
未來計劃及所得款項用途

未來計劃

有關我們的未來計劃的詳情，請參閱「業務－我們的策略」一節。

所得款項用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數）及[編纂]未獲行使，並扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]費用及佣金以及其他估計開支後，我們估計將獲得[編纂]所得款項淨額約[編纂]港元。我們擬將[編纂]所得款項淨額按下述金額用於下述用途：

- 約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於我們的研發工作以保持我們的技術優勢。特別是：
 - (i) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作研發新型或升級產品以及技術。我們計劃提供支持物聯網的車輛，以提升用戶的便利程度及體驗。我們擬推出採用新材料及新結構設計的產品，以改善產品整體質量及耐用性，同時減輕重量。我們亦計劃優化及改進目前使用的技術並開發新技術，以為消費者提供更多便利並符合不斷變化的市場趨勢。整體而言，我們計劃於2023年及2024年分別開發45種及50種新型或升級產品型號；
 - (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作招聘額外研發人員，包括電池更換、物聯網技術、軟件編程、電路設計及結構模擬等專門領域的高素質人才。我們預期將於2023年及2024年新招聘約30名研發人員，其預期人均年薪介於人民幣0.2百萬元至人民幣1.0百萬元，與市場水平相匹配；及
 - (iii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作其他研發成本，例如採購及升級研發設備以提升我們的研發基建及支援研發人員。該等設備可能包括高速電動摩托車試驗機、大功率電機測功機、電機控制器功率分析儀、車輛EMC測試室、電子線路實驗室設備及數據監控設備。

未來計劃及所得款項用途

我們與此有關的總開支將取決於（其中包括）我們的業務發展及收益增長，倘可用於該等計劃的實際所得款項淨額不足以支付我們的總開支，則差額將以我們的內部資源及／或銀行借款填補。有關進一步詳情，請參閱「業務－戰略－進一步加強研發實力，鞏固我們的產品、技術的地位」及「業務－戰略－持續吸引、培訓及激勵專業人才」。

- 約[編纂]%或[編纂]港元預計將用作加強銷售及分銷渠道，以及用於品牌及營銷活動以提升品牌知名度。特別是：

- (i) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作擴大在中國的經銷商銷售點。我們將透過為每一層級（戰略級、重點級及普通級）實施量身定制戰略，繼續優化我們的銷售及分銷網絡。舉例來說，就戰略級而言，例如濟南及杭州，我們計劃吸引更多優質經銷商及開設更大型零售店，以提升品牌影響力。我們亦計劃加強管理我們在中國內地的經銷商網絡，主要通過加強經銷商及零售店的支持及管理能力，以及通過密切監控經銷商表現來優化我們的分銷網絡；有關進一步詳情，請參閱「業務－戰略－進一步升級和拓展銷售及分銷網絡，並優化其佈局」。

為配合我們的增長戰略，擴大並優化我們的銷售及分銷網絡佈局，我們計劃於2023年及2024年分別進一步開發6,000家及5,000家新零售門店。下文載列截至2023年及2024年12月31日止年度預期將按地區開發的新零售門店概約比例明細：

地區	截至2023年及 2024年12月31日 止年度
華東	55%
華中及華南	28%
華北	8%
中國西南地區	5%
其他地區	4%

未來計劃及所得款項用途

- (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於打造品牌及營銷活動。我們計劃投資於品牌及營銷活動，例如在社交媒體平台上進行文字及視頻內容營銷，並邀請網紅向其受眾推廣我們的產品。我們預期向綜藝節目及電視劇提供贊助以吸引消費者，尤其是年輕一代；有關進一步詳情，請參閱「業務－戰略－進一步提高品牌知名度及增加在中國內地的市場份額」。
- (iii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作加強我們的線上渠道及為實體零售店帶來線上流量，我們相信此將提高我們品牌及產品的知名度，令潛在消費者更容易接觸到我們的產品。具體而言，除利用上述線上營銷活動外，我們計劃建立線上用戶平台，涵蓋用戶獎勵積分系統及增值服務，以助我們與產品用戶建立直接關係並增強其忠誠度。我們擬通過為每位個人線上客戶提供標準化的產品交付、安裝及售後服務以改善消費者的線上購物體驗，其中包括向直接與有關客戶聯繫的物流員工提供標準化培訓。此外，我們計劃進一步擴大電商平台的線上銷售及開拓其他新興線上渠道，如社交媒體平台及直播平台。我們亦計劃開發線上系統，藉此將線上接單下達予線下零售店，繼而將線上巨大的流量與便利的零售店線下服務結合，並向線上客戶提供更多增值服務。
- (iv) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作擴大我們在國際市場（聚焦歐洲、美國及東南亞市場）的銷售，並善用全球各地的有利政策，包括碳中和戰略及綠色交通政策。就此，(i)我們根據在市場規模、市場行情及監管規定等不同方面的綜合分析，針對不同海外市場制定詳細的拓展計劃，(ii)我們預計於目標海外市場積極尋求合作夥伴，有關夥伴將就我們的產品在各自地區市場實行本地化向我們提供建議。我們亦擬開拓企業及機構客戶。有關進一步詳情，請參閱「業務－戰略－穩步拓展國際市場業務」。

