

快手科技發佈 2022 年第三季度業績

香港，2022 年 11 月 22 日/美通社/ 一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 2022 年 9 月 30 日的第三季度未經審核合併業績。

2022 年第三季度業績摘要

- 快手應用平均日活躍用戶為 3.634 億，較去年同期 3.204 億增長 13.4%。
- 快手應用平均月活躍用戶為 6.260 億，較去年同期 5.729 億增長 9.3%。
- 每位日活躍用戶日均使用時長⁽¹⁾為 129.3 分鐘，較去年同期的 119.1 分鐘增長 8.6%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額⁽²⁾為人民幣 2,225 億元，較去年同期的人民幣 1,758 億元增長 26.6%。
- 本季度總收入為人民幣 231 億元，較去年同期的人民幣 205 億元增長 12.9%。從對總收入貢獻比例來看，線上營銷服務佔比 50.1%，直播業務佔比 38.7%，其他服務佔比 11.2%。
- 本季度毛利為人民幣 107 億元，較去年同期的人民幣 85 億元增長 25.8%。毛利率由 2022 年第二季度的 45.0%和 2021 年的第三季度 41.5%增長至 2022 年第三季度的 46.3%。
- 國內分部經營利潤⁽³⁾為人民幣 3.751 億元，去年同期錄得經營虧損人民幣 25 億元。

快手聯合創始人兼首席執行官程一笑先生表示：“公司在 2022 年第三季度實現穩健增長、盈利水平提升，同時創下多項經營指標的新高。這得益於我們獨特的基於信任的生態系統與用戶之間不斷加深的聯繫，各業務條線日益增強的變現能力，以及我們持續改善的經營效率。在仍然充滿挑戰的宏觀環境下，快手應用的平均日活躍用戶、平均月活躍用戶以及每位日活躍用戶日均使用時長均得到進一步提升，經調整 EBITDA 亦實現環比增長 151.3%。展望未來，我們會進一步推進用戶、內容和商業化生態的一體化，為用戶、內容創作者、廣告主和商家創造更多價值。依託短視頻+直播的強承載力不斷推陳出新，創造新場景、新機遇、新模式，推動數實融合，致力於為股東創造長期價值的同時，帶來社會經濟效益。”

2022 年第三季度財務回顧

線上營銷服務收入由 2021 年同期的人民幣 109 億元增加 6.2% 至 2022 年第三季度的人民幣 116 億元，主要是由於我們的服務、商業化產品能力及廣告 ROI 不斷提升，推動廣告主數量和廣告主廣告投放增加，尤其來自我們電商商家的投放。

直播業務收入由 2021 年同期的人民幣 77 億元增加 15.8% 至 2022 年第三季度的人民幣 89 億元，得益於平均月付費用戶同比增長 29.3%，而平均月付費用戶增長是由於我們的直播業務運營不斷精益求精，與公會的合作策略不斷發展，包括相應的活躍公會主播數量增加。

其他服務收入由 2021 年同期的人民幣 19 億元增加 39.4% 至 2022 年第三季度的人民幣 26 億元，主要由於我們電商業務的增長，得益於電商商品交易總額的增加，由於動銷商家數量和買家數量增加，以及重複購買率的提升。

2022年第三季度其他主要財務資料

經營虧損為人民幣 26 億元，較去年同期人民幣 74 億元大幅收窄。國內分部經營利潤⁽³⁾ 為人民幣 3.751 億元，去年同期錄得經營虧損人民幣 25 億元。經調整虧損淨額⁽⁴⁾ 從去年同期人民幣 46 億元收窄至人民幣 6.719 億元。經調整 EBITDA⁽⁵⁾ 為人民幣 10 億元，去年同期經調整 EBITDA 為人民幣負 32 億元。

可利用資金總額⁽⁶⁾ 於 2022 年 9 月 30 日為人民幣 435 億元。

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。
- (3) 未分攤項目包括以股份為基礎的薪酬開支、其他收入及其他收益／（虧損）淨額不包含在內。
- (4) 我們將「經調整虧損淨額」定義為期內虧損經以股份為基礎的薪酬開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動及投資公允價值變動淨額調整。
- (5) 我們將「經調整 EBITDA」定義為經調整虧損淨額經所得稅開支／（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收入淨額調整。
- (6) 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

