

88

2024年第二季度 快手科技 演示材料

2024年8月



免责声明

通过参加包含本次演示的会面，或通过阅读演示材料，阁下同意受以下限制约束：

本次演示所涉及的信息由快手科技（“公司”，与其子公司及合并关联实体合称“集团”）的代表为集团在投资者会面前的演示而准备，旨在提供信息。本次演示所含任何部分不得构成或作为任何合同、承诺或投资决定的基础或者依据。

任何人均未对本材料所包含的任何信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或者默示的陈述或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。无论公司或其任何董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表，均无须为由本次演示或其内容引起的或其它与本次演示相关的任何损失承担义务或责任（不论基于疏忽或其他原因）。本演示材料所载的信息可能会更新、完善、修改、验证和修正，且此信息可能会进行重大更改。

本次演示基于现行有效的经济、法律、市场及其他条件。阁下应当理解，后续发展可能会影响本次演示中包含的信息，而公司或其董事、管理人员、合伙人、雇员、附属人士、代理人、顾问或代表均无义务对其予以更新、修订或确认。

在本次演示中传达的信息包含一些具有或可能具有前瞻性的陈述。这些陈述通常包含“将要”、“可能”、“期望”、“预测”、“计划”和“预期”及类似含义的词汇。前瞻性陈述就其性质而言包含风险和不确定性，因为其涉及并依赖于将在未来发生的事件和情况。可能另有一些重大风险尚未被公司认为构成重大风险，或公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人不应依赖这些前瞻性陈述。公司没有责任更新前瞻性陈述或修订其以反映未来的事件或发展。

本次演示中包含的集团财务数据系根据国际财务报告准则编制（除非另有说明），该准则在某些重大方面不同于其他国家的公认会计准则。本次演示中包含某些非国际财务报告准则下的财务业绩指标，例如“EBITDA”。该等指标的提出是由于公司认为其有助于确定公司经营业绩。但是，该等指标不应被视为经营活动产生的现金流的替代、流动资金的计量、净利润的替代，也不应视为根据国际财务报告准则得出的其他计量方法而产生的反映公司业绩的指标。由于该等指标并非国际财务报告准则下的衡量指标，因此其不能与其他公司提出的类似名称的指标相比较。

本次演示及于此所载资料并不构成或组成任何对公司证券的出售要约或发行或对公司或归属于任何司法管辖区的任何子公司或关联方的证券的购买或认购要约的招揽或邀请的一部分。本次演示不包含任何可能导致其（1）被视为是《公司（清盘及杂项条文）条例》（香港法例第32章）第2（1）条（“《公司条例》”）所指的招股章程，或《公司条例》第38B条所指的广告或招股章程的摘录或节本，或载有《证券及期货条例》（香港法例第571章）第103条所指的广告、邀请或含有广告或邀请的文件，或（2）在香港，于未遵守香港法律或未能援引香港法律项下可获得的任何豁免的情况下向公众发出的要约，且如有实质变更，恕不另行通知。本次演示及于此所载资料仅提供给阁下作为参考，应严格保密，且不得被全部或部分的以任何形式复制或以任何方式分发给其他任何人。特别是，在本次演示中出现的任何信息或本次演示材料的任何副本均不能在美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或任何有相关禁止性规定的其他司法管辖区直接或间接地复制或传播给任何人。任何对以上限制的违反都可能构成对美国或其他国家证券法律的违反。本演示材料及其所载的任何信息不构成对任何的金钱、证券或其他对价的招揽，且任何基于本演示材料及其所载的任何信息而提供的金钱、证券或其他对价均不会被公司接受。

通过参加本次演示，阁下确认您将完全自行负责对集团市场地位以及市场的评估，并且阁下将自行进行分析并对集团业务的未来表现形成自己的观点或看法。公司、其关联公司、控制人、董事、管理人员、合伙人、雇员、代理、代表或以上人士的顾问对于阁下或本材料信息披露的对象对本协议中包含的信息的使用或信赖不承担任何责任。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而准备的发售通函或招股章程中的信息而做出。在任何情况下，有关各方都应自行对集团和本文件所载数据进行调查和分析。

本公司证券未曾且将不会根据《1933年美国证券法》（经修订）或美国任何州的法律进行注册。本次演示不构成在美国购买或认购证券的任何要约或邀请或该等要约或邀请的一部分，也不会直接或间接地在美国（包括其领土和属地、美国任何州和哥伦比亚特区）或进入美国分发。除符合《1933年美国证券法》注册要求的豁免外，v本公司证券不会在美国发行或出售。公司的证券不会在美国进行公开发售。通过审阅本演示材料，阁下将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户(i)为《1933年美国证券法》（经修订）144A规则定义下的合格机构买家，或(ii)位于美国境外（如《1933年美国证券法》S条例中所规定）。阁下并将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户是《证券及期货条例》（香港法例第571章）及该等条例下制定的规则所定义之向专业投资者。

目录

① 概览

② 业务发展

③ 财务情况

④ 环境、社会及管治 (ESG)

