

联想 2015-16 财年第一季度：市场形势严峻但业绩稳健

果断迎接挑战，加快业务变革

- 营业额上升3%至107亿美元，若撇除货币汇率影响年比年上升10%
- 联想全球个人电脑市场份额创20.6%的历史新高，各大区的市场份额均有所增长*
- 税前利润（不包括并购在会计处理衍生的非现金费用**）达1.43亿美元；税前利润达5,200万美元
- 净利润（不包括并购在会计处理衍生的非现金费用**）为1.96亿美元；净利润达1.05亿美元
- 每股基本盈利为0.95美仙或7.36港仙

香港，2015年8月13日 –联想集团（HKSE: 992）（ADR: LNVGY）今日公布截至2015年6月30日止第一季度业绩。季度营业额为107亿美元，年比年增长3%。第一季度税前利润年比年减少80%至5,200万美元。净利润同比下跌51%至1.05亿美元。

联想在主要市场经历重大挑战，全球个人电脑及平板电脑市场显著放缓，智能手机市场，尤其是中国市场的增长亦减慢，竞争加剧。同时，巴西及拉丁美洲的宏观经济挑战、汇率大幅波动、激烈的市场竞争，这些因素都对摩托罗拉的盈利能力造成影响。同时，联想的企业级业务亦面对市场技术需求快速变化的挑战。

尽管市场形势严峻，但联想业绩依然保持稳健。公司的全球个人电脑市场份额高达20.6%，创历史新高。联想在各大区的市场份额均有所提升，更在关键的美国市场名列第三，市场份额取得13%的新高。联想在平板电脑市场的份额增长近1个百分点，巩固其全球市场第三位的排名。同时，企业级业务连续第三个季度取得经营利润（不包括并购在会计处理衍生的非现金费用）。智能手机业务方面，公司着力减少对中国运营商市场的依赖，积极转型开拓全球各地的开放市场，带动在中国以外的智能手机销量年比年上升68%。

然而，面对财务业绩未如预期，联想正果断采取全面的行动，包括进一步理顺业务及大幅削减开支，以带来可持续的利润增长及实现长远目标。

“上个季度，尽管面对近年来最为严峻的市场环境，我们依然取得了不错的业绩。个人电脑连续9个季度全球第一，智能手机业务重点从中国转向其他市场的战略初见成效，企业级业务连续第三个季度取得税前盈利。”联想集团董事长兼CEO杨元庆表示：“但要实现长期的、可持续的增长，我们必须在各个业务领域采取积极、果断的行动。移动业务和企业级业务将对并购业务的相关部分与原有业务做进一步协调整理，并逐步建立合适的业务模式和成本结构。个人电脑业务将削减开支，进一步提高效率，以充分把握行业整合的机会提升市场份额和盈利能力。通过这些举措，我们将成为更敏捷、更具竞争力、更协调一致的全球化企业。”

为了让整体业务重新回到增长的轨道，我们将采取以下举措：

- **重组移动业务集团（MBG），进一步协调整理智能手机产品开发、设计、生产制造等关键环节，更好地利用摩托罗拉和联想的互补性优势，快速推动增长。**简化产品组合，减少产品数量，提高差异化水平。通过构建一个更加高效的业务模式，更好地调动起公司的全球销售队伍，加速实现全球供应链的最佳效率。移动业务集团将继续推动手机业务的整体发展，同时，将充分利用摩托罗拉移动设计、开发和生产制造的优势。
- **企业级业务要集中资源，调整定位，**向最有吸引力并与联想自身能力最为紧密相关的细分市场发起进攻，并提高效率和成本竞争力。

- 更好地利用**个人电脑市场**行业整合的机会，**加速向 30%市场份额的目标努力**。同时不断提高效率，降低成本，确保可持续的盈利性增长。
- **推动所有职能部门提高效率**。每一个部门都要更好地利用科技、互联网和创新方式，更高效更以用户为中心地推进转型。

