

[新闻稿]

联想集团公布2012/13财年第一季度业绩

- 市场份额创新高高达15%
- 季度销售额达80亿美元
- 纯利达1.41亿美元
- 每股基本盈利为1.37美仙或10.63港仙
- 于2012年6月30日，净现金储备为37亿美元

香港，2012年8月16日 - 联想集团今日公布截至2012年6月30日止第一季度业绩。季度销售额达80亿美元，年比年上升35%。与此同时，集团第一季度的纯利年比年上升30%，达1.41亿美元，尽显集团在充满挑战的市场环境下保持盈利增长的实力。

作为全球第二大个人电脑厂商，联想季度市场份额再创新高，达**15%***，成功从竞争对手取得显著的市场份额。期内，尽管全球整体行业的个人电脑销量年比年下降接近2%，联想的全球个人电脑销量录得年比年上升24.4%，连续十三个季度超越整体行业增长，更是连续十一个季度成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商。

联想不断专注有力执行「保卫和进攻」战略，一方面在成熟市场巩固其业务，另一方面开拓具潜力的新兴市场，并成功在所有区域、客户市场和产品类别上取得均衡增长。随着行业迈进PC+年代，联想以积极进取的态度，确保集团能够紧握行业产品组合新趋势的商机，融合更多平板电脑、智能电视及智能手机。

在第一季度，集团毛利年比年增长30%，毛利率为12%。经营溢利年比年增长48%至1.82亿美元。每股基本盈利为1.37美仙或10.63港仙。在2012年6月30日，集团的净现金储备为37亿美元。

两周前，联想宣布与EMC建立全球战略合作关系，共同制定了一项服务器技术开发项目，该项目将有助进一步激发产品创新，并扩大联想在x86行业标准服务器细分市场的实力。根据协议，这些服务器将由联想推进市场，并逐步嵌入到EMC特定的存储系统中。其次，联想将取代主要的竞争对手，以OEM和代理销售两种方式销售EMC的存储产品，将把EMC行业领先的网络存储解决方案介绍给联想的全球客户，此举将率先在中国市场实施。

最后，EMC和联想计划成立一家新的合资企业，联想占大部分的股权。EMC所拥有的艾美加（Iomega）公司业务中的一些资产和资源将并入该企业，并将向全球中小企业和大企业的分支机构提供NAS存储系统。

这项与EMC的合作不会对集团本财年的收益构成重大影响。

另外，在第一季度，联想宣布在武汉建立一个集移动互联网终端的研发和生产于一体的综合产业基地，预计于2013年10月竣工投产。

「由于我们战略正确，执行有力，虽然现在的经济环境跟2009年以前类似，但我们的表现却截然不同。我们在中国以外的新兴市场、全球消费业务和移动互联领域的迅速拓展，为公司业绩带来均衡的多点支撑。与此同时，我们的中国业务和全球商用业务保持强劲盈利，确保了对增长业务的投入和公司整体的健康。」联想集团董事长兼首席执行官杨元庆说：「尽管我们所处的环境依然充满挑战，但我们有信心通过继续落实“保卫+进攻”的战略，在PC+时代实现可持续的增长和回报。」

区域概览**

在第一季度，联想在**中国区**的综合销售额为**35亿美元**，**年同比增长24%**，占集团全球总销售额**44%**。季内，联想进一步巩固在中国的领导地位，市场份额提升**3.9个百分点至35%**，再创历史新高，继续雄踞中国市场，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**9%**，同期，整体行业个人电脑销量则下降**2.8%**。

在**亚太区/拉丁美洲**，联想第一季度的个人电脑销量上升**59.2%**，大幅度优于整体行业表现，期内整体行业年比年下跌**3.9%**。综合销售额为**17亿美元**，占集团全球总销售额**21%**。季内，联想在区内取得双位数市场份额，达**11%**，年比年增加了**4.4个百分点**。期内，集团成功整合NEC合资公司，该合资公司现正进入第二年营运，已雄踞日本市场，市场份额达**25.4%**。此外，联想在印度的市场份额亦创新高高达**17%**，优于整体行业增幅逾**五倍**。联想在巴西的个人电脑销量是当地整体行业增幅的**20倍以上**。

