**$ 569**	$ -
流动资产	**$ 6,454**	$ 6,100
流动负债	**$ 3,472**	$ 3,297
流动资产净值	**$ 2,982**	$ 2,803
总资产减流动负债	**$ 5,559**	$ 5,045
股东权益	**$ 5,204**	$ 4,489
少数股东权益	**$ 24**	$ 29
长期负债	**$ 331**	$ 527
	$ 5,559	$ 5,045

lenovo联想

主要财务数据

港币百万元	2004/05 全年	2003/04 全年
现金储备	**$ 3,019**	$ 2,650
总银行债项	**$ -**	$ -
净现金储备	**$ 3,019**	$ 2,650
净有形资产	**$ 4,691**	$ 3,842
资本性支出	**$ 177**	$ 466
流动比率	**1.9 倍**	1.9 倍
存货周转期	**20.2 天**	24.9 天
应收账周转期	**34.9 天**	28.0 天
应付账周转期	**49.9 天**	39.9 天

lenovo联想

联想集团有限公司

2004/05财年业绩公布

市场和业务回顾

董事局主席：杨元庆

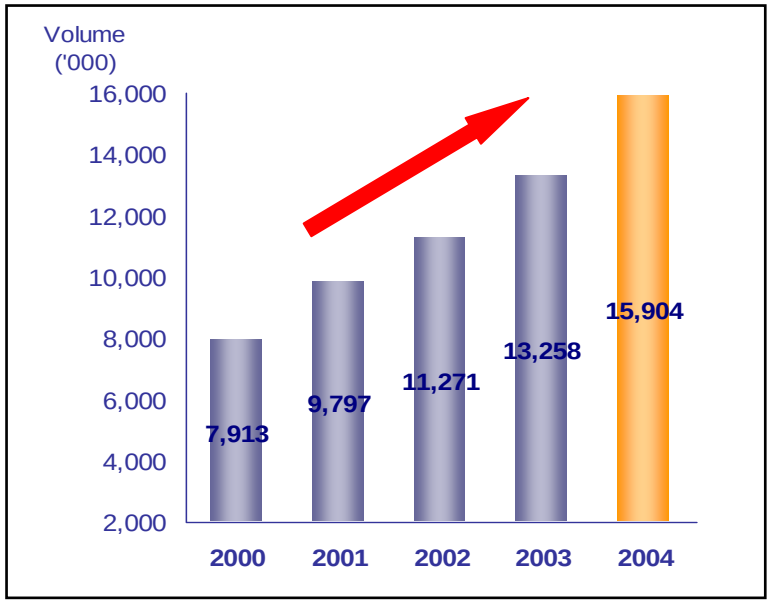
2005年6月8日

lenovo联想

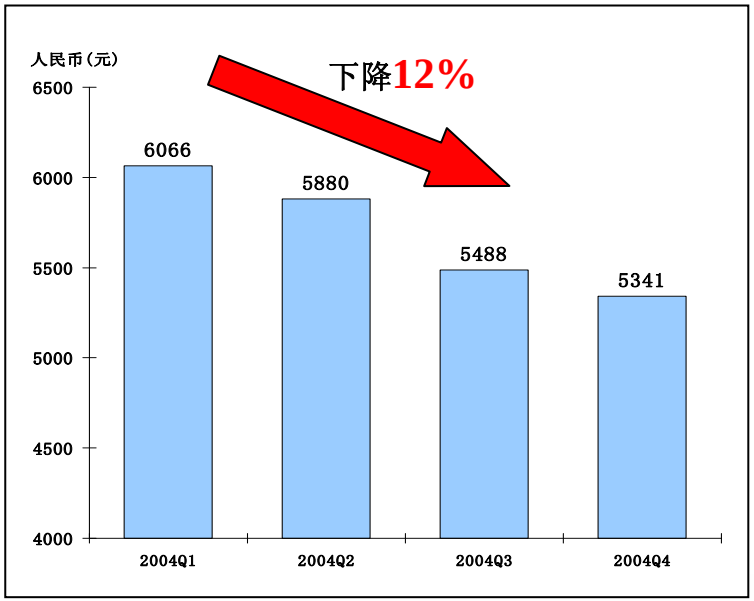
市场回顾

- 中国电脑市场:
  - 中国宏观经济持续向好， GDP高速增长9.5%，促进了PC销量的高速成长
  - 市场竞争更加激烈，平均单价持续下滑，厂商盈利面临挑战
  - 大中企业、政府客户市场增幅显著，增长率均超过18%；小城镇消费市场用户需求快速增长，成为PC增量的主要来源

