
業 務

概覽

我們的使命和核心價值觀

我們自2010年創立「嗨学」品牌以來，始終堅守「用戶至上、精進篤行、創新開放、正直誠信」的核心價值觀。

秉持「職業價值點亮者」的使命，專注於為中國廣大的職業人士提供助力其職業價值躍升的產品與服務。

關於我們

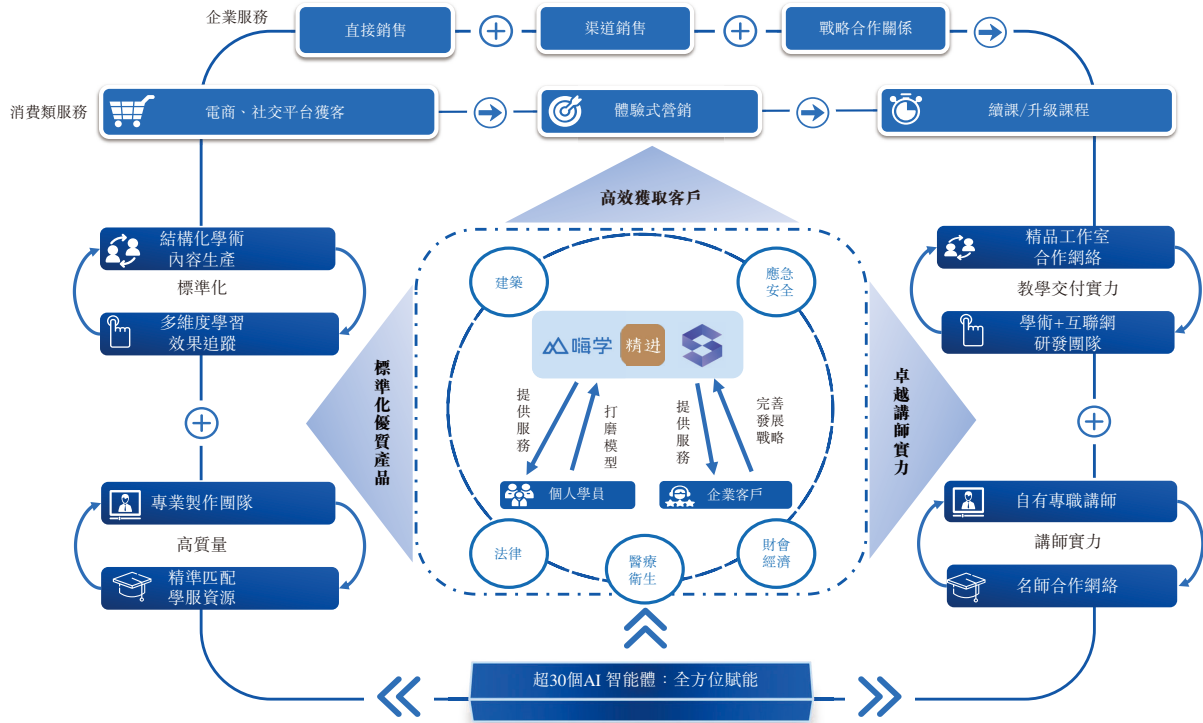
根據弗若斯特沙利文報告，2024年按收入計，我們是中國第四大在線職業能力培訓服務提供商。根據相同報告，2024年按收入計，我們還是中國最大在線建築職業能力培訓服務提供商以及第二大在線應急安全職業能力培訓服務提供商。我們專注於服務具有職業發展需求的個人與企業。我們的產品涵蓋建築施工、應急安全、財會經濟、法律及醫療衛生等領域，且專為有關領域特定要求定制全面培訓服務及解決方案。與此同時，我們始終相信科技是驅動公司事業發展、深度賦能用戶的強大動力。具體而言，我們通過聚焦AI技術深度應用，致力於將我們的平台打造成職場人士職業發展的一站式服務平台，以及全面覆蓋成人學習需求的終身學習平台。

得益於核心管理團隊深耕在線職業能力培訓領域十餘年，我們成功構建了以基石品牌「嗨学」、進階品牌「精進」及企業服務品牌「數培通」為核心的三大產品矩陣。該多元化產品矩陣使得我們能夠為中國的多樣化在線職業能力培訓需求提供服務，使我們成為值得信賴的優質職業發展解決方案供應商，服務對象涵蓋個人與企業客戶。

業務

我們的業務模式

下圖為對我們業務模式的簡要說明。



高效獲取客戶

我們主要通過在主流的電商及社交平台來獲取精準的客戶群體，並引導客戶註冊和創建嗨學賬戶。我們通常會首先提供學習資料及課程，供客戶體驗，加強客戶對我們產品的了解，從而將用戶轉化為付費用戶。我們根據學員對於教學和服務的個別需求差異，開設「嗨学课堂」和「精進学堂」兩大類產品及服務體系。「嗨学课堂」為學員提供錄播課程及直播課程，並提供課後練習題及答疑、AI學習工具來幫助學員掌握學習要點。「精進学堂」則更加聚焦高效應試學習，還提供定制化的學習計劃、自有名師的一對一專屬教學以及與名師的實時溝通，滿足想要獲得更高端產品及服務的學員的需求。截至2025年6月30日，我們已經累計服務了約4.3百萬名付費用戶。此外，我們通過數培通平台服務企業以及事業單位等用戶，構建了覆蓋多種場景的培訓內容體系，致力於為他們提供全面、高效的人才培養解決方案。截至2025年6月30日，我們已經服務了超過130家企業及事業單位。

業 務

通過將業務觸手延伸至企業客戶，我們得以進一步完善在職業能力培訓市場的戰略覆蓋。我們可以更好地了解企业對於人才能力的要求，反哺課程研發過程以及為個人學員提供更有針對性的職業發展服務，同時也可以幫助企業客戶匹配所需人才，形成互利互惠的圈子。我們提供的服務可以幫助企業和員工實現共同成長和發展。我們可以成為鏈接企業與人才的紐帶，打破兩者的信息差，不斷提高就業市場的人才供給與需求的匹配效率。

優質產品、服務及講師

我們擁有獨特的產品及服務開發機制和完善的高質素講師資源人才庫。我們將先進的互聯網技術應用至產品及服務開發過程，打造出以跨學科人才團隊為基礎的「學術＋互聯網」課程開發模式。此外，我們經過多年的篩選及優化，已建立一支由編製教學素材的精選業內合作夥伴組成的綜合合作網絡，並與一批優質的夥伴形成了獨家及深度優先的合作關係。該網絡匯聚了眾多領域的行業專家。此合作網絡幫助我們進行更多產品及服務種類的開發，並實現高效、規模化的產品及服務交付。我們的雙重產品開發機制由內部團隊及合作網絡構成，既可以快速豐富產品類型，又可以保證專業程度。除了產品開發模式，我們亦擁有「專職講師＋兼職知名領域專家」的講師資源組合來保證高水平教學質量。我們與眾多兼職名師擁有穩定甚至是獨家的合作關係，這可以較大程度地提高我們產品及服務的吸引力。而我們的自有專職講師在產品及服務交付能力方面也具有雄厚實力，得到用戶的廣泛認可。我們的平台既是教學團隊交付產品與服務的舞臺，也是孵化名師的場所。

為了使用戶感受到不同產品及服務的穩定品質，我們探索出了一套能夠被複製的規模化優質產品及服務交付機制。儘管過去我們是利用講師的經驗來進行教學和輔導，我們已經實現標準化的結構化學術內容生產學術內容創作和產品交付。學術團隊通過教學研究來形成知識庫，而研發團隊將有關知識庫映射為結構化的資料庫，教學講師則會在教學課程中以標準化形式融入對知識點的傳授。得益於前述的標準化交付過程，我們得以利用多維度指標來追蹤並評估學員的學習效果。而在產品交付時，我們引入了專業的視頻製作團隊來實現引人入勝的學習體驗，並增加課程對學員的吸引力。此外，學員的學習效果各不相同，我們會精準匹配學術服務團隊資源給尋求獲得督學或輔導的相應學員，從而能夠增強與學員的互動以及提升服務質量。基於以上高效的交付體系，我們可以擺脫傳統在線職業能力培訓對個體講師經驗的依賴以及產能瓶頸。

業 務

基於我們的獲客及教學方法，我們能夠以高效且可擴展的方式把握用戶的全生命服務週期。平均營銷投資回報率在2024年達到約8.9，處於行業領先水平。我們的AI智能體也提高了服務效率，例如AI學術助教自2025年第一季度上線後，2025年第二季度的人工答疑數量同比下降32.3%，顯著減少我們所需支付答疑講師的費用。此外自推出標準化體系後，我們的講師分工更為精細，生產過程更為精簡，從而可以減少講師培養相關成本以及師資流失帶來的損失。

我們的財務表現

於往績記錄期間，我們的收入主要來自消費類服務，包括通過我們的專有線上平台（即嗨學課堂及精進學堂）提供的服務，其次來自企業服務，包括通過數培通提供的主要服務。於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣400.0百萬元、人民幣472.2百萬元、人民幣510.5百萬元、人民幣245.1百萬元及人民幣231.6百萬元。於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的毛利分別為人民幣314.6百萬元、人民幣382.7百萬元、人民幣416.4百萬元、人民幣206.7百萬元及人民幣198.8百萬元，同期毛利率分別為78.6%、81.1%、81.6%、84.3%及85.8%。

市場機遇

作為中國在線職業能力培訓市場的領導者，在我國職業教育體系經歷政策、職場環境變化以及技術發展的驅動下，我們已準備好把握湧現的市場機遇。

政策驅動在線職業能力培訓需求。2021年以來，中央政府對在線職業能力培訓的重視信號陸續釋放，提出要加快構建在線職業能力培訓體系，培養更多高素質技術技能人才。2021年10月由中共中央辦公廳及國務院印發的《關於推動現代職業教育高質量發展的意見》提出，到2035年，在線職業能力培訓整體水平進入世界前列。此外，監管變動，例如第三次修正版《安全生產法》在2021年9月正式施行後，推動對職業資格培訓的需求。例如，根據弗若斯特沙利文報告，註冊安全工程師資格考試的報考人數從2021年的約0.5百萬人接近翻倍至2024年的0.9百萬人。我們相信在這些政策背景下，各行各業都將面臨不同程度的在線職業能力培訓需求，我們將持續關注此類需求。

業 務

新技術、新產業的發展對人才供給提出更高需求。隨著AI、機器人等新興技術的逐漸大規模運用，相應的人才崗位類別和需求也在不斷增加。儘管傳統職業教育教材的迭代週期相對較長，但在AI大模型等新興產業領域，其迭代週期通常不到一年。2021年國務院印發《「十四五」就業促進規劃》，提出當前就業市場呈現「求職難」與「招工難」並存的矛盾格局，須大規模多層次開展職業技能培訓，實現培訓供給多元化，並推行「學歷證書+職業技能等級證書」制度。學校的職業培訓速度與社會上新職業的更替速度難以匹配，有能力的社會性職業培訓平台對新興產業的人才需求作出有益補充。

企業逐步重視系統化的人才發展戰略。2025年兩會明確提出，人力資源是推動高質量發展的核心要素，人才政策需進一步優化，以支持國家戰略和企業的可持續發展。各大企業逐步開始明確人才發展目標和路徑，並成立專門的人才發展部門為企業發展提供人才支撐。在此背景下，這些大型企業陸續加大了對人才培養的資源投入，然而，目前能夠為大型企業提供系統化在線職業能力培訓的培訓平台仍然有限。作為行業的先行者，我們已準備好在未來攫取更多的機會。

成人終身學習需求形成可持續市場基礎。成人教育市場具有目標群體基數大、複購率明顯的特點。成人教育市場人群可分為職場人士及銀髮人士兩大類。根據弗若斯特沙利文報告，職場人士主要為25至44歲的群體，2024年該群體達到3.96億人。例如醫師群體需要通過定期考核和繼續教育維持執業資格。而銀髮人士主要是退休人群，該類群體擁有穩定的購買力且對精神文化、興趣技能等學習需求旺盛，是成人教育市場客群市場的重要群體。這為在線職業能力培訓服務帶來了穩定的經常性需求。

AI技術重塑培訓供給模式。過去得益於互聯網技術的發展，在線職業能力培訓市場已經主要遷移至在線服務。如今，隨著AI工具的逐步應用，職業能力培訓行業，尤其是職業認證培訓行業也將發生新的變革並產生新的機遇。在學員側，AI帶來更具成本效益和個性化的學習體驗。在企業側，可以有效改善成本結構、提高產出效率和服務能力，以及創造新的利潤點。

受上述因素驅動，根據弗若斯特沙利文報告，中國在線職業能力培訓市場規模於2024年為人民幣469億元，預期於2029年將達到人民幣602億元，期間年複合增長率達到5.1%。

業 務

我們的優勢

我們相信下列競爭優勢有助於我們成功並使我們從競爭對手中脫穎而出。

在線職業能力培訓行業的領軍企業

我們是中國領先的在線職業能力培訓服務提供商，致力於通過在線職業能力培訓平台為若干專業和行業(例如建築工程類、應急安全類、財會經濟、法律類、醫療衛生等)擬從業者提供服務。根據弗若斯特沙利文報告，按2024年收入計算，我們是中國第四大在線職業能力培訓服務提供商。根據同一來源，2024年按收入計，我們分別是中國最大在線建築職業能力培訓服務提供商以及第二大在線應急安全職業能力培訓服務提供商。我們核心業務注重高價值在線職業能力培訓，涵蓋建造師及註冊中級安全工程師等職位。透過提供與行業需求精準對接的課程體系，我們協助學員提升專業競爭力與職涯發展前景。我們在提供高效、精準且可複製的培訓解決方案方面擁有經實踐驗證的能力，這使我們成為中國不斷演進的在線職業能力培訓領域中值得信賴的夥伴。

截至2025年6月30日，我們服務的付費用戶數量已經達到約4.3百萬人，累計註冊用戶數已達到約22.3百萬人。用戶群的增加反映出我們在市場的深耕成效、品牌認知度的提升，以及市場對高質量在線職業能力培訓服務的強勁需求。

我們也注重自身品牌的打造。在線職業能力培訓市場的學員試錯成本較高，人們青睞具有較高品牌知名度或較好口碑的培訓機構。而品牌知名度和美譽度需要企業長期積澱和積累，短期內難以形成。我們的基石品牌嗨学創建於2010年，是早期進入中國在線職業能力培訓的參與者之一，長期的經驗與專業積累構成了獨特的品牌優勢。我們深耕市場的悠久歷史與卓越業績，使我們在競爭激烈的市場中脫穎而出，並鞏固了我們作為優質在線職業能力培訓服務值得信賴供應商的地位。

