



## 快手科技發佈2023年第三季度未經審核財務業績

2023.11.21

香港，2023年11月21日 /美通社/ -- 領先的內容社區及社交平台，快手科技（香港聯交所港幣櫃檯股票代碼：01024/人民幣櫃檯股票代碼：81024）（簡稱「本公司」或「快手」），今日發佈截至2023年9月30日止未經審核的第三季度及九個月合併業績。

### 2023年第三季度業績摘要

- 快手應用平均日活躍用戶為3.866億，較去年同期3.634億增長6.4%。
- 快手應用平均月活躍用戶為6.847億，較去年同期6.260億增長9.4%。
- 電商商品交易總額<sup>(1)</sup>為人民幣2,902億元，較去年同期的人民幣2,225億元增長30.4%。
- 總收入為人民幣279億元，較去年同期的人民幣231億元增長20.8%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比52.6%，直播業務佔比34.8%，其他服務佔比12.6%。
- 毛利為人民幣145億元，較去年同期的人民幣107億元增長35.0%。毛利率較去年同期的46.3%增長至2023年第三季度的51.7%。
- 期內利潤為人民幣22億元，去年同期錄得期內虧損人民幣27億元。經調整利潤淨額<sup>(2)</sup>為人民幣32億元，去年同期錄得經調整虧損淨額<sup>(2)</sup>人民幣672百萬元。
- 國內分部經營利潤<sup>(3)</sup>自去年同期的人民幣375百萬元增加至人民幣32億元。

快手聯合創始人兼首席執行官程一笑先生表示：「2023年第三季度，我們的業務持續擴張，盈利能力穩步增長。這得益於我們核心業務收入增長和ROI的持續提升，以及我們對運營效率的戰略關注。第三季度，我們在獲客拉新和用戶留存層面取得顯著進展，社區活躍度持續上升，其中日活躍用戶數和月活躍用戶數分別達到了3.866億和6.847億的歷史新高，同比分別增長6.4%和9.4%。我們將繼續在快手強大的內容生態中培育高質量增長，在不同的用戶場景中整合更多盈利機會，同時通過更加多元化的內容和先進的技術能力，來豐富我們的生態系統。展望未來，我們將進一步推動創新，探索新的增長點，塑造行業格局，並賦能內容創作者、營銷客戶和商家，鞏固快手作為領先的內容社區及社交平台的核心理地位，也為我們的股東和生態系統夥伴開辟了更加光明的未來前景。」

### 2023年第三季度財務回顧

線上營銷服務收入由2022年同期的人民幣116億元增加26.7%至2023年第三季度的人民幣147億元，主要是由於平台流量增長、多元化的產品組合及基於行業屬性的精細化運營，推動了營銷客戶數量增加。

直播業務收入由2022年同期的人民幣89億元增加8.6%至2023年第三季度的人民幣97億元，得益於我們豐富的內容供給和持續優化的直播生態系統。

其他服務收入由2022年同期的人民幣26億元增加36.6%至2023年第三季度的人民幣35億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商商品交易總額的增加。電商商品交易總額增加是由於活躍商家數量和電商活躍付費用戶數量增加，以及精細化運營策略。

### 2023年第三季度其他主要財務資料

經營利潤為人民幣22億元，去年同期錄得經營虧損人民幣26億元。

經調整EBITDA<sup>(4)</sup>自去年同期的人民幣10億元增加至人民幣50億元。

可利用資金總額<sup>(5)</sup>於2023年9月30日為人民幣554億元。

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/（虧損）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/（虧損）。
- (3) 未分攤項目包括以股份為基礎的薪酬開支、其他收入以及其他收益/（虧損）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期內經調整利潤/（虧損）淨額。
- (5) 可利用資金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

2023年第三季度，我們繼續推動健康及可持續運營增長，擴大我們的用戶、內容創作者、營銷客戶及商家的規模。我們在生態系統中整合更多的商業場景並優化我們的運營效率，各業務均得到顯著提升，取得優異的財務增長。2023年第三季度，我們實現集團層面人民幣22億元的利潤淨額及人民幣32億元的經調整利潤淨額。相應我們的經調整淨利率達11.4%。

