

**lenovo**® FOR  
THOSE WHO DO.™

2012/13  
财年业绩

2013年5月23日



# 前瞻性陈述

本报告载有涉及对未来预期及计划的前瞻性陈述，包括但不限于有关联想集团未来经营业绩、财务状况或业务前景的陈述及其他基于预测、估计和假设所作的陈述。在若干情况下，我们会在前瞻性陈述中使用「预期」、「有意」、「计划」、「相信」、「估计」、「可能」、「将会」、「应会」及类似词汇（及其反义词）以作识别。该等前瞻性陈述反映联想集团的董事及管理层当前的预期及计划，而该等当前预期及计划可能无法实现或可能改变。多项风险、不明朗因素及其他因素（包括无法预测及联想集团不可控制的因素）均可能影响该等前瞻性陈述中所讨论的事项。该等因素包括但不限于全球及我们所营运的国家的经济及业务状况、联想集团对市场发展作出预期及迅速反应的能力、消费者需求、价格趋势及竞争、适用法律及法规的变更（包括适用的税费和关税税率）。该等前瞻性陈述所依据的预期及计划的任何变动均可能导致联想集团的实际业绩或行动与该等陈述所明示或暗示者出现重大差异。该等前瞻性陈述并非日后表现的保证，阁下应审慎对待，不应过份依赖该等陈述。联想集团毋须承担任何更新本报告所载任何前瞻性陈述的责任（无论是因出现新信息或任何其后变更、发展或事件所导致者）。本说明所载的所有前瞻性陈述均受本段落所限。

**lenovo**® FOR  
THOSE WHO DO.™

杨元庆  
董事长兼首席执行官

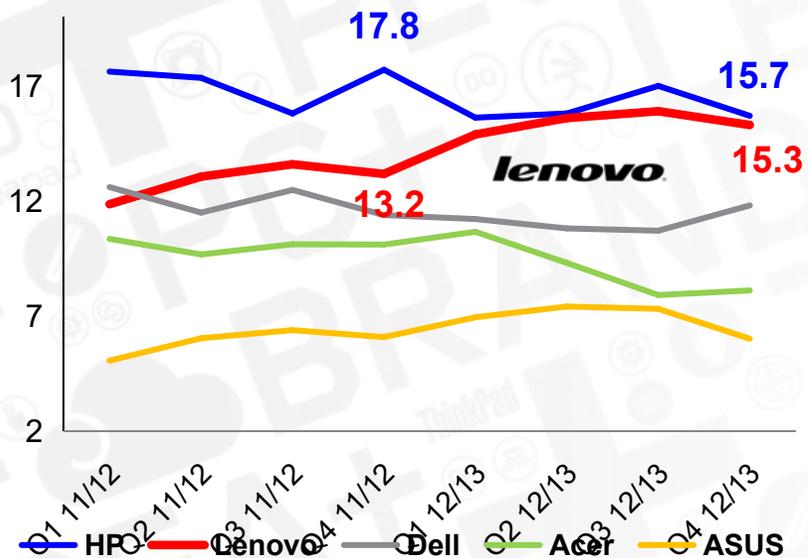
2013年5月23日



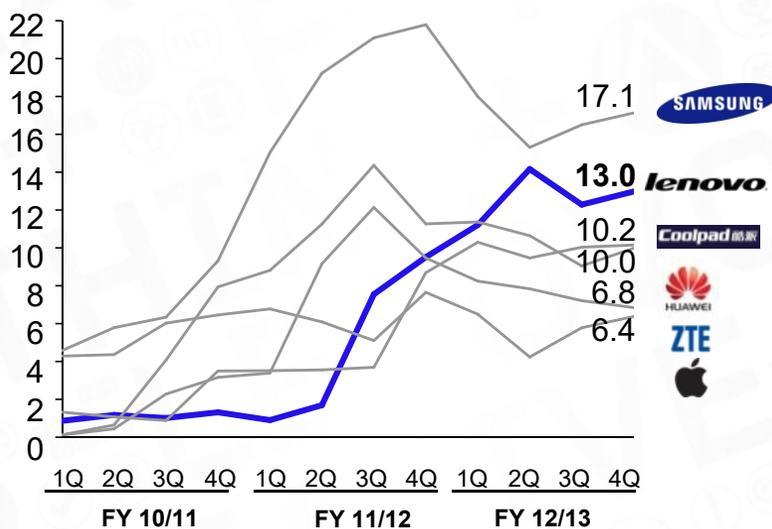
# 强劲的第二财季

- 个人电脑销量同比增速高出市场14个百分点
- 全球个人电脑市场份额同比提升2.1个百分点，达15.3%
- 智能手机在中国市场的销量实现同比翻番
- 盈利水平提升，税前利润率提升至2.1%，净利润同比提升90%

