

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的戰略」。

[編纂]用途

我們估計，在扣除[編纂]及我們就[編纂]已付及應付的其他估計開支後，按[編纂]每股股份[編纂]港元計算（即本文件所述[編纂]的中位數），並假設[編纂]及[編纂]未獲行使，我們將收到[編纂][編纂]約[編纂]百萬港元。根據我們的戰略，我們擬按下文所載用途及金額動用[編纂][編纂]：

- [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於研發與產品創新。具體而言：
 - [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於未來五年持續完善全球研發體系，以提升我們的研發能力。具體而言：
 - (i) 基於我們的研發策略，我們計劃於未來五年持續為我們現有的三個研發中心配備先進的研究設備及基礎材料。到2028年，我們亦打算於巴黎（一個因其成熟的化妝品行業生態系統以及高度集中的科研專業知識及頂尖人才而聞名的地區）設立一個新的研發中心。這一新研發中心將利用歐洲在皮膚科學、衰老機制研究及技術創新方面的優勢。作為我們歐洲科學創新體系的核心樞紐，這一新研發中心將專注於衰老生物學、護膚活性成分的創新研究及技術至產品開發的高效轉化。未來，該研發中心將推動基礎研究、成分開發及應用研究的深度融合，並將專注於先進的抗衰技術、功能活性成分的創新及功效評估體系的建立。同時，這一新研發中心將強化與歐洲的大學、研究機構及領先供應商的合作網絡，構建整合「科學洞見－成分創新－功效驗證－產品開發」的國際創新框架。這將不斷提高技術商業化的效率、實現核心抗衰及皮膚醫學護膚持續突破、進一步鞏固我們的全球研發能力、整合技術競爭優勢並為我們品牌的國際擴張提供長期的創新引擎；
 - (ii) 我們計劃於未來五年內招聘約25名同時具備國內外經驗的研發人才，重點關注AI驅動的配方模擬、生物活性成分開發、皮膚科學與療效以及毒理學評估等關鍵領域。該措施旨在更好地支持我們優化研發框架、進一步提升內部研究能力、加快創新產品管線的開發、應對不斷變化的消費者需求，並為我們的長期可持續增長奠定核心技術基礎；及

未來計劃及[編纂]用途

- (iii) 未來我們將繼續與領先的學術機構、醫院及原材料供應商（如上海交通大學、亞什蘭及巴斯夫）合作進行研發。我們的合作將專注於線粒體抗衰及基底膜研究等領域，以共同構建一體化的「產學研醫」創新性生態系統。同時，我們旨在開發具有獨立知識產權的專有活性成分及高性能化合物配方，加速將科學研究轉化為可驗證、可感知及可定制的產品功效，並持續強化我們在全球化妝品行業的技術競爭優勢及科學驅動的品牌聲譽。
- o [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於產品品類擴展與產品迭代創新。我們將以核心大單品為基礎，推進多品類產品研究，完善產品矩陣。包括拓展男士護膚、身體護理及香氛等品類，以覆蓋更廣泛的消費群體，滿足多樣化的市場需求。
- o [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於AI與數字化技術在研發領域的應用，為持續提升產品競爭力提供有力支撐。具體包括(i)進一步發展產品生命周期管理系統，覆蓋從需求調研、實驗室研發到量產上市的各個環節，整合原料數據庫及合規管理功能，開發輔助產品研發的創新工具，提升新產品研發效率；及(ii)加大在人工智能於配方、原料篩選、成分功效驗證等方面的應用研究，提升新品研發精準度、縮短研發周期。
- [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於品牌建設與銷售渠道拓展。具體而言：
 - o [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於加強品牌建設與營銷推廣，以加深與消費者的聯繫、持續提升品牌影響力。具體包括：(i)我們計劃在主流電商平台和社交媒體平台開展主題推廣活動，加強與KOL/KOC的合作，以增加品牌曝光度並促進產品銷售；(ii)我們將利用明星代言、影視及廣告投放、IP合作等多種方式，擴大消費人群覆蓋；(iii)我們將製作優質傳播內容，加強與消費者的情感鏈接與共鳴，提升品牌美譽度；(iv)我們將組織線下品牌活動，通過門店產品體驗、新品發佈會等形式，加強與消費者的互動；及(v)搭建線上營銷管理系統、消費者體驗數字化平台等，提升營銷效率。
 - o [編纂]約[編纂]%（約[編纂]百萬港元）將用於銷售渠道網絡建設。具體而言，我們將(i)加強與新零售渠道的深度合作；(ii)拓展OTC銷售渠道佈局；及(iii)升級現有線下門店與專櫃，打造線下形象店與品牌體驗店，以觸達更多消費者。

