

未來計劃及所得款項用途

未來計劃

有關未來計劃的詳細說明，見「業務 — 我們的增長戰略」。

所得款項用途

經扣除包銷費用及佣金以及與全球發售有關的其他估計開支後，我們預計將收取的全球發售所得款項淨額將約為98.0百萬港元，其中假設發售價為每股發售股份10.70港元(即本招股章程所述的發售價範圍的中位數)。我們擬將全球發售所得款項淨額用於下列用途：

- (1) 估計所得款項淨額總數的約40.0%(或39.2百萬港元)將用於擴充拍場網絡的地理覆蓋，當中包括：
 - 估計所得款項淨額總數的約28.0%(或27.4百萬港元)將用於在未來五年內開設19個新拍場(包括9個新拍賣中心及10個新拍點)，主要包括相應租賃付款、購置設備及設施以及聘用專業人士於該等拍場工作。

我們將拍賣中心分為三級：A級、B級及C級拍賣中心。我們未有將拍點進一步劃分為其他等級。我們主要根據兩項因素將拍賣中心分級：(1)過往二手車交易量；及(2)相關地方市場的乘用車保有量。

下表載列我們所用的拍賣中心等級的釐定標準：

拍賣中心等級	過往交易量	當地市場的 乘用車保有量
A級	每年至少8,000輛	超過5百萬輛
B級	每年3,000至8,000輛	2.5百萬至5百萬輛
C級	每年1,000至3,000輛	1百萬至2.5百萬輛

未來計劃及所得款項用途

我們在地域擴張方面採取審慎態度，我們通常不會在當下未設立拍場的城市開設新拍賣中心，而一般會透過大幅擴充容量及空間或遷至同城其他地點，以升級現有拍賣中心／拍點的方式（如將B級拍賣中心升格為A級拍賣中心）來開設新拍賣中心。由於拍點資本密集度較低、規模較小且功能有限，即使某城市當下未設拍場，我們亦會於該地成立新拍點。另外，拍點需要的資本支出通常較低，適合作為進軍新城市的實體試點。

我們認為，中國二手車行業增長潛力龐大。根據灼識諮詢的資料，截至二零二二年十二月三十一日，中國乘用車保有量超過一百萬輛的城市共有超過80個，我們相信此等城市對二手車及我們的二手車拍賣服務有充足的需求，且預計未來五年此類城市的數量將會進一步增至100個以上。隨著乘用車保有量持續增加，預計將有更多二手車投入二手車市場，致使二手車供應總量增加，對二手車處置渠道的需求亦會不斷增長。因此，我們相信，我們二手車拍賣服務存在確切的需求，所以我們在乘用車保有量可觀或快速增長的城市設立新拍場。同時，由於建設線下拍賣網絡需時，我們認為，儘早在二手車交易增長潛力較大的城市建立新拍場，對於搶佔市場及拓展業務營運具有重要的戰略意義。

我們亦相信，未來中國二手車行業充斥整合機會。於二零二二年，我們既是中國交易量最大的二手車整售平台，亦是中國交易量最大的二手車交易服務提供商，但對該兩個市場的市佔率卻分別只有1.3%及12.6%，在搶佔市場份額方面尚有極大上行空間。具體而言，由於低線城市對二手車需求提升，加上跨區運輸及有利政府政策等利好因素，預期低線城市的二手車交易量及相關本地服務需求將會於未來數年內快速增長。我們因此認為新拍場存在實質需求。

我們根據過往拍場的擴張記錄、基於經驗估計的新拍場設立成本、對當地市場趨勢及供求動態的分析等相關因素來釐訂擴張計劃需要的資金。

未來計劃及所得款項用途

下表載列往績記錄期間的歷史擴張計劃：

	二零二一年	二零二二年	二零二三年
位於以下級別城市的拍場數目：			
A級城市 ⁽¹⁾	4	4	4
B級城市 ⁽¹⁾	13	13	13
C級城市 ⁽¹⁾	26	29	30
D級城市 ⁽¹⁾	30	32	32
	73	78	79
總計	73	78	79

附註：

- (1) 為方便內部區分，設有最少一個A/B/C級拍賣中心的城市分別歸類為A/B/C級城市，而設有最少一個拍點的城市被視為D級城市。設有多級拍賣中心的城市將根據其所設有拍賣中心的最高級別進行分類(即同時設有A級及B級拍賣中心的城市將被視為A級城市)。於二零二三年十二月三十一日，A級城市包括上海、北京、成都、重慶。B級城市包括蘇州、南京、貴陽、武漢、西安、合肥、寧波、濟南、無錫、天津、深圳、杭州及廣州。C級城市包括臨沂、青島、南寧、淄博、長沙、荷澤、徐州、溫州、南通、瀋陽、哈爾濱、大連、長春、呼和浩特、唐山、鄭州、石家莊、烏魯木齊、昆明、遵義、宜昌、南充、六盤水、廈門、太原、襄陽、蘭州、南昌、惠州及常州。D級城市包括我們拍場網絡下的其他城市。

拍賣中心方面，我們計劃把握國內各級別城市上升中的交易量，於該等城市策略性地開設新拍賣中心。我們亦計劃在若干現有拍賣中心已不足以容納與日俱增的二手車交易量時搬遷該等現有拍賣中心。我們計劃按過往於當地二手車市場的經驗，例如當地二手車供求動態及本地服務需求，審慎挑選計劃開設新拍賣中心的城市及地點。

