快手科技发布2025年第二季度及中期未经审核财务业绩并宣派特别股息

2025.08.21

香港，2025年8月21日 /美通社/ -- 领先的内容社区及社交平台快手科技（“快手”或“公司”；港币柜台股份代号：01024 / 人民币柜台股份代号：81024），今日发布截至2025年6月30日止未经审核的第二季度及上半年合并业绩。

2025年第二季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.089亿，较去年同期3.953亿增长3.4%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.148亿，较去年同期6.918亿增长3.3%。
- **电商GMV** (1) 为人民币3,589亿元，较去年同期的人民币3,053亿元增长17.6%。
- **总收入**为人民币350亿元，较去年同期的人民币310亿元增长13.1%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比56.4%，直播业务占比28.7%，其他服务占比14.9%。
- **毛利**为人民币195亿元，较去年同期的人民币171亿元增长13.8%。毛利率较去年同期的55.3%略微增至55.7%。
- **期内利润**为人民币49亿元，去年同期为人民币40亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币47亿元增长至人民币56亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币45亿元增加至人民币54亿元。**海外分部经营利润** (3) 为人民币19百万元，去年同期为经营亏损人民币277百万元。

2025年上半年业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.085亿，较去年同期3.946亿增长3.5%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.133亿，较去年同期6.946亿增长2.7%。
- **电商GMV** (1) 为人民币6,912亿元，较去年同期的人民币5,933亿元增长16.5%。
- **总收入**为人民币677亿元，较去年同期的人民币604亿元增长12.0%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比55.8%，直播业务占比29.4%，其他服务占比14.8%。
- **毛利**为人民币373亿元，较去年同期的人民币333亿元增长12.2%。毛利率为55.1%，与去年同期持平。
- **期内利润**为人民币89亿元，去年同期为人民币81亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币91亿元增长至人民币102亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币85亿元增加至人民币97亿元。**海外分部经营利润** (3) 为人民币47百万元，去年同期为经营亏损人民币545百万元。
- 截至2025年6月30日止六个月，本公司于联交所以19亿港元购回约38.8百万股股份。

快手联合创始人、董事长兼首席执行官程一笑先生表示： “2025年第二季度，凭藉AI创新技术对快手内容和商业生态的深度赋能，我们的运营及财务业绩再创新高。我们持续为用户提供更优质的内容与服务，推动平均日活跃用户数创下4.09亿的历史新高。我们的AI大模型能力应用于平台众多的生态场景，不仅提高了商家和达人的运营效率，也为创作者带来更沉浸式的创作体验。同时，我们也实现了收入的加速回升，2025年第二季度总收入同比增长13.1%，达到人民币350亿元。在坚定AI技术投入的策略下，二季度的经调整利润净额达到人民币56亿元，经调整净利润率增长至16.0%，均创单季历史新高。此外，可灵AI持续迭代、保持行业优势地位，为创作者提供差异化的视频生成解决方案，推动可灵AI商业化规模快速增长。展望未来，我们会继续探索AI技术变革对快手业务场景的赋能，为公司创造高质量的增长，并为我们的用户、合作伙伴及股东创造长期价值。”

2025年第二季度财务回顾

线上营销服务收入由2024年同期的人民币175亿元增加12.8%至2025年第二季度的人民币198亿元，主要是由于借助AI技术优化智能营销产品解决方案，推动营销客户投放消耗增加。

直播业务收入由2024年同期的人民币93亿元增加8.0%至2025年第二季度的人民币100亿元，主要是由于我们持续努力构建健康的直播生态系统及多元化的优质内容。

其他服务收入由2024年同期的人民币42亿元增加25.9%至2025年第二季度的人民币52亿元，主要是由于我们电商业务和可灵AI业务的增长。电商业务收入的增长主要是由于电商GMV的增长。可灵AI业务收入的增长主要是由于我们先进的AI技术和产品性能。

2025年第二季度其他主要财务资料

经营利润自去年同期的人民币39亿元增加至人民币53亿元。

经调整EBITDA (4) 自去年同期的人民币63亿元增加至人民币77亿元。

可利用资金总额 (5) 截至2025年6月30日为人民币1,019亿元。

附注：

（1）于我们平台交易或通过我们平台跳转到合作伙伴平台交易。

（2）我们将“经调整利润净额”定义为经以股份为基础的薪酬开支及投资公允价值变动净额调整的期内利润。

（3）不包含以股份为基础的薪酬开支、其他收入及其他收益净额的未分摊项目。

（4）我们将“经调整EBITDA”定义为经所得税开支/ (收益)、物业及设备折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销及财务开支/(收入) 净额调整的期内经调整利润净额。

