

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此屬概要，故並不包含對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件。任何[編纂]均涉及風險。

投資[編纂]所涉及的部分特定風險載於「風險因素」。閣下決定投資[編纂]前，應仔細閱讀該節。本節所使用的各項詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙」章節中界定。

概覽

我們是一家保險科技公司，主要從事為場景合作夥伴及保險公司提供科技賦能的保險中介服務。我們主要利用場景險作為工具，通過提供保險交易服務、精準營銷及數字化解決方案以及第三方管理服務（「TPA服務」）獲得收入。在我們的保險交易服務業務分部下，我們的核心業務是向最終被保險人分銷場景險產品。這些產品由保險公司承保，我們從中獲得佣金收入。我們與保險公司和場景合作夥伴在保險產品設計及定制方面開展合作。場景險通常指針對特定情況下就特定需求量身定制的合適、短期或保費低的保險產品，為被保險人提供按需保障。該等保險產品具備高度靈活性，保障期限雖短，但涵蓋範圍廣，能滲透至多種分散生活場景，滿足特定情境下的保障需求。我們的場景合作夥伴包括金融機構、企業及政府等多樣化機構及主體。根據灼識諮詢的資料，中國場景險市場有100多家參與者。按2024年總保費計，我們在中國互聯網保險中介中位列第十一、在中國場景互聯網保險中介中位列第五及在中國第三方場景互聯網保險中介中位列第一，中國市場份額為3.4%。作為保險公司、場景合作夥伴及終端消費者之間的數字連接器，我們在解決方案設計及定制方面與上游保險公司及下游場景合作夥伴緊密合作，為所有生態系統參與者提供數字化保險服務。

與傳統保險中介不同，我們積極激發、識別及發掘不同場景下的風險管理需求，轉變傳統的風險評估及應對方法，提供數字化保險服務，以應對不同的場景。憑藉我們的數字化能力，我們不僅提供標準化保險產品，而且更專注於提供全面性的保障，專門用於管理生態系統合作夥伴在日常經營中面臨以及終端消費者在生活中面臨的多種風險，而非提供標準化保險產品。我們的產品橫跨例如出行、健康及公共服務等九種生態圈，確保採用有效方法來解決多個生態系統中各種場景的不同風險，而不是狹隘地專注於特定場景中的單一類型風險。我們已將業務組合擴展到以下九個生態系統：

概 要

生態	適用場景	保險類型	產品示例	場景合作夥伴
出行	<ul style="list-style-type: none"> • 商旅出行 • 公共交通 • 共享出行 	<ul style="list-style-type: none"> • 旅遊保險 • 意外保險 • 責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 單車意外險 • 航意航延險 	<ul style="list-style-type: none"> • OTA及旅行社 • 公共交通提供商 • 共享出行平台
泛人力資源	<ul style="list-style-type: none"> • 送餐服務 • 打車服務 • 家政服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 財產保險 • 意外保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 買菜人員意外險 	<ul style="list-style-type: none"> • 跑腿服務提供商 • 打車服務提供商 • 家政服務提供商
普惠金融	<ul style="list-style-type: none"> • 分期融資 • 移動支付 • 小額借款 	<ul style="list-style-type: none"> • 信貸保險 • 擔保保險 • 責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 支付延遲險 	<ul style="list-style-type: none"> • 支付公司 • 銀行 • 金融機構
車服	<ul style="list-style-type: none"> • 交通事故 • 汽車銷售 • 汽車後市場服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 交通意外險 • 汽車保險 • 責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 機動車交強險 	<ul style="list-style-type: none"> • 汽車企業 • 4S店 • 汽車維保 — 美容店
公共服務	<ul style="list-style-type: none"> • 體育賽事 • 家庭日常活動 • 企業財產安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 責任保險 • 財產保險 • 意外保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 公共運動場所運動意外險 	<ul style="list-style-type: none"> • 體育賽事舉辦方 • 天然氣公司 • 運動場館運營方
大健康醫養	<ul style="list-style-type: none"> • 公共醫療 • 養老 • 手術 	<ul style="list-style-type: none"> • 意外保險 • 健康保險 • 責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 手術意外險 	<ul style="list-style-type: none"> • 公立醫院 • 養老機構 • 政府部門
教育	<ul style="list-style-type: none"> • 校園活動 • 培訓考試 	<ul style="list-style-type: none"> • 意外保險 • 考試補償保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 駕考保 	<ul style="list-style-type: none"> • 學校 • 教育機構
E工程	<ul style="list-style-type: none"> • 建設工程招標 • 安裝維修 	<ul style="list-style-type: none"> • 履約保證保險 • 承包商一切險 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全工程一切險 • 裝修保費 	<ul style="list-style-type: none"> • 建築公司 • 政府
物流	<ul style="list-style-type: none"> • 貨物存儲 • 包裝 • 運輸 	<ul style="list-style-type: none"> • 貨物保險 • 責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 轉運保 	<ul style="list-style-type: none"> • 物流公司 • 倉儲企業 • 公路運營方

概 要

我們科技賦能的業務模式在上游保險公司與下游場景合作夥伴（如金融機構、企業及政府）之間建立無縫連接，旨在解決所有該等生態系統參與者面臨的痛點。我們與保險公司及場景合作夥伴建立了緊密的合作網絡。下圖列示我們的保險業價值鏈中的組合及價值主張：



我們作為數字連接器，連接上游保險公司與下游場景合作夥伴，通過數字化能力為生態鏈賦能。在與保險公司及場景合作夥伴的合作中，我們共同設計並定製解決方案，提供數字化保險服務。憑藉積累的專業知識與數字能力，我們為生態所有參與者實現風險評估、風險防範與風險干預。

對於最終被保險人，我們致力於透過我們的數字化保險服務營造一個全面的風險管理環境，使個人有信心管理風險。最終被保險人可通過應用程序編程接口（「API」），與我們自有開發的應用系統白鴿e保連接，在保險公司的平台上購買保險產品，並管理保單與理賠。對於下游場景合作夥伴，我們積極識別彼等於不同場景遇到的風險，並設計適當的數字化保險服務。我們通過建設營運基礎設施將定制化的保險產品視為達成風險管理目標的工具，並提供精準營銷及數字化解決方案，以支持業務發展。對於上游保險公司，我們協助保險公司識別「9+N生態圈」中場景合作夥伴在不同場景下的真實需求，並與彼等合作設計、開發及完善保險產品。在數字經濟快速發展的背景下，共享經濟、即時配送、移動支付等新興業態不斷湧現，催生了新場景下的新型風險，對新型保險範圍的需求亦相應提高。傳統保險公司通常無法及時識別並覆蓋此類新興風險，而我們在這方面具備獨特優勢。我們擁有強大的數據處理能力及渠道整合能力，能有效識別及應對新風險，因此上游保險公司願意向我們支付具競爭

概 要

力的佣金率，以促進其業務增長。此外，下游場景合作夥伴亦日益傾向於整合增值服務以提升其競爭力。我們協助該等合作夥伴發掘其不同場景下的風險管理需求，並向其提供由上游保險公司提供的合適保險產品。此模式不僅回應了生態合作夥伴不斷演變的需求，亦進一步鞏固了我們在保險價值鏈中的市場領導地位及價值主張。

於往績記錄期間，我們的收入及毛利持續增長。下表載列我們持續經營業務於往績記錄期間的收入及毛利：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	659,902	914,181	1,227,123
毛利	52,050	83,217	102,798

下表載列我們於往績記錄期間及截至最後實際可行日期的關鍵營運數據：

	截至12月31日			截至最後實際可 行日期
	2023年	2024年	2025年	
保險公司合作夥伴數量 ^(附註1)	76	77	79	40
渠道合作夥伴數量 ^(附註2)	207	255	260	88
個人保險經紀人數量 ^(附註3)	3,314	3,381	4,034	4,281
累計場景數量 ^(附註4)	56	66	78	80

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
最終被保險人數量 ^(附註5) (百萬)	158	125	101
售出的保單數量 ^(附註6) (百萬)	1,968	994	494

