
業 務

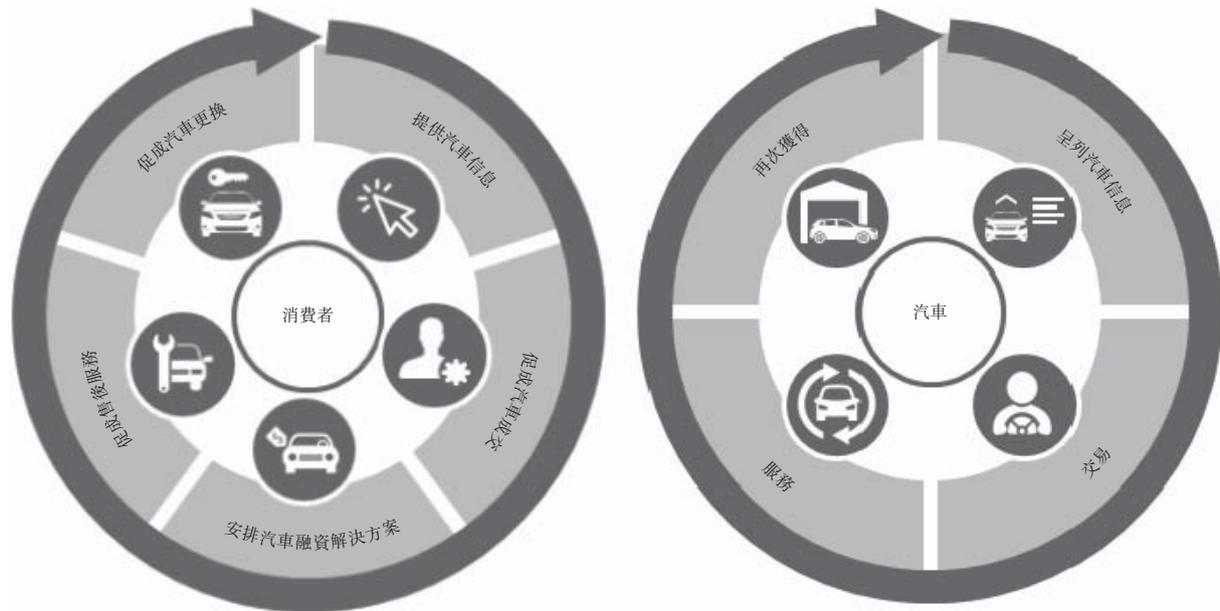
概覽

根據弗若斯特沙利文報告，按2016年的汽車零售交易輛次及金額計算，我們是中國最大的互聯網汽車零售交易平台。截至2016年12月31日止全年，我們促成逾190,000筆汽車零售交易，涉及的汽車總值逾人民幣180億元。憑藉我們的互聯網平台，我們經營的業務分為兩大分部：(i)交易平台業務，主要包含促成消費者汽車購買交易，促成我們的汽車融資合作夥伴向消費者提供汽車貸款，為汽車經銷商提供銷售車聯網系統等增值服務，為汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司提供廣告及會員服務；及(ii)自營融資業務，即主要透過融資租賃及經營租賃為消費者提供汽車融資解決方案。截至2016年12月31日止全年，我們的兩大業務分部共促成逾260,000筆汽車零售交易及汽車相關交易，涉及的汽車總值估計逾人民幣260億元。截至2017年6月30日止六個月，我們共促成約160,000筆汽車零售交易及汽車相關交易，涉及的汽車總值估計約人民幣160億元，交易輛次及金額較2016年同期分別增長87.6%及93.6%。

業務模式

我們利用互聯網汽車零售交易平台建立了由包括消費者、汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及售後服務供應商所共同參與的生態系統，為整個消費者汽車交易週期與汽車生命週期內的交易提供便利。

業 務



消費者汽車交易週期

- 我們相信使用我們平台的每名消費者一生中可能需要多次買賣汽車，從而為我們提供多次機會，將汽車交易週期內不同階段出現的交易變現。
- 消費者完成汽車交易後，我們會繼續透過客戶賬戶系統來加強與消費者的關係，以便在未來發起及促成汽車成交及服務。

汽車生命週期

- 我們相信在我們平台掛牌或交易的每輛汽車均可能在其生命週期內多次交易，從而為我們提供多次機會，將汽車生命週期內不同階段出現的交易變現。
- 完成汽車交易後，我們會繼續利用汽車賬戶系統追蹤目標汽車，以便在未來發起及促成汽車成交及服務。

兩大業務分部中，交易平台業務增速較快，但目前大部分收入來自自營融資業務。截至2017年6月30日止六個月，交易平台業務收入為人民幣3.211億元，貢獻總收入的20.7%，較2016年同期增長449.9%；自營融資業務收入為人民幣12億元，貢獻總收入的79.3%，較2016年同期增長209.6%。

自營融資業務主要包括融資租賃服務。倘根據租賃協議的條款及條件，標的資產的絕大部分風險及所有權回報轉讓予承租人，則我們將該租賃歸類為融資租賃。我們主要通過購車融資租賃向購車者以及通過汽車抵押融資向車主提供融資租賃服務。我們主要採用回租方式開展融資租賃服務。有關自營融資業務的討論，請參閱「業務 — 自營融資業務」。

我們互聯網平台的關鍵在於全渠道營運能力，無縫整合我們的線上渠道、交易服務團隊及汽車經銷商合作網絡中的經銷店，為消費者提供便捷豐富的汽車交易體驗。

業 務

- **線上渠道。**我們運營多個移動應用程序、移動站點及互聯網站點，方便消費者探尋汽車交易選項，並供業務合作夥伴有效接觸潛在消費者。2017年9月，我們的線上渠道有約5,100萬名每月活躍用戶，其中部分用戶提交了汽車交易或汽車相關交易需求，與該等需求相關的汽車總值估計約為人民幣900億元。
- **交易服務團隊。**我們的交易服務團隊對於線索轉化及服務消費者和業務合作夥伴至關重要。截至2017年6月30日，我們的交易服務團隊包括一個呼叫中心（有逾370名僱員，主要負責線索轉化及客戶支持工作）及線下服務團隊（有逾3,300名僱員，主要負責全國300多個城市的線下服務工作）。
- **汽車經銷商合作網絡。**我們與汽車經銷商網絡合作，以增加市場滲透率及擴大消費群體。該等經銷商均由第三方獨立擁有及運營。截至2017年6月30日，我們的汽車經銷商合作網絡由分佈在全國30多個省或同級區域的300多個城市中的逾15,000家經銷店組成，其中包括62家獨立運營的具有易鑫品牌特色的汽車經銷店，即易鑫品牌體驗店。該等易鑫品牌體驗店有統一的裝潢，為消費者提供標準的優質服務，有助我們加強與客戶的聯繫，更有效地促成交易。

業務分部

自成立以來，我們的業務分部組成不斷變化，因為我們一直致力於豐富及擴充自身的服務種類，以更好地服務消費者及業務合作夥伴。我們利用線上渠道的用戶訪問量，於2014年推出廣告及會員服務，是我們當年唯一的業務。然而，我們意識到汽車交易市場的機遇遠大於汽車廣告及會員服務市場的機遇。2015年第二季度起，我們開展自營融資業務，通過融資租賃產品為消費者提供融資服務。我們透過迅速發展的自營融資業務，快速建立了交易服務團隊，進一步擴大汽車經銷商合作網絡，積累數據分析及風險管理能力，我們相信該等因素與線上渠道一併為打造成功的互聯網汽車交易平台發揮了關鍵作用。成功的自營融資業務經營紀錄，為我們的交易促成及增值服務夯實基礎。因此，我們自2016年第二季度起擴充交易平台業務，提供交易促成及增值服務，從而進一步建設生態系統，滿足消費者汽車交易週期各階段的需求。目前，我們的兩個業務分部包括：

- **交易平台業務。**交易平台業務包括(i)交易促成及增值服務，包括(a)成交促成服務，其中我們主要向通過我們的平台完成交易的消費者或汽車經銷商收取服務費，(b)貸款促成服務，其中我們主要向借款的消費者或向消費者發放汽車貸款的銀行收取服務費，(c)增值服務，其中我們的收入主要來自向汽車經銷商銷售

業 務

車聯網系統；及(ii)廣告及會員服務，其中我們主要向在我們平台投放廣告的汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司收取廣告費，向汽車經銷商收取有關推廣服務的服務費，及向已訂購會員服務者收取會員費。

- *自營融資業務*。自營融資業務包括(i)融資租賃服務，其中我們主要自消費者賺取利息收入；及(ii)經營租賃服務，其中我們主要自消費者賺取租金收入。在此業務分部內，我們亦於2016年通過向汽車經銷商及租賃公司等機構買家銷售汽車產生重大收入，這些汽車是我們為鞏固與相關汽車製造商的關係並享受彼等更優惠的採購條款而向其指定的汽車經銷商購買的。隨著自營融資業務規模不斷擴大，2017年上半年汽車銷售收入大幅減少。

我們於往績記錄期間錄得大幅增長。總收入由截至2014年12月31日止全年的人民幣4,800萬元分別增至截至2015年及2016年12月31日止全年的人民幣2.713億元及人民幣15億元，複合年增長率為456.8%，並且由截至2016年6月30日止六個月的人民幣4.558億元增加240.4%至截至2017年6月30日止六個月的人民幣16億元。毛利由截至2014年12月31日止全年的人民幣4,100萬元分別增至截至2015年及2016年12月31日止全年的人民幣2.313億元及人民幣7.35億元，複合年增長率為323.3%，並且由截至2016年6月30日止六個月的人民幣2.231億元增加300.6%至截至2017年6月30日止六個月的人民幣8.939億元。經調整營業利潤由截至2014年12月31日止全年的人民幣210萬元分別增至截至2015年及2016年12月31日止全年的人民幣9,440萬元及人民幣1.506億元，複合年增長率為747.1%，並且由截至2016年6月30日止六個月的人民幣6,820萬元增加413.6%至截至2017年6月30日止六個月的人民幣3.502億元。經調整淨利潤由截至2014年12月31日止全年的人民幣380萬元分別增至截至2015年及2016年12月31日止全年的人民幣6,560萬元及人民幣9,970萬元，複合年增長率為413.5%，並且由截至2016年6月30日止六個月的人民幣3,330萬元增加684.2%至截至2017年6月30日止六個月的人民幣2.612億元。有關經調整營業利潤及經調整淨利潤的討論，請參閱「財務資料 — 非國際財務報告準則衡量方法」。

市場

2012年至2016年，按汽車零售交易輛次計算，中國汽車市場發展迅速。該交易輛次由2012年的1,780萬輛增至2016年的3,160萬輛，複合年增長率為15.5%。隨著中國的城鎮化進程及人均可支配收入增加導致的消費能力不斷提高，二手汽車零售交易輛次不斷增加及銷售渠道進一步擴展至較低級別城市，預期中國汽車市場將進一步增長。預期2021年汽車零售交易輛次將達4,500萬輛，2016年至2021年的複合年增長率為7.3%。

業 務

中國汽車行業的價值鏈呈「網絡化」趨勢。互聯網平台可擴大汽車零售交易市場對消費者的開放範圍、提升交易效率、促進更有效的供需配對及革新傳統交易過程。

中國互聯網汽車零售交易輛次由2012年的20萬輛增至2016年100萬輛，複合年增長率為60.3%。隨著互聯網和智能手機日益普及、線上服務多元化、消費者和商家認可度提升及汽車市場穩定發展，預期互聯網汽車零售交易市場將進一步增長。2021年互聯網汽車零售交易輛次預期將達540萬輛，2016年至2021年的複合年增長率將為39.2%。按交易輛次計算，我們於2016年互聯網汽車零售交易市場排名第一，市場份額為18.7%。

上述資料乃基於我們所委託編製的弗若斯特沙利文報告作出。有關中國汽車交易及相關服務業的討論，請參閱「行業概覽」。

價值定位

我們讓消費者與業務合作夥伴在廣闊的中國汽車零售交易市場中建立聯繫。我們相信，我們對消費者與業務合作夥伴的獨特價值定位一直並將繼續有助於我們取得成功。

對消費者的價值定位

我們認為自身對於消費者的吸引力主要源自以下服務特色。

- **選擇範圍廣。**透過我們的平台，消費者可獲得廣泛的產品及服務，包括截至2017年6月30日約36,000種新車車型、截至2017年6月30日止十二個月累計約500萬輛二手車庫存的價格及其他交易資料，及共計約40,000種融資條款組合的汽車融資解決方案。
- **透明度更高。**我們相信，全面、透明且可靠的汽車定價及其他交易資料有助增強消費者挑選汽車及與汽車經銷商溝通的信心水平，從而可快速高效地完成交易，提升整體客戶滿意度。
- **手續快捷。**我們利用專有數據分析技術，可迅速就消費者的融資申請作出信貸決定，以我們自身或業務合作夥伴的既有產品及服務有效配合消費者的交易需求。
- **一站式解決方案。**我們為消費者在汽車交易前、中、後的各項需求提供一站式解決方案，讓彼等可充分參與汽車交易週期的每個環節。

業 務

對業務合作夥伴的價值定位

我們認為業務合作夥伴選擇與我們合作的主要原因如下。

- **汽車製造商。**我們為汽車製造商提供有效的市場推廣渠道，彼等可於我們的平台提升品牌知名度及進行促銷活動。我們的消費群體龐大，加上使用專有數據分析，與傳統的消費者調查或其他營銷或售後反饋渠道相比，我們能為汽車製造商提供更可靠及時的消費者行為分析。
- **汽車經銷商。**汽車經銷商可通過經銷商網絡接觸更多客戶，故可從我們的廣告及會員服務、交易及貸款促成服務和信息技術支持系統獲益。透過利用我們提供或協助的汽車融資解決方案，汽車經銷商與該等客戶順利完成交易的機會亦大增。
- **汽車融資合作夥伴。**我們協助汽車融資合作夥伴(包括銀行及其他金融機構)接觸更多有意借款人。我們向彼等提供申請篩選、信用評估、還款管理及資產管理等各種服務，讓彼等發放貸款的金額均不斷提升。
- **售後服務供應商。**除可接觸我們廣大的消費群體外，售後服務供應商(如保險公司)亦可受惠於我們在整個汽車交易週期及融資有效期內全程跟進客戶的過程，而我們已成為向消費者推廣全年保險計劃及其他售後服務以及與消費者保持長期關係的天然便捷渠道。

