



2023年第一季度 快手科技 演示材料

2023年5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



—

、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年第一季度**3.74亿平均日活跃用户**，超126分钟日均使用时长



内容供给丰富，**短剧爆款内容破圈持续领跑**，快手新知吸引近千万用户



持续优化变现模式，推动生态系统**各业务板块收入稳健增长**



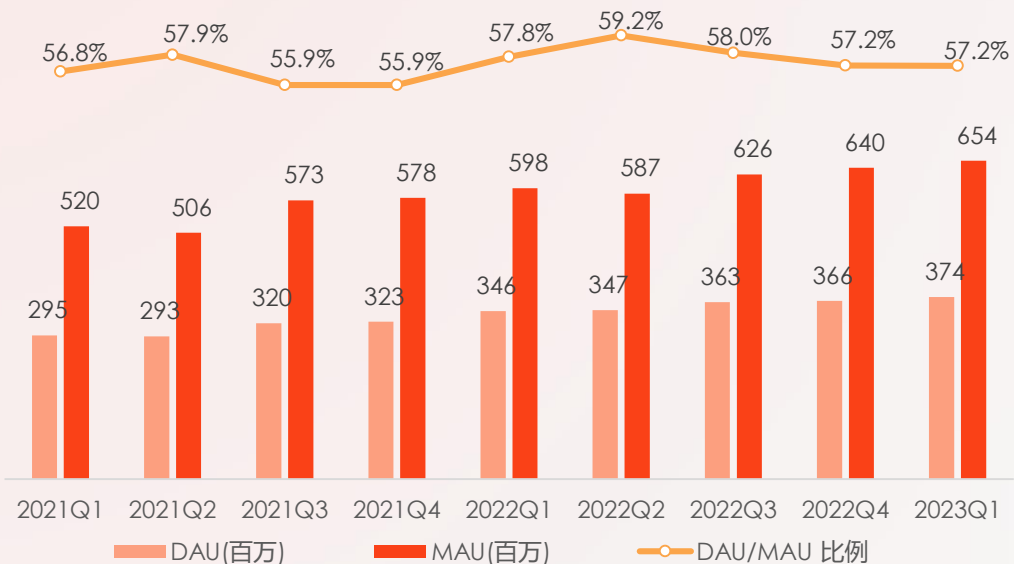
迅速改善的盈利能力，自上市后**集团经调整后的净利润**在2023年第一季度**首次实现扭亏为盈**



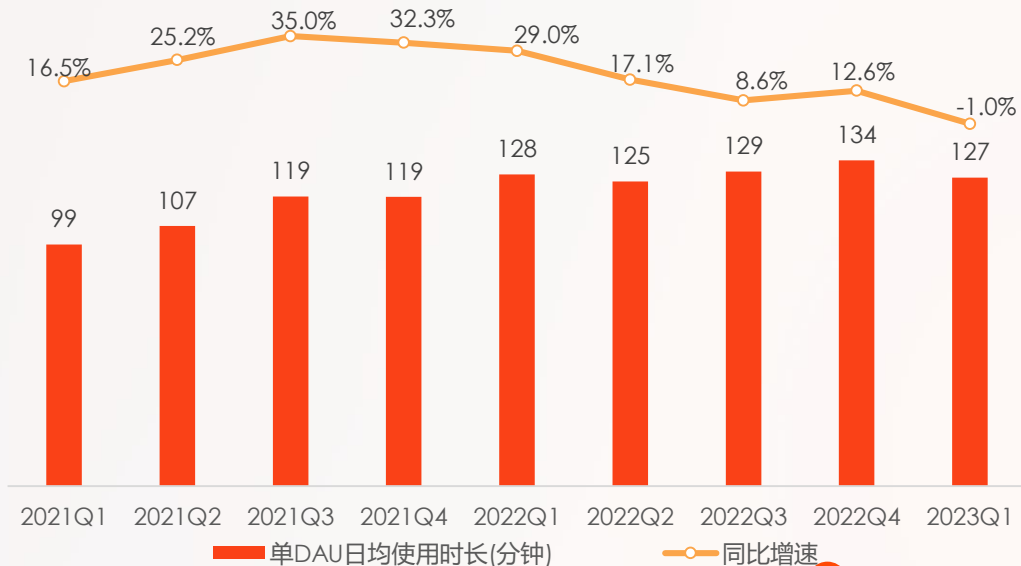
1.2 用户规模再创历史新高

- 通过精细化管理和技术手段，提升原生优质内容的自动化投放，逐步提高长期高价值用户比例，持续改善用户增长ROI。
- 2023年第一季度，DAU为3.74亿，同比增长8.3%，环比增长2.2%；单DAU日均使用时长为126.8分钟；
- MAU连续三个季度破6亿，达到6.54亿，同比增长9.4%，环比增长2.3%。

