

实时发布

腾讯公布二零一九年第四季度及全年业绩

香港，二零二零年三月十八日 – 中国领先的互联网增值服务提供商–腾讯控股有限公司（“腾讯”或“本公司”，香港联交所股票编号: 00700）今天公布二零一九年第四季度（“二零一九年第四季度”）未经审核综合业绩及截至二零一九年十二月三十一日止年度（“二零一九年财政年度”）的经审核综合业绩。

二零一九年第四季度业绩摘要

总收入：同比增长 25%，按非国际财务报告准则的本公司权益持有人应占盈利：同比增长 29%

- 总收入为人民币 1,057.67 亿元（151.61 亿美元²），较二零一八年第四季度（“同比”）增长 25%。
- 按非国际财务报告准则，撇除若干一次性及非现金项目的影响，以体现核心业务的业绩：
 - 经营盈利为人民币 303.06 亿元（43.44 亿美元），同比增长 35%；经营利润率由去年同期的 26% 上升至 29%。
 - 期内盈利为人民币 266.39 亿元（38.19 亿美元），同比增长 32%；净利润率由去年同期的 24% 上升至 25%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 254.84 亿元（36.53 亿美元），同比增长 29%。
 - 每股基本盈利为人民币 2.690 元，每股摊薄盈利为人民币 2.643 元。
- 按国际财务报告准则：
 - 经营盈利为人民币 286.04 亿元（41 亿美元），同比增长 65%；经营利润率由去年同期的 20% 上升至 27%。
 - 期内盈利为人民币 223.72 亿元（32.07 亿美元），同比增长 60%；净利润率由去年同期的 17% 上升至 21%。
 - 期内本公司权益持有人应占盈利为人民币 215.82 亿元（30.94 亿美元），同比增长 52%。
 - 每股基本盈利为人民币 2.278 元。每股摊薄盈利为人民币 2.248 元。

二零一九年财政年度业绩摘要

总收入：同比增长 21%，按非国际财务报告准则的本公司权益持有人应占盈利：同比增长 22%

- 总收入为人民币 3,772.89 亿元（540.82 亿美元），较二零一八财政年度（“同比”）增长 21%。
- 按非国际财务报告准则，撇除若干一次性及非现金项目的影响，以体现核心业务的业绩：
 - 经营盈利为人民币 1,146.01 亿元（164.27 亿美元），同比增长 24%；经营利润率为 30%，与去年同期持平。
 - 年度盈利为人民币 975.89 亿元（139.89 亿美元），同比增长 22%；净利润率为 26%，与去年同期持平。
 - 年度本公司权益持有人应占盈利为人民币 943.51 亿元（135.25 亿美元），同比增长 22%。
 - 每股基本盈利为人民币 9.966 元，每股摊薄盈利为人民币 9.729 元。
- 按国际财务报告准则：
 - 经营盈利为人民币 1,186.94 亿元（170.14 亿美元），同比增长 22%；经营利润率为 31%，与去年同期持平。
 - 年度盈利为人民币 958.88 亿元（137.45 亿美元），同比增长 20%；净利润率由去年的 26% 下降至 25%。

¹ 非国际财务报告准则（前期称为非通用会计准则）撇除股份酬金、并购带来的效应，如来自投资公司的（收益）/ 亏损净额、无形资产摊销及减值拨备，以及所得税影响。

² 美元数据基于 1 美元兑人民币 6.9762 元计算。

- 年度本公司权益持有人应占盈利为人民币 933.10 亿元（133.75 亿美元），同比增长 19%。
- 每股基本盈利为人民币 9.856 元。每股摊薄盈利为人民币 9.643 元。
- 董事会建议就截至二零一九年十二月三十一日止年度派发末期股息每股 1.20 港元（二零一八年：每股 1.00 港元）。此建议须待股东于股东周年大会批准。

