快手科技發佈2025年第一季度未經審核財務業績

2025.05.27

香港2025年5月27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2025年3月31日止三個月的未經審核第一季度合併業績。

2025年第一季度業績摘要

- **快手應用平均日活躍用戶**為4.080億，較去年同期3.938億增長3.6%。
- **快手應用平均月活躍用戶**為7.117億，較去年同期6.974億增長2.1%。
- **電商GMV** (1) 為人民幣3,323億元，較去年同期的人民幣2,881億元增長15.4%。
- **總收入**為人民幣326億元，較去年同期的人民幣294億元增長10.9%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比55.1%，直播業務佔比30.1%，其他服務佔比14.8%。
- **毛利**為人民幣178億元，較去年同期的人民幣161億元增長10.4%。毛利率較去年同期的54.8%略微降至54.6%。
- **期內利潤**為人民幣40億元，去年同期為人民幣41億元。**經調整利潤淨額** (2) 自去年同期的人民幣44億元增長至人民幣46億元。
- **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43億元。**海外分部經營利潤** (3) 爲人民幣28百萬元，去年同期爲經營虧損人民幣268百萬元。
- 截至2025年3月31日止三個月及直至5月20日收盤，本公司於聯交所以代價14.2億港元購回約29.2百萬股股份。

快手聯合創始人、董事長兼首席執行官程一笑先生表示：「2025年第一季度，我們持續深化AI技術對內容生態與商業生態的賦能，在經營效率進一步提升的同時實現了穩健的業績增長。我們的日活躍用戶數達到4.08億，創下歷史新高。2025年第一季度總收入同比增長10.9%，達到人民幣326億元。經調整利潤淨額達到人民幣46億元，經調整淨利潤率保持在14.0%的健康水平。我們於4月正式推出可靈AI 2.0，獲得全球用戶廣泛好評，鞏固了我們在AI領域的全球領先地位並推動了商業化進程的加速發展。展望未來，我們會持續聚焦長期技術投入，繼續強化AI能力，進一步賦能現有業務並開闢新的業務增長路徑。我們相信這些技術進步將有助於我們持續提升用戶體驗，同時擴大內容與商業生態的影響力，為公司的長期可持續增長創造更多機遇。」

2025年第一季度財務回顧

線上營銷服務收入由2024年同期的人民幣167億元增加8.0%至2025年第一季度的人民幣180億元，主要是由於我們的智能產品投放解決方案及AI技術在線上營銷解決方案的應用，推動營銷客戶投放消耗增加。

直播業務收入由2024年同期的人民幣86億元增加14.4%至2025年第一季度的人民幣98億元，主要是由於我們精細化運營及多元化的優質內容。

其他服務收入由2024年同期的人民幣42億元增加15.2%至2025年第一季度的人民幣48億元，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增加是由於我們持續精細化的全域經營，推動電商月活躍買家數量及月動銷商家數量增加。

2025年第一季度其他主要財務資料

經營利潤自去年同期的人民幣40億元增加至人民幣43億元。

經調整EBITDA (4) 自去年同期的人民幣60億元增加至人民幣64億元。

可利用資金總額 (5) 截至2025年3月31日為人民幣940億元。

附註：
（1）於我們平台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淨額的未分攤項目。
（4）我們將「經調整EBITDA」定義為經所得稅開支/ (收益)、物業及設備折舊、使用權資產折舊、無形資產攤銷及財務開支/(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

2025年第一季度，在複雜多變的全球宏觀經濟形勢下，我們持續推進人工智能(AI)技術賦能業務，通過智能化升級鞏固內容和商業生態，提升用戶和內容創作者的平台使用體驗，提升商家與線上營銷客戶的經營效率，取得了穩健的業績表現。2025年第一季度，快手應用的平均日活躍用戶達到4.08億，創歷史新高；總收入同比增長10.9%至人民幣326億元，毛利率近55.0%，經調整淨利潤達到人民幣46億元，經調整淨利潤率為14.0%。

與此同時，我們的新業務也取得了令人欣喜的成果，展現出較強的第二增長曲線勢能。***可靈AI***商業化變現加速，2025年第一季度***可靈AI***收入超過人民幣1.5億元。我們專注於核心國際市場的聚焦戰略在實施兩年後已取得切實成效。2025年第一季度首次實現了整體海外業務單季度的經營利潤轉正。

