快手科技發佈2024年第二季度及中期未經審核財務業績

2024.08.20

香港，2024年8月20日 /美通社/ -- 領先的內容社區及社交平台快手科技（「快手」或「公司」；港幣櫃台股份代號：01024 / 人民幣櫃台股份代號：81024），今日發佈截至2024年6月30日止未經審核的第二季度及上半年合併業績。

2024年第二季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為3.953億，較去年同期3.760億增長5.1%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為6.918億，較去年同期6.733億增長2.7%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣3,053億元，較去年同期的人民幣2,655億元增長15.0%。
- **總收入**為人民幣310億元，較去年同期的人民幣277億元增長11.6%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比56.5%，直播業務佔比30.0%，其他服務佔比13.5%。
- **毛利**為人民幣171億元，較去年同期的人民幣139億元增長23.0%。毛利率較去年同期的50.2%增長至55.3%。
- **期內利潤**為人民幣40億元，去年同期為人民幣15億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣27億元增長至人民幣47億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣30億元增加至人民幣45億元。**海外分部經營虧損** (3) 同比大幅縮窄64.5%至人民幣277百萬元。

2024年上半年業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為3.946億，較去年同期3.751億增長5.2%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為6.946億，較去年同期6.639億增長4.6%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣5,933億元，較去年同期的人民幣4,902億元增長21.0%。
- **總收入**為人民幣604億元，較去年同期的人民幣530億元增長14.0%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比56.6%，直播業務佔比29.6%，其他服務佔比13.8%。
- **毛利**為人民幣333億元，較去年同期的人民幣256億元增長29.7%。毛利率較去年同期的48.4%增長至55.1%。
- **期內利潤**為人民幣81億元，去年同期為人民幣6億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣27億元增長至人民幣91億元。
- **國內分部經營利潤** (3) 自去年同期的人民幣40億元增加至人民幣85億元。**海外分部經營虧損** (3) 同比大幅縮窄66.0%至人民幣545百萬元。

快手聯合創始人，董事長兼首席執行官程一笑先生表示：「2024年第二季度，我們積極推進用戶生態和商業生態的戰略部署，憑藉清晰、高效的運營策略，協同營收的同時聚焦用戶體驗，實現了流量端的高質、加速增長。同時，財務業績得到全面提升，毛利率超55%，經調整淨利潤達人民幣47億元，經調整淨利潤率提升至15.1%，均創歷史新高，彰顯了我們在追求增長和效率方面取得的切實成果。技術創新方面，我們取得了一些行業領先的AI研發成果，並將其融合到快手的各業務場景，提升了內容創作的質量以及商業變現的效率。尤其是我們的視頻生成大模型可靈AI，獲得了國內外用戶的廣泛好評。展望未來，我們仍將致力於發揮技術方面的深厚積累，探索AI技術更好的賦能現有業務和創造新業務場景的潛能，引領公司高效、穩步前行。」

2024年第二季度財務回顧

線上營銷服務收入由2023年同期的人民幣143億元增加22.1%至2024年第二季度的人民幣175億元，主要是由於優化的智能營銷解決方案及先進的算法，推動營銷客戶投放消耗增加。

直播業務收入由2023年同期的人民幣100億元減少6.7%至2024年第二季度的人民幣93億元，是由於我們持續努力建立一個健康的直播生態系統。

其他服務收入由2023年同期的人民幣34億元增加21.3%至2024年第二季度的人民幣42億元，主要是由於我們電商業務的增長，表現為電商GMV的增加。電商GMV增加是由於我們多元化的全域經營，推動電商活躍付費用戶數量及動銷商家數量增加。

