



快手科技发布2025年第四季度及全年财务业绩

2026.03.25

香港2026年3月25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12月31日第四季度及2025年全年业绩。

2025年第四季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.077亿，较去年同期4.010亿增长1.7%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.407亿，较去年同期7.356亿增长0.7%。
- **电商GMV**⁽¹⁾ 为人民币5,218亿元，较去年同期的人民币4,621亿元增长12.9%。
- **总收入**为人民币396亿元，较去年同期的人民币354亿元增长11.8%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比59.7%，直播业务占比24.4%，其他服务占比15.9%。
- **毛利**为人民币218亿元，较去年同期的人民币191亿元增长14.1%。毛利率增至55.1%，去年同期为54.0%。
- **期内利润**自去年同期的人民币40亿元增长至人民币52亿元。**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55亿元。
- **国内分部经营利润**⁽³⁾ 自去年同期的人民币44亿元增加至人民币61亿元。**海外分部经营亏损**⁽³⁾ 为人民币59百万元，去年同期为人民币236百万元。

2025年全年业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.102亿，较2024年的3.994亿增长2.7%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.246亿，较2024年的7.097亿增长2.1%。
- **电商GMV**⁽¹⁾ 为人民币15,981亿元，较2024年的人民币13,896亿元增长15.0%。
- **总收入**为人民币1,428亿元，较2024年的人民币1,269亿元增长12.5%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比57.1%，直播业务占比27.4%，其他服务占比15.5%。
- **毛利**为人民币785亿元，较2024年的人民币693亿元增长13.4%。毛利率增至55.0%，2024年为54.6%。
- **年内利润**增长至人民币186亿元，去年为人民币153亿元。**经调整利润净额**⁽²⁾ 自去年的人民币177亿元增长至人民币206亿元。
- **国内分部经营利润**⁽³⁾ 自去年的人民币164亿元增加至人民币212亿元。**海外分部经营亏损**⁽³⁾ 为人民币76百万元，去年为人民币934百万元。
- 截至2025年12月31日止十二个月，本公司于联交所所以31.2亿港元购回约56.78百万股股份。

快手联合创始人、董事长兼首席执行官程一笑先生表示：“2025年我们秉持“科技为本，用户为先”的核心理念，全面深化AI战略，以先进的AI技术深度赋能快手内容和商业生态的升级与繁荣。在为用户和合作伙伴持续创造增量价值的同时，我们也实现了稳健的运营表现与财务业绩。2025年全年平均日活跃用户达到4.10亿，总收入同比增长12.5%至人民币1,428亿元，全年经调整净利润同比增长16.5%至人民币206亿元，经调整净利润率达14.5%。我们始终坚定在AI技术上的投入，并取得了令人瞩目的进展。快手的多模态视频生成大模型Kling AI（可灵AI）在2025年加速迭代，在模型能力、产品体验和商业化变现上不断取得突破，保持全球领先的行业地位。展望未来，我们将持续深耕用户需求，加速AI技术对各业务场景的融合与创新应用，为用户、业务合作伙伴及股东创造更大价值。”

2025年第四季度财务回顾

线上营销服务收入由2024年同期的人民币206亿元增加14.5%至2025年第四季度的人民币236亿元，主要是由于AI在线上营销服务多场景的加速渗透与创新应用。

直播业务收入于2025年第四季度及2024年第四季度分别为人民币97亿元及98亿元。

其他服务收入由2024年同期的人民币49亿元增加28.0%至2025年第四季度的人民币63亿元，主要是由于我们电商业务及可灵AI业务的增长。电商业务的增长表现为电商GMV的增加。可灵AI业务的增长主要是由于我们先进的AI技术及卓越的产品性能。

2025年第四季度其他主要财务资料

经营利润自去年同期的人民币43亿元增加至人民币58亿元。

经调整EBITDA⁽⁴⁾ 自去年同期的人民币69亿元增加至人民币80亿元。

2025年全年财务回顾

线上营销服务收入由2024年的人民币724亿元增加12.5%至2025年的人民币815亿元，主要是由于AI在线上营销服务多场景的加速渗透与创新应用。

直播业务收入由2024年的人民币371亿元增加5.5%至2025年的人民币391亿元，是由于我们持续努力建立一个丰富而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年的人民币174亿元增加27.6%至2025年的人民币222亿元，主要是由于我们电商业务及可灵AI业务的增长。电商业务的增长表现为电商GMV的增加。可灵AI业务的增长主要是由于我们先进的AI技术及卓越的产品性能。

