



## 快手科技發布2021年第一季度業績

2021.05.24

香港, 2021年5月24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”), 今日發布截止2021年3月31日的第一季度未經審計合併業績。

### 2021年第一季度主要財務及運營數據

- 中國應用程序及小程序的平均日活躍用戶達到3.792億, 同比增長26.4%。
- 快手應用平均日活躍用戶為2.953億, 較去年同期的2.532億增長16.6%。
- 每位日活躍用戶日均使用時長(1)為99.3分鐘, 較去年同期的85.2分鐘增長16.5%。
- 每名日活躍用戶平均線上營銷服務收入(1)為人民幣29.0元, 較去年同期的人民幣12.9元增長124.8%。
- 平台上促成的電商交易的商品總交易額(2)為人民幣1,186億元, 較去年同期的人民幣371億元增長219.8%。
- 本季度收入為人民幣170億元, 較去年同期的人民幣125億元增長36.6%。其中, 線上營銷服務收入為人民幣86億元, 較2020年同期的人民幣33億元增長161.5%。從對總收入貢獻比例來看, 線上營銷服務佔比50.3%, 直播業務佔比42.6%, 其他服務佔比7.1%。
- 本季度毛利達到人民幣70億元, 較去年同期的人民幣43億元增長64.1%。毛利率由2020年第一季度的34.2%上升至本季度的41.1%。

快手聯合創始人, 董事長兼首席執行官宿華先生表示:“我們在2021年第一季度取得了優異的業績成績。我們平台的內容、商品和服務供應不斷豐富, 配合春節期間特色的用戶活動, 我們的中國應用程序及小程序的平均日活躍用戶達到3.792億。對於廣告算法和平台的投入繼續產出了豐碩的成果, 線上營銷服務本季度收入同比增長161.5%, 達到人民幣86億, 對總收入的貢獻首次過半。隨著我們對內容及信任電商模式的打造和閉環能力的持續提升, 電商業務取得的成績同樣令人矚目, 本季度的電商交易總額達同比增長219.8%。在2021年第一季度, 我們持續提升私域流量價值, 並配合公域, 將更多展示機會分配給高質量的內容創作者。通過加強對內容創作者私域中社交信任的培育, 有效推動了內容創作活躍度的提升以及交流互動的深入, 從而加強內容創作者的商業化變現能力, 並全面支持快手作為領先的內容社區和社交平台的持續發展。2021年第一季度, 我們在海外市場亦取得了令人鼓舞的成果, 平均月活躍用戶數超過1億, 到2021年4月繼續增長至超過1.5億。我們開始看到, 我們的業務模式和生態系統在海外市場的發展潛力。”

### 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

在快手, 我們堅信「有恆產者有恆心, 有恆心者有恆產」。自2021年第一季度起, 我們更加重視內容創作者私域價值的提升。在我們平台的私域中, 每個創作者的所有內容和商品都可以被發現和看到, 並通過私域建立及累積自己的粉絲群體。在私域中孕育的社交信任會鼓勵活躍的內容創作、深入的交互和強

大的網絡效應。得益於此類基於社交信任的交互，快手成功地建立了一個獨特、溫暖及值得信賴的線上內容社區和社交平台。我們注意到，在我們的平台上，越來越多的優質內容創作者及其作品被用戶看到、並喜愛和理解，這使我們倍受鼓舞。與此同時，用戶與內容創作者之間的社交信任也在我們的生態系統內被進一步鞏固。截至2021年3月31日，我們的快手應用上累計有超過110億對互關（即兩名用戶互相關注）。

