

業 務

概述

我們是誰

我們是一家在私域運營領域中的產品驅動SaaS解決方案供應商，賦能企業構建、運營並擴展其去中心化電商基礎設施。我們基於雲端的一站式解決方案包括電商、數字化營銷及CRM三大模塊，將私域運營從流量轉化到客戶關係管理、從營銷到交易促成等全生命週期環節無縫整合為統一系統。通過消除傳統工具的低效與割裂，我們賦能企業以可擴展、數據驅動且高效的方式進行產品營銷與交易。我們的商業模式緊跟最新技術發展演進。我們意識到AI終將引領企業(尤其是電商企業)經營方式的範式轉變，因此正將AI全面嵌入平台，幫助商戶實現常規工作流程優化並以更高智能與客戶互動，使其能夠專注於戰略性增長而非人工執行。作為電商行業向互動營銷演進過程中的先行者，我們已作好把握重大市場機遇的充分準備。根據灼識諮詢報告，以2025年的收益計算，我們位列中國交互型私域運營解決方案供應商第一名，市場份額為10.1%，私域運營解決方案供應商前三名，市場份額為4.4%。根據同一資料來源，以收益衡量，我們亦是往績記錄期間內中國前五大私域運營解決方案供應商中增長最快的。我們銳意成為全球企業在數字時代開拓市場機會的首選合作夥伴。

隨著企業越來越意識到經營客戶關係的價值，許多企業正從公域平台(目前面臨獲客成本上升及轉化率低的問題)轉向通過自有網站、移動應用及品牌社媒賬號進行的私域運營。作為子分部，私域運營解決方案在商業運營解決方案市場中的佔比由2020年的47.2%上升至2025年的49.5%，預期將於2030年達到54.9%。採用私域運營解決方案的企業數量由2020年的1.2百萬家增加至2025年的2.1百萬家，複合年增長率為11.4%，預測將於2030年達到3.8百萬家，2025年至2030年的複合年增長率為11.9%。中國的私域運營市場可分為交互模式和傳統模式。交互型私域運營是指一種雙向交互型的用戶參與模式，旨在實現企業與目標用戶之間的直接、實時和交互型溝通。例如，平台用戶可以透過即時視像及音訊等不同方式進行線上培訓或產品展示，同時可讓觀眾參與即時語音聊天及螢幕共享等活動。傳統的私域解決方案專注於單向資訊傳播及基本的電商工具，其推動持續用戶互動的能力有限。短視頻及互動營銷平台的快速崛起，進一步改變消費者行為及品牌互動策略。此後，市場已轉向交互型私域模式，著重即時、數據驅動的消費者參與及社群建立。交互型私域運營使企業能夠培養長期客戶關係並推動複購，而毋須持續依賴付費平台流量，故交互型私域運營可提供比傳統模式更可持續、更有效的替代方案。

憑藉為各企業提供覆蓋私域運營全鏈條的後台基礎設施，我們已成為新一代私域運營解決方案領域的供應商。我們的一站式解決方案使企業能夠使用可配置的落地頁等工具，有效地將來自各種公域平台的流量引導至其私域。一旦潛在消費者進入私域，我們的解決方案將通過個性化訊息、分級會員計劃以及遊戲化促銷及即時溝通等互動營銷功能，促進客戶關係管理及更深入的互動。在交易執行環節，我們的解決方案提供高效的訂單處理及收款功能。此外，先進的數據分析、行為標籤及自動化功能可協助企業追蹤消費者行為，優化營銷策略並持續改善運營。我們完善的閉環體系讓商家能有效率地將流量轉化為高度參與、忠誠的客戶，提升私域運營的長期價值。

業 務

在產品驅動增長策略及交互型私域運營市場的先發優勢的推動下，我們於往績記錄期間錄得大幅增長，如下表若干營運指標所示。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
通過我們的一站式解決方案促成的			
交易的商品交易總額(人民幣百萬元) ⁽¹⁾	15,232	20,974	20,302
關鍵客戶的收益貢獻(%)	19.3	29.9	36.5
關鍵客戶	801	1,421	1,689
每名關鍵客戶平均收益(人民幣元) ⁽²⁾	102,600	111,600	123,300
非關鍵客戶	42,626	39,186	35,084
每名非關鍵客戶平均收益(人民幣元) ⁽²⁾	7,300	8,500	10,000
淨收入留存率(%) ⁽³⁾	128.4	117.0	114.2
關鍵客戶的淨收入留存率(%) ⁽³⁾	146.6	101.0	100.2
非關鍵客戶的淨收入留存率(%) ⁽³⁾	126.9	121.6	121.4
每名客戶的獲客成本(人民幣元) ⁽⁴⁾	9,264	10,232	13,771

(1) 我們促成的商品交易總額涵蓋所有客戶，包括關鍵及非關鍵客戶。

(2) 我們採用人民幣30,000元的門檻(基於年度確認收益貢獻)來區分關鍵客戶。此門檻高於我們最高階旗艦版訂閱方案的價格。因此，貢獻高於此門檻收益的客戶，通常會使用超出旗艦方案範圍的服務，包括購買額外雲資源使用服務及訂單處理服務。由於該等附加服務往往與更深度的產品使用行為相關(例如雲端資源消耗)，此門檻能有效識別高度依賴本平台的客戶。我們的行業顧問灼識諮詢認為，此標準符合市場慣例。

(3) 計算方式為將既定期間來自於上年同期產生收益的關鍵客戶或非關鍵客戶(或兩類客戶合計)的收益，除以於既定期間亦產生收益的相關客戶於上年同期所產生的收益，再乘以100%。客戶類型應根據其於上年同期的分類釐定。

(4) 計算方式為將既定期間內扣除股份支付費用後的銷售與營銷開支，除以該期間新增的客戶總數。

我們已開發出技術能力作為我們一站式解決方案的基石。我們的技術基礎設施建立在三大核心支柱之上：敏捷的產品開發能力、可擴展架構以及可靠的數據安全與保護。我們保持敏捷開發能力，每天能夠根據即時的客戶反饋進行頻繁的產品更新。我們的智能資源調度系統建立在公有雲基礎設施上，可支持高達每秒270,000個請求的峰值流量，而我們的分佈式架構可確保系統高可用性。我們的平台已通過ISO27001及中國信息安全等級保護三級認證。此外，我們已在產品上嵌入AI，以提高運營效率、降低成本並改善用戶體驗。

我們的絕大部分收益均來自提供一站式SaaS解決方案。我們的總收益從2023年的人民幣415.1百萬元增加至2025年的人民幣607.9百萬元，複合年增長率為20.9%。我們的毛利從2023年的人民幣300.1百萬元增加至2025年的人民幣460.0百萬元，複合年增長率為23.8%。此外，我們於2024年錄得經營活動產生的淨現金流入為人民幣108.1百萬元，2025年則為人民幣35.0百萬元。

業 務

戰略性AI轉型

自2026年3月起，我們一直積極將業務從純SaaS解決方案提供商轉型為面向私域運營的AI賦能平台。我們正在重塑商業模式並擴展開放接口能力，以實現AI功能的更廣泛集成。我們的AI代理產品組合包括AI賦能的客服助手、AI驅動的文案與繪圖工具，以及集成於社群互動的AI助手。我們正在演進變現模式，針對部分AI能力向客戶收費。我們計劃推出「硅基員工」模式，根據AI代理部署數量及持續Token消耗量向客戶收費。我們相信，這一戰略轉型結合我們在私域運營領域的深厚能力，將強化我們的競爭地位並支持可持續發展。

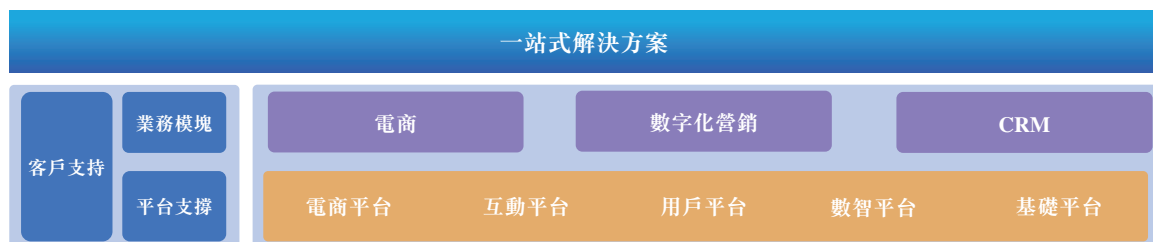
市場機遇

企業日益增加對交互型私域運營的投入，以將私域流量轉化為付費用戶，提高營銷及轉化效率，並釋放長期客戶價值。根據灼識諮詢報告，以收益計，中國私域運營解決方案市場規模預計將從2025年的人民幣137億元增至2030年的人民幣253億元，複合年增長率為13.0%。作為子市場，以收益計，中國交互型私域運營解決方案市場規模預計由2025年的人民幣60億元增至2030年的人民幣130億元，複合年增長率加速至16.6%。

儘管增長趨勢強勁，中國交互型私域運營解決方案市場仍處於初步發展階段，2025年的滲透率僅為3.9%。隨著互動營銷的持續興起以及人工智能技術日益普及，預計企業將加大對交互型私域運營的投資。如滲透率達到全部潛能，到2030年，潛在市場規模可望達到人民幣1,859億元，凸顯出該行業巨大的長期成長潛力。

我們的解決方案

我們為企業提供涵蓋電商店鋪搭建及運營、客戶關係管理、數字化營銷及交易履行的一站式解決方案，支持端到端無縫對接的私域運營及變現。憑藉廣泛的功能、強大的技術及運營支持以及特定的行業專業知識，我們降低了企業構建、管理及擴展私域的技術門檻。我們的解決方案使其能夠專注於對其成功至關重要的關鍵環節，包括營銷及品牌建設、與用戶互動以及驅動訂單轉化。我們的解決方案尤其消除了頻繁切換平台帶來的問題，這些問題往往會引致效率低下、用戶流失以及資料散亂不齊。這一方案使企業能夠更順暢地運營，更快地回應消費者需求，並作出即時的數據驅動決策。下圖展示我們一站式解決方案和平台的簡化架構。



業 務

我們的一站式解決方案基於以下三大核心模塊，為客戶在私域運營的全生命週期提供支持。這一綜合解決方案整合了AI賦能功能，可實現日常交互的自動化，並在各運營觸點提供智能輔助。三大核心模塊以捆綁套餐形式提供，無法單獨訂閱。

- **電商模塊。**我們通過高度可配置的SaaS平台，幫助客戶快速搭建及管理電商店鋪。客戶可根據自身商業特色自由定制店鋪頁面、商品分類及品牌視覺效果。我們一體化的交易管理系統支持客戶在單一平台內完成全鏈路交易閉環，涵蓋訂單生成、支付處理、物流配送及售後服務全流程。
- **數字化營銷模塊。**我們的解決方案賦能商家在其私域中通過實時、互動的營銷工具，激活並維持強大的用戶參與。我們賦能客戶利用推廣員擴大用戶流量，透過實時互動宣傳商品，並進行產品營銷以將用戶流量轉化為付費客戶。我們的數字營銷工具通過AI功能得到進一步增強，可實現自動化互動工作流，例如根據預設銷售流程在適當時間向用戶安排和發送定向內容。我們的一站式解決方案包含多種工具，包括電子紅包、電子優惠券及實時互動模塊，全部均旨在方便雙向溝通、激發用戶興趣推動參與。所有營銷互動均有實時分析儀表板支持，商家可監測參與情況、優化互動形式，以及動態調整活動策略。互動過程中捕獲的數據亦反饋至CRM及電商系統，實現個性化跟進與跨渠道整合。通過此實時數據驅動的營銷循環，我們助力客戶與用戶建立有意義的關係，將被動受眾轉化為主動的品牌擁護者。
- **CRM模塊。**我們的CRM系統作為核心模塊，助力客戶實現全銷售週期的線索獲取、管理和轉化。商家可通過多渠道觸點收集銷售線索，包括人工錄入及與微信視頻號、抖音、快手等公域平台的無縫對接。模塊提供全生命週期的私域綜合客戶關係管理功能，支持商家完成管理、用戶分層運營與精準觸達。具體功能包括企業微信連絡人自動同步、等級會員和會員積分管理體系。這些工具能有效增強客戶黏性，提升複購率，並培育高價值用戶群體。此外，我們的CRM工具利用AI功能提供自動化客戶服務，通過訪問公共知識及存儲於專用知識庫中的專有業務數據，為用戶提供即時、準確的回應。

我們的一站式解決方案以一系列可靠的平台功能為基礎，為每個功能模塊提供技術和運營基礎。我們的電商平台可幫助企業建立和管理網店，在多個界面(包括移動應用程序、H5頁面及桌面環境)上架產品及處理交易。我們的互動平台通過方便營銷互動和用戶激活的工具，支持即時參與。我們的用戶平台便於用戶數據管理、行為跟蹤和領域細分，以實現精準定位和個性化互動。我們的數智平台提供數據分析、報告和可操作的洞察力，以支持更明智的決策和運營優化。此外，我們的基礎設施平台提供必要的後台系統，包括雲計算、安全協議和性能管理，以確保解決方案全棧的系統穩定性、可擴展性和無縫對接功能。

業 務

競爭優勢

我們相信以下優勢有助我們取得成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

中國的私域SaaS解決方案供應商，擁有先發優勢

我們是一家在私域運營中的產品驅動SaaS 解決方案供應商，賦能企業建置、運營並擴展其去中心化電商基礎設施。作為電商行業向互動營銷演進過程中的先行者，我們已作好把握重大市場機遇的充分準備。根據灼識諮詢報告，以2025年的收益計算，我們位列中國交互型私域運營解決方案供應商第一名，私域運營解決方案供應商前三名。根據同一資料來源，以收益衡量，我們亦是往績記錄期間內中國前五大私域運營解決方案供應商中增長最快的。

隨著企業越來越意識到經營客戶關係的價值，許多企業正從公域平台轉向通過自有網站、移動應用程式及品牌社媒賬號進行的私域運營。作為子分部，私域運營解決方案在商業運營解決方案市場中的佔比由2020年的47.2%上升至2025年的49.5%，預期將於2030年進一步增至54.9%。採用私域運營解決方案的企業數量由2020年的1.2百萬家增加至2025年的2.1百萬家，複合年增長率為11.4%，預測將於2030年達到3.8百萬家，2025年至2030年的複合年增長率為11.9%。與專注於單向資訊傳播及基本電商工具的傳統私域解決方案供應商不同，我們處於交互型私域模式的前沿，強調即時、數據驅動的消費者參與及社群建立。通過使企業能夠發展長期客戶關係並推動複購，而毋須持續依賴付費平台流量，我們認為可提供比傳統模式更可持續、更有效的替代方案。

根據灼識諮詢報告，以收益計，中國私域運營解決方案市場規模預計將從2025年的人民幣137億元增至2030年的人民幣253億元，複合年增長率為13.0%。作為子市場，縱使仍處於快速發展階段，以收益計，中國交互型私域運營解決方案市場規模預計由2025年的人民幣60億元增至2030年的人民幣130億元，複合年增長率加速至16.6%。通過提供覆蓋私域運營全鏈條的強大後台基礎設施，我們已作好準備，把握這個巨大市場的增長潛力。我們於往績記錄期間增長迅速。我們的總收益由2023年的人民幣415.1百萬元增加至2025年的人民幣607.9百萬元，複合年增長率為20.9%，毛利由2023年的人民幣300.1百萬元增加至2025年的人民幣460.0百萬元，複合年增長率為23.8%。

以客戶為中心、功能廣泛的一站式解決方案

我們是一家產品驅動型公司，致力於提供涵蓋交互型私域運營生命週期各個階段的一站式標準化解決方案。我們持續推出高性能的模塊化功能，以滿足不斷演變的業務需求，並支持各種用戶場景的無縫部署。迄今為止，我們已為各行各業數以萬計的客戶提供服務，並累積了豐富的使用個案及客戶成功案例，加強了我們的品牌及產品的口碑。

我們的一站式解決方案使企業能夠通過單一平台獲得全套功能，消除頻繁的系統切換帶來的問題，這些問題往往會引致效率低下、用戶流失以及資料散亂不齊。這一解決方案使企業可以更順暢地運營，更快地回應消費者需求，並作出即時的數據驅動決策。

業 務

我們以客戶驅動的方式開發並交付一站式解決方案。通過將客戶反饋融入我們的研發流程，我們不斷完善解決方案，確保我們的產品能一直滿足客戶不斷演變的需求。對於在特定行業的關鍵客戶，我們安排專屬運營及客戶服務人員，以滿足其整個發展生命週期的需求。此反饋機制帶來了產品創新及升級的良性循環，使我們能夠在不斷增長的客戶群中不斷擴展及豐富解決方案。此外，我們積極培育充滿活力的社群，並組織線下活動，以進一步加強客戶的參與，深入瞭解潛在的客戶需求。我們相信，以客戶為中心的策略是我們持續發展的要素，亦使我們成為值得信賴的私域運營一站式解決方案供應商。

強大的技術能力與研發支持

我們是多租戶，雲原生SaaS供應商，為私域運營提供一站式解決方案。我們的平台旨在支持私域運營的各個階段，為各種規模的企業提供快速、穩定、流暢的技術支持。

我們的技術架構建立在三大核心支柱之上：敏捷的產品開發能力、可擴展架構以及可靠的數據安全與保護。我們並非依賴零星的技術突破，而是專注於全棧架構設計，將每個技術參數轉化為實際的商業價值。