董事会主席兼首席执行官马化腾表示：“二零一九年，我们巩固了在消费互联网的领导地位，拓展了产业互联网业务，并保持稳健的运营及财务表现。微信生态促进用户与服务之间更便捷紧密的联系，令我们的通信及社交平台日益蓬勃。随着《PUBG Mobile》及《Call of Duty Mobile》等游戏获得成功，海外游戏业务取得突破性的进展，大幅拓展游戏用户规模。在支付业务方面，我们进一步渗透线下商户，亦拓宽了理财产品种类。此外，广告及云业务更好地服务企业客户，扩大了我们的业务规模。面对新型冠状病毒疫情，我们不遗余力地帮助用户以及社会各界应对挑战，积极组织各类慈善及志愿活动，并为个人及企业提供包括企业微信、腾讯会议、腾讯医典、腾讯课堂等实用技术工具，践行我们的企业使命——用户为本，科技向善。”

二零一九年第四季度财务分析

增值服务业务收入同比增长 20%至人民币 523.08 亿元。网络游戏收入同比增长 25%至人民币 302.86 亿元。智能手机游戏在中国及海外市场增长强劲，包括《和平精英》、《PUBG Mobile》以及 Supercell 旗下的游戏等，但部分电脑客户端游戏如《地下城与勇士》的收入减少。社交网络收入增长 13%至人民币 220.22 亿元，主要反映直播服务及音乐流媒体等数字内容服务的收入贡献增加。

金融科技及企业服务的收入同比增长 39%至人民币 299.20 亿元，主要由于商业支付收入增长，以及因云服务进一步渗透主要垂直领域而带来的收入增长推动。

网络广告业务同比增长 19%至人民币 202.25 亿元。社交及其他广告收入增长 37%至人民币 162.74 亿元，主要受微信朋友圈及移动广告联盟收入增加所推动。媒体广告收入同比下降 24%至人民币 39.51 亿元。受内容排播不确定性及体育赛事电视转播减少影响，腾讯视频及腾讯新闻等媒体平台的广告收入减少。

二零一九年第四季度其他主要财务信息

EBITDA 为人民币 356.75 亿元，同比增加 31%。经调整的 EBITDA 为人民币 385.72 亿元，同比增加 30%。

资本开支为人民币 168.69 亿元，同比增加 270%。

自由现金流*为人民币 378.96 亿元，同比增加 27%。

于二零一九年十二月三十一日，本公司的债务净额为人民币 155.52 亿元。我们于上市投资公司（不包括附属公司）权益的公允价值合共为人民币 4,198.18 亿元。

*自二零一九年第一季度起，本集团将现金流量呈列的已付利息从经营活动重新分类为融资活动，以反映业务性质。比较业绩已重列以符合当期呈列。

经营数据

	于二零一九年 十二月三十一日	于二零一八年 十二月三十一日	同比变动	于二零一九年 九月三十日	环比变动
(百万计, 另有指明者除外)					
微信及 WeChat 的 合并月活跃账户数	1,164.8	1,097.6	6.1%	1,151.0	1.2%
QQ 的智慧终端月活跃账户数	647.0	699.8	-7.5%	653.4	-1.0%
收费增值服务注册账户	180.1	160.3	12.4%	170.6	5.6%

战略进展及前景

我们的战略重点是进一步深耕消费互联网并巩固领先地位, 拥抱产业互联网机遇, 以及为企业文化注入新活力。二零一九年, 我们在公司战略的主要方面取得重大进展; 与此同时, 面对广阔的发展空间, 我们不断调整策略以应对全新挑战并把握发展机会。以下为部分主要产品及业务的回顾:

通信及社交

我们的战略焦点是通过数字内容、线上及线下服务加强用户连接, 以及通过小程序、微信支付及企业微信等工具, 深化与企业的连接。

二零一九年, 我们帮助微信用户更便捷地获取公共服务以及医疗健康信息和服务。小程序内容及信息流服务中的视频内容更加丰富, 用户亦可通过微视在朋友圈分享短视频。微信与 WeChat 持续保持高水平的用户活跃度, 活跃用户数及用户使用时长都进一步提升。二零一九年第四季度日均消息数同比增加 **15%**。我们优化了 QQ 的聊天功能及朋友推荐功能, 并通过推出小游戏扩大其娱乐使用场景, 令其更受年轻用户欢迎。此外, 自新型冠状病毒疫情爆发以来, QQ 家校群为超过 **1.2 亿** 用户提供了群课堂直播、在线辅导课程及作业管理工具等, 助力开展线上及线下教育。为了加强与企业的连接, 我们提升了微信应用内的“搜一搜”及小程序直播功能, 方便用户发现商户的小程序, 并帮助商户促进销售转化。二零一九年, 小程序的日均交易笔数同比增长超过一倍, 总交易额超过人民币 **8,000 亿元**。