AI業務

可靈AI方面，我們在2025年4月宣佈視頻生成大模型的重大升級，面向全球用戶推出了***可靈AI*** 2.0，在動態質量、語義響應、畫面美學等維度，保持全球領先。在本次***可靈AI*** 2.0模型的版本迭代中，***可靈AI***正式提出全新理念***多模態視覺語言(Multi-modal Visual Language, MVL)***，並基於該理念推出了多模態編輯功能，用戶可以將圖像、視頻、聲音和運動軌跡等多種信息形式作為輸入，生成創意視頻。此外，創作者也可對已生成的視頻內容進行視覺元素的增加、刪減、替換，為創作者的編輯過程提供更大的靈活性。目前***可靈AI***已經廣泛應用於廣告營銷、短劇和智能終端等多個行業，這也使得我們對於***可靈AI***成為新AI時代視頻創作的基礎設施的願景更有信心。

我們已將AI技術融入我們的內容和商業生態。我們借助AI技術對線上營銷服務解決方案進行全流程賦能，包括AIGC營銷素材生產、營銷投放智能體和營銷推薦大模型等，提升了客戶的營銷轉化效率。2025年第一季度，AIGC營銷素材的日均廣告消耗約為人民幣3,000萬元。我們也上線了數字人直播間實時互動功能，提升了直播間的轉化率。

用戶及內容生態系統

2025年第一季度，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4.08億及7.12億，分別同比增長3.6%和2.1%，快手應用的平均日活躍用戶創歷史新高，並且連續第三個季度超過4億。快手應用的日活躍用戶日均使用時長達133.8分鐘，2025年第一季度用戶總使用時長同比增長5.9%。我們通過不斷精細化的用戶增長策略降低了新增用戶的平均獲客成本，並通過豐富的優質內容供給、持續迭代的流量分發機制和多元的社區互動玩法提升用戶的內容消費體驗，使得新增用戶的留存率不斷提升。

春節歷來是我們進行用戶增長和品牌營銷的重要節點，2025年春節，我們通過有趣的互動玩法和多元的內容矩陣，為超4億用戶打造富有中國年味的線上社區。借助富有趣味的交互玩法，我們有效提升了用戶之間的社交互動。活動期間，日均新增互關對數同比提升了40.0%以上，互關用戶日均私信發送量同比大幅增加超過100.0%。***雲上廟會***、***快手村冬奧***和***遼寧衛視春晚***等一系列豐富的春節內容矩陣為用戶提供了沉浸式的內容消費體驗。以上內容的直播總觀看量超過150億人次，短視頻總播放量超過2,000億。

線上營銷服務

2025年第一季度，線上營銷服務收入達到人民幣180億元，同比增長8.0%。我們通過AI技術對線上營銷服務解決方案的全流程賦能，幫助各行業的客戶進行高效的品牌營銷和效果轉化。我們也將大語言模型的內容理解和推理能力應用於營銷內容推薦，疊加對用戶行為的思維鏈推理，不斷提升營銷素材轉化效率。

2025年第一季度，外循環營銷服務繼續成為推動線上營銷服務增長的主要驅動力。其中，內容消費行業和本地生活行業增長尤為突出。2025年第一季度，在內容消費行業，短劇行業的營銷消耗同比高速增長。營銷客戶以原生鏈路為基礎在平台經營，如短劇、小遊戲、小說，不僅提升了內容價值並增強了用戶粘性，也加深了平台對用戶喜好的理解深度。在本地生活行業，針對線索經營類的客戶，我們為其提供包括原生私信、線索表單搜集等多種解決方案，幫助其觸達客戶並提升轉化率。2025年第一季度，本地生活行業的營銷消耗同比增長超50.0%。在智能化產品投放層面，2025年第一季度，***Universal Auto X(UAX，全自動投放)***解決方案的總營銷消耗佔外循環總消耗的比例提升至60.0%以上。

另一方面，我們積極探索通過內循環營銷解決方案助力電商商家在快手做全域智能化經營。在泛貨架場域，我們通過優化營銷投放鏈路，引入電商商家的優質內容與產品供給，並通過算法策略優化提升匹配效率。在智能化提效方面，升級後的全站推廣智能體4.0使得商家在全域投放更穩定。2025年第一季度，電商商家使用全站推廣智能體4.0或智能託管進行營銷推廣的總消耗，佔內循環總消耗的比例達到60.0%。

電商

2025年第一季度，電商GMV同比增長15.4%至人民幣3,323億元，電商月均活躍買家數達1.35億。我們持續優化消費者購物體驗，通過內容場與泛貨架場的全域協同，幫助更多商家達人在快手拓展生意經營陣地。

2025年第一季度，快手平台上的中小商家高速成長，主要得益於新商成長資源的持續建設，以及大模型能力在多場域經營的廣泛應用。我們提供給新商家豐沛的冷啟流量和一系列降低經營成本的政策，2025年第一季度新入駐快手商家數量同比增長超30.0%。同時，我們持續致力於AI大模型的多場域經營應用。2025年第一季度，我們為直播場域經營的商家提供了全套智能開播工具，包含AI話術生成、直播講解提詞器、智能選品等能力，越來越多的新商家借助這些工具取得經營突破。

