



快手科技发布2026年第二季度及中期未经审核财务业绩

2026.08.19

香港，2026年8月19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6月30日止三个月及六个月的未经审核合并业绩。

2026年第二季度业绩摘要

- 快手应用平均日活跃用户为4.123亿，较去年同期4.089亿增长0.8%。
- 快手应用平均月活跃用户为7.973亿，较去年同期7.148亿增长11.5%。
- 总收入为人民币355亿元，较去年同期的人民币350亿元增长1.4%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比58.1%，直播业务占比24.5%，其他服务占比17.4%。
- 毛利为人民币183亿元，去年同期为人民币195亿元。毛利率为51.6%，去年同期为55.7%。
- 期内利润为人民币32亿元，去年同期为人民币49亿元。经调整利润净额⁽¹⁾为人民币39亿元，去年同期为人民币56亿元。
- 国内分部经营利润⁽²⁾为人民币37亿元，去年同期为人民币54亿元。海外分部经营亏损⁽²⁾为人民币25百万元，去年同期为经营利润人民币19百万元。

2026年上半年业绩摘要

- 快手应用平均日活跃用户为4.125亿，较去年同期4.085亿增长1.0%。
- 快手应用平均月活跃用户为7.845亿，较去年同期7.133亿增长10.0%。
- 总收入为人民币693亿元，较去年同期的人民币677亿元增长2.4%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比58.2%，直播业务占比24.8%，其他服务占比17.0%。
- 毛利为人民币356亿元，去年同期为人民币373亿元。毛利率为51.4%，去年同期为55.1%。
- 期内利润为人民币61亿元，去年同期为人民币89亿元。经调整利润净额⁽¹⁾为人民币73亿元，去年同期为人民币102亿元。
- 国内分部经营利润⁽²⁾为人民币68亿元，去年同期为人民币97亿元。海外分部经营亏损⁽²⁾为人民币56百万元，去年同期为经营利润人民币47百万元。
- 截至2026年6月30日止六个月及直至2026年8月19日，本公司于联交所以总价款19.7亿港元合共购回43,302,200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年第二季，我们持续发挥AI策略价值，在复杂的宏观环境下，实现了稳健的财务与营运表现。我们加速推动AI技术在内容生态、线上营销、电商及内部组织赋能等场景的深度融合，有效提升了用户体验与商业效率。本季度，快手应用的日均活跃用户达到4.123亿，总营收达355亿元人民币。在坚定AI技术投入的同时，我们的经调整净利达到人民币39亿元，经调整净利润率达11.0%，盈利能力保持健康水准，经营韧性进一步凸显。在AI技术创新方面，第二季度我们推出了可灵3.0 Turbo模型，巩固了可灵AI在全球视频生成产业的领导地位。同时，可灵AI的商业化变现保持高速增长，2026年第二季度，可灵AI营业收入超过8.5亿元人民币，同比增长逾200.0%。展望未来，我们将持续深化AI技术与业务场景的融合，通过不断的技术创新与生态建设，我们始终致力于满足用户不断变化的需求，并为股东创造可持续的长期价值。”

2026年第二季度财务回顾

线上营销服务收入由2025年同期的人民币198亿元增加4.4%至2026年第二季度的人民币206亿元，主要是由于我们提供基于场景的营销素材生产能力以满足不同行业及客户的需求，推动线上行销消耗增加。

直播业务收入由2025年同期的人民币100亿元减少13.5%至2026年第二季度的人民币87亿元，是由于我们持续努力以建立一个丰富及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52亿元增加18.5%至2026年第二季度的人民币62亿元，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先进的AI技术及卓越的产品性能。

