

即時發佈

騰訊公佈二零一九年第四季度及全年業績

香港，二零二零年三月十八日 – 中國領先的互聯網增值服務提供者–騰訊控股有限公司（「騰訊」或「本公司」，香港聯交所股票編號: 00700）今天公佈二零一九年第四季度（「二零一九年第四季度」）未經審核綜合業績及截至二零一九年十二月三十一日止年度（「二零一九年財政年度」）的經審核綜合業績。

二零一九年第四季度業績摘要

總收入：同比增長 25%，按非國際財務報告準則¹的本公司權益持有人應佔盈利：同比增長 29%

- 總收入為人民幣 1,057.67 億元（151.61 億美元²），較二零一八年第四季度（「同比」）增長 25%。
- 按非國際財務報告準則，撇除若干一次性及非現金項目的影響，以體現核心業務的業績：
 - 經營盈利為人民幣 303.06 億元（43.44 億美元），同比增長 35%；經營利潤率由去年同期的 26% 上升至 29%。
 - 期內盈利為人民幣 266.39 億元（38.19 億美元），同比增長 32%；淨利潤率由去年同期的 24% 上升至 25%。
 - 期內本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 254.84 億元（36.53 億美元），同比增長 29%。
 - 每股基本盈利為人民幣 2.690 元，每股攤薄盈利為人民幣 2.643 元。
- 按國際財務報告準則：
 - 經營盈利為人民幣 286.04 億元（41 億美元），同比增長 65%；經營利潤率由去年同期的 20% 上升至 27%。
 - 期內盈利為人民幣 223.72 億元（32.07 億美元），同比增長 60%；淨利潤率由去年同期的 17% 上升至 21%。
 - 期內本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 215.82 億元（30.94 億美元），同比增長 52%。
 - 每股基本盈利為人民幣 2.278 元。每股攤薄盈利為人民幣 2.248 元。

二零一九年財政年度業績摘要

總收入：同比增長 21%，按非國際財務報告準則的本公司權益持有人應佔盈利：同比增長 22%

- 總收入為人民幣 3,772.89 億元（540.82 億美元），較二零一八財政年度（「同比」）增長 21%。
- 按非國際財務報告準則，撇除若干一次性及非現金項目的影響，以體現核心業務的業績：
 - 經營盈利為人民幣 1,146.01 億元（164.27 億美元），同比增長 24%；經營利潤率為 30%，與去年同期持平。
 - 年度盈利為人民幣 975.89 億元（139.89 億美元），同比增長 22%；淨利潤率為 26%，與去年同期持平。
 - 年度本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 943.51 億元（135.25 億美元），同比增長 22%。
 - 每股基本盈利為人民幣 9.966 元，每股攤薄盈利為人民幣 9.729 元。
- 按國際財務報告準則：
 - 經營盈利為人民幣 1,186.94 億元（170.14 億美元），同比增長 22%；經營利潤率為 31%，與去年同期持平。

¹ 非國際財務報告準則（前期稱為非通用會計準則）撇除股份酬金、併購帶來的效應、如來自投資公司的（收益）/ 虧損淨額、無形資產攤銷及減值撥備，以及所得稅影響。

² 美元數據基於 1 美元兌人民幣 6.9762 元計算。

- 年度盈利為人民幣 958.88 億元(137.45 億美元)，同比增長 20%；淨利潤率由去年的 26% 下降至 25%。
 - 年度本公司權益持有人應佔盈利為人民幣 933.10 億元(133.75 億美元)，同比增長 19%。
 - 每股基本盈利為人民幣 9.856 元。每股攤薄盈利為人民幣 9.643 元。
- 董事會建議就截至二零一九年十二月三十一日止年度派發末期股息每股 1.20 港元(二零一八年：每股 1.00 港元)。此建議須待股東於股東週年大會批准。

董事會主席兼首席執行官馬化騰表示：「二零一九年，我們鞏固了在消費互聯網的領導地位，拓展了產業互聯網業務，並保持穩健的運營及財務表現。微信生態促進用戶與服務之間更便捷緊密的聯繫，令我們的通信及社交平台日益蓬勃。隨著《PUBG Mobile》及《Call of Duty Mobile》等遊戲獲得成功，海外遊戲業務取得突破性的進展，大幅拓展遊戲用戶規模。在支付業務方面，我們進一步滲透線下商戶，亦拓寬了理財產品種類。此外，廣告及雲業務更好地服務企業客戶，擴大了我們的業務規模。面對新型冠狀病毒疫情，我們不遺餘力地幫助用戶以及社會各界應對挑戰，積極組織了各類慈善及志願活動，並為個人及企業提供包括企業微信、騰訊會議、騰訊醫典、騰訊課堂等實用技術工具，踐行我們的企業使命——用戶為本，科技向善。」

