

未來計劃及[編纂]

未來計劃

我們是一家以技術、創新及數智化賦能為基礎，擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝解決方案業務的領先的雙輪驅動企業。我們致力於創新求變，發掘和開發受歡迎的產品與服務，以數智化手段賦能中國品牌走向世界。我們擬通過我們的增長戰略實現這一目標。有關詳情請參閱「業務 – 我們的策略」一段。

[編纂]

我們估計，經扣除[編纂]、我們就[編纂]承擔的費用及估計開支後及按[編纂]每股股份[編纂]港元(即指示性[編纂][編纂]港元及[編纂]港元的中位數)，我們將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]港元。

我們目前擬將該等[編纂]淨額用於下列用途：

- 約[編纂]%或[編纂]港元，將用於海外市場拓展，包括：
 - (i) 約[編纂]%或[編纂]港元，用於拓展我們尚未建立版圖的其他亞洲地區以及在歐洲及拉丁美洲的跨境社交電商業務。我們擬投入更多營銷費用，在該等地區的社交媒體平台推廣產品，並在中國招聘約35至45名銷售及營銷人員，以支持我們的海外擴張。
 - **亞洲**。根據灼識諮詢的資料，於2022年，按收入計，中國B2C出口社交媒體電商在亞洲市場的市場規模達192億美元。預計2027年市場規模將增至492億美元，2022年起年複合增速為20.8%。隨著移動互聯網在亞洲地區的不斷普及，中國B2C出口社交媒體電商在亞洲市場日後將展現出巨大的增長潛力。預計到2027年，除中國外的亞洲地區社交媒體滲透率將增至53.3%，為社交媒體電商帶來更多機會。因此，我們相信亞洲市場有足夠的增長機會。
 - **歐洲及拉丁美洲**。根據灼識諮詢的數據，按收入計，中國B2C出口社交媒體電商業務於(i)歐洲市場的規模預計將由2022年的79億美元增至2027年的192億美元，年複合增速為19.3%；及(ii)拉丁美洲市場的規模預計將由2022年的28億美元增至2027年的76億美元，年複合增速為22.4%。憑藉我們在亞洲市場的經驗，我們蓄勢待發把握該等地區的增長。

未來計劃及[編纂]

- (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元，用於提升我們在中國倉庫的物流及倉儲系統。我們擬翻新我們的倉庫，並購買智慧設備，如智慧分揀機、叉車、皮帶輸送設備及稱重裝車設備。通過對智能物流及倉儲系統的投資，我們可以實現更高效及更具成本效益的交付及配送流程，從而提高客戶滿意度及忠誠度，提高我們的運營效率並降低成本。
- 約[編纂]%或[編纂]港元，將用於我們在以下各項的技術開發：(1)我們的研發能力；(2)數據分析能力，提升我們的業務效率；及(3)吉喺雲，拓寬我們的收入來源，包括：
 - (i) 約[編纂]%或[編纂]港元，用於提升我們在AI技術方面的研發能力，包括透過招聘更多研發專業人員投資於硬件基礎設施及軟件開發。

為了增強Giikin平台的功能性及安全性，我們計劃投資各種硬件基礎設施，如高性能計算服務器，以應對複雜的AI模型訓練挑戰，以及GPU加速卡，為AI模型訓練提供強大的加速支持。

為進一步提高研發能力，我們計劃就新建及現有研發中心將開展的研發活動招聘更多專業人員，例如開發用於包裝解決方案業務設計及質量檢測的AI應用，以及供應鏈管理及客戶服務自動化。其中，我們計劃招聘約20至40名具有碩士或以上學歷、擁有AI及大數據分析經驗的研發專業人員，以促進Giikin平台的建設、維護及升級，並領導AI技術的深入研發。此外，我們亦將招聘一或兩名本科或以上學歷、經驗豐富的運維人員，確保硬件基礎設施的穩定運行且安全可靠。

- (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元用於提升我們在銷售預測、精準營銷、選品、採購及售後服務等領域的數據分析能力。具體而言，我們擬將研發開支用於開發數據分析工具，如時間序列分析、機器學習模型、推薦模型、相關規則學習及情感分析，以進一步增強我們的數據分析能力，從而提高我們在銷售預測、精準行銷、選品及售後服務方面的運營能力。我們認為，先進的數據分析工具將讓我們獲得更深入、更準確的洞見，提升我們算法的準確性，提高我們選品及廣告投放工作的效率，最終轉化為更高的盈利能力。

