快手科技發佈2024年第四季度及全年財務業績

2025.03.25

香港，2025年3月25日 /美通社/ -- 領先的內容社區及社交平台快手科技（「快手」或「公司」；港幣櫃台股份代號：01024 / 人民幣櫃台股份代號：81024），今日發佈截至2024年12月31日第四季度及2024年全年業績。

2024年第四季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.010億，較去年同期3.825億增長4.8%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.356億，較去年同期7.004億增長5.0%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣4,621億元，較去年同期的人民幣4,039億元增長14.4%。
- **總收入**為人民幣354億元，較去年同期的人民幣326億元增長8.7%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比58.3%，直播業務佔比27.8%，其他服務佔比13.9%。
- **毛利**為人民幣191億元，較去年同期的人民幣173億元增長10.6%。毛利率較去年同期的53.1%增長至54.0%。
- **期內利潤**為人民幣40億元，較去年同期的人民幣36億元增長10.0%。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣44億元增長至人民幣47億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣43億元增加至人民幣44億元。**海外分部經營虧損** (3) 同比大幅縮窄57.2%至人民幣236百萬元。

2024年全年業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為3.994億，較2023年的3.799億增長5.1%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.097億，較2023年的6.782億增長4.6%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣13,896億元，較2023年的人民幣11,844億元增長17.3%。
- **總收入**為人民幣1,269億元，較2023年的人民幣1,135億元增長11.8%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比57.1%，直播業務佔比29.2%，其他服務佔比13.7%。
- **毛利**為人民幣693億元，較2023年的人民幣574億元增長20.7%。毛利率較2023年的50.6%增長至54.6%。
- **年內利潤**為人民幣153億元，較去年的人民幣64億元增長139.8%。**經調整利潤淨額** (2) 自去年的人民幣103億元增長至人民幣177億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年的人民幣114億元增加至人民幣164億元。**海外分部經營虧損** (3) 同比大幅縮窄66.5%至人民幣934百萬元。

快手聯合創始人、董事長兼首席執行官程一笑先生表示：「2024年我們在「科技為本，用戶為先」的理念下，用AI技術賦能現有內容和商業生態，為用戶和合作夥伴創造更多價值的同時，也實現了強勁的業績表現。我們的日活躍用戶數創下歷史新高，突破4億大關，為我們財務業績的穩健增長奠定了堅實基礎。2024年全年總收入同比增長11.8%至人民幣1,269億元，經調整利潤淨額同比增長72.5%至人民幣177億元。快手的視覺生成可靈大模型自從去年6月推出后持續迭代，保持全球領先的行業地位，深受國內外創作者好評。快手如今正處在人工智能技術和視頻大模型重塑視頻內容創作、提升用戶體驗並拓寬商業生態邊界的行業變革前沿。展望未來，我們會始終堅定執行AI戰略，深耕用戶需求，建設基於信任社區的AI內容與商業生態，為用戶、合作夥伴和股東創造長期價值。」

2024年第四季度財務回顧

線上營銷服務收入由2023年同期的人民幣182億元增加13.3%至2024年第四季度的人民幣206億元，主要是由於智能營銷方案的持續優化和AI技術的應用，推動營銷客戶投放消耗增加。

直播業務收入由2023年同期的人民幣100億元減少2.0%至2024年第四季度的人民幣98億元，是由於我們持續努力建立一個健康及可持續的直播生態系統。

其他服務收入由2023年同期的人民幣43億元增加14.1%至2024年第四季度的人民幣49億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商GMV的增加。電商GMV增加是由於我們持續精細化的全域經營策略，推動電商月活躍買家數量及月動銷商家數量增加。

2024年第四季度其他主要財務資料

經營利潤自去年同期的人民幣36億元增加至人民幣43億元。

經調整EBITDA (4) 自去年同期的人民幣61億元增加至人民幣69億元。

2024年全年財務回顧

線上營銷服務收入由2023年的人民幣603億元增加20.1%至2024年的人民幣724億元，主要是由於優化的智能營銷解決方案及AI技術的應用，推動營銷客戶投放消耗增加。

