快手科技发布2026年第三季度未经审核财务业绩

2026.11.19

香港，2026年11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9月30日止三个月及九个月的未经审核合并业绩。

2026年第三季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.173亿，较去年同期4.162亿增长0.3%。
- **快手应用平均月活跃用户**为8.185亿，较去年同期7.311亿增长12.0%。
- **总收入**为人民币316亿元，去年同期为人民币356亿元。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比56.6%，直播业务占比24.5%，其他服务占比18.9%。
- **毛利**为人民币152亿元，去年同期为人民币194亿元。毛利率为48.2%，去年同期为54.7%。
- **期内亏损**为人民币959百万元，去年同期为盈利人民币45亿元。**经调整利润净额**(1)为人民币790百万元，去年同期为人民币50亿元。
- **国内分部经营利润**(2)为人民币420百万元，去年同期为人民币54亿元。**海外分部经营亏损**(2)为人民币23百万元，去年同期为人民币64百万元。
- 截至2026年9月30日止三个月，本公司于联交所以总价款14.1亿港元合共购回39,132,200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年第三季度，在复杂多变的外部环境中，公司业务承受短期压力，但我们坚持长期主义，坚定AI投入，坚持以审慎的财务纪律提质增效，持续夯实业务发展根基。2026年第三季度，快手应用平均日活跃用户达4.17亿。总营业收入为人民币316亿元，经调整净利润为人民币790百万元，经调整EBITDA(3)为人民币39亿元。在AI技术创新方面，我们发布新一代视频生成模型可灵4.0，持续深化专业影视创作能力，不断拓展创作者生态，进一步巩固了可灵AI在全球多模态视频生成大模型领域的领先地位。同时，我们将AI更深入地应用于内容推荐、营销投放、电商经营和组织基建，切实提升用户体验与商家经营效率。我们始终践行积极的股东回报政策，2026年前三个季度，包括分红和回购在内的股东回报超过58亿港元。展望未来，我们将聚焦巩固社区生态，持续推动AI技术与产品创新，力求保持在股东回报与维持公司长期发展所需的现金储备之间的平衡。”

2026年第三季度财务回顾

线上营销服务收入由2025年同期的人民币201亿元下降11.1%至2026年第三季度的人民币179亿元，主要是由于不断变化的消费环境及电商行业竞争加剧导致电商营销消耗下降。

直播业务收入由2025年同期的人民币96亿元减少19.0%至2026年第三季度的人民币78亿元，是由于我们持续努力建立一个丰富及健康的直播生态系统。

其他服务收入由2025年同期的人民币59亿元增加1.5%至2026年第三季度的人民币60亿元，主要是由于游戏及可灵AI业务收入增加，部分被电商收入减少所抵销。

2026年第三季度其他主要财务资料

经营亏损为人民币635百万元，去年同期为经营利润人民币53亿元。

经调整EBITDA为人民币39亿元，去年同期为人民币77亿元。

可利用资金总额(4)截至2026年9月30日为人民币1,272亿元。

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、投资公允价值变动净额及赎回金融负债财务成本调整的期内（亏损）/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”定义为经以股份为基础的薪酬开支、投资公允价值变动净额、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（亏损）/利润。
（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年第三季度，快手应用的平均日活跃用户达到417.3百万，同比小幅上涨。受市场竞争影响，本季度快手应用的日活跃用户日均使用时长同比有所下降。2026年第三季度，总收入为人民币316亿元，经调整净利润为人民币790百万元，经调整EBITDA为人民币39亿元，同比均有下降。

受不断变化的消费环境及外部竞争加剧影响，我们的业务承受短期压力。在今年加大AI战略投入，尤其是***可灵AI***业务投入的背景下，我们坚持以审慎的财务纪律提质增效。同时，我们始终践行对股东回报的承诺，2026年第三季度，本公司累计共回购股票超过3,900万股，总回购金额超过14亿港元。2026年前三季度，包括分红(1)和股份回购在内的股东回报累计超过58亿港元，体现了快手对业务的长期信心及回馈股东价值的努力。

