



快手科技發佈2026年第二季度及中期未經審核財務業績

2026.08.19

香港，2026年8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6月30日止三個月及六個月的未經審核合併業績。

2026年第二季度業績摘要

- 快手應用平均日活躍用戶為4.123億，較去年同期4.089億增長0.8%。
- 快手應用平均月活躍用戶為7.973億，較去年同期7.148億增長11.5%。
- 總收入為人民幣355億元，較去年同期的人民幣350億元增長1.4%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比58.1%，直播業務佔比24.5%，其他服務佔比17.4%。
- 毛利為人民幣183億元，去年同期為人民幣195億元。毛利率為51.6%，去年同期為55.7%。
- 期內利潤為人民幣32億元，去年同期為人民幣49億元。經調整利潤淨額⁽¹⁾為人民幣39億元，去年同期為人民幣56億元。
- 國內分部經營利潤⁽²⁾為人民幣37億元，去年同期為人民幣54億元。海外分部經營虧損⁽²⁾為人民幣25百萬元，去年同期為經營利潤人民幣19百萬元。

2026年上半年業績摘要

- 快手應用平均日活躍用戶為4.125億，較去年同期4.085億增長1.0%。
- 快手應用平均月活躍用戶為7.845億，較去年同期7.133億增長10.0%。
- 總收入為人民幣693億元，較去年同期的人民幣677億元增長2.4%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比58.2%，直播業務佔比24.8%，其他服務佔比17.0%。
- 毛利為人民幣356億元，去年同期為人民幣373億元。毛利率為51.4%，去年同期為55.1%。
- 期內利潤為人民幣61億元，去年同期為人民幣89億元。經調整利潤淨額⁽¹⁾為人民幣73億元，去年同期為人民幣102億元。
- 國內分部經營利潤⁽²⁾為人民幣68億元，去年同期為人民幣97億元。海外分部經營虧損⁽²⁾為人民幣56百萬元，去年同期為經營利潤人民幣47百萬元。
- 截至2026年6月30日止六個月及直至2026年8月19日，本公司於聯交所以總價款19.7億港元合共購回43,302,200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年第二季，我們持續發揮AI策略價值，在複雜的宏觀環境下，實現了穩健的財務與營運表現。我們加速推動AI技術在內容生態、線上營銷、電商及內部組織賦能等場景的深度融合，有效提升了用戶體驗與商業效率。本季度，快手應用的日均活躍用戶達到4.123億，總營收達355億元人民幣。在堅定AI技術投入的同時，我們的經調整淨利達到人民幣39億元，經調整淨利潤率達11.0%，盈利能力保持健康水準，經營韌性進一步凸顯。在AI技術創新方面，第二季度我們推出了可靈3.0 Turbo模型，鞏固了可靈AI在全球視頻生成產業的領導地位。同時，可靈AI的商業化變現保持高速增長，2026年第二季度，可靈AI營業收入超過8.5億元人民幣，同比增長逾200.0%。展望未來，我們將持續深化AI技術與業務場景的融合，通過不斷的技术創新與生態建設，我們始終致力於滿足用戶不斷變化的需求，並為股東創造可持續的長期價值。」

2026年第二季度財務回顧

線上營銷服務收入由2025年同期的人民幣198億元增加4.4%至2026年第二季度的人民幣206億元，主要是由於我們提供基於場景的營銷素材生產能力以滿足不同行業及客戶的需求，推動線上行銷消耗增加。

直播業務收入由2025年同期的人民幣100億元減少13.5%至2026年第二季度的人民幣87億元，是由於我們持續努力以建立一個豐富及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2025年同期的人民幣52億元增加18.5%至2026年第二季度的人民幣62億元，主要是由於我們可靈AI業務的增長。可靈AI業務的增長主要是由於先進的AI技術及卓越的產品性能。

