

lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

2013/14第三季度业绩



前瞻性陈述

本报告载有涉及对未来预期及计划的前瞻性陈述，包括但不限于有关联想集团未来经营业绩、财务状况或业务前景的陈述及其他基于预测、估计和假设所作的陈述。在若干情况下，我们会在前瞻性陈述中使用「预期」、「有意」、「计划」、「相信」、「估计」、「可能」、「将会」、「应会」及类似词汇（及其反义词）以作识别。该等前瞻性陈述反映联想集团的董事及管理层当前的预期及计划，而该等当前预期及计划可能无法实现或可能改变。多项风险、不明朗因素及其他因素（包括无法预测及联想集团不可控制的元素）均可能影响该等前瞻性陈述中所讨论的事项。该等因素包括但不限于全球及我们所营运的国家的经济及业务状况、联想集团对市场发展作出预期及迅速反应的能力、消费者需求、价格趋势及竞争、适用法律及法规的变更（包括适用的税费和关税税率）。该等前瞻性陈述所依据的预期及计划的任何变动均可能导致联想集团的实际业绩或行动与该等陈述所明示或暗示者出现重大差异。该等前瞻性陈述并非日后表现的保证，阁下应审慎对待，不应过份依赖该等陈述。联想集团毋须承担任何更新本报告所载任何前瞻性陈述的责任（无论是因出现新信息或任何其后变更、发展或事件所导致者）。本说明所载的所有前瞻性陈述均受本段落所限。

lenovo® **FOR**
THOSE
WHO DO.™

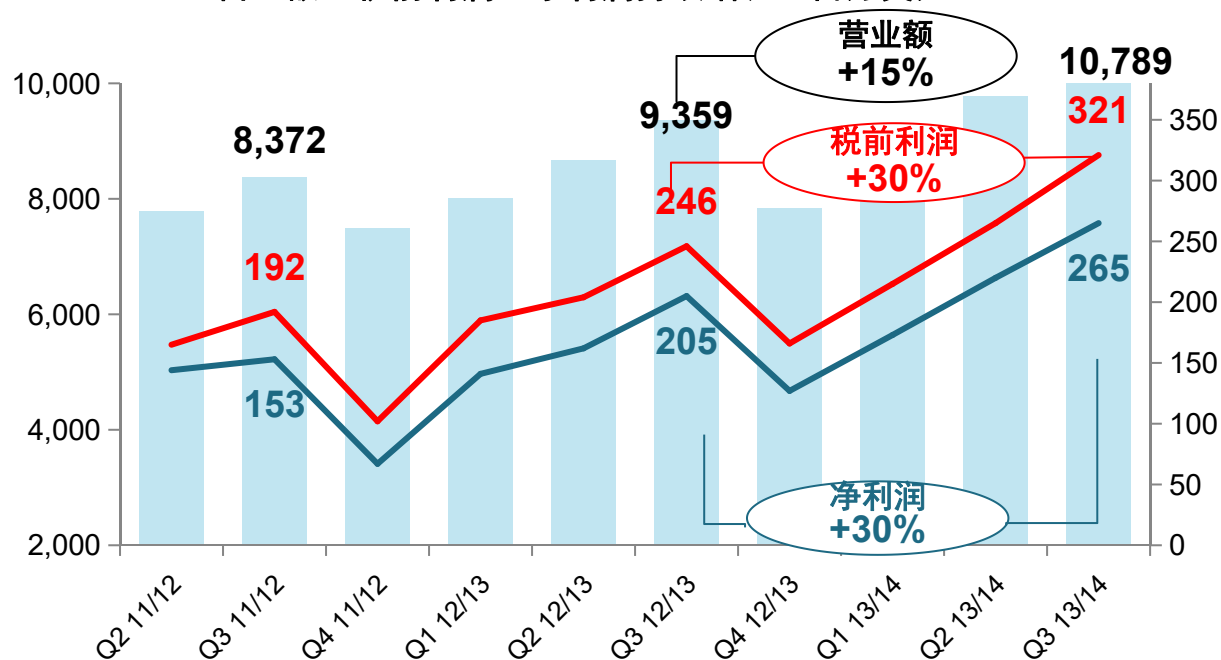
杨元庆
董事长兼首席执行官



清晰的战略带来创纪录的业绩

- 营业额和利润均创新高
 - 营业额108亿美元，同比提升15%
 - 净利润2.65亿美元，同比提升30%
- 清晰战略和有力执行
 - 保卫PC业务，进攻PC+业务