展望未来, 我们将通过我们的通信社交产品为用户的日常生活提供更多便利, 进一步释放小程序的潜力, 并通过技术创新为用户带来新的社交体验。

网络游戏

我们聚焦于提升内部研发实力, 加强外部合作, 及扩展海外业务。

我们加深了在中国的领导地位, 海外业务也取得重大进展, 这在很大程度上要归功于《PUBG Mobile》、《Call of Duty Mobile》及《英雄联盟》新模式《云顶之弈》的成功。二零一九年第四季度, 我们的海外游戏收入同比增长超过一倍, 占整体网络游戏收入的 **23%**。截至二零一九年底, 全球前十最受欢迎的智能手机游戏(按日活跃用户数计算)中有五款均由我们开发。除了打造原创 IP, 我们还投资了各大游戏品类中的顶尖游戏工作室, 扩展外部合作伙伴关系。我们的主要游戏工作室如天美及光子工作室, 以及 Riot Games 与 Supercell 都进一

步加强了研发能力，并各自储备数款游戏大作。我们相信，我们的游戏工作室在个人电脑客户端与智能手机游戏市场，及在多人战斗竞技场(MOBA)与战术竞技等游戏品类均具有领先地位，但在角色扮演游戏等其他品类仍有进一步提升空间。电子竞技方面，英雄联盟全球总决赛及王者荣耀职业联赛分别成为观看人次最多的个人电脑客户端及智能手机游戏赛事，巩固了我们在全球电竞运动的领导地位。

展望未来，我们将致力加深在国内游戏行业的领军地位，加强海外拓展，推出面向全球的精品游戏。

数字内容

我们重点关注数字内容投入及发展付费会员业务，立足长视频领域，拓展短视频业务。

二零一九年，我们的收费增值服务账户数同比增长 12%至 1.8 亿。受主要节目内容延迟播映影响，视频付费会员及收入增长较二零一八年有所放缓。尽管如此，腾讯视频付费会员数增长至 1.06 亿，我们也在内容、用户及财务数据各方面保持行业领先水平。视频业务全年营运亏损减少至人民币 30 亿元以下，远低于同业水平。我们在投资及生产自制内容方面逐渐纯熟，尤其是在电视剧、动画片及综艺节目等领域。我们也将自有 IP 拓展至不同内容形式，如将网络小说《庆余年》改编为电视剧并大获成功。二零一九年下半年，受益于流媒体付费模式，我们的音乐付费用户数增速加快。由于免费阅读服务带来的竞争，网络文学的付费用户数在二零一九年大部分时间增长疲弱，但随着微信读书应用被更多人使用，用户也逐渐认同优质收费内容的价值，该业务已有好转迹象。

鉴于用户花费大量时间观看短视频，我们显著加大了对短视频领域的投入。二零一九年第四季，短视频应用微视日活跃用户数环比增长 80%，日均视频上传量环比增长 70%。我们亦提升了视频识别技术，帮助用户创造内容，并使推荐更加智能化。我们加入了各种创新功能，例如视频红包，提升了社交视频上传量；此外，我们还凭借自有 IP 优势，支持网络红人 (KOL) 及网红经纪机构 (MCN) 的创作。我们预期短视频业务发展需要多年的投入，而我们目前正处于起步阶段。我们曾在长视频领域成功克服后发劣势，成为行业领军者，同时我们可借助在社交网络和媒体方面的优势，最近数月亦在短视频领域取得显著进展；因此，我们对该业务的长期前景充满信心。

