

## 業 務

### 關於我們

我們是中國公交領域領先的時序數據智能服務提供商。根據灼識諮詢的資料，我們的旗艦移動應用程序車來了由大數據分析和人工智能技術驅動，是2023年中國城市覆蓋範圍最大的實時公交信息服務平台。我們廣受歡迎的手機應用吸引了數以百萬計的活躍用戶，通過廣泛的受眾覆蓋產生穩定的移動廣告收入基礎。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，移動廣告分別佔總收入的95.6%、85.2%、96.2%、94.8%及98.2%。除廣告外，我們為企業及政府提供數據分析產品及服務，實現準確預測及支持智慧決策。

車來了於2013年推出，為全中國通勤者提供便捷、可靠的即時公交信息。車來了透過分析交通機構授權的GPS數據、用戶查詢及搜索歷史，以及公交車與用戶的數據匯總，提供即時公交時刻表及準確的預計到達時間，通過減少等待時間的不確定性及錯過公交車的可能性，提升了出行體驗。車來了的準確性及有效性推動其在全中國的廣泛應用，截至2024年6月30日，已覆蓋超過450個城市及鄉鎮。車來了已經培養了龐大而活躍的用戶群，截至2024年6月30日的用戶數約為280.9百萬名，截至2024年6月30日止六個月的平均月活躍用戶數約為28.8百萬名。根據灼識諮詢的資料，於2023年，按平均月活躍用戶計，車來了在中國實時公交信息平台中排名第三，2023年的平均月活躍用戶數約為25.3百萬名。

車來了的數據洞察採集儲存庫，有助我們向交通機構（如地方交通主管部門及公交公司）提供數據分析產品及服務。我們的產品透過實時監控公交運行、提高公交數據準確性、優化公交路線及規劃新路線來提高其營運及管理效率。根據灼識諮詢的資料，於2023年，按收入計，我們在中國公交行業的時序數據服務提供商中排名第三，錄得收入人民幣174.5百萬元。建基於我們在公交領域的經驗，我們正在將數據分析服務擴展至各行各業。就電力交易方而言，我們提供策略性指導，以提高其獲利能力。就共享電單車運營商而言，我們協助偵測超載事件，以確保其電單車可依照法規使用。隨著我們產品的成長與優化，我們相信我們已做好準備，在涉及大量時序數據的新興行業領域中抓緊機遇。

我們的產品採用不同的收入模式。車來了免費為用戶提供服務，主要透過程序化和品牌廣告產生收入。就程序化廣告而言，我們將廣告庫存出售予管理廣告投放的平台，根據展示次數收取廣告費的一部分。就品牌廣告而言，我們將廣告庫存直接銷售予品牌廣告主，通常根據展示次數收取固定費用。就我們向交通機構提供的公共交通

---

## 業 務

---

分析平台而言，以訂閱模式運作，我們根據每個機構訂閱的模組收取訂閱費。就其他數據分析產品而言，收費則按個別協商釐定，當中考慮所需的運算資源、所處理的數據量及產品設計複雜性等因素。

技術是我們業務的命脈。我們建立了強大的技術棧，支持我們的技術進步和產品開發。技術棧具有大數據分析及人工智能能力，可作為一個強大的引擎運行，在幾毫秒或更短的時間內執行海量數據處理任務。其有助於全面的數據處理週期，包括每天清理、分析、存儲、檢索和訓練約20億個來自各種授權來源的數據點。我們全面的行業特定AI模型庫使我們的技術棧能夠在不同領域快速適應及部署，通過經全面驗證的代碼、模型及模塊在確保高品質及可靠性的同時加快產品開發。

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣163.4百萬元、人民幣135.4百萬元、人民幣174.5百萬元、人民幣80.1百萬元及人民幣90.1百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的毛利分別為人民幣122.7百萬元、人民幣98.8百萬元、人民幣133.2百萬元、人民幣59.7百萬元及人民幣71.3百萬元，而我們於各期間的毛利率分別為75.1%、73.0%、76.3%、74.6%及79.1%。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣44.2百萬元、人民幣9.8百萬元、人民幣46.5百萬元、人民幣24.2百萬元及人民幣27.1百萬元，而我們於同期的經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）分別為27.0%、7.2%、26.6%、30.2%及30.0%。

### 我們的產品

我們的產品將技術與實際問題的解決方案相結合。我們遵循「時間+X」的產品路線圖，其中「時間」代表捕捉事件發生時間的時間序列資料中的時間戳，而「X」代表關鍵模型指標，如位置、價格及設備狀態。在此路線圖的指導下，我們識別適用於我們的大數據分析和人工智能技術的應用場景，這促成了我們主要產品線「時間+位置」的開發。自2022年下半年，我們利用我們在新領域的技術能力，通過推出兩款新產品線，即「時間+價格」及「時間+設備狀態」，擴大我們的產品組合。

## 業 務



### 我們的主要產品

**時間+位置**專注於提高實時車輛數據的準確性並改善對未來出行時間的預測。與固定的列車時刻表不同，公交時刻表可能變動，而GPS數據有時會因技術故障或管理問題而不可靠。為應對這些挑戰，我們採用時序算法及機器學習模型，不僅可以糾正現有數據中的錯誤，還可以高度準確預測未來的車輛移動情況。

- 車來了利用實時GPS數據、用戶查詢及搜索歷史以及來自公交和用戶的匯總數據，為通勤者提供有關公交位置及預計到達時間的最新信息。其通過減少等待時間的不確定性和錯過公交的可能性來改善日常通勤。
- 我們的公共交通分析平台是一種面向交通機構的SaaS產品，將來自公交車和車來了的所有相關表現數據集中到一個統一的儀表板中，以便於訪問並簡化決策。憑藉此平台，我們幫助交通機構優化公交線路，促進線路的有效利用，提高運營效率及服務效果。

### 我們的新業務舉措

**時間+價格**關注多個行業中的價格波動。通過分析一段時間內的價格波動，我們的產品旨在幫助客戶應對這些變化，以優化收益或運營戰略。例如，我們目前正為電力市場交易商試用一種分析工具的原型，使他們能執行可獲利的交易策略、優化投資策略，以提高財務回報。

## 業 務

時間+設備狀態利用交通、機械及家用電器等不同部門的廣泛連接設備網絡來監控操作狀態並確保安全。我們的產品旨在提供有關設備運行狀況及預測故障概率的數據洞察，從而使運營商能夠調整運營計劃並提高效率。例如，我們正在研發電單車監控工具，可以識別超載事件，並迅速將合規問題通知電單車運營商。

### 我們的收入模式

於往績記錄期，我們大部分的收入來自於移動廣告服務，其餘部分收入則來自於數據技術服務。下表載列所示期間按業務線劃分的收入明細，以絕對金額以及佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)						(未經審核)			
移動廣告服務....	156,283	95.6	115,284	85.2	167,979	96.2	75,941	94.8	88,496	98.2
數據技術服務....	7,165	4.4	20,095	14.8	6,557	3.8	4,154	5.2	1,617	1.8
合計 .....	<u>163,448</u>	<u>100.0</u>	<u>135,379</u>	<u>100.0</u>	<u>174,536</u>	<u>100.0</u>	<u>80,095</u>	<u>100.0</u>	<u>90,113</u>	<u>100.0</u>

### 移動廣告服務

車來了提供準確的實時公交車信息，吸引了來自中國各地城鎮的用戶，他們依賴我們的平台獲取每日公交運輸最新信息。龐大的用戶群和高用戶活躍度使車來了成為尋求擴大其曝光度及品牌知名度的廣告主的可靠之選。

我們提供使廣告主可在車來了上投放基於展示的廣告的移動廣告服務產生收入。這些廣告以不同的形式出現在車來了，並一般按每千次廣告收費，廣告主為其廣告收到的每千次觀看或展示付費。

我們在車來了銷售廣告庫存，是通過與廣告主的程序化廣告平台合作，或直接與品牌廣告主合作。我們作為媒體發佈商，通過拍賣機制將車來了上的廣告庫存出售給合作的程序化廣告平台上的廣告主。平台收取的廣告費乃根據車來了廣告的曝光量決

---

## 業 務

---

定。根據灼識諮詢的資料，程序化廣告平台收取廣告主支付的廣告費的約0%至30%乃屬行業慣例。我們亦直接向品牌廣告主（包括各行業的品牌擁有者及代表彼等的第三方廣告代理商）銷售廣告庫存，並通常根據展示次數收取此類廣告服務的固定費用。

### 數據技術服務

我們通過以下方式產生收入：(i)主要通過交付定制公共交通信息包提供數據驅動的服務，及(ii)信息技術解決方案，包括(a)讓交通機構訪問及使用我們的公共交通分析平台；及(b)針對其他行業的若干交通機構及公司的具體需求提供定制的其他數據相關服務。於2021年、2022年及2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們數據驅動服務產生的收益分別為人民幣6.1百萬元、人民幣16.4百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣0.8百萬元，而我們的信息技術解決方案產生的收益分別為人民幣1.1百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣0.8百萬元。

就我們的公共交通分析平台而言，我們根據各交通機構訂閱的特定模組收取訂閱費用。就其他數據技術服務而言，費用乃基於具體情況協商釐定，並考慮所需的運算資源、所處理的數據量及產品設計複雜性等因素。於往績記錄期，我們向關聯方提供一次性數據技術服務。有關詳情，請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明－收入－數據技術服務」。

### 我們的優勢

#### 中國公交行業領先時序數據服務提供商

我們是中國公交行業領先的時序數據服務提供商，憑藉我們的技術專長及對公交系統的深入了解，我們擁有強大的先發優勢。車來了自2013年推出以來，已成為中國各地通勤者的常用應用程序。車來了培養了龐大而活躍的用戶群，截至2024年6月30日，用戶數超過280.9百萬，截至2024年6月30日止六個月的平均月活躍用戶數約28.8百萬。截至2024年6月30日，車來了的地域範圍擴展至超過450個城鎮。根據灼識諮詢的資料，按城市覆蓋範圍計，車來了是中國最大的實時公交信息平台，截至2023年12月31日遍佈近264個城市。在擴大通過車來了獲得的數據洞察的基礎上，我們還提供針對交通機構需求的分析產品。通過監控實時公交運營、提高公交數據的準確性、優化公交路線及規劃新路線，我們幫助該等機構提高運營及管理效率。於2023年，根據灼識諮詢的資料，按收入計，我們在中國公交行業時序數據服務提供商中排名第三，錄得收入人民幣174.5百萬元。

---

## 業 務

---

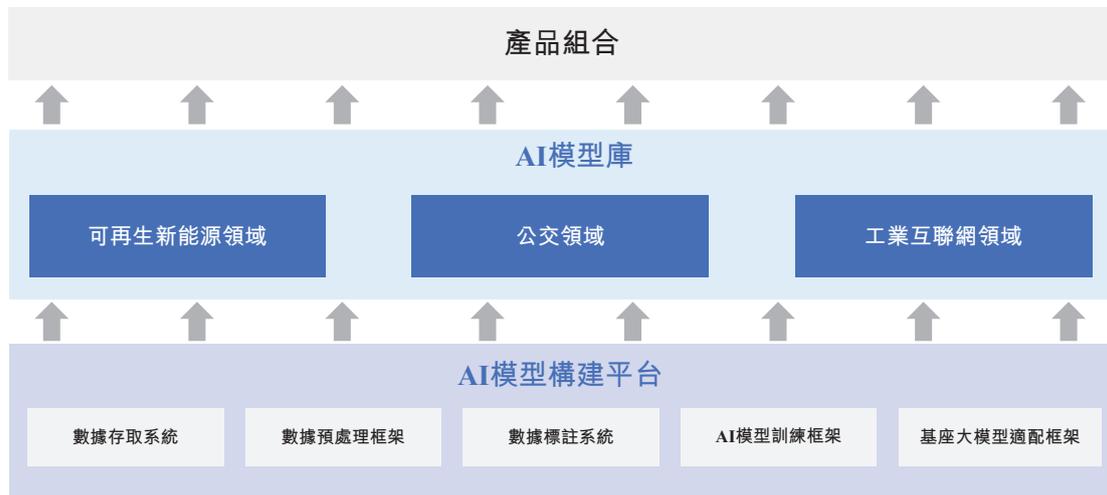
我們在公交行業內的領先地位已獲得業界的認可。於2018年，我們與世界資源研究所合作，在世界銀行中國交通發展論壇上發佈了一份報告。這份名為《未來公交改變城市》的報告對中國25個城市的公交數據進行了系統分析。於2018年及2022年，我們的公共交通分析平台獲工信部認定為國家大數據產業試點示範項目，為公交行業內唯一獲此殊榮者。我們的公共交通分析平台因提升了公交領域的管理效率及智能化而於2022年獲中國交通企業管理協會選為模範案例。除這些成就外，我們還積極參與了公共交通國家標準的制定，包括制定城市公共交通服務信息管理規定、確定城市公交車和無軌電車的性能評價規範及創建中國城市交通服務平台指引。

### 卓越的大數據分析研發

我們的研發能力推動我們技術創新並取得商業成果。截至2024年6月30日，我們的研發團隊由47名專業人士組成，其中超過90%擁有計算機工程、數據分析、人工智能技術或其他相關領域學士或以上學位。我們對技術作出的重大投資為我們帶來大量知識產權組合，包括截至2024年6月30日已在中國獲發的73項軟件著作權、32項已發佈專利及20項待決專利申請，涵蓋從數據處理技術到分析模型的各種技術和方法。

我們研發工作的核心是構建我們的技術棧，這是我們技術進步和產品開發的動力源。技術棧以AI模型構建平台及三個特定行業的AI模型庫，提供用作管理及分析時序數據的多功能工具包。AI模型構建平台集成了廣泛的框架、系統和工具，以支持全周期的數據處理週期，包括每天清理、分析、存儲、檢索和訓練來自各種授權來源的約20億個數據點。我們使用這些高質量的數據集來持續訓練我們的AI模型，並將其應用於公交車、可再生新能源和工業互聯網領域。我們的技術棧結合經過嚴格測試和驗證的代碼、模型和模塊，使我們能夠加快產品開發進度並確保高產品質量。

## 業 務



我們的技術棧帶來巨大裨益：

- **數據質量高。**我們的數據質量管理框架確保提供高質量、可靠的數據，這對精確分析及預測至關重要。鑒於我們從不同提供商處獲得大量原始數據，錯誤、差異及冗餘很常見，這可能會降低我們數據集質量及預測的準確性。我們採用由機器學習支持的框架精簡數據分析、清理、監控及匹配以及數據豐富的自動化。該等過程消除差異和異常值，來提高分析精度並促進對數據的統一理解。我們的框架減少了數據清理和準備所需的時間及資源，使其可以有效使用時序數據，來推動洞察和改善決策能力。例如，於2024年6月推出的車來了在顯示公交線路方面的準確率高達約99.5%及在顯示實時公交位置方面準確率高達約97.8%，根據灼識諮詢的資料，超過行業平均水平約90%。
- **迅速的數據存儲和檢索。**我們的技術棧能夠在幾毫秒或更短的時間內提取和處理來自不同來源的海量數據流。其每天處理來自超過450個城鎮超過540GB的實時數據，有效管理與數據質量、時間和穩定性有關的複雜問題。我們的數據索引技術可快速組織和索引超過340,000輛公交車的車輛數據點，同時每天處理約24.8百萬個用戶查詢，即使在高峰時段也能確保快速響應。除公交車領域外，我們的技術棧亦在電力交易等應用中發揮重要作用，為能源交易商配備分析工具，以在實時交易環境及時作出價格預測和決策。
- **準確預測。**我們將大數據分析與一系列機器學習模型相結合，包括循環神經網絡(RNN)、長短時記憶(LSTM)和Transformer架構。這些模型使我們能夠高效處理大量數據、應對非線性及複雜模式，利用人工智能規則管理

---

## 業 務

---

數據資產，並提高數據預測準確性。此外，我們根據對各種應用場景的行業見解對基礎模型進行適配和微調，從而進一步提高我們模型對行業特定任務的預測準確性。具體而言，在公交車領域，我們開發了專有的時空模型，以應對車輛數據提取的艱巨任務。該模型可實時準確識別車輛路線及公交車站位置，從而提高公交車到站時間估計的可靠性並提高出行路線預測的準確性。根據灼識諮詢的資料，在該模型的支持下，於2024年6月推出的車來了在預測公交車到站時間方面的準確率達到約90.0%，表現優於行業平均水平。

### 針對各種應用的高效產品開發

我們的技術實力加快了創新週期，簡化了從新產品開發到市場交付的過程。利用AI模型構建平台上的通用框架、系統和工具，我們創造了三個行業特定的AI模型庫，使我們能夠在各種用例中有效地應用該等技術。例如，我們已開發出一系列專有預測模型，成功應用於預測車輛位置及運動軌跡、預測電力價格及監測設備運行狀態。

我們的產品化過程由兩個主要部分組成：深入的行業研究及將我們的技術應用到產品設計中。我們組建產品開發團隊，通常由一名行業專家及兩至四名研發專員組成。該等團隊利用我們在大數據分析及人工智能技術方面的專業知識，深入研究具體行業挑戰及應用需求，以創建一系列用於原型製作的算法模型。通過與潛在客戶進行的試點項目，我們嚴格測試產品在現實場景中的可行性和有效性。驗證成功後，我們會向目標市場推出該等產品，逐步將其擴展至更廣泛的行業應用場景。

我們的應用案例之一是我們的公共交通分析平台，該平台最初應用於廣東省佛山市的交通部門。在八年的時間裡，該平台已擴展至中國130多個城鎮，並演變為一系列產品及服務，可滿足多種交通管理及運營需求，如公交綫網優化。在此基礎上，我們已將我們的開發模式遷移至其他行業。例如，我們目前正為電力市場交易商試用一種分析工具的原型以及開發監控工具識別電動單車超載事件以確保使用合規。此兩項舉措證明了我們開發模式的有效性。