優勢

我們認為以下優勢有助我們取得成功及從競爭對手中脫穎而出。

中國最大的互聯網汽車零售交易平台

根據弗若斯特沙利文報告，按2016年的汽車零售交易輛次及金額計算，我們是中國最大的互聯網汽車零售交易平台。截至2016年12月31日止全年，我們促成逾190,000筆汽車零售交易，涉及的汽車總值逾人民幣180億元。

我們相信，市場領先地位使我們享有重大競爭優勢。2017年9月，我們的線上渠道有約5,100萬名每月活躍用戶，其中部分用戶提交了汽車交易或汽車相關交易需求，與該等需求相關的汽車總值估計超過人民幣900億元。截至2017年6月30日，我們的汽車經銷商合作網絡有超過15,000家與我們有業務合作關係的經銷店，亦有超過220家金融機構(包括60多家銀行)在我們平台推廣車貸產品。我們享有規模優勢，能憑藉有競爭力的條款向消費者提供更多產品及服務選擇，亦能與業務合作夥伴協商獲取更有利條款，從而吸引更多消費者及業

業 務

務合作夥伴，增加交易量及收入，同時降低成本。我們亦善用規模優勢與市場領先地位開拓更多元化的資金來源（包括銀行借款及資產支持證券），透過建立多元化且平衡的資本架構為我們的業務增長提供資金。

汽車零售交易生態系統的中心

我們形成以消費者為中心的汽車交易生態系統，消費者、汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及售後服務供應商可透過這一生態系統更好地互動和交易，共同成長。我們為消費者設計了一個有更多選擇和更高透明度的交易環境，讓彼等更傾向在我們的平台完成交易。隨著消費群體不斷擴大，我們招攬更多業務合作夥伴，以豐富我們的產品及服務範圍，我們相信最終會讓消費者受惠。我們相信，倘消費者及業務合作夥伴滿意我們的平台體驗，彼等會更願意繼續駐留於我們的產業生態系統之中，我們便可繼續為彼等於日後的交易中服務。這一端到端的汽車零售交易生態系統已形成自我強化的良性循環並增加了用戶忠誠度。

我們相信，消費者一生中會進行多次汽車交易，而在汽車的生命週期中，其所有權亦會多次易手，均會帶來眾多可讓我們變現的業務機會。我們為每名曾使用我們平台服務的客戶建立及維持客戶賬戶系統，方便管理客戶資料及維持與客戶的關係，另外亦設有汽車賬戶系統，記錄通過在我們平台上交易或用戶主動提供的每輛汽車的車輛識別碼。截至2017年6月30日，我們的平台共有逾500萬個註冊客戶賬戶。我們的賬戶系統及一站式解決方案令我們能為客戶提供更好的服務，從而提升營運效率，創造更多變現機會。

一體化全渠道營運能力

我們的線上渠道、交易服務團隊及汽車經銷商合作網絡真正融為一體。消費者因自身交易需求通過線上渠道及汽車經銷商合作網絡到訪我們的平台。部分消費者直接致電聯繫我們或經銷店，而我們亦跟進在平台留言問詢的其他消費者。我們的交易服務團隊包括呼叫中心（有逾370名僱員，主要負責跟進消費者問詢及客戶支持工作）及線下服務團隊（有超過3,300名僱員，主要負責為消費者提供線下服務工作以促成交易）。我們的線下服務團隊與我們的汽車經銷商合作網絡緊密合作，該等汽車經銷商合作網絡由逾15,000家經銷店組成，包括62家獨立運營的易鑫品牌體驗店。該等經銷店讓我們能滿足消費者查驗汽車的需求，這一點對完成交易起關鍵作用，因為我們相信僅於線上顯示汽車資料不足以滿足客戶需求，因而不大可能促成交易。完成交易後，線上渠道、交易服務團隊與汽車經銷商合作網絡會繼續合作發起及促成未來汽車交易。

我們通過為消費者提供選擇範圍廣、透明度更高、手續快捷及一站式解決方案的服

業 務

務，為傳統汽車零售交易市場提升價值。我們的一體化全渠道營運能力優勢既為消費者提供順暢快速的交易體驗，亦提高業務合作夥伴的交易成功率，這對我們平台的成功至關重要。

高效的信息技術基礎設施

我們的信息技術基礎設施支撐及整合我們的消費者及汽車賬戶系統(用於數據分析)、業務合作夥伴管理系統(用於交易管理)和信用風險管理系統(用於欺詐檢測及信用評估)。

消費者及汽車賬戶系統在汽車交易前、中、後提供服務，有助於加強我們與消費者的關係，讓我們更深入了解消費者，提高銷售及營銷表現。

業務合作夥伴管理系統連接我們的業務合作夥伴，確保從消費者導流、申請資料收集及篩選到交易執行的手續快捷精簡。

信用風險管理系統讓我們迅速篩查及分析數據，進行高效的欺詐檢測及信用評估。

強大的數據分析能力

我們強大的數據分析能力推動着業務及平台的發展。隨著用戶群及交易產生大量數據，超過380名數據專家組成的數據分析團隊共同開發了高級專有算法，作我們業務的關鍵基礎，從而提高銷售及營銷表現、加快交易過程並提高交易成功率以及完善信用風險管理。截至2017年6月30日，30日以上、90日以上及180日以上逾期率分別為0.89%、0.51%及0.23%，我們相信該等逾期率低於行業平均水平。有關資產質量的討論，請參閱「風險管理及內部控制—信用風險管理—資產質量資料」。隨著我們的業務、用戶群及數據規模不斷增長，我們亦致力持續提升專有數據分析能力，在維持消費者數據安全標準的同時優化業務及決策流程。

富有遠見且經驗豐富的管理團隊

我們的管理團隊富有遠見，在互聯網、汽車及金融行業擁有深厚的營運經驗及豐富的專業知識，將帶領我們繼續於互聯網汽車零售交易市場開拓創新。

我們的主席兼首席執行官張序安先生擁有逾15年互聯網、汽車及金融行業經驗，身兼易車總裁，於易車的業務營運和融資活動擔當重任。我們的首席運營官姜東先生加入本公司前曾擔任廣匯汽車服務副總裁，擁有約15年中國汽車行業經驗。首席財務官劉曉鈺女士加入本公司前曾擔任奇虎360的首席戰略官，擁有逾13年互聯網及金融行業經驗。

業 務

我們相信，管理團隊於各行各業的豐富專長有助推動我們在汽車零售交易平台上的創新，讓我們善用各種資源，提供一流汽車服務。

策略及[編纂]

我們將執行以下策略以進一步擴展我們的業務。

擴大我們的消費群體

消費群體是我們業務發展的核心基石，因此我們在執行各項策略時均以獲取消費者為優先目標。

我們會繼續推行全渠道獲取消費者的策略。我們計劃改進移動應用程序、移動站點和互聯網站點，以增加我們的用戶流量，我們亦將積極拓展汽車經銷商合作網絡和線下服務團隊的地域覆蓋，擴展至中國較低級別的城市，激活當地居民需求。

我們計劃通過市場推廣活動持續提升品牌知名度，並設計和開發更多創新產品及服務，讓客戶選擇更豐富。我們在2017年2月推出個人合約購買服務「開走吧」，主要針對有良好工作前景和收入潛力的年輕消費者，為彼等提供以零首付或低首付及低月供來提早購買汽車的機會。

我們亦計劃利用我們的數據分析能力，來進一步提高服務質量及增加服務範圍，以提升線索轉化率，亦通過更全面深入地參與消費者的汽車交易週期，來提高每一消費者的平均終生價值。

增強我們的生態系統

我們將持續提升面對消費者與業務合作夥伴的價值定位，以增強我們的汽車零售交易生態系統。

除優先改善平台的消費者體驗外，我們亦計劃加強與業務合作夥伴的合作。我們將向汽車製造商及汽車經銷商宣傳我們的數據分析能力，以便為彼等提供更準確的消費者行為預測及更高效的銷售及營銷。我們將繼續為汽車融資合作夥伴提供滿意的信用風險管理服務並協助彼等向消費者推廣產品，從而贏取合作夥伴的信任。我們將繼續創新發展與保險公司的關係，開拓與其他售後服務供應商合作的機會。

我們計劃與更多汽車製造商尋求合作機會，擴大汽車經銷商合作網絡(特別是獨立運營的易鑫品牌體驗店)的地理覆蓋，與更多銀行及其他金融機構發展貸款促成服務，與更多保險公司及其他售後服務供應商合作。我們亦定期評估發展生態系統的機遇，引入新的潛在參與者以激發更多協同效應及交易機會。

業 務

我們擬服務及激勵消費者與業務合作夥伴繼續留在我們自我強化的生態系統中，旨在以穩健的資產負債表及可控的信用風險敞口在快速增長的汽車零售交易市場中把握機遇。

進一步提高我們的技術實力

技術實力是我們主要增長動力之一，因此我們致力不斷完善我們的信息技術系統及提升數據分析能力。

我們會繼續完善消費者及汽車賬戶系統、業務合作夥伴管理系統、信用管理系統，亦將開發其他系統以提高我們的營運效率。隨著用戶群不斷擴大且交易持續增加，我們亦打算繼續著重完善我們的專有數據分析算法，包括人工智能、深度學習技術等，更準確地評估消費者信用風險並提高銷售及營銷效率。

尋求戰略聯盟、投資及收購機會

我們除了繼續通過有機增長擴大業務，亦可能在合適機會出現時，評估並有選擇地把握汽車價值鏈中組成戰略聯盟、投資及收購的機會，以完善及補充現有產品、服務和策略。透過爭取這樣的機會，我們可優化人才隊伍，增加產品及服務種類，接觸更廣泛的消費群體，加強與業務合作夥伴的關係，並提升數據分析的能力和技術。

我們可能投資或收購汽車價值鏈上與我們互補的業務，包括：(i)擴大我們消費群體的業務；(ii)擴展我們汽車經銷商合作網絡並加強與業務合作夥伴關係的業務；(iii)提供可能會對我們的現有業務經營產生協同效應的服務的業務；(iv)擁有先進數據分析及技術能力的業務；或(v)持有可能對我們有利及具協同效應的特定行業的牌照或許可證的業務。截至最後實際可行日期，我們並無物色到任何潛在收購目標，亦無就潛在收購持續磋商。

業務

我們主要透過擴展服務及增加線上流量和線下痕跡發展業務。我們於2014年僅提供廣告及會員服務，於2015年第二季度擴展至自營融資業務，於2016年第二季度進一步擴展至交易促成及增值服務。有關我們業務分部變動的簡述，參閱「概要 — 概覽 — 業務分部」。我們亦致力提升全渠道營運能力，促進各業務分部的全面發展。我們專注透過開發移動應用程序、移動站點和互聯網站點、推廣品牌及獲取線上流量，以增加線上流量。2017年9月，我們線上渠道的每月活躍用戶增至約5,100萬名，其中部分用戶提交了汽車交易或汽車相關交易需求，與該等需求相關的汽車總值估計約為人民幣900億元。我們亦致力擴大區域範圍。截至2017年6月30日，我們的汽車經銷商合作網絡由分佈在全國30多個省或同級區域的

業 務

300多個城市中的逾15,000家經銷店組成，其中包括62家獨立運營的易鑫品牌體驗店。我們的業務發展取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。截至2017年6月30日，我們在全國擁有4,633名僱員，大部分處於銷售及營銷、風險管理及研發崗位。

下表載列所示期間交易平台業務分部及自營融資業務分部的各類服務以絕對金額及佔總收入百分比呈列的收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2014年		2015年		2016年		2016年		2017年			
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%		
	(未經審計)											
	(千元，百分比除外)											
收入												
交易平台業務												
交易促成及增值服務	—	0.0%	—	0.0%	12,825	0.9%	—	0.0%	132,916	8.6%		
廣告及會員服務	47,990	100.0%	205,814	75.9%	199,327	13.4%	58,397	12.8%	188,225	12.1%		
小計	47,990	100.0%	205,814	75.9%	212,152	14.3%	58,397	12.8%	321,141	20.7%		
自營融資業務												
融資租賃服務	—	0.0%	65,461	24.1%	767,250	51.6%	200,672	44.0%	1,083,813	69.9%		
經營租賃服務	—	0.0%	—	0.0%	12,223	0.8%	4,213	1.0%	31,811	2.0%		
其他 ⁽¹⁾	—	0.0%	—	0.0%	496,272	33.3%	192,529	42.2%	114,643	7.4%		
小計	—	0.0%	65,461	24.1%	1,275,745	85.7%	397,414	87.2%	1,230,267	79.3%		
總計	47,990	100.0%	271,275	100.0%	1,487,897	100.0%	455,811	100.0%	1,551,408	100.0%		

附註：

- (1) 包括汽車銷售收入及其他收入。分部劃分詳情請參閱「附錄——會計師報告——II.歷史財務資料附註——5.分部資料」。汽車銷售收入的討論請參閱「業務——自營融資業務——汽車銷售收入」。

截至2017年6月30日止六個月，我們從互聯網渠道獲得合共約700萬條線索，完成約16萬筆汽車零售交易及汽車相關交易，線索轉化率約為2.3%。此外，我們兩個業務分部於2017年上半年簽訂的所有業務合同之中，2017年上半年確認的交易平台業務所涉業務合同收入佔2017年上半年簽訂的所有相關業務合同收入的45.2%。

交易平台業務

我們已建立端到端汽車零售交易生態系統，並在策略上搶佔中心地位，以便經營交易平台業務。我們有效匹配消費者與業務合作夥伴的需求並促成汽車成交及汽車相關交易，為雙方創造價值。

交易平台業務包括交易促成及增值服務和廣告及會員服務。截至2017年6月30日止六個月，我們的交易促成及增值服務促成超過60,000筆汽車零售交易及汽車相關交易。截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度和截至2017年6月30日止六個月，交易平台業務收入約為人民幣4,800萬元、人民幣2.058億元、人民幣2.122億元及人民幣3.211億元，分別佔總收入約100.0%、75.9%、14.3%及20.7%。

業 務

我們不時調整業務以滿足消費者及業務合作夥伴的需求。2014年及2015年，我們的所有交易平台業務由廣告及會員服務構成。自2016年第二季度起，我們開始實施成交促成及貸款促成服務計劃。2017年，我們透過提供增值服務進一步豐富生態系統。我們的綜合交易促成及增值服務包括成交促成、貸款促成和增值服務。截至2017年6月30日止六個月，交易促成及增值服務和廣告及會員服務的收入分別佔總收入的8.6%及12.1%。由於我們將集中投放更多資源發展交易促成及增值服務和廣告及會員服務，預計該等服務的收入佔總收入的百分比會增加。

