



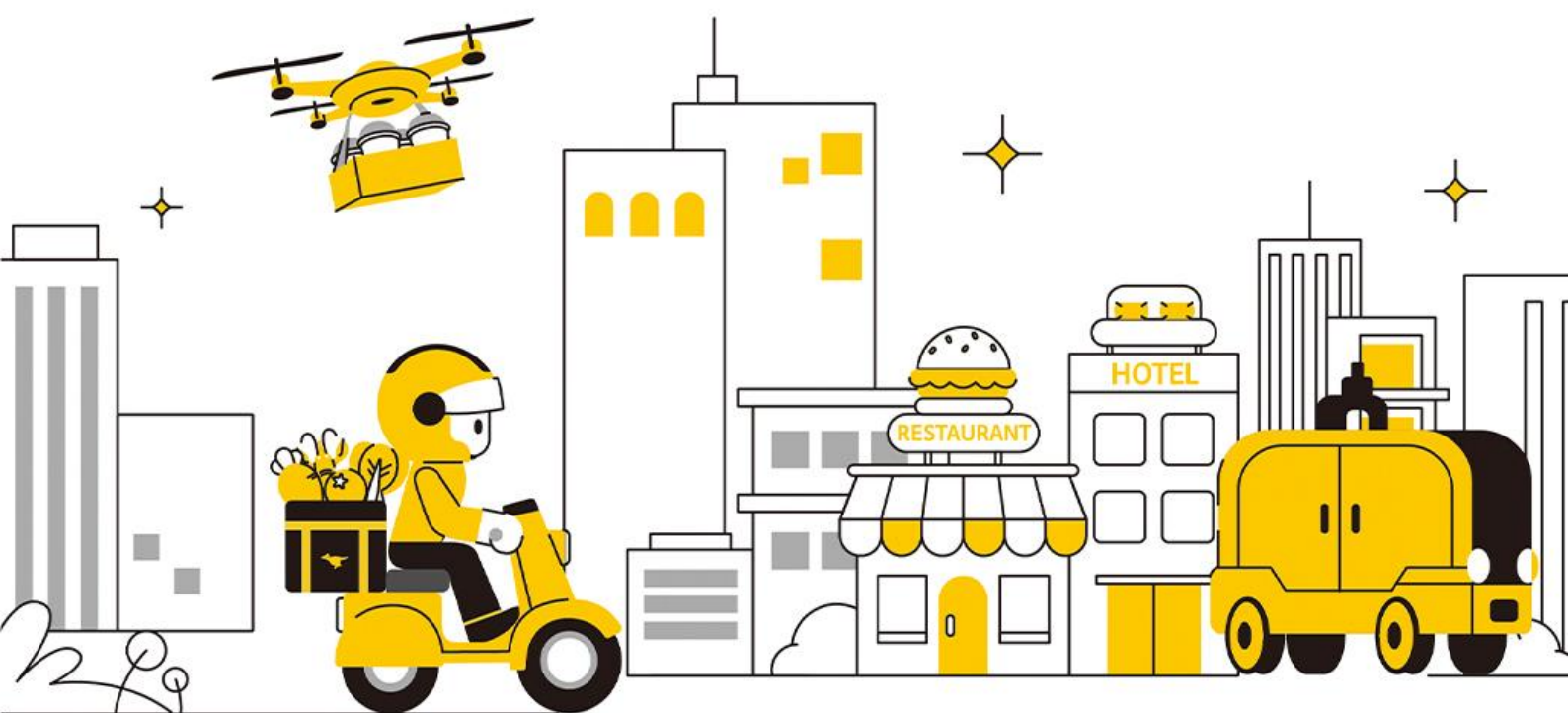
帮大家吃得更好，生活更好

We help people eat better, live better.

美团 2020 企业社会责任报告

Meituan 2020

Corporate Social Responsibility Report



目录 Contents

05 美团社会责任理念

06 美团大事记

09 用户篇：
共创美好生活

- 10 让每个人畅享数字生活
- 14 助力疫后消费复苏，让消费更安心
- 17 倡导餐饮反浪费

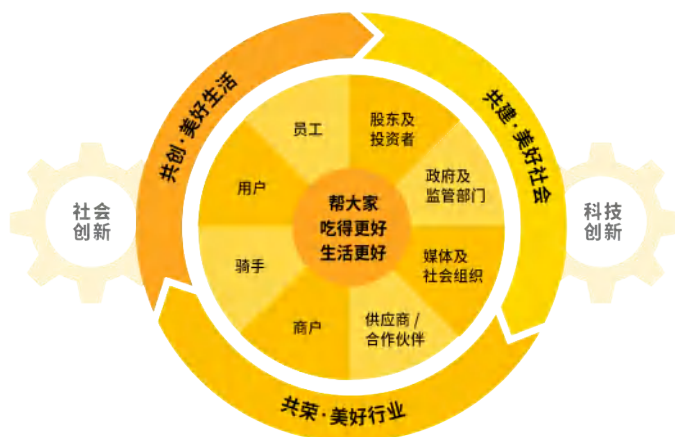
19 行业篇：
共荣美好行业

- 20 “春风行动”助力服务业复苏
- 23 一家小店，一家希望
- 26 科技带动行业创新
- 30 从倾听开始，持续提升骑手体验

35	社会篇： 共建美好社会	36	带动就业，发现新职业
		39	用数字技术为城市共治出力
		41	带动生态相关方参与环保
		44	关注县域经济，助力乡村振兴
		47	公益，让责任文化落地生根
51	责任护航发展	52	企业管治
		55	平台治理
		56	环境管理
		57	员工发展与关怀
59	关于本报告		
60	美团与联合国2030年可持续发展目标（SDGs）		
61	美团公司简介		

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。



美团的价值观

以客户为中心

客户需求是公司所有策略、行动的最重要的输入，帮客户解决问题，借此创造价值，公司才有存在的理由。在保持以客户为中心的基础之上，要更加有意识地去思考如何兼顾所有利益相关者。