DAU, MAU及DAU/MAU比例



单DAU日均使用时长及同比增速

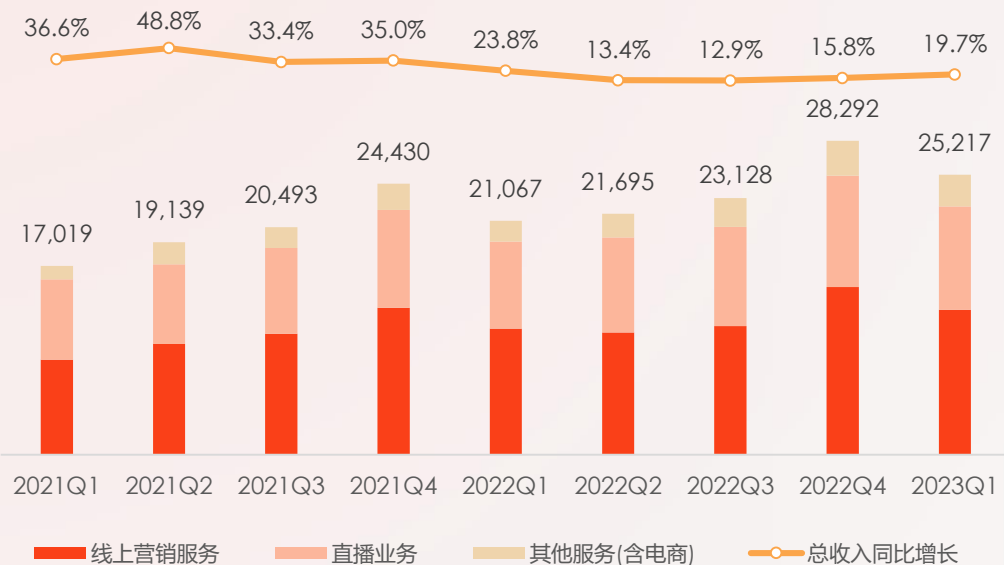


1.3 收入大幅增长，盈利水平提升

- 2023年第一季度，总收入同比增长19.7%，其中，线上营销服务收入同比增长15.1%，直播业务收入同比增长18.8%，其他服务收入(包括电商)同比增长51.3%；
- 国内业务连续四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减少。

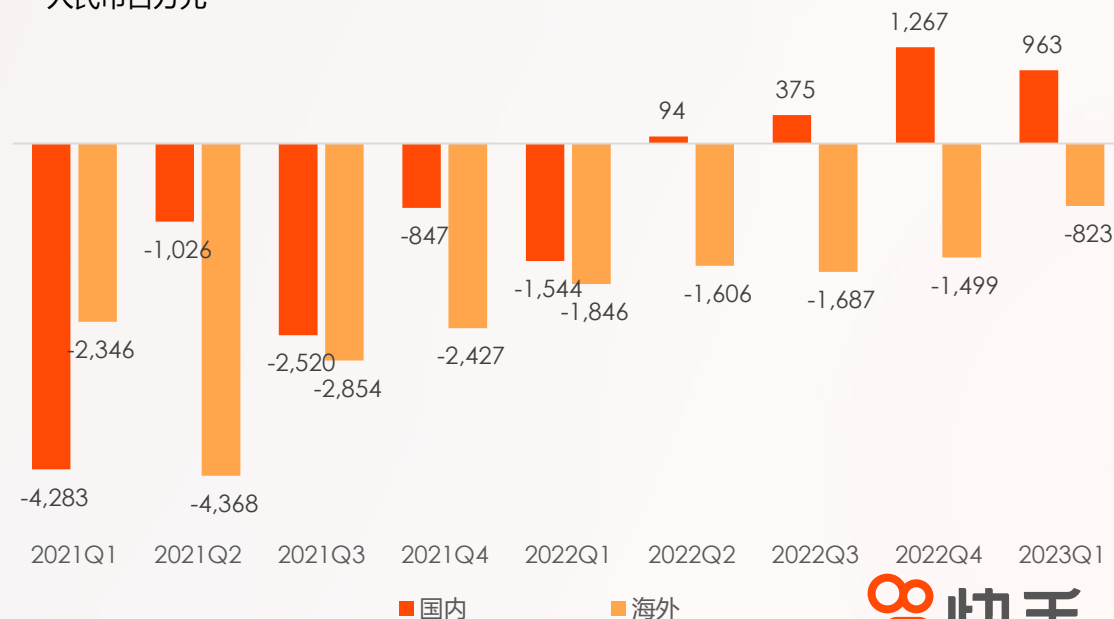
收入构成及总收入同比增速

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



3.74 亿

平均日活跃用户⁽¹⁾

高参与度的社区



126.8 分钟

每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾

高互动性的平台



20%+

短视频+直播互动量同比增长⁽¹⁾⁽³⁾



6.54 亿

平均月活跃用户⁽¹⁾



2,248 亿

电商商品交易总额⁽¹⁾⁽⁴⁾



296 亿

累计互关对数⁽²⁾

注:

1. 根据快手应用2023年第一季度数据计算。

2. 截至2023年3月31日累计。

3. 互动包括点赞、评论及转发等。

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。



业务发展

9

2.2 内容供给丰富，搜索功能优化

- 短剧、泛知识内容等多元化垂类内容质量持续提升；春节期间，为用户提供多样的“内容+互动”消费选择；
- 快手搜索功能日益完善，用户搜索心智逐步形成；同时，搜索功能在商业化方面取得持续进展。

1亿+

星芒短剧《东栏雪》
上线40小时播放量⁽¹⁾

300%+

快手星芒短剧
品牌招商收入同比增长⁽²⁾

57.6%

累计互关对数
同比增长⁽³⁾

5.2亿+

快手1000夜铁晚
首播总点赞量

4.2亿+

月均使用
快手搜索用户数⁽²⁾

6.5亿+

日均搜索次数
峰值⁽²⁾



注：

1. 2023年初寒假档上线的55部星芒短剧之一。
2. 截至2023年3月31日止三个月。
3. 截止2023年3月31日累计。

2.3 线上营销服务逐步恢复增速，内循环带动广告收入超行业增长

- 通过进一步强化商业化数据基建、优化产品能力、精细化行业管理，2023年一季度线上营销服务收入逐步恢复增速。

线上营销服务收入

人民币百万元



核心亮点



内循环广告受电商GMV增长拉动，保持强劲增长势头：提出行业领先的全店ROI新经营理念，完成部分品牌广告主品-效-销全链路的打通。同时，升级磁力金牛移动端产品，提升中小商家渗透率，优化商家生态结构。



外循环广告效率优化，增速逐步恢复：通过产研体系行业化，推进高价值人群探索、沉淀和人群匹配，为广告主提供深度转化投放能力；优化流量分发机制，积极关注外循环广告主生态健康度；完善原生广告体系，提升广告主转化效率和ROI，带来外循环广告的投放增量。

