
未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們的未來計劃的詳細描述，請參閱「業務 — 我們的策略」。

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]的中位數)，並假設[編纂]未獲行使，我們估計，在扣除[編纂]費用及佣金以及我們就[編纂]應付的估計開支後，[編纂][編纂]將約為[編纂]港元。

我們擬將[編纂][編纂]用作下列用途：

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於產品創新及豐富我們的專有產品組合。具體而言：
 - (i) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於提升我們專有及渠道專屬定製產品的設計及豐富產品組合。具體而言：
 - (a) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於豐富我們的專有產品類別，主要包括兒童鞋服、洗護用品，以及耐用品(如玩具、嬰兒推車、嬰兒床及汽車安全座椅)。具體而言：約[編纂]%(或[編纂]港元)將分配用於引進童裝及鞋履的新庫存單位，約[編纂]%(或[編纂]港元)將分配用於引進包括食品、消耗品及耐用品在內的其他產品類別的新庫存單位。
 - (b) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴展我們的渠道專屬定製產品。我們的渠道專屬定製產品計劃主要集中在配方奶粉、玩具、零食及輔食。鑒於客戶對該等類別的產品具有較高的品牌忠誠度及依賴性，我們將與該等領域中與我們已建立穩定合作關係且與我們銷售渠道定位相符的領先及知名品牌合作。我們將向該等品牌合作夥伴採購渠道專屬產品，並通過我們全套線上及線下渠道進行分銷，利用其品牌影響力有效留住我們的核心客戶群。
 - (c) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴充我們的專業設計團隊，以支持及改善我們的產品設計及開發。我們的自有品牌策略是盈利能力、客戶忠誠度及產品質量控制的核心驅動力，使我們能夠創造差異化的品牌價值。為進一步擴充及豐富我們的自有品牌組合，滿足消費者多樣化需求，我們計劃招聘更多新產品設計人員，負責產品造型、外觀設計、款式升級及系列產品開發，並支持我們持續迭代及豐富自有產品。我們計劃於2030年或之前招聘約70名設計及開發專業人員。新聘用的專業設計及開發人員應具備母嬰童或其他消費品行業的設計工作經驗，熟練掌握產品創意設計，並深入掌握母嬰童產品的安全標準及合規要求。
 - (ii) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於提升頭皮及頭髮護理業務的產品研發及規模化生產能力。我們計劃升級產品研發中心，重點建設及升級專業實驗室，包括原材料分析實驗室、配方開發實驗室及產品功效測試區。截至最後實際可行日期，我們並無專門用於頭皮及頭髮護理業務原材料分析及配方開發的研發實驗室。儘管於往績記錄期間，頭皮及頭髮護理業務貢獻的收入有限，但該業務分部符合本集團圍繞家庭服務的戰略佈局，具有可觀的增長前景。根據弗若斯特沙利文的資料，中國頭皮及頭髮護理市場預期將由2026年的人民幣751億元增長至2029年的人民幣1,027億元，複合年增長率為11.0%。此外，由於生物基原材料具有更優越的安全特性，其替代傳統化學原材料已成為顯著的發展趨勢。為從源頭控制產品安全及成本，實現對核心原

未來計劃及[編纂]

材料及差異化配方的自主控制，並降低對外部供應商的依賴以及同質化競爭帶來的風險，我們計劃建立一個專門用於頭皮及頭髮護理原材料分析及相關配方開發的實驗室。這將進一步加強核心流程，包括測試及篩選、核心原材料的穩定提取以及定製配方的開發。核心研發目標如下：建立生物源活性成分的測試、分析及功效評估體系；針對防脫髮、黑髮及頭皮護理等細分需求，開發具有自主知識產權的配方體系；及建立頭皮及頭髮護理的新型生物基原材料自有庫，並完善相關生產及製備技術。同時，我們將與天然植物提取物、化妝品活性成分及頭皮生理學領域的領先研究機構開展合作，啟動聯合研發項目。該等合作將專注於核心原材料的研發及優化，以及為不同頭皮及髮質類型開發定製化配方體系，從而提升我們的自主研發能力，並將戰略佈局延伸至涵蓋頭皮及頭髮護理原材料的全鏈條研發及標準化生產。此外，未來五年內，我們計劃招聘約50名具備化妝品配方工程、原材料提取與純化、頭皮皮膚科學及相關學科專業知識的研發人員。我們亦將採購全套研發及生產設施，包括原材料成分檢測及活性成分分析專業儀器、功效測試設備，以及灌裝生產及配方製備設備。

