

# 快手公布Q3业绩 用户规模、收入均创历史新高

11月23日，快手科技发布截至9月30日的第三季度业绩。

数据显示，快手应用的DAU(平均日活跃用户)、MAU(平均月活跃用户)均创历史新高。三季度DAU达3.204亿，同比增长17.9%，环比增长9.3%，季度环比增速为去年二季度以来的最高值。MAU达5.729亿，单季度增加6670万月活用户，为2020年二季度至今最大季度净增。

营收方面，快手Q3收入达205亿元，同比增长33.4%，高于市场预期30.6%。其中，线上营销服务收入109亿元，为第一大收入来源；

直播收入77亿元，环比增长7.4%；包括电商在内的其他服务取得收入19亿元，同比增长53%。

通过提供丰富的内容、产品及服务供给，快手取得用户规模、生态活跃度及收入的超预期表现。组织运转效率方面，6月以来，用户与产品团队重组、事业部制改革等一系列组织调整动作，也被视为驱动增长的关键要素。

随着与实体经济的深度融合，短视频直播平台在提升网络公共文化服务供给普惠性和便捷性的同时，催生出新业态、新模式，迸发出更大的经济潜能与社会价值。快手联合创始人、首席执行官兼首席产品官程一笑表示：“我们积极为中国新型数字化基础设施建设贡献力量，助力农村地区数字化服务基础设施的建设。展望未来，我们将继续为行业技术创新以及社会的整体发展做出贡献，从而实现我们帮助用户获取独特幸福感的使命。”

比去年同期增长59%。据悉，快手持续加强在单列推送中用户关注关系的转化，帮助用户，特别是新用户建立社交心智及社交粘性。

## 三季度收入205亿超越市场预期 9月电商复购率突破70%

三季度，快手收入达205亿元，同比增长33.4%，高于市场预期30.6%。其中，线上营销服务收入109亿元，对收入的贡献占比为53.2%；直播收入77亿元，环比增长7.4%；包括电商在内的其他服务取得收入19亿元，同比增长53%。今年前三个季度，快手营收同比增长39.3%。

在Q3广告行业大盘增速放缓的情况下，快手线上营销服务仍取得逆势增长。线上营销服务收入109亿元，同比增长76.5%，环比增长9.5%。快手对此认为，保持这一增速背后主要是由于快手流量增长强劲，以及广告主数量的持续增长。在奥运等大型项目的驱动下，快手与快消品、汽车、电商、家电、运动服饰等领域头部商

## 内容供给持续丰富 用户规模、总流量均突破历史新高

2021年第三季度，快手应用的DAU及MAU分别达到3.204亿及5.729亿，同比增速由Q2的11.9%及6.7%，加速提升至17.9%及19.5%。单季度增加6670万月活用户，也创下了2020年二季度以来的季度净增新高。

此外，快手三季度的日均流量(平均日活跃用户乘以每位日活跃用户平均使用时长)同比增长近60%。平台丰富的内容供给和特色的社交信任模式，推动社区生态活跃度和用户粘性持续增加。

在内容生态布局方面，快手持续拓展短剧、知识类直播、体育赛事等消费品类，进一步打造独特的内容垂类标杆。

今年三季度，快手短剧日活已达2.3亿，观看量超过1亿的系列短剧超过850部；快手泛知识IP新开播，第一季撬动上万名知识主播参与，覆盖财经、科普、法律等多个领域；体育内容方面，超过40个内容品类提供了多样化的消费场景，用户在体育内容上花费的总时长相比去年同期增长超150%。

基于内容消费类目的不断丰富，Q3快手应用的DAU日均使用时长同比增长35%，用户参与度进一步提升。

作为社区生态的底层支柱，直播生态系统持续蓬勃发展，直播渗透率由2021年第一季度的66%，逐步提升至2021年第三季度的78%。

在社交信任的构建方面，截至三季度末，快手应用的互关用户对数增加至140亿对以上，相



快手 | 快手大数据研究院



家开展合作，Q3品牌广告商实现了高双位数的同比增长。

电商方面，平台三季度GMV(电商交易总额)达1758亿元，同比增长86.1%。随着平台基础设施和服务能力的提升，以及信任电商模式的强化，9月，快手电商复购率进一步提升至70%以上。此外，快手小店对GMV的贡献率从去年同期的71.4%增加至今年的90.0%。