概 要

附註：

- (1) 保險公司合作夥伴數量指於所示年度與我們進行交易的保險公司。
- (2) 渠道合作夥伴數量指於所示年度與我們進行交易的渠道合作夥伴。
- (3) 個人保險經紀人數量指於所示年度由我們聘請的該等個人保險經紀人。個人保險經紀人的數量變動主要由推出或完成若干項目引起，而推出及／或完成若干項目需要持牌人員來促進保險產品的推廣及交付。完成該等項目後，我們將停止與該等個人保險經紀人合作，而我們擁有新項目時將重新委聘該等個人保險經紀人。
- (4) 累計場景數量指自運營以來我們所開發的場景總數。
- (5) 最終被保險人數量指於所示年度內擁有新生效保單的最終被保險人並剔除重複計算以排除於往績記錄期間通過不同渠道購買多份保單的最終被保險人。為免生疑問，不包含保單期限自上一年度結轉的最終被保險人。
- (6) 已售出的保單數量指於所示年度簽訂的新保單。為免生疑問，不包括自上一年度結轉的保單。

我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度分別向158百萬名最終被保險人售出1,968百萬份保單，向125百萬名最終被保險人售出994百萬份保單及向101百萬名最終被保險人售出493百萬份保單。於往績記錄期間，最終被保險人及保單數量的減少主要是由最終被保險人數量及出行生態中的場景合作夥伴（「**出行生態場景合作夥伴**」）貢獻的保單數量變動引起。出行生態場景合作夥伴貢獻的最終被保險人及保單數量由2023年的152.7百萬名及19億份減少至2024年的116.1百萬名及914.6百萬份，並進一步減少至2025年的90.3百萬名及450.9百萬份。減少乃主要由於(1)出行生態場景合作夥伴的月活躍用戶數量減少；(2)出行生態場景合作夥伴內部採取供應商多元化政策，而該政策要求聘用一家以上的保險服務供應商並將部分保單重新分配予其他保險中介機構（「**該政策**」），導致我們自出行生態場景合作夥伴獲得的保單數量減少；及(3)我們針對出行生態場景合作夥伴策略調整產品組合，部分保單由意外險轉向責任險，部分保單將以訂單而非騎行者出具。據董事所知，該政策屬於一次性事件，於往績記錄期間，其他場景合作夥伴均未採納類似政策。此外，此場景高度分散且重複。此場景的毛利貢獻僅佔於往績記錄期間毛利總額的約1.0%或以下，對我們的財務表現並無任何重大不利影響。

概 要

我們提供的服務及解決方案

我們採取主動的方式，激發、識別及發掘不同場景下的風險管理需求，並促進保險公司與其他生態系統合作夥伴之間的對話，讓保險公司對風險管理需求有更精確的了解。我們的收入主要來自：(i) 保險交易服務，我們就協助保險公司成功交付由其承保的保險產品向其收取佣金；(ii) 精準營銷及數字化解決方案，包括各企業支付的項目費用；及(iii) 主要由保險公司支付的TPA服務費。下表載列於所示年度／期間按業務分部劃分的收入、毛利及毛利率明細：

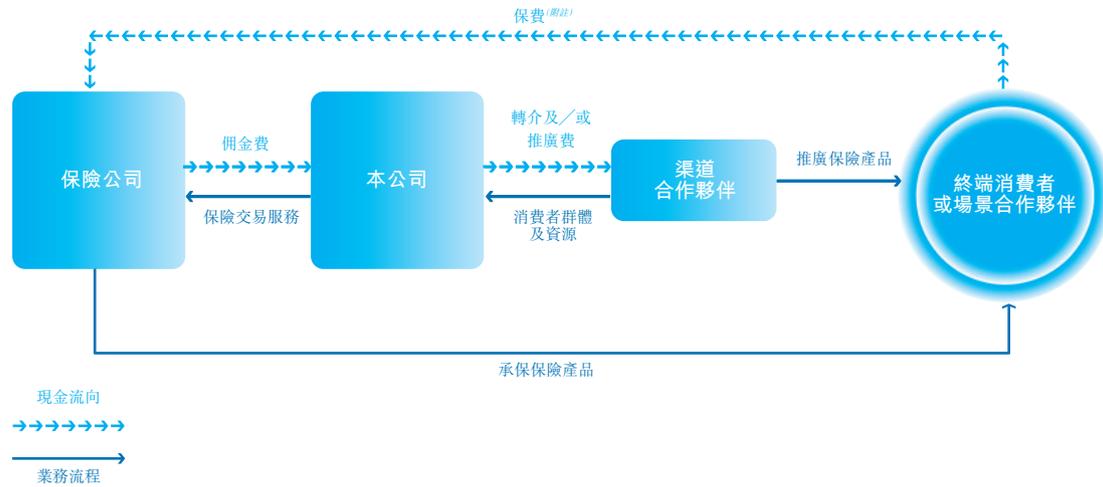
	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率
	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%
保險交易服務.....	535,927	48,983	9.1	825,329	80,843	9.8	821,216	94,271	11.5
精準營銷及數字化解決方案.....	115,671	973	0.8	86,130	2,129	2.5	398,292	8,144	2.0
TPA服務.....	8,304	2,094	25.2	2,722	245	9.0	7,615	383	5.0
總計.....	659,902	52,050	7.9	914,181	83,217	9.1	1,227,123	102,798	8.4

保險交易服務

我們不僅提供標準化的保險產品，還與保險公司合作設計定制化保險產品，讓我們能更精準地針對各種風險。我們參與定制化保險產品的開發過程及交付，並協助保險申請及理賠。我們提供的所有保險產品均由我們的保險公司合作夥伴承保，我們不承擔任何承保風險。憑藉我們累積的專業知識及數字化能力，我們能夠主動識別及評估各種業務場景的風險，並為所有生態系統參與者提供數字化保險服務。我們主要通過渠道合作夥伴提供保險交易服務及交付上游保險公司承保的保險產品。我們委聘渠道合作夥伴提供轉介及推廣服務，以增加我們的曝光度並推廣我們的產品，而我們向渠道合作夥伴支付轉介費及／或推廣費。轉介費是根據總保費的某個百分比計算，或

概 要

我們就渠道合作夥伴促成成功購買保險產品而從保險公司收取佣金費。推廣費將用於按項目基礎支付我們的渠道合作夥伴開展營銷及推廣活動的費用。下圖展示我們保險交易服務的業務流程及收入來源：

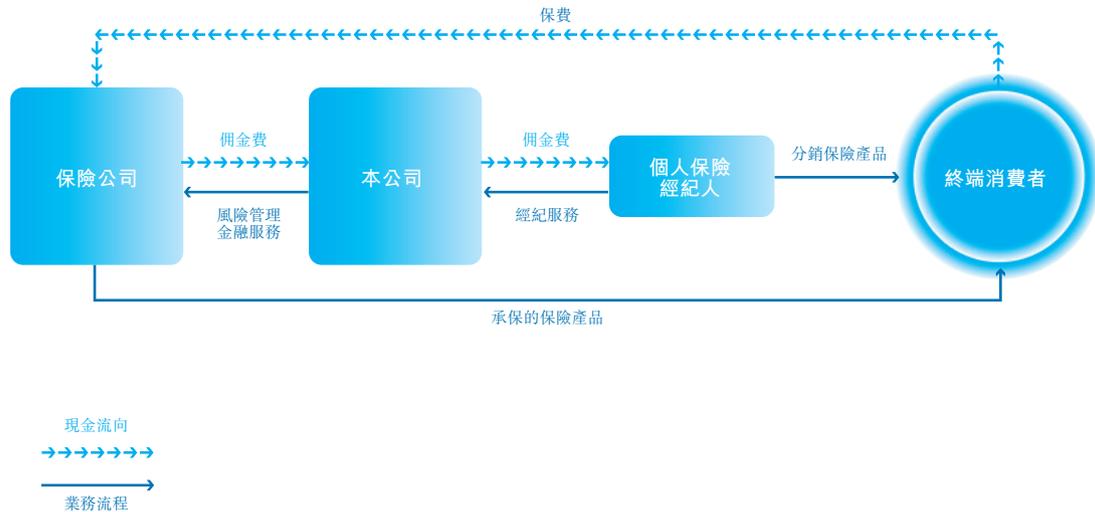


附註：

在有限情況下，我們將代表保險公司收取保費。其中物流符合中國相關法律法規。更多詳情，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明－貿易及其他應付款項」一段。

