

---

## 業 務

---

### 概覽

#### 公司簡介

我們是中國知名的綜合出行平台，提供全套多模式出行產品及服務。在我們長達十年的歷史中，我們持續拓展業務範圍，從早期單純的旅遊信息提供商，演變成為今天的綜合出行平台。目前，我們通過旗艦應用航班管家及高鐵管家為個人旅客提供旅行相關服務，並為成熟的企業客戶提供數據及技術服務。憑藉我們平台上龐大的用戶群，我們亦為各式各樣的品牌擁有人提供營銷服務。於業績記錄期，我們的收入主要來自旅行相關服務。

2024年，中國綜合互聯網出行服務市場總GMV達到人民幣29,542億元。就整體市場份額而言，我們排名第八位，約佔整體市場的1.4%。就分部而言，中國的在線機票預訂市場於2024年的GMV達人民幣13,758億元，佔中國整體綜合互聯網出行服務市場的約46.6%。在此分部內，按2024年的GMV計，我們是中國在線機票預訂的第五大第三方平台，佔整體市場份額約1.9%。中國的在線火車票預訂市場於2024年的GMV約為人民幣5,929億元，佔中國綜合互聯網出行服務市場的約20.1%。在此分部內，按2024年的GMV計，我們是中國在線火車票預訂的第三大第三方平台，佔整體市場份額約2.4%。

中國的綜合互聯網出行服務市場相對分散，其特點為競爭激烈且頂尖參與者佔據主導地位。於2024年，前三大參與者佔整體市場份額的約88.2%。按2024年的GMV計，最大的參與者佔中國整體綜合互聯網出行服務市場的約44.4%，以及約27.4%的在線機票預訂市場份額及約16.9%的在線火車票市場份額。倘我們無法有效地與現有或新的競爭對手競爭（包括擁有絕對市場份額與地位的市場領導者），我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。詳情請參閱「行業概覽－中國綜合互聯網出行服務市場」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們經營所處行業競爭激烈，並可能面臨來自現有或新的競爭對手的更激烈競爭，包括擁有絕對市場份額與地位的市場領導者」。

#### 公司歷程

我們的共同創辦人兼主席王江先生是中國互聯網領域資深創業者，一直堅信技術的力量。自我們成立初期以來，王先生帶領我們明確強調利用技術改善用戶的旅遊體驗。

---

## 業 務

---

2009年，我們推出首款移動應用航班管家，是中國首個為旅客提供實時航班動態信息的產品。於接下來的三年，我們經歷快速增長。為了向用戶提供更佳服務，我們開始從一家純粹旅行信息提供商發展成為一個綜合出行平台，為用戶提供出行前、出行中、出行後的一站式旅行相關服務。2012年，我們將高鐵管家推出市場，這是中國首個可提供動態高鐵信息及高鐵票訂購服務的移動應用程序。憑藉我們的移動優先策略及對創新的不懈追求，我們不斷提供優質用戶體驗，多年來我們已建立起龐大的用戶群。截至2025年6月30日，我們所有平台的註冊用戶累計超過217百萬名。

經過十多年以科技賦能解決方案為數百萬旅客提供服務，我們積累了海量旅遊相關數據並具備成熟的數據分析能力。舉例而言，憑藉廣泛的飛行資料，我們開發了智能算法，得以即時評估飛機的運作健康狀況，並推測其未來狀況。該解決方案可快速、準確地洞察飛行安全，為航空安全管理樹立了新標準。此外，憑藉超過十年的機票及火車班次大數據，我們創建了一個算法引擎，可以無縫結合任何兩個地點之間的航班、火車或兩者。其根據出行時間及票價變化即時動態調整路線，僅需用戶的出發地與目的地，即可提供最佳的出行計劃。這使我們能夠進一步拓展業務範圍，成為企業客戶的解決方案提供商。我們以開放的態度，賦能予生態系統合作夥伴及其他企業進行運營升級，從而鞏固我們的市場地位。

儘管我們的業務經歷不同發展階段，我們作為一家技術驅動型企業的身份始終如一。我們從早期開發的創新產品至專有供應鏈管理系統，科技一直是我們產品背後的驅動力。多年來，我們將新興技術融入我們的核心業務，始終保持領先地位。我們相信，我們強大的技術能力是成功應對整個行業挑戰的關鍵。

### 我們的科技

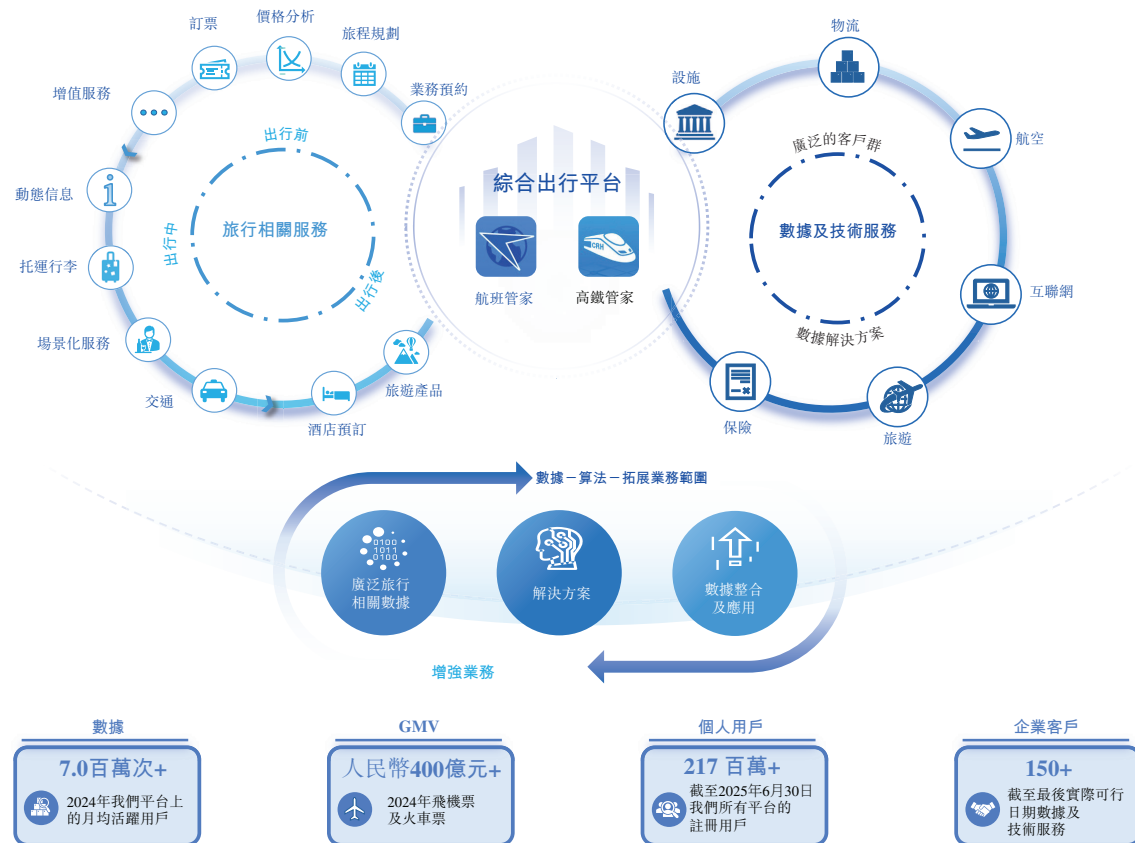
科技是我們的立身之本，與我們的核心本質密不可分。我們自主研發了一個穩健的供應鏈管理系統，該系統與我們廣泛的TSP網絡相結合，使我們成為業內少數能夠智能推薦多種多模式旅行選擇的參與者之一。通過無縫整合來自不同供應商的多種運輸方式，我們可為用戶賦能，讓用戶能快速找到具成本效益的旅行解決方案。我們認為，這是用戶持續回訪我們平台的關鍵因素。

## 業 務

此外，我們通過廣泛的旅行行業數據自然形成了強大的專業能力。通過十多年以科技賦能解決方案為數百萬旅客提供服務的經驗，我們積累了（其中包括）兩項寶貴資產：各式各樣的數據和經驗證的算法。這是讓我們能在一個旅行與科技飛速融合的时代持續發展的基石。我們的數據庫涵蓋40多個維度的航空旅行數據，包括航班時刻、航班動態、機型參數、機場旅客流量、空運數據及機場基礎設施等。我們已取得上游數據提供商的官方數據授權，確保了我們數據來源的合法性及權威性。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首個獲得中國航空業權威數據來源官方授權的出行平台。我們持續致力於科技進步，利用我們龐大的數據庫開發了一種核心算法，該算法已被證實可有效滿足各種旅行需求。

### 我們提供的產品和服務

憑藉我們的技術能力，我們為旅客及企業提供全面的服務和解決方案。



## 業 務

我們通過旗艦應用航班管家及高鐵管家為旅客提供一站式服務。我們可加強旅行規劃，無縫整合各類交通方式，包括飛機、火車及網約車服務。我們有別於傳統的移動平台，該等平台主要充當旅客與企業之間的交易中介。我們的平台涵蓋用戶旅程的所有主要方面，包括計劃及預訂乃至實時旅行信息更新及旅行後支持。我們提供一系列配套服務，包括免費服務及輔助增值服務，如值機選座、列車選座、航班延誤查詢、機場信息導航及酒店預訂等，應對旅客在旅途中遇到的各種狀況，確保輕鬆愉快的旅行體驗。截至2025年6月30日，我們的服務遍及逾220個國家和地區逾5,100個機場，涵蓋逾5,200個國內火車站，並提供全球逾一百萬家酒店的預訂選擇。

憑藉十餘年積累的旅行數據及技術專長，我們為企業提供數據及技術服務。我們在數據即服務模式下運營，向企業提供全面的航空及鐵路數據，以及豐富的工具包，其中鐵路數據免費提供給企業客戶。我們與官方航班數據提供商（如地方民航通信網絡公司）訂立書面協議，並從公開來源收集鐵路數據，確保我們數據來源及數據處理、傳輸及共享慣例屬正當可靠。該等資源使企業能夠優化其服務、管理成本、提高效率及作出知情決策。截至最後實際可行日期，我們的數據及技術服務覆蓋多個不同行業的逾150家公司，包括出行、旅遊、酒店、保險及物流。

於業績記錄期，我們的收入主要來自三個分部：(i)旅行相關服務；(ii)線上營銷服務；及(iii)數據及技術服務。為此，我們為生態系統合作夥伴提供一整套解決方案，協助彼等簡化服務流程、提升客戶體驗，以及改善運營效率。隨著我們數據解決方案的擴展，我們不斷以多維數據豐富我們的數據庫及擴大TSP網絡，進而提升對消費者的整體服務質量。



---

## 業 務

---

附註：

- (1) 我們從數據提供商處獲取各種數據。我們通過與官方航班數據提供商的書面協議獲取航班數據，包括實時航班狀態、行李傳送帶信息、歷史客座率及天氣相關數據，且我們從公開來源收集鐵路數據。
- (2) 我們一站式旅行相關服務的提供商主要包括票券提供商（如旅行社及航空公司）、在線支付服務提供商及其他提供商（如酒店及第三方網約車服務運營商）。
- (3) 我們將從我們的一站式旅行相關服務（如機票及火車票銷售）獲得的實時旅行信息與源自我們數據提供商的數據整合，以為我們的數據服務建立廣泛的旅行數據集。
- (4) 個人用戶主要通過我們的應用程序獲得服務，而企業客戶及其他TSP主要通過我們專門的銷售團隊進行對接。

對於旅行相關服務，我們的收入主要來自與交通票務服務、商旅管理服務、網約車服務及住宿預訂服務相關的佣金或服務費。對於線上營銷服務，我們的收入來自根據平台上營銷活動的展示或效果數據向客戶收取的費用。對於數據及技術服務，我們的收入主要來自(i)向數據服務客戶收取訂閱或消費費用，及(ii)向系統開發服務客戶按項目收取服務費。有關更多詳情，請參閱「我們的智慧出行平台」、「透過線上營銷服務變現」及「我們的數據及技術服務」。

### 我們的成就

我們為旅客提供的全面服務組合及具吸引力的價值主張為我們贏得了龐大且不斷增長的忠實用戶群。截至2025年6月30日，我們所有平台的註冊用戶群已超過217百萬人，自2022年1月1日起增加56.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，與行業平均約40%相比，我們於2023年的付費用戶於2024年再次付費使用我們服務的比例超過50%，於中國主要平台中最高。於2024年，我們付費用戶群中的大部分用戶（超過30%）為平均每季在我們平台上至少訂票一次的經常旅行者。此類旅客在預訂時傾向於優先考慮效率。我們相信，我們的智能推薦引擎以及簡化的搜索及預訂程序是促使用戶再次選擇我們以滿足其未來旅行需求的關鍵因素。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，我們平均25.2%的月活躍用戶為付費用戶，與行業平均約20%相比，表現優於大多數同業。自2021年我們的解決方案推出以來，即使仍處於早期階段，已贏得多家電信、機場管理、酒店業及電商業內知名企業客戶。

## 業 務

儘管我們於2022年因COVID-19疫情的影響而出現業績下滑，我們於業績記錄期仍實現可觀增長。我們的收入由2022年的人民幣280.1百萬元增加至2024年的人民幣647.0百萬元，複合年增長率為52.0%。我們的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣281.4百萬元進一步增加24.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣351.1百萬元。我們於2022年錄得淨虧損人民幣0.8百萬元，於2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月分別錄得淨利潤人民幣59.3百萬元、人民幣51.2百萬元、人民幣31.7百萬元及人民幣47.1百萬元。我們於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月分別錄得經調整淨（虧損）／利潤（非香港財務報告準則計量）人民幣(0.7)百萬元、人民幣61.6百萬元、人民幣73.4百萬元、人民幣39.0百萬元及人民幣49.8百萬元，經調整淨（虧損）／利潤（非香港財務報告準則計量）指經(i)以股份為基礎的薪酬開支及(ii)[編纂]調整的年／期內利潤／虧損。

### 我們的市場機遇

我們在中國的綜合互聯網出行服務市場運營，為旅客提供整合各種交通方式的一站式產品及服務，以及為企業提供數據及技術服務。於2023年，隨著COVID-19疫情得到有效控制，綜合互聯網出行服務市場出現快速反彈。於2024年，繼2023年COVID-19疫情後出現快速反彈，綜合互聯網出行服務市場已恢復穩定增長，預計2029年的GMV將達到人民幣54,044億元，2024年至2029年的複合年增長率為12.8%。

隨著交通方式變得更加一體化，對移動數據的準確性和實時性的需求將會增加。如同我們以數據驅動的綜合出行平台有望成為市場主流，並為智能交通賦能。AI和大數據等科技進步一直並有望繼續成為綜合互聯網出行服務的主要驅動力。我們相信，我們在採用AI應用方面的先發優勢、龐大而多維旅行數據庫以及強大的數據分析能力，使我們能夠抓緊中國綜合互聯網出行服務市場令人振奮的增長機遇。

除中國市場的增長外，我們亦尋求利用強大的技術能力及豐富的行業專業知識，把握全球各地具吸引力的機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，按總交易額計算，全球綜合互聯網出行服務市場預計將於2029年達到44,950億美元，2024年至2029年的複合年增長率為12.0%。技術進步不斷提升用戶體驗及整體旅遊效率。具備強大AI應用能力及廣泛數據的市場參與者有望於日後獲得競爭優勢。

---

## 業 務

---

### 我們的優勢

#### 中國知名的一站式綜合出行平台

我們是中國知名的綜合出行平台，提供全套多模式出行產品及服務。以技術為本公司核心，我們專注於利用數據驅動解決方案使旅行更加便捷、高效及個性化，為所有人帶來愉快的旅程。在龐大綜合解決方案組合的支持下，我們的平台為用戶提供簡化的體驗及集中獲取對旅客出行前、出行中、出行後可能需要的眾多支持。我們的航班管家及高鐵管家應用程序可讓用戶尋求最佳交通選擇、計劃多模式聯運行程、購買機票及火車票，並向多家TSP進行無縫預訂。截至2025年6月30日，我們的服務遍及超過220個國家和地區超過5,200個機場，涵蓋超過3,500個國內火車站，並提供全球逾1.3百萬家酒店的預訂選擇。於旅行計劃開始實施後，旅客可使用專為滿足其整個旅程中的多樣化需求而設計的功能。以航空旅行為例，我們允許旅客在線辦理值機手續並選座、跟蹤實時航班動態、實時獲取航班變動提醒、查看起降地機場信息、及查看和分享航班及機場點評。這使旅客能夠無縫管理整個旅程，無需在多個系統之間切換。

在十多年的發展歷程中，我們不斷拓展我們的服務範圍，從一家純粹旅行信息提供商發展成目前的綜合出行平台。我們亦將服務對象從一般消費者擴展至通過包辦旅行團協助籌辦企業活動的會獎服務，並進一步為企業客戶提供解決方案。在此歷程中科技一直是我們的動力來源，賦能我們為用戶和客戶提供創新服務組合及具吸引力的價值主張。

我們建立了龐大且不斷增長的忠實用戶群。截至2025年6月30日，我們所有平台的註冊用戶群已超過217百萬人，自2022年1月1日起增加56.5%。2024年我們在線上機票交易方面產生總交易額人民幣257億元，是中國第五大第三方平台，佔整體市場份額約1.9%；2024年我們在線上火車票預定方面產生總交易額人民幣145億元，是第三大第三方平台，佔整體市場份額約2.4%。

#### 卓越的服務提升了用戶和客戶的忠誠度

自成立以來，我們一直致力於開發迎合用戶旅途中多樣化需求的產品和服務。我們始終關注用戶體驗，激發了大量技術創新，使我們獨具優勢，獲得了眾多旅行者和廣泛企業客戶的忠誠度。

---

## 業 務

---

我們相信用戶被我們平台便捷、高效及個性化的服務吸引。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國首家推出提供實時航班動態信息的產品及提供動態高鐵信息及訂票服務的移動应用程序的公司。根據同一來源，我們亦是首個獲得中國權威航空數據來源官方授權的出行平台。通過率先提供可靠、實時的旅遊信息及便捷的預訂服務，我們及早塑造了用戶習慣，為依賴我們準確全面數據的客戶帶來高昂的轉換成本。根據弗若斯特沙利文的資料，與行業平均約40%相比，我們於2023年的付費用戶於2024年再次付費使用我們服務的比例超過50%，於中國主要平台中最高。於2024年，我們付費用戶群中的大部分用戶（超過35%）為平均於每季在我們平台上至少訂票一次的經常旅行者。此類旅客在預訂時傾向於優先考慮效率。我們相信，我們的智能推薦引擎以及簡化的搜索及預訂程序是促使用戶再次選擇我們以滿足其未來旅行需求的關鍵因素。於2024年，我們平均25.2%的月活躍用戶為付費用戶，根據弗若斯特沙利文的資料，表現優於大多數同業。

我們相信企業客戶向我們尋求卓越的技術解決方案。電商、電信、航空、機場管理、酒店業以及其他行業的許多公司，均依靠我們建立或提升其旅行相關服務系統。例如，我們為旗下擁有一個深受中國年輕一代喜愛的新興精品酒店品牌的一家旅遊公司提供供應鏈管理系統和一套AI嵌入式工具，賦能該公司由其傳統酒店業務轉型為技術型連鎖酒店。此外，我們的航空、鐵路和航空貨運數據服務能夠為業務決策提供見解。

### 強大的技術能力

科技是我們的立身之本，與我們的核心本質密不可分。為用戶提供無縫可靠體驗的背後是高度複雜的供應鏈管理系統，而其複雜性往往被低估。以機票預訂為例，為了以最具競爭力的價格快速推薦最佳路線，系統必須在短短幾秒內運行計算，處理大量多維數據，包括航班可用性、時刻表、轉機時間、剩餘座位及其相應的艙位等。鑒於機票艙位有不同的票價、取消和變更政策，且航空公司會根據實時需求和供應動態調整該等艙位，因此供應鏈管理系統不僅需要及時了解庫存和交付狀態，還必須能夠運行預測模型以進行需求預測。這種優化水平只能通過數據分析和AI應用實現。我們是業內少數擁有該等強大技術能力的參與者之一。除機票供應商外，我們的專有供應鏈管理系統連接不同交通模式的大型服務供應商網絡。這使我們能夠智能地向用戶推薦多樣化的多式聯運選擇，並使用戶能夠快速找到具有成本效益的旅行解決方案，我們認為這是用戶持續回訪我們平台的關鍵因素。