---

## 業 務

---

### 具有多種變現手段的成熟商業模式

我們的商業化方法隨我們的技術開發和產品設計而變。對個人、企業和政府，我們提供的產品採用不同的商業模式。這不僅確保我們的盈利能力，同時也為我們的高效業務運營作出貢獻。

車來了已成為尋求準確、實時的公交信息及預測的通勤者信賴的平台。截至2024年6月30日，其已積累用戶超過280.9百萬，截至2024年6月30日止六個月的平均月活躍用戶約為28.8百萬。如此龐大且活躍的用戶群創造了大量的廣告機會。我們主要通過數字廣告變現，與程序化廣告平台合作，將我們與廣泛的廣告主聯繫起來。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，移動廣告收入分別為人民幣156.3百萬元、人民幣115.3百萬元、人民幣168.0百萬元及人民幣88.5百萬元，佔我們各期間總收入的95.6%、85.2%、96.2%及98.2%。

在我們業務內生增長的基礎上，我們能夠通過多元化我們的收入流進一步擴大我們的成功。利用車來了的廣泛用戶及公交數據以及所獲得的行業洞察，我們將產品供應範圍擴大至越來越多的交通機構。通過訪問這些實體的實時GPS數據，我們提供專門構建的交通分析產品及服務，提高了數據質量，提升運營效率並支持複雜的公交路線規劃。此外，我們自2022年下半年探索新的行業和應用場景，旨在通過多元化的客戶群（包括電力市場交易商及共享電單車運營商）進一步完善和推廣我們的收入模式，以緊貼不斷變化的行業動態。

### 富有遠見的領導力推動數據智能創新

我們的管理團隊將富有遠見的領導力與對技術及行業特定知識的深入理解相結合，引領本公司在數據智能領域不斷進步。我們的首席執行官孫博士擁有北京大學計算機軟件和理論博士學位，彼之前曾任職IBM中國研究實驗室。其寶貴的經驗協助推動我們的技術策略向前發展。我們的首席發展官許誠先生在商業發展方面擁有逾15年的經驗。彼曾於大唐軟件技術股份有限公司擔任軟件二部副總經理，使其具備在複雜的監管及運營環境中取得成功所必需的洞察力。我們的首席運營官錢金蕾女士擁有北

---

## 業 務

---

京大學計算機軟件和理論碩士學位及技術領域的豐富經驗，為我們帶來提升營運效率及產品開發的實用方法。我們的首席財務官呂露女士曾任Sunlands Technology Group (紐交所：STG)的首席財務官，在財務管理和資本運營方面擁有豐富的經驗，支持我們具有前瞻性的財務策略。

### 我們的戰略

#### 以時序數據基礎模型為核心的先進技術

我們致力於不斷增強我們的技術棧，從而鞏固我們的數據分析基礎及產品開發力度。為實現此目標，我們計劃分配(i)[編纂][編纂]淨額約[編纂]或[編纂]百萬港元向中國公司購買高性能的圖形處理單元以及相關軟件、硬件和網絡資源，並支付維護費用；(ii)[編纂]淨額約[編纂]或[編纂]百萬港元，獲取被授權的高質量數據及擴大我們的數據儲存容量；及(iii)[編纂]淨額約[編纂]或[編纂]百萬港元，招聘專門於人工智能技術的技術專家，專注於模型微調、提示詞工程、代理系統、推理優化及大數據處理等領域。此外，我們計劃分配[編纂]淨額約[編纂]或[編纂]百萬港元收購第三方人工智能技術，包括大型語言模型、語音識別技術及圖像和視頻生成技術。

我們亦將專注於利用我們廣泛的數據採集儲存庫開發時序數據基礎模型。就此，我們計劃分配[編纂]淨額約[編纂]或[編纂]百萬港元，招聘時間序列模型訓練、推理優化及大數據處理等範疇的專家。該等模型初始嘗試應用於公交領域，以確保其能夠有效應對行業特定的需求及要求。在公交行業成功應用後，我們計劃將該等模型應用於其他各種行業。這種分階段的方式可使我們不斷完善我們的模型，以滿足每個行業的獨特需求，並擴大我們在不同行業的技術影響力。

#### 進一步豐富我們的產品

我們致力透過我們的數據分析產品滿足個人、企業及政府持續增長的需求。就車來了而言，我們計劃持續增加AI特性，並按使用者的反饋完善現有功能，以提升使用者體驗並提高參與度。憑藉我們在公交行業的成功經驗，我們亦正開發針對各行業不斷變化的需求的創新數據分析產品。為達致此目標，我們計劃分配[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]百萬港元，招聘一隊產品開發專家。

為了加快開發週期，我們專注於開發基於通用框架、系統及模塊的標準化產品，以應對常見的行業挑戰。有關方式將簡化開發流程，提高軟件產品從構思到交付的效

---

## 業 務

---

率，並最終提高我們的獲利能力。透過採用標準化及模塊化設計，我們確保產品的快速開發，能夠輕鬆適配不同的行業的需求，並針對最大的市場潛力進行優化。

### 持續擴大我們的銷售及營銷工作

銷售及營銷是我們的產品與客戶的重要連結。我們計劃進一步加強對車來了的營銷，同時探索更多行業的機會，使之從我們的產品服務獲益。就車來了而言，我們正實行多渠道營銷策略，涵蓋線上及線下活動以擴大其地理覆蓋範圍（特別是於三線及以下城市），並同時增加其用戶群。在線上，我們計劃通過於網站及社群媒體平台上投放針對性的廣告來擴大我們的受眾並增強品牌知名度。在線下，我們將在高客流量的地區策略性地在公交車及廣告板上投放廣告。

此外，我們旨在利用具有巨大潛力的新興市場，使用時序數據並將其變現。為向企業及政府推廣我們的新數據分析產品，我們專注於通過我們的業務開發團隊建立牢固的關係。該團隊將與各個行業密切合作，以識別及解決我們的分析產品的具體挑戰。再者，我們將通過為現有及潛在客戶舉辦網絡研討會，以及在行業會議及論壇上發佈白皮書，以建立我們在行業內的聲譽。我們計劃分配約[編纂]的[編纂]淨額或[編纂]百萬港元用於銷售及營銷工作，以提升我們的市場佔有率及品牌知名度。

### 擴大我們的人才庫

隨著我們的業務發展，吸引及留住頂尖人才仍是我們的首要任務。我們旨在建立以人為本、適應性強、結構扁平的工作場域，促進可持續發展及靈活性。

我們致力培養協作的企業文化，提供具競爭力的薪酬，並提供充足的職業發展機會。具體而言，我們計劃通過一系列涵蓋職前及持續學習的培訓計劃繼續投資於專業發展，確保我們的團隊準備充足，能夠應對快速發展的市場並脫穎而出。我們相信，我們為建立一支具韌性且知識淵博的團隊所付出的努力，將推動我們不斷進步。

### 尋求戰略合作和投資機會

我們的擴張策略側重於組成戰略合作，並根據我們的技術及開發目標進行具針對性的投資。我們旨在於人工智能技術、智能硬件、工業互聯網領域探索合作夥伴關係並尋求投資機會，以增強我們的產品。憑藉我們豐富的行業經驗，我們能夠及時有效

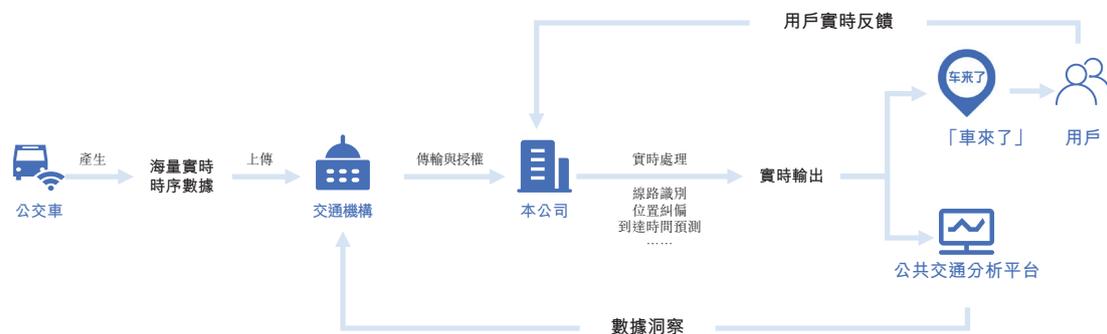
## 業 務

地識別並把握支持我們戰略目標的合作和投資機會。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何具體的戰略合作或投資目標。

### 「時間+位置」產品

我們最初的重點是公交車領域，因為我們認識到公交車在城市路線上所產生的大量位置數據。在供應端，配備GPS設備的公交車將實時位置數據傳輸至由包括地方當局及公司在內的交通機構管理的中央系統。這些帶有時間戳記的數據點，構成深入時序分析及計算預計到達時間的基礎。在需求端，準確的預測對通勤者及交通機構均至關重要。缺乏準確的公交車到達信息可導致等車時間過長，並有通勤者錯過公交車的風險，從而可能打亂其出行計劃及帶來苦惱。此外，公交車時刻表不準確可能會導致行程時間變長、不必要的換乘及高峰出行時段公交車過度擁擠帶來的不適。對於交通機構，缺乏準確的預測使高效的公交車調度複雜化，阻礙其提供優質服務及處理事故或道路封閉等不可預見情況的能力。

為提高信息可靠性（就通勤者而言）及運營可靠性（就交通機構而言），我們通過與交通機構簽訂的許可協議獲得實時GPS數據及歷史線路信息，並通過基於雲的分析對這些數據進行加工以揭示公交車運行和軌跡的模式及變化。



**我們如何獲得數據。**根據灼識諮詢的資料，中國的所有公交車通常配備車輛跟蹤設備及傳感器，以收集實時位置數據，這些數據先發送給運營公交車隊的公交公司，然後轉給監督公交公司運營的地方交通部門。一般而言，我們與交通機構訂立協議，以存取和使用其公用車數據進行後續處理。請參閱「我們的供應商－與若干交通機構的安排」及「我們的客戶－與若干交通機構的訂閱協議」以了解我們與交通機構簽訂的協議的重要條款及「數據隱私及保護－公交車數據管治框架」以了解我們從交通

---

## 業 務

---

機構獲得的數據的治理及管理框架。於往績記錄期，我們平台使用的所有實時公交車數據乃透過與交通機構訂立訂閱、許可及／或合作協議獲得。截至2024年6月30日，我們的合作網絡已擴展至全中國超過450個城鎮，這讓我們快速收集大量公交車時序數據進行分析。

**我們惠及誰。**我們的產品通過車來了及數據分析產品惠及通勤者及交通機構。

- **通勤者。**車來了利用時序數據分析，為通勤者提供有關公交車到站的實時更新，顯著提高他們的出行規劃效率及便利性，同時還提供有關公交車當前位置、即將停靠的站點及預計到達目的地的時間的詳細信息，讓通勤者能夠對其線路作出知情決定。通過使用車來了，通勤者可以最大限度地減少等車時間，避免延誤、過度擁擠或不合適的接駁帶來的不便。
- **交通機構。**我們為交通機構提供數據分析產品，以優化公交車調度與資源分配及最大限度地降低運營成本。通過分析歷史及實時公交車數據，我們的產品有助於識別延誤、瓶頸及擁堵的模式，從而使其能夠提高服務的可靠性及效率。此外，我們的數據分析產品利用從車來了獲得的用戶查詢及擁堵水平，提供對通勤者出行模式及高峰出行時間的數據驅動的洞察，協助交通機構更好地管理運力，改善通勤者整體體驗。

**我們如何隨著時間的推移而發展。**我們通過利用用戶數據洞察、推進技術發展及實施數據質量管理，始終如一地為通勤者及交通機構創造價值，這不僅使我們能夠通過提供準確、實時的公交車信息提高通勤者活躍度，還能夠通過提供數據分析工具鞏固我們與交通機構的合作關係。

- **數據洞察。**通過獲得用戶的同意，我們分析與車來了互動產生的行為及模式，其中包括精確確定熱門的公交車線路及站點、識別首選出行計劃、確定高峰出行時間及整理用戶反饋。這些至關重要的洞察助力我們的數據分析產品，使我們能夠為交通機構提供有用的情報。此外，我們對數據庫中存檔的歷史及實時公交車數據不斷升級、驗證及完善，有助於持續優化公交車時刻表及線路，確保交通機構提供的服務符合通勤者的真實需求及偏好。
- **技術進步。**我們不斷擴展的技術能力使我們能夠不斷完善我們的數據分析工具。利用RNN及LSTM等AI技術，我們可以精確確定影響通勤流量的基本因素，對龐大的都市地區的公交車線路生成綜合預測，並及時識別服務異常情況，以提高可靠性、便利性及可及性。

---

## 業 務

---

- **數據質量管理。**我們的數據質量管理框架確保我們使用的公交車時序數據的準確性及完整性。我們認為，我們的框架對於提高分析的有效性至關重要，因而對完善交通機構的決策過程亦至關重要。通過實施嚴格的數據驗證及清理程序，我們可以最大限度地減少錯誤及提高數據可靠性。我們的質量管理實踐亦包括跟蹤數據隨時間的變化，提供信息，以發現差異及保持數據完整性。

### 車來了

車來了使通勤者能夠方便地獲取準確的公交線路實時信息，通過減輕對不可預測的等車時間的擔憂及幫助其避免錯過公交車，提升通勤者的出行體驗。高水平的用戶活躍度及互動創造重要的變現機會。我們利用這些機會，向廣告主出售廣告庫存。

### 向用戶提供的服務

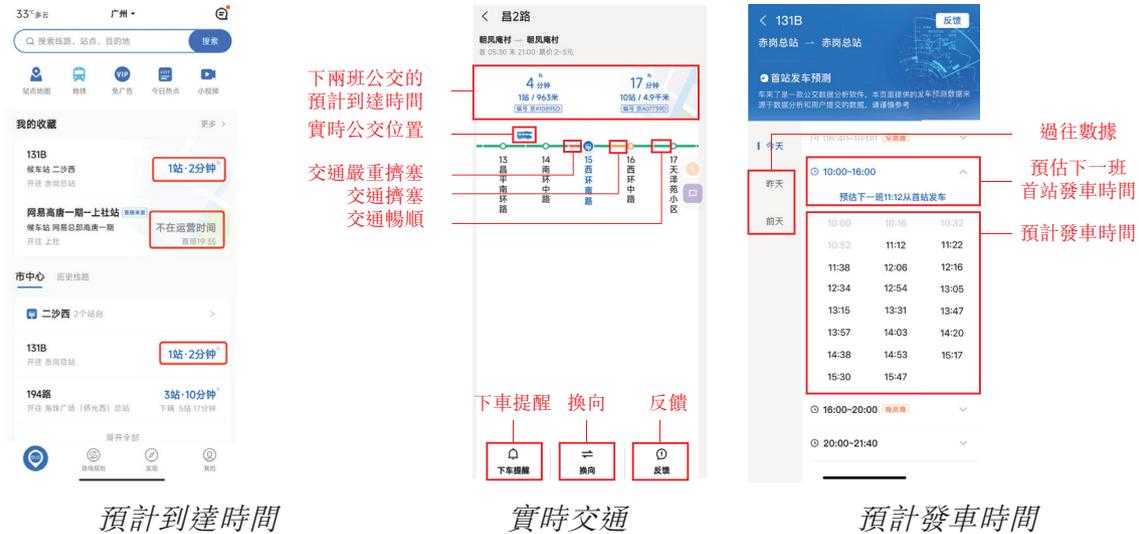
我們致力將車來了打造成一個綜合性的準確實時公交車信息平台，使其成為中國通勤者的首選。車來了為通勤者提供以下各種功能：

**預計到達時間。**用戶可以直接從車來了的主頁輕鬆訪問附近公交線路或標記為收藏的線路的下一班公交車的預計到達時間。通過選擇特定的公交車線路，用戶將被導向一個提供有關所選線路全面詳情的另一頁面。該頁面提供一系列與公交車相關的信息，包括實時行程更新，例如下兩班公交車到用戶附近最近的公交車站的估計距離及到達時間。

**實時交通。**車來了通過顏色編碼系統為用戶提供特定公交路線的實時交通信息。兩個相鄰公交站之間的路線段以綠色、黃色或紅色標記，反映相關道路或街道的當前交通狀況。用戶可在其移動設備上訪問該等信息，從而查看預計出行時間並預測因交通擁堵、事故或道路封閉而造成的潛在延誤。

**預計發車時間。**車來了利用來自交通機構的歷史數據及用戶提供的信息，為用戶提供預計公車發車時間。該功能可讓用戶查看公車從路線上的初始站點出發的預期時間，以及全天不同時段的發車間隔。通過提供該等詳細的發車時間表，車來了使用戶能夠更有效地計劃行程，並盡量減少在公車站的等待時間。

## 業 務



**上車提醒。**車來了提供兩種提醒功能，即到站提醒及下車提醒，通過提供更知情及無壓力的旅程來提升通勤者的體驗。通過到站提醒，用戶可設置其首選公交路線及相應的公交站，以便在即將到站的公交接近選定站時及時收到通知。使用下車提醒，用戶可以指定其打算下車的公交站，當公交即將到達指定車站時，車來了將發送提醒。

**公交車線路詳情。**用戶可在車來了查看其所選公交路線的關鍵詳情，包括票價、運營時間及里程。此外，車來了還收集及展示交通機構發佈的官方公告。這用於提醒用戶有關所選公交車線路的更新，如時刻表調整及繞行。

**公交車站點地圖。**對於每個指定的公交車站點，車來了會顯示經過該站點的所有相關公交線路，並在同一界面內顯示每條線路的實時更新。用戶只需點一下，就可以輕易地切換到相反方向的公交車站點，無需返回城市地圖即可訪問同類信息。

**路線規劃。**路線規劃為用戶提供從一個地點至另一地點的各種交通選擇。用戶只需輸入目的地即可啟動公交路線搜索。每條規劃路線的默認起點為用戶的當前位置，用戶亦可以手動更改為任何其他地址。

用戶主要通過移動應用程序、微信小程序及支付寶小程序使用車來了。我們亦為失明人士及長者設計了無障礙版本的車來了移動應用程序。

## 業 務

### 車來了的技術基礎

車來了的準確性、可靠性及高性能源於兩大關鍵技術優勢：數據質量管理及模型開發。這些優勢貫穿車來了運行的各個關鍵階段，從收集原始公交車數據到將處理後的數據應用於AI模型庫訓練。

