

凭借核心业务的强劲表现和新近投资业务高速发展 联想2014/15财年第三季度业绩超越市场预期

新智能手机和企业级业务成为增长引擎 盈利水平将继续提升

- 营业额达141亿美元
- 税前利润(不包括并购在会计处理衍生的非现金费用)*达3.48亿美元; 税前利润达2.74亿美元
- 净利润(不包括并购在会计处理衍生的非现金费用)*为3.27亿美元; 净利润达2.53亿美元
- 全球个人电脑市场份额高达20%**，创下新的里程碑
- 受惠于并购，整体业务更加均衡发展：个人电脑业务占总营业额65%、移动业务占24%以及企业级业务占9%（一年前个人电脑业务占营业额的81%）
- 每股基本盈利为2.32美仙或17.99港仙
- 于2014年12月31日，净现金储备为13亿美元

香港，2015年2月3日 – 联想集团今天公布截至2014年12月31日止第三季度业绩，受惠于核心个人电脑业务的理想表现，以及高速整合摩托罗拉移动(Motorola)和前IBM x86服务器(System x)两项新并购业务，联想的季度业绩表现超越市场预期。期内，联想总营业额达141亿美元，同比增长31%。

第三季度税前利润(不包括并购在会计处理衍生的非现金费用)同比增长8%，达3.48亿美元。这些非运营性、并购在会计处理衍生的非现金费用合共7,400万美元，包括并购摩托罗拉和System x产生的无形资产摊销和承兑票据利息的费用。若计入这并购在会计处理衍生的非现金费用，季度税前利润为2.74亿美元，下调15%。同样地，若计入，季度净利润为2.53亿美元，下调5%。若不包括这并购在会计处理衍生的非现金费用，季度净利润为3.27亿美元，增长23%。

联想正在处于重要转型时刻，业务更加多元化，并且加入摩托罗拉以及System x新业务，与此同时，其核心个人电脑业务依然保持强劲的增长。集团业务均衡发展已经成为联想的核心优势：个人电脑业务占营业额的65%、移动业务占24%、企业级业务占9%。仅在一年前，个人电脑业务占集团总营业额的81%。

“上个季度，是我们从新的起点重新起跑的季度。我们的表现证明，我们制定的战略是正确的，选择的并购对象是合适的，执行是有效的，我们已经为新一轮的成功做好了充分的准备。”联想集团董事长兼CEO杨元庆表示：“不仅我们核心的个人电脑业务保持了领先的地位，并且兑现了提升盈利水平的承诺，而且我们两个新并购的业务在整合的首个季度就显示出了良好的势头，成为新的增长引擎。摩托罗拉的单季度销量首次突破了1000万台，并且强势回归中国市场。对于System x，我们正在制定进一步的整合计划，充分利用规模效应，以及联想的效率优势，增强其竞争力。我们有信心达成这一年的财务目标，并实现可持续的长久增长。”

联想第三季度的毛利同比增长54%至21亿美元，毛利率为14.9%。季度经营利润同比下降3%至3.25亿美元。第三季度每股基本盈利为2.32美仙或17.99港仙。于2014年12月31日，净现金储备共13亿美元。

联想的不断创新推动业务模式成功转型，为用户带来更多卓越产品，并推动销量和盈利水平的提升。去年10月份，集团举行了令人瞩目的消费产品全球发布，推出了新的翻转笔记本和平板电脑 Yoga 家族系列。另外，联想在本年1月份刚刚结束的美国消费电子展(CES)上荣获77项大奖，这些奖项遍及联想全线产品：个人电脑方面，LaVie笔记本电脑是联想推出迄今为止最轻薄的一款产品，在展会上赢得了很多顶级赞誉；在平板电脑、智能手机、应用、软件以及外设数码产品方面，均展示了联想产品在广度和深度上独特的创新。

业务集团概览***

个人电脑集团 (PCG), 包括个人电脑和Windows平板电脑) 营业额达92亿美元, 税前利润创新高, 达4.94亿美元。集团在季内的个人电脑销量为1,600万台, 同比上升4.9%, 占全球市场份额的20%。市场的整合趋势将有利于联想发展。此外, 联想旗下ThinkPad笔记本电脑销售突破第1亿台, 为此卓越品牌创造了里程碑。

移动业务集团(MBG), 包括摩托罗拉, 联想品牌智能手机、安卓平板电脑和智能电视)的营业额为34亿美元, 税前亏损8,900万美元。摩托罗拉单季度销量突破1,000万台, 同比上升118%, 为移动业务集团带来19亿美元的营业额, 并且强势回归中国市场, 继续向收购完成后四至六个季度达成盈利的目标进发。

结合摩托罗拉品牌和联想品牌设备的总销量, 联想已经成为真正的全球性厂商, 是仅次于三星和苹果的全球第三大智能手机厂商, 也成为这两个品牌的最大的挑战者。目前, 联想与摩托罗拉两个品牌共占全球市场份额6.6%, 同比增长78%。凭借新发布的Yoga 平板, 平板电脑全球市场份额为4.8%, 季内销量为370万台, 同比增长达9%。

