



## 快手科技發佈2021年第三季度業績

2021.11.23

香港，2021年11月23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”），今日發佈截至2021年9月30日止三個月及九個月的（“第三季度”）的未經審核綜合業績。

### 2021年第三季度主要財務及運營數據

- 快手應用平均日活躍用戶為3.204億，較去年同期2.717億增長17.9%。
- 快手應用平均月活躍用戶為5.729億，較去年同期4.794億增長19.5%。
- 每位日活躍用戶日均使用時長<sup>(1)</sup>為119.1分鐘，較去年同期的88.2分鐘增長35.0%。
- 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22.7元增長49.8%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額<sup>(2)</sup>為人民幣1,758億元，較去年同期的人民幣945億元增長86.1%。
- 本季度收入為人民幣205億元，較去年同期的人民幣154億元增長33.4%。其中，線上營銷服務收入為人民幣109億元，較2020年同期的人民幣62億元增長76.5%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比53.2%，直播業務佔比37.7%，其他服務佔比9.1%。

快手聯合創始人、首席執行官兼首席產品官程一笑先生表示：“2021年第三季度我們的各項業務均取得了令人鼓舞的成績。快手應用平均月活躍用戶、平均日活躍用戶以及每位日活躍用戶日均使用時長均創下歷史新高。隨著公域和私域流量的持續增長，我們的商業化能力在本季度得到進一步增強。除了關注自身業務發展，我們還利用自身的優勢和資源來履行企業社會責任。我們積極為國家數字新基建貢獻力量，幫助帶動農村地區數字服務設施的不斷改善。展望未來，我們將繼續為行業技術創新以及社會的整體發展做出貢獻，從而實現我們提升每個用戶獨特幸福感的使命。”

#### 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

2021年第三季度我們的用戶數強勁增長，快手應用的平均日活躍用戶、平均月活躍用戶及每位日活躍用戶日均使用時長均創新高，這得益於我們在6月將用戶及產品團隊重組，並推動用戶全周期管理；同時，我們通過提供豐富的內容、產品及服務，持續優化用戶體驗。此外，伴隨著我們持續致力於釋放變現潛力，賦能內容創作者、廣告主和商家，我們的總收入於2021年第三季度達到人民幣205億元，同比增長33.4%。

6月調整取得的成果使我們備受鼓舞，我們於9月底又進行了一輪重要的組織架構重組。這次重組覆蓋範圍更為廣泛，有效地將業務從基於職能型的架構轉變為基於事業部制的架構，旨在強化不同業務線的閉環，提高效率。通過組織架構升級，我們能更有效地分配及調動資源，從而最終提高整體組織能力及效率。

## 生態系統

2021年第三季度，快手應用的平均日活躍用戶及平均月活躍用戶分別達到3.204億及5.729億，同比增速由2021年第二季度的11.9%及6.7%，加速提升至17.9%及19.5%。這些增長得益於我們的用戶獲取效率及留存率得到進一步優化。我們不斷深化及拓展內容、商品及服務供給，和持續完善行業領先高效個性化內容推薦技術，亦拉動用戶參與度和活躍度的提升。此外，用戶使用場景的不斷拓展進一步加深了用戶在我們生態系統的參與度。在這些努力的推動下，快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長於2021年第三季度達到近120分鐘，同比增長35.0%。

內容方面，我們不斷完善供給並持續打造獨特的內容垂類標桿，致力於滿足用戶更加多樣化及不斷變化的需求。業界領先的**快手短劇**吸引越來越多的創作者創作更多優質短劇，促進了內容的連續消費，提高了用戶粘性。2021年第三季度，單部累計觀看量超過1億的短劇超過850部，快手應用的短劇日活躍用戶達到2.3億，佔平台視頻總觀看量及觀看時長比例不斷上升。

體育是另一項我們有優勢的內容垂類。我們通過將資訊、實時賽事內容及用戶互動結合，為體育內容運營開辟了一條新路徑，提供了更多體育賽事消費之外的互動和時長。快手體育涵蓋超過40個體育內容品類，提供適合多樣化消費場景的內容，2021年第三季度，用戶在體育內容上花費的總時長相比去年同期增長超過1.5倍。尤其是，作為2020年東京夏季奧運會的中國短視頻及視頻點播合作夥伴，我們此次內容運營開展順利，截至2021年8月，快手應用上奧運相關的內容視頻總播放量達到730億次，端內總互動人次達60億。