营业额、税前利润、净利润持续增长（百万美元）



数据来源：内部统计

保卫PC

- 利润池**
- 1 加强中国市场领导地位
 - 2 在所有区域实现关系型业务的稳定盈利
 - 3 提升选件和软件预装业务，扩展硬件相关的服务配售
- 盈利性增长**
- 1 扩大交易型业务规模，特别是消费业务
 - 2 推动中国以外的新兴市场达到两位数市场份额

进攻PC+

- 智能手机
平板电脑**
- 1 巩固在中国智能手机和平板电脑市场的领导地位
 - 2 智能手机快速拓展至新兴市场，同时为进攻成熟市场打好基础
 - 3 在中国以外地区，重振平板电脑业务
- 企业级系统**
- 1 在全球服务器市场成为主要厂商
 - 2 工作站进入全球第一阵营

引领创新

创新产品和用户体验 | 全新产品品类和业务 | 全球品牌塑造

运营效率

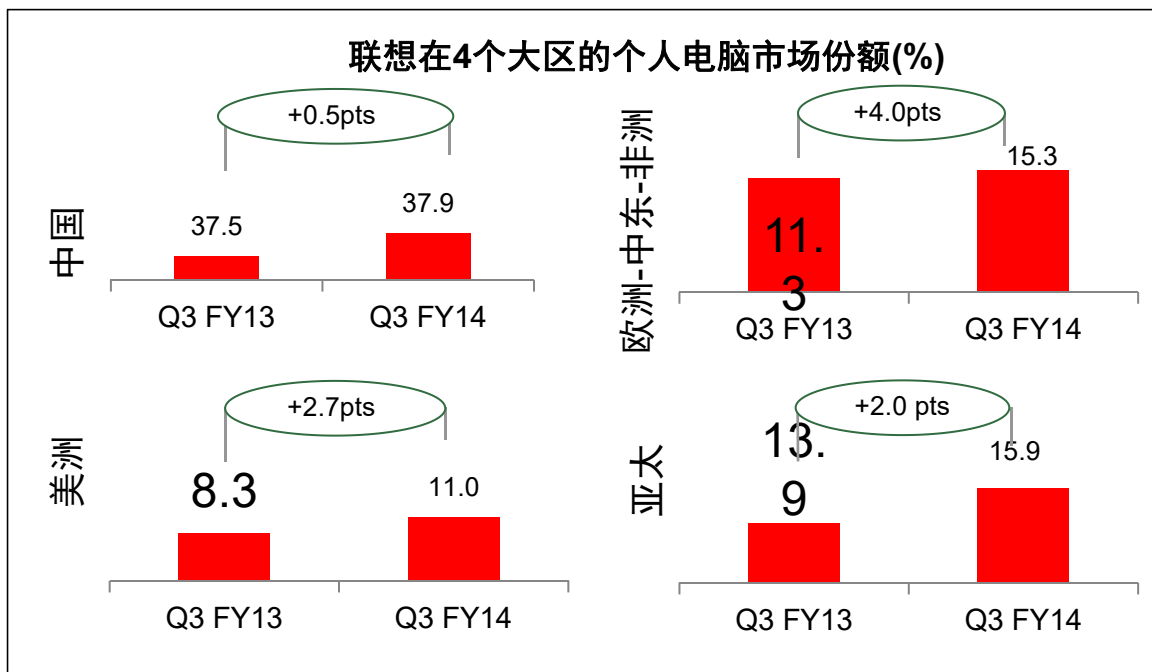
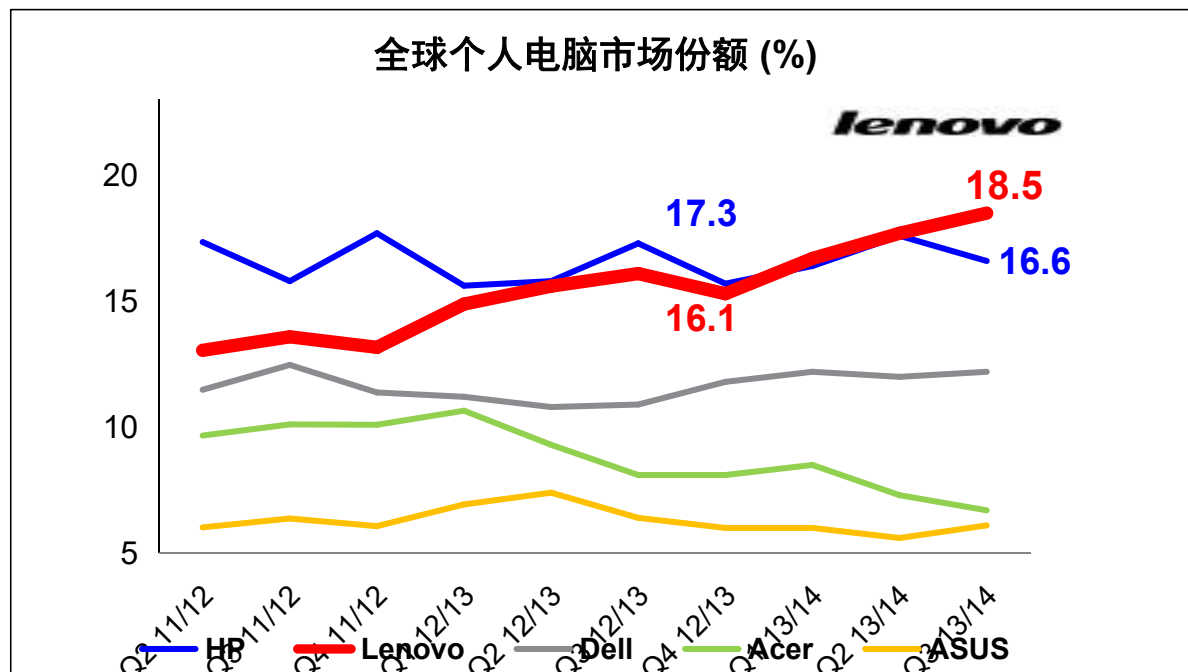
整合的业务集团 | 全球化和本地化结合的业务模式 | 改善规模量产流程 | 可持续性

