



2025年第四季度 快手科技 演示材料

2026年3月



免责声明



通过参加包含本次演示的会面，或通过阅读演示材料，阁下同意受以下限制约束：

本次演示所涉及的信息由快手科技（“公司”，与其子公司及合并关联实体合称“集团”）的代表为集团在投资者会面前的演示而准备，旨在提供信息。本次演示所含任何部分不得构成或作为任何合同、承诺或投资决定的基础或者依据。

任何人均未对本材料所包含的任何信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或者默示的陈述或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。无论公司或其任何董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表，均无须为由本次演示或其内容引起的或其它与本次演示相关的任何损失承担义务或责任（不论基于疏忽或其他原因）。本演示材料所载的信息可能会更新、完善、修改、验证和修正，且此信息可能会进行重大更改。

本次演示基于现行有效的经济、法律、市场及其他条件。阁下应当理解，后续发展可能会影响本次演示中包含的信息，而公司或其董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表均无义务对其予以更新、修订或确认。

在本次演示中传达的信息包含一些具有或可能具有前瞻性的陈述。这些陈述通常包含“将要”、“可能”、“期望”、“预测”、“计划”和“预期”及类似含义的词汇。前瞻性陈述就其性质而言包含风险和不确定性，因为其涉及并依赖于将在未来发生的事件和情况。可能另有一些重大风险尚未被公司认为构成重大风险，或公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人不应依赖这些前瞻性陈述。公司没有责任更新前瞻性陈述或修订其以反映未来的事件或发展。

本次演示中包含的集团财务数据系根据国际财务报告准则编制（除非另有说明），该准则在某些重大方面不同于其他国家的公认会计准则。本次演示中包含某些非国际财务报告准则下的财务业绩指标，例如“EBITDA”。该等指标的提出是由于公司认为其有助于确定公司经营业绩。但是，该等指标不应被视为经营活动产生的现金流的替代、流动资金的计量、净利润的替代，也不应视为根据国际财务报告准则得出的其他计量方法而产生的反映公司业绩的指标。由于该等指标并非国际财务报告准则下的衡量指标，因此其不能与其他公司提出的类似名称的指标相比较。

本次演示及于此所载资料并不构成或组成任何对公司证券的出售要约或发行或对公司或归属于任何司法管辖区的任何子公司或关联方的证券的购买或认购要约的招揽或邀请的一部分。本次演示不包含任何可能导致其（1）被视为是《公司（清盘及杂项条文）条例》（香港法例第32章）第2（1）条（“《公司条例》”）所指的招股章程，或《公司条例》第38B条所指的广告或招股章程的摘录或节本，或载有《证券及期货条例》（香港法例第571章）第103条所指的广告、邀请或含有广告或邀请的文件，或（2）在香港，于未遵守香港法律或未能援引香港法律项下可获得的任何豁免的情况下向公众发出的要约，且如有实质变更，恕不另行通知。本次演示及于此所载资料仅提供给阁下作为参考，应严格保密，且不得被全部或部分的以任何形式复制或以任何方式分发给其他任何人。特别是，在本次演示中出现的任何信息或本次演示材料的任何副本均不能在美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或任何有相关禁止性规定的其他司法管辖区直接或间接地复制或传播给任何人。任何对以上限制的违反都可能构成对美国或其他国家证券法律的违反。本演示材料及其所载的任何信息不构成对任何的金钱、证券或其他对价的招揽，且任何基于本演示材料及其所载的任何信息而提供的金钱、证券或其他对价均不会被公司接受。

通过参加本次演示，阁下确认您将完全自行负责对集团市场地位以及市场的评估，并且阁下将自行进行分析并对集团业务的未来表现形成自己的观点或看法。公司、其关联公司、控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、代理、代表或以上人士的顾问对于阁下或本材料信息披露的对象对本协议中包含的信息的使用或信赖不承担任何责任。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而准备的发售通函或招股章程中的信息而做出。在任何情况下，有关各方都应自行对集团和本文件所载数据进行调查和分析。

本公司证券未曾且将不会根据《1933年美国证券法》（经修订）或美国任何州的法律进行注册。本次演示不构成在美国购买或认购证券的任何要约或邀请或该等要约或邀请的一部分，也不会直接或间接地在美国（包括其领土和属地、美国任何州和哥伦比亚特区）或进入美国分发。除符合《1933年美国证券法》注册要求的豁免外，v本公司证券不会在美国发行或出售。公司的证券不会在美国进行公开发售。通过审阅本演示材料，阁下将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户(i)为《1933年美国证券法》（经修订）144A规则定义下的合格机构买家，或(ii)位于美国境外（如《1933年美国证券法》S条例中所规定）。阁下并将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户是《证券及期货条例》（香港法例第571章）及该等条例下制定的规则所定义之向专业投资者。

目录

① 概览

② 业务发展

③ 财务情况

④ 环境、社会及管治 (ESG)

⑤ 附录

88

一、概览

1.1 AI驱动的全球第二大短视频平台 (1)



用户社区持续活跃，2025年第四季度平均日活跃用户达**4.08亿**；用户日均使用时长126分钟



2025年12月先后发布全球首个统一多模态视频模型可灵O1和具备“音画同出”能力的可灵2.6模型，2026年2月推出可灵3.0系列模型，继续保持大模型全球领先地位；商业化营收加速，2025年第四季度，**可灵AI营业收入达人民币3.4亿元**



AI能力全面赋能各业务场景，**核心商业收入**（线上营销和包括电商佣金收入在内的其他服务收入）**同比增长达17.1%**



持续投入AI的同时盈利能力稳健，**第四季度总营收同比增长11.8%至人民币396亿元，经调整净利润人民币55亿元，同比增长16.2%，经调整净利润率达13.8%**

注:

