



2014/15 第一季度业绩



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因素）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.™

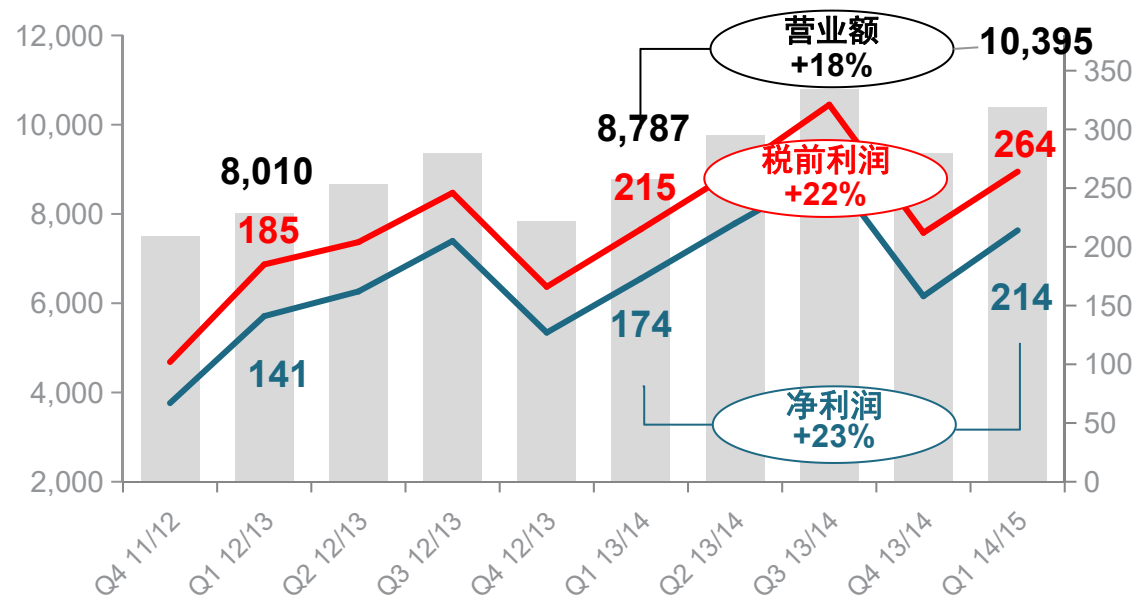
杨元庆
董事长兼首席执行官



第一季度业绩强劲

- 营业额同比增长18%
- 净利润同比增长23%，达2.14亿美元
- 实现财务目标，尤其是改善盈利水平

营业额、税前利润及净利润稳步增长

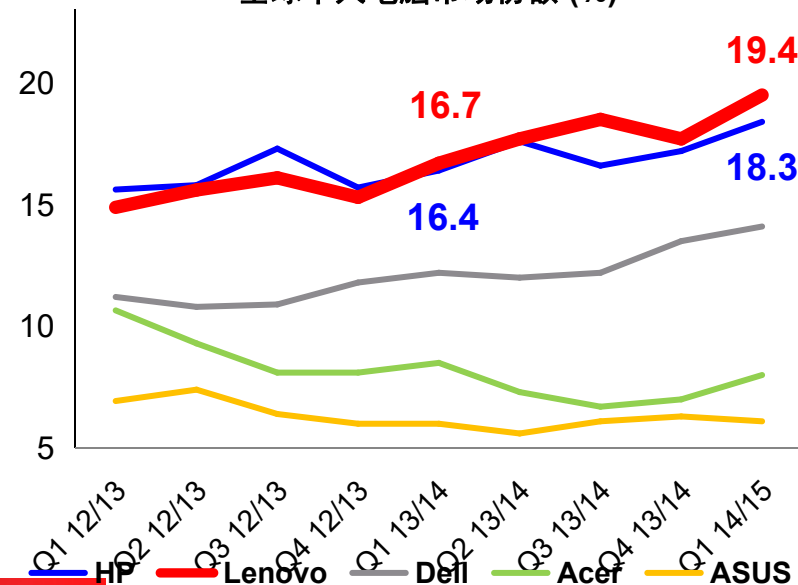


数据来源：内部统计

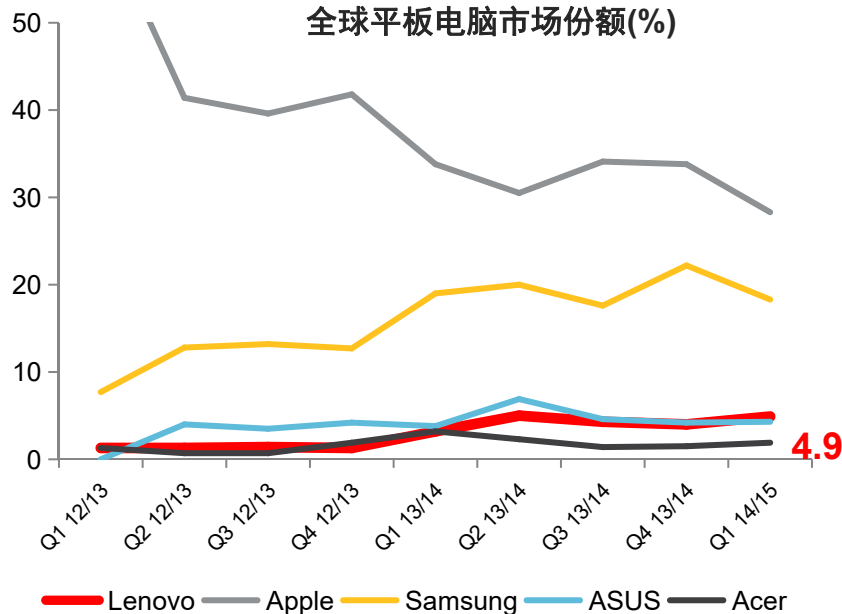