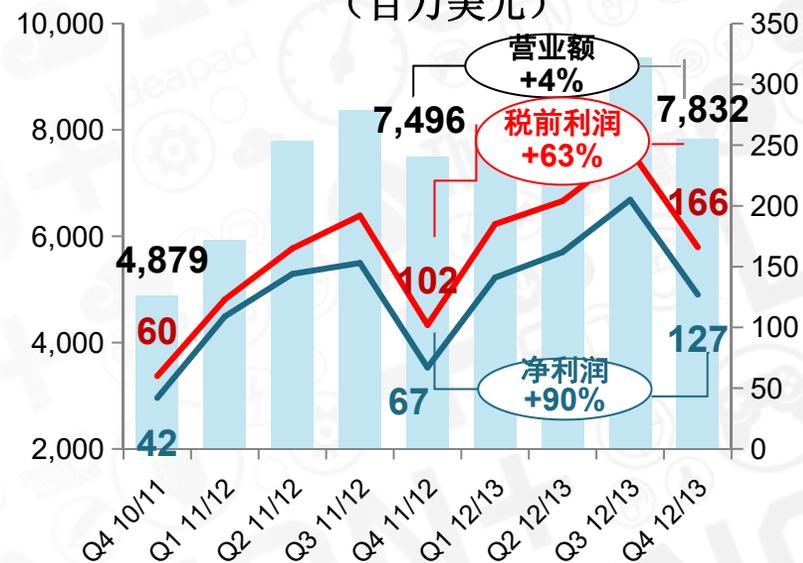
全球个人电脑市场份额(%)



中国智能手机市场份额 (%)

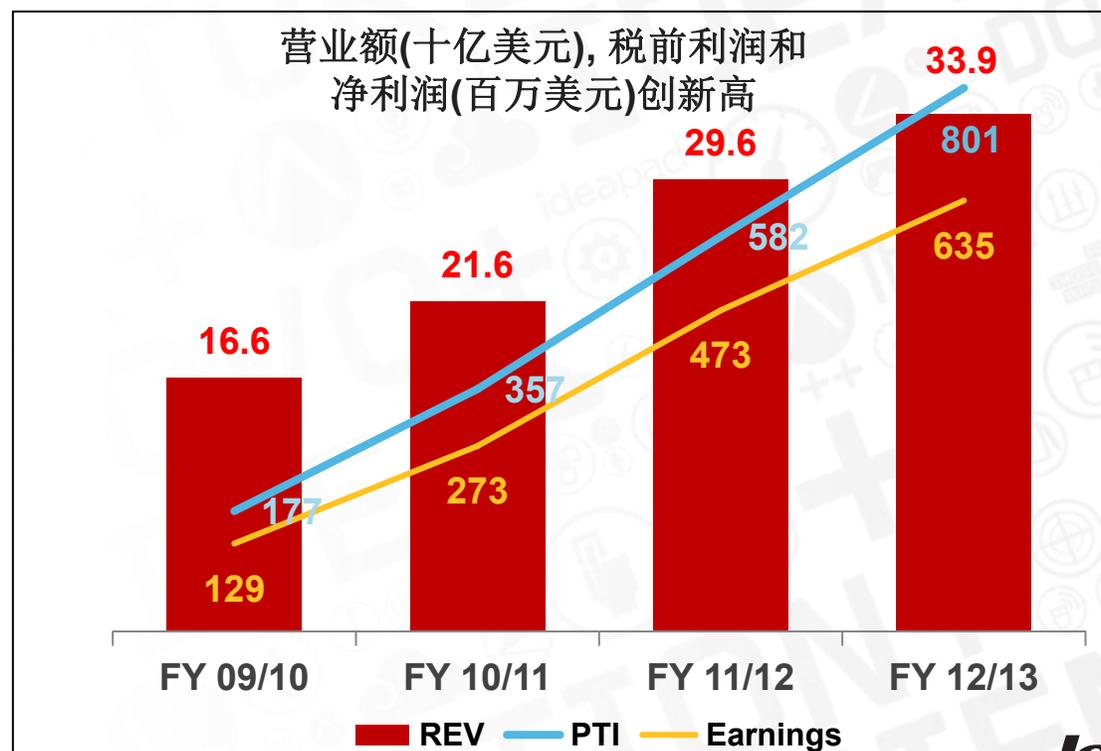
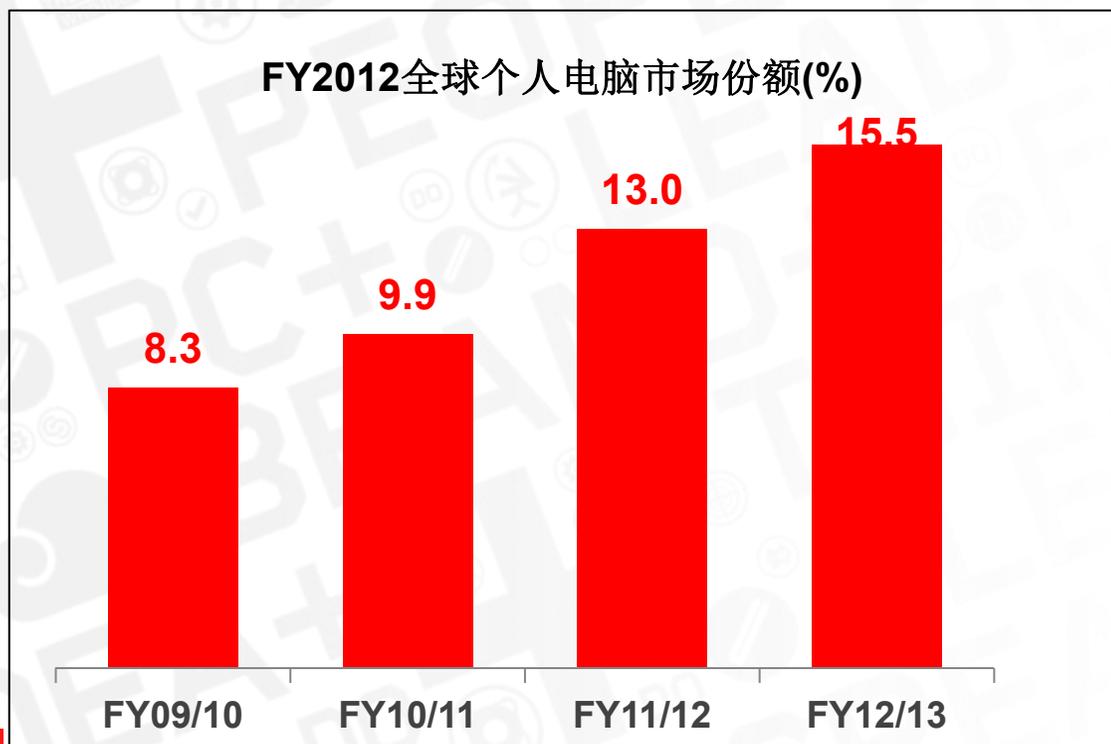


