

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

### 未來計劃

有關我們未來計劃的進一步詳情，請參閱「業務－我們的策略」。

### [編纂]用途

假設每股股份[編纂]為[編纂]港元（即每股股份[編纂]港元至[編纂]港元（所述[編纂]範圍的中位數）），我們估計將從[編纂]中獲得[編纂]（經扣除[編纂]及其他應付估計費用後）約[編纂]港元（假設[編纂]未獲行使），或約[編纂]港元（假設[編纂]獲悉數行使）。

若[編纂]定為每股股份[編纂]港元（即所述[編纂]範圍的上限），我們的[編纂]將(i)增加約[編纂]港元（假設[編纂]未獲行使）；及(ii)增加約[編纂]港元（假設[編纂]獲悉數行使）。若[編纂]定為每股股份[編纂]港元（即所述[編纂]範圍的下限），我們的[編纂]將(i)減少約[編纂]港元（假設[編纂]未獲行使）；及(ii)減少約[編纂]港元（假設[編纂]獲悉數行使）。

我們計劃將[編纂][編纂]用於增強資本基礎，以支持業務的持續增長。具體而言：

- (i) 約[編纂]%的[編纂]（即[編纂]港元）將用於餐廳網絡的戰略性擴張及市場滲透的深化。

根據灼識諮詢的數據，休閒西餐廳市場規模預計將從2024年的人民幣1,923億元增長至2029年的人民幣3,218億元，複合年增長率為10.8%。尤其是，中國比薩餐廳市場規模在2024年已達人民幣482億元，預計到2029年將達到人民幣885億元，複合年增長率為12.9%，增速高於整體西餐餐飲行業。儘管我們在上述兩個領域均保持強勁的市場地位，但為在未來進一步提升競爭優勢，我們認為通過在不同層級城市進一步拓展我們的門店網絡，將有助於把握更多市場機遇並增強品牌影響力。

我們將依托已得到驗證的成熟商業模式，進一步擴大自營餐廳網絡。我們計劃於2026年、2027年及2028年分別在中國大陸開設約120家至180家、220家至280家及270家至330家新的自營餐廳。詳情請參閱「業務－拓展－拓展策略」。

## 未來計劃及[編纂]用途

基於我們在不同層級城市的過往投資經驗，我們估算開設一家新自營餐廳的投資成本介於人民幣1.3百萬元至人民幣1.8百萬元之間。該等成本主要包括裝修、設備採購及其他與餐廳開業相關的一次性支出。我們預計，未來在中國大陸開設的新餐廳的預測收入、首次盈虧平衡期及現金投資回收期，總體上將與往績記錄期間現有餐廳的歷史表現保持一致。請參閱「業務－餐廳表現－首次盈虧平衡期與現金投資回收期」。

為支持全國範圍內的業務增長，我們的拓展管理部門將在制定新餐廳選址計劃時綜合考慮以下因素：城市化水平、人口規模、經濟發展狀況、競爭格局、目標經營業績、門店鄰近度，以及具備合適選址條件的項目目標。

為支持此項擴張計劃，我們將採取按城市層級分步推進的拓展策略，計劃在鞏固現有區域市場份額的同時積極開拓新市場。具體而言，我們將首先提升一線城市及省會城市的門店密度，隨後逐步向二線及以下城市延伸。

為保障擴張的審慎性並避免過度擴張，我們的拓展管理部門將嚴格執行標準化拓展流程。在進入新的區域市場時，我們通常先開設少量餐廳，以深入了解當地消費者偏好及運營環境；待對市場形成充分認知後，再進一步擴大布局以提升滲透率。

此次餐廳網絡的戰略性擴張預計將強化我們的品牌市場影響力、提升市場滲透率並增強顧客觸達便利性。

(ii) 約[編纂]%的[編纂] (即[編纂]港元) 將用於提升信息技術能力，以進一步提高運營效率，具體分配如下：

- [編纂]%的[編纂] (約[編纂]港元) 將用於開發賦能前端運營的智慧管理及運營系統。展望未來，我們將採用智能機器人及時收拾桌子，以提高客戶滿意度，以及採用人工智能連接的傳感器監測室內溫度並實現自動化照明控制。此外，我們將部署人工智能攝像頭，實時監控餐