未來計劃及所得款項用途

下表載列未來五年的拍賣中心擴張計劃詳情(即將B級升格為A級、C級升格為B級、拍點升格為C級)：

	拍賣中心 數目	預期 施工時間	預期 開業時間	已分配 所得款項 ⁽¹⁾ (人民幣 百萬元)	已分配 所得款項 ⁽¹⁾ (百萬港元)	預期 回報期 ⁽²⁾
位於以下級別 城市的 拍賣中心：						
A級城市 ⁽³⁾	1	二零二四年至 二零二八年	二零二四年至 二零二八年 ⁽⁴⁾	4.8	5.3	七個月
B級城市 ⁽³⁾	3	二零二四年至 二零二八年	二零二四年至 二零二八年 ⁽⁴⁾	8.4	9.2	14個月
C級城市 ⁽³⁾	5	二零二四年至 二零二八年	二零二四年至 二零二八年 ⁽⁴⁾	7.3	8.1	50個月
總計	<u>9</u>	—	—	<u>20.5</u>	<u>22.6</u>	—

附註：

- (1) 已分配所得款項金額乃根據不同級別城市各間新拍賣中心的平均估計設立成本乘以該等城市未來五年將設立的拍賣中心數目估算得出。該等城市各間新拍賣中心的平均估計設立成本乃根據(a)往績記錄期間於同級別城市設立拍賣中心的實際開支(該等開支通常用於建築成本、租賃付款、購置設備及拍賣中心員工薪資等項目)；(b)新拍賣中心的計劃規模(視乎拍賣中心的級別而定)、所供應服務的規劃用途及範圍，以及提高於當地市場的品牌形象及認可度的需求；及(c)將設立新拍賣中心之地方市場的估計供求(以往績記錄期間對該等市場的觀察及經驗為依據，如該等市場採購的汽車中隨後經我們的現有拍場拍出的數目)。
- (2) 預期回報期乃根據(a)向每間拍賣中心分配的所得款項金額；及(b)每間拍賣中心產生的預測利潤(兩者皆按我們對同級別拍賣中心的過往經驗估算得出)而估算得出。
- (3) 於二零二三年十二月三十一日，根據內部管理系統，A級城市包括上海、北京、成都、重慶。B級城市包括蘇州、南京、貴陽、武漢、西安、合肥、寧波、濟南、無錫、天津、深圳、杭州及廣州。C級城市包括臨沂、青島、南寧、淄博、長沙、荷澤、徐州、溫州、南通、瀋陽、哈爾濱、大連、長春、呼和浩特、唐山、鄭州、石家莊、烏魯木齊、昆明、遵義、宜昌、南充、六盤水、廈門、太原、襄陽、蘭州、南昌、惠州及常州。不同分類的城市將會於未來五年隨著我們開設新A/B/C級拍賣中心而改變。
- (4) 根據過往經驗，完成設立一個新拍賣中心的相關工程通常需時三個月。

未來計劃及所得款項用途

下表載列我們計劃在未來五年內每年開設的拍賣中心數目(即從B級升格為A級、從C級升格為B級、從拍點升格為C級)：

	二零二四年	二零二五年	二零二六年	二零二七年	二零二八年
位於以下級別					
城市的拍賣					
中心：					
A級城市 ⁽¹⁾	0	1	0	0	0
B級城市 ⁽¹⁾	1	0	1	0	1
C級城市 ⁽¹⁾	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1
總計	2	2	2	1	2

附註：

- (1) 於二零二三年十二月三十一日，根據內部管理系統，A級城市包括上海、北京、成都、重慶。B級城市包括蘇州、南京、貴陽、武漢、西安、合肥、寧波、濟南、無錫、天津、深圳、杭州及廣州。C級城市包括臨沂、青島、南寧、淄博、長沙、荷澤、徐州、溫州、南通、瀋陽、哈爾濱、大連、長春、呼和浩特、唐山、鄭州、石家莊、烏魯木齊、昆明、遵義、宜昌、南充、六盤水、廈門、太原、襄陽、蘭州、南昌、惠州及常州。不同分類的城市將會於未來五年隨著我們開設新A/B/C級拍賣中心而改變。

我們認為業務需求量充足，能夠支持我們未來五年的拍場擴張計劃。我們根據我們的內部分類標準來預估我們對各級拍賣中心的需求，其取決於(1)該級城市當地的乘用車保有量，及(2)本集團歷史交易量：

- **當地的乘用車保有量。**我們認為中國將有足夠數量的A級、B級及C級城市，以滿足我們當地市場的乘用車保有量要求。根據灼識諮詢的資料，截至二零二三年九月三十日，當地的乘用車保有量不低於一百萬、兩百萬、四百萬及五百萬的城市分別有90個、43個、12個及5個，且預計未來五年該等城市的數量將持續增加。我們的擴張計劃乃基於二零二八年末，將有58個C級城市(乘用車保有量為1百萬至2.5百萬)、37個B級城市(乘用車保有量為2.5百萬至5百萬)及10個A級城市(乘用車保有量達5百萬以上)的假設。據此，我們認為中國將有足夠數量的A級、B級及C級城市以支持我們的擴張計劃。

未來計劃及所得款項用途

- 歷史交易量。**我們進一步認為我們能在計劃設立各級拍賣中心的城市滿足歷史交易量需求。根據灼識諮詢的資料，預計於二零二五年，二手車的滲透率將達到6.0%。據此，基於我們的內部分類標準，在滿足C級、B級及A級標準的城市，我們僅需分別佔有1.7%、2.1%及2.8%的當地二手車交易市場份額。下表載列根據我們內部分類標準在C級、B級及A級城市設立相應等級拍賣中心所需的市場份額之計算。

	C級	B級	A級
最低當地乘用車保有量	1百萬至 2.5百萬	2.5百萬至 5百萬	超過5百萬
二零二五年預期滲透率	6.0%	6.0%	6.0%
二零二五年預期最低二手車交易數量	60,000	150,000	300,000
根據內部標準每年所需的最低交易數量	1,000	3,000	8,000
所需的最低市場份額	1.7%	2.0%	2.7%

