



快手科技发布2021年第一季度业绩

2021.05.24

香港, 2021年5月24日/美通社/ --领先的内容社区及社交平台, 快手科技(香港联交所股票代码: 1024)(简称“本公司”或“快手”), 今日发布截止2021年3月31日的第一季度未经审计合并业绩。

2021年第一季度主要财务及运营数据

- 中国应用程序及小程序的平均日活跃用户达到3.792亿, 同比增长26.4%。
- 快手应用平均日活跃用户为2.953亿, 较去年同期的2.532亿增长16.6%。
- 每位日活跃用户日均使用时长(1)为99.3分钟, 较去年同期的85.2分钟增长16.5%。
- 每名日活跃用户平均线上营销服务收入(1)为人民币29.0元, 较去年同期的人民币12.9元增长124.8%。
- 平台上促成的电商交易的商品总交易额(2)为人民币1,186亿元, 较去年同期的人民币371亿元增长219.8%。
- 本季度收入为人民币170亿元, 较去年同期的人民币125亿元增长36.6%。其中, 线上营销服务收入为人民币86亿元, 较2020年同期的人民币33亿元增长161.5%。从对总收入贡献比例来看, 线上营销服务占比50.3%, 直播业务占比42.6%, 其他服务占比7.1%。
- 本季度毛利达到人民币70亿元, 较去年同期的人民币43亿元增长64.1%。毛利率由2020年第一季度的34.2%上升至本季度的41.1%。

快手联合创始人, 董事长兼首席执行官宿华先生表示:“我们在2021年第一季度取得了优异的业绩成绩。我们平台的内容、商品和服务供应不断丰富, 配合春节期间特色的用户活动, 我们的中国应用程序及小程序的平均日活跃用户达到3.792亿。对于广告算法和平台的投入继续产出了丰硕的成果, 线上营销服务本季度收入同比增长161.5%, 达到人民币86亿, 对总收入的贡献首次过半。随着我们对内容及信任电商模式的打造和闭环能力的持续提升, 电商业务取得的成绩同样令人瞩目, 本季度的电商交易总额达同比增长219.8%。在2021年第一季度, 我们持续提升私域流量价值, 并配合公域, 将更多展示机会分配给高质量的内容创作者。通过加强对内容创作者私域中社交信任的培育, 有效推动了内容创作活跃度的提升以及交流互动的深入, 从而加强内容创作者的商业化变现能力, 并全面支持快手作为领先的内容社区和社交平台的持续发展。2021年第一季度, 我们在海外市场亦取得了令人鼓舞的成果, 平均月活跃用户数超过1亿, 到2021年4月继续增长至超过1.5亿。我们开始看到, 我们的业务模式和生态系统在海外市场发展潜力。”

附注:

(1)运营数据为所示期间内快手应用的相关数据

(2)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

业务回顾及展望

在快手, 我们坚信「有恒产者有恒心, 有恒心者有恒产」。自2021年第一季度起, 我们更加重视内容创作者私域价值的提升。在我们平台的私域中, 每个创作者的所有内容和商品都可以被发现和看到, 并通过私域建立及累积自己的粉丝群体。在私域中孕育的社交信任会鼓励活跃的内容创作, 深入的交互和强大的网络效应。得益于此类基于社交信任的交互, 快手成功地建立了一个独特、温暖及值得信赖的线上内容社区和社交平台。我们注意到, 在我们的平台

上,越来越多的优质内容创作者及其作品被用户看到、并喜爱和理解,这使我们倍受鼓舞。与此同时,用户与内容创作者之间的社交信任也在我们的生态系统中被进一步巩固。截至2021年3月31日,我们的快手应用上累计有超过110亿对互关(即两名用户互相关注)。