- **敏捷的產品開發能力。**我們的研發體系支持每日頻繁的產品更新。客戶的即時反饋持續融入我們的開發流程，使我們的平台能夠動態演進，並持續且緊密的滿足客戶的需求。
- **可擴展架構。**憑藉領先的公有雲基礎設施及專有自動化框架，我們的智能資源調度系統可在幾分鐘內啟動數千個運算核心。此令我們能夠處理高達每秒270,000次的峰值請求量，根據灼識諮詢報告，我們處於行業領先地位。我們的平台以分佈式運算架構方式部署，並無單點故障。我們確保可進行跨多個地理節點的即時資料同步，即使在極端情況下亦能迅速執行災難復原。此結構冗餘確保了一致的性能及高可用性。
- **可靠的數據安全與保護。**我們與雲端合作夥伴攜手，部署了一套動態的防禦系統，可在數秒內識別並消除新威脅，遠勝人工回應的速度。我們的平台已通過ISO27001認證及中國信息安全等級保護三級認證，並定期接受獨立第三方安全專家的審核。

我們通過創新的技術架構，實現智能資源調度，減省運算資源的閒置。更重要的是，我們將技術模塊化，構建成可擴展、即插即用的企業級基礎設施，使其能夠涵蓋各行各業。

業 務

為貫徹產品驅動策略，我們50%以上的員工專注於研發。我們深入了解各類業務的運營需求及市場趨勢。我們多年來已發佈數以萬計的軟件迭代。強大的研發能力，再結合基礎設施及敏捷的產品開發，為我們在私域運營市場的長期競爭優勢奠定堅實基礎。

高度可擴展且靈活的商業模式

我們構建了高度可擴展且靈活的商業模式。我們的技術框架以雲端原生架構為基礎，以標準化及可配置性為核心設計，使我們能夠實現顯著的規模效益。通過減少定制化的需求，我們的一站式解決方案可以快速部署到廣泛的客戶群。這不僅縮短了客戶的價值實現時間，而且還將實施及維護成本降至最低。

與過度依賴人為推廣及轉換的銷售驅動模式不同，我們的業務從根本上是以產品驅動增長。我們專注於構建滿足核心客戶需要的解決方案，來實現規模擴展。我們解決方案的一大特色是自帶傳播屬性。隨著越來越多用戶參與我們客戶舉辦的即時互動營銷活動及其他線上活動，我們的產品得以自然傳播。這種自我宣傳特性創造了強大的網絡效應，大大降低了獲客成本，並加速了市場滲透，而無需投入大量銷售資源。

我們亦積極擴展多元變現模型，以獲取額外的收益並增加客單價。我們將版本訂閱費捆綁到與我們客戶所耗用雲端資源掛鈎的附加服務費中。這種靈活且可擴展的定價結構使我們能夠將收益增長與客戶收益增長保持一致，從而使我們的業務能夠隨著客戶交易量及平台使用增加而擴大規模。隨著客戶增長及深入使用我們的解決方案，我們將享有更大的增量價值。

我們業務模式的成功體現在我們強勁的財務及運營表現。我們的總收益從2023年的人民幣415.1百萬元增加到2025年的人民幣607.9百萬元，複合年增長率為20.9%。我們的毛利從2023年的人民幣300.1百萬元增加至2025年的人民幣460.0百萬元，複合年增長率為23.8%。此外，我們於2024年錄得經營活動所得現金流入淨額人民幣108.1百萬元。

忠誠的優質客戶群

我們已發展一個不斷壯大的關鍵客戶群，此成為我們收益增長的關鍵驅動因素。我們的關鍵客戶群廣泛、多元化且高度活躍，構成了我們忠誠且可擴展的客戶生態系統的基石。關鍵客戶數目由截至2023年12月31日的801名增至截至2024年12月31日的1,421名，截至2025年12月31日進一步增加至1,689名關鍵客戶。於2023年、2024年及2025年，關鍵客戶分別貢獻我們總收益的19.3%、29.9%及36.5%。隨著我們持續拓展及轉化關鍵客戶，我們已作好準備，把握更多變現機會並加速收益成長。

我們強大的關鍵客戶群得益於我們與眾不同的客戶成功策略。我們並非單純依賴自上而下的銷售推廣，而是通過價值驅動，建立長期信任關係。我們通常會安排專屬客戶經理，以滿足其行業特定需求，並提供量身定制的支持服務，賦能客戶發展業務。

業 務

這些努力增加了客單價。我們的每名關鍵客戶平均收益由2023年約人民幣102,600元增至2024年約人民幣111,600元，於2025年進一步增加至約人民幣123,300元。

此外，我們強大的品牌聲譽及較高的客戶滿意度，使我們能夠更多地通過口碑推薦來獲取新客戶。這種低成本的增長模式降低了我們對付費營銷的依賴，並有助於提升經營槓桿效應。隨著我們不斷擴展客戶並深化行業特定能力，我們期望進一步提升客戶終身價值，並鞏固我們在私域運營市場的領導地位。

經驗豐富的管理團隊

我們由一支深諳技術的管理團隊領導，他們在產品創新、技術開發及商業化方面擁有深厚的積累。我們強大的技術基礎使我們能夠真正推行以產品驅動增長的發展策略，將創新、客戶價值及卓越的技術相結合，從而推動業務增長。

我們的創辦人兼首席執行官鮑春健先生在大數據及互聯網行業擁有超過10年經驗。鮑先生擁有中國科學技術大學計算機技術應用碩士學位，曾擔任騰訊數據中心總監，擔任T4專家工程師，負責核心數據基礎設施，在系統架構及平台工程方面擁有豐富經驗。我們亦建立了一支凝聚力強、多元化的高級管理團隊。我們的高級管理團隊成員在互聯網、大數據、AI及雲計算領域擁有平均超過10年的行業經驗，一直專注於建立可擴展、高效的技術解決方案，並已在本公司任職平均超過七年。他們在互聯網頭部公司擔任過多個高級職位，在產品研發、企業級架構規劃及設計等相關領域，能力互補，且取得卓越的成績。我們領導團隊的技術洞察及對卓越產品的追求，一併構成了我們差異化市場地位的基石，使我們能夠隨著不斷變化的客戶需求及技術趨勢的演變，不斷提供解決方案。

增長策略

我們擬通過實施以下策略來進一步發展我們的業務。

繼續優化我們的解決方案並豐富用戶場景

我們將繼續加強我們的一站式解決方案，擴展其功能至新的應用場景，確保我們的產品保持敏捷性，對快速發展的公域生態系統作出迅速響應。我們重點計劃深入了解關鍵客戶的新興需求，並實施行業化及場景驅動的策略，以支持其運營目標。例如，我們將滿足其在用戶獲取、客戶參與和數字變現方面的獨特需求。

我們亦計劃積極拓展零售電商領域的業務，開發適配零售企業獨特工作流程的專門功能及運營工具，助其建立一體化的私域運營。我們的解決方案將使零售客戶跨平台連接消費者觸點，簡化其營銷及轉化過程，並以符合經濟效益且可持續的方式推動客戶獲取、複購。

業 務

同時，我們將推進與私域運營相關的新業務措施，加強解決方案的商業可擴展性，並加速新業務的商業化進程。

加速AI賦能平台轉型

我們致力於加速推進將公司戰略轉型為面向私域運營的AI賦能平台。我們將持續重塑商業模式並擴展開放接口能力，以實現AI功能的更廣泛集成。開發重點包括在我們的解決方案中部署更多AI代理。隨著AI能力的提升，我們將擴展基於使用量的定價模式，針對部分AI能力向客戶收費。我們計劃實施「硅基員工」模式，根據部署的AI代理數量及持續Token消耗量向客戶收費。我們相信，這一轉型結合我們在私域運營領域的深厚能力，將強化我們的市場領導地位並推動可持續發展。

持續推動技術創新

我們將不斷增加對研發的投資，以鞏固核心技術及提升開發效率。例如，我們將專注於拓展AI驅動自動化的能力。我們計劃為客戶提供智能工具，用來分析包括交易漏斗、產品績效及訂單等關鍵運營數據，協助他們快速制定運營策略，作出更明智的以數據作支撐的業務決策。此外，基於對客戶需求及行業的洞察，我們將開發多元化的數據模型，以科技創新賦能企業。

持續提升客戶黏度，擴大關鍵客戶群

我們擬通過提升服務能力來提升客戶忠誠度，並擴大關鍵客戶群。客戶需求將由產品技術人員直接處理，以最快速度找出客戶問題並滿足客戶需求。我們還將擴大服務覆蓋範圍，並提供訓練營，在客戶發展的每個階段提供支持。此外，我們將把AI融入日常客戶支持及互動之中，以大幅提升服務品質。例如，我們計劃部署AI智能體提供即時支持，找出客戶問題，感知客戶情緒，並提升客戶服務體驗。

此外，我們計劃利用關鍵客戶的成功案例，通過口碑推介來提升現有業務的滲透率。我們並將探索相關行業及客戶細分，以進一步推動業務增長。

繼續擴大我們的全球足跡

我們致力加快在全球擴展業務。我們於2024年推出專為全球市場設計的國際平台*eLink*。該平台支援多語言並整合國際認可的社交媒體及支付渠道。憑藉我們在安全及可擴展基礎設施的核心技術優勢，*eLink*能夠讓客戶於全球迅速建立並管理其私域運營。我們將鼓勵現有客戶使用*eLink*將業務拓展至海外市場。我們亦計劃深化與國際合作夥

業 務

伴的合作，拓展全球銷售網絡，進一步推廣*eLink*。我們的目標是賦能更多中國企業成功開展海外業務，同時服務尋求私域運營解決方案的海外企業。

尋求戰略合作、投資及收購

我們將選擇性地探索戰略合作、投資及收購機會，以進一步加強競爭力，支持我們實現長期增長。我們將評估戰略合作、投資及收購機會，以補充及擴大我們的業務，優化我們的獲利能力，提高我們的市場滲透率，並為我們的解決方案增添新的功能。

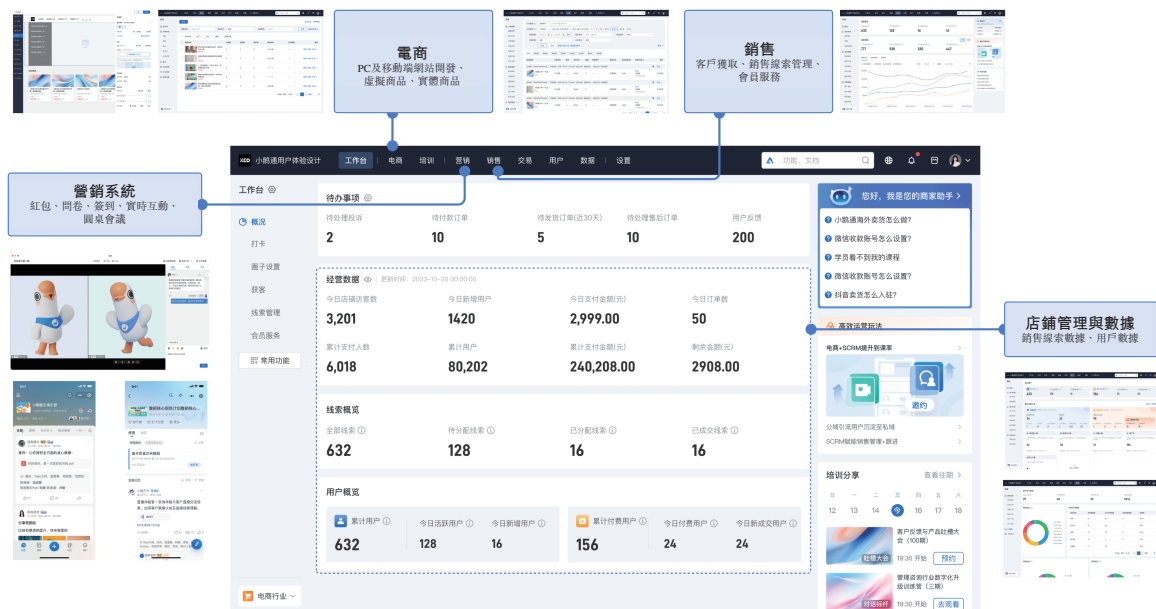
具體而言，我們將有系統地評估能夠實現行業協同效應並擴展市場範圍的高質素目標，包括擁有差異化技術、成熟客戶群或領先的私域運營公司。例如，我們將考慮專注於零售電商基礎設施、AI驅動客戶營銷及自動化營銷工具的SaaS公司。截至最後實際可行日期，我們尚未發現任何潛在投資或收購目標。

我們的產品

我們的主要產品為私域運營一站式SaaS解決方案。

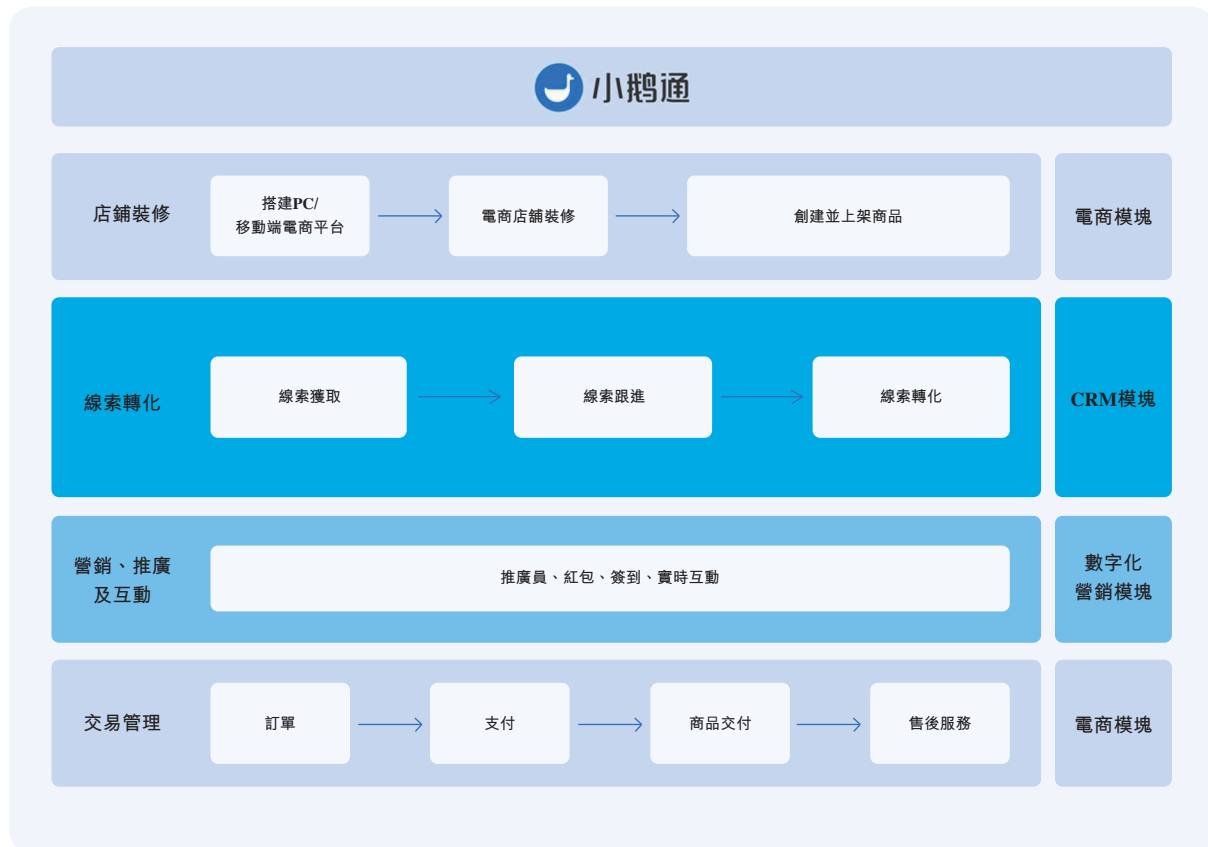
我們的一站式解決方案

我們為各類企業賦能，主要包括互聯網原生電商商家、傳統線下零售商及其他商家，透過我們的平台小鵝通提供一站式解決方案，幫助他們構建、經營及擴展本身的私域，並實現產品商業化。利用我們的一站式解決方案，他們能夠在本身的私域管理客戶生命週期的每個環節，從用戶獲取到客戶參與、交易促成，以至數據分析。於往績記錄期間，我們的業務範圍全部位於中國境內。下圖展示我們一站式解決方案的主要使用者界面。



業 務

通過我們的一站式解決方案，我們的客戶能建立及經營電商店鋪，利用數據驅動的洞察力提供客戶關係管理、與用戶進行即時營銷互動，更重要的是完成交易、完成產品交付並提供售後服務。下圖展示我們一站式解決方案的客戶體驗流程。



建立及運營電商店鋪

通過我們的一站式解決方案，客戶可以快速搭建及管理電商店鋪。企業可創建與個人電腦及行動裝置兼容的定制化店面，靈活地滿足用戶偏好及消費習慣。我們的SaaS平台支持快速部署，使企業能夠以最少的技術投入搭建功能齊全的數字店鋪。客戶可根據自身商業特色自由定制店鋪頁面、商品分類及品牌視覺效果。客戶可以通過各種渠道向終端用戶推銷產品，包括微信H5商店、微信小程序、小鵝通商家版以及客戶使用我們專有API/SDK工具包自主研發的APP。