通過提供更加創新及全面的內容以及內容營運形式，我們在內容庫的豐富度和厚度，以及平台內容消費場景的拓展方面成功取得了進一步的發展。此外，憑藉自身強大的社交信任、豐富的內容以及強勁的技術能力，我們得以推出更多優質及用戶定制化的產品和服務，以更好地滿足用戶不斷變化且精細化的需求。2021年第一季度，我們的用戶規模及用戶參與度增長超出預期，許多核心營運參數均創歷史新高，由此可見我們的努力卓有成效。2021年第一季度，我們的中國應用程序及小程序的平均日活躍用戶達到3.792億，同比增長26.4%，環比增長20.0%。快手應用平均日活躍用戶及平均月活躍用戶在2021年第一季度分別達到2.953億及5.198億，同時每位日活躍用戶的日均使用時長在2021年第一季度進一步提升至99.3分鐘，同比增長16.5%，環比增長10.5%。

我們日益多元化的供給不僅增強了用戶的參與度，亦增強了我們生態系統的持續發展和繁榮。此外，我們對優質內容和私域流量增長的支持亦進一步賦能於我們基於內容及信任的獨特的商業模式。2021年第一季度，我們的總收入為人民幣170億元，同比增長36.6%。儘管一年的第一季度傳統上被認為是廣告行業的淡季，但我們2021年第一季度線上營銷服務的收入同比增長161.5%至人民幣86億元，對總收入的貢獻首次超過50%。其他服務（包括電商）的收入為人民幣12億元，同比快速增長589.1%，電商交易總額同樣取得亮眼表現，同比增長219.8%，達到人民幣1,186億元。得益於更有利的收入結構變化，我們的毛利率由2020年同期的34.2%提升至2021年第一季度的41.1%。

## 內容

2021年第一季度，我們堅持公域扶持和私域沉澱的融合，以有效增加優質內容創作者的曝光機會，幫助他們擴大粉絲群，並進一步鞏固我們平台上內容創作和內容消費的良性循環。我們亦增強快手搜索功能，令優質內容獲得更多的曝光。2021年第一季度，快手應用每月均有超過2.5億名用戶使用快手搜索。我們計劃投入更多資源開發快手搜索，因為作為內容分發和發現方式的豐富和完善，搜索不僅能使內容創作者更好地理解用戶，為用戶的需求提供更精準的解決方案，亦可提高效率將隨機流量轉化為忠實粉絲。2021年第一季度，我們平台每月平均新增超一千萬內容創作者。截至2021年3月31日止的12個月內，我們幫助近2,400萬名用戶通過若干形式在快手應用上獲得收入。

與此同時，我們不斷致力於內容形式的創新和內容質量的提升。內容形式方面，我們持續加強對於快手短劇的投入，並於2020年12月啟動星芒計劃，以吸引和激勵半專業內容創作者製作涵蓋更廣泛主題的優質短劇。截止目前，我們的快手短劇已吸引超過60,000名內容創作者，其中有超8,000位創作者已累計獲得超過100,000名粉絲。2021年3月，我們日均有超過2億用戶在快手短劇觀看短劇。此外，我們亦與一些領先的網絡文學平台建立合作，以獲取優質文學作品的版權，從而鼓勵內容創作者藉此進行短劇創作。

自2020年起，每天平均有數千萬個視頻上傳至我們的平台，從中我們觀察到不同用戶群體對更加多元及精製內容的需求不斷增長。基於此，內容垂類擴展及內容精細化營運亦是我們於2021年第一季度在內容側的重點。特別是我們持續努力擴展更多和更精細的內容垂類，例如本地生活及體育。本地生活側，我們不僅提供吃喝玩樂等傳統本地生活內容，得益於我們基於信任的內容社區和社交平台，我們的內容同樣可覆蓋需要用戶做出更重大決策的本地生活服務，例如旅行、購房和買車。在我們活躍的內容社區中，有許多具有專業技能和知識的達人用戶，快手廣闊的平台和豐富的私域流量，幫助他們通過短視頻和直播基礎設施發揮所長，更好地滿足用戶需求。截至2021年第一季度末，我們本地生活內容覆蓋的行業中，有超15個行業在我們的平台內完成了閉環交易，這進一步證明圍繞用戶、商家、內容創作者的商業化內容生態正在逐步形成。