這一廣泛的品牌認知建立於卓越的用戶體驗和學員的信任。根據弗若斯特沙利文報告，購買我們服務及產品的調查參與者中有28.3%是由其同事及朋友推薦，88.1%的參與者願意向其他人推薦我們的產品及服務。我們相信，我們強大的品牌影響力將會有助於我們在未來不斷降低獲客成本，為我們的長期可持續發展奠定更堅實基礎。

業 務

極具競爭力和吸引力的課程產品

我們基於備考週期不同階段的學習目的，結合錄播、直播、題庫、模擬考、督學、答疑等不同類型內容和服務形式的特點，設計出不同的學習內容模塊。同時針對不同用戶、不同渠道的不同需求，將這些模塊進行組合，設計開發出從體驗式營銷產品到基礎產品再到進階課程等不同層次的產品矩陣。

例如，對於一級建造師考試最基礎的教學素材知識點精講課程，我們分別設計了四種不同形式和組織方式的內容模塊：

- **錄播名師精講模塊。**滿足首次考試學員初次接觸考試和教學素材，對行業名師有一定了解，希望系統性地了解考試知識點和學習教學素材的需求；
- **3D實景錄播模塊。**由於实操技能構成建築證書職業資格考試評估流程的關鍵部分，故通過沉浸式3D動畫，解決對現場建築經驗有限的學員需求；
- **直播教學素材精講模塊。**解決學員希望邊學邊互動、通過「跟直播」保持學習節奏的需求；
- **基於題目類型分組的直播精講模塊。**根據歷年考試題型、考核深度，將教學素材知識點重新組合，更有應試針對性地對相應內容進行講解。

這些產品將學術培訓材料與專業服務與考試準備的核心原則相結合，涵蓋學習、練習、評估與反饋等環節，旨在支持不同學習進度與能力的學員，適用於所有學習情境。

我們利用自有教學、產品交付團隊以及穩定合作多年的兼職師資合作網絡，可以以統一的產品設計方法論實現所有學術內容和服務交付，讓用戶在不同的產品觸點都能得到更一致、更完整的系統性產品體驗。另一方面，在選定品類我們還引入了第三方學術工作室，並且經過多年的篩選及優化，已經組建了一支由業內合作夥伴組成的合作網絡。這些精品工作室可以為我們的學員提供整套的學術內容和專業服務產品交付。這種合作模式可以幫助我們快速佈局更多品類的同時，讓我們得以從合作夥伴借鑒和學習更多的、更個性化的產品設計思路和教學方法論，從而幫助我們在學術教學、教研和服務交付方面時刻保持創新與開放。

業 務

除了為個人學員提供多樣化的培訓與學習產品及服務，我們也積極將過去積累的服務經驗延伸至企業用戶的場景中。依託數培通平台，我們不僅為企業提供定制化的人才發展服務，還圍繞多個行業企業的實際需求，構建覆蓋人才發展全鏈條的解決方案。

我們的教學及產品交付團隊根據每年持續的對官方教學素材和歷年真題的分析和總結積累，將教學素材內容進行逐頁分解，並與往年不同類型真題對應匹配。基於此，我們形成了以教學素材知識點體系為基礎的結構化知識圖譜和學術內容數據庫，得以將課程視頻內容、題目、學習資料、教學素材教輔內容等進行系統性關聯。我們的學術產品團隊會基於每年的考試真題、涉及知識點、題目類型，在每個考季迭代設計出對考試更有針對性的教學內容。我們的教學後台系統會根據每節課所涉及的知識點內容，為學員匹配對應的課後習題，並追蹤學員學習和測驗情況。此外，我們的精進學堂的服務團隊會在系統的支持下根據學員對知識點的掌握情況，為學員提供更適合他們自身情況的學習建議，以幫助其更高效地複習備考。

除此之外，我們的研發團隊還會緊跟互聯網技術發展趨勢，研究可以在教學培訓及用戶學習場景中應用的新技術，並和學術團隊共同利用這些新技術，為學員創造更好的、更高效的學習場景和體驗。例如，藉助技術與智能工作流的協同，我們為學員打造了AI舉一反三功能，幫助學員在做題的同時精準捕捉知識點核心，通過AI賦能的題目生成邏輯，為學員實時補充高度匹配的同類題目、針對薄弱環節反覆練習，切實攻克易錯題、重難題，深化對知識點的理解與掌握。

通過以上我們對產品及服務層次的設計、師資力量的打造以及獨特且高質量的產品交付機制，我們可以為學員提供富有成效的學習體驗，從而不斷提升客戶滿意度。

經過驗證的高效獲客機制

我們不僅通過電商平台和社交平台進行體驗式營銷，還通過口碑來獲得私域流量而獲客，而這在過去被證明是更為精準和高效的獲客手段，同時可提升客戶生命週期價值和轉化效率。於2024年，體驗式營銷及私域流量獲取的付費用戶佔總付費用戶的比例近80%。於2024年，我們的平均營銷投資回報率達到行業領先水平8.9。

業 務

我們的精準獲客體系從打造具備卓越產品力與顯著競爭優勢的體驗式營銷產品開始。依託十年以上的產品研發積澱，我們成功打造了行業內極具口碑的體驗式營銷產品，這些產品包括課程、課程資料、小課題包以及AI會員功能等。通過與電商平台及社交平台的推廣夥伴合作，一般直接分派或與第三方推廣合作夥伴合作而分派這些產品以有吸引力的價格觸達潛在用戶。我們的體驗式營銷產品在目標用戶群體中具備較強的吸引力。

得益於我們體驗式營銷產品的強大吸引力，我們的合作推廣夥伴極有動力推廣我們的產品。經過多年精細化渠道運營管理，我們已與上百家合作推廣夥伴建立了長期高效的戰略合作關係。此外，我們能夠給予合作夥伴在行業內極具競爭力的推廣政策，由此形成了互利共贏、可持續的良性渠道生態。

通過成熟的用戶轉化體系實現的營運效率

基於過去10年經過驗證的銷售管理經驗和方法，我們持續沉澱和積累了豐富的銷售管理人才，並建立了成熟的銷售管理流程和制度。我們的銷售管理從產品設計、賣點提煉、產品發佈、銷售流程設計到現場銷售管理進行一體化業務流程設計。此外，基於對用戶的深度洞察和理解，我們持續搭建高效的用戶運營體系，以激活用戶的產品需求與對我們品牌的信任感。我們用戶運營體系圍繞「三位一體」進行搭建：

- **運營平台矩陣。**以公眾號、小程序、APP、PC官網等前端用戶使用界面為入口設計豐富的用戶運營活動進行持續大範圍用戶激活。
- **廣告營銷系統。**基於用戶的活躍行為可以精準的完成用戶標籤、用戶意願分析、用戶分層的自研廣告營銷系統。
- **CRM系統。**我們的自研CRM系統結合全面的銷售管理流程及系統，高效管理用戶、銷售人員及其互動關係，支持數據管理、用戶畫像分析、定制化產品與話術推薦等顯著提升銷售效率的工作。

通過我們建立的高效且可複製的客戶轉化體系，2024年，有約30.5%的用戶在註冊後會購買嗨学课堂的產品，按購買建築施工類職業資格考試課程的用戶人數除以報名建築施工類職業資格考試課程的註冊用戶人數計算。

業 務

扎根於專有AI智能體的AI賦能營運

我們於2024年開始探索AI大模型應用場景，2025年組建了獨立的AI創新小組推進整體AI應用場景設計和智能體研發，目前已經完成了超過30個AI智能體應用於生產流程。基於我們豐富的教學教輔知識內容積累和數據資產沉澱，我們的互聯網技術團隊已經探索形成了自有的智能體研發工程方法體系，並圍繞「助學」、「助教」和「助銷」三個職能分別打造了AI學霸助手、AI學術助教和AI營銷助手的三大場景的智能體工具。

我們自2024年4月開始上線AI學霸助手服務並運用於用戶學習場景。截至最後實際可行日期，AI學霸助手應用的大場景數達到19個，特定場景達到87個。AI學霸助手可以為學員在課程伴學、諮詢、做題等方面成為他們有力的學習助手。具體舉例，它可以捕捉課堂上的關鍵信息並整理成筆記，幫助學員進行課後高效複習；還可以根據學員的學習習慣和需求個性化推薦相關的學習資源和課程；並且還可以幫助學員刷題，進行鞏固練習。AI學霸助手已經成為我們最有吸引力和競爭力的產品功能之一，截至最後實際可行日期，AI學霸助手達百萬級使用次數，其內置的AI問答功能於2025年2月上線，截至最後實際可行日期，用戶使用次數超過1.2百萬次，而我們的人工答疑數量經統計，在2025年第二季度環比下降32.3%。在這樣龐大的學員使用量的基礎上，AI學霸助手獲得了最低差評率。這意味著我們的AI學霸助手受到了廣泛的認可，使我們的更高價課程產品的吸引力和轉化率進一步增強。

我們的AI學術助教是講師的得力助手。AI學術助教主要有教研內容生產智能體與教學服務智能體兩大核心模塊，覆蓋AI學術助教應用大場景達3個，特定場景達7個。教研內容生產智能體可以幫助講師快速生成課程大綱、教案、練習題等教學資源，使得內容產出效率實現較大程度的提升，從而可以進行更為高效的擴科產出以及實現更低的課程生產成本。在完成上課任務後，課後批閱及輔導是學員學習過程中同等重要的需求，也是較為耗費人力的環節。我們的AI輔助批閱功能自2024年9月上線至最後實際可行日期已經輔助批閱超過13,000份作業，因而AI學術助教能幫助我們顯著提升運營效率、降低運營成本。

AI營銷助手的主要服務對象為我們的銷售及營銷人員，目前已投入應用的主要包含「用戶分析—質檢判斷—話術推薦—自助營銷」四大場景智能體，包含六大應用場景。用戶分析智能體通過對歷史營銷記錄的深度學習與領域模型訓練，能夠識別潛在客戶的學習需求、消費偏好及決策痛點；質檢判斷智能體則實時監測營銷話術合規性與有效性，規避溝通風險；基於用戶畫像與實時交互數據，話術推薦智能體動態生成個性化營銷話術，助力銷售人員傳遞產品價值；自助營銷智能體支持AI賦能的線索篩選等功能，來提升營銷效率。自2025年8月1日上線至最後實際可行日期，輔助分析業務機會次數超過100,000次，更好地幫助銷售人員進行獲客並成單。

業 務

資深且富有遠見的管理層與人才團隊

我們得益於行業經驗豐富、具備戰略視野的管理團隊領導，其成員具備行業洞察力和持續不竭的創業熱情。管理團隊的行業前瞻、行業積累、多元化管理運營經驗構成了企業發展的核心引擎，輔以長期主義的專注堅守、協同理念的無私奉獻，是我們取得目前成就及維持未來增長能力的基礎。

我們的高管團隊擁有優質多元的教育背景和豐富的職業履歷。核心管理層成員畢業於北京大學、南開大學、北京師範大學、東北大學、北京郵電大學等知名高校，學科背景涵蓋工程、技術、管理、數學等多個領域。這種複合型成員構成和多元學術背景催生的認知多樣性，為我們實現科學管理決策、創新突破發展提供了有力支撐。

團隊成員具有諮詢、投資、互聯網和教育培訓行業的工作經驗，專業領域覆蓋互聯網產品研發、技術開發、財務管理、戰略投資、人力資源和運營管理等多個方面，構建起了互補性強的複合型管理架構。董事會主席梁熱先生和首席技術官崔浩波先生分別具有投資和互聯網背景，於在線職業能力培訓領域皆有超過12年的工作經驗。其他高管加入團隊均穩定合作多年，在教育行業、財務管理和資本市場亦有豐富經驗，共同組成了一支專業性高、凝聚力強、合作穩定的領導團隊。

在管理團隊的引領下，我們已構建起以人為本的企業文化，並已將核心價值觀融入其中。我們始終秉持公平原則，全力支持和尊重個人的想法和貢獻，每位成員的智慧都成為推動企業進步的寶貴力量。我們注重培養團隊堅持不懈的毅力、強烈的責任感、無私的服務意識，以及緊密合作和開拓創新的精神。我們相信，充滿活力與正能量的企業文化，將顯著提升團隊能力，使我們以更專業的素養、更高效的服務，更好地為學員們創造價值，助力他們充分發揮自身潛能，在各自領域實現更大的職業發展。

我們的策略

我們計劃通過以下策略實現我們的使命並進一步拓展我們的業務。

持續提升產品及服務

我們認為口碑是在線職業能力培訓市場強有力的業務擴張基礎，可以使得公司的獲客渠道愈加良性，並獲得更久遠的傳播，從而擴大市場佔有率並降低獲客成本。口碑來源於產品與服務的質量，並且經歷時間和龐大學員基礎的積累才可形成。為了達到這一

業 務

目標，我們將持續加強現有產品及服務的吸引力，並加強渠道和銷售管理，以獲得更為廣泛的傳播和更為專業的形象。

我們將持續加強對課程開發的投入，不斷增強產品的競爭力和吸引力，我們將持續投入「學術+互聯網」合作研發，保持現有產品及服務的高質量。我們會保持現有的產品研發合作模式，對現有的產品及服務進行迭代升級，包括但不限於進一步優化講師資源以及提高服務團隊的服務水平。此外，我們將提升體驗式營銷產品的競爭力，獲得更堅實的用戶信任。我們將重視利用AI技術來提高生產效率和產品質量，並讓學員持續受益於此。學員可以較為低廉的價格享受到性價比極高的體驗式營銷產品，也可以讓我們觸達更大基數的基礎學員，為進一步轉化成進階學員奠定基礎。

我們還會持續加強對合作推廣夥伴網絡的建設，以及對不同渠道提供更為針對性的產品，來加強獲客機會。同時我們還將利用技術來提高銷售人員的服務能力，增強轉化率。通常銷售人員和一線客服在所銷售科目的專業知識積累有限，我們將會利用AI技術輔助客戶溝通，打造更為專業的銷售及服務團隊。為實現此目標，我們會在未來自研領域大語言模型訓練與優化，並且搭建用戶調研、應用反饋機制，以及產品迭代優化支持團隊來增強銷售管理的效率以及提升專業度。