我們的平台進一步簡化產品上架流程。企業可大量上傳產品資料、設定價格等級並管理庫存。我們的解決方案還提供內建模板及編輯工具，用於店鋪裝修，幫助客戶以具有視覺吸引力及專業的方式展示產品。

除基礎店鋪搭建外，我們的解決方案亦提供後台管理系統，支持企業實現商品全生命週期管理、流量渠道監測及商品頁用戶行為追蹤。系統可輸出高轉化路徑與消費

業 務

者偏好等可執行數據洞察，輔助制定精準的商品運營策略。通過集成的控制面板，企業可實時掌握核心經營指標，及時優化商品展示定位策略。

在日常運營中，客戶登錄平台後可通過控制面板即時創建品牌店鋪，並可於界面自定義部門架構層級、分配員工崗位角色及設置職責與權限。

客戶關係管理

我們的CRM系統作為核心模塊，助力客戶實現全銷售週期的線索獲取、管理和轉化。我們CRM模塊的核心競爭優勢來自其卓越的整合能力及精密的客戶資訊處理能力。商家可通過多渠道點收集線索，包括人工錄入以及與多個公域平台的整合。該等公域平台並不只限於騰訊生態體系，亦涵蓋抖音、小紅書等其他主要平台。我們的平台能夠協助客戶將來自不同來源的碎片化客戶線索進行無縫整合。多源數據採集能力可將線索數據整理為結構統一的數據庫，便於後續分析及動作執行。該等客戶線索均由我們的客戶自行從上述公域平台獲取。我們的角色僅限於提供SaaS工具協助客戶對該等外部來源線索進行整合及管理，並透過如企業微信等渠道，促進後續的客戶聚合、互動及交易。此綜合此數據庫建構於數種主要數據類型之上：基礎客戶特徵數據(如潛在客戶來源與使用者識別碼)；互動數據(例如通訊紀錄)；詳細行為數據(如產品點擊次數與內容瀏覽時長)；以及如歷史訂單等的交易數據。我們對該等聚合數據作先進處理，將其轉化成可採取行動的原始信息，令我們得以展現競爭優勢。通過我們一站式解決方案中的CRM功能模塊，客戶能夠高效運營私域流量社群，深度挖掘高價值客戶洞察。

我們提供高效的解決方案，協助客戶獲取線索、通過後續跟進線索的發展並將線索轉化為最終客戶。在獲取線索後，我們的客戶可以根據其客戶的不同特徵(如參與度、消費行為及產品興趣)進行標籤及分類，使他們能夠更有效、更精準地滿足最終用戶的需求，此乃透過我們的行為標籤與自動化功能實現，該功能可以根據觀察到的用戶行為與模式自動分配標籤。此自動化處理能力乃我們的重要競爭優勢，可同時提升客戶的營運效率及精準觸達能力。這種處理能力由我們的AI基礎設施提供支持，該基礎設施包括用於快速信息檢索的高性能向量數據庫，以及旨在管理複雜對話工作流的智能體架構。此自動化流程可高效區隔用戶群體以進行精準操作，直接追蹤並回應客戶行為，從而實現個人化且及時的互動。此舉使企業可以自訂其溝通策略並更精確地發展關係。我們的客戶並可即時追蹤其客戶的整個客戶生命週期，使我們的客戶能夠在適當的時機與其客戶互動，以帶來更多的銷售。我們的客戶可輕鬆地為其客戶創建多個觸點，包括等級及成就系統及排行榜等。有關觸點可提高客戶參與度，促進額外的轉化。我們的客戶最終可通過促進會員計劃的實施及管理來促成較高的客戶黏性。為進一步提升客戶互動並實現服務自動化，我們的CRM模塊包含一個AI驅動的助手。該助手基於大型語言模型構建，可從企業特定知識(如課程材料和產品信息)中學習，以提供智

業 務

能回復。其能夠處理從產品諮詢到售後支持的廣泛查詢，實現全天候24/7服務。該助手還支持無縫轉接至人工客服，在確保高質量服務的同時將人工成本降低。此外，助手可配置為遵循銷售標準操作流程，自動向用戶發送通知和內容，從而提升運營效率。借助高速向量數據庫和智能體架構，該助手確保快速準確的回應，其豐富的數據能力使其能夠從視頻、文檔和企業微信對話中學習，持續優化其知識庫。

我們的界面顯示終端用戶列表，並允許客戶標籤個人資料、查看基本資訊並無縫管理個人化標籤。管理員可安排專人負責監察特定的最終用戶。該平台使客戶能夠有效地管理最終用戶。例如，建立具有不同消費門檻、特定等級折扣及專屬福利的會員等級。客戶可自訂基於等級的視覺標籤，精心挑選可兌換產品，在平台上免費分發給目標等級的會員。此一端到端流程展示了對自公域取得的線索進行轉化，再利用我們的工具進行整合與管理，最終達到推動客戶互動及銷售的全過程。由多來源數據聚合到可執行的客戶互動之間的無縫協作，充分體現了我們一站式解決方案中CRM功能的一體化競爭優勢。

數字化營銷

我們的解決方案賦能企業在其私域中，通過即時互動營銷工具激發並維持強大的用戶參與度。通過與我們合作的第三方供應商，我們賦能推廣員擴大用戶流量，發起實時互動宣傳其產品，並營銷產品將用戶流量轉化為付費客戶。我們已與該持有信息網絡傳播視聽節目許可證的第三方供應商訂立合作安排，據此我們向該第三方供應商提供所有視聽內容，讓用戶可在第三方供應商的網站域名下瀏覽該等視聽內容，並按協定就上述第三方供應商所提供的服務支付費用。據我們的中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，我們與該第三方供應商已就該合作安排取得所有重大牌照、許可及批准。

我們的一站式解決方案內有各種工具，包括數字紅包、電子優惠券、簽到程序及即時互動模塊，旨在促進雙向溝通、激發用戶興趣並推動參與。利用以上功能，企業可營造以社群為中心的營銷環境。例如，可在即時互動或特別活動期間發放限時數字紅包及優惠券，以激發用戶立即購買。此外，我們的平台支持在直播和社區互動中部署AI助手。該助手充當虛擬教學助理或客戶服務代表，實時回答問題、提供個性化推薦，並在互動環節提升用戶參與度。其還可用於自動分發課程通知和促銷內容，確保與用戶及時溝通。例如，集成於直播間討論區的AI助手可自動回復觀眾提問，從而提升互動參與度並促進銷售轉化，無需人工干預。

業 務

我們的解決方案亦支持日常參與功能，例如每日簽到及遊戲化任務，鼓勵用戶頻繁回訪，加深他們對品牌的依賴。此等互動工具不僅能提升平台用戶黏性，假以時日並能提高轉化率及淨收入留存率。

所有營銷互動均由即時分析控制面板支持，使企業能夠監控參與度、優化互動格式並動態調整營銷策略。在以上互動過程中擷取的資料亦會輸入客戶關係管理及電商系統中，從而實現個人化跟進及跨渠道整合。通過此即時、反饋驅動的營銷循環，我們協助客戶與其用戶建立有意義的雙向關係，將被動受眾轉化為主動的品牌擁護者。

交易履約

我們一體化的交易管理系統支持客戶在單一平台內完成全鏈路交易閉環，涵蓋訂單生成、支付處理、物流配送及售後服務全流程。此端到端功能確保帶來順暢的使用者體驗，同時提升企業運作效率和透明度。

我們的客戶可根據其業務需求創建靈活的訂單流程。該系統支持在即時互動環節中即時產生訂單、通過產品頁面進行嵌入式購買，以及在私域內提供個人化的結賬體驗。用戶只須點擊數次即可選擇外送偏好、使用優惠券或會員積分並完成購買。我們的客戶可自訂付款確認頁面、自動開立收據，並通過後台報告對賬交易。

提交訂單後，我們的平台會開始訂單處理流程，包括自動建立付運標籤、扣除庫存及通知配送。至於數字產品或服務，客戶付款後即時開通使用權限。我們的客戶可通過即時控制面板監控訂單及配送狀態，從而實現快速的例外處理及客戶溝通。

我們的平台支持結構化的售後工作流程，包括退款申請、客戶支持服務單及產品評價。以上觸點對於維持用戶滿意度以及將一次性購買者轉化為忠實客戶至關重要。

我們的客戶及個案研究

我們為各類客戶提供一站式解決方案，此乃基於我們對客戶實際需求的深刻洞察而開發。我們的客戶主要包括互聯網原生電商商家、傳統線下零售商及其他商家。我們的客戶並無集中於特定行業分部。我們的客戶涵蓋眾多行業，主要包括消費品、零售、職業培訓及企業培訓。此種跨越多個行業的多元性降低了我們對單一行業的依賴，亦體現了我們解決方案的廣泛適用性。截至2025年12月31日，正在訂閱我們一站式解決方案的客戶超過36,000名，其中包括超過1,600名關鍵客戶。我們的客戶展現出強勁的

業 務

留存率，2024年的淨收入留存率約為117.0%，2025年約為114.2%。下表列出所示期間按客戶類別劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)					
SaaS收益						
關鍵客戶.....	80,140	19.3	155,763	29.9	221,744	36.5
非關鍵客戶.....	331,649	79.9	359,777	69.1	382,949	63.0
其他收益.....	3,317	0.8	5,268	1.0	3,225	0.5
合計.....	415,106	100.0	520,808	100.0	607,918	100.0

以下個案研究重點展示客戶通過利用我們的一站式解決方案優化電商運營所取得的顯著成效。

客戶A

客戶A是一家全國性的超市式零售連鎖店，在中國擁有超過3,000家門市，提供經過認證的有機主食、食品及家居用品。客戶A以其從種植到最終檢驗的嚴格端到端品質控制而聞名，憑藉其嚴格的有機標準贏得消費者的信賴。

為支持運營，客戶A採用我們的解決方案實行互動營銷與線下銷售結合的混合模式。客戶A將線下潛在客戶轉化為我們的數位生態系統客戶，引導他們加入平台。通過舉辦頻繁的即時互動環節，客戶A鼓勵用戶根據觀看時間賺取積分，藉此培育線索，繼而引導其轉化，而相關積分可用於店內消費兌換。這方法使客戶A能夠保持強勁的線下交易流量，同時持續吸引用戶並保持業務增長動力，清楚展示了由獲取線索到最終銷售轉化的完整路徑。客戶A訂閱我們的旗艦版一體化解決方案，用於直接與終端客戶互動並管理關係。該方案運用多項功能：透過社群領袖管理強化客戶綁定力，藉由供應鏈整合提升營運效率，並提供包括店內自取與宅配在內的多種配送方式。此解決方案同時支援快速交易結算，使客戶A得以在整個銷售週期中優化客戶互動流程，並強化關係管理。

客戶B

客戶B是一家領先的護膚公司，致力於研發針對敏感肌膚的功能性護膚產品。客戶B採用線上線下融合的銷售模式開展業務。

借助我們的解決方案，客戶B旗下多個子品牌現正開展品牌推廣及專業線上研討會以獲取優質的客戶線索。這些活動通過私域互動方式，幫助消費者深入瞭解產品配方，並根據不同產品類別及用戶群體獲得個性化推薦。此一教育及個人化互動過程，對於培育所獲取的線索並引導其轉化至關重要。在研發合作方面，客戶B與龐大的醫院及零售藥房網絡合作，通過我們平台的實時互動功能舉辦學術研討會，提升行業影響力並促進專業知識交流，同時亦作為產生專業線索的重要渠道。客戶B訂閱我們的

業 務

旗艦版一體化解決方案，以管理該等多方面的互動。其利用我們的平台為終端客戶建立專屬的產品及品牌教育中心，提供皮膚科學知識和售後使用指導，從而進一步將已互動的線索轉化為忠誠客戶，加深客戶關係並建立品牌忠誠度。此外，客戶B亦使用我們解決方案的企業培訓模組，在不同部門進行有組織的內部培訓，提升員工技能。其利用我們解決方案中的AI工具，根據個人用戶畫像和查詢，提供個性化的產品推薦和護膚指導。此種對我們平台的整合使用，使客戶B能夠在單一生態系統中有效管理由線索獲取、培育到轉化的完整流程，涵蓋客戶教育、內部賦能及專業社群互動等多個層面。

客戶C

客戶C主要提供中老年用戶的興趣活動項目。旗艦產品圍繞著中國傳統文化藝術，如水墨畫、書法及聲樂表演等內容，並通過一個使用簡便且適合不同年齡層的數字平台授課。

在我們解決方案的支持下，客戶C構建了全漏斗的數字化運營模式，該模式以利用公域流量進行推廣以獲取客戶線索為起點。客戶C訂閱我們的旗艦版一體化解決方案以實行此模式。該方案專門運用我們的平台，將於如抖音等公域平台購買課程的終端客戶，無縫引導並轉化至其私域生態系統。此目標透過自動化短信息通知、一鍵微信連接功能，以及解決方案內建的專屬課程交付與學習模組實現。該結構化流程清晰展示獲取公域線索並將其轉化為可管理的私域用戶群體的過程。客戶C透過監控課程觸達與完成率等互動指標，並在平台內推動持續學習，有效管理這些用戶關係，從而培育長期用戶參與度與社群活躍度。通過細分的私域會員運營及即時轉化，客戶C為銀髮用戶開發了一個閉環生態系統，涵蓋從最初感興趣及獲取線索到持續的社群參與以至長期參與的整個過程。

收費模式

於往績記錄期間，我們絕大部分收益來自我們的SaaS解決方案。我們正在拓展多元變現模型，並通過捆綁版本訂閱費，與客戶所耗用的雲端資源掛鈎的雲端資源消耗的額外服務收費，以及基於透過我們的解決方案促成的交易GMV所收取的訂單處理費用(按我們所促成交易之數量計算)，繼續完善我們的一站式解決方案的定價。這種方式使我們的收益能夠隨著客戶交易量的增長而上升。於往績記錄期間，每名關鍵客戶的平均SaaS收入與每名非關鍵客戶的平均SaaS收入存在顯著差異，主要由於關鍵客戶因雲端資源消耗及訂單處理服務所產生的額外收費所致。

我們的一站式解決方案分為三個版本，以分層級方式收費。每個版本都包含核心解決方案的基本功能，搭配不同的差異化增值服務，以便客戶能夠選擇最適合自身需求的版本。每個版本為客戶提供不同大小的儲存空間及所耗用的雲端資源掛鈎的網絡流量。對於任何額外消耗的雲端資源，我們將有權收取雲端資源消耗費用。對於所促

業 務

成的交易，我們有權收取與所促成交易GMV掛鈎的訂單處理費。每個版本均會收取年度費用。於往績記錄期間，我們調整價格主要由於一體化解決方案的功能、性能、生態系統開發及服務支持持續完善。價格調整乃經綜合考慮多項因素後釐定，包括可比市場定價、內部績效目標預測和客戶反饋。

下表載列於往績記錄期間我們就一站式解決方案的基礎版、專業版及旗艦版分別收取的固定訂閱費金額。

	基礎版	專業版	旗艦版
		(人民幣元／年)	
2022年12月1日前	4,800	7,999	19,999
2022年12月1日至2023年11月30日	5,299	8,999	19,999
2023年11月30日後.....	6,800	12,800	25,800

自2023年4月起，我們就雲端資源採用按量計費模式，據此，客戶若超出其訂閱版本所包含的基本流量配額，須就超出的流量消耗繳付費用。下表載列自2023年4月起實施的各版本基本流量配額。

版本	基本流量配額(GB)
基礎版	20,000
專業版	40,000
旗艦版	100,000

於2023年4月正式實施此項標準化計費模式前，我們已於2022年下半年開始探索基於流量的計費模式，最初透過與關鍵客戶逐案進行雙邊商業磋商，以驗證新的計費模式。

我們於2024年第四季度開始探索基於GMV的訂單處理計費模式，最初透過與若干關鍵客戶逐案進行雙邊商業磋商，以驗證新的計費模式。於2025年，我們透過持續的商業磋商，逐步將該模式推廣至更多客戶。

對於交易服務，我們按交易金額收取約2%的服務費，該費率因行業及產品類目而異。對於GMV極高的客戶，我們可能根據其所屬行業、預計交易量及過往平台使用情況，通過一對一商業協商確定費率。鑒於上述安排的顯著差異性與複雜性，以上數據僅供一般性參考，不構成具有約束力的費用標準。

業 務

儘管市場競爭激烈，我們仍能就旗下一站式解決方案實施提價，主要得益於我們持續提升產品功能、生態系統發展及服務支援。我們的提價能力獲得始終如一而有意義的產品升級所支持。我們定期推出新功能並優化現有工具，以滿足客戶不斷演進的需求，從而提升所交付的價值。例如，我們推出了深化平台整合及營運效率的功能，包括：(1)增強型CRM工具，如用於優化獲客渠道的詳盡渠道數據分析功能，以及與廣告平台整合以簡化互動的潛在客戶生成助手；及(2)電商物流升級，如通過京東快遞實現一鍵式發貨及結算，以及設有預約上門取件服務的精簡退貨流程，大幅提升客戶及終端用戶的體驗。我們亦擴展知識交付形式，引入了更先進的互動和社群管理工具，並整合高階管理和營運功能，從而提高客戶效率和使用者的參與度。此外，我們透過與更廣泛的第三方平台整合併擴展支援服務套件，以強化我們的生態系統。以上發展為客戶提供更無縫、更全面的解決方案，加強客戶對我們平台的依賴。例如，我們實現與各種生產力和推廣工具更順暢的連接，並擴大我們在專業垂直領域的服務。此外，我們專屬的服務和支援體系為客戶提供及時的實施協助、營運故障排除和專業諮詢。該等高質、回應迅速的支援減少客戶的營運問題，並創造顯著的價值，從而證明我們價格調整乃屬合理。以下是我們三個版本的摘要：

