

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Kuaishou Technology 快手科技

(於開曼群島註冊成立以不同投票權控制的有限公司)

(港幣櫃台股份代號：01024／人民幣櫃台股份代號：81024)

截至2025年9月30日止三個月及九個月 的業績公告

快手科技董事會欣然宣佈本公司截至2025年9月30日止三個月及九個月的未經審核合併業績。該等中期業績乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製並由本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所(「核數師」)根據國際審計及鑒證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱。該等中期業績亦已由審核委員會審閱。

摘要

財務概要

	未經審核 截至9月30日止三個月				同 比 變 動
	2025年		2024年		
	金 額	佔 收 入	金 額	佔 收 入	
		百 分 比		百 分 比	
		(人民幣百萬元，百分比除外)			
收入	35,554	100.0	31,131	100.0	14.2%
毛利	19,434	54.7	16,914	54.3	14.9%
經營利潤	5,299	14.9	3,119	10.0	69.9%
期內利潤	4,489	12.6	3,270	10.5	37.3%
非國際財務報告會計準則計量：					
經調整利潤淨額 ⁽¹⁾	4,986	14.0	3,948	12.7	26.3%
經調整EBITDA ⁽²⁾	7,653	21.5	5,578	17.9	37.2%

未經審核
截至9月30日止九個月

	2025年		2024年		同比變動
	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比	
	(人民幣百萬元，百分比除外)				
收入	103,208	100.0	91,514	100.0	12.8%
毛利	56,730	55.0	50,169	54.8	13.1%
經營利潤	14,847	14.4	11,019	12.0	34.7%
期內利潤	13,390	13.0	11,370	12.4	17.8%
非國際財務報告會計準則計量：					
經調整利潤淨額 ⁽¹⁾	15,184	14.7	13,015	14.2	16.7%
經調整EBITDA ⁽²⁾	21,802	21.1	17,901	19.6	21.8%

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) 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。

按分部劃分的財務資料

未經審核
截至2025年9月30日止三個月

	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾	總計
		(人民幣百萬元)		
收入	34,400	1,154	—	35,554
經營利潤／(虧損)	5,391	(64)	(28)	5,299

未經審核
截至2024年9月30日止三個月

	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾	總計
		(人民幣百萬元)		
收入	29,800	1,331	—	31,131
經營利潤／(虧損)	3,505	(153)	(233)	3,119

	同比變動			總計
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾ (百分比%)	
收入	15.4	(13.3)	—	14.2
經營利潤／(虧損)	53.8	(58.2)	(88.0)	69.9

	未經審核 截至2025年9月30日止九個月			總計
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	
收入	99,439	3,769	—	103,208
經營利潤／(虧損)	15,137	(17)	(273)	14,847

	未經審核 截至2024年9月30日止九個月			總計
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	
收入	88,113	3,401	—	91,514
經營利潤／(虧損)	11,994	(698)	(277)	11,019

	同比變動			總計
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾ (百分比%)	
收入	12.9	10.8	—	12.8
經營利潤／(虧損)	26.2	(97.6)	(1.4)	34.7

附註：

⁽¹⁾ 未分攤項目包括以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額。

營運參數

除另有指明，下表載列所示期間我們快手應用的若干主要經營數據：

	截至9月30日止三個月	
	2025年	2024年
平均日活躍用戶(百萬)	416.2	407.5
平均月活躍用戶(百萬)	731.1	714.1
每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣元)	48.3	43.3
總電商GMV ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	385,043.5	334,162.5

	截至9月30日止九個月	
	2025年	2024年
平均日活躍用戶(百萬)	411.1	398.9
平均月活躍用戶(百萬)	719.2	701.1
每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣元)	140.7	129.9
總電商GMV ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	1,076,247.5	927,488.4

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。

業務回顧

2025年第三季度，我們繼續推進AI戰略，在各業務中拓展場景化AI應用，不僅實現了各業務場景的價值賦能，也驅動了組織基建的質效提升，交付了高質量的運營和財務業績。2025年第三季度，快手應用的平均日活躍用戶超416.2百萬，連續三個季度突破歷史新高。2025年第三季度，總收入同比增長14.2%至人民幣356億元，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19.2%，經調整利潤淨額達到人民幣50億元，同比增長26.3%，經調整淨利潤率達14.0%。我們在堅定進行AI戰略投入的同時，實現了集團整體盈利能力的同比提升，AI技術對快手內容生態和商業生態的賦能價值正在持續釋放。

AI業務

在**可靈AI**方面，我們不斷提升基礎模型質量，並開發更多創新功能，以滿足創作者的多樣化需求，打造一站式創意生產力平台，讓每個人都能用AI講出好故事。2025年第三季度，我們先後推出**靈動畫布**，升級首尾幀功能，並上線了數字人解決方案。特別是在2025年9月底，我們重磅推出**可靈AI 2.5 Turbo**模型，新模型在文本響應、動態效果、風格保持、美學效果等維度再次實現大幅度提升。**可靈AI 2.5 Turbo**模型發佈十天之後，就同時登頂知名AI測評平台Artificial Analysis的全球文生視頻模型和圖生視頻模型榜單的第一名。在保持行業領先的內容生成效果的同時，新模型亦通過不斷的工程化創新，降低視頻生成的推理成本，將創作者的單視頻生成成本降低了近30.0%，進一步增強**可靈AI**的綜合性價比優勢。

可靈AI在基礎模型和產品功能上的創新，為創作者提供了更加優質的視頻生成解決方案，也為**可靈AI**更廣泛地應用於廣告營銷、電商、影視、短劇、動畫、遊戲等專業創意場景奠定了堅實的基礎。隨著**可靈AI**在各應用場景的廣泛探索，其收入增長也實現了進一步突破，2025年第三季度，**可靈AI**的收入超過人民幣3億元。

2025年第三季度，我們在探索AI技術與內外部應用場景的結合上取得了豐碩的成果。在業務賦能方面，AI大模型已經融入快手各主要業務場景，為快手生態創造價值增量。我們迭代了端到端生成式推薦大模型**OneRec**，並將這個新的技術範式從短視頻內容推薦，逐步擴展至線上營銷服務、電商商城等推薦場景，取得了可觀的增量收益。2025年第三季度，AI大模型技術在線上營銷服務中展現出尤為明顯的效果。我們首創生成式強化學習出價模型**G4RL**，融合序列建模與目標優化，實現廣告競價從單步決策到長程規劃的突破。同時，我們通過**OneRec**在線上營銷業務場景探索端到端生成式推薦技術的應用，針對線上營銷服務的特點，引入客戶營銷表達和營銷商業價值(CPM)感知機制，實現用戶興趣與營銷客戶訴求的雙向匹配，進一步提升線上營銷素材的個性化和匹配效率。AI大模型技術尤其是**OneRec**的應用，帶來2025年第三季度國內線上營銷服務收入約4%–5%的提升。在線上營銷素材生成方面，2025年第三季度，AIGC營銷素材帶來的線上營銷服務消耗金額總計超過30億人民幣。

