

lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

2013/14
财年业绩

2014年5月21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&CEO

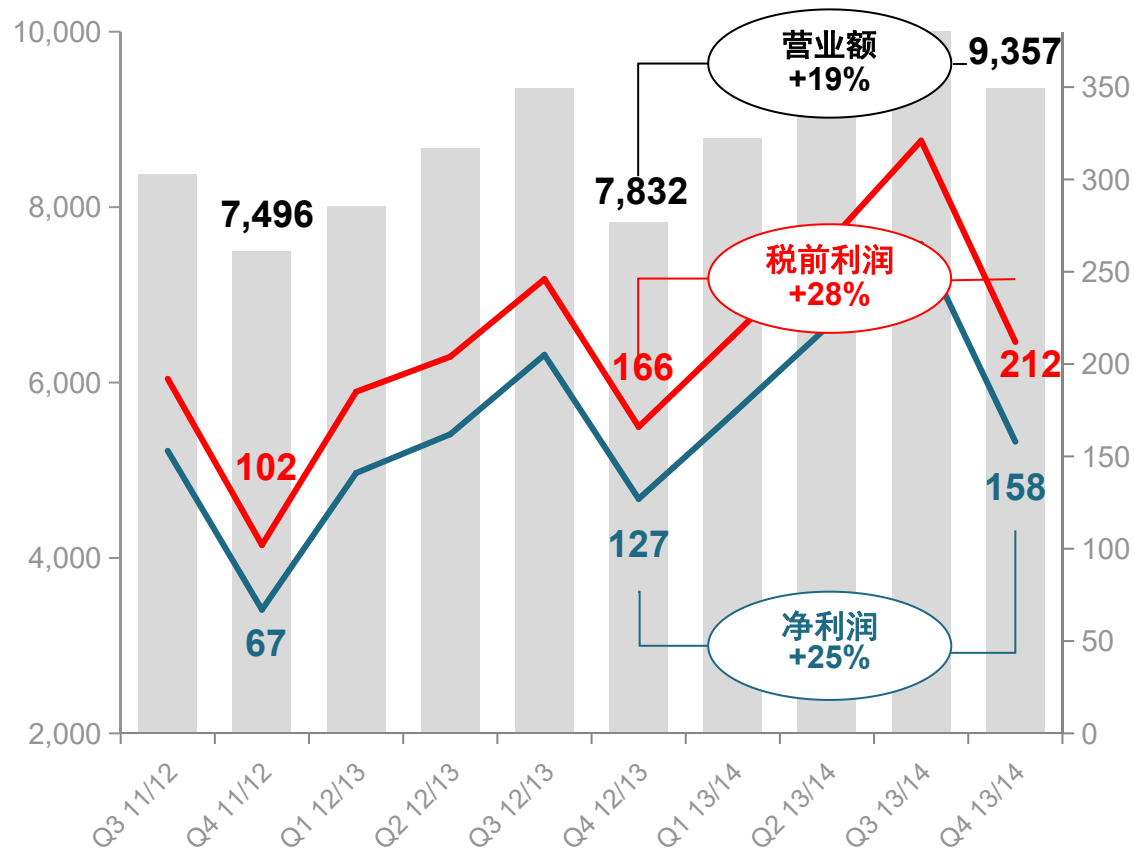
2014年5月21日



强劲的第四季度

- 营业额同比提升19%，净利润同比提升25%，达1.58亿美元
- 个人电脑：加强第一的领导地位
- 平板电脑：市场份额提升3个百分点
- 智能手机：销量同比增长60%，在主要厂商中增长最快

