
所得款項用途

按照香港公開發售及國際發售每股發售股份的指示性發售價均為103.90港元計算，經扣除我們應付的預計包銷費用及預計發售開支後，假設超額配股權未獲行使，我們的全球發售所得款項淨額預計約為3,984.5百萬港元，而假設超額配股權獲悉數行使，則為4,589.2百萬港元。

國際發售的國際發售價可能高於香港公開發售的公開發售價或與其相同。請參閱「全球發售的架構－定價及分配」。

我們計劃將自全球發售所獲得的所得款項淨額用於以下用途：

- 約20% (約796.9百萬港元，假設超額配股權未獲行使) 用於擴充品牌合作夥伴網絡。我們將繼續專注於吸引新品牌合作夥伴及多元化發展我們的品牌合作夥伴組合。我們將不僅尋求為新的國際品牌合作夥伴開展端到端全渠道電商業務，亦會尋求為具高增長潛力的本地及新興品牌開展相關業務。我們將於吸引本地及新興品牌，並為它們提供重點支援的增長品牌運營中心 (GBO) 上投放開支。我們在GBO的計劃支出包括舉辦營銷活動以提高我們在這些品牌中的知名度、業務發展支出及招聘更多具有新興品牌類別知識的人才。隨著我們加深與新品牌合作夥伴的合作，我們亦尋求在需要於產品測試、生產設施及人才招聘作出前期支出的產品挑選、設計及生產方面為他們提供協助。
- 約25% (約996.1百萬港元，假設超額配股權未獲行使) 用於加強我們的數字營銷及配送能力。

我們旨在進一步升級我們的OMS及WMS、提升倉庫自動化以及擴大我們的倉庫網絡，以透過自有模式或夥伴關係增加主要樞紐數目及總建築面積。具體而言，我們計劃在我們擁有的60英畝土地上興建面積約為100,000平方米的倉庫連同自動化設施。我們亦計劃增加對華東倉庫網絡的投資，以增加不少於30,000平方米的夾層貨架及不少於五公里的自動輸送帶，並增加我們於倉儲自動化及將業務規模拓展至國內其他地區方面的投資。我們更計劃擴大倉儲管理團隊及增加我們本身的倉儲員工人數。

我們亦計劃通過於新興銷售渠道實行新數字營銷計劃以及通過於大數據分析能力進行持續投資以提高數字營銷解決方案的效能和效率，尋求進一步增強我們的數字營銷能力。此外，我們計劃通過與數名品牌合作夥伴連繫，於全渠道進行更多聯合品牌營銷活動。

所得款項用途

- 約30% (約1,195.4百萬港元，假設超額配股權未獲行使) 用於潛在的戰略聯盟。我們計劃於以下領域選擇性尋求戰略聯盟機會：
 - 通過提供定制服務產品、物流及客戶服務，加深我們與新品牌 (如新奢侈品及快速消費品品牌) 的合作；
 - 擴大我們的地域覆蓋範圍並幫助品牌合作夥伴於其他國家及地區 (例如東南亞) 開設電商業務，方式是通過於該等地區與電商平台及銷售渠道合作，幫助品牌合作夥伴於新地理區域設立基礎設施並於新市場進行電商運營；及
 - 擴大我們的渠道覆蓋範圍，與更多的新興電商平台合作。例如，若干直播渠道已開始建立其自有電商平台。為了於該等新平台經營我們品牌合作夥伴的電商業務，我們需開發新的平台專有技術並提高該等平台的系統功能。
- 約10% (約398.5百萬港元，假設超額配股權未獲行使) 用於投資科技及創新。我們尋求進一步增強我們於科技及創新方面的核心實力。我們旨在投資以提升我們的後台技術基礎架構功能和兼容性以及大數據分析和AI能力。我們亦將繼續於創新方面投放資源，並於前台及中台升級現有技術系統及工具並開發新技術系統及工具，為品牌合作夥伴創造更多價值，如整合我們內部系統和改善與外部系統兼容性的數字運營平台、自動賬戶核對系統、統一數據服務系統及自動化品牌運營數據分析工具。
- 約15% (約597.7百萬港元，假設超額配股權未獲行使) 用於潛在的併購機會。我們計劃選擇性地尋找併購機會以增強我們的競爭力，如潛在收購具備以下能力的其他電商解決方案提供商：
 - 在電子商務或社交媒體渠道 (如京東、抖音、快手及微信) 擁有優秀運營能力，以加強並補充我們在有關渠道為品牌合作夥伴提供服務的能力；
 - 在我們專注提供服務的品牌類別 (如奢侈品和快速消費品品牌) 的自動化操作和數據分析方面擁有專業技術能力；
 - 在數字營銷及新興服務模式 (如直播) 擁有專長，特別是具備先發優勢及競爭力；及
 - 擁有大數據支持及強大運營能力的ISV (獨立軟件供應商) 天貓服務合作夥伴。