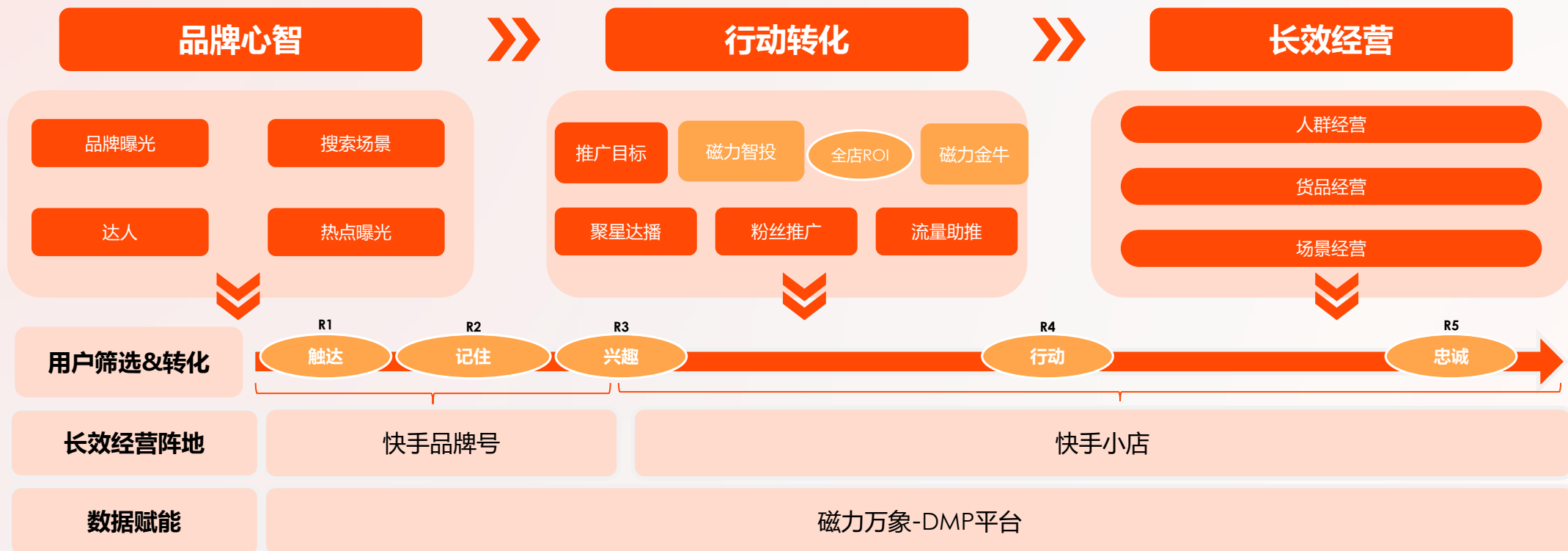


越来越多品牌广告主认可快手平台的价值：加强品牌产品能力建设，通过建立丰富的品牌广告矩阵并拓展品牌广告场景和资源，为不同行业、不同阶段的客户提供个性化解决方案。品牌广告收入同比增长超过20%。



2.3 品销合一营销方案

- 丰富的产品矩阵和全链路解决方案助力广告主实现长效经营。

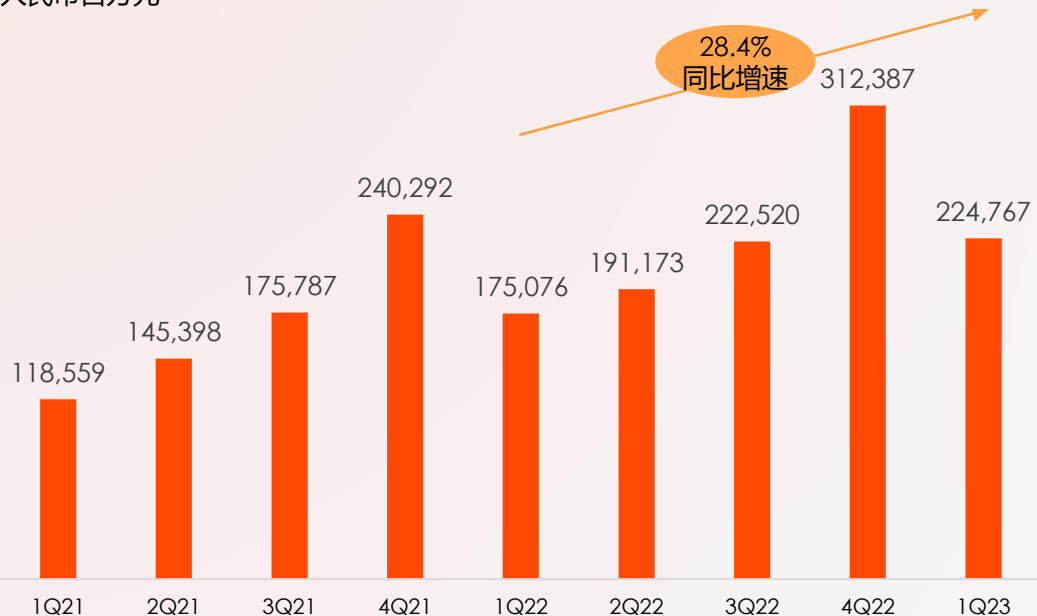


2.4 电商业务高速发展，持续建设信任生态

- 一季度继续加强信任电商生态建设，贯彻全域经营策略，不断丰富供给，提升匹配精准度，利用优质的主播资源和电商内容，进一步满足用户的消费诉求，带动GMV同比提升28.4%，达2,248亿元。

GMV

人民币百万元



核心亮点



持续进行商品力建设：评估、分级商品，加强优质好货的曝光和推荐，指导商家提升商品信息质量和服务能力。



供给侧持续做功：升级商家、达人协作机制，利用“川流计划”搭建桥梁，促进流量协同；**品牌行业覆盖持续提升**，定向招商，助力品牌自播；推出“斗金计划”提供专属政策、流量扶持**助力中小商家成长**。



