

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Kuaishou Technology 快手科技

(於開曼群島註冊成立以不同投票權控制的有限公司)

(港幣櫃台股份代號：01024／人民幣櫃台股份代號：81024)

截至2024年3月31日止三個月的業績公告

快手科技董事會欣然宣佈本公司截至2024年3月31日止三個月的未經審核合併業績。該等中期業績乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製並由本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所(「核數師」)根據國際審計及鑒證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱。該等中期業績亦已由審核委員會審閱。

摘要

財務概要

	未經審核 截至3月31日止三個月				同比變動
	2024年		2023年		
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	
	(人民幣百萬元，百分比除外)				
收入	29,408	100.0	25,217	100.0	16.6%
毛利	16,120	54.8	11,712	46.4	37.6%
經營利潤／(虧損)	3,994	13.6	(698)	(2.8)	不適用
期內利潤／(虧損)	4,120	14.0	(876)	(3.5)	不適用
非國際財務報告會計準則計量：					
經調整利潤淨額 ⁽¹⁾	4,388	14.9	42	0.2	10,347.6%
經調整EBITDA ⁽²⁾	5,979	20.3	1,996	7.9	199.5%

附註：

- (1) 我們將「經調整利潤淨額」定義為經以股份為基礎的薪酬開支及投資公允價值變動淨額調整的期內利潤／(虧損)。
- (2) 我們將「經調整EBITDA」定義為經所得稅(收益)／開支、物業及設備折舊、使用權資產折舊、無形資產攤銷及財務收入淨額調整的期內經調整利潤淨額。

按分部劃分的財務資料

	未經審核			總計
	截至2024年3月31日止三個月			
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾	
	(人民幣百萬元)			
收入	28,417	991	—	29,408
經營利潤／(虧損)	3,991	(268)	271	3,994

	未經審核			總計
	截至2023年3月31日止三個月			
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾	
	(人民幣百萬元)			
收入	24,879	338	—	25,217
經營利潤／(虧損)	963	(823)	(838)	(698)

	同比變動			總計
	國內	海外	未分攤 項目 ⁽¹⁾	
收入	14.2%	193.2%	—	16.6%
經營利潤／(虧損)	314.4%	(67.4%)	不適用	不適用

附註：

- (1) 未分攤項目包括以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額。

營運參數

除非另有指明，下表載列所示期間我們快手應用的若干主要經營數據：

	截至3月31日止三個月	
	2024年	2023年
平均日活躍用戶(百萬)	393.8	374.3
平均月活躍用戶(百萬)	697.4	654.4
每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣)	42.3	34.9
電商商品交易總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	288,072.5	224,766.5

附註：

⁽¹⁾ 於我們平台交易或通過我們平台跳轉到合作夥伴平台交易。

業務回顧

新年伊始，我們在2024年第一季度的營運及財務表現強勁。2024年第一季度，我們的總收入同比增長16.6%至人民幣294億元，毛利率為54.8%，利潤額達人民幣41億元，利潤率為14.0%。該等業績體現了我們業務的強大韌性，以及用戶生態和商業生態的護城河效應，儘管第一季度是典型的行業淡季。

2024年第一季度，我們進一步向所有用戶推出了全新的流量推薦機制，協同用戶體驗改善和變現效率提升；我們用智能營銷解決方案為營銷客戶提效賦能，獲得了更多的客戶預算；我們致力於為用戶打造極致的購物體驗，以直播電商和貨架電商雙輪驅動電商業務穩健增長；我們亦持續深耕更健康的直播生態，為平台的可持續增長奠定紮實的基礎；同時，我們穩步推進自研大語言模型的研發訓練，用AI技術賦能多個業務場景，提高效率，促進增長。

用戶及內容生態系統

2024年第一季度，快手應用的平均日活躍用戶和平均月活躍用戶分別達到3.94億及6.97億，分別同比增長5.2%和6.6%，快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長達129.5分鐘。我們的用戶流量穩健增長，2024年第一季度用戶總使用時長同比增長8.6%。這些用戶指標的增長是我們高質量用戶增長戰略成功的有力證明。通過高質量內容供給承接用戶需求，同時不斷提升用戶體驗，我們為平台用戶提供更多價值。

在用戶增長方面，我們優化用戶增長的渠道結構，同時結合算法對新增用戶留存率進行預測，故用戶增長的ROI得以提升。此外，我們開展了包括用戶興趣多樣性探索和短視頻評論排序策略優化等在內的數個專項，提升用戶體驗的同時也帶來了用戶時長的提升。

在內容供給方面，我們扶持具有快手特色的優質創作者，並在重要的時間節點，打造差異化的具有快手特色的優質IP內容，吸引用戶打開快手應用。例如，為陪伴近4億用戶歡度龍年，我們在2024年延續了「快手有年味」活動，展示豐富多樣的中國新年主題內容，包括「**快手一千零一夜老鐵聯歡晚會**」、「**雲上廟會**」及「**村BA**」。這些活動除了為創作者搭建了才藝展示舞台，也提升了快手用戶的粘性。同時，於2024年春節檔中，有20部由**快手星芒短劇**出品的短劇實現單部播放量破億，其中有7部單部播放量在3億以上。

搜索業務方面，我們通過大語言模型技術優化搜索功能，並完善「看後搜」場景的落地頁，提升用戶滲透率和整體搜索體驗。2024年第一季度，月均使用快手搜索的用戶同比增長超15%，單日搜索次數峰值近8億次。在搜索場景的商業化變現方面，搜索營銷服務收入於2024年第一季度同比增長超50%。

線上營銷服務

2024年第一季度，我們的線上營銷服務收入同比增長27.4%達人民幣167億元，佔總收入的比例達到56.6%。我們大力推動智能營銷解決方案在各場景的應用，使得2024年第一季度活躍營銷客戶數同比提升近90%。

2024年第一季度，依託AI及大語言模型能力，我們的智能營銷解決方案能為客戶提供包括智能創作、智能投放和智能用戶連接在內的全鏈路提效方案。在智能創作環節，我們的AIGC能力可以快速生成更優質的創意內容。2024年第一季度，AIGC營銷素材的單日消耗峰值突破人民幣1,000萬元。在智能投放環節，我們的**Universal Auto X (UAX)**產品和全站推廣產品能為客戶提供包括出價、實時盯盤和調控等在內的自動化投放能力。在智能用戶連接環節，我們的AI智能客服能幫助客戶與目標用戶建聯溝通，大幅提升營銷轉化效率。

