



帮大家吃得更好，生活更好

We help people eat better, live better.

美团 2018 企业社会责任报告

Meituan 2018

Corporate Social Responsibility Report



帮大家吃得更好，生活更好

目录

CONTENTS

| | |
|--------------|----|
| 帮大家吃得更好，生活更好 | 04 |
| 美好生活，美团相伴 | 06 |

用户篇——让美好生活触手可及 10

| | |
|--------------|----|
| 让每一份翘首以待不负所托 | 12 |
| 发现品质生活 | 15 |
| 赋予生活更多可能 | 18 |
| 以客户为中心 | 22 |

行业篇——科技驱动供给侧改革 推动行业高质量发展 26

| | |
|----------------|----|
| 六大服务，助力行业数字化升级 | 28 |
| 科技创新，带动行业快速进步 | 35 |
| 平台治理，助力行业健康发展 | 37 |
| 就业发展，为行业提供人才支撑 | 40 |

社会篇——为了更美好的未来 46

| | |
|-----------|----|
| 健康生活，绿色消费 | 48 |
| 公共治理，城市活力 | 51 |
| 扶贫济困，公益发展 | 54 |

责任护航发展 62

| | |
|------|----|
| 企业管治 | 64 |
| 环境管理 | 66 |
| 员工发展 | 67 |

| | |
|------------------------------|----|
| 未来展望 | 70 |
| 附录 | 71 |
| ——美团点评与联合国2030年可持续发展目标（SDGs） | 71 |
| ——指标索引 | 72 |
| ——关于本报告 | 75 |

帮大家吃得更好，生活更好

9年前，美团创立。“美”代表美好生活，“团”是大家一起。如今，在用户、商家、政府等社会各界的信任和支持下，美团成长为世界领先的生活服务电子商务平台，并于2018年在港交所上市，成为一家公众公司。我们应该更加自觉、更加主动地承担社会责任，创造社会价值，积极构建一家社会企业。

习近平总书记说：“人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标”。美团的使命正是“帮大家吃得更好，生活更好”。我们希望通过科技创新的方式，为增益人民福祉尽绵薄之力，这亦是我们创业的源动力。美团战略聚焦“Food+Platform”，在全国2800个市县区，以4亿用户为中心，为580万商户和其背后数千万的就业者提供数字化服务，助力商户提高效率、降低成本，合作共赢。美团正与用户、商家、上百万骑手、5万多名美团员工、数千家联盟伙伴以及数万生态合作者一起，共创美好生活。

我们坚持以使命驱动发展，通过不断的创新，为用户创造更加便捷、更高品质、更多选择的生活服务消费体验；我们在生活服务领域搭建从需求侧到供给侧的多层次科技服务平台，携手商家共同成长；我们践行可持续的发展理念，积极参与政府协同治理，助力智慧城市建设。同时，我们以科技促进新型就业，不仅是我们的员工能在美团实现自我价值，同时让数百万骑手获得了收入，并通过多个培训项目为这些“城市新青年”提供了可持续发展的职业培训，帮他们赢得自信和尊严，促进他们在城市中更好地发展。

美团的发展离不开时代的眷顾。作为改革开放的同龄人，在过去四十年成长和创业经历中，我深深感受到这个时代给予的养分，心中充满感恩。

今天，我们这一代创业者身处创业创新的新时代，在当下互联网发展下半场的新机遇与新红利中，理应责任在肩，积极推动线上线下消费的融合发展，推进传统服务业数字化建设，助力发展数字中国，为中国经济的高质量发展贡献自己的力量。



王兴

美团 CEO 王兴

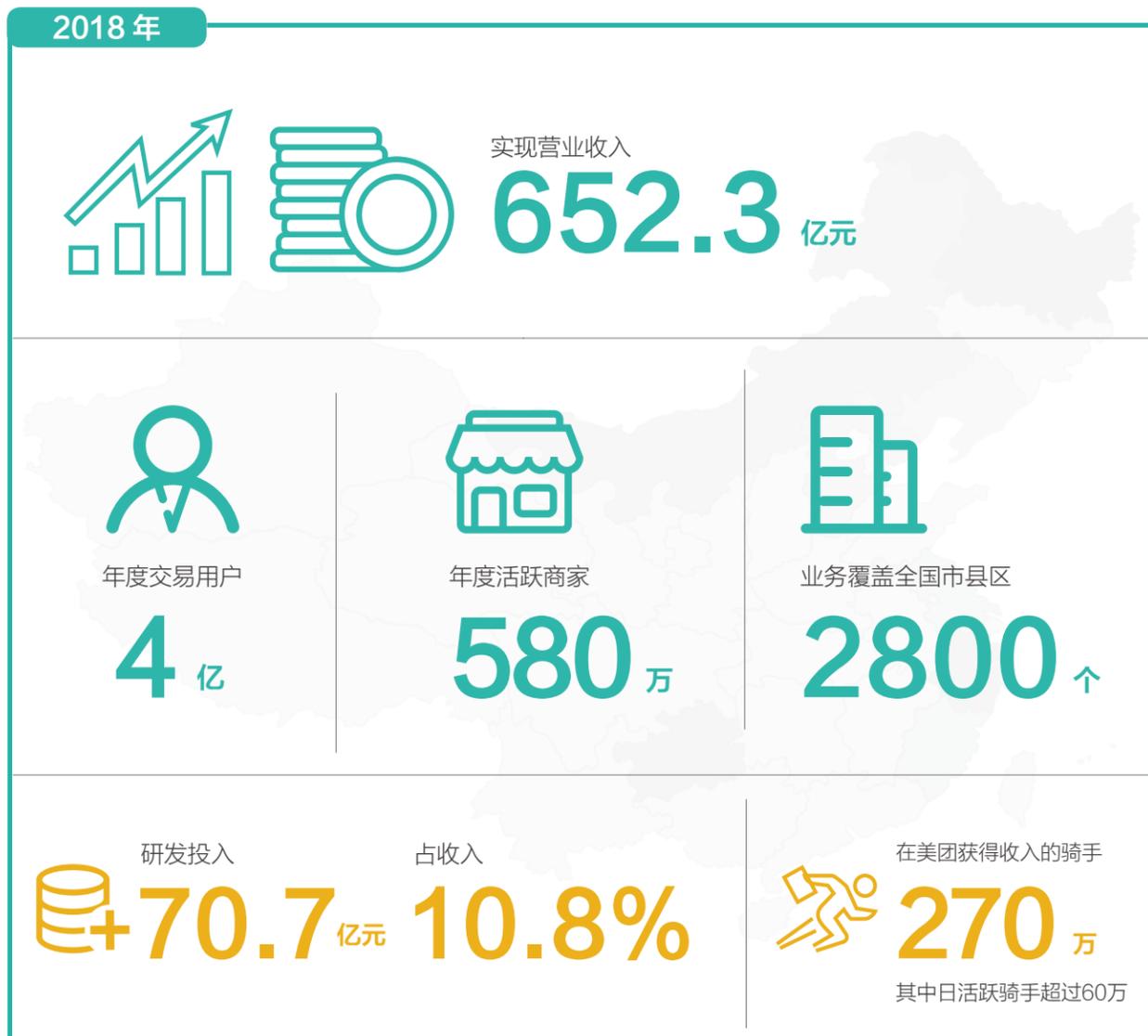
美好生活，美团相伴

美团的使命是“帮大家吃得更好，生活更好”。作为中国领先的生活服务电子商务平台，公司拥有美团、大众点评、美团外卖、美团打车、摩拜单车等消费者熟知的 App，服务涵盖餐饮、外卖、酒店旅游、休闲娱乐、电影、打车、共享单车等 200 多个品类，业务覆盖全国 2800 个市县区。

2018 年 9 月 20 日，美团点评（股票代码：3690.HK）正式在港交所挂牌上市。

十九大报告指出，中国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。而美团战略聚焦 Food + Platform，正以“吃”为核心，建设

生活服务业从需求侧到供给侧的多层次科技服务平台，实现“帮大家吃得更好，生活更好”的使命。与此同时，美团正着力将自己建设成为一家社会企业，希望通过和党政部门、高校及科研院所、公益组织、生态伙伴、媒体组织等的深入合作，构建智慧城市，共创美好生活。



发展大事记

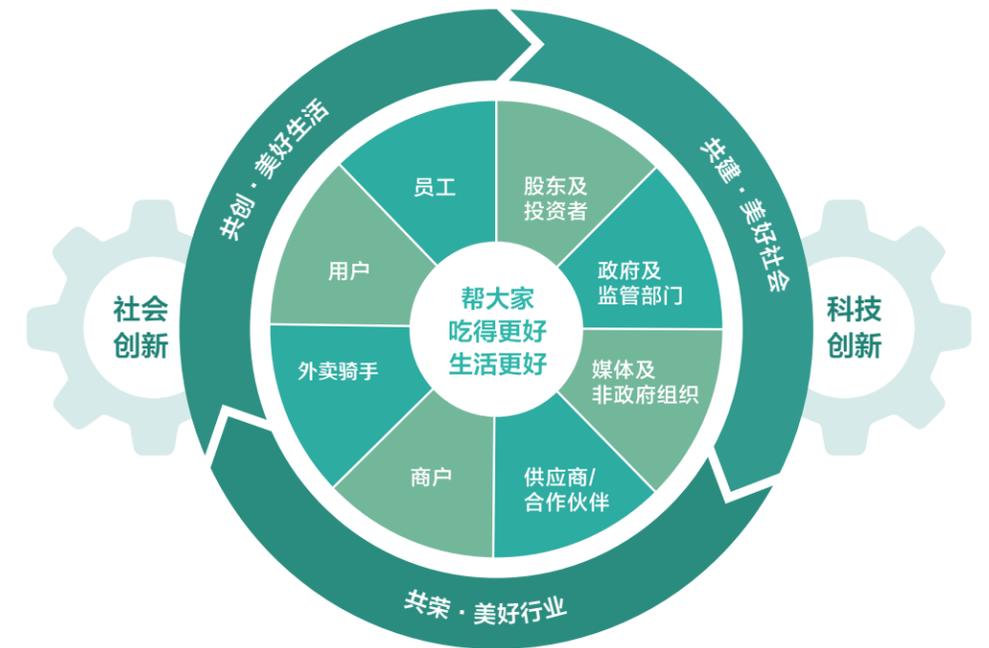


我们的价值观



美团社会责任理念

社会责任体系建设在美团的整体战略规划中占有重要地位。我们致力于在整个生态系统中共享我们的社会责任理念，以促进所有参与者的发展和进步，不断地为用户、行业和社会创造价值。



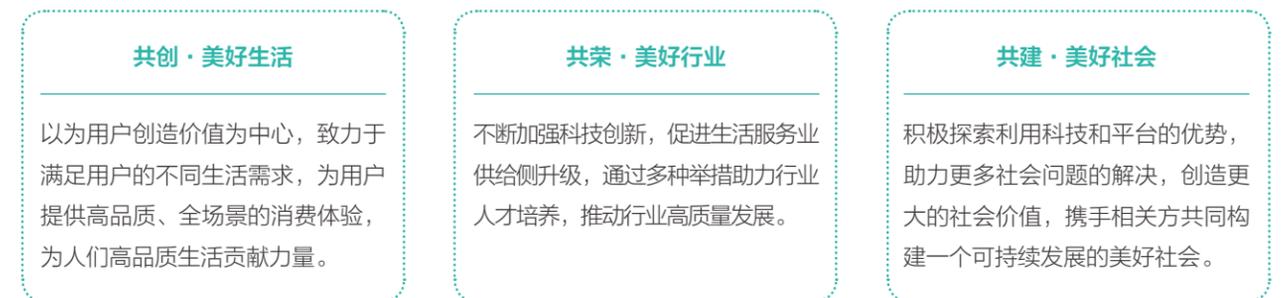
使命驱动成长

“帮大家吃得更好，生活更好”是美团的使命。美团始终以使命驱动成长，以满足人们对美好生活的需要为目标，把公司打造成更加开放合作、与全社会协调发展的社会企业，不断探索商业价值和社会价值的共赢之道。

携手利益相关方

美团负责任地对待每一位利益相关方，在为利益相关方创造价值的同时，也积极携手相关方，共同建设服务生态，实现美好生活、美好行业和美好社会的共创共享。

创造共享价值



科技创新和社会创新双轮驱动

在科技创新领域持续投入，以科技创新为支撑，为4亿用户提供更好的产品与服务，带动实体经济的效率提升和更高质量发展。同时，在社会创新领域携手政府、NGO等合作伙伴，为环境和社会问题提供创新的解决方案。通过科技创新与社会创新的结合，让新技术发挥其价值，带动新业态的健康成长，进而真正形成促进经济发展的新动能。

用户篇



让美好生活触手可及



“每个人每次花钱，都是在为他想要的生活投票。”

——美团点评创始人兼CEO 王兴，2010年3月4日



人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾本质上是需求和供给之间的矛盾。从需求侧看，“美好生活”的需求日益多样化，包括物质需求和安全、环境、服务等非物质需求；从供给侧看，虽然我们的社会生产能力提高了许多，但囿于信息不对称、供给侧数字化水平等因素，需求和供给仍存在一定矛盾，这是美团快速发展的社会、经济基础。

发展至今，美团年交易用户数量已达4亿，平均每两位网民之中，就有一位通过美团的平台进行消费，我们的业务覆盖全国2800个市县区，让有家的地方就有美团。从“随时随地用美团，美团一次，美一次”，到“吃喝玩乐，尽在美国”，美团在探寻企业立身之本的过程中，始终坚持通过技术创新为用户创造价值，从吃、住、行、游、购、娱等多方面满足民众不断增长的多样化生活服务需求，推动消费增长，提升消费品质，丰富消费选择，帮助消费者获得生活中一次次的“美好”，践行美团“帮大家吃得更好，生活更好”的使命，让有美团的地方都是家。

Eat Better
Live Better



让每一份翘首以待不负所托

为病人看诊手术、忙到没时间吃饭的医护人员；担心孩子寒暑假独自在家吃不好饭的家长；想体验一下口碑爆棚的美食又需要精打细算度日的学生；在都市的快节奏中打拼、经常需要在异地生活的差旅人士；热衷于探索中国美食文化的饕餮客……美团从消费者实际需求出发，基于不同的行为习惯和生活需求，构建全景生活服务，帮助人们节约时间和金钱，省去处理生活琐事的烦恼，享受更便捷的美好生活。

解决就餐难题

张静是一位活泼开朗的 90 后女孩，爱运动，爱旅行，也爱美食。工作后，这些爱好对她却是一种奢望，甚至连正常吃饭时间都不能保证，这些都是因为职业的缘故——她是北京一家三甲医院的鼻科病房医生。



▲ 工作中的张静

张静爱医生这个职业，能获得“手术结束，病人得救”的职业成就感，但也注定日常的忙碌。比如病房每

天都有很多手术，张静自己也至少有一台。时间紧张，吃饭就是一个很现实的难题，她往往只用一袋泡面对付一下，碰到时间长的手术，吃不上饭也很正常。

即使有点空闲，她也愿意放在自己的“充电”上，“中午医院食堂像春运，好几千人赶在一个高峰期，排队就要很长时间”。

不能正常吃饭的张静是中国医生群体的缩影。调研数据显示，仅有 16.6% 的医生认为自己可以规律饮食，选择经常无法规律用餐的医生有 32.8%。

美团外卖的出现很好地解决了这个群体的饮食之忧。现在，无论什么时候走出手术室，通过美团外卖，张静都能吃上热乎的饭菜。她甚至还养成了一个小习惯，“每次外卖送来后，都要拍一张照片给妈妈汇报，看到我吃得健康又美味，她在家心里也就踏实了。”

“张静们”是大家健康的守护者，而美团外卖则是这群守护者的“后盾”。60 万美团骑手让张静懂得，有一种呵护，叫美团外卖。

过去 5 年，外卖行业通过技术创新，将“民以食为天”变得越来越高效和便捷。据统计，2018 年有约 751 万医护人员叫外卖到医院；随着中国进入老龄化社会，外卖解决了约 2000 万老人做饭难吃饭难的问题；2018 年加班忙碌到晚上 8 点后点外卖的白领超过 1400 万人……美团外卖作为以“互联网+餐饮”为基础发展出来的新型业态，有效解决了居家养老、假期托幼等场景的就餐问题，让大家吃得更好成为可能。

看似简单的外卖配送，背后是美团巨大的科技创新。依托智能调度系统，美团创造性地使用多种算法应对不同配送场景，为骑手优化出最高效的派单路径。美团在高峰期每小

时要支持 29 亿次的路径规划算法，平均 0.55 毫秒为骑手规划 1 次路线，实现消费者订单最优分配和骑手送餐路径智能规划。每个外卖订单平均配送时间约为 30 分钟，使得美食能更快送到用户的餐桌上。

美团外卖已成为中国老百姓离不开的一种就餐方式，截至 2018 年底，日完成订单量最高已突破 2400 万单。根据中国科学院大学网络经济与知识管理研究中心的研究测算，美团外卖每单能够为消费者节省餐厅往返的路途时间以及餐厅就餐时间约 48 分钟，按照每天 2000 万单为例进行计算，相当于每天为用户节约 1800 年时间。



