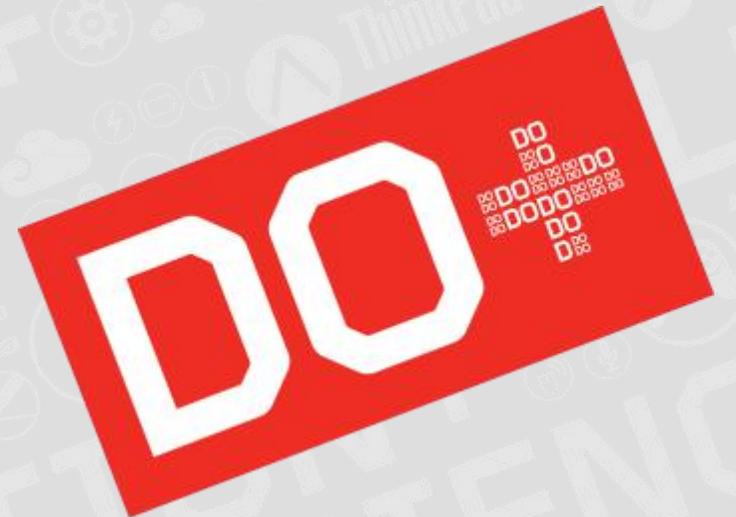


lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

2013/14 第一季度业绩



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.™

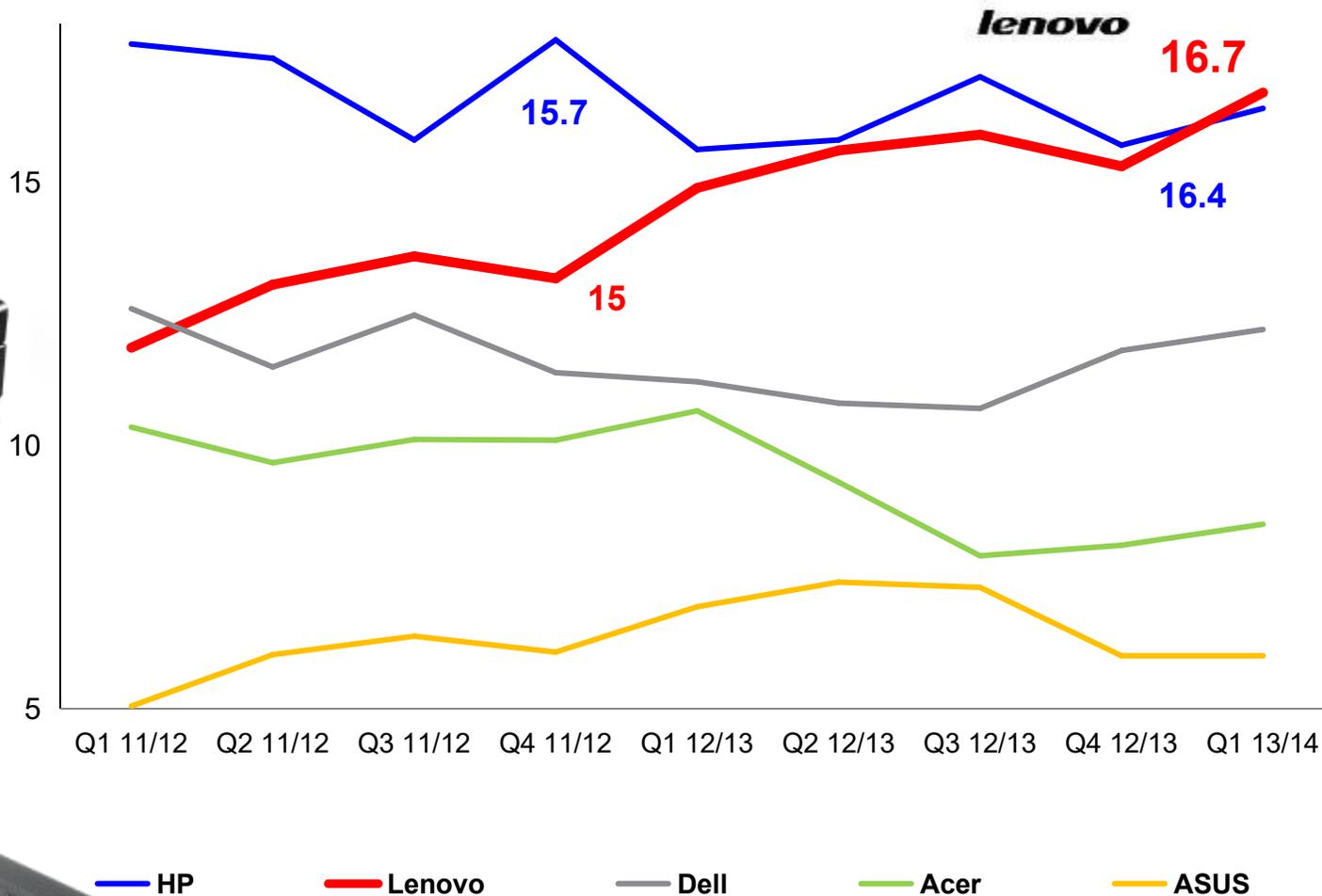
杨元庆
董事长兼首席执行官



联想成为全球个人电脑市场第一名



全球个人电脑市场份额 (%)



