
概 要

本概要為閣下提供本招股章程所載資料的總覽，並無載有可能對閣下而言屬重要的全部資料。閣下決定投資發售股份前，應細閱整份文件。

投資涉及風險，而部分有關投資發售股份的特定風險載於本招股章程「風險因素」。閣下決定投資發售股份前，應細閱該節。

概覽

我們的使命

我們致力於成為全球最痴迷於為客戶創造價值的公司。我們的使命是幫助人們發現所需、發揮所長，持續提升每個人獨特的幸福感。

我們堅持不懈專注為客戶提供服務，並通過持續創新和優化我們的產品與服務為客戶創造價值。我們致力於創建一個平台，真實地反映我們生活的多元化及充滿活力的世界，以有趣、有用、有關和有意義的內容豐富人們的生活。我們相信每個人都是獨一無二的，並希望賦予他們表達自己、被欣賞及發掘快樂的力量。

我們是誰

我們是領先的內容社區和社交平台。我們相信每個人都是獨特的個體，每個人都各有所長，各有所需。我們相信交流和互動可以創造價值。我們持續改進內容生產工具和服務，讓人們更便捷地記錄和分享生活、呈現和發揮所長；我們也提供更有效的內容發現機制，讓人們更容易發現其他創作者及優質內容。我們希望和所有價值創造者一起努力，為用戶提供更多產品和服務，豐富大眾的選擇。根據艾瑞諮詢，截至2020年9月30日止九個月，全球範圍內，我們是以虛擬禮物打賞流水及直播平均月付費用戶計最大的直播平台；以平均日活躍用戶數計第二大的短視頻平台；以及以商品交易總額計第二大的直播電商平台。

我們的平台和生態系統

我們的口號是「擁抱每一種生活」，這是我們價值觀的基礎並指引我們不斷前行。我們希望幫助用戶發現一個能夠擴展其生活體驗和興趣的廣闊的內容世界，產生共鳴。

短視頻和直播提升了我們平台的用戶體驗及社交互動。我們的內容能夠讓用戶基於共同的興趣自然產生社交聯繫並進行交流。因此，我們的平台孕育出了一個繁榮的生態系統，讓用戶和商家在我們豐富多元內容的基礎上進行互動。

在設計我們平台的體驗時，我們旨在傳遞四個核心價值觀：

- **真實**：真情實感、真誠表達，真實地記錄和分享；
- **多元**：對不同人群與文化給予極大包容和尊重，共生和諧；
- **美好**：快樂的、積極的愉悅感受和體驗；以及
- **有益**：培養知識、觀點、信息和技能；形成陪伴和信任；提升自我，享受人生。

豐富多元的內容基礎，以及配套技術、數據和業務層共同支撐起我們繁榮的生態系統。平台上各方協調合作，使得生態系統中的參與者之間產生了無數的交互並形成了顯著的網絡效應：

- **內容**。我們用戶的參與使短視頻和直播內容不斷快速且自發地增長，亦為社區及社區內的無數社交互動和聯繫作出貢獻。我們推動平台上的內容擁抱每一種生活，並反映用戶的生活，我們認為這有助於吸引用戶並保持用戶的參與度。利用我們的技術和數據，我們還能夠識別和分析來自平台上不同用戶和興趣群體的需求，從而為用戶提供和推薦符合他們的興趣和需求的內容及服務，提升用戶參與度和留存率。
- **業務**。我們與業務夥伴合作提供了一系列產品和服務，致力於滿足我們平台上自然產生的多種需求。我們提供的產品和服務包括娛樂、線上營銷服務、電商、網絡遊戲、在線知識共享等。這些產品和服務可提高我們平台的用戶參與度，在我們的用戶、內容和業務夥伴之間形成良性循環。

概 要

- **技術和數據**。我們領先的技術和海量的數據支撐著我們的生態系統。我們的技術使我們能夠滿足用戶的興趣和需求，覆蓋內容生產、壓縮、傳輸、分析、推薦、搜索等多方面。隨着用戶生產和消費內容，彼此互動，我們積累了有價值的數據，這些數據幫助我們提高效率並研發新的功能以提升整體用戶體驗。

下圖展示了我們的生態系統及相關互動。用戶可在我們的平台上接觸到豐富的內容，通過短視頻或直播進行創作，出售和購買產品等等。商家可以在我們的平台上宣傳及銷售自己的產品與服務。豐富的互動形式加深了用戶和商家對我們平台的依賴。



圖示： 黃色氣泡代表用戶 | 橘色氣泡代表商家 |  多邊網絡效應

面向用戶和商家的價值主張

- **面向用戶的價值主張。**我們讓用戶可以享有一個可供休閒娛樂、學習、創作內容及社交的安全可信的平台。我們為用戶提供機會和工具，讓他們能夠通過內容創作來培養及增加粉絲並變現。
- **面向商家的價值主張。**我們為商家提供線上營銷解決方案及電商平台，以幫助其觸達目標客戶並與之互動。我們用戶規模龐大、參與度高，我們對用戶的定位精準，加上用戶對平台充滿信任，使得我們提供的線上營銷解決方案對商家富有價值且非常高效。商家可以通過創作短視頻或直播內容來吸引用戶注意力，幫助用戶作出購買決策。商家也可以利用我們的平台作為各類產品及服務的分銷渠道。

我們的成就

我們是全球短視頻行業的開創者。自成立以來，我們一直致力於幫助用戶通過視頻記錄和分享生活。我們的原創移動應用程序*GIF*快手最初於2011年推出，是一個供用戶製作並分享GIF動圖的工具軟件。GIF動圖本質上是短視頻的雛形；2012年，根據艾瑞諮詢，我們通過應用一系列技術，成為中國短視頻行業的先驅，使用戶可以在手機上創作、上傳及觀看短視頻。2013年，我們推出了短視頻社交平台；2016年，作為平台功能的自然延伸，我們推出了直播功能，方便用戶實時互動和參與。根據艾瑞諮詢，我們於2018年在中國短視頻行業首先大規模使用基於深度強化學習的視頻推薦算法。2018年，隨著用戶參與度繼續提升，為方便用戶在我們的生態系統中進行交易，我們推出了電商解決方案。

概 要

下圖列出了截至2020年9月30日止九個月我們的規模及用戶參與指標：



附註：

- (1) 內容創作者按每月上傳短視頻的獨立用戶賬戶之平均數加每月直播內容的獨立用戶賬戶之平均數計算。
- (2) 於快手應用。

根據艾瑞諮詢，快手如今是中國家喻戶曉的品牌，是中國最廣泛使用的社交平台之一。截至2020年9月30日止九個月，我們的中國應用程序及小程序的平均日活躍用戶及平均月活躍用戶分別為3.05億及7.69億。在同一期間內，我們的日活躍用戶在快手應用的日均使用時長超過86分鐘、日均訪問快手應用超過10次。我們是備受用戶信賴的內容創作及分享平台。根據艾瑞諮詢，我們的內容社區活躍度在中國頭部的基於視頻的社交平台中排名第一，截至2020年9月30日止九個月的內容創作者佔平均月活躍用戶在快手應用上的比例約26%。截至2020年9月30日止九個月，快手應用上每月平均短視頻上傳量約11億條。

所有用戶都可以免費訪問我們的平台。我們主要通過銷售虛擬物品，提供多種形式的線上營銷服務，以及收取電商銷售佣金進行變現。我們正在積極開發其他變現機會，通過提供網絡遊戲、在線知識共享以及其他產品和服務讓收入來源更加多元化。

我們的收入在營業紀錄期間高速增長，從2017年的人民幣83億元增至2018年的人民幣203億元，再進一步增至2019年的人民幣391億元，從截至2019年9月30日止九個月期間的人民幣273億元增至截至2020年9月30日止九個月期間的人民幣407億元。

我們的行業

使用在視頻上的移動互聯網時長不斷增長

受益於其可以捕捉精彩瞬間的豐富內涵，並以更自然、更接近面對面的方式實現實時互動，視頻作為一種線上體驗內容形式正日益流行。移動互聯網的普及和智能設備、帶寬和移動基礎設施的發展，尤其是4G的擴張和5G的引入，將繼續促進視頻的增長勢頭。

中國正在全球範圍內引領基於視頻的移動體驗的發展。根據艾瑞諮詢，中國2019年移動互聯網用戶數達8.73億，系全世界最大的移動互聯網用戶群體，佔到全球移動互聯網用戶總數的23.0%。根據艾瑞諮詢，預計中國移動互聯網用戶規模到2025年將達11億，同時滲透率將從62.4%提升至78.5%。