在電商業務場景，我們推出了端到端生成式檢索架構**OneSearch**，實現更精準的商品匹配和用戶體驗優化，驅動商城搜索訂單量提升了近5.0%的效果。而**OneRec**在電商業務場景的應用，為2025年第三季度電商商城的信息流(Feed流)帶來GMV高單位數的提升。在直播業務場景，我們借助**可靈AI**的能力，上線了**AI萬象**禮物定製功能，生成極具個性化的真人形象的禮物特效，增強了用戶的互動及付費意願。

用戶及內容生態系統

2025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創紀錄的416.2百萬及731.1百萬。流量的持續穩健增長，體現了快手社區對用戶的獨特吸引力。我們通過精細化用戶增長策略、差異化特色內容供給、優化流量分發機制和提升社區互動場景，不斷鞏固快手溫暖多元、有用有趣的線上社區屬性。2025年第三季度，快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長達134.1分鐘，用戶總使用時長同比增長3.6%。

在精細化用戶增長策略方面，我們借助智能化的營銷素材投放，提高獲客效率，帶來單位新增用戶成本同比下降。我們持續優化用戶私信場景的分享體驗，並通過社交玩法功能的迭代，使得2025年第三季度的雙關用戶的日均私信滲透率同比提升超3個百分點。此外，我們通過多種端上智能優化措施改善用戶的產品使用體驗。

在內容運營方面，我們聯合**北京衛視**推出了**2025快手超級夏晚**，晚會連接明星與普通人，內容上將傳統與現代結合，直播間最高同時在線人數超過540萬。此外，針對年輕人的內容消費需求，我們在今年暑期繼續推出**時代少年團**線上演唱會，直播總觀看量達9.8億人次。在泛知識垂類，我們持續打造**老鐵梨園**系列IP，以**秦腔**、**豫劇**、**陝北說書**等多劇種線下巡演，助力包括**安萬**在內的多個標桿創作者成長與突破。

線上營銷服務／生活服務

2025年第三季度，線上營銷服務收入達到了人民幣201億元，同比增長14.0%，同比增速較上一季度持續提升。我們借助AI大模型技術持續迭代升級線上營銷投放產品，立足生態流量特性，通過智能投放能力，滿足更多營銷客戶的需求，實現精準投放及轉化效率提升，推動外循環及內循環營銷服務收入均實現了較快的同比增長。2025年第三季度，**Universal Auto X (UAX，全自動投放)**解決方案在外循環的消耗滲透率已達70.0%以上。2025年第三季度，我們通過生成式強化學習出價模型**G4RL**、生成式推薦大模型等技術迭代，進一步提升了營銷推薦效率，更好的兼顧了營銷的多樣性和價值。同時，我們通過AIGC短視頻、數字人、數字員工三大核心AIGC商業化工具協同發力，為客戶提供從營銷素材製作、直播運營到用戶服務的全鏈路AI賦能。

2025年第三季度，在內循環電商營銷服務方面，我們全面升級了全站推廣產品的商品和素材優選能力，保持了優質素材穩定供給，同時結合多素材追投和ROI出價建議工具，幫助電商商家獲得更多增量曝光和銷售轉化，提升了電商商家的營銷投放意願。2025年第三季度，全站推廣產品的總營銷消耗佔內循環總消耗比例進一步提升至65.0%以上。此外，我們基於AI能力建立了**調價智能體(bidding agent)**，代替人工調整決策，實現更穩定的轉化確定性和更大的規模經濟效應。流量層面，通過

提升電商和商業化流量的協同，釋放更多流量空間給長效經營的商家，幫助更多品牌電商商家實現規模化擴量和穩定轉化提升。從場域看，2025年第三季度，泛貨架場域的內循環營銷服務收入也實現了較好的增長。我們優化人貨匹配，同時在泛貨架搜索場域，通過大模型輔助更好滿足用戶需求，優化效率，驅動商家投放滲透率和貨架場商家持續經營意願的提升。

2025年第三季度，在以線索經營為主要目標的生活服務行業，我們通過私信產品的升級和產品的行業垂直優化，幫助具有不同轉化目標的客戶更高效觸達用戶，並提升用戶轉化。尤其是對於生活服務行業的中小客戶，我們通過AI智能客服提升了私信回復率。2025年第三季度末，我們將本地生活業務及線索營銷業務整合為生活服務業務，推動組織融合、產品鏈路融合及流量分發融合，目標是更好地服務長效經營商家，與本地商家一起建設更為多元和融合的生態。

2025年第三季度，除生活服務行業外，以短劇為代表的內容消費行業也是驅動外循環營銷服務收入持續增長的主要動力。我們持續優化短劇、小遊戲和小說的內容供給及產品創新，同時抓住漫劇爆發帶來的增量空間拉動線上營銷收入增長。漫劇作為短劇的創新形式，將漫畫、短視頻和廣播劇等特點融合在一起，形成豎屏且單集時長1-3分鐘的新型短劇形式，近期獲得了市場和短劇用戶的廣泛歡迎。我們通過**可靈AI**的全球領先的視頻生成能力，大幅降低漫劇的內容創作門檻，提升了漫劇內容質量。同時通過投流分賬、**應用內廣告(In-Apps Ads, IAA)**與**應用內購買(In-Apps Purchases, IAP)**混合模式，優質短劇內容實現了多重價值轉化，實現供給側和需求側的雙重破圈。

電商

2025年第三季度，快手電商業務GMV同比增長15.2%，至人民幣3,850億元。我們通過多元惠商政策、全域流量扶持、智能工具賦能等舉措，助力商家在快手平台構建全域經營的生態體系，持續提升用戶體驗，並推動供需雙端的高質量發展。2025年第三季度，快手電商月均買家結構趨向健康發展，電商活躍用戶的復購頻次同比持續提高，信任電商生態下的用戶黏性進一步增強。

我們依托平台流量與內容電商的優勢，持續吸引新商家自然入駐，同時多渠道積極招商，並通過多種惠商舉措降低新商家入駐成本和門檻。此外，我們持續推出商家成長策略，牽引商家有效突破冷啟階段，並快速提升運營效率。受中小商家數持續增長的驅動，同時定向扶持優質存量商家，我們的月均動銷商家數持續增長。另外，我們也積極拓展商家貨品寬度，2025年第三季度，作為衡量商品供給寬度指標的單店月均動銷商家的三級商品類目數同比提升近30.0%。

為助力商家和達人構建「好內容+好選品」的雙重增長引擎，我們通過多項舉措激活其私域價值。2025年第三季度，我們推出**天降漲粉紅包**產品，以加快漲粉和打通從引流、轉粉到銷售轉化的全鏈路，夯實商家和達人的私域基礎。憑借平台對選品的管控能力持續提升，我們進一步拓展優質官方貨盤。2025年第三季度，通過分銷產品撮合的日均動銷商品數和日均動銷達人對數同比均超30.0%。我們以流量支持和貨盤供給等資源保障，引入中小達人並建立長效培育機制，改善達人的供給生態，推動2025年第三季度日均萬粉有效開播主播數同比增長14.8%。