我們的數據質量管理可應對通常包含錯誤及冗餘的海量原始公交車數據帶來的挑戰。車來了從多種來源收集數據，包括交通機構提供的公交車上的GPS設備、第三方網站的網絡數據以及用戶反饋和互動。該等原始數據被提取到我們的系統中，並使用AI驅動的框架加以處理，該框架可進行分析、清理、監控、匹配及豐富。通過消除差異和異常值以及提高數據準確性，該框架提高分析精度，實現一致的數據詮釋並加快決策。例如，於2024年6月推出的車來了對該數據進行處理，使其在顯示公交線路方面的準確率高達約99.5%及在顯示實時公交位置方面準確率高達約97.8%，根據灼識諮詢的資料，超過行業平均水平約90%。

我們開發將數據轉化為可行見解的有效模型的能力進一步支持車來了的成效。數據經過清洗和豐富後，將直接應用於模型訓練和預測系統。我們的模型開發方法將大數據分析與機器學習算法相結合，從而能夠處理海量結構化和非結構化數據、識別複雜模式，以及實施AI驅動的規則以優化預測。AI技術進一步用於增強編程、數據管理、工作流程調度、容器化、編排及配置流程，優化過濾、匯總及分析一段時間內的數據的效率，從而實現更好的資源分配和模型表現。我們亦開發了AI模型訓練框架，涵蓋從數據提取及預處理到部署及評估的整個模型生命週期。處理後的數據不斷輸入到該等模型中以改進預測，例如公交車到站時間。於2024年6月推出的車來了預測公交車到站時間的準確率達到約90%，根據灼識諮詢的資料，顯著優於行業平均水平。

透過將AI技術整合到整個運行過程中，車來了體現了分析和機器學習在公交領域的應用。憑藉我們在數據質量管理及模型開發的優勢，我們將繼續推進可再生能源及工業互聯網等新領域的技術開發。有關更多詳情，請參閱「我們的技術」。

### 車來了的地理覆蓋範圍

我們在全國多個城市運營車來了，這些城市包括一線及新一線城市到三線及以下城市。下表載列截至所示日期按城市等級劃分的車來了的地理覆蓋範圍。

## 業 務

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
一線及新一線城市 . . . . .	17	18	18	19
二線城市 . . . . .	29	30	30	30
三線及以下城鎮 . . . . .	326	357	399	410
<b>所覆蓋城鎮總數 . . . . .</b>	<b>372</b>	<b>405</b>	<b>447</b>	<b>459</b>

我們一直在擴大我們在中國的版圖，我們開始從中國新一線或二線城市著手，當地高度依賴公交出行，日常通勤對準確、實時的公交車信息存在很大需求。憑藉海量的公交數據及在這些城市運營車來了的經驗，我們繼續向低線城市及城鎮擴張，這有助於擴大我們的地理覆蓋範圍，豐富我們的時間序列數據集並提高車來了的品牌知名度。在選擇車來了運營的城鎮時，我們會考慮多種因素，包括城市規模、人口、公交車路線網絡的複雜程度以及當地政府政策及我們與當地交通機構的關係。同時，我們在進入低線城鎮的公交車市場時，我們在公交車數據、運營公交數量、通勤人口規模和密度方面設置質量門檻。例如，當我們計劃進軍新城市或鄉鎮時，我們首先會與當地交通機構建立合作關係，這些機構擁有公交車數據或已獲授權向我們許可有關數據。我們繼而通過考慮如通勤人口、運營中的公交車數量及公交線網等因素後，估計在該地區推出車來了的潛在成本。若我們的評估顯示我們因通勤人口較少、營運中的公交車數量有限或公交線網單一而很有可能無法收回投資，則我們或會決定不進軍該地區的公交車市場。經過審慎評估，截至2024年6月30日，我們已在全國459個城鎮成功部署車來了，包括全部19個一線及新興一線城市、30個二線城市及410個三線及以下城市。

### 我們的車來了用戶

車來了不斷擴大的地理覆蓋範圍和出色的表現持續推動我們的用戶群增長。為進一步提升用戶參與度，我們不斷豐富車來了的的功能並實施了各種舉措，包括我們的會員系統及回饋機制。下表載列截至所示日期或所示期間的車來了的選定指標：

	截至12月31日 / 截至12月31日止年度			截至6月30日 / 截至6月30日止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(以千計)			
累計用戶 . . . . .	202,340	230,286	263,703	280,947
平均月活躍用戶 <sup>(1)</sup> . . . . .	21,903	21,473	25,260	28,782

---

## 業 務

---

附註：

- (1) 按期間內各月的月活躍用戶總和除以同一期間的月數計算。

### 我們的會員系統

我們為用戶免費提供車來了。為提升用戶體驗，用戶可通過支付會員費將其身份提升為會員。會員享有若干福利，例如可屏蔽車來了內的大部分廣告。會員費按月、按季或按年收取，視乎會員的選擇而定，一般平均每用戶每月人民幣7.6元至人民幣10.6元。於往績記錄期，來自會員費的收入甚微。

### 用戶反饋及投訴

用戶可隨時在車來了內提交查詢、反饋或投訴。我們的指定用戶服務團隊在收到這些信息後會調查所報告的問題，以便為用戶提供及時的反饋和可行的解決方案。對於用戶提出的技術問題，例如對公交車到站時間的估計不準確，我們的用戶服務團隊首先向數據質量控制人員報告。我們的數據質量控制人員隨後與研發團隊緊密合作，以解決所報告的技術問題，幫助修復技術故障並改善車來了的整體用戶體驗。

### 用戶數據隱私及保護

獲得用戶的同意後，我們分析其與車來了互動產生的行為及模式（例如頁面點擊數及瀏覽偏好），其中包括精確確定熱門的公交車線路及站點、識別首選的出行計劃、確定高峰出行時間及整理用戶反饋。我們也可能會收集用戶的個人信息，如用戶的手機號碼或位置信息。為確保來自車來了用戶的統計數據的安全性及保密，我們實施數據安全及保護協議，涵蓋數據管理的各個方面，包括數據分類、數據生命週期監督（包括收集、存儲、使用、傳輸、處理、披露及刪除）及嚴格的保密程序。請參閱「[數據隱私及保護](#)」。

### 移動廣告服務

龐大的用戶群和較高的用戶活躍度使車來了成為對尋求擴大其曝光度及品牌知名度的廣告主具吸引力平台。按城市等級劃分，車來了的廣告投放概無區域性或集中性。車來了的廣告主橫跨多個行業，包括電子商務、消費服務、金融、直播、旅遊及汽車。

## 業 務

我們通過車來了（包括移動應用程序及微信公眾號）向廣告主提供移動廣告服務。廣告主可以以各種形式在我們的車來了投放廣告或開展營銷活動，例如開屏廣告、信息流廣告、插屏廣告、橫幅廣告及主頁圖標。這些廣告可能以文字或圖像顯示，大多數格式的曝光時間最長為60秒，而主頁圖標則無時間限制。



開屏廣告



信息流廣告



橫幅廣告

車來了的廣告主要為展示類廣告。該等廣告費用按每千次廣告收費，即廣告主按每千次展示付費。於2023年，我們記錄車來了的廣告展示超過214億次。

我們通過與程序化廣告平台合作或直接向品牌廣告主銷售在車來了銷售廣告庫存。我們與程序化廣告平台合作，以覆蓋廣泛廣告主，尤其是長尾廣告主。同時，汽車製造商等品牌商因車來了不斷增長的用戶群而看重車來了，因為車來了用戶很可能成為他們的目標客戶。

下表載列於所示期間按客戶類型劃分的移動廣告服務收入明細。

## 業 務

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
程序化廣告平台..	137,411	87.9	100,979	87.6	149,222	88.8	67,656	89.1	83,174	94.0
品牌廣告主.....	18,872	12.1	14,305	12.4	18,757	11.2	8,285	10.9	5,322	6.0
移動廣告服務....	<u>156,283</u>	<u>100.0</u>	<u>115,284</u>	<u>100.0</u>	<u>167,979</u>	<u>100.0</u>	<u>75,941</u>	<u>100.0</u>	<u>88,496</u>	<u>100.0</u>

### 程序化廣告平台

我們與程序化廣告平台在車來了上變現我們的廣告庫存。這些平台以實時交易市場運作，將我們這樣的媒體發佈商與廣告主連接起來，促進數字廣告空間的高效買賣。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別與25、31、45及61個程序化廣告平台合作。

我們合作的核心是拍賣機制。廣告主在車來了上競標出價特定的廣告時段，表明彼等就展示、點擊或其他用戶行動所願意支付的最大金額。一旦競標成功，系統會自動將相應的廣告放置在選定的時段。這種自動化流程確保了的高效庫存利用，並減少了人工干預。

與程序化廣告平台合作有助我們觸及中國各地眾多的長尾廣告主，支持每次展示的價格具有競爭力，並實現高度精準的廣告投放。通過向用戶提供更相關的廣告，我們提升了用戶參與度，最大化了收入潛力。

為優化廣告流程，我們開發了一個廣告運營系統，利用時序數據算法分析前一天的定價趨勢。該分析有助識別可能為廣告庫存生成更多競標的價格範圍。我們的廣告團隊基於這些見解在我們合作的程序化平台上設定初始定價。我們持續監控主要參數（如用戶流量和填充率），評估庫存的效果，實時作出必要的價格調整，以配合市場狀況和平台活動，以優化廣告投放。

我們的業務部發起與潛在的程序化廣告平台討論，以探索合作可能性。在核實該等平台的資格並確保其廣告內容符合法律規定以及我們的內部審核標準後，我們的產品及技術團隊將緊密合作，以將該等程序化廣告平台與我們的系統整合。有關我們審

---

## 業 務

---

核程序的詳情，請參閱「－廣告內容審核」。在廣告正式投放前，我們進行小規模流量測試以評估效果指標，確保符合預期效果標準及整體系統穩定性。

我們通常與程序化廣告平台簽訂為期一年的協議。根據該等協議，程序化廣告平台負責管理整個競價過程，並向參與競價的廣告主提供廣告服務及技術支持，而我們則負責確保我們的廣告庫存可用於廣告投放或其他營銷活動。程序化廣告平台收取購買廣告庫存的廣告主支付的所有廣告費，並與我們分享部分廣告費。平台根據展示次數釐定廣告費，並按個別情況進行評估。有關與程序化廣告平台訂立的標準協議的主要條款，請參閱「－我們的客戶－與程序化廣告平台的協議」。

### 品牌廣告主

我們還直接向品牌廣告主銷售廣告庫存，其中包括品牌商及代表品牌商的第三方廣告代理商。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別向62、33、25及13個品牌廣告主提供廣告服務。該下降趨勢主要是由於我們的戰略轉變，轉而增加與程序化廣告平台的合作。透過這些合作，我們旨在觸及更廣泛的廣告主（包括長尾廣告主），並優化車來了廣告庫存的利用率。

根據我們與品牌廣告主訂立的廣告服務協議，我們在車來了提供指定的廣告庫存，以推廣品牌廣告主指定的產品或服務。我們通常就該等廣告服務收費，該費用乃根據以展示次數衡量的廣告效果釐定。

### 廣告庫存分配

我們從程序化廣告平台及品牌廣告主接收廣告庫存請求。通常，我們會在品牌廣告主要求的指定時間段內預留特定的廣告庫存。剩餘的可用庫存隨後通過程序化廣告平台出售。該方式使我們能夠與品牌商保持穩固的關係，亦通過程序化廣告平台的拍賣機制優化廣告庫存的利用率。

---

## 業 務

---

### 廣告內容審核

我們有責任監控車來了的廣告內容，確保其真實、準確並符合適用的法律法規，但卻是由廣告主最終負責其在車來了的廣告內容。倘監管機關發現任何廣告內容並不符合該等法律法規，該等機關可能指示我們限制或移除相關廣告。此外，該等機關可對嚴重違規行為實施處罰，包括罰款、沒收廣告收入甚至撤銷我們的許可。據我們的中國法律顧問告知，車來了等廣告營運商或發布者知道或應該知道廣告內容屬虛假及／或非法，但仍繼續設計、製作、代理或發布該等廣告可能面臨處罰，包括沒收廣告費及／或罰款。若廣告費用不可計算或大大低於標準，則該等營運商或發布者可能被處以介乎廣告費5倍至10倍或最高人民幣2百萬元的罰款。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與訴訟及合規有關的風險－車來了上展示的廣告可能會使我們遭受處罰及其他行政措施」及「監管概覽－有關廣告業務的法規」。

為降低上述風險，我們於投放品牌廣告之前及發佈程序化廣告內容後通常一個營業日內審核廣告內容及營銷活動，確保符合適用法律法規以及我們的程序化廣告合作夥伴所提供的指引。我們有專門的審核團隊，由四名成員組成，負責執行我們已採納的廣告內容審核措施。該團隊會立即屏蔽任何不合規的廣告內容，而內部無法解決的個案則會上報至相關廣告平台採取進一步行動。審核團隊主管在廣告運營及內容審核方面擁有約六年經驗，彼在建立及更新內部審核標準方面發揮關鍵作用。

我們亦實行措施，在所有品牌廣告投放到車來了前進行內容審核，以確保其符合我們的投放標準。我們的內部指引列明了審核程序規定、禁制廣告類別、不同行業的資質和內容準則，以及適用的廣告法律法規。該指引定期更新，以反映法律及監管要求的變化。

根據該指引，我們就品牌廣告驗證廣告主的身份、地址、聯絡資料及廣告內容，並僅與知名或信譽良好的品牌訂立協議。在簽立協議前，我們會審閱建議的廣告內容，並建議廣告主進行必要修改以符合法律標準，僅於作出所需變更後才進行簽立。

---

## 業 務

---

就程序化廣告而言，我們於簽訂合作協議前審查程序化廣告平台的廣告內容審查政策，並僅與中國知名的大型廣告平台合作，該等平台維持嚴格內部審查機制，這與我們內部廣告內容的標準一致。根據我們的合作協議條款，廣告直接投放到該等平台，該等平台負責審核及篩選將在車來了上發佈的廣告內容，並對任何不當內容承擔責任。在程序化廣告平台進行初步篩選後，我們會於廣告主提交中標文件並在該等平台上發佈其廣告後對廣告內容進行二次抽樣審核，該流程通常於一個營業日內完成。根據灼識諮詢的資料，由於技術限制，廣告服務提供商對已發佈的程序化廣告內容進行抽樣審核屬行業規範。有鑒於此，我們已開發出一套識別及審核系統，可自動篩查所有已發佈內容，識別並標記不當內容，例如列入黑名單的敏感字詞。被標記的內容將以抽樣的方式轉發給我們的審核小組進行深入審核。重複的樣本會被過濾，以確保小組能夠專注於具有代表性及獨特性的樣本，從而提高審核過程的效率及準確性。任何經確認包含不當內容的廣告將立即被禁，且釋放廣告庫存以供其他投標人使用。

對於品牌廣告，我們採用了細緻的兩級審核流程，以確保車來了所展示的全部廣告均符合相關法律法規。我們已制定內部廣告審核指引，大致羅列了法律法規以及業界廣泛接受的資質要求和審核標準所禁止的廣告類別。我們的業務部對廣告進行初步審核。根據初審結果，由業務部主管決定是否與品牌擁有人及第三方廣告代理商合作。我們的法務部負責對廣告進行最終審核。品牌擁有人及第三方廣告代理商的資格以及廣告內容均由我們的業務部及法務部門審閱，以確保我們內部指引合規及維持內部指引的完整性。

據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因車來了上展示的廣告中的內容不當、不準確或無法核實而接到任何罰款或處罰。根據灼識諮詢的資料，我們的內容審核常規符合行業標準。

此外，我們定期就有關適用法律法規以及我們合作的程序化廣告平台所發佈的指引及政策，向審核團隊及其他員工提供培訓。審核團隊不時與我們本身法務部門合作，持續更新與不同行業相關的不恰當詞語或表達方式黑名單。我們亦評估用戶對車

---

## 業 務

---

來了廣告的反饋和投訴，並採取必要行動解決其關注的問題。基於上文所述，我們認為內部控制措施有效保障我們廣告內容審核方面的權益，並在所有重大方面均符合適用法律法規。

### 公共交通分析產品

我們通過車來了與交通機構合作，這為我們提供了獨特的優勢，使我們能夠與彼等密切合作，深入了解彼等的具體需求及要求。我們合作的交通機構包括負責公交車隊日常運營的公交公司，以及制定交通政策及監督公交公司運營的地方交通主管部門。我們與中國許多交通機構建立了互惠互利的關係。我們為該等機構提供數據分析產品，協助彼等控制成本、提高運營效率並完善決策流程。作為交換，按個別情況而言，該等交通機構讓我們能夠訪問其實時公交數據，確保用於分析及模型訓練的公交數據流穩定可靠。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別與183個、206個、261個及273個交通機構合作。於往績記錄期，合作交通機構數目穩步增加，主要由於我們努力擴大車來了的地域覆蓋範圍及擴展業務。

