

快手科技发布 2022 年第二季度及上半年业绩

香港，2022 年 8 月 23 日/美通社/ —领先的内容社区及社交平台，快手科技（香港联交所股票代码：1024）（简称“本公司”或“快手”），今日发布截止 2022 年 6 月 30 日的第二季度及上半年未经审计合并业绩。

2022 年第二季度主要财务及运营数据

- 快手应用平均日活跃用户为 3.473 亿，较去年同期 2.932 亿增长 18.5%。
- 快手应用平均月活跃用户为 5.867 亿，较去年同期 5.062 亿增长 15.9%。
- 快手应用每位日活跃用户日均使用时长 为 125.2 分钟，较去年同期的 106.9 分钟增长 17.1%。
- 平台上促成的电商交易的商品总交易额⁽¹⁾ 为人民币 1,912 亿元，较去年同期的人民币 1,454 亿元增长 31.5%。
- 本季度总收入为人民币 217 亿元，较去年同期的人民币 191 亿元增长 13.4%。其中，线上营销服务收入为人民币 110 亿元，较去年同期增长 10.5%；直播业务收入为人民币 86 亿元，较去年同期增长 19.1%；其他服务收入为人民币 21 亿元，较去年同期增长 7.1%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比 50.7%，直播业务占比 39.5%，其他服务占比 9.8%。
- 本季度毛利为人民币 98 亿元，较去年同期的人民币 84 亿元增长 16.5%。毛利率由 2022 年第一季度的 41.7%和 2021 年第二季度的 43.8%增长至 2022 年第二季度的 45.0%。
- 国内业务分部经营利润⁽²⁾ 为人民币 93.6 百万元，去年同期录得经营亏损人民币 10 亿元。

快手联合创始人兼首席执行官程一笑先生表示：“2022 年第二季度，我们取得了突破性进展，在面对充满挑战的宏观环境下，收入稳健增长，国内业务相比预期提前实现了经营利润层面盈利，有力证明了我们各项业务的健康度和可持续性。我们的 DAU 和流量均创新高，用户粘性和社区活跃度也在持续提升。我们在持续深化变现，提升自身效率的同时，秉持为用户和社会创造价值的初心不变，利用我们的视频化载体、技术服务能力赋能更多行业。展望未来，我们将继续深耕和拓展基于信任的生态系统，释放公私域组合流量的潜力，致力于为用户、内容创作者、合作伙伴和股东创造价值，推动集团的可持续增长。”

附注：

(1) 于我们平台交易或通过我们平台跳转到合作伙伴平台交易

(2) 不包含以股份为基础的薪酬开支、其他收入以及其他收益/（亏损）净额为内容的未分摊项目。

业务回顾及展望

业务回顾

2022 年第二季度是快手取得突破性表现的一个季度。特别是面对充满挑战的宏观环境，各业务线收入稳健增长的同时，我们的国内业务实现了盈利的重要里程碑。我们在提高运营效率方面的努力亦继续收获成效。

我们的国内业务分部于2022年第二季度超预期时间提前实现按分部划分的经营利润层面盈利，这是继我们开始大幅扩大用户增长投入以来在按分部划分的盈利方面取得的重要进步，证明了我们商业模式的韧性及可持续性，以及优化成本结构及提高运营效率的策略取得的丰硕成果。国内业务盈利的同时，2022年第二季度的经调整EBITDA转正，亦是自2020年第四季度以来首次恢复正值。2022年第二季度，经调整净亏损率达到个位数6个点的水平，同比及环比分别大幅收窄20.2个百分点及11.7个百分点。

尽管成本控制更加严格，但我们的用户及流量于2022年第二季度仍保持强劲增长，再次创下历史新高。2022年第二季度，我们的总流量继续保持强劲增长，快手应用的总流量同比增长38.7%。

生态系统

2022年第二季度，我们不断提升用户获取及留存效率，加强基于信任的生态系统建设并打造特色内容垂类，令快手应用的平均日活跃用户成功创下3.473亿的纪录，同比增长达到18.5%。快手应用的平均日活跃用户与平均月活跃用户的比率亦创下历史新高，在2022年第二季度提升至59.2%，反映了我们提升用户参与度及充分调动用户活跃度的能力。