---

## 業 務

---

通過不斷致力提升技術，我們將廣泛的數據資產與AI科技結合，開發出可有效滿足不同旅行需求的算法。我們利用該等能力構建了一個智能推薦引擎，實時分析用戶行為和偏好，並精準預測個人出行需求。該預測能力使我們能夠提供高度個人化的建議，提升用戶滿意度及提高收入轉換效率。於2024年，我們平均25.2%的MAU為付費用戶，這一水平優於大多數同行。

除了我們的核心技術能力外，我們還大力投資開發新功能並引入直接解決旅客痛點的新功能，不斷提升他們的體驗。這些創新創造了眾多行業第一，與我們的市場地位相呼應。例如，我們航班管家首創航班動態信息查詢服務，提供實時、歷史及預測性的航班跟蹤數據。另一個示例是我們的服務，使用戶能夠實時手機訪問全球主要機場大屏幕的航班信息展示。我們還通過推出上車補票、跨站買票、列車動態信息及虛擬實境車站導航，徹底改變了鐵路旅行。

儘管我們開創的多數功能已逐漸成為出行領域的標準服務，我們的創新一直在繼續。截至2025年6月30日，我們的研發部門擁有255名成員。我們致力於投資技術並積極創造創新解決方案，以提升旅行體驗。

### 海量旅遊行業數據培育AI應用

經過十多年以科技賦能解決方案為數百萬旅客提供服務，我們積累了（其中包括）兩項寶貴資產：各式各樣的數據和用於訓練適用於旅遊行業的AI模型的經測試方法。這是讓我們能在一個旅行與科技飛速融合的時代駕馭AI力量的基石。

我們的數據庫覆蓋與各種旅行方式、住宿及客戶服務有關的全面數據。具體而言，就航空旅行而言，我們的數據庫涵蓋40多個維度的航空旅行數據，包括航班時刻、航班動態、機型參數、機場人流量及機場基礎設施等。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首個獲得中國航空業權威數據來源官方授權的出行平台。通過進一步獲取並整合地方空管及機場等官方來源的授權數據，我們得以從數據源頭上，保證數據真實性與完整性。此外，隨著我們業務的增長，我們的數據庫仍持續積累鐵路、票務交易、客戶反饋意見、物流等與出行方方面面均相關的數據。這些數據共同為分析奠定了堅實的基礎。

---

## 業 務

---

通過不斷致力提升技術，我們將廣泛的數據資產與AI科技結合，開發出一套已被證明可有效滿足不同旅行需求的算法。我們基於第三方大型語言模型開發的AI驅動的客戶服務聊天機器人與訓練有素的人類客服經理對我們TSP政策的了解程度不亞於訓練有素的客服經理，甚或有過之而無不及。截至2025年6月30日止六個月，我們約84.6%的用戶查詢已由聊天機器人解決，而需要或無需人工進行。自我們利用AIGC構思廣告概念、簡化文案及製作平面設計以來，我們已取得令人鼓舞的成果，顯著提高效率和質量。自2021年以來，我們已開始與少數企業客戶（如航空公司、機場及酒店供應商）合作應用AI，助其實現運營數字化及智能化。我們將持續在業務的各個方面採用及整合最新AI技術，以升級服務，提高運營效率，並開拓新的商機。

### 產業賦能方法

我們以包容的態度協助生態系統合作夥伴和其他企業利用我們的旅行數據和技術能力取得成功。我們於2018年為企業客戶推出數據服務。我們在數據即服務模式下運營，向需要旅行數據的企業提供全面的航空及鐵路數據，以及豐富的工具包，其中鐵路數據免費提供給企業客戶，包括大數據報告、數據分析、地理數據可視化、可定制行程規劃模板等。該等資源使企業能夠優化其服務、管理成本、提高效率及作出知情決策。此外，我們為生態系統合作夥伴提供一整套解決方案，協助彼等簡化服務流程、提升客戶體驗，以及改善運營效率。截至最後實際可行日期，我們的數據及技術服務覆蓋多個不同行業的逾150家公司，包括出行、旅遊、酒店、保險及物流。

於2021年，我們從我們的技術能力中提煉出面向企業的解決方案，將我們的產業賦能工作提升至一個新水平。該等模塊化解決方案旨在幫助生態系統合作夥伴簡化服務流程、提升客戶體驗及提高運營效率。隨著我們的價值主張獲得認可，我們與生態系統合作夥伴的合作也不斷深化和擴大。我們的服務已從單一用例解決方案發展到涵蓋多個運營方面，並進一步發展為綜合出行服務系統。目前，電商、電信、機場管理、酒店業及其他行業的許多公司均依賴我們建立或升級其旅行相關服務系統。

我們相信，我們的產業賦能方法有助鞏固我們的市場地位。隨著我們的服務擴展至企業客戶，我們不斷以多維度數據豐富我們的數據庫，進而提升對消費者的整體服務品質。我們向更廣泛的出行、旅遊及酒店行業的企業提供服務也拉近了我們與該等行業參與者距離。這種接近性使我們能夠更好地了解他們，最終擴大我們的資源網絡，使服務更加多元化。服務物流等非旅行相關行業的企業，要求我們始終身處技術創新的前沿，滿足企業獨特的需求，同時也使我們能夠獲得寶貴的跨行業見解，激發進一步創新。這種良性循環最終增強了我們的技術能力和競爭優勢。

---

## 業 務

---

### 富有經驗的管理層團隊及獨特文化

我們的共同創辦人兼主席王江先生是中國互聯網領域資深創業者、科技能力的擁護者，擁有20年以上行業經驗。在他的領導下，我們積極擁抱技術進步，自成立以來大力投資持續創新及開發精品。我們實施敏捷原則和方法，強調產品規劃、開發和迭代，以確保快速交付和持續改進用戶體驗，緊跟瞬息萬變的市場需求。

我們的管理層團隊擁有遠見視野，他們已與本公司合作逾10年，各成員平均擁有超過15年互聯網及移動通信領域經驗，這與我們創始人的願景相輔相成。我們的高級管理層為我們帶來豐富的技術、運營及財務專業知識，助力我們取得長期成功。我們的創始人和高級管理層攜手共築穩定增長和可持續盈利能力的驕人業績。

鼓勵創新的企業文化是我們業績的基礎。我們銳意維持扁平化的公司架構，促進簡單、權宜的決策。我們相信，以創新為本的文化將為我們的用戶、客戶、業務夥伴和股東帶來持久的價值創造。

### 我們的戰略

為進一步提升我們的競爭地位及善用我們面前的重大機遇，我們專注於執行以下戰略：

#### 提升我們AI方面的能力和持續投入創新

過去十年，我們通過運營綜合出行平台，積累了豐富的多樣化出行數據並開發了經驗證的算法。依託這一堅實的基礎，我們現已開始在旅行及出行領域應用人工智能，未來我們計劃提升在大數據分析和AI應用等領域的投放，並實施以下方面戰略：

- **進一步將AI融入業務運營中。**我們已制定路線圖，通過使用AI獲得戰略優勢。通過將豐富行業專業知識和先進AI技術結合，我們創造出高效的客服機器人和輔助工具。我們亦利用生成式AI優化營銷材料的製作，例如自動生成適用於不同城市的宣傳海報。儘管仍處於早期階段，但我們已取得令人鼓舞的成果，效率和質量均大幅提升。憑藉我們的先發優勢，我們將持續加強AI整合，進一步以推動運營優化。

---

## 業 務

---

- **加強面向企業客戶的技術服務。**我們計劃通過進一步整合AI應用持續完善面向企業客戶的旅遊相關技術解決方案。我們已根據應用場景將技術能力模塊化。此舉使我們可有效為客戶不同需求定制解決方案。展望未來，我們擬進一步鞏固我們在該領域的優勢，以擴大我們的企業客戶群。
- **持續開發智能產品、功能和特性。**我們計劃進一步推出新產品並通過應用AI自動優化和增強現有功能。例如，我們計劃加強智能旅行推薦、改進智能旅行管理工具，開發目的地餐廳預訂工具等功能 — 凡此種種旨在為了將用戶體驗提升到新層次。我們相信這亦將提高我們對海外參與者的吸引力，有助我們建立寶貴的合作夥伴關係，並為實施全球戰略奠定堅實的基礎。參閱「— 與海外合作夥伴合作，擴大全球足跡」。

為實施該等戰略，我們擬在可預見未來擴大研發團隊，升級數據服務基礎設施，並探索與第三方研究機構的潛在合作。

### 與海外合作夥伴合作，擴大全球足跡

根據弗若斯特沙利文研究，回購率是業界評估客戶黏度的重要指標。於2024年，我們的海外平台回購率約介於30%至40%之間，而本集團回購率超過50%，超越海外平台平均水平。為抓緊全球市場的機遇，我們擬通過利用強大的技術能力擴展海外業務。我們擬在可預見未來於以下方面實施我們的全球戰略：

- **旅行相關服務的全球戰略。**為將我們的旅行相關服務的覆蓋範圍擴展至中國以外地區，我們旨在通過訂立相關合作協議探索與當地企業(尤其是大型海外參與者以及尋求新擴展方式的移動應用程序平台)的合作夥伴關係。憑藉我們的技術專長，我們可以為其配備先進技術及AI工具，以實現其運營數字化及自動化。作為回報，我們打算利用合作夥伴的現有用戶群以及對當地文化、政策、市場動態及用戶需求的見解，以打入新市場並擴大我們的市場份額，而無需在早期階段就建立本地服務團隊進行大量投資。此外，我們目前的產品及服務主要針對中國市場。我們擬通過引入由AI驅動的多語言模型以提升我們的產品及服務。這將使我們能夠為來自全球不同國家和地區的更廣泛用戶群提供服務，並增強我們支持企業客戶在世界各地擴張的能力。

---

## 業 務

---

- **為海外企業提供數據解決方案。**此外，我們將通過向依賴全球或區域運輸網絡營運的企業提供強大的數據分析能力及全面的工具包，尋求擴大國際企業客戶群的機會。
- **開發面向全球旅行市場的智能產品。**我們相信人工智能技術的進步將有助於彌合不同國家和地區的語言和文化障礙，令溝通更為順暢。作為旅遊行業AI應用的積極採用者，我們計劃利用我們的專業知識開發新的智能產品及工具，更加便利於國際旅客在目的地的活動，例如餐廳預訂。

作為我們國際擴張的第一步，我們於2023年12月在香港設立區域總部，我們將首先專注於亞洲市場，其後逐步將我們的足跡擴展至世界各地。尤其是，我們的機票相關服務已開展初步的海外拓張。憑藉我們現有的平台基礎設施，我們已開始與多家海外航空公司及出行服務商合作，以滿足用戶的跨境票務需求。透過有關早期合作，我們已與亞洲及歐洲等地區的國際供應商建立初步合作關係，豐富我們海外機票庫存，並提升對出境旅客服務的可及性。該等初步合作夥伴關係亦為讓我們深入了解當地供應商的生態系統，為未來更廣泛的市場進入戰略提供參考。

### 持續豐富及提升我們的產品和服務

為了加強我們的競爭力，我們將繼續開發和推出更多具有競爭力的精細產品和服務。我們計劃擴大我們的TSP網絡，尤其是優質機票供應商網絡，使我們平台上的機票來源多樣化。我們將與更廣泛的酒店提供商合作，包括經濟型酒店、中檔酒店、精品酒店及豪華酒店，豐富我們平台上的住宿選擇。憑藉我們龐大的高參與度用戶群，我們計劃與酒店提供商磋商更優惠的價格，為我們的用戶提供更具競爭力的價格。我們亦將不斷完善應用上展示的信息，使用戶能更快、更直觀地搜索和預訂住宿。

此外，我們將進一步豐富面向企業客戶的解決方案。我們計劃利用我們在旅遊行業的聲譽和廣泛網絡擴大企業客戶基礎，為越來越多的生態系統合作夥伴提供技術解決方案。為此，我們會投放更多資源於銷售及營銷工作及招聘更多人才。

### 擇機優選戰略合作、投資和收購機會

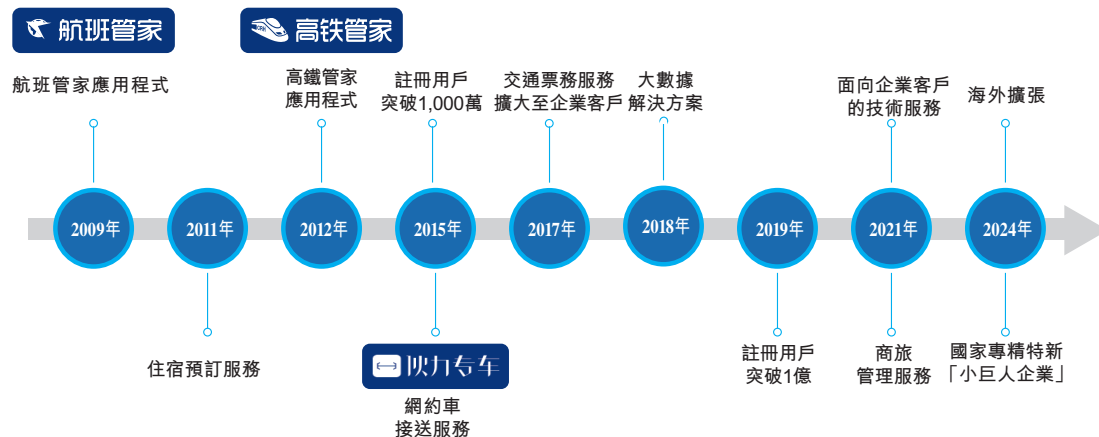
我們過往已建立戰略合作關係支持業務增長。展望未來，我們積極尋求新的優質本地合作夥伴，以幫助我們擴展至海外市場。為推動進一步增長，我們的計劃包括在國內外尋求可以擴大我們的整體產品及服務範圍、增強我們的技術實力、最終鞏固我們市場競爭地位的戰略合作、投資和收購組合。截至最後實際可行日期，我們並未確定任何具體的收購目標，目前亦未就潛在收購進行任何磋商。

## 業 務

### 我們的重大業務里程碑

在我們十多年的歷史中，我們持續拓展業務範圍，從早期單純的旅遊信息提供商，演變成為今天的綜合出行平台。我們不僅向個人客戶提供解決方案，但亦向發展成熟的企業客戶提供有關服務。

下圖說明我們自成立起的重大業務里程碑：



於業績記錄期，我們的收入主要來自(i)旅行相關服務、(ii)線上營銷服務及(iii)數據及技術服務。對於旅行相關服務，我們的收入主要來自與交通票務服務、商旅管理服務、網約車服務及住宿預訂服務相關的佣金或服務費。對於線上營銷服務，我們的收入來自根據平台上營銷活動的展示或效果數據向客戶收取的費用。對於數據及技術服務，我們的收入主要來自(i)向數據服務客戶收取訂閱或消費費用，及(ii)向系統開發服務客戶按項目收取服務費。下表載列業績記錄期按分部劃分的本集團收入明細。

|              | 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            | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            |
|              | (以千元計，百分比除外)   |              |                |              |                |              |                |              |                |              |
|              | (未經審核)         |              |                |              |                |              |                |              |                |              |
| 旅行相關服務.....  | 240,501        | 85.8         | 442,142        | 88.1         | 551,422        | 85.2         | 251,836        | 89.5         | 288,297        | 82.1         |
| 線上營銷服務.....  | 21,266         | 7.6          | 40,998         | 8.2          | 74,664         | 11.6         | 19,712         | 7.0          | 49,783         | 14.2         |
| 數據及技術服務..... | 18,350         | 6.6          | 18,482         | 3.7          | 20,895         | 3.2          | 9,868          | 3.5          | 13,009         | 3.7          |
| 總收入.....     | <u>280,117</u> | <u>100.0</u> | <u>501,622</u> | <u>100.0</u> | <u>646,981</u> | <u>100.0</u> | <u>281,416</u> | <u>100.0</u> | <u>351,089</u> | <u>100.0</u> |

---

## 業 務

---

### 我們的智慧出行平台

我們提供全套產品及服務，以滿足旅客在整個旅程中的需求。通過我們的旗艦產品航班管家及高鐵管家，我們將各種交通方式（包括飛機、火車及專車接送服務）整合成一站式平台，以此增強旅行規劃。我們的綜合搜索引擎匯集該等方式的時刻表、價格及座位情況，使旅客能夠比較及選擇最具成本效益及時間效率的路線。考慮到中轉時間、換乘距離及實時交通狀況等因素，我們使用先進的算法推薦最佳路線及換乘方式。旅客可以建立個性化的行程，結合飛機、火車及網約車服務，確保不同交通方式之間的高效轉換。

### 我們的服務

下表載列我們主要智慧出行服務的詳情：

| 所提供服務             | 說明  |
|-------------------|---|
| 交通票務服務 . . . . .  | 我們有別於傳統的移動平台，後者主要作為旅客與企業之間的交易中介。我們的平台涵蓋用戶旅行的所有關鍵方面，從計劃及預訂到實時旅行更新及旅行後支持。我們提供配套服務，包括免費服務及輔助增值服務，如值機選座、列車選座、航班延誤查詢、機場信息導航及航班價格預測等，解決旅客在旅途中遇到的複雜細節，確保輕鬆愉快的體驗。 |
| 商旅管理服務 . . . . .  | 除服務個人客戶外，我們為企業客戶提供會議、獎勵旅行、大型會議、展覽及其他企業差旅需要的端到端管理服務，由戰略規劃、場地選擇、差旅安排、現場協調到活動後分析。  |
| 網約車接送服務 . . . . . | 我們的網約車接送服務專注於來往機場及火車站的交通，與我們的交通訂票務服務無縫整合，提供順暢而全面的出行體驗。用戶通過我們的平台預訂機票或火車票時，可以選擇在其行程中添加網約車接送服務。無論是單人乘車、家庭用車或豪華車，用戶均可以選擇各種車型以滿足其需求。                           |

## 業 務

### 所提供服務

### 說明

**住宿預訂服務** . . . . . 我們的住宿預訂服務可幫助旅客簡化旅行規劃流程並提高用戶便利性。當用戶通過我們的平台預訂機票或火車票時，平台會無縫提示用戶預訂目的地酒店。我們擁有龐大的酒店合作夥伴網絡，提供從經濟型到豪華型的各種住宿選擇。

### 交通票務服務

我們通過在線平台向用戶提供機票及火車票預訂，以及其他配套增值旅遊產品。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們出售的機票及火車票數量分別約為50.4百萬張、111.4百萬張及128.3百萬張，合共產生交通票務服務GMV分別約人民幣138億元、人民幣306億元及人民幣403億元。

### 機票

我們在平台為用戶提供大量航班選擇。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年線上機票預訂產生的總交易額計，我們是中國第五大第三方平台。截至2025年6月30日，我們的機票供應商包括超過450家國內及國際航空公司及超過390家機票代理機構，覆蓋中國超過7,500條國內航線及超過320個機場以及中國境外超過59,000條航線及超過4,900個機場。我們在用戶可選擇的國內航線數量方面處於市場領先地位。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們出售的機票數量分別約為11.8百萬張、22.1百萬張、33.9百萬張及18.5百萬張。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的機票GMV分別約為人民幣89億元、人民幣183億元、人民幣257億元及人民幣139億元。

為確保用戶以具競爭力價格獲得廣泛的航班選擇，同時保持高標準的服務及可靠性，我們致力通過與航空公司及機票代理機構建立戰略合作夥伴關係，利用先進的技術及數據分析，優化機票供應鏈。我們從眾多供應商處獲得機票並通過複雜的系統管理該等關係的能力使我們與眾不同。與航空公司的戰略合作夥伴關係在確保極具競爭力的價格方面發揮著至關重要的作用。作為多家航空公司的重要代理，我們負責協商批量採購協議及推廣優惠。該等合作夥伴關係使我們能夠獲得具競爭力的價格，從而為用戶節省大量成本。



## 業 務

此外，我們已在內部開發一套先進的機票採購及管理系統。該系統十多年來在技術及資源方面獲得大量投資，因此較為成熟，可支持多個供應商的組合。為進一步優化選票流程，我們採用算法及機器學習模型分析歷史數據及實時市場趨勢。該等技術可預測價格波動，識別最佳預訂時間，並根據用戶輸入的信息（如旅行日期及多程目的地）推薦最具成本效益的路線。借助預測分析，我們可以建議用戶何時預訂以獲得具有競爭力的價格，從而為旅客節省成本。