根據我們在已建立相應級別拍賣中心的城市的過往交易量及市場份額，我們相信上述所需的市場份額為十分容易實現的目標。下表列示我們於往績記錄期間在選定城市的市場份額。

城市	等級	按二零二零年至 二零二二年交易 量計的市場份額
上海	A	4.0%
成都	A	3.3%
貴陽	B	4.6%
蘇州	B	4.3%
南京	B	3.5%
唐山	C	4.4%
徐州	C	3.2%
淄博	C	1.6%

未來計劃及所得款項用途

此外，隨著我們的業務營運從疫情中恢復，我們預計未來對更多具有更大交易能力的拍賣中心的需求將持續增長。具體而言，我們於截至二零二三年十二月三十一日止六個月的交易量增加至約98,000輛，較二零二二年同期增加20.6%，高於同期中國二手車產業整體交易量14.1%的增幅。總體而言，於二零二三年，我們的二手車交易量約為176,000輛，較二零二二年增長10.1%。於二零二三年，我們的上游賣家在我們的交易平台上拍賣的二手車合共約384,000輛，較二零二二年增長21.9%。此強勁增長反映上游賣家通過我們平台處置其二手車的強大興趣，因此，我們須持續擴充拍場網絡的處理能力(包括升格拍賣中心)以迎合其需求增長。有鑒於此，我們相信，當整體經濟環境及我們的業務營運恢復正常時，使我們於往績記錄期間特別易受新型冠狀病毒病規模流行病影響的相同特徵同樣亦有助於令我們快速反彈。

此外，就拍賣中心而言，我們透過升格現有拍賣中心／拍點以開設新拍賣中心，而非重新建設拍賣中心。換而言之，就我們計劃於未來五年開設的一間A級拍賣中心、三間B級拍賣中心及五間新C級拍賣中心而言，其將由現有的一間B級拍賣中心、三間C級拍賣中心及五個拍點升格而成。我們相信我們拍場擴張計劃的步伐及規模符合我們平台交易量的有機增長及中國當地市場乘用車保有量的增加。

基於以上所述，我們相信未來五年有足夠的業務需求配對此等新拍賣中心。

未來計劃及所得款項用途

拍點方面，我們計劃重點關注尚未設立拍場的城市，以把握該等城市不斷增加的交易需求，並提供本地二手車相關服務。當我們於某城市設立拍點後，該城市即會在內部管理系統中劃分為D級。我們計劃按過往於當地二手車市場的經驗，例如當地二手車供求動態及本地服務需求，審慎挑選計劃開設新拍點的城市及地點。下表載列未來五年的拍點擴張計劃詳情：

	拍點數目	預期 施工時間	預期 開業時間	已分配 所得款項 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	已分配 所得款項 ⁽¹⁾ (百萬港元)
位於以下級別城市的拍點：					
D級城市 ⁽³⁾	10	二零二四年至 二零二八年	二零二四年至 二零二八年 ⁽²⁾	4.3	4.8
總計	<u>10</u>	—	—	<u>4.3</u>	<u>4.8</u>

附註：

- (1) 拍點的已分配所得款項金額乃根據該等城市各個新拍點的平均估計設立成本乘以該等城市未來五年將設立的拍點數目估算得出。各個新拍點的平均估計設立成本乃根據(a)往績記錄期間設立拍點的實際開支；(b)拍點的計劃規模、所供應服務的規劃用途及範圍，以及提高於當地市場的品牌形象及認可度的需求；及(c)將設立新拍點之地方市場的估計供求(以往績記錄期間對該等市場的觀察及經驗為依據，如採購自該等市場的汽車中隨後經我們的現有拍點拍出的數目)。
- (2) 根據過往經驗，完成設立一個新拍點的相關工程通常需時一至兩個月。
- (3) D級城市包括我們拍場網絡下非A/B/C級的其他城市。

未來計劃及所得款項用途

下表載列我們計劃在未來五年內每年開設的拍點數目：

	二零二四年	二零二五年	二零二六年	二零二七年	二零二八年
位於以下級別					
城市的拍點：					
D級城市 ⁽¹⁾	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>
總計	<u><u>2</u></u>	<u><u>2</u></u>	<u><u>2</u></u>	<u><u>2</u></u>	<u><u>2</u></u>

附註：

(1) D級城市包括我們拍場網絡下非A/B/C級的其他城市。

雖然我們有時在我們的拍場以遠程方式提供同步拍，以擴大我們拍場網絡的有效覆蓋範圍，但我們相信於當地市場建立拍點及擁有常駐設施能為我們的二手車賣家及買家帶來性質不同的服務。擁有拍點使我們能於當地市場擁有常駐員工，並能為二手車拍賣業務下所提供的服務提供必須的基礎設施支援。例如，擁有拍點將使二手車的實物歸集更加便捷，當地買家能更容易地參加拍賣會，我們亦能為當地買家提供更完善的拍後服務。因此，我們相信，與僅以遠程方式覆蓋當地市場的情況相比，擁有拍點將使當地市場交易量增加。例如，二零二一年我們於三個不同省份的三個城市設立拍點，我們的網絡先前僅以遠程同步拍覆蓋該等城市，而於設立拍點後，該三個城市的交易量大幅增加，分別由二零二一年的668輛、1輛及26輛增加至二零二二年的1,245輛、105輛及245輛。此外，我們預計開設一個拍點所需的資本支出為0.5百萬港元，此經濟之選能讓我們快速擴大線下網絡及增加我們的二手車交易量。

- 估計所得款項淨額總數的約12.0% (或11.8百萬港元) 將用於在未來五年內翻新七個現有拍場 (包括四個拍賣中心及三個拍點)，主要包括購置額外設備及設施，並擴充於該等拍場工作的專業人士團隊。在升級拍場時，我們一般會改善現有拍場的設施。一般來說，我們會根據當前的二手車交易情況及對當地市場乘用車保有量增長的預測，每三年對一個拍場進行一次翻新。翻新完成後，拍場的級別保持不變。因此，翻新後，B級拍賣中心仍將是B級拍賣中心，而不會升級為A級；拍點仍將是拍點，而不會成為C級拍賣中心。

