

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

### 未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱「業務－我們的戰略」。

### [編纂]用途

假設[編纂]未獲行使，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金及其他預計[編纂]費用及假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所述示意性[編纂]的中位數），我們預計將收取[編纂]淨額約[編纂]港元。我們擬按以下用途及金額使用[編纂]：

- 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於研發投資以通過招聘擴大我們的研發團隊、擴展我們的研發設施及進行測試和驗證研究。具體而言，我們計劃分配：
  - (i) 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於未來五年至八年內基礎研究及推進我們專有的合成生物學技術以及新型重組膠原蛋白、稀有人參皂苷及其他生物活性成分的研發，從而進一步提高我們產品的效益和功效。

於本公司歷史及業績記錄期間，我們於基礎研究及推進我們的專有合成生物學技術方面取得重大進展。至今，我們的重組膠原蛋白分子庫已從早期開發階段的一種重組膠原蛋白擴展至30多種不同形式的重組膠原蛋白。我們還將研發重點從重組膠原蛋白擴展至稀有人參皂苷以及人參肽。此外，於業績記錄期間，我們開發了一項重組類人膠原蛋白仿生組合專利技術，整合我們最新產品中所使用的四種重組膠原蛋白；我們克服了功能片段多次重複導致的長序列重組膠原蛋白穩定高效表達的技術難題；我們已就稀有人參皂苷獲授予14項專利，且我們的研究項目「稀有人參皂苷的生物製造及其應用」獲陝西省技術發明獎一等獎。我們還建立了一支具有多元化學術背景及多年基礎研究經驗的基礎研究人才團隊。

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

研發對於我們保持技術領先地位及開發新產品迭代至關重要。我們計劃繼續投資於重組膠原蛋白的研發，以促進合成生物學技術的進步，提高生產效率，大幅增加產量，以實現更大規模的商業應用（如肌膚煥活）。此外，我們還將繼續研究重組膠原蛋白修復軟骨組織等更多功能，以滿足更多消費者的需求，並開發其他類型的重組膠原蛋白以提供更多選擇，為消費者提供量身定制的護膚解決方案。此外，我們將投資於研發人參肽、淫羊藿苷等其他生物活性成分，以及在無需投入任何原型人參皂苷的情況下利用基因工程菌種合成稀有人參皂苷等技術，這將顯著降低我們的成本。更重要的是，我們計劃提高基礎研究的速度、廣度和深度，如生物活性成分的作用機制及藥理應用的研發，進一步滿足消費者對功效和健康的需求。該等研發活動依賴於長期投資及大量資金投入，例如需要先進的分析及測試設備。例如，用於細胞學實驗的流式細胞儀成本約為人民幣2百萬元，高分辨率質譜儀成本約為人民幣3百萬元。我們還計劃由內部團隊來進行部分藥理學研發活動，這些活動過去由外包團隊完成。該等努力將繼續加強我們的合成生物學平台，持續構建我們可用於未來產品的生物活性成分，這將有助於我們實現並保持我們的技術優勢及行業領先地位；

- (ii) 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於功效性護膚品及醫用敷料的研發。除我們管線中的功效性護膚品外，我們計劃在未來五年內每年推出約30款新的功效性護膚品。功效性護膚品的研發預計通常需要約6至24個月。我們預計將向陝西省藥品監督管理局備案我們的功效性護膚品並獲得國家藥監局對特殊功效性護膚品的批准。

我們亦計劃在未來五年內每年推出五至十種醫用敷料。醫用敷料的研發預計通常需要約12至36個月。我們預計將獲得陝西省藥品監督管理局頒發的醫用敷料的第二類醫療器械註冊證；