这些举措将为公司在下半财年减省费用约**6.5亿美元**，年化减省约为**13.5亿美元**。有关举措将包括在全球范围内减少约**3,200名非生产制造员工**，约占联想非生产制造类员工的**10%**，全球**60,000员工**的约**5%**。这些举措将产生重组支出约**6亿美元**，以及约**3亿美元**的额外费用作智能手机库存撇账。

公司在第一季度的毛利年比年上升**22%至16亿美元**，毛利率达**15.4%**。季度经营利润同比下滑**67%至9,600万美元**。首季每股基本盈利为**0.95美仙或7.36港仙**。于**2015年6月30日**的净债务状况为**5亿美元**。

业务集团概览***

个人电脑集团（PCG，包括个人电脑和 Windows 平板电脑）的季度营业额达 **73 亿美元**，税前利润达 **3.68 亿美元**，同比下跌 **8%**。税前利润率维持强劲达 **5.1%**，同比改善 **0.3 个百分点**。联想连续第九个季度稳占全球市场第一位，市场份额创新高达 **20.6%**，进一步拉开与第二位的差距。本季度个人电脑销量为 **1,350 万部**，同比下跌 **7.1%**，而市场整体下跌 **12.8%**。联想在各大区的市场份额均有上升，更在美国名列第三位，市场份额创新高升至 **13%**，同比增加 **1.6%**。联想的目标是在三年内取得全球个人电脑 **30%** 的市场份额。

移动业务集团（MBG，包括摩托罗拉产品、联想品牌智能手机、安卓平板电脑和智能电视）在纳入摩托罗拉的营业额后，季度营业额达 **21 亿美元**，同比上升 **33%**。摩托罗拉为联想的移动业务集团营业额带来 **12 亿美元** 的贡献。季内，移动业务集团的总税前亏损为 **2.92 亿美元**，税前亏损利润率为负 **13.8%**。

虽然新兴市场增长强劲，在季内售出 **1,620 万部智能手机**（同比上升 **2.3%**），但因竞争激烈及技术转变快速，导致联想的全球智能手机市场份额下跌 **0.5 个百分点**至 **4.7%**，位列第五大智能手机厂商。

摩托罗拉为联想智能手机总销量带来 **590 万部** 的贡献，同比下跌 **31%**。市场竞争加剧、产品开发周期长连带相关存货问题、巴西（摩托罗拉的重要市场之一）的宏观经济问题、以及固定开支架构失衡而产生亏损，均对摩托罗拉的业务表现造成影响。在今天宣布的重组行动中，管理层重申会积极令摩托罗拉业务在并购完成后的四至六个季度内重返盈利（即现在起二至三个季度），而此目标现已伸延至包括摩托罗拉业务的整个移动业务集团。

至于平板电脑市场，联想继续超越市场步伐，巩固全球第三的位置，市场份额达 **5.6%**，销量同比增长 **3.8%**，达 **250 万部**，并且继续从第一及第二位厂商夺得更多市场份额。

企业级业务集团（EBG，包括 ThinkServer 品牌及 System x 的服务器、存储、软件和服务）在纳入 System x 业务后，营业额达 **11 亿美元**，同比上升 **5.8 倍**。在与 System x 进行并购整合的第三个季度内，企业级业务集团已取得税前经营利润，虽然在计入因并购在会计处理衍生的非现金费用后的标准税前亏损为 **4,000 万美元**。以中小型企业为目标客户的 ThinkServer 品牌营业额更取得大幅增长，同比上升超过 **40%**。联想有信心在 System x 并购完成后一年内，企业级业务实现 **50 亿美元** 的营业额及良好利润率的目标。

