

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故並無載列所有可能對閣下而言屬重要的資料。此外，任何投資均涉及風險。投資股份的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資股份前應細閱整份文件。

概覽

關於我們

按2021年及截至2022年6月30日止六個月的平均月活躍用戶和線上招聘收入計，我們是中國最大的線上招聘平台。按截至2022年6月30日止六個月的線上招聘收入計，我們於線上招聘行業的市場份額為6.1%，為線上招聘平台中最高。按2021年及截至2022年6月30日止六個月的招聘收入計，我們也是中國招聘市場第二大市場參與者，於同期的市場份額分別為2.1%及2.3%。我們開創「直聘模式」，基於移動原生平台，以創新的方式將雙向溝通及雙邊推薦融入線上招聘流程，以還原真實招聘場景的精髓。我們是中國線上招聘行業中首家採用直聘模式的企業。我們創新業務模式的開發於創立時即與其他現有模式具備根本性的不同，自此改變了中國線上招聘行業及用戶行為。

憑藉我們商業模式和技術創新的實力，我們高效連接求職者與企業端用戶，並重塑兩者之間的交互方式，大大提高了其求職和招聘效率，從而促成了我們成功的業務規模和增長。截至2022年6月30日止六個月，我們的平均月活躍用戶達25.9百萬。截至2022年6月30日，我們的認證求職者、認證企業端用戶及認證企業分別達100.8百萬、17.2百萬及8.9百萬。截至2022年6月30日止十二個月，我們的付費企業客戶達3.8百萬。截至2022年6月30日止六個月，我們的平台每月分別平均生成30億條聊天消息數。

我們還實現了對白領和金領用戶、藍領用戶和學生用戶全覆蓋，並服務於規模、行業、地域各異的招聘者。截至2022年6月30日，白領和金領用戶、藍領用戶和學生用戶佔我們求職者用戶群的百分比分別達到54.5%、29.3%及16.2%。我們的服務覆蓋所有2021年《財富》中國500強企業。截至2022年6月30日，在我們服務的認證企業總數中，84.6%的企業的員工人數低於100人。

我們行業所面臨的痛點

於2021年至2026年間，招聘服務市場是中國人力資源服務市場增長最快的部分，複合年增長率為18.7%。隨著越來越多求職者及招聘者開始線上求職及招聘，預計中國線上招聘市場按收入計的規模將從2021年的人民幣714億元增至2026年的人民幣2,508億元，2021年至2026年間的複合年增長率為28.6%。中國招聘市場的市場參與者主要包括線上招聘平台、線上信息分類網站、招聘機構提供的線上端口及傳統招聘機構，如獵頭公司及招聘流程外包機構。

中國線上招聘行業一直以來存在兩個痛點：求職者難以找到合適的工作職位，招聘者難以找到合適的職位候選人。求職者和招聘者均渴望建立一個更為高效的新平台。

以下傳統行業參與者的三大共性導致了以上痛點。

- **以簡歷為中心**。除簡歷投遞和下載以外，以簡歷為中心的傳統模式提供的功能有限。信息的流動是單向的，僅從求職者流向招聘者，求職者遞交幾頁固定格式的簡歷，往往許久之後才能收到回覆（如有）。
- **搜索為主**。搜索模式下會將流量不均勻地集中於擁有一流履歷的頭部候選人和財力雄厚的公司，而將絕大多數中長尾求職者和擁有大量未滿足需求的中小企業拋之於後。這導致傳統線上招聘平台無法開拓藍領招聘市場，及服務傳統模式下得不到充分服務的中小企業招聘者。
- **用戶覆蓋有限**。由於傳統模式無法提供定制化及準確的推薦，其能服務的用戶範圍被限制了，只能專注於服務其中一小部分的用戶。

深知行業痛點及其根源，我們的創始人於八年前着手創建顛覆性的移動原生產品「BOSS直聘」，以溝通為導向，提供基於信息流的推薦並吸引全類型的用戶。我們的創新商業模式已證明為效率更高、效果更佳，並為求職者及企業帶來更好的結果，繼而帶來我們的快速增長及行業領先地位。

我們的平台

我們主要通過高度互動的BOSS直聘移動應用程序，以高效、無縫的方式連接求職者與企業端用戶，該應用程序是一個移動原生線上招聘平台，促進企業端用戶與求職者之間的即時直聊，提供精準的匹配結果，並由專有算法和大數據洞察所驅動。我們不懈致力於在整個招聘流程為用戶提供高效、易用和便捷的用戶體驗。

我們的平台參與者

求職者：我們擁有龐大且快速增長的人才池，包括白領用戶和金領用戶、藍領用戶和學生用戶。

企業端用戶：我們構建了一個覆蓋小型、中型及大型企業、跨行業、跨地域的龐大招聘者網絡。我們平台的企業端用戶包括Bosses和專業招聘者（同一個招聘企業可以有一個或以上企業端用戶，每人均可向我們註冊一個賬戶）。

Bosses：Bosses是指大型企業和中小企業的高管或中層管理人員，以及微型企業企業主，他們作為招聘的關鍵決策者，可以更好地評估候選人的能力，包括其軟實力和與公司的文化契合度，並可以更高效地為其企業識別最優秀的人才。自我們成立以來，我們便讓Bosses參與到平台。我們的創新模式促進了求職

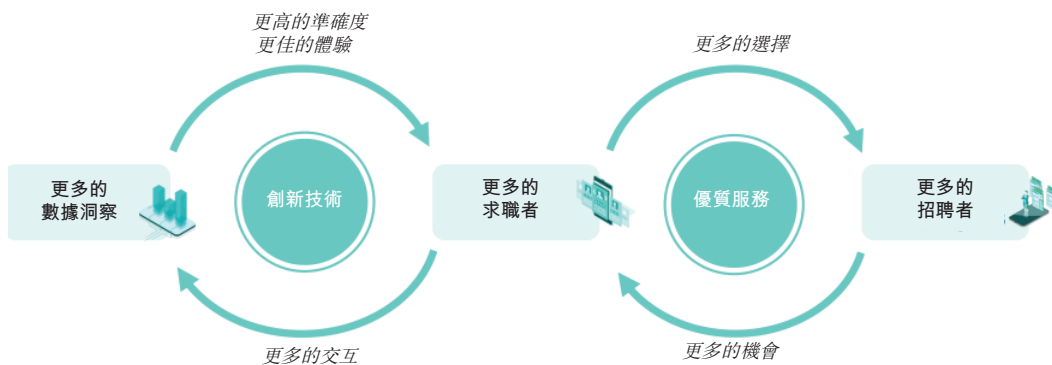
概 要

者與Bosses之間的直接交互，滿足Bosses希望能在早期階段直接參與招聘流程的需求，同時幫助我們平台積累大量的Bosses用戶。截至2022年6月30日，我們的認證企業端用戶中65.7%為Bosses。

專業招聘者：我們還為專業招聘者提供服務，包括招聘企業的人力資源部門的高級職員和招聘專員、獵頭和人力資源機構的招聘人員。



我們創新的商業模式及強大的技術發揮顯著的網絡效應。隨著我們將更多求職者帶到我們的平台，我們從由直聘模式促成的海量的用戶交互中收集更多具有意義的用戶數據。在我們強大推薦系統的支持下，我們對工作和用戶偏好的數據洞察轉化為更準確的人崗匹配結果以及更佳用戶體驗，從而吸引更多求職者。更多招聘者亦加入我們的平台，觸達我們龐大而多元化的求職者群體，為我們的求職者帶來更多就業機會。以上共同構建了一個雙邊網絡，繼續推動我們的發展及成功。



我們的服務

我們的服務旨在提高求職和招聘效率，從而提升用戶體驗。

- **企業端用戶。**我們提供直聘服務，讓企業端用戶能夠發佈職位、接收個性化的候選人推薦、直接與求職者溝通並在雙方同意的情況下接收簡歷。我們還提供日益豐富的增值道具，以進一步提高招聘效率。