橫向積極擴充課程類型

我們計劃在未來通過加強管理以及擴張夥伴工作室合作網絡，以快速獲得更為豐富的課程類型和更為高效的產品交付，包括但不限於向他們輸出我們現有的AI技術以及標準化生產體系。我們亦計劃利用AI技術降低生產成本、提高教研效率，快速地進行科目擴增。我們相信採取該策略可以幫助我們將嗨学课堂打造成全面服務於成人的終身學習平台。我們在未來將持續關注但不限於：

- 擴充至高價值資格認證領域。我們將發揮我們已經建立的成熟的職業考試培訓教學方法論體系，切入其他高價值資格認證領域，例如執業醫師資格證等。
- 切入政策導向領域。我們將會持續關注政策相關的職業需求，例如《國家職業資格目錄》提及的職業認證，以及個稅補貼政策中提及的繼續教育培訓。
- 滲透其他高潛力人群。我們將推出如銀髮群體的興趣賦能型課程，覆蓋非功利性學習需求。

業 務

縱向深入發展目標市場

我們視企業端的職業人才培訓為我們夯實行業地位、完善業務版圖的重要戰略。我們會持續加強數培通業務平台的服務能力，以及豐富產品層次，加強對用戶終身職業價值提升的綜合服務能力，將我們打造成產業人才職業發展服務提供平台。具體而言，我們將整合數培通下列四大產品模塊，滿足企業在人才培養與發展上的多樣化需求：

- 在雲考培方面聚焦職業能力認證與標準化培訓，幫助企業建立完善的專業技能人才隊伍。
- 在雲學習方面通過課程資源、知識管理與個性化學習路徑，支持員工技能的持續提升與崗位能力的拓展。
- 在雲考場方面打造全流程數字化的考評測評體系，支持企業崗位能力評估、技能實操測評和人才梯隊建設。
- 在雲招聘方面以數據驅動與技能導向為核心，幫助企業精準選拔與招聘技能型人才。

通過在四個板塊不斷優化服務內容和技術能力，公司不僅能夠為個人學員提供全週期的學習成長支持，更能夠為企業客戶打造從培訓、測評到招聘的全鏈路人才發展解決方案，從而進一步豐富和完善我們的產品線，增強我們在行業中的綜合競爭力。

此外，我們還會持續關注但不限於：(1) 覆蓋行業拓展：在現有以建築施工、應急安全的行業客戶基礎上，根據政策鼓勵方向，進一步拓展能源、化工、醫藥等版塊的行業客戶；及(2) 延展多語言業務：利用大語言模型開發出海業務板塊，獲得更高付費意願的海外客戶群體。

強化AI技術應用及研發投入

我們將從佈局基礎設施、擴張研發團隊以及增強AI商業化的維度來實現我們在AI領域的戰略發展：

- AI智能體矩陣構建與商業化路徑探索。我們將「ALL IN AGENTS」作為公司未來發展的核心戰略，致力於構建一個多維度的AI智能體矩陣，涵蓋「助學」、「助教」和「助銷」三大關鍵業務場景。在此基礎上，我們推出更多高效、精準的智能體應用工具，提升產品和服務的市場競爭力。同時我們將持續優化智能體構建方法，提升其響應能力和質量，通過加強智能體的個性化服務與智能

業 務

化反饋，以適應在線職業能力培訓市場中不斷變化的需求。我們將進一步探索AI應用商業化的可行路徑，尋找可持續的創新收入模式，確保AI技術在各個業務場景中的精準落地和價值實現。截至最後實際可行日期，我們已經嘗試了AI商業化產品的實踐，如具備內置各種AI賦能功能的會員產品自2025年5月上線以來已經獲得超過21,000名付費用戶，並獲得了最低差評率。我們初嘗的AI商業化實踐的反饋將鼓舞我們在未來進行更多的研發投入。

- **構建算力+數據+模型的技術護城河。**面對AI技術的快速發展，我們將通過構建「算力+數據+模型」的三位一體技術護城河來增強公司的競爭優勢。我們將通過強化AI算力基礎設施的佈局，確保在大規模數據處理和高效模型訓練方面的技術領先性。我們亦將探索並突破多模態模型在教育場景中的應用瓶頸，尤其是在圖像識別、數字人、語音合成和智能推理等方面，提升系統的綜合處理能力。與此同時，充分利用公司擁有的豐富教育數據資產，打造具有行業特色的自有基礎領域模型，通過精準培訓提高智能體在不同場景中的表現力，進一步提升應用的處理能力、速度和準確性。
- **打造「學術+互聯網」跨學科AI團隊。**為確保技術創新與教育應用的深度結合，我們將打造一支融合科技與教育專業知識的複合型AI團隊。這支團隊將不僅包括算法工程師，還將大力引入數據科學家、教育行業專家以及場景應用人才，從而確保技術研發始終緊密貼合教育行業的實際需求。在團隊建設方面，我們將加大AI生產力工具在內部的應用和普及，增強團隊的協作效率和創新能力，推動「Vibe Coding」技術的深入應用，以確保技術迭代的快速推進和開發週期的優化，推動更多創新技術的孵化。

尋找深耕細作的行業整合機會

鑒於市場佈局分散及細分垂直賽道集中，行業內湧現出諸多專注區域或細分市場、深耕細作的精品工作室。通過與夥伴工作室合作，我們可以直接獲取其現有的渠道資源與成熟的產品，有效規避自主孵化新品類所需投入成本並縮短週期，快速實現市場佈局與業務增長。

在篩選戰略合作目標時，我們將秉持嚴謹審慎態度，緊密圍繞既定的戰略發展方向，全面評估潛在合作對象與現有業務在資源、市場、產品等多層面的協同性，確保整合能夠產生「1+1>2」的協同效應，實現資源共享、優勢互補，為我們在在線職業能力培訓市場的長遠發展築牢根基。

業 務

我們的業務模式

我們已發展一套完善的在線職業能力培訓產品及服務矩陣，以三大旗艦品牌為中心：嗨学（我們的基石品牌）、精進（我們的進階品牌）和數培通（我們的企業服務品牌）。我們主要通過主要手機應用程序（即嗨学课堂、精進学堂及數培通）以及配套門戶網站（包括我們的嗨學網及微信小程序）提供在線職業能力培訓產品及服務。我們的產品及服務矩陣為涵蓋建築施工類、應急安全類、財會經濟類、法律類及醫療衛生類等主要專業資格認證路徑提供支持。通過將我們功能豐富的在線學習平台及產品與於整個備考週期陪伴學員的專業服務相結合，我們已高效擴展了龐大且活躍的學員群體，截至2025年6月30日包括4.3百萬名付費用戶。

於往績記錄期間，我們的收入主要來自消費類服務（包括通過嗨学课堂及精進学堂提供的產品及服務），少部分來自企業服務（包括通過數培通提供的產品及服務）。下表載列所示期間我們按業務線劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	佔總額%	金額	佔總額%	金額	佔總額%	金額	佔總額%	金額	佔總額%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審計)									
消費類服務.....	378,923	94.7	450,075	95.3	482,464	94.5	239,223	97.6	227,508	98.2
嗨学课堂.....	174,336	43.6	191,049	40.5	203,983	40.0	104,237	42.5	92,345	39.9
精進学堂.....	204,587	51.1	259,026	54.8	278,481	54.5	134,986	55.1	135,163	58.3
企業服務 ⁽¹⁾	21,099	5.3	22,106	4.7	28,080	5.5	5,845	2.4	4,120	1.8
總計.....	<u>400,022</u>	<u>100.0</u>	<u>472,181</u>	<u>100.0</u>	<u>510,544</u>	<u>100.0</u>	<u>245,068</u>	<u>100.0</u>	<u>231,628</u>	<u>100.0</u>

(1) 企業服務主要包括於往績記錄期間通過數培通平台提供的產品及服務。

我們的服務

我們主要通過在線平台提供產品及服務，確保用戶在所有數字終端上都能獲得無縫的用戶體驗。我們的講師通過直播和錄播兩種形式授課，主要通過我們的專有在線平台—嗨学课堂、精進学堂及數培通與學員互動。請參閱「—我們的在線平台」。

我們在提供課程的同時還提供專業服務，包括學習狀態追蹤、個性化學習建議及定制化學習內容推薦，助力我們為用戶打造高效的學習體驗。我們的嗨学课堂面向體驗式營銷產品和基礎產品的用戶，提供核心學習功能，包括直播或錄播形式的練習題、測驗

業 務

和互動環節，為傾向於更自主學習的用戶再現「大班」場景。我們的精進學堂定位為高端小班制學習體驗，注重通過講師與班主任的一對一評估制定個性化學習計劃，提供基於任務目標的課後輔導服務，並嚴格執行講師對學習效果及實時學習進度監控的問責制。我們的數培通是一款專為企業客戶設計的全方位解決方案，提供人才發展與選拔服務，並提供涵蓋建築施工等特定行業的廣泛職業資格培訓課程。此外，學員還可以通過我們的AI學霸助手和AI學術助教提升學習體驗。他們可從一系列在線服務中選擇適合他們個人學習需求的產品。

下表載列於所示期間我們的客戶及每名付費用戶的平均收入明細。

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	
嗨學課堂				
付費用戶人數(千人) ⁽¹⁾	679.7	1,040.7	764.0	328.6
每名付費用戶平均收入 (人民幣元)	256.5	183.6	267.0	281.0
精進學堂				
付費用戶人數(千人) ⁽¹⁾	25.3	26.0	27.1	13.3
每名付費用戶平均收入 (人民幣元)	8,079.4	9,981.7	10,271.1	10,153.5
付費用戶總數(千人)⁽¹⁾	687.4	1,045.6	770.4	333.1
數培通				
企業客戶	31	41	61	58

(1) 嗨學課堂及精進學堂平台的用戶可能重疊，故總數並非各部分的算術總和。

付費用戶人數由2022年約0.7百萬名大幅增加至2023年約1.0百萬名，主要由我們在部分電商平台及社交媒體上的推廣活動增加所驅動。隨後，付費用戶人數由2023年約1.0百萬名下降至2024年約0.8百萬名，主要由於我們因這些推廣活動的投資回報率下降而縮減在部分電商平台及社交媒體上的推廣活動，導致就我們價格誘人的體驗式營銷產品付費的付費用戶人數減少。




業 務

我們嗨学课堂的平均每名付費用戶收入由2022年的人民幣256.5元下降至2023年的人民幣183.6元，主要原因是在部分電商平台及社交媒體上推出更多體驗式營銷產品推廣活動，使得付費用戶數量增加。該等體驗式營銷產品的不僅價格誘人，且在業內廣受認可，具體包括課程、課程資料、小課題包以及AI會員功能而後，嗨学课堂的平均每名付費用戶收入在2024年增加至人民幣267.0元，主要是因為產品改進及用戶付費意願增加。

我們精進学堂的平均每名付費用戶收入於2024年較2022年有所增加，主要歸因於我們用戶體驗及交付效率的提升。

我們的在線平台

我們的三大旗艦品牌—嗨学、精進及數培通，包含多種手機應用程序及配套門戶網站(包括我們的嗨學網及微信小程序)。下表載列我們的主要手機應用程序及網站。

手機應用程序/網站	目標用戶	功能
 嗨学课堂 嗨學網	已註冊體驗式營銷產品及有意在「大班」場景中更自主學習的用戶	提供核心學習功能，包括直播或錄播形式的課程、練習題、測驗和互動環節
 精進学堂	尋求進階「小班化」學習體驗的用戶	通過講師與班主任的一對一評估制定個性化學習計劃，提供基於任務目標的課後輔導服務，並嚴格執行講師對學習效率及實時學習進度監控的問責制
 數培通	尋求人才發展與選拔服務的企業客戶	提供涵蓋建築施工等特定行業垂直領域的廣泛職業資格培訓課程

業務

以下截圖展示了我們嗨學課堂及嗨學網的主頁動態和核心功能。

The screenshot displays the Hixue website dashboard with the following components and annotations:

- 課程類別切換** (Course Category Switch): Located at the top left, showing the current category as '一级造价工程师' (Level 1 Cost Engineer).
- 直播課程課表** (Live Course Schedule): A central calendar view showing live courses for August 13th, 20th, 27th, and 4th. Each entry includes the time (19:00), course title, instructor, and subject.
- 個人信息、賬戶設置、登出** (Personal Information, Account Settings, Logout): Located at the top right, showing the user's name '在下毛毛雨'.
- 每日簽到** (Daily Sign-in): A progress bar showing '已连续签到 0 天' (Continuously signed in for 0 days) with a '立即签到' (Sign in now) button.
- 學習數據** (Learning Data): A summary card showing '0 时' (0 hours), '0 道' (0 questions), and '53 次' (53 times) of learning data.
- 詳細課程及模塊列表** (Detailed Course and Module List): A section for the '【25考季】一级造价工程师精品体验课' (25 Exam Season Level 1 Cost Engineer Premium Experience Course) with a progress bar and '今日打卡' (Check in today) button.
- 主要功能** (Main Functions): A vertical sidebar on the left containing icons for '课程' (Course), '资料' (Materials), '题库' (Question Bank), '问答' (Q&A), '笔记' (Notes), '资讯' (News), '订单' (Orders), and '选购' (Purchase).

The screenshot shows a video player interface for a construction course with the following components and annotations:

- 錄影課** (Recorded Course): The video content area showing a 3D model of a steel structure with a label '双层槽钢组件' (Double-layer channel steel component).
- AI生成筆記** (AI-generated Notes): A sidebar on the right displaying three notes generated from the video content, such as '水平的上下距离：步距；纵向的左右距离：跨距'.
- 播放控制台** (Playback Control Panel): The bottom control bar with options for '评价' (Review), '下载音频' (Download Audio), '下载视频' (Download Video), '下载讲义' (Download Handout), and '下载相关资料' (Download Related Materials).
- 課程筆記** (Course Notes): A header for the notes section on the right, with a '查看全部' (View All) link.
- 第3章 施工技术 3.4 主体结构-6脚手架** (Chapter 3 Construction Technology 3.4 Main Structure-6 Scaffolding): The title of the video content.