在部分場景中，場景合作夥伴將通過把保險產品作為增值服務納入其產品組合，直接向保險公司分批購買保險產品。在此情況下，我們的場景合作夥伴通常為投保人，而終端消費者為被保險人。場景合作夥伴將保費直接支付給保險公司。我們透過自行設計的後端基礎設施連接保險公司和下游合作夥伴。我們自保險公司賺取佣金，並通常向渠道合作夥伴支付轉介費。在其他場景中，保險公司承保的保險產品嵌入我們渠道合作夥伴的營運平台。終端消費者（通常既為投保人亦為被保險人）可以直接向該等平台購買保險產品。其將被重定向至我們設計的用於支付保費的網頁。我們自保險公司賺取佣金費用，並向渠道合作夥伴支付轉介費，以獎勵該等渠道合作夥伴成功促成購買保險產品。

概 要



我們亦聘請個人保險經紀人分銷由保險公司承保的保險產品。在分銷保險產品的同時，個人保險經紀人亦為終端消費者提供個性化的經紀服務。保險公司直接與終端消費者進行交易，而終端消費者可能既為投保人也是被保險人。我們向個人保險經紀人支付服務佣金，而保險公司則直接向終端消費者收取保費。我們自保險公司賺取佣金費，並就個人保險經紀人的經紀服務向彼等支付佣金費用。終端消費者亦可透過我們的平台購買保險產品，但於往績記錄期間，購買量極低。

透過評估企業的概況及其所面臨的特定場景，我們為保險公司設計並提呈初步數字化保險服務計劃，滿足不同生態系統中場景合作夥伴及終端消費者的需求。我們與中國超過70家主要保險公司合作設計、開發及優化保險產品。我們將定制化保險產品視為有效管理風險的重要工具，並透過我們的渠道合作夥伴及個人保險經紀人，提供由保險公司承保的各種保險產品。

針對「9+N生態圈」的不同場景，定制化保險產品嵌入到渠道合作夥伴不同場景下的業務營運中，讓潛在最終被保險人能夠無縫體驗我們的產品及服務，作為彼等日常體驗的一部分。我們與該等合作夥伴的合作使我們能夠建立有價值的終端消費者數據庫，使我們能夠全面了解終端消費者的行為。該洞察力使我們能夠開發新產品及解決方案，改善智能理賠流程並達到動態風險管理目的。

概 要

精準營銷及數字化解決方案

我們憑藉累積的專業知識及我們全面的數據分析提供精準營銷服務，協助我們的合作夥伴進行精準營銷。我們對合作夥伴的業務本質和商業需求以及終端消費者的概況有精準的把握。憑藉深入的洞察力，我們能夠在合作夥伴之間建立全面的交叉參考網絡及創建精準營銷環境。我們整合不同的終端消費者群體，通過綜合分析識別他們的具體需求及偏好。我們策略性地將終端消費者重新引介予我們的合作夥伴，該等合作夥伴的產品滿足終端消費者的興趣。

同時，我們認同各生態對數字化的需求，並成功推出數字化解決方案，以利於數字化保險交易服務的運營。我們的解決方案以自主開發的白鴿e保為核心，該系統為一個基於雲端、可動態配置且可擴展的應用系統，能夠協助提升保險公司及場景合作夥伴的運營效率。我們的合作夥伴可以根據需求通過定制的後端API直接訪問白鴿e保，我們也可以將白鴿e保嵌入到合作夥伴的操作系統中。我們採用安全傳輸協議，確保合作夥伴通過API傳輸的數據安全。我們僅在保險業務必要範圍內處理合作夥伴通過API傳輸的最終被保險人的個人信息，如姓名、身份證號、年齡及手機號碼等。白鴿e保為我們的合作夥伴提供全面解決方案，有關解決方案概述業務流程以優化工作流程和現金流以及設計界面，確保更流暢和更好的用戶體驗，同時促進不同合作夥伴之間的連接。於2024年，我們啟動保險服務向大模型的數字化轉型，以實現我們的數字化解決方案的自動化且我們開始開發包括六種模型即服務（「**MaaS**」）業務模型（即方舟、飛秒、智瞳、樂薦、睿析及鑒信），為保險公司及金融機構提高業務營運效率及降低決策成本。

TPA服務

我們主要為保險公司提供TPA服務，並獲授權協助彼等進行理賠及諮詢服務。根據部分保險公司的需求，我們與保險交易服務捆綁提供TPA服務，保險公司可以選擇是否使用此類服務。我們擁有一支兢兢業業且經驗豐富的客戶服務團隊，通過電話、線上溝通及電子郵件為最終被保險人提供一對一的保單諮詢、理賠支持等服務。憑藉我們的技術及行業專業知識，我們確保實時支持，從而縮短響應時間並提供更準確的資料。除客戶服務外，我們亦提供全面的數據分析，幫助保險公司在風險評估、產品開發及市場趨勢方面作出明智決策。我們的服務不僅簡化運營，亦提高客戶滿意度，幫助保險公司在不斷發展的行業中保持競爭優勢。

概 要

我們的品牌、銷售及營銷

我們依賴線上平台來推廣及交付數字化保險服務。我們的線上平台滿足了保險公司、場景合作夥伴、保險經紀人及終端消費者的不同需求。我們的白鴿e保的後端界面為保險公司合作夥伴及場景合作夥伴提供一站式綜合數字化工具，包括但不限於保險投保管理、數據管理、保險理賠及統計分析。我們的白鴿探保微信公眾號為保險經紀人提供開展業務的工具。我們的白鴿樂保APP為終端消費者提供全面的增值服務，讓其與白鴿社區有更多互動。我們亦運營其他線上平台，例如用於理賠結算的微信公眾號白鴿陪你行，以及用於教育的白鴿說保險。請參閱「業務－我們的品牌及主要運營平台」。

我們主要透過(i)渠道合作夥伴及(ii)個人保險經紀人提供保險交易服務及交付由上游保險公司承保的保險產品。

渠道合作夥伴包括我們場景合作夥伴及提供轉介及推廣服務以增加我們的曝光度的科技公司。在不同場景下，保險產品嵌入業務運營中，並提供給終端消費者。當我們收到保險公司的佣金後，我們憑終端消費者成功購買保險產品而向我們的渠道合作夥伴支付轉介費。於往績記錄期間，我們截至2023年、2024年及2025年12月31日已分別與207家、255家及260家渠道合作夥伴建立合作。

我們的個人保險經紀人具有保險專業知識及經驗，並通過我們的白鴿探保微信平台推廣保險產品。個人通過完成我們提供的在線培訓課程即可成為我們的經紀人，成功分銷後可賺取佣金。我們聘用的所有合資格保險經紀均已在國家金融監督管理總局註冊。由於其註冊身份，他們受國家金融監督管理總局的適用法規管轄，並獲准從事我們所選擇的保險產品的銷售。請參閱「業務－銷售及營銷」。

我們的技術及研發

我們相信，我們業務的持續成功取決於我們強大的數字化能力，該能力支持我們的整個運營流程並提高運營效率。於往績記錄期間，我們持續增加研發投資。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們產生的研發開支分別為人民幣15.7百萬元、人民幣32.4百萬元及人民幣35.1百萬元，分別佔同期收入的2.4%、3.5%及2.9%。

概 要

我們的數字化能力對於我們的全流程數字化保險服務的運營至關重要。我們為白鴿e保配備架構合理的大數據系統及底層算法相結合，以創建一個集成矩陣，設計解決方案並提高其在整個運營中的有效性。這一集成矩陣不僅簡化了我們的運作流程，亦支持全流程產品的持續改進及創新。通過對九大生態系統的分類，我們有效地整合了來自不同場景的風險數據，從而能夠收集與多個領域的個人相關的全面風險信息，便於創建詳細而細緻的用戶檔案，並以個人為中心進行分析。我們亦正在將業務組合擴展至新的生態圈，並探索更多場景險需求以升級我們的數字化保險服務。截至最後實際可行日期，我們擁有超過393百萬份被保險人資料、80個不同生產及生活場景的數據、超過226,100份理賠報告及超過90億份保單記錄。

