



## 快手科技發佈2021年第二季度及上半年業績

2021.08.25

香港，2021年8月25日/美通社/ --領先的內容社區及社交平台，快手科技（香港聯交所股票代碼：1024）（簡稱“本公司”或“快手”），今日發佈截止2021年6月30日的第二季度及上半年未經審計合併業績。

### 2021年第二季度主要財務及運營數據

- **快手應用平均日活躍用戶**為2.932億，較去年同期2.621億增長11.9%。
- **每位日活躍用戶日均使用時長<sup>(1)</sup>**為106.9分鐘，較去年同期的85.4分鐘增長25.2%。
- **每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入<sup>(1)</sup>**為人民幣34.0元，較去年同期的人民幣14.8元增長129.7%。
- **平台上促成的電商交易的商品總交易額<sup>(2)</sup>**為人民幣1,454億元，較去年同期的人民幣725億元增長100.5%。
- **本季度收入**為人民幣191億元，較去年同期的人民幣129億元增長48.8%。其中，線上營銷服務收入為人民幣100億元，較2020年同期的人民幣39億元增長156.2%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比52.1%，直播業務佔比37.6%，其他服務佔比10.3%。
- **本季度毛利**達到人民幣84億元，較去年同期的人民幣44億元增長89.0%。毛利率由2020年第二季度的34.5%上升至本季度的43.8%。

快手聯合創始人，董事長兼首席執行官宿華先生表示：“在快手十年的發展歷程中，我們始終堅持著效率與公平並重的理念，並讓每個人平等地享受到科技進步的成果。一直以來，快手持續為用戶提供多樣化的內容和服務，提升社區的活力和信任感。2021年第二季度，用戶參與度和活躍度進一步提升，每位日活躍用戶的日均使用時長首次超過100分鐘，互相關注的用戶數累計達到126億對。通過更好地管理平台豐富的流量，我們的變現能力也在持續增強。本季度，我們線上營銷服務業務收入同比增長156.2%，達到人民幣100億元；進一步升級電商策略，引入更多知名品牌商品，同時強化快手具有優勢的信任電商。本季度的電商交易總額保持了強勁的增長勢頭，達到去年同期的兩倍。我們的海外業務也保持快速發展。截止第二季度末，我們海外市場的月活躍用戶已超過1.8億，進一步堅定了我們把握機會，發展海外市場的決心。”

附註：

(1) 運營數據為所示期間內快手應用的相關數據

(2) 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

### 業務回顧及展望

快手是行業領先的內容社區和社交平台，坐擁數以億計的日活躍用戶。我們推動更高效的流量管理，在夯實用

戶及客戶的價值主張的同時，提升我們的變現能力。我們將繼續深耕生態建設，維護快手這個充滿活力和信任感的社區。

我們不斷提升用戶體驗，增強廣告商及商家服務能力。通過我們獨特的內容和生態，為他們持續賦能。2021年第二季度，我們的總收入達到人民幣191億元，較去年同期增長48.8%，亦高於2021年第一季度36.6%的同比增幅。2021年第二季度的線上營銷服務收入同比增長156.2%至人民幣100億元，對我們總收入的貢獻再一次超逾50%。包括電商在內的其他服務收入同比增長212.9%，於2021年第二季度增至人民幣20億元。

## 平台生態

由於我們不斷對迭代流量分發算法、增強社交信任、豐富內容生態系統進行投入，用戶在平台的參與度及活躍度進一步提升，帶動快手應用每位日活躍用戶日均使用時長在2021年第二季度達到106.9分鐘，環比及同比分別增長7.7%及25.2%。借助我們平台上不斷增長的公域流量，我們持續優化自身算法。通過加深對用戶行為、用戶內容消費偏好及不斷變化的用戶需求的洞察和理解，我們的分發算法得以持續精進，繼而進一步提升用戶體驗。