直播業務收入由2023年的人民幣391億元減少5.1%至2024年的人民幣371億元，是由於我們持續努力建立一個健康及可持續的直播生態系統。

其他服務收入由2023年的人民幣141億元增加23.4%至2024年的人民幣174億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商GMV的增加。電商GMV增加是由於我們持續精細化的全域經營策略，推動電商月活躍買家數量及月動銷商家數量增加。

2024年全年其他主要財務資料

經營利潤自去年的人民幣64億元增加至人民幣153億元。

經調整EBITDA (4) 自去年的人民幣174億元增加至人民幣248億元。

可利用資金總額 (5) 於2024年12月31日為人民幣928億元。

附註：

(1) 於我們平台交易或通過我們平台跳轉到合作夥伴平台交易。

(2) 我們將「經調整利潤淨額」定義為經以股份為基礎的薪酬開支及投資公允價值變動淨額調整的年內或期內利潤。

(3) 未分攤項目包括以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額。

(4) 我們將「經調整EBITDA」定義為經所得稅開支╱(收益)、物業及設備折舊、使用權資產折舊、無形資產攤銷及財務收入淨額調整的年內或期內經調整利潤淨額。

(5) 我們在現金管理中考慮的可利用資金總額包括但不限於現金及現金等價物、定期存款、金融資產和受限制現金。金融資產主要包括理財產品及其他。

業務回顧

過去一年，我們在「科技為本，用戶為先」的業務理念下，用先進的人工智能(AI)技術賦能內容和商業生態，為用戶和業務夥伴創造更多價值的同時，也取得了強勁的財務表現。2024年第四季度，我們的平均日活躍用戶繼續保持在4億以上，總收入同比增長8.7%至人民幣354億元，2024年全年總收入同比增長11.8%至人民幣1,269億元。2024年第四季度經調整利潤淨額達人民幣47億元，2024年全年經調整利潤淨額達人民幣177億元，同比增長72.5%，經調整淨利潤率為14.0%，盈利能力穩步提升。

在快手邁向2025年之際，我們比以往任何時候都更清晰地感受到，隨著大模型技術和應用能力的不斷迭代和突破，AI正在重新定義視頻內容創作、用戶體驗和商業生態的邊界。作為一家中國和全球領先的內容社區和社交平台，快手正站在AI技術與視頻大模型重塑產業格局的關鍵節點。我們深信，AI不僅是效率工具，更是驅動平台在流量增長的同時創造更多商業生態價值的核心引擎，而我們也在積極參與和推動這場產業深刻的變革。

2024年第四季度，視頻生成大模型***可靈***推出1.6版本，該最新版本對運動、時序類動作、運鏡等文字描述響應更好，在風格保持、畫面色彩、光影效果和細節表現等畫面質量方面也顯著提升，繼續保持全球領先的技術優勢。此外，我們也在2024年第四季度正式上線了***可靈AI***獨立App，為全球用戶提供網頁端和獨立App多個入口選擇。隨著產品功能的不斷完善，***可靈AI***的用戶量級迅速增長。***可靈AI***的商業化變現也呈現穩步加速的趨勢，並實現了重要里程碑目標，自開始貨幣化至2025年2月，其累計收入超過人民幣1億元。

2024年第四季度，我們繼續深化AI大模型在內容生態和商業生態的應用。我們借助大模型對短視頻、直播、評論和用戶興趣的理解，為用戶推薦更精準的內容，有效提升了用戶時長和活躍度。在商業化場景，AIGC能力大幅提高了客戶營銷素材生產效率，2024年第四季度，AIGC營銷素材日均消耗超過人民幣3,000萬元。

用戶及內容生態系統

2024年第四季度，快手應用的平均日活躍用戶和平均月活躍用戶分別達到了4.01億及7.36億，分別同比增長4.8%和5.0%。快手應用的日活躍用戶日均使用時長達125.6分鐘，用戶總使用時長同比增長5.8%。我們通過不斷精細化的用戶增長策略，使得新用戶的活躍度、互動性和留存率不斷提升。同時，我們採取多種措施提升用戶留存，包括優化產品功能、迭代流量機制和提高內容供給質量等。

