

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，請參閱本文件「業務—我們的策略」一節。

[編纂]用途

假設[編纂]並無獲行使，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及其他估計[編纂]開支後，並假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，我們估計將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]港元。我們擬將[編纂][編纂]作以下用途及按以下金額使用：

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將於未來五年用於開發及管理我們的門店網絡，包括擴張我們的加盟及自營門店網絡、升級現有店以及加強對我們加盟店的管理及支持，以擴大我們的地理覆蓋範圍、加深我們的市場滲透率及提升我們門店網絡的經營質量。預期約[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於2027年、2028年、2029年、2030年及2031年撥作此用途。其中：
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於擴展我們的加盟店網絡。我們計劃開設約1,300家加盟店，包括廣東省約260家及中國內地、香港及澳門其他地區約1,040家，並計劃分別於2027年、2028年、2029年、2030年和2031年開設約170家、230家、250家、300家及350家加盟店。我們的加盟模式有助於我們的門店網絡實現快速、高質量的增長，減輕我們的資本負擔，並使我們能夠利用加盟商的本地資源及執行能力，使我們能夠快速進入新城市及住宅區，實現更大規模，並鞏固我們在競爭激烈的生鮮零售市場中的地位。

我們擬投資於：(i)進行加盟商招攬及推廣活動，包括組織及參與展覽以及投放線上廣告以接觸潛在加盟商；及(ii)招募30名營運人員，負責識別及篩選潛在加盟商、管理加盟流程、為新加盟商及其員工提供培訓，以及監督新加盟店的開發及開業。該等措施預期將減輕早期營運壓力，支持本地市場開發及客戶獲取，並加快新店達致穩定、持續的營運。

我們實施加盟店擴張的能力得到我們以加盟為主導的擴張戰略及成熟運營能力的支持。我們已實施標準操作流程，涵蓋加盟商招攬、門店選址、門店設計及裝修、培訓、門店運營及績效監控。該等程序促進符合我們標準的一致門店運營，並使我們能夠提供集中式供應鏈管理、系統支持及加盟商管理。此外，我們擬招聘上述運營人員，以支持計劃擴張。隨著我們的門店網絡擴張，各個地區內提高的門店密度預計將提高我們採購、分揀、加工及冷鏈物流資源的利用率及效率，從而增強規模經濟。我們現有的供

未來計劃及[編纂]用途

應鏈基礎設施，連同我們配送中心的計劃升級及擴建，預期將支持我們加盟店網絡的分階段擴張。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於開設及運營約100家新的自營門店。我們計劃開設約100家新自營門店。包括廣東省約20家及中國內地、香港及澳門其他地區約80家，並計劃分別於2027年、2028年、2029年、2030年及2031年開設約12家、18家、20家、22家和28家自營門店。每家門店的預計設立成本介乎人民幣1.0百萬元至人民幣2.0百萬元，包括設備採購、門店裝修及裝飾。[編纂]亦將用於新門店的租金及日常運營，涵蓋員工福利、水電費及營銷活動等開支。彼等將用作運營基準、新門店業態、產品及系統的試點計劃，以及門店經理及員工的培訓中心。

於實施此計劃時，我們將利用我們在選址、門店設立、培訓、供應鏈管理及數字化運營方面的成熟能力。我們的自營門店旨在繼續作為我們門店網絡擴張的戰略補充。請參閱「業務—我們的銷售網絡—線下銷售網絡—我們的自營門店」。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於升級現有店。相關[編纂]將主要用於支持門店翻新及整修，以改善門店外觀及功能，並促進我們門店網絡品牌形象的一致性。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於加強對我們加盟店的管理及支持。我們擬將相關[編纂]用於為加盟商及其員工提供持續營運培訓及支持，專注於日常門店管理及最佳營運常規，以在我們的門店網絡中促進協作、知識共享及相互支持。

我們將專注於進一步滲透我們已擁有經營業務的城市及地區，尤其是在華東、華中及西南的選定市場，同時繼續遵守我們既定的門店選址及防內部競爭標準及程序。請參閱「業務—我們的銷售網絡—線下銷售網絡—門店選址及防內部競爭」。

