



## 快手科技发布2026年第一季度未经审核财务业绩

2026.05.27

香港，2026年5月27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2026年3月31日止三个月的未经审核第一季度合并业绩。

### 2026年第一季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.127亿，较去年同期4.080亿增长1.2%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.717亿，较去年同期7.117亿增长8.4%。
- **总收入**为人民币337亿元，较去年同期的人民币326亿元增长3.4%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比58.3%，直播业务占比25.2%，其他服务占比16.5%。
- **毛利**为人民币172亿元，去年同期为人民币178亿元。毛利率为51.2%，去年同期为54.6%。
- **期内利润**为人民币29亿元，去年同期为人民币40亿元。**经调整利润净额**<sup>(1)</sup>为人民币34亿元，去年同期为人民币46亿元。
- **国内分部经营利润**<sup>(2)</sup>为人民币31亿元，去年同期为人民币43亿元。**海外分部经营亏损**<sup>(2)</sup>为人民币31百万元，去年同期为经营利润人民币28百万元。
- 截至2026年3月31日止三个月及直至2026年5月27日，本公司于联交所以总代价8.5亿港元合共购回17,956,000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：**“2026年第一季度，我们坚持深化AI战略，以技术创新驱动内容生态繁荣与商业增长，实现了稳健的开局。本季度，我们平均日活跃用户达4.13亿，总收入达到人民币337亿元，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10.7%。经调整净利润达人民币34亿元，经调整净利率达10.0%。2026年2月，我们上线了可灵3.0系列模型，进一步巩固了可灵AI在模型能力和产品体验上的全球领先地位，商业化变现也实现了高速增长。第一季度可灵AI营业收入超人民币6.5亿元，同比增长超300.0%。同时，我们加速推进AI在内容创作、线上营销、电商运营和组织管理等多个领域的深度渗透，有效提升了用户体验和商家经营效率。展望未来，我们将继续深化AI技术与业务场景的融合创新，通过持续的技术迭代与生态建设，为用户、合作伙伴及股东创造更多长期可持续价值。”

### 2026年第一季度财务回顾

**线上营销服务收入**由2025年同期的人民币180亿元增加9.3%至2026年第一季度的人民币196亿元，主要是由于AI在线上营销服务多场景的加速渗透。

**直播业务收入**由2025年同期的人民币98亿元下降13.5%至2026年第一季度的人民币85亿元，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2025年同期的人民币48亿元增加15.9%至2026年第一季度的人民币56亿元，主要是由于我们可灵AI业务的增长。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。

### 2026年第一季度其他主要财务资料

**经营利润**为人民币36亿元，去年同期为人民币43亿元。

**经调整EBITDA**<sup>(3)</sup>为人民币62亿元，去年同期为人民币64亿元。

**可利用资金总额**<sup>(4)</sup>截至2026年3月31日为人民币1,177亿元。

附注：

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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净额调整的期内经调整利润净额。
- (4) 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

2026年第一季度，在复杂多变的宏观环境下，我们持续深化我们的AI战略。**可灵AI**在多模态视频生成领域保持全球领先地位，且AI技术持续为我们的内容繁荣、业务增长及组织提效提供动力。2026年第一季度，快手应用的平均日活跃用户达到412.7百万。总收入同比增长3.4%至人民币337亿元，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10.7%。经调整净利润达到人民币34亿元，经调整净利率为10.0%。值得一提的是，可灵AI展现出其作为我们第二增长曲线的核心势能。其在模型能力与产品体验方面保持全球领先地位，同时实现了快速变现增长。2026年第一季度，可灵AI产生的收入超过人民币650百万元，同比增长超过300.0%。

### AI业务

2026年第一季度，可灵AI持续践行让每个人都能用AI讲好故事的愿景。通过持续的模型迭代、智能产品升级及对专业场景的更深入渗透，可灵AI进一步巩固了其在AI视频生成领域的全球领先地位。在模型及技术方面，2026年2月，可灵AI 3.0系列模型上线，基于All-in-One产品架构构建，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、生成和编辑整合到一个高效流畅的AI工作流中。在支持长达15秒视频生成的同时，可灵AI 3.0系列模型提供了高度灵活的分镜控制能力及更精准的语义对齐，具备“音画同出”能力与高度一致的主体连续性，以进一步拓展AI叙事的边