所有产品类别均获显著增长

- 个人电脑：市场份额同比增长近3个百分点，达历史新高19.4%
 - 进一步稳固全球PC领导者地位，各大区市场份额均获增长
- 平板电脑：销量同比增长67%，跃居全球第三，在东欧增长尤其强劲
 - 在个人电脑+平板电脑领域，与苹果的差距缩小到0.7个百分点
- 智能手机：首次夺得中国智能手机市场桂冠，在中国以外市场增长更为强劲
 - 中国以外市场销量同比猛增350%，东南亚、东欧、拉美增长尤其迅速，分别增长了近300%、500%、50%
 - 中国以外市场销量占总销量约20%，一年前仅5%；全球市场排名第四

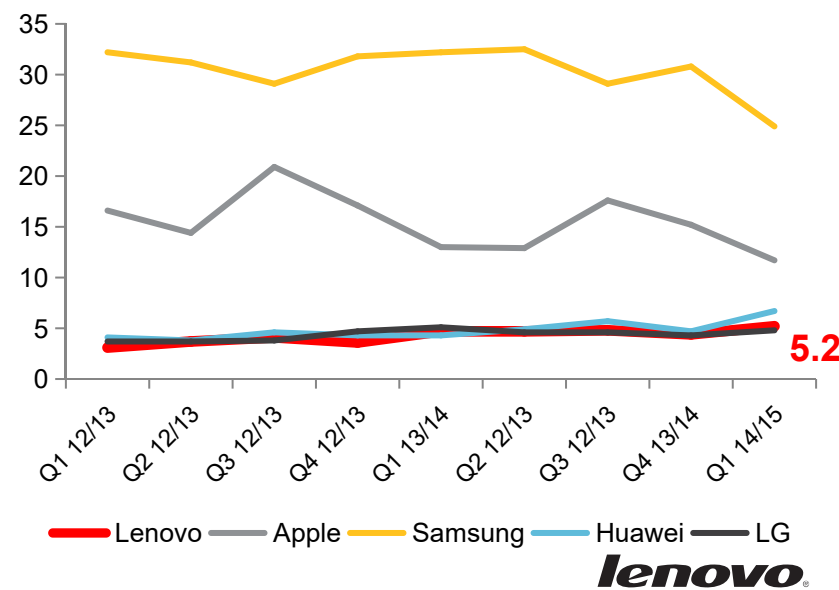
全球个人电脑市场份额 (%)



全球平板电脑市场份额 (%)



全球智能手机市场份额 (%)