2025年第三季度，泛貨架電商GMV持續超大盤增長，佔總電商GMV比例超32.0%。我們持續完善商品基建、豐富供給生態，推動泛貨架電商場域的日均動銷商家同比增長13.0%。2025年第三季度，我們延續2025年第二季度豐富的運營玩法和多種策略工具，包括快手優選官方鏈接**超級鏈接**等，幫助商家快速提升商品曝光和銷售轉化，逐步培養快手商城的用戶心智。自2025年第二季度我們給內容場商家提供營銷託管工具以來，有效降低了內容場商家多場域的經營門檻，使用營銷託管工具的商家的滲透環比持續提升。2025年第三季度，我們充分發揮短視頻和直播的聯動優勢，幫助商家通過短視頻內容種草-直播間快速轉化-短視頻高效承接的路徑，串聯內容場流量，讓商家借助短視頻持續擴大客戶群規模。得益於掛車短視頻有效供給的提升和鏈路優化，短視頻電商GMV保持健康增長。

2025年第三季度，我們圍繞AIGC內容生產、商家提效和提升商品匹配效率三大方向實現電商業務的全鏈路賦能。AIGC素材生成與優化能力在圖片和視頻端均有效提升了商家在不同場域的轉化效率，智能直播切片和直播間AI智能講解概要的滲透率不斷提升，以及AI商品經營助手為商家提供全場景服務力，助力商家降本增效，生成優質數據。在匹配側，基於電商知識圖譜的可解釋推薦應用於預測用戶的潛在、長期興趣，在提升轉化的同時，也顯著增強用戶對推薦的信任感與黏性。我們相信，AI能力最終將構建起「數據基建 — 精準匹配 — 商家提效」的增長飛輪，驅動電商生態持續健康發展。

直播

2025年第三季度，得益於深耕優質內容供給、拓展直播內容場景以及AI賦能產品創新的多維發力，直播業務收入同比增長2.5%至人民幣96億元。直播供給方面，公會生態的健康發展為供給端提供了有力支撐，截至2025年第三季度末，簽約公會數量同比提升超17.0%，公會簽約主播數量同比增長超20.0%。我們聚焦團播等品類，通過扶持精品標桿團、指導內容優化等方式，實現團播品類高質量發展，帶動營收穩健增長。AIGC技術的創新應用同樣為業務增長注入動力。通過**可靈AI**的視頻生成能力，我們在2025年9月下旬全站上線可自定義專屬特效的**AI萬象**系列禮物，有效豐富了直播間觀眾個性化互動方式，上線當天用戶付費製作並送出定製化虛擬禮物超10萬次。

2025年第三季度，我們持續深化直播線上線下場景融合，針對暑期節點及年輕群體需求，在成都舉辦了**夏日游音節**，打造集遊戲、音樂、互動體驗於一體的線下活動，吸引直播總觀看量6.72億人次。此外，「直播+」模式持續賦能傳統產業，且自身商業價值得到進一步驗證。2025年第三季度，**快聘**業務日均簡歷投遞用戶數同比增長超20.0%，**理想家**業務月均付費客戶數同比增長超90.0%。

海外

2025年第三季度，我們持續深耕海外市場，著力於高質量增長。流量方面，我們聚焦高價值人群的定向投放，並強化優質平台特色內容與核心用戶之間的深度聯結。海外核心市場巴西在用戶增長費用同比下降的同時，保持了穩定的日活躍用戶數，每位日活躍用戶日均使用時長同比持續增長。線上營銷業務方面，我們不斷強化業務韌性，通過積極拓展多樣化的營銷客戶行業，並提升整體營銷鏈路的精準匹配和轉化效率，我們逐步激發各類用戶群體的商業化潛力，在複雜多變的市場環境下持續獲得客戶認可。同時，巴西電商業務持續提升補貼效率和運營效率，在嚴控ROI的同時，成交規模和訂單數量同比均實現健康增長。

管理層討論與分析

2025年第三季度與2024年第三季度比較

下表分別載列2025年及2024年第三季度比較數據的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至9月30日止三個月			
	2025年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
收入	35,554	100.0	31,131	100.0
銷售成本	(16,120)	(45.3)	(14,217)	(45.7)
毛利	19,434	54.7	16,914	54.3
銷售及營銷開支	(10,420)	(29.3)	(10,364)	(33.3)
行政開支	(688)	(1.9)	(796)	(2.6)
研發開支	(3,650)	(10.3)	(3,100)	(10.0)
其他收入	27	0.1	194	0.6
其他收益淨額	596	1.6	271	1.0
經營利潤	5,299	14.9	3,119	10.0
財務(開支)／收入淨額	(40)	(0.1)	37	0.1
分佔按權益法入賬之投資的 利潤／(虧損)	3	0.0	(6)	(0.0)
除所得稅前利潤	5,262	14.8	3,150	10.1
所得稅(開支)／收益	(773)	(2.2)	120	0.4
期內利潤	<u>4,489</u>	<u>12.6</u>	<u>3,270</u>	<u>10.5</u>
非國際財務報告會計準則計量：				
經調整利潤淨額	4,986	14.0	3,948	12.7
經調整EBITDA	7,653	21.5	5,578	17.9

收入

收入由2024年同期的人民幣311億元增加14.2%至2025年第三季度的人民幣356億元。該增加主要是由於線上營銷服務、直播業務、電商業務及可靈AI業務的增長。

下表分別載列2025年及2024年第三季度按類型劃分的收入絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至9月30日止三個月			
	2025年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
線上營銷服務	20,102	56.5	17,634	56.6
直播	9,574	26.9	9,338	30.0
其他服務	5,878	16.6	4,159	13.4
總計	<u>35,554</u>	<u>100.0</u>	<u>31,131</u>	<u>100.0</u>

線上營銷服務

線上營銷服務收入由2024年同期的人民幣176億元增加14.0%至2025年第三季度的人民幣201億元，主要是由於借助AI技術持續升級線上營銷投放產品。

直播

直播業務收入由2024年同期的人民幣93億元增加2.5%至2025年第三季度的人民幣96億元，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

其他服務收入由2024年同期的人民幣42億元增加41.3%至2025年第三季度的人民幣59億元，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先進的AI技術及卓越的產品性能。

銷售成本

下表分別載列2025年及2024年第三季度銷售成本的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至9月30日止三個月			
	2025年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
收入分成成本及相關稅項	10,959	30.8	8,873	28.5
帶寬費用及服務器託管成本 ⁽¹⁾	1,451	4.1	1,465	4.7
物業及設備及使用權資產折舊以及 無形資產攤銷 ⁽¹⁾	1,477	4.2	1,624	5.2
僱員福利開支	711	2.0	689	2.2
支付渠道手續費	710	2.0	669	2.1
其他銷售成本	812	2.2	897	3.0
總計	16,120	45.3	14,217	45.7

