快手科技發佈2026年第三季度未經審核財務業績

2026.11.19

香港，2026年11月19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2026年9月30日止三個月及九個月的未經審核合併業績。

2026年第三季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.173億，較去年同期4.162億增長0.3%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為8.185億，較去年同期7.311億增長12.0%。
- **總收入**為人民幣316億元，去年同期為人民幣356億元。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比56.6%，直播業務佔比24.5%，其他服務佔比18.9%。
- **毛利**為人民幣152億元，去年同期為人民幣194億元。毛利率為48.2%，去年同期為54.7%。
- **期內虧損**為人民幣959百萬元，去年同期為盈利人民幣45億元。**經調整利潤淨額**(1)為人民幣790百萬元，去年同期為人民幣50億元。
- **國內分部經營利潤**(2)為人民幣420百萬元，去年同期為人民幣54億元。**海外分部經營虧損**(2)為人民幣23百萬元，去年同期為人民幣64百萬元。
- 截至2026年9月30日止三個月，本公司於聯交所以總價款14.1億港元合共購回39,132,200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：「2026年第三季度，在複雜多變的外部環境中，公司業務承受短期壓力，但我們堅持長期主義，堅定AI投入，堅持以審慎的財務紀律提質增效，持續夯實業務發展根基。2026年第三季度，快手應用平均日活躍用戶達4.17億。總營業收入為人民幣316億元，經調整淨利潤為人民幣790百萬元，經調整EBITDA(3)為人民幣39億元。在AI技術創新方面，我們發布新一代視頻生成模型可靈4.0，持續深化專業影視創作能力，不斷拓展創作者生態，進一步鞏固了可靈AI在全球多模態視頻生成大模型領域的領先地位。同時，我們將AI更深入地應用於內容推薦、營銷投放、電商經營和組織基建，切實提升用戶體驗與商家經營效率。我們始終踐行積極的股東回報政策，2026年前三個季度，包括分紅和回購在內的股東回報超過58億港元。展望未來，我們將聚焦鞏固社區生態，持續推動AI技術與產品創新，力求保持在股東回報與維持公司長期發展所需的現金儲備之間的平衡。」

2026年第三季度財務回顧

線上營銷服務收入由2025年同期的人民幣201億元下降11.1%至2026年第三季度的人民幣179億元，主要是由於不斷變化的消費環境及電商行業競爭加劇導致電商營銷消耗下降。

直播業務收入由2025年同期的人民幣96億元減少19.0%至2026年第三季度的人民幣78億元，是由於我們持續努力建立一個豐富及健康的直播生態系統。

其他服務收入由2025年同期的人民幣59億元增加1.5%至2026年第三季度的人民幣60億元，主要是由於遊戲及可靈AI業務收入增加，部分被電商收入減少所抵銷。

2026年第三季度其他主要財務資料

經營虧損為人民幣635百萬元，去年同期為經營利潤人民幣53億元。

經調整EBITDA為人民幣39億元，去年同期為人民幣77億元。

可利用資金總額(4)截至2026年9月30日為人民幣1,272億元。

附註：
（1）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、投資公允價值變動淨額及贖回金融負債財務成本調整的期內（虧損）/利潤。
（2）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。
（3）我們將「經調整EBITDA」定義為經以股份為基礎的薪酬開支、投資公允價值變動淨額、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淨額調整的期內（虧損）/利潤。
（4）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

2026年第三季度，快手應用的平均日活躍用戶達到417.3百萬，同比小幅上漲。受市場競爭影響，本季度快手應用的日活躍用戶日均使用時長同比有所下降。2026年第三季度，總收入為人民幣316億元，經調整淨利潤為人民幣790百萬元，經調整EBITDA為人民幣39億元，同比均有下降。

受不斷變化的消費環境及外部競爭加劇影響，我們的業務承受短期壓力。在今年加大AI戰略投入，尤其是***可靈AI***業務投入的背景下，我們堅持以審慎的財務紀律提質增效。同時，我們始終踐行對股東回報的承諾，2026年第三季度，本公司累計共回購股票超過3,900萬股，總回購金額超過14億港元。2026年前三季度，包括分紅 (1) 和股份回購在內的股東回報累計超過58億港元，體現了快手對業務的長期信心及回饋股東價值的努力。