持续提升的营业额、税前利润和净利润 (百万美元)



# 创纪录的财年

- 个人电脑销量首次突破5200万台
- 个人电脑市场份额达到15.5%的新高, 同比提升2.6个百分点
- 营业额、税前利润、净利润均创新高
- 达成提升盈利水平的承诺
  - 税前利润率: 由FY2011/12年的2.0%, 提升到FY2012/13年的2.4%

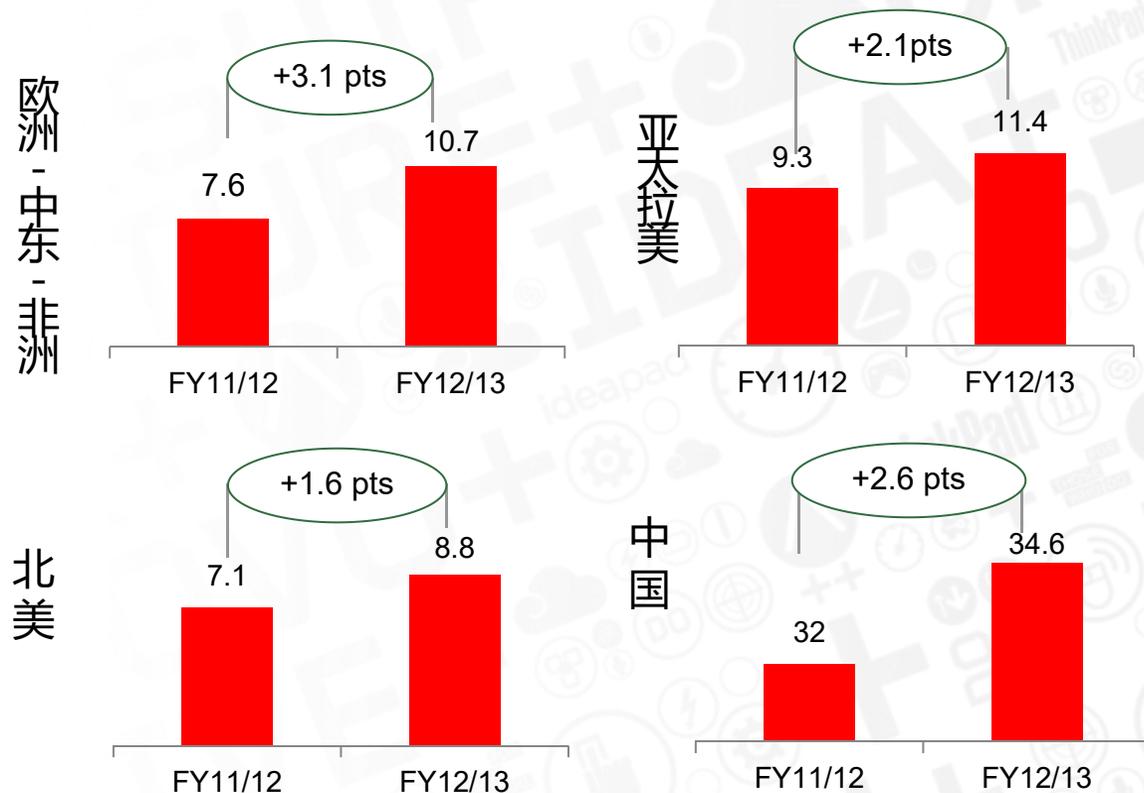


# 所有产品/客户类别，所有区域实现均衡增长

## 所有产品/客户类别，所有区域增长超大市

- 欧洲-中东-非洲：
  - 增速超市场37个百分点
  - 份额达新高，10.7%
  - 经营利润同比提升77%
- 亚太-拉美：
  - 增速超市场21个百分点
  - 盈利水平提升
- 北美：
  - 增速超市场20个百分点
  - 份额达新高
  - 盈利能力强
- 中国：
  - 盈利能力进一步提升
  - 份额达新高，34.6%

