快手科技发布2025年第一季度未经审核财务业绩

2025.05.27

香港2025年5月27日 /美通社/ -- 领先的内容社区及社交平台快手科技（“快手”或“公司”；港币柜台股份代号：01024 / 人民币柜台股份代号：81024），今日发布截至2025年3月31日止三个月的未经审核第一季度合并业绩。

2025年第一季度业绩摘要

- **快手应用平均日活跃用户**为4.080亿，较去年同期3.938亿增长3.6%。
- **快手应用平均月活跃用户**为7.117亿，较去年同期6.974亿增长2.1%。
- **电商GMV** (1) 为人民币3,323亿元，较去年同期的人民币2,881亿元增长15.4%。
- **总收入**为人民币326亿元，较去年同期的人民币294亿元增长10.9%。从对总收入贡献比例来看，线上营销服务占比55.1%，直播业务占比30.1%，其他服务占比14.8%。
- **毛利**为人民币178亿元，较去年同期的人民币161亿元增长10.4%。毛利率较去年同期的54.8%略微降至54.6%。
- **期内利润**为人民币40亿元，去年同期为人民币41亿元。**经调整利润净额** (2) 自去年同期的人民币44亿元增长至人民币46亿元。
- **国内分部经营利润** (3) 自去年同期的人民币40亿元增加至人民币43亿元。**海外分部经营利润** (3) 为人民币28百万元，去年同期为经营亏损人民币268百万元。
- 截至2025年3月31日止三个月及直至5月20日收盘，本公司于联交所以代价14.2亿港元购回约29.2百万股股份。

快手联合创始人、董事长兼首席执行官程一笑先生表示： “2025年第一季度，我们持续深化AI技术对内容生态与商业生态的赋能，在经营效率进一步提升的同时实现了稳健的业绩增长。我们的日活跃用户数达到4.08亿，创下历史新高。2025年第一季度总收入同比增长10.9%，达到人民币326亿元。经调整利润净额达到人民币46亿元，经调整净利润率保持在14.0%的健康水平。我们于4月正式推出可灵AI 2.0，获得全球用户广泛好评，巩固了我们在AI领域的全球领先地位并推动了商业化进程的加速发展。展望未来，我们会持续聚焦长期技术投入，继续强化AI能力，进一步赋能现有业务并开辟新的业务增长路径。我们相信这些技术进步将有助于我们持续提升用户体验，同时扩大内容与商业生态的影响力，为公司的长期可持续增长创造更多机遇。”

2025年第一季度财务回顾

线上营销服务收入由2024年同期的人民币167亿元增加8.0%至2025年第一季度的人民币180亿元，主要是由于我们的智能产品投放解决方案及AI技术在线上营销解决方案的应用，推动营销客户投放消耗增加。

直播业务收入由2024年同期的人民币86亿元增加14.4%至2025年第一季度的人民币98亿元，主要是由于我们精细化运营及多元化的优质内容。

其他服务收入由2024年同期的人民币42亿元增加15.2%至2025年第一季度的人民币48亿元，主要是由于我们电商业务的增长，表现为电商GMV的增加。电商GMV增加是由于我们持续精细化的全域经营，推动电商月活跃买家数量及月动销商家数量增加。

2025年第一季度其他主要财务资料

经营利润自去年同期的人民币40亿元增加至人民币43亿元。

经调整EBITDA (4) 自去年同期的人民币60亿元增加至人民币64亿元。

可利用资金总额 (5) 截至2025年3月31日为人民币940亿元。

附注：
（1）于我们平台或通过我们平台跳转到合作伙伴平台交易。
（2）我们将“经调整利润净额”定义为经以股份为基础的薪酬开支及投资公允价值变动净额调整的期内利润。
（3）不包含以股份为基础的薪酬开支、其他收入及其他收益净额的未分摊项目。
（4）我们将“经调整EBITDA”定义为经所得税开支/ (收益)、物业及设备折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销及财务开支/(收入) 净额调整的期内经调整利润净额。
（5）我们在现金管理中考虑的可利用资金包括但不限于现金及现金等价物、定期存款、金融资产和受限制现金。金融资产主要包括理财产品及其他。