今年，快手电商明确“大搞信任电商、大搞品牌、大搞服务商”的发展战略。在越来越多品牌选择与商品品类供给的推动下，品牌商品GMV增长超过了整体电商GMV的增长，电商渗透率以及每笔电商交易均价取得同比增长。

直播服务收入三季度回暖，环比增长7.4%达77亿元。直播平均月付费用户恢复增长至4610万，环比增长3.6%，快手直播每月从付费用户获得的平均收入增长至人民币55.9元，同比增长8.8%，环比增长3.7%。

海外市场，快手也已启动商业化尝试，试水直播虚拟礼物打赏、广告以及电商直播等业务。公开报道显示，今年10月，Kwai for Business已在巴西上线，这也是快手首次在海外推出品牌化的广告平台。

## 组织架构调整推动效率提升 销售费用占比连续两季度降低

本季度，快手经调整净亏损48亿元，经调

整净亏损率23.5%，较二季度的24.9%小幅改善。Q3销售及营销开支110亿元，较今年前两个季度有所收窄。今年一到三季度，快手销售费用的占比分别为69%、59%和54%。

数据显示，快手Q3毛利达85亿元，同比增长28.6%。今年前三个季度，快手毛利率平均水平达到42.2%，去年前三季度则为37.6%。

组织运转效率方面，快手表示，通过组织架构升级，能更有效地分配及调动资源，从而最终提高整体组织能力与效率。

今年6月底，快手完成了用户增长部门及产品部门的汇报线整合。快手称，“6月调整取得的成果使我们备受鼓舞，我们于9月底又进行了一轮重要的组织结构变革。这次重组覆盖范围更为广泛，有效地将业务从基于职能型的架构转变为基于事业部的架构，旨在强化不同业务线的闭环，提高效率。”

海外市场，快手也于Q3进行了组织架构升级调整，将不同地区的运营团队、产品团队及中台部门整合，以优化海外业务协同和资源使用效率。“通过积累区域经验，持续最大化内部协同效力，我们对于在海外取得进一步发展保持信心。”

在海外市场发展有所收紧的情况下，快手海外市场的MAU在第三季度环比继续增长，DAU与MAU比例、用户留存率以及用户使用时长均保持增长趋势。

## 方田教育创始人田峰：情怀教学 创新教学

“教，上所施，下所效也；育，养子使作善也。”这句话充分的肯定了在教育过程中，师长的重要性。而教育对于孩子、家长、社会以及老师自身来说，都是一生学习的课题。对高、中、小学生来说，以数学为代表的理科教育便在这方面尤为突出。涉及理科教育，在此不得不提的是：扎根于安徽合肥，日渐出名的——方田教育。

方田教育(以下简称方田)是由北京大学的优秀毕业生田峰于2014年创立的一家教育公司。在方田创立之前，当地的辅导机构大多是全科，并没有一家是专门教授理科的机构，甚至放眼全国，仅开设理科课程的机构也屈指可数。怀着满腔热忱，田峰大胆地创办了当地较早的一批数理化的专业的培训机构，向学生传授知识和学习方法。

“方田”二字取自中国古代数学专著《九章算术》的章节。《方田》。因此，方田教育在创办之初就有着自己精准定位：立足于数学，拓展至物理、化学等学科的理科教育。然而，对于理科教育的探索之路并不是一帆风顺的。小学数学和初中的理科数学之间有着强大的反差，不仅仅是学习的范畴，思维方法上都差距较大，更不要说每一位学生的接受能力和学习进度，那更是千差万别了。