未來計劃及所得款項用途

因此，在拍場的生命週期內，我們(1)一般每三年對拍場進行一次翻新，以擴大其容量，適應二手車交易量及服務量的增長；及(2)可能會根據上述標準及未來的擴張計劃，選擇性地提升拍場的級別。

下表按城市級別及性質列載未來五年翻新現有拍賣中心獲分配的所得款項明細：

	以下各項目的已分配所得款項					以下各項目的已分配所得款項				
	購置額外					購置額外				
	拍賣 中心數目	租賃付款 及裝修 ⁽¹⁾	設備 及設施 ⁽²⁾	聘用 新員工 ⁽³⁾	培訓現有 員工 ⁽⁴⁾	租賃付款 及裝修 ⁽¹⁾	設備 及設施 ⁽²⁾	聘用 新員工 ⁽³⁾	培訓現有 員工 ⁽⁴⁾	
	(人民幣百萬元)					(百萬港元)				
位於以下級別城市 的拍賣中心：										
A級城市 ⁽⁵⁾	1	0.5	0.1	3.2	0.1	0.6	0.1	3.5	0.1	
B級城市 ⁽⁵⁾	1	0.4	—	1.8	0.1	0.4	—	1.9	0.1	
C級城市 ⁽⁵⁾	2	0.3	0.1	2.0	0.1	0.3	0.1	2.3	0.1	
總計	4	1.2	0.2	7.0	0.3	1.3	0.2	7.7	0.3	

附註：

- (1) 租賃付款及裝修的已分配所得款項金額乃根據我們過往為升級同級別拍賣中心所產生的相關租賃及裝修費用而估算得出。
- (2) 購買額外設備及設施的已分配所得款項金額乃根據(a)我們過往為購買升級同級別拍賣中心所需設備及設施所產生的相關費用；及(b)我們為引入與升級拍賣中心有關的若干新功能及服務所需的設備及設施而預期產生的費用而估算得出。
- (3) 聘請員工的已分配所得款項金額乃根據我們過往為升級同級別拍賣中心而聘請員工所產生的相關費用而估算得出。
- (4) 培訓現有員工的已分配所得款項金額乃根據我們過往為升級同級別拍賣中心而開展員工培訓計劃所產生的相關費用而估算得出。
- (5) A級城市包括上海、北京、成都、重慶。B級城市包括蘇州、南京、貴陽、武漢、西安、合肥、寧波、濟南、無錫、天津、深圳、杭州及廣州。C級城市包括臨沂、青島、南寧、淄博、長沙、荷澤、徐州、溫州、南通、瀋陽、哈爾濱、大連、長春、呼和浩特、唐山、鄭州、石家莊、烏魯木齊、昆明、遵義、宜昌、南充、六盤水、廈門、太原、襄陽、蘭州、南昌、惠州及常州。

未來計劃及所得款項用途

我們現有的拍點均位於D級城市。下表按性質載列未來五年升級現有拍點獲分配的所得款項明細：

	以下各項目的已分配所得款項					以下各項目的已分配所得款項			
	購置額外					購置額外			
	拍賣 中心數目	租賃付款 及裝修 ⁽¹⁾	設備 及設施 ⁽²⁾	聘用 新員工 ⁽³⁾	培訓現有 員工 ⁽⁴⁾	租賃付款 及裝修 ⁽¹⁾	設備 及設施 ⁽²⁾	聘用 新員工 ⁽³⁾	培訓現有 員工 ⁽⁴⁾
(人民幣百萬元)					(百萬港元)				
位於以下級別城市 的拍點：									
D級城市 ⁽⁵⁾	3	—	0.2	0.4	1.5	—	0.2	0.4	1.7
總計	<u>3</u>	<u>—</u>	<u>0.2</u>	<u>0.4</u>	<u>1.5</u>	<u>—</u>	<u>0.2</u>	<u>0.4</u>	<u>1.7</u>

附註：

- (1) 由於在往績記錄期間，我們並未與相關出租人訂立任何租賃協議將物業用作我們的拍點，因此我們預期不會將所得款項分配至租賃付款及裝修。我們一般僅在需要在拍點舉辦拍賣會時才使用該等物業，我們通常每月舉辦數場拍賣會。當我們需要使用該等物業舉辦拍賣會時，我們通常會就拍賣會上售出的每輛汽車向出租人支付費用，並將有關費用計入我們的營運成本。我們相信，這項安排對於我們的商業模式而言更具商業可行性，我們預期未來將繼續採用這種做法。
- (2) 購置額外設備及設施的已分配所得款項金額乃根據(a)我們過往為購買升級拍點所需的類似設備及設施所產生的相關費用；及(b)我們為引入與升級拍點有關的若干新功能及服務所需的設備及設施而預期產生的費用而估算得出。
- (3) 聘請員工及培訓現有員工的已分配所得款項金額乃根據我們過往為升級拍點而聘請員工所產生的相關費用而估算得出。
- (4) 培訓現有員工的已分配所得款項金額乃根據我們過往為升級拍點而開展員工培訓計劃所產生的相關費用而估算得出。
- (5) D級城市包括我們拍場網絡下非A/B/C級的其他城市。