附註：

- ⁽¹⁾ 服務器託管成本包括租期一年或以下的互聯網數據中心的託管費，該費用已根據國際財務報告準則第16號——租賃豁免。租期超過一年的互聯網數據中心的租賃入賬列為使用權資產，後折舊計入銷售成本。

銷售成本由2024年同期的人民幣142億元增加13.4%至2025年第三季度的人民幣161億元，主要是由於隨著收入增加，收入分成成本及相關稅項增加，部分被物業及設備及使用權資產折舊以及無形資產攤銷減少所抵銷。

毛利及毛利率

下表分別載列2025年及2024年第三季度毛利的絕對金額及佔總收入的百分比(或毛利率)：

	未經審核 截至9月30日止三個月			
	2025年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
毛利	19,434	54.7	16,914	54.3

基於上文所述，毛利由2024年同期的人民幣169億元增加14.9%至2025年第三季度的人民幣194億元。毛利率由2024年同期的54.3%提升至2025年第三季度的54.7%。

銷售及營銷開支

2025年及2024年第三季度銷售及營銷開支均為人民幣104億元。銷售及營銷開支佔總收入的百分比由2024年同期的33.3%減至2025年第三季度的29.3%，主要是由於我們致力於提升銷售及營銷效率。

行政開支

行政開支由2024年同期的人民幣796百萬元減少13.6%至2025年第三季度的人民幣688百萬元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

研發開支

研發開支由2024年同期的人民幣31億元增加17.7%至2025年第三季度的人民幣37億元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)增加及對AI的投入增加。

其他收入

2025年及2024年第三季度其他收入分別為人民幣27百萬元及人民幣194百萬元。

其他收益淨額

2025年第三季度的其他收益淨額為人民幣596百萬元，而2024年同期則為人民幣271百萬元。該增加主要是由於按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產的公允價值變動。

經營利潤

基於上述原因，我們於2025年第三季度錄得經營利潤人民幣53億元，經營利潤率為14.9%，而2024年同期則錄得經營利潤人民幣31億元，經營利潤率為10.0%。

下表分別載列2025年及2024年第三季度按分部劃分的經營利潤／(虧損)絕對金額：

	未經審核		
	截至9月30日止三個月		
	2025年	2024年	同比變動
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
國內	5,391	3,505	53.8%
海外	(64)	(153)	(58.2%)
未分攤項目	(28)	(233)	(88.0%)
總計	<u>5,299</u>	<u>3,119</u>	69.9%

2025年及2024年第三季度我們自國內分部錄得的經營利潤分別為人民幣54億元及人民幣35億元，主要是由於國內收入同比增長15.4%。

我們自海外分部錄得的經營虧損由2024年同期的人民幣153百萬元減少58.2%至2025年第三季度的人民幣64百萬元，主要是由於營銷支出效率提高。

財務(開支)／收入淨額

2025年第三季度的財務開支淨額為人民幣40百萬元，而2024年同期則為財務收入淨額人民幣37百萬元。

分佔按權益法入賬之投資的利潤／(虧損)

2025年第三季度分佔按權益法入賬之投資的利潤為人民幣3百萬元，而2024年同期則為分佔虧損人民幣6百萬元。

除所得稅前利潤

基於上述原因，我們於2025年及2024年第三季度錄得除所得稅前利潤分別為人民幣53億元及人民幣32億元。

所得稅(開支)／收益

2025年第三季度的所得稅開支為人民幣773百萬元，而2024年同期則為所得稅收益人民幣120百萬元，乃由於我們於2025年第三季度產生遞延所得稅開支，而於2024年同期則產生遞延所得稅收益。

期內利潤

基於上述原因，我們於2025年第三季度錄得利潤人民幣45億元，而於2024年同期則錄得利潤人民幣33億元。

2025年第三季度與2025年第二季度比較

下表分別載列2025年第三季度及第二季度比較數據的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2025年6月30日	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
收入	35,554	100.0	35,046	100.0
銷售成本	(16,120)	(45.3)	(15,542)	(44.3)
毛利	19,434	54.7	19,504	55.7
銷售及營銷開支	(10,420)	(29.3)	(10,503)	(30.0)
行政開支	(688)	(1.9)	(897)	(2.6)
研發開支	(3,650)	(10.3)	(3,400)	(9.7)
其他收入	27	0.1	16	0.0
其他收益淨額	596	1.6	569	1.7
經營利潤	5,299	14.9	5,289	15.1
財務開支淨額	(40)	(0.1)	(54)	(0.2)
分佔按權益法入賬之投資的 利潤／(虧損)	3	0.0	(12)	(0.0)
除所得稅前利潤	5,262	14.8	5,223	14.9
所得稅開支	(773)	(2.2)	(301)	(0.9)
期內利潤	<u>4,489</u>	<u>12.6</u>	<u>4,922</u>	<u>14.0</u>
非國際財務報告會計準則計量：				
經調整利潤淨額	4,986	14.0	5,618	16.0
經調整EBITDA	7,653	21.5	7,715	22.0

收入

收入由2025年第二季度的人民幣350億元增加1.4%至2025年第三季度的人民幣356億元，主要是由於線上營銷服務及電商業務的增長。

下表分別載列2025年第三季度及第二季度按類型劃分的收入絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2025年6月30日	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
線上營銷服務	20,102	56.5	19,765	56.4
直播	9,574	26.9	10,044	28.7
其他服務	5,878	16.6	5,237	14.9
總計	<u>35,554</u>	<u>100.0</u>	<u>35,046</u>	<u>100.0</u>

線上營銷服務

線上營銷服務收入由2025年第二季度的人民幣198億元增加1.7%至2025年第三季度的人民幣201億元，主要是由於借助AI技術持續升級線上營銷投放產品。

直播

於2025年第三季度及第二季度，直播業務收入分別為人民幣96億元及人民幣100億元。

其他服務

其他服務收入由2025年第二季度的人民幣52億元增加12.2%至2025年第三季度的人民幣59億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商GMV的增加。

銷售成本

下表分別載列2025年第三季度及第二季度銷售成本的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2025年6月30日	
	人民幣	%	人民幣	%
(以百萬元計，百分比除外)				
收入分成成本及相關稅項	10,959	30.8	10,542	30.1
帶寬費用及服務器託管成本 ⁽¹⁾	1,451	4.1	1,335	3.8
物業及設備及使用權資產折舊以及 無形資產攤銷 ⁽¹⁾	1,477	4.2	1,406	4.0
僱員福利開支	711	2.0	670	1.9
支付渠道手續費	710	2.0	800	2.3
其他銷售成本	812	2.2	789	2.2
總計	16,120	45.3	15,542	44.3

附註：

- ⁽¹⁾ 服務器託管成本包括租期一年或以下的互聯網數據中心的託管費，該費用已根據國際財務報告準則第16號——租賃豁免。租期超過一年的互聯網數據中心的租賃入賬列為使用權資產，後折舊計入銷售成本。