（5）我们在现金管理中考虑的可利用资金总额包括但不限于现金及现金等价物、定期存款、金融资产和受限制现金。金融资产主要包括理财产品及其他。

业务回顾

2025年第二季度，我们秉持对用户体验的极致追求，凭藉扎实的技术积累，通过人工智能(AI)大模型技术赋能内容和商业生态，为用户和商业合作伙伴创造价值的同时，也在多个关键运营指标和财务数据上创历史新高。特别是，2025年第二季度，快手应用的平均日活跃用户达到4.09亿，同比稳健增长并创历史新高。2025年第二季度，总收入同比增长13.1%至人民币350亿元，经调整利润净额达到人民币56亿元，经调整净利润率达16.0%，盈利水平创单季历史新高。这些成绩是我们面对持续宏观经济环境不确定性，以及坚定进行AI战略投入的情况下实现的，充分展现了我们的战略定力、内容和商业生态的韧性以及高效的组织执行能力。

AI业务

2025年第二季度，在***可灵AI***方面，我们保持对顶尖(SOTA)视觉生成大模型技术和卓越产品性能的极致追求，于2025年5月推出了***可灵AI*** 2.1系列模型。***可灵AI*** 2.1系列模型在模型质量方面实现了全方位提升，动态表现更优异，物理模拟更真实，语义响应更准确。2025年7月底，***可灵AI***发布了新功能灵动画布，灵动画布集无限可视化空间、智能创作辅助与多人实时协作等功能为一体，为创作者带来一站式的流畅高效创作体验。

可灵AI致力于成为创作者的一站式创意引擎，让每个人都能用AI讲出好故事。***可灵AI***助力P端创作者和企业用户不断探索更多的应用场景，包括广告营销、影视短剧、游戏互动和智能硬件等。在短剧行业，***可灵AI***与***快手星芒短剧***联合出品了全球首部AI单元故事集***《新世界加载中》***，迄今全球累计播放量近2亿，为AI影视内容创作树立了新标杆。***可灵AI***应用场景的深度探索，也带来了商业化的快速增长，2025年第二季度，***可灵AI***的收入超过人民币2.5亿元。

在AI大模型赋能内容和商业生态方面，我们推出了***OneRec***端到端生成式推荐大模型的新技术范式，以生成的方式，从全量视频中预测符合用户偏好的视频。由于架构优势，新的推荐大模型显著提高了训练和推理算力的效率。目前***OneRec***已经应用于短视频内容的推荐，提升了用户时长和留存率。在线上营销服务场景，我们利用大语言模型的世界知识和推理能力，挖掘用户全域行为和营销服务转化之间的关联关系，直接端到端生成用户感兴趣的营销素材，提高了点击率和转化率，带来线上营销服务收入低单位数的增长。在电商场景，我们利用多模态大模型技术提升了对商品信息的提炼能力，并借助大语言模型的知识推理能力，对商品的适用人群、使用场景和用户兴趣点进行结构化的描述，提升了人货匹配效率。

用户及内容生态系统

2025年第二季度，快手应用的平均日活跃用户和平均月活跃用户分别达到了4.09亿及7.15亿，分别同比增长3.4%和3.3%，快手应用的平均日活跃用户创历史新高。2025年第二季度，快手应用的日活跃用户日均使用时长达126.8分钟，用户总使用时长同比增长7.5%。用户流量的稳定增长得益于我们的高质量用户增长策略、流量分配机制优化、社区互动氛围提升和差异化的内容运营策略。

我们坚定执行高质量的用户增长策略，在降低获客成本的同时提升了ROI。我们进一步优化流量分配机制，重点关注商业化内容与用户留存的同向性，优化用户体验，提升用户粘性。同时让原创优质内容获得更多的流量曝光，形成内容生产和消费的正循环。我们持续优化私信沟通体验，并拓展社交创新玩法，使得日均双关私信渗透率同比提升近5个百分点。

