



快手科技发布2023年第三季度未经审核财务业绩

2023.11.21

香港, 2023年11月21日 /美通社/ -- 领先的内容社区及社交平台, 快手科技(香港联交所港币柜台股票代码:01024/人民币柜台股票代码:81024)(简称“本公司”或“快手”), 今日发布截至2023年9月30日止未经审核的第三季度及九个月合并业绩。

2023年第三季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为3.866亿, 较去年同期3.634亿增长6.4%。
- **快手应用平均月活跃用户**为6.847亿, 较去年同期6.260亿增长9.4%。
- **电商商品交易总额⁽¹⁾**为人民币2,902亿元, 较去年同期的人民币2,225亿元增长30.4%。
- **总收入**为人民币279亿元, 较去年同期的人民币231亿元增长20.8%。从对总收入贡献比例来看, 线上营销服务占比52.6%, 直播业务占比34.8%, 其他服务占比12.6%。
- **毛利**为人民币145亿元, 较去年同期的人民币107亿元增长35.0%。毛利率较去年同期的46.3%增长至2023年第三季度的51.7%。
- **期内利润**为人民币22亿元, 去年同期录得期内亏损人民币27亿元。**经调整利润净额⁽²⁾**为人民币32亿元, 去年同期录得经调整亏损净额⁽²⁾人民币672百万元。
- **国内分部经营利润⁽³⁾**自去年同期的人民币375百万元增加至人民币32亿元。

快手联合创始人兼首席执行官程一笑先生表示:“2023年第三季度, 我们的业务持续扩张, 盈利能力稳步增长。这得益于我们核心业务收入增长和ROI的持续提升, 以及我们对运营效率的战略关注。第三季度, 我们在获客拉新和用户留存层面取得显著进展, 社区活跃度持续上升, 其中日活跃用户数和月活跃用户数分别达到了3.866亿和6.847亿的历史新高, 同比分别增长6.4%和9.4%。我们将继续在快手强大的内容生态中培育高质量增长, 在不同的用户场景中整合更多盈利机会, 同时通过更加多元化的内容和先进的技术能力, 来丰富我们的生态系统。展望未来, 我们将进一步推动创新, 探索新的增长点, 塑造行业格局, 并赋能内容创作者、营销客户和商家, 巩固快手作为领先的内容社区及社交平台的核心理地位, 也为我们的股东和生态系统伙伴开辟了更加光明的未来前景。”

2023年第三季度财务回顾

线上营销服务收入由2022年同期的人民币116亿元增加26.7%至2023年第三季度的人民币147亿元, 主要是由于平台流量增长、多元化的产品组合及基于行业属性的精细化运营, 推动了营销客户数量增加。

直播业务收入由2022年同期的人民币89亿元增加8.6%至2023年第三季度的人民币97亿元, 得益于我们丰富的内容供给和持续优化的直播生态系统。

其他服务收入由2022年同期的人民币26亿元增加36.6%至2023年第三季度的人民币35亿元, 主要是由于我们电商业务的增长, 表现为电商商品交易总额的增加。电商商品交易总额增加是由于活跃商家数量和电商活跃付费用户数量增加, 以及精细化运营策略。

2023年第三季度其他主要财务资料

经营利润为人民币22亿元, 去年同期录得经营亏损人民币26亿元。

经调整EBITDA⁽⁴⁾自去年同期的人民币10亿元增加至人民币50亿元。

可利用资金总额⁽⁵⁾于2023年9月30日为人民币554亿元。

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/(亏损)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/(亏损)。

(3)未分摊项目包括以股份为基础的薪酬开支、其他收入以及其他收益/(亏损)净额。

(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收入净额调整的期内经调整利润/(亏损)净额。

(5)可利用资金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

2023年第三季度, 我们继续推动健康及可持续运营增长, 扩大我们的用户、内容创作者、营销客户及商家的规模。我们在生态系统中整合更多的商业场景并优化我们的运营效率, 各业务均得到显著提升, 取得优异的财务增长。2023年第三季度, 我们实现集团层面人民币22亿元的利润净额及人民币32亿元的经调整利润净额。相应我们的经调整净利率达11.4%。

我们的盈利能力提升得益于线上营销、电商及直播等核心业务分部收入的强劲增长, 以及我们为提高运营效率而不断进行的优化。例如, 我们通过利用先进技术不断提高服务器及带宽利用效率, 我们的服务器及带宽成本占收入百分比在过去数个季度中持续下降。为进一步优化我们的成本效率, 我们还于2023年7月完成了位于内蒙古乌兰察布的自有数据中心——快手智能云数据中心的第一阶段建设。作为中国最大的大数据及人工智能数据中心之一, 我们自有的超大规模数据中心设计容纳高达30万台服务器, 支持我们业务的快速增长, 推进我们的持续发展目标。

