

强强联合

打造全球PC领导企业

-- 联想收购**IBM**全球PC业务,与**IBM**组成战略联盟

lenovo

合作意义

- 此次收购将形成全球第三大**PC**领导企业，它是一次历史性的、强有力的战略结合，必将对全球电脑产业格局产生深远的影响！
 - 在全球范围内更加广泛的品牌认知，更多元化的客户基础及庞大的分销网络
 - 全球一流的国际化管理团队
 - 世界级的领先科技
 - 更丰富的产品组合
 - 更高效率的运作能力

lenovo

合作背景

- 本次收购是联想全面实施国际化战略的重要步骤

国际化战略

确立国际化的远景


更换英文品牌标识

跻身奥运**TOP**合作伙伴

专注**PC**等核心业务

收购**IBM**全球**PC**业务

lenovo



我们始终不移的目标是要成为一家国际化的企业，从**2003**联想更换了标识，**2004**年签约成为国际奥委会全球合作伙伴，到今天与**IBM**形成战略联盟，我高兴的看到了联想正在一步步走向世界顶级企业的行列。

-- 柳传志

lenovo

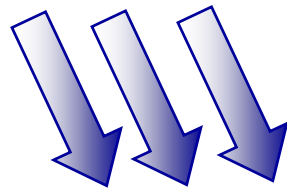
交易概况

(收购之后)

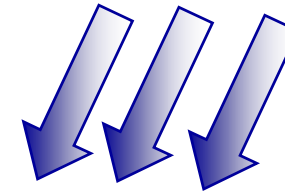
lenovo

IBM

PC 业务



6.5亿美元现金,
6亿美元股份



lenovo

PC 业务

(收购之后)

- 联想和**IBM**个人电脑业务的结合
- **2003**年合并出货量总额约为**1190¹**万台
- **2003**年合并年收入超过**120**亿美元
- 全球第三大**PC**厂商，全球市场份额为**8%**
- 加强了在中国**PC**市场份额第一的地位 (市场份额**32.1%**)²,也加强了在亚太市场第一的地位 (**20.7%**)²
- 中国和亚太地区的台式机和笔记本市场领先
- **IBM**成为联想的战略合作伙伴，持有联想约**19.0%**³的股份