网络广告

我们着眼于加强精准投放能力，从而提高广告主的广告投放效率。

二零一九年上半年，广告业务受宏观经济疲弱及市场竞争影响。然而，通过积极整合广告技术团队与销售团队、提升精准投放能力以及简化广告库存和广告主工具等措施，核心的社交及其他广告业务在下半年重振增长动力，在第四季度，其收入占整体广告收入的绝大部分。我们在年初将微信朋友圈人均单日最高广告曝光量由两条增加至三条，并在年底成功测试第四条。凭借我们的数据及技术优势，我们在广告联盟市场占据了显著份额，并取得强劲的收入增长，营运利润率亦有改善。此外，若干电视剧延期播映，以及 NBA 篮球赛事的广告减少，对媒体广告业务全年表现造成负面影响。

我们相信广告业务的竞争实力已有显著提升。纵然面对行业挑战，强大的团队及技术实力将有助于我们在二零二零年提升广告主的广告投放效率，并增加我们的市场份额，同时保持良好的用户体验。

金融科技

我们致力于推动支付创新，增加支付使用场景，并扩大理财产品组合。

我们加强在线下商户的渗透，巩固在移动支付服务的领导地位。在二零一九年第四季度，我们的商业支付日均交易笔数超过 10 亿，月活跃账户超过 8 亿，月活跃商户超过 5,000 万。微信支付分有助于提高用户购买意愿及对商户的忠诚度，例如让信用记录良好的用户在租用产品或服务时可免缴押金等等。我们的理财平台理财通进一步拓展大众市场业务，资产保有量同比增长超过 50%，客户数目则同比增长超过一倍。我们的联营公司微众银行在微信内提供小额贷款产品「微粒贷」，该产品贷款余额迅速增长，不良贷款比率维持在较低水平。

未来，我们将继续扩大支付的使用场景，为用户提供更多金融科技产品及服务，并持续提升我们的基础能力及平台的稳定性。

云及企业服务

我们专注于开发定制化行业解决方案，帮助企业伙伴加强与用户的联系，助力各行业的数字化升级。

二零一九年，我们的云服务收入超过人民币 170 亿元，增速持续高于市场。受益于销售团队的不断优化及与服务商的合作深化，付费客户数超过 100 万。随着我们优化供应链及扩展业务规模，毛利率也得到改善。我们成功扩大市场份额，并在互联网服务、旅游、民生服务及工业等垂直领域持续拓展业务，发挥我们连接消费者的优势，助力企业进行数字化升级。新型冠状病毒疫情使云服务相关项目的落地实施有所延迟，因此将对短期收入造成负面影响，但我们相信，长期来看，企业将更乐于使用云服务，以满足远程办公及与客户的远程互动需求。

二零二零年新型冠状病毒疫情的爆发进一步体现了远程办公及远程医疗服务的重要性，我们亦积极帮助人们应对疫情带来的新挑战。我们于二零一九年十二月底推出腾讯会议，其日活跃账户数在两个月内超过1,000万，成为当前中国最多人使用的视频会议专用应用。我们进一步深化微信及企业微信的互通，协助企业进行客户管理及销售转化，疫情期间有数百万企业使用企业微信顺利恢复办公。腾讯健康成为超过3亿微信用户获取实时疫情数据、在线问诊及AI自诊等服务的重要渠道。我们亦提供AI医疗影像技术，协助进行对新型冠状病毒的诊断。我们还通过腾讯医典提供可靠及专业的医疗信息，并通过微信及腾讯新闻等多个高流量平台推送疫情相关内容，访问量超过6亿。此外，腾讯健康码已成为疫情期间最多人使用的健康及出行纪录电子通行证。自今年二月推出以来，健康码已被超过300个县市的9亿用户使用，累计访问量达80亿次。展望未来，我们将致力满足疫情引起的短期需求，同时在数字化经济下，继续提升能力以服务企业的长远需求。

环境、社会及管治措施

二零一九年，我们在环境、社会及管治方面的表现取得重大进展。我们启动了首届科学探索奖，支持基础科学及前沿技术的发展。腾讯为村是我们助力乡村数字化及精准扶贫的开放平台，截至二零一九年底，已有 29 个省、15,000 个村庄及超过 250 万村民加入腾讯为村。文化传承方面，我们与世界各大博物馆合作数字博物馆项目，利用小程序的能力推动文化保护。我们还提高了数据中心的能源使用效率。此外，董事会迎来了柯杨教授的加入。她在医疗健康及医学研究领域的专业知识使我们董事会更加多元化。