AI业务

2026年第三季度，可灵AI继续践行“让每个人都能用AI讲好故事”的愿景，通过新一代视频生成模型的技术突破、专业影视创作能力的深化以及全球创作者生态的持续拓展，进一步巩固其在全球多模态视频生成大模型领域的领先地位，推动AI视频生成技术向更高质量、更强可控性及更专业化的创作场景演进。

在模型与产品层面，可灵AI于2026年9月公布新一代视频生成模型Kling 4.0，并面向部分用户率先开放了Kling 4.0 Flash版本。新一代模型在视听表现、创作可控性及叙事完整度等方面实现全面升级，进一步提升复杂动态与镜头运动的稳定性，支持最长30秒原生视频生成、多关键帧控制及多模态参考输入，显著增强专业内容创作的表现力与可控性。同时，可灵AI持续完善一体化创作平台，升级视频精准编辑、时间线创作及智能体(Agent)辅助创作等功能，进一步提升专业内容创作效率。

在专业影视创作与全球创意生态发展层面，可灵AI持续深化与全球专业影视制作团队及创作者的合作，推动AI视频生成技术向专业影视制作流程延伸。2026年第三季度，可灵AI亮相多伦多国际电影节首届官方内容市场TIFF: The Market，展示AI在长篇动画、影视预演及混合制作等领域的应用实践。其中，国际动画长片《MINIBOTS》将可灵AI应用于专业制作流程，探索AI在4K院线级动画制作中的应用。此外，可灵AI于2026年7月在韩国首尔举办NEXTGEN颁奖盛典，赛事累计征集逾万件投稿，进一步提升可灵AI在全球专业影视创作领域的参与度及影响力。

2026年第三季度，除可灵AI外，我们继续深化AI技术在内容生态、商业生态和组织基建的应用。我们推进新一代大规模生成式重排架构***GoalRank***在短视频推荐场景的应用，该架构以用户多个短视频观看组合体验最优建模，并通过模型工程优化，在不增加推理算力投入的前提下，提升用户短视频内容消费时长。2026年第三季度，AI技术在线上营销服务和电商业务场景的应用已从单模型提效进入系统规模化落地阶段，生成式推荐、AIGC、智能出价和推荐模型智能体(Agent)共同作用，正重构商业化内容生产、营销素材投放和算法迭代方式。2026年第三季度，我们在集团组织层面全面推广AI原生工作方式，推出MyFlicker2.0版本，沉淀团队技能和知识等AI资产，建设团队智能体(Agent)。2026年9月底，我们成立了企业AI生产力组织iWork，统筹整合包括MyFlicker在内的通用智能体(Agent)、企业信息系统和企业上下文，推动集团层面的AI组织转型。同时，一站式AI基础设施平台***快手万擎***，通过模型推理引擎的优化，为内部和外部客户提供更高效的模型定制、部署、推理等全链路服务，实现了快手万擎收入的快速增长。2026年第三季度，快手万擎的营业收入环比增长近90.0%。

用户与内容生态

2026年第三季度，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417.3百万及818.5百万，同比分别增长0.3%及12.0%。我们持续打造具有快手特色的内容社区，夯实普惠、信任、多元的社区内核。我们迭代用户维系机制，通过精细化运营加强用户的内容消费心智，提升用户留存与粘性。通过优化私信功能和体验，丰富社交互动玩法、强化双向连接。2026年第三季度，日均双关私信互动人数同比增长超7%，其中，通过社交宠物养成玩法***火崽崽***进行互动的日均用户数超过4,600万人。

