快手科技發佈2025年第四季度及全年財務業績

2026.03.25

香港2026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2025年12月31日第四季度及2025年全年業績。

2025年第四季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.077億，較去年同期4.010億增長1.7%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.407億，較去年同期7.356億增长0.7%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣5,218億元，較去年同期的人民幣4,621億元增長12.9%。
- **總收入**為人民幣396億元，較去年同期的人民幣354億元增長11.8%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比59.7%，直播業務佔比24.4%，其他服務佔比15.9%。
- **毛利**為人民幣218億元，較去年同期的人民幣191億元增長14.1%。毛利率增至55.1%，去年同期為54.0%。
- **期內利潤**自去年同期的人民幣40億元增長至人民幣52億元。**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55億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣44億元增加至人民幣61億元。**海外分部經營虧損** (3) 爲人民幣59百萬元，去年同期爲人民幣236百萬元。

2025年全年業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.102億，較2024年的3.994億增長2.7%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.246億，較2024年的7.097億增长2.1%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣15,981億元，較2024年的人民幣13,896億元增長15.0%。
- **總收入**為人民幣1,428億元，較2024年的人民幣1,269億元增長12.5%。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27.4%，其他服務佔比15.5%。
- **毛利**為人民幣785億元，較2024年的人民幣693億元增長13.4%。毛利率增至55.0%，2024年為54.6%。
- **年內利潤**增長至人民幣186億元，去年為人民幣153億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年的人民幣177億元增長至人民幣206億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年的人民幣164億元增加至人民幣212億元。**海外分部經營虧損** (3) 爲人民幣76百萬元，去年爲人民幣934百萬元。
- 截至2025年12月31日止十二個月，本公司於聯交所以31.2億港元購回約56.78百萬股股份。

快手聯合創始人、董事長兼首席執行官程一笑先生表示：「2025年我們秉持「科技為本，用戶為先」的核心理念，全面深化AI戰略，以先進的AI技術深度賦能快手內容和商業生態的升級與繁榮。在為用戶和合作夥伴持續創造增量價值的同時，我們也實現了穩健的運營表現與財務業績。2025年全年平均日活躍用戶達到4.10億，總收入同比增長12.5%至人民幣1,428億元，全年經調整淨利潤同比增長16.5%至人民幣206億元，經調整淨利潤率達14.5%。我們始終堅定在AI技術上的投入，並取得了令人矚目的進展。快手的多模態視頻生成大模型Kling AI（可靈AI）在2025年加速迭代，在模型能力、產品體驗和商業化變現上不斷取得突破，保持全球領先的行業地位。展望未來，我們將持續深耕用戶需求，加速AI技術對各業務場景的融合與創新應用，為用戶、業務合作夥伴及股東創造更大價值。」

2025年第四季度財務回顧

線上營銷服務收入由2024年同期的人民幣206億元增加14.5%至2025年第四季度的人民幣236億元，主要是由於AI在線上營銷服務多場景的加速滲透與創新應用。

直播業務收入於2025年第四季度及2024年第四季度分別為人民幣97億元及98億元。

其他服務收入由2024年同期的人民幣49億元增加28.0%至2025年第四季度的人民幣63億元，主要是由於我們電商業務及可靈AI業務的增長。電商業務的增長表現為電商GMV的增加。可靈AI業務的增長主要是由於我們先進的AI技術及卓越的產品性能。

2025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43億元增加至人民幣58億元。

經調整EBITDA (4) 自去年同期的人民幣69億元增加至人民幣80億元。

2025年全年財務回顧

線上營銷服務收入由2024年的人民幣724億元增加12.5%至2025年的人民幣815億元，主要是由於AI在線上營銷服務多場景的加速滲透與創新應用。

直播業務收入由2024年的人民幣371億元增加5.5%至2025年的人民幣391億元，是由於我們持續努力建立一個豐富而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年的人民幣174億元增加27.6%至2025年的人民幣222億元，主要是由於我們電商業務及可靈AI業務的增長。電商業務的增長表現為電商GMV的增加。可靈AI業務的增長主要是由於我們先進的AI技術及卓越的產品性能。