全球文化

说到做到、尽心尽力 | 打造世界一流的公司组织

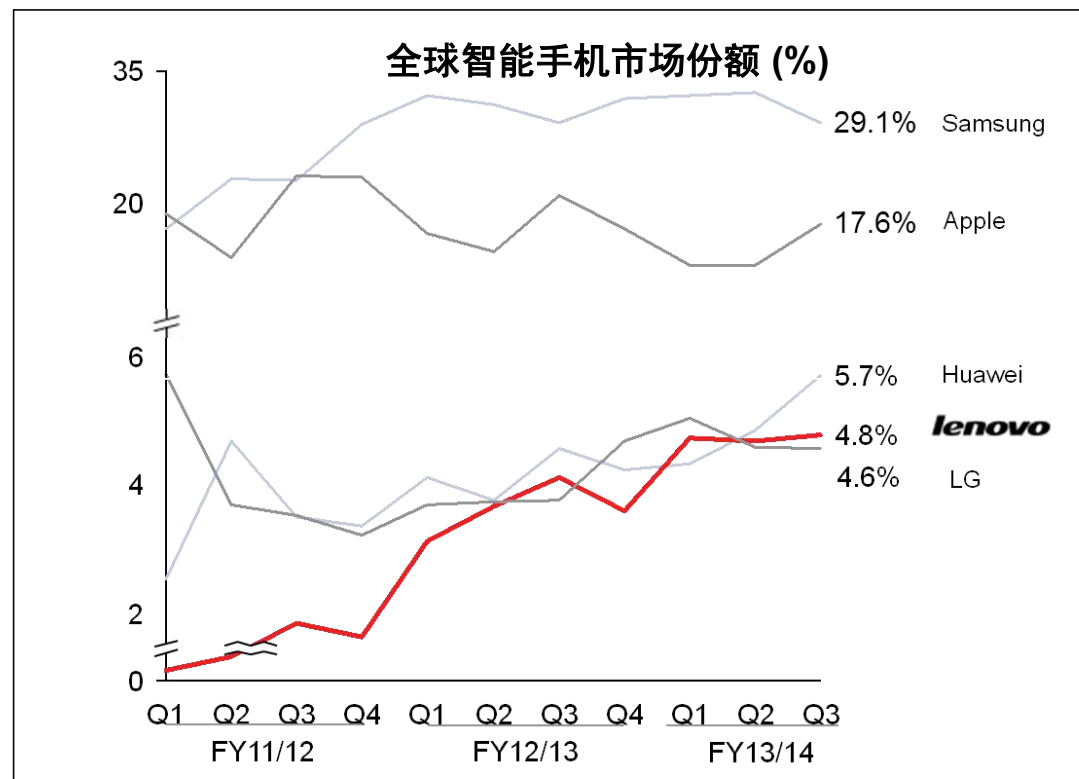
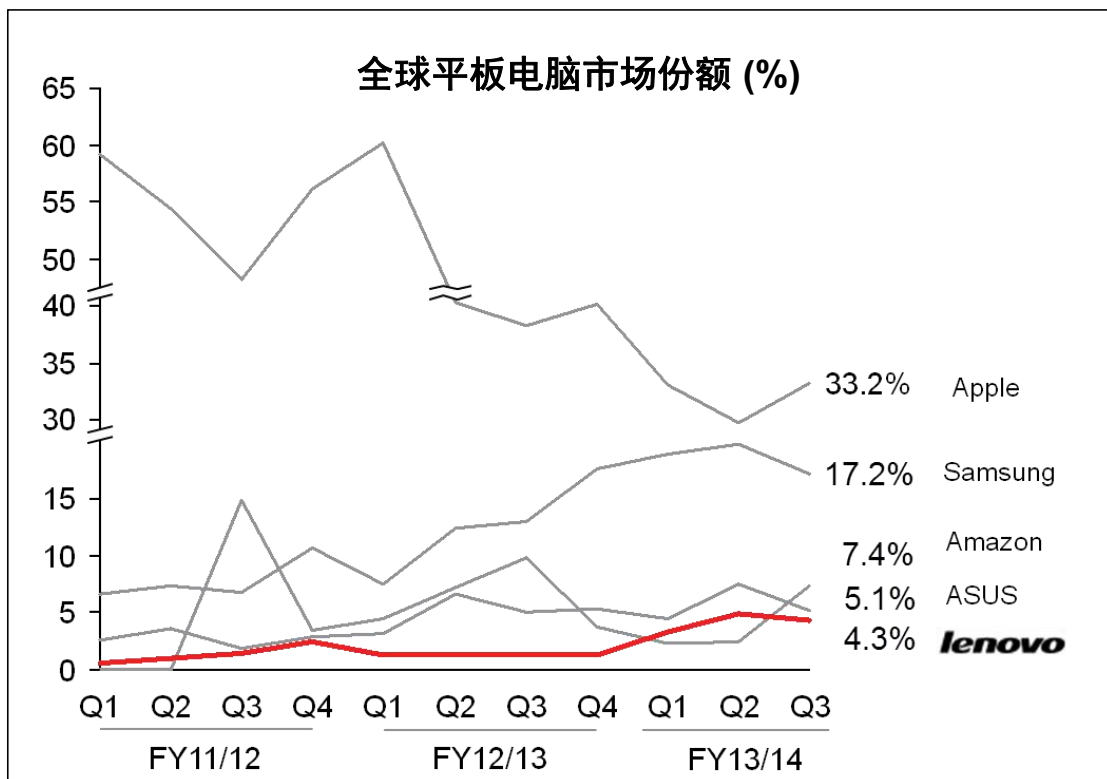
PC: 扩大领先优势，提升盈利水平

- 保持全球个人电脑市场冠军地位：
 - 市场份额创新高，达18.5%，同比提升2.4个百分点
 - 经营利润同比提升27%
- 强劲业绩得益于全球各大区的均衡增长：
 - 中国的经营利润率同比显著提升1.3个百分点；欧洲-中东-非洲份额同比提升达4个百分点；亚太重夺市场第一
 - 美洲增长最快，实现高于大市31个百分点的增长



PC+: 平板电脑、智能手机增长强劲

- 平板电脑全球销量近340万台，同比提升326%
 - 全球市场份额 4.3%;各大区均增长迅速; Yoga平板深受青睐
- 智能手机全球销量同比提升47%，亚太和欧洲-中东-非洲大区增长尤为强劲
 - 中国以外市场销量首次达到200万台
 - 全球销量1390万台，列第四；将凭借创新产品把握4G机遇，尤其在中国市场



收购IBM X86服务器业务，增强企业级领域实力

如何让交易推动增长

- 利用联想的供应链优势降低成本，提升盈利能力
- 利用服务器更高的利润空间推动公司整体利润水平的提升
- 利用联想的渠道优势推动服务器业务快速增长
- 利用联想在中国的优势，把握服务器市场的强劲需求