2026年第二季度其他主要財務資料

經營利潤為人民幣38億元，去年同期為人民幣53億元。

經調整EBITDA⁽³⁾為人民幣71億元，去年同期為人民幣77億元。

可利用資金總額⁽⁴⁾截至2026年6月30日為人民幣1,213億元。

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及投資公允價值變動淨額調整的期內利潤。
- (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經調整利潤淨額。
- (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年第二季度，面對複雜的宏觀經濟環境和行業競爭，我們堅持長期主義，堅定AI戰略投入，實現了高質量增長。2026年第二季度，快手應用的平均日活躍用戶達到412.3百萬，總收入同比增長1.4%至人民幣355億元，其中，包含線上營銷服務和以電商及**可靈AI**為主的其他服務在內的核心商業收入，同比增長達7.4%。經調整利潤淨額為人民幣39億元，經調整淨利潤率為11.0%，公司整體盈利能力相對穩定，經營韌性進一步凸顯。

AI業務

2026年第二季度，可靈AI繼續踐行「讓每個人都能用AI講好故事」的願景，通過前沿的模型能力突破、專業的產品功能升級以及國際化的創意生態拓展，進一步鞏固其在多模態視頻生成大模型的全球領先地位。

在模型與產品層面，可靈AI在可靈AI 3.0系列模型中正式推出原生4K視頻直出功能，這是業內首個支持原生4K直出的視頻生成模型，支持一鍵生成院線級質感4K視頻。該功能面向影視、廣告等專業客戶，可在無需複雜後期處理的情況下，直接輸出高分辨率畫面，實現影視工業級視覺效果。同時，可靈AI推出可靈3.0 Turbo模型，在保證穩定動態高質量輸出與精準音畫同步的同時，大幅提升創作效率並降低創作成本。此外，**可靈MCP (Model Context Protocol)**與**可靈CLI (Command Line Interface)**正式上線，實現了讓AI智能體 (AI agents) 調度可靈AI進行批量作品創作的功能，進一步拓展了可靈AI在工作流自動化與智能編排場景中的應用。

可靈AI持續以一體化的視頻創作能力賦能專業創作，其技術創新與創作成果在行業內獲得廣泛認可。在**2026戛納國際創意節**上，兩部由可靈AI生成的廣告影片獲得一座銀獅獎及兩座銅獅獎，顯示了可靈AI的創作能力得到了全球頂級創意評獎體系的認可。在**2026北京國際電影節**上，包括《**紙手機**》在內的多部使用可靈AI創作的作品入圍AIGC單元。由劉慈欣擔任文學監製的《**神·筆**》榮獲短視頻單元「短劇/微短劇年度關注作品」，充分展現了可靈AI在賦能專業影視製作方面的實力。

在模型能力的突破、產品功能持續完善以及應用場景滲透深化的推動下，可靈AI的商業化保持強勁增長態勢。2026年第二季度，可靈AI營業收入超過人民幣8.5億元，同比增長超過200.0%，持續引領全球AI視頻生成行業的商業化進程。

2026年第二季度，我們在通用大模型的研究和應用上繼續取得穩健進展。我們發佈了升級版本的多模態大模型**Keye-VL-2.0-30B-A3B**，成功解鎖了256K超長上下文的深度感知，同時在長視頻時序感知上實現了幾乎無損的推理能力。我們面向工業推薦系統推出了自主迭代AI智能體**AgentX**，讓推薦系統自主完成推薦模型及策略設計、效果評估與經驗沉澱，大幅提升推薦算法迭代效率。

作為大模型技術應用的一部分，我們在線上營銷服務場景構建了場景化的營銷素材生產agent能力，根據不同行業和客戶的需求，提供最適合的營銷素材生成能力，2026年第二季度，我們實現AIGC短視頻營銷素材的投放消耗同比增長超過70%。我們將生成式推薦大模型和智能出價大模型繼續擴展到直播、搜索、泛貨架電商等更廣泛的場景，提升營銷素材推薦效果，撬動客戶營銷預算。2026年第二季度，在組織提效和賦能方面，快手自研的通用agent產品**MyFlicker**完成了重要內部系統的技能(skill)化集成，並被員工廣泛使用。2026年6月，快手員工使用自研的AI agent產品的人數佔比超過92.0%，研發技術人員的AI代碼貢獻率達到了60.0%。同時，**快手魔掌**作為企業級大模型服務與開發平台，集成高性能模型推理、低成本模型定製與全託管服務，除支持快手內部AI使用場景之外，也為眾多外部企業客戶提供大模型基礎設施服務。

