快手科技发布2024年第三季度未经审核财务业绩

2024.11.20

香港，2024年11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9月30日止未经审核的第三季度及九个月合并业绩。

2024年第三季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.075亿，较去年同期3.866亿增长5.4%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.141亿，较去年同期6.847亿增长4.3%。
- **电商GMV** (1) 为人民币3,342亿元，较去年同期的人民币2,902亿元增长15.1%。
- **总收入**为人民币311亿元，较去年同期的人民币279亿元增长11.4%。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30.0%，其他服务占比13.4%。
- **毛利**为人民币169亿元，较去年同期的人民币145亿元增长17.0%。毛利率较去年同期的51.7%增长至54.3%。
- **期内利润**为人民币33亿元，去年同期为人民币22亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币32亿元增长至人民币39亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币32亿元增加至人民币35亿元。**海外分部经营亏损** (3) 同比大幅缩窄75.9%至人民币153百万元。

快手联合创始人、董事长兼首席执行官程一笑先生表示： “2024年第三季度，我们坚守用户价值初心，致力于追求技术和内容生态发展，推动快手应用的平均日活跃数和月活跃用户数再创历史新高，分别达到4.075亿和7.141亿。我们全球领先的视频生成大模型可灵AI正在树立行业新标准，重新定义内容创作、打造个性化内容生产与体验。用户活跃度的不断提升，也为我们的商业增长注入了持续动力。第三季度总收入同比增长11.4%，达人民币311亿元，包含线上营销服务收入和以电商收入为主的其他服务收入在内的核心商业收入同比增长近20.0%。盈利能力持续改善，经调整利润净额同比增长24.4%，达人民币39亿元。展望未来，我们将持续推进AI战略，夯实现有业务，并为用户、内容和商业生态的长期可持续增长奠定坚实基础。”

2024年第三季度财务回顾

线上营销服务收入由2023年同期的人民币147亿元增加20.0%至2024年第三季度的人民币176亿元，主要是由于智能投放能力及算法的持续优化，推动营销客户消耗增加。

直播业务收入由2023年同期的人民币97亿元减少3.9%至2024年第三季度的人民币93亿元，是由于我们持续努力建立一个健康及可持续的直播生态系统。

其他服务收入由2023年同期的人民币35亿元增加17.5%至2024年第三季度的人民币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增加是由于我们持续精细化的全域经营，推动电商月活跃买家数量及月动销商家数量增加。

2024年第三季度其他主要财务资料

经营利润自去年同期的人民币22亿元增加至人民币31亿元。

经调整EBITDA (4) 自去年同期的人民币50亿元增加至人民币56亿元。

可利用资金总额 (5) 于2024年9月30日为人民币867亿元。

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年第三季度，尽管面临宏观环境挑战，但我们仍得以扩大用户规模并增加收入和利润。我们坚持“科技为本，用户为先”的经营理念，实现了单季度平均日活跃用户破4亿的里程碑成绩，也取得了令人满意的财务业绩。总收入同比增长11.4%至人民币311亿元，其中，包括线上营销服务及以电商为主的其他服务在内的核心商业收入于2024年第三季度同比增长近20.0%。经调整净利润人民币39亿元，同比增长24.4%，盈利能力持续提升。

我们继续深化大模型在内容生成、内容理解和推荐方面的整合及应用，赋能我们的内容和商业生态系统。2024年第三季度，来自营销客户的AIGC营销素材日均消耗超过人民币2,000万元。在视频生成模型方面，我们于2024年9月发布最新的“***可灵AI***”1.5版本，新版本在画面质量、动态表现和语义响应速度等方面领跑行业，不仅将视频清晰度提升至1080p，还上线了运动笔刷等升级功能。

用户及内容生态系统

2024年第三季度，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4.08亿及7.14亿，分别同比增长5.4%和4.3%，进一步巩固了我们作为中国第三大应用程序（按季度平均日活跃用户计）的领先地位。快手应用的日活跃用户日均使用时长达132.2分钟，快手应用的用户总使用时长同比增长7.3%，日均直播及短视频播放次数近1,100亿。