業務	角色	收入來源
交易促成及增值服務		
成交促成服務	促成消費者買賣汽車，主要包括安排： <ul style="list-style-type: none"> • 現場驗車及試駕； • 汽車融資解決方案； • 提供定價參考；及 • 保險計劃。 	服務費： <ul style="list-style-type: none"> • 來自汽車經銷商或消費者。
貸款促成服務	促成汽車融資合作夥伴向消費者發放汽車貸款，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 獲取借款人； • 收集及篩選貸款申請； • 評估信用； • 管理貸款；及 • 管理汽車資產。 	服務費： <ul style="list-style-type: none"> • 來自借款的消費者或汽車融資合作夥伴。
增值服務	為汽車經銷商提供車聯網系統。	銷售收入。
廣告及會員服務		
廣告服務	為汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司提供廣告服務。	廣告費。
	為汽車經銷商提供推廣服務。	服務費。
會員服務	主要為銷售二手車的汽車經銷商提供會員服務。	會員費。

交易促成及增值服務

我們的綜合交易促成及增值服務包括成交促成、貸款促成和增值服務。

業 務

2016年第二季度，我們開始提供交易促成及增值服務，收入和收入貢獻比重快速增加，且預計會繼續增加。截至2016年12月31日止全年及截至2017年6月30日止六個月，交易促成及增值服務的收入分別為人民幣1,280萬元及人民幣1.329億元，分別佔總收入的0.9%及8.6%。

成交促成服務

我們向消費者提供成交促成服務，幫助消費者買賣汽車。

購車支持

我們自2016年11月開始提供購車支持服務，特別為購買二手車的消費者服務。基於行業經驗，我們相信，消費者對二手車交易有相當大的支持及服務需求。潛在二手車消費者可能更擔心二手車存在車況紀錄未有詳細顯示的隱藏問題和狀況，但通常缺乏發現此類問題和狀況所需的專業知識、時間或資源，以避免意料之外的交易後維修成本或其他額外支出。我們能夠提供各類服務以滿足消費者的需求。

我們的交易服務團隊與汽車經銷商合作網絡中的經銷店密切合作提供購車支持服務並專注於線索轉化。消費者可以通過多種途徑體驗我們的服務，包括直接或透過與我們合作的其他平台間接瀏覽我們的移動應用程序、移動站點或互聯網站點、留下聯繫資料、致電呼叫中心或經銷店、前往汽車經銷商合作網絡中的經銷店，上述均可稱為線索。

消費者有意購買我們或我們業務合作夥伴於移動應用程序、移動站點或互聯站點展示的特定汽車存貨時，可直接聯繫呼叫中心或透過我們生成的臨時電話號碼聯繫展示上述汽車存貨的經銷店。消費者亦可在我們的平台留下電話號碼等聯繫資料，我們的呼叫中心會致電消費者跟進。呼叫中心透過初步交談了解消費者的交易目標和要求後，會基於消費者的地理偏好及符合消費者所需的產品庫存情況自線下服務團隊抽派一名服務顧問負責跟進。服務顧問會及時聯繫消費者，並與汽車經銷商合作網絡內的相關經銷店協調安排現場驗車或試駕。

另外，消費者瀏覽我們或其他業務合作夥伴於線上渠道展示的信息後或在並無上網調查的情況下，均可直接前往汽車經銷商合作網絡中的經銷店諮詢汽車交易。倘消費者對汽車融資解決方案等其他服務有興趣，經銷店會聯繫我們對接該經銷店的線下服務團隊。線下服務團隊會抽派一名服務顧問為消費者提供協助。

服務顧問陪同消費者進行交易的同時，我們可更多了解消費者的需求，亦可提供現

業 務

場驗車、試駕、第三方定價參考、汽車融資及保險計劃安排等其他服務，有助促成交易。

我們的購車支持服務按完成的交易額及進行交易的區域向汽車經銷商或消費者收取固定服務費。該服務費率通常介於1%至5%。

售車支持

我們提供售車支持服務滿足車主的置換需求。我們的汽車經銷商合作網絡是消費者置換二手車的一個天然市場。此外，我們與第三方二手車拍賣平台合作，為消費者提供可能較傳統經銷商市場更為有效的售車渠道。

消費者如欲在我們平台買賣二手車，通常須先在線諮詢，選擇由汽車經銷商或第三方二手車拍賣平台或兩者與其聯繫。根據消費者的選擇，我們隨後將此線索轉交汽車經銷商合作網絡的經銷商或第三方二手車拍賣平台或兩者跟進。

我們的轉介售車支持服務按完成的交易額及進行交易的區域向汽車經銷商收取固定服務費。該服務費率通常介於1%至5%。

貸款促成服務

我們於2016年4月推出貸款促成服務，透過我們的互聯網平台促進汽車融資合作夥伴向消費者提供汽車貸款，作為自營融資業務的補充。貸款促成服務所需資金通常少於自營融資業務且可加強我們滿足消費者對更多汽車融資解決方案需求的能力。透過自營融資業務，我們已累積強大的數據分析及風險管理能力及建立成功的生態系統，為我們與銀行合作提供貸款促成服務夯實基礎。

截至最後實際可行日期，我們主要與三家銀行合作提供貸款促成服務。我們計劃利用我們龐大的汽車融資合作夥伴基礎進一步擴充貸款促成服務。截至2017年6月30日止六個月，我們促成汽車貸款合共約人民幣7,600萬元，其中我們為上述部分汽車貸款的償還提供擔保。我們於2017年6月停止就貸款促成服務提供擔保。自2017年3月起，本集團關連人士大連融鑫一直為我們提供貸款促成服務的若干汽車貸款提供擔保服務。提供擔保安排的變動反映我們借助專業擔保公司進一步減低貸款促成服務整體風險的業務策略。大連融鑫有關我們貸款促成服務的擔保討論請參閱「關連交易 — 全面豁免持續關連交易」。

對消費者而言，選擇合適的融資方案通常是第一步。我們相信消費者確定融資方案後，選擇汽車及作出購車決定或會更為果斷。對我們而言，貸款促成服務是我們為汽車融

業 務

資合作夥伴提供的廣告服務的自然升級，亦是我們自營融資業務的自然擴展，體現我們的全渠道運營能力。

我們在發放貸款的前中後期為汽車融資合作夥伴提供貸款促成服務。視乎與汽車融資合作夥伴所訂立安排的性質，我們提供以下任何一項或多項促成服務。

- **獲取借款人。**除互聯網平台外，我們透過交易服務團隊與汽車經銷商合作網絡合作，為汽車融資合作夥伴獲取有意借款人。我們的線下服務團隊與汽車經銷商合作網絡的汽車經銷商銷售人員會盡力推廣及交叉銷售現有產品及服務，包括汽車貸款。有關與汽車經銷商合作網絡合作獲取客戶的討論，請參閱「銷售與營銷—面向消費者的市場營銷」。
- **收集申請資料。**倘消費者選中我們其中一名汽車融資合作夥伴的特定產品，我們的線下服務團隊會為汽車融資合作夥伴收集申請人的資料及證明文件，再提交予汽車融資合作夥伴。
- **篩選申請。**應汽車融資合作夥伴要求，我們會借助專有數據分析能力，初步篩查借款人的身份、背景及整體信譽。
- **評估信用。**應汽車融資合作夥伴要求，我們會按汽車融資合作夥伴制定的政策及標準，為汽車融資合作夥伴進行全面的信用評估，再提呈評估結果。汽車融資合作夥伴會獨立進行信用評估並作最終信貸審批決定。
- **發放貸款。**批准貸款申請後，汽車融資合作夥伴會即時知會我們。我們會協調借款人及汽車融資合作夥伴簽立必要的貸款文件，然後汽車融資合作夥伴會即時將貸款金額匯至我們控制的相關賬戶，並授權我們向相關汽車經銷商放款以完成交易。
- **管理還款。**汽車融資合作夥伴可選擇讓借款人直接向彼等還款或透過我們還款。如選擇透過我們還款，汽車融資合作夥伴則授權我們代其接收借款人的每月還款，並將所得款項匯給汽車融資合作夥伴。
- **管理汽車資產。**貸款期內，我們積極監察各項貸款的還款進度，如出現任何拖欠還款情況，會即時採取措施。應汽車融資合作夥伴要求，如出現拖欠還款或發現任何異常行為，我們會為汽車融資合作夥伴提供貸後監察、催收逾期付款等汽車資產管理服務。

有關我們信用評估能力的討論，請參閱「— 風險管理及內部控制 — 信用風險管理」。

業 務

我們主要按所發放每筆貸款的事先協定百分比(通常介於3%至7%)向汽車融資合作夥伴收取服務費，具體須視乎我們過去在貸款促成過程中所提供各項服務的範疇及複雜程度而定。接下來，我們計劃繼續創新貸款促成服務，亦可能實施新的收費安排，包括向消費者收取服務費。

增值服務

我們於2017年第二季度開展增值服務以鞏固交易平台業務。截至最後實際可行日期，增值服務主要包括銷售車聯網系統，從而產生銷售收入。汽車融資解決方案對消費者汽車交易日益重要。為增加銷量，汽車經銷商一般會應汽車融資供應商要求購買車聯網系統安裝於融資購買的汽車上，用於融後資產管理。我們自2017年第二季度開始向汽車經銷商提供此項增值服務，進一步加強與彼等關係。我們整合各汽車經銷商對此等車聯網系統的需求並與相關供應商簽訂框架協議，從而使我們可以具競爭優勢的成本購買車聯網系統。截至2017年6月30日，我們的車聯網系統庫存不多。我們認為，由於向汽車經銷商出售車聯網系統前，我們通常只是將該等系統作為資產負債表內的庫存短暫持有，因此我們持有所購買車聯網系統的庫存風險不大。

廣告及會員服務

自成立以來，我們一直提供廣告及會員服務。我們的廣告及會員服務通常以交易為主。廣告服務的客戶主要包括汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司，我們認為彼等是為了在我們的線上渠道及汽車經銷商合作網絡促成新車及二手車交易。我們會員服務的客戶基礎主要包括銷售二手車的汽車經銷商。有關我們與易車之間業務劃分的討論，請參閱「與控股股東的關係 — 獨立於控股股東 — 經營獨立性 — 本集團與易車集團之間業務活動的明確劃分」。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們的廣告及會員服務收入分別為人民幣4,800萬元、人民幣2.058億元、人民幣1.993億元及人民幣1.882億元，分別佔我們總收入的100.0%、75.9%、13.4%及12.1%。我們於2015年擴大廣告及會員客戶群，涵蓋汽車融資合作夥伴，因此2014年至2015年廣告及會員服務收入增長328.9%。我們專注於發展自營融資業務，因此2015年至2016年廣告及會員服務收入保持相對穩定。2017年上半年，廣告及會員服務收入增長222.3%，主要是由於廣告服務促銷活動增多。

廣告服務

我們在自身平台上向汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司等業務合作夥伴提供廣告服務。

業 務

我們在移動應用程序、移動站點和互聯網站點投放廣告並組織促銷活動，從而通過豐富的媒體廣告實現廣泛的用戶互動。我們平台的訪客一般會搜索有關汽車的詳細交易資料，很可能對汽車交易有興趣。因此，我們的平台專門為業務合作夥伴廣告商投放以交易為主的線上廣告及促銷活動。我們能為客戶實現高性價比及精準的廣告效果，例如針對特定地區的消費者或向有意消費者推送特定車型或同類車型。2017年第二季度，我們再度增加促銷活動，包括為目標汽車經銷商舉行促銷活動及為特定汽車品牌產品提供規劃、設計及舉行促銷活動的服務以提升其銷量。

透過廣告管理系統，業務合作夥伴廣告商將能夠根據我們的規範要求、審核及管理上傳廣告。系統會將我們的相關廣告植入移動應用程序、移動站點和互聯網站點上的適當數字內容，以使廣告更易於瀏覽。我們亦於經銷店或全國各城市的其他地方組織促銷活動。我們相信，隨著我們的規模不斷擴大，加上全面的產品及服務供應，我們平台上的廣告版面對業務合作夥伴廣告商會更具吸引力。

我們的數據分析實力加強了我們對平台上消費者特徵的深入了解，有助我們向有需要的目標訪客精準呈現內容，藉此我們亦可準確評價並有效利用我們的廣告版面。因此我們的數據分析實力和所形成的見解令我們的廣告服務更準確有效。我們亦向控股股東提供數據分析服務，從中獲得收入。

我們的線上廣告費主要按每次展示時長計算。根據每次展示時長，我們按在協定的預定時段內發放的相關廣告展示時長收取廣告費。我們視乎該等經銷商的需求就促銷活動向汽車經銷商收取預先商定的服務費。

會員服務

我們亦在平台向汽車製造商及汽車經銷商提供會員服務。我們的會員服務經由移動應用程序、移動站點和互聯網站點為中國的汽車製造商會員及經銷商會員提供基於SaaS的綜合數字營銷解決方案。我們認為基於SaaS的數字營銷解決方案直觀且人性化，會員可創建自身的線上展廳、羅列定價及促銷信息、提供聯絡資料、刊登廣告及管理消費者關係。

我們就上述會員服務根據不同的服務包分幾個等級收取會員費。服務包通常包括為會員而設的為期一年的推廣服務。

針對汽車製造商會員及經銷商會員的標準增值服務模塊包括以下各項：

- **展示服務。**汽車製造商會員及經銷商會員通過我們的展示服務將可接觸更多消費者。我們將汽車製造商會員及經銷商會員的定價和促銷信息刊登在移動應用

業 務

程序、移動站點和互聯網站點上，並附上使用我們網站建設服務開發的線上展廳鏈接。

- **網站建設服務。**汽車製造商會員及經銷商會員可使用我們的網站建設服務從我們預先設計好的網站模版中選擇彼等偏好的網站模版，並上傳定價、促銷及聯絡信息和庫存信息等自身數字內容，從而快速建立自身的線上界面。使用我們網站建設服務開發的線上界面亦具備允許消費者與會員線上互動的功能，例如互動調查、交易興趣指示及線上問答。
- **廣告工具。**汽車製造商會員及經銷商會員可基於彼等專門預先設計好的材料及模版有效設計及創建線上廣告。廣告工具使先前線上創建的廣告易於定製、編輯及佈局。

自營融資業務

除交易平台業務外，我們亦經營自營融資業務，包括融資租賃服務及經營租賃服務。截至2017年6月30日止六個月，我們的自營融資業務完成約14萬筆汽車零售交易及汽車相關交易。我們的自營融資業務始於2015年6月，隨後快速發展成我們目前最大的業務分部（按收入計）。截至2015年及2016年12月31日止各年度和截至2017年6月30日止六個月，自營融資業務的收入約為人民幣6,550萬元、人民幣13億元及人民幣12億元，分別佔總收入的24.1%、85.7%及79.3%。

