

近期快手-W(1024.HK)股價走勢強勁，上周累計漲幅超過 25%。基本上快手-W(1024.HK)旗下的可靈 AI 近期取得突破性進展，其 1 月全球訪問用戶數環比增長 113%，反映出強大的用戶吸引力和技術競爭力。認為快手-W(1024.HK)作為人工智慧領域尚未被充分挖掘的受益者，其可靈 AI 在視頻生成模型方面已處於行業領先水準，且這種技術優勢正快速轉化為商業價值。此外，可靈 AI 推出的新功能進一步提升了內容創作效率，降低了創作門檻，從而推動了平臺用戶活躍度和廣告轉化率的提升。對快手-W(1024.HK)未來股價如何看？其第四季度業績預期如何？

快手股價表現強勁，旗下可靈 AI 用戶數激增，未來股價如何看？

受一系列利好消息刺激，快手-W(1024.HK)上周股價漲幅顯著超過 25%。快手-W(1024.HK)上周的上漲有以下幾點原因：首先，快手-W(1024.HK)的 AI 產品近期取得了顯著進展，其可靈 AI 全球月訪問用戶數環比增長 113%，顯示出強大的用戶吸引力和技術競爭力。此外，可靈 AI 推出的新功能（如“多圖參考”和“創意特效”）進一步提升了內容創作效率，降低了創作門檻，推動了平臺用戶活躍度和廣告轉化率的提升。

其次，快手-W(1024.HK)的電商業務持續表現強勁，在運營數據上快手-W(1024.HK)的用戶數據也在保持穩定增長。2024 年，快手-W(1024.HK)電商業務表現亮眼，雙 11 期間成交破百萬的直播間超過 1300 個，全平臺賣家數量同比增長超 200%，泛貨架 GMV 同比增長 128%。此外，快手-W(1024.HK)在巴西上線的電商平臺 Kwai Shop 訂單量暴增 13 倍，顯示出其在國際市場的強勁增長潛力。電商業務的高增長不僅提升了公司的營收，也為股價提供了有力支撐。在運營數據方面，2024 年 Q3，日活躍用戶（DAU）達到 4.08 億，月活躍用戶（MAU）達到 7.14 億，用戶平均使用時長為 132.2 分鐘，這種高用戶粘性和龐大的用戶基礎為公司的廣告和電商業務提供了堅實的基礎。

從行業層面來看，港股市場整體的科技股表現強勁，快手-W(1024.HK)作為行業內的標杆標的，受益於市場對科技股的信心回升。此外，政策對“人工智慧+”的支持也推動了相關概念股的市場反應，快手-W(1024.HK)作為 AI 應用的受益標的，受到了市場的關注。



圖一：快手-W(1024.HK)股價情況



資料來源：Wind，公司財報

➤ 可靈文生視頻能力行業領先，商業化潛力和主業賦能值得關注

可靈 AI 在視頻生成技術方面處於行業第一梯隊。其最新升級的 1.6 版本在內部評測中表現優異，整體效果較 1.5 版本提升 195%。根據穀歌的 Veo2 技術報告，快手-W(1024.HK)旗下的可靈 AI 在處理複雜任務時的表現優於 OpenAI 的 Sora，展現出強大的技術能力。可靈 AI 依託深度學習和生成對抗網路 (GAN) 等先進技術，可靈 AI 能夠生成長達 2 分鐘、1080p 解析度的高清視頻，支持多種寬高比，具備出色的圖像處理和生成能力，並能與其他維度的內容 (如文本、音頻等) 實現無縫融合，從而顯著提升用戶體驗。根據第三方數據，在主流文生視頻模型測評中，可靈僅次於穀歌的 Veo2，顯示出深厚的技術實力。



圖二：可靈 AI V1.6 升級模型情況



資料來源：公司官網

在商業變現和場景應用探索方面，可靈 AI 的表現令人矚目。截至 2024 年 9 月，可靈 AI 的月活躍用戶已超過 150 萬，並成功實現了單月流水超過千萬元人民幣的商業成就。這一成績不僅展現了其在用戶體驗和功能效用上的成功，也體現了快手-W(1024.HK)在商業模式創新上的強大實力。可靈 AI 通過與多個知名企業的合作，如伊利、vivo、聯想等，積極探索多樣化的商業應用，為品牌方帶來了新的行銷方式。例如，可靈 AI 生成的廣告素材在快手-W(1024.HK)平臺上的單日消耗峰值已達 2000 萬元，顯著提升了廣告主的投放效率和內容吸引力。