合作共赢

我们的业务，相比绝大多数互联网公司，业态复杂多样，流程环节多，只有各平台及各业务线，线上线下各团队，包括生态链上的合作伙伴，一起高效合作才能服务好我们的客户。

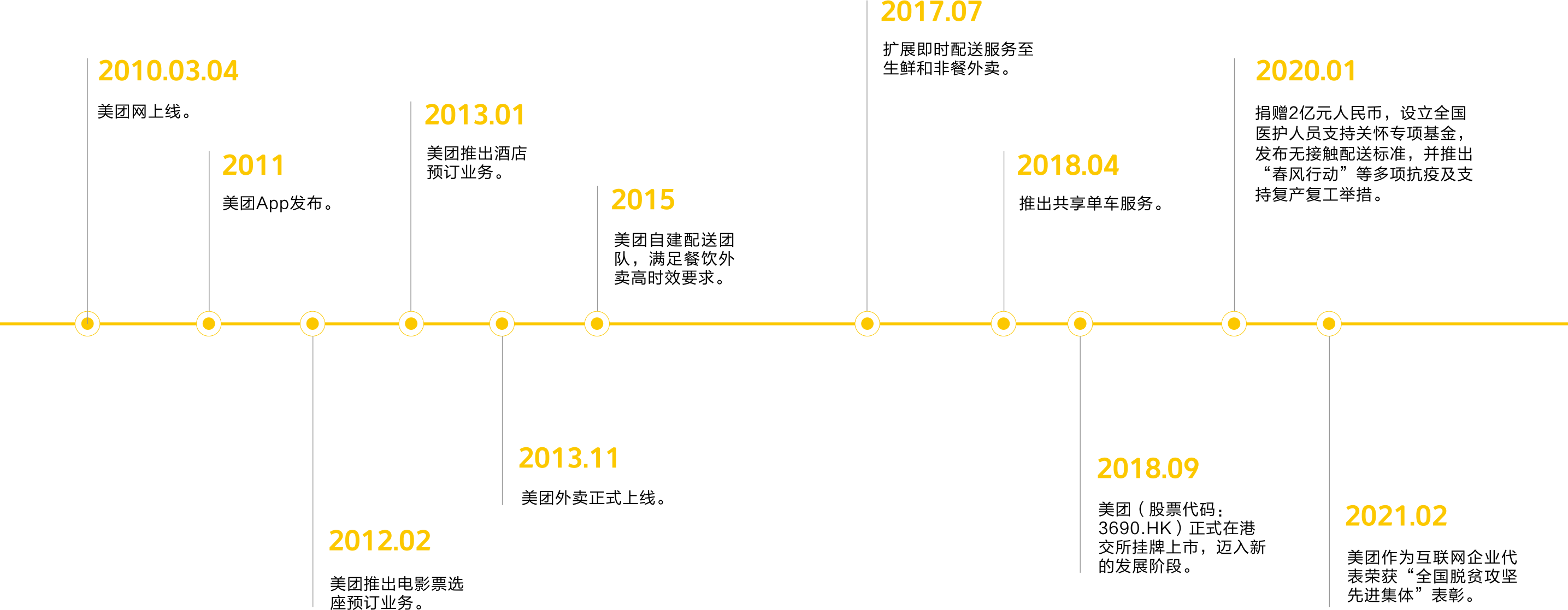
正直诚信

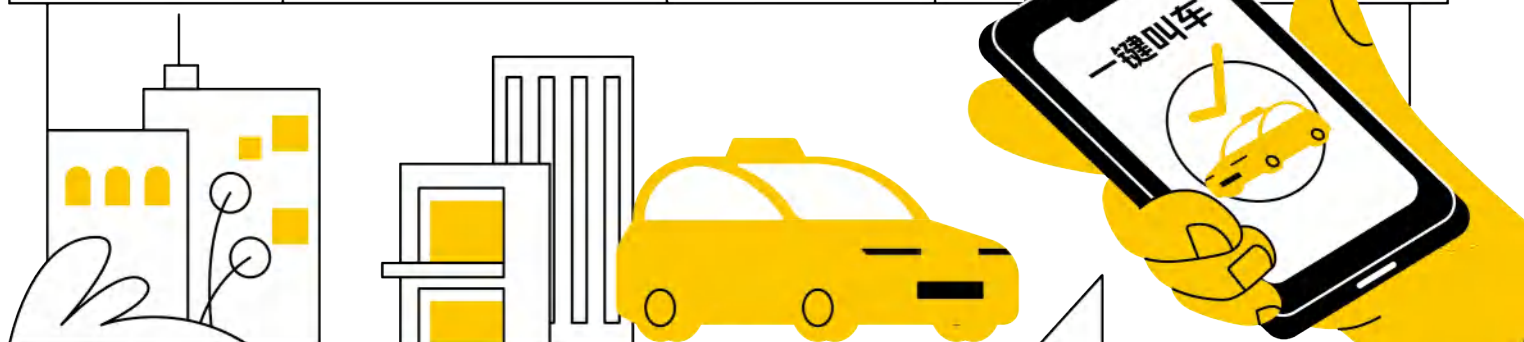
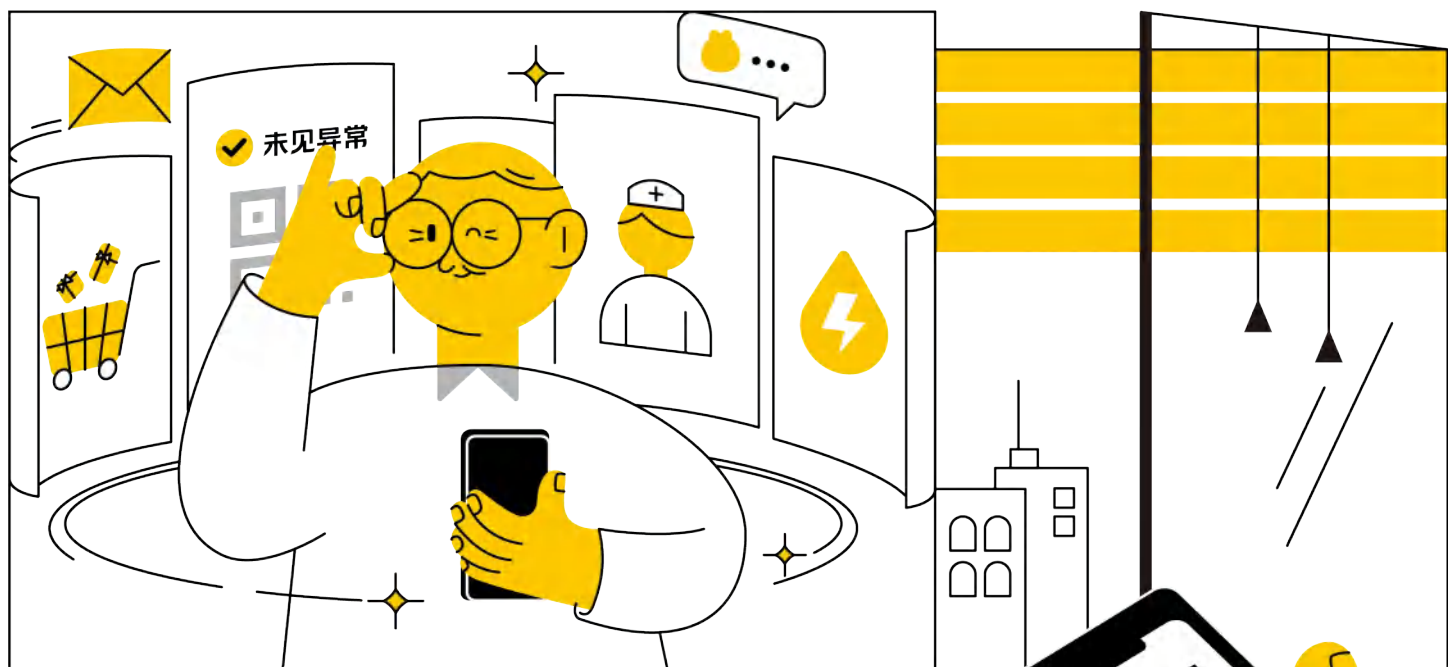
诚信经营是公司持续发展的根本。在原则问题面前，我们宁愿牺牲短期利益，来换取长期的成功。“德才兼备，以德为先”也是公司干部选拔任用的导向。

追求卓越

我们的业务需要我们持续改进的卓越服务赢得客户口碑，低毛利的行业特点要求我们极致地追求流程改进及效率优化以构筑成本领先的竞争壁垒，这些都需要我们用精益求精的产品和技术提供支撑。

美团大事记





用户篇

共创美好生活

2020 年，新冠肺炎疫情给中国经济社会带来冲击，深刻影响生活服务业数字化进程，数字经济与服务经济进入深度融合阶段。美团秉承“帮大家吃得更好，生活更好”使命，不断强化科技创新、拓展服务覆盖场景，致力于在推动数字生活普惠、助力疫后消费复苏以及倡导餐饮反浪费等方面发挥作用，帮助更多人悦享美好生活。

让每个人畅享数字生活

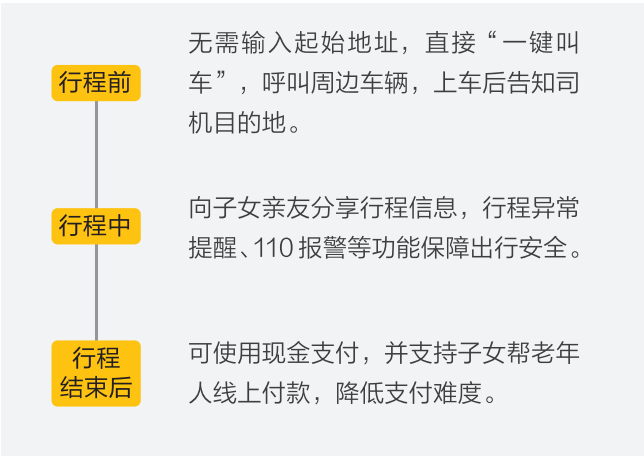
2020 年，美团持续推动科技创新和服务下沉，致力于弥合数字鸿沟、扩大数字包容性，让更多用户都能享受触手可及的美好数字生活。

适老化改造按下加速键

美团正在积极推动 App 产品的适老化改造，并联动老年大学展开培训教学，帮助更多老年人解决运用智能技术的困难，破除在数字世界里的消费障碍。

美团打车上线“一键叫车”功能

2021 年 2 月，美团打车全面升级老年人出行服务，在上海、南京两地试运营“一键叫车”功能。



用户界面上，美团打车根据老年群体视力特点进行优化，突出重点信息，放大字体，加大字体和背景的色差，减少阅读障碍；上线“智能语音助手”功能，每步操作都有真人语音提示，帮助老年人顺利完成每个环节。



联动老年大学开展智能手机培训

美团闪购积极参与各地智慧助老行动，联动当地老年大学开展智能手机使用培训，并派出志愿者教老年人网上购物、生活缴费、出示健康码。在四川和江苏，美团志愿者走进当地老年大学，手把手教老人在手机上买菜买药、预约看病，现场老人们反应热烈，认真做了课堂笔记并表示将回家多“练习”。

数说“银发族”

3亿

按照民政部预测，“十四五”期间
全国老年人口将突破3亿。

430%

美团多个业务60岁以上老年用户量增长较快。
2020年全年，美团买菜老年用户同比增长430%。

88%

数字化在进一步丰富老年人的生活，美团
数据显示，2020年国庆期间，老年用户预
定密室订单量同比2019年增幅达到88%。

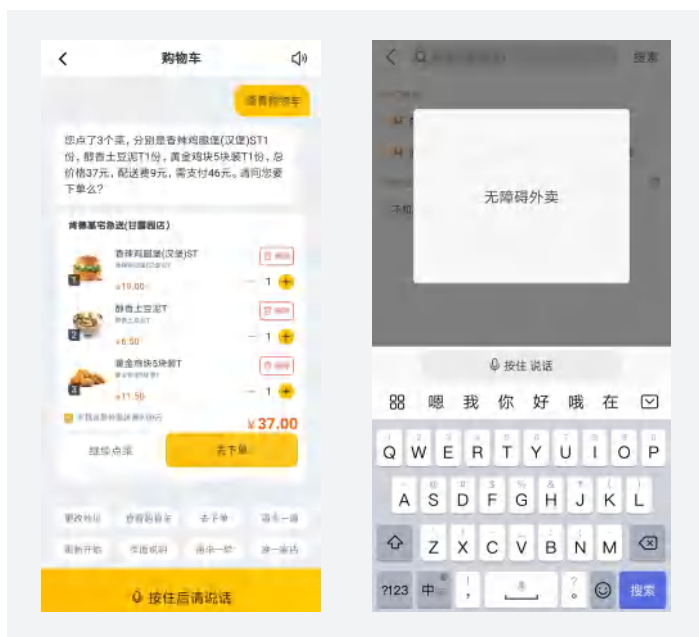
250%

2020年全年，美团闪购老年用户同比增长
250%。



语音助手服务视障群体“无障碍外卖”

为更好地服务中国 1700 万盲人群体，美团还特别推出了“美团语音盲人定制应用”，让视障用户可以通过语音交互方式，完成外卖下单全流程，解决以往依赖读屏软件点外卖不够便捷的问题，通过更友好的“无障碍外卖”方式，帮助视障群体更充分享受互联网产品带来的福利。



