



2023年第三季度 快手科技 演示材料

2023年11月



免责声明

通过参加包含本次演示的会面，或通过阅读演示材料，阁下同意受以下限制约束：

本次演示所涉及的信息由快手科技（“公司”，与其子公司及合并关联实体合称“集团”）的代表为集团在投资者会面前的演示而准备，旨在提供信息。本次演示所含任何部分不得构成或作为任何合同、承诺或投资决定的基础或者依据。

任何人均未对本材料所包含的任何信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或者默示的陈述或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。无论公司或其任何董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表，均无须为由本次演示或其内容引起的或其它与本次演示相关的任何损失承担义务或责任（不论基于疏忽或其他原因）。本演示材料所载的信息可能会更新、完善、修改、验证和修正，且此信息可能会进行重大更改。

本次演示基于现行有效的经济、法律、市场及其他条件。阁下应当理解，后续发展可能会影响本次演示中包含的信息，而公司或其董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表均无义务对其予以更新、修订或确认。

在本次演示中传达的信息包含一些具有或可能具有前瞻性的陈述。这些陈述通常包含“将要”、“可能”、“期望”、“预测”、“计划”和“预期”及类似含义的词汇。前瞻性陈述就其性质而言包含风险和不确定性，因为其涉及并依赖于将在未来发生的事件和情况。可能另有一些重大风险尚未被公司认为构成重大风险，或公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人不应依赖这些前瞻性陈述。公司没有责任更新前瞻性陈述或修订其以反映未来的事件或发展。

本次演示中包含的集团财务数据系根据国际财务报告准则编制（除非另有说明），该准则在某些重大方面不同于其他国家的公认会计准则。本次演示中包含某些非国际财务报告准则下的财务业绩指标，例如“EBITDA”。该等指标的提出是由于公司认为其有助于确定公司经营业绩。但是，该等指标不应被视为经营活动产生的现金流的替代、流动资金的计量、净利润的替代，也不应视为根据国际财务报告准则得出的其他计量方法而产生的反映公司业绩的指标。由于该等指标并非国际财务报告准则下的衡量指标，因此其不能与其他公司提出的类似名称的指标相比较。

本次演示及于此所载资料并不构成或组成任何对公司证券的出售要约或发行或对公司或归属于任何司法管辖区的任何子公司或关联方的证券的购买或认购要约的招揽或邀请的一部分。本次演示不包含任何可能导致其（1）被视为是《公司（清盘及杂项条文）条例》（香港法例第32章）第2（1）条（“《公司条例》”）所指的招股章程，或《公司条例》第38B条所指的广告或招股章程的摘录或节本，或载有《证券及期货条例》（香港法例第571章）第103条所指的广告、邀请或含有广告或邀请的文件，或（2）在香港，于未遵守香港法律或未能援引香港法律项下可获得的任何豁免的情况下向公众发出的要约，且如有实质变更，恕不另行通知。本次演示及于此所载资料仅提供给阁下作为参考，应严格保密，且不得被全部或部分的以任何形式复制或以任何方式分发给其他任何人。特别是，在本次演示中出现的任何信息或本次演示材料的任何副本均不能在美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或任何有相关禁止性规定的其他司法管辖区直接或间接地复制或传播给任何人。任何对以上限制的违反都可能构成对美国或其他国家证券法律的违反。本演示材料及其所载的任何信息不构成对任何的金钱、证券或其他对价的招揽，且任何基于本演示材料及其所载的任何信息而提供的金钱、证券或其他对价均不会被公司接受。

通过参加本次演示，阁下确认您将完全自行负责对集团市场地位以及市场的评估，并且阁下将自行进行分析并对集团业务的未来表现形成自己的观点或看法。公司、其关联公司、控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、代理、代表或以上人士的顾问对于阁下或本材料信息披露的对象对本协议中包含的信息的使用或信赖不承担任何责任。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而准备的发售通函或招股章程中的信息而做出。在任何情况下，有关各方都应自行对集团和本文件所载数据进行调查和分析。

本公司证券未曾且将不会根据《1933年美国证券法》（经修订）或美国任何州的法律进行注册。本次演示不构成在美国购买或认购证券的任何要约或邀请或该等要约或邀请的一部分，也不会直接或间接地在美国（包括其领土和属地、美国任何州和哥伦比亚特区）或进入美国分发。除符合《1933年美国证券法》注册要求的豁免外，v本公司证券不会在美国发行或出售。公司的证券不会在美国进行公开发售。通过审阅本演示材料，阁下将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户(i)为《1933年美国证券法》（经修订）144A规则定义下的合格机构买家，或(ii)位于美国境外（如《1933年美国证券法》S条例中所规定）。阁下并将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户是《证券及期货条例》（香港法例第571章）及该等条例下制定的规则所定义之向专业投资者。

