



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)

股票代號：1024

2020 年度 環境、社會及管治報告



目录



ESG 表現概覽

關於本報告	01
關於我們	03

公司治理與 ESG 管理	05
攜手夥伴 打造健康生態	05
優化服務 提升用戶體驗	06
和諧共贏 守護美好家園	07
科技普惠 創造幸福未來	08



公司治理 與 ESG 管理

01

ESG 管治架構	11
風險管控	11
商業道德	12
利益相關方參與	14
重大性議題管理	15



攜手夥伴 打造健康生態

02

社區生態治理	19
完善電商管理	23
可持續供應鏈	26
保護知識產權	27



優化服務 提升用戶體驗

03

提升用戶體驗	31
數據安全及隱私保護	33



和諧共贏 守護美好家園

04

攜手員工成長	41
低碳綠色運營	51



科技普惠 創造幸福未來

05

促進人文關懷	57
暢通致富之路	63
感受別樣之美	66

索引表

69

關於本報告

本報告是快手科技（Kuaishou Technology）（股票代號：1024）（「本公司」或「公司」）以及其附屬公司及合併聯屬實體（「本集團」或「快手」或「我們」）發佈的第一份環境、社會及管治（「ESG」）報告（「本報告」），旨在就本集團環境、社會及管治理念、工作舉措和績效與各利益相關方進行溝通，回應利益相關方需求。

時間範圍

除另有說明外，本報告涵蓋本集團自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日（「報告期內」）有關環境、社會及管治議題的表現。

報告範圍

除另有說明外，本報告覆蓋本集團內所有附屬公司及合併聯屬實體。

數據來源

除另有說明外，本報告披露信息來自本集團內部正式文件和存檔報告、內部統計數據及有關正式公開的資料記錄。

編制依據

本報告參照香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》編製。

匯報原則

重要性：為編製本報告，本公司開展議題重要性評估程序，以確定本報告的披露內容及各議題內容的詳實程度。2020 年度重大性議題分析結果已呈列於「重大性議題管理」之章節中。

量化：本報告在環境、社會範疇均披露定量數據以展現本集團於關鍵 ESG 績效指標中的表現。

平衡：本報告客觀披露正面及負面信息，確保內容平衡。

一致性：本報告為本公司首份環境、社會及管治報告，除另有說明外，本報告中披露的數據均為 2020 年數據，我們將根據實際管理情況採用一致的統計方法編製日後的環境、社會及管治報告，並盡可能披露連續多年對比數據，幫助讀者更好地理解指標變化趨勢。如無特殊說明，本報告中披露的數據均根據本公司建立的統一信息收集流程、工作機制進行統計，以保證數據逐年可比。

貨幣單位

除另有說明外，本報告中的貨幣單位為人民幣。

報告獲取

本報告的中英文版本可以在香港聯交所網站 (<https://www.hkexnews.hk>) 或本公司 IR 網站 (<http://ir.kuaishou.com>) 查閱。倘讀者對本報告有任何查詢或意見，可通過電子郵箱 ir@kuaishou.com/kuaishou@tpg-ir.com 聯繫我們。本報告提供中文及英文兩個版本供讀者參閱，如存在內容差異，請以中文版本為準。

關於我們

快手作為領先的內容社區及社交平台，其使命是成為全球最痴迷於為客戶創造價值的公司。快手堅持不懈，專注為客戶提供服務，並通過持續創新和優化其產品與服務為客戶創造價值。在快手，任何用戶都可以通過短視頻和直播來記錄和分享他們的生活，呈現和發揮所長。透過與內容創作者和企業緊密合作，快手提供的產品和服務可滿足用戶自然產生的各種需求，包括娛樂、線上營銷服務、電商、網絡遊戲、在線知識共享等。2021 年 2 月 5 日，快手成功在香港聯交所主板掛牌上市。



圖示： 黃色氣泡代表用戶 | 橘色氣泡代表商家 | 多邊網絡效應

快手生態系統

快手應用 * 截至 2020 年 12 月 31 日止年度數據



264.6 百萬

平均日活躍用戶 **



481.1 百萬

平均月活躍用戶 ***



87.3 分鐘

每位日活躍用戶
日均使用時長



超過 **25** %

平均月活躍用戶為
內容創作者 ****

2020 年，快手在業務高速發展及團隊擴展的進程中，思考、探討並完善公司的組織文化，於 2020 年 12 月發佈「快手派」文化價值觀，其包括五個核心理念：癡迷客戶、創新務實、最高標準、擔當敢為、坦誠清晰。在未來，「快手派」核心價值觀將持續作為本集團企業文化的基礎，幫助快手實現使命願景：通過豐富多元的內容、高效的服務解決方案及人工智能驅動的技術繼續為用戶及客戶創造價值。我們將更好地幫助人們發現所需，發揮所長，改善生活並持續提升每個人獨特的幸福感。

快手派



附註：

* 快手應用包含快手主站、快手極速版及快手概念版應用程序。

** 日活躍用戶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。

*** 月活躍用戶為每月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。

**** 內容創作者按每月上傳短視頻的獨立用戶賬戶之平均數加每月直播內容的獨立用戶賬戶之平均數計算。

ESG 表現概覽

「 公司治理與 ESG 管理 」

我們夯實公司治理基礎，為打造一家可持續發展的企業苦練內功。



本公司董事會（「董事會」）正式授權企業管治委員會為本公司監督 ESG 管理的專業委員會，負責確認本公司 ESG 重要事項、檢討本公司針對 ESG 事項的展望、策略、框架、原則及政策，檢討及監督 ESG 實踐，監督本公司目標達成情況，並就 ESG 事項向董事會匯報。



快手已於 2019 年加入「陽光誠信聯盟」。

2020 年度，快手共開展廉正合規培訓 **421** 場，其中線下培訓覆蓋 **5,960** 人，線上培訓覆蓋 **11,990** 人。

2020 年度，快手查實 **27** 起廉正舉報案件，挽回經濟損失約人民幣 **280** 萬元。

2020 年度，快手共安排 **713** 家合作供應商簽署《廉潔承諾函》。

「 攜手夥伴 打造健康生態 」

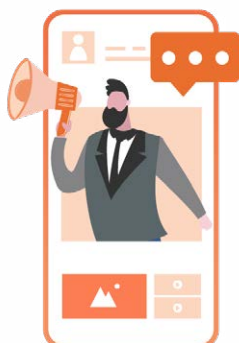
我們致力於打造以短視頻和直播內容為核心的健康平台生態，與合作夥伴共同為用戶創造價值。



快手獲得「2018-2020 年度中國互聯網行業自律貢獻和公益獎」。

截至 2020 年 12 月 31 日，快手全球合作納入供應商庫的供應商共有 **1,802** 家。

2020 年度，快手不斷完善電商平台治理，針對直播間虛假宣傳問題開展專項治理項目，通過直播間投放問卷讓用戶參與治理過程，項目期間累計投放直播間 **65** 萬場次，響應用戶達 **800** 萬人次。



2020 年度，快手針對不同場景和不同人群開展專項安全教育，快手管理員官方賬號累計出品 **200** 期安全教育視頻和圖文內容，教育視頻累計播放量達到 **2.2** 億次。

2020 年度，快手針對平台商戶及產品開展不定期抽樣檢測，與第三方機構合作發起多次專項抽檢，覆蓋 **100%** 一級商品類目。

2020 年度，快手搭建電商學習知識庫，幫助商家快速學習了解快手電商知識體系，共完成 **200** 餘場課程直播，總參與人數超過 **500** 萬人。

優化服務 提升用戶體驗

我們專注於為用戶提供良好的使用及服務體驗，同時以最高安全標準，保護用戶信息與個人隱私，打造讓用戶安心的平台。



2020 年度，快手各用戶溝通渠道平均每天提供超過 **10** 萬次服務，全渠道人工服務滿意度超過 **85%**，其中電話渠道人工服務滿意度超過 **95%**；全渠道客服流程執行正確率 **95%**，均超行業標準¹。

2020 年度，快手設立了包括未成年人關愛教育、未成年人直播單獨出鏡教育提醒、未成年人誤消費閾值提醒及未成年人誤消費退款審核等在內的未成年人關懷計劃熱線，傾力關注未成年人弱勢群體。



2020 年度，快手為用戶營造安全穩定的網絡環境，保障用戶訪問全天候可用，整體穩定性達到 **99.99%**。



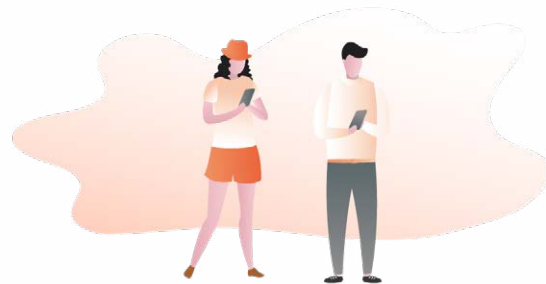
2020 年度，快手已通過國家信息安全等級保護（三級）認證，並榮獲中國信息通信研究院「2020 年網絡數據安全合規性評估優秀案例」獎項。

¹ 根據《COPC CX Standard for CSPs Rel.6.0a》呼叫中心國際標準。

和諧共贏 守護美好家園

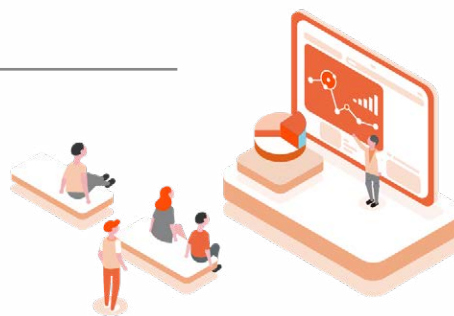
我們希望不斷拓展和提高快手的企業價值，讓全體員工與本集團共同成長，同時以實際行動踐行綠色低碳運營，為國家「碳達峰、碳中和」目標助力。

截至 2020 年 12 月 31 日，快手員工總數為 **21,499** 人，其中女性員工比例達 **40%**。全體員工社會保險覆蓋率為 **100%**。



截至 2020 年 12 月 31 日，快手於「快手中學」線上平台累計上線 **513** 門課程，學習資源覆蓋 **100%** 員工。2020 年度，快手共開展線下培訓 **600** 餘場。2020 年度本集團線上平台員工人均培訓小時數約為 **20** 小時。

2020 年度，快手開展並完成 **20** 餘個快手員工對服務職能滿意度的調研，員工累計參與超過 **11,000** 人次，員工總體滿意度為 **9.52** 分（10 分為滿分）。



2020 年度，快手租用第三方數據中心的平均 PUE² 為 **1.382**。

快手正在建設烏蘭察布數據中心，項目將採用多項先進能源管理措施及技術架構，預計年均 PUE 不高於 **1.2**，對比數據中心行業平均 PUE 值³，預計能耗降低約 **25%**，每年節電可達 **5** 億度左右。

² PUE，即 Power Usage Effectiveness，是評價數據中心能源效率的指標。PUE 是數據中心消耗的所有能源與 IT 負載消耗的能源的比值，即 PUE = 數據中心總能耗 / IT 設備能耗，其中數據中心總能耗包括 IT 設備能耗和製冷、配電等系統的能耗。PUE 值大於 1，並且值越接近 1，表明非 IT 設備耗能越少，即能效水準越好。

³ 行業平均 PUE 值數據摘自 2020 Uptime Institute Data Center Survey，<https://uptimeinstitute.com/2020-data-center-industry-survey-results>。



科技普惠 創造幸福未來

我們相信企業的終極價值是為社會做出貢獻。我們盡己所能，通過快手平台，帶動中國社會不同地區和人群增收致富，為他們創造幸福未來。

- 開展「福苗計劃」扶貧活動，共開展大型扶貧抗疫直播活動 **18** 場、覆蓋全國超過 **50** 個縣市、累計直播帶貨銷售額超過人民幣 **4.48** 億元。



- 快手以「尋味新疆 公益扶貧」活動為主的「直播助農探索消費扶貧新模式」入選國務院扶貧辦2020年企業精準扶貧專項案例綜合 **50** 佳名單。

- 疫情期間，作為短視頻行業領軍企業，率先捐贈人民幣 **1** 億元及 **5** 萬個 N95 口罩，並發揮自身強技術、大流量、全平台的優勢，精準有效以「短視頻+直播」新模式，多層次、多角度、切實做好疫情防控宣傳，並助力社會復產復工。



- 向世界糧食計劃署捐贈超過 **12** 萬份營養餐食，為世界糧食計劃署的快手官方賬號給予人民幣 **1,000** 萬元的等價流量支持。

- 「鄉村振興官」項目引入 **1,000** 餘名縣長、村長等基層幹部賬號，覆蓋全國 **25** 個省份，幫助基層一線政務人員學習和使用快手，嘗試探索基層治理現代化新路徑。

01

公司治理 與 ESG 管理

快手致力於高標準的企業管治，遵守《中華人民共和國公司法》及上市規則等適用的法律法規及上市地監管規則，秉承科學、規範的企業管治原則，完善企業管治架構和措施。

✎ ESG 管治架構

✎ 風險管控

✎ 商業道德

✎ 利益相關方參與

✎ 重大性議題管理





ESG 管治架構

董事會對本公司的環境、社會及管治策略及匯報承擔全部責任。董事會已正式授權企業管治委員會為本公司監督 ESG 管理的專業委員會，負責確認本公司 ESG 重要事項、檢討本公司針對 ESG 事項的展望、策略、框架、原則及政策，檢討及監督 ESG 實踐，監督本公司目標達成情況，並就 ESG 事項向董事會匯報。

關於本公司 2020 年度企業管治之實踐，請參見本公司 2020 年年度報告的「企業管治報告」章節。

風險管控

董事會負責建立及維持有效的風險管理及內部監控系統，檢討風險管理及內部監控系統的有效性。為確保風險管理及內部監控系統的有效性，在董事會的監督及指導下，快手結合本公司的實際需要採用「三道防線」模型作為風險管理及內部監控的正式組織架構。

第一道防線

主要由業務部門實施，在日常營運中設計並實施應對風險的控制措施。

第二道防線

主要由內部控制團隊、財務部、法務部、系統運營部、效率工程部及有類似職能的其他部門實施。該防線負責本公司營運、財務、合規及訴訟、信息安全以及內部控制相關政策的制定，規劃並開展整體風險控制系統建設工作。為確保該等系統有效實施，第二道防線亦協助及監督第一道防線建立並完善風險管理及內部監控系統。

第三道防線

主要由內部審計及監察團隊實施。內部審計及監察團隊高度獨立。內部審計團隊負責評估本公司風險管理及內部監控系統的成效，並監督管理層不斷完善風險管理及內部監控領域。監察團隊負責接收舉報人的報告，並負責調查指稱的舞弊事件。



商業道德

商業道德建設始終是快手關注的重點。快手嚴格遵守中國及其運營所在地區或潛在市場有關反腐敗和反賄賂的法律法規要求，包括《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反洗錢法》、美國《反海外腐敗法》（The Foreign Corrupt Practices Act）、英國反賄賂法（Bribery Act 2010 of UK）等，並制定《員工手冊》、《快手員工行為規範管理紅線清單》等制度文件，在此基礎上推行廉正建設。

我們制定《合同管理制度》、《招標管理制度》、《供應商管理辦法》等制度文件，在供應商選擇、合同簽署、履約等環節堅持平等、自願、公平、誠實信用的原則，維護雙方利益。我們要求外部合作夥伴簽署廉正承諾書，在傳統節日期間向外部合作夥伴推送廉潔過節倡議函，並對代理商開展廉正培訓。

為避免內部利益衝突，我們遵循《快手避免利益衝突暫行規定》，面向內部員工發放利益衝突調查問卷。同時，我們定期通過郵件、Kim（快手內部工作溝通軟件）等渠道向全員宣貫廉正舉報郵箱信息。

2020年，快手持續加強反腐敗建設，建立全方位的廉正體系，宣貫廉正文化。





為強化商業道德舉報管理，快手制定《廉正舉報管理規範》，健全內外部舉報投訴及處理機制。我們開設面向內部員工及外部供應商、代理商、客戶等群體的官方廉正合規專項舉報渠道，由公司廉正合規部調查組對舉報線索跟進調查，並根據調查結果及時協同有關部門處理相關案件及人員。2020 年度，快手查實 27 起廉正舉報案件，挽回經濟損失約人民幣 280 萬元。