銷售成本由2025年第二季度的人民幣155億元增加3.7%至2025年第三季度的人民幣161億元，主要是由於隨著收入增加，收入分成成本及相關稅項增加。

毛利及毛利率

下表分別載列2025年第三季度及第二季度毛利的絕對金額及佔總收入的百分比(或毛利率)：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2025年6月30日	
	人民幣	%	人民幣	%
(以百萬元計，百分比除外)				
毛利	19,434	54.7	19,504	55.7

基於上文所述，毛利由2025年第二季度的人民幣195億元輕微減少0.4%至2025年第三季度的人民幣194億元。毛利率由2025年第二季度的55.7%下降至2025年第三季度的54.7%。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由2025年第二季度的人民幣105億元輕微減少0.8%至2025年第三季度的人民幣104億元，佔總收入的百分比由2025年第二季度的30.0%減至2025年第三季度的29.3%。該減少主要是由於我們致力於提升銷售及營銷效率。

行政開支

行政開支由2025年第二季度的人民幣897百萬元減少23.3%至2025年第三季度的人民幣688百萬元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

研發開支

研發開支由2025年第二季度的人民幣34億元增加7.4%至2025年第三季度的人民幣37億元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)增加及對AI的投入增加。

其他收入

2025年第三季度及第二季度其他收入分別為人民幣27百萬元及人民幣16百萬元。

其他收益淨額

2025年第三季度及第二季度的其他收益淨額分別為人民幣596百萬元及人民幣569百萬元。

經營利潤

基於上述原因，2025年第三季度及第二季度我們的經營利潤保持穩定，均為人民幣53億元，2025年第三季度的經營利潤率為14.9%，而2025年第二季度的經營利潤率則為15.1%。

下表分別載列2025年第三季度及第二季度按分部劃分的經營利潤／(虧損)絕對金額：

	未經審核 截至下列日期止三個月		
	2025年 9月30日	2025年 6月30日	環比變動
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
國內	5,391	5,401	(0.2%)
海外	(64)	19	不適用
未分攤項目	(28)	(131)	(78.6%)
總計	5,299	5,289	0.2%

2025年第三季度及第二季度我們自國內分部錄得的經營利潤保持穩定，為人民幣54億元。

2025年第三季度我們自海外分部錄得的經營虧損為人民幣64百萬元，而2025年第二季度則為經營利潤人民幣19百萬元。

財務開支淨額

2025年第三季度及第二季度財務開支淨額分別為人民幣40百萬元及人民幣54百萬元。

分佔按權益法入賬之投資的利潤／(虧損)

2025年第三季度分佔按權益法入賬之投資的利潤為人民幣3百萬元，而2025年第二季度則為分佔虧損人民幣12百萬元。

除所得稅前利潤

基於上述原因，2025年第三季度及第二季度我們錄得除所得稅前利潤分別為人民幣53億元及人民幣52億元。

所得稅開支

2025年第三季度我們產生所得稅開支人民幣773百萬元，而2025年第二季度則產生所得稅開支人民幣301百萬元。該波動主要由於2025年第三季度產生的遞延所得稅開支較2025年第二季度有所增加。

期內利潤

基於上述原因，我們於2025年第三季度錄得利潤人民幣45億元，而於2025年第二季度錄得利潤人民幣49億元。

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

我們認為，呈列非國際財務報告會計準則計量通過消除管理層認為對我們經營業績沒有指標作用的項目的潛在影響(例如若干非現金項目)，有助於比較不同期間及不同公司的經營業績。該等非國際財務報告會計準則計量用作一種分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待，將其視為按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況之替代分析，或認為其優於按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況。此外，該等非國際財務報告會計準則財務計量的定義或會與其他公司所用類似定義不同，亦未必可與其他公司同類計量項目比較。該等非國際財務報告會計準則計量的呈列不應解釋為我們的未來業績不受不尋常或非經常性項目的影響。

下表分別載列2025年第三季度、2025年第二季度及2024年第三季度以及2025年及2024年前九個月的非國際財務報告會計準則財務計量與根據國際財務報告會計準則編製的最接近計量之對賬：

	未經審核 截至下列日期止三個月		
	2025年 9月30日	2025年 6月30日	2024年 9月30日
	(人民幣百萬元)		
期內利潤	4,489	4,922	3,270
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	651	716	698
投資公允價值變動淨額 ⁽¹⁾	(154)	(20)	(20)
經調整利潤淨額	<u>4,986</u>	<u>5,618</u>	<u>3,948</u>
經調整利潤淨額	4,986	5,618	3,948
調整項目：			
所得稅開支／(收益)	773	301	(120)
物業及設備折舊	1,031	885	997
使用權資產折舊	802	831	765
無形資產攤銷	21	26	25
財務開支／(收入)淨額	40	54	(37)
經調整EBITDA	<u>7,653</u>	<u>7,715</u>	<u>5,578</u>

未經審核
截至9月30日止九個月

2025年	2024年
(人民幣百萬元)	

期內利潤	13,390	11,370
調整項目：		
以股份為基礎的薪酬開支	1,971	1,713
投資公允價值變動淨額 ⁽¹⁾	(177)	(68)
經調整利潤淨額	<u>15,184</u>	<u>13,015</u>
經調整利潤淨額	15,184	13,015
調整項目：		
所得稅開支／(收益)	1,332	(162)
物業及設備折舊	2,698	2,971
使用權資產折舊	2,401	2,216
無形資產攤銷	69	78
財務開支／(收入)淨額	118	(217)
經調整EBITDA	<u>21,802</u>	<u>17,901</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。

流動資金及財務來源

除通過2021年2月全球發售籌集的資金外，我們用以滿足營運資金及其他資金需求的主要資金來源為股東注資、發行可轉換可贖回優先股和借款所得現金及經營活動所得現金。截至2025年9月30日，我們的現金及現金等價物為人民幣129億元，而2025年6月30日則為人民幣123億元。

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。截至2025年9月30日，我們可利用資金總額為人民幣1,066億元，而2025年6月30日則為人民幣1,019億元。

下表載列所示期間的現金流量摘要：

	未經審核 截至2025年 9月30日止 三個月	未經審核 截至2025年 9月30日止 九個月
	(人民幣百萬元)	
經營活動所得現金淨額	7,669	19,450
投資活動所用現金淨額	(9,049)	(24,162)
融資活動所得現金淨額	2,005	4,951
現金及現金等價物增加淨額	625	239
期初現金及現金等價物	12,310	12,697
匯率變動對現金及現金等價物的影響	(16)	(17)
期末現金及現金等價物	12,919	12,919

經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金淨額即經營所得現金減去已付所得稅。經營所得現金主要包括除所得稅前利潤，並就非現金項目及營運資金變動作出調整。

