

[请实时发放]



I.T 公布二零零八/零九年度中期业绩
集团总收入上升 46.1%

* * *

中国业务(包括台湾)转亏为盈

**集团纯利减少主要由于非现金购股权开支与
庆祝集团20周年志庆之一次性广告推广开支增加
以及非经营性质之利息收入减少所致**

财务摘要

	截至 2008 年 8 月 31 日止 六个月	截至 2007 年 8 月 31 日止 六个月	变动 (%)
(百万港元)			
总收入	1,180.2	808.0	+46.1
毛利	717.5	467.1	+53.6
净利	15.0	44.1	-66.0
每股盈利(港仙)	13	42	-69.0
经调整 EBITDA*	97.1	84.6	+14.8
经调整经营溢利*	43.4	44.1	-1.7
经调整纯利*	39.9	44.1	-9.5

*这些数据假设广告推广开支相对收入之百分比维持在去年相若水平，以及不将非现金购股权开支之增幅包括在内。但这些数据未经审核，仅供参考，可能未有反映I.T集团的实际情况。

(二零零八年十月三十日 - 香港) 带领大中华时装服饰零售业市场的先驱 - I.T Limited (「I.T」或「集团」；股份代号：999) 今天公布其截至二零零八年八月三十一日止六个月之中期业绩。

回顾期内，本集团总收入上升46.1%至1,180.2百万港元（二零零七年：808百万港元）。总收入显著增加主要是由于香港零售业务的增长，以及综合中国零售业务之业绩所致。毛利上升53.6%至717.5百万港元(二零零七年:467.1百万港元)，零售业务之毛利率则维持于60.7%(二零零七年:60.8%)。纯利减少66.0%至15.0百万港元(二零零七年：44.1百万港元)。

- 续 -

谈及集团之中期业绩，I.T副主席及董事总经理卢永仁博士表示：「尽管环境充满挑战与竞争，香港核心业务整体依然录得**18.0%**升幅，可供比较店铺销售额亦增加**5.8%**；作为集团未来增长动力的中国市场，其销售收入及可供比较店铺销售额则分别录得**27.8%**及**15.5%**的增幅。然而，由于非现金之购股权开支增加、庆祝集团**20**周年志庆之广告推广开支增加，以及财务收入净额在低息环境下减少，导致集团纯利减少，但我们的核心经营业务仍然保持稳健。

这是我们首次在报告期内综合中国业务的业绩，回顾期内，中国业务占集团总零售业务收入**20.4 %**。由于中国内地的增长速度远超于香港，预期这比例将会继续增加。」

整体而言，国际品牌仍然为集团的主要收入来源，占总零售业务收入**49.7%**，而自创品牌则占总零售业务收入**45.7%**。但自创品牌的增长速度较国际品牌快，其对集团之重要性亦持续增加，这将有助提升整体毛利率。

谈及未来展望，卢博士表示：「由于经济持续疲弱，我们对香港市场未来六至十二个月保持更加审慎及防范的态度。未来的主要目标是继续保持香港业务之优势及其盈利能力。为此，我们已主动采取成本控制措施，特别于广告推广与员工成本两方面加紧控制。但我们相信零售业市场的店铺租金有下调趋势，长远来说有利于集团的业务发展。」

卢博士续说：「集团对中国大陆市场之前景审慎乐观，并将把握机会于当地扩展。我们相信内地政府出台的措施有助持续刺激国内消费市场，集团亦作好准备抓紧这个增长机遇，以弥补在未来两年经济较为疲弱的香港市场。我们正计划于上海租用总建筑面积达**100,000**平方呎之新修葺楼宇，并将其转化为I.T多品牌之生活品味广场，新的零售策略有助我们锁定对集团有利的长期租赁合约条款。」

卢博士总结道：「尽管近期信贷市场愈趋紧缩，集团对于成功取得其主要往来银行——汇丰银行及渣打银行所提供的新信贷额感到高兴，新信贷额为我们拓展中国市场及优化资本架构而建立充裕的资金基础。我们相信这代表两家银行对集团财务实力投下信心的一票，集团将继续采取稳健的财务及资本管理措施，从而维持资产负债表于健康水平，目标负债比率不会超过**20%**。」

关于I.T Limited

I.T Limited 是带领大中华时装服饰零售业市场的先驱。透过「多品牌、多层次」的业务模式，I.T 为顾客提供一系列服饰产品。集团以不同的零售价格销售数百个国际品牌、自创品牌以及特许品牌之服饰产品，吸引不同的顾客群体。

如需进一步数据，请联络：

iPR 奥美公关

罗启镛/ 李亦斯/ 陈慧铃

电话： (852) 3170 6754/ 2169 0467/ 2169 0049

传真： (852) 3170 6606

电邮： philip.lo@iprogilvy.com/juliana.li@iprogilvy.com/
crystal.chan@iprogilvy.com/