

lenovo[®]

2011/12第一季度业绩



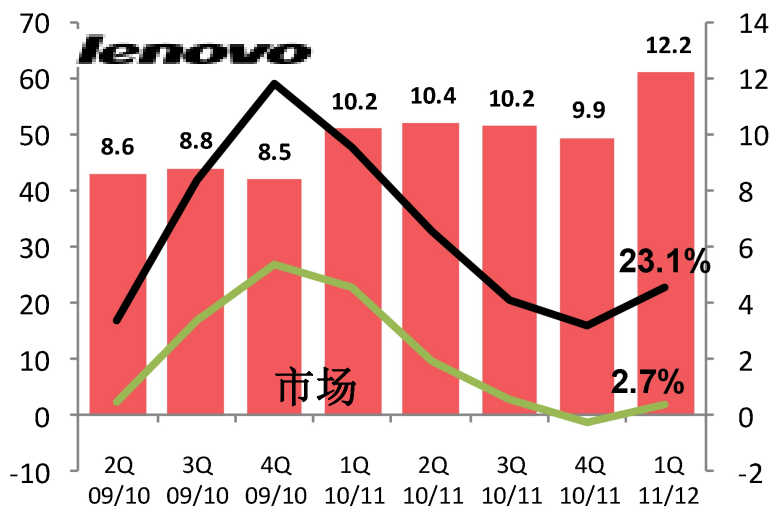
杨元庆

首席执行官

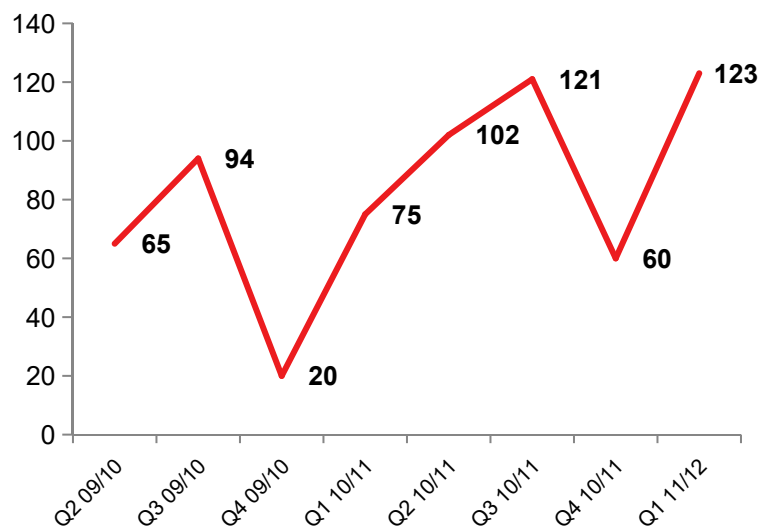
强劲业绩推动联想成为全球第三大PC厂商

- 市场份额、销量及营业额均创新高
- 连续7个季度保持最快增速
- 盈利水平提升，税前利润同比提升**64%**
- 由于增加研发和品牌的竞争力建设投入，费用率略有提升

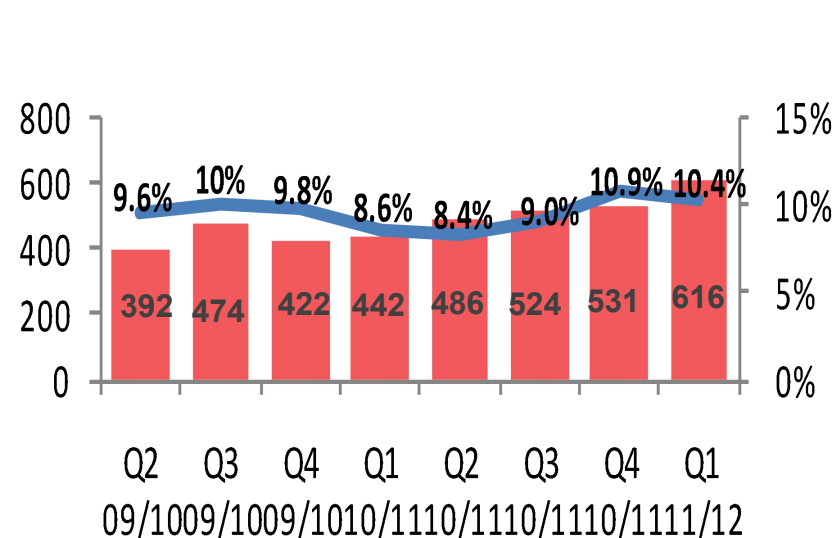
联想全球市场份额和销量同比增长 (%)