2024年第一季度，電商GMV的穩健增長，繼續推動內循環營銷服務收入實現超越整體GMV的增長。我們進一步迭代全站推廣產品的策略和能力，助力商家探索快手優質流量，提升GMV規模。在智能託管產品方面，我們測試並上線了直播託管在大促場景的相關功能，提升了客戶的投放效果和投放意願。2024年第一季度，商家使用全站推廣產品或智能託管產品進行營銷推廣的總消耗達到內循環總消耗的30%。

2024年第一季度，外循環營銷服務收入繼續保持強勁的同比增長，特別是在傳媒資訊、遊戲和教育等行業。傳媒資訊中的付費短劇營銷，通過自建鏈路不斷優化，配合政策激勵帶來的供給和需求提升，帶來2024年第一季度短劇日均付費消耗同比增長超4倍。遊戲中的快手小程序遊戲營銷也在2024年第一季度跑通了**In-Apps Ads (IAA)**模式，提升了遊戲客戶的營銷消耗。教育行業的營銷消耗在2024年第一季度取得了近翻倍的同比增長，主要得益於我們對用戶需求的挖掘撬動了營銷客戶更多的預算。我們的外循環智能投放產品**UAX**已為各行業營銷客戶提供了定製化全生命週期自動化投放解決方案，提升客戶營銷轉化效率。2024年第一季度，通過**UAX**進行營銷推廣的總消耗環比增長超4倍。

在品牌營銷服務方面，我們為客戶建立豐富的品牌營銷矩陣和定製化解決方案，同時，憑藉優質的內容供給、精準的人群覆蓋和高效的轉化能力滿足客戶品效協同的營銷目標，獲得了更多品牌營銷客戶的預算，2024年春節期間的品牌招商數量同比增長超120%。**快手星芒短劇**爆款內容的熱播，使得包括天貓和榮耀手機等在內的諸多品牌收穫了高效曝光和目標人群覆蓋。

電商

2024年第一季度，我們通過精細化運營提升買家轉化效率，並繼續豐富供給和拓展電商場域，電商業務GMV同比增長28.2%至人民幣2,881億元。

用戶側，2024年第一季度電商月活躍買家同比增長22.4%至1.26億，主要得益於泛貨架、短視頻電商等購物場景持續豐富，以及營銷工具、玩法的不斷升級。同時我們強化政策引導，從售中、售後全鏈路為消費者帶來更優的體驗保障，包括「極速退款」、「平台主動服務接管」等政策，全方位提升消費者體驗。尤其是在2024年年貨節期間，買家數較上一年貨節增長超60%。

供給側，2024年第一季度月動銷商家數同比增長約70%，主要得益於新入駐商家持續保持活躍度。我們大幅優化和升級平台招商政策，聯合商業化形成合力，全面覆蓋品牌、大商、中小商家等不同供給類型，2024年第一季度月均新入駐動銷商家數同比持續高速增長。尤其是針對中小商家，我們通過**斗金政策**面向新商開放高水位招商激勵；同時從保證金、流量、分銷、培訓等多方面扶持商家冷啟，優化商家孵化及培訓措施，助力平台商家躍遷。

品牌商家方面，2024年第一季度依舊保持強勁增長。在2024年年貨節期間，品牌商品GMV較上一年貨節增長超70%。品牌商家在短視頻和泛貨架場域均有明顯增長，2024年第一季度品牌商品GMV在短視頻場域同比增長超過110%，泛貨架場域同比增長超過80%。達人策略方面，我們通過**超新星計劃**拉動新達人、中小達人開播與品牌聯動，同時提供更多幫助頭達爆發的大場營銷工具；而在達人分銷方面，我們通過內部的推薦鏈路向達人推薦優質的商品、通過外部團長幫助中小達人選品，綜合提升平台撮合能力，並在短視頻等多元電商場域大幅提升了主播開播意願及變現貢獻。

電商場域方面，我們的泛貨架場域持續取得強勁增長，2024年第一季度泛貨架場域GMV超大盤增長，佔總GMV比例約25%。我們在供給和需求側都取得了亮眼的進展，2024年第一季度泛貨架場域日均動銷商家同比增速超50%、日均買家同比增速超60%。我們進一步增強商品基建及貨盤豐富度，完善價格管理體系，同時聚焦滿足核心用戶群體需求的優勢類目，包括生鮮食品、個護日百等。此外，快手2024年商城年貨節期間訂單量較上一年貨節增長98%，短視頻、搜索、泛貨架三個場域均表現亮眼，短視頻掛車支付GMV較上一年貨節增長345%，搜索支付GMV較上一年貨節增長164%，泛貨架GMV較上一年貨節增長383%，內容場+貨架場雙輪驅動增長，向商家經營釋放更多新機遇。另外值得注意的是，我們短視頻電商GMV在2024年第一季度繼續高速增長，同比增速近100%，短視頻電商月活躍買家及日活躍買家均取得持續增長，供給豐富度持續提升。

直播

2024年第一季度，我們持續致力於建設健康的直播生態，為業務的長期可持續增長打下基礎。我們大力扶持中腰部主播，通過線上培訓、線下巡講、主播任務等方式，牽引主播活躍度和主播質量提升，加速新主播成長並激勵公會流水提升。同時持續推進多人場景直播、「大舞台」等新興品類，迭代創新玩法及更豐富的直播生態。截至2024年第一季度末，簽約公會機構數量同比提升50%，簽約公會主播數量同比提升50%。

此外，作為「直播+」模式賦能傳統行業的典例，2024年第一季度，**快聘**業務針對春節復工後的求職和招聘需求推出「新春招工會」，落地多場達人和名企線上活動，日均簡歷投遞次數同比增長超過180%，而日均投遞用戶數也同比增長超120%。此外，截至2024年第一季度末，**理想家**已覆蓋全國超100個城市，合作主播超過5萬人。

海外業務

我們在海外核心發展市場高效拓展用戶基礎，堅定推行本地化戰略，形成差異化優勢。我們專注於本地化原創內容的生產，隨著平台流量機制優化和創作者收入多元化，內容供給快速增長，同時借助巴西狂歡節和巴西最大的真人秀**Big Brother Brasil 24**等項目，用戶活躍度持續提升，亦為Kwai積累了良好的品牌知名度和認可度，進而為提升變現能力奠定了基礎。2024年第一季度核心發展區域的平均日活躍用戶穩步增長，每位日活躍用戶日均使用時長同比、環比均有提升，其中2024年第一季度巴西平均日活躍用戶同比增長13%，每位日活躍用戶日均使用時長超過75分鐘。因此，2024年第一季度海外業務收入達到人民幣9.91億元，同比增長193.2%。我們持續提升運營效率，2024年第一季度海外業務整體經營虧損同比減少67.4%，同時我們的環比經營虧損也進一步收窄。