AI業務

2026年第三季度，可靈AI繼續踐行「讓每個人都能用AI講好故事」的願景，通過新一代視頻生成模型的技術突破、專業影視創作能力的深化以及全球創作者生態的持續拓展，進一步鞏固其在全球多模態視頻生成大模型領域的領先地位，推動AI視頻生成技術向更高質量、更強可控性及更專業化的創作場景演進。

在模型與產品層面，可靈AI於2026年9月公佈新一代視頻生成模型Kling 4.0，並面向部分用戶率先開放了Kling 4.0 Flash版本。新一代模型在視聽表現、創作可控性及敘事完整度等方面實現全面升級，進一步提升複雜動態與鏡頭運動的穩定性，支持最長30秒原生視頻生成、多關鍵幀控制及多模態參考輸入，顯著增強專業內容創作的表現力與可控性。同時，可靈AI持續完善一體化創作平台，升級視頻精準編輯、時間線創作及智能體(Agent)輔助創作等功能，進一步提升專業內容創作效率。

在專業影視創作與全球創意生態發展層面，可靈AI持續深化與全球專業影視製作團隊及創作者的合作，推動AI視頻生成技術向專業影視製作流程延伸。2026年第三季度，可靈AI亮相多倫多國際電影節首屆官方內容市場TIFF: The Market，展示AI在長篇動畫、影視預演及混合製作等領域的應用實踐。其中，國際動畫長片《MINIBOTS》將可靈AI應用於專業製作流程，探索AI在4K院線級動畫製作中的應用。此外，可靈AI於2026年7月在韓國首爾舉辦NEXTGEN頒獎盛典，賽事累計徵集逾萬件投稿，進一步提升可靈AI在全球專業影視創作領域的參與度及影響力。

2026年第三季度，除可靈AI外，我們繼續深化AI技術在內容生態、商業生態和組織基建的應用。我們推進新一代大規模生成式重排架構***GoalRank***在短視頻推薦場景的應用，該架構以用戶多個短視頻觀看組合體驗最優建模，並通過模型工程優化，在不增加推理算力投入的前提下，提升用戶短視頻內容消費時長。2026年第三季度，AI技術在線上營銷服務和電商業務場景的應用已從單模型提效進入系統規模化落地階段，生成式推薦、AIGC、智能出價和推薦模型智能體(Agent)共同作用，正重構商業化內容生產、營銷素材投放和算法迭代方式。2026年第三季度，我們在集團組織層面全面推廣AI原生工作方式，推出MyFlicker2.0版本，沉澱團隊技能和知識等AI資產，建設團隊智能體(Agent)。2026年9月底，我們成立了企業AI生產力組織iWork，統籌整合包括MyFlicker在內的通用智能體(Agent)、企業信息系統和企業上下文，推動集團層面的AI組織轉型。同時，一站式AI基礎設施平台***快手萬擎***，通過模型推理引擎的優化，為內部和外部客戶提供更高效的模型定製、部署、推理等全鏈路服務，實現了快手萬擎收入的快速增長。2026年第三季度，快手萬擎的營業收入環比增長近90.0%。

用戶與內容生態

2026年第三季度，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417.3百萬及818.5百萬，同比分別增長0.3%及12.0%。我們持續打造具有快手特色的內容社區，夯實普惠、信任、多元的社區內核。我們迭代用戶維繫機制，通過精細化運營加強用戶的內容消費心智，提升用戶留存與粘性。通過優化私信功能和體驗，豐富社交互動玩法、強化雙向連接。2026年第三季度，日均雙關私信互動人數同比增長超7%，其中，通過社交寵物養成玩法***火崽崽***進行互動的日均用戶數超過4,600萬人。