未來計劃及所得款項用途

- (2) 估計所得款項淨額總數的約10.0% (或9.8百萬港元) 將用於加強我們與現有賣家及買家的關係，以及為我們的平台吸引新賣家及買家，其中：
- 估計所得款項淨額總數的約5.0% (或4.9百萬港元) 將用於通過多樣化及定制我們的服務以加強我們與現有上游賣家及下游買家的業務關係，包括：
 - (i) 估計所得款項淨額總數的約1.7% (或1.7百萬港元) 將用於開展銷售及營銷活動，例如通過新媒體平台進行推廣活動，以提高我們所提供的服務的認知度，以及將我們的平台打造為二手車交易的首選買賣平台。具體而言，我們計劃在串流服務及線上新聞平台等社交媒體平台上開展廣告活動，以更廣泛的受眾為目標並維持品牌形象。我們亦計劃與汽車行業的網紅建立夥伴關係，對我們的二手車拍賣及交易平台進行評論。我們相信，這種方法可以提高我們的品牌知名度及認知度，並觸及大量新用戶；
 - (ii) 估計所得款項淨額總數的約1.7% (或1.7百萬港元) 將用於開展銷售及營銷活動，以增加我們對現有經銷商集團及主機廠客戶的4S店的覆蓋範圍，並增加彼等通過我們的交易平台處置的二手車數量。基於我們與經銷商集團及主機廠的現有關係及經驗，我們計劃繼續讓我們的銷售及營銷人員在其尚未使用我們的服務及平台的4S店介紹及推廣我們的服務及平台，特別是通過借鑒已經成為我們賣家的4S店的成功案例。我們相信，該等銷售及營銷活動可以增加通過我們的平台處置的二手車數量，進一步加強我們與經銷商集團及主機廠的關係，使我們成為彼等首選的二手車處置渠道，從而鞏固我們的行業領導地位；及
 - (iii) 估計所得款項淨額總數的約1.6% (或1.5百萬港元) 將用於為賣家及買家提供培訓計劃和其他服務，以協助彼等發展其二手車業務。我們計劃繼續告知我們的業務夥伴有關該等服務，並派遣我們的銷售及營銷人員和其他專業人員到彼等的場所進行相關活動，有關成本包括銷售及營銷人員和其他專業人員的勞工成本、派遣人員及專業人員到彼等之場所的差旅開支、我們開展相關活動的場地租賃開支，以及為賣家及買家設計培訓計劃的成本。我們相信向賣家和買家提供專門培訓課程，進一步確立我們作為其業務增長的最佳合作夥伴。通過賦能賣家和買家更高效地營運其二手車業務，我們相信可以據此提高交易成功率及客戶忠誠度；及

未來計劃及所得款項用途

- 估計所得款項淨額總數的約5.0% (或4.9百萬港元)將用於拓闊我們的賣家群及買家群，包括：
 - (i) 估計所得款項淨額總數的約1.7% (或1.7百萬港元)將用於加強我們針對銷售及營銷團隊的外聯工作並擴展我們的銷售及營銷團隊，為低線城市的賣家及買家提供更本地化及專業化的服務。我們計劃利用先前在已發展市場的經驗，派遣我們的銷售及營銷人員向低線城市的賣家和買家介紹及推廣我們的服務及平台。具體而言，我們計劃針對該等地區的獨特需求，提供本地化的專業服務，以通過我們的交易平台增加二手車的供需。例如，該等低線城市的賣家及買家一般依賴傳統交易模式進行二手車交易(從廣泛的線下搜尋車源到與買家進行實在的價格談判)，且普遍對線上線下一體化的二手車交易平台並不熟悉。我們計劃為彼等之銷售及其他人員設計個性化入門級培訓，並為彼等提供我們交易平台的詳細介紹及使用指南，幫助彼等改革二手汽車交易模式，提高交易效率。我們相信開拓以前服務不足的龐大市場這一戰略舉措可以使我們的地區收入多元化，盡量減少對任何單一地區的依賴，並使我們的業務模式更靈活應對各種風險；
 - (ii) 估計所得款項淨額總數的約1.7% (或1.7百萬港元)將用於開展營銷及推廣活動，以提高我們平台的知名度及我們二手車相關服務的認知度。我們計劃在展會、車展、二手車交易市場和其他傳統廣告媒體(包括線上線下渠道)上投放廣告，讓更廣泛的市場了解我們作為提供廣泛服務的平台的獨特價值主張，該等服務能夠滿足二手車買賣雙方不斷變化的各種需求。我們相信我們平台及服務組合的知名度提高與賣家和買家參與度及服務量的增加直接相關，從而鞏固我們的行業領先地位；及
 - (iii) 估計所得款項淨額總數的約1.6% (或1.5百萬港元)將用於加強我們的交易能力及經驗，為更多類型的上游賣家及買家提供服務，包括二手新能源汽車的上游賣家及買家。我們計劃與新能源汽車主機廠及電池供應商建立更廣泛的合作關係，從而獲得更多有關電池性能檢測及評估的資料及數據，這有助建立我們專屬的電池評估系統。我們相信，通過多元化拓展買家和賣家基礎，我們可以提高我們在二手車市場的長期相關性，並減少對任何單一類別買家或賣家的依賴；

未來計劃及所得款項用途

(3) 估計所得款項淨額總數的約15.0% (或14.8百萬港元)將用於發展及多元化拓展我們的服務組合，並探索新增長領域，包括：

- (i) 估計所得款項淨額總數的約2.6% (或2.6百萬港元)將用於擴大及升級我們的ADMS系統，使其具有更多功能，以滿足4S店的特定需求，例如開發系統來促進管理彼等的二手車業務。例如，我們計劃將經銷商集團之間的脫敏二手車處置相關數據共享功能整合到我們的ADMS系統，我們相信這將使經銷商集團能夠更好地了解市場供求動態，更有效地管理其二手車業務。隨著二手車行業日益發展，市場參與者愈加成熟，預期4S店及其他二手車賣家將愈益使用ADMS等先進系統，更高效地管理其二手車庫存及二手車業務的其他方面，藉此優化其營運成本及開支。因此，我們相信，數字化及中心化系統能夠處理4S店及其他賣家的各種業務需求(例如設定關鍵績效指標、追蹤其店鋪的營運及財務業績、進行存貨分析及優化收購及銷售策略)，而對於此類系統的需求將會日益增加。

