快手科技發佈2025年第二季度及中期未經審核財務業績並宣派特別股息

2025.08.21

香港，2025年8月21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2025年6月30日止未經審核的第二季度及上半年合併業績。

2025年第二季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.089億，較去年同期3.953億增長3.4%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.148億，較去年同期6.918億增長3.3%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣3,589億元，較去年同期的人民幣3,053億元增長17.6%。
- **總收入**為人民幣350億元，較去年同期的人民幣310億元增長13.1%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比56.4%，直播業務佔比28.7%，其他服務佔比14.9%。
- **毛利**為人民幣195億元，較去年同期的人民幣171億元增長13.8%。毛利率較去年同期的55.3%略微增至55.7%。
- **期內利潤**為人民幣49億元，去年同期為人民幣40億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣47億元增長至人民幣56億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣45億元增加至人民幣54億元。**海外分部經營利潤** (3) 爲人民幣19百萬元，去年同期爲經營虧損人民幣277百萬元。

2025年上半年業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.085億，較去年同期3.946億增長3.5%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.133億，較去年同期6.946億增長2.7%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣6,912億元，較去年同期的人民幣5,933億元增長16.5%。
- **總收入**為人民幣677億元，較去年同期的人民幣604億元增長12.0%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比55.8%，直播業務佔比29.4%，其他服務佔比14.8%。
- **毛利**為人民幣373億元，較去年同期的人民幣333億元增長12.2%。毛利率為55.1%，與去年同期持平。
- **期內利潤**為人民幣89億元，去年同期為人民幣81億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣91億元增長至人民幣102億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣85億元增加至人民幣97億元。**海外分部經營利潤** (3) 爲人民幣47百萬元，去年同期爲經營虧損人民幣545百萬元。
- 截至2025年6月30日止六個月，本公司於聯交所以19億港元購回約38.8百萬股股份。

快手聯合創始人、董事長兼首席執行官程一笑先生表示：「2025年第二季度，憑藉AI創新技術對快手內容和商業生態的深度賦能，我們的運營及財務業績再創新高。我們持續為用戶提供更優質的內容與服務，推動平均日活躍用戶數創下4.09億的歷史新高。我們的AI大模型能力應用於平臺眾多的生態場景，不僅提高了商家和達人的運營效率，也為創作者帶來更沉浸式的創作體驗。同時，我們也實現了收入的加速回升，2025年第二季度總收入同比增長13.1%，達到人民幣350億元。在堅定AI技術投入的策略下，二季度的經調整利潤淨額達到人民幣56億元，經調整淨利潤率增長至16.0%，均創單季歷史新高。此外，可靈AI持續迭代、保持行業優勢地位，為創作者提供差異化的視頻生成解決方案，推動可靈AI商業化規模快速增長。展望未來，我們會繼續探索AI技術變革對快手業務場景的賦能，為公司創造高質量的增長，並為我們的用戶、合作夥伴及股東創造長期價值。」

2025年第二季度財務回顧

線上營銷服務收入由2024年同期的人民幣175億元增加12.8%至2025年第二季度的人民幣198億元，主要是由於藉助AI技術優化智能營銷產品解決方案，推動營銷客戶投放消耗增加。

直播業務收入由2024年同期的人民幣93億元增加8.0%至2025年第二季度的人民幣100億元，主要是由於我們持續努力構建健康的直播生態系統及多元化的優質內容。

其他服務收入由2024年同期的人民幣42億元增加25.9%至2025年第二季度的人民幣52億元，主要是由於我們電商業務和可靈AI業務的增長。電商業務收入的增長主要是由於電商GMV的增長。可靈AI業務收入的增長主要是由於我們先進的AI技術和產品性能。

2025年第二季度其他主要財務資料

經營利潤自去年同期的人民幣39億元增加至人民幣53億元。

經調整EBITDA (4) 自去年同期的人民幣63億元增加至人民幣77億元。

可利用資金總額(5) 截至2025年6月30日為人民幣1,019億元。

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期內利潤。

（3）不包含以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額的未分攤項目。

（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開支/(收入) 淨額調整的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