- **基礎版。**基礎版的對象是小型企業的創業者。基礎版支持H5格式，適合以輕量級移動端操作優先的用戶，當中包含我們的一站式解決方案的基本功能。購買基礎版的客戶可建立線上商店、進行即時營銷互動、營銷及推廣其產品，以及結算交易。
- **專業版。**我們專業版的存取權限擴展至同時支持H5及微信小程序，讓企業能夠在微信生態系統內更有效地運作。專業版除了基礎版的所有功能外，亦提供了更進階的功能，涵蓋客戶獲取、私域運營、業務生命週期內的交易管理等。舉例而言，專業版提供更完善的即時互動營銷工具，如數字紅包、會員計劃支持及其他裂變營銷工具。
- **旗艦版。**旗艦版的適合尋求在私域上大規模塑造個人化品牌並管理龐大客戶群的客戶。旗艦版覆蓋最全面，支持H5、微信小程序、個人電腦門戶。除標準版及專業版包含的所有功能外，旗艦版還具備更多功能，例如更強大的互動功能、個人電腦商店、多渠道廣告、更多營銷方法、完整的客戶關係管理系統、可付費接入我們的SDK工具包等。旗艦版還提供我們AI助手功能的完整訪問權限，該功能利用大型語言模型實現客戶交互自動化並提供智能知識管理。訂閱旗艦版的客戶亦可選擇升級至AI旗艦版，該版本提供更廣泛的先進AI代理訪問權限及基於使用量的升級AI功能。其他版本的客戶可申請試用這些功能。

業 務

我們的技術基礎設施

我們的技術架構建立在三大核心支柱之上：敏捷的產品開發能力、可擴展架構以及可靠的數據安全與保護。我們並非依賴零星的技術突破，而是專注於全棧架構設計，將每個技術參數轉化為無形的商業價值。

- **敏捷的產品開發能力。**我們的研發體系支持每日頻繁的產品更新。數百萬用戶的即時反饋持續融入我們的開發流程，使我們的平台能夠動態演進，並持續地密切配合客戶的需求。
- **可擴展架構。**憑藉領先的公有雲基礎設施及專有自動化框架，我們的智能資源調度系統可在幾分鐘內啟動數千個運算核心。此令我們能夠處理高達每秒27萬次的峰值請求量，不受傳統基礎設施在頻寬、運算或儲存方面的限制。我們的平台以分佈式運算架構方式部署，並無單點故障。我們的客戶數據分佈於多個冗餘數據中心，我們確保可進行跨多個地理節點的即時資料同步，即使在極端情況下亦能迅速執行災難復原。此結構冗餘確保了一致的性能及高可用性。
- **可靠的數據安全與保護。**我們與雲端合作夥伴攜手，部署了一套動態的防禦系統，可在數秒內識別並消除新威脅，遠勝人工回應的速度。我們的平台已通過ISO27001認證及中國信息安全等級保護三級認證，並定期接受獨立第三方安全專家的審核。

我們通過創新的技術架構，實現智能資源調度，降低運算資源的閒置。更重要的是，我們將技術模塊化，構建成可擴展、即插即用的企業級基礎設施，使其能夠涵蓋各行各業。

研究與開發

我們的研發能力

我們相信研發是創造價值的關鍵，自成立以來，研發一直推動著我們快速增長，並將繼續引領我們未來的發展。我們在研發方面投入了大量資金，不斷完善解決方案，提升技術競爭優勢，包括招募及培訓經驗豐富的研發與技術人才。截至2025年12月31日，我們有一支由345名成員組成的專職研發團隊，佔截至該日為止員工總數的44.9%。我們的核心產品開發人員對於運算與軟體開發相關領域擁有豐富的經驗。我們僅依靠內部專業知識與資源進行研發項目。我們通過使用AI工具持續提升研發效率。

我們已構建起一套對企業運營至關重要的專有技術與知識體系。我們的核心技術戰略性地聚焦於三大支柱：實現實時互動營銷、確保強健的數據安全與權限管控、推動智能數據處理。這些技術支柱共同保障了我們的平台能夠為客戶提供高性能、高安全性且具備高度可擴展性的服務。

業 務

我們自主研發團隊匯聚了深厚的技術專長。研發人員中超過30%擁有六年以上資深行業經驗，核心高級成員更具備逾十年的軟件開發、系統架構與數據安全領域專項研發積累。這一深厚的人才儲備使我們能夠完全依託自主力量推動專有技術的創新與研發，核心產品開發全程無需依賴第三方合作。

我們的技術與相關知識產權已通過多項專利和軟件著作權獲得全面保護，這些權利覆蓋數據處理、系統調度及全服務鏈安全防護等平台核心環節。關鍵軟件著作權包括《業務請求的處理方法、裝置》、《頁面渲染鑑權方法、裝置、系統、計算機設備和存儲介質》、《互聯網行為數據監控方法、裝置、設備及存儲介質》以及《一種計算機數據安全加密方法及系統》。這些著作權構築起從傳輸優化到風險管理的核心技術保護體系。

產品開發流程

作為一家產品驅動型公司，我們的研發工作以不斷變化的市場需求及客戶規格為導向。我們的產品開發流程主要包含以下步驟。

- *收集並確定市場需求的優先順序。*我們通過調查、訪談及利益相關者研討會收集用戶反饋及市場洞察，並分析趨勢以確定高影響力的功能，並協作定義產品規格。
- *評估技術可行性。*我們通過與工程師進行概念驗證試驗來評估技術可行性。我們的設計符合合規標準及長期業務目標的可擴展架構。
- *開發產品。*我們的產品開發團隊會制定詳細的規劃，其中會列出產品規格、項目進度時間表及資源需求。在產品開發階段，我們的產品開發團隊會識別系統需求，明確設計需求，定義系統架構，制定設計評估報告方案，並根據產品功能及品質目標制定開發及試用指引。
- *通過分階段部署進行驗證並最佳化。*我們通過分階段部署，向受控用戶群推出功能，監控參與度指標與系統效能。我們利用A/B測試結果及即時分析來優化功能，以於發佈前優化用戶體驗。

銷售及營銷

我們專注於通過口碑營銷來吸引客戶，進而提升品牌知名度。我們利用解決方案的自帶傳播屬性及客戶社群來提升我們所提供產品與服務以及我們品牌的知名度。除了自然增長，我們的銷售團隊亦會通過實地拜訪／電話洽談／線上溝通等方式主動接觸潛在客戶。

業 務

此外，我們委聘第三方渠道夥伴補足我們的銷售工作。我們直接與所有客戶訂約銷售我們的SaaS解決方案，並委聘渠道夥伴，利用他們在地方社群的資源拓展我們的業務，以及維護與我們客戶的關係。我們的渠道合作夥伴主要為專業的市場推廣服務提供者，其主要業務重點為分銷及實施我們的解決方案。彼等的營運規模普遍精簡，員工人數介乎約1至15人。該等合作夥伴服務的客戶群體與我們整體客戶組合及平均客戶收益貢獻度高度一致。該一致性反映彼此的市場聚焦方向一致，亦驗證了合作夥伴有效服務我們客戶的能力。根據灼識諮詢報告，我們使用渠道合作夥伴的方式大致符合市場慣例。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們在中國分別擁有212名、156名及67名渠道夥伴，遍及全國所有省份。往績記錄期間內渠道合作夥伴數量大幅減少，乃由於我們特意主動優化分銷網絡的戰略。我們最初維持的內部銷售團隊實力相對薄弱，無法滿足業務快速擴張的需求，因此我們廣泛利用渠道合作夥伴來擴大市場覆蓋範圍。隨後，我們大幅加強內部銷售能力，使我們能夠逐步降低對渠道的依賴，並推動渠道優化策略的實施。因此，我們已作出戰略決定，對渠道合作夥伴進行精簡，優先注重質量而非數量，並逐步減少對渠道合作夥伴的依賴，轉向更貼近直銷的模式作為我們的主要營銷戰略。我們對委聘渠道合作夥伴採取更嚴格的篩選標準，優先選擇業績表現強勁、更貼合我們營運標準的渠道合作夥伴。因此，我們優化現有合作夥伴網絡，當中涉及根據對彼等商業成果及對標準代業務常規的跟從度的評估，終止與部分表現不佳或不合規的渠道合作夥伴的合作關係。

我們的渠道夥伴主要負責推廣及營銷我們的解決方案，以及與客戶協調。我們的渠道合作夥伴採用多元化的方法獲取客戶，結合線上與線下方式進行引流及獲取新客戶。主要獲客渠道包括參加行業展會、利用個人及專業人脈進行轉介、進行線上銷售推廣等。此外，該等渠道合作夥伴亦積極開展公域引流、部署短視頻矩陣活動及精準廣告投放。彼等亦同時利用自身本地資源、建立跨行業合作關係，以及借助與商業社群及協會的人脈關係。這套系統化方法使渠道合作夥伴能有效識別並引入新客戶。

我們直接與客戶訂立服務協議，負責實施解決方案與客戶支援。我們的渠道合作夥伴按客戶訂閱費賺取佣金，於訂閱首年可賺取雙位數百分比的佣金，其後於渠道合作夥伴協議年期內的每個後續年度，則按客戶訂閱費賺取另一個較低雙位數百分比的佣金。彼等亦按客戶雲端使用費賺取高單位數至低雙位數百分比的佣金。我們的行業顧問灼識諮詢認為該佣金費率水平符合行業平均標準。於2023年、2024年及2025年，我們分別產生渠道營銷開支人民幣64.5百萬元、人民幣70.9百萬元及人民幣68.3百萬元，分別佔我們同期銷售及營銷開支總額的40.4%、46.4%及38.8%。同期，我們透過渠道合作夥伴引薦客戶已收付款分別為人民幣149.9百萬元、人民幣202.3百萬元及人民幣227.6百萬元。與直銷團隊不同，我們無需負責維持渠道夥伴的人員、僱員福利或其他

業 務

成本。根據灼識諮詢報告，於特定區域委聘渠道夥伴擴展市場符合行業慣例。鑒於中國電商商家地域分佈全國各地，服務電商商家的SaaS解決方案供應商在潛在客戶所在各個地區設立直銷團隊並不可行。

我們從企業服務商、私域運營商、社交生態運營商及其他軟件供應商中物色潛在的渠道合作夥伴。我們的評估標準要求渠道合作夥伴必須為合法經營實體，與我們現有或前任員工無任何關聯、擁有獨立的辦公場所、配置專職團隊，且不得為由先前已終止合作的渠道合作夥伴所設立的新實體。我們還會執行定期審核，以確保渠道合作夥伴持續符合我們的要求。除作為我們的服務提供者外，各渠道合作夥伴與我們或我們的附屬公司、股東、董事、高級管理人員或彼等各自的聯繫人之間於過往或現時並無任何其他關係。

我們透過系統化的線上交易模式及明確的合作夥伴歸屬協定，避免渠道夥伴之間出現銷售蠶食。由於所有客戶獲取、交易及服務交付均在線上完成，且並無地域使用限制，故已從根本上降低出現潛在地域衝突的情況。我們實施強制性線索登記及歸屬系統，合作夥伴須於進行任何交易前，成功登記並取得該潛在客戶線索的獨家歸屬權，此乃繼後的銷售計入該合作夥伴業績的先決條件。此機制確保客戶歸屬權清晰，防止多名合作夥伴爭奪同一客戶產生。此外，我們採用統一的定價政策，所有客戶均按一致的標準條款直接與我們交易，從而消除因價格差異產生的渠道衝突，並確保銷售流程透明有序。

下文載列我們與該等渠道合作夥伴的主要合約條款。

- **報酬。**我們按自客戶收取的款項的約定比例向渠道夥伴支付佣金。佣金透過我們的CRM系統結算。
- **協議期限。**標準協議期限為一年。倘渠道合作夥伴連續兩個月未能產生任何新客戶訂單，違反我們的管理政策，或從事詐欺、不道德或競爭活動，則我們可能會終止該協議。
- **定價政策。**嚴禁渠道合作夥伴更改我們的解決方案定價、提供未經授權的折、直接向客戶收款或代表我們簽訂服務協議。所有營銷材料及申索須經本公司事先批准，並嚴格遵守正式公佈的產品資料。
- **營運要求。**渠道合作夥伴必須維持獨立的公司地位、專屬辦公室及專業團隊。彼等須使用我們的CRM系統準確報告銷售進度及客戶資料，並受到定期審核及表現審閱。

業 務

客戶支持

我們相信，專屬客戶支持是與客戶建立長期關係的關鍵。我們高度重視提升客戶體驗，並涵蓋每個環節。我們提供售前諮詢、引導支持及常規諮詢。通過全天候即時聊天支持，我們幫助客戶配置及使用我們的解決方案。在收到客戶諮詢後，我們通常會在幾分鐘內立即回應，並定期更新進度，以確保及時解決相關問題，最大限度地減少對客戶體驗及業務運營的負面影響。尤其對於關鍵客戶，我們通常會安排專門的客戶服務人員，以滿足其行業特定需求，並提供量身定制的支持服務。通過持續的客戶服務互動，我們深入了解他們不斷演變的需求，不僅為我們未來的研發重點提供了信息，亦使我們能夠及時、有目標地識別及應對新興的商業機會。

客戶准入及監控機制

我們對所有潛在客戶實施標準化的准入流程，包括身份驗證及其擬開展業務活動及平台公示規則的符合性評估。我們的審核機制主要評估客戶擬分發內容的合法性、合規性及內容性質。我們明確禁止特定商業活動(如藥品銷售)以規避潛在風險。通過幫助中心可查閱我們詳盡且公開的規則細則，其中明確列出了所有限制及禁止內容。

我們建立了多層級的內部控制體系以監控客戶活動，該系統融合自動過濾及人工審核機制，主動識別政策違規行為。一旦發現違規內容或活動，我們立即採取包括內容刪除、服務暫停或永久封禁賬戶在內的處置措施。

我們並未對整個行業實施全面禁令。我們的合規框架旨在限制具有較高風險的特定商業活動及內容類型，不論其所屬行業領域。例如，我們雖禁止銷售處方藥的行為，但允許醫療健康行業發佈合規的教育內容，如專業醫學培訓課程。其他普遍禁止的活動包括金融欺詐、色情內容及任何違反適用法律法規的行為。通過這種模式，我們既能保持平台的開放性，又能通過公示規則(參見相關指引)嚴格執行合規管理。

客戶及供應商

我們的客戶

我們的客戶主要包括互聯網原生電商商家、傳統線下零售商及其他商家。於2023年、2024年以及2025年，往績記錄期間各期間來自前五大客戶的收益分別佔我們於該期間的總收益的2.5%、2.7%及2.4%，而往績記錄期間各期間來自最大客戶的收益分別佔我們該期間的總收益的0.8%、1.0%及1.2%。

於往績記錄期間各期間，我們前五大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，概無任何董事、彼等的緊密聯繫人或任何據董事所深知於最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各期間於我們前五大客戶中擁有任何權益。

業 務

下文載列我們於往績記錄期間內與客戶訂立的協議的主要條款概要：

- **年期。**協議期限通常為一年。
- **服務承諾。**我們有責任為平台提供穩定、持續的技術服務及支援，並維持客戶店鋪的營運功能。
- **知識產權承諾。**客戶保證，對於其上傳至平台或於平台散播的所有內容，彼等均擁有必要的知識產權或授權，且彼等須自行承擔任何相關侵權爭議的責任。
- **數據安全及隱私。**我們有責任保護客戶信息的安全，並要求客戶不得利用平台非法獲取他人資料或散播惡意程式。
- **終止。**若客戶嚴重違反其承諾(如侵犯知識產權或散播非法信息)，我們有權暫停或終止服務，並單方面終止協議而毋須退款。

我們的供應商

我們的供應商主要包括雲計算、軟件服務及其他技術服務供應商以及營銷服務供應商。我們並不向美國採購原材料。於2023年、2024年及2025年，往績記錄期間各期間向前五大供應商作出的採購額分別佔我們於該期間的總採購額的62.6%、64.7%及66.1%，而往績記錄期間各期間向最大供應商作出的採購額分別佔我們該期間的總採購額的41.7%、39.2%及43.6%。下表載列於往績記錄期間我們前五大供應商的若干資料。