- (iii) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於推進AI產品及服務開發的研發。我們計劃通過整合基於雲和邊緣計算技術，開發AI伴身智能產品矩陣。此外，我們將與大模型公司合作建立聯合雲服務平台，與此同時，聯合開發AI智能體，這將為我們的AI產品設計、用戶體驗優化以及商業化擴展奠定堅實的基礎。
- 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴大我們的銷售及服務網絡及品牌推廣。具體而言：
 - (i) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴展及升級我們的線下銷售及服務網絡。具體而言：
 - (a) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於建設我們的線下門店。我們計劃通過專注於新開設線下門店，以持續擴大自營店網絡。我們計劃於未來五年內開設超過75間新自營店。新門店將策略性地選址於省會城市、一線及二線城市，以及珠三角地區的主要城市。此外，應對行業發展趨勢及業務發展方向，我們將不斷升級及改造現有的線下門店以滿足親子家庭的娛樂、學習與成長在不同生命週期

未來計劃及[編纂]

階段的需要。我們計劃在未來五年內翻新及升級約75間門店，全面重新設計門店佈局，並採購相關硬件及軟件，以提升門店的數字化運營效率及消費者體驗。[編纂]將分配作以下用途：約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於新自營店的門店建設及裝修成本，以及硬件及軟件的採購及安裝。約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於新自營店的額外員工開支。約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於門店物業的租金開支。約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於與門店翻新及升級相關的翻新工作以及硬件及軟件的採購及安裝。

- (b) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴展我們的加盟店業務。一方面，我們將透過投資加盟店業務的分銷中心來加強我們的倉儲及物流體系，以應對加盟店網絡的快速區域擴張及加盟商對產品高效及時配送日益增長的需求。我們計劃在未來五年於不同地區增設超過20個分銷中心，主要位於主要物流樞紐(包括河南、湖南及安徽)，沿海地區(如福建及浙江)及偏遠地區(包括內蒙古、黑龍江及雲南)，使我們能夠及時滿足各地區加盟店的供應需求。配送中心的開發將主要包括建築工程施工、設備及軟件採購與安裝、物業租賃及員工薪酬等。另一方面，我們擬擴大管理團隊以支持我們的加盟店業務，進一步加強針對加盟業務的商業拓展、品牌推廣、運營支持。我們計劃為此擴充招聘約100名新的專業人員。該等新聘人員將涵蓋專門職位，包括加盟業務拓展專員、品牌營銷從業人員及區域營運督導，主要負責為我們的全國加盟店網絡提供專業指導、日常營運管理及品牌推廣服務。

- (ii) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於擴展我們的線上銷售及服務網絡。我們計劃加強我們的線上銷售能力及數字營銷。我們將投資升級孩子王App和微信小程序等線上銷售渠道。上述升級將透過招聘更多全職研發及技術人員來實施，而非委聘外部供應商。我們亦將進一步加大短視頻及直播電商等私域平台的推廣力度。
- 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於戰略收購及投資。明確聚焦主業嬰童業務及頭皮及頭髮護理業務，圍繞親子家庭的商品及服務需求，我們計劃積極尋找符合我們業務戰略的收購機會，比如具有優質的供應鏈、知名品牌及IP。此外，我們也將積極探索健康美學、AI產品賽道的潛在目標。在上述領域中，優質供應鏈領域將專注於消費領域(尤其是親子家庭領域)的成熟上游品牌，重點關注具備強大供應鏈能力及研發實力的領域領導者。知名品牌及IP公司主要指具有廣泛人群吸引力的高質量知識產權運營、製作及衍生品公司。健康美學領域將以護髮產業鏈上下游為中心，目標為在頭皮及頭髮護理以及家居健康美容護理方面擁有專業知識及功效數據支持的服務品牌或產品公司。AI產品領域將專注於利用家庭場景的垂直模型公司及以家庭為中心的智能產品公司。在上述領域中，我們將優先考慮AI產品或優質供應鏈領域的目標公司。我們的甄選標準主要包括：對於優質供應鏈及知名品牌／知識產權目標，我們將專注於成熟期公司的投資機會，特別是那些利潤規模超過人民幣80百萬元且年收入增長維持在15%至20%的公司。對於健康美學及AI產品目標，我們將考慮早期及成熟期公司的投資機會，包括但不限於投資於註冊資本階段的高質量創業團隊，或初步收購處於商業化潛力邊緣的成長期目標的少數股權，其後通過增資進行合併及整合。該等目標必須擁有極強的技術壁壘，例如稀缺的技術團隊及專利積累，或已在商業場景中獲得初步驗證的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，在國