倘根據租賃協議的條款及條件，標的資產的絕大部分風險及所有權回報轉讓予承租人，則我們將該租賃歸類為融資租賃。倘根據租賃協議的條款及條件，我們（作為出租人）保留標的資產的絕大部分風險及所有權回報，則我們將該租賃歸類為經營租賃。我們於2015年6月推出融資租賃服務，其後於2016年2月推出經營租賃服務，又於2017年2月啟動服務於工作前景及收入潛力良好的年輕人需求的個人合約購買服務「開走吧」。

截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們融資租賃服務的收入分別佔總收入的24.1%、51.6%及69.9%。我們的經營租賃服務（包括「開走吧」）仍然處於經營初期階段，但2017年上半年錄得大幅增長。截至2016年12月31日止全年與截至2017年6月30日止六個月，我們銷售汽車所得收入分別佔總收入的31.8%及6.7%，預計未來會減少。

我們認為，自營融資業務（尤其是融資租賃服務）大幅增長主要是由於互聯網汽車零售交易市場持續快速增長及中國汽車消費融資的受歡迎程度及滲透率增加所致。有關中國互聯網汽車零售交易市場及汽車消費融資服務的討論，請參閱「行業概覽 — 中國汽車行業概覽」。與汽車金融公司（多數隸屬於特定的汽車製造商，且通常僅為部分汽車製造商製造

業 務

的少數車型提供貸款)相比，我們為消費者提供選擇範圍廣、透明度更高、手續快捷及一站式解決方案，因此我們的全渠道營運能力對自營融資業務的快速增長至關重要。與信貸審批程序通常更費時的銀行相比，我們為消費者提供更多汽車品牌及車型。我們利用自身數據驅動風險控制系統，在不影響風險控制水平的情況下向消費者提供更快流程及靈活性選擇。與銀行及汽車金融公司相比，我們融資租賃產品的利率及年期更有市場競爭力。

下表載列我們的自營融資業務、角色及收入來源概要。

業務	角色	收入來源
融資租賃服務	提供融資租賃服務給 <ul style="list-style-type: none">購車者(透過購車融資租賃)，車主(透過抵押融資)，及汽車經銷商(透過庫存融資)。	分期付款。
經營租賃服務	透過以下方式向消費者提供經營租賃服務 <ul style="list-style-type: none">個人合約購買，及傳統經營租賃服務。	租金付款。

融資租賃服務

我們主要向消費者提供購車融資(包括車輛置換融資)及汽車抵押融資方面的融資租賃服務。我們過往亦不時向汽車經銷商就其存貨融資提供融資租賃，但2017年上半年有關服務的規模不大。

消費者體驗方面，我們認為我們貸款促成服務所促成的第三方汽車貸款與我們直接提供的消費者融資租賃之間差別不大，惟選擇我們融資租賃服務的消費者毋須與銀行及其他金融機構打交道。

信用風險管理是我們融資租賃服務的重心之一。我們自2015年第二季度起提供融資租賃服務，歷史有限，且大部分融資租賃合約訂立時間較融資租賃服務的平均期限短。我們將數據分析能力應用於我們的反欺詐系統及信用評分系統，協助信用審核程序。我們的信用風險管理方法取決於對消費者、汽車及其他相關事宜之資料的評估。

評估汽車剩餘價值是我們信用風險管理的重要組成部分。我們利用專有數據分析能力及外部資源評估汽車的剩餘價值及釐定融資租賃服務的價格。我們與精真估及優約等主要第三方二手車估值服務供應商合作，結合新車的過往售價、同樣或相似新車型的目前售

業 務

價、潛在降價、同樣或相似二手車的目前售價、相關二手車交易及註冊的城市或區域、季節性影響、二手車的規格、狀況及里程等多重因素設計及開發估值及定價模式。新車及二手車的潛在降價及當地政府對城際或省際轉讓二手車的若干現有限制均會影響估值及定價模式。從第三方二手車估值服務供應商獲得二手車參考價後，我們將採用該等參考價，加上從我們自營交易平台及控股股東易車等其他外部資源收集的相關定價數據，運用專有分析算法得出剩餘價值評估及定價結果。我們相信我們的專有數據分析能力和領先的估值及定價資源令我們在融資租賃市場具有競爭優勢。有關新車的潛在降價及中國監管環境對城際或省際汽車轉讓造成的風險及影響之討論，參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 汽車抵押品的剩餘價值大幅減少或會降低我們應收融資租賃款的可收回程度，可能對我們的經營業績有重大不利影響。」。

我們根據業務性質及行業慣例按逾期率評估應收融資租賃款的質量。截至2017年6月30日，我們的30日以上逾期率、90日以上逾期率及180日以上逾期率分別為0.89%、0.51%及0.23%。我們過往逾期率及其他資產質量資料未必反映我們未來的逾期率及其他資產質量資料。我們根據應收融資租賃款淨額的現時表現估算逾期應收融資租賃款撥備。我們認為我們已為潛在信用損失計提充足撥備。截至2017年6月30日，我們的逾期30日以上撥備覆蓋率、逾期90日以上撥備覆蓋率及逾期180日以上撥備覆蓋率分別為17.6%、30.7%及68.0%。我們會持續監控融資租賃資產組合的資產質量變動並因應業務及融資租賃資產組合的發展相應調整撥備水平。有關信用風險管理的討論，請參閱「— 風險管理及內部控制 — 信用風險管理」。

截至2017年6月30日，我們所提供融資租賃合共有未償應收融資租賃款淨額人民幣197億元。截至2017年6月30日，我們的融資租賃(按未償應收款項計)均有固定利率條款。融資租賃合約全部以人民幣計值。應收融資租賃款的討論請參閱「財務資料 — 若干主要資產負債表項目的討論 — 應收融資租賃款」。

業 務

下表載列於所示日期按融資租賃形式及服務類別劃分的應收融資租賃款淨額的絕對金額及其佔全部應收融資租賃款淨額百分比的明細。我們於2015年6月開始提供融資租賃服務，因此於2014年並無應收融資租賃款。

	於12月31日				於6月30日	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
融資租賃形式：						
回租.....	2,786,380	97.4%	14,184,989	98.6%	19,351,223	98.2%
正租.....	75,100	2.6%	201,363	1.4%	357,938	1.8%
應收融資租賃款淨額總計	2,861,480	100.0%	14,386,352	100.0%	19,709,161	100.0%

	於12月31日				於6月30日	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
融資租賃服務類別：						
消費者						
消費者購車融資.....	929,541	32.5%	10,699,059	74.4%	14,419,417	73.2%
消費者汽車抵押融資.....	144,251	5.0%	3,346,563	23.3%	5,030,130	25.5%
汽車經銷商						
為汽車經銷商提供融資租賃.....	1,787,688	62.5%	340,730	2.4%	259,614	1.3%
應收融資租賃款淨額總計	2,861,480	100.0%	14,386,352	100.0%	19,709,161	100.0%

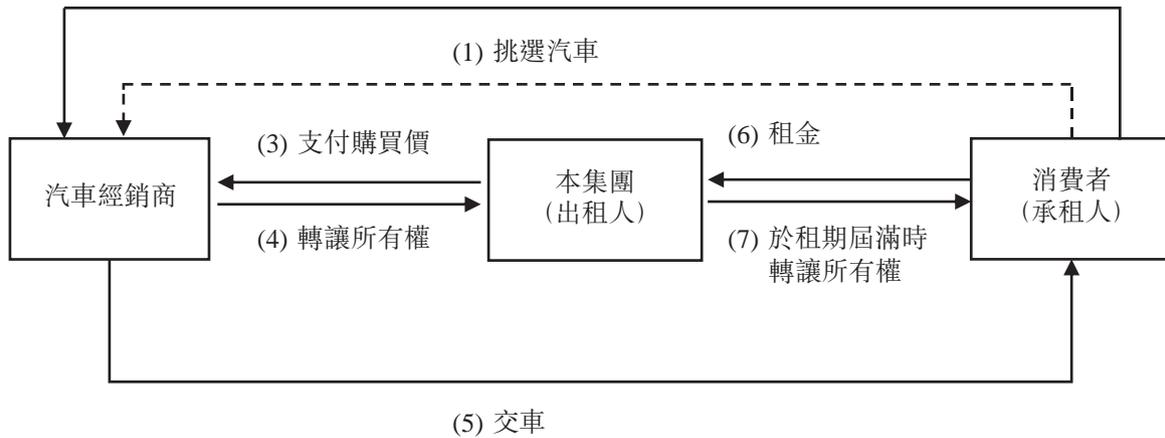
融資租賃形式

我們的融資租賃服務分為正租及回租兩種模式。我們絕大部分融資租賃服務基於回租模式。在正租模式下，我們按消費者的指定要求自汽車經銷商購入汽車，然後將汽車出租予消費者使用，按月收取租金。在回租模式下，消費者利用我們的融資自汽車經銷商購入汽車，然後將汽車所有權轉予我們，我們再將汽車回租予消費者，按月收取租金。下表說明正租及回租的流程以及各方之間的關係。

業 務

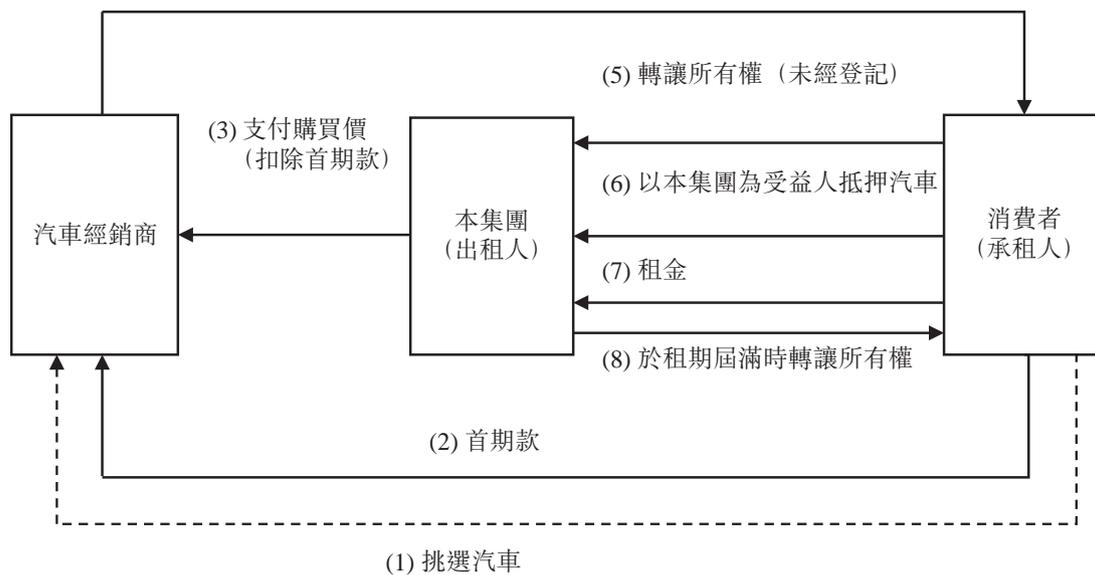
正租

(2) 首期款



回租

(4) 交車及轉讓所有權



兩種模式中，我們是出租人，消費者是承租人。承租人指定將要購買的合意汽車後向出售汽車的汽車經銷商支付首期款，然後我們會直接向汽車經銷商匯出餘下款額（即我們所提供的融資金額）。融資租賃期間，承租人擁有汽車使用權。租賃期末，消費者清償融資租賃後將完全取得汽車的所有權。正租及回租模式下，我們作為出租人通常還對承租人擁有任何抵押品適用權利以外的追索權。惟：

- 正租模式中，前期我們取得汽車所有權，並於融資租賃期間保留該所有權；及
- 回租模式中，前期消費者暫時取得汽車所有權，但簽約後該所有權將轉予我們。融資租賃期間我們將持有該所有權。實踐中，我們不要求消費者向有關政府機

業 務

關登記所有權轉讓，而是要求消費者以我們為受益人抵押汽車，抵押將於融資租賃期末解除，亦要求消費者向相關車輛管理機構正式登記有關抵押。儘管所有權轉讓並無在有關政府機關登記，但根據有關安排我們可向消費者執行有關汽車的合約所有權申索。此外，由於我們要求消費者以我們為受益人抵押汽車並登記有關抵押，倘消費者在未經我們同意的情況下向第三方轉讓汽車，則我們可向第三方申索汽車的所有權，原因是該第三方應當知悉上述已登記抵押，故不應被視為真誠買家。因此，儘管並無登記所有權轉讓，但我們受我們與消費者簽訂的合約以及已登記抵押所保障。

兩種模式中，我們會制訂其他保障措施，以使我們在融資租賃期間能更靈活及安全。

- **事先約定付款調整。**消費者承租人須明白並同意因應稅法或利率的任何變動調整租金。
- **損壞車聯網系統處罰。**根據融資租賃的約定，消費者承租人不得損壞預先安裝在汽車上的車聯網系統。在某些情況下，我們有權加快所有餘下租金的付款進度或將汽車收回維修。
- **保險充分。**消費者承租人須按我們的要求充分投保，並以我們為第一受益人。

我們絕大部分融資租賃經營為回租，與中國市場慣例大致相符。我們認為該模式在中國廣受歡迎的原因之一是回租在結構上與抵押貸款類似，因此對消費者而言相對直觀。此外，不同於正租模式，在回租模式中，我們不負責取得車牌，從而使該模式在若干僅可按月獲取極少量車牌的限牌城市能更有效擴張。

服務類別

我們同時向消費者及汽車經銷商提供融資租賃服務。截至2016年12月31日止全年及截至2017年6月30日止六個月，消費者融資租賃服務收入分別佔融資租賃服務總收入的95.2%及99.4%。於2016年12月31日及2017年6月30日，消費者融資租賃服務應收融資租賃款淨額分別佔融資租賃服務應收融資租賃款總淨額的97.6%及98.7%。截至2016年12月31日止全年及截至2017年6月30日止六個月，分別有約220,000輛及130,000輛汽車透過消費者融資租賃於我們的平台交易。

我們向消費者提供購車融資(包括車輛置換融資)及汽車抵押融資方面的融資租賃服務。截至2017年6月30日，我們的融資租賃(按未償應收款項計)均有固定利率條款。融資租