为什么选择IBM

- 立即进入全球市场前三位
- 在全球范围内增长快速的关键市场成为领导厂商

lenovo



IBM
x86 服务器业务

收购摩托罗拉移动业务，加强智能手机地位

如何让交易推动增长

- 通过更优化的原材料采购和全球规模效应显著降低成本
- 凭借全球规模降低费用率
- 利用享有盛誉的摩托罗拉品牌推出更加丰富和创新的产品
- 让摩托罗拉品牌进入新兴市场和中国，有信心让中国用户重新拥抱其回归

为什么选择摩托罗拉

- 与联想的智能手机全球拓展战略高度匹配
- 成为稳居第三的智能手机厂商
- 让摩托罗拉品牌重回中国市场
- 整合计划已在制定，能够在交易完成后迅速实现协同效应
- 把摩托罗拉产品带入现有市场

lenovo

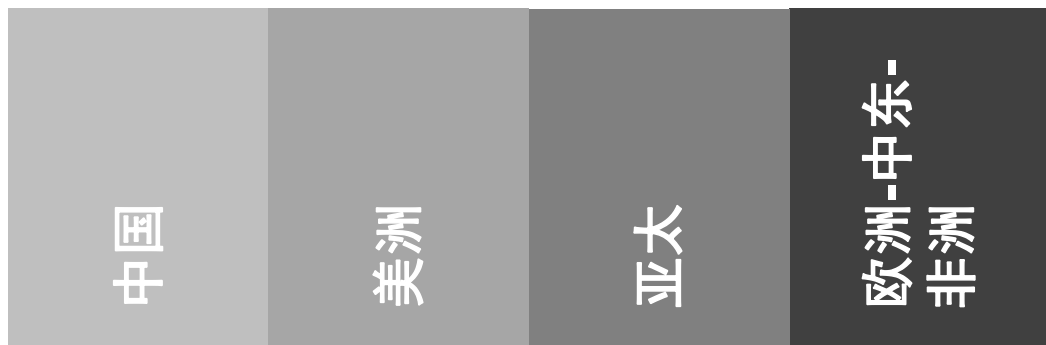


lenovo

架构重组，保障增长

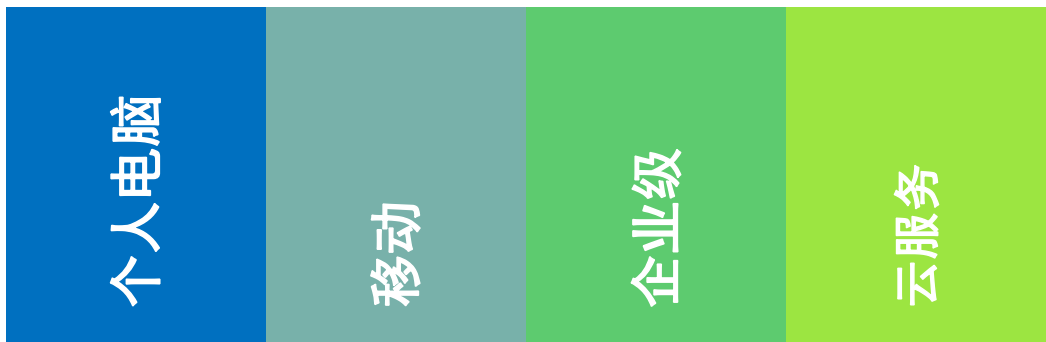
新的组织结构

一致的客户导向的销售前端



- 大区架构基本不变:
 - 快速响应市场变化
 - 专注于满足客户需求

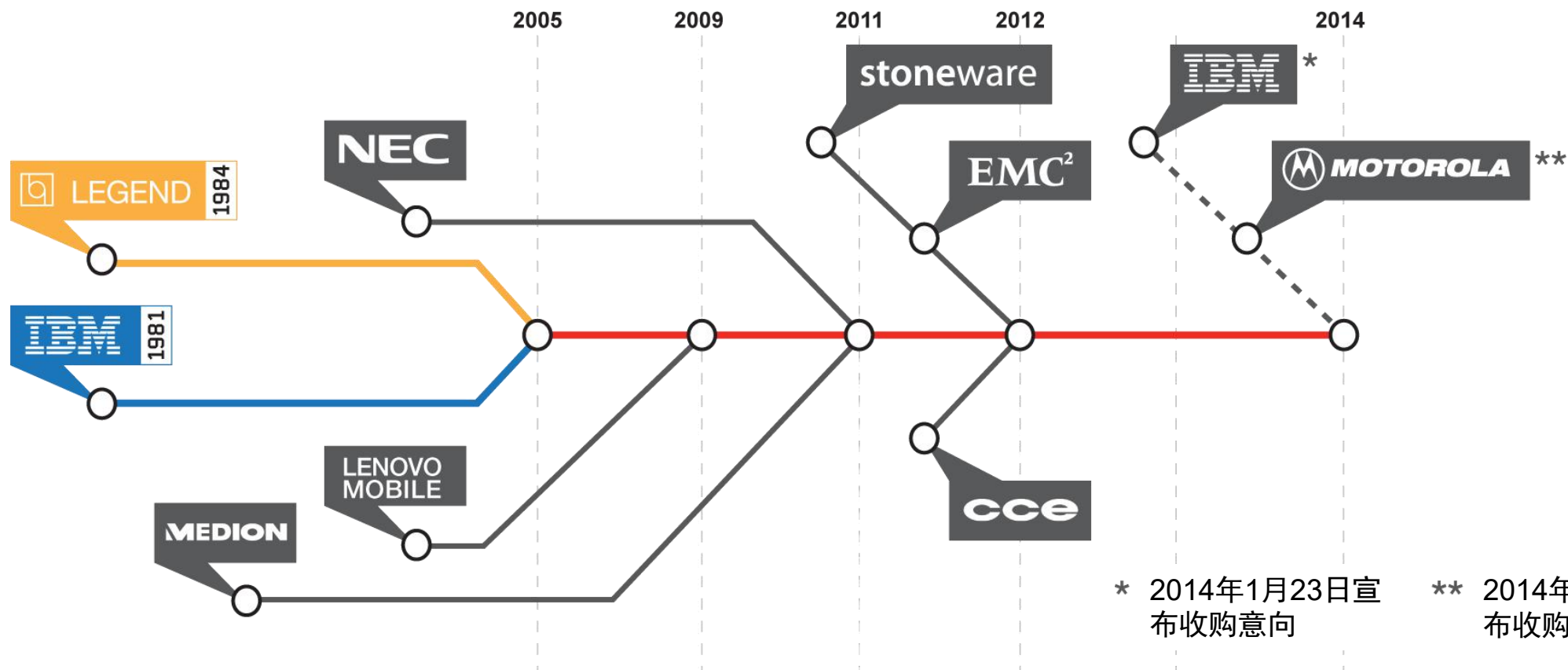
相对独立的业务集团



- 建立4个相对独立的业务集团
 - **个人电脑**: 专注于Lenovo和Think品牌的个人电脑
 - **移动**: 专注于智能手机、平板电脑、智能电视
 - **企业级**: 专注于服务器和存储设备
