

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

請參閱「業務－我們的戰略」，了解有關我們未來計劃的詳細說明。

[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使，及[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），經扣除我們應支付與[編纂]有關的[編纂]、費用和估計開支後，我們估計我們將收到[編纂][編纂]淨額約[編纂]港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂]淨額用作以下用途，惟可能會根據我們不斷發展的業務需求及不斷變化的市況而發生變動：

	截至12月31日止年度				總計 ([編纂]港元)	佔總額 概約百分比
	2026年	2027年	2028年	2029年 及其後		
擴建、升級及建設						
生產設施.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%
加強品牌資產並提升						
消費者互動.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%
支持渠道拓展及						
市場開發.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%
加強研發平台.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%
加強智能數字化						
能力建設.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%
用作營運資金及其他						
一般公司用途.....	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]	[編纂]%

- 約[編纂]%或[編纂]港元將分配用於擴建、升級及建設生產設施，以支持我們的長期產能規劃、提升生產效率並增強我們在重要地區的供應能力。根據弗若斯特沙利文的資料，計劃的投資與中國乳製品公司進行的同類生產設施項目的投資規模大致相當。請參閱「業務－我們的戰略－優化生產網絡，提升供應鏈效能」。我們的產能規劃不僅基於鮮奶生產線的整體利用率，亦視乎各產品線的利用率及不同地區的生產需求。於往績記錄期間，我們鮮奶生產線的產能分別為59.0千噸、153.4千噸、286.5千噸及193.8千噸，該生產線的利用率分別為43.2%、53.7%、58.0%及69.2%。儘管整體利用率處於相對適中水平，惟同期內穩步上升。整體利用率亦反映不同鮮奶生產線的綜合利用情況，而各產品線及地區的利用水平可能因產品組合及市場需求而異。同期，悅鮮活生產線的產能分別為38.4千噸、96.0千噸、158.4千噸及113.7千噸，該生產線的利用率分別為55.1%、74.5%、81.9%及74.9%。整體而言，於往績記錄期間的悅鮮活生產線利用率始終高於鮮奶生產線利用率，尤其是在2025年下半年，悅鮮活生產線的利用率達約90%。據此，我們認為擬定擴建計劃仍屬合理，理由如下：(i)產品線特定產能限制。若干產品線（如悅鮮活鮮奶）在高峰期間已處於滿產或接近滿產的運營狀態。此外，若干特定區域的常溫牛奶產品線目前尚不具備相應產能。隨著鮮奶產品需求持續攀升，我們亟需增加產能以支持未來業務擴

未來計劃及[編纂]用途

張；(ii)區域生產佈局及運營效率。在進行產能規劃時，我們亦會考慮貼近終端市場進行生產的需要，尤其是保質期相對較短的低溫液奶產品，並兼顧企業及公營機構等機構客戶對特定常溫牛奶產品的需求。根據弗若斯特沙利文的資料，長三角及珠三角地區為低溫液奶產品的核心市場。於2025年，我們的鮮奶產品在華東及華南的收入增長分別為32.7%及89.6%。詳情請參閱「業務－生產－產能擴張計劃」；及(iii)短期產能需要。若干產品品類在重要節日或大型促銷活動前可能出現短暫需求急增，需要充分的生產靈活性以確保及時供應。具體而言：

- (a) [編纂]淨額的約[編纂]%或[編纂]港元將用於在安徽天長建立生產工廠。天長工廠作為長三角地區的主要供應基地，將與我們的自營牧場相整合。根據弗若斯特沙利文的資料，於2021年至2025年，長三角地區液奶市場的零售規模從約人民幣668億元增長至人民幣710億元。展望未來，於2026年至2030年，長三角液奶市場規模預計將從約人民幣726億元增至人民幣792億元。天長工廠將提升本地供應能力，助力擴大我們鮮奶產品的市場份額；該廠將專注於生產鮮奶，並輔以更加完善的冷鏈物流及數字化供應鏈管理，旨在保持產品新鮮度及質量，並滿足當地消費者對鮮奶的需求。

[編纂]將主要用於廠房建設及採購生產設備及自動化系統，以及相關營運功能的員工招募。具體而言，我們計劃招聘約330名具備相關行業經驗及資格的員工，支援新生產設施運作。在該等員工當中，我們將指派244名員工處理採購及生產職能，而餘下人員將擔當倉庫管理、質量控制、安全及設備管理及行政職能職務。該等人員預期具備乳製品生產、設備管理、質量控制及倉庫運作領域的相關營運經驗及技術資格，支援本集團經擴大產能的高效運作。

