
未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細描述，請參閱「業務－策略」。

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]的中位數），我們估計，經扣除[編纂]費用及佣金以及我們就[編纂]已付及應付的估計開支後，並假設[編纂]未獲行使，我們將從[編纂]中收取的[編纂]約為[編纂]港元。

配合我們的策略，假設[編纂]釐定為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），我們擬將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 約[編纂]或[編纂]港元將用於加強我們的研發能力（尤其是AI技術能力）、數據分析能力及改善我們與Adorado及Powershopy平台更新及迭代相關的信息技術基礎設施。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度以及截至2022年9月30日止九個月，我們的研發成本（主要為用於產品開發及技術支持的研發人員的員工成本以及研發的外包成本）分別為0.6百萬美元、1.0百萬美元、1.0百萬美元及1.0百萬美元。我們的過往研發開支相對較低，主要是由於(i)於往績記錄期間，我們的研發主要專注於產品設計、開發及維護的基本需求，且我們需要進一步加強研發活動的廣度和深度，以豐富產品功能和功效，並加快產品迭代。例如，我們需要為(a)招聘更多專門從事大數據分析和算法的員工，(b)我們的Adorado平台與我們合作的所有媒體發佈商的數據連接，及(c)在建立及管理網店的基礎上，為Powershopy平台開發及升級更多增值功能模塊部署更多的研發資源，包括應用程序庫、數據分析模塊及訂單履行模塊（例如付款、物流及ERP系統）；及(ii)我們正在發展具備精細化管理以及差異化工作範圍及分配的完善研發人員結構。例如，我們目前為我們的兩款SaaS產品各安排一名產品經理，我們不僅需要按產品線分配產品經理，亦需要按每款SaaS產品的主要功能模塊分配產品經理。此外，在Powershopy業務的初期階段，我們的兩條業務線共用若干研發人員。我們日後傾向於部署不同的團隊進行不同業務的研發以加強

未來計劃及[編纂]

產品開發、推出及測試的效率。與過往研發相關開支相比，為支持我們跨境數字營銷服務業務及跨境網店SaaS解決方案業務的未來增長，我們需要進一步投資於提高Adorado和Powershopy平台的數據處理能力及自動化程度。我們亦可能需要根據不斷變化的行業趨勢及客戶需求，為我們的SaaS平台開發全新的特色及功能，以保持競爭力並吸引及留住客戶及媒體發佈商。具體而言，我們擬動用：

- 一 約[編纂]或[編纂]港元用於開發我們的Adorado平台，以加強我們的基於SaaS的數字營銷服務能力。我們計劃招聘更多研發專家，以開發我們專有AI技術及基於算法的大數據分析能力，提高Adorado平台的自動化營銷活動設計及優化能力。我們預計將聘用各自擁有三年以上相關行業經驗的研發人員來負責開發及維護上述AI及大數據技術。未來三年，我們擬升級我們Adorado平台的以下模塊：
 - (i) 實時智能交付系統。其將全面使用機器學習及深度學習算法，結合媒體發佈商向我們提供的資料，例如用戶標記，以提高對點擊率及轉化率的預測能力，從而提高營銷活動的有效性。其將進一步加強我們Adorado平台的吸引力及我們營銷主的黏性；
 - (ii) 自動化營銷運營管理系統。通過分析我們營銷主的營銷人員的日常運營活動，其幫助優化營銷工作流程，結合大數據分析進一步實現自動化運營及管理，從而提高營銷主的操作效率及準確度。其不僅可作為營銷工具，亦可作為一個高效的運營系統支持我們的營銷主；
 - (iii) 增強與多樣化媒體發佈商的聯繫。例如，我們將從API接口層面的數據對接、短視頻廣告編輯及優化功能的整合以及短視頻廣告投放全流程自動化的角度進一步深化我們與媒體發佈商B的合作。我們亦計劃增加我們Adorado平台與其他媒體發佈商（例如媒體發佈商D、媒體發佈商E及媒體發佈商F）的數據連接及由全球KOL主導的營銷活動的參與渠道；及

未來計劃及[編纂]

- (iv) 基於AI的營銷材料管理系統。其幫助電商商家營銷主管理及處理營銷材料，例如圖片、視頻及廣告標語，並將通過數據分析選擇表現較佳的營銷材料。其使用人工智能解決方案，例如圖片識別技術、智能圖片拼接以及視頻編輯及合成技術，以即時生成營銷創意及內容。其將滿足電商商家營銷主對更吸引的影像及基於視頻的營銷創意日益增長的需求，亦令營銷活動更具創意及更準確，以吸引目標受眾。