用戶及內容生態系統

2026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412.3百萬及797.3百萬。在新用戶獲取方面，我們通過AI驅動的智能化投放手段，提升用戶獲取效率，同時提高了新增和回流用戶的整體留存。我們通過迭代流量分配體系，更好地保障高活躍的核心用戶的體驗。我們持續完善社交功能，2026年第二季度的雙欄私信用戶數同比增加超過15.0%；同時亦著力於改善快手應用的基礎功能，在產品功能、視頻播放流暢度及智能化交互等維度實現系統性優化，全方位提升用戶體驗。

我們始終堅信社區的力量，持續強化體現快手社區內核的差異化優質內容生態系統。2026年6-7月，我們圍繞世界杯這一社會熱點事件，打造了原生**IP 快手鐵力神杯**，除了做好熱點及資訊內容外，我們還推出了**快手象牙山足球大賽**、**逐夢少年足球賽**等多個原創系列活動，通過熱點話題運營、趣味互動及全民共創，打造了一個快手平台用戶都能參與、投入和表達其熱情的全新體育主場。活動相關內容在快手應用的總曝光達到682億，該等活動的直播累計觀看人次近3.6億。

我們深化版權內容的創新合作機制，以版權聯運的模式為用戶帶來更多高價值的內容消費。我們以電商帶貨的模式引入2026賽季CBA直播版權。此外，我們將付費直播模式引入到線上音樂演出，在2026年4月推出**TOP登陸少年組合**演唱會，實現單場銷售額超過1千萬人民幣，達成了內容與商業的共贏。同時，該模式也帶動了群眾自辦體育賽事，特別是在中國西北地區形成了區域性規模效應。

線上營銷服務

2026年第二季度，線上營銷服務收入達到人民幣206億元，同比增長4.4%。我們的非電商營銷服務在內容消費、生活服務及AI應用行業持續拓展，電商營銷服務在全域流量融合與品牌商家專項下顯示出韌性，同時，通過應用AI技術，我們進一步深化了AI在線上營銷服務全流程中的應用。

2026年第二季度，內容消費、生活服務及AI應用行業驅動非電商營銷服務收入同比持續增長。在內容消費行業，AI降低了內容生產成本及創作門檻，推動短劇內容供給快速增長，覆蓋更多元的用戶內容偏好，從而進一步豐富平台內容生態並帶動了相關營銷需求。截至2026年6月，快手平台上包括真

人短劇和AI短劇在內的短劇的供給量，相較於2026年1月增長超5倍；2026年第二季度，短劇線上營銷服務總投放消耗同比增長超100.0%。在生活服務行業，我們持續深耕綜合服務、本地服務等細分行業，探索細分行業的增量空間。同時，通過優化深度轉化能力、完善線索全棧營銷解決方案，並推出用戶探索AI agent，幫助客戶更有效地識別高意向用戶，提升線索質量及後續轉化效率。在AI應用行業，我們與客戶緊密合作，以更好提升投放與應用內承接的一致性，幫助客戶改善用戶留存及轉化效果，從而進一步鞏固我們在AI應用客戶預算承接中的競爭力。

2026年第二季度，在電商營銷服務方面，我們持續加強電商及線上營銷業務的全域流量協同，致力提升商家與流量的匹配效率。我們對商家進行更精細化的分層分類和運營，針對不同類型商家的核心需求，定製差異化的產品策略；同時，我們從素材供給層面著手，積極採取治理措施，通過扶持首發素材及提升推薦多樣性，有效優化了電商營銷的素材結構，使優質內容能更有效地觸達目標流量，同時進一步優化長期商業生態。在宏觀消費與商家經營仍面臨挑戰的環境下，我們堅定為優質商家提供流量支持。我們自2025年第四季度推出的**T2000品牌專項**已初見成效，T2000品牌商家的營銷投放於2026年第二季度的增長速度超越整體電商營銷服務大盤增速，其對線上營銷收入的貢獻佔比持續提升。在電商營銷產品方面，**淨成交ROI**產品持續升級，通過完善全場景淨成交出價能力，以及持續迭代出價機制與模型策略，其客戶滲透率已由2026年第一季度的45.0%提升至2026年第二季度的55.0%，有效幫助商家降低產品退貨率。

