

## 联想集团公布 2015/16 财年第四季度及全年业绩

核心个人电脑业务及盈利表现稳健 尽管营业额受内外挑战影响

- 全年营业额达 449 亿美元，年比年减少 3%；第四季度营业额达 91 亿美元，年比年减少 19%
- 业务重组在下半年实现费用减省 6.90 亿美元，保持了利润表现
- 全年税前亏损为 2.77 亿美元；第四季度税前利润为 1.93 亿美元，年比年上升 86%
- 全年净亏损为 1.28 亿美元，第四季度净利润为 1.80 亿美元，年比年上升 80%
- 全年每股基本亏损为 1.16 美仙或 9.00 港仙

香港，2016 年 5 月 26 日—联想集团今日公布截至 2016 年 3 月 31 日止第四季度及全年业绩。尽管营业额受内外挑战所影响，联想加强了其核心个人电脑业务，改善成本结构并保持了盈利表现。本季度，集团营业额年比年减少 19%至 91 亿美元，全年营业额年比年减少 3%至 449 亿美元。与此同时，联想历来最大规模的业务重组举措为集团带来更佳的成本结构，下半年实现费用减省 6.90 亿美元，带动第四季度税前利润年比年上升 86%至 1.93 亿美元，全年税前亏损为 2.77 亿美元。第四季度的净利润年比年上升 80%至 1.80 亿美元，而全年净亏损为 1.28 亿美元，已计入并购在会计处理衍生的非现金费用 3.30 亿美元。

“在刚刚过去的第四财季，宏观经济和产业环境挑战严峻，联想不可避免地受到影响，营业额有所下降，尽管如此，凭借去年年中所采取的果断措施，我们有力保卫了利润水平。我们的核心业务个人电脑业务保持强劲，企业级业务的盈利水平持续改善，智能手机在一些关键市场势头良好。”联想集团董事长兼 CEO 杨元庆表示：“我们也认识到在业务经营上存在一些问题，已经积极采取措施，通过调整组织和领导人、加强产品和渠道让移动业务重回增长，通过采用多业务操作系统释放每个业务的生产力和创造力。同时，我们将把终端领域的传统优势和正在建立的云服务和云基础设施的能力充分融合，以把握更加均衡的‘设备+云服务’的巨大机会。”

虽然面对内外挑战以及推进重大的业务重组举措，联想依然实现了以下经营及财务业绩：

- 稳居全球个人电脑市场领导地位，录得强劲的盈利，市场份额上升 1.3 个百分点至 21%\*的历史新高。
- 平板电脑的市场份额创新高，优于市场表现，全年销量近 1,100 万部，排名全球第三位。
- 企业级业务的全年营业额年比年增加 73%，连续六个季度录得经营利润，中国及新兴市场表现出色。
- 全球移动业务全年在新兴市场录得双位数增长(亚太区上升 96%，欧洲、中东及非洲区上升 83%，而拉丁美洲区则上升 46%)，并在第三季达到经营收支平衡，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。
- 云服务业务集团的表现创新高，月活用户数量增长两倍至超过 2 亿，全年营业额超过 2 亿美元。
- Interbrand 评选联想为全球最佳 100 品牌之一
- 创新的优秀产品推动业务发展，在国际消费电子展上获 66 个奖项，在世界移动通信大会上赢得 23 个奖项。

全年毛利率年比年下降 1%至 66 亿美元，第四季度毛利率年比年下降 15%至 15 亿美元。全年毛利率为 14.8%，第四季度毛利率为 16.6%。全年经营亏损为 6,200 万美元，本季度盈利为 2.48 亿美元，较去年第四季度上升 95%。第四季度每股基本盈利为 1.63 美仙或 12.67 港仙；全年每股基本亏损为 1.16 美仙或 9.00 港仙。联想董事会建议派发截至 2016 年 3 月 31 日止财年的末期股息每股 2.64 美仙或 20.5 港仙。

## 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 62 亿美元，税前利润达 3.12 亿美元，年比年下跌 20%，联想将在扩大的 PC 市场中进攻新的增长领域，如游戏电脑和二合一笔记本，并利用整合优势，提升营收。季内税前利润率保持在 5%。联想在季度内的个人电脑销量为 1,210 万台，分别占季度及全年全球市场份额的 20.2%及 21%。第四季度，联想与苹果在传统个人电脑、二合一笔记本和平板电脑合计的市场并列第一。联想在北美市场的表现尤其突出，录得 19%增长并保持第三位。

**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) 的季度营业额达 17 亿美元。联想第四季度及全年的智能手机销量分别为 1,090 万部及 6,610 万部。以全年计，在中国以外市场的智能手机产品销量大幅增长 63%至 5,100 万部。平板电脑方面，业务表现优于市场，销量持续增长至近 1,100 万部，市场份额为 5.4%。第四季度，摩托罗拉为联想带来近 500 万部的销量，为联想的移动业务集团带来 10 亿美元的营业额贡献。