未來計劃及[編纂]

內市場中，符合我們整體要求的潛在收購目標的總數超過[50]家公司。截至最後實際可行日期，我們並無確定任何具體投資或收購目標，亦無訂立任何確定性投資或將使用[編纂][編纂]的收購協議。

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於提高數字化及智能化能力。具體而言：
 - (i) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於本地即時零售業務數字化。我們計劃升級本地即時零售系統，並整合AI算法用於需求預測、路線優化及智能推薦。此外，我們將與母嬰護理、攝影及旅遊業等領域的領先服務供應商建立合作關係，開發標準化及可複製的本地社區服務解決方案。通過利用用戶檔案和服務標籤，我們旨在實現本地家庭需求與服務供給的匹配，以形成差異化的本地服務生態圈。我們亦將建立本地生活方式內容製作及管理系統，打造本地化母嬰童內容社區，支持用戶生成內容及會員活動，以提升用戶參與度及品牌影響力；及
 - (ii) 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於提高我們的智能化能力。我們將投資於加盟商業務數字化系統的建設及升級。具體而言，我們旨在拓寬AI工具在整個工作流程中的應用，以提升加盟商的管理能力和成本控制。我們計劃將AI應用擴展到客戶需求搜索與營銷計劃設計並構建AI驅動的會員洞察及營銷決策系統，用於實時用戶行為分析及個性化推薦。我們將對營運管理系統實施智能化升級，涵蓋選品、訂貨、配送及存貨管理。我們亦將開發配備虛擬銷售場景模擬的訓練平台，以增強育兒顧問的專業服務能力。

更多詳情請參閱「業務 — 我們的策略 — 通過人工智能推動業務增長」；

- 約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於營運資金及一般企業用途。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]範圍的上限)，並假設[編纂]未獲行使，我們將獲得額外[編纂]約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]範圍的下限)，並假設[編纂]未獲行使，則[編纂]將減少約[編纂]港元。倘我們的[編纂]高於或低於預期，我們將按比例調整上述用途的[編纂]分配。

倘[編纂]並無即時用於上述用途及在適用法律及法規許可下，我們擬將部分或全部[編纂]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法規)的短期計息存款。

倘我們對[編纂][編纂]的使用與上述用途發生任何重大變化，或者我們對[編纂]於上述用途之間的分配發生任何重大變化，我們將作出正式公告。

實施計劃

倘分配[編纂]不足以支付所需資本開支，我們將利用經營活動所得現金以及現金及現金等價物作為額外資金來源。

用途	截至12月31日止年度的估計投資						擬使用的[編纂]總額
	分配比例 (%)	2026年	2027年	2028年 (百萬港元)	2029年	2030年	
1. 產品創新及豐富我們的專有產品組合	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.1 提升我們專有及渠道專屬定製產品的設計及豐富其組合	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.1 (a) 豐富我們的專有產品類別	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.1 (b) 擴充我們的渠道專屬定製產品	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.1 (c) 擴充我們的專業設計團隊以支持及改善我們的產品設計及開發	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.2 推動我們頭皮及頭髮護理業務的產品研發及規模化生產能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
1.3 推進AI產品及服務開發的研發	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2. 擴充我們的銷售及服務網絡以及品牌推廣	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2.1 擴充及升級我們的線下銷售及服務網絡	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2.1 (a) 建設我們的線下門店	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2.1 (b) 擴充我們的加盟業務	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2.2 擴充我們的線上銷售及服務網絡	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
3. 策略性收購及投資	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4. 提升我們的數字化及智能能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4.1 本地即時零售業務數字化	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4.2 提升我們的智能能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
5. 營運資金及一般企業用途	[編纂]	[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]	[編纂]