

未來計劃

我們首要目標乃是要成為香港、中國、台灣、澳門及其他東南亞國家(如新加坡及馬來西亞)之保健產品、個人護理及家居產品之主要分銷商及品牌管理人之一。我們將繼續透過以下各項抓緊市場機會：(i)開拓與新品牌擁有人的業務合作空間；(ii)擴充我們的銷售及分銷網絡；(iii)加強我們於中國的市場推廣及宣傳活動；及(iv)擴充我們的產品組合。有關我們的策略的詳情，請參閱本招股章程「業務—業務策略」分節。

所得款項用途

我們估計，我們從股份發售所得的總所得款項淨額將約為201.7百萬港元(假設發售價為每股發售股份1.10港元，即每股發售股份1.00港元至1.20港元的指示性發售價範圍的中位數)，當中已扣除我們應付的上市相關開支。我們相信，股份於主板上市將提高我們的知名度，而股份發售的所得款項淨額將加強我們的財務狀況以達成本招股章程「業務—業務策略」分節所載列的業務計劃。我們擬動用所得款項淨額作以下用途：

- (i) 最多48%或約96.8百萬港元將用作發掘與新品牌擁有人的業務合作機會，其中包括：
 - 約10%的所得款項淨額用作進行可行性研究、盡職審查及研究以於中國挑選潛在品牌擁有人；
 - 約28%的所得款項淨額用作進行各種市場推廣活動以提高與該業務合作相關的品牌知名度；及
 - 約10%的所得款項淨額用作加強整個集團的銷售支援及客戶服務以加強於目標市場的業務；

- (ii) 最多25%或約50.4百萬港元將用作擴充我們的銷售及分銷網絡，其中包括：
 - 約10%的所得款項淨額用作透過招聘更多推廣員，以於中國直接向客戶銷售我們的自家品牌產品，藉此擴充我們的銷售團隊；
 - 約10%的所得款項淨額用作將我們的分銷網絡擴充至中國的其他省份；及
 - 約5%的所得款項淨額用作加強我們的推廣員培訓活動，藉此支援及協助我們擴充我們的銷售網絡覆蓋，其中包括中國、台灣、澳門、新加坡及馬來西亞。

未來計劃及前景

- (iii) 最多15%或約30.3百萬港元將用作加強我們於中國的營銷及宣傳活動，例如：
- 以多方面的營銷策略提高我們的自家品牌知名度；
 - 透過不同的媒體及渠道加強我們的廣告活動，以於中國宣傳我們的自家品牌產品；及
 - 繼續聘用品牌大使以宣傳我們的自家品牌產品；
- (iv) 最多6%或約12.1百萬港元將用作擴充我們的產品組合，例如：
- 委聘中國醫藥機構以對我們的產品進行實驗室測試及取得相關的許可證；及
 - 以我們的自家品牌開發更多新中成藥及健康補充食品；
- (v) 餘下的6%餘額或約12.1百萬港元將用作本集團的一般營運資金。

倘發售價定為指示性發售價範圍的上限，即每股1.20港元，則我們從股份發售所得的所得款項淨額將增加約19.6百萬港元。我們擬按比例動用額外所得款項淨額作以上用途。倘發售價定為指示性發售價範圍的下限，即每股1.00港元，則我們從股份發售所得的所得款項淨額將減少約19.6百萬港元。我們擬按比例減少作以上用途的所得款項淨額。

倘以上股份發售的所得款項淨額並未即時作上述用途，則董事目前擬將該等所得款項淨額存放於香港的金融機構的短期存款賬戶。

倘上述建議所得款項用途有任何重大轉變，則我們將於香港刊發公佈。