目录

① 概览

② 业务发展

③ 财务情况

④ 附录



一、概览

1.1 全球第二大短视频平台及中国第三大国民APP⁽¹⁾



庞大且高参与度的用户社区，2023年第三季度**3.87亿平均日活跃用户**，近130分钟日均使用时长



丰富多元的垂直领域内容供给，**互动玩法加持全景观亚运新模式，持续打造爆款星芒短剧**



持续优化的变现模式，推动生态系统**各业务板块收入稳健增长**



持续改善的盈利能力，**实现集团层面季度利润净额人民币22亿元，经调整净利润环比提升至人民币32亿元**

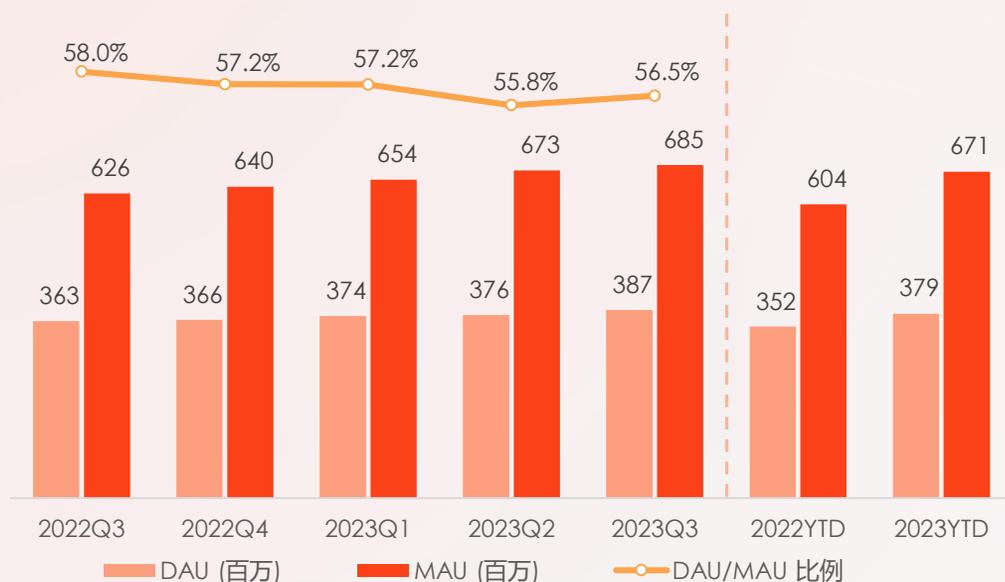


1. 基于QuestMobile 2023年10月总时长渗透率数据，前三分别为微信、抖音+抖音极速版、快手+快手极速版。

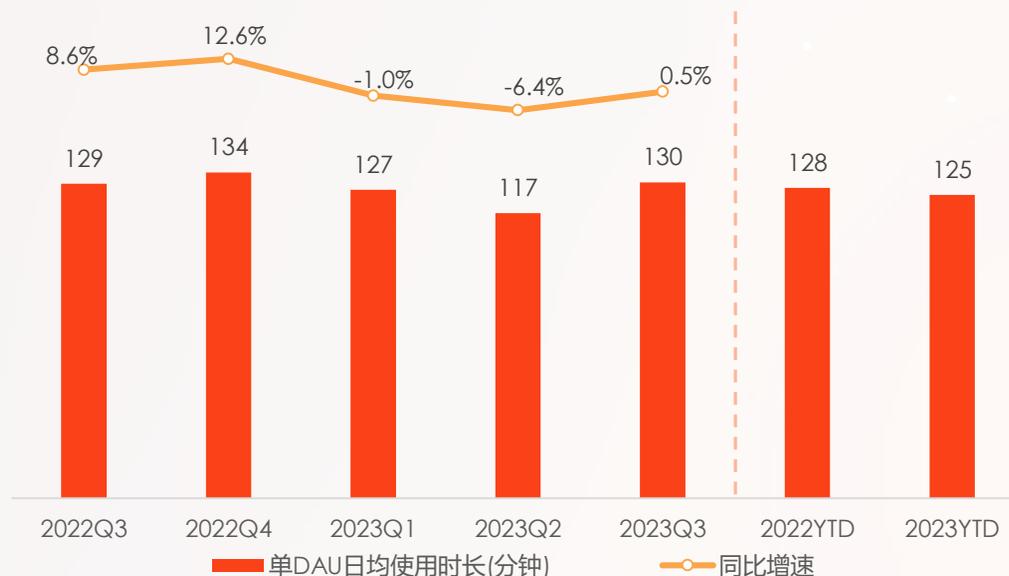
1.2 用户规模再创历史新高

- 凭借高效用增策略，优质内容供给和算法的不断优化，持续改善ROI，同时，积极探索新的增长渠道；
- 2023年第三季度，DAU为3.87亿，同比增长6.4%，环比增长2.8%；单DAU日均使用时长为129.9分钟；
- MAU连续五个季度破6亿，达到6.85亿，同比增长9.4%，环比增长1.7%。

DAU, MAU及DAU/MAU比例



单DAU日均使用时长及同比增速

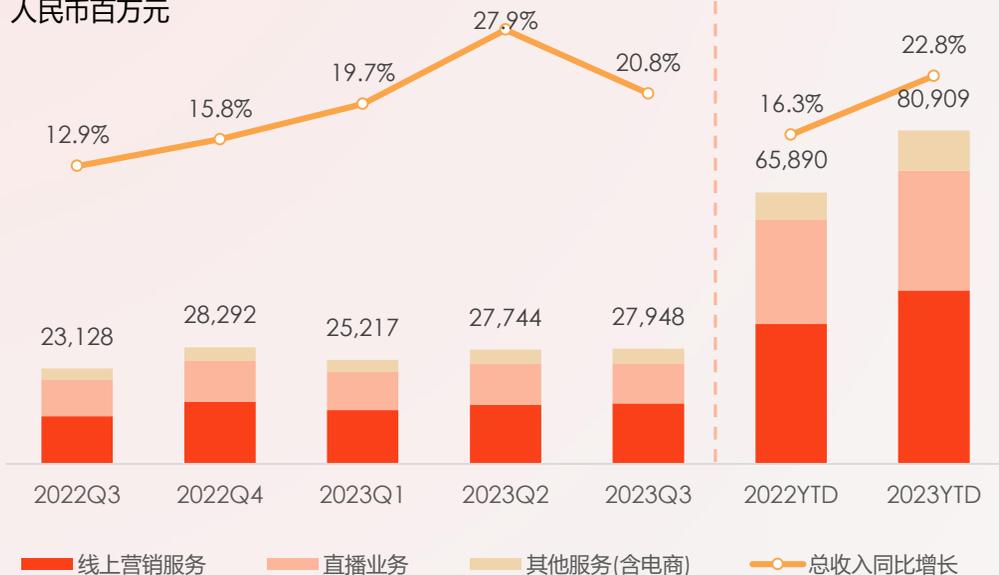


1.3 收入大幅增长，盈利水平提升

- 2023年第三季度，总收入同比增长20.8%，其中，线上营销服务收入同比增长26.7%，直播业务收入同比增长8.6%，其他服务收入(包括电商)同比增长36.6%；
- 国内业务连续六个季度经营利润层面盈利，主要由于国内收入大幅增长，效率提升。海外业务经营亏损同环比大幅收窄。