我們與此有關的總開支將取決於（其中包括）我們的業務發展及收益增長，倘可用於該等計劃的實際所得款項淨額不足以支付我們的總開支，則差額將以我們的內部資源及／或銀行借款填補。

未來計劃及所得款項用途

- 約[編纂]%或[編纂]港元預計將用作加強我們的產能，主要涉及建設新的生產設施以及升級生產設備及機器。尤其是：
 - (i) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於在具有成熟供應鏈及配套資源的中國西南部一座城市就興建新生產設施收購土地使用權及建設生產基礎設施。其中，[編纂]%或[編纂]港元將用於收購土地使用權，[編纂]%或[編纂]港元將用於建設生產基礎設施。我們預期此新生產設施將於2024年投入運作且此新生產設施的年產能到2026年底達至2.0百萬輛；
 - (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於山東廠房的產能擴張計劃。其中(i)[編纂]%或[編纂]港元將至2024年底用於採購及安裝8條附帶車輛組裝輔助設備的裝配線、7條焊接線（包括3條車架焊接機器人及輔助設備）、9條車架機器人焊接線及2條附帶輔助設備的電機裝配線，作為我們山東工廠三期生產計劃的一部分。預計於2026年第三期完成後，山東廠房預計將有十二條生產線，並預計年產能將增至約3.5百萬輛，(ii)[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大倉庫以進行車架及塗層塑料部件等在製品週轉，務求縮短在製品的交付時間及削減生產成本，及(iii)[編纂]%或[編纂]港元將用於興建新倉庫；及
 - (iii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於廣西廠房的產能擴張計劃。其中(i)[編纂]%或[編纂]港元將用於興建採用立體貨架的新倉庫，以增加存儲容量，(ii)[編纂]%或[編纂]港元將於2024年底前用於採購及安裝生產機器及設備以促進產能擴張，包括5台輪胎翻新機、3條裝配線、一條自動化裝配線、6台自動繞線機、1台激光切割機及其他輔助設備，及(iii)[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大倉庫以進行車架及塗層塑料部件等在製品週轉，務求縮短在製品的交付時間及削減生產成本。

我們與此有關的總開支將取決於（其中包括）我們的業務發展及收益增長，倘可用於該等計劃的實際所得款項淨額不足以支付我們的總開支，則差額將以我們的內部資源及／或銀行借款填補。有關進一步詳情，請參閱「業務－戰略－進一步提升產能，支持業務快速增長」。

未來計劃及所得款項用途

我們的擴充計劃乃基於多項戰略考慮而釐定，包括相關產品的市場需求及價格、現有生產設施的使用、目標市場的競爭環境、估計開發成本、資本資源的可用性及成本、過往運營業績及增長潛力，以及我們與客戶及消費者的持續溝通。我們決定擴大產能，以應對我們預期的業務需求，不僅是為了滿足本年度或來年的即時需求，而且是為了維持我們的長期業務運營。

我們認為，將有足夠的需求來支持我們的生產擴張計劃以及我們的分銷網絡擴張計劃，乃基於以下原因：

- (i) 中國內地電動兩輪車市場規模和預期增長，以及行業整合、換代需求和產業升級帶來的需求：

根據弗若斯特沙利文的資料，主要受更嚴格的減排政策以及電機及電池技術進步的推動，2027年中國內地電動兩輪車銷量預計將達到53.9百萬輛，2023年至2027年的複合年增長率為4.6%。我們作為中國內地電動兩輪車行業的知名品牌，持續為行業發展做出貢獻，2020年至2022年我們的銷量以28.4%的複合年增長率增長，根據弗若斯特沙利文的資料，這遠高於中國內地電動兩輪車市場同期12.9%的行業平均水平。因此，根據弗若斯特沙利文的資料，按總收益計，我們在中國內地的市場份額由2020年的3.8%增長至2022年的4.2%。憑藉我們的往績記錄以及競爭優勢，我們旨在實施我們的擴張計劃，並期望以高於弗若斯特沙利文的資料所述的中國內地電動兩輪車預計增長率的目標複合年增長率增長。

根據弗若斯特沙利文的資料，隨著新國標及其他政策的出台，電動兩輪車行業進入行業整合階段，全盛時期中國內地有2,000家電動兩輪車製造商經營，但截至2021年，只有約100家製造商能夠滿足新國標的要求。新國標的實施已經並將繼續淘汰不合格的製造商，預計將創造大量未得到滿足的市場需求。擁有雄厚技術實力、充足產能及廣泛分銷網絡的製造商（例如本集團）預期將從該行業整合過程中受益，把握新機遇並搶佔市場份額。此外，我們於往績記錄期間銷量及收入的強勁增長主要是由於我們的分銷網絡內的零售店數量從截至2020年12月31日的5,400多家大幅增加至截至2022年12月31日的9,800多家所推動，複合年增長率為34.2%。因此，我們相信我們的管理層在分銷網絡擴張方面積累了豐富的經驗，這將有助於我們進一步提高現有地區的市場份額，並在新的地理區域複製我們的成功，從而捕捉行業整合過程產生的需求。