- **求職者**。我們提供求職服務讓求職者接收職位推薦、開啟直聊及在雙方同意的情況下投遞簡歷。我們還提供增值道具，幫助其做好求職準備。

我們的運營及財務概況

我們為企業端用戶和求職者提供服務，以提高招聘和求職效率，而我們的大部分收入來自向企業端用戶提供的付費服務。對於企業端用戶，我們提供免費或付費直聘服務，讓他們可以發佈職位並與求職者溝通，並輔以付費增值道具，以進一步提高其招聘效率。對於求職者，我們提供免費求職服務，讓他們與招聘者溝通，也提供付費增值道具幫助求職者做好求職準備，並評估他們的候選資格。有關我們平台變現的更多詳情，請參閱「業務－我們的變現模式」。有關我們的關鍵運營及財務業績概要，請參閱「業務－我們的運營及財務概況」。

優勢

我們相信以下優勢促成了我們的成功。

- 中國最大的線上招聘平台，實現用戶全覆蓋及具有強大的網絡效應
- 創新業務模式提升招聘效率，並推動其飛速擴展
- 優質用戶體驗，帶來用戶忠誠度和品牌認知度
- 行業領先的技術，實現精準推薦
- 多維度的市場銷售策略，能滿足用戶多元化需求
- 具有深厚行業經驗的高瞻遠矚的管理團隊

戰略

我們尋求通過技術和創新，連接並賦能求職者及企業端用戶。我們計劃專注於以下關鍵增長戰略，借此吸引求職者及企業端用戶等更多的用戶到訪我們的平台，進一步提升用戶體驗，並提高品牌價值。

- 進一步擴大我們在不同用戶群體、行業和地區的影響力
- 擴大我們的服務範圍，提供更多服務
- 構建人力資源服務生態系統，滿足個人和企業端用戶的多元需求
- 繼續投資於技術創新並深化數據洞察
- 進一步加強數據和基礎設施安全

競爭格局

中國的招聘及線上招聘市場仍然分散。中國招聘市場的市場參與者主要包括線上招聘平台、線上信息分類網站及招聘機構。於2021年及截至2022年6月30日止六個月，前五大公司分別佔中國招聘市場的市場份額合共約8.6%及9.0%。按2021年及截至2022年6月30日止六個月的招聘收入計，我們是中國招聘市場第二大市場參與者，市場份額分別為2.1%及2.3%。中國線上招聘市場的市場參與者主要包括線上招聘平台、線上信息分類網站及招聘機構提供的線上端口。於2021年及截至2022年6月30日止六個月，前四大線上招聘平台分別佔中國線上招聘市場的市場份額合共約15.9%及15.7%。按2021年及截至2022年6月30日止六個月的平均月活躍用戶及線上招聘收入計，我們是中國最大的線上招聘平台，按線上招聘收入計的市場份額分別為5.9%及6.1%。更多詳情，請參閱「行業概覽－線上招聘市場的競爭格局」及「行業概覽－招聘市場的競爭格局」。

客戶及供應商

我們的客戶主要為企業端用戶，我們通過向其提供線上招聘服務（主要以定制訂閱套餐和可按需購買的線上招聘道具的形式）產生大部分收入。截至2019年、2020年、2021年12月31日止以及截至2022年6月30日止六個月各年度／期間，我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶分別佔我們總收入約0.4%、0.4%、0.3%及0.3%。截至2019年、2020年、2021年12月31日止以及截至2022年6月30日止六個月各年度／期間，我們的前五大客戶合共分別佔我們總收入約1.5%、1.3%、1.2%及0.9%。

我們的供應商主要包括提供硬件產品或軟件服務的科技公司，以及廣告及營銷服務提供商。截至2019年、2020年、2021年12月31日止以及截至2022年6月30日止六個月各年度／期間，我們分別錄得總購買額人民幣812.2百萬元、人民幣13億元、人民幣18億元及人民幣911.3百萬元。截至2019年、2020年、2021年12月31日止以及截至2022年6月30日止六個月各年度／期間，我們於往績記錄期間各年度／期間最大的供應商分別佔我們來自供應商的總購買額約12.8%、8.4%、10.9%及10.1%。截至2019年、2020年、2021年12月31日止以及截至2022年6月30日止六個月各年度／期間，我們前五大供應商合共分別佔我們來自供應商的總購買額分別約38.0%、37.6%、37.0%及40.1%。

概 要

若干營運及財務數據

截至以下日期止三個月

	2019年 3月31日	2019年 6月30日	2019年 9月30日	2019年 12月31日	2020年 3月31日	2020年 6月30日	2020年 9月30日	2020年 12月31日	2021年 3月31日	2021年 6月30日	2021年 9月30日	2021年 12月31日	2022年 3月31日	2022年 6月30日	2022年 9月30日
平均月活躍用戶 (以百萬計) ⁽¹⁾	8.1	11.0	13.2	13.5	14.5	21.0	22.4	21.4	24.9	30.4	28.8	24.4	25.2	26.5	32.4
平均日活躍用戶/ 平均月活躍用戶	26.7%	27.8%	26.4%	24.8%	23.1%	27.4%	27.6%	26.3%	25.5%	26.9%	27.5%	26.5%	27.2%	28.7%	27.6%
單個月活躍用戶 平均單月收入 (人民幣元)	6.8	7.3	7.3	7.5	6.5	6.8	8.8	10.0	10.6	12.8	14.0	14.9	15.1	14.0	12.1

截至以下日期止連續十二個月期間

	2019年 12月31日	2020年 3月31日	2020年 6月30日	2020年 9月30日	2020年 12月31日	2021年 3月31日	2021年 6月30日	2021年 9月30日	2021年 12月31日	2022年 3月31日	2022年 6月30日	2022年 9月30日	
付費企業客戶數目(以百萬計) ⁽²⁾		1.2	1.3	1.5	1.9	2.2	2.9	3.6	4.0	4.0	4.1	3.8	3.7
付費企業客戶ARPU ⁽³⁾ (人民幣千元)		0.8	0.8	0.9	0.8	0.9	0.8	0.9	0.9	1.1	1.1	1.2	1.2
KA客戶數目		970	1,123	1,272	1,518	1,871	2,332	3,173	3,995	4,778	5,498	5,805	5,947
KA客戶ARPU(人民幣千元) ⁽²⁾		161	164	169	172	177	184	187	193	194	191	184	176

截至12月31日

截至6月30日

截至9月30日

	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年	2021年	2022年
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

(以百萬計，百分比除外)

認證求職者數	44.8	76.7	97.9	95.8	100.8	97.1	113.2
白領及金領人數	30.7	43.4	52.8	51.0	54.9	51.9	60.3
白領及金領所佔百分比	68.6%	56.6%	53.9%	53.2%	54.5%	53.4%	53.3%
藍領人數	10.7	21.3	28.5	27.7	29.5	28.2	33.4
藍領所佔百分比	23.9%	27.8%	29.1%	28.9%	29.3%	29.0%	29.5%
學生用戶人數	3.4	12.0	16.7	17.1	16.3	17.1	19.5
學生用戶所佔百分比	7.5%	15.6%	17.1%	17.8%	16.2%	17.6%	17.2%

概 要

	截至12月31日			截至6月30日		截至9月30日	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年	2021年	2022年
	(以百萬計，百分比除外)						
認證企業端用戶數	6.5	11.4	16.2	14.9	17.2	15.7	18.4
Bosses人數	4.4	7.4	10.7	9.8	11.3	10.4	12.1
Bosses所佔百分比	67.7%	65.2%	66.0%	65.8%	65.7%	66.1%	65.9%
專業招聘者人數	2.1	4.0	5.5	5.1	5.9	5.3	6.3
專業招聘者所佔百分比	32.3%	34.8%	34.0%	34.2%	34.3%	33.9%	34.1%
認證企業數	3.2	5.5	8.1	7.2	8.9	7.7	9.6
中小企業(僱員數 少於100人)數	2.5	4.5	6.8	6.0	7.5	6.5	8.2
中小企業(僱員數少於 100人)所佔百分比	78.2%	81.7%	84.1%	83.6%	84.6%	83.9%	85.2%