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於在海外市場打造我們的品牌形象及完善銷售網絡，建立品牌國際知名度。具體包括(i)加強在國外社交平台的品牌推廣及宣傳力度；(ii)拓展海外線上及線下銷售渠道；及(iii)與當地分銷商合作推廣我們的品牌及產品，推動海外市場增長。
- [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於智能製造及運營數字化升級。具體而言：
 - [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於智慧工廠建設及升級。具體包括(i)升級生產基地及倉儲設施，增加智能生產設備，以增強我們於多品類產品的自主生產能力，滿足季節性高峰生產需求；(ii)升級質量檢測實驗室，購置先進檢測儀器，進一步提升產品檢測能力；及(iii)升級生產基地的能源設施，降低生產能耗和製造成本，以促進實現ESG發展目標。
 - [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於構建數字化運營體系。具體包括(i)供應鏈協同與智能控制數字化，包括升級部署WMS、S&OP、QMS等數字化系統，以提升供應鏈管理效率；及(ii)搭建運營數據平台，打通供應鏈、營銷投放、銷售渠道等關鍵環節的業務數據，發展智能化應用，提升管理效率。
 - [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於搭建智能物流體系、發展業務及擴展全球銷售網絡。
- [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用於潛在的投資併購與戰略合作。我們計劃開展對國內外品牌、原料、創新技術及美妝產業鏈相關企業的投資、併購及聯合戰略投資，與我們的現有業務形成協同，擴大多品牌與多品類佈局，強化我們的領先行業地位。截至最後實際可行日期，我們尚未找到任何潛在投資或收購目標或就此訂立任何協議。投資及收購是經由領先國際化妝品公司驗證的可持續增長路徑。展望未來，我們計劃有選擇性地收購或投資於在價格定位和目標消費者方面可補充我們現有產品組合的國內外品牌，藉此進入有前景的產品細分市場並持續豐富我們的產品矩陣。我們的投資或收購目標通常為年收入超過人民幣300百萬元、擁有穩健營運及財務表現記錄以及健全內部控制和合規框架的公司。根據弗若斯特沙利文的資料，國內外約有數百個符合此類條件的目標。截至最後實際可行日期，我們尚未物色任何具體的投資或收購目標。
- [編纂]約[編纂]% (約[編纂]百萬港元) 將用作營運資金及一般企業用途。

未來計劃及[編纂]用途

倘若[編纂]設定在[編纂]的最高[編纂]或最低[編纂]，[編纂][編纂]將分別增加或減少約[編纂]百萬港元。倘我們向上或向下調整[編纂]，以致最終[編纂]高於或低於[編纂]的中位數，我們將按比例相應增加或減少用於上述用途的[編纂]分配。

倘[編纂]及[編纂]獲悉數行使，我們將收取的額外[編纂]將為(i)[編纂]百萬港元（假設[編纂]為每股H股[編纂]港元，即最高[編纂]），(ii)[編纂]百萬港元（假設[編纂]為每股H股[編纂]港元，即[編纂]的中位數），及(iii)[編纂]百萬港元（假設[編纂]為每股H股[編纂]港元，即最低[編纂]）。

如果[編纂][編纂]並未即時用作上述用途，或我們無法如期落實未來發展計劃的任何部分，我們可將有關資金存入持牌商業銀行及／或其他認可財務機構（定義見證券及期貨條例或其他司法轄區的適用法律及法規）的短期計息賬戶。在此情況下，我們將遵守上市規則項下適用的披露規定。

如果由於發生不可抗力事件等原因，導致我們發展計劃的任何部分未能如期進行，董事將仔細評估有關情況，或會將[編纂][編纂]作重新分配。