我們認為我們的門店擴張計劃有充分的市場需求支持。根據灼識諮詢的資料，中國社區生鮮連鎖的市場規模預計將由2026年的人民幣8,165億元增長至2030年的人民幣14,154億元，複合年增長率為14.7%。按地區劃分，同期內，華東市場預計將由人民幣2,648億元擴大至人民幣4,619億元(複合年增長率為14.9%)，華中市場由人民幣1,098億元擴大至人民幣2,137億元(複合年增長率為18.1%)，及西南市場由人民幣760億元擴大至人民幣1,300億元(複合年增長率為14.4%)。市場仍然分散，五大參與者於2025年按生鮮產品GMV計的合計市場份額為6.5%。

於2025年，我們於社區生鮮連鎖行業在全國、華東、華中及西南的市場份額分別為1.9%、0.5%、1.5%及1.8%。此低滲透率為我們未來的門店擴張提供可持續的需求基礎。

未來計劃及[編纂]用途

我們門店擴張計劃的主要假設為：(i)我們目標市場(包括華東、華中及西南的選定市場)的市場需求將維持充足以支持計劃擴張；(ii)我們將能夠按商業上合理的條款招攬合資格的加盟商及門店人員，以及物色及取得符合我們選址及防內部競爭標準的合適門店位置，及(iii)我們對綜合倉的計劃投資將配合我們的門店推出而實施，並連同我們現有的供應鏈基礎設施，為新門店提供足夠的容量。我們將繼續評估該等因素，並可能在適當情況下調整開店的步伐及地域分配。

擴張我們的門店網絡預期將擴大我們的收入基礎、隨時間推移改善規模經濟及增加經營現金流入，同時亦會增加執行及運營管理要求。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將於未來五年用於通過提升我們的採購效率及升級綜合倉來增強我們的供應鏈能力。預期約[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於2027年、2028年、2029年、2030年及2031年撥作此用途。其中：
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於升級及擴建我們的綜合倉以及加強我們的核心產品加工能力。

我們計劃透過以下方式升級現有綜合倉：(i)擴大分揀、加工及存儲區域，以提高每日訂單處理能力；(ii)引進自動分揀線、智能稱重、自動貼標及包裝系統等先進自動化設備，以減少人手操作；及(iii)為綜合倉配備專門的加工設備，例如用於蔬果分級、切割及標準化包裝的設備，以加強我們供應定製化及差異化產品的能力。

此外，我們計劃分別於2029年及2031年在華東及華北地區建立兩個具備先進食品加工能力的新綜合倉，預計各能夠服務半徑約100至200公里的範圍。該等新綜合倉旨在支持我們計劃的增量門店擴張，透過降低區域集中度及提供額外的營運冗餘來增強供應鏈韌性，並隨著我們的業務不斷擴展，加強我們開發自有品牌及增值產品的能力。

[編纂]淨額將分配至設備採購、租金開支、人員薪酬及日常運營。此外，我們擬升級我們的物流系統，特別是透過以先進算法增強我們的專有TMS平台，以優化從我們配送中心到門店的運輸路線及管理配送。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於縮短從種植基地的採購流程，並加強我們在採購及質量保證方面的控制。該舉措將使我們能夠減少採購的中間環節，確保產品質量穩定及供應穩定。我們計劃：(i)於2027年至2029年間在蔬果的主要產區建立14個產

未來計劃及[編纂]用途

地倉，以促進在更接近種植基地進行產品匯集、初步分揀及臨時存儲；(ii)擴大我們於各產品類別的直接採購力度；(iii)與領先供應商合作並整合訂單式資源；及(iv)推廣訂單式種養殖模式，並透過與我們的合作夥伴共同開發標準化種植基地打造獨家產品。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將於未來五年用於豐富我們的產品組合及發展我們的品牌及營銷工作。預期約[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於2027年、2028年、2029年、2030年及2031年撥作此用途。其中：

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於豐富我們的產品組合，以符合消費者的不同品味及偏好。我們計劃透過(i)招聘約30名人才加入我們的產品研發團隊，平均年薪約為人民幣30萬元，預期彼等將擁有學士或以上學位及生鮮產品開發的相關經驗，(ii)建立配備實驗室及先進設備的加工食品研發中心以支持我們的研發活動，及(iii)與大學及研究機構合作，以加強我們的產品甄選及培育能力，從而提升產品質量並滿足消費者對優質產品的需求。

加工食品研發中心旨在支持加工食品的開發、測試及質量驗證。隨著我們不斷擴大自有品牌產品及加工食品(包括3R產品、加工肉類及穀物類產品)，該中心預計將加強產品迭代與質量一致性，並在我們整個門店網絡推出。其亦將支持我們的戰略，包括：拓寬以日常膳食消費為中心的場景式產品組合；使用更廣泛的豬肉部位開發加工食品；及加強錢大媽生鮮系列下的產品差異化。