在执行高质量用户增长策略方面，我们通过升级营销渠道投放能力，优化产品形态，并结合了包括电商在内的商业场景。这些努力使我们在扩大用户规模的同时不断提升用户产品使用频次。我们还通过提高社区互动氛围提升用户留存。例如，我们优化用户私信场景、引入更多创新玩法以及完善评论区排序系统，以增加用户参与度和黏性。在算法策略上，我们围绕用户兴趣多样性探索、关注关系和用户打开快手应用的理由等建模，探索提升用户留存的新路径。

在内容运营方面，我们打造符合用户兴趣的特色内容垂类，扶持内容具有快手特色的标杆创作者，并通过高热点大事件提升品牌曝光率，构建独特而丰富的生态系统。在体育垂类方面，作为2024巴黎奥运会持权转播商，我们为用户提供了包括全景赛事点播、独家自制IP内容、互动玩法和丰富的用户原创内容（UGC）等于一体的超级内容矩阵，全方位满足用户的追奥运需求。2024巴黎奥运会期间，快手应用上奥运相关内容曝光量达3,106亿，共6.4亿位用户通过我们的平台观看奥运，互动次数达159亿。

在搜索业务方面，2024年第三季度，我们优化搜索结果页改善用户体验，带来搜索渗透率的大幅提升，2024年第三季度月均使用快手搜索的用户超过5亿，日均搜索次数同比增长超20.0%至超过7亿，单日搜索次数峰值也超过8亿。用户的搜索帮助我们更好地理解用户需求，也驱动了搜索相关营收业务的高速增长。

线上营销服务

2024年第三季度，我们的线上营销服务收入达到人民币176亿元，同比增长20.0%，彰显了我们线上营销服务业务的强大韧性。我们在数据基建、智能投放产品和算法上的持续提升，为营销客户提供更好的投放ROI，也带来更好的营销服务出价。同时，基于AI大模型对营销内容和商品特征的语义理解，我们能为商家做更精准的人货匹配，提升营销转化效率。

2024年第三季度，外循环营销客户成为线上营销服务收入增长的主要驱动力，特别是在传媒资讯、平台电商和本地生活等行业的营销消耗取得了更高的同比增速。在传媒资讯的垂直领域，商业化短剧的营销消耗大幅增长。我们通过优质内容供给及智能化动态补贴策略，提升用户付费转化率，给营销客户带来了更好的投放效果。2024年第三季度，我们也加速跑通了***In-Apps Ads （IAA，应用内广告）***短剧模式，扩大免费短剧内容的消费用户规模，以上举措带来同期的短剧营销消耗同比增长超过300%。2024年第三季度，我们针对不同行业和场景提供差异化的***Universal Auto X （UAX，全自动投放解决方案）***，提升客户营销投放稳定性，撬动其投放预算。因此，2024年第三季度，全自动投放解决方案的总营销消耗占外循环营销客户整体营销消耗的比例提升至约50.0%。

内循环营销服务收入在2024年第三季度继续保持稳健增长，月动销投流商家数量同比增长超过50.0%。我们为中小商家提供的极简化自助投流能力，帮助商家通过营销投放实现了GMV跃迁，投流商家的留存率显著改善。针对短视频引流直播间的投放场景，我们通过政策牵引、产品迭代及算法优化提升商家的经营效率，带来短视频引流直播间场景的营销投放消耗在2024年第三季度同比增长近20.0%。智能化投放已逐步成为商家在快手应用长效经营的基础能力，2024年第三季度我们的全站营销解决方案及智能托管产品占快手应用内循环总营销消耗的比例达到约50.0%。

