快手科技发布2024年第二季度及中期未经审核财务业绩

2024.08.20

香港，2024年8月20日 /美通社/ -- 领先的内容社区及社交平台快手科技（“快手”或“公司”；港币柜台股份代号：01024 / 人民币柜台股份代号：81024），今日发布截至2024年6月30日止未经审核的第二季度及上半年合并业绩。

2024年第二季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为3.953亿，较去年同期3.760亿增长5.1%。
- **快手应用平均月活跃用户**为6.918亿，较去年同期6.733亿增长2.7%。
- **电商GMV** (1) 为人民币3,053亿元，较去年同期的人民币2,655亿元增长15.0%。
- **总收入**为人民币310亿元，较去年同期的人民币277亿元增长11.6%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比56.5%，直播业务占比30.0%，其他服务占比13.5%。
- **毛利**为人民币171亿元，较去年同期的人民币139亿元增长23.0%。毛利率较去年同期的50.2%增长至55.3%。
- **期内利润**为人民币40亿元，去年同期为人民币15亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币27亿元增长至人民币47亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币30亿元增加至人民币45亿元。**海外分部经营亏损** (3) 同比大幅缩窄64.5%至人民币277百万元。

2024年上半年业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为3.946亿，较去年同期3.751亿增长5.2%。
- **快手应用平均月活跃用户**为6.946亿，较去年同期6.639亿增长4.6%。
- **电商GMV** (1) 为人民币5,933亿元，较去年同期的人民币4,902亿元增长21.0%。
- **总收入**为人民币604亿元，较去年同期的人民币530亿元增长14.0%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比56.6%，直播业务占比29.6%，其他服务占比13.8%。
- **毛利**为人民币333亿元，较去年同期的人民币256亿元增长29.7%。毛利率较去年同期的48.4%增长至55.1%。
- **期内利润**为人民币81亿元，去年同期为人民币6亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币27亿元增长至人民币91亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币40亿元增加至人民币85亿元。**海外分部经营亏损** (3) 同比大幅缩窄66.0%至人民币545百万元。

快手联合创始人，董事长兼首席执行官程一笑先生表示： “2024年第二季度，我们积极推进用户生态和商业生态的战略部署，凭借清晰、高效的运营策略，协同营收的同时聚焦用户体验，实现了流量端的高质、加速增长。同时，财务业绩得到全面提升，毛利率超55%，经调整净利润达人民币47亿元，经调整净利润率提升至15.1%，均创历史新高，彰显了我们在追求增长和效率方面取得的切实成果。技术创新方面，我们取得了一些行业领先的AI研发成果，并将其融合到快手的各业务场景，提升了内容创作的质量以及商业变现的效率。尤其是我们的视频生成大模型可灵AI，获得了国内外用户的广泛好评。展望未来，我们仍将致力于发挥技术方面的深厚积累，探索AI技术更好的赋能现有业务和创造新业务场景的潜能，引领公司高效、稳步前行。”

2024年第二季度财务回顾

线上营销服务收入由2023年同期的人民币143亿元增加22.1%至2024年第二季度的人民币175亿元，主要是由于优化的智能营销解决方案及先进的算法，推动营销客户投放消耗增加。

直播业务收入由2023年同期的人民币100亿元减少6.7%至2024年第二季度的人民币93亿元，是由于我们持续努力建立一个健康的直播生态系统。

其他服务收入由2023年同期的人民币34亿元增加21.3%至2024年第二季度的人民币42亿元，主要是由于我们电商业务的增长，表现为电商GMV的增加。电商GMV增加是由于我们多元化的全域经营，推动电商活跃付费用户数量及动销商家数量增加。

2024年第二季度其他主要财务资料

经营利润自去年同期的人民币13亿元增加至人民币39亿元。

经调整EBITDA (4) 自去年同期的人民币43亿元增加至人民币63亿元。

可利用资金总额 (5) 于2024年6月30日为人民币777亿元。

附注：
（1）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。
（2）我们将“经调整利润净额”定义为经以股份为基础的薪酬开支及投资公允价值变动净额调整的期内利润。
（3）不包含以股份为基础的薪酬开支、其他收入及其他收益/（亏损）净额的未分摊项目。
（4）我们将“经调整EBITDA”定义为经所得税（收益）/开支、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的期内经调整利润净额。

