

快手科技发布 2022 年第三季度业绩

香港，2022 年 11 月 22 日/美通社/ 一领先的内容社区及社交平台，快手科技（香港联交所股票代码：1024）（简称“本公司”或“快手”），今日发布截止 2022 年 9 月 30 日的第三季度未经审核合并业绩。

2022 年第三季度业绩摘要

- 快手应用平均日活跃用户为 3.634 亿，较去年同期 3.204 亿增长 13.4%。
- 快手应用平均月活跃用户为 6.260 亿，较去年同期 5.729 亿增长 9.3%。
- 每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾为 129.3 分钟，较去年同期的 119.1 分钟增长 8.6%。
- 平台上促成的电商交易的商品总交易额⁽²⁾为人民币 2,225 亿元，较去年同期的人民币 1,758 亿元增长 26.6%。
- 本季度总收入为人民币 231 亿元，较去年同期的人民币 205 亿元增长 12.9%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比 50.1%，直播业务占比 38.7%，其他服务占比 11.2%。
- 本季度毛利为人民币 107 亿元，较去年同期的人民币 85 亿元增长 25.8%。毛利率由 2022 年第二季度的 45.0%和 2021 年第三季度的 41.5%增长至 2022 年第三季度的 46.3%。
- 国内分部经营利润⁽³⁾为人民币 3.751 亿元，去年同期录得经营亏损人民币 25 亿元。

快手联合创始人兼首席执行官程一笑先生表示：“公司在 2022 年第三季度实现稳健增长、盈利水平提升，同时创下多项经营指标的新高。这得益于我们独特的基于信任的生态系统与用户之间不断加深的联系，各业务条线日益增强的变现能力，以及我们持续改善的经营效率。在仍然充满挑战的宏观环境下，快手应用的平均日活跃用户、平均月活跃用户以及每位日活跃用户日均使用时长均得到进一步提升，经调整 EBITDA 亦实现环比增长 151.3%。展望未来，我们会进一步推进用户、内容和商业化生态的一体化，为用户、内容创作者、广告主和商家创造更多价值。依托短视频+直播的强承载力不断推陈出新，创造新场景、新机遇、新模式，推动数实融合，致力于为股东创造长期价值的同时，带来社会经济效益。”

2022 年第三季度财务回顾

线上营销服务收入由 2021 年同期的人民币 109 亿元增加 6.2% 至 2022 年第三季度的人民币 116 亿元，主要是由于我们的服务、商业化产品能力及广告 ROI 不断提升，推动广告主数量和广告主广告投放增加，尤其来自我们电商商家的投放。

直播业务收入由 2021 年同期的人民币 77 亿元增加 15.8% 至 2022 年第三季度的人民币 89 亿元，得益于平均月付费用户同比增长 29.3%，而平均月付费用户增长是由于我们的直播业务运营不断精益求精，与公会的合作策略不断发展，包括相应的活跃公会主播数量增加。

其他服务收入由 2021 年同期的人民币 19 亿元增加 39.4% 至 2022 年第三季度的人民币 26 亿元，主要由于我们电商业务的增长，得益于电商商品交易总额的增加，由于动销商家数量和买家数量增加，以及重复购买率的提升。

2022年第三季度其他主要财务资料

经营亏损为人民币26亿元，较去年同期人民币74亿元大幅收窄。国内分部经营利润⁽³⁾为人民币3.751亿元，去年同期录得经营亏损人民币25亿元。经调整亏损净额⁽⁴⁾从去年同期人民币46亿元收窄至人民币6.719亿元。经调整EBITDA⁽⁵⁾为人民币10亿元，去年同期经调整EBITDA为人民币负32亿元。

可利用资金总额⁽⁶⁾于2022年9月30日为人民币435亿元。

附注：

- (1) 运营数据为所示期间内快手应用的相关数据。
- (2) 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。
- (3) 未分摊项目包括以股份为基础的薪酬开支、其他收入及其他收益／(亏损)净额不包含在内。
- (4) 我们将「经调整亏损净额」定义为期内亏损经以股份为基础的薪酬开支、可转换可赎回优先股公允价值变动及投资公允价值变动净额调整。
- (5) 我们将「经调整EBITDA」定义为经调整亏损净额经所得税开支／(收益)、物业及设备折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销及财务收入净额调整。
- (6) 可利用资金包括但不限于现金及现金等价物、定期存款、金融资产和受限制现金。金融资产主要包括理财产品及其他。

业务回顾

2022年第三季度，是充满挑战的一个季度。面对宏观经济放缓及疫情反复等多重因素的叠加逆风影响，我们仍然通过不懈努力，克服外部因素，通过组织调整释放潜力，不断在业务和财务业绩目标方面实现突破。2022年第三季度，快手应用的平均日活跃用户同比增长13.4%，录得3.634亿的新高。同时，我们国内业务分部在上个季度经营利润层面转正之后，第三季度持续保持盈利，国内业务经营利润环比增长近3倍。本集团经调整EBITDA较上个季度大幅增加。