界。在产品方面，可灵AI推出了团队计划，支持多达15名成员进行实时协作创作，并使创作者能够高效管理团队内部的内容创作工作流程。近期，可灵AI上线的“棒球现场”特效功能，再次掀起全民AI创作风暴，席卷全球社交平台，带动可灵AI登顶巴西、德国等42个国家和地区的App Store总榜。

可灵AI持续聚焦影视、广告、电商及游戏等领域专业创作者的核心需求，以全链路的工业级能力赋能专业创作并推动显著的成本降低与效率提升。可灵AI深度参与了热播中国历史剧**太平年**中的部分虚拟场景及视觉特效镜头的创作。在好莱坞电视剧**大卫王朝**中，可灵AI支持了包括宏大场景及复杂战争场景在内的数百个高质量镜头的生成，充分展现了其在商业影视制作领域的卓越实力。随着在专业创意场景中的更广泛应用，可灵AI的商业化进程得以加速。2026年第一季度，可灵AI产生的收入超过人民币650百万元，同比增长超过300%。2026年3月，可灵AI的年化收入运行率（ARR）近5亿美元。

2026年第一季度，我们在推进通用大模型研发，及以AI赋能商业和组织生态方面，持续取得稳健进展。在通用大模型方面，我们推出了智能编码模型**KAT-Coder-Pro V2**，在前端美学生成、命令行推理及智能体执行方面表现出色。它兼容主流AI编码工具，并已针对OpenClaw进行训练及优化，能够处理复杂的实际应用工作流程。在AI赋能商业生态方面，我们持续深化生成式推荐及智能出价大模型在线上营销服务场景中的应用，于2026年第一季度带来国内线上营销服务收入约3.0%至4.0%的提升。在电商业场景，2026年第一季度，新一代生成式搜索框架**OneSearch V2**在电商搜索场景全量上线。我们通过技术创新，提升了模型推理能力和搜索体验，带来电商搜索业务GMV约3.0%的提升增量。在组织生态赋能方面，快手自研的编程工具**CodeFlicker**已推动AI生成代码的渗透率至50%以上。该工具已升级为公司层面的通用智能体**My Flicker**，将其应用场景从工程编码扩展至全体员工的通用场景。该工具现已赋能研发、产品、运营、数据等多个部门，全面提升组织效率。

## 用户及内容生态系统

2026年第一季度，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412.7百万及771.7百万，快手应用的日活跃用户日均使用时长保持相对稳定。通过提供差异化优质内容、迭代流量机制并围绕春节拓展社交互动场景，我们为用户提供了一个更高质量、更温暖、具备独特快手特色的线上社区。在优化分发机制的过程中，我们平衡了用户体验与变现效率，使优质内容获得了更多的曝光。在高质量用户增长方面，我们深耕各渠道的精细化运营，将增长投放与商业化场景结合，以及通过用户维系举措的创新，提升用户增长的ROI。

2026年春节假期，我们通过创新的互动玩法及丰富的优质内容矩阵打造了沉浸式的线上春节体验，推动高质量用户增长，日活跃用户峰值创下历史新高。在内容生态方面，我们推出了一系列快手特色内容IP，包括**快手马年春晚**、**刘老根大舞台**及**东北喜乐会**。依托可灵AI的技术能力，我们上线了AI生成的春节动画短剧**马上有戏**。该等举措在为用户营造浓厚节日气息的同时，提升了快手原生内容的热度及影响力。春节活动期间，用户社交互动显著增强，使用我们的社交互动产品**火崽崽**的用户对数较春节前增长25.0%，发送私信用户数增长15.0%。我们的2026年春节相关内容共产生超过150亿次的直播观看量、超过2,500亿次的短视频观看量及超过65亿次的累计点赞。

## 线上营销服务

2026年第一季度，线上营销服务收入达到人民币196亿元，同比增长9.3%；其中，国内线上营销服务收入同比增长超过10%。

2026年第一季度，内容消费、生活服务及AI应用行业是我们非电商营销服务收入的主要驱动力。在内容消费行业，AI降低了漫剧的生产成本及创作门槛，推动了内容供给及相关营销需求的快速增长。截至2026年3月底，快手平台漫剧的日均营销消耗峰值超过人民币20百万元。在以线索经营为主要目标的生活服务行业，我们在医疗健康、工农业材料、教育及汽车等超过20个垂直领域推进了更精细化的行业运营。通过针对不同行业的转化特性定制解决方案，我们帮助商家提高了获客效率并带动了该等行业的增量营销开支。同时，我们通过产品升级帮助商家更高效地触达潜在客户并提升用户转化率。此外，春节期间，AI应用行业的营销投放需求强劲。我们有效承接了相关预算并优化了深度转化效果，提升了AI应用客户在我们平台上的营销投放意愿及规模。