2026年第二季度其他主要财务资料

经营利润为人民币38亿元，去年同期为人民币53亿元。

经调整EBITDA⁽³⁾为人民币71亿元，去年同期为人民币77亿元。

可利用资金总额⁽⁴⁾截至2026年6月30日为人民币1,213亿元。

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年第二季度，面对复杂的宏观经济环境和行业竞争，我们坚持长期主义，坚定AI战略投入，实现了高质量增长。2026年第二季度，快手应用的平均日活跃用户达到412.3百万，总收入同比增长1.4%至人民币355亿元，其中，包含线上营销服务和以电商及**可灵AI**为主的其他服务在内的核心商业收入，同比增长达7.4%。经调整利润净额为人民币39亿元，经调整净利率为11.0%，公司整体盈利能力相对稳定，经营韧性进一步凸显。

AI业务

2026年第二季度，可灵AI继续践行“让每个人都能用AI讲好故事”的愿景，通过前沿的模型能力突破、专业的产品功能升级以及国际化的创意生态拓展，进一步巩固其在多模态视频生成大模型的全球领先地位。

在模型与产品层面，可灵AI在可灵AI 3.0系列模型中正式推出原生4K视频直出功能，这是业内首个支持原生4K直出的视频生成模型，支持一键生成院线级质感4K视频。该功能面向影视、广告等专业客户，可在无需复杂后期处理的情况下，直接输出高分辨率画面，实现影视工业级视觉效果。同时，可灵AI推出可灵3.0 Turbo模型，在保证稳定动态高质量输出与精准音画同步的同时，大幅提升创作效率并降低创作成本。此外，**可灵MCP (Model Context Protocol)**与**可灵CLI (Command Line Interface)**正式上线，实现了让AI智能体（AI agents）调度可灵AI进行批量作品创作的能力，进一步拓展了可灵AI在工作流自动化与智能编排场景中的应用。

可灵AI持续以一体化的视频创作能力赋能专业创作，其技术创新与创作成果在行业内获得广泛认可。在**2026戛纳国际创意节**上，两部由可灵AI生成的广告影片获得一座银狮奖及两座铜狮奖，显示了可灵AI的创作能力得到了全球顶级创意评奖体系的认可。在**2026北京国际电影节**上，包括**《纸手机》**在内的多部使用可灵AI创作的作品入围AIGC单元。由刘慈欣担任文学监制的**《神·笔》**荣获短视频单元“短剧/微短剧年度关注作品”，充分展现了可灵AI在赋能专业影视制作方面的实力。

在模型能力的突破、产品功能持续完善以及应用场景渗透深化的推动下，可灵AI的商业化保持强劲增长态势。2026年第二季度，可灵AI营业收入超过人民币8.5亿元，同比增长超过200.0%，持续引领全球AI视频生成行业的商业化进程。

2026年第二季度，我们在通用大模型的研究和应用上继续取得稳健进展。我们发布了升级版本的多模态大模型**Keye-VL-2.0-30B-A3B**，成功解锁了256K超长上下文的深度感知，同时在长视频时序感知上实现了几乎无损的推理能力。我们面向工业推荐系统推出了自主迭代AI智能体**AgentX**，让推荐系统自主完成推荐模型及策略设计、效果评估与经验沉淀，大幅提升推荐算法迭代效率。

作为大模型技术应用的一部分，我们在线上营销服务场景构建了场景化的营销素材生产agent能力，根据不同行业和客户的需求，提供最适合的营销素材生成能力，2026年第二季度，我们实现AIGC短视频营销素材的投放消耗同比增长超过70%。我们将生成式推荐大模型和智能出价大模型继续扩展到直播、搜索、泛货架电商等更广泛的场景，提升营销素材推荐效果，撬动客户营销预算。2026年第二季度，在组织提效和赋能方面，快手自研的通用agent产品**MyFlicker**完成了重要内部系统的技能(skill)化集成，并被员工广泛使用。2026年6月，快手员工使用自研的AI agent产品的人数占比超过92.0%，研发技术人员的AI代码贡献率达到了60.0%。同时，**快手万擎**作为企业级大模型服务与开发平台，集成高性能模型推理、低成本模型定制与全托管服务，除支持快手内部AI使用场景之外，也为众多外部企业客户提供大模型基础设施服务。

