

## 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、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求職者和財力雄厚的公司，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。



### 我們的開創性特徵及價值主張

- **移動原生**。我們始於移動應用程序，也是為移動互聯網時代而建，其他招聘平台則主要誕於個人電腦時代，後來逐漸採用移動界面。我們是率先推出完全基於移動應用程序的線上招聘平台的企業之一。創建移動原生招聘平台的理念是我們創新商業模式的基礎，實現了智能推薦和雙向交互溝通，並支撐着我們多個運營層面。我們的用戶界面和服務設計均以移動產品為中心，提供類似社交媒體應用程序的愉快、簡潔易用的用戶體驗，讓求職者與企業端用戶能夠隨時隨地參與具意義的溝通，並獲得快速響應。
- **以推薦為基礎**。技術是我們平台的核心。我們以信息流的形式提供具針對性的職位和候選人的匹配和推薦。我們的優質的數據、快速的產品迭代和專有的技術基礎設施，讓我們能夠提供準確、合適的推薦和匹配結果。我們是線上招聘平台中首個採用基於信息流的雙邊推薦系統的平台。
- **直聊**。在整個招聘流程中，求職者或企業端用戶均可以在我們的平台上與對方開啟直聊。直聊可以保障我們的用戶是對職位或候選人有真實需求的活躍用戶，用戶可以在進入面試環節前確認雙方的意向和匹配度。因此，直聊使得求職體驗充滿信息量且高效。同時，我們致力於保護求職者的隱私。未經求職者同意，企業端用戶不得訪問求職者的完整簡歷或獲取其聯繫信息。在各線上招聘平台中，我們率先採用推動雙向溝通（通過直聊和同意後投遞簡歷）的商業模式。

上述三個特徵相互關連交織，他人難以效仿，助我們實現了以下價值主張：

- **便捷**。移動端界面及流暢的用戶體驗激勵用戶更頻繁地使用我們的應用程序，因此產生了更多的交互和具有意義的用戶數據，從而成就了更個性化的推薦結果、更高的招聘和求職效率。
- **高度互動**。我們改變了線上招聘行業求職者和招聘者（尤其是Bosses）的交互方式。我們的即時通訊功能使求職者與企業端用戶之間的實時互動成為可能，大大激發了用戶熱情，培育出參與度更高的忠誠用戶群。
- **高效**。大規模的用戶交互生成了大量的用戶行為數據。基於用戶行為的洞察與我們大量的靜態用戶檔案信息，形成全面的數據庫，經過先進的分析技術和自我優化的人工智能處理技術，提供精準的匹配結果。快速的產品迭代和匹配系統的持續升級進一步讓我們能夠提供更精準的匹配結果。
- **隱私**。我們高度重視求職者，並致力於通過在招聘流程中給予求職者更多的話語權來對其賦能。未經求職者同意，我們不允許企業端用戶訪問求職者的完整簡歷或其聯絡信息。求職者還可以選擇性地將其信息開放給不同類型的企業端用戶。有關機制為求職者的隱私提供了有力保障。我們還致力於保護求職者免受虛假信息和欺詐行為的侵害。

我們的創新直聘模式促進雙向交互溝通，提供基於信息流的推薦，實現用戶全覆蓋，能有效處理傳統以簡歷為中心、搜索為主導致效率不足的問題。

傳統線上招聘平台：

我們的平台：

以簡歷為中心

以溝通為導向

- 傳統模式在職位和候選人信息指引方面發揮的指引作用有限，導致缺乏具有意義的用戶數據。
- 由於求職者和企業端用戶之間缺乏溝通，用戶難以管理自己的求職招聘期望。

- 直聘模式推動信息的雙向流動及具意義的對話，借此生成更多具有意義的數據並賦能更準確和個性化的推薦。
- 直接溝通協助求職者和企業端用戶快速分辨對方的意向，在招聘和求職流程中節省時間和精力。

搜索為主

基於信息流的推薦

- 用戶的搜尋結果受用戶輸入的搜索詞彙所限。
- 搜索結果將互聯網流量不均衡地推向頭部候選人和知名企業。

- 基於信息流的推薦考慮一系列廣泛的影響因素，以實現精準的人崗匹配，包括收到錄用通知和成功聘用的可能性。
- 推薦模式的專門設計將更多流量推向響應更積極、與其他參與者交互程度更高的用戶。這激勵用戶提升參與度並確保求職者及招聘預算較少的招聘者獲得適當曝光度。

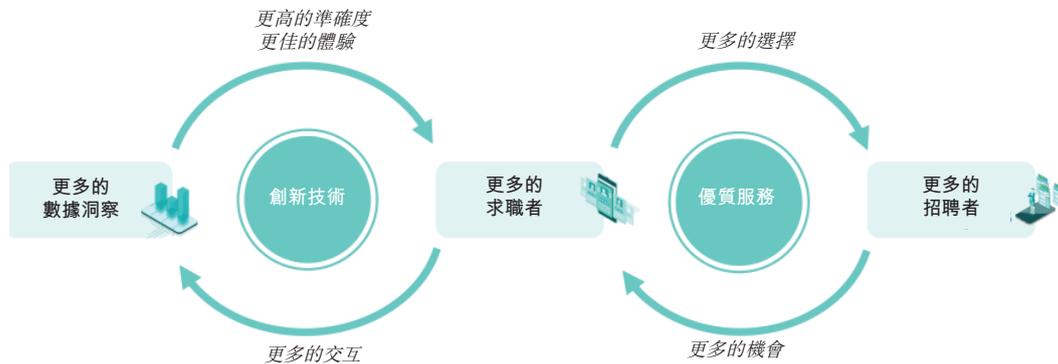
用戶覆蓋有限

用戶全覆蓋

- 不夠精準的推薦及不相關的匹配難以支持不同用戶群的共存於平台。
- Bosses須依賴於專業招聘者篩選簡歷，大大延長了招聘流程。

- 用戶不容易被較不相關職位及候選人分散精力，因此能實現用戶全覆蓋，並同時提供個性化且專注的用戶體驗。
- 精準推薦減少人力資源篩選簡歷和確定候選人的負擔。這為Bosses開闢了新場景，以便盡早參與招聘流程，提高效率。

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，進一步提高招聘效率。
- **求職者**。我們提供求職服務讓求職者收到職位推薦、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」。

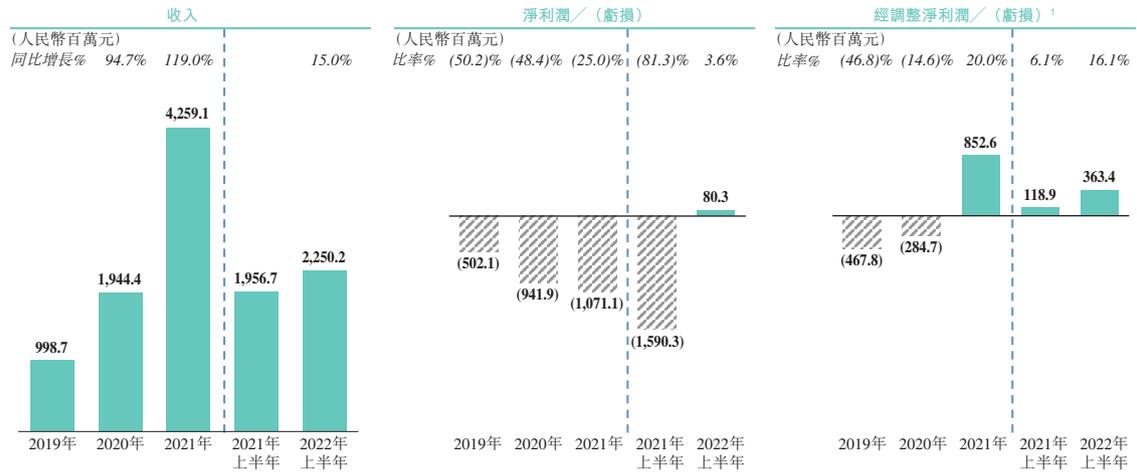
以下載列我們主要運營和財務業績的概要。



附註：

- (1) 截至2022年6月30日止六個月的平均月活躍用戶。
- (2) 截至2022年6月30日。
- (3) 截至2022年6月30日止六個月的平均日活躍用戶及月活躍用戶。
- (4) 截至2022年6月30日止六個月的每月平均聊天消息數。
- (5) 分別為截至2021年12月31日止年度及截至2022年6月30日止六個月。

## 業 務



附註：

- (1) 經調整淨利潤/(虧損) 為非公認會計準則財務計量。請參閱「財務資料－非公認會計準則財務計量」。

## 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

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。截至2021年12月31日，我們的認證求職者及認證企業端用戶分別達到97.9百萬及16.2百萬。截至2022年6月30日，我們的認證求職者及認證企業端用戶分別達到100.8百萬及17.2百萬。

對於我們的同業來說，同時服務不同用戶群體是一大挑戰。然而，我們已實現對白領和金領用戶、藍領用戶和學生用戶的全覆蓋，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%。我們的服務覆蓋了2021年《財富》中國500強企業。截至2022年6月30日，在認證企業總數中，84.6%的企業僱員人數低於100人。我們以數據驅動的推薦為我們的所有用戶提供個性化的高效求職和招聘體驗，並確保我們的多元用戶群可在單一移動應用程序上共存。求職者不會因招聘者提供與其職業目標無關的職位而分散精力，而招聘者將收到我們認為符合其要求的候選人推薦。

得益於我們龐大且多元的用戶群和優質的用戶體驗，我們的平台已形成強大的網絡效應。隨著更多的求職者加入平台，更多的招聘者將隨之而來，帶來更多的工作機會，從而吸引更多求職者，形成一個良性循環。我們平台廣泛的用戶覆蓋，讓我們能夠滿足企業端用戶跨職能類別、跨地域的招聘需求，為企業端用戶提供了顯著更多的選項，提高合適的候選人與合適職位匹配的可能性，形成了更大的求職者和招聘者網絡。截至2020年及2021年12月31日以及2022年6月30日，我們的認證求職者分別實現同比增長71.4%、27.6%及5.2%。截至2020年及2021年12月31日以及2022年6月30日，我們的認證企業端用戶分別實現同比增長76.6%、42.1%及15.4%。

### 創新業務模式提升招聘效率，並推動其飛速擴展

我們率先推出移動原生、以推薦為基礎的直聘模式，改變了中國線上招聘行業內原有的市場實踐，並在全球線上招聘行業中開創了直聘模式。在各線上招聘平台中，我們是首個採用基於信息流的雙邊推薦系統，及採用推動雙向溝通（通過直聊和同意後投遞簡歷）的商業模式的公司。

我們以推薦驅動的模式提供簡潔易用的用戶體驗，並提供準確個性化的匹配結果。我們的即時通訊功能在溝通過程中注入了靈活性，為用戶提供及時反饋並實現頻繁交互。目前，在智能推薦流程中，BOSS直聘90%以上的流量均經由我們的深度學習算法處理。此模式帶來的便利性和效率，吸引了非專業招聘人員的Bosses加入我們的平台，並直接與求職者進行溝通，創建可滿足其需求缺口的新場景，以盡早參與招聘流程。作為招聘流程中的最終決策者和未來的業務主管，Bosses能對候選人進行更精準的評估。求職者也可以通過與招聘者直接溝通，更深入地了解Bosses的招聘需求。

我們龐大的Boss用戶群、基於信息流的推薦功能及直聘模式，解決了行業內效率低下的問題。我們還賦能個人用戶（求職者及企業端用戶）積極參與招聘求職流程，為長期得不到充分服務的中長尾人才和中小企業提供服務，因為其他平台上的線上流量嚴重偏向大型企業和頂尖求職者。這讓我們能夠滿足需求缺口並創造增量市場機會。

由於我們強大和創新的模式，我們已實現領先於同業的飛速增長。我們的收入由2019年的人民幣998.7百萬元增加94.7%至2020年的人民幣19億元，並進一步增加119.0%至2021年的人民幣43億元（635.9百萬美元）。我們的收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣20億元增加15.0%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣23億元（336.0百萬美元）。

### 優質用戶體驗，帶來用戶忠誠度和品牌認知度

我們堅持不懈地專注於提供優質的用戶體驗，以更好地服務求職者、Bosses、人力資源機構及其他招聘人員。除了我們創新模式帶來的高效求職和招聘用戶體驗外，我們還提供順暢的用戶界面、易用的服務功能和靈活的使用方式。我們僅允許企業端用戶在求職者明確同意後，才能訪問求職者的聯繫信息和完整簡歷，給予求職者更多話語權。這保護了求職者的隱私並增加其對我們平台的信任。直聘模式也讓招聘者能夠享受高招聘效率，從而帶來優質的用戶體驗。

我們提供的非凡用戶體驗提升了用戶的忠誠度，並確保用戶參與度的提升。於2021年及截至2022年6月30日止六個月，我們的平均日活躍用戶佔平均月活躍用戶的百分比分別達到26.7%及27.8%，是該等期間中國前四大線上招聘平台中最高的。截至2022年6月30日止六個月，我們的平台每月平均生成30億條聊天消息數。

我們於2019年、2020年、2021年及截至2022年6月30日止六個月錄得的360日平均活躍用戶留存率分別為19%、20%、20%及22%，而同期的行業平均值約為10%。我們的優質用戶體驗所帶來的高忠誠度，讓我們能夠在用戶的整個職業生命週期中與他們並肩成長，不斷滿足其求職和職業需求。以求職者身份加入我們平台的個人，可能會在另一時間以企業端用戶的身份重新回歸，並代表企業進行招聘。此外，忠誠且活躍的用戶幫助我們建立品牌知名度，從而產生擴散式營銷效果。我們的平台通過口碑吸引越來越多的求職者和企業端用戶。另外，我們採用自下而上的方法來擴大我們在企業中的影響力，因為一位忠誠且滿意的用戶會將我們介紹給公司另一團隊或部門的Bosses和專業招聘者。隨著公司內越來越多的用戶體驗過我們高效優質的服務，我們可以與公司進行更大規模、更深度的合作。

### 行業領先的技術，實現精準推薦

我們相信技術的力量。我們的核心競爭優勢源於我們的數據洞察、強大的算法和大數據能力，讓我們能夠有效地處理數據並不斷提高雙邊匹配的準確度。精準的匹配結果讓我們能夠吸引更多用戶，積累更多數據，從而提高匹配效率，優化用戶體驗，形成正向循環。