我们持续通过差异化的垂类运营策略，提供具有快手特色的优质内容，进一步加强与用户的连接。在***三农***垂类，我们推出了***幸福乡村春耕季***系列活动，从农业技术知识的短视频传播，到农资农具及农产品的电商直播，再到***春耕大舞台***泛娱乐活动的举办，有效提升了***三农***创作者和兴趣用户之间的互动，相关短视频内容的累计播放量达到127亿。在泛知识垂类，随着今年高考季的到来，我们集结名校名师和教育专家等泛知识领域的优质创作者，以直播和短视频形式，为考生家庭提供覆盖考前、考中、考后全链路的实用信息与陪伴。

线上营销服务

2025年第二季度，线上营销服务收入达到人民币198亿元，同比增长12.8%，同比增长率较2025年第一季度实现提升。我们通过积极的客户拓展，挖掘各行业营销客户的增量预算，并借助AI大模型技术优化智能营销产品解决方案，降低客户的营销素材投放门槛，提升营销转化效率，在外循环和内循环营销服务方面的收入均实现了显著的同比增长。2025年第二季度，我们的营销素材AIGC解决方案，也开始从通用能力，迭代至更适配客户行业特征和使用场景上，AIGC素材转化率进一步提升。

2025年第二季度，内容消费行业、本地生活行业和汽车行业的强劲需求驱动外循环营销服务收入持续增长。在内容消费行业，短剧行业的广告消耗继续保持了高双位数同比增长，我们通过***In-Apps Purchases（IAP，应用内购买）***智能定价和***In-Apps Ads（IAA，应用内广告）***营销节点的动态调整，提高短剧用户的付费意愿和观看时长，扩大了营销客户的收入。本地生活行业和汽车行业的客户主要以线索经营为目标，我们的原生私信产品帮助客户高效触达用户，并提升转化效率。2025年第二季度，我们围绕客户和用户之间的原生私信场景，借助大语言模型和模型序列建模，提升用户线索转化成功率。在智能化产品投放层面，2025年第二季度，***UniversalAuto X（UAX，全自动投放）***解决方案持续提升渗透率，消耗占外循环总消耗的比例提升至65.0%左右。

2025年第二季度，内循环营销服务方面，我们通过产品和流量策略的迭代，助力电商商家提升全域智能经营效率。我们进一步升级全站推广产品，迭代了智能出价、素材追投、全站多品营销等多个核心工具，保障商家投放的极简操作，提升了商家营销素材投放的稳定性。2025年第二季度，全站推广产品的消耗占内循环总消耗的比例进一步提升。从场域来看，泛货架场域电商相关的线上营销服务收入实现高速增长，除了继续引入优质内容和商品供给外，我们重点优化了流量分发策略，加强和电商业务的协同，并专门针对泛货架场单独建模，实现了电商商家的销售转化率和内循环营销服务eCPM的同向提升。

电商

2025年第二季度，电商GMV同比增长17.6%至人民币3,589亿元。我们持续深化好内容与好商品的高效融合与链接，进一步满足用户消费需求，提升用户体验。2025年第二季度，电商月均买家数达1.34亿，同时电商活跃用户的复购频次也不断提高。

我们通过泛货架电商服务，帮助商家抓住全域经营的新商机。2025年第二季度，泛货架电商GMV持续超大盘增长，占比总电商GMV超过32.0%。618购物节期间，泛货架电商商品卡的GMV同比增长超50.0%，搜索电商GMV同比增长超140.0%。对于泛货架电商场域的新商家，我们进一步深化营销托管工具的应用，高效复用内容场的素材及商品信息，帮助新商实现一站式营销的基础运营。同时对于更大规模的存量商家，我们提供更丰富的运营资源和玩法，如头部心智品营销活动***大牌大补***、快手优选官方链接***超级链接***等。2025年第二季度，商城场域的日均动销商家同比增长30.0%。另一方面，2025年第二季度，短视频电商GMV同比增长超过30.0%，主要得益于我们挂车短视频供给增加，同时通过将直播爆款商品返场短视频，提升供给质量，强化短视频电商的目标人群与核心货盘的匹配效率。

2025年第二季度，得益于新商规模扩大和场域建设优化，动销中小商家数量同比持续增长。我们持续加大新商激励资源投入，通过***斗金计划***、服务商赋能、场域流量扶持等方式，帮助商家迅速适应平台环境，并实现个体规模增长，推动2025年第二季度新商入驻规模同比提升50.0%。另外，我们建设了货源中心，为商家筛选优质的货源供给并降低经营门槛。我们亦针对商家的成长层级，给予相应的任务牵引和激励，并构建了直播、短视频、泛货架电商、达人分销四个核心场域阵地，进一步优化商家生态结构。