⑤ 附录



一、概览

1.1 全球第二大短视频平台及中国第三大国民APP⁽¹⁾



庞大且高参与度的用户社区，2024年第二季度**3.95亿平均日活跃用户**，122分钟日均使用时长



快手大模型矩阵已覆盖内容生产、理解、推荐和用户互动等多层面，深度服务快手商业生态场景。
2024年第二季度AIGC营销素材日消耗峰值达人民币2,000万元



收入结构进一步优化，**核心商业收入**（线上营销和包括电商佣金收入在内的其他服务收入）**均实现20%以上的同比增长**



持续增强的盈利能力，**实现集团层面季度利润净额人民币40亿元，经调整净利润环比提升至人民币47亿元，经调整净利率为15.1%**

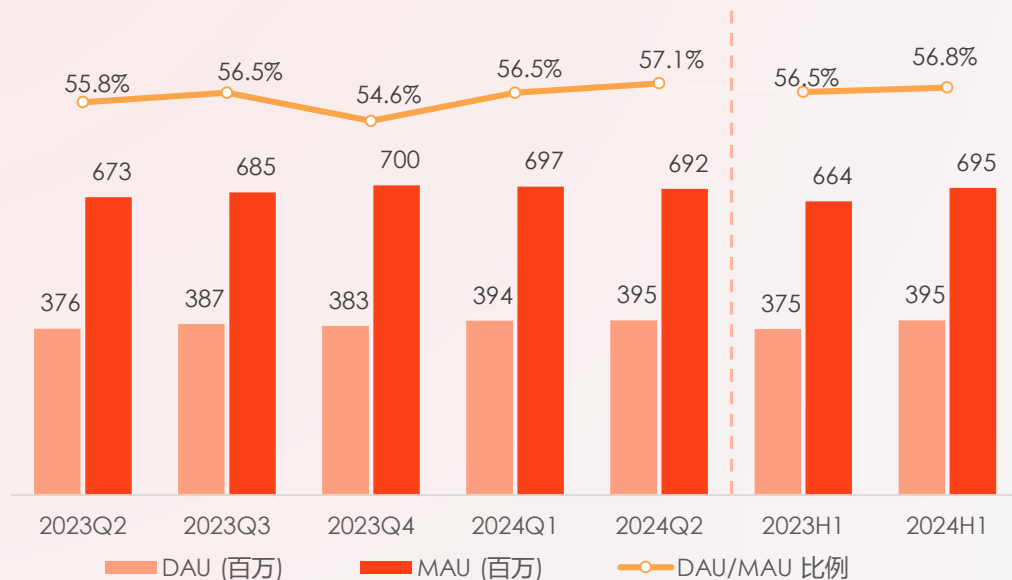


1. 基于QuestMobile 2024年7月总时长渗透率数据，前三分别为微信、抖音+抖音极速版、快手+快手极速版。

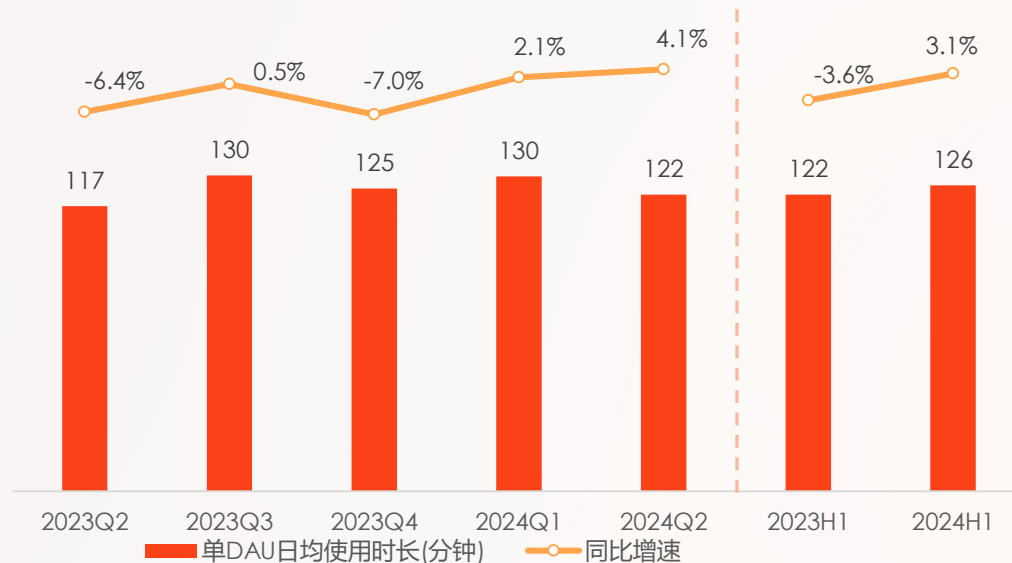
1.2 用户规模再创历史新高

- 通过流量混排机制升级和用户需求洞察场景建设，聚焦用户体验，提升社区互动，显著改善用户留存，实现DAU高质量增长；
- 2024年第二季度，DAU为3.95亿，同比增长5.1%，单DAU日均使用时长为122分钟；MAU为6.92亿，同比增长2.7%。

DAU, MAU及DAU/MAU比例



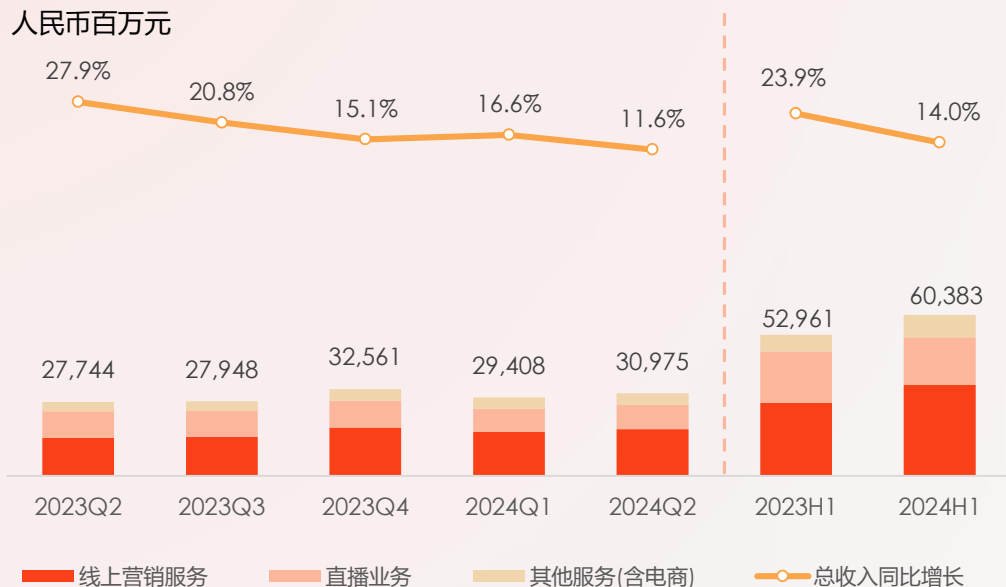
单DAU日均使用时长及同比增速



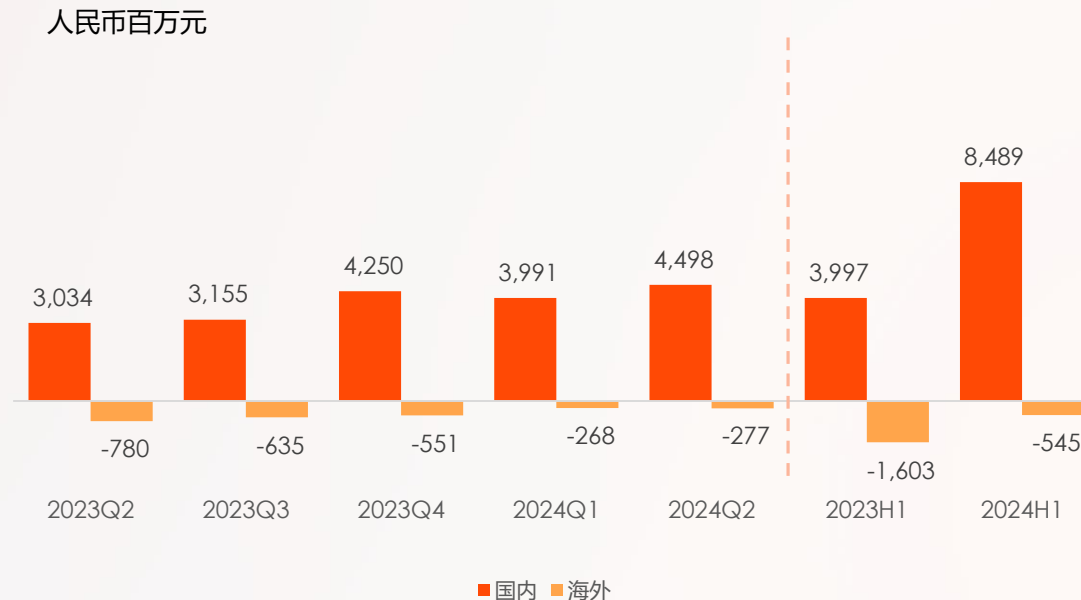
1.3 收入稳步增长，盈利水平大幅攀升

- 2024年第二季度，总收入同比增长11.6%，其中，线上营销服务收入同比增长22.1%，其他服务收入(包括电商)同比增长21.3%；
- 国内业务经营利润同比增长48.3%，国内盈利能力大幅提升，海外业务经营亏损同比收窄64.5%。

