

## 未來計劃及[編纂]用途

### 未來計劃及前景

有關我們的未來計劃的詳細描述，請參閱「業務—我們的增長戰略」。

### [編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數)，且[編纂]及[編纂]未獲行使，經扣除[編纂]、我們就[編纂]應付的費用及估計開支後，我們估計我們將收取的[編纂][編纂]淨額約為[編纂]港元。倘[編纂]設定為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍上限)，[編纂][編纂]淨額將增加約[編纂]百萬港元。倘發售價設定為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍下限)，[編纂][編纂]淨額將減少約[編纂]港元。

假設[編纂]為指示性[編纂]範圍的中位數，我們目前擬將等[編纂]淨額用於以下用途：

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用作加強我們的研發能力及完善增強我們的產品設計及創新流程，具體而言：
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)，預期將用於建立我們的研發中心，包括(i)於未來五年招募約50名具有面料、新材料及戶外保護技術經驗的研發人員，年預算約10百萬港元；(ii)於未來五年對研發人員開展學術進修及參與戶外相關峰會的培訓；(iii)為技術織物及創新材料購買分析與檢測設備以支持我們的研發探索；及(iv)與世界級及國內領先的材料技術公司及研究機構深化合作，加大自有技術儲備和創新從而充實我們的自主PT-China平台，包括戶外防護科技、保溫級體感舒適度方面的創新技術，以提高底層研發設計能力、技術壁壘及產品開發效率。
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)，預期將於未來五年用於擴大產品開發團隊，額外招募10名產品經理、20名市場分析人員及25名設計師，從而支持我們的多品類產品策略，年預算約[編纂]港元，持續擴充的產品線及多元化產品組合。我們計劃招聘在相關領域具有專業知識及經驗的合格員工，包括技術專家、設計師及產品經理等，以支持我們產品的研發及升級。

## 未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用作強化我們的品牌定位及提高我們的品牌知名度，具體而言：
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)，預期將於未來五年用於爭取具有影響力的國際和國內戶外運動賽事、團體及著名網紅與運動員合作機會，年度預算約為[編纂]港元，從而在各類場景下展示我們的產品性能和設計，對品牌及產品進行精準曝光並強化品牌定位，提升我們的品牌在廣大消費者中的知名度和影響力。
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)，預期將於未來五年用於在線上各社交媒體平台及線下(例如露營場地、地鐵或公共交通樞紐站)聯動開展戶外主題營銷活動，年度預算約為[編纂]港元，以增強品牌聲量，同時使我們的產品性能和品牌理念在更多圈層獲得更廣泛的傳播。我們亦將策略性地投資於大眾媒體和線下廣告，從而強化我們特有的產品亮點和品牌優勢。
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)，預期將於未來五年用於招聘約70名人員以組建專門社群運營團隊，加深與消費者的直接聯繫渠道，包括打造品牌會員計劃及培養忠實品牌消費者，與戶外團體和賽事組織聯合舉辦戶外活動以增強消費社群活躍度，進一步宣傳「擁抱自然」的品牌理念。
- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用作加強我們的多渠道銷售網絡：
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將於未來五年用於招聘約50名人員以擴大線上旗艦店的營運團隊，以支持可持續的銷售成長，包括天貓、京東、抖音、小紅書及擬戰略性入駐的其他電商平台。此外，預期可用於擴大我們在新興電子商務平台的營運團隊，包括視頻及圖片內容創作、直播管理及流量獲取方面的專家，以推動加速於該等新渠道的發展。

## 未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將於未來五年用於升級和拓展我們的線下門店網絡，涵蓋店舖租賃及裝飾以及員工招聘等支出。我們計劃於一線城市及經濟發達的二線城市，並選擇市場潛力巨大的其他二、三線城市，進駐當地大型商業中心和購物廣場，以直營或聯營門店方式開設線下門店。具體而言，於未來五年內，我們計劃升級約100家現有線下零售門店，並開設約150家新線下零售門店，包括約100家位於一線及二線城市的門店以及約50家位於三線及四線城市的門店，並打造能夠全面展示各產品線、沉浸式的門店環境，以吸引當地消費者到店體驗和購買產品。舉例而言，我們預計約20%的計劃新增線下零售門店將為直營門店，其餘80%則將透過合作夥伴關係進行管理。以年度為基準，本公司計劃每年開設約6間新線下直營零售門店，以及約24間新聯營門店。
- 未來五年內設立150間新線下零售門店的戰略考量包含以下層面：首先，直營線下零售門店能強化對品牌形象、門店營運及顧客體驗的掌控，確保服務品質與品牌完整性始終如一；其次，透過與優質線下合作夥伴結盟，既可快速擴展市場覆蓋與地域版圖，又能降低前期投資與營運風險；第三，採用直營與聯營模式並行的混合策略，可依據城市層級與市場成熟度靈活調整門店佈局。直營線下零售門店將主要佈署於中國內地一線城市及精選二線城市的核心商圈，強化品牌認知度；線下聯營門店則優先佈署於中國內地其他區域，以提升市場滲透率並優化營運效率。
- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用於戰略性品牌孵化及投資。我們計劃於未來五年內將該筆資金用於孵化新品牌。我們計劃孵化具有獨特設計、技術或文化屬性的品牌，以豐富我們的產品組合，並使我們的產品有別於市場同質化商品；同時重點關注在戶外社群中成熟高端的客戶群體的品牌，服務注重個性化、品質及獨特體驗的消費者，從而對現有用戶群體形成補充。此外，我們擬預留部分[編纂]，用於進行潛在戰略投資或收購，

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

目標領域包括先進材料技術、數字營銷平台及創新銷售渠道等相鄰或具協同效應的業務。上述舉措旨在強化我們的品牌組合、拓寬收入來源，並提升我們在戶外高性能及生活市場的競爭地位。

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用作提升數字化能力，預期將用於我們的運營及信息基礎設施數字化，包括採購數字化設備及軟件；開發及升級與業務營運、營銷及公司管理有關的專有軟件、應用及數字化系統；於未來五年招募10名信息技術人才。
- 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用作營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]確定高於或低於本文件所述指示性[編纂]範圍中點的水平，上述[編纂][編纂]淨額的分配將按比例進行調整。

倘[編纂][編纂]淨額(包括行使[編纂]及／或[編纂][編纂]淨額)高於或低於預期，我們將按比例調整上述用途之[編纂]淨額[編纂]。

在[編纂][編纂]淨額不能立即用於上述目的的情況下，在相關法律法規允許的範圍內，將以短期計息方式存放於持牌商業銀行及／或證券及期貨條例或其他司法管轄區的適用法律及法規所界定的其他經授權金融機構。

倘上述[編纂]的擬議用途有任何重大變化，我們將發佈適當的公告。