我們一般按以下方式收取佣金(i)機票價格的某個百分比，或(ii)用戶支付的實際價格與底價之間的差額，以航空公司及票務代理設定的若干範圍為準。

### 火車票

我們提供從www.12306.cn（中國國家鐵路集團有限公司（或稱中國鐵路）的官方在線票務平台）以及中國鐵路授權的線下售票代理處購票的火車票服務。有關我們與票務代理協議的主要條款，請參閱「我們的供應商—與在線支付服務提供商的安排—與票務代理的協議」。我們不會就提供火車票務服務收取佣金，但我們通過提供增值服務及基於分級定價模型的會員費產生收入。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年線上火車票預訂產生的總交易額計，我們是中國第三大第三方平台。

用戶可以通過我們的平台訪問許多功能，例如查看列車時刻表及檢查車票餘量。我們的搜索功能允許用戶根據各種參數（包括出發時間、目的地、預算及旅行等級）查找鐵路路線。我們的火車相關增值服務包括（其中包括）優先或快速出票工具、旨在提高出票成功率的服務及優化旅行的附加服務（如選座、延誤保障及優惠券組合），我們就此按每筆訂單或每次使用量收取服務費。我們亦提供捆綁了一系列經常性旅行相關禮遇的會員計劃，其中包括火車票相關禮遇（如加速出票、延誤保障及選座禮遇）。會費按分級定價結構收取，反映各級別所提供優惠的範圍及價值。詳情請參閱「我們的用戶及客戶—我們的用戶—我們的會員制度」及「我們的用戶及客戶—我們的用戶—增值旅行相關服務」。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們出售的火車票數量分別約為38.5百萬張、89.3百萬張、94.5百萬張及46.5百萬張，合共產生火車票GMV分別約人民幣49億元、人民幣123億元、人民幣145億元及人民幣73億元。

---

## 業 務

---

### 其他旅遊產品及服務

我們提供各種增值服務套餐，用戶可與其機票或火車票一同購買。我們將該等配套服務與機票或火車票捆綁，不僅為用戶提供更多便利及價值，亦創造了額外的收入來源。例如：

- **航班選座**：我們的選座服務允許用戶提前選擇偏好的座位安排，從而提高用戶的舒適度及便利性。
- **航班延誤補償**：如發生航班延誤，我們會向旅客提供旅行代金券補償。該等代金券可用於未來預訂，包括我們平台上提供的航班、酒店及其他旅行相關服務。該服務旨在減輕因旅行計劃意外中斷而造成的不便。
- **火車票餘量監控**：我們為用戶提供監控火車票餘量的服務，並在有票後立即自動購買指定時間段及價格範圍內的車票。
- **優先登機及VIP候機室**：用戶可支付額外費用以通過平台享用優先登機及VIP候機室，以便他們輕鬆出行。
- **獲得保險服務**。在我們的平台上，我們提供由合作保險公司提供的保險服務，使用戶能夠在交通訂票的同時方便地向保險公司購買旅行保險。

我們通過向購買服務的用戶直接收取服務費而從該等增值旅行產品及服務產生收入。該等增值產品包括輔助旅行相關服務，如[退款及改簽保障、航班延誤保險、現金回贖或折扣優惠、酒店優惠券組合或機場接送優惠]。服務費一般按用量計算，並根據反映特定服務類型及成本的分級定價模型收取。我們亦銷售提供增值服務的會員計劃及收取基於分級定價模型的會員費。會員可以獲得的優惠包括[購票循環現金回贖、優先購票和加速工具、酒店和乘車折扣、生日獎賞以及客戶支持特權]。詳情請參閱「我們的用戶及客戶－我們的用戶－我們的會員制度」及「我們的用戶及客戶－我們的用戶－增值旅行相關服務」。

---

## 業 務

---

### 商旅管理服務

除服務個人用戶外，我們為企業客戶提供會議、獎勵旅行、大型會議、展覽及其他企業差旅需要的端到端管理服務，涵蓋策略規劃、場地選擇、行程安排、現場協調及活動後分析。我們利用合作夥伴廣大的網絡以獲取最佳的場地及出行選擇，確保具成本效益及方便。我們通常向企業客戶收取套餐價，扣除成本後產生商旅管理服務收入。

### 網約車服務

我們的網約車服務專注於來往機場及火車站的交通，與交通票務服務無縫集成，以提供順暢而全面的出行體驗。當用戶通過平台預訂機票或火車票時，可以選擇將網約車服務添加到行程中。用戶即使未向我們下達交通票務訂單亦可使用我們的網約車服務。

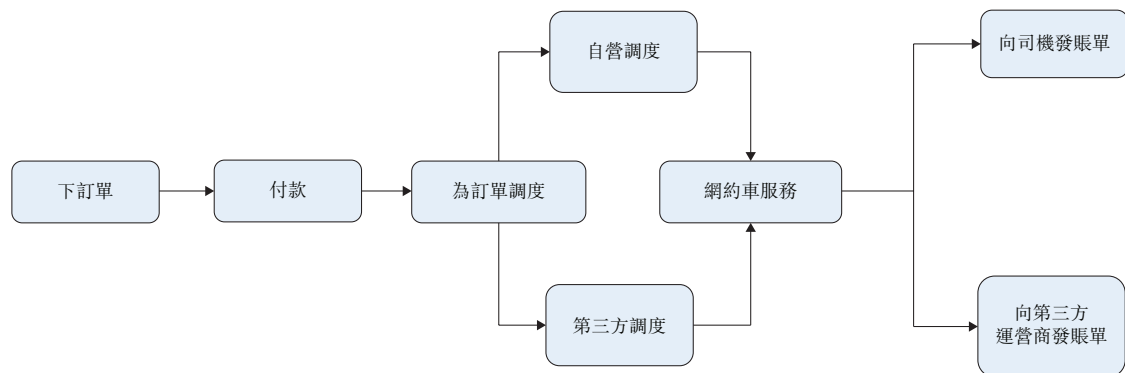
我們的網約車服務主要面向旅行者，他們重視專業培訓司機提供的舒適度及服務質量。用戶可根據需求選擇附有不同便利設施的不同車輛類型，無論是單人出行、家庭用車或豪華轎車。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的平台分別約有59.9千份、115.2千份、111.0千份及45.4千份網約車訂單。

根據用戶在平台上的現有行程資料，我們建議合適的上車點或目的地。對於往返機場或火車站，我們亦及時通知司機乘客的航班或車次的最新資料，以避免錯過飛機或火車，並減少乘客及司機的不必要等待時間。

我們通過(i)作為委託人就為乘客提供的出行及相關服務收取服務費；及(ii)作為代理安排其他網約車服務運營商為乘客提供服務按每筆網約車訂單價值的某個百分比收取佣金以從網約車服務產生收入。在我們未持有網約車經營許可證的城市，我們以代理身份經營，協助第三方運營商提供網約車服務，網約車服務透過外部平台完成。在我們獲得該牌照的城市，我們作為代理同時協調第三方運營商，以及作為委託人直接向用戶提供網約車服務。作為委託人時，我們的客戶主要包括尋求往返機場或高鐵站的交通工具的乘客，而我們的主要供應商為司機，且我們直接與司機訂立協議以提供網約車服務。作為代理時，我們的客戶為要求網約車服務的乘客，而我們的主要供應商為第三方網約車運營商。我們與調度司機以滿足乘客請求的第三方網約車運營商訂立合作協議。在這兩種情況下，客戶訂單均通過我們的平台下達，即使相關乘運可能通過由第三方網約車運營商運營的外部系統完成。

## 業 務

下圖列示我們網約車服務的營運流程：



### 住宿預訂服務

我們提供住宿預訂服務，幫助旅行者精簡行程規劃過程，提升用戶便利性。當用戶通過平台預訂機票或火車票時，系統會無縫提示他們在目的地預訂酒店。用戶亦可在我們平台上未預訂任何機票或火車票的情況下預訂住宿。用戶可以根據目的地和詳細的入住偏好在平台上搜索、比較並預訂住宿，且可以根據價格範圍、星級、位置、品牌和設施進一步篩選和排序搜索結果。我們亦通過豐富的旅行者評分、評論、推薦及旅遊指南增強住宿預訂服務。

我們與龐大的酒店合作夥伴網絡合作，提供從經濟型到豪華型的各種住宿選擇。在酒店相關交易中，我們擔任代理人。我們向通過我們的平台促成住宿預訂的酒店合作夥伴收取佣金以產生住宿預訂收入。當預訂變為不可取消時，我們確認收入。

### 我們的產品

我們的在線平台包括具備類似搜尋及展示界面的移動應用程式及小程序。用戶可通過我們的一站式平台瀏覽、搜尋、預留及購買智慧出行產品及服務。

我們與傳統的移動平台有所區別，傳統平台主要充當旅行者與商家之間的交易中介。我們的平台涵蓋用戶旅行行程的所有關鍵環節，從規劃和預訂到實時旅行更新及行程後支持。除提供滿足用戶各種旅行需求的交通票務和住宿服務外，我們亦向用戶提供準確的實時航班和車次資料，並及時通知他們可能發生的旅行計劃變更，使用戶能夠及時調整旅行計劃。我們鼓勵用戶在平台上提供對產品和服務的評分和評價，以便我們密切關注用戶反饋，並評估用戶對平台上的產品和服務向他人推薦的意願。通過提供卓越的旅行體驗，我們培養了龐大及活躍的用戶群，截至2025年6月30日，我們所有平台的註冊用戶超過217百萬人，截至2025年6月30日止六個月的付費用戶約6.3百萬人。

## 業 務

### 我們的移動應用

用戶可通過我們旗下兩個旗艦移動應用航班管家及高鐵管家接觸我們的產品及服務。兩個移動應用建基於同一技術基礎設施，以使用戶在任一應用中訪問我們的全面智慧出行服務。



航班管家主頁

高鐵管家主頁

獲得用戶同意後，我們在移動應用中基於用戶檔案或過往交易提供個性化主頁，並根據地理位置及其他旅行見解展示旅行產品和服務。在下訂單時，用戶會得到提示定制套餐交易或額外增值服務行程的選項，如叫車服務及酒店優惠，以增強其便利性。所有產品和服務展示完整的價格透明度。我們的行程管理工具使用戶能夠查看並管理其訂單和行程。

## 業 務



航班選擇

價格預測

旅程定制選擇

### 航班管家

我們通過在航班管家提供以下功能以加強用戶的飛行體驗：

**價格預測。**我們使用先進的算法及歷史數據來預測未來的票價。通過分析過往趨勢、季節性及其他各種因素，我們的系統識別模式並預測價格波動。該功能亦結合航空公司及預訂網站的實時數據，以完善其預測。用戶可輸入其旅行詳情，我們會就有關票價是否可能上漲或下跌提供見解，幫助用戶決定購票的最佳時間，從而可節省資金。我們亦提供預警及通知，告知用戶價格預計下跌或出現優惠的時間。

**航班詳情。**用戶可在所選航班的詳情頁面中深入了解所選航班的更多詳情，例如飛機型號、座位圖、機上便利設施、航線圖和登機口。用戶可在同一頁面訪問航班歷史延誤統計分析，作為航班整體准點率的參考。

**航班追蹤及提醒。**用戶可在開始登機、登機口關閉和即將離港時收到即時應用內提醒，從而降低誤機的可能性。我們亦為用戶提供實時及預測性的航班信息，使用戶能夠查看當前的航班狀態並接收潛在延誤的預測，從而實現更好的旅行計劃並減少不確定性。

## 業 務

**機場導航。**我們整合機場信息導航，提供有關機場內設施、服務及轉乘選擇的詳細指引，幫助旅客有效地掌握複雜的機場環境。我們亦提供登機口信息，幫助用戶選擇航班，減少在機場內乘坐長途接駁車的需求，從而提高便利性及效率。

**目的地推薦。**在航班管家的主頁上，我們向用戶推薦我們認為用戶可能感興趣的受歡迎目的地、航班、住宿及優惠組合以及方便用戶安排潛在旅程的有用旅行建議。用戶亦可以提前預訂從機場到目的地城市的另一個地址的乘車服務。



### 高鐵管家

同樣，我們於高鐵管家提供若干特色功能，以為用戶預訂火車票及火車出行提供便利。

**票務助手。**我們已開發一個工具以助用戶取得火車票，特別是在節假日和熱門線路車票瞬間售罄的情形下。用戶可以提前指定火車站、出行日期、車次和座位偏好。該工具會監控火車票餘量情況，且一旦有車票便提醒用戶購買。

## 業 務

**火車詳情。**對於選定的火車，用戶可以訪問其詳細信息，包括出發站和最終目的地、途經站、每個站點的預定到站時間、行駛時間、實時行駛速度、座位圖和車上便利設施。用戶亦可以查看過去30天火車的准點率。

**火車追蹤及提醒。**用戶可通過高鐵管家追蹤列車狀態，並在接近發車時間時收到高鐵管家的發車提醒。我們及時向用戶提供有關用戶行程的通知，包括潛在延誤、意外暫停或取消，及其他緊急情況。



火車票訂票輔助工具

火車詳情及追蹤

### 透過線上營銷服務變現

龐大的用戶群和高度的用戶參與度使我們成為客戶尋求提升可見性和品牌認知度的具吸引力平台。我們通過在線平台及其他第三方平台為各色各樣的品牌擁有人提供營銷服務。客戶可以在我們的在線平台上以各種形式進行營銷活動，以文本或圖片展示，並具有不同的曝光時間。



---

## 業 務

---

營銷活動可以是展示型或效果型。展示型營銷活動所收取的費用主要按時間計費，根據進行活動的時間及時長支付費用。效果型營銷活動所收取的費用主要(i)按每千次展示計費，根據每千次展示次數支付費用，(ii)按每項操作計費，根據用戶因營銷活動(例如下載、安裝或註冊)而進行的每項操作支付費用，(iii)按每點擊計費，根據營銷活動的每次點擊支付費用，或(iv)按每次銷售計費，根據營銷活動結果而增加的銷售額支付費用。

### 我們的數據及技術服務

憑藉我們在智能出行服務方面的深厚專業知識，我們已開發出旨在為滿足企業客戶特定需求而設的數據及技術解決方案。憑藉十餘年的出行數據處理及應用經驗，我們建立了有效的算法及預測模型，為企業提供行業垂直的出行大數據信息解決方案。截至最後實際可行日期，我們的數據及技術服務已服務超過150家企業，涉及不同行業，如出行、旅遊、招待、保險及物流業。

### 數據服務

我們與官方航班數據提供商(如當地民航通信網路公司)維持書面協議，並從公開來源收集鐵路數據，確保我們數據來源以及處理、傳輸及共享數據慣例屬正當可靠。我們為各行各業的企業客戶提供我們廣泛的旅行數據集及定制的數據分析解決方案，其中鐵路數據免費提供給企業客戶。整合從該等數據集中得出的高級分析及預測模型能提高運營效率並優化資源。我們的數據服務迎合各行各業的不同客戶群，包括：

*線上出行平台*。我們與中國的幾家線上出行平台合作，基於書面合作協議共享我們的航班數據，該等協議界定我們各自在數據安全保護方面的權利及義務。憑藉我們提供的航班數據，該等線上出行平台可提高其自身線上平台上顯示航班信息的準確性，並為其用戶帶來卓越體驗。

*物流服務提供商*。中國的物流服務提供商要求準確及最新的航班數據實現高效的航空貨運業務。我們為中國的領先物流服務提供商提供重要的航班數據，包括時刻表、實時更新及航線信息。利用該等信息，該等提供商可以優化航班時刻表，動態調整航線，並作出明智的運力採購決策。這有助於建立更強大、更靈活的物流網絡，確保為客戶提供及時可靠的物流服務。

---

## 業 務

---

*其他*。結合我們對航班量數據及航班狀態信息的分析與機場客流量預測，我們能夠幫助航空公司及機場服務提供商等航空業企業優化規劃，並確保高效的資源配置。

我們提供多元化的數據服務，主要集中於數據介面服務，構成業績記錄期我們數據業務的核心。我們的數據服務主要包括以下類型：

*資料介面服務*。我們透過API介面讓客戶可存取廣泛的旅行數據，實現按需查詢及推送通知。旅行數據主要包括航班及火車資料。航班資料主要包括航班時間表、航班動態、飛機參數、機場客流量、空運貨物資料及機場基礎設施等。火車資料主要包括火車動態、火車班次、火車時間表、座位圖及車票價格資訊等。

*數據分析及報告*。我們提供定期報告及定制專題分析。這些報告可協助客戶識別趨勢、以市場為基準進行對比，並制定策略以提升運營效率。

*數據可視化平台*。我們透過先進的工具將複雜的旅行數據轉換為直觀的可視化效果。客戶可實時監察旅遊運營狀況及關鍵指標，支持更快速的決策。

本公司擁有強大的數據處理及分析能力。我們能有效率地處理大量的數據處理需求，並透過可靠的處理系統確保資料即時傳輸及準確性。我們豐富的數據整合經驗能夠整合並協調多維數據集，為深入分析奠定堅實基礎。我們亦擁有完善的航班數據覆蓋以及龐大的飛機資料、機場及航空公司的大型數據庫，支援完整的航空運輸數據網路。在數據分析及預測領域，我們針對不同業務情境採用不同的分析技術及機器學習算法。

我們通過數據服務主要產生收入的方式有：(i)根據客戶訂閱的服務收取訂閱費；(ii)根據客戶在合約期內使用的數據量收取服務費。

---

## 業 務

---

### 技術服務

借助我們的數據分析能力，我們開發了與旅行或出行服務相關的系統。一個傑出案例是我們與擁有一個深受中國年輕一代歡迎的新興精品酒店品牌的一家旅遊公司進行廣泛合作，助力其將傳統酒店運營轉型為安裝技術和AI驅動管理系統的連鎖酒店。我們為該旅遊公司開發了一套供應鏈管理系統，整合了飛機及火車票、住宿、本地交通和目的地活動的供應信息。該旅遊公司的旅行顧問可以在系統中輕易實時追蹤這些供應信息，迅速回應用戶查詢。如果用戶更改其旅行計劃，系統可以根據用戶偏好自動生成新行程，大幅減少用戶等待旅行顧問手動搜索和設計新旅行計劃的時間。

為更好服務我們合作旅遊公司不斷擴大的用戶群，我們亦開發了一款AI驅動的客戶服務機器人，處理用戶有關行程的基本查詢。於2024年，我們通過引入基於LLM的聊天機器人進一步升級該旅遊公司的客戶服務，以自然語言引導用戶。借助這些嵌入AI的客戶服務工具，該旅遊公司能夠同時及時處理大量用戶查詢，提高整體服務質量並提升用戶滿意度。根據客戶需求，我們亦就我們開發的系統提供持續維護及技術支援。

此外，我們為中國一家領先的電信公司開發了一套高性能系統，以優化該公司所運營在線平台上的機票預訂服務。透過利用該系統，我們的客戶可有效監控及管理其機票供應鏈，並及時發現及解決其平台上的異常情況。該系統由我們自研的高級算法提供支持，可支持機票價格預測、協助訂票及機票自動退改等多種用戶應用場景，旨在為客戶平台上的用戶提供完善的購票體驗。該系統旨在促進整合客戶的內部資源及加快查詢處理，提高整體營運效率，同時降低成本。

我們主要通過收取按項目釐定的服務費而獲得來自旅行相關服務系統的收入，服務費的釐定考慮到所需的人力資源、項目時長及系統設計的複雜性。

---

## 業 務

---

### 我們的核心技術能力

#### 數據能力

我們在旅遊行業的大數據方面擁有豐富的專業知識。在過去的15年裡，我們積累了大量的旅行數據，包括主要交通、接駁交通及酒店住宿的信息。我們利用專門的算法重新處理並重組該等龐大數據，以提升多方面的產品、服務及旅行場景。