（5）我们在现金管理中考虑的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

2024年第二季度，在高度激烈的竞争环境下，我们的收入和利润持续增长，在行业领先的AI技术、富有活力的内容和商业生态以及高效的组织协同方面取得了进步，为我们平台在动态市场中茁壮成长奠定了基础。2024年第二季度，我们的总收入同比增长11.6%至人民币310亿元。盈利能力方面，我们的毛利率在2024年第二季度增长至55%以上，经调整净利润达到人民币47亿元，经调整净利润率为15.1%。

作为一家以AI为驱动的科技公司，我们已经构建了一套支持万亿参数大模型训练和推理的先进基础设施，在这个基础设施上，我们研发了行业领先的AI矩阵，包括***快意大语言模型***、视觉生成大模型和推荐大模型。2024年第二季度，我们在视觉生成大模型方面取得了重大进展。我们开启了视频生成大模型***可灵AI***的全面测试，并向全球用户推出会员体系，进一步升级模型功能。我们先进的文生图AI生成模型***可图***已正式开源，以鼓励共建一个协作、繁荣的生态。目前，我们的AI矩阵已经无缝嵌入多个业务场景，支持内容创作、内容理解与推荐和用户互动。这一强大的组合为商家和营销客户提供了更高效的工具，从而大大提升了我们的商业竞争力。2024年上半年，近2万名商家在快手平台借助AI矩阵实现优化经营，在2024年第二季度，来自营销客户的AIGC营销素材消耗单日峰值达人民币2,000万元。

用户及内容生态系统

2024年第二季度，快手应用的平均日活跃用户和平均月活跃用户分别达到了3.95亿及6.92亿，分别同比增长5.1%和2.7%，快手应用的日活跃用户日均使用时长达122分钟。我们在用户流量端实现加速增长，快手应用用户总使用时长同比增长9.5%。

我们深化高质量增长策略，通过流量分配机制升级和用户需求洞察的场景建设，在协同营收业务的同时，成功提升了用户体验。我们通过评论区热评排序优化等措施，营造了活跃的社区氛围，从而改善了用户长期留存率，实现了日活跃用户的高质量增长。此外，我们通过精细化运营策略，提升了用户维系投入的ROI。

我们致力于构建一个健康、充满活力的内容创作生态，并通过算法优化扶持优质的内容创作者。我们继续通过差异化的垂类运营策略，为用户打造彰显平台特色的优质内容。例如，在体育垂类，我们专注于创作大众喜欢的原生体育内容。2024年巴黎奥运会开幕前，人们对体育内容的兴趣日益高涨，我们打造了***快手村奥会***，吸引了超13.5万人次到场观看，线上直播总观看人次超5.2亿，全网累计总曝光量超64亿。作为短剧行业的开拓者和引领者，我们依托先进的***可灵AI***，推出了国内首部AIGC原创奇幻微短剧***山海奇镜***，于上线2周内获得了超5,000万的播放，体现了我们先进的大模型能力在深度内容创作上的巨大潜力。

在搜索业务方面，2024年第二季度，我们持续优化“看后搜”功能，并在搜索结果的呈现形式上引入单列样式，提升用户体验的同时，也释放了商业化潜力。我们的搜索用户渗透率进一步提升，2024年第二季度使用快手搜索的月活跃用户达到近5亿，同时单日搜索次数同比增长超20%。

线上营销服务

2024年第二季度，尽管整体消费情绪疲软，但我们的线上营销服务收入同比增长22.1%至人民币175亿元。我们优化智能营销解决方案，为营销客户提供更深链路的转化，也带来了营销客户更高的出价，从而推动了收入增长。此外，我们先进的算法极大地支持了人群兴趣探索和匹配效率优化，显著提升了具有线上营销潜力的有效用户数。

2024年第二季度，外循环营销服务收入增长显著，同比增长率较2024年第一季度有所提升，特别是在传媒资讯、电商平台和本地生活等行业。对于传媒资讯行业中的付费短剧营销，我们继续通过深化原生链路改善用户体验，同时结合智能化补贴提升用户付费规模，促进了付费短剧营销投放的快速增长，付费短剧日均营销消耗同比增长超2倍。在智能投放方面，2024年第二季度，我们的外循环营销产品 ***Universal Auto X (UAX)*** 在各行业的渗透率不断提升，客户使用***UAX***进行营销投放的总消耗占外循环营销总消耗的30%以上。