### 向交通機構提供的服務

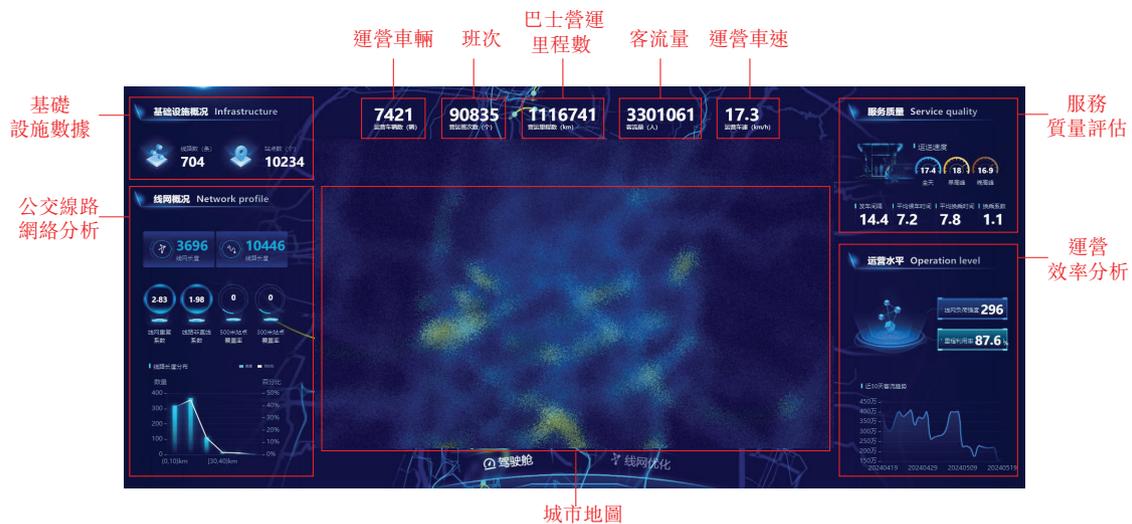
於往績記錄期，我們主要向交通機構提供我們的公共交通分析平台及根據其特定需求量身定製的公交線網優化服務。

### 公共交通分析平台

根據灼識諮詢的資料，2023年中國運營中的公交通過車上傳感器產生超過1,000TB的時序數據，包含了諸如車輛實時位置、乘客上車時間、停站時長及非規劃繞行等信息。然而，交通機構通常缺乏有效處理如此廣泛的數據流的能力。

公共交通分析平台為該等機構提供有效的數據分析工具，以從大量公交數據中提取有用的見解。此外，此平台亦支持我們與交通機構建立戰略合作，以確保並維持穩定的公交數據來源。這種互惠關係加強了我們在公交車行業的服務能力。有關與交通機構訂立的合作協議的主要條款，請參閱「我們的供應商－與若干交通機構的安排」。

## 業 務



公共交通分析平台的儀表板

我們的公共交通分析平台作為公共交通數據的統一來源，允許交通機構通過單一儀表板訪問各種信息，從而促進所有相關數據的實時導航和分析。我們公共交通分析平台的主要模塊及功能包括：

**基礎設施數據。**該模塊提供各交通機構運營或監管下的公交路線及站點的匯總計數，從而提供公交基礎設施格局的清晰視圖。

**公交線路網絡分析。**該模塊對關鍵指標（包括公交線路長度、公交站點覆蓋範圍、線路重複系數及線路非直線系數等）進行了詳細評估。收集的數據用於生成支持公交線路網絡優化的分析報告。

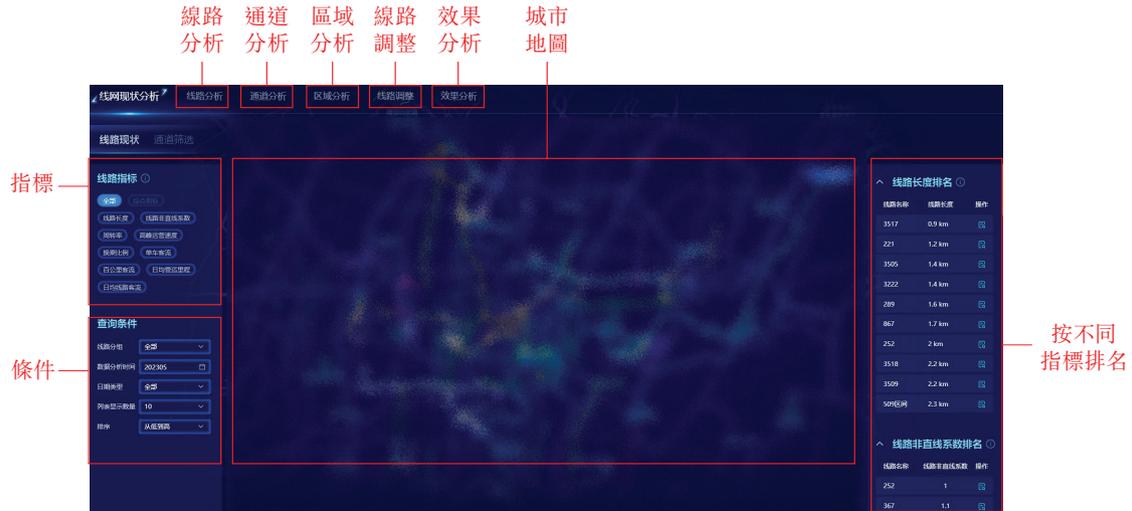
**營運概覽。**該模塊簡要概述了公交公司的五個關鍵營運指標，包括運營車輛數目、班次數目、營運里程、客流量及運營車速。

**服務質量評估。**在該模塊中，使用運送速度、發車間隔、乘客平均候車時間、換乘時間及換乘系數等指標對公交公司提供的服務質量進行評估。

**運營效率分析。**該模塊以公交線路負荷強度及里程利用率為重點對公交公司的運營效率進行評估。此外，這模塊也跟蹤了過去一個月的客流趨勢。

## 業 務

### 公交線網優化



公交線網優化模塊

憑藉我們的技術和行業專業知識，我們對公交數據進行分析，以產生詳細的分析結果，幫助交通機構提高其公交線網的效率。我們的可行見解和建議支持公交線網的規劃和完善，包括新公交線路設計、現有公交線路改進、時刻表和班次調整以及公交站台搬遷。具體而言，我們通過分析當地人口密度、道路狀況及交通數據來識別服務缺口，並提出新的公交路線以滿足未滿足的通勤需求。對於使用率較低的路線，我們建議減少巴士班次，並根據客流量數據調整巴士站的數量和位置，優化服務和資源分配。應交通機構的要求，我們還可以提供印刷形式的分析報告，以優化公交線網。

### 收入模式

就公共交通分析平台而言，我們通常與交通機構訂立為期一至三年的訂閱協議，讓彼等可以訪問及使用該平台。訂閱費乃根據各個機構訂購的模塊釐定。我們可能不時向若干交通機構提供該等訂閱費的折扣，以換取免費訪問其公交車數據。有關與交通機構訂立的訂閱協議的主要條款，請參閱「我們的客戶－與若干交通機構的訂閱協議」。

就根據交通機構特定需求量身定製的公交線網優化服務而言，費用乃經考慮城市內公交線路網絡的規模及複雜性後，按具體情況磋商釐定。

---

## 業 務

---

### 我們的新舉措

我們一直致力於利用我們的技術和深刻的行業見解推動多個領域的創新。自2022年下半年開始，我們一直在擴大我們的技術能力，通過我們的數據分析產品應對各個行業的特定挑戰。

#### 「時間+價格」產品

我們正在積極探索電力市場的機會，專注於為電力供應商提供數據分析工具，以增強其決策過程。於2022年12月，我們與一家中國電力公司訂立合作協議。根據該協議，我們開發了一個交易系統，以收集和分析電力交易數據，包括日常交易活動的價格和波動。該系統預測交易價格並提供可操作的見解以完善電力交易策略。此外，所收集的數據可加強我們電力交易AI模型的訓練及開發。我們目前正在測試該系統的原型，以確保其符合有效電力交易所需的運營需求及標準。於往績記錄期，我們的時間+價格相關產品的收入並不重大。

#### 「時間+設備狀態」產品

我們正在開發數據分析產品，以支持電動共享自行車運營商監督和管理電動自行車的合規使用。我們的監控工具使運營商能夠遠程監控每輛電動自行車的容量並確保合規而不會超載，從而降低合規成本並提高運營效率。於往績記錄期，我們的時間+設備狀態相關產品的收入並不重大。

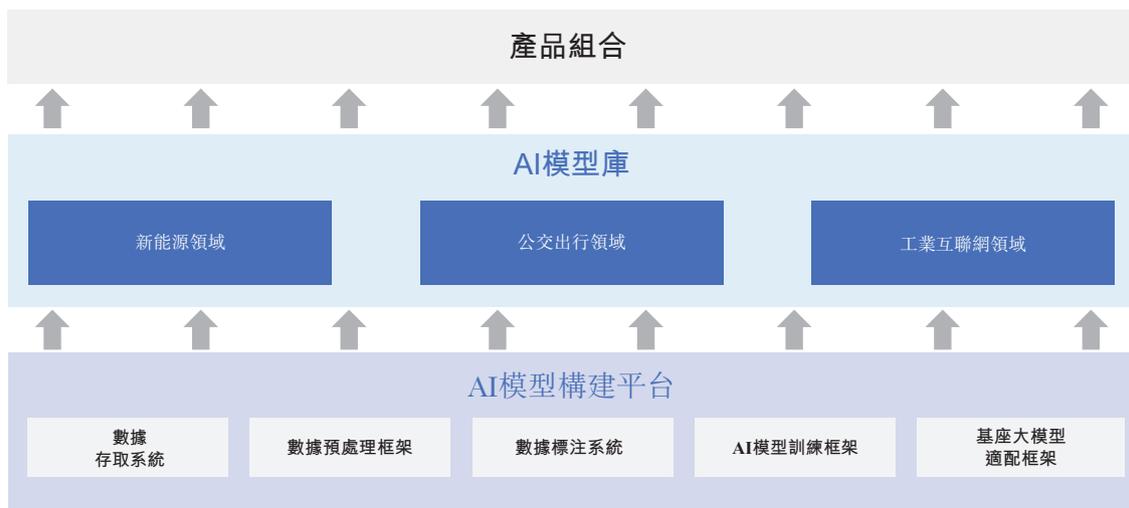
### 我們的技術

技術是我們業務的核心。在人工智能技術的支持下，我們強大的海量時序數據分析能力構成了我們技術棧蓬勃發展的基石，使我們能夠為通勤者和公共部門的交通機構帶來效率和成本效益，並推動我們在開發其他行業的數據分析產品方面的持續創新。基於我們的技術棧，我們遵循複雜的AI模型訓練和實時信息輸出工作流程，以開發我們在各個領域的產品。

## 業 務

### 我們的技術棧

我們的技術棧包括一個AI模型構建平台和三個專門的AI模型庫，每個模型庫都為特定行業垂直領域量身定製：公交車、新能源及工業互聯網。AI模型構建平台擁有一套框架和工具，用於管理整個生命週期的時序數據，從數據攝取和存儲、預處理、標記到訓練，使我們能夠開發和微調適配多種動態使用案例的AI模型。此外，我們建立了三個專門的AI模型庫，專門解決並有效管理其各自領域的獨特挑戰。通過根據行業特定需求對我們的模型進行定製和分組，我們能夠提供與客戶的運營需求和應用環境密切相關的產品。豐富的數據資產與多樣化的模型、框架和工具矩陣相結合，使我們能夠加快產品開發並保持高質量標準，從而滿足並超越客戶和終端用戶的期望。



我們的技術棧基於我們每日自不同領域獲取的大規模時序數據，分別在AI模型訓練和實時數據處理的兩個高效工作流程上運行。

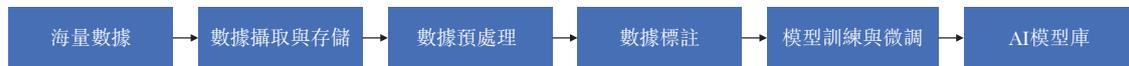
就AI模型訓練而言，我們的標準工作流程包括數據攝取及存儲、預先處理、標記、訓練及模型增強。通過利用大量的每日時序數據，該工作流程提高了預測的準確性，並促進開發和豐富我們的行業特定AI模型庫。

我們的實時數據處理工作流程通過即時數據處理及模型推理確保信息的實時輸出。該工作流程在高速處理、即時信息顯示及快速響應用戶查詢方面表現出色。通過訓練工作流程迭代不斷完善得到增強的AI模型已整合在實時數據處理過程中以提供更準確的公交信息。

## 業 務

下圖說明我們通常遵循的AI模型訓練和實時數據處理工作流程。

### AI模型訓練流程



### 實時數據處理流程



### AI模型構建平台

我們的AI模型構建平台旨在處理大規模時序數據分析的各個方面。該平台集成了一套高性能工具和框架，用於海量數據訪問、預處理、標記、AI模型訓練和基礎模型適配。這些組件協同工作，以確保高質量的數據、高效的數據處理、有效的AI模型訓練以及對模型開發和適應的強大支持。

### 數據存取系統

大規模時序數據的處理在存儲和檢索方面構成了重大挑戰，而存儲和檢索對於有效的數據處理至關重要。我們的海量數據存取系統經過優化，可高效存儲、管理及檢索海量時序數據。其有效地存儲和管理大量來自交通機構的公交車數據，同時容納百萬次併發訪問／秒，並在毫秒或更短的時間內提供對數據查詢的即時響應。此外，該系統利用時空索引技術來管理具有特定時間和位置屬性的數據，使我們能夠根據界定的時空特徵實時高效、快速地定位和處理數據。例如，一旦指定了公交車數據的時空特徵，我們的系統通常可以在幾秒內快速確定相應的車輛，並檢索其數據序列以進行後續分析。

### 數據預處理框架

從不同來源收集的原始數據通常包含錯誤或不一致，且缺乏標準化格式。為使這些數據可用於進行分析和模型訓練，我們的數據預處理框架通過清理、整合和轉換來提高數據品質。

---

## 業 務

---

- 數據清理。通常，我們收到的時序數據充滿了缺失值、異常值、不一致和重複的數據點等問題。為提高該等數據的品質，我們採用了一系列清理技術，包括處理缺失值、檢測及移除異常值、檢查一致性及消除重複數據。有時，即使最初出現異常的數據也可用於後續分析，因此我們使用異常檢測算法糾正此類異常並提取最大值。例如，我們重新校準具有異常時間標記的公交車數據中的時間，並調整具有不規則位置的公交車數據中的坐標，以將其投影到指定路線上的合理點上。這些步驟顯著提高了數據質量和可靠性，從而帶來更好的處理結果。
- 數據整合。對於在車來了上顯示的公交信息，我們通過與每個區域內的數據提供商（如有）合作來增強數據服務的穩健性。這種多樣化使我們能夠在主要數據源不可用時在數據源之間快速切換而不會中斷，從而確保數據的持續可用性。我們嚴格分析該等來源的統計特徵，以識別車輛丟失及設備到車輛映射不正確等問題。在解決這些問題或差異後，我們整合了來自多個來源的更正數據以增加數據密度及提升用戶體驗。
- 數據轉換。時序數據通常缺乏統一的結構和格式，這會阻礙有效的模型訓練及準確的數據推理。為解決此問題，我們將數據轉換為多種格式，應對不同訓練或推理請求。我們的轉換技術包括數據平滑，以消除數據集及數據插值中的異常值，以填充缺失值，以及數據標準化以將不同的數據轉換為一致且標準的格式。進行數據轉換後，我們從現有數據集中得出見解以進行推論。例如，通過分析公交車軌跡數據中的加速和減速模式，我們準確推斷公交站位置，確保車來了顯示準確可靠的公交站信息。

### 數據標注系統

原始數據通常缺乏AI模型訓練所需的清晰可識別特徵。數據標注需要使用提供語境的信息標籤來標記原始數據，使AI模型能夠學習並作出準確預測。該過程提高了人工智能算法的質量，並提高了模型中數據變量的可用性。

---

## 業 務

---

我們的數據標注系統將傳統的手動註釋流程轉變為更高效的自動化操作。基於具有公共部門方面專業知識和經驗的研發人員提供的指示，數據標注系統中的智能註釋工具可就公交車位置數據自動生成註釋，例如公交車運營狀態、路線、運行方向及車隊信息。專家會審核這些註釋並改正任何不準確的註釋，使我們的實時公交車數據處理算法利用該等優質註釋提供準確的公交車位置數據及到達時間預測。憑藉我們的數據標注系統，曾經需要花費大量時間的註釋流程現在可以在幾毫秒內完成。

### *AI模型訓練框架*

有效地訓練AI模型需要管理大量不同的數據集，這過程既具有挑戰性又成本高昂。為了克服這些挑戰，我們開發了一個全面的AI模型訓練框架，支持AI模型生命週期從創建到部署的每個階段。該框架能夠有效地訓練專門為指定任務量身定製的高質量模型。具體而言，我們採用全面的評估方法，該方法不局限於單純監控數字輸出，而是將我們對特定客戶需求及應用場景的語境複雜性的深刻理解與我們豐富的行業經驗和見解相結合。這種有針對性的評估顯著提高了訓練效率和模型準確性。此外，我們將開源人工智能技術納入我們的培訓流程，提高了效益和效率，並提高了人工智能訓練的標準。在獲得必要的授權後，我們通過定製代碼來適配這些技術，以更好地滿足我們的特定要求並支持我們的運營需要。

### *基礎模型適配框架*

基礎模型的部署經常遇到可能降低其有效性的挑戰。例如，基礎模型通常為通用應用而設計，而不考慮特定領域的特徵及要求。我們的基礎模型適配框架通過對基礎模型進行適配改動來滿足不同應用場景的特定要求，從而積極應對這些挑戰。利用基礎模型微調及檢索增強生成 (RAG) 等技術及工具，我們通過將行業特定的理解及知識與基礎模型相結合，以對有關模型進行適配改動，提高輸出準確性並提高基礎模型的整體性能。

此外，通過模型評估技術及工具，我們的框架使我們能夠快速識別適合特定應用場景的基礎模型，並簡化適配流程。其為自動化評估提供了強而有力的支持，使我們

---

## 業 務

---

能夠在短時間內完成多個基礎模型的評估。此外，我們的框架在進行任何優化後管理所有訓練及測試數據，實現模型微調的直接配置，賦能模型的回歸測試。

我們利用一系列開源軟件及AI技術，以具有成本效益的方式支持我們的編程、數據存儲及管理、工作流程調度、容器化、編排及配置管理。該等技術免除使用費，從而大幅節省成本，使我們能夠利用現有解決方案並專注於定制及集成，而非從頭開始。此外，開源開發的協作性質促進快速創新。透過利用該等技術，我們提高過濾、匯總及分析一段時間內的數據的能力，並優化資源管理效率。