2025年第三季度，經營活動所得現金淨額為人民幣77億元，主要是由於除所得稅前利潤人民幣53億元，該利潤通過非現金項目調整，非現金項目主要包括物業及設備折舊人民幣10億元、使用權資產折舊人民幣802百萬元、按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產公允價值收益淨額人民幣785百萬元及以股份為基礎的薪酬開支人民幣648百萬元。該金額因營運資金變動而進一步調整，營運資金變動主要包括其他應付款項及應計費用增加人民幣15億元，部分被應付賬款減少人民幣10億元所抵銷。我們亦支付所得稅人民幣160百萬元。

投資活動所用現金淨額

2025年第三季度，投資活動所用現金淨額為人民幣90億元，主要是由於購買物業、設備及無形資產人民幣53億元、按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產投資淨額人民幣49億元及初始期限三個月以上的定期存款到期所得款項淨額人民幣14億元。

融資活動所得現金淨額

2025年第三季度，融資活動所得現金淨額為人民幣20億元，主要是由於票據安排所得款項淨額人民幣15億元。

財務資料

簡明合併損益表

		未經審核 截至9月30日止三個月		未經審核 截至9月30日止九個月	
		2025年	2024年	2025年	2024年
	附註	(人民幣百萬元)			
收入	3	35,554	31,131	103,208	91,514
銷售成本	4	(16,120)	(14,217)	(46,478)	(41,345)
毛利		19,434	16,914	56,730	50,169
銷售及營銷開支	4	(10,420)	(10,364)	(30,820)	(29,788)
行政開支	4	(688)	(796)	(2,413)	(2,050)
研發開支	4	(3,650)	(3,100)	(10,348)	(8,748)
其他收入		27	194	96	346
其他收益淨額		596	271	1,602	1,090
經營利潤		5,299	3,119	14,847	11,019
財務(開支)／收入淨額		(40)	37	(118)	217
分佔按權益法入賬之投資的 利潤／(虧損)		3	(6)	(7)	(28)
除所得稅前利潤		5,262	3,150	14,722	11,208
所得稅(開支)／收益		(773)	120	(1,332)	162
期內利潤		4,489	3,270	13,390	11,370
以下人士應佔：					
— 本公司權益持有人		4,488	3,268	13,388	11,366
— 非控股權益		1	2	2	4
		4,489	3,270	13,390	11,370
本公司權益持有人應佔之每股盈利 (以每股人民幣元列示)	5				
每股基本盈利		1.05	0.76	3.13	2.64
每股攤薄盈利		1.02	0.75	3.05	2.58

簡明合併綜合收益表

	未經審核 截至9月30日止三個月		未經審核 截至9月30日止九個月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
附註	(人民幣百萬元)			
期內利潤	<u>4,489</u>	<u>3,270</u>	<u>13,390</u>	<u>11,370</u>
其他綜合虧損				
不會重新分類至損益之項目				
分佔按權益法入賬之投資的 其他綜合收益／(虧損)	—	—	1	(3)
匯兌差額	(502)	(1,193)	(786)	(735)
隨後可能重新分類至損益之項目				
匯兌差額	<u>392</u>	<u>925</u>	<u>615</u>	<u>580</u>
期內其他綜合虧損(扣除稅項)	<u>(110)</u>	<u>(268)</u>	<u>(170)</u>	<u>(158)</u>
期內綜合收益總額	<u><u>4,379</u></u>	<u><u>3,002</u></u>	<u><u>13,220</u></u>	<u><u>11,212</u></u>
以下人士應佔：				
— 本公司權益持有人	4,378	3,000	13,218	11,208
— 非控股權益	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>4</u>
	<u><u>4,379</u></u>	<u><u>3,002</u></u>	<u><u>13,220</u></u>	<u><u>11,212</u></u>

簡明合併資產負債表

		未經審核 截至2025年 9月30日	經審核 截至2024年 12月31日
	附註	(人民幣百萬元)	
資產			
非流動資產			
物業及設備		21,538	14,831
使用權資產		8,487	8,891
無形資產		1,007	1,059
按權益法入賬之投資		160	166
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	6	29,453	24,430
按攤餘成本計量之其他金融資產	6	36	62
遞延稅項資產		6,093	6,604
長期定期存款		21,515	19,856
其他非流動資產		2,892	1,105
		91,181	77,004
流動資產			
貿易應收款項		6,850	6,674
預付款項、其他應收款項及其他流動資產		6,920	4,646
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	6	39,098	27,050
按攤餘成本計量之其他金融資產	6	41	233
短期定期存款		6,514	11,522
受限制現金		208	47
現金及現金等價物		12,919	12,697
		72,550	62,869
資產總額		163,731	139,873

簡明合併資產負債表

		未經審核 截至2025年 9月30日	經審核 截至2024年 12月31日
	附註	(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		265,815	268,733
庫存股份		—	(341)
其他儲備		37,576	35,776
累計虧損		(228,776)	(242,164)
		74,615	62,004
非控股權益		21	20
權益總額		74,636	62,024
負債			
非流動負債			
借款	7	11,098	11,100
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債		90	124
租賃負債		6,049	6,765
遞延稅項負債		64	13
其他非流動負債		15	19
		17,316	18,021
流動負債			
應付賬款		27,343	27,470
其他應付款項及應計費用		30,696	23,113
應付股利	8	1,814	—
客戶預付款		5,317	4,696
借款	7	1,990	—
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債		3	5
所得稅負債		588	873
租賃負債		4,028	3,671
		71,779	59,828
負債總額		89,095	77,849
權益及負債總額		163,731	139,873

簡明合併現金流量表

未經審核	
截至9月30日止九個月	
2025年	2024年
(人民幣百萬元)	
經營活動所得現金淨額	21,147
投資活動所用現金淨額	(29,133)
融資活動所得現金淨額	7,598
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	(388)
期初現金及現金等價物	12,905
匯率變動對現金及現金等價物的影響	(51)
期末現金及現金等價物	12,466

經營活動所得現金淨額
投資活動所用現金淨額
融資活動所得現金淨額

現金及現金等價物增加／(減少)淨額
期初現金及現金等價物
匯率變動對現金及現金等價物的影響

期末現金及現金等價物

簡明合併中期財務資料附註

1 編製基準

截至2025年9月30日止三個月及九個月的簡明合併中期財務資料(「**中期財務資料**」)根據國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。除另有說明外，中期財務資料以人民幣列報。

中期財務資料並無包括年度財務報表通常包括的所有附註類別。中期財務資料應與本公司2024年年報所載由本集團根據國際財務報告會計準則編製之截至2024年12月31日止年度的年度經審核財務報表(「**2024年財務報表**」)一併閱讀。

編製中期財務資料所用的會計政策及計算方法與2024年財務報表所載截至2024年12月31日止年度的年度財務報表所用者一致，惟採用若干對本集團的業績及財務狀況並無重大影響的修訂除外。

編製中期財務資料時，管理層應用本集團會計政策時所作出之重大會計估計及判斷以及估計不確定性之主要來源與2024年財務報表中所採用者相同，惟物業及設備可使用年期的經修訂會計估計除外。管理層審查並延長服務器及設備的可使用年期，自2025年1月1日起生效。

