

業 務

概覽

我們是一家中國人身險中介服務提供商，致力於通過數字化人身險交易及服務平台，在線為保險客戶提供保險服務解決方案。我們分銷的保險產品（包括與保險公司共同開發的保險產品）由保險公司承保，我們不承擔任何承保風險。根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年，按總保費計，中國的人身險市場規模為人民幣3.8萬億元。我們主要與保險中介機構和保險公司內部銷售人員競爭。此外，我們亦與其他市場參與者（包括銀行保險渠道及保險兼業代理機構）競爭。根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年，中國人身險中介市場的總保費達至人民幣2,370億元，佔中國人身險市場總保費的6.3%。於2023年，以中國人身險中介市場的總保費計，我們排名第八，市場份額為2.9%。線上中介在中國人身險中介市場中佔據主導地位，並於2023年佔中國人身險中介市場總保費的89.1%。根據弗若斯特沙利文的資料，以2023年的長期人身險的總保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構，佔據7.3%的市場份額，僅次於市場上的一家主要參與者，份額為45.5%。以2023年的長期人身險的首年保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構。

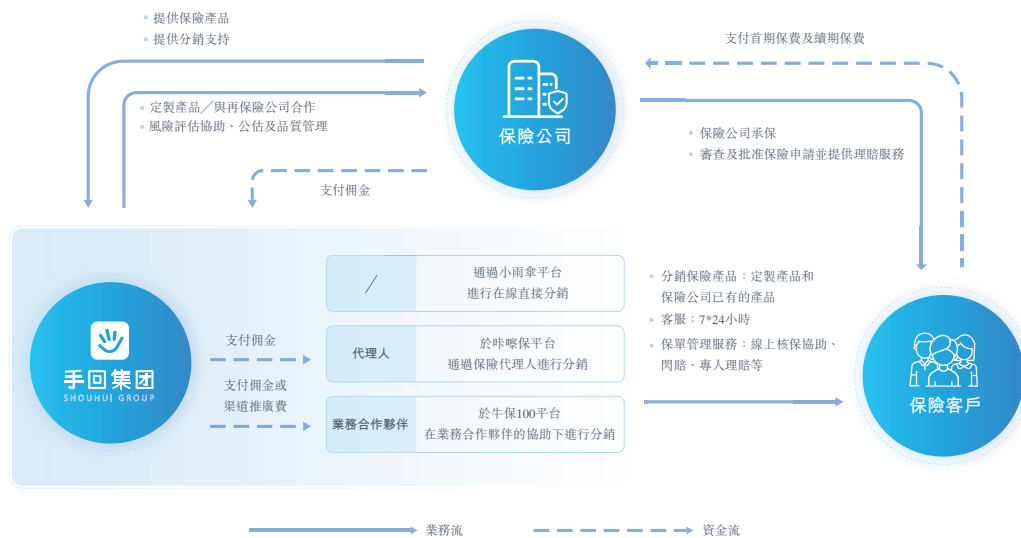
我們向與我們合作的保險公司提供保險交易服務，其中大部分為中國的主要保險公司。我們的收入主要來自保險公司通過我們向保險客戶成功分銷其承保的保險產品而支付的佣金。我們的收入通常根據通過我們分銷的保單保費的百分比計算。於往績記錄期間，我們與超過110家保險公司建立了合作，包括中國超過70%的人身險公司。我們視投保人和被保險人均為我們的保險客戶，基於新興科技的應用及我們在互聯網行業的長期積累，我們構建了一個完整的保險客戶運營服務體系。

我們通過三個平台促成的三個分銷渠道分銷人身險產品，即(1)於小雨傘進行在線直接分銷，(2)於咔嚓保通過保險代理人進行分銷，及(3)於牛保100在業務合作夥伴的協助下進行分銷。保險客戶可通過小雨傘直接購買，小雨傘允許保險客戶在單一平台上完成購買。我們利用咔嚓保協助我們的保險代理人服務保險客戶，並利用牛保100將我們的範圍擴大到更多的保險客戶。我們的數字平台通過促進分銷及在整個保險交易過程中提供全面支持來支持保險代理人及業務合作夥伴。我們根據自保險公司收取的佣金向成功分銷的保險代理人及業務合作夥伴支付佣金或渠道推廣費。

業 務

- **於小雨傘進行在線直接分銷。**保險客戶可以通過小雨傘直接購買，該平台允許保險客戶在單一平台上完成購買並旨在成為我們定製和精選保險產品的直接分銷平台。小雨傘涵蓋保險交易的各個環節，包括產品搜索、產品推薦、線上諮詢、提供個性化保險方案、產品購買及保單管理等，從而提升保險客戶的整體體驗。於2024年，於小雨傘的在線直接分銷收入為人民幣293.1百萬元，佔我們保險交易服務總收入的21.3%。
- **於咔嚓保通過保險代理人進行分銷。**我們於咔嚓保平台通過保險代理人分銷保險產品。我們的保險代理人是我們接觸保險客戶、傳遞保險產品信息 & 促進分銷流程的重要渠道。我們的保險代理人為個人保險銷售從業人員，具備不同保險產品的專業知識及經驗。我們的代理人能夠在咔嚓保上完成在線培訓、業務拓展、保險交易及保單管理等流程操作。截至2024年12月31日，我們已建立由超過27,000名保險代理人組成的分銷網絡，其中超過16,000名保險代理人於2024年已分銷保險產品，覆蓋中國15個省級行政區域。於2024年，於咔嚓保通過保險代理人分銷的收入為人民幣220.1百萬元，佔我們保險交易服務總收入的15.9%。
- **於牛保100在業務合作夥伴的協助下進行分銷。**我們於牛保100平台在業務合作夥伴的協助下分銷保險產品。我們與各種業務合作夥伴合作，包括(i)已積累大量具有保險需求的用戶群體的媒體及廣告公司及關鍵意見領袖等自媒體流量渠道；及(ii)持牌經紀及代理。我們通過自媒體流量渠道在線上創造流量及推廣保險產品。此外，持牌經紀及代理依賴其本身的代理人或經紀推廣及分銷保險產品。我們的牛保100平台在整個保險交易過程中為業務合作夥伴提供支持，包括在線產品選擇及推薦以及在線交易及服務協助。於往績記錄期間，我們的業務合作夥伴數量已經超過1,100家。於2024年，於牛保100在業務合作夥伴的協助下進行分銷的收入為人民幣864.6百萬元，佔我們保險交易服務總收入的62.8%。

業 務



作為數字化保險交易和服務的持牌提供商，我們主要通過線上平台分銷長期壽險、長期重疾險、長期醫療險及其他保險以及短期保險產品。我們銷售的產品以長期人身險產品為主。長期人身險產品的性質及其服務週期使我們與保險客戶建立及加強長久的聯繫。我們認為，這種聯繫使我們提供的保險服務可覆蓋保險客戶不同年齡段產生的不同需求，從而產生持續的收入流。

我們分銷的產品類型包括定製的產品和保險公司已有的產品。我們於2017年起開始分銷由我們參與擬定責任條款及條件並進行定價及擁有產品品牌IP的定製長期人身險產品。就總保費而言，我們就於往績記錄期間分銷的大部分定製保險產品與保險公司訂立獨家協議，據此，我們擁有獨家分銷權，前提是我們滿足績效相關條件，例如保費金額或續期率。在保險產品定製化過程中，我們識別並明確我們目標保險客戶的保險產品需求，與保險公司和再保險公司進行競爭性談判，最終選定合作保險公司並分銷定製保險產品。保險公司承保保險產品，與中介機構合作以獲得保費，與再保險公司合作，並按照產品開發需要分擔風險。再保險公司承擔保險公司的風險，並與中介機構合作。我們定製產品的首年保費分別佔我們於2022年、2023年及2024年分銷的全部保險產品首年保費的52.5%、59.0%及40.5%。我們的IP定製產品在我們的平台上分銷，這也使得我們的品牌認知不斷深入人心，產生良好的市場口碑，進而形成了較高的市場影響力。基於與保險公司良好的合作，我們自成立以來合共分銷了逾1,900個

業 務

產品，其中包括逾280個定製產品和逾1,600個保險公司已有的產品。截至2024年12月31日，在售的產品有306個，並在我們的平台上成功孵化超過14個IP。

截至2024年12月31日，我們擁有投保人數量超過350萬，累計被保險人數超過580萬，其中截至2024年12月31日160萬名投保人及240萬名被保險人擁有我們的有效保單。我們提供的保險產品可覆蓋保險客戶不同年齡段產生的不同需求。通過提供全面的保險服務，我們與保險客戶建立起緊密聯繫。我們的投保人以中國一線和二線城市的30-45歲人群為主，30-45歲的投保人於往績記錄期間貢獻總保費佔比63.4%，貢獻我們所分銷保單量的72.2%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的30-45歲人群是保險產品消費的主流人群，彼等對數字化保險交易及服務接受程度高，傾向於在線上完成保險交易。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們的收入分別為人民幣806.3百萬元、人民幣1,634.4百萬元及人民幣1,387.1百萬元。我們持續專注於長期人身險產品，其產品特性使我們能夠獲得持續的收入，進而夯實了我們財務增長的基礎。

我們的優勢

我們相信以下優勢為我們的成功作出貢獻，預計將持續推動我們的未來增長：

中國線上長期人身險中介服務提供商

根據弗若斯特沙利文的資料，以2023年的長期人身險的總保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構，佔據7.3%的市場份額，僅次於市場上的一家主要參與者，份額為45.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，以2023年的長期人身險的首年保費計，我們亦是中國第二大線上保險中介機構。

根據弗若斯特沙利文的資料，線上中介佔據相當大的市場份額，引領了中國人身險中介市場的增長。2019年，線上中介佔中國人身險中介市場總保費的82.1%，2023年上升至89.1%，預計2028年將達到95.2%。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，線上中介在中國人身險市場中顯著增長。線上中介貢獻的總保費由2019年的人民幣600億元增至2023年的人民幣2,110億元，複合年增長率為36.9%。預計到2028年，線上中介將為中國人身險市場貢獻總保費人民幣10,310億元，2024年至2028年的複合年增長率為34.2%。此外，就中國的線上人身險中介市場而言，長期保險的總保費已從2019年的人民幣120億元增至2023年的人民幣880億元，複合年增長率為64.6%。預計到2028年，線上長期人身險的總保費將達到人民幣6,270億元，2024年至2028年的複合年增長率為24.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，分銷長期保險產品的保險中介機構專注於與保險客戶建立穩定的長期關係，從而確保客戶保留率。此外，長期保險產品可以為保險中介機構貢獻更穩定、更持續的佣金收入。憑借我們於線上長期人身險中介市場的地位，我們認為我們具有把握不斷增長的重大市場機遇的優勢。

我們主要與保險中介機構及保險公司的內部銷售人員競爭。此外，我們亦與其他市場參與者競爭，包括銀行保險渠道及保險兼業代理機構。根據弗若斯特沙利文的資料，中國人身險中介市場的總保費於2023年達到人民幣2,370億元。於2023年，以中國人身險中介市場的總保費計，我們排名第八，總保費為人民幣68億元，市場份額為2.9%。

以市場為導向的產品定製與IP管理

我們自2015年成立以來始終堅持以保險客戶為中心，通過持續開發定製保險產品使我們有能力滿足保險客戶的多樣化需求。我們的定製產品於2024年的首年保費為人民幣1,234.5百萬元，佔我們首年保費的40.5%。公司已上線的定製保險產品種類已實現人身險產品類型全覆蓋。我們擁有一支約20人的保險產品設計團隊，大部分具有保險公司產品設計及精算相關工作經驗。我們最快能夠在一個月內成功設計並上線一款定製壽險產品，這使得我們能夠迅速升級我們的定製產品組合，並抓住不斷演變的市場機遇。

我們的定製能力來源於保險專業知識的長期積累、與時俱進的行業洞察以及對保險客戶概況的深刻理解。這些知識與能力使得我們在產品形態打造、保障條款告知、協助風險把控、協助定價及產品更新等方面能與保險公司進行合作。我們的定製產品旨在滿足保險客戶的特定需求。此外，我們對定製產品的持續迭代使我們能夠降低獲客成本並提高保險客戶的保留率。

業 務

通過定製產品的迭代，我們逐漸形成了覆蓋各年齡段的IP。截至2024年12月31日，我們平台上累計孵化超過14個IP，覆蓋了長期壽險、長期重疾險、長期醫療險及其他保險以及短期保險等各類保險產品。引入IP不僅塑造了定製產品差異化，還提升了客戶忠誠度，最終讓我們在競爭激烈的行業中脫穎而出。舉例而言，我們的其中一個IP及定製產品超級瑪麗重疾險系列，自推出以來已分銷約330,000件保單，於往績記錄期間，超級瑪麗重疾險系列累計總保費為人民幣36億元及首年保費為人民幣573.0百萬元，獲得市場和保險客戶的認可，並因此讓我們的品牌深入人心。

賦能保險產品供給、交易及服務的數字化業務流程

我們憑借多年來的互聯網平台搭建、數字化保險交易和風險評估協助經驗，建立了一個賦能保險產品供給、交易及服務的業務流程。我們通過強大的數字化保險交易及服務平台將保險公司、代理人、業務合作夥伴以及保險客戶連接起來。

我們的業務流程為保險產品供給賦能。我們基於科技理解保險客戶不斷變化的需求，以精準衡量彼等的風險承受能力，進而我們能夠向保險客戶推薦適合他們特定需求的保險產品，贏得他們的信任。我們的分銷實力與保險客戶對我們的長期認可也吸引了越來越多的保險公司與我們形成穩定的合作關係。

我們的業務流程促進了保險交易和服務，讓合作夥伴願意通過我們的平台購買保險產品，最終加強了我們的行業地位。小雨傘、咔嚓保和牛保100三大平台為我們的業務打造了豐富的分銷場景，賦能保險交易和服務。這三大平台打造了廣泛的保險客戶覆蓋和豐富的產品選擇，也保證了圍繞保險客戶所建立的運營和服務。

自成立以來，我們隨著行業趨勢和技術迭代持續不斷地增強與我們平台上保險交易的提供、交易及服務階段相關的應用。我們相信，通過利用技術作為我們的競爭優勢，我們未來將吸引更多行業參與者與我們合作，並進一步鞏固我們的行業地位。

業 務

高效及便捷的保險客戶服務

多元的獲客渠道結合高效及便捷的服務使我們建立了全方位的保險客戶服務，使我們的品牌與服務被更多保險客戶認可，提升了保險客戶服務體驗和忠誠度。

自成立以來，我們通過科技化的手段不斷優化投保及售後服務流程。除分銷外，我們能夠建立涵蓋保險服務的業務。我們建立了一個專門的線上客戶服務團隊，截至2024年12月31日有約50名人員。我們提供7×24小時全天候諮詢及理賠報案服務，包括回復產品諮詢、回應投訴及提供理賠報案協助服務。此外，我們擁有涵蓋全面專業的保單管理服務（包括簽訂保險合同、線上核保協助、保單存託管、續期繳費服務、退保協助及理賠協助服務）的專業團隊。例如，我們可以基於保險客戶健康、職業、年齡等不同的情況提供合適的核保協助。我們通過閃賠、一對一理賠專員及線上理賠服務，為用戶提供專業高效的理賠協助服務，保障投保人的權益。

依託我們的技術實力以及與保險客戶的需求緊密聯繫的全面服務體系，我們不斷收獲保險客戶的信任和忠誠度。截至2024年12月31日，我們擁有投保人數量超過350萬。於往績記錄期間，投保人平均每人出單數約為四單。

與行業實踐緊密結合的研發能力

我們強大的科技實力歸因於我們從創立之初就強調對數字化能力和技術持續不斷的研發投入。截至2024年12月31日，我們的研發團隊由111名員工組成，佔我們員工總數的17.3%。於往績記錄期間，我們長期堅持對研發的投入。多年積累的保險行業見解及知識，使我們在日常運營過程中搭建了有助於高效進行保險交易的在線體系、品質管理體系和營銷及銷售體系。

我們使用多種模型及系統，包括鷹眼AI核驗，該系統使用風險模型來識別保險客戶申請的潛在風險，以預防不利的分銷行為；創信閃錄系統，該系統是一套智能的雙錄系統，旨在滿足保險產品線下分銷可追溯性的監管要求，解決投保過程中的雙錄問題；及AI質檢系統，該系統自動識別分銷及客戶服務過程中的問題，並提供相應的評

業 務

估及建議。該等模型及系統可提高我們準確識別潛在保險客戶、推薦保險產品、降低風險及優化運營效率的能力。此外，憑借我們的技術能力，我們的品質管理體系不斷迭代及強化，能進一步優化保險交易的質量及效率，最終形成飛輪效應。

作為一家擁有技術能力的主要保險服務提供商，我們已成功推出了涵蓋保險業務主要流程的數字化解決方案。我們認識到保險業參與者對數字化解決方案的需求，特別是風險評估協助及公估。對保險技術服務有需求的保險公司已與我們聯繫。自2019年5月起，我們開始為保險公司提供風險評估協助、公估和閃賠方面的保險技術服務解決方案，幫助保險公司改善運營效率。於往績記錄期間，我們在協助保險公司的過程中有效識別高風險保險應用案例共計逾二百萬起。運行良好的風控系統和對業務質量的嚴格把控不僅是完成交易閉環的必要步驟，更是我們與保險公司保持長期、穩定、健康合作關係的保證。於往績記錄期間，我們提供的閃賠服務逾36,000件。

經驗豐富、持續創新、身經百戰的管理團隊

我們擁有一支經驗豐富、持續創新、身經百戰的管理團隊。我們相信，本集團的快速及多元化發展得益於我們高級管理層強烈的使命感和過硬的執行力。我們創始人、董事會主席兼首席執行官光先生擁有逾17年互聯網領域的成功經驗和卓越的管理經驗。在他的帶領下，我們通過數字化改造了傳統的保險交易和服務。我們的高級管理層團隊擁有互補的職業及知識背景，無縫結合了保險業務、互聯網運營及營銷和軟件開發，在本集團成立之前已開始合作關係，至今已超過十年。我們大部分高級管理層於本集團創立之初加入，為本集團的穩定性及持續性作出了傑出貢獻。

我們始終堅持以保險客戶為中心的發展理念，致力於成為保險客戶終身信賴的保險服務提供商。在實現前瞻願景的過程中，我們得到了包括紅杉、經天緯地及天士力在內的數位股東的強大支持，進一步增強了我們業務發展的信心，他們擁有豐富的行業知識及洞察，在客戶獲取、業務合作、風險管理和技術方面進一步為我們的發展提供了強有力的支持。

業 務

我們的戰略

我們擬通過實施以下戰略來鞏固我們的市場地位並進一步增加我們的市場份額。

與更多產業價值鏈參與者合作，增強業務流程

基於我們以保險客戶為中心的數字化保險交易和服務平台和龐大的保險客戶基礎，我們計劃發展更多業務夥伴關係，持續加強產業價值鏈參與者之間的聯繫，最終增強業務流程。

- **保險公司：**

我們相信與更多保險公司建立穩定的合作關係將有助於我們的業務流程逐漸完善。我們計劃通過我們的產品分銷能力及先進的技術賦能整個保險交易及服務流程，加強與保險公司的合作。我們計劃進一步投資於數字化技術，完善底層系統建設，從而優化包括線上核保協助、理賠管理服務、風險評估協助等保險交易流程。

- **保險客戶：**

我們計劃提升我們的市場影響力，擴大保險客戶覆蓋。我們計劃搭建線上線下融合的營銷策略，強調產品IP打造及品牌推廣，提高用戶覆蓋率和轉化，不斷完善從獲客到保單投購的商業閉環。此外，我們計劃分銷更多定製產品，進一步投資於積累的IP，擴大IP產品種類的覆蓋率。我們計劃進一步投資於數據分析、增加運營人員、優化獲客渠道以更加深入洞悉我們的保險客戶，優化彼等服務體驗的每一個環節。

- **代理人：**

我們計劃持續招募有能力的代理人，並堅持通過科技創新為代理人賦能。我們計劃提供系統性職業培訓計劃，提升代理人的品牌忠誠度，並確保代理人始終如一的高質量服務。我們將充分考慮不同類型城市經濟、收入等方面差異，建立差異化的代理人管理制度，在新人政策和團隊成長方面給予差異化設計，以滿足當地的隊伍招募、留存及成長的需求。

業 務

- **業務合作夥伴：**

我們擬加強與現有業務合作夥伴的關係，通過提供更多定製產品、高效的數字化工具幫助彼等提高經營效率。我們計劃持續深化與業務合作夥伴中媒體廣告公司的合作，挖掘更多符合自身品牌屬性的關鍵意見領袖長期合作。我們擬持續積極搭建與有良好過往記錄的代理及經紀機構的合作。通過MGA模式，我們旨在將產品推向持牌保險經紀及代理公司，形成共同首發的績優聯盟，滿足市場需求，有效提升品牌知名度，並着重確保優良的業務品質，從而為公司貢獻長期、穩定的業務增長。

開發更多定製保險產品及提高品牌知名度

我們計劃繼續開發創新的定製新產品，並對現有產品進行升級。新產品方面，我們計劃專注於（其中包括）年金養老保險產品，在整個保險產品週期中提供分紅及固定保費。我們計劃基於對用戶概況和用戶需求的理解，不斷豐富我們分銷的產品組合，為覆蓋保險客戶不同年齡段的需求，積極聯合保險公司持續開發定製產品系列。我們將以優質產品作為核心競爭力，持續提升品牌知名度，擴大分銷網絡，並加強服務能力。

我們尋求通過實施各種品牌計劃和有針對性的營銷以及通過我們的專有平台擴展以保險客戶為中心的服務深度來擴大我們的保險客戶群。我們擬部署營銷計劃，以接觸更多潛在保險客戶，並通過創新產品和用戶分析促進用戶轉化。我們重點進一步滲透家庭及企業保險分部。

加大研發及科技投入

我們的科技應用於支撐公司的發展和日常運營。我們計劃繼續吸收和儲備具備保險科技領域、在線交易領域、數據科學領域的出色人才，逐步提升研發團隊佔比，提升整體組織的科技實力。

我們計劃在分佈式互聯網交易技術領域持續投入，以提升我們與保險公司進行接口對接的效率，提高客戶在我們的平台辦理在線核保協助、在線購買、公估協助等業務的用戶體驗。我們亦計劃在雙錄、可回溯、風險行為數據分析等領域持續投入，為保險交易的品質管理持續賦能。