- (b) [編纂]淨額的約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大廣東江門工廠的產能。擴建完成後，江門工廠將作為珠三角及周邊地區的主要供應基地。根據弗若斯特沙利文的資料，於2021年至2025年，珠三角液奶市場零售規模從約322億元增長至368億元。展望未來，於2026年至2030年，珠三角液奶市場規模預計將從約人民幣380億元增至人民幣433億元。江門工廠將專注於生產鮮奶、低溫酸奶及常溫牛奶，並輔以更加完善的冷鏈物流及數字化供應鏈管理，滿足華南地區消費者日益增長的低溫液奶需求，優化華南區域運營效率，增強華南區域競爭優勢。

[編纂]將主要用於廠房擴建以及採購設備及自動化系統。

未來計劃及[編纂]用途

- (c) [編纂]淨額的約[編纂]%或[編纂]港元將用於升級生產線。我們旨在通過升級設備及生產工藝以及擴大稀奶油及黃油的產能提高生產效率。

預期天長生產工廠的興建、江門生產工廠的擴張及若干現有生產線的升級將進一步加強我們的產能。下表載列預期完成時間表、完成後預期新增產能，以及相關項目成本範圍及性質。

項目	預期完成時間	預期新增產能 千噸	成本性質
天長生產工廠....	2027年	137.0	- 採購設備及軟件(65%)：生產設備(32套)；測試設備(50組)；營運設備(18套)；配套公用工程設備(34套)及自動化軟件(1套) - 建築相關開支(35%)
江門生產 工廠擴張.....	2030年 ⁽¹⁾	168.0	- 採購設備(75%)：生產設備(10套)；營運設備(10套)及配套公用工程設備(12套) - 建築相關開支(25%)
生產線升級.....	2028年	232.5	採購設備(100%)

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於通過線上線下協同營銷活動，加強品牌資產並提升消費者互動。請參閱「業務－我們的戰略－深化品牌認知，增強消費者互動聯結」。具體而言：

- (a) [編纂]淨額的約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大核心城市及關鍵社區的電梯及其他戶外媒體投放範圍，提升品牌在日常場景中的知名度及消費者觸達率。通過與線下渠道緊密合作並在銷售旺季開展精準營銷活動，我們旨在提升零售表現並加速動銷。在規劃戶外媒體投放規模及地域覆蓋時，我們將考慮我們多渠道品牌建立活動的推廣時間表、市場競爭環境及品牌影響力潛力，藉以進一步提高推廣成效。我們計劃於未來兩至三年將電梯媒體覆蓋擴展至約70至80個城市，戰略性聚焦華南及西南地區等低溫液奶產品急速增長的地區。

附註：

- (1) 江門工廠一期建築工程計劃於2026年竣工。詳情請參閱「業務－生產－產能擴張計劃」。

未來計劃及[編纂]用途

(b) [編纂]淨額的約[編纂]%或[編纂]港元將用於多渠道品牌推廣活動。儘管我們並未按性質為未來多渠道品牌推廣活動數目定下固定目標，我們將會分階段實施一系列措施。具體而言，我們將通過深化與十大國家運動隊及中央電視台多個頻道的合作、圍繞國家重要節假日開展關鍵營銷活動、贊助國際體育賽事、在購物旺季推出品牌活動，以及透過電視頻道、社交媒體及短視頻平台拓展觸達範圍，以提升品牌知名度。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於支持渠道拓展及市場開發。請參閱「業務－我們的戰略－強化渠道滲透，拓展消費場景並拓寬市場覆蓋範圍」。

我們計劃在鞏固核心市場優勢的同時，加速向其他地區擴張。具體而言，我們將(i)通過執行渠道精細化管理，增加渠道密度，提高零售網點單點賣力，並提升產品陳列效率及競爭力，藉以擴大全國覆蓋範圍；(ii)開發現製咖啡及茶飲連鎖店、烘焙店、會員店及即時配送平台等新零售渠道，目標是於未來兩至三年達20至30名乳製品原料客戶，以順應零售業態的持續轉型，觸達更廣泛的消費群體；(iii)通過建立境外合作、推動品牌全球化及加強全球運營能力，推進境外擴張。我們將主要圍繞低溫液奶產品展開境外擴張，並計劃優先推廣「悅鮮活」及「簡醇」等精選品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，東南亞低溫液奶市場相對分散，2025年零售額約為人民幣449億元。於2025年至2030年，該市場預計按約7.0%的複合年增長率增長，並將於2030年達到約人民幣630億元。我們將以香港為戰略樞紐，初步聚焦新加坡、馬來西亞、越南、泰國及印尼等東南亞地區。我們計劃與當地經銷商及KA客戶緊密合作，深化市場滲透。截至最後實際可行日期，我們已在境外市場與13家經銷商及七家KA客戶建立合作。目前，我們的境外銷售及營銷團隊共有33名成員，職能涵蓋銷售、營銷及供應鏈管理。我們擬於未來三年內增聘人才，將團隊擴充至50人以上，以支持境外擴張計劃。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於加強研發平台、推進基礎科學研究、加速產品創新並開拓新業務機遇。請參閱「業務－我們的戰略－投入研發創新，推動產品升級與品類拓展」。