买家分级运营、提升转化：借助智能补贴、促销及流量分配调整，实现更有效的内容种草和购买转化。



试水新商城、发力泛货架：在快手小店测试新商城入口，培养用户心智。进一步优化搜索功能，加强意图识别，提升搜索结果的商品相关性，一季度搜索GMV同比实现翻倍增长。



2.4 电商供给及消费端生态持续繁荣

供给端

>50%

2023年第一季度月均动销商家同比增速

商达协作:

- 达人“种草”挖掘需求，带货扩声量，分销库GMV yoy+50%，分销抽佣贡献收入。“川流计划”搭建商达桥梁，优化流量结构，形成飞轮效应

品牌化:

- 定向招商，月均入驻品牌数量同比提升约30%
- 助力自播，创新直播形式，加强转化，一季度品牌自播GMV同比提升约70%
- 整体商品GMV同比增速远超大盘，占比稳定在30%左右

商家发展:

- “斗金计划”扶持中小商家；精细化补贴、优化流量结构助力GMV跃迁

生态治理:

- 升级商家店铺体验分、商品分及达人带货口碑分体系，以商品分为基础，综合评估优质商家，提升购物体验，强化信任电商生态。

需求端

1亿+

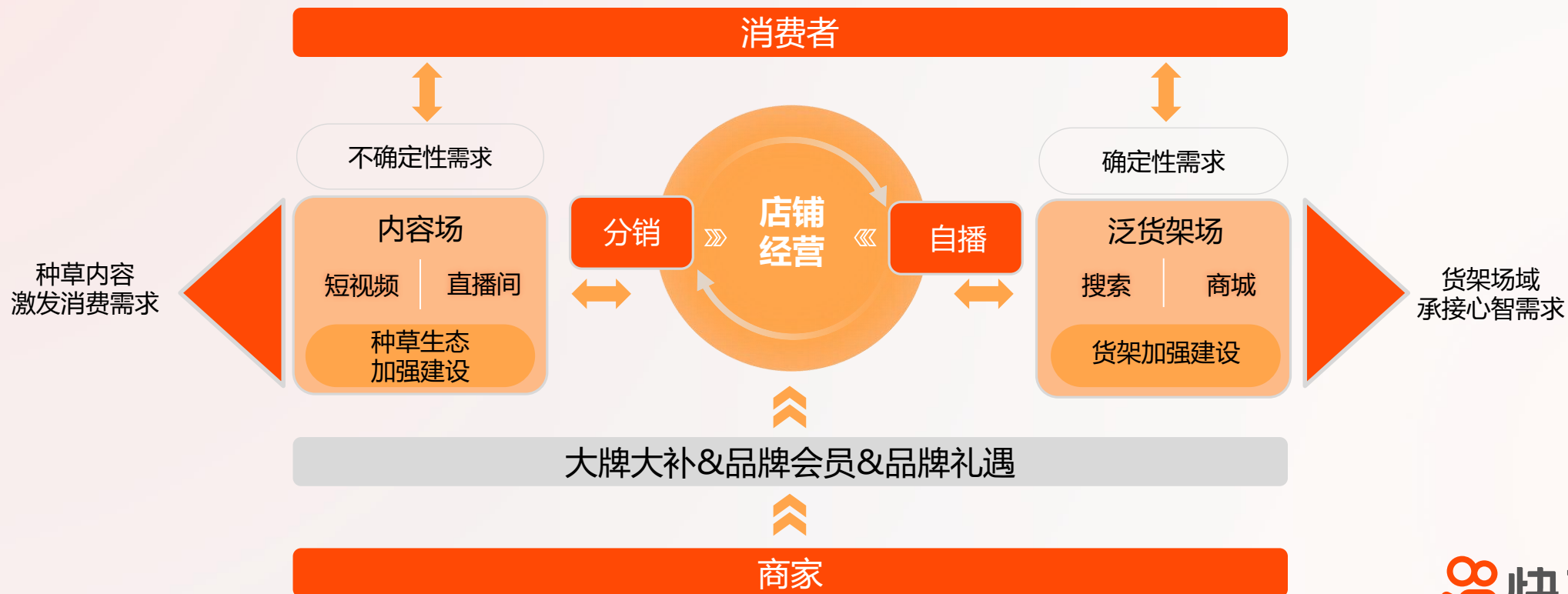
2023年第一季度月活跃买家数量

用户消费体验:

- 通过建模用户行为和消费时长，降低电商内容对用户的负面影响
- 借助智能补贴、促销及流量结构调整，加强新买家转化。一季度，新买家月购买频次同环比持续增长，留存情况逐月改善
- 对于低活买家，受伤用户识别、加强召回；对于活跃买家，开展流失预警及防流失策略，提供优质服务
- 月活跃买家数、客单价及月下单频次同比均增长

2.4 升级全域经营策略

- 利用公域的优质流量和私域信任属性，在双轮驱动下完成“种草”、“拔草”全链路。

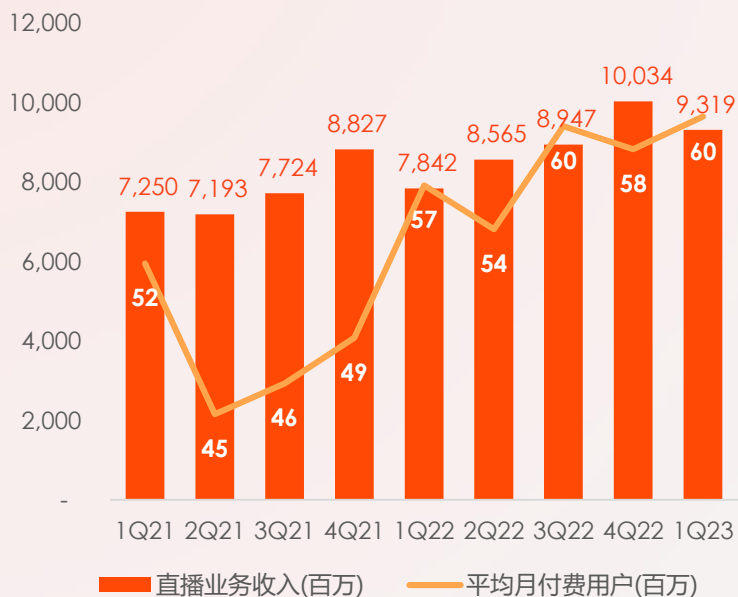


2.5 稳健的直播业务表现

- 2023年第一季度，直播收入稳健增长，达93.2亿元，同比增长18.8%，直播付费用户月平均收入贡献实现双位数同比增长。
- 直播内容质量不断提升，并通过算法迭代优化用户与内容的匹配效率。