通过提供更加创新及全面的内容以及内容营运形式,我们在内容库的丰富度和厚度,以及平台内容消费场景的拓展方面成功取得了进一步的发展。此外,凭借自身强大的社交信任、丰富的内容以及强劲的技术能力,我们得以推出更多优质及用户定制化的产品和服务,以更好地满足用户不断变化且精细化的需求。2021年第一季度,我们的用户规模及用户参与度增长超出预期,许多核心营运参数均创历史新高,由此可见我们的努力卓有成效。2021年第一季度,我们的中国应用程序及小程序的平均日活跃用户达到3.792亿,同比增长26.4%,环比增长20.0%。快手应用平均日活跃用户及平均月活跃用户在2021年第一季度分别达到2.953亿及5.198亿,同时每位日活跃用户的日均使用时长在2021年第一季度进一步提升至99.3分钟,同比增长16.5%,环比增长10.5%。

我们日益多元化的供给不仅增强了用户的参与度,亦增强了我们生态系统的持续发展和繁荣。此外,我们对优质内容和私域流量增长的支持亦进一步赋能于我们基于内容及信任的独特的商业模式。2021年第一季度,我们的总收入为人民币170亿元,同比增长36.6%。尽管一年的第一季度传统上被认为是广告行业的淡季,但我们2021年第一季度线上营销服务的收入同比增长161.5%至人民币86亿元,对总收入的贡献首次超过50%。其他服务(包括电商)的收入为人民币12亿元,同比快速增长589.1%,电商交易总额同样取得亮眼表现,同比增长219.8%,达到人民币1,186亿元。得益于更有利的收入结构变化,我们的毛利率由2020年同期的34.2%提升至2021年第一季度的41.1%。

内容

2021年第一季度,我们坚持公域扶持和私域沉淀的融合,以有效增加优质内容创作者的曝光机会,帮助他们扩大粉丝群,并进一步巩固我们平台上内容创作和内容消费的良性循环。我们亦增强快手搜索功能,令优质内容获得更多的曝光。2021年第一季度,快手应用每月均有超过2.5亿名用户使用快手搜索。我们计划投入更多资源开发快手搜索,因为作为内容分发和发现方式的丰富和完善,搜索不仅能使内容创作者更好地理解用户,为用户的需求提供更精准的解决方案,亦可提高效率将随机流量转化为忠实粉丝。2021年第一季度,我们平台每月平均新增超一千万内容创作者。截至2021年3月31日止的12个月内,我们帮助近2,400万名用户通过若干形式在快手应用上获得收入。

与此同时,我们不断致力于内容形式的创新和内容质量的提升。内容形式方面,我们持续加强对于快手短剧的投入,并于2020年12月启动星芒计划,以吸引和激励半专业内容创作者制作涵盖更广泛主题的优质短剧。截止目前,我们的快手短剧已吸引超过60,000名内容创作者,其中有超8,000位创作者已累计获得超过100,000名粉丝。2021年3月,我们日均有超过2亿用户在快手短剧观看短剧。此外,我们亦与一些领先的网络文学平台建立合作,以获取优质文学作品的版权,从而鼓励内容创作者借此进行短剧创作。

自2020年起,每天平均有数千万个视频上传至我们的平台,从中我们观察到不同用户群体对更加多元及精制内容的需求不断增长。基于此,内容垂类扩展及内容精细化营运亦是我们在2021年第一季度在内容侧的重点。特别是我们持续努力扩展更多和更精细的内容垂类,例如本地生活及体育。本地生活侧,我们不仅提供吃喝玩乐等传统本地生活内容,得益于我们基于信任的内容社区和社交平台,我们的内容同样可覆盖需要用户做出更重大决策的本地生活服务,例如旅行、购房和买车。在我们活跃的内容社区中,有许多具有专业技能和知识的达人用户,快手广阔的平台和丰富的私域流量,帮助他们通过短视频和直播基础设施发挥所长,更好地满足用户需求。截至2021年第一季度末,我们本地生活内容覆盖的行业中,有超15个行业在我们的平台内完成了闭环交易,这进一步证明围绕用户、商家、内容创作者的商业化内容生态正在逐步形成。