2026年第三季度，我们持续丰富优质内容，着力加强快手特色社区建设，为用户提供差异化且有温度的内容。我们再次联合北京卫视推出了***2026快手超级夏晚***，延续快手社区特色，通过明星与快手创作者同台，为用户献上一场充满烟火气的夏日派对，晚会直播累计观看人次超过2亿。2026年第三季度，在体育垂类内容方面，围绕亚运会，我们联动知名运动员和快手普通创作者，打造了一系列具有快手特色的体育IP，包括***象牙山丰收运动会***、***乒乓梦之战***、***快手百米大战***等，累计短视频播放量超过195亿次。

此外，2026年第三季度，由公司自研游戏品牌***弹指宇宙***开发的MMORPG游戏《***诡秘之主***》上线。该游戏基于顶级网文IP《诡秘之主》改编，采用虚幻引擎5打造。游戏开服首小时新增用户突破100万，同时在线人数峰值达70万，连续登顶中国大陆地区App Store免费游戏榜多日。用户付费转化表现强劲，实现了公司在重度游戏自研领域能力的突破。

线上营销服务

2026年第三季度，线上营销服务收入为人民币179亿元，同比下降11.1%。在内容消费行业尤其是AI短剧行业营销预算同比增长的支撑下，非电商营销服务收入表现优于平台整体线上营销服务收入。电商营销服务在整体电商竞争加剧的情况下，通过电商与线上营销业务协同提效及商家分型调整，致力于提升商家ROI。

2026年第三季度，在非电商营销服务方面，内容消费行业表现亮眼、生活服务行业保持稳健。在内容消费行业，我们持续扩大具备快手特色的AI短剧和真人短剧供给，推动优质短剧内容持续增长。截至2026年9月，日均活跃短剧数量较2026年1月增长超350.0%，短剧的内容生态价值也得以进一步体现。受益于短剧供给丰富、用户短剧消费需求提升，2026年第三季度，内容消费行业线上营销服务总消耗同比增长超过100%。在生活服务行业，我们持续推进精细化行业运营，挖掘综合服务、本地服务等细分行业增量机会。同时在家装、旅游、汽车等行业，培育优质垂类内容，帮助客户更高效地完成从用户兴趣激发到营销转化的承接，建设更健康、更可持续的营销生态。

2026年第三季度，在电商营销服务方面，我们继续推动电商和线上营销业务的协同提效。在不断变化的消费环境和电商行业竞争加剧的背景下，我们围绕商家分型进行组织调整，在商家服务投入更多资源并加强客户支持，该等措施于2026年第三季度初见成效。同时，我们的运营措施帮助提升了商家参与度，推动生活消费和日用消费品类的商家营销消耗环比改善。2026年第三季度，我们持续优化商业生态。我们引导流量向优质内容倾斜，上线了购后流量协同策略，减少成交后同类商品的重复曝光，在保障用户体验的前提下改善营销客户的ROI。2026年第三季度，在针对品牌商家的营销服务上，借助品牌新店冷启、目标用户管理、种草长期信号建模等项目落地，品牌商家营销消耗继续保持增长。电商营销产品层面，***净成交ROI***产品持续完善，通过优化调价、补齐投中切换功能、落地对客激励活动以及模型退单及退货功能优化，该产品的电商营销消耗渗透率从2026年第二季度的28.0%，进一步提升至2026年第三季度的34.7%，电商商家通过投流的成交确定性继续改善。

2026年第三季度，我们持续提升AI对线上营销服务的赋能。***UAX（全自动投放）***从单点策略升级为多智能体(Agent)协同框架，从而能够自动诊断账户投放问题并联动多项投放能力，帮助客户提升投放效率。我们亦于AIGC营销素材产品引入了用户兴趣信号。当已有素材库难以充分覆盖用户兴趣时，我们的产品将补充生成更适配目标人群的素材内容，进一步提升营销素材与用户需求的匹配效率。