中國移動互聯網用戶2015年日均在線時長為2.90小時，2019年提升至4.35小時，預計到2025年將達5.73小時。2019年，日均在線時長中大約29.7%用在基於視頻的社交及娛樂平台上，這個比例到2025年預計將達36.3%。

基於視頻的社交平台的興起

最早的社交平台專注於通過文字、圖片及音頻把人與人連接起來。隨著時間的推移，社交平台上採用的內容形式以及這些平台上的用戶行為已經隨著硬件、帶寬、存儲和計算能力的提升而演進。不斷普及和更優化的設備內置攝像頭以及更快速的4G和5G移動寬帶連接已經令眾多互聯網用戶實現即時視頻記錄和分享。由於視頻能夠以真實、豐富、簡潔的方式捕捉瞬間，其鼓勵了全新的社交行為。視頻也在形式和功能方面實現了創新，例如不同長度的視頻滿足在碎片時間內的不同社交與娛樂需求。因此，就社交平台而言，視頻內容增加了連接的真實性，互動變得更為活躍和自然。直播尤其如此，社交互動因其而變得更加自然。

競爭格局

我們是全球兩個專注於短視頻和直播內容形式的大型視頻社交平台之一。在中國，有若干個以短視頻或直播內容為基礎的社交平台。部分平台專注網絡遊戲或娛樂等特定內容種類，而其他平台則迎合多元化的社交及娛樂用例。雖然它們之間存在某種程度的用戶重疊，但是各個平台通過差異化的用戶體驗和用戶交互而實現自身的差異化。關於中國短視頻及直播平台的主要參數比較，請參閱「行業概覽 — 基於視頻的社交平台的興起 — 基於視頻的社交平台行業格局」。

根據艾瑞諮詢，截至2020年9月30日止九個月，世界最大的短視頻平台的平均日活躍用戶為4.262億人，而我們為世界第二大短視頻平台，同期的平均日活躍用戶為2.759億人。根據艾瑞諮詢，世界最大的直播電商平台為一家上市公司的附屬公司，其截至2020年9月30日止九個月的直播電商商品交易總額約為人民幣2,500億元至人民幣3,000億元。根據艾瑞諮詢，我們為世界第二大直播電商平台，同期的直播電商商品交易總額約為人民幣2,040億元。

具有更多樣化內容和更活躍內容創作生態系統的平台能夠更好地滿足具有不同背景和興趣的用戶不斷變化的需求。根據艾瑞諮詢，按照內容創作者佔平均月活躍用戶的比例（根據創作內容的用戶的比例計量內容社區的活躍性）計，在中國頭部的基於視頻的社交平台上，我們擁有最活躍的內容社區。內容社區越活躍，用戶越樂於貢獻內容，並積極參與該社區，而非僅充當內容消費者。

基於視頻的社交平台的變現機會

融合了短視頻和直播的社交平台擁有充滿活力的生態系統，用戶在其中廣泛參與不同的主題，用戶需求自然地顯現。傳統上，短視頻和直播平台主要通過虛擬禮物打賞及線上營銷服務進行變現，這二者仍然是最直接的市場機會。根據艾瑞諮詢，在中國，以收入計的直播虛擬禮物打賞市場規模於2019年達到人民幣1,400億元，預計在2025年將達到人民幣4,166億元，複合年增長率為19.9%。根據艾瑞諮詢，通過短視頻及直播平台的移動廣告市場規模於2019年達到人民幣814億元，預計在2025年將達到人民幣4,653億元，複合年增長率為33.7%。

隨著這些平台的發展，新的商業化機會將出現在包括電商、網絡遊戲、在線教育、本地服務等眾多領域。平台上的社會屬性和互動越強，其網絡效應就越強，更有能力營造可信賴的生態系統，這些方面對於抓住平台商業化機會至關重要。

我們的優勢

我們認為以下優勢對我們的成功至關重要：

- 致力於真實的用戶體驗；
- 短視頻和直播的開創者和全球領導者；
- 高參與度的用戶群和備受信賴的社交體驗；
- 創新和行業領先的人工智能和大數據技術；
- 長鏈條多邊網絡效應和豐富的商業化路徑；及
- 管理團隊的遠見卓識。

我們的戰略

為實現使命並進一步鞏固領導地位，我們擬推行以下戰略：

- 不斷超越用戶的期望；
- 持續增強技術能力；
- 進一步擴大生態系統及變現能力；及
- 擇機尋求戰略合作、投資及收購。

變現

我們已經發展出通過產品及服務組合滿足生態系統自發產生的眾多用戶需求以實現變現的模式。我們於2016年開始變現，並將繼續加強及豐富我們的變現模式。我們生態系統參與者之間的互動所產生的網絡效應進一步提高我們的變現能力。

直播

營業紀錄期間，我們的收入大部分來自直播業務，直播業務涉及向觀眾銷售虛擬物品，觀眾購買虛擬物品後可於直播期間將其作為禮物贈送給主播。2017年、2018年及2019年與截至2019年及2020年9月30日止九個月，我們的直播收入佔總收入的百分比分別為95.3%、91.7%、80.4%、84.1%及62.2%。直播收入增長主要是由於我們提供大量豐富多樣的直播內容以及通過互動功能提升直播用戶參與度。

線上營銷服務

營業紀錄期間，我們自線上營銷服務的收入比例不斷增加。於2017年、2018年、2019年與截至2019年及2020年9月30日止九個月，線上營銷服務收入佔收入的比例分別為4.7%、8.2%、19.0%、15.6%及32.8%。通過我們龐大的用戶群及多元化的興趣社群，線上營銷機會自然出現。我們的線上營銷服務根據用戶興趣定製並精心設計內容及樣式，使其不會對用戶體驗造成干擾。我們的人工智能能力使我們能夠幫助廣告客戶更精準觸達目標觀眾，增加彼等的投資回報。我們為客戶提供全套線上營銷解決方案，包括廣告服務、快手粉條及其他營銷服務。我們的廣告服務包括基於效果的廣告服務，允許廣告客戶在我們的平台或第三方互聯網產品投放鏈接及各類基於展示的廣告服務。

其他服務

我們亦自其他服務獲得收入，包括電商、網絡遊戲及其他增值服務。於2017年、2018年、2019年與截至2019年及2020年9月30日止九個月，其他服務的收入佔收入的百分比分別為零、0.1%、0.6%、0.3%及5.0%。為滿足用戶通過短視頻或直播在我們平台買賣商品的自然需求，我們於2018年8月推出電商業務。營業紀錄期間，我們的電商收入快速增長，是由於電商自然植入直播內容中，進一步提高用戶互動以及信任度。於我們平台促成的電商商品交易總額由2018年的人民幣96.6百萬元增至2019年的人民幣596億元，並由截至2019年9月30日止九個月的人民幣168億元增至截至2020年9月30日止九個月的人民幣2,041億元。我們提高電商收入的能力取決於內容，而商家可通過內容有效提高其產品、業務或品牌的知名度、用戶交流及用戶社群的信任水平。同時，我們利用內部遊戲開發能力以及與其他第三方的合作提高網絡遊戲及其他增值服務的收入。

不同投票權架構及控股股東

我們建議採用不同投票權架構，自全球發售完成起生效。根據該架構，我們的股本分為A類股份及B類股份。對於提呈我們股東大會的任何決議案，A類股份持有人每股可投10票，而B類股份持有人則每股可投一票，惟有關少數保留事項的決議案投票，每股股份享有一票投票權。

緊隨全球發售完成後，不同投票權受益人為宿華先生及程一笑先生。假設(i)並無行使超額配股權；(ii)上市時根據首次公開發售前僱員持股計劃下的已行使購股權發行363,146,799股B類股份；及(iii)並無根據首次公開發售前僱員持股計劃下的未行使購股權、首次公開發售後購股權計劃及首次公開發售後受限制股份單位計劃發行其他股份：

- 宿華先生將通過Reach Best擁有及控制427,469,521股A類股份及56,961,183股B類股份，佔我們已發行股本總額約11.79%、佔本公司有關保留事項的股東決議案投票權約11.79%及佔本公司有關保留事項以外的股東決議案投票權約39.36%。

- 程一笑先生將通過Ke Yong擁有及控制338,767,480股A類股份及45,568,873股B類股份，佔我們已發行股本總額約9.36%、佔本公司有關保留事項的股東決議案投票權約9.36%及佔本公司有關保留事項以外的股東決議案投票權約31.20%。