我們的盈利能力提升得益於線上營銷、電商及直播等核心業務分部收入的強勁增長，以及我們為提高運營效率而不斷進行的優化。例如，我們通過利用

先進技術不斷提高服務器及帶寬利用效率，我們的服務器及帶寬成本佔收入百分比在過去數個季度中持續下降。為進一步優化我們的成本效率，我們還於2023年7月完成了位於內蒙古烏蘭察布的自有數據中心 — 快手智能雲數據中心的第一階段建設。作為中國最大的大數據及人工智能數據中心之一，我們自有的超大規模數據中心設計容納高達30萬台服務器，支持我們業務的快速增長，推進我們的持續發展目標。

## 用戶及內容生態系統

2023年第三季度，憑藉高效的用戶增長策略、豐富的優質內容供給和持續優化的算法，我們的用戶規模和平台流量實現了高質量的增長。2023年第三季度快手應用的平均日活躍用戶同比增長6.4%，達到歷史新高的3.866億。同時，平均月活躍用戶同比增長9.4%，達到歷史新高的6.847億。2023年第三季度每位日活躍用戶日均使用時長達到129.9分鐘，用戶總時長同比增長6.9%。

我們日益重視用戶增長的效率和質量，使得2023年第三季度單位用戶的獲客成本同環比繼續下降，並實現了ROI的持續改善。具體來說，我們進一步加大了包括短劇在內的優質原生內容的渠道投放力度，取得了較好的用戶留存。同時，通過**夏日星願派對**等優質內容垂類的運營活動，在獲取新用戶的同時提升現有用戶的活躍度。此外，我們還積極探索新獲客渠道，例如通過高校公益課程直播觸達年輕用戶群體。

我們一直致力於打造差異化的社交平台，培養用戶的社交心智，截至2023年第三季度末，快手應用互關用戶對數達322億，同比增長近40%。此外，2023年第三季度的快手應用日均互動（包括點贊、評論、轉發和私信等）總量超90億次。

我們鼓勵優質原生內容，扶持更多元的內容垂類建設，打造具有快手特色的優質內容。在體育垂類方面，作為杭州第19屆亞運會（**「亞運會」**）持權轉播商及官方短視頻分享平台，快手以豐富的亞運會內容、新穎的互動玩法和硬核的直播技術，為用戶打造了全景觀亞運會新模式。亞運會賽事期間，平均每日觀看亞運會相關內容的用戶數達2.3億，視頻播放量達531億。在短劇方面，暑期檔共上線85部**星芒計劃**短劇，播放量破億的短劇數量也達到了21部，內容涵蓋古風、青春、都市和家庭多種題材。在夯實打造爆款短劇能力的同時，我們的短劇營銷能力也逐步升級，2023年第三季度，**星芒計劃**短劇招商收入環比提升超10倍。

在搜索業務方面，我們上線了**快手AI對話**功能，這是中國短視頻和直播行業首個基於大語言模型落地的智能問答產品，在搜索場景為用戶帶來智能問答和文本創作等新功能，提升用戶的智能化搜索體驗。2023年第三季度，平均月度使用快手搜索的用戶超4.7億，日均總搜索次數超6億次，峰值破7億次。我們加速搜索服務的商業化變現，2023年第三季度，搜索營銷收入也同比增長超120%。

## 線上營銷服務

2023年第三季度，儘管宏觀經濟和營銷客戶的信心恢復仍然面臨一定挑戰，但我們憑藉商業化產品升級、技術及算法能力建設，並深化細分垂直行業運營，線上營銷收入取得了不錯的增長。2023年第三季度，線上營銷服務收入達到147億元，同比增長26.7%，佔總收入的52.6%，同時2023年第三季度活躍營銷客戶數量同比增長超140%。

2023年第三季度，外循環效果類營銷服務持續恢復，收入同比增長率環比2023年第二季度提升，特別是在傳媒資訊、教育培訓等行業取得了不錯的進展。我們深化行業精細化運營，以教育培訓行業為例，我們挖掘了部分快手優勢人群的需求，撬動營銷客戶的投放預算。我們加強原生推廣素材投放力度，給用戶帶來更好內容消費體驗的同時，也給營銷客戶帶來更好的轉化效果，2023年第三季度，外循環原生推廣素材投放消耗環比提升超30%。此外，我們推動AIGC營銷素材製作產品上線，提升營銷客戶的營銷素材製作效率，並極大降低了製作成本。在品牌營銷方面，我們依托亞運會賽事定製招商項目，探索更貼合營銷客戶個性需求的品牌營銷策劃，通過場景化的多元定製IP項目，借助流量、內容和達人生態等方面的優勢，為品牌營銷客戶打開營銷增長空間。以中國移動為例，圍繞「亞運+科技」核心，我們為其打造了**全民冠軍夢，亞運移起行**項目，歷經全國6個城市，線下線上結合，實現超9.6億曝光量。