2022年第三季度，是充滿挑戰的一個季度。面對宏觀經濟放緩及疫情反覆等多重因素的疊加逆風影響，我們仍然通過不懈努力，克服外部因素，通過組織調整釋放潛力，不斷在業務和財務業績目標方面實現突破。2022年第三季度，快手應用的平均日活躍用戶同比增長13.4%，錄得3.634億的新高。同時，我們國內業務分部在上個季度經營利潤層面轉正之後，第三季度持續保持盈利，國內業務經營利潤環比增長近3倍。本集團經調整EBITDA較上個季度大幅增加。

用戶與內容生態系統

2022年第三季度，我們的用戶實現了高質量的增長。在用戶獲取及留存方面，我們抓住了包括暑期在內的用戶增長旺季的機會，獲得了較好的投資回報(ROI)，三季度快手應用的平均日活躍用戶同比增長13.4%，達3.634億。同時快手應用平均月活躍用戶同比增長9.3%達6.260億。快手應用的平均日活躍用戶佔平均月活躍用戶比例保持在58.1%的相對高位；每位日活躍用戶日均使用時長同比提升8.6%，達到129.3分鐘，顯示了快手平台上的高用戶黏性及社區活躍度。

得益於精細化管理及通過技術與運營手段提升用戶獲取效率，我們在對用戶增長投入進行嚴控的同時，達成了預期的用戶增長目標。我們通過算法模型針對不同人群做精細化運營，使得每位日活躍用戶的維繫成本得以持續優化。此外，由於我們持續打造差異化的社交平台定位和用戶心智，截至2022年9月底，快手應用的互關用戶對數累計達到235億，同比大幅增長63.1%。

我們積極拓寬垂類短視頻內容的供應。在2022年第三季度，持續挖掘快手短劇的潛力，探索更加多元化題材方向，如醫療職場題材的短劇《仁心》。在綜藝節目方面，自製代際互動體驗真人秀《出發吧！老媽》採用「長視頻+短視頻+直播」結合的內容敘事和傳播方式，進一步滿足用戶日益多元化的視頻內容需求。

線上營銷服務

2022年第三季度，我們的線上營銷服務收入達人民幣116億元，同比增長6.2%。宏觀經濟的逆風疊加各種外部因素，使快手和線上廣告行業參與者一同面臨壓力，第三季度線上營銷服務收入的同比增速放

緩。通過多渠道引入更多廣告主和實施扶持政策，三季度我們的月活躍廣告主數量同比增長超過65%。同時，我們持續提升商業化產品能力，挖掘用戶的商業興趣，加速建立用戶內容生態與商業生態的正循環。我們亦通過流量策略迭代、轉化鏈路和算法優化等不斷提升投放效果，廣告主的留存率持續提升。

得益於平台電商業務的規模擴張，借助平台流量和閉環生態的轉化效率優勢，向電商商家提供的廣告服務保持了健康的漲勢。通過引導直播電商廣告客戶在短視頻投流消耗，同時鼓勵短視頻廣告主參與直播，推動廣告主利用「短視頻+直播」，抓住廣告主其他營銷需求增長的機會。品牌廣告方面，依托定製招商項目，滿足廣告主的個性需求，不斷完善和迭代產品力，借助流量、內容、達人生態等方面的優勢，為廣告主打開營銷增長空間。

直播

2022年第三季度的直播業務強勁增長，收入同比增加15.8%至人民幣89億元，這得益於我們在直播業務運營方面的不斷精益求精。我們進一步豐富及增強直播平台的交互形式，以更好地滿足用戶的社交需求。同時通過算法構建用戶全生命周期管理機制，提升直播付費轉化率。2022年第三季度，快手應用直播業務平均月付費用戶同比增長29.3%至5,960萬，直播月度付費率同比持續提升。

在供給側，快手與公會的合作策略持續發展，我們繼續與彼等拓展合作模式。我們持續與頭部公會和主播合作，並積極探索更多聯合培養、聯合運營的模式，通過公會對中長尾主播提供更多的培訓和運營支持，三季度的活躍公會主播數量同比增長超200%。我們還持續深化直播+的生態場景延展，通過**快聘**、**理想家**、**快相親**等產品形式，為用戶提供更豐富的直播內容，滿足用戶在更多場景下的服務需求。