海外在線營銷方面，通過本地化營銷能力的持續構建，產品生態搭建亦逐步完善，營銷客戶的投放效率及穩定性進一步提升。同時我們從平台力、服務力、創造力三方面進行深耕，借助巴西狂歡節等營銷節點助力國際及中國出海品牌取得品效雙收。2024年第一季度海外業務營銷收入同比增長接近3倍。

企業社會責任

為了更好地助力鄉村產業振興，我們的電商業務正式啟動**興農計劃**，聚焦在快手上直接從源頭購買新鮮的果蔬。我們計劃投入約百億元人民幣流量及億元人民幣現金資源，持續扶持提供優質農產品的商家。

此外，我們在快手**三農**垂類積極開展**紅人計劃**，在鄉村主播人才挖掘和培養方面深耕，助力鄉村人才及產業振興。2024年第一季度，快手**三農**垂類的萬粉以上月活躍創作者規模達8萬人。

管理層討論與分析

2024年第一季度與2023年第一季度比較

下表分別載列2024年及2023年第一季度比較數據的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核			
	截至3月31日止三個月			
	2024年		2023年	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
收入	29,408	100.0	25,217	100.0
銷售成本	(13,288)	(45.2)	(13,505)	(53.6)
毛利	16,120	54.8	11,712	46.4
銷售及營銷開支	(9,384)	(31.9)	(8,723)	(34.6)
行政開支	(462)	(1.6)	(919)	(3.6)
研發開支	(2,843)	(9.7)	(2,920)	(11.6)
其他收入	118	0.4	52	0.2
其他收益淨額	445	1.6	100	0.4
經營利潤／(虧損)	3,994	13.6	(698)	(2.8)
財務收入淨額	114	0.4	111	0.5
分佔按權益法入賬之 投資的虧損	(3)	(0.0)	(14)	(0.1)
除所得稅前利潤／(虧損)	4,105	14.0	(601)	(2.4)
所得稅收益／(開支)	15	0.0	(275)	(1.1)
期內利潤／(虧損)	<u>4,120</u>	<u>14.0</u>	<u>(876)</u>	<u>(3.5)</u>
非國際財務報告會計準則計量：				
經調整利潤淨額	4,388	14.9	42	0.2
經調整EBITDA	5,979	20.3	1,996	7.9

收入

收入由2023年同期的人民幣252億元增加16.6%至2024年第一季度的人民幣294億元，主要是由於線上營銷服務及電商業務的增長。

下表分別載列2024年及2023年第一季度按類型劃分的收入絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核			
	截至3月31日止三個月			
	2024年		2023年	
人民幣	%	人民幣	%	
(以百萬元計，百分比除外)				
線上營銷服務	16,650	56.6	13,064	51.8
直播	8,575	29.2	9,319	37.0
其他服務	4,183	14.2	2,834	11.2
總計	29,408	100.0	25,217	100.0

線上營銷服務

線上營銷服務收入由2023年同期的人民幣131億元增加27.4%至2024年第一季度的人民幣167億元，主要是由於我們致力於推動智能營銷解決方案的應用及升級全站推廣產品能力，推動營銷客戶數量及營銷客戶投放消耗增加。

直播

直播業務收入由2023年同期的人民幣93億元減少8.0%至2024年第一季度的人民幣86億元，是由於我們持續努力進一步建立長期可持續的直播生態系統。

其他服務

其他服務收入由2023年同期的人民幣28億元增加47.6%至2024年第一季度的人民幣42億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商商品交易總額的增加。電商商品交易總額增加是由於我們持續精細化的運營策略及拓展的電商場域，推動電商活躍付費用戶數量及動銷商家數量增加。

銷售成本

下表分別載列2024年及2023年第一季度銷售成本的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核			
	截至3月31日止三個月			
	2024年		2023年	
人民幣	%	人民幣	%	
(以百萬元計，百分比除外)				
收入分成成本及相關稅項	8,339	28.4	8,251	32.7
帶寬費用及服務器託管成本 ⁽¹⁾	1,399	4.8	1,695	6.7
物業及設備及使用權資產折舊以及 無形資產攤銷 ⁽¹⁾	1,544	5.3	1,573	6.2
僱員福利開支	703	2.4	709	2.8
支付渠道手續費	596	2.0	495	2.0
其他銷售成本	707	2.3	782	3.2
總計	13,288	45.2	13,505	53.6

附註：

⁽¹⁾ 服務器託管成本包括租期一年或以下的互聯網數據中心的託管費，該費用已根據國際財務報告準則第16號 — 租賃豁免。租期超過一年的互聯網數據中心的租賃入賬列為使用權資產，後折舊計入銷售成本。

銷售成本由2023年同期的人民幣135億元減少1.6%至2024年第一季度的人民幣133億元，主要是由於帶寬費用及服務器託管成本減少，惟部分被支付渠道手續費增加所抵銷。

毛利及毛利率

下表分別載列2024年及2023年第一季度毛利的絕對金額及佔總收入的百分比(或毛利率)：

	未經審核			
	截至3月31日止三個月			
	2024年		2023年	
人民幣	%	人民幣	%	
(以百萬元計，百分比除外)				
毛利	16,120	54.8	11,712	46.4

基於上文所述，毛利由2023年同期的人民幣117億元增加37.6%至2024年第一季度的人民幣161億元。毛利率由2023年同期的46.4%增至2024年第一季度的54.8%。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由2023年同期的人民幣87億元增加7.6%至2024年第一季度的人民幣94億元，主要是由於推廣活動開支增加。銷售及營銷開支佔總收入的百分比由2023年同期的34.6%減至2024年第一季度的31.9%，主要是由於運營效率提升。

行政開支

行政開支由2023年同期的人民幣919百萬元減少49.7%至2024年第一季度的人民幣462百萬元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

研發開支

研發開支由2023年同期的人民幣29億元減少2.6%至2024年第一季度的人民幣28億元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

其他收入

其他收入由2023年同期的人民幣52百萬元增至2024年第一季度的人民幣118百萬元，主要是由於增值稅優惠增加。

其他收益淨額

其他收益淨額由2023年同期的人民幣100百萬元增至2024年第一季度的人民幣445百萬元，主要是由於按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產的公允價值變動。

經營利潤／(虧損)