假設(i)悉數行使超額配股權，期權授予人據此按要求出售合共不超過4,045,400股B類股份(其中Reach Best及Ke Yong按要求分別出售最多2,247,400股及1,798,000股B類股份)，我們則按要求發行最多50,737,300股新B類股份；(ii)上市時根據首次公開發售前僱員持股計劃下的已行使購股權發行363,146,799股B類股份；及(iii)並無根據首次公開發售前僱員持股計劃下的未行使購股權、首次公開發售後購股權計劃及首次公開發售後受限制股份單位計劃發行其他股份：

- 宿華先生將通過Reach Best擁有及控制427,469,521股A類股份及54,713,783股B類股份，佔我們已發行股本總額約11.59%、佔本公司有關保留事項的股東決議案投票權約11.59%及佔本公司有關保留事項以外的股東決議案投票權約39.16%。
- 程一笑先生將通過Ke Yong擁有及控制338,767,480股A類股份及43,770,873股B類股份，佔我們已發行股本總額約9.20%、佔本公司有關保留事項的股東決議案投票權約9.20%及佔本公司有關保留事項以外的股東決議案投票權約31.04%。

因此，緊隨全球發售完成後，上市後宿華先生、程一笑先生、Reach Best及Ke Yong將成為我們的控股股東。

詳情見「股本 — 不同投票權架構」及「與控股股東的關係」。

儘管不同投票權受益人並不擁有本公司股本的大部分經濟利益，但我們的不同投票權架構將使不同投票權受益人可對我們行使投票控制權。不同投票權受益人目光長遠，實施長期策略，其遠見及領導能使我們長期受益。

宿華先生及程一笑先生於本公司的創立、發展及成功而言不可或缺且至關重要。宿華先生及程一笑先生奉行每個人的生活都值得記錄的理念，一直引導我們追求通過人工智能及大數據技術提升個人獨特幸福感的使命，協助他們尋求他人關注或被他人理解，或學習有用知識或發現與自己有共鳴的人群。他們認為我們應致力於成為全球最痴迷於為客戶創造價值的公司，幫助人們發現所需、發揮所長，持續提升每個人獨特的幸福感。他們打造了聚焦於中國多元、朝氣蓬勃且充滿活力但卻經常被忽視的普通大眾人群的技術平台。

多年來，宿華先生及程一笑先生帶領我們由工具型的業務轉型為由多種渠道(包括直播、線上營銷服務、電商、網絡遊戲、在線知識共享及其他增值服務)產生收入的全方位內容社交平台，促進了我們的迅速成長與成功。

宿華先生畢業於清華大學軟件學院。畢業後，他於谷歌中國(Google China)及百度公司擔任工程師，之後開始創業。創業初期，預見到短視頻的潛在市場及打造社交視頻網絡能使用戶更好聯繫及理解彼此，宿華先生及程一笑先生決定將本公司由工具型的業務轉型為致力於「記錄與分享」的短視頻平台。

自此，宿華先生一直擔任本公司首席執行官，負責作出一系列戰略及關鍵決策，包括戰略方向制定、業務管理、業務創新、技術、研發、企業文化、公關宣傳、政府事務、財務、法務、商業化、人才招聘以及海外拓展。宿華先生亦積極參與我們的產品及服務、生態系統的維護及發展，以及新業務的孵化工作。為使我們從其他視頻平台中脫穎而出，宿華先生帶領我們的團隊大幅改進內容推薦應用的算法及引入人工智能技術，以實現更高效及更具個性化的內容推薦。宿華先生亦一直負責戰略投資及收購，並積極參與我們的投資策略，促進我們與被投企業建立並保持緊密合作關係，在我們的生態系統中實現協同效應。

創立本集團前，程一笑先生於2007年8月至2009年7月在惠普(Hewlett-Packard)擔任軟件工程師兼開發工程師，並於2009年9月至2011年2月於人人網(Renren Inc.)任職。2011年，程一笑先生首先創立「GIF快手」，該產品為一款供用戶製作及分享GIF動圖的工具。自2013年我們平台由工具轉型為短視頻社交平台起，程一笑先生擔任首席產品官，全權負責產品相關的事務，包括開發新應用程序、產品迭代、開發新應用程序功能及用戶界面優化。程一笑先生一直領導我們的新業務孵化(例如電商及網絡遊戲)、生態系統的維護及發展，亦一直負責戰略投資及收購。程一笑先生亦參與制定我們的戰略方向及業務創新，並將社會學及經濟學等相關原理引入我們的內容推薦算法設計。程一笑先生認為我們應是一個包容且多元化的內容社區，能包容各行各業、擁抱每一種生活方式以及每一個普通人和他們的獨特故事。

程一笑先生是原創內容的倡導者。自2011年「GIF快手」上線以來，彼制定並堅持產品中不得嵌入轉發或轉帖功能的政策，旨在鼓勵用戶發佈原創內容。在程一笑先生的影響下，我們一直為用戶提供符合其興趣的多元化內容，將平台流量分配給更多的內容創作者，而其他平台則更專注推薦KOL或其他熱門內容創作者創作的內容，這使我們從其他平台中脫穎而出，開發出一個活躍的用戶原創內容社區。

有意投資者務請留意投資不同投票權架構公司的潛在風險，特別是不同投票權受益人的利益未必總與股東整體利益一致，而不論其他股東如何投票，不同投票權受益人將對本公司事務及股東決議案的結果有重大影響。有意投資者務請經過審慎周詳的考慮後方決定是否投資本公司。有關本公司所採用不同投票權架構的風險詳情，請參閱「風險因素 — 與不同投票權架構有關的風險 — 我們附有投票權的擬定雙重股權架構將限制 閣下影響公司事務的能力，並可能阻止其他人進行我們股份持有人可能認為有利的控制權變更交易」。

風險因素

我們的業務及全球發售涉及若干風險，該等風險載於本招股章程「風險因素」。閣下決定投資我們的股份前，應細閱該節的全部內容。我們面臨的部分主要風險涉及：

- 我們能否以高效、低成本的方式留住現有用戶、保持用戶的參與度或獲得新用戶；
- 我們能否吸引、培養及留住內容創作者，以及內容創作者會否繼續貢獻對我們用戶有價值的內容；
- 我們能否維持獨特的社區文化和充滿活力的生態系統，以及留住現有業務夥伴或吸引新業務夥伴；
- 我們所處的行業不斷變化，而我們能否緊跟用戶偏好或行為變化，或持續技術創新或設計出符合用戶預期的功能；
- 我們的業務日益複雜，而我們能否有效管理增長；
- 我們於營業紀錄期間產生淨虧損，且日後未必能達到或維持盈利水平；
- 我們能否持續擴大或維持我們的付費用戶群及增加直播付費用戶平均收入；
- 我們能否吸引新廣告商、留住現有廣告商或維持廣告商對我們線上營銷服務的需求；
- 我們的電商等其他變現策略未必一直有效或不斷提升，我們無法保證能夠成功開發新的變現渠道及實現持續增長；
- 用戶違規及不當內容可能會對我們的品牌形象、業務及經營業績有不利影響，我們亦可能須就於我們的平台或網頁展示、獲取、鏈接的或向我們的用戶傳播的信息或內容承擔責任；

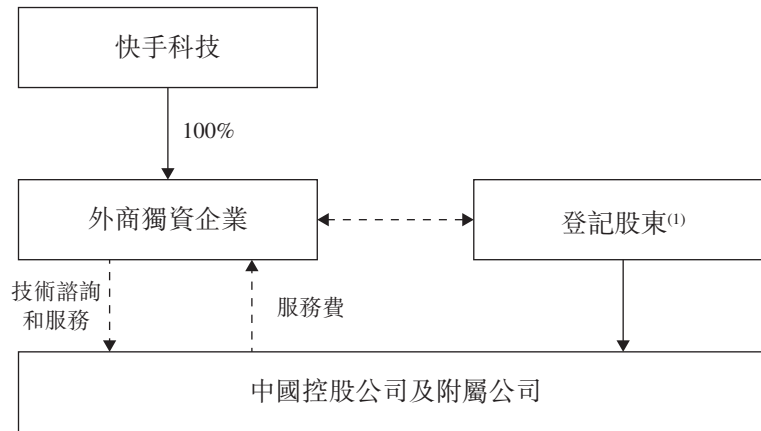
- 中國互聯網業務受到高度監管；
- 我們可能會因在我們的平台展示、獲取、鏈接的或向我們的用戶傳播的信息或內容、或因前僱員侵佔的專有信息而受到第三方的知識產權侵權索賠或其他指控；
- 對於收集及使用用戶個人信息以及其他私隱相關及數據安全事宜的擔憂可能有損我們的聲譽及阻礙現有及潛在用戶使用我們的產品及服務；及
- 我們面臨的重大競爭來自在中國運營內容社交平台、線上營銷業務及電商平台的互聯網公司，以及我們能否有效競爭。