二零一九年第四季度財務分析

增值服務業務收入同比增長 20% 至人民幣 523.08 億元。網絡遊戲收入同比增長 25% 至人民幣 302.86 億元。智能手機遊戲在中國及海外市場增長強勁，包括《和平精英》、《PUBG Mobile》以及 Supercell 旗下的遊戲等，但部分電腦客戶端遊戲如《地下城與勇士》的收入減少。社交網絡收入增長 13% 至人民幣 220.22 億元，主要反映直播服務及音樂流媒體等數字內容服務的收入貢獻增加。

金融科技及企業服務的收入同比增長 39% 至人民幣 299.20 億元，主要由於商業支付收入增長，以及因雲服務進一步滲透主要垂直領域而帶來的收入增長推動。

網絡廣告業務同比增長 19% 至人民幣 202.25 億元。社交及其他廣告收入增長 37% 至人民幣 162.74 億元，主要受微信朋友圈及移動廣告聯盟收入增加所推動。媒體廣告收入同比下降 24% 至人民幣 39.51 億元。受內容排播不確定性及體育賽事電視轉播減少影響，騰訊視頻及騰訊新聞等媒體平台的廣告收入減少。

二零一九年第四季度其他主要財務信息

EBITDA 為人民幣 356.75 億元，同比增加 31%。經調整的 EBITDA 為人民幣 385.72 億元，同比增加 30%。

資本開支為人民幣 168.69 億元，同比增加 270%。

自由現金流*為人民幣 378.96 億元，同比增加 27%。

於二零一九年十二月三十一日，本公司的債務淨額為人民幣 155.52 億元。我們於上市投資公司（不包括附屬公司）權益的公允價值合共為人民幣 4,198.18 億元。

*自二零一九年第一季度起，本集團將現金流量呈列的已付利息從經營活動重新分類為融資活動，以反映業務性質。比較業績已重列以符合當期呈列。

經營資料

	於二零一九年 十二月三十一日	於二零一八年 十二月三十一日	同比變動	於二零一九年 九月三十日	環比變動
	(百萬計, 另有指明者除外)				
微信及 WeChat 的 合併月活躍賬戶數	1,164.8	1,097.6	6.1%	1,151.0	1.2%
QQ 的智慧終端月活躍賬戶數	647.0	699.8	-7.5%	653.4	-1.0%
收費增值服務註冊賬戶	180.1	160.3	12.4%	170.6	5.6%

戰略進展及前景

我們的戰略重點是進一步深耕消費互聯網並鞏固領先地位, 擁抱產業互聯網機遇, 以及為企業文化注入新活力。二零一九年, 我們在公司戰略的主要方面取得重大進展; 與此同時, 面對廣闊的發展空間, 我們不斷調整策略以應對全新挑戰並把握發展機會。以下為部分主要產品及業務的回顧:

通信及社交

我們的戰略焦點是通過數字內容、線上及線下服務加強用戶連接, 以及通過小程序、微信支付及企業微信等工具, 深化與企業的聯繫。

二零一九年, 我們幫助微信用戶更便捷地獲取公共服務以及醫療健康信息和服務。小程序內容及信息流服務中的視頻內容更加豐富, 用戶亦可通過微視在朋友圈分享短視頻。微信與 WeChat 持續保持高水平的用戶活躍度, 活躍用戶數及用戶使用時長都進一步提升。二零一九年第四季度日均消息數同比增加 15%。我們優化了 QQ 的聊天功能及朋友推薦功能, 並通過推出小遊戲擴大其娛樂使用場景, 令其更受年輕用戶歡迎。此外, 自新型冠狀病毒疫情爆發以來, QQ 家校群為超過 1.2 億用戶提供了群課堂直播、線上輔導課程及作業管理工具等, 助力開展線上及線下教育。為了加強與企業的聯繫, 我們提升了微信應用內的「搜一搜」及小程序直播功能, 方便用戶發現商戶的小程序, 並幫助商戶促進銷售轉化。二零一九年, 小程序的日均交易筆數同比增長超過一倍, 總交易額超過人民幣 8,000 億元。