利益相關方參與

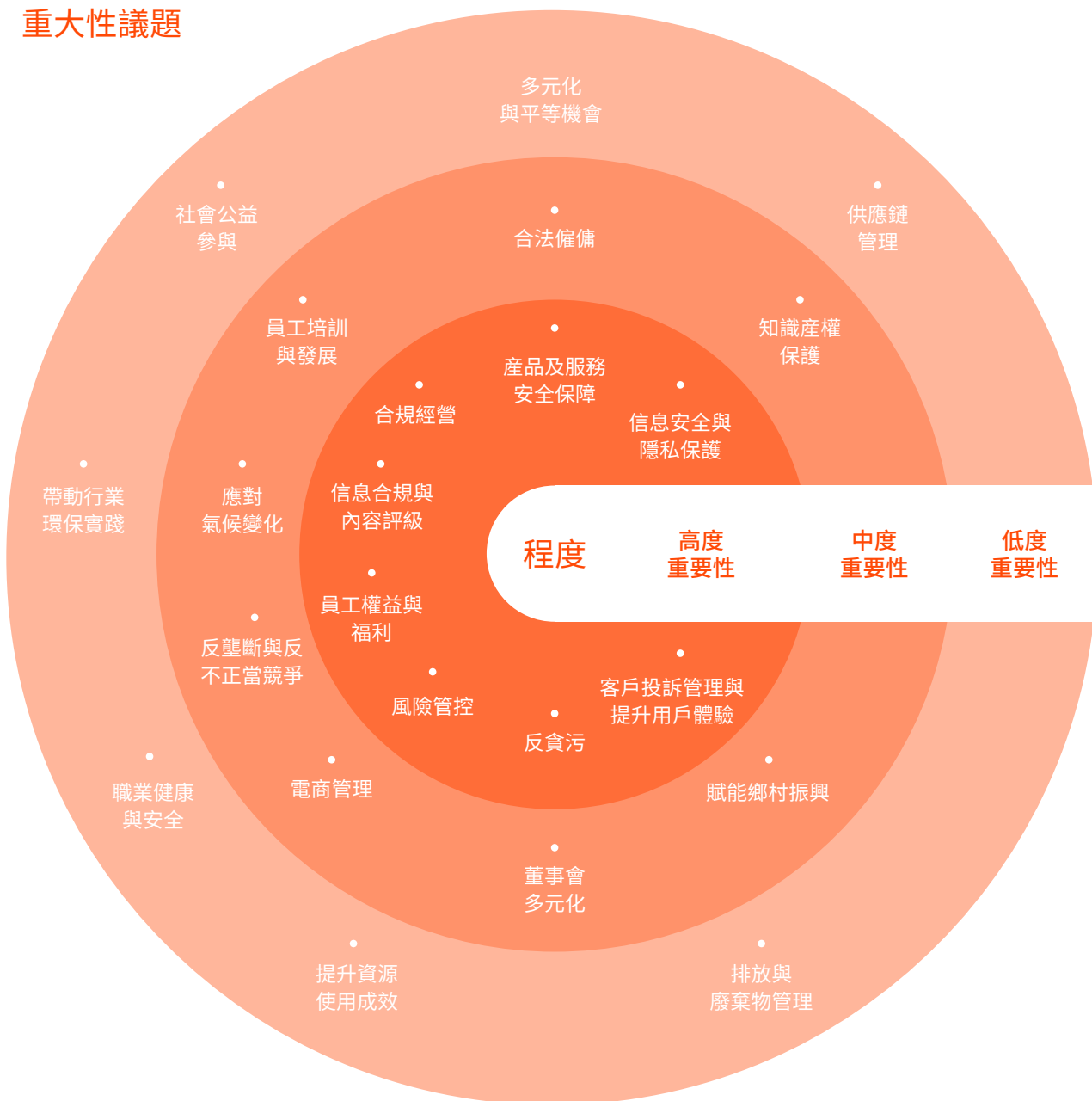
快手高度重視與各利益相關方的溝通，我們積極拓展溝通渠道，充分傾聽相關方的意見和反饋，主動將利益相關方的期望與訴求納入到快手發展規劃、運營調整等方面，在實現自身可持續發展的同時惠及更多人。

利益相關方	期望與訴求	溝通與回應
 用戶	<ul style="list-style-type: none"> 為用戶提供良好的產品使用體驗 健康的互聯網環境 持續改善產品和服務品質 重視用戶溝通和信息反饋 	<ul style="list-style-type: none"> 研發最新技術、改進產品，滿足用戶需求 營造健康的社區生態 保護用戶隱私 開展多個主題活動，與用戶互動
 員工	<ul style="list-style-type: none"> 完善健全的權益保障 薪酬福利和員工關愛 提供員工培訓與職業發展機會 建立多元的企業文化氛圍 營造良好工作環境 員工溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 員工保障體系建立 員工發展培訓和指導 員工關懷活動 工作環境改善 意見反饋機制
 股東及投資者	<ul style="list-style-type: none"> 穩定經營、獲得合理的投資回報 及時、準確和透明的公司信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 公開、透明、及時公佈業績、經營情況 定期舉行投資者會議 積極與股東和投資者交流
 供應商 / 合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商業道德，行事遵守合約 溝通及時，願意傾聽 互相幫助，共同成長 	<ul style="list-style-type: none"> 依法履行合約 合作夥伴培訓和資源支持 合作夥伴溝通
 政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 遵紀守法 依法納稅 幫助政府改善社會問題（弱勢群體、貧困人群等） 	<ul style="list-style-type: none"> 帶動當地經濟，推動鄉村經濟發展，助力鄉村振興 助力政府新媒體運營，傳播積極影響 開展項目合作，助力政府改善社會問題
 媒體及非政府組織	<ul style="list-style-type: none"> 信息公開透明 積極開展合作 創新公益活動形式 促進公益傳播 	<ul style="list-style-type: none"> 積極開展媒體溝通活動 合作助力公益項目傳播 與多家公益機構建立戰略合作關係 探索互聯網技術公益新模式 增加公益行動的媒體曝光
 環境	<ul style="list-style-type: none"> 應對氣候變化風險 提升資源使用成效 排放與廢棄物管理 	<ul style="list-style-type: none"> 提高能源使用效率 提高資源回收利用 建立綠色數據中心 綠色辦公
 社會	<ul style="list-style-type: none"> 鄉村振興與扶貧 普惠數字科技 	<ul style="list-style-type: none"> 開展教育、文旅、非遺等扶貧活動 開展國際減貧與營養普及活動 實施基層治理幫扶計劃

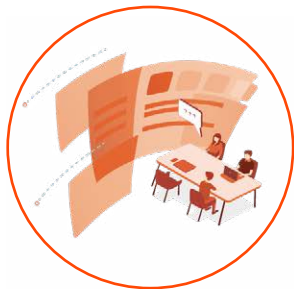
重大性議題管理

為了解利益相關方對快手可持續發展的關注程度、期望與訴求，以及自我檢視內部相關成效，2020 年快手根據香港聯交所發佈的《環境、社會及管治報告指引》及相關上市規則條文的諮詢文件，總結對標國內外同行以及資本市場對 ESG 關注的議題，並結合自身業務實踐，從公司治理、客戶、員工、行業、環境的角度，篩選出 23 項 ESG 重大議題，並將識別出的議題作為未來快手管理決策、目標制定、信息披露的重要參考。

重大性議題



範疇



社會議題

- 信息安全與隱私保護
- 產品及服務安全保障
- 信息合規與內容評級
- 員工權益與福利
- 反貪污
- 客戶投訴管理與提升用戶體驗
- 知識產權保護
- 合法僱傭
- 員工培訓與發展
- 反壟斷與反不正當競爭
- 電商管理
- 賦能鄉村振興
- 供應鏈管理
- 多元化與平等機會
- 社會公益參與
- 職業健康與安全



環境議題

- 應對氣候變化
- 帶動行業環保實踐
- 提升資源使用成效
- 排放與廢棄物管理



管治議題

- 合規經營
- 風險管控
- 董事會多元化

02

攜手夥伴 打造健康生態

作為一個擁有龐大用戶基礎的國民短視頻社區，快手重視平台生態治理，不斷完善平台審核機制，堅持為用戶打造健康清朗的社區環境。快手持續完善電商管理，積極履行平台責任，保護自身知識產權以及尊重他人創造成果，為用戶提供合規、優質的產品和服務，並努力打造可持續發展的供應鏈。我們致力於行業共建，攜手供應商、商戶等合作夥伴，共同打造健康良好的生態環境，實現多維度共贏。

🔗 社區生態治理

🔗 完善電商管理

🔗 可持續供應鏈

🔗 保護知識產權

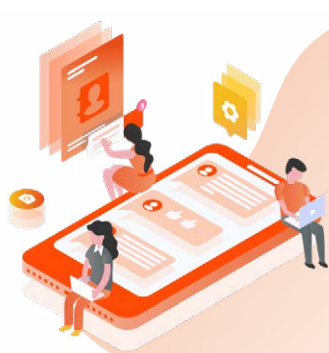




社區生態治理

快手積極履行平台責任，不斷完善內容評級和審核流程，積極向用戶傳遞優質內容和社會正能量，營造健康有序的平台生態。

我們致力於持續增強內容的質量、相關性及多樣性，以滿足平台上不斷發展變化的用戶興趣與需求，繼而鼓勵內容創作。不斷擴大的用戶群是快手平台的基石，而用戶亦是平台上無限創造力的源泉。



2020 年，快手應用上超過

25 %

的平均月活躍用戶為內容創作者

我們亦開始探索新的內容形式以促進社區創作活力，針對不同內容特點開展社區生態治理工作，以更好地促進優質內容傳播。

短視頻及直播內容生態治理

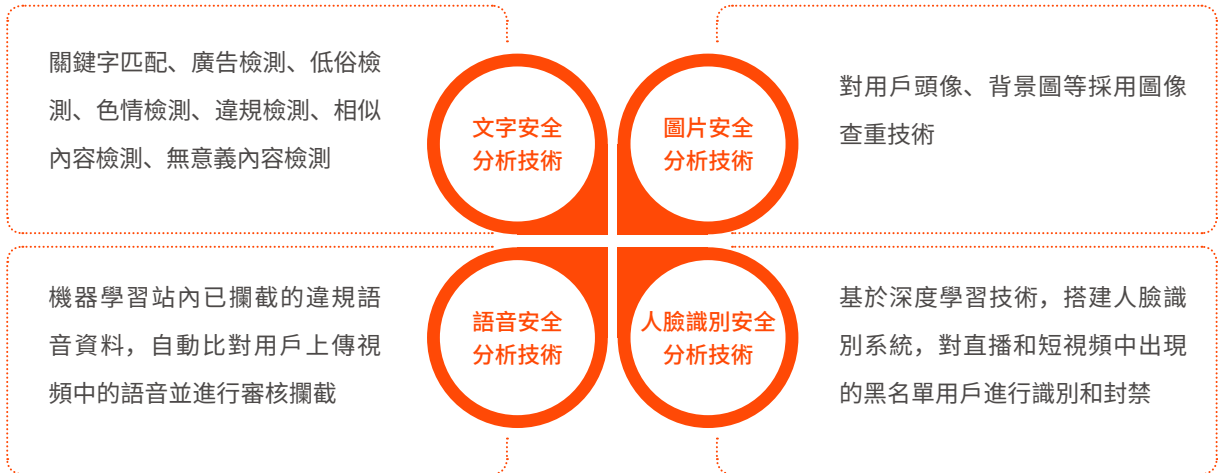
制度及管理方法

為了保障短視頻及直播內容平台的健康發展，構建和諧、法治、健康的網絡環境，維護快手社區秩序，更好地保障用戶合法權益，快手嚴格遵守《互聯網信息服務管理辦法》、《互聯網直播服務管理規定》、《網絡信息內容生態治理規定》、《網絡短視頻內容審核標準細則》、《互聯網危險物品信息發佈管理規定》等國家有關法律法規，制定了《快手社區管理規範》、《快手科技安全保障值班制度》、《快手科技責任追究及處罰制度》等制度，對內容管理、內容審查機制、重大輿情監控機制、突發應急處置、安全崗位管理等進行了詳細的闡述，明確內容審核成員職責及工作流程，詳細規定內容安全、廣告安全、技術安全的認定範圍及處罰措施，從而落實安全管理責任。

快手建立了內容評級管理體系，組建與業務規模相匹配的審核團隊，通過多重技術攔截和 7×24 小時不間斷人工審核從嚴管理平台內容質量。此外，我們已建立相對完備的審核規則庫，按違規程度對短視頻實施屏蔽、封號等處理措施。

在技術攔截環節，我們採用多種查重技術、色情性感視頻檢測、污點用戶檢測等技術對用戶上傳視頻進行安全性分析。

內容安全分析技術



在人工審核環節，快手對平台視頻採用包括視頻審核、召回審核、觀感審核、高熱審核在內的四級視頻審核方式，在用戶上傳視頻後，對有潛在安全風險的視頻進行分級審核，確保內容安全及有效地觸達合適的用戶。對於視頻直播和語音直播內容，我們制定了風控策略模型，對直播畫面和直播語音進行實時評估審核。對違反直播規定的用戶，會根據違規情況嚴重程度進行警告、切斷直播流、封禁直播固定天數、永久封禁直播權限等處罰，對於永久封禁直播權限的用戶會進一步對其站內用戶賬號進行處罰，保障直播平台健康穩定發展。

用戶內容安全意識宣貫

為提高用戶內容安全意識，快手對用戶進行全方位的安全意識宣傳。

快手通過多種形式的反詐教育科普宣傳普及網絡安全知識，提高用戶防騙意識。我們利用快手官方賬號發佈防詐騙宣傳視頻和圖文，並聯動平台上的警務、法務用戶等專業反詐力量共同進行多場反詐騙科普直播，幫助用戶了解各類詐騙套路，分析詐騙手段，加強詐騙防範和治理成效。同時，我們在平台內通過搜索提示、警示公告和私信推送、定期處罰公告等手段，進一步就詐騙預防、阻斷和教育觸達用戶。截至 2020 年 12 月 31 日，快手管理員官方賬號累計出品了 200 期安全教育視頻和圖文內容，並開展了 40 餘場直播，教育視頻累計播放量達到 2.2 億次。

本報告期內，快手邀請多位主播和講師成為快手社區安全分享官，傳播有關未成年人保護、危險駕駛治理、野生動植物保護等安全類專項教育內容。針對平台責任傳遞類內容，例如野生動植物保護、吸煙、負向情緒疏導等，我們上線了搜索提示，在使用者搜索相關關鍵字時，平台會對使用者進行內容提示與引導。2020 年，快手搜索安全類內容提示曝光量超過 3,000 餘萬次。

截至 2020 年 12 月 31 日，

快手管理員官方賬號累計出品了



200 期

安全教育視頻和圖文內容

開展了



40 餘場

安全教育類直播

教育視頻累計播



放量達到

2.2 億次



平台提供心理危機諮詢熱線指引

● REC

快手在平台上設置負面情緒引導標識，關愛罹患抑鬱症等人群的心理健康。



快手獲得 2018-2020 年度中國互聯網行業自律貢獻和公益獎

● REC



違規內容反饋機制

2020 年，快手優化了違規內容通知形式、違規原因告知及反饋機制。在違規內容判罰後，我們及時通過快手管理員官方賬號私信、直播彈窗提示等形式對用戶進行違規內容告知，在違規詳情頁面以文字描述輔以講解視頻的形式，幫助用戶全面、清晰地了解違規原因，從而規範自身行為。此外，為了方便用戶查詢違規情況，快手還上線了「違規查詢」工具，用戶可查詢近期的違規記錄和違規詳情。若用戶對平台判罰原因不認可，可在違規通知頁面提交申訴，平台會再次核驗，保證用戶良好的體驗。