推动服务消费下沉，惠及更多人群

美团也在不断丰富自身的业务品类和服务范围，推动服务消费的进一步下沉，助力县域经济发展，让便捷的生活服务消费走近更多“小镇青年”乃至偏远乡村。2020 年，美团新推出社区电商业务，为社区家庭用户精选高性价比的生鲜零售商品，降低互联网服务的使用门槛，截至 2020 年底，该业务已覆盖全国 90% 以上的市县，数量超过 2000 个。此外，全新推出的共享电单车，能够适应人们 1-10 公里的出行需求，进一步丰富了三四线城市和乡镇居民的出行方式。



案例 河北疫情，村民通过美团优选获取生活物资

何小利是河北晋州小樵镇南白滩村的村民。2021 年初，河北多地疫情反复，何小利在封村管理前回了娘家，后因配合疫情防控在娘家居家隔离。封村后，她最挂念的就是两个女儿，担心她们吃不好。“平时的蔬菜水果、日用品都是我去买，两个孩子在上学，不会做家务活，奶奶年纪也大了，需要人照顾。”何小利说，她几乎每天都会在美国团优选上买几种水果、汤圆等食品。“我在娘家买好，孩子们第二天就能收到，比较快。”

案例 社区电商丰富山区居民的“生活清单”

在重庆江津中山古镇，有一位每天用背篓为乡亲们送货的社区电商团长，她叫周开伍。由于生活在山区，当地居民要到山坡上的集市买东西，而且集市每三天才有一次，很多东西买不齐全。周开伍成为团长后，居民们在群里下单，第二天就能收到货，还能买到以前很难接触到的食材和日用品。“之前我们很少能吃到海鲜。”她说，“现在乡亲们都来买花甲、螃蟹、墨鱼仔尝鲜，第一次吃花甲不知道要泡水去沙子，还闹笑话哩！”现在，古镇很多老人也学会了网购，乡亲们家中的新食材、新玩意多了起来，“生活清单”更丰富了。



助力疫后消费复苏，让消费更安心

2020 年初疫情防控进入常态化后，美团通过“安心”系列服务、联合各地政府发放消费券、推广无接触配送等方式，持续推动需求侧释放消费潜力，助力疫后消费复苏。

“安心”举措让吃喝玩乐尽享安心

美团联合各地政府开展“安心消费节”活动，围绕“安心吃”“安心玩”“安心住”和“安心服务”，推动商家实施行业标准，在线披露服务卫生信息，让防疫举措透明化，满足用户的安心消费需求。

112.8万

截至2020年9月，“安心伙伴联盟”商户近112.8万家，其中“安心餐厅”商户超35万家，“安心住”商户达25万家，“安心玩”景区超3300家。

7亿元

2020 全年，美团与165个地方政府合作开展消费复苏活动，联合武汉、台州、南京、长沙、银川、沈阳、吉林、天津等62个市区政府发放近7亿元消费券，推动消费快速回补。



案例 消费券精准助力武汉消费复苏

2020 年 4 月 19 日，武汉市政府携手美团启动 5 亿元消费券发放。消费者通过美团 App 或大众点评 App 抢券后，即可在两大平台享受福利。活动期间，每周四中午 12 点上美团抢消费券，已成为很多武汉市民的习惯。美团数据显示，首次用券的消费者一周后的消费额较参与活动前平均提升 198.4%；从年龄段看，全年龄段人均消费金额平均提升 31.4%，中老年用户消费意愿提升幅度最大，40-49 岁年龄段用户提升 40.8%，50 岁及以上升幅最高，达 59.2%。

万物到家保民生供应

疫情期间，美团旗下美团外卖、美团闪购、美团买菜、美团优选及快驴进货等业务依托即时配送网络，向消费者提供多品类、全场景、全时段服务，保障民生供给。为满足宅家抗疫居民的生活必需品消费需求，美团买菜、美团闪购等业务全力保障米面粮油、调味品、生鲜果蔬、休闲食品等品类充足，同时加强口罩、体温计、消毒用品等防护用品的供给；面向商家的快驴进货还开通了面向全国 34 个城市医疗机构、防疫部门、养老院和学校等机构的绿色通道，安排专人对接、优先配送，为一线防疫人员、食材采买不便人群提供新鲜食材。此外，实体书店、文具店、美妆连锁店、手机授权体验店上线美团闪购，也为人们的宅家生活提供了更多便利。

400%

1月26日至2月8日，在美团外卖平台的连锁超市门店中，生活必需品的订单量涨幅明显，米面粮油、调味品、生鲜果蔬、休闲食品等品类的商品销售额同比增长了400%以上。

40倍 8倍

美团《2020春节宅经济大数据》显示，2020春节期间酵母销量增长近40倍，酱油醋、十三香等总体销量增长了8倍多，葱姜蒜售出了393万份，香菜销量接近百万份。



推出“无接触配送”国家标准

疫情之下，配送安全问题成为行业痛点。2020年初，美团率先在行业内进行无接触配送，并快速制定企业标准，对外推广经验。经过一年的实践，2021年1月，由美团发起的《商品无接触配送服务规范》正式发布实施，成为即时配送行业首个国家标准，填补了国内外空白，为电子商务平台、配送和餐饮企业提供了详实可操作的无接触配送服务模式，为用户安全消费提供了保障。

80%

2020年1月26日至2月8日期间，采用“无接触配送”方式的餐饮外卖订单占总体订单比重超过80%。



推动“无预约，不旅游”成主流

疫情防控背景下，预约旅游日益成为消费者购买旅行产品的新方式。为提升消费者预约旅游的产品体验，美团积极推进与泰山风景名胜等知名旅游景区的门票预约合作。目前，国内92%的5A级旅游景区已接入美团提供的网络售票、分时预约等便利服务。2020年，美团发布业内首个《品牌管理 酒店在线预售服务要求》团体标准，使酒店在线预售产品满足“随买随兑”，方便用户购买预售产品后，直接在同一在线平台选择对应的酒店、日期、房型进行兑换，避免传统预售模式中二次预约带来的购买后预约不上、无法使用，甚至产品过期的问题。

61.4%

2020年十一黄金周期间，使用美团门票预约旅行的订单量同比增长61.4%，其中提前两天以上进行门票预约的游客同比2019年提升八成以上。

9000家

截至2020年12月，雅高、绿地等酒店集团在内的全国超9000家酒店在美团上线符合新标准的酒店预售产品。

倡导餐饮反浪费

为更好营造“厉行节约，反对浪费”社会风尚，美团积极推进商家餐品份量标识，为消费者提供一人食、小份菜等餐品选择，并联合行业协会、餐饮商户倡导餐饮反浪费。

252.1%

2020年初疫情期间，美团和大众点评“一人食”日均销量上涨明显，3月上旬日均销量同比上涨252.1%，比餐饮行业整体日均销量同期涨幅高152个百分点。

69%

2020年9月，外卖“小份菜”订单同比2019年增长69%。

74.64% 85.59%

截至2020年10月，美团外卖在售菜品中有74.64%菜品注明份量信息；在线商家中有85.59%商家店内有注明份量的菜品，便于用户根据份量信息做出选择。



案例 美团联合餐饮品牌推出“零浪费套餐”活动

2020年8月，美团联合新白鹿、吉祥馄饨、味多美、旺顺阁等多家全国知名餐饮品牌上线“小份精选套餐”。此举一方面降低了消费者的选择成本，另一方面还能帮助商户合理评估备货量，从消费供给两端实现了“不踩坑、不浪费、得实惠”。



行业篇

共荣美好行业

2020 年，美团生态内年度活跃商户数增长至 680 万。面对新冠肺炎疫情，美团通过各项扶持举措和产品解决方案，助力商家度过艰难时刻。同时，美团倾听骑手心声，为骑手提供更完善的关怀保障和个人发展支持，帮助他们更好地实现自我价值。

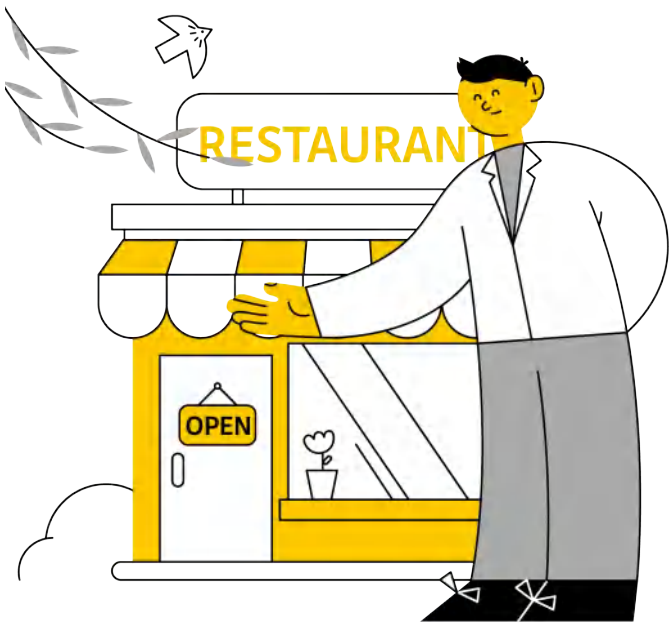
“春风行动”助力服务业复苏

“春风行动”支持商户复工复产

2020 年 2 月 26 日，美团启动“春风行动”，帮助生活服务业商户克服经营困难；3 月以来，防控形势向好，“春风行动”不断升级，通过数字化产品、资金补贴等方式为商户提供精准有效助益，助力商户扩量增收。

稳现金流

- 美团外卖启动全国佣金返还计划。
- 为酒店旅游业提供 10 亿元补贴。
- 开通全国优惠贷款绿色通道，商户最高可获 3000 万元贷款。



针对性培训

美团升级“千课计划”，开放超 1500 门课程和“复工锦囊”“疫后商机洞察”系列直播课，对食品安全、安心复工、无接触运营、精细化管理等专题和财税、金融、用工等政策进行培训解读。美团还与多地政府部门、行业组织合作开展 100 余场专题培训，与河南省市场监管部门合作的《食品安全防疫》直播课程，超过 10 万商户观看。