直播业务收入

人民币百万元



核心亮点

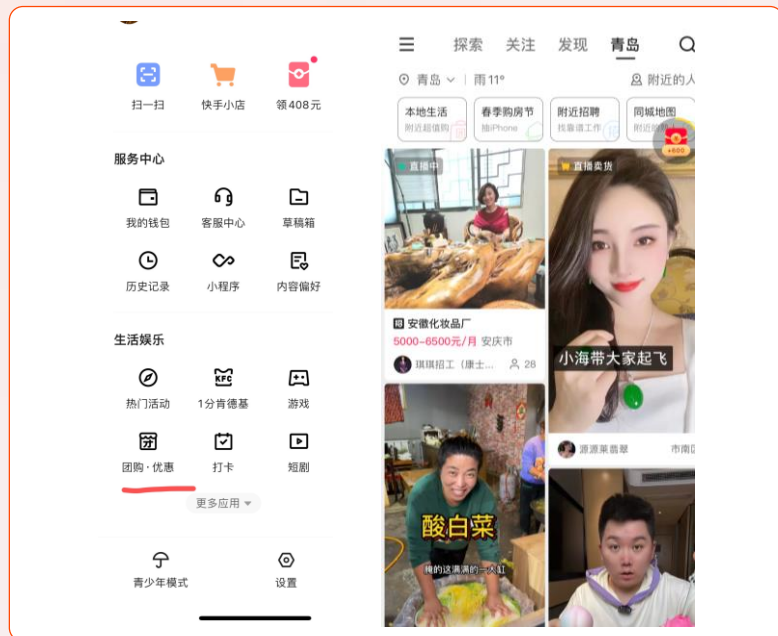
- 聚焦主播职业化发展，持续推进与头部公会和主播的多元化合作。一季度公会活跃主播数量同比增长超140%。
- 为优质中腰部主播提供流量扶持，优化直播供给结构。探索说书讲书、虚拟人直播等直播垂类，为用户带来源源不断的新型直播内容。
- “直播+”创新业务取得稳步进展，快聘业务和理想家业务表现良好。



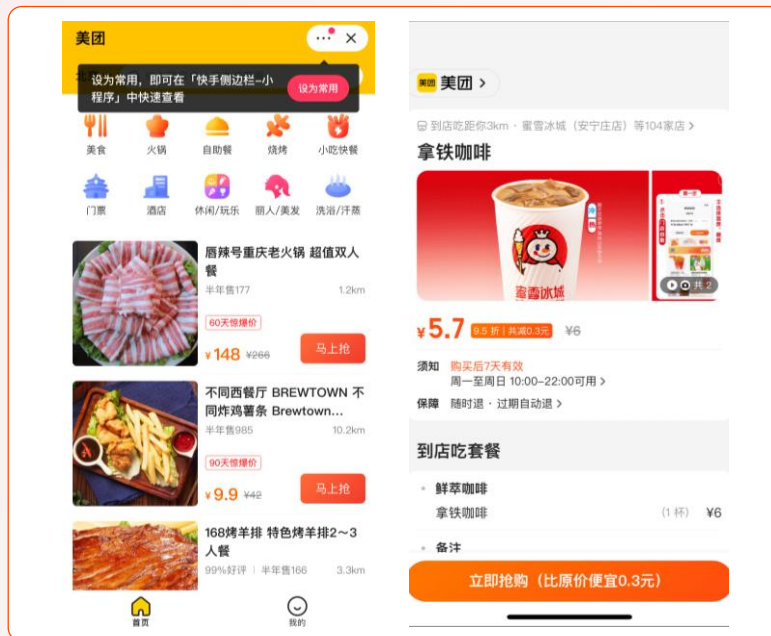
2.6 高潜力新业务-本地生活

- 疫情管控解除后，本地生活内容消费需求迅速增长，快手设定重点城市打造MVP，在跑通验证过程中
- 利用本地达人、团队及第三方合作伙伴资源，建立达人+商家生态。推进商品引擎，打造高效的短视频+直播双轮分发体系
- 搭建NPS用户推荐系统，提升用户体验

