11月18日晚，港交所上市文件显示，微博通过上市聆讯。

作为一家社交媒体平台，用户活跃度是其关键指标。2018年~2020年每年的12月份，以及2021年9月，微博月活跃用户分别为4.62亿、5.16亿、5.21亿以及5.73亿；平均日活跃用户分别为2亿、2.22亿、2.25亿以及2.48亿。平均日活跃用户占月活跃用户的比例一直维持在43%。

财务数据显示，2018年~2020年以及2021年上半年，微博实现营业收入分别为17.185亿、17.669亿、16.899亿以及10.334亿美元；归属于微博股东的净利润分别为5.718亿、4.947亿、3.134亿以及1.308亿美元。

微博的营业收入主要分为两块：广告及营销、增值服务，前者占整体营业收入的比例一直维持在85%以上。2018年~2020年以及2021年上半年，广告及营销板块营业收入分别为14.992亿、15.302亿、14.862亿以及8.923亿美元。其中，来自阿里巴巴的营业收入分别为1.177亿、0.978亿、1.886亿以及1.099亿美元，占公司广告及营销板块的比例分别为7.8%、6.4%、12.7%以及12.3%；来自新浪的营业收入分别为0.791亿、1.130亿、0.484亿以及0.309亿美元，占公司广告及营销板块的比例分别为5.3%、7.4%、3.2%以及3.5%。

截至目前，新浪公司、阿里巴巴拥有的微博普通股占比分别为44.4%、29.6%，投票权分别为70.6%、15.7%。

据聆讯后资料集显示，微博此次募集资金将用于持续扩大用户群及提升用户参与度，以及改善微博的内容生态系统；研发以提升微博的用户体验及变现能力；有选择性地寻求战略联盟、投资和收购，以及用作营运资金及一般公司用途。

对于未来发展，微博计划为平台用户、客户和内容创作者进一步培育内容生态圈，包括丰富内容产品、赋能内容创作者以及推广视频内容等。