用户及内容生态系统

2023年第三季度，凭借高效的**用户增长策略**、丰富的**优质内容供给**和持续优化的**算法**，我们的**用户规模**和**平台流量**实现了**高质量的增长**。2023年第三季度快手应用的**平均日活跃用户**同比增长6.4%，达到历史新高的3.866亿。同时，**平均月活跃用户**同比增长9.4%，达到历史新高的6.847亿。2023年第三季度**每位日活跃用户**日均使用时长达到129.9分钟，**用户总时长**同比增长6.9%。

我们日益重视**用户增长**的**效率**和**质量**，使得2023年第三季度**单位用户的获客成本**环比继续下降，并实现了**ROI**的持续改善。具体来说，我们进一步加大了包括**短剧**在内的**优质原生内容**的**渠道投放**力度，取得了较好的**用户留存**。同时，通过**夏日星愿派对**等**优质内容垂类**的运营活动，在获取新用户的同时提升现有用户的**活跃度**。此外，我们还积极探索**新获客渠道**，例如通过**高校公益课程直播**触达**年轻用户群体**。

我们一直致力于打造**差异化的社交平台**，培养用户的**社交心智**，截至2023年第三季度末，**快手应用互关用户**对数达322亿，同比增长近40%。此外，2023年第三季度的**快手应用日均互动**（包括**点赞、评论、转发和私信**等）总量超90亿次。

我们鼓励**优质原生内容**，扶持更多元的**内容垂类建设**，打造具有**快手特色**的**优质内容**。在**体育垂类**方面，作为**杭州第19届亚运会**（“**亚运会**”）**授权转播商**及**官方短视频分享平台**，快手以丰富的**亚运会内容**、**新颖的互动玩法**和**硬核的直播技术**，为用户打造了**全景观亚运会新模式**。**亚运会赛事期间**，**平均每日观看亚运会相关内容**的用户数达2.3亿，**视频播放量**达531亿。在**短剧**方面，**暑期档**共上线85部**星芒计划**短剧，**播放量破亿**的短剧数量也达到了21部，**内容涵盖古风、青春、都市和家庭**多种题材。在**夯实打造爆款短剧能力**的同时，我们的**短剧营销能力**也逐步升级，2023年第三季度，**星芒计划**短剧**招商收入**环比提升超10倍。

在**搜索业务**方面，我们上线了**快手AI对话**功能，这是中国**短视频和直播行业**首个基于**大语言模型**落地的**智能问答产品**，在**搜索场景**为用户带来**智能问答和文本创作**等新功能，提升用户的**智能化搜索体验**。2023年第三季度，**平均月度使用快手搜索**的用户超4.7亿，**日均总搜索次数**超6亿次，**峰值**破7亿次。我们加速**搜索服务的商业化变现**，2023年第三季度，**搜索营销收入**也同比增长超120%。

线上营销服务

2023年第三季度，尽管**宏观经济**和**营销客户**的信心恢复仍然面临一定挑战，但我们凭借**商业化产品升级**、**技术及算法能力**建设，并**深化细分垂直行业运营**，**线上营销收入**取得了不错的增长。2023年第三季度，**线上营销服务收入**达到147亿元，同比增长26.7%，**占总收入**的52.6%，同时2023年第三季度**活跃营销客户**数量同比增长超140%。

2023年第三季度，**外循环效果类营销服务**持续恢复，**收入同比增长率**环比2023年第二季度提升，特别是在**传媒资讯、教育培训**等行业取得了不错的进展。我们**深化行业精细化运营**，以**教育培训行业**为例，我们挖掘了部分**快手优势人群**的需求，**撬动营销客户**的**投放预算**。我们**加强原生推广素材**投放力度，给用户带来**更好内容消费体验**的同时，也给**营销客户**带来**更好的转化效果**，2023年第三季度，**外循环原生推广素材**投放**消耗**环比提升超30%。此外，我们推动**AIGC营销素材制作**产品上线，提升**营销客户**的**营销素材制作效率**，并极大降低了**制作成本**。在**品牌营销**方面，我们依托**亚运会赛事定制招商项目**，探索更贴合**营销客户**个性需求的**品牌营销策略**，通过**场景化的多元定制IP项目**，借助**流量、内容和达人生态**等方面的优势，为**品牌营销客户**打开**营销增长空间**。以**中国移动**为例，围绕“**亚运+科技**”核心，我们为其打造了**全民冠军梦、亚运移起行**项目，历经**全国6个城市**，**线下线上结合**，实现超9.6亿曝光量。

