

[新闻稿]

联想集团公布2011/12财年第一季度业绩

- 跃升至全球第三大个人电脑厂商，市场份额再创新高高达12.2%
- 季度销售额创历史新高，达59亿美元
- 除税前溢利为1.23亿美元
- 股东应占溢利为1.08亿美元
- 每股基本盈利为1.11美仙或8.63港仙
- 于2011年6月30日，净现金储备为36亿美元

香港，2011年8月18日 - 联想集团今日公布截至2011年6月30日止第一季度业绩。联想连续第七个季度成为全球前五大电脑厂商中增长最快的厂商，并跃升成为全球第三大个人电脑厂商*。季内，联想连续第九个季度超越市场平均增幅，集团的全球个人电脑销量年比年上升23.1%，而同期整体市场销量增幅仅2.7%。

在第一季度，集团综合销售额年比年增长15%达59亿美元，创下历史新高。毛利年比年增长41%，毛利率为12.5%。经营溢利年比年增长51%至1.23亿美元。期内，在集团为未来发展加大对创新、品牌建设及移动互联网终端业务的投入的情况下，集团的经营溢利率仍继续上升。

季内，集团除税前溢利为1.23亿美元，年比年大幅上升64%。股东应占溢利为1.08亿美元，较去年同期增长达98%。每股基本盈利为1.11美仙或8.63港仙。在2011年6月30日，集团的净现金储备为36亿美元。

在2011年6月，联想宣布收购Medion AG，一家在个人电脑、多媒体产品、移动通信服务及消费电子领域的德国领先企业。该收购将使联想在德国的市场份额扩大一倍，成为在这个欧洲最大个人电脑市场的第二大厂商，并且将有助推动联想在消费电脑业务以及高增长的移动互联网领域的业务拓展。

联想季内亦完成与NEC公司成立合资公司，共同创立日本最大的个人电脑集团。该合作使联想在全球前三大个人电脑市场中的两个居于领先地位。

「董事会对这个季度的业绩非常满意。自从2009年初联想领导层改组以来，我们的业绩稳步攀升，一切都在按计划执行。」联想集团董事局主席柳传志表示：「联想已经有了一个优秀的管理团队，有了一套正确制定战略的方法和极强的执行能力。本季度业绩再一次证明了这一点，表明联想并购IBM PC业务取得了成功。未来，我们将把并购的经验进行深入的总结，并运用到在日本和NEC的合作、在德国与Medion的合作之中。」

「凭借对“保卫和进攻”双拳战略的有力执行，我们的单季销量、营业额和市场份额都创下历史新高，并在所有区域、客户和产品类别上都获得超过大市的增长。」联想集团CEO杨元庆表示：「在过去两年多的时间里，我们把战略侧重点放在了增长上，为实现快速的增长进行了大量的投入。随着我们全球的市场份额达到两位数以上，以及越来越多的关键

市场进入双位数阵营，从今年开始，我们将推行一个更注重平衡的战略，既保持快速的增长，又关注盈利水平的提升。」

区域概览

在**中国区**，联想第一季度的综合销售额为28亿美元，占集团全球总销售额47.9%。季内，联想继续雄踞中国市场，市场份额上升2.3个百分点至31.7%，进一步扩大与其他主要竞争对手的距离。季内，联想在中国市场的个人电脑销量年比年上升23.4%，优于14.3%的整体行业增幅。

在**新兴市场****，联想第一季度综合销售额为10亿美元，占集团全球总销售额17.5%。个人电脑销量年比年大幅增长46.5%，是区内整体行业增幅14.7%的逾三倍。集团在新兴市场的整体市场份额上升至6.9%，其在印度市场的市场份额更上升了3.6个百分点，录得10.8%的双位数新高。

在**成熟市场*****，联想第一季度综合销售额为21亿美元，占集团全球总销售额34.6%。季内，尽管整体行业的个人电脑销量年比年下跌了9.4%，然而集团的个人电脑销量则录得8.5%的增长。值得注意的是，集团在北美洲的销量年比年上升了30.8%，同期，整体市场则下跌4%，联想在当地市场的份额得以提升了1.9个百分点。在日本市场，联想的个人电脑销量年比年增加14%，同期整体市场的增幅为2.9%。

产品概览

联想的**笔记本电脑**继续是集团全球销售额的最大来源，在第一季度，其笔记本电脑的全球销售额达35亿美元，年比年上升14%，占集团总销售额59.8%。集团全球笔记本电脑销量年比年上升23%。在季内，集团推出了备受期待的ThinkPad X1笔记本电脑，为同级别中最薄、最轻、性能最强的电脑。ThinkPad X1专为追求最佳性能、移动性及娱乐的流动用家而设计，并配备时尚简约的背光键盘、快充电池，是一台集性能及多媒体功能于一体的笔记本电脑。

季内，联想全球**台式电脑**综合销售额年比年增长18%至20亿美元，占集团总销售额34.1%。集团在季内的台式电脑全球销量年比年增长23%。季内，集团推出了ThinkCentre 91z一体台式机，把尖端的图像、多样化的功能及极致的生产力融合至一台纤巧电脑。ThinkCentre 91z为业内其中一台最强但最薄的一体机，机身仅厚2.5吋，非常适合追求纤巧便携、时尚及高性能电脑的中小型企业。

本季度是**移动互联和数字家庭业务**成立后的首个完整季度，季内，联想的手机销量年比年增长34%，包括智能手机及功能手机。乐Phone智能手机及乐Pad平板电脑产品在中国市场广受欢迎，集团将在未来数月再推出新的智能手机系列，以推动未来增长。上月，联想在全球市场推出了三款全新平板电脑，包括IdeaPad 平板电脑K1和P1，以及ThinkPad平板电脑。

*请参阅 IDC 2011Q2 新闻稿 (2011 年 7 月 13 日)

**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、北美洲、西欧及全球客户

关于联想

联想（HKSE: 992, ADR: LNVGY）是一家营业额达210亿美元的个人科技产品公司，同时亦是全球第三大PC厂商，其客户遍布全球160多个国家。凭借创新的产品、高效的供应链和强大的战略执行，联想专注于为全球用户提供创新性的个人电脑和移动互联网产品。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，产品线包含Think品牌商用个人电脑、Idea品牌的消费个人电脑、服务器、工作站以及包括平板电脑和智能手机在内的家庭移动互联网终端。联想更是财富全球五百强企业，其在本日本和、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

郦建栋 (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 2011 年 6 月 30 日止季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	11/12 第一季度	10/11 第一季度	年比年 转变
销售额	5,920	5,147	15%
毛利	739	523	41%
毛利率	12.5%	10.2%	2.3 pts
经营费用	(616)	(442)	39%
费用率	10.4%	8.6%	1.8pts
经营溢利*	123	81	51%
其它非经营费用	0	(6)	n/a
除税前溢利*	123	75	64%
其他净收入	0	0	n/a
除税前溢利	123	75	64%
税项	(15)	(20)	(28%)
股东应占溢利	108	55	98%
每股盈利(美仙)			
基本	1.11	0.57	0.54
摊薄	1.08	0.54	0.54

*不包括其他净收入