其他服務（包括電商）

電商業務在2022年第三季度取得了超行業增長水平的表現，持續獲取市場份額。電商商品交易總額同比增長26.6%，達2,225億元。在供給端，我們通過流量和效率優勢，以及招商政策，吸引更多商家入駐，三季度新開店商家數量同比增長近80%。我們完善育商體系，加強對商家的服務和管理，提升商家運營能力，同時，通過流量分配策略效應及提升人貨匹配的精準性，進一步優化平台轉化效率及營商環境，三季度新動銷商家數同比高雙位數增長。

我們也在繼續加強對電商品牌客戶的建設，在引入更多知名品牌外，持續打造特色**快品牌**，通過專屬流量及政策扶持，提升快品牌的運營及服務能力，為消費者提供更高體驗性價比的產品及服務，三季度快品牌數量環比高雙位數增長，電商商品交易總額佔比持續提升。

我們持續利用社區的信任優勢，提升用戶購物體驗。信任是快手電商的基石，我們逐步完善用戶權益保障機制，提升售後履約體驗，三季度重複購買率較2021年同期提升1.1個百分點。在消費端，隨著供給、內容、匹配持續升級，同時三季度我們在傳統直播間場景以外，拓展短視頻等場景，用戶活躍度得到提升，電商滲透率和轉化率持續提升，三季度電商月活躍買家超1億。

海外業務

2022年第三季度我們通過控制投入及ROI驅動的增長策略，使海外用戶高效健康增長，用戶留存持續提升，海外市場的每位日活躍用戶日均使用時長保持在超60分鐘的高位。差異化內容策略在用戶心智打造上已取得成效，我們希望通過建立更廣泛的內容垂類進一步豐富內容生態，並建立內容生產、消費、創作者變現的正向循環機制。

變現能力方面，由於持續提升產品和服務，線上營銷服務收入快速增長；直播部門通過完善生態建設，加深和公會合作，豐富供給和提升內容質量，並結合各地區的豐富多樣的運營活動，拉動直播營收持續增長；旨在通過開源節流努力提升海外業務的運營效率，逐步建立起海外業務的盈利能力。

企業社會責任

快手致力於建設和維護一個以普惠為底色、高互動、強參與的數字社區。依托短視頻加直播的強承載力，與實體經濟各行各業深入融合，不斷創造出新場景、新機會、新模式，助力經濟發展、數實融合與數字中國建設。

今年8月，快手已正式啓動2022年**幸福鄉村帶頭人計劃**。幸福鄉村帶頭人計劃是快手自2018年首次發起的一項公益活動，旨在全國範圍內扶持優秀的農產品銷量帶頭人。該計劃已發掘和扶持包括疆域阿力木及迷藏卓瑪等在內的超過100位鄉村帶頭人，覆蓋27個省市地區，帶動16個地方特色產業振興，產業發展影響覆蓋近千萬人。

未來3年，我們預計將投入上億流量資源，發掘和扶持超過1,000名鄉村帶頭人，覆蓋160個國家鄉村振興重點幫扶縣，開展超過100萬人次的短視頻+直播鄉村人才培訓，助力鄉村人才和產業振興、加強文化自信、推動可持續發展的鄉村市場建設。

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、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

簡明合併損益表

	未經審核		
	截至以下日期止三個月		
	2022年9月30日 人民幣千元	2022年6月30日 人民幣千元	2021年9月30日 人民幣千元
收入	23,128,413	21,695,148	20,492,977
銷售成本	(12,425,410)	(11,925,380)	(11,984,377)
毛利	10,703,003	9,769,768	8,508,600
銷售及營銷開支	(9,130,341)	(8,762,445)	(11,016,923)
行政開支	(1,059,353)	(955,717)	(913,050)
研發開支	(3,533,090)	(3,282,353)	(4,217,699)
其他收入	687,184	147,020	425,534
其他（虧損）/收益淨額	(279,595)	24,629	(190,052)
經營虧損	(2,612,192)	(3,059,098)	(7,403,590)
財務收入淨額	68,258	2,009	23,420
分佔按權益法入賬之投資的虧損	(31,386)	(44,789)	(36,995)
除所得稅前虧損	(2,575,320)	(3,101,878)	(7,417,165)
所得稅（開支）/收益	(137,081)	(74,171)	330,269
期內虧損	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
以下人士應佔：			
— 本公司權益持有人	(2,713,263)	(3,176,012)	(7,086,041)
— 非控股權益	862	(37)	(855)
	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
本公司權益持有人應佔每股虧損 (以每股人民幣元列示)			
每股基本虧損	(0.64)	(0.75)	(1.71)
每股攤薄虧損	(0.64)	(0.75)	(1.71)