2025年第二季度，我們秉持對用戶體驗的極致追求，憑藉紮實的技術積累，通過人工智能(AI)大模型技術賦能內容和商業生態，為用戶和商業合作夥伴創造價值的同時，也在多個關鍵運營指標和財務數據上創歷史新高。特別是，2025年第二季度，快手應用的平均日活躍用戶達到4.09億，同比穩健增長並創歷史新高。2025年第二季度，總收入同比增長13.1%至人民幣350億元，經調整利潤淨額達到人民幣56億元，經調整淨利潤率達16.0%，盈利水平創單季歷史新高。這些成績是我們面對持續宏觀經濟環境不確定性，以及堅定進行AI戰略投入的情況下實現的，充分展現了我們的戰略定力、內容和商業生態的韌性以及高效的組織執行能力。

AI業務

2025年第二季度，在***可靈AI***方面，我們保持對頂尖(SOTA)視覺生成大模型技術和卓越產品性能的極致追求，於2025年5月推出了***可靈AI*** 2.1系列模型。***可靈AI*** 2.1系列模型在模型質量方面實現了全方位提升，動態表現更優異，物理模擬更真實，語義響應更準確。2025年7月底，***可靈AI***發佈了新功能靈動畫布，靈動畫布集無限可視化空間、智能創作輔助與多人實時協作等功能為一體，為創作者帶來一站式的流暢高效創作體驗。

可靈AI致力於成為創作者的一站式創意引擎，讓每個人都能用AI講出好故事。***可靈AI***助力P端創作者和企業用戶不斷探索更多的應用場景，包括廣告營銷、影視短劇、遊戲互動和智能硬件等。在短劇行業，***可靈AI***與***快手星芒短劇***聯合出品了全球首部AI單元故事集***《新世界加載中》***，迄今全球累計播放量近2億，為AI影視內容創作樹立了新標杆。***可靈AI***應用場景的深度探索，也帶來了商業化的快速增長，2025年第二季度，***可靈AI***的收入超過人民幣2.5億元。

在AI大模型賦能內容和商業生態方面，我們推出了***OneRec***端到端生成式推薦大模型的新技術範式，以生成的方式，從全量視頻中預測符合用戶偏好的視頻。由於架構優勢，新的推薦大模型顯著提高了訓練和推理算力的效率。目前***OneRec***已經應用於短視頻內容的推薦，提升了用戶時長和留存率。在線上營銷服務場景，我們利用大語言模型的世界知識和推理能力，挖掘用戶全域行為和營銷服務轉化之間的關聯關係，直接端到端生成用戶感興趣的營銷素材，提高了點擊率和轉化率，帶來線上營銷服務收入低單位數的增長。在電商場景，我們利用多模態大模型技術提升了對商品信息的提煉能力，並借助大語言模型的知識推理能力，對商品的適用人群、使用場景和用戶興趣點進行結構化的描述，提升了人貨匹配效率。

用戶及內容生態系統

2025年第二季度，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4.09億及7.15億，分別同比增長3.4%和3.3%，快手應用的平均日活躍用戶創歷史新高。2025年第二季度，快手應用的日活躍用戶日均使用時長達126.8分鐘，用戶總使用時長同比增長7.5%。用戶流量的穩定增長得益於我們的高質量用戶增長策略、流量分配機制優化、社區互動氛圍提升和差異化的內容運營策略。

我們堅定執行高質量的用戶增長策略，在降低獲客成本的同時提升了ROI。我們進一步優化流量分配機制，重點關注商業化內容與用戶留存的同向性，優化用戶體驗，提升用戶粘性。同時讓原創優質內容獲得更多的流量曝光，形成內容生產和消費的正循環。我們持續優化私信溝通體驗，並拓展社交創新玩法，使得日均雙關私信滲透率同比提升近5個百分點。

