



環境、社會及管治報告

2024



目錄

報告概覽	123
董事會聲明	123
ESG理念與管理	124
環境	128
僱傭管理	150
供應鏈管理	159
產品責任	168
反貪污	181
社區投資	185
獨立執業會計師就美团的環境、社會及管治數據的有限保證鑒證報告	192



環境、社會及管治報告

報告概覽

美团（以下簡稱「本公司」「公司」或「我們」）遵循香港聯合交易所有限公司上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》編製本報告，並遵循該指引有關「重要性」「量化」「平衡」及「一致性」原則要求。

我們與主要利益相關方積極溝通，了解其關注的環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）議題，對ESG議題進行優次排列，並根據議題重要性水平在報告中進行回應，詳細過程已在報告「利益相關方溝通」和「實質性議題分析」小節做出說明。我們採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標，使得關鍵績效指標可予以計量和驗證。關鍵績效指標的量化標準、方法、假設及／或計算工具、以及使用的轉換系數來源，均已在相應位置做出說明。我們採取與往年一致的披露統計方法，個別變動之處均已在相應位置做出說明。

本報告旨在客觀、公允、平衡反映我們的2024年ESG表現。有關管治部分的内容建議與本年度報告所載「企業管治報告」一併閱讀。

除另有說明外，本報告的披露範圍包括由美团直接運營和管理的業務的ESG表現，時間範圍為2024年1月1日至2024年12月31日。

董事會聲明

董事會對本公司ESG策略及匯報承擔全部責任。董事會審核委員會協助董事會進行ESG監督。本公司ESG管治組對ESG事項進行日常管理，指導ESG實踐。公司主要業務和職能部門共同組成ESG執行小組，協調推動ESG具體項目開展，保障ESG工作的執行落地，並定期向管理層和治理層匯報。董事會、相關管理層及執行層每年定期參與ESG專題培訓，包括：公司治理、氣候變化風險與機遇、信息安全與隱私保護等，及時了解ESG趨勢，學習ESG管理知識。

本公司開展利益相關方關注ESG議題的實質性分析，據此制定ESG理念與管理策略，並將其融入日常運營和管理。董事會參與對重要ESG議題的評估和優次排列，定期審閱ESG理念與管理策略，評估其對本公司整體策略的潛在影響。本年度，本公司持續推進氣候變化應對、配送騎手管理與保障、外賣行業環保行動、數據中心環境管理、信息安全與隱私保護等重要ESG議題，取得階段性進展。



環境、社會及管治報告

本公司重視ESG相關風險和機遇可能產生的重大影響，並將其納入公司整體風險管理體系。董事會監督ESG相關風險和機遇的評估，確保設置適當和有效的ESG風險管理和內部監督系統。本年度，本公司進一步完善氣候相關風險和機遇識別、評估和管理流程，並持續對業務合規、信息安全、人力資源管理等ESG議題開展風險識別、評估和管理工作。更多內容請參閱本報告「氣候變化應對」章節和本年度報告所載「企業管治報告－風險管理及內部控制」章節。

本公司已設定與業務相關聯的ESG目標，包括職場節能、節水、廢棄物管理等環境目標，董事會對目標進展進行定期審閱和檢討。

ESG理念與管理

我們將「幫大家吃得更好，生活更好」作為企業使命，秉承「以客戶為中心，正直誠信，合作共贏，追求卓越」的價值觀。

圍繞企業使命與價值觀，我們加強ESG理念融入，並於以下層面考量ESG策略：

1. 環境：

- 倡導綠色消費
- 促進企業發展與環境的和諧共生
- 推動行業環境保護能力提升

2. 客戶：

- 以客戶為中心
- 追求卓越，持續優化，贏得客戶口碑
- 為人們生活創造更多價值

3. 合作方：

- 與生態鏈合作共贏
- 保障合作各方利益
- 推動行業可持續發展

環境、社會及管治報告

4. 運營：

- 正直誠信
- 保障僱員權益
- 推動人才發展

5. 社區：

- 助力解決更多社會問題
- 創造更大社會價值
- 倡導社會共同參與公益活動

ESG管治

為更好地踐行ESG理念和策略，形成長效ESG工作機制，促進與利益相關方的和諧共贏發展，不斷提高本公司可持續發展競爭力，我們搭建「治理－管理－執行」三層ESG管治架構，制定工作章程，明確工作職責，推進公司ESG各項工作。

