

2024 快手电商 体验报告



前言	3
----	---

第一部分	创新举措提升消费体验	5
01	用户保障服务质效双升	6
	全年超4亿笔订单提供售后主动保障	7
	退货退款不用等	8
02	特色权益与区域服务创新	9
	冰淇淋和榴莲也能包退	9
	区域服务创新	10

第二部分	助力中小商家、达人成长	12
01	让新商赢在起跑线上	13
	新增近800个“0元开店”类目	13
	千亿流量支持新商启航	14
	让中小商家也能日进斗金	16
02	AI提效降低中小商家经营成本	17
	磁力开创	17
	女娲数字人直播	17

	数字员工智能Bot	18
	一站式智能推广和智能内容生产	18
	快手生意通全新升级	19
	快语客服工作台	20
03	持续兴农和赋能产业带商家	22
	兴农计划	22
	快手优选	23
第三部分	营商环境优化及长效治理	25
01	给商家达人经营减负	26
	避免“仅退款”一刀切	26
	减少经营阻断，增加合规提醒	27
02	长效治理打击违规行为	28
	品控从源头拦截风险	28
	不正当营销治理有效性提升	29
	保护知识产权打击售假	32
结语		33

前言

2023年，快手电商全年GMV达1.18万亿元。5年时间，快手电商GMV迈入万亿规模。

以信任电商为底色，以用户为先为牵引，快手电商在2024年稳扎稳打。财报数据显示，2024年第三季度，快手迎来了DAU破4亿的重要里程碑，平均日活跃用户达4.08亿，平均月活跃用户达7.14亿，二者均创历史新高，电商月活买家数同比增长12.2%达1.33亿；快手电商前三季度GMV达9276亿元，已近万亿。

当一个电商平台年GMV规模突破1万亿的时候，这意味着平台已经成为行业中一个重要的参与方。如何为用户提供更好的消费体验，如何为平台内的经营者创造更好的经营体验，是包括快手电商在内的电商平台始终需要思考并求解的重要课题。

2024年，围绕用户消费体验提升、中小商家成长赋能，快手电商持续进行生态体系的专项治理和长效建设，在用户权益保护、规则透明化、新商冷启助力、中小商家经营扶持、AI赋能商家提效等诸多方面进行优化和创新。

用户体验提升方面，在售后和物流两大场景持续丰富用户权益保护举措的基础上，进一步推出“极速退款”“闪电退货”等提效举措，从售前到售后实现全流程保障，极大提升了用户的购物体验。同时，快手电商围绕行业特点，打造“包退系列”特色权益，针对棒冰、冰淇淋等生鲜商品推出“化了包退”，围绕榴莲房数设计“少房包退”等创新服务，不断完善和构建覆盖多品类、多场景的权益保障体系，这些举措都在不断增强用户信任感。

用户服务提升方面，推出“西北集运”服务，通过中转仓模式解决新疆等偏远地区的物流难题，不仅为偏远地区消费者提供了更快速的物流服务体验，也为区域经济注入了新活力。同时，上线“小时达”服务，覆盖全国300余城市，为用户提供最快1小时送达的极致服务体验。

前言

商家达人是快手电商为用户提供“好内容+好商品”最重要的合作伙伴。商家经营体验提升方面，快手电商在2024年年初优化了“仅退款”条款，给予商家达人更多场景选择和售后服务自主性；推出“新商启航计划”“斗金计划”等政策，为商家提供从流量扶持、工具优化到成长激励的全周期支持。同时，快手通过推出智能推广工具、“快语客服工作台”等创新产品，帮助商家，尤其是中小商家提升经营效率，降低运营成本。

以打造更加健康、公平、有序的电商生态为目标，快手电商还持续深入开展了多项专项治理行动，通过技术驱动和规则创新，加强平台对重点商品的风险管理，完善“假货治理”、“三品一械专项治理”、“化妆品与3C商品合规校验”等工作，其中假货智能识别技术全面拦截风险商品超11万件，有效保护了用户权益。此外，针对虚假宣传、剧本炒作等违规营销行为，进行专项治理，举报率同比持续下降。