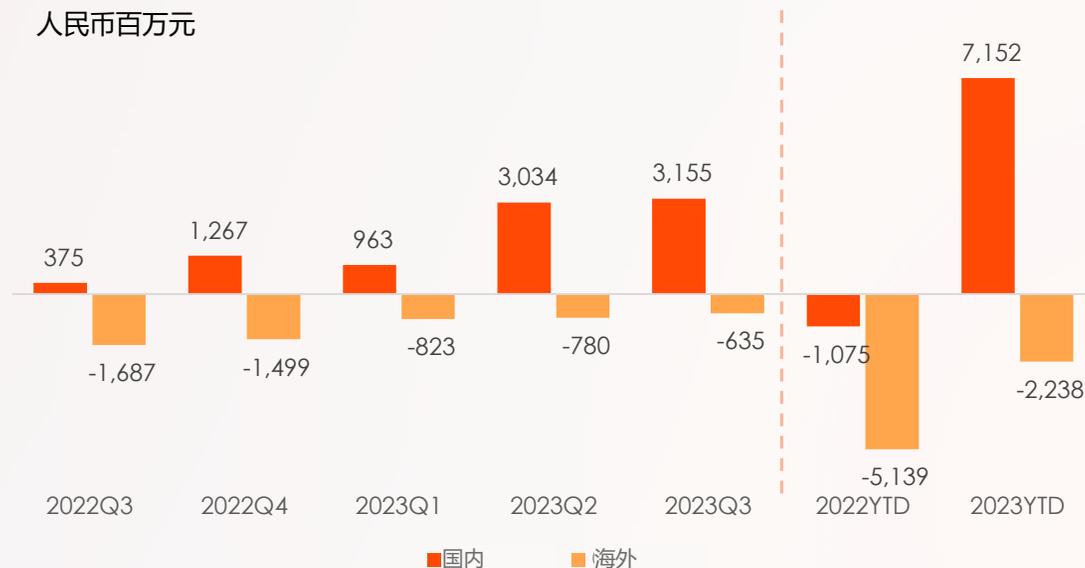
收入构成及总收入同比增速

人民币百万元



分部经营利润(亏损)

人民币百万元



88

二、业务发展

2.1 运营数据亮点

庞大的用户基数



3.87 亿

平均日活跃用户⁽¹⁾

高参与度的社区



129.9 分钟

每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾

高互动性的平台



90+ 亿

短视频+直播日均互动量⁽¹⁾⁽³⁾



6.85 亿

平均月活跃用户⁽¹⁾



2,902 亿元

电商商品交易总额⁽¹⁾⁽⁴⁾



322 亿

累计互关对数⁽²⁾

注:

1. 根据快手应用2023年第三季度数据计算。

2. 截至2023年9月30日累计。

3. 互动包括点赞、评论、转发及私信等。

4. 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。



2.2 内容供给丰富，AI搜索全面升级

- 打造特色优质内容，体育、短剧等多元化垂类内容质量持续提升。夯实爆款短剧能力同时，升级营销能力；杭州亚运会赛事期间，创新互动玩法和直播技术，为用户打造全景观亚运新模式。
- AI搜索全面升级，上线中国首个短视频和直播行业基于大语言模型的智能问答产品。

2.3亿

每日观看亚运用户数⁽¹⁾

10倍+

星芒短剧招商收入环比增长⁽²⁾

4.7亿+

月均使用快手搜索用户数⁽²⁾

7亿+

日均搜索次数峰值⁽²⁾



注：

1. 杭州第19届亚运会赛事期间。
2. 截至2023年9月30日止三个月。

快手

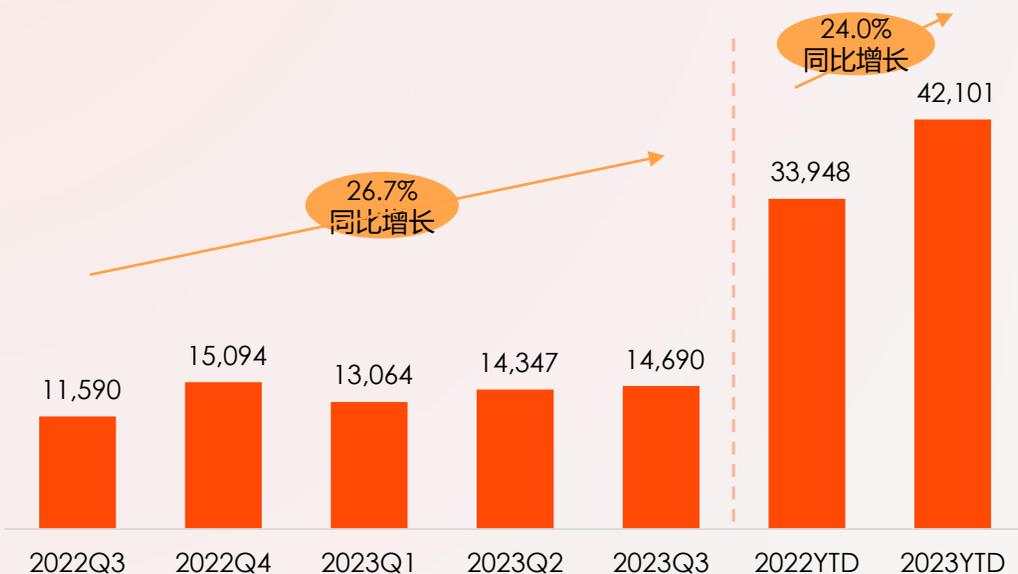
业务发展 10

2.3 线上营销服务变现效率提升，优于行业增速增长

- 三季度，线上营销服务收入达到147亿元，同比增长26.7%，活跃广告主数量同比增长超140%
- 我们不断进行商业化产品升级、技术及算法能力建设，并深化细分垂直行业运营