2026年第二季度，我們持續優化AI在具體行業場景中的落地應用，進一步提升了客戶的營銷投放效率，並增強了我們對行業營銷預算的承接能力。在內容消費場景，AI通過內容理解、人群匹配、智能投放及變現策略優化，幫助優質內容更高效地觸達潛在用戶。在生活服務場景，AI能力重點應用於營銷素材生成、數字人直播、對話式經營、人群意向識別及深度轉化預估等環節，協助商家降低內容創作、投放操作及人工客服等方面的成本。

電商

2026年第二季度，我們延續聚焦付費買家增長、供給引入以及電商與商業化流量深度融合的三大核心領域的電商戰略方向，著力優化商家生態及結構，強化品牌和新商引入與培育，推動電商與電商營銷服務產生更大協同效應。2026年第二季度，我們關注高質量用戶數量的增長，電商活躍付費買家數環比基本保持穩定。隨著用戶的全域消費習慣逐步形成，我們強化自身私域優勢的同時，打通各場域的流量，使得內容種草、貨架承接以及店鋪復購日益相互強化，逐步形成一個正向增長循環。2026年第二季度，我們進一步提升跨場域協同效率和優化補貼效率，推動內容場和泛貨架場均衡發展。

2026年第二季度，在供給側，我們持續推進新商引入和品牌擴容，圍繞降本增效、成長激勵、產品賦能、經營保障等舉措，持續助力新商家和中小商家成長，商家生態及結構進一步改善。我們推出**星耀計劃**升級版，針對品牌商家、大商、產業帶商家及中小商家等不同群體分層扶持，幫助更多商家加速起量成長。在上述舉措推動下，2026年第二季度新入駐商家規模同比增長，環比增長近10.0%，新商次月躍遷數量同比增長近30.0%，新商成長質量持續改善。品牌商家側，T2000品牌自賣GMV保持同比較高增速，佔全域大盤比例持續提升；同時，品牌商業化消耗同比亦實現較快增長，其對整體電商GMV及線上營銷收入的雙重貢獻持續加大。

2026年第二季度，我們持續優化達人生態結構，推動內容場供給質量提升。通過加深和頭部達人的合作，加大中腰部達人在快手優勢賽道，如**三农**、二次元等的扶持力度，提升存量達人的表現穩定性，強化電商內容基本盤。我們通過整合平台的優質達人資源，以及全國各地域的特色商品貨盤，深化對全國各地方產業帶的滲透，開展溯源直播等特色內容營銷事件，加強內容與供給的協同發力，賦能達人，提升商家轉化效率。同時，我們持續通過站內孵化、機構合作和站外引入等方式，擴大達人的引入。在達人勤奮度方面，我們持續迭代激勵政策，2026年第二季度，萬粉+主播有效開播數保持同比正增長，達人開播勤奮度穩步提升。在分銷庫建設上，我們通過AI技術支撐底層產品能力、構建更精準的分銷體系，進一步促進分銷生態繁榮。2026年第二季度，分銷動銷達人數滲透同比持續提升，分銷庫的商品與達人撮合對數同比增長超20.0%。

2026年第二季度，圍繞商家經營的全週期，我們持續優化電商業務各場景的AI能力，助力商家降本增效，驅動商家智能化經營，驗證了AI從工具提效演進為支持業務執行的綜合方案的可行性。2026年上半年，平台上超85萬商家使用平台免費AI經營工具，涵蓋選品發品、營銷素材生成、經營診斷、智能投放、AI客服等多場景，為商家提供全鏈路的經營支持和能力支撐。