我們的線上平台促進了高水平的交互，為我們提供了優質的數據。我們致力於整個招聘流程的數字化和智能化。招聘流程各階段的數字化與用戶之間的高頻率、優質的交互共同生成了海量行為數據，這些數據正不斷反饋到我們的推薦引擎中。

除了龐大的數據儲備和大數據能力，我們強大的算法也是提供更精準人崗匹配的支柱。我們正不斷改進和優化我們的專有算法，並已實現快速迭代。我們的算法會收集平台上每個用戶行為產生的偏好的細微變化，通過我們的模型進行即時處理，並在數秒內為用戶提供精細的匹配結果。憑藉我們的自然語言處理能力和對個人簡歷、職位詳情和用戶交互數據的深刻理解，我們不斷改進推薦引擎。使用算法和數據能力也有助於確保信息的真實性。

### 多維度的市場銷售策略，能滿足用戶多元化需求

我們已採用三個維度市場銷售策略。首先，我們讓大部分企業端用戶免費使用大部分服務以推動用戶擴張，吸引用戶體驗我們的服務，從而提高用戶黏性。其次，我們提供線上自助購買服務。對於招聘需求分散且按需招聘的客戶（特別是中小企業和非專業招聘人員），可選擇小額、短期購買，為他們提供了更高靈活性。通過自助購買功能，我們能夠高效地服務於龐大且飛速增長的企業端用戶群，而無需按比例擴大我們的銷售團隊。我們所有付費服務及道具可於線上自行購買。第三，利用我們的CRM系統及直銷團隊，識別具有長期及大量招聘需求的客戶，並提供高質量的售前策劃和售後服務。有別於嚴重依賴銷售團隊手動識別和獲取新客戶的同業，我們所有的銷售線索均由自主開發的以算法驅動的CRM系統生成，這簡化了銷售流程，為我們提供更多更敏銳洞察和銷售機會，並讓我們能夠實現更高的銷售效率。CRM系統可以從現有用戶中自動識別具有大量、長期招聘採購需求的潛在客戶，並將該等信息作為銷售線索傳遞給銷售團隊。其後，銷售團隊將與有關用戶就定制化套餐進行接洽，旨在將其轉化為向我們購買訂閱套餐的客戶。

我們的多維度市場銷售策略使我們能夠累積龐大的用戶群，因為我們向大多數用戶提供免費體驗我們服務的機會。我們的CRM系統幫助我們確定可行的銷售線索、創造更具針對性和更有效的追加銷售和交叉銷售機會。此外，我們利用自助採購及由銷售團隊支持的客戶服務相結合，方便高效地滿足我們客戶的採購需求。這種獨特的銷售模式帶來了較高的銷售效率。我們的付費企業客戶數量分別由2019年的1.2百萬增加至2020年的2.2百萬並進一步增加至2021年的4.0百萬，以及由截至2021年6月30日止十二個月的3.6百萬增加至截至2022年6月30日止十二個月的3.8百萬。

### 具有深厚行業經驗的高瞻遠矚的管理團隊

我們擁有一支高瞻遠矚、經驗豐富且富有創業精神的管理團隊。自我們成立以來，大多數管理團隊成員均與我們同在。我們的管理團隊具有戰略頭腦，並成功構建一個正在改變中國線上招聘行業的平台。

我們的創始人、董事長兼首席執行官趙鵬先生被公認為中國人力資源和互聯網領域的領軍人物，擁有超過23年的行業經驗。憑藉行業洞察力，趙先生在行業創新的浪潮中帶領本公司砥礪前行，搭建了我們的招聘平台，這不僅成功改變了中國線上招聘行業，還為實現我們的願景奠定了堅實的基礎。

多年來，我們始終不忘初心：崇尚技術、用戶第一、自我驅動、簡簡單單。我們相信，我們強大的企業文化構成我們如今所取得成就不可或缺的一部分。

### 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

我們計劃優化服務並加強品牌和銷售效率，繼續推動我們的用戶群在整個用戶範圍內的強勁增長。我們擬繼續加強我們在白領和金領招聘市場的市場地位。我們計劃繼續擴展業務，以涵蓋更廣泛的行業、地區和更多元的崗位的企業。我們還將擴大平台，吸引包括獵頭在內的更多招聘專業人士，協助企業端用戶識別、連接和留住更多人才。

對於金領招聘行業，我們為金領用戶提供更多求職機會及更個性化的服務，例如職業諮詢服務。我們亦計劃將用戶覆蓋範圍擴大至更多行業，例如金融和醫療健康行業。我們將藍領用戶的增長視為重要的增長動力，而且我們的商業模式已被證實對藍領招聘有效。我們將繼續提升服務質量和用戶體驗，以便擴大我們的藍領用戶群。具體而言，我們針對藍領招聘市場的招聘模式設計了入駐流程並推出了相關功能，以契合藍領求職者的需求。我們還將加大力度將業務擴展至中國的低線城市，這將讓我們能夠服務更多的藍領用戶。

### 擴大我們的服務範圍，提供更多服務

我們將進一步部署多維度的市場銷售策略，服務更多的企業端用戶，擴大我們在同一企業中的影響力，擴大我們的服務範圍。我們擬通過各種途徑將企業端用戶群轉化為付費企業客戶。例如，我們相信用戶的每個參與行為均可用於洞察用戶的需求，我們可據此提供定制化付費服務來滿足其需求。此外，通過識別用戶未被滿足的需求，我們能夠推出新功能，並通過追加銷售及交叉銷售來進一步擴大產品和服務範圍，進而也會提高我們的變現能力並擴大我們的錢包份額。

我們計劃進一步將招聘流程數字化，並為用戶提供更多服務。我們相信，將每個成功入職與招聘者支付的服務費聯繫起來，其中存在着巨大的商業化潛力。我們計劃利用我們龐大的用戶群和行業專業知識，進一步探索招聘服務價值鏈，並將工作重心擴展至成功的僱員安置和僱員入職。通過在招聘服務價值鏈上拓寬我們的產品和服務範圍，我們將繼續將我們的業務轉變為可提供更多閉環招聘服務的全面綜合招聘平台。

### 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

我們獨特的市場地位及我們平台強大的網絡效應使我們具備足夠可進入線上招聘以外的其他人力資源服務市場的條件，同時憑藉我們行業領先的技術和數據能力，可進一步探索提供更佳解決方案和創造價值的機會。這些市場包括人力資源規劃、職業發展、績效管理、薪酬及福利管理以及僱傭關係管理，涵蓋企業全方位需求和人才的整個職業生命週期。

基於我們平台的規模、現有強大的用戶親和力以及我們在招聘行業積累的行業知識，我們相信，我們有能力在這些市場探索商機，並抓住巨大的商業化潛力。我們還旨在建立一個有更多參與者和服務提供者的人力資源生態系統。隨著我們將服務拓展至更多的人力資源服務市場，我們將能夠與用戶並肩成長，滿足個人用戶在其整個職業生命週期中的多元需求以及企業端用戶在人才方面的多元需求。

### 繼續投資於技術創新並深化數據洞察

我們將繼續在技術人才和基礎設施上投資，這是我們技術實力的核心。我們計劃通過擴大技術團隊來擴大我們對技術人才的投資，並進一步吸引具備關鍵技術專業知識的人才。同時，我們將繼續加大對深度學習和推薦算法的投資，提升職業知識圖譜，並加深對各個職業和行業的理解，以提供更精準及專業的職業服務。

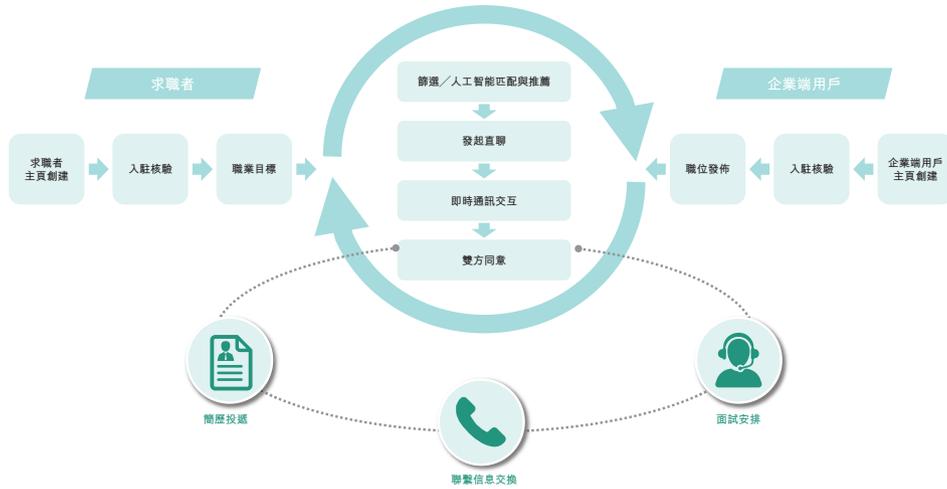
### 進一步加強數據和基礎設施安全

我們致力於建立一個安全的線上平台。我們的系統旨在執行我們的政策、保護用戶的個人信息，並遵守適用的法律法規。我們已建立一個多層次系統來保護我們的數據，因為它是我們業務的支柱。我們通過結合相關流程和技術來保護數據，並已建立專門的數據專家團隊來檢測用戶隱私和數據安全方面的風險和漏洞。我們計劃進一步升級數據保護程序和技術，以解決與數據相關的違規行為並打擊潛在的數據洩露。

我們還投放了大量資源來保護服務器基礎設施免受外部黑客的入侵和攻擊。我們開始使用內部維護的自建私有雲，以減少對第三方雲基礎設施提供商的依賴，這使我們能夠更好地保護用戶數據，並滿足不斷變化的監管要求。此外，我們對系統的任何內部或外部未經授權訪問進行定期測試，並糾正任何違規行為。我們將繼續投資於技術和人才，確保我們的IT基礎設施的安全，包括硬件、軟件和數據設施。我們還將繼續通過實施新措施和擴大員工隊伍來加強運營安全，從而驗證我們平台上的職位和招聘者信息的真實性。

## 我們的服務

我們主要通過BOSS直聘應用程序提供線上招聘以及求職服務。以下流程圖闡明我們向求職者和企業端用戶提供的用戶旅程。



## 信息豐富的交互式用戶頁面





我們已將充滿壓力的瀏覽職位和簡歷的過程轉變為像使用社交媒體一般的輕鬆及引人入勝的冒險。

求職者需要提供基本的個人和專業信息以創建微簡歷，可供感興趣的企業端用戶查看。他們可以輕鬆切換隱私設置，有選擇性地讓企業端用戶查看其微簡歷。求職者還可以選擇不收取某些職位推薦，例如在不同城市的工作職位。

Bosses和專業招聘者均可以企業端用戶的身份創建自有賬號、發佈職位並與求職者互動。他們還可以提供在公司任職的經歷、分享他們為何熱愛公司和工作的故事，以及求職者為何應考慮加入公司。我們獨特的企業端用戶主頁更深入地展示了公司的企業形象。

個性化的精準推薦，服務全類型用戶



我們利用專有算法和機器學習技術，通過精確的人崗推薦將合適的人才與合適的職位進行匹配與連接。我們的平台用戶體驗始於主信息流推薦頁，用戶可滾動瀏覽所推薦的職位或候選人列表，以及我們平台上顯示的其他定制化的專業內容，平台的瀏覽體驗與社交媒體應用程序類似。這超越了傳統的搜索為主的模式，因為用戶在該模式下需要輸入關鍵詞才能找到合適的職位。在傳統的搜索為主的模式下，用戶需確切了解自身的需求以及最適合他們的工作類型。用戶其後需將目標及偏好轉換為簡短精要的關鍵詞搜索相關結果。在搜索為主的模式下，由於用戶只能看到受用戶搜索輸入所規限的搜索結果列表，故亦無法實現基於行為數據的實時反饋。

我們的平台生成並匯聚了海量獨特的數據點，包括用戶查看、聯繫、聯天、簡歷投遞和聯繫信息交換。基於這個豐富且不斷增長的數據集，我們利用機器學習技術構建和完善先進的專有算法，從而為用戶提供大規模的定制職位推薦。例如，每個用戶的每一個行動或不作為，無論是查看或忽略某個推薦結果，均會向我們的數據系統提供反饋。這些反饋傳達了每個人當前的喜好和偏好，會即時由我們的算法處理，並立即反映在向用戶推薦的新職位或候選人中。隨著越來越多的用戶使用我們的職位和候選人推薦服務，我們能夠利用這個豐富且不斷增長的數據集以及其專有的機器學習和深度學習技術，為不同用戶提供更精準和個性化的推薦。通過優化我們的推薦算法策略，並結合我們的行業經驗和知識，我們能夠為更多的用戶提供更廣泛且不局限於某個行業的推薦結果，以提供探索跨行業和跨專業工作機會的可能性，從而進一步提升用戶滿意度。精準匹配大大提高了求職和招聘效率，提升了用戶體驗，進而增加了用戶參與度。

此個性化的推薦確保我們的多元用戶群可在單一移動應用程序上共存。例如，白領用戶不太可能被提供主要需要體力勞動職位的企業端用戶看到或接觸到，而藍領用戶將收到更符合其技能和期望的職位推薦。因此，求職者不會因招聘者提供與其工作追求無關的工作而分散精力，而招聘者將收到系統認為符合其要求的候選人推薦。因此，我們已實現對白領和金領用戶、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，形成了強大的網絡效應。

我們亦渴望促進平等流量分配，並開發圍繞該核心價值的推薦系統。我們為更積極且與平台上其他參與者有較多互動的用戶吸引更多流量，有效獎勵積極尋找職位空缺或候選人的用戶、確保更有效地分配職位及人才資源、鼓勵求職者及企業端用戶之間的互動、為所有用戶提供更大的海量人才庫及發掘豐富的工作機會，並在一定程度上創造公平的競爭環境。更公平的流量分配有助吸引招聘預算通常較少或競爭背景較低的中小企業及長尾求職者，進一步增強我們的競爭優勢，以釋放資源不足的中小企業線上招聘的巨大潛力並擴大我們的用戶群。

