
未來計劃及[編纂]用途

未來計劃和前景

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的戰略」。

[編纂]用途

經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金、費用及估計開支後，及假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所列指示性[編纂]範圍的中位數），我們估計我們將自[編纂]收取約[編纂]港元的[編纂]淨額。倘[編纂]定為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的上限），則[編纂]淨額將增加約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的下限），則[編纂]淨額將減少約[編纂]港元。

假設[編纂]為[編纂]範圍的中位數，我們目前擬將該等[編纂]淨額用於以下用途：

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於於未來四年內擴展我們的自動販賣機網絡及提高市場滲透率。具體而言：
 - [編纂]%或約[編纂]港元將用於擴展我們在中國一線及新一線城市的自動販賣機網絡。我們計劃重點關注商場、辦公樓和長租公寓等地點，來擴大我們的覆蓋範圍及提高滲透率。該等地點選擇將基於詳細的評估過程，並考慮當地消費者行為及地點特徵等因素進行。目前，我們打算使用[編纂]淨額於未來兩年內每年購買並投入使用1,000台新自動販賣機及於第三年及第四年分別購買並投入使用800台及580台新自動販賣機，以緊跟不斷變化的客戶偏好以及因2022年末後COVID-19相關限制解除及COVID-19疫情減緩帶來的客戶需求的預期恢復。我們擴大自動販賣機網絡的計劃符合我們對未來市場需求增長的預測。相關預測乃基於以下使我們業務需求增加的因素：
 - (i) **行業有利趨勢**。快消品戶外營銷服務的整體市場需求實現穩步增長並預期將加速穩步增長。藉助中國快消品行業的持續增長，依託快消品戶外營銷服務的技術優勢及有效解決快消品品牌的未解決需求的能力，中國的快消品戶外營銷市場近年來穩

未來計劃及[編纂]用途

步增長(2019年至2023年的年複合增長率為3.0%)，預計2023年至2028年將按10.2%的年複合增長率持續增長。有關市場需求預期充足性的更多詳情，請參閱「行業概覽－中國快消品戶外營銷市場－快消品戶外營銷的市場規模」及「行業概覽－中國快消品戶外營銷市場－中國快消品戶外營銷市場的趨勢」；及

- (ii) **內生增長**。我們的市場地位證明了市場對我們營銷服務的需求強勁，且根據我們於往績記錄期內及之後的營運及財務表現，我們預期需求將持續增長。根據灼識諮詢的資料，於2023年，快消品戶外營銷市場佔快消品營銷市場份額的6.4%，按2023年收入計，我們是中國第四大快消品戶外營銷服務提供商，市場份額約為1.2%，而最大的市場參與者的市場份額為14.3%，且我們於整個往績記錄期間的收入增長迅速。尤其是，隨著2023年初以來，線下購物和消費活動回暖以及戶外社交與旅遊活動的增加。為充分把握其中的業務機遇，我們需要擴充和升級我們的自動販賣機網絡以提升網絡的服務能力，從而進一步提升我們的競爭力。此外，考慮到(i)通常由於使用年限到期而將報廢的自動販賣機的數量，及(ii)維持自動販賣機閒置率¹在10-15% (乃根據我們於往績記錄期間的閒置率來估計，我們於2021年、2022年及2023年的閒置率分別約為14.0%、14.2%及14.7%) 的必要性，以便我們可快速在不同城市及地點重新配置自動販賣機，我們有採購額外自動販賣機以維持我們的自動販賣機網絡的業務需求。

整體而言，憑藉我們於往績記錄期間奠下歷史強勁增長基礎的競爭優勢、自動販賣機利用率的逐步回升，以及通過推行我們的策略，我們計劃抓住中國產業整合、更新換代需求及產業升級的趨勢，使我們繼續實現高於平均水平的增長，並進一步搶佔市場份額。