業 務

考慮到短視頻、在線直播及智能客服的日益普及，我們計劃重點關注人工智能及相關技術在營銷中的戰略發展和應用。

通過兼併和收購以及海外擴張戰略實現增長

除了自主發展業務，我們可能審慎地在全球線上保險中介服務市場尋求潛在的併購機會，以補充我們的業務運營能力並進一步擴大保險客戶群體，例如，投資我們所在產業鏈上下游已有成熟業務模式的企業，以及具有更多類型產品的公司。與此同時，我們計劃尋求在海外市場的增長機會，以更具成本效益的方式實施成熟的商業模式和運營專業知識，為不同地理區域的新保險客戶提供服務。截至最後實際可行日期，我們尚未物色到任何投資或收購目標。

我們的業務

我們的業務包含兩大板塊：(i)保險交易服務；及(ii)保險技術服務。

- **保險交易服務**

作為數字化保險交易和服務的持牌提供商，我們主要通過線上平台分銷長期壽險、長期重疾險、長期醫療險及其他保險以及短期保險產品。這些保險產品由保險公司直接承保，我們既不是投保人，也沒有與投保人訂立合同。另一方面，我們的產品設計和研究團隊致力於不斷推出定製產品，優化和提升保險交易和服務體驗，以便更好地迎合不同保險客戶不斷變化的需求。

於往績記錄期間，我們和中國超過110家保險公司建立合作，形成緊密的合作網絡。通過我們的線上平台，我們使這些保險公司能夠接觸到龐大而分散的保險客戶群，從而大大提高了其保費收入。

業 務

• 保險技術服務

作為一家擁有技術能力的主要保險服務提供商，我們已成功推出了涵蓋保險業務主要流程的數字化解決方案。我們認識到保險業參與者對數字化解決方案的需求，特別是風險評估協助及公估。對保險技術服務有需求的保險公司已與我們聯繫。自2019年5月起，我們開始為保險公司提供風險評估協助、公估及閃賠方面的科技解決方案，幫助保險公司提高運營效率。我們通過多個系統提供服務，包括啄木鳥風控、鷹眼AI核驗和閃賠。通過提供數字化解決方案，我們幫助保險公司改善運營，並推動保險行業實現數字化轉型。

我們的業務模式

我們是一家中國人身險中介服務提供商，致力於通過以保險客戶為中心的數字化人身險交易及服務平台，在線為保險客戶提供保險服務解決方案。根據弗若斯特沙利文的資料，以2023年的長期人身險的總保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構，佔據7.3%的市場份額，僅次於市場上的一家主要參與者，份額為45.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，以2023年的長期人身險的首年保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構。我們通過數字化人身險交易及服務平台將定製的產品和保險公司已有的產品提供給保險客戶，為保險公司提供額外保費渠道。我們主要的收入模式是按照已促成的保費的一定百分比向保險公司收取佣金。

我們與保險公司建立了緊密牢固的合作網絡。於往績記錄期間，我們與中國超過110家保險公司建立合作，其中包括68家人身險公司及46家財產險公司¹。具體而言，憑借我們在長期壽險領域的優勢，我們於同期與中國超過70%的人身險公司建立了合作。我們以科技驅動的保險產品分銷能力和保險客戶服務能力能為保險公司開拓多個分銷場景，觸達龐大且多元的保險客戶群體，實現高效分銷並促進保費增長。

¹ 根據中國法律法規，財產險公司可提供短期人身險產品。

業 務

基於保險經驗和專業知識的長期積累、與時俱進的行業洞察以及對用戶概況的深刻理解，通過代理人及在業務合作夥伴的協助下為保險客戶分銷品類齊全的保險產品。我們分銷的產品主要分為定製的產品及保險公司現有的產品兩大類。我們也與再保險公司保持密切的溝通。通常定製健康險產品，我們會先設計保險產品方案，經過與再保險公司的多輪溝通，獲得再保險公司疾病發生率及再保條件方案後，再與保險公司溝通以協助確定定製產品的定價。我們自成立以來合共分銷了逾1,900款產品，覆蓋了長期壽險、長期重疾險、長期醫療及其他保險以及短期保險等各個品類，形成為少兒、成人與老人提供保障的IP產品矩陣。我們的產品矩陣以長期人身險產品為主。長期人身險產品的性質及服務週期使我們與保險客戶建立並鞏固了長久的關係。我們認為，這種聯繫使我們提供的保險服務可覆蓋保險客戶不同年齡段產生的不同需求，從而產生持續的收入流。我們分銷的提供長期人身險產品於往績記錄期間佔我們總保費的大部分。長險13個月續期率於往績記錄期間達到95%以上。

我們擁有一支20人左右的保險產品設計團隊，大部分具有保險公司產品設計及精算相關工作經驗，我們最快能夠在一個月內成功設計並上線一款定製人身險產品，這使得我們能夠迅速升級我們的產品組合，並抓住不斷演變的市場機遇。我們自2017年起開始分銷由我們參與擬定責任條款及條件並進行定價及擁有產品品牌知識產權的定製長期人身險產品。我們自成立以來提供了逾280種定製產品，其中有40種為於往績記錄期間的首年保費超過人民幣10百萬元的熱銷產品，並有多個IP已形成週期性迭代升級的穩定發展趨勢。我們的定製產品於2024年的首年保費為人民幣1,234.5百萬元，佔我們首年保費的40.5%。我們的IP定製產品在我們的平台上分銷，這也使得我們的品牌認知不斷深入人心，產生良好的市場口碑，進而形成了較高的市場影響力。截至2024年12月31日，我們在售的產品有306款。憑借我們信譽良好的品牌，越來越多的保險公司選擇在我們的平台上提供更多的保險產品，吸引了更多保險客戶。這一趨勢進一步促使我們的商業模式形成了良性循環，得以不斷壯大。

業 務

我們通過三個平台促成的三個分銷渠道分銷人身險產品，即(1)於小雨傘進行在線直接分銷，(2)於咔嚓保通過保險代理人進行分銷，及(3)於牛保100在業務合作夥伴的協助下進行分銷。

保險客戶可通過小雨傘直接購買，小雨傘允許保險客戶在單一平台上完成購買。我們利用咔嚓保協助我們的保險代理人服務保險客戶，並利用牛保100將我們的範圍擴大到更多的保險客戶。我們的數字平台通過促進分銷及在整個保險交易過程中提供全面支持來支持保險代理人 and 業務合作夥伴。我們根據從保險公司收到的佣金，並考慮到一系列因素，包括產品類型、繳費期限、保費金額和保單續簽率等，向成功分銷的保險代理人 and 業務合作夥伴支付佣金或渠道推廣費。我們對付給保險代理人 and 業務合作夥伴的佣金進行半年一次的審核。憑借我們全面的保險業牌照資質、專有技術和線上平台以及與我們合作的保險公司龐大的網絡，我們通過數字化改造了傳統的保險交易和服務。

- **於小雨傘進行在線直接分銷。**保險客戶可以通過小雨傘直接購買，該平台允許保險客戶在單一平台上完成購買並旨在成為我們定製和精選保險產品的直接分銷平台。小雨傘涵蓋保險交易的各個環節，包括產品搜索、產品推薦、線上諮詢、提供個性化保險方案、線上核保協助、產品購買及保單管理等，從而提升保險客戶的整體體驗。我們的服務進一步提升了保險客戶的滿意度和忠誠度。我們認為，廣泛的產品選擇及專業服務吸引了越來越多的保險客戶選擇在我們的平台上完成保險交易。我們致力於為保險客戶提供良好的用戶體驗。
- **於咔嚓保通過保險代理人進行分銷。**我們的保險代理人為個人保險銷售從業人員，具備不同保險產品的專業知識及經驗。我們致力於為代理人提供其所需的一切能力，幫助他們完成最佳實踐。我們的代理人能夠在咔嚓保上完成在線培訓、業務拓展、保險交易及保單管理等流程操作。我們注重吸引和培養高產能代理人，並以營銷結果為導向激勵我們的代理人，使他們能夠更好的滿足保險客戶需求，進一步擴大我們的保險產品及服務在保險客戶中的影響力。截至2024年12月31日，我們已建立由超過27,000名保險代理人組成的分銷網絡，其中超過16,000名保險代理人於2024年已分銷保險產品，覆蓋中國15個省級行政區域。

業 務

- 於牛保100在業務合作夥伴的協助下進行分銷。我們與各種業務合作夥伴合作，包括(i)微信公眾號等中國大部分主流網絡平台的自媒體流量渠道，如已積累大量具有保險需求的用戶群體的媒體及廣告公司及關鍵意見領袖；及(ii)持牌經紀及代理機構。我們亦作為管理型總代理(「MGA」)，憑藉多年的保險經驗及豐富的保險數據分析洞察，成為保險公司與持牌保險經紀及代理機構之間的橋樑，共同將優秀的保險產品快速推向市場。賦能業務合作夥伴通過先進的數字化技術脫離傳統保險銷售模式，把我們的產品帶給更多保險客戶，擴大我們的市場影響力。牛保100平台向業務合作夥伴提供整個保險交易全流程的配套支持。於往績記錄期間，我們的業務合作夥伴數量已經超過1,100家。

我們視投保人和被保險人均為我們的保險客戶，基於新興科技的應用及我們在互聯網行業的長期積累，我們構建了一個完整的保險客戶運營服務體系。通過該體系，我們通過有針對性的內容運營、註冊用戶權益以及健全的投保和售後服務，全面提升了保險客戶的體驗，逐漸深化了我們的品牌在保險客戶心中的印象。截至2024年12月31日，我們擁有投保人數量超過350萬，累計被保險人數超過580萬，其中截至2024年12月31日160萬名投保人及240萬名被保險人擁有我們的有效保單。我們提供的保險產品可覆蓋保險客戶不同年齡段產生的不同需求。通過提供全面的保險服務，我們與保險客戶建立起緊密聯繫。我們的投保人以中國一線和二線城市的30-45歲人群為主，30-45歲的投保人於往績記錄期間貢獻總保費佔比63.4%，貢獻我們所分銷保單量的72.2%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的30-45歲人群具有對數字化保險交易及服務接受程度高，傾向於在線完成保險交易流程的特點。這類人群是中國保險產品消費的主流人群。保險客戶預計會在不同年齡階段產生持續性的需求。

業 務

下表載列往績記錄期間我們的關鍵運營數據。

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
投保人數：			
投保人總數 ⁽¹⁾ (以千計).....	1,143	1,358	1,645
－ 小雨傘平台投保人數 (以千計).....	362	409	393
－ 牛保100平台投保人數 (以千計).....	511	661	935
－ 咔嚓保平台投保人數 (以千計).....	269	288	318
被保險人數：			
被保險人總數 ⁽²⁾ (以千計).....	1,525	1,900	2,431
－ 小雨傘平台被保險人數 (以千計).....	508	586	622
－ 牛保100平台被保險人數 (以千計).....	673	937	1,357
－ 咔嚓保平台被保險人數 (以千計).....	343	377	453
	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
新單投保保單件數 ⁽³⁾ (以千計).....	2,292	3,143	1,852
投保人人均新保單數 ⁽⁴⁾	3.2	3.4	1.8
總保費 (人民幣千元).....	3,997,692	6,766,576	8,195,324
首年保費 (人民幣千元).....	1,618,193	3,401,528	3,050,744

附註：

- (1) 投保人數指於所示日期有效保單的投保人。為免存疑，於所示日期保單已屆滿的投保人及於保單生效前或冷靜期內保單已取消的投保人未計入投保人數內。
- (2) 被保險人數指截至所示日期有效保單的被保險人。為免存疑，於所示日期保單已屆滿的被保險人及於保單生效前或冷靜期內保單已取消的被保險人未計入被保險人數內。

業 務

- (3) 新單投保保單件數指相關期間的保單件數，即保單期的第一年。為免存疑，於保單生效前或冷靜期內取消的保單未計入新單投保保單件數內。於2024年，我們分銷了1,852,000份新單投保保單，與2022年及2023年相比有所下降，主要是因為小額保費保單及以促銷為重點的保單均有所下降。於2024年，我們減少了小額保費保單及以促銷為重點的保單數量，以控制成本。
- (4) 投保人人均新保單數指相關期間新單投保保單件數除以相關期間購買保險產品的投保人數。於往績記錄期間（即截至2024年12月31日止三個年度），每位投保人平均購買的新保單數約為3.7件，按截至2024年12月31日止三個年度內承保的新單投保保單件數除以同期購買保險產品的投保人人數計算得出。該數字高於往績記錄期間內各年的投保人人均新保單數，原因是於往績記錄期間，不同年度內存在重複購買保單的投保人。於2024年，投保人人均新保單數減少主要是由於新單投保保單件數減少。

我們的保險代理人包括僱員保險顧問與非僱員保險代理人，彼等均在國家金融監管總局登記於本公司名下，且分別由我們獨家聘請或聘用。僱員保險顧問是我們的全職僱員，在我們的小雨傘平台上協助保險客戶完成整個保險交易流程。非僱員保險代理人是於我們咔嚓保平台分銷保險產品的代理人，且並非由我們聘用。下表載列我們於往績記錄期間的保險代理人數目：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
活躍僱員保險顧問 ⁽²⁾	163	234	227
活躍非僱員保險代理人	13,403	14,602	16,250
活躍保險代理人總數 ⁽¹⁾	13,566	14,836	16,477

附註：

- (1) 活躍保險代理人數目指於相關期間在國家金融監管總局登記於本公司名下分銷保險產品的保險代理人數目，惟我們截至相關期間末未聘請或聘用的該等人士除外。
- (2) 我們的部分其他僱員亦於國家金融監管總局登記並持有保險代理人資質，但由於彼等的主要工作職責不涉及保險產品的分銷，因此不包括在我們的僱員保險顧問或活躍僱員保險顧問的計算中。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們的總收入分別為人民幣806.3百萬元、人民幣1,634.4百萬元及人民幣1,387.1百萬元。

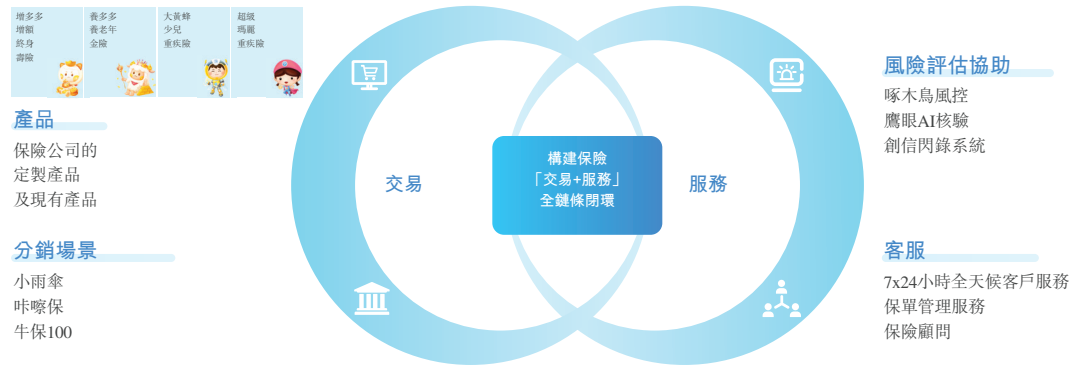
業 務

下表載列往績記錄期間我們按業務板塊劃分的總收入的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	收入	%	收入	%	收入	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
保險交易服務.....	801,670	99.4	1,628,618	99.6	1,377,751	99.3
保險技術服務.....	4,588	0.6	5,777	0.4	9,335	0.7
總計	806,258	100.0	1,634,395	100.0	1,387,086	100.0

我們分銷的產品及我們提供的服務

我們的業務已經形成涵蓋保險交易和服務的閉環。隨著我們提供更多保險交易服務及服務更多保險客戶，我們不斷提升服務及技術，從而吸引更多保險客戶。我們的保險解決方案涵蓋整個鏈條，包括設計、提供、分銷和營銷保險產品、風險評估協助和客戶服務。我們還憑藉豐富的行業專業知識，為保險公司提供技術服務和支持，這些保險公司同時也是我們保險交易服務業務的客戶。



我們憑藉在不同分銷場景中的保險技術解決方案發展我們的業務，這吸引了更多的合作夥伴，從而吸引了更多的保險客戶。小雨傘直接服務客戶，咔嚓保連接代理人，牛保100連接業務合作夥伴，建立ABC（代理人、業務合作夥伴及客戶）協同發展的營銷體系。我們的風險評估協助服務提供包括啄木鳥風控、鷹眼AI核驗及創信閃錄系統在內的解決方案。我們已建立全方位的保險客戶服務，包括（其中包括）7×24小時的全天候客戶服務及保單管理服務。我們亦擁有一支持牌保險顧問團隊，協助保險客戶處理其可能提出的任何問題。

業 務

長期積累的見解及保險行業知識，使我們在日常運營過程中搭建了一套有助於高效進行保險交易的在線體系、品質管理體系和營銷及展業體系。

保險交易服務

我們是一家中國人身險中介服務提供商，致力於以保險客戶為中心，通過數字化人身險交易及服務平台，在線為保險客戶提供定製的保險服務解決方案。我們專有的線上平台可通過我們的網站、應用程序、微信公眾號及微信小程序訪問。保險客戶可以通過線上平台直接購買。此外，我們通過保險代理人向保險客戶分銷保險產品，我們與業務合作夥伴合作擴大我們對更大保險客戶群體的影響力。我們分銷的保險產品由保險公司承保，其中部分是我們與保險公司共同設計並開發的產品。

基於保險專業知識的長期積累、與時俱進的行業洞察以及對用戶畫像的深刻理解，通過代理人在業務合作夥伴的協助下為保險客戶分銷品類齊全的保險產品。

(i) 我們的保險產品供應

我們與中國的主要保險公司合作，推廣和分銷由他們承保的保險產品。我們還與保險公司合作設計開發符合保險客戶特定需求的定製保險產品。於往績記錄期間，我們與超過110家保險公司建立了合作，包括全國超過70%的人身險公司。通過提供全面的保險產品組合，我們積累了大量保險客戶，並能夠為他們提供廣泛的產品選擇，滿足他們在不同情況下和不同人生階段的需求。

我們分銷的保險產品由保險公司承保，我們不承擔任何承保風險。我們自成立以來共分銷了逾1,900款產品，覆蓋了長期壽險、長期重疾險、長期醫療險及其他保險、短期保險等。我們採用科技化手段，根據用戶畫像、家庭結構、保障缺口及服務需求等數據，完善保險客戶的保障分析模型，全範圍覆蓋保險客戶不同人生階段的保障，包括健康保障的剛需配置、財富資產管理和家庭保障等，形成為少兒、成人與老人提供保障的IP產品矩陣。

業 務

我們在不同保險產品方面的競爭優勢源於我們的行業經驗及從我們的經驗中獲得的市場洞察力。我們能夠更好地滿足投保人的需求及通過定製保險產品增加我們的市場影響力。通過將獲客、保險交易和服務轉變為線上平台，我們能夠有效把握保險客戶不斷變化的需求。這使我們了解保險客戶的潛在需求、設計或升級定製產品以及從事分銷定製產品方面領先於同業。例如，我們的超級瑪麗重疾險系列自2019年至2024年經歷了15次迭代，通過提供癌症二次補償及癌症治療津貼等附加功能來滿足保險客戶不斷變化的需求。詳情請參考本節的超級瑪麗重疾險系列案例研究。再如，我們於2021年推出養多多養老年金險，以滿足市場對退休解決方案日益增長的需求。截至2024年12月31日，養多多養老年金險系列經歷了三次迭代。此外，基於我們強勁的表現及市場對我們定製保險產品的積極反饋，越來越多的保險公司傾向於與我們合作。因此，我們在定製產品方面享有議價能力。在保險產品定製過程中，我們還與再保險公司合作，例如在大黃蜂及超級瑪麗系列中。我們僅參與定製產品的開發過程，且不承擔任何承保風險，也不承擔保險公司與保險客戶之間發生糾紛時的任何責任。我們與保險公司共同開發定製產品，並擁有部分定製產品的冠名及知識產權，便於在互聯網上推廣。截至2024年12月31日，我們的平台上已成功孵化出超過14個IP，涵蓋長期壽險、長期重疾險、長期醫療險、其他保險以及短期保險等多種產品。

業 務

下圖展示我們的核心定製產品矩陣：

全生命週期的保險產品矩陣

深度參與到產品形態、責任和定價環節

	長期壽險	長期重疾險	長期醫療險及其他保險	短險
少兒	增多多增額終身壽險 大富翁少兒教育金險	大黃蜂重疾險	金醫保少兒長期醫療險	小頑童意外險 萬元護住院醫療險
成人	養多多養老年金險 增多多增額終身壽險 富多多養老年金險 金多多分紅險 擎天柱定期壽險	超級瑪麗重疾險 阿波羅多次重疾險	金醫保百萬醫療險 金醫保終身癌症醫療險	大護甲意外險
老人		超級瑪麗防癌險	金醫保終身癌症醫療險	大護甲老人意外險

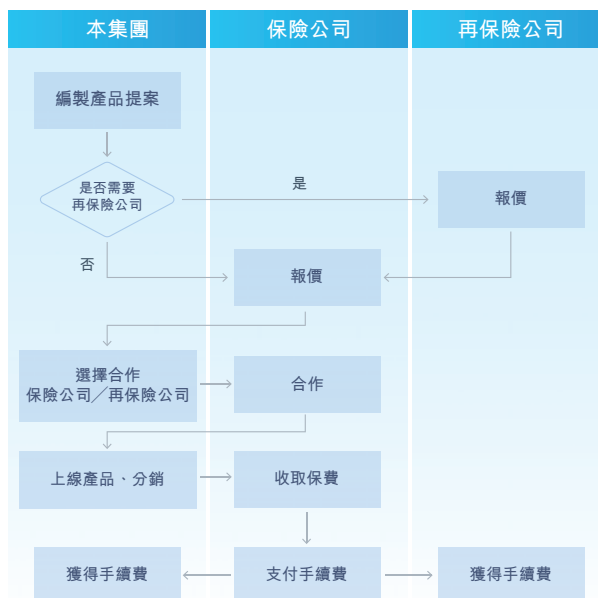
我們擁有一支約20人的保險產品設計團隊，絕大部分具有保險公司保險產品設計及精算相關工作經驗，我們最快能夠在一個月內成功設計並上線一款定製人身險產品，這使得我們能夠迅速升級我們的產品組合，並抓住不斷演變的市場機遇。截至最後實際可行日期，我們擁有一支111人的研發團隊，通過將我們的核心業務系統與保險公司的系統對接、兼容保司通信協議、標準化投保流程等上線保險產品。例如，我們為API連接提供快速的產品集成，對接時間可能短至五天。我們自成立以來提供了逾280種定製產品，其中有40種熱銷產品於往績記錄期間首年保費超過人民幣10百萬元，並有多個IP已形成週期性迭代升級的穩定發展趨勢。我們的定製產品於2024年的首年保費為人民幣1,234.5百萬元，佔我們首年保費的40.5%。