簡明合併資產負債表

	未經審核 截至2022年 9月30日 人民幣千元	經審核 截至2021年 12月31日 人民幣千元
資產		
非流動資產		
物業及設備	11,684,838	11,050,654
使用權資產	9,518,969	12,561,745
無形資產	1,130,739	1,171,754
按權益法入賬之投資	300,585	1,411,141
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	4,198,854	3,300,623
按攤餘成本計量之其他金融資產	616,626	-
遞延稅項資產	4,774,194	5,405,224
長期定期存款	6,620,000	4,000,000
其他非流動資產	479,130	603,367
	<u>39,323,935</u>	<u>39,504,508</u>
流動資產		
貿易應收款項	4,442,987	4,450,092
預付款項、其他應收款項及其他流動資產	3,609,261	3,278,318
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產	10,894,944	8,842,203
按攤餘成本計量之其他金融資產	295,179	-
短期定期存款	9,206,107	3,825,420
受限制現金	94,800	2,415
現金及現金等價物	14,959,121	32,612,419
	<u>43,502,399</u>	<u>53,010,867</u>
資產總額	<u><u>82,826,334</u></u>	<u><u>92,515,375</u></u>

	未經審核 截至2022年 9月30日 人民幣千元	經審核 截至2021年 12月31日 人民幣千元
權益及負債		
本公司權益持有人應佔權益		
股本	145	142
股本溢價	274,448,225	274,407,796
其他儲備	28,513,904	20,853,674
累計虧損	(262,315,890)	(250,172,236)
	<u>40,646,384</u>	<u>45,089,376</u>
非控股權益	<u>8,019</u>	<u>6,595</u>
權益總額	<u>40,654,403</u>	<u>45,095,971</u>
負債		
非流動負債		
租賃負債	7,422,489	10,079,847
遞延稅項負債	24,629	28,477
其他非流動負債	26,851	55,560
	<u>7,473,969</u>	<u>10,163,884</u>
流動負債		
應付賬款	17,966,904	20,021,082
其他應付款項及應計費用	9,332,697	9,123,367
客戶預付款	3,497,810	3,502,642
所得稅負債	404,970	1,079,591
租賃負債	3,495,581	3,528,838
	<u>34,697,962</u>	<u>37,255,520</u>
負債總額	<u>42,171,931</u>	<u>47,419,404</u>
權益及負債總額	<u>82,826,334</u>	<u>92,515,375</u>

按分部劃分的財務資料

	2022年9月30日				未經審核 截至以下日期止三個月 2022年6月30日				2021年9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	國內	海外	未分攤項目	總計
	人民幣千元											
收入	22,939,050	189,363	-	23,128,413	21,591,796	103,352	-	21,695,148	20,473,222	19,755	-	20,492,977
銷售成本及經營開支	(22,563,980)	(1,876,275)	-	(24,440,255)	(21,498,173)	(1,709,427)	-	(23,207,600)	(22,993,506)	(2,873,921)	-	(25,867,427)
未分攤項目	-	-	(1,300,350)	(1,300,350)	-	-	(1,546,646)	(1,546,646)	-	-	(2,029,140)	(2,029,140)
經營利潤/(虧損)	375,070	(1,686,912)	(1,300,350)	(2,612,192)	93,623	(1,606,075)	(1,546,646)	(3,059,098)	(2,520,284)	(2,854,166)	(2,029,140)	(7,403,590)

非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量之對賬

	未經審核		
	2022年9月30日 人民幣千元	截至以下日期止三個月 2022年6月30日 人民幣千元	2021年9月30日 人民幣千元
期內虧損	(2,712,401)	(3,176,049)	(7,086,896)
加：			
以股份為基礎的薪酬開支	1,707,939	1,718,295	2,264,622
投資公允價值變動淨額 ⁽¹⁾	332,516	145,853	206,012
經調整虧損淨額	(671,946)	(1,311,901)	(4,616,262)
經調整虧損淨額	(671,946)	(1,311,901)	(4,616,262)
加：			
所得稅開支/(收益)	137,081	74,171	(330,269)
物業及設備折舊	810,387	777,846	1,030,724
使用權資產折舊	779,714	837,611	721,717
無形資產攤銷	36,307	31,506	43,353
財務收入淨額	(68,258)	(2,009)	(23,420)
經調整EBITDA	1,023,285	407,224	(3,174,157)

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。