电商

2026年第三季度，在不断变化的消费环境和电商行业竞争加剧的背景下，叠加商家经营成本提升的影响，我们的电商业务表现承压。我们围绕商家分型进行了组织架构优化，商家政策、资源更匹配、更聚焦，助力商家在平台稳定长效经营。2026年第三季度，在需求侧，我们积极建设优质付费用户群体，加强此类用户的识别和服务，通过拓展供给宽度、场域宽度等提升其在平台的活跃度。同时也通过加大品牌商品在流量分配和补贴上的投入等措施，有效承接和服务高价值用户。

2026年第三季度，在供给侧，我们持续致力于引入新商，加强品牌招商能力的体系建设，深化商家扶持举措，助力商家跃迁和提升商家留存率，2026年第三季度的新商留存率和存量商家的跃迁率环比均稳定提升。2026年第三季度，在品牌商家方面，我们围绕品牌经营与增长，持续推进流量策略与供给结构的协同优化。在品牌供给层面，品牌矩阵号迎来高速扩容，新开品牌店铺数量同比增长超过50.0%。在流量策略层面，我们通过兴趣泛化、高价值用户触达和全域推荐链路优化，让品牌经营更有效地承接了平台的高价值用户。品牌供给与流量策略的双向驱动，带来了品牌商品的显著曝光与高价值用户的有效转化，进而拉动了品牌商家高价值用户MAC与GMV的同步增长。与此同时，我们去年四季度打造了T2000头部品牌专项，围绕该专项下的品牌的不同经营能力开展分层精细化运营，并通过打造品牌周活动有效提升了品牌自播活跃度、在用户端建立更强、更持续的品牌认知。

2026年第三季度，在电商内容建设和达人运营方面，我们聚焦涨粉、真人开播频次，围绕内容供给质量持续优化达人生态结构。2026年第三季度，我们通过优化流量策略和落实专项治理举措，引导匹配平台流量机制向优质创作者倾斜，为电商内容基本盘提供更健康的供给。我们亦继续加深与头部达人的合作，通过头部达人VIP服务以及大场内容共建等举措，稳定核心达人开播供给。同时，我们围绕核心达人群体加大激励力度，推动2026年第三季度该群体的开播频次环比实现明显提升。此外，我们继续通过与外部服务商合作，扩展平台电商相关内容创作者的多样性，丰富电商内容供给。

我们持续通过AI工具在电商经营链路上帮助商家提升运营效率。2026年第三季度，我们推出了面向电商中小商家的全托管AI运营方案，该方案整合了全链路AI工具，实现了一站式内容创作和分发，并分场域智能化助力电商中小商家提升运营效果，在2026年第三季度已经产生初步业务收益。

直播

2026年第三季度，直播业务收入为人民币78亿元，同比下降19.0%。我们加强供给侧精细化运营，深耕主播与用户关系培育，强化AI赋能内容互动创新，坚持推动直播生态长期健康发展。在供给侧方面，我们持续推进***百川计划***，通过拉新激励与运营扶持，助力公会引入与培育，夯实内容供给基本盘。在独立主播方面，我们以精细化运营强化主播服务，提升头部独立主播活跃度。内容生态方面，我们推出快手首档主播音乐社交真人秀***向山而唱***，邀请快手原生头部主播与明星于山野户外场景中共同完成音乐舞台表演，探索以主播为主角的综艺内容新形态，截至收官，节目直播观看总人次达2.7亿。

2026年第三季度，在直播用户关系培育方面，我们从供给、产品与流量侧多维发力，鼓励主播深耕长期用户陪伴，通过***粉丝农场***等创新玩法提升用户付费转化，并强化推荐策略中主播与用户的长线匹配，推动直播生态可持续发展。在产品技术方面，***AI万象***实现升级，上线了AI生成式互动玩法，将综艺互动类轻游戏引入直播场景，为用户提供趣味化互动体验，有效拓展观众与主播互动场景的边界。

