

**[新闻稿]**

**联想集团公布2010/11财年第四季度及全年业绩**

- 全年销售额为 **216** 亿美元
- 全年除税前溢利为 **3.58** 亿美元
- 股东应占溢利为 **2.73** 亿美元
- 全年每股基本盈利为 **2.84** 美仙或 **22.08** 港仙
- 在 **2011** 年 **3** 月 **31** 日，净现金储备为 **27** 亿美元
- 集团全年的全球市场份额创双位数历史新高，达 **10.2%**

**香港，2011年5月26日**－联想集团今日公布截至2011年3月31日止第四季度及全年业绩。联想连续六个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商，并连续第八个季度获得超过市场平均的增长。在过去一年里，联想持续专注于各市场、客户群及产品线有力执行「保卫和进攻」战略，成功取得均衡增长，全年的全球市场份额更创下**10.2%**的双位数新高。

在第四季度，联想的全球个人电脑销量年比年上升**16%**，同期整体市场销量下跌**1.1%**。

联想第四季度的综合销售额年比年增长**13%**至**48.8**亿美元，经营溢利(不包括重组费用、一次性开支及其他净收入)达**6,900**万美元，年比年上升近**50%**。毛利率为**12.3%**，提升了**1.9**个百分点。季内联想的除税前溢利为**6,000**万美元，是去年的三倍。第四季度股东应占溢利为**4,200**万美元，是去年的三倍以上。

季内，每股基本盈利为**0.43**美仙或到**3.35**港仙。联想董事会建议派发截至2011年3月31日的年度末期股息每股**0.64**美仙(约**5.0**港仙)。

在2010/11财年，集团全年综合销售额较上财年增长**30%**达**216**亿美元。联想的个人电脑销量年比年上升**28%**，同期整体行业增幅为**7.4%**。集团全年税前溢利为**3.58**亿美元，全年股东应占溢利为**2.73**亿美元，是去年的两倍以上。2010/11财年每股基本盈利为**2.84**美仙，或**22.08**港仙。

联想董事局主席柳传志表示：「这是联想突破性的一年，董事会对季度及全年业绩表示满意。联想的表现证明公司达到了短期及季度目标，长期的竞争力正不断加强。强劲的业绩显示我们目前的战略正确且执行有力。然而，在我们庆祝成功之余，集团仍会专注应对各种在拓展全球业务上面对的挑战。创新的产品、专注的战略及强大的企业文化将一直是联想在未来成功的关键。」

「我们对战略执行的进展非常满意。不但在所有区域、客户类别和产品类别继续提升了市场份额，而且利润大幅改善，特别是毛利率，第四季度比去年同期提升了近**2**个百分点。」联想集团CEO杨元庆表示：「对新的财年，我们充满信心。我们将进一步落实保卫和进攻相结合的战略，大家将继续看到我们在**PC**领域的快速发展，同时也会看到我们在新业务领域，特别是移动互联网领域的有力进展。」

联想在财年第四季度做出多项重要公布，包括新组建移动互联和数字家庭业务集团。它的职责是研发移动互联网终端，包括平板电脑、智能手机以及新产品类型如云计算、智能电视、数字家庭等终端。