本报告将围绕“创新消费体验”“助力商家成长”“优化营商环境”三大方向，详细解析2024年快手电商在用户体验和经营者体验优化方向的新举措、新尝试，也期待快手电商“以信任为核心”构建生态系统的持续探索，能够给已经发展了25年的中国电商行业带来新的补充和新的启发。



第一部分

创新举措 提升消费体验

2024年Q3财报数据显示，快手电商月活跃买家数增长至1.33亿。

随着用户数量的破亿和不断增长，也对用户的消费体验提出了更高要求。

2024年，快手电商坚守“用户为先”的核心理念，对用户保障服务进行了全面且深入的升级，旨在为用户打造一个从售前咨询到售后服务，全方位、高效、无忧的购物体验。

01 用户保障服务质效双升

全年超4亿笔订单提供售后主动保障

为了进一步提升用户的购物满意度和信任度，快手电商特别推出了平台主动保障服务，这一创新举措在多个关键场景，如劣质商品、物流异常及商家售后处理不积极时，发挥了重要作用。

每逢大促，是检验平台用户体验的关键时期，基于全链路体验数据反馈，快手电商可以迅速主动介入进行售后保障，高效响应用户发起的包括自动审核、处理退款等请求，确保用户问题能够及时得到处理。

这一年，该服务成功覆盖了

超4亿笔订单

特别是在双11这样的购物高峰期，
平台主动保障的规模
同比2023年

增长7.6倍

提升了在大流量、高并发场景下的处理能力和对用户的负责态度。

通过平台主动保障服务，快手电商为用户营造了一个更加安全、可靠的购物环境，让用户在享受购物乐趣的同时，也能感受到平台的专业与贴心。

01 用户保障服务质效双升

退货退款不用等

在快手电商的用户保障服务升级中，效率是不断优化的一个重要方向，这一年，极速系列服务更加完善。



快手电商推出了闪电退货服务，实现了7天无理由退货的自动同意和处理。这一举措显著缩短了退货退款的处理时长，

时长相比之前 **减少了35%** ↓

日均覆盖的订单数达到了 **78万笔**

这意味着每天都有大量的用户能够享受到快速、便捷的退货退款体验。



针对未发货订单，快手电商推出了极速退款服务。该服务大幅缩短了退款时长，

相比之前 **减少了72%** ↓

用户满意度环比 **上涨10%** ↑

得到用户的进一步认可。



2024年，晚发立赔服务将范围从发货扩大到了揽收环节。

如果商家未能在承诺的时间内完成揽收，用户将获得相应的赔付。

晚发立赔服务全年赔付金额超过了 **1亿元**

同比2023年 **增长了27%** ↑

02 特色权益与区域服务创新

除了覆盖全量用户的体验服务之外，近年来，快手电商不断在体验方面精耕细作，发掘用户需求并针对不同行业、不同地区乃至季节性的商品进行服务创新。

冰淇淋和榴莲也能包退

过往，包退系列已经推出了一系列特色权益和服务，在美妆、生鲜等多个行业获得用户认可和好评。

2024年，针对时令消费热点推出更加针对性的创新服务，进一步提升用户的信任感和购物体验，让用户敢买敢下单。

包退家族新成员 化了包退

针对夏季冰淇淋、棒冰等易融商品，快手电商推出了化了包退服务。

该服务商品

种类覆盖率达到**92.5%**

为**超过2300种**商品提供保障。

包退家族新成员 少房包退

针对榴莲这一消费热点商品，

快手电商推出了**少房包退**

服务，商家对榴莲房数这一商品特性做承诺保障，支持用户个性化需求。

02 特色权益与区域服务创新

包退系列权益除了新成员之外，原有的过敏包退、坏了包退等服务都进一步进行了升级，覆盖行业和类目应开尽开。

商家的履约时效由**48小时**调整为**24小时内响应**

以过敏包退为例，权益升级后，用户满意度**提升幅度达10%**

此外，针对优质用户，平台也给予了更多信任和保障，行权成功率提升至84%以上，增强用户的权益保障感。

区域服务创新



2024年3月，针对新疆等偏远地区，快手电商与顺丰速运、中通、申通联合推出了西北集运服务。通过中转仓模式优化物流，为新疆地区用户提供了包邮服务，降低了他们的购物成本。

