



## 快手科技發佈2021年第四季度及全年業績

2022.03.29

香港，2022年3月29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12月31日止三個月的未經審核第四季度業績及2021年全年經審核綜合業績。

### 2021年第四季度主要財務及運營數據

- 快手應用平均日活躍用戶為3.233億，較去年同期2.713億增長19.2%。
- 快手應用平均月活躍用戶為5.780億，較去年同期4.757億增長21.5%。
- 每位日活躍用戶日均使用時長<sup>(1)</sup>為118.9分鐘，較去年同期的89.9分鐘增長32.3%。
- 每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入<sup>(1)</sup>為人民幣40.9元，較去年同期的人民幣31.4元增長30.3%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額<sup>(2)</sup>為人民幣2,403億元，較去年同期的人民幣1,771億元增長35.7%。
- 本季度收入為人民幣244億元，較去年同期的人民幣181億元增長35.0%。其中，線上營銷服務收入為人民幣132億元，較2020年同期的人民幣85億元增長55.5%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比54.2%，直播業務佔比36.1%，其他服務佔比9.7%。

### 2021年全年主要財務及運營數據

- 快手應用平均日活躍用戶為3.082億，較去年同期2.646億增長16.5%。
- 快手應用平均月活躍用戶為5.442億，較去年同期4.811億增長13.1%。
- 每位日活躍用戶日均使用時長<sup>(1)</sup>為111.5分鐘，較去年同期的87.3分鐘增長27.7%。
- 每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入<sup>(1)</sup>為人民幣138.4元，較去年同期的人民幣82.6元增長67.6%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額<sup>(2)</sup>為人民幣6,800億元，較去年同期的人民幣3,812億元增長78.4%。
- 全年收入為人民幣811億元，較去年同期的人民幣588億元增長37.9%。其中，線上營銷服務收入為人民幣427億元，較2020年同期的人民幣219億元增長95.2%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比52.6%，直播業務佔比38.2%，其他服務佔比9.2%。
- 現金及現金等價物，定期存款、受限制現金和理財產品為人民幣496億元，去年同期為人民幣272億元。

快手聯合創始人兼首席執行官程一笑先生表示：“2021年對快手來說是變革、進步和增長強勁的一年。2021年四季度，快手應用平均日活躍用戶和月活躍用戶均創歷史新高，進一步提升了我們在線上營銷領域和電子商務領域的市場份額。我們年內進行的組織架構調整以及對成本費用的管控極大提高了我們的運營和商業化效率。我們始終牢記對社會的責任，持續推動數字經濟發展和產業升級，創造更多就業崗位。展望未來，我們將持續為用戶、內容創作者、合作夥伴和股東創造價值，推動快手生態系統的可持續增長。”

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

### 業務回顧

我們強勁的第四季度業績以及出色的用戶和流量增長均創下了新紀錄，為2021年畫上句號。2021年第四季度，快手應用總流量強勁增長，同比增長57.6%，總收入達人民幣244億元，同比增長35.0%。2021年全年，我們的總收入同比增長37.9%至人民幣811億元。

豐富的內容、緊密聯繫且充滿活力的社區，鞏固了我們健康的生態系統及閉環、良性的商業循環，再加上我們變現能力的提升，合力推動全年收入的持續增長。為協同我們的戰略發展，我們於2021年9月完成了一次重大的組織架構調整，從職能制轉向事業部制，極大地增強我們在運營、變現及效率方面的各項核心能力。尤其是2021年我們的線上營銷服務及電商的市場份額持續提升，線上營銷服務收入及電商交易總額同比分別增長95.2%及78.4%。2021年第四季度，我們進一步優化收入及成本結構，加強經營杠桿效應，推動經調整淨利潤率較上季度改善7.9個百分點。