2026年第一季度，我们加速了AI在多个线上营销服务场景中的渗透，涵盖投放前、投放中及投放后的全周期。这改善了客户的投放体验并推动线上营销服务总消耗的增长。在投放前阶段，AIGC营销素材的生成使商家能够以更低的成本和更高的效率制作素材。截至2026年3月，AIGC短视频营销素材消耗贡献了我们平台短视频线上营销总消耗的10.0%。在投放中阶段，我们的**UAX全自动投放**解决方案已成为大多数线上营销客户采用的主流投放工具。2026年第一季度，我们在UAX全自动投放解决方案中新增了智能体功能。通过学习不同行业在投放优化及创意生成与编辑方面的最佳实践，我们的UAX全自动投放解决方案自动协助营销团队完成营销单元创建及出价管理等任务，提升了整体投放效率。在投放后阶段，AI驱动的分析功能会自动审核表现数据并及时向客户提供反馈，减少了人工运营工作量。同时，我们的数字员工解决方案提供24/7自动化响应，使客户能够及时响应消费者咨询，尤其是在夜间等人工支持有限的时段。

2026年第一季度，在电商营销服务方面，我们通过加强自然流量与商业流量池之间的融合，进一步推进并深化了全域流量协同策略。该融合有效提升了电商流量曝光和品牌商家经营规模。2026年第一季度，我们吸引了更多的品牌商家及中小商家入驻。动销投放商家数同比增长38.0%，品牌商家的营销消耗同比增长42.0%，支持了其在全域场景下自营业务的GMV增长。同时，AI能力已全面融入我们端到端的电商营销投放工作流程。通过用户兴趣推断AI智能体、创意及选品AI智能体、以及出价决策AI智能体的协同发力，营销投放的精准度与效率均得到提升。在产品层面，随着持续升级，我们的**全站推广**解决方案在电商营销服务总消耗中占比进一步提升，成为我们电商营销服务的主要投放产品。我们的**净成交ROI**产品帮助商家优化净成交GMV，带来更稳定的结算效果。2026年第一季度，其在各行业的客户渗透率达45.0%，并显著降低了产品退货率。同时，我们的**全店托管**，通过一键全店投放，将商家从单品投放的限制中解放出来，减少了商家的人力。

## 电商

于2026年，我们通过三大关键升级推进电商战略：买家增长、供给拓展，以及深化电商与商业化流量的融合。这将使商家能够更好地把握全局场景下的协同效应，放大增长动能。2026年第一季度，通过稳步推进该战略，我们的电商业务实现了可持续的健康增长。我们持续致力于加强全域流量协同并精细化买家全生命周期运营，以推动电商买家规模的长期增长。

供给方面，今年我们聚焦引入品牌商家及新商家，并持续改善商品质量。针对品牌商家，我们继续推进于2025年第四季度推出的**乘风计划**，聚焦不同行业的头部品牌并为其在流量、运营及品牌建设方面提供多维度支持。2026年第一季度，受新品牌商家增量驱动，品牌商家对整体电商GMV及商业化的贡献持续提升，保持强劲的同同比增长。同时，现有商家持续扩大并稳健其运营，进一步增强了我们电商供给生态的健康度与韧性。在新商家引进方面，我们与全国100个目标重点产业带的服务商紧密合作。2026年第一季度，这些产业带的新商家数量同比增长41.8%。此外，我们为商家提供从入驻、早期成长到规模化发展的全生命周期综合支持。2026年第一季度，中小商家显著增长，带动商家结构更加健康，供给更加多元。

2026年第一季度，我们进一步完善了达人生态与结构，提升了高质量电商内容的供给。我们持续加强对腰部达人的支持。2026年1月，我们推出了**宝**

**藏主播闪光计划**，利用平台资源发掘并支持各行业的优秀达人，帮助他们实现规模化发展。此外，我们进一步完善了激励政策，显著提升了达人的开播频率。2026年第一季度，日均万粉有效开播主播数同比增长10.1%。通过我们的**达人爆品计划**等补贴举措，以及持续优化分销产品撮合能力以赋能达人，我们提高了达人与产品的匹配效率。此外，我们举办了线下商家与达人对接活动并针对不同层级的达人推出分层服务，实现了高精度的分销匹配。2026年第一季度，分销库中的商家与达人匹配数同比增长47.0%，参与分销的活跃达人人数同比增长23.5%。