贴心便捷的消费体验

40 岁的李锐是一家旅游公司的总经理助理，经常天南海北出差。多年从业下来，机票积累了厚厚一叠，去过的地方也从北上广深延伸到小镇乡村。作为一名“风一样”的男子，很多次入住酒店时，他才发现忘带或少带了短裤或袜子，甚至充电宝、数据线。由于不熟悉当地环境，也没有时间出去采购，他便通过美团闪购下单他所需要的东西，美团的骑手小哥总能迅速帮他买到，有时还会推荐给他好几种商品类型，让他选择最适合的。

有时候遇到一些酒店的条件不理想，他就闪购浴巾、毛巾、马桶垫；忙完工作身心疲惫，不想出去吃饭，他就窝在酒店订外卖，配上鲜切水果或啤酒饮料，酒店也似乎有了一点家的味道。

自从用了美团，李锐在差旅中把更多的时间和精力都放在了工作上，从前那些因为人生地不熟而造成的烦恼，如今再也不是问题。



▲ 美团闪购操作页面

这只是成千上万美团用户的一个缩影。快节奏的都市生活中，人们依然希望能够在忙碌中保留生活的那份幸福感，无论身在何地、工作多么辛苦，都能便捷地体验到家一般的温馨。美团基于成熟的配送网络和大规模消费者基础打造了美团实时配送平台，为消费者提供基于时间稀缺性的城市生活服务。消费者只要打开美团，就可以指示美团骑手帮助他们购买指定的商品，省心快捷。

在用餐方面，美团也为广大消费者提供了多种贴心便捷的消费体验。用户在美团平台上，可根据自己的需求有针对性地基于菜系、价格、距离、人气、是否接受预订等维度来进行餐厅筛选查询，同时，消费者还能够通过

美团平台轻松完成从订位、排号、扫码自助点餐、支付到分享的全部到店就餐流程。美团推出的线上点餐方案，更使越来越多的消费者享受到了“提前点，到店取”的便利，不仅减少排队等待的时间，还能够让用户在线下单后，通过 App 追踪餐品制作进程，提升消费体验。

除了解决餐厅的排队问题，美团还在一些热门景区推出了“云排队”功能。用户通过美团 App 领取排队号码之后，就可以先去体验其他不需排队的项目，过程中随时关注排队进度，在合适的时间选择合适的项目，免除热门项目人山人海的排队之苦，让出游体验更加愉悦。

发现品质生活

自创立以来，美团始终致力于引导品质生活的潮流，将“吃得更好，生活更好”的种种可能变为现实，为每一位用户带来高品质的享受。同时，借助我们独特的平台分享机制，让每个人的体验感触相连，圈起更精彩的选择与更美好的生活。

弥合信息鸿沟

杨佳玮热爱旅行和美食。作为一名“资深吃货”，她最大的需求就是及时获得当地的美食信息，但在十几年前，这是一块空白。大众点评的出现，让她欣喜不已。在注册大众点评的当天，她就一口气写下 19 条评论。截至 2018 年底，15 年来，她已经写了 1510 条评论，其中点赞最多的一条高达 2 万。她通过大众点评寻找到了美食，同时又将美好通过点评分享给了别人。

这就是美团平台的价值之一——消除信息鸿沟，共享美好。“以前只能看美食相关的读物，也不知道能否让人信服，很多餐厅体验后令人很失望。大众点评上有食客自己的评论、拍的照片，看了大家的评论再做选择感觉更靠谱。”她说。

从意大利旅游归来后，杨佳玮对意大利的 Napoli Pizza 印象深刻，但回国之后一直吃不到，直到有一次通过点评找到了一家店，

重温了当时去意大利旅游的感觉。体验完后，她立刻写了评论，希望将这种美好传递给下一位志同道合的朋友。

随着大众点评中美食信息覆盖的地区逐渐增加，杨佳玮走过的城市也越来越多，她的假期都用在旅行和对美食的探索上。和所有大众点评的用户一样，她记录下自己 15 年来美食之旅，借助大众点评，这些美好成为共同的记忆——她们来过，爱过，分享过。



▲ 杨佳玮为美食拍照，并通过大众点评分享

大众点评是中国领先的本地生活信息及交易平台，也是全球最早建立的独立第三方消费点评网站。大众点评一直致力于城市消费体验的沟通和聚合，用户在大众点评上可以自由发表对商家的评论和消费心得，向大众分

享商家信息，形成口碑。海量点评数据有效促进了交易双方之间的信息对称，消除了信息的鸿沟，让消费者能够更方便地做出消费选择，找到真正高品质的产品与服务。

打造本地品质生活指南

在消费升级大潮到来的今天，美食的发展和进阶也是必然的趋势。基于大众点评多年积累的大数据，美团推出了由“大众”和“本地食客”票选推介的“必吃榜”。2018 年的“必吃榜”涵盖了全国 36 个城市的 867 家“必吃餐厅”和 258 道“必吃菜品”，为消费者推荐本地特色的城市必吃菜。

在“必吃榜”以外，美团还推出了“必逛榜”“必玩榜”和“必住榜”，涵盖购物商场、旅游、酒店三大垂直领域，来自全国 30 个主要城市的近 2000 家商家进入入围名单。

基于大众点评的海量用户大数据和用户实地体验验证综合评选，美团力求在吃、逛、玩、住四大领域深挖城市消费场景，在为用户提供快速、高效、权威可信任的出行及消费参考，打造城市品质生活指南的同时，深入洞察消费者需求，帮助消费者发现更有品质的生活。

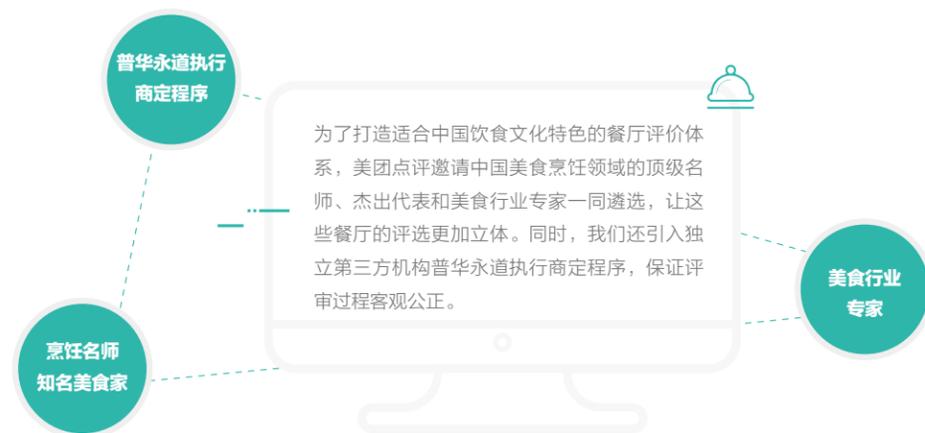


▲ 必系列榜单宣传海报

建立中国美食标准

作为一个美食大国，中国人的餐饮世界却长期缺乏一份属于自己的美食指南。为了建立中国人自己的美食评判标准，让真正的“中国味蕾”聚集在一起，美团点评基于在餐饮领域的多年积累，汇聚了一批志趣相投的中国美食“探索者”，去追寻属于中国人自己的味道。2018 年初，美团点评推出了精心打造的“黑珍珠餐厅指南”，邀请中国的烹饪名师、知名美食家组成理事会，由行业专家、美食领域意见领袖担任评委，从海量餐厅中精选出符合标准的钻级餐厅，通过严谨公正的评审体系，为所有热爱美食的消费者打造一份“精选中国味蕾”的权威美食指南。

在借鉴中国传统饮食文化的基础上，“黑珍珠餐厅指南”首次提出了涵盖烹饪水平、体验感受、传承创新三个维度的中国美食标准。其中既包括口感体验、食材搭配、环境氛围等通用评估标准，也有服务管理、餐-饮搭配等迎合消费升级需求的评估标准，除此之外，黑珍珠餐厅指南还特别提出了文化传承、创新融合等具有中国特色的评估标准。黑珍珠餐厅指南首次建立中国人自己的美食评判标准，用中国人的视角来评判、传播美食文化，让世界人民更多地了解中国美食的智慧和魅力。



弘扬中国美食文化

中国文化博大精深，而美食文化正是中国文化最核心、最具代表性的组成部分。多样的风味流派、繁复的烹饪技艺、精妙的五味调和、讲究的食材器皿，无不彰显着这份传承数千年的文化魅力。在餐饮消费升级的需求

下，人们对吃的要求也逐渐超越了味蕾，不仅追求舌尖上的美味，也更加关注用餐的环境和体验，并希望“吃”出美食背后蕴含的文化底蕴。

范杰睿是个讲究生活品味、迷恋饮食艺术的上海小伙。在 5 年纽约 7 年巴黎的海外生活中，他吃遍了法国与美国的 Fine Dining，练就了美食家独有的挑剔舌头。

随着年岁渐长，在国内寻找品质餐厅成为他延续美食爱好兼犒劳中国胃的新选择。偶然的的机会，他在上海的潮汕菜餐厅菁禧荟宴请工作伙伴，得知这家低调却出品极其出色的餐厅上榜了美团点评黑珍珠餐厅指南。这是他与黑珍珠的第一次见面。作为每个月为美食贡献一半薪水的深度爱好者，范杰睿还惊喜地发现早已中意的几家品质餐厅都在该指南中赫然在列。此外还有多家圈内高手推荐过，却还未来得及造访的 bucket list（目标清单）！

随后的几个月，他依着这份美食指南，寻遍北上广，吃遍成渝港，一年吃了 100 多家黑珍珠餐厅。一路上，他不仅发现了一家又

一家环境出品都在线的好餐厅，进一步了解了中国饮食文化的魅力，甚至还探寻出了不少餐酒搭配出色的中餐厅。

中国饮食文化博大精深，中式复合调味复杂多变，与葡萄酒的搭配一直是新兴领域的攻坚难题。在国外，西方人一直未找寻到好的解决方案。但是在黑珍珠餐厅指南里，他却发现了多个前所未闻的搭配可能：博若莱产区的佳美配烤鸭，麦克拉伦谷的歌海娜配红烧肉。传承创新碰撞的奇思妙想们早已在中国品质餐饮领域生根发芽，茁壮成长。

2019 黑珍珠餐厅指南刚在年初发布，范杰睿就立刻发现了不少新面孔。对于黑珍珠，他早已经从信心变成了信任，在招待国外来华的重要嘉宾宴请上，他跟随黑珍珠的推荐从未失手，还借机向国外友人传播了中国的品质餐饮文化。

“传承创新”是黑珍珠评选体系中的一个重要标准，也传递了我们弘扬中国美食文化的理念。从传承百年的蓑衣刀法到创意“分子料理”，传统与现代交织的中国美食文化通过黑珍珠被更多人看见。黑珍珠餐厅指南理事周晓燕先生就是其中的典型代表。作为淮扬菜非物质文化遗产传承人，周先生在不遗余力推广传统中国味道的时候，也致力于中国餐饮标准化及智能化的研究，在传统技艺基础上融入创新智慧。同时，我们还通过黑珍珠主厨周、名厨论坛等系列活动，打造厨师和餐厅经营者的交流平台，进一步促进中国美食文化的传承与创新。

黑珍珠还与美食爱好者一同走向世界，用更广的视野，探索中式审美的高度。2019 黑珍珠餐厅指南覆盖 5 座海外城市，平均每座城市就有超过 4700 家的中式餐厅。其中新加坡夏苑、东京虎峰、纽约 Hao Noodle 等具有中国元素的品质餐厅，正在通过黑珍珠餐厅指南为越来越多的消费者熟知，并一同织起中国美食文化的张力。我们希望尽己之力，通过黑珍珠餐厅指南，挖掘中国美食文化，让更多人感受这份传承五千年的文化自信。



▲ 黑珍珠餐厅指南

赋予生活更多可能

科技智能不断迭代，新模式、新业态为人们提供了日益多元、个性化的选择。从出行工具到就餐方式、娱乐种类等，每个人都能在美团的提供的众多的选择中找到最适合自己的那一种排列组合。

更多实惠 更多选择

2017 年年底，美团发布了年度账单。徐云在美团的“战绩”惊人：在吃喝玩乐上共花费了 615541 元，打败了全国 99.99% 的人。

徐云解释说：“因为只要与生活相关的，我都会想到美团，而且，美团已经为我省下了 168043 元了。”

9 年前成为美团用户时，徐云正在读研究生。上学时生活费有限，美团的优惠力度大，很适合自己。养成了使用习惯后，工作后也依然依然依赖美团。“我身边大部分朋友都用美团，有不少还是我带动的，发现不错的产品都会分享给朋友。”

说起与美团之间难忘的事，徐云回忆道，2014 年老婆过生日，自己在美团精选了一个蛋糕。商家亲自开了十多公里送货上门，服务特别好。“我老婆当时可高兴了，几年过去了，她还是会经常提起，这是我们共同拥有的美好回忆。”

不仅是美食，作为最早最资深的一批用户，徐云几乎用遍了美团上的团购、酒店、外卖、电



▲ 徐云在美团的 2017 年年度账单

影、火车票等功能。在和美团共伴的日子内，他恋爱、结婚，现在还添了一个可爱的宝宝，生活幸福。美团和徐云等 4 亿用户一起，共同成长，愿岁月静好！

为了向用户呈现更多的精彩选择，美团通过与商家合作、帮助商家引流，将商家用于推广的资源回馈给消费者，为消费者提供高品

质的产品和实惠，扩大人们在吃、住、行、游、购、娱等各个方面的选择，帮助人们追求美好生活。

旅行为人生 增添光彩

以“吃”为根基，美团不断拓展自身的服务品类，从餐饮、旅游、娱乐、综合服务等多方面满足民众的生活服务需求，带领消费者去探索身边的美好。

“想吃就吃，能走就走，千万别等。这是秋趣(网名)在大众点评上的个人简介。很多人都觉得，60 多岁的年纪就应该待在家里照料孙子跳跳广场舞，但对于秋趣来说，60 岁只是她精彩人生的开始。

热爱旅行的她早在 2000 年，就开始接触网络。多年来，网友们对她的称呼从秋趣姐姐到秋趣阿姨，再到现在的秋趣外婆，年龄的增长不仅没有阻碍她探索世界的脚步，反而激励着她更加珍惜每一次出游的机会。

从最初的实体会员硬卡，到现在打开手机就可以方便快捷使用的点评会员，大众点评陪伴她在 28 个国家留下了 2403 条点评足迹。退休后的秋趣，更是爱上了长途旅游。有别

于报个旅游团游览大好河山，秋趣更热衷于定制自己的每一次旅行，去探究目的地的历史文化底蕴。她最喜欢做的事情，就是在出行前用美团给自己做行程攻略，然后回家后，在大众点评上留下自己的感受。

在旅行中，让秋趣印象最深刻的，还是大众点评精准的定位功能。在外地人生地不熟，秋趣却依靠大众点评，总能方便地找到最感兴趣的餐厅。在没有旅行计划的时候，她也会特别去关注旅游信息，看到有优惠的机票酒店就订下来，节省了不少钱。谈到旅行带来的改变，秋趣说，最初是开了眼界，长了见识，后来作为一种生活方式，隔段时间就要出去走走，体验一下生活在别处的新鲜感，让退休生活更加丰富多彩。



▲ 旅行中的秋趣

在入住酒店时：

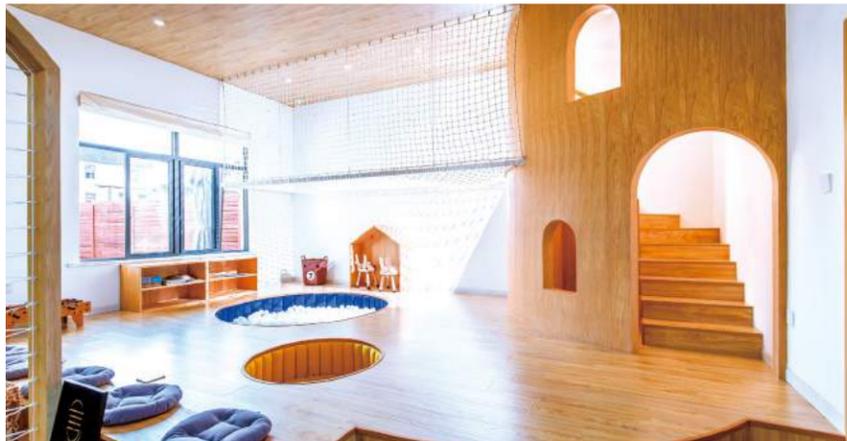


美团后台的大数据显示，在入住酒店时，有 32% 的用户有美食需求，还有 17% 的用户有休闲娱乐需求。通过与美团旗下其他业务不断交叉协同，美团为用户提供“旅行 + 美食”“旅行 + 休闲娱乐”“旅行 + 当地生活”等全新体验，满足用户多样化的消费需求。

新时代旅行住宿的新选择

喜欢新鲜事物的沪漂女白领江小芯，热衷在美团榛果民宿上探索“高颜值”民宿，她认为住民宿可以让自己更快融入目的地，感受当地的风物人情。2018年5月，江小芯在朋友的推荐下首次尝试用榛果预订民宿，没想到从此以后一发不可收拾，短短半年多时间里，她已通过榛果预订了十多次民宿。“相比较常