## 線上營銷服務

儘管一年的第一季度被廣泛認為是廣告行業的淡季，我們的線上營銷服務在2021年第一季度的收入仍同比增長161.5%至人民幣86億元，取得相當出色的成績。我們成為越來越多廣告主選擇的合作夥伴，2021年第一季度，我們平台的廣告主數量是2020年同期的兩倍以上。這些成績是我們努力的結果。首先，自我們於2017年推出線上營銷服務至今，我們一直在不斷積累有價值的經驗並完善我們的廣告系統，優化算法、提高投放精準度。其次，我們不斷擴大與內容創作者的合作，為廣告主創作定制化的內容，使我們能夠提升廣告素材質量及優化廣告內容，實現廣告客戶、內容創作者及平台的三方共贏。截止目前，我們的磁力聚星平台接入的內容創作者合作夥伴數量，相比2020年年底超翻倍增長。2021年第一季度，我們合作的内容創作者所製作的廣告內容視頻播放量環比增長超100%。

品牌廣告是我們2021年線上營銷服務發展的重要領域之一。特別是在今年春節期間，結合平台舉行的豐富用戶活動，品牌廣告主積極投放廣告，也帶動了品牌廣告收入的增長。2021年第一季度品牌廣告收入的同比增速超越線上營銷服務總收入的同比增速。我們的品牌廣告以提供整合營銷，品效結合，和數字營銷推廣的全套品牌廣告解決方案為特色。此外，我們於中國的廣泛用戶覆蓋，使我們成為幫助品牌廣告主拓展傳統地區以外客戶的重要渠道，我們也因此受到品牌廣告主的廣泛認可。同時，作為全球領先的社交平台，憑藉高度活躍的用戶參與度及前沿技術能力，我們能夠更好地獲得深入的用戶洞察，賦能廣告主通過精準營銷提高整體回報率。

2021年第一季度，快手聯盟是我們線上營銷服務中的另一取得突破的領域。區別於其他廣告聯盟，我們不僅僅投放廣告，而是採用廣告、內容及電商產品

三位一體的投放解決方案革新行業。通過快手聯盟，我們以豐富的優質內容、產品及富有創意的廣告形式賦能開發者。除此之外，我們亦為內容創作者及電商商家提供更多的曝光機會並產生收益。自推出以來，隨著快手聯盟的影響力的提升，快手聯盟覆蓋的開發者和用戶群體持續擴大。

## 直播

2021年第一季度，我們的直播生態系統變得更加活躍，用戶參與及互動不斷增加。本季度我們持續擴展直播內容種類和形式場景。2021年2月一整月，我們創新地推出26天不間斷的官方直播系列超級播，內容類別和形式豐富多樣，包含名人脫口秀、線上音樂會、二次元表演、春節晚會等。在一個月內，超級播成功吸引超過15億人次觀看，已成為我們平台的超級IP。超級播的成功鼓勵我們不斷探索創新的內容概念和形式。

2021年第一季度，另一個直播的關注點是更深入及精細化的內容垂類深耕。舉例來說，2021年是體育大年。第一季度，我們成為中國男子籃球職業聯賽（「CBA」），中國最頂級男子籃球職業聯賽的官方直播及短視頻平台。我們的用戶可以觀看CBA賽事的高清直播，並享受和使用我們平台上豐富的互動性功能。與傳統平台僅能看到官方解說直播不同，我們也獲取了CBA直播二次創作的版權，體育解說和快手用戶都可以在自己的直播間進行風格獨特的點評和解說直播，為用戶提供新穎且生動的直播體驗。此類優質版權的引入有效地提升了用戶在直播內容創作和社交生態中的活躍度，相較CBA直播推出前，2021年4月底的體育垂類直播觀看人數增長超200%。