在品牌营销服务方面，我们通过营销科学、达人种草和定制招商等方式为客户提供品效合一的品牌营销解决方案。2024年第三季度，我们依托2024巴黎奥运会赛事，凭藉“体育+”战略与内容生态体系，与伊利、中国移动和一汽大众等150多个品牌联合探索营销创新，助力品牌客户在快手迅速增长。

电商

尽管第三季度是传统的电商淡季，且消费需求面临持续挑战，但我们的电商业务在2024年第三季度仍展现出了差异化与韧性。得益于我们充分立足于内容电商，坚持“好内容+好商品”的战略，我们保持着强大的市场影响力。我们推进回归直播间、突破短视频、稳步建设泛货架的方向，最大化多场域电商协同的优势，努力提升电商供给，丰富电商生态，提升用户购买心智，2024年第三季度电商业务GMV同比增长15.1%至人民币3,342亿元。

从供给侧来看，2024年第三季度月均动销商家数同比增长超40.0%。我们平台上的中小商家业绩超预期增长，这主要得益于我们推动***斗金计划***、***启航计划***和***扶摇计划***等战略性新商策略，给予商家更丰沛的冷启流量，并为商家经营的确定性持续努力。2024年第三季度，新入驻快手商家数量同比增长超30.0%。同时，对于存量中小商家，我们提供了更明确的内容电商经营方法论，帮助不同商家提升运营能力，使其在快手得到长期的业务增长。得益于商家的蓬勃发展，我们平台的商品生态也日益丰富，2024年第三季度商品类目数量同比增长超20.0%，为用户带来更多更好的商品选择。

为加强内容电商，我们针对不同层级达人进一步精细化运营。针对头部达人，我们开发了***购物团***、***万人团***等营销玩法及工具，提升达人的开播积极性并放大主播内容价值。为支持中小达人，我们在2024年8月上线了***新星计划***，提供现金激励和流量扶持，同时协同区域服务商做属地化运营。2024年第三季度，这些举措帮助中小达人实现了强劲增长，中小达人日均撮合GMV环比增长超40.0%，日均撮合商品数环比增长超25.0%。同时，我们上线了***爆品计划***，为精选商品提供补贴，帮助用户获得高性价比的好物。通过这些努力，818大促期间电商达人业务GMV同比增长超24.0%。另外，短视频电商也保持高速增长，2024年第三季度的短视频电商GMV同比增长超40.0%，爆品增长迅速，直播切片的增量贡献也明显增加。我们通过电商与营销素材打通，引流短视频与简易直播间联合建模等策略优化，实现了2024年第三季度短视频引流直播间成交的GMV环比增长近40%。

在稳住并持续增长内容电商基本盘的同时，泛货架电商正在逐步成为内容场的更加高效补充。2024年第三季度，泛货架电商GMV持续超大盘增长，占比总电商GMV进一步提升至27.0%。这主要得益于供需两端协同发力，2024年第三季度商城场域日均动销商家同比增长近70.0%，日均活跃买家同比增长超60.0%。

电商供给和生态的不断丰富、电商多场域协同效应的不断增强，进一步撬动了电商用户的需求。2024年第三季度，我们的电商月活跃买家数同比增长12.2%至1.33亿，在二季度旺季的基础上环比持续提升。这也得益于我们围绕新用户、成长期及成熟期的用户引入多元营销玩法，包括直播间天降券、单单返等营销工具及玩法，持续提升用户规模和交易效率。展望未来，我们会持续秉持“用户为先”的方向，借助直播+短视频的内容场以及泛货架的全域经营战略，助力商家和达人实现全域增长，也为用户带来更好的购物体验。

直播

2024年第三季度，直播业务收入为人民币93亿元，同比收入降幅环比进一步收窄。作为快手底层的内容生态和快手用户重要的打开理由，我们着力推进健康、可持续的直播生态建设。在供给侧，多人直播等新兴品类也持续贡献价值，平台上的主播职业化、机构化的趋势进一步加强，合作公会的精细化运营能力日益提升，促进了更精细、更有效的内容交付。2024年第三季度末签约公会机构数量同比提升超40.0%，签约主播数量同比增长超60.0%。