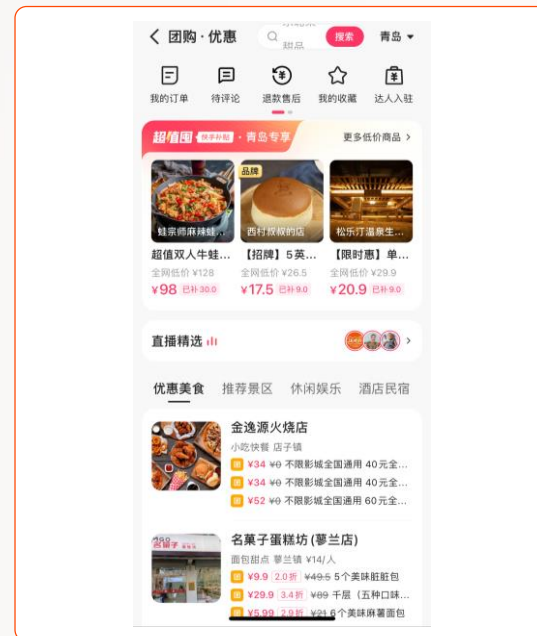
本地生活业务入口



美团小程序&商品供给



本地生活业务主页



88

三、财务状况

3.1 财务数据亮点

2023年第一季度

集团层面上市后首次实现经调整后净利润为正，
经调整净利润率约0.2%

经营现金流净流入约人民币18亿，同比扭亏为盈
广义现金连续三个季度环比增加

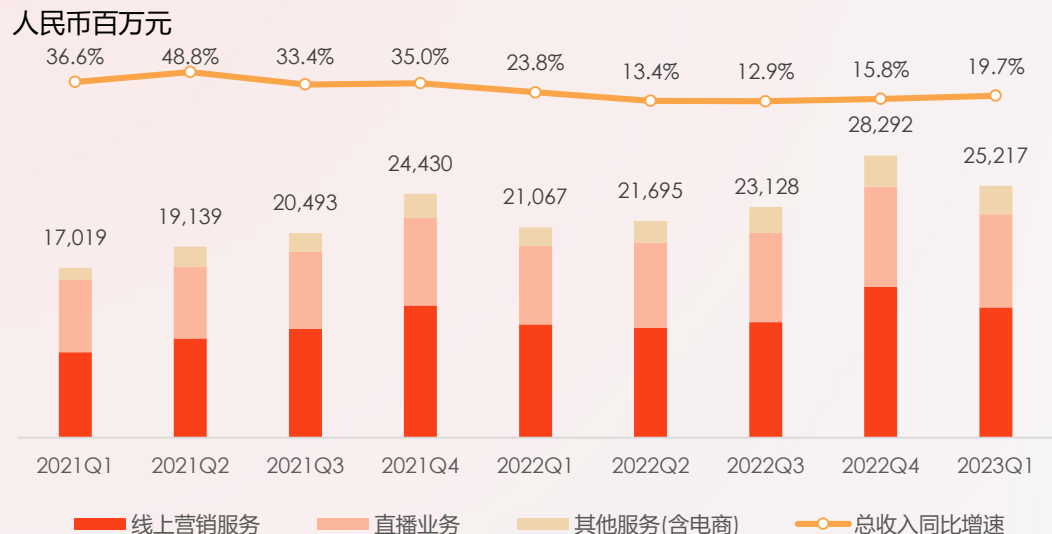
国内业务经营利润达人民币9.6亿，
连续四个季度实现盈利

海外收入同比增长6倍。
经营亏损同比收窄55.4%，环比收窄45.1%

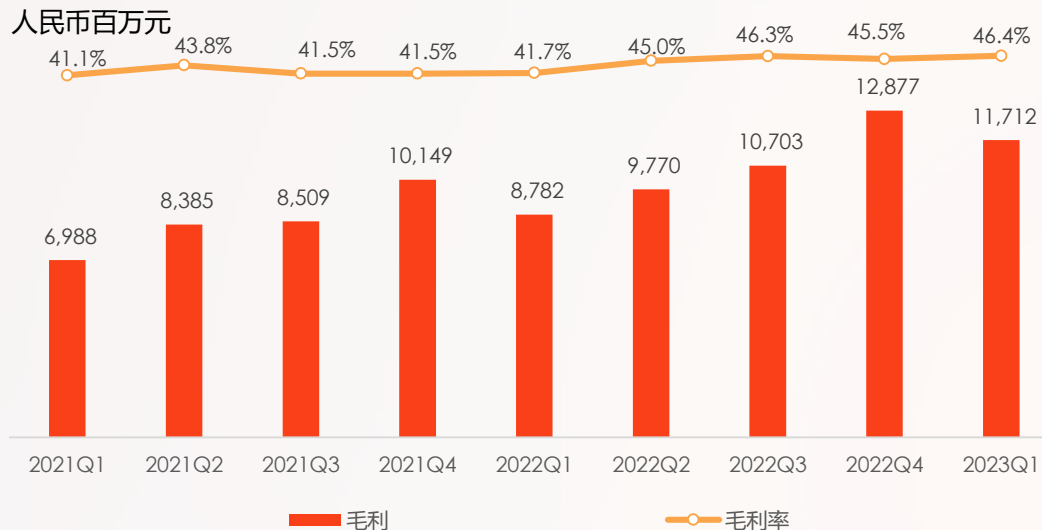
3.2 收入加速增长，毛利率保持高位

- 总收入同比增长19.7%，线上营销服务占比51.8%，直播业务占比37.0%，其他服务(包含电商)占比11.2%。
- 线上营销服务收入同比增长15.1%，直播业务收入同比增长18.8%，其他服务收入同比增长51.3%。
- 得益于运营效率的提高，固定成本占收比持续下降，拉动毛利率同比提升4.7pp。

收入构成及总收入同比增速



毛利及毛利率

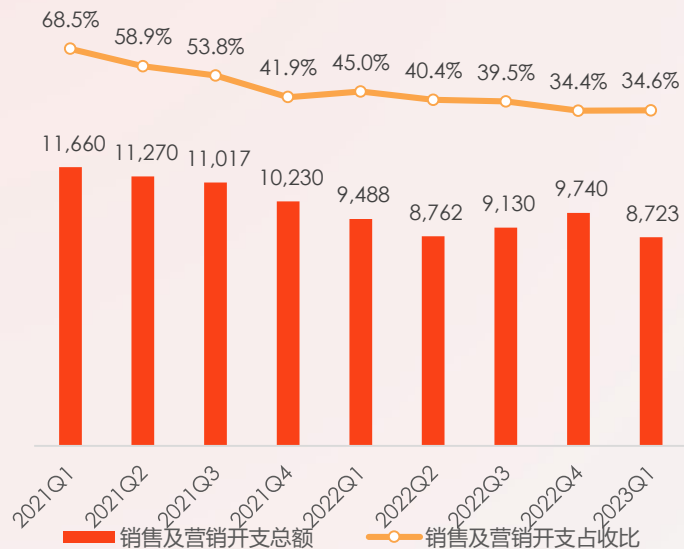


3.3 降本增效效果显著，营运效率持续优化

- 销售及营销开支占收比同比下降10.4pp至34.6%，主要由于公司在用户获取和留存方面的支出更加高效、节制
- 研发开支占收比同比下降5.1pp至11.6%；行政开支占收比同比下降0.5pp至3.6%