营业额、税前利润、净利润持续增长



数据来源：内部统计

创纪录的财年

■ 营业额创新高

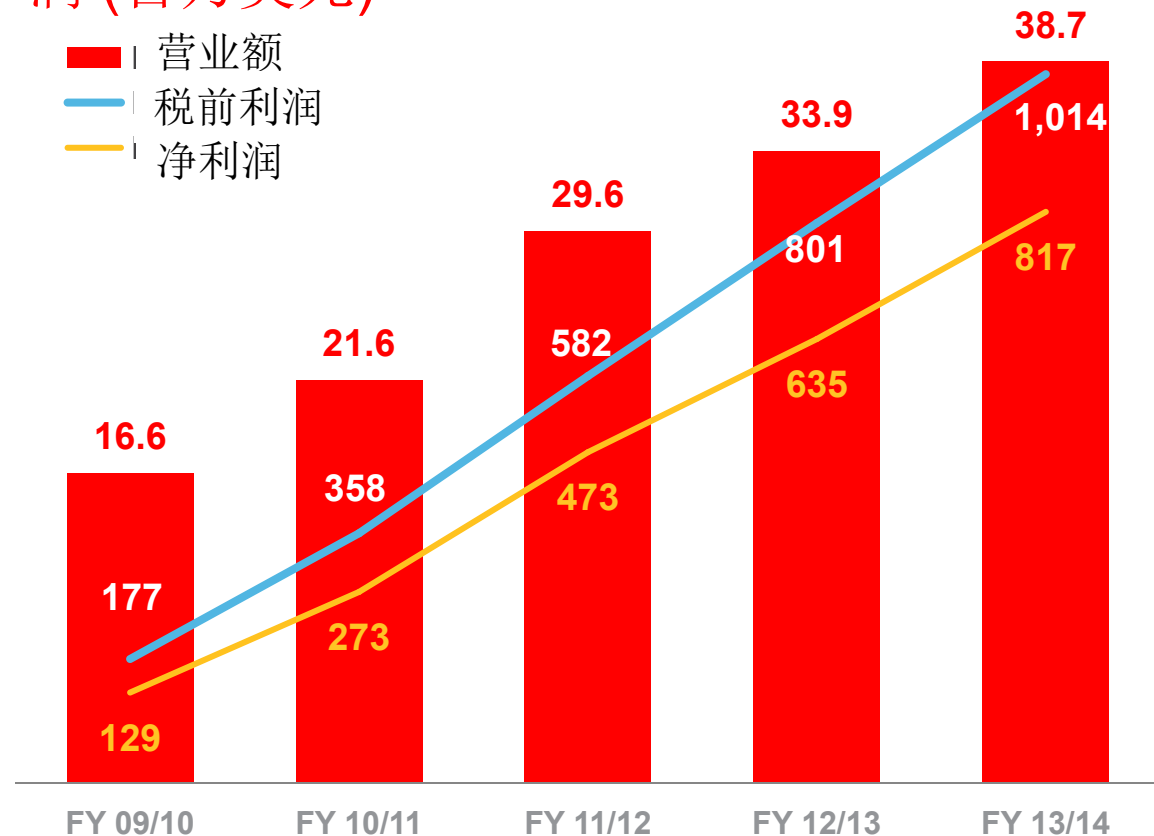
— 387亿美元，同比提升14%

■ 利润创新高

— 税前利润首次突破10亿美元，同比提升27%

— 净利润8.17亿美元，同比提升29%

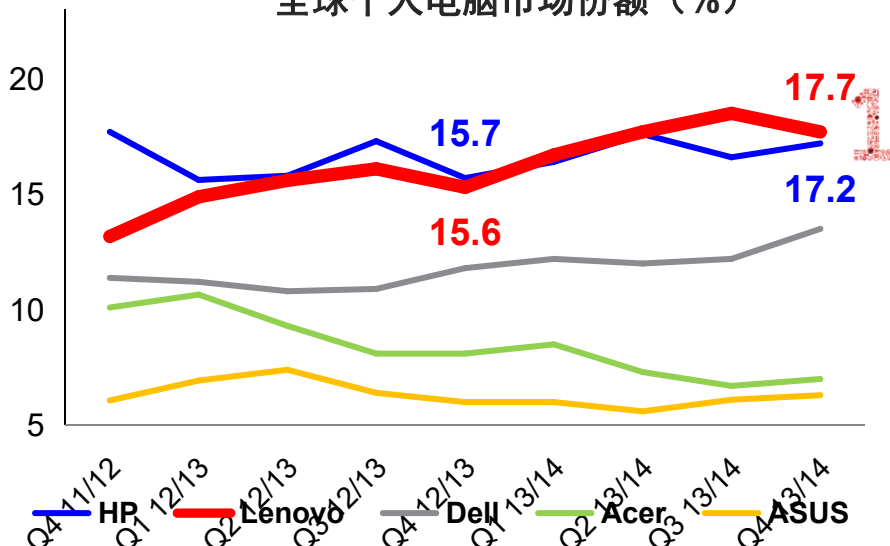
创纪录的营业额（十亿美元），税前利润和净利润（百万美元）



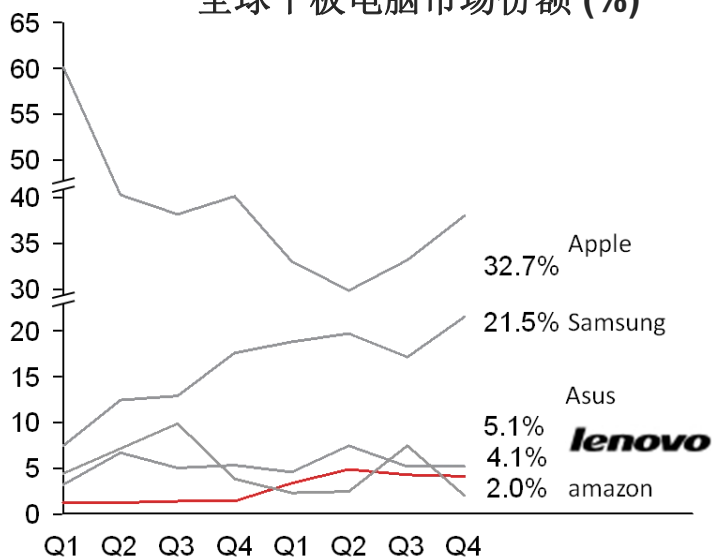
所有产品类别均获强劲增长

- 所有设备总销量1.15亿
- 个人电脑：销量5500万台，年度全球冠军
 - 市场份额创新高17.7%
- 平板电脑：销量同比实现四倍增长，达920万台
 - 全球市场第四
- 智能手机：销量首次突破5000万台
 - 中国市场第二；全球市场第四
