

## 联想 2015/16 第三财季度净利润表现强劲

严峻经济及行业挑战下，联想的创新性产品、运营效率及业务重组  
带动第三财季度业绩增长

- 第三季度转亏为盈：继上一季度集团因业务重组及一次性费用而录得亏损后，联想第三季度的税前利润达**3.97亿美元**(不计入并购在会计处理衍生的非现金费用)，汇报税前利润为**3.20亿美元**，**年比年上升17%**，净利润为**3.00亿美元**
- 营业额年比年减少**8%**至**129亿美元**。不计入汇率波动的影响，营业额年比年减少**2%**
- 联想已落实其业务重组，如期推进在今年下半财年及全年分别实现费用减省约**6.5亿美元**及**13.5亿美元**
- 联想实现了在完成收购摩托罗拉后**4至6个季度内**达致移动业务收支平衡的目标。撇除汇率波动的影响，企业级业务仍按计划朝着**50亿美元**年营业额的目标进发
- 联想的全球个人电脑市场份额持续增长，创新高达**21.6%\***
- 每股基本盈利为**2.71美仙**或**21.01港仙**

**香港，2016年2月3日**—联想集团（HKSE：992）（ADR：LNVGY）今日公布截至2015年12月31日止第三季度业绩。季度营业额为**129亿美元**，年比年下跌**8%**，若不计入汇率波动的影响，营业额年比年下跌**2%**。第三季度税前利润达**3.97亿美元**(不计入并购在会计处理衍生的非现金费用**7,700**万美元)，汇报税前利润为**3.20亿美元**，**上升17%**，超出分析师之预期。净利润为**3.00亿美元**，**上升19%**，同样优于市场预期。

联想在去年8月公布的业务重组计划正如期推进，旨在实现全年持续经营费用减省约**13.5亿美元**，此举将为联想带来较同业更具竞争力的成本结构，结合联想高效的执行力与创新性产品，联想在当前的市场环境下仍能稳健发展。

“上个季度，尽管受到全球宏观经济疲弱、关键市场汇率波动、个人电脑市场下滑等不利因素的影响，联想依然创下了利润的历史新高，并且兑现了移动业务扭亏的承诺。”联想董事长兼CEO杨元庆表示，“下阶段，我们的个人电脑业务将充分利用行业整合、商用换机潮和创新品类的机遇继续推动增长；移动业务将在新兴市场利用规模和效率加快增长，在成熟市场凭借更具创新的产品和高端品牌实现突破，在中国利用更强的产品组合拓展开放市场；企业级业务将凭借领先技术和战略联盟，推动盈利性增长。”

联想第三季度毛利年比年下降**10%**至**19亿美元**，毛利率维持于**14.6%**。季度经营利润为**3.79亿美元**。第三季度每股基本盈利为**2.71美仙**或**21.01港仙**。在**2015年12月31日**的净债务状况为**4,900**万美元。

---

### 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 **80 亿美元**，同比减少 **12%**，而税前利润达 **4.05 亿美元**，同比下跌 **18%**，这是由于个人电脑市场的放缓幅度大于预期，以及汇率波动所致。税前利润率为 **5%**，相对稳定，较去年同期下降 **0.4 个百分点**，显现联想的经营实力。

联想连续第十一个季度稳占全球个人电脑市场第一位，全球市场份额创新高达 **21.6%**，进一步拉开与第二位厂商的差距。本季度个人电脑销量为 **1,540 万部**，同期，市场整体同比下跌 **10.9%**，联想表现优于大市 **6.7 个百分点**。联想在全球消费电脑市场的份额创新高达 **19.7%**。同时，在中国的市场份额增加了 **1.7 个百分点**，首次突破 **40%** 的市场份额。联想将把握行业整合趋势，以及由

Windows 10 带来的商用电脑换机潮，以及创新的可插拔及多模式笔记本带来的商机，不断提升市场份额，推进实现全球个人电脑 30% 市场份额的目标，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）方面凭借成功的业务重组及在中国以外新兴市场强劲的表现，联想实现了在完成收购摩托罗拉后 4 至 6 个季度内收支平衡的目标。移动业务集团的季度营业额达 32 亿美元，较 2014/15 年度第三季下跌 4%（包括完成收购摩托罗拉后两个月的营业额）。摩托罗拉业务为联想的移动业务集团带来 20 亿美元的营业额贡献。期内，移动业务集团的总税前亏损为 3,000 万美元，税前亏损率为 0.9%，季比季增长 7.2 个百分点。

智能手机总销量达 2,020 万台，年比年下跌 18.1%。在中国以外地区，联想智能手机的销量年比年增长 15%，主要由中国以外的新兴市场增长所带动。联想在印度及印度尼西亚的智能手机销量呈飞跃式增长，分别大幅增长 206% 及 318%。在上一个季度，中国以外市场占总销量的 75%，而本季度更上升至 83%。此外，摩托罗拉销量取得 25% 的季度增长，并渐趋稳定。在中国，联想的业务重组计划成效初显。联想新的双品牌战略 - 「联想摩托罗拉」和「联想 Vibe」，将推动智能手机业务实现更统一高效的业务模式。