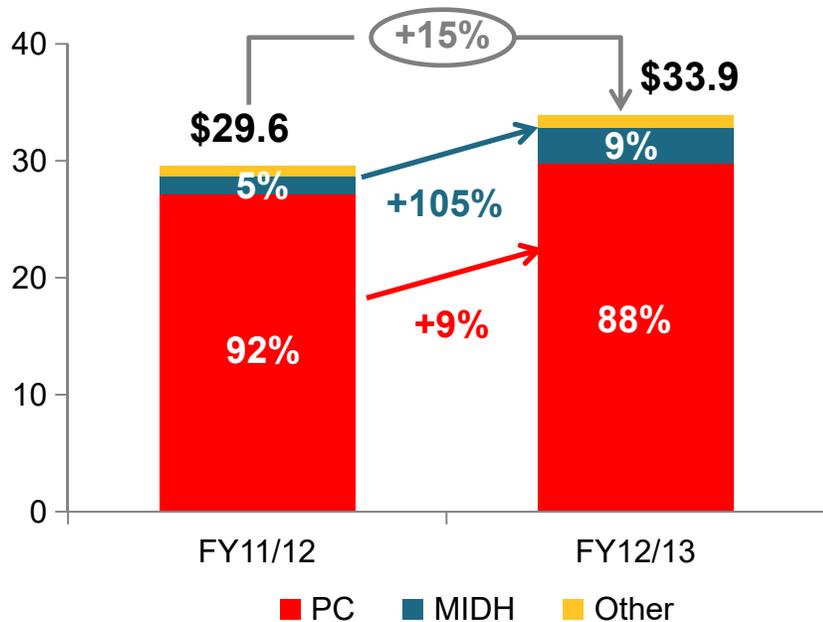
### 四个大区的个人电脑市场份额(%)



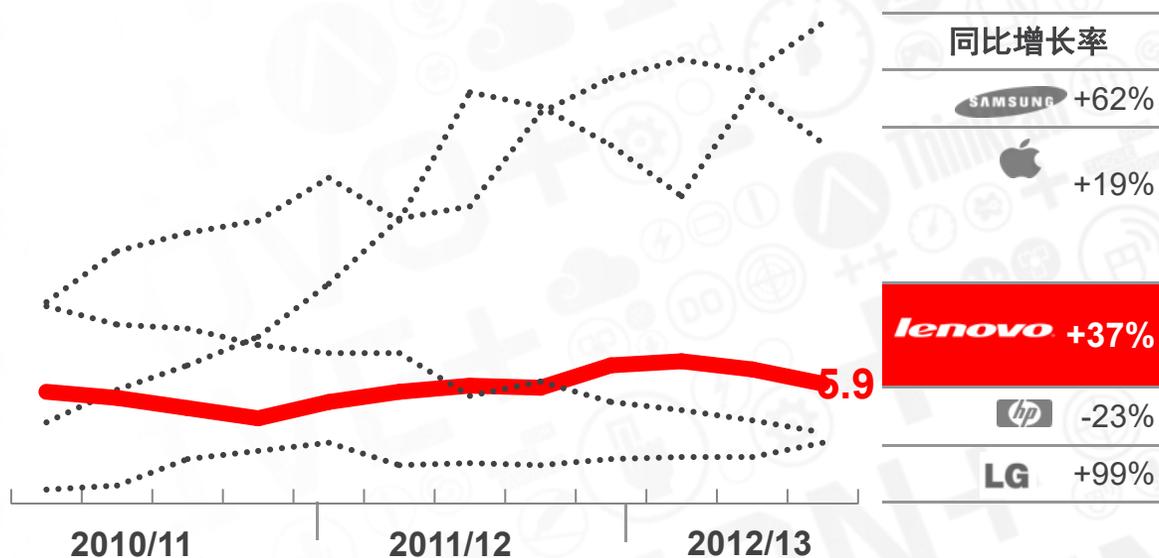
# PC+业务迅猛增长

- 智能手机在中国市场销量增长近3.7倍，连续2个季度盈利
- 全球平板电脑销量同比提升74%
- 移动互联业务在公司整体营业额中占比提升到 9%
- 全球智能设备市场（个人电脑+平板电脑+智能手机）进入前三

移动互联业务营业额占比提升(十亿美元)



智能终端设备市场份额 (%)