業 務

供應商	交易金額	佔相關成本及 開支總額百分比	業務關係 開始年份	支付方法及 信貸期	背景及 主要業務活動	購買的主要 產品或服務
	(人民幣千元)	(%)				
截至2023年12月31日止年度						
騰訊集團 聯屬實體...	74,231	41.7	2017年	銀行轉賬及 微信支付； 三個月	提供雲端資源、軟件開發 及許多其他服務的互聯 網公司	雲端資源
供應商A	14,796	8.3	2022年	銀行轉賬； 兩個月	一家企業級技術服務供應 商，從事軟件開發、數字 廣告服務及硬件銷售， 位於北京市，註冊資本 為人民幣1,000.0百萬元	雲端資源
供應商B	10,031	5.6	2018年	銀行轉賬；於 要求時付款	專門從事物業管理的公司， 位於廣東省深圳市	辦公空間
供應商C	6,538	3.7	2017年	銀行轉賬； 預付款	一家領先AI公司的關聯企 業，從事雲端資源、技術 支持及互聯網安全服務， 於納斯達克及香港聯交 所雙重上市，位於廣東 省，註冊資本為20.0百萬 美元	廣告
供應商D	5,706	3.2	2022年	銀行轉賬； 兩個月	全球領先的雲基礎設施及 服務供應商之一，從事 雲計算及相關服務、雲 端硬件製造及軟件開發， 位於廣東省深圳市，註 冊資本為人民幣300.0百 萬元	雲端資源
總計	<u>111,302</u>	<u>62.6</u>				

業 務

供應商	交易金額	佔相關成本及 開支總額百分比	業務關係 開始年份	支付方法及 信貸期	背景及 主要業務活動	購買的主要 產品或服務
	(人民幣千元)	(%)				
截至2024年12月31日止年度						
騰訊集團 聯屬實體...	79,170	39.2	2017年	銀行轉賬及 微信支付； 三個月	提供雲端資源、軟件開發 及許多其他服務的互聯 網公司	雲端資源
供應商A	21,101	10.4	2022年	銀行轉賬； 兩個月	一家企業級技術服務供應 商，從事軟件開發、數字 廣告服務及硬件銷售， 位於北京市，註冊資本 為人民幣1,000.0百萬元	雲端資源
供應商D	15,676	7.8	2022年	銀行轉賬； 兩個月	全球領先的雲基礎設施及 服務供應商之一，從事 雲計算及相關服務、雲 端硬件製造及軟件開發， 位於廣東省深圳市，註 冊資本為人民幣300.0百 萬元	雲端資源
供應商B	8,527	4.2	2018年	銀行轉賬；於 要求時付款	專門從事物業管理的公司， 位於廣東省深圳市	辦公空間
供應商C	6,112	3.0	2017年	銀行轉賬； 預付款	一家領先AI公司的關聯企 業，從事雲端資源、技術 支持及互聯網安全服務， 於納斯達克及香港聯交 所雙重上市，位於廣東 省，註冊資本為20.0百萬 美元	廣告
總計	<u>130,586</u>	<u>64.7</u>				

業 務

供應商	交易金額	佔相關成本及 開支總額百分比	業務關係 開始年份	支付方法及 信貸期	背景及 主要業務活動	購買的主要 產品或服務
	(人民幣千元)	(%)				
截至2025年12月31日止年度						
騰訊集團 聯屬實體...	95,658	43.6	2017	銀行轉賬及 微信支付； 三個月	提供雲端資源、軟件開發 及許多其他服務的互聯 網公司	雲端資源
供應商A	28,011	12.8	2022	銀行轉賬； 兩個月	一家企業級技術服務供應 商，從事軟件開發、數字 廣告服務及硬件銷售， 位於北京市，註冊資本 為人民幣1,000.0百萬元	雲端資源
供應商B	8,527	3.9	2018	銀行轉賬； 於要求時 付款	專門從事物業管理的公司， 位於廣東省深圳市	辦公空間
供應商D	6,576	3.0	2022	銀行轉賬； 兩個月	全球領先的雲基礎設施及 服務供應商之一，從事 雲計算及相關服務、雲 端硬件製造及軟件開發， 位於廣東省深圳市，註 冊資本為人民幣300.0百 萬元	雲端資源
供應商C	6,066	2.8	2017	銀行轉賬； 預付款	一家領先AI公司的關聯企 業，從事雲端資源、技術 支持及互聯網安全服務， 於納斯達克及香港聯交 所雙重上市，位於廣東 省，註冊資本為20.0百萬 美元	廣告
總計	<u>144,838</u>	<u>66.1</u>				

業 務

除騰訊集團若干聯屬實體外，於往績記錄期間各期間，我們所有前五大供應商均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，除上述實體外，概無任何董事、彼等的緊密聯繫人或任何據董事所深知於最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各期間於我們前五大供應商中擁有任何權益。

與騰訊集團的關係

我們與騰訊集團維持著多重商業關係，意像架構投資(香港)有限公司(由騰訊控股有限公司控制之實體)為我們之主要股東。於往績記錄期間，騰訊集團若干聯屬實體亦曾為我們之客戶或供應商。

於往績記錄期間，騰訊集團若干聯屬實體為我們的最大供應商。我們主要向該實體採購雲端服務，於2023年、2024年及2025年分別佔我們採購總額的41.7%、39.2%及43.6%。我們的多雲策略緩解了這一大宗採購，該策略涵蓋委聘其他主要雲端供應商。我們的解決方案基於標準的HTML5技術建構，使其獨立於任何平台，作為獨立網頁全面運行，且可透過任何瀏覽器訪問。儘管微信因在中國市場獲個人及企業廣泛採納而成為常見的客戶入口點(為市場普遍現象)，但我們的相關技術並不依賴於微信。本公司與該等騰訊聯屬實體雲及微訊服務的協議乃根據標準的可延續條款訂立，不具排他性亦非不可替代。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的經營歷史有限，故而難以評估我們的未來前景以及我們可能遇到的風險和挑戰」。

我們保持管理及戰略規劃自主性。我們之主要股東意像架構投資(香港)有限公司(由騰訊控股有限公司控制之實體)並未控制我們的戰略方向。我們與騰訊集團聯屬實體進行所有商業往來乃根據我們與獨立第三方所訂立一致的標準商業條款按公平基準進行。

第三方支付安排

背景

我們透過多種渠道收取客戶付款，包括微信支付、支付寶及銀行轉賬。於往績記錄期間，我們部分客戶(「相關客戶」)通過第三方支付人與我們結算款項(「第三方支付安排」)。於2023年、2024年及2025年，相關客戶數量分別為3,233名、2,911名及1,710名，而同期第三方支付人數量則分別為2,789名、2,524名及1,416名。於2023年、2024年及2025年，第三方支付總額分別為人民幣42.2百萬元、人民幣66.8百萬元及人民幣44.7百萬元，佔所有客戶總支付金額約7.2%、10.2%及6.8%。於往績記錄期間，第三方支付佔支付總額的比例相對穩定。於往績記錄期間，並無任何單一相關客戶通過第三方支付為我們的收入帶來重大貢獻。根據我們對相關客戶的調查，基於所收集的數據，在2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月的第三方支付中，超過85.0%出於支付便利性考慮。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除接受該等付款外，我們並無主動發起任何第三方支付安排，亦未參與任何其他形式的類似安排。此外，於往績記錄期間

業 務

及直至最後實際可行日期，我們並無向任何相關客戶或第三方付款人提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促成或鼓勵第三方支付安排。

於往績記錄期間，33.8%的已付金額乃來自第三方付款人，彼等為相關客戶的聯屬人士或關聯實體，包括：(1)相關客戶的聯屬人士(如法定代表、董事、高級管理層及個人股東)；及(2)相關客戶的關聯實體(如法人股東、同系附屬公司及存在股東重疊的實體)。於往績記錄期間，該等為關聯方的第三方付款人所支付的款項合共人民幣51.9百萬元。我們的董事已確認，參與第三方支付安排的相關客戶及第三方付款人於往績記錄期間均為獨立第三方，與我們、我們的附屬公司、股東、董事、高級管理層或其各自的聯繫人並無任何過往或現存關係(包括但不限於家庭、業務、融資、僱傭、信託、資金往來、融資或其他關係)。

此外，於2023年、2024年及2025年，分別有58.9%、66.5%及72.7%的第三方支付款來自與相關客戶無關聯的第三方付款人。該等無關聯第三方支付款人主要包括相關客戶的僱員、其家庭成員、朋友及合作夥伴、相關客戶長期認可的第三方支付款人，以及其代理或渠道合作夥伴。

使用第三方支付安排的原因

於往績記錄期間，相關客戶主要為小型企業，以小額支付為主。根據灼識諮詢報告，在中國我們所處的行業中，此類實體通過第三方支付款人向供應商及服務供應商結算款項屬相對常見的做法。相關客戶通過第三方支付款人與我們結算款項，主要由於相關客戶主要以小企業形式運營業務，且往往以相對非正式的方式進行，並無正規的財務職能。在諸多情況下，付款乃由與客戶有關連的個人(如客戶的法定代表人、控股股東、其親屬、朋友或僱員)以其個人銀行賬戶作出，以方便資金流轉。

緩解措施

為降低第三方支付安排相關風險，我們已實施一系列緩解措施。我們已在全機構範圍內更新資金管理政策。銀行轉賬流程現在包含強制性賬戶詳細資料驗證，以確保付款人與客戶資料相符。當付款人與客戶並非同一實體時，我們要求相關客戶提供委託支付協議(「第三方支付協議」)。此外，第三方支付款人也必須符合相關客戶的「關聯方」資格。第三方支付協議通常載明：(1)相關客戶根據與我們簽訂的原協議條款，將其付款責任授權予指定的第三方支付款人；及(2)相關客戶及第三方支付款人須承擔與第三方支付安排相關的所有風險，並免除我們因該安排可能產生的任何爭議責任。我們要求相關客戶及第三方支付款人共同簽署由我們提供的第三方支付協議模板，同意與相關客戶共同承擔付款責任，且在任何情況下不得要求退款。我們的合規計劃還將對使用第三

業 務

方支付的客戶進行監控，以管控相關風險。董事及中國法律顧問認為，第三方支付安排本身在各重大方面並不違反中國相關適用法律法規的強制性要求，前提是該等款項僅作為產品或服務銷售結算用途收取，且與任何犯罪或非法所得無關。截至2025年8月1日，我們的平台已全面實行所有措施。

此外，我們已實施客戶盡職審查(「KYC」)程序，其中包括要求客戶完成店鋪驗證以確認其身份。就銀行轉賬付款而言，客戶須使用與已驗證店鋪實體一致的付款人銀行賬戶。若付款於店鋪驗證前進行，該店鋪僅可登記於付款人名下，以確保已驗證店鋪與付款人相符。當客戶要求通過關聯方進行付款時，我們僅接受來自股東、董事、法定代表、總經理、母／子公司或受共同控制實體的付款。該等第三方支付安排須於訂單確認前提交第三方支付協議。董事認為，鑑於未簽署第三方支付協議的支付金額佔比有限，加上我們已全面停止所有未經授權的第三方支付安排，上述強化後的內部控制措施能有效並足以防範未經授權的第三方支付及其相關風險，且該等緩解措施將不會對我們的業務運營造成任何重大不利影響。

強化內部控制措施

我們的董事負責制定及監督內部控制措施的執行情況，並已設立由三名獨立非執行董事組成的審核委員會，其主要職責包括核查監管合規程序及內部控制系統的充分性及有效性。請參閱「董事及高級管理層」。為降低第三方支付安排的相關風險及防止其再次發生，我們已實施強化內部控制措施。鑑於相關客戶於往績記錄期間的支付貢獻相對較少，我們認為終止第三方支付安排不會對我們的財務及運營狀況造成重大影響。

數據隱私及安全

我們將數據隱私及安全視為我們品牌及聲譽以及客戶對我們解決方案的信心的重中之重。在日常業務運營過程中，我們接受客戶的委託，並按照彼等的指示，受委託處理客戶在我們平台上儲存的數據，例如用戶觸達數據及運營數據。我們還收集客戶用戶的數據，例如他們的微信ID、電話號碼及其他必要數據，以協助他們獲得我們客戶的服務。

通過我們的一站式解決方案，我們的客戶能建立及經營電商店鋪，利用數據驅動的洞察力提供客戶關係管理、與用戶進行即時營銷互動，更重要的是完成交易、完成產品交付並提供售後服務。在此過程中，我們接受客戶委託儲存其上傳及收集的數據，

業 務

並根據其指示處理該數據，例如客戶上傳的用戶名清單以及其終端用戶在購買或使用產品及服務時向客戶提供的個人資料(如聯絡方式)。

根據個人信息保護法，「個人信息處理者」指自主決定個人信息處理目的、方式的組織、個人。網絡數據安全管理條例則將「委託處理」定義為網絡數據處理者委任他人、組織按照約定目的和方式開展的網絡數據處理活動。因此，就上文所述個人信息而言，我們的客戶為個人信息處理者，依法負責合法處理該信息。我們作為受託處理者，按照客戶的指示處理個人信息，並按照個人信息保護法及相關法律及法規的規定保護有關個人數據安全。

此外，當我們的客戶使用我們的服務建立線店並開展營銷活動時，我們會為用戶提供統一登錄及單一入口，以定位及使用我們客戶提供的產品或服務，從而提升用戶體驗。此入口包括我們的官方網站、小鵝通應用程序及相關微信小程序。用戶須提供其移動號碼或微信ID以註冊賬戶，並授權我們處理於登錄及使用上述服務入口時所收集或產生的個人信息，使我們能夠提供前述服務。在此情景下，我們以獨立個人信息處理者的身份行事，並對我們的處理活動承擔法律責任。我們在兩類情景下的角色及責任均已於用戶隱私政策中披露，且我們已取得用戶同意。

我們已設計並實施涵蓋日常業務運營各個環節的政策及程序，以保障個人資料、數據安全及網絡安全。例如，我們要求客戶在賬戶註冊過程中簽署註冊協議及隱私政策，明確概述數據隱私協議。當客戶的用戶註冊、登入及使用服務時，我們要求他們同意客戶的隱私政策以及我們平台的數據隱私協議。在內部，我們建立了嚴格的數據安全協定，在系統層級對個人資料進行加密，並通過僱傭合約及專項保密協議來強制保密，以確保合規。根據我們的僱員手冊，我們的僱員應遵守讀取、使用及配置我們服務器、網絡及數據庫的具體要求，並避免進行可能危及或加重我們信息系統及設施負擔的未經授權的行為。我們的僱員應遵守有關數據隱私及安全的相關法律法規，除非彼等依法提出請求或法律法規要求，否則不得存取、使用或披露其數據。我們還制定了嚴格的授權及身份驗證程序，根據有關程序，我們僅根據僱員的工作職責授予有限僱員對數據的必要的分類存取權限，並對其存取權限進行嚴格定義及分層。

我們採用多種技術措施來預防及偵測與數據隱私及安全相關的風險與漏洞。例如，我們的敏感數據經過加密，並儲存在由知名第三方雲端服務供應商運營的雲端服務器中。我們亦通過傳輸層安全加密確保數據傳輸過程中的隱私及數據完整性。我們保存數據存取日誌，記錄與我們的數據相關的所有處理活動，並對高風險處理活動進行手動或自動監控及審計。此外，我們設有備份及災難復原機制，以確保在發生安全攻擊等事故時具備容災能力。

我們已設立由首席技術官領導的數據安全管理委員會，負責全面制定我們的數據安全政策及程序，並在發生信息安全事故時協調緊急應變。此外，我們已成立多部門

業 務

數據安全執行小組，負責落實數據安全管理委員會的各項決策，並安排執行與數據安全相關的各項措施。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未發生任何重大數據或個人資料外洩或遺失、數據或個人資料侵權或信息安全事件。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未涉及任何與數據保護及個人資料保護相關的重大訴訟或糾紛，亦未面臨或牽涉相關主管監管機構就此作出的任何重大調查或處罰。基於上述情況，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守關於數據保護及個人資料保護的中國法律法規。

競爭

我們運營所在的市場競爭激烈且不斷演變。根據灼識諮詢報告，於2025年，前五大私域運營解決方案供應商及交互型私域運營解決方案供應商的市場份額分別佔總市場份額的24.7%及20.8%（以收益計算）。我們面臨中國其他技術服務供應商的競爭。我們主要基於以下因素展開競爭：

- 我們的解決方案的有效性；
- 客戶群規模；
- 技術基礎設施及數據分析能力；
- 開發新產品及服務的能力；及
- 品牌認知度及聲譽。

我們相信，我們已作好準備，能夠基於以上列出的因素有效地競爭。然而，我們所處的市場競爭十分激烈。有關我們競爭優勢的更多資料，請參閱本節中「—競爭優勢」。有關我們面臨的競爭風險的更多信息，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們在經營的市場上面臨著激烈競爭，可能無法成功地與我們現有及未來的競爭對手競爭。」

牌照、許可及批准

據我們的中國法律顧問所告知，截至最後實際可行日期，我們已從中國相關政府部門獲得我們業務運營的所有重大方面所需的所有執照、許可證、批准及證書，且該等執照、許可證、批准及證書仍具有充分效力。

業 務

下表列出我們目前持有的重大牌照、許可證及批准清單。

牌照／許可證／批准	持有人	頒發機構	屆滿日期
增值電信業務 經營許可證	小鵝網絡	中華人民共和國 工業和信息化部	2029年11月26日
增值電訊業務 經營試點批覆	小鵝網絡	中華人民共和國工業 和信息化部	2030年7月4日

我們的解決方案讓客戶開設電商店鋪進行產品及服務交易，以及與用戶實時互動。過往我們持有增值電信業務經營許可證，其範圍僅包括信息服務業務，未能完全符合適用的中國法律及法規。為滿足上述業務營運需要，以及主動整改及符合監管規定，該許可證已於2024年11月26日更換以涵蓋在線數據處理與交易處理業務及信息服務業務。除上述過往增值電信業務資格外，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們已就我們增值電信業務的主營業務取得所有必要批准、許可證及牌照。截至最後實際可行日期，我們並未因增值電信業務而遭受相關政府機構的任何處罰。