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月		截至9月30日 止九個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年	2021年	2022年
	(以百萬計，百分比除外)						
新認證求職者	24.3	32.0	22.5	19.1	2.9	21.3	15.8
新認證企業端用戶	3.1	5.0	4.8	3.4	1.0	4.3	2.2
新認證企業	1.5	2.3	2.6	1.7	0.8	2.1	1.5
平均月活躍求職者 ⁽⁴⁾	10.1	17.6	23.7	24.1	23.1	24.5	25.2
平均月活躍企業端用戶 ⁽⁵⁾	1.6	2.8	4.3	4.4	3.7	4.5	3.8
平均月活躍企業 ⁽⁶⁾	1.0	1.8	2.8	2.8	2.5	2.9	2.6
360日平均活躍用戶留存率 ⁽⁷⁾	19%	20%	20%	20%	22%	20%	22%
有效轉化率 ⁽⁸⁾	43%	43%	43%	42%	40%	42%	39%
平均非期望轉化率 ⁽⁹⁾	57%	67%	68%	67%	69%	67%	70%

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止十二個月		截至9月30日 止十二個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年	2021年	2022年
續約率⁽¹⁰⁾							
– KA客戶	95%	92%	94%	92%	96%	93%	96%
– 中型客戶	75%	77%	77%	76%	82%	76%	81%
– 小型客戶	44%	44%	51%	52%	50%	54%	45%
全體客戶	45%	45%	52%	52%	51%	54%	46%
流失率⁽¹¹⁾							
– KA客戶	5%	8%	6%	8%	4%	7%	4%
– 中型客戶	25%	23%	23%	24%	18%	24%	19%
– 小型客戶	56%	56%	49%	48%	50%	46%	55%
全體客戶	55%	55%	48%	48%	49%	46%	54%

附註：

- (1) 由於暫停新用戶註冊，故平均月活躍用戶數目自2021年第二季度後下跌。
- (2) 付費企業客戶數目及KA客戶ARPU於截至2022年6月30日止十二個月有所下跌是由於(i)暫停新用戶註冊及(ii)COVID-19疫情對企業客戶的招聘需求及其招聘相關預算的影響。
- (3) 每付費用戶平均收入。
- (4) 指定期間每月的月活躍求職者總和除以指定期間的月份數目。
- (5) 指定期間每月的月活躍企業端用戶總和除以指定期間的月份數目。
- (6) 指定期間每月的月活躍企業總和除以指定期間的月份數目。
- (7) 於指定日期登錄BOSS直聘平台（移動應用程序、PC或小程序）且自指定日期起計第360天登錄BOSS直聘平台的用戶的百分比。
- (8) 企業端用戶於推薦列表中瀏覽求職者的微簡歷後選擇進行直接聊天的候選人百分比。截至2022年6月30日止六個月的有效轉化率輕微下降，主要是由於暫停新用戶註冊，而新企業端用戶的招聘需求一般較高，並於瀏覽求職者的微簡歷後較傾向與其互動。
- (9) 根據職位推薦完成簡歷或聯絡信息交換的用戶百分比，不含自行填寫了職位發展目標的部分。該指標展示我們辨別潛在用戶偏好或需求的能力，從而改善他們整體求職及招聘效率。例如，如果系統通過求職者的行為特徵確認的潛在偏好來識別合適的人選，則將「數據工程師」作為目標職位的求職者可能會收到「數據挖掘」職位推薦。
- (10) 續約率指在前十二個月為公司貢獻收入的企業端客戶於當前十二個月為公司貢獻收入的佔比。
- (11) 流失率指在前十二個月為公司貢獻收入的企業端客戶於當前十二個月未為公司貢獻收入的佔比。

概 要

下表載列按客戶賬戶類別劃分來自企業客戶的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月				截至9月30日止九個月			
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		2021年		2022年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
							(未經審計)				(未經審計)			
							(以千元計，百分比除外)							
對企業客戶 的線上招聘服務														
— KA客戶	155,819	15.8	330,795	17.2	928,360	22.0	362,763	18.7	517,925	23.3	643,114	20.5	775,037	22.9
— 中型客戶	363,282	36.8	696,325	36.1	1,513,506	35.9	633,685	32.7	910,848	40.9	1,080,514	34.4	1,375,551	40.6
— 小型客戶	467,758	47.4	900,058	46.7	1,777,160	42.1	943,471	48.6	798,411	35.8	1,413,426	45.1	1,241,060	36.5
總計	<u>986,859</u>	<u>100.0</u>	<u>1,927,178</u>	<u>100.0</u>	<u>4,219,026</u>	<u>100.0</u>	<u>1,939,919</u>	<u>100.0</u>	<u>2,227,184</u>	<u>100.0</u>	<u>3,137,054</u>	<u>100.0</u>	<u>3,391,648</u>	<u>100.0</u>

下表載列按服務類別劃分來自企業客戶的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月				截至9月30日止九個月			
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		2021年		2022年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
							(未經審計)				(未經審計)			
							(以千元計，百分比除外)							
對企業客戶 的線上招聘服務														
— 付費職位發佈	626,837	63.5	1,283,317	66.6	2,995,806	71.0	1,320,085	68.0	1,630,674	73.2	2,172,590	69.3	2,481,781	73.2
— 增值道具	360,022	36.5	643,861	33.4	1,223,220	29.0	619,834	32.0	596,510	26.8	964,464	30.7	909,867	26.8
總計	<u>986,859</u>	<u>100.0</u>	<u>1,927,178</u>	<u>100.0</u>	<u>4,219,026</u>	<u>100.0</u>	<u>1,939,919</u>	<u>100.0</u>	<u>2,227,184</u>	<u>100.0</u>	<u>3,137,054</u>	<u>100.0</u>	<u>3,391,648</u>	<u>100.0</u>

下表載列按購買方式劃分來自企業客戶的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月				截至9月30日止九個月			
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		2021年		2022年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
							(未經審計)				(未經審計)			
							(以千元計，百分比除外)							
對企業客戶 的線上招聘服務														
— 訂閱套餐	627,404	62.8	1,256,532	64.6	2,772,587	65.1	1,210,551	61.9	1,626,991	72.3	1,995,076	63.0	2,444,729	71.3
— 單獨購買	359,455	36.0	670,646	34.5	1,446,439	34.0	729,368	37.2	600,193	26.7	1,141,978	36.0	946,919	27.6
小計	<u>986,859</u>	<u>98.8</u>	<u>1,927,178</u>	<u>99.1</u>	<u>4,219,026</u>	<u>99.1</u>	<u>1,939,919</u>	<u>99.1</u>	<u>2,227,184</u>	<u>99.0</u>	<u>3,137,054</u>	<u>99.0</u>	<u>3,391,648</u>	<u>98.9</u>
其他														
— 訂閱套餐	5,084	0.5	10,015	0.5	22,738	0.5	10,263	0.5	16,473	0.7	16,867	0.5	26,667	0.8
— 單獨購買	6,777	0.7	7,166	0.4	17,364	0.4	6,535	0.4	6,567	0.3	14,557	0.5	10,472	0.3
小計	<u>11,861</u>	<u>1.2</u>	<u>17,181</u>	<u>0.9</u>	<u>40,102</u>	<u>0.9</u>	<u>16,798</u>	<u>0.9</u>	<u>23,040</u>	<u>1.0</u>	<u>31,424</u>	<u>1.0</u>	<u>37,139</u>	<u>1.1</u>
總收入	<u>998,720</u>	<u>100.0</u>	<u>1,944,359</u>	<u>100.0</u>	<u>4,259,128</u>	<u>100.0</u>	<u>1,956,717</u>	<u>100.0</u>	<u>2,250,224</u>	<u>100.0</u>	<u>3,168,478</u>	<u>100.0</u>	<u>3,428,787</u>	<u>100.0</u>