### 生態系統

2021年第四季度，快手應用的平均日活躍用戶和平均月活躍用戶分別創下3.233億及5.780億的歷史新高，同比分別增長19.2%及21.5%。第四季度快手應用的平均日活躍用戶和平均月活躍用戶錄得2021年的最高同比增長，且該季度環比增長的趨勢優於我們過往的季節性趨勢。2021年第四季度，快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長同比增長32.3%至118.9分鐘。我們的用戶及流量增長歸因於平台差異化社交屬性的加強、獨特及沉浸式內容的擴展以及有效的組織重組。

我們通過強化社交屬性，顯著增強了我們強互動及高參與度的一站式數字社區建設，使得快手作為一個社交平台從其他短視頻平台中脫穎而出。截至2021年底，快手應用的互關用戶對數累計超過163億對，同比增長68.2%。

我們為不同用戶群體提供有針對性的內容營運及推薦方案，這使得我們能更好地滿足不斷變化的用戶需求及獲取新目標用戶群，從而得以實現用戶數量及用戶使用時長的增長，並增強快手特色內容在用戶心中的心智定位。例如，我們特色的**快手短劇**成功吸引較高層級城市的女性用戶的關注，進一步豐富了我們龐大的用戶群。截至2021年底，我們平台上線超10,000部短劇，並孵化了多部爆款短劇。

隨著組織重組，我們專注於實施更高效、更高質量的用戶增長策略。通過對不同用戶進行更動態和全面的運營，以及對用戶管理的基礎設施建設的加強，我們成功地以更節制的用戶獲取和維繫支出，提高了用戶增長效率及用戶留存率。

### 線上營銷服務

2021年第四季度的收入增長由線上營銷服務引領，線上營銷服務收入達人民幣132億元，同比增長55.5%，環比增長21.3%，我們在線上營銷領域的市場份額進一步提升。2021年，線上營銷服務收入為人民幣427億元，同比增長95.2%。

線上營銷業務的表現得益於我們流量的持續增長，這為我們擴大市場份額奠定牢固基礎。此外，越來越多的廣告商採用短視頻及直播廣告形式，助力我們的業務增長。我們特色的公域和私域流量組合促使越來越多的廣告商來到我們的平台，以吸引我們有價值且不斷增長的用戶群體的注意力。此外，隨著我們產品和運營能力的不斷提升，平台廣告商的體驗和廣告效果進一步優化。因此，2021年，我們的廣告商數量同比增長超過60%，廣告商在我們平台上的月平均支出以兩位數的百分比同比增長，進一步提升我們在線上營銷領域的市場份額。

電商業務作為平台功能的自然延伸，亦有助於線上營銷業務的韌性發展，我們賦能商家整合品牌推廣及產品銷售方案，在我們生態系統內實現閉環交易。我們的一站式服務進一步加強了商家與我們平台的連結。

品牌廣告是我們線上營銷服務的另一個增長動力。我們龐大且多元的用戶群體，加上我們優化的服務能力和有創意的營銷活動形式，吸引了越來越多的品牌廣告商加入我們的平台。2021年品牌廣告收入同比增長超過150%。

## 直播

2021年第四季度直播收入為人民幣88億元，環比增長14.3%，同比增長11.7%。通過進一步擴大與公會的合作，我們吸引了更多有創作能力的人才，並激勵他們創作更多高質量的內容。截至2021年12月31日，我們平台上與公會簽約的專業主播數量同比翻倍增長。

我們直播內容的優化和豐富，帶動更多用戶與主播互動。2021年第四季度，直播觀看用戶的滲透率和直播付費用戶的滲透率均環比增長，直播的平均月付費用戶環比增長5.2%，達到4,850萬人。公會也為我們的平台帶來其他增益，包括更高效的直播運營效率和更高的變現效率。2021年第四季度每月直播付費用戶平均收入增長至人民幣60.7元，環比增長8.6%，同比增長17.2%。

得益於內容質量及運營效率提高，我們的用戶繼續保持高活躍，建立了在信任基礎上的高度參與的用戶社區，同時在本季度擴大直播的應用場景。在涵蓋娛樂、網絡遊戲、體育等內容類別外，我們希望為不斷發展壯大的社區引入更多用戶感興趣的垂類。