踏入二零二零年，新型冠状病毒疫情的挑战对全球经济影响深远。疫情爆发后，我们迅速设立了 15 亿元人民币的战疫基金，提供各种抗疫支持，并利用云资源及技术，支持相关项目及医疗研究的开展。我们的团队不遗余力地提升技术能力及产品，向公众更新有关疫情的权威信息及资料，并向医疗服务机构、企业及教育机构等提供远程办公及协同工具，助力各界应对疫情挑战。此外，我们与钟南山院士团队达成合作，为其针对新型冠状病毒的研究提供资金支持，并利用我们的 AI 医疗影像技术能力，助力开发快速病毒检测技术。我们相信，我们为抗疫所付出的努力，充分体现了我们“用户为本，科技向善”的使命。

有关更详细的披露，请浏览 www.tencent.com/ir 或通过微信公众账号关注我们：



###

关于腾讯

腾讯以技术丰富互联网用户的生活。

通过通信及社交平台微信和QQ促进用户互相连接，并助其连接数字内容，线上及线下服务。通过定向广告平台，助力广告主触达数以亿计的中国消费者。通过金融科技及企业服务，促进合作伙伴业务增长，助力实现数字化升级。

腾讯大力投资于人才队伍和推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。腾讯于 1998 年在中国深圳成立，腾讯的股份 (00700.HK) 在香港联合交易所主板上市。

如有查询，请联系：

陈慧芬 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 888369 电邮: cchan@tencent.com
黄志芸 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 850839 电邮: wendyyhuang@tencent.com
叶帼贞 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 868961 电邮: ianeyip@tencent.com
张沛恒 电话: (86) 755 86013388 / (852) 3148 5100 内线 868919 电邮: phcheung@tencent.com

非国际财务报告准则财务计量

为补充根据国际财务报告准则编制的本公司综合业绩，若干额外的非国际财务报告准则财务计量（经营盈利、经营利润率、期内盈利、净利润率、本公司权益持有人应占盈利、每股基本盈利及每股摊薄盈利）已于本公布内呈列。此等未经审核非国际财务报告准则财务计量应被视为根据国际财务报告准则编制的本公司财务业绩的补充而非替代计量。此外，此等非国际财务报告准则财务计量的定义可能与其他公司所用的类似词汇有所不同。

本公司的管理层相信，非国际财务报告准则财务计量藉排除若干非现金项目及并购交易的若干影响为投资者评估本公司核心业务的业绩提供有用的补充数据。此外，非国际财务报告准则调整包括本集团主要联营公司的相关非国际财务报告准则调整，此乃基于相关主要联营公司可获得的已公布财务资料或本公司管理层根据所获得的资料、若干预测、假设及前提所作出的估计。

重要注意事项

本新闻稿载有前瞻性陈述，其涉及业务展望、预测业务计划及本公司的增长策略。该等前瞻性陈述是根据本公司现有的资料，亦按本新闻稿刊及之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提，其中，若干部份为主观性或不受我们控制。该等前瞻性陈述或会证明为不正确及可能不会在将来实现。该等前瞻性陈述之内大部分为风险及不明朗因素。该等风险及不明朗因素的其他详情载于我们的其他公开披露档和公司网站。