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

桌周轉情況，並識別展示櫃上的產品庫存，以便及時補貨。通過該等綜合措施，我們力求優化運營工作流程，提升服務質量，並營造一個更有效率和智能化餐廳環境；

- [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於整合現有數字化系統，打造智慧管理BI看板，以賦能餐廳中台運營。具體而言，BI看板將統一整合銷售點運營數據、全渠道會員信息、供應鏈數據及財務人力資源等後台數據，構建提純化、可複用的核心數據資產，提升運營效率；及
- [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於加強後端管理能力。我們將開發智慧廚房系統，實現實時監控產品產量與損耗。該系統聯動庫存數據完成智能盤點，通過動態庫存管理降低人力成本、提高運營準確性；同時，持續升級我們的財務及供應鏈數字化應用系統，以實現更智能化的業務與財務分析，最終目標是構建全面閉環的數字化產業鏈體系。

(iii) 約[編纂]%的[編纂](即[編纂]港元)將用於持續品牌建設，具體分配如下：

- [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於開展顧客關懷項目。我們將優化各餐廳的安全與關懷設施，例如提供兒童友好座椅、安裝老年輔助扶手、為孕婦設置優先就座區，以體現對兒童、長者、孕婦等需要關懷群體的重視；我們將組織粉絲品鑑會、針對兒童的美食小課堂、「拉絲大賽」、主題生日派對等，以提升顧客互動、深化品牌情感聯結。我們相信，這些針對性活動將進一步增強品牌認知與市場影響力；

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

- [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於升級我們在中國的餐廳的視覺形象與體驗環境。該舉措包括優化室內設計、統一品牌視覺識別及提升用餐氛圍，我們旨在打造具有高度辨識度的品牌形象，吸引更多顧客到店消費；
  - [編纂]%的所得款項淨額(約[編纂]港元)將用於品牌知名度市場營銷活動。我們計劃開展線上線下整合營銷，例如於主流社交媒體平台進行推廣活動、與生活平台合作舉辦季節性與主題性促銷活動以及在高流量通勤場景及商圈地標位置進行廣告展示，以提升品牌曝光並吸引新客戶。我們的品牌建設工作亦將涵蓋IP營銷，專注於持續豐富品牌故事、組織相關主題互動活動，並拓展周邊產品，以加強與年輕消費者的互動。我們亦將與各行業領先品牌建立合作，進行品牌聯名合作，致力於構建跨領域聯名生態，將品牌影響力延伸至更多元化的消費客群。
- (iv) 約[編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於持續增強供應鏈及支持能力，提升區域覆蓋水平，其中：
- [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於拓展與全球領先供應商的合作，推進源頭直採，優化上游原料供應，構建高品質全球供應鏈體系。我們計劃採購智能化食品加工與生產相關設備，以提高供應鏈運作效率。
  - [編纂]%的[編纂](約[編纂]港元)將用於加強區域供應鏈管理。我們將在華東、華南及東北地區深化與第三方倉儲物流服務商的合作。我們計劃在條件適宜的區域與合作夥伴共同運營5個區域倉庫，以提升供應鏈承載能力、擴大區域覆蓋範圍、縮短配送距離、提高供應時效並降低物流成本。

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

(v) 約[編纂]%的[編纂] (即[編纂]港元) 將用於通過戰略性投資提升運營效率。我們計劃投資於上游食品加工企業，重點聚焦麵粉製品、奶酪、意面及醬料等關鍵原材料的供應商。截至最後實際可行日期，我們尚未確定或洽商任何具體投資目標。根據灼識諮詢的數據，2025年中國大陸符合我們上述遴選標準的潛在目標企業有超過5,000家。因此，董事認為中國大陸存在相當數量的潛在投資標的。

(vi) 約[編纂]%的[編纂] (即[編纂]港元) 將用於補充營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]定於指示[編纂]範圍的最高點或最低點，則[編纂]將分別增加或減少約[編纂]港元。在此情況下，我們將按比例增加或減少分配於上述用途的[編纂]。倘[編纂]獲悉數行使，假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 (即建議[編纂]範圍的中位數)，則額外的[編纂]約為[編纂]港元。倘[編纂]獲行使，我們擬將該等額外[編纂]按上述用途按比例分配。

倘[編纂]未能立即用於上述用途，或我們無法按計劃實施任何部分，且在相關法律法規允許的範圍內，我們僅會將該等[編纂]存入香港特別行政區或中國的持牌商業銀行及／或其他授權金融機構的短期計息賬戶 (定義見《證券及期貨條例》或中國適用法律法規) 的短期計息賬戶存放，惟須符合本公司最佳利益。在此情況下，我們將遵守上市規則項下的適當披露規定。