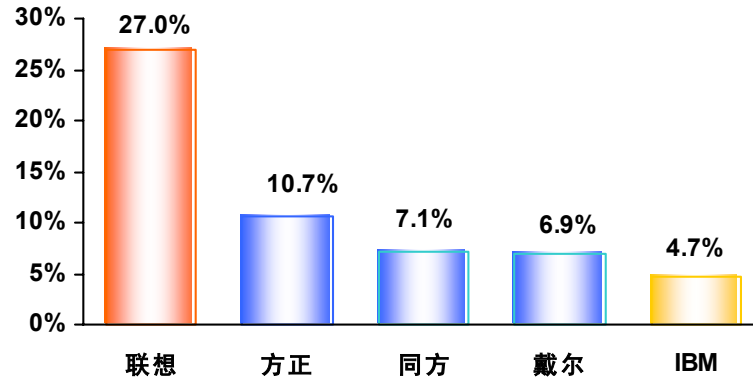
1.2. 来源: IDC

3. 交易结束后立即进行

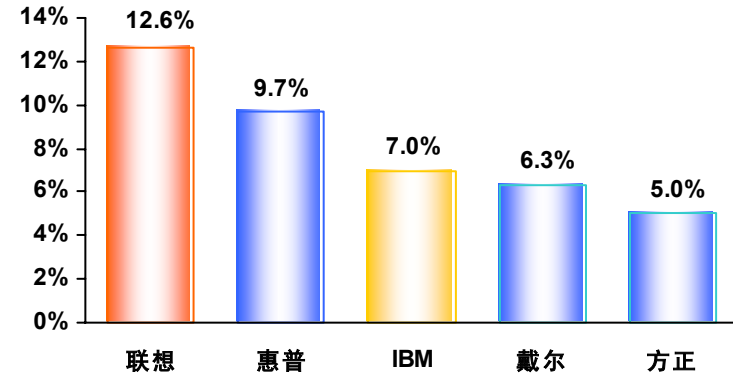
lenovo

交易概况—双方市场地位

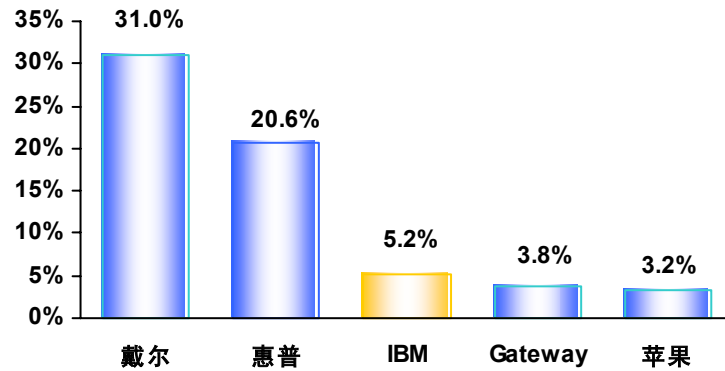
2003年中国市场份额



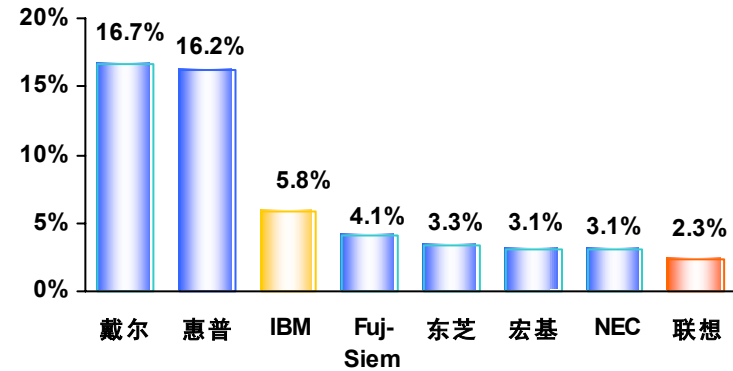
2003年亚洲市场份额 (除日本)



2003年美国市场份额



2003年全球市场份额



来源: IDC, 2003年度数据, 按出货量



交易概况—绝佳的组合

lenovo

- 中国市场的**PC**领导
 - 中国最大的**PC**品牌、对中国市场具有深刻理解
- 在中国强大的**分销网络及客户基础**
 - **3000**家代理商、**4000**多零售店、大客户
- 个人客户/**台式机**方面的**专长**
 - 对个人客户需求的深刻理解、极具特色产品设计及组合
- 高效的**采购、生产及服务**
 - 高效运营的驱动力