違規私信通知



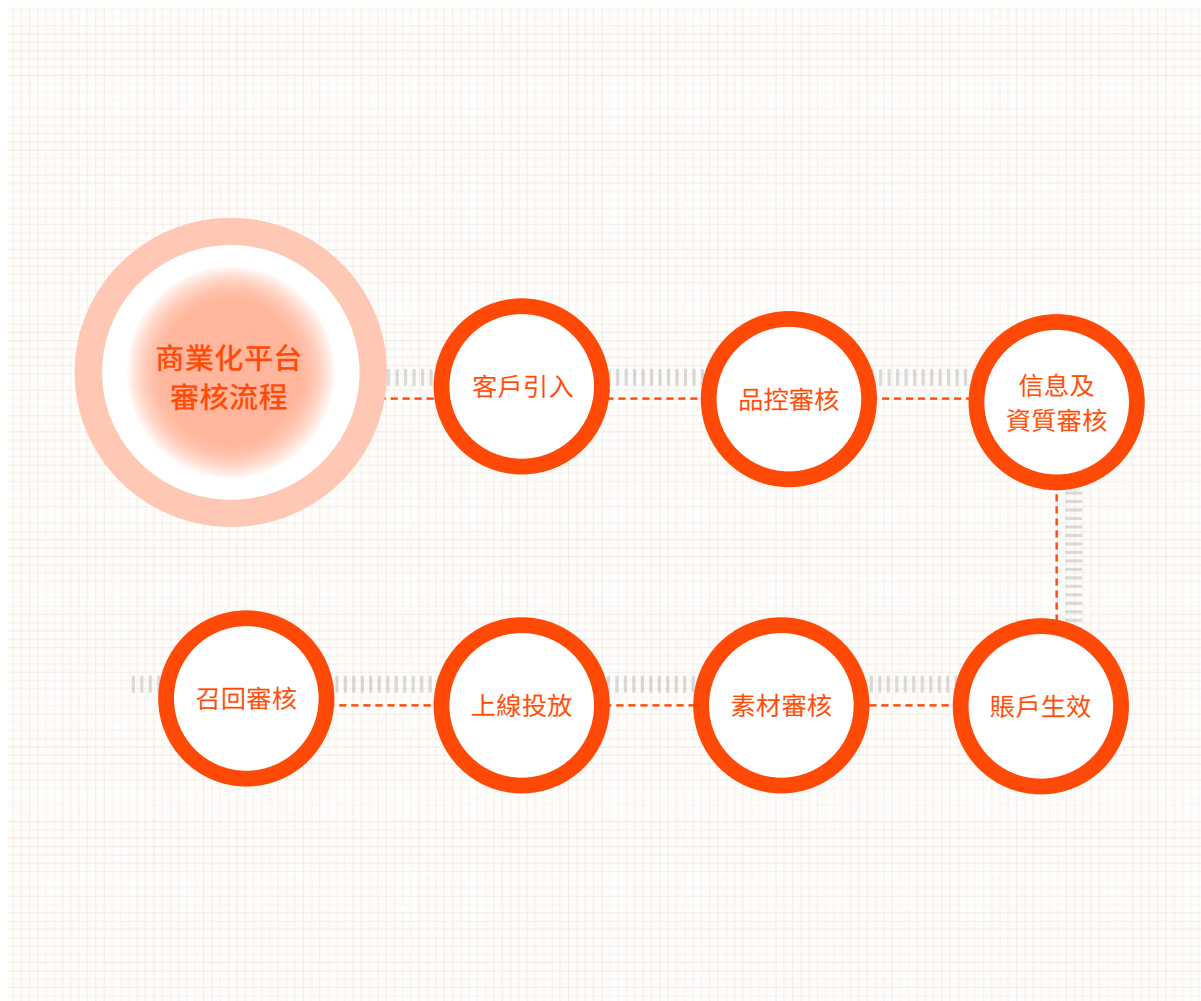
直播彈窗提示

商業化平台生態治理

快手致力於保障客戶權益，推廣符合《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等國家現行法律法規及相關政策的商業化內容。我們制定了《快手商業營銷內容管理政策》，在政策中明確了禁止推廣的業務和經營活動範圍，以及違規處理辦法。我們將根據監管治理要求的改變和用戶反饋情況不斷更新政策內容。

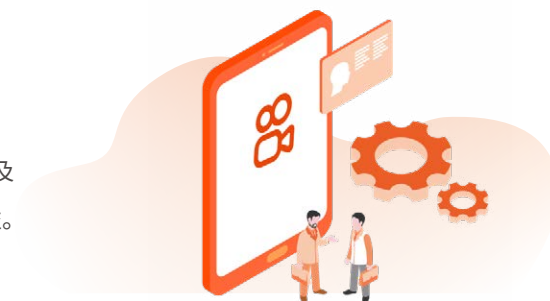
立足於服務商業化業務合作夥伴，我們在社區安全規則的基礎上，制定並完善了涵蓋品控審核、信息及資質審核、素材審核以及召回審核四大方面的商業化審核流程，通過人工加第三方數據平台形式，對客戶營業執照、所屬行業從業資格等資質信息進行審核；通過人工加機審模式，對客戶開發及廣告內容進行合規把控。此外，快手還對線上已投放的廣告基於不同策略進行不間斷的巡檢及召回，人工進行第二次安全性、合規性把控。

為確保平台安全性和審核準確性，快手定期組織審核人員、質檢人員、值班人員開展崗前培訓、專項培訓、敏感性賦能培訓、月度培訓等各項培訓工作，提升審核人員風險預判及案例判斷水平。



完善電商管理

快手高度重視電商管理，通過嚴格的准入機制、商戶培訓，以及開展負責任的營銷活動，保障商品質量與服務，竭力維護客戶權益。同時，快手秉持「電商普惠」的理念，積極履行社會責任。



電商合規管理

快手全面落實《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國產品質量法》等相關法律法規，持續完善《快手小店規則（總則）》、《快手小店商品推廣管理規則》等商品和商家管理制度，實現了商品管理的全品類覆蓋，營造良好合規的電商環境。

為保障商品質量，維護用戶權益，快手嚴格規範電商資格審查流程，我們以官方數據源為基礎，對商家提供的全部資質類信息進行真實性、有效性、合規性核驗，核驗不通過將限制商家准入。在合法合規基礎之上，我們還要求商戶進行實名制安全校驗，對部分食品品類商品要求核驗相關專業准入資格，進一步完善商戶及商品質量管理措施。

快手積極敦促商戶開展產品品質控制，對各品類商品開展不定期抽樣檢測。我們自行採買部分商品送至專業質檢機構進行檢測，確保商品符合國家和行業標準。同時快手和第三方平台合作，在 2020 年內發起多次專項抽檢，覆蓋 100% 一級商品類目。

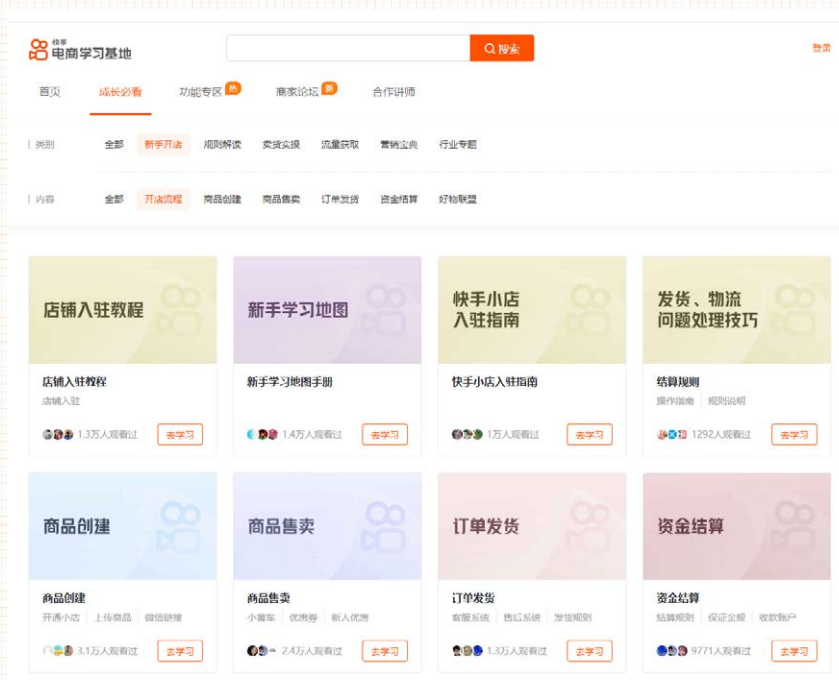
我們同樣注重對商家服務的管理，通過制定《快手小店商家客戶服務管理規則》、《快手小店發貨管理規則》、《快手小店售後服務管理規則》等規範，覆蓋對商戶的售前、售中、售後全流程管理，保障消費者在快手電商平台內的體驗感受。我們以客觀的商家服務質量數據和消費者歷史評價為依據對商家進行考核評估，覆蓋了商家履約服務的全流程質量考核，為消費者下單決策提供重要參考信息。



電商商戶培訓

快手通過線上「電商學院」，為商家提供電商能力培訓。「電商學院」教學內容從最基礎的平台註冊流程、商品售賣資質獲取，到實戰演練的如何安排發貨、處理訂單及售後服務問題，幫助更多商家熟悉線上操作流程。

快手還搭建電商學習知識庫，針對不同商家類型以及成長階段，提供系列課程幫助商家快速學習了解快手電商知識體系。同時引入內部優質講師及外部培訓機構，豐富課程儲備，使其覆蓋電商的售前、售中和售後的全流程。自培訓活動開展以來，快手共完成 200 餘場課程直播，總參與人數超過 500 萬人。



快手電商大學



自培訓活動開展以來，
快手共完成

200

餘場課程直播



總參與人數超過

500

 萬人

負責任營銷

快手在遵守國家法律法規的基礎上，積極開展負責任的營銷活動，在快手商家論壇發佈《新廣告法違禁詞》、《視頻解讀虛假宣傳違規案例》、《打擊推廣假冒商品》等相關規則，明確在推廣商品的過程中，禁止通過直播、文字、圖片或者其他方式對商品的質量、用途、使用效果等進行虛假描述或引人誤解的宣傳、明示或者暗示與商品實際內容不符的信息，使消費者產生誤解。快手對虛假宣傳行為和違規商家零容忍，一旦發現將立即給予違規商家相應的處罰。

快手持續完善審核機制，全平台商家商品售賣均需通過平台審核。我們採取人機分流方法，對每個商品購買頁面等內容進行審核、對直播內容進行檢測，並採用去中心化審核的方式，邀請用戶共同參與內容及商品評價管理。如商家修改了商品購買頁面描述，我們會對修改後內容進行二次審核。對於直播內容，我們展開技術檢測。根據識別出的違規結果對相關商家進行關閉直播間或直播功能、下架小黃車等處罰。針對違規次數較多的商戶，依靠平台的違規積分體系，平台會採取處罰疊加機制，嚴重違規的商戶店鋪會被永久封禁，不允許在快手平台繼續售賣。



直播虛假宣傳專項治理行動

● REC

2020 年 12 月，快手針對直播間虛假宣傳問題開展「匹諾曹」等治理專項行動，邀請直播間觀眾參與對主播商品介紹行為的投票，將平台公權力分享給消費者，讓消費者一起參與到治理內容生態治理過程。專項行動累計覆蓋直播間 65 萬場次，響應的用戶達 800 萬人次。



快手致力於提升網絡直播和短視頻營銷行業的整體管理水平，優化網絡營商環境。2020 年 8 月 27 日，我們參與了「網絡直播營銷新業態新治理研討會」，介紹快手平台內營銷活動的主要模式及治理舉措，促進直播營銷業態的健康發展，引導網絡市場營銷活動更加規範。

2020 年 10 月 1 日，在北京市市場監督管理局指導下，快手與國內同行共同發起《網絡直播和短視頻營銷平台自律公約》，旨在促進直播和短視頻營銷業態健康發展，引導網絡市場營銷活動更加規範，保護商家及消費者合法權益。快手落實平台經營者責任，積極解決「推薦禁限售商品、貨不對板、虛假宣傳、違法廣告、私下交易、責任主體不清、消費維權不暢」等問題，建立健全的消費維權、違法處置的工作流程。

電商普惠

2020 年，快手在疫情期間積極開展商戶關愛、地區經濟復甦的支持工作，免除湖北商戶佣金，以及針對疫情地區出現發貨異常問題不予以處罰。我們協同中國中央電視台（「央視」），開展平台名人、明星數場直播帶貨活動等，為商戶增加流量。為減少新商家負擔，自 2020 年 2 月 9 日至 2020 年 12 月 31 日，對所有通過快手小店或指定第三方交易工具完成的訂單商家累計結算金額不超過人民幣 100,000 元的部分免收技術服務費（減免後，商戶僅承擔 1% 支付渠道手續費），受益商戶超過 16 萬戶。

可持續供應鏈

快手秉持「公平、公開、透明」的原則，制定《快手採購執行管理細則》、《供應商管理辦法》、《供應商管理制度》等內部規章制度，嚴格規範了供應商從註冊與准入、考察與認證、日常管理與考核再到退出的供應商全生命周期管理流程，保障採購的合規性。截至 2020 年 12 月 31 日，納入本集團全球合作供應商庫的供應商共有 1,802 家。

按地區劃分的供應商數量

中國（包括港澳台地區）

1,784 家

海外

18 家

面對氣候變化、碳排放等全球性挑戰，本集團致力於履行責任採購，制定供應商環境風險管理策略，要求供應商提供 ISO14000 環境管理體系等相關認證，將 ESG 風險理念融入供應鏈管理，以降低供應鏈的環境風險。

供應商准入階段，我們按照不同品類的准入要求對供應商的資質進行審核，要求供應商提供 ISO9001 質量管理體系、ISO14000 環境管理體系、ISO18000 職業健康安全管理体系、ISO22000 食品安全管理体系等相關認證，並篩選淘汰資質不符或已披露有重大法律風險和經營風險的供應商。對於餐飲品類、家具品類等重點品類供應商，我們將進行現場實地考察，以確認供應商的生產能力、管理水平等滿足我們的要求。

供應商評估階段，我們每半年進行供應商績效考核，由業務部門和商務集採中心採購崗對在考核期內有合作的重要集中採購供應商進行績效打分，主要從質量、交付、服務、成本、技術及服務創新能力、商務配合度等維度對供應商進行績效考核。對於考核結果為優秀和良好的供應商，將在後續項目中進行優先推薦。針對績效考核結果為不合格或者存在單個考核維度不合格的供應商，本集團將會對相應的供應商進行約談，商討改善方向並監督供應商在規定時間內完成，對於改善後仍被判定為不合格的供應商，將啟動供應商退出機制。

我們積極倡導廉潔採購文化，要求所有合作的供應商簽署《廉潔承諾函》。此外，本集團內部員工在進行供應商推薦時，推薦人與所推薦的供應商均需符合《快手避免利益衝突暫行規定》。本集團還設置了供應商廉潔問題的內外舉報渠道，及時查處違法違規行為。

快手大力推動責任採購，履行社會責任。2020 年疫情期間，為保障貧困山區的農產品銷售不受影響，本集團的採購策略向貧困山區的供應商進行適當傾斜，在節日禮品、員工福利等採購項目上優先考慮來自於貧困山區的供應商。



2020 年本集團共組織對

133 家

重點供應商進行年度績效評估，覆蓋市場品類、工程品類、禮品品類等



2020 年本集團共安排

713 家

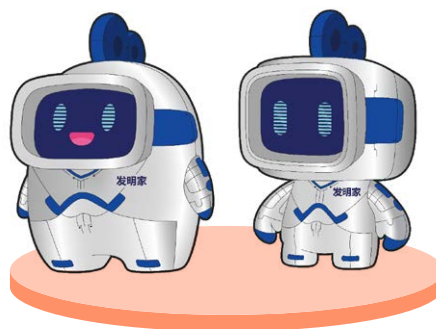
合作供應商簽署《廉潔承諾函》

保護知識產權

知識產權保護對本集團的業務發展與利益保護十分重要。快手嚴格遵守《中國人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，制定覆蓋專利、商標、版權和域名四大領域的規章制度，包括《專利工作指引》、《商標保護工作指引》、《著作權登記工作指引》、《域名申請與備案規範》等，涵蓋知識產權管理、保護策略、流程管理和糾紛處理等各個工作流程，建立完善的內部知識產權制度體系。

快手成立了知識產權團隊，切實保障知識產權保護工作的有效落地。2020 年 4 月，快手正式上線「版權保護系統」，旨在將本集團各類平台及系統中的獨家版權內容信息進行搜集、梳理、整合和分類，有效管理和維護自身版權。