2025年全年其他主要财务资料

经营利润自去年的人民币153亿元增加至人民币206亿元。

经调整EBITDA ⁽⁴⁾ 自去年的人民币248亿元增加至人民币298亿元。

可利用资金总额 ⁽⁵⁾ 截至2025年12月31日为人民币1,049亿元。

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年内或期内利润。

(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、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)净额调整的年内或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，我们秉持“科技为本，用户为先”的理念，在所有主要业务场景中深化AI战略，在多模态视频生成大模型**可灵AI**保持全球领先的同时，以先进的AI能力，深度赋能快手的内容生态和商业生态，在用户规模、营业收入与盈利能力上均实现高质量增长。

2025年第四季度，快手应用的平均日活跃用户达到407.7百万，同比稳健增长。总收入同比增长11.8%至人民币396亿元，其中，包含线上营销服务和以电商为主的其他服务在内的核心商业收入，同比增长达17.1%。2025年第四季度，经调整净利润达到人民币55亿元。2025年全年快手应用平均日活跃用户达到410.2百万，总收入同比增长12.5%至人民币1,428亿元，全年经调整净利润达到人民币206亿元，同比增长16.5%，经调整净利润率为14.5%。我们在加大AI投入的同时，依然实现了本集团整体盈利能力的稳步提升，AI能力已成为驱动快手长期增长的核心引擎。

AI业务

可灵AI始终秉持让每个人都能用AI讲出好故事的愿景，致力于成为AI时代领先、普惠且高效的视频创作基础设施，持续在模型能力、产品体验和变现上实现突破。2025年第四季度，**可灵AI**加速完成了多个模型能力的升级迭代，我们发布了全球首个统一多模态视频模型**可灵O1**，整合文字、视频、图片、主体等多模态输入，将所有生成和编辑任务融合在一个全能引擎之中。**可灵O1**的统一架构使得用户无需切换工具，即可一站式完成从生成到编辑及优化的全流程内容创作。此外，我们推出了具备“音画同出”能力的**可灵2.6**模型，能够在单次生成中，输出包含自然语言配音、动作音效以及环境氛围音的完整视频。**可灵2.6**也上线了动作控制功能，用户只需上传一段本地视频，或从线上动作库中选取要模仿的具体动作，再上传一张人物主体参考图，即可生成动作与表情都可精准控制的特定角色视频。

2026年2月，**可灵AI 3.0**系列模型上线，基于All-in-One产品理念构建，支持涵盖文本、图像、音频和视频的全模态输入与输出，将视频的理解、生成和编辑无缝整合到一个简化的AI workflow中。模型将多项任务(包括文本转视频、图像转视频以及视频内编辑)统一融入一个原生多模态架构，使其能够遵循复杂叙事逻辑、实现自动分镜以及精准镜头控制，并保持极高的提示遵循度。

可灵AI在基础模型和产品功能上的创新，为其广泛商业化应用于营销、电商、影视、短剧、动画、游戏等专业创意创作场景奠定了基础，也推动全球专业创作者及企业客户更广泛的使用，加速其变现进程。2025年第四季度，**可灵AI**营业收入达人民币340百万元。值得一提的是，2025年12月，**可灵AI**单月收入突破20百万美元，即年化收入运行率(ARR)达240百万美元。与此同时，**可灵AI**的运动控制功能在全球各大社交媒体平台引起大量的关注，推动了广泛热议和传播，也实现了**可灵AI**的用户群体从专业创作者向更广泛的大众用户的延伸。

2025年第四季度，我们继续深化AI大模型技术在内容与商业生态的赋能以及内部组织基础设施提质增效方面的作用。在内容生态赋能方面，我们自主研发并开源了多模态大语言模型**Keye-671B**模型，展现出较强的视频理解能力。同时，我们升级了短视频与直播内容理解体系，推出了新一代的标签系统**TagNex**，实现更精准的内容理解，带来用户使用时长和留存率的提升。在内容推荐方面，我们升级端到端生成式推荐大模型，上线了**OneRec-V2**版本，持续增强推荐精准度。在线上营销服务方面，我们继续优化端到端生成式推荐技术，通过深度融合多维度业务数据，增强模型效果，提升线上营销素材推荐的精准度。在智能出价技术上，我们基于多场景多目标数据打造了出价大模型。以上生成式推荐大模型和智能出价模型在2025年第四季度带来国内线上营销服务收入5%左右的提升。而AIGC技术在降低线上营销素材生成成本的同时，也撬动了更多的营销客户预算。2025年第四季度，由AIGC营销素材带来的线上营销服务消耗金额达到人民币40亿元。