受益于**电商业规模**的持续扩张，2023年第三季度**内循环营销服务收入**继续保持**强劲增长**。具体来说，我们**专注在客户结构、流量协同和效率提升**等方面。**客户结构**方面，我们重视**中小商家**在**快手生态**的成长，逐步完善**中小商家客户**培育和**牵引体系**，从**流量和运营**方面给**中小商家**更多政策支持。我们的**全站推广产品**有效加强了**营销流量**和**电商流量**的协同，放大了**商家全域流量**投流的**长期价值**，2023年第三季度**全站推广营销客户**的**消耗**环比提升近5倍。在**提升效率**方面，我们通过**智能化托管产品**升级，提升**中小商家**投流**稳定性**，尤其通过**直播托管**和**商品托管**提升**商家ROI**，使**中小商家**出坡**跃迁机会**增大，在**快手上的投流意愿**进一步增强。2023年第三季度，**营销客户**通过**直播托管**进行**营销投放**的**消耗**环比提升超9倍。

电商

2023年第三季度，我们继续**丰富供给**，通过**精细化运营**提升**买家转化效率**，**GMV**远超**行业增长**，**同比增速**约30%。

供给方面，2023年第三季度，**新入驻商家数**保持高位。同时，通过**更精细化的商家分级运营体系**及**扶持政策**提升**开播率**，**月均动销商家**同比增长约50%。我们在**重点14城产业带**引入**高潜商家**，提供**实操课程**，助力**商家快速完成跃迁出坡**。**品牌**方面，我们通过**奥莱店、专营店**等多渠道**供给**拓宽**品牌丰富度**，**新增品牌数量**持续高速增长。我们充分利用**川流计划**及**品牌流量专项**，**优化品牌获取流量能力**，同时**不断提升平台流量匹配效率**，通过**打造品牌特卖**等**营销IP**，进一步强化**用户心智**，提升**转化效率**。2023年第三季度，**包含快品品牌**在内的**品牌商品GMV**同比进一步提升。

达人方面，我们更加关注**生态健康度**。拓展**短视频和泛货架**场域，**降低达人经营门槛**，**持续建设分销库**，**提升选品效率**，更加**精细化运营**中**腰部及长尾达人**的成长、**跃迁链路**。**腰部及长尾达人**占**整体达人GMV**比例从2021年初的**超20%**逐步提升至本季度的**近50%**。

2023年第三季度，**商品分、店铺体验分**和**达人带货口碑分**，发挥**优胜劣汰**的重要作用，**帮助优质商家**获得**流量加持**，**降低落后商家**的**曝光**。我们不断**优化评分体系**，引入更多**正向指标**，希望能**更大程度上影响用户**的**购物决策**，**强化用户**对**平台**的**信任**，**提升转化效率**，**加强复购频次**。**算法优化**层面，通过**全域建模**，提升**电商全域流量规模**和**流量效率**，同时**持续推进店铺分**和**达人口碑分**的**算法权重**，实现**电商内容和服务**的**提优去劣**。

在**电商服务场域**拓展方面，我们进一步强化**短视频及泛货架**场景。我们持续提升**短视频电商内容质量**及**转化效率**，结合**直播高光切片**，2023年第三季度**短视频GMV**同比**超翻倍**增长，**连续五个季度**持续提升。**泛货架**场域中，我们持续**优化用户搜索体验**，有**电商意图**的**日搜索用户**峰值**环比提升25%**，**突破1亿**，同时，2023年第三季度**搜索GMV**同比提升近70%。**商城**方面，我们**拓展买家首页**及**首页商城页**流量规模，并通过**商品详情内容化**等**差异化策略**提升**支付率**；通过**商城与内容场**深度融合，**精细化货盘运营**，**尝试深度挖掘和聚集**买家需求**定向招商**。我们也在不断探索新的**营销运营场景**，为**商家**提供**更确定性**的经营场域。2023年第三季度**商城GMV**环比持续提升，**泛货架**整体**GMV**占比**接近20%**。

供给和生态的不断繁荣，进一步**撬动**用户需求。2023年第三季度我们的**月均买家数量**接近1.2亿，在**二季度旺季**的基础上，**绝对值及渗透率**环比均有提升。在**智能补贴效率**优化、**渠道治理**、**用户成长**专项等措施的加持下，**平台用户质量**尤其是**新客用户**的质量有**显著提升**，**月下单频次**同比**稳定增长**。