线上营销服务

尽管一年的第一季度被广泛认为是广告行业的淡季,我们的线上营销服务在2021年第一季度的收入仍同比增长161.5%至人民币86亿元,取得相当出色的成绩。我们成为越来越多广告主选择的合作伙伴,2021年第一季度,我们平台的广告主数量是2020年同期的两倍以上。这些成绩是我们努力的结果。首先,自我们于2017年推出线上营销服务至今,我们一直在不断积累有价值的经验并完善我们的广告系统,优化算法、提高投放精准度。其次,我们不断扩大与内容创作者的合作,为广告主创作定制化的内容,使我们能够提升广告素材质量及优化广告内容,实现广告客户、内容创作者及平台的三方共赢。截止目前,我们的磁力聚星平台接入的内容创作者合作伙伴数量,相比2020年年底超翻倍增长。2021年第一季度,我们合作的内容创作者所制作的广告内容视频播放量环比增长超100%。

品牌广告是我们2021年线上营销服务发展的重要领域之一。特别是在今年春节期间,结合平台举行的丰富用户活动,品牌广告主积极投放广告,也带动了品牌广告收入的增长。2021年第一季度品牌广告收入的同比增速超越线上营销服务总收入的同比增速。我们的品牌广告以提供整合营销,品效结合,和数字营销推广的全套品牌广告解决方案为特色。此外,我们于中国的广泛用户覆盖,使我们成为帮助品牌广告主拓展传统地区以外客户的重要渠道,我们也因此受到品牌广告主的广泛认可。同时,作为全球领先的社交平台,凭借高度活跃的用户参与度及前沿技术能力,我们能够更好地获得深入的用户洞察,赋能广告主通过精准营销提高整体回报率。

2021年第一季度,快手联盟是我们线上营销服务中的另一取得突破的领域。区别于其他广告联盟,我们不仅仅投放广告,而是采用广告、内容及电商产品三位一体的投放解决方案革新行业。通过快手联盟,我们以丰富的优质内容、产品及富有创意的广告形式赋能开发者。除此之外,我们亦为内容创作者及电商商家提供更多的曝光机会并产生收益。自推出以来,随着快手联盟的影响力的提升,快手联盟覆盖的开发者 and 用户群体持续扩大。

直播

2021年第一季度，我们的直播生态系统变得更加活跃，用户参与及互动不断增加。本季度我们持续扩展直播内容种类和形式场景。2021年2月一整月，我们创新地推出26天不间断的官方直播系列超级播，内容类别和形式丰富多样，包含名人脱口秀、线上音乐会、二次元表演、春节晚会等。在一个月内，超级播成功吸引超过15亿人次观看，已成为我们平台的超级IP。超级播的成功鼓励我们不断探索创新的内容概念和形式。

2021年第一季度，另一个直播的关注点是更深入及精细化的内容垂类深耕。举例来说，2021年是体育大年。第一季度，我们成为中国男子篮球职业联赛（「CBA」），中国最顶级男子篮球职业联赛的官方直播及短视频平台。我们的用户可以观看CBA赛事的高清直播，并享受和使用我们平台上丰富的互动性功能。与传统平台仅能看到官方解说直播不同，我们也获取了CBA直播二次创作的版权，体育解说和快手用户都可以在自己的直播间进行风格独特的点评和解说直播，为用户提供新颖且生动的直播体验。此类优质版权的引入有效地提升了用户在直播内容创作和社交生态中的活跃度，相较CBA直播推出前，2021年4月底的体育垂类直播观看人数增长超200%。

2021年第一季度，日活跃直播主播及日活跃直播用户数量环比均实现双位数增长，这表明我们平台的内容创作及内容消费已形成强大的飞轮效应。2021年第一季度，快手应用的直播平均月付费用户为5,240万，自2020年第四季度的5,080万增长3.1%。同时，2021年第一季度快手应用的每月直播付费用户平均收入为人民币46.1元，自2020年同期的人民币44.8元增长2.9%。我们坚信，随着用户与内容创作者之间通过直播产生更多的实时互动，他们之间的理解和互信逐步增进，转而帮助内容创作者积累粉丝群体和提升私域流量价值，并探寻多种衍生商业变现的渠道，例如电商及广告。