憑藉可靠且多樣化的來源、全面的數據維度及行業特定的數據處理專業知識，我們的數據能力得以脫穎而出，使我們具有關鍵的市場競爭優勢：

- *數據來源可靠且多樣化。* 根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首個獲得中國航空業權威數據來源官方授權的出行平台。我們與地區空管局及機場進行戰略合作，確保我們數據的合法性、權威性及可靠性。就國際航班而言，我們與信譽良好的國際航空數據公司合作。
- *數據覆蓋範圍廣泛。* 我們的數據集包含的維度十分廣泛，包括實時航班信息（如預定時間、飛機位置、狀態、高度、速度、天氣干擾、航線詳情及飛機機艙配置等）、票務數據（如票種、票價及票務條件）及機場數據（如客流和跑道狀況）等。在數據服務標準協議中，我們承諾為99.9%的國內航班以及95%的北美、歐洲、東南亞及澳洲航班提供航班狀況數據。
- *數據集成和處理技術先進。* 我們在數據集成、高效清洗、轉換及鏈接多源異構數據方面具有競爭優勢。我們數據處理及時且準確，國內航班動態更新速度快，在數據服務標準協議中，我們承諾所提供的國內航班起降時刻的準確率至少99%、與非正常運作有關的航班數據的準確率達95%。我們亦確保在10分鐘內提供最少98%的國內航班狀況數據，在15分鐘內提供最少93%的國際航班狀況數據。

---

## 業 務

---

我們使用AI驅動的數據分析推動智能決策。以下是我們面向個人用戶和企業客戶的數據算法的代表性用例：

- **機場精準運營**：航班狀態信息由多個實體生成，包括空中交通管制局、航空公司及機場。在完全同步之前，可能會出現不一致情況。我們的AI算法在驗證數據方面發揮至關重要作用，這在高要求實時準確度的領域尤其重要，例如機場飛機調度。通過整合來自不同供應單位的數據，我們糾正這些不一致性，並與多個機場合作進行運營管理、預測性推理及天氣影響評估。
- **流量預測**：當地旅遊業的遊客人數經常出現大幅波動。我們的算法根據用戶數據（如航班及車次搜索、訂閱及預訂）預測未來的旅行行為。通過整合酒店數據，我們預測該地區的遊客分佈，可用於進行有效的資源管理及提高旅客滿意度。
- **聯運及空鐵聯運**：我們的算法智能地組合兩個地點之間的路線，以優化旅程時間和成本，無需人工計算即可提供無縫的行程規劃。對於火車票，尤其是在旺季，我們的算法通過計算附近車站的可用車票提供替代方案，確保旅客即使在直達車票售罄的情況下也能找到合適的選擇。
- **動態票價**：航空公司的乘客有不同的旅行目的及偏好。例如，商務旅客可能會在最後一刻預訂航班，優先考慮時間而非成本，而休閒旅客則對價格更為敏感並提前預訂。航空公司根據乘客類別使用分層定價系統，使收入最大化。我們的算法根據座位庫存及競爭對手的價格等各種因素計算出具競爭力的定價，在保持載客率的同時最大限度地提高航班收入。
- **行程整合**：旅遊行程通常涉及多個分段，包括飛機、火車、中轉及住宿。天氣、情緒或突發事件導致的變化可能會破壞該等計劃，因而需要調整整個行程。我們的系統根據時間及重要性分析不同行程段之間的依賴關係。當用戶需要修改部分行程時，我們的算法會預測對相關行程段的影響並提供預先建議。更改後，我們的系統可以調整或取消相關分段，簡化流程並確保流暢的行程體驗。

---

## 業 務

---

- *實時和可預測的航班狀況*：我們的系統支持從上游數據提供商獲取或自行收集的大量航班數據錄入。基於該等數據，我們通過AI算法快速推算出飛機的當前狀態，並預測其未來狀態。這使我們能夠向旅客提供最新航班狀態信息，並就行程的任何變更及時通知旅客，從而確保乘客安全、了解旅行計劃並及時調整，尤其是當旅客的行程須按時進行或轉接航班時。

### 供應鏈管理

機票市場充斥著各種供應商，從全球分銷系統、航空公司及主要機票代理等大型實體到眾多中小型代理。衡量行業專業知識的關鍵指標是建立標準數據及處理不同來源的大量不精確信息的能力。供應鏈的複雜性源於航空公司業務的多層次性質，包括航班安排、座位分配及機票定價。我們內部開發了一套先進的供應鏈管理系統，以最大限度地提高供應效率並提高整體盈利能力：

- *路線管理*：我們的系統會計算兩個地點之間的最佳可行航班組合，以滿足各種行程需要，例如單程、往返及多程行程。考慮到中途停留時間、航空公司聯盟及整體飛行時長等因素，有效的路線可確保乘客選擇最方便及最具成本效益的路線。
- *票價*：機票定價是機票管理中最多變且最複雜的方面之一。座位價格因需求、季節性及競爭等諸多因素而持續波動。最終的適銷票價乃根據航空公司及票務代理制定的複雜定價政策釐定。準確的價格計算需要不斷更新數據及政策。高水平的自動化及智能技術支持是應對快速變化的市場環境和複雜的定價需求所必需的。我們的系統支持龐大的數據處理、政策詮釋及規則應用。此外，我們使用AI算法分析市場動態及競爭對手的定價策略，釐定最具競爭力的價格並確保準確性。通過動態調整定價策略，我們在提供有競爭力價格的同時保持盈利能力。
- *座位供應情況*：每個航班分為多個子艙位，每個子艙位具有不同的價格及變更／退款條件。航空公司設有獨特戰略來管理可用座位、根據航線受歡迎程度、消費者需求及座位利用率實時打開或關閉座位。我們使用大數據分析及人工智能準確預測座位供應情況。

---

## 業 務

---

- **票價規則：**機票附帶不同的條款及條件。該等規則可包括對變更或取消的限制、最短或最長逗留時間要求以及影響機票靈活性及成本的其他條件。

### 人工智能

處於AI時代，我們正在重塑我們的組織結構及文化，以適應這一新模式。我們AI戰略的基礎乃建基於全面的數據集和強大的數據能力。我們將AI融入我們戰略規劃及業務發展的所有關鍵方面，定制人工智能工具以滿足各業務部門的特定需要，並使人工智能成為增長的核心驅動力。

### 效率提升

我們利用AI提升效率及僱員的人均生產力。透過將先進的AI工具整合至業務營運中，我們可簡化工作流程及實現任務自動化，並提供以數據驅動的深入見解，有助我們的團隊迅速作出知情決定。

- **營銷：**我們的內部營銷團隊利用AIGC構思廣告概念、簡化文案及製作平面设计，令我們可以快速實現創意，提升質量及創新，並滿足不斷變化的市場需求及用戶期望。儘管仍處於早期階段，但自將生成式AI融入到我們的營銷工作流程以來，我們已獲得令人鼓舞的成果，效率和質量均顯著提高。
- **編程：**我們的工程人員現在使用大型語言模型進行代碼預生成及安全檢查，從而節省時間並提高代碼質量。
- **操作：**我們的運營人員使用大型語言模型來組織多個文件，從而加快信息檢索及管理。彼等亦利用大型語言模型對圖像及視頻進行標準化，確保數據整潔及易於管理。
- **定價策略：**我們利用算法分析歷史預訂數據、當前市場趨勢及用戶行為模式。在為企業客戶提供票務服務時，我們為預訂確定最佳時間及票價，以確保具有競爭力的定價及最大化收入。

### 面向用戶的創新

我們利用AI開發面向用戶的創新產品及解決方案。我們率先在客戶服務等方面利用AI技術增強用戶體驗。通過將我們深厚的行業專業知識和廣泛的旅行數據與大型語言模型相結合，我們創建由AI驅動的客戶服務代理以處理常見查詢，如預訂確認、

---

## 業 務

---

航班詳情和政策查詢。該等系統使用自然語言處理以有效理解及回應用戶問題。該等系統對我們的TSP政策的了解不亞於訓練有素的客服經理，亦可同時處理大量查詢，從而減少等待時間並提高整體客戶滿意度。目前，所有航班管家查詢均初步由該等代理處理。於截至2025年6月30日止六個月，我們約84.6%的用戶查詢已由聊天機器人解決，而需要或無需真人干預。我們亦致力於為我們的機器人賦予獨特的個性特徵，例如禮貌用語及謙遜，以創造更具吸引力及人性化的服務體驗。此外，我們已開發能夠及時準確且有效回覆客戶要求的退款計算演算法等多種AI驅動工具。AI機器人及工具的使用可實現客戶服務運營自動化，在提高生產效率的同時亦可改善整體用戶體驗。

此外，我們的定價預測模型會考慮預訂時間、航線熱度及季節性趨勢等因素，為用戶提供個性化的預訂建議。我們的定價預測功能允許用戶監控從當日到出發日期的價格趨勢，幫助彼等選擇最佳預訂時間。再者，我們監控航班時刻表、航班准點率記錄、天氣狀況、機場擁堵情況及其他相關數據來源，以準確預測潛在的延誤或中斷。該等信息對出行者計劃旅行至關重要，使彼等能夠實時做出明智的決定及調整。

我們計劃通過將我們的平台及解決方案本地化，利用AI支持我們的國際擴張工作，從而有效地滿足當地語言及市場偏好。

### **定制的業務解決方案**

我們在旅遊行業應用AI技術方面的專業知識可用於賦能其他市場參與者。自2021年以來，我們一直為機場及酒店提供商等企業客戶提供技術服務，以助其實現數碼化並優化營運。

舉例而言，我們在一家豪華精品酒店實施了一系列解決方案，以優化營運並提升賓客的體驗。傳統上，該酒店依賴人力提供高度個人化的服務，如客戶服務代表、旅遊規劃人員、私人司機及私人導遊。然而，該人力方式在效率、一致性及可擴展性方面面臨挑戰，使其難以維持一貫的高賓客滿意度。

自2021年起，我們與該精品酒店緊密合作，將賓客行程的關鍵方面（尤其是在旅遊規劃及預訂方面）進行數位升級。在豪華旅遊領域，調整行程在傳統上需要旅遊顧問與賓客進行多輪溝通，導致延誤且效率低下。有了AI整合，該流程得以精簡。我們的平台可即時存取所有可用資源，且AI引擎可基於賓客的喜好生成量身打造的行程。此一轉變將行程定案時間從數天縮短至短短幾分鐘，提高了營運效率，並大幅減少了賓客的等待時間，從而提高滿意度。



---

## 業 務

---

於2022年及2023年，我們透過擴大數位行銷計劃，進一步強化精品酒店的客戶獲取策略。我們摒棄了傳統的口碑模式，推出了直播、線上活動及促銷活動，使客戶詢問量增加多倍。該等努力提升了精品酒店的品牌知名度，並顯著改善了轉換率。此外，我們開發了可分析客戶的個人資料、偏好及行為的系統，使飯店能夠提供高度個人化的建議與服務。AI驅動的聊天機器人亦能處理例行詢問，使人工客服人員能專注處理更複雜的要求。此一數位轉型提升了客戶獲取能力，使該精品飯店得以接觸到更多受眾，同時維持具規模的個人化服務。

於2024年，我們推出了專為精品飯店設計的AI驅動管家「Butler LLM」。透過自然語言處理，使其可與客人即時互動、回答問題及為預訂提供協助。該款基於LLM的聊天機器人已證明於大量查詢湧入酒店在線渠道（如小紅書及抖音）的高峰期間特別有價值。即使高流量湧入，AI管家仍可確保賓客獲得即時且準確的協助。此外，AI管家可處理並組織由酒店員工創建的日常內容（如照片、報告、來自導遊及其他人員的反饋），從而快速創建高品質的營銷材料。

### 研究及開發

我們強大的研發能力是我們持續成功及有能力開發創新產品應對技術快速發展的基礎。截至2025年6月30日，我們的研發團隊由255名成員組成，其中約86.3%成員擁有學士學位或更高學歷。於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別錄得研發開支（不包括與研發人員有關的以股份為基礎的薪酬開支）人民幣59.1百萬元、人民幣71.2百萬元、人民幣81.2百萬元、人民幣37.7百萬元及人民幣38.4百萬元。於業績記錄期，我們的研發投資主要旨在(i)加強我們在大數據分析方面的技術能力；(ii)將AI技術融入業務營運；(iii)為企業客戶開發及完善我們的技術服務；及(iv)開發智能產品、功能及特性，以豐富及提升我們的產品。

### 品牌營銷

我們致力於打造一個體現信任、專業和可靠性的品牌形象。我們相信，始終如一的服務質量和可靠性增強用戶信任並強化品牌聲譽。我們的營銷工作集中在提升品牌知名度、吸引回頭及新用戶加入平台，並提高用戶對平台的忠誠度。

## 業 務

我們在主要移動應用商店及高流量的主要在線平台投放交通及住宿預訂服務的廣告。我們亦運營品牌微信公眾號，以提高品牌知名度並增加微信平台上的用戶流量和參與度。我們不時使用搜尋廣告最大化可視性並有效吸引新用戶。

除線上營銷外，我們亦參與各種形式的線下品牌推廣活動，以增強整體品牌營銷戰略。我們在中國主要城市的機場投放公共廣告，以提高在這些市場中的存在感和用戶認知度。我們亦有專門的銷售團隊提供企業差旅管理、營銷及技術服務。此外，我們致力於實現廣告活動的自動化和智能化。請參閱「— 我們的核心技術能力」。我們依靠口碑推薦以推廣我們的網約車接送服務。

### 我們的用戶及客戶

#### 我們的用戶

我們龐大且活躍的用戶群是我們成功的關鍵。憑藉通過我們在線平台提供的先進旅行產品和服務以及令人滿意的用戶體驗，截至2025年6月30日，我們所有平台的註冊用戶累計超過217百萬人。

為進一步激勵用戶的參與，我們允許用戶在我們自身的平台作出評論，提供他們乘坐的飛機及火車實時狀況以及有關飛機／火車上的服務及設備的最新資料。有價值的出行信息的評論將會為了平台上其他用戶的利益予以展示。此外，我們亦有指定人員，負責就外部社交媒體平台與用戶互動並公佈銷售信息。由於我們的努力，我們的用戶在平台上表現出高度的參與度。下表載列所指年度的選定指標：

|                                 | 截至12月31日止年度          |         |         | 截至6月30日／<br>截至該日止三個月 |         |
|---------------------------------|----------------------|---------|---------|----------------------|---------|
|                                 | 2022年 <sup>(2)</sup> | 2023年   | 2024年   | 2024年                | 2025年   |
| 註冊用戶(千人).....                   | 144,728              | 161,556 | 197,720 | 174,576              | 217,231 |
| 平均MAU <sup>(1)(3)</sup> (千人)... | 4,830                | 7,008   | 7,084   | 7,086                | 6,718   |
| 付費用戶數目 <sup>(3)</sup> (千人)...   | 4,340                | 8,754   | 9,479   | 6,218                | 6,314   |

---

## 業 務

---

附註：

- (1) 按特定期間內各月的MAU總和除以該期間的月數計算。
- (2) 於2022年，我們的平均MAU及付費用戶數目受到COVID-19疫情不利影響。
- (3) 在多個平台上使用我們服務的用戶，在若干情況下可能會被計算多於一次。

隨著我們在日常運營中提供的多樣化產品和AI技術應用的廣泛使用，我們能夠不斷提升服務質量，以維持用戶群並吸引新用戶加入平台，以及激勵用戶的參與度。

### **我們的會員制度**

為鼓勵用戶忠誠度，我們建立了會員制度，通常會收取基於分級定價模型的會員費。參與用戶在平台上購買旅行產品及服務時積累里程數。用戶可以用這些里程數兌換禮品及福利，如在未來購物使用的優惠券。我們的會員亦在我們平台上購買旅遊產品及服務時享有折扣及精選促銷優惠。

除可兌換里程外，我們的會員計劃並非基於單一訂單，而是在規定的有效期內提供一組經常性禮遇。該等禮遇可能包括(i)加速或優先出票服務、(ii)酒店、機場接送和網約車折扣、(iii)延誤保障產品、(iv)生日獎賞、優惠券及(v)更佳客戶服務支援。

我們通常根據分級定價模型收取會員費，不同會員等級提供不同權利組合及價值，例如更大或更頻繁的折扣或更長的有效期。會員資格可單獨購買或與票務產品一起購買。

### **增值旅行相關服務**

我們提供增值旅行服務，以提升用戶的預訂、旅行及旅行後體驗。有關服務其中包括：(i)機票配套輔助服務，如退改簽保障、行李相關服務航班意外保險及其他可選旅遊保險產品、(ii)可提高出票成功率的火車票服務，如加急出票及優先預訂工具及(iii)旨在改善用戶體驗及降低旅行成本的服務，如選座特權及折扣券。該等服務可與特定購票訂單一起購買或單獨購買。

---

## 業 務

---

我們根據反映(i)所提供服務的範圍及成本及(ii)相關訂單的總價值的分級定價模型就該等增值服務收取服務費。在該模型下，總票價越高或營運要求越複雜的服務通常會導致服務費越高。增值服務費按每張訂單或每次使用收取，而用戶毋須加入任何會員計劃即可使用該等增值服務。

### **用戶反饋和投訴**

提供令人滿意的用戶體驗和服務是我們的首要任務。平台上的用戶可以隨時提交查詢、反饋或投訴。收到查詢或投訴後，我們的指定人員將就他們報告的事宜調查，並向用戶提供反饋及／或解決方案。倘用戶投訴涉及金額超過人民幣100,000元或提出無法通過我們的客戶服務程序解決的系統性問題並需要上報至我們的內部投訴中心或法律團隊，我們通常認為該用戶投訴屬重大<sup>1</sup>。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未接獲任何重大用戶投訴。

### **用戶協議**

用戶在接觸我們平台上的產品及服務之前，必須確認用戶協議的條款及條件，根據這些條款及條件，用戶同意(其中包括)(i)提供在我們平台上註冊及使用我們服務所需的個人資料及數據，(ii)在訪問我們平台獲取我們的產品及服務時遵守適用的法律、法規、政策以及我們平台上的指引。

### **我們的客戶**

除平台上的付費用戶外，我們的客戶亦包括需要我們旅遊、營銷或技術服務的TSP及企業客戶。於業績記錄期各年度，我們五大客戶的應佔收入分別為人民幣84.6百萬元、人民幣89.8百萬元、人民幣141.3百萬元及人民幣57.2百萬元，分別佔我們總收入的30.2%、18.0%、21.8%及16.3%。於業績記錄期各年度，最大客戶應佔收入分別為人民幣38.1百萬元、人民幣30.9百萬元、人民幣50.8百萬元及人民幣21.2百萬元，分別佔我們總收入的13.6%、6.2%、7.8%及6.0%。

## 業 務

下表載列於業績記錄期各年度五大客戶的詳情。

### 截至2022年12月31日止年度

| 排名          | 客戶                 | 收入 <sup>(1)</sup> | 佔收入總額的百分比    | 建立業務關係時間 | 所提供產品／服務       | 客戶背景                              | 信用期    | 結算方式 | 註冊資本      | 總部       |
|-------------|--------------------|-------------------|--------------|----------|----------------|-----------------------------------|--------|------|-----------|----------|
| 1 . . . . . | 客戶F <sup>(2)</sup> | 38,118            | 13.6%        | 2021年    | 旅行相關服務；線上營銷服務  | 一家從事機械設備及電子產品批發的中國私人公司            | 20個營業日 | 銀行轉賬 | 人民幣65百萬元  | 中國廣東省東莞市 |
| 2 . . . . . | 客戶A                | 20,743            | 7.4%         | 2017年    | 旅行相關服務；數據及技術服務 | 中國領先的航空運輸服務公司，其附屬公司於聯交所及上海證券交易所上市 | 60天    | 銀行轉賬 | 約人民幣178億元 | 中國廣東省廣州市 |
| 3 . . . . . | 客戶G                | 12,090            | 4.3%         | 2022年    | 旅行相關服務         | 一家中國保險服務業的私人公司                    | 三個營業日  | 銀行轉賬 | 人民幣9.1百萬元 | 中國上海     |
| 4 . . . . . | 客戶C                | 7,312             | 2.6%         | 2017年    | 旅行相關服務；線上營銷服務  | 一家於聯交所上市的中國互聯網保險行業前沿科技公司          | 十天     | 銀行轉賬 | 約人民幣15億元  | 中國上海     |
| 5 . . . . . | 客戶D                | 6,366             | 2.3%         | 2017年    | 旅行相關服務         | 一家於聯交所及上海證券交易所上市的中國領先航空運輸服務公司     | 22天    | 銀行轉賬 | 約人民幣223億元 | 中國上海     |
|             | <b>總計</b>          | <b>84,628</b>     | <b>30.2%</b> |          |                |                                   |        |      |           |          |