海外

2026年第三季度，我们持续深化高价值用户经营与本地化生态建设，兼顾海外业务的增长质量与盈利能力，夯实可持续增长的业务基础。流量增长与内容生态方面，我们进一步优化获客效率与用户增长结构，围绕核心用户需求丰富贴近本地生活的特色内容，深化内容消费与社区互动，巩固高价值用户基础。海外线上营销服务方面，我们强化AI驱动的营销产品能力，探索AI辅助营销素材创作与本地化适配，并通过精细化流量运营与投放策略优化，提升投放效率及效果稳定性。同时，我们继续专注于挖掘短剧等创意内容的商业化潜力，推动内容生态与商业化能力协同发展。海外电商业务方面，2026年第三季度GMV与订单量同比保持稳健增长。我们发挥短视频达人生态对交易增长的带动作用，围绕本地消费需求优化商家与商品结构，以高质量供给带动客单价提升，在持续拓展海外电商业务规模的同时，保持经营效率与盈利能力。

业务展望

展望2026年第四季度，短期经营环境依然充满挑战，消费者和营销客户的支出意愿相对保守，市场竞争激烈。此外，我们的流量趋势已出现疲软，将进一步对我们的商业化能力造成压力。我们在可灵AI及整体AI战略上的持续投入，也将继续带来成本影响，并在短期内对盈利能力形成压力。因此，2026年第四季度，我们的收入和盈利能力可能持续承压。

为应对上述挑战，我们将在核心业务上采取更加严格的成本管控和效率提升措施。基于对自身业务模式和长期发展前景的信心，我们将继续通过现有资本回报举措为股东创造回报。我们相信，良好的财务纪律和不断增强的AI能力，将使我们能够充分把握长期增长机遇，并为股东持续创造价值。

附注：
（1）2026年宣派的2025年末期股息。

电话会议信息

快手管理层将于2026年11月19日（星期四）北京时间晚上7:00（美国东部时间上午6:00）举行电话会议，讨论业绩公告所载季度业绩。

如欲参与电话会议，须通过链接预先登记：

中文专线（普通话）：
https://s1.c-conf.com/diamondpass/10057371-gn4am1.html

英文同声传译专线（仅供聆听）：
https://s1.c-conf.com/diamondpass/10057372-q7fqdts.html

参会者预先登记时可选择中文专线或英文同声传译专线。请注意，英文同声传译专线仅供聆听。完成登记后，参会者将会收到列有会议拨入详情、密码及专属访问PIN码的电子邮件。参会者可使用相关讯息参与电话会议。参会者可在电话会议结束前，随时登记。

电话会议演示材料详情可于电话会议举行前，在本公司投资者关系网站https://ir.kuaishou.com/zh-hans/news-events/events-presentations（“**投资者关系网站**”）查阅及下载。此外，电话会议结束后，投资者关系网站亦将提供电话会议（包括中文专线及英文同声传译专线）的直播及存档网络广播。

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 截至以下日期止九个月**	
	2026年9月30日	2026年6月30日	2025年9月30日	**2026年9月30日**	2025年9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	**31,592**	35,535	35,554	**100,843**	103,208
销售成本	**(16,376)**	(17,207)	(16,120)	**(50,050)**	(46,478)
毛利	**15,216**	18,328	19,434	**50,793**	56,730
销售及营销开支	**(9,483)**	(9,922)	(10,420)	**(29,738)**	(30,820)
行政开支	**(1,566)**	(895)	(688)	**(3,227)**	(2,413)
研发开支	**(5,178)**	(4,581)	(3,650)	**(13,380)**	(10,348)
其他收入	**85**	33	27	**363**	96
其他收益净额	**291**	794	596	**1,906**	1,602
经营（亏损）/利润	**(635)**	3,757	5,299	**6,717**	14,847
财务开支净额	**(288)**	(258)	(40)	**(719)**	(118)
分占按权益法入账之投资的（亏损）/利润	**(5)**	(2)	3	**(20)**	(7)
除所得税前（亏损）/利润	**(928)**	3,497	5,262	**5,978**	14,722
所得税开支	**(31)**	(345)	(773)	**(880)**	(1,332)
期内（亏损）/利润	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
以下人士应占：					
—本公司权益持有人	**(961)**	3,146	4,488	**5,088**	13,388
—非控股权益	**2**	6	1	**10**	2
	(959)	3,152	4,489	**5,098**	13,390