業 務

賃合約全部以人民幣計值。截至2017年6月30日止六個月，我們每單消費者融資租賃的平均融資金額約為人民幣70,000元，平均期限約為33個月。截至2017年6月30日止六個月，我們的應收融資租賃款淨額平均收益率為13.0%。我們近乎所有服務類別均需抵押品，但實際上由於中國部分較低級別城市的地方法規，我們無法向該等地方機構登記抵押品的抵押權益。截至2017年6月30日，融資租賃合約當中未能向有關地方機構登記抵押品的抵押權益的合約數量佔目前存續的融資租賃合約總數不到0.1%。我們大多數消費者融資租賃產品可選擇提前還款，惟每單提前還款須支付提前償還融資額加定額管理費的罰金。

下表載列於所示日期消費者購車融資及消費者汽車抵押融資的通常利率範圍。我們可就消費者汽車抵押融資收取較消費者購車融資為高的利息，是由於(i)相對於消費者購車融資業務，我們的消費者汽車抵押融資業務通常面對較少競爭，及(ii)憑藉我們的數據分析能力，我們能有效評估二手汽車的剩餘價值，控制信用風險敞口。

	於12月31日		於6月30日
	2015年	2016年	2017年
利率範圍：			
消費者購車融資	4%至16%	4%至19%	4%至19%
消費者汽車抵押融資	15%至23%	11%至23%	11%至26%

下表載列於所示日期消費者購車融資及消費者汽車抵押融資的通常租期範圍。

	於12月31日		於6月30日
	2015年	2016年	2017年
		月	
租期範圍：			
消費者購車融資	12至36	12至36	12至36
消費者汽車抵押融資	12至36	12至36	12至36

下表載列於所示日期消費者購車融資及消費者汽車抵押融資180日以上逾期率。

	於12月31日		於6月30日
	2015年	2016年	2017年
180日以上逾期率：			
消費者購車融資	—	0.17%	0.30%
消費者汽車抵押融資	—	0.04%	0.04%

業 務

消費者購車融資

我們於2015年6月開始提供融資租賃服務，為消費者購買汽車融資。截至2017年6月30日，為迎合消費者的多種需求，我們根據汽車類別、文件要求、首付比例及貸款價值比、還款期、支付方式及審批時效等設計並提供包括約800項條款及條件組合的各類融資租賃產品。

消費者購車融資服務為期介乎12個月至60個月，目標消費群體年齡介乎18至60歲。於最後實際可行日期，我們的消費者購車融資服務的代表性產品線包括一證通、兩證通及極速貸。多數消費者選擇一證通。該等產品線基於風險控制要求水平設立，進行自動初步評估所需文件數目不同。一般而言，一證通要求有意消費者出具中國身份證進行自動初步評估；兩證通要求有意消費者出具中國身份證外再多加一份文件，例如銀行結單、房地產業權證明或專業證書進行自動初步評估；極速貸為特殊產品線，要求出具中國身份證，但專為合資格消費者作出快速信貸批核，首付款高於前兩者。截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，消費者購車融資服務收入分別佔所有融資租賃服務收入的19.7%、77.9%及64.1%。截至2015年及2016年12月31日與2017年6月30日，消費者購車融資的應收融資租賃款淨額分別佔所有融資租賃服務應收融資租賃款淨額的32.5%、74.4%及73.2%。截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，消費者購車融資的平均首付款比例分別為37.3%、36.7%及32.6%。

一證通及兩證通產品線下的多項產品特徵大致相同，惟兩條產品線下的各特定產品中，相比一證通，兩證通產品線下的同類產品信用額更高、利率更低、首付款比例更低，或上述各項的任意組合更優惠。另一方面，極速貸本身是要求50%首付款的獨立產品。

我們亦不時在產品上推陳出新，藉此更好地滿足客戶需求及自身業務擴展的需求。下文概述一證通及兩證通產品線下的部分代表性融資租賃產品，以說明我們消費者購車融資服務的商業條款的靈活性。

- **舒鑫融**。我們透過舒鑫融提供大部分消費者購車融資服務。一旦獲批，消費者通常須支付首期款，其後分期等額償還。
- **易鑫融**。一旦獲批，消費者通常須支付首期款、最後一筆期末整付，而除首期款及最後一筆期末整付以外的剩餘款項分期等額償還。

業 務

- 省鑫融。一旦獲批，消費者僅須支付低首期款，其後分期等額償還餘下款項，惟須支付預付費用及可退還保證金。

消費者汽車抵押融資

我們於2015年6月開始以融資租賃形式(例如放鑫融)向車主提供抵押融資服務，滿足車主對現金的需求。

消費者汽車抵押融資服務屬回租結構，消費者據此與我們簽約轉讓汽車所有權以換取現金，隨後我們向該消費者回租汽車以按月收取利息，期限通常不超過三年。融資租賃期間，消費者承租人擁有汽車使用權。租期屆滿時，消費者在清償融資租賃後將獲得汽車的全部所有權。截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，消費者汽車抵押融資服務收入分別佔所有融資租賃服務收入的7.1%、17.3%及35.3%。截至2015年及2016年12月31日和2017年6月30日，消費者抵押融資服務的應收融資租賃款淨額分別佔融資租賃服務應收融資租賃款淨額總額的5.0%、23.3%及25.5%。截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，消費者汽車抵押融資的貸款價值比分別為56.3%、72.3%及73.2%。

汽車經銷商融資租賃

我們自2015年6月起以融資租賃服務形式提供庫存融資，支持汽車經銷商的批量庫存採購。我們提供的融資租賃服務有助汽車經銷商採購庫存同時優化現金流。我們提供庫存融資的其中一項條件是，汽車經銷商須將車輛合格證送交我們保管，而沒有車輛合格證的汽車不能上牌及轉讓。截至2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，汽車經銷商庫存融資服務收入分別佔所有融資租賃服務收入的73.2%、4.8%及0.6%。截至2015年及2016年12月31日和2017年6月30日，汽車經銷商庫存融資服務的應收融資租賃款淨額分別佔全部應收融資租賃款淨額的62.5%、2.3%及1.3%。

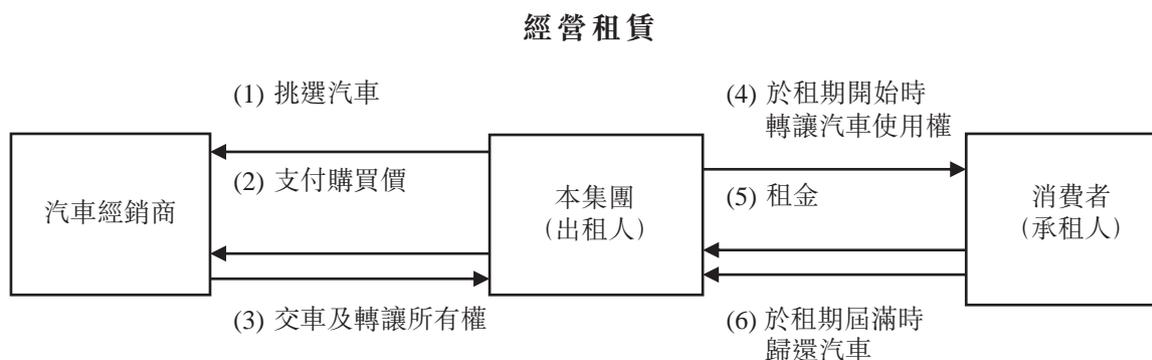
此類融資租賃通常無期限限制，期間我們持有車輛合格證。汽車經銷商將按月支付利息，並通過向消費者銷售而逐步償還本金。由於汽車沒有車輛合格證不能上牌，我們認為我們持有車輛合格證足以激勵汽車經銷商向消費者銷售時還款，因此還款計劃靈活。

為發展及加強與汽車經銷商的關係，我們於2015年開始向汽車經銷商提供庫存融資服務。然而，隨著業務增長，2016年和2017年我們策略性減少向汽車經銷商提供的庫存融資服務而側重其他服務。

業 務

經營租賃

我們於2016年2月開始提供傳統經營租賃服務。按經營租賃模式，我們(作為出租人)將擁有所有權的汽車出租予消費者(作為承租人)換取租金。租期內消費者僅享有使用權，且始終不會獲得汽車的所有權。經營租賃業務目前並非我們業務的重要部分。



我們自2017年2月起採用個人合約購買模式向消費者提供「開走吧」產品線，是一種具備購買選擇權的混合經營租賃。「開走吧」針對有良好工作前景和收入潛力的年輕消費者，為彼等提供零首付或低首付及低月供提前購買汽車的機會。消費者須支付通常最高為汽車購買價格10%的首付另加汽車購買價格10%的可退還保證金，但毋須額外就稅項、保險及車牌付款。消費者於首12個月僅按月支付租金，而於首12個月屆滿時可選擇(i)一次性付清購買汽車的費用；(ii)將該項安排轉為三年期融資租賃；(iii)再次支付首付租用新車；或(iv)返還汽車並終止該項安排，無需額外費用。「開走吧」面市時間較短，但於2017年上半年錄得大幅增長。截至2016年12月31日止全年與截至2017年6月30日止六個月，經營租賃服務租賃汽車數分別為約800輛及5,400輛。

汽車銷售收入

我們主要為開展自營融資業務購買汽車。我們自少量由汽車製造商指定的汽車經銷商處購買大量汽車，旨在鞏固與汽車製造商的關係及享受更優惠的條款。然而，由於我們於2015年6月才開展自營融資業務，經營規模相對較小。2016年3月，我們開始向少數機構買家(包括若干汽車經銷商及租賃公司)出售部分購置的汽車。然而，隨著我們的業務規模擴

業 務

大，2017年上半年我們的汽車銷售收入大幅減少且預計會進一步減少。截至2016年及2017年6月30日止六個月，汽車銷售收入分別佔我們自營融資業務總收入的45.7%及8.4%。

我們通常對汽車銷售作出以下安排：

- 年度採購協議允許我們於既定年度多次訂購不多於預定數量的汽車。我們向少數機構買家協調並規劃採購與銷售，在確信鎖定銷售時方會訂購。
- 我們通常要求機構買家在訂立銷售協議時提前向我們全額支付採購價格。

我們確認向機構買家銷售該等汽車全部售價扣除增值稅後的銷售收入。截至2016年12月31日止全年，我們錄得銷售汽車收入人民幣4.73億元。截至2017年6月30日止六個月，我們錄得收入人民幣1.033億元。截至2017年6月30日，我們的庫存規模較小，而且我們認為，我們向機構買家銷售汽車之前，通常只是作為資產負債表內的庫存短暫持有該等汽車，因此降低了我們持有所購買汽車的庫存風險。

銷售與營銷

面向消費者的市場營銷

我們透過自身線上渠道及與我們合作的其他第三方線上渠道接觸消費者。我們的線上渠道主要包括淘車移動應用程序、易鑫車貸移動應用程序等移動應用程序、*taoche.com*及*daikuan.com*。透過我們的線上渠道，消費者可獲得廣泛的產品及服務，包括截至2017年6月30日約36,000種新車車型、截至2017年6月30日止十二個月累計約500萬輛二手車庫存的價格及其他交易資料，及共計約40,000種融資條款組合的汽車融資解決方案。我們亦打算為消費者提供以交易為主的電子佈告欄系統以討論及促成交易。

我們亦透過汽車經銷商合作網絡接觸消費者。汽車經銷商合作網絡中的汽車經銷店（包括易鑫品牌體驗店）由第三方獨立擁有及運營。彼等通過向消費者推廣我們的產品及服務與我們合作。此外，合作經銷商會對消費者身份及背景資料進行初審，協助消費者提交融資申請，幫助我們進行汽車與抵押登記及提供其他配套服務。我們一直提供培訓及其他品控資源，以確保汽車經銷商合作網絡維持理想的消費者體驗。此外，我們繼續將汽車經銷商合作網絡覆蓋的地理範圍擴展至較低級別城市。截至2017年6月30日，我們擁有超過15,000家經銷店的銷售網絡，包括62家獨立運營的易鑫品牌體驗店。

易鑫品牌體驗店是我們的汽車經銷商合作網絡的重要組成部分以及最近旨在深入接觸消費者的嘗試，因而對向消費者推廣我們的產品及服務至關重要。我們與這些體驗店合作協議的條款基本和我們與汽車經銷商合作網絡內其他汽車經銷商所訂立協議的條款類似，惟展示汽車相關的保證金和我們對店內平面圖及裝飾、管理及培訓僱員的要求等除外。這

業 務

些體驗店有權使用我們的「易鑫」標誌，外觀按照我們的標準和要求統一設計，惟我們並無控制彼等的運營，亦無向彼等收取任何預付費用。易鑫品牌體驗店的銷售人員由我們培訓，為消費者提供標準優質服務。根據合作協議，易鑫品牌體驗店可使用我們的標誌，我們亦可要求彼等保護我們的品牌、聲譽及商業機密，並就我們因該等店鋪違反協議而產生的相關損失作出補償。此外，與其他汽車經銷商相比，易鑫品牌體驗店與我們的合作更為密切，合作條件更為有利，相信彼等配合及優先考慮我們各種服務的動力更足。截至2017年6月30日，我們與62家獨立營運的易鑫品牌體驗店建立了合作關係。

根據合作汽車經銷商及易鑫品牌體驗店的合約安排，我們須向彼等收取擔保彼等遵守合作協議的保證金。合作協議屆滿後，倘無發生違約，我們將退還保證金。對於合作汽車經銷商，倘彼等推介的消費者違約或拖欠我們款項，則我們主要將保證金用於彌補損失。對於體驗店，我們主要將保證金用於補償於店內所展示汽車的損壞或損失。

我們的業務運營得益於部分股東的線索支持。2017年5月11日，我們的控股股東易車與我們訂立業務合作協議，易車及其相關附屬公司會一直且僅向我們提交易車產生的各類汽車相關融資、租賃及／或保險服務和產品及各類二手車業務的所有查詢需求。有關易車流量支持的討論，請參閱「與控股股東的關係 — 獨立於控股股東 — 經營獨立性 — 業務合作協議」。此外，我們亦從其他股東取得線索支持。

我們認為我們的產品品牌在中國汽車零售交易市場的知名度頗高，我們的市場營銷亦側重持續打造產品品牌。我們利用傳統媒體及數字媒體資源推廣我們的品牌。

面向商家的市場營銷

除通過運營互聯網汽車零售交易平台為消費者提供服務外，我們亦向商家提供廣告及會員服務與經營租賃等服務。我們並無主動向特定目標商家開展銷售及市場推廣活動，一般依賴提升商家客戶的滿意度及線下服務團隊與商家建立合作關係達致口碑推廣。