1. 基于QuestMobile 2026年2月总时长渗透率数据，前三分别为微信、抖音+抖音极速版、快手+快手极速版。

1.2 运营数据亮点

庞大的用户基数



4.08 亿

平均日活跃用户⁽¹⁾

高参与度的社区



126.0 分钟

每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾

高互动性的平台



~100 亿

短视频+直播日均互动量⁽¹⁾⁽³⁾



7.41 亿

平均月活跃用户⁽¹⁾



5,218 亿元

电商商品交易总额⁽¹⁾⁽⁴⁾



425 亿

累计互关对数⁽²⁾

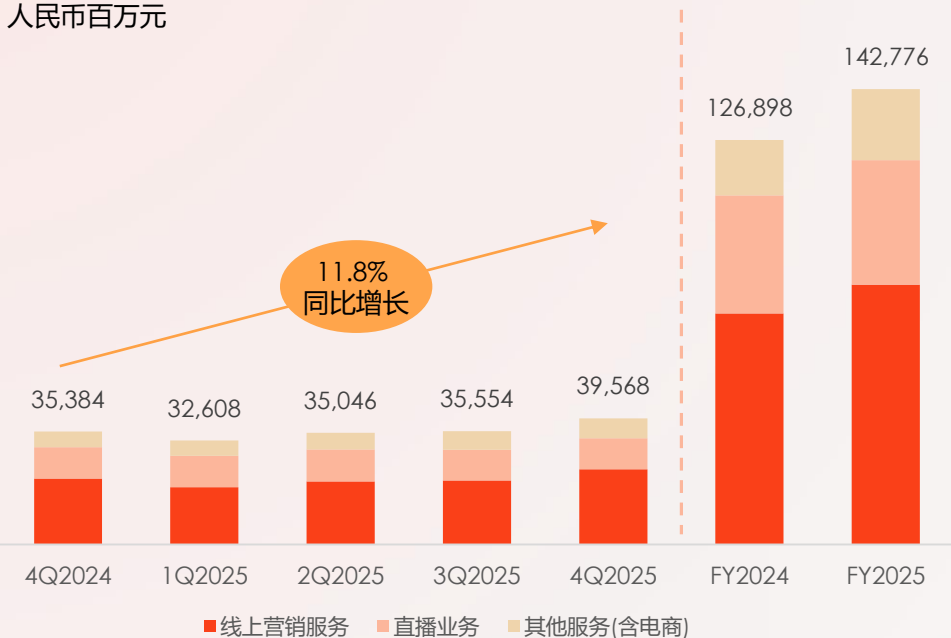
注：
1. 根据快手应用2025年第四季度数据计算。
2. 截至2025年12月31日累计。
3. 互动包括点赞、评论、转发及私信等。
4. 于我们平台或通过我们平台跳转到合作伙伴平台交易。

1.3 收入稳步增长，盈利水平同比提升

- 2025年四季度总收入同比增长11.8%达396亿，其中，线上营销服务收入同比增长14.5%，其他服务收入(包括电商和可灵AI)同比增长28.0%；
- 经调整净利润同比增长16.2%达55亿；经调整净利率为13.8%。

收入构成及总收入同比增速

人民币百万元



经调整利润净额及经调整净利率

人民币百万元



88

二、业务发展

2.1 AI战略成为快手核心驱动力，赋能内容和商业生态



- AI大模型能力全面融入各业务场景，深度赋能内容和商业生态，释放价值增量。
- 升级端到端生成式推荐大模型，推出OneRec V2；自主研发AI编程产品CodeFlicker，驱动内部基建效率提升。

线上营销服务场景

端到端生成式推荐大模型



智能出价大模型



国内线上营销服务收入
约5%的提升

电商业务场景

端到端生成式检索架构
One Search V2



商城搜索订单量约3%提升

端到端生成式推荐大模型



各电商域GMV提升

其他业务场景

直播场景AI万象



AI礼物生成次数累计100
万次，提升用户付费意愿

AI编程产品 CodeFlicker



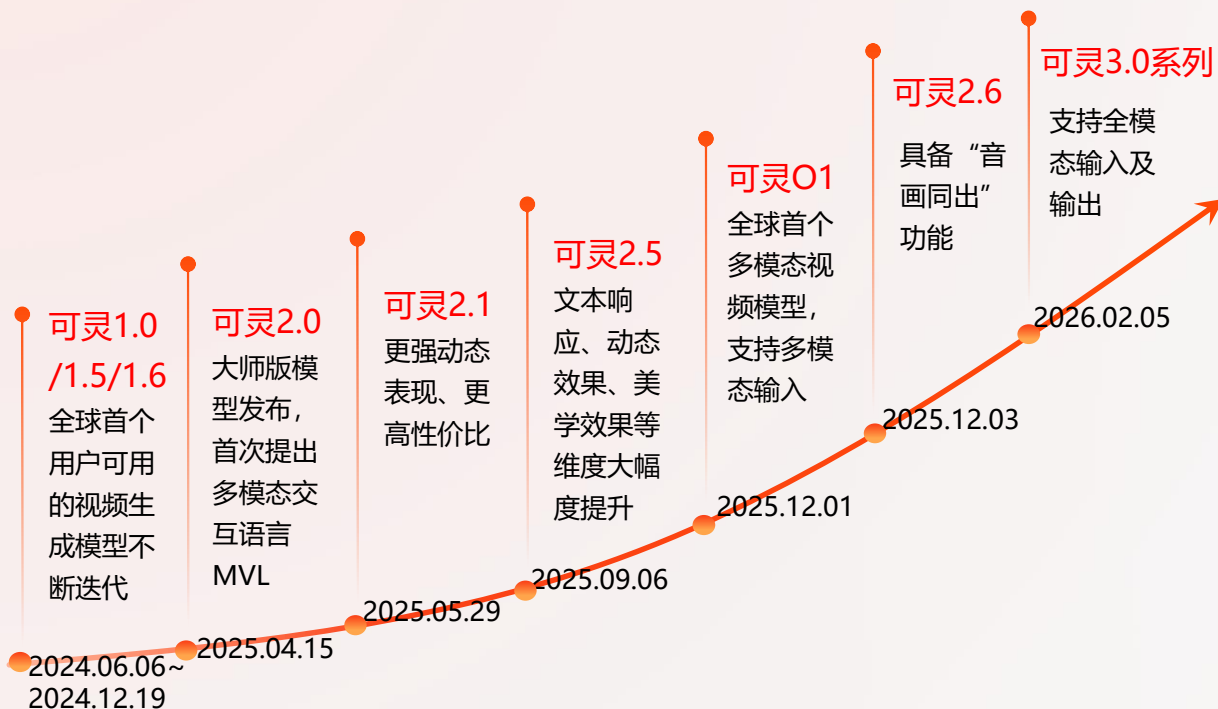
新增代码AI贡献率40%+

2.1 可灵AI：全球领先视频生成大模型



- 视频生成大模型再升级：2025年12月推出全球首个大一统的多模态创作工具可灵 O1，和首个“音画同出”模型可灵AI 2.6；
- 2026年2月上线可灵AI 3.0系列模型，支持涵盖文本、图像、音频和视频的全模态输入与输出。

模型持续升级迭代，探索AI创意表达边界



模型综合质量全球领先

Artificial Analysis – 文生视频第一 (1)

Rank	Creator	Model	ELO	95% CI	Samples	Released
1	KlingAI	Kling 3.0 1080p (Pro)	1,248	-10/10	4,385	Feb 2026
2	KlingAI	Kling 3.0 Omni 1080p (Pro)	1,235	-11/11	4,115	Feb 2026
3	xAI	grok-Imagine-Video	1,230	-9/9	5,491	Jan 2026
4	Runway	Runway Gen-4.5	1,227	-8/8	8,121	Dec 2025
5	Google	Veo 3	1,224	-12/12	3,206	Jul 2025

Artificial Analysis – 图生视频第二 (1)