我們持續通過差異化的垂類運營策略，提供具有快手特色的優質內容，進一步加強與用戶的連接。在***三農***垂類，我們推出了***幸福鄉村春耕季***系列活動，從農業技術知識的短視頻傳播，到農資農具及農產品的電商直播，再到***春耕大舞台***泛娛樂活動的舉辦，有效提升了***三農***創作者和興趣用戶之間的互動，相關短視頻內容的累計播放量達到127億。在泛知識垂類，隨著今年高考季的到來，我們集結名校名師和教育專家等泛知識領域的優質創作者，以直播和短視頻形式，為考生家庭提供覆蓋考前、考中、考後全鏈路的實用信息與陪伴。

線上營銷服務

2025年第二季度，線上營銷服務收入達到人民幣198億元，同比增長12.8%，同比增長率較2025年第一季度實現提升。我們通過積極的客戶拓展，挖掘各行業營銷客戶的增量預算，並借助AI大模型技術優化智能營銷產品解決方案，降低客戶的營銷素材投放門檻，提升營銷轉化效率，在外循環和內循環營銷服務方面的收入均實現了顯著的同比增長。2025年第二季度，我們的營銷素材AIGC解決方案，也開始從通用能力，迭代至更適配客戶行業特徵和使用場景上，AIGC素材轉化率進一步提升。

2025年第二季度，內容消費行業、本地生活行業和汽車行業的強勁需求驅動外循環營銷服務收入持續增長。在內容消費行業，短劇行業的廣告消耗繼續保持了高雙位數同比增長，我們通過***In-Apps Purchases（IAP，應用內購買）***智能定價和***In-Apps Ads（IAA，應用內廣告）***營銷節點的動態調整，提高短劇用戶的付費意願和觀看時長，擴大了營銷客戶的收入。本地生活行業和汽車行業的客戶主要以線索經營為目標，我們的原生私信產品幫助客戶高效觸達用戶，並提升轉化效率。2025年第二季度，我們圍繞客戶和用戶之間的原生私信場景，藉助大語言模型和模型序列建模，提升用戶線索轉化成功率。在智能化產品投放層面，2025年第二季度，***UniversalAuto X（UAX，全自動投放）***解決方案持續提升滲透率，消耗佔外循環總消耗的

比例提升至65.0%左右。

2025年第二季度，內循環營銷服務方面，我們通過產品和流量策略的迭代，助力電商商家提升全域智能經營效率。我們進一步升級全站推廣產品，迭代了智能出價、素材追投、全站多品營銷等多個核心工具，保障商家投放的極簡操作，提升了商家營銷素材投放的穩定性。2025年第二季度，全站推廣產品的消耗佔內循環總消耗的比例進一步提升。從場域來看，泛貨架場域電商相關的線上營銷服務收入實現高速增長，除了繼續引入優質內容和商品供給外，我們重點優化了流量分發策略，加強和電商業務的協同，並專門針對泛貨架場單獨建模，實現了電商商家的銷售轉化率和內循環營銷服務eCPM的同向提升。

電商

2025年第二季度，電商GMV同比增長17.6%至人民幣3,589億元。我們持續深化好內容與好商品的高效融合與鏈接，進一步滿足用戶消費需求，提升用戶體驗。2025年第二季度，電商月均買家數達1.34億，同時電商活躍用戶的複購頻次也不斷提高。

我們通過泛貨架電商服務，幫助商家抓住全域經營的新商機。2025年第二季度，泛貨架電商GMV持續超大盤增長，佔比總電商GMV超過32.0%。618購物節期間，泛貨架電商商品卡的GMV同比增長超50.0%，搜索電商GMV同比增長超140.0%。對於泛貨架電商場域的新商家，我們進一步深化營銷託管工具的應用，高效複用內容場的素材及商品信息，幫助新商實現一站式營銷的基礎運營。同時對於更大規模的存量商家，我們提供更豐富的運營資源和玩法，如頭部心智品營銷活動***大牌大補***、快手優選官方鏈接***超級鏈接***等。2025年第二季度，商城場域的日均動銷商家同比增長30.0%。另一方面，2025年第二季度，短視頻電商GMV同比增長超過30.0%，主要得益於我們掛車短視頻供給增加，同時通過將直播爆款商品返場短視頻，提升供給質量，強化短視頻電商的目標人群與核心貨盤的匹配效率。