有别于其他规模较小且几乎完全依赖增长放缓的中国市场的手机移动企业, 联想在过去两年里, 有60%的智能手机业务来自于中国以外市场, 并已进入67个国家。联想拥有立足于全球市场竞争所需的规模、分销渠道、品牌资产及专利组合, 并积极挑战前两名品牌。此外, 随着智能手机由高端市场转向主流市场、由成熟市场转向新兴市场, 联想正处于有利状态, 把握未来的增长机遇, 实现带领摩托罗拉移动取得盈利的承诺。

企业级业务集团 (EBG), 包括ThinkServer以及System x 业务(前IBM x86服务器业务)销售的服务器、存储及软件和服务)的营业额达12亿美元, 而System x的营业额为9.86亿美元。在System x 进行并购整合以来的仅90天内, 企业级业务集团已取得了税前经营利润, 虽然在包括并购在会计处理衍生的非现金费用后的标准税前亏损为4,200万美元。企业级业务现正朝着在一年内达到50亿美元营业额, 并实现较个人电脑更好的利润水平的目标坚实进发。

结合联想ThinkServer 和System x服务器的销量, 联想已在全球x86服务器市场排名第三, 占市场份额的10.4%。去年, 虽然自联想表示计划收购System x 业务以来市场竞争激烈, 目前已渐趋稳定, 随着此业务在中国市场的迅速发展, 联想已经跃升为中国市场的第一位, 并在全球160个国家获得新机遇, 这些商机均是IBM和联想前所未有的。

区域概览

联想第三季度在**中国区**的营业额年比年上升1%至41亿美元, 占集团全球总营业额的29%, 经营利润率年比年提升0.3个百分点至5.7%。在第三季度, 联想继续巩固在中国个人电脑市场的领先地位, 市场份额达38.2%。中国的智能手机市场激烈竞争, 影响了联想品牌智能手机的表现。

在**亚太区**, 联想第三季度的营业额年比年增长7%至17亿美元, 占集团全球总营业额的12%, 经营利润率年比年上升3.9个百分点达5.4%, 创历史新高。同时, 个人电脑市场份额也创新高, 达16.1%, 年比年上升0.2个百分点。在东盟区, 智能手机销量表现强劲。

在**欧洲/中东/非洲区**, 联想第三季度的营业额持续高速增长, 上升40%(16亿美元), 至40亿美元, 经营利润率年比年提升1.2个百分点至3.0%。由于消费业务的强劲表现, 此区域在联想全球总营业额的占比创新高, 达29%。季内, 联想在欧洲/中东/非洲区的个人电脑市场份额上升近4.4个百分点至19.6%, 创历史新高, 并在区内13个国家的个人电脑市场排名第一, 继续巩固联想在欧洲/中东/非洲区个人电脑市场排名第二的地位。

在**美洲区**, 随着摩托罗拉和System x 业务的加入, 联想第三季度在区内的营业额为43亿美元, 年比年增长88%, 占集团全球总营业额的30%。在美洲区个人电脑市场的份额为11.1%。联想继续在美国市

场保持排名第四，同时，避免与较低端和低利润产品的激烈竞争，以保护其盈利水平。在北美区，联想的营业额和销量均取得强劲增长，盈利水平稳步提高，在巴西业务上的挑战对美洲区整体表现造成影响，集团正采取积极果断的措施来应对。

* 此数据旨在提升透明度以及协助对业务的分析。

** IDC 2014年第四季的数据

*** 此前，集团财务分析按照产品类别划分，自收购摩托罗拉移动和 System x 后，管理层认为按照主要业务集团分类最能反映公司的业务状况。

关于联想

联想 (HKSE:992)(ADR:LNVGY) 是一家营业额达 390 亿美元，专注于提供创新的消费、商用和企业级技术产品的世界财富 500 强公司。我们的高品质安全产品和服务包括个人电脑（包括传奇的 Think 和多模 YOGA 品牌）、工作站、服务器、存储、智能电视以及智能手机（包括摩托罗拉品牌）、平板电脑和应用在内的移动产品。您可在 [LinkedIn](#)、[Facebook](#)、Twitter ([@Lenovo](#)) 上关注我们，或访问我们的网站 www.lenovo.com。

IR Contacts:

吴沛华 (Gary Ng)
(852) 2516 4840
garyng@lenovo.com

徐煌麒 (Bryan Hsu)
(852) 2516 4843
bryansu@lenovo.com

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

楊婉婷 (Lisa Yang)
(852) 2516 4804
wyang4@lenovo.com

联想集团
财务摘要
截至 2014 年 12 月 31 日止季度业绩

(百万美元，除每股资料)

	14/15	13/14	年比年
	第三季度	第三季度	转变
营业额	14,092	10,789	31%
毛利	2,097	1,363	54%
毛利率	14.9%	12.6%	2.3 pts
经营费用	(1,772)	(1,029)	72%
费用率	12.6%	9.5%	3.1 pts
经营溢利	325	334	-3%
其它非经营费用	(51)	(13)	287%
税前溢利	274	321	-15%
税项	(17)	(56)	-69%
期内溢利	257	265	-3%
非控制性权益	(4)	-	1557%
股东应占溢利	253	265	-5%
每股盈利 (美仙)			
基本	2.32	2.56	(0.24)
摊薄	2.30	2.52	(0.22)