展望未來, 我們將通過我們的通信社交產品為用戶的日常生活提供更多便利, 進一步釋放小程序的潛力, 並通過技術創新為用戶帶來新的社交體驗。

網絡遊戲

我們聚焦於提升內部研發實力, 加強外部合作, 及擴展海外業務。

我們加深了在中國的領導地位, 海外業務也取得重大進展, 這在很大程度上要歸功於《PUBG Mobile》、《Call of Duty Mobile》及《英雄聯盟》新模式《雲頂之弈》的成功。二零一九年第四季度, 我們的海外遊戲收入同比增長超過一倍, 佔整體網絡遊戲收入的 23%。截至二零一九年底, 全球前十最受歡迎的智能手機遊戲(按日活躍用戶數計算)中有五款均由我們開發。除了打造原創 IP, 我們還投資了各大遊戲品類中的頂尖遊戲工作室, 擴展外部合作夥伴關係。我們的主要遊戲工作室如天美及光子工作室, 以及 Riot Games 與 Supercell 都進一

步加強了研發能力，並各自儲備數款遊戲大作。我們相信，我們的遊戲工作室在個人電腦客戶端與智能手機遊戲市場，及在多人戰鬥競技場(MOBA)與戰術競技等遊戲品類均具有領先地位，但在角色扮演遊戲等其他品類仍有進一步提升空間。電子競技方面，英雄聯盟全球總決賽及王者榮耀職業聯賽分別成為觀看人次最多的個人電腦客戶端及智能手機遊戲賽事，鞏固了我們在全球電競運動的領導地位。

展望未來，我們將致力加深在國內遊戲行業的領軍地位，加強海外拓展，推出面向全球的精品遊戲。

數字內容

我們重點關注數字內容投入及發展付費會員業務，立足長視頻領域，拓展短視頻業務。

二零一九年，我們的收費增值服務賬戶數同比增長 12% 至 1.8 億。受主要節目內容延遲播映影響，視頻付費會員及收入增長較二零一八年有所放緩。儘管如此，騰訊視頻付費會員數增長至 1.06 億，我們也在內容、用戶及財務數據各方面保持行業領先水平。視頻業務全年營運虧損減少至人民幣 30 億元以下，遠低於同業水平。我們在投資及生產自製內容方面逐漸純熟，尤其是在電視劇、動畫片及綜藝節目等領域。我們也將自有 IP 拓展至不同內容形式，如將網絡小說《慶餘年》改編為電視劇並大獲成功。二零一九年下半年，受益於流媒體付費模式，我們的音樂付費用戶數增速加快。由於免費閱讀服務帶來的競爭，網絡文學的付費用戶數在二零一九年大部分時間增長疲弱，但隨著微信讀書應用被更多人使用，用戶也逐漸認同優質收費內容的價值，該業務已有好轉跡象。

鑑於用戶花費大量時間觀看短視頻，我們顯著加大了對短視頻領域的投入。二零一九年第四季，短視頻應用微視日活躍用戶數環比增長 80%，日均視頻上傳量環比增長 70%。我們亦提升了視頻識別技術，幫助用戶創造內容，並使推薦更加智能化。我們加入了各種創新功能，例如視頻紅包，提升了社交視頻上傳量；此外，我們還憑藉自有 IP 優勢，支持網絡紅人 (KOL) 及網紅經紀機構 (MCN) 的創作。我們預期短視頻業務發展需要多年的投入，而我們目前正處於起步階段。我們曾在長視頻領域成功克服後發劣勢，成為行業領軍者，同時我們可借助在社交網絡和媒體方面的優勢，最近數月亦在短視頻領域取得顯著進展；因此，我們對該業務的長期前景充滿信心。

網絡廣告

我們著眼於加強精準投放能力，從而提高廣告主的廣告投放效率。

二零一九年上半年，廣告業務受宏觀經濟疲弱及市場競爭影響。然而，通過積極整合廣告技術團隊與銷售團隊、提升精準投放能力以及簡化廣告庫存和廣告主工具等措施，核心的「社交及其他」廣告業務在下半年重振增長動力，在第四季度，其收入佔整體廣告收入的絕大部分。我們在年初將微信朋友圈人均單日最高廣告曝光量由兩條增加至三條，並在年底成功測試第四條。憑藉我們的數據及技術優勢，我們在廣告聯盟市場佔據了顯著份額，並取得強勁的收入增長，營運利潤率亦有改善。此外，若干電視劇延期播映，以及 NBA 籃球賽事的廣告減少，對媒體廣告業務全年表現造成負面影響。