治理層

董事會是ESG管治的最高決策機構，監督ESG事項，參與重要ESG議題的評估和優次排列，並對本公司ESG策略及匯報承擔整體責任。董事會授權審核委員會為監督ESG管理的專業委員會，並聽取審核委員會關於ESG重大工作事項的匯報。

審核委員會負責監督ESG事宜，包括檢討本公司針對ESG事項的策略、框架、原則及政策；檢討及監督ESG實踐；監督本公司ESG目標設定及進展，及就以上內容向董事會匯報。

管理層

建立ESG管治組，由主要業務和職能部門的關鍵管理者組成，就ESG重要事項進行管理。主要包括：審議公司ESG策略、框架、原則及政策；指導ESG實踐開展；定期審核ESG目標設定和進展；及參與針對管理層的ESG專題培訓。



環境、社會及管治報告

執行層

本公司主要業務和職能部門共同組成ESG執行小組，負責推進ESG管理策略落地及目標達成；開展ESG重要性評估；將ESG風險管理納入日常風險管理和控制流程；組織ESG專題培訓，提升不同層級、不同職能僱員的ESG意識；就關鍵ESG議題（如：氣候風險和機遇影響分析）開展專項研究，及定期向本公司管理層和治理層匯報。

利益相關方溝通

我們積極傾聽並回應利益相關方的訴求。根據《環境、社會及管治報告守則》，我們識別主要利益相關方，並通過多種溝通渠道了解其關注的主要議題。

本年度我們識別的主要利益相關方、關注議題及溝通渠道列示於下表。

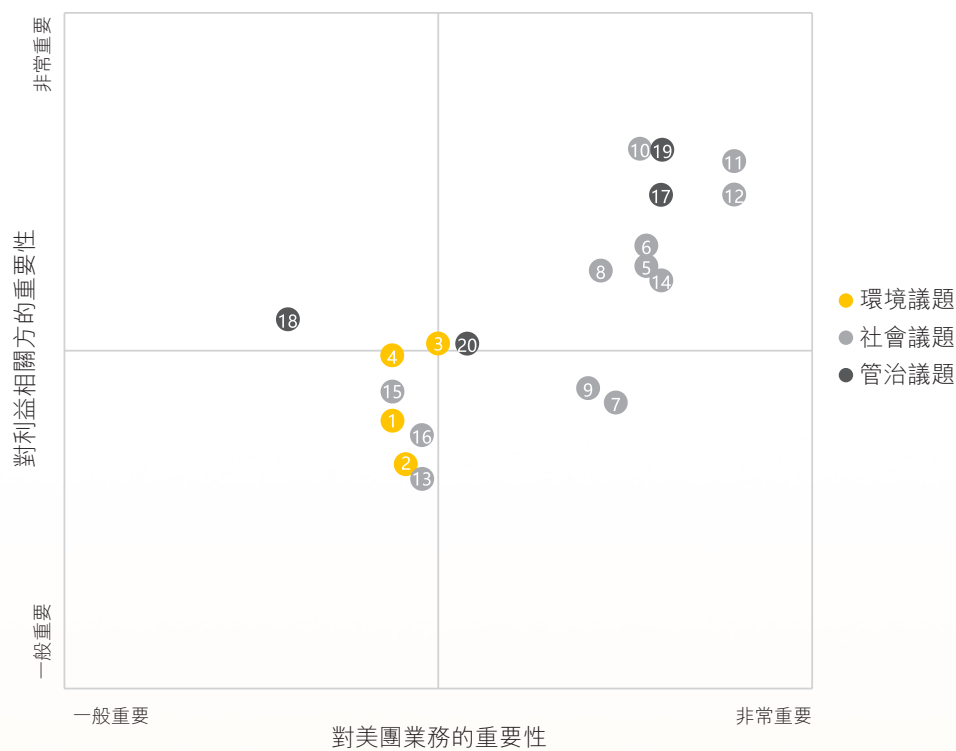
主要利益相關方	主要關注的ESG議題	主要溝通渠道
騎手	騎手健康與安全、客戶服務、產品及服務安全保障	騎手懇談會、申訴熱線
政府及監管部門	產品及服務安全保障、反貪污、內容合規、合法僱傭、騎手健康與安全、信息安全與隱私保護、氣候變化應對、零售行業賦能與發展、知識產權、公司治理	政策諮詢、事件匯報、來訪接待、信息披露及參與政府機構會議
股東及投資者	騎手健康與安全、信息安全與隱私保護、僱員培訓與發展、產品及服務安全保障、反貪污、公司治理、多元化與平等機會	股東大會、業績公告、年報、半年報、官方網站、溝通會議及溝通郵件
僱員	合法僱傭、僱員權益與福利、僱員培訓與發展、職業健康與安全、多元化與平等機會、產品及服務安全保障、社會公益參與	人力資源幫助台、溝通會、社交媒體及面對面交流、溝通熱線
用戶	產品及服務安全保障、信息安全與隱私保護、客戶服務	線上平台、客戶服務熱線、社交媒體及信息披露
平台商戶	客戶服務、零售行業賦能與發展、產品及服務安全保障	線上平台、客戶服務熱線、會議及商戶考察