# 清晰的战略推动业绩的提升

## 保卫PC

### 利润池

- 1 加强中国市场领导地位
- 2 在所有区域实现关系型业务的稳定盈利
- 3 提升选件和软件预装业务，扩展硬件相关的服务配售

### 盈利性增长

- 1 扩大交易型业务规模，特别是消费业务
- 2 推动中国以外的新兴市场达到两位数市场份额

## 进攻PC+

### 智能手机 平板电脑

- 1 巩固在中国智能手机和平板电脑市场的领导地位
- 2 智能手机快速拓展至新兴市场，同时为进攻成熟市场打好基础
- 3 在中国以外地区，重振平板电脑业务

### 企业级系统

- 1 在全球服务器市场成为主要厂商
- 2 工作站进入全球第一阵营

## 引领创新

创新产品和用户体验 | 全新产品品类和业务 | 全球品牌塑造

## 运营效率

整合的业务集团 | 全球化和本地化结合的业务模式 | 改善规模量产流程 | 可持续

## 全球文化

说到做到、尽心尽力 | 打造世界一流的公司组织

# 战略：保卫PC

- 保卫个人电脑业务，提升盈利能力
  - 巩固中国业务和全球商用业务的领导地位
  - 推动新兴市场、消费业务和中小企业业务的盈利性增长



# 战略：进攻PC+

- 智能手机
  - 成为中国市场领导者
  - 大力拓展新兴市场
- 平板电脑
  - 推动更快成长
  - 充分利用在Android 和Windows的优势
- 3年内成为服务器和存储领域主要厂商

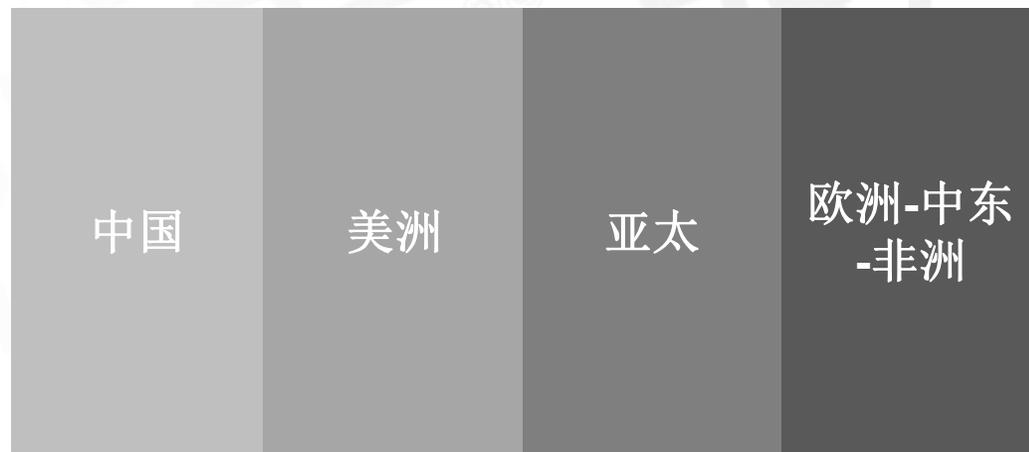


# 业务模式:为PC+不断优化

- 架构重组推动更好的战略执行
- 继续加强垂直整合
- 进一步提升效率

## 联想组织结构

客户驱动的  
前端



端到端整合  
的后端

### Think业务集团

高端个人电脑+平板电脑+企业级产品

### Lenovo业务集团

主流/入门级个人电脑+平板电脑+智能手机+智能电视

整合运营

# 创新：PC+时代致胜的关键

- 打造差异化的产品：
  - 突破核心技术
  - 硬件、软件和服务无缝整合，实现最佳用户体验



# 全球文化：多元化

## 竞争力和基石

- ★ 全球总部
- 区域总部
- 生产制造基地
- 研发中心
- 分支机构

# 展望

- 全面转型PC+
- PC保持高于市场的增长，提升盈利能力
- 实现高于PC+市场的增长

**lenovo**® FOR  
THOSE WHO DO.™

黄伟明  
首席财务官

2013年5月23日



# 财务概要

百万美元	2012/13 第四季	2011/12 第四季	年比年	季比季	2012/13财年	年比年
收入	7,832	7,496	4%	-16%	33,873	15%
毛利	963	806	20%	-13%	4,073	18%
经营费用	(794)	(704)	13%	-7%	(3,273)	14%
经营溢利	169	102	67%	-31%	800	37%
其他非经营(费用)/ 收入	(3)	0	不适用	不适用	1	不适用
除税前溢利	166	102	63%	-33%	801	38%
税项	(42)	(34)	22%	-10%	(170)	59%
期内溢利	124	68	84%	-38%	631	33%
非控制性持有人应占溢利	3	(1)	不适用	-44%	4	不适用
公司权益持有人应占溢利	127	67	90%	-38%	635	34%
每股盈利(美仙)						
- 基本	1.22	0.65	0.57	(0.77)	6.16	1.49
- 摊薄	1.20	0.63	0.57	(0.76)	6.07	1.50
每股股息(港仙)					18.50	4.70
毛利率	12.3%	10.8%	11.8%		12.0%	11.7%
费用率	10.1%	9.4%	9.2%		9.7%	9.7%
经营溢利率	2.2%	1.4%	2.6%		2.4%	2.0%
除税前溢利率	2.1%	1.4%	2.6%		2.4%	2.0%
公司权益持有人应占溢利率	1.6%	0.9%	2.2%		1.9%	1.6%