2024年开通西北集运服务的商家**近38万个**
带动新疆地区新买家数**增长超过70%**

据悉，该服务后续还将覆盖更多西北地区。

02 特色权益与区域服务创新



2024年9月，iPhone 产品上新期间，快手电商推出了小时达服务，采用O2O模式支持Apple等高端数码产品的小时达配送。

该服务覆盖了300余个城市，最快可实现1小时送达，超出配送范围顺丰次日送达。



该服务是快手在小时达业务上的首次尝试，也为后续的同类业态提供了非常好的商业范例和业务模式参考，极大地提升了用户的购物体验。



第二部分

助力中小商家、 达人成长

快手电商在2024年持续加大对新商、中小商家和达人的扶持力度。

通过一系列政策扶持与经营工具升级，助力商家和达人在平台上实现快速成长和业务突破。

01 让新商赢在起跑线上

新增近800个“0元开店”类目

为了帮助更多中小商家零门槛、低成本开启店铺经营，快手电商持续扩展“0元开店”的商品类目。

所谓“0元开店”

是指针对限定店铺类型、限定类目推出的“免保证金”开店权益，

商家通过0成本的“先试运营”获得收益后，再补缴保证金。

2024年，快手电商
“0元开店”

权益覆盖范围

新增近800个

细分小行业

超69%类目

支持0元开店

为商家节约开店成本

11.5亿元



此外，2024年下半年，还上线了扶持中小达人及新达人经营成长的“保证金优惠”政策及“开播有奖”计划，进一步降低达人经营成本和门槛，在此前200元、500元、1000元三个档位基础保证金的基础上，大幅下调保证金额度，

部分无违规单记录的达人可免缴基础保证金，实现0元带货；已缴纳保证金的达人，也可按照新政策规则申请相应的退款。

01 让新商赢在起跑线上

千亿流量支持新商启航

“新商启航计划”

是快手电商2024年针对优质新商推出的成长激励计划，

全年拿出 **10亿** 流量

从入驻到成长全方位对新商家达人进行策略助力。

具体权益

优质流量
扶持



数据工具
赋能



多场域
助推



平台推出阶梯式任务帮助新商家达人完成经营冷启动，不同阶段任务对应不同层级奖励。

商家达人可在“快手小店生意通”查看奖励流量等数据并及时调整经营动作。

此外，商家达人还可以获得短视频、直播间双场域流量助推，优质内容额外获得更多推荐。

快手电商

新商启航计划

新商冷启动瓜分1000亿优质流量

什么是启航计划

「新商启航计划」是快手电商2024年推出的优质新商成长激励计划，全年计划拿出1000亿级流量，从入驻到成长全方位进行流量策略助力新商家成长，帮助新商家在快手平台成功冷启动，助力新商家长期稳定经营。

启航计划的权益

优质流量扶持
官方政策扶持奖励丰厚；阶梯式任务帮助新商家完成经营冷启动

数据工具赋能
商家可在「快手小店生意通」查看奖励流量等数据，及时调整经营动作

多场域助推
短视频、直播间双域流量助推，优质内容将额外获得更多推荐

参与门槛

- 新商家在首次经营行为后，90天内可享新商冷启动扶持
- 面向有营业执照的新商家
- 基础条件限制
 - 满足平台的商品分≥4.4或口碑分≥4.4
 - 有真人出镜，无平台违规处罚

奖励任务说明

基础任务

阶段	任务	奖励
首次开播	首次电商直播达2个小时	首次开播至少可获得6000流量
开播首周	累计电商直播10小时 累计电商直播3天	首周开播最多可奖励15000流量
首周90天内	开播首月累计电商直播20小时 开播首月累计电商直播8天	每周可瓜分3亿流量，开播越多，瓜分流量越多，单直播周可得百万流量