2025年第二季度，得益於新商規模擴大和場域建設優化，動銷中小商家數量同比持續增長。我們持續加大新商激勵資源投入，通過***斗金計劃***、服務商賦能、場域流量扶持等方式，幫助商家迅速適應平台環境，並實現個體規模增長，推動2025年第二季度新商入駐規模同比提升50.0%。另外，我們建設了貨源中心，為商家篩選優質的貨源供給並降低經營門檻。我們亦針對商家的成長層級，給予相應的任務牽引和激勵，並構建了直播、短視頻、泛貨架電商、達人分銷四個核心場域陣地，進一步優化商家生態結構。

2025年第二季度，我們著力實現與達人之間的長期協同勢能。我們一方面助力達人強化內容能力，包括為達人提供漲粉及召回新玩法，提升私域的經營效率；另一方面，我們通過整合官方貨盤，為商家搭建穩定的分銷渠道，***達人爆品計劃***促進達人與優質貨盤高效連接，而***寶藏品牌發光計劃***引入更多品牌商品，提升達人帶貨的豐富度。此外，我們推動娛樂達人轉型電商中小達人，由平台批量地撮合新達人、小達人加入頭達團隊和機構，制定合理的孵化路徑和商業化模式，助力新達人快速成長，中長期推動中小達人成為平台生態發展的增長引擎。

另外，我們充分利用AI能力賦能商家全鏈路經營，尤其在AIGC內容生產、智能開播、智能客服的經營場景，顯著降低商家在內容電商的經營成本。我們自研的先進AIGC能力正全面賦能電商內容生態，通過自動生成與優化高質量素材，直接提升商品在商品卡、短視頻等場域的轉化效率。我們未來的目標是利用大模型重構人與貨的連接方式，實現從滿足即時需求到預測潛在需求的跨越式升級。

直播

2025年第二季度，直播業務收入同比增長8.0%至人民幣100億元。我們持續建設豐富的生態和優質的直播內容，滿足用戶的多樣化需求。我們進一步提升團播、多人直播等優勢品類的營收效率，精細化運營並充分發揮區域特性，更加重視短直聯動在直播業態中的融合，同時探索AIGC在直播、語聊等實時互動場景下的創新與應用。2025年第二季度末，簽約公會機構數量同比提升超20.0%，簽約主播數量同比增長超30.0%。此外，我們豐富直播線上線下結合的場景，為***安萬劇團***和***唐山泡泡龍***等優質直播內容提供了更廣闊的舞台，快手***直播大舞台***擴展至全國更多區域，在河北、廣東、安徽、山東、江蘇等省份的57個城市落地。

另外，快手直播業務持續深化與遊戲廠商的合作，主辦***穿越火線冠軍杯***總決賽等電競賽事。我們通過內容生態、賽事資源與用戶消費的三重引擎，為不同需求與生命週期的遊戲廠商提供了從曝光到轉化的全鏈路支持。我們通過「直播+」模式創新賦能傳統行業，2025年第二季度，***快聘***業務的日均簡歷投遞用戶數同比增長超40.0%，雙向匹配規模同比增長超150.0%；***理想家***業務日均線索規模同比增長超60.0%。

海外

2025年第二季度，海外業務整體穩健發展。海外業務收入同比增長20.5%至人民幣13億元。我們通過創新渠道，新用戶規模持續提升，同時通過精細化運營，持續優化獲客效率，深耕核心用戶基本盤。因此，海外核心市場之一巴西的日活躍用戶保持穩定，日活躍用戶的日均使用時長同比持續增長。變現方面，我們積極拓展廣告主行業覆蓋，持續提升產品能力，線上營銷服務收入同比保持穩定增長。2025年第二季度，我們通過全鏈路的數字化賦能巴西本地商家經營，用戶通過內容沉浸式參與消費、實時互動和快速轉化，巴西電商業務成交規模和訂單數量同環比持續穩定增長。