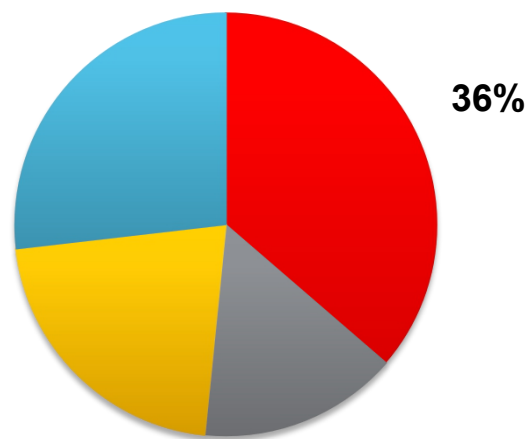


各大区业绩均衡

前所未有的平衡业绩

- 中国区营业额在集团总量中占比由3年前的近1/2下降到现在的1/3
- 欧洲-中东-非洲大区、美洲大区及亚太大区增长迅猛，势头强劲
 - 欧洲-中东-非洲大区：销量同比增长51%，消费电脑仅用三年时间已成市场第一
 - 美洲大区：美国市场份额创历史新高
 - 亚太大区：日本业务推动利润显著提升

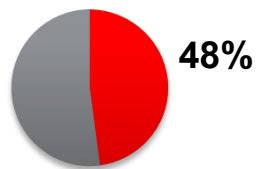
2014/15财年Q1营业额



36%

China AP AG EMEA

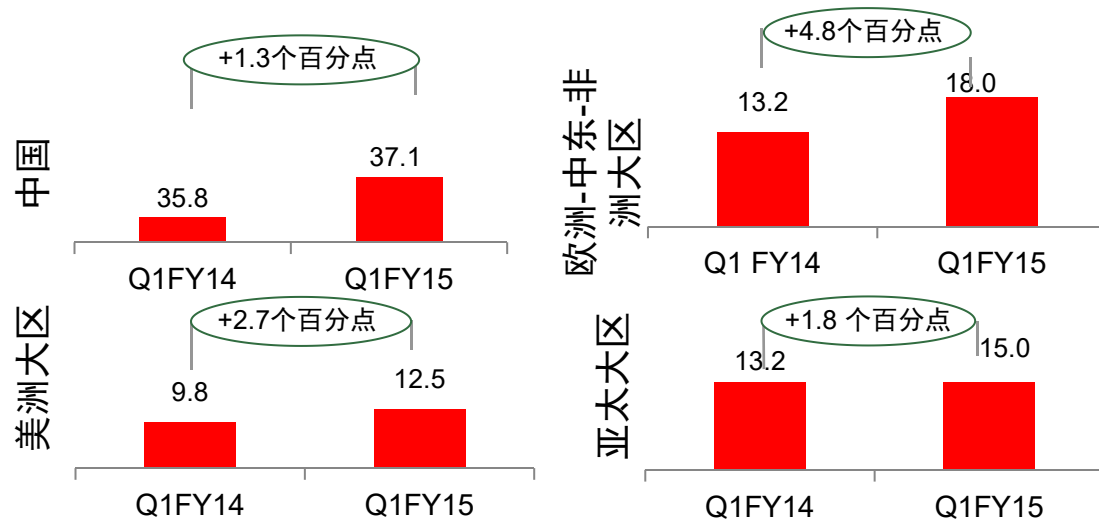
2011/12财年Q1营业额



48%

中国 中国以外市场

联想四大区个人电脑市场份额(%)