大场扶持

- 面向商家：在快手首次经营90天内的商家，且过去30天直播间GMV峰值>2万元，且单场直播间动销商品数>5个
- 任务奖励：完成任务可每日瓜分2亿流量

*商家任务与奖励以实际活动为准

01 让新商赢在起跑线上

事实上，已经有不少商家从新商启航计划中受益。

商家 “盘锦柏氏大米”

参与新商启航计划

首周获得**超百万**流量

入驻快手第5个月的

月GMV即**超200万**

商家 “双星特卖店”

参与新商启航计划

首周平台奖励流量占比**超40%**

入驻快手第5个月的

月GMV**超150万**



01 让新商赢在起跑线上

让中小商家也能日进斗金

“斗金计划”

斗金计划是快手电商自2023年起推出的面向新入驻商家的扶持政策，每个季度会进行优化和调整，该计划为新商家开播激励政策。

具体根据

商家直播时长/天数

直播间涨粉数

挂车短视频发布数/涨粉数

店铺累计发布商品数

等指标达成情况，给予相应的直播曝光和短视频曝光奖励。

2024年，不少新商家通过斗金计划拿到了激励，并在首次双11中拿到了更多成绩。

工厂老板周勇从事服装行业十几年时间，2024年4月，周勇携团队入驻快手电商，开设店铺**“大漂亮微胖定制女装”**

主要服务30-40岁的女性用户，以针织衫为主营类目。



通过斗金计划，商家自入驻以来累计获得7.1万元GMV返点激励和对投激励，入驻首月的GMV超过60万。

2024年是“大漂亮微胖定制女装”首次参与快手双11活动，在双11大促期间的GMV超过300万，直播间销量相比大促前有50%的提升。

02 AI提效 降低中小商家经营成本

磁力开创

磁力开创是快手推出的一站式视频创意生产平台，它通过快手AIGC智能化生产能力，帮助客户提高生产效率和丰富创意素材供给。

这个平台主要面向素材需求量大、人力成本高的快手广告主和代理商，通过AIGC技术，可以自动生成创意丰富的脚本，减轻创意负担，同时保持广告素材的高质量和吸引力。

女娲数字人直播

女娲数字人直播是快手官方推出的AI数字人无人直播解决方案，专为广告主打造，旨在

- ◎简化数字人直播流程
- ◎降低运营成本
- ◎提升转化效率

它能够24小时不间断直播的能力，降低中小商家开播门槛和成本。



02 AI提效 降低中小商家经营成本

数字员工智能Bot

针对在短视频、直播和私信等互动场景中，品牌方可能存在客服人手不足、咨询无人回应导致错失商机的问题，快手还推出了数字员工产品智能Bot，以提高效率和降低成本。

智能Bot能够自动识别用户的问题，并迅速调用相关答案生成音频、文字或直接展示相关素材和表单，从而减少客户等待时间并提升转化率，全程无需人工介入。

这些能自主学习行业知识的数字员工目前**单日服务用户数为22万**

一站式智能推广和智能内容生产

快手电商2024年针对中小商家的运营体验优化，进行产品升级，上线流量奖励智能推广功能，降低流量奖励使用门槛。商家在后台一键开启该功能后，系统将帮助商家智能使用流量奖励，并推广至直播间和短视频两大场域，实现从流量发放到自动使用的“一站式”提效。

在内容生产层面，快手小店直播切片功能新增“直播切片托管功能”，集成切片智能生产和自动发布的授权，可自动剪辑商品讲解、直播爆品、直播引流三类片段。

商家可以根据自身需求，选择智能生产或者智能剪辑发布的授权托管服务，提升商品内容的曝光率和销售转化率。

02 AI提效 降低中小商家经营成本

快手生意通全新升级

为助力平台商家高效备战双11大促，获得可预期的经营增长，2024年，生意通进行了全方位升级。

涵盖三大经营场景



盘流量



盘商品



盘活动

提供全周期支持



前期蓄水



大促爆发



后期复盘



在经营洞察层面，快手生意通支持商品多场景、多维度分析需求，提供商品库存实时预警功能；



大促大屏和大促作战室两大数据产品助力商家监控大促经营表现、洞察爆品机会、追踪行业热趋；



直播流量诊断功能可对整场直播流量进行诊断复盘，定位流量异动原因，提出解决方案。

02 AI提效 降低中小商家经营成本

快语客服工作台

快手电商客服平台升级为“快语客服工作台”，商家可通过“快语”高效处理买家的售前和售后问题，进一步提升用户满意度和店铺经营效率。升级后的“快语客服工作台”拥有客户接待、智能服务、数据服务等核心产品功能。