### 特定行業AI模型庫

我們的AI模型構建平台使我們能夠在各個行業領域開發AI模型，這些模型受益於從時間序列數據中提取的價值。從公交領域開始，我們專門為該領域開發了一套AI模型，包括到站時間估計、公交發車預測、網絡變化智能檢測、中斷巴士數據估算以及對用戶反饋的智能響應。這些模型針對個人使用場景激活，並通過遷移學習增強，可以在類似的新環境中快速適配和部署。例如，當我們在缺乏大量當地公交數據的新城市引入車來了時，我們的模型會應用其他城市的數據進行精確預測。其中一個例子是我們的到達時間估計模型，其使用來自具有相似地理和交通狀況的城市的知識來預測新城市的站點之間的公交時間。

憑藉我們在公交領域的成就，我們已擴展至可再生能源及工業互聯網領域，並建立了兩個額外的AI模型庫。為增強我們在該等新領域的專業知識，我們諮詢行業專家提供行業知識及見解。此外，我們通過部署研發人員到工地，對每個領域進行深入研究。該等團隊成員記錄可能影響變化或波動各種因素，並將該等觀察結果納入我們的模型訓練，以完善我們的算法並提高預測準確性。

### 我們的研發

我們強大的研發能力是我們持續成功的基礎，也是我們開發創新產品以應對數據分析技術快速發展的能力的基礎。截至2024年6月30日，我們的研發團隊由47名成員組成，其中約93.6%擁有學士或以上學位。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別錄得研發開支人民幣28.2百萬元、人民幣25.0百萬元、人民幣33.9百萬元及人民幣18.6百萬元。於往績記錄期，我們的研發投資主要旨在(i)

---

## 業 務

---

為我們的公共交通分析平台提供新功能及設計模塊，以增強車來了；(ii)將我們的業務擴展到新行業，使我們的產品多樣化；(iii)改進我們的技術堆棧以優化我們的數據分析流程；及(iv)探索尖端技術(如RNN、LSTM及Transformer架構)的潛在應用，以加強我們的分析能力。

### 我們的銷售及營銷

受益於我們在全國範圍內提供準確的實時公交車信息的能力和滿意的用戶體驗，我們將車來了打造成一個強大的品牌。我們與交通機構的合作提高了我們產品的可靠性，吸引了更多的用戶和客戶。為擴大我們的用戶群，我們採用了口碑推薦以外的各種營銷策略。我們的主要用戶獲取渠道是在主要移動應用商店(包括華為應用市場、Apple Store、VIVO應用商店、Oppo軟件商店及小米GetApps)投放廣告。我們亦使用搜索廣告最大限度地提高曝光率，以有效吸引新用戶。

除數字營銷策略外，我們還實施戰略性線下營銷計劃。我們在公交上及公交站投放廣告以觸達目標受眾。我們與中國知名連鎖超市合作及名人代言進行跨渠道促銷活動，以增強我們的營銷活動及提高車來了的曝光率。我們亦為城市及農村市場量身定製線下活動。例如，在農曆新年之前，我們在小城鎮增加廣告，以吸引返回家鄉度假的旅客。假期結束後，我們在返鄉勞動力回城務工時增加廣告投放以引起他們的興趣。

我們認為，中國的若干城市具有巨大的增長潛力，尤其是提供實時公交信息平台的競爭對手極少或通勤人口眾多的城市。在該等城市，我們派員在公交車站推廣車來了，協助通勤者下載應用程序並解釋其功能。此外，我們合作的交通機構偶爾會使用車來了作為傳播重要公共信息及官方通知的渠道，進一步將大量用戶流量引向我們的平台。

### 環境、社會及企業管治

我們堅定不移地履行社會責任，並深明環境、社會及管治(「ESG」)因素在我們邁向可持續發展的道路上具有根本重要性。我們的主要目標是為我們的僱員、客戶及業務合作夥伴產生並擴大正面影響。同時，我們致力於加強我們的環境責任及我們在公共領域的作用。

---

## 業 務

---

### 我們的管治

我們承諾於[編纂]後遵守與ESG相關的報告規定。為有效管理ESG事宜，我們將於[編纂]後建立兩級ESG管治框架，由董事會及ESG委員會組成。

董事會將全面負責我們的ESG策略及報告。董事會將直接參與制定我們的整體ESG管治管理政策、策略、優先事項及目標，每年審閱我們的ESG政策以確保其有效性，並培養一種根據我們的核心ESG價值觀行事的文化。我們的ESG委員會由具備計算機科學、金融及企業管治專業知識，且對當前及新出現的ESG事宜及我們的業務有深入了解的管理層及員工組成，將每半年直接向董事會報告ESG事宜。本公司管理階層加入ESG委員會，是負責識別與評估ESG風險及機遇，制定ESG目標、策略、管理政策與戰術，並定期檢視ESG相關事項的具體進度與績效，並向董事會報告。本公司屬於ESG委員會成員的職能部門人員負責執行ESG相關具體事項、執行ESG訓練與賦權活動，並定期報告工作進度。

### 識別、評估、管理及緩解ESG風險

我們認知識別並有效管理ESG風險及機遇對我們長期可持續發展的重要性。我們致力於將ESG風險及機遇的管理全面納入我們的風險管理及內部控制架構。董事會承擔監督責任，制定符合我們發展目標的ESG風險管理策略，透過定期董事會會議審閱管理層對ESG風險及機遇的評估報告，並監督風險及機遇管理措施的實施。

為識別及評估可能影響我們業務的潛在ESG風險，管理階層需要同時考慮外部因素（例如ESG相關法律、法規和政策、天氣狀況和市場發展）及內部因素（例如我們的業務營運和財務表現），並向董事會報告彼等的發現。董事會隨後會評估管理階層所發現的風險，以及彼等針對該等風險所提出的計劃。倘若該等計劃獲得董事會批准，董事會亦會監督該等計劃的執行。

我們致力於滿足所有利益相關方的期望及要求。為改善我們的ESG實踐，我們將定期與主要利益相關方溝通，了解彼等對我們的ESG相關政策的意見，並鼓勵彼等參與我們的ESG相關舉措。我們計劃定期向利益相關方派發附有量表的問卷，以徵求其對ESG相關事宜優先次序的意見。

---

## 業 務

---

我們的ESG委員會每年將向董事會報告ESG相關事宜的重要性分析結果。在董事會確認分析結果後，我們將優先處理重大ESG相關事宜，並於適當及必要時作出相關披露。

我們已識別以下我們認為重大且可能對我們的業務、策略或財務表現產生影響的ESG風險，並已制定策略及實施系統以管理及緩解該等風險。

### **用戶隱私及數據安全**

我們須遵守相關的用戶隱私及數據安全法律法規。請參閱「法規－有關保護網絡安全、數據及私隱保護的法規」及「－數據隱私及保護」。於往績記錄期，我們在所有重大方面均遵守中國相關的互聯網安全及隱私保護適用法律法規。我們致力於保護數據隱私及數據安全，並高度重視遵守相關法律法規。

### **極端天氣狀況**

就實體風險而言，我們專注於極端天氣事件等急性風險。我們的辦公場所及基礎設施可能因工作場所中斷、人員通勤、交通及與我們的IT基礎設施相關的中斷而受到極端天氣的影響。我們可能會因業務中斷而產生經營資產及基礎設施虧損以及銷售虧損。為應對這些挑戰，我們已制定應急計劃，其中概述明確的責任及具體的實施措施，以確保貫徹執行安全與健康管理指引。我們亦定期為僱員組織培訓課程及演習。

此外，極端天氣事件可能會減少搭乘公交的人數，進而減少車來了的用戶數量，但可能會導致車來了的用戶查詢數量增加，因為搭乘公交的用戶需要準確的最新公交信息，以方便彼等在極端天氣狀況下搭乘公交。我們已根據過往營運所累積的歷史數據，分析極端天氣情況對車來了用戶數量及其在車來了活動的影響，以識別該等數據的規律。根據分析結果及天氣預報，我們能夠預測車來了的活躍用戶數及高峰時段何時會發生顯著變化，並為車來了用戶提供更好的用戶體驗。我們亦密切關注交通單位的官方網站，即時捕捉公交路線信息的變化，並及時在車來了內傳送提醒信息給用戶。

---

## 業 務

---

### 氣候相關風險

就轉型風險而言，我們並無經營任何生產設施或從事任何活動會排放工業廢物、產生大量污染物或大量排放溫室氣體，因此我們面臨的氣候相關風險有限。我們主要關注的問題涉及政策及法律風險。我們的業務一般須遵守相關中國環境法律及法規。我們密切關注全球趨勢及中國的國家戰略，以更好地應對氣候變化及環境保護。

我們使用雲端服務器及數據中心，而能源消耗主要包括用電及車輛使用汽油。於往績記錄期，我們積極監控我們營運的資源消耗。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的耗電量分別約為194,294千瓦時、194,294千瓦時、194,294千瓦時及97,147千瓦時。

我們的溫室氣體排放主要包括範圍1及範圍2排放。範圍1直接排放包括我們自有辦公場所的直接溫室氣體排放。範圍2間接排放主要包括我們使用外購電力及熱力所產生的溫室氣體排放，乃根據國家發改委發佈的《中國24個行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》計算。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的範圍1溫室氣體排放量分別為零、4.68噸二氧化碳當量、5.57噸二氧化碳當量及2.67噸二氧化碳當量，而我們的範圍2溫室氣體排放量分別為126.5噸二氧化碳當量、121.2噸二氧化碳當量、114.9噸二氧化碳當量及54.1噸二氧化碳當量。

我們排放的污染物主要包括(i)辦公樓的生活廢水、(ii)使用車輛排放的廢氣及(iii)有害廢棄物，例如廢棄打印機碳粉盒、廢棄電燈或燈泡、廢棄乾電池及廢棄電子設備。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的有害廢棄物排放總量分別約為0.2噸、0.2噸、0.2噸及0.1噸。

由於我們的業務性質，我們認為我們的環境足跡相對較小。儘管如此，我們仍致力於節約能源及減少碳足跡。我們已實行一系列專注於環境可持續性的內部政策，以有效減少我們經營活動產生的碳排放。例如，我們提倡採用低碳環保的出行方式。此外，我們已制定定期辦公區域巡邏協議，以及時關閉多餘的空調及電力設備，從而最大限度地減少資源浪費。通過提高運營效率，我們將減少能源及其他自然資源的使用，以提高我們的環境績效並減少我們的運營對氣候變化的負面影響。我們不斷尋求減少能源使用的有效方法，從而減少我們的碳足跡。此外，我們積極參與行業協會組織的推廣活動，倡導使用公共交通。

---

## 業 務

---

### 目標及指標

我們監控若干主要績效指標，以評估及管理因業務活動而產生的環境及氣候相關風險，包括用電強度及溫室氣體排放強度，其計算方式為用電或溫室氣體排放總量除以相關期間的收入。在制定環境相關關鍵績效指標的目標時，我們將考慮於往績記錄期的各自消耗量或排放量水平，並全面審慎地考慮未來的業務擴張，務求在業務增長與環境保護之間取得平衡，實現可持續發展。

基於我們的業務發展策略及目標，我們已制定多項環保目標，以促進綠色低碳發展：2025年，我們的目標是控制(i)用電強度較2024年降低1%；及(ii)溫室氣體排放強度較2024年降低1%。為實現該等目標，我們將採取措施改善廢棄物管理、鼓勵採用新能源，以及加強工作場所的環境及安全，這可能需要我們在技術、基礎設施及員工培訓方面投入財力及人力資源。

### 社會責任

我們致力於成為負責任的企業公民，不斷履行企業社會責任。我們認識到我們平台的規模及影響力，並尋求以對社會負責的方式運用我們的影響力。我們積極鼓勵及支持社會責任舉措，並在整個公司推廣企業社會責任理念。

我們已與江蘇省政府合作啟動減碳計劃，以促進公眾的綠色低碳生活。參與的通勤者可以通過使用公共交通賺取碳信用額，然後使用碳信用額兌換各種獎勵。我們還推出了無障礙版的車來了，表達了我們對社會弱勢群體的關懷。

### 健康及工作安全

為了給僱員提供健康及安全的工作環境，我們承諾嚴格遵守不同司法權區有關健康及工作安全的適用法律、法規及標準。我們已採納一系列有關健康及工作安全的政策及程序。我們的人力資源部由經驗豐富的部門經理領導，全面監督該等政策及程序實施的各個方面。我們定期檢查工作場所，以消除可能對我們僱員的健康及安全產生負面影響的所有潛在工作場所危害。例如，我們會定期更新滅火器等消防設施，以確保工作場所的安全。為加強僱員的健康及工作安全意識及知識，我們亦開展有關適用

---

## 業 務

---

法律及法規的培訓課程。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的工作場所概無發生工傷或死亡事故及我們並無遭遇健康及工作安全方面的任何重大運營或行政事故。更多詳情，請參閱「一 僱員」。

### 數據隱私及保護

#### 數據隱私及保護措施

通過徵得用戶的同意，我們分析其與車來了互動所產生的行為及模式，包括確定熱門公交線路及站點、識別首選出行計劃、確定出行高峰時間以及整理用戶反饋。我們可能不時收集用戶的個人信息，如手機號碼或位置信息。我們認為，確保車來了用戶統計數據的安全性及機密性至關重要。為實現這一目標，我們已實施數據安全及保護協議，涵蓋數據管理的各個方面，包括數據分類、整個數據生命週期（包括收集、存儲、使用、傳輸、處理、披露及刪除）以及嚴格的保密程序。

我們會在用戶使用車來了之前向其提供數據使用及隱私政策。在我們的隱私政策中，我們承諾根據適用法律管理及使用從消費者及技術人員收集的數據，並盡合理努力防止未經授權使用、丟失或洩露個人數據。我們會在實現隱私政策所述目的所需的期限內保留用戶的個人信息。此外，我們為用戶提供清除其在車來了的數據並註銷其賬戶的選項，之後我們將對該等信息進行匿名處理並刪除。

我們根據相關法律法規在中國境內進行所有數據處理活動，並將該等數據存儲在由位於中國境內的第三方服務提供商運營的雲數據中心。我們根據用戶授權或法律法規規定的其他法律依據收集及使用個人數據。我們一般不會與任何第三方共享、向其轉讓或披露個人數據。僅在獲得相關用戶明確授權或適用法律及法規要求時，我們方可向選定的第三方共享、轉移或披露個人資料。對於我們的移動廣告服務，我們可能與我們的程序化廣告合作夥伴共享若干用戶數據（如行為及模式，並刪除敏感信息），惟僅在獲得所涉及用戶的明確同意下進行。用戶可隨時選擇不參與有關數據共享及披露。

為確保遵守中國的相關隱私及個人數據保護法律及法規，我們已部署一系列措施以加強我們專有數據及用戶信息的安全性。我們保護專有數據及用戶信息的措施包括但不限於有關收集用戶信息的措施、數據處理、傳輸及使用的技術安全措施、訪問控

---

## 業 務

---

制措施及安全系統。具體而言，我們已實施一套數據隱私保護措施，其中包括(i)在我們的網絡服務中採用加密技術，以保護個人信息在傳輸過程中的安全性及機密性，(ii)利用嚴格的權限控制來保護我們數據使用及訪問系統中的個人信息，(iii)建立數據分類及分級制度，及(iv)為僱員提供有關個人信息及隱私保護的培訓。

此外，我們與有權接觸保密資料的僱員訂立保密協議。保密協議規定，(其中包括)我們的僱員有法律責任不向任何一方(包括其他無權接觸該等資料的僱員)共享、分發或出售保密資料，包括其擁有的消費者及技術人員的資料。我們的僱員亦有法律責任於辭職時交出所擁有的所有保密資料，並於其後保留其保密責任。倘僱員違反保密責任或因其他不當行為導致保密資料洩露，則須承擔賠償責任。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大信息洩漏或用戶個人數據遺失。

### 公交車數據管治框架

在開發我們的「時間+位置」產品時，我們與交通機構訂立協議，從而獲取及使用從營運中的公交車收集的公交車數據。我們亦從客戶及用戶收集有關使用我們產品的數據，例如彼等在車來了上我們亦的活動和偏好。從交通機構獲得以及從我們的客戶及用戶收集的數據用於開發新產品及服務，以及訓練我們的AI模型。我們已在隱私政策內告知我們的客戶及用戶，彼等的資料將用於產品改進，且在訓練我們的AI模型庫之前有關資料將被匿名化。我們已自相關單位取得所有使用該等數據的必要授權與許可。此外，我們不時使用來自第三方網站的公開數據，例如公交路線、公交抵站及發車時刻表及公交站，以及發佈於交通機構(包括交通主管部門、公交車公司、當地警方及城市規劃部門)的官方網站的任何變動或更新。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的數據收集及數據使用在所有重大方面均符合相關中國法律法規。

為確保數據的準確性，我們利用自動化系統，通過參考四個主要來源，持續監控及驗證公交車網絡信息(包括公交車路線、站點及終點站詳情)的準確性：(i)第三方網站；(ii)實時公交車數據；(iii)用戶反饋；及(iv)用戶行為數據。該系統檢索並分析第三方網站發佈的信息，識別與公交車網絡信息相關的更新，例如臨時路線調整。運營公

---

## 業 務

---

交車的實時和歷史GPS數據用於驗證及更新覆蓋區域內的線路排列。用戶反饋可識別路線數據中的差異，而綜合用戶行為統計數據可用於識別及解決公交車網絡信息中的差異。

為保障我們從交通機構及第三方網站獲取的公交車數據的完整性及安全性，我們已實施穩健的管治框架，以防止出現不合規情況。我們的數據合規委員會、數據質量部門、公司信息中心以及法律及合規部門負責實施我們的內部控制措施。