- 生态系统：日均下载量2500万；茄子快传用户突破1亿

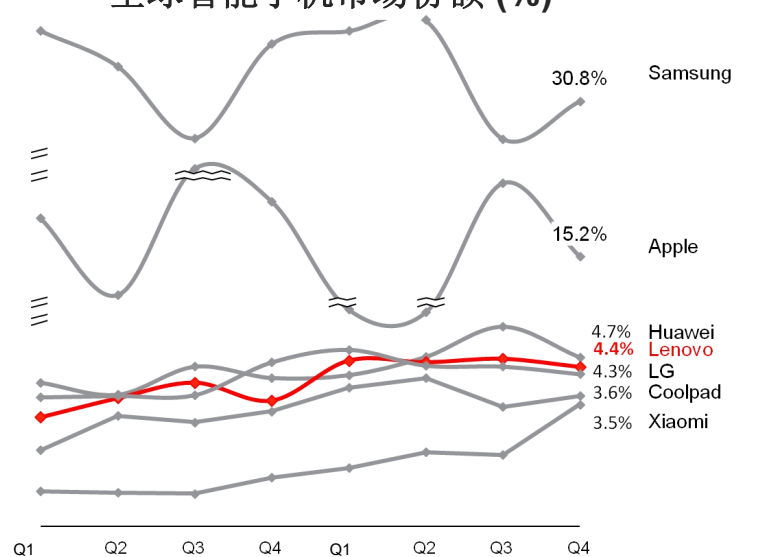
全球个人电脑市场份额 (%)



全球平板电脑市场份额 (%)



全球智能手机市场份额 (%)



新的目标

- 成为广义的个人电脑（台式电脑+笔记本电脑+平板电脑）领域的全球第一
- 通过成功整合IBM x86服务器业务和摩托罗拉移动业务，把移动业务和企业级业务打造成新的增长支柱



IBM并购交易

- IBM宣布了未来两个季度5000万美元的投资计划
- 客户、渠道和供应商合作伙伴们反馈积极
- 有信心在交易完成后的一年内把企业级业务打造成50亿美元营业额、比个人电脑利润率更高的业务



摩托罗拉并购交易

- 摩托罗拉上季度获良好增长
- 在印度、巴西、英国等市场成功发布
- 新品广受好评
- 有信心在交易完成后4-6个季度扭亏
- 交易完成后的下一年，目标销售智能手机和平板电脑一亿部

