

[新闻稿]

联想集团公布2011/12财年第二季度业绩

- 跃升为全球第二大个人电脑厂商，市场份额再创新高高达13.5%
- 季度销售额达78亿美元，创历史新高
- 除税前溢利为1.65亿美元
- 股东应占溢利为1.44亿美元
- 每股基本盈利为1.41美仙或10.99港仙
- 于2011年9月30日，净现金储备为40亿美元

中国北京，2011年11月2日 - 联想集团今日公布截至2011年9月30日止第二季度业绩。联想展现出迅速增长的势头，在成为全球第三大个人电脑厂商仅一个季度后，更上一层楼跃升至全球第二位。在第二季度，联想的全球个人电脑销量年比年上升35.8%，是同期整体市场销量增幅5.0%的七倍。联想连续第十个季度超越市场平均增幅，并连续第八个季度成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商。

联想继续在所有市场、产品和客户类别上专注取得均衡增长，第二季度集团综合销售额年比年增长35.2%，达78亿美元，创历史新高。联想在季内的全球市场份额亦刷新纪录，达13.5%，并进一步提升在中国、成熟市场及新兴市场的市场份额。

同时，季内集团的净收入显著增长87.9%，股东应占溢利为1.44亿美元。

季内，联想的毛利年比年增长59.8%至9.48亿美元，毛利率为12.2%。经营溢利年比年增长55.3%至1.66亿美元。集团的除税前溢利年比年增长62.3%至1.65亿美元。

期内每股基本盈利为1.41美仙或10.99港仙。在2011年9月30日，集团的净现金储备约为40亿美元。联想董事会宣布派发每股中期股息3.8港仙。

联想集团董事局主席柳传志表示：「联想集团在本季度的业绩表现优异，在对未来的发展进行了充分的投入之后，税前利润仍大幅度地超过预期继续增长。管理层制定的战略正确，企业文化得到落实，全球员工士气高涨，对此，董事会感到十分满意。」

「在短短两个季度里，我们连上两个新台阶，从全球第四迈上全球第二的位置，并在所有区域、产品和客户市场继续取得均衡的增长。在中国市场继续高速领跑，在新兴市场三倍于市场增速，尤其是成熟市场，在成功整合NEC和Medion业务的推动下，营业额首次超越中国，盈利能力大幅提升，并创下市场份额新高。」联想集团首席执行官杨元庆表示：「我们对个人电脑行业未来的发展充满信心，我们不仅要在传统个人电脑领域成为领导者，还将在智能手机、平板电脑等新型个人电脑领域更有作为。」

区域概览

- 在**中国区**，联想第二季度的综合销售额(包括移动互联和数字家庭业务的销售额)年比上年增长20.7%至32亿美元，占集团全球总销售额40.8%。季内，联想继续雄踞中国市场，市场份额上升2.7个百分点至31.5%。期内，联想在中国市场的个人电脑销量年比年上升25.8%，是整体行业增幅15%近两倍。中国目前已超越美国成为全球最大的个人电脑市场。作为中国最大的个人电脑厂商，联想处于有利位置，为中国客户提供最合适他们的产品及服务，特别是在中国新兴地区的客户，联想现正积极拓展中国新兴市场，务求远胜同侪。
- 在**新兴市场\*\***，联想季内个人电脑销量年比年大幅增长37.9%，而区内整体行业增幅则为10.9%，使集团连续两个季度增速快于行业逾三倍。当中表现最出色的地区，如巴西、印度、拉丁美洲及俄罗斯市场的个人电脑销量，平均年比上年增长42%。在第二季度，联想在新兴市场的综合销售额上升20.8%至13亿美元，占集团全球总销售额16.6%。季内，透过在新兴市场进行一系列跨媒体品牌推广活动，联想在区内的整体市场份额上升至8%，在印度及俄罗斯市场的份额更达双位数。
- **成熟市场\*\*\***，尽管在区内的整体经营环境疲弱，季内市场整体的个人电脑销量年比年下降了3%，然而联想的个人电脑销量仍录得达54.5%的强劲增长。值得注意的是，集团季内的综合销售额上升了61.1%至33亿美元，占集团全球总销售额42.6%。联想在区内的市场份额更创新高达9.1%，年比年上升了3.4个百分点。集团在日本与NEC成立的合资公司及对德国Medion的收购已开始在国内发挥效益，集团季内在日本及西欧的市场份额均录得显著升幅。联想/NEC目前在日本市场占领导地位，使集团在全球前三大个人电脑市场中的两个居于领先地位。

## 产品概览

- 在第二季度，联想的**笔记本电脑**继续为集团全球销售额的最大来源，占集团总销售额57.5%。联想季内的全球笔记本电脑综合销售额年比上年增长29.6%，全球销量年比年上升35.4%，而期内整体行业增幅则为7.4%。在季内，集团推出了ThinkPad Edge 14寸E425及15.6寸E525，两款型号均针对中小企客户而设，拥有更薄、更精致的设计，并配备高性能及可靠的语音和视频功能。同时，联想为消费者推出了三款全新豪华笔记本电脑，包括IdeaPad U300s ultrabook, U300 及U400 笔记本电脑，专为崇尚潮流，且要求产品时尚、高性能及成效的客户而设。
- 季内，联想全球**台式电脑**综合销售额年比上年增长37.8%，占集团总销售额34.1%。集团在季内的台式电脑销量年比上年增长36.3%，而期内全球行业的增幅仅为1.7%。集团为深受欢迎的一体台式机系列增添一员，推出了特为企业、学校及政府而设的ThinkCentre M71。全新的ThinkCentre拥有多种特性，包括快速启动、多点触控选项及高级会议功能。
- 在第二季度，**移动互联和数字家庭业务**于中国的手机销量年比上年增长39%，期内整体行业增幅为31%。功能手机的销量年比年上升28%，而整体市场只取得4%的增幅。联想推出了全新入门级的A60智能手机，初步销售成绩令人鼓舞，显示联想的增长速度远远高于市场。集团早前推出的平板电脑销售情况理想，在中国平板电脑市场上排名第二。在第二季度内，联想早前发布了首款针对企业客户、以Android程式运作的ThinkPad平板电脑，开始在美国和其他市场销

售。此外，在第二季季末，联想更宣布推出全新的IdeaPad平板电脑A1，此为一部易于使用、配备Android 2.3操作系统的7寸平板电脑。

\*请参阅IDC 全球个人电脑报告2011Q3 初步数据

\*\*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，同时亦是全球第二大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。联想在日本大和、中国北京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](http://www.lenovo.com)

###

投资者垂询：

吴沛华 (Gary Ng)  
(852) 2516-4840  
[garyng@lenovo.com](mailto:garyng@lenovo.com)

龚凯茵 (Katie Kung)  
(852) 2516-4811  
[katiekung@lenovo.com](mailto:katiekung@lenovo.com)

联想集团  
财务摘要  
截至 2011 年 9 月 30 日止第二季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	11/12 第二季度	10/11 第二季度	年比年 转变
销售额	7,786	5,760	35%
毛利	948	593	60%
毛利率	12.2%	10.3%	1.9pts
经营费用	(782)	(486)	61%
费用率	10.0%	8.4%	1.6pts
经营溢利	166	107	55%
其它非经营费用	(1)	(5)	(77%)
除税前溢利	165	102	62%
税项	(20)	(25)	(19%)
期内溢利	145	77	89%
非控制性权益	(1)	0	n/a
股东应占溢利	144	77	88%
每股盈利(美仙)			
基本	1.41	0.81	0.60
摊薄	1.38	0.76	0.62