隨著我們迭代升級白鴿e保，我們啟動了面向大模型的保險服務數字化轉型，豐富了我們在風險感知、風險預測、風險控制及風險保障方面的專業知識。利用來自多個來源的數據，我們於2024年開始開發由機器學習及AI驅動的六個MaaS支持模型，以自動生成見解並為知情決策提供支持。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的技術及研發」一節。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要為中國的保險公司。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，本集團分別與76家、77家及79家保險公司進行合作。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們自五大客戶於往績記錄期間各年度獲得的總收入分別為人民幣455.1百萬元、人民幣706.2百萬元及人民幣686.1百萬元，分別佔我們總收入的69.0%、77.2%及55.9%。據董事所深知，於往績記錄期間，我們的五大客戶全部均為獨立第三方。我們的董事或擁有我們5%以上已發行股本的任何股東或彼等各自的任何聯繫人概無於五大客戶中擁有任何權益。請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的供應商主要為渠道合作夥伴，主要包括場景合作夥伴及提供推廣服務的技術公司。於往績記錄期間，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度向五大供應商作出的採購分別人民幣265.3百萬元、人民幣304.8百萬元及人民幣341.7百萬元，分別佔我們採購總額的40.6%、34.0%及28.2%。據董事所深知，於往績記錄期間各期間，我們的所有五大供應商均為獨立第三方。我們的董事或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東或其各自的任何聯繫人均未在我們的五大供應商中擁有任何權益。請參閱「業務－我們的供應商」。

概 要

我們的優勢

我們相信以下優勢促成我們取得成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：(i)擁有強大數字化能力的保險科技公司，提供科技賦能的保險中介服務；(ii)出色的解決方案定制及創新能力，滿足多樣化場景下的風險管理需求；(iii)與場景合作夥伴及保險公司維持長期穩定的合作，具有業務增長潛力；(iv)以技術驅動覆蓋保險業務全生命周期的服務解決方案；(v)大數據應用賦能生態圈合作夥伴；及(vi)經驗豐富且具備高瞻遠矚的領導能力、積極進取及執行力的管理團隊。請參閱「業務－我們的競爭優勢」。

我們的戰略

我們相信，以下戰略為我們未來的持續成功鋪平了道路：(i)通過向更多家庭推廣保險普惠服務，持續支持互聯網保險業轉型；(ii)為價值鏈中更多參與者賦能，提高我們的盈利能力；(iii)不斷加大研究及技術投入；(iv)提高我們的品牌知名度及市場份額；(v)審慎投資及收購保險生態及數字化技術；及(vi)攜手中國企業共同邁向全球化。請參閱「業務－我們的戰略」。

歷史財務資料概要

下表列示我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料。本概要源自本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料。以下歷史財務數據概要應與本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料（包括隨附附註）以及「財務資料」所載的資料一併閱讀，及整體上須參考有關資料。我們的歷史財務資料根據香港財務報告準則編製。

概 要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列我們於所示年度的綜合損益及其他全面收益表概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	659,902	914,181	1,227,123
營業成本.....	(607,852)	(830,964)	(1,124,325)
毛利	52,050	83,217	102,798
其他收入及收益	14,463	4,102	7,011
金融資產減值虧損 (撥備)／撥回淨額	(1,743)	398	(1,991)
銷售及分銷開支	(40,883)	(46,531)	(68,766)
行政開支.....	(18,616)	(27,671)	(39,165)
研發開支.....	(15,662)	(32,431)	(35,102)
經營虧損.....	(10,391)	(18,916)	(35,215)
財務成本.....	(6,904)	(8,461)	(11,523)
除稅前虧損.....	(17,295)	(27,377)	(46,738)
所得稅抵免／(開支)	115	(335)	69
年內虧損.....	(17,180)	(27,712)	(46,669)
每股基本及攤薄虧損 (人民幣元).....	(0.25)	(0.39)	(0.65)

非香港財務報告準則計量方法

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合損益及其他全面收益財務報表，我們亦使用年內經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）作為額外財務計量方法。我們提出該項財務計量方法，是由於其被我們的管理層用於通過消除若干項目的影響以評估我們的財務表現。我們亦認為該非香港財務報告準則計量方法為投資者及其他人士提供附加資料，使其以協助我們管理層的方式了解並評估我們的綜合經營業績，並與同類公司比較會計期內財務業績。

年內經調整虧損一詞並非根據香港財務報告準則界定。呈列年內經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）乃由於我們的管理層認為有關資料有助於投資者及其他人士如有我們的管理層般了解和評估我們的綜合經營業績。由於年內經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）並不包括影響我們有關年內虧損的所有項目，故採用其作為分

概 要

析工具有重大限制。鑒於上述限制，評估我們經營及財務表現時，閣下不應將年內經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）單獨看作或視為我們年內虧損的替代或任何其他按照香港財務報告準則計算的經營表現計量方法。此外，由於該非香港財務報告準則計量方法可能不被所有公司以同樣方式計算，因此彼等不可與其他公司使用的其他類似標題的計量方法相比。

我們將經調整淨虧損（非香港財務報告準則計量方法）界定為虧損（不含以股份為基礎的薪酬開支、[編纂]及有關認沽股份負債的收益或虧損的影響）。以股份為基礎的薪酬開支屬非現金性質及根據我們的股權獎勵計劃授予僱員股份獎勵產生的僱員相關開支。我們亦剔除有關[編纂]的[編纂]。此外，可認沽股份負債的利息和可認沽股份負債的修改收益屬於非現金性質及與我們向投資者發行的金融工具有關，該等金融工具將於[編纂]完成後自動轉換為普通[編纂]，而金融負債賬面值預期將於轉換時重新分類為權益。下表為我們的年內經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）與按照香港財務報告準則呈列的年內虧損的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年內虧損.....	(17,180)	(27,712)	(46,669)
加：			
[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
認沽股份負債的利息.....	6,416	8,038	10,979
修訂認沽股份負債收益.....	(5,086)	-	-
以股份為基礎的薪酬.....	2,390	5,945	15,892
年內經調整虧損 (非香港財務 報告準則計量方法).....	(13,460)	(6,995)	(9,322)

我們的淨虧損由2023年的人民幣17.2百萬元增加至2024年的人民幣27.7百萬元，主要是由於[編纂]、銷售及分銷開支以及研發開支增加，部分被整體毛利的增加所抵銷。我們的淨虧損由2024年的人民幣27.7百萬元增加至2025年的人民幣46.7百萬元，乃主要由於[編纂]、以股份為基礎的薪酬、銷售及分銷開支及研發開支增加，惟部分被整體毛利增加所抵銷。

概 要

節選綜合損益項目及其他全面收益表

按業務分部劃分的收入、毛利及毛利率

下表載列於所示年度我們按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
保險交易服務.....	535,927	81.2	825,329	90.3	821,216	66.9
精準營銷及數字化						
解決方案.....	115,671	17.5	86,130	9.4	398,292	32.5
TPA服務.....	8,304	1.3	2,722	0.3	7,615	0.6
總計	<u>659,902</u>	<u>100.0</u>	<u>914,181</u>	<u>100.0</u>	<u>1,227,123</u>	<u>100.0</u>

下表載列於所示年度按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
保險交易服務.....	48,983	9.1	80,843	9.8	94,271	11.5
精準營銷及數字化						
解決方案.....	973	0.8	2,129	2.5	8,144	2.0
TPA服務.....	2,094	25.2	245	9.0	383	5.0
總計	<u>52,050</u>	<u>7.9</u>	<u>83,217</u>	<u>9.1</u>	<u>102,798</u>	<u>8.4</u>

概 要

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的毛利整體增長並分別錄得毛利人民幣52.1百萬元、人民幣83.2百萬元及人民幣102.8百萬元，相應的毛利率分別為7.9%、9.1%及8.4%。