本地生活

2025年第二季度，本地生活業務GMV同比穩步增長。品類方面，我們加強了到餐品類的成本管控、戰略性避開補貼競爭，同時在到餐品類上扶持高ROI類目的增長。供給端，我們持續完善核心類目和比價能力，推進具有競爭力的商品類目和低價供給規模的健康增長，2025年第二季度，日均動銷商品數同比增長55.0%以上。需求端，通過分城市精細化運營和優化用戶體驗，結合智能補貼模型的優化，促進業務整體健康增長。內容端，我們堅持扶持優質流量在平台的分發。同時大模型在推薦鏈路上的賦能，也帶動本地生活短視頻場景的視頻觀看量和效率提升。變現上，我們通過拓展和優化廣告產品，滿足客戶多樣化的投放需求，推動收入同比增長約120%。此外，我們以ROI為約束，補貼效率和運營效率得到進一步提升，本地生活業務的運營虧損同環比持續收窄。

宣派特別股息

鑒於本公司之業務表現，董事會欣然宣派派發自上市以來的首次特別股息每股0.46港元，合共約20億港元。此次特別股息之宣派及派發，反映了我們對本公司長期增長前景及穩健財務狀況的信心，亦體現了我們對持續提升股東回報的承諾。憑藉穩健的資產負債表，本公司具備充分實力在回饋股東的

同時，仍可保持推動長期業務發展的財務及運營靈活性。未來，本公司將視乎情況，考慮包括股份購回及派發股息在內的方式回饋股東。

業務展望

2025年上半年，我們穩步推進AI戰略，在持續取得技術突破的同時，商業化進程同步提速。展望2025年下半年，我們將堅定在AI方向的大力投入，繼續探索AI技術為創作者、營銷客戶與商家賦能的增效價值，並發掘更具潛力的變現新機遇。在保持現有業務高質量增長的基礎上，我們未來將積極開闢多元化增長路徑，推動內容和商業生態的共生共榮。我們將始終以用戶需求為根基，致力於為商家及營銷客戶提升經營效能，攜手用戶、創作者、合作夥伴，共創可持續增長的長期價值。

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

簡明合併損益表

	未經審核 截至以下日期止三個月			未經審核 截至以下日期止六个月	
	2025年6月30日	2025年3月31日	2024年6月30日	**2025年6月30日**	2024年6月30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	**35,046**	32,608	30,975	**67,654**	60,383
銷售成本	**(15,542)**	(14,816)	(13,840)	**(30,358)**	(27,128)
毛利	**19,504**	17,792	17,135	**37,296**	33,255
銷售及營銷開支	**(10,503)**	(9,897)	(10,040)	**(20,400)**	(19,424)
行政開支	**(897)**	(828)	(792)	**(1,725)**	(1,254)
研發開支	**(3,400)**	(3,298)	(2,805)	**(6,698)**	(5,648)
其他收入	**16**	53	34	**69**	152
其他收益淨額	**569**	437	374	**1,006**	819
經營利潤	**5,289**	4,259	3,906	**9,548**	7,900
財務（開支）/收入淨額	**(54)**	(24)	66	**(78)**	180
分佔按權益法入賬之投資的（虧損）/利潤	**(12)**	2	(19)	**(10)**	(22)
除所得稅前利潤	**5,223**	4,237	3,953	**9,460**	8,058
所得稅（開支）/收益	**(301)**	(258)	27	**(559)**	42
期內利潤	**4,922**	3,979	3,980	**8,901**	8,100
以下人士應佔：					
—本公司權益持有人	**4,922**	3,978	3,979	**8,900**	8,098
—非控股權益	**-**	1	1	**1**	2
	4,922	3,979	3,980	**8,901**	8,100