联想亦宣布与NEC公司成立合资公司，创立日本最大的个人电脑集团。联想将在全球前三大个人电脑市场中的两个市场居于领先地位。

产品方面，联想专注创新，在中国发售其首款平板电脑“乐Pad”，并计划在本年度内在国际市场推出数款联想平板电脑产品。

## 地区概览

- 在**中国区**，联想第四季度的综合销售额为22亿美元，年比上年增长12.3%。占集团全球总销售额45%。在第四季度，联想继续雄踞中国市场，市场份额年比上年增长1.9个百分点至27.6%，总销量较去年上升15.8%，是整个行业增幅7.6%的两倍。值得注意的是，集团季内在国内新兴城市的个人电脑销售额录得显著增长。
- 在**新兴市场\***，联想第四季度个人电脑销量年比上年增长31.5%，是在区内行业增幅12.7%逾两倍。季度的综合销售额为8.5亿美元，年比上年增长14.2%，占集团总销售额的17.4%。集团在各新兴市场表现出色，特别是俄罗斯、印度、东盟国家、拉丁美洲/巴西的销量分别增长了88%、58%、43%及15%。
- 在**成熟市场\*\***，集团第四季度个人电脑销量年比上年增长7%，相较同期市场平均销量下跌12.1%的情况，突显集团的优秀表现。其综合销售额为18亿美元，年比上年增长13.4%，占集团全球总销售额37.6%。集团第四季在成熟市场表现理想，在北美洲的销量年比年上升25%。此外，尽管天灾对日本造成严重的影响，联想在日本的电脑销量只微降1.4%，并预计在未来一个季度市场将可全面恢复。

## 产品概览

- 在第四季度，联想的全球**笔记本电脑**的综合销售额达30亿美元，年比年上升12%，占集团总销售额61.3%。联想季内的全球笔记本电脑销量比去年同期上升15%，期内整体行业增幅仅为0.8%。同时，集团推出2010年新一代畅销超便携商业笔记本电脑产品—ThinkPad X220 笔记本电脑、X220平板个人电脑、崭新的ThinkPad T、L及W系列、以及专为中小企业客户而设的崭新ThinkPad Edge E220 及E420笔记本电脑。另外，集团亦推出多款全球启动Windows 7速度最快的崭新消费笔记本电脑 - IdeaPad Y470 及Y570。
- 季内，联想全球**台式电脑**销量理想，年比上年增长17.4%，期内整体行业下降3.8%。联想在季内的台式电脑综合销售额为17亿美元，年比年上升13%，占集团总销售额34.1%。集团季内针对消费客户推出了四款崭新的IdeaCentre台式一体机。而商业客户方面，集团则推出了崭新的ThinkCentre M81及M91台式电脑，以及E30工作站，该产品均以高性能、高安全性及可管理性见称。
- 在第四季度，**联想移动**综合销售额达1.87亿美元。集团在中国市场的手机销量在季内增长47.4%，是整个行业增幅19.7%的逾两倍。集团继续与国内电信营运商(包括中国

联通及中国电信)紧密合作，继续扩大乐Phone的销售渠道。年内，联想继续是中国最大的本土手机品牌。

\*新兴市场包括非洲、亚太区、巴西、中欧/东欧、香港、印度、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、北美洲、西欧及全球客户

###

投资者垂询：

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

酆建栋 (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 2011 年 3 月 31 日止季度及全年业绩**

(百万美元, 除每股资料)

	10/11 第四季度	09/10 第四季度	年比年 转变	10/11 年度	年比年 转变
销售额	4,879	4,317	13.0%	21,594	30.0%
毛利	600	449	33.6%	2,364	32.1%
毛利率	12.3%	10.4%	1.9 pts	10.9%	0.1 pt
经营费用*	(531)	(402)	32.0%	1,978	24.7%
费用率*	10.9%	9.3%	1.6 pts	9.2%	-0.4 pt
经营溢利*	69	47	46.8%	386	89.4%
其它非经营费用	(10)	(7)	42.9%	(24)	-42.3%
除税前溢利*	59	40	47.5%	362	124.7%
重组费用、一次性项目及其他净收入	1	(20)	-105%	(4)	-94.3%
除税前溢利	60	20	200%	358	102.9%
税项	(18)	(7)	157.1%	(85)	80.1%
股东应占溢利	42	13	223.1%	273	111.2%
每股盈利(美仙)					
基本	0.43	0.14	0.29	2.84	1.42
摊薄	0.42	0.13	0.29	2.73	1.40
每股派息 (港仙)				7.60	2.10

\*不包括重组费用, 一次性项目及其他净收入