我們積極培養知識產權創新文化，通過培訓和有效激勵，提高員工的知識產權意識，持續鼓勵創新精神。2020 年，快手首次面向內部舉辦「426 知識產權宣傳周」活動，通過宣傳文章、宣傳海報、宣傳視頻、答題遊戲和線下互動等活動，強化本集團員工的創新和知識產權意識。本集團也通過專利牆、定制發明人專屬手辦、「Legal Hi」法律知識小課堂等多種方式進行創新文化宣傳，並制定《專利獎勵制度》，激勵員工積極創新。



發明人定制手辦



快手專利牆

426 知識產權宣傳周



快手以構建短視頻、直播等核心業務的專利攻防體系為專利佈局策略，針對前端產品功能和後端人工智能、音視頻等核心技術進行了全方位的專利佈局，現已獲得多項榮譽。2019年12月，快手被國家知識產權局授予「國家知識產權優勢企業」稱號。2020年，快手榮獲北京市知識產權局授予「北京市知識產權示範單位」稱號，並入選「2020年度中關村知識產權領軍和重點示範企業」名單，還獲得「第六屆北京市發明專利獎三等獎」。



快手獲「國家知識產權優勢企業」稱號

截至2020年12月31日，快手



共申請專利

5,050 項



其中已被授權專利數量

1,174 項



03

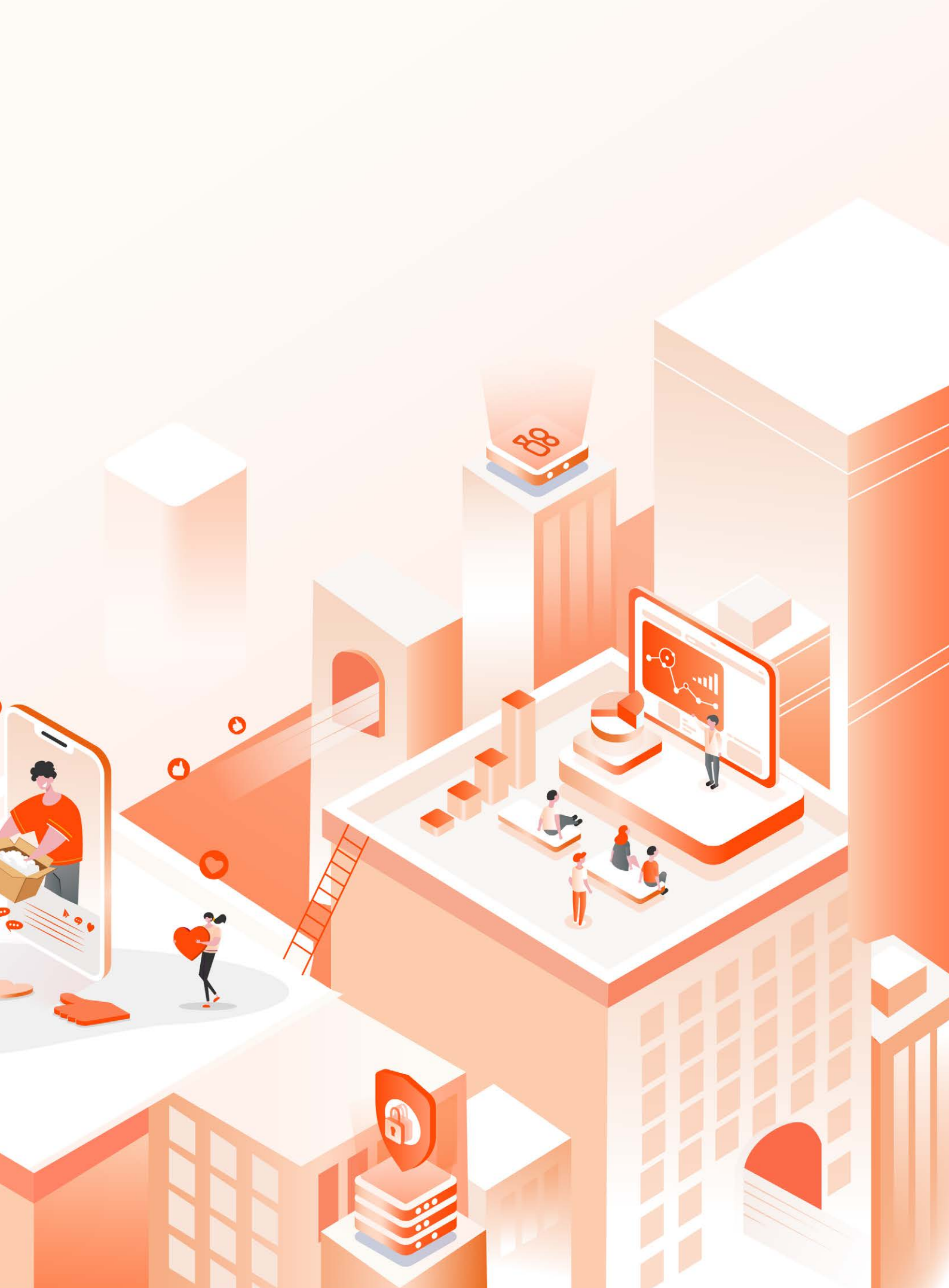
優化服務 提升用戶體驗

快手致力於為用戶創造良好的網上空間，營造健康的精神家園。我們堅持正確的價值觀導向，利用自身的平台優勢不斷傳播正能量，保障用戶隱私安全，全面提升用戶體驗。

🔗 提升用戶體驗

🔗 數據安全及隱私保護





提升用戶體驗

管理體系

為了給用戶提供更好的社區體驗，快手深耕服務質量，通過主動調研與服務受理兩種方式傾聽用戶聲音，並建立專門的用戶體驗管理體系，逐步優化用戶服務各個環節。

快手用戶服務中心擁有超過 3,000 名客服人員，為用戶提供 7 × 24 小時的全天候服務，收集整理客戶反饋的問題及需求，準確傳遞到相關部門。



用戶調研團
隊及社群運
營團隊

從用戶角度進行特定人群調研，提升用戶鏈接效率。

用戶鏈接
團隊

整理、提煉、分析客戶的問題和需求，幫助本公司解決用戶問題，發現服務機會，促進本公司和業務規則、機制、組織的優化迭代。

人工評測
團隊

提供高效優質的人工評測服務，通過模擬用戶視角，找到線上可能存在的問題，提升終端用戶體驗。

此外，我們還開發了各類產品工具優化用戶反饋流程，通過 400 熱線，APP 自助服務，即時交互服務與反饋留言等多種渠道及時傾聽用戶反饋，提升用戶服務工作效率。2020 年，快手各用戶溝通渠道平均每天提供超過 10 萬次服務，全渠道人工服務滿意度超過 85%，電話渠道人工服務滿意度超過 95%，全渠道業務客服流程執行正確率達 95%，均超過行業標準⁴。

⁴ 根據《COPC CX Standard for CSPs Rel.6.0a》呼叫中心國際標準。

客服團隊培訓

為了保證用戶服務質量，快手定期對人工服務團隊進行崗前崗中培訓。對客服團隊提供包括企業文化、客服基礎素質技能、話務業務系統、業務流程及政策、產品使用及排障等基礎知識和技能的講解培訓，確保團隊掌握並達到用戶服務基礎技能要求。在崗中培訓階段，除專業力培訓外，我們還為客服團隊提供通用力以及領導力培訓，旨在讓員工在業務變更時，及時掌握相關業務知識。同時我們將對客服團隊的技能掌握情況進行周度、月度的考試和檢驗。2020年，我們在全國範圍內針對客服團隊開設崗前培訓 98 場，崗中培訓 1,104 場。

我們定期開展內部評優活動，挖掘客服團隊內「注重用戶體驗」的相關優秀案例和優秀個人，進行榜樣行為的塑造及宣傳，促進「痴迷客戶」等價值觀的落地。截至 2020 年 12 月 31 日，快手已完成對 48 名典型標桿人物的塑造。



2020 年，快手在全國範圍內針對客服團隊開設崗前培訓

98 場



崗中培訓

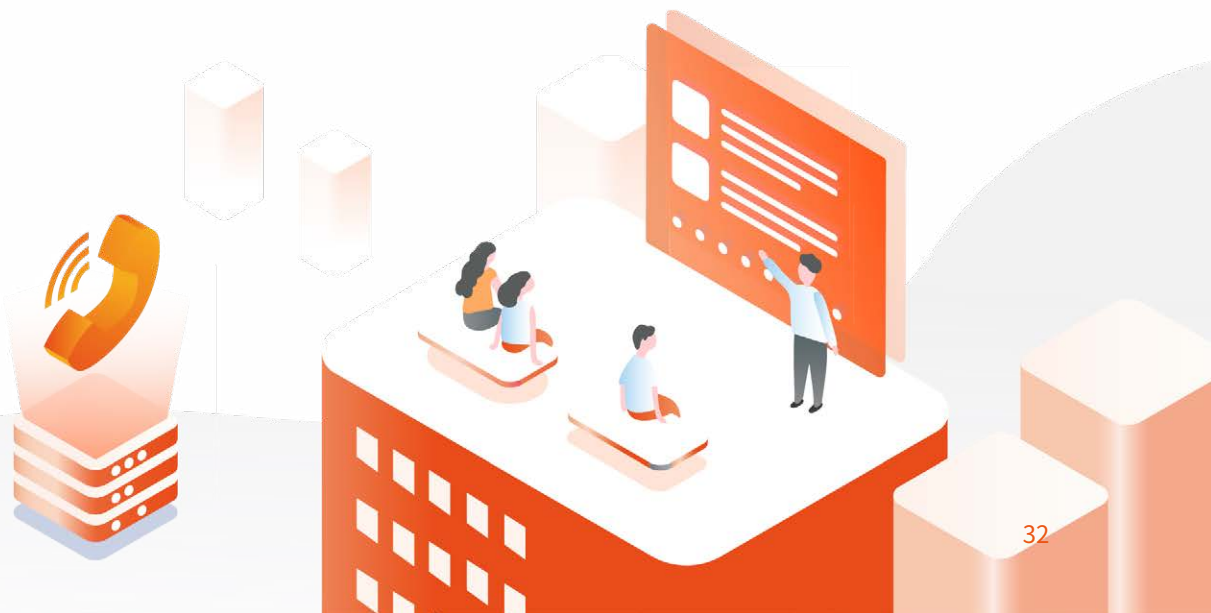
1,104 場次



快手一線客服積極對接警方工作，尋回失蹤人口

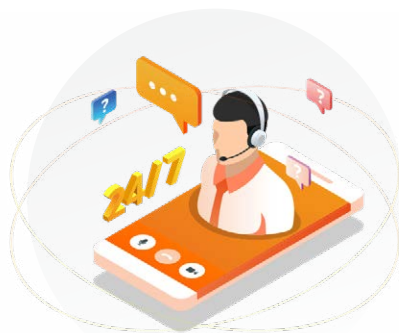
● REC

2020 年 11 月，廣西欽州一名有輕微智力殘疾的 21 歲女孩與家裏失去聯繫 10 多天。警方調查發現該女孩有快手帳號，且不久前發表過個人作品，因此向快手發出協查求助。快手一線客服員工連續數十天不休假對接警方工作，持續跟進警方協查求助需求，通過技術手段調查失蹤女孩的大致活動方向，最終成功協助警方找回失蹤人口。



快手力爭建立行業領先的未成年人誤消費退款機制，主動向用戶、媒體及監管機構披露快手相關政策，並緊跟國家政策變化而調整。我們設立了未成年人關懷計劃熱線，專門處理平台上未成年人或限制行為能力人誤消費退款訴求相關業務，覆蓋事前提醒、事中審核及事後主播追繳的完整鏈路。2020 年度，本集團設立了包括未成年人關愛教育、未成年人直播單獨出鏡教育提醒、未成年人誤消費閾值提醒、未成年人誤消費退款審核等在內的未成年人關懷計劃熱線，傾力關注未成年人弱勢群體。

快手設立未成年人關懷計劃熱線



未成年人關懷計劃熱線

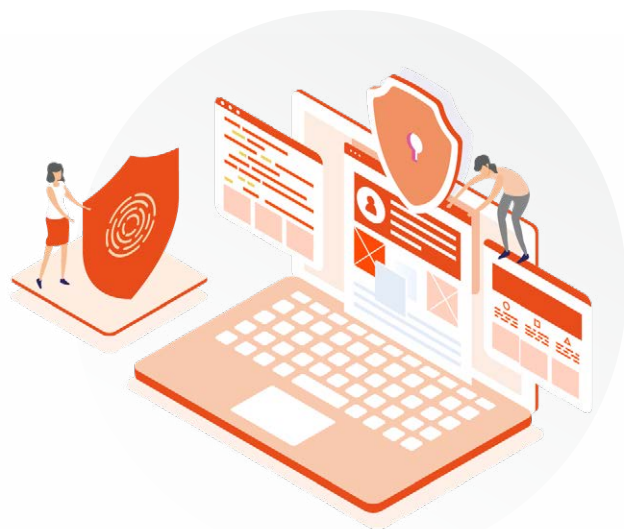


數據安全及隱私保護

快手致力於提升網絡安全和保護用戶隱私，以保障用戶個人信息安全為核心目的，以尊重用戶權益為原則，建立完善的管理架構與制度體系，加強員工和用戶的安全意識宣貫，積極推動行業安全能力建設。

用戶個人信息保護原則

快手堅守用戶個人信息保護紅線，遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《移動互聯網應用程序信息服務管理規定》、《互聯網安全保護技術措施規定》等法律法規，制定了《快手隱私保護規範》，並依據個人信息保護四大原則，竭力保障用戶的個人信息與隱私安全。我們充分尊重用戶的知情同意權，快手旗下所有產品均通過隱私政策及用戶協議向用戶說明產品如何收集、保存、使用、共享、披露和保護用戶個人信息，如用戶未同意授權，我們禁止向用戶收集個人信息。



快手個人信息保護四大原則

職責明確原則

明確隱私保護工作組和各業務部門的工作職責：隱私保護工作組負責推進本集團整體個人信息保護工作，業務部門負責配合隱私保護工作組開展相關工作

明示授權原則

收集用戶個人信息前主動向用戶說明目的、方式、範圍等規則，並徵求用戶授權同意

最少必要原則

僅收集、處理業務所需或共享合作夥伴所需的最少個人信息的數量和類型

確保安全原則

採用完善可靠的安管理措施和技術手段，保護用戶個人信息的保密性、完整性、可用性

組織保障

快手建立了由安全委員會決策層、安全委員會辦公室、關聯部門三個層級組成的安全組織保障架構，夯實信息安全建設基礎。

信息安全委員會組織架構

組織架構

主要職責

安全委員會 決策層

由 CTO（首席技術官）領導，CFO（首席財務官）、人力資源高級副總裁、政府事務部高級副總裁、商業化高級副總裁擔任安委會副主席，負責重大信息安全事項的決策；根據本集團內外部信息安全形勢，負責研究制定本集團信息安全方針、信息安全策略、信息安全總體規劃；為信息安全工作提供人力資源、財務資源，支持信息安全工作在本集團有效落地；牽頭組織開展信息安全重大風險治理項目和專項督查工作

安全委員會 辦公室

主要負責制定信息安全工作計劃，協調相關資源，保證各項信息安全工作的開展和落實；協調各部門應對本集團信息安全重大風險事項的緊急處置及應急響應等工作

關聯部門

負責各部門的信息安全管理工作

快手信息安全委員會下設隱私保護工作組，持續協同信息安全委員會和業務方共同保障用戶個人信息安全。工作組以保障用戶個人信息安全為核心目的，以尊重用戶權益為原則，持續推進快手用戶個人信息保護工作建設，研究個人信息保護相關的法律法規要求與行業動向，將法律法規及監管要求轉化為合理的落地措施及產品呈現，促進個人信息保護方案 and 技術能力的提前儲備，提升快手個人信息保護水準。

隱私保護組織架構



本報告期內，快手開展「隱私盾」專項活動，推進個人信息保護治理工作，定期在集團內部通報監管機構對於個人信息保護的要求及行業內隱私保護熱點事件。本集團還建設了隱私安全開發生命週期（PSDL）評估流程，在需求評估、上線、產品功能更新等階段對用戶個人信息數據流、具體應用場景和內部管理措施進行隱私安全評估，切實保障用戶個人信息安全。