联想税前利润 (百万美元)

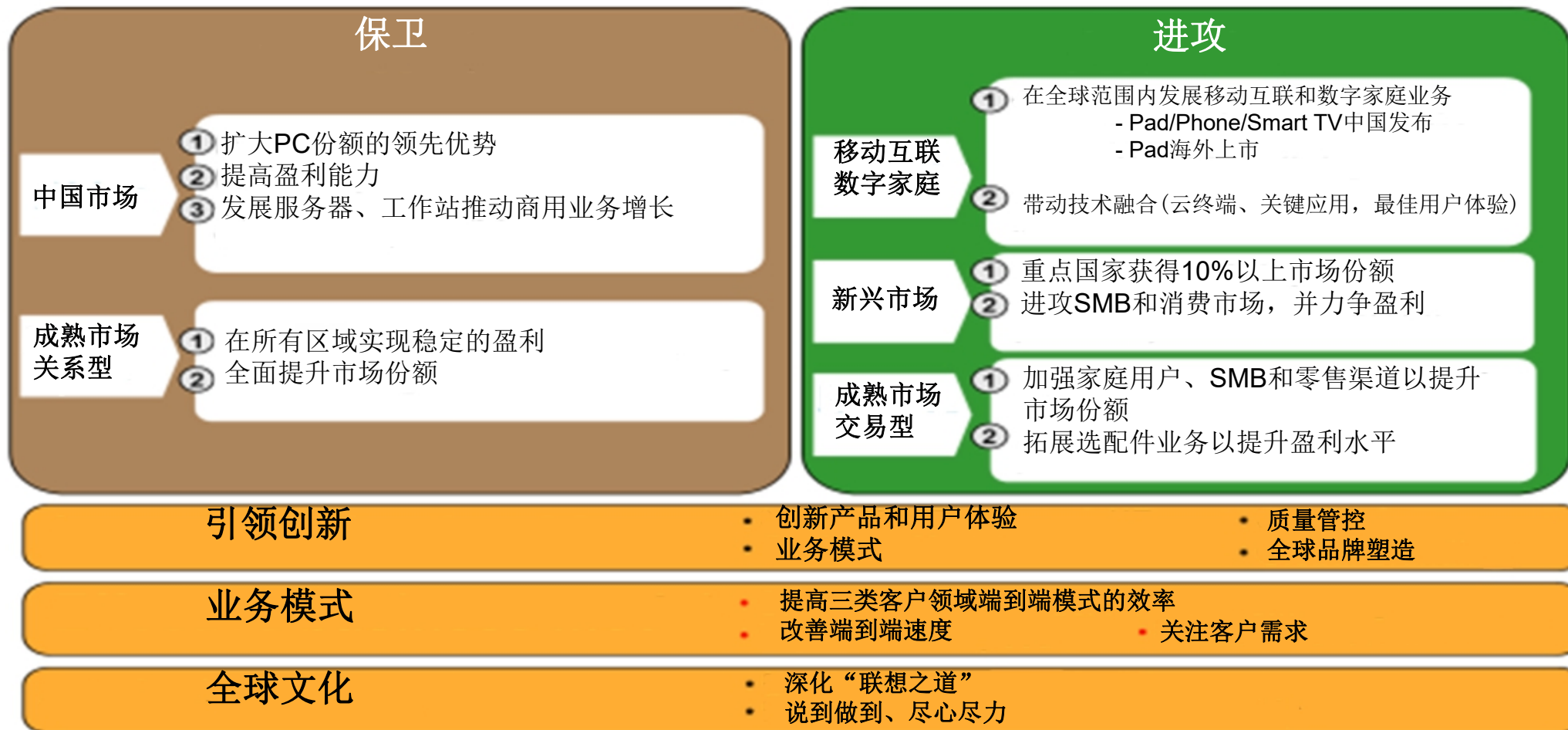


联想经营费用 (百万美元) 和费用率



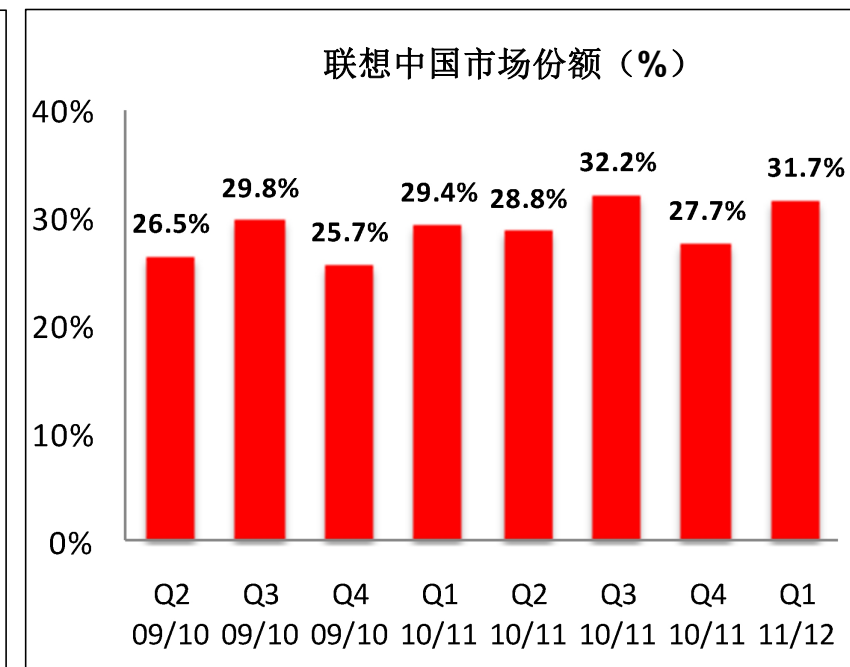
