

[新闻稿]

## 联想集团公布 2010/11 财年第二季度业绩

- 联想市场份额达 10.4% 的历史新高
- 季度销售额为 58 亿美元
- 除税前溢利为 1.02 亿美元
- 股东应占溢利为 7,700 万美元
- 每股基本盈利为 0.81 美仙或 5.45 港仙
- 于 2010 年 9 月 30 日, 净现金储备为 23 亿美元

中国北京, 2010 年 11 月 10 日 - 联想集团今日公布截至 2010 年 9 月 30 日止第二季度业绩。联想有力执行既定战略, 连续第四个季度成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商。凭借集团专注在各市场、产品及客户群的均衡发展, 联想在全球的市场份额达 10.4% 的历史新高, 在中国、成熟市场和新兴市场的市场份额均见提升。同时, 集团连续六个季度的增长速度快于整体市场。

在第二季度, 联想的全球个人电脑销量年比年上升 33%, 而同期整体市场销量增幅约为 9.7%。

集团综合销售额年比年增长 41% 至 58 亿美元, 毛利年比年增长 37% 至 5.93 亿美元, 毛利率为 10.3%。

第二季度的经营溢利为 1.08 亿美元(不包括重组费用 100 万美元), 是去年同期经营溢利的逾两倍。联想第二季度的除税前溢利达 1.02 亿美元, 较去年同期上升 57%。股东应占溢利为 7,700 万美元, 较去年同期提升 45%。

季内, 每股基本盈利为 0.81 美仙或 5.45 港仙。在 2010 年 9 月 30 日, 集团的净现金储备为 23 亿美元。联想董事会宣布派发每股中期股息 2.6 港仙。

「在这个季度, 联想再次取得优秀的业绩, 而突出的亮点是业务的均衡发展。一切如管理层制定的攻守战略一样, 中国、成熟市场、新兴市场的业务都在均衡高速稳定地增长。此外, 令董事会满意的还有三点: 第一是管理层决心加大对研发和品牌的投入, 富有远见。第二是对领导班子的团结、正确、高效的工作表示满意。第三是联想的说到做到, 尽心尽力、以人为本的企业文化已在公司员工内深深地扎根。」联想集团董事局主席柳传志表示: 「一个公司如果有稳固的领导团队, 有制定正确战略的方法, 并且有强大的企业文化, 它将会是一家基业长青的公司。联想正朝着这个方向前进。」

「凭借正确的战略和有效的执行, 我们不仅保持了中国业务的强劲增长和良好盈利水平, 而且新兴市场成为新的增长引擎, 成熟市场成为利润引擎, 推动公司获得全面、均衡的增长。」联想集团首席执行官杨元庆表示: 「未来, 我们将继续加强创新、业务模式和品牌方面的竞争力建设, 我们有信心通过对既定战略的有力执行, 继续保持高于市场的增长。」

## 地区概览

- 在**中国区**，联想第二季度的综合销售额(包括联想移动的销售额)年比上年增长 32%，达 26 亿美元，占集团全球总销售额 46%。季内，联想继续保持在中国市场的领导地位，市场份额年比上年增长 2.3 个百分点达 28.8%。个人电脑的销量较去年同期上升 21%，是整体市场增速 12%的两倍。季内，集团继续巩固与分销及零售合作伙伴的关系，并推出专为中国客户而设计的多款新产品。
- 在**新兴市场\***，联想第二季度综合销售额首达 11 亿美元新高，占集团全球总销售额 18%。季内，联想个人电脑销量年比年飙升 65%，区内整体市场销量增幅为 17%。联想在区内所有主要市场的占有率持续增长，市场份额年比上年增长 1.8 个百分点。值得注意的是，集团在部份新兴国家的增长尤其显著，包括俄罗斯(增长 185%)、拉丁美洲(增长 68%)、印度(增长 60%)、以及中东地区(增长 59%)。
- 在**成熟市场\*\***，联想第二季度综合销售额达 21 亿美元，占集团全球总销售额 36%。集团季内个人电脑销量年比上年增长 40%，明显高于整体市场销量增速 3.4%。集团在区内的市场份额年比年上升 1.5 个百分点，并成功扭亏为盈。其个人电脑销量在多个主要市场录得显著增长，包括：德国(增长 83%)、日本(增长 69%)、西欧(增长 43%)、以及北美(增长 41%)。