数据来源: IDC

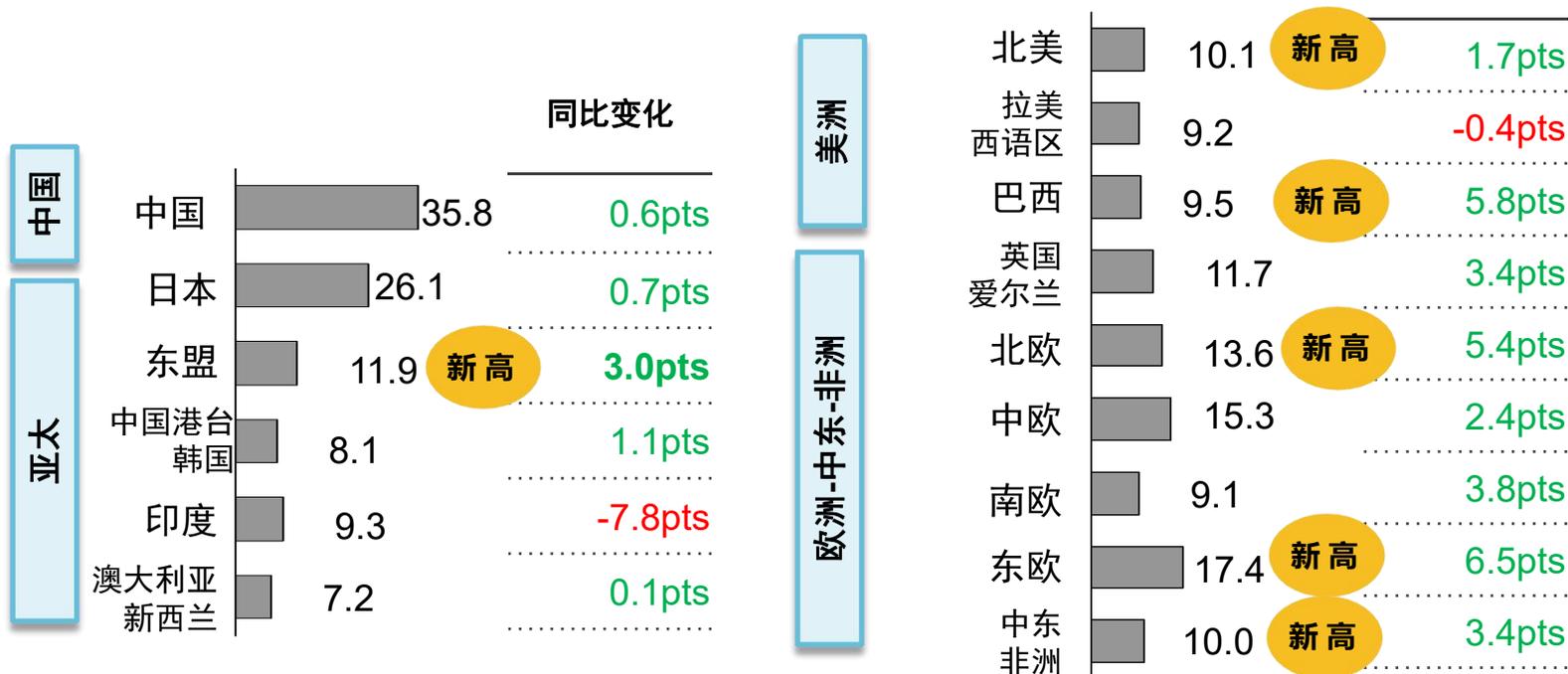
lenovo

均衡增长推动PC实现强劲业绩

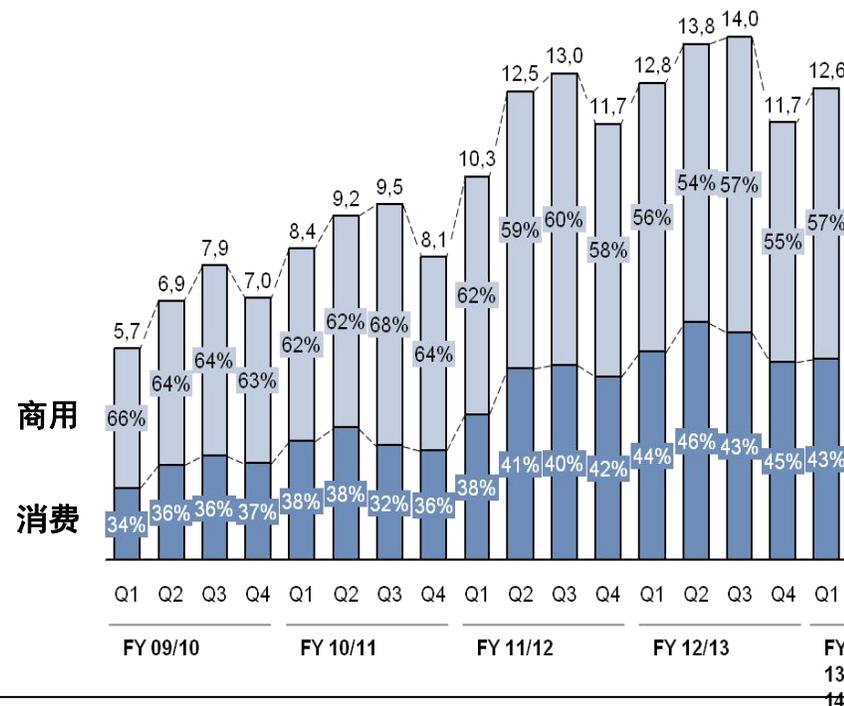
- 有力执行“保卫+进攻”的正确战略，实现均衡增长
 - 中国：尽管市场低迷，仍获份额增长，经营利润率提升近1个百分点
 - 欧美：增幅远超大市，推动个人电脑整体营业额实现增长
 - 新兴市场（东欧、中东/非洲、巴西、东盟）和消费业务（北美、西欧）成为新的增长引擎