# 综合资产负债表

百万美元

	于 31/3/2013	于 31/3/2012
非流动资产	4,492	4,040
物业、厂房及设备	480	392
无形资产	3,326	3,092
其他	686	556
流动资产	12,390	11,820
银行存款及现金	3,573	4,172
应收贸易、应收票据及其他应收账款	6,694	6,297
存货	1,965	1,218
其他	158	133
流动负债	12,091	11,809
短期银行贷款	176	63
应付贸易、应付票据及其他应付账款	10,576	11,251
其他	1,339	495
流动资产净额	299	11
非流动负债	2,111	1,603
总权益	2,680	2,448

# 现金及营运资金

百万美元

	<u>2012/13第四季</u>	<u>2011/12第四季</u>	<u>2012/13财年</u>	<u>2011/12财年</u>
银行存款及现金	<b>3,573</b>	4,172	<b>3,573</b>	4172
总银行债项	<b>479</b>	63	<b>479</b>	63
净现金储备	<b>3,094</b>	4,109	<b>3,094</b>	4,109
存货周转期	<b>26</b>	18	<b>21</b>	17
应收账周转期	<b>40</b>	35	<b>35</b>	32
应付账周转期	<b>73</b>	70	<b>64</b>	68
现金周转期	<b>-7 天</b>	-17天	<b>-8天</b>	-19天

# 第四季区域业务表现

## 中国

- 中国区整体收入年比年增长8%，受MIDH收入年比年增长74%所带动
- 保卫个人电脑领导地位，市场份额年比年上升1.7个百分点至31.7%，受惠於新兴城市较高市占率及都市化
- 中国整体利润率年比年上升1.5个百分点至4.9%；中国个人电脑分类利润率年比年上升1.6个百分点至6.4%
- MIDH盈利能力持续改善

## 亚太/拉美区

- 市场第二；市场份额达11.7%的历史新高；年比年上升1.1个百分点；较市场水平高出10点
- 分类经营利润率由年比年收支平衡转为录得0.2%
- CCE整合进展顺利，并于第一季作出贡献；预期加快巴西的扩张，改善盈利能力

## 欧洲/中东/非洲

- 市场第二；市场份额达11.8%的历史新高；年比年上升3.2个百分点
- 个人电脑销量年比年增长11%，比市场增幅高出31点
- 在德国排名第一
- 欧洲/中东/非洲消费业务盈利能力年比年持续改善
- 分类经营利润率上升1.4%至2.3%

## 北美区

- 在北美市场份额达9.3%的历史新高；年比年上升1.8个百分点
- 个人电脑销量年比年增长10%，较市场水平高出22点
- 分类经营利润率年比年上0.5个百分点至3.6%

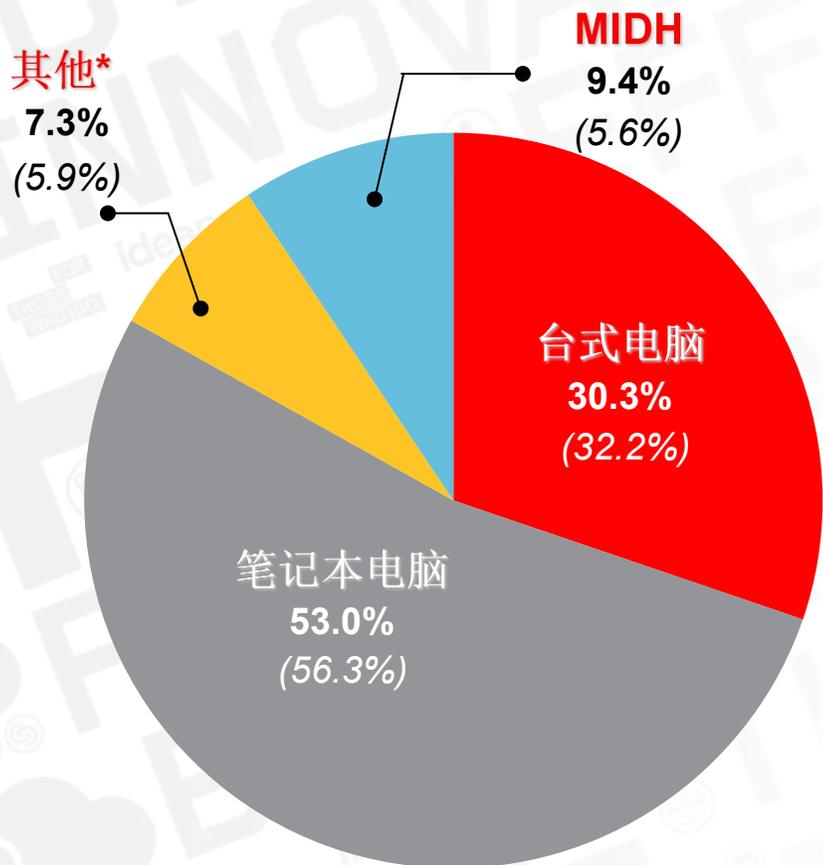
包括MIDH 及非个人电脑业务 盈利及业绩	收入 百万美元			分类经营利润 / (亏损) 百万美元			分类经营利润率		
	13年 第四季	年比年	季比季	13年 第四季	12年 第四季 <sup>^</sup>	13年 第三季	13年 第四季	12年 第四季 <sup>^</sup>	13年 第三季
中国	3,129	228	(939)	152	100	193	4.9%	3.4%	4.7%
中国个人电脑 <sup>#</sup>	2,461	(56)	(712)	156	120	200	6.4%	4.8%	6.3%
亚太/拉美区	1,651	(130)	(9)	3	0	6	0.2%	0.0%	0.3%
欧洲/中东/非洲	1,849	104	(459)	42	16	45	2.3%	0.9%	2.0%
北美区	1,203	134	(120)	43	33	34	3.6%	3.1%	2.6%

