

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細描述，請參閱「業務－我們的戰略」。

[編纂]用途

我們估計，假設[編纂]為每[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]的中位數），經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後（假設[編纂]未獲行使），我們將收到的[編纂][編纂]淨額約為[編纂]港元。

根據我們的發展戰略，我們計劃將[編纂]淨額用於以下用途，並根據我們不斷變化的業務需求及不斷變化的市場情況而做出調整：

- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於拓展我們的門店網絡，並強化門店管理及門店層級的競爭力。請參閱「業務－我們的戰略－擴展及升級門店網絡」。特別是：
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於支持門店網絡的戰略擴張。具體而言，我們計劃持續擴大於中國的全國佈局，尤其專注於消費潛力較高或人口密度相對較高的地區。具體而言，我們計劃擴大我們在中國的門店網絡，並專注於二線及低線城市，如保定、滄州及海口。我們釐定門店開設計劃時，會考慮人口密度、平均購買力、市場滲透率以及我們的現有市場地位等因素，並根據門店表現調整該等計劃。例如，我們可能優先考慮常住人口超過300萬且GDP超過人民幣2,000億元的二三線城市，或與我們的現有倉庫相鄰的城市。

我們亦將審慎發掘海外市場（尤其是東南亞市場，如越南、柬埔寨、印尼及馬來西亞）機遇。對於中國、東南亞市場及我們計劃進入的所有其他市場，我們計劃主要採用加盟模式。考慮到龐大的消費者需求尚未獲滿足，我們計劃開拓東南亞市場的機遇。根據灼識諮詢的資料，東南亞是全球增長最快的經濟區域之一，名義GDP於2025年增長至人民幣30.1萬億元，2020年至2025年的年均複合增速為7.0%，遠高於全球平均水平。根據同一資料來源，東南亞市場的零食飲料市場規模於2025年達到1,871億美元。其擁有龐大且年輕的人口基礎，對零食及飲料具有強大購買力。我們的量販零食飲料零售業務模式可有效滿足該市場對價格實惠且品質穩定產品的高消費需求。據我們所深知，我們進入東南亞市場並無重大法律障礙。目前，我們正積極研究東南亞市場有關外國投資法規（包括外資持股比例限制及外資經營許可）、稅收、勞資關係、產品認證、數據私隱及本地化要求的監管框架。截至最後實際可行日期，我們於遵守中國、東南亞及其他潛在市場的當地法律法規方面並無遇到任何重大困難。

隨著此次擴張，我們擬利用[編纂]淨額及自有現金資源以及未來經營現金流量，以招聘更多前線員工，例如業務發展及營運專業人員，支持我們的門店網絡擴張。具體而言，我們計劃於未來四年招聘約1,500至2,000名具備加盟、零售管理及績效監控專業知識的專業人