簡明合併資產負債表

	未經審核 **截至2025年** **6月30日** ***人民幣百萬元***	經審核 截至2024年 12月31日 *人民幣百萬元*
資產		
非流動資產		
物業及設備	**17,637**	14,831
使用權資產	**9,089**	8,891
無形資產	**1,019**	1,059
按權益法入賬之投資	**157**	166
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**24,989**	24,430
按攤餘成本計量之其他金融資產	**41**	62
遞延稅項資產	**6,521**	6,604
長期定期存款	**22,812**	19,856
其他非流動資產	**2,728**	1,105
	84,993	77,004
流動資產		
貿易應收款項	**7,775**	6,674
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**5,543**	4,646
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**38,119**	27,050
按攤餘成本計量之其他金融資產	**107**	233
短期定期存款	**6,615**	11,522
受限制現金	**77**	47
現金及現金等價物	**12,310**	12,697
	70,546	62,869
資產總額	**155,539**	139,873

簡明合併資產負債表

	未經審核 **截至2025年** **6月30日** ***人民幣百萬元***	經審核 截至2024年 12月31日 *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	**266,924**	268,733
庫存股份	**-**	(341)
其他儲備	**37,036**	35,776
累計虧損	**(233,264)**	(242,164)
	70,696	62,004
非控股權益	**20**	20
權益總額	**70,716**	62,024
負債		
非流動負債		
借款	**11,098**	11,100

按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**65**	124
租賃負債	**6,699**	6,765
遞延稅項負債	**54**	13
其他非流動負債	**24**	19
	17,940	18,021
流動負債		
應付賬款	**28,158**	27,470
其他應付款項及應計費用	**28,439**	23,113
客戶預付款	**4,753**	4,696
借款	**1,074**	-
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**5**	5
所得稅負債	**448**	873
租賃負債	**4,006**	3,671
	66,883	59,828
負債總額	**84,823**	77,849
權益及負債總額	**155,539**	139,873

按分部劃分的財務資料

	未經審核 **截至以下日期止三個月**											
	2025年6月30日				2025年3月31日				2024年6月30日			
	國內	**海外**	**未分攤項目**	**總計**	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*				*人民幣百萬元*			
收入	**33,746**	**1,300**	**-**	**35,046**	31,293	1,315	-	32,608	29,896	1,079	-	30,975
經營利潤/（虧損）	**5,401**	**19**	**(131)**	**5,289**	4,345	28	(114)	4,259	4,498	(277)	(315)	3,906

	未經審核 **截至以下日期止六個月**							
	2025年6月30日				2024年6月30日			
	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	**65,039**	**2,615**	**-**	**67,654**	58,313	2,070	-	60,383
經營利潤/（虧損）	**9,746**	**47**	**(245)**	**9,548**	8,489	(545)	(44)	7,900

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 **截至以下日期止三個月**			**未經審核** **截至以下日期止六个月**	
	2025年6月30日	2025年3月31日	2024年6月30日	**2025年6月30日**	2024年6月30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	**4,922**	3,979	3,980	**8,901**	8,100
調整項目：					

以股份為基礎的薪酬開支	**716**	604	723	**1,320**	1,015
投資公允價值變動淨額[1]	**(20)**	(3)	(24)	**(23)**	(48)
經調整利潤淨額	**5,618**	4,580	4,679	**10,198**	9,067
經調整利潤淨額	**5,618**	4,580	4,679	**10,198**	9,067
調整項目：					
所得稅開支/（收益）	**301**	258	(27)	**559**	(42)
物業及設備折舊	**885**	782	997	**1,667**	1,974
使用權資產折舊	**831**	768	735	**1,599**	1,451
無形資產攤銷	**26**	22	26	**48**	53
財務開支/（收入）淨額	**54**	24	(66)	**78**	(180)
經調整EBITDA	**7,715**	6,434	6,344	**14,149**	12,323

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。