截至2023年12月31日止年度

| 排名          | 客戶                 | 收入 <sup>(1)</sup> | 佔收入總額的百分比    | 建立業務關係時間 | 所提供產品／服務       | 客戶背景                                  | 信用期    | 結算方式 | 註冊資本      | 總部       |
|-------------|--------------------|-------------------|--------------|----------|----------------|---------------------------------------|--------|------|-----------|----------|
| (人民幣千元)     |                    |                   |              |          |                |                                       |        |      |           |          |
| 1 . . . . . | 客戶A                | 30,929            | 6.2%         | 2017年    | 旅行相關服務；數據及技術服務 | 一家中國領先的航空運輸服務公司，其一家附屬公司於聯交所及上海證券交易所上市 | 60天    | 銀行轉賬 | 約人民幣178億元 | 中國廣東省廣州市 |
| 2 . . . . . | 客戶F <sup>(2)</sup> | 18,992            | 3.8%         | 2021年    | 旅行相關服務；線上營銷服務  | 一家從事機械設備及電子產品批發的中國私人公司                | 20個營業日 | 銀行轉賬 | 人民幣65百萬元  | 中國廣東省東莞市 |
| 3 . . . . . | 客戶C                | 14,405            | 2.9%         | 2017年    | 旅行相關服務；線上營銷服務  | 一家於聯交所上市的中國互聯網保險行業前沿科技公司              | 十天     | 銀行轉賬 | 約人民幣15億元  | 中國上海     |
| 4 . . . . . | 客戶H                | 14,174            | 2.8%         | 2021年    | 旅行相關服務         | 一家中國汽車行業的私人公司及領先跨國汽車集團的全資附屬公司         | 30天    | 銀行轉賬 | 25百萬歐元    | 中國北京     |
| 5 . . . . . | 客戶G                | 11,309            | 2.3%         | 2022年    | 旅行相關服務         | 一家中國保險服務業的私人公司                        | 三個營業日  | 銀行轉賬 | 人民幣9.1百萬元 | 中國上海     |
|             | <b>總計</b>          | <b>89,809</b>     | <b>18.0%</b> |          |                |                                       |        |      |           |          |

截至2024年12月31日止年度

| 排名        | 客戶                 | 收入 <sup>(1)</sup> | 佔收入總額的百分比    | 建立業務關係時間 | 所提供產品／服務          | 客戶背景   | 信用期    | 結算方式 | 註冊資本      | 總部           |
|-----------|--------------------|-------------------|--------------|----------|-------------------|--|--------|------|-----------|--------------|
| 1 . . . . | 客戶A                | 50,776            | 7.8%         | 2017年    | 旅行相關服務            | 一家中國領先的航空運輸服務公司，其一家附屬公司於聯交所及上海證券交易所上市              | 60天    | 銀行轉賬 | 約人民幣178億元 | 中國廣東省<br>廣州市 |
| 2 . . . . | 客戶I                | 26,760            | 4.1%         | 2023年    | 旅行相關服務            | 一家從事保險服務行業的中國私人公司                                  | 三天     | 銀行轉賬 | 人民幣2.0百萬元 | 中國湖南省<br>長沙市 |
| 3 . . . . | 客戶C                | 23,348            | 3.6%         | 2017年    | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 一家於聯交所上市的中國互聯網保險行業前沿科技公司                           | 十天     | 銀行轉賬 | 約人民幣15億元  | 中國上海         |
| 4 . . . . | 客戶F <sup>(2)</sup> | 22,334            | 3.5%         | 2021年    | 旅行相關服務            | 一家從事機械設備及電子產品批發的中國私人公司                             | 20個營業日 | 銀行轉賬 | 人民幣65百萬元  | 中國廣東省<br>東莞市 |
| 5 . . . . | 客戶L                | 18,063            | 2.8%         | 2018年    | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 一家在中國從事在線零售業務的外商獨資企業，為一間於聯交所及納斯達克上市的首先電商公司的全資附屬公司。 | 30天    | 銀行轉賬 | 約140億美元   | 中國北京         |
|           | 總計                 | <u>141,281</u>    | <u>21.8%</u> |          |                   |  |        |      |           |              |

## 業 務

### 截至2025年6月30日止六個月

| 排名    | 客戶        | 收入 <sup>(1)</sup> | 佔收入總額的百分比    | 建立業務關係時間 | 所提供產品／服務          | 客戶背景                                    | 信用期    | 結算方式 | 註冊資本      | 總部           |
|-------|-----------|-------------------|--------------|----------|-------------------|---|--------|------|-----------|--------------|
| 1.... | 客戶A       | 21,182            | 6.0%         | 2017年    | 旅行相關服務            | 中國領先的航空運輸服務公司，其附屬公司於聯交所及上海證券交易所上市       | 60天    | 銀行轉賬 | 約人民幣178億元 | 中國廣東省<br>廣州市 |
| 2.... | 客戶J       | 18,551            | 5.3%         | 2023年    | 旅行相關服務            | 一家中國領先的汽車製造公司，為一家於聯交所上市的中國領先汽車製造公司的附屬公司 | 30個營業日 | 銀行轉賬 | 約38億美元    | 中國廣東省<br>深圳市 |
| 3.... | 客戶K       | 14,086            | 4.0%         | 2023年    | 線上營銷服務            | 一家中國廣告服務公司，為一家於聯交所上市的中國領先互聯網服務公司的附屬公司   | 為一30天  | 銀行轉賬 | 0.8百萬美元   | 中國北京         |
| 4.... | 客戶I       | 13,842            | 3.9%         | 2023年    | 旅行相關服務            | 一家從事保險服務行業的中國民營公司                       | 三天     | 銀行轉賬 | 人民幣2.0百萬元 | 中國湖南省<br>長沙市 |
| 5.... | 客戶C       | 10,673            | 3.0%         | 2017年    | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 一家於聯交所上市的中國互聯網保險行業前沿科技公司                | 十天     | 銀行轉賬 | 約人民幣15億元  | 中國上海         |
|       | <b>總計</b> | <b>57,152</b>     | <b>16.3%</b> |          |                   |   |        |      |           |              |

附註：

(1) 倘據我們所知，我們自向其提供服務而產生收入的兩個或以上實體於業績記錄期受同一集團公司控制，則本文件所載的若干客戶收入按綜合基準入賬。



---

## 業 務

---

(2) 客戶F從事機械設備及電子產品批發，並贊助公共體育活動及項目活動作為其營銷策略的一環。我們基於項目向客戶F提供若干服務。於業績記錄期內收入貢獻的波動乃由於客戶F贊助的大型體育賽事及節目活動的數目不同所致。例如，客戶F於2022年贊助了世界盃，這在相關年度提高了其對我們服務的需求。

於業績記錄期，我們向客戶F提供以下出行相關服務及線上營銷服務，包括但不限於：(i)收集及預訂機票信息；(ii)提供酒店推薦；(iii)進行旅程規劃、車輛預訂及時間安排；(iv)提供第三方接待人員的推薦、篩選及管理；(v)安排當地旅遊行程及餐點；以及(vi)其他接待及營銷工作，如接待會場佈置、服裝設計及採購、軟件及IT系統的開發與維護。

---

## 業 務

---

有關重疊客戶及供應商的進一步詳情，請參閱本節「重疊客戶及供應商」。

據董事所深知，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的連絡人或我們任何股東（為或據董事所知擁有我們已發行股本超過5%）於任何首五大客戶中擁有任何權益。於業績記錄期，我們與客戶並無任何重大爭議或遇到任何缺陷服務的重大申索。

### *與航空公司的協議*

我們已與中國一些主要航空公司訂立合作協議，作為其代理銷售機票並提供相關服務。與航空公司的典型合作協議的主要條款通常包括：

- *服務*。我們作為合作航空公司的代理銷售其機票，並負責提供與機票銷售相關的客戶服務，例如機票更改或取消、座位選擇及航班升級。我們亦不時向航空公司提供營銷服務以促進我們平台上的機票銷售以及必要的技術支持及維護服務。航空公司須支付我們所提供的服務費用。
- *期限*。我們與航空公司的協議期限通常為一至兩年。
- *定價*。我們向航空公司收取的服務費通常根據我們平台上銷售的機票總數及該等機票的單價計算。售出的每張機票的單價可能因不同的航段及艙位而異，由每家合作航空公司自行決定。航空公司可能會不時給予我們激勵以獎勵我們的強勁銷售業績。
- *結算及付款*。我們一般按月或按季直接與合作航空公司結算銷售業績數據並開具發票。
- *終止*。任何一方均可通過向另一方發出書面通知提前終止協議。在若干情況下，若我們的銷售業績未達到協議中規定的約定金額，航空公司有權終止協議。

---

## 業 務

---

### 與保險公司的協議

我們亦與中國一些保險公司合作，讓用戶在我們的平台上訪問這些保險公司提供的旅遊相關保險服務。我們與保險公司的協議的主要條款通常包括：

- *服務*。我們為合作保險公司通過我們平台銷售的保險產品及服務提供技術支援及營銷服務。保險公司須支付我們的技術及營銷服務費用。
- *期限*。我們通常與保險公司簽訂一年期的協議。在若干情況下，協議可以自動續簽一年。
- *定價及結算*。我們就(i)合作保險公司通過我們的平台銷售的每項保險產品或服務訂單（服務費可能因保險產品或服務類型不同而異）；及(ii)通過我們平台銷售的保險產品及服務的營銷活動，向保險公司收取服務費。我們通常按月與保險公司結算所收取的費用。
- *終止*。若另一方存在重大違約情況，任何一方均可終止協議。任何一方可在協議到期前發出提前通知以終止協議。

### 與付款用戶的協議

與已就我們移動應用程序及小程序上的產品及服務付款的付款用戶訂立服務協議的主要條款通常包括：

- *服務*。我們為付款用戶提供搜索、預訂及購買航班、火車票、巴士票、乘車服務及酒店房間的服務，以及查詢機場天氣、追蹤航班狀態及完成網上值機手續，方式包括(i)我們提供會員服務，讓用戶使用一整套的增值服務。會員服務包括但不限於無限次出票套餐、火車票現金回贈套餐、機票現金回贈套餐、酒店省錢套餐、機票價格保證、酒店會員價格、最佳旅伴匹配、專屬客服及會員日促銷活動；(ii)用戶在搜尋、預訂及購買機票、火車票、巴士票、乘車服務及酒店房間時，亦可選擇購買個別的增值服務。

---

## 業 務

---

- **定價。**就出票業務而言，在未取回、未取票或超時的情況下，全額退還費用。就優先出票、加急取消或變更等VIP專利服務而言，倘在航班起飛前退票，可獲全額退還費用。
- **終止。**任何一方均可隨時暫停服務，我們對服務終止不承擔任何責任。付款用戶如欲停止使用移動應用程序或小程序，可要求刪除賬戶；然而，倘存在若干條件（例如訂單不完整、關聯賬戶、未結清付款），請求可能會被拒絕。刪除賬戶後，所有會員權益將作廢，付費會員資格概不退款，且付款用戶放棄要求訪問或修改其個人資料的權利。

### 與客戶的數據及技術服務協議

與消費者的數據及技術服務協議的主要條款通常包括：

- **服務。**我們向客戶提供航班資料，例如即時更新、時間表及路線資料，並開發與出行或移動服務相關的技術系統。
- **定價。**我們向客戶收取(i)訂閱費（基於客戶訂閱的服務）；及(ii)服務費（基於客戶的數據用量）。
- **期限。**我們通常與消費者訂立一年期的協議。
- **終止。**合約通常可在雙方經相互同意而終止。

### 我們的供應商

我們的供應商主要包括(i)在線支付服務提供商、(ii)營銷服務提供商、(iii)帶寬及服務器服務提供商，及(iv)票務及目的地出行服務商。於業績記錄期各年度，我們五大供應商應佔採購額分別為人民幣45.2百萬元、人民幣61.1百萬元、人民幣80.8百萬元及人民幣46.5百萬元，分別佔我們採購總額的29.1%、20.7%、20.3%及21.8%。於業績記錄期各年度，我們的最大供應商應佔採購額分別為人民幣14.4百萬元、人民幣17.3百萬元、人民幣24.9百萬元及人民幣12.8百萬元，分別佔我們採購總額的9.2%、5.9%、6.2%及6.0%。

業 務

截至2022年12月31日止年度

| 排名          | 供應商  | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比 <sup>(2)</sup> | 建立業務關係時間 | 所採購產品／服務 | 供應商背景                                   | 付款期限         | 結算方式 | 註冊資本          | 總部       |
|-------------|------|---------------------|--------------------------|----------|----------|---|--------------|------|---------------|----------|
| 1 . . . . . | 供應商F | 14,403              | 9.2%                     | 2022年    | 目的地旅遊服務  | 一家於2017年成立的旅行社及旅遊公司                     | 7至30天        | 銀行轉賬 | 30,000 卡塔爾里亞爾 | 卡塔爾多哈    |
| 2 . . . . . | 供應商B | 9,461               | 6.1%                     | 2017年    | 帶寬及服務器服務 | 一家領先雲計算及AI科技公司，為聯交所及紐交所上市的領先跨國科技公司的附屬公司 | 預付押金，按實際消費結算 | 銀行轉賬 | 約人民幣10億元      | 中國浙江省杭州市 |
| 3 . . . . . | 供應商A | 9,127               | 5.9%                     | 2017年    | 在線支付服務   | 一家於聯交所及上海證券交易所上市的中國知名持牌銀行               | 實時結算         | 銀行轉賬 | 約人民幣3,564億元   | 中國北京     |

(人民幣千元)

## 業 務

| 排名          | 供應商       | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比 <sup>(2)</sup> | 建立業務關係時間 | 所採購產品／服務 | 供應商背景                          | 付款期限 | 結算方式 | 註冊資本     | 總部   |
|-------------|-----------|---------------------|--------------------------|----------|----------|--------------------------------|------|------|----------|------|
| 4 . . . . . | 供應商D      | 7,260               | 4.7%                     | 2017年    | 在線支付服務   | 一家於聯交所上市主要從事提供航空信息技術服務及相關服務的公司 | 30天  | 銀行轉賬 | 約人民幣29億元 | 中國北京 |
| 5 . . . . . | 供應商G      | 4,975               | 3.2%                     | 2021年    | 票務服務     | 一家從事公共交通供應系統票務服務及平台管理的私人公司     | 五天   | 銀行轉賬 | 人民幣10百萬元 | 中國上海 |
|             | <b>總計</b> | <b>45,226</b>       | <b>29.1%</b>             |          |          |                                |      |      |          |      |

(人民幣千元)

截至2023年12月31日止年度

| 排名          | 供應商  | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比 <sup>(2)</sup> | 建立業務關係時間 | 所採購產品／服務 | 供應商背景                                    | 付款期限                 | 結算方式 | 註冊資本          | 總部               | 業務 |     |
|-------------|------|---------------------|--------------------------|----------|----------|--|----------------------|------|---------------|------------------|----|-----|
|             |      |                     |                          |          |          |  |                      |      |               |                  | 金額 | 百分比 |
| 1 . . . . . | 供應商H | 17,292              | 5.9%                     | 2018年    | 營銷服務     | 一家中國私人智慧營銷公司                             | 每月結算                 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>10百萬元  | 中國<br>江蘇省<br>淮安市 |    |     |
| 2 . . . . . | 供應商D | 12,400              | 4.2%                     | 2017年    | 在線支付服務   | 一家於聯交所上市主要從事提供航空信息技術服務及相關服務的公司           | 30天                  | 銀行轉賬 | 約人民幣<br>29億元  | 中國<br>北京         |    |     |
| 3 . . . . . | 供應商I | 11,808              | 4.0%                     | 2022年    | 營銷服務     | 一家中國廣告服務業的私人公司                           | 每月結算                 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>6.5百萬元 | 中國<br>北京         |    |     |
| 4 . . . . . | 供應商J | 10,783              | 3.6%                     | 2017年    | 營銷服務     | 一家中國廣告服務業的私人公司                           | 預付押金，<br>按實際<br>消費結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>10百萬元  | 中國<br>廣東省<br>深圳市 |    |     |
| 5 . . . . . | 供應商B | 8,843               | 3.0%                     | 2017年    | 帶寬及服務器服務 | 一家領先的雲計算及AI科技公司及於聯交所及紐交所上市的領先跨國科技公司的附屬公司 | 預付押金，<br>按實際<br>消費結算 | 銀行轉賬 | 約人民幣<br>10億元  | 中國<br>浙江省<br>杭州市 |    |     |
|             | 總計   | <u>61,126</u>       | <u>20.7%</u>             |          |          |  |                      |      |               |                  |    |     |

截至2024年12月31日止年度

| 排名          | 供應商  | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比 <sup>(2)</sup> | 建立業務關係時間 | 所採購產品／服務 | 供應商背景                        | 付款期限 | 結算方式 | 註冊資本         | 總部           | 業務 |  |
|-------------|------|---------------------|--------------------------|----------|----------|------------------------------|------|------|--------------|--------------|----|--|
|             |      |                     |                          |          |          |                              |      |      |              |              |    |  |
| 1 . . . . . | 供應商E | 24,852              | 6.2%                     | 2017年    | 在線支付服務   | 一家經營中國領先移動支付平台的互聯網金融服務行業私人公司 | 即時結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>350億元 | 中國浙江省<br>杭州市 |    |  |
| 2 . . . . . | 供應商M | 16,154              | 4.1%                     | 2024年    | 營銷服務     | 一家從事電腦系統服務及技術研發的私人公司         | 每季結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>1百萬元  | 中國上海         |    |  |
| 3 . . . . . | 供應商L | 15,189              | 3.8%                     | 2023年    | 營銷服務     | 一家於中國從事電腦系統服務及技術研發的私人公司      | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>2百萬元  | 中國北京         |    |  |

(人民幣千元)



| 排名          | 供應商       | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比 <sup>(2)</sup> | 建立業務關係時間 | 所採購產品／服務 | 供應商背景   | 付款期限 | 結算方式 | 註冊資本     | 總部       |
|-------------|-----------|---------------------|--------------------------|----------|----------|---|------|------|----------|----------|
| (人民幣千元)     |           |                     |                          |          |          |   |      |      |          |          |
| 4 . . . . . | 供應商K      | 13,336              | 3.4%                     | 2019年    | 在線支付服務   | 一家於中國從事提供科技產品及解決方案的領先科技公司，一家於聯交所及納斯達克上市的領先電子商務公司的集團公司 | 即時結算 | 銀行轉賬 | 約人民幣50億元 | 中國北京     |
| 5 . . . . . | 供應商H      | 11,255              | 2.8%                     | 2018年    | 營銷服務     | 中國一家私人智能營銷公司  | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣10百萬元 | 中國江蘇省淮安市 |
|             | <b>總計</b> | <b>80,786</b>       | <b>20.3%</b>             |          |          |   |      |      |          |          |

截至2025年6月30日止六個月

| 排名    | 供應商       | 採購金額 <sup>(1)</sup> | 佔採購總額的百分比    | 建立業務關係時間 | 所提供產品／服務 | 供應商背景                        | 付款期限 | 結算方式 | 註冊資本         | 總部           |
|-------|-----------|---------------------|--------------|----------|----------|------------------------------|------|------|--------------|--------------|
| 1.... | 供應商L      | 12,768              | 6.0%         | 2023年    | 營銷服務     | 一家於中國從事電腦系統服務及技術研發的民營公司      | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>2百萬元  | 中國北京         |
| 2.... | 供應商E      | 11,855              | 5.6%         | 2017年    | 在線支付服務   | 一家經營中國領先移動支付平台的互聯網金融服務行業民營公司 | 即時結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>350億元 | 中國浙江省<br>杭州市 |
| 3.... | 供應商N      | 7,970               | 3.7%         | 2024年    | 營銷服務     | 一家於中國從事互聯網信息技術服務及廣告服務的民營公司   | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>10百萬元 | 中國江蘇省<br>南通市 |
| 4.... | 供應商O      | 7,111               | 3.3%         | 2024年    | 旅行相關服務   | 一家於中國從事廣告服務及互聯網服務的民營公司       | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>30百萬元 | 中國北京         |
| 5.... | 供應商H      | 6,750               | 3.2%         | 2018年    | 營銷服務     | 一家中國民營智能營銷公司                 | 每月結算 | 銀行轉賬 | 人民幣<br>10百萬元 | 中國江蘇省<br>淮安市 |
|       | <b>總計</b> | <b>46,454</b>       | <b>21.8%</b> |          |          |                              |      |      |              |              |

