

[新闻稿]

联想集团公布2012/13财年第二季度业绩

- 除税前溢利创新高达**2.04**亿美元
- 季度销售额达**87**亿美元，创历史新高
- 全球市场份额创新高达**15.6%**
- 每股基本盈利为**1.58**美仙或**12.25**港仙
- 于**2012年9月30日**，净现金储备为**36**亿美元

香港，2012年11月8日– 联想集团今日公布截至2012年9月30日止第二季度业绩。联想在所有区域市场的表现均超越大市，朝向成为全球最大个人电脑厂商的目标迈进。季度销售额创新高达**87**亿美元，年比年上升**11%**。除连续三年成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商，集团的季度除税前溢利再创新高达**2.04**亿美元，尽显集团继续保持盈利增长的实力。

第二季度，在市场表现疲软，整体市场销量年比年下降**8%**的环境下，联想的全球个人电脑销量仍能录得**10.3%**的增幅，连续第十四个季度超越大市的增长。在这充满挑战的市场环境，联想的全球市场份额再创历史新高，达**15.6%**^{*}，在所有区域、产品和客户细分市场中的份额均取得增长。

均衡的增长成为联想在过去三年的标志，亦是集团不断专注有力执行「保卫和进攻」战略的成果，一方面继续加强现有业务的市场地位，同时积极拓展具潜力的新领域及新市场以扩大客户基础。随著平板电脑、智能手机及智能电视愈来愈普及，开拓这些新市场对联想保持在**PC+**时代的领导地位尤为重要。

在市场份额持续增加的同时，联想的盈利水平亦不断提升，季内集团的纯利达**1.62**亿美元，年比年上升**13%**，毛利率为**12.1%**。毛利年比年增长**11%**至**11**亿美元，经营溢利为**2.06**亿美元，年比年上升**24%**。

期内每股基本盈利为**1.58**美仙或**12.25**港仙。在2012年9月30日，集团的净现金储备约为**36**亿美元。联想董事会宣布派发每股中期股息**4.5**港仙。

随着**PC+**时代的来临，联想在本财季公布了数项重要的举措，以进一步巩固其领导地位，当中包括两项重要收购交易，收购在巴西广受顾客熟悉的个人电脑和消费电子领导企业**CCE**，显著提升联想在巴西这个全球第三大个人电脑市场的业务规模，包括生产制造的能力。另外，收购位于美国印第安纳州，从事云计算解决方案的**Stoneware**，有助联想加快提升其提供商业和消费云产品的能力，尤其是向教育和政府机构的众多终端设备上提供安全信息内容。

上述两项收购是紧接联想宣布与**EMC**缔结全球伙伴关系后进行，联想与**EMC**共同制定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。此外，联想在上周公布成立企业产品集团(**Enterprise Product Group**)，这新业务部门主要负责拓展联想的服务器、存储、网络及软件产品业务，向包括大企业、中小企业及系统整合商等不同的商务客户提供产品。

同时，联想亦公布了在美国北卡罗来纳州开设生产线，在当地创造115个制造业就业岗位，使联想作为全球企业的同时，进一步加强其在美国市场的竞争优势。

「凭借对‘保卫和进攻’战略的有效落实，联想保持了强劲而均衡的增长势头，全球个人电脑市场份额创历史新高，成为领导厂商的梦想正在实现。四年国际市场耕耘，消费电脑首次成为全球第一；两年中国市场拓展，智能手机再度稳固第二。」联想集团主席兼首席执行官杨元庆表示：「更重要的是，在快速增长的同时，我们的盈利能力不断提升，税前利润创历史新高。随着中国以外的新兴市场业务和成熟市场交易型业务进入盈利性增长的轨道，随着智能手机等移动互联业务规模的不断扩大，联想的盈利水平还将持续提升。」

