



商贸零售行业：快手 3Q21 财报点评



报告摘要

公司 21Q3 核心指标情况:实现收入 204.9 亿元,同比增长 33.4%。其中直播收入 77.24 亿元,同比下降 3.0%,占总收入 38%;线上营销收入 109.09 亿元,同比增长 76.5%,占总收入 53%;其他服务收入 18.6 亿元,同比增长 53.0%,占总收入 9.1%。公司 Q3 毛利率为 42%,较上季度下降 2%,同比下降 1%;经调整净亏损率继续收窄至-24%,环比改善 1%。平台日活用户数达到 3.2 亿,同比增长 18%;月活用户数达 5.7 亿,同比增长 19%。

用户数同比增速大幅回升,用户粘性保持稳定。从用户数看,快手应用三季度平均 DAU 为 3.2 亿(YoY+18%,QoQ+9%),平均 MAU 为 5.73 亿(YoY+19%,QoQ+13%),单季月活增量达 6670 万人,用户增速出现大幅回升。从用户粘性看,平台 DAU/MAU 三季度微降至 56%,较上季度下降 2%,仍维持在相对健康的水平;平台日活用户使用时长增至 119.1 分钟,同比提升 35%,增速继续创下新高。我们认为三季度用户端的突出表现主要系公司在内容上的持续投入(短剧、奥运)以及进一步强化平台社交属性(快手的互关人数达到 140 亿对)的结果。从用户变现来看,单用户所产生的收入三季度达到 35.8 元,环比出现下降,我们认为主要系用户快速增长以及广告收入占比不断提升下,单用户收入贡献出现了边际下降,短期内属于正常情况。从用户获取成本看,三季度单用户营销费用继续环比下降,降至 19.2 元。公司三季度进行了海外市场的组织架构的升级调整,海外市场费用继续收紧,但用户增量以及留存情况仍保持增长趋势。

直播渗透率进一步提升,“老铁”粘性依然较强。公司三季度直播业务总收入为 77.24 亿元(YoY-3.0%,QoQ+7.4%),收入占比维持在 37%。具体来看:

直播平均月付费用户数 Q3 约为 4610 万人,较上季度增加 161 万人,占平台总 MAU 下降至 8%;直播月付费用户 ARPU 为 55.9 元,同比增加 8.9%。总体来看,直播用户的付费意愿出现环比改善,人均付费金额继续提升,表明平台的直播用户依然保持了高粘性且仍存在商业化提升的空间。

广告收入表现略高于预期,品牌广告仍是主要发力方向。公司三季度线上营销收入为 109.1 亿元(YoY+76.5%,QoQ+9.5%),收入增速出现明显的下滑,主要系广告整体市场影响,收入占比提升至 53.2%。三季度广告业务日活 ARPU 维持在 34 元,与上季度持平。公司目前仍然以品牌广告(Q3 平台品牌广告主实现高双位数增长)和直销体系为主要发力方向,我们预计未来利用公域资源对电商、广告、直播业务的打通将持续提升公司的广告变现空间。

全年 GMV 目标下调后三季度电商表现好于预期。公司三季度电商业务 GMV 达到 1758 亿元,前三季度共完成 4397 亿元(全年目标下调至 6500 亿元),高于预期水平。其中快手小店的交易额占比维持在 90%,闭环生态持续完善。

从变现看,以其他业务总收入计,平台的电商货币化率为 1.1%,环比有所下降,整体抽佣率仍处在较低的水平。

关键词: AR 直播

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29989