线上营销服务收入

人民币百万元



核心亮点

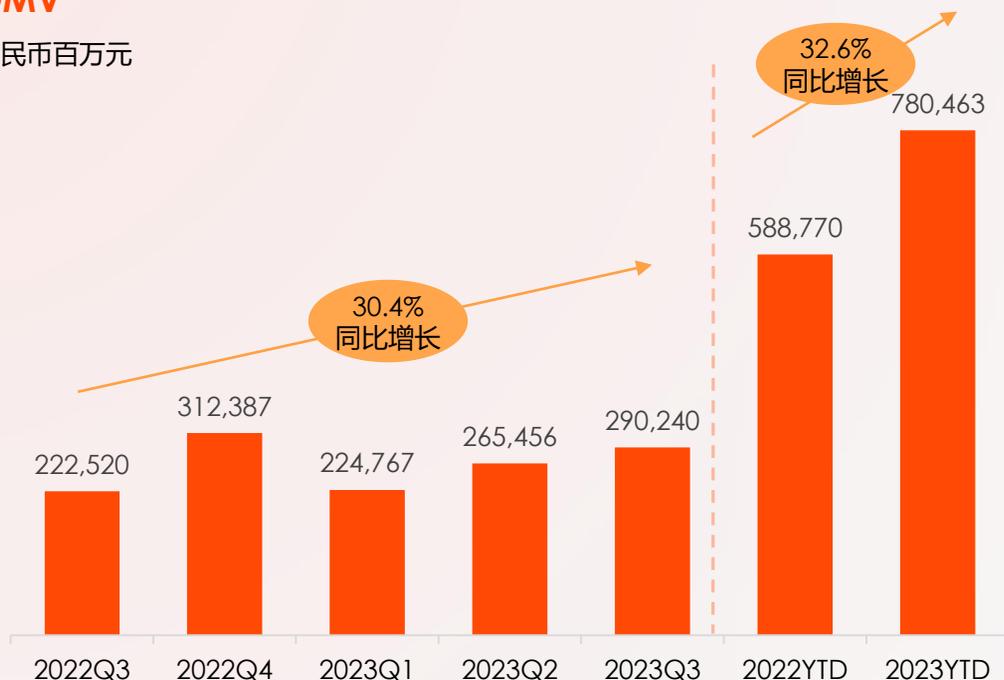
- ✓ **内循环营销服务受电商业务扩张影响，收入持续增长：**“全站推广”产品成功协同商业化和电商流量，营销消耗环比提升近5倍。智能化托管升级稳定中小商家投放。
- ✓ **外循环效果类营销服务保持恢复态势：**深化行业精细化运营，在传媒资讯、教育培训和大健康等行业取得不错进展。加强商业化原生素材投放力度，提升转化效果。
- ✓ **探索更贴合营销客户个性需求的品牌营销策划：**通过场景化的多元定制IP项目，借助流量、内容和达人生态等方面的优势，为营销客户打开营销增长空间。

2.4 电商业务强劲增长，持续发力品牌化

- 三季度电商GMV增速超大盘，同比增长约30%，达2,902亿元，逆势彰显独特的韧性和优势，“信任电商”持续发力；
- 继续丰富供给，通过精细化运营提升买家转化效率，月活跃买家近1.2亿，绝对值及渗透率环比均持续提升，复购意愿增强，月均下单频次同比稳定增长。

GMV

人民币百万元



核心亮点



精细化商家分级运营，共建商达协作生态：对新商家进行分层分类运营，提供资源和流量扶持；品牌商家方面，聚焦供给的多样性和品牌营商环境；达人方面，关注达人生态健康度，扶持中腰部及以下达人成长。



电商生态更加成熟、健全：商品分、店铺体验分和达人带货口碑分，发挥优胜劣汰的指挥作用。通过算法全域建模，提升电商全域流量规模和流量效率。



强化短视频及泛货架场景：提升短视频电商内容质量及转化效率，结合直播高光切片，精准推荐；搜索规模扩大，有电商意图的日搜索用户峰值超1亿；拓展商城流量规模，通过商品详情内容容化等差异化策略提升支付率和用户体验



2.4 电商供给及消费端生态持续繁荣

供给端

~50%

2023年第三季度月均动销商家同比增速

商家发展和扶持:

- 在重点14城产业带引入高潜商家，助力商家快速完成跃迁出坡，商家GMV跃迁到5w至200w+各层级的比例环比显著提升

品牌化:

- 通过奥莱店、专营店等多渠道供给拓宽品牌丰富度，在招商、冷启、自播、分销阶段全力支持商家成长
- 品牌自播GMV同比增长超100%。包含快品牌在内的品牌商品GMV占比同比提升

达人生态:

- 拓展短视频和泛货架场域，降低达人经营门槛，持续建设分销库，提升选品效率
- 精细化运营中腰部及长尾达人，其占达人GMV比从21年初的20%+提升至近50%

需求端

~1.2亿

2023年第三季度月均买家数量

用户体验提升:

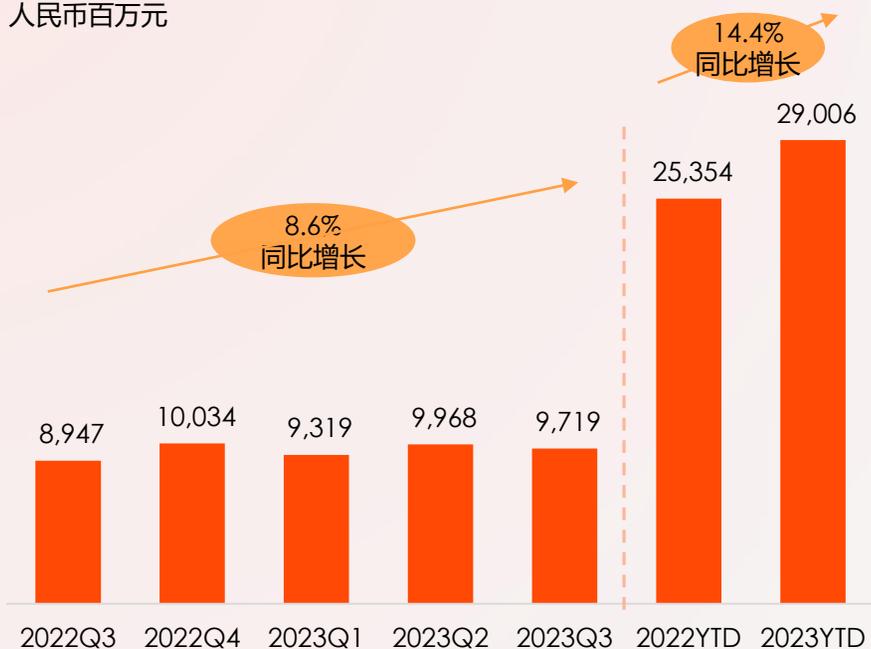
- 月均买家接近1.2亿，绝对值及渗透率环比均持续提升
- 更精细化的补贴、货盘策略，更丰富的平台玩法，拉动买家转化效率及复购意愿
- 智能补贴效率优化、渠道治理、用户成长专项等措施持续加持，用户质量尤其是新客用户的质量有显著提升，月下单频次同比稳定增长

2.5 直播业务趋向健康稳态

- 2023年第三季度，直播收入达97亿元，同比增长8.6%；得益于直播优质供给持续提升、直播生态持续优化；
- 不断探索创新工具，应用虚拟人直播等AI技术，赋能底层技术能力，持续提升用户体验。

直播业务收入

人民币百万元



核心亮点

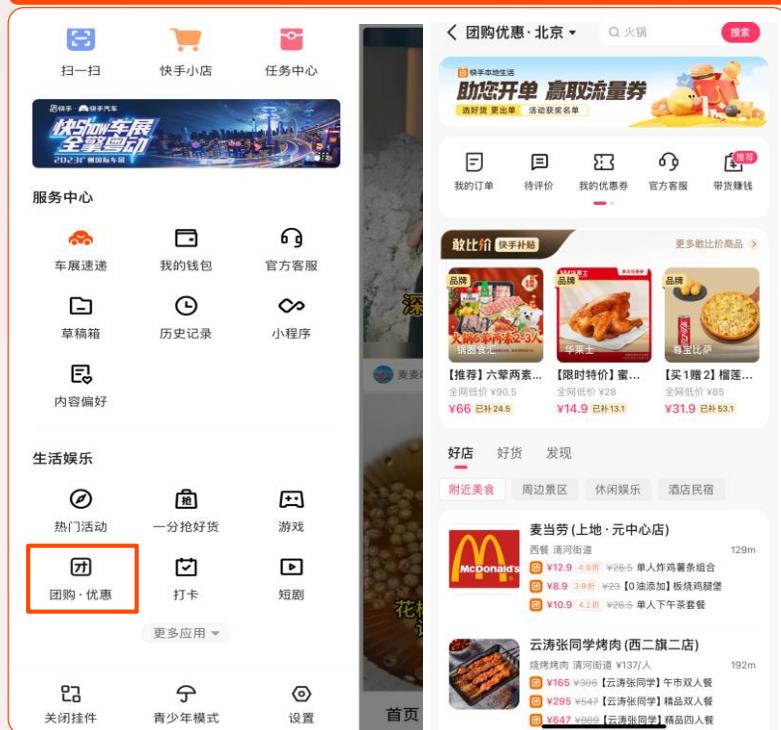
- ✓ 搭建区域公会运营体系，带动主播拉新及中长尾主播优质内容供给。三季度公会签约主播数量同比提升超过40%，主播日均直播时长同比提升近30%。
- ✓ 坚定建设长期健康可持续的直播生态，推进传统文化等优质内容垂类与主播培养。推进虚拟人直播等AIGC落地场景，赋能底层技术能力。
- ✓ “直播+”模式赋能传统行业，通过AIGC、智能客服降低商家进入门槛。快聘日均简历投递投递次数同比增长超200%。理想家业务覆盖全国超120城，三季度累计房产交易额超140亿元。