合約安排

本公司經營或可能經營的部分行業須遵守現行中國法律及法規針對外商投資的限制。為遵守該等法律，同時公司可以利用國際資本市場並保持對我們所有業務的有效控制，我們通過合約安排控制合併聯屬實體。因此，我們並無直接擁有合併聯屬實體任何股權。根據合約安排，我們取得對合併聯屬實體財務及經營政策的有效控制，並有權獲得彼等經營業務所產生的所有經濟利益。詳情請參閱本招股章程「合約安排」。

概 要

下列簡化圖說明合約安排訂明的從我們合併聯屬實體到外商獨資企業及本公司的經濟利益流向：



附註：

- (1) 登記股東指中國控股公司的登記股東。詳情請參閱「合約安排」。
- (2) 「—>」指於股權中的直接法定及實益擁有權。外商獨資企業是快手科技的間接全資附屬公司。
- (3) 「-->」指合約關係。
- (4) 「---」指外商獨資企業通過以下方式實現對登記股東及中國控股公司的控制：(i)通過授權委託書行使在中國控股公司的所有股東權利，(ii)通過行使獨家購買權以獲得中國控股公司全部或部分股權權益或資產，(iii)在中國控股公司股權上設置股權質押。

我們的成本結構

我們的成本及開支主要與主播的收入分成及相關稅項、帶寬費用及服務器托管成本、物業及設備及使用權資產折舊、無形資產攤銷、支付渠道手續費及其他成本(包括僱員福利開支、我們的銷售及營銷開支、研發開支及行政開支)有關。

概 要

歷史財務資料概要

下表載列營業紀錄期間合併財務資料的財務數據概要，摘錄自本招股章程附錄一所載會計師報告。下文所載合併財務數據概要應與本招股章程內的合併財務報表（包括相關附註）一併閱讀，以保證其完整性。合併財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

節選合併損益表項目

下表載列所示期間我們合併損益表的絕對金額及佔我們總收入的百分比：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千元計，百分比除外)									
	(未經審計)									
收入.....	8,339,578	100.0	20,300,645	100.0	39,120,348	100.0	27,267,968	100.0	40,677,441	100.0
銷售成本.....	(5,728,748)	(68.7)	(14,498,423)	(71.4)	(25,016,774)	(63.9)	(17,798,136)	(65.3)	(25,366,636)	(62.4)
毛利.....	2,610,830	31.3	5,802,222	28.6	14,103,574	36.1	9,469,832	34.7	15,310,805	37.6
銷售及營銷開支.....	(1,359,624)	(16.4)	(4,262,046)	(21.0)	(9,865,026)	(25.2)	(5,578,609)	(20.5)	(19,833,271)	(48.8)
行政開支.....	(227,968)	(2.7)	(542,417)	(2.7)	(865,375)	(2.2)	(572,674)	(2.1)	(1,081,347)	(2.7)
研發開支.....	(476,618)	(5.6)	(1,755,324)	(8.6)	(2,944,277)	(7.5)	(2,049,564)	(7.5)	(4,117,907)	(10.1)
其他收入.....	19,290	0.2	107,575	0.5	292,631	0.7	183,139	0.7	396,151	1.0
其他收益／(虧損)淨額.....	42,041	0.5	129,277	0.6	(32,843)	(0.1)	211,180	0.8	383,141	1.0
經營利潤／(虧損).....	607,951	7.3	(520,713)	(2.6)	688,684	1.8	1,663,304	6.1	(8,942,428)	(22.0)
財務(費用)／收入淨額.....	(26,076)	(0.3)	52,164	0.3	(11,037)	(0.0)	6,284	0.0	(26,571)	(0.1)
可轉換可贖回優先股公允										
價值變動.....	(20,522,376)	(246.1)	(11,932,515)	(58.8)	(19,943,114)	(51.0)	(2,890,090)	(10.6)	(89,150,056)	(219.1)

概 要

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千元計，百分比除外)									
	(未經審計)									
除所得稅前的虧損	(19,940,501)	(239.1)	(12,401,064)	(61.1)	(19,265,467)	(49.2)	(1,220,502)	(4.5)	(98,119,055)	(241.2)
所得稅(開支)/收益	(104,449)	(1.3)	(28,221)	(0.1)	(386,067)	(1.0)	(396,943)	(1.4)	747,593	1.8
本公司股權持有人應佔										
年/期內虧損	<u>(20,044,950)</u>	<u>(240.4)</u>	<u>(12,429,285)</u>	<u>(61.2)</u>	<u>(19,651,534)</u>	<u>(50.2)</u>	<u>(1,617,445)</u>	<u>(5.9)</u>	<u>(97,371,462)</u>	<u>(239.4)</u>
非國際財務報告準則計量：										
經調整利潤/(虧損)淨額										
(未經審計) ⁽¹⁾	773,961	9.3	204,831	1.0	1,033,883	2.6	1,836,684	6.7	(7,244,319)	(17.8)
經調整EBITDA(未經審計) ⁽²⁾	1,019,986	12.2	1,360,473	6.7	3,591,370	9.2	3,594,790	13.2	(4,543,362)	(11.2)

附註：

- (1) 經調整利潤/(虧損)淨額屬非國際財務報告準則計量。我們將「經調整利潤/(虧損)淨額」定義為年內或期內虧損，經加回以下項目調整：以股份為基礎的薪酬開支及可轉換可贖回優先股公允價值變動。經調整利潤/(虧損)淨額並非國際財務報告準則所要求的計量指標，也未按該準則呈列。將經調整利潤/(虧損)淨額用作一種分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待，將其視為可替代對按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況所作之分析，或認為其優於按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況。詳情請參閱「財務資料—非國際財務報告準則計量」。
- (2) 經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(「經調整EBITDA」)屬非國際財務報告準則計量。我們將經調整EBITDA定義為年內或期內經調整利潤/(虧損)淨額，通過加回所得稅開支/(收益)、物業及設備折舊、使用權資產折舊、無形資產攤銷及財務費用/(收入)淨額作出調整。經調整EBITDA並非國際財務報告準則所要求的計量指標，也未按該準則呈列。將經調整EBITDA用作一種分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待，將其視為可替代對按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況所作之分析，或認為其優於按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況。詳情請參閱「財務資料—非國際財務報告準則計量」。

於營業紀錄期間，我們的收入由2017年的人民幣83億元增至2018年的人民幣203億元及2019年的人民幣391億元，並由截至2019年9月30日止九個月的人民幣273億元增至截至2020年9月30日止九個月的人民幣407億元。儘管我們於2017年、2019年及截至2019年9月30日止九個月分別錄得經營利潤人民幣608.0百萬元、人民幣688.7百萬元及人民幣17億元，惟於2018年及截至2020年9月30日止九個月分別錄得經營虧損人民幣520.7百萬元及人民幣89億元。2018年及截至2020年9月30日止九個月分別錄得經營虧損人民幣520.7百萬元及人民幣89億元，主要是由於我們致力擴大用戶群和提升用戶參與度、提高品

概 要

牌知名度及發展我們的整體生態系統，導致銷售及營銷開支佔總收入的百分比增加。於2017年、2018年、2019年、截至2019年9月30日止九個月及截至2020年9月30日止九個月，我們的虧損淨額分別為人民幣200億元、人民幣124億元、人民幣197億元、人民幣16億元及人民幣974億元。儘管我們於2017年、2018年、2019年及截至2019年9月30日止九個月分別錄得經調整利潤淨額人民幣774.0百萬元、人民幣204.8百萬元、人民幣10億元及人民幣18億元，惟截至2020年9月30日止九個月錄得經調整虧損淨額人民幣72億元。經調整利潤／(虧損)淨額屬非國際財務報告準則計量。自截至2020年9月30日止九個月的虧損淨額人民幣974億元主要扣除可轉換可贖回優先股公允價值變動人民幣892億元後，我們同期的經調整虧損淨額為人民幣72億元，主要由於加大銷售及營銷投入的戰略決策，以持續擴大用戶群和提升用戶參與度、提高品牌知名度及發展我們的整體生態系統。