用户与内容生态系统

2022年第三季度，我们的用户实现了高质量的增长。在用户获取及留存方面，我们抓住了包括暑期在内的用户增长旺季的机会，获得了较好的投资回报(ROI)，三季度快手应用的平均日活跃用户同比增长13.4%，达3.634亿。同时快手应用平均月活跃用户同比增长9.3%达6.260亿。快手应用的平均日活跃用户占平均月活跃用户比例保持在58.1%的相对高位；每位日活跃用户日均使用时长同比提升8.6%，达到129.3分钟，显示了快手平台上的高用户黏性及社区活跃度。

得益于精细化管理及通过技术与运营手段提升用户获取效率，我们在对用户增长投入进行严控的同时，达成了预期的用户增长目标。我们通过算法模型针对不同人群做精细化运营，使得每位日活跃用户的维系成本得以持续优化。此外，由于我们持续打造差异化的社交平台定位和用户心智，截至2022年9月底，快手应用的互关用户对数累计达到235亿，同比大幅增长63.1%。

我们积极拓宽垂类短视频内容的供应。在2022年第三季度，持续挖掘快手短剧的潜力，探索更加多元化题材方向，如医疗职场题材的短剧《仁心》。在综艺节目方面，自制代际互动体验真人秀《出发吧！老妈》采用「长视频+短视频+直播」结合的内容叙事和传播方式，进一步满足用户日益多元化的视频内容需求。

线上营销服务

2022年第三季度，我们的线上营销服务收入达人民币116亿元，同比增长6.2%。宏观经济的逆风叠加各种外部因素，使快手和线上广告行业参与者一同面临压力，第三季度线上营销服务收入的同比增速放

缓。通过多渠道引入更多广告主和实施扶持政策，三季度我们的月活跃广告主数量同比增长超过65%。同时，我们持续提升商业化产品能力，挖掘用户的商业兴趣，加速建立用户内容生态与商业生态的正循环。我们亦通过流量策略迭代、转化链路和算法优化等不断提升投放效果，广告主的留存率持续提升。

得益于平台电商业务的规模扩张，借助平台流量和闭环生态的转化效率优势，向电商商家提供的广告服务保持了健康的涨势。通过引导直播电商广告客户在短视频投流消耗，同时鼓励短视频广告主参与直播，推动广告主利用「短视频+直播」，抓住广告主其他营销需求增长的机会。品牌广告方面，依托定制招商项目，满足广告主的个性需求，不断完善和迭代产品力，借助流量、内容、达人生态等方面的优势，为广告主打开营销增长空间。

直播

2022年第三季度的直播业务强劲增长，收入同比增加15.8%至人民币89亿元，这得益于我们在直播业务运营方面的不断精益求精。我们进一步丰富及增强直播平台的交互形式，以更好地满足用户的社交需求。同时通过算法构建用户全生命周期管理机制，提升直播付费转化率。2022年第三季度，快手应用直播业务平均月付费用户同比增长29.3%至5,960万，直播月度付费率同比持续提升。

在供给侧，快手与公会的合作策略持续发展，我们继续与彼等拓展合作模式。我们持续与头部公会和主播合作，并积极探索更多联合培养、联合运营的模式，通过公会对中长尾主播提供更多的培训和运营支持，三季度的活跃公会主播数量同比增长超200%。我们还持续深化直播+的生态场景延展，通过**快聘**、**理想家**、**快相亲**等产品形式，为用户提供更丰富的直播内容，满足用户在更多场景下的服务需求。

其他服务（包括电商）

电商业务在2022年第三季度取得了超行业增长水平的表现，持续获取市场份额。电商商品交易总额同比增长26.6%，达2,225亿元。在供给端，我们通过流量和效率优势，以及招商政策，吸引更多商家入驻，三季度新开店商家数量同比增长近80%。我们完善育商体系，加强对商家的服务和管理，提升商家运营能力，同时，通过流量分配策略效应及提升人货匹配的精准性，进一步优化平台转化效率及营商环境，三季度新动销商家数同比高双位数增长。

我们也在继续加强对电商品牌客户的建设，在引入更多知名品牌外，持续打造特色**快品牌**，通过专属流量及政策扶持，提升快品牌的运营及服务能力，为消费者提供更高体验性价比的产品及服务，三季度快品牌数量环比高双位数增长，电商商品交易总额占比持续提升。

我们持续利用社区的信任优势，提升用户购物体验。信任是快手电商的基石，我们逐步完善用户权益保障机制，提升售后履约体验，三季度重复购买率较2021年同期提升1.1个百分点。在消费端，随着供给、内容、匹配持续升级，同时三季度我们在传统直播间场景以外，拓展短视频等场景，用户活跃度得到提升，电商渗透率和转化率持续提升，三季度电商月活跃买家超1亿。