同股不同權架構及我們的控股股東

我們已採取一套能夠改善中國線上招聘市場求職及用人效率的創新直聘業務模式。本公司採納同股不同權架構。根據目前同股不同權架構，就所有需由股東投票表決的事宜，每股A類普通股賦予持有人一票表決權，每股B類普通股賦予持有人十五票表決權。我們已於2022年12月14日召開股東週年大會，以批准修訂及重述我們的組織章程大綱和細則的建議，使經修訂章程符合上市規則的相關規定。上述修訂後，每股B類普通股的持有人有權對所有須由股東投票表決的事項（保留事項除外）行使十票表決權，於緊隨上市後生效。緊隨介紹完成後，同股不同權受益人將為趙鵬先生，其將實益擁有合共140,830,401股B類普通股，即(i)本公司與保留事項以外的事項有關的股東決議案的表決權約66.1%；及(ii)與保留事項有關的股東決議案的表決權約16.3%。趙先生及持有趙先生權益的持股工具實體以及擁有趙先生於本公司權益的中介公司（即TECHWOLF LIMITED）為本公司上市後的一組控股股東。進一步詳情，請參閱「股本－同股不同權架構」及「與控股股東的關係」。

趙先生是本集團成功的關鍵人物，並於戰略、技術及經營方面對我們做出重大貢獻。趙先生自我們成立起便主要負責確立及發展我們的願景、戰略及文化，趙先生引領我們原則及發展的所有層面，一直以來（並將持續）對我們的日常營運產生重要影響。趙先生公認為中國人力資源及互聯網行業的領軍人物，於互聯網行業擁有逾17年經驗並於人力資源服務方面擁有逾23年經驗。自我們發展首日起，趙先生已將我們塑造為一家技術驅動型公司。在我們的技術開發過程中，趙先生對關鍵決策作出重要決定，對重要技術基礎設施的設計提供富有遠見的指引，並密切參與及支持核心技術發展。趙先生在引領戰略方面展現了遠見卓識及領導才能。彼制定策略以維持及擴大我們的用戶群、促進平台參與者之間更投入參與、投資技術及數據能力、提升其品牌價值並增強其變現能力，同時亦切身參與我們的日常運營。所有核心業務線均直接向其匯報。彼已帶領我們從一家初創公司有機成長為行業領導者。憑藉其洞察力及遠見卓識，趙先生具有吸引人才加入本集團的魅力，使其得以組成一支具有堅實技術背景且富有遠見的管理團隊。

有意投資者務請留意投資具有同股不同權架構公司的潛在風險，特別是同股不同權受益人的利益未必總與股東整體利益一致，同股不同權受益人將可行使其重大影響力，影響本公司事務及股東決議案的結果。由於我們尋求以同股不同權架構的發行人雙重主要上市，因此我們須遵守上市規則項下的若干股東保障措施和管治保障。我們符合該等規定的經修訂細則將於上市後生效。

風險因素

我們的營運及上市涉及載於「風險因素」一節的若干風險及不確定性。閣下於決定投資我們的A類股份前，應細閱全節。我們面臨的部分重大風險包括：

與我們的業務及行業有關的風險

- 倘我們不能實施新技術、開發及提供創新功能及服務、應對不斷變化的用戶偏好、提升線上招聘平台的用戶友善度、或優化我們的技術系統，我們未必能改善客戶體驗；
- 我們的業務取決於我們品牌的持續成功，倘我們不能以成本效益的方式維持及提升我們的品牌認知度或我們的品牌認知度受到有關我們或我們的董事、管理層、股東或業務合作夥伴的任何負面報道的不利影響，我們的聲譽及經營業績可能受到損害；
- 我們在中國不斷變化的線上招聘服務市場上面臨激烈的競爭，來自其他行業的成熟參與者的潛在進入市場的可能使競爭更加激烈；
- 我們的經營歷史有限，於2019年、2020年及2021年產生淨虧損，我們日後未必能維持及管理我們的增長、控制我們的成本及費用、實施我們的業務戰略或實現盈利。我們可能推出的任何新產品或服務及我們可能進軍的任何新市場領域將面臨額外風險；
- 中國或全球經濟放緩或不利發展可能降低我們現有及潛在企業端用戶的招聘意願及招聘預算、並對我們服務的需求及我們的業務整體產生不利影響；
- 倘我們的求職者或招聘者資料已過時、不準確、含欺詐成分或缺乏可信度，我們可能無法有效地為用戶創造價值，這可能對我們的聲譽及業務前景造成重大不利影響。

與在中國經營業務有關的風險

- 中國經濟、政治或社會狀況或政府政策的變化，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響；及
- 倘PCAOB無法對位於中國的審計師進行審查或全面調查，則我們的美國存託股或會根據《外國公司問責法案》(或HFCAA)被禁止在美國交易。於2022年5月，美國證監會最終將我們列為HFCAA項下經委員會識別的發行人。我們的美國存託股退市或其面臨退市威脅均可能會對閣下的投資價值造成重大不利影響。

更多詳情，請參閱本文件「風險因素」。

HFCAA

於2022年5月26日，在我們提交截至2021年12月31日止財政年度的20-F表格年度報告之後，美國證監會最終將看準科技有限公司列為HFCAA項下經委員會識別的發行人。根據HFCAA，倘PCAOB連續三年無法對總部位於中國且向PCAOB登記的註冊會計師事務所進行全面審查或調查，我們的證券將會被禁止在美國的國家證券交易所或在場外交易市場買賣，或倘頒佈擬修訂的法律，則無法全面審查或調查之期限為連續兩年。因此，納斯達克或會決定將我們的證券除牌。於2022年8月26日，PCAOB與中國證券監督管理委員會及中國財政部（規管中國審計公司審查及調查的中國機關）簽署審計監管合作協議，為PCAOB對總部位於中國內地及香港的註冊會計師事務所的審查及調查打開門路的第一步。於2022年12月15日，PCAOB宣佈其可獲全面准入以於2022年對總部位於中國內地及香港且向PCAOB登記的註冊會計師事務所進行審查或調查。PCAOB委員會撤銷了其先前於2021年關於PCAOB無法對總部位於中國內地及香港的註冊會計師事務所進行全面審查或調查的決定。因此，在提交截至2022年12月31日止財政年度的年度報告後，我們預期不會被認定為經委員會識別的發行人。然而，PCAOB是否將繼續能夠對總部位於中國內地及香港且向PCAOB登記的註冊會計師事務所成功進行審查存在不確定性，並取決於我們及我們審計師無法控制的多項因素。PCAOB繼續要求在中國大陸和香港全面准入，且已計劃在2023年初及以後恢復定期調查及繼續進行持續調查，並根據需要進行新的調查。PCAOB已表明，倘中國當局於未來任何時間點以任何方式阻礙或未能促進PCAOB的准入，則PCAOB將立即採取行動以考慮是否需要向HFCAA發出新決定。倘我們的股份及美國存託股於日後被禁止在美國進行交易，該禁令將嚴重損害我們的投資者依其意願出售或購買我們美國存託股的能力，而與退市相關的風險和不確定性將對我們的A類普通股或美國存託股的價格造成負面影響。更多詳情，請參閱「風險因素－與在中國經營業務有關的風險－PCAOB過往曾無法就我們的審計師對我們財務報表的審計工作進行審查，PCAOB無法審查我們的審計師剝奪了投資者從此類審查中獲益」及「風險因素－與在中國經營業務有關的風險－倘PCAOB無法對位於中國的審計師進行審查或全面調查，則我們的美國存託股或會根據《外國公司問責法案》（或HFCAA）被禁止在美國交易。我們的美國存託股退市或其面臨退市威脅均可能會對閣下的投資價值造成重大不利影響」。董事認為，HFCAA及潛在禁止在美國買賣對我們的業務運營、財務表現或上市並無重大不利影響，因為即使禁止買賣，我們的證券將繼續在香港聯交所買賣。