受益於電商業務規模的持續擴張，2023年第三季度內循環營銷服務收入繼續保持強勁增長。具體來說，我們專注在客戶結構、流量協同和效率提升等方面。客戶結構方面，我們重視中小商家在快手生態的成長，逐步完善中小商家客戶培育和牽引體系，從流量和運營方面給中小商家更多政策支持。我們的全站推廣產品有效加強了營銷流量和電商流量的協同，放大了商家全域流量投流的長期價值，2023年第三季度全站推廣營銷客戶的消耗環比提升近5倍。在提升效率方面，我們通過智能化託管產品升級，提升中小商家投流穩定性，尤其通過直播託管和商品託管提升商家ROI，使中小商家出坡躍遷機會增大，在快手上的投流意願進一步增強。2023年第三季度，營銷客戶通過直播託管進行營銷投放的消耗環比提升超9倍。

## 電商

2023年第三季度，我們繼續豐富供給，通過精細化運營提升買家轉化效率，GMV遠超行業增長，同比增速約30%。

供給方面，2023年第三季度，新入駐商家數保持高位。同時，通過更精細化的商家分級運營體系及扶持政策提升開播率，月均動銷商家同比增長約50%。我們在重點14城產業帶引入高潛商家，提供實操課程，助力商家快速完成躍遷出坡。品牌方面，我們通過奧萊店、專營店等多渠道供給拓寬品牌豐富度，新增品牌數量持續高速增長。我們充分利用**川流計劃**及品牌流量專項，優化品牌獲取流量能力，同時不斷提升平台流量匹配效率，通過打造品牌特賣等營銷IP，進一步強化用戶心智，提升轉化效率。2023年第三季度，包含快品牌在內的品牌商品GMV同比進一步提升。

達人方面，我們更加關注生態健康度。拓展短視頻和泛貨架場域，降低達人經營門檻，持續建設分銷庫，提升選品效率，更加精細化運營中腰部及長尾達人的成長、躍遷鏈路。腰部及長尾達人佔整體達人GMV比例從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、店鋪體驗分和達人帶貨口碑分，發揮優勝劣汰的重要作用，幫助優質商家獲得流量加持，降低落後商家的曝光。我們不斷優化評分體系，引入更多正向指標，希望能更大程度上影響用戶的購物決策，強化用戶對平台的信任，提升轉化效率，加強複購頻次。算法優化層面，通過全域建模，提升電商全域流量規模和流量效率，同時持續推進店鋪分和達人口碑分的算法權重，實現電商內容和服務的提優去劣。

在電商服務場域拓展方面，我們進一步強化短視頻及泛貨架場景。我們持續提升短視頻電商內容質量及轉化效率，結合直播高光切片，2023年第三季度短視頻GMV同比超翻倍增長，連續五個季度持續提升。泛貨架場域中，我們持續優化用戶搜索體驗，有電商意圖的日搜索用戶峰值環比提升25%，突破1億，同時，2023年第三季度搜索GMV同比提升近70%。商城方面，我們拓展買家首頁及首頁商城頁流量規模，並通過商品詳情內容化等差異化

策略提升支付率；通過商城與內容場深度融合，精細化貨盤運營，嘗試深度挖掘和聚集買家需求定向招商。我們也在不斷探索新的營銷運營場景，為商家提供更確定性的經營場域。2023年第三季度商城GMV環比持續提升，泛貨架整體GMV佔比接近20%。

供給和生態的不斷繁榮，進一步撬動用戶需求。2023年第三季度我們的月均買家數量接近1.2億，在二季度旺季的基礎上，絕對值及滲透率環比均有提升。在智能補貼效率優化、渠道治理、用戶成長專項等措施的加持下，平台用戶質量尤其是新客用戶的質量有顯著提升，月下單頻次同比穩定增長。

## 直播

2023年第三季度，直播業務收入同比增長8.6%至人民幣97億元，這得益於我們直播優質供給持續提升、用戶消費體驗更好、以及直播生態的持續優化。在供給側，我們搭建了區域公會運營體系，提升運營精細化程度，助力公會內部經營能力提升，同時帶動主播拉新及中小主播的優質內容供給。2023年第三季度，公會簽約主播數量同比提升超過40%，主播日均直播時長同比提升近30%。同時，我們不斷拓展多元化供給，依託娛樂直播場景開發創新工具，通過直播開放平台引入優質開發者，同時降低主播開播門檻；結合站內外行業生態，我們提升宮格多人直播的供給，提供更多優質內容。