规的标准化酒店，我更喜欢充满了人情味的民宿，住在这样的房子里更能体会到当地人的生活方式，很多热情的房东也能打消自己在外地的陌生感，还能节省很多费用，现在无论是跟家人还是朋友出游，我都会首选榛果民宿。”



▲ 榛果民宿房源展示图

伴随着消费升级，中国的旅游市场也呈现出消费选择的多元化趋势，游客对出行、住宿也提出了更高要求。民宿作为一种个性化的旅游住宿服务顺势而起，与传统酒店住宿共同成为住宿行业的重要组成部分。自2017

年4月创立至今，美团旗下的榛果民宿已经覆盖了北京、上海、广州、深圳等一线城市以及杭州、成都等重要热门旅游城市，为用户提供更加安全、美好的个性化住宿体验。



▲ 榛果民宿品牌宣传图

改变的不仅是出行方式

高先生和魏小姐是深圳的一对年轻恋人。他们的婚礼唯美浪漫又与众不同。在婚礼当天，他们在亲朋好友的“伴骑”下，骑着扎好美丽鲜花的摩拜单车走入了婚姻殿堂。低碳环保又创意十足的单车迎亲队伍，在1公里的迎亲路上，引来一路的关注与喝彩。

与者。据不完全统计，摩拜单车运营以来，北京、上海、深圳、成都等多地的年轻人举办了单车上的婚礼。如今，摩拜单车在城市居民当中的队伍日益壮大，摩拜不再是简单的交通工具，而成为一种全新、时尚的生活方式。有人说，“每个幸福的城市，都应该有摩拜单车的身影。”

共享单车风靡全国以来，不仅成为人们上下班通勤工具，还成为人们时尚生活的重要参



▲ “摩拜婚礼”现场

摩拜单车所代表的创新型智能共享单车在进入城市后，很快就成为小汽车、公交、地铁外的第四大出行方式，实现了“自行车王国”的人性化复兴。智能共享单车代表着健康、和谐的生活方式，不仅实现了“互联网+”

与实体经济的有机结合，也体现了绿色环保的出行理念，为城市居民带来便捷与速度，更通过方便的出行方式，为城市增添了活力与生机。



以客户为中心

基于“帮大家吃得更好，生活更好”的使命，美团以客户为中心，在发展战略、愿景规划、管理模式、业务流程等各方面，都围绕客户需求进行制定。可以说，从成立的那一天起，美团就将客户放在第一位，通过科技更好地服务客户。

高品质的服务源于对客户的倾听

“以客户为中心”是美团价值观的第一条，也是每个美团人一以贯之的工作守则。美团建立了业界领先的消费者服务保障体系，统一建设管理，通过智能化服务、自动化服务和主动服务，让问题发生后得到最快速的解决。

我们建立了客服听音机制，在公司总部建立听音室，并在新员工培训中融入客服听音环节，从公司CEO王兴到管理层再到每一位新员工，都会通过听取客服热线，不断了解用户和市场情况。通过听音，可以让管理人员实时了解市

场及用户情况，增强行业理解，提升商业思维；让业务部门及时了解用户对于产品服务的反馈和建议，进而改善和创新产品服务；让一线客服能够进一步提升服务品质，激励客服主动思考，自我提升。

我们不断加强和完善用户投诉与反馈渠道的建设，在官网、App 等显著位置设置了不同业务类别的服务热线和投诉通道，努力让客户在最短的时间内得到最满意的答复。2018 年，美团点评客服中心荣膺“金耳唛杯”年度总冠军。



▲ 美团创始人兼 CEO 王兴在听取客服热线并认真记录



▲ 美团客服听音室

打造个人信息保护防火墙



那么多人在用是对我们的信任，所以我们要对得起他们的信任。隐私保护是我们认为非常重要的一个社会责任。



——美团点评创始人兼 CEO 王兴
2017 年 10 月 19 日

在大数据图景下，技术加持使得信息流通更方便快捷，但同时也会造成个人信息泄露的风险。如何保护个人信息已成为新时代的重要挑战。为了能够让消费者更加安心，美团认真承担保护信息安全的责任，建立起一套完善的安管理机制。目前，美团的主要业务系统已取得 ISO27001 认证和国家信息系统安全等级保护三级认证。

我们在公司内部建立了保障用户数据安

全及隐私的制度，定期对数据库及服务器进行安全评估，与员工签署保密协议并为其提供持续的信息安全培训。同时，我们与第三方机构建立协调机制，及时处理各类信息安全威胁。此外，我们还成立了有偿举报平台——美团点评安全应急响应中心（MDSRC），通过收集用户反馈的安全漏洞，有针对性地提升产品和业务的安全性，希望聚集社会各界力量监督违法违规行为，为用户提供全方位信息安全保障。

美团外卖隐私保护功能

目前，美团的虚拟号功能已覆盖全国大部分城市及地区。用户在点外卖下单时，在订单详情下的列表可以看到“号码保护”功能。“号码保护”功能默认开启，商家和骑手只能通过临时生成的虚拟电话号码联系用户。订单完成后，虚拟号码自动作废，商家和骑手无法获知用户的真实电话号码，从技术上避免了用户信息的泄露风险。

美团外卖“号码保护”功能，防止客户隐私泄露

号码保护

服务介绍

对骑手、商家隐藏您的真实手机号，保护您的隐私。



使用说明

- 号码保护服务不会向您额外收费，费用由美团外卖承担。
- 当号码保护的服务提供商出现服务故障时，您的真实手机号将展示给商家和骑手，以确保商家和骑手能为您送餐。

完善的消费保障体系

美团坚持从服务和技术方面不断提高消费者和商家的满意度。为了让消费者最大程度满意，美团建立了完善的消费保障体系，包括率先在团购行业推出“过

期退款”“外卖准时宝”“7 天未消费退款”“消费不满意先行赔付”等，让消费者放心消费，在通过美团购买产品和服务时没有后顾之忧。

“过期退”赢得客户信任

为了让消费者能够安心消费，美团早在 2011 年就率先在团购行业启动“过期包退”计划，如果消费者因为一些原因导致购买团购产品后却没有消费，可以在产品过期后直接在平台上申请全额退款。此举开创了行业的先例，赢得了消费者的一致好评，引领了整个团购行业向更加标准化和规范化的方向发展。

外卖准时有保障

在繁忙之中通过外卖解决吃饭问题已经成为许多人的常态，但路况、天气、出餐时间等因素往往使得外卖晚点的情况在所难免。为了确保外卖用户的消费体验，美团外卖在 2017 年推出了“准时宝”功能。消费者通过平台下单时可以看到“准时宝”的选项，并选择是否购买该服务。未在承诺时间内送达的外卖将依据迟到时间和订单金额，对用户进行赔偿。

帮大家吃得更好 生活更好

住

酒店住宿 民宿/公寓

行

打车 摩拜单车 火车票/机票 公交

吃

美食 外卖 超市/生鲜 小象生鲜

旅游

周边游/旅游 景点门票

生活

丽人/美发 医学美容 亲子/乐园 结婚/摄影 跑腿代购 学习培训
生活服务 家居/装修 医疗/牙科 借钱/办卡 手机充值

娱乐

猫眼电影 休闲娱乐 健身/游泳



行业篇



科技驱动供给侧改革 推动行业高质量发展



“数字经济分需求侧的数字化和供给侧的数字化，过去二十年，需求侧的数字化逐渐完成了，但是在供给侧的数字化才刚刚开始。只有需求侧和供给侧相结合，数字经济才完整。”

——美团点评创始人兼CEO 王兴，2018年11月8日



服务业的发展对中国经济增长的贡献率越来越高，目前已达到近60%。服务消费已超过商品消费，成为拉动经济增长、促进就业的新动能和国民经济发展的“稳定器”。美团从成立到如今的9年时间，是与中国生活服务业并肩成长的9年，无论是以团购、外卖为代表的新的消费方式，还是用科技连接消费者和商家，美团一直在积极助力生活服务业实体经济升级，为深化生活服务业供给侧的数字化高质量发展做出贡献。

作为生活服务消费的供给侧，美团平台所服务的商家已达580万。我们一方面为数百万商家提供开拓客源、提高效率、强化品质的解决方案，通过安全便捷的科技与金融服务，提升商户管理水平和盈利能力，促进实体经济和数字经济融合发展；另一方面通过创新驱动，参与行业标准的研制以及平台治理，服务生活服务业人才发展，促进就业，助力行业的规范化和健康发展。

Eat Better
Live Better



六大服务，助力行业数字化升级

一位归国留学生接班家里老字号餐厅的管理，却发现餐厅客户群体出现断层，年轻食客青黄不接。如何用有限的营销预算让餐厅重现活力，成了摆在他面前的严峻挑战。

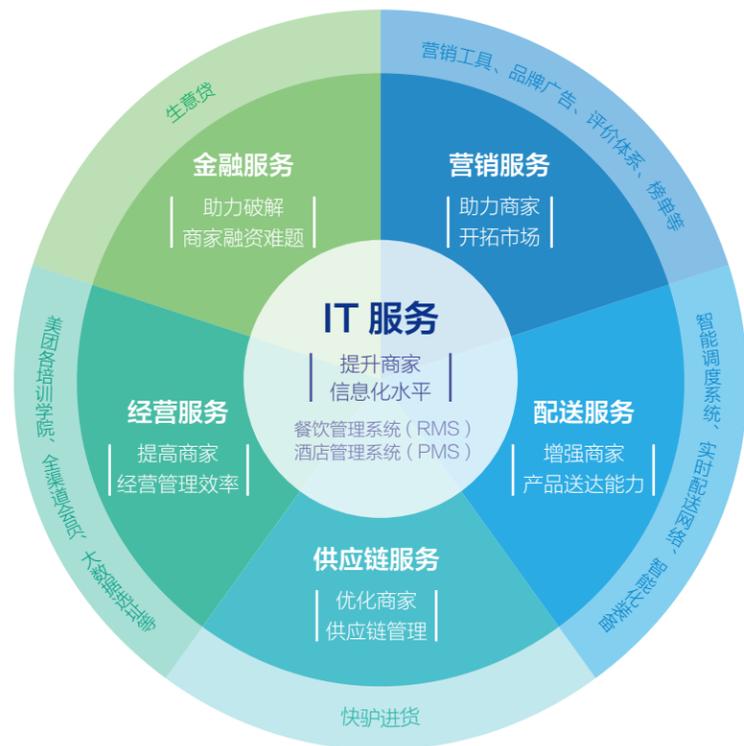
一位餐厅的女老板，因为供应商的不诚信以及餐厅自身定位的问题，资金周转困难，生意岌岌可危。

一位退伍的消防队员，创业后却发现，没有经营经验，自己的酒店很难从激烈的竞争中突围而出。

.....

随着消费者对服务范围和质量的要求越来越高，众多生活服务业商户常常面临着不断上涨的成本、跨界经营者的竞争、融入互联网时代等一系列关系到自己生死存亡的发展挑战。

美团在深入了解商户需求的基础上，通过互联网、大数据、人工智能等高科技，持续提供面向广大生活服务商户的全方位创新服务，将美团平台打造成生活服务行业的中小微企业“孵化器”和“催化剂”，帮助他们用全新的方式焕发活力。



老字号烤鸭店的蜕变

十年前回国继承父亲的烤鸭店时，年轻的80后张宇还是一名餐饮新人。怀揣着一丝对未知领域的好奇，他从父亲手中接下了创立于1988年的老字号——成都张烤鸭。

尽管缺少餐饮行业的经验，但张宇还是很快发现了影响烤鸭店发展的核心问题，烤鸭店的顾客群体严重断层，50岁以上的老顾客是主力，年轻食客寥寥无几。不仅如此，烤鸭店在经营上主要是等客上门而不主动出击，产品也鲜有创新。

凭借着留学学到的管理经验和年轻人对移动互联网的敏锐嗅觉，张宇在创新菜品的同时，着重打了一套给力的营销组合拳。

2012年，店里开始和美团、大众点评等互联网生活服务平台合作团购券产品，开通年轻消费者的引流通道。几个月后，到店的年轻顾客逐渐增多，餐厅开始焕发新活力。

在拓展客源的同时，张宇还每天认真分析顾客



▲ 张烤鸭老板张宇和烤鸭刘师傅

们在平台上留下的评价，用来有针对性地提升自己店里的用餐环境、菜品口味和服务体验。

年轻顾客带来的人气为店里的用心经营和良好口碑锦上添花，张烤鸭青石桥店入选2018大众点评必吃榜成都必吃餐厅，餐厅客流量创下30年来的历史新高，晚上9点半都还有食客在排队等待。不满足于此，张宇又根据商圈优势选择了大众点评的推广通服务，用平常同样的推广费收到10倍以上的销售额回报。



作为一家传统餐饮门店，以前更多是被动等客上门，现在借助美团的各类营销支持，帮助我们实现了主动出击。原先工作日晚上9点差不多可以准备打烊，现在晚上9点半都还有食客在排队等待。



——成都张烤鸭老板 张宇



营销服务：助力商家开拓市场

依托美团平台的巨大流量以及多重交易营销产品组合，为生活服务业商家提供信息展示、线上预订交易、评价管理、精准营销等一站式服务，帮助商家进行品牌推广、吸引新老客流、提升销量、优化体验。

营销工具

美团为商家提供丰富的营销工具及产品服务，包括开店宝、商户通、团购、优惠券、会员卡等，助力商家精准触达用户，增加顾客量以及成单量。



美团广告平台

美团旗下生活服务数字营销的大中台，提供兼具品牌和效果的广告产品和营销平台，提升消费者品牌认知，促进消费决策及购买转化。



美团评价体系

包含市场消费者对于店铺环境、口味、服务核心三项内容的评价，商家可以通过美团评价体系了解店铺在市场上的竞争力，同时美团评价体系也通过霸王餐等产品服务，帮助商家获得高质量真实优质评价，帮助商家新门店快速聚拢人气和口碑，促进会员到店及消费。



权威榜单

基于真实海量的用户评价大数据以及广大生活服务行业权威专家资源，美团推出必系列、黑珍珠、品类榜单等多份权威榜单和指南，帮助商家提升品牌知名度和美誉度，促进消费决策及购买转化。



服务支撑

传统老店借助 外卖转型



2015年我们堂食惨淡濒临倒闭时，下了决心接入美团外卖，从等客上门变成送饭到家，后厨一下就忙了起来。用餐高峰时，在店里忙碌的除了员工，还有我的“编外军团”。



——北京南城香连锁餐厅
创始人 汪国玉

南城香是一家主要做快餐的小店，开业 20 年，在京城小有名气。2013 年，餐饮业经历寒冬，在一片关店潮中，南城香当年的门店营收下滑超过 50%，创始人汪国玉遇到了开业十多年来最为严峻的挑战。

在传统堂食陷入不景气之时，互联网外卖却发展如火如荼，这让汪国玉嗅到了新的机会。2015 年，他下定决心接入外卖平台，从等客上门变成送饭到家。

外卖平台提供的配送服务，让南城香可以不用再考虑传统线下门店位置等问题，坚持“味道”第一，专注优化菜品品质。好品质带来的用户口碑，又进一步提升了用户粘性。美团外卖每天都会提供各类配送数据，包括出餐时间快慢、骑手停留时间等，帮助南城香评估线上运营的效果，从而进行优化改造。根据外卖配送数据的指导，汪国玉还对门店动线进行了改造，将堂食点餐处和外卖取餐专区分开，这样既不打扰堂食顾客就餐体验，也更有利于骑手取餐，

让店里的节奏能够跟上美团强大的配送能力，在订餐高峰时间内多出单，满足外卖顾客的更多需求，进一步增加店里的销售额。

自 2015 年正式和外卖平台合作以来，南城香的外卖业务已经连续两年实现营收和利润同比 100% 的增长，外卖业务占比达到 5 成，还成为了美团外卖平台快餐品类单店的销售冠军。目前，南城香在美团外卖平台的用户复购率达到了 70%，已成为企业营业收入的重要支撑。



▲ 南城香创始人汪国玉和在门店取餐的外卖骑手

智能化管理的 烧烤店



做餐饮不容易，要赚钱就得什么都往细里管，用了美团收银扫码点单，大大减少了服务员人手的压力，还减少了跑单损失。其中对我帮助最大的，是系统的“菜单管理”等管理辅助功能，让我能够更精细地管理好店里的方方面面。



——北京探照哥烧烤店
合伙人 尤勇

探照哥烧烤，最早是北京国贸 CBD 商圈一家备受欢迎的路边烧烤摊。经过 18 年苦心经营，探照哥终于在 2017 年 12 月搬上了楼，有了自己的店面。

初心依旧，如何做好烧烤对探照哥来说轻车熟路。但是，“过上好日子”的探照哥对如何适应新的经营环境却有些挠头。店面大了，顾客多了，经营的菜品也与过去摆摊时不可同日而语。40 张台全坐满的话，店里三、四名服务员根本忙不过来。不仅顾客觉得服务不周到，造成的直接损失也不小，曾经有一个月，仅北冰洋汽水就因漏记账“跑漏了”上千瓶。