业务回顾

2025年第一季度，在复杂多变的全球宏观经济形势下，我们持续推进人工智能(AI)技术赋能业务，通过智能化升级巩固内容和商业生态，提升用户和内容创作者的平台使用体验，提升商家与线上营销客户的经营效率，取得了稳健的业绩表现。2025年第一季度，快手应用的平均日活跃用户达到4.08亿，创历史新高；总收入同比增长10.9%至人民币326亿元，毛利率近55.0%，经调整净利润达到人民币46亿元，经调整净利润率为14.0%。

与此同时，我们的新业务也取得了令人欣喜的成果，展现出较强的第二增长曲线势能。***可灵AI***商业化变现加速，2025年第一季度***可灵AI***收入超过人民币1.5亿元。我们专注于核心国际市场的聚焦战略在实施两年后已取得切实成效。2025年第一季度首次实现了整体海外业务单季度的经营利润转正。

AI业务

可灵AI方面，我们在2025年4月宣布视频生成大模型的重大升级，面向全球用户推出了***可灵AI*** 2.0，在动态质量、语义响应、画面美学等维度，保持全球领先。在本次***可灵AI*** 2.0模型的版本迭代中，***可灵AI***正式提出全新理念***多模态视觉语言(Multi-modal Visual Language, MVL)***，并基于该理念推出了多模态编辑功能，用户可以将图像、视频、声音和运动轨迹等多种信息形式作为输入，生成创意视频。此外，创作者也可对已生成的视频内容进行视觉元素的增加、删减、替换，为创作者的编辑过程提供更大的灵活性。目前***可灵AI***已经广泛应用于广告营销、短剧和智能终端等多个行业，这也使得我们对于**可灵AI**成为新AI时代视频创作的基础设施的愿景更有信心。

我们已将AI技术融入我们的内容和商业生态。我们借助AI技术对线上营销服务解决方案进行全流程赋能，包括AIGC营销素材生产、营销投放智能体和营销推荐大模型等，提升了客户的营销转化效率。2025年第一季度，AIGC营销素材的日均广告消耗约为人民币3,000万元。我们也上线了数字人直播间实时互动功能，提升了直播间的转化率。

用户及内容生态系统

2025年第一季度，快手应用的平均日活跃用户和平均月活跃用户分别达到了4.08亿及7.12亿，分别同比增长3.6%和2.1%，快手应用的平均日活跃用户创历史新高，并且连续第三个季度超过4亿。快手应用的日活跃用户日均使用时长达133.8分钟，2025年第一季度用户总使用时长同比增长5.9%。我们通过不断精细化的用户增长策略降低了新增用户的平均获客成本，并通过丰富的优质内容供给、持续迭代的流量分发机制和多元的社区互动玩法提升用户的内容消费体验，使得新增用户的留存率不断提升。

春节历来是我们进行用户增长和品牌营销的重要节点，2025年春节，我们通过有趣的互动玩法和多元的内容矩阵，为超4亿用户打造富有中国年味的线上社区。借助富有趣味的交互玩法，我们有效提升了用户之间的社交互动。活动期间，日均新增互关对数同比提升了40.0%以上，互关用户日均私信发送量同比大幅增加超过100.0%。***云上庙会***、***快手村冬奥***和***辽宁卫视春晚***等一系列丰富的春节内容矩阵为用户提供了沉浸式的内容消费体验。以上内容的直播总观看量超过150亿人次，短视频总播放量超过2,000亿。

线上营销服务

2025年第一季度，线上营销服务收入达到人民币180亿元，同比增长8.0%。我们通过AI技术对线上营销服务解决方案的全流程赋能，帮助各行业的客户进行高效的品牌营销和效果转化。我们也将大语言模型的内容理解和推理能力应用于营销内容推荐，叠加对用户行为的思维链推理，不断提升营销素材转化效率。

2025年第一季度，外循环营销服务继续成为推动线上营销服务增长的主要驱动力。其中，内容消费行业和本地生活行业增长尤为突出。2025年第一季度，在内容消费行业，短剧行业的营销消耗同比高速增长。营销客户以原生链路为基础在平台经营，如短剧、小游戏、小说，不仅提升了内容价值并增强了用户粘性，也加深了平台对用户喜好的理解深度。在本地生活行业，针对线索经营类的客户，我们为其提供包括原生私信、线索表单搜集等多种解决方案，帮助其触达客户并提升转化率。2025年第一季度，本地生活行业的营销消耗同比增长超50.0%。在智能化产品投放层面，2025年第一季度，***Universal Auto X(UAX，全自动投放)***解决方案的总营销消耗占外循环总消耗的比例提升至60.0%以上。