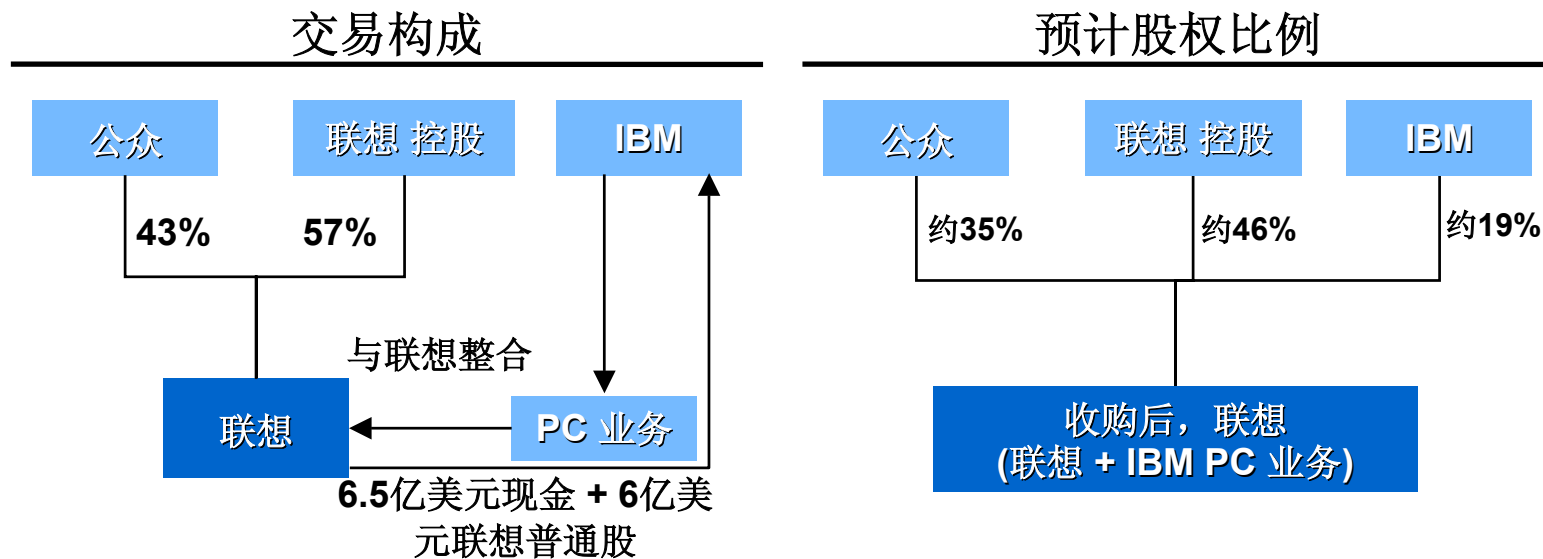
IBM

- 全球首屈一指的**IT**领导
 - 面向**高端企业客户**的全球最大**PC**品牌
- 领先**科技/笔记本**领域**实力**
 - 凭借**创新技术**实现笔记本市场的持续领先和在**企业客户市场**的广泛渗透
- 全球**销售、客户融资和服务**网络
 - 拥有为提供客户融资和服务支持的**全球销售网络**
- 国际一流的**高素质的管理团队**

lenovo

交易概况—交易结构

- 交易范围包括**IBM**的全球台式机和笔记本产品及相关业务，但不包括**IBM x**系列服务器产品和业务
- **IBM**将持有联想约**19%**的股份，投资期至少三年，以保证持续性




1 预计交易结束后立刻向 **IBM** 发放股票

lenovo

交易概况 -- 对价

- 收购价格为**12.5**亿美元
- 总对价包括**6.5**亿美元现金和**6**亿美元联想普通股
- 联想将通过公司内部现金、银行贷款等方式筹集现金
- 股权发行价格为每股**2.675**港元，以**2004年12月3日**最后收盘价为准

对价支付（亿美元）		资金来源（亿美元）	
现金	6.5	股权	6
股权	6	内部现金	1.5
		新贷款	5
合计	12.5	合计	12.5



通过收购**IBM**全球**PC**业务及与**IBM**形成战略联盟，联想将能够整合双方优势，迅速获得全球品牌认知、全球客户及庞大的分销网络，获得更丰富的产品组合、更高效益的运作及领先的科技。