在優化產品功能方面，我們著力改善用戶的端上播放體驗，提升清晰度和流暢度。我們在用戶私信場景持續提升視頻分享及溝通體驗，引入多種創新玩法，推動2024年第四季度的雙關用戶日均私信滲透率同比提升近5個百分點。在評論場景，我們通過評論區排序策略優化，使得2024年第四季度用戶評論區使用時長同比提升超過40.0%。

內容供給是快手社區得以保持繁榮的基石，我們以用戶打開App理由作為內容運營策略的關鍵考量，同時從精準流量分發上，讓具有快手特色的高質量的好作品得到更多的曝光。2024年第四季度，內容創作者大冰的直播間成為眾多快手用戶傾訴溝通的橋樑，強化了用戶與內容創作者的溫暖連結。在泛知識垂類，快手聯合***安萬秦腔劇團***開展線下巡演及線上直播，引發用戶廣泛關注和討論。安萬西安跨年演出期間的累計直播與短視頻觀看量超過1.4億，在傳播中國傳統非遺藝術文化的同時，也形成了區域性快手用戶的線上和線下聯動。

線上營銷服務

2024年第四季度，線上營銷服務收入達到了人民幣206億元，同比增長13.3%，也實現了2024年全年線上營銷服務收入超20.0%的同比增速。2024年第四季度的客戶營銷服務出價(eCPM)實現高單位數的同比提升，是線上營銷服務收入增長的主要驅動。我們抓住了包括商業化短劇在內的線上營銷服

務增量機會，並通過AI大模型技術優化營銷服務推薦模型預估能力，帶來營銷素材投放轉化效率的提升。此外，包括***UniversalAutoX(UAX，全自動投放解決方案)***和全站推廣產品等在內的智能營銷解決方案大幅提升了客戶的營銷效果。

2024年第四季度，外循環營銷服務依然是線上營銷服務收入增長的主要驅動因素，特別是包括短劇、小遊戲和小說等在內的內容消費行業取得了更快的增長，其中，商業化短劇的營銷消耗在2024年第四季度同比增長超300.0%。產品層面，***UAX***全自動投放解決方案完成了由規則決策到模型化決策的升級，帶來2024年第四季度***UAX***的營銷消耗佔外循環總消耗的比例提升至超55.0%。

2024年第四季度，內循環營銷服務繼續助力電商商家在快手平台探索優質流量，提高經營效率。2024年第四季度，商家使用全站推廣產品及智能託管產品進行營銷推廣的總消耗佔內循環總消耗比例達到約55.0%。我們著力提升中小商家在平台的營銷意願和效果，推動中小商家2024年第四季度的營銷消耗同比提升超30.0%。

電商

依託內容場與泛貨架的電商優勢，2024年第四季度電商GMV同比增長14.4%至人民幣4,621億元。得益於電商供給進一步豐富、全域流量協同效率提升，快手用戶需求得到了更好的滿足。2024年第四季度，電商月活躍買家數同比增長10.0%至1.43億，月活躍用戶滲透率達19.5%。我們也對南方市場的用戶進行針對性拉新促活，同時利用營銷節點、進一步精細化券補策略，2024年雙十一大促期間快手電商新增用戶數超700萬人，長期持續提升電商用戶復購心智。未來我們會堅持「用戶為先」戰略，與商家和達人攜手致力於優化消費者購物體驗。

2024年第四季度，快手電商生態中的商家持續繁榮，電商月均動銷商家數同比增長超25.0%。2024年第四季度，中小商家GMV同比大幅增長，這主要得益於新商招商政策提升、存商政策優化和多元場域建設三大核心策略。我們致力於提高新商來快手經營的意願，通過***斗金計劃***、***啟航計劃***和場域定向冷啓等提供更豐沛的冷啓流量、降低新商經營成本，並根據不同商家的成長周期和關鍵躍遷節點精準匹配激勵機制。我們也借助生態夥伴幫助新商家快速成長，並為中小商家提供明確的內容電商經營方法論，在達人直播、短視頻和商城場域打通商家成長路徑。