業 務



以下截圖展示了我們精進學堂的主頁動態和核心功能。



以下截圖展示了我們數培通的主頁動態和核心功能。



業 務

通過我們的專有在線平台，用戶可以觀看直播課程、查看錄播課程、複習課程材料，並與講師及同學互動。我們的在線培訓平台配備了豐富的互動功能，旨在提升學習參與度和學習效果。

除作為傳統職業資格培訓的替代方案外，我們的在線培訓服務為我們的教師及學員帶來以下裨益：

- **觸及高水平的教學資源。**通過我們的在線培訓服務，我們能夠將優質教學資源擴展至全國各地區域分散的用戶。
- **時間效率與學習靈活性。**我們的在線培訓服務為用戶提供在自己偏好的時間和地點學習的便利，支持使用台式電腦或移動設備。與傳統的線下輔導不同，後者需要嚴格遵守固定時間表並前往實體學習中心，這對有全職工作的成年學員而言往往不切實際。我們的平台則允許用戶靈活訪問教學資源。用戶在整個學習期間還可以隨時回放課程材料，從而提升參與度。
- **技術驅動的增值服務。**我們的關鍵技術旨在豐富在線學習場景，而非簡單地復刻線下體驗。例如，憑藉我們的低延遲直播技術，我們的直播課程支持講師與學員之間實時動態的音頻及視頻互動。講師可以以多種格式分享課件，發起實時測驗，邀請用戶回答問題並提供即時反饋。學員也可能自願在課程中積極參與。我們的高清流媒體點播技術確保課程在各種網絡條件下都能流暢播放，以支持課後學習。此外，我們的AI學霸助手支持19個大場景，其中87個特定場景，滿足學員在課內、課後及課外不同場景下的多樣化需求。例如，我們的AI學霸助手從課程中生成字幕、關鍵要點和註釋，並協助開展課堂問答環節。我們的AI學霸助手還通過互動問答環節為用戶提供課後支持，回顧課堂關鍵知識點，並根據知識點生成新的練習題。該助手還協助評核主觀題，並支持基於圖像的問題識別與解析。我們的AI學霸助手提供多項其他功能，包括考試資訊查詢、個性化功能推薦、定制化學習建議、學習進度報告以及對關鍵考點的預測分析。

業 務

我們的在線課程在備考各類職業認證考試的考生中獲得了廣泛關注。在往績記錄期間，我們服務約2.4百萬付費用戶。

憑藉數培通平台，我們不僅為企業提供定製化人才發展服務，而且針對各行業企業的實際需求，打造全鏈條人才發展解決方案。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們通過數培通平台為31名、41名、61名及58名企業客戶提供服務。

此外，我們還開發了一系列基於技術的學習工具包和創新平台功能，為學員在整個學習過程中提供支持，並幫助他們優化學術成果。請參閱「我們的技術基礎設施及應用」。

我們的課程

我們的在線課程涵蓋廣泛的考試類別，主要包括建築施工類、應急安全類、財會經濟類、法律類及醫療衛生類職業資格考試，以及其他各類認證和資格考試。

我們的在線課程旨在全程支持學員完成整個備考週期，可能包含以下一個或多個模塊：(1)導論課程，講師會向學員說明考試相關資料及官方考試大綱，讓學員對考試有整體認知；(2)理論教學，由講師根據官方考試大綱提供結構化課程，幫助學員建立基礎知識；(3)實踐與評估，學員通過針對性練習，獲得講師的成績分析與反饋，並以我們專有的AI學霸助手和AI學術助教作為輔導；及(4)最後複習階段，講師將指導學員進行系統性關鍵習題和應試技巧回顧，鞏固知識並提升應試能力。通過涵蓋學練測答的結構化教學模式，以及包括基礎、精學、強化、衝刺在內的漸進式學習路徑，我們提供的課程和專業服務滿足學員在整個備考週期中的需求。

我們提供廣泛的備考課程組合，專為滿足中國各地成人學員的多元化技能提升需求而設計。截至最後實際可行日期，我們的課程主要包括以下方面的備考課程：(1)建築施工類職業資格考試，(2)應急安全類職業資格考試，及(3)其他資格考試。

業 務

下表載列所示期間我們按考試領域劃分的消費類服務收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月				
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年		
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	
	(人民幣千元，百分比除外)										
	(未經審計)										
建築施工類職業資格											
考試 ⁽¹⁾	272,832	72.0	290,559	64.6	302,620	62.7	155,225	64.9	138,482	60.9	
應急安全類職業資格											
考試 ⁽²⁾	50,466	13.3	79,773	17.7	97,759	20.3	45,358	18.9	49,213	21.6	
其他資格考試 ⁽³⁾	55,625	14.7	79,743	17.7	82,085	17.0	38,640	16.2	39,813	17.5	
總計	378,923	100.0	450,075	100.0	482,464	100.0	239,223	100.0	227,508	100.0	

(1) 包括一級建造師及二級建造師資格考試，一級造價工程師資格考試和監理、建築師、岩土工程師資格考試。

(2) 包括註冊中級安全工程師資格考試及註冊一級消防工程師資格考試。

(3) 包括註冊會計師(CPA)考試、中國法律職業資格考試及執業藥師資格考試。

下文載列截至最後實際可行日期我們的主要課程產品。

建築施工類資格考試課程

建造師資格考試課程

在中國，尋求擔任建築工地項目負責人的申請人必須持有建造師資格證書，該證書是建築行業的法定職業資格。一級及二級建造師證書由住房和城鄉建設部及人力資源和社會保障部聯合頒發。一級及二級建造師資格證書的持有者是負責監督建築項目、確保遵守法律及技術標準、保障項目質量和現場安全的核心技術人員。該等資格是(1)透過投標程序尋求商機的建築企業及(2)有意在有資質的建築企業及項目管理團隊中晉升領導崗位的專業人士不可或缺的資格認證。

業 務

我們的課程旨在協助考生備考兩個級別的考試。課程設置遵循官方的考試大綱，全面覆蓋所有建築實務模塊，包括建築工程、市政基礎設施及機電工程，以及建設工程經濟、建設工程法規及建設工程項目管理等科目。

專業實務科目是有關課程的核心，針對該職業的主要學科領域提供詳細的專題指導。例如，在建築工程領域，考生將學習砌體、框架和剪力牆等結構體系，以及水泥、鋼材、混凝土和砌塊等材料特性。教學內容還涵蓋基礎施工技術，包括土方工程、地基樁基和混凝土工程。市政工程方面，有關課程針對城市基礎設施建設，包括道路與路面施工、橋樑技術、給排水系統及軌道交通，重點關注懸臂澆築法和頂管法等施工方法。培訓中的建設工程法規板塊深入解析《建築法》、《招投標法》及相關法規，並涵蓋最新標準化改革內容。此課程使學員能夠識別項目全生命週期中的法律風險，確保施工流程遵循適用的法律與政策。建設工程項目管理是該課程另一核心組成部分，介紹項目交付的五大過程組(例如，啟動、規劃、執行、監控和收尾)以及範圍管理、成本控制和進度管理等主要知識領域。教學方法輔以真實項目的案例研究，使學員能夠理解協調資源、保障質量和按時交付工作等實踐挑戰。

建造師資格考試競爭激烈，核心科目歷年通過率均較低。考生不僅需展現理論掌握能力，更要具備將知識應用於解決具體項目問題的能力。在此競爭背景下，我們的課程既注重應試能力培養，亦著眼於更廣泛的專業發展。考生將能掌握從項目啟動到交付的全週期管理實踐要訣，從而有效將課堂所學轉化為職業實踐能力。通過將以考試為導向的備考與對實際應用能力的重點培養相結合，我們的課程旨在提升考生的通過率，同時使其具備在建築行業長期發展所需的技能與信心。

一級造價工程師資格考試課程

在中國尋求取得一級造價工程師資格的申請人必須通過全國一級造價工程師職業資格考試。一級造價工程師資格由住房和城鄉建設部及人力資源和社會保障部聯合頒發。此考試為從事工程造價管理、技術經濟及相關諮詢服務專業人士的強制性認證，於國家職業資格體系中廣受認可為頂級專業憑證。考試包含四個主要科目：《建設工程造價管

業 務

理》、《建設工程計價》、《建設工程技術與計量》及《建設工程造價案例分析》。最後一科設有四項專業選擇，包括土木建築工程、安裝工程、交通運輸工程與水利工程。其中《造價案例分析》科目採用主觀題形式，旨在評估考生將理論知識應用於實際場景的綜合能力。

應急安全類資格考試課程

註冊中級安全工程師資格考試課程

尋求獲得中級安全工程師等資格的申請人必須通過註冊中級安全工程師資格考試。註冊中級安全工程師資格由人力資源和社會保障部及應急管理部頒發。該項專業資格認證是從事安全生產管理、安全工程技術及相關專業安全服務人員的強制性要求。考試包含四個核心科目：《安全生產法律法規》、《安全生產管理》、《安全生產技術基礎》及《安全生產專業實務》。最後一科設有七項專業選擇，包括煤礦安全、化工安全、金屬冶煉安全、建築施工安全及道路運輸安全等。

我們通過基礎課程與高端課程兩大類別提供結構化備考方案。基礎課程專設在線平台授課，高端課程則結合數字化教學與面授課堂。我們的培訓方法遵循四個遞進階段：初期針對考試結構與法規框架進行導向性培訓；系統性講解基礎概念；重點強化複雜應用場景分析能力；最終通過全面複習與模擬測試完成備考優化。此方法使考生能在有限備考時間內高效掌握應試內容。

我們的課程體系全面覆蓋高頻考點，並基於歷年命題規律融入預測性內容，在保持學術嚴謹性的同時，透過靈活學習安排適應在職專業人士需求。

一級註冊消防工程師資格考試課程

在中國，尋求在消防安全領域執業的申請人必須持有一級註冊消防工程師資格證書。一級註冊消防工程師資格由人力資源和社會保障部及應急管理部聯合頒發。該資格證書是國家授權的職業准入門檻，由有關當局聯合認證。此資格證書的持有人是構建城市公共安全體系的核心技術人員。此資格不僅滿足法定執業要求，更為晉身消防安全管理、技術諮詢、工程設計與監管審查關鍵崗位奠定堅實基礎。

業 務

我們的一級註冊消防工程师資格考試課程專為備考「消防安全技術實務」、「消防安全技術綜合能力」及「消防安全案例分析」三個科目的考生設計。課程體系嚴格遵循官方考試大綱，全面覆蓋建築防火、消防設施、消防安全管理等重點領域。該類知識體系在考試評分中佔比較高，且對培養消防安全所必備的技術應用、風險評估與綜合管理能力具有關鍵作用。教學設計兼顧規範解讀與工程實踐，確保考生在所有模塊中均能表現卓越。

「技術實務」模塊系統講授燃燒基礎、建築防火、消防設施等核心原理，為後續學習構建堅實的知識框架。「綜合能力」模塊聚焦消防領域標準規範的現場應用，培養考生進行設施檢查、檢測與維護管理的實操能力。「案例分析」模塊作為課程體系的整合與昇華，通過複雜真實場景的深度剖析，訓練考生綜合運用前兩個模塊知識，獨立解決複雜消防安全問題的執業能力。

一級註冊消防工程师資格考試素以標準嚴格、通過率低著稱。考生不僅需展現深厚的理論儲備，更需在問題導向的工程場景與案例分析中靈活運用規範標準。

其他認證和資格考試課程

中國法律職業資格考試課程

在中國，尋求法律執業的申請人通常需要獲得中國法律職業資格。中國法律職業資格證書由司法部頒發。

我們的法律資格考試課程專為備考客觀題與主觀題的考生設計，課程體系嚴格遵循官方考試大綱，全面涵蓋民法、刑法、法理學、商法及民事訴訟法等核心科目。該等學科在評分體系中佔比顯著，且對培養法律實務必備的分析與整合推理能力具有關鍵作用。教學設計兼顧理論闡釋與實務應用，確保考生在兩類題型中均能表現卓越。

中國法律職業資格考試素以遴選嚴格著稱，過往通過率均維持較低水平。考生不僅需展現理論知識儲備，更須在問題導向與案例情境中靈活運用所學。在此競爭態勢下，我們的課程既強化應試準備，亦注重提升綜合職業素養。學員依循結合基礎學習、專項

業 務

訓練與模擬考試的結構化框架逐步推進。通過應試準備與實務應用能力的深度融合，我們的課程旨在提升考生通過率並為其在中國法律行業的長遠發展配備所需的專業技能。

註冊會計師考試課程

在中國，尋求取得執業會計師資格的申請人必須參加全國註冊會計師統一考試。註冊會計師資格由中國註冊會計師協會在財政部監督下頒發。考試分為兩個連續級別：專業階段和綜合階段。專業階段考核六門核心科目，包括會計、審計、財務成本管理、經濟法、稅法以及公司戰略與風險管理。綜合階段考查考生在真實商業環境中綜合運用各專業學科知識的能力。

執業藥師職業資格考試

擬在中國執業的藥師必須通過國家執業藥師職業資格考試。此項由國家藥品監督管理局與人力資源社會保障部聯合頒佈的國家級認證，是藥品生產、流通與使用環節的核心技術保障，不僅是藥局與藥企必須遵循的法定准入條件，更為從業者開闢了通往臨床藥學、品質監管與藥物研發等關鍵崗位的職業發展路徑。

我們的課程全面輔導四大考試科目：藥學(或中藥學)專業知識(一、二)、藥事管理與法規、藥學(或中藥學)綜合知識與技能。課程嚴格依據最新考試大綱，系統涵蓋藥理作用機制、藥物化學、劑型設計與藥物分析等核心領域。中藥學方向更深入講解中藥材鑒定與炮製、中成藥組方原理。課程高度注重實務應用，透過模擬臨床情境培訓處方審核與用藥指導能力，同時對《藥品管理法》及《藥師法》等持續演進的法規進行深度解讀。

執業藥師考試難度較高，歷年通過率一般低於25%，乃由於龐大的知識體系、頻繁的法規更新及日益強化的實務能力考核。我們課程透過「四階段結構化教學體系」突破備考困境，集成直播教學、AI題庫、屬地化服務，從基礎知識建構、高頻考點精講，到全真模考與預測培訓層層推進。採用線上線下融合教學模式，藉助AI學習分析動態調整複習路徑，精準強化個人薄弱環節。

業 務

我們的課程兼具應試輔導與實戰能力培養，不僅提升考試通過率，更有助建構理論知識、實務技能、法規素養集於一體的全面專業能力體系，使學員能勝任醫院藥局、醫藥電商、企業研發等多元職場需求，在中國醫療衛生產業蓬勃發展的浪潮中，掌握合資格醫藥專業人才需求增加的紅利。