2024年第二季度，内循环营销服务收入也取得稳健增长，得益于我们持续优化智能投放产品策略和能力，使得商家使用全站推广解决方案或智能托管产品进行营销推广的总消耗达到了内循环营销总消耗的40%。针对中小商家，我们借助大促营销节点吸引其投流，并通过组合产品为中小商家提供极简的自动化营销解决方案，提升商家自助投流的稳定性和效率，推动中小商家投放消耗在2024年第二季度同比激增60%。在品牌营销方面，我们联合时尚媒体打造了独具特色的营销举措，通过东方美学与潮流文化、非遗技艺与先锋艺术的多元呈现，吸引美妆、食饮、服饰、3C产品等领域的众多领先品牌参与。此外，我们的***快手星芒短剧***获得了包括天猫在内的主要品牌冠名复购，2024年第二季度***快手星芒短剧***的招商收入同比增长超20倍。

电商

尽管国内电商业务面临消费者需求的挑战，但消费趋势和电商基础设施的快速变化仍然驱动着电商的增长。在新趋势中，相对低线城市将成为人口基数最大、潜力最大的主流市场。我们旨在帮助消费者在快手通过值得信任的主播和内容，发现适合自己的低价好物。我们致力于建设长期健康的达人生态，持续推进品牌和商家自播、泛货架及短视频电商等多元化全域经营。

2024年第二季度，电商业务GMV同比增长15%至人民币3,053亿元。从需求侧来看，2024年第二季度电商月活跃买家数同比增长14.1%至1.31亿，月活跃用户渗透率创新高至18.9%。我们坚持用户为先的战略，并通过精准的产业打法，快速捕捉和响应快速变化的消费者偏好。具体而言，我们将继续专注于拉新促活举措的不断迭代，通过产品和补贴策略进一步扩展覆盖人群，鼓励用户重复购买。

从供给侧来看，2024年第二季度月均动销商家数同比增长超过50%，主要得益于我们大力推进新商家的冷启、成长与长效经营，同时赋能老商家的全域经营。尤其是针对中小商家，我们全年为新入驻的商家提供高达千亿流量资源的***启航计划***，配合***扶摇计划***一起，帮助新商家从首播冷启开始快速扩大经营规模。另外，我们通过新商涨粉计划以及短直联动的新模式等，帮助商家提升全域经营能力。达人策略方面，我们通过内部推荐链路向达人推荐优质的商品，通过外部机构帮助中腰部达人选品，尤其是针对中腰部达人的粉丝画像进行定向推荐。同时，我们通过AI技术、营销工具和粉丝运营工具等丰富达人的营销策略，降低达人的电商直播门槛，鼓励用户参与到直播互动中，综合提升平台商达撮合能力。品牌商家方面，我们优先开展了***以旧换新***项目、会员运营服务、***大牌大补***频道建设等，丰富平台上多元的品牌商品供给。在618大促期间，消电家居品牌商家GMV同比增长超83%，品牌好物低价心智进一步提升。

电商场域方面，2024年第二季度泛货架电商GMV持续超大盘增长，占总GMV的25%以上。在618大促期间，泛货架电商订单量同比增长65%，成为电商业务的重要增长点。2024年第二季度商城日均动销商家同比增速超50%、日均买家同比增速超70%。从用户侧来看，我们商城用户人均浏览商品

卡数、用户搜索的商品规模同比高速增长，快手商城能逛能搜的消费心智日益增强。我们引入的大模型也提升了我们识别用户购物意图的能力，2024年第二季度搜索电商GMV同比提升超80%。另外，快手商城上线了销售托管服务，整合平台全域流量，旨在降低商家的运营门槛，向商家提供确定性的销售渠道。此外，我们的短视频电商GMV在2024年第二季度持续高速增长，同比增长近70%。商家在直播前利用短视频吸引潜在用户，并在直播后通过短视频延长爆款产品的销售周期，进一步加强了短视频与直播场域的联动。