針對達人業務，我們通過***爆品計劃***增強了平台對貨的管理的能力，在大促期協助拓寬達人貨盤。同時，我們通過多元化活動和營銷工具進一步釋放內容場活力，包括通過***達人PK賽***等持續拉動主播積極性。2024年雙十一大促期間，加入***達人粉絲購物團***的用戶數超3,900萬人，GMV成交破百萬的直播間數超2,500個。

多元場域來看，2024年第四季度，短視頻電商GMV同比增長超50.0%。作為內容場的重要增量場景，短視頻帶貨以及短視頻與直播間聯動，成為商家和達人擴大生意規模的重要抓手。同時，2024年第四季度泛貨架電商GMV持續超大盤增長，佔比總電商GMV達30.0%，得益於供需兩端協同發力。2024年第四季度商城場域日均動銷商家同比增長超50.0%、日均買家同比增長近40.0%。作為內容場的高效補充，我們在泛貨架場域加強對於爆款貨盤的平台控制力，提升商家經營效率。

直播

2024年第四季度，直播業務收入為人民幣98億元，收入同比降幅與上季度相比進一步收窄。我們堅持打造長期健康可持續的直播生態，以優質內容為導向驅動多元化增長。2024年第四季度末，我們的簽約公會機構數量同比提升超30.0%，簽約公會主播數量同比增長超60.0%。在供給側，我們持續建設多人直播、團播、***直播大舞台***等頭部品類，把***直播大舞台***的互動人氣下沉至鄉鎮，加速發掘和扶持本地化成長的中小主播。2024年第四季度，我們與***和平精英***、***穿越火線***等重點遊戲在主播成長、內容共建、賽事宣發等領域進行全方位探索，並持續深耕格鬥遊戲等特色優勢垂類。作為「直播+」模式創新賦能傳統行業的典例，2024年第四季度，***快聘***業務的日均投遞簡歷用戶數同比增長超100%，雙向匹配規模同比增長超270%;***理想家***業務日均線索規模同比增加超260%。

海外

海外業務方面，我們深度扎根巴西市場，在本地化內容運營和市場品牌上持續投入。流量上，2024年第四季度，我們在創新獲客渠道上取得一定突破，巴西的日活躍用戶同比增長9.3%。通過優化流量分發機制、與當地頂級IP資源合作，逐步構建起豐富多元的內容生態，用戶活躍度穩步增長。2024年第四季度，巴西日活躍用戶的日均使用時長達到75分鐘以上，同環比穩步提升。

2024年第四季度海外整體收入保持高速增長，同比增長52.9%。其中線上營銷收入同比增長83.5%。此外，海外業務的成本費用得到有效控制，經營虧損同比收窄57.2%。巴西電商業務在商業模式上得到了初步驗證，訂單規模持續上升，補貼效率和運營效率亦有所改善，開發了巴西市場健康、持續發展的潛能。

本地生活

本地生活業務方面，2024年第四季度，本地生活業務GMV同比超翻倍增長。我們聚焦深耕有用戶優勢的城市群，堅持圍繞滿足用戶需求，通過持續優化比價能力建設和場景應用，完善極致性價比消費體驗，帶動2024年第四季度月均支付用戶數同比增長52.4%。我們也致力於提升內容質量，優化用戶體驗，轉化效率穩步上漲。變現方面，2024年第四季度，本地生活業務的收入同比增長2.6倍，這得益於我們持續優化商業化產品基建，同時，我們還利用差異化的流量優勢，加強與更多優質本地經營型和線索型商家合作，賦能商家在快手獲得增量增長。我們以提升ROI作為本地生活業務的指引，進一步優化補貼效率和運營效率，2024年第四季度本地生活運營虧損得以持續收窄。