用户及内容生态系统

2026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412.3百万及797.3百万。在新用户获取方面，我们通过AI驱动的智能投放手段，提升用户获取效率，同时提高了新增和回流用户的整体留存。我们通过迭代流量分配体系，更好地保障高活跃的核心用户的体验。我们持续完善社交功能，2026年第二季度的双关私信用户数同比增加超过15.0%；同时亦着力于改善快手应用的基础功能，在产品功能、视频播放流畅度及智能化交互等维度实现系统性优化，全方位提升用户体验。

我们始终坚信社区的力量，持续强化体现快手社区内核的差异化优质内容生态系统。2026年6-7月，我们围绕世界杯这一社会热点事件，打造了原生**IP 快手铁力神杯**，除了做好热点及资讯内容外，我们还推出了**快手象牙山足球大赛、逐梦少年足球赛**等多个原创系列活动，通过热点话题运营、趣味互动及全民共创，打造了一个快手平台用户都能参与、投入和表达其热情的全新体育主场。活动相关内容在快手应用的总曝光达到682亿，该等活动的直播累计观看人次近3.6亿。

我们深化版权内容的创新合作机制，以版权联运的模式为用户带来更多高价值的内容消费。我们以电商带货的模式引入2026赛季CBA直播版权。此外，我们将付费直播模式引入到线上音乐演出，在2026年4月推出**TOP登陆少年组合**演唱会，实现单场销售额超过1千万人民币，达成了内容与商业的共赢。同时，该模式也带动了群众自办体育赛事，特别是在中国西北地区形成了区域性规模效应。

线上营销服务

2026年第二季度，线上营销服务收入达到人民币206亿元，同比增长4.4%。我们的非电商营销服务在内容消费、生活服务及AI应用行业持续拓展，电商营销服务在全域流量融合与品牌商家专项下显示出韧性，同时，通过应用AI技术，我们进一步深化了AI在线上营销服务全流程中的应用。

2026年第二季度，内容消费、生活服务及AI应用行业驱动非电商营销服务收入同比持续增长。在内容消费行业，AI降低了内容生产成本及创作门槛，推动短剧内容供给快速增长，覆盖更多元的用户内容偏好，从而进一步丰富平台内容生态并带动了相关营销需求。截至2026年6月，快手平台上包括真人短剧和AI短剧在内的短剧的供给量，相较于2026年1月增长超5倍；2026年第二季度，短剧线上营销服务总投放消耗同比增长超100.0%。在生活服务行业，我们持续深耕综合服务、本地服务等细分行业，探索细分行业的增量空间。同时，通过优化深度转化能力、完善线索全栈营销解决方案，并推出用户探索AI agent，帮助客户更有效地识别高意向用户，提升线索质量及后续转化效率。在AI应用行业，我们与客户紧密合作，以更好提升投放与应用内承接的一致性，帮助客户改善用户留存及转化效果，从而进一步巩固我们在AI应用客户预算承接中的竞争力。

2026年第二季度，在电商营销服务方面，我们持续加强电商及线上营销业务的全域流量协同，致力提升商家与流量的匹配效率。我们对商家进行更精细化的分层分类和运营，针对不同类型商家的核心需求，定制差异化的产品策略；同时，我们从素材供给层面着手，积极采取治理措施，通过扶持首发素材及提升推荐多样性，有效优化了电商营销的素材结构，使优质内容能更有效地触达目标流量，同时进一步优化长期商业生态。在宏观消费与商家经营仍面临挑战的环境下，我们坚定为优质商家提供流量支持。我们自2025年第四季度推出的**T2000品牌专项**已初见成效，T2000品牌商家的营销投放于2026年第二季度的增长速度超越整体电商营销服务大盘增速，其对线上营销收入的贡献占比持续提升。在电商营销产品方面，**净成交ROI**产品持续