業 務

就總保費而言，我們就於往績記錄期間分銷的大部分定製保險產品與保險公司訂立獨家協議，據此，我們擁有獨家分銷權，前提是我們滿足績效相關條件，例如保費金額或續保率。此外，定製後的保險產品需要向國家金融監管總局備案，而國家金融監管總局通常不接納將條款相同的保險產品備案。根據弗若斯特沙利文的資料，根據常見的行業商業慣例，保險公司不太可能提供與現有定製產品條款相同的保險產品。

在保險產品定製化過程中，我們識別並明確我們目標保險客戶的保險產品需求，與保險公司和再保險公司進行有競爭力的談判，最終選定合作保險公司並分銷定製保險產品。保險公司承保保險產品，與中介機構合作以獲得保費，與再保險公司合作，並按照產品開發需要分擔風險。再保險公司承擔保險公司的風險，與中介機構合作以促進保險公司與中介機構之間的合作。要了解我們的保險產品定製案例，請參閱本節中關於「超級瑪麗重疾險系列」案例研究。下表載列我們典型的保險產品定製流程：

產品定製流程



業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，首年保費是指新簽保險合同的首年保費，首年保費能夠反映保險公司新業務的規模和增長，也是衡量保險中介績效的重要指標之一。下表載列往績記錄期間我們提供的保險產品類型、其相應的總保費及首年保費：

保險產品類型	2022年 總保費	2023年 總保費	2024年 總保費	2022年 首年保費	2023年 首年保費	2024年 首年保費
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
長期壽險產品	1,851,228	4,178,377	4,930,873	994,888	2,573,068	1,883,058
長期重疾險產品	1,731,017	2,069,755	2,372,046	292,340	401,231	419,606
長期醫療及其他保險產品	93,702	155,071	283,001	9,221	63,856	138,676
短期保險產品	321,745	363,373	609,404	321,745	363,373	609,404
總計	3,997,692	6,766,576	8,195,324	1,618,193	3,401,528	3,050,744

下表載列往績記錄期間按產品類型劃分的定製產品產生的首年保費佔通過我們分銷的所有保險產品的百分比：

保險產品類型	2022年	2023年	2024年
	(%)	(%)	(%)
長期壽險產品	46.8	53.7	25.1
長期重疾險產品	95.8	94.1	91.8
長期醫療及其他保險產品	27.5	80.6	95.6
短期保險產品	31.5	54.1	40.0
總計	52.5	59.0	40.5

我們定製產品的首年保費分別佔我們於2022年、2023年及2024年分銷的全部保險產品首年保費的52.5%、59.0%及40.5%。我們分銷的所有保險產品中定製產品所產生的首年保費百分比由2023年的59.0%下降至2024年的40.5%，主要是由於長期壽險產品中定製產品所產生的首年保費百分比由2023年的53.7%下降至2024年的25.1%，主要原因是於2024年初，我們及我們合作的保險公司出於審慎考慮，決定停止分銷部分現有定製長期壽險產品，以滿足「報行合一」政策的要求。

業 務

我們主要提供人身險產品，包括(a)長期壽險產品；(b)長期重疾險產品；(c)長期醫療及其他保險產品；及(d)短期保險產品，詳情如下：

(a) 長期壽險產品

長期壽險產品可以提供死亡風險、長壽風險、儲蓄等方面的保障解決方案，我們在平台上提供定期壽險、增額終身壽險、養老年金險、萬能險、少兒教育年金險等各種人壽保險產品覆蓋保險客戶需求，我們提供的人壽保險產品一般為長期保險，最長保障至終身。

2020年以來我們開始在平台上擴大終身人壽保險產品和年金保險產品的供應規模，目前已經成為我們平台的主要產品線，2022年、2023年及2024年，該類產品佔我們的首年保費的大部分。我們通過與眾多的人壽保險公司合作，持續迭代升級定製產品，豐富保險產品供給，滿足保險客戶、代理人、業務合作夥伴的需求，在該領域我們擁有養多多養老年金險、富多多養老年金險、增多多增額終身壽險、金多多分紅險、大富翁少兒教育年金險及擎天柱定期壽險等多個長期壽險產品IP，其中增多多系列、養多多系列於往績記錄期間的總保費分別為人民幣33億元和人民幣12億元。

在我們的長期壽險產品中，增額終身壽險、傳統養老年金險、萬能險、分紅型終身壽險及專屬商業養老保險是由投資及理財組成的保險產品。有關適用法律法規的更多詳情，請參閱本文件「監管概覽－有關保險中介業務的法規－市場行為－保險銷售管理」、「監管概覽－有關保險中介業務的法規－互聯網保險業務－互聯網保險銷售行為可回溯管理」及「監管概覽－互聯網保險業務－信息披露」各段。我們遵守有關本集團投資理財型保險產品的相關適用法律和法規。

業 務

(b) 長期重疾險產品

長期重疾險產品主要是保障疾病風險的解決方案，如果被保險人被確診患有保單中定義的其中一種疾病或危及生命的重大疾病，通常會向被保險人提供一次性賠付。在中國，長期重疾險產品的理賠金額通常在保單中明確規定，而不是根據實際醫療費用確定。長期重疾險產品通常滿足保險客戶對醫療和病後護理服務的需求。

長期重疾險產品始終為公司經營的主要保險產品種類之一，通過持續不斷的發展，我們擁有了大黃蜂少兒重疾險、超級瑪麗重疾險、阿波羅多次重疾險等產品IP。大黃蜂系列、超級瑪麗系列於往績記錄期間的總保費分別為人民幣14億元和人民幣36億元。

長期重疾險產品的收入於往績記錄期間出現波動。於2022年至2023年，長期重疾險產品的收入貢獻減少，部分是由於長期重疾險產品的市場需求減少。根據弗若斯特沙利文的資料，中國重疾險市場總保費由2022年的人民幣4,439億元減少至2023年的人民幣4,292億元。於2024年，受超級瑪麗及大黃蜂系列等定製產品的升級及分銷推動，長期重疾險產品的收入貢獻增加。

(c) 長期醫療及其他保險產品

長期醫療險，是指含有保證續保條款的一年期醫療險，在保證續保期以內保險公司不會拒絕客戶的續保。長期醫療險主要是保障住院醫療風險，根據實際醫療費用進行理賠，目前我們提供的長期醫療保險產品保證續保期間最長的期限為終身。

我們從2022年開始發力推動長期醫療險，目前擁有金醫保百萬醫療及金醫保終身癌症醫療險等系列產品IP。金醫保系列於往績記錄期間總保費為人民幣243.9百萬元。

在長期保險產品中，我們亦提供少量的其他長期保險產品，如長期意外險。

業 務

(d) 短期保險產品

我們提供的個人意外保險產品一般在保險期內（通常自保單生效日期起不少於一年）因意外事故導致被保險人身故或殘疾時提供理賠，或報銷被保險人因事故產生的醫療費用。這些產品通常只需支付一次保費。

在意外險領域，我們擁有大護甲意外險、小頑童少兒意外險等多個產品IP，這類短期意外險我們主要與市場前三大財產險保險公司合作，具有很強的實力和品牌效應。大護甲系列及小頑童系列於往績記錄期間的總保費分別約為人民幣246.8百萬元和人民幣81.0百萬元。

在短期保險產品中，我們亦提供少量住院醫療及財產險產品，包括成人或少兒住院醫療險、旅遊保險、團體意外保險和僱主責任保險。

不同於其他類別的保險產品，長期保險產品一般需要於預定支付期限內定期支付保費（通常為按年支付），期限一般為一至30年。根據保險公司與我們簽訂的合同的條款，我們在保費支付期限內收取收入。對於我們分銷的保單，保險公司根據首年保費的百分比向我們支付第一年的佣金，並根據保險客戶在隨後年度支付的續期保費較小百分比向我們支付後續佣金。因此，若保險客戶履行其支付承諾，則長期壽險及長期重疾險產品於支付期內會為我們帶來持續的佣金現金流量。根據行業慣例，我們與保險公司商定的首年佣金率通常高於保險客戶付款期內的其他年份。

為確保我們提供的保險產品資料準確完整，我們已採用有關保險產品信息披露的內部政策，以確保信息的準確性、完整性和及時性，並指定專人負責監督該過程。

於往績記錄期間，我們並無與再保險公司訂立任何正式協議，而再保險公司不被視為我們的供應商。我們在若干保險產品的定製過程中從再保險公司獲得再保險條款及定價建議，同時我們將再保險公司的建議提交予保險公司，以供考慮及最終釐定。保險公司會與再保險公司訂立協議，而我們會直接與保險公司訂立協議。

業 務

案例研究

超級瑪麗重疾險系列



於2018年，市場上的主要重疾險產品包括重疾險及輕微疾病險的組合。我們認為，重疾險的目標市場應為1980年代出生的年輕一代。此外，加強對癌症的保險覆蓋亦符合市場需求的趨勢。因此，我們跟國內壽險公司合作，推出我們的第一款定製成人重疾超級瑪麗1號，引入特定癌症二次賠付責任。從2019年到2024年，超級瑪麗重疾險系列先後迭代了15次，基於用戶需求創新設計了癌症二次賠付、癌症治療津貼、重疾增額賠付、心腦血管無限次賠付、重疾二次賠付及癌症無限次賠付責任。

例如，在迭代我們的超級瑪麗8號保險產品時，我們與保險公司A進行定製及設計。首先，我們啟動迭代及定製流程，根據市場競爭、不斷變化的保險客戶需求以及有關超級瑪麗7號對再保險公司A、再保險公司B及再保險公司C的歷史索賠記錄，制定我們對超級瑪麗8號的保單、定價及佣金率的要求，並獲得再保險條款及定價的方案。我們選擇再保險公司A乃由於再保險公司A能夠滿足我們的要求。

其次，我們向多家保險公司提交了再保險公司A的再保險方案。我們與保險公司進行磋商，並參考再保險公司A的再保險條款及定價編製詳細的保險條款。經過數輪磋商後，我們選擇保險公司A乃由於保險公司A提供了最優惠的保險條款，我們認為這將滿足市場需求並加強我們的超級瑪麗IP。

最後，我們與保險公司A就超級瑪麗8號保險產品訂立獨家協議。根據該獨家協議，保險公司A負責承保及滿足保險客戶的索賠，我們擁有分銷超級瑪麗8號保險產品的獨家權利。我們通過連接再保險公司及保險公司，與再保險公司及保險公司磋商並

業 務

獲得有利於保險客戶的條款，為保險客戶創造價值。得益於我們的行業經驗及強大的市場地位，我們有能力審慎選擇保險公司合作夥伴並與之磋商。相較超級瑪麗7號，超級瑪麗8號提高了承保限額，並增加了惡性腫瘤重度拓展的補充保障。

超級瑪麗重疾險系列自推出以來，已分銷約330,000件保單。於往績記錄期間，超級瑪麗重疾險系列分別產生總保費為人民幣36億元及首年保費為人民幣573.0百萬元。超級瑪麗重疾險系列獲得市場的認可，包括2019年金創獎保險行業傑出產品創新獎、2021年中國保險白象榜年度十大暢銷保障型保險產品及2021年中國銀行保險報年度保險產品等獎項。

2024年9月，我們推出了超級瑪麗12號，其延續了普惠、高保障、高槓桿的特點。

截至2024年12月31日，超級瑪麗重疾險系列的已分銷保單數在線上人身險中介所提供的同類產品銷量中排名前四。

(ii) 銷售及營銷以及我們的線上平台

我們主要透過三個客戶採購渠道，即(i)直接分銷；(ii)保險代理人；及(iii)業務合作夥伴，包括網絡平台的自媒體流量渠道以及持牌經紀及代理公司推廣及分銷保險產品。我們與保險代理人及業務合作夥伴合作，推廣及分銷我們的精選保險產品。我們為保險代理人及業務合作夥伴提供數字化解決方案及平台，以便彼等在整個保險交易流程中獲得支持。

截至2024年12月31日，我們已建立由超過27,000名保險代理人組成的分銷網絡，其中超過16,000名保險代理人於2024年已分銷保險產品，覆蓋中國15個省級行政區域，並於往績記錄期間有超過1,100家業務合作夥伴。為遵守相關法律及法規以及更好地服務我們的保險客戶，我們在我們進行保險交易服務業務的地點設立分公司。

我們通過線上平台（包括小雨傘、咔嚓保及牛保100）精簡交易流程並提升所有參與者的體驗。我們的線上平台可通過我們的網站、應用程序、微信公眾號及微信小程序訪問。我們對平台上的大量產品進行評估，並向保險客戶推薦最合適的保險產品。

業 務

(1) 向保險客戶在線直接分銷

保險客戶可以直接通過小雨傘購買，該平台旨在成為我們定製和精選保險產品的直接分銷平台。我們的平台為保險客戶提供了一個人性化的界面，允許保險客戶在單一平台上完成購買及方便獲得全方位的保險產品。通過簡化的交易流程，我們根據保險客戶的具體需求提供個性化的產品推薦。運營服務體系使客戶的滿意度和忠誠度進一步提升。我們認為，廣泛的產品選擇及專業服務吸引了越來越多的保險客戶選擇在我們的平台上完成保險交易。我們致力於為保險客戶提供良好的用戶體驗。

我們可以直接向我們的保險客戶提供保險產品的諮詢和服務。我們亦擁有一支持牌保險顧問團隊，協助保險客戶處理其可能提出的任何問題。我們監督保險顧問的日常業務營運，並密切監督與其相關的任何投訴或媒體報道。此外，我們定期進行抽樣檢查，以確保保險顧問就我們的業務營運進行的活動完全符合中國的適用法律及法規。

我們通過開展產品營銷、用戶教育及品牌廣告提升品牌知名度。在產品營銷方面，我們制定了精準、精確的產品介紹，並通過主流社交、搜索引擎及內容平台推廣保險產品。就用戶教育而言，我們於線上平台發佈教育內容，例如保單基本條款、保險產品比較、常見疾病分析、保險購買建議以及售後服務指南。鑒於保險產品的複雜性，我們開發該等內容，旨在幫助潛在客戶作出購買決策。用戶教育可強化我們的品牌意識、建立客戶信任及提高用戶流量轉化率。就品牌廣告而言，我們會在線下及線上投放廣告。我們分析目標客戶群的主要特徵，並據此選擇線下廣告的投放位置。我們亦在廣泛使用的搜索引擎上投放廣告，以通過線上廣告覆蓋更多受眾。

小雨傘平台

下圖闡述了小雨傘平台的主要服務流程：



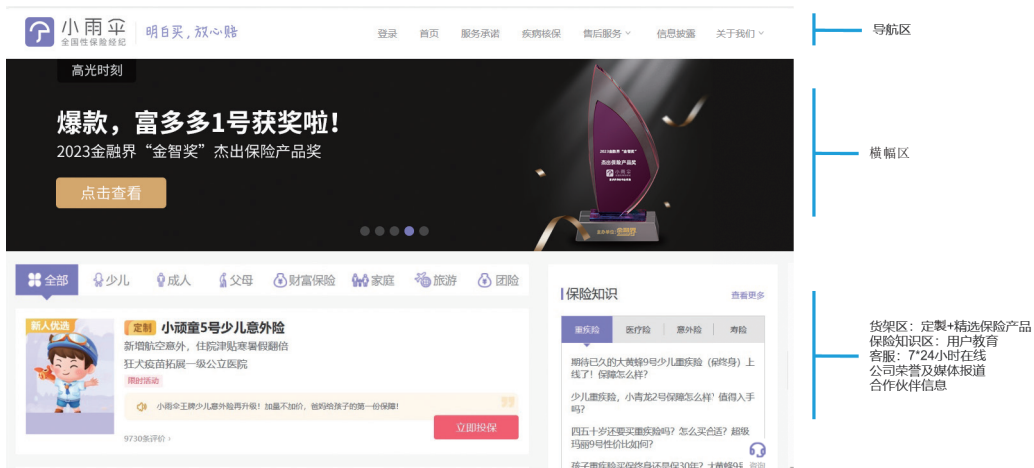
業 務

小雨傘是我們直接向保險客戶分銷保險產品的平台，我們的客戶主要集中在中國一二線城市，是一群年輕的對互聯網接受程度較高的客戶群體。利用保險交易數字化系統，為保險客戶準確匹配符合需求且具性價比的保險產品，為保險客戶提供有效獲取及管理保單的無縫線上平台。

我們的網站

通過我們的小雨傘網站，我們提供各類保險產品、服務我們的保險客戶、使保險客戶能夠管理保單及提供客戶服務。

以下為小雨傘網站首頁的截圖：



我們的網站首頁分為橫幅區、保險產品貨架區、保險知識區、保險諮詢服務預約區及客服區，每個板塊都具備各自的功能，為用戶提供順暢、專業和精準的服務。

移動平台

針對智能手機使用的普及和用戶越來越傾向於通過移動設備獲取信息和進行交易，我們開發了「小雨傘」應用程序，並在微信平台建立了公眾號和小程序。

業 務

小雨傘應用程序

我們於2016年10月推出小雨傘應用程序。我們的應用程序提供保險相關的免費教育內容和見解，增強潛在保險客戶對保險需求的認識，加深其對現有保單類型以及可能需要的保險覆蓋程度的理解。在整個交易流程中，我們的應用程序也是保險客戶的重要工具，彼等可以通過該工具獲取實時保費報價，並針對各種問題獲取建議，包括具體保險產品的期限和資格，提交保險申請和通過我們的應用程序（自動與我們合作保險公司的系統交互）獲得保險公司的承保決定。

以下是我們小雨傘應用程序的截圖，用於說明其主要功能和特點：



我們的小雨傘應用程序有多個功能。保險客戶進入應用程序後即可看到保險產品，並可與我們的虛擬助理靜靜或我們的保險顧問進行諮詢，還可在「我的保險」頁面查詢保單、理賠等相關記錄。

業 務

微信公眾號和小程序

我們分別於2015年6月和2018年5月推出微信公眾號和微信小程序。通過我們的微信公眾號和小程序，用戶可以無縫訪問與小雨傘應用程序相同的界面，並使用與應用程序相同的功能。我們定期通過微信公眾號發佈信息豐富的文章和報告，內容涵蓋各種保險相關主題，其中包括發現適合用戶及其家庭的保險產品、特定產品類別的保險產品比較以及平台上提供的保險產品推薦。以下是我們微信小程序的截圖：



(2) 透過保險代理人分銷

保險代理人在我們推廣及分銷保險產品的工作中發揮重要作用。彼等是我們接觸保險客戶、傳遞保險產品信息及促進分銷過程的重要渠道。我們的保險代理人可於保險交易開始時回答潛在保險客戶的初步疑問，通過咔嚓保平台獲取保險產品鏈接及產生保險條例並推薦適合潛在客戶的保險產品，倘保險客戶有任何疑問，亦可協助保險客戶在我們的線上系統完成訂單，並在我們的系統上管理彼等的保單。我們的代理人能夠在咔嚓保上完成在線培訓、業務拓展、生產性保險交易及保單管理等流程操作，我們注重吸引和培育有能力的代理人，以結果為導

業 務

向的激勵機制鼓勵彼等更好地滿足保險客戶的需求，從而擴大我們保險產品和服務在保險客戶中的影響。我們秉持專業、價值及融合的原則，打造專業化保險營銷團隊。

我們的保險代理人為個人保險銷售從業人員，具備不同保險產品的專業知識及經驗。

我們的保險代理人為在國家金融監管總局登記於本公司名下的個人保險銷售從業人員並由我們獨家聘用。根據其註冊狀態，彼等須遵守國家金融監管總局相關條例的管理，有資格並可以從事我們所提供的保險產品的分銷工作。我們根據各種標準選擇我們的保險代理人，包括彼等的聲譽、行業經驗、運營記錄以及以往與我們的關係。我們通過審查以下方面對保險代理人提供的服務進行監督：(i)已分銷保單的質量，包括續期率和投訴記錄等；及(ii)參加我們的培訓及測試表現的情況。

我們依賴保險代理人團隊幫助我們擴大客戶群，我們致力於提供代理人所需的所有工具及資源，助其實現最佳業績。具體而言，我們為代理人提供產品、技術、服務及獲客措施。我們的保險產品（尤其是與保險公司共同設計的產品）具有很強的品牌知名度，結合我們的品牌知名度，我們的代理人所提供的產品能夠迅速獲得潛在保險客戶的認可。憑藉我們的技術及線上平台，我們為保險代理人提供數字化工具，用於產品比較、計劃書生成、線上核保協助以及保單分析。我們為保險代理人及保險客戶提供精簡的保險交易流程和支持，提升彼等於我們平台上的整體體驗，促成保險成功交易。此外，我們還採取獲客措施，包括利用技術將潛在客戶推薦給最佳匹配的代理人以及幫助代理人在社交媒體上建立及提升個人品牌。

我們利用咔嚓保平台對我們的保險代理人進行扁平化管理，有需要的時候設置兩層管理系統，打破傳統模式的金字塔模型，傾向有利於一線業務人員的分配模式，層級簡單規則簡單，重點吸引和培育行業內有能力的代理人，使他們能夠更好的滿足保險客戶需求，推動保險行業的數字化轉型和提升客戶滿意度。活躍代理人的人均出單數由截至2022年12月31日止年度的11件增長至截至2023年12月31日止年度的15件，進一步增長至截至2024年12月31日止年度的17件。

業 務

在營銷培訓方面，我們的代理人不僅可以使用咔嚓保平台成熟完善的商品庫及營銷工具，獲得產品賦能、科技賦能及獲客賦能等支持，助力代理人擴大客戶群體，提高出單效率。我們的代理人還可以隨時隨地於咔嚓保通過我們的直播平台 and 自研的在線互動式培訓系統學習，包括為代理人提供新媒體IP賦能和互聯網客戶轉化的互聯網營銷經驗實戰課程。此外，我們在北京、深圳、南京、杭州及天津等重點城市搭建高端客戶營銷及服務網絡。我們還整合資源賦能代理人建立彼等的個人專業品牌，推出「聚力計劃」講解集團IP打造的能力，並將我們的IP提供予代理人；通過使代理人參與產品發佈會，研報書籍撰寫等環節，為彼等提供了提升其行業影響力的機遇，最終幫助核心城市績優代理人提升高端客戶管理所需能力和展業效率。