就我們的ADMS系統而言，我們計劃持續對4S店及其他賣家的當前需求進行市場調查，從而專注於營銷我們ADMS系統的先進功能，並強調其對此類業務需求的適應性。我們亦計劃派遣銷售代表現場演示ADMS系統如何簡化4S店及其他賣家的二手車庫存管理，幫助彼等提高營運效率；

- (ii) 估計所得款項淨額總數的約1.3% (或1.3百萬港元)將用於為買家提供更多服務，如車輛維修及保養，以及開發系統及技術，促進我們的二手車買家向終端消費者銷售二手車。隨著中國二手車市場的終端需求增加，預期買家將愈來愈需要深入了解(1)彼等已購買及將最終銷售予終端客戶的二手車狀況；及(2)彼等如何快速地尋找感興趣的終端客戶購買車輛。車輛維修及保養以及提供二手車資料等增值服務對於確保二手車的質量及交易透明度方面發揮著至關重要的作用，從而提高交易效率及買家滿意度。

為向買家推廣我們的服務，我們計劃籌備現場演示及工作坊，展示車輛維修、保養及轉售支援服務。這有助於說明此類服務如何能夠滿足我們買家的特定需求；

未來計劃及所得款項用途

- (iii) 估計所得款項淨額總數的約3.3%(或3.2百萬港元)將用於不斷升級我們的移動應用程式及技術，以支援我們的交易能力及我們平台的良好運作，以吸引更多二手車賣家及買家使用我們的平台。由於全球整體(特別是我們的行業)不斷邁向數字化，我們相信一個高效、用戶友好的移動應用程式和賦能我們交易平台的技術對我們的成功至關重要。我們相信，強大的數字平台或會大大提升二手車交易的交易效率、信息透明度及整體交易體驗，從而吸引更多用戶使用我們的平台。

我們計劃利用數字營銷戰略，在移動應用程式出現新功能或特性時，及時推廣其增強功能。我們還計劃利用數據分析來更準確地定位潛在用戶，強調我們平台的交易功能和用戶友好界面；

- (iv) 估計所得款項淨額總數的約3.4%(或3.4百萬港元)將用於提供服務及開發數字化工具，協助其他市場參與者開展彼等的二手車業務。隨普市場參與者試圖控制複雜的二手車交易，二手車行業的快速發展已經並將繼續為二手車相關服務(包括拍後服務和增值服務)帶來日益多元化的需求。例如，於二零二一年、二零二二年及二零二三年，使用拍賣後辦證過戶服務的車輛數目分別約為93,000輛、95,000輛及97,000輛，採用率分別為35.6%、59.5%及55.4%。就二手車增值服務而言，於二零二一年、二零二二年及二零二三年，收購前檢測及評估、二手車收購支援服務及二手車辦證過戶服務總量分別約為79,000輛、149,000輛及220,000輛。該等服務的數量呈整體上升趨勢，表明二手車相關服務的需求旺盛。有鑒於此，我們計劃積極識別市場參與者的最新需求，從而提供服務及開發能夠滿足該等需求的數字工具。例如，我們計劃開發二手車評估檢測的數字工具。由AR(擴增實境)、VR(虛擬實境)和OCR(光學字元辨識)技術支持，該等數字工具將有助我們及其他市場參與者減少二手車評估檢測過程中的人為錯誤，提高二手車評估檢測的準確性和效率。該等服務及數字工具將專注於精簡市場參與者的營運並促進更明智的決策、高效的交易處理和增強的客戶參與。

我們計劃通過精準市場營銷活動及現場示範來推廣我們的新服務組合。根據現有戰略定位，我們計劃繼續將公司定位為旨在發展二手車業務企業的最佳合作夥伴；及

未來計劃及所得款項用途

- (v) 就上述各項而言，估計所得款項淨額總數的約4.4% (或4.3百萬港元) 將用於招聘更多人才及建立相關培訓計劃，以確保我們的上述業務計劃得以妥善執行。就銷售及營銷人員而言，我們一般要求本科學位及三年汽車行業或銷售及營銷經驗。就資訊科技人員而言，我們一般要求擁有知名大學計算機科學及其他相關專業的本科學位。有工作經驗者優先，應屆畢業生應徵者若表現出很強的能力和資質，亦會獲錄用；

更多資料，請參閱「業務 — 我們的增長戰略 — 多元化拓展服務種類和收入來源」；

- (4) 估計所得款項淨額總數的約15.0% (或14.8百萬港元) 將用於進一步投資於研發，進一步加強我們的數字化基礎設施，並持續支援我們的數字化舉措。視乎各項目評估及成本利益分析，有關措施將透過下列方式落實：(1) 增聘研發人員作內部研發；或(2) 外包予專精於相關領域的第三方。我們預計動用估計所得款項淨額總額的約7.5%，或7.4百萬港元，通過增聘研發人員作內部研發，以及動用估計所得款項淨額總額的約7.5%，或7.4百萬港元，通過外包予第三方，來實現我們的研發措施及項目。研發措施及項目和其各自獲分配的估計總所得款項淨額包括：

- (i) 估計所得款項淨額總數的約3.6% (或3.4百萬港元) 將用於開發二維碼人工智能輔助智能庫存管理系統，以更準確及有效地跟蹤及管理拍賣車輛庫存。該人工智能輔助智能庫存管理系統為每輛存放在我們停車場的二手車分配一個臨時及唯一的二維碼，以方便我們管理。我們相信，該系統可確保無縫及即時的車輛跟蹤，從而最大限度地減少庫存差異，減少人工檢查的需要，並簡化倉庫及停車場的管理。因此，該系統有望提高交易透明度，同時降低我們的營運成本；
- (ii) 在我們多年來積累的大量交易及檢查資料的基礎上，估計所得款項淨額總數的約2.5% (或2.5百萬港元) 將用於開發及優化二手車定價模型，根據檢查結果為各種各樣的二手車提供更準確的指示性價格範圍。通過利用大量積累的交易和檢測數據，該定價模型旨在根據具體的檢測及評估結果，為二手車提供更加優化和全面的定價策略。這將使定價更加公平和準確，並可進一步提高我們的交易量和客戶忠誠度；