未來三年，我們計劃為我們的Adorado平台招聘13名研發人員，其中四名負責實時智能交付系統，其中三名負責自動化營銷運營管理系統，其中兩名負責與媒體發佈商的聯繫，及其中四名負責基於AI的營銷材料管理系統。我們相信，我們投資於加強Adorado平台表現將進一步幫助營銷主優化營銷表現、增強客戶黏性及引入新客戶，從而增加我們基於SaaS的數字營銷服務及標準化數字營銷服務的收入；

- 一 約[編纂]或[編纂]港元用於招聘更多研發專家來負責開發我們的Powershopy平台，並進一步加強我們對客戶的一站式跨境網店SaaS解決方案。我們計劃聘用各自擁有三年以上相關行業經驗的研發專家。我們擬從以下方面進一步提高我們為客戶建立的獨立網店的營運及處理效率：

- (i) 加強網店產品及產品供應商管理系統。我們擬在以下方面增強產品管理的功能：(i)在產品採購渠道方面，從連接有限數量的產品採購平台至更多樣化的產品採購平台，包括支援直運功能的商品供應鏈平台，從而可透過接受客戶訂單而無需保留庫存的情況下降低SMB的進入壁壘，(ii)在終端客戶的產品推薦方面，從商家人手設置暢銷產品的選項，到以大數據和AI技術賦能提供更加自動化和個性化的產品推薦功能，提高用戶標記和剖析的精準化和差異化，以及採用優惠券、動態定價、閃賣和團購等智能營銷工具，及(iii)在產品頁面管理方面，從產品以英文展示到自動多語言翻譯，以及基於終端用戶位置的支付和物流功能的相應升級，加上更多的AI協同技術，供商家以更具成

未來計劃及[編纂]

本效益的方式設計和組合產品展示創意。我們目前的產品供應商管理主要通過第三方ERP服務提供商完成，而我們計劃通過實施產品供應商自動評級系統為我們的商家提供更多增值供應商選擇及管理功能。該系統將通過對商家多維度的過往產品購買數據進行大數據分析，從供應的應變能力、產品質量、客戶反饋、定價和市場競爭力等方面對相關產品供應商進行自動分類和評級。我們亦正在為商家開發精選產品推薦功能，以便在電商旺季期間取得暢銷產品的最佳優惠，當中涵蓋家居用品、女性時尚及3C產品等熱門產品類別，並綜合考慮產品供應商的評級、熱門產品的歷史銷售情況以及Powershopy平台提供的供應鏈支持。

- (ii) 加強網店內容及展示管理系統以改善終端消費者的購物體驗。我們計劃根據我們客戶覆蓋的垂直行業創建更多店面模板，並提供更多產品展示形式，如信息流、旋轉視頻、互動創意及擴增實境。我們亦需要通過雲服務技術確保全球各地的消費者能夠高速地及低延遲地訪問及瀏覽網店內容；及
- (iii) 支持更多電商業務模式。我們的Powershopy平台現時在DTC模式下幫助電商商家建立瞄準消費者的網店。我們擬多元化發展Powershopy平台支持的電商業務模式，如產品定製、直播電商及B2B網店，以吸引更多客戶。

我們亦擬透過Powershopy平台豐富我們的綜合服務種類，主要包括支付聚合器、ERP系統服務、定位並管理倉庫及物流服務提供商、專業培訓及其他增值服務，這需要我們進一步研究和發展與各種第三方服務提供商的聯繫。我們認為，這將有助於自客戶跨境電商業務運營的早期階段保留客戶，並為彼等與我們的合作帶來長期價值及連續性。例如，我們計劃通過與更多本地化第三方支付提供商合作，並開發更

未來計劃及[編纂]

全面的解決方案以處理不同支付提供商的付款流程、退款政策及服務費不一致的情況，從而增強網店支付管理系統。為幫助客戶節省國際物流成本及維持客戶滿意度，我們亦計劃加強網店物流信息處理能力以滿足客戶對貨品從製造商到終端消費者的追蹤需求，以及處理於物流過程中的退貨、重新包裝、二次銷售及其他問題。