综合收益表

人民币百万元（特别说明除外）

		未经审核		经审核	
		4Q2019	4Q2018	2019	2018
收入		105,767	84,896	377,289	312,694
增值服务		52,308	43,651	199,991	176,646
金融科技及企业服务		29,920	21,597	101,355	73,138
网络广告		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
	毛利率	44%	41%	44%	45%
利息收入		1,580	1,350	6,314	4,569
其他收益/(亏损)净额		3,630	(2,139)	19,689	16,714
销售及市场推广开支		(6,712)	(5,730)	(21,396)	(24,233)
一般及行政开支		(16,002)	(11,345)	(53,446)	(41,522)
经营盈利		28,604	17,288	118,694	97,648
	经营利润率	27%	20%	31%	31%
财务成本净额		(2,767)	(1,372)	(7,613)	(4,669)
分占联营公司及合营公司(亏损)/盈利		(1,328)	16	(1,681)	1,487
除税前盈利		24,509	15,932	109,400	94,466
所得税开支		(2,137)	(1,906)	(13,512)	(14,482)
期内盈利		22,372	14,026	95,888	79,984
	净利润率	21%	17%	25%	26%
下列人士应占：					
本公司权益持有人		21,582	14,229	93,310	78,719
非控制性权益		790	(203)	2,578	1,265
非国际财务报告准则本公司权益持有人应占盈利		25,484	19,730	94,351	77,469
归属于本公司权益持有人的每股盈利（每股人民币元）					
- 基本		2.278	1.505	9.856	8.336
- 摊薄		2.248	1.489	9.643	8.228

综合全面收益表

人民币百万元（特别说明除外）

经审核	
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（除税净额）：

其后可能会重新分类至损益的项目

分占联营公司及合营公司其他全面收益

视同处置联营公司后分占其他全面收益转至损益

外币折算差额

其他公允价值(亏损)/收益净额

其后不会重新分类至损益的项目

以公允价值计量且其变动计入

其他全面收益的金融资产的公允价值变动收益/(亏损)净额

其他公允价值亏损

年度全面收益总额

下列人士应占：

本公司权益持有人

非控制性权益

其他财务数据

人民币百万元（特别说明除外）

	未经审核		经审核	
	4Q2019	4Q2018	2019	2018
EBITDA (a)	35,675	27,180	137,268	110,404
经调整的 EBITDA (a)	38,572	29,701	147,395	118,273
经调整的 EBITDA 比率 (b)	36%	35%	39%	38%
利息及相关开支	2,348	1,345	7,690	4,898
债务净额 (c)	(15,552)	(12,170)	(15,552)	(12,170)
资本开支 (d)	16,869	4,564	32,369	23,941

附注：

- (a) EBITDA 乃按经营盈利扣除利息收入及其他收益/亏损净额，加回物业、设备及器材、投资物业及使用权资产的折旧、以及无形资产摊销计算。经调整的 EBITDA 乃按 EBITDA 加按权益结算的股份酬金开支计算。
- (b) 经调整的 EBITDA 比率乃按经调整的 EBITDA 除以收入计算。
- (c) 债务净额为期末余额，乃根据现金及现金等价物加定期存款及其他，减借款及应付票据计算。
- (d) 资本开支包括添置（不包括业务合并）物业、设备及器材、在建工程、投资物业、土地使用权以及无形资产（不包括媒体内容、游戏特许权及其他内容）。

综合财务状况表

人民币百万元 (特别说明除外)

	经审核	
	于十二月三十一日	
	2019	2018
资产		
非流动资产		
物业、设备及器材	46,824	35,091
土地使用权	15,609	7,106
使用权资产	10,847	-
在建工程	3,935	4,879
投资物业	855	725
无形资产	128,860	56,650
于联营公司的投资	213,614	219,215
于合营公司的投资	8,280	8,575
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	128,822	91,702
以公允价值计量且其变动计入 其他全面收益的金融资产	81,721	43,519
预付款项、按金及其他资产	23,442	21,531
其他金融资产	-	1,693
递延所得税资产	18,209	15,755
定期存款	19,000	-
	700,018	506,441
流动资产		
存货	718	324
应收账款	35,839	28,427
预付款项、按金及其他资产	27,840	18,493
其他金融资产	375	339
以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产	7,114	6,175
定期存款	46,911	62,918
受限制现金	2,180	2,590
现金及现金等价物	132,991	97,814
	253,968	217,080
资产总额	953,986	723,521

综合财务状况表 (续上)

人民币百万元 (特别说明除外)