附註：

(1) 倘據我們所知，我們向其採購的兩個或以上實體於業績記錄期受同一集團公司控制，則本文件所載的若干供應商採購金額按綜合基準入賬。

---

## 業 務

---

- (2) 我們特定年度的採購總額指我們同年銷售成本、銷售及營銷費用、一般及行政費用以及研發費用的總金額，惟不計及同年的僱員福利開支（包括以股份為基礎的薪酬開支）、折舊及攤銷（不計及使用權資產的折舊開支）、差旅及招待開支、稅項及附加以及**[編纂]**。

---

## 業 務

---

有關重疊客戶及供應商的進一步詳情，請參閱本節「一 重疊客戶及供應商」。

據董事所知，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的首五大供應商於業績記錄期各年度均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或我們任何股東（為或據董事所知擁有我們已發行股本超過5%）於業績記錄期各年度於任何首五大供應商中擁有任何權益。於業績記錄期，我們未曾經歷供應商釐定的價格大幅波動或供應商任何重大違反合約的情況。

### 與營銷服務提供商的協議

我們與多家營銷服務提供商合作，開展線上及線下營銷及推廣活動，以提高我們平台及產品的曝光度及認可度。該等協議的主要條款一般包括：

- **服務。**營銷服務提供商同意在我們指定的媒體或在線平台上為我們的平台（包括我們的移動應用程序）以及我們的品牌提供營銷及推廣服務。
- **期限。**我們一般與營銷服務提供商訂立為期一年的協議。
- **定價。**所收取的營銷服務費乃根據我們選擇的一種或多種費用模式計算，通常包括按時間計費、按點擊計費及按下載計費。
- **支付與結算。**我們通常每月與營銷服務提供商核對我們營銷活動的業績數據。
- **終止。**該協議於屆滿時終止或由雙方事先通知後經相互同意而終止。於我們的協議終止後，我們可能要求償還我們於營銷服務提供商賬戶內的剩餘結餘。

---

## 業 務

---

### 與在線支付服務提供商的安排

我們與若干第三方在線支付服務提供商（如銀行及互聯網金融公司）合作，為在我們平台上下訂單的客戶提供多種支付渠道。該等服務提供商與我們之間訂立的典型協議的主要條款通常包括：

- **服務。**通常，我們於在線支付服務提供商的在線支付平台上開立賬戶，該服務提供商有責任向我們提供資金託管、資金轉賬及交易明細查詢等服務。
- **期限。**我們一般與在線支付服務提供商訂立為期一年的協議。在某些情況下，該協議可自動續期一年。
- **定價。**在線支付服務提供商收取的服務費按個別情況釐定，按總交易量的固定或浮動比率計。在線支付服務提供商可能不時設定我們須支付（不論交易量）的最低金額。
- **支付與結算。**我們通常會預先將若干存款存入我們於在線支付平台的賬戶。一般而言，在線支付服務提供商收取的服務費會於該提供商在其平台上處理支付交易時實時自動從我們的賬戶結餘中扣除。
- **終止。**該協議可經雙方相互同意後終止。此外，倘另一方嚴重違反合約，任何一方均可終止協議。

### 與票務代理的協議

我們與票務代理合作，為用戶提供票務服務。與票務代理的合作協議的主要條款通常包括：

- **服務。**我們通常管理客戶通信、處理航班預訂，並將相關預訂的詳細資訊轉發予票務代理。票務代理有義務根據客戶透過我們平台的預訂出具電子機票，並處理相關服務，如機票修訂、重新預訂及取消。
- **結算及付款。**我們通常根據規定的結算方式核對票務付款，並將款項分發予票務代理。
- **期限。**與票務代理的協議期限通常為一年。在若干情況下，協議可以自動續簽一年。

---

## 業 務

---

- *終止*。任何一方均可通過提前一個月書面通知並取得另一方同意而隨時終止協議。

### **與數據供應商的協議**

我們已與數據供應商訂立合作協議。與數據供應商的服務合作協議的主要條款通常包括：

- *服務*。數據供應商通常會向我們提供即時航班資訊等數據，其中包括航班時刻、航班動態、機型參數、機場人流量、空運數據及機場基礎設施，我們會利用該等數據透過營運平台提供服務。
- *定價*。數據供應商通常會根據協定的百分比，收取我們自客戶收取的一部分款項。
- *期限*。與數據供應商的協議期限通常為一年。
- *結算及付款*。付款通常按月或按季結算。

### **與司機的協議**

我們已就網約車接送服務與司機訂立服務合作協議。與司機的服務合作協議的主要條款通常包括：

- *服務*。司機通常透過我們的平台接受並完成乘客的搭乘請求，為我們提供運輸服務。
- *定價*。司機的報酬乃基於彼等完成的訂單數量，佣金則視搭乘量而定。
- *結算及付款*。付款通常按週或按月結算。
- *終止*。倘司機違反合約，我們可能會終止協議。

---

## 業 務

---

### 與第三方網約車運營商的協議

當我們擔任代理人行事時，我們亦與第三方網約車運營商訂立合作協議。主要條款通常包括：

- **服務。**運營商向我們的用戶提供網約車接送服務，並通過系統集成調度合格的司機及車輛。
- **定價。**我們根據協定的費率表，收取按訂單價值百分比計算的技術服務費
- **結算及付款。**費用根據已完成的訂單定期結算，通常為每週或每月結算一次。
- **終止。**任何一方均可因違反合約而終止協議，我們可因監管不合規而終止協議。
- **數據安全及隱私。**第三方網約車運營商必須保護用戶數據，對信息保密，並實施必要的安全措施。個人信息僅可用於履行合約規定的服務，不得洩露或濫用。

### 與寬帶及服務器提供商的協議

與寬帶及服務器提供商之間標準框架協議的主要條款一般包括：

- **服務。**我們向提供商下訂單並支付雲服務、數據存儲及傳輸以及數據庫等服務的費用，協議中規定了年度最低採購額。提供商有義務向我們提供我們購買的服務。
- **期限。**框架協議的期限為一年。
- **定價。**寬帶及服務器提供商收取的服務費根據我們實際購買的服務而釐定，而在若干情況下，我們有權就該等服務獲得低於標準定價的折扣。
- **結算與付款。**我們可能按月或按年依照購買服務的套餐價格付費，或根據實際使用量支付服務費。
- **終止。**該協議可經雙方相互同意後終止。此外，倘我們嚴重違反合約，則寬帶及服務器提供商可終止協議。

## 業 務

### 重疊客戶及供應商

於業績記錄期，若干我們於業績記錄期各年度的五大客戶亦為我們的供應商以及若干我們於業績記錄期各年度的五大供應商亦為我們的客戶。下表載列有關詳情。

| 客戶／供應商   | 年度／期間                | 佔總收入                                  |       | 收入性質              | 佔採購總額                                   |                    | 購買性質                |
|--|----------------------|---------------------------------------|-------|-------------------|---|--------------------|---------------------|
|  |                      | 收入 <sup>(1)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比   |                   | 購買金額 <sup>(2)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比 <sup>(3)</sup> |                     |
| 客戶C (為2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月的五大客戶之一) . . . . . | 2022年                | 7,312                                 | 2.6%  | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 58                                      | 0.0%               | 作為我們成員福利的<br>旅遊保險服務 |
|  | 2023年                | 14,405                                | 2.9%  | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 970                                     | 0.3%               | 作為我們成員福利的<br>旅遊保險服務 |
|  | 2024年                | 23,348                                | 3.6%  | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 1,241                                   | 0.3%               | 作為我們成員福利的<br>旅遊保險服務 |
|  | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 10,673                                | 3.0%  | 旅行相關服務／<br>線上營銷服務 | 432                                     | 0.2%               | 作為我們成員福利的<br>旅遊保險服務 |
| 客戶F (為2022年、2023年及2024年的五大客戶之一) . . . . .                  | 2022年                | 38,118                                | 13.6% | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | –                                       | –                  | 不適用                 |
|  | 2023年                | 18,992                                | 3.8%  | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 21                                      | 0.0%               | 商旅管理服務              |
|  | 2024年                | 22,334                                | 3.5%  | 旅行相關服務            | –                                       | –                  | 不適用                 |
|  | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 4,995                                 | 1.4%  | 旅行相關服務            | –                                       | –                  | 不適用                 |



## 業 務

| 客戶／供應商  | 年度／期間                | 佔總收入                                  |      | 收入性質              | 佔採購總額                                   |                    | 購買性質             |
|---|----------------------|---------------------------------------|------|-------------------|---|--------------------|------------------|
|   |                      | 收入 <sup>(1)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比  |                   | 購買金額 <sup>(2)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比 <sup>(3)</sup> |                  |
| 客戶L (為2024年的<br>五大客戶之一) . . . . .             | 2022年                | 4,007                                 | 1.4% | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 33                                      | 0.0%               | 商旅管理服務           |
|   | 2023年                | 5,803                                 | 1.2% | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 67                                      | 0.0%               | 其他               |
|   | 2024年                | 18,063                                | 2.8% | 旅行相關服務；<br>線上營銷服務 | 731                                     | 0.2%               | 票券提供商；<br>商旅管理服務 |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 9,174                                 | 2.6% | 旅行相關服務／<br>線上營銷服務 | 14                                      | 0.0%               | 商旅管理服務           |
| 供應商B (為2022年及<br>2023年的<br>五大供應商之一) . . . . . | 2022年                | 99                                    | 0.0% | 數據及技術服務           | 9,461                                   | 6.1%               | 頻寬及服務器服務         |
|   | 2023年                | –                                     | –    | 不適用               | 8,843                                   | 3.0%               | 頻寬及服務器服務         |
|   | 2024年                | –                                     | –    | 不適用               | 8,635                                   | 2.2%               | 頻寬及服務器服務         |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | –                                     | –    | 不適用               | 3,820                                   | 1.8%               | 頻寬及服務器服務         |
| 供應商D (為2022年及<br>2023年的<br>五大供應商之一) . . . . . | 2022年                | 3,319                                 | 1.2% | 數據及技術服務           | 7,260                                   | 4.7%               | 網上支付服務           |
|   | 2023年                | 7,944                                 | 1.6% | 線上營銷服務            | 12,400                                  | 4.2%               | 網上支付服務           |
|   | 2024年                | 2,093                                 | 0.3% | 線上營銷服務            | 8,572                                   | 2.2%               | 網上支付服務           |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 246                                   | 0.1% | 線上營銷服務            | 3,689                                   | 1.7%               | 網上支付服務           |

## 業 務

| 客戶／供應商  | 年度／期間                | 佔總收入                                       |      | 收入性質    | 佔採購總額  |                    | 購買性質   |
|---|----------------------|--|------|---------|--|--------------------|--------|
|   |                      | 收入 <sup>(1)</sup><br><i>(以人民幣<br/>千元計)</i> | 百分比  |         | 購買金額 <sup>(2)</sup><br><i>(以人民幣<br/>千元計)</i> | 百分比 <sup>(3)</sup> |        |
| 供應商E (為2024年及<br>截至2025年6月30日<br>止六個月的五大供應商<br>之一)..... | 2022年                | -  | -    | 不適用     | 2,598  | 1.7%               | 線上支付服務 |
|   | 2023年                | -  | -    | 不適用     | 7,720  | 2.6%               | 線上支付服務 |
|   | 2024年                | -  | -    | 不適用     | 24,852                                       | 6.2%               | 線上支付服務 |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 1,066                                      | 0.3% | 線上營銷服務  | 11,855                                       | 5.6%               | 線上支付服務 |
| 供應商G (為2022年的<br>五大供應商之一).....                          | 2022年                | 122  | 0.0% | 數據及技術服務 | 4,975  | 3.2%               | 訂票服務   |
|   | 2023年                | 1,420                                      | 0.3% | 數據及技術服務 | 7,179  | 2.4%               | 訂票服務   |
|   | 2024年                | 2,527                                      | 0.4% | 數據及技術服務 | 5,994  | 1.6%               | 訂票服務   |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 1,839                                      | 0.5% | 數據及技術服務 | 2,137  | 1.0%               | 訂票服務   |
| 供應商I (為2023年的<br>五大供應商之一).....                          | 2022年                | 2  | 0.0% | 線上營銷服務  | 234  | 0.2%               | 營銷服務   |
|   | 2023年                | 1  | 0.0% | 線上營銷服務  | 11,808                                       | 4.0%               | 營銷服務   |
|   | 2024年                | 2  | 0.0% | 線上營銷服務  | 7,042  | 1.8%               | 營銷服務   |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | 1  | 0.0% | 線上營銷服務  | 482  | 0.2%               | 營銷服務   |
| 供應商K (為2024年的<br>五大供應商之一).....                          | 2022年                | 537  | 0.2% | 線上營銷服務  | 138  | 0.1%               | 線上支付服務 |
|   | 2023年                | -  | -    | 不適用     | 6,436  | 2.2%               | 線上支付服務 |
|   | 2024年                | -  | -    | 不適用     | 13,336                                       | 3.4%               | 線上支付服務 |
|   | 截至2025年<br>6月30日止六個月 | -  | -    | 不適用     | 4,700  | 2.2%               | 線上支付服務 |

## 業 務

| 客戶／供應商             | 年度／期間     | 佔總收入                                  |      | 收入性質   | 佔採購總額                                   |                    | 購買性質   |
|--------------------|-----------|---------------------------------------|------|--------|---|--------------------|--------|
|                    |           | 收入 <sup>(1)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比  |        | 購買金額 <sup>(2)</sup><br><i>(以人民幣千元計)</i> | 百分比 <sup>(3)</sup> |        |
| 供應商O (為截至2025年     | 2022年     | -                                     | -    | 不適用    | -                                       | -                  | 不適用    |
| 6月30日止六個月的         | 2023年     | -                                     | -    | 不適用    | -                                       | -                  | 不適用    |
| 五大供應商之一) . . . . . | 2024年     | 1,447                                 | 0.2% | 線上營銷服務 | 6,494                                   | 1.6%               | 旅行相關服務 |
|                    | 截至2025年   | -                                     | -    | 不適用    | 7,111                                   | 3.3%               | 旅行相關服務 |
|                    | 6月30日止六個月 |                                       |      |        |   |                    |        |

附註：

- (1) 倘據我們所知，我們自向其提供服務而產生收入的兩個或以上實體於業績記錄期受同一集團公司控制，則本文件所載的若干客戶收入按綜合基準入賬。
- (2) 倘據我們所知，我們向其採購的兩個或以上實體於業績記錄期受同一集團公司控制，則本文件所載的若干供應商採購金額按綜合基準入賬。
- (3) 我們特定年度的採購總額指我們同年銷售成本、銷售及營銷費用、一般及行政費用以及研發費用的總金額，惟不計及同年的僱員福利開支（包括以股份為基礎的薪酬開支）、折舊及攤銷（不計及使用權資產的折舊開支）、差旅及招待開支、稅項及附加以及[編纂]。

就董事所知，於業績記錄期，我們的主要供應商及我們的客戶或我們的主要客戶與我們的供應商之間概無其他重疊。我們與重疊客戶及供應商已建立穩固的業務關係。我們向重疊客戶及供應商的銷售及購買並不相互關聯或互為條件。董事確認，我們向該等重疊客戶及供應商作出的所有銷售及購買乃經適當考慮於相關時間的現行購買及售價後，於日常業務過程中按一般商業條款及經公平磋商訂立。截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於業績記錄期於我們的任何重疊客戶及供應商中擁有任何權益。

---

## 業 務

---

### 數據隱私和保護

#### 數據隱私和數據保護

我們致力於保護數據隱私及數據安全，並高度重視遵守相關法律法規。我們設立了專門的網絡安全部門，負責制定數據保護策略、評估數據安全風險以及監控數據存取和處理活動。我們指定內部審計和監督人員，負責監督數據安全政策的執行。

為確保我們的服務合乎規範，我們的數據安全政策嚴格遵守合法性、正當性、必要性及誠信原則，要求只有在透過明確通知取得使用者同意後，才處理個人資料。在最低必要性原則下，我們只收集與我們的產品及服務直接相關的個人資料，包括電話號碼、姓名、身份證明文件、旅行記錄、銀行賬戶和支付細節等，以保障用戶的權益。

#### 數據處理活動

根據《中華人民共和國民法典》及《中華人民共和國個人信息保護法》，個人是個人信息權益的主體，用戶授權由此構成信息合法處理的核心前提。本集團嚴格在用戶明示同意的範圍、目的及方式內處理信息，已建立完整機制確保履行事前告知及取得有效授權的義務，杜絕任何違反用戶意願的信息處理行為。在與第三方共享個人信息前，本集團均將履行告知義務，未獲得用戶單獨、特定授權絕不提供相關信息。

對於交通數據（不含個人信息）的處理，我們遵循《中華人民共和國數據安全法》及供應商協議。根據相關法律法規及司法實踐，本集團可在授權範圍內合法使用及共用經依法獲取的相關數據，並通過以下措施確保合規性：(i)與數據提供方訂立書面授權協議；(ii)收集公開數據時遵守數據來源設定的限制條款。

## 業 務

下表載列我們的數據處理活動的詳情：

| 處理活動              | 個人信息  | 交通數據  |
|-------------------|---|---|
| <b>收集 . . . .</b> | <p><b>目的：</b>為用戶提供包括機票預訂、酒店預訂、火車票預訂及網約車預訂服務。所有其他個人信息處理活動均嚴格在收集時明確界定的目的範圍內進行，在此不再詳述。</p> <p><b>收集方式：</b>本集團主要透過航班管家应用程序、高鐵管家应用程序及其他应用程序收集用戶個人信息。本集團在收集用戶個人信息前，會以適當方式告知用戶，並在取得用戶同意後收集用戶個人信息。未經用戶同意，本集團將絕不會收集用戶個人信息。</p> <p>就商旅管理服務而言，本集團透過应用程序內的書面協議或協議文本及隱私權政策，告知客戶在向本集團提供信息前，需先取得對應個人（參與員工）的同意，方可收集其個人信息。只有在取得該等同意後，客戶才會收集並向本集團提供該等個人信息，而本集團亦因此被授權存取該等信息。</p> | <p><b>目的：</b>為用戶及客戶提供包括交通信息、數據查詢及分析服務。</p> <p><b>收集方式：</b>(i) 通過與航空公司、機場運營公司、空中交通管制局、GDS運營公司訂立數據採購協議或業務合作協議，本集團向上述單位採購相關數據或與其共享數據；(ii) 從公共來源收集已公佈的數據，並在收集該等數據前識別數據來源所載的限制性條款（如robots排除協議及網站法律聲明），以確保在不違反該等限制的情況下進行數據收集；及(iii) 在本集團自身業務運作過程中產生和積累數據。</p> |
| <b>用途 . . . .</b> | <p>本集團嚴格按照收集目的，在用戶知情同意的範圍內使用用戶的個人信息。</p> <p>在使用該等信息時，將採取去識別化及加密等措施處理用戶的個人信息，以加強對用戶個人信息權益的保護。</p>  | <p>本集團主要以下列方式使用交通數據：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(i) 透過本集團的應用程序向用戶顯示航班及機場的動態信息（如航班出發及抵達時間、航班延誤及其他信息）；及</li><li>(ii) 向客戶提供交通數據查詢及分析等服務。</li></ul>  |

## 業 務

### 處理活動

### 個人信息

### 交通數據

**儲存 . . . . 儲存位置：**本集團的數據儲存於華為雲、阿里雲及世紀互聯網B2B數據中心託管的實體服務器中。

**安全措施：**

1. 與雲端服務及IDC服務供應商訂立具有約束力的協議，規定服務供應商應提供必要的安全措施；及
2. 對數據儲存實施分級分類管理制度，同時採取加密、隔離儲存及存取控制等技術保障和行政措施，以確保儲存數據的安全。

**保留期限：**

1. 根據相關法律法規的要求，本集團對與機票預訂業務相關的個人信息的保存期限為自交易完成之日後至少三年；
2. 如果用戶要求刪除，除非違反相關法律法規規定的最短儲存期限，否則信息將被刪除，不再儲存；
3. 除機票預訂業務及個人要求刪除外，個人信息會依據相關法令規定或業務要求的最短期限儲存。