2026年第三季度，我們持續豐富優質內容，著力加強快手特色社區建設，為用戶提供差異化且有溫度的內容。我們再次聯合北京衛視推出了***2026快手超級夏晚***，延續快手社區特色，通過明星與快手創作者同台，為用戶獻上一場充滿煙火氣的夏日派對，晚會直播累計觀看人次超過2億。2026年第三季度，在體育垂類內容方面，圍繞亞運會，我們聯動知名運動員和快手普通創作者，打造了一系列具有快手特色的體育IP，包括***象牙山豐收運動會***、***乒乓夢之戰***、***快手百米大戰***等，累計短視頻播放量超過195億次。

此外，2026年第三季度，由公司自研遊戲品牌***彈指宇宙***開發的MMORPG遊戲《***詭秘之主***》上線。該遊戲基於頂級網文IP《詭秘之主》改編，採用虛幻引擎5打造。遊戲開服首小時新增用戶突破100萬，同時在線人數峰值達70萬，連續登頂中國大陸地區App Store免費遊戲榜多日。用戶付費轉化表現強勁，實現了公司在重度遊戲自研領域能力的突破。

線上營銷服務

2026年第三季度，線上營銷服務收入為人民幣179億元，同比下降11.1%。在內容消費行業尤其是AI短劇行業營銷預算同比增長的支撐下，非電商營銷服務收入表現優於平台整體線上營銷服務收入。電商營銷服務在整體電商競爭加劇的情況下，通過電商與線上營銷業務協同提效及商家分型調整，致力於提升商家ROI。

2026年第三季度，在非電商營銷服務方面，內容消費行業表現亮眼、生活服務行業保持穩健。在內容消費行業，我們持續擴大具備快手特色的AI短劇和真人短劇供給，推動優質短劇內容持續增長。截至2026年9月，日均活躍短劇數量較2026年1月增長超350.0%，短劇的內容生態價值也得以進一步體現。受益於短劇供給豐富、用戶短劇消費需求提升，2026年第三季度，內容消費行業線上營銷服務總消耗同比增長超過100%。在生活服務行業，我們持續推進精細化行業運營，挖掘綜合服務、本地服務等細分行業增量機會。同時在家裝、旅遊、汽車等行業，培育優質垂類內容，幫助客戶更高效地完成從用戶興趣激發到營銷轉化的承接，建設更健康、更可持續的營銷生態。

2026年第三季度，在電商營銷服務方面，我們繼續推動電商和線上營銷業務的協同提效。在不斷變化的消費環境和電商行業競爭加劇的背景下，我們圍繞商家分型進行組織調整，在商家服務投入更多資源並加強客戶支持，該等措施於2026年第三季度初見成效。同時，我們的運營措施幫助提升了商家參與度，推動生活消費和日用消費品類的商家營銷消耗環比改善。2026年第三季度，我們持續優化商業生態。我們引導流量向優質內容傾斜，上線了購後流量協同策略，減少成交後同類商品的重複曝光，在保障用戶體驗的前提下改善營銷客戶的ROI。2026年第三季度，在針對品牌商家的營銷服務上，借助品牌新店冷啟、目標用戶管理、種草長期信號建模等項目落地，品牌商家營銷消耗繼續保持增長。電商營銷產品層面，***淨成交ROI***產品持續完善，通過優化調價、補齊投中切換功能、落地對客激勵活動以及模型退單及退貨功能優化，該產品的電商營銷消耗滲透率從2026年第二季度的28.0%，進一步提升至2026年第三季度的34.7%，電商商家通過投流的成交確定性繼續改善。

2026年第三季度，我們持續提升AI對線上營銷服務的賦能。***UAX（全自動投放）***從單點策略升級為多智能體(Agent)協同框架，從而能夠自動診斷賬戶投放問題並聯動多項投放能力，幫助客戶提升投放效率。我們亦於AIGC營銷素材產品引入了用戶興趣信號。當已有素材庫難以充分覆蓋用戶興趣時，我們的產品將補充生成更適配目標人群的素材內容，進一步提升營銷素材與用戶需求的匹配效率。

電商

2026年第三季度，在不斷變化的消費環境和電商行業競爭加劇的背景下，疊加商家經營成本提升的影響，我們的電商業務表現承壓。我們圍繞商家分型進行了組織架構優化，商家政策、資源更匹配、更聚焦，助力商家在平台穩定長效經營。2026年第三季度，在需求側，我們積極建設優質付費用戶群體，加強此類用戶的識別和服務，通過拓展供給寬度、場域寬度等提升其在平台的活躍度。同時也通過加大品牌商品在流量分配和補貼上的投入等措施，有效承接和服務高價值用戶。