非國際財務報告準則計量對賬

我們認為，呈列非國際財務報告準則計量通過消除管理層認為對我們經營業績沒有指標作用的項目的潛在影響(例如若干非現金項目)，有助於比較不同期間及不同公司的經營業績。該等非國際財務報告準則計量用作一種分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況而獨立看待，將其視為可替代對按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況所作之分析，或認為其優於按照國際財務報告準則所申報的經營業績或財務狀況。此外，該等非國際財務報告準則財務計量的定義或會與其他公司所用類似定義不同，亦未必可與其他公司同類計量項目比較。該等非國際財務報告準則計量的呈列不應解釋為我們的未來業績不受不尋常或非經常性項目的影響。下表載列所示期間的非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量之對賬：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
本公司股權持有人應佔					
年／期內虧損.....	(20,044,950)	(12,429,285)	(19,651,534)	(1,617,445)	(97,371,462)
加：					
以股份為基礎的薪酬開支 ⁽¹⁾ ...	296,535	701,601	742,303	564,039	977,087
可轉換可贖回優先股公允					
價值變動 ⁽²⁾	20,522,376	11,932,515	19,943,114	2,890,090	89,150,056
經調整利潤／(虧損)淨額(未					
經審計) ⁽³⁾	<u>773,961</u>	<u>204,831</u>	<u>1,033,883</u>	<u>1,836,684</u>	<u>(7,244,319)</u>

概 要

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
經調整利潤／(虧損)淨額					
(未經審計) ⁽³⁾	773,961	204,831	1,033,883	1,836,684	(7,244,319)
加：					
所得稅開支／(收益).....	104,449	28,221	386,067	396,943	(747,593)
物業及設備折舊.....	84,186	828,980	1,405,313	906,771	2,174,192
使用權資產折舊.....	24,085	325,831	692,228	418,679	1,157,218
無形資產攤銷.....	7,229	24,774	62,842	41,997	90,569
財務費用／(收入)淨額	26,076	(52,164)	11,037	(6,284)	26,571
經調整EBITDA					
(未經審計) ⁽³⁾	<u>1,019,986</u>	<u>1,360,473</u>	<u>3,591,370</u>	<u>3,594,790</u>	<u>(4,543,362)</u>

附註：

- (1) 以股份為基礎的薪酬開支主要指就首次公開發售前購股權計劃產生的以股份為基礎的薪酬開支。以股份為基礎的薪酬開支預期不會產生未來現金付款，亦不反映我們的核心經營業績。
- (2) 可轉換可贖回優先股公允價值變動指本公司所發行可轉換可贖回優先股的公允價值變動，與本公司估值變動有關。可轉換可贖回優先股公允價值變動與我們日常業務產生收入的能力並無直接關係，由於上述可轉換可贖回優先股於上市後自動轉換為普通股，因此將由負債重新指定為權益，我們預計不會進一步錄得可轉換可贖回優先股公允價值變動。
- (3) 非國際財務報告準則計量。

概 要

節選合併資產負債表項目

下表載列截至所示日期我們合併資產負債表的節選資料：

	截至12月31日			截至9月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			
資產				
非流動資產：				
物業及設備	1,057,278	2,420,770	6,232,305	7,021,382
使用權資產	865,623	1,272,218	4,352,638	5,394,482
按公允價值計量且其變動計入損益 之金融資產	49,200	677,919	2,258,272	3,998,760
非流動資產總額	2,052,253	5,696,381	15,103,302	20,638,967
流動資產：				
貿易應收款項	136,641	129,045	1,107,440	1,812,648
按公允價值計量且其變動計入損益 之金融資產	2,472,037	4,273,517	8,902,270	8,546,045
現金及現金等價物	2,688,512	5,370,332	3,996,236	7,703,012
流動資產總額	5,641,640	10,783,118	17,311,080	30,880,155
資產總額	7,693,893	16,479,499	32,414,382	51,519,122
負債				
非流動負債：				
租賃負債	695,784	892,257	3,287,984	3,945,201
可轉換可贖回優先股	26,652,555	47,211,431	69,444,163	52,389,987
非流動負債總額	27,348,339	48,141,573	72,769,647	56,368,777
流動負債：				
應付賬款	1,802,517	2,025,563	9,055,133	10,913,350
客戶預付款	190,074	475,553	1,529,608	3,031,158
可轉換可贖回優先股	—	—	—	122,847,844
流動負債總額	2,531,039	4,042,408	15,373,771	143,491,717
負債總額	29,879,378	52,183,981	88,143,418	199,860,494
本公司股權持有人應佔權益：				
股本	30	30	30	30
其他儲備	1,016,820	(28,397)	(321,281)	4,437,845
累計虧損	(23,202,335)	(35,676,115)	(55,407,785)	(152,779,247)
權益總額	(22,185,485)	(35,704,482)	(55,729,036)	(148,341,372)
權益及負債總額	7,693,893	16,479,499	32,414,382	51,519,122
流動資產／(負債)淨額	3,110,601	6,740,710	1,937,309	(112,611,562)
負債淨額	(22,185,485)	(35,704,482)	(55,729,036)	(148,341,372)

概 要

儘管我們於2017年、2018年及2019年12月31日分別錄得流動資產淨額人民幣31億元、人民幣67億元及人民幣19億元，但我們於2020年9月30日錄得流動負債淨額人民幣1,126億元，主要是由於(i)我們的可轉換可贖回優先股公允價值隨本公司估值增加而增加的會計處理結果(有關詳情見下段)；及(ii)可轉換可贖回優先股的贖回權所致。倘若可轉換可贖回優先股持有人在申報期後十二個月內可以要求我們贖回可轉換可贖回優先股，則有關的可轉換可贖回優先股會列為流動負債。於2020年10月，我們的所有優先股持有人同意將贖回開始日期修改為2022年4月30日。我們在修改後不再是流動負債淨額狀態。可轉換可贖回優先股所有贖回權在上市當時會終止。請參閱「財務資料 — 節選資產負債表項目分析 — 營運資金 — 流動資產／(負債)淨額」。

於2017年、2018年及2019年12月31日與2020年9月30日的負債淨額分別為人民幣222億元、人民幣357億元、人民幣557億元及人民幣1,483億元，主要是由於可轉換可贖回優先股公允價值隨本公司估值增加而增加的會計處理結果，這亦導致營業紀錄期間我們的虧損增加。可轉換可贖回優先股於上市後自動轉換為普通股，因此該等優先股將由負債重新指定及重新分類為權益，我們預計之後不再確認任何可轉換可贖回優先股公允價值變動虧損或收益，繼而重新錄得資產淨額。請參閱「財務資料 — 節選資產負債表項目分析 — 負債淨額」。

有關營業紀錄期間其他合併資產負債表項目重大波動的相關原因，請參閱「財務資料 — 節選資產負債表項目分析」。

概 要

節選合併現金流量項目

下表載列所示期間的現金流量摘要：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
經營活動所得／(所用)					
現金淨額 ⁽¹⁾	2,055,418	1,819,254	8,020,090	6,111,970	(768,417)
投資活動所用現金淨額 ...	(2,896,802)	(5,623,084)	(10,148,560)	(8,358,373)	(15,570,288)
融資活動所得／(所用)					
現金淨額	2,358,236	6,033,532	698,051	(152,374)	20,067,064
現金及現金等價物增加／					
(減少)淨額	1,516,852	2,229,702	(1,430,419)	(2,398,777)	3,728,359
年／期初現金及					
現金等價物	1,301,005	2,688,512	5,370,332	5,370,332	3,996,236
匯率變動對現金及					
現金等價物的影響	(129,345)	452,118	56,323	126,676	(21,583)
年／期末現金及現金					
等價物	<u>2,688,512</u>	<u>5,370,332</u>	<u>3,996,236</u>	<u>3,098,231</u>	<u>7,703,012</u>

附註：

(1) 經營活動所得／(所用)現金淨額項目：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
經營活動所得現金流量					
營運資金變動前經營					
利潤／(虧損)	993,131	1,332,981	3,714,442	3,453,001	(4,941,985)
營運資金變動	1,082,624	564,632	5,167,926	3,058,002	4,848,603
經營所得／(所用)現金 ...	2,075,755	1,897,613	8,882,368	6,511,003	(93,382)
已付所得稅	(20,337)	(78,359)	(862,278)	(399,033)	(675,035)
經營活動所得／(所用)					
現金淨額	2,055,418	1,819,254	8,020,090	6,111,970	(768,417)