作为快手电商的一站式客服平台，“快语客服工作台”首次对外展示官方IP形象“快语”，其整体形象为卡通机器人，以蓝、白、黄作为主色，面部以“智能显示屏”的造型体现客服的智能化，头顶以“闪电”的造型传递快速响应的服务理念。

快语

大家好，我是快语，你们的智能客服伙伴。我虽然长得萌，但工作从不“懵”。头顶的小闪电，代表我“快如闪电”的响应速度。

我的能力超全，客户接待、智能服务、数据服务……样样精通，随时协助商家朋友们解决消费者的售前售后问题。

让我们携手同行，做消费者安心购物的守护者。



02 AI提效 降低中小商家经营成本

在智能服务方面，快语具备智能机器人辅助接待能力，通过提供更为全面完整的行业知识和更为精准的算法语义理解，帮助商家根据消费者常见问题，灵活配置自动回复话术，高效解决消费者高频问题。

官方数据显示，2024年以来，快手电商客服平台

已累计服务商家**超过280万**

累计接待用户**1.3亿人次**

与此同时，商家的客服接待能力持续提升

商家客服的“三分钟响应率”

平均保持在**85%以上**

客服“人工平均响应时长”

低于46.8秒

消费者对客服的“好评率”

平均在82%以上

03 持续兴农和赋能产业带商家

兴农计划

快手电商2024年推出的“兴农计划”已与海南、山东、云南、广西等多个果蔬产业带建立了深度合作关系，通过提供流量与现金补贴、降低入驻门槛、新农人培训、品牌标签打造等，助力区域农业高质量发展。



作为快手电商的重要项目之一，在兴农计划的推动下，果蔬订单量同比增长49%，不仅帮助农民实现了增收，也让更多用户享受到了新鲜、优质的农产品。

此外，快手电商还开展了产业带溯源活动，覆盖了10大重点产地，进一步提升了农产品的品牌知名度和市场竞争力。

《2024快手电商果蔬行业半年度洞察报告》显示：

- 近半年，海南芒果订单量突破突破400万单，同比增长超20%；
- 四川桔橘订单量超90万，同比增长超410%；
- 云南芒果订单量达130万，同比增长超790%，一众区域农业品牌实现高速增长。

03 持续兴农和赋能产业带商家

快手优选

快手电商2024年启动“快手优选”项目，采用新的业务模式，即销售托管。

商家负责供货、发货、
售后等环节，

平台解决线上运营和销
售问题。



销售托管模式可以更好地帮助不擅长经营快手的商家获得确定性的销量。

相较于商家自主运营，快手优选项目选择了平台代运营业务模式。代运营业务模式下：平台通过流量整合及规模化运营，向商家提供确定性的销售渠道和销售链路，降低商家在快手的经营成本。

此外，依托平台全面销售数据，快手电商可以更清晰地识别平台中有爆款潜质的类目、单品，从而提升选品和定价环节效率。在商品销售链路中，平台完成选品、运营等相关工作，生产、发货、售后等其他环节由商家负责。

03 持续兴农和赋能产业带商家

快手优选

为了鼓励更多产业带商家、品牌商家与快手优选合作，快手电商也推出了系列流量扶持政策，定向帮助商家提升销量。

参与“快手优选”的商家可以一次性进入爆款池，享受全域流量扶持。



快手优选商家还有机会进入快手小店官方直播间，获得免佣扶持以及搜索资源支持。





第三部分

营商环境优化 及长效治理

2024年，快手电商坚持扶优打劣，在严格打击假冒伪劣商品以及经营者欺诈行为的同时，在规则体系方面做了很多策略迭代和优化。

为守法合规的经营者减负，为优良经营者提供确定性增长，携手平台内的经营者一起为用户提供好内容、好商品和好服务，共建信任电商生态。

01 给商家达人经营减负

生态治理一直是平台信任体系建设的核心环节，在2024年，快手电商通过规则策略迭代和优化，显著提升了平台治理的透明度，在为平台内的经营者降低经营门槛和经营成本的同时，也为经营者创造了一个更加公平、有序的营商环境。