未來三年，我們計劃為我們的Powershopy平台招聘26名研發人員，其中五名負責網店產品及產品供應商管理，其中四名負責網店內容及展示管理，其中五名負責Powershopy平台支持的電商業務模式多元化，其中四名負責訂單管理，其中四名負責支付管理，及其中四名負責物流信息處理能力。此外，我們計劃招聘一名系統運營及維護專家，以維持Adorado及Powershopy平台的安全運營。我們相信，我們投資於進一步提高通過Powershopy平台建立的網店的運營效率，並使其功能和服務種類多樣化，將有助增強客戶黏性並為我們的服務引入新客戶，從而增加我們跨境網店SaaS解決方案的收入；

- 一 約[編纂]或[編纂]港元用於採購具有大量數據存儲容量的服務器、高性能雲計算服務及高速網絡服務等IT基礎設施，以持續增強我們的計算能力、可持續性及優化我們的系統架構。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度以及截至2022年9月30日止九個月，我們分別產生服務器成本8,000美元、12,000美元、98,000美元及223,000美元。隨著我們業務的預期擴張，特別是跨境網店SaaS解決方案業務，我們的IT基礎設施需要具備更強大的處理能力，以應對更複雜的功能和要求、更大的客戶群和信息量，而我們目前的基礎設施及過往相關開支水平不足以支持該等能力。未來三年，我們擬使用[編纂]以從以下方面增加IT基礎設施的採購：(i)購買海外雲服務器服務；(ii)購買網絡流量負載平衡器及相關服務以確保通過我們Powershopy平台成立的網店得以穩定營運；(iii)購買客戶服務電郵接收及發送解決方案；及(iv)從數字地圖服務供應商購買自動化收貨地址輸入及驗證服務；

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]或[編纂]港元用於為我們的系統進行測試及模擬操作創造專業環境。具體而言，我們擬採購若干硬件（如服務器及交換器），為Powershopy平台的模擬操作創建本地化互聯網環境，以進行測試並及時調整，藉此提高Powershopy平台上多樣化功能的運行表現。此外，我們亦需要採購若干專業軟件及相關服務，為我們的測試及開發過程提供支援；及
- 約[編纂]或[編纂]港元將用於租賃更多辦公室及為辦公室進行翻新。我們計劃改善現有辦公室的裝修、設備及設施，為員工創造更好的工作環境。我們亦計劃租賃更多辦公室以容納上述新招募的研發人員以及相關IT設備及設施。
- 約[編纂]或[編纂]港元將用於推廣我們的跨境網店SaaS解決方案業務。我們於2021年11月試行推出Powershopy平台，開始提供跨境網店SaaS解決方案，於往績記錄期間，我們並無就此產生任何營銷開支。我們的Powershopy平台可能無法獲得與跨境數字營銷業務相若的市場認可度及品牌知名度。SaaS平台在中國網店SaaS解決方案市場的使用亦相對較新，我們的現有及潛在客戶可能無法充分認識到對我們Powershopy平台的需求或其好處。我們擬進一步推廣我們的跨境網店SaaS解決方案，向客戶宣傳我們Powershopy平台的好處及優勢，以建立我們的品牌知名度並探索業務發展機會。具體而言，我們擬動用：
 - 約[編纂]或[編纂]港元用於通過招聘具備豐富行業經驗及知識的銷售及營銷員工以優化我們的銷售及營銷團隊結構，以更有效的方式在跨境電商行業尋求商機，並為客戶提供相關增值服務，例如就獨立網店的益處及設立過程提供意見、就營銷計劃及經營戰略路線圖提供建議。我們計劃投放(i)直接銷售員工負責發展潛在客戶及其他前期銷售工作；(ii)銷售經理以就我們的特定業務合作流程與客戶協調；及(iii)營銷專家以為我們的跨境網店SaaS解決方案組織、設計及優化營銷活動。於2023年及2024年，我們計劃將銷售及營銷團隊的規模維持在約19名成員；及

未來計劃及[編纂]