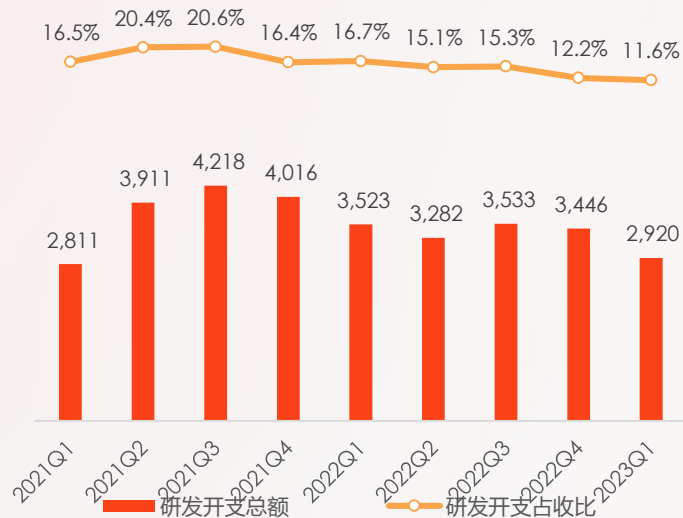
销售及营销开支

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 国内盈利稳定，海外大幅缩亏

- 2023年第一季度，**国内业务**实现经营利润9.6亿元，盈利态势稳固。
- 2023年第一季度，**海外业务**持续深化变现能力，收入同比增长6倍。聚焦核心市场的战略效果凸显，非核心市场投入大幅收缩。经营亏损同比收窄55.4%；环比收窄45.1%。

人民币百万元

2022年第一季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	21,019	48	-	21,067
成本及费用	(22,562)	(1,894)	-	(24,456)
未分摊项目 ⁽¹⁾	-	-	(2,254)	(2,254)
经营亏损	(1,543)	(1,846)	(2,254)	(5,643)
2022年第四季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	28,007	285	-	28,292
成本及费用	(26,740)	(1,784)	-	(28,524)
未分摊项目	-	-	(1,011)	(1,011)
经营利润/(亏损)	1,267	(1,499)	(1,011)	(1,243)
2023年第一季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	24,879	338	-	25,217
成本及费用	(23,916)	(1,161)	-	(25,077)
未分摊项目	-	-	(838)	(838)
经营利润/(亏损)	963	(823)	(838)	(698)



注：

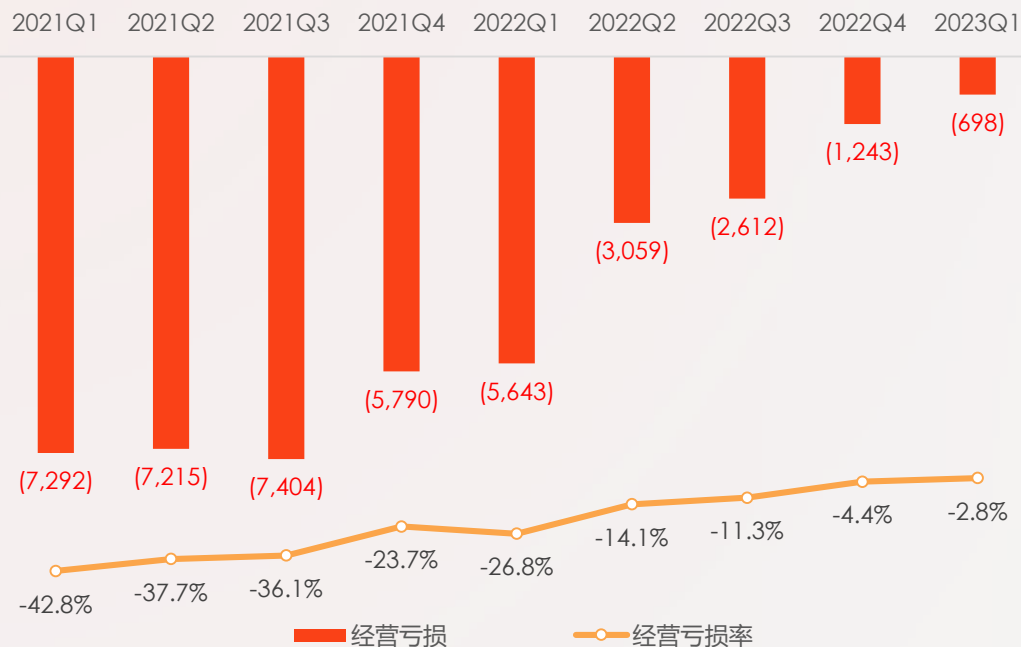
(1) 未分摊项目包括以股份为基础的薪酬开支、其他收入和其他收益/(损失)净额，与行业惯例可比