安全管理及技術保障

本集團嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》、GB/T 35273-2020《信息安全技術個人信息安全規範》、《中華人民共和國數據安全法（草案）》等法律法規，參考 ISMS⁵ 信息安全管理體系，並結合本集團現狀與特定業務場景，制定了快手信息安全一到四級制度文件，包含 70 餘個重要安全制度及指南，如《快手信息安全管理規定》、《快手員工信息安全守則》、《快手網絡安全管理制度》等。2020 年，本集團持續建設並完善數據安全管理體系，在制度建設基礎上推進數據安全技術提升，建立配套流程、工具，協助安全管理體系有效落地，不斷提升本集團的數據安全能力。截至 2020 年 12 月 31 日，快手已通過國家信息安全等級保護（三級）認證。

截至 2020 年 12 月 31 日，
快手已通過
國家信息安全等級保護（三級）認證

⁵ 信息安全管理體系（ISMS）是針對任何類型的組織用於建立、實施、運行、監控、審核、維護和改進信息安全的一個政策、程序、指南以及相關資源的框架。ISMS 已經成為被國際標準化組織認可的國際標準，ISO/IEC27000 系列標準定義了信息安全管理體系（ISMS）的要求，奠定了信息安全管理體系的認證基礎。

快手構建了完善的針對網絡安全、移動安全和基礎架構的安全技術能力，搭建事前預防、事中檢測、事後應急溯源的縱深入侵防禦體系，建立起完善的網絡邊界訪問控制和內部人員的權限控制管理並部署數據泄露防護系統。同時，快手定期組織安全攻防演練，提升網絡攻擊檢測能力、網絡攻擊防禦能力以及網絡攻擊響應服務能力。

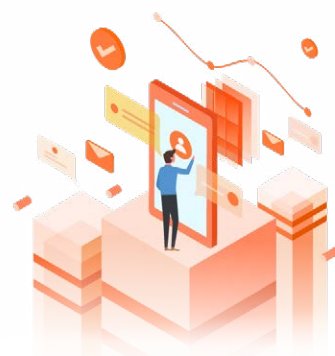
為了推動互聯網行業安全建設，與本集團內部信息安全漏洞治理相互促進，快手成立了向外部安全專家開放的「快手安全應急響應中心」，邀請安全專家對本集團產品進行漏洞檢測，全方位保障用戶個人信息安全。

我們成立了基礎設施故障應對小組，能夠針對底層網絡、基建等相關故障，快速協同各方進行解決，將故障影響最小化。我們在北京、廣州兩地實施雙活⁶數據中心策略，保障整體業務穩定性。在極端情況下，我們還具有多重服務兜底能力，充分保障用戶全天候可訪問性，整體穩定性達到 99.99%。



⁶ 雙活，是一種節約資源的計算機災備 (Disaster Recovery) 方案。其實現模式是讓主備兩個數據中心都同時承擔用戶的業務，此時，主備兩個數據中心互為備份，並且進行實時備份。

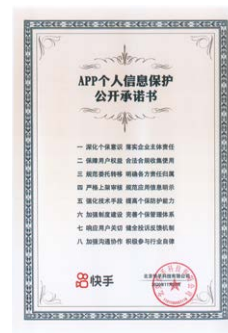
此外，為提高對突發安全事件的應急處置能力，我們建立了不同場景下的應急處理預案，每周、每月、每季度進行不同程度的定期演練，確保預案的可執行性。快手的信息安全委員會制定了《安全事件處理流程》及《安全事件應急響應》，規範安全事件的處理機制。根據數據泄露程度、系統可用性、金額損失等因素將安全事件等級劃分為一般、較重、嚴重、特別嚴重事件，明確各級安全事件處理流程、事件應急場景負責人及應急響應 SLA⁷，避免事件擴大升級。



快手簽署「APP 個人信息保護」公開承諾書

● REC

2020 年 11 月 27 日，快手參與工信部「全國 APP 個人信息保護監管會」，聯合其他 10 家同行企業進行公開承諾，落實 APP 侵犯用戶權益專項治理工作。快手 CEO 宿華先生在會議上對保護用戶個人信息進行了公開承諾，堅定擁護工信部有關「保障國家數據安全，加強個人信息保護」工作的要求，積極落實企業責任，不斷強化技術手段，嚴格實施合規審核制度，積極踐行行業自律，與移動互聯網各產業界同仁為推進移動應用生態的合規發展，構建良性發展的互聯網生態環境而努力。



數據生命周期管理及安全審計

對於數據生命周期的安全管控，本集團制定了《數據安全管理規定》，並按照「誰運營、誰主管、誰負責」的原則，建立了數據安全評估機制及用戶個人信息保護評估流程，嚴格要求數據使用、數據外傳和刪除等操作均需完成相應的審批和評估流程。我們要求所有新產品或新功能在上線前均需進行安全評估測試，測試涵蓋個人信息保護、數據安全、代碼安全、安全漏洞等方面。

在涉及到第三方的數據合作場景下，我們對合作夥伴進行數據合規安全性調研及評估，並要求合作夥伴統一簽署《數據合規承諾書》，承諾妥善使用用戶個人信息，保護個人信息不被泄露。

快手開展數據安全審計。通過策略自動化的實時或準實時系統進行安全審計，對異常行為進行報警，並安排運營人員對異常情況進行追溯審計。

⁷服務級別協議 (SLA) 指提供服務的企業與客戶之間就服務的品質、水準、性能等方面所達成的雙方共同認可的協議或契約。

員工安全意識培訓

本集團面向員工定期開展各類安全意識培訓，提升員工安全意識。本報告期內，我們針對敏感操作授權、釣魚郵件提示、保密項目安全要求、未授權嚴禁使用外部雲平台、信息安全播報等內容向全體員工開展宣傳。

此外，我們開發並在「快手中學」中上線了數據安全意識培訓及安全開發培訓等多門線上課程，邀請外部專家進行數據安全培訓，根據員工崗位角色開展定制化安全培訓以及專業人員的安全技能培訓。截至2020年12月31日，快手共開展200餘場線上及線下員工安全意識培訓，覆蓋近萬名員工。2020年度，快手還開展了覆蓋全員的「快手安全週」活動，運用數據分類分級牆、安全意識問答、安全攻擊手段展示等方式對員工進行安全知識趣味性宣貫。



「快手安全週」活動

安全生態建設

快手積極參與信息安全生態建設，先後加入了全國信息安全標準化技術委員會、中國通信標準化協會、電信終端產業協會等多個標準組織與產業聯盟，積極推動信息安全領域相關標準的制定，助力行業共同繁榮。

2020年11月，快手獲得由中國信息通信研究院授予的「2020年網絡數據安全合規性評估——優秀案例」的殊榮。



2020年網絡數據安全合規性評估獲獎

04

和諧共贏 守護美好家園

快手積極和利益相關方一起共同打造可持續發展的美好家園。我們秉持「未來在手」的招聘理念，將員工視為最寶貴的財富；堅持合法僱傭，保障員工權益，以完善、高效和與時俱進的培養體系，賦能員工成長，培養行業領軍人物；關愛員工生活，與員工攜手成長，讓員工實現自我價值，讓快手的生活分享社區更加多元。此外，我們積極響應國家節能減排的號召，踐行綠色發展和低碳戰略，挖掘技術與產業模式的創新潛能。

✎ 攜手員工成長

✎ 低碳綠色運營





攜手員工成長

快手視每個員工為本集團的財富。我們堅持平等多元招募人才，關心愛護員工成長，尊重保護員工權益，共同守護員工健康。我們相信打造一個友好、高效、完善的人才成長環境，必將切實幫助員工實現自我價值，助力快手生活分享社區的高速發展。

招聘多元與人才吸引

快手嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，堅持依法合規僱傭。我們以此為基礎建立了《快手招聘廣告規範》、《背景調查管理制度》、《活水計劃管理制度》、《假期管理制度》等管理制度，保障員工依法享有的各項權益。我們嚴禁和抵制任何形式的童工僱傭和強制勞工行為，反對一切形式的性別、民族、年齡、信仰和地區歧視，為所有員工提供平等的工作機會，堅持僱傭多元。截至 2020 年 12 月 31 日，快手員工總數為 21,499 人。本報告期內，快手未發生招聘童工及強制勞工的違規事件，員工社會保險覆蓋率為 100%。

本集團採用多種招聘方式，包括校園招聘、網絡招聘、內部推薦及通過獵頭集團或代理招聘，以此完善人才儲備。



「快 Star」招聘項目

● REC

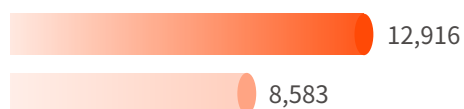
「快 Star」特別技術人才計劃是快手面向全球頂尖校園技術人才的招聘項目，旨在選拔優秀的本、碩、博士畢業生，發掘優質技術人才，培養快手技術領軍人。2020 年，「快 Star」累計招募 43 名高端人才，成功吸引了來自斯坦福大學、北京大學、清華大學、中國科學院大學、香港大學等高校的人工智能、工程開發方面的優秀畢業生。



「快 Star」招聘項目

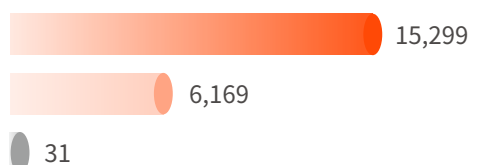
員工總人數 **21,499**

按性別劃分員工人數



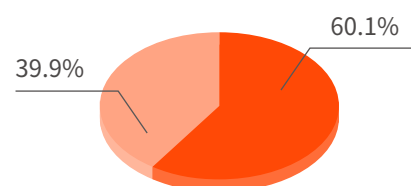
■ 男員工 ■ 女員工

按年齡劃分員工人數



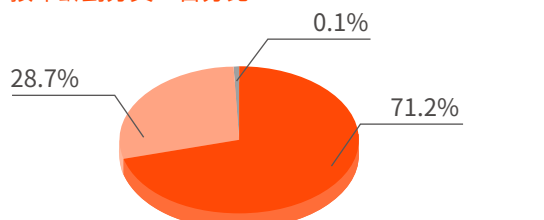
■ <30 歲員工 ■ 30-50 歲員工 ■ >51 歲員工

按性別劃分員工百分比



■ 男員工 ■ 女員工

按年齡劃分員工百分比



■ <30 歲員工 ■ 30-50 歲員工 ■ >51 歲以上員工

快手員工構成情況 (截至 2020 年 12 月 31 日)



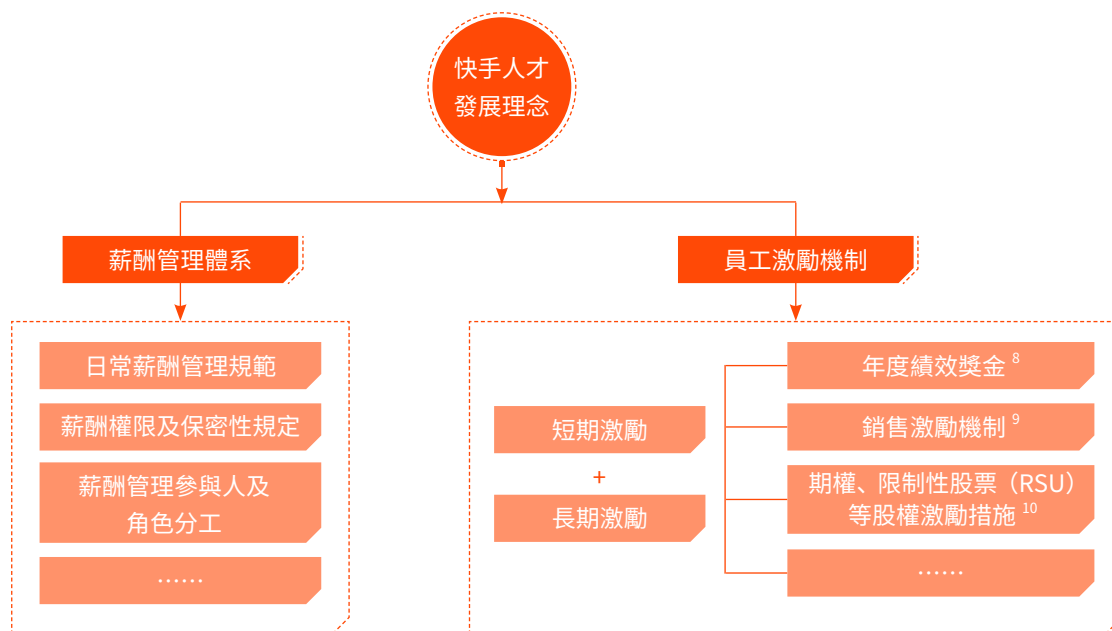
快手為在線招聘會提供產品技術支持

● REC

2020 年，快手關注到疫情嚴重影響到了應屆生的結業規劃，尤其是地處湖北的高校學子難以在線下與企業進行面對面交流，選擇心儀、合適的崗位機會。快手聯合清華大學、武漢大學以及華中科技大學學校就業部門開展在線大型招聘會，並為多家企業開展在線招聘會和「空中宣講」活動提供產品技術支持，協助的多場在線招聘會累計參與人數進百萬。快手也作為招聘方，通過在線招聘會吸引技術和管理類青年才俊加入快手大家庭。

2020 年 4 月，快手協同北京市海澱區政府舉辦「疫起同心，才聚雲端」招聘活動，幫助包括快手在內的中關村科學城百家企業進行云招聘，直播觀看次數超過 250 萬人次。

我們提供有競爭力的薪酬和員工福利機制，與外部專業機構緊密合作，了解最新市場薪酬，更新內部薪酬標準，滿足不同類型人才的需求，以更好地吸引、保留、激勵優秀人才。



快手員工薪酬體系與激勵機制

我們在法定福利的基礎上，為員工提供完善的補充福利。2020 年，我們引入「彈性福利」機制，讓員工結合自身需求，靈活選擇更適合自己的補充福利項目，諸如健身福利、團購個險、家人保險保障升級計劃等。本集團定期邀請保險諮詢專家、個人健康諮詢、母嬰健康專家等外部專業人士，為員工進行知識普及、答疑互動和健康關懷。同時，在疫情期間，我們為員工提供上下班交通費報銷、寒暑假實習生租房補助等優惠政策，方便員工生活。

員工成長與培訓

2020 年 12 月，本集團成立新一屆經營管理委員會，承擔本集團發展規劃、日常經營管理、組織和人員調整等職責。我們制定《快手職業發展體系介紹》、《快手課程管理制度》、《快手講師管理制度》等制度文件，明確每位員工的成長、晉升和職業發展路徑。在集團職級體系框架下，我們遵循「能力導向，逐級晉升」的整體原則，搭建了管理和專業兩個發展方向，設置對應的發展通道，由相關專業委員會負責，充分激發員工潛在能力與創造性。在專業職級發展方向上，我們設置了 29 個專業發展通道，每個通道內我們綜合業績戰功、能力水平和認知水平三個維度分別設置了不同的職級，搭建了職業發展平台「職涯」，系統化管理人才晉升。

根據《快手培訓運營管理制度》，本集團設置全面、多樣、豐富的員工培訓體系，以「快手中學」為核心，開展八個系列的課程，實現所有團隊、層級和專業序列員工全覆蓋。

「快手中學」以橫向的快 LEARNING（線上學習平台）、快 TEACH（講師軍團及海量課程庫）和快 MENTOR（應屆生導師制）作為媒介，發展包含快 LEAD（領導力）、快 TECH（專業力）、快 TALK（開放力）、快 UP（通用力）、快 START（新人力）和在內的縱向培訓體系，全方位滿足員工職業發展和個人能力建設的要求。

⁸ 針對全體員工，按照績效考核標準進行評估。

⁹ 針對特定體系員工：如銷售體系員工。

¹⁰ 針對特定類型員工：如高級管理層、重點崗位員工。



快手中學培訓體系概覽

2020 年，受新冠疫情影響，本集團創新培訓方式，採用線上與線下相結合的方式，實現業務增長和人才培養速度的匹配。截至 2020 年 12 月 31 日，我們開展線下培訓 600 餘場，在「快手中學」線上平台累計上線 513 們課程，資源覆蓋 100% 員工，涵蓋通用技能、新人必修、技術研發、產品運營、管理技能及興趣百科等多類主題。全年快手中學線上平台累計約 20 萬人次參與課程學習，課程的總觀看時長為 44.7 萬小時，相比 2019 年增長約 9 倍。2020 年，快手線上平台員工人均培訓小時數近 20 小時。

