

联想 2015-16 财年第二季度运营业绩稳健

业务重组完成，推动移动及企业级业务发展；个人电脑业务表现持续强劲

- 营业额年比年上升**16%**至**122**亿美元 (不计入汇率波动的影响，营业额年比年上升**23%**)
- 联想个人电脑市场份额创**21.2%**的历史新高*
- 联想成功执行一系列重组举措，并将如期于今年下半财年实现费用减省约**6.5**亿美元，全年费用减省约**13.5**亿美元
- 根据第一季度业绩公布，第二季度产生**5.99**亿美元的重组支出，以及清理智能手机库存的一次性费用**3.24**亿美元
- 持续经营税前利润**为**1.66**亿美元，季比季上升**16%**；运营表现强劲
- 香港财务报告准则(HKFRS)下的税前亏损**为**8.42**亿美元，此因重组支出和一次性费用所致
- 每股基本亏损为**6.43**美仙或**49.84**港仙

香港，2015年11月12日 –联想集团（HKSE: 992）（ADR: LNVGY）今日公布截至2015年9月30日止第二季度业绩。季度营业额为**122**亿美元，年比年增长**16%**。若不计入汇率波动的影响，营业额年比年上升**23%**。第二季度持续经营税前利润**（不包括重组支出、一次性费用以及并购在会计处理衍生的非现金费用）为**1.66**亿美元，相比前一季度提高了**16%**。而在香港财务报告准则下的税前亏损为**8.42**亿美元**，第二季度净亏损为**7.14**亿美元。

联想第二季度的持续经营税前利润反映集团运营表现强劲。集团按香港财务报告准则(HKFRS)下录得亏损，主要由于联想在第一季度宣布进行一系列重组计划，包括全球性的业务开支削减行动、整合 System x 业务、理顺摩托罗拉与联想移动业务集团的架构和品牌，以及清理智能手机旧有库存所致。这些举措旨在今年下半财年实现费用减省约**6.5**亿美元，全年费用减省约**13.5**亿美元。目前，联想的各个核心业务拥有业内极具竞争力的成本结构。联想将在同业中积极进攻，并投资于新领域。

“联想在积极果断采取行动应对挑战的同时，还取得了比前一季度更好的业绩，再次展现了强有力的执行。”联想集团董事长兼CEO杨元庆表示。“现在我们不仅在打造更具竞争力的业务模式，而且在推动增长。我们的个人电脑业务在保持强健利润水平的前提下，再创市场份额新高。移动业务将增长重点转移到中国以外的战略成效显著，总体市场份额和利润水平均获提升，组织理顺和成本结构调整的效果将在下半年显现。企业级业务实现了收购 System x 之后的首次营业额同口径同比增长，这是一个重要的里程碑。消化并购业务和转型都需要时间，但上个季度的强劲业绩让我们对实现近期和长远目标都更加充满信心。”

联想第二季度毛利年比年上升**8%**至**16**亿美元，毛利率维持于**13%**。季内经营亏损为**7.84**亿美元。第二季度每股基本亏损为**6.43**美仙或**49.84**港仙。于2015年9月30日的净债务状况为**1.4**亿美元。联想董事会建议派发中期股息每股**6**港仙，与去年中期股息相同。

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 **81** 亿美元，税前利润达 **4.06** 亿美元，同比下跌 **17%**，此因汇率波动影响了欧洲、中东及非洲区和巴西的需求所致。税前利润率为 **5%**，同比仅下跌 **0.6** 个百分点，表现较为稳定，显现了联想的经营实力。

联想连续第十个季度稳占全球市场第一位，市场份额创新高达 **21.2%**，进一步拉开与第二位的差距。本季度个人电脑销量为 **1,500** 万部，市场整体同比下跌 **11.1%**，联想表现优于市场 **6.6** 个百分点。联想在全球消费市场的份额创新高达 **19.7%**，在北美洲占 **13.3%**、在亚太区占 **19.3%**、在拉丁美洲