2024年第二季度其他主要財務資料

經營利潤自去年同期的人民幣13億元增加至人民幣39億元。

經調整EBITDA (4) 自去年同期的人民幣43億元增加至人民幣63億元。

可利用資金總額 (5) 於2024年6月30日為人民幣777億元。

附註：
（1）於我們平台交易或通過我們平台跳轉到合作夥伴平台交易。

（2）我們將「經調整利潤淨額」定義為經以股份為基礎的薪酬開支及投資公允價值變動淨額調整的期內利潤。
（3）不包含以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益/（虧損）淨額的未分攤項目。
（4）我們將「經調整EBITDA」定義為經所得稅（收益）/開支、物業及設備折舊、使用權資產折舊、無形資產攤銷及財務收入淨額調整的期內經調整利潤淨額。
（5）我們在現金管理中考慮的可利用資金包括但不限於現金及現金等價物、定期存款、金融資產和受限制現金。金融資產主要包括理財產品及其他。

業務回顧

2024年第二季度，在高度激烈的競爭環境下，我們的收入和利潤持續增長，在行業領先的AI技術、富有活力的內容和商業生態以及高效的組織協同方面取得了進步，為我們平台在動態市場中茁壯成長奠定了基礎。2024年第二季度，我們的總收入同比增長11.6%至人民幣310億元。盈利能力方面，我們的毛利率在2024年第二季度增長至55%以上，經調整淨利潤達到人民幣47億元，經調整淨利潤率為15.1%。

作為一家以AI為驅動的科技公司，我們已經構建了一套支持萬億參數大模型訓練和推理的先進基礎設施，在這個基礎設施上，我們研發了行業領先的AI矩陣，包括***快意大語言模型***、視覺生成大模型和推薦大模型。2024年第二季度，我們在視覺生成大模型方面取得了重大進展。我們開啟了視頻生成大模型***可靈AI***的全面測試，並向全球用戶推出會員體系，進一步升級模型功能。我們先進的文生圖AI生成模型***可圖***已正式開源，以鼓勵共建一個協作、繁榮的生態。目前，我們的AI矩陣已經無縫嵌入多個業務場景，支持內容創作、內容理解與推薦和用戶互動。這一強大的組合為商家和營銷客戶提供了更高效的工具，從而大大提升了我們的商業競爭力。2024年上半年，近2萬名商家在快手平台借助AI矩陣實現優化經營，在2024年第二季度，來自營銷客戶的AIGC營銷素材消耗單日峰值達人民幣2,000萬元。

用戶及內容生態系統

2024年第二季度，快手應用的平均日活躍用戶和平均月活躍用戶分別達到了3.95億及6.92億，分別同比增長5.1%和2.7%，快手應用的日活躍用戶日均使用時長達122分鐘。我們在用戶流量端實現加速增長，快手應用用戶總使用時長同比增長9.5%。

我們深化高質量增長策略，通過流量分配機制升級和用戶需求洞察的場景建設，在協同營收業務的同時，成功提升了用戶體驗。我們通過評論區熱評排序優化等措施，營造了活躍的社區氛圍，從而改善了用戶長期留存率，實現了日活躍用戶的高質量增長。此外，我們通過精細化運營策略，提升了用戶維繫投入的ROI。

我們致力於構建一個健康、充滿活力的內容創作生態，並通過算法優化扶持優質的內容創作者。我們繼續通過差異化的垂類運營策略，為用戶打造彰顯平台特色的優質內容。例如，在體育垂類，我們專注於創作大眾喜歡的原生體育內容。2024年巴黎奧運會開幕前，人們對體育內容的興趣日益高漲，我們打造了***快手村奧會***，吸引了超13.5萬人次到場觀看，線上直播總觀看人次超5.2億，全網累計總曝光量超64億。作為短劇行業的開拓者和引領者，我們依託先進的***可靈AI***，推出了國內首部AIGC原創奇幻微短劇***山海奇鏡***，於上線2周內獲得了超5,000萬的播放，體現了我們先進的大模型能力在深度內容創作上的巨大潛力。

在搜索業務方面，2024年第二季度，我們持續優化「看後搜」功能，並在搜索結果的呈現形式上引入單列樣式，提升用戶體驗的同時，也釋放了商業化潛力。我們的搜索用戶滲透率進一步提升，2024年第二季度使用快手搜索的月活躍用戶達到近5億，同時單日搜索次數同比增長超20%。