資金來源

我們擁有多元化的融資渠道，審慎管理資產負債表，亦設有全面的風險管理及內部控制制度管理流動性風險、運營風險及信用風險。有關我們的風險管理和內部控制及所面臨的各類風險的討論，請參閱「— 風險管理及內部控制」。

業 務

往績記錄期間，我們自多種渠道獲取資金以支持業務增長，主要包括(i)發行優先股；(ii)銀行及自其他獨立金融機構借款；(iii)資產支持證券；及(iv)易車集團借款。往績記錄期間，我們所有的借款均以我們的資產作抵押或由控股股東之一易車擔保，截至2017年6月30日，絕大部分借款以固定利率計息。我們使用前述資金來源所得款項補充營運資金撥付各類業務，大部分與我們自營融資業務有關。

我們將於[編纂]前分別償還易車集團借款及解除其擔保。我們於往績記錄期間一直致力豐富資金來源。我們預計[編纂]後將取得更廣泛的資金來源：(i)我們自身運營(尤其是交易平台業務)所得現金流，該業務收入自截至2016年6月30日止六個月的人民幣5,840萬元增至截至2017年6月30日止六個月的人民幣3.211億元；(ii)銀行及自其他獨立金融機構借款及資產支持證券等其他外部來源；及(iii)公開股票及債券發行。2017年餘下時間，除現有資金來源外，我們亦計劃通過發行公司債券進入中國債務資本市場。特別是，我們於2017年9月向上海證券交易所申請提議非公開配售公司債券，目前上海證券交易所正在審查。我們亦打算動用[編纂]。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。2018年，除現有資金來源外，我們計劃通過發行公司債券、銀團貸款及資產支持證券拓展進入國際資本市場的渠道。基於上述資金計劃，我們相信將產生足夠現金以滿足營運資金需求。

易車集團借款的資金成本可能低於市場水平，但截至2017年6月30日，易車集團借款並不重大，僅佔我們總債務的3.3%。2017年6月30日，易車集團擔保的借款佔我們總債務的9.6%，將於[編纂]時解除，故我們預期資金成本此後不會大幅變化。

發行優先股所得款項

往績記錄期間，我們透過騰訊、JD.com、百度及易車的投資實體多次向彼等及其他投資者發行優先股，合共募集約人民幣[編纂]元的現金。於[編纂]，所有優先股將自動轉為普通股。有關發行優先股的討論，請參閱「歷史及公司架構—[編纂]投資」。

銀行及自其他獨立金融機構借款

截至2017年6月30日，我們自銀行及其他獨立金融機構處享有約人民幣121億元的可用信貸額度，截至同日已提取其中約人民幣112億元。餘下人民幣9.53億元信貸額度的到期日介乎2018年6月至2020年4月。該等信貸額度中部分為有擔保，當中人民幣19億元由易車若干聯繫人擔保。已提取的金額未償還結餘中，約人民幣54億元將於2017年下半年到期，約人民幣12億元將於2018年到期，約人民幣21億元將於2019年到期，而餘下的金額將於2020年到期。

業 務

我們將繼續加強與金融機構的關係，以獲得支持業務所需的銀行及其他借款。

資產支持證券

中國資產支持證券市場是汽車融資供應商的重要融資渠道。自2014年中國實施資產支持證券發行的註冊監管制度，取代原有的審批制度後，更多汽車融資供應商選擇發行資產支持證券以降低融資成本。中國銀行間市場及交易市場已發行汽車融資資產支持證券規模由2014年的人民幣78億元增至2016年的人民幣645億元，複合年增長率為187.6%。2017年上半年中國銀行間市場及交易市場已發行汽車融資資產支持證券規模逾人民幣450億元。

我們於往績記錄期間發行資產支持證券。我們透過中國信託計劃將自營融資業務所得應收融資租賃款證券化，以換取現金。根據信託計劃，我們已將該等應收融資租賃款的經濟利益轉讓予擔任受託人的信託公司，其後信託公司向投資者發行優先級債券，向我們發行次級債券。倘支持資產並無產生足夠資金來履行信託的付款責任，則我們作為次級債券持有人須承受損失，並以自有資金補足缺口以悉數償還全部優先級債券的本金及利息。截至2017年6月30日，我們所發行資產支持證券(包括公開發售及於上海證券交易所上市的資產支持證券和非公開配售資產支持證券)的賬面值為人民幣70億元，在證券化交易中抵押的應收融資租賃款賬面值為人民幣84億元。

截至2017年6月30日，我們公開發售的資產支持證券賬面總值為人民幣26億元。公開發售資產支持證券的到期日介乎2017年12月至2019年3月，利率介乎3.8%至6.8%。

業 務

下表載列我們公開發售的資產支持證券的若干主要條款。該等資產支持證券發售的招股章程可於上海證券交易所官網(www.sse.com.cn)公開查閱。我們針對整體應收融資租賃款(而非抵押應收融資租賃款)的逾期狀態進行監察及披露。有關我們資產質量的更多討論，請參閱「風險管理及內部控制—信用風險管理—資產質量資料」。

資產支持證券計劃	發行人	評級(機構)	發行/到期日	利率	發行金額
國金—易鑫一期...	國金證券股份有限公司	優先級： AAA(聯合信用評級有限公司)	優先級： 發行日期： 2016年1月29日	優先級： 4.74%	優先級： 人民幣400,000,000元
		次級： 不適用	估計到期日： 2017年12月8日	次級： 不適用	次級： 人民幣56,000,000元
			法定到期日： 2020年12月10日		
			次級： 發行日期： 2016年1月29日		
			估計到期日： 2018年12月10日		
			法定到期日： 2020年12月10日		
國金—易鑫二期...	國金證券股份有限公司	優先級： AAA(聯合信用評級有限公司)	優先級： 發行日期： 2016年3月30日	優先級： 4.57%	優先級： 人民幣424,000,000元
		次級： 不適用	估計到期日： 2019年2月14日	次級： 不適用	次級： 人民幣63,000,000元
			法定到期日： 2021年2月14日		
			次級： 發行日期： 2016年3月30日		
			估計到期日： 2019年2月14日		
			法定到期日： 2021年2月14日		

業 務

資產支持證券計劃	發行人	評級(機構)	發行/到期日	利率	發行金額
國金一易鑫三期...	國金證券股份有限公司	優先級： AAA(聯合信用評級有限公司) 次級： 不適用	優先級： 發行日期： 2016年7月5日 估計到期日： 2018年7月13日 法定到期日： 2021年6月13日 次級： 發行日期： 2016年7月5日 估計到期日： 2019年6月13日 法定到期日： 2021年6月13日	優先級： 4.48% 次級： 不適用	優先級： 人民幣640,000,000元 次級： 人民幣122,000,000元
光大一易鑫一期...	光大證券資產管理有限公司	優先級： AAA(中誠信證券評估有限公司) 次級： 不適用	優先級： 發行日期： 2016年8月19日 估計到期日： 2018年6月27日 法定到期日： 2019年6月27日 次級： 發行日期： 2016年8月19日 估計到期日： 2019年6月27日 法定到期日： 2019年6月27日	優先級： 4.49% 次級： 不適用	優先級： 人民幣488,000,000元 次級： 人民幣73,000,000元

業 務

資產支持證券計劃	發行人	評級(機構)	發行/到期日	利率	發行金額
中泰一易鑫一期...	中泰證券股份有限公司	A級： AAA(聯合信用評級有限公司)	A級： 發行日期： 2016年10月18日	A級： 3.8%	A級： 人民幣1,010,000,000元
		B級： AA(聯合信用評級有限公司)	估計到期日： 2018年9月27日 法定到期日： 2020年12月27日	B級： 6%	B級： 人民幣60,000,000元
		次級： 不適用	次級： 不適用		次級： 人民幣124,000,000元
			B級： 發行日期： 2016年10月18日		
			估計到期日： 2018年12月27日		
			法定到期日： 2020年12月27日		
			次級： 發行日期： 2016年10月18日		
			估計到期日： 2018年12月27日		
			法定到期日： 2020年12月27日		
中泰一易鑫二期...	中泰證券股份有限公司	A級： AAA(聯合信用評級有限公司)	A級： 發行日期： 2017年3月29日	A級： 5.2%	A級： 人民幣1,751,000,000元
		B級： AA(聯合信用評級有限公司)	估計到期日： 2018年12月27日 法定到期日： 2022年3月27日	B級： 6.78%	B級： 人民幣117,000,000元
		次級： 不適用	次級： 不適用		次級： 人民幣221,000,000元
			B級： 發行日期： 2017年3月29日		
			估計到期日： 2019年3月27日		
			法定到期日： 2022年3月27日		
			次級： 發行日期： 2017年3月29日		
			估計到期日： 2020年3月27日		
			法定到期日： 2022年3月27日		

業 務

下表載列截至2017年6月30日我們發行的各批公開發售資產支持證券的賬面值及在證券化交易中抵押的相關應收融資租賃款。

資產支持證券計劃	於2017年6月30日	
	資產支持證券賬面值	相應的證券化應收融資租賃款賬面值
	(人民幣)	(人民幣)
國金一易鑫一期.....	66,185,400	156,887,013
國金一易鑫二期.....	100,089,000	198,159,835
國金一易鑫三期.....	295,000,000	406,113,239
光大一易鑫一期.....	169,264,000	293,272,142
中泰一易鑫一期.....	534,296,000	748,183,085
中泰一易鑫二期.....	1,400,307,900	1,610,162,476

下表載列截至2016年12月31日我們發行的各批公開發售資產支持證券的賬面值及在證券化交易中抵押的相關應收融資租賃款。

資產支持證券計劃	於2016年12月31日	
	資產支持證券賬面值	相應的證券化應收融資租賃款賬面值
	(人民幣)	(人民幣)
國金一易鑫一期.....	159,912,800	235,683,099
國金一易鑫二期.....	236,000,000	296,427,940
國金一易鑫三期.....	458,000,000	574,999,961
光大一易鑫一期.....	316,176,000	415,523,640
中泰一易鑫一期.....	851,032,000	1,003,638,819

截至2017年6月30日，通過非公開配售發售的資產支持證券賬面值為人民幣44億元，到期日介乎2018年5月至2019年6月，利率主要介乎4.3%至6.2%，惟賬面總值人民幣5.052億元的資產支持證券利率介乎7.5%至10.0%，僅佔借款總額3.0%。

我們目前並無訂立衍生金融工具以低於銀行及金融機構借款利率對沖利率風險。

易車集團借款

2017年6月30日，我們直接或間接來自易車集團的未償還借款為人民幣5.838億元。所有該等借款均無抵押且須按要求償還，條款均優於獨立第三方借款的條款。易車集團或其聯繫人提供或獲授的借款或擔保均將於[編纂]結清。有關控股股東提供財務支持的討論，請參閱「與控股股東的關係—獨立於控股股東—財務獨立性」。

我們會於[編纂]前償還所有該等借款。

數據分析能力

自成立以來，我們一直注重建立數據分析能力，並投入大量資金及其他資源。憑藉我們的消費者及汽車賬戶系統，我們能360度分析與消費者個人資料所示信用相關的大量信

業 務

息。我們通過建立多種數據分析模式提高數據分析能力及改進為不同場景特定任務定製的算法。目前，我們的數據分析能力主要運用於反欺詐系統及信用評分系統，藉以輔助信用評估程序。

我們先進的反欺詐系統可自動分析多維消費者資料，及時評估欺詐風險。該系統對多方數據來源進行檢查及處理，從而識別消費者是否可能涉及欺詐或可疑活動。此外，該系統定期更新過往欺詐賬戶資料並完善規則檢測技術。我們利用大數據資產識別針對互聯網融資業務的新興詐騙計劃、欺詐、趨勢、威脅及犯罪組織。

我們自動化的信用評分系統亦倚賴我們的數據分析能力。我們的數據分析專家一直開發完善信用評分系統的算法。信用評分系統通過對多個變量進行權重分配得出信用評分，該評分可用作評估申請人的一項參考因素。

風險管理及內部控制

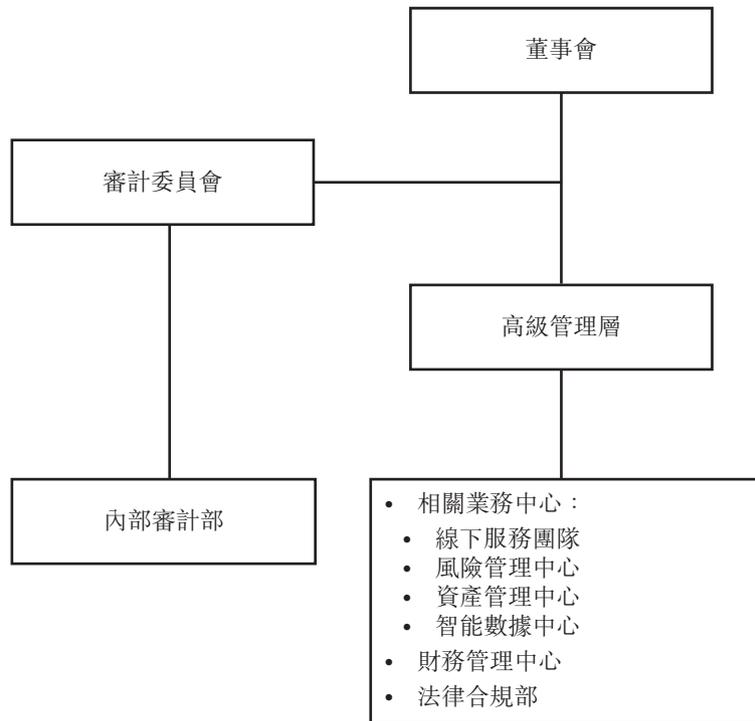
我們已設立全面的風險管理及內部控制制度解決所面臨的風險。我們面臨各類風險，主要包括流動性風險、運營風險及信用風險，其中信用風險被認為是主要風險。我們亦將繼續監察風險管理和內部控制制度的運行和表現，以便應對市況、產品和服務及監管環境變化。

信用評估系統借助消費者和汽車賬戶系統，使我們得以根據消費者及有關汽車的信譽有效開展自營融資業務和貸款促成服務。有關消費者及汽車賬戶系統的討論，請參閱「—信息技術基礎設施」。

業 務

風險管理及內部控制架構

下圖列示本集團的風險管理及內部控制架構。



董事會

董事會對整體風險管理及內部控制負最終責任。董事會直接及透過下設審計委員會監督風險管理職能。董事會至少每年評估一次風險管理和內部控制制度的效力，並於企業管治報告中向股東正式呈報評估結果。