未來計劃及所得款項用途

- (iii) 估計所得款項淨額總數的約2.1%(或2.1百萬港元)將用於不斷加強我們的信息技術基礎設施，如採購額外的伺服器、雲服務及頻寬，以保持良好的用戶體驗，同時維持我們用戶群的增長。高效、可擴展及安全的信息技術基礎設施是技術型企業(如我們)的支柱。隨著我們用戶群不斷擴大，我們直接需要額外資源來管理增加的數據流量，並確保用戶體驗不會受到影響；
- (iv) 估計所得款項淨額總數的約3.0%(或3.0百萬港元)將用於不斷升級我們的大數據分析能力以支持二手車交易，包括在我們的移動應用程式上創建信息更豐富的用戶檔案及更準確的內容推薦算法。此項研發舉措可以帶來更加個性化的用戶體驗，讓用戶更有效地找到符合其需要的二手車，提高交易成功率。因此，該等舉措有望幫助我們保持及提高買家的客戶忠誠度；
- (v) 估計所得款項淨額總數的約2.4%(或2.4百萬港元)將用於開發運用人工智能的數字工具，用於檢測及分析二手車的圖像，以自動捕捉缺陷及識別二手車狀況。該等人工智能賦能的數字工具有望提高我們檢測及評估流程的效率以及檢測結果的準確性，同時確保車輛檢測的客觀性及一致性，並減少對人工檢測的依賴。我們相信，使用人工智能賦能的數字工具不僅能確保二手車賣家及買家的透明度，亦能夠以更高效的方式為二手車做好拍賣的準備，節省時間及營運成本。
- (vi) 估計所得款項淨額總數的約0.7%(或0.7百萬港元)將用於開發技術及系統，以促進新能源汽車的交易過程，包括拍賣及相關服務。隨著新能源汽車市場不斷發展，鑒於新能源汽車的技術特點與傳統汽車不同，市場迫切需要能夠處理新能源汽車拍賣及相關服務的專用系統。透過該等專用系統，我們可迎合新能源汽車的專業要求，從而吸引更多不同層面的新能源汽車賣家及買家，並同時鞏固我們在二手新能源汽車行業的領導地位；及

未來計劃及所得款項用途

- (vii) 估計所得款項淨額總數的約0.7% (或0.7百萬港元) 將用於不斷提高我們業務營運的數字化水平，包括拍場營運及集團管理，以減少我們整體業務的人為錯誤，並優化我們的內部控制系統。我們相信這有助我們建立一個整合度更高、更自動化及更精簡的工作流程，可加快業務運作及交易程序，同時提升整體營運效率。此外，一個強大的數字化系統可加強數據安全及隱私保護，並促進我們內部控制措施的實施，包括與第三方付款安排相關的措施。我們相信，從長遠來看，數字化水平的提高可節約成本，由此可見初期資本支出是合理的；及
- (5) 估計所得款項淨額總數的約10.0% (或9.7百萬港元) 將用於與業務夥伴建立潛在戰略夥伴關係及結盟，以及對行業的目標公司作出投資及／或收購行業的目標公司的控股權益。

在確定已分配所得款項淨額金額時，我們已考慮(i)戰略收購及投資目標的挑選準則；及(ii)潛在收購目標的價值。分配所得款項淨額的該等考慮因素可能會根據市場情況變更。

多年來，圍繞我們的二手車拍賣業務，我們穩步拓展業務分部，覆蓋二手車產業價值鏈的各個環節及步驟，並與上下游各方建立穩固的業務關係。雖然以往我們通過本身的內部資源建立了多元化的服務項目，隨著我們開始進軍二手車相關服務的更專門及技術性領域，我們認為有時通過合作、聯盟及／或股權投資來提供該等服務可能更具成本效益。這使我們能夠利用其他方的專業知識和資源，更快地推出新型服務，以補足我們的服務項目。此外，雖然我們計劃繼續開展銷售及營銷活動以擴大賣家和買家基礎，我們亦將考慮收購地方競爭對手，以在大規模擴大賣家和買家基礎的同時迅速進軍或鞏固地方市場。因此，我們相信，我們的戰略合作、聯盟、投資及／或收購計劃符合我們的整體業務戰略。

未來計劃及所得款項用途

我們根據於往績記錄期間及直至最後可行日期進行的市場研究、營運、法律及財務盡職調查及初步評估及可行性研究的結果，以及高級管理層過往進行收購及其他類似交易的經驗，釐定評估戰略收購及投資的潛在目標公司的準則。目標公司的挑選準則包括其大小、規模、營運成熟度、市場位置、主要業務範圍及與我們的潛在協同效應，具體如下：

- 中國其他二手車交易服務提供商，以進一步擴大我們的地理覆蓋範圍，鞏固我們的行業領導地位。對於此類公司，我們重點關注彼等過往的交易量、上游賣家及下游買家數目、服務範圍及質素，以及業務營運的整體質素。我們將優先考慮具備以下條件的二手車交易服務提供商：(i)交易量超過50,000輛；(ii)上拍二手車數量超過10,000輛；及(iii)擁有由超過20個拍場組成的線下拍賣網絡；
- 二手車業務SaaS技術提供商，以及與我們的二手車業務互補的二手車服務提供商，包括二手車估值、評估檢測。對於此類公司，我們重點關注彼等的技術積累、二手車相關數據量和人才質素。我們將優先考慮具備以下條件的二手車業務SaaS技術供應商及二手車服務提供商：(i)市場份額超過20%；及(ii)在相關行業擁有五年以上的經驗；及
- 二手車金融服務提供商。對於此類公司，我們重點關注彼等與金融機構的業務關係、在汽車相關融資的經驗及專識，以及風控管理能力及經驗。我們將優先與中國50大銀行及金融機構(按資產總值計)建立戰略聯盟。