各区域个人电脑市场份额 (%)及同比变化 (百分点)

同比变化

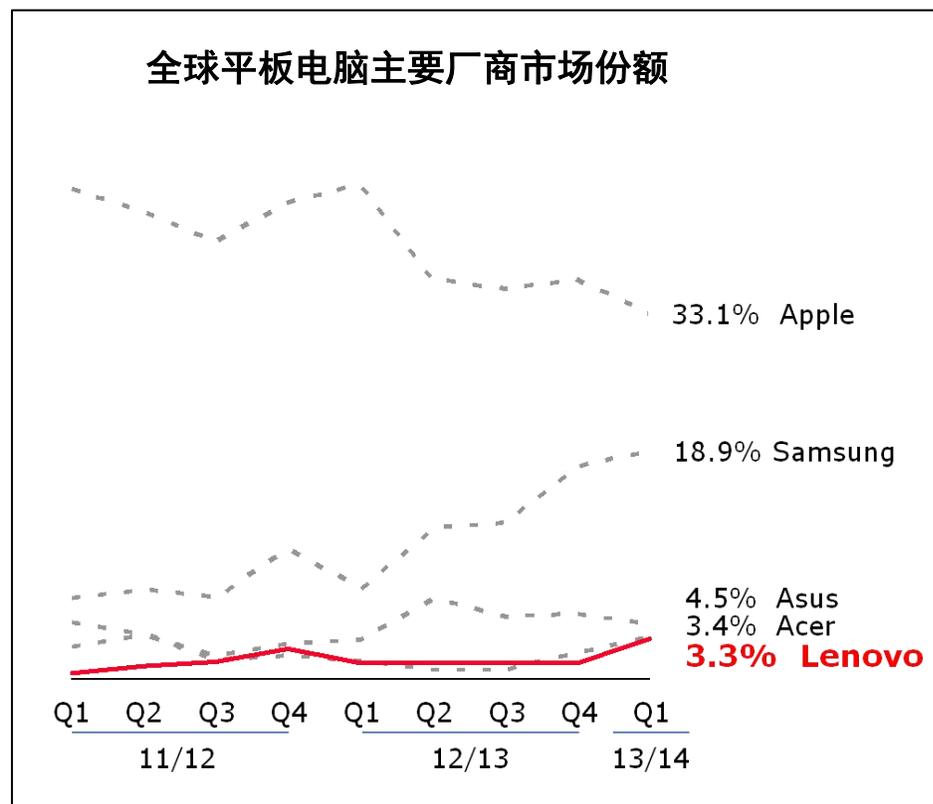
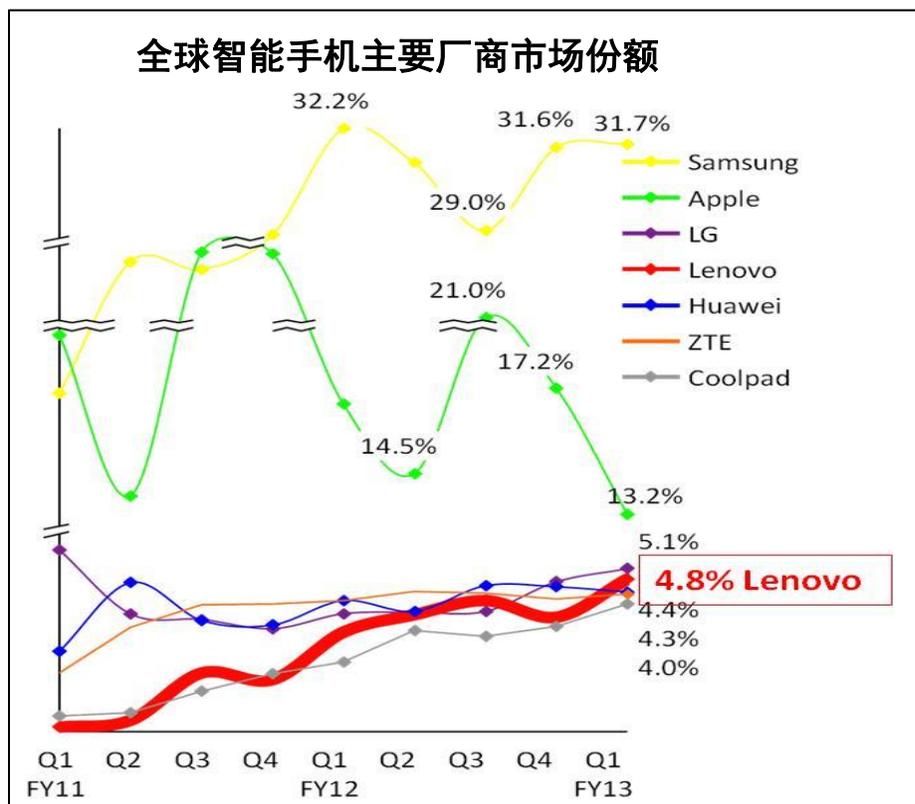