課程費用及退費政策

客戶一般在報名參加我們的在線課程時需支付全部課程費用。課程的價格根據多種因素釐定，包括學科科目、內容提煉、考試週期、課程複雜性、內容覆蓋、增值服務以及當前的市場競爭狀況。下表載列於往績記錄期間我們按品牌劃分的課程的標準費用範圍。

	標準課程 費用範圍
(人民幣元)	
建築施工類職業資格考試課程	
嗨学课堂 ⁽¹⁾	20-5,000
精进学堂	2,800-27,200
應急安全類資格考試課程	
嗨学课堂 ⁽¹⁾	9-4,500
精进学堂	6,800-23,300
其他認證和資格考試課程	
嗨学课堂 ⁽¹⁾	89-5,000
精进学堂	4,600-33,600

(1) 此費用區間的下限代表我們直接向用戶銷售的體驗式營銷產品的課程費用。

售後服務

我們基於客戶全生命週期管理理念，系統性構建了「服務場景字典」。該字典由售前諮詢、學習服務與考後服務三大核心板塊構成，每個板塊均根據客戶常見諮詢問題進行了細化分類，形成標準化、結構化的服務響應體系。

依託該服務場景體系，我們整合構建了多元化的客戶支持渠道矩陣，以確保在不同服務場景下均能提供高效、專業的響應。產品內嵌在線客服系統提供7×12小時即時響應，高效處理高頻諮詢。我們的服務熱線作為高級支持通道，專注應對複雜及緊急的技術問題及客服問題。通過企業微信，我們的高端用戶可獲得專屬客服提供的深度、持續及個性化服務。

業 務

為確保服務品質，我們設立嚴格的滿意度衡量體系，並組建了一支超過40人的專業服務團隊，所有成員均須通過系統化的崗前與在崗培訓。

我們持續將客戶反饋納入產品與服務的閉環優化機制，推動售後服務品質不斷提升，強化客戶對品牌的認可。

退費政策

我們已實施一套結構化的退費政策框架，旨在以系統化和可控的步驟處理客戶退費請求。該政策通過多部門協作的流程來執行，涉及產品交付、業務及客戶投訴部門，各部門均承擔明確的職責，並按規定時限進行客戶聯繫與投訴處理。退費審批流程嚴格遵循條件限制，客戶須滿足服務協議中規定的預先設定條件方可獲得退費。

為強化內部控制和客戶保障，我們推出了猶豫期退費選項和消費者權益確認機制（專為報讀精進學堂課程的用戶而設）。這些措施是加強銷售行為監督整體工作的一部分，包括設立專職銷售質檢團隊，並藉助人工智能輔助檢查溝通記錄。我們還每兩週組織銷售、客服與質檢部門召開會議，複盤近期出現的問題，並據此更新銷售質量檢查規則。同時，我們嚴格執行銷售紅線制度及配套管理措施，以杜絕並懲處不當行為。

此外，我們設有投訴熱線、在線客服投訴渠道、專用郵箱和內部工單系統，用於處理相關投訴，確保系統內提交的所有投訴工單均帶有各類分類標籤，以便於識別與跟蹤。

下表載列於往績記錄期間我們課程的相關退費率，該比率以特定期間的退費金額除以同期收入計算得出。

	截至12月31日止年度			截至2025年
	2022年	2023年	2024年	6月30日 止六個月
課程的退費率.....	9.1%	9.9%	10.5%	15.9%

業 務

我們課程產品的退費率於2022年、2023年及2024年分別為9.1%、9.9%及10.5%，保持相對穩定。截至2025年6月30日止六個月，我們課程產品的退費率為15.9%，略高於全年退費率，主要由於用戶的退款請求通常於12月及1月考試成績公佈時出現，在此情況下，退款通常會在接下來的第一個季度進行。

我們的學術實踐

我們教育理念的核心，在於通過嚴格標準化教學素材和教學方法，持續提供高質量、一致的用戶體驗。我們的學術框架採用模塊化產品設計，每個模塊均與明確的教學目標對應，例如教學素材理解與任務執行能力。

我們設有專職團隊，投入大量時間與專業知識用於教學素材的研發。所有材料均嚴格遵循內容與格式標準，確保在不同教學形式(包括教學素材、錄播課與直播課)中均保持統一。

我們的教學實施嚴格遵循系統化的教學流程。例如，每節課設計涵蓋固定數量的知識點和練習題，並包含講師篩選後的系統推薦題目。服務完成後，我們還會進行質量審核，核查重要考點的講解時長和覆蓋範圍，確保每一部分內容均達到教學基準。教學內容研發團隊由約10名核心成員組成，並分設專注於建築工程類、應急安全類等不同職業認證考試的特別工作小組。此外，約50名講師在標準化教學設計的指導下，共同參與確定具體的授課方式。

在線題庫

我們已建立大規模在線題庫，作為貫穿我們平台的基礎學習工具。該題庫旨在支持個性化高頻練習，對提升用戶參與度及鞏固學習成果具有核心作用。截至2025年6月30日，我們的題庫已累積超過1.1百萬道題目，涵蓋多門學科、知識點及題型。用戶累計完成練習次數逾80億次，使用題庫輔助學習的用戶超過5.5百萬人。此等數據不僅反映我們內容儲備的深度，亦印證我們平台作為數百萬學員日常學伴的地位。

除規模外，我們極重視品質。每道題目均附詳細解析，並緊扣考試標準的演變，同時根據最新考試要求、教學大綱及教學素材進行更新，確保教學相關性與實用價值。我們的系統亦支持錯題回顧、自適應練習推薦及實時表現追蹤等功能。龐大的使用規模與高參與度，彰顯題庫已成為用戶學習體驗的核心環節。

業 務

在線模擬考試系統

我們的在線模擬考試系統旨在模擬真實考試場景，通過結構化且高品質的測試體驗，協助用戶評估應試準備程度。此系統在銜接日常練習與考試表現之間發揮關鍵作用，為用戶提供於限時計分環境下應用所學的途徑。

截至2025年6月30日，我們的平台已累積逾26,000套模擬試卷，均依據最新課程綱要及考試趨勢編纂。截至2025年6月30日，該系統已吸引逾2.6百萬用戶，截至同日累計完成考試次數超過18億次。此使用規模既反映內容質量的優勢，亦體現用戶在備戰重要考試時對我們平台的信任。

該系統亦整合實時評分、表現診斷及比較分析功能，協助用戶了解其進度與歷史趨勢及考生基準的對照情況。用戶可選擇不同模式(如全真模擬或專項試卷訓練)以滿足不同的備考需求。模擬試卷與歷屆試題共同構建從知識掌握到應試表現的關鍵橋樑，增強用戶信心並提升學習成果。模擬考試系統的規模、使用頻率及數據驅動反饋，進一步強化我們平台的價值主張。

我們的講師及輔助人員

我們擁有一支專設的講師與其它輔助人員團隊。我們的產品交付建立於嚴格標準化的框架之上，確保產品與教學體系在落地過程中保持一致。該方法顯著區別於傳統模式—以往講師往往依賴自備教學素材和即興的授課方式，而我們則推行自上而下的系統化方法，以保障用戶體驗的統一與連貫。

我們深知，課程及教學素材本身並不直接決定學習效果。因此，我們更加關注能夠激勵學員、並通過有組織的參與機制引導其學習的過程方法。我們的講師通過教學閉環確保學員融會貫通：從專家級課程設計、動態課堂講授，到策略性習題精講與學習成果追蹤，並為深度用戶提供進階支持。這亦包括由講師主導篩選習題、系統驅動的反饋機制，以及課後對學習目標達成情況的檢驗。通過將這種結構化互動機制制度化，我們不僅保證了產品與服務具備可擴展性，也實現了跨所有形式與交付渠道的一貫高品質體驗。

我們的講師

我們相信，我們的資深教學人員是實現卓越教育成果的關鍵。截至2025年6月30日，我們有46名專職講師，在課程科目方面擁有深厚的專業知識及經驗證的教學能力，構成我們高質量學習體驗的基石。

業 務

除專職講師外，我們亦聘用兼職講師以支持教學工作，包括：(1)名師，(2)主要在旺季時為滿足對我們服務日益增加的需求而聘請的班主任，及(3)工作室。詳情請參閱「我們的客戶與供應商—我們的供應商」。這些兼職講師通常通過第三方機構進行聘用。

招聘

我們採用結構化且嚴謹的招聘流程，以吸納兼具學術深度與實務經驗的合格教學人員。招聘流程通常包括人力資源團隊的履歷初篩、教學管理部門的學術審核、面試、入職培訓以及試講。應徵者須展現彼等於具體學科科目方面的專長，持有相關專業資格或認證，並具備有效授課的實績。具教學經驗及市場認可度的應徵者將獲優先考慮。為確保隨業務拓展而能持續獲得充足且優質的教學資源，我們進行持續性的招聘。

培訓及質量保證

我們維持全面的講師培訓與質量保證體系，以確保課程內容的一致性和高質量交付。新聘講師需接受包含課程設置、教學方法及職業道德的系統化入職培訓，並初步分配至工作強度較低的崗位以提升教學能力。我們提供持續的培訓計劃，以幫助講師緊貼用戶需求變化、考試標準和行業趨勢。講師必須遵循標準化課程，使用專有教學素材，並充分備課和及時回應用戶反饋。資深講師還會監督並指導初級講師，以維持整體課堂的教學標準。我們已建立一套系統化且全面的講師培訓體系，旨在提升教學能力，並確保持續提供高質量的教學。該體系的核心目標有二：培養卓越的教學水準，以及提升課程質量。

我們的培訓計劃著重於培養講師在基礎課程設計、獨立教學技能及全方位專業發展上的能力。我們強調建立支持性的團隊環境，以促進持續成長與合作。培訓同時結合理論教學法與實際課堂應用，確保講師能充分應對多元的學習需求。

我們採取系統化的方法來提升課程質量與教學成效。培訓內容包括教學素材的反覆審視與改進、與不斷演進的課程標準保持一致，以及採用有效的用戶參與技巧。講師將學習如何結合反饋機制與評估數據，以精進教學策略並維持高水平的學術標準。

業 務

該綜合培訓體系確保我們的講師具備必要的技能、知識與合作精神，以提供卓越的培訓成果，並支持我們對學術卓越與用戶成功的承諾。

評估、薪酬及留任

我們已建立一套集中化與分級制的講師管理與評估系統，用以監督培訓活動以及產品與服務的交付績效。在確保政策與實務標準化的同時，該系統亦賦予不同層級的學術管理單位適度的自主權，以達到高效且具彈性的監督。

講師依據課程內容與授課形式分組，以促進專業化並提升教學精準度。我們定期進行評估，以檢視課程的授課績效，評估指標涵蓋定量及定性指標，包括授課時數、工作態度、教學質量、教學資料開發能力、用戶滿意度，以及任何已通報的教學事件。用戶反饋是我們績效管理架構中的關鍵要素，並納入合約續簽、薪酬調整及講師等級評定等決策考量。講師等級主要依據授課工作量與整體表現來確定，並與分級薪酬制度掛鉤。為維持課程交付的高標準，我們在所有課程中均結合一致性的教學素材開發、結構化的講師管理，以及持續的質量控制。

為留任表現優異的教學人才，我們提供具競爭力的薪酬方案與明確的職涯發展途徑，這些途徑可能包括承擔學術監督職務及參與課程開發與講師培訓。此外，我們亦為表現頂尖的講師提供市場營銷與品牌推廣資源，幫助彼等提升在用戶間的知名度與專業認可度，進而建立強烈的歸屬感與榮譽感導向的激勵。

業 務

研發

我們強大的技術研發能力是我們競爭優勢的關鍵驅動力。我們持續投入大量資源於研發，並致力進一步提升創新能力以支持長期增長。於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣24.5百萬元、人民幣20.0百萬元、人民幣23.7百萬元、人民幣12.0百萬元和人民幣9.2百萬元。

截至2025年6月30日，我們的研發團隊有57名成員。下表載列截至2025年6月30日我們按職能劃分的研發團隊明細。

職能	截至2025年6月30日	
	僱員人數	佔總數百分比
用戶運營部.....	28	49.1
商業賦能部.....	19	33.3
數培通事業部.....	9	15.8
效率支撐部.....	1	1.8
總計	57	100.0

用戶運營部負責開發與優化以用戶為導向的產品(包含核心學習平台)，並推動AI驅動代理的設計與整合，以提升用戶體驗與學習成效。商業賦能部為僱員構建及維護一體化數字營運平台，涵蓋流量、支付、客戶與數據管理，藉此提升營運效率，支持智能化、數據驅動的業務流程。數培通事業部專注透過「數培通」平台提供數字化人才發展解決方案，助力機構在在線職業能力培訓領域實現數字化轉型。效率支撐部增強研發團隊的組織效能、敏捷實施與績效管理，確保高品質交付與高效營運。

我們致力於通過招聘具備相關行業經驗的專業人員，不斷擴大教學研發團隊。為吸引頂尖研發人才，我們提供具競爭力的薪酬待遇、結構化職業發展途徑及旨在提升技術專業知識與專業能力的具針對性培訓計劃。

業 務

我們的技術基礎設施

技術是我們成功的基石。我們通過營運積極推動互聯網平台運營技術、在線直播技術、實時互動直播解決方案、大數據分析及AI技術的應用。這些關鍵技術，連同我們對職業能力培訓的深入見解，有助於重塑傳統格局，使高質量產品及服務更易獲得、更高效且更具可擴展性，以將傳統的被動學習轉變為互動式和成果導向的體驗。

我們持續投入技術開發，相信此舉對推動持續增長及鞏固市場領導地位至關重要。我們率先採用先進技術，包括互聯網平台運營技術、實時互動直播解決方案、大數據分析及AI技術，這使我們能夠提供個性化、數據驅動的學習經驗，並保持強大的競爭優勢。

雲原生容器化平台與DevOps架構

我們採用微服務架構和容器化部署，輔以自主研發的Hone DevOps平台及雲原生生態系統。這種整合式架構能夠實現靈活的產品迭代、高效的資源分配和自動化的運營工作流程。我們的系統支持快速擴展，以應對考試和直播課程等高峰期間的大規模用戶訪問。通過利用第三方雲服務，我們實現了高可用性、彈性擴展能力以及增強的安全性，包括DDoS防護和數據加密。

