

[新闻稿]

联想集团公布2010/11财年第三季度业绩

- 季度销售额为 **58 亿美元**
- 除税前溢利为 **1.21 亿美元**
- 股东应占溢利为 **1 亿美元**
- 中国市场份额创历史新高，达 **32.2%**
- 每股基本盈利为 **1.03 美仙或 8 港仙**
- 于 **2010 年 12 月 31 日**，净现金储备为 **32 亿美元**

香港，2011年2月17日－联想集团今日公布截至2010年12月31日止第三季度业绩。凭借集团持续专注在各市场、客户群及产品的均衡发展，联想连续第五个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商。季内，联想在中国的市场份额达**32.2%**创历史新高，增长速度是整体市场的三倍。同时，联想在全球的市场份额继续占**10.2%**的双位数。集团连续七个季度的增长速度快于整体市场。

在第三季度，联想的全球个人电脑销量年比年上升**20.6%**，同期整体市场销量增幅为**3.4%**。

集团综合销售额年比年增长**22%**至**58亿美元**，毛利年比年增长**22%**至**6.48亿美元**。季内集团毛利率为**11.2%**，相较上季毛利率的**10.3%**。

第三季度的经营溢利为**1.27亿美元**（不包括重组费用**200万美元**），年比年增长**28%**。联想季内的除税前溢利为**1.21亿美元**，年比年上升**29%**。股东应占溢利为**1亿美元**，较去年同期增长**25%**。

季内，每股基本盈利为**1.03美仙或8港仙**。在**2010年12月31日**，集团的净现金储备为**32亿美元**。

在过去数周，联想集团分别公布与日本**NEC**公司成立合资公司，以及新成立专门负责移动互联网业务的业务集团。透过与**NEC**公司共同组建日本最大的个人电脑集团，联想将在全球前三大个人电脑市场中的两个居于领先地位。同时，联想新成立的移动互联和数字家庭业务集团将专注研发移动互联网终端，包括平板电脑、智能手机以及新产品类包含云计算、智能电视、数字家庭等终端。

「董事会对本季度联想全方位的表现表示满意。联想连续五个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商。销量和营业额的指标、成本和费用的控制、以及税前利润的指标均按预定计划执行，表现优秀。管理层制定的“有攻有防”、最后趋于平衡发展的战略已经收到鲜明的效果。」联想集团董事局主席柳传志表示：「联想致力推动良好的业务发展势头，同时加大对品牌建设和研发的投入，我相信，今天的投入，一定会让股东在未来得到丰厚的回报。另外，联想『赢的文化』是我们成功的其中一个主要因素，也促成集团在市场取得成功。」

「在‘保卫和进攻’的双拳战略推动下，我们在所有区域、所有产品类别和所有客户类别上均取得增长，可以说，我们的个人电脑业务保持了全面和均衡的势头。此外，通过加强市场推广和产品开发的投入，通过成立更为专注的移动互联网和数字家庭业务集团，我们在移动互联网新业务上也初见成效，乐Phone销量比前一季度实现翻番。」联想集团首席执行官杨元庆表示：「面向未来，凭借加大在品牌推广的投入、加强产品创新、以及建立更有效的端对端业务模式，我们有信心持续获得超过大市的增长，把业务推向新的高度。」

地区概览

- 在**中国区**，联想第三季度的市场份额上升2.4个百分点达**32.2%**，创联想在中国市场份额的历史新高。在第三季度，市场销售增长放缓，联想成功扩大与市场第二至第四大电脑生产商的距离。本季度联想在中国市场的综合销售额(包括联想移动之销售)为**27亿美元**，年比年上升**18%**，占集团全球总销售额**46%**。联想个人电脑销量年比年上升**12.7%**，是整体行业销量增长**4.2%**的三倍。季内，联想与成都市政府签署协议，在当地兴建大型产业基地，当中包括生产中心、营销中心及研发中心，并计划在**2011年**年底投产。
- 在**新兴市场***，联想第三季度综合销售额达**11亿美元**，年比年上升**34%**，占集团全球总销售额**19%**。联想个人电脑销量年比年上升**43%**，是区内整体市场销量增幅**15.9%**的近三倍。季内，联想在区内的市场份额上升**1.2**个百分点。集团在印度的个人电脑销量录得**62%**的增长，市场份额首次达双位数字**10.3%**；在香港，联想市场份额创历史新高达**26.4%**；同时，在包括巴西的拉丁美洲市场，联想的个人电脑销量年比年上升**31.4%**；俄罗斯的市场份额年比年上升**3.3**个百分点。
- 在**成熟市场****，联想第三季度综合销售额达**20亿美元**，年比年上升**22%**，占集团全球总销售额**35%**。随着西欧及北美市场对商用个人电脑需求上升，带动联想的个人电脑销量年比年上升**23%**，同期区内整个行业则下降**3.6%**。值得注意的是，Think系列产品在成熟市场的销量年比年上升**31%**。季内，联想于日本的市场份额增长**1.8**个百分点，此外，除了澳大利亚及新西兰，联想在区内所有市场的份额均见提升。