以上表现反映，集团移动业务的整合未达预期。尤其是中国的智能手机业务在把重心转向开放市场和中高价位段的过程中，销量下降了 85%。北美的产品切换亦不够成功。移动业务集团自完成摩托罗拉收购后迅速反思并付诸行动，积极调整组织及管理架构。两位新任联席总裁分别主管中国业务和国际业务。其中，中国仍是最具竞争力的市场，联想将继续推动业务重心从运营商向开放市场有效转移，并凭借 ZUK 的业务模式构建端到端的业务竞争力，通过这些举措让移动业务回归盈利性增长。针对国际市场，联想将保持在新兴市场的高速增长，并以更具竞争力的产品组合，让美国业务重回正轨。

**企业级业务集团 (EBG)**，包括联想 ThinkServer 及 System x 品牌的服务器、存储、软件和服务) 录得 46 亿美元的营业额，年比年增长 73%，主要由全年在中国取得的若干超大规模订单所推动。由于销售架构未充份理顺以为集团带来最大价值，季度营业额下降 8%至 10 亿美元。在收购 System x 的第六个季度，虽然在计入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 1,600 万美元，企业级业务集团仍录得良好的经营税前利润，经营利润率为 1.7%。

**企业级业务集团**在最近更名为数据中心业务集团。新业务集团将通过整合后更高效的销售模式、端到端的业务结构和更专注的管理，更有力地推动成熟市场的销售增长。集团将与拥有世界一流技术的厂商如 SAP, Nutanix, Juniper 和 Red Hat，进行全新模式的合作，全面把握价值 870 亿美元的数据中心市场中高增长领域的商机。

---

## 区域概览

联想在**中国区**第四季度的营业额达 23 亿美元，占集团全球总营业额的 26%，经营利润率年比年增加 0.1 个百分点至 4.5%。第四季度，尽管整体个人电脑市场放缓 8.5%，联想继续巩固在个人电脑市场的利润率及领导地位，市场份额达 32%。中国的移动市场竞争极为激烈，联想在中国的移动业务放缓 85%，主要由于联想将业务重心从运营商市场转向开放市场的进程未如理想。企业级业务第四季度增长强劲，营业额年比年上升 8%。

在**亚太区**，联想第四季度营业额达 16 亿美元，占集团全球总营业额的 17%，经营利润率年比年下降 3.8 个百分点至 0.8%。第四季度，联想以 15.6% 的市场份额稳占亚太区个人电脑市场第一位，全年亦以 17.5% 的市场份额于亚太区个人电脑市场排名第一。亚太区第四季度的智能手机销量录得强劲增长，年比年上升 44%，主要由东南亚地区所带动。企业级业务正建立强大的产品线，逐步转而构建更灵活的组织结构。

第四季度，由于个人电脑市场放缓，联想在**欧洲、中东及非洲区**的营业额有所下降，为 25 亿美元，利润率为 0.2%。欧洲、中东及非洲区业务占联想全球总营业额的 27%。季内，联想以 20.7% 的市场份额稳居个人电脑市场的第二位，并在区内 15 个国家的个人电脑市场排名第一。智能手机销量上升 29%，主要由东欧、中东及非洲地区所带动。企业级业务受销售团队结构性问题影响，联想于四月一日创立新数据中心业务集团已解决相关问题。

**美洲区**第四季度的营业额为 27 亿美元，占集团全球总营业额 30%。巴西业务回稳对整体业务有明显影响，利润率亦有所改善。北美及拉丁美洲销量强劲，带动美洲区的个人电脑市场份额于季内提升至 14.8% 的历史新高。联想第四季度在关键的美国市场稳占第三位。移动业务方面，**Moto G** 延至第一季度推出影响集团在美洲区的业务；与欧洲、中东及非洲区的情况相同，美洲区的企业级业务同样受销售团队结构性问题影响，联想于四月一日创立新数据中心业务集团已解决相关问题。

\* IDC 2016年第一季度资料。

---

## 关于联想

联想 (HKSE: 992) (ADR: LNVGY) 是一家营业额达 450 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 2016 年 3 月 31 日止季度及全年业绩

(百万美元, 除每股资料)

	15/16 第四季度	14/15 第四季度	年比年 变化	15/16	年比年 变化
营业额	9,133	11,334	-19%	44,912	-3%
毛利	1,518	1,779	-15%	6,624	-1%
毛利率	16.6%	15.7%	0.9 百分点	14.8%	0.4 百分点
经营费用	(1,270)	(1,652)	-23%	(6,686)	20%
费用率	13.9%	14.6%	-0.7 百分点	14.9%	2.9 百分点
经营利润/(亏损)	248	127	95%	(62)	不适用
其它非经营费用	(55)	(23)	133%	(215)	56%
税前利润/(亏损)	193	104	86%	(277)	不适用
税项	(17)	(7)	156%	132	不适用
期/年内净利润/(亏损)	176	97	81%	(145)	不适用
非控制性权益	4	3	40%	17	不适用
股东应占利润/(亏损)	180	100	80%	(128)	不适用
每股盈利/(亏损) (美仙)					
基本	1.63	0.91	0.72	(1.16)	不适用
摊薄	1.62	0.90	0.72	(1.16)	不适用
每股派息 (港仙)				26.5	-