

联想集团公布2013/14财年第二季度业绩

强大的执行与创新能力为个人电脑及PC+产品带来强劲表现及机遇

- 第二季度以**17.7%**的市场份额蝉联全球第一大电脑厂商，继续拉大与同业的差距
- 全球**第三大智能终端厂商**，包括个人电脑、智能手机和平板电脑
- 季内，联想在全球共销售了**2,900万部**设备，创历史新高，相等于每秒售出**4部**
- 除税前溢利创历史新高达**2.65亿美元**，盈利达**2.20亿美元**，营业额达**98亿美元**
- 每股基本盈利为**2.12美仙**或**16.44港仙**
- 于**2013年9月30日**，净现金储备为**26亿美元**

香港，2013年11月7日 – 联想集团今日公布截至**2013年9月30日**止第二季度业绩。季度营业额达**98亿美元**，年比年上升**13%**。集团第二季度的溢利增长更为快速，除税前溢利年比年上升**30%**，达**2.65亿美元**，盈利年比年上升**36%**，达**2.20亿美元**。季内，联想在全球共销售了**2,900万部**设备，创历史新高，相等于每秒售出**4部**联想设备。这一成果得益于联想全球有力地执行「保卫和进攻」战略、创新产品组合，以及稳步增长的**PC+产品**营业额。

连续两个季度，联想蝉联全球最大个人电脑供应商*，在全球的市场份额创历史新高高达**17.7%**，年比年上升**2.0**个百分点。在全球七大个人电脑市场中，集团在五个市场占第一名，覆盖全球四分之一的人口。联想第二季度的全球个人电脑销量达**1,410万部**，再次成为前五大厂商中增长最快的厂商，连续十八个季度跑赢整体行业增长。

凭借在个人电脑及移动产品如平板电脑及智能手机领域的出色表现，联想将继续拓展多元化业务，为未来的**PC+时代**奠下坚实的基础。联想移动互联及数字家庭(MIDH)产品，包括智能手机、智能电视，以及集团大部份的平板电脑业务，由去年同期占总营业额的**8%**上升至本财季的**15%**，而两年前仅为**4%**，盈利能力更稳步提升。

目前，联想的个人电脑和平板电脑的综合销量名列全球第二，同时，是全球**第三大智能终端厂商** (智能终端包括智能手机、平板电脑和个人电脑)，销量年比年上升**36%**。联想的智能手机和平板电脑的综合总销量连续第二季度超越集团个人电脑总销量。同时，联想继续成为全球**第四大智能手机供应商**，销量年比年大幅增长**78%**。联想在中国智能手机市场继续取得强劲增长，年比年上升**64%**。同时，平板电脑方面，受惠于在中国以外地区销售的带动，联想在全球平板电脑销量创历史新高至**230万部**，年比年增长**4.2倍**。综合各业务的佳绩，尽显联想继续迅速蜕变成为**PC+企业**。

「我们不仅在个人电脑领域蝉联全球第一，智能手机和平板电脑也增长迅猛，都已跃居全球第四。与此同时，我们的营业额和利润均创历史新高，盈利水平显著提升。」联想集团董事长兼**CEO杨元庆**表示：「对于未来的市场发展，我们怀有乐观态度，受企业换机潮和中国市场回暖的推动，个人电脑市场将逐渐复苏，平板电脑向主流/入门市场和新兴市场的转移也将持续，这些都是联想擅长的领域，我们对于把握其中的机遇、保持强劲的增长充满了信心。」

在第二季度，集团毛利年比年增长**11%**，达**12.7**亿美元，毛利率为**12.9%**。经营溢利年比年增长**38%**至**2.83**亿美元。每股基本盈利为**2.12**美仙或**16.44**港仙。在2013年9月30日，集团的净现金储备为**26**亿美元。联想集团董事会建议派发中期股息每股**6**港仙。

區域概覽

在第二季度，联想在**中国区**的综合营业额为**38**亿美元，年比年增长**1%**，占集团全球总营业额**40%**，增长主要由智能手机和平板电脑所带动，营业额合共年比年增长**45%**。在第二季度，联想进一步巩固其在中国个人电脑市场的龙头地位，市场份额达**33.9%**，年比年上升**0.2**个百分点。

在**亚太区**，联想在第二季度的综合营业额为**15**亿美元，占集团全球总营业额**15%**，年比年增长**1%**。集团强大的执行力带动其智能手机销售额及在区内盈利的强劲增长。联想个人电脑在区内的市场份额创新高高达**14.5%**，年比年增长**0.1**个百分点。凭借联想在日本的优秀领导团队，以及在印度和印度尼西亚消费业务的高速增长，联想首次在亚太区消费个人电脑市场居第一位，市场份额达**12.7%**。与此同时，联想在区内创造了一个里程碑，智能手机和平板电脑销量超过**100**万台。