我們的整體毛利持續增長，主要由於我們於2024年的保險交易服務收入增加以及精準營銷及數字化解決方案毛利增加，以及於2025年的精準營銷及數字化解決方案收入增加及我們保險交易服務的毛利增加。特別是，我們的保險交易服務的毛利由2023年的人民幣49.0百萬元增加至2024年的人民幣80.8百萬元，並進一步增加至2025年的人民幣94.3百萬元。我們的整體毛利率由2023年的7.9%增至2024年的9.1%，主要由於我們保險交易服務的毛利率增長。毛利率上升主要是由於(i)來自高利潤率保險交易服務的收入比例日益增加，2023年及2024年分別錄得毛利率為9.1%及9.8%，提升了我們的整體毛利率；及(ii)我們總收入的增長增強了我們的定價能力，並提升了我們與供應商及客戶的議價能力，從而進一步推動整體毛利率的提升。我們的整體毛利率由2024年的9.1%減少至2025年的8.4%，乃主要由於我們精準營銷及數字化解決方案以及TPA服務的毛利率下降所致，部分被我們保險交易服務的毛利率增長所抵銷。

於往績記錄期間，與我們的保險交易服務相比，我們的精準營銷及數字化解決方案的毛利率相對較低，反映其自2022年推出以來在本集團產品組合中的早期發展階段。我們的精準營銷流程包括目標消費者識別及外拓兩個核心功能。關鍵競爭優勢在於我們高效的識別流程，該流程以最低成本利用源自我們保險交易服務的專有數據模型。然而，由於與第三方流量獲取相關的可變成本用於消費者外拓，該效益被抵銷。隨著我們持續擴大規模，我們專注於利用我們不斷增長的市場份額與供應商達成更有利的條款，從而優化流量獲取成本，提升毛利率。

按生態系統劃分的保險交易服務收入

我們提供由上游保險公司合作夥伴承保的全面保險產品組合，為不同場景下的最終被保險人提供定制化保障。該等場景險產品分為九大生態系統，即：(i)出行、(ii)泛人力資源、(iii)普惠金融、(iv)大健康醫養、(v)公共服務、(vi)車服、(vii)教育、(viii)物流及(ix) E工程生態。

概 要

下表載列於所示期間保險公司合作夥伴在各生態系統分銷其保險產品所產生的總保費及佣金收入：

	截至12月31日止年度											
	2023年				2024年				2025年			
	總保費	佣金收入	佣金收 入佔比	平均佣金 費率	總保費	佣金收入	佣金收 入佔比	平均佣金 費率	總保費	佣金收入	佣金收 入佔比	平均佣金 費率
	人民幣千元	人民幣千元	%	%	人民幣千元	人民幣千元	%	%	人民幣千元	人民幣千元	%	%
生態系統												
出行	169,545	41,623	7.8	24.5	244,697	58,150	7.0	23.8	323,958	78,336	9.5	24.2
泛人力資源...	181,428	38,761	7.2	21.4	258,801	55,282	6.7	21.4	365,417	80,464	9.8	22.0
普惠金融.....	291,267	141,806	26.5	48.7	511,590	335,371	40.6	65.6	267,965	184,763	22.5	69.0
大健康醫養...	144,883	32,018	6.0	22.1	336,106	50,303	6.1	15.0	355,857	60,468	7.4	17.0
公共服務.....	293,308	98,894	18.5	33.7	320,416	118,837	14.4	37.1	687,229	281,355	34.3	40.9
車服	1,406,407	131,771	24.6	9.4	1,145,498	84,989	10.3	7.4	827,560	61,555	7.5	7.4
教育	26,942	6,782	1.2	25.2	28,436	8,147	1.0	28.7	37,680	10,193	1.2	27.1
物流	87,376	16,128	3.0	18.5	162,756	34,147	4.2	21.0	118,255	22,995	2.8	19.4
E工程	104,947	28,144	5.2	26.8	188,228	80,103	9.7	42.6	222,964	41,087	5.0	18.4
總計	<u>2,706,103</u>	<u>535,927</u>	<u>100.0</u>	<u>19.8</u>	<u>3,196,528</u>	<u>825,329</u>	<u>100.0</u>	<u>25.8</u>	<u>3,206,885</u>	<u>821,216</u>	<u>100.0</u>	<u>25.6</u>

於2023年至2024年，我們來自保險交易服務的收入錄得大幅增長，主要由於分銷保險產品的佣金收入增加所驅動。這一增長與我們的整體業務增長及持續開發新保險產品一致。2024年至2025年，我們的保險交易服務收入整體保持穩定，其中我們的普惠金融及車服生態的佣金收入減少，部分被公共服務生態的佣金收入大幅增加所抵銷。於往績記錄期間，我們亦觀察到促成的總保費有所增加。2024年至2025年，儘管我們促成的總保費整體上有所增加，但促成的總保費被我們在普惠金融生態及車服生態中促成的總保費減少所抵銷。佣金收入與我們在普惠金融生態及車服生態促成的總保費的轉變是由於車服生態及普惠金融生態內的戰略重新調整所致。在車服生態中，其歷來為我們的佣金收入及我們促成的總保費貢獻最大部分，我們有意縮減業務規模，將重點轉向更高價值的項目，以應對其較低的平均佣金率。佣金收入及我們在普惠金融生態中促成的總保費於2024年至2025年有所下降，主要原因是對支付延遲險項目進行了戰略性調整，該項目最初於2023年7月推出。2025年，我們觀察到公共服務生態中的佣金收入及促成的總保費與2024年相比大幅增長。增長主要得益於企業責任保險產品需求增長，這在工業園區、工作場所安全及天然氣相關風險管理等覆蓋領域尤其明顯。於往績記錄期間，新推出項目應佔總保費於2023年、2024年及2025年分別為約人民幣500.8百萬元、人民幣365.6百萬元及人民幣128.5百萬元。儘管新項目啟

概 要

動取決於市場因素，但我們持續的收入增長得到我們正在進行項目的堅實基礎和更有利的產品組合支持，這些產品組合主要由較高佣金費率的項目組成。

我們的普惠金融生態的佣金收入由2023年的人民幣141.8百萬元增加至2024年的人民幣335.4百萬元。該增長歸因於2023年7月開始的支付延遲險產品，該產品其後成為我們截至2023年及2024年12月31日止年度的最高創收產品。無論如何，普惠金融生態產生的佣金收入由2024年的人民幣335.4百萬元下降至2025年的人民幣184.8百萬元。作為策略性優化客戶與產品組合的一環，我們在普惠金融生態系統中優先考慮利潤率較高的機會，將資源自若干低利潤項目重新分配至其他生態系統，此舉導致來自普惠金融生態系統的佣金收入減少。此外，我們於2024年至2025年佣金收入的略微下降反映我們產品組合的動態特性，因為我們定期引入新保險產品，開發新場景並啟動新項目。不同的產品和項目有不同的生命週期，高峰期時間間隔也不同。我們戰略性地管理這種不斷發展的產品組合，以維持收入增長。例如，2024年，普惠金融生態是主要收入推動力，但於2025年，普惠金融和公共服務生態對大部分收入做出重大貢獻。除普惠金融生態、車服生態、物流生態及E工程生態外，我們觀察到於2024年至2025年期間，其他所有生態均實現佣金收入增長。

2023年至2024年，我們觀察到自保險公司收取的佣金費率整體呈上升趨勢。我們的平均佣金費率由2023年的19.8%增加至2024年的25.8%，主要歸因於我們不斷進行擴展以及我們探索的市場日趨成熟，從而增強了我們與保險公司的議價地位。於2024年及2025年，我們的平均佣金費率維持相對穩定為25.8%及25.6%。

於往績記錄期間，我們不時推出跨越不同生態圈的新保險產品。各保險產品的佣金費率不同取決於多項因素，包括但不限於保險公司的預期、預期賠付率、市場對保險產品的需求以及我們的服務覆蓋範圍。因此，不斷變化的產品組合導致部分生態圈的平均佣金費率出現波動。我們的普惠金融生態的平均佣金費率由2023年的48.7%增加至2024年的65.6%，並進一步增加至2025年的69.0%。增長主要受2023年7月我們與保費排名前十的部分財產保險公司合作推出的支付延遲險產品所帶動，而該等支付延遲險產品一般收取較高佣金費率，因此於往績記錄期間平均佣金費率有所提高。我們的公共服務生態的平均佣金費率由2023年的33.7%增加至2024年的37.1%，並進一步增加至2025年的40.9%。增長主要是由於佣金費率較高的國內財產保險產品所佔的佣金

