



## 快手科技发布2021年第二季度及上半年业绩

2021.08.25

香港，2021年8月25日/美通社/ --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2021年6月30日的第二季度及上半年未经审计合并业绩。

### 2021年第二季度主要财务及运营数据

- **快手应用平均日活跃用户**为2.932亿，较去年同期的2.621亿增长11.9%。
- **每位日活跃用户日均使用时长<sup>(1)</sup>**为106.9分钟，较去年同期的85.4分钟增长25.2%。
- **每位日活跃用户平均线上营销服务收入<sup>(1)</sup>**为人民币34.0元，较去年同期的人民币14.8元增长129.7%。
- **平台上促成的电商交易的商品总交易额<sup>(2)</sup>**为人民币1,454亿元，较去年同期的人民币725亿元增长100.5%。
- **本季度收入**为人民币191亿元，较去年同期的人民币129亿元增长48.8%。其中，线上营销服务收入为人民币100亿元，较2020年同期的人民币39亿元增长156.2%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比52.1%，直播业务占比37.6%，其他服务占比10.3%。
- **本季度毛利**达到人民币84亿元，较去年同期的人民币44亿元增长89.0%。毛利率由2020年第二季度的34.5%上升至本季度的43.8%。

快手联合创始人，董事长兼首席执行官宿华先生表示：“在快手十年的发展历程中，我们始终坚持着效率与公平并重的理念，并让每个人平等地享受到科技进步的成果。一直以来，快手持续为用户提供多样化的内容和服务，提升社区的活力和信任感。2021年第二季度，用户参与度和活跃度进一步提升，每位日活跃用户的日均使用时长首次超过100分钟，互相关注的用户数累计达到126亿对。通过更好地管理平台丰富的流量，我们的变现能力也在持续增强。本季度，我们线上营销服务业务收入同比增长156.2%，达到人民币100亿元；进一步升级电商策略，引入更多知名品牌商品，同时强化快手具有优势的信任电商。本季度的电商交易总额保持了强劲的增长势头，达到去年同期的两倍。我们的海外业务也保持快速发展。截止第二季度末，我们海外市场的月活跃用户已超过1.8亿，进一步坚定了我们把握机会，发展海外市场的决心。”

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

### 业务回顾及展望

快手是行业领先的内容社区和社交平台，坐拥数以亿计的日活跃用户。我们推动更高效的流量管理，在夯实用户及客户的价值主张的同时，提升我们的变现能力。我们将继续深耕生态建设，维护快手这个充满活力和信任感的社区。

我们不断提升用户体验，增强广告商及商家服务能力。通过我们独特的内容和生态，为他们持续赋能。2021年第二季度，我们的总收入达到人民币191亿元，较去年同期增长48.8%，亦高于2021年第一季度36.6%的同比增幅。2021年第二季度的线上营销服务收入同比增长156.2%至人民币100亿元，对我们总收入的贡献再一次超过50%。包括电商在内的其他服务收入同比增长212.9%，于2021年第二季度增至人民币20亿元。

## 平台生态

由于我们不断对迭代流量分发算法、增强社交信任、丰富内容生态系统进行投入，用户在平台的参与度及活跃度进一步提升，带动快手应用每位日活跃用户日均使用时长在2021年第二季度达到106.9分钟，环比及同比分别增长7.7%及25.2%。借助我们平台上不断增长的公域流量，我们持续优化自身算法。通过加深对用户行为、用户内容消费偏好及不断变化的用户需求的洞察和理解，我们的分发算法得以持续精进，继而进一步提升用户体验。

除了用户参与度提高外，我们在促进用户活跃度方面亦取得实绩。通过提升传统获客渠道和留存措施的效率，以及强大社交信任和多元化内容带来的原生增长，快手应用的平均日活跃用户与平均月活跃用户的比率于2021年第二季度达到57.9%，环比增加1.1个百分点。2021年第二季度，快手应用的平均日活跃用户同比增长11.9%至2.932亿，且同比增速季度内逐月提速，增长趋势良好。用户活跃度的提高亦得益于我们推动从用户获取、用户留存到变现的全周期用户管理，以及提供优化的内容推荐及个性化服务。这种协同的用户管理，亦使得我们可以持续优化产品以更及时和有效地满足用户的需求。