联想消费/商用个人电脑销量 (百万台)及占比



多年耕耘见成效，PC+增长迅速

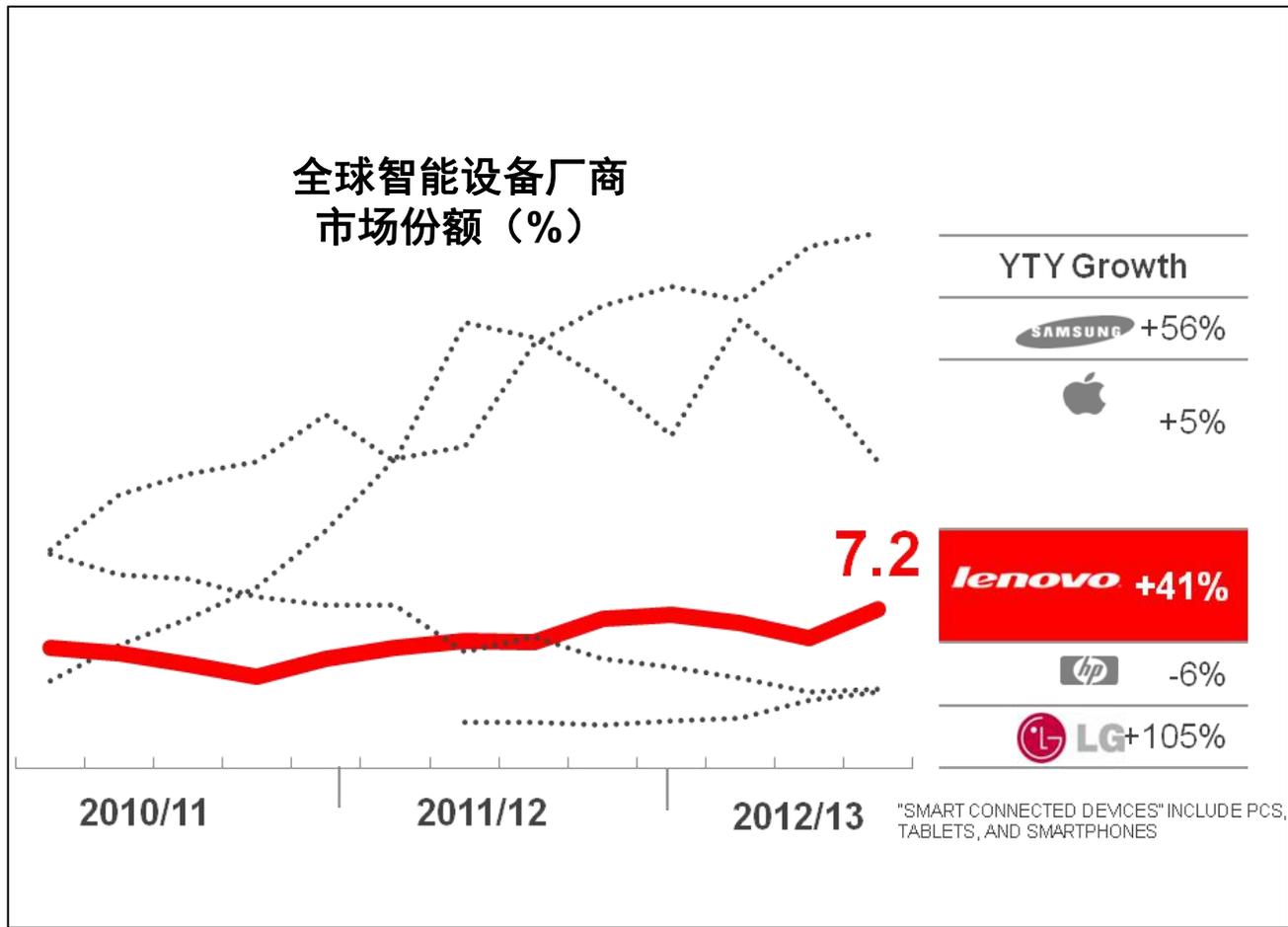
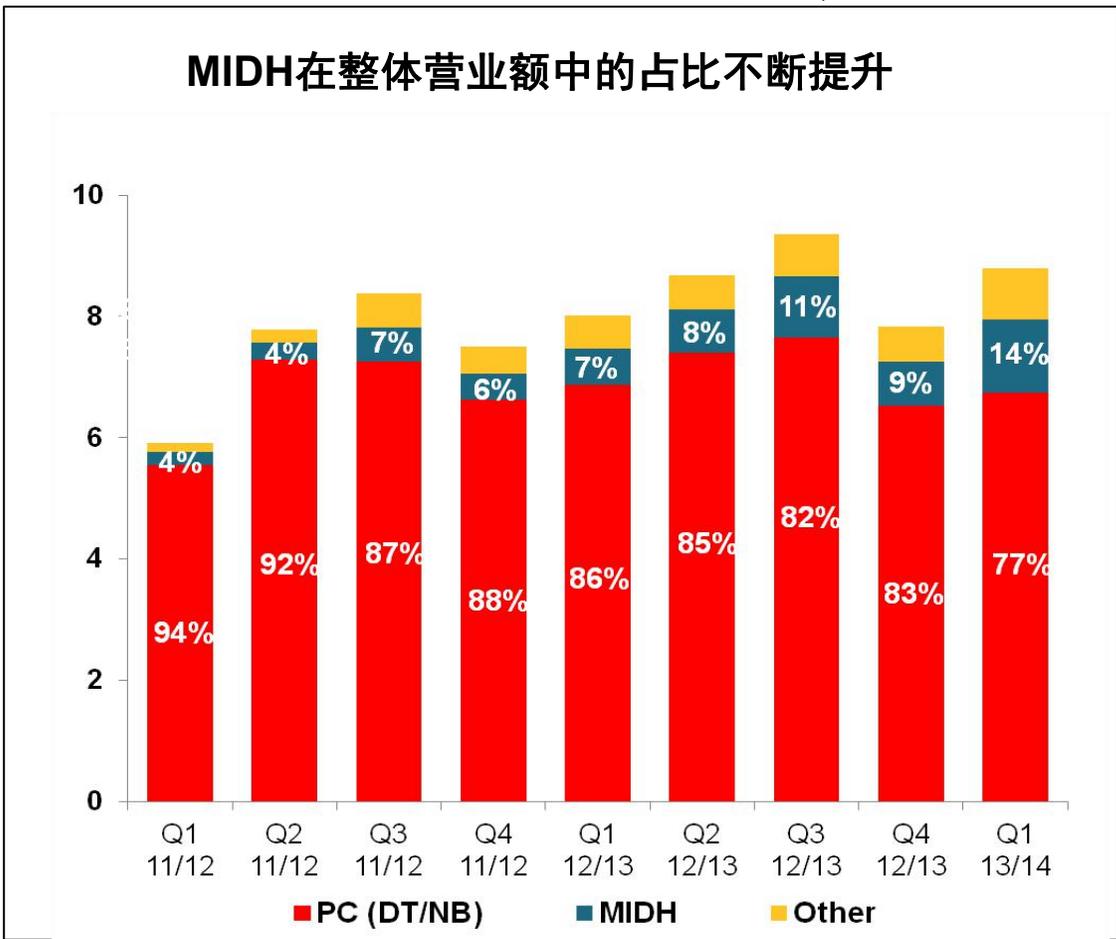
- 智能手机销量同比增长超过130%，成为全球第四
 - 中国市场稳居第二，单季销量突破1100万台；印尼、印度、俄罗斯、越南进展良好
- 平板电脑销量实现逾三倍于去年同期的增长，四个大区均已发力