線上營銷服務

2024年第二季度，儘管整體消費情緒疲軟，但我們的線上營銷服務收入同比增長22.1%至人民幣175億元。我們優化智能營銷解決方案，為營銷客戶提供更深鏈路的轉化，也帶來了營銷客戶更高的出價，從而推動了收入增長。此外，我們先進的算法極大地支持了人群興趣探索和匹配效率優化，顯著提升了具有線上營銷潛力的有效用戶數。

2024年第二季度，外循環營銷服務收入增長顯著，同比增長率較2024年第一季度有所提升，特別是在傳媒資訊、電商平台和本地生活等行業。對於傳媒資訊行業中的付費短劇營銷，我們繼續通過深化原生鏈路改善用戶體驗，同時結合智能化補貼提升用戶付費規模，促進了付費短劇營銷投放的快速增長，付費短劇日均營銷消耗同比增長超2倍。在智能投放方面，2024年第二季度，我們的外循環營銷產品 ***Universal Auto X (UAX)*** 在各行業的滲透率不斷提升，客戶使用***UAX***進行營銷投放的總消耗佔外循環營銷總消耗的30%以上。

2024年第二季度，內循環營銷服務收入也取得穩健增長，得益於我們持續優化智能投放產品策略和能力，使得商家使用全站推廣解決方案或智能託管產品進行營銷推廣的總消耗達到了內循環營銷總消耗的40%。針對中小商家，我們借助大促營銷節點吸引其投流，並通過組合產品為中小商家提供極簡的自動化營銷解決方案，提升商家自助投流的穩定性和效率，推動中小商家投放消耗在2024年第二季度同比激增60%。在品牌營銷方面，我們聯合時尚媒體打造了獨具特色的營銷舉措，通過東方美學與潮流文化、非遺技藝與先鋒藝術的多元呈現，吸引美妝、食飲、服飾、3C產品等領域的眾多領先品牌參與。此外，我們的***快手星芒短劇***獲得了包括天貓在內的主要品牌冠名復購，2024年第二季度***快手星芒短劇***的招商收入同比增長超20倍。

電商

儘管國內電商業務面臨消費者需求的挑戰，但消費趨勢和電商基礎設施的快速變化仍然驅動著電商的增長。在新趨勢中，相對低線城市將成為人口基數最大、潛力最大的主流市場。我們旨在幫助消費者在快手通過值得信任的主播和內容，發現適合自己的低價好物。我們致力於建設長期健康的達人生態，持續推進品牌和商家自播、泛貨架及短視頻電商等多元化全域經營。

2024年第二季度，電商業務GMV同比增長15%至人民幣3,053億元。從需求側來看，2024年第二季度電商月活躍買家數同比增長14.1%至1.31億，月活躍用戶滲透率創新高至18.9%。我們堅持用戶為先的戰略，並通過精準的產業打法，快速捕捉和響應快速變化的消費者偏好。具體而言，我們將繼續專注於拉新促活舉措的不斷迭代，通過產品和補貼策略進一步擴展覆蓋人群，鼓勵用戶重複購買。

從供給側來看，2024年第二季度月均動銷商家數同比增長超過50%，主要得益於我們大力推進新商家的冷啟、成長與長效經營，同時賦能老商家的全域經營。尤其是針對中小商家，我們全年為新入駐的商家提供高達千億流量資源的***啟航計劃***，配合***扶搖計劃***一起，幫助新商家從首播冷啟開始快速擴大