基於上述原因，我們於2024年第一季度錄得經營利潤人民幣40億元，經營利潤率為13.6%，而2023年同期則錄得經營虧損人民幣698百萬元，經營利潤率為負2.8%。

下表分別載列2024年及2023年第一季度按分部劃分的經營利潤／(虧損)絕對金額：

	未經審核		
	截至3月31日止三個月		
	2024年	2023年	同比變動
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
國內	3,991	963	314.4%
海外	(268)	(823)	(67.4%)
未分攤項目	271	(838)	不適用
總計	3,994	(698)	不適用

我們自國內分部錄得的經營利潤由2023年同期的人民幣963百萬元增至2024年第一季度的人民幣40億元，主要是由於國內收入同比增長14.2%。

我們自海外分部錄得的經營虧損由2023年同期的人民幣823百萬元收窄至2024年第一季度的人民幣268百萬元。該減少主要是由於海外收入快速增長。

財務收入淨額

2024年及2023年第一季度我們的財務收入淨額分別為人民幣114百萬元及人民幣111百萬元。

分佔按權益法入賬之投資的虧損

2024年及2023年第一季度我們分佔按權益法入賬之投資的虧損分別為人民幣3百萬元及人民幣14百萬元。

除所得稅前利潤／(虧損)

基於上述原因，我們2024年第一季度錄得除所得稅前利潤人民幣41億元，而於2023年第一季度則錄得除所得稅前虧損人民幣601百萬元。

所得稅收益／(開支)

2024年第一季度為所得稅收益人民幣15百萬元，而2023年同期則為所得稅開支人民幣275百萬元。該變動主要是由於基於若干附屬公司產生的未來應課稅收入評估而確認遞延稅項資產。

期內利潤／(虧損)

基於上述原因，我們2024年第一季度錄得利潤人民幣41億元，而2023年第一季度則錄得虧損人民幣876百萬元。

2024年第一季度與2023年第四季度比較

下表分別載列2024年第一季度及2023年第四季度比較數據的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	2024年3月31日		2023年12月31日	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
收入	29,408	100.0	32,561	100.0
銷售成本	(13,288)	(45.2)	(15,269)	(46.9)
毛利	16,120	54.8	17,292	53.1
銷售及營銷開支	(9,384)	(31.9)	(10,198)	(31.3)
行政開支	(462)	(1.6)	(752)	(2.3)
研發開支	(2,843)	(9.7)	(3,296)	(10.1)
其他收入	118	0.4	379	1.2
其他收益淨額	445	1.6	197	0.5
經營利潤	3,994	13.6	3,622	11.1
財務收入淨額	114	0.4	135	0.5
分佔按權益法入賬之投資的虧損	(3)	(0.0)	(23)	(0.1)
除所得稅前利潤	4,105	14.0	3,734	11.5
所得稅收益／(開支)	15	0.0	(122)	(0.4)
期內利潤	<u>4,120</u>	<u>14.0</u>	<u>3,612</u>	<u>11.1</u>
非國際財務報告會計準則計量：				
經調整利潤淨額	4,388	14.9	4,362	13.4
經調整EBITDA	5,979	20.3	6,132	18.8

收入

收入由2023年第四季度的人民幣326億元減少9.7%至2024年第一季度的人民幣294億元，主要是由於線上營銷服務及直播業務收入減少。

下表分別載列2024年第一季度及2023年第四季度按類型劃分的收入絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2024年3月31日		2023年12月31日	
	人民幣	%	人民幣	%
	(以百萬元計，百分比除外)			
線上營銷服務	16,650	56.6	18,203	55.9
直播	8,575	29.2	10,048	30.9
其他服務	4,183	14.2	4,310	13.2
總計	29,408	100.0	32,561	100.0

線上營銷服務

線上營銷服務收入由2023年第四季度的人民幣182億元減少8.5%至2024年第一季度的人民幣167億元，主要是由於季節性影響。

直播

直播業務收入由2023年第四季度的人民幣100億元減少14.7%至2024年第一季度的人民幣86億元，主要是由於季節性影響。

其他服務

其他服務收入由2023年第四季度的人民幣43億元略微減少2.9%至2024年第一季度的人民幣42億元。

銷售成本

下表分別載列2024年第一季度及2023年第四季度銷售成本的絕對金額及佔總收入的百分比：

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	2024年3月31日		2023年12月31日	
人民幣	%	人民幣	%	
(以百萬元計，百分比除外)				
收入分成成本及相關稅項	8,339	28.4	9,706	29.8
帶寬費用及服務器託管成本 ⁽¹⁾	1,399	4.8	1,496	4.6
物業及設備及使用權資產折舊以及無形資產攤銷 ⁽¹⁾	1,544	5.3	1,600	4.9
僱員福利開支	703	2.4	764	2.3
支付渠道手續費	596	2.0	800	2.5
其他銷售成本	707	2.3	903	2.8
總計	13,288	45.2	15,269	46.9

附註：

- ⁽¹⁾ 服務器託管成本包括租期一年或以下的互聯網數據中心的託管費，該費用已根據國際財務報告準則第16號 — 租賃豁免。租期超過一年的互聯網數據中心的租賃入賬列為使用權資產，後折舊計入銷售成本。

銷售成本由2023年第四季度的人民幣153億元減少13.0%至2024年第一季度的人民幣133億元，主要是由於收入分成成本及相關稅項、支付渠道手續費及其他銷售成本中的內容成本均有所減少。

毛利及毛利率

下表分別載列2024年第一季度及2023年第四季度我們毛利的絕對金額及佔總收入的百分比(或毛利率)：

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	2024年3月31日		2023年12月31日	
人民幣	%	人民幣	%	
(以百萬元計，百分比除外)				
毛利	16,120	54.8	17,292	53.1

基於上文所述，毛利由2023年第四季度的人民幣173億元減少6.8%至2024年第一季度的人民幣161億元。毛利率由2023年第四季度的53.1%增至2024年第一季度的54.8%。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由2023年第四季度的人民幣102億元減少8.0%至2024年第一季度的人民幣94億元，主要是由於推廣活動開支減少。銷售及營銷開支佔總收入的百分比由2023年第四季度的31.3%略微增至2024年第一季度的31.9%。

行政開支

行政開支由2023年第四季度的人民幣752百萬元減少38.6%至2024年第一季度的人民幣462百萬元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