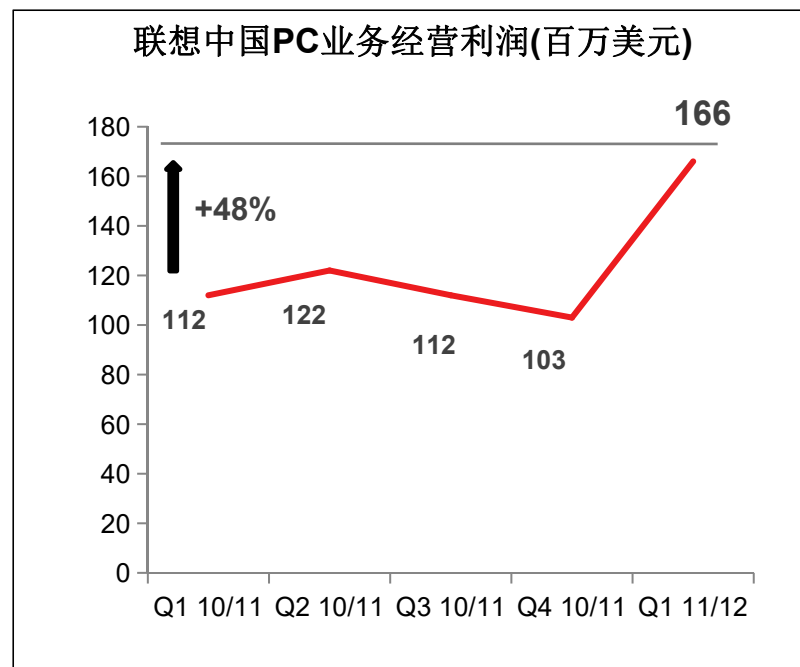
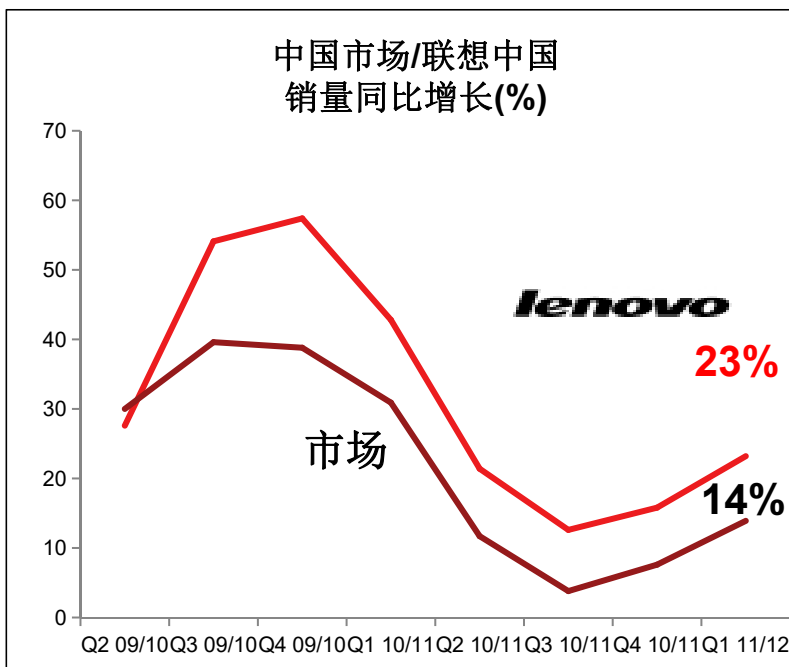
资料来源: IDC和内部数据