2025年全年其他主要財務資料

經營利潤自去年的人民幣153億元增加至人民幣206億元。

經調整EBITDA (4) 自去年的人民幣248億元增加至人民幣298億元。

可利用資金總額 (5) 截至2025年12月31日為人民幣1,049億元。

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）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、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

2025年，我們秉持「科技為本，用戶為先」的理念，在所有主要業務場景中深化AI戰略，在多模態視頻生成大模型***可靈AI***保持全球領先的同時，以先進的AI能力，深度賦能快手的內容生態和商業生態，在用戶規模、營業收入與盈利能力上均實現高質量增長。

2025年第四季度，快手應用的平均日活躍用戶達到407.7百萬，同比穩健增長。總收入同比增長11.8%至人民幣396億元，其中，包含線上營銷服務和以電商為主的其他服務在內的核心商業收入，同比增長達17.1%。2025年第四季度，經調整淨利潤達到人民幣55億元。2025全年快手應用平均日活躍用戶達到410.2百萬，總收入同比增長12.5%至人民幣1,428億元，全年經調整淨利潤達到人民幣206億元，同比增長16.5%，經調整淨利潤率為14.5%。我們在加大AI投入的同時，依然實現了本集團整體盈利能力的穩步提升，AI能力已成為驅動快手長期增長的核心引擎。

AI業務

可靈AI始終秉持讓每個人都能用AI講出好故事的願景，致力於成為AI時代領先、普惠且高效的視頻創作基礎設施，持續在模型能力、產品體驗和變現上實現突破。2025年第四季度，***可靈AI***加速完成了多個模型能力的升級迭代，我們發佈了全球首個統一多模態視頻模型可靈O1，整合文字、視頻、圖片、主體等多模態輸入，將所有生成和編輯任務融合在一個全能引擎之中。可靈O1的統一架構使得用戶無需切換工具，即可一站式完成從生成到編輯及優化的全流程內容創作。此外，我們推出了具備「音畫同出」能力的可靈2.6模型，能夠在單次生成中，輸出包含自然語言配音、動作音效以及環境氛圍音的完整視頻。可靈2.6也上線了動作控制功能，用戶只需上傳一段本地視頻，或從線上動作庫中選取要模仿的具體動作，再上傳一張人物主體參考圖，即可生成動作與表情都可精準控制的特定角色視頻。

2026年2月，***可靈AI*** 3.0系列模型上線，基於All-in-One產品理念構建，支持涵蓋文本、圖像、音頻和視頻的全模態輸入與輸出，將視頻的理解、生成和編輯無縫整合到一個簡化的AI工作流中。模型將多項任務(包括文本轉視頻、圖像轉視頻以及視頻內編輯)統一融入一個原生多模態架構，使其能夠遵循複雜敘事邏輯、實現自動分鏡以及精準鏡頭控制，並保持極高的提示遵循度。

可靈AI在基礎模型和產品功能上的創新，為其廣泛商業化應用於營銷、電商、影視、短劇、動畫、遊戲等專業創意創作場景奠定了基礎，也推動全球專業創作者及企業客戶更廣泛的使用，加速其變現進程。2025年第四季度，***可靈AI***營業收入達人民幣340百萬元。值得一提的是，2025年12月，***可靈AI***單月收入突破20百萬美元，即年化收入運行率(ARR)達240百萬美元。與此同時，***可靈AI***的運動控制功能在全球各大社交媒體平台引起大量的關注，推動了廣泛熱議和傳播，也實現了***可靈AI***的用戶群體從專業創作者向更廣泛的大眾用戶的延伸。