<sup>#</sup> 摘取于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于对外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

<sup>^</sup> 经采纳新区域架构及费用分摊法後重分类

# 第四季产品业务表现

按产品种类收入



\* 附注: 其他业务包含服务器, 服务, 软件及Medion 非个人电脑业务。

## 笔记本电脑

- 较市场水平高出15点
- 市场份额达15.8% , 年比年上升2.3个百分点

## 台式机

- 较市场水平高出12点
- 市场份额达14.6% , 年比年上升1.8个百分点

## MIDH

- MIDH 销售额年比年上升74%
- MIDH于集团销售额占比由6%年比年上升至9% , 盈利能力改善
- 中国智能手机销量强劲, 年比年上升2.1倍; 第二个季度录得盈利
- 于世界其他地区推出智能手机初步反应理想
- 全球平板电脑销量年比年上升23%

# 收购 / 合作关系整合进展顺利，实现预期目标

完成日期	收购	内容	整合进度				成效
			宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	
2011年6月		与日本的NEC个人电脑合营公司成为日本最大个人电脑厂商	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	合营公司为日本最大个人电脑厂商，12/13财年市场份额超过25%
2011年8月		收购西欧的消费个人电脑厂商以实现市场领导地位	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	自收购以来，消费个人电脑市场份额稳步增长至12/13财年超过9%；联想现在于欧洲/中东/非洲个人电脑市场排名第二
2012年4月		与仁宝成立的合营公司为个人电脑垂直整合，以优化生产和推动创新	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	五个产品系列已按计划大规模生产；各项目发展按预期推进
2012年12月		收购云端供应商以加强及扩展云端解决方案	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	完成整合到PC+产品组合，合作扩大云端服务
2012年12月	 	合营公司和战略合作关系，提高联想在行业标准服务器和网络存储解决方案领域的地位	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	合营公司初步完成整合，以保卫强劲的低端NAS业务；凭借EMC企业专长
2013年1月		收购巴西的消费PC+厂商，期望实现市场领导地位	宣布	完成收购/合作手续	初步整合完成	主要整合目标达成	整合业务功能以持续推动收入及成本协同效应—我们在巴西个人电脑市场已排名第四，领先于惠普和戴尔

市场份额来源IDC。

# 附件

- 13财年区域业务表现
- 13财年产品业务表现
- 综合损益表
- 简明综合现金流量表



# 13财年区域业务表现

## 中国

- 中国区整体收入年比上年增长17%，受MIDH收入年比上年增长108%所带动
- 个人电脑市场份额达34.6%的历史新高，受惠於新兴城市较高市占率及都市化
- 中国个人电脑分类经营利润率年比年上升0.4个百分点至6.2%
- MIDH盈利能力持续改善

## 亚太／拉美区

- 个人电脑销量年比年上升13%，较市场水平高出21点
- 分类经营利润率年比年转亏为盈至0.3%
- CCE整合进展顺利，自13财年第四季作出贡献；预期加快巴西的扩张，改善盈利能力

## 欧洲／中东／非洲

- 成为市场第三；市场份额达10.7%的历史新高
- 个人电脑销量年比上年增长28%，较市场水平高出37点
- 在德国及丹麦排名第一；在俄罗斯排名第二
- 受惠於欧洲／中东／非洲消费业务盈利能力持续改善，分类经营利润率年比年上升0.7个百分点至2.0%

## 北美区

- 在北美市场份额达8.8%的历史新高
- 个人电脑销量年比上年增长9%，较市场水平高出20点
- 分类经营利润率年比年上0.1个百分点至3.4%，由于消费业务占比年比年增加所致