于是，田峰和他带领的优秀教师团队，一起深入研究本地各中小学的教材、教辅和期中期末试卷等，自主编写讲义教材。他力求将教学内容更贴近合肥

本地的教学水平。在教学方法上，田峰引入行之有效的“七步教学法”，将课堂学习过程细分为七个紧密相连的阶段：课前小测、知识讲解、错题订正、课堂直播、课后小测、作业巩固和课程。从课前到课后贯穿学习始终，将每一个小的单元拆开，力求让每一位学生都可以按步骤进行学习巩固，即使离开学校和辅导机构，家长和学生也能逐一攻破，反复练习短板模块。

科技的进步和智能产品的普及让田峰再一次把目光聚焦到线上教学。利用自身所学专业优势，他将科学技术与教育相结合。田峰投入巨资开发线上“天天练”系统，让学生在家庭凭借电子设备即可实现所有线上的每日一练。这套系统不仅可以提高学生的练习效果，更重要的是，还能将成绩以数据化形式反馈给家长和学生，让学生及时发现并解决问题，也能让家长更直观的了解孩子的学习情况。通过线上天天练系统，田峰敏锐地发现关于学生的实时反馈报告会是一个帮助点。于是在田峰的推动下，方田教育还为学生研发了“PAIS”(个性化智能学习系统)报告书，定期将学生每学期的学习成果、对知识点的掌握程度等都以图表的形式展现出来，让家长和学生可以直观的了解到学习的薄弱环节，及时查漏补缺。

在办学模式上，田峰的方田教育与其他教育品牌封闭式的教学模式最大的不同点就在于，方田教育是当地最早提出将课堂开放并鼓励家长旁听的教育机构。家长的旁听对任课老师的要求极高，无论是对知

识点讲解还是教师对学生的用心度和关注度，都需要教师的全程把控。方田教育的这一举措一经实行，就在合肥及周边地区教育圈掀起了一阵不小的轰动，一些教育机构纷纷效仿，“旁听席”模式，一度蔚然成风。

方田自创办以来，考虑学生的每一个细节，正是因为拥有力求做到极致的决心，让田峰一直专注于学生的教学和教材的研究。他希望用方田的力量来改善当地的教育境况，让更多的学生都享受到优质教育。教育模式上，从“七步教学”到“PAIS”追求细节，教学教案上更是针对不同层次的学生，编写不同的精品讲义。从2014年到2021年，7年多的教育经验积累，让方田在理科教育方向夯实了基础。方田成为当地理科教育标杆，并逐步走向了全中国。田峰已经帮助近13万学生人次在学习习惯、学习方法和学习成绩上取得了长足的进步。“七步教学”法更是帮助了无数求学学子在学习的壁壘中认识自己并了解自己。

今天的方田教育已经成为整个安徽乃至长三角地区非常受家长信赖的数理化教育机构，年培训规模超10万人次，成为中国知名教育品牌。“七步教学法”更是让无数学子获益，但这些都只是方田的终点，前路漫漫，田峰始终坚信，教学方法需要不断的创新。只要秉着一颗赤忱的心不断钻研，就能改善一点点的教学环境，让更多学子获益，从而认识自己！

## 无为市鹤毛镇：坚持和发展新时代“枫桥经验”实现信访矛盾源头治理

“感谢镇村干部的及时调解，我们才拿到了土地流转租金，通过这件事的处理，不但解决了问题，还让我们了解到了土地流转的相关政策，以后遇到烦心事，我们还会来找鹤毛镇政府，真是太感谢你们了！”鹤毛镇鹤毛社区群众代表张某某在回访时心悦诚服地对镇信访办干部说。

原来，该镇鹤毛社区群众因承包土地的流转费与承包的种大户产生分歧，对方以2020年发生汛情为由，要求减免土地流转费并拒付已产生的流转费，为此，当地群众数十人于2021年9月28日到镇政府上访。在了解到事情缘由之后，该镇调查组将承包户、群众代表召集起来进行面对面沟通，进一步了解双方的真实想法。调解中，双方各执一词，情绪激动。土地承包方认为：按照本地惯例，承包一方因水毁等自然灾害导致农作物损毁的，当年农民应当免除其承包金。村民代表认为：双方并未就此方面内容达成书面的约定，租金不应免除。调解员充分考虑双方当事人的实际情况，从法律法规、本地乡俗民约出发分别耐心做双方思想工作，就双方有争议的地方进行耐心调解。最后，经过调解，双方达成一致意见：同意按当年