收入构成及总收入同比增速



分部经营利润(亏损)



88

二、业务发展

2.1 运营数据亮点

庞大的用户基数



3.95 亿

平均日活跃用户⁽¹⁾

高参与度的社区



122.0 分钟

每位日活跃用户日均使用时长⁽¹⁾

高互动性的平台



100 亿

短视频+直播日均互动量⁽¹⁾⁽³⁾



6.92 亿

平均月活跃用户⁽¹⁾



3,053 亿元

电商商品交易总额⁽¹⁾⁽⁴⁾



351 亿

累计互关对数⁽²⁾

注:

1. 根据快手应用2024年第二季度数据计算。

2. 截至2024年6月30日累计。

3. 互动包括点赞、评论、转发及私信等。

4. 于我们平台交易或通过我们平台跳转到合作伙伴平台交易。



业务发展

9

2.2 内容供给丰富，搜索功能持续优化

- 打造差异化快手特色内容，体育垂类不断创新，“快手村奥会”获得广泛关注；短剧行业持续领航，爆款星芒短剧超12部，上线首部国内AIGC原创微短剧获高播放；
- 搜索渗透率提升的同时，通过持续优化“看后搜”场景，在搜索结果呈现形式引入单列，进一步释放商业化变现空间，搜索相关线上营销服务收入与搜索电商GMV高速增长。

64亿

“快手村奥会”全网累计曝光量⁽¹⁾

12+

爆款星芒短剧数量⁽¹⁾⁽²⁾

20%+

日均搜索次数同比增长⁽¹⁾

~5亿

月均使用快手搜索用户数⁽¹⁾



“看后搜”场景

注：

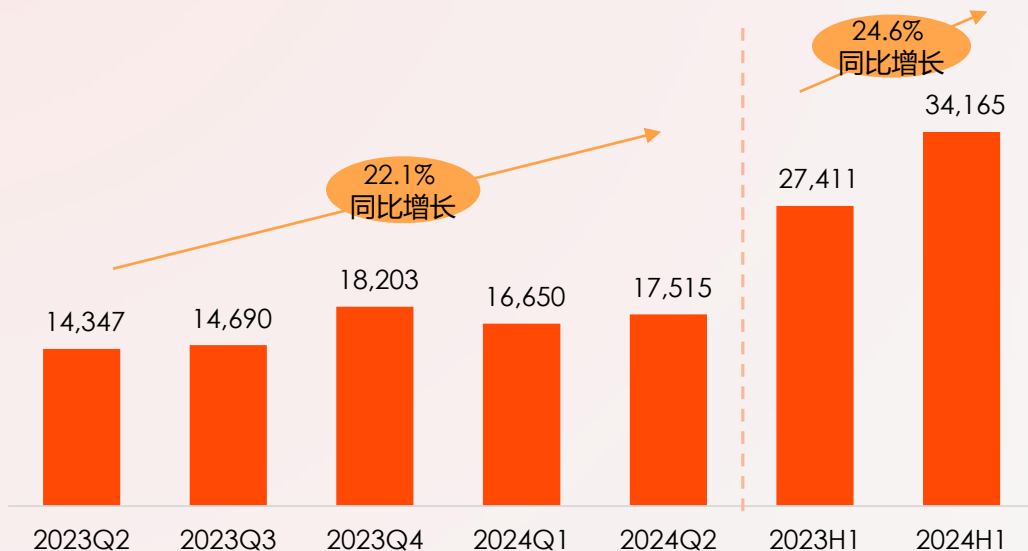
1. 截至2024年6月30日止三个月。
2. 爆款星芒短剧为播放量破亿的短剧。

2.3 线上营销服务变现效率提升，优于行业增速增长

- 二季度，线上营销服务收入达到175亿元，同比增长22.1%，总收入贡献占比达到56.5%，继续提升市场份额；
- 优化智能营销解决方案；深化转化链路，提升客户出价；依托算法优化人群兴趣匹配效率，大幅提升有效线上营销用户数。

线上营销服务收入

人民币百万元



核心亮点



外循环效果类营销服务收入同比增长率环比持续提升，传媒资讯、平台电商和本地生活等行业增速显著。付费短剧营销投放快速增长，日均消耗同比增长超2倍；UAX渗透率提升，消耗占比超30%。



内循环营销服务受电商业务增长驱动，收入稳健增长。智能投放产品策略和能力持续优化，商家使用全站推广或智能托管产品消耗占比达40%。



品牌营销方面，营销方式持续创新，联合时尚媒体吸引多领域知名品牌参与；快手星芒短剧招商收入同比增长超20倍。



2.3 智能营销解决方案，提升营销转化效率

- 依托AI及大模型能力，智能营销解决方案为客户提供包括智能创意生产、智能营销投放和智能用户承接在内的全链路提效能力，帮助营销客户降低获客成本，提升营销转化效率。

智能创意生产



AIGC短视频素材

60%+
平均获客成本降低

数字人直播

转化率接近客
户真人水平

智能营销投放



UAX

+196%
ARPU

全站推广

30%
优质商家直播GMV增长

智能用户承接



智能BOT

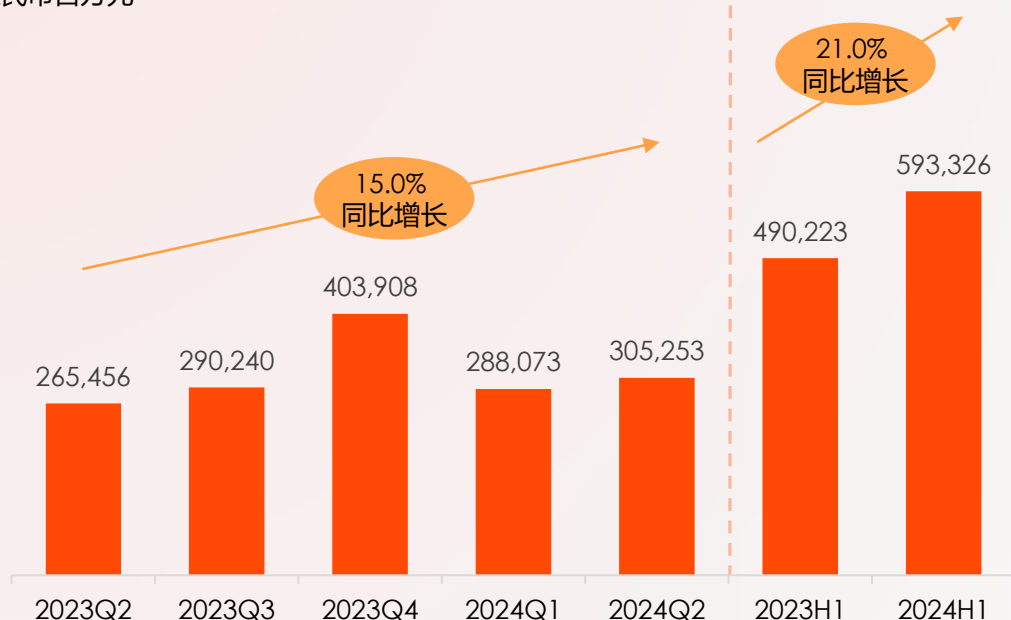
40%+
留资率提升

2.4 电商业务稳健增长，推进多元化全域经营

- 二季度电商GMV同比增长15.0%至3,053亿元，未来持续加强达人生态建设并推进多元化全域经营；
- 坚持用户为先，凭借精准的产业带和行业策略，迅速响应消费者需求变化，月活跃买家数同比增长14.1%至1.31亿；MAU渗透率创新高至18.9%。