升级，通过完善全场景净成交出价能力，以及持续迭代出价机制与模型策略，其客户渗透率已由2026年第一季度的45.0%提升至2026年第二季度的55.0%，有效帮助商家降低产品退货率。

2026年第二季度，我们持续优化AI在具体行业场景中的落地应用，进一步提升了客户的营销投放效率，并增强了我们对行业营销预算的承接能力。在内容消费场景，AI通过内容理解、人群匹配、智能投放及变现策略优化，帮助优质内容更高效地触达潜在用户。在生活服务场景，AI能力重点应用于营销素材生成、数字人直播、对话式经营、人群意向识别及深度转化预估等环节，协助商家降低内容创作、投放操作及人工客服等方面的成本。

电商

2026年第二季度，我们延续聚焦付费买家增长、供给引入以及电商与商业化流量深度融合的三大核心领域的电商战略方向，着力优化商家生态及结构，强化品牌和新商引入与培育，推动电商与电商营销服务产生更大协同效应。2026年第二季度，我们关注高质量用户数量的增长，电商活跃付费买家数环比基本保持稳定。随着用户的全域消费习惯逐步形成，我们强化自身私域优势的同时，打通各场域的流量，使得内容种草、货架承接以及店铺复购日益相互强化，逐步形成一个正向增长循环。2026年第二季度，我们进一步提升跨场域协同效率和优化补贴效率，推动内容场和泛货架场均衡发展。

2026年第二季度，在供给侧，我们持续推进新商引入和品牌扩容，围绕降本增效、成长激励、产品赋能、经营保障等举措，持续助力新商家和中小商家成长，商家生态及结构进一步改善。我们推出**星耀计划**升级版，针对品牌商家、大商、产业带商家及中小商家等不同群体分层扶持，帮助更多商家加速起量成长。在上述举措推动下，2026年第二季度新入驻商家规模同比增长，环比增长近10.0%，新商次月跃迁数量同比增长近30.0%，新商成长质量持续改善。品牌商家侧，T2000品牌自卖GMV保持同比较高增速，占全域大盘比例持续提升；同时，品牌商业化消耗同比亦实现较快增长，其对整体电商GMV及线上营销收入的双重贡献持续加大。

2026年第二季度，我们持续优化达人生态结构，推动内容场供给质量提升。通过加深和头部达人的合作，加大中腰部达人在快手优势赛道，如**三农**、二次元等的扶持力度，提升存量达人的表现稳定性，强化电商内容基本盘。我们通过整合平台的优质达人资源，以及全国各地域的特色商品货盘，深化对全国各地产业带的渗透，开展溯源直播等特色内容营销事件，加强内容与供给的协同发力，赋能达人，提升商家转化效率。同时，我们持续通过站内孵化、机构合作和站外引入等方式，扩大达人的引入。在达人勤奋度方面，我们持续迭代激励政策，2026年第二季度，万粉+主播有效开播数保持同比正增长，达人开播勤奋度稳步提升。在分销库建设上，我们通过AI技术支撑底层产品能力、构建更精准的分销体系，进一步促进分销生态繁荣。2026年第二季度，分销动销达人数渗透同比持续提升，分销库的商品与达人撮合对数同比增长超20.0%。

2026年第二季度，围绕商家经营的全周期，我们持续优化电商业务各场景的AI能力，助力商家降本增效，驱动商家智能化经营，验证了AI从工具提效演进为支持业务执行的综合方案的可行性。2026年上半年，平台上超85万商家使用平台免费AI经营工具，涵盖选品发品、营销素材生成、经营诊断、智能投放、AI客服等多场景，为商家提供全链路的经营支持和能力支撑。

直播

2026年第二季度，直播业务收入为人民币87亿元。我们聚焦供给侧健康发展，结合AI赋能直播产品，持续推动生态提质与产品侧创新。供给方面，我们推出**百川计划**，通过拉新激励、冷启扶持与健康生态治理，带动公会新主播供给稳步提升，新主播冷启效率持续改善。同时，我们加强独立主播运营，聚焦挖掘培育高价值独立主播，以精细化运营稳固直播供给基本盘。此外，我们推动头部主播拓展团播内容形式，发挥其流量与影响力优势，丰富优质直播内容供给。