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

- (iii) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於我們管線中的肌膚煥活產品及生物醫用材料的研發。肌膚煥活產品和生物醫用材料是我們正在針對性地擴展的新產品細分領域的代表，鑒於我們的生物活性成分擁有多種使其高度適用於該領域的特性。肌膚煥活產品的研發，包括臨床試驗在內，預計通常需要36個月以上的時間，並且需要遠多於第一類和第二類醫療器械的金融投資。請參閱「監管概覽－有關醫療器械生產及經營的法規」。截至最後實際可行日期，我們正在開發4款肌膚煥活產品，其中兩款產品目前正在進行臨床試驗，我們計劃於2023年完成，並於2024年向國家藥監局申請並取得第三類醫療器械註冊證；另外兩款產品目前處於臨床前開發階段，我們預計於2022年末至2023年開始進行受試者入組及臨床試驗，於2024年末至2025年完成臨床試驗，並於2025年向國家藥監局申請並取得第三類醫療器械註冊證。截至最後實際可行日期，我們正在開發兩種生物醫用材料，其中一種材料目前正在進行臨床試驗，我們預計於2024年自國家藥監局獲得第三類醫療器械註冊證，而另一種正處於臨床前產品開發階段，我們預計於2023年開始臨床試驗並於2026年自國家藥監局獲得第三類醫療器械註冊證。產品批准後，我們亦計劃繼續與醫院合作，進一步開展臨床後研究和收集數據。請參閱「業務－我們不斷擴大及多樣化產品管線－我們的產品管線」。此外，自2024年至2027年，我們計劃每年新開發一款肌膚煥活產品；
- (iv) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於我們管線中保健食品及特殊醫學用途配方食品的研發。利用我們的專有技術及稀有人參皂苷的特性，我們正在尋求擴大我們的保健食品組合，並在特殊醫學用途配方食品方面推出新的產品類別。保健食品的研發預計通常需要24至36個月，特殊醫學用途配方食品的研發預計通常需要36個月以上。截至最後實際可行日期，我們正在開發(a)七款保健食品，旨在增強免疫系統、降血脂及血糖水平以及改善睡眠，其中三款產品正在進行或即將開始人體研究，另有一款產品正在型檢階段；及(b)三款針對有飲食限制、消化及吸收問題、代謝紊亂以及糖尿病人群的特殊醫學

## 未來計劃及[編纂]用途

用途配方食品。我們預計將於2023年後獲得國家市場監督管理總局對我們管線中核心保健食品(三七紅曲片)的產品批准；且我們預計於2024年或之後將獲得國家市場監督管理總局對特殊醫學用途配方食品的產品批准。此外，我們計劃自2023年開始再開發兩款特殊醫學用途配方食品；

- (v) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於擴大我們的研發團隊，著重於在生物化學及應用化學、分子生物學、生物技術、生物工程以及發酵工程方面擁有經驗及專業知識的人士。隨著我們在合成生物學方面的不斷進步，並計劃同時繼續擴大我們功效性護膚品、醫用敷料及保健食品的現有組合以及肌膚煥活產品及生物醫用材料等新產品類別，我們計劃招募更多成員加入我們的研發團隊，以滿足我們對研發人才不斷增長的需求。我們計劃於2023年進一步招聘約90人，2024年招聘約100人，2025年招聘約50人以及2026年招聘約50人；
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於擴展與我們的產品組合及生物活性成分有關的生產能力。具體而言，我們計劃分配：
  - (i) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)，將用於拓展功效性護膚品的現有生產設施。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，中國基於重組膠原蛋白的功效性護膚品和整體功效性護膚品市場預計將從2021年的人民幣46億元及人民幣308億元分別增至2027年的人民幣645億元及人民幣2,118億元(請參閱「行業概覽－中國膠原蛋白產品市場概覽－重組膠原蛋白應用1：專業皮膚護理(功效性護膚品和醫用敷料)」)。由於對功效性護膚品的需求預計將在未來幾年繼續大幅增加，我們有意通過進一步擴大我們的產品組合(包括我們目前的管線中的50種功效性護膚品)，利用我們作為中國最大的功效性護膚品品牌之一的領導地位，以及我們已與消費者建立深厚聯繫的現有線上及線下營銷渠道，來把握這一市場機遇。截至2022年5月31日，我們的功效性護膚品生產設施的利用率達到86.1%。為了滿足對我們產品不斷增長的需求，並保持我們作為中國功效性護膚品領先企業之一的領導地位，我們計劃將功效性護膚品的年總產量從截至2021年12月31日的55百萬件擴大到約89百萬件；

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

- (ii) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於醫療器械產品(包括醫用敷料、肌膚煥活產品及生物醫用材料)的新設施建設。根據弗若斯特沙利文的資料，中國基於重組膠原蛋白的醫用敷料和整個醫用敷料市場預計將從2021年的人民幣48億元及人民幣259億元分別增至2027年的人民幣255億元及人民幣979億元；基於重組膠原蛋白的肌膚煥活應用市場及基於重組膠原蛋白的生物醫用材料市場預計將從2021年的人民幣4億元及人民幣5億元分別增至人民幣121億元及人民幣37億元(請參閱「行業概覽－中國膠原蛋白產品市場概覽－重組膠原蛋白應用1：專業皮膚護理(功效性護膚品和醫用敷料)」及「行業概覽－中國膠原蛋白產品市場概覽－中國重組膠原蛋白產品市場的市場規模概述」)。由於對醫用敷料的需求預計於未來幾年將繼續大幅增加，我們有意繼續開發我們目前管線中的37種新醫用敷料，並利用我們作為中國第二大醫用敷料公司的市場領導地位以及現有的線上及線下渠道挖掘更大的市場潛力。雖然肌膚煥活及生物醫用材料對本公司而言是新的細分市場，但我們認為，我們於製造與銷售醫療器械(如醫用敷料)方面的經驗，我們成長為目前中國領先的醫用敷料企業之一的發展歷程，以及我們面向醫療機構的廣泛銷售與經銷網絡，將使我們能夠有效地擴大及滲透至該等新細分市場。