为了更好地管理整个餐厅，餐厅合伙人尤勇决定给店里配备一个帮手——美团智能收银系统。通过使用美团收银的扫码点餐和扫码结账，既避免了结账收款时出错，还至少可以省下服务员 30% 的工作量，让服务员把精力用在更好地服务顾客上，提高客人的用餐体验。

同时，系统中的“菜单管理”功能还能够统计所有菜品的销售数据，帮助餐厅及时调整菜单来加强对热销菜品的推广力度，减少冷门菜品备货，以降低不必要的食材损耗。而“外卖自动接单”服务则使得外卖接单简单便捷，后厨直接出单、出货，改变了餐厅传单基本靠吼的传统，也减少了前厅后厨的矛盾。

尤勇说，美团收银不仅是提升管理、节约成本的利器，更伴随他了解透了餐厅经营管理的每一个环节，让他对经营餐厅这件事更专业、更有信心了。



▲ 探照哥烧烤店服务柜台



配送服务：增强商家产品送达能力

依托于业界领先的智能调度系统、智能化装备以及全球范围内规模最大的实时配送网络，美团配送服务能够针对不同配送场景进行智能调度，即使在大规模、高复杂度的场景下，也可以满足客户对物流配送的多元化诉求，从而为用户和商家提供高效、低成本的配送服务。

智能调度系统

在 AI 技术支持下，美团智能调度系统，可以针对不同配送场景进行智能调度，根据骑手的实时位置进行订单匹配，高峰期每小时执行约 29 亿次路径规划算法，确保运力系统处于最优状态。



智能化装备

基于语义理解、声纹识别、大数据、室内定位等多项核心能力，美团配送打造了智能电动车、智能安全头盔、高级温控消毒餐箱、智能语音助手、蓝牙定位装置等智能化装备，加入蓝牙、GPS、压力传感器、陀螺仪、湿度和温度传感器等智能化模块，通过人机耦合、交互联动的方式，将 AI 的智慧赋予骑手。



实时配送网络

美团已建成并运营着全球范围内规模最大的实时配送网络。2018 年，美团外卖日均活跃骑手超过 60 万人。



IT 服务：提升商家信息化水平

美团发挥技术领先优势和平台优势，积极为商家输出 IT 基础能力，自主研发餐饮管理系统（RMS）、酒店管理系统（PMS）等系统，将商家业务经营数字化，不断优化经营服务流程，实现线上线下一体化，提高经营效率和盈利能力。

RMS 系统

美团自主研发、面向广大餐饮商家的智能管理系统，包括收银、收单、预点餐等功能，以及线上预定、线上点餐、线下点餐、排队取号、桌台管理、菜品管理、聚合支付、外卖对接、后厨管理、供应链管理、会员管理、电子发票等服务，实现所有线上线下行为场景的完美打通，极大提升了商家的经营效率和用户体验。



PMS 系统

美团自主研发、面向广大酒店商家的智能云管理系统，基于互联网云端架构，具备安全、稳定、易用、无限拓展等特点。系统包括前台操作、房态管理、销售管理、客户关系、报表中心、财务管理、库存管理、集团管理等功能及移动 PMS、微信预定、智能发票、智能收银、渠道直连、电子房价牌、酒店餐饮、收益管理等行业多场景解决方案。



快驴进货， 为中小商户的 生意搭把手



这家面馆就是我们一家老小的生活。有了快驴，我再也不用早上三点多就起床进货了，也不用每次花 40 分钟去菜场了，省下时间每天午饭饭后还能打个盹歇会儿。每袋面粉还能便宜 2 元，每箱油便宜 3 元，直接送货上门，现在我们订粮油肉菜都上快驴进货。



——上海鑫鑫大碗面
店主 刘致敬

上海汶水东路边的鑫鑫大碗面，是一家摊位很小、极不起眼的夫妻店。每天早上五点，60 多岁的店老板刘致敬与老伴都会准时开门做生意，一年四季，风雨无阻。

店里的顾客大多是住在附近的街坊邻居，光顾的次数多了，很多人会察觉，刘致敬有些“不一样”——20 年前他因为意外失去右手小臂，进货、摊煎饼、煮面、迎客送客全靠一只左手。

小店走的是小本经营、薄利多销的路子。刘致敬每两天就要骑着助动车去菜场买油、面粉和蔬菜等原材料。一箱油 40 斤、一袋面 50 斤，刘致敬不喜欢麻烦别人，总是一个人一只手扛起这些生活中的重量，一只手扶着车把骑回小店。

他从来没有想过，有一天生活的“重量”会被轻轻卸去。2018 年 6 月，夫妇俩接触到快驴进货，通过 App 下单，就可以直接购买米面粮油、蔬菜鸡蛋、肉禽水产、调料酱菜等原材料，不



▲ 鑫鑫大碗面店主刘致敬

仅比自己去菜场买的更便宜，质量也很有保障，而且直接送货到家，方便快捷，省时省力，刘致敬再也不用早上三点多起床去菜场进货了。

2018 年年底，鑫鑫大碗面开通了美团外卖，一天额外多出了几十单外卖生意。刘致敬又算了一笔账：如今，一周要多用 8 瓶油、4 大袋面粉、近 300 斤的原料，过去的他很难负荷这个重量，但现在，餐饮原料有人送货上门，外卖有人配送，他只需要专注做自己的事。

退伍消防员的 酒店创业梦



自己的酒店，无论是装修还是服务，都比较用心，只是一开始顾客不知道。而美团让这样的单体酒店在与当地知名连锁酒店的竞争中，被更多人看到，也被更多人认可。



——江苏沐阳乐·啡精品酒店
店主 张猛

2017 年，消防员张猛从部队转业，回到老家江苏沐阳开了一家酒店。

张猛原本以为，沐阳是人口大县，酒店又地处繁华地段，经营上应该不会有太大问题。但开业后，他的信心逐渐变成了焦虑。周边 100 米范围内有 6 家连锁酒店和 3 家主题酒店，激烈的竞争让他的酒店毫无优势可言，开房率一直不高。100 多万的贷款让上有老、下有小的他压力山大。

缺少经验的张猛，意识到必须让专业的人做专业的事。“在这种情况下，我想到了美团，想要借助互联网平台的力量。”美团的推广人员很快帮酒店做了上线，而让张猛更感激的是，每个月美团都会帮他提供详细的数据，包括用户画像、消费习惯、周边竞争趋势等，帮助他快速了解市场和客户，还会基于专业数据分析向他提出针对性的调整建议，协助制定科学合理的价格策略，选择合适时机开展促销活动等，他们的专业和细致让张猛信心倍增。酒店上线后生意很快开始好转，订单不断增加。

2018 年 4 月，张猛听说美团旗下的美酒学院要在北京举办店长培训班，他毫不犹豫地报了名。系统的酒店管理知识更是让张猛获益匪浅。学习归来，他迅速把学到的理论与经验投入实践，利用美团后台将周边的酒店纳入对比指标进行分析，并用分析的结果来改善自己的服务。不到一年间，乐·啡精品酒店的好评率就提高到了 97%，成功挤进沐阳地区同行消费间夜排行榜的前列。

“美团这个平台，为我带来了客流，也让我自己不断学习提升，学到了很多经验，少走了很多弯路。”原本“门外汉”的张猛实现了从消防队员到酒店店长的华丽转身。



▲ 乐·啡精品酒店店主张猛



供应链服务：优化商家供应链管理

美团依托旗下快驴进货平台，构建面向中小餐饮门店的高效、透明的供应链，解决中小餐厅在食材及餐饮相关产品上的一站式采购需求。通过对接美团供应链服务，餐饮老板能够以更低进货成本、更高效率来获取安全可靠的食材供应，从而将更多精力投入客户服务。



快驴进货：全品类的餐饮供应链平台，可以为餐饮商家提供包括蔬菜鸡蛋、时令水果、肉禽水产等生鲜产品，以及米面粮油、酒水饮料、方便速食、调料酱菜和餐厨用品等在内的各种商品。快驴进货建立了业内领先的四温层（干仓、恒温、冷藏、冷冻）仓储体系，基于美团大数据精准触达海量商家，智能化预测不同地域、不同品类商家对食材的需求趋势，助力源头食材产品标准化，架设产地和需求之间的桥梁。

截至 2018 年年底，快驴进货已经在全国布局了 21 个省、38 座城市和 350 个区县，年度活跃商家数约 45 万



经营服务：提高商家经营管理效率

针对传统中小微企业普遍面临的经营管理难题，美团基于在生活服务业的深耕和大数据积累，为商家提供选址租赁、设计装修、采购耗材、员工招聘、员工培训、数据分析等全流程服务，并与其分享产业趋势、管理方法，提升行业认知水平，提高商家经营能力和效率，提升行业数字化水平。

美团培训学院

美团旗下面向生活服务业从业人员成立的培训组织，下设袋鼠学院、餐饮学院、美酒学院、丽人美业学院、亲子商学院等几类职业培训平台，覆盖餐饮、外卖、美容、美发、美甲、酒店管理、亲子、健身等所有生活服务品类，美团各培训学院整合平台及行业内优势资源，通过在线知识共享平台的搭建和线下培训课程，为从业人员提供专业化、体系化的互联网+经营知识服务，以知识的力量推动生活服务业持续健康发展，提升行业数字化发展水平。



全渠道会员

汇总了线上线下各个渠道的消费行为数据，通过分析形成报表，给商家另一个经营大脑，让餐饮商家更了解门店的客人和周边商圈经营情况，指导经营决策。



大数据选址服务

结合美团多年来积累的数据和资源，利用大数据技术对商业环境、消费趋势、用户画像、周边商家画像等方面进行详尽的分析，从而输出最佳选址点，同时，还将评估企业的销售额以及成本回收周期，为其提供重要的参考及借鉴。



服务支撑

粉巷 13 号的绝地逆袭



美团了解我店铺的经营状况，对西安餐饮业也比较了解，不论是开设新店资金还是推广营销，美团的客户经理知道我们餐厅需要的是什么，而且能够及时周到地帮助到我，现在我们都成了朋友了！



——西安粉巷 13 号陕菜馆店主 姜羿杉

姜羿杉在西安经营着一家叫“粉巷 13 号”的餐厅。刚开业时，餐厅菜品热度不高，又遭遇供应商虚报价格，一直在亏损中，即将烧光她多方筹措的 200 万启动资金，难以为继。

眼见生意没有起色，姜羿杉决定最后一搏，抓住商圈游客资源，转做新派陕菜并重新装修店面。但是，在筹措装修费用时，她遇到了困难。银行觉得餐饮业的小微商户风险高，为筹措资金卖掉房和车的姜羿杉又拿不出贷款抵押物。偶然间，姜羿杉在美团开店宝 App 看到美团生意贷，授信额度比较高，申请简单，到款只要半天时间，还款安排也比较人性化，随借随还，按日计息，正符合她的资金周转需求。她很快从美团贷款 15 万用于餐厅的重新装修。

变换风格之后的粉巷 13 号陕菜馆果然有了起色，越来越多的游客被别具一格的设计以及正宗的陕菜味道吸引而来。获得新生的餐厅和美团的合作也日趋深入，陆续开始线上推广和外卖服务，

2017 年，粉巷 13 号陕菜馆的营业额突破 500 万，餐厅逐渐步入正轨。

2017 年年底，姜羿杉尝试开第二家店，毫不犹豫地又从美团贷款了 30 万，随后用半年时间就还清了贷款。不到一年，姜羿杉开始筹划第三家店，依然选择美团贷款 40 万元，并且惊喜地发现，基于之前的良好信用和通过日常合作而对餐厅经营情况的了解，美团给她的贷款既提高额度又拉长期限，让她的资金周转更加灵活主动。

两年时间，粉巷 13 号从一家一度濒临倒闭的餐厅，逆袭成为粉巷商业街数一数二的陕菜馆，回想起当初那笔 15 万元的贷款，姜羿杉充满感激，正是它帮助餐厅起死回生，给了她放手一搏的勇气。



▲ 粉巷 13 号陕菜馆店主姜羿杉

金融服务：助力破解商家融资难题

美团金融服务以科技为核心，通过“场景 + 金融”双向赋能，将美团在渠道、技术、营销等方面的能力，与金融机构在资金、风控等方面积累的经验优势互补。通过深耕大数据应用，以真实场景触达客户，用行为数据反应信用，精准扶持小微商家，提供无担保、方便快捷的信用贷款，解决其贷款难、贷款贵的核心痛点，服务实体经济，共建普惠金融新生态。



生意贷：美团金融推出的一款互联网小微企业贷款，为广大生活服务行业的微小商家和个体工商户提供无担保、方便快捷的信用贷款，最高贷款额度可达 100 万。其核心优势是全线上、自动化、智能化，通过将贷款用途的确认和授信与客户的识别、沟通、营销、经营区分，大幅提升后台经营管理效率，带给客户的直接体验是申请方便（只需身份证）、批核快（小额贷款可实现秒级放款）、人性化（随借随还，按日计息）。

美团“生意贷”的业务已经覆盖全国 1556 个县域，其中包括 268 个贫困县，用简单、便捷、高效的经营性贷款服务，实现服务到实体经济的金融下沉，成为中小商户成长的助推器。

科技创新，带动行业快速进步

作为一家技术驱动的公司，美团深入生活服务业各个垂直领域，关注和分析行业发展需求，通过提供创新的解决方案，为行业带来突破和变革，引领行业不断进步。

2019 年初，基于“交易型超级应用”这一开创性的商业模式，美团荣登美国知名商业杂志《Fast Company》“2019 年全球 50 家最具创新力企业”榜单首位。

外卖餐盒新标准

美团外卖积极推动外卖各环节的规范化管理，坚守互联网 + 餐饮的“平台”角色，要求服务商制定骑手送餐的流程标准、行为规范、送餐过程中的技术标准等，通过固化的标准为用户提供更好的服务。截至目前，美团已经形成了餐箱清洁消毒、骑手着装、商家及客户话术等多项检查标准，为行业规范化管理提供了成功的范例。

该团体标准对使用范围、使用性能要求、检验规则和标志、运输、贮存等方面均作了详细规定，例如要求商户送餐时使用纸袋、可降解袋、纺织品袋等替代传统的塑料袋，未使用标准要求的纸碗、送餐袋的网络餐饮服务提供者将面临降低排名、取消平台补贴活动、下线整改等多项措施的惩罚。

为推进智慧生活服务标准化建设和发展，2018 年 7 月，美团与中国标准化协会建立了战略合作伙伴关系，截至 2018 年底，美团共参与制定 6 项国家标准、1 项行业标准和 9 项团体标准。

产生的塑料垃圾可减少

75% 以上



2018 年 4 月，美团外卖与行业协会及众多合作伙伴携手发布外卖送餐盒团体标准。这是国内首个外卖送餐盒团体标准。餐盒团体标准推行后，外卖行业将采用生产技术较为成熟的淋膜纸碗替代塑料送餐盒，在保证送餐盒质量安全的基础上，约可减少 75% 以上塑料垃圾的产生。

共享配送新模式

随着信息技术的迅猛发展，人们的生活、生产方式、流通方式都发生了巨大的变化。在共享经济备受关注的当下，各类新的商业模式已经进入了日常生活中的各个领域，共享配送就是其中之一。在共享配送平台上，共享配送员可以利用闲暇时间，按照自己的意愿承接订单的配送工作。这一模式除了有效帮助商户提升服务效率，也帮助更多的人实现了灵活就业，让去产能工人以及其他人力资源发挥最大价值。

2018 年 1 月，由美团担任首任主任单位的共享配送联盟正式成立，旨在建立各平台、各企业之间的联动和协同。通过建立行之有效的管理办法，加强各个配送平台之间的信息共享，建立共享配送员统一准入机制以及行为标准，推动配送行业完成高效与规范化的双重升级。同时，联盟还将成为社会、公众了解行业的窗口，传播共享配送的概念，提升行业影响力。

无人配送新发展

未来 5 年，外卖业务将持续增长，而适龄的劳动力却呈下降趋势。同时，在配送的“最后一公里”乃至“最后 50 米”中，骑手经常面临着室内配送效率低下、道路行驶安全隐患或雨雪及夜间配送环境恶劣等多重问题。在这一过程中，需要通过技术创新来更好地提升服务效率和用户体验。

在智能配送领域，美团已经研发了智能语音助手、智能电动车等多元设备来助力骑手。除此之外，随着配送需求越来越强，美团还启动了无人配送设备的研发与推进，包括无人配送车、无人配送机器人及无人机等，通

过自动驾驶、高精建图、远程遥控等技术应用，依托物联网技术，打通智能交通、楼宇、电梯等环节，适应外部道路、园区、建筑物内部等不同场景，有效补充运力，提高外卖配送效率，为解决生活服务业“最后一公里”的配送难题提供全新方案。

2018 年 7 月，美团还发布了无人配送开放平台，旨在构建一个完整产业生态圈，通过开放自身多重场景与能力，与各界伙伴开展合作，共同打通无人配送在“产学研用”全生命周期链上的关键环节，最终实现用无人配送让服务触达世界每个角落的目标。