1 某年的閒置率=1-(年初與年末點位自動販賣機數量的平均值)/(年初與年末自動販賣機總數的平均值)。

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於支付擬用於安裝新增自動販賣機的新點位的部署成本。部署成本主要包括點位費及點位擴容費。由於目前我們打算使用[編纂]淨額於未來兩年內每年購買並投入使用1,000台新自動販賣機及於第三年及第四年分別購買並投入使用800台及580台新自動販賣機，故我們預計視乎自動販賣機的點位及位置而定，每台自動販賣機的點位費及點位擴容費總額將在人民幣[編纂]元至人民幣[編纂]元之間波動。此外，我們計劃新增運營及維護人員，以支持我們的自動販賣機網絡擴展。鑒於我們自動販賣機數量的預期增加，我們目前打算使用[編纂]淨額，平均每年聘請約18名運營及維護人員，平均年薪約為人民幣[編纂]元。該等人員將主要負責設備維護及補貨，以及與點位管理相關的其他工作。於產生相關費用及人員開支第一年後的各年度，我們計劃使用經營現金流量支付相關費用及開支。

我們預期我們經擴大的自動販賣機網絡及增加的市場滲透率將增加我們的收入，同時產生主要與折舊及攤銷費用以及點位費有關的額外固定成本，亦與不斷增加的開支有關。通過有效縮短目標消費者的觸達半徑、盡量降低其體驗產品的成本並改善消費者獲取渠道，我們相信該等措施將進一步提高我們的盈利能力。然而，倘該等新自動販賣機產生的收入不足以彌補我們相應成本的增加，則我們的毛利率及現金流可能會受到不利影響。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略－進一步優化和拓展自動販賣機網絡佈局，提升有效的消費者觸達」。有關該計劃的風險，請參閱「風險因素－倘我們主要營運所在地快消品戶外營銷市場增長速度較預期緩慢或未有增長，對我們服務的需求或會受到不利影響」、「風險因素－我們可能無法按可接受的商業條款為自動販賣機找到合適點位，甚至根本無法找到合適點位。佔用費及／或使用成本大幅上漲、不續簽或意外提前終止合作協議可能影響我們的業務」及「風險因素－若我們未能按預期落實我們的自動販賣機網絡擴展計劃，我們的業務、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響」。

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於在未來四年內優化營銷服務，專注於提升用戶運營及我們的服務矩陣。具體而言：
 - [編纂]%或約[編纂]港元將用於擴大用戶群及持續優化會員體系。我們的數字化策略（包括在線營銷和社交媒體推廣）旨在吸引更廣泛的受眾及招攬他們成為我們的用戶。我們計劃持續優化我們的會員體系。我們旨在通過實施以下舉措強化我們有關會員的營銷策略：(i)定期舉辦促銷活動，如獨家折扣日和限時優惠，鼓勵會員增加購物頻次，(ii)實施積分獎勵制度，令會員可通過購買參與贏得積分，可用於包括積分兌換商品、優惠券和折扣，及(iii)考慮推出訂閱形式的高級會員計劃，為我們的高級會員提供額外福利，如額外優惠券、專享產品價格、新產品免費試用及免費送貨等。我們可能會考慮就高級會員計劃向高級會員收取固定會員費。

此外，我們將繼續運營多個內容平台，如社交媒體，並製作有吸引力的內容，以促進用戶互動及參與。通過與場所運營方合作，我們計劃利用我們的自動販賣機開展創新的線下營銷活動，包括採用其感官交互模塊，促進用戶與我們的自動販賣機之間的交互，組織店內推廣、週年活動以及節假日活動。該等線上內容平台運營及線下營銷活動估計於未來四年內將產生每年平均總成本約人民幣[編纂]元。

此外，我們的用戶群拓展計劃及會員體系改進將令我們為促進用戶轉化及留存而產生的平均用戶獲取及高級會員運營成本出現一定程度增長。得益於這些努力，我們目前預計，未來四年內，我們的用戶群將平均每年增加約350,000人，用戶獲取成本為每名用戶約人民幣[編纂]元。我們於我們認為適當時推出高級會員計劃後，預期相關經擴大用戶的10%可轉化為我們會員體系的高級會員，每名高級會員運營成本約人民幣[編纂]元。