避免“仅退款”一刀切

2024年4月，快手电商对《快手小店售后服务管理规则》做了全面升级，其中对“坏了包退”、“破损包退”、“退款不退货”、“仅退款”等多个售后场景都进行了优化和细则迭代。

因此，12月，快手电商正式下线含有“退款不退货”的产品标识，由《快手小店售后服务管理规则》系统性覆盖这些售后服务场景。这一调整一方面意味着“仅退款”不再一刀切做直接赔付，为商家达人减轻经营负担，另一方面是平台进一步减少对于此类场景的干预，将更多自主判定权留给商家达人。

此外，规则中对于“仅退款”也有更多具体场景分层处理：

如商家在审核环节判断无需用户返回商品即可退款，可以直接操作同意，系统将退款给消费者；

如商家审核不通过，商家需要提前与用户进行沟通，在用户知晓情况下方可操作，审核不通过的用户仍可重新提交新的售后服务申请。

01 给商家达人经营减负

减少经营阻断，增加合规提醒

对于首次轻微违规的经营者，调整为先给予警告，并提供改正的机会，而不是直接进行处罚，以避免不必要的经营阻断，同时，对于部分轻微违规行为，不再设违约金处罚。

此外，对于直播场景下，新商和中小商家达人由于口误或对规则不熟悉造成的轻微违规行为，平台会在经营者再次开播前针对违规行为进行弹窗提醒，以帮助经营者更好地改善和提升合规经营的能力。

02 长效治理打击违规行为

“好内容+好商品”是快手电商的核心战略。在围绕内容和商品构建的商业生态中，2024年，快手电商针对“重点商品”和“虚假宣传”等问题多次开展专项治理行动，长效打击违规行为和违规经营者，持续提升平台生态健康度，为商家达人创造一个更加公平、有序的经营环境，也为用户创造一个更加安心、放心的消费环境。

品控从源头拦截风险

商品上架是品控的第一环节。2024年，快手电商持续从源头抓起，不断优化识别拦截模型，针对药品、保健品、手机、二手手机等重点商品类别，进一步提高拦截审核精准度，加强质量监管力度。

根据“三品一械”（食品、药品、化妆品、医疗器械）的合规管理要求，快手电商已建立全链路识别模型，覆盖数千种重点商品，可实现对不合规商品的精准拦截。同时，对存量商品进行全面排查和清理。

截至11月，前置拦截
超过5万次



共计清理不合格商品
4万多件

在化妆品与3C（计算机、通讯和消费电子产品）商品核验方面，为提升商品资质校验的准确性和效率，快手电商接入国家数据库进行商品资质校验。

日均校验商品资质
7万件

同时上线假冒证件拦截模型，从发布端进行合规校验和风险拦截，并提醒商家商品的合规要求。

02 长效治理打击违规行为

随着商城货架的进一步发展，快手电商也在不断完善货架商品的拦截能力模型。2024年，重点针对商品主体信息不一致、图文低劣、价格场景等进行模型覆盖。

其中，对异常低价商品识别策略
精准度达95%以上 屏蔽商品
约50万件

不正当营销治理有效性提升

一直以来，不正当营销都是电商行业的突出问题之一，也是快手电商成立以来持续打击的重要方向。

通过技术和人工审核相结合的方式，快手电商不断提升对不正当营销的识别有效性，并进行拦截；

同时，多次修订包括《不正当营销实施细则》等相关规则，对包括虚假宣传、恶意炒作、虚构福利、引导交易等在内的不正当营销行为，进行更加明确的规范、性质和权责界定，加大处置力度，并针对不断变种的新型不正当营销方式，及时进行专项治理。