产品技术方面，AI能力进一步赋能直播间。基于可灵AI视频生成能力，可定制专属特效的AI礼物持续迭代，礼物形式与生成能力更加丰富，进一步提升用户付费积极性。2026年第二季度，用户送出AI礼物总计超600万个。AI驱动的内容理解能力持续优化直播推荐策略，加强主播与用户间的精准匹配，助力付费用户规模提升。此外，基于实时多模态信号的直播智能礼物推荐与排序功能，有效提升用户付费体验与效率。**AI互动助手及数字分身服务**等功能进一步迭代升级，持续提升主播的服务效率。

海外

2026年第二季度，我们坚定执行高价值增长战略，进一步夯实海外业务在盈利能力、长期经营与本地化深耕上的根基。在流量增长与内容生态方面，我们坚持精细化获客，加强本地化特色内容与社区化创作者网络建设，围绕真实生活场景营造活跃的社区氛围，推动核心用户内容消费不断深化。海外线上营销业务方面，借势六月节、世界杯等重大节点，我们以AI为驱动，依托ROI深度研究、人群洞察、产品玩法创新与行业策略联动，助力营销客户在关键窗口实现快速增长。此外，短剧等多元内容的营销变现能力也在持续释放，与营销服务产品能力形成双轮驱动，并加速向电商等增量行业拓展。海外电商业务方面，2026年第二季度GMV与订单量同比持续稳健增长，我们通过货品结构优化与高质量供给带动客单价提升，经营效率与盈利能力保持稳健。

企业社会责任

快手始终秉持“科技链接善意，创造长期价值”的使命，持续推动技术创新与产业发展的深度融合，助力高质量就业。根据2026年6月2日发布的《快手2025年度企业社会责任报告》，截至2025年底，快手平台累计带动4,860万个就业机会，累计催生189个新职业，其中，由AI发展带来的新职业达到15个，涵盖AIGC应用师、提示词工程师、AI导演、AI训练师等多个方向。

业务展望

2026年上半年，我们维持对AI的战略聚焦，并持续加大投入，为我们的内容及业务生态系统带来高质量且具韧性的增长。展望2026年下半年，本集团坚持其深化AI投资、以先进技术及独特生态系统促进长期可持续发展的战略方向。然而，鉴于经营环境日益复杂且充满挑战，我们对短期业务前景持审慎态度。我们仍将采取审慎及严谨方针，继续深化AI于该等生态系统中的整合，推进大模型在多个场景下的能力，协助商家及营销客户更高效地运营。我们亦将继续扩大可灵AI的模型能力，并扩大其在专业创意场景中的应用，以发掘更多商业化机遇。我们始终致力于满足用户不断变化的需求，并为股东创造可持续的长期价值。

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			未经审核	
	截至以下日期止三个月			截至以下日期止六个月	
	2026年6月30日	2026年3月31日	2025年6月30日	2026年6月30日	2025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	35,535	33,716	35,046	69,251	67,654
销售成本	(17,207)	(16,467)	(15,542)	(33,674)	(30,358)
毛利	18,328	17,249	19,504	35,577	37,296
销售及营销开支	(9,922)	(10,333)	(10,503)	(20,255)	(20,400)
行政开支	(895)	(766)	(897)	(1,661)	(1,725)
研发开支	(4,581)	(3,621)	(3,400)	(8,202)	(6,698)
其他收入	33	245	16	278	69
其他收益净额	794	821	569	1,615	1,006
经营利润	3,757	3,595	5,289	7,352	9,548
财务开支净额	(258)	(173)	(54)	(431)	(78)
分占按权益法入账之投资的亏损	(2)	(13)	(12)	(15)	(10)
除所得税前利润	3,497	3,409	5,223	6,906	9,460
所得税开支	(345)	(504)	(301)	(849)	(559)
期内利润	3,152	2,905	4,922	6,057	8,901
以下人士应占：					
—本公司权益持有人	3,146	2,903	4,922	6,049	8,900
—非控股权益	6	2	-	8	1
	3,152	2,905	4,922	6,057	8,901