我們與所有外部保險代理人簽訂保險代理協議，並向國家金融監管總局進行該等代理人的註冊。保險代理人協議的主要條款包括：

服務：..... 我們的外部保險代理人接受委託成為代理制保險銷售從業人員，為我們代理分銷保險產品及提供相關服務。

費用及付款：..... 我們為保險客戶成功分銷保險產品而向外部保險代理人支付佣金。保險代理人通常有權在保單冷靜期結束後收取佣金。

期限：..... 協議期限通常為一年。

保密：..... 雙方均對合作過程中獲取另一方的信息負有保密責任。

違約責任：..... 任一方有責任賠償另一方因違反協議而引致的任何損失。

業 務

咔嚓保平台

下圖闡述了咔嚓保平台的主要服務流程：



我們的咔嚓保平台為我們的保險代理人提供線上培訓、線上業務發展支持、線上產品選擇及推薦以及線上交易及服務協助，並為我們的保險客戶提供線上購買及線上保單管理及保單服務。

我們的保險代理人通常通過以下步驟在我們的咔嚓保平台的協助下分銷保險產品：(i)通過溝通了解保險客戶的需求，(ii)為客戶準備保險計劃書，以及(iii)推廣和分銷保險產品。

我們通過咔嚓保平台為每個步驟提供線上系統支援。保險代理人可以線上完成所有交易過程，而無需親自拜訪客戶或從事任何文書工作。通過線上或電話溝通了解保險客戶的需求後，保險代理人可以使用產品比較工具和保險計劃書範本為客戶創建個性化的保險計劃書。然後，他們可以將我們咔嚓保平台的鏈接發送給客戶，以便線上購買保險產品。保險客戶在購買後會收到保單的電子版。保險代理人能夠協助客戶線上管理他們的保單，並執行售後服務，如線上保單服務。

在某些情況下，保險代理人可能會選擇線下拜訪客戶，以加強客戶關係或促進經常性銷售。例如，保險代理人可能會與保險客戶進行面對面的會議，以了解他們的保險需求，在創建計劃書後進行詳細的討論，在線上購買後親自交付保單的實體副本，在面對面的會議期間協助分析現有保單，並為保險索賠流程提供支援。

業 務

咔嚓保為我們的代理人提供集培訓、展業和交易、服務為一體的科技服務平台，以科技在營銷工作中協助代理人，並幫助彼等為保險客戶提供服務。我們的代理人可以通過咔嚓保平台獲取商機，其能夠實現高效獲客。

我們的代理人可以在咔嚓保平台上指導保險客戶完成對比及篩選保險產品、了解保費報價、生成計劃書、提交保險產品購買申請、在線簽約等流程，以協助保險客戶選擇優質的保險產品。另外，我們的代理人還可以在咔嚓保平台上指導保險客戶進行核保諮詢、健康告知、保單管理及理賠服務等一系列保單服務，幫助我們的代理人向保險客戶提供高效的保險交易和服務。

以下是我們咔嚓保應用程序的截圖，用於說明其主要功能和特點：



咔嚓保應用程序首頁主要包含搜索導航、橫幅區、功能區、推廣區和產品推薦模塊。在產品頁詳細列明產品分類、產品列表、推廣費和產品資料。個人中心頁主要包含收入模塊以及訂單和保單售後相關功能區等。

業 務

(3) 在業務合作夥伴的協助下進行分銷

我們的業務合作夥伴通常擁有可以接觸到可能被介紹給我們的潛在保險客戶的網絡。我們與各種業務合作夥伴合作，包括(i)微信公眾號的自媒體流量渠道及中國其他主流網絡平台（如已積蓄大量的保險需求的用戶群體及關鍵意見領袖的媒體廣告公司）；及(ii)持牌經紀及代理公司。我們的牛保100乃為業務合作夥伴開發的平台。牛保100使我們的業務合作夥伴能夠將其分銷流程數字化，並為更多保險客戶提供優質產品，從而擴大我們的影響力。我們利用自媒體流量渠道推廣我們在線提供的保險產品。此外，持牌經紀及代理公司依靠其自身的代理人或經紀人來推廣及分銷保險產品。我們與由關鍵意見領袖及其支持團隊領導的公司建立了業務關係，與我們合作的關鍵意見領袖通常有全職的專業工作，如保險精算師、醫生及財務顧問，並在流行社交媒體渠道上擁有各自的關注者。由於自媒體流量渠道通常不具備保險代理人的資格，我們與自媒體流量渠道的協議規定，自媒體流量渠道不得從事若干保險活動，包括分銷保險產品、提供保險計劃書、代表保險公司收取保費等。如果自媒體流量渠道違反適用法律或法規分銷保險產品，我們可能會拒絕支付自媒體流量渠道費用並要求賠償。有關相關適用法律及法規的更多詳情，請參閱本文件「監管概覽－市場行為－金融營銷宣傳行為」及「監管概覽－互聯網保險業務」一段。截止最後實際可行日期，我們概無因我們的自媒體流量渠道不遵守中國適用法律法規而受到任何罰款或其他處罰。作為我們合作夥伴的媒體廣告公司已經積蓄一定數量的有保險相關需求的用戶群體，為了滿足這部分用戶的保險需求或進一步挖掘這部分用戶的價值，我們的合作夥伴會在自己的公開平台上發佈我們的保險教育相關材料，從而將部分用戶轉化為我們的保險客戶。

我們在牛保100平台上向自媒體流量渠道提供有關一般及特定保險產品的資訊文章及報告，自媒體流量渠道可在社交媒體及自有平台上發佈該等文章及報告，滿足其關注者及用戶的興趣與需求。倘關注者或用戶於閱讀有關文章或報告後對若干保險產品產生興趣，則可以通過嵌入的鏈接訪問我們的平台。通過這種方式，我們提高了潛在保險客戶的保險意識，並通過我們的業務合作夥伴吸引他們進入我們的平台。潛在保險客戶可在我們的平台上了解更多產品詳情，進行保費計算，並最終完成保險購買。對於業務合作夥伴而言，他們在內容創作和用戶

業 務

黏性把控上具備較強的專業性，但在保險交易和保單服務場景上存在困難，而我們可在產品學習、用戶品質管理及客戶服務等方面為他們提供支持。我們設有專業的技術和服務團隊，為目標用戶提供支持和服務，提高用戶在我們平台的交易體驗。面向已經完成投保的用戶，我們提供持續的客戶服務，最終完成保險交易的全流程閉環支持。與合作夥伴的合作過程中，我們解決了合作夥伴在自有用戶維護上的困難，合作夥伴也進一步擴大了其觸及範圍並吸引用戶到我們平台，實現用戶變現。

持牌保險經紀與代理公司亦可從牛保100平台獲取保險產品的資訊文章及報告等營銷材料。他們的代理人或經紀人在將該等材料派發予潛在保險客戶之前，可對其進行研究及定製。代理人或經紀人亦可向潛在保險客戶解釋及推薦保險方案。倘潛在保險客戶對若干保險產品產生興趣，則他們可訪問我們的平台以了解更多產品詳情，進行保費計算，並最終在我們的平台上完成保險購買。我們的持牌經紀和代理公司業務合作夥伴大多是傳統的持牌經紀和代理公司。作為我們的業務合作夥伴，大多數持牌經紀和代理公司是線下傳統的持牌經紀和代理公司。其通常擁有龐大的營銷團隊，能夠持續招聘、培訓和管理代理人。營銷團隊所拓展與維護的客戶群體通常有較強的經濟實力、較高的繳費能力與較廣泛的細化需求，與互聯網營銷形成互補。傳統的持牌經紀和代理公司的客戶通常來自其營銷團隊成員的社交圈，並通過保險行業以外的推薦和轉介紹而來。通過對客戶進行長期深入的跟蹤，能很好的提升客戶忠誠度。同時作為MGA，我們憑藉多年的保險經驗，與持牌保險經紀和代理公司合作，成為保險公司與持牌保險經紀與代理公司之間的橋樑。

我們通過與保險公司訂立獨家MGA協議，促進持牌保險經紀及代理公司與保險公司之間的合作。我們協助保險公司選擇保險中介機構，並促進保險交易流程。我們獲取保險經紀及代理公司的過往表現及合規資料，並根據多項因素（包括保費貢獻、保單保留率、培訓記錄、投訴記錄等）選擇及評估保險經紀及代理公司。我們向取得良好評估結果的保險經紀及代理公司提供更高的佣金率，從而激勵保險經紀及代理公司改善其表現。MGA安排不僅提升保險公司的效率，亦確保對持牌保險經紀及代理公司的質量進行控制，因為我們定期評估保險經紀及代理公司並為其提供培訓。

業 務

例如，我們與保險公司B就超級瑪麗9號重疾險產品簽訂一份MGA協議。我們通過與持牌保險經紀及代理公司訂立協議，向持牌保險經紀及代理公司提供協助，以分銷超級瑪麗9號重疾險產品，並與保險公司B註冊持牌保險經紀及代理公司。持牌保險經紀及代理公司隨後能夠向保險客戶分銷超級瑪麗9號重疾險產品。我們亦為超級瑪麗9號重疾險產品提供保險交易系統、定製產品責任及保單分銷政策、向保險公司B提供承保協助及保單質量管理。我們共同將優秀的保險產品推向市場，有效提升產品知名度，並確保高效的業務運營，從而節約合作夥伴在供應鏈溝通上的成本，有助於我們的長期穩定增長。在MGA模式下，我們能夠將合作夥伴信息直接對接保險公司系統，提高出單效率和質量，並節省合作夥伴的商務溝通和IT人力成本。合作夥伴通過MGA模式進行合作後，大幅提升了保費。

我們開發的牛保100平台通過我們的網站和微信公眾號提供，該平台旨在鏈接業務合作夥伴並與之合作，我們在此為其提供下單系統、用戶賬號管理系統和多種移動端工具，以提高業務夥伴在吸引客戶流量方面的效率。我們完成了線上線下合作夥伴聯動營銷推廣的系統。結合我們線上平台的優勢，向線下扎根。互聯網的品牌宣傳能力滲透到線下，線下的市場反饋反哺線上運營的口碑，創造互補優勢。我們的業務合作夥伴們，作為供應鏈內的重要一環，既是市場創造者，又是受益者，形成互聯網+時代的特有業務系統，創造全領域多渠道兼容的價值，營造更加穩固的業務模式。

在選擇業務合作夥伴時，我們主要考慮其業務性質、對行業的理解及行業知識、運營規模及地理位置。

業 務

我們與業務合作夥伴訂立合作協議，包括保險代理（經紀）業務合作協議書及推廣服務合作協議書。有關合作協議書的主要條款如下：

保險代理（經紀）業務合作協議書

服務：..... 我們與專業保險中介機構的業務合作夥伴開展資源整合合作，相互為對方業務發展提供相應資源和優質服務，業務合作夥伴基於保險客戶投保需求向我們推介保險客戶，並促成投保人通過我們訂立保險合同。

費用及付款：..... 我們為保險客戶成功購買保險產品而向業務合作夥伴支付佣金。我們通常按月向彼等支付佣金。

期限：..... 我們的合作協議期限通常為一年。

保密：..... 雙方均對合作過程中獲取另一方的信息負有保密責任。

違約責任：..... 任一方有責任賠償另一方因違反協議而引致的任何損失。

推廣服務合作協議書

服務：..... 我們的業務合作夥伴透過其網站或應用程式或微信公眾號等網絡平台以及線下推廣資源，推廣我們的品牌以及我們分銷的保險產品。

費用及付款：..... 我們就業務合作夥伴提供的推廣服務向彼等支付渠道推廣費。費用通常乃根據彼等促成分銷額的一定比例按月支付。

業 務

期限：..... 我們的合作協議期限通常為一年。

保密：..... 雙方均對合作過程中獲取另一方的信息負有保密責任。

違約責任：..... 任一方有責任賠償另一方因違反協議而引致的任何損失。

牛保100平台

下圖闡述了牛保100平台的主要服務流程：



我們的牛保100平台為我們的業務合作夥伴提供營銷解決方案、業務推動解決方案、在線產品選擇及推薦以及在線交易及服務協助，並為我們的保險客戶提供在線購買及在線保單管理及保單服務。

持牌保險經紀與代理機構通常在我們的牛保100平台的協助下通過以下步驟分銷保險產品：(i)通過溝通了解保險客戶的需求，(ii)為客戶準備保險建議書，以及(iii)推廣和分銷保險產品。

我們通過牛保100平台為每一步提供線上系統支援。持牌保險經紀與代理機構可以線上完成所有交易過程，而無需親自拜訪客戶或進行任何文書工作。持牌保險經紀與代理機構透過網上或電話溝通了解保險客戶的需要後，可使用產品比較工具及保險提案範本，為客戶提供個性化的保險提案。然後，他們可以將我們牛保100平台的連結發送給客戶，供他們線上購買保險產品。保險客戶在購買後

業 務

會收到保單的電子版。持牌保險經紀與代理機構能夠協助客戶線上管理其保單，並提供售後服務，如線上保單服務。

在某些情況下，持牌保險經紀與代理機構的代表可能會選擇線下拜訪客戶，以加強客戶關係或促進復購。例如，持牌保險經紀與代理機構可以與保險客戶進行面對面的會議，以了解他們的保險需求，在創建提案後進行詳細的討論，在線上購買後親自交付保單的實體副本，在面對面會議期間提供分析現有保單的幫助，以及為保險索賠流程提供支援。

自媒體流量渠道不參與銷售活動，僅在我們的牛保100平台的協助下線上推廣保險產品，亦不進行任何線下活動。

牛保100主要提供人身險產品，並延伸至提供保險營銷解決方案、業務管理解決方案和其他行業特定解決方案。面對不同的業務場景，牛保100為我們的業務合作夥伴提供營銷、客戶管理和風險評估方面的支持。我們的平台亦幫助業務合作夥伴提高業務效率、降低成本、提升客戶體驗及開拓保險數字化領域的商機。

以下是我們牛保100網站的截圖，用於說明其主要功能和特點：

1. 牛保100擁有豐富的全品類定製產品，能滿足保險客戶多樣化的選擇和保障需求。



業 務

2. 牛保100提供全方位的服務支持，搭建方便及高效的服務體系，適用於多種類型的推廣場景，以確保業務合作夥伴在推廣保險產品及理賠過程中得到幫助和支持。我們的服務包括提供內容、培訓、直播支持；專業的核保、理賠支持；社群支持和流量轉化，讓業務合作夥伴在推廣過程中能滿足客戶的需求並增強保險客戶體驗。



3. 牛保100擁有個性化智能系統，提供服務支持。我們支持一鍵預約，通過智能分析為保險客戶精準匹配定製產品。在營銷助力上，我們訂單系統可滿足售前、售中、售後的跟蹤需求。我們通過實現不同層次的用戶權限，為業務合作夥伴的運營提供幫助。



業 務

(iii) 我們的保險客戶

我們視投保人和被保險人均為我們的保險客戶，我們擁有龐大且不斷增長的保險客戶群。隨著我們不斷擴大產品範圍、提升品牌知名度及美譽度，以及深化與業務合作夥伴的合作，我們預期我們的客戶群將持續增長。憑藉於保險領域多年的深耕，我們通過社交媒體意見領袖、廣告精準營銷、內容營銷三大營銷體系建立了自己的品牌，積累了品牌聲量與勢能。此外，通過線上平台，我們已積累了用戶基礎。截至2024年12月31日，我們擁有投保人數量超過350萬，被保險人數超過580萬，其中截至2024年12月31日160萬名投保人及240萬名被保險人擁有我們的有效保單。投保人人均保單數在2022年、2023年及2024年分別為3.2、3.4及1.8。

我們多元化的流量渠道為我們的線上平台帶來了廣泛的潛在用戶。我們及時跟蹤和分析來自各種流量渠道的用戶行為，以提高效率並最大限度地降低獲客成本。對於現有客戶，我們的系統可以根據提取的標準化維度快速描述和總結客戶概況。我們可以根據客戶個人資料對彼等進行分類，這有助於我們的銷售團隊了解用戶動態。通過我們的市場洞察力，我們可以捕捉用戶需求並穩步增加我們的保單分銷。

我們非常重視服務年輕客群，彼等通常受過良好教育，精通技術，並渴望獲得保險相關知識。這部分人群傾向於在線消費和投資。我們提供的保險產品可覆蓋保險客戶不同年齡段產生的不同需求。通過提供全面的保險服務，保險客戶已與我們形成緊密聯繫。我們的投保人以中國一線和二線城市的30-45歲人群為主，30-45歲的投保人於往績記錄期間貢獻總保費佔比63.4%，貢獻我們所分銷保單量的72.2%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的30-45歲人群是保險產品消費的主流人群，原因為彼等對保險數字化交易及服務接受程度高，傾向於在線完成保險產品交易。我們的目標是讓我們的年輕客群參與到我們廣泛的產品和服務中來，滿足其終身保險需求。

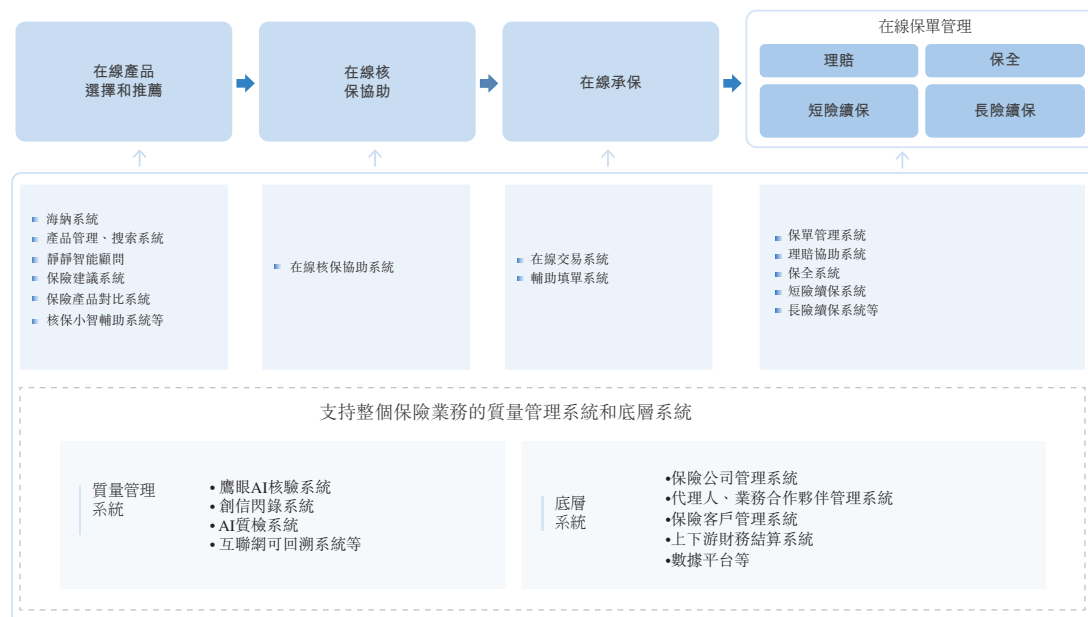
通過與保險公司核心系統的互聯互通，以及對客戶體驗的持續關注，我們為保險客戶提供了便捷的在線交易及服務解決方案。在保險客戶服務方面，我們根據個人和家庭的需求，考慮到客戶的具體要求，提供個性化產品方案。我們設有專門的保險顧問團隊為客戶提供及時和專業的協助。截至2024年12月31日，我們的保險客戶服務團隊有約50名客服人員，為客戶提供7×24小時全天候諮詢理賠申報服務，提供產品諮詢、投訴、理賠報案等售前售後報案服務。

業 務

(iv) 保險交易流程及為保險客戶提供服務

我們的保險交易流程主要通過線上平台進行。除咔嚓保和牛保100平台外，保險代理人或自媒體流量渠道或持牌保險經紀與代理機構可能會向潛在保險客戶提供推薦或協助外，我們三個平台的保險交易流程基本相似。

我們的技術赋能保險交易流程旨在在線完成。我們的保險顧問、保險代理人、自媒體流量渠道以及持牌保險經紀公司及代理機構主要提供在線幫助。我們的保險代理人及持牌保險經紀公司及代理機構亦可以通過面對面會議（必要時）為保險客戶提供支持。下圖闡述了我們為保險客戶提供的主要操作流程和服務流程：



除了第一步的一小部分由我們的保險代理人及持牌保險經紀及代理機構面對面提供保險產品推薦外，我們流程的所有其餘步驟均完全在線上進行。

在線產品選擇和推薦。通過與眾多保險公司進行合作，我們可以為保險客戶提供豐富多樣的保險產品組合。對於每個保險產品類別，我們均提供豐富多樣的保險產品，為保險客戶提供充足選擇。因此，我們能夠滿足保險客戶在不同場景、不同人生階段的需求。與直接從保險公司購買保險產品不同，我們能夠為保險客戶提供由多家保險公司承保的保險產品組合，從而擴大保險產品的選擇範圍。我們還為與我們合作的保險公司進行風險評估協助服務，最大限度降低其承保風險。為優化交易流程，我

業 務

我們開發了專有線上平台，以提供產品信息。我們的線上平台可通過我們便於閱讀的保險網站、應用程序和微信公眾號以及小程序訪問。有關更多詳情，請參閱本節「我們分銷的產品及我們提供的服務－保險交易服務－(ii) 銷售及營銷以及我們的線上平台」一段。

對於每位客戶，我們的平台都會根據保險客戶提供的資料以及其在我們平台上的瀏覽足跡，針對客戶的個人需求生成一套推薦方案。客戶可以靈活瀏覽任意數量的產品。由於保險產品數量眾多，我們的推薦服務在為保險客戶匹配最合適的保險產品方面發揮着至關重要的作用。

此外，我們小雨傘平台還聘請具有保險業專業知識和豐富經驗的保險顧問，協助我們的保險客戶做出明智決定。每位保險顧問均須完成有關保險產品知識和溝通技巧等主題的強制性培訓。我們的保險顧問大多是年輕的專業人士，彼等可以感同身受地理解客戶，並與客戶產生共鳴。如潛在保險客戶在閱讀產品資料後有任何疑問，或需要定製保單，可在向我們的保險顧問徵詢意見。我們的保險顧問不僅能夠解答有關保險產品的基本問題，還能分析客戶的風險承受能力和保險需求，協助保險客戶進行保險規劃並以具競爭力的價格向保險客戶提供全面保障的產品建議。