在用户获取及留存方面，首先，我们有策略地开拓高效的用戶获取渠道，同时提升我们转化用户的营运能力，提高用户获取效率。其次，我们不断完善用户留存模式，旨在优化每位日活跃用户的留存率及维护成本。我们亦迭代调整流量分配算法，以便更有效地利用流量来支持内容创作者，同时提升用户体验。上述推行的措施有助于增加用户使用快手应用的时长，提升用户的长期留存率。2022年第二季度，快手应用的每位日活跃用户日均使用时长达到125.2分钟，同比增长17.1%。

社交属性及互动一直是我们最核心的关注点，以此形成更强大的网络效应并建立值得信赖的生态系统，亦是最有效的用户增长策略之一。我们一直致力于营造「拥抱每一种生活」的社交氛围，用户之间的联系也在日益增强。截至2022年6月末，快手应用的互关用户对数累计超过200亿对，同比增长65.9%。

我们持续为用户带来更多元的内容，提高各垂类内容质量，同时提升营运实力。凭借对市场趋势及用户偏好的敏锐洞察力，我们不断发掘爆款短剧。**快手星芒短剧**为优秀短剧创作者提供全方位服务，不断推出「**再婚**」、「**古蛇传**」等更多类型和题材的爆款短剧，进一步丰富平台的内容供给和消费生态，实现用户有机增长并增强用户黏性。深入发掘爆款内容对用户获取和生态系统活力亦有积极影响。近期，成龙、周杰伦等明星的直播首秀在线上引发热烈的交流，为平台再添热点内容。

线上营销服务

面对充满挑战的宏观环境，我们凭借强劲流量增长、稳健的闭环生态发展、持续的技术迭代及服务能力改善，进一步拓展线上营销服务业务。2022年第二季度，我们的线上营销服务总收入为人民币110亿元，同比增长10.5%，在线上营销领域市场的份额进一步扩大。

我们通过多方渠道不断扩大广告主覆盖范围，为此提供不同的扶持政策。2022年第二季度，平台广告主数量同比增长超过90%。由于我们不断改善服务、产品功能和广告效果，在此期间广告主留存率亦有所提高。

随着近期疫情缓解，电商出现恢复的迹象后，平台电商商家贡献的线上营销服务收入呈现出健康的增长趋势和更强的韧性，大力推动了我们2022年第二季度线上营销服务的增长。除传统的直播电商广告外，我们通过短视频电商广告与闭环交易体系相结合，持续释放公域流量及私域流量的商业价值，进一步提升匹配效率，为平台带来更多商家广告业务增量。

我们亦帮助广告主建立与消费者之间的重要连接，从而持续赢得更多品牌广告商的青睐。我们凭借不断拓展的广告位、提供多样化营销需求的定制解决方案以及将品牌广告与效果广告相结合的能力，2022年第二季度，品牌广告增速超过了整体线上营销服务收入的增速。

直播

2022年第二季度，直播收入达人民币86亿元，同比增长19.1%，快手应用直播的平均月付费用户同比增长21.8%至5,420万人。收入及付费用户增长主要是由于我们不断提高直播内容质量和提升用户与内容匹配效率，以及我们平台上用户体量的蓬勃发展及流量的强劲扩张。

供给方面，我们通过加强与公会的合作，不断赋能现有主播并引入更多新主播。因此，我们的直播业务的整体内容质量和运营能力都有显著提升。

同时，我们推出更多创新的互动玩法及消费场景，以激发消费及需求。通过算法迭代，我们提高内容匹配及推荐的及时性与准确性。该等举措共同促进了2022年第二季度每月直播付费比率的同比增长。

快招工是我们直播生态系统中应用扩展的典型例子。凭借平台流量及转化效率的优势，我们助力众多企业拓宽招聘渠道，提升整体行业招聘效率，同时满足用户需求。第二季度，快手应用上的**快招工**月活跃用户达250百万人，较2022年第一季度增加90%。

其他服务（包括电商）

2022年第二季度，我们持续建设充满活力的电商生态系统，电商交易总额同比增长31.5%至人民币1,912亿元。供给侧，除了在直播电商展示及订单转化方面优势显著的服装及化妆品等非标品类外，我们平台上食品饮料及家电数码的产品广度及深度亦持续提升，主要由活跃卖家强劲增长所推动。这进一步丰富了用户的购买选择，培养了用户通过直播电商购物的心智。