承包金的百分之三十进行适量补助，该起涉众型信访矛盾被及时化解在萌芽状态。

党史学习教育开展以来，鹤毛镇把“为民办实事、解难题”作为重要指标，坚持和发展新时代“枫桥经验”，强化源头治理和基层治理，不断畅通群众信访渠道，建立健全镇村人民调解优势，通过政府购买服务方式，招聘有丰富基层工作经验的“五老”人员和乡贤人士参与接待，切实解决群众“急难愁盼”问题，及时就地解决群众合理合法诉求，实现“小事不出村、大事不出镇、矛盾不上交”。近年来，该镇信访工作成效显著，连续多年被省、市评为信访工作“三无”乡镇。



## 丰台市场监管局之窗 丰台区市场监管局“四项举措” 强化网络售药监管工作

为了进一步贯彻落实药械领域2021年网络市场监管专项行动要求，严格落实药店主体责任，强化线上疫情防控信息登记报告及闭环管理。三是，规范执业药师电子处方审核制度。针对网络销售药品监管工作风险点和薄弱点，强化药店执业药师审方职责，明确三项审核电子处方违法违规情形。四是，加强安全用药指导宣传。以11月安全用药月为契机，现场检查将网络销售实名登记、处方审核、药品配送等作为重点内容，网络监测将销售处方药、更新药品经营许可信息、特殊药品不得网络销售作为重点检测内容。(张悦)

线下销售“四类药品”要求一致，对线上购买“四类药品”的顾客进行复核；严格落实“四类药品”网络销售疫情防控信息登记报告及闭环管理。三是，规范执业药师电子处方审核制度。针对网络销售药品监管工作风险点和薄弱点，强化药店执业药师审方职责，明确三项审核电子处方违法违规情形。四是，加强安全用药指导宣传。以11月安全用药月为契机，现场检查将网络销售实名登记、处方审核、药品配送等作为重点内容，网络监测将销售处方药、更新药品经营许可信息、特殊药品不得网络销售作为重点检测内容。(张悦)

## 2021辽宁房地产经纪行业五星门店评选结果出炉

11月18日，以“新服务·星榜样”为主题的房地产经纪行业高质量发展论坛暨2021辽宁省房地产经纪行业五星门店颁奖仪式在沈阳举行，来自链家、德佑、

优铭家、铭家和润、合合万家、吉祥亿家、华仁、中联管家等房产经纪品牌的20家门店获得“五星门店”的称号，其中包括与贝壳合作的14家新经纪门店。

本次论坛由辽宁省房地产业协会主办、辽宁贝壳找房协办。辽宁省住房和城乡建设厅房地产市场管理处副处长王海东、辽宁省房地产业协会会长倪向忠、贝壳找房辽宁省区总经理吴东峰以及多位行业人士出席本次活动，共同见证房产经纪行业五星门店的诞生，探讨新居住时代房产经纪门店的高质量发展路径。

据了解，本次评选活动围绕服务品质、团队素养、门店形象、社区友好、经营实力五大标准，面向全辽宁省房产经

纪品牌与门店发起评选，有全省14个城市，超过30个经纪品牌的300余家门店报名参与。经过门店自主申报、材料评审和专家团实地评审等环节，最终评选出20家房产经纪门店，授予“五星门店”的称号。颁奖仪式上，辽宁省房地产业协会秘书长蓝天、贝壳找房辽宁省区总经理吴东峰共同为20家五星门店颁发奖牌和证书等荣誉。

作为此次评选活动的协办方，贝壳找房参与了评选标准的研讨与商定。通过将其优秀合作门店的发展经验凝练成门店进化指引，进而打造出五星门店标准。五星门店为房产经纪行业的品质发展提供新方向的同时，也将提升消费者的找房体验。