### 直聊促進用戶參與



我們通過即時通訊功能推動企業端用戶與求職者之間的直接對話。我們的求職者推薦系統讓企業端用戶能夠訪問我們龐大的求職者群體，以尋找、聯繫並與合格的求職者互動。在查看求職者的職業檔案後，企業端用戶可以與他們發起直接對話，以向他們詳細介紹公司或職業機會。求職者還可通過文字和語音信息、表情符號和圖片等方式，聯繫企業端用戶，表達對特定崗位的興趣。

在傳統線上招聘流程中，求職者在平台上與招聘者的唯一互動便是投遞簡歷。然後，他們通常需要數天的等待才能收到招聘者的回覆。此外，招聘者收到的簡歷往往是過時的，求職者信息是不完整的，招聘者也可能無法及時更新招聘信息。這種動態情形令求職者難以管理期望，導致招聘平台的參與度較低。另一方面，我們的即時通訊功能可確保平台用戶保持活躍，從而滿足真實的求職或招聘需求。求職者和企業端用戶因而可更好地管理其求職或招聘之旅，因為他們能預期在短時間內收到對方的回覆。若在一、兩天內未能收到任何回覆，則將激勵用戶繼續尋找其他就業或招聘機會。求職者與企業端用戶之間的實時互動會極大地激發用戶熱情，增加用戶黏性，並培養出更活躍的用戶群。此外，求職者與企業端用戶直接溝通可實現信息雙向流動及求職者與企業端用戶之間進行有意義的對話，從而較專注於投遞及下載簡歷的傳統線上招聘平台產生更多數據點，尤其是行為數據。這些數據揭示了用戶偏好並有助於推薦算法迭代。亦使我們能夠將流量吸引至最活躍的求職者及招聘者，同時輕鬆過濾過時的職位及不活躍的求職者（通過分析用戶交互及參與數據），從而確保我們平台上的職位及求職者信息是最新的，並減少過多作用不大且過時的信息。

我們的即時通訊功能方便地設置在移動原生場景中，為用戶提供便利和靈活性，尤其惠及無法為招聘和求職活動投入大量時間的Bosses和藍領。Bosses願意吸引、篩選候選人或與其溝通。他們對所需的候選人屬性有清晰的理解，有興趣在溝通、吸引或篩選候選人方面作首次嘗試，並且通常是招聘流程中的關鍵決策者。我們的即時通訊功能所提供的即時和密切互動功能，也特別吸引了傳統得不到足夠服務且渴望吸引優質候選人的中小企業招聘者。截至2022年6月30日，我們的認證企業端用戶中65.7%為Bosses。

## 基於雙方同意的簡歷投遞



我們堅信招聘是一種雙向的行為。我們致力於通過賦能求職者並給予他們更多話語權來改善招聘流程。

我們在求職過程中賦予求職者更多主導權。有別於企業直接購買求職者完整簡歷的傳統模式，我們平台上的企業端用戶只能看到包含有限資訊的求職者微簡歷。未經求職者明確同意，企業端用戶不得訪問求職者的完整簡歷或其聯繫信息。因此，在邀請求職者投遞簡歷之前，企業端用戶有動力與求職者進行有意義的對話，以確認雙方興趣。例如，為了吸引優質求職者並獲得其簡歷的訪問權，企業端用戶可能需要主動聯繫這些求職者，展示這個職位的好處並回答他們的問題。同樣地，未經企業端用戶同意，求職者不得向企業端用戶投遞簡歷。此功能也體現了我們對保護求職者信息和保護其隱私的承諾。

我們對求職者與企業端用戶進行個性化的匹配與連接，並讓二者之間有效溝通，保證了高效的求職和招聘體驗。這讓我們能夠構建龐大且多元化的用戶群，進一步形成強大的網絡效應。

## 增值道具

我們還為求職者與企業端用戶提供增值道具。

對於求職者，我們提供附加服務，如VIP簡歷模板、增加簡歷對企業端用戶的曝光度、候選人競爭力分析和消息篩選服務。

對於企業端用戶，我們提供一系列增值道具來提高招聘效率。例如，我們的批量邀請可讓企業端用戶一次性地連接多個求職者，協助用人單位及時達成招聘目標。我們先進的篩選暢聊功能讓企業端用戶通過我們專有的匹配系統在我們推薦的整個求職者列表中篩選，並與求職者直聊。

## 我們的其他移動應用程序

我們通過主移動應用程序BOSS直聘提供線上招聘服務，該應用程序包含了我們提供的全套服務。店長直聘提供專注於藍領的線上招聘服務，而看准則免費提供用人單位評價和面試經驗分享服務。

## 店長直聘

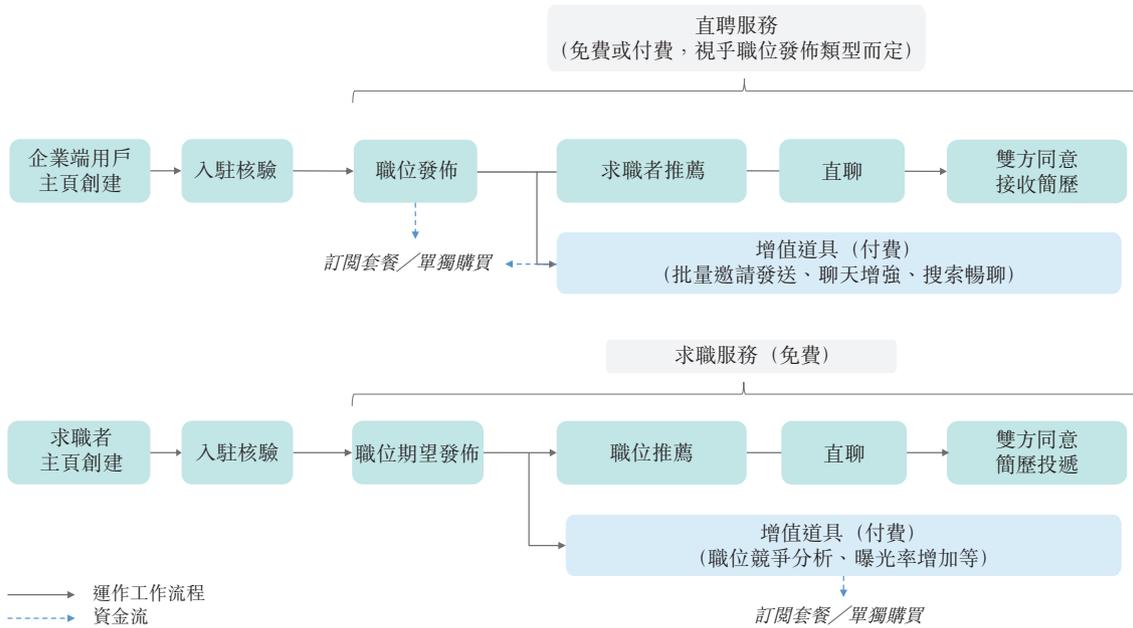
我們創建店長直聘移動應用程序(或店長)，以進一步拓展藍領招聘市場的用戶群，並提供更優質、更個性化的招聘服務。藍領招聘傳統上向來是一個充滿海量機會的未飽和市場。為了擴大我們的影響力，我們已推出店長，將之當作試點計劃，主要專注於藍領招聘，並提供專為藍領求職者與企業端用戶設置的實驗性功能和服務。一如BOSS直聘，店長採用了類似的用戶界面及相同的直聊和簡歷投遞功能，另外配置專為迎合藍領求職者和招聘人員需求和喜好的創新功能。我們已實現店長與BOSS直聘之間的無縫整合。店長上的企業端用戶可以直接與我們的主要招聘平台BOSS直聘上的求職者互動，而BOSS直聘上的企業端用戶也可以收到在店長註冊的求職者的推薦結果，並與之交流。我們相信，不斷的創新為我們帶來可持續的競爭優勢，並進一步推動平台的成長。

## 看准

我們通過獨立應用程序看准為求職者提供免費服務，該應用程序專注於用人單位評價和面試經驗分享。看准提供公司經營範圍、組織架構、核心管理團隊等業務信息，幫助用戶評估公司的公信力。我們還在公司簡介中專門預留一部分，列出BOSS直聘上可獲得的公司招聘信息的全面概述，包括發佈職位數量、新增職位的薪資信息，

以及對求職者的教育背景、工作經驗要求等。所有信息均以圖形、圖表等方式簡潔地顯示在每個公司簡介頁面，從而產生簡潔易用的用戶體驗。通過看准平台，用戶還可以訪問和分享海量的職業相關內容。求職者加入看准社區，分享他們在某家公司的面試經驗，而員工也能發佈對當前或前用人單位的評價。我們鼓勵用戶從薪資福利、工作條件、職業發展機會、工作與生活平衡、整體職位滿意度等多個方面對公司進行評分。求職者利用看准社區可準備更好並更加了解他們所應聘的職位和公司。

## 我們的變現模式



我們為企業端用戶和求職者提供招聘和求職服務，向企業端用戶提供的付費服務產生了大部分收入。對於企業端用戶，我們提供直聘服務，讓他們可以發佈職位並與求職者溝通，該服務可以是免費，或基於創新型的以連接為導向的變現戰略付費；同時平台具備付費增值道具，作為我們為企業端用戶提供的整體招聘服務的一部分，以進一步提高招聘效率。對於求職者，我們提供求職服務，讓他們免費與用人單位溝通，也提供付費增值道具，幫助求職者為求職作更充分的準備，並評估他們的競聘能力。

我們基於創新的以連接為導向的戰略，對招聘者提供的直聘服務進行商業化，有效地連接求職者與招聘者，從而在職位供需之間取得更好的平衡。我們主要通過將企業端用戶與合適求職者連繫來實現盈利，且不會在求職者成功獲得職位後向企業端用戶收取額外費用。

我們在直聘流程中為企業端用戶提供服務。企業端用戶在享用我們的服務前須先發佈最少一個職位，服務包括接收求職者推薦、瀏覽求職者微簡歷、與其聊天、在獲得同意後訪問求職者的完整簡歷及聯繫信息、進行音視頻面試及發送錄取信（統稱「基本服務」）。當某個工作職位的供應在某種程度上超過了申請該職位的求職者人數時，企業端用戶發佈相關職位時，我們會向其收費，借此重新平衡我們生態系統的供需。這是通過我們獨有的變現機制來實現的，在該機制下，對於某個地域中的某一特定職位，我們會根據多種因素決定是否對該職位的發佈收費，包括該地區提供相同職位的數目、該區尋找相同職位的求職者人數與該地區的工作職位及人口統計數據有關的行業趨勢及前景，所有這些均圍繞相關地區的職位及申請人的供需。

對於我們並無識別為付費職位的工作空缺，企業端用戶可免費發佈職位並享有基本服務，每天可免費與若干數目的求職者溝通。如企業端用戶欲與更多求職者溝通，可購買聊天增強功能。我們平台上大部分職位是免費的，企業端用戶毋須付費便可發佈職位。對於付費職位，企業端用戶需要先付費發佈職位，發佈職位後方可免費享有基本服務，從而可於每天與若干數目的求職者溝通。其亦可通過購買聊天增強功能與更多求職者溝通。不論企業端用戶發佈的職位是免費或付費，向企業端用戶提供的基本服務均相同。這種供需平衡的變現模式讓求職者能夠與招聘需求旺盛的企業端用戶進行更多互動，並減少求職者被專業招聘者過多打擾的可能性。我們創新的以連接為導向變現戰略與直聘模式相輔相承，有效地激勵我們促進企業端用戶與求職者之間的互動和連接。

除我們提供的基本服務外，企業端用戶亦可購買增值道具，為彼等提供更多功能及便利以促進聘請流程。企業端用戶仍可在毋須購買任何增值道具下接收求職者推薦、與求職者溝通及在平台上成功招聘。

我們為逾一百個行業的企業提供龐大而多元化的用戶群。根據我們的最佳估計，於往績記錄期間，概無來自任何一個行業的收入佔我們總收入超過10%。由於我們並無自某些行業獲得重大收入，故董事認為我們並無面臨重大行業集中風險。

## 向企業端用戶提供的付費服務

我們提供一系列的付費服務及增值道具，讓企業端用戶發佈職位、與求職者更有效地互動，並更好地管理招聘流程。企業端用戶於購買我們的付費職位後，可於訂閱期內享有基本服務。他們亦可購買批量邀請、聊天增強及搜索暢聊等增值道具幫助企業端用戶更有效、更高效地訪問、篩選及與求職者溝通。截至最後實際可行日期，按獨立基準計算，每一項職位發佈約為人民幣30元至約人民幣1,000元，視乎某個地域的職位及申請人的職位的供需，而增值道具的價格介乎每個增值道具約人民幣4元至約人民幣1,000元，視乎道具的功能、其持續時間或道具可使用次數而定。

企業端用戶可選擇單獨購買或作為訂閱套餐一部分而購買任何一項付費服務或道具。我們在訂閱套餐及單獨基準下均提供相同付費服務及增值道具。企業可選擇購買任何一項付費服務或增值道具，作為訂閱套餐一部分或進行即時購買。截至最後實際可行日期，我們的年度訂閱套餐價格約為人民幣3,000元至人民幣100,000元以上，而每月、每兩個月及每季訂閱套餐價格約為人民幣50元至約人民幣1,200元。訂閱套餐價格視乎企業端用戶所選的服務及工具的組合類型及數量而定。於往績記錄期間，我們的訂閱套餐平均購買價格介乎人民幣15,000元至人民幣18,000元。訂閱套餐的毛利率通常高於單獨購買，是由於單獨購買主要通過第三方支付平台付款，從而產生更高的第三方付款手續費，而該等成本通常佔我們營業成本的最大部分。相比之下，就收入而言，大部分訂閱套餐的付款乃直接向本公司支付。各訂閱套餐的重要信息（包括套餐期限、到期日、價格、使用量等）均自動記錄在我們的系統內，有助我們確實了解收入確認的時間。服務收入於服務期限中每日確認，而增值道具的收入則一般根據實際使用量確認。增值道具的期限（如三個月）可能有別於訂閱套餐的期限（一般為一年），原因為增值道具的期限在客戶使用時開通。當增值道具於訂閱套餐期限中開通而增值道具的實際使用量在訂閱套餐到期時低於購買額，增值道具可繼續使用，直至增值道具的期限結束。倘訂閱套餐下的增值道具在訂閱套餐期限內未被開通，且客戶未有續訂套餐，尚未使用的增值道具價值將於訂閱套餐到期時作廢。於往績記錄期間，我們錄得平均作廢率少於5%。我們識別具有龐大、長期招聘採購需求的企業端用戶，並推薦包含基本服務和增值道具組合的定制訂閱套餐，以更好地滿足他們的招聘需求。我們大部分的訂閱套餐通常期限為一年，並包括付費職位及增值道具。我們就訂閱套餐收取的費用是根據企業端用戶所選的服務及道具而定。就購買訂閱套餐的企業端用戶，