在电商业务场景，2025年第四季度，我们进一步迭代端到端生成式检索架构**OneSearch**，提出适配电商业务的可编辑的结构化语义标识，提升中长尾搜索请求的语义理解能力，驱动2025年第四季度商城搜索订单量提升近3%。此外，我们将端到端生成式推荐技术的应用从泛货架电商场景扩展至直播间和短视频等内容驱动场景，推动了各电商场域GMV的增长。在直播业务场景，优化的**AI万象**礼物定制功能在互动效果、动态展示以及美学外观等方面进一步改善，带来用户打赏意愿的显著提升。在组织提效方面，我们自研的AI编程工具**CodeFlicker**已成为研发工程师日常高频使用的智能开发工具，在目前快手新增代码中，由**CodeFlicker**生成的比例已经超过40%。

AI业务的进展依托于我们在算力基础设施上的持续投入和深度优化，在内蒙古乌兰察布自建数据中心的基础上，我们正稳步推进新的算力中心建设，持续提升服务器与带宽的运营效率。

用户与内容生态

2025年第四季度，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407.7百万及740.7百万，快手应用的日活跃用户日均使用时长达到了126.0分钟。我们致力于打造具有快手特色的活跃社区，在高质量用户增长、差异化优质内容供给、流量机制优化和互动场景建设等方面不断深化，实现了用户基础和平台流量的健康可持续增长。在高质量用户增长方面，我们通过精细化各渠道的用户增长策略，不断优化用户结构，提升用户留存率；并借助AI技术优化推送策略，提高用户快手应用的打开率。此外，我们也通过用户留存方式的创新显著提升了投资回报率。

我们以专业的内容与热点运营，助力像**心雨鸵鸟**这样的标杆创作者成长，也持续打造具有快手特色的优质内容IP。以**村口小舞台**为代表的乡村文娱活动，让农民从观众转变为积极的登台参与者，内容多元化，覆盖非遗展演到农业技术展示，既丰富了乡村文化生活，也成为推广乡土文化的新窗口。我们举办了**时代少年团6**周年演唱会，直播总观看量超过6.8亿人次，依托直播、互动与AI创意内容，打造粉丝与偶像双向奔赴的青春记忆。

我们通过流量结构的优化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。2025年第四季度，高质量内容作品上传量同比增长超过15%。在互动场景建设方面，我们通过私信互动玩法的持续创新，推动2025年第四季度的日均双关私信渗透率同比提升近3个百分点。

线上营销服务

2025年第四季度，线上营销服务收入达到人民币236亿元，同比增长14.5%。AI在线上营销服务多场景的加速渗透与创新应用，不仅为生态伙伴带来赋能价值，也为线上营销服务业务注入了新的增长动能。

2025年第四季度，在以线索经营为主要目标的生活服务行业，我们通过私信产品升级和算法优化帮助客户更高效触达用户、提升用户转化效率。同时，通过持续的行业拓展和客户开发，扩大了线上营销客户覆盖面，带来增量营销投放。此外，生活服务行业客户以中小商家为主，我们通过AIGC工具帮助提升其营销素材制作能力，撬动了线上营销消耗的进一步增长。

2025年第四季度，以短剧漫剧、小游戏为代表的消费行业以及AI应用行业也是驱动线上营销服务收入增长的主要动力。在内容消费行业，短剧维持稳健增长势头，我们通过优化营销素材展示形式增加了短剧垂直领域的营销开支。同时，随着AI技术的深度赋能，漫剧迎来高速发展，我们通过全方位扶持计划、推出AI漫剧智能体等，持续引入优质、多元的漫剧供给，抓住新兴发展机遇。此外，在AI应用类客户整体加大营销预算的背景下，我们有效承接了AI应用类客户的投流开支。