環境、社會及管治報告

主要利益相關方	主要關注的ESG議題	主要溝通渠道
供應商	供應鏈管理、產品及服務安全保障、反貪污、信息安全與隱私保護	供應商考察及供應商會議
媒體及非政府組織	騎手健康與安全、產品及服務安全保障、客戶服務、推進產業鏈綠色發展、節約能源、零售行業賦能與發展、節約水資源	社交媒體、官方網站、新聞發佈會、交流會及專線客服

實質性議題分析

我們與主要利益相關方持續溝通，每年評估ESG議題對業務及利益相關方的重要性，開展ESG議題實質性分析。分析結果將納入公司全面風險管理和排序工作，並作為我們ESG行動及報告的參考。實質性議題分析結果如下圖所示，我們將在本報告中分別討論各個議題所含內容。



- 1 節約資源

2 節約水資源

3 氣候變化應對

4 推進產業鏈綠色發展

5 合法僱傭

6 僱員權益與福利

7 多元化與平等機會
- 8 職業健康與安全

9 僱員培訓與發展

10 騎手健康與安全

11 產品及服務安全保障

12 客戶服務

13 知識產權

14 內容合規
- 15 零售行業賦能與發展

16 社會公益參與

17 公司治理

18 反貪污

19 信息安全與隱私保護

20 供應鏈管理



環境、社會及管治報告

環境

我們持續踐行環境保護和綠色運營理念，降低業務運營對環境造成的影響，推動產業鏈綠色發展。我們積極識別氣候變化影響，全面管理氣候風險和機遇。

綠色運營

我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，由相關部門管理者對環境管理事項進行監督，推進日常辦公及業務運營環節所涉環境管理和綠色運營的具體工作。

綠色辦公

我們辦公職場的主要資源消耗為電力、水和紙張，主要廢棄物包括生活垃圾、電子廢棄物、電池、硒鼓墨盒、熒光燈管等。我們組建由管理層牽頭，環境管理相關部門參與的職場環境管理小組，負責推進能源、資源節約措施，確保各類廢棄物合規處置。

