

未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務－戰略」一節。

[編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），經扣除[編纂]及其他與[編纂]有關的估計開支，並假設[編纂]未獲行使，我們估計將從[編纂]收取[編纂]約[編纂]港元。

為配合我們的策略及發展計劃，我們擬將[編纂]淨額分配作以下用途：

加強研發

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]%（相當於[編纂]港元）用於研發，重點是推進我們的產品供應，並確保我們在快速發展的乳製品及營養產品行業中保持競爭力。該投資將分佈於以下五個關鍵領域：

- **研發低致敏配方及推進羊乳深加工技術：**約[編纂]%的[編纂]（相當於[編纂]港元）將用於為敏感人群開發低致敏配方的研究，以及推進羊乳深加工技術，旨在提高嬰幼兒FSMP應用的營養功能、消化率、生物利用度及適口性。此項資本分配將支持2026年至2028年的主要研發活動，具體目標包括：
 - 優化高乳清羊奶基底配方，以提升敏感嬰幼兒的低致敏性與耐受性。
 - 開發針對兒科人口的過敏原脫敏治療方案。
 - 推進加工技術，包括水解羊乳清、乳清蛋白濃縮物（標準型與微粉化型）及乳脂球膜(MFGM)萃取。
 - 通過臨床前與臨床測試方案進行驗證。

該全面研究計劃旨在分離並精煉羊乳系統中的生物活性成分，最終目標為開發：(i)含高乳清蛋白的下一代嬰幼兒配方奶粉；(ii)模擬母乳成分的醫學營養品（FSMP）；及(iii)具備改善腸胃吸收特性的優化營養基質。

- **嬰幼兒配方奶粉及FSMP研究：**約[編纂]%的[編纂]（相當於[編纂]港元）將用於擴大我們在嬰幼兒配方奶粉及FSMP方面的研究。該研究將包括開展臨床試驗及註冊工作，以研發新配方（尤其是以羊奶為基礎的配方），確保這些產品的安全性和有效性。

未來計劃及[編纂]

- **奶酪產品開發：**約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將投資於開發新的奶酪產品，以滿足消費者對多樣化乳製品日益增長的需求。這包括優化口味及質地，以創造兼具功能性及感官吸引力的獨特奶酪產品。
- **深化現有產品線：**約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於增強現有產品，包括針對兒童及老年人的專業配方。

產業鏈升級及智能製造

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]% (相當於[編纂]港元) 用於產業鏈升級及智能製造。

- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於投資及共同開發上游奶羊場資源，從而提高奶源自給率。此項投資將策略地劃撥用於2026年至2028年期間在黑龍江省富裕縣擴建並開發新的奶羊場。該項目涉及引進奶羊，目標蓄群規模為5,000頭，預計將使生羊乳年產量增加約808噸。此舉將確保新鮮羊奶供應可追溯，支持我們產品配方升級並符合我們的全產業鏈戰略。
- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於升級及擴建我們在西班牙及韓國的生產設施。我們擬解決整體產能利用率下降的問題，主要由當前生產佈局未能高效應對產品組合向高附加值產品類別轉移以及區域需求變化所導致。現有生產線的靈活性與能力仍可進一步提升，用以生產利潤率更高的專業營養產品。為解決該等限制，我們將於2026年至2028年，重點對海外生產基地進行重組與升級。值得注意的是，西班牙工廠坐擁核心原材料(即羊乳清)主產區的戰略位置，確保我們於全產業鏈建立成本、效率與品質優勢。主要舉措包括西班牙工廠噴霧乾燥器改造升級；改進針對中東及美國等市場的高端嬰幼兒配方奶粉前處理與標準化生產線；擴充高端奶酪產能；並利用羊乳清副產品生產嬰幼兒配方奶粉。同時，我們計劃在韓國工廠增設自動化包裝線，以生產小包裝產品。該等升級對構建多區域供應鏈、提升成本效益及強化國際競爭力至關重要。該戰略擴張與我們的長期全球化戰略完全一致。憑藉生產靈活性與地理多元化的提升，我們將把握海外重點市場的未來增長，降低區域營運風險，並支持持續海外擴張。
- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於我們國內生產線的自動化升級及先進數字化質量控制系統的實施。2026年至2027年的投資將包括安裝自動化包裝線、精密檢測設備，以及整合實時監控系統及製造執行系統(「MES」)。該等舉措將提高產品一致性，提升製造效率，並在我們的國內生產設施中建立一個完全數字化的質量控制框架。