概 要

我們於2017年、2018年及2019年分別錄得經營現金流入淨額人民幣21億元、人民幣18億元及人民幣80億元，但截至2020年9月30日止九個月，我們錄得經營現金流出淨額人民幣768.4百萬元，主要是由於除所得稅前虧損人民幣981億元，並就加回非現金項目及營運資金變動作出調整。截至2020年9月30日止九個月，除所得稅前虧損錄得人民幣981億元，主要是由於加大銷售及營銷投入的戰略決策，持續擴大用戶群和提升用戶參與度、提高品牌知名度及發展我們的整體生態系統所致。詳情請參閱「財務資料 — 流動資金及資本來源 — 經營活動所得／(所用)現金淨額」。

我們認為持續投資用戶群及參與度、品牌知名度及整體生態系統，將有助我們更好地把握中國短視頻行業巨大的市場機會。具體而言，我們預計會繼續加大對銷售及營銷與研發的投入，為用戶及客戶帶來更多的內容、產品和服務，從而拓寬我們的用戶群，增加用戶於我們平台的參與度、互動及使用時長，令平台通過多種收入渠道提升變現能力，並最終實現收入持續增長。因此，我們預計會提高經營槓桿並實現盈利，故未來的經營現金流狀況預計將有所改善。詳情請參閱「業務 — 業務可持續發展」。

我們預期使用可用財務資源(包括我們的手頭現金及現金等價物、定期存款和理財產品、全球發售估計所得款項淨額、經營活動所得現金以及不時自資本市場籌集的其他資金)滿足虧損期間的營運資金需求。

主要財務比率

下表載列我們於所示期間的若干主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
				(未經審計)	
收入增長(百分比).....	不適用	143.4	92.7	不適用	49.2
毛利率 ⁽¹⁾ (百分比).....	31.3	28.6	36.1	34.7	37.6
經調整EBITDA比率 ⁽²⁾⁽⁴⁾					
(百分比).....	12.2	6.7	9.2	13.2	(11.2)
經調整淨利潤率 ⁽³⁾⁽⁵⁾					
(百分比).....	9.3	1.0	2.6	6.7	(17.8)

概 要

附註：

- (1) 毛利率乃按毛利除以收入計算。
- (2) 經調整EBITDA比率乃按經調整EBITDA除以收入計算，屬非國際財務報告準則計量。
- (3) 經調整淨利潤率乃按經調整利潤／(虧損)淨額除以收入計算，屬非國際財務報告準則計量。
- (4) 截至2020年9月30日止九個月，經調整EBITDA比率為負11.2%，是由於經調整EBITDA為負人民幣45億元，主要是由於我們持續開發整體生態系統及戰略業務增長導致成本及開支佔總收入的百分比增加，令同期錄得虧損淨額人民幣974億元，惟部分被加回可轉換可贖回優先股的公允價值變動人民幣892億元、物業及設備折舊人民幣22億元及使用權資產折舊人民幣12億元所抵銷。
- (5) 截至2020年9月30日止九個月，經調整淨利潤率為負17.8%，是由於經調整虧損淨額為人民幣72億元，主要是由於同期錄得虧損淨額人民幣974億元，惟部分被加回可轉換可贖回優先股的公允價值變動人民幣892億元所抵銷。

主要經營數據

除非另有指明，下表載列所示期間我們快手應用的若干主要經營數據：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
平均日活躍用戶(百萬)	66.7	117.1	175.6	165.2	262.4
平均月活躍用戶(百萬)	136.3	240.7	330.4	311.7	482.9
每位日活躍用戶日均使用時長 (分鐘).....	52.7	64.9	74.6	74.0	86.3
直播平均月付費用戶(百萬)....	12.6	28.3	48.9	48.5	59.9
每月直播付費用戶平均收入 (人民幣)	52.5	54.9	53.6	52.5	47.0
每名日活躍用戶平均線上營銷 服務收入(人民幣).....	5.9	14.2	42.3	25.8	50.9
電商交易總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	—	96.6 ⁽²⁾	59,641.1	16,833.3	204,060.3

附註：

- (1) 在我們的平台上。
- (2) 由於我們於2018年8月開始電商業務，故僅指2018年8月至12月期間。

商譽及其他無形資產

截至2020年9月30日，我們錄得無形資產人民幣13億元，包括商譽人民幣837.0百萬元，主要來自我們於2018年進行的商業收購。根據我們每年至少進行一次的商譽減值測試結果，於2018年及2019年12月31日與2020年9月30日，商譽概無出現任何減值。請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 收購、投資或戰略聯盟可能失敗，或會對我們的業務、聲譽及經營業績有重大不利影響」。

申請於聯交所上市

我們現時根據上市規則第8A章申請以不同投票權架構上市，並且遵守上市規則第8A.06(1)條有關市值的規定，即申請以不同投票權架構上市的新申請人在上市當時的市值不得少於400億港元。我們亦根據上市規則第8.05(3)條申請上市，經參考(i)截至2019年12月31日止年度的收入約人民幣391億元，遠超第8.05(3)條所要求的5億港元；及(ii)上市時的預期市值(根據指導發售價範圍的下限計算)遠超第8.05(3)條所要求的40億港元，我們符合市值／收益測試要求。

我們已向上市委員會申請批准已發行B類股份(包括優先股轉換而來的B類股份)以及根據(i)全球發售、(ii)超額配股權獲行使、(iii)首次公開發售前僱員持股計劃、首次公開發售後購股權計劃及首次公開發售後受限制股份單位計劃及(iv) A類股份按一比一基準轉換為B類股份／於轉換A類股份時可發行的B類股份將予發行的B類股份上市及買賣。

本公司概無股份或借貸資本於任何其他證券交易所上市或買賣，且現時並無尋求亦不擬於近期尋求該等上市或批准上市。所有B類股份將於本公司的香港證券登記分處登記，確保其可於聯交所買賣。

未來股息

我們是根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額亦將取決於能否自附屬公司收到股息。中國法律規定股息僅可以根據中國會計原則計算的年內利潤派付，而中國會計原則與其他司法權區的公認會計原則(包括國際財務報告準則)在多個方面存在差異。中國法律亦規定外資企業須劃撥至少10%的除稅後利潤至法定公積金，直至法定公積金累積金額達企業註冊資本(如有)的50%或以上，而法定公積金不得用作現金股息分派。

向股東作出的股息分派於有關股息獲股東或董事(如適用)批准期間確認為負債。於營業紀錄期間，我們並無向股東宣派或分派任何股息。我們並無股息政策，現時亦無計劃於可見將來向股東派付任何股息。然而，我們日後或會以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。宣派及派付股息的決定須經董事會酌情批准。此外，任何財政年度的末期股息須經股東批准方可宣派。開曼群島法律顧問邁普達律師事務所(香港)有限法律責任合夥表示，累計虧損狀況不一定會限制我們向股東宣派及派付股息，是由於不論盈利能力如何，我們仍可自股份溢價賬宣派及派付股息。此外，根據開曼群島適用法律，股息僅可在當前回顧財政年度產生利潤且毋須彌補上一財政年度虧損的情況下以利潤及股份溢價派付。

全球發售

本招股章程乃就作為全球發售一部分的香港公開發售而刊發。全球發售由以下部分組成：

- (a) 香港公開發售，按「全球發售的架構 — 香港公開發售」所述在香港初步提呈9,130,500股發售股份(可予重新分配及調整)；及
- (b) 國際發售，根據S規例於美國境外及根據第144A條或美國證券法其他豁免登記規定於美國境內向合資格機構買家初步提呈356,088,100股發售股份(可予重新分配、調整及視乎超額配股權行使與否而定)。

概 要

假設(i)超額配股權並無獲行使；(ii)363,146,799股B類股份將根據首次公開發售前僱員持股計劃下的已行使購股權於上市時發行；及(iii)概無根據首次公開發售前僱員持股計劃下的未行使購股權、首次公開發售後購股權計劃及首次公開發售後受限制股份單位計劃發行其他股份，則發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司已發行股本8.89%。