2025年第四季度，我們繼續深化AI大模型技術在內容與商業生態的賦能以及內部組織基礎設施提質增效方面的作用。在內容生態賦能方面，我們自主研發並開源了多模態大語言模型***Keye-671B***模型，展現出較強的視頻理解能力。同時，我們升級了短視頻與直播內容理解體系，推出了新一代的標籤系統***TagNex***，實現更精准的內容理解，帶來用戶使用時長和留存率的提升。在內容推薦方面，我們升級端到端生成式推薦大模型，上線了***OneRec-V2***版本，持續增强推薦精準度。在線上營銷服務方面，我們繼續優化端到端生成式推薦技術，通過深度融合多維度業務數據，增強模型效果，提升線上營銷素材推薦的精准度。在智能出價技術上，我們基於多場景多目標數據打造了出價大模型。以上生成式推薦大模型和智能出價模型在2025年第四季度帶來國內線上營銷服務收入5%左右的提升。而AIGC技術在降低線上營銷素材生成成本的同時，也撬動了更多的營銷客戶預算。2025年第四季度，由AIGC營銷素材帶來的線上營銷服務消耗金額達到人民幣40億元。

在電商業務場景，2025年第四季度，我們進一步迭代端到端生成式檢索架構***OneSearch***，提出適配電商業務的可編輯的結構化語義標識，提升中長尾搜索請求的語義理解能力，驅動2025年第四季度商城搜索訂單量提升近3%。此外，我們將端到端生成式推薦技術的應用從泛貨架電商場景擴展至直播

間和短視頻等內容驅動場景，推動了各電商場域GMV的增長。在直播業務場景，優化的***AI萬象***禮物定製功能在互動效果、動態展示以及美學外觀等方面進一步改善，帶來用戶打賞意願的顯著提升。在組織提效方面，我們自研的AI編程工具***CodeFlicker***已成為研發工程師日常高頻使用的智能開發工具，在目前快手新增代碼中，由***CodeFlicker***生成的比例已經超過40%。

AI業務的進展依託於我們在算力基礎設施上的持續投入和深度優化，在內蒙古烏蘭察布自建數據中心的基礎上，我們正穩步推進新的算力中心建設，持續提升服務器與帶寬的運營效率。

用戶與內容生態

2025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407.7百萬及740.7百萬，快手應用的日活躍用戶日均使用時長達到了126.0分鐘。我們致力於打造具有快手特色的活躍社區，在高質量用戶增長、差異化優質內容供給、流量機制優化和互動場景建設等方面不斷深化，實現了用戶基礎和平台流量的健康可持續增長。在高質量用戶增長方面，我們通過精細化各渠道的用戶增長策略，不斷優化用戶結構，提升用戶留存率；並借助AI技術優化推送策略，提高用戶快手應用的打開率。此外，我們也通過用戶留存方式的創新顯著提升了投資回報率。

我們以專業的內容與熱點運營，助力像***心雨龍鳥***這樣的標杆創作者成長，也持續打造具有快手特色的優質內容IP。以***村口小舞台***為代表的鄉村文娛活動，讓農民從觀眾轉變為積極的登台參與者，內容多元化，覆蓋非遺展演到農業技術展示，既豐富了鄉村文化生活，也成為推廣鄉土文化的新窗口。我們舉辦了***時代少年團***6週年演唱會，直播總觀看量超過6.8億人次，依託直播、互動與AI創意內容，打造粉絲與偶像雙向奔赴的青春記憶。

我們通過流量結構的優化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。2025年第四季度，高質量內容作品上傳量同比增長超過15%。在互動場景建設方面，我們通過私信互動玩法的持續創新，推動2025年第四季度的日均雙關私信滲透率同比提升近3個百分點。

線上營銷服務

2025年第四季度，線上營銷服務收入達到人民幣236億元，同比增長14.5%。AI在線上營銷服務多場景的加速滲透與創新應用，不僅為生態夥伴帶來賦能價值，也為線上營銷服務業務注入了新的增長動能。