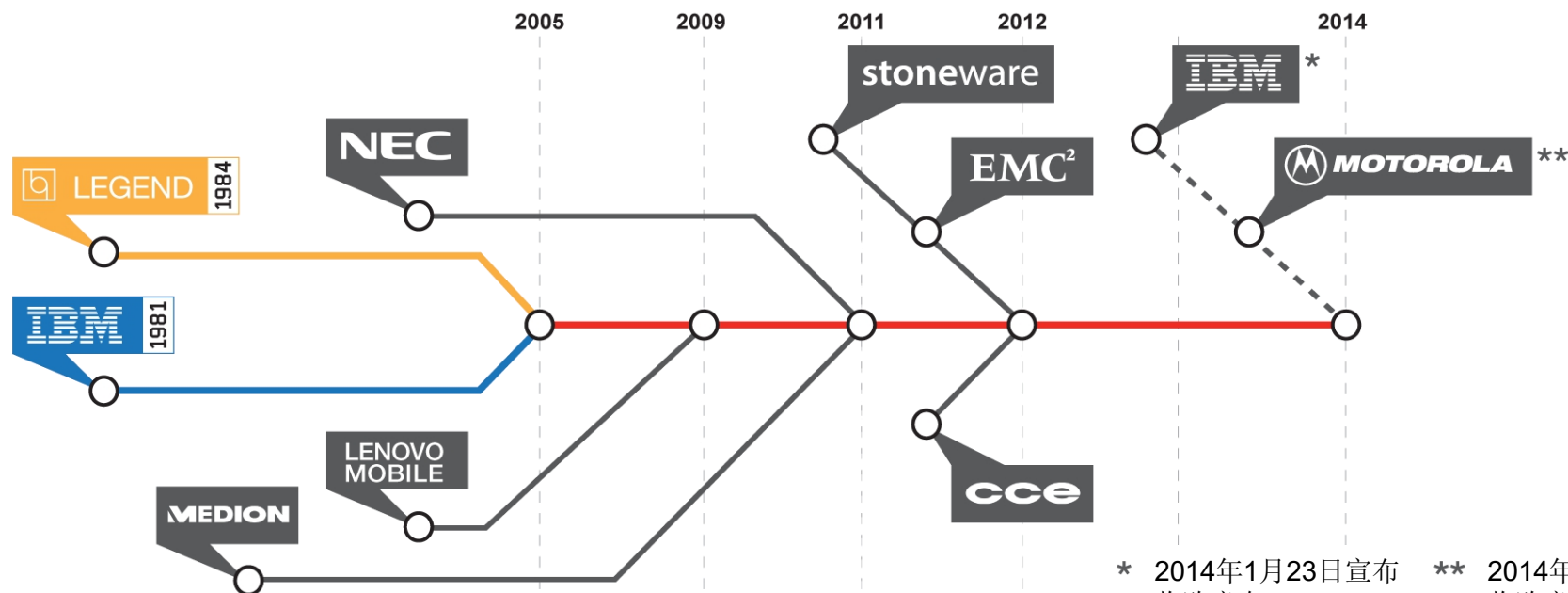


整合并购方面的成功经验

■ 成功经验:

- 把IBM个人电脑业务从年亏损数亿美元扭转为全球行业领导
- 成功整合NEC个人电脑业务，德国Medion，巴西CCE
- 打造了全球化的团队和文化

■ 推动移动业务和企业级业务更强劲的增长



* 2014年1月23日宣布
收购意向

** 2014年1月29日宣布
收购意向

保卫 PC

利润池

- 1 中国PC领导地位
- 2 在所有地区实现Think产品的稳定盈利
- 3 提升选件、软件预装和服务业务

盈利性增长

- 1 消费PC业务实现健康盈利
- 2 持续提升SMB业务盈利水平
- 3 推出用户导向的创新产品，实现盈利性增长

进攻PC+

移动业务集团

平板电脑

充分利用PC优势，并推动创新以实现平板电脑业务盈利性增长

智能手机

- 1 专注主流的高端市场，打造新业务模式，推动在中国市场的盈利性增长
- 2 确保平稳整合摩托罗拉，快速扭亏为盈
- 3 全力进攻新兴市场

企业级业务集团

IBM X86服务器交易完成后，确保其业务的延续和增长

- 2 配合行业发展速度发布下一代ThinkServer产品组合
- 3 建立快速反应、低成本的业务模式，进攻中国数据中心市场

云服务业务集团

建立生态系统和云服务业务以更好服务用户，打造优秀的联想用户体验

互联网转型

价值链上的所有业务部门全面向互联网转型

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

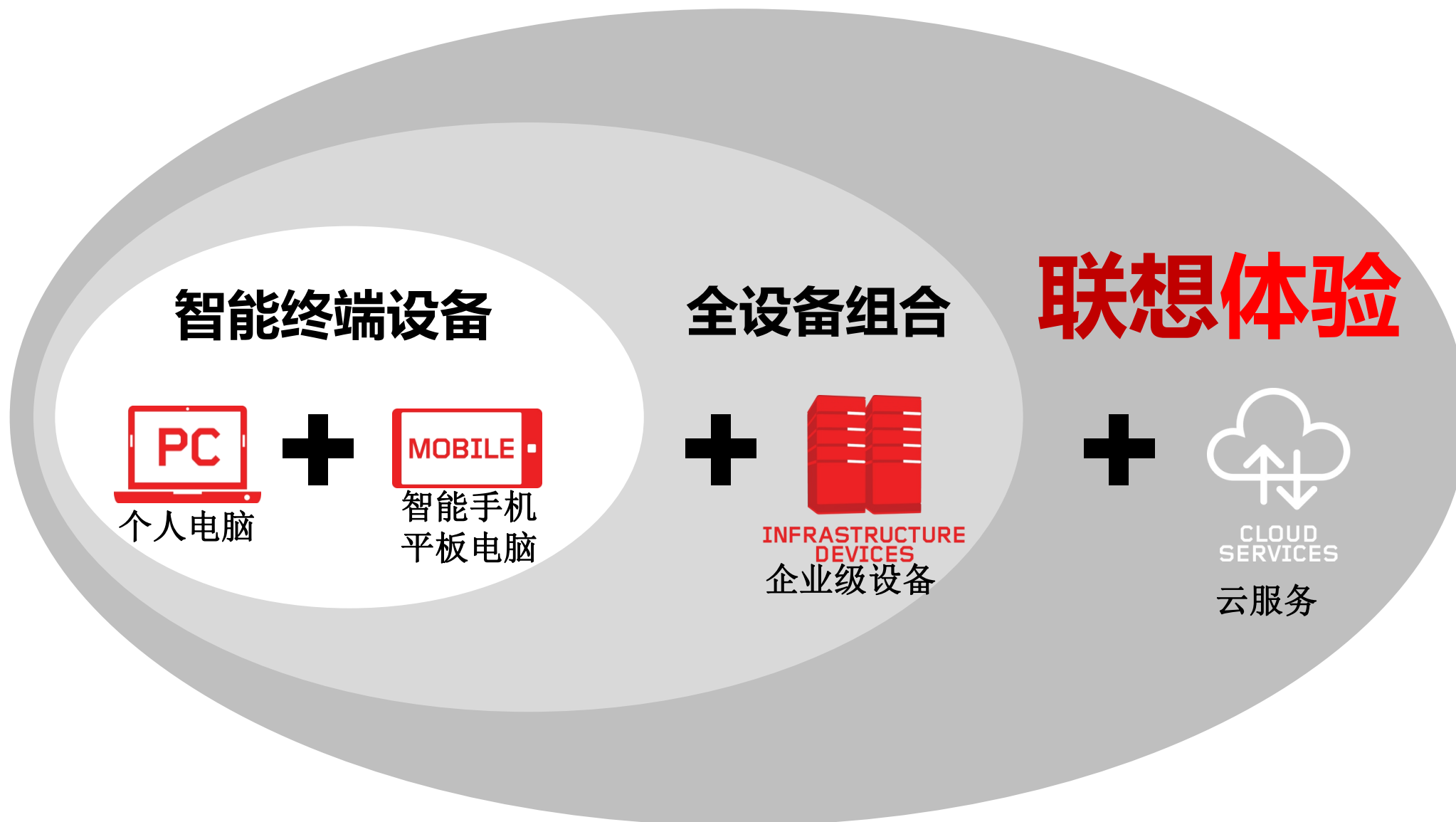
卓越运营

全球化和本地化结合的业务模式 | 领先的PC业务成本控制能力 | 缩短量产时间 & 提高完美订单交付率 | 可持续 | 高品质

全球文化

说到做到，尽心尽力 / 主人翁精神 | 执行5P文化 | 发挥全球多元化优势 | 用户导向

优势三叠加的战略路线





现在和**将来**，
为股东带来持续回报



lenovo® **FOR**
THOSE
WHO DO.™

黄伟明
首席财务官

2014年5月21日



财务概要

百万美元

	2013/14财年	2012/13财年	年比年	2013/14 第四季	年比年	季比季
收入	38,707	33,873	14%	9,357	19%	-13%
毛利	5,064	4,427	14%	1,244	18%	-9%
经营费用	(4,012)	(3,627)	11%	(1,013)	15%	-2%
经营溢利	1,052	800	32%	231	37%	-31%
其他非经营(费用)/收入	(38)	1	不适用	(19)	-503%	50%
除税前溢利	1,014	801	27%	212	28%	-34%
税项	(197)	(170)	16%	(44)	7%	-20%
期内溢利	817	631	29%	168	35%	-37%
非控制性权益持有人应占溢利	-	(4)	不适用	(10)	NA	4389%
公司权益持有人应占溢利	817	635	29%	158	25%	-40%
每股盈利(美仙)						
- 基本	7.88	6.16	1.72	1.53	0.31	(1.03)
- 摊薄	7.78	6.07	1.71	1.51	0.31	(1.01)
每股股息(港仙)	24.00	18.50	5.50			

	2013/14财年	2012/13财年	2013/14 第四季	2012/13 第四季	2013/14 第三季
毛利率	13.1%	13.1%	13.3%	13.4%	12.6%
费用率	10.4%	10.7%	10.8%	11.3%	9.5%
经营溢利率	2.7%	2.4%	2.5%	2.2%	3.1%
除税前溢利率	2.6%	2.4%	2.3%	2.1%	3.0%
公司权益持有人应占溢利率	2.1%	1.9%	1.7%	1.6%	2.5%