成功要素

2014/15

保卫 PC

利润池

- 1 中国PC领导地位
- 2 在所有地区实现Think产品的稳定盈利
- 3 提升选件、软件预装和服务业务

盈利性增长

- 1 消费PC业务实现健康盈利
- 2 持续提升SMB业务盈利性
- 3 推出用户导向的创新产品盈利性增长

进攻PC+

移动业务集团

平板电脑
充分利用PC优势，并推动创新以实现平板电脑业务盈利性增长

智能手机
专注主流的高端市场，打造新业务模式

企业级业务集团

IBM X86服务器交易完成后，确保其业务的延续和增长

配合行业发展速度发布下一代ThinkServer产品

云服务业务集团

建立生态系统和云服务业务以更好服务用户，打造优秀的联想用户体验

清晰的战略

互联网转型
价值链上的所有业务部门全面向互联网转型

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

卓越运营
全球化和本地化结合的业务模式 | 领先的PC业务成本控制能力 | 缩短量产时间 & 提高完美订单交付率 | 可持续 | 高品质

全球文化
说到做到，尽心尽力 / 主人翁精神 | 执行5P文化 | 发挥全球多元化优势 | 用户导向



61 AWARDS...

创新的产品

AURA SOFTWARE: CEA HONOREE 2014 CES INNOVATIONS DESIGN AND ENGINEERING...
 INTREROOMBOX, THE BEST OF CES 2014 STREAMING MEDIA - ENTERPRISE WIREL...
 COMPUTER PERIPHERALS - HORIZON 2: POPULAR SCIENCE, THE 12 BEST PRODUCT...
 HORIZON 2: LAPTOP MAG PEOPLE CHOICE FINALIST...
 COMPUTER HARDWARE & COMPONENTS - \$50000...
 COMPUTER SHOPPER, BEST OF CES VALUE LAPTOP...
 MIX 2 10 & 11: LAPTOP MAG, BEST OF CES HYBRID...
 OF CES - N308, ZONE CES 2014 BEST IN SHOW...
 CES 2014 - THINKCENTRE E932 AIO: CEA HONOR...
 THINKPAD 8: DIGITAL TRENDS, BEST OF CES TABLETS FINALIST...
 MOBILE FINALIST - THINKPAD 8: GOTTABEMOBILE, BEST OF CES...
 2014 BEST WINDOWS TABLET - THINKPAD 8: PC PRO, BEST OF CES 2014 BEST TABLET...
 AWARDS, THE BEST OF CES 2014 BEST TABLET...
 GADGETS OF CES 2014 - THINKPAD YOGA: LAST GADGET STANDING SEMI-FINALIST...
 INNOVATION & DESIGN - THINKVISION 28: TECHLICIOUS, BEST OF CES - THINKVISION 28...
 OF CES DISPLAYS AND TV'S WINNER - VIBE Z: DIGITAL TRENDS, BEST OF CES SMARTPH...
 U.S. NEWS & WORLD REPORT, BEST OF CES 2014...
 CARBON: COMPUTER SHOPPER, BEST OF CES ULTRABOOK...
 X1 CARBON: ENVISIONENGINEERING DESIGN & INNOVATION...
 CES ULTRABOOKS FINALIST - X1 CARBON: NOTEBOOKS.COM, BEST OF CES ULTRABOOK 40...
 LINT, BEST OF CES ULTRABOOK - X1 CARBON: TECHRADAR, CES 2014 THE CREAM OF THE...
 52 - X1 CARBON: UBERGIZMOWD, BEST OF CES 2014 BEST LAPTOP...
 COMPUTERS - X1 CARBON: LOWLATENCY, BEST OF CES 2014 TOP PRODUCTS...
 X1 CARBON: DIGITAL TRENDS, BEST OF CES TABLETS FINALIST...
 X1 CARBON: PC WORLD, BEST OF CES 2014 BEST LAPTOP...
 X1 CARBON: THE BEST OF CES 2014 TOP PRODUCTS...



收购摩托罗拉移动进展

- 摩托罗拉移动业务市场表现向好
- 强大的产品组合推动业绩显著提升
 - 在印度、巴西市场发布畅销产品
 - 高端产品好评如潮
- 交易完成后，将为全球用户带来更多创新产品
- 有信心在交易完成后4-6个季度让摩托罗拉移动业务扭亏为盈



收购IBM x86服务器业务进展

- IBM x86业务稳健
- 在中国市场实现增长
- 交易完成后的一年内，有信心让企业级业务规模达到50亿美元，利润率高于个人电脑



专注于下一波的增长

个人电脑：

- 市场逐步稳定，我们将继续保持强劲势头
- 加强在各大区的市场地位
- 充分利用强劲增长和行业整合趋势，继续推动盈利性增长

平板电脑：

- 市场正被多模式笔记本和大屏幕手机挤压
- 可能分化为以媒体播放为主的个人电脑（屏幕8寸及以上，有的可选配键盘）和大屏幕智能手机
- 联想在这两个方向均有强劲实力，即将发布下一代创新产品

智能手机：

- 把握市场由高端主导转向主流/入门级主导所带来的机遇
- 进一步巩固在中国市场的地位
- 积极拓展新兴市场
- 收购摩托罗拉移动交易完成后，将成为更强大的全球智能手机厂商