合約安排

本公司經營若干受目前中國法律法規限制的產業。為遵守該等法律同時利用國際資本市場，並對我們所有運營維持有效控制，我們以若干合約安排控制我們的合併聯屬實體。因此，我們於合併聯屬實體中並無直接擁有任何實體控制權。根據合約安排，我們有權獲得自我們的合併聯屬實體的運營中獲得所有經濟利益。進一步詳情，請參閱「合約安排」。進一步詳情，亦請參閱「風險因素－與我們的公司架構有關的風險」及「合約安排－與外商投資有關的中國法律的發展」。

概 要

歷史財務資料摘要

下表載列往績記錄期間及截至適用期間為止的合併財務資料摘要，乃摘取自載列於本文件附錄一的會計師報告。下文載列的合併財務資料摘要應與本文件的合併財務報表（包括相關附註）及「財務資料」一節一併閱讀，以確保其完整性。我們的合併財務報表根據美國公認會計準則編製。

合併經營業績摘要

下表載列所示期間以絕對金額及佔收入的百分比列示的合併損益表的主要項目：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年			
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	美元	%	人民幣	%	人民幣	美元	%
	(未經審計)											
	(以千元計，百分比除外)											
收入												
對企業客戶的線上												
招聘服務	986,859	98.8	1,927,178	99.1	4,219,026	629,884	99.1	1,939,919	99.1	2,227,184	332,510	99.0
其他	11,861	1.2	17,181	0.9	40,102	5,987	0.9	16,798	0.9	23,040	3,440	1.0
總收入	<u>998,720</u>	<u>100.0</u>	<u>1,944,359</u>	<u>100.0</u>	<u>4,259,128</u>	<u>635,871</u>	<u>100.0</u>	<u>1,956,717</u>	<u>100.0</u>	<u>2,250,224</u>	<u>335,950</u>	<u>100.0</u>
營業成本及費用												
營業成本	(137,812)	(13.8)	(240,211)	(12.4)	(554,648)	(82,807)	(13.0)	(250,029)	(12.8)	(351,578)	(52,489)	(15.6)
銷售及營銷費用	(916,832)	(91.8)	(1,347,532)	(69.3)	(1,942,670)	(290,033)	(45.6)	(1,152,780)	(58.9)	(921,900)	(137,636)	(41.0)
研發費用	(325,569)	(32.6)	(513,362)	(26.4)	(821,984)	(122,719)	(19.3)	(413,728)	(21.1)	(598,425)	(89,343)	(26.6)
一般及行政費用	(132,999)	(13.3)	(797,008)	(41.0)	(1,991,123)	(297,267)	(46.7)	(1,748,612)	(89.4)	(316,035)	(47,183)	(14.0)
總營業成本及費用	<u>(1,513,212)</u>	<u>(151.5)</u>	<u>(2,898,113)</u>	<u>(149.1)</u>	<u>(5,310,425)</u>	<u>(792,826)</u>	<u>(124.6)</u>	<u>(3,565,149)</u>	<u>(182.2)</u>	<u>(2,187,938)</u>	<u>(326,651)</u>	<u>(97.2)</u>
淨(虧損)/利潤	<u>(502,055)</u>	<u>(50.2)</u>	<u>(941,895)</u>	<u>(48.4)</u>	<u>(1,071,074)</u>	<u>(159,908)</u>	<u>(25.0)</u>	<u>(1,590,312)</u>	<u>(81.3)</u>	<u>80,321</u>	<u>11,991</u>	<u>3.6</u>

非公認會計準則財務計量

除了淨利潤／(虧損)外，我們也使用經調整淨利潤／(虧損)（非公認會計準則財務計量）來評估我們的業務。我們將經調整淨利潤／(虧損)（非公認會計準則財務計量）定義為不包括股權激勵費用的淨利潤／(虧損)。股權激勵費用屬非現金性質，不會導致現金流出，為保持一致，已於往績記錄期間作出調整。

因為此非公認會計準則財務計量有助於比較不同期間的經營表現，我們管理層將其作為評估經營表現的重要指標，因此我們將此項非公認會計準則財務計量納入本文件。故此，我們認為其為投資者及其他人士採用與我們的管理團隊及董事會相同的方式以了解及評估我們的經營業績提供了有用信息。我們對非公認會計準則財務計量的計算可能與同業公司所呈報類似名稱的非公認會計準則計量（如有）有別。考量該非公認會計準則財務計量不應獨立於或以其替代按照美國公認會計準則編製的財務資料。

概 要

截至2022年6月30日止六個月，我們產生淨利潤人民幣80.3百萬元（12.0百萬美元），而截至2021年6月30日止六個月則為淨虧損人民幣16億元。我們的總營業成本及費用由截至2021年6月30日止六個月的人民幣36億元減少至截至2022年6月30日止六個月的人民幣22億元（326.7百萬美元），主要歸因於銷售及營銷費用及一般及行政費用減少。於截至2022年6月30日止六個月的銷售及營銷費用減少主要歸因於考慮到暫停新用戶註冊，我們採取了減少廣告費用的營銷策略以提升營銷效率，導致廣告費用減少，部分由我們的銷售及營銷員工的工資及其他僱員相關費用增加所抵銷。於截至2022年6月30日止六個月的一般及行政費用減少主要歸因於2021年第二季度的一次性股權激勵費用人民幣15億元，部分由僱員人數增加的工資及其他僱員相關費用增加所抵銷。由於我們計劃繼續投資於廣告活動，包括贊助大型活動及購買線上流量，以進一步提升我們的長遠品牌關注度及促進用戶增長，我們預計2022年下半年的銷售及營銷費用將增加。然而我們相信銷售及廣告支出增加將不會威脅2022年及2023年錄得經調整淨利潤（非公認會計準則財務計量）的能力。

合併資產負債表概要

	截至12月31日				截至6月30日	
	2019年	2020年	2021年		2022年	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元	人民幣	美元
	(以千元計)					
流動資產總值	1,707,793	4,747,312	12,958,954	1,934,721	13,518,507	2,018,261
非流動資產總值	171,206	335,967	682,669	101,920	854,128	127,518
資產總值	1,878,999	5,083,279	13,641,623	2,036,641	14,372,635	2,145,779
流動負債總額	1,007,855	1,720,023	2,784,202	415,671	2,839,444	423,918
非流動負債總額	37,659	76,373	183,365	27,376	166,309	24,829
負債總額	1,045,514	1,796,396	2,967,567	443,047	3,005,753	448,747
夾層權益總額	2,494,421	5,587,000	-	-	-	-
股東（虧絀）／權益總額	(1,660,936)	(2,300,117)	10,674,056	1,593,594	11,366,882	1,697,032
負債、夾層權益及股東（虧絀）／權益總計	1,878,999	5,083,279	13,641,623	2,036,641	14,372,635	2,145,779
淨流動資產	699,938	3,027,289	10,174,752	1,519,050	10,679,063	1,594,343
淨資產	833,485	3,286,883	10,674,056	1,593,594	11,366,882	1,697,032

我們的淨資產由截至2019年12月31日的人民幣833.5百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣33億元，主要歸因於(i)發行F輪可轉換可贖回優先股人民幣28億元及(ii)於2020年確認股權激勵費用儲備人民幣657.2百萬元，包括向TECHWOLF LIMITED發行B類普通股，部分被於2020年確認淨虧損人民幣941.9百萬元及外幣折算調整產生的其他綜合虧損人民幣149.5百萬元所抵銷。截至2021年12月31日，我們的淨資產增至人民幣107億元，主要歸因於(i)我們在美國進行首次公開發售時發行人民幣64億元的A類普通股，及(ii)於2021年確認的股權激勵費用儲備人民幣19億元，包括向TECHWOLF LIMITED發行B類普通股，部分被於2021年確認淨虧損人民幣10.7億元所抵銷。我們的淨資產進一步增加至截至2022年6月30日的人民幣114億元，主要歸因於(i)淨利潤人民幣80.3百萬元、(ii)股權激勵費用儲備人民幣283.0百萬元，及(iii)於期內確認外幣折算調整產生的其他綜合收益人民幣539.0百萬元，部分被期內購回A類普通股人民幣268.0百萬元所抵銷。另請參閱附錄一會計師報告第I-9至I-13頁的合併股東（虧絀）／權益變動表。