截至2021年12月31日，我們的醫用敷料製造能力的年產能達到57.2百萬件。截至2022年5月31日，我們醫用敷料的生產設施利用率達到96.1%。為保持我們作為中國頂級醫用敷料廠商之一的地位，我們計劃擴大醫用敷料的產能。此外，由於肌膚煥活產品及骨修復材料被歸類為第三類醫療器械產品並代表本公司的新細分市場，我們的設施將滿足第三類醫療器械產品更高的技術及監管要求。我們預計我們的首批作為第三類醫療器械產品的肌膚煥活產品最早將在2023年後獲得監管批准。因此，我們於2022年6月開始建設該等設施，以期能在2024



## 未來計劃及[編纂]用途

年上半年完成建設，以在獲得產品註冊證前滿足國家藥監局對生產能力的要求，並確保產品推出時有足夠的產能。我們的醫用敷料、肌膚煥活產品及生物醫用材料的新生產設施擁有約100.1百萬件的總設計年產能，於可預見的未來將支持我們在該等領域業務的不斷擴展；

- (iii) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於保健食品及特殊醫學用途配方食品的新設施建設。新設施將旨在用於生產目前我們管線中的保健食品(如三七紅曲片及營養食品)，其需要與我們現有的保健食品生產線(該等生產線主要為我們的參昔膠囊而設計)進行區分並設立獨立生產線。需設立獨立生產線的原因是(a)我們管線中的保健食品及特殊醫學用途配方食品將以不同形式生產，如片劑、粉劑、液體及膠囊等，每種形式的產品都需要獨立的生產線；(b)我們管線中的保健食品及特殊醫學用途配方食品所採用的生產技術及生產程序與參昔膠囊的生產技術及生產程序不同；及(c)根據相關法律法規的要求，我們管線中的特殊醫學用途配方食品的生產環境與參昔膠囊的生產環境不同。

儘管基於稀有人參皂昔技術的保健食品市場傳統上一直受到將原型人參皂昔轉化為稀有人參皂昔所需的高生產成本及高技術要求的限制，但弗若斯特沙利文預計，生產技術的進步以及消費者對健康的日益重視將推動其在中國的顯著增長，到2027年將達到人民幣1,561.4百萬元。請參閱「行業概覽—人參皂昔概述」。此外，我們管線中的保健食品不僅含有人參皂昔，還含有其他生物活性材料，如三七及當歸，且我們管線中的保健食品的市場規模預計將超過基於稀有人參皂昔技術的保健食品的市場規模。我們認為，我們能夠憑藉我們的現有管線產品發掘保健食品及特殊醫學用途配方食品的有關市場潛力，原因是我們能夠利用我們作為第二大基於稀有人參皂昔技術的保健食品公司的市場領導地位以及我們現有的銷售及營銷基礎設施。我們計劃實施針對性的營銷策略，旨在普及稀有人參皂昔及其他生物活性材料對健康的有益之處。

## 未來計劃及[編纂]用途

考慮到我們的保健食品及特殊醫學用途配方食品的潛在需求，以及我們的管線產品預期最早在2023年後獲得批准，我們計劃開始建設生產保健食品及特殊醫學用途配方食品的新生產設施，總設計年產能約為5百萬台，以在我們持續進行該領域研發工作的同時支持我們七個管線產品的生產及未來的管線擴充，以及我們在該領域的整體長期業務計劃；

- (iv) 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元），用於現有的重組膠原蛋白生產設施的擴建，將產能從10,800千克提高到總設計年產能約212,500千克，以及用於稀有人參皂苷生產設施的擴建，將產能從630.0千克提高到總設計年產能約267,800千克。由於我們預計重組膠原蛋白產品的銷售將持續增長，並將推出可能大量消耗重組膠原蛋白的新的管線產品（尤其是肌膚煥活產品），我們計劃大幅提高重組膠原蛋白的製造能力，以滿足預期市場需求，相關建設預計在2023年上半年完成。此外，鑒於我們預計在未來幾年繼續開發和推出基於不同類型人參皂甘的新的稀有人參皂苷類保健食品及特殊醫學用途配方食品，我們計劃在2022年下半年開始相關產能的擴建，以期在2024年下半年完成建設。除計劃使用人參皂苷作為我們產品的原料外，我們亦計劃未來將我們所生產的人參皂苷出售於市場上其他方。請參閱「業務－生產－擴張計劃」；

