

[新闻稿]

联想集团公布2012/13财年第三季度业绩

- 除税前溢利达**2.46**亿美元，盈利达**2.05**亿美元，再创历史新高
- 季度营业额创新高，达**94**亿美元，创新高
- 全球电脑销量达**1,410**万部，全球市场份额达**15.9%**，创历史新高
- 每股基本盈利为**1.99**美仙或**15.42**港仙
- 于**2012年12月31日**，净现金储备为**42**亿美元

香港，2013年1月30日 - 联想集团今日公布截至2012年12月31日止第三季度业绩，再次展现强劲佳绩。期内，联想在所有区域市场的表现均超越大市，营业额、除税前溢利及盈利都刷新了历史记录。集团继续朝向成为全球最大个人电脑厂商及PC+产品领域新晋领导厂商的目标迈进。季内，集团总营业额创新高达**94**亿美元，年比年上升**12%**。

除了连续十三个季度成为全球主要电脑厂商中增长最快的厂商外，联想更在IDC发表的「智能终端」（如平板电脑、电脑及智能手机）报告中，位居全球第三大厂商。同时，集团在本季度的除税前溢利再创新高达**2.46**亿美元，尽显集团继续保持高速增长及盈利持续上升的实力。

联想在第三季度的盈利亦创新高，达**2.05**亿美元，年比年上升**34%**，毛利率为**11.8%**。毛利年比年增长**15%**至**11**亿美元，经营溢利为**2.43**亿美元，年比年上升**26%**。期内每股基本盈利为**1.99**美仙或**15.42**港仙。在2012年12月31日，集团的净现金储备为**42**亿美元。

联想的「保卫和进攻」战略是集团不断取得佳绩的成功因素，不但进一步巩固集团在全球商用个人电脑及在中国市场业务这两个盈利引擎，更同时在充满高增长潜力的三个领域积极进攻，包括新兴市场、全球消费产品以及PC+产品市场（包括智能手机、平板电脑及智能电视）。季内，在「进攻」的领域取得的业务收入在集团总营业额中已达到**50%**，相较集团在四年前首次落实「保卫和进攻」战略时的**32%**显著提升。移动互联网和数字家庭业务（包括智能手机、平板电脑及智能电视）的收入占集团总营业额的**11%**，创新高，年比年上升**77%**。季内，在中国市场的智能手机业务更首次录得盈利。

第三季度，在市场表现疲软、整体市场销量年比年下降**7.8%**的环境下，联想的全球个人电脑销量仍能录得**7.9%**的增幅，连续第十五个季度超越大市的增长，全球市场份额再创新高达**15.9%***。季内，联想在所有区域、产品和客户细分市场上的份额均取得增长。

在透过内部增长继续推动公司成功发展的同时，联想在第三季度亦落实了上两个季度所公布的合资和收购交易，包括：与EMC建立的策略性合作关系，包括与其旗下的Iomega业务成立合资公司；收购在巴西的PC+领导企业CCE，以及收购提供云端计算服务的美国公司Stoneware。此外，集团亦欣然表示，在过去三年进行的并购项目的整合情况进展理想，大部份更超越原订时间表。

此外，联想在早前公布了重组其产品开发及供应链结构，建设两个新组别，分别为Lenovo业务集团与Think业务集团。前者将专注于主流个人电脑、移动互联网及数码家居产品；后者则专注于Think品牌产品，致力于推进高端的商用和消费业务。早前的架构在四年多前建立，成功地支援了当时集团以专注发展中国个人电脑业务及全球商用电脑业务的需要，时至今日，联想的业务规模已发展至当年的两倍且更多元化。目前，集团已在全球建立了强大的消费、移动及新兴市场业务，在取得理

想表现的同时，联想掌握主动；未雨绸缪，作出这次结构重组，以更紧贴消费者需求，不断提升效率和创新，继续在各业务领域续创佳绩。

同时，最近在美国拉斯维加斯举办的国际消费电子展（CES）上，联想再次尽显创新实力是集团的竞争优势及未来增长动力，在CES共获颁50项大奖，刷新历史最好成绩，当中包括多个「最佳产品」奖项。联想多款创新产品，包括27吋智能桌面电脑IdeaCentre Horizon、专为商界专业人士而设的最新可翻转的个人电脑ThinkPad Helix及由Intel 核心驱动高端旗舰智能手机K900正蓄势待发，为联想科技产品开拓新需求。

「凭借对“保卫+进攻”战略的有力落实，我们不仅创下了营业额、利润和个人电脑市场份额的新高，而且智能手机和平板电脑都高速增长，并且获得赢利。」联想集团主席兼首席执行官杨元庆表示：「我们已经进入到一个PC+的时代，联想为此奠定了坚实的基础，我们新的组织结构将为更加多元化的业务提供进一步腾飞的翅膀，我们有信心通过差异化赢得竞争，成为PC+时代创新的引领者。」