GMV

人民币百万元



核心亮点

- ✓ **供给侧持续做功。**大力推进新商冷启、成长及长效经营，提供千亿流量启航计划、扶摇计划等多重助力。达人方面，持续优化推荐链路，扶持中腰部达人；品牌方面，持续丰富商品供给，618大促期间推动家电品牌GMV大幅增长。
- ✓ **泛货架和短视频场域高速增长。**泛货架GMV超大盘增长，占比超25%，商城日均动销商家、买家增速均超50%，为全域经营增长点；短视频电商GMV同比增速近70%，短直联动进一步加强。
- ✓ **电商生态基础设施持续加强。**涨粉计划、短直联动等新模式全面赋能商家全域经营；AI技术、营销工具、粉丝运营工具进一步助力平台商达撮合能力提升；大模型提升识别用户购物意图能力，二季度搜索GMV同比提升超80%。



2.4 电商供给及消费端生态持续繁荣

供给端

50%+

2024年第二季度月均动销商家同比增速

新商冷启及成长:

- 实施高达千亿VV流量的“启航计划”，为100%的新入驻商家提供流量冷启保证；
- “扶摇计划”继续投入超700亿VV流量，助力商家提升GMV规模，实现经营跃迁
- “斗金计划”为新商家提供投流补贴激励，给予确定性流量扶持。

达人生态:

- 内外部链路合力助力达人选品，针对中腰部达人粉丝画像定向推荐
- 运用AI技术、营销工具等丰富直播间玩法，提升用户互动，全方位提升达人生态。

品牌商家:

- 通过“以旧换新”项目、大牌大补频道建设等方面，持续丰富商品供给。618大促期间，消电家居品牌商家GMV同比增长超83%，品牌好物低价心智进一步提升。

需求端

1.31亿

2024年第二季度月度活跃买家数

全域用户增长:

- 二季度月活跃买家数同比增长14.1%至1.31亿。
- 商城用户人均浏览商品卡数、用户搜索的商品规模同比高速增长，快手商城能逛能搜的消费心智日益增强，商城场域日均买家同比增速超70%。
- 快手大模型助力提升用户购物意图识别能力，二季度搜索GMV同比提升超80%。

用户体验提升:

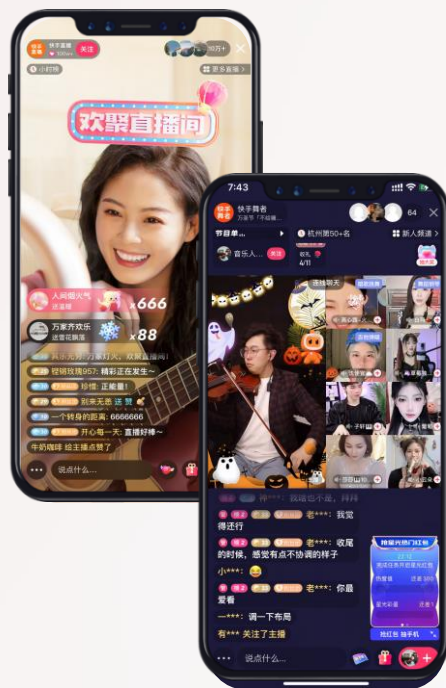
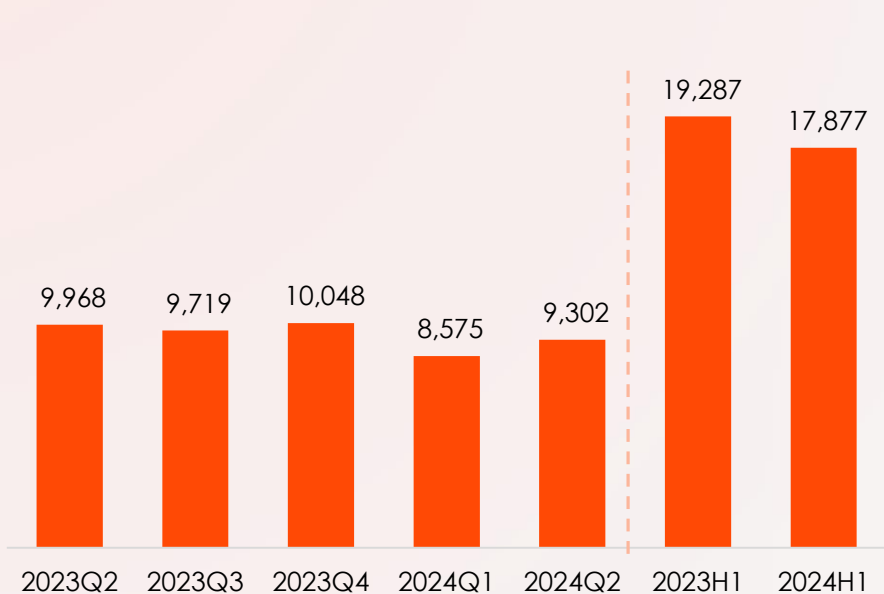
- 我们不断迭代拉新促活措施，通过多元产品及补贴措施进一步扩展覆盖人群，鼓励用户复购。
- 全方位升级保障用户购物体验，包括营销极简化和先用后付等能力，大幅提升消费者购物体验。

2.5 直播业务趋向健康稳态

- 2024年第二季度，直播收入为93亿元；持续迭代精细化运营模式，推动直播生态健康、正向发展；
- 搭建区域团队，持续引入优质新公会并扶持头部公会；二季度签约公会机构数量同比提升近50%，签约主播数量同比增长60%。