综合资产负债表

百万美元

	于 31/3/2014	于 31/3/2013
非流动资产	4,957	4,492
物业、厂房及设备	667	480
无形资产	3,340	3,326
其他	950	686
流动资产	13,400	12,390
银行存款及现金	3,953	3,573
应收贸易、应收票据及其他应收账款	6,620	6,694
存货	2,701	1,965
其他	126	158
流动负债	13,462	12,091
短期银行贷款	445	176
应付贸易、应付票据、其他应付账款及拨备	12,370	11,353
其他	647	562
流动(负债)/ 资产净额	(62)	299
非流动负债	1,870	2,111
总权益	3,025	2,680

现金及营运资金

百万美元	2013/14财年	2012/13财年	2013/14第四季	2012/13第四季
银行存款及现金	3,953	3,573	3,953	3,573
总银行债项	455	479	455	479
净现金储备	3,498	3,094	3,498	3,094
营运产生/(所耗)现金净额	1,432	20	469	(679)
存货周转期	28	21	32	26
应收账周转期	35	35	37	40
应付账周转期	65	64	73	73
现金周转期	-2 天	-8 天	-4 天	-7 天

14财年区域业务表现

中国

- 稳固的第一位; 市场份额达**35.1%**的历史新高
- 中国个人电脑分部经营溢利率年比年上升**1.0**个百分点至**6.9%**
- 中国智能手机出货量强劲增长达年比年**55%**至**4,450万台**; 市场第二位, 份额年比年增长**0.7**个百分点至**11.8%**
- **MIDH**盈利能力持续改善

亚太区

- 个人电脑销量年比年上升**3%**, 较市场水平高出**6**点; 市场份额达**14.8%**的历史新高
- 分部经营溢利率年比年上升**0.7**个百分点至**1.8%**
- 受商用业务强劲增长带来, 在日本排名第一位, 市场份额达**25.8%**
- 智能手机出货量年比年增长**7.7**倍至**340万台**; 於东盟地区录得初步成功

欧洲/中东/非洲区

- 成为市场第二; 市场份额达**14.8%**的历史新高
- 个人电脑出货量年比年增长**24%**, 较市场水平高出**36**点
- 於**14**财年, 在东欧录得第一位; 於北欧及中欧录得第二位; 於第四季, 於欧洲/中东/非洲区消费市场成为第一位
- 受惠於欧洲/中东/非洲消费业务盈利能力持续改善, 分部经营溢利率年比年上升**0.5**个百分点至**2.0%**

美洲区

- 在北美市场份额达**10.9%**的历史新高; 个人电脑销量年比年增长**27%**, 较市场水平高出**32**点
- 於北美市场份额年比年上升**1.7**个百分点至**10.5%**; 於第四季, 於美国首次成为第三位; 市场份额**10.8%**新高
- 分部经营溢利率年比年下跌**0.5**个百分点至**0.8%**, 主要是由於消费业务比例年比年提升, 以及下半财年因高端商用产品外壳配件的供应短暂干扰的影响
- 於巴西录得**15%**的强劲市场份额, 将持续投资以驱动盈利率提升

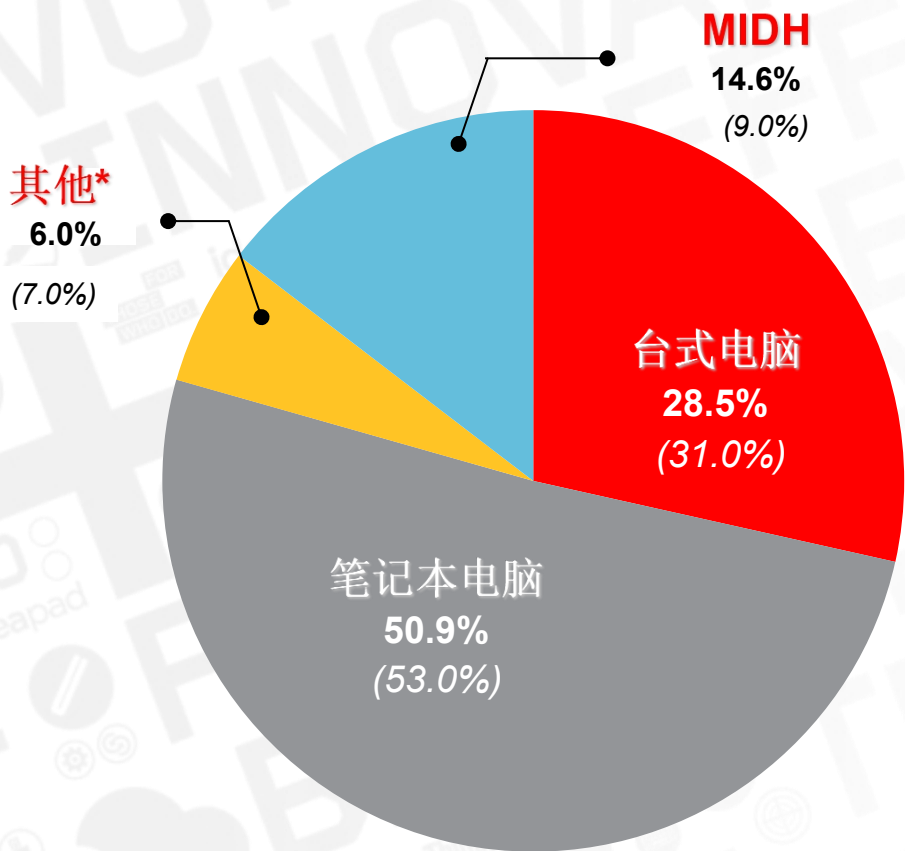
包括MIDH 及 非个人电脑业务 盈利及业绩	收入 百万美元		分部经营溢利 百万美元		分部经营溢利率	
	14财年	年比年	14财年	13财年 [^]	14财年	13财年 [^]
中国区	14,725	1%	788	648	5.4%	4.5%
中国个人电脑*	11,151	-5%	771	698	6.9%	5.9%
亚太区	6,163	12%	109	63	1.8%	1.1%
欧洲/中东/非洲区	9,581	27%	188	117	2.0%	1.5%
美洲区	8,238	31%	69	79	0.8%	1.3%