中国PC市场规模增长图 （2000-2004）



2004年中国市场PC平均单价走势



数据来源: IDC

lenovo联想

市场回顾

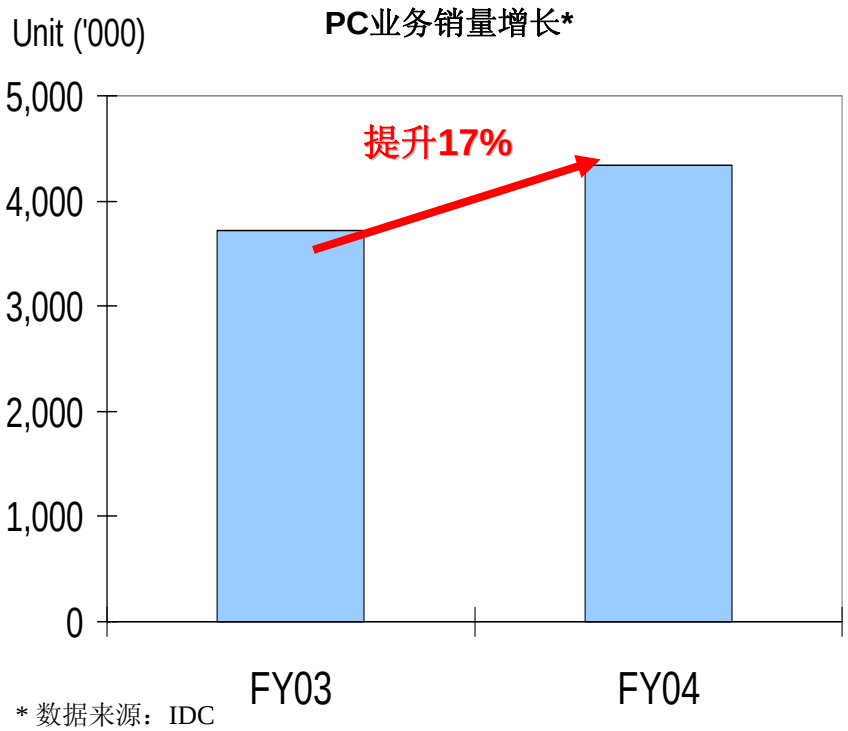
- 中国手机市场:
  - 恢复两位数增长, 仍为全球第一大增长市场
  - 国产手机面临困境，整体市场份额下降

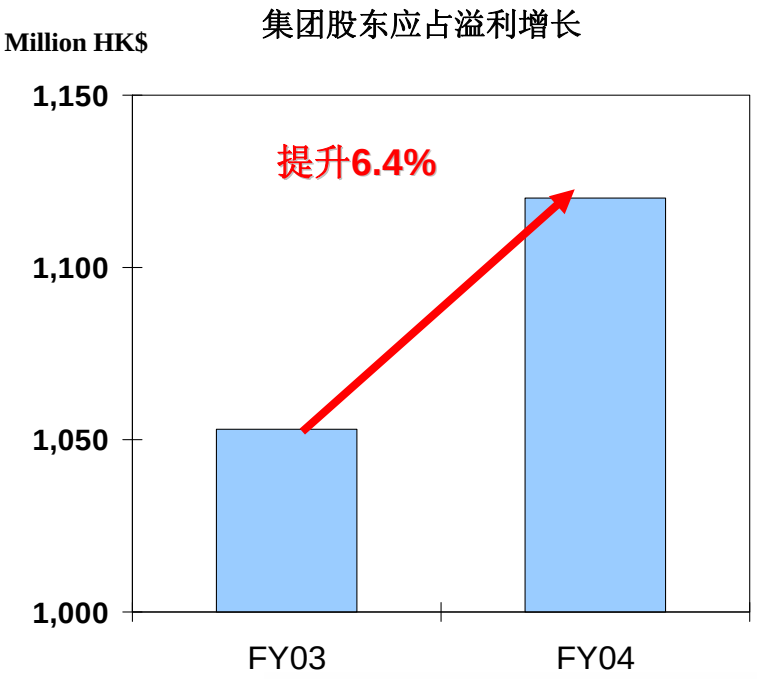
中国手机市场规模增长图(2000 - 2004)