区域概览

- 在第二季度，联想在中国区的综合销售额为39亿美元，年比上年增长20%，占集团全球总销售额44%。季内，联想进一步巩固其在中国这个全球最大个人电脑市场的领导地位，市场份额提升2.4个百分点至34%，继续雄踞中国市场。期内，在整体市场增幅持平的市况下，联想个人电脑销量仍录得强劲增长，年比年上升8%。作为中国最大的个人电脑厂商，联想的个人电脑销量远超随后四间厂商销量的总和。值得注意的是集团大力拓展中国的新兴城市，不断推出新产品，包括智能手机、平板电脑和智能电视以建立品牌形象，带领市场进入PC+时代。
- 在亚太 / 拉丁美洲区，联想在第二季度的市场份额再创新高，达11.5%，年比上年增长1.6个百分点。季内，虽然整体行业年比年下滑10%，联想在区内的个人电脑销量仍录得5%的骄人增幅。联想在日本这全球第五大个人电脑市场稳占领导地位，同时雄踞印度市场，在印度，联想的个人电脑销量年比年上升31.8%，市场份额亦提升了4.8个百分点。在巴西以外的拉丁美洲国家，联想首次在区内取得双位数字的市场份额，年比年增加了4.1个百分点。期内，联想在亚太 / 拉丁美洲区的综合销售额为18亿美元，占集团全球总销售额21%。
- 在第二季度，联想首次在欧洲、中东及非洲区取得双位数字的市场份额，达10.8%，年比年增加3.0个百分点，成为欧洲、中东及非洲区的第三大个人电脑生产商。集团在区内的市场份额皆取得均衡的增长。当中的亮点之一，是联想分别在俄罗斯和德国市场取得龙头地位，在德国市场的份额提升了3.9个百分点。期内，尽管区内的整体行业市场下跌8%，联想的个人电脑销量仍录得骄人增长，年比年上升了27%。集团于第二季度的综合销售额为18亿美元，年比年增加12个百分点，占集团全球总销售额21%。
- 联想在北美区第二季度的个人电脑销量增长8%，同期市场则下跌近12%。在充满挑战的环境下，集团在美国市场的份额创新高，上升1.6个百分点至8.3%。季内，集团的综合销售额年比上年增长7%至12亿美元，占集团全球总销售额14%。随着联想在美国的零售点以十倍高速增长，联想在北美区的消费业务销售额录得显著增幅，商用客户亦增长强劲。

产品概览

- **笔记本电脑**: 在第二季度, 联想首次成为全球最大的笔记本电脑供应商, 其于全球的笔记本电脑销量年比年上升了**11.3%**, 使联想在全球笔记本电脑市场的份额提升了**2.6**个百分点, 创新高达**16%**。同期, 行业整体录得**7%**的跌幅。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**53%**。综合销售额年比年上升**3%**至**46**亿美元。期内, 集团推出了一系列非凡的新产品, 包括 ThinkPad X1 Carbon、ThinkPad T430u 超级本, 以及联想首部专为Windows 8而设的 ThinkPad第二代平板电脑。上月, 联想更推出了三款行业瞩目专为Windows 8而设的的全新超级本, 包括 Yoga13、Lynx及Twist, 可以翻转折叠的平板电脑。
- **台式电脑**: 联想在第二季度的全球台式电脑综合销售额年比年增长**5%**, 至**28**亿美元, 占集团总销售额**32%**。尽管季内整体行业的全球台式电脑销量录得**9%**跌幅, 联想年比年上升**8.8%**, 集团的市场份额更提升了**2.6**个百分点, 创新高达**15%**。期内, 集团推出崭新的一体机 IdeaCentre A520, 配备支持多点触控及**1080p** 23寸小巧屏幕, 更能多角度调节(**-5至90度**平躺), 使用户可在不同角度以最完美的图象观赏电影、玩触控游戏及享受视频聊天。
- 联想**移动互联网和数字家庭**将踏入成立后的第二个完整年度, 表现突飞猛进, 季度综合销售额取得年比年**155%**的增幅, 达**7.18**亿美元, 占集团总销售额**8%**。随着集团透过智能手机和平板电脑推进在**PC+**领域的发展, 联想在中国的销量继续优于整体高速增长的市场, 目前, 联想在智能手机和平板电脑市场均为中国第二大的厂商。在第二季度, 联想在中国智能手机市场的份额为**14.2%**, 年比年大幅增加**12.5**个百分点。季内, 集团宣布在印尼、菲律宾及越南开始销售智能手机, 上周, 更在印度宣布开展销售。

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。

*请参阅 IDC 2012 第三季度数据

###

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 9 月 30 日止第二季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	12/13 第二季度	11/12 第二季度	年比年 转变
销售额	8,672	7,786	11%
毛利	1,050	947	11%
毛利率	12.1%	12.2%	-0.1pts
经营费用	(844)	(781)	8%
费用率	9.7%	10.0%	-0.3pts
经营溢利	206	166	24%
其它非经营费用	(2)	(1)	47%
除税前溢利	204	165	24%
税项	(41)	(20)	103%
期内溢利	163	145	13%
非控制性权益持有人	(1)	(1)	12%
股东应占溢利	162	144	13%
每股盈利(美仙)			
基本	1.58	1.41	0.17
摊薄	1.55	1.38	0.17