[編纂]將主要用於擴建研發設施，主要包括(i)軟件，例如研發管理系統、菌株資料庫及AI驅動分析工具；(ii)硬件，例如創新孵化設備(40套)、基本研究設備(3套)、實驗室設備(450套)及辦公室設備(50套)；及(iii)培訓研發人員及研究項目。研發開支仍然相對穩定，於2023年、2024年及2025年分別為人民幣106.0百萬元、人民幣98.7百萬元及人民幣91.6百萬元。因此，預計我們未來的研發開支將維持相近的步調及規模。我們計劃繼續推進益生菌、母乳成分及腸道健康等領域的基礎研究。我們的目標是在未來兩年內完成母乳研究，包括主要營養成分分析及數據庫的建立，且我們預計腸道健康研究將在未來兩年內取得中期進展。此外，在未來三至五年內，我們將通過推出低卡路里或高蛋白產品以及功能性乳製品，改良乳製

未來計劃及[編纂]用途

品配方，以滿足消費者對健康、營養及多樣性日益增長的需求。另外，我們計劃豐富產品品類並探索品類拓展機會。主要措施包括將我們對母乳活性成分的研究應用於升級FSMP奶粉，並在稀奶油及黃油取得初步進展的基礎上，我們有意進軍其他細分領域，並擴大乳製品原料在餐飲、烘焙以及現製咖啡及茶飲連鎖店的應用。我們的未來產品管線亦包括早餐酸奶以及專為即飲和餐後暢飲設計的杯裝酸奶。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於加強智能數字化能力建設。請參閱「業務－我們的戰略－加強數字化能力建設，提升運營效能」。

通過投資先進的數字化軟件，我們旨在加強大數據在供應鏈、物流及管理領域的應用，並構建連接整個業務及產業價值鏈的集成數字化管理系統。這將有助我們提高運營效率，優化決策，並進一步支持自動化、數字化及智能化轉型。我們計劃採購約14套數字軟件及系統，估計單位成本介乎人民幣5.0百萬元至人民幣15.0百萬元，建立智能零售生態系統、高效供應鏈協作系統、智能決策中心及統一數據平台及應用樞紐等系統。具體而言：我們將(i)建立整合線上及線下渠道的智能零售生態系統，該系統具備渠道運作、終端管理及會員參與所需的全套工具，從而進行採購、生產、倉儲及銷售協調管理，實現更精準的營銷並優化客戶體驗；(ii)利用人工智能及數字化技術建立透明、標準及高效的供應鏈協作體系，提升運營效率及質量；(iii)開發統一的數據平台及應用樞紐，整合多維運營數據，增強管理效率，並打造智能決策中心，為高質量發展提供強大的數字化支持。我們計劃招聘約15名具備資訊科技或相關領域相關資格及經驗的員工，以支援我們的數字化措施，彼等將主要負責開發、實施及維護數字及自動化系統，其中包括一支由十名員工組成的全渠道解決方案團隊，專注於多渠道系統；以及一支由五名員工組成的數據創新團隊，專注於數據戰略與分析。為提升效率並借助專業知識，我們計劃通過外部技術供應商來完成數字化系統的更新和升級。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及其他一般公司用途。

倘[編纂]獲悉數行使，我們將收到額外[編纂]淨額約[編纂]港元（基於[編纂]每股[編纂]港元）。我們擬將自行使[編纂]而收到的額外[編纂]淨額按比例用於上述分配用途。

倘我們的[編纂]淨額不足以為上述用途提供資金，我們擬透過多種方式（包括營運產生的現金、銀行貸款和其他借款）為該結餘提供資金。倘[編纂][編纂]淨額未即時用作上述用途，我們會將[編纂]淨額存入於持牌商業銀行及／或其他授權金融機構（定義見證券及期貨條例或其他司法轄區適用法律及法規）開設的短期計息賬戶。在該等情況下，我們將遵守上市規則的相關披露規定。