战略执行有力，持续强劲增长



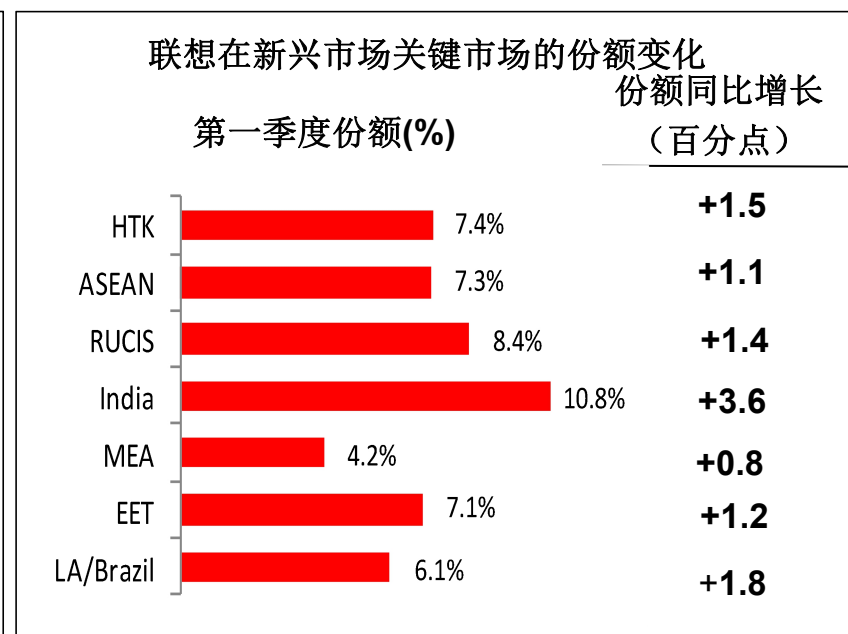
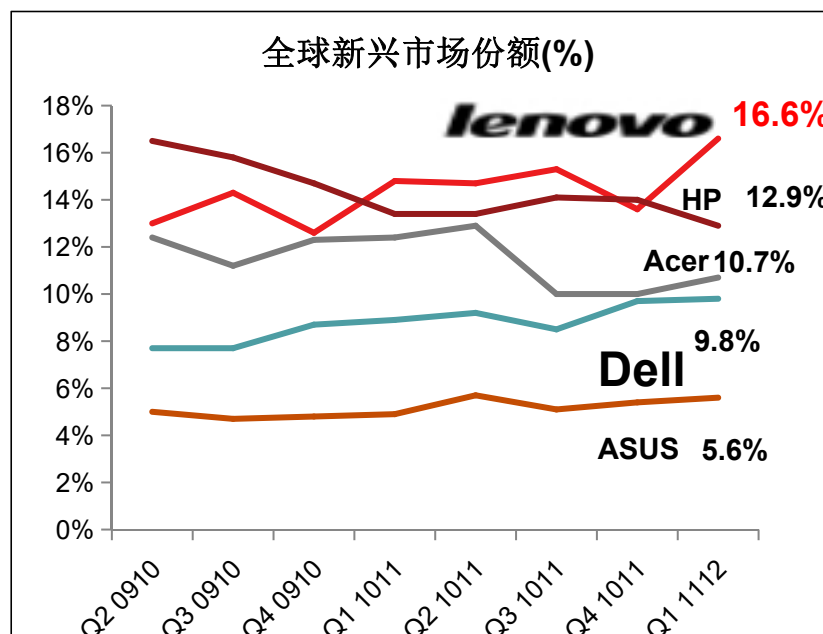
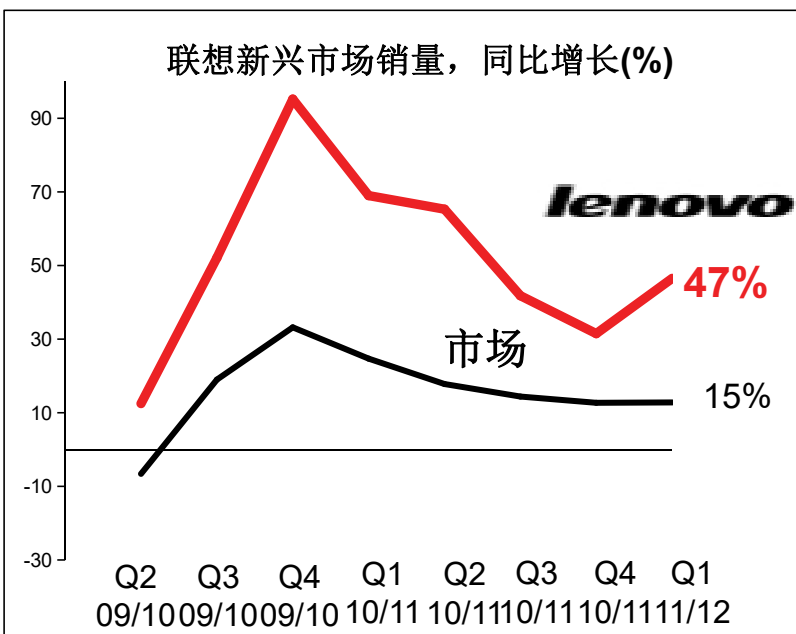
保卫中国业务