数据来源：IDC，公司内部统计

多年耕耘见成效，PC+增长迅速

- 移动互联网业务营业额在公司总体的占比提升到14%
- 智能设备市场份额创新高，达 7.2%



数据来源：IDC，公司内部统计

创新：实现PC+增长的关键

- 创新：加强硬件、软件、应用三位一体的端到端创新，打造最佳用户体验
- 假日销售旺季即将推出激动人心的创新产品
 - 下一代多模式产品：Yoga二代，独特设计的平板电脑
 - 新一波智能手机：更轻薄，更强大，更关注设备的安全、协同和云服务

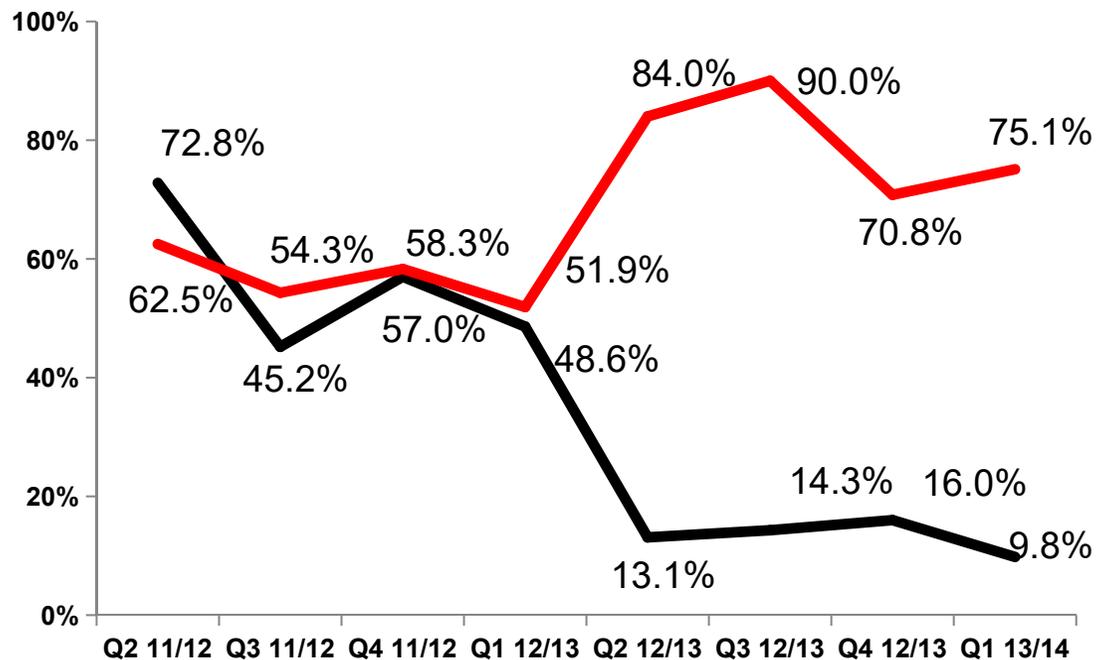


有信心在行业转型中取胜

■ 产业发展的趋势有利于联想业务模式的发挥

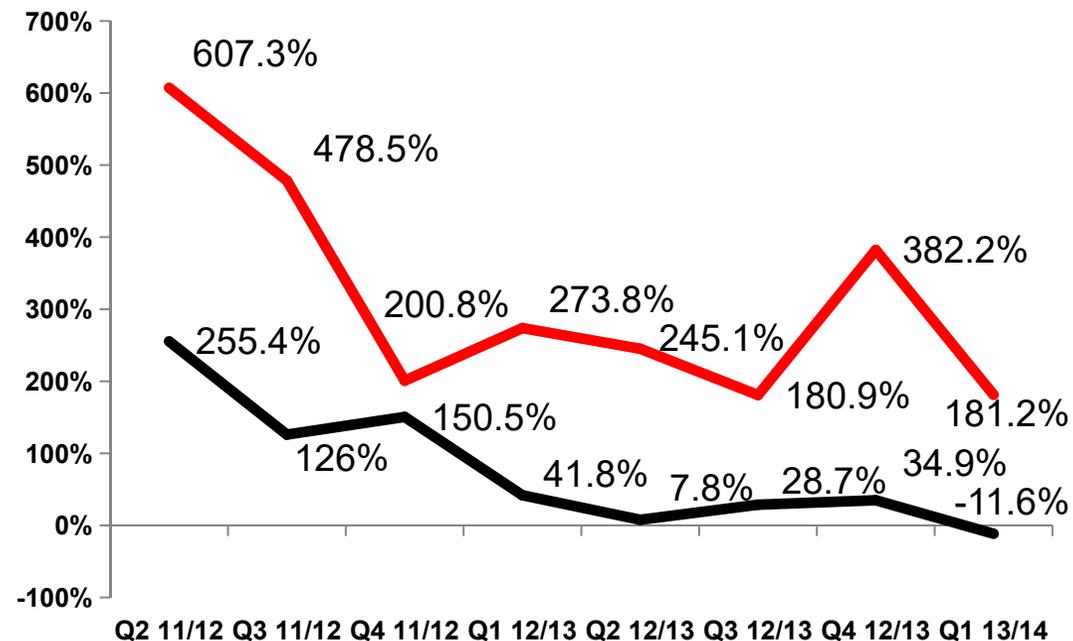
- 主导产品由高端转向主流/入门
- 增长从成熟市场转向新兴市场
- 成熟市场换机周期缩短推动新增长

智能手机各价位段同比增长率 (%)



— 高端(>400美元) — 主流/入门(<400美元)

平板电脑各价位段同比增长率 (%)



— 高端(>400美元) — 主流/入门(<400美元)