数据来源：SINO

业务专注——核心业务表现出色

- 果断完成以新机制发展非核心业务
- 核心业务销量同比增长17%
- 集团股东应占溢利提升6.4%





* 数据来源：IDC

lenovo联想

业务专注——联想手机突出重围

- 市场份额大幅增长90%，进入中国市场前十名
- 毛利率从15％提升到23%
- 自主研发产品比重提升到75%以上

排名	GSM	Mar-03
1	Motorola	23.9%
2	Nokia	20.2%
3	TCL	8.6%
4	Bird	7.8%
5	Samsung	5.7%
6	Amoisonic	4.5%
7	Siemens	3.7%
8	Konka	2.6%
9	Eastcom	2.5%
10	Kejian	2.3%
11	Alcatel	2.1%
12	Panasonic	1.9%
13	Haier	1.9%
14	Philips	1.7%
15	SonyEricsso	1.5%
16	Capitel	1.4%
17	Panda	1.2%
18	Dbtel	1.1%
19	South-Tech	1.1%
20	Legend	0.9%

排名	GSM	Mar-04
1	Nokia	17.2%
2	Motorola	15.5%
3	Samsung	8.0%
4	Bird	7.7%
5	TCL	7.2%
6	Dbtel	4.9%
7	Amoi	4.8%
8	SonyEricsson	3.7%
9	Konka	3.5%
10	Philips	2.7%
11	Haier	2.6%
12	Panasonic	2.5%
13	Kejian	2.3%
14	Eastcom	2.3%
15	Siemens	2.3%
16	Panda	1.9%
17	Lenovo	1.9%

排名	GSM	Mar-05
1	Nokia	19.1%
2	Motorola	13.1%
3	Samsung	8.2%
4	Bird	7.6%
5	TCL	5.0%
6	SonyEricsson	4.3%
7	Konka	4.1%
8	Amoi	4.1%
9	Lenovo	3.6%