2026年第一季度，我们的电商全域经营生态持续释放强劲增长动能。内容场持续作为用户需求的重要驱动力。随着用户消费路径日益延伸至浏览、搜索及商城模式探索，用户的全域消费心智在逐步形成。2026年第一季度，电商意图驱动的搜索页浏览量同比增长11.0%，而商城页的新买家及回流买家在2026年3月份增长约36.0%，反映出电商用户更为强烈的主动购物意愿。此外，更丰富的供给有效带动了泛货架电商用户的购买频次提升。

2026年第一季度，我们利用端到端的AI能力推动商家实现切实的运营效率提升和用户体验升级。在大模型能力的驱动下，我们全面升级了从需求激活、搜索满足，到直播导购及补贴发放等整个购物决策流程。我们推出了配备基于AI智能体的一站式智能购物助手的智能搜索升级。搜索从用户主动发起的查找商品转变为AI主导的推荐体验，显著提升了搜索转化效率。此外，通过AI赋能销售运营，我们优化了直播间的导购流程。在直播场景中，实时商品亮点摘要及AI自动回复主持功能，每日为商家带来超过人民币100万元的增量GMV。同时，我们的AI驱动补贴券发放工具实现了高精度的个性化营销，有效降低了商家的运营成本。

## 直播

2026年第一季度，直播业务收入为人民币85亿元。我们坚持以直播生态健康为核心导向，聚焦供给提质、内容丰富与AI创新，构建长期可持续发展的直播生态。我们持续扶持精品团播等优质内容品类，加强合作公会的专业化运营，夯实直播供给根基。产品技术方面，AI能力进一步赋能直播间。**AI互动助手、数字分身服务及AI私信**等智能工具，提升主播服务效率、优化观众互动体验。可灵AI的视频生成能力深度赋能直播礼物生产，提升AI礼物上新效率和创意表达的同时，激发用户付费积极性。2026年第一季度，用户送出**AI万象**系列可自定义专属特效礼物达110万个。

内容层面，我们在春节期间推出了多元化直播互动玩法。其中**快手状元**系列答题活动引入超百位依托可灵AI技术生成的AI数字人主播，吸引近5000万用户踊跃参与。同时，快手游戏内容生态持续深化，在春节期间打造的**新春玩家狂欢节**活动，合作游戏厂商拓展至50余家。此外，电竞业务作为公司在游戏领域的战略布局取得突破。2026年4月，快手KSG战队斩获2026年王者荣耀职业联赛春季赛冠军，推动游戏生态进一步升级。

## 海外

2026年第一季度，我们在海外业务上持续探索高价值增长策略，以业务韧性应对市场变化。在流量方面，我们持续优化获客效率和用户增长结构，构建扎根于真实生活的社区生态，同时进一步拓展核心用户偏好的内容垂类，并深化其互动行为。海外核心市场发展市场巴西的平均日活跃用户及日活跃用户日均使用时长环比保持稳定。线上营销服务方面，我们不断强化营销产品能力，以AI技术深度赋能营销全链路，提升客户的投放效率及效果稳定性。同时，我们发挥作为内容平台的优势，对商业化素材进行本土化改造，撬动更多以电商出海行业为代表的增量营销预算。在巴西的电商业务方面，2026年第一季度实现GMV及订单量的同比稳健增长。我们通过强化重点品类及优质供给，带动转化率及复购率的增长。同时，我们也在借助AI辅助内容生产及内容推荐，持续优化运营效率和盈利能力。

## 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](mailto:ir@kuaishou.com)

## 简明合并损益表

### 未经审核 截至以下日期止三个月

	2026年3月31日	2025年12月31日	2025年3月31日
	人民币百万元	人民币百万元	人民币百万元
收入	33,716	39,568	32,608
销售成本	(16,467)	(17,749)	(14,816)