在能源節約方面，我們通過多項舉措持續提升節能表現，包括：(i)強化用電設備管理：對辦公職場定期巡檢，避免無人辦公區域「長明燈」現象，在非工作時段對部分辦公區域的非必要設備進行斷電處理。建立月度、季度用電量監控機制，使用在線能源管理系統採集、分析部分職場實時能耗數據，管控用電異常情況，並協助評估職場節能舉措有效性；(ii)探索節能技術：逐步擴大LED節能燈的使用範圍，將手控燈改為聲控燈，減少照明時長；鋪設職場溫度監測系統，並對部分會議室及食堂就餐區空調加裝集控系統，避免電能浪費；及(iii)提升節能意識：在空調控溫面板、開關面板等位置設置節能提醒與標識，並推送環保主題月刊，普及節能知識，強化節能觀念。

在節水方面，我們在部分辦公職場安裝感應式出水節水潔具。在節紙方面，我們將所有打印機設備默認設置為雙面打印模式，提升紙張利用效率。我們還在辦公職場內張貼節水節紙標識，強化僱員環保意識。



環境、社會及管治報告

在廢棄物處理方面，我們嚴格遵守運營所在地的廢棄物處理要求，設置分類垃圾桶。職場產生的有害廢棄物（如：電池、硒鼓墨盒、熒光燈管等），我們均進行單獨收集，交由有資質的機構合規處理，其中打印設備產生的廢棄硒鼓和墨盒統一交由打印服務供應商回收處置。針對電子廢棄物（如：廢舊電腦、顯示器、電話、投影儀等），我們制定內部處理流程統一管理，並交由專業機構進行無害化處置和回收。我們按照廚餘垃圾、可回收垃圾和其他垃圾分類處置食堂垃圾。針對廚餘垃圾，我們要求餐廳供應商與具備廚餘垃圾處理資質的機構進行合作，可回收垃圾和其他垃圾交由租賃園區的物業公司定向清運。

零售業務環境管理

我們在冷鏈管理、物流運輸及倉網規劃環節應用節能科技，持續推動精細化運營，降低零售業務開展過程中的資源消耗，提高資源使用效率。

- 冷鏈管理環節：(i) 用電設備監測：合理調整照明開啟時長，應用智能設備實時監測冷庫溫度及結霜情況，動態調節用電設施能耗、提升運營效率；(ii) 冷媒凍結架應用：使用冷媒凍結架替代塑料筐和籠車，提高凍結效率；(iii) 節能理念宣導：面向僱員開展節能知識宣傳、環保培訓和內部能耗管理制度宣貫，提升節能意識；及(iv) 周轉物資減廢：在保障性能前提下，對周轉筐、托盤等物資進行減量化設計；減少一次性包材使用，降低我們運營環節產生的廢棄物。
- 物流運輸環節：(i) 高效配運管理：建設集中配送中心，統籌車輛配送運輸調度；結合線路貨量和時效要求，合理化約車，並通過車輛裝載率、車型結構監控，降低車輛配送頻次、匹配恰當車型；實行長距離小車配送與幹線大型車輛運輸相結合的配送體系；及(ii) 精細化車輛管理：及時進行車輛維修保養，確保車輛性能狀態良好；通過激勵舉措，節省各車型燃油損耗。



環境、社會及管治報告

- 倉網規劃環節：(i)科學佈局倉庫和設施：評估商家及消費者商品需求，科學佈局倉庫，以縮短商品供應及配送距離；倉內應用雙側進出貨站台、多層設計的儲物架，減少商品運送頻次；(ii)提高庫存效率：推動庫存共享，縮短庫存周轉天數，減少庫存佔用面積及商品流轉過程中的能源消耗；及(iii)開展節能減排：進行能耗環比分析、理論值及實際值分析，評估能耗管理改進措施，以減少能源消耗；租賃配備光伏裝置的倉庫，減少碳排放。