占 15.3%，均创下历史新高，并分别高于市场 24、19 及 15 个百分点。联想的目标是实现全球个人电脑 30% 的市场份额，同时保持强劲的盈利能力。

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，联想季度营业额达 27 亿美元，同比上升 104%。摩托罗拉业务为联想的移动业务集团营业额带来 14 亿美元的贡献。移动业务集团的总税前亏损为 2.17 亿美元，税前亏损率为 8.1%。

第二季度，集团已进行了智能手机旧有库存的清理，以及精简产品组合，同时推出极具竞争力的新产品（包括拥有防碎屏幕的 DROID Turbo 2 / Moto X Force 智能手机、Moto 360 智能手表及 Vibe P1 智能手机等）。集团也重新规划了移动产品的开发周期，以确保产品在每个季节和每个季度均具竞争力。随着重组举措的完成，联想相信移动业务集团转亏为盈的目标将可按进度如期推进，并在未来一至两个季度内达到收支平衡。

联想智能手机总体销量达 1,880 万部，同比上升 11%，集团将发展重点转移到海外市场的战略推动了中国以外市场的销量增长，联想在中国以外的市场份额年比年上升 4.3 个百分点。在上半财年，海外市场在总体销量中的占比从一年前的 19% 大幅提升到了现在的 70%。在印尼、俄罗斯、印度及巴西等主要新兴市场，联想的增长分别高于当地智能手机市场增长 12、175、48 及 4 个百分点。

至于平板电脑市场，联想的增长超越整体市场增长近 14 个百分点，集团取得近 1% 的增长，而市场同期则整体下跌 12.6%。季内，联想平板电脑总销量达 310 万部，以破纪录的 6.3% 市场份额巩固其全球第三的位置，并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 及 System x 品牌的服务器、存储、软件和服务）System x 业务于本财年被纳入业务集团后，集团营业额达 12 亿美元，同比上升 5.5 倍。System x 业务取得达 9 亿美元的营业额，集团自收购 System x 后首次实现 2% 的收入增长（按可比较的基础计），这是一个重要的里程碑。在并购 System x 后的第四季度，企业级业务集团已实现税前经营利润，虽然在计入因并购在会计处理衍生的非现金费用后录得标准税前亏损为 3,300 万美元。

目前，阿里巴巴、腾讯和百度等超大规模云数据中心都已成为联想服务器的客户，为企业级业务带来重要的突破。通过新的伙伴关系，包括与 Nutanix 在超融合架构，以及与即将宣布的其他下一代数据中心技术供应商的合作，联想将拥有比竞争对手更领先的技术、更优质的产品组合，以及更佳的成本结构。因此，联想有信心在 System x 收购完成后一年，企业级业务将实现 50 亿美元的营业额及良好利润率的目标。

区域概览

中国区第二季度的综合营业额年比年减少 12% 至 33 亿美元，占集团全球总营业额的 28%，经营利润率同比减少 1.7 个百分点至 4.1%，这均因移动业务在中国市场面对激烈竞争、削减电信补贴以及网上购物模式日趋流行所致。在个人电脑业务方面，联想保持稳定的市场份额及利润率表现。同时，联想的企业级业务同比上升 213%，主要由于中国的 ThinkServer 销量强劲，并取得多个主要大型客户订单，令联想在中国 x86 服务器市场稳占第一位。

在**亚太区**，联想的综合营业额达 20 亿美元，占集团全球总营业额的 16%。受摩托罗拉业务的影响，经营利润率下降 3.3 个百分点至 1.1%。联想在亚太区个人电脑市场份额年比年增长 3.2 个百分点至创纪录的 19.3%，重夺市场第一位。印度市场表现尤其出色，年比年增长 99%，市场份额创新高达到 27%。企业级业务方面，联想正通过其渠道优势加快业务发展。移动业务方面，受印度强劲增长及加入摩托罗拉的利好影响，智能手机销量年比年大幅增长 135%。