- 一 約[編纂]或[編纂]港元用於通過線上及線下營銷活動來推廣我們的跨境網店SaaS解決方案業務，如通過在中國頂級媒體發佈商的平台上開展營銷活動及組織或參與行業研討會以與跨境電商行業的潛在客戶及業務合作夥伴接洽。具體而言，
- (i) 約[編纂]或[編纂]港元用於2023年及2024年組織瞄準中國跨境電商商家的線上營銷活動。我們計劃(a)組織瞄準潛在客戶的線上資訊分享環節、演講及培訓以介紹我們的產品及服務、行業知識以及案例研究，密切跟進潛在客戶以了解其顧慮及需要，2023年及2024年各年的預算為0.4百萬港元；(b)於若干新媒體平台(例如微信及知乎)自營公眾號，並與第三方媒體發佈商合作，例如專注於特定垂直領域的媒體發布商、短視頻媒體平台及搜索引擎平台以實施營銷活動，2023年及2024年各年的預算為0.4百萬港元；及(c)定期就海外用戶流量獲取提供線上培訓、媒體資源更新及相關技術支持以加強我們的客戶黏性並吸引新客戶，2023年及2024年各年的預算為0.2百萬港元；
 - (ii) 約[編纂]或[編纂]港元用於2023年及2024年在中國參與及組織線下營銷活動。我們計劃(a)參與更多跨境電商行業展覽會，例如中國(海南)國際跨境電商展覽會、中國進出口商品交易會、深圳跨境電商展覽會等，以推廣我們的品牌及產品，2023年及2024年各年的預算為0.66百萬港元；及(b)於若干跨境電商業務需求現正大幅增加的主要城市安排路演，以展示我們的Powershopy平台、介紹我們的專業團隊及服務，2023年及2024年各年的預算為0.39百萬港元；及
 - (iii) 約[編纂]或[編纂]港元用於2024年通過採購主要及著名媒體發佈商的媒體資源開展瞄準海外跨境電商商家的線上營銷活動。

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]或[編纂]港元將用於升級我們的業務及內部管理系統，以迎合我們不斷增長的業務規模，據此：
 - 約[編纂]或[編纂]港元用於開發及升級我們的CRM系統。我們利用CRM系統來管理我們與客戶的關係及聯繫。然而，我們CRM系統現有的功能僅限於若干基本營運需要，無法支持我們整個業務營運週期。目前的系統尚未實現與多樣化媒體發佈商的兼容及與其他數字平台（例如我們的財務管理系統）的數據互通。此外，我們仍未授予我們的客戶直接通過CRM系統管理與我們合作流程的權限。考慮到我們的預期業務擴展及客戶基礎，我們計劃進一步開發並豐富我們CRM系統的功能以優化客戶與我們合作時的體驗。我們計劃(i)實現合約、業務及財務管理功能多樣化，包括但不限於業務合約簽署、修訂、終止及備案、開展、監察及管理不同媒體發佈商平台的營銷賬戶、自動發票申請及核查、逾期貿易應收款項分析，預算為1.9百萬港元，(ii)優化及開發更多管理中心及報告中心的功能，包括但不限於用戶職責及權限管理、優化器分配、客戶標籤管理、來自媒體發佈商的數據引入、客戶忠誠度分析、實時總支出報告及客戶流失報告，預算為1.7百萬港元，(iii)實現與其他內部或外部信息來源的數據連接多樣化，例如我們的ERP系統、第三方企業信用系統、第三方企業信息核查平台，及開發其他我們業務發展所需的新功能，預算為1.3百萬港元，及(iv)開發小程序及CRM系統的手機網頁版，使我們的員工及客戶更方便隨時隨地進入系統，預算為1.3百萬港元；及
 - 約[編纂]或[編纂]港元將用於開發及升級我們的ERP系統。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們為財務人員使用專門的財務管理系統，以更有效的方式處理日常工作，但我們的銷售及營銷、研發及行政人員尚無任何數字管理平台。我們需要進一步提升辦公室及管理系統的數字化水平，以提高員工整體的操作效率及準確度。我們計劃使用約1.3%或1.3百萬港元採購新綜合ERP系統以於管理層、業務營運人員、銷售及營銷團隊、研發團隊、財務人員及行政人員中統一應用以實現整體數字化以及高效的營運及管理、改善我們總部的管

未來計劃及[編纂]

理能力並為我們當地團隊的成立及業務營運提供有效支持。此外，我們計劃使用約2.3%或2.2百萬港元根據我們自身業務營運程序、財務結算程序及業務夥伴的特點定制開發該ERP系統的若干功能及數據連接。