另一方面，我们积极探索通过内循环营销解决方案助力电商商家在快手做全域智能化经营。在泛货架场域，我们通过优化营销投放链路，引入电商商家的优质内容与产品供给，并通过算法策略优化提升匹配效率。在智能化提效方面，升级后的全站推广智能体4.0使得商家在全域投放更稳定。2025年第一季度，电商商家使用全站推广智能体4.0或智能托管进行营销推广的总消耗，占内循环总消耗的比例达到60.0%。

电商

2025年第一季度，电商GMV同比增长15.4%至人民币3,323亿元，电商月均活跃买家数达1.35亿。我们持续优化消费者购物体验，通过内容场与泛货架场的全域协同，帮助更多商家达人在快手拓展生意经营阵地。

2025年第一季度，快手平台上的中小商家高速成长，主要得益于新商成长资源的持续建设，以及大模型能力在多场域经营的广泛应用。我们提供给新商家丰沛的冷启流量和一系列降低经营成本的政策，2025年第一季度新入驻快手商家数量同比增长超30.0%。同时，我们持续致力于AI大模型的多场域经营应用。2025年第一季度，我们为直播场域经营的商家提供了全套智能开播工具，包含AI话术生成、直播讲解提词器、智能选品等能力，越来越多的新商家借助这些工具取得经营突破。

2025年第一季度，达人电商方面，我们设立了独立的商品运营中心、扩大达人分销优质货品规模，进一步增强了对货品的选择和供应，并充分调用全站达人资源及运营资源，以***官方团***的形式触达社会化品牌。同时我们在年货节期间上线了***爆品计划***，聚焦用户高需求商品品类，并借平台整合销售能力，引入优价优质供给。针对中小达人，我们通过***新星计划***、流量激励、城市运营等多元激励机制，助力中小达人实现高效成长。三八焕新季期间，达人分销GMV同比增长超30.0%、中小达人分销GMV同比增长超50.0%，不同体量的达人凭借大促都获得了高效的生意增长。

从多元场域来看，我们着力构建“直播+商城+短视频”三位一体经营格局。2025年第一季度，泛货架电商GMV持续超大盘增长，供需两端持续优化，对总电商GMV的贡献比例约30.0%。2025年第一季度，商城场域日均动销商家同比增长超40.0%，得益于我们深挖产业带、形成招商势能，并着力引入优质新供给、提升商品类目多样性，同时从推荐、搜索、频道、店铺四个维度进行流量助力。另一方面，2025年第一季度短视频电商GMV势头强劲，同比增长超40.0%，借助短直联动的内容玩法，成功实现了内容表达的多样化和用户转化的高效化。

另外，我们的AI大模型能力带动电商商家的整体服务水平提升。2025年第一季度，我们通过上线大模型智能体技术及多模态能力，将智能客服解决率提升至约80.0%，极大节约了商家成本并且缩短平均响应时长，提升整体用户体验。同时，我们的AI能力持续驱动电商基础设施升级，提升人货匹配精准度、降低商家制作内容素材的难度，为电商生态注入持续动能。

直播

2025年第一季度，直播业务收入同比增长14.4%至人民币98亿元，恢复同比正增长趋势。我们进一步加强多人直播、团播等优势品类的精细化运营，2025年第一季度末，签约公会机构数量同比提升超25.0%，签约主播数量同比增长超40.0%。我们也着力建设优质***直播大舞台***内容，为主播及达人进行高效粉丝沉淀并释放变现潜力，同时推出专属扶持政策与流量机制，成功将线下的娱乐文化消费形态带入线上。

此外，我们持续深化游戏内容生态，通过短视频、直播和社区运营的深度融合，帮助游戏厂商打破传统的宣推边界，同时与各大游戏赛事进行直播版权

合作、共建IP赛事，并自营电竞战队KSG。作为“直播+”模式创新赋能传统行业的典例，2025年第一季度，***快聘***业务的日均投递简历用户数同比增长超110.0%，双向匹配规模同比增长超300.0%；***理想家***业务日均线索规模同比增加超150.0%。