基於我們於2026年1月9日透過廣東省通信管理局(「GDCA」)官方網站公佈的公共熱線以具名方式向GDCA及深圳市通信管理局(「SZCA」)官員進行的諮詢：(1) GDCA及SZCA為主管機關，且相關官員獲授權作出該等確認；(2)提供服務讓客戶開設電商店鋪進行產品及服務交易以及與用戶實時互動的服務提供者，涉及提供增值電信業務，其增值電信業務經營許可證應涵蓋的類別為在線數據處理與交易處理業務及信息服務業務；及(3)由於我們已取得涵蓋該兩個類別的上述新增值電信業務經營許可證，過往增值電信業務資格並不構成任何重大不合規事件，且不會致使我們遭受任何處罰。

根據相關政府機構出具的一般合規證明，於往績記錄期間，我們並無在行業及信息技術／電信管理領域遭受任何行政處罰。

基於上述情況，據我們的中國法律顧問告知：(1) GDCA及SZCA為主管機關，且相關官員獲授權作出該等確認；(2)我們目前的主要業務涉及提供增值電信業務，我們的增值電信業務經營許可證應涵蓋的類別為在線數據處理與交易處理業務及信息服務業務；及(3)我們已取得涵蓋該兩個類別的上述新增值電信業務經營許可證，且考慮到

業 務

過往增值電信業務資格，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並無就主要增值電信業務違反適用的中國法律及法規而構成任何重大不合規事件。

知識產權

我們的商標、著作權、域名、商業機密及其他知識產權使我們的產品及服務與競爭對手形成差異化，並促使我們有能力在目標市場上競爭。我們依賴版權及商標法、商業機密保護、與僱員簽訂的保密協議以及與第三方供應商簽訂的協議中關於知識產權的合約限制及保密條款來保護我們的知識產權。我們亦定期監控任何侵犯或盜用我們知識產權的行為。

截至2025年12月31日，我們在中國擁有54項軟件著作權、五項專利、227個商標及24個域名。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. 我們的重大知識產權」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何侵犯知識產權的行為，無論單獨或合計而言，概不會對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大影響，亦無與第三方發生任何有關知識產權的重大糾紛或法律訴訟。

僱員

截至2025年12月31日，我們擁有769名全職僱員，全部人員均位於中國。下表載列我們於截至2025年12月31日按職能劃分的全職僱員明細：

職能	截至2025年12月31日	
	僱員人數	佔總數%
研發	345	44.9%
銷售及客戶服務	356	46.3%
一般、行政及其他	68	8.8%
總計	769	100.0%

我們的成功取決於我們吸引、留住及激勵具備相關行業背景與經驗的合資格人才的能力。我們通過不同的渠道招募僱員，包括線上招聘、招聘會、員工推薦及招聘機構。我們相信，我們為僱員提供具有競爭力的薪資待遇及鼓勵發展的環境，因此通常能夠吸引並留住合資格人員。我們的僱員已根據適用的中國法律法規在中國成立工會。我們相信，我們與僱員保持良好的工作關係，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遇到任何重大勞資糾紛或為業務招聘任何員工的困難。

誠如中國勞動法所要求，我們與僱員訂立個別僱傭合約，涵蓋薪金、花紅、僱員福利、工作間安全、保密責任、工作產品分配條款及終止理由等事宜。此外，我們通常與關鍵員工簽訂標準的保密及不競爭協議。根據中國法規，我們參加了由省級及市級政

業 務

府(如適用)為我們在中國的僱員組建的各種僱員社會保障計劃，包括退休金、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。

於往績記錄期間，我們已就僱員的基本月薪作出全額社會保險及住房公積金供款。我們未有就僱員的年終獎金作出全額社會保險及住房公積金供款，主要是由於負責人員對相關地方法規的疏忽及缺乏全面了解。截至最後實際可行日期，我們已為全體僱員足額繳納社會保險及住房公積金。我們已就截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的社會保險及住房公積金供款的不足差額作全數撥備，金額分別約為人民幣16.0百萬元、人民幣15.6百萬元及人民幣8.9百萬元。根據向相關政府主管部門進行的諮詢及該等部門出具的一般合規證明，我們的中國法律顧問認為，只要我們在主管政府部門要求的指定期限內繳清未繳付的社會保險及住房公積金及滯納金(如有)，則我們在往績記錄期間內因未能全額繳付上述款項而遭受法定處罰的可能性極微。董事認為上述情況不會對本公司的業務及經營業績造成重大不利影響，考量因素包括：(1)截至最後實際可行日期，我們未因社會保險及住房公積金供款事宜受到相關監管部門的任何行政處罰；(2)截至最後實際可行日期，我們未接獲中國相關監管機構要求補繳社會保險及住房公積金差額的通知；(3)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾因社會保險及住房公積金事宜受到任何行政處罰、訴訟或法律程序，亦未獲悉任何僱員投訴或涉及相關勞資糾紛；(4)我們已就往績記錄期間的社會保險及住房公積金繳納事宜向相關主管政府部門進行諮詢及獲其出具一般合規證明；及(5)截至最後實際可行日期，我們已為全體僱員足額繳納社會保險及住房公積金，並承諾，倘主管政府部門提出要求，我們將於規定期限內補繳差額。基於上文所述，根據中國法律顧問的意見，只要我們在主管政府部門要求的規定期限內補繳任何欠款及滯納金(如有)，相關主管政府部門因我們未繳足社保及住房公積金而處以罰款的可能性較低。此外，新司法解釋已於2025年7月31日頒佈並於2025年9月1日生效。詳情請參閱「監管—僱傭、社會保險及住房公積金相關法規」。基於以下考量，新司法解釋將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響：(1)新司法解釋不會影響我們社會保險及住房公積金供款的合規狀態；(2)新司法解釋不會影響對任何供款不足的評估，亦不會增加我們面臨的罰款風險，因為我們的僱員與我們之間並無有關豁免社會保險供款的協議或承諾；及(3)任何社會保險及住房公積金供款不足(不論何種原因，包括因僱員自主決定所致之情況)均已納入我們的差額計算。請參閱「業務—僱員」。截至最後實際可行日期，相關監管機構未曾就我們的社會保險及住房公積金繳存事宜作出重大行政處罰、罰款或徵收滯納金。此外，我們未收到司法機關或行政部門就現職及前僱員提出的任何與繳存不足相關的重要權利主張。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們面臨與勞工相關法律及法規有關的若干法律及監管風險，這可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。」。

業 務

我們認為與僱員一直維持良好的勞資關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未發生任何重大勞資糾紛，亦未在營運招聘中遇到重大困難。

物業

截至最後實際可行日期，我們通過位於深圳、北京、成都及上海的五項租賃物業經營業務，總建築面積約為6,429.24平方米。我們所有租賃物業均用於上市規則第5.01(2)條所定義的非物業業務，主要用作我們業務運營的辦公場所。

我們就上述五項租賃物業簽訂的租賃協議一般到期日通常為2026年11月至2030年6月不等。我們計劃在現有租賃到期時續租或協商新的租賃條款。所有出租人均為獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與出租人就續租進行協商時並未遇到重大困難。我們相信，該等物業在中國的供應充足，因此，即使遇到必須搬遷的情況，我們在物色新址方面也不會有任何困難。

截至最後實際可行日期，我們於上述五處租賃物業的租賃權益尚未按中國法律法規的規定向中國主管政府機關登記，倘我們於收到中國主管政府機關通知後未能作出補正，我們可能須就每份未登記的租賃協議面臨最高人民幣10,000元的行政罰款。違規最高罰款可達人民幣50,000元。據中國法律顧問告知，租賃協議未完成登記不影響該等租賃協議的有效性，亦不影響根據租賃協議合法有效使用該等租賃物業。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無接獲相關政府機關要求我們登記該等租賃協議的命令，亦並無因未登記該等租賃協議而受到行政處罰。請參閱「風險因素——與我們的業務及行業有關的風險—未能遵守有關我們租賃物業的物業法律及法規，可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生負面影響。」。

保險

除了根據中國法律規定為僱員提供社會保險外，我們還為僱員提供商業意外險。我們沒有投保涵蓋網絡基礎設施或信息技術系統損害的保險，亦沒有投保營業中斷保險或一般第三者責任險，以及沒有投保產品責任保險或關鍵人員保險。我們認為，我們的保險覆蓋範圍與中國其他類似業務性質的公司一致。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未提出或面臨任何重大保險索賠。任何未投保的業務中斷、訴訟或自然災害，或我們未投保的設備或設施遭受重大損壞，都可能對我們的經營業績造成重大不利影響。詳情請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的保險範圍不足以承保潛在的責任或損失，這可能使我們面臨巨額費用及業務中斷。」

業 務

獎項及認可

我們憑藉技術實力及值得信賴的解決方案，建立起強大的品牌及聲譽。下表列出我們榮獲的若干重要獎項及認可。

獲獎年份	獎項／認可	頒發組織
2025年	獨角獸企業	深證中小企業服務中心
2024年	2024年度助殘就業突出貢獻獎	中國殘疾人就業創業網絡服務平台
2024年	「2024年度全域增長夥伴」獎項	見實
2023年	2023年度TOP 100年度榜單	靖亞資本&崔牛會
2023年	深圳市互聯網行業聯合會第二屆會員單位	深圳市互聯網行業聯合會

法律訴訟及合規

法律訴訟

我們過往一直且可能不時繼續面臨在日常業務過程中產生的各種法律或行政索賠及訴訟。截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何尚未了結的訴訟、仲裁或行政程序，或據我們所知，對我們或我們任何董事可能構成威脅且可對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。

合規事件

我們須遵守中國監管部門發佈的多項監管要求及指引。截至最後實際可行日期，我們並無任何嚴重違反法律法規的行為，亦無遭遇任何系統性違規事件，而董事認為整體而言，該等事件可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。誠如我們的中國法律顧問所告知，截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守相關的中國法律法規。

我們過往曾透過第三方支付機構收取部分客戶的付款，並已實施強化內部管控措施，包括強制性委託協議和核實程序，以降低相關風險。我們的董事和中國法律顧問認為，只要付款僅與產品或服務的銷售結算相關，且與任何犯罪或非法所得無關，相

業 務

關安排本身在各重大方面並不違反中國相關適用法律法規的強制性要求。請參閱「一 第三方支付安排」。

我們已就僱員之基本工資全額繳納社會保險及住房公積金供款，但於往績記錄期間，因負責員工對相關地方法規之疏忽及缺乏全面理解，未有就僱員之年終獎金全額繳納社會保險及住房公積金供款。截至最後實際可行日期，我們已就所有僱員全額繳納社會保險及住房公積金供款。鑑於我們未受到任何處罰，已取得合規證書，並承諾在必要時彌補任何差額，董事認為此情況不會產生重大不利影響。根據向相關政府主管部門進行的諮詢及該等部門出具的一般合規證明，我們的中國法律顧問認為，只要我們在主管政府部門要求的指定期限內繳清未繳付的社會保險及住房公積金及滯納金(如有)，則我們在往績記錄期間內因未能全額繳付社會保險及住房公積金而遭受法定處罰的可能性極微。請參閱「一僱員」。

我們在深圳、北京、成都和上海的五處租賃物業的若干租賃權益未依規定在中國主管機關登記。此項不合規行為可能使我們面臨罰款。據中國法律顧問告知，未完成登記不影響租賃協議的有效性，亦不影響根據租賃協議合法有效使用該等租賃物業。截至最後實際可行日期，我們尚未收到任何登記通知，也未因此受到任何處罰。請參閱「一物業」。

過往我們持有增值電信業務經營許可證，其範圍僅包括信息服務業務，未能完全符合適用的中國法律及法規。為滿足我們的業務營運需要，以及主動整改及符合監管規定，該許可證已於2024年11月26日更換以涵蓋在線數據處理與交易處理業務及信息服務業務。除上述過往增值電信業務資格外，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們已就我們增值電信業務的主營業務取得所有必要批准、牌照及許可證。截至最後實際可行日期，我們並未因增值電信業務而遭受相關政府機構的任何處罰。基於向相關政府機構的諮詢及其出具的一般合規證明，我們的董事及中國法律顧問認為，考慮到過往增值電信業務資格，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並無就主要增值電信業務違反適用的中國法律及法規而構成任何重大不合規事件。請參閱「一牌照、許可及批准」。

環境、社會及企業管治

我們相信，強而有力的環境、社會及企業管治(「ESG」)管理對我們業務的永續發展至關重要。我們已在ESG方面作出許多努力，不僅為客戶和我們自己創造價值，也為我們的僱員、社區和社會創造價值。董事會負有集體及整體責任，負責制定、採納及審查本集團的ESG願景、政策及目標，並至少每年一次評估、確定及應對與ESG相關的風險。董事會可評估ESG風險並檢討我們現有的策略、目標及內部控制措施。之後，將實施必要的改進措施以降低風險。

業 務

我們的主要ESG舉措包括向慈善組織及慈善事業提供產品與服務。我們已幫助的部分主要組織包括：

- **中國殘疾人聯合會。**我們為中國殘疾人聯合會建立的求職招聘平台中國殘疾人就業創業網絡服務平台提供服務。通過這些活動，我們為身心障礙者提供學習工具，幫助他們獲得成功的就業機會。為表彰我們的努力，我們獲得中國殘疾人就業創業網絡服務平台頒發的「2024年度助殘就業突出貢獻獎」。
- **中國婦女發展基金會。**我們協助中國婦女發展基金會（「中國婦女發展基金會」）進行「奧運有她」計劃。該計劃是為迎接2022年北京冬奧會而於2019年啟動的為期四年項目，旨在支持女性企業家發展業務，並專注於體育、旅遊及文化領域。我們幫助中國婦女發展基金會教育及賦能女生，於北京、天津及河北為近萬名女性提供課程及其他內容。

由於我們業務的性質，我們並不受重大的健康、工作安全、社會或環境風險的影響。儘管如此，我們仍致力於創新服務，在賦能企業的同時保護環境及資源。此外，我們已採取措施，促進工作場所的環保，其中包括在本公司內部鼓勵節能文化。我們實施了內部政策，通過一系列措施減少碳足跡，例如(1)不使用電子設備時關閉燈光及電源；(2)定期檢查供水設備，並在不使用時關上水龍頭以節約用水；及(3)盡可能使用雙面列印文件，建立無紙化辦公室。

根據我們的ESG政策，我們的目標是與我們的僱員、社區及其他利益相關者一起，通過支持旨在創造有效且持久利益的措施，建立一個可持續發展的社區。僱員是我們成功的關鍵，我們致力於培養一種不僅能激發創新及成就，更能促進僱員個人發展及身心健康的企業文化。我們大力投資僱員培訓計劃，包括新入職僱員培訓、內部流程及管理培訓以及產品及技術相關培訓，涵蓋僱員工作中的重要環節。我們同時重視員工的健康、安全及福祉，不斷安排各種活動，幫助他們享受更高質素的生活，為我們的成功作出貢獻。我們在運營過程中嚴格遵守適用法律、法規及國際公認慣例，並已推行工作安全指引，其中列明了安全實踐、事故預防及事故報告程序，以保護我們的僱員。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因健康、安全、社會及環境保護而遭受任何重大索賠或處罰，亦未發生任何重大工傷事故或死亡事件。於往績記錄期間，我們用於環保方面的開支並不重大，預期有關開支於可見將來會繼續維持於相對較低的水平。

業 務

此外，可持續發展是我們的基本戰略之一，我們致力於通過創新的軟件即服務（「SaaS」）解決方案為利益相關方創造可持續價值。我們專注於為知識產品與內容相關付費服務需求的客戶，提供全面的技術支持與運營解決方案。我們制定了與自身數字業務運營相關的明確可持續發展目標。通過積極承擔社會責任，我們將更廣泛社區的可持續發展融入本公司的成長與擴張之中。

ESG 治理及管理框架

我們認識到，公司的業務易受到ESG相關風險與機遇的影響。因此，我們致力於持續優化ESG風險管理與機遇識別體系。該體系已融入公司整體治理與風險管理流程，由董事會承擔監督職責，並由管理層跨職能落實執行。在往績記錄期間，本公司未曾因違反健康、安全或環保法規而受到任何重大行政處罰，亦未發生任何與社會或管治議題相關的重大事件。

治理架構

董事會（「董事會」）對本集團的ESG戰略與表現承擔最終責任。董事會負責設定ESG戰略方向，確保本集團的ESG舉措、企業價值觀及核心業務目標相互契合。董事會採用系統化方法管理重要ESG議題，其管理流程涵蓋議題識別、戰略規劃、績效評估與定期審視。

識別—在管理層的支持下，董事會積極與內外部利益相關方（包括股東／投資者、管理層及員工、客戶、業務夥伴、供應商、監管機構以及社區組織）進行溝通，以識別我們業務運營中固有的重要ESG議題與風險。我們相信，與利益相關方開展積極、透明的對話，對於維持公司長期業務的可持續性與韌性至關重要。

戰略規劃—董事會負責督導建立健全的風險管理與內部控制體系。該等體系旨在契合本集團的特定業務需求，並最大限度地降低我們所面臨的重大風險敞口，其中包括與環境、社會及管治相關的風險。

評估—董事會通過管理層彙報及利益相關方反饋，評估本集團環境、社會及管治措施的表現。董事會認識到當前有提升相關專業能力的需要，正積極考慮在未來聘請獨立第三方機構，以協助評判ESG相關事宜，並為我們的表現提供更為客觀的評估。