**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）录得 13 亿美元的营业额，年比年增长 8%，季比季增长 12%。System x 业务取得近 10 亿美元的营业额，在计入因并购在会计处理衍生的非现金费用后，录得的汇报税前亏损为 1,400 万美元，年比年及季比季均有所改善。企业级业务集团于季内录得经营利润。此外，自收购 System x 业务以来，收益及经营税前利润每个季度均见增长。

企业级业务的增长主要由在中国取得的若干超大规模订单所推动。企业级业务集团稳定了其传统数据中心业务，同时把握了快速增长的云计算、超大规模和超融合的机会。在合作联盟方面，联想与软件及超融合厂商，包括 Nutanix, Red Hat 和 SAP 建立了具有长远发展前景的伙伴关系，这将有助联想打造差异化产品和服务，提升竞争力。撇除汇率波动的影响，联想有信心在 2015-16 财年实现企业级业务集团达 50 亿美元年营业额的目标。

---

## 区域概览

**中国区**第三季度的综合营业额年比年下降 14% 至 35 亿美元，占集团全球总营业额的 27%。税前收入利润率年比年下降 1 个百分点至 4.7%。

在个人电脑业务方面，联想在中国区的市场份额达 40%，创历史新高。在移动业务方面，集团已采取相应举措以提升渠道表现。受集团推行新的双品牌策略及优化产品组合的带动，移动业务表现正持续改善。集团的企业级业务同比上升 30%，这主要因为面向百度、阿里巴巴及腾讯等超大型客户的 ThinkServer 销量强劲，令联想在中国 x86 服务器市场稳占领导地位。

在**亚太区**，联想的综合营业额接近 20 亿美元，占集团全球总营业额的 15%。经营利润率受日本个人电脑市场收缩及汇率波动的影响，年比年下降 4.4 个百分点至 1.0%。

在个人电脑业务方面，联想的市场份额年比年增长 2.8 个百分点至 18.9%，保持市场第一位。其中印度市场表现尤其出色，市场份额年比年增长 55%。移动业务方面，印度和印度尼西亚的销量分别录得 206% 和 318% 的强劲增长，大大带动亚太区智能手机的销售表现，同比大幅增长 123%。同时，企业级业务亦录得利润提升。



联想于**欧洲、中东及非洲区**的第三季度综合营业额年比年下降**15%**至**35**亿美元，受到汇率波动及个人电脑市场放缓影响。欧洲、中东及非洲区占联想全球总营业额的**27%**。税前收入利润率为**1.7%**，年比年下降**1.3**个百分点。

联想在区内的个人电脑市场份额达**19.4%**，稳居市场第二位。消费电脑方面，集团连续第八个季度稳占第一位。移动业务方面，联想智能手机销量创新高达**470**万部，年比年上升**48%**。企业级业务方面，联想已投入资源以稳定销售。

在**美洲区**，联想在第三季度的综合营业额同比下降**7%**至约**39**亿美元，占联想全球总营业额的**31%**。联想在此区域的经营利润达**7,600**万美元（**14/15**财年第三季度：亏损**2,200**万美元）。经营利润率为**1.9%**。凭借近期在巴西及拉丁美洲进行的业务重组奏效，表现有所改善。

按区域而言，根据市场初步估计，联想个人电脑的市场份额较去年同期上升**1.9**个百分点至**13.1%**，这主要由美国个人电脑市场的强劲增长所带动，其销量年比年增长**21%**，相比之下市场同比下跌**4%**，令联想在美国的市场份额年比年上升**2.6**个百分点至**12.5%**。移动业务方面，摩托罗拉新推出的手机产品推动北美销量增长，季比季大幅上升**52%**。企业级业务方面，若干超大型订单机遇促使此业务表现良好。

\*IDC 2015年第四季度资料

\*\*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](http://www.lenovo.com)。

---

## 投资者垂询：

吴沛华 (Gary Ng)  
(852) 2516 4840  
[garyng@lenovo.com](mailto:garyng@lenovo.com)

徐焯麒 (Bryan Hsu)  
(852) 2516 4843  
[bryanhhsu@lenovo.com](mailto:bryanhhsu@lenovo.com)

龚凯茵 (Katie Kung)  
(852) 2516 4811  
[katiekung@lenovo.com](mailto:katiekung@lenovo.com)

楊婉婷 (Lisa Yang)  
(852) 2516 4804  
[wyang4@lenovo.com](mailto:wyang4@lenovo.com)

**联想集团**  
**财务摘要**  
**截至 2015 年 12 月 31 日止季度业绩**  
 (百万美元, 除每股资料)

	15/16	14/15	年比年
	第三季度	第三季度	变化
收入	12,913	14,092	-8%
毛利	1,885	2,097	-10%
毛利率	14.6%	14.9%	-0.3 个百分点
经营费用	(1,506)	(1,772)	-15%
费用率	11.7%	12.6%	-0.9 个百分点
经营利润	379	325	17%
其他非经营费用	(59)	(51)	16%
汇报税前利润	320	274	17%
税前利润 (不计入并购在会计处理衍生的非现金费用)*	397	348	14%
税项	(26)	(17)	50%
期内净利润	294	257	14%
非控制性权益	6	(4)	不适用
股东应占利润	300	253	19%
每股盈利 (美仙)			
基本	2.71	2.32	0.39
摊薄	2.70	2.30	0.40

\*此数据未计入并购在会计处理衍生的非现金费用 7,700 万美元 (14/15 财年第三季度: 7,400 万美元)。