



各位股東：

於2007財政年度，本集團錄得溢利11.91億港元，按年上升61%。期內溢利顯著增加，是由於本集團三項主要業務，包括物業銷售、租賃業務及酒店經營之業績均有所改善。

於 2007 年上半年，中國之國內生產總值較去年同期上升 11.5%。當中，於中國中部及西部的固定資產投資額為人民幣 11,111 億元及人民幣 10,094 億元，分別按年上升 35.6% 及 30.2%。

隨著內地經濟日益發達，上市籌集資金以推動企業未來發展，已是大勢所趨。近年來，中國內地的地產發展商也蜂擁而至，紛紛於香港聯交所上市。新世界中國地產早於 1999 年起已於香港上市，自此成為內地房地產的主要發展商之一，推動集團內地發展的同時，亦為地方建成新社區、居民帶來新生活。

作為地產發展商，土地儲備是企業最重要的資產，亦是未來發展的藍圖。有見及此，香港及中國內地的發展商積極爭取在中國不同城市增加土地儲備，令土地拍賣的成交價屢破新高。而昂貴的土地則必然對企業的邊際利潤帶來負面影響。新世界中國地產自 80 年代起在中國投資以來，不斷物色理想的地塊，令新世界中國地產成為在內地擁有最多土地儲備的香港發展商，免受高地價的影響。

於 2006 年，有鑑於內地中西部城市之房地產市場前景樂觀，本集團遂決定購入多個位於該地區之發展項目。首先，該等二線城市之土地成本較低，可帶來更高利潤。其次，在中央政府之大力支持下，中西部城市之發展迅速，發展潛力雄厚。位於成都、長沙及貴陽地區的項目之首期工程將於 2008 財政年度落成，並開始為集團提供貢獻。

企業品牌策略旨在以客戶對品牌日積月累之印象，加上企業積極強化形象作基礎，務求吸引到目標受眾追捧。企業品牌已不再只是宣傳伎倆，而是買家置業時的重要考慮因素。新世界中國地產現已成為內地置業者家喻戶曉之品牌，並已連續 4 年榮獲「十大中國房地產品牌價值企業」，確認了「新世界中國地產」成為質素保證的名字。集團已計劃推行一系列的品牌策略，以鞏固市場對新世界中國地產之認識。與此同時，新世界中國地產會繼續努力推出高質素的產品，以迎合日益增長的市場需求。

主席兼董事總經理

鄭家純博士

香港，2007 年 10 月 11 日