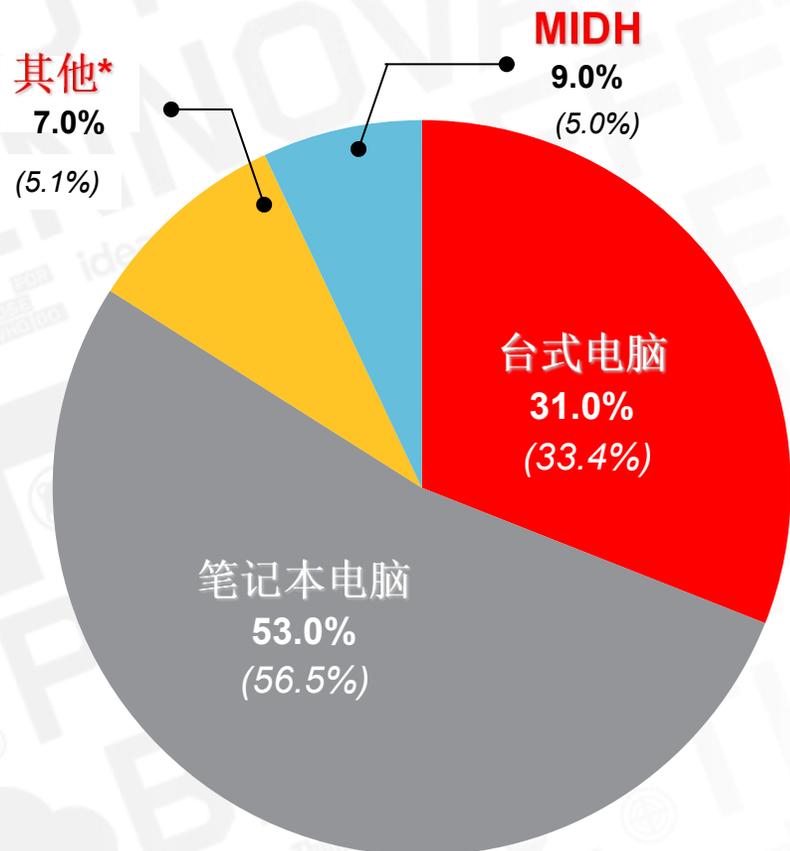
包括MIDH及非个人电脑业务 盈利及业绩	收入 百万美元		分类经营利润 / (亏损) 百万美元		分类经营利润率	
	13财年	年比年	13财年	12财年 <sup>^</sup>	13财年	12财年 <sup>^</sup>
中国	14,539	17%	678	569	4.7%	4.6%
中国个人电脑 <sup>#</sup>	11,751	6%	733	638	6.2%	5.8%
亚太／拉美区	6,860	8%	24	0	0.3%	0.0%
欧洲／中东／非洲	7,535	20%	147	83	2.0%	1.3%
北美区	4,939	9%	168	161	3.4%	3.5%

<sup>#</sup> 摘取于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于对外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

<sup>^</sup> 经采纳自11/12财年開始生效的新资讯科技费用分摊法後重分类。

# 13财年产品业务表现

按产品种类收入



\* 附注: 其他业务包含服务器, 服务, 软件及Medion 非个人电脑业务

## 笔记本电脑

- 较市场水平高出20点
- 市场份额达15.8%，年比年上升2.8个百份点

## 台式机

- 较市场水平高出17点
- 市场份额达15.1%，年比年上升2.3个百份点

## MIDH

- MIDH 销售额年比年上升105%
- MIDH于集团销售额占比由5%年比年上升至9%，盈利能力改善
- 智能手机销量增长强劲；全球及中国智能手机销量年比年上升3.7倍
- 全球平板电脑销量年比年上升74%

# 综合损益表

百万美元	2012/13 第四季	2012/13财年	2011/12第四季	2011/12财年
收入	7,832	33,873	7,496	29,574
销售成本	(6,869)	(29,800)	(6,690)	(26,128)
毛利	963	4,073	806	3,446
其他收入- 净额	-	20	-	1
销售和分销费用	(417)	(1,888)	(425)	(1,691)
行政费用	(228)	(847)	(189)	(730)
研发费用	(173)	(623)	(139)	(453)
其他经营收入- 净额	24	65	49	11
经营溢利	169	800	102	584
财务收入	12	44	10	43
财务费用	(15)	(42)	(10)	(44)
应占联营公司亏损	-	(1)	0	(1)
除税前溢利	166	801	102	582
税项	(42)	(170)	(34)	(107)
期内溢利	124	631	68	475
溢利归属：				
公司权益持有人	127	635	67	473
非控制性权益持有人	(3)	(4)	1	2
股息		248	-	183
每股应占溢利 / (亏损) (美仙)				
- 基本	1.22	6.16	0.65	4.67
- 摊薄	1.20	6.07	0.63	4.55

# 简明综合现金流量表

百万美元

	2012/13 财年	2011/12 财年
营运产生现金净额	20	1,940
投资活动所耗现金净额	(245)	(837)
融资所耗现金净额	(68)	(316)
现金及现金等价物(减少)/ 增加	(293)	787
汇兑变动的的影响	(10)	16
年初现金及现金等价物	3,757	2,954
年末现金及现金等价物	3,454	3,757

THANK YOU GRAZIE MERCI DANKE GRAZIAS 謝謝 СПАСИБО  
GRACIAS OBRIGADO ありがとう DANK TAKK BEDANKT DAKUJEM