简明合并资产负债表

	未经审核 截至2026年 9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*
资产		
非流动资产		
物业及设备	**34,424**	22,869
使用权资产	**9,807**	8,545
无形资产	**956**	986
按权益法入账之投资	**122**	149
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**28,893**	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	**6,660**	5,585
长期定期存款	**7,918**	22,015
其他非流动资产	**5,406**	2,671
	94,186	86,955
流动资产		
贸易应收款项	**6,835**	8,127
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	**10,831**	7,028
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**47,137**	42,323
衍生金融工具	**668**	1
按摊余成本计量之其他金融资产	**-**	9
短期定期存款	**17,438**	8,630
受限制现金	**178**	251
现金及现金等价物	**27,591**	11,180
	110,678	77,549
资产总额	**204,864**	164,504

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核
	截至2026年	截至2025年
	9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	**260,331**	265,628
库存股份	**(103)**	(602)
其他储备	**39,894**	38,873
累计亏损	**(219,253)**	(224,341)
	80,869	79,558
非控股权益	**36**	26
权益总额	**80,905**	79,584
非流动负债		
借款	**14,673**	11,098
衍生金融工具	**1,025**	30
租赁负债	**8,492**	5,977
递延税项负债	**167**	241
赎回金融负债	**15,359**	-
其他非流动负债	**146**	39
	39,862	17,385
流动负债		
应付账款	**24,870**	27,209
其他应付款项及应计费用	**37,124**	29,160
客户预付款	**5,403**	4,848
借款	**12,638**	1,968
所得税负债	**494**	388
租赁负债	**3,568**	3,962
	84,097	67,535
负债总额	**123,959**	84,920

权益及负债总额	**204,864**	164,504

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9月30日				2026年6月30日				2025年9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	**30,327**	**1,265**	**-**	**31,592**	34,356	1,179	-	35,535	34,400	1,154	-	35,554
经营利润/（亏损）	**420**	**(23)**	**(1,032)**	**(635)**	3,733	(25)	49	3,757	5,391	(64)	(28)	5,299

	未经审核 截至以下日期止九个月							
	2026年9月30日				2025年9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	**97,237**	**3,606**	**-**	**100,843**	99,439	3,769	-	103,208
经营利润/（亏损）	**7,246**	**(79)**	**(450)**	**6,717**	15,137	(17)	(273)	14,847

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 截至以下日期止九个月	
	2026年9月30日	2026年6月30日	2025年9月30日	**2026年9月30日**	2025年9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（亏损）/利润	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	**1,408**	778	651	**2,719**	1,971
投资公允价值变动净额(1)	**293**	(17)	(154)	**212**	(177)
赎回金融负债的财务成本(2)	**48**	-	-	**48**	-
经调整利润净额	**790**	3,913	4,986	**8,077**	15,184
期内（亏损）/利润	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	**1,408**	778	651	**2,719**	1,971
投资公允价值变动净额(1)	**293**	(17)	(154)	**212**	(177)
所得税开支	**31**	345	773	**880**	1,332
物业及设备折旧	**1,946**	1,745	1,031	**5,055**	2,698
使用权资产折旧	**872**	845	802	**2,516**	2,401
无形资产摊销	**15**	16	21	**47**	69
财务开支净额	**288**	258	40	**719**	118
经调整EBITDA	**3,894**	7,122	7,653	**17,246**	21,802

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。
(2) 赎回金融负债的财务成本指应计非现金利息开支，反映北京可灵根据就增资向其投资者授予的回购权所承担的附条件股权回购义务所附带的年度回报。