- 約[編纂]或[編纂]港元將用於加強在海外國家及地區提供本地化服務的能力，以滿足客戶對海外業務佈局及擴充不斷增長的需求，並將業務延伸至全球各地。具體而言，我們擬動用：
 - 約[編纂]或[編纂]港元用於在新加坡建立本地團隊。我們計劃於新加坡成立當地團隊或辦事處，並就我們的跨境數字營銷業務捕捉以東南亞市場為目標的中國營銷主商機。作為快速發展的新興地區，東南亞一直為中國公司進行跨境數字營銷的熱門目的地，並逐漸成為品牌擁有人捕捉的增量市場。作為東南亞的金融中心和連接全球與東南亞市場的門戶，新加坡正逐漸成為跨境數字營銷服務提供商的首選地。根據弗若斯特沙利文的資料，中國以東南亞受眾為目標的跨境數字營銷服務的市場規模於2021年達到33億美元，佔以全球受眾為目標的該市場規模約14.8%，並預期於2026年將達到107億美元，2021年至2026年的複合年增長率約為26.4%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國針對東南亞受眾的跨境數字營銷服務行業於2021年約有50至100名市場參與者。按2021年的總賬單金額計，五大市場參與者約佔44.8%市場份額。於2021年，主要市場參與者的年收入一般超過10百萬美元，為來自全球多個國家和地區的電商、線上遊戲及應用程序行業的營銷主提供服務。通過在該等選定海外市場設立當地辦事處，我們能夠與當地媒體發佈商及其他業務合作夥伴建立更緊密的關係，而我們的海外團隊隨後可就最適合當地受眾的營銷內容及營銷計劃向我們提供建議，以便我們提供最佳的本地化服務，增強客戶黏性及我們的競爭優勢，並吸引更多以東南亞市場為目標的新營銷主。此外，考慮到東南亞的當地跨境電商商家的營銷需求，並憑藉我們深厚的跨境電商行業知識及領先技術能力，我們亦計劃在該等當地市場推廣我們的數字營銷服務及網店SaaS解決方案，提高我們的品牌知名度，並在後期開始通過提供我們的服務協助當地跨境電商商家建立海外業務佈局。

未來計劃及[編纂]

我們需要招聘當地員工（如銷售及營銷人員、優化人員及創意設計師）、採購IT基礎設施、租賃辦公室及採購辦公設備及設施，為我們的當地團隊提供支援；

- 一 約[編纂]或[編纂]港元用於在美國建立當地團隊。考慮到我們現有營銷主傾向於瞄準北美和南美市場（包括但不限於美國、巴西、加拿大及墨西哥）的推行營銷活動，我們計劃在美國成立當地團隊或辦事處。美國擁有龐大的終端客戶群和強大的購買力，是營銷主及跨境數字營銷服務的主要目的地。以總賬單金額計，中國針對美國終端客戶的跨境數字營銷服務市場規模於2021年達到70億美元，佔針對全球終端客戶的有關市場規模約31.4%，並預期於2026年達到203億美元，2021年至2026年複合年增長率約為23.7%。受美國的潛在終端客戶群所推動，我們若干中國營銷主（特別是該等主要大型營銷主，例如營銷主A、媒體發佈商B（作為營銷主）及客戶F）已在美國建立或正在建立當地團隊，以與終端客戶更緊密地聯繫。在此過程中，該等營銷主更願意委聘跨境數字營銷服務提供商，彼等一方面在為中國的營銷主提供服務時積累了足夠的行業經驗，另一方面在美國擁有當地業務，能以更直接及有效的方式支持營銷主的實地工作。因此，考慮到我們的營銷主的此類本地化營銷需求，我們計劃在美國戰略性地建立團隊，以更緊密及有效地服務我們於美國設有當地團隊的中國營銷主。我們於美國的當地團隊將積極與我們的美國營銷主團隊保持密切的業務溝通及合作，以更加了解彼等於當地市場的業務重心，及時把握彼等的業務動態及尋求更多商機。通過更多與我們於美國的營銷主團隊面對面交流的機會，我們將能夠更好地深入了解彼等的當地業務、營銷預算、營銷計劃及媒體選擇，加強我們與彼等的關係並在不受時差或語言阻礙的情況下及時回應彼等的需求。我們於美國的當地團隊亦將定期就更多本地化媒體發佈商及KOL以及本地數字營銷市場的發展及轉變進行市場調查及分析，以更加了解本地受眾的消費趨勢及取向，其將對優化我們定製營銷內容的創作、豐富我們定製化及基於SaaS的數字營銷服務的營銷創意庫及為我們的營銷主優化營銷模式