## 業 務

我們提供預售計劃服務，協助彼等挑選最符合其招聘需要的付費職位發佈及增值道具的組合。購買後，我們的專門銷售代表提供售後服務。截至2019年、2020年、2021年12月31日以及2022年6月30日，我們分別有3.2百萬、5.5百萬、8.1百萬及8.9百萬家認證企業。截至2019年、2020年、2021年12月31日止十二個月及2022年6月30日，我們分別錄得1.2百萬、2.2百萬、4.0百萬及3.8百萬付費企業客戶。

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				
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	
	(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	
—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	
—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	
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>	

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				
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	
	(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	
—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	
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>	

## 業 務

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				
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年		
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	
	(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	63.6	1,256,532	65.2	2,772,587	65.7	1,210,551	62.4	1,626,991	73.1	
— 單獨購買	359,455	36.4	670,646	34.8	1,446,439	34.3	729,368	37.6	600,193	26.9	
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>	

下表載列我們向企業端用戶提供的主要服務概要。除該等付費服務外，我們亦提供旨在優化招聘效率的其他服務。

服務	主要功能
職位發佈	— 我們的職位發佈功能讓企業端用戶能夠以簡潔易懂的方式展示職位的關鍵信息，包括職務、職責、工資、地點、用人單位背景及其他相關信息。
求職者推薦	— 我們為企業端用戶提供精選的求職者推薦結果。
直聊	— 企業端用戶可以與求職者開啟直接對話，以就職位、公司文化、津貼、福利以及求職者對該職位的意向等進行溝通。

服務	主要功能
簡歷投遞	— 企業端用戶可以邀請求職者投遞簡歷。為了保護用戶隱私並給與求職者更多話語權，未經求職者明確同意，我們不允許企業端用戶訪問求職者的完整簡歷。
批量邀請	— 批量邀請讓企業端用戶一次性向多名求職者發送職位信息，並徵求他們對職位的興趣及／或同意提供完整簡歷或聯繫信息，協助用人單位及時達成招聘目標。批量邀請有助企業端用戶開展對話並有效識別對職位感興趣的求職者。
聊天增強	— 聊天增強功能讓企業端用戶瀏覽更多求職者的微簡歷並與更多求職者開聊。
搜索暢聊	— 搜索暢聊功能讓企業端用戶能夠通過我們專有的匹配系統在我們推薦的整個求職者列表中篩選，並與求職者直聊。未購買此項付費服務或類似功能服務的企業端用戶僅可通過信息流瀏覽求職者的微簡歷並與向他們推薦的求職者聊天，但無法使用過濾功能篩選、訪問及與求職者溝通。

下文概述我們與企業客戶之間的一般年度訂閱套餐的主要條款。首次購買訂閱套餐的用戶及續訂訂閱的用戶之主要條款大致相同。

- 期限：協議期限通常為一年。
- 服務：雙方另行訂立採購訂單的協議規定服務性質及類型，以及企業客戶訂購道具的數量及類型。

- 定價：參考相關服務或道具的定價，以雙方另行同意的折扣為準。訂閱套餐價格的定價取決於企業客戶所選的服務及道具的類型及數量。
- 付款：協議通常要求企業端用戶在訂閱期開始前作出付款。
- 終止：協議可在雙方同意後終止。倘若一方違反合約責任，另一方有權終止協議並要求賠償。
- 保密性：協議一般要求雙方採取充分措施，嚴格保密有關履行合約的所有敏感信息。
- 標準條款及條件：其他標準條款及條件構成合約的一部分，其規定雙方陳述及保證、保密性、知識產權及爭議解決等事宜。

### 為求職者提供的服務

求職者免費收取職位推薦、瀏覽職位發佈、與企業端用戶溝通、在雙方同意後向企業端用戶投遞簡歷或聯絡信息、參與音視頻面試及在平台收到錄用。他們也可購買額外增值服務，例如包括職位競爭分析和增加求職者微簡歷的曝光度等，以幫助他們為求職作更充分的準備。截至最後實際可行日期，我們向求職者提供每月訂閱套餐，月費為人民幣68元，而7天訂閱套餐每周費用為人民幣6元。相比7天訂閱套餐，每月訂閱套餐期限較長、增值服務種類較多以及若干付費增值服務的可使用次數較多。求職者可付款購買訂閱套餐以在訂閱期間享有多種付費增值服務或單獨購買我們若干付費服務。我們要求求職者使用服務前付款。於往績記錄期間，求職者貢獻的收入佔我們總收入2%以下。

我們深知為用戶提供精準匹配的難點，在技術上不斷投入，打造我們的技術實力，以優化雙邊的人崗匹配。我們的技術優勢體現在我們堅實的理論基礎、穩健的技術部署和成功的技術應用上。

**堅實的理论基礎支持我們不斷創新。**

多年來，我們致力於對行業關鍵特徵進行系統研究，包括人才市場、人才流向、個人職業發展和專業綜合技能發展。特別是，我們利用先進的數據分析來分析人才市場的變化，以及人才流向對區域經濟發展的影響。我們還通過建模和模擬的形式對社會學主題進行研究，包括個人職業發展和性別差異的影響。我們職業科學實驗室進行全面的用戶行為數據分析，該等研究成果幫助我們開發出一個全面的職業知識圖譜，為個人的職業發展目標、職業傾向、職位偏好和企業的招聘需求提供了有價值的見解，推動我們在技術創新方面不斷進步，包括我們專有算法的迭代，以提高推薦的精準性。

**技術部署形成強大的技術實力和競爭壁壘。**

考慮到招聘推薦上的難點，我們在以下領域進行了重大投資，以打造核心技術能力，這包括：

**數據和數據洞察：海量、多維數據和數據洞察力。**

收集海量多維數據的能力，有助於捕捉各求職者和企業端用戶的獨特特徵。根據職業發展目標、職業傾向、求職者的職位偏好和企業的招聘需求等眾多因素，讓定制化、精準的人崗推薦成為可能。

我們擁有一個詳細且增長迅速的龐大數據集，包含求職者和企業端用戶的多維行為和靜態信息。每個求職者均擁有一份微簡歷，包含其基本信息，與各發佈職位所包含的信息相匹配。每份微簡歷和發佈職位中的信息構成了我們的靜態用戶信息數據庫。我們還捕捉各用戶如何與他人互動以及其平台上的具體內容細節，這有助於獲得有價值的行為數據洞察結果。我們的模型會即時處理該等行為數據，並為用戶提供精確的匹配結果。我們在數據技術方面的優勢還體現在我們對數據的多標籤分類上。我們的數據分析技術計及三百多個用戶特徵元素，並會隨著時間的推移而增長，同時繼續優化算法模型。對於單一算法模型，收集和標注的數據元素越多，算法的「決策」過程中所包含的特徵便越多，獲得的匹配結果便越高效。

**平台架構：專有的實時推薦架構和快速的模型迭代。**

我們已部署創新實時特徵收集架構，協助進行特徵樣本實時的採集、生產、訓練及低成本的儲存，其中包括了各類的靜態和行為數據，包括用戶的教育狀況、職業發展目標、瀏覽歷史、聊天及簡歷投遞情況。創新的特徵工程系統為基於海量且高速變化的靜態和行為數據的精確的人崗推薦奠定堅實基礎。

此外，我們已建立高度可用、高併發的堅實數據基礎設施。數據基礎設施在不影響各種機器學習模型的獨立併發在線運行情況下，支持大規模數據集和指數級的實時更新及讀寫。在流量高峰情況下具備穩定的平台性能，並確保職位及候選人推薦信息源的實時更新。此外，基礎設施的併發系統運行能力同時支持上百名算法工程師共同運行上百個人工智能模型。這使得我們能實現快速的產品迭代和匹配系統不斷升級。截至2022年6月30日止十二個月，我們完成了超過10,000次模型迭代。

**推薦算法：機器學習／深度學習／自然語言處理。**

我們應用了機器學習和深度學習，對數據進行處理、分析和識別，並構建模型以對求職者和企業端用戶的職位和候選人偏好作出預測。考慮到我們從龐大且多元的用戶群中收集的多元高維數據，這尤其有用。我們利用先進的深度學習模型來實現算法和模型的快速迭代和升級。目前，在智能推薦過程中，BOSS直聘90%以上的流量均經由深度學習算法處理。我們使用自然語言處理模型進行人類語言的自動計算處理，包括識別職位與微簡歷之間各句子配對的語義相似性。

憑藉該等先進的核心技術，我們對各類用戶進行了更準確的畫像，以致於能夠更好地了解用戶偏好，以預測成功人崗匹配（即收到錄取信或接受面試邀請）的可能性。這有效地解決了每個個人的不同職位或招聘需求，以及因信息不對稱和缺乏轉業經驗而無法識別合適工作職位的問題。

成功的技術應用為先進的職位和候選人推薦提供動力。

我們強大的理論基礎和先進技術的成功應用確保了針對個人偏好的精準人崗匹配，並考慮到用戶組內的雙邊兼容性和適合性。

我們將先進的算法應用於推薦系統，以反映我們的關鍵戰略 — (i) 雙邊匹配策略：我們的推薦算法不僅考慮對個人的最佳推薦，還考慮到用戶組內的雙邊兼容性和匹配的合適性，從而使平台流量分配更加公平；及(ii) 個性化的推薦戰略：通過考慮求職者的職業發展階段、求職者未曾想過但與其技能組合相匹配的潛在合適職位，以及求職者未來的職業發展機會等多種因素，我們為不同群體的用戶提供定制化推薦。例如，我們不僅會根據求職者過去的工作經歷，還會根據其為職業發展而可能考慮的潛在機會，向其推薦職位。

### 我們的研發團隊

我們的技術能力是一項獨有優勢，並對我們的業務運營至關重要。截至2022年6月30日，我們擁有一支由1,399名研發人員組成的團隊，專門從事技術、數據及相關職能。我們的研發團隊全面參與所有關鍵運營領域，並深入了解用戶需求。於2019年、2020年及2021年，我們的研發費用分別為人民幣325.6百萬元、人民幣513.4百萬元及人民幣822.0百萬元（122.7百萬美元），並由截至2021年6月30日止六個月的人民幣413.7百萬元增加至截至2022年6月30日止六個月的人民幣598.4百萬元（89.3百萬美元），分別佔我們同期總收入約32.6%、26.4%、19.3%、21.1%及26.6%。

服務創新與優越是我們的業務核心。我們還匯集所有團隊的創意，包括對用戶行為和需求了解最深的服務開發團隊、銷售團隊以及大數據和算法團隊。龐大的用戶群和高效的產品迭代流程，確保了我們有效探索新的可能性，推動着我們服務持續發展。

### 銷售和營銷

我們在數據科學方面進行了大量投資，這支撐着我們從用戶獲取到銷售的所有方面的運營。我們以數據為中心的方式已協助我們吸引並留存新用戶、提高對現有用戶的付費服務銷售，並進行具成本效益的營銷。

## 銷售

我們提供線上自助購買服務。對於招聘需求分散且按需招聘的企業客戶（特別是中小企業和非專業招聘人員），小額、短期購買的方式為他們提供更高靈活性。此種自助功能讓我們獲得更高銷售效率。

我們利用專有的CRM系統，協助銷售團隊挖掘有需求並願意參與批量購買或為更多個性化服務付費的招聘者，借此賦能銷售團隊。我們專有的CRM系統可以從現有用戶中自動識別具有龐大、長期招聘採購需求的潛在客戶，並將該等信息作為銷售線索傳遞給銷售團隊。其後，銷售團隊將與有關用戶就定制化套餐進行接洽，以期將其轉化為向我們購買訂閱套餐的客戶。這讓我們能夠把我們以數據驅動的洞察結果導入銷售流程並推動轉化。我們所有的銷售線索均由此CRM系統生成，其簡化了銷售流程，並讓我們能夠實現更高的銷售效率。此外，在數據分析的支持下，我們的銷售團隊可以為招聘者提供定制化程度更高、更全面的服務套餐。我們致力於不斷提高服務質量。

## 營銷

在中國四大網絡招聘平台中，我們是中國線上招聘市場中廣受推薦的線上招聘平台及使用頻率最高的品牌之一，而董事相信，品牌知名度對於我們可否繼續吸引新用戶至關重要。

我們基於經優化的數據分析作出營銷決策，以最大限度地提高營銷回報。我們根據廣告效率預測，並結合職業結構差異、人口平均收入、不同營銷渠道特點等指標，制定並調整營銷戰略。我們的數據分析能力讓我們能夠進行具成本效益的營銷。我們付費從第三方渠道（主要包括應用程序商店、搜索引擎、信息流和社交網絡平台）獲取用戶流量。我們還通過口碑和品牌知名度獲取自然流量。

為了宣傳品牌形象，我們已推出多種營銷舉措，並通過多種營銷渠道獲取用戶，包括戶外廣告、電視廣告和視頻廣告。我們在中國各大城市主要地鐵站的熱門站點以及寫字樓的電梯中展示廣告，該等地點有來自不同背景的工作專業人士的海量優質流量。我們還在重大的國內和國際活動中開展營銷活動。例如，我們是2022年北京冬奧會的官方人力資源供應商。我們還邀請名人擔任品牌大使，通過在宣傳材料及線上視頻平台上展示來擴大受眾範圍。

由於暫停新用戶註冊，我們在此期間戰略性地減少了廣告費用以提高營銷效率。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。然而我們相信銷售及廣告支出增加將不會嚴重削弱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。

## 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約38.0%、37.6%、37.0%及40.1%。

下表載列於往績記錄期間我們前五大供應商的詳情：

供應商	關係年期	購買金額 (以人民幣千元計)	佔總購買額的百分比
<b>截至2022年6月30日止六個月</b>			
供應商A <sup>(1)</sup>	超過3年	92,123	10.1%
供應商B <sup>(2)</sup>	超過3年	91,224	10.0%
供應商C <sup>(2)</sup>	超過3年	85,589	9.4%
供應商D <sup>(2)</sup>	一年以下	54,183	5.9%
供應商E <sup>(1)</sup>	一年以下	43,252	4.7%

