

11月22日晚，快手公布了2022年第三季度业绩。公司总收入同比增长12.9%至231亿元，高于市场预期。

得益于收入增长、毛利率优化以及用户获取效率的持续改善，快手国内业务连续两季度实现单季盈利，三季度其国内经营利润超过3.75亿元。

在用户数据方面，三季度快手平台平均月活跃用户已突破6亿，创历史新高。

电商GMV单季度2225亿元

2022年第三季度，快手总收入为231亿元，较去年同期增长12.9%；录得经营亏损26亿元，较去年同期经营亏损74亿元大幅减少。

2022年前9个月，快手收入658.9亿元，同比增长16.3%。经营亏损113.14亿元，较去年同期也明显减少。

	未經審核 截至9月30日止三個月				同比變動
	2022年		2021年		
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	
收入	23,128,413	100.0	20,492,977	100.0	12.9%
毛利	10,703,003	46.3	8,508,600	41.5	25.8%
經營虧損	(2,612,192)	(11.3)	(7,403,590)	(36.1)	(64.7%)
期內虧損	(2,712,401)	(11.7)	(7,086,896)	(34.6)	(61.7%)
非國際財務報告準則 計量：					
經調整虧損淨額 ⁽¹⁾	(671,946)	(2.9)	(4,616,262)	(22.5)	(85.4%)
經調整EBITDA ⁽²⁾	1,023,285	4.4	(3,174,157)	(15.5)	不適用

分区域来看，得益于国内收入增长及营销开支下降，三季度快手国内业务实现经营利润3.75亿元，环比增长

近3倍。这是快手继今年二季度提前实现国内业务单季盈利目标后，再次实现盈利。

从细分业务来看，三季度快手来自线上营销服务、直播、其他服务的收入分别为115.9亿元、89.46亿元、25.9亿元，占其收入的比重分别为50.1%、38.7%和11.2%。

其中，线上营销服务收入116亿元，同比增长6.2%，为今年以来的单季收入新高。快手表示，通过多渠道引入广告主和政策扶持，快手月活跃广告主数量同比增长超过65%。

直播业务收入由2021年同期的77亿元增至89亿元，增幅15.8%。包括电商在内的其他服务收入同比增长39.4%至26亿元。快手称，这主要得益于其电商业务的增长。

三季度，快手电商商品交易总额（GMV）为2225亿元，同比增长26.6%。今年前9个月，快手电商GMV为5888亿元，同比增长约34%。

快手表示，三季度是充满挑战的一个季度。面对宏观经济放缓及疫情反复等多重因素叠加影响，公司通过组织调整释放潜力，不断在业务和财务业绩目标方面实现突破。国内业务分部保持盈利，经调整EBITDA（税息折旧及摊销前利润）较上个季度大幅增加。

平均月活破6亿创新高

对于内容型平台而言，暑假通常是获客与增长的关键时期。从用户数据来看，快手三季度交出了更亮眼的数据。

第三季度，快手平均日活跃用户为3.63亿，较2021年同期增长约4300万，增幅13.4%；平均月活跃用户突破6亿，达到6.26亿，较2021年同期增长约5300万。增幅9.3%。两项数据均创下历史新高。

截至9月30日止三個月

2022年

2021年

平均日活躍用戶(百萬)	363.4	320.4
平均月活躍用戶(百萬)	626.0	572.9
每位日活躍用戶日均使用時長(分鐘)	129.3	119.1
每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣)	31.9	34.0
電商商品交易總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	222,520.2	175,787.4

截至9月30日止九個月

2022年

2021年

平均日活躍用戶(百萬)	352.1	303.1
平均月活躍用戶(百萬)	603.5	533.0
每位日活躍用戶日均使用時長(分鐘)	127.6	108.8
每位日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣)	96.4	97.1
電商商品交易總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	588,769.9	439,744.6

对比今年第二季度，快手日活和月活用户分别为3.47亿、5.86亿，快手三季度单季度增加近4000万月活用户，创下今年以来的最大季度净增。

得益于三季度的快速增长，今年前9个月，快手的平均日活增至3.52亿，较2021年同期增长约4900万。平均月活也突破6亿，达到6.03亿，较2021年同期增长7000万。

快手表示，第三季度其用户实现了高质量的增长，公司抓住了包括暑期在内的用户增长旺季机会，获得了较好的投资回报

。其应用的平均日活跃用户占月活跃用户的比例保持在58.1%的相对高位。

快手称，得益于精细化的管理及通过技术与运营手段提升用户运营效率，公司在对用户增长投入进行严控的同时，达成了预期的用户增长目标，使得每位日活跃用户的维系成本持续优化。

此外，快手用户的日均使用时长也进一步增长。三季度平台每位日活用户日均使用时长为129.3分钟，去年同期为119.1分钟。前9个月，日活用户使用时长127.6分钟，较去年同期的108.8分钟增长明显。

不过，三季度快手每位日活用户平均线上营销服务收入为31.9元，较去年同期的34元有所下滑。

海外收入增长

在海外市场，快手第三季度录得收入1.89亿元，较去年同期的1976万元明显增长。快手前9个月海外收入达到3.4亿元，去年同期为2896万元。

	未經審核 截至2022年9月30日止九個月			總計
	國內	海外 (人民幣千元)	未分攤 項目 ⁽¹⁾	
收入	65,549,871	340,367	—	65,890,238
經營虧損	(1,075,095)	(5,138,860)	(5,100,704)	(11,314,659)

	未經審核 截至2021年9月30日止九個月			總計
	國內	海外 (人民幣千元)	未分攤 項目 ⁽¹⁾	
收入	56,622,294	28,959	—	56,651,253
經營虧損	(7,830,031)	(9,568,111)	(4,512,969)	(21,911,111)

快手表示，三季度，公司通过控制投入及ROI驱动的增长策略，使海外用户高效健康增长，用户留存持续提升，海外市场每位日活用户的日均使用时长保持在超60分钟的水平。

快手方面称，其海外应用Kwai的差异化内容策略在用户心智打造上已初见成效，希望通过建立更广泛的内容垂类，进一步丰富内容生态，并建立内容生产、消费、创作者变现的正向循环机制。

截至2022年9月30日，快手持有的现金及现金等价物为150亿元。快手表示，其可利用资金总额为435亿元。

快手创始人兼首席执行官程一笑表示，未来公司将进一步推进用户、内容和商业化生态的一体化，为用户、内容创作者、广告主和商家创造更多价值。依托短视频+直播的强承载力不断推陈出新，创造新场景、新机遇、新模式，推动数实融合，致力于为股东创造长期价值的同时，带来社会经济效益。

责编：张骞爻

校对：杨立林