**儲存位置：**與個人信息相同。

**安全措施：**與個人信息相同。

**保留期限：**

1. 透過購買獲得的數據將會依據購買協議中指定的期限儲存；
2. 從公開來源取得的數據，除非數據來源網站明確反對或說明保留期限或，否則將會依據企業要求的最短期限儲存；
3. 在本集團運營過程中產生及累積的數據，將會按照業務所需的最短期限儲存。

## 業 務

### 處理活動

### 個人信息

### 交通數據

- 傳輸** . . . . 在傳輸數據時，本集團採取必要的措施（如數據加密、通道加密、身份驗證等）以確保數據傳輸的安全性。與個人信息相同。
- 共享** . . . . 本集團在執行日常業務過程中，需要與授權的第三方合作夥伴（如航空公司、旅行社、酒店集團、保險公司等）共享必要的用戶個人信息，在與第三方共享用戶個人信息之前，本集團將履行相關法律法規規定的知情同意義務，在事先取得用戶同意的情況下，方可向第三方披露用戶個人信息。
1. 提供用戶使用航班管家應用程序、高鐵管家應用程序等應用程序內發佈的數據；
  2. 用戶可通過本集團提供的授權賬號在本集團系統內進行查詢；
  3. 用戶可通過相關協議規定的方式（如API介面）與本集團共享數據；
  4. 向用戶提供數據分析報告。
- 刪除** . . . . 當用戶透過應用程序提交刪除個人信息的相關要求時，本集團在完成用戶身份驗證程序後將刪除用戶的個人信息。當用戶透過其他方式（如電子郵件）行使其刪除權利時，本集團通常會在15天內回應並處理此類請求。對於採購數據，如採購協議已約定數據留存期限及刪除方式的，應於約定期限屆滿後按約定方式刪除；通過其他方式獲取的數據，將根據業務需求決定留存或刪除。我們將採取必要措施確保被刪除數據不可恢復或洩露。

### 數據安全政策

我們制定了嚴格的合規計劃及內部數據安全管理政策，以確保遵循最新法律法規對用戶數據訪問、使用及存儲的監管要求，主要包括以下措施：

- **組織結構與管理**。我們已成立安全委員會，負責監督網絡安全、數據安全及個人信息保護。

---

## 業 務

---

- **政策管理**。我們制定了數據分級分類管理制度，根據不同的數據等級實施相應的安全措施及脫敏措施。我們亦建立了完善的管理制度，包括數據生命週期管理機制、網絡安全機制、數據存取控制機制、安全事故緊急管理機制等。
- **存取控制機制**。我們已建立雙重審核機制，要求數據庫管理員(DBA)與數據安全團隊依次審核並批准數據訪問申請。僱員訪問任何敏感個人信息時，須遵循以下流程：「部門負責人提交申請→技術團隊進行風險評估→DBA審查申請→數據安全團隊進行二次審查」。僱員僅可在通過該等程序獲得授權後，方可訪問敏感數據。
- **合規審查**。我們定期聘請第三方專家進行網絡安全等級保護測試、應用程序檢測、個人信息安全影響評估(PISIA)及滲透測試等工作，以識別網路安全及數據安全相關的運營風險。
- **技術措施**。我們採用符合法律規定的技術措施，包括但不限於流量監控、防火牆、入侵防禦系統(IPS)及加密。
- **培訓與演練**。我們定期進行網絡安全、數據安全及個人信息保護培訓。我們亦會定期進行包括應急演練及滲透測試等安全演練。
- **第三方管理**。我們已建立第三方管理政策以規範本集團對第三方的監督。我們制定了第三方服務管理標準，要求第三方服務提供商於訂立協議時確認遵守相應規定，並採取必要的安全措施確保數據安全。
- **僱員管理**。我們已與僱員訂立保密協議，據此，僱員須對數據及個人信息承擔保密義務，並約定了違反保密義務的相應責任。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們並無發生任何重大資料外洩或用戶個人資料遺失的情況；(ii)我們並無接獲任何第三方以侵犯適用法律法規規定的數據保護權為由向我們提出的任何重大索償；(iii)我們於所有重大方面均遵守中國有關網絡安全、數據安全及個人信息保護的法律法規；及(iv)我們於該方面概無受到任何重大事故、行政處罰或其他監管措施或調查。



---

## 業 務

---

### 基礎建設穩定性

我們實施了多種協議和程序，如定期系統檢查、密碼政策、服務器訪問日誌記錄、網絡訪問認證、用戶授權審查與批准、數據備份以及數據恢復測試，以保護我們的數據資產並防止未經授權的網絡訪問。我們制定了提供響應計劃的政策，以處理與數據安全相關的事件。我們的運維團隊以及數據安全團隊監控系統運行，並定期進行安全演練。我們在存儲用戶個人信息的計算機數據庫中安裝了正版殺毒軟件和防火牆，並按需要定期更新系統。我們亦對運營數據進行備份，以盡量減少數據丟失的風險。

我們通過常規檢查和定期升級持續改進並增強數據和系統安全，以確保對運營數據的妥善管理。每當發現問題時，我們會迅速採取行動升級系統，並減少可能破壞系統安全的任何潛在問題。中國數據合規法律顧問認為，我們有關數據隱私和安全的政策和慣例符合適用法律和普遍行業慣例。

於業績記錄期，我們沒有經歷任何可能對營運產生重大不利影響的網絡攻擊。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的成功部分取決於我們信息技術系統和基礎設施的完整性，以及我們及時並以具成本效益方式防止這些系統及基礎設施受到重大干擾並維持其滿意性能的能力」。

### 知識產權

我們認為，保護我們的商標、版權、域名、商號、商業秘密、專利及其他專有權利對我們的業務至關重要。我們依靠商標、公平貿易實踐、版權和商業秘密保護法律以及專利保護，以及保密程序及合約條款等結合以保護知識產權和商標。我們嚴格控制對專有技術和信息的訪問。一般而言，我們的僱員必須訂立標準的知識產權保護協議或保密協議，承認他們代表我們生成的所有發明、商業秘密、開發成果和其他過程均為我們的財產，並將他們可能提出權利主張的任何擁有權轉讓予我們。

截至2025年6月30日，我們在中國擁有52項已授權專利和12項公開備案的專利申請。截至同日，我們持有332項版權和218項在中國相關機關註冊的商標。此外，截至2025年6月30日，我們擁有十個註冊域名。我們通常每年續訂域名註冊，續訂申請通常在到期前約一至三個月提出。在正常情況下，域名註冊在續訂費用支付後立即生

## 業 務

效。截至最後實際可行日期，我們所有註冊域名均保持有效。如果我們的任何域名註冊基於任何原因而未能續訂，我們將不得不另覓可替代的域名，這可能對我們網站的流量產生負面影響。

有關我們重大知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－B. 有關我們業務的進一步資料－2. 重大知識產權」。

### 牌照、許可證及批文

我們的業務受到嚴格且不斷變化的監管，且我們需要獲得並持有適用的牌照、許可證及批文才可開展業務。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－如果我們的網約車平台或平台上的司機或車輛未能取得及持有提供網約車服務所需的牌照或許可證，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響」。

據中國法律顧問確認，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已向相關政府機關取得在所有重大方面進行我們營運所需的所有牌照、許可證、批文及證書，而該等牌照、許可證、批文及證書仍具有十足效力。下表載列截至最後實際可行日期我們為中國的營運所持重大許可證的詳情。

| 牌照／許可證             | 持有人                    | 授出日期        | 屆滿日期        |
|--------------------|------------------------|-------------|-------------|
| 增值電信業務經營許可證.....   | 活力天匯                   | 2024年3月20日  | 2027年3月20日  |
| 旅行社業務經營許可證.....    | 深圳活力旅行社                | 2019年11月6日  | 不適用         |
| 旅行社業務經營許可證.....    | 凱撒景鴻(北京)商務<br>旅遊有限責任公司 | 2025年6月25日  | 不適用         |
| 乙級測繪資質證書.....      | 活力天匯                   | 2021年11月11日 | 2026年11月10日 |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯                   | 2023年5月29日  | 2028年5月30日  |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯成都分公司              | 2022年6月6日   | 2026年5月29日  |

## 業 務

| 牌照／許可證             | 持有人        | 授出日期       | 屆滿日期        |
|--------------------|------------|------------|-------------|
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯廣州分公司  | 2024年2月5日  | 2029年2月5日   |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯桂林分公司  | 2024年1月12日 | 2027年9月11日  |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯哈爾濱分公司 | 2024年5月29日 | 2027年5月9日   |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯杭州分公司  | 2025年1月6日  | 2028年12月23日 |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯青島分公司  | 2025年9月2日  | 2027年7月8日   |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯溫州分公司  | 2022年9月30日 | 2026年9月20日  |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯武漢分公司  | 2025年4月8日  | 2031年6月3日   |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯長春分公司  | 2024年7月25日 | 2026年12月6日  |
| 網絡預約出租汽車經營許可證..... | 活力天匯重慶分公司  | 2023年8月31日 | 2027年8月31日  |

## 獎項和認可

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們就產品及服務的質量及受歡迎程度而自政府機關及行業組織獲得多項獎項和認可。下表載列我們於過往年度獲得的主要獎項和認可概要。

| 頒獎年度        | 獎項／認可            | 頒發機構／組織        |
|-------------|------------------|----------------|
| 2024年 ..... | 專精特新「小巨人」企業      | 深圳市中小企業服務局     |
| 2024年 ..... | 智慧交通領域最具商業合作價值企業 | 數據猿<br>上海大數據聯盟 |
| 2023年 ..... | 2023年度傑出OTA合作夥伴  | 中國東方航空         |
| 2023年 ..... | 2023年度傑出合作夥伴     | 中國南方航空         |

## 業 務

| 頒獎年度  | 獎項／認可                          | 頒發機構／組織                              |
|-------|--------------------------------|--------------------------------------|
| 2023年 | AI天馬－領軍企業                      | 深圳市人工智能行業協會                          |
| 2023年 | 4A AI企業                        | 深圳市人工智能行業協會                          |
| 2023年 | 最佳貢獻獎(Best Contribution Award) | 深圳市人工智能行業協會                          |
| 2023年 | 深圳知名品牌                         | 深圳知名品牌評價委員會                          |
| 2023年 | 軟件企業                           | 深圳市軟件行業協會                            |
| 2022年 | 年度創新服務                         | 榮耀終端有限公司                             |
| 2022年 | 高新技術企業                         | 深圳市科技創新委員會<br>深圳市財政局<br>國家稅務總局深圳市稅務局 |
| 2021年 | 專精特新中小企業                       | 深圳市工業和信息化局                           |
| 2021年 | 新型信息消費示範項目                     | 工信部                                  |

### 季節性

我們的業務受到季節性波動影響，且收入於不同期間或會相異。一般而言，與年內其他時間相比，我們在節假日產生更高收入，如春節假期、國慶假期及暑假。此外，中國旅遊市場的季節性受到對公眾假期日曆的監管調整影響。我們的未來業績將繼續受到中國季節性及公眾假期日曆的監管調整影響。

---

## 業 務

---

### 競爭

我們在中國的綜合互聯網出行服務市場運營，該市場競爭激烈，特點是技術迅速變化、用戶偏好不斷轉變以及新服務和產品頻繁推出。

我們主要與中國綜合互聯網出行服務市場各種參與者競爭，包括其他主要的綜合出行平台以及致力於提供一兩項在線交通票務服務、在線住宿預訂服務或出行數據信息服務的提供商。隨著中國綜合互聯網出行服務市場不斷演變，我們可能面臨來自新興國內參與者或尋求進軍中國的國際參與者更激烈的競爭。我們亦可能面臨來自航空公司和酒店日益增加的競爭，因為其加大了直接銷售力度或與其他服務提供商結盟。

我們在多個因素上競爭，包括品牌認知度、價格、易用性、信息可訪問性、提供服務的廣度、便利性以及用戶服務及滿意度等。我們相信，我們在上述因素的基礎上處於有效競爭的有利位置。然而，我們部分當前或未來的競爭對手可能擁有更長的運營歷史、更高的品牌認知度、更多的用戶及TSP基礎，或比我們更強大的財務、技術或營銷資源。有關我們經營所在行業及中國競爭格局的詳情，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們所處的行業競爭激烈，並可能面臨競爭加劇」及「行業概覽」。

我們相信，我們有效競爭的能力取決於我們控制範圍以內或以外的眾多因素，其中包括：

- 我們所提供產品與競爭對手相比的受歡迎程度、價格、實用性、易用性、表現及可靠性；
- 我們豐富所提供服務的能力；
- 我們提供卓越用戶及客戶體驗的能力；
- 我們進一步提升技術的能力；
- 我們成功拓展全球業務的能力；
- 我們維持及擴大優質供應商網絡的能力；
- 相對於競爭對手，我們的聲譽及品牌實力；

---

## 業 務

---

- 我們完全遵守相關法律、法規、規則、政策及指南，以及處理爭議、訴訟、和解、判決、禁令及同意令的能力；
- 監管機構要求或我們選擇為應對監管機構不斷變化的法例和要求而作出的變更；
- 我們吸引、留住並激勵有才能員工的能力；
- 我們維持並改善安全機制的的能力；
- 我們籌集額外資金的能力；及
- 行內收購或整合。

## 保險

根據一般市場慣例，我們為旅遊公司責任投購保險保障，但並無為業務中斷或其他業務運營投購保險保障。我們亦無投購涵蓋網絡基礎建設或信息技術系統損害的保單。我們認為，我們所持有保單的保障範圍足以滿足我們目前的經營需要。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無提出任何重大保險索償，亦無成為其中的涉事方。

## 物業

我們的公司總部位於中國深圳。截至最後實際可行日期，我們租賃總建築面積約8,225.16平方米的18項物業，主要用作辦公場所及員工宿舍。每處租賃房產的建築面積介乎約23平方米至約2,071.7平方米。租賃期限一般介乎一年至三年。租賃到期後，我們將會考慮續租。然而，我們的租賃物業中有15項未向相關地方當局登記，我們可能就各項租賃被罰款人民幣1,000元至人民幣10,000元不等。預計最高罰款總額為人民幣15,000元。

根據上市規則第五章及公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司(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3第34(2)段的要求，該條例要求就我們於土地或建築物的所有權益提交估值報告，獲豁免原因為截至2025年6月30日，我們租賃或擁有的物業賬面值並無達到綜合資產總值15%或以上。

## 業 務

### 員工

截至2025年6月30日，我們擁有合共667名全職員工。截至同日，約69.9%及19.9%的全職僱員分別位於武漢及北京市，而餘下10.2%位於中國內地其他地區及香港。

下表載列截至2025年6月30日的全職僱員人數：

| 團隊              | 員工人數       | 佔總數的%        |
|-----------------|------------|--------------|
| 研發 .....        | 255        | 38.2         |
| 用戶及TSP服務 .....  | 252        | 37.8         |
| 銷售及營銷.....      | 103        | 15.4         |
| 行政管理.....       | 57         | 8.5          |
| <b>總數</b> ..... | <b>667</b> | <b>100.0</b> |

### 招聘及培訓

我們主要通過校園招聘會、員工推薦、行業推薦以及包括公司網站及社交網絡平台在內的線上渠道招聘員工。為招聘目的，我們進行嚴格的面試流程。我們根據市場慣例與員工訂立標準的僱傭協議以及保密及不競爭協議。我們在中國內地採用了一套培訓方案，據此，我們為員工提供入職前和持續管理與技術培訓。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在招聘或留用經驗豐富的員工或熟練人員方面沒有遇到任何重大困難。

### 薪酬及福利

我們的成功依賴於吸引、留住及激勵合格人員的能力。作為人力資源戰略的一部分，我們為員工提供具有競爭力的薪金、基於績效的現金獎金及其他激勵措施。獎金支付通常是酌情決定的，部分基於員工績效以及我們業務的整體表現。按中國法律法規規定，我們參加了由市和省政府組織的各種員工社會保障計劃，包括（其中包括）養老金、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險和住房公積金計劃，通過中國政府

---

## 業 務

---

強制性福利供款計劃繳費。根據中國法律，我們需要按員工工資、獎金和若干津貼的訂明百分比向員工福利計劃作出供款，最高不超過當地政府不時規定的金額。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無為我們的部分僱員悉數繳納社會保險及住房公積金供款，主要由於該等僱員選擇不悉數作出其應繳納的供款部分。我們已就社會保險基金及住房公積金供款的未繳金額全額計提撥備。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的未繳社會保險基金及住房公積金供款金額分別為人民幣2.0百萬元、人民幣3.5百萬元、人民幣3.8百萬元及人民幣2.1百萬元。因此，倘我們被勒令悉數繳付未繳社會保險基金供款，則我們於業績記錄期的財務業績已計入潛在影響。

根據適用中國法律法規，(i)對於我們未有在規定期限內悉數繳納的未繳社會保險基金供款，中國相關主管部門可要求我們在規定期限內繳納未繳的社會保險供款，且我們可能須就延遲的每天數支付相當於未繳供款金額0.05%的滯納金；倘我們未能在規定的期限內繳付拖欠的社會保險供款，則我們可能被處以滯繳供款金額一倍至三倍的罰款；及(ii)就尚未繳存的住房公積金供款而言，我們可能被責令在規定期限內繳付未繳存的住房公積金供款；倘未有在該期限內繳納，有關住房公積金供款的主管部門可向法院申請強制執行。鑒於上文所述及根據董事的估計，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，因於業績記錄期未有繳足社會保險供款導致的最高潛在罰款金額將分別約為人民幣8.3百萬元、人民幣13.6百萬元、人民幣14.0百萬元及人民幣21.3百萬元；倘有關主管部門向有關法院申請強制執行，因於業績記錄期未有繳足住房公積金供款導致的最高潛在強制執行金額將分別約為人民幣40,000元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.4百萬元。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能完全遵守與勞動相關的法律法規可能會使我們受到處罰」。

截至最後實際可行日期，我們尚未收到來自主管部門有關社會保險及住房公積金供款的任何更正令，或來自我們任何僱員有關社會保險及住房公積金供款的任何投訴或勞動仲裁申請。我們計劃通過實施相關整改措施，逐步全面遵守有關社會保險及住房公積金的適用中國法律法規。我們承諾，一旦我們接獲來自相關政府部門的通知(如有)要求我們就未繳金額作出供款或修訂我們在這方面的政策或慣例，則我們將盡快按規定為僱員作出供款，以免我們因未能及時作出供款而受到相關政府機關的行政處罰。



---

## 業 務

---

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，倘社會保險及住房公積金主管部門命令我們或我們的任何附屬公司在規定期限內糾正不遵守有關社會保險及住房公積金的法律法規的情況，並支付滯納金（如有），而倘該等實體在主管機關要求的規定期限內完成整改，並繳納滯納金（如有），則我們被該等部門罰款的風險相對較低。因此，我們認為，該情況將不會對我們的業務經營及財務狀況造成重大不利影響。

### 多樣性

我們認為，多樣性（包括但不限於性別多樣性）對於我們在商業環境中取得成功十分重要。我們促進來自不同背景的員工之間的包容和平等，無論年齡、性別、殘疾和公民身份狀況等。截至2025年6月30日，我們約49.5%的員工為女性。

### 與員工的關係

我們相信與員工保持良好的工作關係，且我們沒有經歷過任何重大勞資糾紛。截至最後實際可行日期，本集團並無建立工會。

### 環境、社會和公司治理

在全球化及可持續發展的背景下，我們充分意識到公司履行環境、社會和治理(ESG)責任的重要性。藉著履行ESG責任，我們不僅能夠為僱員、用戶、技術人員及業務合作夥伴帶來積極影響，亦能夠大幅提升我們在環境保護及社會責任方面的表現。自我們成立以來，我們一直以促進環境可持續發展、履行企業社會責任、堅持高標準的公司治理為長期戰略目標，從而為所有利益相關者創造可持續的價值。

### ESG治理

為有效處理ESG議題，我們將建立由董事會、ESG委員會及相關執行部門組成的三層ESG治理架構。

我們的董事會是最高責任機構，全面負責我們的ESG策略及報告，其主要職責如下：

- 將ESG因素納入我們的戰略發展。

---

## 業 務

---

- 識別我們的ESG風險及機遇，審查ESG目標，並在必要時作出戰略決策。
- 定期審閱ESG委員會的報告，確保與我們的整體戰略及目標保持一致。

ESG委員會由業務管理團隊組成，在董事會授權下負責以下工作：

- 持續監察我們的ESG管理方法、戰略及重點範疇，並確保ESG風險管理及內部控制系統的有效性。
- 定期評估、區分優先次序及處理ESG相關議題，包括ESG風險及機遇，並制定及定期審閱我們的ESG目標、行動計劃、管理政策及措施。
- 與利益相關者保持定期溝通，確保彼等了解ESG風險及機遇對我們的影響。
- 監督年度ESG報告的編製工作。
- 在董事會會議上提出ESG相關議程項目，並就ESG議題進行匯報，包括但不限於ESG議題的優先次序、ESG報告以及ESG風險及機遇。