概 要

收入比例持續增加所致。於往績記錄期間，我們的普惠金融生態和公共服務錄得的平均佣金費率呈上升趨勢，且2024年及2025年各年的平均佣金費率相對較高。每種保險產品的佣金費率基於多種因素並由我們與保險公司共同釐定。我們向保險公司收取高佣金費率的原因是，得益於我們的全面數字分析，通過降低預期賠付率及提高該等保險產品的銷量，為保險公司提供了充足的利潤空間。有關影響佣金費率的其他因素，請參閱本文件「財務資料－影響經營業績的主要因素－保費及佣金費率」一段。

於往績記錄期間，泛人力資源生態、出行生態及車服生態的平均佣金費率分別介乎21.4%至22.0%、23.8%至24.5%及7.4%至9.4%，並保持相對穩定。

按客戶類型劃分的精準營銷及數字化解決方案收入

下表載列於所示年度我們按客戶類型劃分的精準營銷及數字化解決方案所得收入：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
保險公司.....	53,395	46.2	21,084	24.5	100,934	25.3
其他企業.....	62,276	53.8	65,046	75.5	297,358	74.7
總計	<u>115,671</u>	<u>100.0</u>	<u>86,130</u>	<u>100.0</u>	<u>398,292</u>	<u>100.0</u>

我們的精準營銷及數字化解決方案的收入由2023年的人民幣115.7百萬元減少至2024年的人民幣86.1百萬元，主要原因是完成向一家保險公司提供精準營銷項目，以推廣其保險產品。此外，我們的部分保險公司合作夥伴利用保險交易服務管理部分保險產品（原先僅根據我們的精準營銷及數字化解決方案進行營銷），提供全部保險經紀支持，從而促成保險產品交付。我們精準營銷及數字化解決方案的收入由2024年的人民幣86.1百萬元進一步增至2025年的人民幣398.3百萬元，主要得益於現有項目的有機增長以及新精準營銷項目的貢獻。特別是，於2025年，我們擴大了我們的精準營銷服務範圍，以涵蓋該分部的更多非保險企業。

概 要

TPA服務收入

我們錄得TPA服務收入由2023年的人民幣8.3百萬元減少至2024年的人民幣2.7百萬元，此乃由於停止與若干保險公司的TPA業務合作。若干保險公司由於其產品組合及業務戰略發生變化，已終止與TPA服務捆綁在一起的若干保險產品，從而終止TPA的業務合作。我們錄得收入由2024年的人民幣2.7百萬元增加至2025年的人民幣7.6百萬元，乃由於增加與若干保險公司的TPA業務合作。

合併財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表的節選資料：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產	22,889	21,077	22,296
流動資產	163,550	214,356	227,184
資產總值	186,439	235,433	249,480
流動負債	139,413	236,279	277,246
流動資產淨值／(負債淨額)	24,137	(21,923)	(50,062)
非流動負債	55,731	17,900	20,064
負債淨額	(8,705)	(18,746)	(47,830)

我們的流動負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣21.9百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣50.1百萬元，主要由於(i)貿易應收款項減少；及(ii)貿易應付款項及其他應付款項增加；部分被(iii)銀行及現金結餘增加所抵銷。我們截至2024年12月31日錄得流動負債淨額人民幣21.9百萬元，及截至2023年12月31日錄得流動資產淨值人民幣24.1百萬元，乃主要由於(i)按金、預付款項及其他應收款項減少，(ii)貿易應付款項及其他應付款項增加，及(iii)認沽股份負債增加，及(iv)借款增加，部分被(v)貿易應收款項增加，及(vi)銀行及現金結餘增加所抵銷。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別錄得負債淨額人民幣8.7百萬元、人民幣18.7百萬元及人民幣47.8百萬元。於往績記錄期間的負債淨額主要由於認沽股份負債，即發行予投資者的或有可贖回優先股，截至2023年、2024年及2025年12月31日分別為人民幣53.0百萬元、人民幣88.5百萬元及人民幣107.1百萬元。於往績記錄期間，我們的認沽股份負債並不影響我們正常業務運營的盈利能力、營運資金充足

概 要

性和經營現金流量。此外，由於我們的認沽股份負債自動轉換為普通股，其將由負債重新指定為權益，我們的負債淨額狀況將於[編纂]時轉為資產淨值。有關詳情，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們於往績記錄期間錄得流動負債淨額及負債淨額，而我們日後可能持續遭受相關情況」。

我們的負債淨額由截至2023年12月31日的人民幣8.7百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣18.7百萬元，主要反映權益變動，包括(i)年內虧損人民幣27.7百萬元，(ii)股東注資人民幣39.2百萬元，(iii)發行附帶優先贖回權的股份時確認認沽股份負債人民幣27.5百萬元，及(iv)以股份為基礎的付款人民幣5.9百萬元。我們的負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣18.7百萬元增至截至2025年12月31日的人民幣47.8百萬元，主要反映權益變動，包括(i)年內虧損人民幣46.7百萬元，(ii)確認認沽股份負債人民幣7.6百萬元，及(iii)以股份為基礎的付款人民幣15.9百萬元。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告中的綜合權益變動表。

此外，我們及董事相信，我們擁有充足的營運資金滿足我們現時的要求及本文件日期後未來12個月的要求，因為我們於往績記錄期間實現了更快的結算。我們計劃通過[編纂][編纂]淨額進一步改善我們的營運資金及流動資金狀況。

在實施任何擴張計劃之前，我們將考慮並確保我們營運資金的充足性。根據本公司對營運資金充足性的書面確認、對會計師報告及本公司債務聲明的審查、對本集團於往績記錄期間的歷史財務資料進行的財務盡職調查、對與或有可贖回優先股有關的相關條款的審查以及與董事的討論，考慮到營運資金報表和營運資金預測備忘錄以及本公司的現金及現金等價物、本集團上述改善其營運資金及流動資金狀況的計劃以及[編纂][編纂]淨額，聯席保薦人同意本公司及董事的觀點。

概 要

綜合現金流量表概要

於往績記錄期間，我們主要以股東注資及經營所得現金撥付營運資金。下表概述我們於所示年度的綜合現金流量表：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營所得／(所用) 現金	6,230	(6,586)	20,219
已付所得稅	(192)	(442)	(80)
經營活動所得／(所用) 現金淨額	6,038	(7,028)	20,139
投資活動所得／(所用) 現金淨額	4,542	(24,616)	20,790
融資活動所得／(所用) 現金淨額	13,647	55,728	(11,096)
現金及現金等價物增加淨額	24,227	24,084	29,833
年初現金及現金等價物	15,887	40,114	64,198
年末現金及現金等價物	40,114	64,198	94,031

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們分別錄得經營活動所得現金淨額人民幣6.0百萬元，經營活動所用現金淨額人民幣7.0百萬元及經營活動所得現金淨額人民幣20.1百萬元。截至2024年12月31日止年度，我們錄得經營現金流出淨額為人民幣7.0百萬元，主要是由於年內產生大量[編纂]及較快結算貿易應付款項所致。

我們的現金消耗率指平均每月(i)經營活動所用現金淨額；(ii)購買物業、廠房及設備；及(iii)償還租賃負債。我們認為該等項目是我們營運效率的關鍵指標，反映了可能對我們的現金流量產生重大影響的付款，例如代表大量現金流出的轉介及服務費付款、我們在研發活動中的支出以及租賃義務的成本，所有該等付款均可能定期產生。我們於2023年、2024年及2025年的歷史現金消耗率分別為零、人民幣0.9百萬元及零。截至2025年12月31日，我們的銀行及現金結餘為人民幣109.0百萬元。假設並無行使

概 要

[編纂]，且假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件中指示性[編纂]），我們估計扣除我們在[編纂]中應付的[編纂]及開支後，我們將收到約[編纂]百萬港元的[編纂]淨額。