審計委員會

董事會審計委員會主要負責通過獨立內部審計部監控風險管理及內部控制，監管內部控制政策和程序的執行情況，授權外部審計師，監督內部調查，管理財務呈報和相關披露。審計委員會向董事會報告並向其提出建議。審計委員會主席為郭淳浩先生，其餘兩名成員為袁天凡先生及董莉女士。有關審計委員會成員的詳情，請參閱「董事及高級管理層」一節。

內部審計部

內部審計部在審計委員會的監督下監管風險管理及內部控制制度，獨立審計風險管理及內部控制制度的有效性與完整性。內部審計部獨立於業務中心及部門運作。內部審計

業 務

部識別重大風險，並提出改進及整改計劃和措施的建議。內部審計部將就所發現的問題進行後續審計，確保按計劃妥善執行補救措施。內部審計部每季度直接向審計委員會上報審計結果及後續情況。

高級管理層

高級管理層負責整體執行董事會決定的風險管理及內部控制計劃和政策，管理與所有業務營運有關的風險。高級管理層負責識別及評估我們面臨的重大風險並採取應對措施。此外，高級管理層將每季度審閱我們的風險評估報告，每半年向董事會報告。

相關業務中心

線下服務團隊

服務顧問是風險管理及內部控制的第一道防線。風險管理方面，服務顧問負責與潛在消費者面對面交流，對其信譽作出初步判斷並收集主要資料及所需文件作後續評估。運營風險方面，銷售中心會定期向服務顧問開展有關風險管理政策及風險管理程序的全面培訓，確保彼等充分知悉、了解及嚴格執行風險管理及內部控制程序。

風險管理中心

風險管理中心負責制定及執行風險管理計劃，透過風險管理及信用評估兩個獨立職能實現職責劃分。風險管理中心定期審閱政策及程序，確保符合業務發展及目前的市場環境。

資產管理中心

資產管理中心負責自營融資業務的融後管理，亦每日監控資產組合並採取必要措施收回未償還資產。

智能數據中心

智能數據中心開發信息技術工具以建立及維持內部控制程序，並定期升級信息技術系統。智能數據中心亦憑藉我們的數據分析能力及定製風險管理流程提供信用風險管理、運營風險管理及數據分析所需的信息技術解決方案。

財務管理中心

財務管理中心負責(i)監督並維持恰當水平的現金流量；(ii)分析資產負債結構、流動

業 務

性狀況和資金成本變化情況；及(iii)實施流動性風險管理程序。管理營運風險方面，財務管理中心亦確保每項交易取得所有必要內部批准後方進入結算過程。

法律合規部

我們的法律合規部負責審閱及起草產品及交易的法律文件，編製相關合規政策及處理訴訟。

流動性風險管理

流動性風險指現金及現金等價物不足以償還到期債務的風險。本集團採用股東權益、銀行借款及融資、公募及私募資產支持證券等廣泛的融資工具，維持多元化及具成本效益的資金來源。有關資金來源的討論，請參閱「一 資金來源」。我們審慎管理資產負債表，防止資產與負債的餘額或期限不匹配，以盡量減少流動性風險。往績記錄期間，我們能將流動資金維持在相信足以讓資產與負債匹配的水平。有關流動性風險的討論，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的債務水平或未能繼續匹配資產與負債的到期情況將對我們的擴展計劃及財務表現有重大不利影響」。

我們主要通過資金匹配的方式管理中長期流動性風險，致力在早期識別資產與負債期限錯配可能導致的結構性流動性風險和評估可能的應對措施，確保我們的長期淨流動性。下文所載的資金匹配概況列示截至所示日期，基於合約期限的金融資產與金融負債對比和我們的流動性缺口淨額：

	少於一年	一年以上	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2014年12月31日			
金融資產.....	240,131	—	240,131
金融負債.....	89,653	—	89,653
流動性缺口淨額	150,478	—	150,478
2015年12月31日			
金融資產.....	3,282,691	775,439	4,058,130
金融負債.....	1,072,760	69,583	1,142,343
流動性缺口淨額	2,209,931	705,856	2,915,787
2016年12月31日			
金融資產.....	12,237,809	9,021,246	21,259,055
金融負債.....	10,163,837	3,556,607	13,720,444
流動性缺口淨額	2,073,972	5,464,639	7,538,611
2017年6月30日			
金融資產.....	14,770,437	12,674,552	27,444,989
金融負債.....	14,470,888	4,975,139	19,446,027
流動性缺口淨額	299,549	7,699,413	7,998,962

業 務

由於本集團的優先股和以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產按公允價值而非到期日管理，因此上述分析並無包括兩者。

此外，我們亦透過資金管理系統，從規模、到期日及定價方面密切監察各項融資的短期或中長期付款責任，以便提前準備付款安排。

2017年6月30日，我們有流動負債淨額人民幣15億元，而2016年12月31日有流動資產淨值人民幣5.25億元，主要是由於我們增加了短期借貸以支持融資租賃服務的擴張。

運營風險管理

運營風險指內部控制及系統不充足、人為錯誤或外部事件導致的風險。董事會監督而高級管理層管理及控制本集團的運營風險。

我們已實施以下措施，監控運營風險並加強運營風險管理：

- 透過風險管理及內部控制系統，我們識別各項相關風險，制定並實施內部控制政策，並持續改善風險控制措施；
- 透過定期及臨時內部審核，我們核查並確保所設運營程序得到有效實施；
- 我們開發信息技術工具以執行風險管理及內部控制程序，並定期升級信息技術系統；
- 我們制定及採納運營中標準的業務合同，確保每份合同經過適當批准及授權後方簽署；及
- 我們定期檢討、評估及改善運營風險管理及內部控制系統。

信用風險管理

我們的信用評估過程專注於消費者履行財務責任的能力及意願，我們已制定數據驅動的信用評估系統，以符合我們的業務模式。我們對所有服務類別或產品線所用的信用評估及批准政策類似。即使申請人會基於本身的不同財務需要而選擇不同種類的融資產品，但所有申請人均經歷同類政策規範的同類信用評估及批准程序及接受信用決定，而不論申請什麼產品線。然而，我們大部分的融資租賃合約訂立時間較短，尚未經歷完整週期。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們大部分的融資租賃合約訂立時間較短，尚未經歷完整週期。我們自營融資業務的資產質量可能隨著應收融資租賃款逐漸到

業 務

期或產品組合演變而進一步惡化」。我們對所有服務類別及產品線實施相似的信用風險管理措施，積極監控過往逾期率及持續提升數據分析能力，並通過在我們所融資的所有汽車安裝上車聯網系統執行融後管理及損失收回措施。有關融後管理措施的討論，請參閱「風險管理及內部控制 — 信用風險管理 — 融後管理」。有關損失收回措施的討論，請參閱「風險管理及內部控制 — 信用風險管理 — 損失收回」。

信用評估及審批程序

我們的信用評估及審批程序包括：評估及審批、結算請求以及結算。往績記錄期間，我們評估及審批流程的整體拒批率約為30%，所有服務類別及產品線的拒批率差不多。

評估及審批

我們全面實施評估及審批程序，包括自動初步評估、篩選及人工評估。

申請人透過線上渠道遞交申請時，我們透過反欺詐系統及信用評分系統根據申請人的身份證及移動電話號碼等關鍵資料進行自動初步評估。此外，我們亦會查詢申請人於人民銀行徵信中心的信用報告及公安系統的犯罪紀錄。自動評估將得出申請人信用狀況的初步結果，我們據此判斷下一步是否需要人工評估。我們的反欺詐系統及信用評分系統共包含40多套模型，分析大量數據，包括用戶個人資料、行為數據、信用數據、消費數據、與申請人信用狀況有關的其他資料、申請人所購汽車的配置和估值以及首付款。部分模型與各股東共同開發，利用專有數據評估申請人的信用。有關反欺詐系統及信用評分系統的討論，請參閱「數據分析能力」。2017年第二季度，自動初步評估的平均拒批率為約6%。

申請人透過我們的網絡經銷商遞交申請後，服務顧問將與申請人會面並面對面交流，以初步判斷申請人的信用狀況並收集關鍵資料及所需文件，提交風險管理中心評估。由於篩選並非獨立的程序，期間我們作出信用評估決定，故我們將根據所提供的資料及文件進行自動初步評估。

評估自動初步評估結果後，我們將判斷是否需要其他資料進一步評估申請人的信用狀況。我們可能需要的資料及文件包括(i)汽車資料；(ii)申請人或擔保人(如必要)的信用情況；(iii)適當的首付比例等關鍵租賃條款；及(iv)所需證明文件及證書是否完備。此外，如必要，我們在人工評估過程中亦會進行電話採訪或上門訪問。憑藉數據分析能力，我們能於較短時間內完成全面信用評估及審批以維持風險管理的競爭力。2017年第二季度，篩選及人工評估的平均拒批率為約25%。

業 務

結算請求

滿足以下每項要求後我們方會處理申請人的結算請求：

- 須由經批准申請材料中所列人士正式簽署購車協議。
- 發票須經正式蓋章。發票上的交易額及車輛識別碼須與系統紀錄一致。
- 須提供有效的還款賬戶。

結算

結算請求滿足要求並被正式受理後，我們將進行結算程序。滿足以下各項要求後我們方為申請人結算：

- 所有法律文件及協議須在我們的人員或相關經銷店的人員見證下正式簽署，現場簽署照片須上載至我們的系統。
- 如必要，相關汽車須已正式抵押予我們。
- 所需保單已購買且車聯網系統已安裝。

融後管理

融後管理流程包括以下步驟：

- 融後管理團隊在結算後15日內致電回訪新消費者，以了解其體驗並識別任何潛在的拖欠風險。
- 融後管理團隊每日監察安裝在有關汽車上的GPS狀態。
- 對於按期還款的消費者，融後催收團隊將於還款到期日前三天透過短信發送提醒。

倘發生拖欠或我們察覺任何異常行為，我們將考慮發起催收程序，包括以下：

- 我們的客戶服務團隊或外包呼叫中心團隊將提醒消費者還款，並於到期日後10日內發出催收通知；
- 倘繼續拖欠，我們的外包催收專業人員會親自上門催收；
- 倘嚴重拖欠，基於合同條款，我們會調查、監視及跟蹤汽車以直接收回汽車，並在合法範圍內實施其他必要措施；及
- 最終，我們保留對拖欠客戶採取法律行動的權利。

業 務

損失收回

我們的資產管理中心負責處理因逾期付款引致的汽車收回，並通過拍賣、寄售或重購處理有關汽車。我們透過該等措施收回、盡量減少或降低損失。

資產管理中心在外包催收專業人員支持下收回汽車後，會評估汽車狀況並取得有關汽車的適當第三方評估報告。我們直接與消費者協商，以確定消費者有否可能重購汽車。倘消費者放棄重購或不及時回應，則資產管理中心將基於二手車評估報告等相關材料評估處置值。確認牌照及合規情況與剩餘租期後，資產管理中心將拍賣所收回的汽車。

倘應收融資租賃款逾期180日，我們會考慮根據租賃資產減值政策核銷相關交易。基於往績記錄期間的經驗，我們認為逾期180日以內的應收融資租賃款有可能收回，亦認為評估及考慮核銷逾期超過180日的應收融資租賃款屬行業慣例。截至2017年6月30日止六個月，我們收回應收融資租賃款人民幣1,000萬元，即截至2016年12月31日逾期六個月以上應收融資租賃款總額人民幣1,960萬元的51%。

資產質量資料

下表分別載列本集團截至2014年、2015年及2016年12月31日與2017年6月30日的資產質量資料：

	於12月31日			於6月30日
	2014年	2015年	2016年	2017年
		(人民幣千元)		
未逾期.....	—	2,861,480	14,178,815	19,270,909
逾期				
一個月以內.....	—	—	110,032	263,170
一至三個月.....	—	—	40,331	74,925
三至六個月.....	—	—	37,584	54,948
六個月以上.....	—	—	19,590	45,209
應收融資租賃款淨額.....	—	2,861,480	14,386,352	19,709,161

業 務

	於12月31日			於6月30日
	2014年	2015年	2016年	2017年
	(人民幣千元，百分比除外)			
應收融資租賃款淨額	—	2,861,480	14,386,352	19,709,161
信用損失撥備	—	—	(22,486)	(30,747)
應收融資租賃款淨額撥備覆蓋率 ⁽¹⁾	—	—	0.16%	0.16%
逾期30日以上應收融資租賃款淨額 ⁽²⁾	—	—	97,505	175,082
逾期90日以上應收融資租賃款淨額 ⁽³⁾	—	—	57,174	100,157
逾期180日以上應收融資租賃款淨額 ⁽⁴⁾	—	—	19,590	45,209
30日以上逾期率 ⁽⁵⁾	—	—	0.68%	0.89%
90日以上逾期率 ⁽⁶⁾	—	—	0.40%	0.51%
180日以上逾期率 ⁽⁷⁾	—	—	0.14%	0.23%
逾期30日以上撥備覆蓋率 ⁽⁸⁾	—	—	23.1%	17.6%
逾期90日以上撥備覆蓋率 ⁽⁹⁾	—	—	39.3%	30.7%
逾期180日以上撥備覆蓋率 ⁽¹⁰⁾	—	—	114.8%	68.0%

附註：

- (1) 信用損失撥備除以應收融資租賃款淨額。
- (2) 逾期30日以上(包括逾期1至3個月、3至6個月及6個月以上)應收融資租賃款淨額。
- (3) 逾期90日以上(包括逾期3至6個月及6個月以上)應收融資租賃款淨額。
- (4) 逾期6個月以上應收融資租賃款淨額。
- (5) 逾期30日以上應收融資租賃款淨額除以應收融資租賃款淨額。
- (6) 逾期90日以上應收融資租賃款淨額除以應收融資租賃款淨額。
- (7) 逾期180日以上應收融資租賃款淨額除以應收融資租賃款淨額。
- (8) 信用損失撥備除以逾期30日以上應收融資租賃款淨額。
- (9) 信用損失撥備除以逾期90日以上應收融資租賃款淨額。
- (10) 信用損失撥備除以逾期180日以上應收融資租賃款淨額。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們已核銷應收融資租賃款淨額合共零、零、人民幣660萬元及人民幣2,710萬元。