Rank	Creator	Model	ELO	95% CI	Samples	Released
1	xAI	grok-Imagine-Video	1,329	-9/9	5,810	Jan 2026
2	KlingAI	Kling 2.5 Turbo 1080p	1,297	-11/11	3,913	Sept 2025
3	KlingAI	Kling 3.0 Omni 1080p (Pro)	1,295	-11/11	4,042	Feb 2026
4	PixVerse	PixVerse V5.6	1,292	-11/11	4,075	Feb 2026
5	KlingAI	Kling 3.0 1080p (Pro)	1,288	-10/10	4,324	Feb 2026

注：
1. 截至2026年3月22日

2.1 可灵AI：全球领先视频生成大模型

- 可灵AI在基础模型和产品功能上的不断创新，为其广泛应用于影视、营销、电商、游戏等专业创意创作场景奠定了基础；
- 可灵AI实现了商业化变现的加速：2025年第四季度，可灵AI营业收入达3.4亿人民币；2026年1月，可灵AI年化收入运行率ARR超过3亿美元。

用户规模扩大 (1)

6,000万+

可灵全球创作者规模

3万+

可灵企业客户数量

商业化进展提速

3亿美元+ (2)

可灵ARR



用户:订阅收入



商家:API服务

注：
1. 截至2025年末。
2. 2026年1月。

丰富的应用场景渗透

影视动画



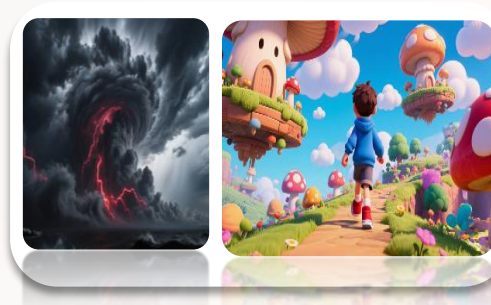
广告营销



电商素材



游戏场景

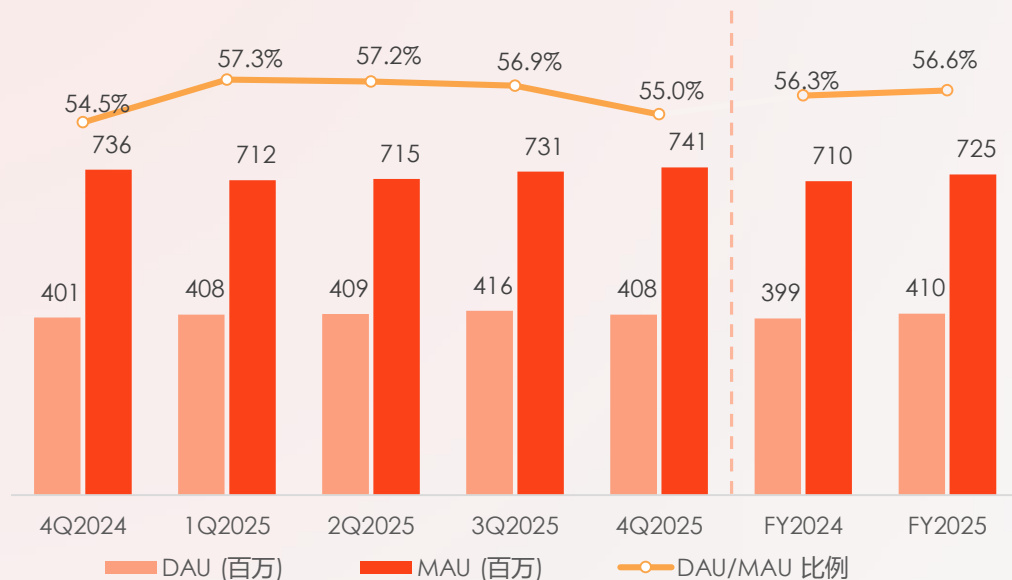


2.2 用户规模稳健增长

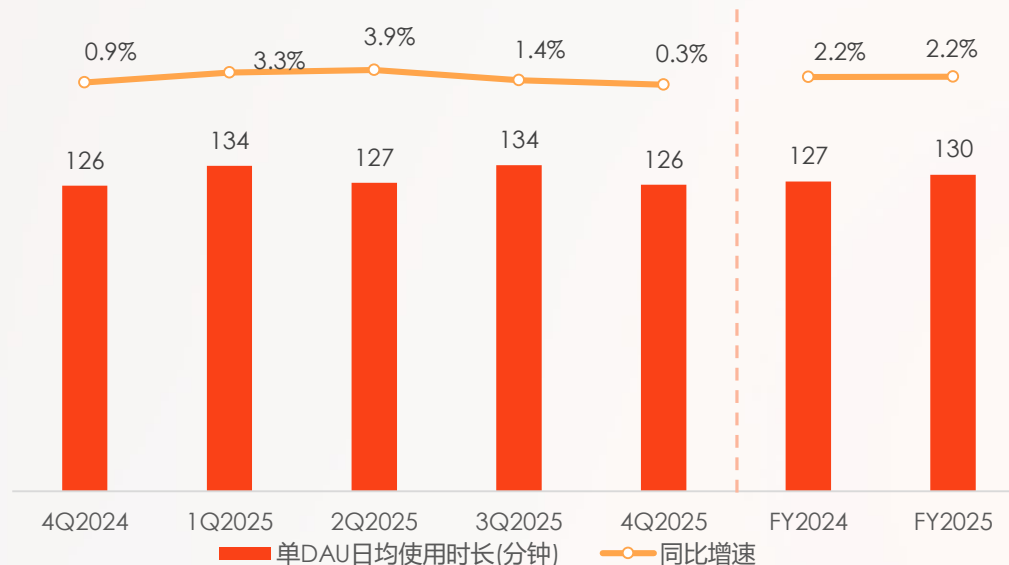


- 2025年第四季度，DAU同比增长1.7%至4.08亿，单DAU日均使用时长126分钟；MAU同比增长0.7%至7.41亿，创历史新高；
- 精细化用户增长策略，优化用户结构，提升ROI；优化流量分配机制，增强社区互动，差异化内容供给，提升用户留存。

DAU, MAU及DAU/MAU比例



单DAU日均使用时长及同比增速



2.2 内容供给丰富，产品功能持续优化

- 助力标杆创作者成长，打造具有快手特色的优质内容IP。推出“村口小舞台”为代表的乡村文娱活动，传播乡土文化。打造了“时代少年团”6周年演唱会，满足年轻人的内容消费需求。
- 优化流量结构，让原创优质内容获得更多曝光，形成内容生产和消费的正循环；持续创新私信互动玩法，增强社区活跃度。