## 業 務

供應商	關係年期	購買金額 (以人民幣 千元計)	佔總購買額 的百分比
<b>截至2021年12月31日止年度</b>			
供應商B <sup>(2)</sup>	超過3年	198,336	10.9%
供應商F <sup>(1)</sup>	2-3年	153,312	8.4%
供應商C <sup>(2)</sup>	超過3年	125,457	6.9%
供應商G <sup>(1)</sup>	2-3年	108,709	6.0%
供應商H <sup>(1)</sup>	超過3年	88,141	4.8%
<b>截至2020年12月31日止年度</b>			
供應商G <sup>(1)</sup>	2-3年	108,120	8.4%
供應商H <sup>(1)</sup>	超過3年	104,582	8.1%
供應商C <sup>(2)</sup>	超過3年	103,177	8.0%
供應商B <sup>(2)</sup>	超過3年	92,511	7.2%
供應商A <sup>(1)</sup>	超過3年	76,382	5.9%
<b>截至2019年12月31日止年度</b>			
供應商I <sup>(1)</sup>	超過3年	103,780	12.8%
供應商B <sup>(2)</sup>	超過3年	54,221	6.7%
供應商A <sup>(1)</sup>	超過3年	53,579	6.6%
供應商H <sup>(1)</sup>	超過3年	50,495	6.2%
供應商J <sup>(1)</sup>	超過3年	46,503	5.7%

附註：

- (1) A、E、F、G、H、I及J專門從事廣告、營銷、廣告設計及製作。  
(2) B、C及D是提供硬件產品或軟件服務的科技公司。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的聯繫人或本公司任何股東（就董事所知擁有本公司已發行股本5%以上）於任何前五大客戶或供應商中擁有任何權益。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提供任何補貼以吸引客戶。

於2019年、2020年、2021年及截至2022年6月30日止六個月，分別有四名、三名、四名及兩名前五大供應商亦為我們的客戶。我們向有關公司的銷售額合共佔往績記錄期間各年度或期間收入少於0.005%。董事確認向該等供應商及客戶的採購及銷售條款的磋商均獨立進行，因此，採購及銷售並無相互關聯或互為條件。我們與該等供應商及客戶的交易乃按照市場慣例，經公平磋商後按正常商業條款進行。

## 嚴謹的用戶驗證和以算法驅動的風險評估

我們已實施「平台用戶安全保護」計劃，重點保護用戶權益。我們強調確保我們平台上所呈列信息經過驗證並屬真實的重要性。我們採用篩選和監控系統來檢查和驗證職位的真實性，並憑藉先進技術不斷檢測並應對威脅和欺詐行為。我們的篩選及監控系統包括用戶入駐核驗、由我們專有的風險識別模型支持的持續風險監控以及線下風險評估。此外，我們採用了一套全面的程序來驗證求職者的身份。真實的企業、企業端用戶和職位促進信息透明，提高服務質量，培養平台內的信任並增強用戶黏性。

## 企業端用戶的風險評估

我們實施嚴謹的篩選流程，對企業端用戶的身份信息進行審核和核實。企業端用戶註冊賬戶時，須提供身份信息，並完成實名認證並將其識別為企業。對於首次加入我們平台的公司的企業端用戶，我們核實企業及企業端用戶的身份並評估風險。我們要求公司在入駐過程中須通過一系列驗證程序，包括上傳營業執照及僱傭證明，包括，例如，企業的商業電子郵件、商業地址，及企業端用戶的營業地址，以核實企業與企業端用戶的關係。我們也基於風險預判機制定制企業端用戶的註冊政策。我們要求高風險行業的企業（按所收到用戶投訴或行內不當行為數目識別）提供額外材料，於有關企業首次加入我們的平台時進行額外步驟完成認證流程。例如，我們要求他們提供額外材料，包括行業服務執照、其辦公室環境的視頻或與我們的線下風險評估團隊進行親身會面。

對於識別為企業僱員的企業端用戶（已獲我們核實），我們一般要企業端用戶執行相同入駐程序。例如，我們要求他們提供商業電子郵件、企業的營業執照及商業地址等信息，以顯示他們與認證企業的關係。對於有大量用戶的企業，我們也在企業內指定特定人員，幫助我們認證新企業端用戶（識別他們為企業僱員）。企業端用戶一般毋須進行高風險行業企業指定的額外核驗程序，因為該核驗程序已於公司首次加入平台時完成。我們亦會持續監察被拒絕訪問我們平台的企業，以防止他們將來的潛在不當行為。

我們利用先進的特徵工程、機器學習和決策引擎來處理用戶數據，並不斷應對威脅和欺詐行為。有賴我們的先進算法，我們已建立一套專有的模型來檢測企業端用戶的不當行為，並識別及持續追蹤高風險職位及招聘者。我們專有的風險識別模型會考慮多維度用戶信息，包括我們的風險挖掘算法收集到的靜態及行為數據。收集到的靜態數據包括企業業務範圍、其行業資格、註冊地址、非法或不合規行為記錄、不論企業是否擁有良好地位及其他企業特定信息。所收集的行為數據包括用戶投訴及反饋以及企業端用戶與我們平台及其他用戶的參與行為，如企業端用戶於指定期間閱覽的微簡歷及發送的聊天消息數目。我們的風險挖掘算法對企業端用戶的廣泛數據特徵進行處理，以評估和權衡與企業端用戶可信度相關的因素。我們追蹤虛假廣告、傳銷和勒索私人信息等高風險行為。我們還將求職者投訴納入我們以數據驅動的風險評估流程。求職者通過報告可疑活動或公司描述或職位中的虛假信息，在我們全面的風險評估網絡中發揮重要作用。在我們識別出我們認為對平台構成高風險的企業端用戶的不當行為後，我們會指派線下團隊進行人工風險評估。例如，我們到訪的企業端用戶包括該等由用戶舉報提供虛假信息的企業端用戶及我們根據其辦公室環境視頻辯別為具較高風險的企業。

我們專門的線下風險評估團隊親自到訪招聘者，以確保我們平台上所呈列的信息均屬真實且最新信息。特別是，他們會驗證招聘者的營業地點和企業端用戶的工作地點的一致性。鑒於我們龐大的用戶群和不斷變化的欺詐環境，我們以算法驅動的風險評估系統，連同我們的線下驗證工作，對於管理複雜的規模化、及時的分析是必要的。我們建立了業界首個綜合線上線下招聘者信息驗證系統，該系統結合採用智能篩選、安全驗證及實地考察(覆蓋50個城市)，從而對企業信息進行驗證。嚴謹的篩選能夠提供可靠的職位和招聘者信息，並解決線上招聘市場上普遍存在錯誤信息的問題，特別是對於藍領招聘。在我們發現企業端用戶的不當行為(不論是否在平台上或平台以外進行)或發現虛假信息後，我們採取相應措施解決所發現的問題，如封禁、屏蔽用戶賬號、要求企業提供額外驗證材料、或禁止求職者訪問公司及其企業端用戶的信息。對於涉嫌嚴重不當行為或犯罪活動的企業端用戶，我們會向當地公安部門報案，以作進一步調查。我們的簡化身份驗證流程和持續的風險評估系統打造了一個值得信賴且具公信力的用戶平台。截至2022年9月30日，我們的線下風險評估團隊有172名僱員。每次實地考察前，我們全面評估目標公司的風險，確保已識別的問題已獲高效線下驗證，其使我們能夠實現高效驗證及風險評估效率。於2022年，直至本文件日期，我們的線下風險評估團隊已到訪約500,000家公司。

## 求職者的風險評估

求職者首先需要完成移動電話驗證流程，要求用戶以移動電話號碼註冊，並提供我們向他們的電話以信息發送的驗證碼作驗證用途。我們的智能系統檢測到可能會損平台誠信的可疑用戶輸入信息，並將要求該等用戶通過額外的身份驗證程序。例如，凡求職者所提供的移動電話號碼被記錄在黑名單內，或在自我描述中使用廣告語言，均會被我們的欺詐預防技術檢測到。

## 反饋和投訴管理

我們盡一切努力提供可靠的用戶體驗。我們鼓勵用戶通過電郵、客戶服務熱線及線上聊天提供即時反饋及投訴。於往績記錄期間及直至2022年10月31日，我們共接獲約93,500宗投訴。在我們接獲的所有投訴中，於往績記錄期間及直至2022年10月31日，我們有約37,000宗經核實投訴，包括約24,000宗有關欺詐僱傭的經核實投訴。經核實投訴為我們能夠核實涉及嚴重不當行為的投訴。我們的用戶投訴主要包括欺詐僱傭、企業端用戶行為不當及我們的服務相關的投訴。我們及時採取行動核實我們收到的所有用戶投訴，以確保所有投訴均獲妥善處理。我們根據查詢類型對收到的用戶投訴及反饋進行分類，並由我們的客服人員直接實時解決或上報團隊的高級成員作進一步評估。大多數用戶的投訴及查詢均可於一個工作日內得到處理及解決。涉及主要產品或功能優化請求的特殊查詢或投訴通常需更長時間解決。我們會向用戶更新我們的投訴處理流程及結果。

我們關注用戶的意見，並努力確保接受到他們的反饋。我們為針對用戶投訴採取全面措施。例如，我們定期審查用戶的投訴、反饋及查詢，以設計更好的產品及系統，並安排回訪關鍵用戶以獲得更多建設性反饋。為協助年老用戶，我們設立專人熱線，講解我們的產品及服務。我們亦為客戶服務代表提供全面的培訓課程，幫助其發展及提升核心服務技能。我們相信有關措施亦將有助我們維持及增加用戶黏性。

## 數據隱私和安全

數據安全對我們的業務運營至關重要，其奠定了我們競爭優勢的基石。公司內部設有相關規則和政策，以規範和管理我們收集和處理數據的方式，以及現有的協議、技術和系統，從而確保數據不會被不當訪問或披露。

## 數據收集

對於用戶信息，我們的用戶隱私政策清楚描述了我們的數據收集、使用、分享及處理做法，以及用戶能在與個人信息處理相關的活動中行使他們的權利的方式。特別是，在用戶使用我們的服務之前，我們會就將收集哪些數據向用戶發出提前通知並徵得其同意，並承諾根據適用的法律管理和使用所收集的數據。用戶亦可變更其隱私設定以改變我們能獲取及使用其資料的範圍。

我們收集、存儲及使用的用戶數據類型一般包括：(i)用戶基本信息，如手機號碼、頭像、姓名、性別、工作經驗相關信息；(ii)用戶身份信息，如身份證號碼；(iii)用戶處理信息，如搜索記錄及其他用戶行為數據；及(iv)設備功能信息，如唯一移動設備識別碼、所需移動應用程序名單信息及IP地址。使用範圍與隱私政策所披露一致，且並無超出用戶授權範圍。收集及使用的數據主要用作用戶註冊、身份驗證、線上招聘、線上付款、個性化推薦、內容發佈及用戶安全。

## 數據存儲和信息管理

我們會每天在位於中國內地的安全的遠程數據備份系統中備份用戶數據和其他形式的數據。我們還經常審查備份系統，以確保其正常運行並得到良好維護。我們會定期進行全系統漏洞掃描並進行及時修復，以不斷改進數據安全措施。我們的後端安全系統能夠處理惡意攻擊，以保障平台安全並保護用戶隱私。我們還開始使用位於中國並由公司內部維護的自建專有雲，以減少公司對第三方雲基礎設施提供商的依賴，這讓我們能夠更好地保護用戶數據，並消除監管和合規顧慮。

為了確保數據的機密性和完整性，我們設有全面且嚴謹的數據安全計劃。我們對機密個人信息進行去標識化和加密，並採取其他技術措施來確保數據的安全的數據存儲、處理、傳輸和使用。特別是，我們將業務數據存儲在不同的存儲庫，並對業務服務器進行詳細邏輯隔離及網絡政策隔離。敏感個人信息以加密形式存儲，且敏感信息

在處理前須去標識化及不可逆加密。為確保數據傳輸的安全性，我們採用符合市場標準的合理且可行的安全措施來保護用戶信息，使其免受未經授權的訪問、公開披露、使用、修改、損壞或丟失。例如，瀏覽器和服務器的數據交換受SSL協定加密保護。我們也提供HTTPS協議以安全瀏覽BOSS直聘網站及為傳輸敏感信息使用非對稱加密或對稱加密。此外，我們使用可信賴保護機制防範對用戶個人信息的惡意攻擊。我們也制定了數據銷毀戰略及政策，將數據銷毀程序標準化並對不同數據水平採納差異化數據刪除措施。我們的數據刪除由系統腳本自動執行，且我們保留刪除操作的日誌記錄。我們在處理有關數據所需最短時間內存儲用戶個人信息，並在處理該等數據的目的達成後或按法律法規的另行規定，及時刪除用戶個人信息或將有關信息匿名化。例如，按《個人信息保護法》（「**個人信息保護法**」）以及其他適用法律法規規定，除法律及法規另行規定者外，個人信息處理者停止提供產品或者服務後，個人信息處理者應當主動刪除個人信息。然而，現行適用法律法規並無規定個人信息處理者根據上述情況刪除個人信息的特定時限。如《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》規定，個人數據處理者終止提供服務或產品或者用戶註銷賬號，則其應當在15個工作日內刪除個人信息或者進行匿名化處理。為遵守上述規定，當用戶註銷賬號時，我們則終止向用戶提供服務。我們於用戶完成註銷賬號後翌日進行數據刪除的自動腳本，並於同日完成刪除流程。

我們也建立了標準化的信息管理系統。我們的信息安全委員會是一個跨學科小組，由來自多個部門的成員組成，負責制定信息安全戰略及作出有關重大信息安全問題的決策。我們的信息安全委員會分析行業趨勢、設計隱私保護協議、進行隱私培訓、協助制定可行的合規工作評估，並提供相關的風險控制建議。我們還成立了數據安全團隊，該團隊與其他部門密切合作，共同建立數據安全管理程序，包括數據收集、存儲和處理相關的安全策略。我們的合規和法務團隊將跟進法律及監管更新以生成記錄分析，參考合規要求實施補救措施。