直播

2024年第二季度，直播业务收入同比下降6.7%至人民币93亿元。我们持续迭代精细化运营模式，实现健康、正向的直播生态。在供给侧，我们搭建了区域团队，通过精准的行业宣发和有影响力的线下宣讲，引入优质新公会。截至2024年第二季度末，我们签约公会机构数量同比提升近50%，签约公会主播数量同比增长60%。同时，我们持续推进团播、“大舞台”等新兴品类，高效牵引公会及主播投入团播业务，成为直播业务的核心增长点。

我们致力于牵引中腰部主播、提升直播互动玩法、鼓励主播生产优质内容，为用户提供更多打开我们平台的理由。同时，作为***穿越火线***、***王者荣耀职业联赛***的官方短视频合作伙伴，我们借助“短视频+直播+社区”生态，有效吸引了更多受众的关注。

作为“直播+”模式赋能传统行业的典例，2024年第二季度，我们***快聘***业务的日均简历投递次数同比增长超130%，匹配率同比增长超150%；***理想家***业务日均线索规模同比增加9倍。

海外业务

2024年第二季度，我们持续通过先进的内容供给、运营能力和营销举措，深化我们在核心海外市场的本地运营。在ROI驱动的增长策略下，我们持续精细化运营传统营销渠道，并探索新的增长路径。这些举措推动了巴西和印度尼西亚等核心海外市场的平均日活跃用户稳定增长。特别是巴西日活跃用户同比增长15.4%，环比亦有所提升。海外业务内容运营方面，我们持续引入优质内容创作者，丰富内容供给，并提升社区生态活力。同时，通过优化算法、强化流量机制以及多元的变现举措，逐步加强了内容生产、消费和创作者变现的正向飞轮效应。2024年第二季度，海外核心市场的日活跃用户日均使用时长接近80分钟，同比增长5%。

在变现能力方面，2024年第二季度海外收入达到人民币11亿元，同比提升141.4%。我们的海外线上营销团队通过优化产品能力、提升客户体验，积极拓展各行业客户。因此，海外业务的线上营销收入同比增长超200%，环比持续攀升。随着海外变现效率的提升，经营杠杆效应持续释放，2024年第二季度海外业务的营业亏损为人民币2.77亿元，同比减少64.5%。

业务展望

我们通过AI矩阵奠定了坚实的技术基础，为蓬勃发展的内容和商业生态的创新及下一阶段增长开辟了道路。2024年下半年，我们将继续保持高质量增长，着重关注技术创新，借助我们的综合AI矩阵探索内容和商业的巨大潜力。我们相信，这些战略举措将使快手在竞争激烈的市场环境中保持领先地位，实现长期增长，为我们的用户、创作者和合作伙伴带来更多价值与机遇。

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。该等前瞻性陈述是根据本集团现有的资料，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	未经审核
	截至以下日期止三个月	截至以下日期止六个月

	2024年6月30日	2024年3月31日	2023年6月30日	**2024年6月30日**	2023年6月30日
	人民币百万元	*人民币百万元*	*人民币百万元*	***人民币百万元***	*人民币百万元*
收入		29,408	27,744	**60,383**	52,961
销售成本	**(13,840)**	(13,288)	(13,810)	**(27,128)**	(27,315)
毛利	**17,135**	16,120	13,934	**33,255**	25,646
销售及营销开支	**(10,040)**	(9,384)	(8,636)	**(19,424)**	(17,359)
行政开支	**(792)**	(462)	(945)	**(1,254)**	(1,864)
研发开支	**(2,805)**	(2,843)	(3,155)	**(5,648)**	(6,075)
其他收入	**34**	118	113	**152**	165
其他收益/（亏损）净额	**374**	445	(15)	**819**	85
经营利润	**3,906**	3,994	1,296	**7,900**	598
财务收入净额	**66**	114	158	**180**	269
分占按权益法入账之投资的亏损	**(19)**	(3)	(18)	**(22)**	(32)
除所得税前利润	**3,953**	4,105	1,436	**8,058**	835
所得税收益/（开支）	**27**	15	45	**42**	(230)
期内利润	**3,980**	4,120	1,481	**8,100**	605
以下人士应占:					
— 本公司权益持有人	**3,979**	4,119	1,480	**8,098**	607
— 非控股权益	**1**	1	1	**2**	(2)
	3,980	4,120	1,481	**8,100**	605