2025年第二季度，我们着力实现与达人之间的长期协同势能。我们一方面助力达人强化内容能力，包括为达人提供涨粉及召回新玩法，提升私域的经营效率；另一方面，我们通过整合官方货盘，为商家搭建稳定的分销渠道，***达人爆品计划***促进达人与优质货盘高效连接，而***宝藏品牌发光计划***引入更多品牌商品，提升达人带货的丰富度。此外，我们推动娱乐达人转型电商中小达人，由平台批量地撮合新达人、小达人加入头达团队和机构，制定合理的孵化路径和商业化模式，助力新达人快速成长，中长期推动中小达人成为平台生态发展的增长引擎。

另外，我们充分利用AI能力赋能商家全链路经营，尤其在AIGC内容生产、智能开播、智能客服的经营场景，显著降低商家在内容电商的经营成本。我们自研的先进AIGC能力正全面赋能电商内容生态，通过自动生成与优化高质量素材，直接提升商品在商品卡、短视频等场域的转化效率。我们未来的目标是利用大模型重构人与货的连接方式，实现从满足即时需求到预测潜在需求的跨越式升级。

直播

2025年第二季度，直播业务收入同比增长8.0%至人民币100亿元。我们持续建设丰富的生态和优质的直播内容，满足用户的多样化需求。我们进一步提升团播、多人直播等优势品类的营收效率，精细化运营并充分发挥区域特性，更加重视短直联动在直播业态中的融合，同时探索AIGC在直播、语聊等实时互动场景下的创新与应用。2025年第二季度末，签约公会机构数量同比提升超20.0%，签约主播数量同比增长超30.0%。此外，我们丰富直播线上线下结合的场景，为***安万剧团***和***唐山泡泡龙***等优质直播内容提供了更广阔的舞台，快手***直播大舞台***扩展至全国更多区域，在河北、广东、安徽、山东、江苏等省份的57个城市落地。

另外，快手直播业务持续深化与游戏厂商的合作，主办***穿越火线冠军杯***总决赛等电竞赛事。我们通过内容生态、赛事资源与用户消费的三重引擎，为不同需求与生命周期的游戏厂商提供了从曝光到转化的全链路支持。我们通过“直播+”模式创新赋能传统行业，2025年第二季度，***快聘***业务的日均简历投递用户数同比增长超40.0%，双向匹配规模同比增长超150.0%；***理想家***业务日均线索规模同比增长超60.0%。

海外

2025年第二季度，海外业务整体稳健发展。海外业务收入同比增长20.5%至人民币13亿元。我们通过创新渠道，新用户规模持续提升，同时通过精细化运营，持续优化获客效率，深耕核心用户基本盘。因此，海外核心市场之一巴西的日活跃用户保持稳定，日活跃用户的日均使用时长同比持续增长。变现方面，我们积极拓展广告主行业覆盖，持续提升产品能力，线上营销服务收入同比保持稳定增长。2025年第二季度，我们通过全链路的数字化赋能巴西本地商家经营，用户通过内容沉浸式参与消费、实时互动和快速转化，巴西电商业务成交规模和订单数量同环比持续稳定增长。

本地生活

2025年第二季度，本地生活业务GMV同比稳步增长。品类方面，我们加强了到餐品类的成本管控、战略性避开补贴竞争，同时在到餐品类上扶持高ROI类目的增长。供给端，我们持续完善核心类目和比价能力，推进具有竞争力的商品类目和低价供给规模的健康增长，2025年第二季度，日均动销商品数同比增长55.0%以上。需求端，通过分城市精细化运营和优化用户体验，结合智能补贴模型的优化，促进业务整体健康增长。内容端，我们坚持扶持优质流量在平台的分发。同时大模型在推荐链路上的赋能，也带动本地生活短视频场景的视频观看量和效率提升。变现上，我们通过拓展和优化广告产品，满足客户多样化的投放需求，推动收入同比增长约120%。此外，我们以ROI为约束，补贴效率和运营效率得到进一步提升，本地生活业务的运营亏损同环比持续收窄。

宣派特别股息

鉴于本公司之业务表现，董事会欣然宣派派发自上市以来的首次特别股息每股0.46港元，合共约20亿港元。此次特别股息之宣派及派发，反映了董事会对本公司长期增长前景及稳健财务状况的信心，亦体现了本公司对持续提升股东回报的承诺。凭借稳健的资产负债表，本公司具备充分实力在回馈股东的同时，仍可保持推动长期业务发展的财务及运营灵活性。未来，本公司将视乎情况，考虑包括股份回购及派发股息在内的方式回馈股东。