- **數據合規委員會。**數據合規委員會由我們的首席發展官許誠先生擔任主席，是負責本集團內數據合規相關關鍵決策的管理機構。該委員會在監督重大數據合規事宜及就重大合規事宜作出決定方面發揮重要作用。其構成不可或缺的控制及專業知識層，確保整個集團數據實踐的完整性。
- **數據質量部門。**數據質量部門負責監督數據採購的技術方面。該部門負責對整個數據採購流程進行控制，確保實時公交車數據的完整性及質量，並在各城市實施數據分析策略。該部門在我們數據質量部門主管余亞利女士的直接監督下運作，彼在數據質量評估及維護方面擁有約十年經驗。
- **公司信息中心。**我們的公司信息中心在數據質量部門的職權範圍內運作，負責執行外部數據採購程序，其中涉及評估數據來源的真實性及制定機制以確保來源數據的質量及可靠性。通過與數據質量部門的密切合作，該中心促進了系統數據驗證過程的實施。我們信息中心的員工在公交行業擁有深厚的知識，平均擁有超過四年的公交數據質量管理及運營經驗。
- **法律及合規部門。**法律及合規部門承擔監督數據合規事宜的日常職責，包括對數據生命週期不同階段的數據抓取活動進行定期監控及評估，並對違反數據合規政策的僱員實施處罰。

## 業 務

根據數據合規的最佳實踐，我們已實施一套全面的數據合規政策，涵蓋數據抓取以及獲取及管理來源數據的複雜性，包括(i)成立數據合規委員會以監督數據合規事宜，(ii)我們的法律及合規部門定期檢查數據收集活動，(iii)遵守網站的robots.txt檔案所載限制，及(iv)禁止在未經訪問許可下提取數據。該等政策適用於本集團內的所有成員，是我們員工運作不可或缺的一部分。在此整體政策框架內，已整合內部機制以系統地評估數據抓取活動。該機制建立不同的合規參數，嚴格界定涵蓋程序複雜性、內容考慮因素及使用規範的界限。其亦嚴格監督任何與實時公交車數據相關的數據抓取活動。

此外，我們已對獲准訪問及使用的公交車數據實施全面的驗證程序，包括以下主要方面：

- *數據授權及合法性審查*。從第三方供應商獲取實時公交車數據時，進行的審查程序，以確認該等數據來源的授權及合法性。我們於公交領域的業務人員負責驗證數據所有者的資格並獲取必要的授權證明。隨後，彼等向法律及合規部門提交相關實體憑證以供深入審查及批准。
- *分層數據源分類*。已建立包括白名單、灰名單及黑名單的系統性數據來源分類系統。採用事前調查及事後監測的方法，將經核實為合法的數據供應商列入白名單，而被確認為非法的供應商則降級至黑名單。無法及時驗證的數據供應商將被分類至灰名單。
- *嚴格的數據採購質量控制*。我們在數據採購過程的每個階段都保持嚴格的質量控制方法。數據採購協議描述數據供應商就來源數據的真實性作出的一系列聲明及保證，並納入嚴格處罰機制。公司信息中心定期對照數據採購協議中規定的質量要求，驗證外部數據源的質量，並將驗證結果轉達給數據質量部門。根據調查結果，數據質量部門通知數據供應商糾正已發現的問題或考慮過渡到不同的數據供應商。

我們已聘請外部合規專家(如專門從事數據合規的內部控制顧問及法律顧問)對我們的數據隱私及保護進行徹底的盡職調查及內部控制評估。根據其建議，我們擬進一步加強我們的合規管治框架並實施適當措施，以確保持續遵守適用法律法規。據我

---

## 業 務

---

們的內部控制顧問告知，我們的內部控制措施足以確保相關數據來源的合法性。基於對我們的數據合規政策及措施的審閱，我們的中國法律顧問認為，我們已採取實質性措施確保我們業務營運中使用的相關數據來源的合法性，並確保該等措施符合適用中國法律及法規的相關要求。

經董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因不遵守數據隱私及安全的法律或法規而被處以任何罰款或其他處罰。我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守相關數據隱私及安全的法律及法規。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們不採用侵入性技術訪問私人信息系統或從私人信息系統抓取數據，(ii)我們目前的數據抓取方法溫和且與手動網頁瀏覽相比，這種方式旨在提高效率而非獲取非法競爭優勢，(iii)我們的重點是公開數據，例如公交路線公告，以及(iv)我們嚴格遵守有關數據抓取的內部合規政策。基於上文所述，我們的中國法律顧問告知我們，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的數據抓取活動在所有重大方面均遵守中國相關法律及法規。

### 基礎設施穩定性

我們已實施各種協議及程序，如定期系統檢查、密碼政策、服務器訪問日誌、網絡接入認證、消費者授權審批及數據備份以及數據恢復測試，以保護我們的數據資產，防止未經授權訪問我們的網絡。我們已制定政策以提供處理數據安全相關事件的應對計劃。我們的運維團隊及數據安全團隊監控我們系統的運行並定期進行安全演習。我們亦會保留運營數據的備份，以盡量降低數據丟失的風險。

我們旨在繼續改善並增強我們的數據及系統安全性，以確保我們的運營數據得到妥善管理。每當發現問題時，我們會立即採取行動升級我們的系統，並減輕任何可能損害我們系統安全的潛在問題。我們認為，我們有關數據隱私及安全的政策及慣例符合適用法律及普遍的行業慣例。

於往績記錄期，我們並無遭遇任何可能對我們的運營造成重大不利影響的網絡攻擊。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與訴訟及合規有關的風險－倘我們實際或被認為未能遵守適用的數據保護法律及法規或隱私政策，包括與不當收

---

## 業 務

---

集、使用或披露來自客戶或用戶的數據有關的擔憂，均可能損害我們的聲譽、削弱消費者信心，或可能使我們受到政府的規管及其他法律責任」。

### 我們的知識產權

我們認為，保護我們的商標、版權、域名、商號、商業秘密、專利及其他專有權利對我們的業務至關重要。我們依賴結合商標、公平貿易慣例、版權及商業秘密保護法及專利保護以及保密程序及合約條文來保護我們的知識產權及商標。我們亦與所有僱員訂立保密及發明轉讓協議，並嚴格控制對我們專有技術及信息的訪問。截至2024年6月30日，我們在中國擁有32項已發佈專利及20項待決專利申請。截至2024年6月30日，我們在中國擁有75項註冊版權，包括73項軟件版權及2項作品版權。截至2024年6月30日，我們在中國擁有41個註冊商標。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無與第三方發生任何重大知識產權糾紛或任何其他未決的重大知識產權法律訴訟。

### 我們的客戶

我們的客戶主要包括程序化廣告平台及品牌廣告主。於往績記錄期各期間，於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們五大客戶應佔的收入分別為人民幣116.4百萬元、人民幣100.7百萬元、人民幣126.4百萬元及人民幣65.1百萬元，分別佔相應期間我們總收入的71.2%、74.4%、72.4%及72.2%。於往績記錄期各期間，於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們最大客戶應佔的收入分別為人民幣43.2百萬元、人民幣42.2百萬元、人民幣51.1百萬元及人民幣26.8百萬元，分別佔相應期間我們總收入的26.5%、31.2%、29.3%及29.8%。我們於相應期間自關聯方產生的收入為人民幣15.7百萬元、人民幣24.9百萬元、人民幣16.5百萬元及人民幣2.5百萬元。請參閱本文件附錄一A會計師報告附註33。於往績記錄期各期間，我們五大客戶中的客戶D及客戶F為我們間接股東的附屬公司。於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們自客戶D產生的收入分別為人民幣10.4百萬元、人民幣7.0百萬元、人民幣14.5百萬元及人民幣3.9百萬元，於2022年自客戶F產生的收入為人民幣14.4百萬元。

## 業 務

下表載列我們於往績記錄期各期間的五大客戶詳情。

### 截至2024年6月30日止六個月

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1..	客戶A	26,847	29.8	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	中國通信及社交媒體行業的一家 民營科技公司，為一家於聯交 所上市的世界領先互聯網及科 技公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	2,000美元	深圳
2..	客戶B	19,236	21.3	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	一家中國領先的短視頻內容公司 集團	30天	銀行轉賬	人民幣 10,000元	武漢
3..	客戶C	8,606	9.6	2016年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	中國搜索引擎行業的一家民營科 技公司，為一家於聯交所及納 斯達克上市的領先搜索引擎及 AI公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	800美元	北京

## 業 務

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
4..	客戶H	6,526	7.2	2020年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	一家廣告服務行業的私人科技公 司，為聯交所上市的領先內容 社群及社交平台公司的附屬公 司	30天	銀行轉賬	人民幣 10,000元	北京
5..	客戶D	3,873	4.3	2020年	移動廣告服務 — 品牌廣告主	智能營銷與廣告服務行業的一家 民營科技公司，為一家於聯交 所及紐約證券交易所上市的領 先跨國科技公司的附屬公司	120天	銀行轉賬	5,995,941美元	杭州
	總計	<u>65,088</u>	<u>72.2</u>							

## 業 務

### 截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1....	客戶A	51,076	29.3	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	中國通信及社交媒體行業的一家民營科技公司，為一家於聯交所上市的世界領先互聯網及科技公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	2,000美元	深圳
2....	客戶B	34,604	19.8	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	一家中國領先短視頻內容公司集團	30天	銀行轉賬	人民幣 100,000元	北京
3....	客戶C	19,676	11.3	2016年	移動廣告產品 — 程序化廣告 平台	中國搜索引擎行業的一家民營科技公司，為一家於聯交所及納斯達克上市的領先搜索引擎及人工智能公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	800美元	北京

## 業 務

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
4 . . . .	客戶D	14,477	8.3	2020年	移動廣告服務 — 品牌廣告主	智能營銷及廣告服務行業的一家民營科技公司，為一家於聯交所及紐約證券交易所上市的領先跨國科技公司的附屬公司	120天	銀行轉賬	5,995,941美元	杭州
5 . . . .	客戶E	6,529	3.7	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	一家於深圳證券交易所上市的中国著名智能語音及人工智能公司	30天	銀行轉賬	人民幣 2,315,376元	合肥
	總計	<u>126,362</u>	<u>72.4</u>							

## 業 務

### 截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1.....	客戶A	42,183	31.2	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	中國通信及社交媒體行業的一家民營科技公司，為一家於聯交所上市的世界領先互聯網及科技公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	2,000美元	深圳
2.....	客戶B	23,480	17.3	2018年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	一家中國領先短視頻內容公司集團	30天	銀行轉賬	人民幣 100,000元	北京
3.....	客戶F	14,377	10.6	2021年	數據技術服務	一家總部位於中國的民營運輸科技公司	30天	銀行轉賬	人民幣 1,000元	北京
4.....	客戶C	13,672	10.1	2016年	移動廣告服務 — 程序化廣告 平台	中國搜索引擎行業的一家民營科技公司，為一家於聯交所及納斯達克上市的領先搜索引擎及人工智能公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	800美元	北京

## 業 務

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> <i>(人民幣千元)</i>	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 <i>(千元)</i>	總部
5....	客戶D	6,998	5.2	2020年	移動廣告服務 一品廣告主	智能營銷及廣告服務行業的一 家民營科技公司，為一家於 聯交所及紐約證券交易所上 市的領先跨國科技公司的附 屬公司	120天	銀行轉賬	5,995,941美元	杭州
	總計	<u>100,710</u>	<u>74.4</u>							

## 業 務

### 截至2021年12月31日止年度

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1..	客戶B	43,233	26.5	2018年	移動廣告服務 — 程序化 廣告平台	一家中國領先短視頻內容 公司集團	30天	銀行轉賬	人民幣 100,000元	北京
2..	客戶A	34,259	21.0	2018年	移動廣告服務 — 程序化 廣告平台	中國通信及社交媒體行業 的一家民營科技公司， 為一家於聯交所上市 的世界領先互聯網及科技 公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	2,000美元	深圳
3..	客戶C	16,458	10.1	2016年	移動廣告服務 — 程序化 廣告平台	中國搜索引擎行業的一家 民營科技公司，為一家 於聯交所及納斯達克上 市的領先搜索引擎及人 工智能公司的附屬公司	30天	銀行轉賬	800美元	北京

## 業 務

排名	客戶	收入金額 <sup>(1)</sup> (人民幣千元)	佔總收入 百分比	展開業務關係 的年份	提供的服務	客戶背景	信貸期	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
4..	客戶G	12,026	7.4	2020年	移動廣告服務 — 程序化 廣告平台	智能營銷及廣告服務行業 的一家民營科技公司， 為一家於聯交所及納斯 達克上市的中國領先技 術驅動型電子商務公司 的附屬公司	60天	銀行轉賬	人民幣 50,000元	重慶
5..	客戶D	10,406	6.4	2020年	移動廣告服務 — 品牌 廣告主	智能營銷及廣告服務行業 的一家民營科技公司， 為一家於聯交所及紐約 證券交易所上市的領先 跨國科技公司的附屬公 司	120天	銀行轉賬	5,995,941美 元	杭州
	總計	<u>116,382</u>	<u>71.2</u>							

附註：

- (1) 倘據我們所知，於往績記錄期，我們通過向其提供服務產生收入的兩個或兩個以上實體由同一家集團公司控制，則此處的客戶收入按綜合基準入賬。

---

## 業 務

---

據我們所知，截至最後實際可行日期，除客戶D及客戶F為我們間接股東的附屬公司外，概無董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於我們於往績記錄期各期間的五大客戶中擁有任何權益。於往績記錄期，我們並無與客戶發生任何重大糾紛或遭遇任何有缺陷服務的重大申索。

### 與程序化廣告平台的協議

我們通常與程序化廣告平台訂立廣告服務協議。與程序化廣告平台的標準協議的主要條款通常包括：

- *服務*。程序化廣告平台負責整個競價過程，為參與競價的廣告主提供廣告服務及技術支持。我們同意在車來了提供廣告庫存以進行廣告投放或其他營銷活動。
- *定價及結算*。程序化廣告平台收取的廣告費乃通常根據在車來了投放的廣告取得的展示次數（由程序化廣告平台記錄）磋商釐定，介乎每次展示人民幣0.01元至人民幣2,000元。我們每月結算廣告數據及向程序化廣告平台開具發票。我們通常授予發票日期起30至60日的信貸期。根據灼識諮詢的資料，程序化廣告平台收取廣告主支付的廣告費的約0%至30%乃屬行業慣例。
- *平台指引*。我們須遵守程序化廣告平台發佈的廣告指引及政策，例如數據隱私指引、針對無效流量的政策及廣告形式限制。
- *內容監控*。我們可審查將在車來了投放的廣告或其他營銷活動的內容，以確保不會發佈被禁止的內容，且所發佈廣告的內容符合適用的法律、法規以及我們的合作程序化廣告平台發佈有關廣告內容的指引及政策。倘我們發現廣告中有任何不恰當內容，我們將拒絕在車來了投放此廣告，並將立即通知提供有關廣告的程序化廣告平台我們拒絕投放。

---

## 業 務

---

我們亦與品牌廣告主訂立廣告服務協議，該等協議乃按個別情況磋商，可能有別於我們與程序化廣告平台訂立的標準協議。與品牌廣告主的典型協議的主要條款通常包括：

- *服務*。我們同意向品牌廣告主提供展示廣告服務，以在車來了上推廣品牌廣告主指定的產品或服務。品牌廣告主為我們的服務支付廣告費。
- *定價及結算*。我們通常向品牌廣告主提供的廣告服務收取介乎人民幣100,000元至人民幣10.0百萬元的固定費用，其乃基於該廣告主在車來了的廣告獲得的展示次數釐定。我們於廣告期結束後結算廣告數據並向品牌廣告主開具發票。我們通常授出自發票日期起計10至15天的信貸期。
- *期限*。我們通常與品牌廣告主訂立為期一個月的協議。
- *內容監控*。品牌廣告主須對於車來了上投放的廣告任何不合規內容承擔最終責任。品牌廣告主向我們投放廣告須遵守我們平台上的廣告指引及政策以及適用的法律法規。倘廣告內容違反適用法律或我們的指引，我們將要求廣告主修改其廣告並有權酌情拒絕或刪除任何不適當的廣告。
- *終止*。倘品牌廣告主嚴重違約，我們可終止協議。
- *折扣及獎勵*。我們不時向品牌廣告主提供折扣及獎勵。該等折扣及獎勵取決於我們品牌廣告主的消費門檻，並受預先設定的激勵費率規管。此激勵費率的計算考慮品牌廣告主的特定行業及既定市場規範。

---

## 業 務

---

### 與若干交通機構的訂閱協議

在我們的公共交通分析平台上與交通機構的標準訂閱協議的主要條款通常包括：

- **服務。**我們同意在我們的公共交通分析平台上向交通機構提供訪問指定模塊及工具的權限，並按協議所預定向其提供有洞察力的分析報告。交通機構將就其使用我們的平台及接收分析報告支付服務費，並將數據上傳至我們的平台作進一步處理。
- **數據的使用。**我們僅限於就協議指定的目的使用所獲取的數據。未經交通機構書面同意，我們不得出於商業利益向第三方傳輸或提供有關數據。
- **定價。**我們向交通機構收取的訂閱費通常介乎人民幣0.1百萬元至人民幣0.5百萬元，其是根據每個實體選擇訂閱的具體模塊釐定。我們可能不時向若干交通機構提供訂閱費折扣，以換取免費訪問其公交車數據。於釐定延長折扣時，我們一般考慮該等實體所在城鎮所需公交車數據源質量、通勤人口及技術支持等因素。
- **付款。**交通機構通常在協議簽立後立即支付總訂閱費的50%至70%，餘下部分通常將於協議期限結束前一至三個月內的較後階段付清。
- **期限。**我們通常與交通機構訂立為期一至三年的協議。
- **保密性。**除法律及法規另有規定或經另一方事先書面同意外，各方應對在履行相關協議及其合約條款中獲得的信息保密。

### 客戶集中度

於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，於往績記錄期各期間我們的五大客戶合共分別佔同期總收入約71.2%、74.4%、72.4%及72.2%。除客戶D（我們移動廣告服務的品牌廣告主）及客戶F（我們數據技術服務的客戶）外，於往績記錄期各期間的其他五大客戶均為與我們合作提供移動廣告服務的程序化廣告平台。根據灼識諮詢的資料，這種客戶集中度的情況在中國提供移動廣告服務的公司中並不少見。