15%+

优质内容供给短
视频上传量同比
增长⁽¹⁾

30%+

标杆作者数量
同比增长⁽¹⁾

6.8亿

“时代少年团”6
周年演唱会直播
总观看量

3%

日均双关私信渗透
率同比提升近⁽¹⁾



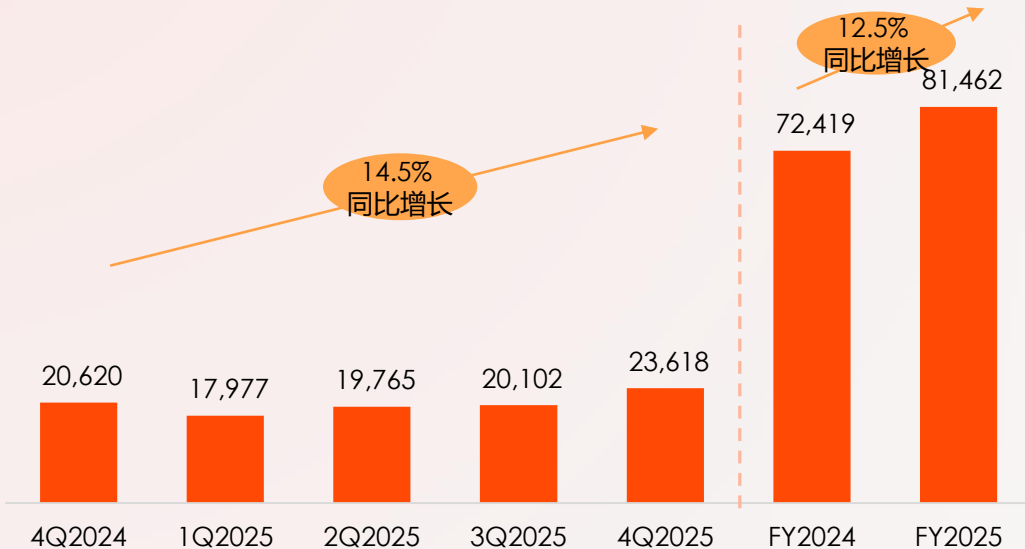
注：
1. 2025年第四季度。

2.3 线上营销服务变现效率提升

- 四季度，线上营销服务收入达到236亿元，同比增长14.5%，总收入贡献占比达到59.7%；
- 生活服务行业、内容消费行业、电商业务共同驱动线上营销服务收入增长。

线上营销服务收入

人民币百万元



核心亮点



生活服务和内容消费行业驱动非电商线上营销业务持续增长。 在生活服务行业，升级私信产品，优化算法，提升用户转化，AIGC 内容生成工具降低营销投放门槛；在内容消费行业，优化短剧广告展示形式，带动短剧行业消耗增长，通过全方位扶持计划、推出AI漫剧Agent，引入优质、多元的漫剧供给，抓住漫剧发展机遇。



电商全域智能化经营助力电商营销服务。 持续升级全站推广产品，助力商家稳定经营；电商营销服务流量融合，实现营销CPM及商家GPM同向提升；泛货架场域的电商营销服务同比快速增长。



AI在线上营销业务多场景加速渗透，为线上营销业务注入新的增长动能。 持续升级UAX、AIGC营销素材生成工具、直播数字人、数字员工等产品，推动线上营销消耗增长；UAX全自动投放产品在非电商营销消耗渗透率近80%，活跃客户渗透率90%+。

2.3 AI赋能线上营销服务，提升营销转化效率

- AI技术对线上营销服务解决方案进行全流程赋能，包括AIGC营销素材生产、智能出价和营销推荐大模型，提升了客户的营销转化效率；
- 推出下一代生成式推荐OneRec-think，优化G4RL模型，推出OneBid，带来国内线上营销服务收入5%左右的提升。

AIGC素材生成

一键裂变爆款视频



视频创意逻辑展示
首先用吸睛片头进行用户吸引；接着介绍产品是专业院线品牌具有凝胶状质地，能够
现苹果肌果，同时具有显著效果，突出产品的产品卖点；接着强调产品适用于小肉肉
用户，突出适用人群的特点；接着进行优惠活动说明，给出用户可享受的利益；最后

裂变策略匹配

为您匹配不同生成策略，并预估生成视频个数
本次裂变预计生产的素材为 重新混剪 4个，更换数字人 4个，前后贴保留 1个
如需设置贴纸、警示铃等通用元素，点击添加进行设置
已完成裂变解析，点击「生成视频」开始生产。