未來計劃及[編纂]

品牌建設及產品營銷

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]% (相當於[編纂]港元) 用於品牌建設及產品營銷，重點關注以下舉措：

- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於傳統媒體廣告，包括機場及高鐵站等高流量地點以及電視廣告。該等舉措旨在提高品牌認知度並擴大我們的覆蓋範圍，尤其是在新興市場。
- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將投資於新媒體推廣，包括在微博、抖音及小紅書等平台上的社交媒體活動。這將有助於提升我們的品牌知名度及與目標消費者的互動。
- 約[編纂]%的[編纂] (相當於[編纂]港元) 將用於名人代言活動，我們將與我們認為符合我們品牌形象並獲公眾廣泛認可及歡迎的名人合作。通過此類戰略合作，我們旨在將品牌影響力拓展至新受眾，同時加深我們現有客戶群的參與度和忠誠度。

國際擴張

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]% (相當於[編纂]港元) 用於國際擴張。我們的戰略重點是在關鍵目標市場 (主要包括東南亞、中東和美國) 建立據點。這些地區蘊含顯著且多元化的成長機遇。根據弗若斯特沙利文，美國是全球規模最大、監管最嚴格的奶粉市場之一，2024年零售額超過100億美元，市場由跨國企業主導，對嬰幼兒配方奶粉及特殊營養品的需求持續旺盛。東南亞2024年市場規模達70至80億美元，迅速擴張且競爭格局相對分散，乃受可支配收入上升與營養意識提升所驅動，印尼、越南及泰國為主要市場。中東2024年市場估值約50億美元，高度依賴進口，並由少數跨國企業把持，嬰幼兒營養與高端產品需求穩定。我們的方法包括推廣自有品牌產品及與當地經銷商發展OEM合作夥伴關係的雙重戰略。這將有助於我們在主要全球市場建立並鞏固據點，確保在中國以外地區實現快速發展。

我們的計劃包括建立區域銷售辦事處，以支持銷售及售後服務。我們將建立區域服務中心，並根據當地市場需求進一步擴張。此外，我們還將通過雲端管理平台及人工智能驅動的庫存系統等數字化工具來加強我們的全球運營，從而改善客戶互動及物流效率。我們還將側重於提高國際市場的品牌認知度及客戶忠誠度。

未來計劃及[編纂]

加強數字化基礎設施

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]%(相當於[編纂]港元)用於加強我們的數字化基礎設施。

我們計劃升級我們的服務器並建設新的數據中心，以提高系統可靠性及數據安全性。我們還將加強我們的營銷系統，並建立一個智能營銷總部，以支持更精準的消費者互動及品牌管理。此外，我們將實施自動化生產線系統、倉庫管理系統及數字化牧場管理系統，以提高製造效率、庫存控制及上游牧場運營水平。

營運資金和一般企業用途

約[編纂]%的[編纂](相當於[編纂]港元)將保留用作一般營運資金和營運靈活性，令我們可及時審慎應對戰略機遇和不可預見的市場轉變。

若指定的[編纂]不足以悉數為上述用途撥資，我們擬動用內部資源或股本債務融資補足任何差額。相反地，若有任何盈餘資金，這些資金將用於與我們的戰略目標一致的其他項目。

若[編纂]定於低於或高於指示性[編纂]的中位數，則分配至上述用途的[編纂]將按比例調整。任何因行使[編纂]而收取的額外[編纂]將按比例分配至上述用途。

若我們的[編纂][編纂]用途較上述用途有任何重大變動或我們在上述用途之間分配[編纂]時出現任何重大變動，我們將作出正式公告。

若[編纂][編纂]並無立即用於上述用途，我們將僅會把有關[編纂]存放於持牌商業銀行及／或其他授權金融機構(定義見證券及期貨條例或其他司法管轄區的適用法律法規)的短期計息賬戶內。

若[編纂][編纂](如上文所述)出現任何重大變動，我們將刊發公告。