經營規模。另外，我們通過新商漲粉計劃以及短直聯動的新模式等，幫助商家提升全域經營能力。達人策略方面，我們通過內部推薦鏈路向達人推薦優質的商品，通過外部機構幫助中腰部達人選品，尤其是針對中腰部達人的粉絲畫像進行定向推薦。同時，我們通過AI技術、營銷工具和粉絲運營工具等豐富達人的營銷策略，降低達人的電商直播門檻，鼓勵用戶參與到直播互動中，綜合提升平台商達撮合能力。品牌商家方面，我們優先開展了***以舊換新***項目、會員運營服務、***大牌大補***頻道建設等，豐富平台上多元的品牌商品供給。在618大促期間，消電家居品牌商家GMV同比增長超83%，品牌好物低價心智進一步提升。

電商場域方面，2024年第二季度泛貨架電商GMV持續超大盤增長，佔總GMV的25%以上。在618大促期間，泛貨架電商訂單量同比增長65%，成為電商業務的重要增長點。2024年第二季度商城日均動銷商家同比增速超50%、日均買家同比增速超70%。從用戶側來看，我們商城用戶人均瀏覽商品卡數、用戶搜索的商品規模同比高速增長，快手商城能逛能搜的消費心智日益增強。我們引入的大模型也提升了我們識別用戶購物意圖的能力，2024年第二季度搜索電商GMV同比提升超80%。另外，快手商城上線了銷售託管服務，整合平台全域流量，旨在降低商家的運營門檻，向商家提供確定性的銷售渠道。此外，我們的短視頻電商GMV在2024年第二季度持續高速增長，同比增長近70%。商家在直播前利用短視頻吸引潛在用戶，並在直播後通過短視頻延長爆款產品的銷售週期，進一步加強了短視頻與直播場域的聯動。

直播

2024年第二季度，直播業務收入同比下降6.7%至人民幣93億元。我們持續迭代精細化運營模式，實現健康、正向的直播生態。在供給側，我們搭建了區域團隊，通過精準的行業宣發和有影響力的線下宣講，引入優質新公會。截至2024年第二季度末，我們簽約公會機構數量同比提升近50%，簽約公會主播數量同比增長60%。同時，我們持續推進團播、「大舞台」等新興品類，高效牽引公會及主播投入團播業務，成為直播業務的核心增長點。

我們致力於牽引中腰部主播、提升直播互動玩法、鼓勵主播生產優質內容，為用戶提供更多打開我們平台的理由。同時，作為***穿越火線***、***王者榮耀職業聯賽***的官方短視頻合作夥伴，我們借助「短視頻+直播+社區」生態，有效吸引了更多受眾的關注。

作為「直播+」模式賦能傳統行業的典例，2024年第二季度，我們***快聘***業務的日均簡歷投遞次數同比增長超130%，匹配率同比增長超150%；***理想家***業務日均線索規模同比增加9倍。

海外業務

2024年第二季度，我們持續通過先進的內容供給、運營能力和營銷舉措，深化我們在核心海外市場的本地運營。在ROI驅動的增長策略下，我們持續精細化運營傳統營銷渠道，並探索新的增長路徑。這些舉措推動了巴西和印度尼西亞等核心海外市場的平均日活躍用戶穩定增長。特別是巴西日活躍用戶同比增長15.4%，環比亦有所提升。海外業務內容運營方面，我們持續引入優質內容創作者，豐富內容供給，並提升社區生態活力。同時，通過優化算法、強化流量機制以及多元的變現舉措，逐步加強了內容生產、消費和創作者變現的正向飛輪效應。2024年第二季度，海外核心市場的日活躍用戶日均使用時長接近80分鐘，同比增長5%。

在變現能力方面，2024年第二季度海外收入達到人民幣11億元，同比提升141.4%。我們的海外線上營銷團隊通過優化產品能力、提升客戶體驗，積極拓展各行業客戶。因此，海外業務的線上營銷收入同比增長超200%，環比持續攀升。隨著海外變現效率的提升，經營槓桿效應持續釋放，2024年第二季度海外業務的營業虧損為人民幣2.77億元，同比減少64.5%。

