



联想2014/15财年第一季度录得强劲增长并创造新里程碑

- 全球个人电脑市场份额接近**20%**，创历史新高，移动业务增长势头强劲
- 总营业额达**104亿美元**
- 除税前溢利达**2.64亿美元**，盈利达**2.14亿美元**
- 每股基本盈利为**2.06美仙**或**15.97港仙**
- 于**2014年6月30日**，净现金储备为**35.8亿美元**

香港，2014年8月14日 – 联想集团公布截至2014年6月30日止第一季度业绩。季度营业额年比年上升18%至104亿美元，季度除税前溢利年比年增长22%至2.64亿美元。盈利年比年上升23%至2.14亿美元，集团的市场份额及财务表现均创造了新的里程碑。

联想在智能终端设备的销量年比年增加**28%**，继续保持全球第三位。同时，在欧洲/中东/非洲区及美洲区个人电脑市场份额大幅增长的带动下，集团已连续第五个季度成为全球最大个人电脑厂商，全球市场份额年比年提升**2.7个百分点**，达至**19.4%***，创历史新高。联想第一季度的个人电脑销量上升**15%至1,450万台**，连续**21个季度**超越个人电脑市场整体表现。平板电脑方面，联想成为全球第三大厂商，销量达**230万台**，增长达**67%**，是整体市场增幅的近**8倍**。智能手机方面，联想的智能手机总销量首次超越其个人电脑销量，销量创新高达**1,580万部**，年比年上升**39%**。在中国，尽管智能手机市场竞争激烈，联想仍然成为中国市场最大的智能手机厂商，智能手机销量达**1,300万部**。

□想第一季度的毛利年比年上升**13%至13亿美元**，毛利率为**13%**。季度经营溢利年比年增长**40%至2.83亿美元**。每股基本盈利为**2.06美仙**或**15.97港仙**。于**2014年6月30日**，净现金储备共**35.8亿美元**。

「本季度对联想而言具有里程碑的意义，在全球个人电脑市场份额再创历史新高的同时，我们首次成为全球平板电脑市场的第三名，并且进一步巩固了全球智能手机第四大厂商的地位。」联想集团董事会主席兼首席执行官杨元庆表示：「随着个人电脑市场回暖，智能手机行业继续由高端主导转向主流/入门级主导，以及我们对摩托罗拉移动和IBM x86服务器业务的并购交易审批接近尾声，我们拥有更多的机遇实现快速增长。联想将继续保持优于大市的业绩表现，并兑现承诺，在持续提升核心业务盈利能力的同时，在各个产品领域打造起支撑型业务，实现未来的可持续增长。」

区域概览

在第一季度，联想在**中国区**的营业额年比年提升**2%至38亿美元**，占集团总营业额的**36%**。联想保持了在中国市场的盈利，并在该市场的经营溢利率年比年提升**0.3个百分点至5.5%**。运营方面，联想个人电脑的市场份额达**37.1%**，继续巩固其领导地位。根据IDC报告显示，联想已超越三星成为中国最大的智能手机厂商。移动设备方面，联想继续拓展市场渠道并重点加强互联网和开放市场销售，持续提高盈利能力。

在**欧洲 / 中东 / 非洲区**，季内，联想在区内的表现非常强劲，营业额年比年上升达**49%或9.21亿美元至28亿美元**，占集团总营业额**27%**。联想在欧洲/中东/非洲区的个人电脑市场份额及经营溢利率均创新高，笔记本电脑首次占据第一位，并在该区的**15个国家**成为当地最大的个人电脑厂商，智能手机销量更首次突破**100万部**。季内，联想在该区的个人电脑销量年比年上升**4.8个百分点**，达**18%**的新高。

在**亚太区**，联想在第一季度的营业额上升2.7亿美元至16亿美元，占集团总营业额的15%。联想在亚太区的个人电脑市场份额年比年增长近2个百分点至15%。集团在区内的智能手机销量达150万部，相较去年同期上升3.7倍。区内经营溢利率由去年0.9%飙升至4.1%。联想在日本市场稳居第一位，在日本市场的强劲增长推动了该地区的盈利能力稳健增长。

在**美洲区**，联想的营业额在第一季度达22亿美元，年比年上升19%，占集团总营业额的22%。由于集团在拉丁美洲及巴西继续投资，以至经营溢利率年比年下降0.3个百分点至1.1%。季内，美洲区个人电脑的市场份额年比年上升23.7%或3个百分点至12.5%，达历史新高。而美国的市场份额亦创新高，年比年上升1.5个百分点至11.3%。