審閱—董事會承諾每年對ESG相關指標及目標完成進度進行審閱。此流程旨在引導本集團ESG表現的持續改進。通過已制定的ESG政策，我們已實施系統化的風險管理實踐，以確保財務與運營職能、合規控制及資產管理的有效性。

為驅動可持續發展工作的執行，董事會已將ESG事宜的總體管理職責授予執行董事，由其負責領導。具體實施則由相關部門的管理層負責，包括法律、質量檢測、採購、信

業 務

息技術、行政、人力資源及品牌與公共事務等部門，各職能部門管理層負責在其職責範圍內，對ESG相關標準、合規及風險管理進行審閱、建議與執行。此種跨部門協作機制確保我們的可持續發展戰略植根於領先SaaS平台的運營實踐。管理層定期向董事會彙報ESG表現、目標及相關責任的履行情況。

目前，我們的董事並未具備專業的ESG知識；然而，董事會致力於提升其監督能力，並計劃為此借助外部資源。

薪酬委員會負責協助董事會釐定執行董事及高級管理人員的薪酬政策與架構。目前，董事酬金並未納入與ESG相關的績效指標。董事會保留酌情權，可在未來我們的ESG管理框架趨於成熟時，考慮將此類因素納入其中。

氣候相關風險及機遇

作為一家數字化SaaS公司，我們的氣候相關風險主要源於向低碳經濟的轉型以及我們數字基礎設施的韌性。我們的直接環境影響(範圍1及範圍2排放)有限，主要集中在辦公運營與基於雲端的服務交付環節。與此同時，我們的核心商業模式創造了顯著的氣候機遇：通過助力客戶實現運營數字化，我們有效提升了其運營效率，並降低了其實體環境足跡。

實體風險

我們的業務運營有賴於辦公場所的日常運作與雲基礎設施的穩定支持。我們面臨的主要實體氣候風險包括：

- **運營中斷**—颱風、洪水等極端天氣事件可能擾亂電力供應與網絡連接，影響員工安全及辦公室辦公能力，從而導致短期運營中斷。
- **氣溫升高**—氣溫上升將不可避免地增加我們對關鍵服務器基礎設施及辦公研發設施的製冷需求。這將導致公司運營及託管數據中心的能耗上升，從而直接增加運營成本與間接(範圍2)碳足跡。此外，氣溫升高還可能影響我們配送服務的能效，並相應增加因高溫引發硬件故障的風險。

轉型風險

在轉型風險方面，全球對氣候變化與可持續發展的關注催生了新的法規與政策。全球向低碳經濟的轉型主要帶來以下幾方面風險：

- **政策與法律變更**—與數據中心能耗、科技公司碳核算標準及廣義氣候政策相關的法規正在不斷演變，這可能影響我們的運營足跡及合規要求。
- **市場與聲譽**—客戶與合作夥伴日益重視可持續發展。若在環境責任方面(尤其在我們的雲基礎設施能源來源上)被認為有所滯後，則可能影響我們的市場聲譽以及與業務夥伴和客戶的關係。

業 務

- **技術**—我們預見到需要為辦公場所採用節能技術，並優先選擇綠色雲服務提供商。然而，實施並向這些可持續措施轉型可能產生超出預期的成本，且可供選擇的雲服務提供商也較為有限。

實體風險與轉型風險的緩解措施

為應對實體風險，我們已制定業務連續性計劃，其中包括根據地方政府指引在極端天氣事件(如颱風及暴雨警告)期間啟動的彈性居家辦公政策，以保障員工安全並確保運營韌性。

在緩解轉型風險方面，為確保遵守與氣候變化及可持續發展相關的演進中的法規與政策，我們持續跟進相關新政動態。本公司法律、公共事務及行政部門負責監測並確保遵守不斷發展的氣候相關政策法規。我們積極在辦公場所推行節能與資源節約措施，以降低運營對環境的影響。

環境政策

本公司將綠色發展視為業務增長的重中之重，並在日常運營中持續踐行。我們致力於全面遵守相關法規要求，並將其作為企業責任與可持續發展戰略的基本組成部分。在往績記錄期間直至最後實際可行日期，本公司並未因違反任何適用環保法律法規而受到任何重大罰款、索賠或行政處罰。

環境指標與目標

溫室氣體排放

下表列示所示期間我們的溫室氣體排放量：

溫室氣體排放範圍	排放源	2025年 (噸二氧化碳 當量/人民幣 百萬元)	2024年 (噸二氧化碳 當量/人民幣 百萬元)	2023年 (噸二氧化碳 當量/人民幣 百萬元)
範圍1排放量 ¹	不適用	不適用	不適用	不適用
範圍2排放量 ²	外購電力 ³	171.65	179.72	145.88
範圍3排放量 ⁴	不適用	2,743.81	2,295.00	1,854.51
範圍1+範圍2排放強度(噸二氧化碳當量/人民幣百萬元).....		0.42	0.35	0.35
總排放強度(噸二氧化碳當量/人民幣百萬元)		6.65	4.41	4.47

業 務

附註1：根據香港交易及結算所有限公司《如何準備ESG報告》附錄二，範圍1溫室氣體排放指來自本集團擁有或控制的設備及運營產生的直接排放。然而，由於本集團並未運營任何消耗燃料的固定設備或公司車輛，因此在往績記錄期間並無產生範圍1排放。

附註2：根據香港交易及結算所有限公司《如何準備ESG報告》附錄二，範圍2溫室氣體排放指因本集團消耗外購電力、供暖、製冷及蒸汽所產生的能源間接排放。

附註3：根據中華人民共和國生態環境部數據：2025年、2024年及2023年使用0.6205噸二氧化碳當量／兆瓦時作為中國國家電網外購電力的排放因子。

附註4：除非另有說明，範圍3溫室氣體排放量系參照香港交易及結算所有限公司《如何準備ESG報告》附錄二所列排放因子，並基於溫室氣體核算體系發佈的《範圍三排放量計算技術指南(版本1.0)》進行計算。

資源消耗

就能源消耗而言，於往績記錄期間，本集團主要因業務運營消耗電力。下表列示了所示期間我們的能源消耗明細：

	單位	2025年	2024年	2023年
電力消耗量.....	千瓦時	276,636.64	289,642.64	235,102.41
總能耗強度.....	千瓦時／人民幣百萬元	670.26	556.14	566.37

附註：換算系數參考國際能源署《能源統計手冊》及2006年IPCC《國家溫室氣體清單指南》。

除能源消耗外，我們在運營過程中亦涉及水資源的使用。下表列示了所示期間我們的用水量情況。

	單位	2025年	2024年	2023年
水耗總量.....	立方米	4,519.47	5,067.99	6,029.74
水耗強度.....	立方米／人民幣百萬元	10.95	9.73	14.53

業 務

同業對標

下表對比了本集團所選同業公司在最近三個完整報告期內的相關環境數據。

數據	公司	單位	2025年	2024年	2023年
範圍1+範圍2排放總量.....	本集團	噸二氧化碳當量	171.65	179.72	145.88
	同業A		1,310.97	1,595.55	1,933.70
	同業B		1,654.83	2,132.74	不適用
範圍1+範圍2排放強度.....	本集團	噸二氧化碳當量/ 人民幣百萬元	0.42	0.35	0.35
	同業A		0.82	1.19	0.87
	同業B		0.59	1.37	不適用
能源消耗總量	本集團	千瓦時	276,636.64	289,642.64	235,102.41
	同業A		2,256,790.00	2,869,180.00	4,253,510.00
	同業B		3,129,347.30	3,678,370.41	不適用
能源消耗強度	本集團	千瓦時/員工	359.74	437.53	341.22
	同業A		630.00	810.00	1,490.00
	同業B		1,801.58	2,353.40	不適用
水資源消耗總量	本集團	立方米	4,519.47	5,067.99	6,029.74
	同業A		8,748.98	20,392.34	32,246.08
	同業B		12,826.85	15,627.50	不適用
水資源消耗強度	本集團	立方米/員工	5.88	7.66	8.75
	同業A		2.43	5.72	11.31
	同業B		7.38	10.00	不適用
非危險廢物產生量	本集團	公斤	43,470.00	43,125.00	43,125.00
	同業A		225,400.00	229,940.00	212,800.00
	同業B		255,800.00	260,500.00	不適用
非危險廢物產生強度	本集團	公斤/人民幣百萬元	105.32	82.80	103.89
	同業A		140.00	170.00	100.00
	同業B		90.00	170.00	不適用

附註1：同業A於2013年在上海成立，是一家提供雲端商業及營銷解決方案的上市公司，業務主要於中國進行。同業A於2019年在香港聯交所上市。

附註2：同業B的ESG數據僅可獲取2024年及2025年的數據。同業B於2009年在上海成立，是一家提供雲端營銷及銷售SaaS解決方案的上市公司，業務主要於中國進行。其於2024年在香港聯交所上市。

根據可獲取的環境數據，可見本集團在範圍1及範圍2排放總量、能耗、水耗及非危險廢物產生量上均顯著較低，此或歸因於本集團運營規模較同業A及同業B為小。

就環境數據強度而言，本集團在2024年及2025年內所有可比維度上持續優於同業B。相較於同業A，本集團於往績記錄期間的範圍1及範圍2排放強度及能耗強度均表現更優。然而，同業A在2024年及2025年的水耗強度低於本集團，其2023年的非危險廢物產生強度亦低於本集團，但2024年及2025年我們的表現較佳。

但我們認為，同業公司在部分環境指標上的優異表現，得益於其因更大運營規模所形成的規模經濟效應與運營效率提升。隨著本集團持續推進環境舉措、擴大業務規模，並基於過往表現趨勢，我們預期未來將在環境數據強度上實現低於同業水平的突破。

業 務

環境目標及實施路徑

我們深知保護環境與促進可持續發展的重要性。本集團秉持環境責任理念，以最小化環境足跡為重心，制定了與整體商業戰略及目標相契合的環境目標。這些目標將接受定期審視與更新，以確保我們的可持續發展實踐持續改進。通過設定這些目標，我們旨在通過積極採取環境影響的減緩措施，展現我們對環境保護的堅定承諾。

類別	未來十年目標	目標實施路徑
溫室氣體排放 ...	以2024年12月31日為基準年，在未來十年內將範圍1與範圍2溫室氣體排放強度降低10%。	• 提升員工的節水意識； • 定期檢查並及時修復辦公設施中的管道洩漏；及 • 優先採用節能型基礎設施與架構以降低用水需求。
能效提升.....	以截至2024年12月31日止年度為基準年，在未來十年內將總能耗強度降低10%。	• 在全集團範圍內採購節能設備、電子電器及裝置； • 持續監測各辦公室的能耗情況；及 • 培訓並引導員工關閉非必要及處於待機狀態的設備、電子電器與裝置。
用水效率.....	以截至2024年12月31日止年度為基準年，在未來十年內將水耗強度降低10%。	• 提升員工的節水意識； • 定期檢查並及時修復辦公設施中的管道洩漏；及 • 優先採用節能型基礎設施與架構以降低用水需求。
廢棄物產生量 ...	以截至2024年12月31日止年度為基準年，在未來十年內將危險與非危險廢棄物產生強度降低10%。	• 逐步淘汰並更換老舊設備，採用旨在減少危險廢物產生的新型環保設備； • 通過進一步推進工作流程數字化、嚴格設定雙面打印為默認選項，深化「無紙化辦公」舉措； • 設立並推廣清晰的回收站，用於分類收集紙張、塑料及其他可回收辦公廢棄物；及 • 與經認證的電子廢物處理商合作，對辦公室淘汰的電子設備進行負責任回收。

業 務

此外，為履行社會責任並響應中國的「雙碳」目標（即2030年前實現碳達峰、2060年前實現碳中和），本集團制定了於2060年前實現碳中和的長期目標。為實現此目標，本集團將規範溫室氣體排放清單的編製，積極探索與致力於使用可再生能源的雲服務提供商合作，並可能在未來考慮採購優質碳信用以抵銷不可避免的排放。

社會政策及影響

職業健康與安全

本集團致力於提供並維持安全健康的工作環境，同時嚴格遵守所有適用的法律、法規及標準。我們致力於為員工提供安全健康的工作場所，並通過實施有效的管理體系以保障員工安全與福祉，預防及降低運營相關的各類危害與風險。我們的職業健康與安全（「OHS」）管理體系在董事會監督下建立，並於上海、深圳及北京的各辦公室統一推行。該體系以健全的內部政策為基礎，包括《員工手冊》、《行為規範》及專項《安全生產指南》，共同為維護職場安全明確了標準與流程。

我們對職業健康與安全的承諾體現在全面措施的實施中。所有辦公室均配備必要的消防器材及標識清晰的應急疏散預案。我們通過為全體員工提供年度健康體檢，並設置哺乳室等關懷設施，進一步保障員工福祉。為確保職業健康與安全體系的持續有效，我們定期開展內部檢查，以識別並消除潛在隱患。此外，所有新員工必須接受為期4小時的入職培訓，其中包含關鍵安全規程與公司政策。

勞工標準

本集團嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》及《中華人民共和國未成年人保護法》等相關法律法規管理用工實踐。我們的內部管理制度為踐行此承諾提供了嚴格框架。《招聘與僱傭管理制度》明令禁止僱用任何未滿16周歲的公民。為杜絕剝削性行為，本公司禁止在招聘過程中收取押金、扣押身份證件或要求求職者提供財務擔保。招聘新員工時，我們會進行篩查與背景審查，以核驗年齡及身份證明文件。

我們嚴格禁止童工與強迫勞動。如發現任何違反本政策的行為，本集團將根據情節嚴重程度採取相應措施，包括依據公司紀律處分程序予以警告、降職或解除勞動合同。在整個往績記錄期間，未發生任何童工、強迫勞動或強制勞動的報告事件。此外，本集團還將在其供應鏈及價值鏈中推行相關措施，以最大限度降低童工、強迫勞動或強制勞動的發生風險。

業 務

供應鏈管理

我們認識到採購活動對環境與社會的影響，並致力於將ESG因素納入供應商遴選流程。對於關鍵服務提供商(尤其是雲基礎設施合作夥伴)，我們優先選擇那些在環境與社會責任方面表現卓著的合作夥伴。我們正在構建相關框架，將低碳與社會責任指標納入供應商績效評估體系。

產品責任

本集團致力於保障所提供產品與服務的質量，並已遵守所有關於產品責任的適用法律法規。除遵守相關法律法規外，本集團建立了完善的知識產權管理體系以保護敏感信息。我們同時要求所有員工在入職時簽署保密協議。我們平台的質量與安全框架由多重基礎要素支撐：敏捷的產品開發能力、可擴展架構以及可靠的數據安全與保護。平台已獲得ISO 27001認證及中國網絡安全等級保護2.0第三級認證，代表了行業最高安全標準。通過戰略性AI整合，我們在持續提升運營效率的同時，實現降本增效與用戶體驗優化。集團設有專門的客戶諮詢與投訴渠道，並配套標準化處理流程，確保及時響應與服務補救。

在往績記錄期間直至最後實際可行日期，本集團並未因數據安全、個人信息保護或產品質量問題而受到任何可能對我們的運營或財務表現產生重大不利影響的處罰、調查、訴訟或爭議。

反腐敗

本集團將法律法規的認知與遵守視為業務經營之基石，要求全體員工嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國刑法》及其他與商業賄賂相關的法律法規和監管規定。反腐敗培訓已被納入所有新員工4小時必修入職課程。另已為全部負責的董事開展為期2小時的專項培訓，以強化其治理責任。在整個往績記錄期間直至最後實際可行日期，未發現任何違反反腐敗、反賄賂、反欺詐及反洗錢法規的情形。

社會責任

我們通過制度化的社區參與計劃與慈善活動，積極履行企業社會責任。我們鼓勵員工參與社會福利項目，培育公民意識與實踐奉獻的組織文化，切實助力社區發展。這些實踐體現了我們平衡商業目標與社會價值的堅定承諾。

業 務

內部控制及風險管理

內部控制

我們已在本公司內安排專人，負責監督本公司對於規管業務運營的中國相關法律法規的持續遵守情況，並監察必要措施的實施。此外，我們計劃定期為董事、高級管理人員及相關僱員提供持續培訓課程及／或相關中國法律法規的最新信息，以主動識別任何與潛在不合規情況相關的疑慮及問題。

我們已制定內部規則及政策，以規管我們業務運營與管理的各個方面，包括信息系統、實體資產、採購、銷售及營銷、財務報告及人力資源。舉例而言，我們已設計並實施一系列與信息系統相關的內部控制政策及程序，如加密及授權程序，以及為僱員而設的數據安全實務指引。詳情請參閱「一數據隱私及安全」。此外，我們已制定涵蓋人力資源管理各方面的內部控制政策，例如招募、培訓、職業道德及法律合規。其次，我們已採用一套與財務報告管理相關的政策與程序，例如財務及會計政策、預算管理程序及財務報表編製程序。