2025年第四季度，在以線索經營為主要目標的生活服務行業，我們通過私信產品升級和算法優化幫助客戶更高效觸達用戶、提升用戶轉化效率。同時，通過持續的行業拓展和客戶開發，擴大了線上營銷客戶覆蓋面，帶來增量營銷投放。此外，生活服務行業客戶以中小商家為主，我們通過AIGC工具幫助提升其營銷素材製作能力，撬動了線上營銷消耗的進一步增長。

2025年第四季度，以短劇漫劇、小遊戲為代表的內容消費行業以及AI應用行業也是驅動線上營銷服務收入增長的主要動力。在內容消費行業，短劇維持穩健增長勢頭，我們通過優化營銷素材展示形式增加了短劇垂直領域的營銷開支。同時，隨著AI技術的深度賦能，漫劇迎來高速發展，我們通過全方位扶持計劃、推出AI漫劇智能體等，持續引入優質、多元的漫劇供給，抓住新興發展機遇。此外，在AI應用類客戶整體加大營銷預算的背景下，我們有效承接了AI應用類客戶的投流開支。

2025年第四季度，在線上營銷產品層面，我們持續升級***UAX全自動投放***解決方案、AIGC營銷素材生成工具、直播數字人、數字員工等產品，降低營銷投放門檻，優化客戶投放體驗，進一步撬動了線上營銷消耗的增長。具體來看，2025年第四季度，***UAX全自動投放***解決方案在非電商營銷服務的消耗滲透接近80%，在非電商營銷的活躍客戶滲透率超90%。

在電商營銷服務方面，繼我們2025年9月底整合了電商業務與相關的線上營銷業務以提升流量融合，我們構建起流量 — 交易 — 營銷轉化 — 商家服務的閉環能力。此次整合致力於提升平台整體收入增長和商家結構的同向性，2025年第四季度，電商商家的千次展示成交的GMV(GPM)和電商營銷服務的千次展示成本(CPM)實現同向提升。2025年上半年，我們完成了全站營銷解決方案的能力完善。2025年下半年，我們更專注於滿足不同類型客戶的差異化場景訴求，有效帶動了電商商家的全域GMV增量並提升了業務穩定性。2025年第四季度，全站推廣產品的總營銷消耗佔電商營銷服務總消耗比例進一步提升至75%。此外，針對中小商家全託管的自動化投放產品能力得到更多接受和認可，該等客戶的消耗顯著提升。2025年第四季度，通過不斷優化泛貨架電商場域、加強全域供給和同向性分發的協同效應，泛貨架場域的電商營銷服務收入快速增長。

電商

2025年第四季度，電商業務GMV同比增長12.9%至人民幣5,218億元。通過系統性的全域經營策略，我們進一步打通公域流量轉化與私域資產沉澱的路徑，賦能商家實現多場域穩定可持續的經營發展。2025年第四季度，我們進一步賦能商家擴大私域基礎和提升私域經營效率，拓展供給寬度，故電商活躍用戶的複購頻次同比進一步提升。同時，通過加強核心品類的運營和對核心用戶需求的深度理解，帶動2025年第四季度的付費用戶平均收入持續增長。

2025年第四季度，我們利用服務商、機構、產業帶多方勢能，致力於擴大電商供給渠道。2025年第四季度，新入駐商家和新動銷商家同、環比均增長，帶動動銷商家規模再攀新高，同比增長7.3%。此外，2025年第四季度，我們推出***乘風計劃***，聚焦於與各行業頭部品牌建立深度合作關係，通過系統化的資源扶持，旨在探索平台與品牌協同增長的機會。2025年12月底，我們在優質商品和內容供給上均收到初步成效，商家結構有所優化。