区域概览

中国区第一季度的综合营业额年比年减少16%至32亿美元，占集团全球总营业额的30%，经营利润率同比减少0.7个百分点至4.8%，这均因移动业务在中国市场遭遇激烈竞争及削减电信补贴表现疲弱所致。此外，联想的个人电脑利润表现理想并维持稳定的市场份额。联想在中国的ThinkServer销量获得强劲增长，令联想在中国 x86 服务器市场重返第一。

在亚太区，联想的综合营业额达16亿美元，占集团全球总营业额的15%。由于摩托罗拉表现未如理想，经营利润率下降1.9个百分点至2.2%。联想于亚太区个人电脑市场份额年比年增长0.9个百分点至15.9%。企业级业务方面，联想正通过其渠道优势和生态系统加快其业务发展。移动业务方面，联想品牌手机表现强劲，推动销量增长81.7%。

联想于欧洲、中东及非洲区的第一季度综合营业额年比年下降5%至26亿美元，这是因个人电脑销售随整体市场放缓所致。欧洲/中东/非洲区占联想全球总营业额的25%。经营利润率为1.5%，年比年下降1.9个百分点。联想个人电脑市场份额达19.9%，同比上升1.9%。移动业务方面，智能手机销量实现强劲增长达153%，该增长主要来自联想品牌的手机。企业级业务方面，欧洲/中东/非洲区的整合团队正发掘更多商机。

在美洲区，联想在第一季度的综合营业额受两项收购入账带动，同比上升46%至近33亿美元，占联想全球总营业额的30%。受巴西及摩托罗拉业务亏损影响，经营利润率为负4%。个人电脑方面，在美洲区的市场份额较去年同期上升0.6个百分点至13.1%。联想在美国取得创纪录13%的市场份额，排名第3位，销量强劲增长8.8%。移动业务方面，摩托罗拉产品过渡缓慢，影响在美洲区智能手机销量增长。企业级业务方面，集团已充分准备把握未来新的机遇。

*IDC 2015年第2季度数据。

** 此数据包括如无形资产摊销、承兑票据之推算利息及其他项目，提供此数据旨在提升透明度以及协助进一步分析业务。

***集团于 14/15 财年第二季度业绩提供按照产品类别划分的财务分析。自于 14/15 财年第三季度完成收购摩托罗拉移动和 System x 后，联想开始按照业务集团分类，以便于对各业务表现的理解。

关于联想

联想（HKSE: 992）（ADR: LNVGY）是一家营业额达 460 亿美元的《财富》世界 500 强公司，是全球消费、商用以及企业级创新科技的领导者。联想为用户提供安全及高品质的产品组合和服务，包括个人电脑（经典的 Think 品牌和多模式 YOGA 品牌）、工作站、服务器、存储、智能电视以及智能手机（包括摩托罗拉品牌）、平板电脑和应用软件等一系列移动互联产品。欢迎关注联想全球社交媒体平台（[LinkedIn](#)、[Facebook](#)、[Twitter](#)（[@Lenovo](#)））。如需进一步资料，敬请浏览 www.lenovo.com。

IR Contacts:

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

徐焯麒 (Bryan Hsu)
(852) 2516 4843
bryanhhsu@lenovo.com

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

楊婉婷 (Lisa Yang)
(852) 2516 4804
wyang4@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2015 年 6 月 30 日止季度业绩
(百万美元, 除每股资料)

	15/16 第一季度	14/15 第一季度	年比年 转变
收入	10,716	10,395	3%
毛利	1,647	1,349	22%
毛利率	15.4%	13.0%	2.4 个百分点
经营费用	(1,551)	(1,058)	47%
费用率	14.5%	10.2%	4.3 个百分点
经营利润	96	291	-67%
其它非经营费用	(44)	(27)	61%
税前利润	52	264	-80%
税项	50	(53)	不适用
期内利润	102	211	-52%
非控制性权益	3	3	11%
股东应占利润	105	214	-51%
每股盈利(美仙)			
基本	0.95	2.06	-1.11
摊薄	0.94	2.03	-1.09

