



快手科技发布2021年第四季度及全年业绩

2022.03.29

香港，2022年3月29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”），今日发布截至2021年12月31日止三个月的未经审核第四季度业绩及2021年全年经审核综合业绩。

2021年第四季度主要财务及运营数据

- 快手应用平均日活跃用户为3.233亿，较去年同期2.713亿增长19.2%。
- 快手应用平均月活跃用户为5.780亿，较去年同期4.757亿增长21.5%。
- 每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾为118.9分钟，较去年同期的89.9分钟增长32.3%。
- 每位日活跃用户平均线上营销服务收入⁽¹⁾为人民币40.9元，较去年同期的人民币31.4元增长30.3%。
- 平台上促成的电商交易的商品总交易额⁽²⁾为人民币2,403亿元，较去年同期的人民币1,771亿元增长35.7%。
- 本季度收入为人民币244亿元，较去年同期的人民币181亿元增长35.0%。其中，线上营销服务收入为人民币132亿元，较2020年同期的人民币85亿元增长55.5%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比54.2%，直播业务占比36.1%，其他服务占比9.7%。

2021年全年主要财务及运营数据

- 快手应用平均日活跃用户为3.082亿，较去年同期2.646亿增长16.5%。
- 快手应用平均月活跃用户为5.442亿，较去年同期4.811亿增长13.1%。
- 每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾为111.5分钟，较去年同期的87.3分钟增长27.7%。
- 每位日活跃用户平均线上营销服务收入⁽¹⁾为人民币138.4元，较去年同期的人民币82.6元增长67.6%。
- 平台上促成的电商交易的商品总交易额⁽²⁾为人民币6,800亿元，较去年同期的人民币3,812亿元增长78.4%。
- 全年收入为人民币811亿元，较去年同期的人民币588亿元增长37.9%。其中，线上营销服务收入为人民币427亿元，较2020年同期的人民币219亿元增长95.2%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比52.6%，直播业务占比38.2%，其他服务占比9.2%。
- 现金及现金等价物、定期存款、受限制现金和理财产品为人民币496亿元，去年同期为人民币272亿元。

快手联合创始人兼首席执行官程一笑先生表示：“2021年对快手来说是变革、进步和增长强劲的一年。2021年四季度，快手应用平均日活跃用户和月活跃用户均创历史新高，进一步提升了我们在线上营销领域和电子商务领域的市场份额。我们年内进行的组织架构调整以及对成本费用的管控极大提高了我们的运营和商业化效率。我们始终牢记对社会的责任，持续推动数字经济发展和产业升级，创造更多就业岗位。展望未来，我们将持续为用户、内容创作者、合作伙伴和股东创造价值，推动快手生态系统的可持续增长。”

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

业务回顾

我们强劲的第四季度业绩以及出色的用户和流量增长均创下了新纪录, 为2021年画上句号。2021年第四季度, 快手应用总流量强劲增长, 同比增长57.6%, 总收入达人民币244亿元, 同比增长35.0%。2021年全年, 我们的总收入同比增长37.9%至人民币811亿元。

丰富的内容、紧密联系且充满活力的社区, 巩固了我们健康的生态系统及闭环、良性的商业循环, 再加上我们变现能力的提升, 合力推动全年收入的持续增长。为协同我们的战略发展, 我们于2021年9月完成了一次重大的组织架构调整, 从职能制转向事业部制, 极大地增强我们在运营、变现及效率方面的各项核心能力。尤其是2021年我们的线上营销服务及电商的市场份额持续提升, 线上营销服务收入及电商交易总额同比分别增长95.2%及78.4%。2021年第四季度, 我们进一步优化收入及成本结构, 加强经营杠杆效应, 推动经调整净利润率较上季度改善7.9个百分点。