---

## 業 務

---

我們透過與程序化廣告平台合作，產生相當大部份的移動廣告服務，使我們能夠接觸到多樣化的廣告主，尤其是長尾廣告主。該等合作使我們能夠利用該等平台提供的拍賣機制在車來了自動銷售廣告存量。根據灼識諮詢的資料，中國的移動廣告市場由少數主要參與者主導，限制了可滿足我們需求的成熟程序化平台的數量。因此，我們於往績記錄期與選定的少數公司合作，並預期於可見將來仍會如此。

車來了廣泛的地理覆蓋及強勁表現令截至2024年6月30日的用戶群達約280.9百萬，而截至2024年6月30日止六個月的平均月活躍用戶數為28.8百萬。龐大的用戶群和高用戶參與度使車來了成為對廣告主具有吸引力的平台，可加強我們與程序化平台及品牌廣告主的合作。我們在移動廣告服務的多年經驗使我們能夠有效滿足多樣化的客戶需求，我們計劃增強車來了的功能，同時通過多渠道策略擴大我們的營銷工作。

由於車來了廣獲認可，我們於整個往績記錄期與五大客戶建立了長期關係，尤其是與客戶A、B及C，我們已與彼等合作超過六年。我們已與該等程序化平台各自按類似條款訂立協議，且在重續協議方面並無遇到困難。此外，我們毋須與任何該等平台訂立獨家協議。此外，客戶D（一家於聯交所及紐約證券交易所上市的領先跨國科技公司的附屬公司）預期將繼續向我們分配大量廣告預算。

為維持可持續發展的業務模式，我們密切監察應收賬款，並不時評估我們的營運資金需求。我們將繼續培育與有可靠付款記錄的現有客戶的關係，並探討以有利條款與新客戶合作的機會。

### 我們的供應商

我們的供應商主要包括(i)服務器租賃服務提供商，(ii)廣告及促銷服務提供商，(iii)我們採購額外廣告庫存的跨網絡廣告服務提供商，以及(iv)向我們授予許可以存取並使用其公交數據的交通機構。於往績記錄期各期間，於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們五大供應商應佔的採購額分別為人民幣16.3百萬元、人民幣13.2百萬元、人民幣13.1百萬元及人民幣9.0百萬元，分別佔相應期間我們總採購額的24.8%、24.6%、19.6%及25.1%。於往績記錄期各期間，於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們最大供應商應佔的採購額分別為人民幣6.0百萬元、人民幣5.3百萬元、人民幣5.1百萬元及人民幣3.8百萬元，分別佔相應期間我們總採購額的9.2%、9.8%、7.7%及10.6%。

## 業 務

### 截至2024年6月30日止六個月

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額的百分比 <sup>(1)</sup>	展開業務關係的年份	所採購服務	供應商背景	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1 . . . . .	供應商A	3,770	10.6	2020年	服務器租賃服務	一家軟件分銷及服務器租賃行業的民營公司，總部位於湖北省武漢市	銀行轉賬	人民幣 2,000元	武漢
2 . . . . .	供應商D	1,542	4.3	2020年	廣告及促銷服務	一家總部位於廣東深圳的民營廣告公司	銀行轉賬	人民幣 50,000元	深圳
3 . . . . .	供應商K	1,246	3.5	2023年	廣告及促銷服務	一家總部位於北京的民營移動廣告公司	銀行轉賬	人民幣 1,000元	北京
4 . . . . .	供應商L	1,205	3.4	2020年	廣告及促銷服務	一家總部位於北京的民營廣告公司	銀行轉賬	人民幣 140,000元	北京
5 . . . . .	供應商M	1,191	3.3	2019年	廣告及促銷服務	一家總部位於北京的民營廣告公司	銀行轉賬	人民幣 10,000元	北京
	<b>總計</b>	<b>8,954</b>	<b>25.1</b>						

## 業 務

### 截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額的百分比 <sup>(1)</sup>	展開業務關係的年份	所採購服務	供應商背景	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1 . . . .	供應商A	5,143	7.7	2020年	服務器租賃服務	一家軟件分銷及服務器租賃行業的民營公司，總部位於湖北省武漢市	銀行轉賬	人民幣 2,000元	武漢
2 . . . .	供應商B	2,602	3.9	2018年	廣告及促銷服務	一家總部位於江蘇淮安的民營廣告公司	銀行轉賬	人民幣 10,000元	惠安
3 . . . .	供應商C	1,817	2.7	2022年	跨網絡廣告服務	一家社交網絡行業的民營公司，總部位於湖北武漢，為一家在新三板上市的著名社交網絡公司的附屬公司	銀行轉賬	人民幣 1,200元	武漢
4 . . . .	供應商D	1,776	2.7	2020年	廣告及促銷服務	一家總部位於廣東深圳的民營廣告公司	銀行轉賬	人民幣 50,000元	深圳
5 . . . .	供應商E	1,745	2.6	2020年	廣告及促銷服務	一家中國領先的資訊通信解決方案提供商	銀行轉賬	人民幣 3,600,000元	南京
	總計	<u>13,083</u>	<u>19.6</u>						

## 業 務

### 截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額的百分比 <sup>(1)</sup>	展開業務關係的年份	所採購服務	供應商背景	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1 . . . .	供應商A	5,268	9.8	2020年	服務器租賃服務	一家軟件分銷及服務器租賃行業的民營公司，總部位於湖北省武漢市	銀行轉賬	人民幣 2,000元	武漢
2 . . . .	供應商E	3,643	6.8	2020年	廣告及促銷服務	一家中國領先的資訊通信解決方案提供商	銀行轉賬	人民幣 500,010元	南京
3 . . . .	供應商F	1,723	3.2	2021年	廣告及促銷服務	一家總部位於北京的民營廣告公司，為一家在深圳證券交易所上市的製造及網絡營銷集團的附屬公司	銀行轉賬	人民幣 500,000元	北京
4 . . . .	供應商G	1,299	2.4	2020年	數據許可服務	一家總部位於四川省成都市的國營公車公司	銀行轉賬	人民幣 5,438,161元	成都
5 . . . .	供應商C	1,291	2.4	2022年	跨網絡廣告服務	一家社交網絡行業的民營公司，總部位於湖北武漢，為一家在新三板上市的著名社交網絡公司的附屬公司	銀行轉賬	人民幣 118,750元	武漢
	總計	<u>13,224</u>	<u>24.6</u>						

## 業 務

### 截至2021年12月31日止年度

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額的 百分比 <sup>(1)</sup>	展開業務關係 的年份	所採購服務	供應商背景	結算方式	註冊股本 (千元)	總部
1...	供應商H	6,038	9.2	2021年	跨網絡廣告服務	一家總部位於北京的民營 智能營銷公司	銀行轉賬	人民幣 5,000元	北京
2...	供應商A	3,826	5.8	2020年	服務器租賃服務	一家軟件分銷及服務器租賃行業的民營公司，總 部位於湖北省武漢市	銀行轉賬	人民幣 2,000元	武漢
3...	供應商E	2,916	4.4	2020年	廣告及促銷服務	一家中國領先的資訊通信 解決方案提供商	銀行轉賬	人民幣 500,010元	南京
4...	供應商I	1,821	2.8	2020年	廣告及促銷服務	一家總部位於北京的民營 廣告公司	銀行轉賬	人民幣 10,000元	北京
5...	供應商J	1,704	2.6	2021年	跨網絡廣告服務	一家總部位於北京的民營 互聯網公司	銀行轉賬	人民幣 5,000元	北京
	<b>總計</b>	<b>16,305</b>	<b>24.8</b>						

附註：

- (1) 指定期間的總採購額為我們同期的銷售成本、銷售開支、行政開支及研發開支總額，不包括同期員工成本、[編纂]及住房租賃開支。

據我們所知，截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於我們於往績記錄期各期間的五大供應商中擁有任何權益。於往績記錄期，我們並無經歷供應商設定的價格的任何大幅波動或供應商的嚴重違約。

---

## 業 務

---

### 與若干交通機構的安排

我們與若干交通機構就其公交數據訂立許可協議。與有關交通機構的標準數據許可協議的主要條款通常包括：

- *服務*。交通機構同意許可我們訪問及使用一系列公交數據，以進行分析及產品開發。我們同意就訪問及使用相關公交數據付款。
- *數據的使用*。我們僅限於就協議指定的目的使用所獲取的數據。未經交通機構書面同意，我們不得出於商業利益向第三方傳輸或提供有關數據。
- *定價及付款*。交通機構收取的許可費根據具體情況，計及傳輸至我們的公交車數據的數量、類型、格式及質量等因素釐定。我們通常在整個協議期內每年支付許可費。
- *期限*。我們通常與交通機構訂立為期兩至三年的協議。在某些情況下，協議將自動續期一年，除非任何一方反對續期。
- *保密性*。除法律及法規另有規定或經另一方事先書面同意外，各方應對在履行相關協議及其合約條款中獲得的信息保密。
- *獨家性*。交通機構可能不時授予我們其公交車數據的獨家訪問權，並同意不將有關數據許可予任何其他方。
- *終止*。倘任何一方嚴重違反合約，則另一方可終止協議。

於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別未能與交通機構續簽零、四、三及零項許可協議。

我們亦與其他交通機構訂立合作協議，當中我們允許交通機構免費存取我們的公共交通分析平台，以換取我們免費存取及使用其公交數據。此類協議的主要條款通常包括：

---

## 業 務

---

- **合作。**我們將免費訪問雙方同意的地理區域內的實時公交數據。作為回報，交通機構將獲准免費訪問我們的公共交通分析平台以及該平台上的模組。
- **數據的使用。**我們僅限於就合作協議指定的目的使用所獲取的數據。未經合作交通機構書面同意，我們不得出於商業利益向第三方傳輸或提供有關數據。
- **期限。**我們通常與交通機構簽訂為期三年的合作協議。經雙方同意，可通過簽署新合作協議重續或自動重續有關協議，通常期限為一年。
- **保密性。**除非經另一方事先書面同意，各方須對在簽署及履行相關協議及其合約條款過程中獲得的資料保密。
- **終止。**若行業政策或市場狀況有重大變化，妨礙各方履行義務，則協議期滿或經雙方同意終止。此外，倘另一方嚴重違反合約，任何一方均可終止協議。

### 與其他主要供應商的協議

為擴大我們廣告客戶的覆蓋面及增加其曝光率，我們不時向第三方跨網絡廣告服務提供商採購廣告庫存，然後結合我們自身的庫存及提供給廣告客戶，使他們能夠有效地針對更廣泛和更多樣化的受眾。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明－銷售成本」。與第三方跨網絡廣告服務提供商的標準協議的主要條款通常包括：

- **服務。**跨網絡廣告服務提供商同意提供廣告庫存，投放我們品牌廣告主的廣告或其他營銷活動。我們將為從跨網絡廣告服務提供商採購的廣告庫存付款。
- **定價及結算。**跨網絡廣告服務提供商收取的服務費乃根據展示次數釐定。跨網絡廣告服務提供商通常每月或根據項目進度結算廣告數據及向我們開具發票。儘管部分提供商可能要求在提供服務前支付預付款，彼等一般授出自發票日期起計七至30天的信貸期。

---

## 業 務

---

- *期限*。協議期限通常為七至16個月，視個別情況而定。
- *終止*。倘另一方嚴重違反合約，任何一方均可終止協議。

同時，我們與廣告及促銷服務提供商合作，開展線上及線下營銷活動，以提高我們的品牌及產品的市場知名度及認可度。與廣告及促銷服務提供商訂立的標準協議的主要條款通常包括：

- *服務*。廣告及促銷服務提供商同意開展線上和線下營銷活動以推廣車來了，包括在搜索引擎、移動應用程序商店和社交媒體平台上刊登的線上廣告，以及在公交車和公交站展示的線下廣告，而我們同意支付有關廣告服務的費用。
- *定價*。廣告及促銷服務提供商收取的廣告費乃根據有關車來了廣告在該等提供商平台上投放廣告的展示或效果數據而釐定。我們可能選擇以下一種或多種廣告費模式：(i)按時間計費，其中廣告費用根據所投放廣告的時間及持續時間支付；(ii)按每千次廣告計費，其中廣告按每千次展示付費；(iii)按下載次數計費，即廣告按因投放廣告而獲得的用戶每次下載付費；及(iv)按點擊次數計費，即投放廣告按廣告的每次點擊付費。
- *結算及付款*。我們通常須於投放廣告前五日內支付與廣告及促銷服務提供商進行的電子郵件通訊中確認的廣告費。
- *期限*。我們通常與廣告及促銷服務提供商訂立為期一年的協議。
- *內容監控*。我們提供將予投放的廣告內容，並對該等內容的不合規承擔最終責任。我們於廣告及促銷服務提供商投放廣告時須遵守適用法律及法規。倘廣告內容違反適用法律或法規，我們或須修改我們的廣告，而廣告及促銷服務提供商有權酌情拒絕或刪除任何不當廣告。

---

## 業 務

---

此外，與服務器租賃服務中介訂立的標準協議的主要條款通常包括：

- *服務*。服務器租賃服務中介根據我們的付款為我們的服務器租賃服務賬戶充值，並提供一定比例的折扣。
- *定價*。中介就服務器租賃服務收取的服務費乃根據我們實際購買的服務釐定，在若干情況下我們有權根據相關服務的標準定價獲得折扣。
- *結算及付款*。我們須於簽署協議後三日內付款。中介隨後將為我們的服務器租賃服務賬戶全額充值，而我們的未來服務費將從信用賬戶中扣除。
- *終止*。任何一方均可於協議屆滿前不遲於30日發出協議終止通知終止協議。

此外，我們亦與中國領先的地圖服務提供商訂立許可協議，用於我們提供實時公共交通信息時在車來了上顯示城市地圖所需的相關數據。與地圖服務提供商的標準協議的主要條款通常包括：

- *服務*。地圖服務提供商同意授予我們訪問其地圖數據的權限及授權在車來了上使用地圖數據，並通過車來了向用戶提供該等地圖。地圖服務提供商亦有義務提供必要的技術支持及維護。我們須就訪問及使用地圖數據以及地圖服務提供商提供的相關服務支付費用。
- *定價及結算*。地圖服務提供商通常就許可協議期限內的數據使用及服務收取固定金額的許可費，其乃基於地圖數據量及每秒可容納的最大用戶查詢數量釐定。在若干情況下，我們有權根據該等服務的標準定價獲得折扣。
- *數據使用*。我們僅限於就許可協議指定的目的使用所獲取的地圖數據，且不得侵犯地圖服務提供商與獲許可的地圖數據相關的任何權利。
- *期限*。我們通常與地圖服務提供商訂立為期一年的許可協議。我們一般於原協議屆滿前通過簽署補充協議或新的許可協議來重續該等許可協議。

---

## 業 務

---

- 終止。許可協議可於雙方書面協定後終止。倘我們出現重大違約，地圖服務提供商可單方面終止許可協議。

### 主要客戶與供應商重疊

於往績記錄期，我們的主要供應商之一的供應商C（其應用程序擁有廣告庫存的小型應用程序開發商）亦為我們的客戶。於2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們向供應商C採購廣告庫存，補充我們於車來了的自有廣告庫存，以更好地滿足我們品牌廣告主的需求。同年，我們亦為供應商C提供廣告運營服務，以協助供應商C制定適當的廣告戰略並有效管理其廣告庫存。根據灼識諮詢的資料，在移動廣告行業，媒體發佈商向其他媒體發佈商採購額外廣告庫存並為該等其他媒體發佈商提供廣告運營服務的情況乃屬常見。

於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們來自供應商C的收入分別為零、人民幣0.8百萬元、人民幣0.2百萬元及零，分別佔同期我們總收入的零、0.6%、0.1%及零。於相同期間，我們向供應商C的採購額分別為零、人民幣1.3百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣0.1百萬元，分別佔同期我們總採購額的零、2.4%、2.7%及0.6%。

於往績記錄期，我們的主要供應商之一，供應商E（中國領先的信息及電信解決方案供應商）亦為我們的客戶。我們向供應商E購買廣告及推廣服務，而供應商E亦是我們的品牌廣告商之一。於2021年、2022年及2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們自供應商E產生的收入分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.1百萬元、人民幣0.7百萬元及人民幣2.9百萬元。同期，我們向供應商E的採購額分別為人民幣2.9百萬元、人民幣3.6百萬元、人民幣1.7百萬元及零。

據董事所知，於往績記錄期，我們的五大供應商與客戶之間或我們的五大客戶與供應商之間並無其他重疊情況。董事確認，與重疊客戶及供應商的所有交易均於日常業務過程中進行，並基於正常商業條款公平磋商，而向該實體的銷售及採購既不相互關聯也不以彼此為條件。

### 季節性

我們的經營業績受季節性波動影響。例如，活躍用戶增長在學校假期（如暑假和寒假）趨於下降。我們的廣告客戶通常會在每年6月及11月中國主要電商平台發起的購物節期間增加其營銷投資並增加其廣告支出。迄今為止，季節性波動並未對我們構成

## 業 務

重大運營及財務挑戰，因為該等期間往往短暫且可預測，使我們能夠提前重新分配資源並提高效率。

### 僱員

我們認識到僱員的巨大價值，並認為他們對公司的持續成功至關重要。我們一直致力於通過提供培訓計劃、具競爭力的薪酬待遇及職業發展機會來吸引及留住頂尖人才。截至2024年6月30日，我們共有129名全職僱員，全部位於中國。下表載列截至2024年6月30日按職能分類的全職僱員人數。

職能	人數	百分比
研發 .....	47	36.4%
產品 .....	8	6.2%
營銷 .....	28	21.7%
運營 .....	23	17.8%
行政 .....	23	17.8%
<b>總計 .....</b>	<b>129</b>	<b>100.0%</b>

下表載列截至2024年6月30日按性別及年齡分類的全職僱員組成。

性別	人數	百分比
女性 .....	71	55.0%
男性 .....	58	45.0%
<b>總計 .....</b>	<b>129</b>	<b>100.0%</b>