我們相信廣告業務的競爭實力已有顯著提升。縱然面對行業挑戰，強大的團隊及技術實力將有助於我們在二零二零年提升廣告主的廣告投放效率，並增加我們的市場份額，同時保持良好的用戶體驗。

金融科技

我們致力於推動支付創新，增加支付使用場景，並擴大理財產品組合。

我們加強於線下商戶的滲透，鞏固在移動支付服務的領導地位。在二零一九年第四季度，我們的商業支付日均交易筆數超過 10 億，月活躍賬戶超過 8 億，月活躍商戶超過 5,000 萬。微信支付分有助於提高用戶購買意願及對商戶的忠誠度，例如讓信用紀錄良好的用戶在租用產品或服務時可免繳按金等等。我們的理財平台理財通進一步拓展大眾市場業務，資產保有量同比增長超過 50%，客戶數目則同比增長超過一倍。我們的聯營公司微眾銀行在微信內提供小額貸款產品「微粒貸」，該產品貸款餘額迅速增長，不良貸款比率維持在較低水平。

未來，我們將繼續擴大支付的使用場景，為用戶提供更多金融科技產品及服務，並持續提升我們的基礎能力及平台的穩定性。

雲及企業服務

我們專注於開發定制化行業解決方案，幫助企業夥伴加強與用戶的聯繫，助力各行業的數字化升級。

二零一九年，我們的雲服務收入超過人民幣 170 億元，增速持續高於市場。受益於銷售團隊的不斷優化及與服務商的合作深化，付費客戶數超過 100 萬。隨著我們優化供應鏈及擴展業務規模，毛利率也得到改善。我們成功擴大市場份額，並在互聯網服務、旅遊、民生服務及工業等垂直領域持續拓展業務，發揮我們連接消費者的優勢，助力企業進行數字化升級。新型冠狀病毒疫情使雲服務相關項目的落地實施有所延遲，因此將對短期收入造成負面影響，但我們相信，長期來看，企業將更樂於使用雲服務，以滿足遠程辦公及與客戶的遠程互動需求。

二零二零年新型冠狀病毒疫情的爆發進一步體現了遠程辦公及遠程醫療服務的重要性，我們亦積極幫助人們應對疫情帶來的新挑戰。我們於二零一九年十二月底推出騰訊會議，其日活躍賬戶數在兩個月內超過 1,000 萬，成為當前中國最多人使用的視頻會議專用應用。我們進一步深化微信及企業微信的互通，協助企業進行客戶管理及銷售轉化，疫情期間有數百萬企業使用企業微信順利恢復辦公。騰訊健康成為超過 3 億微信用戶獲取實時疫情數據、線上問診及 AI 自診等服務的重要渠道。我們亦提供 AI 醫療影像技術，協助進行對新型冠狀病毒的診斷。我們還通過騰訊醫典提供可靠及專業的醫療資訊，並通過微信及騰訊新聞等多個高流量平台推送疫情相關內容，訪問量超過 6 億。此外，騰訊健康碼已成為疫情期間最多人使用的健康及出行紀錄電子通行證。自今年二月推出以來，健康碼已被超過 300 個縣市的 9 億用戶使用，累計訪問量達 80 億次。展望未來，我們將致力滿足疫情引起的短期需求，同時在數字化經濟下，繼續提升能力以服務企業的長遠需求。

環境、社會及管治措施

二零一九年，我們在環境、社會及管治方面的表現取得重大進展。我們啟動了首屆「科學探索獎」，支持基礎科學及前沿技術的發展。騰訊「為村」是我們助力鄉村數字化及精準扶貧的開放平台，截至二零一九年底，已有 29 個省、15,000 個村莊及超過 250 萬村民加入騰訊「為村」。文化傳承方面，我們與世界各大博物館合作數字博物館項目，利用小程序的能力推動文化保護。我們還提高了數據中心的能源使用效率。此外，董事會迎來了柯楊教授的加入。她在醫療健康及醫學研究領域的專業知識使我們董事會更加多元化。