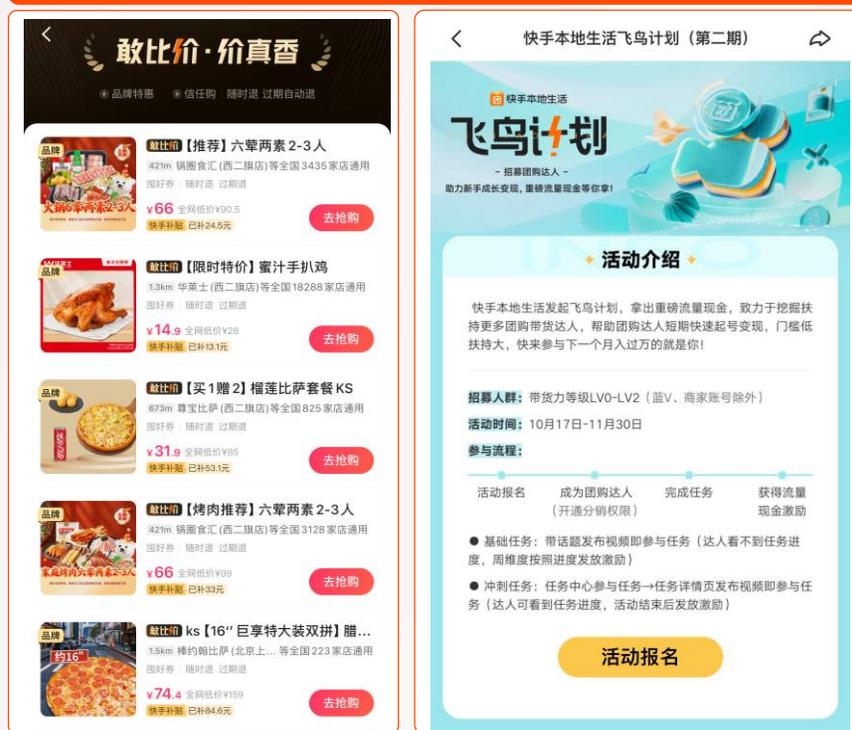
2.6 高速增长新业务-本地生活

- 重点运营城市增加到16城。积极拓展到综及酒旅更多细分品类，打造爆品，做大达人规模，不断提升内容质量，三季度日均GMV较一季度有约五倍的增长；
- 迭代商品引擎，围绕性价比提升效率及应用规模，通过更精细化的流量和补贴策略，高效种草、拔草，挖掘用户的消费需求，三季度日均支付用户数峰值相比上半年有近260%的提升。

本地生活业务入口及主页



本地生活业务敢比价&飞鸟计划



2.7 AI大模型赋能更多业务场景

- 自研语言大模型-快意130亿和660亿大模型已达到行业内同等规模领先水平，并推出了文生图大模型-“可图”；
- 加速大模型的场景化落地，例如，内容消费互动侧的“AI玩评”和“AI小快”功能给用户丰富的智能互动体验；内容生产供给侧，快手旗下产品“快影”和“一甜相机”已经具备多种AIGC创作能力。

内容消费互动



内容生产供给



88

三、财务状况

3.1 财务数据亮点

2023年第三季度

集团层面连续三个季度实现经调整后净利润为正，
经调整净利润率为11.4%。

经营现金流净流入约人民币76.7亿，再创新高
广义现金连续五个季度环比增加

国内业务经营利润达人民币31.6亿，
盈利能力持续提升

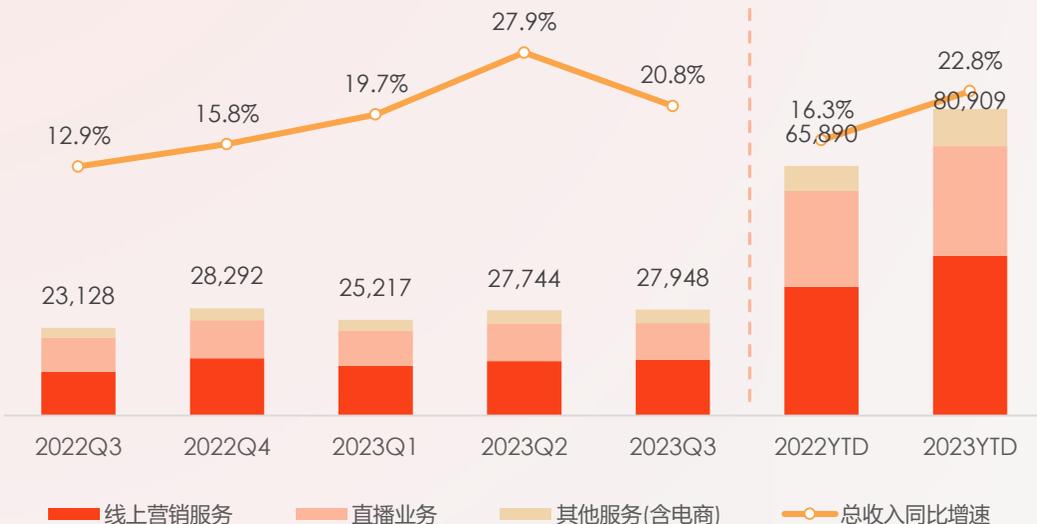
海外收入同比增长2.4倍。
经营亏损同比收窄62.4%

3.2 收入稳健增长，毛利率持续提升

- 总收入同比增长20.8%，线上营销服务占比52.6%，直播业务占比34.8%，其他服务(包含电商)占比12.6%；
- 线上营销服务收入同比增长26.7%，直播业务收入同比增长8.6%，其他服务收入同比增长36.6%；
- 得益于收入的稳健增长和不断提升的运营效率，拉动毛利率同比提升5.4pp。

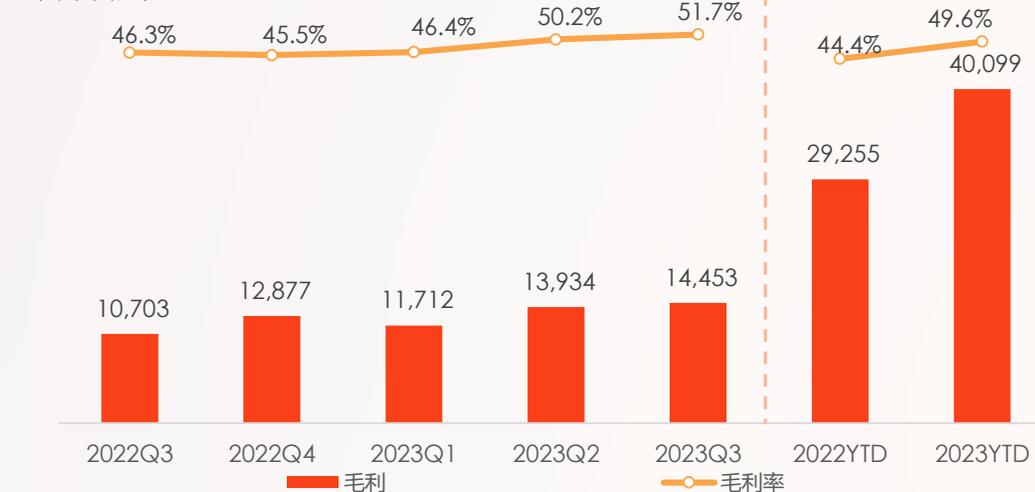
收入构成及总收入同比增速

人民币百万元



毛利及毛利率

人民币百万元



3.3 降本增效效果显著，营运效率持续优化

- 销售及营销开支占收比同比下降7.5pp至32.0%，主要由于公司在用户获取和留存方面的支出更加高效；
- 研发开支占收比同比下降4.7pp至10.6%；行政开支占收比同比下降1.4pp至3.2%。