展望

- 第一季度业绩强化了增长势头
- 在各产品线就绪，将在各大区继续提升份额和盈利能力
- 为交易完成后在各领域赢得竞争做好准备：
 - 智能终端设备
 - 后台基础设备
 - 云服务



lenovo® FOR
THOSE WHO DO.™

黄伟明
首席财务官



财务概要

百万美元	2014/15 第一季	2013/14 第一季	年比年	季比季
收入	10,395	8,787	18%	11%
毛利	1,349	1,191	13%	8%
经营费用	(1,066)	(989)	8%	5%
经营溢利	283	202	40%	22%
其他非经营(费用)/溢利	(19)	13	NA	-3%
除税前溢利	264	215	22%	24%
税项	(53)	(45)	17%	20%
期内溢利	211	170	24%	25%
非控制性权益持有人应占溢利	3	4	-27%	NA
公司权益持有人应占溢利	214	174	23%	35%
每股盈利(美仙)				
- 基本	2.06	1.67	0.39	0.53
- 摊薄	2.03	1.65	0.38	0.52

	2014/15 第一季	2013/14 第一季	2013/14 第四季
毛利率	13.0%	13.6%	13.3%
费用率	10.3%	11.3%	10.8%
经营溢利率	2.7%	2.3%	2.5%
除税前溢利率	2.5%	2.5%	2.3%
公司权益持有人应占溢利率	2.1%	2.0%	1.7%

综合资产负债表

百万美元

	于30/6/2014	于31/3/2014
非流动资产	5,226	4,957
物业、厂房及设备	701	667
无形资产	3,531	3,340
其他	994	950
流动资产	15,508	13,400
银行存款及现金	5,532	3,953
应收贸易、应收票据及其他应收账款	7,132	6,620
存货	2,759	2,701
其他	85	126
流动负债	14,095	13,462
短期银行贷款	457	445
应付贸易、应付票据、其他应付账款及拨备	13,050	12,370
其他	588	647
流动资产 / (负债) 净额	1,413	(62)
非流动负债	3,384	1,870
总权益	3,255	3,025

现金及营运资金

百万美元

银行存款及现金

总银行债项

净现金储备

营运产生现金净额

存货周转期

应收账周转期

应付账周转期

现金周转期

2014/15
第一季

5,532

1,954

3,578

378

28

32

66

-6天

2013/14
第一季

3,563

468

3,095

140

27

36

64

-1天

2013/14
第四季

3,953

455

3,498

469

32

37

73

-4天

区域业务表现

中国区

- 巩固盈利水平, 中国整体经营溢利率年比年提升0.3个百分点至5.5%
- 巩固个人电脑领导地位, 市场份额达37.1%, 经营溢利提升(7.0%; 上升0.2个百分点)
- 超越三星成为智能手机市场第一位
- 移动设备业务盈利能力持续改善
- 继续投资于4G业务, 进一步扩展接触市场的路径以增强智能手机竞争力

亚太区

- 经营溢利率录得4.1%的历史新高, 年比年上升3.2个百分点; 收入年比年增长20%
- 个人电脑市场份额年比年上升1.8个百分点至15.0%
- 于日本排名第一位, 日本的强劲表现带动盈利改善
- 智能手机销量强劲, 年比年增长3.7倍达150万台, 尤其是东盟地区

欧洲/中东/非洲区

- 经营溢利率录得3.4%的历史新高, 年比年上升1.9个百分点; 收入年比年增长49%
- 个人电脑市场份额录得18.0%; 年比年上升4.8个百分点
- 个人电脑销量年比年增长51%, 比市场增幅高出40.6点
- 首次成为笔记本电脑市场第一位; 消费电脑保持排名第一位; 在德国、东欧及俄罗斯等区域内十五个主要市场排名第一;
- 智能手机销量首次录得超过100万台, 年比年增长6.8倍