踏入二零二零年，新型冠狀病毒疫情的挑戰對全球經濟影響深遠。疫情爆發後，我們迅速設立了 15 億元人民幣的戰疫基金，提供各種抗疫支援，並利用雲資源及技術，支持相關項目及醫療研究的開展。我們的團隊不遺餘力地提升技術能力及產品，向公眾更新有關疫情的權威信息及資料，並向醫療服務機構、企業及教育機構等提供遠程辦公及協同工具，助力各界應對疫情挑戰。此外，我們與鍾南山院士團隊達成合作，為其針對新型冠狀病毒的研究提供資金支持，並利用我們的 AI 醫療影像技術能力，助力開發快速病毒檢測技術。我們相信，我們為抗疫所付出的努力，充分體現了我們「用戶為本，科技向善」的使命。

有關更詳細的披露，請瀏覽 www.tencent.com/ir 或通過微信公眾賬號關注我們：



###

關於騰訊

騰訊以技術豐富互聯網用戶的生活。

通過通信及社交平台微信和QQ，促進用戶互相連接，並助其連接數字內容、網上及線下服務。通過定向廣告平台，助力廣告主觸達數以億計的中國消費者。通過金融科技及企業服務，促進合作夥伴業務增長，助力實現數字化升級。

騰訊大力投資於人才隊伍和推動科技創新，積極參與互聯網行業協同發展。騰訊於 1998 年在中國深圳成立，騰訊的股份 (00700.HK) 在香港聯合交易所主板上市。

如有查詢，請聯繫：

陳慧芬 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 888369 電郵: cchan@tencent.com
黃志芸 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 850839 電郵: wendyyhuang@tencent.com
葉囡貞 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 868961 電郵: janeyip@tencent.com
張沛恒 電話: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 內線 868919 電郵: phcheung@tencent.com

非國際財務報告準則財務計量

為補充根據國際財務報告準則編制的本公司綜合業績，若干額外的非國際財務報告準則財務計量（經營盈利、經營利潤率、期內盈利、淨利潤率、本公司權益持有人應佔盈利、每股基本盈利及每股攤薄盈利）已於本公佈內呈列。此等未經審核非國際財務報告準則財務計量應被視為根據國際財務報告準則編制的本公司財務業績的補充而非替代計量。此外，此等非國際財務報告準則財務計量的定義可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同。

本公司的管理層相信，非國際財務報告準則財務計量藉排除若干非現金項目及併購交易的若干影響為投資者評估本公司核心業務的業績提供有用的補充資料。此外，非國際財務報告準則調整包括本集團主要聯營公司的相關非國際財務報告準則調整，此乃基於相關主要聯營公司可獲得的已公佈財務資料或本公司管理層根據所獲得的資料、若干預測、假設及前提所作出的估計。

重要注意事項

本新聞稿載有前瞻性陳述，其涉及業務展望、預測業務計劃及本公司的增長策略。該等前瞻性陳述是根據本公司現有的資料，亦按本新聞稿刊及之時的展望為基準，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，其中，若干部份為主觀性或不受我們控制。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。該等前瞻性陳述之內大部分為風險及不明朗因素。該等風險及不明朗因素的其他詳情載於我們的其他公開披露檔和公司網站。

綜合收益表

人民幣百萬元（特別說明除外）

	未經審核		經審核	
	4Q2019	4Q2018	2019	2018
收入	105,767	84,896	377,289	312,694
增值服務	52,308	43,651	199,991	176,646
金融科技及企業服務	29,920	21,597	101,355	73,138
網絡廣告	20,225	17,033	68,377	58,079
其他	3,314	2,615	7,566	4,831
收入成本	(59,659)	(49,744)	(209,756)	(170,574)
毛利	46,108	35,152	167,533	142,120
	<i>毛利率</i>			
	44%	41%	44%	45%
利息收入	1,580	1,350	6,314	4,569
其他收益/(虧損)淨額	3,630	(2,139)	19,689	16,714
銷售及市場推廣開支	(6,712)	(5,730)	(21,396)	(24,233)
一般及行政開支	(16,002)	(11,345)	(53,446)	(41,522)
經營盈利	28,604	17,288	118,694	97,648
	<i>經營利潤率</i>			
	27%	20%	31%	31%
財務成本淨額	(2,767)	(1,372)	(7,613)	(4,669)
分佔聯營公司及合營公司(虧損)/盈利	(1,328)	16	(1,681)	1,487
除稅前盈利	24,509	15,932	109,400	94,466
所得稅開支	(2,137)	(1,906)	(13,512)	(14,482)
期內盈利	22,372	14,026	95,888	79,984
	<i>淨利潤率</i>			
	21%	17%	25%	26%
下列人士應佔：				
本公司權益持有人	21,582	14,229	93,310	78,719
非控制性權益	790	(203)	2,578	1,265
非國際財務報告準則本公司權益持有人應佔盈利	25,484	19,730	94,351	77,469
歸屬於本公司權益持有人的 每股盈利（每股人民幣元）				
- 基本	2.278	1.505	9.856	8.336
- 攤薄	2.248	1.489	9.643	8.228