生态系统

2021年第四季度, 快手应用的平均日活跃用户和平均月活跃用户分别创下3.233亿及5.780亿的历史新高, 同比分别增长19.2%及21.5%。第四季度快手应用的平均日活跃用户和平均月活跃用户录得2021年的最高同比增长, 且该季度环比增长的趋势优于我们过往的季节性趋势。2021年第四季度, 快手应用的每位日活跃用户日均使用时长同比增长32.3%至118.9分钟。我们的用户及流量增长归因于平台差异化社交属性的加强、独特及沉浸式内容的扩展以及有效的组织重组。

我们通过强化社交属性, 显著增强了我们强互动及高参与度的一站式数字社区建设, 使得快手作为一个社交平台从其他短视频平台中脱颖而出。截至2021年底, 快手应用的互关用户对数累计超过163亿对, 同比增长68.2%。

我们为不同用户群体提供有针对性的内容营运及推荐方案, 这使得我们能更好地满足不断变化的用户需求及获取新目标用户群, 从而得以实现用户数量及用户使用时长的增长, 并增强快手特色内容在用户心中的心智定位。例如, 我们特色的**快手短剧**成功吸引较高层级城市的女性用户的关注, 进一步丰富了我们庞大的用户群。截至2021年底, 我们平台上线超10,000部短剧, 并孵化了多部爆款短剧。

随着组织重组, 我们专注于实施更高效、更高质量的用户增长策略。通过对不同用户进行更动态和全面的运营, 以及对用户管理的基础设施建设的加强, 我们成功地以更节制的用户获取和维系支出, 提高了用户增长效率及用户留存率。

线上营销服务

2021年第四季度的收入增长由线上营销服务引领, 线上营销服务收入达人民币132亿元, 同比增长55.5%, 环比增长21.3%, 我们在线上营销领域的市场份额进一步提升。2021年, 线上营销服务收入为人民币427亿元, 同比增长95.2%。

线上营销业务的表现得益于我们流量的持续增长, 这为我们扩大市场份额奠定牢固基础。此外, 越来越多的广告商采用短视频及直播广告形式, 助力我们的业务增长。我们特色的公域和私域流量组合促使越来越多的广告商来到我们的平台, 以吸引我们价值且不断增长的用户群体的注意力。此外, 随着我们产品和运营能力的不断提升, 平台广告商的体验和广告效果进一步优化。因此, 2021年, 我们的广告商数量同比增长超过60%, 广告商在我们平台上的月平均支出以两位数的百分比同比增长, 进一步提升我们在线上营销领域的市场份额。

电商业务作为平台功能的自然延伸, 亦有助于线上营销业务的韧性发展, 我们赋能商家整合品牌推广及产品销售方案, 在我们生态系统内实现闭环交易。我们的一站式服务进一步加强了商家与我们平台的链接。

品牌广告是我们线上营销服务的另一个增长动力。我们庞大且多元的用户群体，加上我们优化的服务能力和有创意的营销活动形式，吸引了越来越多的品牌广告商加入我们的平台。2021年品牌广告收入同比增长超过150%。

直播

2021年第四季度直播收入为人民币88亿元，环比增长14.3%，同比增长11.7%。通过进一步扩大与公会合作，我们吸引了更多有创作能力的人才，并激励他们创作更多高质量的内容。截至2021年12月31日，我们平台上与公会签约的专业主播数量同比翻倍增长。

我们直播内容的优化和丰富，带动更多用户与主播互动。2021年第四季度，直播观看用户的渗透率和直播付费用户的渗透率均环比增长，直播的平均月付费用户环比增长5.2%，达到4,850万人。公会也为我们的平台带来其他增益，包括更高效的直播运营效率和更高的变现效率。2021年第四季度每月直播付费用户平均收入增长至人民币60.7元，环比增长8.6%，同比增长17.2%。

得益于内容质量及运营效率提高，我们的用户继续保持高活跃，建立了在信任基础上的高度参与的用户社区，同时在本季度扩大直播的应用场景。在涵盖娱乐、网络游戏、体育等内容类别外，我们希望为不断发展壮大的社区引入更多用户感兴趣的垂类。