直播业务收入

人民币百万元



核心亮点

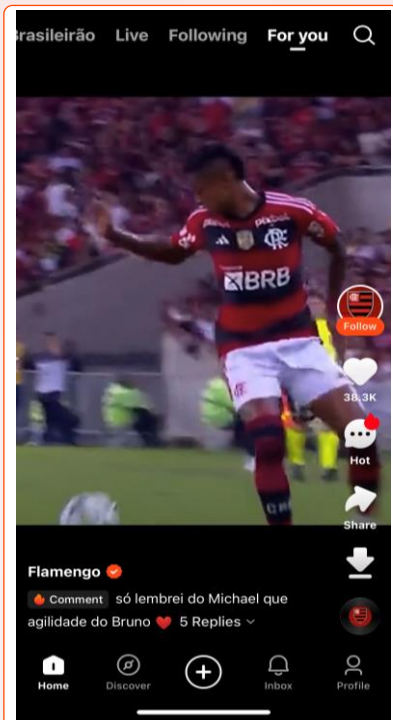
- ✔ 持续推进团播、“大舞台”等新兴品类，发展，高效牵引公会及主播投入团播业务，驱动业务增长。
- ✔ 建设多元化优质内容，牵引中腰部主播，创新直播互动玩法；与电竞领域跨界合作，助力赛事出圈，吸引更多高质量破圈用户。
- ✔ “直播+”模式赋能传统行业，在招聘和房产交易领域，服务人群、交易规模均持续快速增长；快聘日均简历投递次数同比增长超130%，双向匹配规模同比增长超150%；“理想家”业务日均线索规模同比增加9倍。



2.6 深耕核心海外市场，盈利能力大幅提升

- 精细化运营传统获客渠道、探索创新渠道，二季度海外重点国家DAU稳定增长，巴西同比增长15.4%；
- 持续加强本地化内容运营，供给质量和社区生态健康度显著提升；协同算法优化和流量调控，创作者变现渠道多元化，二季度单DAU日均使用时长近80分钟；
- 变现效率提升，二季度海外业务收入达10.8亿元，同比增长141%，经营杠杆效应持续释放，营业亏损同比减少64.5%

Kwai App



广告合作



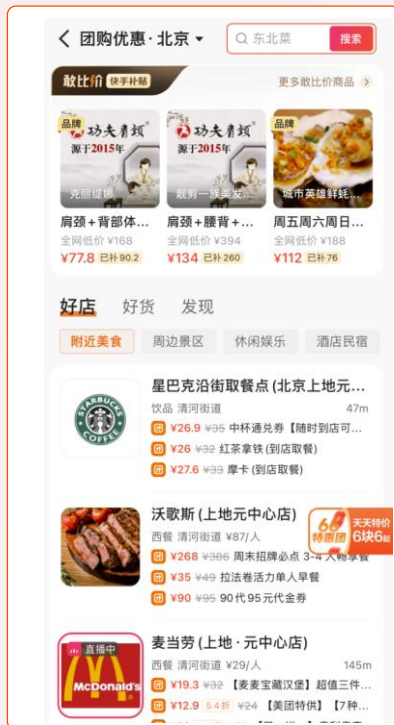
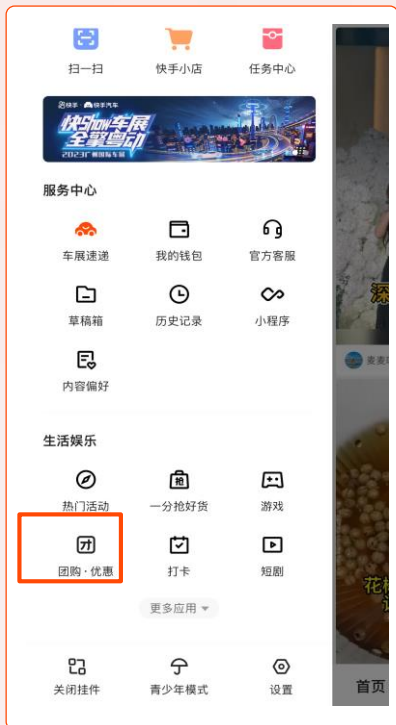
海外本地化内容运营



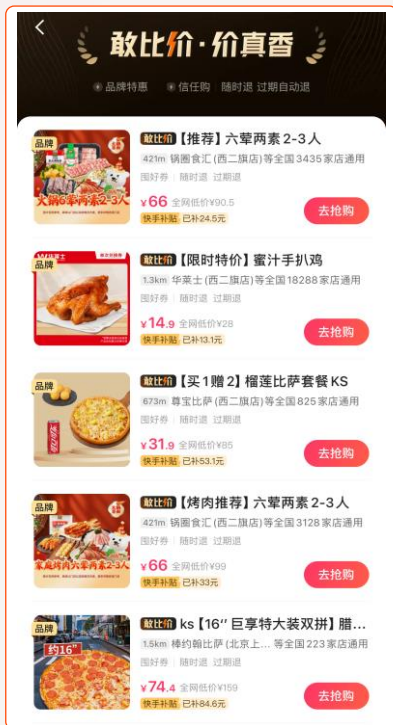
2.7 打造本地生活极致性价比，供给、需求快速增长

- 快手差异化客群优势赋能商家更低成本、更高转化率运营，优质达人资源和高效流量分发构建优质内容，供给生态进一步丰富；二季度动销商家数和日均动销商品数环比分别增长22%和33%；
- 基于精准推荐、运营能力优化，建议用户本地生活极致性价比心智，满足多场景本地消费需求，二季度本地生活日均支付用户数环比增速达37%。

本地生活业务入口及主页



本地生活业务敢比价&丰富营销玩法



2.8 AI大模型矩阵全面升级，赋能更多业务场景

- AIGC领域取得里程碑式突破：自研视频生成大模型“可灵”全面开放内测，文生图大模型“可图”开源；
- 聚焦大模型业务赋能：上半年近2万商家依托大模型实现智能化经营，二季度AIGC营销素材日消耗峰值达2000万。