具體來說，在 To C 業務上，可靈 AI 推出了分層付費的會員體系，包括黃金、鉑金和鑽石三個會員級別，以滿足不同用戶的需求。這一模式不僅為用戶提供更多樣化的服務選擇，還有效推動了平均用戶收入 (ARPU 值) 的增長。會員用戶可以輕鬆生成高質量的視頻內容，顯著提升創作效率。例如，黃金會員每月可獲得 660 靈感值，鉑金會員 3000 靈感值，鑽石會員 8000 靈感值，分別可生成約 66 個、300 個和 800 個高性能視頻。在 To B 業務上，可靈 AI 通過開放 API 介面，支持開發者定制廣告素材，為企業提供視頻生成、圖像生成和虛擬試穿等功能模組。例如，某美妝品牌使用可靈 AI 後，廣告點擊率提升了 28%。此外，電商商家利用 AI 模特功能和產品展示視頻生成工具，大幅降低了拍攝成本，同時提升了經營效率。例如，服裝類商家通過 AI 模特功能，拍攝成本降低約 70%，轉化率提升 15%-20%



圖三：可靈 AI 不同會員服務收費情況

套餐名稱	價格	單價	折扣	單月次數	有效期	支持功能	并发数
试用资源包	¥59.99	-	-	100	30天	支持文生视频、图生视频、视频延长	3
套餐一 · 3个月	¥30000	¥10000/月	-	10000	30天	支持文生视频、图生视频、视频延长	5
套餐二 · 3个月	¥40500	¥13500/月	直降10%	15000	30天	支持文生视频、图生视频、视频延长	5
套餐三 · 3个月	¥48000	¥16000/月	直降20%	20000	30天	支持文生视频、图生视频、视频延长	5

資料來源：公司官網

在大模型賦能方面，快手-W(1024.HK)自主研發的推薦大模型和視覺理解大模型有望顯著提升內容推薦、廣告投放以及電商領域人貨匹配的精准度。這些技術優勢將逐步在業績層面顯現，進一步優化主業運營效率。可靈 AI 在快手-W(1024.HK)核心業務中的賦能作用表現卓越，大幅提升了廣告和電商業務的效率與效果。

在廣告業務中，可靈 AI 生成的廣告素材在快手-W(1024.HK)平臺上的表現極為出色，單日消耗峰值高達 2000 萬元人民幣。這不僅增強了廣告內容的創意性和吸引力，還有效縮短了行銷素材的生產週期。在電商業務中，農村主播借助可靈 AI 一鍵生成帶貨短視頻，單條視頻的製作時間從 3 小時大幅壓縮至 10 分鐘，粉絲增速提升了 2 倍。這顯著提高了內容生產效率，助力中小品牌和產業帶商家更好地利用快手-W(1024.HK)平臺開展銷售。