我们持续丰富多元化优质内容，先后推出了***直播大舞台***、***国艺有新番***等多档围绕才艺主播的内容IP，以丰富的娱乐文化内容为核心，聚焦不同细分领域，更与当地文旅资源结合，促进了当地文旅产业的发展。另外，游戏直播生态进一步丰富，我们通过新游戏孵化、游戏直播带货、大V标杆打造等进行全方位的游戏直播内容营销；同时发展快手特色游戏内容，2024年第三季度游戏直播活跃作者数超3,000万，多元优质内容对直播用户的吸引进一步增强。

“直播+”服务继续赋能传统行业。例如，我们继续推进招聘、房产交易的落地，在服务人群、交易规模上均持续快速增长。2024年第三季度，***快聘***业务的日均简历投递量同比增长近1倍，双向匹配率同比增长超过20.0%；***理想家***业务日均线索规模同比增加超4倍。

海外业务

我们的海外业务立足巴西发展，通过深耕本地化的内容运营，Kwai致力于打造强大的本地化市场品牌。2024年第三季度，用户方面保持高质量、健康增长，在创新获客渠道的探索和用户留存的改善上均取得了一些突破，巴西的日活跃用户同比增长9.7%。内容运营方面，通过算法优化，我们在娱乐、新闻、生活记录、体育等垂类扶持优质内容的出坡。基于Kwai强大的用户基础和逐步扩大的品牌影响力，我们进一步优化创作者的变现机制和产品链路以提升他们的变现能力和创作积极性。同时，平台内容补贴效率稳步提升，为创作者的可持续运营提供支撑。用户的活跃度同步稳步增长，2024年第三季度巴西日活跃用户的日均使用时长同比增长4.2%。

变现上，通过持续迭代营销体验，在保障生态健康的基础上，进一步优化流量机制和效率，同时接入新的流量场景，扩展营销增量收入。2024年第三季度，线上营销收入同比翻倍增长，海外整体收入达到人民币13亿元，同比增长104.1%。海外收入高速增长的同时，我们秉持以ROI驱动的发展模式，保持高效运营效率，2024年第三季度海外分部的营业亏损为人民币1.53亿元，同比减少75.9%。此外，我们在巴西探索的电商业务模式经过一年多的摸索，在商品、内容、服务和成交效率的全链路上均取得了一些初步进展，为海外用户提供了更广泛的应用功能和服务。这些初步进展为我们今后在海外的发展奠定了坚实基础。

关于快手

快手作为中国乃至全球领先的内容社区及社交平台，致力于成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。作为一家以人工智能为核心驱动和技术依托的科技公司，快手专注于通过持续的技术创新和产品升级，不断丰富服务和应用场景，为客户创造价值。在快手，用户通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，发现所需，发挥所长。通过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的技术、产品和服务可满足用户的多元化的需求，包括娱乐、线上营销服务、电商、本地生活、游戏等。

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 截至以下日期止三个月			未经审核 截至以下日期止九个月	
	2024年9月30日	2024年6月30日	2023年9月30日	**2024年9月30日**	2023年9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	**31,131**	30,975	27,948	**91,514**	80,909
销售成本	**(14,217)**	(13,840)	(13,495)	**(41,345)**	(40,810)
毛利	**16,914**	17,135	14,453	**50,169**	40,099
销售及营销开支	**(10,364)**	(10,040)	(8,939)	**(29,788)**	(26,298)
行政开支	**(796)**	(792)	(898)	**(2,050)**	(2,762)
研发开支	**(3,100)**	(2,805)	(2,967)	**(8,748)**	(9,042)
其他收入	**194**	34	434	**346**	599
其他收益净额	**271**	374	128	**1,090**	213