2026年第三季度，在供給側，我們持續致力於引入新商，加強品牌招商能力的體系建設，深化商家扶持舉措，助力商家躍遷和提升商家留存率，2026年第三季度的新商留存率和存量商家的躍遷率環比均穩定提升。2026年第三季度，在品牌商家方面，我們圍繞品牌經營與增長，持續推進流量策略與供給結構的協同優化。在品牌供給層面，品牌矩陣號迎來高速擴容，新開品牌店舖數量同比增長超過50.0%。在流量策略層面，我們通過興趣泛化、高價值用戶觸達和全域推薦鏈路優化，讓品牌經營更有效地承接了平台的高價值用戶。品牌供給與流量策略的雙向驅動，帶來了品牌商品的顯著曝光與高價值用戶的有效轉化，進而拉動了品牌商家高價值用戶MAC與GMV的同步增長。與此同時，我們去年四季度打造了T2000頭部品牌專項，圍繞該專項下的品牌的不同經營能力開展分層精細化運營，並通過打造品牌週活動有效提升了品牌自播活躍度、在用戶端建立更強、更持續的品牌認知。

2026年第三季度，在電商內容建設和達人運營方面，我們聚焦漲粉、真人開播頻次，圍繞內容供給質量持續優化達人生態結構。2026年第三季度，我們通過優化流量策略和落實專項治理舉措，引導匹配平台流量機制向優質創作者傾斜，為電商內容基本盤提供更健康的供給。我們亦繼續加深與頭部達人的合作，通過頭部達人VIP服務以及大場內容共建等舉措，穩定核心達人開播供給。同時，我們圍繞核心達人群體加大激勵力度，推動2026年第三季度該群體的開播頻次環比實現明顯提升。此外，我們繼續通過與外部服務商合作，擴展平台電商相關內容創作者的多樣性，豐富電商內容供給。

我們持續通過AI工具在電商經營鏈路上幫助商家提升運營效率。2026年第三季度，我們推出了面向電商中小商家的全託管AI運營方案，該方案整合了全鏈路AI工具，實現了一站式內容創作和分發，並分場域智能化助力電商中小商家提升運營效果，在2026年第三季度已經產生初步業務收益。

直播

2026年第三季度，直播業務收入為人民幣78億元，同比下降19.0%。我們加強供給側精細化運營，深耕主播與用戶關係培育，強化AI賦能內容互動創新，堅持推動直播生態長期健康發展。在供給側方面，我們持續推進***百川計劃***，通過拉新激勵與運營扶持，助力公會引入與培育，夯實內容供給基本盤。在獨立主播方面，我們以精細化運營強化主播服務，提升頭部獨立主播活躍度。內容生態方面，我們推出快手首檔主播音樂社交真人秀***向山而唱***，邀請快手原生頭部主播與明星於山野戶外場景中共同完成音樂舞台表演，探索以主播為主角的綜藝內容新形態，截至收官，節目直播觀看總人次達2.7億。

2026年第三季度，在直播用戶關係培育方面，我們從供給、產品與流量側多維發力，鼓勵主播深耕長期用戶陪伴，通過***粉絲農場***等創新玩法提升用戶付費轉化，並強化推薦策略中主播與用戶的長線匹配，推動直播生態可持續發展。在產品技術方面，***AI萬象***實現升級，上線了AI生成式互動玩法，將綜藝互動類輕遊戲引入直播場景，為用戶提供趣味化互動體驗，有效拓展觀眾與主播互動場景的邊界。