* 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

14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, 服务及软件, EMC JV, CCE及 Medion 非个人电脑业务。

笔记本电脑

- 出货量上升6%
- 较市场水平高出15点
- 市场份额达18.4%， 年比年上升2.6个百分点
- 收入同比上升10%

台式机

- 出货量上升4%
- 较市场水平高出10点
- 市场份额达16.7%， 年比年上升1.6个百分点
- 收入同比上升5%

MIDH

- 全球智能手机出货量强劲， 出货量年比年上升72%
- 全球平板电脑出货量年比年上升3.1倍
- MIDH于集团收入占比由9%年比年上升至15%， 盈利能力改善
- MIDH收入年比年上升86%

附件

- 第四季区域业务表现
- 第四季产品业务表现
- 综合损益表
- 简明综合现金流量表



第四季区域业务表现

中国区

- 中国整体溢利率年比年上升0.8个百分点至5.5%
- 进一步巩固个人电脑领导地位，市场份额年比年上升0.9个百分点至32.6%
- 平均售价持续改善，个人电脑分部溢利率年比年上升1.1个百分点至6.9%
- 继续于智能手机及平板电脑的投资，抓紧增长机遇

亚太区

- 收入年比年增长37%；分部溢利率年比年上升1.3个百分点至2.7%
- 亚太区第一位；智能手机及平板电脑策略的有效执行带动盈利改善
- 市场份额年比年上升2.1个百分点至15.6%；在日本排名第一位，出货量年比年上升34.7%强劲增长
- 於个人电脑、智能手机及平板电脑产品均保持强劲增长势头

欧洲/中东/非洲区

- 收入年比年增长39%；分部溢利率年比年上升1.0个百分点至2.9%
- 市场份额达到15.8%历史新高的历史新高；巩固市场第二位，份额年比年增长4.0个百分点
- 於欧洲/中东/非洲区消费市场成为第一位；在欧洲/中东/非洲中包括德国、东欧及俄罗斯等十二个国家排名第一
- 於个人电脑、智能手机及平板电脑产品均保持强劲增长势头