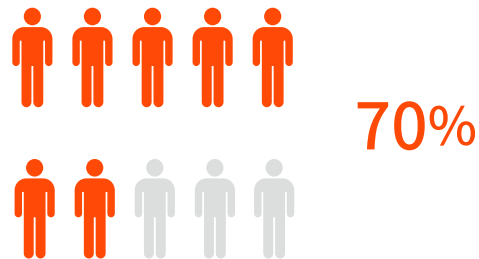


快手員工培訓情況（截至 2020 年 12 月 31 日）

2020 年，
快手線上平台員工人均培訓小時數近



快手線上平台員工培訓比例約



快 Mentor「手」護者計劃

● REC

為了助力校招應屆生們快速融入工作環境，快手開展了校招生導師項目「快 Mentor「手」護者計劃」，在 6 個月的試用期中為新員工提供全方位的導師輔導。應屆生導師來自業務部門骨幹，共組織「師徒樣」、「師徒學」、「師徒說」和「師徒空間」等 10 餘次線上線下互動活動，有效增進了師徒間交流和導師輔導的有效性。

新員工反饋道：「一對一導師在我入職當天就提供了幫助。我同導師一道，規劃好成長目標，並獲得定期工作反饋。「手」護者計劃有效提升了工作上手速度，讓我最終的轉正變得更加順利」。



快手崗位定制化培訓

● REC

快手關心員工的職業發展和個人成長。我們面向內部培養講師團隊，激勵各業務線的優秀員工成為內部講師，分享知識和經驗。2020年，我們共有約600人的講師團隊，全年講師人數增長達114%。我們通過定制化的培訓項目，完善各業務線的員工培養體系，提升管理層領導能力，關心新員工發展，為所有員工找尋適合自身的學習路徑和培訓材料，加速員工成長。



新員工

全方面加速新人的成長速度，關注校招生的成長和困惑，開展職場沙盤、快手同學會、大咖說等活動，提高新員工的職場適應度與滿意度



技術專業線

培養工程師文化，2020年內開展百餘次技術課堂，幫助員工沉澱，提升本集團的技術核心競爭力



產品、運營、商業化等業務線

提供有針對性的系列崗位定制化培訓項目，讓員工有法可循，高效促進員工成長



管理層

針對初、中階管理者，提供啟航星計劃，啟航計劃，管理下午茶等專項領導力培養項目，幫助管理者掌握基本管理知識、提升管理意識、深化團隊配合，通過定期有針對性的溝通，提高管理層的領導力



員工積極參與各類培訓計劃

同時，我們積極聯合外部力量，提升人才培養的專業化水平。我們和諮詢公司的專業人才管理團隊聯合開發了《快手管理者技能提升 3+1》課程，面向本集團的基層管理者給予必要的指導，已成為備受好評的快手管理者必修課之一。同時，我們同國內外同行積極交流，交換技術、產品和運營方面的經驗，和國內同行聯合發起技術社區活動行，與國內外高校及科研機構開展聯合科研及人才培養項目，進行知識經驗的輸出和分享。2020 年，我們全年累計參與超過 15 次技術主題交流活動，相關直播累計吸引約 8 萬人次參與。



清華大學 - 快手未來媒體數據聯合研究院實現多項核心技術落地

● REC

快手與清華大學共建「未來媒體數據聯合研究院」，將技術與人文結合，協同賦能用戶。2020 年內，未來媒體數據聯合研究院累計聯合申請國家發明專利 11 項，在國際頂級學術會議上發表 9 篇論文，多項媒體人工智能、大數據技術、圖像視頻處理和視頻內容創作等前沿技術，在快手的核心產業鏈上得到應用實踐。





校企聯合人才培養

● REC

快手深知人才培養對行業發展的重要性。本集團攜手斯坦福大學、北京大學、清華大學、武漢大學等國內外知名高校，開展多樣化的聯合培養項目，為行業優秀人才提供更廣闊的發展空間。2020年，本集團和高校的聯合人才培養項目達50餘項，科研內容覆蓋基礎設施、系統架構與基礎軟件、數據智能與搜索推薦、多媒體與AI綜合等四大領域。截至2020年12月31日，近三年開展的項目中有超過100項課題完成落地，相關技術成果在快手的移動互聯網短視頻內容生產、審核與分發等核心產業鏈上得到應用，為計算機、人工智能領域培養了一大批國際頂尖人才和具有國際影響力的科學家。2020年，快手與北京大學「圖靈人才培養計劃」深化合作，受邀參加首屆北京大學圖靈班 John Hopcroft 獎學金頒獎儀式，向優秀學子頒發獎學金，表彰並鼓勵學生的多樣化發展。



首屆北京大學圖靈班 John Hopcroft 獎學金
頒獎儀式

職業健康與安全

本集團遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國消防法》等有關職業健康安全與工作場所消防安全法律法規，為員工提供多樣化的健康與安全保護措施，提升員工身體健康水平。

我們為員工打造舒適的辦公環境與工作氛圍，在辦公區域內配備人體工程學座椅和健身設施，在提高員工辦公舒適度的同時，鼓勵員工關注身體健康，保持運動健身的良好習慣。我們定期組織員工健康體檢，並對體檢指標異常的員工提供就診綠色通道和全方位診療關懷。當發現本集團員工罹患重大疾病時，我們盡全力協調醫療資源，為員工安排綠色住院通道，並定期到醫院探望及慰問，讓員工安心治療。我們為全體員工提供補充醫療保險和重大疾病保障，為員工日常就醫提供費用報銷，並協助確診重大疾病的員工申請重大疾病保障賠付。

面對2020年的新冠疫情，快手更加關注員工的健康保障，將疫情對員工身心健康及本集團運營的影響降至最低。在疫情期間，我們採用遠程協作等靈活辦公方式，為員工提供便利。我們還盡最大努力為員工採購並免費提供口罩等防疫物資，靈活調整快手食堂用餐安排，組織心理幫扶工作者為員工提供疫情期間心理支持和疏導。

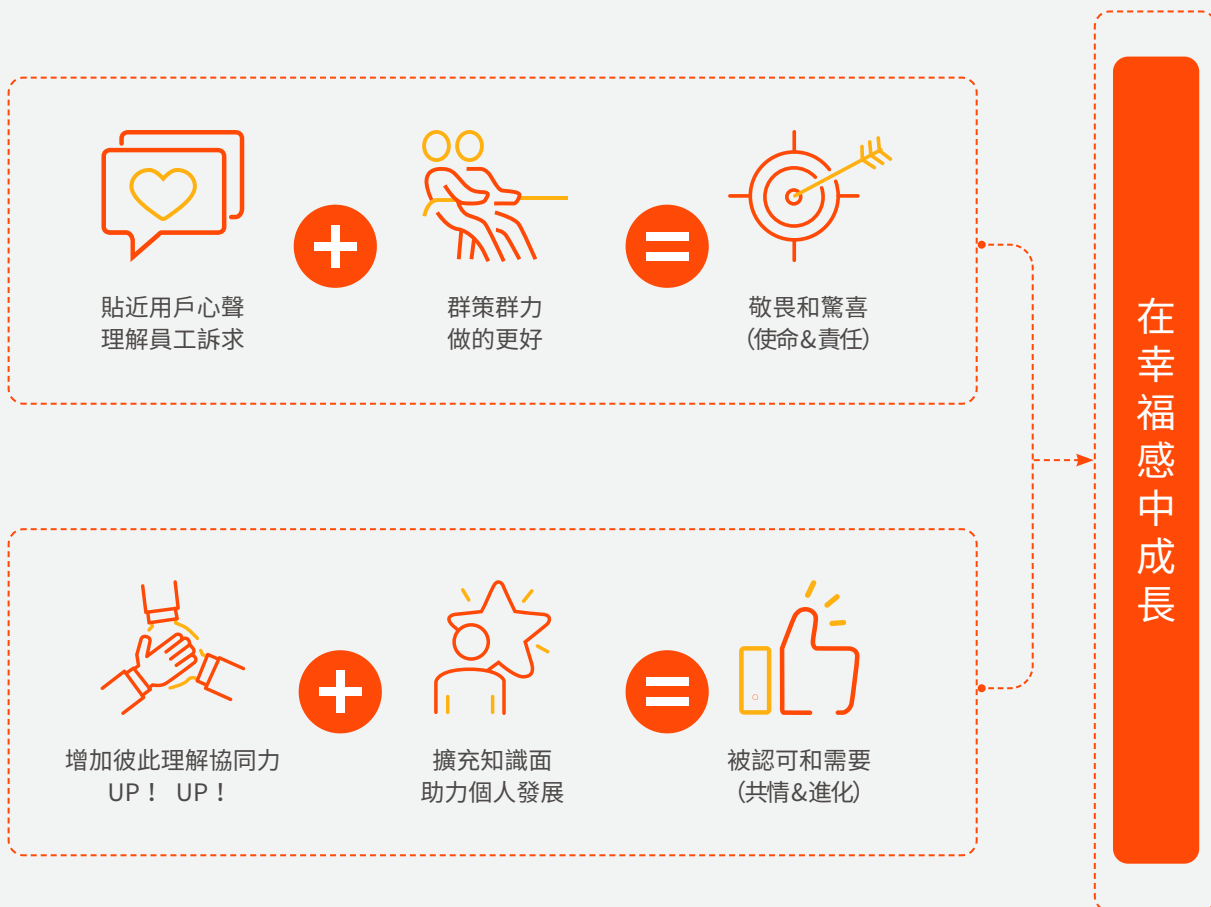
2020年，快手未發生員工因工死亡事故。



溝通與交流

快手重視與員工的溝通和交流。我們根據《快手員工手冊 - 溝通申訴篇》，積極構建員工和本集團的交流橋梁。我們通過 HR 查詢及諮詢平台、HR 日常業務觸達、內外部社交平台等渠道，為員工提供更好的溝通與交流平台，幫助員工解決真實痛點問題。

我們鼓勵員工與各級別管理層開展合理有效溝通，提出有針對性的建議，本集團管理層通過茶話會、部門會議、內網討論社區等方式及時了解員工的需求。員工如果受到不公平待遇和爭議事項，可直接向上級部門和 HR 部門投訴、舉報和反饋意見。



快手員工服務側體驗意識變革



造「場子」

搭建覆蓋不同的 HR 層級、帶有痛苦或快樂屬性的場域，由上至下，拉近 HR 與員工的距離，逐步影響意識



擴「武器」

從被動匯總原聲變為主動收集反饋，了解員工，走進員工，反哺業務和造「場子」

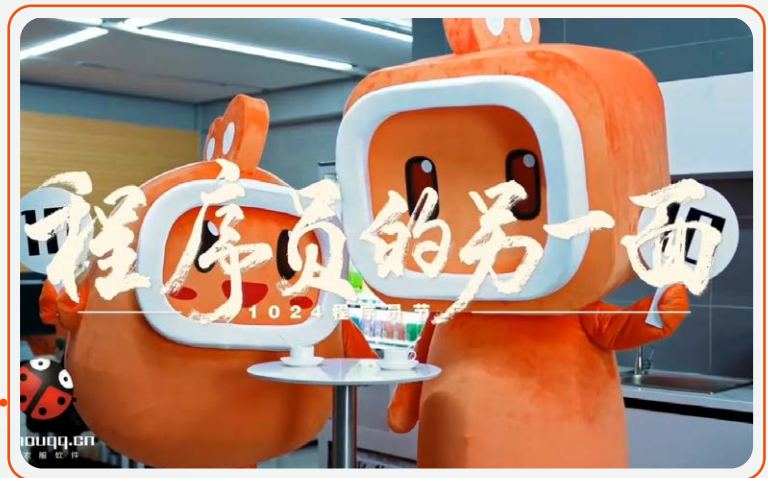


控「閉環」

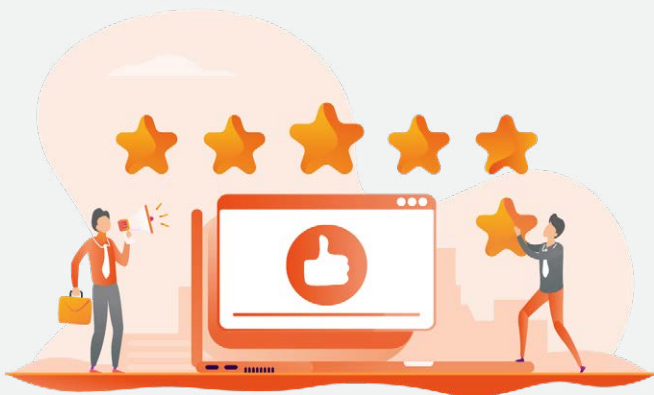
閉環把控問題解決進度，輔以原渠道原聲是否降低或消除來驗證問題解決效果

快手員工服務側關懷和反饋機制

2020年，我們組織全員工慶日、1024 程序員節，提升員工參與感，幫助員工感受快手的業務特色和企業文化。



快手 1024 程序員節宣傳視頻



2020 年

- 開展並完成 **20** 餘個內部調研
 - 員工累計參與超過 **11,000** 人次
 - 快手員工對服務職能總體滿意度為 **9.52** 分 (10 分為滿分)
- 充分體現員工對快手的認可。

低碳綠色運營

我們對於環境及天然資源的主要影響為因運營導致的排放物及資源使用。我們積極採取各項舉措踐行綠色發展理念與低碳戰略，以自身的實際行動踐行低碳運營的承諾。

應對氣候變化風險

在全球氣候變暖的大背景下，諸如暴雪、颱風、暴雨等極端天氣氣候事件呈現出強度更高、發生次數更加頻繁、持續時間更長的特點，隨之而來的供電中斷、城市內澇等一系列連鎖反應，將對數據中心等系統造成極大的安全風險與影響。快手積極識別氣候變化風險，並為識別出的風險開展應對行動。

為應對極端天氣所造成的影響、保障公司業務的連續性運轉，快手前瞻性地制定了極端場景應急操作流程，專門應對氣候極端場景。針對各類自然災害，快手制定《典型突發事件應急措施目錄》、《燃油泄漏故障應急預案》等相關文件，通過設置極端天氣（颱風、暴雨、地震、防汛、防凍）、燃油泄露、機房漏水、火災應急極端場景應急預案，開展應急演練、分散機房部署、異地備份重要系統與業務數據等方式，盡可能地減輕氣候變化對快手業務造成的影響。



排放與廢棄物管理

在排放及廢棄物處理方面，我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《城鎮污水處理廠污染物排放標準》等法律法規和運營所在地的排放及廢棄物處理標準，制定《快手項目垃圾分類管理方案》、《京區職場垃圾分類推進方案》等制度，推進日常運營活動中對於廢棄物的有序管理。

基於快手的業務性質，我們並未對環境及天然資源產生重大污染或影響。快手積極主動採取各類措施降低自身運營對環境所帶來的影響。本集團涉及的無害廢棄物主要包括辦公職場產生的各類生活垃圾、餐廚垃圾及辦公垃圾，我們在北京和上海等辦公區域設置分類垃圾桶，實行垃圾分類管理。此外，我們採取一系列舉措，提高垃圾分類管理效率，如在公共區域張貼垃圾分類信息海報、對職場員工進行垃圾分類知識培訓、安排專門人員對垃圾進行分揀等。2020年，我們針對職場員工共舉辦了39場垃圾分類知識培訓。本集團涉及的有害廢棄物主要包括廢棄電池及打印機所使用的硒鼓墨盒，對於辦公場所產生的危險廢棄物，我們均單獨收集，交由有資質的第三方回收商進行回收處理。

我們從源頭推進各項節能減排工作，提倡無紙化辦公方式，鼓勵員工以線上辦公、電子文檔形式開展工作；紙張盡量雙面打印，提倡廢紙利用；為員工提供餐飲加熱設備，倡導員工減少一次性物品如紙杯的使用。我們採取一系列舉措，提高垃圾分類管理效率，如在公共區域張貼垃圾分類信息海報、對職場員工進行垃圾分類知識培訓、安排專門人員對垃圾進行分揀等。2020 年，我們針對職場員工共舉辦了 39 場垃圾分類知識培訓。

自 2020 年 11 月起，快手在公司內部開展電子設備回購計劃。在筆記本電腦、主機、一體機、顯示器、平板電腦等類型設備使用達一定年限後，員工可選擇回購設備資產，延長設備使用年限，減少定期報廢電子設備對環境帶來的影響。截至 2020 年 12 月 31 日，員工通過該計劃回購電子設備共計 224 件，累計減少相關廢棄物排放約 766.84 千克。