海外业务

2022年第三季度我们通过控制投入及ROI驱动的增长策略，使海外用户高效健康增长，用户留存持续提升，海外市场的每位日活跃用户日均使用时长保持在超60分钟的高位。差异化内容策略在用户心智打造上已取得成效，我们希望通过建立更广泛的内容垂类进一步丰富内容生态，并建立内容生产、消费、创作者变现的正向循环机制。

变现能力方面，由于持续提升产品和服务，线上营销服务收入快速增长；直播部门通过完善生态建设，加深和公会合作，丰富供给和提升内容质量，并结合各地区的丰富多样的运营活动，拉动直播营收持续增长；旨在通过开源节流努力提升海外业务的运营效率，逐步建立起海外业务的盈利能力。

企业社会责任

快手致力于建设和维护一个以普惠为底色、高互动、强参与的数字社区。依托短视频加直播的强承载力，与实体经济各行各业深度融合，不断创造出新场景、新机会、新模式，助力经济发展、数实融合与数字中国建设。

今年8月，快手已正式启动2022年**幸福乡村带头人计划**。幸福乡村带头人计划是快手自2018年首次发起的一项公益活动，旨在全国范围内扶持优秀的农产品销量带头人。该计划已发掘和扶持包括疆域阿力木及迷藏卓玛等在内的超过100位乡村带头人，覆盖27个省市地区，带动16个地方特色产业振兴，产业发展影响覆盖近千万人。

未来3年，我们预计将投入上亿流量资源，发掘和扶持超过1,000名乡村带头人，覆盖160个国家乡村振兴重点帮扶县，开展超过100万人次的短视频+直播乡村人才培养，助力乡村人才和产业振兴、加强文化自信、推动可持续发展的乡村市场建设。

关于快手

快手作为领先的内容社区及社交平台，其使命是成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。快手坚持不懈，专注为客户提供服务，并通过持续创新和优化其产品与服务为客户创造价值。在快手，任何用户都可以通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，呈现和发挥所长。透过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的产品和服务可满足用户自然产生的各种需求，包括娱乐、线上营销服务、电商、网络游戏、在线知识共享等。

前瞻性声明

除过往事实的陈述外，本新闻稿载有若干前瞻性陈述。前瞻性陈述一般可透过所使用前瞻性词汇识别，例如「或会」、「可能」、「可」、「可以」、「将」、「将会」、「预期」、「认为」、「继续」、「估计」、「预计」、「预测」、「打算」、「计划」、「寻求」或「时间表」。该等前瞻性陈述受风险、不确定因素及假设的影响，可能包括业务展望、财务表现预测、业务计划预测、发展策略及对我们行业预期趋势的预测。该等前瞻性陈述是基于本集团现有的资料，亦按本新闻稿刊发之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提作出，当中许多涉及主观因素或不受我们控制。该等前瞻性陈述或会证明为不正确及可能不会在将来实现。该等前瞻性陈述涉及大量风险及不明朗因素。鉴于上述风险及不明朗因素，本新闻稿内所载列的前瞻性陈述不应视为董事会或本公司声明该等计划及目标将会实现，故投资者不应过于依赖该等陈述。除法律要求的情形外，我们并无责任公开发布可能反映本新闻稿日期后发生的事件或情况或可能反映意料之外事件的该等前瞻性陈述的任何修订。

投资者及媒体问询

快手科技

投资者关系

邮箱：ir@kuaishou.com

简明合并损益表

	未经审核		
	截至以下日期止三个月		
	2022年9月30日 人民币千元	2022年6月30日 人民币千元	2021年9月30日 人民币千元
收入	23,128,413	21,695,148	20,492,977
销售成本	(12,425,410)	(11,925,380)	(11,984,377)
毛利	10,703,003	9,769,768	8,508,600
销售及营销开支	(9,130,341)	(8,762,445)	(11,016,923)
行政开支	(1,059,353)	(955,717)	(913,050)
研发开支	(3,533,090)	(3,282,353)	(4,217,699)
其他收入	687,184	147,020	425,534
其他(亏损)/收益净额	(279,595)	24,629	(190,052)
经营亏损	(2,612,192)	(3,059,098)	(7,403,590)
财务收入净额	68,258	2,009	23,420
分占按权益法入账之投资的亏损	(31,386)	(44,789)	(36,995)
除所得税前亏损	(2,575,320)	(3,101,878)	(7,417,165)
所得税(开支)/收益	(137,081)	(74,171)	330,269
期内亏损	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
以下人士应占：			
— 本公司权益持有人	(2,713,263)	(3,176,012)	(7,086,041)
— 非控股权益	862	(37)	(855)
	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
本公司权益持有人应占每股亏损 (以每股人民币列示)			
每股基本亏损	(0.64)	(0.75)	(1.71)
每股摊薄亏损	(0.64)	(0.75)	(1.71)