快手自研大模型矩阵

内容理解

内容生成

内容推荐

智能交互

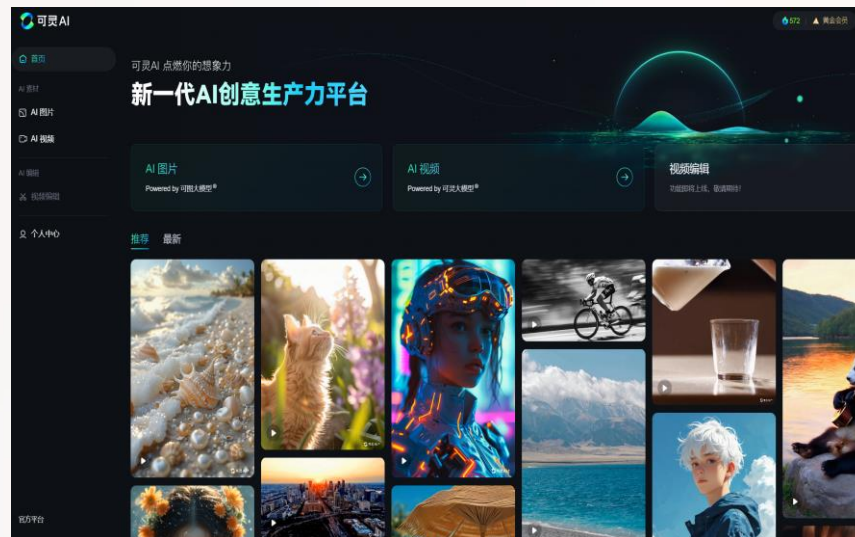
快意语言大模型

视觉生成大模型

推荐大模型

万亿参数的大模型训练及推理基础设施

可灵AI产品界面示意



88

三、财务状况

3.1 财务数据亮点

2024年第二季度

集团毛利率同比大幅提升至55.3%，
经调整净利润率持续提升至15.1%，创历史新高。

经营现金流净流入约人民币76.1亿，
广义现金连续八个季度环比增加。

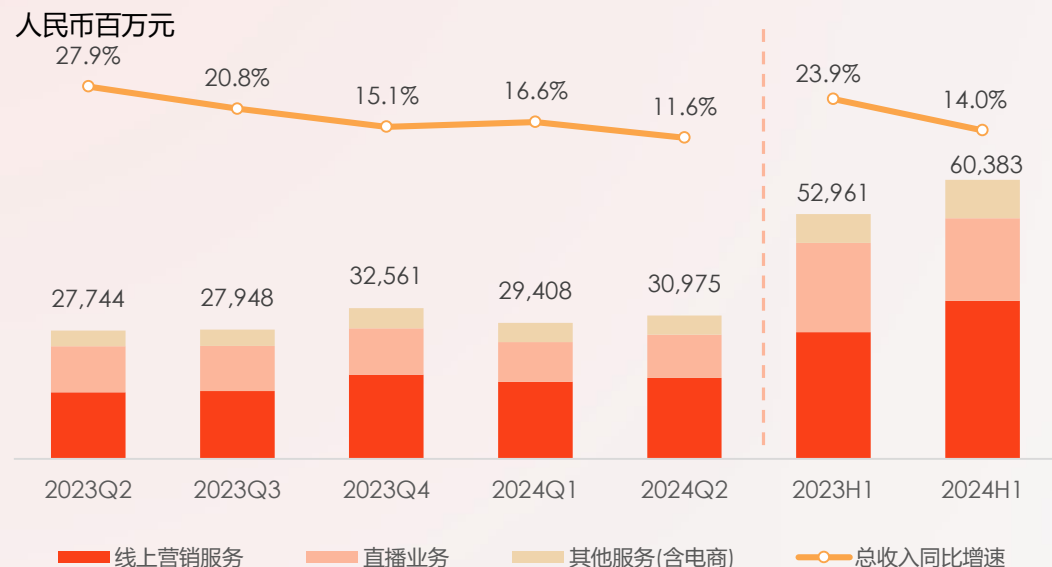
国内业务经营利润达人民币45.0亿，
盈利能力持续提升。

海外收入同比提升141.4%，
经营亏损同比收窄64.5%。

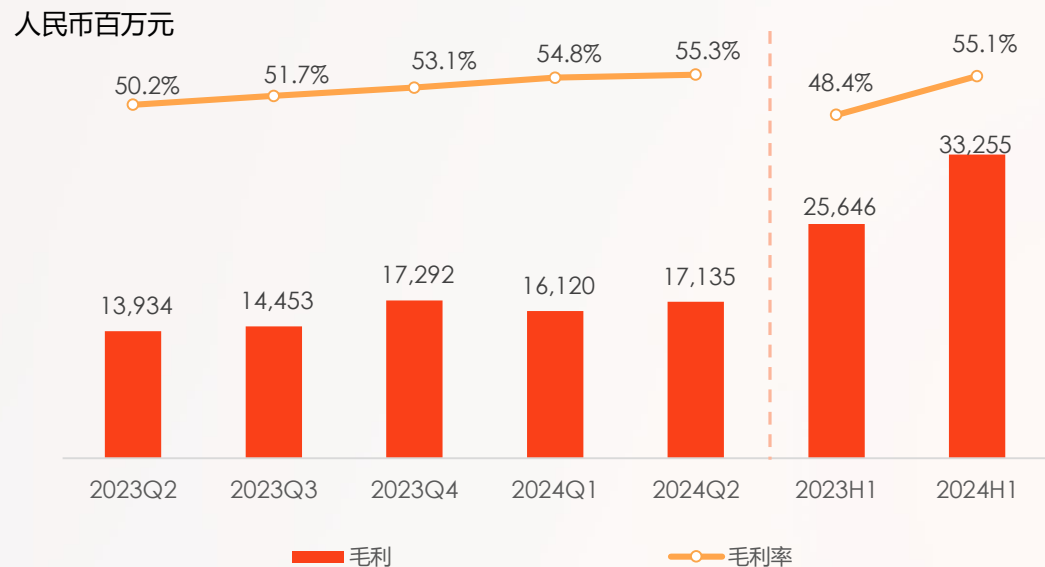
3.2 收入稳步增长，毛利率持续提升

- 总收入同比增长11.6%，线上营销服务占比56.5%，直播业务占比30.0%，其他服务(包含电商)占比13.5%；
- 线上营销服务收入同比增长22.1%，其他服务收入同比增长21.3%，直播业务收入同比下降6.7%；
- 得益于收入的稳步增长和有效的成本管控，毛利率同比提升5.1pp至55.3%，实现季度新高。

收入构成及总收入同比增速



毛利及毛利率

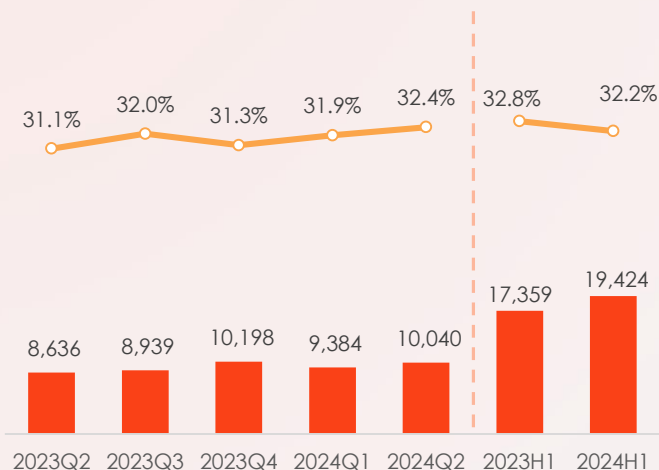


3.3 提质增效增长，运营效率持续提升

- 销售及营销开支占收比同比上升1.3pp至32.4%，主要由于加大了电商等业务的推广投入；
- 研发开支占收比同比下降2.3pp至9.1%；行政开支占收比同比下降0.8pp至2.6%。