中期財務資料已由本公司外聘核數師審閱。

2 分部資料

本集團業務活動具備單獨的財務報表，由主要經營決策者定期審閱及評估。主要經營決策者由本集團首席執行官擔任，其負責資源分配及對營運分部的業績評估。根據該評估的結果，本集團確定擁有以下營運分部：

- 國內
- 海外

主要經營決策者主要根據各營運分部的收入及經營利潤或虧損評估營運分部的業績。因此，分部業績指各分部的收入、銷售成本及經營開支，以及經營利潤或虧損，與主要經營決策者的業績審閱一致。截至2025年及2024年9月30日止三個月及九個月，概無重大分部間銷售。

呈報予主要經營決策者的客戶收入為各分部的收入。呈報予主要經營決策者的各分部經營利潤或虧損為收入扣除銷售成本及經營開支。若干項目並無分配至各分部，是由於該等項目並非直接與主要經營決策者業績評估及資源分配有關。以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額未分攤至營運分部。

分部業績如下：

	截至2025年9月30日止三個月			
	國內	海外	未分攤項目	總計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	(人民幣百萬元)			
收入	34,400	1,154	—	35,554
銷售成本及經營開支	(29,009)	(1,218)	—	(30,227)
未分攤項目	—	—	(28)	(28)
經營利潤／(虧損)	<u>5,391</u>	<u>(64)</u>	<u>(28)</u>	<u>5,299</u>
	截至2024年9月30日止三個月			
	國內	海外	未分攤項目	總計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	(人民幣百萬元)			
收入	29,800	1,331	—	31,131
銷售成本及經營開支	(26,295)	(1,484)	—	(27,779)
未分攤項目	—	—	(233)	(233)
經營利潤／(虧損)	<u>3,505</u>	<u>(153)</u>	<u>(233)</u>	<u>3,119</u>

	截至2025年9月30日止九個月			
	國內	海外	未分攤項目	總計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	(人民幣百萬元)			
收入	99,439	3,769	—	103,208
銷售成本及經營開支	(84,302)	(3,786)	—	(88,088)
未分攤項目	—	—	(273)	(273)
經營利潤／(虧損)	<u>15,137</u>	<u>(17)</u>	<u>(273)</u>	<u>14,847</u>

	截至2024年9月30日止九個月			
	國內	海外	未分攤項目	總計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	(人民幣百萬元)			
收入	88,113	3,401	—	91,514
銷售成本及經營開支	(76,119)	(4,099)	—	(80,218)
未分攤項目	—	—	(277)	(277)
經營利潤／(虧損)	<u>11,994</u>	<u>(698)</u>	<u>(277)</u>	<u>11,019</u>

3 收入

收入明細如下：

	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	(人民幣百萬元)			
線上營銷服務	20,102	17,634	57,844	51,799
直播	9,574	9,338	29,432	27,215
其他服務	5,878	4,159	15,932	12,500
	<u>35,554</u>	<u>31,131</u>	<u>103,208</u>	<u>91,514</u>

4 按性質劃分的開支

	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2025年	2024年	2025年	2024年
	(人民幣百萬元)			
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
收入分成成本及相關稅項	10,959	8,873	31,443	25,943
推廣及營銷開支	9,853	9,777	29,142	27,981
僱員福利開支	4,536	4,386	13,415	12,449
帶寬費用及服務器託管成本	1,451	1,465	4,263	4,234
物業及設備折舊	1,031	997	2,698	2,971
使用權資產折舊(附註a)	802	765	2,401	2,216
無形資產攤銷	21	25	69	78
支付渠道手續費	710	669	2,278	1,973
外包及其他勞務成本	400	340	1,105	964
附加稅款	272	234	781	689
專業費用	63	63	189	203
金融資產信貸虧損撥備	(9)	37	108	70
其他(附註b)	789	846	2,167	2,160
	30,878	28,477	90,059	81,931

附註a：使用權資產折舊包括與租期超過一年的互聯網數據中心、辦公大樓及土地相關的租賃開支。

附註b：其他主要包括內容相關的成本、差旅及通訊開支以及辦公室設施開支。

5 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃以期內本公司權益持有人應佔盈利除以已發行普通股的加權平均數計算。

	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
本公司權益持有人應佔盈利 (人民幣百萬元)	4,488	3,268	13,388	11,366
已發行普通股的加權平均數 (百萬股)	4,286	4,301	4,273	4,313
每股基本盈利 (以每股人民幣元列示)	1.05	0.76	3.13	2.64

(b) 每股攤薄盈利

計算每股攤薄盈利時，已就假設轉換所有具有潛在攤薄效應之普通股而調整已發行普通股加權平均數。截至2025年及2024年9月30日止三個月及九個月，本公司有兩類潛在普通股：購股權及受限制股份單位。

	截至9月30日止三個月		截至9月30日止九個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
本公司權益持有人應佔盈利 (人民幣百萬元)	4,488	3,268	13,388	11,366
已發行普通股的加權平均數 (百萬股)	4,286	4,301	4,273	4,313
購股權及受限制股份單位調整 (百萬股)	119	83	116	98
計算每股攤薄盈利時用作分母的 普通股加權平均數(百萬股)	4,405	4,384	4,389	4,411
每股攤薄盈利 (以每股人民幣元列示)	1.02	0.75	3.05	2.58

6 投資

	截至2025年 9月30日 (人民幣百萬元) (未經審核)	截至2024年 12月31日 (經審核)
非流動資產		
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		
—非上市實體投資	2,704	2,719
—上市實體投資	126	80
—理財產品及其他	26,329	21,338
—衍生金融工具	294	293
	29,453	24,430
按攤餘成本計量之其他金融資產	36	62
	29,489	24,492
流動資產		
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		
—上市實體投資	11	6
—理財產品及其他	39,086	27,044
—衍生金融工具	1	—
	39,098	27,050
按攤餘成本計量之其他金融資產	41	233
	39,139	27,283
總計	68,628	51,775

7 借款

	截至2025年 9月30日 (人民幣百萬元) (未經審核)	截至2024年 12月31日 (經審核)
無抵押銀行貸款		
—人民幣貸款，計入非流動負債	11,098	11,100
—美元貸款，計入流動負債	1,990	—
總計	13,088	11,100

8 股息

於2025年8月21日，本公司董事會批准並宣告特別股息每股普通股0.46港元。特別股息的總金額為20億港元，已於2025年10月支付。

其他資料

購回、出售或贖回本公司上市證券

截至2025年9月30日止三個月及直至最後可行日期，本公司於聯交所以總代價255,922,722.28港元合共購回3,451,600股B類股份(「購回股份」)。購回乃為從長遠提高股東價值。購回股份的詳情概述如下：