業務展望

隨著AI技術新時代的到來，我們會始終堅定執行AI戰略，致力於成為領先的AI驅動的內容平台。我們將繼續秉持「科技為本，用戶為先」的經營理念，深耕用戶需求，不斷豐富內容和產品供給，建設基於信任的商業生態，為用戶、合作夥伴和股東創造長期價值。

關於快手

快手作為中國乃至全球領先的內容社區及社交平台，致力於成為全球最癡迷于為客戶創造價值的公司。作為一家以人工智能為核心驅動和技術依託的科技公司，快手專注於通過持續的技術創新和產品升級，不斷豐富服務和應用場景，為客戶創造價值。在快手，用戶通過短視頻和直播來記錄和分享他們的生活，發現所需，發揮所長。通過與內容創作者和企業緊密合作，快手提供的技術、產品和服務可滿足用戶的多元化的需求，包括娛樂、線上營銷服務、電商、本地生活、遊戲等。

前瞻性聲明

除過往事實的陳述外，本新聞稿載有若干前瞻性陳述。前瞻性陳述一般可透過所使用前瞻性詞彙識別，例如「或會」、「可能」、「可」、「可以」、「將」、「將會」、「預期」、「認為」、「繼續」、「估計」、「預計」、「預測」、「打算」、「計劃」、「尋求」或「時間表」。該等前瞻性陳述受風險、不確定因素及假設的影響，可能包括業務展望、財務表現預測、業務計劃預測、發展策略及對我們行業預期趨勢的預測。該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本新聞稿刊發之時的展望為基準，在本新聞稿內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提作出，當中許多涉及主觀因素或不受我們控制。該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及大量風險及不明朗因素。鑒於上述風險及不明朗因素，本新聞稿內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故投資者不應過於依賴該等陳述。除法律要求的情形外，我們並無責任公開發佈可能反映本新聞稿日期後發生的事件或情況或可能反映意料之外事件的該等前瞻性陳述的任何修訂。

投資者及媒體問詢

快手科技
投資者關係
郵箱：ir@kuaishou.com

合併損益表

	未經審核 截至以下日期止三個月			經審核 截至以下日期止年度	
	2024年12月31日	2024年9月30日	2023年12月31日	**2024年12月31日**	2023年12月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*	***人民幣百萬元***	*人民幣百萬元*
收入	**35,384**	31,131	32,561	**126,898**	113,470
銷售成本	**(16,261)**	(14,217)	(15,269)	**(57,606)**	(56,079)
毛利	**19,123**	16,914	17,292	**69,292**	57,391
銷售及營銷開支	**(11,317)**	(10,364)	(10,198)	**(41,105)**	(36,496)
行政開支	**(866)**	(796)	(752)	**(2,916)**	(3,514)
研發開支	**(3,451)**	(3,100)	(3,296)	**(12,199)**	(12,338)
其他收入	**187**	194	379	**533**	978
其他收益淨額	**592**	271	197	**1,682**	410
經營利潤	**4,268**	3,119	3,622	**15,287**	6,431
財務收入淨額	**19**	37	135	**236**	539
分佔按權益法入賬之投資的虧損	**(1)**	(6)	(23)	**(29)**	(81)
除所得稅前利潤	**4,286**	3,150	3,734	**15,494**	6,889
所得稅（開支）/收益	**(312)**	120	(122)	**(150)**	(490)
期內利潤	**3,974**	3,270	3,612	**15,344**	6,399
以下人士應佔:					
— 本公司權益持有人	**3,969**	3,268	3,608	**15,335**	6,396
— 非控股權益	**5**	2	4	**9**	3
	3,974	3,270	3,612	**15,344**	6,399

合併資產負債表

經審核	經審核
截至2024年	截至2023年
12月31日	12月31日

	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*
資產		
非流動資產		
物業及設備	**14,831**	12,356
使用權資產	**8,891**	10,399
無形資產	**1,059**	1,073
按權益法入賬之投資	**166**	214
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**24,430**	5,245
按攤餘成本計量之其他金融資產	**62**	283
遞延稅項資產	**6,604**	6,108
長期定期存款	**19,856**	9,765
其他非流動資產	**1,105**	492
	77,004	45,935
流動資產		
貿易應收款項	**6,674**	6,457
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**4,646**	4,919
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**27,050**	25,128
按攤餘成本計量之其他金融資產	**233**	950
短期定期存款	**11,522**	9,874
受限制現金	**47**	128
現金及現金等價物	**12,697**	12,905
	62,869	60,361
資產總額	**139,873**	106,296