2025年第四季度，在线上营销产品层面，我们持续升级**UAX全自动投放**解决方案、AIGC营销素材生成工具、直播数字人、数字员工等产品，降低营销投放门槛，优化客户投放体验，进一步撬动了线上营销消耗的增长。具体来看，2025年第四季度，**UAX全自动投放**解决方案在非电商营销服务的消耗渗透接近80%，在非电商营销的活跃客户渗透率超90%。

在电商营销服务方面，继我们2025年9月底整合了电商业务与相关的线上营销业务以提升流量融合，我们构建起流量—交易—营销转化—商家服务的闭环能力。此次整合致力于提升平台整体收入增长和商家结构的同向性，2025年第四季度，电商商家的千次展示成交的GMV(GPM)和电商营销服务的千次展示成本(CPM)实现同向提升。2025年上半年，我们完成了全站营销解决方案的能力完善。2025年下半年，我们更专注于满足不同类型客户的差异化场景诉求，有效带动了电商商家的全域GMV增量并提升了业务稳定性。2025年第四季度，全站推广产品的总营销消耗占电商营销服务总消耗比例进一步提升至75%。此外，针对中小商家全托管的自动化投放产品能力得到更多接受和认可，该等客户的消耗显著提升。2025年第四季度，通过不断优化泛货架电商场景、加强全域供给和同向性分发的协同效应，泛货架场域的电商营销服务收入快速增长。

电商

2025年第四季度，电商业务GMV同比增长12.9%至人民币5,218亿元。通过系统性的全域经营策略，我们进一步打通公域流量转化与私域资产沉淀的路径，赋能商家实现多场景稳定可持续的经营发展。2025年第四季度，我们进一步赋能商家扩大私域基础和提升私域经营效率，拓展供给宽度，故电商活跃用户的复购频次同比进一步提升。同时，通过加强核心品类的运营和对核心用户需求的深度理解，带动2025年第四季度的付费用户平均收入持续增长。

2025年第四季度，我们利用服务商、机构、产业带多方势能，致力于扩大电商供给渠道。2025年第四季度，新入驻商家和异动销商家同、环比均增长，带动动销商家规模再攀新高，同比增长7.3%。此外，2025年第四季度，我们推出**乘风计划**，聚焦于与各行业头部品牌建立深度合作关系，通过系统化的资源扶持，旨在探索平台与品牌协同增长的机会。2025年12月底，我们在优质商品和内容供给上均收到初步成效，商家结构有所优化。

2025年第四季度，在直播场域建设方面，自2025年第三季度推出的**天降涨粉红包**涨粉活动成效显著，结合提升万粉主播的开播频率等举措，日均万粉有效开播主播数同比增长12.7%，进一步强化了粉丝增长和成交表现的正向循环。通过与机构和头部达人组织联运的方式，我们扩大了达人供给。为进一步赋能达人，**达人爆品计划**作为商家和达人均认可的官方严选货盘，聚焦用户高需求商品品类，撬动更多达人参与分销，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。尤其是腰部和中小达人通过平台严选货盘解决了选品难题后，结合平台给予的流量扶持，实现经营规模的显著跃升。

2025年第四季度，包括泛货架电商和短视频等在内的全域经营生态持续稳健发展。泛货架电商GMV占总电商GMV比例环比基本稳定。我们持续扩大供给规模，泛货架电商的日均动销商家同、环比持续增长。2025年第四季度，快手优选官方链接**超级链接**作为货架商品供给的重要运营工具快速增长。**超级链接**在货架电商产品卡的渗透率增至19.1%。我们鼓励商家拓展全域经营，通过营销托管工具牵引内容场商家转为货架场经营，使用我们营销托管工具的动销商家渗透率环比显著提升。2025年第四季度，我们进一步推动短视频电商内容供给、基于商家模式聚焦精细化运营，持续发挥短视频和直播的联动优势，优质内容供给的丰富和链路效率优化带动短视频电商GMV持续超过整体电商GMV增长。

2025年第四季度，AI能力深度渗透电商场景，助力商家经营提效和增长。通过**OneRec**、**OneSearch**等大模型技术在更多电商场景的落地，持续取得业务增量收益。同时，基于电商知识图谱，运用大模型的世界知识和推理能力，我们沉淀对商品、视频、用户的底层理解能力，支持用户的长期兴趣精准建模，带来了推荐多样性和复访、复购的提升。电商内容生成能力在2025年第四季度亦取得提升。直播切片、AI辅助内容创作等功能持续助力商家提升跨场域经营的能力。在经营提效上，2025年第四季度上线的订单AI诊断功能，协助商家有效识别异常订单，降低发货前的退单率。