概 要

我們於2019年的經營現金淨流出為人民幣105.7百萬元，主要由於同年產生淨虧損人民幣502.1百萬元，而於2020年、2021年及截至2022年6月30日止六個月的經營現金淨流入分別為人民幣395.9百萬元、人民幣16億元(245.1百萬美元)及人民幣480.9百萬元(71.8百萬美元)。更多詳情，請參閱「財務資料－流動資金及資本資源」。

主要財務比率

下表載列所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年
毛利率(%) ⁽¹⁾	86.2	87.6	87.0	87.2	84.4
淨(虧損)/利潤率(%) ⁽²⁾	(50.2)	(48.4)	(25.0)	(81.3)	3.6
經調整淨(虧損)/利潤率(非公認會計準則財務計量)(%) ⁽³⁾	(46.8)	(14.6)	20.0	6.1	16.1

附註：

- (1) 毛利率等於毛利(按總收入減營業成本計算)除以當期總收入。
- (2) 淨(虧損)/利潤率等於淨(虧損)/利潤除以當期總收入。
- (3) 經調整淨(虧損)/利潤率(非公認會計準則財務計量)等於經調整淨(虧損)/利潤(非公認會計準則財務計量)除以當期總收入。

美國公認會計準則與國際財務報告準則的對賬

我們的合併財務報表根據美國公認會計準則編製，該等原則在若干方面與國際財務報告準則不同。優先股、股份支付薪酬、經營租賃、上市費用及預期信用損失為五大對賬項目。更多詳情請參閱「財務資料－美國公認會計準則與國際財務報告準則的對賬」。

無重大不利變動

經審慎周詳考慮後，董事確認，直至最後實際可行日期，我們的財務或交易狀況或前景自2022年6月30日起並無任何重大不利變動，且自2022年6月30日起並無發生會對本文件附錄一會計師報告所列示的資料產生重大影響的事件。

COVID-19對我們營運的影響

持續的COVID-19疫情對中國及全球其他地方造成嚴重影響，並已造成隔離、旅遊限制、暫時性關閉辦公室及設施以及取消公共活動等後果。

近期，因出現COVID-19變種病毒，中國若干城市和省份(包括上海、北京、深圳、成都及鄭州等)再度爆發COVID-19疫情，令消費及服務延遲復甦。儘管COVID-19疫情加快了招聘流程線上化的趨勢，並提升線上招聘平台的市場滲透率，然而COVID-19疫情的影響亦降低了招聘者的招聘意願及其招聘相關預算，其綜合影響對我們的業務造成負面影響，特別是在受COVID-19疫情影響最嚴重的城市。例如，與2021年同期相比，我們於上海的經計算現金收款於2022年4月及2022年5月分別下降52.4%及59.2%。於2022年10月，與2021年同期相比，我們於鄭州的經計算現金收款

下降46.8%。此外，我們調整了營運時間並確立了居家工作安排。董事認為，直至最後實際可行日期的，近期再度爆發COVID-19疫情會對我們的業務及經營業績造成不利影響，但該等不利影響整體而言屬暫時性質，長遠而言不會對我們造成不利影響，此乃基於(i)儘管若干地區不時反覆出現零星爆發，但受COVID-19疫情不利影響的招聘需求在地區疫情得到控制在相對較短的時間內後迅速復甦；例如，與上海2022年4月和5月的經計算現金收款減少相比，上海的經計算現金收款在疫情再度爆發得到有效控制後迅速恢復；2022年8月的經計算現金收款僅比2021年同期減少6%，基本恢復至COVID-19疫情前水平，而2022年9月的經計算現金收款較2022年5月增加141%。同樣地，我們營運受負面影響的北京及鄭州的經計算現金收款在疫情影響受控後迅速恢復。因此，受COVID-19疫情爆發影響的地區的招聘需求所受到的負面影響預期僅會暫時影響我們在相關地區的業務。我們於2022年9月的經計算現金收款較2022年5月增加45.5%；(ii)我們的業務主要在線上運營，較為不受限制措施的直接影響；及(iii)我們已採取相對有效的加強衛生及預防性措施，以防止COVID-19於公司內及員工間感染及傳播並確保我們僱員的生產力不會受到重大影響，詳情請參閱「業務－COVID-19對我們營運的影響」。

COVID-19對我們客戶支付能力以及客戶對我們服務的需求所造成的可能的持續影響範圍仍不確定。此外，由於不同地區為遏制傳播而恢復的不同級別的暫時性限制及其他措施，我們於該等地區的營運可能會於該等限制性措施實施時受到影響。COVID-19的全球疫情持續發展，我們將持續密切觀察COVID-19的情況。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－COVID-19疫情持續可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響」。

近期發展

網絡安全審查

根據中華人民共和國國家互聯網信息辦公室(或國家網信辦)於2021年7月5日發佈有關網絡安全審查的公告，自該日起，「BOSS直聘」應用程序須暫停中國新用戶註冊以配合網絡安全審查，並防止風險擴大。我們認真配合國家網絡安全審查工作，嚴格處理審查過程中發現的網絡安全問題，並採取綜合整改措施。經報國家網信辦網絡安全審查辦公室同意，我們已於2022年6月29日恢復「BOSS直聘」應用程序的新用戶註冊。

於2022年7月、8月及9月，我們分別錄得月活躍用戶32.4百萬、32.5百萬及32.1百萬，與2021年同期相比分別增長3.0%、15.0%及20.8%。於2022年7月、8月及9月，我們的平均日活躍用戶數佔月活躍用戶數的百分比分別為27.5%、27.7%及27.7%，與2021年同期相比分別增長0.0%、0.4%及0.0%。自我們恢復新用戶註冊之日起至2022年9月30日，我們錄得約14.0百萬名新認證用戶。

概 要

截至2022年9月30日止九個月的財務業績

截至2021年及2022年9月30日止九個月的節選未經審計合併經營業績以及截至2022年9月30日止九個月的現金流量數據乃摘錄自本文件附錄二B。

以下合併財務資料應與本文件附錄二B所載我們截至2022年9月30日止九個月的未經審計中期簡明合併財務資料及相關附註一併閱覽，以確保其完整性。我們的歷史業績未必代表任何未來期間的預期業績，而截至2022年9月30日止九個月的經營業績未必代表截至2022年12月31日止整個財政年度的預期業績。有關可能影響我們經營業績的趨勢及其他因素的資料，請參閱本文件「財務資料」、「風險因素」及「業務」。

經營業績概要

下表載列我們於所示期間以呈列期間絕對金額及佔總收入的百分比列示的合併經營業績概要。

	截至9月30日止九個月			
	2021年		2022年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審計)			
	(以千元計，百分比除外)			
收入				
對企業客戶的線上招聘服務	3,137,054	99.0	3,391,648	98.9
其他	31,424	1.0	37,139	1.1
總收入	3,168,478	100.0	3,428,787	100.0
營業成本及費用				
營業成本	(404,863)	(12.8)	(552,466)	(16.1)
銷售及營銷費用	(1,569,199)	(49.5)	(1,318,843)	(38.5)
研發費用	(623,051)	(19.7)	(888,655)	(25.9)
一般及行政費用	(1,871,950)	(59.1)	(472,099)	(13.8)
總營業成本及費用	(4,469,063)	(141.1)	(3,232,063)	(94.3)
其他經營淨收入	10,948	0.3	14,245	0.4
經營(虧損)/利潤	(1,289,637)	(40.8)	210,969	6.1
投資收益	15,791	0.5	31,112	0.9
財務淨收入	6,754	0.2	78,013	2.3
匯兌(虧損)/收益	(317)	(0.0)	10,136	0.3
其他(費用)/收益淨額	(6,669)	(0.2)	3,682	0.1
稅前(虧損)/利潤	(1,274,078)	(40.3)	333,912	9.7
所得稅費用	(30,066)	(0.9)	(41,874)	(1.2)
淨(虧損)/利潤	(1,304,144)	(41.2)	292,038	8.5

