

快手科技發佈 2022 年第二季度及上半年業績

香港，2022 年 8 月 23 日/美通社/ 一領先的內容社區及社交平台，快手科技（香港聯交所股票代碼：1024）（簡稱“本公司”或“快手”），今日發佈截止 2022 年 6 月 30 日的第二季度及上半年未經審計合併業績。

2022 年第二季度主要財務及運營數據

- 快手應用平均日活躍用戶為 3.473 億，較去年同期 2.932 億增長 18.5%。
- 快手應用平均月活躍用戶為 5.867 億，較去年同期 5.062 億增長 15.9%。
- 快手應用每位日活躍用戶日均使用時長為 125.2 分鐘，較去年同期的 106.9 分鐘增長 17.1%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額⁽¹⁾ 為人民幣 1,912 億元，較去年同期的人民幣 1,454 億元增長 31.5%。
- 本季度總收入為人民幣 217 億元，較去年同期的人民幣 191 億元增長 13.4%。其中，線上營銷服務收入為人民幣 110 億元，較去年同期增長 10.5%；直播業務收入為人民幣 86 億元，較去年同期增長 19.1%；其他服務收入為人民幣 21 億元，較去年同期增長 7.1%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比 50.7%，直播業務佔比 39.5%，其他服務佔比 9.8%。
- 本季度毛利為人民幣 98 億元，較去年同期的人民幣 84 億元增長 16.5%。毛利率由 2022 年第一季度的 41.7% 和 2021 年的第二季度 43.8% 增長至 2022 年第二季度的 45.0%。
- 國內業務分部經營利潤⁽²⁾ 為人民幣 93.6 百萬元，去年同期錄得經營虧損人民幣 10 億元。

快手聯合創始人兼首席執行官程一笑先生表示：“2022 年第二季度，我們取得了突破性進展，在面對充滿挑戰的宏觀環境下，收入穩健增長，國內業務相比預期提前實現了經營利潤層面盈利，有力證明了我們各項業務的健康度和可持續性。我們的 DAU 和流量均創新高，用戶粘性和社區活躍度也在持續提升。我們在持續深化變現，提升自身效率的同時，秉持為用戶和社會創造價值的初心不變，利用我們的視頻化載體、技術服務能力賦能更多行業。展望未來，我們將繼續深耕和拓展基於信任的生態系統，釋放公私域組合流量的潛力，致力於為用戶、內容創作者、合作夥伴和股東創造價值，推動集團的可持續增長。”

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

(2) 不包含以股份為基礎的薪酬開支、其他收入以及其他收益/（虧損）淨額為內容的未分攤項目。

業務回顧及展望

業務回顧

2022 年第二季度是快手取得突破性表現的一個季度。特別是面對充滿挑戰的宏觀環境，各業務線收入穩健增長的同時，我們的國內業務實現了盈利的重要里程碑。我們在提高運營效率方面的努力亦繼續收穫成效。

我們的國內業務分部於2022年第二季度超預期時間提前實現按分部劃分的經營利潤層面盈利，這是繼我們開始大幅擴大用戶增長投入以來在按分部劃分的盈利方面取得的重要進步，證明了我們商業模式的韌性及可持續性，以及優化成本結構及提高運營效率的策略取得的豐碩成果。國內業務盈利的同時，2022年第二季度的經調整EBITDA轉正，亦是自2020年第四季度以來首次恢復正值。2022年第二季度，經調整淨虧損率達到個位數6個點的水平，同比及環比分別大幅收窄20.2個百分點及11.7個百分點。

儘管成本控制更加嚴格，但我們的用戶及流量於2022年第二季度仍保持強勁增長，再次創下歷史新高。2022年第二季度，我們的總流量繼續保持強勁增長，快手應用的總流量同比增長38.7%。

生態系統

2022年第二季度，我們不斷提升用戶獲取及留存效率，加強基於信任的生態系統建設並打造特色內容垂類，令快手應用的平均日活躍用戶成功創下3.473億的紀錄，同比增長達到18.5%。快手應用的平均日活躍用戶與平均月活躍用戶的比率亦創下歷史新高，在2022年第二季度提升至59.2%，反映了我們提升用戶參與度及充分調動用戶活躍度的能力。