助力商户安全复工，安心开店

美团推行“无接触”服务，帮助餐饮商户从餐品制作到交付全程无接触；推出“安心餐厅”、“安心住”酒店、“安心玩”景区等产品功能，引导商户将员工测温、口罩佩戴、环境消毒等防疫举措流程化、标准化、线上化，如餐厅展示前厅后厨防疫卫生举措，酒店展示客房及公共区域清洁过程等；推出餐厅、酒店、门票等服务的“安心预订”和深折预售，并在 4 月启动“安心出游节”，助力餐饮酒旅行业加速解冻。

案例 乐凯撒披萨创始人讲述“危中寻机”

“美团外卖平台的商家后台数据功能非常强大，利用好这些工具，就可以实现经营提升。”乐凯撒创始人陈宁感叹道。

疫情期间，披萨餐饮品牌乐凯撒遭遇现金流危机，创始人陈宁带领团队重新梳理外卖流程，发布安全外卖和特殊时期促销产品，使得营业额对比前一天增长 30%。同时陈宁争取到外卖平台的扶持举措，在三天内获得了光大银行的 4000 万元贷款授信，结合美团的数据分析工具“经营仪表盘”，乐凯撒保障了现金流正常运转。

百万商户成长计划

2020 年 9 月，美团再次升级“春风行动”，推出“百万商户成长计划”，助力疫后餐饮行业商户实现线上化转型，计划一年内推出 20 亿奖励资源，定制 100 堂经营成长课程，助力 100 万优质商户实现线上化营收平均增长 30%。



餐饮商户线上经营体系

针对堂食场景，美团推出餐饮商户线上经营体系(ROS, Restaurant Operation System), 基于“NPCIE 五步法”，在线上产品设计、智能优惠、门店信息数字化、精准推介和消费者洞察五大方面指导商户线上经营。该体系还能把门店推介给更精准的用户群，提升商户线上获客效率。

116%

与2020年10月（美团商户成长计划全国上线第一周）的数据相比，成长较快的商户12月同期线上门店曝光量增长了116%。



餐饮商户线上经营体系（ROS）：90 天焕新商户线上经营能力

商家成长 “店铺分”

基于外卖场景，美团推出商家成长“店铺分”，围绕线上经营核心指标对商户进行评估，提供运营指导及权益激励。商户可在外卖商家端 App 后台查看详细诊断结果，并根据诊断结果进行优化。“店铺分”已在昆明、泰安及北京部分地区试点上线。



一家小店 一家希望

小店是城市经济的“毛细血管”，对促进就业、改善民生有重要作用。新冠肺炎疫情中，中小商户的经营面临迫切压力。美团推出并不断升级小店帮扶举措，助力小店经济实现“V”型复苏。

“春风行动” 百万小店计划

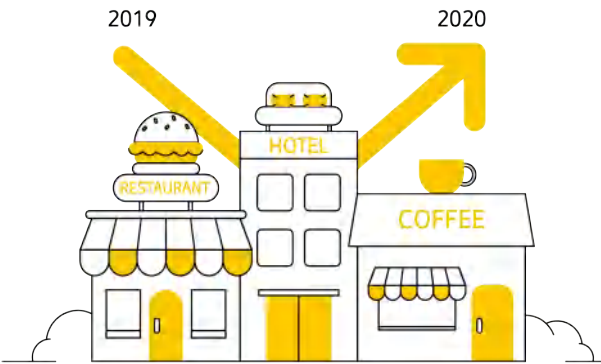
5 月，美团启动“春风行动”百万小店计划，采取六大举措助力小店活下去、活得更好。

线上化运营

- 推出“极速上线”通道，最快三小时完成从应用到平台开店流程。
- 推出复工“流量红包”，针对原主要依靠堂食、需要开拓线上渠道的新上线商户，美团外卖每月投入价值约 4 亿元的流量推广资源；针对已入网老商户投入每月 1 亿元“老商户扶持流量”。

优惠贷款

- 美团生意贷为外卖新开小店提供一个月免息贷款。
- 美团联合十余家银行合作伙伴，提供累计 200 亿额度的优惠利率贷款。
- 美团生意宝为小微商户提供增值收益产品。



发放消费券

与地方政府联合推出消费券，通过引流为小店增收。

安心消费

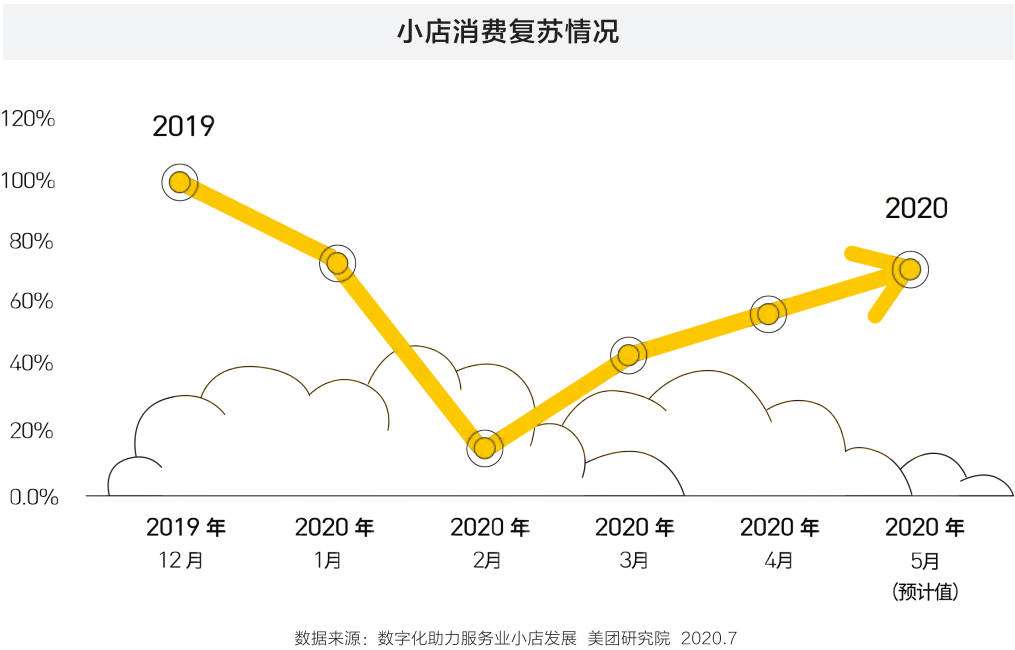
利用数字化能力对小店进行防疫全流程标准化规范，经平台认证为“安心餐厅”的餐饮小店，可获得线上专区等推广流量资源扶持。

供应链服务

快驴进货为外卖商户提供“一键开通”在线采购通道，在全国 38 个城市提供超过 5 万个商品储备，承诺“保价不断货”，最快 7 小时送达。

针对性培训

美团发起的“商家加油”计划免费开放超过 2500 门线上课程，累计浏览量超 9000 万人次。目前课程上线学习强国、技能强国，面向更多中小企业开放。



6 月，美团推出“春风行动”百万小店计划升级版，针对地摊商户提供金融帮扶、数字化培训以及线上运营等支持。例如，美团生意贷为摊主提供免息启动资金和还款绿色通道；美团闪购开辟“闪电入驻”通道，资质合规的商家可在 12 小时之内入驻平台开店，进行线上运营等。

案例 外卖帮助小吃老店穿越疫情风暴

“孖记士多”是一家广州小吃老店。由于疫情期间堂食受限,小店营业额最低时只有平时的10%,一度面临关店危机。为了生存,老店长的两位女儿在外卖平台申请上线。火速上线后,外卖第一天卖了十单,之后一直涨到两百多单,外卖营收占疫情前堂食营收的三分之二。随着疫情好转,店里恢复了堂食,但外卖仍在继续,并为小店提供了更直接的顾客反馈。现在姐妹俩每天都会通过客人的外卖评价,改进菜品和服务。



数字“话”小店

2万

2020 年,湖北地区超 1 万家小微商户获得七折优惠贷款,全国超 2 万家商户获得贷款帮扶。

107%

2020 年 9、10 月份,我国服务业小店消费复苏率分别为 107% 和 104%,超越往年水平。

30万

2020 年第三季度,美团新增小店近 30 万家,小店营业额环比增长 18.4%。



科技带动行业创新

美团依托技术积累和数据沉淀，探索科技创新在本地生活服务领域的应用与拓展，帮大家吃得更好，生活更好。

超脑系统——分钟级配送网络建设

美团超脑系统是全球超大规模、高复杂度的多人多点实时智能配送调度系统，用户每下一个订单，系统会基于海量数据和人工智能算法，综合考虑商圈、天气、路况、消费者预计送达时间、商家出餐时间等 100 多个变量，给最合适的外卖小哥发送“最优配送指令”，既保证用户等的时间短，又让骑手跑的路程短。

29亿

美团超脑系统每天调度全国逾80万骑手，每日配送量最高超过4000万个订单。高峰期，系统每小时执行约29亿次路径规划算法。



美团商业大脑助力商户经营

美团商业大脑是面向生活服务业商户的大数据分析决策知识图谱平台，依托美团千亿量级知识数据，用 AI 技术让机器“阅读”用户评论和行为数据，理解用户的菜品、价格、服务、环境等喜好，发现商户的竞争优劣势、用户对商户的总体印象趋势、商户菜品的受欢迎程度变化等。商户可使用美团商业大脑查看本店实时经营状态，获得多维营业诊断及经营方向建议，实现新店推广、效率提升、降低成本、会员营销、流量扶持、大数据选址六大能力提升。