我們的保險代理人及業務合作夥伴分別通過咔嚓保平台和牛保100平台獲得保險產品的鏈接。其後，我們的保險代理人及業務合作夥伴將能夠向潛在客戶推薦適合的保險產品。自媒體流量渠道供應商從牛保100平台獲取保險產品的有益文章及報告等營銷材料，並在其渠道上發佈。倘關注者或用戶於閱讀有關文章或報告後對若干保險產品產生興趣，則彼等可通過嵌入營銷材料的鏈接訪問我們的平台。潛在保險客戶可在我們的平台上了解更多產品詳情，進行保費計算，並最終完成保險購買。持牌保險經紀與代理機構亦可從牛保100平台獲取保險產品的有益文章及報告等營銷材料。彼等的代理人或經紀在將該等材料派發予潛在保險客戶之前，可對其進行研究及定製。代理人或經紀亦可向潛在保險客戶解釋及推薦保險方案。倘潛在保險客戶對若干保險產品產生興趣，則彼等可訪問我們的平台以了解更多產品詳情，進行保費計算，並最終在我們的平台上完成保險購買。

業 務

我們利用自建的數字工具（主要包括保險產品數據庫及客戶行為跟蹤系統）協助我們的保險代理人和業務合作夥伴。該數據庫涵蓋市場上保險產品的全面資料。保險代理人和業務合作夥伴可以從數據庫中快速檢索產品資料，並向保險客戶展示不同保險產品間的比較。我們的客戶行為跟蹤系統從多個維度分析保險客戶的瀏覽記錄和交易記錄，評估客戶的保險需求及購買偏好。通過該系統，我們的保險代理人和業務合作夥伴可在與保險客戶進行諮詢之前預測客戶的關注點和疑問，從而大幅提高諮詢效率。

具體而言，我們利用以下技術及系統進行產品選擇及推薦。

- **提供廣泛的保險產品。**我們的三個平台為保險客戶、保險代理人、自媒體流量渠道及持牌保險經紀及代理提供廣泛的保險產品組合。我們開發了海納系統、產品管理系統、產品搜索系統及其他系統，以實現多樣化的保險產品選擇。
 - 通過我們的海納系統，我們已與約100家保險公司連接產品界面，使我們能夠最快於一天內推出一款保險產品。通過與海納系統的整合，保險產品可在我們的所有三個平台上推出及分銷。
 - 我們的產品管理系統促進了我們三個平台上保險產品的信息維護、分類、上架和下架。
 - 我們的產品搜索系統能夠在我們的三個平台的貨架上搜索保險產品。
- **靜靜智能虛擬助手。**靜靜智能虛擬助手是一款在線智能產品推薦系統，可分析潛在保險客戶的各類信息，包括家庭信息、資產和負債，為保險客戶提供快速高效的保險產品推薦。靜靜智能虛擬助手可在小雨傘及牛保100平台上使用。
- **保險建議系統。**我們的保險建議系統由保險專業人員使用，以根據保險客戶信息及保險需求設計保險保障計劃。該系統具有產品庫、保費計算、保險配置理念等多項功能。我們的保險建議系統是保險專業人員（包括保險顧問、保險代理及持牌保險代理機構代理及經紀）向客戶提供保險建議的重要

業 務

工具。通過閱讀我們的保險建議系統在線創建的提案，保險客戶能夠了解其正在購買的特定保險產品。我們的保險建議系統可在我們的三個平台上使用。

- **保險產品比對系統。**我們的保險產品比對系統是比較不同保險產品之間的保障及保費差異的工具。我們的保險產品比對系統幫助保險專業人員（包括保險顧問、保險代理及持牌保險代理機構代理及經紀）及保險客戶更好地了解不同保險產品的差異，從而使其能夠選擇最合適的產品。我們的保險產品比對系統可在我們的三個平台上使用。
- **小智核保輔助系統。**小智核保輔助系統是根據非標準保險客戶的身體狀況為其推薦保險產品的系統，輔助身體抱恙的保險客戶有效選擇保險產品。小智核保輔助系統可在我們的三個平台上使用。

在線核保協助。保險客戶在選擇特定保險產品後，需要填寫一份線上訂單，以提供資料，如姓名、地址聯繫方式和受益人詳情等信息，並確認保險條款及保單起始日期。倘保險客戶有任何疑問，我們的保險顧問、保險代理人及持牌保險經紀與代理機構的代理人可協助保險客戶在我們的線上系統完成訂單。我們開發了在線核保協助系統，將核保過程數字化。我們的系統通過驗證表格中每個必填字段所填信息是否正確來檢查信息的完整性[並將信息傳輸給保險公司進行驗證]。[對於部分保險產品，我們都會將保險公司設定的核保標準納入我們的系統，從而使系統能夠自動評估保險客戶是否符合保險產品的承保條件。]彙編標準能對一系列核保條件進行評估，從而更準確地評估保險客戶的資格，降低保險公司的拒保率。作為保險中介，我們不做核保決定，亦不承擔核保風險。不同產品的核保標準根據各保險公司的要求而有所不同。我們的在線核保協助系統可在我們的三個平台上使用。

收到資料後，保險公司會根據其經驗和標準分析保險申請資格。保險公司的系統通常會在較短時間內做出核保決定。保險公司的批准亦是授權我們可代表彼等最終簽發保單。

業 務

在線完成保險購買。保險客戶可直接向保險公司支付保費，也可向我們支付保費，由我們根據中國相關法律法規代其向保險公司支付保費。

我們提供在線交易系統，保險客戶可在線上填寫申請、簽訂協議、支付保費及完成保險購買流程。此外，為協助保險客戶完成線上申請程序，我們為保險專業人員（包括保險顧問、保險代理及持牌保險代理機構代理及經紀）提供輔助表格填寫系統，協助保險客戶填寫申請。在線交易系統及輔助表格填寫系統可於我們的三個平台上使用。

保單管理。我們的保單管理服務主要包括理賠、保單服務、短險續保及長險續期。就已在我們的小雨傘平台購買產品的保險客戶而言，彼等可直接在小雨傘平台管理保單。就已在咔嚓保或牛保100平台購買產品的保險客戶而言，彼等可通過我們的網站管理保單。我們的保險顧問及保險代理人亦幫助保險客戶管理其保單。

我們的保險客戶可以使用我們的保單管理系統管理其保單，該系統允許其查看保單詳情並下載電子保單。我們的訂單管理系統記錄了保險客戶在我們平台上的交易歷史。保單管理系統可在我們的三個平台上使用。

- **理賠。**當保單承保的風險發生時，我們是保險客戶值得信賴的聯絡人。我們在線上保險理賠和結算過程中協助保險客戶，但不作為保險中介做出理賠決定。我們的理賠協助系統支持理賠資料匯編及初步理賠審查。相關文件可以通過數字方式提交給我們進行初步審查。然後，我們將初步審查結果轉交相關保險公司進行最終審查及理賠審批，從而提高理賠效率及客戶滿意度。

我們開發了一套理賠協助系統，可以實現部分功能的自動化。在收到保險客戶的保險理賠申請後，我們的系統會列出需要保險客戶提交的文件，以支持理賠。收到文件和資料後，我們的系統會檢查申請的完整性，核實是否正確完整地提供了所有必要文件和資料。

業 務

然後，我們的系統會代表保險客戶向保險公司提交理賠申請，並由我們負責與保險公司進行溝通。憑借我們在保險行業的專業知識，我們能夠清楚地了解保險公司提出的理賠要求，從而有效地幫助保險客戶準備所有必要文件和資料。我們的客戶服務團隊與我們的系統相輔相成，致力於及時解決客戶詢問。我們的保險客戶可通過我們的線上平台跟蹤理賠進度。我們與保險公司建立的長期合作關係，以及我們在代表客戶利益方面的豐富經驗，使我們能夠對於事實清楚且金額較小的案件提供專業高效的理賠。我們的理賠協助系統可在我們的三個平台上使用。

- **保單服務。**我們為保險客戶提供電子或紙質保單獲取、保單回訪、回執簽收、退保等一系列基於保單的服務。我們與保險公司建立系統層面的對接，促使保險客戶能夠完成保單服務，對於不能建立系統對接的保單服務，我們也提供人工服務，為售後服務提供有力支持。

我們的保單服務系統允許保險客戶在線更改保單。保險客戶可使用保單服務系統更新個人信息、獲取紙質保單、請求後續服務以及發起保單取消。保險客戶可以在線提交保單服務請求，我們將進行初步審查或將請求轉發給保險公司進行審查。我們的保單服務系統可在我們的三個平台上使用。

- **短險續保及長險續期。**對於短險客戶，如果保險客戶在保單到期後仍有保險需求，保險客戶可以向我們諮詢並購買新保單。我們的短期續保系統提供續保提醒和續保產品推薦等功能，並實現在線續保交易。對於長險客戶，我們會向保險客戶發送續期通知，提醒彼等保單的保費即將到期。我們的長險續期系統可為保險客戶提供續保提醒、續保付款計劃和續保統計。然後，保險客戶會查看彼等的保單，決定是否續期或對保險範圍進行任何變更。保險客戶如果決定續期，將需要支付保費。我們分銷的部分人身險產品的付款期限一般為一至30年不等。我們的短期和長期保險續保系統可在我們的三個平台上使用。

業 務

(v) 我們的收費模式

我們主要根據保險類型及特定產品定價就保險公司成功向保險客戶分銷的保險產品向保險公司收取佣金。於往績記錄期間，我們就各類保險產品收取的佣金率範圍如下：

保險產品類型	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六至第三十年
長期壽險產品.....	0%-127%	0%-80%	0%-32%	0%-23%	0%-11%	0%-2.3%
長期重疾險產品.....	1.8%-133%	0%-71%	0%-58%	0%-32%	0%-15%	0%-4%
長期醫療及其他保險產品.....	8%-60%	0%-50%	1%-33%	2%-33%	1.5%-33%	1%-33%
短期保險產品.....	0%-70%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

附註：上述佣金率上下限的區間是我們根據與保險公司簽約的保險產品佣金率情況計算得出，保險公司會基於相關監管法規、業務策略、產品類型、精算假設模型等得出具體某個產品的具體佣金率，對於特定產品類別（包括萬能壽險及贈險），存在首年佣金率為0%的保險。

業 務

於往績記錄期間，各類保險產品的平均第一年佣金率如下：

保險產品類型	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
長期壽險產品	34.6%	31.7%	21.5%
長期重疾險產品	56.0%	53.5%	52.6%
長期醫療及其他保險產品	40.6%	31.2%	30.3%
短期保險產品	15.9%	20.9%	21.6%
總計	34.8%	33.1%	26.2%

附註：第一年平均佣金率乃根據相關期間歸屬於首年保費的收入除以首年保費計算。

2023年，長期壽險產品的平均首年佣金率相對穩定，為31.7%，而2022年為34.6%。長期壽險產品的平均首年佣金率由2023年的31.7%下降至2024年的21.5%，主要是由於保險公司為應對保險行業政策（尤其是銀行保險渠道的「報行合一」政策）變化而作出謹慎調整。「報行合一」要求保險公司報送監管部門審批或備案的佣金率應與實際佣金率保持一致。儘管尚未頒佈針對保險中介機構的類似政策，但保險公司下調保險中介機構的佣金率，特別是長期壽險產品的佣金率，以控制保險公司實際運營成本超過預期運營成本的虧損風險，我們的長期壽險產品收入因而受到影響。根據弗若斯特沙利文的資料，該政策導致銀行保險渠道和保險中介機構的佣金率下降。長期重疾險產品的平均首年佣金率相對穩定，於2022年、2023年及2024年分別為56.0%、53.5%及52.6%。於往績記錄期間，長期醫療及其他保險產品和短期保險產品的平均首年佣金率有所波動，主要是由於我們分銷的不同保險產品的首年佣金率不同所致。例如，長期醫療及其他保險產品的平均首年佣金率從2022年的40.6%下降至2023年的31.2%，主要是因為我們在2023年推出的長期醫療保險產品金醫保首年佣金率相對較低。

業 務

於2021年10月12日中國銀保監會發佈通知後，我們就互聯網人身險產品收取的佣金率範圍如下：

互聯網保險產品類型	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六至第三十年
長期壽險產品.....	1%-60%	0%-49.7%	0%-30.3%	0%-8%	0%-1%	0%
長期重疾險產品.....	2%-60%	0%-65%	0%-58%	0%-32%	0%-15%	0%-1%
長期醫療及其他保險產品.....	8%-60%	0%-50%	1%-33%	2%-33%	1.5%-33%	1%-33%
短期保險產品.....	0%-45%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用

於往績記錄期間各年，按收入計，我們十大產品的佣金率首年介乎0%至60%，其後年度介乎0%至60%。

就我們與保險公司共同定製及設計的保險產品而言，我們向保險公司提供我們的定價範圍建議。一般而言，我們的產品定製對我們的佣金率沒有重大影響，主要是因為保險產品的定價及相關佣金率主要由市場決定。我們致力保持具競爭力的佣金率，以維持我們分銷保險產品的競爭力。

保險技術服務

我們已成功推出了涵蓋保險業務主要流程的數字化解決方案。我們認識到保險行業參與者對數字化解決方案的需求，特別是風險評估協助及公估。對保險技術服務有需求的保險公司已與我們聯繫。於2019年5月起，我們開始為保險公司提供風險評估協助、公估和閃賠方面的技術解決方案，幫助保險公司改善運營效率。我們提供具有不同系統的服務，包括啄木鳥風控、鷹眼AI核驗和閃賠，通過提供此類數字化解決方案，我們幫助保險公司改善運營，並推動保險行業實現數字化轉型。

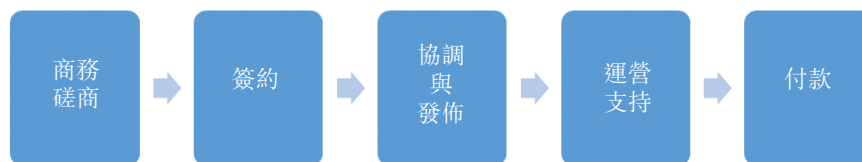
業 務

具體來說，啄木鳥風控是我們根據投保端提交的信息作出風險相關建議的數字化風險評估平台。此外，保險公司可根據自身核保規則和產品需求，利用該系統核實或獲取信息。

鷹眼AI核驗則提供有關基於互聯網交易環境的保險客戶回訪的技術解決方案，確認保險客戶的真實投保意願，評估投保過程中的銷售風險，賦能在線保險交易品質管控提升。

閃賠服務則基於自主研發的智能理算系統，其通過算法，結合圖像識別等第三方技術，輔助計算理賠金額及大大縮短了理賠週期。

保險技術服務流程通常如下：



我們相信，提供保險技術服務有助於我們通過調配現有資源實現業務多元化，並通過與保險公司建立更緊密的關係提高我們的市場滲透率，同時可能為我們的保險交易服務業務帶來更多商機。於往績記錄期間，我們為於各年度的前五大客戶中逾半數客戶提供保險技術服務。

我們的客戶

我們的保險交易服務業務客戶為中國的保險公司。在中國保險市場，保險公司的地方分支機構通常有權以自己的名義與保險中介機構訂立合同。一般而言，我們與當地保險公司建立並維持業務關係。在往績記錄期間，我們與超過110家保險公司建立了合作，其中包括68家人身險公司及46家財產險公司。其次，我們自保險經紀公司和代理公司產生少量收入。尤其是，憑借我們在長期人身險領域的優勢，我們於同期已與中國超過70%的人身險公司建立了合作。

業 務

我們與保險公司合作，共同設計及開發定製保險產品，亦提供彼等現有的保險產品。就合作設計及開發保險產品而言，我們向保險公司提出定製產品的設計理念及定價範圍建議，而保險公司在我們的平台上推出該產品之前，會將該產品向國家金融監管總局備案，以確保符合監管規定。定製保險產品進一步深化了我們與該等保險公司的合作，增強了我們平台對保險客戶的吸引力。我們相信，隨著我們品牌知名度、聲譽及客戶群的不斷擴大，我們將能夠在加強與為我們現有客戶的保險公司的合作的同時吸引更多保險公司與我們建立合作關係。

我們的平台建立在安全、可擴展的基礎設施之上，與保險公司的系統相連。經連接的系統使我們能夠提供流暢的客戶體驗，並使我們能夠不斷提高運營效率。經連接的系統主要包括核心業務系統和賬戶對賬系統，用於處理產品、保單及客戶資料，並集成新保單錄入、核保審核、保費收取（首次或續期）、保單續保（自動或手動）、售後管理服務（取消及退款）以及其他相關管理服務等功能。

我們幫助保險公司提高運營效率，於線上獲得大量客戶。我們的客戶服務解決方案，使保險公司能夠及時收到對其承保的保險產品的反饋，並完成數字化理賠。憑借我們的數據能力，我們的客戶細分及選擇流程可幫助保險公司有效擴大客戶群。除分銷保險產品外，我們亦為保險公司提供保險技術服務，幫助彼等管理風險並簡化理賠流程。

我們面臨若干非中介風險，有關詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－保險客戶可能決定直接向保險公司購買保險，這將對我們的財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響」一節。根據弗若斯特沙利文的資料，2019年至2023年，中介機構分銷的人身險產品的總保費複合年增長率為34.2%，預計2024年至2028年複合年增長率為32.3%，增速超過保險公司個人代理人、銀保及直銷等其他渠道的增長。中介產業的快速增長主要是因為中介機構可以更有效地接觸保險公司及保險客戶。為有效降低非中介風險，我們已建立標準操作程序（「**標準操作程序**」），以高效分銷保險產品及利用我們在開發及管理IP方面的多年經驗。我們分銷定製保險產品的標準操作程序包括線上產品管理、制定推廣策略、整合關鍵賣點、任務分配及協調媒體傳播。我們協助保險公司高效分銷保險產品，並通過我們的標準操作程序覆蓋廣泛的保險客戶。此外，由於我們多年來一直在開發及管理我們的IP，我們能夠快速更新及迭代我們具有IP的定製保險產品。

業 務

我們相信，我們對優質客戶服務的重視是我們增長的重要因素。我們重視客戶以及保險客戶對我們服務的反饋，並設立了公開渠道，直接受理客戶以及保險客戶的反饋、投訴和建議。我們亦設有專門的投訴處理小組，及時處理保險公司及保險客戶的投訴。我們的法律及合規部門亦將酌情參與處理過程。我們進行內部溝通、調查，並考慮包括投訴的性質及嚴重程度、潛在聲譽風險及保險公司的特定要求等因素，制訂解決方案。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無接獲保險客戶或保險公司就我們的服務或產品作出任何對我們的業務或經營有重大不利影響的投訴。

與保險公司所訂立協議的主要條款

保險產品的類型及範圍：..... 保險公司委託我們分銷保險產品，並通常指定我們有權代表彼等分銷的保險產品類型。

地點：..... 我們在相關國家保險監督管理機構批准保險公司和我們共同經營的地域範圍內開展保險代理或經紀業務，分銷保險產品。

服務：..... 我們在營業執照許可範圍內開展保險或經紀代理業務。

我們指導投保人填寫投保單，為投保人辦理必要的投保手續。我們還可以為投保人擬訂投保方案。

根據保險公司的授權，協助保險公司以銀行轉賬方式收取投保人的保險費，協助保險公司以銀行轉賬方式向投保人或受益人支付與保險合同相關的款項。

費用及付款：..... 佣金費率通常載於協議並因保險產品的類型而異。

業 務

適用於定製產品的合作條款 我們有權獨家分銷相關產品，前提是我們滿足績
(僅限獨家協議)：..... 效條件，例如保費金額或續保率。

資格：..... 我們應取得保險中介許可證。

期限：..... 我們的協議期限通常為一年。

終止：..... 在協議有效期內，任何一方要求解除協議，應提前書面通知對方。經雙方協商一致並達成書面協議後，可提前終止協議。

佣金率亦可能會根據保險公司對利潤的預期、保險客戶的需求、行業協會的要求、監管要求及政府政策，以及在有關時間影響保險公司的其他因素，不時按我們與保險公司的協議作出調整。對於人身險產品，與我們合作的一些保險公司可能會要求我們在保單有效期內的第13個月保持一定比例的續期率。倘我們未能達到有關要求，我們可能會被要求根據協議條款退還我們從保險公司處獲得的部分佣金。於往績記錄期間，我們不符合共計五家保險公司長期保險產品的13個月續期率要求，我們向保險公司退還佣金時從收入中扣除了共計約人民幣2.1百萬元的佣金。於往績記錄期間，佣金率的調整機制並無對我們的業務營運或財務狀況造成重大影響。

主要客戶

我們大部分客戶均為中國保險公司。於往績記錄期間，我們來自各年度五大客戶的總收入分別為人民幣622.4百萬元、人民幣1,042.2百萬元及人民幣979.9百萬元，分別佔我們各年度總收入的77.2%、63.8%及70.7%。於往績記錄期間，我們來自各年度最大客戶的收入分別為人民幣169.0百萬元、人民幣278.1百萬元及人民幣325.6百萬元，分別佔我們各年度總收入的21.0%、17.0%及23.5%。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們概無對任何單一客戶的實質性依賴，原因為我們的最大客戶於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度並不相同。有關客戶集中風險的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—我們面臨客戶集

業 務

中風險。倘我們失去任何重要客戶，或任何重要客戶未能按預期水平與我們合作，我們的增長及收入可能受到重大不利影響」。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的保險中介機構通常具有較高的客戶集中度。考慮到中國的保險公司數量眾多及我們多年的行業經驗，我們認為我們能夠改變客戶構成並擴大客戶基礎，因此我們將能夠降低客戶集中風險。此外，我們在與保險公司設計及開發保險產品及為客戶創造價值時擁有與客戶議價的能力。於往績記錄期間，我們的客戶通常通過銀行轉賬結算。

下表載列我們於往績記錄期間內各年度五大客戶的詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	客戶背景	業務規模	業務關係 起始年度	我們提供 服務的 類型	收入金額 (人民幣千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)	信用期	結算 方式
1..	客戶C	客戶C是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣29億 元	2021年	保險中介 服務	169,014	21.0	收到對賬單及發票之日起10個 工作日	銀行轉賬
2..	客戶F	客戶F是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣10億 元	2018年	保險中介 服務	148,419	18.4	收到發票後5個 工作日	銀行轉賬
3..	客戶A	客戶A是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣15億 元	2019年	保險中介 服務	138,237	17.1	收到發票之日起 5個工作日	銀行轉賬
4..	客戶D	客戶D是一家全國性健康險公司，經營健康險等產品	註冊資本人 民幣23億 元	2017年	保險中介 服務	89,673	11.1	收到發票後7個 工作日	銀行轉賬
5..	客戶G	客戶G是一家全國性人身險公司，經營個人、團體養老保險等業務	註冊資本人 民幣33億 元	2020年	保險中介 服務	77,033	9.6	收到發票後7個 工作日	銀行轉賬