业务展望

2025年上半年，我们稳步推进AI战略，在持续取得技术突破的同时，商业化进程同步提速。展望2025年下半年，我们将坚定在AI方向的大力投入，继续探索AI技术为创作者、营销客户与商家赋能的增效价值，并发掘更具潜力的变现新机遇。在保持现有业务高质量增长的基础上，我们未来将积极开辟多元化增长路径，推动内容和商业生态的共生共荣。我们将始终以用户需求为根基，致力于为商家及营销客户提升经营效能，携手用户、创作者、合作伙伴，共创可持续增长的长期价值。

关于快手

快手作为中国乃至全球领先的内容社区及社交平台，致力于成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。作为一家以人工智能为核心驱动和技术依托的科技公司，快手专注于通过持续的技术创新和产品升级，不断丰富服务和应用场景，为客户创造价值。在快手，用户通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，发现所需，发挥所长。通过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的技术、产品和服务可满足用户的多元化的需求，包括娱乐、线上营销服

务、电商、本地生活、游戏等。

前瞻性声明

除过往事实的陈述外，本新闻稿载有若干前瞻性陈述。前瞻性陈述一般可透过所使用前瞻性词汇识别，例如“或会”、“可能”、“可”、“可以”、“将”、“将会”、“预期”、“认为”、“继续”、“估计”、“预计”、“预测”、“打算”、“计划”、“寻求”或“时间表”。该等前瞻性陈述受风险、不确定因素及假设的影响，可能包括业务展望、财务表现预测、业务计划预测、发展策略及对我们行业预期趋势的预测。该等前瞻性陈述是根据本集团现有的资料，亦按本新闻稿刊发之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提作出，当中许多涉及主观因素或不受我们控制。该等前瞻性陈述或会证明为不正确及可能不会在将来实现。该等前瞻性陈述涉及大量风险及不明朗因素。鉴于上述风险及不明朗因素，本新闻稿内所载列的前瞻性陈述不应视为董事会或本公司声明该等计划及目标将会实现，故投资者不应过于依赖该等陈述。除法律要求的情形外，我们并无责任公开发布可能反映本新闻稿日期后发生的事件或情况或可能反映意料之外事件的该等前瞻性陈述的任何修订。

投资者及媒体问询
快手科技
投资者关系
邮箱：ir@kuaishou.com

简明合并损益表

	未经审核 截至以下日期止三个月			未经审核 截至以下日期止六个月	
	2025年6月30日	2025年3月31日	2024年6月30日	**2025年6月30日**	2024年6月30日
	人民币百万元	*人民币百万元*	*人民币百万元*	***人民币百万元***	*人民币百万元*
收入	**35,046**	32,608	30,975	**67,654**	60,383
销售成本	**(15,542)**	(14,816)	(13,840)	**(30,358)**	(27,128)
毛利	**19,504**	17,792	17,135	**37,296**	33,255
销售及营销开支	**(10,503)**	(9,897)	(10,040)	**(20,400)**	(19,424)
行政开支	**(897)**	(828)	(792)	**(1,725)**	(1,254)
研发开支	**(3,400)**	(3,298)	(2,805)	**(6,698)**	(5,648)
其他收入	**16**	53	34	**69**	152
其他收益净额	**569**	437	374	**1,006**	819
经营利润	**5,289**	4,259	3,906	**9,548**	7,900
财务（开支）/收入净额	**(54)**	(24)	66	**(78)**	180
分占按权益法入账之投资的（亏损）/利润	**(12)**	2	(19)	**(10)**	(22)
除所得税前利润	**5,223**	4,237	3,953	**9,460**	8,058
所得税（开支）/收益	**(301)**	(258)	27	**(559)**	42
期内利润	**4,922**	3,979	3,980	**8,901**	8,100
以下人士应占:					
—本公司权益持有人	**4,922**	3,978	3,979	**8,900**	8,098
—非控股权益	**-**	1	1	**1**	2
	4,922	3,979	3,980	**8,901**	8,100

简明合并资产负债表

	未经审核 **截至2025年** **6月30日** ***人民币百万元***	经审核 截至2024年 12月31日 *人民币百万元*
资产		
非流动资产		
物业及设备	**17,637**	14,831
使用权资产	**9,089**	8,891
无形资产	**1,019**	1,059
按权益法入账之投资	**157**	166
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**24,989**	24,430
按摊余成本计量之其他金融资产	**41**	62
递延税项资产	**6,521**	6,604