区域概览

- 在第三季度，联想在中国区的综合营业额为41亿美元，年比上年增长17%，占集团全球总营业额43%。联想的PC+战略带动集团在中国市场取得卓越成绩，移动互联和数字家庭的营业额上升83%，占中国区的总营业额22%。联想在中国市场的智能手机业务首次录得盈利，为集团创下重要里程碑。同时，联想进一步巩固其在中国这个全球最大个人电脑市场的领导地位，市场份额提升1.4个百分点至36.7%，继续雄踞中国市场。期内，联想个人电脑于中国的销量继续增长，年比年上升2%，同期，整体行业则下降2%。
- 在亚太 / 拉丁美洲区，联想在第三季度的市场份额年比年轻微上升至11.3%。季内，虽然整体行业年比年下滑9%，联想在区内的个人电脑销量仍录得4%的增幅。联想继续在日本稳占领导地位。季内，联想在亚太 / 拉丁美洲区的综合营业额为17亿美元，占集团全球总营业额18%，经营溢利率继续录得盈利。
- 联想在欧洲、中东及非洲区的个人电脑销量增长25.5%，首次成为区内第二大个人电脑厂商。市场份额年比年增加3.2个百分点至11%。期内，尽管整体行业市场下跌11%，集团在第三季度的综合营业额达23亿美元，年比上年增长17%，占集团全球总营业额25%。
- 联想在北美区第三季度的个人电脑销量年比上年增长11%，同期市场则下跌约7%。在充满挑战的环境下，集团的市场份额再创新高，上升1.5个百分点至9%。集团的综合营业额年比上年增长8%至13亿美元，占集团全球总营业额14%。季内，联想在区内的高端消费电脑领域初显锋芒，在美国市场700美元以上的Windows 8个人电脑销量中，联想占据了30%的份额，在900美元以上的Windows 8个人电脑产品销量中联想的份额更达到了45%。

产品概览

- **笔记本电脑:**联想于第三季度的全球笔记本电脑销量年比年上升了**9.5%**，使集团在全球笔记本电脑市场的份额达**15.8%**，提升了**2.6**个百分点。同期，行业整体录得**8.6%**的跌幅。期内，笔记本电脑继续成为集团主要的收入来源，占集团总营业额**52%**。综合营业额年比年上升**8%**至**48**亿美元。期内，集团推出了一系列备受行业瞩目的全新产品，包括四款专为Windows 8而设、可以翻转折叠的平板电脑：**Yoga11** 及 **13**、**IdeaPad Lynx**及**ThinkPad Twist**。联想亦推出**ThinkPad X1 Carbon Touch**，为其引领行业的商务超级本增加触控功能。同时，集团推出的商务型**ThinkPad Twist**亦为传统的平板笔记本带来崭新面貌。
- **台式电脑:**联想在第三季度的全球台式电脑综合营业额年比年增长**1%**，至**28**亿美元，占集团总营业额**30%**。尽管季内整体行业的全球台式电脑销量录得**6.8%**跌幅，联想年比年仍上升**5.8%**，集团的市场份额更因而提升了**1.9**个百分点，创新高达**16.1%**。期内，集团推出全球最细小的全功能台式电脑**IdeaCentre Q190**，仅得**22**毫米(**0.86**吋)阔，亦是**C**系列一体机的最新款式，性能强且价钱实惠，为用户提供具多媒体功能的娱乐享受。
- 联想目前是中国第二大的智能手机及平板电脑供应商，集团的**移动互联和数字家庭**业务继续快速增长。第三季度的综合营业额取得年比年**77%**的增幅，达**9.88**亿美元，占集团总销售额**11%**。第三季度，联想在中国智能手机市场的份额为**12.3%**，年比年增加**4.7**个百分点。这业务更在季内录得盈利。在第三季度，集团宣布将在俄罗斯开始销售智能手机，连同早前宣布的印度、印度尼西亚、菲律宾以及越南，这五国连同中国共占全球人口的**44%**，标志着联想已在这重要的新兴经济体系构建强大的销售据点。

关于联想

联想 (HKSE: 992, ADR: LNVGY) 是一家营业额达**300**亿美元的个人科技产品公司，是全球二大个人电脑厂商之一，也是PC+产品领域新晋领导厂商，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卓越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、安全易用的科技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、服务器、工作站以及包括平板电脑和智能手机等一系列移动互联网终端。联想获选为《财富》世界**500**强之一，集团在日本大和、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。

*请参阅 IDC 2012 第四季度数据

###

IR Contacts:

吴沛华 (Gary Ng)	徐焯麒 (Bryan Hsu)	龚凯茵 (Katie Kung)	施旻君 (Jenny Shih)
(852) 2516 4840	(852) 2516 4843	(852) 2516 4811	(852) 2516 4804
garyng@lenovo.com	bryanhhsu@lenovo.com	katiekung@lenovo.com	jennyshih@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2012 年 12 月 31 日止第三季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	12/13 第三季度	11/12 第三季度	年比年 转变
销售额	9,359	8,372	12%
毛利	1,101	954	15%
毛利率	11.8%	11.4%	0.4pt
经营费用	(858)	(761)	13%
费用率	9.2%	9.1%	0.1pt
经营溢利	243	193	26%
其它非经营费用	3	(1)	NA
除税前溢利	246	192	28%
税项	(46)	(38)	22%
期内溢利	200	154	30%
非控制性权益持有人	5	(1)	NA
股东应占溢利	205	153	34%
每股盈利(美仙)			
基本	1.99	1.50	0.49
摊薄	1.96	1.46	0.50