80亿

2020年,美团连接全国5.1亿年交易用户与680万活跃商户，积累近80亿线上评价数据和超过100亿线上图片。

20%

合理使用美团餐饮系统后，商户很容易实现门店人员效率提升20%，食材成本降低5%。

案例 美团餐饮系统助力“吉钵钵”做好加盟管理

吉钵钵是成都一个专门制作穿插项的连锁品牌，对运营总监李秀英而言，200 余家加盟店的管理难度很大，对品牌扩张也是很大考验。在朋友推荐下，她采用美团餐饮系统，用数字化手段对连锁店进行管理。现在，李秀英每个月通过采集到的加盟店营业额和人工、食材成本，核算加盟商的运营是否还在管理半径内。此外，美团餐饮系统自动预估销量，帮助李秀英了解食材品类的日常消耗。她还为加盟店设置了千元用量管理，把各个门店的应产率控制在了合理范围。

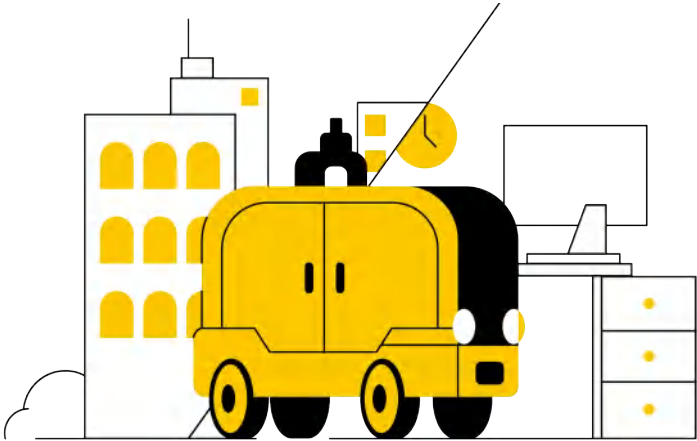


无人配送系统加速落地

无人车

美团新一代无人配送车魔袋 20 已在北京顺义等落地运营，标志着美团无人配送拥有规模化量产能力，发展进入新阶段。预计未来 3 年，美团将在北京、上海以及深圳等多地，实现外卖、买菜、闪购等业务场景的无人配送服务，在时间和区域上与骑手实现人车协同，帮助骑手完成极端条件等场景配送，为用户提供更加高效的服务。

2020 年年初新冠肺炎疫情暴发之际，为了更好地助力防疫工作，真正实现“无接触，更安全”的目的，美团正式宣布启动无人配送防疫助力计划，在北京顺义区率先落地运营。这也是美团无人配送车在室内、园区真实订单落地后，首次在公开道路进行实际订单的配送。截至 2021 年 3 月，美团无人配送已在北京运营超过 1 年，配送超过 3.5 万实际订单。



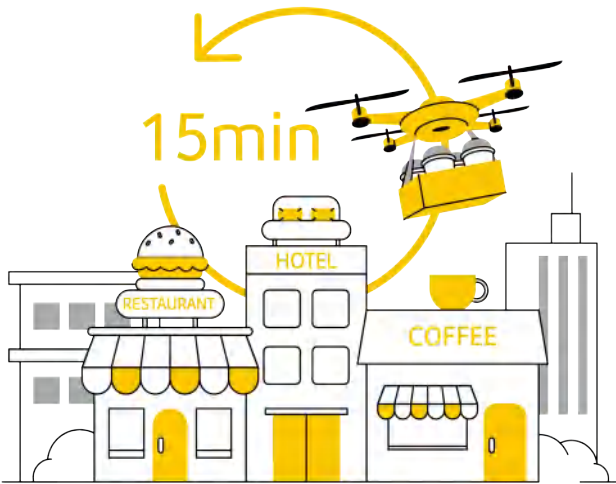
案例 无人配送+无人微仓，美团AI智慧门店MAI Shop开始营业了

2020年10月13日，美团首家AI智慧门店MAI Shop落地北京首钢园。其无人微仓占地约200平米，系统会通过自动拣选、AGV小车配货、打包以及无人配送车配送等流程自动完成订单运作，用户仅需在相应站点等待无人配送车送达，输入手机验证码，即可取到下单商品。数据显示，无人微仓拣货效率是传统模式7倍，每小时可出单200单，平均出单时间100秒。在十一长假的试运营中，美团MAI Shop首钢园店实现17分钟平均送达、95%订单全无人配送完成。



无人机

为了提升配送效率，美团还在深圳进行无人机配送的相关技术产品研发，希望首先立足深圳，实现无人机成熟落地，打造15分钟都市生活圈。



案例 美团建设观澜湖无人机展示基地，打造空地一体化无人配送系统

2019年1月，《深圳市民用微轻型无人机管理暂行办法》发布，无人机管理进入有章可循阶段。2020年，美团在深圳龙华区建设观澜湖展示基地，用于向各方演示无人机配送从美团App下单至触达用户的全流程。2020年1月，美团无人机在观澜湖基地完成首条真实场景航线的非商业飞行测试。



产学研用协同创新

美团积极与高校、科研机构、智库进行合作，促进产学研合作交流和成果转化，推动优秀人才培养。

高校科研合作计划

为了更积极地探索科技创新，美团于 2019 年初启动高校科研课题合作计划，与国内外超过 20 所知名高校及科研机构的学者，围绕人工智能、无人驾驶、运筹优化、大数据、互联网基础架构等领域开展合作，并已在相关领域的国际顶级会议、期刊发表上百篇论文，在国际顶级赛事多次获得冠亚军。在过去一年合作的科研课题里，语音合成、人脸图像识别、知识图谱、智能对话、门脸招牌识别等多项技术已经在多项业务里得到落地应用。

高校人才培养

美团积极与高校共同推动科技人才培养方面的建设，为在校学子还原真实的产业环境和挑战性实践场景，通过在真实场景中的架构、开发、建模、分析、实测、商业应用等，让知识更早在实践中发挥价值，实现智慧共享、合作共赢。2020 年美团与清华大学共开设了四门正式学分课程，分别是《大数据技术的商业应用与实践》《互联网产品管理》《美团智能无人配送》《信息设计实践》，累计听课人数超过千人。

案例 美团清华开讲《大数据技术的商业应用与实践》课程

美团大数据技术团队与清华大学电子系合作开设了研究生学分课程——《大数据技术的商业应用与实践》，从 2019 年起，每年 9 月在清华正式开课。课程面向清华大学各院系研一同学及部分高年级本科生，以大数据获取、存储、分析与挖掘技术作为线索，结合大数据在美团的商业应用与实践，通过课堂理论讲授、商业应用与案例介绍、基于实际系统的课程专题相结合的方式，帮助同学们全面理解和掌握大数据技术及其实际应用。

美团博士后工作站

美团博士后科研工作站聚焦人工智能、无人驾驶、机器学习等方向，是美团推进产学研结合、增强企业创新能力的重要平台。自 2020 年初开始，美团博士后工作站启动首批人才招收计划，目前有 4 名在站博士。

从倾听开始，持续提升骑手体验

美团高度关注骑手的体验保障问题。2020 年 11 月，美团发布“同舟计划”，持续完善骑手保障机制，通过骑手恳谈会等渠道倾听骑手声音，逐步改善产品和服务，提升骑手体验，建设骑手生态，增强骑手获得感和幸福感。

工作保障

- 升级骑手软硬件装备，如智能耳机、智能头盔及头盔尾灯、语音控制系统、护具加固和反光条升级等，同时将进一步加大智能头盔产能，2021 年开始批量投放。
- 完善骑手培训体系，定期开展交通规则、骑行安全、应急处理及着装规范等培训课程。
- 根据骑手类型不同，要求合作商为骑手购买“雇主责任险”，或联合合作商为骑手推出“人身意外险”产品，骑手在服务期间均已覆盖相应的保险产品，为其人身和财产安全提供更多保障。



体验提升

- 增加骑手评价商户功能。
- 针对骑手特殊原因造成的超时、投诉等问题，升级骑手申诉处理流程，常规问题力求在 24 小时内解决。
- 加快铺设智能取餐柜，目前已覆盖 18 个城市，后续将在全国落地。
- 优化骑手 App 界面、设立“老带新”常态机制，让有经验的老骑手们帮助新骑手，帮他们更好地融入和适应工作。

职业发展

- 举办“717 骑士节”和骑手全国篮球联赛等活动，让骑手们感到尊重、感到温暖，加强骑手职业认同感。
- 通过骑手自强学堂等渠道为骑手提供学习课程，推出行业首个“外卖英语”课程，提高骑手处理涉外订单时的沟通效率，为骑手构建更加科学的职业培训与成长体系，助力广大骑手实现更高质量就业。



生活关怀

- 面向骑手推出“健康守护包”，覆盖骑手年度免费体检、免费在线问诊、日常小药箱、心理咨询、疾病医疗、重症住院以及大病关怀金。
- 美团公益基金会推出“袋鼠宝贝公益计划”，对配送骑手子女遇到的大病和意外伤害等困难提供帮扶。
- 在重要节日与特定时间段提供物质与精神关怀，如防暑物品发放和冬季关怀等。
- 开通美团外卖骑手心理热线，并与专业机构合作为骑手提供免费心理咨询。