直播

2025年第四季度，直播业务收入为人民币97亿元。在2025年第四季度我们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。直播供给方面，我们持续加强团播、多人直播等优势品类专业化运营，同时推动多品类协同发展，丰富直播内容经营矩阵，助力供给侧稳步向好发展。快手**直播大舞台**进一步加深了直播线上线下场景结合，助力平台特色主播孵化的同时，提高了用户参与性。产品方面，依托**可灵AI**视频生成能力的可自

定义专属特效**AI万象**系列礼物，在互动体验、动态展示以及美学外观等方面进一步改善。截至2025年第四季度末，**AI万象**礼物生成次数已累计突破100万。此外，我们拓展AI能力在直播间的应用，为主播提供**AI互动助手**和**AI数字分身服务**，帮助主播提升服务效率。2025年第四季度，“直播+”模式在拓宽直播生态边界的同时，商业价值进一步释放。通过精细化运营，**理想家**、**快聘**业务实现提质增效，2025年第四季度**理想家**月均付费客户数同比增长超40.0%。

海外

2025年第四季度，我们坚定执行高价值增长战略，驱动海外业务形成正向循环，在复杂的市场环境下实现了海外业务的稳健增长。流量方面，我们优化获客效率和用户增长结构，并以特色内容供给强化社区心智，持续扩大核心用户基本盘，海外核心发展市场巴西的平均日活跃用户和日活跃用户日均使用时长均保持稳健。线上营销业务方面，我们抓住全球品牌布局巴西的行业机遇，拓展多元客户行业。此外，我们升级产品与解决方案，并积极探索短剧等内容营销新场景，为客户的长期增长注入确定性与新动能。在巴西的电商业务方面，2025年第四季度实现GMV与订单量同比稳健扩张。得益于AIGC赋能电商内容提质增效，以及对物流成本的精细化管控，盈利能力也显著改善。

企业社会责任

快手始终秉持“科技连接善意，创造长期价值”的使命，致力于打造一个温暖、普惠、人人可参与的数字社区。我们以短视频及直播为纽带，推动数字技术深入赋能就业创业、乡村振兴等社会场景，让更多普通人借助数字技术增进获得感和幸福感，推动美好社会发展。

我们推出的**幸福大讲堂**项目，为女性、银龄群体、青年创业者、残障人士等群体，提供新媒体技能培训。截至2025年底，该项目已拓展覆盖全国超50个县市，帮助近200万人掌握“短视频+直播”数字技术。我们也推出了**启智未来学堂**项目，通过捐建数字教室、开展AI课程、组织科技夏令营等方式，支持多地乡村教育，助力多地乡村学校提升教学设施，为师生的数字化学习与前沿科技接触创造更多机会。

建议派发2025年末期股息

董事会欣然宣布，其已建议派发截至2025年12月31日止年度每股0.69港元的末期股息，总额约30亿港元。待股东于2026年股东周年大会上批准后，建议末期股息将会于2026年7月28日（星期二）或前后派付予2026年7月7日（星期二）名列本公司股东名册的股东。

此举彰显了本公司致力于提升股东价值，并与股东分享本公司强劲现金流成果的坚定承诺。未来，本公司将根据业务发展需要、市场情况以及其他相关因素，继续考虑包括股份回购及股息派发在内的多种股东回报方式。

业务展望

随着AI技术的快速演进，我们会坚持深耕AI战略，加大AI的投入，进一步巩固快手作为领先的AI赋能内容平台的定位。我们秉持“科技为本，用户为先”的理念，始终以用户需求为基础，深化AI融合，帮助商家和营销客户提升运营效率。此外，AI应用在快手内容和商业生态中的持续扩展，将驱动核心业务的高质量增长，开拓商业化机遇，为用户、创作者、合作伙伴及股东创造持久的长期价值。

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

合并损益表

	未经审核 截至以下日期止三个月			经审核 截至以下日期止年度	
	2025年12月31日	2025年9月30日	2024年12月31日	2025年12月31日	2024年12月31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	39,568	35,554	35,384	142,776	126,898