在用戶獲取及留存方面，首先，我們有策略地開拓高效的用戶獲取渠道，同時提升我們轉化用戶的營運能力，提高用戶獲取效率。其次，我們不斷完善用戶留存模式，旨在優化每位日活躍用戶的留存率及維護成本。我們亦迭代調整流量分配算法，以便更有效地利用流量來支持內容創作者，同時提升用戶體驗。上述推行的措施有助於增加用戶使用快手應用的時長，提升用戶的長期留存率。2022年第二季度，快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長達到125.2分鐘，同比增長17.1%。

社交屬性及互動一直是我們最核心的關注點，以此形成更強大的網絡效應並建立值得信賴的生態系統，亦是最有效的用戶增長策略之一。我們一直致力於營造「擁抱每一種生活」的社交氛圍，用戶之間的聯繫也在日益增強。截至2022年6月末，快手應用的互關用戶對數累計超過200億對，同比增長65.9%。

我們持續為用戶帶來更多元的內容，提高各垂類內容質量，同時提升營運實力。憑藉對市場趨勢及用戶偏好的敏銳洞察力，我們不斷發掘爆款短劇。**快手星芒短劇**為優秀短劇創作者提供全方位服務，不斷推出「再婚」、「古蛇傳」等更多類型和題材的爆款短劇，進一步豐富平台的內容供給和消費生態，實現用戶有機增長並增強用戶黏性。深入發掘爆款內容對用戶獲取和生態系統活力亦有積極影響。近期，成龍、周杰倫等明星的直播首秀在線上引發熱烈的交流，為平台再添熱點內容。

線上營銷服務

面對充滿挑戰的宏觀環境，我們憑藉強勁的流量增長、穩健的閉環生態發展、持續的技術迭代及服務能力改善，進一步拓展線上營銷服務業務。2022年第二季度，我們的線上營銷服務總收入為人民幣110億元，同比增長10.5%，在線上營銷領域市場的份額進一步擴大。

我們通過多方渠道不斷擴大廣告主覆蓋範圍，為此提供不同的扶持政策。2022年第二季度，平台廣告主數量同比增長超過90%。由於我們不斷改善服務、產品功能和廣告效果，在此期間廣告主留存率亦有所提高。

隨著近期疫情緩解，電商出現恢復的跡象後，平台電商商家貢獻的線上營銷服務收入呈現出健康的增長趨勢和更強的韌性，大力推動了我們2022年第二季度線上營銷服務的增長。除傳統的直播電商廣告外，我們通過短視頻電商廣告與閉環交易體系相結合，持續釋放公域流量及私域流量的商業價值，進一步提升匹配效率，為平台帶來更多商家廣告業務增量。

我們亦幫助廣告主建立與消費者之間的重要連接，從而持續贏得更多品牌廣告商的青睞。我們憑藉不斷拓展的廣告位、提供多樣化營銷需求的定製解決方案以及將品牌廣告與效果廣告相結合的能力，2022年第二季度，品牌廣告增速超過了整體線上營銷服務收入的增速。

直播

2022年第二季度，直播收入達人民幣86億元，同比增長19.1%，快手應用直播的平均月付費用戶同比增長21.8%至5,420萬人。收入及付費用戶增長主要是由於我們不斷提高直播內容質量和提升用戶與內容匹配效率，以及我們平台上用戶體量的蓬勃發展及流量的強勁擴張。

供給方面，我們通過加強與公會的合作，不斷賦能現有主播並引入更多新主播。因此，我們的直播業務的整體內容質量和運營能力都有顯著提升。

同時，我們推出更多創新的互動玩法及消費場景，以激發消費及需求。通過算法迭代，我們提高內容匹配及推薦的及時性與準確性。該等舉措共同促進了2022年第二季度每月直播付費比率的可比增長。

快招工是我們直播生態系統中應用擴展的典型例子。憑藉平台流量及轉化效率的優勢，我們助力眾多企業拓寬招聘渠道，提升整體行業招聘效率，同時滿足用戶需求。第二季度，快手應用上的**快招工**月活躍用戶達250百萬人，較2022年第一季度增加90%。