我們堅定建設長期健康可持續的直播生態，持續推進優質內容垂類與主播培養。今年9月發起**國藝傳承計劃**，面向全站曲藝、民樂、民間技藝等品類主播，通過千萬流量扶持及專業培訓，持續打造快手傳統文化IP符號。同時，我們不斷推進虛擬人直播等AIGC落地場景，賦能實時捕捉、特效道具、虛擬互動等底層技術能力，在降低人力和時間成本的同時提升業務創新性探索的效率。此外，作為「直播+」模式賦能傳統行業的典例，受到暑假及秋招帶動，2023年第三季度**快聘**業務的日均簡歷投遞次數同比增長超過200%，同時通過AIGC、智能客服降低商家進入門檻。截至2023年第三季度末，**理想家**業務已經覆蓋全國超120個城市，2023年第三季度累計房產交易額超人民幣140億元。

## 海外

2023年第三季度，我們持續推進核心市場區域的聚焦戰略，核心市場的DAU和時長同比穩步提升。我們持續提升娛樂、體育等多元化內容垂類供給，給予中腰部創作者更多流量傾斜；同時深度本地化運營，有針對性地滿足本地用戶的消費需求。在此基礎上，我們深化變現，持續提升運營效率，用戶增長費用同比大幅降低。2023年第三季度海外業務收入達到人民幣6.52億元，同比增長超2倍。通過持續優化運營效率，2023年第三季度海外業務整體經營虧損同比減少62.4%，環比經營虧損也進一步收窄。

線上營銷服務方面，海外業務聚焦重點行業，優化營銷匹配效率，撬動不同層級人群的商業化潛力。在2023年第三季度，海外營銷客戶數量環比增長超200%，在高速拓客的同時保證客戶質量不斷提升。同時，我們優化品牌營銷鏈路，提升廣告庫存，營銷資源拓展至更多知名品牌。直播業務方面，海外持續推進本地化運營，深度挖掘高價值付費用戶，2023年第三季度直播付費用戶滲透率持續提升。

## 企業社會責任

快手持續致力於建設維護一個普惠公平的線上數字社區，而鄉村是社區的重要組成部分。2023年9月，快手召開**追光大會**，大會以助力鄉村振興為目標，聚焦數字青年主播的人才培育、就業創業和產業發展等議題。在大會上，快手宣佈發起村播**繁星計劃**，未來三年將投入人民幣100億元流量和人民幣5,000萬元現金，培育100萬村播和1,000名鄉村創業者，為超160個國家重點幫扶縣輸送人才。我們相信，這些舉措將為鄉村人才和產業發展注入活力，促進中國鄉村市場的可持續發展，讓更多鄉村人口加入我們的數字社區。

## 關於快手

快手作為領先的內容社區及社交平台，其使命是成為全球最癡迷於為客戶創造價值的公司。快手堅持不懈，專注為客戶提供服務，並通過持續創新和優化其產品與服務為客戶創造價值。在快手，任何用戶都可以通過短視頻和直播來記錄和分享他們的生活，呈現和發揮所長。透過與內容創作者和企業緊密合作，快手提供的產品和服務可滿足用戶自然產生的各種需求，包括娛樂、線上營銷服務、電商、網絡遊戲、在線知識共享等。

## 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](mailto:ir@kuaishou.com)

	未經審核			未經審核	
	截至以下日期止三個月			截至以下日期止九個月	
	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	27,948	27,744	23,128	80,909	65,890
銷售成本	(13,495)	(13,810)	(12,425)	(40,810)	(36,635)
毛利	14,453	13,934	10,703	40,099	29,255
銷售及營銷開支	(8,939)	(8,636)	(9,130)	(26,298)	(27,381)
行政開支	(898)	(945)	(1,060)	(2,762)	(2,887)
研發開支	(2,967)	(3,155)	(3,533)	(9,042)	(10,338)
其他收入	434	113	687	599	1,097
其他收益/(虧損)淨額	128	(15)	(280)	213	(1,061)
經營利潤/(虧損)	2,211	1,296	(2,613)	2,809	(11,315)
財務收入淨額	135	158	69	404	59
分佔按權益法入賬之投資的虧損	(26)	(18)	(31)	(58)	(112)
除所得稅前利潤/(虧損)	2,320	1,436	(2,575)	3,155	(11,368)
所得稅(開支)/收益	(138)	45	(137)	(368)	(774)
期內利潤/(虧損)	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)
以下人士應佔：					
—本公司權益持有人	2,181	1,480	(2,713)	2,788	(12,143)
—非控股權益	1	1	1	(1)	1
	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)