2021年第一季度，日活躍直播主播及日活躍直播用戶數量環比均實現雙位數增長，這表明我們平台的內容創作及內容消費已形成強大的飛輪效應。2021年第一季度，快手應用的直播平均月付費用戶為5,240萬，自2020年第四季度的5,080萬增長3.1%。同時，2021年第一季度快手應用的每月直播付費用戶平均收入為人民幣46.1元，自2020年同期的人民幣44.8元增長2.9%。我們堅信，隨著用戶與內容創作者之間通過直播產生更多的實時互動，他們之間的理解和互信逐步增進，轉而幫助內容創作者積累粉絲群體和提升私域流量價值，並探尋多種衍生商業變現的渠道，例如電商及廣告。

## 其他服務(包括電商)

2021年第一季度，其他服務的收入較2020年同期大幅增長589.1%至人民幣12億元，主要是由電商增長所推動。電商交易總額於2021年第一季度持續快速同比增長219.8%，達到人民幣1,186億元。於2021年第一季度，我們進一步加強閉環電商能力，並鞏固了我們基於社交信任和內容的電商平台的獨特定位。在快手，內容的創作源源不絕，電商相關的內容在其中扮演著日趨重要的角色，亦是我們平台和我們電商業務的魅力及特點之一。我們鼓勵商家生產更多的優質內容，結合他們獨特而有趣的個性，有助於吸引目標用戶在他們的私域停留更長時間，並通過私域流量更長久地維護和留住用戶。配以高質量商品，將推動整體交易轉化率的提升。相較去年同期，2021年第一季度快手應用上每位日活躍用戶的日均使用時長中，有更大的比例投入在電商直播。對私域和內容的專注幫助我們建立了基於社交信任的電商生態系統，私域沉澱的信任自然促成買家及信任的商家進行更多交易，由社交信任延伸的責任亦鼓勵商家提供更好的產品及服務，繼而改善整體的用戶體驗，進一步加強互信，為繁榮的生態系統增添更長期的價值。2021年第一季度，私域對於電商交易總額的貢獻遠超公域。

2021年第一季度，我們亦持續投資電商基礎設施，在快手小店中推出更多工具及服務，廣受商家的歡迎。2021年第一季度，快手小店的電商交易額占平台電商交易總額的比例從2020年同期的53%增至85%。同時，隨著我們的電商平台日漸成熟，商品品質變得日益重要。由此，我們開始整合供應鏈方面的資源，並強化好物聯盟的建設。通過上述做法，我們現在不僅能夠通過提供官方優選商品提高商品的質量，亦能夠促進具有強大供應鏈能力的商家與具有忠實粉絲群的主播之間的合作。除此之外，好物聯盟亦為主播提供數字工具賦能，分析不同產品的數據表現及粉絲行為，幫助他們優化選品。這是我們建立電商閉環模式取得的初步成果之一，亦極大地提高了我們生態系統的整體效率。2021年第一季度，好物聯盟的電商交易額占平台電商交易總額的貢獻環比翻倍。

## 海外

毫無疑問，中國在短視頻及直播領域的發展領先於世界，而我們在十年前便開始了這一旅程，是該行業的先驅之一。相較於中國，短視頻及直播在海外市場的成熟度和滲透率相對較低，我們看到海外市場蘊藏著巨大的潛力和機遇。於2021年第一季度，我們積極拓展海外市場，並在Kwai、SnackVideo等不同海外產品上取得了若干令人鼓舞的成績。南美洲及東南亞是我們進軍海外的核心市場。根據過往經驗，我們認為與用戶日常生活及文化關聯性更強的本地化的內容是吸引及留住本地用戶的關鍵因素。為此，我們審慎投入獲取用戶，並激勵用戶在不同目標市場創作更多本地內容。我們很高興看到超預期的海外市場表現，2021年第一季度我們海外市場的月活躍用戶均值超過1億，2021年4月進一步增長至1.5億以上。我們的海外業務仍處於早期發展階段。但通過此類嘗試，我們激動地看到自身商業模式和生態向本土以外茁壯生長的潛力。

## 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痴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、網絡遊戲、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」、「預期」、「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。鑑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布可能反映本新聞稿日期後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。

#### **投資者及媒體查詢**

快手科技

投資者關係

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

The Piacente Group, Inc.

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