2020 年度排放與廢棄物數據



溫室氣體排放總量（萬噸）

69.44

人均溫室氣體排放量（噸 / 人）

32.30



廢水排放量（萬噸）

56.22

人均廢水排放量（噸 / 人）

26.15



有害廢棄物（噸）

1.07

人均有害廢棄物（千克 / 人）

0.05



無害廢棄物（萬噸）

1.33

人均無害廢棄物（千克 / 人）

619.11

附註：

環境數據口徑包含本集團總部、各分子公司的行政辦公大樓，華北地區 18 個租用數據中心和華南地區 3 個租用數據中心。

提升資源使用成效

快手始終堅持綠色可持續理念，將綠色理念積極融入日常運營管理的每個環節，制定節能計劃與實施方案，系統科學管理和優化資源運行方案。我們積極採用廢舊資產回收、節能減排等方式減少資源浪費、提高資源使用效率。

在提升能源效益方面，我們堅持對水、電等各項資源的使用情況進行科學化管理。我們制定《快手能源管理方針及目標》方案，在遵循 ISO 50001 和 GB/T 23331-2012 能源管理體系要求的基礎上，運用 PDCA（策劃 - 實施 - 檢查 - 改進）方法持續改進本集團能源管理及運行模式。由本集團的能源管理團隊針對能源使用過程和活動進行有效的規劃和實施控制，並進行監視和測量，發現問題及時改進，使能源管理融入日常活動中。我們針對空調系統、電氣系統、給排水系統等開展能源和資源管理機會分析，盡可能優化能源與水資源使用效率。此外，我們積極挖掘節能機會，倡導綠色辦公，及時關閉電燈等用電設備，鼓勵以視頻會議的方式減少差旅，並通過節電和節水意識宣傳加強員工的節電節水理念。

我們把數據中心佈局及運行方面的環境影響及資源消耗納入考量範圍。截至本報告發佈之日，快手尚無已投入使用的自建數據中心，我們把租用第三方數據中心的佈局及運行方面的環境影響及資源消耗納入考慮範圍，2020 年，快手數據中心年度 PUE 為 1.382。

我們已在內蒙古自治區烏蘭察布市投資建設「快手烏蘭察布大數據中心」項目，目前正在進行一期項目建設。我們通過對數據中心前沿技術的研發，在烏蘭察布數據中心大規模應用新一代間接蒸發冷卻技術和高壓直流 (HVDC) 等技術，最大限度應用自然冷源、風能、太陽能、低功耗設備。同時提升租用機房服務器允許進風溫度，延長自然冷卻系統的運行時長，進而整體降低製冷系統消耗的電量，從而帶來能效的提升。受益於新型節能技術的應用，烏蘭察布數據中心預計年均 PUE 不高於 1.2，對比數據中心行業平均 PUE¹¹ 值，預計能耗降低約 25%，每年節電可達 5 億度左右。

2020 年度能源及資源使用數據 *

直接能源消耗

直接能源消耗量 (兆瓦時)

13,543.85



包括：

天然氣消耗量 (立方米)

273,431.40



柴油使用量 (噸)

892.32



¹¹ 行業平均 PUE 值數據摘自 2020 Uptime Institute Data Center Survey, <https://uptimeinstitute.com/2020-data-center-industry-survey-results>.

直接能源消耗密度 (兆瓦時 / 人)

0.63**間接能源消耗**

間接能源消耗量 (兆瓦時)

721,117.23

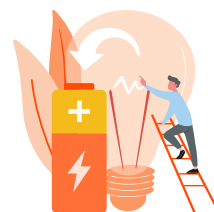
包括： 外購電力 (兆瓦時)

715,200.83

外購熱力 (吉焦)

20,256.68

間接能源消耗密度 (兆瓦時 / 人)

33.54**綜合能源消耗**

綜合能源消耗量 (兆瓦時)

734,661.07

綜合能耗密度 (兆瓦時 / 人)

34.17**水資源消耗 ****

新鮮水使用量 (萬噸)

205.27

總用水密度 (噸 / 人)

95.48**附註：**

* 環境數據口徑包含本集團總部、各分子公司的行政辦公大樓，華北地區 18 個租用數據中心和華南地區 3 個租用數據中心。

** 本集團使用水源為統計範圍內的市政自來水供水，在水資源使用方面，2020 年本集團未在獲得水源方面遇到問題。

*** 包裝材料數據不適用於本集團。

05

科技普惠 創造幸福未來

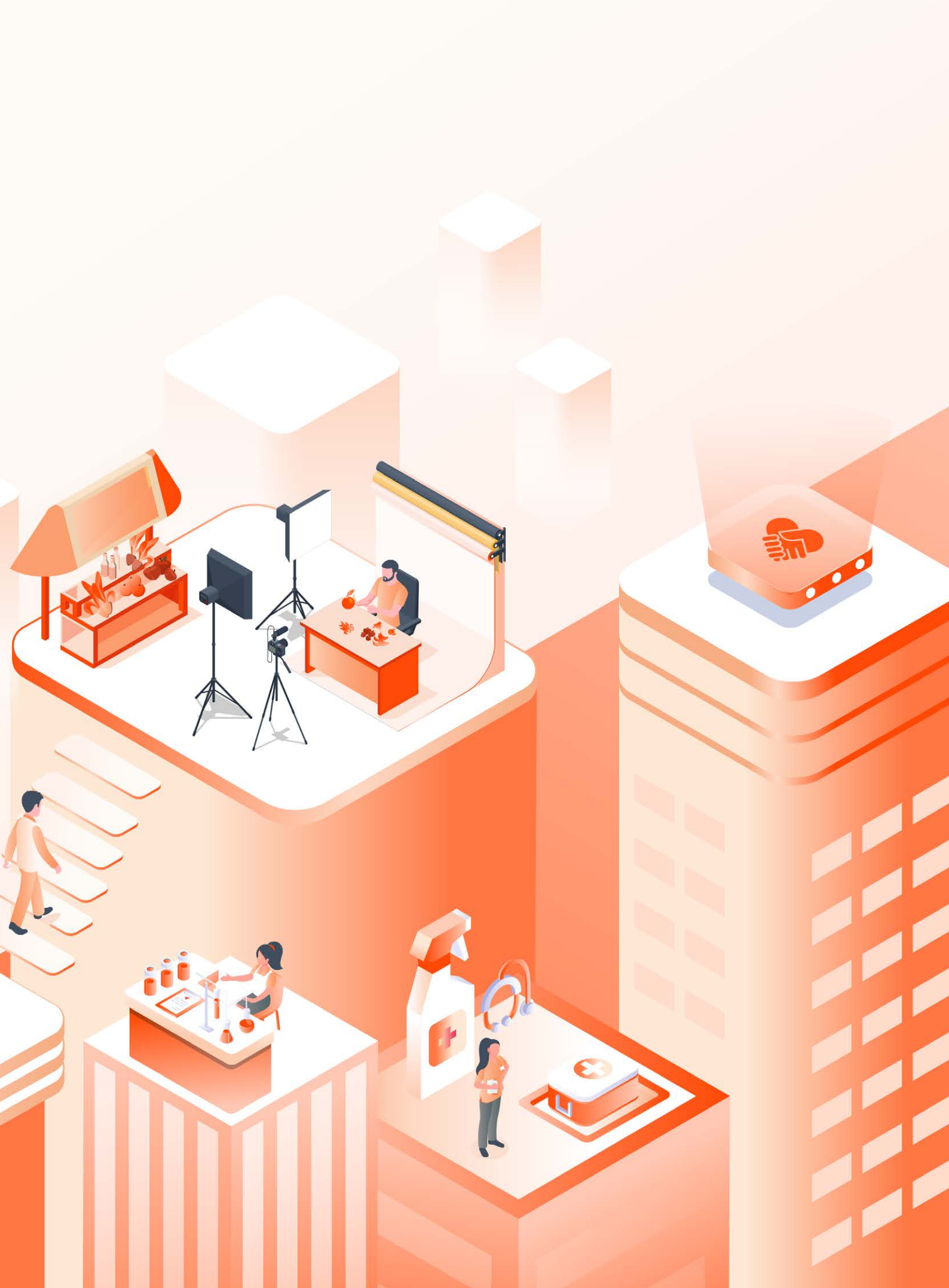
快手在鄉村地區擁有高滲透力和影響力，使得快手在參與扶貧與鄉村振興等社會課題方面擁有廣泛的人群基礎和行動潛力。快手結合平台優勢，借助「短視頻、直播與電商」的技術手段，從人、物、景三方面開展鄉村人才振興、產業振興、生態文化振興等行動，提升鄉村人民的綜合素質、生活經濟水平，降低鄉村的脆弱性，讓鄉村的美得到傳播。快手以科技普惠為原則，提升基層人民幸福生活為願景目標，不僅契合國家脫貧攻堅、鄉村振興的戰略方針，同時體現快手作為負責任企業的社會擔當。

🍷 促進人文關懷

🍷 暢通致富之路

🍷 感受別樣之美





A live streaming studio setup on a raised platform. A man is seated at a desk with a computer monitor, a camera on a tripod, and a microphone. To the left, there is a display stand with various products, including bottles and boxes, under a small awning. A large white light panel is positioned behind the desk.

A tall, multi-story building with a grid of windows. On the roof, there is a large, glowing orange icon of two hands shaking, symbolizing partnership or agreement.



A laboratory or pharmacy platform. A woman is seated at a desk, working with various bottles and equipment. The desk has several small containers and a document.

A pharmacy platform. A woman is standing next to a large white pill bottle with a red cross on it. There is also a smaller pill bottle with a red cross on its lid. A pair of headphones is visible in the background.

促進人文關懷

人是鄉村振興的主體，是影響鄉村建設成果的關鍵因素。龐大的用戶不僅讓快手擁有落實鄉村扶貧和振興目標的「流量」優勢，同時也驅動快手從人的角度側重發力，以人為本，降低疫情對鄉村民生的不利影響，推動減貧和改善營養來提升鄉村人民身體素質，加強教育培訓提升鄉村人民的技能與能力，從而全面提高鄉村面對外界衝擊的耐受力，展現快手對用戶及廣大鄉村人民的人文關懷。

扶貧抗疫

2020 年初新冠疫情爆發以來，作為短視頻行業領軍企業，快手第一時間快速響應，率先捐贈人民幣 1 億元及 5 萬個 N95 口罩，並發揮自身強技術、大流量、全平台的優勢，精準有效以「短視頻 + 直播」新模式，多層次、多角度、切實做好疫情防控宣傳，並助力社會復產復工。同時，為應對疫情對鄉村扶貧帶來的挑戰，減緩疫情給全國特色農產品銷售帶來不利影響，保障鄉村民生，快手在國家廣播電視總局等相關單位的指導下，發揮互聯網科技與平台優勢，發起扶貧抗疫、支援湖北、助農扶農系列活動。

百城縣長，直播助農

為助力解決疫情期間農產品銷售滯緩的情況，快手從 2020 年 3 月起面向全國發起縣長代言直播帶貨活動，邀請各地縣領導及快手電商板塊主播，共同開展「百城縣長·直播助農」活動。截至 2020 年 12 月 31 日，活動已覆蓋全國 50 餘個市縣，涉及省份包括海南、廣西、雲南、湖南、河南、陝西、山東、河北、新疆、遼寧等地，舉辦近 200 場直播助農活動，超過 50 位市長及縣長在快手直播間出鏡，直播參與官方活動，銷售當地特產，累計銷售額超過人民幣 3.6 億元，帶火農產、帶活農貿。



利川市領導

「因為疫情原因，湖北部分地區農產品出現滯銷，我們也希望借助快手，幫茶農們把一年的辛苦變現。」

恩施市領導

「農產品的滯銷對我們的農戶影響極大，幫助他們走出困境，正是我來直播的最直接原因。」

十堰市領導

「我們十堰各個行業的復產復工都在順利進行……鄖陽香菇營養豐富，風味獨特。」

「百城縣長·直播助農」活動受到公眾和政府的認可：

2020年12月12日，在「2020人民企業社會責任高峰論壇暨第十五屆人民企業社會責任獎頒獎典禮」上，「百城縣長·直播助農」活動獲得年度案例獎。

2020年12月19日，「百城縣長·直播助農」活動獲得鈦媒體 2020 EDGE Awards「年度企業社會責任先鋒」。



「百城縣長·直播助農」首場直播活動

快人一步，助力湖北重啓計劃

為助力湖北疫後民生重振，快手攜手央視等具有廣泛影響力的媒體開展直播。我們發動主播扶持快手商家，上線「助力湖北重啓」活動。同時，我們發起「快復工」計劃及一系列針對湖北商家的專項扶持政策，包括技術服務費全免、免費認證、賬期縮短、達人連麥、流量扶持以及專屬官方對接通道等，支援湖北經濟發展，攜手湖北人民共克時艱。



快手攜手央視，支援湖北「謝謝你為湖北拼單」活動

● REC

湖北本是全國重要的農產品生產地，在疫情影響下，湖北很多優質農副產品面臨滯銷困境。2020年4月，央視新聞新媒體啓動「謝謝你為湖北拼單」大型公益活動，快手平台攜手央視新聞，在快手直播間開展兩次帶貨直播，支持湖北經濟快速重啓。

活動期間，「謝謝你為湖北拼單」公益行動在快手平台開展了130分鐘的公益直播，累計觀看人次1.27億，累計點讚1.41億。連同快手達人發起的「謝謝你為湖北拼單」直播，活動當晚一共賣出約人民幣6,100萬元的湖北農副產品，全國107家媒體的快手號同步轉播央視新聞新媒體的公益帶貨直播。

2020年4月27日晚，央視主持人朱迅、李梓萌組成「央視Girls」組合，在央視新聞的快手直播間裏開展了3個小時的直播，共賣出約人民幣8,012萬元湖北特色商品，包括27,500包熱乾麵、26,000瓶乳酸菌飲料、16,000袋鹼海帶、15,000份鴨脖、12,000份小龍蝦、5,000份鹹蛋黃餅乾等眾多湖北優質好貨在短時間內被「搶光」。



助力湖北「央視Girls」組合活動

國際減貧與營養普及

聯合國世界糧食計劃署（「世界糧食計劃署」）是世界上最大的人道主義援助機構，致力於抗擊全球饑餓。為助力《聯合國 2030 年可持續發展議程》的減貧目標，提高貧困地區人民的基礎身體素質，2020 年快手與世界糧食計劃署開展合作，協助世界糧食計劃署開設快手賬號，並開展了一系列合作：



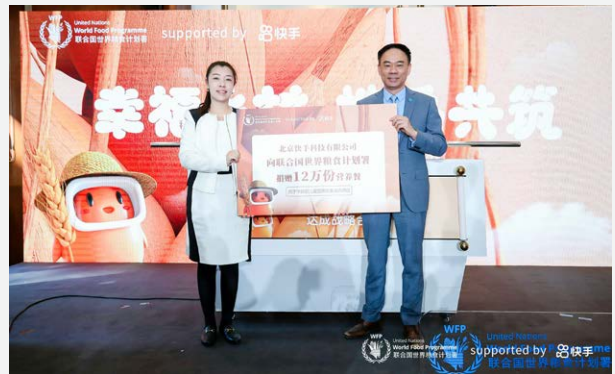
在 2020 年春節前夕「快手狀元」大型直播答題活動中，設置了世界糧食計劃署專場

在新冠疫情特殊時期，共同發起「宅家營養餐」——營養食譜短視頻創作徵集評選活動

共同啓動「念想飯局」公益挑戰賽，助力在疫情影響下貧困地區兒童學校營養餐項目，幫助因疫情而失去學校供餐的學齡兒童

快手發起「念想飯局」、「宅家營養餐」活動

2020 年 10 月 13 日，快手與世界糧食計劃署開展「幸福鄉村·攜手共築」線下活動，雙方將合作致力於改善貧困地區人民營養缺乏的問題，包括向世界糧食計劃署捐贈超過 12 萬份營養餐食，支持世界糧食計劃署在湖南和廣西開展的學齡前兒童營養改善試點項目。同時，快手還為世界糧食計劃署的快手官方賬號給予約人民幣 1,000 萬元的等價流量支持，為世界糧食計劃署在新媒體平台開展活動、發起倡導提供强有力的支持。