#### 簡明合併資產負債表

	未經審核	經審核
	截至2023年	截至2022年
	9月30日	12月31日
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
<b>資產</b>		
<b>非流動資產</b>		
物業及設備	12,115	13,215
使用權資產	10,112	10,806
無形資產	1,095	1,123
按權益法入賬之投資	239	268
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	5,929	3,626
按攤餘成本計量之其他金融資產	592	670
遞延稅項資產	5,647	5,095
長期定期存款	8,868	7,870
其他非流動資產	402	776
	44,999	43,449
<b>流動資產</b>		
貿易應收款項	5,687	6,288
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	4,433	4,106
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	20,294	13,087
按攤餘成本計量之其他金融資產	826	726
短期定期存款	10,320	8,318

受限制現金	90	59
現金及現金等價物	11,272	13,274
	<u>52,922</u>	<u>45,858</u>
<b>資產總額</b>	<b><u>97,921</u></b>	<b><u>89,307</u></b>

	未經審核 截至2023年 9月30日 人民幣百萬元	經審核 截至2022年 12月31日 人民幣百萬元
<b>權益及負債</b>		
<b>本公司權益持有人應佔權益</b>		
股本	-	-
股本溢價	274,206	274,473
庫存股份	(45)	-
其他儲備	32,797	29,239
累計虧損	(261,094)	(263,882)
	<u>45,864</u>	<u>39,830</u>
<b>非控股權益</b>	<u>7</u>	<u>8</u>
<b>權益總額</b>	<b><u>45,871</u></b>	<b><u>39,838</u></b>

#### 負債

##### 非流動負債

租賃負債	8,184	8,721
遞延稅項負債	19	23
其他非流動負債	9	16
	<u>8,212</u>	<u>8,760</u>

##### 流動負債

應付賬款	20,263	22,868
其他應付款項及應計費用	15,602	10,190
客戶預付款	3,975	3,240
所得稅負債	741	936
租賃負債	3,257	3,475
	<u>43,838</u>	<u>40,709</u>

<b>負債總額</b>	<b><u>52,050</u></b>	<b><u>49,469</u></b>
-------------	----------------------	----------------------

<b>權益及負債總額</b>	<b><u>97,921</u></b>	<b><u>89,307</u></b>
----------------	----------------------	----------------------

#### 按分部劃分的財務資料

2023年9月30日

未經審核  
截至以下日期止三個月  
2023年6月30日

2022年9月30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	27,296	652	-	27,948	27,297	447	-	27,744	22,939	189	-	23,128
經營利潤/(虧損)	3,155	(635)	(309)	2,211	3,034	(780)	(958)	1,296	375	(1,687)	(1,301)	(2,613)

未經審核  
截至以下日期止九個月

	2023年9月30日				2022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	79,472	1,437	-	80,909	65,550	340	-	65,890
經營利潤/(虧損)	7,152	(2,238)	(2,105)	2,809	(1,075)	(5,139)	(5,101)	(11,315)

非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量之對賬

	未經審核			未經審核		
	截至以下日期止三個月			截至以下日期止九個月		
	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	
	人民幣百萬元			人民幣百萬元		
期內利潤/(虧損)	2,182	1,481	(2,712)	2,787	(12,142)	
加：						
以股份為基礎的薪酬開支	871	1,056	1,708	2,917	5,137	
投資公允價值變動淨額 <sup>(1)</sup>	120	157	332	205	1,299	
經調整利潤/(虧損)淨額	<u>3,173</u>	<u>2,694</u>	<u>(672)</u>	<u>5,909</u>	<u>(5,706)</u>	
經調整利潤/(虧損)淨額	3,173	2,694	(672)	5,909	(5,706)	
加：						
所得稅開支/(收益)	138	(45)	137	368	774	
物業及設備折舊	1,029	978	810	2,971	2,321	
使用權資產折舊	737	808	780	2,333	2,446	
無形資產攤銷	38	39	37	115	103	
財務收入淨額	<u>(135)</u>	<u>(158)</u>	<u>(69)</u>	<u>(404)</u>	<u>(59)</u>	
經調整EBITDA	<u>4,980</u>	<u>4,316</u>	<u>1,023</u>	<u>11,292</u>	<u>(121)</u>	

附注：

- (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。