概 要

非公認會計準則財務計量

下表載列於呈列期間我們的淨(虧損)/利潤與經調整淨利潤(非公認會計準則財務計量)的對賬。有關更多詳情請參閱「財務資料－非公認會計準則財務計量」。

	截至9月30日止九個月	
	2021年	2022年
	(未經審計)	
	(人民幣千元)	
淨(虧損)/利潤	(1,304,144)	292,038
減：		
股權激勵費用	(1,808,174)	(447,961)
經調整淨利潤(非公認會計準則財務計量)	504,030	739,999

收入

我們的收入由截至2021年9月30日止九個月的人民幣32億元增加8.2%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣34億元。該增加主要是由於我們持續投資提升服務能力所致。具體而言，來自KA客戶的收入由截至2021年9月30日止九個月的人民幣643.1百萬元增加20.5%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣775.0百萬元，來自中型客戶收入由截至2021年9月30日止九個月的人民幣11億元增加27.3%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣14億元。增加部分被來自小型客戶的收入減少所抵銷，來自小型客戶的收入過往受新用戶增長所推動，而我們的新用戶註冊於截至2022年9月30日止九個月的大部分時間暫停。KA客戶由截至2021年9月30日止十二個月的3,995個增加48.9%至截至2022年9月30日止十二個月的5,947個。

營業成本

我們的營業成本由截至2021年9月30日止九個月的人民幣404.9百萬元增加36.5%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣552.5百萬元，主要是由於(i)隨著員工人數增加(尤其是安全及運營人員)，工資及其他僱員相關費用增加人民幣80.4百萬元、(ii)主要與服務器有關的折舊及攤銷增加人民幣37.6百萬元，及(iii)隨業務增長，服務器與帶寬服務成本增加人民幣28.8百萬元，部分被第三方付款手續費減少人民幣13.6百萬元所抵銷。

銷售及營銷費用

我們的銷售及營銷費用由截至2021年9月30日止九個月的人民幣16億元減少16.0%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣13億元，主要歸因於考慮到新用戶註冊暫停，2022年上半年減少營銷活動導致廣告費用減少人民幣463.7百萬元，部分被銷售及營銷人員工資及其他僱員相關費用增長人民幣201.4百萬元所抵銷。

概 要

研發費用

我們的研發費用由截至2021年9月30日止九個月的人民幣623.1百萬元增加42.6%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣888.7百萬元，主要歸因於研發人員人數增加及股權激勵費用上升導致工資及其他僱員相關費用增長人民幣251.7百萬元。

一般及行政費用

我們的一般及行政費用由截至2021年9月30日止九個月的人民幣19億元減少74.8%至截至2022年9月30日止九個月的人民幣472.1百萬元。該減少主要歸因於2021年第二季度確認的一次性股權激勵費用人民幣1,506.4百萬元，其與向TECHWOLF LIMITED發行B類普通股有關，部分被隨著人數增加而增長的工資及其他僱員相關費用所抵銷。

經營(虧損)/利潤

由於上述原因，截至2022年9月30日止九個月，我們產生經營利潤人民幣211.0百萬元，而截至2021年9月30日止九個月則產生經營虧損人民幣13億元。

所得稅費用

截至2022年9月30日止九個月，我們產生所得稅費用人民幣41.9百萬元，而截至2021年9月30日止九個月則為人民幣30.1百萬元。

淨(虧損)/利潤

截至2022年9月30日止九個月，我們產生淨利潤人民幣292.0百萬元，而截至2021年9月30日止九個月則產生淨虧損人民幣13億元。

現金流量

下表載列我們截至2022年9月30日止九個月的現金流量概要。

	截至2022年 9月30日止九個月 (未經審計) (人民幣千元)
經營活動所得現金淨額	847,499
投資活動所用現金淨額	(2,091,086)
融資活動所用現金淨額	(41,278)
匯率變動對現金及現金等價物的影響	1,101,863
現金及現金等價物減少淨額	(183,002)
期初現金及現金等價物	11,341,758
期末現金及現金等價物	11,158,756

現金狀況

截至2022年9月30日，現金及現金等價物以及短期投資的結餘為人民幣139億元。

經營活動

截至2022年9月30日止九個月，經營活動所得現金淨額為人民幣847.5百萬元。經營活動所得現金淨額與同期淨利潤人民幣292.0百萬元之間的差額是由於非現金項目調整所致，該等非現金項目的調整主要包括股權激勵費用人民幣448.0百萬元、使用權資產攤銷人民幣106.5百萬元以及折舊及攤銷費用人民幣98.0百萬元，部分被用於增加營運資金的現金所抵銷，營運資金增加主要是因為經營租賃負債減少人民幣104.4百萬元以及其他應付款項及應計負債減少人民幣71.5百萬元，部分被遞延收入增加人民幣80.1百萬元以及預付款項及其他流動資產減少人民幣30.8百萬元所抵銷。

投資活動

截至2022年9月30日止九個月，投資活動所用現金淨額為人民幣21億元，主要由於購買短期投資人民幣38億元所致，部分被短期投資到期所得款項人民幣20億元所抵銷。

融資活動

截至2022年9月30日止九個月，融資活動所用現金淨額為人民幣41.3百萬元，主要歸因於回購A類普通股人民幣279.4百萬元，部分被行使購股權所得款項人民幣238.1百萬元所抵銷。

展望

我們預期於2022年將錄得淨虧損且經調整淨利潤（非公認會計準則財務計量）將大幅減少，主要是由於(i)宏觀經濟不明朗、中國若干地區再度爆發COVID-19疫情且於2022年下半年註冊的新用戶所得收入爬坡需要時間，導致收入增長放緩、(ii)我們特別為建立核心能力並改善服務而繼續增加研發團隊人數，以及銷售及安全團隊人數增加，導致工資及其他僱員相關費用增加，及(iii)恢復新用戶註冊後，我們投資及計劃繼續投資於廣告活動，包括贊助大型活動，以進一步提升我們的長遠品牌關注度及促進用戶增長，導致2022年銷售及營銷費用佔總收入的百分比有所增加。儘管該等推廣廣告活動的費用於2022年確認，但我們認為該等品牌投資對用戶及客戶的品牌價值有長期作用。

近期監管發展

與我們的業務運營有關的監管發展

於2021年6月10日，全國人民代表大會常務委員會頒佈《中華人民共和國數據安全法》（或數據安全法），於2021年9月生效。於2021年8月20日，國務院頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》（或個人信息保護法），並於2021年11月1日生效。請參閱「法規－與隱私保護有關的法規」。

於2021年7月30日，中國國務院頒佈《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，於2021年9月1日起生效，當中列出關鍵信息基礎設施的定義。截至本文件日期，相關政府機

關尚未發佈任何詳細實施細則，且我們未獲任何政府機關通知我們為關鍵信息基礎設施運營者。

2021年12月28日，國家網信辦、國家發改委、工信部及其他中國政府機關聯合發佈經修訂網絡安全審查辦法，於2022年2月15日生效，據此，(其中包括)倘關鍵信息基礎設施運營者預期其採購的網絡產品和服務在網絡產品和服務投入使用後會影響或者可能影響國家安全，則須向國家網信辦網絡安全審查辦公室申請網絡安全審查。有關詳情(包括我們採取的舉措及中國法律顧問的意見)，請參閱「法規－與信息安全及審查有關的法規」。

於2021年11月14日，國家網信辦發佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(或《網絡數據安全條例草案》)，公開徵求意見，其中規定數據處理者開展若干活動應當申報網絡安全審查。有關詳情(包括中國法律顧問及董事的意見)，請參閱「法規－與信息安全及審查有關的法規」。