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	客戶背景	業務規模	業務關係 起始年度	我們提供 服務的 類型	收入金額 (人民幣千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)	信用期	結算 方式
1..	客戶H	客戶H是一家全國性 人身險公司，經營 壽險、健康險、意 外險等產品	註冊資本人 民幣21 億元	2022年	保險中介 服務	278,081	17.0	收到發票後5個 工作日	銀行轉賬
2..	客戶G	客戶G是一家全國性 人身險公司，經營 個人、團體養老保 險等業務	註冊資本人 民幣33 億元	2020年	保險中介 服務	263,287	16.1	收到發票之日起 7個工作日	銀行轉賬
3..	客戶A	客戶A是一家全國性 人身險公司，經營 壽險、健康險、意 外險等產品	註冊資本人 民幣15 億元	2019年	保險中介 服務	207,407	12.7	收到發票後5個 工作日	銀行轉賬
4..	客戶C	客戶C是一家全國性 人身險公司，經營 壽險、健康險、意 外險等產品	註冊資本人 民幣29 億元	2021年	保險中介 服務	170,559	10.4	收到對賬單及發 票之日起10個 工作日	銀行轉賬
5..	客戶D	客戶D是一家全國性 健康險公司，經營 健康險等產品	註冊資本人 民幣23 億元	2017年	保險中介 服務	122,892	7.5	收到發票後7個 工作日	銀行轉賬

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	客戶背景	業務規模	業務關係 起始年度	我們提供 服務的 類型	收入金額 (人民幣千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)	信用期	結算方式
1.	客戶H	客戶H是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣21 億元	2022年	保險中介 服務	325,611	23.5	收到發票後5個 工作日	銀行轉賬
2.	客戶I	客戶I是一家全國性人身險公司，經營壽險、養老保險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣258 億元	2022年	保險中介 服務	301,080	21.7	收到結算確認函 及發票後10個 工作日	銀行轉賬
3.	客戶K	客戶K是一家全國性壽險公司，經營壽險、健康險、養老保險、意外險	註冊資本人 民幣118 億元	2017年	保險中介 服務	123,353	8.9	收到發票後10個 工作日	銀行轉賬
4.	客戶C	客戶C是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣29 億元	2021年	保險中介 服務	119,387	8.6	收到對賬單及發 票之日起10個 工作日	銀行轉賬
5.	客戶J	客戶J是一家全國性人身險公司，經營壽險、健康險、意外險等產品	註冊資本人 民幣15 億元	2019年	保險中介 服務	110,509	8.0	收到發票後7個 工作日	銀行轉賬

業 務

於往績記錄期間各年度，我們的五大客戶及最大客戶貢獻的收入百分比減少，主要由於以下原因：(i)於往績記錄期間，我們的產品組合由長期重疾險產品轉變為長期壽險產品，導致我們主要客戶的組成發生變化；(ii)我們作出策略性決定，使主要客戶多元化，以減少對最大客戶的依賴。例如，我們與不同保險公司合作，以IP（如增多多及超級瑪麗系列）迭代產品；及(iii)我們根據特定時間推廣的保險產品調整客戶群，並選擇符合我們要求的產品的保險公司，原因是保險公司可能因自身業務發展戰略、償付能力要求及支付能力而優先考慮不同的產品。在該等情況下，倘客戶不再能夠提供我們擬分銷的保險產品，我們會更換客戶。

於往績記錄期間，我們於各年度的五大客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無我們的董事、彼等緊密聯繫人或任何本公司股東（據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者）於各年度的任何五大客戶中擁有任何權益。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與主要客戶之間概無任何對我們的業務營運或財務狀況造成重大不利影響的訴訟、仲裁或糾紛。

我們的供應商

我們的供應商主要包括：(i)保險代理人；(ii)保險經紀及代理公司；及(iii)推廣服務的信息技術或媒體公司（我們的自媒體流量渠道提供商）。我們通常與供應商訂立具有法律約束力的協議，期限為一年，我們通常通過銀行轉賬與供應商結算付款。

主要供應商

於往績記錄期間，我們向各年度五大供應商的採購額分別為人民幣174.3百萬元、人民幣216.3百萬元及人民幣234.8百萬元，分別佔我們各年度總採購額的33.1%、20.0%及27.4%。於往績記錄期間，我們向各年度最大供應商的採購額分別為人民幣60.5百萬元、人民幣84.1百萬元及人民幣65.3百萬元，分別佔我們各年度總採購額的11.5%、7.8%及7.7%。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間內各年度五大供應商的詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	供應商背景	業務 規模	業務關係 起始年度	向我們 提供服務 的類型	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 的百分比 (%)	信用期	結算 方式
1..	供應商F	一家主要從事技術服務、開發、諮詢的公司	註冊資本 人民幣 10.0百 萬元	2020年	保險產品 推廣服務	60,473	11.5	收到發票後 20個工作 日	銀行轉賬
2..	供應商集團C	主要從事保險經紀服務、電子商務技術研發及電子商務平台運營的一組公司	附註1	2017年	保險銷售服務；保險產品推廣服務	49,844	9.5	收到發票後 20個工作 日	銀行轉賬
3..	供應商集團A	主要從事信息技術諮詢服務、信息諮詢服務及保險經紀服務的一組公司	附註2	2017年	保險銷售服務；保險產品推廣服務	22,595	4.3	收到發票後 20個工作 日	銀行轉賬
4..	供應商E	一家主要從事保險經紀服務的公司	註冊資本 人民幣 76.8百 萬元	2020年	保險銷售服務	21,455	4.1	收到發票後 15個工作 日	銀行轉賬
5..	供應商G	一家主要從事保險代理服務的公司	註冊資本 人民幣 50.0百 萬元	2019年	保險銷售服務	19,931	3.8	收到發票後 15個工作 日	銀行轉賬

附註：

1. 供應商集團C的註冊資本分別為人民幣50.0百萬元及人民幣6.3百萬元。
2. 供應商集團A的註冊資本分別為人民幣5.0百萬元及人民幣50.0百萬元。

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	供應商背景	業務 規模	業務關係 起始年度	向我們 提供服務 的類型	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 的百分比 (%)	信用期	結算 方式
1..	供應商集團C	主要從事保險經紀服務、電子商務技術研發及電子商務平台運營的一組公司	附註1	2017年	保險銷售服務；保險產品推廣服務	84,092	7.8	收到發票後20個工作日	銀行轉賬
2..	供應商E	一家主要從事保險經紀服務的公司	註冊資本 人民幣 76.8百 萬元	2020年	保險銷售服務	37,832	3.5	收到發票後15個工作日	銀行轉賬
3..	供應商H	一家主要從事保險代理服務的公司	註冊資本 人民幣 1,440 億元	2022年	保險銷售服務	35,836	3.3	收到發票後12個工作日	銀行轉賬
4..	供應商I	一家主要從事計算機軟件、信息系統軟件的開發、銷售的公司	註冊資本 人民幣 1.4百 萬元	2017年	保險產品推廣服務	31,713	2.9	收到發票後20個工作日	銀行轉賬
5..	供應商J	一家主要從事新媒體技術的研發與服務的公司	註冊資本 人民幣 10.0百 萬元	2020年	保險產品推廣服務	26,847	2.5	收到發票後20個工作日	銀行轉賬

附註：

1. 供應商集團C的註冊資本分別為人民幣50.0百萬元及人民幣6.3百萬元。

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	供應商背景	業務規模	業務關係 起始年度	向我們 提供服務 的類型	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購的 百分比 (%)	信用期	結算方式
1.	供應商集團C	主要從事保險經紀服務、電子商務技術研發及電子商務平台運營的一組公司	附註1	2017年	保險銷售服務； 保險產品推廣服務	65,257	7.6	收到發票後20 個工作日	銀行轉賬
2.	供應商H	一家主要從事保險代理服務的公司	註冊資本 人民幣 1,440 億元	2022年	保險銷售 服務	55,243	6.4	收到發票後12 個工作日	銀行轉賬
3.	供應商E	一家主要從事保險經紀服務的公司	註冊資本人 民幣76.8 百萬元	2020年	保險銷售 服務	48,253	5.6	收到發票後15 個工作日	銀行轉賬
4.	供應商K	一家主要從事技術服務、技術開發、技術諮詢及技術推廣的公司	註冊資本人 民幣5百 萬元	2023年	保險產品 推廣服 務	39,621	4.6	收到發票後20 個工作日	銀行轉賬
5.	供應商M	一家主要從事保險代理的公司	註冊資本人 民幣50 百萬元	2021年	保險銷售 服務	26,428	3.1	收到發票後20 個工作日	銀行轉賬

附註：

1. 供應商集團C內供應商的註冊資本分別為人民幣50.0百萬元及人民幣6.3百萬元。

於往績記錄期間，我們於各年度的五大供應商均為獨立第三方。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無我們的董事、彼等緊密聯繫人或任何本公司股東（據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者）於各年度的任何五大供應商中擁有任何權益。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無遭遇供應商所定價格出現任何重大波動、供應商嚴重違約或供應商延遲交付的情況。

我們的技術能力及研發

我們認為，我們業務的持續成功有賴於我們強大的技術能力，這有助於我們改善保險客戶體驗，簡化保險交易流程，提高業務效率。於往績記錄期間，我們持續增加對研發的投資。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們分別產生研發開支人民幣53.5百萬元、人民幣61.1百萬元及人民幣51.0百萬元，分別佔我們同期收入的6.6%、3.7%及3.7%。於往績記錄期間，我們並無資本化任何研發開支。

技術能力

我們強大的科技實力歸因於自創立之初就強調數字化和持續不斷的研發投入。我們長期積累的見解及保險行業知識，使我們在日常運營過程中搭建了一套有助於高效進行保險交易的營銷及展業在線體系及品質管理體系。

我們的專有技術平台支持我們快速增長的處理能力需求，通過我們的運營，收集並提供給我們詳細而準確的資料。從我們的客戶界面到管理支持系統，我們的技術平台促進了順利執行和無縫數據流。我們努力使技術發展與業務運營保持一致。在整個保險交易過程中，我們的操作流程依賴於技術賦能。此外，憑借我們的技術能力，我們的品質管理體系正在持續迭代強化。

我們在保險業務中應用了以下模型及系統，以提高我們準確識別潛在保險客戶、降低風險及優化運營效率的能力：

- **營銷工具**。我們為各個業務平台提供了豐富的營銷及展業工具。
 - 在獲客方面，我們提供了獲客助手、智能觸達、客戶洞察、客戶管理、客戶智能分配等技術支持。尤其是，客戶智能分配利用數據分析技術，根據不同的因素和規則，將保險客戶與保險顧問進行智能化的分配和匹配。

業 務

- 就客戶轉化而言，我們提供產品比較、建議生成、靜靜、核保小智等工具及系統，例如，在線核保協助系統核保小智可對保險客戶的健康狀況進行評估、模糊搜索疾病定位，預測核保結果，並據此提供量身定製的產品推薦。
- 我們還基於小雨傘、咔嚓保和牛保100這三個平台各自獨特的特點也提供了差異化的技術支持。例如，我們於小雨傘為保險客戶提供線上活動，於咔嚓保提供代理人展業工具和費用結算體系，並於牛保100提供根據業務合作夥伴需求定製的多級渠道管理和費用結算體系。
- **線上交易平台。**通過與保險公司核心系統的無縫銜接，持續迭代強化我們的解決方案，為保險客戶提供了交易及服務解決方案的便捷線上平台。我們的三個平台均採用下述系統。
 - 我們通過海納平台與約百家保險公司進行保險產品的接口對接，最快可以在1天內上線一款保險產品。海納系統遵照保險公司的通信協議、標準化投保流程及組件化投保所需各類信息，通過保險公司網關統一管控路由，通過基於保司維度接口對接後再通過配置化促進保險產品高效開發及上線。例如，我們為API對接提供快速的產品集成，對接時間可短至五天。
 - 我們開發了一個在線核保協助系統，將核保過程數字化。我們的系統會檢查信息的完整性，核實表格中的每個必填項是否填寫正確，並將信息傳送給保險公司進行核實。對於若干保險產品，我們將保險公司制定的核保標準納入系統，使系統能夠自動評估保險客戶是否符合保險產品的投保條件。通過編纂標準，可以對各種情況進行評估，從而更準確地評估保險客戶的資格，降低保險公司的拒保率。

業 務

- 針對保險客戶的理賠申請，我們基於智能理算系統開發了閃賠結算服務，可以根據理賠規則自動計算理賠金額並生成理賠書，最快兩分鐘結案。
- **品質管理體系。**我們一直持續完善品質管理體系，陸續上線多個相關系統。
 - 我們的鷹眼AI核驗為在線交易中的保險客戶提供在線回訪，確認其購買保險產品的真實意願，評估投保過程中的銷售風險，為在線保險交易提供質量控制。該系統利用風險模型識別潛在風險保險客戶的投保行為，模型包括欺詐風險計算模型和身份識別模型。該系統利用人臉識別、活體檢測、語音播報、語音文字轉換等多種技術，提高了我們的質量控制能力。借助鷹眼AI核驗系統，我們成功降低了投訴率。目前，我們的有效投訴率已成功控制在1%以下。鷹眼AI核驗系統主要用於咔嚓保和牛保100平台。
 - 創信閃錄系統是一款智慧雙錄系統，旨在滿足監管線下銷售保險產品可回溯要求，並解決保險購買過程中雙錄難的問題。其通過自動語音識別和文字轉語音等技術，實現了雙錄全流程的智能語音引導、保險條款講解和客戶語音互動。單個保單的雙錄時長可以縮短為10至15分鐘，短於行業標準的24分鐘。錄制通過率為99.6%，有效減少了客戶錄製和人工檢測的時間。創信閃錄系統主要用於咔嚓保和牛保100平台。
 - AI質檢系統主要應用在保險銷售及客戶服務過程的品質管控。系統會分析保險顧問的語音、文字等數據，自動識別過程中存在的問題，並提供相應的評價。AI質檢系統使用語音識別模型、文本分類模型及語義分析模型。我們的AI質檢系統有效地提高質檢的準確性和效率。我們的AI質檢系統幾乎涵蓋我們保險顧問的所有交流內容。AI質檢系統主要用於小雨傘平台。

業 務

- 互聯網可回溯系統是一個為了保障用戶利益並解決後續交易糾紛而設計的系統，記錄及還原用戶於保險交易過程中在平台上的操作，保障用戶的權益。該系統後端對數據進行實時記錄，並在用戶完成整個流程後在服務器上進行視頻存儲。為了保證可回溯視頻完整，通過數據加密、數據序列標識實現上報數據自檢。系統自上線以來，已記錄超過570萬條視頻，實現保險購買交易100%落庫。我們的互聯網可回溯系統用於我們的全部三個平台。
- 我們獨立開發了啄木鳥風控系統，其為數字化風控平台，能根據投保端提交的信息生成建議。

我們還開發了支持保險業務全流程和日常運營分析的底層系統。該等系統主要包括保險公司管理和保險公司分支機構管理系統、代理人管理系統、業務夥伴管理和分支機構管理系統、保險客戶管理系統、保險公司財務結算系統、保險代理人 and 業務夥伴結算系統以及數據庫。

作為我們技術能力的背書，於往績記錄期間，有20家保險公司購買我們的技術服務，包括由我們系統提供的啄木鳥風控及閃賠結算等服務。

研發團隊

我們的技術能力來自於我們才華橫溢、兢兢業業的研發團隊。我們致力於建立和維護一個大型研究人才庫，以推動我們的研發工作。我們亦為新員工提供全面的培訓。截至2024年12月31日，我們擁有一支由111名研發專業人員組成的團隊，約佔我們員工總數的17.3%。我們研發團隊的主要成員平均擁有超過5年的相關經驗。

我們的研發團隊由首席技術官韓先生領導，他在互聯網技術服務及電商行業擁有逾14年的經驗。有關韓先生履歷的更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事會－執行董事」一節。

業 務

知識產權

我們認為我們的商標、域名、著作權、專門知識、專有技術和類似知識產權對我們的成功至關重要，我們依靠中國的專利法、著作權法、商標法和商業秘密法，以及與我們的僱員、客戶和其他人士簽訂的保密和其他合同性保障措施來保護我們的專有權利。

截至2024年12月31日，我們在中國擁有12項專利、38項軟件版權和243項商標，覆蓋多個類別。此外，截至2024年12月31日，我們共擁有29個域名，包括我們的主網站。更多詳情請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－B. 關於我們業務的進一步資料－2. 我們的重要知識產權」一段。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概不知悉(i)我們嚴重侵犯任何第三方知識產權的情況；或(ii)任何第三方嚴重侵犯我們的知識產權的情況。

數據隱私與數據安全

於業務過程中，我們可能會收集、存儲、處理及分析保險客戶提供的數據。小雨傘平台收集的數據類型主要包括投保人和被保險人的用戶電話號碼、個人姓名、性別、出生日期、住址、電子郵箱、身份證號、保單數據(保單號、承保詳情等)、被保險人的健康聲明(如病史中的特定疾病)、投保人的銀行賬戶信息、被保險人提交的理賠材料(包括保單信息、病歷、醫療費用收據、銀行賬戶信息等)。

咔嚓保平台收集的數據類型主要包括保險代理人的電話號碼、姓名、身份證號、學歷和工作經歷、學歷證書、電子郵箱、微信號，以及保險代理人在咔嚓保平台操作產生的業務數據。

保險代理人通過咔嚓保平台協助投保人輸入個人信息購買保險時，該平台會收集投保人和被保險人的個人姓名、性別、出生日期、地址、電子郵箱、身份信息、保單數據(保單號、承保詳情等)以及被保險人的健康聲明(如病史中的特定疾病)。

牛保100平台收集的數據類型包括持牌保險中介通過平台運營獲得的業務數據，包括客戶微信賬戶信息(微信暱稱、微信頭像等)、客戶諮詢預約數據、投保數據、個人及團體保險數據(保單號、承保詳情等)、保險產品信息及宣傳資料、持牌保險中介的保險產品銷售業績數據(保費及佣金收入結算數據)，同時收集該等持牌保險中介的

業 務

賬戶信息和從業人員信息。我們致力於保護用戶的個人信息，並制定和實施了相關政策和程序，以確保數據的安全性、保密性和完整性。以下為我們相關政策和程序的概要：

數據收集及存儲

為確保我們在收集和使用用戶數據時獲得用戶同意，我們於平台上提供了用戶隱私政策及個人信息授權協議，規定了我們的數據使用規則及隱私保護協議。當用戶通過我們的網站或應用程序註冊賬戶並開始使用我們的服務時，須於完成註冊前閱讀並同意我們的隱私協議。

我們在中國運營過程中收集和產生的所有用戶個人資料均存儲於中國。我們根據適用法律法規存儲用戶數據，並已採用和實施與數據安全和個人信息保護相關的內部控制系統及協議。

數據訪問及使用

為防止未經授權訪問或非法使用數據，我們僅允許一定級別的特定職位的員工在有知情需求的基礎上訪問數據，並會保留有關員工的記錄。我們僅將個人資料用於客戶或用戶授權的指定用途，或用於履行合約或相關法律及法規要求或許可的用途，例如，為保險客戶提供保險理賠協助服務，或適用法律法規規定的其他要求。

數據安全保護措施

我們的核心保險業務系統已獲得信息系統安全保護第三級備案證書。為加強數據保護，我們在軟件或應用程序及基礎設施層面採用了不同的加密方法。我們在業務過程中收集的數據存儲於我們的數據庫中，該數據庫由需要額外個人信息加密和解密程序的防火牆保護。我們亦採用各種技術解決方案，以盡量減少和檢測我們互聯網基礎設施及數據庫方面的風險和漏洞。我們實施安全措施，如設置堡壘主機和防火牆，定期進行惡意代碼掃描和補丁升級。我們還存儲操作日誌並對其進行審計以確保數據安全、建立個人信息訪問控制機制，並根據最小授權原則控制員工對個人信息的訪問。我們還成立專門的個人信息合規審計委員會，負責對公司的個人信息合規情況進行內

業 務

部審計。我們已制定「網絡安全管理制度」、「數據安全事件應急預案」、「個人信息保護管理制度」等規章制度，規範信息系統安全事件、數據安全事件、個人信息安全事件的處理，並制定相應的應急預案。

數據安全政策

為保護數據安全，我們的運營團隊與法律及合規部門密切合作，共同制定和執行數據安全管理程序。我們為數據維護、信息系統控制及數據安全事件處理設計了專門系統。數據安全事件分為緊急事件、非緊急事件及漏洞，並根據緊急程度進行處理。我們已制定「信息安全工作總體方針及安全政策」、「信息安全組織架構及職責」、「信息安全授權審批管理辦法」、「網絡安全管理制度」、「數據安全管理制度」、「個人信息保護制度」等管理制度，規範數據安全保護和個人信息保護相關事宜。

為降低濫用數據的風險，我們定期為員工提供數據安全及保護培訓，確保員工充分了解我們在數據安全方面採取的措施及其重要性。根據我們的內部政策，違反數據安全政策的員工將受到處罰，處罰程度取決於違規行為的嚴重性及頻率。我們亦制定了應急計劃，並定期進行數據備份及恢復測試，以提高系統的恢復力、可靠性及穩定性。

我們的員工須向我們的數據安全團隊報告任何數據安全事件，例如機密數據洩漏或丟失，數據安全團隊隨後將調查事件原因、監督任何整改措施的實施情況以及跟進部門或團隊採取的任何後續措施，以防止類似事件再次發生。

於往績記錄期間，我們並無發生任何重大數據洩露或數據丟失事件，也未受到任何與網絡安全、數據保護或其他類似事件有關的行政調查或行政處罰。我們認為，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有關收集、儲存、使用及披露數據的適用法律及法規。

考慮到：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何可能對我們的業務造成重大不利影響的用戶個人信息洩露或任何其他數據安全事件；及(ii)於

業 務

往績記錄期間，我們並無受到任何有關隱私保護及數據安全的訴訟或處罰，我們的中國網絡安全和數據隱私保護法律顧問認為，我們於往績記錄期間已就數據安全及個人信息保護的所有重大方面遵守所有適用的現行有效中國法律法規。