- 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元），用於增強我們的全渠道銷售及經銷網絡，並開展以科學和知識為導向的營銷活動以提高我們的品牌知名度。具體而言，我們計劃分配：

- (i) 於未來五年內，約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於擴大我們的線上直銷渠道，以及開展線上營銷活動，以增加我們的線上銷售，包括：

- a. 約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於進一步拓展在主要電商及社交媒體平台以及新興電商及社交媒體平台的線上直銷渠道。我們計劃從天貓、京東、騰訊及拼多多等主要電商及社交媒體平台購買多種服務套餐，並與平台加強在優質活動方面的合作，以增加我們通過DTC店鋪的銷售。對於抖音、快手、

## 未來計劃及[編纂]用途

小紅書、知乎及嗶哩嗶哩等新興電商及社交媒體平台，我們計劃通過加強與該等平台的流量及活動合作來增加我們的線上銷售。我們對電商及社交媒體平台的投資預計將會對我們的銷售產生短期影響；

- b. 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於投資線上營銷活動，並與消費者就我們的品牌價值主張進行交流。在我們以科學和知識為導向的營銷理念下，我們計劃通過以下方式進一步提升我們的品牌知名度，例如(x)與注重化妝品成分及配方的美容博主、皮膚科達人、關鍵意見消費者及中端KOL合作，加強我們的內容營銷；(y)培養我們內部的直播及內容創作能力；及(z)開展廣告宣傳活動、綜藝節目及活動代言。隨著時間的推移，我們在一般品牌及營銷活動上的支出預期將會提高我們的銷售額。我們已建立一個行之有效的營銷評估模型，以監控我們營銷活動的有效性與轉化率，且我們將繼續採用謹慎的營銷策略，以確保取得正向的銷售回報；
- (ii) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)於未來五年用於擴大我們的線下經銷及直銷渠道，以及開展線下營銷活動，包括：
- a. 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於擴大我們的線下經銷及直銷渠道，具體而言，
- 我們計劃於未來五年投資[編纂]淨額的[編纂](即[編纂]港元)，用於與合格經銷商的合作，以進一步擴大我們的業務範圍。隨著我們預期新產品類別的推出，我們計劃對現有經銷網絡進行投資，以使彼等銷售更多我們的在研產品。此外，我們將進行投資以進一步擴大我們的線下經銷網絡。我們旨在增強我們於中國西北及中南地區的業務，並於2025年將我們對醫療機構的覆蓋範圍擴大一倍；
  - 我們計劃於未來五年投資[編纂]淨額的[編纂](即[編纂]港元)，用於進一步構建我們面向連鎖藥房、化妝品連鎖店及連鎖超市的線下直銷渠道，同時在購物中心、中高端化妝品門店及超市等高人流量區域建立我們的自有實體業務；



## 未來計劃及[編纂]用途

- b. 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於持續增加我們的線下營銷活動，並通過名人代言、建立線下營銷中心、參加學術會議及行業研討會以及傳統廣告的方式擴大我們的線下客戶群；
- (iii) 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於擴大我們的銷售及營銷團隊。鑒於美麗與健康領域的線上銷售逐漸成為主流，以及我們致力於發展我們的線上業務，我們擬優先招聘在線上銷售及營銷方面擁有豐富經驗的人員。於未來四年，我們計劃主要在西安與杭州招聘約150名銷售人員，尤其是在電商運營、數據分析及線下銷售方面擁有經驗的銷售人員。我們亦計劃增強我們的內部直播團隊，且擬於未來四年主要在西安與杭州招聘50名人員。此外，我們計劃進一步擴大我們的營銷團隊，並於未來四年內主要在上海招聘50名營銷人員；
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於提升我們運營及信息系統，包括(i)採購軟件和硬件；(ii)通過對服務器及互聯網設備等硬件的投資開發一體化混合雲基礎設施；及(iii)招聘IT專家，包括軟件開發人員及IT工程師；及
  - 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用作營運資金及一般公司用途。

倘[編纂]設定為示意性[編纂]的最高[編纂]或最低[編纂]，[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，即示意性[編纂]的最高[編纂])；(ii) [編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即示意性[編纂]的中位數)；及(iii) [編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即示意性[編纂]的最低[編纂])。

倘[編纂]淨額高於或低於預期，我們將按比例調整用於上述目的的[編纂]淨額分配。

---

## 未來計劃及[編纂]用途

---

倘[編纂]淨額並未立即用於上述目的或倘我們無法按照預期實施我們未來發展計劃的任何部分，我們可能會將該等資金存入香港或中國境內的持牌銀行或獲授權金融機構作短期存款。於該等情況下，我們將遵守《上市規則》中適當的披露要求。