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於品牌推廣及營銷計劃。我們旨在圍繞「新鮮」及「質價比」打造我們的自有品牌產品。我們計劃：(i)開展促銷活動以鼓勵消費者試用新產品；(ii)通過聘用五名在零售、生鮮產品、餐飲或消費品行業的品牌推廣、營銷、渠道運營、內容創作及／或數字營銷方面擁有相關經驗的專業人士，加強我們的品牌建設及營銷團隊；(iii)利用我們的會員系統，並透過錢大媽App、小程序及其他線上渠道實施定向營銷活動；及(iv)透過線上及線下渠道推廣我們的品牌，包括在主要社交媒體平台投放廣告、直播及IP合作。

我們於優化產品組合及加強品牌及營銷舉措方面的投資預期將增強產品差異化，這可能會隨著時間的推移支持利潤率的提高及收入組合的優化，同時增加與人員及設施投資相關的經營開支。

未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將於未來五年用於升級我們用於管理加盟店及配送中心運營的數字化及AI輔助系統。預期約[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於2027年、2028年、2029年、2030年及2031年撥作此用途。其中：
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於升級管理加盟店所用的數字系統並將智能體引入該等系統。透過分析門店層面的銷售、客流量及定價數據，智能體將增強我們現有的需求預測、訂單推薦及門店監控功能，為我們的產品組合、定價及營銷策略提供更及時及精細的分析，並有助於識別異常的門店表現及潛在不合規情況。該等提升預期將加強我們對加盟店的集中管理，並使我們能夠向加盟商及其員工提供更具針對性的運營指導。
 - 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於升級我們配送中心所用的數字系統。我們計劃(i)進一步升級及整合涵蓋產品接收、分揀、加工、存儲及庫存控制的現有數字系統，以標準化操作流程並實現對配送中心運營更全面的實時監控；(ii)納入AI輔助數據分析以預測運營工作量、支持質量控制、識別運營異常並優化人員及設備調度；及(iii)整合收貨、庫存、加工及結算記錄，並引入在線對賬工具以提高產品溯源及數據準確性。該等升級預期將提高處理效率、庫存準確性、資源利用率及成本控制。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於潛在投資、合併及收購機會，以進一步擴大我們的門店網絡並加強我們的產品加工能力。我們將主要專注於(i)在我們的目標市場中已擁有既定客戶基礎及門店網絡的鮮零售連鎖企業，及(ii)專門從事肉類加工的供應商，特別是擁有先進加工技術、標準化生產系統及穩健食品安全控制的供應商。我們將專注於產生超過人民幣5億元年收入、在我們擁有現有或計劃的足跡以支持供應鏈整合及營運協同效應的地區經營，並保持良好食品安全及監管合規記錄的中小型連鎖公司。

該等投資將能實現快速市場進入，同時降低選址、門店翻新及品牌發展的前期成本，並提高加工效率及確保質量一致。我們擬主要收購目標公司的多數股權，以促進營運整合及協同效應的實現。截至最後實際可行日期，我們尚未物色任何投資目標或與任何投資目標進行磋商。根據灼識諮詢的資料，截至2026年6月30日，中國有超過100個目標符合我們的甄選標準。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用作營運資金及一般公司用途。

未來計劃及[編纂]用途

倘[編纂]定於指示性[編纂]範圍的最高[編纂]或最低[編纂]，[編纂]的[編纂]淨額將分別增加或減少約[編纂]港元。

倘[編纂]獲悉數行使，我們將收取的額外[編纂]淨額將為(i) [編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的最高[編纂])；(ii) [編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的中位數)；及(iii) [編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的最低[編纂])。

倘[編纂][編纂]淨額多於或少於預期，我們將按比例調整上述用途的[編纂]淨額分配。

倘[編纂][編纂]淨額未立即用於上述目的，我們只會將該等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》或其他司法權區的適用法律法規)的短期計息賬戶。在此情況下，我們將遵守上市規則項下的適當披露規定。

倘因政府政策變動阻礙我們任何項目的發展或發生不可抗力事件等原因，導致我們任何部分的發展計劃未能如期進行，董事將審慎評估情況，並可能重新分配[編纂]的[編纂]淨額。