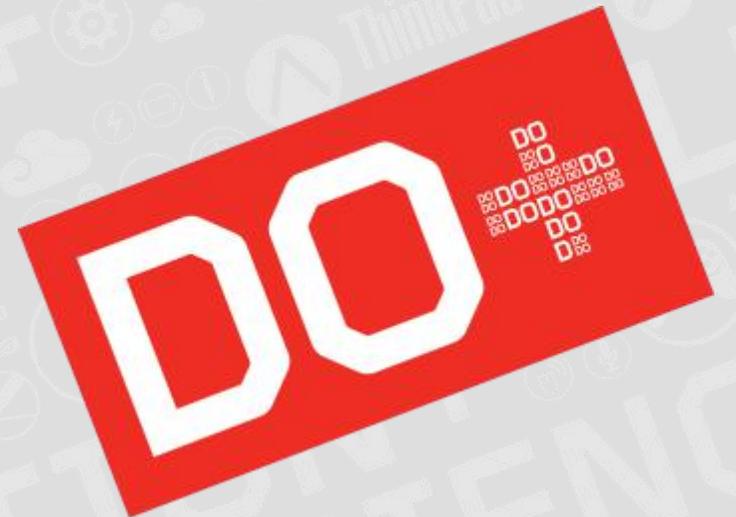
PC+时代，更具优势

- 丰富的产品组合和快速的开发周期
- 高效、快速的端到端业务模式，谨然有序的运作
- 合理的利润空间
- 类似的成功经验



lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

黄伟明
首席财务官



财务概要

百万美元

2013/14 第一季 2012/13 第一季 年比年 季比季

收入	8,787	8,010	10%	12%
毛利	1,191	1,047	14%	13%
经营费用	(989)	(865)	14%	12%
经营溢利	202	182	11%	19%
其他非经营收入	13	3	296%	NA
除税前溢利	215	185	16%	30%
税项	(45)	(41)	12%	10%
期内溢利	170	144	18%	37%
非控制性持有人应占溢利	4	(3)	NA	52%
公司权益持有人应占溢利	174	141	23%	37%
每股盈利(美仙)				
- 基本	1.67	1.37	0.30	0.45
- 摊薄	1.65	1.33	0.32	0.45