綜合全面收益表

人民幣百萬元（特別說明除外）

經審核	
2019	2018
95,888	79,984
125	23
(3)	-
3,089	4,133
(2,139)	181
23,119	(16,391)
(178)	(170)
24,013	(12,224)
119,901	67,760
116,670	66,339
3,231	1,421

年度盈利

其他全面收益（除稅淨額）：

其後可能會重新分類至損益的項目

分佔聯營公司及合營公司其他全面收益	125	23
視同處置聯營公司後分佔其他全面收益轉至損益	(3)	-
外幣折算差額	3,089	4,133
其他公允價值(虧損)/收益淨額	(2,139)	181

其後不會重新分類至損益的項目

以公允價值計量且其變動計入	23,119	(16,391)
其他全面收益的金融資產的公允價值變動收益/(虧損)淨額	(178)	(170)
其他公允價值虧損		

年度全面收益總額

下列人士應佔：

本公司權益持有人	116,670	66,339
非控制性權益	3,231	1,421

其他財務資料

人民幣百萬元（特別說明除外）

	未經審核		經審核	
	4Q2019	4Q2018	2019	2018
EBITDA (a)	35,675	27,180	137,268	110,404
經調整的 EBITDA (a)	38,572	29,701	147,395	118,273
經調整的 EBITDA 比率 (b)	36%	35%	39%	38%
利息及相關開支	2,348	1,345	7,690	4,898
債務淨額 (c)	(15,552)	(12,170)	(15,552)	(12,170)
資本開支 (d)	16,869	4,564	32,369	23,941

附注：

- (a) EBITDA 乃按經營盈利扣除利息收入及其他收益/虧損淨額，加回物業、設備及器材、投資物業及使用權資產的折舊、以及無形資產攤銷計算。經調整的 EBITDA 乃按 EBITDA 加按權益結算的股份酬金開支計算。
- (b) 經調整的 EBITDA 比率乃按經調整的 EBITDA 除以收入計算。
- (c) 債務淨額為期末餘額，乃根據現金及現金等價物加定期存款及其他，減借款及應付票據計算。
- (d) 資本開支包括添置（不包括業務合併）物業、設備及器材、在建工程、投資物業、土地使用權以及無形資產（不包括媒體內容、遊戲特許權及其他內容）。

綜合財務狀況表

人民幣百萬元 (特別說明除外)

	經審核	
	於十二月三十一日	
	2019	2018
資產		
非流動資產		
物業、設備及器材	46,824	35,091
土地使用權	15,609	7,106
使用權資產	10,847	-
在建工程	3,935	4,879
投資物業	855	725
無形資產	128,860	56,650
於聯營公司的投資	213,614	219,215
於合營公司的投資	8,280	8,575
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	128,822	91,702
以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的金融資產	81,721	43,519
預付款項、按金及其他資產	23,442	21,531
其他金融資產	-	1,693
遞延所得稅資產	18,209	15,755
定期存款	19,000	-
	700,018	506,441
流動資產		
存貨	718	324
應收賬款	35,839	28,427
預付款項、按金及其他資產	27,840	18,493
其他金融資產	375	339
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	7,114	6,175
定期存款	46,911	62,918
受限制現金	2,180	2,590
現金及現金等價物	132,991	97,814
	253,968	217,080
資產總額	953,986	723,521

綜合財務狀況表 (續上)

人民幣百萬元 (特別說明除外)