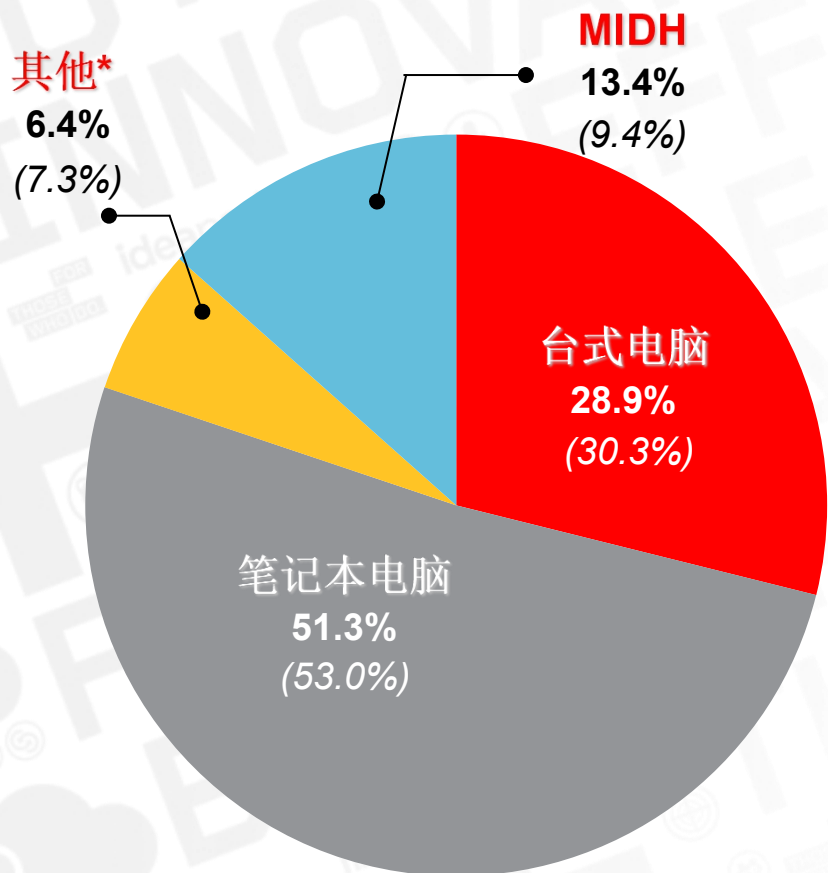
美洲区

- 各项产品录得增长带动美洲区收入年比年上升23%
- 市场份额录得11.4%新高，年比年上升2.5个百分点；於北美市场份额年比年上升1.9个百分点至11.2%；巴西市场份额年比年上升6.5个百分点至13.5%
- 於美国首次成为第三位；市场份额10.8%新高
- 北美区业务有所回复盈利率录得改善；继续投资于快速增长的巴西和拉美业务

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 百万美元			分部经营溢利率		
	14年 第四季	年比年	季比季	14年 第四季	13年 第四季 [^]	14年 第三季	14年 第四季	13年 第四季 [^]	14年 第三季
中国区	3,102	(27)	(944)	170	147	218	5.5%	4.7%	5.4%
中国个人电脑*	2,441	(20)	(624)	168	144	218	6.9%	5.8%	7.1%
亚太区	1,736	468	128	48	17	26	2.7%	1.4%	1.5%
欧洲/中东/非洲区	2,575	726	(305)	75	34	51	2.9%	1.9%	1.8%
美洲区	1,944	358	(313)	13	13	0	0.7%	0.8%	0.0%

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, 服务及软件, EMC JV, CCE及 Medion 非个人电脑业务。

笔记本电脑

- 出货量上升13%
- 较市场水平高出19点
- 市场份额达19.0% , 年比年上升3.1个百分点
- 收入同比上升16%

台式机

- 出货量上升7%
- 较市场水平高出10点
- 市场份额达16.1% , 年比年上升1.5个百分点
- 收入同比上升14%

MIDH

- 全球智能手机出货量强劲, 出货量年比年上升59%
- 全球平板电脑出货量年比年上升2.1倍
- 收入同比上升71%

综合损益表

百万美元	2013/14财年	2012/13财年	2013/14 第四季	2012/13第四季
收入	38,707	33,873	9,357	7,832
销售成本	(33,643)	(29,446)	(8,113)	(6,780)
毛利	5,064	4,427	1,244	1,052
其他收入- 净额	23	20	-	-
销售和分销费用	(1,900)	(1,888)	(457)	(417)
行政费用	(1,403)	(1,200)	(399)	(317)
研发费用	(733)	(624)	(186)	(173)
其他经营收入- 净额	1	65	29	24
经营溢利	1,052	800	231	169
财务收入	34	45	9	12
财务费用	(81)	(43)	(27)	(15)
应占联营公司溢利 / (亏损)	9	(1)	(1)	-
除税前溢利	1,014	801	212	166
税项	(197)	(170)	(44)	(42)
期内溢利	817	631	168	124
溢利归属：				
公司权益持有人	817	635	158	127
非控制性权益持有人	-	(4)	10	(3)
每股应占溢利 / (亏损) (美仙)				
- 基本	7.88	6.16	1.53	1.22
- 摊薄	7.78	6.07	1.51	1.20
股息	322	248		

简明综合现金流量表

百万美元	2013/14 财年	2012/13 财年	2013/14 第四季	2012/13 第四季
营运活动产生/(所耗)现金净额	1,432	20	469	(679)
投资活动(所耗)/产生现金净额	(584)	(245)	(253)	137
融资活动所耗现金净额	(430)	(68)	(49)	(55)
现金及现金等价物增加/(减少)	418	(293)	167	(597)
汇兑变动的影响	(14)	(10)	(34)	(9)
年初现金及现金等价物	3,454	3,757	3,725	4,060
年末现金及现金等价物	3,858	3,454	3,858	3,454

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