未來計劃及[編纂]

- (iii) 約[編纂]%或[編纂]港元用作提升我們的吉喺雲SaaS業務。具體而言，我們計劃在吉喺雲上打造更多智能廣告等應用，增加現有應用，如AI翻譯、智能客服以及智能圖像視頻處理等。我們將繼續通過採用不同語言加強吉喺雲的本地化。此外，我們將繼續投資ERP系統。我們計劃將吉喺雲打造成一個促進數據及資源共享的開放平台，讓不同參與者之間產生協同效應。通過吉喺雲的不斷創新及迭代發展，我們可以為吉喺雲配備先進的技術及更多的模組，以滿足消費者不斷變化的需求，同時確保平台的穩定性及安全性。

此外，我們計劃通過各種銷售及營銷渠道推廣吉喺雲SaaS業務，以對接更多客戶，包括由地面推廣團隊對接特定地區的客戶、線上營銷法(如通過搜索引擎優化、社交及電子郵件)、參加行業展會以及與行業內其他成熟企業建立戰略合作關係。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大我們的品牌組合及發展我們現有的自主開發品牌，包括以下各項：

- (i) 約[編纂]%或[編纂]港元用於我們的品牌擴張。我們計劃通過收購或內部孵化擴張品牌組合以涵蓋約五至八個新品牌。

我們計劃收購由第三方開發的現有品牌，該等品牌已在領先的電商平台的若干品類中處於領先地位，擁有獨特的品牌認知度、完善的現有供應鏈及高客戶回購率。根據灼識諮詢的資料，此類收購標的在市場上普遍存在。我們目前並無任何具體目標或正在談判的目標。通過收購現有品牌，我們亦可以在資源、運營及研發方面開展合作，實現協同效應及互補效益。我們計劃利用運營自主品牌的經驗，通過我們的AI技術及研發能力，繼續推廣及對收購的品牌進行營銷。

另外，我們計劃招聘專業人士及購置相關設備，以促進內部孵化進度。我們計劃設立一個營銷中心，並就內部開發的各品牌招募一支由20至30名營銷專業人員組成的團隊，為內部創業團隊開發品牌的推廣及營銷提供支持。我們亦計劃購置相關設備，如專業拍攝設備以及照片及視頻素材編輯工具，以為我們的營銷團隊提供支持。我們的內部孵化流程為我們的僱員提供了創新機會，亦為本公司提供了擴大於全球跨境社交電商市場的市場份額以及提升創收能力的機會。

未來計劃及[編纂]

(ii) 約[編纂]%或[編纂]港元，用於通過於多個社交媒體平台持續開展營銷，以及與明星和KOL合作推廣我們的自有品牌，進一步提升我們現有品牌的品牌知名度。通過該等營銷策略，我們能夠不斷增強現有品牌的客戶粘性，提升旗下品牌於各自產品類別中的排名。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及用於一般公司用途。

倘[編纂]分別定為指示性[編纂]的上限或下限(即每股[編纂]股份[編纂]港元或[編纂]港元)，我們[編纂]產生的[編纂]淨額(假設[編纂]未獲行使)將分別增加或減少約[編纂]港元。倘[編纂]獲悉數行使，我們估計，於扣除我們估計應付的[編纂]費用及開支後，按指示性[編纂]的下限每股[編纂]股份[編纂]港元及指示性[編纂]的上限每股[編纂]股份[編纂]港元計算將分別獲得約[編纂]港元及[編纂]港元的總[編纂]淨額。

倘我們發展計劃的任何部份由於政府政策變動導致任何項目開發不可行或發生不可抗力事件等原因而無法按計劃進行，我們將審慎評估有關情況並可能重新分配[編纂]淨額。倘上述建議[編纂]用途有任何變動或倘[編纂]的任何金額將用作一般企業用途，我們將會作出適當公告。

倘[編纂]淨額未即時用作上述用途，則在相關法律法規許可的情況下，我們擬在視作符合本公司最佳利益的情況下將於證券及期貨條例、相關中國法律法規或其他適用法律法規所界定的授權持牌銀行或金融機構的短期計息賬戶中持有該等資金。