2025年第四季度，在直播場域建設方面，自2025年第三季度推出的***天降漲粉紅包***漲粉活動成效顯著，結合提升萬粉主播的開播頻率等舉措，日均萬粉有效開播主播數同比增長12.7%，進一步強化了粉絲增長和成交表現的正向循環。通過與機構和頭部達人組織聯運的方式，我們擴大了達人供給。為進一步賦能達人，***達人爆品計劃***作為商家和達人均認可的官方嚴選貨盤，聚焦用戶高需求商品品類，撬動更多達人參與分銷，分銷庫的達人覆蓋滲透持續提升，動銷達人數同比增長超1倍。尤其是腰部和中小達人通過平台嚴選貨盤解決了選品難題後，結合平台給予的流量扶持，實現經營規模的顯著躍升。

2025年第四季度，包括泛貨架電商和短視頻等在內的全域經營生態持續穩健發展。泛貨架電商GMV佔總電商GMV比例環比基本穩定。我們持續擴大供給規模，泛貨架電商的日均動銷商家同、環比持續增長。2025年第四季度，快手優選官方鏈接***超級鏈接***作為貨架商品供給的重要運營工具快速增長。***超級鏈接***在貨架電商產品卡的滲透率增至19.1%。我們鼓勵商家拓展全域經營，通過營銷託管工具牽引內容場商家轉為貨架場經營，使用我們營銷

託管工具的動銷商家滲透率環比顯著提升。2025年第四季度，我們進一步推動短視頻電商內容供給、基於商家模式聚焦精細化運營，持續發揮短視頻和直播的聯動優勢，優質內容供給的豐富和鏈路效率優化帶動短視頻電商GMV持續超過整體電商GMV增長。

2025年第四季度，AI能力深度滲透電商場景，助力商家經營提效和增長。通過***OneRec***、***OneSearch***等大模型技術在更多電商場景的落地，持續取得業務增量收益。同時，基於電商知識圖譜，運用大模型的世界知識和推理能力，我們沉澱對商品、視頻、用戶的底層理解能力，支持用戶的長期興趣精確建模，帶來了推薦多樣性和複訪、複購的提升。電商內容生成能力在2025年第四季度亦取得提升。直播切片、AI輔助內容創作等功能持續助力商家提升跨場域經營的能力。在經營提效上，2025年第四季度上線的訂單AI診斷功能，協助商家有效識別異常訂單，降低發貨前的退款率。

直播

2025年第四季度，直播業務收入為人民幣97億元。在2025年第四季度我們持續關注直播生態健康，以優質內容價值為導向，為平台構建社區內核。直播供給方面，我們持續加強團播、多人直播等優勢品類專業化運營，同時推動多品類協同發展，豐富直播內容經營矩陣，助力供給側穩步向好發展。快手***直播大舞台***進一步加深了直播線上線下場景結合，助力平台特色主播孵化的同時，提高了用戶參與性。產品方面，依託***可靈AI***視頻生成能力的可自定義專屬特效***AI萬象***系列禮物，在互動體驗、動態展示以及美學外觀等方面進一步改善。截至2025年第四季度末，***AI萬象***禮物生成次數已累計突破100萬。此外，我們拓展AI能力在直播間的應用，為主播提供***AI互動助手***和***AI數字分身服務***，幫助主播提升服務效率。2025年第四季度，「直播+」模式在拓寬直播生態邊界的同時，商業價值進一步釋放。通過精細化運營，***理想家***、***快聘***業務實現提質增效，2025年第四季度***理想家***月均付費客戶數同比增長超40.0%。

海外

2025年第四季度，我們堅定執行高價值增長戰略，驅動海外業務形成正向循環，在複雜的市場環境下實現了海外業務的穩健增長。流量方面，我們優化獲客效率和用戶增長結構，並以特色內容供給強化社區心智，持續擴大核心用戶基本盤，海外核心發展市場巴西的平均日活躍用戶和日活躍用戶日均使用時長均保持穩健。線上營銷業務方面，我們抓住全球品牌佈局巴西的行業機遇，拓展多元客戶行業。此外，我們升級產品與解決方案，並積極探索短劇等內容營銷新場景，為客戶的長期增長注入確定性與新動能。在巴西的電商業務方面，2025年第四季度實現GMV與訂單量同比穩健擴張。得益於AIGC賦能電商內容提質增效，以及對物流成本的精細化管控，盈利能力也顯著改善。