联想于**欧洲、中东及非洲区**的个人电脑销量于第一季度年比年上升**62.3%**，表现出色，是区内整体行业增幅**9.1%的六倍以上**。第一季度的综合销售额年比年增长**62%至16亿美元**，占集团全球总销售额**20%**。尽管多个欧洲国家面对经济不稳，联想的市场份额仍年比年增加**2.9个百分点**。联想成功整合Medion收购项目，进一步加强其在西欧的业务。此外，联想在俄罗斯市场的个人电脑销量年比年上升达**一倍**。

北美的第一季度综合销售额为**12亿美元**，年比年增加**7%**，占集团全球总销售额**15%**。在整体市场年比年下跌**10%**的情况下，联想在第一季度录得**8.6%增长**，对商用客户及消费型客户的销售皆取得均衡的强劲增长。集团在美国的市场份额创新高高达**8%**，再次在区内跻身为**第四大厂商**。

产品概览

联想的**笔记本电脑**继续成为集团主要的收入来源，占集团总销售额**54%**。在第一季度，联想的全球笔记本电脑综合销售额年比年上升**23%至43亿美元**，联想的全球笔记本电脑销量上升**27%**，使联想在全球笔记本电脑市场的份额提升了**3.2个百分点**，创新高达**15.4%**，而行业整体的增幅则持平。期内，集团在全球推出其首部超级本(ultrabook)，IdeaPad U310 和U410，并在联想全球的广告宣传中以“Book of Do”的姿态出现。联想超级本拥有传统笔记本电脑的卓越功能，包括运算能力，大存储量及多元音效，结合纤巧的流线形机身，并备有平板产品无需等待、即开即用及超长电力等优越特性。

联想在第一季度的全球**台式电脑**综合销售额年比上年增长26%，至25亿美元，占集团总销售额32%。季内，联想的全球台式电脑销量年比上年增长21%，同期行业整体下降4%。此外，集团的市场份额更提升了3个百分点，创新高达14.4%。期内，联想推出 ThinkCentre M92p “小型”台式电脑，是业内首个一公升台式电脑，机身阔度仅相当于一个高尔夫球(34.5毫米)。ThinkCentre M92p突破性纤巧的机身适合任何环境所需，同时不失其卓越效能。对于工作环境空间有限的客户，尤其喜爱这“小型”台式电脑。

本季度是联想**移动互联网和数字家庭**成立后的首个完整年度，销售额取得年比年173%的增幅，至5.87亿美元，占集团总销售额7%。联想在中国市场的智能手机销量年比上年增长44倍，使联想智能手机的市场份额首次录得双位数字，达11.2%。联想在智能手机市场的出色表现，成功提升了集团在中国手机市场的市场份额5.1个百分点，创新高达9.8%。整体而言，联想目前是中国第二大的手机厂商。在第一季度内，联想发布了最新平板电脑 IdeaTab S2109，这新产品专为娱乐设计，并拥有4个SRS环绕音箱。此外，集团首次在中国市场发布智能电视，这台55英寸的K91智能电视获得全球谷歌认证、可采用安卓4.0操作系统。

*请参阅 IDC 2012 第二季度数据

**年比年的区域比较从以往的中国、成熟市场及新兴市场重列

关于联想

联想 (HKSE: 992, ADR: LNVGY) 是一家营业额达300亿美元的个人科技产品公司，是全球第二大个人电脑厂商，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卓越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、安全易用的科技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等的一系列移动互联网终端。联想获选为《财富》世界500强之一，集团在日本大和、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。

###

IR Contacts:

吴沛华 (Gary Ng)	徐煌麒 (Bryan Hsu)	龚凯茵 (Katie Kung)	施旻君 (Jenny Shih)
(852) 2516 4840	(852) 2516 4843	(852) 2516 4811	(852) 2516 4804
garyng@lenovo.com	bryanhhsu@lenovo.com	katiekung@lenovo.com	jennyshih@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2012 年 6 月 30 日止季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	12/13 第一季度	11/12 第一季度	年比年 转变
销售额	8,010	5,920	35%
毛利	959	739	30%
毛利率	12.0%	12.5%	-0.5pt
经营费用	(777)	(616)	26%
费用率	9.7%	10.4%	-0.7pt
经营溢利	182	123	48%
其它非经营费用	3	0	NA
除税前溢利	185	123	50%
税项	(41)	(15)	178%
期内溢利	144	108	33%
非控制性权益	(3)	0	NA
股东应占溢利	141	108	30%
每股盈利(美仙)			
基本	1.37	1.11	0.26
摊薄	1.33	1.08	0.25