销售及营销开支

人民币百万元



研发开支

人民币百万元



行政开支

人民币百万元



3.4 国内盈利能力提升，海外持续减亏

- 2023年第三季度，**国内业务**实现经营利润31.6亿元，盈利能力进一步提升；
- 2023年第三季度，**海外业务**持续聚焦核心市场，核心海外市场日活跃用户和用户使用时长保持同比稳步增长。深化变现能力，提升运营效率，收入同比增长超2倍。经营亏损同比收窄62.4%；环比收窄18.6%。

人民币百万元

2022年第三季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	22,939	189	-	23,128
成本及费用	(22,564)	(1,876)	-	(24,440)
未分摊项目 ⁽¹⁾	-	-	(1,301)	(1,301)
经营利润/(亏损)	375	(1,687)	(1,301)	(2,613)
2023年第二季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	27,297	447	-	27,744
成本及费用	(24,263)	(1,227)	-	(25,490)
未分摊项目	-	-	(958)	(958)
经营利润/(亏损)	3,034	(780)	(958)	1,296
2023年第三季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	27,296	652	-	27,948
成本及费用	(24,141)	(1,287)	-	(25,428)
未分摊项目	-	-	(309)	(309)
经营利润/(亏损)	3,155	(635)	(309)	2,211



注：

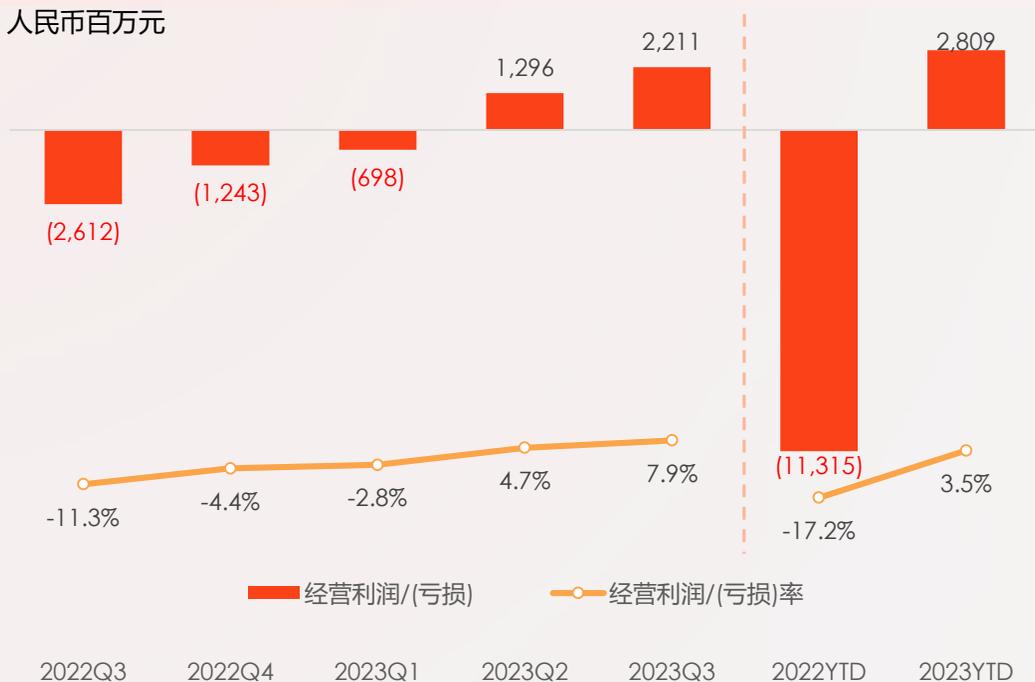
(1) 未分摊项目包括以股份为基础的薪酬开支、其他收入和其他收益/(损失)净额，与行业惯例可比

3.5 集团经营利润、调整后净利润同环比持续增长

- 集团经营利润及净利润持续提升，经营利润为22.1亿元，经营利润率为7.9%，净利润为21.8亿元，净利率为7.8%。
- 集团调整后净利润环比增长至31.7亿元，调整后净利润率达到11.4%。