与此同时，我们持续探索用户的兴趣及需求，升级电商内容、优化算法以提高匹配效率，从而提高电商在我们平台的渗透及转化。2022年第二季度，我们的电商月活跃付费用户持续增长。**快手服务商**为商家提供全面、精准的服务，赋能商家，尤其是处于冷启阶段的商家，改善运营并促进商家在我们的电商生态系统中持续增长。2022年第二季度，2,000多名商家在**快手服务商**的赋能下实现电商交易总额的跃迁。

我们电商生态系统的蓬勃发展及电商交易总额的快速增长得益于我们独特的以信任为基础的电商模式。为打造更值得信赖的电商体验，我们推出**回头客推荐指数**及**回头客说**，用户可通过客户反

绩及口碑对商家的运营进行定量及定性评估，让消费者的决策过程更方便，同时亦能指导商家提高商品及服务质量。我们在快手平台建立信任的努力和举措使得2022年第二季度重复购买率同比及环比均增长。

品牌电商方面，知名品牌及**快品牌**在我们的电商生态系统中不断发展壮大。**快品牌**的发展尤其迅速，得益于我们将其与庞大的目标用户群相连接，为其提供培育品牌形象的有效环境，优化用户体验价值比，并扩大及加强其私域。2022年第二季度，月动销**快品牌**商家数量环比翻倍增长，月动销品牌商家数量同比增长超过两倍，有力促进二季度品牌电商交易总额超大盘增长。

海外

在海外市场，我们战略性继续专注于构建独特的生态体系，在重点市场探索变现。

海外市场高质量的用户增长是我们差异化产品策略，尤其是差异化内容策略的有力证明。随着算法及产品的不断精进，我们持续优化用户体验，从而提高用户留存率及用户参与度。至2022年6月末，我们海外市场的单用户日均使用时长创新高，达至逾60分钟。

变现侧，我们在海外直播生态建设方面，通过与更多的公会合作，取得了积极成果，亦通过进一步增强广告服务能力吸引了更多的广告主。随着我们ROI驱动的全球策略的推进，我们致力于推动高质量的用户增长及变现的加强，同时逐步构建海外业务的盈利能力。2022年第二季度，我们海外市场的收入达人民币1.034亿元，环比增长超过一倍。2022年第二季度，海外市场经营亏损由2021年同期的人民币43.682亿元大幅收窄至人民币16.061亿元，较2022年第一季度进一步收窄。

业务展望

展望2022年下半年，我们将继续加强我们充满活力、基于信任的生态系统，为更多用户及行业参与者提供高效便捷的数字化平台。依托运营能力的不断优化、算法技术的持续提升和商业化模式的纵深拓宽，我们有信心充分释放私域及公域相结合的庞大潜力。与此同时，我们将于2022年下半年继续通过技术迭代及严格的成本控制，提升整个组织的效率。

展望未来，我们坚信，独特的内容、健康的生态、高效的经营策略将共同推动快手充分捕捉新的发展机遇，实现长期、稳定、可持续发展，同时促进社会及各行各业共同繁荣。

关于快手

快手作为领先的内容社区及社交平台，其使命是成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。快手坚持不懈，专注为客户提供服务，并通过持续创新和优化其产品与服务为客户创造价值。在快手，任何用户都可以通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，呈现和发挥所长。透过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的产品和服务可满足用户自然产生的各种需求，包括娱乐、在线营销服务、电商、网络游戏、在线知识共享等。

前瞻性声明

除过往事实的陈述外，本新闻稿载有若干前瞻性陈述。前瞻性陈述一般可透过所使用前瞻性词汇识别，例如「或会」、「可能」、「可」、「可以」、「将」、「将会」、「预期」、「认为」、「继续」、「估计」、「预计」、「预测」、「打算」、「计划」、「寻求」或「时间表」。该等前瞻性陈述受风险、不确定因素及假设的影响，可能包括业务展望、财务表现预测、业务计划预测、发展策略及对我们行业预期趋势的预测。该等前瞻性陈述是基于本集团现有的资料，亦按本新闻稿刊发之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提作出，当中许多涉及主观因素或不受我们控制。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。该等前瞻性陈述涉及大量风险及不明朗因素。鉴于上述风险及不明朗因素，本新闻稿内所载列的前瞻性陈述不应视为董事会或本公司声明该等计划及目标将会实现，故投资者不应过于依赖该等陈述。除法律要求的情形外，我们并无责任公开发布可能反映本新闻稿日期后发生的事件或情况或可能反映意料之外事件的该等前瞻性陈述的任何修订。

投资者及媒体问询

快手科技

投资者关系

邮箱: ir@kuaishou.com