强大的社交信任是我们生态系统的基石，亦是令我们在行业中脱颖而出的关键。在2021年第二季度，我们平台的社交信任度不断加强，快手应用的互关用户对数持续突飞猛进，截至2021年第二季度末累积达到126亿对，同比增长60%。

通过头部内容品类的持续扩展，和内容生态系统规模及多元化程度的不断提升，我们的用户参与度及活跃度与日俱增。我们一直致力于提供满足多元用户需求的差异化和精制化内容。我们独具特色的**快手短剧**取得了优异的成绩，截至2021年6月30日，单部累计观看量超过1亿的系列短剧超过800部，其中有40部为快手**星芒计划**成功孵化的独家连续短剧。在新的内容垂类方面，我们很荣幸在体育垂类树立行业标杆。除了丰富多彩的专业内容和用户创作的体育内容之外，我们近期还成为东京2020年夏季奥运会及北京2022年冬季奥运会的官方转播商，为用户提供更多具有创新性的体育赛事观看体验，并且通过短视频及直播等形式提升体育内容创作的互动体验。

为鼓励内容创作，优化内容分发，我们通过更精细化的流量算法，在公域为用户提供短视频之外的其他内容形式，比如优质的直播和电商内容，帮用户发现更多更有趣、有意义以及有用的内容，满足他们新的需求。该举措亦增强我们平台对于内容创作者的吸引力及友好度，2021年第二季度内，我们的优质内容创作者数量每月持续健康增长。以上因素进一步强化了我们在内容创作及内容消费领域强大的飞轮效应。

## 线上营销服务

我们的线上营销服务于2021年第二季度增长强劲，收入同比增长156.2%至人民币100亿元。值得一提的是，来自品牌广告的收入保持高速增长，再一次超越线上营销服务收入的同比增幅。同时，我们的品牌广告商数量较去年同期增长近四倍。以上成绩，得益于我们不懈努力提升自身品牌形象、营销效率和服务能力，以此帮助品牌扩大用户群体，提升知名度，并通过私域运营加强用户黏性及忠诚度。

品牌广告已成为我们的战略重心之一。我们持续投入基础设施及工具以释放我们庞大流量的价值，并提升广告商的效率。我们致力于建立闭环解决方案，为品牌广告商提供端到端的线上营销服务。我们的营销服务包括定制化短视频广告内容创作、直播间打造、粉丝群体及私域流量管理，及电商变现。通过这一系列服务，品牌广告商可以在我们的平台上全面开展包括品牌发现、推广及产品销售各方面的营销策略。这亦为我们的内容创作者提供了更好的环境，使得他们可以通过才华获取回报。并且为用户建立一站式服务平台，既可发现值得信赖

的品牌和货源并与之互动，也可以直接下单采购。

为让更多品牌享受到我们的解决方案和平台优势，我们亦扩大了品牌广告销售团队，与品牌广告代理商一起覆盖更多行业，进一步扩大我们的市场覆盖。我们的重点行业包括快消品、美妆及电子产品。面向每个行业，我们根据该行业的特点提供定制化的流量转化模型，并持续优化升级。

信息流广告方面，为推广我们的价值主张并且提高广告合作伙伴的投资回报，我们坚持投资基础设施，包括持续迭代的智能出价系统，全面提升广告投放效果及效率。该系统运用优化的算法，更好匹配广告内容与目标受众。通过人工智能工具，我们可以对不同广告内容的效果进行评估，从而协助制作创新的内容，这不仅可以为广告商带来更高回报，还可在维护用户体验的基础上，增加广告展示数量。这些努力使我们的线上营销服务效果及议价能力在2021年第二季度进一步提升。