研發開支

研發開支由2023年第四季度的人民幣33億元減少13.7%至2024年第一季度的人民幣28億元，主要是由於僱員福利開支(包括相關以股份為基礎的薪酬開支)減少。

其他收入

其他收入由2023年第四季度的人民幣379百萬元減至2024年第一季度的人民幣118百萬元，主要是由於增值稅稅收優惠及政府補助減少。

其他收益淨額

其他收益淨額由2023年第四季度的人民幣197百萬元增至2024年第一季度的人民幣445百萬元，主要是由於按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產的公允價值變動。

經營利潤

基於上述原因，我們於2024年第一季度錄得經營利潤人民幣40億元，而2023年第四季度則為人民幣36億元，2024年第一季度的經營利潤率為13.6%，而2023年第四季度則為11.1%。

下表分別載列2024年第一季度及2023年第四季度按分部劃分的經營利潤／(虧損)絕對金額：

	未經審核		
	截至下列日期止三個月		
	2024年 3月31日	2023年 12月31日	環比變動
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
國內	3,991	4,250	(6.1%)
海外	(268)	(551)	(51.4%)
未分攤項目	271	(77)	不適用
總計	<u>3,994</u>	<u>3,622</u>	10.3%

2024年第一季度我們自國內分部錄得經營利潤人民幣40億元，而2023年第四季度則為人民幣43億元，主要是由於受季節性因素影響，國內收入環比減少。

我們自海外分部錄得的經營虧損由2023年第四季度的人民幣551百萬元減至2024年第一季度的人民幣268百萬元，主要是由於海外收入增長及營銷開支效率不斷提升。

財務收入淨額

2024年第一季度我們的財務收入淨額為人民幣114百萬元，而2023年第四季度為人民幣135百萬元。

分佔按權益法入賬之投資的虧損

2024年第一季度及2023年第四季度我們分佔按權益法入賬之投資的虧損分別為人民幣3百萬元及人民幣23百萬元。

除所得稅前利潤

基於上述原因，2024年第一季度及2023年第四季度我們分別錄得除所得稅前利潤人民幣41億元及人民幣37億元。

所得稅收益／(開支)

2024年第一季度為所得稅收益人民幣15百萬元，而2023年第四季度為所得稅開支人民幣122百萬元。

期內利潤

基於上述原因，我們於2024年第一季度及2023年第四季度分別錄得利潤人民幣41億元及人民幣36億元。

非國際財務報告會計準則計量與根據國際財務報告會計準則編製的最接近計量的對賬

我們認為，呈列非國際財務報告會計準則計量通過消除管理層認為對我們經營業績沒有指標作用的項目的潛在影響(例如若干非現金項目)，有助於比較不同期間及不同公司的經營業績。該等非國際財務報告會計準則計量用作一種分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待，將其視為按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況之替代分析，或認為其優於按照國際財務報告會計準則所申報的經營業績或財務狀況。此外，該等非國際財務報告會計準則財務計量的定義或會與其他公司所用類似定義不同，亦未必可與其他公司同類計量項目比較。該等非國際財務報告會計準則計量的呈列不應解釋為我們的未來業績不受不尋常或非經常性項目的影響。

下表分別載列2024年第一季度、2023年第四季度及2023年第一季度的非國際財務報告會計準則財務計量與根據國際財務報告會計準則編製的最接近計量之對賬：

	未經審核		
	截至以下日期止三個月		
	2024年 3月31日	2023年 12月31日	2023年 3月31日
	(人民幣百萬元)		
期內利潤／(虧損)	4,120	3,612	(876)
加：			
以股份為基礎的薪酬開支	292	653	990
投資公允價值變動淨額 ⁽¹⁾	(24)	97	(72)
經調整利潤淨額	4,388	4,362	42
經調整利潤淨額	4,388	4,362	42
加：			
所得稅(收益)／開支	(15)	122	275
物業及設備折舊	977	1,018	964
使用權資產折舊	716	732	788
無形資產攤銷	27	33	38
財務收入淨額	(114)	(135)	(111)
經調整EBITDA	5,979	6,132	1,996

附註：

- ⁽¹⁾ 投資公允價值變動淨額指按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之上市和非上市實體投資的公允價值(收益)／虧損淨額、視為處置投資的(收益)／虧損淨額以及投資減值撥備，其與我們的核心業務及經營業績無關，且會受市場波動所影響，而剔除該數據可為投資者提供可評估我們業績表現的更相關及有用的資料。

流動資金及財務來源

除通過2021年2月全球發售籌集的資金外，我們過往一直主要以股東注資、發行可轉換可贖回優先股所得現金及經營活動所得現金滿足營運資金及其他資金需求。於2024年3月31日，我們的現金及現金等價物為人民幣110億元，2023年12月31日為人民幣129億元。

我們在現金管理中考慮的可利用資金總額包括但不限於現金及現金等價物、定期存款、金融資產和受限制現金。金融資產主要包括理財產品及其他。於2024年3月31日，我們可利用資金總額為人民幣637億元，2023年12月31日為人民幣616億元。

下表載列2024年第一季度的現金流量摘要：

	未經審核 截至2024年 3月31日 止三個月 <u>(人民幣百萬元)</u>
經營活動所得現金淨額	5,796
投資活動所用現金淨額	(4,903)
融資活動所用現金淨額	(2,805)
現金及現金等價物減少淨額	(1,912)
期初現金及現金等價物	12,905
匯率變動對現金及現金等價物的影響	11
期末現金及現金等價物	<u>11,004</u>

經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金淨額即經營所得現金減去已付所得稅。經營所得現金主要包括除所得稅前利潤，並就非現金項目及營運資金變動作出調整。

2024年第一季度，經營活動所得現金淨額為人民幣58億元，主要是由於除所得稅前利潤人民幣41億元，該利潤通過非現金項目調整，非現金項目主要包括物業及設備折舊人民幣977百萬元、使用權資產折舊人民幣716百萬元及以股份為基礎的薪酬開支人民幣292百萬元。我們亦支付所得稅人民幣217百萬元。

投資活動所用現金淨額

2024年第一季度，投資活動所用現金淨額為人民幣49億元，主要是由於按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產投資淨額人民幣65億元、購買物業、設備及無形資產人民幣14億元及初始期限三個月以上的定期存款到期所得款項淨額人民幣27億元。

融資活動所用現金淨額

2024年第一季度，融資活動所用現金淨額為人民幣28億元，主要是由於支付購回股份人民幣12億元、票據安排結算淨額人民幣895百萬元及支付租賃本金及相關利息人民幣756百萬元。