撬动营销
消耗增长

~40亿

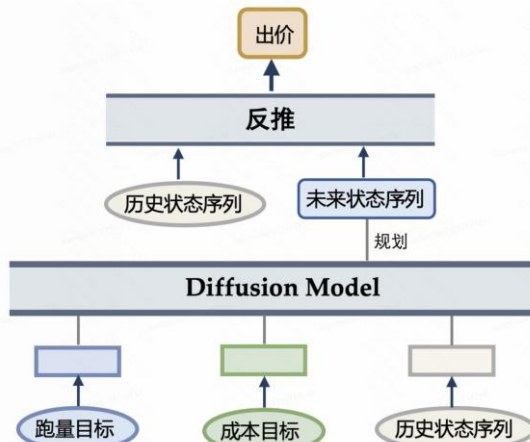
四季度AIGC
素材营销消耗

AIGC素材

240万

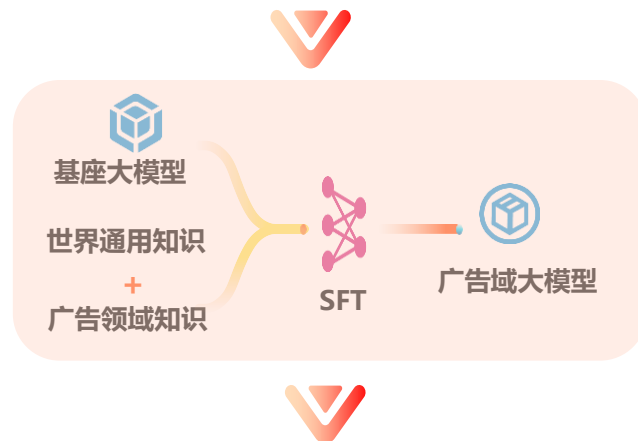
日均AIGC短视频
营销素材生产数

智能出价



端到端广告推荐

理解用户和内容



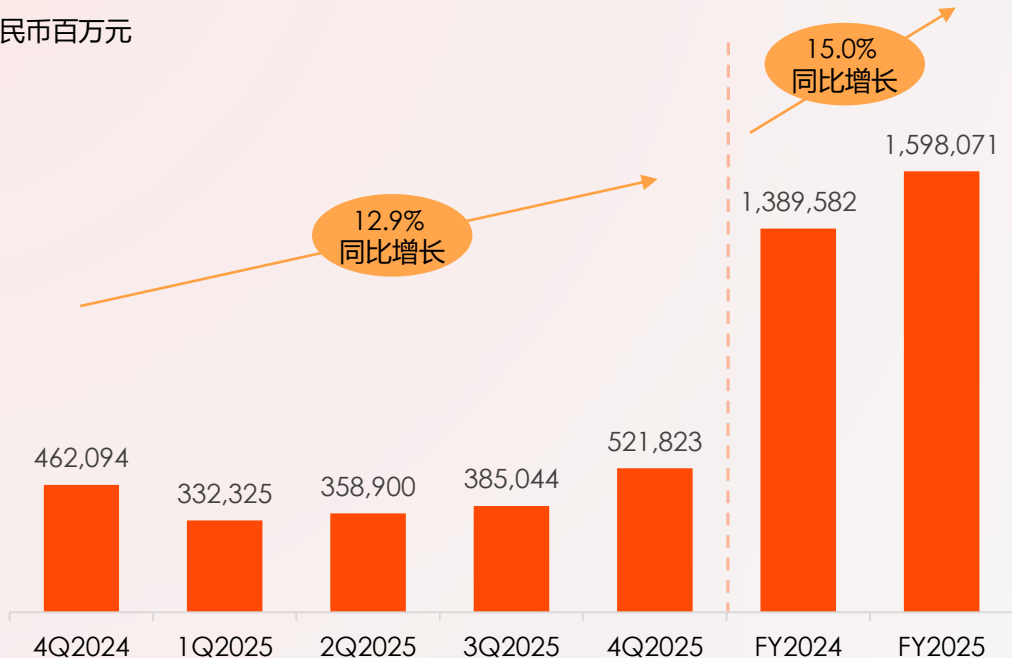
端到端生成广告

2.4 全域经营驱动电商业务稳健增长

- 四季度电商GMV同比增长12.9%至5,218亿元，活跃用户复购频次同比提升，ARPPU持续增长。
- 深耕全域经营策略，AI持续优化用户体验，构建商家多场域增长引擎，驱动供需两端高质量发展。

GMV

人民币百万元



核心亮点



持续推进商家建设。助力提升商家经营确定性，动销商家数同比增长7.3%；探索平台与品牌的协同增长，优化商家结构



直播场域建设健康发展。通过“天降涨粉红包”活动及提升开播勤奋度举措，日均万粉有效开播主播/商家数同比增长12.7%；通过与机构运营和头达组织联运，扩大达人供给规模。



多场域协同增长。泛货架GMV占总电商GMV比例环比基本稳定，泛货架场域日均动销商家同、环比持续增长；短视频电商GMV持续超电商大盘增长。

2.4 电商供给及消费端生态持续繁荣

供给端

商家发展及扶持:

- 通过系统性的全域经营策略、打通公域流量与私域资产的转化路径，赋能商家多场域稳定经营；
- 联合服务商、机构、产业带多方势能，扩大供给入口；四季度新入驻商家和新动销商家同环比持续增长，带动动销商家规模再攀新高，同比增长7.3%；
- 推出“乘风计划”，探索平台与品牌协同增长的新路径。

达人生态:

- 日均万粉有效开播主播数同比增长12.7%，推动了粉丝增长和成交表现的正向循环；
- 爆品计划撬动行业达人参与分销；分销库的达人覆盖渗透持续提升，动销达人数量同比增长超1倍；
- 官方货盘解决腰部和中小达人选品难题，有效提升经营规模、实现跃迁。

需求端

全域用户增长:

- 夯实私域基础和提升私域经营效率，拓展供给宽度，电商活跃用户的复购频次同比持续提升；
- 加强优势品类的运营和对核心用户需求的深度挖掘，带动ARPPU持续增长；

用户体验提升:

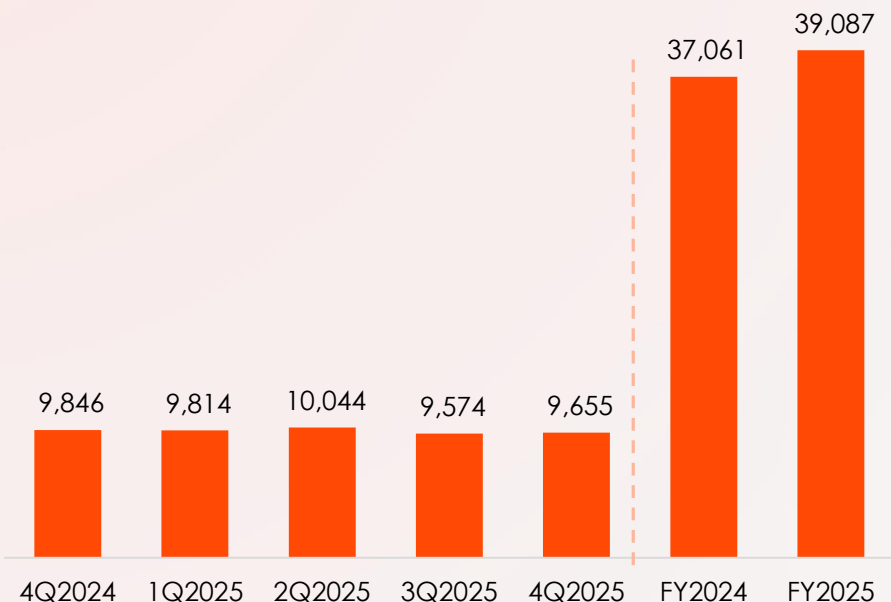
- 端到端生成式检索架构One Search，实现更精准的商品匹配，优化用户体验，驱动第四季度商城搜索订单量提升近3%；
- 基于电商知识图谱，运用大模型的世界知识和推理能力，沉淀底层理解能力，捕捉用户长期兴趣，提升推荐多样性和复访、复购。

2.5 AI赋能直播间应用，持续建设健康丰富的直播生态

- 四季度直播收入为97亿元，持续关注直播生态健康，以优质内容价值为导向，为平台构建社区内核；
- 多元化内容矩阵助力直播供给侧稳步向好；AI产品进一步升级，深度赋能直播间。

直播业务收入

人民币百万元



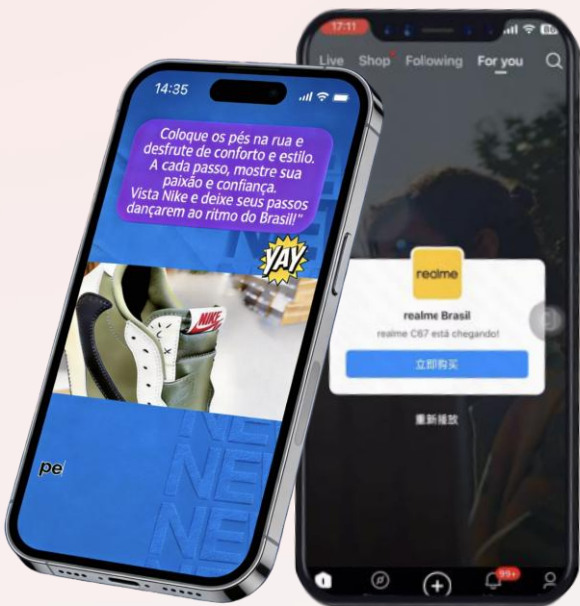
核心亮点

- ✓ **AI深度赋能直播业务。**“AI万象”系列礼物在互动体验、动态展示及美学外观方面进一步改善；截至四季度末，AI万象礼物生成次数突破**100万**。AI互动助手和AI数字分身服务助力主播提升服务效率。
- ✓ **直播供给优化升级，内容矩阵更丰富。**加强团播、多人直播专业化运营，推动多品类协同发展，满足用户多元化兴趣。直播大舞台进一步加深线上线下场景融合。
- ✓ **“直播+”模式商业价值加速释放。**理想家、快聘等业务提质增效显著，理想家月均客户数同比增长超**40%**。