销售成本	<u>(17,749)</u>	<u>(16,120)</u>	<u>(16,261)</u>	<u>(64,227)</u>	<u>(57,606)</u>
毛利	21,819	19,434	19,123	78,549	69,292
销售及营销开支	<u>(11,409)</u>	<u>(10,420)</u>	<u>(11,317)</u>	<u>(42,229)</u>	<u>(41,105)</u>
行政开支	<u>(930)</u>	<u>(688)</u>	<u>(866)</u>	<u>(3,343)</u>	<u>(2,916)</u>
研发开支	<u>(4,143)</u>	<u>(3,650)</u>	<u>(3,451)</u>	<u>(14,491)</u>	<u>(12,199)</u>
其他收入	74	27	187	170	533
其他收益净额	<u>379</u>	<u>596</u>	<u>592</u>	<u>1,981</u>	<u>1,682</u>
经营利润	5,790	5,299	4,268	20,637	15,287
财务(开支)/收入净额	<u>(31)</u>	<u>(40)</u>	<u>19</u>	<u>(149)</u>	<u>236</u>
分占按权益法入账之投资的利润/(亏损)	<u>(9)</u>	<u>3</u>	<u>(1)</u>	<u>(16)</u>	<u>(29)</u>
除所得税前利润	5,750	5,262	4,286	20,472	15,494
所得税开支	<u>(516)</u>	<u>(773)</u>	<u>(312)</u>	<u>(1,848)</u>	<u>(150)</u>
期内利润	<u>5,234</u>	<u>4,489</u>	<u>3,974</u>	<u>18,624</u>	<u>15,344</u>
以下人士应占：					
—本公司权益持有人	5,229	4,488	3,969	18,617	15,335
—非控股权益	5	1	5	7	9
	<u>5,234</u>	<u>4,489</u>	<u>3,974</u>	<u>18,624</u>	<u>15,344</u>

合并资产负债表

经审核
截至2025年
12月31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	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
	<u>86,955</u>	<u>77,004</u>

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
	<u>77,549</u>	<u>62,869</u>

资产总额

164,504 139,873

合并资产负债表

经审核 经审核

	截至2025年 12月31日 人民币百万元	截至2024年 12月31日 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	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)
	<u>79,558</u>	<u>62,004</u>
非控股权益	<u>26</u>	<u>20</u>
权益总额	<u><u>79,584</u></u>	<u><u>62,024</u></u>
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	30	124
租赁负债	5,977	6,765
递延税项负债	241	13
其他非流动负债	39	19
	<u>17,385</u>	<u>18,021</u>
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
借款	1,968	-
按公允价值计量且其变动计入损益之金融负债	-	5
所得税负债	388	873
租赁负债	3,962	3,671
	<u>67,535</u>	<u>59,828</u>
负债总额	<u><u>84,920</u></u>	<u><u>77,849</u></u>
权益及负债总额	<u><u>164,504</u></u>	<u><u>139,873</u></u>

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12月31日				2025年9月30日				2024年12月31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											
收入	38,263	1,305	-	39,568	34,400	1,154	-	35,554	34,089	1,295	-	35,384
经营利润/(亏损)	6,065	(59)	(216)	5,790	5,391	(64)	(28)	5,299	4,361	(236)	143	4,268

经审核

截至12月31日止年度

	2025				2024			
	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							

收入	137,702	5,074	-	142,776	122,202	4,696	-	126,898
经营利润/ (亏损)	21,202	(76)	(489)	20,637	16,355	(934)	(134)	15,287

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近计量的对账

	未经审核			未经审核	
	截至以下日期止三个月			截至以下日期止年度	
	2025年12月31日	2025年9月30日	2024年12月31日	2025年12月31日	2024年12月31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	5,234	4,489	3,974	18,624	15,344
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	669	651	636	2,640	2,349
投资公允价值变动净额 ⁽¹⁾	(440)	(154)	91	(617)	23
经调整利润净额	5,463	4,986	4,701	20,647	17,716
经调整利润净额	5,463	4,986	4,701	20,647	17,716
调整项目：					
所得税开支	516	773	312	1,848	150
物业及设备折旧	1,205	1,031	1,093	3,903	4,064
使用权资产折旧	814	802	756	3,215	2,972
无形资产摊销	8	21	26	77	104
财务开支/ (收入) 净额	31	40	(19)	149	(236)
经调整EBITDA	8,037	7,653	6,869	29,839	24,770

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。