	经审核	
	于十二月三十一日	
	2019	2018
权益		
本公司权益持有人应占权益		
股本	-	-
股本溢价	35,271	27,294
股份奖励计划所持股份	(4,002)	(4,173)
其他储备	16,786	729
保留盈利	384,651	299,660
	432,706	323,510
非控制性权益	56,118	32,697
权益总额	488,824	356,207
负债		
非流动负债		
借款	104,257	87,437
应付票据	83,327	51,298
长期应付款项	3,577	4,797
其他金融负债	5,242	3,306
递延所得税负债	12,841	10,964
租赁负债	8,428	-
递延收入	7,334	7,077
	225,006	164,879
流动负债		
应付账款	80,690	73,735
其他应付款项及预提费用	45,174	33,312
借款	22,695	26,834
应付票据	10,534	13,720
流动所得税负债	9,733	10,210
其他税项负债	1,245	1,049
其他金融负债	5,857	1,200
租赁负债	3,279	-
递延收入	60,949	42,375
	240,156	202,435
负债总额	465,162	367,314
权益及负债总额	953,986	723,521

非国际财务报告准则财务计量与根据国际财务报告准则编制的计量的调节

人民币百万元 百分比除外	已报告	调整					非国际财务报告准则
		股份酬金 (a)	来自投资公司的 (收益) / 亏损净额 (b)	无形资产摊销 (c)	减值拨备 (d)	所得税影响 (e)	
		截至 2019 年 12 月 31 日止年度					
经营盈利	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
本公司权益持有人应占盈利	93,310	12,309	(20,720)	5,362	5,185	(1,095)	94,351
经营利润率	31%						30%
净利润率	25%						26%
截至 2018 年 12 月 31 日止年度							
经营盈利	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
本公司权益持有人应占盈利	78,719	11,025	(33,073)	4,027	17,238	(467)	77,469
经营利润率	31%						30%
净利润率	26%						26%

附注：

- (a) 包括授予投资公司雇员的认沽期权（可由本集团收购的投资公司的股份及根据其股份奖励计划而发行的股份）及其他奖励
- (b) 包括视同处置 / 处置投资公司、投资公司的公允价值变动的（收益）/ 亏损净额以及与投资公司股权交易相关的其他开支
- (c) 因收购而产生的无形资产摊销
- (d) 于联营公司、合营公司及收购产生的无形资产的减值拨备
- (e) 非国际财务报告准则调整的所得税影响

非国际财务报告准则财务计量与根据国际财务报告准则编制的计量的调节

人民币百万元 百分比除外	已报告	调整					非国际财务报告准则
		股份酬金 (a)	来自投资公司的 (收益) / 亏损净额 (b)	无形资产摊销 (c)	减值拨备 (d)	所得税影响 (e)	
		截至 2019 年 12 月 31 日止三个月未经审核					
经营盈利	28,604	3,269	(2,340)	701	72	—	30,306
期内盈利	22,372	3,965	(1,412)	1,667	140	(93)	26,639
本公司权益持有人应占盈利	21,582	3,756	(1,403)	1,406	133	10	25,484
经营利润率	27%						29%
净利润率	21%						25%
截至 2019 年 9 月 30 日止三个月未经审核							
经营盈利	25,827	2,745	(1,814)	118	1,668	—	28,544
期内盈利	20,976	3,568	(2,509)	1,544	1,981	(474)	25,086
本公司权益持有人应占盈利	20,382	3,475	(2,444)	1,491	1,971	(463)	24,412
经营利润率	27%						29%
净利润率	22%						26%
截至 2018 年 12 月 31 日止三个月未经审核							
经营盈利	17,288	2,459	1,579	198	864	—	22,388
期内盈利	14,026	3,579	583	1,927	938	(813)	20,240
本公司权益持有人应占盈利	14,229	3,504	(60)	1,839	1,013	(795)	19,730
经营利润率	20%						26%
净利润率	17%						24%

附注：

- (a) 包括授予投资公司雇员的认沽期权（可由本集团收购的投资公司的股份及根据其股份奖励计划而发行的股份）及其他奖励
- (b) 包括视同处置 / 处置投资公司、投资公司的公允价值变动的（收益）/ 亏损净额以及与投资公司股权交易相关的其他开支
- (c) 因收购而产生的无形资产摊销
- (d) 于联营公司、合营公司及收购产生的无形资产的减值拨备
- (e) 非国际财务报告准则调整的所得税影响