合併資產負債表

	經審核	經審核
	截至2024年	截至2023年
	12月31日	12月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*
權益及負債		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	**-**	-
股本溢價	**268,733**	273,459
庫存股份	**(341)**	(88)
其他儲備	**35,776**	33,183
累計虧損	**(242,164)**	(257,491)
	62,004	49,063
非控股權益	**20**	11
權益總額	**62,024**	49,074
負債		
非流動負債		
借款	**11,100**	-
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**124**	-

租賃負債	**6,765**	8,405
遞延稅項負債	**13**	18
其他非流動負債	**19**	21
	18,021	8,444
流動負債		
應付賬款	**27,470**	23,601
其他應付款項及應計費用	**23,113**	16,592
客戶預付款	**4,696**	4,036
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**5**	-
所得稅負債	**873**	1,222
租賃負債	**3,671**	3,327
	59,828	48,778
負債總額	**77,849**	57,222
權益及負債總額	**139,873**	106,296

按分部劃分的財務資料

	未經審核											
	截至以下日期止三個月											
	2024年12月31日				2024年9月30日				2023年12月31日			
	未分攤				未分攤				未分攤			
	國內	**海外**	**項目**	**總計**	國內	海外	項目	總計	國內	海外	項目	總計
	人民幣百萬元				*人民幣百萬元*				*人民幣百萬元*			
收入	**34,089**	**1,295**	**-**	**35,384**	29,800	1,331	-	31,131	31,714	847	-	32,561
經營利潤/（虧損）	**4,361**	**(236)**	**143**	**4,268**	3,505	(153)	(233)	3,119	4,250	(551)	(77)	3,622

	經審核							
	截至12月31日止年度							
	2024				2023			
	國內	**海外**	**未分攤項目**	**總計**	國內	海外	未分攤項目	總計
	人民幣百萬元				*人民幣百萬元*			
收入	**122,202**	**4,696**	**-**	**126,898**	111,186	2,284	-	113,470
經營利潤/（虧損）	**16,355**	**(934)**	**(134)**	**15,287**	11,402	(2,789)	(2,182)	6,431

非國際財務報告會計準則計量與根據國際財務報告會計準則編製的最接近計量的對賬

未經審核			**未經審核**	
截至以下日期止三個月			**截至以下日期止年度**	
2024年12月31日	2024年9月30日	2023年12月31日	**2024年12月31日**	2023年12月31日
人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*	***人民幣百萬元***	*人民幣百萬元*

期內利潤	**3,974**	3,270	3,612	**15,344**	6,399
調整項目:					
以股份為基礎的薪酬開支	**636**	698	653	**2,349**	3,570
投資公允價值變動淨額[1]	**91**	(20)	97	**23**	302
經調整利潤淨額	**4,701**	3,948	4,362	**17,716**	10,271
經調整利潤淨額	**4,701**	3,948	4,362	**17,716**	10,271
調整項目:					
所得稅開支/（收益）	**312**	(120)	122	**150**	490
物業及設備折舊	**1,093**	997	1,018	**4,064**	3,989
使用權資產折舊	**756**	765	732	**2,972**	3,065
無形資產攤銷	**26**	25	33	**104**	148
財務收入淨額	**(19)**	(37)	(135)	**(236)**	(539)
經調整EBITDA	**6,869**	5,578	6,132	**24,770**	17,424

附註:

(1) 投資公允價值變動淨額指按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之上市和非上市實體投資的公允價值（收益）/虧損淨額、視為處置投資的（收益）/虧損淨額以及投資減值撥備，其與我們的核心業務及經營業績無關，且會受市場波動所影響，而剔除該數據可為投資者提供可評估我們業績表現的更相關及有用的資料。