財務資料

簡明合併損益表

	附註	未經審核	
		截至3月31日止三個月	
		2024年	2023年
		(人民幣百萬元)	
收入	3	29,408	25,217
銷售成本	4	(13,288)	(13,505)
毛利		16,120	11,712
銷售及營銷開支	4	(9,384)	(8,723)
行政開支	4	(462)	(919)
研發開支	4	(2,843)	(2,920)
其他收入		118	52
其他收益淨額		445	100
經營利潤／(虧損)		3,994	(698)
財務收入淨額		114	111
分佔按權益法入賬之投資的虧損		(3)	(14)
除所得稅前利潤／(虧損)		4,105	(601)
所得稅收益／(開支)		15	(275)
期內利潤／(虧損)		<u>4,120</u>	<u>(876)</u>
以下人士應佔：			
— 本公司權益持有人		4,119	(873)
— 非控股權益		1	(3)
		<u>4,120</u>	<u>(876)</u>
本公司權益持有人應佔之			
每股盈利／(虧損)			
(以每股人民幣元列示)			
每股基本盈利／(虧損)	5	<u>0.95</u>	<u>(0.20)</u>
每股攤薄盈利／(虧損)		<u>0.94</u>	<u>(0.20)</u>

簡明合併綜合收益／(虧損)表

附註	未經審核	
	截至3月31日止三個月	
	2024年	2023年
	(人民幣百萬元)	
期內利潤／(虧損)	<u>4,120</u>	<u>(876)</u>
其他綜合收益／(虧損)		
不會重新分類至損益之項目		
分佔按權益法入賬之投資的		
其他綜合(虧損)／收入	(3)	7
匯兌差額	130	(988)
隨後可能重新分類至損益之項目		
匯兌差額	<u>(97)</u>	<u>711</u>
期內其他綜合收益／(虧損)(扣除稅項)	<u>30</u>	<u>(270)</u>
期內綜合收益／(虧損)總額	<u>4,150</u>	<u>(1,146)</u>
以下人士應佔：		
— 本公司權益持有人	4,149	(1,143)
— 非控股權益	<u>1</u>	<u>(3)</u>
	<u>4,150</u>	<u>(1,146)</u>

簡明合併資產負債表

		未經審核 截至2024年 3月31日	經審核 截至2023年 12月31日
	附註	(人民幣百萬元)	
資產			
非流動資產			
物業及設備		11,770	12,356
使用權資產		9,653	10,399
無形資產		1,014	1,073
按權益法入賬之投資		198	214
按公允價值計量且其變動計入損益之 金融資產	6	9,748	5,245
按攤餘成本計量之其他金融資產	6	223	283
遞延稅項資產		6,313	6,108
長期定期存款		7,260	9,765
其他非流動資產		560	492
		<u>46,739</u>	<u>45,935</u>
流動資產			
貿易應收款項		6,008	6,457
預付款項、其他應收款項及其他流動資產		3,636	4,919
按公允價值計量且其變動計入損益之 金融資產	6	27,630	25,128
按攤餘成本計量之其他金融資產	6	996	950
短期定期存款		9,612	9,874
受限制現金		66	128
現金及現金等價物		11,004	12,905
		<u>58,952</u>	<u>60,361</u>
資產總額		<u><u>105,691</u></u>	<u><u>106,296</u></u>

簡明合併資產負債表

	未經審核 截至2024年 3月31日	經審核 截至2023年 12月31日
附註	(人民幣百萬元)	
權益及負債		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	—	—
股本溢價	272,264	273,459
庫存股份	(113)	(88)
其他儲備	33,495	33,183
累計虧損	(253,372)	(257,491)
	<u>52,274</u>	<u>49,063</u>
非控股權益	12	11
	<u>52,286</u>	<u>49,074</u>
負債		
非流動負債		
租賃負債	7,698	8,405
遞延稅項負債	17	18
其他非流動負債	22	21
	<u>7,737</u>	<u>8,444</u>
流動負債		
應付賬款	23,161	23,601
其他應付款項及應計費用	13,850	16,592
客戶預付款	4,056	4,036
所得稅負債	1,220	1,222
租賃負債	3,381	3,327
	<u>45,668</u>	<u>48,778</u>
負債總額	<u>53,405</u>	<u>57,222</u>
權益及負債總額	<u>105,691</u>	<u>106,296</u>

簡明合併現金流量表

	未經審核	
	截至3月31日止三個月	
	2024年	2023年*
	(人民幣百萬元)	
經營活動所得現金淨額	5,796	354
投資活動所用現金淨額	(4,903)	(2,060)
融資活動(所用)/所得現金淨額	(2,805)	990
現金及現金等價物減少淨額	(1,912)	(716)
期初現金及現金等價物	12,905	13,274
匯率變動對現金及現金等價物的影響	11	(85)
期末現金及現金等價物	<u>11,004</u>	<u>12,473</u>

* 截至2023年3月31日止三個月的簡明合併現金流量表已就附註1所述會計政策的自願變更作出調整。

簡明合併中期財務資料附註

1 編製及呈列基準

截至2024年3月31日止三個月的簡明合併中期財務資料(「**中期財務資料**」)根據國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。除另有說明外，中期財務資料以人民幣列報。

中期財務資料並無包括年度財務報表通常包括的所有附註類別。中期財務資料應與本公司2023年年報所載由本集團根據國際財務報告會計準則編製之截至2023年12月31日止年度的年度經審核財務報表(「**2023年財務報表**」)一併閱讀。

編製中期財務資料所用的會計政策及計算方法與2023年財務報表所載截至2023年12月31日止年度的年度財務報表所用者一致，惟採用若干對本集團的業績及財務狀況並無重大影響的新訂準則及修訂除外。

如2023年財務報表附註2.1.1(c)所披露，本集團自願變更與應付票據交易相關的現金流量呈現方式。因此，截至2023年3月31日止三個月的比較數字已作出調整，以配合本期間的呈列方式。

編製中期財務資料時，管理層應用本集團會計政策時所作出之重大會計估計及判斷以及估計不確定性之主要來源與2023年財務報表中所採用者相同。

中期財務資料未經審核，但已由本公司外聘核數師審閱。

2 分部資料

本集團業務活動具備單獨的財務報表，由主要經營決策者定期審閱及評估。主要經營決策者由本集團首席執行官擔任，其負責資源分配及對營運分部的業績評估。根據該評估的結果，本集團確定擁有以下營運分部：

- 國內
- 海外

主要經營決策者主要根據各營運分部的收入及經營利潤或虧損評估營運分部的業績。因此，分部業績指各分部的收入、銷售成本及經營開支，以及經營利潤或虧損，與主要經營決策者的業績審閱一致。截至2024年及2023年3月31日止三個月，概無重大分部間銷售。