简明合并资产负债表

	未经审核 截至2022年 9月30日 人民币千元	经审核 截至2021年 12月31日 人民币千元
资产		
非流动资产		
物业及设备	11,684,838	11,050,654
使用权资产	9,518,969	12,561,745
无形资产	1,130,739	1,171,754
按权益法入账之投资	300,585	1,411,141
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	4,198,854	3,300,623
按摊余成本计量之其他金融资产	616,626	-
递延税项资产	4,774,194	5,405,224
长期定期存款	6,620,000	4,000,000
其他非流动资产	479,130	603,367
	39,323,935	39,504,508
流动资产		
贸易应收款项	4,442,987	4,450,092
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	3,609,261	3,278,318
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	10,894,944	8,842,203
按摊余成本计量之其他金融资产	295,179	-
短期定期存款	9,206,107	3,825,420
受限制现金	94,800	2,415
现金及现金等价物	14,959,121	32,612,419
	43,502,399	53,010,867
资产总额	82,826,334	92,515,375

	未经审核 截至2022年 9月30日 人民币千元	经审核 截至2021年 12月31日 人民币千元
权益及负债		
本公司权益持有人应占权益		
股本	145	142
股本溢价	274,448,225	274,407,796
其他储备	28,513,904	20,853,674
累计亏损	(262,315,890)	(250,172,236)
	<hr/> 40,646,384	<hr/> 45,089,376
非控股权益	<hr/> 8,019	<hr/> 6,595
权益总额	<hr/> 40,654,403	<hr/> 45,095,971
负债		
非流动负债		
租赁负债	7,422,489	10,079,847
递延税项负债	24,629	28,477
其他非流动负债	26,851	55,560
	<hr/> 7,473,969	<hr/> 10,163,884
流动负债		
应付账款	17,966,904	20,021,082
其他应付款项及应计费用	9,332,697	9,123,367
客户预付款	3,497,810	3,502,642
所得税负债	404,970	1,079,591
租赁负债	3,495,581	3,528,838
	<hr/> 34,697,962	<hr/> 37,255,520
负债总额	<hr/> 42,171,931	<hr/> 47,419,404
权益及负债总额	<hr/> 82,826,334	<hr/> 92,515,375

按分部划分的财务资料

	2022年9月30日				未经审核 截至以下日期止三个月 2022年6月30日				2021年9月30日			
	国内	海外	未分摊项目	总计	国内	海外	未分摊项目	总计	国内	海外	未分摊项目	总计
	人民币千元											
收入	22,939,050	189,363	-	23,128,413	21,591,796	103,352	-	21,695,148	20,473,222	19,755	-	20,492,977
销售成本及经营开支	(22,563,980)	(1,876,275)	-	(24,440,255)	(21,498,173)	(1,709,427)	-	(23,207,600)	(22,993,506)	(2,873,921)	-	(25,867,427)
未分摊项目	-	-	(1,300,350)	(1,300,350)	-	-	(1,546,646)	(1,546,646)	-	-	(2,029,140)	(2,029,140)
经营利润/(亏损)	375,070	(1,686,912)	(1,300,350)	(2,612,192)	93,623	(1,606,075)	(1,546,646)	(3,059,098)	(2,520,284)	(2,854,166)	(2,029,140)	(7,403,590)

非国际财务报告准则财务计量与根据国际财务报告准则编制的最接近计量之对账

	2022年9月30日 人民币千元	未经审核 截至以下日期止三个月	
		2022年6月30日 人民币千元	2021年9月30日 人民币千元
期内亏损	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
加：			
以股份为基础的薪酬开支	1,707,939	1,718,295	2,264,622
投资公允价值变动净额 ⁽¹⁾	332,516	145,853	206,012
经调整亏损净额	(671,946)	(1,311,901)	(4,616,262)
经调整亏损净额	(671,946)	(1,311,901)	(4,616,262)
加：			
所得税开支/(收益)	137,081	74,171	(330,269)
物业及设备折旧	810,387	777,846	1,030,724
使用权资产折旧	779,714	837,611	721,717
无形资产摊销	36,307	31,506	43,353
财务收入净额	(68,258)	(2,009)	(23,420)
经调整EBITDA	1,023,285	407,224	(3,174,157)

附注：

- (1) 投资公允价值变动净额指按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产之上市和非上市实体投资的公允价值（收益）/ 亏损净额、视为处置投资的（收益）/ 亏损净额以及投资减值拨备，其与我们的核心业务及经营业绩无关，且会受市场波动所影响，而剔除该数据可为投资者提供可评估我们业绩表现的更相关及有用的资料。