購回的月份	股份購回數目	每股股份支付的價格		總代價
		最高 (港元)	最低 (港元)	
2025年7月	0	不適用	不適用	0.00
2025年8月	0	不適用	不適用	0.00
2025年9月	2,137,000	74.30	73.35	157,515,973.00
2025年10月	1,314,600	75.10	74.55	98,406,749.28
2025年11月(直至最後可行日期)	0	不適用	不適用	0.00
總計	3,451,600			255,922,722.28

截至最後可行日期，2025年9月1日至10月14日期間購回的合共3,451,600股B類股份已分別於2025年9月30日及10月31日註銷，已發行B類股份數目因上述註銷而減少3,451,600股。根據上市規則，A類股份持有人Reach Best Developments Limited基於註銷有關B類股份及其他考量，分別於2025年9月30日及10月31日按照一比一的比率同時將合共12,418,760股A類股份轉換為B類股份。截至最後可行日期，本公司已註銷全部購回股份，且並無持有任何庫存股份。

除上文所披露者外，截至2025年9月30日止三個月及直至最後可行日期，本公司或其任何附屬公司或合併聯屬實體概無購回、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。

遵守企業管治守則

本公司致力於維持及促進高標準的企業管治，此舉對本集團的發展及保障股東的權益至關重要。本公司已採納企業管治守則的原則及守則條文作為本公司企業管治常規的依據。

除下段所解釋偏離企業管治守則第二部分所載守則條文第C.2.1條外，本公司截至2025年9月30日止九個月已遵守企業管治守則第二部分內載列的所有適用守則條文。

企業管治守則第二部分所載的守則條文第C.2.1條規定，上市發行人的主席與行政總裁的職責應區分，不應由一人兼任。自2023年10月29日以來，程一笑先生同時擔任本公司董事長及首席執行官，以確保本集團領導貫徹一致，推進長期策略，及進一步深化變現能力和優化運營效率。董事會認為，現行架構無損權力和授權的平衡，並可讓本公司及時且有效地作出決策及執行。

本公司將繼續提升適合其業務開展和發展的企業管治常規，並會不時檢討該等常規，以確保符合法定及專業標準並與最新發展保持一致。

審核委員會

審核委員會與核數師討論後審閱本公司截至2025年9月30日止三個月及九個月的未經審核中期財務資料。審核委員會已檢討本公司採用的會計原則及常規並討論本公司有關風險管理及內部監控的事項。對於本公司採納的會計處理方法，董事會與審核委員會之間並無出現意見分歧。

本公司已根據國際財務報告會計準則編製截至2025年9月30日止三個月及九個月的未經審核中期財務資料。

2025年9月30日後重大事項

除本公告所披露外，於2025年9月30日後及截至本公告日期，並無發生其他影響本集團的重大事項。

致謝

本人謹代表董事會衷心感謝我們認真及專業的員工及管理團隊的努力。本人亦希望向一直為我們提供鼎力支持及信心的股東及利益相關者深表謝意。

承董事會命
快手科技
董事長
程一笑先生

香港，2025年11月19日

於本公告日期，董事會包括執行董事程一笑先生及宿華先生；非執行董事李朝暉先生、張斐先生及王慧文先生；獨立非執行董事黃宣德先生、馬寅先生及盧蓉女士。

除過往事實的陳述外，本公告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」、「預期」、「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，亦按本公告刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。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，本公告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公告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。

釋義

於本公告中，除文義另有所指外，下列詞語具有以下含義：

「AI」	指	人工智能
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「細則」	指	本公司於2024年6月13日採納並生效的組織章程細則(不時修訂)
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「核數師」	指	本公司外部核數師羅兵咸永道會計師事務所
「董事會」	指	本公司董事會
「A類股份」	指	本公司股本內每股面值0.0000053美元的A類普通股，附有本公司不同投票權，使A類股份持有人可就本公司股東大會提呈的任何決議案享有每股10票的投票權，惟就有關保留事項的決議案享有每股一票的投票權
「B類股份」	指	本公司股本內每股面值0.0000053美元的B類普通股，使B類股份持有人可就本公司股東大會提呈的任何決議案享有每股一票的投票權
「《公司條例》」	指	香港法例第622章《公司條例》(不時修訂或補充)
「本公司」、「快手」或「我們」	指	快手科技，於2014年2月11日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「合併聯屬實體」	指	本公司通過一系列合約安排控制的實體
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則
「日活躍用戶」	指	日活躍用戶，計算為每日訪問應用程序至少一次的獨立用戶賬戶(剔除作弊賬戶)數目
「董事」	指	本公司董事

「全球發售」	指 B類股份的全球發售
「GMV」	指 商品交易總額，於本集團平台交易或通過本集團平台跳轉到合作夥伴平台交易的所有產品及服務訂單的總值(不論訂單結算或退回)，惟不包括人民幣100,000元或以上的單筆交易及一位買家單日總額為人民幣1,000,000元或以上的一系列交易，除非該等交易已結算
「本集團」	指 本公司、其附屬公司及合併聯屬實體，或如文義指明於本公司成為現時附屬公司的控股公司前期間的該等附屬公司(猶如該等公司當時為本公司的附屬公司)
「港元」	指 香港法定貨幣港元
「香港」	指 中國香港特別行政區
「國際財務報告會計準則」	指 國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則、修訂及詮釋
「達人」	指 關鍵意見領袖
「快手應用」	指 快手主站、快手極速版及快手概念版移動應用的統稱
「快手概念版」	指 我們於2018年11月推出的應用以探索不同的用戶需求及喜好
「快手極速版」	指 於2019年8月正式推出的快手主站之外的版本
「快手主站」	指 從2011年推出的最初移動應用GIF快手衍生的移動應用
「最後可行日期」	指 2025年11月11日，即本公告刊發前確定當中若干資料的最後可行日期
「上市規則」	指 香港聯合交易所有限公司證券上市規則(不時修訂、補充或以其他方式修改)
「月活躍用戶」	指 月活躍用戶，計算為每日曆月訪問應用程序至少一次的獨立用戶賬戶(剔除作弊賬戶)數目

「大綱」	指 本公司於2024年6月13日採納及生效的組織章程大綱(不時修訂)
「付費用戶」	指 特定時期內購買特定服務至少一次的用戶賬戶
「中國」	指 中華人民共和國，惟僅就本公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣地區
「保留事項」	指 根據細則在本公司股東大會每股股份可投一票的決議案事項，即(i)任何大綱或細則修訂，包括更改任何類別股份的附帶權利；(ii)委任、選舉或罷免任何獨立非執行董事；(iii)委任或罷免本公司核數師；及(iv)本公司自願清盤或解散
「人民幣」	指 中國法定貨幣人民幣
「ROI」	指 投資回報
「股東」	指 股份持有人
「股份」	指 依文義所指的本公司股本中的A類股份及B類股份
「聯交所」	指 香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指 具有《公司條例》賦予該詞的涵義
「庫存股份」	指 具有上市規則賦予該詞的涵義
「美元」	指 美國的法定貨幣
「%」	指 百分比