产品方面，我们于2021年第二季度推出**磁力金牛**平台，打通公域流量及私域流量，提供全面的闭环电商营销解决方案。该平台包括多种定制化选项，以及数据可视化和数据监测功能，以帮助商家实现更加精准的营销服务。磁力金牛的推出提升了我们的算法效率和流量变现能力，亦提高了我们平台广告商的多元化程度及参与度。自上线以来，磁力金牛所服务的广告商数目不断增长。

## 直播

活跃健康的直播生态，是快手平台蓬勃发展的基石。2021年第二季度，我们的直播用户的参与度持续提高，快手应用的平均日活跃用户直播渗透率已超过70%。

在内容创作方面，我们在活跃主播数以及内容的深度和广度方面继续保持领先。丰富的直播内容满足了用户的不同兴趣，使我们的平台从竞争中脱颖而出。我们平台的每日活跃主播数在2021年第二季度保持在190万左右的高位，吸引更多元的用户群体纷纷加入，形成丰富多样、生机勃勃的直播生态系统。

我们开始在公域采取创新举措以提升直播的变现能力。通过与直播公会的广泛合作，我们为高品质的内容提供了更多的公域曝光，并进行更系统化的运营。于2021年第二季度，**我们推出蓝海计划**，旨在与全国的公会建立长期伙伴关系，共同促进快手直播平台生态的健康发展，并且利用我们庞大的公域流量推广高品质直播内容。我们对公会合作的推动取得突出成效。截至2021年6月30日，我们合作的公会数量较截至2020年6月30日同比增长近400%，这帮助快手应用的每月直播付费用户平均收入环比增长16.9%，同比增长18.2%。

除运用公域流量推广直播外，我们亦加强了对私域直播的治理，增强用户信任度并提升互动。我们相信这一举措可以帮助我们为优质的内容创作者创造更多机会。通过治理能力、流量效率及内容供应的持续改善，我们致力于保持快手直播生态的健康增长和活力。这将帮助粉丝黏性高的内容创作者得到更好的发展，从而提高平台的用户整体黏性以及变现潜力。

## 其他服务（包括电商）

我们的其他服务在2021年第二季度保持了强劲的增长势头，收入同比增长212.9%至人民币20亿元，主要由电商业务推动，电商交易总额达到人民币1,454亿元，是去年同期的两倍。**快手小店**作为我们电商业务的闭环模式，对电商交易总额的贡献率持续提升，从2020年同期的66.4%，增长至2021年第二季度的90.7%。我们继续建设电商基础设施，推出一系列工具。这些工具帮助商家简化建立和管理账户的流程，帮助他们运营店铺，为他们提供多维度数据来分析产品表现和用户行为，从而促进和优化选品。我们的闭环电商生态系统持续得到了进一步的拓展和加强。

我们进一步升级电商策略，在私域强化快手优势的信任电商，推广长尾品牌或非标准化产品，在公域引入更多知名品牌商品。具体而言，我们采用了双管齐下的电商策略，一是借力商家、主播在自身私域建立的信任，利用平台沉浸式的内容体验，巩固私域信任电商的竞争优势；二是引入更多品牌商品，逐步建立用户对我们商品及平台的信任和信心，进而充分开发公域的电商价值。

私域是我们平台的基础，2021年第二季度私域贡献了绝大部分的电商交易总额。随着我们不断精进以内容和信任为核心的独特业务模式，将进一步提高平均重复购买率和电商买家的转化率。

公域方面，我们支持品牌商家自播，努力为他们提供全面的商业解决方案，包括达人分销、公域流量扶持、私域流量转化和运营，以及其他品牌扶持政策。这些工作不仅扩大了我们的商家群体和商品供应，亦扩大了用户的信任圈层，同时将信任的对象从主播扩大到商品和平台本身，激励用户进行更多的电商交易，强化我们作为用户高度信任的一站式电商平台的地位。