其他服务(包括电商)

2021年第一季度，其他服务的收入较2020年同期大幅增长589.1%至人民币12亿元，主要是由电商增长所推动。电商交易总额于2021年第一季度持续快速增长同比增长219.8%，达到人民币1,186亿元。于2021年第一季度，我们进一步加强闭环电商能力，并巩固了我们基于社交信任和内容的电商平台的独特定位。在快手，内容的创作源源不绝，电商相关的内容在其中扮演着日趋重要的角色，亦是我们平台和我们电商业务的魅力及特点之一。我们鼓励商家生产更多的优质内容，结合他们独特而有趣的个性，有助于吸引目标用户在他们的私域停留更长时间，并通过私域流量更长久地维护和留住用户。配以高质量商品，将推动整体交易转化率的提升。相较去年同期，2021年第一季度快手应用上每位日活跃用户的日均使用时长中，有更大的比例投入在电商直播。对私域和内容的专注帮助我们建立了基于社交信任的电商生态系统，私域沉淀的信任自然促成买家及信任的商家进行更多交易，由社交信任延伸的责任亦鼓励商家提供更好的产品及服务，继而改善整体的用户体验，进一步加强互信，为繁荣的生态系统增添更长期的价值。2021年第一季度，私域对于电商交易总额的贡献远超公域。

2021年第一季度，我们亦持续投资电商基础设施，在快手小店中推出更多工具及服务，广受商家的欢迎。2021年第一季度，快手小店的电商交易额占平台电商交易总额的比例从2020年同期的53%增至85%。同时，随着我们的电商平台日渐成熟，商品品质变得日益重要。由此，我们开始整合供应链方面的资源，并强化好物联盟的建设。通过上述做法，我们现在不仅能够通过提供官方优选商品提高商品的质量，亦能够促进具有强大供应链能力的商家与具有忠实粉丝群的主播之间的合作。除此之外，好物联盟亦为主播提供数字工具赋能，分析不同产品的数据表现及粉丝行为，帮助他们优化选品。这是我们建立电商闭环模式取得的初步成果之一，亦极大地提高了我们生态系统的整体效率。2021年第一季度，好物联盟的电商交易额占平台电商交易总额的贡献环比翻倍。

海外

毫无疑问，中国在短视频及直播领域的发展领先于世界，而我们在十年前便开始了这一旅程，是该行业的先驱之一。相较于中国，短视频及直播在海外市场的成熟度和渗透率相对较低，我们看到海外市场蕴藏着巨大的潜力和机遇。于2021年第一季度，我们积极拓展海外市场，并在Kwai、SnackVideo等不同海外产品上取得了若干令人鼓舞的成绩。南美洲及东南亚是我们进军海外的核心市场。根据过往经验，我们认为与用户日常生活及文化关联性更强的本地化的内容是吸引及留住本地用户的关键因素。为此，我们审慎投入获取用户，并激励用户在不同目标市场创作更多本地内容。我们很高兴看到超预期的海外市场表现，2021年第一季度我们海外市场的月活跃用户均值超过1亿，2021年4月进一步增长至1.5亿以上。我们的海外业务仍处于早期发展阶段。但通过此类尝试，我们激动地看到自身商业模式和生态向本土以外茁壮生长的潜力。

关于快手

快手作为领先的内容社区及社交平台，其使命是成为全球最痴迷于为客户创造价值的公司。快手坚持不懈，专注为客户提供服务，并通过持续创新和优化其产品与服务为客户创造价值。在快手，任何用户都可以通过短视频和直播来记录和分享他们的生活，呈现和发挥所长。透过与内容创作者和企业紧密合作，快手提供的产品和服务可满足用户自然产生的各种需求，包括娱乐、线上营销服务、电商、网络游戏、线上知识共用等。有关快手的详细资料，请浏览网站<https://ir.kuaishou.com>。

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」、「预期」、「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。

投资者及媒体查询

快手科技

投资者关系

邮箱: ir@kuaishou.com

The Piacente Group, Inc.

邮箱: kuaishou@tpg-ir.com