销售及营销开支

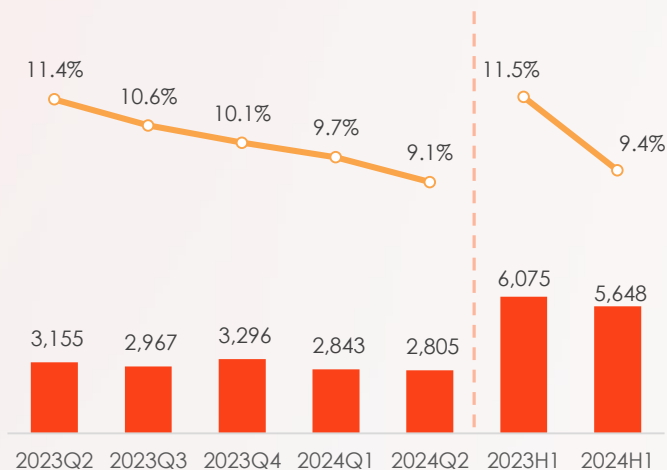
人民币百万元



■ 销售及营销开支总额 ○ 销售及营销开支占收比

研发开支

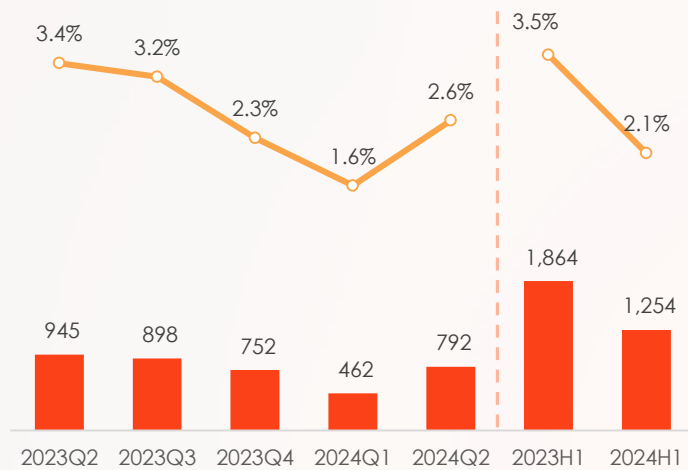
人民币百万元



■ 研发开支总额 ○ 研发开支占收比

行政开支

人民币百万元



■ 行政开支总额 ○ 行政开支占收比



3.4 国内盈利能力提升，海外同比大幅减亏

- 2024年第二季度，**国内业务**实现经营利润45.0亿元，盈利能力同比进一步提升；
- 2024年第二季度，**海外业务**变现效率持续提升，经营亏损同比收窄64.5%。

人民币百万元

2023年第二季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	27,297	447	-	27,744
成本及费用	(24,263)	(1,227)	-	(25,490)
未分摊项目 ⁽¹⁾	-	-	(958)	(958)
经营利润/(亏损)	3,034	(780)	(958)	(1,296)
2024年第一季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	28,417	991	-	29,408
成本及费用	(24,426)	(1,259)	-	(25,685)
未分摊项目	-	-	271	271
经营利润/(亏损)	3,991	(268)	271	3,994
2024年第二季度	国内	海外	未分摊项目	合计
收入	29,896	1,079	-	30,975
成本及费用	(25,398)	(1,356)	-	(26,754)
未分摊项目	-	-	(315)	(315)
经营利润/(亏损)	4,498	(277)	(315)	3,906



注：

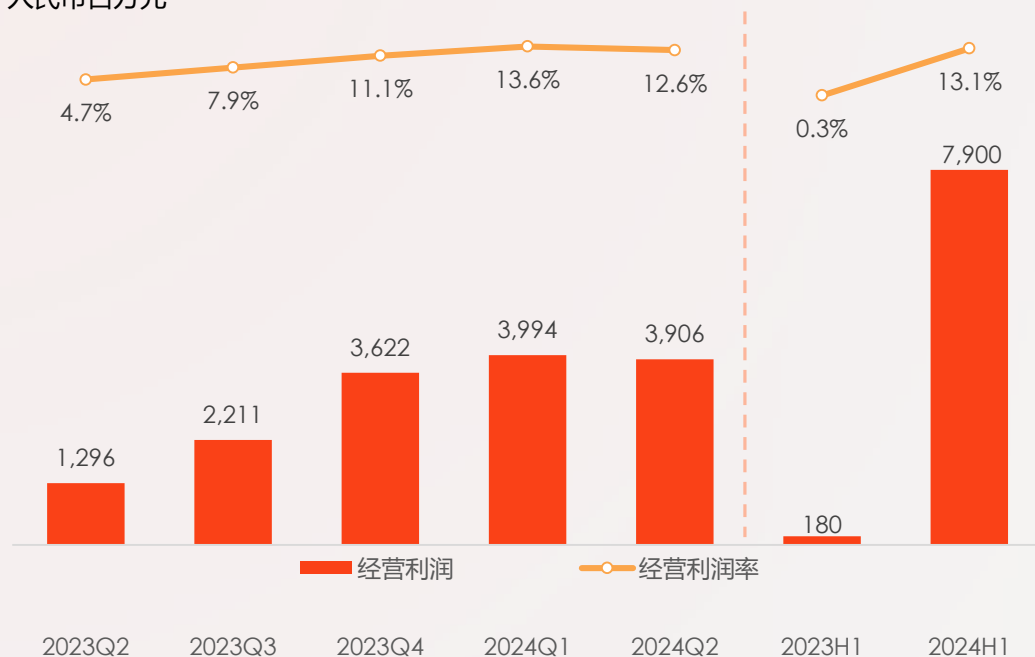
(1) 未分摊项目包括以股份为基础的薪酬开支、其他收入和其他收益/(损失)净额，与行业惯例可比

3.5 集团调整后净利润环比持续增长，创历史新高

- 集团经营利润为39.1亿元，经营利润率为12.6%，同比提升7.9pps；
- 集团调整后净利润环比增长至46.8亿元，调整后净利润率达到15.1%，创历史新高。

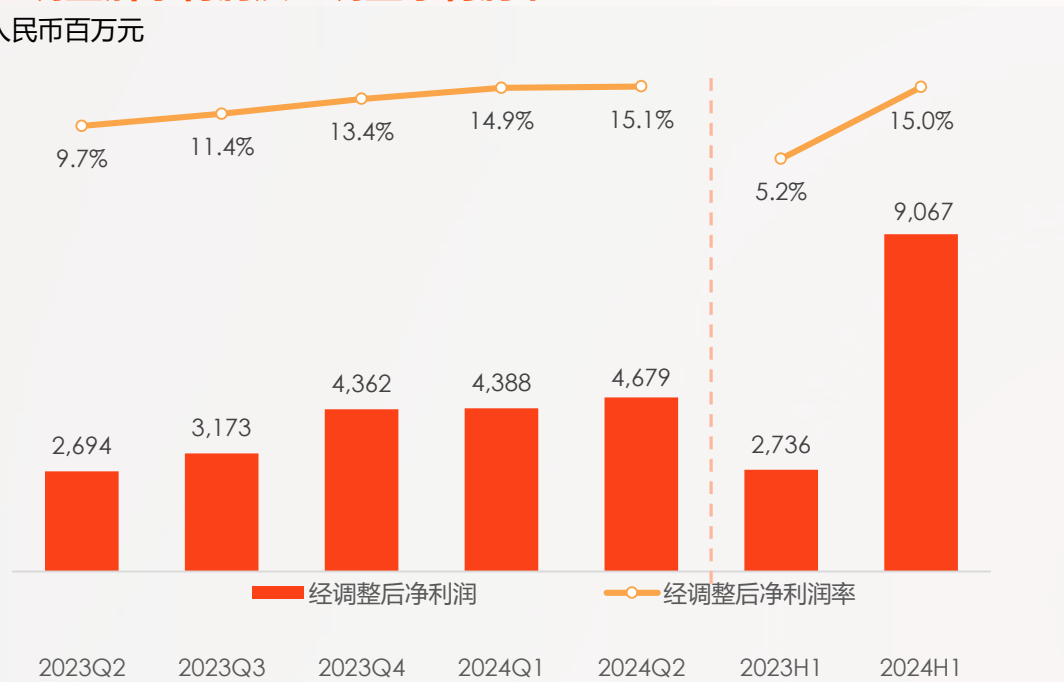
经营利润及经营利润率

人民币百万元



经调整后净利润及经调整净利润率

人民币百万元





四、环境、社会及管治 (ESG)