數據隱私與保護法律法規

有關數據安全及數據保護的監管要求仍在不斷發展且可能面臨不同的解釋或重大變更，因此我們在這方面的責任範圍亦存在不確定性。遵守新法律及法規可能會導致我們產生巨額成本或要求我們以對我們業務產生重大不利的方式改變我們的業務慣例。例如，中國多個監管部門（包括國家互聯網信息辦公室（「**國家網信辦**」）、公安部及國家市場監管總局）採用各不相同且不斷發展的標準及解釋執行數據隱私及保護法律法規。於2021年12月28日，國家網信辦及其他監管部門聯合修訂並頒佈《網絡安全審查辦法》，自2022年2月15日起施行。《網絡安全審查辦法》規定，(i)關鍵信息基礎設施運營者（「**關鍵信息基礎設施運營者**」）採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查；(ii)掌握超過一百萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須申報網絡安全審查；及(iii)網絡安全審查工作機制成員單位認為影響或者可能影響國家安全的網絡產品和服務以及數據處理活動，由網絡安全審查辦公室按程序報中央網絡安全和信息化委員會批准後，依照《網絡安全審查辦法》的規定進行審查。截至最後實際可行日期，我們並未被現行有效的中國法律法規認定為關鍵信息基礎設施運營者。我們的中國網絡安全和數據隱私保護法律顧問於2024年1月2日以我們的名義通過國家網信辦公佈的熱線電話向中國網絡安全審查技術與認證中心（「**中國網絡安全審查技術與認證中心**」，現已更名為「**中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心**」）的一名工作人員進行諮詢。中國網絡安全審查技術與認證中心是本次諮詢的主管部門，原因是根據國家網信辦的正式通知，其受國家網信辦網絡安全審查辦公室委託，有權接收和審查申請材料並設立網絡安全審查諮詢熱線電話。根據相關諮詢，《網絡安全審查辦法》規定了「赴國外上市」的情形，而我們的建議[編纂]為香港，且鑒於香港屬於中國的一部分，並非屬於《網絡安全審查辦法》所述的「國外」，故我們無需主動申報網絡安全審查。由於《網絡安全審查辦法》為新近頒佈的法律，該辦法中的部分條文及實施標準仍有待相關部門的進一步指導。相關部門對有關法規的實施及執行具有酌情權，且尚不明確未來相關法規會否及如何進一步演變為監管措施，且我們將密切關注及評估規則制定過程中的任何發展。倘我

業 務

們未來面臨中國監管部門發起的更加嚴格的網絡安全審查或調查，我們未能或延遲完成網絡安全審查手續或存在違反相關法律法規的行為，則可能導致罰款或其他處罰，包括停業、關閉網站、我們的應用程序從相關應用程序商店下架，及吊銷必備許可證，以及聲譽受損或面臨法律程序或訴訟，從而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

於2021年11月14日，國家網信辦頒佈《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》（「**條例意見稿**」）。於2024年9月24日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》（「**數據安全條例**」），適用於在中華人民共和國境內開展網絡數據處理活動及其安全監督管理，已於2025年1月1日起施行。數據安全條例規定數據處理者從事影響或可能影響國家安全的數據處理活動，應當依照相關法律法規進行國家安全審查。此外，數據安全條例並未包括於2021年11月14日由國家網信辦頒佈的條例意見稿中的「數據處理者赴港[**編纂**]，影響或可能影響國家安全的，數據處理者應當依照相關法律法規申報網絡安全審查」規定。

基於(i)上述中國網絡安全審查技術與認證中心工作人員的諮詢回應；(ii)根據《關鍵信息基礎設施安全保護條例》第二條、第八條及第十條的規定，關鍵信息基礎設施的安全保護由重要行業和領域主管部門及監管部門（以下簡稱「**保護部門**」）負責；保護部門負責按照識別規則組織本行業或者本領域關鍵信息基礎設施的識別，及時將識別結果通知運營者並向公安部申報。截至最後實際可行日期，我們未收到相關主管或監管部門要求我們的中國境內公司進行網絡安全審查的任何通知，亦未被告知中國境內公司已被確定為關鍵信息基礎設施運營者；(iii)根據中國網絡安全審查技術與認證中心工作人員對電話諮詢的口頭答覆，《網絡安全審查辦法(2021)》第十六條規定的網絡安全審查不需要主動申請。倘主管部門依照《網絡安全審查辦法(2021)》第十六條規定實施網絡安全審查，有關部門應當通知網絡安全審查主體；(iv)截至最後實際可行日期，國家網信辦並無對我們發起任何網絡安全審查調查，我們亦未收到有關此方面的任何警告或處罰；及(v)我們已採納有關數據安全及個人信息保護的內部措施，以確保遵守相

業 務

關法律，董事及中國網絡安全和數據隱私保護法律顧問認為，我們能在所有重大方面遵守《網絡安全審查辦法》，且《網絡安全審查辦法》將不會對我們的業務運營或[編纂]造成重大不利影響，且於截至最後實際可行日期，我們並未參與任何網絡安全審查，亦未受到任何主管部門關於網絡安全的任何警告、罰款或處罰。

於2022年7月7日，國家網信辦頒佈《數據出境安全評估辦法》（「安全評估辦法」），自2022年9月1日起生效。安全評估辦法規定倘任何數據處理者處理或對外傳輸的個人信息超過該辦法規定的特定數量門檻，則須向國家網信辦申請安全評估後方能將任何個人信息傳輸出境。安全評估規定亦適用於任何重要數據出境。

於2024年3月22日起實施的《數據跨境新規》對國家互聯網信息辦公室此前《中華人民共和國個人信息保護法》中有所規定以及發佈的《數據出境安全評估辦法》及《個人信息出境標準合同辦法》中的數據出境安全評估、個人信息出境標準合同、個人信息保護認證等數據出境制度的實施情況作出優化調整。更多詳情，請參閱本文件「監管概覽－有關網絡安全及數據安全的法規」一節。根據《數據跨境新規》第七條規定，數據處理者向境外提供數據，符合下列條件之一的，應當通過所在地省級網信辦向國家網信主管部門申報數據跨境安全評估：(1)關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據；或(2)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據，或者自當年1月1日起累計向境外提供100萬人以上個人信息（不含敏感個人信息）或者1萬人以上敏感個人信息。

小雨傘保險經紀與一家大型上市公司等保險公司合作，從事跨境電商保險經紀業務，為在eBay平台上運營的中國大陸跨境電商企業客戶提供保險經紀服務。該等相關保險產品包括貨物運輸及退貨保險、賣家及平台責任保險、貿易信用保險及所有類別產品的延保保險等。小雨傘保險經紀從事的跨境電商保險經紀業務涉及數據跨境轉移，需遵守相關法律法規。2023年4月1日至2023年6月30日，小雨傘保險經紀已對數據跨境傳輸風險進行自評估，並出具數據跨境傳輸風險自評估報告。根據數據跨境傳輸風險自評估報告，小雨傘保險經紀在境外保險經紀運營中向境外傳輸的數據為企業客戶姓名、eBay ID等企業信息，不含《中華人民共和國個人信息保護法》界定的個人信息及《信息安全技術－個人信息安全規範》(GB/T35273-2020)所列個人信息項目；

業 務

小雨傘保險經紀確認，其未收到根據《關鍵信息基礎設施安全保護條例》被認定為關鍵信息基礎設施運營者的通知，根據《信息安全技術－重要數據識別指南》(徵求意見稿)，該等向境外傳輸的數據不屬於關鍵數據。此外，《數據安全技術－數據分類分級規則》(GB/T 43697-2024) (報批稿) 附錄G (於小雨傘保險進行自評估時尚未生效，並已於2024年10月1日生效) 提供了識別重要數據的幾個因素。經核查該附錄，小雨傘保險經紀確認其境外保險經紀業務中向境外傳輸的數據不含該附錄所載因素。基於上述情況，我們的中國網絡安全和數據隱私保護法律顧問認為，小雨傘保險經紀在其境外保險經紀業務營運中的境外傳輸數據不屬於《安全評估辦法》規定的需要申請數據跨境傳輸安全評估的情況，也不屬於《跨境數據新規》中調整的情況。本集團其他附屬公司在日常業務運作中亦沒有進行數據跨境傳輸。於2023年，我們的跨境電商保險經紀業務收入及毛利潤分別為人民幣2.8百萬元及人民幣1.8百萬元。於2024年，我們的跨境電商保險經紀業務收入及毛利潤分別為人民幣108千元及人民幣69千元。於2022年，我們並無從跨境電商保險經紀業務中獲得收入或毛利潤。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因違反適用的數據安全或網絡安全法律而受到任何處罰或索償。我們已採取相關措施滿足有關數據安全和網絡安全要求。

競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，2023年中國人身險市場按總保費計算的市場規模為人民幣3.8萬億元。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年，利用數字平台進行保險交易的互聯網保險服務的總保費達人民幣0.5萬億元，佔中國人身險市場總保費的14.6%，高於2019年的6.0%。我們主要與保險中介機構及保險公司的內部銷售人員競爭。此外，我們亦與其他市場參與者競爭，包括銀行保險渠道及保險兼業代理機構。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年，中國人身險中介市場的總保費達到人民幣2,370億元，佔中國人身險市場總保費的6.3%，高於2019年的2.4%。按2023年中國人身險中介市場的總保費計，我們排名第八，市場份額為2.9%。在線中介在中國的人身險中介市場佔

業 務

據主導地位，佔2023年中國人身險中介市場總保費的89.1%。中國線上長期人身險中介市場相對集中，競爭激烈。於2023年，按總保費計，排名前五的參與者共佔68.6%的市場份額。按2023年長期人身險的總保費計，我們是中國第二大線上保險中介機構，市場份額為7.3%，僅次於市場上的一家主要參與者，份額為45.5%。隨著中國線上長期人身險中介市場競爭的加劇，我們認為，我們已經做好了充分準備，能夠利用此不斷增長的行業機遇。有關我們經營的行業競爭格局的更多詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

牌照及許可證

我們的運營需要獲得各種牌照和許可證。誠如我們的中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，我們已獲得中國法律規定的我們當前運營所必需的所有重要方面的所有重要牌照、批准和許可證，且該等牌照、批准和許可證乃屬有效且仍然有效。

我們不時重續所有許可證和牌照，以遵守相關法律法規。倘已按照適用的法律法規向相關部門提交續期申請文件，我們預計在未來該等許可證或牌照到期時進行續期不會遇到任何重大法律障礙。下表載列截至最後實際可行日期我們的重要牌照：

牌照	許可業務範圍	持有人	頒發機關	批准／備案日期	到期日
保險中介許可證...	在中國為投保人擬定投保方案、選擇保險人、辦理投保手續；協助被保險人或受益人進行索賠；再保險經紀業務；為委託人提供防災、防損或風險評估、風險管理諮詢服務；保險監督管理機構批准的其他業務	小雨傘保險經紀	原中國銀行保險監督管理委員會天津監管局	2013年11月1日	2025年10月30日

業 務

牌照	許可業務範圍	持有人	頒發機關	批准／備案日期	到期日
保險中介許可證...	在中國代理銷售保險產品；代理收取保險費；代理相關保險業務的損失勘查和理賠；保險監督管理機構批准的其他業務	創信保險銷售	原中國銀行保險監督管理委員會深圳監管局	2006年9月16日	長期有效
經營保險公估業務 備案表.....	在中國保險標的承保前和承保後的校驗、估價及風險評估；對保險標的出險後的查勘、檢驗、估損理算及出險保險標的殘值處理；風險管理諮詢；經保險監督管理機構批准的其他業務	百泓保險公估	國家金融監督管理總局 監管局	2017年12月20日	不適用
增值電信業務經營 許可證.....	信息服務業務（僅限互聯網信息服務），不含信息搜索查詢服務、信息即時交互服務	創信保險銷售	中華人民共和國工業和信息化部	2023年2月15日	2028年2月15日
增值電信業務經營 許可證.....	信息服務業務（僅限互聯網信息服務），不含信息搜索查詢服務、信息即時交互服務	小雨傘保險經紀	中華人民共和國工業和信息化部	2023年12月6日	2028年12月6日

業 務

獎項及表彰

於往績記錄期間，我們在服務、技術和創新方面獲得獎項及表彰。下表載列我們獲得的一些著名獎項及表彰的詳情：

獎項／表彰	頒獎／頒發機構／部門	頒獎年份
2024保險業數字化轉型優秀案例.....	中國銀行保險報	2024年
IMVA年度最具發展潛力公司	今日保	2024年
2024金融科技企業雙50榜單	畢馬威	2024年
分子實驗室2024年度中國保險科技100強	分子實驗室	2024年
香蜜湖金融科技創新獎——新銳企業獎	福田區金融服務和風險 防控中心	2024年
增多多增額終身壽險獲「2023-2024」金口碑 年度壽險保險產品獎	中國銀行保險報	2024年
手回AI質檢系統獲第四屆中國保險科技創 新大賽優秀項目金獎	分子實驗室	2024年
鷹眼AI核驗系統獲第四屆中國保險科技創 新大賽優秀項目金獎	分子實驗室	2024年
2023金融科技企業雙50榜單	畢馬威	2024年
金麒麟保險行業「年度領軍保險科技公司」	新浪	2024年
粵港澳大灣區金融科技用端20強	香港特區政府投資推廣署、 香港貿易發展局、 深圳市金融科技協會、 香港電腦學會、 畢馬威中國	2023年

業 務

獎項／表彰	頒獎／頒發機構／部門	頒獎年份
中國保險白象榜2023年度 保險中介領航發展公司.....	今日保	2023年
金醫保百萬醫療險獲2023全球保險品牌大會 保險產品創新獎.....	金融界	2023年
金醫保百萬醫療險獲2023年度商業健康 保險推薦產品獎.....	今日保	2023年
大黃蜂少兒重疾險獲2023金諾• 中國金融產品傳播典範獎.....	中國銀行保險報	2023年
書籍《理賠，你應該這樣做》獲 中國銀行保險業服務創新案例.....	中國銀行保險報	2023年
保險數字化應用機構20強.....	零壹智庫	2022年
InsurStar 2022年度優秀中介機構.....	保觀	2022年
2022十大最受關注中國保險科技公司.....	分子實驗室	2022年
超級瑪麗重疾險獲2022年度保險產品名單.....	中國銀行保險報	2022年
大黃蜂少兒重疾險獲中國保險白象榜 2022「年度厚道保險產品」.....	今日保	2022年
「撐傘行動」獲金諾•中國金融2022年度 優秀社會責任項目.....	中國銀行保險報	2022年
中國銀行業保險業年度服務創新案例.....	中國銀行保險報	2022年

業 務

僱員

截至2024年12月31日，我們在中國有640名全職僱員。下表載列截至2024年12月31日按職能劃分的僱員明細：

	僱員數目	佔總人數 百分比
行政及運營.....	137	21.4
銷售	392	61.3
研發	111	17.3
總計	640	100.0

我們的成功取決於我們吸引、激勵、培訓和留住合格人才的能力。我們相信，我們能夠為員工提供具競爭力的薪酬待遇和鼓勵自我發展的環境，因此，我們一般均能夠吸引和留住合格人才，並保持穩定的核心管理團隊。我們重視員工，並致力於與員工共同成長。

我們擁有一套結構化的薪酬體系，包括工資、獎金和津貼。對於我們的內部保險顧問，倘若他們是在國家金融監管總局登記於我們名下的個人保險銷售從業人員，其薪酬待遇將包括工資和成功分銷保險產品的獎勵。我們在確定僱員基本工資時會考慮各種因素，包括職位、資歷和工作年限。我們會根據不同部門和職位的情況，制定一系列指標，定期審核僱員的獎金，以表彰和獎勵僱員的貢獻。根據中國法規的規定，我們參加由當地政府相關部門運作的社會保險計劃，並為僱員購買強制性養老保險繳費計劃、醫療保險、工傷保險、失業保險和生育保險。我們亦為僱員提供年假和商業保險等其他福利。

在作出招聘決定時，我們會考慮我們的業務戰略、發展計劃、行業趨勢和競爭環境等因素。我們根據僱員的工作經驗、教育背景和空缺需求等多種因素招聘僱員。我們努力吸引和留住合適的人才。我們已於2023年11月30日採納[編纂]股份獎勵計劃。更多詳情請參閱本文件附錄四所載「法定及一般資料－D. 股份激勵計劃－1. [編纂]股份獎勵計劃」一節。

業 務

我們與僱員簽訂標準合同和協議。該等合同通常包括在受僱於我們期間有效的競業禁止條款，以及在受僱於我們期間及之後有效的保密條款。我們的標準僱傭合同還包括具體的知識產權條款，如規定在僱傭期間創造或開發的所有知識產權均歸我們所有並僅屬於我們。

我們為員工提供持續的教育和培訓計劃，以提高其技能，開發其潛能。我們亦採用評價計劃，藉此讓員工獲得反饋意見。我們通過提供各種僱員福利和個人發展支持，促進良好的僱員關係。我們相信，我們與僱員保持着良好的工作關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大勞資糾紛或索賠。目前，我們的員工概無由工會代表。

根據中國相關法律法規，我們必須為中國員工的利益繳納社會保險基金及住房公積金。於往績記錄期間，我們未能為若干員工全額繳納社會保險。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，社會保險欠繳金額合計分別為人民幣3.7百萬元、人民幣5.6百萬元及人民幣2.9百萬元。我們已為社會保險過往欠繳金額作出充足撥備。

根據中國相關法律法規，我們或會因未及時作出全額社會保險供款而被處以滯納金及罰款。倘任何主管政府機關認為我們為員工作出的社會保險付款不符合相關中國法律及法規的規定，我們或會被責令限期繳納未付金額及相當於對我們徵收每日未付總額0.05%的滯納金。倘我們未能繳納未付金額或滯納金，我們或會被處以社會保險供款未付總額一至三倍的罰款。據我們的中國法律顧問告知，倘任何相關社會保險部門認為我們為員工繳納的社會保險不符合中國相關法律法規的規定，其可責令我們限期繳納欠款。關於罰款金額，據我們的中國法律顧問告知，根據《社會保險法》，僅當相關社會保險部門認為我們未按相關中國法律法規的規定為員工繳納社會保險供款且責令我們在規定期限內支付欠款及滯納金，但我們未按照有關社會保險部門的要求在規定期限內支付的情況下，我們才會被處以罰款。我們承諾，倘我們被責令支付該等款項，我們將在規定期限內支付。

業 務

經考慮上文所述以及經考慮：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們沒有因社會保險供款而受到任何重大行政處罰；(ii)截至最後實際可行日期，我們未收到任何來自中國相關部門的通知，要求我們補繳重大社會保險欠款或處罰；(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何重大員工投訴，也沒有涉及與我們員工有關社會保險的任何重大勞資糾紛；及(iv)我們已分別為截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的社會保險欠繳金額計提了人民幣3.7百萬元、人民幣5.6百萬元及人民幣2.9百萬元的撥備，我們的董事認為，該等不合規行為將不會對我們的營運及財務狀況造成重大不利影響。我們已採納一套有關社會保險及住房公積金供款的內部政策。**[編纂]**後，我們將根據有關法律法規致力為僱員繳納未來社會保險及住房公積金。根據社會保險繳費的相關慣例，社會保險繳費基數的調整通常在每年的指定時間段內進行，不同地區根據當地的要求，調整的時間段也不盡相同。因此，**[編纂]**後，如我們被要求作出該等調整，我們會在行政窗口開放後第一時間調整社會保險繳費基數，為員工足額繳納社會保險。基於以上所述，我們的中國法律顧問認為，倘我們於收到中國相關部門要求我們補繳差額及其他費用的任何通知後，按照相關社保部門的要求及時足額繳付，則我們受到任何罰款的可能性極低。

環境、社會及管治

我們相信，建立和實施健全的環境、社會及管治（「**ESG**」）原則和實踐，將有助於提高對我們進行投資的價值，並為我們的利益相關者提供長期回報。我們計劃採取一套全面有效的措施，系統地識別、評估、管理和降低ESG相關風險。**[編纂]**後，我們將每年發佈ESG報告，全面分析和披露重要的ESG事項，包括我們的ESG相關指引、策略和目標，以及其對我們業務的重要性。我們擬向利益相關者公開和透明地呈現ESG表現。就此，我們計劃每年對我們解決ESG相關問題的目標的進展情況進行一次審查，並在適當時對我們的ESG戰略進行相應的修訂。

我們知悉ESG及氣候因素等可能會對我們的業務產生影響，並充分意識到我們有責任將環境、社會及管治實踐融入我們業務運營的所有主要方面。我們致力於從戰略層面強化ESG治理職能，已建立由董事會、高級管理層和ESG工作小組共同領導的ESG治理體系，形成自上而下的ESG管治架構，以確保ESG工作的高效推進。

業 務

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未因不遵守健康、安全或環境法規而被處以任何罰款或其他處罰。ESG相關問題持續受到更多的公眾監督和監管機構關注。2022年6月，中國銀保監會發佈《銀行業保險業綠色金融指引》，要求保險機構將ESG要求納入全面風險管理體系，對客戶的ESG相關風險進行分類和評估，並根據客戶風險狀況在業務經營中進一步實施差異化管理措施。《銀行業保險業綠色金融指引》以及未來ESG相關法律法規的變動可能會使我們面臨潛在的轉型風險。我們可能需要在業務和運營轉型方面投入大量資金。

企業社會責任

自成立以來，我們一直以實現長期可持續增長為目標。為此，我們努力與所有利益相關者合作，確保我們與業務中的合作夥伴、投資者、僱員和整個社會攜手共進，為建設一個健康、強健和可持續發展的未來貢獻自己的力量。

經濟責任與僱員關懷

我們相信，人才是公司成功不可或缺的一部分，因此我們努力持續實現業務和發展目標，創造價值，從而能夠對人才進行再投資。我們在各級僱員的職業發展和培訓方面投入大量資源。該等培訓包括新人培訓、在職培訓和專業發展研討會。我們亦制定全面的審查制度和晉升通道，以明確員工在本集團內的職業發展機會。通過提供專業發展資源和明確的職業發展路徑，我們培養了專業化的企業文化，並向僱員表明我們重視他們的貢獻。

我們亦提供全面的薪酬和福利待遇，包括具競爭力的薪金、獎金、產假和其他津貼，以及社會保險和住房公積金繳款。我們還倡導多元化和包容性，因此所有僱員在受僱於本公司期間，從招聘、培訓、福利保障、職業發展到個人發展等所有方面，均享有平等機會。此外，我們亦將繼續鼓勵工作與生活平衡的文化，為僱員創造積極、舒適的工作環境。更多詳情請參閱本節「僱員」一段。我們對所有僱員一視同仁，不分年齡、種族或性別。