经营利润	**3,119**	3,906	2,211	**11,019**	2,809
财务收入净额	**37**	66	135	**217**	404
分占按权益法入账之投资的亏损	**(6)**	(19)	(26)	**(28)**	(58)
除所得税前利润	**3,150**	3,953	2,320	**11,208**	3,155
所得税收益/（开支）	**120**	27	(138)	**162**	(368)
期内利润	**3,270**	3,980	2,182	**11,370**	2,787
以下人士应占：					
— 本公司权益持有人	**3,268**	3,979	2,181	**11,366**	2,788
— 非控股权益	**2**	1	1	**4**	(1)
	3,270	3,980	2,182	**11,370**	2,787

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核
	截至2024年	截至2023年
	9月30日	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	**13,366**	12,356
使用权资产	**9,759**	10,399
无形资产	**1,064**	1,073
按权益法入账之投资	**163**	214
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**20,711**	5,245
按摊余成本计量之其他金融资产	**74**	283
递延税项资产	**6,264**	6,108
长期定期存款	**18,332**	9,765
其他非流动资产	**732**	492
	70,465	45,935
流动资产		
贸易应收款项	**6,215**	6,457
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	**4,599**	4,919
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**26,846**	25,128
按摊余成本计量之其他金融资产	**518**	950
短期定期存款	**10,903**	9,874
受限制现金	**83**	128
现金及现金等价物	**12,466**	12,905
	61,630	60,361
资产总额	**132,095**	106,296

简明合并资产负债表

	未经审核	经审核

	截至2024年9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	**269,745**	273,459
库存股份	**-**	(88)
其他储备	**34,718**	33,183
累计亏损	**(246,125)**	(257,491)
	58,338	49,063
非控股权益	**15**	11
权益总额	**58,353**	49,074
负债		
非流动负债		
借款	**9,000**	-
租赁负债	**7,592**	8,405
递延税项负债	**15**	18
其他非流动负债	**19**	21
	16,626	8,444
流动负债		
应付账款	**26,084**	23,601
其他应付款项及应计费用	**22,089**	16,592
客户预付款	**4,648**	4,036
所得税负债	**399**	1,222
租赁负债	**3,896**	3,327
	57,116	48,778
负债总额	**73,742**	57,222
权益及负债总额	**132,095**	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9月30日				2024年6月30日				2023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
	人民币百万元				*人民币百万元*				*人民币百万元*			
收入	**29,800**	**1,331**	**-**	**31,131**	29,896	1,079	-	30,975	27,296	652	-	27,948
经营利润/（亏损）	**3,505**	**(153)**	**(233)**	**3,119**	4,498	(277)	(315)	3,906	3,155	(635)	(309)	2,211

	未经审核 截至以下日期止九个月	
	2024年9月30日	2023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
	人民币百万元				*人民币百万元*			
收入	**88,113**	**3,401**	**-**	**91,514**	79,472	1,437	-	80,909
经营利润/（亏损）	**11,994**	**(698)**	**(277)**	**11,019**	7,152	(2,238)	(2,105)	2,809

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 截至以下日期止三个月			**未经审核 截至以下日期止九个月**	
	2024年9月30日	2024年6月30日	2023年9月30日	**2024年9月30日**	2023年9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	**3,270**	3,980	2,182	**11,370**	2,787
调整项目：					
以股份为基础的薪酬开支	**698**	723	871	**1,713**	2,917
投资公允价值变动净额(1)	**(20)**	(24)	120	**(68)**	205
经调整利润净额	**3,948**	4,679	3,173	**13,015**	5,909
经调整利润净额	**3,948**	4,679	3,173	**13,015**	5,909
调整项目：					
所得税（收益）/开支	**(120)**	(27)	138	**(162)**	368
物业及设备折旧	**997**	997	1,029	**2,971**	2,971
使用权资产折旧	**765**	735	737	**2,216**	2,333
无形资产摊销	**25**	26	38	**78**	115
财务收入净额	**(37)**	(66)	(135)	**(217)**	(404)
经调整EBITDA	**5,578**	6,344	4,980	**17,901**	11,292

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。