業務展望

我們通過AI矩陣奠定了堅實的技術基礎，為蓬勃發展的內容和商業生態的創新及下一階段增長開辟了道路。2024年下半年，我們將繼續保持高質量增長，著重關注技術創新，借助我們的綜合AI矩陣探索內容和商業的巨大潛力。我們相信，這些戰略舉措將使快手在競爭激烈的市場環境中保持領先地位，實現長期增長，為我們的用戶、創作者和合作夥伴帶來更多價值與機遇。

關於快手

快手作為領先的內容社區及社交平台，其使命是成為全球最痴迷於為客戶創造價值的公司。快手堅持不懈，專注為客戶提供服務，並通過持續創新和優化其產品與服務為客戶創造價值。在快手，任何用戶都可以通過短視頻和直播來記錄和分享他們的生活，呈現和發揮所長。透過與內容創作者和企業緊密合作，快手提供的產品和服務可滿足用戶自然產生的各種需求，包括娛樂、線上營銷服務、電商、網絡遊戲、在線知識共享等。

前瞻性聲明

除過往事實的陳述外，本新聞稿載有若干前瞻性陳述。前瞻性陳述一般可透過所使用前瞻性詞彙識別，例如「或會」、「可能」、「可」、「可以」、「將」、「將會」、「預期」、「認為」、「繼續」、「估計」、「預計」、「預測」、「打算」、「計劃」、「尋求」或「時間表」。該等前瞻性陳述受風險、不確定因素及假設的影響，可能包括業務展望、財務表現預測、業務計劃預測、發展策略及對我們行業預期趨勢的預測。該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本新聞稿刊發之時的展望為基準，在本新聞稿內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提作出，當中許多涉及主觀因素或不受我們控制。該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及大量風險及不明朗因素。鑒於上述風險及不明朗因素，本新聞稿內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故投資者不應過於依賴該等陳述。除法律要求的情形外，我們並無責任公開發佈可能反映本新聞稿日期後發生的事件或情況或可能反映意料之外事件的該等前瞻性陳述的任何修訂。

投資者及媒體問詢
快手科技
投資者關係
郵箱：ir@kuaishou.com

簡明合併損益表

	未經審核			**未經審核**	
	截至以下日期止三個月			**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
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*	***人民幣百萬元***	*人民幣百萬元*
收入		29,408	27,744	**60,383**	52,961
銷售成本	**(13,840)**	(13,288)	(13,810)	**(27,128)**	(27,315)
毛利	**17,135**	16,120	13,934	**33,255**	25,646
銷售及營銷開支	**(10,040)**	(9,384)	(8,636)	**(19,424)**	(17,359)
行政開支	**(792)**	(462)	(945)	**(1,254)**	(1,864)
研發開支	**(2,805)**	(2,843)	(3,155)	**(5,648)**	(6,075)
其他收入	**34**	118	113	**152**	165
其他收益/（虧損）淨額	**374**	445	(15)	**819**	85
經營利潤	**3,906**	3,994	1,296	**7,900**	598
財務收入淨額	**66**	114	158	**180**	269
分佔按權益法入賬之投資的虧損	**(19)**	(3)	(18)	**(22)**	(32)
除所得稅前利潤	**3,953**	4,105	1,436	**8,058**	835
所得稅收益/（開支）	**27**	15	45	**42**	(230)
期內利潤	**3,980**	4,120	1,481	**8,100**	605
以下人士應佔：					
— 本公司權益持有人	**3,979**	4,119	1,480	**8,098**	607
— 非控股權益	**1**	1	1	**2**	(2)
	3,980	4,120	1,481	**8,100**	605

簡明合併資產負債表

	未經審核	經審核
	截至2024年	截至2023年
	6月30日	12月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*
資產		
非流動資產		
物業及設備	**11,871**	12,356
使用權資產	**8,908**	10,399
無形資產	**1,032**	1,073
按權益法入賬之投資	**179**	214
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**13,695**	5,245
按攤餘成本計量之其他金融資產	**143**	283
遞延稅項資產	**5,854**	6,108
長期定期存款	**13,580**	9,765
其他非流動資產	**536**	492
	55,798	45,935
流動資產		
貿易應收款項	**6,526**	6,457
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**4,346**	4,919
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**31,180**	25,128
按攤餘成本計量之其他金融資產	**845**	950
短期定期存款	**9,578**	9,874