数据来源:SINO

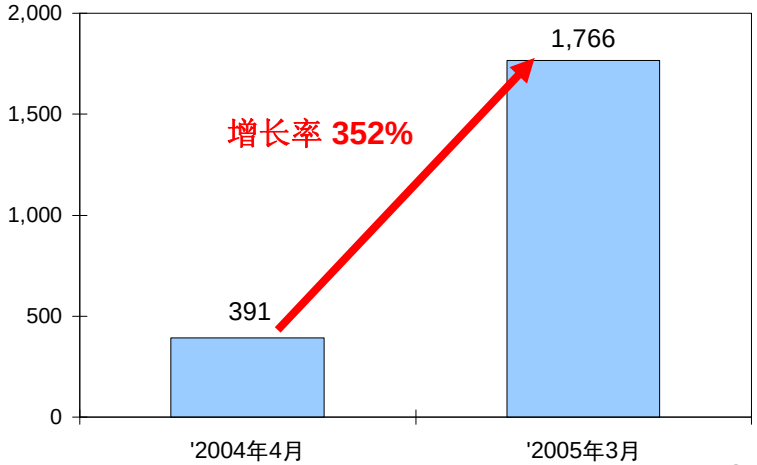
lenovo联想

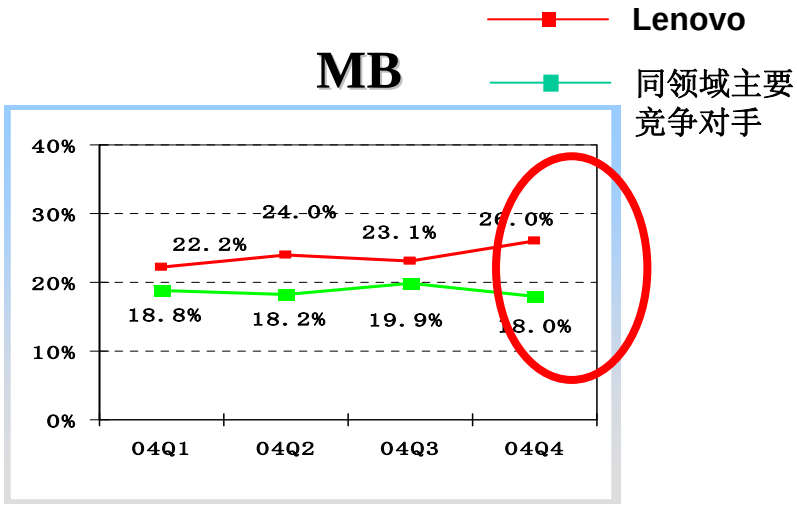
客户导向——探索业务模式竞争力

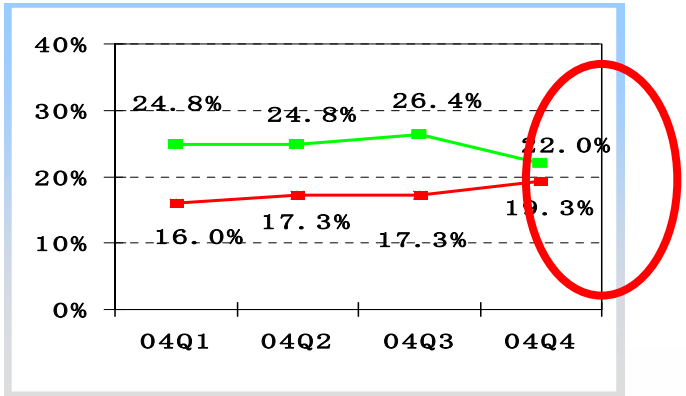
- 针对交易型客户：优化业务模式，积极拓展小城镇增量市场
- 针对关系型客户：提升服务大中客户能力，阻击主要竞争对手

