

[新闻稿]

联想集团公布2011/12财年第三季度业绩

- 季度销售额达**84亿美元**，创历史新高
- 除税前溢利亦创新高，达**1.92亿美元**
- 股东应占溢利为**1.53亿美元**
- 全球市场份额再创新高，达**14.0%**
- 在中国之市场份额亦创下历史新高，达**35.3%**
- 每股基本盈利为**1.50美仙或11.67港仙**
- 于**2011年12月31日**，净现金储备为**39亿美元**

香港，2012年2月9日 – 联想集团今日公布截至2011年12月31日止第三季度业绩，其季度销售额、除税前溢利及市场份额均创历史新高，更连续十一个季度超越整体市场平均增幅。联想连续第九个季度成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商，继续在所有区域、客户市场和产品类别上专注取得均衡增长。在第三季度，集团在全球的市场份额年比年上升**3.7**个百分点至**14.0%***，在中国的市场份额上升**3.1**个百分点达**35.3%**，双双创下历史新高。

季内，联想的除税前溢利再创新高，年比年增长**59%**达**1.92亿美元**。

集团在第三季度的毛利年比年增长**47%**至**9.54亿美元**，毛利率为**11.4%**。经营溢利为**1.93亿美元**，股东应占溢利年比年增长**54%**至**1.53亿美元**。

联想有力执行「保卫和进攻」战略，第三季度的集团销售额年比年增长**44%**达**84亿美元**，创下历史新高。期内，尽管全球个人电脑行业的整体表现与去年持平，联想的个人电脑销量仍录得骄人增长达**37%**，超越在中国、新兴市场及成熟市场的整体市场增长/倒退。

期内每股基本盈利为**1.50美仙或11.67港仙**。在2011年12月31日，集团的净现金储备为**39亿美元**。

上月在美国拉斯维加斯举行的国际消费电子展(CES 2012)上，联想在公司发布会上向全球观众发布多款创新产品，包括混合架构超薄笔记本/平板电脑的IdeaPad Yoga、全球最纤薄的27吋一体台式机IdeaCentre A720、智能电视K91、以及联想「个人云端」愿景。联想在这次盛会的产品展示深受媒体、业务伙伴及客户的欢迎，川流不息。同时，联想更是在次国际消费电子展上荣获**23**项行业大奖。

联想集团董事局主席兼首席执行官杨元庆表示：「上季度，在全球硬盘供应短缺的情况下，我们依然获得强劲增长，再次刷新全球市场份额和季度营业额的纪录，税前利润更是达到**1.92**亿美元的历史新高，并有史以来第一次在商用个人电脑市场和消费台式电脑市场成为全球第一。」杨元庆续说：「我们在移动互联领域也实现突破，手机销量突破**650**万部，其中近半数为智能手机，**12**月份智能手机在中国的市场份额更是历史性地突破了两位数，平板电脑也获得强劲增长。这表明，我们在传统个人电脑之外，已经为新一轮发展奠定了良好的基础。」

区域概览

- 在第三季度，联想在**中国区**的市场份额上升3.1个百分点至35.3%，创下历史新高。在这个全球最大的个人电脑市场，集团继续扩大与其主要竞争对手的市场份额差距，雄踞中国市场，尤其是在中国新兴城市和农村市场。联想第三季度的综合销售额年比上年增长30%至35亿美元，占集团全球总销售额42%。联想在中国市场的个人电脑销量年比上年增长28%，是整体行业增幅17%近两倍。
- 在**新兴市场****，联想季内的综合销售额年比上年增长13%至13亿美元，占集团全球总销售额15%。联想个人电脑在区内的销量年比上年增长23%，是行业整体增幅4%的超过五倍。集团在该区的市场份额上升1.2个百分点至7.8%。联想在印度市场继续表现强劲，个人电脑销量季内增长28%，市场份额达到13.7%新高。联想在拉丁美洲亦录得良好表现，个人电脑销量增长54%。在俄罗斯，联想个人电脑销量年比上年增长23%。
- 在第三季度，**成熟市场*****的综合销售额上升81%至36亿美元，占集团全球总销售额43%，主要受惠于联想分别在日本与NEC成立合资公司及在德国收购Medion公司取得的成功。同时，西欧及北美市场对商用个人电脑的需求上升，亦带动联想季内在成熟市场的个人电脑销量年比上年增长67%，成绩亮丽，同期区内整体行业倒退8%。更重要的是，集团在区内的市场份额再创新高，上升4.2个百分点至9.4%，直迫双位数字。在北美，而联想个人电脑销量增长40%，同期整体行业的销量下下降7%。

产品概览

- 在第三季度，联想的全球笔记本电脑综合销售额达45亿美元，年比上年增长30%，继续成为集团全球销售额的最大来源，占集团总销售额53%。联想的全球笔记本电脑销量年比上年增长41%，同期整体行业增幅为3%。
- 季内，联想全球台式电脑销量年比上年增长32%，而期内全球行业下降3%。目前，联想在全球消费台式电脑市场排名第一，在商用台式电脑市场排名第三。集团全球台式电脑综合销售额达28亿美元，年比上年增长39%，占集团总销售额33%。
- 在第三季度，联想**移动互联和数字家庭业务**的综合销售额为5.65亿美元，并成功推出A60及P70智能手机，带动联想在中国的智能手机销量比去年同期增长约20倍。功能手机的销量年比上年增长26.2%，同期整体市场下降12%。平板电脑销情持续向好，联想在平板电脑销量相对上季度上升一倍以上。同时，根据行业最新数据，联想在中国平板电脑市场排名第二。季内，联想发布了多个围绕移动互联和数字家庭的产品，包括S2智能手机、IdeaTab S2平板电脑、K91智能电视及「个人云端」愿景。

关于联想

联想（HKSE: 992, ADR: LNVGY）是一家营业额达210亿美元的个人科技产品公司，同时亦是全球第二大PC厂商，其客户遍布全球160多个国家。凭借创新的产品、高效的供应链和强大的战略执行，联想专注于为全球用户提供创新性的个人电脑和移动互联网产品。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专业的服务，产品线包含Think品牌商用个人电脑、Idea品牌的消费个人电脑、伺服器、工作站以及包括平板电脑和智能手机在内的家庭移动互联网终端。联想在日本大和、中国北京、上海和深圳，以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

*请参阅 IDC 2011Q4 新闻稿

**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、北美洲、西欧及全球客户

###

投资者垂询：

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

徐焯麒 (Bryan Hsu)
(852) 2516 4843
bryanhsu@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 12 月 31 日止第三季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	11/12 第三季度	10/11 第三季度	年比年 转变
销售额	8,372	5,808	44%
毛利	954	648	47%
毛利率	11.4%	11.2%	0.2pt
经营费用	(761)	(524)	45%
费用率	9.1%	9.0%	0.1pt
经营溢利	193	124	55%
其它非经营费用	(1)	(3)	(71%)
除税前溢利	192	121	59%
税项	(38)	(21)	80%
期内溢利	154	100	55%
非控制性权益	(1)	0	n/a
股东应占溢利	153	100	54%
每股盈利(美仙)			
基本	1.50	1.03	0.47
摊薄	1.46	0.98	0.48