	經審核	
	於十二月三十一日	
	2019	2018
權益		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	-	-
股本溢價	35,271	27,294
股份獎勵計劃所持股份	(4,002)	(4,173)
其他儲備	16,786	729
保留盈利	384,651	299,660
	432,706	323,510
非控制性權益	56,118	32,697
權益總額	488,824	356,207
負債		
非流動負債		
借款	104,257	87,437
應付票據	83,327	51,298
長期應付款項	3,577	4,797
其他金融負債	5,242	3,306
遞延所得稅負債	12,841	10,964
租賃負債	8,428	-
遞延收入	7,334	7,077
	225,006	164,879
流動負債		
應付賬款	80,690	73,735
其他應付款項及預提費用	45,174	33,312
借款	22,695	26,834
應付票據	10,534	13,720
流動所得稅負債	9,733	10,210
其他稅項負債	1,245	1,049
其他金融負債	5,857	1,200
租賃負債	3,279	-
遞延收入	60,949	42,375
	240,156	202,435
負債總額	465,162	367,314
權益及負債總額	953,986	723,521

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制的計量的調節

人民幣百萬元 百分比除外	已報告	調整					非國際財務報告準則
		股份酬金 (a)	來自投資公司的 (收益) / 虧損淨額 (b)	無形資產攤銷 (c)	減值撥備 (d)	所得稅影響 (e)	
截至 2019 年 12 月 31 日止年度							
經營盈利	118,694	10,500	(19,650)	1,051	4,006	–	114,601
年度盈利	95,888	12,774	(20,818)	5,781	5,202	(1,238)	97,589
本公司權益持有人應佔盈利	93,310	12,309	(20,720)	5,362	5,185	(1,095)	94,351
經營利潤率	31%						30%
淨利潤率	25%						26%
截至 2018 年 12 月 31 日止年度							
經營盈利	97,648	7,900	(31,168)	524	17,577	–	92,481
年度盈利	79,984	11,354	(32,513)	4,251	17,741	(525)	80,292
本公司權益持有人應佔盈利	78,719	11,025	(33,073)	4,027	17,238	(467)	77,469
經營利潤率	31%						30%
淨利潤率	26%						26%

附注：

- (a) 包括授予投資公司僱員的認沽期權（可由本集團收購的投資公司的股份及根據其股份獎勵計劃而發行的股份）及其他獎勵
- (b) 包括視同處置 / 處置投資公司、投資公司的公允價值變動的（收益）/ 虧損淨額以及與投資公司股權交易相關的其他開支
- (c) 因收購而產生的無形資產攤銷
- (d) 於聯營公司、合營公司及收購產生的無形資產的減值撥備
- (e) 非國際財務報告準則調整的所得稅影響

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制的計量的調節

人民幣百萬元 百分比除外	已報告	調整					非國際財務報告準則
		股份酬金 (a)	來自投資公司的 (收益) / 虧損淨額 (b)	無形資產攤銷 (c)	減值撥備 (d)	所得稅影響 (e)	
截至 2019 年 12 月 31 日止三個月未經審核							
經營盈利	28,604	3,269	(2,340)	701	72	–	30,306
期內盈利	22,372	3,965	(1,412)	1,667	140	(93)	26,639
本公司權益持有人應佔盈利	21,582	3,756	(1,403)	1,406	133	10	25,484
經營利潤率	27%						29%
淨利潤率	21%						25%
截至 2019 年 9 月 30 日止三個月未經審核							
經營盈利	25,827	2,745	(1,814)	118	1,668	–	28,544
期內盈利	20,976	3,568	(2,509)	1,544	1,981	(474)	25,086
本公司權益持有人應佔盈利	20,382	3,475	(2,444)	1,491	1,971	(463)	24,412
經營利潤率	27%						29%
淨利潤率	22%						26%
截至 2018 年 12 月 31 日止三個月未經審核							
經營盈利	17,288	2,459	1,579	198	864	–	22,388
期內盈利	14,026	3,579	583	1,927	938	(813)	20,240
本公司權益持有人應佔盈利	14,229	3,504	(60)	1,839	1,013	(795)	19,730
經營利潤率	20%						26%
淨利潤率	17%						24%

附注：

- (a) 包括授予投資公司僱員的認沽期權（可由本集團收購的投資公司的股份及根據其股份獎勵計劃而發行的股份）及其他獎勵
- (b) 包括視同處置 / 處置投資公司、投資公司的公允價值變動的（收益）/ 虧損淨額以及與投資公司股權交易相關的其他開支
- (c) 因收購而產生的無形資產攤銷
- (d) 於聯營公司、合營公司及收購產生的無形資產的減值撥備
- (e) 非國際財務報告準則調整的所得稅影響