直播

2023年第三季度，**直播业务收入**同比增长8.6%至人民币97亿元，这得益于我们**直播优质供给**持续提升、**用户消费体验**更好、以及**直播生态**的持续优化。在**供给侧**，我们搭建了**区域公会运营体系**，提升**运营精细化程度**，助力**公会内部经营能力**提升，同时**带动主播拉新**及**中小主播**的**优质内容供给**。2023年第三季度，**公会签约主播数量**同比提升超过40%，**主播日均直播时长**同比提升近30%。同时，我们不断**拓展多元化供给**，依托**娱乐直播场景**开发**创新工具**，通过**直播开放平台**引入**优质开发者**，同时**降低主播开播门槛**；结合**站内外行业生态**，我们提升**宫格多人直播**的供给，提供更多**优质内容**。

我们坚定建设长期健康可持续的直播生态，持续推进优质内容垂类与主播培养。今年9月发起**国艺传承计划**，面向全站曲艺、民乐、民间技艺等品类主播，通过千万流量扶持及专业培训，持续打造快手传统文化IP符号。同时，我们不断推进虚拟人直播等AIGC落地场景，赋能实时捕捉、特效道具、虚拟互动等底层技术能力，在降低人力和时间成本的同时提升业务创新性探索的效率。此外，作为“直播+”模式赋能传统行业的典例，受到暑假及秋招带动，2023年第三季度**快聘**业务的日均简历投递次数同比增长超过200%，同时通过AIGC、智能客服降低商家进入门槛。截至2023年第三季度末，**理想家**业务已经覆盖全国超120个城市，2023年第三季度累计房产交易额超人民币140亿元。

海外

2023年第三季度，我们持续推进核心市场区域的聚焦战略，核心市场的DAU和时长同比稳步提升。我们持续提升娱乐、体育等多元化内容垂类供给，给予中腰部创作者更多流量倾斜；同时深度本地化运营，有针对性地满足本地用户的消费需求。在此基础上，我们深化变现，持续提升运营效率，用户增长费用同比大幅降低。2023年第三季度海外业务收入达到人民币6.52亿元，同比增长超2倍。通过持续优化运营效率，2023年第三季度海外业务整体经营亏损同比减少62.4%，环比经营亏损也进一步收窄。

线上营销服务方面，海外业务聚焦重点行业，优化营销匹配效率，撬动不同层级人群的商业化潜力。在2023年第三季度，海外营销客户数量环比增长超200%，在高速拓客的同时保证客户质量不断提升。同时，我们优化品牌营销链路，提升广告库存，营销资源拓展至更多知名品牌。直播业务方面，海外持续推进本地化运营，深度挖掘高价值付费用户，2023年第三季度直播付费用户渗透率持续提升。

企业社会责任

快手持续致力于建设维护一个普惠公平的线上数字社区，而乡村是社区的重要组成部分。2023年9月，快手召开**追光大会**，大会以助力乡村振兴为目标，聚焦数字青年主播的人才培育、就业创业和产业发展等议题。在大会上，快手宣布发起**村播繁星计划**，未来三年将投入人民币100亿元流量和人民币5,000万元现金，培育100万村播和1,000名乡村创业者，为超160个国家重点帮扶县输送人才。我们相信，这些举措将为乡村人才和产业发展注入活力，促进中国乡村市场的可持续发展，让更多乡村人口加入我们的数字社区。

关于快手

快手作为领先的内容社区及社交平台，其使命是成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。快手坚持不懈，专注为客户提供服务，并通过持续创新和优化其产品与服务为客户创造价值。在快手，任何用户都可以通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，呈现和发挥所长。透过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的产品和服务可满足用户自然产生的各种需求，包括娱乐、线上营销服务、电商、网络游戏、在线知识共享等。

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			截至以下日期止九个月	
	2023年9月30日	2023年6月30日	2022年9月30日	2023年9月30日	2022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	27,948	27,744	23,128	80,909	65,890
销售成本	(13,495)	(13,810)	(12,425)	(40,810)	(36,635)
毛利	14,453	13,934	10,703	40,099	29,255
销售及营销开支	(8,939)	(8,636)	(9,130)	(26,298)	(27,381)
行政开支	(898)	(945)	(1,060)	(2,762)	(2,887)
研发开支	(2,967)	(3,155)	(3,533)	(9,042)	(10,338)
其他收入	434	113	687	599	1,097
其他收益/(亏损)净额	128	(15)	(280)	213	(1,061)
经营利润/(亏损)	2,211	1,296	(2,613)	2,809	(11,315)
财务收入净额	135	158	69	404	59
分占按权益法入账之投资的亏损	(26)	(18)	(31)	(58)	(112)