除了用戶參與度提高外，我們在促進用戶活躍度方面亦取得實績。通過提升傳統獲客渠道和留存措施的效率，以及強大社交信任和多元化內容帶來的原生增長，快手應用的平均日活躍用戶與平均月活躍用戶的比率於2021年第二季度達到57.9%，環比增加1.1個百分點。2021年第二季度，快手應用的平均日活躍用戶同比增長11.9%至2.932億，且同比增速季度內逐月提速，增長趨勢良好。用戶活躍度的提高亦得益於我們推動從用戶獲取、用戶留存到變現的全周期用戶管理，以及提供優化的內容推薦及個性化服務。這種協同的用戶管理，亦使得我們可以持續優化產品以更及時和有效地滿足用戶的需求。

強大的社交信任是我們生態系統的基石，亦是令我們在行業中脫穎而出的關鍵。在2021年第二季度，我們平台的社交信任度不斷加強，快手應用的互關用戶對數持續突飛猛進，截至2021年第二季度末累積達到126億對，同比增長60%。

通過頭部內容品類的持續擴展，和內容生態系統規模及多元化程度的不斷提升，我們的用戶參與度及活躍度與日俱增。我們一直致力於提供滿足多元用戶需求的差異化和精製化內容。我們獨具特色的**快手短劇**取得了優異的成績，截至2021年6月30日，單部累計觀看量超過1億的系列短劇超過800部，其中有40部為快手**星芒計劃**成功孵化的獨家連續短劇。在新的內容垂類方面，我們很榮幸在體育垂類樹立行業標杆。除了豐富多彩的專業內容和用戶創作的體育內容之外，我們近期還成為東京2020年夏季奧運會及北京2022年冬季奧運會的官方轉播商，為用戶提供更多具有創新性的體育賽事觀看體驗，並且通過短視頻及直播等形式提升體育內容創作的互動體驗。

為鼓勵內容創作，優化內容分發，我們通過更精細化的流量算法，在公域為用戶提供短視頻之外的其他內容形式，比如優質的直播和電商內容，幫用戶發現更多更有趣、有意義以及有用的內容，滿足他們新的需求。該舉措亦增強我們平台對於內容創作者的吸引力及友好度，2021年第二季度內，我們的優質內容創作者數量每月持續健康增長。以上因素進一步強化了我們在內容創作及內容消費領域強大的飛輪效應。

## 線上營銷服務

我們的線上營銷服務於2021年第二季度增長強勁，收入同比增長156.2%至人民幣100億元。值得一提的是，來自品牌廣告的收入保持高速增長，再一次超越線上營銷服務收入的同比增幅。同時，我們的品牌廣告商數量較去年同期增長近四倍。以上成績，得益於我們不懈努力提升自身品牌形象、營銷效率和服務能力，以此幫助品牌擴大用戶群體，提升知名度，並通過私域運營加強用戶黏性及忠誠度。

品牌廣告已成為我們的戰略重心之一。我們持續投入基礎設施及工具以釋放我們龐大流量的價值，並提升廣告商的效率。我們致力於建立閉環解決方案，為品牌廣告商提供端到端的線上營銷服務。我們的營銷服務包括定制化短視頻廣告內容創作、直播間打造、粉絲群體及私域流量管理，及電商變現。通過這一系列服務，品牌廣告商可以在我們的平台上全面開展包括品牌發現、推廣及產品銷售各方面的營銷策略。這亦為我們的內容創作

者提供了更好的環境，使得他們可以通過才華獲取回報。並且為用戶建立一站式服務平台，既可發現值得信賴的品牌和貨源並與之互動，也可以直接下單採購。

為讓更多品牌享受到我們的解決方案和平台優勢，我們亦擴大了品牌廣告銷售團隊，與品牌廣告代理商一起覆蓋更多行業，進一步擴大我們的市場覆蓋。我們的重點行業包括快消品、美妝及電子產品。面向每個行業，我們根據該行業的特點提供定制化的流量轉化模型，並持續優化升級。

信息流廣告方面，為推廣我們的價值主張並且提高廣告合作夥伴的投資回報，我們堅持投資基礎設施，包括持續迭代的智能出價系統，全面提升廣告投放效果及效率。該系統運用優化的算法，更好匹配廣告內容與目標受眾。通過人工智能工具，我們可以對不同廣告內容的效果進行評估，從而協助製作創新的內容，這不僅可以為廣告商帶來更高回報，還可在維護用戶體驗的基礎上，增加廣告展示數量。這些努力使我們的線上營銷服務效果及議價能力在2021年第二季度進一步提升。