76场

截至2021年1月，我们召开76场骑手恳谈会，沟通骑手期望，收集骑手诉求。

77名

截至2020年12月31日，“袋鼠宝贝公益计划”累计帮扶77名袋鼠宝贝。





1272万

截至2020年12月31日，骑手关怀计划已为265个家庭拨付关怀基金1272万。

120万

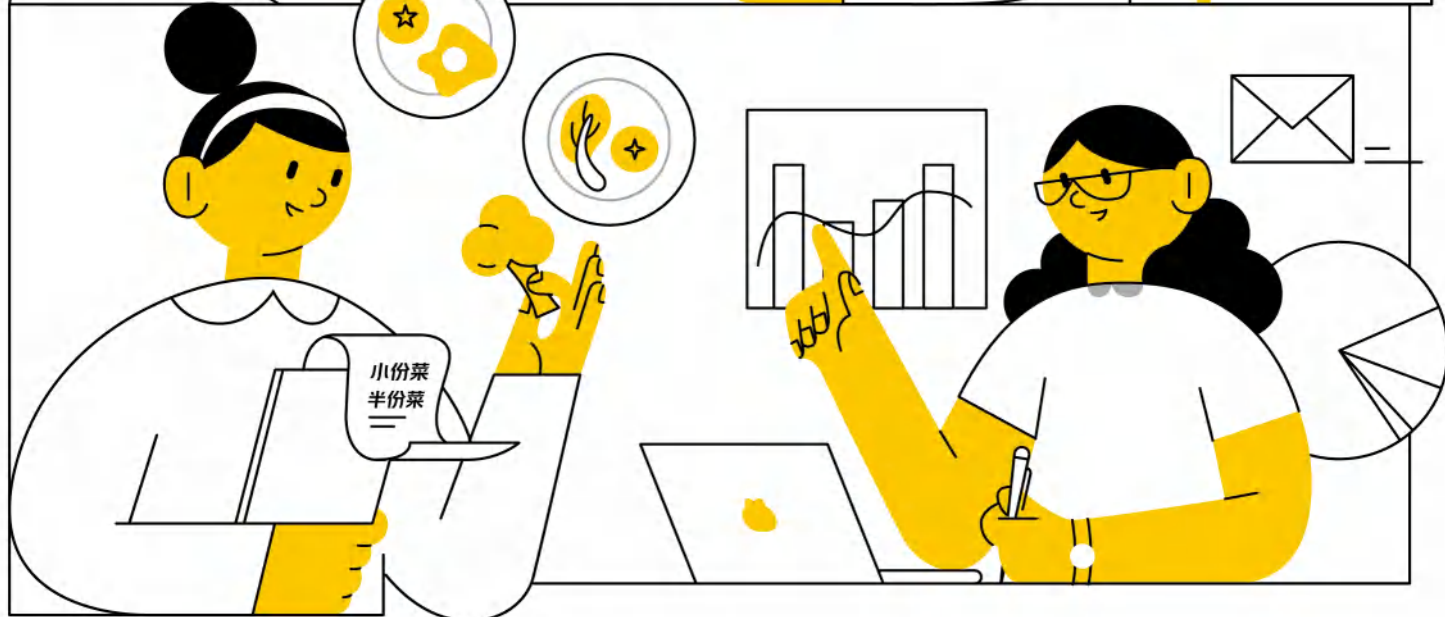
2020年完成24次线上安全培训、827次通知宣导、举办213次警企合作，月均覆盖骑手120万人次。

案例

“袋鼠宝贝公益计划”为骑手母子带去生活希望

农瑞瑞的孩子小贤患有重型 β 地中海贫血症，骨髓移植手术至少需要准备三十万元。2020 年春天，为了兼顾赚钱和养家，农瑞瑞成为当地为数不多的女骑手，每天起早贪黑接单。她无意间发现了“袋鼠宝贝公益计划”，便尝试提交了资料，没想到工作人员主动联系了她，还从北京来到当地了解情况。11 月，农瑞瑞跨越两千六百多公里，将孩子从靖西带到北京就医。“袋鼠宝贝公益计划”不仅支持部分治疗费用，还为她设立了骨髓移植专项捐款。现在，小贤的信息已经进入中华骨髓库，正等待配型。





社会篇

共建美好社会

新冠疫情加速了中国经济社会数字化进程。美团协同政府、行业、商户和消费者建立数字消费与服务生态，在民生就业、城市治理、环保、乡村振兴及公益等领域展开探索，致力于通过更完善的数字技术和更包容的数字治理，解决发展不平衡、不充分的问题，构建更加均衡、友好的数字社会。

带动就业，发现新职业

疫情为我国就业带来严峻挑战，以骑手为代表的灵活就业形态成为吸纳就业的“调节阀”和“蓄水池”，在推动农民工等重点群体就业方面作出贡献。与此同时，生活服务领域新业态、新职业蓬勃发展，也创造出更丰富的就业和创业机会。

美团带动就业数据

470万

2020年，在美团平台上获得收入的骑手超470万人。

58%

2020年上半年，58%骑手实现本省就业，占比近六成。

18.6%

2020年1月20日至3月18日，新增骑手来源中，工厂工人排名第一，占比18.6%；销售人员其次，占比为14.3%；创业或自己做小生意或餐饮从业人员排名第三。

21% 37.5%

2020年上半年，在单车维修部门从业者中，约21%的就业困难人员属于城镇零就业家庭失业人员；在电单车运营与维修部门从业者中，37.5%属于城镇零就业家庭失业人员。

案例

“春归计划”拓岗促就业

2020年2月，美团启动“春归计划”，推出一系列举措助力稳就业，包括新增20万个长期就业、灵活就业工作岗位、招聘超1000名大学应届毕业生、开放超3000个社招岗位等。2020年8月，“春归计划”再次推出升级版，新增50万个骑手、共享单车运维专员、快驴服务司机等灵活就业岗位，面向贫困县继续提供20万就近就业岗位，升级贫困骑手及其家属大病保障；新增超2000个校招岗位、5000多个社招岗位。

2021年生活服务业新职业预测



社区团购团长

与社区电商新业态相关，预计2021年将提供数百万机会保就业促增收。



电单车换电师

伴随共享电单车新业态涌现，可直接创造超过数十万个运营、维修等岗位。



数字化运营师

广泛存在于餐饮外卖、酒店民宿、休闲娱乐等行业，预计2021年缺口将达到数百万人。



密室设计师

新业态密室的核心，预计2021年中国本土密室原创设计师队伍将突破千人，对海外输出中国实景娱乐的领先能力。



套餐规划师

传统餐饮行业的新职业之一，小份菜、半份菜成为越来越多餐厅的标配，预计2021年该岗位需求量将激增。

助力数字化人才培养

美团设立了配送、餐饮、外卖、酒店、闪购、美业、休娱、教育亲子、结婚、民宿等多个培训中心，助力生活服务业数字化人才培养。

2020 年，美团发布“数字化新职业人才成长体系”，覆盖外卖运营师、餐饮运营师、酒店收益管理师、网约配送员等 10 个岗位，该体系包含能力标准、学习地图、课程体系、联合认证四大模块，贯穿行业数字化人才成长全过程，为从业者的学习发展提供明确路径。

截至 2020 年末，全国首批外卖运营师和酒店收益管理师已获得认证。其中，外卖运营师经由人社部教培中心与美团联合培训；酒店收益管理方面，美团入选教育部第四批职业教育培训评价组织和职业技能等级证书试点名单（1+X 证书制度试点），可作为教育培训评价组织，为职业院校学生及社会从业者培训并颁发“酒店收益管理”职业技能等级证书。

此外，美团还联合《中国企业家》杂志社、中国国际电子商务中心共同发起成立“服务经济人才发展委员会”；与行业协会和企业代表共同发布“伙伴开放计划”促进生活服务人才发展。

2611位

拥有2611位生活服务业讲师

388万

培训商户超过388万

2376万

学员人数达2376万

1000场

开展近1000场培训

455城

线下课程培训已覆盖全国
455 个城市

用数字技术为城市共治出力

美团运用数字化技术，帮助政府实时获取反映居民诉求与城市系统运行的海量数据，并做出精确研判、高效决策和及时回应。

“政企通”探索社会共治新模式

为推进新经济平台社会共治，美团打造供各级市场监管部门使用的云端数字化监管服务系统——美团“政企通”，将自身在生活服务行业积累的大数据能力、商户触达能力与政府部门的行政执法能力进行深度结合，借助科技的力量实现行业共治。该系统从“助力小店经济”“促进协同治理”出发，提供商户培训与考试、在线证照办理、宣传直通车、行业数据分析、核验资质导入、食安天眼等七个功能。

例如，“政企通”能够为有办证需求的新商户提供一套商家在线办理证照解决方案，作为政府官方在线证照办理渠道的补充方案，提高辖区内商户办证效率。此外，食安天眼本质是一套餐厅市民评价大数据系统，它以美团的消费者点评数据为基础，通过语义识别技术将食品安全信息量化，实现“数据可视化、趋势可预测、问题可预警”的市场监督管理体系，做到食品安全问题的精准靶向监管。

30多个

截至2020年12月31日，美团“政企通”在北京、辽宁、浙江、海南、广州、苏州、东莞等全国30多个省级和地市级市场监管部门落地使用，与20余个市场监管部门正在合作对接中。

案例 上海推行国内首次政企合作“在线办证”试点

2020年7月13日，美团“政企通”与上海市闵行区市场监督管理局合作推出食品经营许可证“云申秒批”功能。这是全国首个政府、平台合作的“在线办证”试点，商户登录美团App完成实名认证，上传现场视频及申请资料，提交审核后等待通过即可领取许可证。当天，上海闵行十家餐厅通过美团App申请线上办理食品经营许可证变更，仅1个工作日就通过审批。截至2020年底，美团已经提供了1个直辖市和10个省份的115个地市的“在线办证”服务入口。

大数据助力城市交通规划

美团积极与城市交通管理部门建立合作，通过技术创新、平台骑行大数据能力等，为优化城市交通系统探索新路径。

推出电子围栏技术

为解决共享单车、电单车乱停乱放问题，美团推出电子围栏技术，提升判断车辆停放位置的准确性，实现共享单车停放的高效管理，也便于用户查询停车点和车辆。

70% 90%

电子围栏上线后，禁停区内美团共享电单车违停数量下降超过70%，部分区域下降高达90%，累计提醒停放在禁停区域内的用户百万人次。



共建深圳“小蓝道”

2020年，美团与深圳市政府合作，共建“深圳非机动车道、交通微循环”项目，在深圳福田区振中路和红荔路建成一条崭新的非机动车道“小蓝道”，电动车有序行驶在标识显眼的“小蓝道”上，一改多年与机动车混行的乱象，解决了困扰市民和外卖小哥已久的问题。