2025年第一季度，達人電商方面，我們設立了獨立的商品運營中心、擴大達人分銷優質貨品規模，進一步增強了對貨品的選擇和供應，並充分調用全站達人資源及運營資源，以***官方團***的形式觸達社會化品牌。同時我們在年貨節期間上線了***爆品計劃***，聚焦用戶高需求商品品類，並借平台整合銷售能力，引入優價優質供給。針對中小達人，我們通過***新星計劃***、流量激勵、城市運營等多元激勵機制，助力中小達人實現高效成長。三八煥新季期間，達人分銷GMV同比增長超30.0%、中小達人分銷GMV同比增長超50.0%，不同體量的達人憑藉大促都獲得了高效的生意增長。

從多元場域來看，我們著力構建「直播+商城+短視頻」三位一體經營格局。2025年第一季度，泛貨架電商GMV持續超大盤增長，供需兩端持續優化，對總電商GMV的貢獻比例約30.0%。2025年第一季度，商城場域日均動銷商家同比增長超40.0%，得益於我們深挖產業帶、形成招商勢能，並著力引入優質新供給、提升商品類目多樣性，同時從推薦、搜索、頻道、店鋪四個維度進行流量助力。另一方面，2025年第一季度短視頻電商GMV勢頭強勁，同比增長超40.0%，借助短直聯動的內容玩法，成功實現了內容表達的多樣化和用戶轉化的高效化。

另外，我們的AI大模型能力帶動電商商家的整體服務水平提升。2025年第一季度，我們通過上線大模型智能體技術及多模態能力，將智能客服解決率提升至約80.0%，極大節約了商家成本並且縮短平均響應時長，提升整體用戶體驗。同時，我們的AI能力持續驅動電商基礎設施升級，提升人貨匹配精準度、降低商家製作內容素材的難度，為電商生態注入持續動能。

直播

2025年第一季度，直播業務收入同比增長14.4%至人民幣98億元，恢復同比正增長趨勢。我們進一步加強多人直播、團播等優勢品類的精細化運營，2025年第一季度末，簽約公會機構數量同比提升超25.0%，簽約主播數量同比增長超40.0%。我們也著力建設優質***直播大舞台***內容，為主播及達人進行高效粉絲沉澱並釋放變現潛力，同時推出專屬扶持政策與流量機制，成功將線下的娛樂文化消費形態帶入線上。

此外，我們持續深化遊戲內容生態，通過短視頻、直播和社區運營的深度融合，幫助遊戲廠商打破傳統的宣推邊界，同時與各大遊戲賽事進行直播版權合作、共建IP賽事，並自營電競戰隊KSG。作為「直播+」模式創新賦能傳統行業的典例，2025年第一季度，***快聘***業務的日均投遞簡歷用戶數同比增長超110.0%，雙向匹配規模同比增長超300.0%；***理想家***業務日均線索規模同比增加超150.0%。

海外

2025年第一季度，海外業務整體穩健發展，海外整體收入同比增長32.7%達人民幣13億元，其中線上營銷收入同比保持高速增長。同時通過有效控制海外業務的成本費用，海外整體層面首次實現了季度經營利潤轉正。我們在海外獲客渠道效率上持續優化，聚焦高價值人群的定向投放，海外核心市場之一巴西的日活躍用戶穩步增長。結合我們在算法側和流量側的長期優化努力，巴西日活躍用戶的日均使用時長同環比穩步提升。變現方面，我們以深耕本土化內容為核心優勢，助力廣告主構建起多產品矩陣的內容營銷新範式，精準觸達目標用戶人群。同時巴西的電商業務在嚴控ROI的同時，訂單規模實現同比健康增長。

本地生活

2025年第一季度，本地生活業務繼續基於用戶稟賦，深耕新線城市，精細化運營策略，為用戶提供極致性價比的本地商品和服務。2025年第一季度，本地生活GMV同比快速增長，其中新線城市貢獻超過65.0%的GMV增長。供給上，動銷商家和動銷商品數分別同比上漲81.0%和71.3%。同時我們鼓勵商家自播、結合職人運營和達人分銷，在AIGC的賦能提效下做好內容的提質、提量，牽引商家獲得優質流量曝光。商品和內容的供給密度提升驅動用戶交易轉化，2025年第一季度月均付費用戶數同比提升73.1%。變現上，我們持續優化本地投廣告產品，提升商家投流效果。因此，2025年第一季度，本地生活業務的收入同比增長2倍。此外，通過「大促+小促」的雙引擎增長工具，幫商家提升營銷效率的同時，我們的補貼效率得以提升，本地生活業務的虧損得以持續收窄。