2.6 坚定高价值增长核心战略，海外业务实现稳健增长

- 优化获客效率和用户增长结构，持续扩大核心用户基本盘，巴西DAU和时长均保持稳健；
- 抓住全球品牌布局巴西的行业机遇，拓展多元客户行业；
- GMV与订单量同比稳健扩张，盈利能力显著改善。

Kwai广告创意营销



Kwai电商业务稳健推进



优质特色内容供给强化社区心智



88

三、财务状况

3.1 财务数据亮点

2025年第四季度

集团总营业收入同比增长11.8%至人民币396亿元

集团毛利率同比提升至55.1%，
经调整净利润率为13.8%。

公司于今年⁽¹⁾已累计回购约31.2亿港币，全年已实现股东回报51.2亿港币，含特殊分红。

截至四季度末广义现金总金额人民币1,049亿元，
同比增长13.1%。

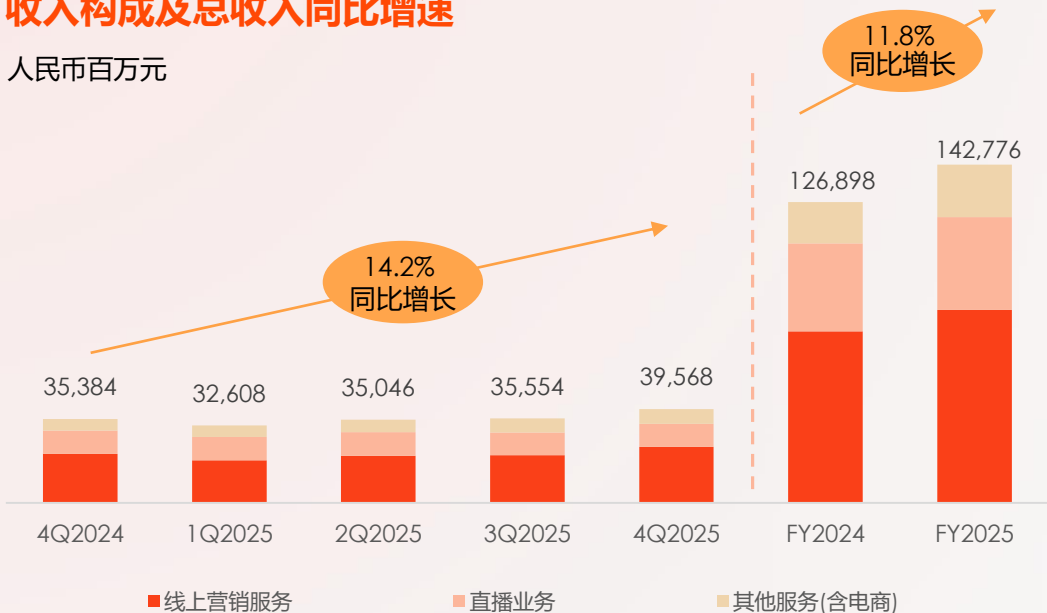
注：
1. 截至2025年12月31日收盘。

3.2 收入稳步增长，毛利率同环比提升

- 总收入同比增长11.8%达396亿，线上营销服务占比59.7%，直播业务占比24.4%，其他服务(包含电商和可灵AI)占比15.9%；
- 线上营销服务收入同比增长14.5%，其他服务收入同比增长28.0%，直播业务收入同比下降1.9%；
- 毛利同比增长14.1%至218亿，毛利率同比上升1.1pp至55.1%。

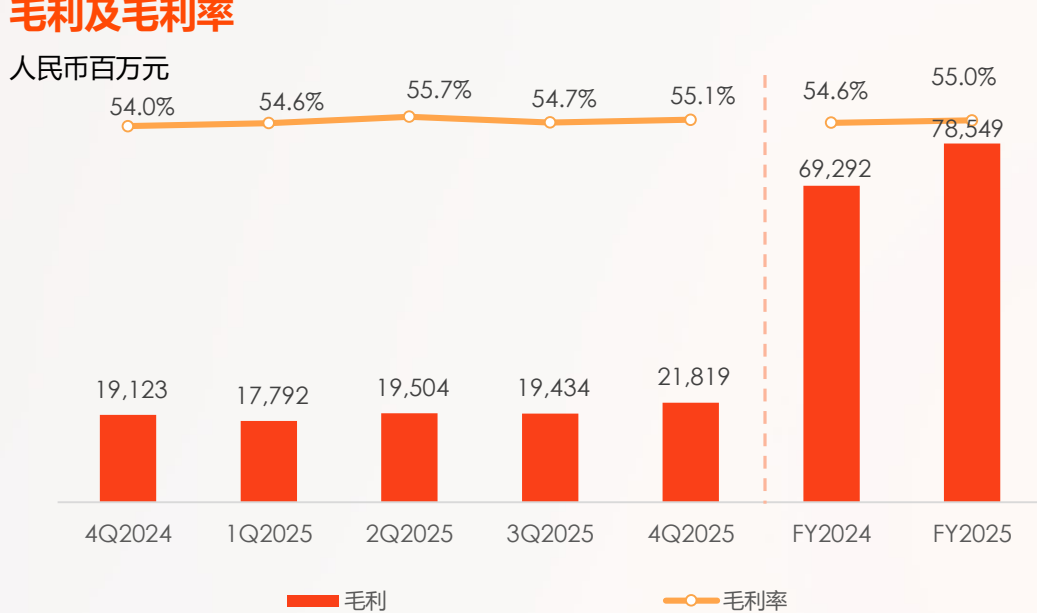
收入构成及总收入同比增速

人民币百万元



毛利及毛利率

人民币百万元

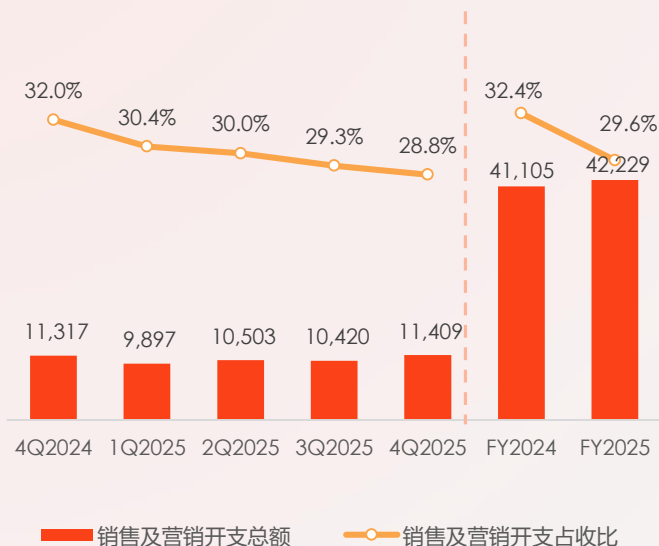


3.3 营运效率持续优化

- **销售及营销开支**占收比同比下降3.2pp至28.8%，获客ROI提升；
- 提质增效策略继续推进，**研发开支**占收比随着对AI的持续投入同比上升，**行政开支**占收比同比稳定。