▲ 美团无人配送车

智慧住宿新科技

经常出差在外的人经常会担心住宿环境的卫生问题，尤其是在 2018 年 11 月媒体对“毛巾门”的报道之后。酒店布草的更换清洗不是小事，它既关系到客人的身心健康和合法权益，又关系到消费者对酒店乃至整个行业的信任。

为了帮助解决这一行业痛点，2018 年美团启动了“净放芯”项目，致力于为消费者提供更放心的健康旅行方案。每个参与“净放芯”项目的酒店，会在其布草中植入一颗美团研制开发的，结合了移动物联网技术、RFID 芯片与二维码为一体的“净放芯”智能芯片，每件布草的清洗过程都会被芯片详细记录。新客人入住时，打开手机扫描房间

里布草标签上的二维码，就可以读取云端储存的相关记录，了解布草的清洁和更换信息。

“净放芯”的投放，让客人对酒店的卫生和服务因放心而更加满意，也能够帮助酒店行业有效解决消费者信任缺失的难题。



▲ 带有二维码的“净放芯”酒店床单

平台治理，助力行业健康发展

合规经营 打造诚信公平 商业环境

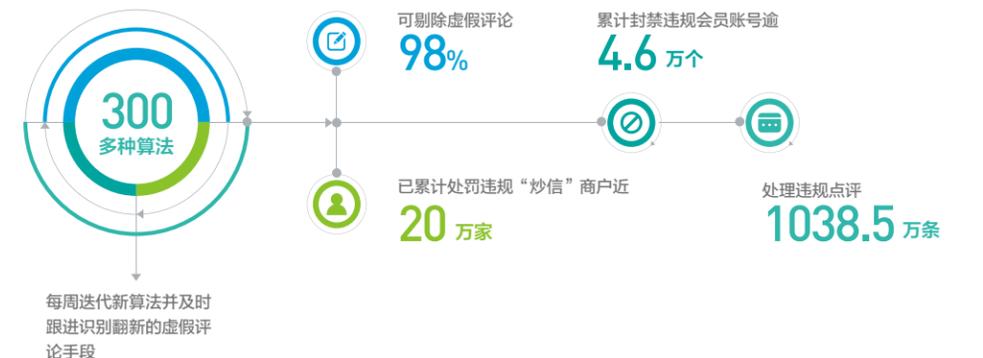
规范化建设是行业健康发展迈向成熟的关键要素，美团长期坚守“以客户为中心”和“正直诚信”的价值观，通过技术措施和运营管理，助力构建更健康的行业生态和市场环境。

美团要求平台商户在入网前提供符合当地法律法规要求的有效证照资质原件，并结合商户实际情况核对许可证日期、地址、经营范围等内容，同时依据当地法律法规规定，对上传的商户证照资质信息进行验证，确保真实有效，只有经品控严格审核通过的商户，才能够上线。

商户上线后，美团会定期通过自主研发的“商户证照云审核系统”对一证多用、证照过期、证照造假和仿冒、超出经营范围等情况进行重点核查，发现问题第一时间通知商户整改，情况严重时会对商户进行下线处理。同时，实行第三方专业机构“神秘客抽检”制度，定期对商户环境及证照进行抽检，出现不达标情况将限期整改，情况严重时对商户采取下线处理。

创建并维护一个公平的竞争环境，对行业的健康成长尤为重要。在代理商管理方面，美团已经形成了以“六不准”为核心的一整套行为规范体系，以约束代理商行为规范。其中，明确规定代理商不得从事不正当竞争或涉嫌垄断行为，以免破坏行业良性发展秩序，并严令禁止代理商伪造经营数据或者提供虚假信息。

为了提高平台信用管理水平，落实平台主体责任，美团制定了一系列商户诚信管理相关的平台规则，携手商户共同抵制虚假好评、恶意差评竞争对手等扰乱平台评价秩序的不诚信行为，并建立商户诚信分级制度，加强对失信行为的分类与甄别，同时让优秀的守信商户获得更多权益。平台通过建立一个真实可信的消费者评价系统，监督商户提升服务质量，真正实现“良币驱逐劣币”，推动形成良性的产业生态。



数据共享 政企联动 推进食品安全

为了增强代理商的法律意识与责任意识，预防日常经营中潜在的隐患和法律风险，美团还定期针对代理商开展食品安全、信息安全、广告营销等各种相关法律法规的培训，帮他们及时了解国家法律法规要求。

2019年初，历时5年出台的《中华人民共和国电子商务法》落地实施，为了帮助代理

为了对入网餐饮商家进行全周期管理、动态管理，同时帮助监管部门提高“以网管网”的工作水平，为消费者的食品安全构筑坚强的防线，美团研发了“天网”“天眼”系统，即“入网经营商户电子档案系统”和“餐厅市民评价大数据系统”。

目前，“天网”“天眼”系统已完成了与上

商理解电商法，规范代理商的行为以及助其合规经营，美团外卖开展了针对性的电商法专项培训，通过视频直播以及录制视频课件等多元化的方式向美团外卖代理商普及和讲解电商法知识。

海、深圳、成都、厦门等多个重点城市监管部门的数据对接，通过大数据分析发现问题餐厅，同步移交给相关主管部门。在此基础上，政府和网络餐饮平台合作，共担食品安全监管与治理责任，也扩大并细化了消费者参与食品安全治理的渠道，推动形成更完善有效的食品安全治理格局。

“天网”系统是维护线上餐饮市场平稳有序的一道“防火墙”，入网经营的商户首先要在“天网”系统中建立电子档案，防止“幽灵商户”或者“李逵李鬼傻傻分不清”的现象出现。通过“入网审核、在网登记、退网追踪”三大环节，对入网餐饮商户进行全生命周期管理，将商家的餐饮服务许可证、营业执照等档案全部电

子化，并进行及时跟踪比对，确保平台商户信息真实可靠。商户在后台上传许可证照片后，美团自主研发的OCR图片识别系统对许可证照片关键信息自动识别和记录，能够防止手工随意录入信息，提高校对信息的效率。



在“天网”系统的基础上，美团与上海长宁区市场监管局合作开发了“天眼”系统，即餐厅市民评价大数据系统。“天眼”以美团点评积累的消费者对餐厅的点评数据为基础，通过语义识别分析

技术，将海量评价数据中有关食品安全的内容进行量化和结构化，并通过数据分析可视化地展现出来，生成有利于发现食品安全问题、加强监管执法的数据信息。

打黑反腐 积极维护 行业健康生态

作为提供吃喝玩乐一站式生活服务的超级平台，美团平台的背后是数亿的用户、数百万合作商户、数百万外卖骑手以及数万名员工，形成了一个庞大的生态。美团持续推动平台优化治理，对外坚决打击黑产，对内加强反腐力度，积极维护平台的健康生态，保障生态伙伴的合法利益。

美团长期把严厉打击黑产作为一项推动商业文明、维护电商行业交易秩序的社会责任，对破坏平台交易秩序的违法犯罪行为“零容忍”，快速打击、坚决惩治。为此，公司成

立安全管理和监察部，团队由原公检法干部、企业调查人员和数据分析人员组成，进行线下调查和严厉打击。

自2016年起，美团与多个部门联动，在公司内外不断开展针对黑色产业链打击工作，通过严厉查处以及预防宣教等方面持续不断的综合施策，使商业生态得到不断净化。2018年，美团共推动25起黑产刑案，102名严重危害市场交易秩序、损害客户权益的违法犯罪分子受到刑事惩罚。

美团旗下榛果民宿协警方打击“飞单诈骗”

2018年9月上旬，美团客服多次收到用户反馈，有人在美团旗下榛果民宿平台注册虚假房源，以给予优惠为由，通过即时聊天软件，脱离平台监管，发送虚假链接，诱导用户支付房款，从而进行诈骗。

这种新兴的“飞单诈骗”，作案手段隐秘、目标广泛、破获难度较高，对用户造成巨大损失的同时，严重影响平台信誉。美团平台对此高度重视，立即着手梳理归集类似案件，通过调取类似案件的电子数据，发现线索指向广州市。美团点评第一时间向广州天河警方报案。

2018年9月26日，广州天河警方开展立案打击，美团安全事务部会同风控、财务等部门对后台数据进行了排查，向公安机关提供更为精准的线索和证据。10月27日，三名嫌疑人被刑事拘留。

此次协助警方侦破“飞单诈骗”案，成为美团积极践行平台责任、探索以“政企联动、精准打击、数据升级、关口前移”为特点的“互联网+监管”新模式的成功案例。

基于平台生态治理及可持续发展，美团非常重视营造廉洁、诚信的商业环境。2017年，美团联合腾讯、百度、京东、沃尔玛中国等14家企业成立了“阳光诚信联盟”，通过企业间信息共享机制，对舞弊员工联合拒绝录用，对不良商家联合拒绝合作。

美团对生态合作伙伴强调“正直诚信是平台与合作伙伴们生存发展的基础保障，也是开展合作的首要条件，请远离一切网络黑产，杜绝一切腐蚀员工和合作伙伴的行为，包括但不限于行贿、干股、不当馈赠及款待、借贷等”，同时也对内部员工积极引导“阳光职场”文化。

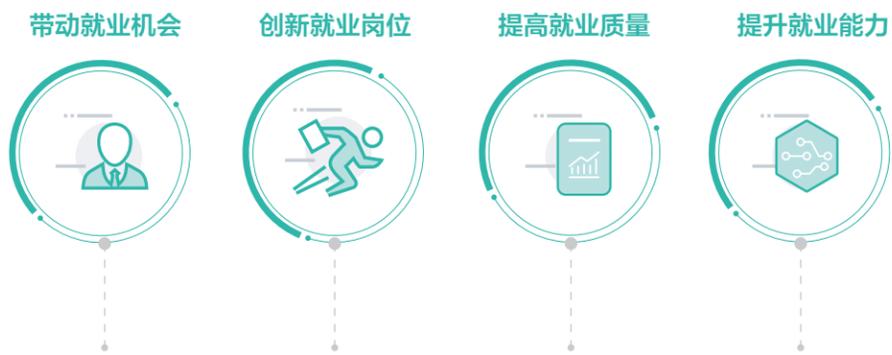


通过一系列的预防宣教、调查等方面的综合施策，美团点评生态系统的廉正状况愈加良好，使商业生态得到不断净化，形成风清气正的浓厚氛围。

就业发展，为行业提供人才支撑

随着生活服务业的发展及市场规模的量级飞跃，专业化分工日益多样化，无数新型职业应运而生，为社会创造了大量就业机会。根据人力资源和社会保障部公布的数据，中国第三产业就业人员占比已从 2013 年的 38.5% 升至 2018 年的 44.9%，而上海、北京等大城市的占比更是超过了七成。

生活服务业的高质量发展，离不开大量的专业化人才。通过对传统行业的服务和改造，美团在带动行业升级的同时，也通过创造新的市场需求、推动供给侧改革带动就业，释放人才的潜能，帮助生活服务业从业人员提升职业素质和服务水平，从而让行业的发展能够有高质量的人力支撑。



据中国人民大学劳动人事学院课题组的研究，2018 年美团点评带动就业机会 1960 万个，其中包括 270 万配送就业机会，也带动商户就业机会 1600 多万个。

美团通过带动生活服务类需求的增长，促进了更多新职业的诞生，外卖骑手、美业培训师、育婴师、汽车美容师、“试吃官”等都是其中的典型代表，为生活服务业创造了大量新就业岗位和形态。

美团为商户提供推广和展示功能以及基于大数据信息技术的数据支持服务，助力企业扩大业务规模并推动实现消费升级，提高了生活服务业员工的就业质量。

美团为商户提供平台排名、用户评价等多项数据反馈和分析服务，促进了企业内部管理和员工工作流程，并通过旗下各学院为从业人员提供培训，助力生活服务业人员的就业能力水平提升。

打造数字职业技能培训平台

在美团开设的课程中，公益课占比超过

70%

为了向高质量发展的行业和现代化的经济体系提供技能人才支撑，美团整合集团及行业内优势资源，积极打造数字职业技能培训公共服务平台，开设了餐饮学院、袋鼠学院、美酒学院、丽人美业学院、亲子商学院等多个职业培训平台，通过在线知识共享平台和线下培训课程，为生活服务业从业人员提供专业化、体系化的培训资源，以帮助其提升数字化能力、学习行业趋势、通过数字化产品的运用优化各个环节的效率、制定满足消

费者需求的营销策略、提供更为精准的客户服务、制定有效的企业管理准则等，从而带动转岗提质就业。

目前，美团拥有超过 700 位专业讲师，累计培训超过 1100 万人次，开发了实操、运营、管理、行业动态等 2000 多门课程，累计输出课时超过 9000 小时，线下课程培训覆盖全国超过 400 个城市。

| | | |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <h3>美团餐饮学院</h3> | <p>美团餐饮学院开设了致力于辅助从业者学习数字化产品的线上线下培训课程，汇聚行业内资深专家讲师，自主研发课程 194 门，涵盖餐饮管理、营销推广、店铺运营、外卖运营、投融资等类别，拥有认证讲师 100 人，累计线上培训人次超过 60 万，在全国开展线下培训班近 200 余场，受到从业者的欢迎和好评。</p> | |
| <h3>美团袋鼠学院</h3> | <p>针对外卖的迅猛发展，餐饮从业人员自身缺乏外卖经营经验、方法以应对消费者及市场环境变化等问题，美团袋鼠学院通过商户沙龙、战略峰会、新餐饮店长培训班等系列课程，从提升引流与曝光量、门店转化和复购率、提升配送质量、挖掘增长红利点等多个方面为餐饮从业者提供专业的运营建议，快速解决其面临的困境。截至 2018 年年底，袋鼠学院已为 200 多万商户提供学习培训。</p> | |
| <h3>美团美酒学院</h3> | <p>美团美酒学院开办至今已累计开设 900 余场公开课，覆盖线上线下百万人次，每场公开课的培训时长约 3 小时。除提供大量免费公开课之外，美酒学院还在付费课程体系中，提供一部分免费学习名额给有需要的商家，帮助他们实现创业梦想。2018 年，美酒学院荣获中国教育领域唯一官方奖项——第三届 CSR 中国教育奖“创业创新”特别奖和中国最佳 CSR 品牌两大奖项。</p> | |
| <h3>美团丽人美业学院</h3> | <p>2018 年，美团丽人美业学院与欧莱雅集团旗下巴黎欧莱雅沙龙专属品牌正式发起“城市新青年”计划，整合双方平台优势和专业培训资源，免费为城市服务业劳动者提供更多学习成长的机会。首批落地项目包括“新青年共创会”和“新青年成长营”。其中，“新青年成长营”首站已正式落地徐州市丰县中等专业学校，为 200 多名在校学生提供美业相关的手工艺技术、经营管理等课程培训和实习机会。</p> | |
| <h3>美团亲子商学院</h3> | <p>美团亲子商学院于 2018 年 7 月正式成立，致力于深耕亲子行业，进行培训赋能。截至目前，学院拥有专业讲师 143 人，覆盖 44 个城市，全部课程均免费面向学员提供，累计线上学习人次 7291，线下培训人次 2 万，输出课时 840 小时。</p> | |

他们是有理想、有本领、有担当的城市新青年

身为新时代的追梦人，美团骑手一直践行“使命必达”的理念，把美好和美味传递给每一位消费者。在他们身上，有风雨无阻的敬业精神、助人为乐的奉献精神、纵情向前的奋斗精神，骑手群体代表的是努力学习去提升自己、努力拼搏去承担责任、努力奋斗去实现梦想的广大现代服务业劳动者们，他们有理想、有本领、有担当，组成了这个新时代的“城市新青年”。

新经济，新就业

- 2018 年，超过 270 万骑手在美团外卖获得收入，比 2017 年的 220 多万增加近 50 万，有效带动社会就业
- 全国 832 个贫困县中，美团外卖平台骑手覆盖 781 个，覆盖率高达 94%
- 2018 年带动贫困县 67 万骑手就业（有单骑手数基准），占总体骑手人数比例的 25%
- 骑手工作时间灵活，为兼做两份工作增加收入提供了可能，35% 的美团骑手有其他收入来源
- 呈现当地 / 周边就业趋势，53% 的骑手选择在本省省内工作



新服务，新关怀

- 2018 年，用户为骑手小哥写下了 3 亿好评
- 2018 年有 2.5 亿用户订单给小哥备注“感谢”
- 2018 年，美团平台商家为骑手提供爱心餐，总共为骑手节省了 1750 万元



新青年，新形象

- 美团外卖骑手以 80 后、90 后的年轻人为主，其中男性骑手占 92%
- 有 15% 的骑手拥有大学学历
- 超过 40% 的外卖骑手在过去一年中注重学习提高，其中 15% 读书、15% 和同行同事交流、9% 在线学习、2% 报名线下大学 / 培训班
- 45% 的骑手每天接单数量超过 20 单，40% 的骑手每天行驶距离 >50 千米
- 有超过 50% 的外卖骑手是家庭收入的主要来源，16% 的骑手是家庭收入的全部来源
- 通过坚持和奋斗，54% 的骑手在 2018 年生活有了可喜的变化