近期發展

主要經營數據

除非另有指明，下表載列所示期間我們快手應用的若干主要經營數據：

	截至11月30日止十一個月	
	2019年	2020年
平均日活躍用戶(百萬)	171.7	263.8
平均月活躍用戶(百萬)	323.9	481.4
每位日活躍用戶日均使用時長(分鐘)	74.2	86.7
直播平均月付費用戶(百萬)	48.5	58.1
每月直播付費用戶平均收入(人民幣)	53.4	47.6
每名日活躍用戶平均線上營銷服務收入(人民幣)	36.5	71.4
電商交易總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	42,348.5	332,682.2

附註：

(1) 在我們的平台上。

截至2020年11月30日止十一個月的未經審計財務資料

根據我們的未經審計管理賬目，截至2020年11月30日止十一個月，我們的總收入為人民幣525億元。截至2020年11月30日止十一個月，我們的毛利為人民幣209億元，毛利率為39.9%。截至2020年11月30日止十一個月，我們的經營虧損為人民幣94億元。

上述截至2020年11月30日止十一個月的未經審計財務資料摘錄自截至2020年11月30日止十一個月的未經審計中期簡明財務資料。我們負責根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製截至2020年11月30日止十一個月的未經審計中期簡明財務資料。我們的

申報會計師已按國際審計及鑑證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「由實體的獨立審計師執行中期財務資料審閱」審閱截至2020年11月30日止十一個月的未經審計中期簡明財務資料。

購買及租賃若干物業

我們於2021年1月15日與北京首農信息產業投資有限公司(「北京首農」)訂立框架協議，我們同意通過北京快手購買總建築面積約11.42萬平方米的若干物業，總對價(含稅)約人民幣28億元，及租賃總建築面積約11.95萬平方米的若干物業和相關停車位，首三年每月總租金約為人民幣22.8百萬元，惟須滿足若干條件以及遵守將要訂立的物業購買合同及租賃協議的最終條款。該等物業將主要用作我們的辦公室。我們計劃用內部資金支付購買物業的對價。

第78號通知

2020年11月12日，國家廣播電視總局發出《關於加強網絡秀場直播和電商直播管理的通知》(「**第78號通知**」)，列明網絡秀場直播或電商直播平台的登記規定及直播業務有關實名登記、用戶虛擬打賞消費限額、未成年用戶虛擬打賞限制、直播審核人員資格、內容標籤及其他方面的規定。營業紀錄期間，我們大部分收入來自直播業務。我們正徵求監管當局提供更多指引，並且衡量第78號通知的各項規定執行和對我們業務的影響。用戶虛擬打賞消費限額最終可能對我們的虛擬打賞收入及經營業績造成負面影響。詳情請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 鑑於中國互聯網業務受到高度監管，中國政府加強對短視頻、直播及電商行業的管控亦可能會限制我們維持或增加平台的用戶群或用戶流量的能力，繼而對我們的業務經營及財務業績產生重大負面影響。如果

我們無法取得及維持適用於我們業務的必要批准、證照或許可，或政府政策或法規出現任何變動，均可能對我們的業務造成損害」、「監管概覽 — 有關網絡直播服務的法規」及「業務 — 牌照及監管批文 — 第78號通知」。

經進行董事認為屬適當的充足盡職調查工作及經審慎考慮之後，董事確認，截至本招股章程日期，除本招股章程附錄一所載會計師報告附註38所述期後事項及本節上文「— 近期發展」所述近期發展外，自2020年9月30日（即本招股章程附錄一會計師報告的報告期間之截止日期）以來，我們的財務或經營狀況並無任何重大不利變動，且自2020年9月30日以來概無發生對本招股章程附錄一會計師報告所載資料有任何重大影響的事件。

截至2020年12月31日止年度的虧損估計

根據本招股章程附錄三所載之基準且在無不可預見之情況下，我們估算截至2020年12月31日止年度本公司股權持有人的應佔未經審計合併虧損將不多於人民幣1,167億元（相當於約1,395億港元）。截至2020年12月31日止年度的虧損估計受可轉換可贖回優先股公允價值變動的重大影響。可轉換可贖回優先股將於上市後自動轉換為普通股，我們預計之後不再確認任何可轉換可贖回優先股公允價值變動虧損或收益。根據我們的未經審計管理賬目，截至2020年11月30日止十一個月的經營虧損詳情，請參閱「— 近期發展」。有關截至2020年12月31日止年度我們的合併經營虧損估計詳情，請參閱「附錄三 — 虧損估計」。

根據我們的整體增長策略，由於不斷努力擴大用戶群及提高用戶參與度、提高品牌知名度並發展整體生態系統，預計2020年銷售及營銷開支絕對金額較2019年會有所增加。因此，我們預計截至2020年12月31日止年度的虧損淨額較截至2019年12月31日止年度會有所增加。此外，由於我們持續投資生態系統，故預計在不久的將來銷售及營銷開支和研發開支絕對金額會不斷增加。因此，我們無法向閣下保證在不久的將來會盈利。請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 我們於營業紀錄期間產生淨虧損，且日後未必能達到或維持盈利水平」。

我們認為，在銷售及營銷方面的投資及其他投入可擴大用戶群及提高用戶參與度、提升變現能力及提高運營槓桿，從而繼續促成我們實現盈利計劃。

COVID-19對營運的影響

由於COVID-19爆發，截至2020年9月30日止九個月，我們的營運及財務業績受以下具體因素的影響：(i)用戶上網習慣改變影響了我們的直播業務；(ii)線上服務的需求增加導致用戶群體強勁增長且參與程度提高，繼而吸引了更多線上營銷客戶；(iii)社交距離措施導致更多的線上購物取代線下交易，促使我們的電商業務(包括平台上交易的銷售額)增長；(iv)社交距離措施導致線下聚集減少，令致網絡社交及娛樂服務的需求激增，我們平台的用戶流量隨之增加，導致我們的帶寬費用、服務器托管成本及其他類似成本增加；及(v)我們為應對疫情所採取的一系列僱員保護措施，包括於疫情爆發後立即為僱員提供防護裝備，該等舉措導致我們的營運成本增加。

此外，由於政府採取限制出行及旅遊、取消公共活動等措施控制病毒傳播，我們的營運於某種程度上亦因業務活動和商業交易延遲以及政府延長商業及旅遊限制期間整體環境不明朗而受到影響。特別是我們的線下活動因旅遊限制而縮減規模甚至被取消，暫時不利於我們的部分營銷活動。另外，我們採取一系列措施應對疫情以保護僱員，包括臨時關閉辦公室、安排員工遠程辦公、限制或暫停旅遊。該等措施暫時降低了我們的營運能力及效率。

有關COVID-19爆發及其作為全球性疫情的進一步發展仍存在重大不確定性。倘若中國再次爆發疫情，中國可能再次採取緊急遏制措施，從而可能影響線上業務。因此，目前尚無法合理估計該疫情對我們業務的干擾程度及對我們2020年財務業績及前景的相關影響。詳情請參閱「風險因素 — 與業務有關的風險 — 我們的業務營運及財務表現已受到COVID-19爆發的影響」及「財務資料 — COVID-19對營運的影響」。

業務可持續發展

自成立以來，我們一直致力於幫助用戶通過視頻記錄和分享生活。作為一家互聯網企業，在運營初期，我們專注於擴大規模和探索最適當的業務模式，而非追求即刻的財務回報或盈利能力，從而為長期發展奠定堅實基礎。

我們的多渠道變現為我們盈利指明方向，並產生了可持續的經營現金流量，為我們的業務提供資金。與此同時，我們不斷投資，增加內容社區、擴大用戶群及提升用戶參與度以支持生態系統的長遠發展。隨著用戶群的不斷擴大和行業不斷演變，為留住和獲取用戶、提高品牌知名度，我們產生較高的銷售及營銷開支，對我們的經營開支產生影響。

隨著中國的短視頻及直播市場持續發展，大量市場機遇，尤其是對於基於內容的大型社交平台的巨大機遇，在眾多行業中不斷湧現。為把握該等機遇，我們已作出戰略決策，對我們整個生態系統作出投資，例如對銷售及營銷等各方面的投資，以擴大用戶群及提升參與度，並且提高我們品牌的認知度。我們亦投資產品發展及研發能力等其他多個領域。通過該等努力，我們快手應用的平均日活躍用戶由2019年的1.76億名增至截至2020年9月30日止九個月的2.62億名。我們於2019年8月正式推出的快手極速版平均日活躍用戶在正式推出起剛一年的2020年8月超過1億名。快手應用的每位日活躍用戶日均使用時長由2019年的74.6分鐘增至截至2020年9月30日止九個月的86.3分鐘。我們認為大力投資銷售及營銷等方面助力我們擴大了用戶群，提高了用戶參與度，使我們能把握用戶關注度這一有限資源，最終增強市場競爭力。