下表載列截至所示日期我們融資租賃服務的180日以上逾期率按服務類別劃分的大致明細：

	於12月31日			於6月30日
	2014年	2015年	2016年	2017年
180日以上逾期率	—	—	0.14%	0.23%
消費者購車融資	—	—	0.17%	0.30%
消費者抵押融資	—	—	0.04%	0.04%
汽車經銷商庫存融資	—	—	0.00%	0.00%

研發

我們的數據分析能力由包括智能數據中心、互聯網產品中心及信息技術管理中心三個功能中心的強大研發團隊支持。

智能數據中心負責支持我們自營融資租賃業務及貸款促成服務主要階段的核心系統的研發、維護及運營。智能數據中心亦開發成交促成服務和廣告及會員服務的管理系統，並提供管理消費者關係、產品、渠道和交易結算的數據解決方案。該中心亦處理日常文件、

業 務

管理流程優化及企業服務總線設計。數據分析是智能數據中心的主要功能，開發並優化數據化反欺詐系統及信用評分系統，並於各項業務中服務本集團多個內部功能單位。

互聯網產品中心開發移動應用程序、移動站點、互聯網站點及其他渠道的交易平台界面和相關基礎架構，管理用戶流量的獲取及管理，為僱員和消費者精簡交易支持服務，亦可能促成在線推廣和營銷。互聯網產品中心憑藉我們於互聯網汽車零售交易市場的領先地位，繼續提供創新解決方案，支持我們的互聯網運營。

信息技術管理中心是我們信息技術基礎設施的核心部門，負責本集團負載平衡、互聯網協議服務、緩存及信息傳輸等基本互聯網功能的營運及維護。

信息技術基礎設施

信息技術基礎設施整合消費者及汽車賬戶系統、業務合作夥伴管理系統、風險管理系統和其他多種資源。

消費者及汽車賬戶系統反映我們跟進客戶汽車交易周期及汽車生命周期的經營理念。我們基於電話號碼或車輛識別碼分別確認每一位消費者或每一輛汽車。因此，通過我們經年累積的對消費者及汽車的了解，我們能有效合理地發掘業務機會。更多地與消費者互動或參與汽車交易有助我們與消費者建立長期關係。

業務合作夥伴管理系統是我們的綜合商業運營系統，整合銷售、風險控制、運營、融後資產管理及其他多種功能，以協調自營融資業務經營。該系統亦為商戶（主要是汽車經銷商）提供外部接口。該系統涵蓋自營融資業務流程中各主要階段以供不同職能相互協作，而汽車經銷商及其他商戶可使用接口簡化彼等與我們之間的商務交流。

風險管理模塊主要包括反欺詐系統及信用評分系統。反欺詐系統及信用評分系統的有關討論請參閱「—數據分析能力」。

我們一直大力投資採購及升級最先進的信息技術基建。研發的相關討論請參閱「—研發」。可靠先進的信息技術基建有助我們提供卓越的客戶體驗，保護系統及提升經營效率。

我們實施災備計劃，於中國上海及中國北京多處獨立地點設立重點信息技術基礎設施。我們透過實時數據備份機制維護系統冗餘，以確保信息技術基礎設施可靠。我們的平

業 務

台採用模塊結構，由多個連接組件組成，各組件可單獨更新及替換，而不影響其他組件的功能。我們相信我們的信息技術基礎設施非常穩定。

我們致力維護安全的平台基礎設施。我們已建立監控流量流入及傳出的防火牆，防火牆會自動採取應對措施抵禦威脅。為保密，我們加密數據傳輸，尤其是用戶數據傳輸。我們已採用及實施一套全面的信息系統規則及政策，防止物理及網絡安全漏洞。我們定期檢討信息技術基礎設施，識別及緩解可能破壞系統安全的問題。

知識產權

我們依賴專利、版權、商標及商業秘密法和披露限制共同保護知識產權。截至2017年9月30日，我們有1個註冊專利、24款軟件的註冊版權、89個註冊商標(包括「易鑫」)及284個域名(包括*taoche.com*及*daikuan.com*)。

競爭

互聯網汽車零售交易市場規模雖大但競爭激烈。我們同連接消費者與行業價值鏈各參與者以促進汽車及汽車相關交易並提供融資服務的互聯網汽車交易平台競爭。我們亦同提供汽車及汽車相關內容和廣告及會員服務的互聯網汽車信息平台競爭。此外，我們亦面對來自傳統汽車融資公司的競爭。我們認為我們在行業中取得成功的關鍵因素主要包括吸引訪問量、有效匹配供需及實施我們全渠道策略的能力。

隨著中國互聯網汽車零售交易市場的競爭加劇，相信我們能夠抓住該不斷發展的行業中的機遇。我們所經營行業的競爭格局詳情請參閱「行業概覽」。

客戶

由於業務性質的多樣性，我們的業務面對不同客戶。

交易平台業務的客戶主要包括成交促成服務中的汽車經銷商、貸款促成服務中的消費者及汽車融資合作夥伴及廣告服務和會員服務中的汽車製造商、汽車經銷商、汽車融資合作夥伴及保險公司。

融資租賃業務的客戶主要包括消費者。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們的最大客戶貢獻收入分別約11.6%、14.3%、15.6%及6.4%。截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們前五大客戶貢獻收入分別約36.8%、

業 務

44.2%、34.2%及14.9%。截至2015年12月31日止全年，我們收入的13.4%及1.9%分別來自我們的第二及第四大客戶，即北京易車互動廣告有限公司（「北京易車互動」）及新意互動廣告，兩者均為控股股東的附屬公司。截至2016年12月31日止全年，北京易車互動亦為我們前五大客戶之一，貢獻收入3.2%。有關我們預期繼續向新意互動廣告及北京易車互動提供廣告服務的詳情，請參閱「關連交易 — 不獲豁免持續關連交易」一節。

除上述情況外，往績記錄期間，董事、其聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知擁有本公司已發行股本超過5%）概無持有我們任何前五大客戶的任何權益。

供應商

我們的供應商主要包括主要為我們自營融資業務提供汽車的汽車經銷商及主要為我們自營融資業務提供資金的銀行及其他金融機構。我們的供應商亦包括線上流量供應商、數據供應商、硬件供應商、二手車估值服務供應商以及汽車資產管理專業人士。

我們致力於與我們前幾大供應商緊密協作，鞏固業務關係。截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們於前五大供應商（不包括銀行、金融機構及資產支持證券持有人）的採購額佔相應期間採購總額分別約54.8%、77.9%、50.4%及50.5%。截至2014年、2015年及2016年12月31日止各年度與截至2017年6月30日止六個月，我們最大供應商佔相應期間採購總額分別約33.3%、62.1%、23.0%及15.9%。2015年，我們兩大供應商北京易車互動及北京易車互聯信息技術有限公司（均為控股股東的附屬公司）分別佔我們2015年採購總額的62.1%及7.2%。該等控股股東的聯繫人於年內提供線上流量、廣告及其他相關支持，現已不再為我們的供應商。

除上述情況外，往績記錄期間，董事、其聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知擁有本公司已發行股本超過5%）概無持有我們任何前五大供應商的任何權益。

業 務

僱員

截至2017年6月30日，我們有超過4,600名全職僱員，大多數位於中國，主要是上海總部，其餘在北京、成都、鄭州、深圳及多個中國其他城市。下表載列截至2017年6月30日按功能劃分的僱員人數：

職能	僱員人數	佔總人數百分比
銷售及市場營銷	3,562	77%
風險管理	276	6%
研發	529	11%
綜合行政	266	6%
總計	4,633	100%

我們的成功取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。根據我們的留任策略，我們為僱員提供有競爭力的薪資、績效現金獎金及其他獎勵。

我們主要透過招聘機構、校園招聘會、行業轉介及線上渠道招聘僱員。除在職培訓外，我們亦採用培訓政策，內部講師或外聘顧問定期向僱員提供管理技術、監管及其他培訓。僱員經主管批准後亦可參加外部培訓。

根據中國法律法規的規定，我們參與相關市級及省級政府部門組織的住房公積金及各類僱員社會保障計劃，包括住房、養老金、醫療、工傷及失業福利計劃，我們按僱員薪金的規定百分比作出供款。我們亦為僱員投購商業健康及意外險。獎金一般由我們酌情發放，一方面取決於僱員表現，另一方面取決於我們業務的整體表現。我們已經且計劃日後繼續向合資格僱員授出股份激勵獎勵，以激勵彼等為我們的增長及發展作出貢獻。

我們在中國的部分附屬公司設有工會，僱員可自願加入相關工會。我們相信，我們與僱員維持良好的工作關係，且於往績記錄期間，我們並無經歷任何重大勞資糾紛，亦無在招聘營運所需員工方面遭遇任何困難。

保險

對於通過融資租賃或經營租賃獲得的汽車，承租人須根據相關法律和法規購買交通事故強制保險後，方可使用。根據行業的相關監管要求和標準慣例，我們亦在租賃條款要求消費者購買符合我們要求的額外商業保險，且以我們為第一受益人。客戶須負責支付該等保險的所有保費。

一如市場慣例，我們並無購買任何營業中斷險或產品責任險，而中國法律並無強制

業 務

規定須購買該等保險。我們並無購買關鍵人員人壽保險、網絡基礎設施或信息技術系統損害保險或任何財產損失險，亦無為合約安排的相關風險購買保險。

我們無法保證融資租賃或經營租賃客戶購買的保險足以保障我們及我們的資產以抵禦全部風險，亦無法保證承租人均會一直履行購買保險的責任、任何特定索償將獲賠付或融資租賃或經營租賃客戶日後能夠以商業合理的價格購買足夠的保險保障，亦無法保證我們的或有事項保險或其他保險將充分涵蓋我們現有保險並無保障的任何領域。

往績記錄期間，我們並無就業務作出任何重大保險索償。有關詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 倘我們平台交易的汽車造成人身傷害或財物損失，我們可能面臨產品責任索償。」。

物業

截至2017年9月30日，我們主要透過位於上海、北京、鄭州、深圳及多個中國其他城市的129項租賃物業經營我們的業務。我們於中國的租賃物業作為我們的辦事處、呼叫中心及服務器中心。該等物業作為非物業業務(定義見上市規則第5.01(2)條)，主要用作我們經營業務的辦公場所。我們認為，中國有充足的物業供應，我們並非依賴現有租賃進行業務營運。

截至2017年9月30日，我們租賃物業的總建築面積逾23,000平方米，各自建築面積最高達1,500平方米。相關租賃協議的租賃到期日介乎2017年9月至2023年6月之間，部分可續期。我們正在重續於2017年9月及10月到期的租賃協議。

截至最後實際可行日期，我們部分中國租賃物業的業主尚未向我們提供有效的業權證書或相關授權文件，以證明彼等有權向我們出租該等物業。因此，該等租賃未必有效，存在我們可能無法繼續使用該等物業的風險。有關物業權益瑕疵的風險討論，請參閱「風險因素 — 我們的租賃物業權益可能有瑕疵，故此或須遷移受該等瑕疵影響的業務，可能導致我們的業務遭受重大中斷，對我們的經營及財務業績有不利影響」。

根據適用中國法律法規，物業租賃合約須向中國住房和城鄉建設部地方主管機關登記。截至最後實際可行日期，我們未辦理大多數中國租賃物業的租賃登記，主要是由於難以促使相關業主合作進行上述租賃登記。上述租賃登記須業主合作。我們將採取所有可行及合理的措施以確保登記該等租賃。我們的中國法律顧問表示，根據中國法律，未辦理租賃合約登記將不會影響租賃合約的有效性，其亦表示，每項未登記的租賃可能會被處以最高人民幣10,000元的罰款。估計最高罰款總額為人民幣1,160,000元。我們正進一步與相關業主聯絡，將會盡快完成上述租賃登記。

業 務

截至2017年6月30日，我們各項物業權益的賬面值均低於合併資產總值的15%。因此，根據上市規則第5章及第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本[編纂]豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的規定，該條文規定須就本集團於土地或樓宇的所有權益編製估值報告。

健康、工作安全、社會及環境事宜

我們並不運營任何汽車製造、倉儲、展示及保養和維修設施。我們與獨立第三方擁有的易鑫品牌體驗店及其他汽車經銷店合作。因此，我們並無面臨重大健康、工作安全、社會或環境風險。為確保符合不時適用的法律法規，人力資源部將在必要時與法律顧問磋商後對人力資源政策作出調整，以適應相關勞動與安全法律法規的重大變動。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因未遵守健康、工作安全、社會或環境法規而被處以任何罰款或其他處罰。

法律訴訟及合規情況

我們於正常業務過程中不時提起法律訴訟，主要為追回客戶所欠款項。往績記錄期間，我們提出多起法律訴訟向客戶追回逾期付款，每起訴訟所涉金額不大。往績記錄期間，我們並無作為被告捲入任何重大訴訟。

考慮到我們在處理違約付款方面的經驗及往績，我們認為該等法律訴訟對我們的業務無任何重大影響，亦不會施加任何重大風險。於最後實際可行日期，我們並無發起任何訴訟或仲裁程序，亦無任何待決或針對我們或董事的訴訟或仲裁程序，以致對財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

業 務

牌照及許可

我們的中國法律顧問表示，截至最後實際可行日期，除本[編纂]所披露者外，我們已自相關政府部門取得對我們中國業務運營屬重要之全部所需牌照、許可、批文及證書。下表載列我們主要牌照及許可的詳情。

牌照／許可	持有人	頒發機構	頒發日期	到期日
電信與信息服務 業務經營許可證	北京易鑫信息科技 有限公司	北京市通信 管理局	2015年9月9日	2020年9月9日
上海市商務委員會批准設立 上海易鑫融資租賃 有限公司的回覆	上海易鑫融資租賃 有限公司	上海市商務 委員會	2014年8月1日	2044年8月11日
中國(天津)自由貿易 試驗區外商投資企業 備案證明.....	天津恒通嘉合融資租賃 有限公司	中國(天津)自由 貿易試驗區 港口區管理 委員會	2015年9月1日	2045年5月17日

獎項及認可

往績記錄期間，我們於中國互聯網汽車交易行業的創新獲得認可。我們獲得的部分重大獎項及認可載列如下。

獎項／認可	年份	頒獎機構
2017卓越互聯網汽車交易平台	2017年	2017中國資產管理年會
中國最具影響力互聯網交易平台.....	2017年	2017中國金融風雲榜
年度優秀交易獎	2017年	2017中國資產證券化論壇年會
2015–2016中國二手車金融創新成就獎	2016年	中國汽車流通協會
2016中國二手車大會暨首屆品牌認證 二手車展傑出貢獻獎	2016年	中國汽車流通協會
2015–2016中國二手車市場影響力品牌	2016年	中國汽車流通協會