7个大区→18个分区

04/4-05/3联想5-6级市场店面数量增长图





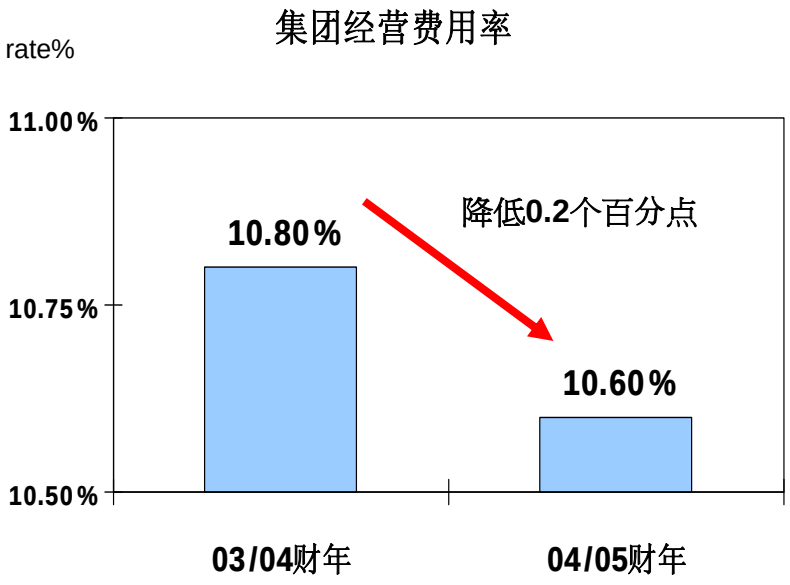


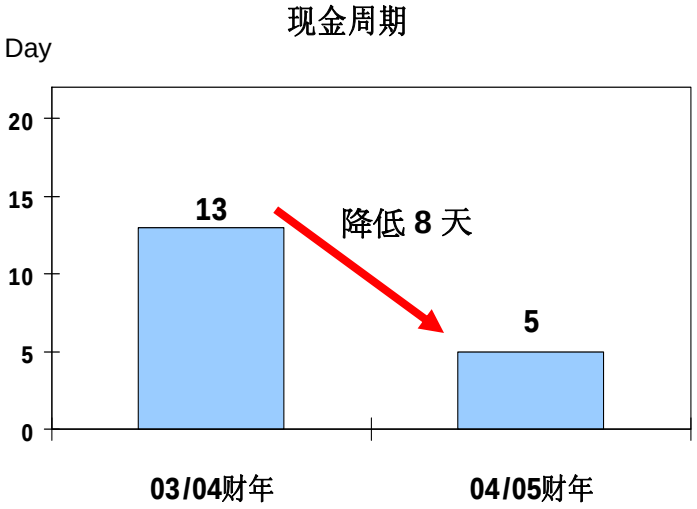
lenovo联想

 Source for Market Share Data: IDC

提升效率——为进一步增长奠定基础

- 经营及运作指标均有明显改善





项目	03/04财年	04/05财年
存货周转期	25天	20天
应收帐周转期	28天	35天
应付帐周转期	40天	50天

lenovo联想

新联想展望

- 新联想整合进展
  - 12月8日宣布收购IBM全球PC业务部门；
  - 3月9日获得了CFIUS（美国外国投资委员会）的提前批准；
  - 3月31日完成海外三家私人投资企业3.5亿美元战略投资；

    5月17日，有关引入投资的交易正式完成；
  - 5月1日联想并购IBM PCD交易全部完成，新联想正式启航。

lenovo联想

新联想展望

- 五年后的联想-------

- 最出色的PC品牌
- 大幅度提升的市场份额
- 健康的盈利水平
- 有竞争力的业务模式
- 新的业务发展的机会

lenovo联想

联想集团有限公司
2004/05财年全年业绩公布

整合与转型

首席执行官：Steve Ward
2005年6月8日

lenovo联想

全力以赴的管理团队

杨元庆
董事局主席

Steve Ward
首席执行官

Fran O'Sullivan
高级副总裁
首席运营官(联想国际)

马雪征
高级副总裁
首席财务官

贺志强
高级副总裁
负责技术研发

王晓岩
高级副总裁
首席信息官

Ravi Marwaha
高级副总裁
负责全球销售

乔松
高级副总裁
首席采购官

刘军
高级副总裁
首席运营官(联想中国)

刘志军
副总裁
负责手机业务

Bill Matson
高级副总裁
负责人力资源

Deepak Advani
高级副总裁
首席营销官并负责战略

Peter Hortensius
高级副总裁
负责产品开发

lenovo联想

新投资和新董事会成员

- 完成三家领先私人投资企业3.5亿美元的战略投资
- 委任三位非执行董事
  - 德克萨斯太平洋集团：吉姆•科尔特 (James Coulter)
  - General Atlantic：顾维廉 (William Grabe)
  - 美国新桥投资集团：单伟建

lenovo联想

5月1日以来

- 宣布与英特尔、微软、LANDesk、赛门铁克及IBM成立创新中心
- 召开了新联想首次合作夥伴大会推出18项笔记本电脑、消费台式电脑、打印机和数码新产品
- 发布 ThinkCentre 台式电脑新品和 ThinkPad X41 平板电脑
- 获得新客户
  - 思科
  - 罗兵咸容道
  - 上海通用汽车
  - 中国银行
  - The Babcock & Wilcox Company
  - 美国国家广播公司

lenovo联想

新联想的“三步”计划

兑现联想的承诺

第一步

- 让现有客户满意，不断获得他们的新业务
- 保持产品领导地位和销售势头
- 确保高效运营
- 积极定位和推广公司和品牌
- 培养员工，对优秀表现进行奖励

第二步

通过营运率、创新和品牌，提升我们的竞争力

- 做到运营更卓越、更快速、更高效
- 提升Think品牌资产，在世界各地推广Lenovo品牌
- 营造全球性的创新和绩效文化，树立全球性的良好声誉
- 目标明确的开发新产品和新市场

第三步

促进增长

- 在选定的市场扩大投入

lenovo联想