- 利用中国超过美国成为全球最大PC市场的机会，扩大领先优势
- 市场份额同比提升2.3个百分点
- 经营利润同比增长48%



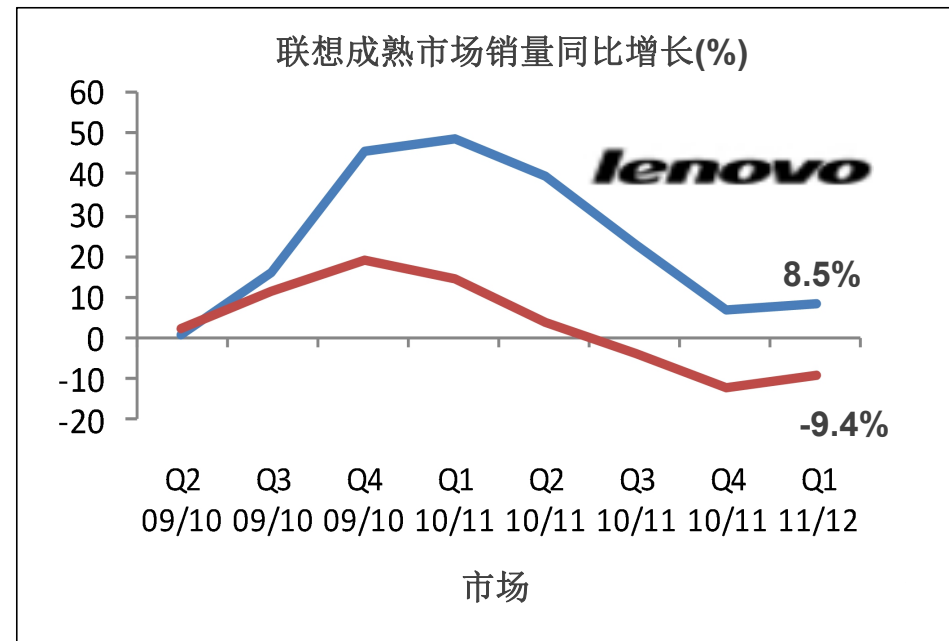
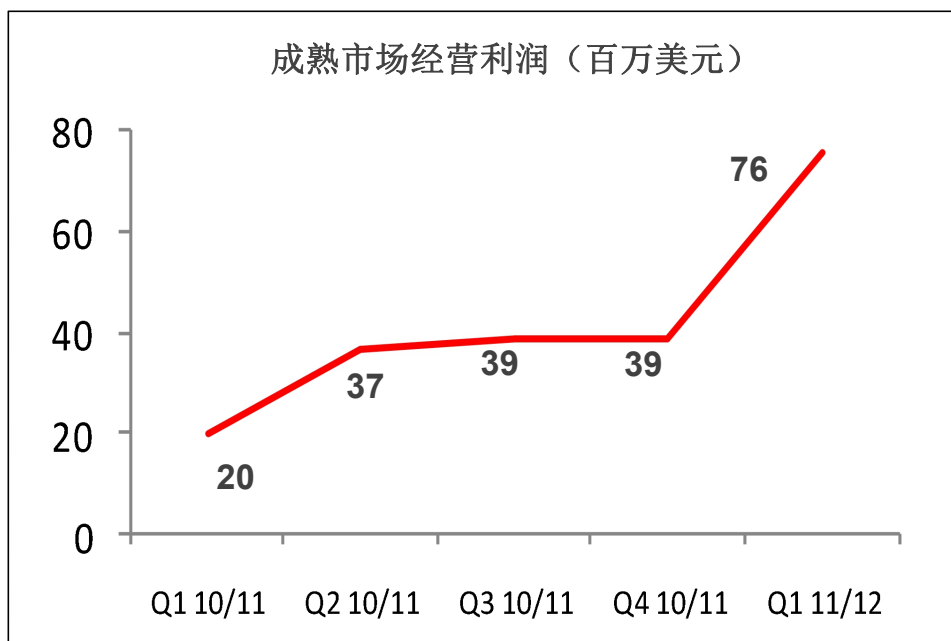
进攻新兴市场

- 增速达大市3倍以上（联想46.5%；市场平均14.7%）
- 中国以外市场份额达到6.9%，同比提升1.5个百分点
- 全球新兴市场（含中国）重回第一，领先地位加强
- 所有关键市场实现份额提升，如印度



成熟市场：保卫与进攻

- 经营利润同比提升5,600万美元
- 市场份额达新高6.6%，同比提升1.1个百分点
 - 北美市场份额同比提升近2个百分点，达到新高7%
- 与NEC组建的合资公司正式成立，完成对Medion公司的收购



资料来源：IDC和内部数据



进攻：移动互联业务

- 乐Pad中国强势首发，销量突破8万台，并继续攀升
- 在全球范围内推出平板电脑系列产品
- 面向中国主流消费群推出千元智能手机A60



A60智能手机

lenovo FOR
THOSE
WHO DO.

关注增长、盈利的平衡发展

- 过去两年的战略投入已有力推动增长
- 将推行更注重平衡的战略：保持增长，兼顾盈利
- 继续投入于战略增长业务和竞争力建设
 - 创新
 - 品牌建设
 - 移动互联网
 - 新兴市场及消费业务

展望

对把握市场机会，保持良好增长持乐观态度

- 新兴市场，包括中国在内，继续保持增长势头
- 企业换机潮仍在持续
- 移动互联进入快速增长期

正确的战略…

…创新的产品…

…为我们未来的增长

占据有利位置



黄伟明

首席财务官

财务概要

百万美元

	2011/12 第一季	2010/11 第一季	年比年	季比季
销售额	5,920	5,147	773	1,041
毛利	739	523	216	139
经营费用	(616)	(442)	(174)	(86)
经营溢利*	123	81	42	53
其他非经营费用	0	(6)	6	10
除税前溢利*	123	75	48	63
其他收入 - 净额	0	0	0	0
除税前溢利	123	75	48	63
税项	(15)	(20)	5	3
股东应占溢利	108	55	53	66
每股盈利(美仙)				
- 基本	1.11	0.57	0.54	0.68
- 摊薄	1.08	0.54	0.54	0.66