海外

2026年第三季度，我們持續深化高價值用戶經營與本地化生態建設，兼顧海外業務的增長質量與盈利能力，夯實可持續增長的業務基礎。流量增長與內容生態方面，我們進一步優化獲客效率與用戶增長結構，圍繞核心用戶需求豐富貼近本地生活的特色內容，深化內容消費與社區互動，鞏固高價值用戶基礎。海外線上營銷服務方面，我們強化AI驅動的營銷產品能力，探索AI輔助營銷素材創作與本地化適配，並通過精細化流量運營與投放策略優化，提升投放效率及效果穩定性。同時，我們繼續專注於挖掘短劇等創意內容的商業化潛力，推動內容生態與商業化能力協同發展。海外電商業務方面，2026年第三季度GMV與訂單量同比保持穩健增長。我們發揮短視頻達人生態對交易增長的帶動作用，圍繞本地消費需求優化商家與商品結構，以高質量供給帶動客單價提升，在持續拓展海外電商業務規模的同時，保持經營效率與盈利能力。

業務展望

展望2026年第四季度，短期經營環境依然充滿挑戰，消費者和營銷客戶的支出意願相對保守，市場競爭激烈。此外，我們的流量趨勢已出現疲軟，將進一步對我們的商業化能力造成壓力。我們在可靈AI及整體AI戰略上的持續投入，也將繼續帶來成本影響，並在短期內對盈利能力形成壓力。因此，2026年第四季度，我們的收入和盈利能力可能持續承壓。

為應對上述挑戰，我們將在核心業務上採取更加嚴格的成本管控和效率提升措施。基於對自身業務模式和長期發展前景的信心，我們將繼續通過現有資本回報舉措為股東創造回報。我們相信，良好的財務紀律和不斷增強的AI能力，將使我們能夠充分把握長期增長機遇，並為股東持續創造價值。

附註：
（1）2026年宣派的2025年末期股息。

電話會議信息

快手管理層將於2026年11月19日（星期四）北京時間晚上7:00（美國東部時間上午6:00）舉行電話會議，討論業績公告所載季度業績。

如欲參與電話會議，須通過鏈接預先登記：

中文專線（普通話）：

https://s1.c-conf.com/diamondpass/10057371-gn4am1.html

英文同聲傳譯專線（僅供聆聽）：
https://s1.c-conf.com/diamondpass/10057372-q7fgdts.html

參會者預先登記時可選擇中文專線或英文同聲傳譯專線。請注意，英文同聲傳譯專線僅供聆聽。完成登記後，參會者將會收到列有會議撥入詳情、密碼及專屬訪問PIN碼的電子郵件。參會者可使用相關訊息參與電話會議。參會者可在電話會議結束前，隨時登記。

電話會議演示材料詳情可於電話會議舉行前，在本公司投資者關係網站https://ir.kuaishou.com/zh-hant/news-events/events-presentations（「**投資者關係網站**」）查閱及下載。此外，電話會議結束後，投資者關係網站亦將提供電話會議（包括中文專線及英文同聲傳譯專線）的直播及存檔網絡廣播。

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 截至以下日期止九個月	
	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	**31,592**	35,535	35,554	**100,843**	103,208
銷售成本	**(16,376)**	(17,207)	(16,120)	**(50,050)**	(46,478)
毛利	**15,216**	18,328	19,434	**50,793**	56,730
銷售及營銷開支	**(9,483)**	(9,922)	(10,420)	**(29,738)**	(30,820)
行政開支	**(1,566)**	(895)	(688)	**(3,227)**	(2,413)
研發開支	**(5,178)**	(4,581)	(3,650)	**(13,380)**	(10,348)
其他收入	**85**	33	27	**363**	96
其他收益淨額	**291**	794	596	**1,906**	1,602
經營（虧損）/利潤	**(635)**	3,757	5,299	**6,717**	14,847
財務開支淨額	**(288)**	(258)	(40)	**(719)**	(118)
分佔按權益法入賬之投資的（虧損）/利潤	**(5)**	(2)	3	**(20)**	(7)
除所得稅前（虧損）/利潤	**(928)**	3,497	5,262	**5,978**	14,722
所得稅開支	**(31)**	(345)	(773)	**(880)**	(1,332)
期內（虧損）/利潤	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
以下人士應佔：					
—本公司權益持有人	**(961)**	3,146	4,488	**5,088**	13,388
—非控股權益	**2**	6	1	**10**	2