联想于**欧洲、中东及非洲区**的第二季度综合营业额年比年上升6%至32亿美元，受到汇率波动及个人电脑市场放缓所影响。欧洲、中东及非洲区占联想全球总营业额的26%。经营利润率为0.7%，年比年下降3.1个百分点。联想个人电脑市场份额达19.9%，同比上升0.6%，在整体个人电脑市场稳居第二位。至于消费电脑，集团连续第七个季度占第一位，市场份额达21.5%。移动业务方面，若把去年同期摩托罗拉业务纳入集团业务进行比较，智能手机销量年比年增长强劲，达101.8%，（若不包括去年同季摩托罗拉业务，则年比年增长176.7%）。

在**美洲区**，联想在第二季度的综合营业额受到两项收购入账所带动，同比上升70%至约37亿美元，占联想全球总营业额的30%。由于摩托罗拉业务表现有所改善，经营利润率提升至负2%。个人电脑方面，美洲区的市场份额较去年同期上升2.5个百分点至13.8%。北美及拉丁美洲的市场份额则分别创新高达13.3%及15.3%。移动业务方面，摩托罗拉新推出的手机产品推动北美的销量增长，季比季上升39%。企业级业务方面，集团进入进攻模式，与多名伙伴签订合作关系后，将以领先的技术打破固有的运算方式，紧握业务机遇。

*IDC 2015年第三季度资料

** 由于联想为一家香港上市的企业，其业绩是按香港财务报告准则而准备。此新闻稿刊载了香港财务报告准则下及持续经营税前利润之数据。“持续经营税前利润”(run rate pre-tax income)未计入的项目包括：第二季度进行重组的开支 5.99 亿美元、清理智能手机旧有库存的一次性开支 3.24 亿美元以及并购在会计处理衍生的非现金费用例如无形资产摊销、承兑票据之推算利息支出及其他项目共计 8,500 万美元。提供持续经营税前利润数值旨在方便比较及分析相关可比业务表现。该数值是根据过往数据计算得出，并不作预测未来表现之用。

***集团于 14/15 财年第二季度业绩提供按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质量的产品组合和服务，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。

投资者垂询：

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 9 月 30 日止季度业绩
(百万美元, 除每股资料)

| | 15/16 第二季度 | 14/15 第二季度 | 年比年 变化 |
|----------------|----------------------|----------------------|-----------|
| 收入 | 12,150 | 10,475 | 16% |
| 毛利 | 1,575 | 1,457 | 8% |
| 毛利率 | 13.0% | 13.9% | -0.9 个百分点 |
| 经营费用 | (2,359) | (1,092) | 116% |
| 费用率 | 19.4% | 10.4% | 9.0 个百分点 |
| 经营(亏损)/利润 | (784) | 365 | 不适用 |
| 其他非经营费用 | (58) | (36) | 60% |
| 税前(亏损)/利润 | (842) | 329 | 不适用 |
| 持续经营税前利润* | 166* | 329* | -50% |
| 税项 | 125 | (57) | 不适用 |
| 期内净利润/(亏损) | (717) | 272 | 不适用 |
| 非控制性权益 | 3 | (10) | 不适用 |
| 股东应占利润/(亏损) | (714) | 262 | 不适用 |
| 每股盈利/(亏损) (美仙) | | | |
| 基本 | (6.43) | 2.52 | (8.95) |
| 摊薄 | (6.43) | 2.49 | (8.92) |

*第二季度的持续经营税前利润未计入进行重组的开支 5.99 亿美元、清理智能手机旧有库存的一次性开支 3.24 亿美元以及并购在会计处理衍生的非现金费用 8,500 万美元。第一季度的持续经营税前利润未计入并购在会计处理衍生的非现金费用 9,100 万美元。