產品方面，我們於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，提供全面的閉環電商營銷解決方案。該平台包括多種定製化選項，以及數據可視化和數據監測功能，以幫助商家實現更加精準的營銷服務。磁力金牛的推出提升了我們的算法效率和流量變現能力，亦提高了我們平台廣告商的多元化程度及參與度。自上線以來，磁力金牛所服務的廣告商數目不斷增長。

## 直播

活躍健康的直播生態，是快手平台蓬勃發展的基石。2021年第二季度，我們的直播用戶的參與度持續提高，快手應用的平均日活躍用戶直播滲透率已超過70%。

在內容創作方面，我們在活躍主播數以及內容的深度和廣度方面繼續保持領先。豐富的直播內容滿足了用戶的不同興趣，使我們的平台從競爭中脫穎而出。我們平台的每日活躍主播數在2021年第二季度保持在190萬左右的高位，吸引更多元的用戶群體紛紛加入，形成豐富多樣、生機勃勃的直播生態系統。

我們開始在公域採取創新舉措以提升直播的變現能力。通過與直播公會的廣泛合作，我們為高品質的內容提供了更多的公域曝光，並進行更系統化的運營。於2021年第二季度，我們推出**藍海計劃**，旨在與全國的公會建立長期夥伴關係，共同促進快手直播平台生態的健康發展，並且利用我們龐大的公域流量推廣高品質直播內容。我們對公會合作的推動取得突出成效。截至2021年6月30日，我們合作的公會數量較截至2020年6月30日同比增長近400%，這幫助快手應用的每月直播付費用戶平均收入環比增長16.9%，同比增長18.2%。

除運用公域流量推廣直播外，我們亦加強了對私域直播的治理，增強用戶信任度並提升互動。我們相信這一舉措可以幫助我們為優質的內容創作者創造更多機會。通過治理能力、流量效率及內容供應的持續改善，我們致力於保持快手直播生態的健康增長和活力。這將幫助粉絲黏性高的內容創作者得到更好的發展，從而提高平台的用戶整體黏性以及變現潛力。

## 其他服務（包括電商）

我們的其他服務在2021年第二季度保持了強勁的增長勢頭，收入同比增長212.9%至人民幣20億元，主要由電商業務推動，電商交易總額達到人民幣1,454億元，是去年同期的兩倍。**快手小店**作為我們電商業務的閉環模式，對電商交易總額的貢獻率持續提升，從2020年同期的66.4%，增長至2021年第二季度的90.7%。我們繼續建設電商基礎設施，推出一系列工具。這些工具幫助商家簡化建立和管理賬戶的流程，幫助他們運營店鋪，為他們提供多維度數據來分析產品表現和用戶行為，從而促進和優化選品。我們的閉環電商生態系統持續得到了進一步的拓展和加強。

我們進一步升級電商策略，在私域強化快手優勢的信任電商，推廣長尾品牌或非標準化產品，在公域引入更多知名品牌商品。具體而言，我們採用了雙管齊下的電商策略，一是借力商家、主播在自身私域建立的信任，利用平台沉浸式的內容體驗，鞏固私域信任電商的競爭優勢；二是引入更多品牌商品，逐步建立用戶對我們商品及平台的信任和信心，進而充分開發公域的電商價值。

私域是我們平台的基礎，2021年第二季度私域貢獻了絕大部分的電商交易總額。隨著我們不斷精進以內容和信任為核心的獨特業務模式，將進一步提高平均重複購買率和電商買家的轉化率。

公域方面，我們支持品牌商家自播，努力為他們提供全面的商業解決方案，包括達人分銷、公域流量扶持、私域流量轉化和運營，以及其他品牌扶持政策。這些工作不僅擴大了我們的商家群體和商品供應，亦擴大了用戶的信任圈層，同時將信任的對象從主播擴大到商品和平台本身，激勵用戶進行更多的電商交易，強化我們作為用戶高度信任的一站式電商平台的地位。