2013/14 第一季 2012/13 第一季 2012/13 第四季

毛利率	13.6%	13.1%	13.4%
费用率	11.3%	10.8%	11.3%
经营溢利率	2.3%	2.3%	2.2%
除税前溢利率	2.5%	2.3%	2.1%
公司权益持有人应占溢利率	2.0%	1.8%	1.6%

综合资产负债表

百万美元

	于30/6/2013	于31/3/2013
非流动资产	4,650	4,492
物业、厂房及设备	510	480
无形资产	3,336	3,326
其他	804	686
流动资产	13,303	12,390
银行存款及现金	3,563	3,573
应收贸易、应收票据及其他应收账款	7,049	6,694
存货	2,532	1,965
其他	159	158
流动负债	12,972	12,091
短期银行贷款	112	176
应付贸易、应付票据及其他应付账款	11,434	10,576
其他	1,426	1,339
流动资产净额	331	299
非流动负债	2,174	2,111
总权益	2,807	2,680

现金及营运资金

百万美元

2013/14 第一季

2012/13 第一季

2012/13 第四季

银行存款及现金

3,563

3,766

3,573

总银行债项

468

41

479

净现金储备

3,095

3,725

3,094

存货周转期

27

19

26

应收账款周转期

36

34

40

应付账周转期

64

66

73

现金周转期

-1天

-13天

-7天

区域业务表现

中国

- 中国区整体收入年比年增长6%，受MIDH业务收入年比年增长76%所带动
- 保卫个人电脑领导地位，市场份额年比年上升0.6个百分点至35.8%
- 中国整体利润率年比年上升0.6个百分点至5.2%；中国个人电脑分类利润率年比年上升0.7个百分点至6.8%
- MIDH盈利能力持续改善

亚太区

- 专注于盈利能力
- 由于更专注于增长和盈利能力的平衡，市场份额为13.2%；年比年下跌0.5个百分点
- 在日本排名第一，市场份额录得增长；在东盟地区市场份额创新高，增长较市场水平高出32点
- 分类经营利润率年比年上升0.1个百分点至0.9%

欧洲/中东/非洲

- 市场第二；市场份额达13.2%的历史新高；年比年上升4.4个百分点
- 个人电脑销量年比年增长18%，比市场增幅高出40点
- 在欧洲/中东/非洲 10个国家 (包括德国) 排名第一；首次在东欧排名第一
- 分类经营利润率年比年上升0.4%至1.5%

美洲区

- 个人电脑销量年比年增长22%，较市场水平高出26点
- 美洲区市场份额达9.7%的历史新高；年比年上升2.1个百分点
- 受美国商用业务强劲增长带动，北美的市场份额首次达双位数
- 巴西市场份额达9.5%的历史新高；年比年上升5.8个百分点
- 由于持续投资于巴西和消费业务，分部经营溢利率年比年下跌0.3个百分点至1.4%

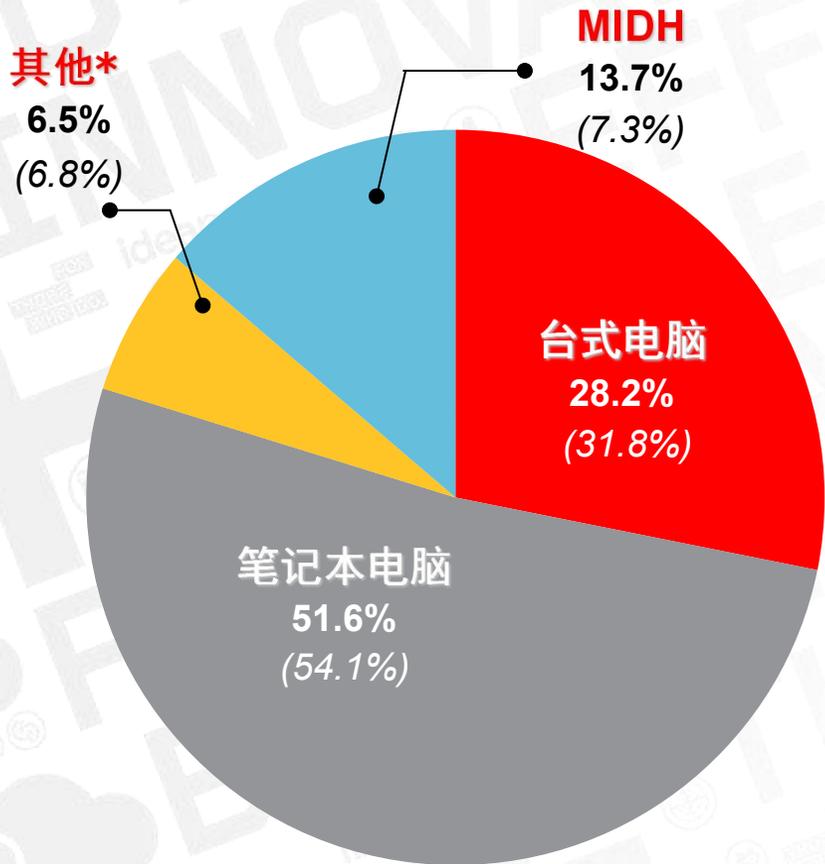
包括MIDH 及 非个人电脑业务盈利及业绩	收入 百万美元			分部经营溢利/(亏损) 百万美元			分部经营溢利率		
	14年 第一季	年比年	季比季	14年 第一季	13年 第一季 [^]	13年 第四季 [^]	14年 第一季	13年 第一季 [^]	13年 第四季 [^]
中国	3,719	199	590	194	161	147	5.2%	4.6%	4.7%
中国个人电脑 [#]	2,752	(219)	291	188	182	144	6.8%	6.1%	5.8%
亚太区	1,315	(127)	48	11	11	17	0.9%	0.8%	1.4%
欧洲/中东/非洲	1,868	284	18	28	17	34	1.5%	1.1%	1.9%
美洲区	1,885	421	299	26	25	13	1.4%	1.7%	0.8%