## 數據訪問及分享

所有人員必須嚴格遵守詳細的內部規則、政策和協議，以確保數據隱私。我們的僱員會獲授予對履行工作職責屬必須的最低限度的訪問權限，控制在嚴格定義及分層的訪問權限內，且在執行相關操作前必須通過嚴格的授權和認證程序和政策。在應用層面，我們使用隱私組件根據數據分類設立不同批准程序。我們的在線數據庫僅能由具有臨時性賬戶的數據庫管理人訪問。研發人員一般不能申請訪問數據庫，且如因工作需要必須訪問，需在配置中心配置所需數據後授予訪問權限。大數據平台的用戶個人信息為脫敏及不可逆加密。本公司的數據能通過虛擬桌面訪問並不允許下載，且倘按需要必須下載，需要單獨批准。我們還備存數據訪問日誌並進行自動評估和例行人工驗證。此外，我們對訪問用戶數據的權限進行例行內部審核，以確保授權獲嚴格遵守。我們會定期為員工提供有關數據安全的內部政策和程序、防止數據洩露的軟件技術技能、有關網絡安全及數據保護的法律法規以及與其日常工作相關的其他方面的培訓。

我們不會與第三方分享用戶數據，我們嚴格的隱私保護政策中列明的在以下情況下基於有限目的情況則屬例外：(i)與附屬平台共享數據，以助用戶登錄和賬戶管理，並防止欺詐並盡量降低安全風險；及(ii)與提供技術支持等若干服務的供應商及業務合作夥伴共享數據，該等服務對我們向用戶提供服務而言屬必要。根據我們的政策，我們僅授權第三方業務合作夥伴出於合法、必要、特定和明確定義的目的才可訪問我們的用戶數據，我們也會告知用戶有關數據分享的目的、用途和範圍。我們告知用戶數據分享的目的、用途及範圍，並在分享有關用戶數據前取得用戶的明確同意。在評估數據分享授權的目的和範圍時，我們極為小心謹慎，確保授權業務合作夥伴根據相關保密協議作出法律承諾，以要求他們在處理我們的用戶數據時須遵守授權目的、範圍和安全措施。我們已對與供應商及合作夥伴合作及供應商及合作夥伴的管理採用內部政策。我們對網絡產品及服務供應商進行安全審核，與他們簽訂安全協議，並要求他們遵守適用數據安全義務。對於與涉及數據傳輸的第三方合作，我們簽訂數據安全協議以訂明各方的權利及義務。

## 數據洩露和安全事件管理

我們已建立一套全面系統來預防和檢測潛在的數據洩露風險、網絡威脅和其他系統漏洞。我們在不同場景採用針對性、專業級安全措施，如網絡安全、主機安全、應用程序安全及數據管理，以應對不同安全風險。網絡安全保護措施包括抗DDOS攻擊平台、應用程序防火牆系統及威脅情報分析系統。主機安全保護措施包括主機安全掃描、主機安全保護系統及防病毒系統。應用程序安全保護措施包括組件掃描系統、漏洞掃描系統及代碼白盒審核系統。數據安全保護措施包括數據分類分級系統、防數據洩露系統及網頁水印。我們設立專門的數據盜竊及洩露監測站，由專門安全人員持續測試、跟進及整改。我們按需要使用掃描工具以發現數據或網絡缺陷／漏洞，發現的缺陷／漏洞將由專門人員跟進。

對於安全事件管理、應急處置計劃及應急演練，我們建立了安全事件管理程序及處置流程（應急計劃），並每年改進以確保日常信息安全管理及維護效果。我們制定應急計劃及處置機制，在發現、處理、結束、事後追蹤、調查、糾正至證據收集各階段根據不同安全類型及級別適當處理。我們設有應急處置團隊，安全事件的處理將由技術安全中心記錄並存檔。我們每年進行一次重大應急演練及不時進行技術性能演練。

## 安全測試及評估

我們的業務系統已獲得並持有有效的信息科技和安全證書。BOSS直聘、店長直聘及看准擁有網絡安全等保三級認證，並於2022年完成信息系統安全保護備案及相關評估。我們已委聘多家第三方安全服務提供商對我們的安全系統、應用程序及信息科技架構進行安全評估，並與第三方測試及評估服務提供商合作以解決識別出的問題。

除了第三方測試及評估，我們亦進行自查及數據安全自我評估。自2021年起，我們每年進行數據安全評估並進行個人信息安全影響評估。我們使用專有掃描工具，包括組件及漏洞掃描系統，以定期生成數據保護評估報告。我們的數據安全團隊對報告中發現的問題進行密切分析及處理。

## 有關數據安全及隱私的內部控制政策及程序

我們已制定並實施一系列全面而嚴格的內部政策及措施，涵蓋網絡安全及數據處理活動的生命週期（數據收集、傳輸、儲存、使用、訪問、分享、備份及恢復、刪除），以保護網絡安全及數據安全，並防止數據洩露。我們已採納與網絡安全及數據保護相關的內部控制政策，主要包括：(i)全面的數據生命周期管理辦法，主要包括：《數據安全管理辦法》，載列了數據安全管理的基本原則，包括數據安全管理組織架構、數據分類分級、數據生命週期管理要求、其他一般安全管理要求及處罰以及勞動紀律處分；《用戶個人信息保護管理規定》，載列了負責本集團個人信息保護的運營團隊、有關數據生命週期管理的安全處理原則和規則、保護用戶個人信息權利及權益的措施、個人信息保護影響評估、合規審計、個人信息安全事件應變及個人信息分類；《數據傳輸安全管理規範》，規定了加密技術的使用，以及確保數據完整性和機密性和防止數據傳輸過程中的數據洩漏、盜竊和篡改等風險的措施；《數據共享制度》，規定了有關內部數據共享及外部數據共享（尤其是與第三方供應商共享）的指引；《數據脫敏規範》，列明數據脫敏的技術、適用場景和規則；《數據加解密指南》，規定了有關數據加密及解密類型、算法、技術及過程的指引；《備份恢復管理辦法》，規範了本集團各類數據的備份協議，確保在系統故障、數據遺失或其他事件的情況下進行系統恢復，以保證信息系統的安全運行；《數據銷毀策略和制度》，規定了用於從存儲裝置中完全刪除數據，以避免非授權用戶非法使用剩餘數據的不同技術手段；及《內部應用系統賬號權限安全管理規範》及《用戶敏感數據查看權限申請指引》，制訂了申請、授權及批准用戶信息相關訪問以及授予相關許可的規則及流程；(ii)網絡及信息系統安全保護措施，主要包括：《網絡接口規範》，適用於本集團操作的應用程序、H5、Applet及網頁發起的HTTP要求，以避免用戶數據洩露的不利影響；及《數據存儲系統安全管理規範》，規管了數據存儲系統的訪問、運行和維護活動，以確保生產環境下各種數據存儲的安全性；及(iii)安全事件應變措施，包括：《網絡與信息安全突發事件應急預案》及《網絡安全事件專項預案》，規定了網絡與信息安全緊急事件的預防措施、事件識別、應變及處理程序，以預防及減少該等事件引致的損失及危害。

我們的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，我們並無且未曾涉及任何單獨或整體而言對本集團的財務或營運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均遵守中國與數據隱私及安全有關的適用法律及法規，理由如下：(i)我們的中國法律顧問已對我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期在中國的網絡安全及數據處理活動的合規狀況進行全面審查，包括網絡及數據安全管理、用戶界面及隱私相關政策、內部控制政策及程序以及第三方供應商管理的合規狀況；(ii)我們在國家網絡安全審查中全力配合，嚴格處理審查過程中發現的網絡安全問題，並採取了全面的整改措施，經國家網信辦批准，我們自2022年6月29日起重新開始「BOSS直聘」的新用戶註冊；(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無接獲相關政府機關的任何通知，要求我們終止服務或吊銷營業許可證或執照，而該等通知將對我們的存續狀態及持續經營造成任何重大不利影響；及(iv)我們目前並無接受任何正在進行中的調查，亦無面對任何未決的行政處罰；及(v)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何對我們的營運有重大不利影響的行政處罰。根據聯席保薦人進行的盡職調查，聯席保薦人並未注意到任何合理懷疑董事及中國法律顧問的上述觀點的事宜。

## 季節性

我們的經營業績受市場狀況的季節性波動所影響，主要是由於企業端用戶的購買模式所致。例如，由於招聘活動在農曆新年前後普遍放緩，我們的第一季度收入通常較低。由於我們在農曆新年期間增加銷售和品牌活動，我們的季度銷售和營銷費用通常在每年第一季度最高。總體而言，我們業務的過往季節性影響相對輕微，但我們過去曾經歷的季節性趨勢未必代表我們未來的經營業績。另請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的經營業績受季節性波動影響」。

## 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疫情影响最嚴重的城市。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居家工作安排。我們亦採用強化的衛生及預防性措施，防止COVID-19於公司內及員工間感染及傳播，其中包括：(i)向僱員分發一次性口罩及滅菌產品；(ii)增加清潔及消毒辦公室大廈及工作場所間公共區域的頻率；(iii)於需要時為僱員實施彈性工作安排；(iv)鼓勵我們的僱員密切監控共居者的健康；(v)要求我們的僱員每次進入辦公室大廈及工作場所時進行紅外線非接觸性體溫測量；及(vi)要求我們的僱員盡量不要於工作場所內聚集。

COVID-19對我們客戶支付的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。COVID-19疫情或類似流行病的最終影響具高度不確定性且可能會變化。COVID-19疫情對我們的經營及財務表現的影響，包括我們執行業務策略及計劃的能力，將視乎未來發展而定，包括但不限於疫情的持續時間及擴散、其強度、日後任何COVID-19的複發、遏制該疾病或處理其影響的行動、相關的旅行限制及對我們客戶的預算及支出、招聘行業及更廣泛的中國經濟影響（包括疫情導致的任何衰退）的持續時間及強度，皆仍難以評估或預測。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」。

## 知識產權

我們認為，我們的商標、版權、專利、域名、專業知識、專有技術及類似知識產權對我們的成功至關重要。截至2022年6月30日，我們在中國擁有與各方面運營有關的95項專利（包括14項發明專利、1項待批專利）、61項版權（包括45項軟件著作權）及21項已註冊域名，並在中國境內及中國境外分別擁有約503項及10項商標註冊。

我們力圖通過一系列專利、版權和商標法，以及許可協議和其他合約保護措施來保護我們的技術和知識產權。此外，我們與僱員訂立保密和不披露協議，其中規定與其受僱相關並在其受僱期間所創造的所有專利、軟件、發明、開發、著作權作品及商業秘密均屬我們的財產。

於往績記錄期間，我們保護知識產權的措施已見成效，且我們並未發現任何對我們知識產權的重大侵犯行為。有關與我們知識產權相關的風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能無法充分保護我們的知識產權，這可能會導致我們的競爭力下降，而第三方侵犯我們的知識產權可能會對我們的業務產生不利影響」。

## 競爭

作為線上招聘行業的領先參與者，我們面臨來自類似服務提供商的競爭。其他線上招聘平台與我們直接競爭用戶，包括求職者和企業端用戶。我們競相吸引、招攬及留住用戶，以提供更精準的人崗匹配，並在總體上完善和擴展我們的產品和服務。我們的競爭對手可能會以多種方式與我們競爭，包括利用龐大的用戶群招攬更多求職者或企業端用戶、投資技術以提高人崗匹配效率、進行品牌推廣和其他營銷活動，以及進行收購。

我們相信，憑藉龐大而活躍的用戶群、廣泛的優質用戶數據、先進的技術能力、優質的用戶體驗、提升效率和用戶滿意度的能力以及我們的品牌知名度，我們可以與競爭對手進行有效競爭。請參閱「行業概覽－線上招聘市場的競爭格局」。有關與競爭相關的風險討論，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們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。倘我們不能有效競爭，我們的市場份額、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響」。

## 我們的環境、社會及管治(ESG)舉措

我們對企業社會責任、環保意識、長期可持續發展及道德操守的關注是我們價值觀的核心。我們認為，我們的持續增長取決於我們將ESG價值觀融入我們的企業戰略和運營的情況。

我們已採納一系列嚴謹內部政策，涵蓋(i)ESG事宜的風險治理；(ii)ESG策略制定程序；及(iii)識別關鍵績效指標及相關計量。有關內部政策包括商業行為及道德守則、反貪污政策及風險調查手冊。董事會負責監督及管理關鍵的ESG風險及事宜，而ESG管理分散在各部門實施。

### 環境及社會舉措

我們致力於為社會帶來積極變化，且我們相信我們對社會責任的長期承諾會增強我們的品牌聲譽。

作為領先的招聘平台，我們致力於為弱勢群體提供包容、個性化的求職和招聘服務。我們發揮自身優勢，以招聘行業為抓手：

- 我們推出了普惠項目。該項目旨在追求求職者和招聘者雙邊資源分配的公平性，為傳統上服務不足的求職者和企業端用戶，特別是學生用戶和中小微企業主賦能。
- 我們還一直在探索利用互聯網的力量將貧困地區的人們與就業機會聯繫起來的方法。我們已幫助來自52個貧困縣的求職者找到工作。
- 我們拍攝了一部名為《Women了不起》的紀錄短片，聚焦不同經歷、職業道路和人生故事的女性的個人職業歷程，幫助提高人們對女性在社會中不可替代的角色和對社會的重大貢獻的認識。

除了招聘行業外，我們還致力於賦能本地社區。

- 我們積極支持中國全國上下齊心協力遏制COVID-19傳播，並捐款支持社區。我們還向受到鄭州洪水及四川地震波及的社區捐款。
- 我們極具環保意識。我們向青海可可西里國家級自然保護區生態保護基金捐款，旨在保護巡邏人員在打擊偷獵、非法採礦等違法活動中的安全。

綠色運營

我們秉持我們的願景和責任，積極應對氣候變化，並減少業務和運營產生的溫室氣體排放。我們持續實施節能節水、資源循環利用等一系列環保措施，並與供應商合作探索環保業務模式。

以下載列我們設立以評估及指導我們於往績記錄期間可持續業務運營的主要參數概要。

	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
總溫室氣體排放 (範圍1及2) <sup>(1)(2)</sup>					
(二氧化碳公噸)	877	1,014	1,769	1,100	1,582
溫室氣體排放密度 (範圍1及2) <sup>(1)</sup>					
<sup>(2)</sup> (二氧化碳公噸／人)	0.50	0.40	0.39	0.34	0.36
總溫室氣體排放 (範圍3) <sup>(3)</sup>					
(二氧化碳公噸)	2,990	8,804	22,246	7,595	18,240
溫室氣體排放密度 (範圍3) <sup>(3)</sup>					
(二氧化碳公噸／人)	1.50	3.04	4.52	2.08	3.67
總能源消耗 <sup>(4)</sup> (兆瓦時)	1,139	1,350	2,232	1,481	2,079
能源消耗密度 <sup>(4)</sup> (兆瓦時／人)	0.65	0.53	0.49	0.45	0.47
總用水 <sup>(5)</sup> (立方米)	48,827	68,569	89,840	41,970	55,586
用水密度 <sup>(5)</sup> (立方米／人)	24.53	23.71	18.35	11.48	11.31