呈報予主要經營決策者的客戶收入為各分部的收入。呈報予主要經營決策者的各分部經營利潤或虧損為收入扣除銷售成本及經營開支。若干項目並無分配至各分部，是由於該等項目並非直接與主要經營決策者業績評估及資源分配有關。以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益淨額未分攤至營運分部。

截至2024年及2023年3月31日止三個月的分部業績如下：

	截至2024年3月31日止三個月			總計
	國內	海外	未分攤項目	
	(人民幣百萬元)			
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
收入	28,417	991	—	29,408
銷售成本及經營開支	(24,426)	(1,259)	—	(25,685)
未分攤項目	—	—	271	271
經營利潤／(虧損)	<u>3,991</u>	<u>(268)</u>	<u>271</u>	<u>3,994</u>
	截至2023年3月31日止三個月			
	國內	海外	未分攤項目	總計
	(人民幣百萬元)			
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
收入	24,879	338	—	25,217
銷售成本及經營開支	(23,916)	(1,161)	—	(25,077)
未分攤項目	—	—	(838)	(838)
經營利潤／(虧損)	<u>963</u>	<u>(823)</u>	<u>(838)</u>	<u>(698)</u>

3 收入

截至2024年及2023年3月31日止三個月的收入明細如下：

	截至3月31日止三個月	
	2024年	2023年
	(人民幣百萬元)	
	(未經審核)	(未經審核)
線上營銷服務	16,650	13,064
直播	8,575	9,319
其他服務	4,183	2,834
	29,408	25,217

4 按性質劃分的開支

	截至3月31日止三個月	
	2024年	2023年
	(人民幣百萬元)	
	(未經審核)	(未經審核)
收入分成成本及相關稅項	8,339	8,251
推廣及營銷開支	8,757	8,054
僱員福利開支	3,953	4,523
帶寬費用及服務器託管成本	1,399	1,695
物業及設備折舊	977	964
使用權資產折舊(附註a)	716	788
無形資產攤銷	27	38
支付渠道手續費	596	495
外包及其他勞務成本	302	281
附加稅款	175	130
專業費用	59	44
金融資產信貸虧損撥備	22	14
其他(附註b)	655	790
	25,977	26,067

附註a：使用權資產折舊包括與租期超過一年的互聯網數據中心、辦公大樓及土地相關的租賃開支。

附註b：其他主要包括內容相關的成本、差旅及通訊費以及辦公室設施費用。

5 每股盈利／(虧損)

(a) 每股基本盈利／(虧損)

每股基本盈利／(虧損)乃以期內本公司權益持有人應佔盈利／(虧損)除以已發行普通股的加權平均數計算。

	截至3月31日止三個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
本公司權益持有人應佔盈利／(虧損) (人民幣百萬元)	<u>4,119</u>	<u>(873)</u>
已發行普通股的加權平均數 (百萬股)	<u>4,320</u>	<u>4,301</u>
每股基本盈利／(虧損) (以每股人民幣元列示)	<u><u>0.95</u></u>	<u><u>(0.20)</u></u>

(b) 每股攤薄盈利／(虧損)

計算每股攤薄盈利／(虧損)時，已就假設轉換所有具有潛在攤薄效應之普通股而調整已發行普通股加權平均數。截至2024年及2023年3月31日止三個月，本公司有兩類潛在普通股：購股權及限制性股份單位。由於本公司於截至2023年3月31日止三個月產生虧損，該等潛在普通股並未計入每股攤薄虧損計算中，因為將其計入在內將具反攤薄作用。因此，截至2023年3月31日止三個月的每股攤薄虧損與每股基本虧損金額相同。

	截至3月31日止三個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
本公司權益持有人應佔盈利／(虧損) (人民幣百萬元)	<u>4,119</u>	<u>(873)</u>
已發行普通股的加權平均數 (百萬股)	<u>4,320</u>	<u>4,301</u>
購股權及限制性股份單位調整(百萬股)	<u>81</u>	<u>—</u>
計算每股攤薄盈利／(虧損)時 用作分母的普通股加權平均數 (百萬股)	<u>4,401</u>	<u>4,301</u>
每股攤薄盈利／(虧損) (以每股人民幣元列示)	<u><u>0.94</u></u>	<u><u>(0.20)</u></u>

6 投資

	截至2024年 3月31日	截至2023年 12月31日
	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)
	(未經審核)	(經審核)
非流動資產		
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		
— 非上市實體投資	2,811	2,609
— 上市實體投資	48	52
— 理財產品及其他	6,889	2,584
	9,748	5,245
按攤餘成本計量之其他金融資產	223	283
	9,971	5,528
流動資產		
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		
— 上市實體投資	6	8
— 理財產品及其他	27,624	25,120
	27,630	25,128
按攤餘成本計量之其他金融資產	996	950
	28,626	26,078
總計	38,597	31,606

其他資料

購入、出售或贖回本公司上市證券

截至2024年3月31日止三個月及直至最後可行日期，本公司於聯交所以總代價1,634,665,202.91港元合共購回35,820,900股B類股份（「股份購回」）。股份購回的詳情概述如下：

購回的月份	股份購回 數目	每股股份支付的價格		總代價 (港元)
		最高 (港元)	最低 (港元)	
2024年1月	12,986,000	51.85	38.85	573,165,403.11
2024年2月	9,793,200	46.25	38.45	426,284,299.06
2024年3月	7,226,900	51.75	43.10	342,663,422.95
2024年4月	4,571,500	50.00	44.05	219,923,443.35
2024年5月 (直至最後可行日期)	1,243,300	59.95	55.45	72,628,634.44
總計	<u>35,820,900</u>			<u>1,634,665,202.91</u>

截至本公告日期，2023年12月至2024年4月期間購回的合共36,464,100股B類股份已分別於2024年1月31日、2月29日、3月28日及4月30日註銷，已發行B類股份數目因上述註銷而減少36,464,100股。註銷有關B類股份後，A類股份持有人Reach Best Developments Limited根據上市規則第8A.21條規定，於2024年1月31日、2月29日、3月28日及4月30日分別按照一比一的比率同時將6,357,172股A類股份轉換為B類股份，以確保根據上市規則第8A.13條及8A.15條規定，所持附有本公司不同投票權的股份比例不會增加。截至最後可行日期，購回的合共1,243,300股B類股份尚未註銷。