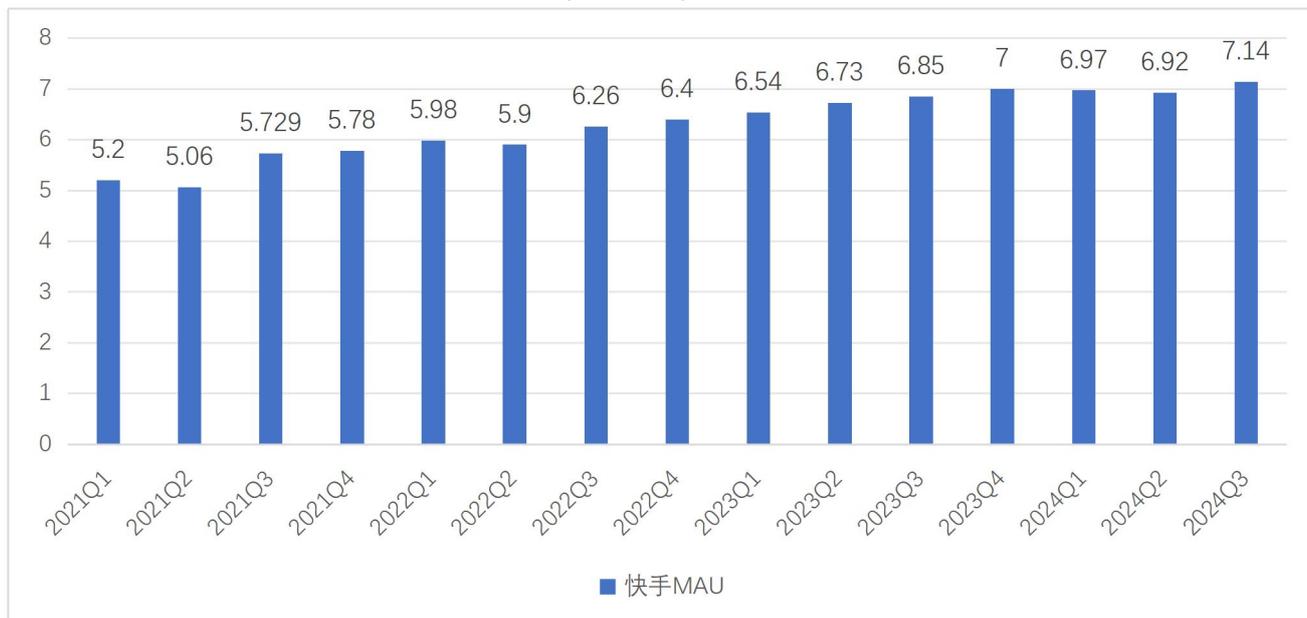
可靈 AI 在技術迭代和功能創新上持續發力，不斷推出新功能，如“多圖參考”“創意特效”“運動筆刷”等，這些功能提升了創作的精細化程度和操作自由度，滿足了不同場景下的創作需求。它們不僅優化了用戶體驗，還擴大了受眾覆蓋範圍，推動了內容的破圈傳播。此外，快手-W(1024.HK)積極接入外部研發的大模型能力，旗下剪輯軟體快影已正式接入 DeepSeek-R1 滿血版，這一技術整合不僅為快影帶來了八大 AI 智能剪輯功能，還顯著降低了創作門檻，提升了創作效率和品質。例如，在文案成片上，創作者僅需輸入文案，即可通過 AI 匹配畫面，快速生成短視頻。在小說內容生成方面，將創意思法快速轉化為小說內容，並一鍵生成小說視頻。



➤ 主營穩健，流量端表現強勁

快手-W(1024.HK)在流量端的表現十分出色，核心用戶指標同比和環比均實現顯著增長。2024 年第三季度，快手-W(1024.HK)應用的日活躍用戶 (DAU) 達到 4.08 億，月活躍用戶 (MAU) 達到 7.14 億，分別同比增長 5.4%和 4.3%，DAU/MAU 比率達到 57.1%。DAU 創下歷史新高，顯示出平臺在用戶增長上的強勁動力。此外，每位 DAU 的日均使用時長達到 132.2 分鐘，同比增長 7.3%，表明用戶對平臺的粘性不斷增強。日均直播及短視頻播放次數接近 1100 億次，進一步印證了平臺內容的吸引力和用戶活躍度。

圖四：快手-W(1024.HK)每個季度 MAU 情況



資料來源：快手-W(1024.HK)季度財務報告

認為快手-W(1024.HK)在流量端的表現強勁，用戶增長與活躍度的持續提升為其核心業務的穩定發展提供了有力支撐。通過深化高質量用戶增長策略，快手-W(1024.HK)在提升商業化能力的同時，也注重用戶體驗的保護，這種平衡策略有望推動平臺在長期內實現可持續發展。預計 2024 年第四季度快手-W(1024.HK)的平均 DAU 將同比增長 4-5%，人均單日使用時長預計將維持在高位，約為 125 分鐘左右。儘管短視頻行業競爭激烈，快手-W(1024.HK)依然能夠通過優化內容生態和用戶體驗，保持穩健的用戶增長態勢。

*電商業務增長態勢健康，Q4 增長預期樂觀

2024 年第三季度，快手-W(1024.HK)電商業務持續增長，GMV 達到 3342 億元，同比增長 15.1%。其中，短視頻電商 GMV 同比增速超過 40%，顯示出內容驅動的電商模式的強大潛力。同時，泛貨架電商 GMV 占比進一步提升至 27%，表明用戶在快手-W(1024.HK)平臺上的消費行為更加多元化。



供給端來看，2024年第三季度快手-W(1024.HK)電商月均動銷商家數量同比增長超過40%，其中新入駐商家數量同比增長超過30%。這一增長主要得益於公司持續推動的“鬥金計畫”“啟航計畫”和“扶遊計畫”等新商家策略，這些計畫為新商家提供了流量扶持、運營指導和商業變現支持。需求端來看，2024年第三季度快手-W(1024.HK)電商月活躍買家數同比增長12.2%至1.33億，環比有所提升。這一增長得益於公司圍繞新用戶的成長階段設計的多元化行銷玩法，有效提升了用戶的購買意願和轉化率。