附註：

- (1) 本公司的廢氣排放主要為購買電力產生的溫室氣體排放。
- (2) 溫室氣體清單包括二氧化碳、甲烷及一氧化二氮。報告年度的溫室氣體排放數據以二氧化碳當量呈列。溫室氣體計算方法以政府間氣候變化專門委員會(「IPCC」)頒佈的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》、《IPCC第五次評估報告》以及中國生態環境部頒佈的市級電網排放因子為基礎。
- (3) 由於業務性質使然，範圍3碳排放主要包括僱員通勤所產生的碳排放以及我們使用、生產及運輸在第三方數據中心託管的自有服務器所產生的碳排放。
- (4) 總能源消耗是根據我們所購買的電力並參考中國《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)的國家標準系數計算。
- (5) 供水主要來自市政供水。

### 綠色工作場所

我們的主要能源和資源消耗是辦公室所需的電力和水。我們的重大廢氣排放產生自購買電力所產生的溫室氣體排放。我們記錄並分析能源和資源的使用情況、調查水電消耗任何異常的原因，並根據實時數據優化節能減排措施。我們主要通過以下指標計量我們的耗能及溫室氣體排放：(i)溫室氣體排放密度(範圍1及2)(二氧化碳公噸／人)；及(ii)能源消耗密度(兆瓦時／人)。我們主要通過用水密度(立方米／人)計量用水。

在節能方面，我們已實施多項措施以合理化辦公區的用電，其中包括(i)增加使用LED燈及以自動聲控燈取代手動開關控制燈；(ii)安排對辦公區域的例行檢查，以確保人走燈關；及(iii)採用包括智能照明和空調的樓宇控制系統，通過啟用後台電源開關，使我們能夠最大限度地減少能源浪費。我們北京總部的環保管理系統已獲得ISO14001環境管理體系認證。在節約用水方面，我們安裝節水衛生設施及配件。例如，我們的北京總部安裝了自動感應水龍頭，有助於節約用水。在工作場所四周張貼節約用水的提示，以提高僱員的意識。一旦發現漏水，我們會立即向物業管理報告並安排及時維修，以減少水浪費。我們致力在本公司培育節約文化，並將繼續監察及控制日常運營中的能源及用水量。

### 綠色數據中心

我們將可持續發展銘記於心，並竭力確保我們的數據中心服務提供商完全有能力可持續地運營，並不斷努力將環境影響降至最低。在評估服務供應商時，我們已將環保能力列為評估要素之一。供應商的評估指標包括環境影響、能源和資源利用、可再生能源的使用和區域氣候條件。

我們將數據中心服務外包予第三方提供商，選擇第三方提供商是基於嚴謹的招標程序。例如，作為招標程序的一部分，我們要求第三方提供商提交《節能審查意見書》及《數據中心綠色分級證》供我們內部審查。此外，我們從眾多方面評估數據中心的環境績效，包括其環境影響、能源及資源利用效率、可再生能源使用以及地區氣候條件。我們的數據中心服務提供商致力於推廣綠色運營，並建設使用可再生能源及改善能源利用率的節能技術及協議的綠色數據中心。為盡量減少對環境的影響及減少能源消耗，我們的數據中心服務供應商亦已引入太陽能發電。太陽能是一種高度發展的可

再生能源來源，不會產生廢氣、污水及其他固體污染物，我們認為使用太陽能有效減少傳統能源來源的消耗並減少對環境有害的排放。

### 關懷僱員

我們心系團隊成員，並在工作內外為其提供支持。我們正在不斷營造一個開放、平等、包容、健康的工作環境，讓每位員工都能在職業道路上有所收穫、茁壯成長。

### 多元化和包容性

我們促進來自不同背景的僱員之間的包容與平等。我們相信，多元化(包括但不限於性別多元化)對我們在商業環境中蓬勃發展非常重要。因此，我們在確定人員構成時會考慮多元化。截至2022年6月30日，我們超過48%的僱員為女性。

我們亦實施一系列措施提升僱員福祉。我們為有需要的僱員提供家庭友好的關懷待遇，例如產假、孕檢假、陪產假、哺乳假、六小時工作制以及其他福利。我們也尊重少數民族僱員的宗教信仰和文化，並為其提供宗教節日假期。我們尊重並招聘殘疾人員工。

### 僱員培訓與發展

我們致力於為各個級別和部門的個人制定個性化的培訓計劃和培訓方案。我們與各個業務部門密切合作，為僱員設計包括企業文化、專業能力、基本技能及領導人才培養主題的課程，讓其學習發展職業所需的技能。

我們亦結合線上體驗及實體課程以將學習效果提到最高。我們設有線上學習平台，讓僱員能夠在線訪問公司級及部門級課程。截至2022年6月30日，我們所有的全職僱員皆已參加我們的內部培訓課程。

### 健康、工作安全、社會和環境事宜

為確保符合適用的法律法規，我們的人力資源部會不時在必要時調整人力資源政策，以適應相關勞動和工作安全法律法規的重大變化。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因違反有關健康、工作安全、社會或環境法規而遭受任何罰款或其他處罰，亦無發生任何已對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的事故或僱員提出的人身或財產損失索賠。

## 僱員

截至2022年6月30日，我們共有5,379名僱員。我們絕大部分的僱員位於中國。下表載列我們截至2022年6月30日按職能劃分的全職僱員人數。

職能	僱員人數	百分比
銷售和營銷	2,525	46.9%
研發	1,399	26.0%
運營	1,186	22.1%
一般行政	269	5.0%
<b>總計</b>	<b>5,379</b>	<b>100.0%</b>

我們的成功取決於我們能否吸引、激勵、培訓和留住合資格僱員。作為我們留存戰略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪資、激勵性股份授予和其他激勵措施。為保持競爭優勢，我們將繼續專注於吸引和留住合資格的專業人員，提供基於激勵和市場驅動的薪酬架構，獎勵績效和業績。

根據中國法律，我們為駐中國的僱員參加由市、省政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險和住房公積金。根據中國法律，我們須不時按僱員薪資、花紅及其若干津貼的特定百分比，為我們駐中國的僱員的僱員福利計劃作出供款，以中國地方政府規定的最高金額為限。我們致力於團隊成員的教育、招聘、發展和提升。除定期的在職培訓外，我們還建立了綜合僱員發展體系，涵蓋領導力、技術、監管等方面。我們的綜合培訓計劃包括企業文化、僱員權利與責任、團隊建設、職業行為、工作績效、管理技能、領導力和行政決策。

我們通常與高級管理層和核心人員訂立有關保密、知識產權、僱用、商業道德和不競爭的標準合約及協議。該等合約通常包括在其受僱期間和之後屬有效的不競爭條款和保密條款。我們相信，我們與僱員保持良好的工作關係，於往績記錄期間，我們並無發生任何重大勞資糾紛或停工或在為我們的運營招聘員工方面遇到任何困難。請參閱「風險因素－與在中國經營業務有關的風險－倘若我們未能遵守社會保險和住房公積金相關法律法規，我們的業務可能會受到潛在責任的負面影響」。

## 設施

我們的總部設於北京，並在中國52個城市設有辦事處。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，我們租賃物業的總建築面積約為84,000平方米。我們的租賃物業主要用作辦公室，即上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動。其主要包括我們總部及辦事處物業。我們相信，我們的現有設施通常足以滿足我們當前的需求，但我們預期將根據需要尋求額外空間以應對日後增長。

截至最後實際可行日期，我們有101份租賃協議尚未按照中國法律的規定向地方住房管理部門備案。我們的中國法律顧問已告知我們，儘管根據中國法律法規未備案有關租賃協議不會影響有關協議的有效性，但我們可能被主管部門責令糾正此未備案行為，而倘若我們於期限內未糾正，則我們可能因每份未備案協議而受到人民幣1,000元至人民幣10,000元的行政處罰。我們可能會被相關機關責令糾正不合規事宜，倘若我們未能於規定期限內改正，我們可能會被處以合共最高人民幣1.0百萬元的罰款。截至最後實際可行日期，我們尚未收到任何監管部門關於上述我們未備案租賃協議而採取潛在行政處罰的通知。

截至最後實際可行日期，(i)在我們租賃的多個物業的出租人無法提供有關物業的相關產權證或證明文件證明其租賃的權利；(ii)對於我們多個租賃物業，其使用不符合有關物業的產權證所規定的批准用途，及出租人／所有權人未能提供相關主管部門要求取得批准有關租賃物業的用途變更的任何文件；及(iii)在我們訂立租賃協議時，多個我們的租賃物業處於抵押中。然而，倘若我們由於上述原因須自任何該等租賃物業搬遷，鑒於我們的運營性質，我們不認為任何搬遷將對我們的業務造成嚴重干擾。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與租賃物業相關的若干風險」。

## 風險管理及內部控制

我們致力於建立和維護由政策和程序組成的、且我們認為適合業務運營的風險管理和內部控制體系，並專注於不斷完善該體系。我們不斷審查風險管理和內部控制政策和程序的實施情況，以提高其有效性和充分性。

## 財務報告風險管理

我們已建立一套與財務報告風險管理相關的會計政策，並制定了各種程序以實施該會計政策，財務部門根據有關程序審閱管理賬目。我們還為財務部僱員提供定期培訓，以確保其了解財務管理和會計政策，並在日常運營中將其實施。

## 數據及技術系統風險管理

我們認為保護用戶的個人隱私至關重要。為確保我們數據的機密性及完整性，我們設有全面而嚴格的數據保護計劃。我們通過我們的平台獲取大量用戶靜態及行為數據，並將數據加密及存儲在受防火牆保護並位於中國內地的自有服務器及第三方雲服務器。我們已對提供網絡安全及數據相關服務／產品的第三方供應商採取全面管理措施，例如我們實施准入管理，專注於收集、評核及評估供應商的背景資料、安全相關技術能力及資歷、專注於合約執行及履約流程的合約管理以及人員及服務管理。我們只有在取得用戶事先同意後，才會收集用戶的個人信息數據。

我們採用加密、防火牆、漏洞掃描、日誌審計等多種技術解決方案預防及檢測用戶隱私和數據安全方面的風險和漏洞。例如，我們以加密格式存儲和傳輸所有機密的用戶數據，並擁有一支專業團隊參與研發及致力於數據安全實踐的持續審查和監控。我們通過數據訪問日誌記錄針對數據的所有嘗試性及成功訪問，並針對大量數據的請求進行自動監控及常規手動驗證。我們還制定了明確及嚴格的數據授權和身份驗證程序和政策。我們的僱員只能出於有限的目的才能訪問與其工作職責直接相關且必要的數據，且在每次嘗試訪問時均需要經過驗證授權。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－由於我們存儲及處理部分包含敏感個人信息的數據，我們在收集、不當使用或披露個人信息方面面臨擔憂，這可能影響現有及潛在用戶使用我們的服務、損害我們的聲譽、產生法律責任、招致監管審查，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。

## 人力資源風險管理

我們根據不同部門僱員的需求提供定期及專門的培訓。通過該培訓，我們確保員工保持最新的綜合技能，並讓他們能夠發掘及滿足用戶需求。我們已制定經管理層審批的僱員手冊，並已公佈於所有僱員，當中載有有關最佳商業實踐、職業道德、欺詐預防機制、疏忽及貪污的內部規則及指引。

我們已制定商業行為準則以及有關反賄賂及反腐敗的政策，以防止本公司內部出現任何腐敗事件。該政策闡釋潛在賄賂和腐敗行為，以及我們的反賄賂及反腐敗措施。我們向員工開放及提供內部舉報渠道以供舉報任何賄賂及腐敗的行為。本公司將調查任何遭舉報的事件及人士並採取適當的措施。

## 投資風險管理

我們投資或收購與我們的業務互補的業務，例如能夠擴大我們的服務範圍及增強我們研發能力的業務。一般而言，我們計劃長期持有我們的投資。

在我們的投資項目中，我們的投資團隊會根據我們的投資策略尋找投資項目，並初步評估該投資項目的風險及潛力。我們根據投資項目的具體情況，採用相應審批及盡職調查機制。我們的財務及法務部門在交易評估、設計、分析、溝通、執行、風險控制、報告及投後風險管理方面與投資團隊進行合作。此外，我們的投資團隊定期監控交易表現，任何重大因素將及時上報投資委員會另作決定，該委員會由高級管理團隊內擁有豐富行業經驗的多名成員組成。

## 審計委員會經驗及資格以及董事會監督

我們已成立審計委員會，以持續監控風險管理政策在全公司的執行情況，從而確保我們的內部控制體系能夠有效識別、管理及減輕我們的業務運營所涉及的風險。審計委員會由三名成員組成，即楊昭烜、孫永剛及王渝生。楊昭烜、孫永剛及王渝生均為獨立董事。有關審計委員會成員的專業資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層－董事」。

我們亦設有內部審計部門，負責審查內部控制的有效性，並就所發現的任何問題向審計委員會報告。我們的內部審計部門成員定期舉行會議，以討論我們面臨的任何內部控制問題，以及實施解決有關問題的相應措施。內部審計部門向審計委員會報告，以確保發現的任何重大問題及時傳達給委員會。審計委員會屆時會對問題進行討論並在必要時向董事會報告。

### 內部控制風險管理

我們設計並採用了嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規則及法規。我們的內部控制團隊與我們的法務、財務及業務部門密切合作，以：(a)進行風險評估並對風險管理策略提出建議；(b)提高業務流程效率及監控內部控制的有效性；及(c)提高全公司的風險意識。

我們設有內部程序以確保我們已就業務運營獲取了一切重大的必要牌照、許可證及批准，且我們的內部控制團隊定期進行審查，以監控等牌照及批准的狀態及有效性。尤其是，我們為管理牌照及許可證設計並採用了內部政策，並設置申請、重續及取消牌照及許可證的程序。例如，我們負責牌照及許可證的部門會根據適用的法律法規及時重續及更新進行業務所需牌照及許可證。我們內部控制團隊監督整個申請、重續及取消過程，定期檢查該等牌照及批准的狀況及有效性，並督促負責部門及時重續及更新許可證。