海外

2025年第一季度，海外业务整体稳健发展，海外整体收入同比增长32.7%达人民币13亿元，其中线上营销收入同比保持高速增长。同时通过有效控制海外业务的成本费用，海外整体层面首次实现了季度经营利润转正。我们在海外获客渠道效率上持续优化，聚焦高价值人群的定向投放，海外核心市场之一巴西的日活跃用户稳步增长。结合我们在算法侧和流量侧的长期优化努力，巴西日活跃用户的日均使用时长同环比稳步提升。变现方面，我们以深耕本土化内容为核心优势，助力广告主构建起多产品矩阵的内容营销新范式，精准触达目标用户人群。同时巴西的电商业务在严控ROI的同时，订单规模实现同比健康增长。

本地生活

2025年第一季度，本地生活业务继续基于用户禀赋，深耕新线城市，精细化运营策略，为用户提供极致性价比的本地商品和服务。2025年第一季度，本地生活GMV同比快速增长，其中新线城市贡献超过65.0%的GMV增长。供给上，动销商家和动销商品数分别同比上涨81.0%和71.3%。同时我们鼓励商家自播、结合职人运营和达人分销，在AIGC的赋能提效下做好内容的提质、提量，牵引商家获得优质流量曝光。商品和内容的供给密度提升驱动用户交易转化，2025年第一季度月均付费用户数同比提升73.1%。变现上，我们持续优化本地投广告产品，提升商家投流效果。因此，2025年第一季度，本地生活业务的收入同比增长2倍。此外，通过“大促+小促”的双引擎增长工具，帮商家提升营销效率的同时，我们的补贴效率得以提升，本地生活业务的亏损得以持续收窄。

关于快手

快手作为中国乃至全球领先的内容社区及社交平台，致力于成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。作为一家以人工智能为核心驱动和技术依托的科技公司，快手专注于通过持续的技术创新和产品升级，不断丰富服务和应用场景，为客户创造价值。在快手，用户通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，发现所需，发挥所长。通过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的技术、产品和服务可满足用户的多元化的需求，包括娱乐、线上营销服务、电商、本地生活、游戏等。

前瞻性声明

除过往事实的陈述外，本新闻稿载有若干前瞻性陈述。前瞻性陈述一般可透过所使用前瞻性词汇识别，例如“或会”、“可能”、“可”、“可以”、“将”、“将会”、“预期”、“认为”、“继续”、“估计”、“预计”、“预测”、“打算”、“计划”、“寻求”或“时间表”。该等前瞻性陈述受风险、不确定因素及假设的影响，可能包括业务展望、财务表现预测、业务计划预测、发展策略及对我们行业预期趋势的预测。该等前瞻性陈述是根据本集团现有的资料，亦按本新闻稿刊发之时的展望为基准，在本新闻稿内载列。该等前瞻性陈述是根据若干预测、假设及前提作出，当中许多涉及主观因素或不受我们控制。该等前瞻性陈述或会证明为不正确及可能不会在将来实现。该等前瞻性陈述涉及大量风险及不明朗因素。鉴于上述风险及不明朗因素，本新闻稿内所载列的前瞻性陈述不应视为董事会或本公司声明该等计划及目标将会实现，故投资者不应过于依赖该等陈述。除法律要求的情形外，我们并无责任公开发布可能反映本新闻稿日期后发生的事件或情况或可能反映意料之外事件的该等前瞻性陈述的任何修订。

投资者及媒体问询
快手科技
投资者关系
邮箱：ir@kuaishou.com

简明合并损益表

	未经审核 **截至以下日期止三个月**		
	2025年3月31日 ***人民币百万元***	2024年12月31日 *人民币百万元*	2024年3月31日 *人民币百万元*
收入	**32,608**	35,384	29,408
销售成本	**(14,816)**	(16,261)	(13,288)
毛利	**17,792**	19,123	16,120
销售及营销开支	**(9,897)**	(11,317)	(9,384)
行政开支	**(828)**	(866)	(462)
研发开支	**(3,298)**	(3,451)	(2,843)
其他收入	**53**	187	118
其他收益净额	**437**	592	445
经营利润	**4,259**	4,268	3,994
财务（费用）/收入净额	**(24)**	19	114
分占按权益法入账之投资的利润/（亏损）	**2**	(1)	(3)
除所得税前利润	**4,237**	4,286	4,105
所得税（开支）/收益	**(258)**	(312)	15
期内利润	**3,979**	3,974	4,120