未來計劃及[編纂]用途

相關用戶獲取及高級會員運營成本及轉化率符合行業標準。隨著我們會員體系內高級會員數量的增加，我們預期通過增加快消品推廣提高其忠誠度從而受益，而其產品反饋有助於我們營銷工作的開展。

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於招聘擁有五年以上相關行業經驗的額外營銷策劃人員。我們計劃聘請具備豐富的數字營銷、商務規劃及媒體關係管理經驗的營銷策劃人員，進一步優化我們的整體服務矩陣。為跟上我們規模擴大帶來的營銷活動的預期增加的步伐，目前我們擬於未來四年內使用[編纂]淨額平均每年聘請約7名營銷策劃人員，平均年薪約為人民幣[編纂]元，符合行業標準。此外，我們預期產生營銷人員培訓成本每年平均約為人民幣[編纂]元，此舉可進一步提升其高效開展營銷活動的能力。於產生人員開支第一年後的各年度，我們計劃使用經營現金流量支付相關開支。

我們預計，通過優化營銷服務，更好地為用戶運營及客戶需求提供支持，可以提高我們的競爭力，並以增加銷售及分銷開支為代價創造不同業務分部之間額外銷售及交叉銷售的機會，這將進一步提升我們的盈利能力。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略－聚焦用戶運營和客戶需求，持續拓寬和豐富營銷服務矩陣」。有關該計劃的風險，請參閱「風險因素－倘我們無法創新並及時有效地適應及應對快速變化的技術、品牌客戶的偏好及新的營銷趨勢，我們的業務可能會變得缺乏競爭力或過時」。

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於提高我們的品牌知名度，繼而於未來三年內進一步拓展品牌客戶群。具體而言：

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於拓展我們的品牌客戶群及推廣「趣拿」品牌。我們的舉措旨在提高市場影響力及吸引更多品牌客戶。該等舉措包括「99趣拿節」等線下推廣活動及行業展會活動。目前，我們預期於未來三年內使用[編纂]淨額每年主辦一項線下推廣活動及一項行業貿易展會，年均總成本約為人民幣[編纂]元。我們亦將利用我們的自營線上平台（包括我們的App及小程序），以及策略性地利用第三方

未來計劃及[編纂]用途

線上媒體及推廣平台以推廣我們的營銷服務，提高知名度及留住品牌客戶。為此，我們預期於未來三年內使用[編纂]淨額逐步增加我們在該領域的投資，平均每年約為人民幣[編纂]元。

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於招聘擁有三年以上相關行業經驗的商業拓展人員。其職責為捕捉新品上市契機，識別市場潛在需求，並積極推廣我們的營銷服務。我們的目標是不斷吸引來自不同行業的品牌客戶，包括化妝品及其他行業，以擴大我們的客戶群並提高目標客戶的市場滲透率。此外，我們計劃為團隊成員提供專業培訓，以提高他們有效服務客戶的能力。我們將尋求具備外部市場資源開發及維護、公共關係及業務渠道拓展專業知識、經驗豐富的商業拓展人員。因此，目前我們計劃使用[編纂]淨額平均每年招聘約24名商業拓展人員，平均年薪總額約為人民幣[編纂]元，符合行業標準。此外，我們預計將產生商業拓展人員培訓成本，平均每年約為人民幣[編纂]元，此舉將進一步提升其高效開展商業拓展活動的能力。於產生人員開支第一年後的各年度，我們計劃使用經營現金流量支付相關開支。

我們預期以增加銷售及分銷開支為代價的措施，旨在拓展品牌客戶群，以助力我們進一步夯實用戶留存、提高複購及鞏固我們的市場地位。由於新品曝光及營銷的良性循環，我們相信我們的盈利能力將得到提升。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略－持續拓展品牌客戶群，打造多行業領域新品營銷的標桿案例」。有關該計劃的風險，請參閱「風險因素－我們可能無法提供迎合我們品牌客戶偏好的服務，或我們的營銷服務業務可能無法成功實現預期的結果」。