 - **云服务**: 专注于拓展软件、应用及服务预装和增值业务，以及基于Android和Windows的生态系统

展望

- 现有业务实现既定承诺，保持稳健的增长和盈利
- 尽快稳定、成熟、完善并购业务，为长远的可持续增长奠定坚实基础



lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

黄伟明
首席财务官



财务概要

百万美元	2013/14 第三季	2012/13 第三季	年比年	季比季	2013/14 第一至第三季	年比年
收入	10,789	9,359	15%	10%	29,350	13%
毛利	1,363	1,190	15%	8%	3,820	13%
经营费用	(1,029)	(947)	9%	5%	(2,998)	9%
经营溢利	334	243	37%	18%	820	30%
其他非经营(费用)/溢利	(13)	3	不适用	-30%	(18)	不适用
除税前溢利	321	246	30%	21%	802	26%
税项	(56)	(46)	20%	9%	(151)	19%
期内溢利	265	200	33%	24%	651	28%
非控制性权益持有人应占溢利	0	5	不适用	不适用	10	961%
公司权益持有人应占溢利	265	205	30%	21%	661	30%
每股盈利(美仙)						
- 基本	2.56	1.99	0.57	0.44	6.35	1.41
- 摊薄	2.52	1.96	0.56	0.42	6.27	1.43