以下人士应占:			
—本公司权益持有人	**3,978**	3,969	4,119
—非控股权益	**1**	5	1
	3,979	3,974	4,120

简明合并资产负债表

	未经审核 **截至2025年** **3月31日** ***人民币百万元***	经审核 截至2024年 12月31日 *人民币百万元*
资产		
非流动资产		
物业及设备	**16,139**	14,831
使用权资产	**8,061**	8,891
无形资产	**1,045**	1,059
按权益法入账之投资	**169**	166
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**28,620**	24,430
按摊余成本计量之其他金融资产	**41**	62
递延税项资产	**6,606**	6,604
长期定期存款	**20,486**	19,856
其他非流动资产	**1,372**	1,105
	82,539	77,004
流动资产		
贸易应收款项	**6,346**	6,674
预付款项、其他应收款项及其他流动资产	**5,288**	4,646
按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产	**28,243**	27,050
按摊余成本计量之其他金融资产	**190**	233
短期定期存款	**7,816**	11,522
受限制现金	**51**	47
现金及现金等价物	**11,598**	12,697
	59,532	62,869
资产总额	**142,071**	139,873

简明合并资产负债表

	未经审核 **截至2025年** **3月31日** ***人民币百万元***	经审核 截至2024年 12月31日 *人民币百万元*
权益及负债		
本公司权益持有人应占权益		
股本	**-**	-
股本溢价	**268,159**	268,733
库存股份	**(707)**	(341)
其他储备	**36,361**	35,776
累计亏损	**(238,186)**	(242,164)
	65,627	62,004
非控股权益	**21**	20

权益总额	**65,648**	62,024
负债		
非流动负债		
借款	**11,100**	11,100
按公允价值计量且其变动计入损益之金融负债	**120**	124
租赁负债	**6,045**	6,765
递延税项负债	**12**	13
其他非流动负债	**22**	19
	17,299	18,021
流动负债		
应付账款	**26,460**	27,470
其他应付款项及应计费用	**22,542**	23,113
客户预付款	**4,562**	4,696
借款	**1,077**	-
按公允价值计量且其变动计入损益之金融负债	**4**	5
所得税负债	**771**	873
租赁负债	**3,708**	3,671
	59,124	59,828
负债总额	**76,423**	77,849
权益及负债总额	**142,071**	139,873

按分部划分的财务资料

	未经审核 截至以下日期止三个月 2025年3月31日				2024年12月31日				2024年3月31日			
	国内	**海外**	**未分摊项目**	**总计**	国内	海外	未分摊项目	总计	国内	海外	未分摊项目	总计
	人民币百万元				*人民币百万元*				*人民币百万元*			
收入	**31,293**	**1,315**	**-**	**32,608**	34,089	1,295	-	35,384	28,417	991	-	29,408
经营利润/（亏损）	**4,345**	**28**	**(114)**	**4,259**	4,361	(236)	143	4,268	3,991	(268)	271	3,994

非国际财务报告会计准则计量与根据国际财务报告会计准则编制的最接近计量的对账

	未经审核 截至以下日期止三个月 2025年3月31日	2024年12月31日	2024年3月31日
	人民币百万元	*人民币百万元*	*人民币百万元*
期内利润	**3,979**	3,974	4,120
调整项目：			
以股份为基础的薪酬开支	**604**	636	292
投资公允价值变动净额[1]	**(3)**	91	(24)
经调整利润净额	**4,580**	4,701	4,388
经调整利润净额	**4,580**	4,701	4,388

调整项目：			
所得税开支/（收益）	**258**	312	(15)
物业及设备折旧	**782**	1,093	977
使用权资产折旧	**768**	756	716
无形资产摊销	**22**	26	27
财务开支/（收入）净额	**24**	(19)	(114)
经调整EBITDA	**6,434**	6,869	5,979

附注：

(1) 投资公允价值变动净额指按公允价值计量且其变动计入损益之金融资产之上市和非上市实体投资的公允价值（收益）/亏损净额、视为处置投资的（收益）/亏损净额以及投资减值拨备，其与我们的核心业务及经营业绩无关，且会受市场波动所影响，而剔除该数据可为投资者提供可评估我们业绩表现的更相关及有用的资料。