我們認為，用戶群擴大、用戶參與度提升加上品牌形象提高將會幫助我們收入進一步增長及多元化。隨著用戶群的不斷擴大及用戶參與度的不斷提升，我們預期會具有強大的網絡效應，進而會增加我們平台的社交互動及交易，吸引更多的用戶、廣告商、商家和其他業務合作夥伴加入我們的平台。這將使我們能夠通過多個變現渠道增加收入。因此，隨著生態系統持續發展，我們認為我們的規模連同自我強化的網絡效應將使我們能夠有效競爭。

概 要

展望未來，我們計劃主要通過(i)擴大用戶群及提升用戶參與度；(ii)提高變現能力；及(iii)提高運營槓桿以進一步實現我們的盈利能力。這將使我們增加收入和管理成本和開支，以達到和維持盈利能力以及正經營現金流量。詳情請參閱「業務 — 業務可持續發展」。

發售統計數據

下表所有統計數據乃基於以下假設：(i)全球發售已完成且已根據全球發售發行365,218,600股B類股份；及(ii)全球發售完成後，已發行在外4,108,194,737股股份。

	按發售價 每股發售股份 105港元計算	按發售價 每股發售股份 115港元計算
股份市值 ⁽¹⁾	4,314億港元	4,724億港元
每股股份未經審計備考經調整 合併有形資產淨值 ⁽²⁾	16.64港元 (人民幣13.92元)	17.52港元 (人民幣14.65元)

附註：

- (1) 市值按預期緊隨全球發售完成後已發行4,108,194,737股股份計算。
- (2) 截至2020年9月30日的每股股份未經審計備考經調整合併有形資產淨值經作出本招股章程附錄二所述調整按預期緊隨全球發售完成後已發行4,108,194,737股股份計算。

有關股東應佔每股股份未經審計備考經調整合併有形資產淨值的計算方法，請參閱本招股章程附錄二「A.未經審計備考經調整合併有形資產淨值表」。

上市開支

有關全球發售的上市開支主要包括包銷佣金及專業費用，估計為約人民幣582.6百萬元(696.6百萬港元)，佔全球發售所得款項總額約1.7%(假設全球發售按發售價範圍的中間價進行且並無行使超額配股權)。營業紀錄期間，我們產生上市開支人民幣23.1百萬元，已於合併損益表扣除。我們估計其餘上市開支約人民幣50.6百萬元將於合併損益表扣除，而人民幣508.9百萬元將於完成全球發售後於權益扣除。

所得款項用途

假設發售價為每股發售股份110.00港元(即所述發售價範圍每股發售股份105.00港元至115.00港元的中間價)，我們預計自全球發售收取所得款項淨額約39,477.4百萬港元(經扣除包銷佣金及與全球發售有關的其他估計開支)。我們擬按下列用途及金額使用全球發售所得款項淨額，或會視乎我們不斷發展的業務需求及不斷變化的市場狀況而更改：

- 約35%(即13,817.1百萬港元)將用於增強生態系統，包括但不限於：
 - 繼續豐富和提高我們平台內容的品質和多樣性，以吸納和維持廣大用戶群，採用的方法包括(i)鼓勵用戶在我們的平台創作內容；及(ii)發掘我們平台未滿足的用戶興趣，推廣新的內容類別；
 - 通過改進功能和服務，不斷改善用戶及業務夥伴的體驗，採取的方法包括(i)提高我們的功能及特色，開發新的互動功能及支持用戶培養粉絲；(ii)為廣告商提供更多線上營銷解決方案、形式及選擇以有效接觸目標觀眾，鼓勵提升廣告質量；及(iii)擴大我們的電商平台，為商戶提供更佳的業務管理工具，促進用戶產品發現及提升購買體驗；

- 通過線上線下的營銷和推廣活動，尤其是掌握用戶的偏好進行有目標和精準的營銷和推廣，例如應用商店廣告及與目標品牌合作，以接觸更多用戶並且促進用戶的參與；及
- 持續開發及擴大我們的產品及服務，滿足我們生態系統用戶不斷變化的自然需求，包括網絡遊戲、知識共享和其他產品及服務；
- 約30% (即11,843.2百萬港元) 將用於加強研發及技術能力，包括：
 - 在技術方面投資，提高人工智能和大數據等方面的技術實力，包括(i)繼續開發深度強化學習算法及MMU技術，以進一步提升我們的個性化推薦引擎，使我們加深對用戶偏好的了解及改善我們產品與服務的質量；(ii)擴展大數據計算引擎，處理平台日益增多的數據；(iii)投資機器學習、計算機視覺和計算機圖形處理實力，提供嶄新和吸引的內容創作工具，進一步鼓勵我們平台的內容創作和互動；及(iv)更新視頻壓縮及直播技術，以確保在各種網絡條件下的視頻質量更高、延遲更低、上載速度更快及傳輸穩定性更佳，以改善用戶體驗；
 - 不斷留任及激勵研發人才，吸引及培育人工智能及數據分析等相關領域的頂尖專家、科學家、研究人員及其他人才，以配合我們的研發工作，包括但不限於(i)開發優秀的視頻壓縮技術和大規模應用；(ii)改良我們的直播技術提高我們應用程序的表現；及(iii)優化我們應用程序的技術驅動特性和功能，例如增強現實、濾鏡及其他特效；及
 - 不斷提高我們的信息技術基礎設施(包括數據中心和雲計算帶寬)功能和規模，支持我們的生態系統及產品與服務增長；

概 要

- 約25% (即9,869.4百萬港元) 將用於選擇性收購或投資與我們業務互補及符合我們理念和增長策略的產品、服務及業務，尤其是內容、大眾娛樂和軟件方面，以提高我們的技術水平，豐富生態系統，吸引新用戶進入我們的平台，並擴大我們的產品及服務範圍等方面。我們會物色有潛力可與我們現有業務發揮協同效應的業務和資產。尤其是爭取投資可以解決我們生態系統參與者之間互動需要的產品和服務。本公司採用內部審核程序及管治政策，根據策略價值、資產或業務、潛在協同效應、財務回報、投資者權利及風險等標準，審查及評估潛在投資或收購機遇。我們並無打算使用任何部分所得款項淨額結算「豁免嚴格遵守上市規則及豁免嚴格遵守公司(清盤及雜項條文)條例 — 有關營業紀錄期間之後擬收購的公司及業務的豁免」一節所述收購的款項。截至最後可行日期，我們並無發現任何其他潛在收購目標；及
- 約10% (即3,947.7百萬港元) 將用作營運資金及一般企業用途。

倘若我們自全球發售的實際所得款項淨額高於或低於上述估計，我們將按比例增加或減少就上述用途分配的所得款項淨額。

經扣除包銷費、佣金及我們就全球發售應付的估計開支後，我們預計將收取全球發售所得款項淨額約41,276.0百萬港元(假設發售價釐定為每股發售股份115.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的上限)、約37,678.9百萬港元(假設發售價釐定為每股發售股份105.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的下限)及約39,477.4百萬港元(假設發售價釐定為每股發售股份110.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的中間價)。

概 要

假設超額配股權獲悉數行使，經扣除包銷佣金和本公司應付的估計相關費用，我們預計收取的所得款項淨額合計為(i)47,022.8百萬港元(假設發售價為每股發售股份115.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的上限)，(ii)44,974.4百萬港元(假設發售價為每股發售股份110.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的中間價)及(iii)42,926.0百萬港元(假設發售價為每股發售股份105.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的下限)；我們亦預計期權授予人根據全球發售出售購股權股份的所得款項淨額為(i)458.2百萬港元(假設發售價為每股發售股份115.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的上限)，(ii)438.3百萬港元(假設發售價為每股發售股份110.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的中間價)及(iii)418.4百萬港元(假設發售價為每股發售股份105.00港元，即本招股章程所述指導發售價範圍的下限)。我們不會收取期權授予人根據超額配股權出售購股權股份所得款項淨額。

倘若全球發售所得款項淨額未立即用於上述用途或我們未能如預期進行任何部分計劃，則我們會在獲授權的持牌銀行以短期計息賬戶持有該等資金。

倘若上述所得款項用途出現任何重大變動，我們將刊發公告(如有必要)。