高清流媒體點播技術

我們的智能動態編碼技術在保持高畫質的同時顯著降低帶寬消耗。基於HLS (HTTP直播流媒體) 和DASH (基於HTTP的動態自適應流媒體) 協議的自適應碼率流技術，確保在不同網絡環境下都能流暢播放。我們的全球內容分發網絡最大限度地減少延遲和緩衝，為用戶提供無縫的觀看體驗。AI驅動的音頻識別技術可自動生成字幕，提高內容的可訪問性。全面的數字版權管理機制保護內容免受未經授權的訪問和分發。

實時互動技術

我們的低延遲直播技術促進講師與學員之間的即時互動。互動白板、實時註釋、多媒體支持和即時測驗等功能，營造出富有吸引力的沉浸式學習環境。講師可通過實時儀錶盤監控學員的參與度和表現，從而動態調整交付策略。

業 務

整合式大數據架構

我們構建了全面的數據架構，支持實時數據處理和分析。該系統捕獲並分析用戶行為數據(包括課程觀看模式、答題行為和互動日誌)，實現個性化學習推薦、學業監控和預警系統。它還支持教學優化、精準營銷和商業智能，形成一個數據驅動的閉環服務生態系統，從而提高教育成果和運營效率。請參閱「我們的技術應用」。

AI智能體技術

我們研發了高性能的AI智能體平台，具備高併發和毫秒級響應能力。該系統支持動態模型選擇和編排，可根據特定場景智能路由至最合適的模型。通過內置的提示詞優化工具、工作流管理以及與CRM等系統的無縫集成，我們的AI智能體不僅是對話界面，更是可執行操作的助手。該平台支持全週期開發，包括在線調優、評估和部署，能夠基於個體用戶畫像和行為數據提供個性化學習服務。目前，已部署超過30個AI智能體，以增強用戶互動和學習效果。請參閱「我們的技術應用」。

我們的技術應用

我們的CRM系統

我們自主研發了AI賦能的體驗式CRM系統。憑藉超過十年的垂直銷售管理經驗，我們已將運營專業知識與互聯網及AI技術深度融合，進一步提升管理效率與營銷成效。我們的CRM系統具有以下多項關鍵優勢：

- **動態標籤系統。**我們構建豐富的用戶畫像，例如包括付費意願較低的用戶，或對註冊中級安全工程師資格考試大綱感興趣的用戶，以支持精準的用戶分群。
- **三端協同合作。**銷售端自動推薦最佳話術及關聯課程組合(例如包括向法考群體捆綁「法律職業資格考試」與「企業合規」課程)。流量端實時監測各渠道(包括知乎及抖音)投資回報率並動態分配預算。管理端可視化追蹤團隊核心指標(如平均成單時長、潛在客戶轉化排名)。

業 務

- 基於AI的用戶畫像。藉助自主研發的AI算法，我們對所有營銷渠道中的數據信息進行挖掘，以構建一個全面的用戶標籤系統和轉化預測模型。基於用戶行為，如視頻完成率和題庫停留時長，我們生成預測評分，以實現更精準的觸達。

我們的CRM系統整合數據並轉化為可執行的營運能力，賦能銷售及營銷團隊。通過多種體驗式學習活動，我們提升用戶對產品價值和服務質量的認知。例如，在早期用戶諮詢階段，CRM系統使銷售人員能夠更有效地回應學科諮詢，助力建立信任並深化用戶關係。為支持促銷活動，我們已建立完善的監督機制，追蹤跨多渠道的活動成效，涵蓋電商平台、社交媒體及私域流量。這使我們能即時優化活動策略，並確保符合內部質量標準。我們的銷售線索流程透過結構化管道進行管理，確保及時跟進與轉化。線索依據預先設定的標準進行分類、優先排序，並由自動化提醒與績效儀錶板支持，轉交給適當的銷售人員。該系統化方法減少線索流失、縮短轉化週期，並提升整體銷售生產力。

烽火台系統

我們的烽火台系統作為查詢及管理用戶的後端工具，主要為營運人員提供支持。該系統整合用戶基本信息、用戶背景、課程與學習數據及學習計劃完成狀態，形成綜合用戶畫像。該系統支持用戶學習進度分析、學習督導及退費審批等業務場景。

文曲星系統

我們的文曲星系統為專注於教學內容的全流程管理平台，旨在構建高效教學服務體系。該系統透過知識框架聯動直播及錄播課程、課件、學習資料、題庫、試卷及專項輔導服務，協助學員提升學習效率。該平台全面覆蓋學習、練習、測驗、答疑的完整教學流程鏈，整合評卷分段功能，並嵌入AI學術助教加速優質內容產出。

業 務

我們的AI賦能工具

我們於2024年開始探索大型AI模型的適用，並於2025年正式成立了專門的AI創新團隊，負責推動智能體解決方案在我們各業務領域的設計與開發。截至最後實際可行日期，我們已將超過30個智能體部署至我們的營運中。憑藉我們在教育內容和數據資產方面的豐富積累，我們的研發團隊開發了一種專有的工程方法論，用於智能體的開發。這些智能體圍繞三個核心功能領域設計：學習支持、教學輔助和銷售賦能等，從而打造了三款核心AI工具：AI學霸助手、AI學術助教和AI營銷助手。

- *AI學霸助手*。AI學霸助手於2024年4月正式推出，並已融入多種用戶學習場景。截至最後實際可行日期，該系統已應用於19個主適用場景及87個特殊場景。該智能體為用戶提供課程參與、諮詢及實踐練習的支持。例如，其可於直播課程中捕捉關鍵信息並生成結構化筆記，以提升課後複習效率；同時能根據個人學習習慣與偏好，提供個性化學習資源及課程推薦，並協助用戶通過練習鞏固所學。
- *AI學術助教*。AI學術助教專為支持講師而設計，該系統由兩個核心模塊組成：內容生成代理和教學服務代理，涵蓋三個主場景及七個特殊場景。內容生成代理使講師能夠高效地製作教學素材，如課程大綱、課時計劃和練習題，顯著提升內容開發效率，並支持學科的快速擴展。
- *AI營銷助手*。AI營銷助手主要為我們的銷售人員提供支持，包含四個智能代理模塊：用戶畫像分析、質量保證、話術推薦和自動化營銷。通過深度學習歷史營銷數據及領域特定模型訓練，AI營銷助手能提取用戶畫像，識別潛在學員的教育需求、消費偏好及決策痛點。質量保證代理可實時檢測營銷話術的合規性與有效性，以降低溝通風險。話術推薦代理根據用戶畫像及實時互動數據，動態生成個性化訊息以協助銷售人員傳達產品價值。自動化營銷代理支持AI賦能的潛客篩選與觸達，提升整體營銷效率。

業 務

銷售及營銷

我們的專責銷售及營銷團隊得益於豐富的營運經驗、科學設計的工作流程及成熟的管理體系脫穎而出。這些特質不僅是我們業務發展能力的核心支柱，更為提升產品及服務推廣成效與轉化效率提供了堅實基礎。

銷售管理層在帶領銷售團隊、確保所有銷售接觸點的高轉化效率方面扮演關鍵角色，將戰略規劃轉化為可量化的成果。我們已建立一套高度結構化且以數據為驅動的銷售工作流程，包括：(1)透過自主研發的CRM系統實現客戶自動分配及管理；(2)將系統自動化與銷售人員的個人業務進行無縫整合，提升用戶互動成效；(3)依賴內部自建平台提供服務及營運支持；及(4)配合銷售關鍵階段開展轉化推動工作。

為支持銷售及營銷團隊的有效運作，我們已實施一套全面的管理政策，包括：(1)結構化的招募制度；(2)分層級的薪酬及績效考核框架；(3)嚴格的考核與淘汰機制；及(4)完善的合規管理流程。此框架可確保銷售及營銷團隊在戰略方向上保持一致，並落實營運層面的責任歸屬。

我們的銷售及營銷主要依賴通過渠道合作產生的流量，包括在主要電商平台上的推廣活動。我們還通過針對性用戶互動活動利用私域流量來獲取新客戶。

- **通過渠道合作產生的流量。**我們主要通過渠道合作獲得客戶流量，包括在主要電商平台及社交媒體上推廣體驗式營銷產品(例如課程教材)的活動。該等合作關係使得我們能夠接觸現有用戶群，並受益於平台影響力、運營規模及營銷基礎設施。通過將我們的產品整合至該等平台的生態，我們得以觸及廣大多元的受眾，提高產品能見度及推動轉換率。
- **通過用戶經營的私域流量。**我們通過利用自有數字資產及社交社區中的用戶經營，積極培養私域流量。該等計劃包括個性化內容推送、互動活動及提高用戶黏性活動，旨在深化用戶關係並促進自然推介。藉此努力，我們建立自我維持的流量循環，提高用戶黏度，降低獲客成本及助推長期變現。

業 務

下表載列於所示期間按每名付費用戶的銷售及營銷開支計量的獲客成本。

	截至12月31日止年度			截至2025年
	2022年	2023年	2024年	6月30日 止六個月
	(人民幣元)			
獲客成本 ⁽¹⁾	414.8	301.6	428.7	441.2

(1) 按往績記錄期間各期的銷售及營銷開支除以該期間的付費用戶數量計算得出。

我們獲客成本由2022年的人民幣414.8元下降至2023年的人民幣301.6元，主要歸因於在特定電商平台及社交媒體上加強推廣體驗式營銷產品，使得付費用戶數量增長。隨後，我們的獲客成本由2023年的人民幣301.6元上升至2024年的人民幣428.7元，主要歸因於在特定電商平台及社交媒體上的推廣活動的投資回報率下降，我們對該等活動進行削減，導致以優惠價格購買我們體驗式營銷產品的付費用戶數量減少。

銷售及營銷合規政策

我們已實施全面且多層級的銷售及營銷合規框架，旨在確保所有推廣活動與銷售互動均遵循誠信、準確性與監管合規的最高標準。該堅實體系建基於嚴格的預先審批流程、持續監控機制及清晰的紀律處分措施，以保障客戶利益並維護我們的聲譽。

所有營銷及推廣材料必須透過內部審批系統進行強制性的發佈前審核及備案程序。我們的業務質量部與品牌中心保留最終審批權，確保所有內容符合適用法律法規及內部員工手冊標準。我們明確禁止任何未經授權的材料發佈，並設有分級懲處制度。

我們對銷售話術、策略及材料實施嚴格管控。任何涉及激勵措施(如教輔材料或課程)的新增或調整版銷售話術、培訓材料或策略，均須通過指定內部工作流程提前報備並獲批，該流程由質檢團隊監督執行。

業 務

銷售監督與質量控制政策

我們實施嚴格的銷售監督機制，規範從初始接觸到售後確認的全客戶互動週期，確保所有行為皆可追溯、合規且以客戶為中心。我們的紅線制度設有絕對禁止事項，違反者將面臨包括解僱在內的嚴重後果。這些紅線明確禁止侮辱用戶、財務欺詐(如偽造或變造財務憑證、私自向用戶收費)以及違法營銷行為(如承諾代報名服務、偽造官方文件)。

銷售質檢標準為互動評估提供詳細框架，將違規行為分為三個風險等級。該標準全面規範銷售行為，包括禁止騷擾、虛假陳述師資資格、課程內容、協議條款及服務承諾。我們要求所有客戶溝通必須使用例如企業微信及K2系統等公司核准平台，以確保完整存檔記錄。銷售流程須實現有效溝通。此外，於訂單成立48小時內，銷售人員須使用標準化話術與客戶完成交易確認通話並獲取正面確認。

監管責任有明確劃分。管理層須對團隊違規行為承擔連帶責任。我們採用分級預警系統處理投訴管理，當政府相關投訴與非政府投訴超出預設閾值時，將對相關個人及團隊實施針對性培訓與績效懲處。我們實施正式函件系統進行層級遞進的監管。

我們的客戶和供應商

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要是尋求職業能力培訓服務的個人學員，其次為尋求人才發展與甄選服務的國有及私營企業。於往績記錄期間，我們的五大客戶主要包括建築行業中通過「數培通」平台使用我們服務的國有及私營企業。我們與五大客戶維持平均約兩年的業務關係。五大客戶透過銀行轉賬方式與我們結算款項，信貸或付款期一般為30個工作日。於往績記錄期間各年/期，我們來自五大客戶的收入分別佔2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月總收入的3.3%、3.0%、4.5%及1.3%，而於往績記錄期間各年/期，來自最大客戶的收入分別佔同期總收入的1.1%、1.8%、2.9%及0.4%。於往績記錄期間各年/期，概無單一客戶佔我們收入的3.0%以上。

業 務

下表載於我們通常與企業客戶訂立的主要商業條款及安排概要：

- 期限：** 六個月至兩年，可經雙方書面協定予以續期。
- 定價及付款：** 我們提供課程及服務的價目表，與企業客戶透過銀行轉賬結算。
- 折扣：** 我們可能根據學員人數，對課程及服務的總價格給予折扣優惠。
- 保密：** 我們將採取合理措施，保護企業客戶向我們提供的機密資料（包括員工資料）。
- 終止：** 若發生若干常見終止事件（例如任何一方嚴重違反協議條款），可終止協議。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與五大客戶之間並無任何重大爭議。

截至最後實際可行日期，概無董事、彼等緊密聯繫人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有我們5%以上已發行股本的任何股東於我們的任何五大客戶中擁有任何權益。

供應商

我們的供應商主要包括(1)勞務派遣機構；(2)工作室，主要專注於與財會經濟類、法律職業及醫療衛生類職業資格考試有關的教學素材及服務；(3)我們從其購買銷售相關服務的外包服務供應商；及(4)營銷服務供應商。我們根據供應商的質量和價格及我們的業務需求選擇供應商。於往績記錄期間各年/期，向五大供應商的採購分別佔2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月採購總額的37.6%、33.9%、29.9%及33.8%，於往績記錄期間各年/期向最大供應商的採購分別佔同期採購總額的13.8%、15.0%、12.2%及14.8%。於往績記錄期間的該等五大供應商均通過銀行轉賬方式與我們結算款項。