除所得税前利润/(亏损)	2,320	1,436	(2,575)	3,155	(11,368)
所得税(开支)/收益	(138)	45	(137)	(368)	(774)
期内利润/(亏损)	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)
以下人士应占：					
—本公司权益持有人	2,181	1,480	(2,713)	2,788	(12,143)
—非控股权益	1	1	1	(1)	1
	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)

简明合并资产负债表

	未经审核 截至2023年 9月30日 人民币百万元	经审核 截至2022年 12月31日 人民币百万元
资产		
非流动资产		
物业及设备	12,115	13,215
使用权资产	10,112	10,806
无形资产	1,095	1,123
按权益法入账之投资	239	268
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	5,929	3,626
按摊余成本计量之其他金融资产	592	670
递延税项资产	5,647	5,095
长期定期存款	8,868	7,870
其他非流动资产	402	776
	44,999	43,449
流动资产		
贸易应收款项	5,687	6,288
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	4,433	4,106
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	20,294	13,087
按摊余成本计量之其他金融资产	826	726
短期定期存款	10,320	8,318
受限制现金	90	59
现金及现金等价物	11,272	13,274
	52,922	45,858
资产总额	97,921	89,307

	未经审核 截至2023年 9月30日 人民币百万元	经审核 截至2022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	274,206	274,473
库存股份	(45)	-
其他储备	32,797	29,239

累计亏损	<u>(261,094)</u>	<u>(263,882)</u>
	<u>45,864</u>	<u>39,830</u>
非控股权益	<u>7</u>	<u>8</u>
权益总额	<u>45,871</u>	<u>39,838</u>
负债		
非流动负债		
租赁负债	8,184	8,721
递延税项负债	19	23
其他非流动负债	<u>9</u>	<u>16</u>
	<u>8,212</u>	<u>8,760</u>
流动负债		
应付账款	20,263	22,868
其他应付款项及应计费用	15,602	10,190
客户预付款	3,975	3,240
所得税负债	741	936
租赁负债	<u>3,257</u>	<u>3,475</u>
	<u>43,838</u>	<u>40,709</u>
负债总额	<u>52,050</u>	<u>49,469</u>
权益及负债总额	<u>97,921</u>	<u>89,307</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											
	2023年9月30日				2023年6月30日				2022年9月30日			
	国内		海外		国内		海外		国内		海外	
	未分摊		未分摊		未分摊		未分摊		未分摊		未分摊	
	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目
	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		人民币百万元	
收入	27,296	652	-	27,948	27,297	447	-	27,744	22,939	189	-	23,128
经营利润/(亏损)	3,155	(635)	(309)	2,211	3,034	(780)	(958)	1,296	375	(1,687)	(1,301)	(2,613)

	未经审核							
	截至以下日期止九个月							
	2023年9月30日				2022年9月30日			
	国内		海外		国内		海外	
	未分摊项目		未分摊项目		未分摊项目		未分摊项目	
	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目	项目
	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	79,472	1,437	-	80,909	65,550	340	-	65,890
经营利润/(亏损)	7,152	(2,238)	(2,105)	2,809	(1,075)	(5,139)	(5,101)	(11,315)

非国际财务报告准则财务计量与根据国际财务报告准则编制的最近计量之对账

	未经审核			未经审核		
	截至以下日期止三个月			截至以下日期止九个月		
	2023年9月30日	2023年6月30日	2022年9月30日	2023年9月30日	2022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

期内利润/(亏损)	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)
加:					
以股份为基础的薪酬开支	871	1,056	1,708	2,917	5,137
投资公允价值变动净额 ⁽¹⁾	120	157	332	205	1,299
经调整利润/(亏损)净额	3,173	2,694	(672)	5,909	(5,706)
经调整利润/(亏损)净额	3,173	2,694	(672)	5,909	(5,706)
加:					
所得税开支/(收益)	138	(45)	137	368	774
物业及设备折旧	1,029	978	810	2,971	2,321
使用权资产折旧	737	808	780	2,333	2,446
无形资产摊销	38	39	37	115	103
财务收入净额	(135)	(158)	(69)	(404)	(59)
经调整EBITDA	4,980	4,316	1,023	11,292	(121)

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。