*不包括其他收入- 净额

	2011/12 第一季	2010/11 第一季	2010/11 第四季
毛利率	12.5%	10.2%	12.3%
费用率	10.4%	8.6%	10.9%
经营溢利率*	2.1%	1.6%	1.4%
除税前溢利率*	2.1%	1.5%	1.2%
净利率	1.8%	1.1%	0.9%

综合资产负债表

百万美元

	于30/6/2011	于31/3/2011
非流动资产	2,798	2,769
物业、厂房及设备	211	209
无形资产	2,142	2,134
其他	445	426
流动资产	9,560	7,937
银行存款及现金	3,899	2,997
应收贸易、应收票据及其他应收账款	4,670	4,066
存货	936	804
其他	55	70
流动负债	9,522	8,033
短期银行贷款	61	72
应付贸易、应付票据及其他应付账款	8,887	7,375
非流动负债一年内应付部份	462	450
其他	112	136
流动资产 / (负债) 净额	38	(96)
非流动负债	875	838
总权益	1,961	1,835

现金及营运资金

百万美元	<u>2011/12 第一季</u>	<u>2010/11 第一季</u>	<u>2010/11 第四季</u>
银行存款及现金	3,899	2,715	2,997
总银行债项	261	478	272
净现金储备	3,638	2,237	2,725
存货周转期	16	19	18
应收账周转期	29	28	32
应付账周转期	72	70	83
现金周转期	-27 天	-23 天	-33 天

区域业务表现

中国

- 市场份额大幅增加至**31.7%**(年比年上升**2.3**个百份点)
- 於新兴城市的领先地位带动销量强劲增长

新兴市场(不包括中国)

- 市场份额持续增长; 在某些国家（例如印度）拥有接近**10%**的市场份额
- 增加品牌建设的投资以进攻快速增长的新兴市场

成熟市场

- 受惠於强劲的商用个人电脑需求，市场份额录得**6.6%**的历史新高(年比年上升**1.1**个百分点)
- 优化产品组合及提高运作效率以提升盈利能力

(不包括重组费用及一次性项目)	销售额 百万美元			分类经营利润/(亏损) 百万美元			分类经营利润率		
	12年 第一季	年比年	季比季	12年 第一季	11年 第一季 [^]	11年 第四季 [^]	12年 第一季	11年 第一季 [^]	11年 第四季 [^]
中国*	2,836	13.1%	29.2%	159	113	90	5.6%	4.5%	4.1%
中国个人电脑 [#]	2,621	12.7%	30.4%	166	112	103	6.4%	4.8%	5.1%
新兴市场 (不包括中国)	1,037	26.4%	22.0%	(22)	(23)	(18)	-2.1%	-2.8%	-2.1%
成熟市场	2,047	12.6%	11.6%	76	20	39	3.7%	1.1%	2.1%

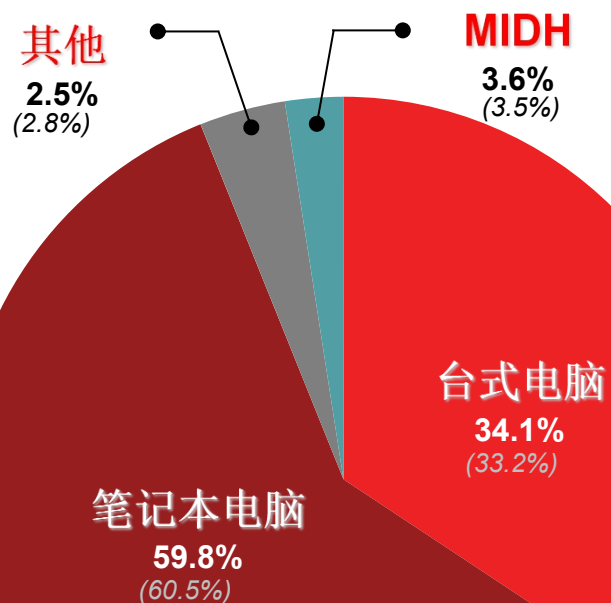
* 包括移动互联和数字家庭 (“MIDH”)