毛利	17,249	21,819	17,792
销售及营销开支	(10,333)	(11,409)	(9,897)
行政开支	(766)	(930)	(828)
研发开支	(3,621)	(4,143)	(3,298)
其他收入	245	74	53
其他收益净额	821	379	437
<b>经营利润</b>	<b>3,595</b>	<b>5,790</b>	<b>4,259</b>
财务开支净额	(173)	(31)	(24)
分占按权益法入账之投资的(亏损)/利润	(13)	(9)	2
<b>除所得税前利润</b>	<b>3,409</b>	<b>5,750</b>	<b>4,237</b>
所得税开支	(504)	(516)	(258)
<b>期内利润</b>	<b>2,905</b>	<b>5,234</b>	<b>3,979</b>
<b>以下人士应占:</b>			
—本公司权益持有人	2,903	5,229	3,978
—非控股权益	2	5	1
	<b>2,905</b>	<b>5,234</b>	<b>3,979</b>

### 简明合并资产负债表

	未经审核 截至2026年 3月31日 人民币百万元	经审核 截至2025年 12月31日 人民币百万元
<b>资产</b>		
<b>非流动资产</b>		
物业及设备	30,214	22,869
使用权资产	9,174	8,545
无形资产	982	986
按权益法入账之投资	136	149
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	29,827	23,747
衍生金融工具	448	353
按摊余成本计量之其他金融资产	-	35
递延税项资产	5,732	5,585
长期定期存款	22,660	22,015
其他非流动资产	6,296	2,671
	<b>105,469</b>	<b>86,955</b>
<b>流动资产</b>		
贸易应收款项	7,592	8,127
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	7,439	7,028
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	50,448	42,323
衍生金融工具	11	1
按摊余成本计量之其他金融资产	-	9
短期定期存款	6,380	8,630
受限制现金	266	251
现金及现金等价物	11,405	11,180
	<b>83,541</b>	<b>77,549</b>
<b>资产总额</b>	<b>189,010</b>	<b>164,504</b>

### 简明合并资产负债表

未经审核 截至2026年 3月31日	经审核 截至2025年 12月31日
--------------------------	--------------------------

	人民币百万元	人民币百万元
<b>权益及负债</b>		
<b>本公司权益持有人应占权益</b>		
股本	-	-
股本溢价	265,202	265,628
库存股份	(408)	(602)
其他储备	38,836	38,873
累计亏损	(221,438)	(224,341)
	<u>82,192</u>	<u>79,558</u>
<b>非控股权益</b>	<u>28</u>	<u>26</u>
<b>权益总额</b>	<u><u>82,220</u></u>	<u><u>79,584</u></u>
<b>非流动负债</b>		
借款	24,791	11,098
衍生金融工具	271	30
租赁负债	6,644	5,977
递延税项负债	304	241
其他非流动负债	134	39
	<u>32,144</u>	<u>17,385</u>
<b>流动负债</b>		
应付账款	27,919	27,209
其他应付款项及应计费用	34,125	29,160
客户预付款	5,166	4,848
借款	2,871	1,968
所得税负债	514	388
租赁负债	4,051	3,962
	<u>74,646</u>	<u>67,535</u>
<b>负债总额</b>	<u><u>106,790</u></u>	<u><u>84,920</u></u>
<b>权益及负债总额</b>	<u><u>189,010</u></u>	<u><u>164,504</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											
	2026年3月31日				2025年12月31日				2025年3月31日			
	未分摊			总计	未分摊			总计	未分摊			总计
	国内	海外	项目		国内	海外	项目		国内	海外	项目	
	人民币百万元				人民币百万元				人民币百万元			
收入	32,554	1,162	-	33,716	38,263	1,305	-	39,568	31,293	1,315	-	32,608
经营利润/(亏损)	3,093	(31)	533	3,595	6,065	(59)	(216)	5,790	4,345	28	(114)	4,259

#### 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		
	截至以下日期止三个月		
	2026年3月31日	2025年12月31日	2025年3月31日
	人民币百万元		
期内利润	2,905	5,234	3,979
调整项目:			

以股份为基础的薪酬开支	533	669	604
投资公允价值变动净额 <sup>(1)</sup>	(64)	(440)	(3)
<b>经调整利润净额</b>	<b>3,374</b>	<b>5,463</b>	<b>4,580</b>
<b>经调整利润净额</b>	<b>3,374</b>	<b>5,463</b>	<b>4,580</b>
调整项目：			
所得税开支	504	516	258
物业及设备折旧	1,364	1,205	782
使用权资产折旧	799	814	768
无形资产摊销	16	8	22
财务开支净额	173	31	24
<b>经调整EBITDA</b>	<b>6,230</b>	<b>8,037</b>	<b>6,434</b>

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。