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於在未來四年內加強我們的技術能力及研發力度，以提高運營效率。具體而言：
- [編纂]%或約[編纂]港元將用於進一步加大我們的研發投入。這將涉及開發及定制創新功能，以實現自動販賣機的運營，確保我們的長期可持續發展。我們打算加大研發投資力度，因為我們的部分研發項目因COVID-19反覆於2022年暫停或推遲。具體而言，我們將重點提升多領域的能力，如AIGC內容生成以高效滿足客戶創意需求、自動化工單以提升自動販賣機的數據分析、AI增強預測性維護、AI輔助庫存管理可視化協助、用於動態運營規劃的供應鏈管理系統以及NLP賦能消費者反饋分析算法，可以通過自動化提升我們的整體運營效率。增加投資預期將令我們擁有前沿硬件設備及軟件，這將令我們恢復並加速研發該等項目及新項目，進而有助於鞏固我們的努力成果並提升我們在所處行業的領先地位。我們計劃投資於高性能服務器、企業級存儲設備及其他硬件設備。此外，我們將優化軟件算法，進行系統升級，加強數據分析能力，以進一步提升運營效率。因此，目前我們預期使用[編纂]淨額於未來四年每年購買約18台均價約為人民幣[編纂]元的硬件設備，我們的軟件運行及升級開支預期將為平均每年約人民幣[編纂]元。相關開支為硬件及軟件所需，符合我們計劃發展需要。為提高我們的雲計算能力，我們亦計劃於未來四年在雲服務方面每年支出約人民幣[編纂]元。此外，在專注於持續提升內部研發能力的同時，我們亦計劃在未來四年繼續在外包研發上每年投資約人民幣[編纂]元的[編纂]淨額，以便我們可繼續專注於我們的核心研發活動。
 - [編纂]%或約[編纂]港元將用於加強內部運營數字化系統的建設。這包括提高系統兼容性，建立統一的中後台系統，用於整合業務及財務運營，這預期將精簡我們的運營並提升運營效率，因為該等系統於部分其他快消品營銷公司已展現出相關能力。此外，我們將加強信息技術運營管理及維護，以確保我們服務的可靠性及安全性。目前，我們估計相關統一的中後台系統的平均開發及運營開支每年將達人民幣[編纂]元，且我們計劃在未來三年每年租賃約53台新服務器託管此新系統。

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於招聘擁有三至十年相關行業經驗的經驗豐富的技術及研發人員。這包括具備軟硬件開發、數據工程、人工智能工程、產品規劃、產品增長、視覺設計等方面專長的人士。該等新增人士將增強我們在數字業務運營及有效營銷服務方面的能力。此外，我們計劃為員工提供技術技能、軟技能培訓及行業相關培訓機會。因此，目前我們計劃使用[編纂]淨額於未來四年內平均每年聘請約11名經驗豐富的技術及研發人員，平均年薪約為人民幣[編纂]元，符合行業標準。此外，目前我們預期技術及研發人員將產生培訓成本，平均每年約為人民幣[編纂]元，此舉可進一步提升其高效開展研發活動的能力。於產生人員開支第一年後的各年度，我們計劃使用經營現金流量支付相關開支。

我們預期以所購硬件的折舊及攤銷費用增加及研發開支增加為代價，我們提升技術能力及研發將為我們開發更多交互營銷服務、擴大我們的用戶群及達到更好的營銷效果賦能。由於我們預期將自可吸引更多用戶群的營銷服務所得收入增加、運營效率提升及勞務成本降低中獲益，我們相信我們的盈利能力將得到提升。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略－加強技術研發投入，提升用戶體驗和運營效率」。有關該計劃的風險，請參閱「風險因素－若我們未能預測消費者的偏好，或未能應品牌客戶不斷變化的需求調整我們的技術的功能、性能、可靠性、設計和安全性，則我們的業務可能會受到不利影響」。