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核
	截至2026年	截至2025年
	6月30日	12月31日
	人民币百万元	人民币百万元
资产		
非流动资产		
物业及设备	34,126	22,869

使用权资产	10,302	8,545
无形资产	968	986
按权益法入账之投资	130	149
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	29,618	23,747
衍生金融工具	-	353
按摊余成本计量之其他金融资产	-	35
递延税项资产	6,529	5,585
长期定期存款	14,291	22,015
其他非流动资产	4,950	2,671
	<u>100,914</u>	<u>86,955</u>

流动资产

贸易应收款项	7,804	8,127
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	9,837	7,028
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	56,353	42,323
衍生金融工具	584	1
按摊余成本计量之其他金融资产	-	9
短期定期存款	12,358	8,630
受限制现金	220	251
现金及现金等价物	11,696	11,180
	<u>98,852</u>	<u>77,549</u>

资产总额	<u>199,766</u>	<u>164,504</u>
------	----------------	----------------

简明合并资产负债表

	未经审核 截至2026年 6月30日 人民币百万元	经审核 截至2025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	261,530	265,628
库存股份	(95)	(602)
其他储备	39,096	38,873
累计亏损	(218,292)	(224,341)
	<u>82,239</u>	<u>79,558</u>
非控股权益	<u>34</u>	<u>26</u>
权益总额	<u>82,273</u>	<u>79,584</u>
非流动负债		
借款	14,792	11,098
衍生金融工具	520	30
租赁负债	7,920	5,977
递延税项负债	169	241
其他非流动负债	115	39
	<u>23,516</u>	<u>17,385</u>
流动负债		
应付账款	28,130	27,209
其他应付款项及应计费用	41,620	29,160

应付股息	2,584	-
客户预付款	4,842	4,848
借款	12,570	1,968
所得税负债	479	388
租赁负债	3,752	3,962
	<u>93,977</u>	<u>67,535</u>
负债总额	<u>117,493</u>	<u>84,920</u>
权益及负债总额	<u>199,766</u>	<u>164,504</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				截至以下日期止三个月				截至以下日期止三个月			
	2026年6月30日				2026年3月31日				2025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	34,356	1,179	-	35,535	32,554	1,162	-	33,716	33,746	1,300	-	35,046
经营利润/ (亏损)	3,733	(25)	49	3,757	3,093	(31)	533	3,595	5,401	19	(131)	5,289

	未经审核							
	截至以下日期止六个月							
	2026年6月30日				2025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	66,910	2,341	-	69,251	65,039	2,615	-	67,654
经营利润/ (亏损)	6,826	(56)	582	7,352	9,746	47	(245)	9,548

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			未经审核	
	截至以下日期止三个月			截至以下日期止六个月	
	2026年6月30日	2026年3月31日	2025年6月30日	2026年6月30日	2025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	3,152	2,905	4,922	6,057	8,901
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	778	533	716	1,311	1,320
投资公允价值变动净额 ⁽¹⁾	<u>(17)</u>	<u>(64)</u>	<u>(20)</u>	<u>(81)</u>	<u>(23)</u>
经调整利润净额	<u>3,913</u>	<u>3,374</u>	<u>5,618</u>	<u>7,287</u>	<u>10,198</u>
经调整利润净额	3,913	3,374	5,618	7,287	10,198
调整项目：					

所得税开支	345	504	301	849	559
物业及设备折旧	1,745	1,364	885	3,109	1,667
使用权资产折旧	845	799	831	1,644	1,599
无形资产摊销	16	16	26	32	48
财务开支净额	258	173	54	431	78
经调整EBITDA	7,122	6,230	7,715	13,352	14,149

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。