[#] 摘自于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于对外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

[^] 经采纳新信息系统费用分摊法後重分类

产品业务表现

按产品种类收入



台式电脑

- 销量年比年上升23%; 销售额年比年上升18%
- 全球第二大消费台式个人电脑公司
- 市场份额年比年上升2.4个百分点
- 通过加强一体机及针对中小企的台式电脑带动强劲增长

笔记本电脑

- 销量年比年上升23%; 销售额年比年上升14%
- 市场份额年比年上升 1.7 个百分点
- 全球第二大商用笔记本个人电脑公司
- 推出针对中小企业为主的新一代超便携笔记本

MIDH

- 销量年比年上升18%
- 手机销量强劲, 年比年上升34%; 市场份额年比年上升1.5个百分点
- 「乐Phone」销量年比年上升172%
- 「乐Pad」初步反应良好, 销量逐步上升
- 在七月下旬于海外推出一系列新平板电脑, 针对广泛的顾客层



柳传志

董事会主席

附件

- 综合损益表
- 简明综合现金流量表
- 过往区域业务表现(经重分类)

综合损益表

百万美元	2011/12 第一季	2010/11 第一季
销售额	5,920	5,147
销售成本	(5,181)	(4,624)
毛利	739	523
其他收入 - 净额	-	-
销售和分销费用	(349)	(222)
行政费用	(174)	(160)
研发费用	(78)	(70)
其他经营(亏损)/溢利 - 净额	(15)	10
经营溢利	123	81
财务收入	8	5
财务费用	(8)	(11)
应占联营公司溢利	0	0
除税前溢利	123	75
税项	(15)	(20)
本公司权益持有人	108	55
每股应占溢利 (美仙)		
- 基本	1.11	0.57
- 摊薄	1.08	0.54

简明综合现金流量表

百万美元	2011/12 第一季	2010/11 第一季
营运活动产生现金净额	919	325
投资活动(所耗)/产生现金净额	(43)	87
融资活动所耗现金净额	(9)	(34)
现金及现金等价物增加	867	378
汇兑变动的影响	21	1
期初现金及现金等价物	2,954	2,238
期末现金及现金等价物	3,842	2,617

过往区域业务表现(重分类)

按财务报告所述

(不包括重组费用及一次性项目)	1011 第一季			1011 第二季			1011 第三季			1011 第四季		
	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率
中国*	2,508	138	5.5%	2,630	150	5.7%	2,682	132	4.9%	2,195	88	4.0%
中国个人电脑#	2,326	137	5.9%	2,411	147	6.1%	2,464	137	5.6%	2,009	100	5.0%
新興市場 (不包括中國)	821	(25)	-3.0%	1,071	(17)	-1.6%	1,117	(13)	-1.2%	850	(10)	-1.2%
成熟市場	1,818	0	0.0%	2,059	20	1.0%	2,009	22	1.1%	1,834	36	2.0%

经重分类[^]

(不包括重组费用及一次性项目)	1011 第一季 [^]			1011 第二季 [^]			1011 第三季 [^]			1011 第四季 [^]		
	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率	销售额 百万美元	分类经营 利润/(亏损) 百万美元	分类经营 利润率
中国*	2,508	113	4.5%	2,630	126	4.8%	2,682	107	4.0%	2,195	90	4.1%
中国个人电脑#	2,326	112	4.8%	2,411	122	5.1%	2,464	112	4.6%	2,009	103	5.1%
新興市場 (不包括中國)	821	(23)	-2.8%	1,071	(11)	-1.1%	1,117	(10)	-0.9%	850	(18)	-2.1%
成熟市場	1,818	20	1.1%	2,059	37	1.8%	2,009	39	2.0%	1,834	39	2.1%

* 包括MIDH

摘取于管理报告内有关中国个人电脑的财务数据，于對外财务报告并未以独立的可报告分部呈列，仅供参考

[^] 经采纳新信息系统费用分摊法後经重分类

THANK YOU **GRAZIE** **MERCI** **DANKE** **GRAZIAS** 謝謝 **СПАСИБО**
GRACIAS **OBRIGADO** ありがとう **DANK** **TAKK** **BEDANKT** **DAKUJEM**