未來計劃及[編纂]用途

士，每名人士預期平均年薪介乎人民幣10萬元至人民幣15萬元，以加強對加盟商的支持，例如舉辦培訓、招聘及推廣活動，並確保在我們的網絡擴展過程中實現高效運營；及

- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元將用於在未來四年內持續為合共約12,000家加盟店提供支持，以升級及翻新門店設計、裝修貨架。此舉將提升門店形象、改善消費者購物體驗，並增強門店的競爭力。由於我們可能會不時根據市場趨勢及消費者偏好的變化升級門店設計，部分較早開業或已不再符合我們標準的加盟店，可能需升級及翻新其裝修及設備。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於進一步加強我們的產品組合，並通過在飲料、肉類零食、烘焙食品及乳製品類別中引入更多新SKU來拓寬我們的產品組合。我們計劃進一步拓展至具有高交叉銷售潛力的其他類別，例如個人及家居護理領域，以更好地滿足消費者的日常需求。這將有助於我們實現發展成為多品類量販零售商的戰略目標，以滿足大眾消費者更廣泛的日常消費需求。請參閱「業務－我們的戰略－基於對消費者的洞察，持續精進豐富產品」。特別是：
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於強化及支持商品運營團隊。未來四年，我們擬招聘約80至100名具有採購、品類管理及供應鏈規劃經驗的專業人士（預計人均年薪介乎人民幣40萬元至人民幣45萬元），以進一步優化我們的產品選擇及運營規劃能力；
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於開發我們的自有品牌產品。這包括在未來四年招聘約30至50名具備飲品或其他零食開發經驗專業知識的經驗豐富的商品開發人員（彼等可獲得人民幣50萬元至55萬元的平均年薪）、為商品開發投入（例如材料成本、包裝設計及品質測試）提供資金，以及為推廣自有品牌產品而進行的精準營銷活動；及
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於市場研究及交易數據分析以加強我們對消費者的洞察。這包括招聘約10至20名具備商業分析及品類規劃專業知識的人員（平均年薪介乎人民幣45萬元至55萬元之間），以及聘請信譽良好的第三方調研機構進行消費者分析及追蹤不斷變化的市場趨勢。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於提升我們的數字化能力，支持主要業務功能的數字化轉型，包括選品及採購、倉儲及物流、加盟運營管理、門店營運、營銷及會員運營。請參閱「業務－我們的戰略－升級數字化基礎設施，推進智能化運營」及「業務－我們的戰略－基於對消費者的洞察，持續精進豐富產品」。特別是：
 - 約[編纂]%或[編纂]港元，將用於強化數字化團隊，在未來四年招聘約50至60名在工作流程系統化、營運數據實時追蹤及數字化管理等領域具備專業知識的人士（每人可獲得人民幣25萬元至人民幣35萬元

未來計劃及[編纂]用途

的平均年薪)，以升級我們自主研發的數字化系統。我們已投入並計劃繼續投入大量資金升級自主研發的數字化系統，以進一步提升我們營運各方面的效率，包括但不限於產品選品及採購、倉儲及物流、加盟商管理、門店營運管理、營銷及會員運營。該等改進將集中於智能選址、庫存預測、供應鏈協同以及交易數據分析等領域，以提升營運可視化水平及決策效率；及

- 約[編纂]%的[編纂]淨額，或[編纂]港元，將用於採購支援包括財務及費用管理、數據及網絡安全、人工智能驅動的店內營運、會員數據整合、門店監控、設計及建模以及基於雲端的服務等功能的第三方系統，進一步補充我們自主研發的基礎設施。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於加強我們的品牌認知度及消費者運營能力。請參閱「業務－我們的戰略－擴張和升級門店網絡」及「業務－我們的戰略－賦能供應商和加盟商，實現共贏」。特別是：
 - 約[編纂]%或[編纂]港元，將用於強化及支持品牌營銷團隊，招聘約20至25名在品牌策略、數字化營銷及消費者運營方面具備專業知識的人才（每人可獲得人民幣30萬元至人民幣35萬元的平均年薪）；
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於進行一系列線上及線下營銷活動，包括全國性推廣活動、季節性及主題活動，以及IP聯名企劃，旨在進一步提升品牌知名度及消費者忠實度；及
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於擴大會員規模及提升會員活躍度。這將包括招聘約20至25名專員（每人可獲得人民幣35萬元至人民幣45萬元的平均年薪），以管理我們不斷增長的會員群體，並推出活動，以吸引新會員、推動重複購買及提高購買頻率。例如，我們可能會發放優惠券，旨在重新激活會員並鼓勵其進行新的購買，或通過社群運營吸引會員，以提高訂單的轉化率。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用於提升我們的倉儲及物流基礎設施，以支持門店網絡的擴展及日益多元化的產品組合。參閱「業務－我們的戰略－提升倉儲與物流效率」。特別是，(i)為加強在主要市場的物流與履約能力，我們計劃根據業務需要，在運輸量波動的地區（例如京津冀地區）整合及升級現有設施，同時在門店密度高的地區（例如長三角及山東省）增設新的區域配送中心；(ii)我們擬進一步完善倉儲及物流能力，以支持新產品計劃，並探索適用於易腐類產品的全鏈條冷鏈物流系統；該冷鏈物流系統將整合溫控儲存、運輸途中監控與追蹤功能，以確保產品於整個配送過程中保持新鮮與安全；及(iii)我們擬升級物流硬件及軟件系統，包括具備自動分揀及堆垛功能的倉儲自動化、實現庫存實時可視、訂單追蹤及容量管理的智能倉儲管理系統及運用數據驅動算法以優化配送排程及運輸的路線優化技術，以提高我們網絡的效率及準確性。