預計2024年第四季度，公司GMV同比增長超過12%，是電商備金同比增長超15%，認為隨著電商生態的持續優化和用戶活躍度的提升，快手-W(1024.HK)電商有望繼續保持強勁增長態勢。整體來說，快手-W(1024.HK)電商業務在2024年第三季度表現強勁，供給端和需求端均實現顯著增長。隨著商城場景的推進和雙11大促的成功以及快手-W(1024.HK)持續優化的商家扶持策略和用戶體驗提升，預計第四季度GMV將繼續保持快速增長，並且快手-W(1024.HK)電商有望在長期內實現更高的市場份額和商業價值。

*外迴圈廣告增長強勁，內迴圈廣告增長穩健

2024年第三季度，快手-W(1024.HK)的線上行銷服務收入同比增長20.0%，達到176億元。這一增長主要得益於外迴圈廣告的強勁表現，尤其是在傳媒資訊、電商平臺和本地生活等領域，行銷消耗顯著增加。具體來看，2024年第三季度，外迴圈廣告收入同比增長超過30%，其中短劇行銷消耗同比增長超過300%，內迴圈廣告則表現穩健，月活躍投流商家數量同比增長超過50%，與電商GMV增速同步。

認為快手-W(1024.HK)外迴圈廣告業務增長有幾個原因：一是行業復蘇與需求增加：隨著經濟環境的改善，廣告主對行銷投放的需求逐漸恢復。快手-W(1024.HK)在外迴圈廣告領域，特別是在傳媒資訊、電商平臺和本地生活等行業，實現了顯著的行銷消耗增長。二是廣告產品的優化：快手-W(1024.HK)通過全站推廣、智能託管、短引和全自動投放UAX等產品手段，不斷提升廣告投放效果和效率。這些優化措施幫助廣告主實現了更高的ROI，從而增加了廣告投放預算。三是AI技術的應用：快手-W(1024.HK)在廣告業務中積極運用AI技術，從素材的生產、理解、分發到承接，提供全鏈路的解決方案。2024年第三季度，快手-W(1024.HK)AIGC行銷素材日均消耗達2000萬元，顯著提升了廣告內容的吸引力和轉化率。

展望第四季度，快手-W(1024.HK)的外迴圈廣告業務預計將延續強勁增長勢頭，進一步推動廣告收入提升。具體來看，預計外迴圈廣告將繼續保持良好的增速，帶動廣告收入同比增長約15%。同時內迴圈廣告收入增速預計將與電商GMV增速保持一致，展現出穩健的增長態勢。總體來看，廣告業務作為快手-W(1024.HK)收入的核心驅動力，將繼續為公司整體業績增長提供有力支撐。



整體來說，快手-W(1024.HK)憑藉其獨特的內容生態和龐大用戶基礎，在人工智慧領域的佈局使其成為中國科網板塊中一個被低估的受益者。公司不僅在 AI 技術的應用上取得顯著進展，更在商業化方面展現出巨大潛力。隨著 AI 技術的持續深化，快手-W(1024.HK)有望在廣告、電商等核心業務領域進一步釋放商業化價值。認為快手-W(1024.HK)的下一個重要催化劑將是 2024 財年第四季度財報，屆時管理層預計將披露人工智慧對快手-W(1024.HK)核心應用及可靈大模型影響的最新進展。對於第四季度業績，快手-W(1024.HK)有望延續強勁增長勢頭，延續其在 AI 賦能下的業務拓展和商業化突破。認為在人工智慧技術的帶動下快手-W(1024.HK)第四季度收入有望同比增長 10%至 364 億元，經調整淨利潤有望增長至 45 億，2025 年全年經調整淨利潤有望達到 200-220 億元。考慮到快手-W(1024.HK)AI 技術佈局帶來的估值提升以及同行業可比公司估值情況，給予公司 25 年 15 倍 PE，公司的市值有望達到 3200 億-3600 億港元這個區間，對比公司目前的 2741 億港元市值有 17%-30%左右的上漲空間。

免責聲明：本報內容所提供資料所述或與其相關的任何投資或潛在交易，均受限於閣下司法轄區適用的法律及監管規定，而閣下須單獨就遵守該等法律及監管規定負責。本報內容僅供參考，不構成任何投資建議。本公司對所提供的財經資訊已力求準確，但對其中全部或部分內容的準確性、完整性或有效性，不承擔任何責任或提供任何形式保證。如有錯失遺漏，本公司恕不負責。另請注意證券與虛擬資產價格可升可跌，尤其虛擬資產的風險極高，投資者應對有關產品保持審慎及自行承擔投資風險。