一路成长的单王站长

2004 年来到北京的左申平，先后从事过保安、快递员的工作，直到 2017 年 11 月加入美团外卖国贸站，成为了一名外卖送餐员。

在外人看来稀松平常的配送工作，左申平偏偏从中钻研出“道”来。他白天看导航送餐，晚上回家琢磨怎么走能节省送餐时间。无论订单上的路途有多远，他都坚持送餐，因为他始终坚信：成功没有捷径，付出和回报永远是成正比的。

在加入美团的第二个月，左申平就拿到了 9000 元的工资。2018 年初，他被站里选举为组长。第二季度连续三个月，左申平被评为美团外卖国贸站的单王。7 月，他被公司提拔为储备站长。

在新的工作岗位上，左申平毫无保留，把自己的送餐经验全部分享给站里的骑手兄弟们，帮助他们提高送单量，确定奋斗目标。在左申平的带领下，他所在的站点在 2018 年 8、9 月份，被连续评为五星站点。左申平用自己的努力和付出证明了，生活总会眷顾努力的人。



▲ 左申平

踏实奋斗，美好的事情就会发生

2017 年 9 月之前近十年的时间里，仇雪雪一直待业在家，每天也没有什么事情做，就是上网、睡觉，偶尔做个直播，日子过得浑浑噩噩。有一天，她感觉到生活太空虚了，考虑出去找份工作，重新融入社会，恰巧看到了美团外卖招募“骑手”的广告，机缘巧合，便注册成为了一名外卖送餐员。

这是一份看似简单，做起来却很有挑战的工作。刚开始送餐时，由于经验不足，对路况和路线都不熟悉，仇雪雪一整天也送不了几单，超时的情况经常发生，但她的那股拼劲和努力学习的认真态度，让身边的所有人都很惊讶。慢慢的，她的送餐效率高了许多，在站点 100 多人中排到了前 10。

幸运的她还从这份工作中有了更惊喜的收获——爱情。她结识了同是送餐员的孙宏卫。碰面的机会多了，两个人不免在等餐的空档聊几句，慢慢相处下去，两个人走到了一起。这份感情让原本普通而又有些艰辛的工作，开始有了幸福的底色。2018 年 8 月 13 日，这对夫妻骑手在石家庄正式举行婚礼，80 名当地骑手组成接亲队伍穿过石家庄主干道，共同见证他们的幸福时刻。不仅如此，在 2018 年 9 月，她还受到邀请，与美团点评创始人兼 CEO 王兴一起走上了公司上市敲锣仪式，作为骑手代表，与美团的管理层、用户代表、商户代表、生活服务业的从业者代表等，共同见证了这一历史时刻。

如今的仇雪雪已经通过自己的努力，成为了一名美团客服。她说，虽然每天还是很辛苦，但现在觉得生活有了奔头，“看着自己现在的生活，有时候会忍不住想，只要踏实奋斗，美好的事情就会发生。”



▲ 送外卖中的仇雪雪



▲ 成为美团客服的仇雪雪

帮他们获得尊重 收获幸福

骑手作为美团连接商家和消费者的重要纽带，是美团宝贵的资源。因为他们的努力付出，美团才能实现“帮大家吃得更好，生活更好”的使命。为了让骑手能够更安心工作，

我们特别推出了服务骑手的十大举措，帮助他们得到机遇和尊重，消除后顾之忧，以自尊、自信、自立、自强的姿态，更好地融入城市社会。



智能耳机

提升装备智能化水平，实现语音交互，全力保障骑手骑行安全



安全培训

和公安部门合作开展常态化安全培训，出版《生活安全指南》免费发放



绿色通道

建立申诉和反馈绿色通道，坚决维护骑手正当权益



心理热线

联合清华大学心理咨询中心开通热线，关爱骑手心理健康



守护计划

推出“骑手守护计划”，为因疾病身故或罹患25种特定大病的骑手提供关爱基金



骑手驿站

设立骑手驿站，累了的时候能喝口水，歇歇脚



餐饮打折

协同平台商家提供“爱心餐”，节省骑手生活费



团圆家宴

组织合作商家免费提供团圆饭，让骑手品尝家乡味



学习深造

携手“学堂在线”平台，免费提供继续教育课程，助力骑手进步



精神培育

每年举办“717”骑士节、骑手颁奖礼，弘扬骑手精神

与美团并肩成长 的新职业人群

除了外卖骑手，美团平台的快速发展也在一定程度上带动了其他生活服务类需求的增长，促进了更多新职业的诞生。近几年涌现的育婴师、美容师、宠物医生、健身教练、汽车美容师等就是其中的典型代表。

新职业人群画像



超过 60% 的人拥有大专及以上学历



超过50%的人收入在每月5000元以上，35%的人收入达每月8000元以上



74%的人因爱好选择自己的工作



66%的人希望深耕自己所在领域，成为行业顶尖

新职业对从业者的专业技术有着相对较高的要求，且许多工作还要具备较高的综合文化素质和丰富的实践经验。美团各学院开设的职业技能培训，为投身于新职业的从业者们提供了更多学习专业技能的机会。同时，基于美团平台的用户评价体系，从业者能够及时收到客户的反馈，从而有针对性地提升自己的服务水平，快速积累口碑，赢得社会认同和更好的个人发展机遇。

百万年薪发型师的奋斗之路

自师范学校毕业后，涂海涛的第一份工作是代课体育老师。工作不稳定，薪水也不多，他很快从学校辞职，踏上了去武汉学习美发的道路。

涂海涛从洗头工做起，利用一切机会学习，靠着超出常人的努力和“每天至少比别人多练习一小时”的拼劲儿，他很快就成长为一名手艺过硬的发型师。

2012年，涂海涛加入柯琳造型。在美发行业，要挣钱就意味着要有大量稳定的老顾客和他们口碑相传带来的新顾客。涂海涛注意到，在美团和大众点评App，他这样的手艺人人都可以开设自己的个人展示页面，向大家介绍自己，顾客可以在这里对自己的服务进行评价。于是，在继续磨练手艺的同时，他也开始用心维护自己在网上的口碑，大量的顾客好评和点赞不仅帮助他增加了客源，还让他从店内的几名发型师中脱颖而出，迅速晋升为店长。

年轻人的理想并没有就此终止。他知道，“时代在变，潮流风向和行业趋势也一直在变，手艺人需要不断地充电。”在老板柯琳的影响下，他接触到美团点评旗下的美业学院，在线学习新手艺和流行趋势逐渐成为日常的必修课，除此之外，学院还提供店铺管理、线上营销等管理课程，帮助他快速学习店铺管理知识，完成了从手艺人到管理者的转变。



▲ 工作中的涂海涛

社会篇



为了更美好的 未来



“上市意味着成为一家公众公司，意味着更大责任。作为平台型互联网企业，我们不能仅仅用法律、义务这样的底线来要求自己，而是要更加自觉、更加主动地承担社会责任，创造社会价值，构建一家社会企业。”

——美团点评创始人兼CEO 王兴，2018年9月20日



随着企业的发展壮大，美团积极践行企业社会责任，致力于建设更加开放合作、与全社会协调发展的社会企业，释放更大的社会价值。我们与各利益相关方携手，倡导健康生活、绿色消费理念，为城市高质量发展、人民高品质生活贡献力量；充分利用平台资源和技术优势，配合当地政府完善公共治理，推进智慧城市建设；依托美团生态，让慈善公益融入亿万消费者的日常生活，助力更多社会问题的解决，共同构建可持续发展的美好未来。

Eat Better
Live Better



健康生活，绿色消费

随着经济发展与社会进步，健康、绿色的消费观与生活方式逐渐收获更多人的青睐。一直以来，美团都在积极探索如何更好地发挥平台的影响力，携手社会各界，向人们倡导更可持续的生活方式，并为他们提供健康生活方式的获取渠道，从而形成全社会参与、全社会获益的健康生活、绿色消费新风尚。

推广健康生活新风尚

在消费升级大趋势下，人们越来越注重健康。作为一个聚焦“吃”的平台，美团致力于通过优质丰富的产品与服务，满足人们营养健康的需求，带动更多人吃得更好，吃得更健康。

2018年10月16日世界粮食日期间，美团与联合国世界粮食计划署合作，在“行动造就未来”的全球主题下，发起“均衡膳食，共享健康”联合行动，利用美团平台的影响力，联动权威媒体和朱亚文等演艺名人，通过膳食宝塔图解、趣味营养知识问答等多种形式让公众了解均衡膳食的重要性，同时积极带动餐饮商家关注均衡膳食的理念，为大众提供更优质、营养均衡的美食。

此外，基于对消费数据和社会趋势的洞察，美团大力向公众推广积极健康的生活方式。我们设立运动健身频道，目前平台上已有健身、游泳、瑜伽搏击、球类运动等26个细分品类，超过2万个合作商家，连接5万名健身教练，服务覆盖全国320个城市。我们为健身商家量身打造了“商家成长体系”，通过积分制度激励健身商家重视消费者反馈、不断提升服务质量，从而提升整个

健身行业的品牌意识、管理能力及服务水平，同时增加消费者主动运动的机会和时长，引导用户开启更健康的生活方式。



▲ 倡导均衡膳食，共享健康生活

“青山计划”推动外卖环保

从2017年9月开始，在美团点外卖的下单页面多了一个“不需要一次性餐具”的选项，用户选择后即可减少一次性餐具的消耗。这个功能就是美团外卖“青山计划”的一部分。

为推动解决外卖行业环保问题，美团在2017年7月正式发布了外卖行业首个关注环境保护的行动“青山计划”，致力于从环保理念倡导、环保路径研究、科学闭环探索、环保公益推动四个方面推动外卖行业环保进程。

| | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <h3>环保理念宣导</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 美团外卖环保日 利用平台流量优势向公众宣传环保理念 • 多渠道宣导环保 联合监管部门及生态伙伴，针对商家及消费者通过线上线下多渠道宣传环保 | <h3>环保路径研究</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 环保课题研究 研究绿色发展议题，设计行动纲领和解决方案 • 标准制定参与 多方合作推动餐盒环保化，响应主管部门，配合相关制度 | <h3>科学闭环探索</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 推动源头减量 美团外卖 App 设置“不需要餐具”选项减少一次性餐具用量 • 试点包装升级 多样化环保包装，推广环保包装标准 • 加强回收分类 宣传科学分类方法，示范可执行分类手段 • 实践循环利用 推动餐盒循环再利用，探索行业可持续发展之路 | <h3>环保公益推动</h3> <ul style="list-style-type: none"> • 青山公益基金 先期投入 300 万元设立餐饮外卖行业首个绿色环保公益专项基金 • 青山公益行动 超过 5000 家平台商家首批加入，共同推动生态环保与扶贫攻坚 • 青山公益林 打造互联网公益模式，绿色环保与乡村振兴并行 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

2018年3月美团外卖启动“青山公益行动”，上线青山公益商家，发动平台商家力量共同助力环保。用户每在公益商家下一单，商家即捐赠一定善款用于环保公益推动。目前，共有近3万家商户加入。

要解决餐饮外卖带来的环境问题，面临大量政策、资金、技术等方面的障碍，不可能一蹴而就，需要从全产业链角度看待行业环境保护问题。经过一年的探索，2018年8月，美团外卖将“青山计划”全方位升级，启动“青山合作伙伴计划”，希望携手更多合作伙伴，推动外卖行业的环保进程，并提出到2020年的三大环境保护目标：

| | | |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <p>100</p> <p>携手100家以上外卖包装合作伙伴，寻求新的解决方案，尽可能地减少塑料外卖餐盒的废弃；</p> | <p>100</p> <p>联合100家以上循环经济合作伙伴，开展100家以上垃圾回收与循环利用试点，探寻行业可持续发展之路；</p> | <p>100000</p> <p>汇聚超过10万家青山公益商家，通过青山基金和美团平台支持社会公益组织，促进环保公益发展。</p> |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|

废弃餐盒的华丽变身

一直以来，美团都在不断地探索新的包装解决方案，尽可能地减少塑料外卖餐盒的废弃，并与后端处理厂共同探索创新回收模式，推动废弃餐盒的回收再利用。摩拜单车把回收的外卖餐盒，通过在黑色料里添加 30% 的餐盒回收料，在白色料里添加 10% 的餐盒回收料，制作成为单车挡泥板，将外卖垃圾重塑新生，成为了美团业务生态体系中循环再生的一个实践范本。这项创新目前已通过质量认证，即将启动量产。



▲ 由回收废弃餐盒制成的单车挡泥板



▲ 由回收废弃餐盒制成的名片

除此之外，美团还将回收的废弃外卖餐盒制成了工牌、钥匙链、名片、行李牌等小物件，帮助“下岗”的废弃餐盒“再就业”，成为员工们的工作搭档，实现了废弃餐盒“变废为宝”的华丽变身。

共享单车的全生命周期环保之旅

在引领单车骑行潮流的同时，我们还通过实际行动，为可持续生活“代言”。美团率先提出并积极践行共享单车全生命周期环保理念，在设计、采购、生产、投放、运营、报废等全环节贯彻 3R 原则（Reduce, Reuse, Recycle），实现废旧单车 100% 回收再利用。

摩拜单车早在设计和制造之初，就与全球领先的企业合作，探索轻量化材料和可持续能源在生产过程中的应用。在回收利用环节，目前，每辆报废单车的智能锁、太阳能板、

轮组都会回收和通过检测后重新使用。而拆分出的电子元件（危险废弃物）则交由厂商回收处理。截至目前，摩拜单车与生产厂家合作，已有 106 万条轮胎实现了回收利用。

同时，通过数据分析和技术监控，我们能够不断地对单车进行优化设计和精准保养，从根本上提高单车的使用寿命，减少资源消耗和碳排放。

自摩拜单车运营以来，已累计节约碳排放量超过 440 万吨。

全生命周期管理愿景

REDUCE · REUSE · RECYCLE



公共治理，城市活力

美团的服务连接千家万户，也与人们生活的公共空间有着千丝万缕的联系。通过不断创新所形成的在移动互联网、大数据等方面的技术能力，为美团积极参与公共治理提供了良好的契机和全新的思路。美团积极发挥自身的技术优势，在交通与消防安全、智慧城市建设等领域与政府展开紧密合作，为城市的智慧建设与可持续发展献计出力。

维护城市文明交通

为了给美团外卖骑手和其他道路交通参与者营造一个良好的交通环境，美团通过与交通管理部门的紧密合作，持续推动警企共治，不断消除事故隐患，督促骑手们共同维护城市交通文明，成为文明交通的宣传者、践行者和守护者。2018 年，我们的骑手百万公里事故率相比上一年度降低近 50 个百分点。



▲ 美团骑手智能装备全家福

- 不断升级智能配送装备，为骑手配备智能电动车、智能安全头盔、智能餐箱、智能语音助手和室内定位基站，让配送更高效安全；
- 要求新入骑手必须通过入职安全考试，2018 年举办内外部各种培训 400 余场，覆盖人数近 100 万、合作商 1000 余个，培训考试通过率达 90% 以上；
- 针对电动车消防隐患的消除，加强电动车安全管理，制定电动车充电安全规定，统一要求使用专业的充换电设备，从根源解决充电安全问题，降低消防事件发生率；
- 推出“小区守卫”系统，通过技术手段解决外卖骑手进出社区时的身份核验、出入时间管理、配送路径等问题；
- 与消防、交通等部门合作，开展各类安全宣传活动，并在 App 中添加包括交通和消防安全宣传、提示、培训、考试在内的安全知识宣导资料。

通勤路上的“智慧交通”

对刚毕业参加工作的龙岩市民小文来说，便捷、性价比高的公交车是她上下班最重要的交通工具。自从美团 App 在龙岩市开通了公共交通闪付功能，小文的通勤就甩掉了公交卡，上车时，只需点击美团 App 主界面上的“公交”按钮，即可扫码乘车。不仅如此，小文还享受到了美团与龙岩市交通运输局共同推出的“1 分钱坐公交”福利活动，上下班使用两次优惠，轻松体验“零通勤费”的实惠。

美团与龙岩公交的合作是“互联网 + 城市服务”的一次深度尝试，实现了美团生活服务类消费场景和龙岩市公交信息化建设的相互赋能和融合。目前美团“智慧公交”已进驻超过 50 个城市，为提高城市绿色出行率、缓解城市交通压力、全面提升市政服务水平提供助力。



▲ 奥运冠军何雯娜使用手机乘坐智慧公交

数字文旅提升城市活力

在大数据战略 + 的发展推动下，各地政府对于大数据的实践和应用需求增大，美团在该领域有很强的优势和价值。近年来，美团大数据和地方文化旅游产业相结合，分别在智慧旅游营销、智慧旅游管理和智慧旅游服务三个方面切实提升旅游产业的信息化。同时，结合平台本异地消费的全品类优势，美团能为政府提供 200 多个行业分析，应用于商圈、步行街、旅游目的地、度假小镇等综合体，助力地方政府推动产业升级，提升城市经济活力。

成为助力美好城市生活的一份子

作为每日穿梭在城市大街小巷的一份子，美团骑手在帮助人们享受便利生活，为城市发展做出贡献的同时，也在持续助力城市生活环境改善，成为美好生活的守护者。

2019 年初，美团与共青团北京市朝阳区委员会、北京市朝阳区城市管理委员会共同开展“美团美好朝阳骑士”项目，号召骑手注

册成为“小巷管家”，在不影响正常工作的基础上，将日常送餐工作与社会面巡查相结合，及时发现“堆物堆料”“暴露垃圾”“游商占道”“店外经营”“共享单车乱停乱放”等五大类城市问题，并通过“朝阳城市管理服务”微信公众号进行曝光，形成遍布街头巷尾的城市“流动探头”，助力城市精细化管理与服务。