未來計劃及[編纂]

及策略作出貢獻。從長遠來看，我們亦需要提升我們於美國以及北美和南美的品牌知名度以吸引新的中國營銷主及加強與現有營銷主的合作，因為在美國設有當地業務的中國營銷主可能會不時物色及評估跨境數字營銷服務提供商（最好在美國設有當地團隊）。我們計劃利用線下和線上的營銷渠道，通過在北美和南美的營銷活動交付，提高我們在跨境數字營銷市場的品牌認知度，例如針對中國營銷主的當地分支機構或附屬公司實施線下營銷活動，參加與當地媒體發佈商和精準數字營銷有關的展會，並與當地中國商會開展合作。上述線下銷售及營銷活動亦預期由我們於美國的當地團隊進行以取得更好的成效。與上文所述在新加坡建立本地團隊的計劃類似，我們擬將[編纂]用於招聘當地員工、採購IT基礎設施、租賃辦公室及採購辦公設備及設施，為我們駐守在美國的本地團隊提供支援。根據弗若斯特沙利文的資料，中國針對美國受眾的跨境數字營銷服務行業相對集中，於2021年約有50至100名市場參與者。按2021年總賬單計，五大市場參與者佔市場份額約60.9%。主要市場參與者於2021年的年收入通常超過10百萬美元，為全球多個國家及地區的電商、線上遊戲及應用程序行業的營銷主提供服務。

- 約[編纂]或[編纂]港元將用於尋求與上下游行業參與者的戰略合作或投資機會，這會補充或提升我們現有業務及產品的功能，並與我們形成協同效應，舉例而言，能夠提高我們整體技術能力的公司，例如具備跨境電商行業專業知識以及在數據分析、跨境電商ERP服務等相關增值服務方面具有優勢的公司。董事認為，業務價值鏈上的戰略合作及對目標投資可為我們的業務擴張提供大量機會。在評估潛在投資目標時，我們通常會考慮目標公司的收入規模、潛在增長、過往記錄、行業聲譽及信譽、先進技術及我們預期的協同效應。具體而言，我們將考慮擁有成熟及強大的跨境數字營銷數據分析、營銷活動優化及／或客戶關係管理方面的技術能力，具備市場認可度且最近財政年度的年收入超過0.5百萬美元的目標公司。我們亦打算考慮已在東南亞、北美及／或南美數字營銷市場擁有龐大本地客戶群及

未來計劃及[編纂]

服務能力且最近財政年度的年收入超過2.0百萬美元的目標公司。根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，市場上有超過600個可能符合該等標準的目標。因此，董事認為，市場上有足夠數量的合適目標公司進行上述的戰略合作或投資計劃。我們將進一步研究對特定目標的投資計劃的可行性，以及彼等是否會與我們的上述業務及擴張戰略產生協同效應，並接觸董事認為符合本公司及股東最佳利益的目標。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何收購目標以[編纂][編纂]。請參閱「業務－策略－選擇性尋求戰略合作及投資機會」。

- 約[編纂]或[編纂]港元將用作營運資金及一般企業用途。由於業務擴張，我們預計對營運資金的需求會增加。

我們相信，我們的擴張計劃及[編纂]的預期[編纂]與我們的歷史發展、未來業務戰略及行業趨勢相稱。

倘[編纂]釐定為建議[編纂]的上限或下限，且[編纂]並無獲行使，我們將收取的[編纂]將分別增加或減少約[編纂]港元。倘[編纂]釐定為高於或低於估計[編纂]的中位數或[編纂]已獲行使，我們將按比例對以上[編纂]的分配作出調整。

倘我們計劃的任何部分因政府政策的變動導致我們的任何計劃不可行或發生不可抗力事件等原因而無法按計劃進行，董事將審慎評估有關情況並可能重新分配[編纂][編纂]。

倘[編纂][編纂]並未即時用作上述用途，則在相關法律及法規許可的情況下，我們擬將有關[編纂]僅以短期計息存款的方式存置於香港的持牌銀行或獲認可金融機構。倘上述[編纂]的建議[編纂]出現任何變動或任何金額的[編纂]將用於一般企業用途，我們將作出適當公佈。