未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，預計將用於潛在業務投資或收購，以支持我們在零售領域的戰略發展，並提升我們價值鏈的廣度與深度。特別是，我們計劃探索與評估能增強產品供應能力，以及能擴大門店網絡、加強分銷渠道或加速進入新區域市場的標的。參閱「業務－我們的戰略－策略性尋求投資和收購機會」。在物色具有潛在協同效應的潛在收購目標時，我們主要關注擁有良好往績及三年以上營運歷史的公司，通常營運獲利的年收入超過人民幣500百萬元且現金流為正，同時也包括在產品開發、供應鏈、市場開發及門店營運方面具備強大能力的高成長性企業。特別是，若出現合適機會，我們計劃重點選擇中國及東南亞地區的目標。此外，我們會考慮那些業務特質與我們的戰略重點相符並能夠增強我們的戰略重點的目標，包括可能會為我們帶來成本優勢或擴大我們的產品組合的上游零食及飲料供應商、可能會支持我們國內外網絡擴張的供應鏈營運商及可能會增強我們的數字化及運營能力的技術提供商。截至最後實際可行日期，我們並未確定任何特定的投資或收購目標。根據灼識諮詢的資料，我們於截至最後實際可行日期有足夠符合此等資格的合適目標。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額，即[編纂]港元，將用作營運資金及其他一般公司用途。

為執行上述業務計劃，我們擬動用[編纂][編纂]淨額、手頭現金資源及未來經營現金流量。下表載列[編纂][編纂]淨額明細及實施我們主要業務計劃的時間表。

	將於以下時間所使用的[編纂]淨額					佔[編纂]淨額總額百分比
	2026年	2026年	2028年	2029年	總計	
			(百萬港元)			
擴展門店網絡及 加強門店管理與門店 層面的競爭力.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
豐富我們的產品組合..	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
提升我們的 數字化能力.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
加強我們的品牌 認知度及消費者 運營能力.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
提升我們的倉儲及 物流基礎設施.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
潛在投資或收購.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及其他 一般公司用途.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

倘[編纂]未獲行使，我們將收取的[編纂]淨額約為[編纂]港元，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數）。倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元

未來計劃及[編纂]用途

(即指示性[編纂]的上限)，[編纂][編纂]淨額將增加至約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的下限)，[編纂][編纂]淨額將減少至約[編纂]港元。倘[編纂]釐定為高於或低於本文件所述指示性[編纂]的中位數，則上述[編纂][編纂]淨額的分配將按比例調整。

倘[編纂]獲悉數行使，我們將收取的[編纂]淨額將約為[編纂]港元，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的中位數)。倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的上限)，[編纂][編纂]淨額將增加至約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的下限)，[編纂][編纂]淨額將減少至約[編纂]港元。倘[編纂]獲悉數行使，我們計劃將額外[編纂]淨額按上述比例用於上述用途。

若[編纂]淨額不足以撥付上述用途，我們計劃通過多種途徑籌集所需資金餘額，包括經營所得現金、銀行貸款及其他借款。倘[編纂][編纂]淨額並未即時用作上述用途，且在適用法律及規例許可的範圍內，該等款項將存放於持牌商業銀行及／或其他認可金融機構(定義見《證券及期貨條例》或其他司法權區的適用法律及規例)開設的短期計息賬戶。倘上述建議[編纂]用途出現任何重大變動，我們將發出適當公告。