我們熟悉潛在目標公司的業務，並相信我們能夠利用我們的行業經驗及洞察力找到合適的目標公司。目前，二手車交易服務提供商、二手車業務SaaS技術供應商、二手車服務提供商，以及二手車金融服務提供商多達數百家，為收購及投資提供了大量機會。我們擬根據上述準則在此等公司當中謹慎挑選收購及投資目標。據灼識諮詢所告知，根據我們的戰略收購及投資準則，中國約有100個潛在目標。此外，根據同一資料來源，儘管中國二手車行業高度分散，但整合趨勢日益明顯，二手車交易服務提供商在該過程中扮演著越來越重要的角色。雖然我們將面臨其他市場參與者對優質目標公司的競爭，但我們相信有足夠數量的合適目標公司可供我們進行戰略收購及投資。

截至最後可行日期，我們並未就任何業務或資產收購訂立任何口頭或書面的具約束力承諾；及

未來計劃及所得款項用途

- (6) 估計所得款項淨額總數的約10.0% (或9.7百萬港元)將用作我們的營運資金及一般企業用途。

倘發售價定為高於或低於建議發售價範圍中位數的水平，上述所得款項的分配將按比例作出調整。

倘發售價定於每股發售股份11.20港元(即本招股章程所示的發售價範圍上限)，我們將收取額外所得款項淨額約7.1百萬港元。

倘發售價定於每股發售股份10.20港元(即本招股章程所示的發售價範圍下限)，我們收取的所得款項淨額將減少約7.1百萬港元。

僅當所得款項淨額未即時用於以上用途，並在適用法律及法規允許情況下，我們方會將所得款項淨額存入香港或中國持牌商業銀行及／或其他認可金融機構(定義見證券及期貨條例或適用的中國法律法規)的短期計息賬戶。倘以上建議所得款項用途出現任何變動，我們將作出適當公告。

就公司融資策略而言，我們旨在打造於需要時可進入國內外資本市場籌集股權及債務融資的能力。我們的管理層尋求利用可得的資金來源及工具(包括銀行貸款、債券、股權以及混合證券)共同確保其可足夠靈活地按具競爭力的價格取得資金，同時保持可持續的資本結構。

未來計劃及所得款項用途

實施時間表

下表載列預計於未來五年內如何將所得款項分配予上述各項擬定用途。

	二零二四年	二零二五年	二零二六年 (百萬港元)	二零二七年	二零二八年	總計	所得款項 總額百分比
擴充拍場網絡的 地理覆蓋							
開設19個新拍場	5.7	7.8	5.7	2.6	5.6	27.4	28.0%
翻新7個現有拍場	0.0	2.5	5.1	2.1	2.1	11.8	12.0%
	<u>5.7</u>	<u>10.3</u>	<u>10.8</u>	<u>4.7</u>	<u>7.7</u>	<u>39.2</u>	<u>40.0%</u>
加強我們與現有賣家 及買家的關係， 以及為我們的平台 吸引新賣家及買家							
加強我們與現有上游 賣家及下游買家的 業務關係	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	4.9	5.0%
拓闊我們的賣家群 及買家群	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	4.9	5.0%
	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>1.8</u>	<u>9.8</u>	<u>10.0%</u>
發展及多元化拓展 我們的服務組合， 並探索新增長領域							
擴大及升級我們的 ADMS系統，使其 具有更多功能	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	2.6	2.6%
為買家提供更多服務	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	1.3	1.3%
不斷升級我們的移動 應用程式及技術	0.6	0.6	0.6	0.6	0.8	3.2	3.3%
提供服務及開發數字 化工具，協助其他 市場參與者開展 彼等的二手車業務	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	3.4	3.4%
招聘更多人才及 建立相關培訓計劃	0.9	0.9	0.9	0.9	0.7	4.3	4.4%
	<u>3.0</u>	<u>3.0</u>	<u>3.0</u>	<u>3.0</u>	<u>2.8</u>	<u>14.8</u>	<u>15.0%</u>

未來計劃及所得款項用途

	二零二四年	二零二五年	二零二六年 (百萬港元)	二零二七年	二零二八年	所得款項 總計	總額百分比
投資於研發							
開發二維碼人工智能 輔助智能庫存管理 系統	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	3.4	3.6%
開發及優化二手車 定價模型	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	2.5	2.5%
加強我們的信息 技術基礎設施	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	2.1	2.1%
升級我們的大數據 分析能力	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	3.0	3.0%
開發運用人工智能的 數字工具，用於 檢測及分析二手車 的圖像	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	2.4	2.4%
開發技術及系統， 以促進新能源汽車 的交易過程	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3	0.7	0.7%
提高我們業務營運 的數字化水平	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3	0.7	0.7%
	<u>2.9</u>	<u>2.9</u>	<u>2.9</u>	<u>2.9</u>	<u>3.2</u>	<u>14.8</u>	<u>15.0%</u>
與業務夥伴建立潛在 戰略夥伴關係 及結盟，以及作出 投資及／或收購 目標公司的控股 權益							
	<u>0.0</u>	<u>9.7</u>	<u>0.0</u>	<u>0.0</u>	<u>0.0</u>	<u>9.7</u>	<u>10.0%</u>
用作我們的營運資金 及一般企業用途							
	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>2.0</u>	<u>1.7</u>	<u>9.7</u>	<u>10.0%</u>