▲ 美团美好朝阳骑士“朝阳小巷管家”宣导会

扶贫济困，公益发展

互联网时代的到来，不仅为人们的生活方式带来了巨大转变，也为民生改善提供了新思路和新方向。进入社会企业新阶段的美团，也在逐渐探索如何利用自身的技术和资源优势，助力解决社会问题，让更多需要帮助的人吃得更好，生活更好。

探索“互联网+扶贫”新模式

中国的减贫事业是一项可以载入人类史册的伟大事业。“十三五”规划中提出，到2020年，要让全国7000多万贫困人口全部如期脱贫。作为打好脱贫攻坚的关键一年，2018年，扶贫工作进一步由“重速”转向“提质”。

美团结合自身的业务特色，重点探索“互联网+美食消费扶贫”“互联网+旅游电商扶贫”“互联网+生态扶贫”等形式，推动贫困地区特色产业发展，让贫困地区的农产品、旅游景点通过互联网走出乡村，助力精准脱贫攻坚战。

甘肃“洋芋蛋”搭“美团快驴”走上全国餐桌

今年五十多岁的何大叔，是一位生活在有“中国薯都”之称的甘肃省定西地区的土豆种植户。每年过了秋收，他都要为土豆收购价格和销路而犯愁。

2018年底，还没等何大叔开始发愁销路问题，他的土豆就卖出去了，而且还卖上了好价钱。来自美团旗下的快驴进货平台在甘肃省定西地区签下了3000吨土豆采购订单。这批土豆里，就有何大叔家的。

这些土豆会经过严格的品质把关，然后借助快驴进货覆盖全国的供应链网络，销往美团平台上的百万商家，正式端上各大餐饮店的餐桌。

“今年总算可以过个好年了，洋芋能卖上个好价钱，还能运到大城市，这一年的忙活值了嘞！”何大叔笑呵呵地说。在快驴进货的帮助下，他以后再也不用每年为如何处理自家的土豆发愁了。

定西的土豆上线销售模式，是美团探索“互联网+旅游电商扶贫”的一个缩影。借助美团平台的流量优势，与定西地区旅游特色和产业特色进行有机融合，为农户解决了农产品的销路问题，也为广大商家提供了优质马铃薯食材。



▲ 美团快驴进货采购的第一批甘肃定西土豆正在分拣装车

助力“高远”：贫困地区与城市餐厅的新链接

2018年10月17日国家扶贫日，在上海市对口帮扶地区特色商品展销会上，上海的中华老字号绿杨邨推出了两款特色扶贫点心，青稞花卷和青稞发糕，受到在场广大食客的喜爱。这两款点心的主要原料青稞面粉来自于西藏贫困地区，在美团“必吃榜·助力高远”美食消费扶贫项目的合作推广下，来到了上海人民的面前。

“高远”泛指以新疆、西藏、云南等为代表的高远和偏远贫困地区。2018年，美团启动“必吃榜·助力高远”美食消费扶贫公益项目，

旨在通过“吃”来连接贫困地区农户、农产品供应商、餐厅商户和美食消费者，构建美食扶贫生态体系。在整合贫困地区优质农产品资源，倡导公益合作餐厅采购他们的优质食材，实现助农增收的同时，也倡导消费者在公益合作餐厅消费这些美味菜品，共同参与帮扶。目前，已有24家上海餐饮企业成为美团的公益合作伙伴，推出了包含原材料来自高远地区的公益套餐，协力打造舌尖上的美食，让高远地区的特色美食进入城市餐桌。



▲ 来自高远地区的特色美食

“互联网+生态扶贫”，让山林更美，农民更富

2018年10月，在美团“青山基金”的支持下，美团联动近3万家青山公益商家，共同捐赠帮扶资金，在云南板蚌乡种下了110亩的沃柑公益林，这是板蚌乡启动发展村集体经济的第一个项目。这片公益林是美团青山计划的一部分，其目的是为了通过生态扶贫，用未来这片沃柑公益林所产生的收入来作为村集体收入，用于对当地贫困户的帮扶以及村级公益事业建设等方面，帮助板蚌乡不断增收和持续脱贫。



▲ 公益林种植现场

用科技的力量 让爱融入生活

美好的社会，是一个更加公平有爱的社会。我们希望借助平台和技术的力量，助力每一个社会需求都能被看见，每个人愿意帮助其他人，让每一份善念都能为这个社会带来更美好的改变。

2018年6月，我们推出了美团公益平台，作为民政部指定的慈善组织互联网募捐信息平台之一，美团公益平台是定位于“互联网+公益”的服务平台，致力于通过创新科技，为网民搭建起安全、简单、便捷的公益募捐渠道，将公益慈善融入

到网民的日常消费行为中，同时也为慈善组织及公益项目提供更多资源支持，推动中国公益慈善事业发展，共创美好生活。

截至2018年底，美团公益平台已为全国19个省份的55家慈善组织提供募捐服务，带动美团生态的25万人次、近3万商户参与公益事业，在上线半年的时间里所募资金总额达1152万元，在营养健康、扶老助残、儿童发展等领域帮助困境群体改善生存和发展现状。



30000家

参与商户



25万人次

参与美团公益平台发布的募捐活动



1152万元

上线半年内，累计募捐金额



▲ 美团公益平台网站页面

场景公益 在消费中遇见美好

为公益项目提供曝光

2.5亿次



美团通过开放流量资源，打造场景公益，让公益融入消费者的生活。我们通过美团、美团外卖、大众点评、猫眼等手机客户端以及休闲娱乐、火车票机票、酒店、观影、支付等生活服务场景，为慈善组织、公益项目搭建宣传推广新平台、新渠道，将业务核心资源用于公益推广，让公众在看电影、点外卖、订酒店、团购券等消费的过程中简单高效地了解公益，参与公益，为他人带去关怀和帮助。2018年，共计为公益项目提供2.5亿次曝光。

我们在线上购票、观影、浏览影评、购买电影周边等场景内融入公益元素，让更多人有机会在观影过程中关注社会议题和公益项目，完成从观影到参与公益的有效衔接。2018年11月，美团公益联合猫眼娱乐，在电影《我不是药神》网络上映期间，推出“点播观影，助力公益”行动，向观众推荐与影片题材契合、关注白血病患儿的“新阳光病房学校”公益项目，并将活动期间的10%点播收益捐赠给该项目。



▲ 用户线上观看电影《我不是药神》即可参与公益



▲ 美团用户完成支付即可参与公益

地方公益 随手帮助身边的他

基于美团 LBS（地理位置服务）优势，我们向全国各地的用户精准推送当地募捐活动，并聚合线下传播资源进行联合推广，倡导公众关注身边的公益，营造城市公益慈善氛围。2018 年，美团公益“爱在身边”系列地方公益行动已陆续开放北京、上海、成都、重庆等 18 个城市及海南、广东两省入口。

同时，基于中国公益资源分布不均衡的现状，我们还为地方公益组织及公益项目提供内容包装、品牌推广、传播矩阵等更多资源支持，助力地方公益事业均衡发展。



生活在此，爱在此

在 2018 年 9 月 5 日“中华慈善日”，美团公益平台携手 11 家慈善组织，发起“生活在此，爱在此”地方公益行动，在 16 个活动城市采取“一城一项目”的方式，将具有地方属性、解决地方社会需求的公益项目精准推送给当地用户，累计触达用户超过 125 万人。



▲ “生活在此，爱在此”公益活动各地宣传海报

生态公益 带动商户回馈社区

美团公益也在积极探索如何发挥美团的生态能力，让更多平台商户参与到公益事业中来。我们鼓励外卖商家成为“青山公益商家”，在每一笔订单完成后承诺小额善款捐赠，共同推动环保问题的解决，传播环保理念。围绕酒旅、休娱等业务，我们也在积极号召平台商家参与公益，让公益文化融入美团的整个生态。

青山公益商家

2018 年 3 月，为了更好地推进环保事业，美团外卖联合中华环境保护基金会正式启动“青山公益行动”，并号召平台餐饮商户加入，为生态环境保护和精准扶贫共建贡献力量。

每一个参与“青山公益行动”的商家都会在美团外卖 App 上拥有“青山公益商家”标识。每当用户在该商家下完成一笔订单，商家会捐赠小额善款转入“青山基金”，用于公众环保意识宣导、生态扶贫以及环保研究等项目。截至 2018 年底，已有近 3 万家美团外卖商家加入，成为推动中国环保事业的重要力量。



▲ 参与“青山公益行动”的商家将会在美团外卖 App 上点亮专属标识

暖冬公益行动

2018 年底，美团公益联合猫眼娱乐发起“爱让冬日更温暖”暖冬公益行动，为中国儿童少年基金会等 7 家机构的募捐活动提供筹款和传播，动员公众通过践行“小关怀，大改变”的公益理念，帮助处于冬日困境的弱势群体改善生活状况。不仅有多位演艺名人为活动发声，猫眼娱乐还协调多家影院资源共同参与了项目推广。

我们希望能够通过美团的平台，唤醒更多公众对于小小关怀背后力量的关注，推广公益项目，引导公众参与公益，为他人带去关怀与温暖。



▲ “暖冬公益行动”宣传海报

用行动传递 社会正能量

抗震救灾中，美团骑手主动请缨，奔赴前线为灾民运送救灾物资；洪灾来临时，美团骑手自发组织救灾团队；新年夜里，美团骑手坚守岗位，为滞留在火车站的旅客送上了热乎乎的外卖和暖心的问候……

无论是在工作，还是在自己的生活中，众多美团骑手通过自己的行动，树立起一个个正能量的典范。在众多美团骑手中，不乏见义勇为、无私奉献的“平凡英雄”。他们在平凡的工作岗位上做出了不平凡的事迹，用善良和勇敢为社会带来了更多的温暖，也为我们诠释了集体、乐助和担当。

- 协助挽救了40条生命
- 协助民警破获了11起刑事案件，其中有8次直面行凶歹徒
- 全年有来自全国138个城市的1000名美团骑手自发参与了无偿献血活动，献血总量达到40万毫升



- 累计43名美团骑手直面火灾，英勇扑灭10起火灾
- 累计5000名美团骑手参与17次台风、暴雨、泥石流等灾害救援或灾后重建工作

2018，平凡的英雄们



争分夺秒带路救人的“活地图”

凌晨一点半，错综繁杂的老城区有伤者需要紧急救援。救护车在陌生的巷弄中寸步难行。美团骑手卢湖成主动为救护车引航，与时间赛跑，救援分秒必争，堪称生命“引路人”。



危难之际挺身而出的“冰河勇士”

汽车坠河，千钧一发，美团骑手于超群等跃入冰河，将被困女子救出。河水刺骨，但冻不僵一颗勇敢之心，平民英雄，就在我身边。



千钧一发勇救轻生男孩

2018年11月，辽宁锦州美团骑手石磊送餐结束后遇到一名男孩欲跳河轻生。石磊不顾危险，上前紧紧抱住男孩进行劝说，稳定他的情绪，最终成功将男孩救下。



守护走失儿童的“爱心外卖侠”

上海晚高峰，车水马龙川流不息，小男孩的哭声牵动了美团骑手张尧的心。安排好手中的订单后，张尧用爱心守候男孩的夜晚，最终迎来家人与男孩的团聚。



千里救病患的“捐髓英雄”

2017年，四川有一名大学生患急性白血病，经检测与美团骑手陈宝田当初留存的血样配型相匹配，陈宝田第一次成功捐献造血干细胞，让对方重获生命希望。2018年5月，本已康复的四川患白血病大学生病情突变，陈宝田接到中国红十字会发来的求救信息，急需淋巴细胞进行拯救，陈宝田毫不犹豫答应下来。2018年6月4日上午，历经三个多小时的手术，陈宝田再度成功捐出造血干细胞。



过路骑手拯救高空坠婴

10个月大的男婴从2楼阳台外电线处坠下，幸运的是，他被路过的美团骑手张元见发现，张元见及时与凤岗铁骑队员取得联系，并合力用垫子将婴儿接下。



见义勇为勇斗歹徒

2018年6月21日中午，新沂汉锦城购物中心，美团骑手刘增祥在送餐途中，遇老庙黄金银楼遭遇持枪抢匪打劫，刘增祥勇斗歹徒，最终和商场保安一起将持枪的劫匪制服。



不惧寒冷的“暖心骑手”

10月13日深秋天气渐寒，美团骑手何琳锋在回家吃饭的途中，不经意看到离村子桥头不足二十米的地方，一个小女孩在水里挣扎。骑手何琳锋扔下手机，顾不上多想直接跳进水里，在齐肩的水中，把身穿毛衣的小女孩托举出水面。上岸后发现小女孩鞋子遗失，又二度下水帮她找回。



识破求助讯号的“骑手神探”

一份鱼香肉丝便当，传出求救讯号。冷静沉着的美团骑手颜文宇发现了蛛丝马迹，果断联系警方协助营救，最终成功解救受害人。



十二年如一日的“献血达人”

来自山东聊城的郭玉豹是美团外卖一名80后骑手，自2006年参军入伍开始，郭玉豹坚持每年参与义务献血活动，连续12年，他献出的每一份热血都燃起一个生命的希望，他是大家心中的“献血哥”。

责任护航发展



“组织是我们的重点，要把组织的事情做‘实’，有责任意识，有好的战略，有强的组织，我们就有最大的希望获得更大的成功，实现‘帮大家吃得更好，生活更好’。”

——美团点评创始人兼CEO 王兴，2017年年中沟通会



为用户、行业和社会不断创造价值，需要我们不懈努力，在日常工作中做好本职工作并长期坚持。

美团在发展过程中，始终关注企业履行社会责任的基本要素。我们参考国际通行的社会责任标准，不断完善社会责任管理方法与实践，建立良好的社会责任管理机制，保障公司和利益相关方的长远利益。

Eat Better +
Live Better



企业管治

公司治理

美团一贯坚持高标准的商业道德操守和公司治理，严格遵守香港联交所上市规则中有关公司治理的相关规定，确保决策过程体现信任与公平的原则，以及信息披露的及时、透明。

公司董事会负责领导和管控美团的决策及运营，保护股东利益的最大化，保障公司的健康

稳定发展。董事会下设四个委员会，分别为审核委员会、薪酬委员会、提名委员会及企业管治委员会。截至 2018 年 12 月 31 日，公司董事会共有 8 位董事，包括 3 位执行董事、2 位非执行董事及 3 位独立非执行董事。

委员会成员，负责制定并完善公司的职业行为制度体系、加强公司的廉正文化体系建设、制定并实施廉正方略、主持并领导违纪查处工作等。《阳光职场行为规范》作为美团员工的基本行为指南，对内强调“坚守道德与法律底线，坚决不触碰阳光职场八条高压线”，营造廉洁诚信的工作环境，保障企业健康发展。

美团严格依据相关法律法规，结合自身业务发展情况，完善和健全内控、风控体系建设。我们建立了由业务及职能部门、内控部门，以及内部审计部门等团队组成的三道防线机制，并根据业务发展情况对三道防线机制进行持续优化，加强风险识别，提高风险管理的有效性。

为塑造内部廉正文化，2016 年，美团成立阳光委员会，由公司联合创始人穆荣均担任主席，人力资源平台负责人担任副主席，相关职能部门和技术团队的管理层担任委

阳光职场八条高压线



此外，公司还设立了内部投诉、举报机制，公司所有员工都可通过公开的举报方式对涉嫌违规的行为进行举报和咨询；并设立举报人保护制度，包括举报信息不能回溯到举报人、监察部门与举报人进行单线联系等举措，保证了举报人的匿名性。

注：企业管治的详细信息，请详见《美团点评 2018 年度报告》中的《企业管治报告》

风险管控

社会责任管理

为更好地践行社会责任理念，我们构建了社会责任管理体系。董事会负责把控公司社会责任工作的战略方向和重大决策，同时对相关社会责任实践的表现进行考察评估；公司设有企业社会责任部，对公司的社会责任相关工作进行整体上的协调管理；相关职能部