产品概览

在第一季度，联想**笔记本电脑**业务占集团总营业额的49%。整体笔记本行业，在企业换机潮和产品品类创新的推动下，销量年比年放缓3.7%，相较去年销量年比年下跌近13%的情况有所改善。随着市场趋势逐步稳定，联想在第一季度全球笔记本电脑业务的综合营业额年比年上升12%达51亿美元。联想的市场份额上升近4个百分点至21%。季内，联想发布了专门为商务用户设计的多模式10寸商务平板电脑ThinkPad 10，以及首款为消费者推出的Chromebook电脑，即N20和N20p。Chromebook电脑以轻盈并且纤薄的形式为消费者提供了两种享受Chrome体验的方式。此外，联想为小型企业推出了B50笔记本电脑，并为更注重娱乐的用户推出了Z40及Z50笔记本电脑。

联想**台式电脑**在第一季度的销量年比年上升12.1%，稳居全球第一位，而整体行业仅上升2.4%。集团台式电脑的市场份额年比年上升1.5个百分点至17.5%，联想台式电脑在第一季度的综合营业额年比年上升20%至30亿美元，占集团总营业额29%。在第一季度，联想从A540一体机开始，为家庭用户推出数款A系列的全新产品，A540一体机配备了最新的音频和视频功能，让用户尽情享受数码内容体验。另外，联想亦发布了全新设计的入门级ThinkStation P300，此工作站呈现了无与伦比的灵活性且价格合理，非常适合需要ISV应用程序认证硬件的专业人士。

移动设备业务产品**（包括智能手机及平板电脑）的综合营业额在第一季度年比年上升32%至16亿美元，占集团总营业额的15%。联想成为中国第一大智能手机厂商，以及全球第三大平板电脑厂商。在本季度，联想宣布了数款全新A系列的安卓（Android）平板电脑，为消费者提供了能够满足其对超便携和多媒体功能需求的屏幕大小和配置。产品组合包括7寸TAB A7-50，8寸TAB A8以及10寸的TAB A10，均可配置蓝牙键盘。

联想继续推动智能终端设备产品的创新，在本财年下半年将推出全新智能手机、生态系统及企业级产品。集团近期宣布推出New Business Development（「NBD」，昵称「新板凳」）平台，该平台与伙伴展开合作，推动硬件品类的创新，积极开发互联网业务模式和商机。此外，联想与摩托罗拉移动及IBM x86服务器业务的交易正顺利进行，集团充满信心在年底前完成两项并购交易。

*参考 IDC 2014 年第二季的数据

**在本季度前，该部份营业额以“移动互联和数字家庭”分类报告。自本季度起，该部分之营业额将以“移动业务”分类报告

关于联想

联想（HKSE: 992）（ADR: LNVGY）是一家营业额达 390 亿美元的个人科技产品公司，是全球最大个人电脑厂商，联想客户遍布全球 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的一系列移动互联网终端。联想为《财富》世界 500 强之一，集团在日本大和、中国北京、上海、深圳、巴西圣保罗、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。

IR Contacts:

吴沛华 (Gary Ng)	徐煌麒 (Bryan Hsu)	龚凯茵 (Katie Kung)	楊婉婷 (Lisa Yang)
(852) 2516 4840	(852) 2516 4843	(852) 2516 4811	(852) 2516 4804
garyng@lenovo.com	bryanhhsu@lenovo.com	katiekung@lenovo.com	wyang4@lenovo.com

联想集团 财务摘要 截至 2014 年 6 月 30 日止季度业绩 (百万美元, 除每股资料)

	14/15 第一季度	13/14 第一季度	年比年 转变
收入	10,395	8,787	18%
毛利	1,349	1,191	13%
毛利率	13.0%	13.6%	-0.6pts
经营费用	(1,066)	(989)	8%
费用率	10.3%	11.3%	-1.0pts
经营溢利	283	202	40%
其它非经营(费用)/收入	(19)	13	N/A
除税前溢利	264	215	22%
税项	(53)	(45)	17%
期内溢利	211	170	24%
非控制性权益	3	4	-27%
股东应占溢利	214	174	23%
每股盈利(美仙)			
基本	2.06	1.67	0.39
摊薄	2.03	1.65	0.38