執行部門作為ESG議題的相關部門，在ESG委員會的監督與指導下運作，其職責包括：

- 草擬及執行ESG工作計劃，並針對可能影響實現ESG目標的任何困難或風險擬定應對措施。
- 草擬ESG相關政策及管理辦法。
- 編製年度ESG報告，包括搜集、分析、評估及記錄ESG數據及資料。
- 舉辦ESG相關培訓及宣傳計劃。
- 定期向ESG委員會報告，包括但不限於ESG工作計劃及報告的實施進度、潛在ESG風險及機遇，以及與ESG事宜相關的監管趨勢及市場發展。

---

## 業 務

---

### 識別、評估、管理及降低ESG風險

識別、評估、管理及降低ESG風險是企業可持續發展的重要組成部分，亦是確保我們長遠成功及負責任運營的必要條件。

我們已識別出以下ESG風險，該等ESG風險屬重大，且可能影響我們的業務、戰略或財務表現，我們已制定策略及執行系統來管理並降低該等風險。

### 用戶隱私及數據安全

用戶隱私及數據安全違規行為可能導致敏感用戶資料外洩，不僅會損害我們的聲譽及客戶信任，而且會導致法律責任及巨額罰款。隨著數據保護法規的加強，我們嚴格遵守有關用戶隱私及數據安全的相關法律法規。於業績記錄期，我們在所有重大方面遵守中國適用的相關互聯網安全及隱私保護法律法規。請參閱「法規－關於網絡安全、數據安全及隱私保護的法規」。此外，數據安全事故可能擾亂營運、影響業務連續性，並造成財務損失。因此，我們實施有效的技術與管理措施來保障用戶隱私及數據安全，從而保持我們的長遠競爭力及市場地位。

### 極端天氣事件

在實體氣候相關的風險方面，我們特別關注可能影響我們辦公室及基礎設施的嚴重風險（如極端天氣事件）。我們可能因業務中斷而面臨營運資產及基礎設施損失，以及銷售虧損。為應對該等挑戰，我們制定了應變計劃，明確界定責任及具體行動，以確保全面落實安全與健康管理準則。我們亦會定期為僱員舉辦培訓及演習，以提高彼等的安全意識及應變能力。

### 環境保護

我們致力將可持續發展的原則納入我們的業務活動中。我們積極探索綠色、低碳、高品質的發展道路，妥善處理環境保護與公司成長之間的平衡。我們的目標是打造環境友好型企業。

---

## 業 務

---

### 氣候變化

隨著全球暖化持續加劇，氣候變化是當今人類面臨的最迫切挑戰之一。極端天氣事件日益頻繁，大大增加我們的營運面臨眾多負面影響的可能性，例如電力及水供應中斷以及運輸延誤。因此，考慮到旅客的安全，我們將與氣候相關的風險管理視為實現ESG目標的關鍵任務。

我們已審視並確認與我們相關的氣候相關風險及機遇。我們持續監察氣候變化對我們業務運作的影響，並評估相關風險如何影響我們的融資能力及現金流。此外，我們已制定針對性措施，以提高我們適應氣候變化的能力。

我們進行了重大氣候相關風險的識別，包括長期高溫及頻繁颱風等實體風險，以及政策及法律風險及聲譽風險等過渡風險。然後實施有效的緩解措施。同時，我們將ESG原則納入風險管理流程，在供應商准入及產品管理等業務領域充分考慮氣候因素。

由於颱風、強雷暴及其他被視為不可抗力事件的急性實體風險頻繁發生，我們制定了針對性緊急應變計劃。該等計劃會通過Flight Master公眾號等渠道預先通報，提供機場及高鐵車站的最新狀況。我們亦會通過短信及致電通知旅客旅行安排的變更，使彼等調整計劃以確保安全。為確保僱員有效執行緊急應變計劃，我們提供培訓及緊急應變演練，協助彼等充分了解極端天氣的危險性，並提高彼等在有關狀況下的應變能力，從而確保彼等的安全。

我們的主要風險與政策及法律事宜有關。我們嚴格遵守中國的相關環境法律法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》。此外，我們密切關注全球趨勢及中國的國家戰略，以更好地應對氣候變化與環境保護。

### 指標與目標

鑒於我們的業務性質，我們相信我們的環境足跡相對較小。儘管如此，我們仍致力於節約能源及減少碳足跡。為履行我們的社會責任，並配合國家在2060年前實現碳中和的目標，我們以「2035年前實現碳中和」作為我們氣候變化工作的首要目標。

## 業 務

| 溫室氣體排放量(附註)        | 單位      | 截至12月31日止年度 |        |        | 截至6月30日止三個月 |        |
|--------------------|---------|-------------|--------|--------|-------------|--------|
|                    |         | 2022年       | 2023年  | 2024年  | 2024年       | 2025年  |
| 溫室氣體總排放量.....      | 噸二氧化碳當量 | 338.43      | 484.75 | 524.13 | 195.35      | 205.94 |
| 溫室氣體排放量(範疇二).....  | 噸二氧化碳當量 | 219.57      | 222.04 | 246.16 | 79.95       | 94.51  |
| 溫室氣體排放量(範疇三).....  | 噸二氧化碳當量 | 118.86      | 262.71 | 277.97 | 115.41      | 111.43 |
| 範疇三－燃料及能源相關活動..... | 噸二氧化碳當量 | 65.38       | 67.35  | 79.36  | 24.25       | 30.47  |
| 範疇三－商務差旅.....      | 噸二氧化碳當量 | 53.48       | 195.36 | 198.61 | 91.16       | 80.96  |

附註：

1. 與範疇一溫室氣體排放量相關的數字，我們的業務運作模式不涉及任何直接的能源使用。
2. 與範疇二溫室氣體排放量相關的數字乃根據中華人民共和國生態環境部發佈的中國區域電網平均二氧化碳排放因子及中電2024年可持續發展報告發佈的排放因子計算得出。
3. 與範疇三溫室氣體排放量相關的數字乃根據香港聯交所頒佈的《如何編備環境、社會及管治報告》《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》、美國環境擴展投入產出(US EEIO)模型，連同我們的內部記錄及最佳估計計算得出。範疇三溫室氣體排放量主要包括燃料及能源相關活動的數據，以及商務差旅下的航空旅行及培訓差旅。我們預期未來將逐步完善其他範疇三溫室氣體排放量的數據基礎，並逐步擴大範疇三溫室氣體排放量的披露範圍。

### 環境影響管理

我們致力將業務活動對環境造成的不利影響降至最低，並為僱員創造一個健康安全的环境。為持續改善我們的環境管理能力，我們制定了各種政策與措施，以建立健全的環境管理體系。

我們的能源僅來自辦公室用電，因此不涉及任何重大廢氣或廢水排放。我們的重點在於能源管理、水資源管理及廢棄物管理。我們旨在善用資源，並降低營運對環境造成的負面影響。

## 業 務

在能源管理方面，我們積極推廣綠色辦公室理念實踐。我們建立了定期巡查辦公區域的常規，並確保及時關閉多餘的空調及電力設備，以減少不必要的資源浪費。此外，我們已全面改用LED照明，在確保僱員視力安全的同時提高能源效率。我們不斷尋求降低能源消耗的有效方法，包括推動提高電動車容量比例、使用節能設備等，採用多種策略加強能源管理。

| 能源消耗        | 單位    | 截至12月31日止年度 |             |             | 截至6月30日止三個月 |             |
|-------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|             |       | 2022年       | 2023年       | 2024年       | 2024年       | 2025年       |
| 總能源消耗.....  | 兆瓦時   | 377.92      | 389.34      | 458.75      | 140.19      | 176.14      |
| 能源消耗強度..... | 兆瓦時／人 | <u>0.71</u> | <u>0.66</u> | <u>0.71</u> | <u>0.22</u> | <u>0.26</u> |

在水資源管理方面，我們嚴格遵守包括《中華人民共和國水法》在內的相關法律法規。通過科學合理用水，我們提高了水資源利用效率。我們的水源全部來自市政供水，我們的業務營運在取水方面不存在任何困難，水資源風險對我們而言並無重大影響。

在廢棄物管理方面，我們並無從事會產生大量廢棄物的生產或營運活動，主要的廢棄物為日常家居廢棄物。因此，廢棄物排放對我們而言並無重大影響，但我們仍專注於盡量減少產生無害廢棄物。我們在印表機旁設置了紙張回收箱以收集及再利用紙張，鼓勵黑白雙面列印，非正式文件則採用單面列印。此外，我們亦意識到塑膠對陸地及海洋生物的影響，因此我們鼓勵減少使用一次性紙杯並推廣使用個人水瓶，以減少塑膠廢棄物。我們所產生的無害廢棄物會交由市政或其他第三方公司進行合規處理。

| 所產生的廢棄物      | 單位  | 截至12月31日止年度 |             |             | 截至6月30日止三個月 |             |
|--------------|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|              |     | 2022年       | 2023年       | 2024年       | 2024年       | 2025年       |
| 無害廢棄物.....   | 噸   | 92.41       | 103.13      | 114.61      | 55.64       | 56.76       |
| 無害廢棄物強度..... | 噸／人 | <u>0.17</u> | <u>0.17</u> | <u>0.18</u> | <u>0.09</u> | <u>0.09</u> |

---

## 業 務

---

### 社會責任

作為負責任的企業公民，我們持續履行企業社會責任。我們堅持「以人為本」的原則，致力於與用戶、僱員以及更廣大的社區分享我們業務發展的可持續價值。我們為每一位僱員建立平等、互相尊重、充滿包容性的工作環境，促進彼等成長及創造價值。我們高度重視僱員的健康與福祉。我們亦致力於社會及營運所在社區的發展，希望以實際行動回饋社會。利用我們平台的規模及影響力，我們旨在透過團隊的集體力量，為建設更美好的社會作出貢獻。

### 人才管理

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及我們經營地區的其他相關法律法規。我們尊重僱員的獨特經歷與不同背景，積極保障彼等的權利，防止任何基於就業狀況、宗教、年齡、性別、殘疾、性取向、公民身份或父母身份的歧視。我們在招募、薪酬、福利、晉升及其他僱傭事宜上為僱員提供平等機會，使每位僱員均能夠更好地發揮潛能與價值。

我們非常重視人才發展，建立了全方位、多層次的培訓體系。通過多種學習資源（包括課程培訓及專題交流）為僱員提供豐富的成長機會，滿足多元化的需求，幫助彼等提升專業技能、專業知識及領導能力。同時，為充分激勵僱員，我們建立了以績效為基礎的薪酬制度。除基本薪資及法定福利外，僱員報酬亦包括績效掛鈎花紅及以股票為基礎的薪酬，以吸引及留住頂尖人才。

### 健康及安全

保障僱員的健康及安全是我們營運的重中之重。我們嚴格遵守經營所在地區適用的職業健康及安全法律法規。我們以「零致命意外」為核心目標，持續檢討管理實務，以確保營運穩定並保障人力資本。

僱員健康及安全由我們的人力資源部直接管理，部門主管肩負全部責任，包括監督內部政策與制度的執行、監測工作場所的安全隱患，以及培養健康及安全的文化。我們定期對工作場所進行安全檢查與風險評估，以識別可能對僱員健康及安全造成負面影響的潛在安全隱患，並按需要採取糾正措施。為提高僱員對健康與工作場所安全的認知與知識，我們提供有關適用法律法規的培訓，確保僱員了解最新的職業健康法律及我們的健康安全規則，從而提高彼等保護自身健康與安全的能力。於業績記錄期，我們不論在營運上或行政上均無發生任何重大的健康或工作場所安全事故。

---

## 業 務

---

### 用戶隱私及數據安全

用戶隱私及數據安全是我們營運的命脈。我們制定了有關數據隱私及安全的政策，不斷提升信息安全能力，並保持警覺性以保障安全。我們一直以「零數據洩露事故」為營運目標，致力透過各種措施避免承擔法律責任及巨額罰款。

我們僅允許少數僱員對機密個人資料進行分類存取，而授權只可在嚴格界定的情況下授予。任何個人資料的存取或處理均須經過嚴格的評估與核准程序，且所有相關人員均須簽署保密協議。此外，我們亦就敏感性個人資料（例如用戶在我們平台上使用的電話號碼和身份證號碼）以及非敏感性個人資料的收集及使用制定了明確準則。僱員如需存取任何敏感性個人資料，必須向其部門主管提出請求，由部門主管將請求轉交予我們的技術團隊。經我們的技術團隊主管對請求進行風險評估後，資料庫管理員將審閱請求，以確定所涉及的數據是否被歸類為敏感資料。倘被歸類為敏感資料，該請求將自動發送至我們的數據安全團隊進行二次審查。倘數據安全團隊核准，資料庫管理員將通知技術團隊，技術團隊隨後對數據進行加密，並透過安全通信傳送至要求存取敏感性個人資料的部門。本集團內任何部門或個人均不得直接披露敏感性個人資料，例如用戶的身份證號碼、電話號碼或付款資料。

### 商業道德

遵守法律是業務穩健營運的基本要求，而良好的商業行為及道德規範則是企業長遠發展的基石。因此，我們以「零違規」作為營運的基線，並已實施一系列內部政策，概述相關法律法規的合規指引，並提倡具誠信及合乎道德的行為。

### 社區貢獻

我們深知平台規模及大數據帶來的影響。我們致力以對社會負責任的方式運用我們的影響力。憑藉我們的平台及數據能力，我們協助監管機構監控自然災害、傳染病爆發或其他公共衛生緊急事件，確保公眾於出行期間的健康與安全。我們已在線上平台上開發並推出查詢工具，用戶可以評估出行期間感染傳染病的風險，並及時向相關部門報告感染情況，幫助彼等接受即時治療，降低其他用戶被感染的可能性。用戶自願提供有關感染風險的資料，讓監管機構能夠有效地追蹤感染鏈並採取適當的控制措施防止疾病傳播，從而保障公眾健康。



---

## 業 務

---

### 訴訟與監管合規

#### 訴訟

我們已經及可能不時面臨日常業務過程中產生的各種法律或行政申索及訴訟。訴訟或任何其他法律或行政程序（無論結果如何），均可能導致大量成本及分散我們的資源，包括管理層的時間及精力。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能不時涉及營運產生的法律及其他糾紛，包括有關侵犯第三方知識產權的指控」。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無亦並非任何重大法律、仲裁或行政程序的當事方，且我們並不知悉有任何待決或針對我們或任何董事的法律、仲裁或行政程序，當中個別或整體而言可能對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

#### 監管合規

我們須遵守中國監管機關頒佈的各項監管規定及指引。中國法律顧問認為於業績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團不曾且並無涉及任何重大不合規事件，而這個別或整體而言可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大影響。

#### 運輸證及網約車駕駛員證

按適用中國法律法規規定，任何在網約車平台上提供服務的車輛均須符合若干營運安全標準及地方出租汽車行政主管部門規定的任何其他標準以取得運輸證。此外，任何在網約車平台上提供服務的司機均須符合當地政府規定的若干背景要求並通過相關考試，從而取得網約車駕駛員證。

對於每宗不合規事件，提供行車的司機或車輛未取得所需許可證或駕駛證，可責令網約車平台改正及處以人民幣5,000元以上人民幣10,000元以下罰款，情節嚴重的，處以人民幣10,000元以上人民幣30,000元以下罰款。此外，縣級以上出租車行政主管部門發現平台不再具備線上線下服務能力或者有嚴重違法行為的，可被責令停業整頓或吊銷平台許可證。

---

## 業 務

---

於2022年、2023年及2024年，我們的網約車服務收入分別佔我們總收入的1.4%、1.6%及0.9%。於業績記錄期，我們通過平台提供有關服務的部分車輛及司機在提供服務當時並不持有必要的運輸證及網約車駕駛員證。因此，於業績記錄期，我們因並無持有必要的許可證或駕駛員證的若干車輛或司機在我們的平台上提供服務而受到罰款，該等罰款佔我們於業績記錄期各年度總收入的0.1%以下。截至本文件日期，我們已全數及按時繳付所有該等罰款。截至同日，概無交通部門責令我們停止業務經營或撤銷我們的平台牌照。中國法律顧問表示，我們將因業績記錄期產生的違規及／或行政罰款而被勒令暫停業務經營或吊銷平台牌照的風險微乎其微，且該等事件將不會嚴重影響我們網約車業務的持續經營。

上述不合規情況主要是由於(i)滿足不同地方機關制定的各種實施規則的實際困難；及(ii)網約車平台的業務模式。所有提供網約車服務的參與者均面臨相同的挑戰。

我們已採取積極措施糾正該等不合規事項。為監察我們的合規情況，我們要求司機於獲准加入我們的平台前提供相關駕駛員證及車輛通行證。我們嚴格禁止司機允許無證駕駛等違規行為。截至2025年6月30日，已有276輛通過我們平台接受訂單的車輛，所有車輛均已取得必要的運輸證及網約車駕駛員證。然而，由於持證駕駛員可選擇轉用其他無須持證的車輛，或持證車輛的車主可將其持證車輛借予無持證駕駛員，因此我們無法保證已完全糾正與運輸證及網約車駕駛員證相關的違規行為。

### 風險管理及內部控制

我們已建立及維持由我們認為適合業務運營的政策及程序組成的風險管理及內部控制系統，並致力於不斷改進該等系統。

### 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會計政策，包括會計手冊、預算管理政策、資金管理政策、費用管理政策及僱員報銷政策。我們制定了各種程序及IT系統以執行我們的會計政策，且我們的財務部門根據該等程序審閱管理賬目。我們亦已將

---

## 業 務

---

會計流程自動化，以減低人工錄入可能出現的錯誤，提高財務資料的準確性並降低財務報告風險。我們亦為財務部門僱員提供定期培訓，確保彼等了解我們的財務管理及會計政策，並於日常營運中執行。

### 信息系統風險管理

我們的數據及其他相關信息的充分維護、安全及保護對我們的業務至關重要。我們已實施各種內部程序及控制措施，以確保數據受到保護，並避免任何資料洩漏和丟失。我們的運維團隊及數據安全團隊負責實時監控信息系統的運行。彼等定期進行數據恢復測試並使用網絡攻擊模擬以提高數據保護能力。

### 人力資源風險管理

我們已制定僱員手冊及行為守則，並已分發予所有僱員。該手冊載有有關反貪污、利益衝突、保密及知識產權保護、職業道德及欺詐預防機制的內部規則及指引。我們為僱員提供定期培訓以及有關僱員手冊所載要求的指引。

我們已制定反賄賂及貪污政策，以防止本公司內部出現任何貪污行為。該政策解釋了潛在的賄賂和腐敗行為以及我們的反賄賂和腐敗措施。我們開放內部舉報渠道，供僱員以匿名方式向內部審核主管舉報任何賄賂及貪污行為。

### 監管合規風險管理

我們須遵守中國不斷變化的監管規定，包括就我們在不同地區的業務營運取得及重續若干牌照、許可證、批文及證書的規定。為有效管理我們對適用於業務的法律法規的持續合規，我們已實施多項內部控制措施。尤其是，我們指派人員定期監察我們經營所在地區相關政府機關頒佈的法律、法規及政策變動，以確保我們取得經營業務所需的許可證，且我們對適用規定有最新的了解。此外，我們定期監察及檢討牌照及許可證的狀況。我們根據法律、法規及行業標準變化持續改進內部政策，並相應更新內部協議。

---

## 業 務

---

### 內部審核

我們已指派有經驗且擁有相關專業知識人員審查內部控制的有效性，並向審核委員會及高級管理層報告所發現的任何問題。有關人員定期與管理層舉行會議，以討論我們面臨的任何內部控制問題以及解決該等問題的相應措施。內部審核人員向審核委員會報告，以確保及時將發現的任何重大問題向審核委員會通報。審核委員會其後與董事會討論有關事宜，並於必要時向董事會匯報。