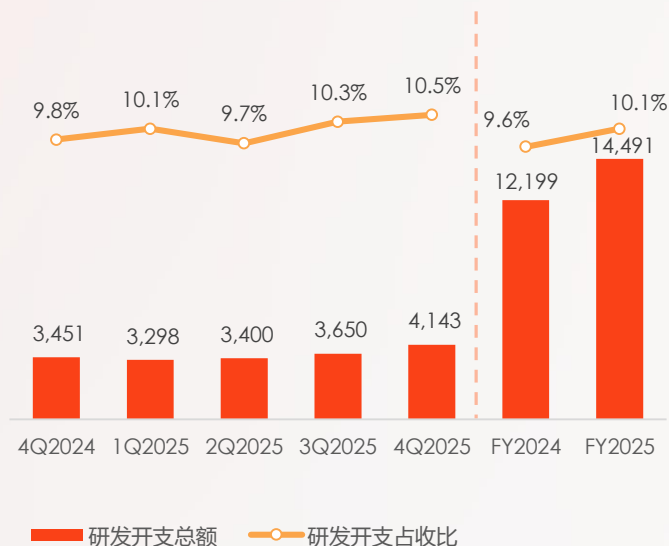
销售及营销开支

人民币百万元



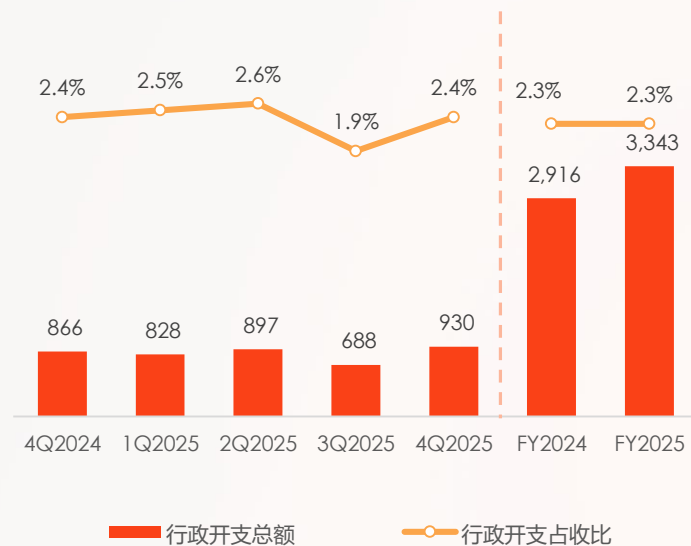
研发开支

人民币百万元



行政开支

人民币百万元



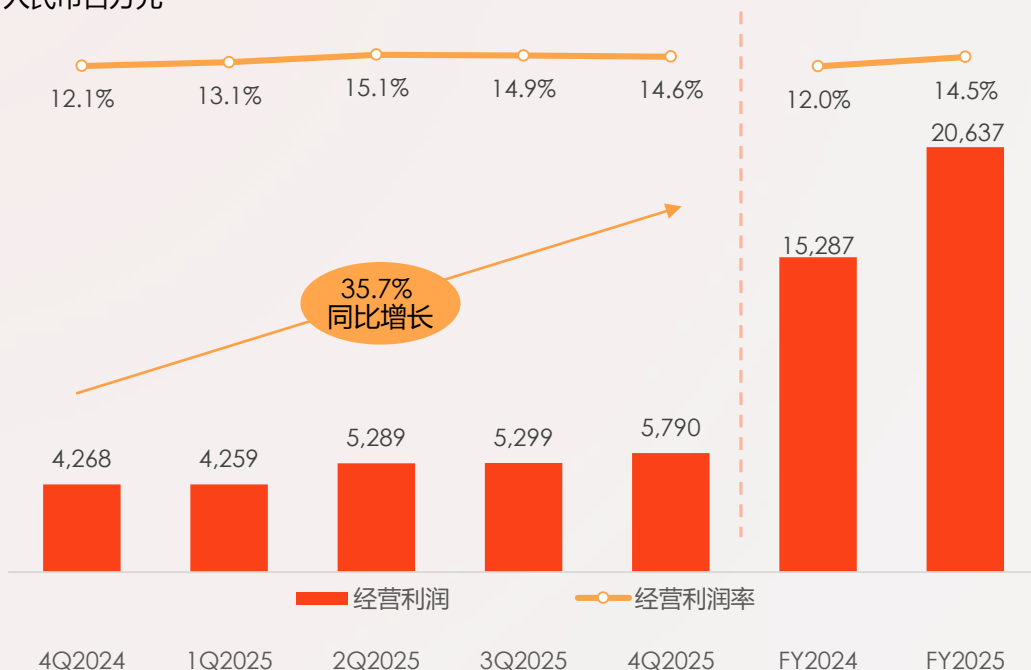
3.4 集团经营利润、调整后净利润同比持续增长



- 集团经营利润同比增长35.7%至57.9亿元，经营利润率同比增长2.5pp至14.6%；
- 集团经调整利润净额同比增长16.2%至54.6亿元；经调整净利率同比增长0.5pp至13.8%。