联想第二季度在**欧洲、中东及非洲区**的综合营业额年比年大幅上升**26%**，增长至**23**亿美元，占集团全球总营业额**23%**。季内，联想在区内的个人电脑销量达**15%**，年比年上升**4.2**个百分点。联想在区内**12**个国家位居第一大个人电脑厂商，进一步巩固其作为欧洲、中东及非洲区第二大个人电脑供应商的地位。

美洲区在第二季度的综合营业额为**22**亿美元，年比年上升**37%**，占集团全球总营业额**22%**。联想在美洲区的个人电脑销量年比年上升**39%**，表现优于市场达**43**个百分点。集团在美洲区的市场份额创新高高达**11.3%**，年比年上升**3.5**个百分点，是联想首次在美洲区取得双位数的市场份额，也是在美国及拉丁美洲首次取得双位数的市场份额。联想通过有力执行去年收购的**CCE**项目，以及建立新生产设施，得以在巴西这个全球第三大个人电脑市场居第一位。

產品概覽

在第二季度，联想的**笔记本电脑**对集团的全球营业额贡献比重最大，占总营业额的**51%**。期内整体行业的笔记本电脑销量年比年下跌**12%**。尽管经营环境充满挑战，联想全球笔记本电脑的综合营业额在第二季度仍录得**50**亿美元，年比年增加**8%**。集团在该市场的份额攀升了**2.6**个百分点至**18.5%**。期内，联想在德国柏林举行的年度**IFA**消费电子展中，推出数款全新**ThinkPad**系列商用笔记本电脑，包括**ThinkPad T440**及**X240**，均比上一型号纤薄**20%**、电池寿命更持久。同时，联想亦宣布推出全新双模式功能的消费笔记本电脑—**Flex 14** 及**15** 吋笔记本电脑，屏幕可**300**度翻转直立，提供一个更舒适自然的触控体验。

季内，联想**台式个人电脑**的全球销量年比年增长 **1%**，而整体行业销量则下跌 **6%**。因此，联想的市场份额年比年上升 **1.3** 百分点，达 **16.5%**。联想台式个人电脑第二季度的综合营业额年比年下跌 **3%** 至 **27** 亿美元，占集团总营业额 **28%**。联想在第二季度推出行业领先的一体式电脑全新机款，包括 **ThinkCentre** 服务器 **E93z**、**E73z** 及 **M73z**，配有自选多触控屏幕、优化的线路管理及全新垂直、旋转及倾斜移动装置，包括可全平躺的触摸功能。集团本季亦推出了新一代人气产品「微型」**ThinkCentre M93p**，这款台式个人电脑厚度仅相等等于一个高尔夫球。

在第二季度，联想的**移动互联及数字家庭（MIDH）**产品，包括智能手机和平板电脑的综合营业额年比年增长达**106%**，达**15**亿美元，占集团本季度营业额的**15%**。在中国区，联想智能手机的年比年销量提升**64%**，保持联想强劲的市场地位，稳居中国第二大智能手机厂商。期内，联想在一年一度的柏林 IFA 消费电子产品展上推出了**Yoga 2 Pro**，这是继可**360**度翻转及折迭的**Yoga**及支持多模式转换的商用**ThinkPad Yoga**的另一巨献。另外，联想亦在 IFA 推出崭新的**Vibe X**智能手机，为联想的高端智能手机产品组合增添新成员，並推出了只有**7.9**毫米厚，市场上最薄的新**S5000**平板电脑，为消费者带来惊喜。

上周，联想推出了万众期待、电池寿命长达**18**小时的多模式功能**Yoga**平板电脑，这款产品也是联想建立消费品牌的最新举措。集团与拥有**1,500**万**Twitter**粉丝的著名演员以及科技项目投资**人艾什顿 库彻 (Ashton Kutcher)**合作，一起展示这款集先进科技与创新理念为一体的产品。此外，联想进一步进行品牌推广，八月份在北京开设**第二家官方旗舰店**，并计划在未来开设更多新店。

* Gartner 及 IDC 2013 年第三季度数据

关于联想

联想（**HKSE: 992**，**ADR: LNVGY**）是一家营业额达**340**亿美元的个人科技产品公司，是全球最大个人电脑厂商，联想客户遍布全球**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)
(852) 2516 4840
garyng@lenovo.com

徐焯麒 (Bryan Hsu)
(852) 2516 4843
bryansu@lenovo.com

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

施旻君 (Jenny Shih)
(852) 2516 4804
jennyshih@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2013 年 9 月 30 日止季度业绩

(百万美元, 除每股资料)

	13/14 第二季度	12/13 第二季度	年比年 转变
营业额	9,774	8,672	13%
毛利	1,265	1,139	11%
毛利率	12.9%	13.1%	-0.2pts
经营费用	(982)	(933)	5%
费用率	10.0%	10.8%	-0.8pts
经营溢利	283	206	38%
其它非经营费用	(18)	(2)	936%
除税前溢利	265	204	30%
税项	(51)	(41)	25%
期内溢利	214	163	31%
非控制性权益	6	(1)	N/A
股东应占溢利	220	162	36%
每股盈利(美仙)			
基本	2.12	1.58	
摊薄	2.10	1.55	