带动生态相关方参与环保

绿水青山就是金山银山。2020 年，美团持续推进“青山计划”和单车全生命周期管理，带动生态相关方参与环保，并积极推进碳中和行动计划制定。

青山计划推动外卖行业环保进程

美团在 2017 年发起“青山计划”，从环保理念倡导、环保路径研究、科学闭环探索和环保公益推动四个方面，携手行业上下游共同推动外卖行业环保化进程。

环保理念倡导-引导用户共享绿色生活

- 将每月最后一天设为“美团外卖环保日”，已连续上线 42 期，触达超过 10 亿人次。
- 在植树节、地球日、六五环境日等重要节点开展环保理念宣传倡导行动，发起“下无需餐具订单，兑换环保公益金”行动。
- 组织环保包装创意大赛，资助环保设施向公众开放 NGO 基金等公众可参与的环保项目，提升公众环保意识。
- 与麦田音乐节合作“青山就业局”，与喜茶合作“灵感再生实验室”，举办青山三周年沉浸式环保体验展，餐盒循环再生等环保体验线下活动参与人次超过 100 万。



环保路径研究-联合行业寻求解决方案

- 联合清华大学环境学院开展外卖行业全生命周期环境影响研究。
- 与中华环境保护基金会发起成立“美团外卖青山计划专项基金”环保顾问团，开展前瞻研究和行业研讨活动。
- 联合北京工商大学发布行业首份《外卖包装常识科普报告》。
- 发布《外卖行业环保洞察报告暨美团外卖青山计划三周年进展报告》。
- 联合中国饭店协会发布《可持续餐饮商户指南》。

环保闭环探索-落地实践推动包装减量

- 倡导自备餐具，率先上线“无需餐具”选项。
- 开通环保能量公益捐，累计超过 150 万人次参与能量捐赠。
- 试点投放全生物降解包装袋超 2000 万，纸质餐盒 100 万个。
- 联合中国塑协降解塑料专委会、中国制浆造纸研究院发布“青山计划首批绿色包装推荐名录”，共纳入 87 种环境友好型外卖包装产品；孵化 20 款共 35 万个创新环保包装产品供商家申请免费试用。
- 在全国开展超过 350 个塑料餐盒回收试点，回收率最高可达 74%。
- 加入中国石化联合会发起的绿色再生塑料供应链联合工作组，推动绿色再生塑料的应用和绿色塑料供应链的建设。

环保公益推动-平台联动共建美好家园

- 携手中华环境保护基金会设立“青山计划专项基金”，先期投入 300 万元，开展环保课题研究，实施环保公益项目。
- 线上发起青山公益行动，截至 2020 年末，已汇聚超过 35 万家青山公益商家，1.9 亿人在青山公益商家下单超过 10 亿单，累计投入 1400 万元用于环保公益事业。
- 在青海、贵州、云南等 9 省区种植和优化超过 3000 亩生态经济林，惠及建档立卡贫困户 1800 余户，影响人数超过 1.5 万人。

2020 年 8 月，青山计划三周年之际，在交付 2020 年成果的同时，提出 2025 年目标，希望与行业上下游全产业链生态伙伴一起，共同推动目标实现：

青山计划2025年新目标



建设绿色包装供应链，为平台全量商家提供外卖包装可回收、可降解或可重复使用的解决方案。



促进回收再生市场化机制建设，联动产业上下游在全国20个以上省份建立常态化餐盒回收体系。



加强消费者引导激励，优化产品功能和运营体系，促进1亿用户践行无需餐具等可持续消费行为。

单车全生命周期管理

美团单车在行业率先提出并践行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 减少，Reuse 再利用，Recycle 循环），废旧单车 100% 回收再用。

2020 年，美团单车发起“共享单车变球场项目”：

8^个

捐赠 8 个单车废旧轮胎再生球场。

148^万

累计超过 148 万个单车轮胎完成翻新复用。



关注县域经济, 助力乡村振兴

2020 年, 脱贫攻坚任务如期完成。2021 年, “三农” 工作重心转向全面推进乡村振兴。美团持续发挥业务优势和特色, 助力县域经济发展, 推动脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接。

“新起点在县” 扶贫模式

就业在县

为让贫困地区劳动力实现“家门口” 就业脱贫, 2020 年 6 月起, 美团面向贫困县提供 20 万个骑手岗位, 并优先为全国未摘帽脱贫县和建档立卡贫困户定向对接本省和邻省城市工作地。

数字化在县

美团通过线上推广、流量扶持等方式, 持续推动贫困地区餐饮、旅游商户“上网” 增收创收, 助力贫困县生活服务业的供给侧数字化改造。

新旅游在县

美团为贫困县打造“最美乡聚” 旅游扶贫直播, 帮助贫困县推广“最美乡村” “最美民宿” “最美家乡菜” 品牌, 带动贫困县旅游业长远发展。

新培训在县

美团“新青年追梦计划” 免费为贫困地区餐饮、民宿、农家乐创业者提供就业创业扶贫培训, 开展集中示范的现场教学。

新公益在县

关注教育脱贫, 援建山区幼儿园运动场等; 支持生态扶贫, 助力贫困县申报“青山合作伙伴计划”。



230万

截至2020年底，累计超过950万名骑手通过美团实现就业增收，其中包括230万名来自脱贫地区的骑手。

59万

截至2020年底，累计注册的国家建档立卡贫困户骑手59万，2020年全年新增建档立卡骑手数18.9万。

223.9亿元

2020年前9个月，美团为全国819个贫困县近40.8万商家提供线上服务，通过4.5亿笔订单，实现近223.9亿元线上交易额。

5000人次

截至2020年9月底，“新青年追梦计划”在全国9个省市完成31场实操培训，培训学员近5000人次。

案例 天道酬勤，贫困县的外卖小哥养活一家六口

晴隆县曾是贵州9个未实现脱贫摘帽的县之一。2017年，来自晴隆县茶马镇战马村的易丛斌结束东部沿海城市的务工生活，回到贵阳成为美团骑手，第一个月就赚了5000多元。现在，他将妻儿都接到贵阳生活，月收入不仅可以养活全家6口人，还能在农忙时回家帮忙。据了解，仅2020年上半年，来自晴隆县的美团骑手已近400人。



“农鲜直采”促农户增收

2020 年 12 月，美团优选推出“农鲜直采”计划。该计划旨在发挥平台优势，助力改善农产品生产、分配、流通、消费各环节，让城市居民受益的同时让农民实现增收。“农鲜直采”计划正在与多个地方政府建立合作，加大源头直采量、简化供应链，加速优质农产品从原产地直达社区。

为巩固拓展脱贫攻坚成果，有效衔接乡村振兴战略，该计划将延续美团“互联网 + 县域扶贫”模式，优先与刚脱贫不久的省份及地区建立合作关系，如广西、云南、贵州、甘肃等地，为当地优质农产品上行提速。

湖北秭归的脐橙、广西武鸣的沃柑、云南建水的紫薯、云南昭通的苹果、海南晓蜜的蜜瓜……越来越多的优质农产品从原产地直达社区，登上市民的餐桌。

案例 滞销紫薯变身城市餐桌“网红”

2020 年 12 月，生活在云南省建水县的李红妹家晚种的紫薯成熟。建水紫薯皮薄肉厚、粉甜香糯，深受城市居民喜爱，但由于交通闭塞以及紫薯自身附加值不高，很多人不愿意前来收购，来的收购商报价在每公斤 8 角左右。美团优选云南团队前去调研后，以每公斤 1.3 元的价格收购优质紫薯，并安排专车直达城市社区。一个月的时间，通过美团优选已卖出近 2000 亩地的建水紫薯。

李红妹说，以前无论紫薯品质好坏都一个价，只能卖作染料，现在精品价格上来了，自己的收入也增加了。“紫薯不愁卖，还能卖出好价钱，这个年能过得好嘞！”李红妹笑着说，“明年我们打算多种个三五亩紫薯！”



公益, 让责任文化落地生根

美团公益平台是民政部指定的慈善组织互联网募捐信息平台, 通过生活服务领域多场景触达能力, 将公益慈善融入到人们的日常消费行为中, 让用户、商家通过最简单的方式, 安全、便捷地参与公益事业。

美团公益平台 2020 全年:

3690万

筹款额 3690 万元

388万

带动 388 万用户

39万

39 万商户参与公益

带动用户参与公益

美团公益持续将公益与用户日常消费场景融合, 通过消费弹窗推送和节日运营, 让用户在日常生活中参与公益。例如, 抗疫期间, 在全品类订单结算页面推送抗疫项目; 儿童节期间, 订单结算页面主推“儿童关爱”类公益项目; 重阳节期间, 推出“银龄守护计划”, 倡导关爱帮扶孤寡老人等。

带动商家参与公益

2020 年, 美团持续推进“美团公益商家计划”, 将公益融入到商户日常经营行为当中。截至 2020 年底, 该计划已覆盖餐饮、酒店、外卖和门票等业务, 参与商户共计超过 39 万家。



抗疫期间, 美团在全品类订单结算页面推送抗疫项目

案例 有了运动场，山区里的孩子有了新盼头

2020 年 8 月，美团公益联合爱心商家与壹基金发起“山区幼儿园运动场”项目，为偏远山区、乡村公办幼儿园铺设多功能运动场，并配备户外运动器材包、教师培训等，助力山区儿童健康快乐成长。每一座山区幼儿园运动场都由若干 PP 板（聚丙烯塑料板）拼接而成，爱心商家每捐满 20 元善款，即可为山区幼儿园捐赠 1 块 PP 板。8 月，首个运动场落地贵州省毕节市赫章县达依乡龙塘幼儿园，看着孩子们雀跃的笑脸，老师们表示，“有了这样的运动场，心里对学校充满了希望！”