02 长效治理打击违规行为

专项治理 优化用户直播体验

为优化网络直播环境，营造良好的直播生态，快手持续关注、治理直播领域的违规行为，针对重点问题开展专项整治，强化重点人群特殊保护，不断探索主播及直播内容管理的长期策略。

过去一年，快手持续对“扮穷”“卖惨”、营造冲突对立氛围等行为进行专项治理，严厉打击在直播间展示、传播低俗内容的违规行为，从严治理辱骂攻击他人、煽动粉丝攻击他人等恶意八卦违规行为，部分用户被平台无限期收回直播权限或账号永久封禁。

在“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动期间，平台重点围绕编造虚假场景人设，无底线带货营销、“伪科普”“伪知识”混淆视听、扰乱社会秩序，侵犯他人权益、欺骗消费者，销售假冒伪劣商品五类问题展开治理，进一步规范平台直播环境，优化用户直播体验。

专项期间，快手关停违规直播 **26572** 场

处置违规账号 **2474** 个

02 长效治理打击违规行为

提升治理虚假宣传 及恶意炒作营销新变种有效性

针对虚假宣传违规、恶意炒作营销的新变种、新场景、新形式，2024年，快手电商大幅提升了智能识别能力和效率，并快速有效处置，防范虚假宣传对用户的影响，违规内容的

有效拦截率提升至85% ↑

针对直播间利用剧本炒作，销售夸大商品功效、价值的恶意炒作营销行为，快手电商持续进行专项治理，

相关举报率下降近10% ↓

联动警方 打击“高价回收” 欺诈 保护中老年用户

近年来，一些不法分子通过拨打电话或者在各大社交媒体、电商平台发布信息等方式，用夸张话术宣传古董、钱币、字画等收藏品存在高价值，并隐晦承诺“高价回收”，成为一种新型线上骗术。

针对这类欺诈行为，快手电商进行了专项治理，并联动多地警方进行线下打击，

保护**超过10万用户**免受损失。

同时，平台还通过风险提示等方式，教育引导中老年用户提高防骗意识和能力。

02 长效治理打击违规行为

保护知识产权打击售假

自2022年建立线上知识产权平台以来，快手持续加大对知识产权的保护及资源投入，2024年新增权利认证近9000个，环比2023年增长31%；累计受理侵权投诉26000多起，并建立快速处理通道，及时处置各类侵权问题。

此外，快手电商也通过扩大品牌特征识别数据库的覆盖范围，严控品牌资质管理，进一步提升假货识别能力。

2024年以来，对平台上

商家的品牌资质进行了

近6万次真实性验证

主动识别并

拦截风险商品11万件以上

处置假货商品

超2万件

处置违规商家

近9500多家

有效遏制了假货商品的流通，保护了相关品牌知识产权。

结语

2024年，快手电商以用户体验为核心，商家成长为动力，生态治理为保障，全面且深入地构建了“信任电商”生态。这一年里，我们见证了用户保障服务的全面升级，从极速退货退款到晚发立赔，从特色权益到区域服务创新，快手电商始终致力于为用户提供更加优质、便捷的购物体验。

同时，我们也看到了商家与达人在快手电商平台上茁壮成长。通过新商启航计划、斗金计划等政策扶持，以及快语客服工作台、快手生意通等工具与服务的创新，快手电商为商家提供了全方位的运营支持，助力他们实现业务突破和快速增长。而产业带赋能与商家成功案例的涌现，更是彰显了快手电商在推动产业升级和商家发展方面的卓越贡献。

展望未来，快手电商将继续坚守“用户为先”的核心理念，持续优化用户体验，提升服务质量。我们将不断创新工具与服务，为商家提供更加高效、智能的运营解决方案，助力他们在激烈的市场竞争中脱颖而出。同时，快手电商也将进一步加强生态治理，维护公平、公正、透明的市场环境，为所有参与者创造一个更加繁荣、健康的电商生态圈。

相信在未来的日子里，快手电商将携手更多商家与达人，共同书写电商行业的新篇章，共创更加辉煌的明天。