3.5 集团首次实现调整后正向净利润

- 集团经营亏损持续缩窄，经营亏损率同比收窄24.0pp，环比收窄1.6pp。
- 集团层面取得自IPO上市后首次调整后正向净利润。

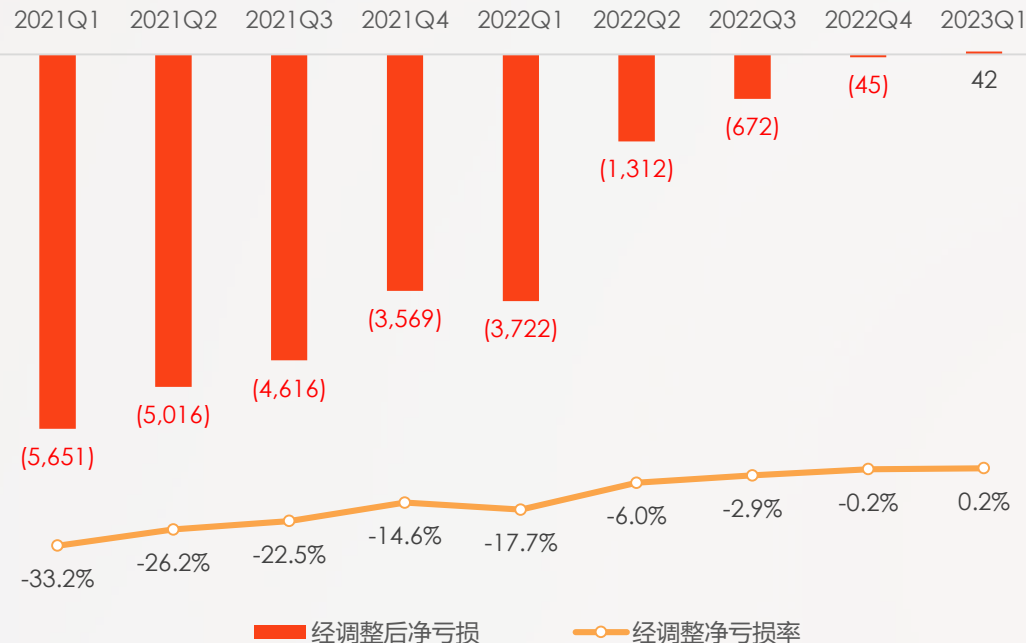
经营亏损及经营亏损率

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 第一季度	占收比	2022年 第四季度	占收比	2023年 第一季度	占收比	同比变动率	环比变动率
收入	21,067	100.0%	28,293	100.0%	25,217	100.0%	19.7%	(10.9%)
销售成本	(12,285)	(58.3%)	(15,417)	(54.5%)	(13,505)	(53.6%)	9.9%	(12.4%)
毛利	8,782	41.7%	12,876	45.5%	11,712	46.4%	33.4%	(9.0%)
销售及营销开支	(9,488)	(45.0%)	(9,740)	(34.4%)	(8,723)	(34.6%)	(8.1%)	(10.4%)
行政开支	(871)	(4.1%)	(1,034)	(3.7%)	(919)	(3.6%)	5.5%	(11.1%)
研发开支	(3,523)	(16.7%)	(3,446)	(12.2%)	(2,920)	(11.6%)	(17.1%)	(15.3%)
其他收入	263	1.2%	450	1.6%	52	0.2%	(80.2%)	(88.4%)
其他收益/(亏损)净额	(806)	(3.9%)	(349)	(1.2%)	100	0.4%	N/A	N/A
经营亏损	(5,643)	(26.8%)	(1,243)	(4.4%)	(698)	(2.8%)	(87.6%)	(43.8%)
财务收入/(费用) 净额	(11)	(0.1%)	107	0.4%	111	0.5%	N/A	3.7%
分占按权益法入账之投资的亏损	(37)	(0.1%)	(27)	(0.1%)	(14)	(0.1%)	(62.2%)	(48.1%)
除所得税前亏损	(5,691)	(27.0%)	(1,163)	(4.1%)	(601)	(2.4%)	(89.4%)	(48.3%)
所得税开支	(563)	(2.7%)	(384)	(1.4%)	(275)	(1.1%)	(51.2%)	(28.4%)
期内亏损	(6,254)	(29.7%)	(1,547)	(5.5%)	(876)	(3.5%)	(86.0%)	(43.4%)
非国际财务报告准则计量：							0.0%	0.0%
经调整利润/(亏损)净额	(3,722)	(17.7%)	(45)	(0.2%)	42	0.2%	N/A	N/A
经调整EBITDA	(1,552)	(7.4%)	1,936	6.8%	1,996	7.9%	N/A	3.1%

经调整净利润/(亏损)和经调整EBITDA

人民币百万元	2022年第一季度	2022年第四季度	2023年第一季度
期内亏损	(6,254)	(1,547)	(876)
加:			
以股份为基础的薪酬开支	1,711	1,112	990
投资公允价值变动净额	821	390	(72)
经调整利润/(亏损)净额	(3,722)	(45)	42
经调整净利润/(亏损)率	(17.7%)	(0.2%)	0.2%
经调整利润/(亏损)净额	(3,722)	(45)	42
加:			
所得税开支	563	384	275
物业及设备折旧	733	891	964
使用权资产折旧	828	776	788
无形资产摊销	35	37	38
财务(收入)/费用净额	11	(107)	(111)
经调整EBITDA	(1,552)	1,936	1,996
经调整EBITDA率	(7.4%)	6.8%	7.9%

资产负债表

人民币百万元	2023年3月31日	2022年12月31日
资产		
非流动资产		
物业及设备	12,407	13,215
使用权资产	10,130	10,806
无形资产	1,145	1,123
按权益法入账之投资	264	268
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	4,094	3,626
递延所得税资产	5,223	5,095
长期定期存款	7,776	7,870
按摊余成本计量之其他金融资产	697	670
其他非流动资产	415	776
非流动资产合计	42,151	43,449
流动资产		
贸易应收款项	5,117	6,288
预付账款，其他应收款及其他流动资产	3,071	4,106
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	10,885	13,087
短期定期存款	11,031	8,318
以摊余成本计量之其他金融资产	556	726
受限制现金	319	59
现金及现金等价物	12,473	13,274
流动资产合计	43,452	45,858
资产合计	85,603	89,307

人民币百万元	2023年3月31日	2022年12月31日
权益及负债		
股本	0.146	0.145
股本溢价	274,521	274,473
其他储备	29,965	29,239
累计亏损	(264,755)	(263,882)
非控股权益	5	8
权益合计	39,736	39,838
负债		
非流动负债		
租赁负债	8,155	8,721
递延所得税负债	22	23
其他非流动负债	5	16
非流动负债合计	8,182	8,760
流动负债		
应付账款	18,951	22,868
其他应付款及应计费用	10,735	10,190
客户预付款	3,281	3,240
所得税负债	1,233	936
租赁负债	3,485	3,475
流动负债合计	37,685	40,709
负债合计	45,867	49,469
权益及负债合计	85,603	89,307



谢谢!

联系我们:

快手科技
投资者关系
邮箱: ir@kuaishou.com