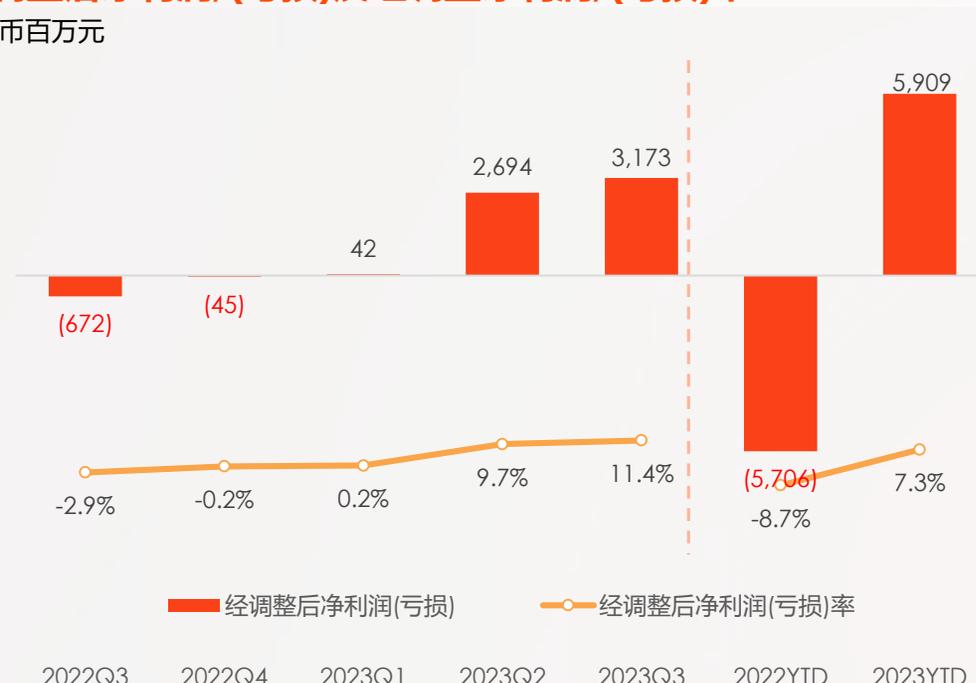
经营利润/(亏损)及经营利润/(亏损)率

人民币百万元



经调整后净利润/(亏损)及经调整净利润/(亏损)率

人民币百万元



88

四、附录

损益表

人民币百万元	2022年 第三季度	占收比	2023年 第二季度	占收比	2023年 第三季度	占收比	同比变动率	环比变动率
收入	23,128	100.0%	27,744	100.0%	27,948	100.0%	20.8%	0.7%
销售成本	(12,425)	(53.7%)	(13,810)	(49.8%)	(13,495)	(48.3%)	8.6%	(2.3%)
毛利	10,703	46.3%	13,934	50.2%	14,453	51.7%	35.0%	3.7%
销售及营销开支	(9,130)	(39.5%)	(8,636)	(31.1%)	(8,939)	(32.0%)	(2.1%)	3.5%
行政开支	(1,060)	(4.6%)	(945)	(3.4%)	(898)	(3.2%)	(15.3%)	(5.0%)
研发开支	(3,533)	(15.3%)	(3,155)	(11.4%)	(2,967)	(10.6%)	(16.0%)	(6.0%)
其他收入	687	3.0%	113	0.4%	434	1.6%	(36.8%)	284.1%
其他收益/(亏损)净额	(280)	(1.2%)	(15)	0.0%	128	0.4%	N/A	N/A
经营利润/(亏损)	(2,613)	(11.3%)	1,296	4.7%	2,211	7.9%	N/A	70.6%
财务收入净额	69	0.3%	158	0.6%	135	0.5%	95.7%	(14.6%)
分占按权益法入账之投资的亏损	(31)	(0.1%)	(18)	(0.1%)	(26)	(0.1%)	(16.1%)	44.4%
除所得税前利润/(亏损)	(2,575)	(11.1%)	1,436	5.2%	2,320	8.3%	N/A	61.6%
所得税(开支)/收益	(137)	(0.6%)	45	0.1%	(138)	(0.5%)	0.7%	N/A
期内利润/(亏损)	(2,712)	(11.7%)	1,481	5.3%	2,182	7.8%	N/A	47.3%
<u>非国际财务报告准则计量:</u>								
经调整利润/(亏损)净额	(672)	(2.9%)	2,694	9.7%	3,173	11.4%	N/A	17.8%
经调整EBITDA	1,023	4.4%	4,316	15.6%	4,980	17.8%	386.8%	15.4%

经调整净利润/(亏损)净额和经调整EBITDA

人民币百万元	2022年第三季度	2023年第二季度	2023年第三季度
期内利润/(亏损)	(2,712)	1,481	2,182
加:			
以股份为基础的薪酬开支	1,708	1,056	871
投资公允价值变动净额	332	157	120
经调整利润/(亏损)净额	(672)	2,694	3,173
经调整净利润/(亏损)率	(2.9%)	9.7%	11.4%
经调整利润/(亏损)净额	(672)	2,694	3,173
加:			
所得税(收益)/开支	137	(45)	138
物业及设备折旧	810	978	1,029
使用权资产折旧	780	808	737
无形资产摊销	37	39	38
财务收入净额	(69)	(158)	(135)
经调整EBITDA	1,023	4,316	4,980
经调整EBITDA率	4.4%	15.6%	17.8%

资产负债表

人民币百万元	2023年9月30日	2022年12月31日	人民币百万元	2023年9月30日	2022年12月31日
资产			权益及负债		
非流动资产			股本	0	0
物业及设备	12,115	13,215	股本溢价	274,206	274,473
使用权资产	10,112	10,806	库存股份	(45)	-
无形资产	1,095	1,123	其他储备	32,797	29,239
按权益法入账之投资	239	268	累计亏损	(261,094)	(263,882)
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	5,929	3,626	非控股权益	7	8
递延税项资产	5,647	5,095	权益合计	45,871	39,838
长期定期存款	8,868	7,870	负债		
按摊余成本计量之其他金融资产	592	670	非流动负债		
其他非流动资产	402	776	租赁负债	8,184	8,721
非流动资产合计	44,999	43,449	递延所得税负债	19	23
流动资产			其他非流动负债	9	16
贸易应收款项	5,687	6,288	非流动负债合计	8,212	8,760
预付款项，其他应收款项及其他流动资产	4,433	4,106	流动负债		
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	20,294	13,087	应付账款	20,263	22,868
短期定期存款	10,320	8,318	其他应付款项及应计费用	15,602	10,190
按摊余成本计量之其他金融资产	826	726	客户预付款	3,975	3,240
受限制现金	90	59	所得税负债	741	936
现金及现金等价物	11,272	13,274	租赁负债	3,257	3,475
流动资产合计	52,922	45,858	流动负债合计	43,838	40,709
资产合计	97,921	89,307	负债合计	52,050	49,469
			权益及负债合计	97,921	89,307



谢谢!

联系我们:

快手科技
投资者关系
邮箱: ir@kuaishou.com