美洲区

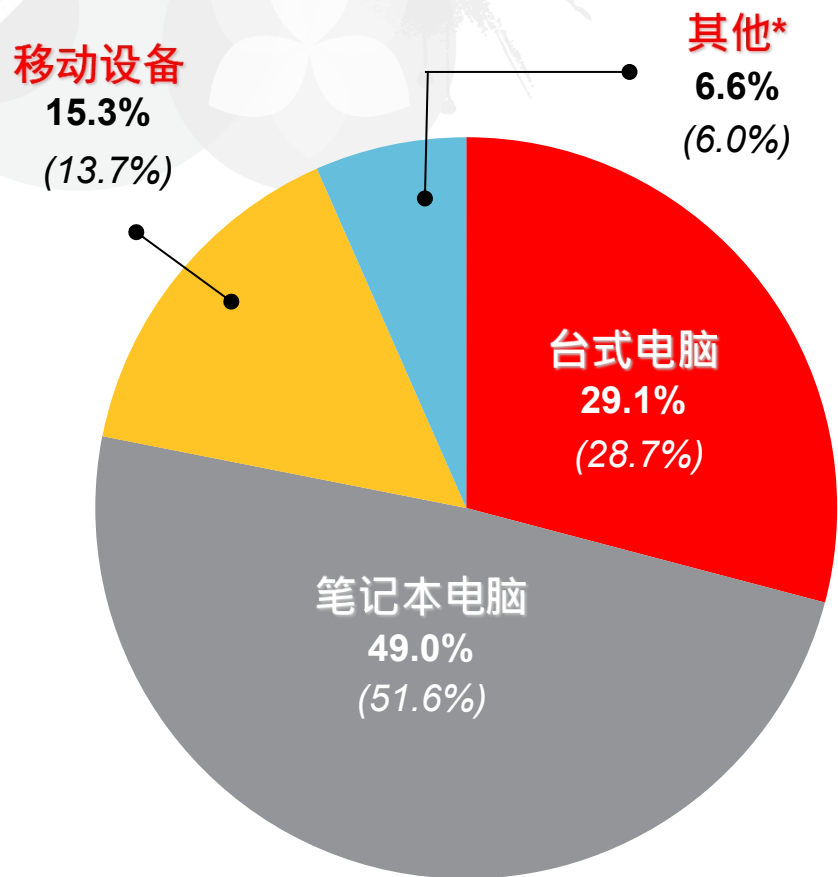
- 美洲区个人电脑市场份额录得12.5%的历史新高, 年比年上升2.7个百分点; 同时个人电脑于美国的市场份额录得11.3%历史新高, 年比年提升1.5个百分点;
- 受惠于各产品和地区的增长, 美洲区收入年比年增长19%
- 个人电脑销量年比年增加24%, 比市场增幅高出27.0点
- 继续投资于巴西和拉美业务

	收入 百万美元			分部经营溢利 百万美元			分部经营溢利率		
	15年 第一季	年比年	季比季	15年 第一季	14年 第一季	14年 第四季	15年 第一季	14年 第一季	14年 第四季
中国区	3,780	61	678	209	194	170	5.5%	5.2%	5.5%
中国个人电脑 [#]	2,791	41	350	195	188	168	7.0%	6.8%	6.9%
亚太区	1,585	270	(151)	64	11	47	4.1%	0.9%	2.7%
欧洲/中东/非洲区	2,789	921	214	95	26	75	3.4%	1.5%	2.9%
美洲区	2,241	356	297	25	26	13	1.1%	1.4%	0.7%

[#] 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

产品业务表现

按产品种类收入



笔记本电脑

- 出货量上升17%; 较市场水平高出21点
- 市场份额达21.0%， 年比年上升3.7个百分点
- 收入年比年上升12%

台式机

- 出货量上升12%; 较市场水平高出10点
- 市场份额达17.5%， 年比年上升1.5个百分点
- 收入年比年上升20%

移动设备

- 收入年比年上升32%
- 智能手机出货量年比年上升39%
- 全球智能手机市场份额达5.2%， 年比年上升0.5个百分点
- 平板电脑出货量年比年上升67%
- 全球平板电脑市场份额达4.9%， 年比年上升1.7个百分点

* 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	2014/15 第一季	2013/14 第一季
收入	10,395	8,787
销售成本	(9,046)	(7,596)
毛利	1,349	1,191
销售和分销费用	(467)	(438)
行政费用	(369)	(346)
研发费用	(180)	(170)
其他经营费用- 净额	(50)	(35)
经营溢利	283	202
财务收入	18	12
财务费用	(35)	(15)
应占联营公司及合营公司(亏损) /溢利	(2)	16
除税前溢利	264	215
税项	(53)	(45)
期内溢利	211	170
溢利/(亏损)归属:		
- 公司权益持有人	214	174
- 非控制性权益持有人	(3)	(4)
公司权益持有人应占每股溢利 (美仙)		
- 基本	2.06	1.67
- 摊薄	2.03	1.65

简明综合现金流量表

百万美元	2014/15 第一季	2013/14 第一季
经营活动产生现金净额	378	140
投资活动所耗现金净额	(302)	(139)
融资活动产生/(所耗) 现金净额	1,498	(49)
现金及现金等价物增加/(减少)	1,574	(48)
汇兑变动的的影响	5	7
期初现金及现金等价物	3,858	3,454
期末现金及现金等价物	5,437	3,413

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