我們平台的另一個特色是社交信任。我們繼續建設並鞏固基於信任的社交關係鏈，這是我們的核心價值主張及差異化特色之一。截至2021年第三季度末，快手應用的互關用戶對數累計達到140億對以上，相比去年同期增長59%。我們同時持續加強在單列推送中用戶關注關係的轉化，幫助用戶，特別是新用戶建立社交心智及社交粘性。

## 線上營銷服務

2021年第三季度，我們的線上營銷服務增長強勁，收入達到人民幣109億元，同比增長76.5%，主要是由於我們流量增長強勁，以及我們的廣告主數量持續增長，這得益於我們持續積累更多的洞察、迭代廣告平臺從而提升廣告精準度以及廣告主的投放體驗。

2021年第三季度，快手應用的日均流量(平均日活躍用戶乘以每位日活躍用戶日均使用時長)同比增長近60%。為優化用戶體驗，我們產出了更多原生廣告內容和素材。我們獲得了來自更多廣告主的認可，銷售團隊覆蓋面的擴大及服務能力也不斷提升，2021年第三季度，我們平台上活躍廣告主數量同比和環比均取得穩健增長。

品牌廣告仍然是我們的戰略重點之一。受我們平台上龐大用戶群體觸達及優質內容的吸引，例如2020年東京夏季奧運會，快消品、汽車、電商、美妝、家用電器、運動服飾等行業領導者於2021年第三季度紛紛在我們平台開展了專項營銷活動，他們在品牌認知度、受歡迎程度及銷售轉化率方面均取得了全方位的提升。我們亦一直在努力提高我們直銷團隊(尤其是大客戶團隊)的專業水平，力求為廣告主提供更專業和更及時的服務。在這些努力的推動下，2021年第三季度我們平台的品牌廣告主實現了高雙位數的同比增長。

## 直播

作為用戶深度參與的社區生態的底層支柱之一，我們的直播生態系統持續蓬勃發展，2021年第三季度直播服務收入達到人民幣77億元，環比增長7.4%。具體來說，於2021年第三季度，直播平均月付費用戶增長至4,610萬，環比增長3.6%，以及每月直播付費用戶平均收入增長至人民幣55.9元，同比增長8.8%，環比增長3.7%。

在內容供給方面，通過與公會合作吸引專業主播並投資優質內容，我們保持了高水平的內容創作活躍度。同時，我們增加了直播在公域的曝光。以上這些努力使得我們直播的平均日活躍用戶滲透率由2021年第一季度的66%，逐步提升至2021年第三季度的78%。

## 其他服務（包括電商）

我們的其他服務在2021年第三季度取得收入人民幣19億元，同比增長53.0%，主要受電商業務推動。2021年第三季度電商交易總額達到人民幣1,758億元，同比增長86.1%。2021年9月，我們的電商重複購買率進一步提升至70%以上。該增長是由於我們不斷改善平台基礎設施和服務能力，包括豐富商品供應、拓展服務供應商網絡，加強平台治理以及增加流量曝光，強化了信任電商特色模式，並使我們不斷優化用戶體驗，拓展新的增長潛力。

**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從2020年第三季度的71.4%增至2021年同期的90.0%。我們官方電商優選平台**好物聯盟**在提升達人和商家之間的匹配效率以及豐富商品供應上持續優化，因此，2021年第三季度，好物聯盟交易額佔電商交易總額的比例亦有所上升，再次證明了我們閉環生態系統的力量。

品牌營銷方面，我們在推廣品牌商方面取得了初步成效，尤其是在服裝、快消品、電子產品、家電、珠寶玉石等重點行業。藉助早期的成功，商家對我們平台的能力和潛能有了更充足的信心，我們平台上的品牌商家數量進一步增長。在越來越多品牌選擇與商品品類供給推動下，於2021年第三季度品牌商品電商交易總額增長超過了整體電商交易總額的增長，幫助電商滲透率取得同比增長。

## 海外

2021年第三季度，我們進行了海外的組織架構升級調整，將不同地區的運營團隊、產品團隊及中台部門整合，以優化海外業務協同和資源使用效率。

戰略上，自2021年中以來，我們一直優先發展核心海外市場，並專注於產品、內容和技術的優化。同時，我們在海外市場致力於資源的整合和效率的提升。儘管我們的海外市場費用有所收緊，海外市場的平均月活躍用戶在2021年第三季度環比繼續增長，平均日活躍用戶佔平均月活躍用戶比例，用戶留存率以及用戶使用時長仍然保持增長趨勢。

變現方面，我們已經開始在海外市場試水直播虛擬禮物打賞及廣告業務。

通過積累區域經驗，持續最大化內部協同效用，我們對於在海外市場取得進一步發展保持信心。

## 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)