该项目首次采用了美团善款追踪系统（英文名 Donation Track System，简称 DTS），通过将商家捐赠和项目执行信息进行线上匹配，每个商家都能在后台查看自己的公益档案，并具体定位到自己捐赠的 PP 板最终在某一所山区幼儿园运动场上的位置信息。DTS 通过每一笔善款清晰、透明的追踪和反馈，提升了捐赠者的参与体验，让公益更透明，人们捐得更放心了。

截至 2020 年 12 月底，山区运动场项目已在贵州省毕节市赫章县、威宁县、纳雍县、织金县等地落地，超过 13000 个美团公益商家通过该项目，为贵州山区幼儿园捐赠建成 12 个多功能运动场。





带动员工做公益

员工也是公益活动的重要参与者。美团员工通过公益月捐、公益探访、公益日和公益沙龙等多种形式参与公益活动，深入理解和参与贡献社会价值。

公益月捐计划：美团于2020年5月发起员工公益月捐计划，倡导雇员每人每天捐出1元钱，用于袋鼠宝贝公益计划，帮助骑手孩子。

自2020年5月28日上线至2020年12月31日，员工公益月捐：

10033人

累计加入 10033 人

835843元

捐赠835843 元

835000元

捐赠支出 835000 元

22人

帮扶袋鼠宝贝 22 人



美团员工在“守护生命，‘救’在身边”公益日活动上学习急救知识



美团志愿者探望袋鼠宝贝公益项目资助的儿童

责任护航发展

长期以来，美团努力为用户、行业和社会创造价值，并不断完善自身社会责任管理机制，保障公司和利益相关方的长远利益。

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，确保本公司遵循高水平的企业管治。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 2020 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。

风险管控

美团重视反舞弊工作，严格按照国家关于反贪污贿赂及反不正当竞争相关法律法规，加强反舞弊管理，宣扬廉正，防微杜渐，塑造廉正文化，保障企业健康发展。我们设有《阳光职场行为规范》等内部制度，阳光委员会采用预防、调查及宣传三位一体的模式，推动反舞弊体系稳健运营。同时，我们参考「三线模型」并结合实际情况构建多边联动、覆盖全员的风险管理系统，降低舞弊风险^①。

2020 年，我们面向全员开展廉正培训或制度宣贯 292 场，参与人次达 32991 人次。

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；公司于 2020 年度设立社会责任委员会，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实施落地。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。

^① 有关该风险管理系统相关内容请参阅美团 2020 年报「企业管治报告 – 风险管理及内部控制 – 风险管理组织架构」章节。

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。推出骑手关怀计划、袋鼠宝贝公益计划，同舟计划等举措，通过骑手恳谈会倾听骑手心声，不断完善骑手工作保障。
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	设立公共事务部，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。

利益相关方	主要关注的社会责任议题	责任沟通与实践
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。
媒体及社会组织	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。
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；结合业务优势开展扶贫工作，支持乡村振兴；通过网络募捐平台传播公益文化。

供应链管理

美团高度重视供应链的环境和社会风险管理，在供应商准入、合作等过程中，关注并考量供应商的环境与社会风险。

在供应商准入过程中，我们针对特定品类供应商提出环境管理体系、职业健康与安全管理等资质要求，同时引入供应商第三方现场考察机制，对重要供应商执行现场风险评估及信息核查程序。在供应商履约过程中，我们对供应商绩效表现进行持续管理和跟踪，以不断更新对其专业服务能力的评估。

平台治理

网络秩序

美团针对不法分子利用互联网电商平台进行“刷单”等行为的黑灰产业，始终坚持“零容忍”打击态度，通过开展“清风行动”，政企联合整治“刷单手”。2020 年，“清风行动”协助全国各地的监管和执法部门查处了多起网络“刷单炒信”案件，共处理违规评价 3369 万条，处罚违规商户 4.5 万家，处罚违规用户 4.4 万个，极大地遏制了违规内容、黑色产业链的蔓延与扩张，维护了网络秩序。

品牌保护

美团主要通过前端的重点品牌保护和后端的侵权投诉处理来实现品牌保护。在前端，美团将知名度较高、侵权风险较大的品牌加入重点品牌保护库，对未经授权的山寨门店进行智能拦截。2020 年，共有 20 多万门店入驻时触发了重点品牌保护词，其中 80% 的门店被有效拦截，其余 20% 经提交授权或整改后上线。在后端，美团打造知识产权维权平台，将传统的线下投诉整合至线上，透明展示所有的投诉进度和结果。目前，维权平台已有 6800 多家品牌入驻，接收并处理侵权投诉 4 万多条。

平台规则

平台规则是平台生态治理，协调消费者和商户关系，打造公平、公正交易市场的关键。美团上线“美团规则中心”，将平台基础规则、业务规则、消费者权益保障、普法专栏、隐私政策等集中展示，规则内容包括用户端和商家端的平台规则总则，以及各业务线制定的平台服务协议、交易规则等平台规则细则，可供用户和商家快速查阅。

大众评审

美团正在搭建“大众评审机制”，在美团 App 和点评 App 上线了“小美陪审团”，邀请广大用户作为陪审员，对用户或商户发起的评价举报、交易纠纷等问题进行集体投票和判定，以保障用户和商户的合法权益，保证各方对评价举报、交易纠纷等问题的判定公平公正、透明合理，实现平台与用户、商户和社会的共治共建。

环境管理

绿色办公

美团通过对全国办公职场能源与资源消耗、废弃物处理等数据进行线上统一精细化管理，不断提升环境管理效率。

能源节约

照明节电，逐步扩大 LED 节能灯的使用范围，安排人员定期巡查以避免无人办公区域“长明灯”现象；空调系统节电，针对部分会议室及就餐区空调系统加装集控功能，实现后台设置空调温度及开关机，减少能源浪费；设备节电，非工作时段对部分办公区域及卫生间的非必须设备进行断电处理。

资源节约

安装应用感应式节水洁具；在办公区域内张贴节水及节纸标识；所有打印机设备默认设置为双面打印模式，倡导优先采用双面打印方式，并在打印机侧设置废纸回收盒。

废弃物处理

严格遵守运营所在地的废弃物处理标准，在北京和上海等办公区域设置分类垃圾桶，实行垃圾分类管理；办公场所产生的危险废弃物（如荧光灯管、电池及硒鼓墨盒等），均单独收集，交由有资质的机构进行处理。

绿色数据中心

2020 年，我们继续租用在宁夏回族自治区中卫市（以下简称「宁夏中卫」）的数据中心。该数据中心使用 50% 以上清洁能源（水电、风电及光伏发电等）供能，其能效水平处于行业前列，是目前已投入规模化使用的大型自然冷却数据中心，节能优势明显。

员工发展与关怀

美团致力于打造舒适及和谐的工作场所，实践平等雇佣政策，保障雇员权益，提供匹配雇员能力、具有市场竞争力的薪酬待遇，并保证充足的学习资源和机会。

平等雇佣

美团以人岗适用为前提择优录取雇员，对不同种族、民族、性别、年龄或宗教信仰的人才一视同仁，保障其享有平等的录取及发展机会。2020 年，我们进一步完善了平等雇佣政策，通过组织招聘培训及定期回顾，持续优化招聘流程，确保平等与多元的雇佣政策得到有效实施。

薪酬与福利

美团提供有竞争力的薪资、基于绩效的现金激励及其他激励措施。同时，我们为员工提供补充医疗保险和各类补贴，建立爱心基金，为有困难的雇员及其家庭提供帮助。

工作生活平衡

美团为员工提供法定年假、福利年假与全薪病假等假期；组建超过 40 个文体俱乐部，雇员可自由加入各类俱乐部并参与雇员活动，丰富业余生活。

职业健康与安全

我们关注雇员的身心健康。我们在办公职场内实施空气质量检测、饮用水检测及照明度检测，为雇员提供舒适的办公环境；在部分办公场所设置健康驿站，提供健康咨询服务及基础药品；每年为雇员提供福利体检和体检报告解读，并不定期举办健康讲座；开展员工关怀计划(EAP)，与外部专业机构合作设立心理健康咨询热线并举办定期心理健康培训。

培训及发展

我们致力于为员工提供随时、随地和随需的培训。通过搭建“互联网 + 大学”，制定“学习全景地图”，我们从文化、通用能力、专业能力及领导力四方面搭建培训体系，开展面授课、网络课以及各类实践活动，覆盖不同岗位、职级和发展阶段。

	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（总经理培养项目）
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技能培训	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
融入新员工培训	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		

截至2020年末，我们有内部课程1335门，内部讲师3178人。

2020年，雇员的平均内部培训（含网络学习及面授学习）时数为23.04小时。

关于本报告

本报告是美团发布的第三份企业社会责任报告。

报告时间范围

本报告的时间范围以2020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。

报告获取方式

本报告以电子版和纸质版两种形式发布。

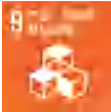
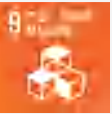
电子版可在美团网站 <https://about.meituan.com/details/society/responsibility> 下载浏览。

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：美团社会责任委员会办公室

电子邮箱：cap.csr@meituan.com

美团与联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)

主题	SDGs
用户篇：共创美好生活	    
行业篇：共荣美好行业	      
社会篇：共建美好社会	          
责任护航发展	        

美团公司简介

美团的使命是“帮大家吃得更好，生活更好”。作为一家生活服务电子商务平台，公司聚焦“Food +Platform”战略，以“吃”为核心，通过科技创新，和广大商户与各类合作伙伴一起，努力为消费者提供品质生活，推动生活服务业需求侧和供给侧数字化升级。

2018 年 9 月 20 日，美团正式在港交所挂牌上市。美团将始终坚持以客户为中心，不断加大在科技研发方面的投入，更好承担社会责任，更多创造社会价值，与广大合作伙伴一起发展共赢。



本报告采用可再生环保纸制作