## 产品概览

- 在第二季度，联想的**笔记本电脑**继续成为集团全球总销售额的最大来源，占集团总销售额 60%。联想季内的笔记本电脑综合销售额年比上年增长 40%，销量年比年上升 38%，期内整体行业增幅为 13%。联想于第二季度的市场份额年比年上升 1.9 个百分点至 10.5%，继续保持全球第四大笔记本电脑厂商的地位。十月份，联想宣布ThinkPad自诞生至今的总销量突破 6,000 万部，成为集团的一个重要里程碑。ThinkPad 是联想旗下的一项旗舰产品，取得了多个行业第一的成就，包括：首个防泼溅键盘及首个防滚架装置。
- 季内，联想全球**台式电脑**综合销售额年比上年增长 27%，占集团总销售额 33%。台式电脑销量年比上年增长 26%，期内行业增幅为 5%。于第二季度，联想再提升了 1.8 个百分点的市场份额，继续保持全球第三大台式电脑厂商的地位。季内，联想受欢迎的一体机电脑系列再添新成员，推出了ThinkCentre M70z，此乃畅销型号ThinkCentre 90z的另一新机种，并与消费一体机IdeaCentre A700 及B500 并列。
- 本季度是**联想移动**重返联想后的首个完整季度，期内销售表现出众，录得综合销售额 2.17 亿美元。联想移动的销量增长是行业增幅 20%的两倍。联想智能手机“乐Phone”销售理想，向着首年销售目标迈进。季内，联想分别与中国电信及中国联通合作，加强“乐Phone”的销售渠道，并继续丰富其应用及内容，为用户带来更精彩的智能手机体验。

## 关于联想

联想集团（香港交易所股份编号：992；ADR：LNVGY）积极打造卓越个人电脑，拥有以创新、高效及客户满意度为导向的业务模式，并积极投资在新兴市场。集团由联想及前IBM个人电脑事业部所组成，在全球开发、制造和销售可靠、优质、安全易用的技术产品及优质的服务，并在日本大和、中国北京、上海、深圳及美国北卡罗莱纳州罗利均设有重点研发中心。如需进一步资料，敬请浏览[www.lenovo.com](http://www.lenovo.com)。

\*新兴市场包括非洲、亚太区、中欧/东欧、香港、印度、韩国、拉丁美洲、墨西哥、中东、巴基斯坦、俄罗斯、台湾、土耳其

\*\*成熟市场包括澳大利亚/新西兰、以色列、日本、北美、西欧及全球客户

###

## 投资者垂询：

**吴沛华 (Gary Ng)**  
(852) 2516-4840  
garyng@lenovo.com

**郦建栋 (William Li)**  
(852) 2516-4843  
williamli1@lenovo.com

**龚凯茵 (Katie Kung)**  
(852) 2516-4811  
katiekung@lenovo.com

**联想集团**  
**财务摘要**  
**截至 2010 年 9 月 30 日止第二季度业绩**

(百万美元, 除每股数据)

	10/11 第二季度	09/10 第二季度	年比年 转变
销售额	5,760	4,087	41%
毛利	593	433	37%
毛利率	10.3%	10.6%	-0.3pts
经营费用*	(485)	(390)	24%
费用率*	8.4%	9.5%	-1.1pts
其它净收入	0	38	n/a
经营溢利*	108	43	151%
其它非经营费用	(5)	(13)	-62%
除税前溢利*	103	30	243%
重组费用	(1)	(3)	-67%
除税前溢利	102	65	57%
税项	(25)	(12)	108%
股东应占溢利	77	53	45%
每股盈利(美仙)			
基本	0.81	0.59	n/a
摊薄	0.76	0.55	n/a

\* 不包括重组费用及其它净收入