我們假設未來平均現金消耗率為零，此乃基於以下基本假設：(i)我們的員工隊伍增長將大致與我們的業務擴張保持一致；(ii)我們預計分階段增加研發投資；(iii)我們預期不會進行大量資本投資，除非有指定用途的資金投入；及(iv)我們預期不會進行重大收購固定資產。我們將繼續密切監察經營所得現金流量，並透過包括銀行信貸及外部融資等多種方式維持財務可行性。憑藉我們強大的研發能力及持續的成本控制措施，隨著業務規模的不斷擴大以及成本及營運費用的控制，我們預計將實現更高的成本效益。根據利潤及營運資金預測，我們預計在可預見未來我們的經營現金流入將超過我們的常規支出。

主要財務比率

下表載列於所示日期各年度我們的主要財務比率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
毛利率 ⁽¹⁾	7.9%	9.1%	8.4%
淨虧損率 ⁽²⁾	(2.6)%	(3.0)%	(3.8)%
經調整淨虧損率（非香港財務報告準則計量方法） ⁽³⁾	(2.0)%	(0.8)%	(0.8)%
流動比率 ⁽⁴⁾	1.17	0.91	0.82
資本負債比率 ⁽⁵⁾	—	(0.27)	(0.10)
收入增長 ⁽⁶⁾	63.1%	38.5%	34.2%

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以各年度的收入。
- (2) 淨虧損率相等於淨虧損除以各年度的收入。
- (3) 淨虧損率（非香港財務報告準則計量方法）相等於經調整淨虧損（非香港財務報告準則計量方法）除以各年度的收入。
- (4) 流動比率等於流動資產總值除以各年末的流動負債總額。
- (5) 資本負債比率等於借款總額除以各年末本公司擁有人應佔虧絀總額。
- (6) 收入增長等於年內總收入的增長額除以過往年度的總收入，再乘以100%。

概 要

盈利路徑

根據灼識諮詢的資料，美國及中國的保險科技公司一般需要10年以上才能產生正的經營現金流量，約15年才能實現盈利，部分業內同行在取得相關牌照後的首七年均未實現盈利。我們已實施多項增長策略，包括完善我們的數字化保險服務、探索新場景、加強技術實力、擴大客戶群及改進人才挽留及招聘。上述策略已被證明在改善我們的營運及財務表現方面整體有效。於往績記錄期間，我們實現了強勁的收入增長，由2023年的人民幣659.9百萬元增至2024年的人民幣914.2百萬元，並進一步增至2025年的人民幣1,227.1百萬元。

然而，我們的收入增長尚未能夠覆蓋於往績記錄期間所產生的成本及開支。我們產生淨虧損主要是由於我們仍處於爬坡階段，尚未完全實現規模經濟，我們的目標是在互聯網保險中介行業獲得長期業務成功及財務回報，而非以犧牲長期市場潛力為代價尋求短期盈利。雖然本公司於約10年前成立，但考慮到我們直到2017年才獲得保險經紀牌照，且直至2018年才推出第一代SaaS應用程序，並且直至2021年才全面完成並推出自主研发的全流程SaaS應用系統白鴿e保，因此我們仍處於長期業務發展的起步階段。於2024年，我們進一步向大模型的風險管理數字化轉型並開始研發MaaS支持模型。由於我們多年來的技術革新，儘管於往績記錄期間我們的盈利能力有所下降，但我們仍不斷為我們的系統、產品及服務的研發投入大量資金。例如，我們已投入研發資源與領先的學術和研究機構建立合作關係，以推進數據挖掘和信息整合方面的核心技術，從而增強我們內部的技術能力。我們亦已分配研發預算採購數據清洗服務，以確保內部數據得到妥善整合，並轉換為統一格式和標準，從而促進分析工作，同時提升數據分析培訓的效率。這些舉措支持白鴿e保的持續迭代和功能升級，以提升其針對保險應用的表現。我們相信，我們在研發方面的投入所帶來的技術革新增強了我們的市場競爭力，從而提高了保險公司與我們合作的意願，進一步鞏固了我們的市場地位。於往績記錄期間，我們的數字化能力和盈利能力均有所提升。在白鴿e保的賦能下，我們加速了高級分析和機器學習模型的開發與部署，使我們能夠提供更複雜及數據驅動的風險評估解決方案，並為合作夥伴提升運營效率。在2024年下半年，我們開始部署由機器學習和人工智能驅動的MaaS支持模型，以實現洞察自動化並支持明智決策，使合作夥伴能夠更有效地管理運營風險，並更深入地了解終端消費者的風險管理需求。在爬坡階段，我們實施一項激進戰略，即通過加大對轉介及推廣費的投入，吸引更多的渠道合作夥伴幫助我們向更廣泛的終端用戶交付產品及提升品牌曝光度。雖

概 要

然這種做法增加了成本及費用並於本階段影響我們的利潤，但其加速了我們的市場擴張及滲透，使我們能夠接觸到更廣泛的終端消費者群體，並最終實現規模經濟。該等創新舉措共同推動了我們的收入增長和利潤率提升。截至最後實際可行日期，我們已與保險公司合作推出逾2,000款定制化保險產品。我們已成功聯繫超過393百萬名最終被保險人，並售出超過90億份保單。

我們營運的互聯網保險中介競爭非常激烈，而且競爭格局正在快速演變。同時，本集團的業務指標及技術指標遠高於其他第三方場景險中介。截至該三個年度，我們的經調整虧損（非香港財務報告準則計量方法）分別為人民幣13.5百萬元、人民幣7.0百萬元及人民幣9.3百萬元。隨著我們的發展，我們預期數字化保險服務業務的盈利能力將在數個主要因素的推動下實現提升：(i)收入增長；(ii)改善解決方案開發流程帶來的成本效益；(iii)通過擴大場景涵蓋範圍實現規模經濟；及(iv)營運資金的有效管理。

請參閱本文件「業務－盈利路徑」段落。

競爭格局

我們立足於中國科技賦能的保險中介服務市場。根據灼識諮詢的資料，中國場景險市場有100多家參與者。按2024年總保費計，我們在中國互聯網保險中介中位列第十一、在中國場景互聯網保險中介中位列第五及在中國第三方場景互聯網保險中介中位列第一，中國市場份額為3.4%。根據灼識諮詢數據，保險中介（包括一般保險中介以及科技賦能的互聯網保險中介）為場景險的主要分銷渠道，於2024年佔據67%的市場份額。於2020年至2024年，通過科技賦能互聯網保險中介所銷售的場景險市場規模由人民幣131億元增加至人民幣264億元，複合年增長率為19.2%；通過一般保險中介所銷售的場景險市場規模則由人民幣219億元增加至人民幣358億元，複合年增長率為13.1%。除了銷售場景保險外，科技賦能的互聯網保險中介亦可提供相關技術服務，例如自動理賠服務、精準營銷等，從而進一步加強其與下游渠道合作夥伴及客戶的觸達能力及黏性。預計到2029年，通過科技賦能的互聯網保險中介所銷售的場景險市場規模將達人民幣597億元。請參閱「行業概覽」。

概 要

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]），我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計開支後，假設[編纂]未獲行使，我們將收到的[編纂][編纂]淨額約為[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂]淨額用於以下用途，並根據我們不斷變化的業務需求及不斷變化的市場環境而做出變動：

- 約[編纂]%或[編纂]港元（人民幣[編纂]元）將用於投資解決方案及服務的研發、招募及留住相關研發人才以及改善基礎設施；
- 約[編纂]%或[編纂]港元（人民幣[編纂]元）將用於尋求同行業或上游及／或下游生態合作夥伴的目標公司的收購及投資機會，以進一步加快業務發展及加強我們的競爭力；
- 約[編纂]%或[編纂]港元（人民幣[編纂]元）將用於擴張中國及海外銷售網絡分公司；
- 約[編纂]%或[編纂]港元（人民幣[編纂]元），加上我們的自有資金約[編纂]港元，將用於建立研發中心及配有智能展廳的辦公樓宇；及
- 約[編纂]%或[編纂]港元（人民幣[編纂]元）將用作我們的一般營運資金及一般企業用途，以支持我們的日常業務營運及增長。

請參閱「未來計劃及[編纂]」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」中所列的若干風險。於決定投資我們的[編纂]之前，閣下應仔細閱讀該部分的全部內容。我們面臨的若干主要風險包括：(i)我們可能無法持續提供數字化保險服務以有效滿足持份者的需求，而這可能會對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響；(ii)取消中介人的過程稱為「去中介化」，可能使我們在競爭中處於劣勢並減少對我們解決方案及服務的需求，從而或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響；(iii)本公司的保險產