	2013/14 第三季	2012/13 第三季	2013/14 第二季
毛利率	12.6%	12.7%	12.9%
费用率	9.5%	10.1%	10.0%
经营溢利率	3.1%	2.6%	2.9%
除税前溢利率	3.0%	2.6%	2.7%
公司权益持有人应占溢利率	2.5%	2.2%	2.3%

综合资产负债表

百万美元

	于31/12/2013	于30/9/2013
非流动资产	4,726	4,695
物业、厂房及设备	608	568
无形资产	3,333	3,337
其他	785	790
流动资产	14,797	13,337
银行存款及现金	3,820	3,015
应收贸易、应收票据及其他应收账款	8,168	7,614
存货	2,663	2,596
其他	146	112
流动负债	14,736	13,481
短期银行贷款	444	436
应付贸易、应付票据、其他应付账款及拨备	13,652	12,394
其他	640	651
流动资产 / (负债) 净额	61	(144)
非流动负债	1,860	1,812
总权益	2,927	2,739

现金及营运资金

百万美元	2013/14 第三季	2012/13 第三季	2013/14 第二季
银行存款及现金	3,820	4,480	3,015
总银行债项	456	321	452
净现金储备	3,364	4,159	2,563
营运产生/(所耗)现金净额	1,010	889	(189)
存货周转期	26	20	28
应收账周转期	35	36	34
应付账周转期	63	61	65
现金周转期	-2 天	-5 天	-3 天

区域业务表现

中国

- 稳固的第一位; 市场份额达37.9%, 年比年上升0.5个百分点
- 中国个人电脑销量逐步稳定, 平均售价持续改善; 移动互联设备业务强劲增长势头持续
- 中国整体利润率年比年上升0.8个百分点至5.4%; 中国个人电脑分类利润率年比年上升1.3个百分点至7.1%
- 继续投资于PC+: 推出新LTE智能手机产品、智能电视等

亚太区

- 重夺亚太区第一位; PC+策略的有效执行带动盈利改善
- 市场份额达15.9%的历史新高, 年比年上升2.0个百分点; 在日本排名第一
- 平板电脑业务迅猛增长, 尤其是东盟地区; 智能手机业务於印尼、菲律宾、马来西亚等市场强劲增长

欧洲/中东/非洲

- 稳固的市场第二位; 市场份额达15.3%的历史新高; 年比年上升4.0个百分点
- 个人电脑销量年比年增长27%, 比市场增幅高出33点
- 在欧洲/中东/非洲中包括德国、东欧及俄罗斯等十一个国家排名第一
- 强劲表现是由于有效的策略执行力以成功把握PC+机遇所带动

美洲区

- 受惠于各产品的增长, 美洲区收入年比年增长36%
- 整体个人电脑销量年比年增长28%, 较市场水平高出31点
- 美洲区市场份额年比年上升2.7个百分点至11.0%; 北美市场份额上升1.2个百分点至10.2%; 通过整合, 巴西市场份额年比年上升14.9个百分点至18.6%的历史新高
- 继续投资于快速增长的巴西和拉美业务