關於快手

快手作為中國乃至全球領先的內容社區及社交平台，致力於成為全球最癡迷于為客戶創造價值的公司。作為一家以人工智能為核心驅動和技術依託的科技公司，快手專注於通過持續的技術創新和產品升級，不斷豐富服務和應用場景，為客戶創造價值。在快手，用戶通過短視頻和直播來記錄和分享他們的生活，發現所需，發揮所長。通過與內容創作者和企業緊密合作，快手提供的技術、產品和服務可滿足用戶的多元化的需求，包括娛樂、線上營銷服務、電商、本地生活、遊戲等。

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 截至以下日期止三個月		
	2025年3月31日	2024年12月31日	2024年3月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*
收入	**32,608**	35,384	29,408
銷售成本	**(14,816)**	(16,261)	(13,288)
毛利	**17,792**	19,123	16,120
銷售及營銷開支	**(9,897)**	(11,317)	(9,384)
行政開支	**(828)**	(866)	(462)
研發開支	**(3,298)**	(3,451)	(2,843)

其他收入	**53**	187	118
其他收益淨額	**437**	592	445
經營利潤	**4,259**	4,268	3,994
財務（費用）/收入淨額	**(24)**	19	114
分佔按權益法入賬之投資的利潤/（虧損）	**2**	(1)	(3)
除所得稅前利潤	**4,237**	4,286	4,105
所得稅（開支）/收益	**(258)**	(312)	15
期內利潤	**3,979**	3,974	4,120
以下人士應佔：			
—本公司權益持有人	**3,978**	3,969	4,119
—非控股權益	**1**	5	1
	3,979	3,974	4,120

簡明合併資產負債表

	未經審核 **截至2025年** **3月31日** ***人民幣百萬元***	經審核 截至2024年 12月31日 *人民幣百萬元*
資產		
非流動資產		
物業及設備	**16,139**	14,831
使用權資產	**8,061**	8,891
無形資產	**1,045**	1,059
按權益法入賬之投資	**169**	166
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**28,620**	24,430
按攤餘成本計量之其他金融資產	**41**	62
遞延稅項資產	**6,606**	6,604
長期定期存款	**20,486**	19,856
其他非流動資產	**1,372**	1,105
	82,539	77,004
流動資產		
貿易應收款項	**6,346**	6,674
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	**5,288**	4,646
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	**28,243**	27,050
按攤餘成本計量之其他金融資產	**190**	233
短期定期存款	**7,816**	11,522
受限制現金	**51**	47
現金及現金等價物	**11,598**	12,697
	59,532	62,869
資產總額	**142,071**	139,873

簡明合併資產負債表

	未經審核	經審核

	截至2025年3月31日	截至2024年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	**268,159**	268,733
庫存股份	**(707)**	(341)
其他儲備	**36,361**	35,776
累計虧損	**(238,186)**	(242,164)
	65,627	62,004
非控股權益	**21**	20
權益總額	**65,648**	62,024
負債		
非流動負債		
借款	**11,100**	11,100
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**120**	124
租賃負債	**6,045**	6,765
遞延稅項負債	**12**	13
其他非流動負債	**22**	19
	17,299	18,021
流動負債		
應付賬款	**26,460**	27,470
其他應付款項及應計費用	**22,542**	23,113
客戶預付款	**4,562**	4,696
借款	**1,077**	-
按公允價值計量且其變動計入損益之金融負債	**4**	5
所得稅負債	**771**	873
租賃負債	**3,708**	3,671
	59,124	59,828
負債總額	**76,423**	77,849
權益及負債總額	**142,071**	139,873

按分部劃分的財務資料

	未經審核 **截至以下日期止三個月** **2025年3月31日**				2024年12月31日				2024年3月31日			
	國內	**海外**	**未分攤項目**	**總計**	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*				*人民幣百萬元*			
收入	**31,293**	**1,315**	**-**	**32,608**	34,089	1,295	-	35,384	28,417	991	-	29,408
經營利潤/（虧損）	**4,345**	**28**	**(114)**	**4,259**	4,361	(236)	143	4,268	3,991	(268)	271	3,994

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 **截至以下日期止三個月**		
	2025年3月31日	2024年12月31日	2024年3月31日
	人民幣百萬元	*人民幣百萬元*	*人民幣百萬元*
期內利潤	**3,979**	3,974	4,120
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	**604**	636	292
投資公允價值變動淨額(1)	**(3)**	91	(24)
經調整利潤淨額	**4,580**	4,701	4,388
經調整利潤淨額	**4,580**	4,701	4,388
調整項目：			
所得稅開支/（收益）	**258**	312	(15)
物業及設備折舊	**782**	1,093	977
使用權資產折舊	**768**	756	716
無形資產攤銷	**22**	26	27
財務開支/（收入）淨額	**24**	(19)	(114)
經調整EBITDA	**6,434**	6,869	5,979

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。