直播

2026年第二季度，直播業務收入為人民幣87億元。我們聚焦供給側健康發展，結合AI賦能直播產品，持續推動生態提質與產品側創新。供給方面，我們推出**百川計劃**，通過拉新激勵、冷啟扶持與健康生態治理，帶動公會新主播供給穩步提升，新主播冷啟效率持續改善。同時，我們加強獨立主播運營，聚焦挖掘培育高價值獨立主播，以精細化運營穩固直播供給基本盤。此外，我們推動頭部主播拓展團播內容形式，發揮其流量與影響力優勢，豐富優質直播內容供給。

產品技術方面，AI能力進一步賦能直播間。基於可靈AI視頻生成能力，可定製專屬特效的AI禮物持續迭代，禮物形式與生成能力更加豐富，進一步提升用戶付費積極性。2026年第二季度，用戶送出AI禮物總計超600萬個。AI驅動的內容理解能力持續優化直播推薦策略，加強主播與用戶間的精準匹配，助力付費用戶規模提升。此外，基於實時多模態信號的直播智能禮物推薦與排序功能，有效提升用戶付費體驗與效率。**AI互動助手及數字分身服務**等功能進一步迭代升級，持續提升主播的服務效率。

海外

2026年第二季度，我們堅定執行高價值增長戰略，進一步夯實海外業務在盈利能力、長期經營與本地化深耕上的根基。在流量增長與內容生態方面，我們堅持精細化獲客，加強本地化特色內容與社區化創作者網絡建設，圍繞真實生活場景營造活躍的社區氛圍，推動核心用戶內容消費不斷深化。海外線上營銷業務方面，借勢六月節、世界杯等重大節點，我們以AI為驅動，依託ROI深度研究、人群洞察、產品玩法創新與行業策略聯動，助力營銷客戶在關鍵窗口實現快速增長。此外，短劇等多元內容的營銷變現能力也在持續釋放，與營銷服務產品能力形成雙輪驅動，並加速向電商等增量行業拓展。海外電商業務方面，2026年第二季度GMV與訂單量同比持續穩健增長，我們通過貨品結構優化與高質量供給帶動客單價提升，經營效率與盈利能力保持穩健。

企業社會責任

快手始終秉持「科技鏈接善意，創造長期價值」的使命，持續推動技術創新與產業發展的深度融合，助力高質量就業。根據2026年6月2日發佈的《快手2025年度企業社會責任報告》，截至2025年底，快手平台累計帶動4,860萬個就業機會，累計催生189個新職業，其中，由AI發展帶來的新職業達到15個，涵蓋AIGC應用師、提示詞工程師、AI導演、AI訓練師等多個方向。

業務展望

2026年上半年，我們維持對AI的戰略聚焦，並持續加大投入，為我們的內容及業務生態系統帶來高質量且具韌性的增長。展望2026年下半年，本集團堅持其深化AI投資、以先進技術及獨特生態系統促進長期可持續發展的戰略方向。然而，鑒於經營環境日益複雜且充滿挑戰，我們對短期業務前景持審慎態度。我們仍將採取審慎及嚴謹方針，繼續深化AI於該等生態系統中的整合，推進大模型在多個場景下的能力，協助商家及營銷客戶更高效地運營。我們亦將繼續擴大可靈AI的模型能力，並擴大其在專業創意場景中的應用，以發掘更多商業化機遇。我們始終致力於滿足用戶不斷變化的需求，並為股東創造可持續的長期價值。