企業社會責任

快手始終秉持「科技連接善意，創造長期價值」的使命，致力於打造一個溫暖、普惠、人人可參與的數字社區。我們以短視頻及直播為紐帶，推動數字技術深入賦能就業創業、鄉村振興等社會場景，讓更多普通人借助數字技術增進獲得感和幸福感，推動美好社會發展。

我們推出的***幸福大講堂***項目，為女性、銀齡群體、青年創業者、殘障人士等群體，提供新媒體技能培訓。截至2025年底，該項目已拓展覆蓋全國超50個縣市，幫助近200萬人掌握「短視頻+直播」數字技術。我們也推出了***啟智未來學堂***項目，通過捐建數字教室、開展AI課程、組織科技夏令營等方式，支持多地鄉村教育，助力多地鄉村學校提升教學設施，為師生的數字化學習與前沿科技接觸創造更多機會。

建議派發2025年末期股息

董事會欣然宣佈，其已建議派發截至2025年12月31日止年度每股0.69港元的末期股息，總額約30億港元。待股東於2026年股東週年大會上批准後，建議末期股息將會於2026年7月28日（星期二）或前後派付予2026年7月7日（星期二）名列本公司股東名冊的股東。

此舉彰顯了本公司致力於提升股東價值，並與股東分享本公司強勁現金流成果的堅定承諾。未來，本公司將根據業務發展需要、市場情況以及其他相關因素，繼續考慮包括股份回購及股息派發在內的多種股東回報方式。

業務展望

隨著AI技術的快速演進，我們會堅持深耕AI戰略，加大AI的投入，進一步鞏固快手作為領先的AI賦能內容平台的定位。我們秉持「科技為本，用戶為先」的理念，始終以用戶需求為基礎，深化AI融合，幫助商家和營銷客戶提升運營效率。此外，AI應用在快手內容和商業生態中的持續擴展，將驅動核心業務的高質量增長，開拓商業化機遇，為用戶、創作者、合作夥伴及股東創造持久的長期價值。

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

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	
	2025年12月31日	2025年9月30日	2024年12月31日	**2025年12月31日**	2024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	**39,568**	35,554	35,384	**142,776**	126,898
銷售成本	**(17,749)**	(16,120)	(16,261)	**(64,227)**	(57,606)
毛利	**21,819**	19,434	19,123	**78,549**	69,292
銷售及營銷開支	**(11,409)**	(10,420)	(11,317)	**(42,229)**	(41,105)
行政開支	**(930)**	(688)	(866)	**(3,343)**	(2,916)
研發開支	**(4,143)**	(3,650)	(3,451)	**(14,491)**	(12,199)
其他收入	**74**	27	187	**170**	533
其他收益淨額	**379**	596	592	**1,981**	1,682
經營利潤	**5,790**	5,299	4,268	**20,637**	15,287
財務（開支）/收入淨額	**(31)**	(40)	19	**(149)**	236
分佔按權益法入賬之投資的利潤/（虧損）	**(9)**	3	(1)	**(16)**	(29)
除所得稅前利潤	**5,750**	5,262	4,286	**20,472**	15,494
所得稅開支	**(516)**	(773)	(312)	**(1,848)**	(150)
期內利潤	**5,234**	4,489	3,974	**18,624**	15,344
以下人士應佔：					
—本公司權益持有人	**5,229**	4,488	3,969	**18,617**	15,335
—非控股權益	**5**	1	5	**7**	9
	5,234	4,489	3,974	**18,624**	15,344