年齡組別	人數	百分比
30歲或以下 .....	49	38.0%
31歲至50歲 .....	79	61.2%
50歲或以上 .....	1	0.8%
<b>總計 .....</b>	<b>129</b>	<b>100.0%</b>

---

## 業 務

---

### 招聘及培訓

我們主要通過員工推薦及在線渠道（包括我們的公司網站及社交網絡平台）招聘員工。我們進行嚴格的招聘面試。我們根據市場慣例與僱員訂立標準僱傭協議以及保密及不競爭協議。作為我們人力資源策略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪金及績效花紅。花紅一般為酌情支付，部分基於僱員表現及我們業務的整體表現。

根據相關法律法規，如《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》，我們已制定內部政策，以管理我們的招聘、僱用過程及僱員關係。於招聘過程中，我們嚴格審查所有候選人的年齡及背景，以避免任何違規事件發生，例如童工或強迫勞動。如果有任何潛在的違規風險，我們會立即進行進一步調查，並採取適當的預防措施。截至2024年6月30日，我們未發生任何童工或強迫勞動事件。

### 薪酬及福利

根據中國法律法規的要求，我們參與由市級及省級政府組織的各種員工社會保障計劃，其中包括通過中國政府規定的福利供款計劃參加的養老保險、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險及住房公積金計劃。根據中國法律，我們須按僱員薪金、花紅及若干津貼的特定百分比向僱員福利計劃作出供款，上限為當地政府不時規定的最高金額。此外，為了支持員工的健康和福祉，我們為員工提供各種福利和津貼，如體檢、團隊建設活動、技術津貼，以及節日、生日和其他特別禮品。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們一直為我們的僱員作出全額住房公積金供款。然而，我們並無根據適用中國法律規定為部分僱員作出全額社會保險供款，主要是因為(i)不同地方政府部門之間的相關中國法律法規的實施及詮釋存在差異，我們的負責人員因對相關法律法規缺乏全面的了解，難以嚴格遵守；(ii)若干僱員不願全數繳付社會保險，乃由於該等僱員須作出額外繳款。

誠如我們的中國法律顧問所告知，根據相關的中國法律法規，對於我們未在規定期限內足額繳納的社會保險基金繳款，中國有關部門可以要求我們在規定期限內繳納欠繳的社會保險供款，並可能就每延遲一天被徵收相當於欠繳供款金額0.05%的滯納金。於2021年、2022年及2023年及截至2024年6月30日止六個月，社會保險繳款未繳總額分別為人民幣3.8百萬元、人民幣3.8百萬元、人民幣4.7百萬元及人民幣2.4百

---

## 業 務

---

萬元。逾期未補足欠繳社會保險供款的，可額外處以欠繳供款一倍以上三倍以下的罰款。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－與訴訟及合規有關的風險－未能按照中國法規的規定向各項僱員福利計劃作出足額繳納，我們可能會受到處罰」。

誠如董事所確認，於最後實際可行日期，相關監管機構並無就我們的社會保險供款採取任何行政行動或處罰，且我們並無因有關社會保險供款的安排而收到任何僱員的任何重大投訴。

我們承諾，一旦政府主管機關要求，我們將在切實可行的情況下儘快支付不足金額和逾期費用。此外，中華人民共和國人力資源和社會保障部於2018年9月21日印發《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》。該通知鼓勵公司減少社會保險供款以避免企業負擔過重，並禁止地方當局要求企業一次性繳足過往少繳或未繳的社會保險供款。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，倘(i)我們應相關政府部門的要求及時向社會保險作出供款，及(ii)中國現行法律法規及有關社會保險的政策執行及地方政府檢查的做法概無重大變動，在我們的僱員並無提出重大投訴下，我們的中國附屬公司因未能全額繳納社會保險供款而受到重大行政處罰的風險相對較低。

我們已採取以下整改措施，以防止日後發生此類不合規事宜：

- 我們一直積極與當地政府部門溝通，一旦接獲來自相關中國政府部門的通知，我們將在切實可行的情況下盡快支付社會保險供款不足金額和逾期費用。
- 我們正在與員工溝通，以尋求他們的理解與合作，以遵守適用的繳費基數。
- 我們已指定我們的人力資源部門定期審查及監督社會保險及住房公積金的申報及供款。

---

## 業 務

---

- 我們將定期諮詢我們的中國法律顧問，以獲取有關中國法律及法規（包括但不限於中國有關社會保險及住房公積金的法律法規）的意見，使我們緊跟相關監管發展。
- 我們已經並將繼續為相關僱員提供有關遵守有關社會保險及住房公積金的中國法律法規的培訓。

董事認為，經考慮：(i)據我們所知並根據本公司政府主管部門出具的書面確認，我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期並未因未能全額繳納社會保險費而受到任何行政處罰；(ii)於往績記錄期及直至最後實際可行日期，在社會保險方面，我們並不知悉任何針對我們提出的重大僱員投訴，亦未涉及與我們的僱員的任何重大勞資糾紛；(iii)我們承諾，一旦政府主管部門要求，我們將及時繳納欠繳款項及滯納金；及(iv)如上文所述，我們的中國法律顧問認為，因未有足額繳納社會保供款而遭受重大行政處罰的風險相對較低，有關不合規事宜不會對我們的業務機經營業績造成重大不利影響。因此，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無就該等不合規事宜作出任何撥備。然而，我們已考慮於管理基金時的有關違規。

### 多元化、平等及包容

我們相信，多元化（包括但不限於性別多元化）對我們在營商環境蓬勃發展至關重要。我們促進來自不同背景的員工之間的包容及平等，而不論（其中包括）年齡、性別、殘疾及公民身份。我們已建立一套透明且公平的招募、薪酬及晉升制度，禁止任何基於性別、國籍、民族、種族、殘疾、宗教信仰或婚姻狀況等因素的歧視或騷擾。我們致力於推動男女同工同酬，確保每位僱員均有平等的機會享受福利、參加培訓計劃及實現職業發展。我們定期召開全體員工大會，建立匿名電子郵件回饋機制，並鼓勵與人力資源部門溝通，尋求僱員的建議及見解，以提高決策的透明度及公平性。

### 內部政策

我們努力實現員工權益保護。為了明確人力資源的引進、開發、培養、培訓、考核、激勵、退出等管理要求和程序，我們的員工手冊詳細描述了我們的員工管理實踐

---

## 業 務

---

指引和實施。我們制定了一系列內部規章，以協助保護我們的員工權利，包括員工薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、溝通及舉報渠道以及員工績效獎懲。

### 與僱員的關係

我們相信，我們與僱員的工作關係良好。我們的僱員不會通過任何工會或集體談判協議來協商僱傭條款。我們根據適用法律、規則及法規處理勞資糾紛。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大勞資糾紛。

### 競爭

根據灼識諮詢的資料，按2023年收入計，我們是中國排名前20的時序數據服務提供商之一，以及按2023年時序數據服務收入計，我們在中國公交領域時序數據服務提供商中排名第三。根據灼識諮詢的資料，車來了是中國城市覆蓋範圍最大的實時公交信息平台，截至2023年12月31日，覆蓋264個城市。請參閱「行業概覽－中國時序數據服務市場的競爭格局－競爭格局」。

中國的時序數據服務行業競爭激烈，且隨著市場需求和用戶偏好的不斷變化而迅速變化。我們與各行業的其他時序數據服務提供商競爭，以吸引及留住用戶及客戶。我們的競爭對手可能以多種方式與我們競爭，包括提供精密產品、投資於創新技術開發、執行以品牌為中心的促銷活動及其他營銷計劃以及策劃對我們業務聯繫人的投資及收購。我們的競爭對手可能會設法提供優質的產品並在市場內獲得更高的市場認可度，這可能會分散我們平台的用戶流量或注意力。

部份地方交通機構（特別是在三線及以下城市的實體）已推出提供與車來了類似服務的實時公交車數據平台，而其他機構則可能在未來開發類似平台。該等自主開發平台旨在處理及利用公交車數據，以改善決策和運營效率。然而，根據灼識諮詢的資料，地方交通機構在使用自有平台時遇到若干問題，包括：

- *數據不精確及用戶體驗欠佳。*許多地方交通機構缺乏所需的數據清洗技術及數據質量管理系統，以在分析前消除原始數據不準確及不一致之處，導致預測和公交信息不可靠。
- *技術限制。*該等機構通常缺乏開發及維護能夠有效處理大量公交車數據的高性能技術基礎設施的專業知識及資源。

## 業 務

- *地理覆蓋範圍有限*。地方交通機構開發的平台大多是針對狹窄的用戶群而設計的，如不進行重大調整則無法輕易擴展至其他地區。

開發可靠的實時公交車數據平台需要大量投資以及運營、維護及升級方面的持續成本。因此，地方交通機構通常更傾向於與提供平台的專業服務提供商合作，例如可提供準確信息和卓越用戶體驗的車來了。我們相信，即使面對來自地方交通機構（特別是在三線及以下城市的機構）的競爭，我們仍能把握重大市場機遇並保持競爭優勢。

為保持行業競爭優勢，我們計劃持續提升技術能力、豐富產品組合、擴大銷售及營銷力度、擴大人才庫，以及尋求戰略聯盟及投資機遇。我們相信該等策略已擴大我們的用戶及客戶群並增強我們的市場競爭力。

## 物業

截至2024年6月30日，我們在中國有四項從第三方承租的租賃物業，總建築面積約為1,365.8平方米，用作辦公場所。租期一般介乎一年至五年。我們將考慮於租約屆滿時重續租約。根據上市規則第五章及《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表3第34(2)段的規定（該條規定我們須就土地或樓宇的所有權益提供估值報告），原因是截至2024年6月30日，我們所租賃或擁有的物業的賬面值均未達到我們綜合總資產的15%或以上。

截至最後實際可行日期，我們尚未向相關政府機構登記三份租賃協議。根據中國法律，所有租賃協議均須向相關房地產管理局登記。我們並無登記該等租賃協議，乃因登記程序需要業主合作。據我們的中國法律顧問告知，租賃協議的有效性及其可執行性不受未能向相關政府部門登記或備案租賃協議的影響。然而，相關政府部門可能就每項未登記租賃向我們處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。倘我們未能於相關政府部門規定的期間內完成行政備案且有關部門確定我們須就未能完成所有相關租賃協議的行政備案承擔責任，則最高罰款總額將為約人民幣30,000元。

## 業 務

截至最後實際可行日期，我們並未被任何中國政府部門責令登記任何租賃協議，且我們預期未能登記該等物業的租賃協議對我們的業務及經營業績影響不大。我們承諾在我們接獲相關政府部門的任何要求後，將全力配合並及時協助登記租賃協議。

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，我們的中國附屬公司因未完成租賃協議登記而受到重大行政處罰的風險相對較低。

## 保險

截至最後實際可行日期，我們持有與我們業務運營有關的各種保單。我們認為，我們所持有的保單的保障範圍就我們目前的業務經營而言屬足夠，且符合行業慣例。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與我們一般營運有關的風險－我們對潛在損失及索償的保險有限」。我們並無投購財產保險或業務中斷保險。我們亦無就合約安排相關風險持有保單。任何未投保的業務中斷、訴訟或自然災害，或對我們未投保的設備或設施造成重大損害，均可能對我們的經營業績造成重大不利影響。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無作出任何重大保險申索，亦無遭受任何重大保險申索。

## 牌照、許可證及批准

我們不時重續我們的許可證、許可證或批准以遵守相關法律及法規，且重續該等牌照、許可證或批准並無重大法律障礙。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已從相關政府部門取得在所有重大方面開展業務所需的所有牌照、許可證、批文及證書並符合其條件和規定，且該等牌照、許可證、批文及證書仍具十足效力，惟「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與訴訟及合規有關的風險－缺乏與我們業務相關的必要批文、牌照、許可證或備案，或未能維持、更新或遵守適用法律、法規及政策，均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響」所述的風險及不確定因素除外。

下表載列截至最後實際可行日期我們就我們經營取得的重要牌照、許可證及批准詳情：

牌照／許可證	持有牌照／ 許可證的實體	頒發機關	授予日期	屆滿日期
增值電信業務經營許可證 (提供網絡信息服務) . . . .	武漢元光	工信部	2024年3月8日	2029年3月8日

---

## 業 務

---

我們不時重續許可證、牌照及批准以符合相關法律及法規，截至最後實際可行日期，我們預計在重續該等牌照、許可證或批准時不會遇到任何重大法律障礙。

### 法律訴訟與合規

#### 法律訴訟

我們在日常業務過程中不時面臨法律訴訟、調查及索償。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與訴訟及合規有關的風險－在我們的日常業務過程中，我們、董事、高級管理層或僱員目前及日後可能面臨法律及行政訴訟。此外，針對我們的負面指控可能會在互聯網上發佈。倘該等訴訟的結果或網上公佈的資料對我們不利，則可能對我們的業務、經營業績、財務狀況、現金流量及前景產生重大不利影響」。

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並非任何重大法律、仲裁或行政訴訟的當事方，且我們並不知悉有任何未決或針對我們或我們的任何董事而可能會個別或共同對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響的法律、仲裁或行政訴訟。

#### 合規

我們須遵守中國監管機構頒佈的各項監管規定及指引。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無任何嚴重違反法律法規而在董事看來會個別或共同對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的行為。據我們有關中國法律的法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守相關法律及法規。

### 內部控制及風險管理

我們的董事負責制定內部控制措施並監督其實施，以及評估我們風險管理框架的有效性。我們任命了一名經驗豐富的專家，負責日常運營的內部控制及風險管理。於往績記錄期，我們的董事並無發現任何重大內部控制缺陷或失誤。董事認為，我們擁有足夠及有效的內部控制程序。

我們已聘請內部控制顧問以評估與業務流程相關的內部控制的有效性，確定改進領域，提出補救措施，並審查這些措施的實施情況。內部控制審查的範圍包括實體層面的控制、收入和應收款項、採購到付款、固定資產管理、庫務管理、人力資源、財

---

## 業 務

---

務報告、稅務管理、信息技術、知識產權管理、研發費用管理和保險。截至最後實際可行日期，我們的內部控制沒有重大未決事宜。

### 人力資源風險管理

我們已制定涵蓋人力資源管理各個方面的內部控制政策，包括招聘、培訓、職業道德及法律合規。我們的行業急需經驗豐富的員工，尤其是研發人員。主要人員離職可能會對我們產生不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與我們一般營運有關的風險－我們的成功依賴我們管理團隊與創始人的持續合作。倘失去管理團隊與創始人的服務，我們的業務或會遇上嚴重阻礙」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－與我們一般營運有關的風險－倘我們未能在控制勞工成本的同時聘用、留住及培訓合資格僱員或足夠勞動力，我們的業務可能會受到影響」。

我們的所有僱員已與我們訂立包含保密、知識產權及不競爭條款的僱傭協議。我們亦要求員工遵守更高的職業道德標準。我們為所有員工提供員工手冊，其中包括每位員工必須遵守的行為準則。

### 財務報告風險管理

我們已實施一系列財務報告風險管理會計政策，並建立了嚴格的內部報銷、財務報告管理及審批政策。具體而言，財務部門對發票、匯票、票據及其他財務文件實施特定審核及核實程序，以檢查我們收到及使用的原始文件是否真實。財務部門亦會檢查文件上顯示的金額及時間是否與相關合同一致。我們有嚴格的內部審批流程，幾乎所有審批事項均通過公司內部平台在線完成，可在高效運行的同時取得全流程監控的良好效果。

我們的財務部門由首席財務官領導。首席財務官擁有豐富的財務報告及內部監控經驗。財務部門的其他高級職員亦擁有財務及會計經驗。除彼等的專業知識外，我們繼續向我們的財務人員提供培訓，以確保嚴格遵守及有效實施財務報告及風險管理政策。

---

## 業 務

---

### 資金及投資風險管理

我們已就我們的投資制定內部控制政策，其旨在通過嚴格的法規及程序管理與外部投資相關的風險。該政策確保我們取得合理的投資回報並提高我們的資產管理效率，同時符合股東的利益。我們擁有一支投資評估團隊，監督整個投資生命週期，自項目評估及投資前盡職調查至投資決策及退出策略。我們的投資決策以審慎、循序漸進的政策為指導，旨在將風險降至最低，包括但不限於(i)我們的投資評估團隊獲授權對潛在投資進行盡職審查，以評估風險並取得投資資料，為我們的決策提供堅實的基礎。必要時，可能會聘請外部第三方機構進行審計、法律審查或其他適用程序；(ii)完成所需的盡職審查後，我們的投資評估團隊可為目標投資編製全面的投資風險評估報告，提供投資的全景，涵蓋前景、競爭分析、技術可行性、監管合規、盈利能力及永續性；及(iii)盡職調查報告、投資風險評估報告等與投資標的有關的所有資料應提交予負責投資的主管人員，彼等將根據可獲得的資料共同審閱及決策，並向董事會報告結果。我們認為，透過遵守該等穩健的內部程序，我們可作出明智且審慎的投資決策，進而實現資金及風險管理的平衡。

### 信息技術風險管理

我們對業務運營中的數據進行多重備份，如果發生事故導致系統崩潰或數據丟失，我們可以及時恢復原始數據。未來，我們將繼續為研發團隊儲備人才，探索新的技術方向，並加強信息系統和數據使用的安全性和合規性。此外，我們還制定了《信息安全手冊》，對網絡安全、數據安全及個人信息保護等方面作出詳細規定及操作指引。

### 法律合規及知識產權風險管理

我們的運營風險管理涉及遵守中國法律法規，特別是有關信息服務業以及保護知識產權和避免侵犯第三方知識產權的責任的法律法規。我們擁有一支由經驗豐富的頂尖法律專業人士組成的團隊，以確保我們的合規性並控制知識產權相關風險。我們的法律部門負責審批合同、監控中國法律法規的最新情況，並確保業務運營持續遵守相關法律法規。我們的法律部門亦協助確保我們及時向相關部門進行商標、版權及專利註冊的所有必要申請或備案。