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核

	截至2024年6月30日	截至2023年12月31日
	人民币百万元	*人民币百万元*
资产		
非流动资产		
物业及设备	**11,871**	12,356
使用权资产	**8,908**	10,399
无形资产	**1,032**	1,073
按权益法入账之投资	**179**	214
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**13,695**	5,245
按摊余成本计量之其他金融资产	**143**	283
递延税项资产	**5,854**	6,108
长期定期存款	**13,580**	9,765
其他非流动资产	**536**	492
	55,798	45,935
流动资产		
贸易应收款项	**6,526**	6,457
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	**4,346**	4,919
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**31,180**	25,128
按摊余成本计量之其他金融资产	**845**	950
短期定期存款	**9,578**	9,874
受限制现金	**89**	128
现金及现金等价物	**11,437**	12,905
	64,001	60,361
资产总额	**119,799**	106,296

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核
	截至2024年6月30日	截至2023年12月31日
	人民币百万元	*人民币百万元*
权益及负债		
本公司权益持有人应占权益		
股本	**-**	-
股本溢价	**271,804**	273,459
库存股份	**(284)**	(88)
其他储备	**34,298**	33,183
累计亏损	**(249,393)**	(257,491)
	56,425	49,063
非控股权益	**13**	11
权益总额	**56,438**	49,074
负债		
非流动负债		
借款	**4,500**	-
租赁负债	**6,985**	8,405
递延税项负债	**16**	18
其他非流动负债	**21**	21

	11,522	8,444
流动负债		
应付账款	**24,897**	23,601
其他应付款项及应计费用	**19,192**	16,592
客户预付款	**4,124**	4,036
所得税负债	**269**	1,222
租赁负债	**3,357**	3,327
	51,839	48,778
负债总额	**63,361**	57,222
权益及负债总额	**119,799**	106,296

按分部划分的财务资料

	未经审核											
	截至以下日期止三个月											
	2024年6月30日				2024年3月31日				2023年6月30日			
	未分摊				未分摊				未分摊			
	国内	**海外**	**项目**	**总计**	国内	海外	项目	总计	国内	海外	项目	总计
	人民币百万元				*人民币百万元*				*人民币百万元*			
收入	**29,896**	**1,079**	**-**		28,417	991	-	29,408	27,297	447	-	27,744
经营利润/（亏损）	**4,498**	**(277)**	**(315)**	**3,906**	3,991	(268)	271	3,994	3,034	(780)	(958)	1,296

未经审核

	截至以下日期止六个月							
	2024年6月30日				2023年6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
	人民币百万元				*人民币百万元*			
收入	**58,313**	**2,070**	**-**	**60,383**	52,176	785	-	52,961
经营利润/（亏损）	**8,489**	**(545)**	**(44)**	**7,900**	3,997	(1,603)	(1,796)	598

非国际财务报告会计准则计量与根据国际财务报告会计准则编制的最接近计量的对账

	未经审核			未经审核	
	截至以下日期止三个月			截至以下日期止六个月	
	2024年6月30日	2024年3月31日	2023年6月30日	**2024年6月30日**	2023年6月30日
	人民币百万元	*人民币百万元*	*人民币百万元*	***人民币百万元***	*人民币百万元*
期内利润	**3,980**	4,120	1,481	**8,100**	605
加:					
以股份为基础的薪酬开支	**723**	292	1,056	**1,015**	2,046
投资公允价值变动净额[1]	**(24)**	(24)	157	**(48)**	85
经调整利润净额	**4,679**	4,388	2,694	**9,067**	2,736
经调整利润净额	**4,679**	4,388	2,694	**9,067**	2,736
加:					
所得税（收益）/开支	**(27)**	(15)	(45)	**(42)**	230
物业及设备折旧	**997**	977	978	**1,974**	1,942
使用权资产折旧	**735**	716	808	**1,451**	1,596
无形资产摊销	**26**	27	39	**53**	77

财务收入净额	**(66)**	(114)	(158)	**(180)**	(269)
经调整EBITDA	**6,344**	5,979	4,316	**12,323**	6,312

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。