其他服务（包括电商）

我们的其他服务亦蓬勃发展，在2021年第四季度录得其他服务收入人民币24亿元，同比增长40.2%，环比增长27.3%，主要由电商发展推动。2021年，我们其他服务的收入达人民币74亿元，同比增长99.9%。

我们独特的信任电商模式，推动直播电商的快速增长，并提升我们在该领域的市场份额。2021年第四季度，我们进一步优化供给、内容、服务、技术及用户体验，扩大增长潜力。2021年，我们的电商交易总额达人民币6,800亿元，同比增长78.4%。2021年12月，我们的闭环电商**快手小店**贡献了我们电商交易总额的98.8%。2021年第四季度，我们强化了以信任为基础的电商模式，我们电商业务的重复购买率同比增长超过五个百分点。

2021年第四季度，我们将官方电商优选平台**好物联盟**升级为**快分销**，降低了品牌商及商家的平台准入门槛。**快分销**推出更精细化的评分系统以引导优质产品能获取更多的流量支持，并完成商品与主播更精准的匹配。我们优越的平台基础设施及服务能力广受品牌商及商家认可，商品供给得到进一步丰富，产品质量也得到进一步提升，推动活跃买家、购买频率和平均订单价值的增长。2021年第四季度，我们逾30%的电商交易总额来自**快分销**。

我们在电商领域的独特定位使我们在品牌商中脱颖而出。2021年下半年，我们成立了大客户团队，成为服务及赋能品牌的有力补充。2021年第四季度，我们平台上知名品牌自播的电商交易总额是2021年第一季度的九倍以上。同时，我们支持众多小众品牌、区域品牌的升级，共同带动品牌商品电商交易总额的增长。

凭借平台及服务供应商的助力，平台活跃电商主播数量全年持续增长，电商相关的直播内容进一步丰富。2021年，快手应用上电商内容的总用户时长按年增长逾50%。

随着流量的增长，我们不断升级及优化技术及服务，为商家提升匹配精准度和订单转化率。于2021年12月31日，我们平台吸引服务商超过500家。服务商有助于提升平台商家专业及系统性的运营和服务能力。

海外

2021年，我们在海外市场取得了成功的用户累积。自2021年中以来，我们开始专注于优化本地基础设施，投资内容和产品，从而有效地提高用户质量。特别是，我们认为建立自身海外内容社区对短视频平台非常重要，为此我们加大了对优质版权和内容创作者激励计划的投资。此外，我们不断完善产品和算法，以强化我们的社交平台定位，提高海外市场的用户粘性。

通过持续丰富平台的内容创作及内容的消费，我们在一些主要的海外市场逐渐形成了良性的业务循环。公司内部，我们国际化事业部组织结构升级的积极影响在2021年第四季度开始显现，运营效率进一步提升。2021年下半年，在实施了更节制的预算计划后，海外市场的日活跃用户、用户使用时长和留存率仍然继续提升。

业务前景

展望未来，我们将借助独特的业务主张及能力，致力于通过推动数字经济发展和产业升级来创造社会价值。我们期望短视频及直播作为基础设施，为更多用户和行业参与者提供一个优质、高效及便捷的服务与解决方案。

我们将继续重点关注及投资在四个主要领域。首先，我们将继续突出我们区别于其他平台的普惠且均衡流量分配及私域优势。其次，进一步发展差异化内容，提升内容运营能力，以强化和突显我们独特的心智。第三个重点是优化算法，继而增加我们平台上的用户消费，强化推荐机制。最后，我们将持续拓展应用场景，以更好地服务我们用户的需求，并丰富我们的社区的供给。

我们核心业务的可持续健康发展为我们未来发展铺平道路。同时，我们仍将致力于贯彻降本增效方针。我们也将力争在关键领域有效执行效率提升工作，包括组织协同、用户增长、运营及变现，推动我们生态系统的可持续发展。

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、在线营销服务、电商、网络游戏、在线知识共享等。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