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於尋求戰略聯盟和收購。於未來四年內，我們將積極尋求有助於提升我們整體價值主張的機會。我們的主要重點將放在獲得與我們的業務有協同效應的中國上游／下游企業的多數利益上，包括但不限於擴展我們的服務矩陣、加強營銷內容製作能力、擴大我們的客戶群、加強我們的技術能力以及鞏固我們的市場地位。在篩選候選公司時，目前我們將考慮於最近的財政年度產生收入超過人民幣10百萬元公司，且我們或會優先考慮其新產品擁有亮眼測試結果及低市銷率的新型快消品品牌，及擁有強大協同效應及表現出色的上游／下游服務提供商。我們亦將優先考慮符合以下條件的位於中國的私人及國內控制的目標公司：

未來計劃及[編纂]用途

(i)主要業務位於華東、華南或華中，特別是常住人口超過1,000萬的一二線城市；(ii)註冊資本超過人民幣100萬元，資產負債率低於70%，具有三年以上的豐富經營歷史，以證明其於領域內的穩定性及經驗；(iii)股權結構清晰，主要管理人員近兩年未發生重大變動，確保領導層的穩定性及一致性。我們的投資計劃將根據多項因素進行評估，包括目標公司的競爭優勢、市場地位、歷史財務表現、預期回報及所涉及的風險。根據灼識諮詢的建議，董事認為，因有遠超100家具協同效應的上游及下游公司符合我們的標準，故潛在目標數量充足。

通過利用現金進行投資活動，我們預期將自目標公司與我們產生的協同效應中受益，包括但不限於拓展服務矩陣、提高內容製作能力、擴大客戶群、加強技術能力及鞏固市場地位。就收購上游企業而言，我們可能會透過加強私域營運、直播、營運諮詢等方式，更好地協助品牌客戶的銷售及營運，幫助彼等實現更好的定位及策略規劃。就收購下游企業而言，我們希望投資那些已經擁有或能夠與我們共同開發潛在的熱門產品的品牌，以孵化有利於我們未來增長的優質品牌。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略－有選擇性地尋求戰略合作、投資及收購，以實現長遠發展」。有關該計劃的風險，請參閱「風險因素－我們的投資、戰略聯盟或收購可能會失敗，並對我們的業務、聲譽及經營業績造成重大不利影響」。

截至最後實際可行日期，我們並無具體收購計劃，亦無確定任何具體目標公司。我們預期於[編纂]後以可持續及審慎的方式尋求相關合作機會。

- [編纂]%或約[編纂]港元將用於我們的一般營運資金及一般企業用途。

倘釐定的[編纂]高於或低於本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數，則上述[編纂]淨額的分配將按比例調整。

未來計劃及[編纂]用途

倘[編纂]淨額並無即時用作上述用途，且在適用法律及法規允許的情況下，只要其被視為符合本公司的最佳利益，我們僅會將該等資金存放於在香港持牌商業銀行及／或其他認可金融機構(定義見證券及期貨條例)開立的短期計息賬戶。倘上述[編纂]用途有任何重大變動，我們將刊發適當公告。

實施時間表

下表載列我們[編纂]計劃用途的預期實施時間表。總額與各數額的總和之間的任何差異乃因約整所致。

	截至12月31日止年度				總計	佔總額 百分比
	2024年	2025年	2026年	2027年		
(以百萬港元計，百分比除外)						
擴展自動販賣機網絡及 提高市場滲透率	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
擴展一線及新一線城市 的自動販賣機網絡	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
新點位的部署成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
優化營銷服務	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
擴大用戶群及持續優化 會員體系	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
招聘額外營銷策劃人員	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
通過提高品牌知名度以 拓展品牌客戶群	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
拓展我們的品牌客戶群 及推廣「趣拿」品牌	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
招聘商業拓展人員	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%

未來計劃及[編纂]用途

	截至12月31日止年度					佔總額 百分比
	2024年	2025年	2026年	2027年	總計	
	(以百萬港元計，百分比除外)					
加強我們的技術能力及 研發力度	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
進一步加大我們的 研發投入	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
加強內部運營數字化系 統的建設	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
招聘經驗豐富的技術及 研發人員	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
尋求戰略聯盟和收購	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
一般營運資金及一般企 業用途	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%
總計	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[100.0]%</u>