除上文所披露者外，截至2024年3月31日止三個月及直至最後可行日期，本公司或其任何附屬公司或合併聯屬實體概無購入、出售或贖回本公司任何上市證券。

遵守企業管治守則

本公司致力於維持及促進高標準的企業管治，此舉對本集團發展及保障股東權益至關重要。本公司已採納企業管治守則的原則及守則條文作為本公司企業管治常規的依據。

除下段所解釋偏離企業管治守則第二部分所載守則條文C.2.1外，本公司截至2024年3月31日止三個月已遵守企業管治守則第二部分內載列的所有適用守則條文。

企業管治守則第二部分所載的守則條文C.2.1規定，上市發行人的主席與行政總裁的職責應區分，不應由一人兼任。自2023年10月29日以來，程一笑先生同時擔任本公司董事長及首席執行官，以確保本集團領導貫徹一致，推進長期策略，及進一步深化變現能力和優化運營效率。董事會認為，現行架構無損權力和授權的平衡，並可讓本公司及時且有效地作出決策及執行。本公司將繼續提升適合其業務開展和發展的企業管治常規，並會不時檢討該等常規，以確保符合法定及專業標準並與最新發展保持一致。

審核委員會

審核委員會與核數師討論後審閱本公司截至2024年3月31日止三個月未經審核中期財務報表。審核委員會已檢討本公司採用的會計原則及常規並討論本公司有關風險管理及內部監控的事項。對於本公司採納的會計處理方法，董事會與審核委員會之間並無出現意見分歧。

本公司已根據國際財務報告會計準則編製截至2024年3月31日止三個月的未經審核中期財務報表。

2024年3月31日後重大事項

除本公告所披露外，於2024年3月31日後及截至本公告日期並無發生其他影響本集團的重大事項。

致謝

本人謹代表董事會衷心感謝我們認真及專業的員工及管理團隊的努力。本人亦希望向一直為我們提供鼎力支持及信心的股東及利益相關者深表謝意。

承董事會命
快手科技
董事長
程一笑先生

香港，2024年5月22日

於本公告日期，董事會包括執行董事程一笑先生及宿華先生；非執行董事李朝暉先生、張斐先生、林欣禾先生及王慧文先生；獨立非執行董事黃宣德先生、馬寅先生及肖星教授。

除過往事實的陳述外，本公告載有若干前瞻性陳述。前瞻性陳述一般可透過所使用前瞻性詞彙識別，例如「或會」、「可能」、「可」、「可以」、「將」、「將會」、「預期」、「認為」、「繼續」、「估計」、「預期」、「預測」、「打算」、「計劃」、「尋求」或「時間表」。該等前瞻性陳述受風險、不確定因素及假設的影響，可能包括業務展望、財務表現預測、業務計劃預測、發展策略及對我們行業預期趨勢的預測。該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本公告刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提作出，當中許多涉及主觀因素或不受我們控制。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。該等前瞻性陳述涉及大量風險及不明朗因素。鑑於上述風險及不明朗因素，本公告內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故投資者不應過於依賴該等陳述。除法律要求的情形外，我們並無責任公開發佈可能反映本公告日期後發生的事件或情況或可能反映意料之外事件的該等前瞻性陳述的任何修訂。

釋義

於本公告中，除文義另有所指外，下列詞語具有以下含義：

「AI」	指	人工智能
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「細則」或 「組織章程細則」	指	本公司於2023年6月16日採納並生效的組織章程細則（不時修訂）
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「核數師」	指	本公司外部核數師羅兵咸永道會計師事務所
「董事會」	指	本公司董事會
「A類股份」	指	本公司股本內每股面值0.0000053美元的A類普通股，附有本公司不同投票權，使A類股份持有人可就本公司股東大會提呈的任何決議案享有每股10票的投票權，惟就有關保留事項的決議案享有每股一票的投票權
「B類股份」	指	本公司股本內每股面值0.0000053美元的B類普通股，使B類股份持有人可就本公司股東大會提呈的任何決議案享有每股一票的投票權
「《公司條例》」	指	香港法例第622章《公司條例》（不時修訂或補充）
「本公司」、「快手」或 「我們」	指	快手科技，於2014年2月11日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「合併聯屬實體」	指	本公司通過一系列合約安排控制的實體
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則

「日活躍用戶」	指	日活躍用戶，計算為每日訪問應用程序至少一次的獨立用戶賬戶(剔除作弊賬戶)數目
「董事」	指	本公司董事
「GMV」或 「商品交易總額」	指	商品交易總額，於本集團平台交易或通過本集團平台跳轉到合作夥伴平台交易的所有產品及服務訂單的總值(不論訂單結算或退回)，惟不包括人民幣100,000元或以上的單筆交易及一位買家單日總額為人民幣1,000,000元或以上的一系列交易，除非該等交易已結算
「本集團」	指	本公司、其附屬公司及合併聯屬實體，或如文義指明於本公司成為現時附屬公司的控股公司前期間的該等附屬公司(猶如該等公司當時為本公司的附屬公司)
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「國際財務報告會計準則」	指	國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則、修訂及詮釋
「達人」	指	關鍵意見領袖
「快手應用」	指	快手主站、快手極速版及快手概念版移動應用的統稱
「快手概念版」	指	我們於2018年11月推出的應用以探索不同的用戶需求及喜好
「快手極速版」	指	於2019年8月正式推出的快手主站之外的版本
「快手主站」	指	從2011年推出的最初移動應用GIF快手衍生的移動應用
「最後可行日期」	指	2024年5月14日，即本季度業績公告刊發前確定當中若干資料的最後可行日期
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(不時修訂、補充或以其他方式修改)

「月活躍用戶」	指	月活躍用戶，計算為每日曆月訪問應用程序至少一次的獨立用戶賬戶(剔除作弊賬戶)數目
「大綱」	指	本公司於2023年6月16日採納並生效的組織章程大綱(不時修訂)
「付費用戶」 或「買家」	指	特定時期內購買特定服務至少一次的用戶賬戶
「中國」	指	中華人民共和國，惟僅就本公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣地區
「保留事項」	指	根據組織章程細則在本公司股東大會每股股份可投一票的決議案事項，即(i)任何大綱或細則修訂，包括更改任何類別股份的附帶權利；(ii)委任、選舉或罷免任何獨立非執行董事；(iii)委任或罷免本公司核數師；及(iv)本公司自願清盤或解散
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「ROI」	指	投資回報率
「股東」	指	股份持有人
「股份」	指	依文義所指的本公司股本中的A類股份及B類股份
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有《公司條例》賦予該詞的涵義
「美元」	指	美國的法定貨幣
「%」	指	百分比