除支持商家之外，於2021年第二季度，我們亦不遺餘力豐富商品供應，為消費者加強平台治理，提升用戶體驗，均旨在進一步優化我們的電商生態系統。

我們在品牌商品方面的工作亦有效地帶來商品供應的完善，及快手應用上電商平均日活躍用戶滲透率與平均每單電商訂單金額的增長。在2021年第二季度，在女裝、珠寶玉石及美妝等暢銷品類外，我們不斷擴展商品供應。包括男裝運動、家電數碼及家居百貨在內的新興品類的電商交易額在2021年第二季度均取得快速增長，其佔電商交易總額的比例環比均取得提升。展望未來，我們會繼續發掘更多具有相當規模和高電商化能力的商品類別，進一步促進我們的電商交易總額的提升。

成為一個對用戶來說安全、可信賴的平台一直是我們的核心價值主張。因此，我們持續致力於品質管控和生態系統治理，以保護我們充滿活力和健康的生態系統。2021年第二季度，我們持續加強對快手官方電商優選平台**好物聯盟**的建設，提升用戶的電商體驗以及達人和商家的效率。首先，我們在2021年第二季度為好物聯盟引入更多品牌產品。通過提供和推廣官方優選的品牌商品，我們提升了平台商品的整體質量，為消費者帶來更加安心的購物體驗。此外，通過大幅加強與品牌商的夥伴關係，可供消費者選擇的商品進一步豐富。好物聯盟亦降低了電商主播在我們平台帶貨的門檻，提高了他們的活躍度和參與度。在上述因素推動下，2021年第二季度好物聯盟的電商交易總額環比增加近90%。

我們亦主動加強我們的生態治理和消費者權益保障。於2021年第二季度，我們推出「信任卡」，由商家為消費者提供一系列保障，例如退款不退貨、假貨賠償、七天無條件退貨等。我們將繼續加強平台治理，更好地保護用戶和商業夥伴的權益，並且全面提升消費者的整體體驗。

## 海外

考慮到海外市場的發展機遇及高速增長潛力，海外拓展已成為我們的核心戰略之一。短視頻和直播行業在海外市場的成熟程度相對較低，仍處於發展和商業化的早期階段，用戶滲透率低，用戶需求尚未得到滿足，代表著巨大且極具多元化的變現潛力，未來充滿增長和發展的機遇。

作為短視頻和直播行業的先驅和領軍者，我們逾十年的深耕積累了豐富的經驗、深刻的洞察、成熟的產品和強大的技術能力，在建立和優化內容生態系統方面具有出色的優勢。我們已經做好準備抓住海外市場的機遇，建立互動的內容社區和社交平台，鼓勵更多人通過創作、交流和互動創造價值。

我們海外發展的策略重點是人口密度高、對短視頻文化的接受程度高而且變現潛力高的國家和地區。2021年上半年，我們主要集中開發南美、東南亞及中東地區的市場。我們積極投入用戶獲取及用戶活躍度提升。與此同時，我們亦一直努力豐富和擴大我們的內容生態系統，鼓勵本地化內容創作，促進不同品類內容的持續豐富，提升用戶參與度和留存率，同時快速建立生態系統，在內容社區與用戶社區之間形成良性循環。除了鼓勵用戶創作內容，我們亦積極探索優質的本地化專業創作內容。2021年6月，我們亦成為在巴西舉辦的2021年美洲盃的官方贊助商及官方社交媒體平台，有權進行賽事相關短視頻創作。我們對2021年美洲盃賽事的成功運營有效地提升了我們在南美市場的用戶參與度及活躍度。

在開發海外市場的早期，我們取得了超乎預期的成績，令我們深受鼓舞，進一步堅定了我們發展海外業務的決心。2021年6月，我們的海外市場的月活躍用戶已超過1.8億。持續增長的海外用戶規模幫助我們利用技術和數據分析能力獲取更好的用戶洞察，這使得我們可以提供更優化的推薦算法，並持續改進我們的產品和用戶體驗。這些投入、努力和累積的經驗將成為我們長期拓展廣闊海外市場的無價資產。

## 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癡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、網路遊戲、線上知識共用等。有關快手的詳細資料，請瀏覽網站<https://ir.kuaishou.com>。

## 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后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。

## 投資者及媒體查詢

快手科技

投資者關係

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

The Piacente Group, Inc.

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