长期定期存款	**22,812**	19,856
其他非流动资产	**2,728**	1,105
	84,993	77,004
流动资产		
贸易应收款项	**7,775**	6,674
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	**5,543**	4,646
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**38,119**	27,050
按摊余成本计量之其他金融资产	**107**	233
短期定期存款	**6,615**	11,522
受限制现金	**77**	47
现金及现金等价物	**12,310**	12,697
	70,546	62,869
资产总额	**155,539**	139,873

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核
	截至2025年	截至2024年
	6月30日	12月31日
	人民币百万元	*人民币百万元*
权益及负债		
本公司权益持有人应占权益		
股本	**-**	-
股本溢价	**266,924**	268,733
库存股份	**-**	(341)
其他储备	**37,036**	35,776
累计亏损	**(233,264)**	(242,164)
	70,696	62,004
非控股权益	**20**	20
权益总额	**70,716**	62,024
负债		
非流动负债		
借款	**11,098**	11,100
按公允价值计量且其变动计入损益之金融负债	**65**	124
租赁负债	**6,699**	6,765
递延税项负债	**54**	13
其他非流动负债	**24**	19
	17,940	18,021
流动负债		
应付账款	**28,158**	27,470
其他应付款项及应计费用	**28,439**	23,113
客户预付款	**4,753**	4,696
借款	**1,074**	-
按公允价值计量且其变动计入损益之金融负债	**5**	5
所得税负债	**448**	873
租赁负债	**4,006**	3,671
	66,883	59,828
负债总额	**84,823**	77,849
权益及负债总额	**155,539**	139,873

按分部划分的财务资料

	未经审核 截至以下日期止三个月											
	2025年6月30日				2025年3月31日				2024年6月30日			
	国内	**海外**	**未分摊项目**	**总计**	国内	海外	未分摊项目	总计	国内	海外	未分摊项目	总计
	人民币百万元				*人民币百万元*				*人民币百万元*			
收入	**33,746**	**1,300**	**-**	**35,046**	31,293	1,315	-	32,608	29,896	1,079	-	30,975
经营利润/（亏损）	**5,401**	**19**	**(131)**	**5,289**	4,345	28	(114)	4,259	4,498	(277)	(315)	3,906

	未经审核 截至以下日期止六个月							
	2025年6月30日				2024年6月30日			
	国内	**海外**	**未分摊项目**	**总计**	国内	海外	未分摊项目	总计
	人民币百万元				*人民币百万元*			
收入	**65,039**	**2,615**	**-**	**67,654**	58,313	2,070	-	60,383
经营利润/（亏损）	**9,746**	**47**	**(245)**	**9,548**	8,489	(545)	(44)	7,900

非国际财务报告会计准则计量与根据国际财务报告会计准则编制的最接近计量的对账

	未经审核 截至以下日期止三个月			未经审核 截至以下日期止六个月	
	2025年6月30日	2025年3月31日	2024年6月30日	**2025年6月30日**	2024年6月30日
	人民币百万元	*人民币百万元*	*人民币百万元*	***人民币百万元***	*人民币百万元*
期内利润	**4,922**	3,979	3,980	**8,901**	8,100
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	**716**	604	723	**1,320**	1,015
投资公允价值变动净额[1]	**(20)**	(3)	(24)	**(23)**	(48)
经调整利润净额	**5,618**	4,580	4,679	**10,198**	9,067
经调整利润净额	**5,618**	4,580	4,679	**10,198**	9,067
调整项目：					
所得税开支/（收益）	**301**	258	(27)	**559**	(42)
物业及设备折旧	**885**	782	997	**1,667**	1,974
使用权资产折旧	**831**	768	735	**1,599**	1,451
无形资产摊销	**26**	22	26	**48**	53
财务开支/（收入）净额	**54**	24	(66)	**78**	(180)
经调整EBITDA	**7,715**	6,434	6,344	**14,149**	12,323

附注：

(1) 投资公允价值变动净额指按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产之上市和非上市实体投资的公允价值（收益）/亏损净额、视为处置投资的（收益）/亏损净额以及投资减值拨备，其与我们的核心业务及经营业绩无关，且会受市场波动所影响，而剔除该数据可为投资者提供可评估我们业绩表现的更相关及有用的资料。