未來計劃及所得款項用途

根據弗若斯特沙利文的資料，自2019年新國標實施以來，電動兩輪車行業經歷了一個以消費者換代需求導致市場需求增加為特徵的過渡期，預計換代需求將保持強勁至2025年。不少城市（例如無錫、天津、南寧）提供5年的過渡期，旨在避免電動兩輪車因不符合新國標要求提前報廢而造成不必要的資源浪費。展望未來，我們計劃通過以下措施來抓住換代需求：(i)開發滿足新國標及不同地區客戶特定要求的熱門車型；(ii)深化我們的分銷網絡，例如在更可能有換代需求的地方社區增加零售門店；(iii)進一步培訓銷售人員以帶動及增加銷售；(iv)加強與實施新國標的相關部門的溝通，目的是簡化客戶的許可程序；及(v)進一步投資於品牌推廣及營銷活動，以提升我們的品牌形象及提高品牌知名度。

根據弗若斯特沙利文的資料，新國標的實施亦通過促進標準化生產及安全乘車產生了新的消費者需求。自新國標實施以來，消費者及公眾對電動兩輪車作為一種安全、可靠、高效的交通方式的接受度不斷提高。我們擁有推出COLA3、FBZ3（樂騎05）、FBQ（卡樂05）、MKK—極影、MODA2、S10、INNO9等新型中高端熱門產品的往績記錄，其銷量於2022年突破246.6千台。我們計劃利用我們的研發能力，繼續開發深受客戶歡迎的產品，並利用我們經擴大的分銷網絡以及營銷及品牌活動來擴大此類產品的覆蓋範圍。

整體而言，利用我們的競爭優勢為我們於往績記錄期間的歷史強勁增長奠定了基礎，並通過實施我們的戰略，包括進一步提高我們的品牌知名度、生產能力、研發能力及擴大我們的國內銷售，我們計劃把握中國內地產業整合、換代需求及產業升級的趨勢，繼續取得高於平均水平的增長，進一步搶佔市場份額。

(ii) 全球其他地區市場規模及預期增長

根據弗若斯特沙利文的資料，主要受更嚴格的減排政策以及電機及電池技術進步的推動，2027年全球其他地區電動兩輪車銷量預計將達到53.9百萬輛，2023年至2027年的複合年增長率為19.4%。憑藉我們強大的生產及定制能力，以及我們廣西廠房的理想位置，我們相信我們有能力把握國際市場的潛在市場需求。有關詳情，請參閱「業務—戰略—穩步拓展國際市場業務」。

未來計劃及所得款項用途

我們預期生產廠房的利用率將隨著我們業務的增長而增加。除我們的浙江廠房於2022年4月建立新工廠後處於加速期外，我們山東廠房及廣西廠房於2022年的利用率分別為88.2%及85.5%，根據弗若斯特沙利文的資料，這遠高於65%的行業平均水平。此外，我們生產廠房在以往旺季的利用率甚至更高。由於我們於往績記錄期間的整體利用率已大幅超過行業平均水平，倘我們不擴大產能，我們預期將無法靈活地滿足旺季需求。假設我們繼續以與我們歷史增長率基本一致的速度增長，預計2023年我們產品的需求將超過截至2022年12月31日我們三個生產工廠的生產工廠最高總產能。因此，我們預期將能夠滿足客戶需求及隨著我們生產廠房的產能擴張滿足我們業務快速增長的需求。

- 約[編纂]%或[編纂]港元預計將用作營運資金及其他一般企業用途。

所得款項淨額範圍

倘[編纂]定於每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]的最高價)，假設[編纂]並無獲行使，我們將獲得額外所得款項淨額約[編纂]港元。倘[編纂]定於每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]的最低價)，假設[編纂]並無獲行使，我們獲得的所得款項淨額將減少約[編纂]港元。倘敲定的[編纂]高於或低於估計[編纂]的中位數，則上述所得款項的分配情況將按比例作出調整。

倘[編纂]獲悉數行使，我們將獲得額外所得款項淨額[編纂]港元(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即本文件所述[編纂]的中位數)。倘[編纂]獲行使，則因任何[編纂]行使而獲得的額外所得款項淨額將相應按比例用於上述用途。

倘[編纂]所得款項淨額並無即時用於上述用途，且在適用法律及法規允許的範圍內，我們將在認為符合本公司最佳利益的情況下將所得款項淨額存入證券及期貨條例或相關中國法律法規界定的持牌銀行及／或其他授權金融機構的短期計息賬款。在此情況下，我們將會符合上市規則項下適用披露規定。

未來計劃及所得款項用途

[編纂]