於2022年7月7日，國家網信辦發佈《數據出境安全評估辦法》，於2022年9月1日起生效。

董事及中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，根據「法規－與信息安全及審查有關的法規」及「業務－數據隱私和安全」所詳述的分析，我們未曾且並無涉及任何單獨或整體上對本集團的財務或運營已造成或有合理可能造成重大不利影響的數據隱私及安全有關的違規事件，且我們現已在所有重大方面符合適用網絡安全、數據安全及個人數據保護的中國法律法規，且倘若《網絡數據安全條例草案》以目前形式實施，則董事及中國法律顧問未預見到我們在各重大方面遵守《網絡數據安全條例草案》的規定存在任何重大障礙。此外，董事相信，上述法律法規並無且不會對本集團的經營及財務表現構成重大影響。

僅基於聯席保薦人進行的盡職調查(包括但不限於與本公司及聯席保薦人中國法律顧問討論、與中國法律顧問進行專家盡職調查並於聯席保薦人中國法律顧問的協助下審閱中國法律顧問的法律意見)，聯席保薦人並無發現任何事項會合理導致聯席保薦人在所有重大方面不同意上述的董事觀點。

進一步詳情(包括我們中國法律顧問及聯席保薦人的觀點)，請參閱「法規－與信息安全及審查有關的法規」。

境外發售及上市的監管發展

網絡安全和數據隱私

根據《網絡安全審查辦法》，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。我們的中國法律顧問認為根據經修訂的《網絡安全審

查辦法》，「國外上市」一詞不包括「香港上市」，因此我們本次上市不受網絡安全審查須作出事前申請的強制性義務所規限。

根據《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》第13條，在若干情況下，數據處理者應當按照有關法律法規，申報網絡安全審查。有關董事、中國法律顧問及聯席保薦人的觀點，請參閱「與我們的業務運營有關的監管發展」。

中國證監會程序

2021年12月24日，中國證監會發佈《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定（草案徵求意見稿）》（或《管理規定草案》）及《境內企業境外發行證券和上市備案管理辦法（徵求意見稿）》（或《管理辦法草案》），徵求公眾意見。根據該等草案，境內公司境外發售及／或上市，不論直接或間接，均須由發行人或其指定的主要境內運營實體於提交申請文件後三個營業日內向中國證監會備案。請參閱「風險因素－與在中國經營業務有關的風險－根據中國法律，介紹可能需要獲得中國證券監督管理委員會或其他中國政府機關的批准或向其備案及報告，及倘需要，我們無法預測我們是否能夠、或在多長時間內能夠獲得此類批准或完成此類備案及報告程序」及「法規－境外發售及上市的法規」以了解更多詳情。

根據「法規－境外發售及上市的法規」所詳述的分析，倘若該等條例草案在上市前以目前形式實施，董事及中國法律顧問(i)預測我們在各重大方面遵守該等要求或在中國證監會完成備案不會有任何重大法律障礙；(ii)預測該等規定不會對我們的業務經營、合約安排及上市構成重大不利影響；(iii)認為合約安排預計保持合規。

僅基於聯席保薦人進行的盡職調查（包括但不限於與本公司及聯席保薦人中國法律顧問討論、與中國法律顧問進行專家盡職調查並於聯席保薦人中國法律顧問的協助下審閱中國法律顧問的法律意見），聯席保薦人並無發現任何事項會合理導致聯席保薦人在所有重大方面不同意上述的董事觀點。詳情請參閱「法規－境外發售及上市的法規」。

集體訴訟

我們及我們的若干高級職員及董事於2021年7月12日在一宗推定證券集體訴訟中被列為被告。於2022年9月，經調解人的協助，雙方原則上達成和解此案的初步協議，為2022年6月30日後的期後事項。基於該初步協議原則上和解，我們於截至2022年6月30日及截至該日止六個月的合併報表中錄得或有負債。於2022年11月10日，法院初步批准了雙方的和解協議，據此，在被告不承認或未發現任何被告有任何不當行為的情況下，雙方同意，考慮到看準支付的2.25百萬美元，所有已經或可能針對看準及個別被告的實際及潛在申索及訴訟因由均已解決及解除，且已排除在任何未來訴訟中再次

提出。詳情請參閱「業務－法律訴訟及合規」及附錄一會計師報告附註17。有關我們董事涉及的其他集體訴訟，亦請參閱「董事及高級管理層－董事－牽涉部分董事的法律程序」。

申請於聯交所上市

本公司的美國存託股（各自代表兩股股份）於2021年6月11日以「BZ」為股票代碼於納斯達克上市。

我們已根據第七章（股本證券）以及第八A章（不同投票權）申請我們A類普通股以介紹方式在主板上市。

我們已向聯交所上市委員會申請批准下列股份上市及買賣：(i)已發行A類普通股；(ii)根據股份激勵計劃將予發行的A類普通股；及(iii)因按一換一基準轉換B類普通股而可予發行的A類普通股。

上市費用

我們預計將產生上市費用約人民幣66.4百萬元（73.8百萬港元）。該等上市費用主要包括向專業各方已付及應付的專業費用。

截至2022年6月30日，我們並無就上市產生任何上市費用。上市費用於產生時於合併綜合收益（虧損）表中確認。

過渡安排

就上市而言，指定交易商及替任指定交易商已分別獲委任為過渡交易商及替任過渡交易商，並有意於指定期間（即自上市日期起（包括該日）30個曆日）實施若干過渡安排。指定交易商及替任指定交易商的任期為自上市日期起計30個曆日。指定期間將於2023年1月20日結束。

就過渡安排而言，Goldman Sachs International（作為借股人）與意像架構投資（香港）有限公司（作為出借人）（「出借人」）於2022年12月15日訂立股份借貸協議（「借股協議」）。根據借股協議，在適用法律的規限下，出借人將於一種或多種情況下向借股人提供最多約18,019,352股A類普通股（「借入股份」）或緊隨上市後已發行A類普通股（假設於最後實際可行日期至上市期間並無根據股份激勵計劃發行額外股份，且不計及向存管處發行以預留作為未來按股份激勵計劃授予的獎勵獲行使或歸屬後批量發行美國存託股的A類普通股）約2.5%的借股融通。借入股份將於上市前及上市後登記於我們的香港股東名冊並納入中央結算系統。借入股份須於指定期間屆滿後15個營業日內退還予出借人。有關進一步詳情，請參閱「促進於香港交易的市場安排－過渡安排」。

投資者教育

於上市前，本公司及聯席保薦人將合作向投資大眾披露有關本公司的一般資料，以及本文件所披露的市場安排的發展及／或變動。於上市後，本公司及聯席保薦人或會繼續採取教育公眾的措施。可能採取的措施（包括但不限於召開媒體簡報會及記者會、與覆蓋香港上市公司的本地券商／研究機構召開分析師交流會以及發佈載列（其中包括）流動性安排的發展情況及更新信息的公告）旨在提高本公司及過渡安排的透明度（如適用）。有關進一步詳情，請參閱「促進於香港交易的市場安排－投資者教育」。

股息政策

我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。董事會可全權酌情決定是否分派股息，惟須遵守開曼群島法律的若干規定。此外，股東可藉普通決議案宣派股息，但股息不可超過董事建議的金額。根據開曼群島法律，開曼群島公司可自利潤或股份溢價賬派付股息，惟倘派付股息將導致公司無法支付其於緊隨建議派付股息日期後的日常業務過程中到期的債務，則無論如何不可自股份溢價賬派付股息。即使我們的董事會決定宣派及派付股息，未來股息的時間、金額及形式（如有）將取決於我們未來的經營業績及現金流量、我們的資本需求及盈餘、我們自附屬公司獲得的分派金額（如有）、我們的財務狀況、合約限制及董事會認為相關的其他因素。中國法律要求僅從根據中國會計準則計算的年度利潤中派付股息，而中國會計準則在多個方面與其他司法管轄區的公認會計準則不同，包括美國公認會計準則。中國法律亦要求外商投資企業撥出至少10%的除稅後利潤（如有）用於支付其法定公積金，有關公積金不能作為現金股息分派。向我們的股東作出的股息分派於股東或董事（視情況而定）批准股息的期間確認為負債。於往績記錄期間，我們並無派付或宣派任何股息。