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於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			未經審核	
	截至以下日期止三個月			截至以下日期止六個月	
	2026年6月30日	2026年3月31日	2025年6月30日	2026年6月30日	2025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	35,535	33,716	35,046	69,251	67,654
銷售成本	(17,207)	(16,467)	(15,542)	(33,674)	(30,358)
毛利	18,328	17,249	19,504	35,577	37,296
銷售及營銷開支	(9,922)	(10,333)	(10,503)	(20,255)	(20,400)
行政開支	(895)	(766)	(897)	(1,661)	(1,725)
研發開支	(4,581)	(3,621)	(3,400)	(8,202)	(6,698)
其他收入	33	245	16	278	69
其他收益淨額	794	821	569	1,615	1,006
經營利潤	3,757	3,595	5,289	7,352	9,548
財務開支淨額	(258)	(173)	(54)	(431)	(78)
分佔按權益法入賬之投資的虧損	(2)	(13)	(12)	(15)	(10)
除所得稅前利潤	3,497	3,409	5,223	6,906	9,460
所得稅開支	(345)	(504)	(301)	(849)	(559)
期內利潤	3,152	2,905	4,922	6,057	8,901
以下人士應佔：					
—本公司權益持有人	3,146	2,903	4,922	6,049	8,900

—非控股權益	6	2	-	8	1
	<u>3,152</u>	<u>2,905</u>	<u>4,922</u>	<u>6,057</u>	<u>8,901</u>

簡明合併資產負債表

	未經審核 截至2026年 6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	34,126	22,869
使用權資產	10,302	8,545
無形資產	968	986
按權益法入賬之投資	130	149
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	29,618	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	6,529	5,585
長期定期存款	14,291	22,015
其他非流動資產	4,950	2,671
	<u>100,914</u>	<u>86,955</u>
流動資產		
貿易應收款項	7,804	8,127
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	9,837	7,028
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	56,353	42,323
衍生金融工具	584	1
按攤餘成本計量之其他金融資產	-	9
短期定期存款	12,358	8,630
受限制現金	220	251
現金及現金等價物	11,696	11,180
	<u>98,852</u>	<u>77,549</u>
資產總額	<u>199,766</u>	<u>164,504</u>

簡明合併資產負債表

	未經審核 截至2026年 6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	261,530	265,628
庫存股份	(95)	(602)
其他儲備	39,096	38,873
累計虧損	(218,292)	(224,341)
	82,239	79,558
非控股權益	34	26
權益總額	82,273	79,584
非流動負債		
借款	14,792	11,098
衍生金融工具	520	30
租賃負債	7,920	5,977
遞延稅項負債	169	241
其他非流動負債	115	39
	23,516	17,385
流動負債		
應付賬款	28,130	27,209
其他應付款項及應計費用	41,620	29,160
應付股息	2,584	-
客戶預付款	4,842	4,848
借款	12,570	1,968
所得稅負債	479	388
租賃負債	3,752	3,962
	93,977	67,535
負債總額	117,493	84,920
權益及負債總額	199,766	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6月30日				2026年3月31日				2025年6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	34,356	1,179	-	35,535	32,554	1,162	-	33,716	33,746	1,300	-	35,046
經營利潤/(虧損)	3,733	(25)	49	3,757	3,093	(31)	533	3,595	5,401	19	(131)	5,289

未經審核							
截至以下日期止六個月							
2026年6月30日				2025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	66,910	2,341	-	69,251	65,039	2,615	-	67,654
經營利潤/(虧損)	6,826	(56)	582	7,352	9,746	47	(245)	9,548

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 截至以下日期止六個月	
	2026年6月30日	2026年3月31日	2025年6月30日	2026年6月30日	2025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	3,152	2,905	4,922	6,057	8,901
調整項目：					
以股份為基礎的薪酬開支	778	533	716	1,311	1,320
投資公允價值變動淨額 ⁽¹⁾	(17)	(64)	(20)	(81)	(23)
經調整利潤淨額	<u>3,913</u>	<u>3,374</u>	<u>5,618</u>	<u>7,287</u>	<u>10,198</u>
經調整利潤淨額	3,913	3,374	5,618	7,287	10,198
調整項目：					
所得稅開支	345	504	301	849	559
物業及設備折舊	1,745	1,364	885	3,109	1,667
使用權資產折舊	845	799	831	1,644	1,599
無形資產攤銷	16	16	26	32	48
財務開支淨額	<u>258</u>	<u>173</u>	<u>54</u>	<u>431</u>	<u>78</u>
經調整EBITDA	<u>7,122</u>	<u>6,230</u>	<u>7,715</u>	<u>13,352</u>	<u>14,149</u>

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。