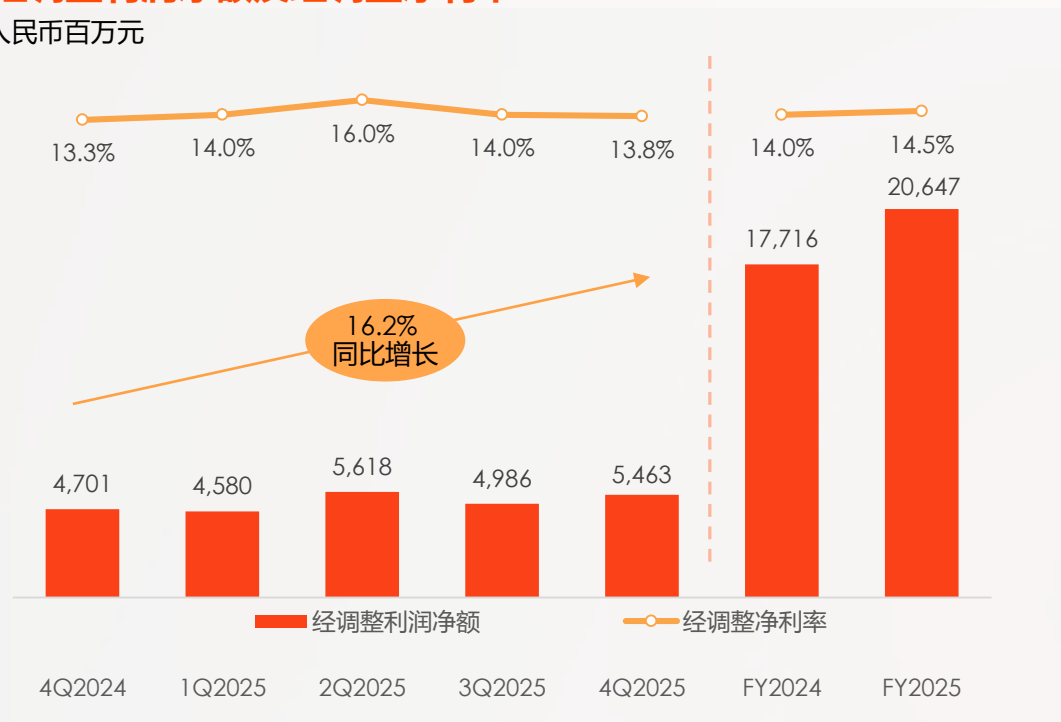
经营利润及经营利润率

人民币百万元



经调整利润净额及经调整净利率

人民币百万元





四、环境、社会及管治 (ESG)

4.1 快手获得多个ESG主流评级提升，拿下数个业界奖项



环境相关

- 中国绿色电力消费Top 100企业
- 2025年国家绿色数据中心
- 2025十大数据中心优秀项目
- 2025年度中国IDC产业绿色解决方案奖
- 2025中国数据中心智算产业绿色发展典型案例奖
- 2025年度中国IDC产业创新技术产品奖

社会相关

- 领英2025全球人才吸引力雇主
- 中国网络安全产业联盟(CCIA)的数据安全和个人信息保护社会责任“五星级”单位
- 儿童年龄识别与监护人单独同意的技术实践方案 入选中国网络安全产业联盟(CCIA)“未成年人个人信息保护典型案例集”
- 快手公益 启智未来学堂“获得金钥匙——面向SDG的中国行动”杰出解决方案

ESG及管治相关

- 全球管理会计2025年度中国大奖——最佳可持续发展奖项
- 恒生中国(香港上市)100指数成分股公司环境、社会及管治卓越奖
- IESGB环境、社会、企业管治基准奖——银奖

2025年快手ESG评级表现



88

五、附录

损益表



人民币百万元	2025年 第四季度	占收比	2025年 第三季度	占收比	2024年 第四季度	占收比	同比变动率	环比变动率
收入	39,568	100.0%	35,554	100.0%	35,384	100.0%	11.8%	11.3%
销售成本	(17,749)	(44.9%)	(16,120)	(44.3%)	(16,261)	(46.0%)	9.2%	10.1%
毛利	21,819	55.1%	19,434	55.7%	19,123	54.0%	14.1%	12.3%
销售及营销开支	(11,409)	(28.8%)	(10,420)	(30.0%)	(11,317)	(32.0%)	0.8%	9.5%
行政开支	(930)	(2.4%)	(688)	(2.6%)	(866)	(2.4%)	7.4%	35.2%
研发开支	(4,143)	(10.5%)	(3,650)	(9.7%)	(3,451)	(9.8%)	20.1%	13.5%
其他收入	74	0.2%	27	0.0%	187	0.5%	(60.4%)	174.1%
其他收益净额	379	1.0%	596	1.7%	592	1.8%	(36.0%)	(36.4%)
经营利润	5,790	14.6%	5,299	15.1%	4,268	12.1%	35.7%	9.3%
财务(费用)/收入净额	(31)	(0.1%)	(40)	(0.2%)	19	0.0%	N/A	(22.5%)
按权益法入账之投资(亏损)/收益	(9)	(0.0%)	3	(0.0%)	(1)	0.0%	800.0%	N/A
除所得税前利润	5,750	14.5%	5,262	14.9%	4,286	12.1%	34.2%	9.3%
所得税费用	(516)	(1.3%)	(773)	(0.9%)	(312)	(0.9%)	65.4%	(33.2%)
期内利润	5,234	13.2%	4,489	14.0%	3,974	11.2%	31.7%	16.6%
<u>非国际财务报告准则计量:</u>								
经调整利润净额	5,463	13.8%	4,986	16.0%	4,701	13.3%	16.2%	9.6%
经调整EBITDA	8,037	20.3%	7,653	22.0%	6,869	19.4%	17.0%	5.0%

经调整净利润净额和经调整EBITDA



人民币百万元	2025年第四季度	2025年第三季度	2024年第四季度
期内利润	5,234	4,489	3,974
加:			
以股份为基础的薪酬开支	669	651	636
投资公允价值变动净额	(440)	(154)	91
经调整利润净额	5,463	4,986	4,701
经调整净利润率	13.8%	14.0%	13.3%
经调整利润净额	5,463	4,986	4,701
加:			
所得税(收益)/费用	516	773	312
物业及设备折旧	1,205	1,031	1,093
使用权资产折旧	814	802	756
无形资产摊销	8	21	26
财务(收入)/费用净额	31	40	(19)
经调整EBITDA	8,037	7,653	6,869
经调整EBITDA率	20.3%	21.5%	19.4%

资产负债表



人民币百万元	2025年12月31日	2024年12月31日
资产		
非流动资产		
物业及设备	22,869	14,831
使用权资产	8,545	8,891
无形资产	986	1,059
按权益法入账之投资	149	166
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	24,100	24,430
按摊余成本计量之其他金融资产	35	62
递延税项资产	5,585	6,604
长期定期存款	22,015	19,856
其他非流动资产	2,671	1,105
非流动资产合计	86,955	77,004
流动资产		
贸易应收款项	8,127	6,674
预付款项, 其他应收款项及其他流动资产	7,028	4,646
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	42,324	27,050
按摊余成本计量之其他金融资产	9	233
短期定期存款	8,630	11,522
受限制现金	251	47
现金及现金等价物	11,180	12,697
流动资产合计	77,549	62,869
资产合计	164,504	139,873

人民币百万元	2025年12月31日	2024年12月31日
权益及负债		
股本	-	-
股本溢价	265,628	268,733
库存股份	(602)	(341)
其他储备	38,873	35,776
累计亏损	(224,341)	(242,164)
非控股权益	26	20
权益合计	79,584	62,024
负债		
非流动负债		
长期借款	11,098	11,100
租赁负债	5,977	6,765
按公允价值计量且其变动计入损益的金融负债	30	124
递延税项负债	241	13
其他非流动负债	39	19
非流动负债合计	17,385	18,021
流动负债		
应付账款	27,209	27,470
其他应付款项及应计费用	29,160	23,113
客户预付款	4,848	4,696
短期借款	1,968	-
所得税负债	388	873
租赁负债	3,962	3,671
按公允价值计量且其变动计入损益的金融负债	-	5
流动负债合计	67,535	59,828
负债合计	84,920	77,849
权益及负债合计	164,504	139,873



谢谢!

联系我们:

快手科技
投资者关系

邮箱: ir@kuaishou.com