為確保我們持續遵守適用法律法規及有效管理我們的合規及法律風險，我們已在本集團內組織專業團隊執行嚴格的內部程序，包括(其中包括)監察不時更新的法律法規，並進行相關調查及研究；監察監管機關發出的通知、指示及要求，並在必要時與有關機構溝通以獲取進一步指示；就任何新的法律法規收集外部專業意見；就新產品提出適當的合規建議。我們的法律、合規、信息技術、行政及業務部門緊密合作，根據最新法律法規進行風險評估及建議風險管理策略，尤其是有關網絡安全、數據保護、ICP許可證及知識產權保護的法律。我們的法律、合規、信息技術、行政及業務

部門亦緊密合作以改善業務流程效率、監控內部控制的有效性，及提高僱員間的風險意識。我們的信息技術、法律及合規團隊每週舉行會議，討論為遵守最新監管規定的可能後果及將予採取的行動。我們設有內部程序，確保我們已取得業務營運所需的所有重大必要牌照、許可證及批准，而我們的合規及行政團隊會進行定期審查，監察該等牌照及批准的狀況及有效性。我們的合規及行政部門與相關業務部門合作，以取得必要的政府批准或同意，包括在規定的監管期限內準備所有必要文件並向相關政府機關提交文件供備案。倘發生潛在許可證處罰，法律團隊及相關團隊將啟動法律應對程序，並與外部組織及內部部門保持緊密合作。

我們致力於遵守相關法律法規、保護第三方知識產權並在我們的平台上維持健康的內容環境。平台上的所有參與者均須遵守服務條款及平台規定，嚴禁在平台上發佈不當內容。平台規定包括《BOSS直聘用戶協議》、《BOSS直聘視頻面試用戶服務協議》、《BOSS直聘職位信息發佈規則》、《BOSS直聘知識產權保護規則》，詳細載列了禁止的內容及行為類型，包括(其中包括)虛假、有害、脅迫、騷擾、侵犯、誹謗、低俗、淫穢、不道德或令人反感的內容，政治敏感或煽動性內容，或中國法律、規章、法規、條例或具有法律效力的慣例另行限制或禁止的內容。此外，用戶可以通過電子郵件報告任何違反服務條款或其他不當行為。我們有專門團隊及時跟進並解決所提出問題。

我們亦已採取多項措施，以遵守規管互聯網信息發佈及用戶身份驗證的中國法律法規。我們採用實名制認證用戶身份。我們通過用戶註冊時提供的移動電話號碼驗證用戶身份。我們要求用戶同意平台用戶協議所載的條款及條件。根據用戶協議，每名用戶承諾(其中包括)，(i)使用真實身份及個人信息註冊賬戶以創建、發佈及分發信息，及(ii)不上傳或發佈違反中國法律或法規或侵犯他人知識產權的內容。我們已實施內容監控系統，包括一支專門人員團隊，以識別非法及不當內容以及持續過濾及監控該等內容的算法。我們的審核團隊及系統實時監控平台上的內容，以偵察非法或不當內容。一旦發現非法或不當內容，我們會立即採取措施解決所發現問題，例如禁止用戶進行進一步活動或封鎖其賬戶。

我們於2021年6月在納斯達克全球精選市場上市前，是一家沒有足夠會計人員及其他資源解決內部控制問題的私人公司。在審計我們截至2019年及2020年12月31日以及截至該等日期止年度的合併財務報表過程中，我們及我們的獨立註冊會計師事務所發現我們截至2020年12月31日的財務報告內部控制存在兩個重大缺陷。根據PCAOB

所制定準則中的定義，「重大缺陷」是指財務報告內部控制中存在的一個缺陷或一組缺陷，致使很有可能無法及時防範或發現本公司年度或中期合併財務報表中存在的重大錯報。

所發現的重大缺陷之一是關於我們缺乏擁有足夠能力的財務報告及會計人員，該人員需對美國公認會計準則有適當的了解，從而可解決複雜的美國公認會計準則技術性會計問題及根據美國公認會計準則及美國證監會列明的財務報告要求編製及審閱合併財務報表及相關披露。所發現的另一重大缺陷是關於缺乏期末財務結算政策及程序，從而根據美國公認會計準則及美國證監會列明的財務報告要求編製合併財務報表及相關披露。重大缺陷若未及時得到補救，則可能導致未來我們的合併財務報表存在重大錯報。

我們已採取多項措施解決首次公開發售期間發現的重大缺陷，包括：(i)我們已聘請額外具有美國公認會計準則及美國證監會報告要求方面工作經驗的合格財務及會計人員；(ii)我們已明確會計及財務報告人員的角色及職責，以解決複雜的會計及財務報告問題；(iii)我們已闡明報告要求，並建立有效的監督機制，以解決複雜和非經常性交易及相關會計問題；(iv)我們已制訂並實施一套全面而有效的期末結算程序，特別是針對複雜和非經常性交易，以確保財務報表及相關披露均符合美國公認會計準則及美國證監會的報告要求；(v)我們已成立一支內部審計團隊，以強化內部控制及評估內部控制的設計及有效性；及(vi)我們正在為會計和財務報告人員定期進行美國公認會計準則和財務報告培訓計劃。

儘管實施了上述補救措施，但該等措施將需要在財務報告週期的一段時間內驗證及測試內部控制的運作有效性。而我們的獨立註冊會計師事務所尚未對截至2021年12月31日及截至該日止年度的財務報告的內部控制進行審計。因此，截至2021年12月31日，之前發現的重大缺陷仍然存在。我們將繼續採取措施，對重大缺陷進行補救。

為籌備上市，我們已委聘內部控制顧問於2022年7月至2022年9月進行內部控制審查，並對業務流程相關的內部控制的有效性進行跟進審查。根據AATB1內的相關技術公報，內部控制顧問進行的內部控制審查及跟進審查構成一項長式報告。內部控制審查的選定範疇包括實體層面控制（涵蓋財務報告能力方面的控制）及業務流程控制（涵蓋財務報告程序）。由於進行內部控制審查，我們發現若干需要改進的範疇。我們隨後針對內部控制顧問發現的問題及提供的建議採取了補救措施。針對我們為解決內部控制審查所發現的問題而採取的補救措施，內部控制顧問亦於2022年9月對我們的內部控制體系進行跟進審查。完成該跟進程序後，內部控制顧問並無發現我們的內部控

制體系存在任何重大不足之處。內部控制顧問並無就內部控制審查作出任何進一步建議。在此基礎上，董事認為，在此背景下，為加強我們對財務報告的內部控制而採取的措施屬充分有效。考慮到本公司與內部控制顧問進行的工作以及僅基於聯席保薦人進行的盡職審查工作，聯席保薦人並無垂注到會合理導致聯席保薦人不同意董事有關對所採納加強本公司有關財務報告的內部控制措施為充足有效的觀點。截至最後實際可行日期，概無有關內部控制的重大未處理事宜。基於董事進行的補救措施，董事認為財務報告的強化內部控制措施在AATB1下屬充分及有效。

## 保險

我們相信，我們投購的保險所保障風險符合行業標準。我們並無投購財產險或業務中斷險，亦無投購保障網絡基礎設施或信息技術系統受損的保險。一旦發生任何未投保的業務中斷、訴訟或自然災害，或我們未投保的設備或設施嚴重受損，則可能會對我們的經營業績產生重大不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與自然及其他災害相關的風險，包括惡劣天氣情況或流行病爆發以及其他極端事件，這可能會嚴重擾亂我們的營運」。

## 法律訴訟及合規

在我們的日常業務過程中，我們已經並將不時捲入糾紛及法律或行政訴訟。

在2021年7月12日向美國新澤西州地方法院提起的名為*Bell v. Kanzhun Limited et al, No. 2:21-cv-13543*的假定證券集體訴訟中，我們及我們的若干高級職員及董事被列為被告。2022年3月4日，原告提交經修訂訴狀，乃據稱代表聲稱因2021年6月11日至2021年7月2日（包括首尾兩日）期間交易我們的證券而遭受損害的人士集體提出。該訴訟聲稱，我們違反《1934年美國證券交易法》第10(b)及20(a)條以及據此頒佈的第10b-5條就我們的業務、運營及合規實踐做出虛假及誤導性陳述。具體而言，訴狀指稱我們的註冊聲明未有告知投資者，國家網信辦於首次公開發售前三週發現我們一款應用程序「店長直聘」涉嫌違反中國有關網絡安全及個人隱私的法律，包括未經用戶同意非法收集個人信息。原告聲稱與此遺漏有關的未披露「風險」於2021年7月5日出現，當時國家網信辦暫停本公司獨立應用程序BOSS直聘的新用戶註冊，以待網絡安全審查。訴狀根據證券交易法尋求未指明的金錢賠償，以賠償推定集體訴訟中的成員因被告在各種公開披露中涉嫌的錯誤陳述或遺漏而蒙受的損失。2022年5月，本公司提出動議駁回

經修訂訴狀。駁回動議的簡報已於2022年7月完成，目前仍有待作出決定。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。基於該初步協議原則上和解，我們於截至2022年6月30日止六個月的合併損益表及截至該日的合併資產負債表中錄得或有負債。請參閱本文件附錄一會計師報告所載合併財務報表附註17。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（包括上述個人）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。看準支付和解金的期限為2022年12月中旬並且已支付。法院安排於2023年3月舉行公平聽證會，及後法院將決定是否最終批准和解。本公司認為，且本公司的美國訴訟法律顧問贊同，和解並無且不會對本公司財務狀況或業務經營造成任何重大影響。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除上文所披露的法律程序外，我們並無牽涉任何我們認為可能會對我們的業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響的法律、仲裁或行政程序，亦並不知悉任何前述法律、仲裁或行政程序的威脅。

我們的中國法律顧問認為，在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，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違規事件。我們目前沒有受到任何正在進行的調查，亦無面臨任何未了行政處罰。

## 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,「BOSS直聘」应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」应用程序的新用戶註冊。自我們恢復用戶註冊之日起至2022年8月15日,我們錄得超過1千萬名新註冊用戶。2022年7月的月活躍用戶及平均日活躍用戶創下歷史新高,7月的月活躍用戶較6月增長16%。

## 牌照、許可證及批准

據中國法律顧問告知,截至最後實際可行日期,我們已從相關政府機關獲得就我們附屬公司及合併聯屬實體的業務運營屬重大的所有必要牌照、許可證、批准及證書,惟「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—缺乏或未能維持適用於我們業務的必要批准、執照或許可證可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響,而遵守適用法律或法規可能要求我們獲得額外的批准或執照或改變我們的業務模式。」所述的風險及不確定因素除外。我們通過我們的線上招聘平台提供服務(包括若干直播招聘服務、求職及招聘相關短視頻、應用內視頻面試及職業發展相關視頻課程),該等服務可視為互聯網視聽節目服務,而提供互聯網視聽節目服務的實體必須就線上傳播視聽節目取得牌照(或視聽許可證)或完成視聽備案。然而,根據適用中國法律,僅國有獨資或國有控股公司合資格取得視聽許可證。由於我們並非為國有獨資或國有控股單位,故我們截至最後實際可行日期並無取得視聽許可證。根據適用中國相關政府機關的現行慣例,僅擁有30百萬名或以上日活躍用戶及100名或以上節目審核員(即公司內部負責審核及檢查互聯網視聽節目內容的人員)的公司方合資格進行視聽備案。於組成往績記錄期間的各年度/期間,我們的日活躍用戶平均人數少於10百萬人。於組成往績記錄期間的各年度/期間,我們的節目審核員平均人數亦少於100人。由於我們並未滿足若干先決條件,故我們截至最後實際可行日期並無完成視聽備案。我們提供可能被視為互聯網視聽節目服務的服務對我們的業務而言並不重大,且於組成往績記錄期間的各年度/期間通過提供該等服務產生的收入佔我們總收入少於0.1%。另外,截至最後實際可行日期,我們並無因未獲得視聽許可證或未完成視聽備

## 業 務

案而遭受相關政府機關施加任何行政處罰或發起任何調查。基於上文所述，就我們的互聯網視聽節目服務未取得視聽許可證或完成視聽備案並無亦不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。我們將積極與相關機關溝通，並在獲准後及時申請視聽許可證或完成視聽備案。我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於中國的所有附屬公司及合併聯屬實體在各重大方面均遵守相關法律法規。

中國法律顧問告知已向我們表示，截至最後實際可行日期，我們的牌照及許可證仍完全有效且並未被撤銷或取消。中國法律顧問亦已向我們表示，只要我們遵守相關法律要求，並採取一切必要措施及根據適用中國法律法規規定的要求及時間表提交相關申請，續新有關牌照及許可證不存在重大法律障礙。

下表載列我們的重大牌照、許可證及批准的詳情：

牌照／許可證	持有人	發證機關	授予日期	到期日
增值電信業務許可證(提供互聯網信息服務)	北京華品博睿	北京市通信管理局	2020年 8月31日	2025年 8月31日
人力資源服務許可證	北京華品博睿	北京市朝陽區人力資源和社會保障局	2021年 11月22日	2026年 11月21日
人力資源服務許可證	北京歌利沃夫	北京市朝陽區人力資源和社會保障局	2019年 8月2日	2024年 8月1日

## 獎項及榮譽

於往績記錄期間，我們已憑藉服務質量與知名度獲得多項榮譽。我們所獲得的部分重大獎項及榮譽載列如下。

獎項／榮譽	獎項年份	頒獎組織／機構
知名互聯網平台獎－2019亞太 人力資源開發與服務博覽會	2019年	亞太人力資源開發與服務博覽會 組委會
亞太經合組織(APEC)中國工商理事會 數字經濟委員會首屆委員單位	2020年	APEC中國工商理事會
2021亞太人力資源開發與服務博覽會 「最具價值平台」	2021年	亞太人才服務研究院
中國互聯網協會互聯網行業社會責任 建設工作委員會成員單位	2021年	中國互聯網協會互聯網行業社會責任 建設工作委員會／中國互聯網協會 秘書處
2021年度高校畢業生就業工作－卓越 合作夥伴	2022年	中華人民共和國教育部
中國互聯網協會常務理事單位	2022年	中國互聯網協會