除支持商家之外，于2021年第二季度，我们亦不遗余力丰富商品供应，为消费者加强平台治理，提升用户体验，均旨在进一步优化我们的电商生态系统。

我们在品牌商品方面的工作亦有效地带来商品供应的完善，及快手应用上电商平均日活跃用户渗透率与平均每单电商订单金额的增长。在2021年第二季度，在女装、珠宝玉石及美妆等畅销品类外，我们不断扩展商品供应。包括男装运动、家电数码及家居百货在内的新兴品类的电商交易额在2021年第二季度均取得快速增长，其占电商交易总额的比例环比均取得提升。展望未来，我们会继续发掘更多具有相当规模和高电商化能力的商品类别，进一步促进我们的电商交易总额的提升。

成为一个对用户来说安全、可信赖的平台一直是我们的核心价值主张。因此，我们持续致力于品质管控和生态系统治理，以保护我们充满活力和健康的生态系统。2021年第二季度，我们持续加强对快手官方电商优选平台**好物联盟**的建设，提升用户的电商体验以及达人和商家的效率。首先，我们在2021年第二季度为好物联盟引入更多品牌产品。通过提供和推广官方优选的品牌商品，我们提升了平台商品的整体质量，为消费者带来更加安心的购物体验。此外，通过大幅加强与品牌商的伙伴关系，可供消费者选择的商品进一步丰富。好物联盟亦降低了电商主播在我们平台带货的门槛，提高了他们的活跃度和参与度。在上述因素推动下，2021年第二季度好物联盟的电商交易总额环比增加近90%。

我们亦主动加强我们的生态治理和消费者权益保障。于2021年第二季度，我们推出「信任卡」，由商家为消费者提供一系列保障，例如退款不退货、假货赔偿、七天无条件退货等。我们将继续加强平台治理，更好地保护用户和商业伙伴的权益，并且全面提升消费者的整体体验。

## 海外

考虑到海外市场的发展机遇及高速增长潜力，海外拓展已成为我们的核心战略之一。短视频和直播行业在海外市场的成熟程度相对较低，仍处于发展和商业化的早期阶段，用户渗透率低，用户需求尚未得到满足，代表着巨大且极具多元化的变现潜力，未来充满增长和发展的机遇。

作为短视频和直播行业的先驱和领军者，我们逾十年的深耕积累了丰富的经验、深刻的洞察、成熟的产品和强大的技术能力，在建立和优化内容生态系统方面具有出色的优势。我们已经做好准备抓住海外市场的机遇，建立互动的内容社区和社交平台，鼓励更多人通过创作、交流和互动创造价值。

我们海外发展的策略重点是人口密度高、对短视频文化的接受程度高而且变现潜力高的国家和地区。2021年上半年，我们主要集中开发南美、东南亚及中东地区的市场。我们积极投入用户获取及用户活跃度提升。与此同时，我们亦一直努力丰富和扩大我们的内容生态系统，鼓励本地化内容创作，促进不同品类内容的持续丰富，提升用户参与度和留存率，同时快速建立生态系统，在内容社区与用户社区之间形成良性循环。除了鼓励用户创作内容，我们亦积极探索优质的本地化专业创作内容。2021年6月，我们亦成为在巴西举办的2021年美洲杯的官方赞助商及官方社交媒体平台，有权进行赛事相关短视频创作。我们对2021年美洲杯赛事的成功运营有效地提升了我们在南美市场的用户参与度及活跃度。

在开发海外市场的早期，我们取得了超乎预期的成绩，令我们深受鼓舞，进一步坚定了我们发展海外业务的决心。2021年6月，我们的海外市场的月活跃用户已超过1.8亿。持续增长的海外用户规模帮助我们利用技术和数据分析能力获取更好的用户洞察，这使得我们可以提供更优化的推荐算法，并持续改进我们的产品和用户体验。

验。这些投入、努力和累积的经验将成为我们长期拓展广阔海外市场的无价资产。

## 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、线上知识共用等。有关快手的详细资料，请浏览网站<https://ir.kuaishou.com>。

## 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。

## 投资者及媒体查询

快手科技

投资者关系

邮箱: [ir@kuaishou.com](mailto:ir@kuaishou.com)

The Piacente Group, Inc.

邮箱: [kuaishou@tpg-ir.com](mailto:kuaishou@tpg-ir.com)