-- 杨元庆

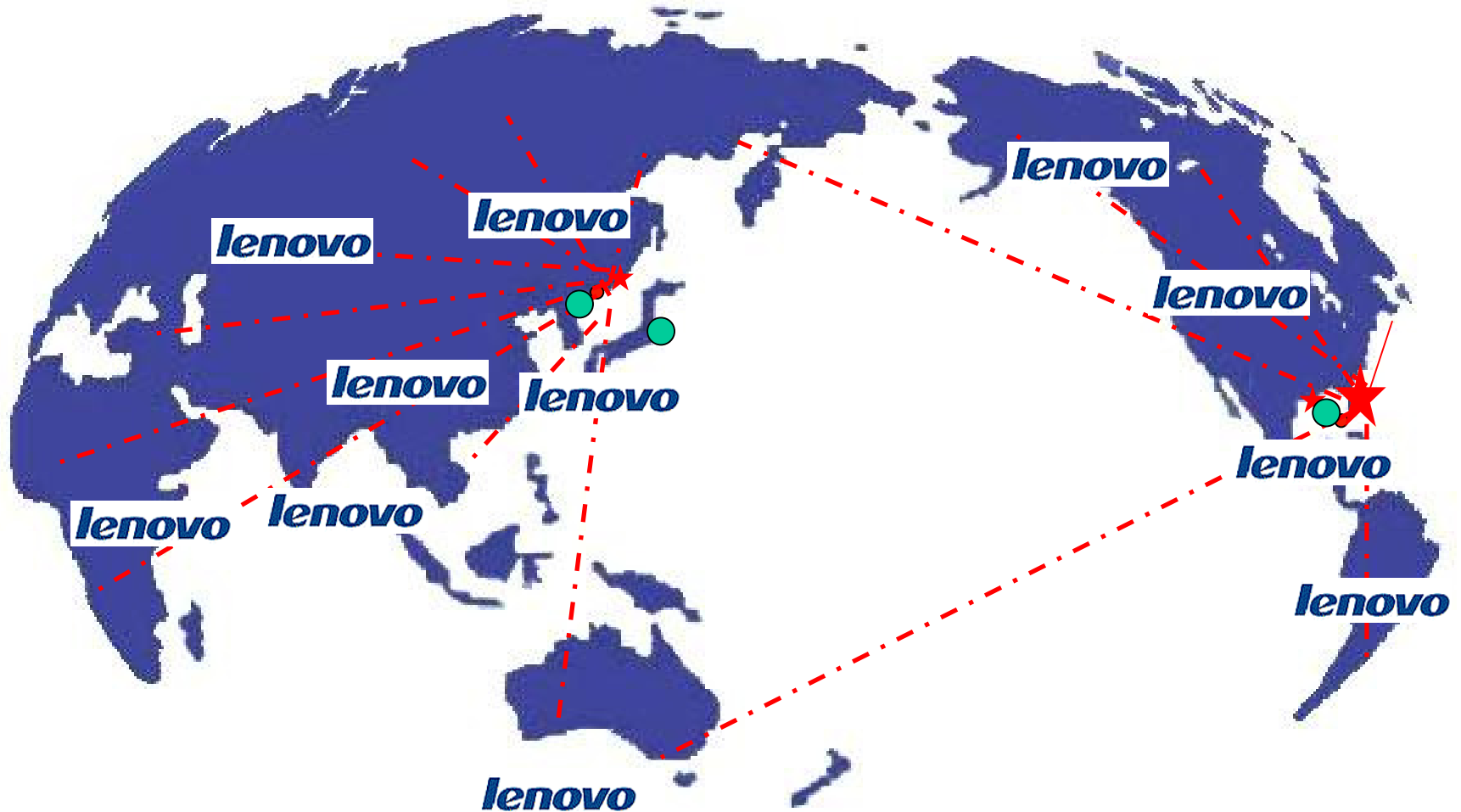
lenovo

新联想—独特优势



lenovo

新联想—迅速形成在全球的品牌认知，获得更多多元化的客户基础及庞大的分销网络



★ 全球总部位于美国纽约、主要运营中心在中国北京及美国罗利（Raleigh）

● 位于中国、美国、日本的研究中心

lenovo

新联想—与**IBM**形成长期战略联盟：**IBM**的品牌及面向企业客户的全球销售、服务和客户融资能力都将为新公司提供支持

品牌共享

- **IBM**和“**Think**”均为全球领先技术品牌
- 联想将拥有“**Think**”品牌，同时根据合约将在**5**年内有权使用**IBM**品牌

与**IBM**全球服务公司（**IGS**）的关系

- **IGS**是全球最大的商业和技术服务提供商
- **IGS**将成为联想首选保修和维修服务提供商

与**IBM**全球融资集团（**IGF**）的关系

- **IGF**是全球最大的**IT**融资公司
- **IGF**将成为联想首选的客户租赁、渠道融资和资产处理服务提供商

对 **IBM**的销售

- **IBM**是最大的企业客户之一
- 联想是**IBM**的首选**PC**供应商，几乎是独家供应商

借助**IBM**销售网络

- **IBM**拥有一个由各种渠道组成的全球销售网络
- 联想可以利用**IBM**的商业伙伴、分销商和在线网络等其他渠道实现全球市场覆盖

新联想—世界级的领先科技

- 全球研发人员近**2,000**人
- 中国、美国、日本三地的研发中心
- 众多的技术创新成果



美国罗利研发中心



中国研发中心



日本大和研发中心



新联想—更丰富的产品组合

- 联想在个人客户高品质PC领域的强大实力与IBM一流的商用PC和笔记本业务整合



lenovo

新联想—更高效的运作能力



lenovo

新联想—全球一流的管理团队


- 新联想将拥有世界一流的管理团队和董事会,体现了联想对国际水准的公司治理、透明度和管理层责任制的不懈追求
- 新联想管理层由联想和**IBM PCD**管理层共同组成



杨元庆先生
现任联想集团总裁兼**CEO**
新联想董事长



Stephen Ward 先生
IBM现任高级副总裁兼个人系统集团总经理;
新联想首席执行官



*我们两家公司在持续创新、客户导向、注重股东价值等方面拥有着共同的文化理念，这是一种完美的结合。未来的管理层将以**IBM**及联想现任高级管理人员和技术专家为基础，优势互补，形成一支国际一流的管理团队，对于新公司的未来我们充满信心！*

-- Stephen Ward

lenovo



谢谢大家！

lenovo