業 務

下表載列往績記錄期間按採購額劃分的五大供應商詳情：

截至2022年12月31日止年度

供應商	提供產品/ 服務	採購金額	佔我們 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	付款/ 信貸期	供應商背景
(人民幣千元)						
供應商A	外包銷售 服務	25,345	13.8%	2021年	30天	一家總部位於吉林省的公司， 主要從事技術推廣與應用 服務。
供應商B	勞務派遣	15,964	8.7%	2022年	30天	一家總部位於江西省的公司， 主要從事業務服務。
供應商C	物業租賃	11,317	6.1%	2020年	90天	一家總部位於北京市的公司， 主要從事業務服務。
供應商D	課程採購	8,340	4.5%	2021年	30天	一家總部位於北京市的公司， 主要從事技術推廣與應用 服務。
供應商E	營銷服務	8,313	4.5%	2021年	90天	一家總部位於吉林省的公司， 主要從事業務服務。
總計		<u><u>69,279</u></u>	<u><u>37.6%</u></u>			

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	提供產品/ 服務	採購金額	佔我們 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	付款/ 信貸期	供應商背景
(人民幣千元)						
供應商B	勞務派遣	27,395	15.0%	2022年	30天	一家總部位於江西省的公司，主要從事業務服務。
供應商F	營銷服務	10,193	5.6%	2022年	預付款	一家總部位於浙江省的公司，主要從事軟件及諮詢科技服務。
供應商G	外包銷售 服務	9,569	5.3%	2023年	30天	一家總部位於吉林省的公司，主要從事批發貿易。
供應商H	書冊	8,477	4.6%	2020年	90天	一家總部位於北京市的公司，主要從事文藝服務。
供應商I	外包銷售 服務	6,229	3.4%	2021年	30天	一家總部位於河北省的公司，主要從事互聯網及相關服務。
總計		<u>61,863</u>	<u>33.9%</u>			

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	提供產品/ 服務	採購金額	佔我們 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	付款/ 信貸期	供應商背景
(人民幣千元)						
供應商B	勞務派遣	22,542	12.2%	2022年	30天	一家總部位於江西省的公司，主要從事業務服務。
供應商G	外包銷售 服務	13,278	7.2%	2023年	30天	一家總部位於吉林省的公司，主要從事批發貿易。
供應商D	課程採購	6,592	3.6%	2021年	30天	一家總部位於北京市的公司，主要從事技術推廣與應用服務。
供應商J	營銷服務	6,380	3.5%	2023年	預付款	一家總部位於江蘇省的公司，主要從事文藝服務。
供應商F	營銷服務	6,323	3.4%	2022年	預付款	一家總部位於浙江省的公司，主要從事軟件及諮詢科技服務。
總計		<u><u>55,115</u></u>	<u><u>29.9%</u></u>			

業 務

截至2025年6月30日止六個月

供應商	提供產品/ 服務	採購金額	佔我們 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	付款/ 信貸期	供應商背景
(人民幣千元)						
供應商K	勞務派遣	10,379	14.8%	2025年	30天	一家總部位於安徽省的公司，主要從事軟件及諮詢科技服務。
供應商G	外包銷售 服務	5,100	7.2%	2023年	30天	一家總部位於吉林省的公司，主要從事批發貿易。
供應商E	營銷服務	3,291	4.7%	2021年	30天	一家總部位於吉林省的公司，主要從事業務服務。
供應商D	課程採購	2,774	3.9%	2021年	30天	一家總部位於北京市的公司，主要從事技術推廣與應用服務。
供應商L	營銷服務	2,232	3.2%	2024年	預付款	一家總部位於四川省的公司，主要從事業務服務。
總計		<u>23,776</u>	<u>33.8%</u>			

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與供應商之間並無任何重大爭議。

據我們所知，我們的所有五大供應商於往績記錄期間各年/期均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或據董事所知擁有我們5%以上已發行股本的任何股東於往績記錄期間各年/期的任何五大供應商中擁有任何權益。

業 務

供應商和客戶重疊

於往績記錄期間，就我們的董事所知，本公司於2022年及2024年的五大供應商之一的供應商D亦為我們於2022年的客戶。於2022年，我們向供應商D採購的金額為人民幣8.3百萬元，佔我們同期採購總額的4.5%。於往績記錄期間，我們與供應商D的關係主要與採購教學服務有關。我們於2022年向供應商D的銷售額主要與我們的平台服務有關，該服務自往績記錄期間的期初起已逐步停止。有關銷售額為人民幣1.7百萬元，佔我們2022年總收入的0.4%。董事確認，上述所有交易均於一般業務過程中，按正常商業條款及公平基準進行。

季節性

我們的業務在學員參與和課程報名方面經歷季節性波動，這可能會影響我們的收入來源。我們從歷史經驗觀察到春節假期的報名活動明顯下降，原因是學員通常會在這段假期期間暫停學習，從而導致產品及服務需求減少。第二個季節性波動期間出現在九月下旬，恰逢國慶假期及重要考試結束。在此期間，學員通常不願在考試後立即報名新課程，導致報名勢頭暫時下滑。這些持續的季節性模式可能導致我們的財務表現出現短期波動。因此，我們的中期經營及財務表現未必可準確反映我們的全年業績。請參閱「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們的業務受季節性波動影響」。

競爭

我們在市場化程度較高的行業營運。我們面對與其他主要線上職業技能供應商及資格教育服務的現有及潛在競爭。請參閱「行業概覽」以了解競爭格局的詳情。

我們認為我們的主要競爭優勢包括：

- 極具競爭力及吸引力的課程內容；
- 成熟且高效的客戶獲取系統；
- 透過成熟用戶轉化系統實現的營運效率；及
- AI賦能的營運模式。

我們相信，基於上述因素，我們有能力進行有效競爭。然而，我們目前或未來的若干競爭對手可能擁有比我們更久的經營歷史、更高的品牌知名度或更多的財務資源。請參閱「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們面對激烈競爭，或會使客戶轉向我們的競爭對手，並導致定價壓力及市場份額流失。」

業 務

數據隱私和安全

我們致力於保護用戶的數據及隱私。為此，我們實施嚴格的數據收集、傳輸、存儲及使用協議，並採用防止未經授權數據訪問和披露的技術及系統。

於收集及使用該等數據前，我們透過在線平台的用戶界面獲得各個用戶同意，突出展示用戶協議及隱私政策，要求用戶勾選複選框表示同意。因此，我們認為通過明確披露個人信息收集及使用的目的、範圍、方式等，確立了用戶的知情同意以及收集及使用個人數據的合法性基礎。為確保數據的保密性和完整性，我們本著「必須知曉」原則限制對用戶數據的訪問，僅在獲得適當授權的情況下方可訪問。我們亦採用數據加密措施以確保數據的安全處理、傳輸及使用。我們亦不定期對算法機制的機制、模型、數據及應用結果進行審查、評估及驗證，並未設置違反法律法規或違反倫理道德的算法模型，如誘導用戶沉迷及過度消費。我們不會利用算法屏蔽信息、過度推薦、操縱列表排名或搜索結果，亦不會根據用戶的偏好及交易習慣，利用算法對交易條件(如交易價格)實施不合理的差別對待。截至最後實際可行日期，我們並未運用《算法推薦管理規定》禁止或限制的任何算法推薦技術提供互聯網信息服務。此外，我們已按照《算法推薦管理規定》的規定，通過互聯網信息服務算法備案系統提交備案報告。

此外，我們採取安全預防措施來維護我們的技術基礎設施，以進一步保護我們的數據及信息。我們指派專人負責技術基礎設施的運維和安全管理以及數據備份和容災，並執行相應的協議。一般情況下，只有在獲得安全和適當授權的情況下才能訪問我們的內部系統。我們在單獨的基礎設施中維護各種支持或運營系統，以降低系統故障和網絡攻擊的風險。我們還定期進行系統檢查和監控，以發現和阻止潛在的安全漏洞以及其他安全事件和威脅。此外，我們還採用防火牆服務，以有效防範複雜的黑客攻擊。

我們與有權訪問我們數據和信息的員工簽訂保密協議。保密協議規定(其中包括)，該等僱員依法有不向任何第三方分享、派發或披露我們的保密數據及信息的義務，包括其因受僱而掌握的其他人士的數據及信息。該等僱員依法亦有在辭職時交出所掌握的所有保密數據及信息的義務，且在其後繼續履行保密義務。倘相關僱員違反保密責任，將承擔賠償責任。此外，為防止不當披露及濫用數據及信息，我們與供應商及其他業務夥伴的協議包括保密規定，據此，彼等依法有不向其他人士分享、派發或披露我們的保密數據及信息的義務。

業 務

我們受到有關網絡安全、數據安全和數據隱私的各種法律法規所約束。請參閱「監管概覽」。

於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何可能對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響的重大數據事件。

知識產權

我們認為知識產權對我們的業務營運和長期價值創造至關重要。因此，我們投入大量時間和資源用於知識產權的開發、註冊和保護。我們的策略結合了合同保障措施與正式的知識產權註冊，以確立並維護我們的權利。截至最後實際可行日期，我們已註冊了50個商標、12項專利及33項著作權，包括23項軟件著作權對我們業務至關重要。有關詳情，請參閱「附錄四—法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.知識產權」。

儘管我們一直在努力保護我們的知識產權，但第三方未經授權的訪問和濫用仍可能發生。截至最後實際可行日期，我們尚未發現任何此類合理預期內會對我們的業務或營運產生重大不利影響的事件。然而，未經授權使用我們的知識產權以及相關的強制執行和保護成本可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。有關相關風險的詳情，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們可能無法預防其他人士未經授權使用我們的知識產權，且我們於保護或維護我們的知識產權（包括第三方授權的知識產權）時可能會產生大額成本，而倘未能保護我們的知識產權，可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響」。

我們盡力遵守適用知識產權法律。往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何第三方提起的重大知識產權侵權申索。有關風險詳情，請參閱「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們可能遭第三方提出知識產權侵權索賠，或會對我們業務、經營業績及財務狀況有重大不利影響」。

業 務

僱員

截至2025年6月30日，我們有1,258名全職僱員，均在中國。下表載列截至2025年6月30日按職能劃分的全職僱員人數。

職能	截至2025年6月30日	
	僱員人數	佔總數百分比
講師及其他輔助人員	133	10.6
研發	57	4.5
銷售及營銷	1,006	80.0
一般行政及營運	62	4.9
總計	1,258	100.0

我們的成功取決於我們能否吸引、留住及激勵合資格人員。根據人才管理策略，我們為僱員提供具競爭力的底薪、績效花紅及其他獎勵。我們已制訂培訓章程，為僱員提供入職及在職培訓。

按中國勞動法的規定，我們與員工簽訂個人勞動合約，涵蓋薪金、獎金、員工福利、工作場所安全、保密義務以及解僱事由等事項。為符合中國法規，我們參與適用的地方市級及省級政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括住房、養老金、醫療、工傷及失業福利計劃。

除專職講師外，我們還聘請兼職講師，作為我們學術工作的一部分，包括(1)名師，(2)主要在旺季時為滿足對我們服務日益增加的需求而聘請的講師，及(3)工作室。請參閱「我們的客戶和供應商—供應商」。這些兼職導師通常透過第三方外包機構簽約。與這些外包公司簽訂的協議期限一般為一到兩年。

我們認為，我們通常與僱員保持良好的工作關係，且於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無發生任何重大勞資糾紛，在招聘運營人員方面亦無遇到困難。

業 務

根據中國相關法律法規，我們須為僱員繳納強制性社會保險及住房公積金。於往績記錄期間，我們未就部分僱員完全遵照相關中國法律法規要求足額繳納社會保險及住房公積金。根據中國相關法律法規，若我們未能按要求足額繳納社會保險供款，可能被責令在規定期限內補繳欠款，並按欠款總額每日0.05%的標準加收滯納金；若仍未補繳，將被處以欠款總額一至三倍的罰款。此外，倘我們未能按要求全額支付住房公積金，可能會被責令在規定期限內繳付欠款，倘未能繳付，相關住房公積金機構可能會向中國法院申請頒令強制徵繳。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，中國政府相關部門未就該等違規行為對我們採取任何重大行政行動，我們亦未收到任何要求全額補繳社會保險及住房公積金的法令。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司未因違反中國社會保險及住房公積金相關法律法規而被處以任何行政處罰，亦未遭遇僱員提出的任何重大申索或投訴。根據中國法律顧問意見，在無僱員向主管政府機關對我們進行舉報或投訴且社保及房保供款監管要求無重大變更的前提下，我們因未能為僱員全數繳付社會保險及公積金而遭相關政府部門集中追繳歷史欠款及施加重大行政處罰的可能性甚微，基於以下三點：(1) 我們已與涵蓋我們絕大部分附屬公司的地區主管部門進行諮詢；(2) 於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司未因社保及房保供款短缺遭受行政處罰或歷史欠繳款項集中追繳，亦未遭遇僱員就此短缺提出重大申索；及(3) 我們承諾若收到政府主管部門要求補繳欠繳款項的通知，將立即採取必要措施。

為糾正該等不合規情況，我們將採取以下措施：(1) 我們將依循相關法律法規為僱員繳納社會保險及住房公積金；(2) 人力資源部門將持續監察社會保險及住房公積金繳納的合規情況，以確保落實必要措施；(3) 定期審閱及監控社會保險及住房公積金的申報與繳納，並密切關注相關監管發展；及(4) 致力與相關主管部門保持密切溝通，定期就其具體要求及法規解釋尋求澄清，並根據其明確指引及時完成社會保險及住房公積金繳納。

請參閱「風險因素—我們可能須按照中國法律及法規額外繳納社會保險基金及/或住房公積金以及滯納金及罰款」。

業 務

物業

截至最後實際可行日期，我們透過九處租賃物業在全國範圍經營業務，總建築面積超過11,000平方米。所有該等物業已用於上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動，並主要用作業務經營的辦公場所。

我們上述九處租賃物業的租賃協議一般在2025年12月至2029年5月屆滿。我們計劃在現有租期屆滿時續租或商討新條款。所有出租方均為獨立第三方。往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與業主商討續租並無重大困難。我們相信，中國有充足物業供應。

截至2025年6月30日，概無我們租賃的物業賬面值達到我們綜合資產總值的15%或以上。因此，根據上市規則第5章及香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件可豁免遵守《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條有關《公司(清盤及雜項條文)條例》附表三第34(2)段的規定，該條規定須就本集團的所有土地或樓宇權益編製估值報告。

業權問題

截至最後實際可行日期，我們兩處租賃物業有業權問題，可能影響我們日後繼續使用該等物業的能力。該等有問題物業的總租賃面積超過600平方米。出現業權問題主要是由於若干出租方未能提供房屋權證或有關彼等出租該等物業的合法權利的其他相關證明。截至本文件日期，就我們所知，概無第三方或政府部門對任何相關租賃物業的業權提出任何質疑而可能會嚴重影響我們目前的租賃。