於往績記錄期間，董事並無發現任何重大內部控制弱點或漏洞。我們亦已委聘獨立內部控制顧問就[編纂]評估我們的內部控制系統。內部控制顧問已就我們的內部控制系統若干方面進行審查程序，包括財務報告及披露程序、涵蓋第三方支付處理的銷售應收款項及應收賬款管理、採購應付款項及應付賬款監控、人力資源及薪酬管理、涵蓋專利及知識產權的固定資產與無形資產管理、現金及庫務運營、稅務合規、保險計劃管理，以及包括數據安全與隱私保護的信息技術控制。我們的內部控制顧問在審查我們的內部控制系統時，並無發現任何重大內部控制弱點或漏洞。我們的內部控制顧問根據相關審查於2025年6月提出建議。我們已回應其審查結果及建議，實行糾正及改進措施(視情況而定)。內部控制顧問於2025年8月對我們的補救措施進行跟進，且並無發現我們的內部控制系統有任何重大缺失。經考慮我們已採取的補救措施後，董事認為，我們的內部控制系統對我們目前的運營而言為充足且有效。

風險管理

我們在業務運營中面臨各種風險，並相信風險管理對我們的成功至關重要。我們面臨的主要運營風險包括但不限於我們維持及擴大客戶群及使用量的能力、我們應對技術變革及相關行業競爭的能力，以及我們成功拓展業務並在各個行業領域獲得市場認可的能力。有關我們面臨的各種風險的披露，請參閱「風險因素」。此外，我們面臨許多市場風險，例如在我們日常業務過程中產生的外匯風險、信貸風險及流動性風險。詳情請參閱「財務資料—財務風險管理」。

業 務

我們已推行各種政策與程序，以確保在我們運營的各個方面實施有效的風險管理，包括日常運營管理、數據安全、財務報告程序以及遵守適用法律法規。我們的董事會監督及管理與我們運營相關的整體風險。我們已成立審核委員會，負責審查與監督本集團的財務報告流程及內部控制系統。有關該等委員會成員的資格及經驗以及我們審核委員會職責的詳細描述，請參閱「董事及高級管理層－董事委員會－審核委員會」。我們[已]遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載的企業管治守則及企業管治報告採納書面職權範圍。

業務可持續性及盈利路徑

行業背景

SaaS產品通常需要在產品開發及客戶獲取和留存方面投入大量初始投資，以推動市場接受度。具體而言，SaaS解決方案供應商需在產品開發階段投入大量前期投資，並持續進行產品優化升級，以滿足客戶不斷變化的需求。其後，SaaS解決方案供應商需要通過獲取並維持龐大而忠誠的客戶群來推動市場對這些解決方案的接受度，實現可持續的經常性收入。

基於上述原因，SaaS解決方案供應商通常需要較長時間實現收支平衡。根據灼識諮詢報告，包括中美兩國在內的SaaS解決方案供應商普遍需要約15年實現盈利，這一發展規律具有普遍性。近年來，受商家日常運營管理需求日趨複雜多變的影響，中國業務運營解決方案市場(尤其是私域運營解決方案市場)持續增長。請參閱「行業概覽」。隨著行業格局和市場機遇的演變，我們相信業務運營解決方案市場仍具備顯著增長空間，這既體現在採用SaaS解決方案的商家數量上，也反映在商家對該類解決方案的使用深度上。

我們的歷史表現

在往績記錄期間，我們實現了顯著增長，有助於鞏固我們長期可持續的市場領導地位。我們的總收入從2023年的人民幣415.1百萬元增長至2025年的人民幣607.9百萬元，複合年增長率為20.9%。同時，我們通常要求客戶在獲得我們一體化SaaS解決方案使用權限前全額預付費用，而SaaS收入則在服務提供期間按履約義務完成比例確認。因此，我們錄得強勁的經營現金流，體現了業務的可持續性。我們的經營現金流入淨額從2023年的人民幣30.2百萬元增至2024年的人民幣108.1百萬元，我們於2025年進一步錄得經營現金流入淨額人民幣35.0百萬元，這充分展現了我們持續提升的盈利能力及運營效率。

於往績記錄期間，我們的收入增長主要得益於持續擴大並鞏固客戶基礎。截至2025年12月31日，我們共有超過36,000名客戶訂閱我們的一體化解決方案，其中包含1,689名關鍵客戶。我們始終致力於解決方案的持續創新和升級，確保所有客戶都能及時獲取最新技術和功能，從而夯實我們卓越的品牌聲譽和市場領導地位。

業 務

於2023年、2024年及2025年，我們分別錄得年度虧損人民幣37.0百萬元、人民幣15.1百萬元及人民幣63.9百萬元。2023年經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)為人民幣31.5百萬元，而2024年及2025年經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)分別為人民幣66.3百萬元及人民幣107.3百萬元。我們的2024年虧損收窄並於2024年及2025年實現經調整淨利潤，這充分體現了盈利能力的持續改善。

在2024年，我們保持強勁增長勢頭，收入較2023年增長25.5%，主要由於雲資源用量及訂單處理服務收入增加。基於SaaS收入增長及運營效率提升(體現為銷售及營銷開支、行政開支以及研發開支佔收入百分比下降)，我們的2024年虧損收窄並錄得經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)。因此，我們2023年的淨虧損率為8.9%，而2024年淨虧損率及經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)則改善至2.9%及12.7%。另外，於往績記錄期間我們確認了巨大金額的可轉換可贖回優先股公平值變動，該等項目將在[編纂]後終止。於2024年及2025年，我們分別錄得可轉換可贖回優先股公平值虧損人民幣43.3百萬元及人民幣79.4百萬元。

此外，截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別錄得累計虧損人民幣1,876.6百萬元、人民幣1,891.7百萬元及人民幣1,955.6百萬元。截至上述日期的累計虧損主要源於過往年度產生的經營虧損。於2024年及2025年，隨著盈利能力改善，我們的累計虧損相應減少。受累計虧損及往績記錄期間以股份為基礎的付款影響，我們在往績記錄期間一直處於權益為負的狀態。基於充足的營運資金及健康的經營現金流，我們自2021年完成D輪融資後未再進行新的股權融資。可轉換可贖回優先股將由金融負債重新分類為權益，計及[編纂][編纂]淨額，我們預計將在[編纂]完成後實現權益轉正。

實現盈利的路徑

我們於2025年實現經調整淨利潤。展望未來，我們計劃主要通過以下方式提升長期盈利能力：(1)擴大關鍵客戶基礎；(2)維持客戶關係並提升客均價值；(3)擴大收入來源；及(4)管控開支並提升運營效率。隨著業務規模擴大及品牌影響力提升，我們預期將實現規模效應和網絡效應，從而以更具成本效益的方式獲取新客戶。同時，我們將持續擴大收入來源及提升運營效率並加強開支管控，進一步改善收入及盈利水平。

擴大關鍵客戶基礎

我們已培養出高消費力、高黏性及變現潛力巨大的優質關鍵客戶群。於往績記錄期間，我們的關鍵客戶數目大幅增加，截至2023年、2024年及2025年12月31日分別為801名、1,421名及1,689名，分別佔我們該等期間總收益的19.3%、29.9%及36.5%。於往績記錄期間，每名關鍵客戶的平均收益亦有所增加，於2023年、2024年及2025年分別為約人民幣102,600元、人民幣111,600元及人民幣123,300元。我們計劃持續擴大關鍵客戶基礎，以推動收入增長並實現長期盈利。於往績記錄期間，我們成功開拓包括互聯網原生電

業 務

商企業及傳統線下零售商在內的電商商家等新關鍵客戶群。我們將密切關注電商行業的發展動態，憑借在私域運營解決方案市場的領導地位和品牌認知，隨著私域運營解決方案市場的持續發展，我們將觸達全國更多新興垂直領域的私域運營解決方案市場。我們計劃透過結構化和以產業為中心的孵化模式以拓展關鍵客戶基礎，此舉涉及以系統化方式探索和滲透新的垂直領域。例如，我們已成功將此法應用於專業教育領域。我們的流程始於深入的行業調查，透過與客戶直接溝通以及參與行業論壇來建立基礎知識。隨後，我們與該垂直領域的領先標竿客戶合作，共同開發並驗證涵蓋其整個營運生命週期(從客戶獲取到客戶留存)的綜合解決方案。該等經過驗證的解決方案和行業洞察隨後會傳遞給我們的直銷團隊，以擴大在該領域的客戶獲取規模。最後，我們將對業界的深刻理解轉化為精準的行銷材料和銷售賦能工具，從而能夠透過多種管道有效地接觸潛在客戶。此「探索－驗證－交付」模式是我們垂直領域擴張的框架。

我們計劃擴大客戶基礎以提升盈利能力。由於我們的解決方案可適用於各類電商商家，我們無需針對不同垂直領域的電商商家進行重大定制化修改，因此預計不會為獲取不同垂直領域的電商商家而產生重大額外成本。此外，擴大關鍵客戶基礎有助於進一步提升品牌及市場認知，使我們能夠以更經濟高效的方式獲取關鍵客戶。具體而言：

- **持續優化解決方案。**依託可擴展的架構體系及豐富的開發工具包，我們已將一體化SaaS解決方案的功能模塊化。我們將持續優化解決方案以拓展並獲取更多關鍵客戶，同時保持與關鍵客戶的緊密溝通，及時洞察其業務需求及應用場景的演變並相應完善我們的解決方案。展望未來，我們將持續優化產品以緊跟市場及技術最新趨勢，從而保持競爭優勢。通過持續創新，我們將進一步優化解決方案，提升對關鍵客戶的吸引力、改善用戶體驗並驅動長期業務增長。
- **提升銷售及營銷能力。**我們始終致力於通過銷售營銷舉措及關鍵客戶口碑推薦的有機結合，實現可持續的業務擴張及高效地獲取關鍵客戶。展望未來，我們將通過強化品牌及市場認知來進一步提升營銷能力。一方面，我們計劃保留核心銷售營銷團隊並通過在職培訓優化人員專業技能。另一方面，我們將積極組織行業活動並與媒體夥伴合作，進一步提升一體化SaaS解決方案的知名度及品牌影響力。
- **憑藉競爭優勢把握市場增長機遇。**根據灼識諮詢報告，作為新興的營銷及客戶關係管理渠道，中國私域運營解決方案市場具有顯著增長潛力。根據同一資料來源，隨著眾多商家持續聚焦並投入私域建設，私域運營解決方案市場規模於2025年達人民幣137億元，預計到2030年將增長至人民幣253億元，複合年增長率為13.0%。作為率先佈局互動營銷新趨勢的行業先行者，我們已佔據

業 務

有利地位以把握這一重大市場機遇。根據灼識諮詢報告，按2025年收入計，我們位列中國交互型私域運營解決方案供應商第一名，私域運營解決方案供應商前三名。根據同一資料來源，以收益衡量，我們亦是往績記錄期間內中國前五大私域運營解決方案供應商中增長最快的。我們過往的成功主要源於以下競爭優勢：(1)我們的先發優勢；(2)以客戶為中心、功能廣泛的一體化解決方案；(3)強大的技術能力及研發支持；(4)高度可擴展且靈活的商業模式；(5)忠誠的優質客戶群；及(6)經驗豐富的管理團隊。請參閱「一競爭優勢」。我們相信，這些競爭優勢將持續構築我們的差異化壁壘，從而能夠推動一體化SaaS解決方案在多元化電商商家群體中的滲透率，把握巨大的市場增長機遇。

我們預計，關鍵客戶基礎的擴大將導致規模經濟效應持續提升，從而有助於改善整體盈利能力。

維持客戶關係並提升客均價值

於往績記錄期間，我們的收入幾乎全部來自SaaS業務，並在客戶留存及價值提升方面擁有經過驗證的成功記錄。我們的淨收入留存率持續增長並保持相對穩定，2023年、2024年及2025年分別為128.4%、117.0%及114.2%。淨收入留存率超過100%表明，相較於前一年度，我們在當年度不僅成功留住現有客戶，更實現來自該等客戶的收入增長。持續維持100%以上的留存率表示我們已於關鍵客戶群中成功拓展收入，表明我們能夠持續創造價值，從而鼓勵客戶隨著時間的推移增加在我們平台上的消費。這種經常性收入模式使我們能夠伴隨客戶的成功共同成長，並增強未來經營業績的可預見性。我們的總收入從2023年的人民幣415.1百萬元增長至2025年的人民幣607.9百萬元，複合年增長率為20.9%。

展望未來，我們將持續致力於客戶留存及價值提升。具體而言，我們將聚焦客戶成功及滿意度，通過提供全方位SaaS解決方案，助力客戶在日益激烈的運營環境中實現業務拓展。我們旨在通過升級客戶服務體系，增強與現有客戶的紐帶關係並提升用戶黏性。我們將通過線上線下協同支持，重點提升客戶需求響應的及時性及有效性，從而進一步優化客戶體驗並推動整體滿意度。為此，我們將加強現有團隊的專業培訓，並拓展客戶服務網絡覆蓋。此外，為進一步提升客戶消費，我們的產品開發路線圖著重加強與客戶核心營運流程深度整合的模組，從而提高轉換率和客戶留存率。我們的關鍵策略措施是引入全新的人工智慧功能，有關先進功能將以按需付費或訂閱模式提供，從而在提供的附加價值與客戶消費成長之間建立直接聯繫。

業 務

擴大收入來源

我們的收入主要來源於解決方案的訂閱費用，其次是與客戶所消耗雲端資源及透過我們解決方案促成交易GMV相關的雲端資源消耗費用及訂單處理費用。於往績記錄期間，我們的雲端資源消耗及訂單處理服務收入在絕對金額及總收入佔比方面均持續提升。2023年、2024年及2025年雲端資源消耗及訂單處理服務收入分別為人民幣68.0百萬元、人民幣131.9百萬元及人民幣190.6百萬元，佔同期總收入比例分別為16.4%、25.3%及31.4%。這一顯著增長與我們深化客戶變現的戰略成效相符。隨著客戶通過我們的一體化SaaS解決方案提升銷售與運營效率，其平均商品交易總額的大幅增長為我們創造了持續變現的基礎。

管控成本並提升運營效率

隨著業務規模的持續擴張，我們計劃主要通過降低銷售成本及經營開支來提升經營槓桿效應。有關銷售成本及經營開支的關鍵構成分析，請參閱「財務資料—影響我們經營業績的關鍵因素」。具體措施包括：

- **提升毛利率水平。**隨著業務持續增長，我們預期將受益於更顯著的規模效應及成本效率提升。這些改善預期將通過優化資源配置和完善內部流程實現。我們通過多元化收入來源和強化品牌認知，持續提升收入質量及利潤率穩定性。在2023年、2024年及2025年，我們的銷售成本分別為人民幣115.1百萬元、人民幣131.4百萬元及人民幣147.9百萬元，佔同期收入的比例分別為27.7%、25.2%及24.3%。據此計算，各期間毛利率分別為72.3%、74.8%及75.7%，這反映了我們在成本管理及盈利能力提升方面取得的持續進展。我們計劃通過持續拓寬收入基礎、深化客戶互動並發揮運營效率優勢，將銷售成本佔收入比例控制在合理水平。同時，我們將持續投入技術、人才及創新領域，進一步優化成本結構並增強利潤率韌性。通過這些戰略舉措，我們致力於維持穩定健康的毛利率水平，為長期發展提供堅實支撐。
- **提升銷售營銷投放效率。**我們的銷售及營銷開支(主要包括銷售營銷團隊人力成本)在總運營開支中佔比較高。我們將通過提升品牌及市場認知持續優化營銷效率。基於我們通過一體化SaaS解決方案為客戶創造的價值，我們還將通過培育客戶的付費意識及支付意願完善定價策略。此外，品牌及市場認知度的提升也助力我們實現更優的銷售營銷效率。於往績記錄期間，我們的銷售營銷效率持續改善，具體體現為銷售及營銷開支佔總收入比例從2023年的38.5%下降至2024年的29.4%，且進一步下降至2025年的29.0%。展望未來，我們相信憑藉口碑傳播效應及持續提升的品牌市場認知，我們能夠在維持現有銷售營銷投入水平的前提下實現客戶增長。

業 務

- **提升運營效率。**我們的其他主要成本構成包括研發開支及行政開支。在2023年、2024年及2025年，我們產生的研發開支分別為人民幣104.1百萬元、人民幣116.8百萬元及人民幣121.1百萬元，佔同期收入的比例約為25.1%、22.4%及19.9%；於2023年、2024年及2025年產生的行政開支分別為人民幣104.0百萬元、人民幣104.4百萬元及人民幣143.5百萬元，佔同期收入的比例約為25.0%、20.1%及23.6%。鑒於我們預計行政人員數量將保持相對穩定，且如前文所述收入將持續增長，我們相信行政開支佔總收入的比例將逐步下降。儘管在可預見的未來，隨著業務發展，我們預計研發開支及行政開支的絕對金額仍將增加，但由於規模效應及經營槓桿的作用，該等開支佔總收入的比例預計將逐步降低，這對我們的盈利能力將產生長期積極影響。技術基礎設施及研發能力的提升將促進跨業務部門協同，實現更高效的功能模塊化，並降低產品開發成本。

通過上述舉措，我們的盈利能力已實現顯著提升。此外，基於以下考量：(1) SaaS產品通常需要在產品開發及客戶獲取及留存方面投入大量初始投資以推動市場接受度，該等成本及開支在初期往往超過經常性收入流產生的利潤，導致出現虧損狀況；(2) 中國業務運營解決方案行業的發展前景；(3) 我們於2024年錄得經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)，且具備上述所述的歷史業務增長及旨在實現長期發展的擴張計劃；(4) 我們穩健的經營現金流；及(5) 上文詳述的我們為持續提升財務表現所實施的措施及計劃，董事認為本集團擁有可持續的業務模式。