合併資產負債表

	經審核 **截至2025年** **12月31日**	經審核 截至2024年 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	**22,869**	14,831
使用權資產	**8,545**	8,891
無形資產	**986**	1,059
按權益法入賬之投資	**149**	166
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**24,100**	24,430
按攤餘成本計量之其他金融資產	**35**	62
遞延稅項資產	**5,585**	6,604
長期定期存款	**22,015**	19,856
其他非流動資產	**2,671**	1,105
	86,955	77,004

流動資產		
貿易應收款項	**8,127**	6,674
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**7,028**	4,646
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**42,324**	27,050
按攤餘成本計量之其他金融資產	**9**	233
短期定期存款	**8,630**	11,522
受限制現金	**251**	47
現金及現金等價物	**11,180**	12,697
	77,549	62,869
資產總額	**164,504**	139,873

合併資產負債表

	經審核 **截至2025年** **12月31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	**265,628**	268,733
庫存股份	**(602)**	(341)
其他儲備	**38,873**	35,776
累計虧損	**(224,341)**	(242,164)
	79,558	62,004
非控股權益	**26**	20
權益總額	**79,584**	62,024
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	**30**	124
租賃負債	**5,977**	6,765
遞延稅項負債	**241**	13
其他非流動負債	**39**	19
	17,385	18,021
流動負債		
應付賬款	**27,209**	27,470
其他應付款項及應計費用	**29,160**	23,113
客戶預付款	**4,848**	4,696
借款	**1,968**	-
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	**388**	873
租賃負債	**3,962**	3,671
	67,535	59,828
負債總額	**84,920**	77,849
權益及負債總額	**164,504**	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12月31日** **國內** ***人民幣百萬元***				2025年9月30日 國內 *人民幣百萬元*				2024年12月31日 國內 *人民幣百萬元*			
	海外	**未分攤項目**	**總計**		海外	未分攤項目	總計		海外	未分攤項目	總計	
收入	**38,263**	**1,305**	**-**	**39,568**	34,400	1,154	-	35,554	34,089	1,295	-	35,384
經營利潤/（虧損）	**6,065**	**(59)**	**(216)**	**5,790**	5,391	(64)	(28)	5,299	4,361	(236)	143	4,268

	經審核 **截至12月31日止年度** **2025** **國內** ***人民幣百萬元***				2024 國內 *人民幣百萬元*			
	海外	**未分攤項目**	**總計**		海外	未分攤項目	總計	
收入	**137,702**	**5,074**	**-**	**142,776**	122,202	4,696	-	126,898
經營利潤/（虧損）	**21,202**	**(76)**	**(489)**	**20,637**	16,355	(934)	(134)	15,287

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** **2025年12月31日** ***人民幣百萬元***	2025年9月30日 *人民幣百萬元*	2024年12月31日 *人民幣百萬元*	**未經審核** **截至以下日期止年度** **2025年12月31日** ***人民幣百萬元***	2024年12月31日 *人民幣百萬元*
期內利潤	**5,234**	4,489	3,974	**18,624**	15,344
調整項目：					
以股份為基礎的薪酬開支	**669**	651	636	**2,640**	2,349
投資公允價值變動淨額(1)	**(440)**	(154)	91	**(617)**	23
經調整利潤淨額	**5,463**	4,986	4,701	**20,647**	17,716
經調整利潤淨額	**5,463**	4,986	4,701	**20,647**	17,716
調整項目：					
所得稅開支	**516**	773	312	**1,848**	150
物業及設備折舊	**1,205**	1,031	1,093	**3,903**	4,064
使用權資產折舊	**814**	802	756	**3,215**	2,972
無形資產攤銷	**8**	21	26	**77**	104
財務開支/（收入）淨額	**31**	40	(19)	**149**	(236)
經調整EBITDA	**8,037**	7,653	6,869	**29,839**	24,770

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。