受限制現金	**89**	128
現金及現金等價物	**11,437**	12,905
	64,001	60,361
資產總額	**119,799**	106,296

簡明合併資產負債表

	未經審核	經審核
	截至2024年	截至2023年
	6月30日	12月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*
權益及負債		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	**-**	-
股本溢價	**271,804**	273,459
庫存股份	**(284)**	(88)
其他儲備	**34,298**	33,183
累計虧損	**(249,393)**	(257,491)
	56,425	49,063
非控股權益	**13**	11
權益總額	**56,438**	49,074
負債		

非流動負債		
借款	**4,500**	-
租賃負債	**6,985**	8,405
遞延稅項負債	**16**	18
其他非流動負債	**21**	21
	11,522	8,444
流動負債		
應付賬款	**24,897**	23,601
其他應付款項及應計費用	**19,192**	16,592
客戶預付款	**4,124**	4,036
所得稅負債	**269**	1,222
租賃負債	**3,357**	3,327
	51,839	48,778
負債總額	**63,361**	57,222
權益及負債總額	**119,799**	106,296

按分部劃分的財務資料

	未經審核											
	截至以下日期止三個月											
	2024年6月30日				2024年3月31日				2023年6月30日			
	未分攤				未分攤				未分攤			
	國內	**海外**	**項目**	**總計**	國內	海外	項目	總計	國內	海外	項目	總計

	人民幣百萬元				*人民幣百萬元*				*人民幣百萬元*			
收入	**29,896**	**1,079**	**-**		28,417	991	-	29,408	27,297	447	-	27,744
經營利潤/（虧損）	**4,498**	**(277)**	**(315)**	**3,906**	3,991	(268)	271	3,994	3,034	(780)	(958)	1,296

	未經審核							
	截至以下日期止六個月							
	2024年6月30日				2023年6月30日			
	國內	**海外**	**未分攤項目**	**總計**	國內	海外	未分攤項目	總計
	人民幣百萬元				*人民幣百萬元*			
收入	**58,313**	**2,070**	**-**	**60,383**	52,176	785	-	52,961
經營利潤/（虧損）	**8,489**	**(545)**	**(44)**	**7,900**	3,997	(1,603)	(1,796)	598

非國際財務報告會計準則計量與根據國際財務報告會計準則編製的最接近計量的對賬

	未經審核			**未經審核**	
	截至以下日期止三個月			**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
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*	***人民幣百萬元***	*人民幣百萬元*
期內利潤	**3,980**	4,120	1,481	**8,100**	605
加:					
以股份為基礎的薪酬開支	**723**	292	1,056	**1,015**	2,046
投資公允價值變動淨額[(1)]	**(24)**	(24)	157	**(48)**	85
經調整利潤淨額	**4,679**	4,388	2,694	**9,067**	2,736

經調整利潤淨額	**4,679**	4,388	2,694	**9,067**	2,736
加:					
所得稅（收益）/開支	**(27)**	(15)	(45)	**(42)**	230
物業及設備折舊	**997**	977	978	**1,974**	1,942
使用權資產折舊	**735**	716	808	**1,451**	1,596
無形資產攤銷	**26**	27	39	**53**	77
財務收入淨額	**(66)**	(114)	(158)	**(180)**	(269)
經調整EBITDA	**6,344**	5,979	4,316	**12,323**	6,312

附註:

(1) 投資公允價值變動淨額指按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之上市和非上市實體投資的公允價值（收益）/虧損淨額、視為處置投資的（收益）/虧損淨額以及投資減值撥備，其與我們的核心業務及經營業績無關，且會受市場波動所影響，而剔除該數據可為投資者提供可評估我們業績表現的更相關及有用的資料。