其他服務（包括電商）

2022年第二季度，我們持續建設充滿活力的電商生態系統，電商交易總額同比增長31.5%至人民幣1,912億元。供給側，除了在直播電商展示及訂單轉化方面優勢顯著的服裝及化妝品等非標品類外，我們平台上食品飲料及家電數碼的產品廣度及深度亦持續提升，主要由活躍賣家強勁增長所推動。這進一步豐富了用戶的購買選擇，培養了用戶通過直播電商購物的心智。

與此同時，我們持續探索用戶的興趣及需求，升級電商內容、優化算法以提高匹配效率，從而提高電商在我們平台的滲透及轉化。2022年第二季度，我們的電商月活躍付費用戶持續增長。**快手服務商**為商家提供全面、精準的服務，賦能商家，尤其是處於冷啟階段的商家，改善運營並促進商家在我們的電商生態系統中持續增長。2022年第二季度，2,000多名商家在**快手服務商**的賦能下實現電商交易總額的躍遷。

我們電商生態系統的蓬勃發展及電商交易總額的快速增長得益於我們獨特的以信任為基礎的電商模式。為打造更值得信賴的電商體驗，我們推出**回頭客推薦指數**及**回頭客說**，用戶可通過客戶反饋及口碑對商家的運營進行定量及定性評估，讓消費者的決策過程更方便，同時亦能指導商家提高商品及服務質量。我們在快手平台建立信任的努力和舉措使得2022年第二季度重複購買率同比及環比均增長。

品牌電商方面，知名品牌及**快品牌**在我們的電商生態系統中不斷發展壯大。**快品牌**的發展尤其迅速，得益於我們將其與龐大的目標用戶群相連接，為其提供培育品牌形象的有效環境，優化用戶體驗價值比，並擴大及加強其私域。2022年第二季度，月動銷**快品牌**商家數量環比翻倍增長，月動銷品牌商家數量同比增長超過兩倍，有力促進二季度品牌電商交易總額超大盤增長。

海外

在海外市場，我們戰略性繼續專注於構建獨特的生態體系，在重點市場探索變現。

海外市場高質量的用戶增長是我們差異化產品策略，尤其是差異化內容策略的有力證明。隨著算法及產品的不斷精進，我們持續優化用戶體驗，從而提高用戶留存率及用戶參與度。至2022年6月末，我們海外市場的單用戶日均使用時長創新高，達至逾60分鐘。

變現側，我們在海外直播生態建設方面，通過與更多的公會合作，取得了積極成果，亦通過進一步增強廣告服務能力吸引了更多的廣告主。隨著我們ROI驅動的全球策略的推進，我們致力於推動高質量的用戶增長及變現的加強，同時逐步構建海外業務的盈利能力。2022年第二季度，我們海外市場的收入達人民幣1.034億元，環比增長超過一倍。2022年第二季度，海外市場經營虧損由2021年同期的人民幣43.682億元大幅收窄至人民幣16.061億元，較2022年第一季度進一步收窄。

業務展望

展望2022年下半年，我們將繼續加強我們充滿活力、基於信任的生態系統，為更多用戶及行業參與者提供高效便捷的數字化平台。依託運營能力的不斷優化、算法技術的持續提升和商業化模式的縱深拓寬，我們有信心充分釋放私域及公域相結合的龐大潛力。與此同時，我們將於2022年下半年繼續通過技術迭代及嚴格的成本控制，提升整個組織的效率。

展望未來，我們堅信，獨特的內容、健康的生態、高效的經營策略將共同推動快手充分捕捉新的發展機遇，實現長期、穩定、可持續發展，同時促進社會及各行各業的共同繁榮。

關於快手

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癡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、網路遊戲、線上知識共用等。

前瞻性聲明

除過往事實的陳述外，本新聞稿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」、「預計」、「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，亦按本新聞稿刊發之時的展望為基準，在本新聞稿內載列。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。鑒於上述風險及不明朗因素，本新聞稿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新聞稿日期后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。

投資者及媒體問詢

快手科技

投資者關係

郵箱：ir@kuaishou.com