产品概览

- 在第三季度，联想的**笔记本电脑**全球销量达**34亿美元**，年比年上升**15%**，继续成为集团全球销售额的最大来源，占集团总销售额**59%**。联想季内的笔记本电脑销量比去年同期上升**18.6%**(期内整体行业增幅仅为**4.3%**)。同时，集团推出全球首款**12.5吋**超薄便携消费型笔记本电脑**IdeaPad U260**，该产品备有镁铝合金金属外壳、皮革掌托及玻璃触控板；另外，集团亦推出崭新**IdeaPad**多媒体笔记本电脑**Y460p**及**Y560p**。
- 季内，联想全球**台式电脑**销量年比年增长**23%**，期内整体行业增幅仅为**2%**。联想以**11.1%**的市场份额继续保持全球第三大台式电脑生产商的地位，进一步收窄与全球第二大生产商的距离。联想在季内的全球台式电脑综合销售额为**20亿美元**，年比年上升

18%，占集团总销售额35%。在第三季度，联想推出新台式电脑IdeaCentre K330，该产品内置高性能处理器，兼备多媒体功能如电影、音乐及电脑游戏。

- 在第三季度，**联想移动**综合销售额达2.18亿美元。集团在中国市场的手机销量于季内增长52.2%，是整个行业增幅10.3%的五倍。联想手机销量是上季的两倍，同时，去年出现的供应问题已经解决。联想继续与中国的电信运营商合作销售乐Phone。

*新兴市场包括非洲、亚太区、中欧/东欧、香港、印度、韩国、拉丁美洲、墨西哥、中东、巴基斯坦、俄罗斯、台湾、土耳其

**成熟市场包括澳大利亚/新西兰、以色列、日本、北美、西欧及全球客户

关于联想

联想集团 (香港交易所股份编号: 992; ADR: LNVGY) 积极打造卓越个人电脑，拥有以创新、高效及客户满意度为导向的业务模式，并积极投资在新兴市场。集团由联想及前IBM个人电脑事业部所组成，在全球开发、制造和销售可靠、优质、安全易用的技术产品及优质专业的服务，并在日本大和、中国北京、上海、深圳及美国北卡罗莱纳州罗利均设有重点研发中心。如需进一步资料，敬请浏览www.lenovo.com。

###

投资者垂询：

吴沛华 (Gary Ng)
(852) 2516-4840
garyng@lenovo.com

邴建栋 (William Li)
(852) 2516-4843
williamli1@lenovo.com

龚凯茵 (Katie Kung)
(852) 2516-4811
katiekung@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2010 年 12 月 31 日止第三季度业绩

(百万美元, 除每股数据)

	10/11 第三季度	09/10 第三季度	年比年 转变
销售额	5,808	4,760	22%
毛利	648	530	22%
毛利率	11.2%	11.1%	0.1pt
经营费用 ⁽¹⁾	(521)	(431)	20%
经营费用率 ⁽¹⁾	9%	9.1%	-0.1pt
经营溢利 ⁽¹⁾	127	99	28%
其他非经营费用	(4)	(5)	-20%
除税前溢利 ⁽¹⁾	123	94	31%
其它净收入	0	43	n/a
重组费用	(2)	(1)	100%
一次性项目	(0)	(42)	n/a
除税前溢利	121	94	29%
税项	(21)	(14)	50%
股东应占溢利	100	80	25%
每股盈利(美仙)			
基本	1.03	0.86	n/a
摊薄	0.98	0.79	n/a

(1) 不包括重组费用、一次性项目及其它净收入