概 要

品可能會被其他類型的保險中介和旨在從事線上保險中介業務的傳統保險公司複製；(iv)我們的業務受保險監管機構及其他政府部門的監管及管理，任何適用的法規及規則項下的不充分措施將導致財務損失或業務受損；(v)我們面臨客戶集中風險。倘我們失去任何重要客戶或業務合作夥伴，或任何重要客戶或業務合作夥伴未能按預期水平與我們合作，我們的增長及收入可能會受到重大不利影響；及(vi)我們自我們的保險交易服務所賺取的收入乃根據保險公司所設定的保費及佣金費率計算，因此，若該等佣金費率降低，或我們支付的佣金或轉介費增加，則可能會對我們的經營業績產生不利影響。請參閱「風險因素」。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，涂先生、曾先生、蘇偉達先生、黃嘉恩先生、廈門眾嘉秀、福建合力合美及白鴿同創合共持有本公司已發行股本總額約55.58%權益。因此，涂先生、曾先生、蘇偉達先生、黃嘉恩先生、廈門眾嘉秀、福建合力合美及白鴿同創構成本公司於[編纂]前的一組控股股東（定義見上市規則）。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），我們的控股股東將擁有並控制本公司已發行股本總額約[編纂]權益，並將繼續作為本公司的一組控股股東（定義見上市規則）。於2023年11月9日，我們的控股股東訂立一致行動協議，據此，上述各方同意（其中包括）彼等將在股東大會上按事前協定達成共識的意見投票。有關進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]前投資者

自2018年6月至2025年1月，本公司與我們的[編纂]前投資者進行多輪[編纂]前投資，其中包括廈門匯成、新希望、廈門美桐陸期、林報捷先生、嘉興緬邈、光博、福建永春及民銀科創（定義見「歷史、發展及公司架構－我們的集團公司－本公司」）。有關更多詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資」。

申請於聯交所[編纂]

本公司已向上市委員會申請批准(i)根據[編纂]將予發行的H股（包括因行使[編纂]而可能發行的任何H股）及(ii)本公司現有[編纂]股份轉換而來的H股[編纂]及[編纂]。

基於（其中包括）我們符合上市規則第8.05(3)條項下的市值／收入測試，我們提出申請。

概 要

[編纂]

下表呈列的所有統計數據均基於假設[編纂]未獲行使：

	基於[編纂] [編纂]港元
[編纂]完成後我們H股的市值 ⁽¹⁾	[編纂]
[編纂]完成後我們股份的市值 ⁽²⁾	[編纂]
未經審核[編纂]經調整每股有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]

附註：

- (1) 市值乃根據於緊隨[編纂]完成後預計將予發行的[編纂]股H股計算。
- (2) 市值乃根據於緊隨[編纂]完成後預計將予發行的[編纂]股股份計算。
- (3) 未經審核[編纂]每股股份乃經上文各段所述調整後，並假設[編纂]於2025年12月31日完成時已發行[編纂]股股份的基準計算得出，但未計及因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份。就本未經審核[編纂]經調整每股有形資產淨值而言，以人民幣列示的金額按1.00港元兌換人民幣0.8825元的匯率換算為港元。

股息

我們並無任何固定的股息政策，亦無預設的派息比率。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期概無宣派股息。根據我們的股息政策、組織章程細則以及適用法律及法規，未來任何股息宣派及派付的計劃將由董事制定並由我們的股東決定，並將取決於我們實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴展計劃、法律、監管及其他合同限制，以及董事及股東認為相關的其他因素。誠如中國法律顧問所確認，根據中國法律，我們未來賺取的任何淨利潤須用於彌補我們過往的累計虧損，之後我們有義務將利潤的10%撥入我們的法定公積金，直至該公積金達到我們註冊資本的50%以上。因此，我們只有在(i)彌補所有過往累計虧損；及(ii)如上文所述，我們將足夠利潤分配至法定公積金後，方可宣派股息。

概 要

[編纂]

[編纂]指專業費用、[編纂]及就[編纂]產生的其他費用。假設[編纂]為每股[編纂][編纂]（即每股[編纂]的指示性[編纂]），[編纂]的估計[編纂]總額（包括[編纂]）預計為[編纂]（相當於約[編纂]，即[編纂]估計[編纂]總額的約[編纂]%）。[編纂]包括(i)[編纂]約[編纂]，及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]，其中包括本公司法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]及其他費用及開支約[編纂]。

於往績記錄期間，我們產生[編纂][編纂]，其中[編纂]自綜合損益及全面收益表中扣除，而餘下金額人民幣[編纂]百萬元根據相關會計準則在成功[編纂]後入賬列為自權益扣除。我們預計在[編纂]完成前會進一步產生[編纂][編纂]，其中估計金額[編纂]將自綜合損益及全面收益表中扣除，而[編纂]將在成功[編纂]後入賬列為自權益扣除。截至最後實際可行日期，上述[編纂]為最佳估計且僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

上市規則第13.46(2)條

上市規則第13.46(2)條規定，中國發行人須在有關財政年度結束後四個月內，向其股東寄發年報或財務摘要報告。鑒於：(a)本文件已按照上市規則附錄D2有關年報的規定，載列本公司截至2025年12月31日止年度的財務資料；(b)我們不會因不派發該等年報及賬目而違反組織章程細則、中國法律法規或其他監管規定；及(c)我們已遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則第二部的適用守則條文，我們將不會根據第13.46(2)條就截至2025年12月31日止年度單獨編製及向股東寄發年報。此外，我們將於2026年4月30日前刊發公告，我們不會根據第13.46(2)條單獨編製截至2025年12月31日止年度的年報及向股東寄發年報，而相關財務資料已載入本文件。我們仍會遵守上市規則第13.91(5)條的規定。

概 要

近期發展

自2025年12月31日起及直至最後實際可行日期，我們繼續穩步擴大我們的業務，我們的業務經營繼續穩步增長。於2026年1月31日，我們的收入較2025年同期有所增長。收入增加乃主要由於我們就保險交易服務促成的保險產品收取的平均佣金率上升。我們正在積極探索新場景，挖掘新興的風險管理需求，並開發佣金費率相對較高的保險產品。例如，參考我們現有出行生態的解決方案（即場景合作夥伴會在消費者購買服務時自動為其提供保險），我們正在將類似解決方案擴展至泛人力資源生態中的某個場景（即提供到家服務的場景合作夥伴會在員工值班時自動為其購買保險）。我們亦與一家保險公司合作，設計綜合無人機培訓風險管理方案，將標準無人機保險與針對無人機培訓機構的第三方責任險補充保險整合，標誌著我們向低空經濟場景的戰略拓展。此外，我們正與一家知名航空集團合作，將保險產品嵌入在線平台，深化我們在出行生態的市場滲透。我們亦與多家國有企業及政府機構建立戰略夥伴關係，以擴大我們在九個生態系統中的市場份額。就我們的精準營銷及數字化解決方案而言，我們其中一個場景合作夥伴正部署我們的MaaS支持模型樂薦來分析其消費者群體，並產生可行的推廣洞察。除此之外，我們的MaaS支持模型方舟模型已經被一家保險公司採用，為其在特定場景中提供風險評估。我們期待開發更具可擴展性的服務，不僅為合作夥伴創造價值，更能確保可持續的盈利能力。

我們預期於截至2026年12月31日止年度將不斷擴充我們的業務以實現規模經濟；然而，儘管我們於往績記錄期間持續努力提高營運效率，但我們預期截至2026年12月31日止年度錄得淨虧損增加，此乃預計會受到以下多項因素的影響，包括(i)研發開支，因為我們將繼續投入資源研究新的解決方案、新的風險場景及前沿技術；及(ii) [編纂]。

董事已確認，直至本文件日期，自2025年12月31日（即我們最近一期經審核綜合財務報表的截止日期）以來，我們的財務或貿易狀況或前景未發生任何重大不利變化，且自2025年12月31日以來尚未發生任何會對本文件附錄一所載會計師報告所示的資料產生重大影響的事件。