## 其他服務（包括電商）

我們的其他服務亦蓬勃發展，在2021年第四季度錄得其他服務收入人民幣24億元，同比增長40.2%，環比增長27.3%，主要由電商發展推動。2021年，我們其他服務的收入達人民幣74億元，同比增長99.9%。

我們獨特的信任電商模式，推動直播電商的快速增長，並提升我們在該領域的市場份額。2021年第四季度，我們進一步優化供給、內容、服務、技術及用戶體驗，擴大增長潛力。2021年，我們的電商交易總額達人民幣6,800億元，同比增長78.4%。2021年12月，我們的閉環電商快手小店貢獻了我們電商交易總額的98.8%。2021年第四季度，我們強化了以信任為基礎的電商模式，我們電商業務的重複購買率同比增長超過五個百分點。

2021年第四季度，我們將官方電商優選平台**好物聯盟**升級為**快分銷**，降低了品牌商及商家的平台准入門檻。**快分銷**推出更精細化的評分系統以引導優質產品能獲取更多的流量支持，並完成商品與主播更精準的匹配。我們優越的平台基礎設施及服務能力廣受品牌商及商家認可，商品供給得到進一步豐富，產品質量也得到進一步提升，推動活躍買家、購買頻率和平均訂單價值的增長。2021年第四季度，我們逾30%的電商交易總額來自**快分銷**。

我們在電商領域的獨特定位使我們在品牌商中脫穎而出。2021年下半年，我們成立了大客戶團隊，成為服務及賦能品牌的有力補充。2021年第四季度，我們平台上知名品牌自播的電商交易總額是2021年第一季度的九倍以上。同時，我們支持眾多小眾品牌、區域品牌的升級，共同帶動品牌商品電商交易總額的增長。

憑藉平台及服務供應商的助力，平台活躍電商主播數量全年持續增長，電商相關的直播內容進一步豐富。2021年，快手應用上電商內容的總用戶時長按年增長逾50%。

隨著流量的增長，我們不斷升級及優化技術及服務，為商家提升匹配精準度和訂單轉化率。於2021年12月31日，我們平台吸引服務商超過500家。服務商有助於提升平台商家專業及系統性的運營和服務能力。

## 海外

2021年，我們在海外市場取得了成功的用戶累積。自2021年中以來，我們開始專注於優化本地基礎設施，投資內容和產品，從而有效地提高用戶質量。特別是，我們認為建立自身海外內容社區對短視頻平台非常重要，為此我們加大了對優質版權和內容創作者激勵計劃的投資。此外，我們不斷完善產品和算法，以強化我們的社交平台定位，提高海外市場的用戶粘性。

通過持續豐富平台的內容創作及內容的消費，我們在一些主要的海外市場逐漸形成了良性的業務循環。公司內部，我們國際化事業部組織結構升級的積極影響在2021年第四季度開始顯現，運營效率進一步提升。2021年下半年，在實施了更節制的預算計劃后，海外市場的日活躍用戶、用戶使用時長和留存率仍然繼續提升。

## 業務前景

展望未來，我們將藉助獨特的業務主張及能力，致力於通過推動數字經濟發展和產業升級來創造社會價值。我們期望短視頻及直播作為基礎設施，為更多用戶和行業參與者提供一個優質、高效及便捷的服務與解決方案。

我們將繼續重點關注及投資在四個主要領域。首先，我們將繼續突出我們區別於其他平台的普惠且均衡流量分配及私域優勢。其次，進一步發展差異化內容，提升內容運營能力，以強化和突顯我們獨特的心智。第三個重點是優化算法，繼而增加我們平台上的用戶消費，強化推薦機制。最後，我們將持續拓展應用場景，以更好地服務我們用戶的需求，並豐富我們的社區的供給。

我們核心業務的可持續健康發展為我們未來發展鋪平道路。同時，我們仍將致力於貫徹降本增效方針。我們也將力爭在關鍵領域有效執行效率提升工作，包括組織協同、用戶增長、運營及變現，推動我們生態系統的可持續發展。

## 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。

## 投資者及媒體問詢

快手科技

投資者關係

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