	(959)	3,152	4,489	**5,098**	13,390

簡明合併資產負債表

	未經審核 **截至2026年** **9月30日** ***人民幣百萬元***	經審核 截至2025年 12月31日 *人民幣百萬元*
資產		
非流動資產		
物業及設備	**34,424**	22,869
使用權資產	**9,807**	8,545
無形資產	**956**	986
按權益法入賬之投資	**122**	149
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**28,893**	23,747
衍生金融工具	**-**	353
按攤餘成本計量之其他金融資產	**-**	35
遞延稅項資產	**6,660**	5,585
長期定期存款	**7,918**	22,015
其他非流動資產	**5,406**	2,671
	94,186	86,955
流動資產		
貿易應收款項	**6,835**	8,127
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**10,831**	7,028
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**47,137**	42,323
衍生金融工具	**668**	1
按攤餘成本計量之其他金融資產	**-**	9
短期定期存款	**17,438**	8,630
受限制現金	**178**	251
現金及現金等價物	**27,591**	11,180
	110,678	77,549
資產總額	**204,864**	164,504

簡明合併資產負債表

	未經審核 **截至2026年** **9月30日** ***人民幣百萬元***	經審核 截至2025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	**260,331**	265,628
庫存股份	**(103)**	(602)
其他儲備	**39,894**	38,873
累計虧損	**(219,253)**	(224,341)
	80,869	79,558
非控股權益	**36**	26
權益總額	**80,905**	79,584

非流動負債		
借款	**14,673**	11,098
衍生金融工具	**1,025**	30
租賃負債	**8,492**	5,977
遞延稅項負債	**167**	241
贖回金融負債	**15,359**	-
其他非流動負債	**146**	39
	39,862	17,385
流動負債		
應付賬款	**24,870**	27,209
其他應付款項及應計費用	**37,124**	29,160
客戶預付款	**5,403**	4,848
借款	**12,638**	1,968
所得稅負債	**494**	388
租賃負債	**3,568**	3,962
	84,097	67,535
負債總額	**123,959**	84,920
權益及負債總額	**204,864**	164,504

按分部劃分的財務資料

	未經審核 截至以下日期止三個月											
	2026年9月30日				2026年6月30日				2025年9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	**30,327**	**1,265**	**-**	**31,592**	34,356	1,179	-	35,535	34,400	1,154	-	35,554
經營利潤/（虧損）	**420**	**(23)**	**(1,032)**	**(635)**	3,733	(25)	49	3,757	5,391	(64)	(28)	5,299

	未經審核 截至以下日期止九個月							
	2026年9月30日				2025年9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	**97,237**	**3,606**	**-**	**100,843**	99,439	3,769	-	103,208
經營利潤/（虧損）	**7,246**	**(79)**	**(450)**	**6,717**	15,137	(17)	(273)	14,847

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 截至以下日期止九個月	
	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（虧損）/利潤	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
調整項目：					
以股份為基礎的薪酬開支	**1,408**	778	651	**2,719**	1,971
投資公允價值變動淨額(1)	**293**	(17)	(154)	**212**	(177)
贖回金融負債的財務成本(2)	**48**	-	-	**48**	-
經調整利潤淨額	**790**	3,913	4,986	**8,077**	15,184
期內（虧損）/利潤	**(959)**	3,152	4,489	**5,098**	13,390
調整項目：					
以股份為基礎的薪酬開支	**1,408**	778	651	**2,719**	1,971
投資公允價值變動淨額(1)	**293**	(17)	(154)	**212**	(177)
所得稅開支	**31**	345	773	**880**	1,332
物業及設備折舊	**1,946**	1,745	1,031	**5,055**	2,698
使用權資產折舊	**872**	845	802	**2,516**	2,401
無形資產攤銷	**15**	16	21	**47**	69
財務開支淨額	**288**	258	40	**719**	118
經調整EBITDA	**3,894**	7,122	7,653	**17,246**	21,802

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。

(2) 贖回金融負債的財務成本指應計非現金利息開支，反映北京可靈根據就增資向其投資者授予的回購權所承擔的附條件股權回購義務所附帶的年度回報。