快手向世界糧食計劃署捐贈 12 萬份營養餐

「快手作為領先的短視頻及直播社交平台，在中國不同地區，尤其是不發達農村地區有强有力的用戶覆蓋，其「平等普惠」的理念及工作目標，與我們的追求和在中國探索的行動有許多共同之處。」

——聯合國世界糧食計劃署駐華代表

教育培訓

鄉村振興要走自力更生之路，要依靠自產自銷的人才，而人才的培養需要依靠教育。為幫助鄉村人才提升專業技能，快手利用平台為鄉村人才提供包括基礎電商知識、農技知識、特色農業產業知識、生活技能等線上教育資源，同時發起如「鄉村振興官」、「幸福鄉村帶頭人」等項目，賦能鄉村人才振興。

鄉村振興官

「鄉村振興官」項目是面向廣大的基層政務人員，包括市長、縣長、電商辦主任、鎮長、村長、各級人大代表、政協委員等開展的教育扶持項目，旨在通過線下培訓和線上輔導等多種方式，幫助基層一線政務人員學習和使用快手，讓他們通過網絡直播等方式，嘗試探索基層治理現代化新路徑。截至 2020 年 12 月 31 日，項目共引入 1,000 餘個縣長、村長等基層幹部賬號，共覆蓋全國 25 個省、直轄市、自治區，從 0 到 1 打造了一批有代表性的快手官員賬號。同時全年系統性地實現政務、培訓、聯名款打造和宣傳合作，幫助基層一線政務工作者人群將短視頻 + 直播作為實現鄉村振興的「新農具」以及基層治理的「新工具」。



基層創作者培養計劃

REC

為了更好地輔助來自基層的創作者快速掌握線上新媒體工具，快手啟動「基層創作者培養計劃」，為基層政務者提供線上公益培訓，並對培養過程中發現的優秀用戶，給予流量、運營指導和線下培訓等支持。

快手聯合農業農村部管理幹部學院鄉村產業發展培訓中心、中國社會扶貧網和南方農村報等機構，開發了政務短視頻入門、短視頻製作、直播技巧、賬號運營技巧、農產品電商等方向 50 餘門短視頻免費課程，並搭建了課程專區、線上交流群等，讓身在基層的工作者通過網上學習，掌握短視頻內容的生產與發佈。



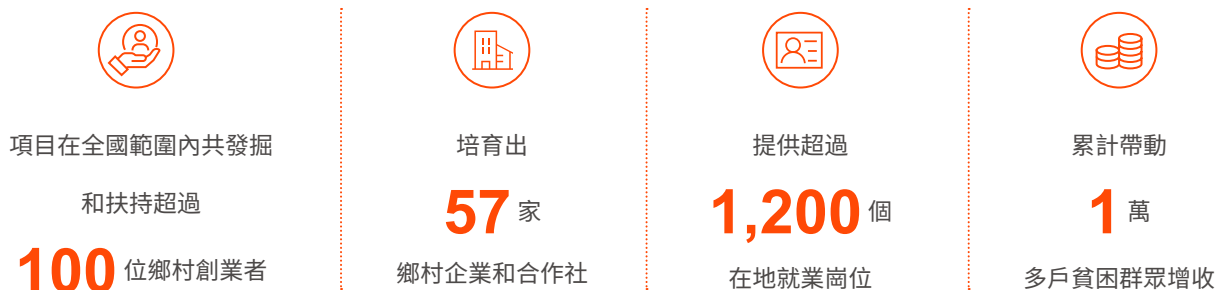
基層創作者培養計劃

幸福鄉村帶頭人

幸福鄉村帶頭人計劃是快手幸福鄉村戰略核心板塊之一，是國內首個關注鄉村創業者的互聯網企業社會責任項目，已發展成為國內首個鄉村創業者成長孵化器和鄉村產業加速器。項目通過為鄉村創業者提供線上、線下的商業與管理教育資源，培育和提升其領導力及商業管理能力；通過提供流量資源、品牌資源，促進帶頭人帶動鄉村產業發展、增加當地就業，進而帶動貧困人群脫貧。

截至 2020 年 12 月 31 日，項目在全國範圍內共發掘和扶持超過 100 位鄉村創業者，培育出 57 家鄉村企業和合作社，提供超過 1,200 個在地就業崗位，累計帶動 1 萬多戶貧困群眾增收。2020 年項目進行了第三期和第四期帶頭人的招募，新吸納 70 餘名帶頭人。帶頭人在地產業全年總產值達人民幣 5,000 多萬元，產業發展影響覆蓋近千萬人。

截至 2020 年 12 月 31 日



三大板塊助帶頭人成長



暢通致富之路

鄉村具有豐富的物質資源，有種類繁多且具有競爭力的農產品，却因藏在深山無人知，缺乏暢通的銷售渠道，難以被消費者「看見和享用」，同時也限制了鄉村發展致富之路。快手積極貫徹《關於促進電商精準扶貧的指導意見》，以電商為農產品開路，以「短視頻、直播」為媒介工具，聯動平台、技術以及資源優勢，全方位賦能貧困地區優質特產走出山村、走向大眾，提升農村產業自我「造血」能力，幫助鄉村走上自力更生脫貧致富之路。

福苗計劃

「福苗計劃」是快手依托於自身流量優勢，借助短視頻、直播技術開展的社交電商扶貧項目。通過社交電商扶貧，幫助國家貧困地區進行特產推廣、銷售，進而帶動當地相關產業發展，實現可持續脫貧和鄉村振興。

快手福苗計劃





「尋味新疆公益扶貧」直播，5,100 萬人助力新疆脫貧攻堅

● REC

2020年6月10日，快手聯合新疆維吾爾自治區供銷合作社等機構主辦「尋味新疆公益扶貧」直播活動。為擴大活動影響力，快手在活動現場專門設置多鏈路直播間，5個賬號同步直播，快手扶貧和快手正能量2個官方賬號轉播。在新疆各級政府領導、當地明星藝人和快手網紅達人組成的帶貨「天團」推介下，來自南疆貧困地區的紅棗、核桃等優質特色農產品在直播中亮相；直播間還連線了哈密市、霍城縣等地區，向全國網友介紹了霍城熏衣草、哈密大棗等知名農特產品品牌。「尋味新疆公益扶貧」系列直播活動共推介銷售新疆特色農產品65款，覆蓋裕民縣、和田縣、英吉沙縣、青河縣、於田縣、哈密市等14個縣市，總體觀看人數達5,100萬，銷售額共計約人民幣1,949萬元。

2020年12月24日，快手以「尋味新疆 公益扶貧」活動為主的「直播助農探索消費扶貧新模式」入選國務院扶貧開發領導小組辦公室（「國務院扶貧辦」）「2020年企業精準扶貧專項案例50佳名單」。



總體觀看人數達

5,100 萬



銷售額共計約人民幣

1,949 萬元



「尋味新疆公益扶貧」直播活動

「直播帶貨不僅能讓消費者在直播間感受新疆美食的魅力，還能讓優質農產品告別「養在深閨人未識」的尷尬處境，讓農業生產者和消費者有效銜接，並在助力脫貧攻堅、促進農村經濟社會發展中發揮重要作用。」

——新疆維吾爾自治區供銷合作社聯合社負責人

合作賦能「短視頻、直播加扶貧」

快手依託技術及平台傳播優勢，與政府部門、媒體機構協作，拓展扶貧項目影響力，提高扶貧產品曝光量，並根據個性化推薦和智能分發技術的高效精準連接，流量引流定位潛在購買人群，讓更廣範圍的市場和消費者，參與到「短視頻、直播 + 扶貧」當中。



「消費扶貧·愛滿瀟湘」直播活動

● REC

2020 年 9 月 22 日，在湖南省扶貧開發辦公室和中國社會扶貧網的指導下，快手聯合中國社會扶貧網湖南管理中心，在第三屆中國農民豐收節發起「消費扶貧·愛滿瀟湘」消費扶貧直播活動。直播活動圍繞湖南省 51 個貧困地區及《全國扶貧產品目錄》中的湖南認定產品，借助「短視頻 + 直播 + 電商」的形式，助力包括蔬菜鮮果、米麵糧油、肉茶蛋奶在內的近百款扶貧產品銷售。5 個小時的直播活動中，共有近 2,000 萬快手網友觀看了扶貧直播，直播期間點讚量達 180 萬，總下單量近 15,000 單。



「消費扶貧·愛滿瀟湘」直播活動



感受別樣之美

鄉村具有獨特的人文屬性與自然資源，立足特色，因地制宜發展鄉村旅遊、休閒農業等新產業新業態，讓鄉村的美被看到，並成為推動鄉村產業發展、人民增值創收的新機遇，是鄉村扶貧與振興的天然途徑。快手以科技賦能文旅和非遺扶貧，嘗試以更多元、更富有人文關懷、更具創意的方式，幫助偏遠地區景點及特色文化進行宣傳、塑造，打造具有人文關懷氣質的扶貧品牌，讓扶貧及區域品牌宣傳輻射到更多社會大眾，推動鄉村旅遊業由傳統服務行業向現代旅遊業進行根本轉變。

文旅扶貧

文化是行業持久發展的根本性因素，尤其是以文化和自然為基本元素的旅遊業。快手充分認識到鄉村旅遊業的文化屬性和以文塑旅的重要性，以別樣宣傳營銷手段，讓大眾感受鄉村別樣之美。



江西會昌文旅宣傳片，快手扶貧「粉」出圈

● REC

2020年初，快手與江西會昌縣人民政府合作拍攝了文旅宣傳片，這條標題為「粉」的宣傳片，聚焦於現今社會備受關注的「新留守青年」人群。「粉」，一語雙關，即以會昌當地特產「五豐米粉」為線索，又指代網絡「粉絲」，將家鄉特產和來自中國各地的「粉絲」連接起來，創造了一種獨特連接，讓快手用戶的秀麗家鄉也能被大眾看見。



江西會昌以「粉」宣傳文旅



線上直播，展示彭水苗鄉風情

● REC

彭水苗族土家族自治縣是重慶唯一以苗族為主、全國苗族聚居人口最多的縣。近年來，彭水自治縣以「旅遊加」融合發展為抓手，以旅遊產業促鄉村扶貧與發展。2020年8月23日，快手扶貧聯合騰訊棋牌歡樂茶館、人民視頻、海澱融媒，共同發起「歡樂彭水有牌面」線上直播活動，通過「流量明星加地域文化加直播短視頻」的形式，展現彭水苗鄉文化及非遺文化。同時，在快手應用中製作了精美的苗族頭飾魔法表情，配合國家級非物質文化遺產苗歌《嬌阿依》，讓網友近距離感受苗家魅力文化。



「歡樂彭水有牌面」線上直播活動助力苗鄉旅遊

非遺扶貧

在文旅融合不斷深化的背景下，快手非遺扶貧以保護傳承非物質文化遺產，同時與現代商業無縫對接的創新價值，為鄉村旅遊業注入源源不斷的發展動能。快手認識到非遺助力精準扶貧的重要意義，以平台優勢協助推動中華優秀傳統文化的保護與傳承。



回村捏泥巴、拍視頻，拓寬村裏的「致富路」

● REC

作為我國首批非物質文化遺產，河南浚縣泥塑已有百年歷史。朱付軍的奶奶來自被稱為泥塑第一村的楊圪村，且自身從小就喜歡做泥塑，機緣巧合之下，朱付軍開始通過快手短視頻傳播泥塑技藝，傳播非遺文化。同時，他還幫助老手藝人通過快手銷售泥塑作品。兩年來，朱付軍總計為楊圪村手藝人賣出十萬件泥塑，銷售額達人民幣120萬元左右。為減緩疫情對泥塑銷量的影響，2020年6月，朱付軍在快手扶貧的流量支持下，進行直播帶貨，兩場直播幫助村裏50多戶老手藝人銷售上千件泥塑。



「泥巴哥」的泥塑作品

本報告期內，快手在扶貧方面獲得中國政府及行業諸多認可。

2020年
9月27日

由中華人民共和國文化和旅遊部非物質文化遺產司、國務院扶貧辦開發指導司共同指導，中國文化傳媒集團有限公司主辦，中國手藝網承辦的「非遺扶貧品牌行動和優秀帶頭人」名單發佈儀式上，快手幸福鄉村帶頭人計劃榮獲「非遺扶貧品牌行動」。

2020年
11月12日

在中國社會責任百人論壇「責任金牛獎」頒獎典禮上，快手獲得「精準扶貧獎」。

2020年
11月13日

快手「短視頻加直播」打造流量扶貧創新模式」案例，獲得國務院扶貧辦「2019年企業精準扶貧綜合50佳案例」。

2020年
11月27日

在2020騰訊新聞中國益公司責任力年度論壇上，快手憑藉「幸福鄉村帶頭人計劃」等系列扶貧項目榮獲「扶貧創新杰出企業」。

2020年
12月25日

由國務院扶貧辦與人民日報社指導，人民網、《中國扶貧》雜誌社聯合主辦的「決戰決勝 善作善成」第三屆中國優秀扶貧案例報告會上，快手科技入選「第三屆中國優秀案例」。

索引表

層面	內容	聯交所披露要求	頁碼
A1 排放物	一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	不遵守就解釋	P51
	關鍵績效指標 A1.1 排放物種類及相關排放數據。	不遵守就解釋	P52
	關鍵績效指標 A1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不遵守就解釋	P52
	關鍵績效指標 A1.3 所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不遵守就解釋	P52
	關鍵績效指標 A1.4 所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不遵守就解釋	P52
	關鍵績效指標 A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	不遵守就解釋	P51-52
	關鍵績效指標 A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	不遵守就解釋	P51-52
A2 資源使用	一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	不遵守就解釋	P53
	關鍵績效指標 A2.1 按類型劃分的直接及 / 或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不遵守就解釋	P53-54
	關鍵績效指標 A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不遵守就解釋	P54
	關鍵績效指標 A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	不遵守就解釋	P53
	關鍵績效指標 A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	不遵守就解釋	P54
	關鍵績效指標 A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	不遵守就解釋	本集團電商平台服務于第三方商家，無自營商品，不涉及包裝材料，因此不適用
A3 環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	不遵守就解釋	P51
	關鍵績效指標 A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	不遵守就解釋	P51-P52

層面	內容	聯交所披露要求	頁碼
B1 僱傭	<p>一般披露</p> <p>有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	不遵守就解釋	P41-43
	<p>關鍵績效指標 B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p>	建議披露	P42
	<p>關鍵績效指標 B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>	建議披露	/
B2 健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策，及；</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	不遵守就解釋	P48
	<p>關鍵績效指標 B2.1 因工作關係而死亡的人數及比率。</p>	建議披露	P48
	<p>關鍵績效指標 B2.2 因工傷損失工作日數。</p>	建議披露	/
	<p>關鍵績效指標 B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。</p>	建議披露	P48
B3 發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。</p> <p>註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</p>	不遵守就解釋	P43-48
	<p>關鍵績效指標 B3.1 按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。</p>	建議披露	/
	<p>關鍵績效指標 B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。</p>	建議披露	/
B4 勞工準則	<p>一般披露</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	不遵守就解釋	P41
	<p>關鍵績效指標 B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。</p>	建議披露	P41
	<p>關鍵績效指標 B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。</p>	建議披露	P41

層面	內容	聯交所披露要求	頁碼
B5 供應鏈管理	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	不遵守就解釋	P26
	關鍵績效指標 B5.1 按地區劃分的供應商數目。	建議披露	P26
	關鍵績效指標 B5.2 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法。	建議披露	P26
B6 產品責任	一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	不遵守就解釋	P19、 P22-25、 P31-38
	關鍵績效指標 B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	建議披露	本集團電商平台服務于第三方商家，無自營商品，因此不適用
	關鍵績效指標 B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	建議披露	P31-33
	關鍵績效指標 B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	建議披露	P27-28
	關鍵績效指標 B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	建議披露	P23
	關鍵績效指標 B6.5 描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	建議披露	P33-38
B7 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	不遵守就解釋	P12-13
	關鍵績效指標 B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	建議披露	P13
	關鍵績效指標 B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	建議披露	P12
B8 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	不遵守就解釋	P57-68
	關鍵績效指標 B8.1 專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	建議披露	P57-68
	關鍵績效指標 B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	建議披露	P57-68