门及事业群负责环境、员工、社区等具体领域社会责任实践的落地。

我们根据业务及运营特点，识别出主要的利益相关方群体，并通过多种沟通渠道积极倾听并回应利益相关方的诉求。

利益相关方沟通

| 利益相关方 | 主要关注的社会责任议题 | 责任沟通与实践 |
|----------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 用户 | 品质服务、用户体验、消费保障、健康生活、绿色消费 | 坚持“以客户为中心”的价值观，为用户提供便捷、高品质的产品与服务，通过客户服务热线、社交媒体等多种渠道倾听客户声音，完善消费保障体系。 |
| 商户 | 产业升级、行业生态 | 通过六大服务助力供给侧数字化，携手商户共同成长，建立定期沟通机制，通过会议及商户考察、举行产业发展大会等形式，与商户伙伴建立良好的沟通合作关系。 |
| 外卖骑手 | 就业发展、福利保障 | 提供就业和发展的机会，推出服务骑手的十大举措，为骑手消除后顾之忧。 |
| 员工 | 就业发展、福利保障、健康与安全 | 设立专门的人力资源部，统筹劳动保障体系；设立互联网+大学，为员工提供随时、随地和随需的培训；建立多种内部沟通渠道，使员工提出的诉求、建议或意见得到及时聆听和回应；成立多个员工俱乐部，丰富员工的业余文化生活。 |
| 政府及监管部门 | 就业发展、公共治理、行业生态、社会公益、供应链管理 | 设立政府事务部，通过政策咨询、事件汇报、信息披露及参与政府机构会议等形式，建立与政府及监管部门的良好沟通机制。 |
| 股东及投资者 | 公司治理、资产保值增值 | 建立完善的董事会，定期举行股东大会，并通过定期公告及官方网站，积极与股东和投资者交流。 |
| 供应商/合作伙伴 | 产业升级、行业生态 | 建立明确的采购流程和管理制度，对采购全流程进行规范管理；定期进行供应商考察及供应商会议，建立合格供应商数据库，确保良好的协作关系和产品服务的高质量交付。 |
| 媒体及非政府组织 | 环境管理、健康生活、绿色消费、社会公益、供应链管理 | 通过社交媒体、官方网站、新闻发布会、交流会及专线客服等多种形式，建立良好的沟通机制；搭建网络募捐平台，为具备公开募捐资格的慈善组织提供慈善募捐信息发布服务，支持地方公益事业发展。 |
| 社区 | 环境管理、健康生活、绿色消费、扶贫济困、社会公益、供应链管理 | 严格管理自身的环境影响，通过产品、技术和运营活动倡导积极健康的生活方式，结合业务优势开展精准扶贫，并通过网络募捐平台传播公益文化，营造公益氛围。 |

供应链管理

美团重视采购活动所涉及的道德风险管理，建立了明确的采购流程和一系列相关制度，对公司采购活动进行规范管理，通过采购部门定期自查、监察部门与内审部门监督检查等方式降低采购过程的道德风险。同时，我们要求供应商在与美团进行业务合作或提供产品及服务前，签署《反商业贿赂行为承诺》并予以规范自身行为。

我们关注供应商的环境及社会风险。在供应商准入过程中，我们要求供应商提供相关产品或服务资质及无违法违纪证明，并对重要供应商进行现场考察与审核，将通过供应商准入审核的供应商纳入合格供应商数据库。若有供应商因环境及社会风险与问题停止运营时，我们将启用备用供应商，保证产品或服务能够按时交付。

环境管理

美团高度重视资源节约与环境保护，在自身运营的每一个环节积极践行绿色环保的理念，通过多种举措，推动生态环境的可持续发展。

绿色办公

节电



安装应用 LED 节能灯具；安排人员定期巡查以避免无人办公区域“长明灯”现象；张贴“及时关灯”等提示，从细节处培养员工节能习惯；逐月分析用电数据以持续改善。

节水



安装应用感应式节水洁具；在洗手台张贴“节约用水”提示；安排人员定时巡查，杜绝“长流水”现象；逐月分析用水数据以持续改善。

减耗



要求双面打印，将所有打印机默认设置为双面打印模式。

减塑



在部分办公区安装直饮水系统，代替桶装水，减少塑料使用。

绿色数据中心

美团重视数据中心的能效提升。2018 年 6 月，我们在宁夏中卫租用的首座绿色数据中心已投入使用。该数据中心在机房构造、服务器布局、温度控制、热量回收利用方面采用了大量节能设计，并利用当地昼夜温差大的特点，通过使用自然风散热来降低空调能耗，所使用的能源中清洁能源占比达 50% 以上，间接降低了碳排放。

我们还积极参与推动绿色数据中心相关技术开发，与合作伙伴一同开展国产 ARM 架构服务器通用芯片研究工作，进行软件兼容性和运维兼容性的测试与优化，寻求提升大数据服务器性能和降低功耗的方法。

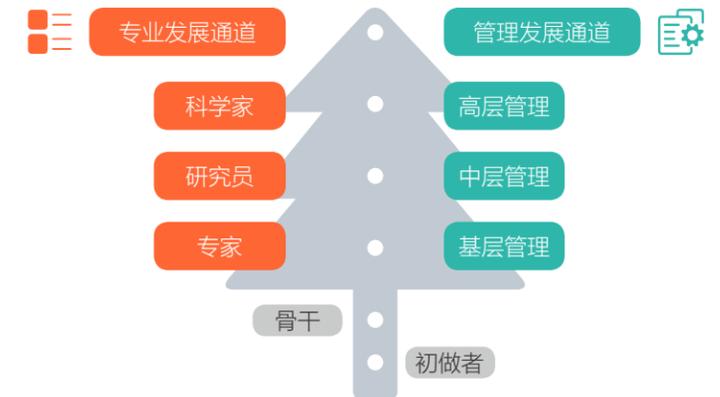
注：美团环境相关数据请详见《美团点评 2018 年度报告》中的《环境、社会及管治报告》。

员工发展

职业发展体系

人才是美团最重要的资产。我们为员工搭建事业平台，建立员工管理和专业“双通道”的职业发展体系，从制度上保证员工在公司内有多通道的职业发展。我们于 2016 年设

立了人才培养平台“互联网+大学”，为员工提供系统化的学习成长平台，从通用力、专业力、领导力三个方面为员工在公司的职业发展提供成长帮助。



我们制定“学习全景地图”，搭建并完善覆盖不同岗位、职级和发展阶段的培训体系。我们为新入职员工提供帮助其快速适应岗位工作需要的入职培训内容，为在职员工提供

针对性的专业培训以提升其职业素养和专业能力，为管理层提供领导力培训。我们还通过多种形式的主题分享来帮助员工拓宽视野，提升创新能力。

| | 项目说明 | 经典项目 |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 领导力培训 | 面向各级管理者的领导力培训 | 新树计划 成荫计划 繁盛计划 常青计划 |
| 专业力培训 | 面向技术、产品、设计、BI、销售等各职位序列的专业技术培训 | 业界技术交流会 成荫计划 繁盛计划 |
| 通用力培训 | 面向全员的通用技能培训 | 茁壮计划 超级分享家 |
| 新员工融入培训 | 面向实习生、应届生、社招新员工的新人融入培训 | 播种计划 萌芽计划（社招） 萌芽计划（应届生） |
| 在线学习平台、课程库、讲师库、案例库 | | |



▲ 美团技术新兵训练营

截至 2018 年 12 月 31 日，我们为员工提供有 628 门面授培训课程与 710 门在线培训课程。2018 年内接受培训的员工占比达 99%。

关爱及权益保障

美团遵循以人为本的理念，在培养员工的同时注重员工关爱和权益保护，不仅让企业发展惠及员工，也让员工在精神上幸福，希望员工在工作之外享受生活的精彩。

- 
保障基本权益：100% 签署员工劳动合同，按月发放工资，为员工足额缴纳各种社会保险及公积金；为员工提供行业内有竞争力的薪酬待遇；设立薪酬增长机制。
- 
关注员工健康：为员工购买补充商业医疗保险；关注员工心理健康，开展专题讲座及提供 7*24 小时的咨询热线；倡导员工用自尊自信、理性平和、积极向上的心态工作和生活。
- 
完善员工福利：为员工每年提供法定假日外的带薪休假、带薪病假；重大节日统一组织各类关怀活动或发放礼物；为员工提供结婚、生育礼金等多项关怀举措；为员工提供通勤班车服务和每年一次免费体检的机会。
- 
关注文化生活：为了丰富员工业余文化生活，提高员工归属感、幸福感，满足社交需求，目前共成立了多个俱乐部，包括舞蹈、桌游、篮球、足球、羽毛球、吉他、乒乓球、网球、摄影等，让员工的工作与生活得到平衡。

创新文化

美团大力鼓励和倡导创新文化，重视知识产权的创造、保护和运用。截至 2018 年底，美团在中国大陆和其他国家或地区持有超过 1000 件注册商标、300 余件授权专利及大量著作权及商业秘密，快速形成了富有价值的知识产权资产。

我们不断完善知识产权培训、专利奖励等内部机制，培养员工的知识产权意识和技术创新能力，鼓励员工积极参与发明创造。2018 年，公司举办了逾 100 场知识产权相关的新员工基础培训及进阶技能培训，累计培训员工逾万人。同时，通过公司专利墙、内部公众号、世界知识产权日主题活动等方式表彰和激励公司参与专利创新的员工。截至 2018 年底，公司已累计有 1300 余名员工参与专利申请，获得公司“专利创客”的称号，其中，80 余名员工申请超过 5 件以上专利，获得公司“专利达人”的称号。



1000 余件

注册商标



300 余件

授权专利



100 多场

相关培训



1300 余名

员工参与申请专利



80 余位

“专利达人”

未来展望

2018 年，我们走过了充实而坚定的一年。美团将坚持作为一家社会企业所肩负的责任与担当，今后会继续推动社会责任理念与公司经营相融合，进一步加强科技创新，促进生活服务业的数字化升级，带动更多的就业，聚合社会资源，进一步完善生活服务业电子商务的生态平台。

我们将持续加强商家与用户连接的桥梁作用，在更多的消费场景中为用户和商户创造价值，实现我们的企业使命“帮大家吃得更好，生活更好”。

我们将深入行业做好服务，形成整套生态体系，实现生态闭环。发挥平台优势，为生活服务业商户提供以科技为核心的全面服务，通过多种举措助力行业人才发展，推动行业高质量发展，让行业更加美好。

我们将加强自身履行社会责任的能力，发挥自身的优势积极推动社会共治，探索发挥我们的科技优势和平台能力来助力社会问题的解决，推动社会的可持续发展，创造更大的社会价值，成就新型社会企业，让社会更加美好。

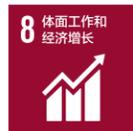
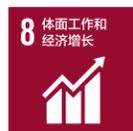
未来，美团将面临更多的机遇和更大的挑战。我们将继续坚持以客户为中心，继续坚持长期有耐心，把消费者和商户服务得更好，并携手各界利益相关方共同努力，共同推动整个行业和社会发展，贡献我们的正能量。



附录

美团点评与联合国 2030年可持续发展目标 (SDGs)



| 主题 | SDGs |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>让美好生活触手可及</p> |      |
|  <p>科技驱动供给侧改革 推动行业高质量发展</p> |        |
|  <p>为了更美好的未来</p> |            |
|  <p>责任护航发展</p> |          |

指标索引

GRI 可持续发展报告标准

| 编号 | 内容 | 在报告中的位置 |
|---------------|---------------|-----------------|
| 普通标准 | | |
| 101 | 报告基础 | P75 |
| 102 (1-13) | 公司概况 | P65、P24-P25 |
| 102 (14-15) | 公司战略 | P5 |
| 102 (16-17) | 道德和诚信 | P8-P9、P64 |
| 102 (18-39) | 公司管治 | P64 |
| 102 (40-44) | 组织所参与的利益相关方列表 | P9、P65 |
| 102 (45-56) | 报告概况 | P9、P72、P75 |
| 103 | 管理方法 | P9、P64-P65 |
| 经济 | | |
| 201 | 经济绩效 | P6 |
| 202 | 市场表现 | P68 |
| 203 | 间接经济影响 | P26-P39、P52-P53 |
| 204 | 采购实践 | P65-P66 |
| 205 | 反腐败 | P64 |
| 206 | 不正当竞争行为 | P37、P39 |
| 环境 | | |
| 301 | 物料 | P35、P49 |
| 302 | 能源 | P50、P66 |
| 303 | 水资源 | P66 |
| 304 | 生物多样性 | P55 |
| 305 | 排放 | P66 |
| 306 | 污水和废弃物 | P50 |
| 307 | 环境合规 | P66 |
| 308 | 供应链环境评估 | P66 |
| 社会 | | |
| 401 | 雇佣 | P68 |
| 402 | 劳资关系 | P68 |
| 403 | 职业健康与安全 | P68 |
| 404 | 培训与教育 | P67-P68 |
| 405 | 多样化与机会平等 | P67-P68 |
| 406 | 反歧视 | P68 |
| 407 | 结社自由与集体谈判 | 不适用 |
| 408 | 童工 | P68 |
| 409 | 强迫或强制劳动 | P68 |
| 410 | 安保实践 | 不适用 |
| 411 | 原住民权利 | 不适用 |
| 412 | 人权评估 | P68 |
| 413 | 当地社区 | P46-P61 |
| 414 | 供应商评估 | P66 |
| 415 | 公共政策 | 不适用 |
| 416 | 客户健康与安全 | P38、P48 |
| 417 | 营销与标识 | P39 |
| 418 | 客户隐私 | P23 |
| 419 | 社会经济合规 | 不适用 |

香港联交所环境、社会及管治 (ESG) 报告指引

| 主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标 | | 在报告中的位置 |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------|---------|
| 范畴 A: 环境 | | |
| 层面 A1: 排放物 | | |
| 一般披露 | | |
| A1.1 | 排放物种类及相关排放数据 | P66 |
| A1.2 | 温室气体总排放量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算) | |
| A1.3 | 所产生有害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算) | |
| A1.4 | 所产生无害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算) | |
| A1.5 | 描述减低排放量的措施及所得成果 | |
| A1.6 | 描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果 | |
| 层面 A2: 资源使用 | | |
| 一般披露 | | |
| A2.1 | 按类型划分的直接及 / 或间接能源 (如电、气或油) 总耗量 (以千个千瓦小时计算) 及密度 (如以每产量单位、每项设施计算) | P66 |
| A2.2 | 总耗水量及密度 (如以每产量单位、每项设施计算) | |
| A2.3 | 描述能源使用效益计划及所得成果 | |
| A2.4 | 描述求取适用水源上可有任何问题, 以及提升用水效益计划及所得成果 | |
| A2.5 | 制成品所用包装材料的总量 (以吨计算) 及 (如适用) 每生产单位占量 | |
| 层面 A3: 环境及天然资源 | | |
| 一般披露 | | |
| A3.1 | 描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动 | P55、P66 |
| 范畴 B: 社会 | | |
| 雇佣及劳工常规 | | |
| 层面 B1: 雇佣 | | |
| 一般披露 | | |
| B1.1 | 按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数 | P68 |
| B1.2 | 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率 | |
| 层面 B2: 健康与安全 | | |
| 一般披露 | | |
| B2.1 | 因工作关系而死亡的人数及比率 | P68 |
| B2.2 | 因工伤损失工作日数 | |

| 主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标 | | 在报告中的位置 |
|---------------------|--------------------------------------------|-------------|
| B2.3 | 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法 | P68 |
| 层面 B3: 发展及培训 | | |
| 一般披露 | | |
| B3.1 | 按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比 | P67-P68 |
| B3.2 | 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数 | |
| 层面 B4: 劳工准则 | | |
| 一般披露 | | |
| B4.1 | 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工 | P68 |
| B4.2 | 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤 | |
| 营运惯例 | | |
| 层面 B5: 供应链管理 | | |
| 一般披露 | | |
| B5.1 | 按地区划分的供应商数目 | P66 |
| B5.2 | 描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及有关惯例的执行及监察方法 | |
| 层面 B6: 产品责任 | | |
| 一般披露 | | P22-P23、P38 |
| B6.1 | 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比 | 不适用 |
| B6.2 | 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法 | P22 |
| B6.3 | 描述与维护及保障知识产权有关的惯例 | P69 |
| B6.4 | 描述质量检定过程及产品回收程序 | 不适用 |
| B6.5 | 描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法 | P23 |
| 层面 B7: 反贪污 | | |
| 一般披露 | | |
| B7.1 | 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果 | P64 |
| B7.2 | 描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法 | |
| 范畴: 社区 | | |
| 层面 B8: 社区投资 | | |
| 一般披露 | | |
| B8.1 | 专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育） | P54-P68 |
| B8.2 | 在专注范畴所动用资源（如金钱或时间） | |

关于本报告

本报告是美团发布的首份企业社会责任报告，主要介绍美团在履行社会责任、创造共享价值方面的重要信息。我们希望以报告为媒介，促进与利益相关方的沟通。

报告时间范围:

本报告的时间范围以 2018 年 1 月 1 日至 12 月 31 日为主，部分内容也涵盖一些此范围之外的数据和案例。

报告数据说明:

报告中的数据来源于美团内部相关统计报表、公司文件及报告、第三方调查及访谈等资料。

报告内容说明:

本报告不存在虚假信息、误导性陈述，美团保证报告内容的真实性、准确性和完整性。本报告披露的数据如与公司年报有出入，以年报数据为准。如无特别说明，报告披露的金额均以人民币计量。

报告编写标准:

本报告编写力求符合国际通行社会责任标准及非财务信息披露规范，同时体现美团的企业特色。本报告主要编制依据：

- 全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）可持续发展报告标准（GRI Standards）
- 香港联交所环境、社会及管治（ESG）报告指引

报告获取方式:

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在美团网站 <https://about.meituan.com/> 下载浏览。若需获取纸质版报告，或对本报告有任何建议和意见，您可按以下方式联系我们：

联系部门：美团公司事务平台企业社会责任部

通信地址：北京市朝阳区望京东路 4 号院恒电大厦 C 座

电子邮箱：mtgy@meituan.com