

(新闻稿)

## 联想集团公布第三季度业绩

### 核心业务营业额、利润、市场占有率均获增长

### 收购 IBM 个人电脑业务之相关工作进展顺利

(2005年2月4日, 香港讯) — 联想集团有限公司 (简称「联想集团」) (股份编号: 992; ADR: LNVGY) 今天宣布截至2004年12月31日止第三季度业绩。第三季度核心业务之营业额比去年同期增长4%, 经营利润大幅度增长19%。集团实施专注策略后逐步减持非核心业务, 采用新机制发展IT服务、主机板等业务, 第三季度整体营业额比去年同期微降3.7%, 达63.09亿港元, 股东应占溢利3.27亿港元, 与去年持平。第三季度联想个人电脑销量比去年同期上升19.1%, 根据IDC统计数据显示, 市场占有率达28.1%, 录得本年度连续三个季度市场占有率上升, 进一步拉大了与竞争对手间的差距。

联想集团总裁兼首席执行官杨元庆指出: “04财年集团实施专注的发展策略, 不断深入推行战略变革, 强调客户导向, 优化营销模式, 使得市场占有率持续上升, 运作效率等经营指标也获得持续改善。笔记本电脑等重点发展业务继续保持高速增长, 取得令人满意的成绩。同时联想在落实国际化战略方面取得重大进展, 以12.5亿美元(约97.5亿港元)收购IBM全球台式电脑及笔记本电脑业务, 目前双方正按照既定计划, 稳健有序的推进收购相关工作。”

本季度, 联想集团在取得良好业绩的同时, 在落实国际化战略方面也取得重大突破。2004年12月8日, 联想集团宣布以12.5亿美元的价格并购了IBM的全球个人电脑业务, 包括台式电脑和笔记本电脑, 以及与个人电脑业务相关的研发中心、制造设施、全球的经销网络和服务中心。新联想将在5年之内无偿使用IBM品牌, 并永久保留使用全球著名的“Think”商标的权利; 与此同时, IBM将持有联想集团18.9%的股份, 成为联想集团的战略合作伙伴。

在谈到收购相关工作进展时，杨元庆表示：目前收购相关工作正按照既定计划，有序稳健的推进。交易宣布之后，联想集团及 IBM 实施了针对员工、客户、合作伙伴的全面沟通计划，详细解释了交易将会在未来产品创新、质量及服务上给客户带来的好处。沟通调查显示，90%以上的 IBM 客户对于交易反馈积极，他们表示相对于价格，他们其实更青睐于 IBM 一贯表现出来的创新和高品质等特质，而创新、高品质正是新联想将会着力打造的未来竞争力。对于交易，联想及 PCD 管理层和员工反映非常积极正面，对新公司的未来充满信心和期待。

杨元庆阐述了新联想第一年的工作重点：第一，尽快明确清晰的公司治理并建立运营支持职能，从而更好地为联想中国和联想国际业务提供支持和指导；第二，新联想的五个研发中心将会继续开发联想、ThinkPad、ThinkCentre 品牌的创新技术，持续扩展产品线；第三，力争尽早实现在采购，供应链和产品线扩展上产生的协同效应，从而为股东带来更好的回报；第四，联想中国业务和联想国际业务(现 IBM 的个人电脑部(PCD)业务)将保持相对独立的运营，从而保证为客户继续提供最佳服务和支持以及业务的稳定和顺利的过渡。

联想集团同时公布了交易完成之后新联想的组织结构及主要管理层：原联想集团总裁兼首席执行官杨元庆将担任新联想的董事局主席；原 IBM 的高级副总裁、个人系统事业部总经理 Stephen Ward 将担任 CEO（首席执行官）；原联想高级副总裁马雪征女士将继续担任 CFO（首席财务官）；原 PCD 主管运营的总经理 Fran O’ Sullivan 将担任联想国际业务的 COO（首席运营官）；原联想高级副总裁刘军将担任联想中国业务的 COO（首席运营官）；原联想副总裁刘志军将继续担任联想移动业务的负责人；原 PCD 主管市场及策略的副总裁 Deepak Advani 将担任新联想的 CMO（首席市场官）；原 PCD 主管全球销售的副总裁 Ravi Marwaha 将担任新联想全球销售的负责人。原联想高级副总裁乔松将担任新联想的 CPO（首席采购官）；原联想的高级副总裁贺志强将担任公司级研发系统的负责人；原 PCD 主管产品提供的副总裁 Peter Hortensius 将负责全球产品开发；原 IBM