4.1 ESG 认可

获得MSCI ESG“BBB”评级，以表彰其对可持续发展的承诺



在CDP气候变化方面获得“B”级评级



其他认证、奖项和荣誉



2023 年数据中心科技成果奖
——水电双控高效节能项目



2023 数据中心科技成果奖 **一等奖**

ISO信息管理认证覆盖100%的业务线



信息安全管理体系统



隐私信息管理系统



云解决方案



2023年LinkedIn
“**全球人才吸引力雇主**”称号



2023 金钥匙·面向SDG的中国行动乡村振兴**冠军奖**



中国ESG上市公司**先锋100**

4.2 ESG 亮点 (2023)



环境

保护我们的地球，成为负责任的环境管理者

- 快手乌兰察布数据中心2023年使用了约 **30,398 MWh** (兆瓦时)绿色能源。
- 快手乌兰察布数据中心 **WUE** (水资源使用效率)达 **0.42** (远低于行业平均水平), **PUE** (能源使用效率)最低可达 **1.196**。
- 通过“二手电子设备回购”计划，快手员工2023年回购了 **2,997** 台电子设备。
- 2023年开展了ESG评估，从五个方面评估了供应商的表现。从收集到的供应商反馈中，**超过80%** 的供应商已初步建立或正在逐步提升其ESG管理能力。



社会

支持我们团队成员生活和工作的社区

- 聘请外部**独立第三方**每年至少对数据安全进行一次审计。
- 内部每年强制进行数据安全意识考试，以评估**所有员工**的安全意识。
- 快手全职员工中女性占比为**44.3%**。
- 2023年快手通过公益项目捐赠**2,730万元**人民币，在公益项目上投入**35,566**小时。



管治

以诚信经营，将公平和多样性作为我们可持续发展的驱动力

- 快手为全体员工和董事（包括**派遣劳工**和**实习生**）进行了反腐败相关培训。公司内部设有专门团队（超过15人）负责监督和调查相关问题。
- 董事会中女性占比为**11%(1/9)**。
- 我们利用大数据分析、机器学习等多种技术，对平台内的**每一笔资金**流动和用户行为进行全面分析，以预防洗钱活动。



88

五、附录

损益表

人民币百万元	2024年 第二季度	占收比	2024年 第一季度	占收比	2023年 第二季度	占收比	同比变动率	环比变动率
收入	30,975	100.0%	29,408	100.0%	27,744	100.0%	11.6%	5.3%
销售成本	(13,840)	(44.7%)	(13,288)	(45.2%)	(13,810)	(49.8%)	0.2%	4.2%
毛利	17,135	55.3%	16,120	54.8%	13,934	50.2%	23.0%	6.3%
销售及营销开支	(10,040)	(32.4%)	(9,384)	(31.9%)	(8,636)	(31.1%)	16.3%	7.0%
行政开支	(792)	(2.6%)	(462)	(1.6%)	(945)	(3.4%)	(16.2%)	71.4%
研发开支	(2,805)	(9.1%)	(2,843)	(9.7%)	(3,155)	(11.4%)	(11.1%)	(1.3%)
其他收入	34	0.1%	118	0.4%	113	0.4%	69.9%	(71.2%)
其他收益净额	374	1.3%	445	1.6%	(15)	(0.0%)	N/A	16.0%
经营利润	3,906	12.6%	3,994	13.6%	1,296	4.7%	201.4%	(2.2%)
财务收入净额	66	0.2%	114	0.4%	158	0.6%	(58.2%)	(42.1%)
分占按权益法入账之投资的亏损	(19)	(0.1%)	(3)	(0.0%)	(18)	(0.1%)	(5.6%)	(533.3%)
除所得税前利润	3,953	12.7%	4,105	14.0%	1,436	5.2%	175.3%	(3.7%)
所得税收益	27	0.1%	15	0.0%	45	0.1%	(40.0%)	80.0%
期内利润	3,980	12.8%	4,120	14.0%	1,481	5.3%	168.7%	(3.4%)
<u>非国际财务报告准则计量:</u>								
经调整利润净额	4,679	15.1%	4,388	14.9%	2,694	9.7%	73.7%	6.6%
经调整EBITDA	6,344	20.5%	5,979	20.3%	4,316	15.6%	47.0%	6.1%

经调整净利润净额和经调整EBITDA

人民币百万元	2024年第二季度	2024年第一季度	2023年第二季度
期内利润	3,980	4,120	1,481
加:			
以股份为基础的薪酬开支	723	292	1,056
投资公允价值变动净额	(24)	(24)	157
经调整利润净额	4,679	4,388	2,694
经调整净利润率	15.1%	14.9%	9.7%
经调整利润净额	4,679	4,388	2,694
加:			
所得税收益	(27)	(15)	(45)
物业及设备折旧	997	977	978
使用权资产折旧	735	716	808
无形资产摊销	26	27	39
财务收入净额	(66)	(114)	(158)
经调整EBITDA	6,344	5,979	4,316
经调整EBITDA率	20.5%	20.3%	15.6%

资产负债表

人民币百万元	2024年6月30日	2023年12月31日	人民币百万元	2024年6月30日	2023年12月31日
资产			权益及负债		
非流动资产			股本	0	0
物业及设备	11,871	12,356	股本溢价	271,804	273,459
使用权资产	8,908	10,399	库存股份	(284)	(88)
无形资产	1,032	1,073	其他储备	34,298	33,183
按权益法入账之投资	179	214	累计亏损	(249,393)	(257,491)
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	13,695	5,245	非控股权益	13	11
递延税项资产	5,854	6,108	权益合计	56,438	49,074
长期定期存款	13,580	9,765	负债		
按摊余成本计量之其他金融资产	143	283	非流动负债		
其他非流动资产	536	492	借款	4,500	0
非流动资产合计	55,798	45,935	租赁负债	6,985	8,405
流动资产			递延所项负债	16	18
贸易应收款项	6,526	6,457	其他非流动负债	21	21
预付款项, 其他应收款项及其他流动资产	4,346	4,919	非流动负债合计	11,522	8,444
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	31,180	25,128	流动负债		
短期定期存款	9,578	9,874	应付账款	24,897	23,601
按摊余成本计量之其他金融资产	845	950	其他应付款项及应计费用	19,192	16,592
受限制现金	89	128	客户预付款	4,124	4,036
现金及现金等价物	11,437	12,905	所得税负债	269	1,222
流动资产合计	64,001	60,361	租赁负债	3,357	3,327
资产合计	119,799	106,296	流动负债合计	51,839	48,778
			负债合计	63,361	57,222
			权益及负债合计	119,799	106,296





谢谢!

联系我们:

快手科技
投资者关系
邮箱: ir@kuaishou.com