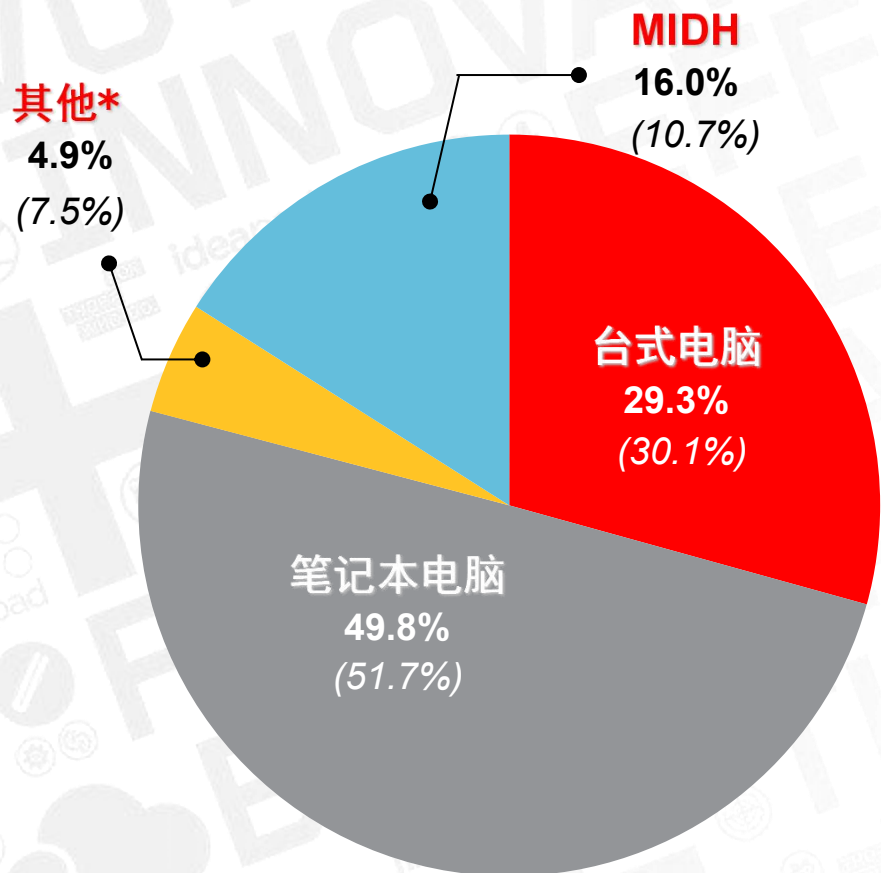
包括MIDH 及 非个人电脑业务盈利及业绩	收入 百万美元			分部经营溢利/(亏损) 百万美元			分部经营溢利率		
	14年 第三季	年比年	季比季	14年 第三季	13年 第三季 [^]	14年 第二季	14年 第三季	13年 第三季 [^]	14年 第二季
中国	4,046	(22)	186	218	187	206	5.4%	4.6%	5.3%
中国个人电脑 [#]	3,065	(108)	188	218	183	197	7.1%	5.8%	6.8%
亚太区	1,607	290	106	25	15	25	1.5%	1.1%	1.7%
欧洲/中东/非洲	2,880	572	622	54	36	35	1.8%	1.6%	1.5%
美洲区	2,256	591	102	0	12	30	0.0%	0.7%	1.4%

摘取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

[^] 经采纳新区域架构及费用分摊法後重分类

产品业务表现

按产品种类收入



笔记本电脑

- 增长较市场水平高出15点
- 市场份额达18.8%， 年比年上升2.7个百分点

台式机

- 增长较市场水平高出12点
- 市场份额达18.0%， 年比年上升2.0个百分点

MIDH

- 收入年比年上升73%
- 全球智能手机销量强劲， 年比年上升47%
- 全球平板电脑销量年比年上升3.3倍

* 附注: 其他业务包含服务器, 服务及软件, EMC JV, CCE及 Medion 非个人电脑业务。

附件

- 综合损益表
- 简明综合现金流量表



综合损益表

百万美元	2013/14第三季	2013/14第一至第三季	2012/13第三季	2012/13第一至第三季
收入	10,789	29,350	9,359	26,041
销售成本	(9,425)	(25,530)	(8,169)	(22,665)
毛利	1,363	3,820	1,190	3,376
其他收入 - 净额	22	23	20	20
销售和分销费用	(529)	(1,443)	(536)	(1,471)
行政费用	(340)	(1,004)	(316)	(885)
研发费用	(188)	(548)	(162)	(450)
其他经营收入/(费用)- 净额	6	(28)	47	41
经营溢利	334	820	243	631
财务收入	6	25	11	32
财务费用	(19)	(54)	(8)	(27)
应占联营公司及合营公司溢利 / (亏损)	-	11	-	(1)
除税前溢利	321	802	246	635
税项	(56)	(151)	(46)	(128)
期内溢利	265	651	200	507
溢利/(亏损)归属:				
公司权益持有人	265	661	205	508
非控制性权益持有人	-	(10)	(5)	(1)
股息	-	80	-	60
公司权益持有人应占每股溢利 (美仙)				
- 基本	2.56	6.35	1.99	4.94
- 摊薄	2.52	6.27	1.96	4.84

简明综合现金流量表

百万美元	2013/14 第三季	2012/13 第三季	2013/14 第二季
经营活动产生/(所耗) 现金净额	1,010	889	(189)
投资活动所耗现金净额	(90)	(207)	(102)
融资活动所耗现金净额	(73)	(82)	(258)
现金及现金等价物增加/(减少)	847	600	(549)
汇兑变动的的影响	7	18	6
期初现金及现金等价物	2,870	3,453	3,413
期末现金及现金等价物	3,724	4,059	2,870

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