的 Bill Matson 将担任人力资源系统的负责人。原联想高级副总裁王晓岩将负责新联想全球信息化系统的建设及联想中国的行政管理工作。

展望未来，在取得所有必需的批准后，杨元庆对成功完成收购相关工作，为投资者带来长远回报充满信心。他表示：品牌、规模、效率将成为新联想的核心竞争力。在品牌方面，将通过不断的创新和在品质上的孜孜追求，继续保持 IBM 和联想品牌固有的高端形象和高溢价的品牌定位和内涵，使新联想获得较高的利润水平；在规模方面，将充分利用联想和 IBM 在客户群、产品和地域上的高度互补性，新联想将更重视中国、印度等亚洲新兴市场，更重视笔记本电脑的成长，并将尽快把联想很强的消费、中小企业产品及业务模式通过 IBM 的业务平台带向全球。在效率方面，新联想将充分发挥联想在中国已经建立的高效运营平台的优势，在采购，供应链，研发和服务等方面，对新公司全球的业务提供支持，从而在整体上获得业界一流的运营效率。

## 关于联想

联想集团（HKSE: 992; ADR: LNVGY）是中国领先的 IT 企业。该集团主要在中国从事台式电脑、笔记本电脑和移动手持设备、服务器和外设的生产、销售。联想的品牌 PC 自 1997 年以来一直是中国最畅销的产品，在 2003 年占有中国 PC 市场 27.0% 的份额（数据来源：IDC）。同年，联想的 PC 也以 12.6% 的市场份额在亚太区排名第一（数据来源：IDC）。

联想于 1994 年在香港股票交易市场上市。现在，它是香港恒生指数和 MSCI 中国自由指数（MSCI China Free Index）的成份股。联想在美国以在美国以美国存托凭证（American depositary receipts）形式交易。2004 年 3 月，联想加入了国际奥委会的 TOP 计划，成为国际奥委会 2005 年到 2008 年的计算机技术设备的合作伙伴。2004 年 12 月 8 日联想集团宣布收购 IBM 全球个人台式电脑业务及笔记本电脑业务，交易将于 2005 年第二季度完成。

（完）

註：隨附聯想集團綜合損益表

## 2004/05 年度第三季度業績

### 綜合損益表

	截至 二零零四年 十二月 三十一日止 三個月 (未經審核) 港幣千元	截至 二零零四年 十二月 三十一日止 九個月 (未經審核) 港幣千元	截至 二零零三年 十二月 三十一日止 三個月 (未經審核) 港幣千元	截至 二零零三年 十二月 三十一日止 九個月 (未經審核) 港幣千元
營業額	6,308,795	17,841,503	6,552,281	18,414,421
除利息、稅項、折舊及 攤銷前經營溢利	370,392	978,506	310,947	913,117
折舊費用	(43,380)	(145,268)	(51,704)	(149,040)
無形資產攤銷	(5,250)	(21,141)	(10,254)	(25,488)
資產減值	-	(51,364)	-	-
出售投資(虧損)/ 收益	(5,189)	159,193	45,375	51,377
財務收入	23,905	65,551	34,218	74,267
經營溢利	340,478	985,477	328,582	864,233
財務費用	(2,283)	(5,783)	(391)	(391)
	338,195	979,694	328,191	863,842
應佔共同控制實體虧損	(1,180)	(11,290)	(25,514)	(39,053)
應佔聯營公司溢利	3,948	3,702	10,932	16,311
除稅前溢利	340,963	972,106	313,609	841,100
稅項	(17,864)	(42,769)	421	1,747
除稅後溢利	323,099	929,337	314,030	842,847
少數股東權益	4,149	24,782	11,121	21,722
股東應佔溢利	327,248	954,119	325,151	864,569
股息	不適用	179,378	不適用	149,436
每股盈利 – 基本	4.37 港仙	12.76 港仙	4.35 港仙	11.57 港仙
每股盈利 – 全面攤薄	4.36 港仙	12.74 港仙	4.31 港仙	11.50 港仙

#### 編製基礎

本集團未經審核季度業績由董事會負責編製。本未經審核季度業績按照香港會計師公會頒佈的會計實務準則第 25 號「中期財務報告」要求編製。本簡明賬目須與截至二零零四年三月三十一日止年度經審核賬目一起閱覽。