此外，根據相關中國法律及法規，倘租賃協議因出租方過失而無效，承租方有權追討賠償。倘我們繼續租用該等物業的能力因第三方異議而受到影響，我們可根據相關中國法律及法規向出租方要求賠償。

我們認為鄰近的同類替代物業充足，不太可能需要物色替代物業及搬遷業務，故預計不會為此花費大量時間及成本。我們已制定應急計劃，以防範運營中有關業權問題的潛在風險。我們已作好準備，並將持續更新備選物業名單，以備於現有租約到期或因業權問題中斷時進行任何可能的搬遷。董事認為搬遷不會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

業 務

未登記

截至最後實際可行日期，我們所租用物業的五份租賃協議並無向中國相關土地及房地產管理部門登記備案。根據相關中國法律及法規，租賃協議訂約方有義務將已簽署的租賃協議登記備案。中國法律顧問表示，根據《民法典》，租賃協議未有向相關政府部門登記或備案，不會影響其效力。根據相關中國法規，相關政府部門可能命令我們在限定時間內辦理相關租賃協議的登記，否則我們會就每項未登記租賃被徵收人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。五份租賃協議未能於限定期限完成相關登記的最高潛在罰款總額約為人民幣50,000元。截至本文件日期，我們並無收到相關政府部門的任何指令，要求我們登記該等租賃協議。我們承諾，倘收到相關政府部門要求，我們將全面配合辦理租賃協議的登記。

為防止再次出現未登記的情況，我們已實施內部控制措施，包括指定專員管理監管登記及備案相關事宜。我們將對租賃登記狀態進行記錄。我們亦會為僱員提供培訓，使彼等熟悉有關物業租賃的法律規定。

保險

我們認為我們目前的保險保障對我們的營運已足夠，因為我們已根據適用中國法律及法規的要求以及業內通行商業慣例購買所有強制保險計劃。根據一般市場慣例，我們並無購買任何業務中斷保險、關鍵人員人壽保險或覆蓋我們技術基礎設施損壞的保單，因中國法律並無強制要求購買該等保險。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未提出亦不曾遭遇任何重大保險索賠。然而，若出現未經保險覆蓋的業務中斷、訴訟或自然災害，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的保險保障範圍可能不足以覆蓋所有損失或客戶的潛在索賠，這將影響我們的業務、經營業績及財務狀況」。

業 務

執照、許可及批准

我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—若我們未能取得並維持所需的執照及批准文件，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響」所披露者外，我們已就主要業務運營，從中國相關政府部門取得所有必要的執照、許可及批准，且該等執照、許可及批准均持續全面有效。

下表載列截至最後實際可行日期我們持有的主要執照、許可及批准清單。

牌照/許可證	持有人	授出機關	最新授予	到期日
互聯網信息服務增值 電信業務經營 許可證	本公司	工信部	2025年 9月17日	2030年 9月17日
互聯網信息服務增值 電信業務經營 許可證	北京數培通 網絡科技 有限公司	工信部	2025年 9月22日	2030年 9月22日
互聯網信息服務增值 電信業務經營 許可證	北京卓奧	工信部	2025年 9月8日	2030年 9月8日
互聯網信息服務增值 電信業務經營 許可證	成都梅里	工信部	2025年 9月8日	2030年 9月8日
互聯網信息服務增值 電信業務經營 許可證	成都馬特洪 科技有限 公司	工信部	2025年 9月8日	2030年 9月8日
人力資源服務 許可證	北京卓奧	北京市朝陽區 人力資源和 社會保障局	2023年 11月24日	/

業 務

法律訴訟及合規

法律訴訟

我們可能會在日常業務過程中不時捲入法律訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們不曾亦並無作為任何會對我們的經營業績及財務狀況產生重大不利影響的法律、仲裁或行政訴訟的一方，且我們並不知悉任何針對我們或董事的未決或威脅提起的法律、仲裁或行政訴訟，該等訴訟可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

合規

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，除「一僱員」所披露者外，我們未曾亦並無涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大不合規事件，而可能會個別或聯合對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。董事認為，除「一僱員」所披露者外，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守我們經營所在司法權區的所有相關法律法規。

環境、社會及企業管治

我們並無運營任何生產設施，且因此不涉及重大健康、工作安全、社會和環境風險。

ESG管治

在董事會的帶領下，我們致力於將ESG考慮因素融入我們的業務運營中，以實現可持續增長並提高對轉型低碳經濟的商業韌性。完善的ESG管治結構為我們的長期發展及為主要持份者創造可持續價值奠定了堅實的基礎。董事會對監督ESG事宜負有整體和共同責任，包括但不限於ESG策略及管理方針、ESG政策和實踐、ESG相關風險和機遇管理以及審查針對管理重大ESG相關風險(包括氣候相關風險)的指標和目標的進展情況，強調與我們未來發展和定位的一致性。

業 務

我們將按董事會委派成立一個由財務負責人、法務部及業務部門高級管理層組成的ESG工作小組，負責推動我們的ESG相關事宜的規劃和實施。ESG工作小組成員將具備ESG事宜(如僱傭及勞工常規、職業健康及安全、產品責任及商業道德)的管理知識。ESG工作小組將負責就ESG相關事宜至少每年兩次向董事會提供建議及相關資料，包括我們ESG框架、管理方針、策略及措施的開發、實施及審查以及識別、評估、優次排列及管理重大ESG相關風險及機遇(包括但不限於氣候相關風險及供應鏈中的ESG風險，以及我們策略或重大交易決策中的ESG相關風險及機遇)。

ESG相關風險和機遇的識別及管理

ESG工作小組負責識別、評估、優次排列及管理重大ESG相關風險及機遇。相應措施已制定並實施，以減輕與ESG相關的重大風險，並獲得與ESG相關的潛在機遇。ESG工作小組向董事會提交一份ESG風險及機遇評估報告。董事會審查ESG風險管理流程的有效性以及在必要時提供指導，並保留監督我們風險管理活動的最終責任。

ESG政策

我們致力於將ESG因素納入我們的業務決策過程。因此，我們將制定集團層面的ESG政策，並輔以一系列措施及倡議來指導我們的行動和措施，以加強我們的可持續發展工作。

環境

我們的環境政策概述了我們的綠色實踐及措施(於實際可行情況下)，重點是減排、減廢、節約資源、保護環境及自然資源，以及應對氣候變化。

- **廢氣排放管理：**我們正在不斷探索各種措施，以最大限度地減少業務運營中的廢氣排放，包括但不限於確保公司車輛的適當維護，以及考慮採用電動汽車。
- **能源及溫室氣體排放管理：**為管理能源消耗和減少溫室氣體排放，我們已實施相關政策，並採取一系列節能措施。此包括採用節能設備及LED照明系統、利用自然光、要求員工在離開前關閉電燈及電力設備等及安排定期巡邏，確保無人區域及會議室的照明、電器設備與空調均已關閉。

業 務

- **用水量：**為節約水資源，我們已實施相關政策，並採取一系列節水措施，包括及時維修滴水的水龍頭、採用符合用水效率標籤要求的用水設備及監控用水量。我們亦通過內部溝通渠道提醒員工盡量減少用水量。
- **廢棄物管理及資源使用：**由於我們的業務性質，我們的運營對環境和自然資源並無重大影響。儘管如此，我們仍努力確保妥善處理和處置廢棄物，以盡量減少對環境的影響。為盡量減少廢棄物的產生，我們已實施相關政策及措施，例如通過廢棄物分類來促進循環利用、實施雙面打印以減少紙張消耗，以及通過內部溝通渠道提醒員工盡量減少廢棄物產生。

經參考我們的歷史環境表現、預期業務經營規模以及預計未來將實施的措施，我們已設定目標以支持國家「30•60」碳達峰及碳中和目標，以及《巴黎協定》等國際標準。並參照該等國家及國際標準確定了我們的目標時間框架。我們的目標是在2030年前降低溫室氣體範圍1和2排放強度(噸二氧化碳當量/平方米建築面積)和能耗強度(兆瓦時/平方米建築面積)。為實現該等目標，我們已採取包括但不限於採用更節能的設備、承諾僅購買電動汽車，以及鼓勵僱員在工作場所採取節能行為等措施。

社 會

我們致力於營造一種關愛員工的工作場所文化，維護多元化、平等機會、健康及安全以及員工福利。我們的社會政策總體上概述我們對社會負責的實踐及措施。

- **僱傭及勞工慣例：**我們旨在建立一個包容及多元化的工作場所。我們在薪酬、招聘、晉升、待遇及福利等各僱傭方面均堅持平等機會、多元化及包容性原則。我們尊重勞工權利，嚴禁招募及僱用童工。我們致力於不斷投資於我們的員工。為此，我們積極提供內部和外部培訓，使員工掌握專業知識、技能和能力。此外，我們亦定期為員工安排業餘活動，與員工保持雙向溝通，努力加強員工的參與度，從而提高員工的工作滿意度。

業 務

- **職業健康與安全：**維護健康安全的工作場所一直是本集團的首要任務。我們通過制定和實施健康與安全政策和措施，努力保障各級員工的健康與安全。此外，我們亦已建立一套記錄和處理事故的制度，規定員工應通知其部門主管，並按照適用法律法規規定的程序處理事故。本公司董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無記錄任何與職業健康及安全有關的本集團重大違規事項或重大事故。
- **供應鏈管理：**我們已制定供應鏈ESG風險管理政策和供應商行為準則，其中規定了我們對可持續發展的期望，包括但不限於僱傭慣例、健康與安全以及環境保護。我們的新供應商選擇和定期供應商評估標準均包含ESG考慮因素，包括但不限於環境管理、公平勞動實踐及商業道德實踐。必要時亦會進行現場檢查，以確保達到我們的可持續發展要求。
- **產品責任：**我們致力於為客戶提供優質、安全的產品及服務。因此，我們已制定確保服務質量的措施，包括但不限於在我們政策和指導方針中明確規定對於我們平台上教育內容的質量要求，以及內容質量審閱程序。

為確保客戶滿意，我們已制定客戶投訴處理程序。我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何重大客戶投訴。為保護客戶隱私，我們制定了涵蓋資料及私隱規定的私隱政策。我們還建立了防範和保護措施，包括對使用者取閱客戶資料施加限制。

我們已制定相關政策，作為我們員工的指南，以確保我們宣傳材料的真實性和可靠性，該等材料於發佈前均經過全面審查，以確保合規性，防止虛假或誤導性信息。

- **商業道德：**我們堅持高標準的商業道德，嚴禁賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢和任何其他不道德的行為。我們已制定預防措施，包括但不限於針對董事會和員工的反貪污措施，以及實施舉報渠道，讓員工舉報任何違反道德標準的潛在不當行為。董事會負責監督該等預防措施和舉報程序。

業 務

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發現任何嚴重違反有關賄賂、貪污、勒索、欺詐和洗黑錢的法律法規的情況。

社會指標

下表載列截至2025年6月30日我們業務運營的主要社會指標：

全職僱員

	數目
按性別	
男	523
女	735
按年齡組別	
30歲及以下	645
31至50歲	612
51歲及以上	1

內部控制及風險管理

我們已建立且現時維持風險管理及內部控制系統，該系統包括我們認為適合我們業務運營的政策及程序。我們致力於不斷改善該等系統。我們已於財務報告及內部控制等多個方面採納及實施風險管理政策。董事會最終負責內部控制系統的設立及成效，高級管理層則負責在組織內設計、執行及維護有效的內部控制系統。

法律及合規風險管理

為有效管理我們的合規及法律風險敞口，我們已採納內部程序以確保我們的業務營運符合適用規則及法規。根據該等程序，我們的內部法務部履行基本職能，審閱我們與客戶及供應商簽訂的合同文本。

業 務

我們根據法律法規及行業標準的變動情況持續完善內部政策，並更新法律文件的內部模板。我們對營運及僱員活動的各方面進行合規管理。我們亦已建立有關僱員違反法律、法規及內部政策的問責制度。此外，我們持續檢討風險管理政策及措施的執行情況，以確保我們的政策及執行情況有效且充分。我們已制定僱員行為守則，當中載列有關基本工作規則、職業道德、保密、疏忽、反賄賂及反貪污的內部規則及指引。我們持續審閱、收集來自僱員的改進建議並更新僱員行為守則。

財務報告風險管理

我們已制定一套與財務報告風險管理相關的政策及措施，例如財務管理、內部審計、投資管理及預算管理。我們亦已制定程序以實施內部審計，我們的財務部審查我們的管理賬目，內部控制團隊審查我們的內部控制程序。

內部控制

為確保我們的業務運營嚴格遵守適用規則及法規，我們已設計並採用一套內部控制政策。我們的內部控制團隊負責(i)建立內部風險控制體系；(ii)就風險管理實踐提供建議；及(iii)實施內部控制政策。

業 務

獎項及認可

於往績記錄期間內及截至最後實際可行日期，我們已獲得各種獎項，以表彰我們產品及服務的質量和受歡迎程度。下表概述我們所獲得的部分重要榮譽，這些榮譽充分體現了我們在市場中的良好聲譽和卓越營運能力。

獎項及認可	頒授機構	獲獎年份
用戶青睞教育產品.....	鯨媒體	2022年
騰訊教育「口碑影響力 職業教育品牌」.....	騰訊新聞•教育頻道	2022年
教育培訓行業首席責任官.....	每日經濟新聞	2022年
北京朝陽區職業培訓發展 促進會副理事長單位.....	北京市朝陽區人力資源和社會保障局	2022年
北京高新技術企業資質.....	北京市科學技術委員會、北京市財政局及國家稅務總局北京市稅務局	2022年
成都高新技術企業資質.....	四川省科學技術廳、四川省財政廳及國家稅務總局四川省稅務局	2022年

業 務

獎項及認可	頒授機構	獲獎年份
優秀黨建協調委員會 成員單位	奧運村街道黨建工作協調委員會	2023年
四川省創新型中小企業	四川省經濟和信息化廳	2023年
北京市創新型中小企業	北京市經濟和信息化局	2023年
2024天貓618年中狂歡節 建工品牌TOP1	天貓教育	2024年
北京「專精特新」中小企業資質 .	北京市經濟和信息化局	2024年
北京市共鑄誠信企業	北京市共鑄誠信活動領導小組辦公室	2024年
2025天貓618大促建工考試 類培訓TOP1	天貓教育	2025年