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

[^] 经采纳新区域架构及费用分摊法后重分类

产品业务表现

按产品种类收入



笔记本电脑

- 较市场水平高出10点
- 市场份额达17.3%， 年比年上升1.9个百份点

台式机

- 较市场水平高出10点
- 市场份额达16.0%， 年比年上升1.5个百份点

MIDH

- 收入年比年上升105%
- 全球智能手机销量强劲， 年比年上升1.3倍
- 中国智能手机销量增长强劲； 第三个季度录得盈利
- 全球平板电脑销量年比年上升3.1倍

* 附注: 其他业务包含服务器, 服务及软件, EMC JV, CCE及 Medion 非个人电脑业务。



附件

- 综合损益表 - 13财年第一季至第四季
- 简明综合现金流量表 - 13财年第一季至第四季
- 重分类综合损益表 - 13财年第一季至第四季
- 区域业绩重分类 - 13财年第一季至第四季



综合损益表

百万美元	2013/14 第一季	2012/13 第一季
收入	8,787	8,010
销售成本	(7,596)	(6,963)
毛利	1,191	1,047
销售和分销费用	(438)	(446)
行政费用	(346)	(282)
研发费用	(170)	(135)
其他经营费用- 净额	(35)	(2)
经营溢利	202	182
财务收入	12	11
财务费用	(15)	(8)
应占联营公司溢利/(亏损)	16	0
除税前溢利	215	185
税项	(45)	(41)
期内溢利	170	144
溢利归属:		
- 公司权益持有人	174	141
- 非控制性权益持有人	(4)	3
每股应占溢利 / (亏损) (美仙)		
- 基本	1.67	1.37
- 摊薄	1.65	1.33

简明综合现金流量表

百万美元	2013/14 第一季	2012/13 第一季
营运产生/(所耗) 现金净额	140	(334)
投资活动(所耗)/产生现金净额	(139)	153
融资(所耗)/产生现金净额	(49)	11
现金及现金等价物减少	(48)	(170)
汇兑变动的影响	7	(25)
期初现金及现金等价物	3,454	3,758
期末现金及现金等价物	3,413	3,563

重分类综合损益表 - 13财年第一季度至第四季度

百万美元	2012/13 第一季	2012/13 第二季	2012/13 第三季	2012/13 第四季
收入	8,010	8,672	9,359	7,832
销售成本	(6,963)	(7,533)	(8,169)	(6,780)
毛利	1,047	1,139	1,190	1,052
其他收入- 净额	-	-	20	-
销售和分销费用	(446)	(489)	(536)	(417)
行政费用	(282)	(287)	(316)	(317)
研发费用	(135)	(153)	(162)	(173)
其他经营(费用)/收入- 净额	(2)	(4)	47	24
经营溢利	182	206	243	169
财务收入	11	10	11	12
财务费用	(8)	(11)	(8)	(15)
应占联营公司溢利/(亏损)	0	(1)	0	0
除税前溢利	185	204	246	166
税项	(41)	(41)	(46)	(42)
期内溢利	144	163	200	124
溢利归属:				
公司权益持有人	141	162	205	127
非控制性权益持有人	3	1	(5)	(3)
每股应占溢利/(亏损) (美仙)				
- 基本	1.37	1.58	1.99	1.22
- 摊薄	1.33	1.55	1.96	1.20

区域业绩重分类 - 13财年第一季度至第四季度

经重分类[^]:

包括MIDH 及 非个人电脑业务盈利及业绩	销售额 百万美元				分部经营溢利/(亏损) 百万美元				分部经营溢利率			
	13年 第一季	13年 第二季	13年 第三季	13年 第四季	13年 第一季	13年 第二季	13年 第三季	13年 第四季	13年 第一季	13年 第二季	13年 第三季	13年 第四季
中国	3,520	3,822	4,068	3,129	161	153	187	147	4.6%	4.0%	4.6%	4.7%
中国个人电脑 [#]	2,971	3,146	3,173	2,461	182	190	183	144	6.1%	6.0%	5.8%	5.8%
亚太区	1,442	1,490	1,318	1,268	11	19	15	17	0.8%	1.2%	1.1%	1.4%
欧洲/中东/非洲	1,584	1,793	2,308	1,849	17	29	36	34	1.1%	1.6%	1.6%	1.9%
美洲区	1,464	1,567	1,665	1,586	25	28	12	13	1.7%	1.9%	0.7%	0.8%

[#] 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

[^] 经采纳新区域架构及费用分摊法後重分类

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