業 務

環境責任

鑒於我們的業務營運性質使然，我們僅在日常辦公環節涉及能源和資源消耗，並產生少量的廢棄物。對此，我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，秉持「綠色、節能、低碳」的理念，持續加強環境管理體系建設，對環境績效指標進行計量和跟蹤，並採取針對性的節能減排方案，以全面減輕對環境的間接負面影響。我們持續倡導低碳辦公理念，積極開展環保活動，鼓勵員工共同為環境保護盡一份力。

我們在環境保護方面制定和採納的政策包括：

- 在採購過程中遵循綠色低碳理念：優先考慮具有環境保護、資源節約、循環低碳和回收利用優勢的綠色產品，逐步淘汰低能效產品。
- 強化對廢棄物的規範管理：按類別明確廢棄物的具體處理標準，針對辦公生活垃圾分類處理後統一匯集至物業垃圾站；對廢舊電子產品進行分類管理存放。
- 從源頭做好資源節約與回用：在涉及紙張資源使用區域張貼相應的節約標語，鼓勵黑白、雙面打印；設置直飲水設備，減少瓶裝水使用；定期檢查本集團的用水器具，避免跑冒滴漏情況。
- 定期統計分析環境績效：科學制定管控目標，提升資源能源節約水準。要求本集團的人均用電量、人均耗水量等關鍵指標應不高於上年同期水準。
- 打造綠色健康的辦公環境：辦公室內加強環保和節能設計，推行綠色環境理念和綠色辦公；在職場空調開關處張貼綠色節能標識，要求控制空調供冷溫度不低於26℃，及時關閉電腦、電燈等用電設備。

業 務

- 提倡綠色生活理念：將節能減排，環境友好的優良文化深植於員工日常生活中；鼓勵員工切身參與環保行動，為愛護自然環境做出貢獻。

氣候相關風險及機會評估及管理

氣候變化給全球經濟社會的發展帶來前所未有的挑戰。我們認識到業務和運營與氣候變化的相互聯繫，積極識別和評估氣候變化可能給我們的業務、供應鏈和持份者產生影響的氣候相關風險，包括：

- 實體風險（短期及中期）：我們的主要職場位於沿海地區，洪水、颱風、風暴和其他極端天氣的愈加頻繁，可能造成辦公設施損毀、網絡和服務中斷等發生幾率增加。這不僅對我們的員工構成安全風險，還會對我們的業務連續性造成衝擊，進而通過引發運營成本上升及資產減值等影響我們的財務狀況。我們密切關注氣候部門發佈的氣象災害風險提示，通過完善極端天氣應急預案、加強遠程辦公協作、提升網絡防災能力等方式提升自身氣候韌性，並為僱員購買意外保險，努力將自然災害或意外的潛在影響降到最低。
- 轉型風險（中期及長期）：隨著溫室氣體排放相關政策與要求不斷趨嚴，我們可能會在購買綠色電力、促進綠色採購、辦公場所綠色改造、提升能源效率等方面不斷增加投入，造成我們的運營成本上升。我們已落實低碳運營理念，加強對能源和碳排放指標的計量，並跟蹤監管要求和持份者的期望，以實現更可持續的運營和服務。我們還計劃響應政府應對氣候變化方面的行動進展，不斷採取節能減排措施以提升我們的氣候變化適應力。
- 氣候相關機會（中期及長期）：氣候變化會以多種方式影響人類的安全和健康，而保險產品可通過轉移分散風險成為應對氣候風險的重要對沖機制。颱風、暴雨等頻發的極端天氣可能造成民眾對壽險、意外險等保險產品的需求變化，從而對我們的業務策略造成影響，包括可能會增加部分保險產品的業務機會。我們將密切關注氣候相關保險產品研發與創新，努力響應公眾對氣候風險的保障需求，促進提高公眾風險意識，助力減少因氣候災害產生的損失。

業 務

環境、社會及管治相關指標及目標

我們已考慮反映我們在環境、社會及管治相關表現的量化數據。於往績記錄期間，相關指標明細如下：

	截止12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
用電量(千瓦時).....	282,527	323,439	276,824
用電密度(千瓦時／每名僱員).....	472	469	433
用紙量(千張).....	140	375 ⁽¹⁾	168
用紙密度(千張／每名僱員).....	0.23	0.54	0.26
總耗水量(立方米).....	161	175	166
耗水密度(立方米／每名僱員).....	0.27	0.25	0.26
溫室氣體排放量 ⁽²⁾ (範圍1及範圍2)			
(公噸二氧化碳當量).....	164.15	187.92	160.83
溫室氣體排放密度(範圍1及範圍2)(公噸			
二氧化碳當量／每名僱員).....	0.27	0.27	0.25
有害廢棄物總量(千克).....	0.15	0.18	5.50
無害廢棄物總量 ⁽³⁾ (公噸).....	5.61	15.02	21.10

附註：

- (1) 我們於2023年度的用紙量較2022年有所增長，主要原因為：於2022年，我們在COVID-19期間採取了遠程辦公模式，因而在此期間的紙張消耗較少；而2023年因處理合同及會議材料等導致用紙量增加。我們已通過倡導無紙化辦公、雙面打印等方式促進節約紙張。
- (2) 我們在營運中不涉及使用汽油、柴油等燃料，所產生的溫室氣體排放均為因外購電力導致的間接(範圍2)溫室氣體排放。
- (3) 我們無害廢棄物主要包含辦公紙張耗材、電子耗材、辦公設備耗材及生活垃圾，主要為可回收物；受用紙量增長影響，我們的無害廢棄物在2023年亦隨之增長。

業 務

我們視用紙量、耗水密度及溫室氣體排放密度為我們評估環境、社會及管治表現的關鍵績效指標，並據此設定以下環境、社會及管治相關目標，以致力於不斷探索減少業務運營所產生的環境影響。

- 用紙目標：以2023年為基準年，至2025年將用紙密度（千張／每名僱員）減少10%。為實現該目標，我們將積極推行無紙化辦公，推行線上審批系統，減少非必要的紙質文件打印，以降低用紙量。
- 水資源目標：以2023年為基準年，至2025年將耗水密度（立方米／每名僱員）減少5%。為實現該目標，我們將定期統計分析用水情況，定期檢查本公司的用水器具，避免跑冒滴漏情況，提升用水效率。
- 溫室氣體排放目標：以2023年為基準年，至2025年將溫室氣體排放密度（公噸二氧化碳當量／每名僱員）減少5%。為實現該目標，我們將積極踐行節能減排理念，採取更具節能效益的設備設施，以實施綠色低碳的辦公模式。

社會責任

我們通過慈善項目以及與大學合作開展研究，為社會福祉作出貢獻，並承擔企業的社會責任。

作為我們對社會福祉承諾的一部分，我們開展了「撐傘行動」等活動，以為有價值的事業提供支持。「撐傘行動」是我們聯合小雨傘青少年愛心服務中心發起的惠及罕見病兒童、獨撫單親媽媽、疫情防控、自然災害救援等多個方面的公益項目，從2019年5月至今，項目持續運行，目前已成功幫助數百萬人。

2019年至2023年期間，我們多次與罕見病機構達成合作，發起口罩捐贈、慈善義賣等活動，在合作期間，推動少兒重疾險罕見病覆蓋範圍的完善，並從每筆大黃蜂少兒重疾險成交保單中，拿出部分利潤作為善款，支持罕見病醫療援助工程項目18歲以下病友的醫療援助。

2020年初，COVID-19疫情爆發，我們迅速響應，聯合中國一所知名大學和新浪推出COVID-19專題頁面，並在新浪微博、嗶哩嗶哩等各大平台上線，在COVID-19疫

業 務

情爆發早期實現疫情數據實時更新與查詢的訂閱功能，疫情地圖的上線，幫助超三千萬用戶及時了解COVID-19疫情變化。

2021年5月，我們與一個致力於支持單身母親的慈善組織合作。我們組織了一次微笑徵集活動，得到知名關鍵意見領袖的支持。超過1,000萬人閱讀了與活動相關的文章，數千人積極參與活動並分享他們的祝福。

2019年，我們與中國一所知名大學保險系合作建立互聯網健康與養老保險保障指數測算研究。此次合作具有重要的里程碑意義，因為我們是中國首家與高校開展科研合作的線上保險中介平台。我們從2019年到2023年連續發佈四期《互聯網健康險保障指數報告》。

2022年3月，深圳福田區出現多點散發COVID-19疫情，我們積極響應福田區政府「全民抗疫，爭做志願者」號召，第一時間在內部發起志願者徵集活動，組織青年志願者團隊投身於抗疫一線。2022年4月初，深圳疫情實現社會面清零，但面對嚴峻複雜的疫情防控形勢，我們的志願者們仍舊積極響應政府號召參與志願工作。從全國疫情發生以來，我們先後有10多位志願者自願參與到防疫工作中，並於2022年成立志願者俱樂部，積極組織員工參與各類公益事業。

2022年COVID-19爆發的影響

2022年，COVID-19疫情在中國和世界各地捲土重來，包括高傳染性的德爾塔及奧密克戎變異株，這對經濟造成了不利影響。我們的若干業務運營及財務表現受到了負面影響，主要歸因於我們的部分營銷活動受到影響。不同銷售渠道的收入受到不同程度的影響。部分歸因於COVID-19捲土重來，2022年來自保險代理、業務合作夥伴及直接分銷的收入較2021年均有所下降。COVID-19的出行限制及捲土重來阻礙了我們的銷售及營銷工作。於2022年，我們的銷售及營銷開支較2021年有所減少，部分原因是受COVID-19限制的影響，我們減少了推廣活動。特別是，為應對COVID-19疫情，我們將線下活動轉變為線上活動，從而節省了行銷開支。例如，在2021年，我們組織了兩次線下新產品發佈活動，而在2022年，我們只舉辦了一次這樣的線下活動。

業 務

由於COVID-19對我們業務及財務表現的影響自2022年以來已減弱，我們的董事認為，COVID-19疫情從長遠看將對我們業務產生相對有限的影響。儘管如此，我們計劃根據未來COVID-19疫情的任何發展，保持警惕、密切監測及評估市場形勢。有關COVID-19疫情的影響及風險的更多資料，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－日後發生任何不可抗力事件、自然災害或爆發傳染病可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」一節。

保險

我們根據適用的中國法律為員工提供社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險和醫療保險。此外，我們亦為員工提供補充醫療保險。

按照一般市場慣例，我們不投保業務中斷保險或一般第三方責任保險，也不投保產品責任保險或關鍵人員保險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無就我們的業務提出或遭受任何重大保險索償。

我們相信，我們的保單符合中國的相關規則和法規。然而，我們的保單可能無法覆蓋我們的所有損失，我們無法保證我們不會遭受超出保單限額或相關承保範圍的損失或索賠。詳情請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的投保範圍未必足夠，這可能使我們面臨重大成本及業務中斷」一節。

法律訴訟及合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及我們認為會對我們業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響的任何實際或待決法律、仲裁或行政程序（包括任何破產或接管程序）。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及我們認為會導致對我們業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響的任何罰款、執法行動或其他懲罰的重大違規事件。

業 務

我們毋須接受任何中國監管機構的定期現場監管檢查。我們須定期向相關中國監管機構提交資料，例如每月提交業務及人事數據，以及每年提交年度線上保險經營報告及外部審計師報告。有關詳情，請參閱本文件「監管概覽—有關保險中介業務的法規—市場行為—監管檢查」一段。截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何中國監管機構進行的任何監管檢查會對我們的業務、財務狀況、經營業績或前景造成重大不利影響，我們並無收到中國相關監管部門對我們所提交資料的任何負面反饋。

自《保險銷售行為管理辦法》（「**辦法**」，由國家金融監管總局於2023年9月20日頒佈並於2024年3月1日生效，據此，保險中介機構（就辦法而言，保險中介機構包括保險代理人及保險經紀人）、保險銷售人員受保險公司委託或者與保險公司合作簽訂保險合同的銷售行為，應當符合辦法的規定）生效以來及直至最後實際可行日期，我們認為我們已在所有重大方面遵守小雨傘保險經紀及創信保險銷售（分別為保險經紀人及保險代理人）開展的保險銷售行為辦法，且我們預計辦法不會對我們的業務營運及財務表現造成重大不利影響，經考慮以下因素：(i)小雨傘保險經紀及創信保險銷售已於2024年4月向國家金融監管總局提交上一年度互聯網保險業務運營情況報告，表明小雨傘保險經紀及創信保險銷售均已委任法律合規部負責合規管理的整體協調，並在制度運營、財務管理、營銷宣傳、人員管理、業務管理等方面建立相應的內部審計及風險防控機制，確保公司合規；(ii)截至最後實際可行日期，小雨傘保險經紀及創信保險銷售尚未收到相關中國機構的任何通知，要求彼等根據辦法對其保險銷售行為採取整改措施；(iii)誠如我們中國法律顧問確認，其並不知悉因小雨傘保險經紀及創信保險銷售嚴重違反辦法而導致我們受到行政處罰的任何情況；及(iv)自辦法生效以來及直至最後實際可行日期，小雨傘保險經紀及創信保險銷售並無因保險銷售行為而受到任何相關政府機構的處罰或調查。有關詳情，請參閱本文件「監管概覽—有關保險中介業務的法規—市場行為—保險銷售管理」一段。

業 務

物業

我們的總部位於中國廣東省深圳市。截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。截至最後實際可行日期，我們在中國租用36項物業，總建築面積約為11,690.74平方米。我們的租賃物業位於中國，主要作為我們的管理總部，為銷售及營銷、研發以及一般及行政活動提供場所。我們相信，我們現有設施總體上足以滿足我們當前的需求，但我們預計將根據需要租用更多空間，以應對未來的增長。

截至2024年12月31日，我們租賃的物業中，概無任何物業的賬面價值達到或超過我們合併總資產的15%。根據香港上市規則第5章及《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條的規定，毋須按公司（清盤及雜項條文）條例附表3第34(2)段所述，將所有土地或建築物權益納入估值報告內。

租賃登記

截至最後實際可行日期，我們尚未就租賃物業的33份租賃協議進行登記。誠如我們的中國法律顧問告知，根據《中華人民共和國民法典》、《商品房屋租賃管理辦法》的有關規定及最高人民法院相關司法解釋，未辦理租賃備案登記手續並不影響租賃協議的效力。然而，相關房屋行政主管部門可能會要求我們在規定時間內完成登記。倘我們未能在規定時間內完成登記，我們可能會因延遲登記各租賃物業而被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。我們承諾於接獲相關政府部門任何要求後將全力配合，為租賃協議登記提供便利。

產權瑕疵

截至最後實際可行日期，我們總建築面積642.83平方米的9項租賃物業的出租人無法提供有效的產權證書及／或相關授權文件，證明業主同意出租人出租或分租該等物業（「產權證書」）。此外，於我們訂立租賃協議之前，我們的其中一項租賃物業曾作為業主銀行貸款的抵押品予以抵押。倘若第三方對該等租賃物業的租約或所有權提出異議，可能會影響我們繼續租賃該等物業。有鑒於此，(i)倘若該等物業不再可用，我們及時搬遷到同等條件下的其他物業不會有困難；(ii)於往績記錄期間及直至最後實

業 務

際可行日期，據董事所盡悉，我們有關該等瑕疵租賃物業的租賃並無受任何第三方質疑；(iii)根據《中華人民共和國民法典》的規定，倘若承租人因第三方的索賠而無法使用及受益於租賃物業，承租人可要求減租或免租；及(iv)我們的董事認為，我們可以將業務搬遷至新物業，而不會產生過多成本或中斷業務。

與許可用途不一致

我們有12項租賃物業的當前用途與許可用途不一致。我們現時將該等租賃物業用作辦公場所，而其相關產權證書規定的許可用途為工業及綜合商業及住宅／工業研發。截至最後實際可行日期，我們並無接獲對我們佔用及使用其上物業權利的任何質疑。董事認為，倘與許可土地用途不一致使我們無法繼續租賃以至於我們須搬遷至其他地點，我們可搬遷至相關地區其他可比替代場所，而不會對我們的業務及財務狀況造成任何重大不利影響。

有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們面臨與租賃物業有關的若干風險，而我們使用租賃物業的權利可能受到第三方或相關政府機關的質疑」。

風險管理及內部控制

我們在運營過程中面臨各種風險，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」一節。為監督[編纂]後風險管理政策和企業管治措施的持續實施，我們已採取或將繼續採取(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，審閱及監督我們的財務報告流程及內部監控系統。審核委員會由三位成員組成：張遠新先生、吳海泉先生及沈剛先生。有關該等成員的資格和經驗，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節；
- 採取各種政策，以確保遵守上市規則，包括但不限於風險管理、關連交易以及信息披露方面的政策；
- 為高級管理層和員工定期提供反腐敗和反賄賂合規培訓，以加強彼等對適用法律法規的了解及遵守；及

業 務

- 安排我們的董事及高級管理層參加有關上市規則要求和香港[編纂]董事責任的培訓研討會。

我們在財務報告、信息系統、內部控制和人力資源等業務運營的各個方面採用並實施全面的風險管理政策，並致力於不斷改進該等系統。我們不斷審查風險管理和內部控制政策及程序的實施情況，以提高其有效性和充分性。

財務報告風險管理

我們已制定一套與財務報告風險管理相關的會計政策。我們已制定各種程序來執行會計政策，如財務報告管理政策。我們已設置各種程序及信息技術系統來執行會計政策。我們的財務部門根據該等程序審查我們的管理賬目。我們亦定期為財務部門的僱員提供培訓，確保其了解我們的財務管理和會計政策，並在日常運營中予以執行。

內部控制風險管理

我們已設計並採用風險管理政策，以應對就運營識別的潛在風險，包括運營風險、財務風險和法律風險。我們的各業務部門和職能部門負責識別和評估與其業務領域相關的風險，並建立部門級內部控制系統。

為確保內部控制的有效性，我們的法律及合規部門與運營部門密切合作，以：(i) 進行風險評估並就風險管理策略提供建議；(ii) 提高業務流程效率並監控內部控制的有效性；及(iii) 提高僱員的風險意識。我們的法律及合規部門負責對我們的運營進行全面的年度審查。該審查包括日常程序評估、內容評估，以及根據我們的業務模式或項目以及保險公司、客戶或代理發現的問題進行整改。倘若發現任何違規事件，法律及合規部門會與相關部門合作，確定適當的解決方案。我們亦積極實施必要的整改措施，防止違規事件再次發生，確保持續遵守法規和行業標準。

作為一家保險機構，我們亦實施以下內部控制措施以遵守相關中國法律法規。

業 務

根據中國法律法規，保險代理須開立獨立銀行賬戶，用以結算保費及收取佣金。我們對銀行賬戶採取內部管理政策，並指定財務部門對銀行賬戶的開戶、操作、變更、關戶全過程進行監督。僅允許獨立的銀行賬戶用於結算保費及收取佣金的指定目的。我們的銀行賬戶的指定用途與實際用途之間亦應由財務部門進行定期檢查以確保合規。指定銀行賬戶發生變更或關戶的，財務部門應及時通知業務部門，以更新與保險公司的協議中的相關資料。

自2022年1月1日起，投保人通過保險機構及其從業人員提供的保險產品申請環節自行完成保險申請的，視為線上線下一體化保險銷售，不得提供線上壽險及健康保險產品。我們已指定業務部門在法律及合規部門、研發部門及保險產品部門的協助下，定期對我們的線上壽險及健康保險業務進行全面的檢查及風險評估，包括分銷流程、產品設計及合規。法律及合規部門負責確定相關法規要求，並定期對員工進行培訓。我們亦將根據中國相關法律法規，每年向監管部門報告我們的線上壽險及健康保險業務，並加強與監管部門的溝通。

保險代理須根據中國有關法律法規建立或管理業務檔案。我們已指定法律及合規部對有關業務檔案的相關監管要求加以明確，並不時對業務檔案進行檢查，研發部門對業務檔案的保存及檢索統一系統進行整合升級。

我們已指定法律及合規部門監督分公司的高級管理人員的任命與審批，並由法律及合規部門向管理層和人力資源部門報告相關事宜。我們亦指定專人負責分公司臨時負責人或高級管理人員的任免工作。有關事件的詳情，請參閱「董事及高級管理層－董事會－執行董事－關於光耀先生的更多信息」一段。

我們制定了詳細的審核流程，每一項推廣活動在啟動前須經過法律及合規部門的嚴格審核。我們亦加強了培訓體系，對員工進行了營銷合規方面的專門培訓，以增強彼等的法律及合規意識。有關事件的詳情，請參閱「董事及高級管理層－董事會－執行董事－關於光耀先生的更多信息」一段。

業 務

保險機構應及時在其官方網站及中國保險行業協會官方網站披露各類資料。我們指定了法律及合規部門負責對有關於各線上平台披露資料的規範性文件加以明確，並定期組織相關部門進行培訓。我們還實施了一項內部政策，以確保資料披露的準確性、完整性和及時性。法律及合規部門在收集相關部門資料後，負責協調各線上平台的資料的披露工作，並定期對各線上平台的資料披露情況進行檢查，確保披露資料的一致性和準確性。

我們的法律及合規部門亦會審查和更新我們所簽訂合同的格式、檢查合同條款、審查我們業務運營的所有相關文件，並負責獲得任何必要的政府預先批准或同意。我們不斷審查風險管理政策和措施的實施情況，以確保我們的政策和實施有效且充分。

數據及技術系統風險管理

充分維護、存儲和保護用戶數據及其他相關信息對我們的業務至關重要。我們投入大量資源開發和實施旨在保護用戶隱私、促進安全環境和確保用戶數據安全的計劃。我們使用各種技術來保護我們根據相關法規收集和存儲的數據的安全。更多詳情請參閱本節中的「數據隱私與數據安全」。

為確保符合數據安全和個人信息保護的相關要求，我們亦採取相關政策，嚴格規範與我們合作的第三方（包括但不限於保險公司和第三方服務提供商）對我們數據的訪問，以防止數據的不當使用和披露。

人力資源風險管理

我們根據不同部門僱員的需求，定期提供專門培訓。通過該等培訓，我們確保僱員的技能與時俱進，使他們能夠發現並滿足用戶的需求。我們已制定經管理層批准的僱員手冊，並已分發予所有僱員，其中包含有關最佳商業慣例、職業道德、欺詐預防機制、失職和腐敗的內部規則和指引。我們為僱員提供資源來解釋僱員手冊中的指引。

我們亦制定經董事會批准的商業行為和道德準則以及反賄賂和腐敗政策，以使僱員遵守最佳商業慣例和職業道德以及我們的反賄賂指引和措施。我們的內部舉報渠道暢通，員工可隨時舉報任何不法行為或不當行為。我們將對被舉報的事件和人員進行調查，並根據調查結果採取適當措施。