充電寶環境管理

我們從產品使用壽命、資源利用效率、環保原料選擇等多方面入手，降低充電寶產品的「全生命週期」環境影響：

- 設計階段：重點關注產品使用壽命和能源轉換效率，採用高能源轉換效率的產品設計方案，選用高標準電子元器件，降低產品充放電過程中的能量損失。
- 生產階段：產品製造層面，制定詳細的環境與質量管理要求，充分考察生產供應商認證資質，包括ISO 9001質量管理體系認證、ISO 14001環境管理體系認證等，建立生產供應商准入審核、日常審核及年度審核機制，把控環境影響和質量風險。原材料選用層面，嚴格控制原材料中鉛、汞等有害物質的使用。2024年，我們的充電寶產品均符合歐盟RoHS指令¹，並通過了CB認證²、UN 38.3認證³等多項質量認證。
- 運維階段：持續優化充電機櫃的分佈和調度，分析投放區域充電寶使用效率，避免因機櫃重複投放造成的資源浪費。我們回收廢舊充電寶，交由有資質的回收處理公司進行末端處置。

¹ RoHS指令：指歐盟頒佈的《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成份的指令》(Restriction of Hazardous Substances)，旨在規範電子電氣產品的材料及工藝標準，消除電器電子產品中的鉛、汞、鎘、六價鉻的使用。

² CB認證：指國際電工委員會電工產品合格測試與認證組織(IECEE)CB體系認證，旨在規範電氣和電子產品安全標準。

³ UN 38.3認證：指《聯合國危險物品運輸試驗和標準手冊》第3部分第38.3款認證，旨在規範鋰電池運輸、儲存、操作安全標準。

環境、社會及管治報告

數據中心環境管理

本公司尚無自建數據中心。我們積極響應《關於加強綠色數據中心建設的指導意見》等政策指導要求，重視租用數據中心的環境保護和低碳運營能力。

我們從優化選址、明確准入標準、落實「全生命週期」管理要求、引入環保科技、探索清潔能源應用五個方面着手，有效提升租用數據中心的環境管理水平：

- 優化選址：我們根據業務時延特性規劃數據中心佈局，在租用數據中心時優先考慮綠色能源充沛、自然冷源豐富的地區。此外，我們結合《數據中心能效限定值及能效等級》國家標準，逐步裁撤能效偏低的數據中心。
- 明確准入標準：我們將數據中心的環境影響、資源消耗、可再生能源使用條件、區域氣候環境等因素納入租用考量，優先租用綠色數據中心。我們要求數據中心供應商需具備ISO 9001質量管理體系認證、ISO 20000信息技術服務管理體系認證等標準認證，審核數據中心環境影響評估報告、節能評估報告。
- 落實「全生命週期」管理要求：我們在建設、運營及後期裁撤階段對數據中心供應商提出相應管理要求。建設階段，要求供應商選擇環保材質施工，填報《現場安全文明施工標準化手冊》《有害廢棄物管理手冊》，細化施工現場廢棄物的分類收集、存放和回收等環節的管理工作。運營階段，對數據中心現場環境進行檢查，實時監控定制數據中心用電量，定期評估機房能耗管理指標，確保設備運行處於高能效負載區間；對部分數據中心所在區域進行水資源供給評估，分析夏季高峰期用水需求及水量供給，開展儲水工作；定期檢測數據中心循環水系統水質，保障園區水質安全；宣貫污染物末端治理要求，對廢舊電池等有害廢棄物進行合規處置。後期裁撤階段，要求供應商按規定流程報廢、回收服務器。
- 引入環保科技：在節能方面，使用間接蒸發冷卻技術、高壓直流供電、熱回收機組、變頻氟泵空調系統、智能照明控制等先進環保技術及設備，降低基礎設施能耗；在節水方面，使用液冷機房，提高換熱效率，降低冷卻液蒸發量，減少水資源使用。



環境、社會及管治報告

- 探索清潔能源應用：我們在北京、上海及中衛區域的數據中心安裝屋頂及牆面的分佈式光伏及儲能系統，支持機房照明系統和動力輔助區域用電，並結合機房構造、溫度控制及熱量回收等技術手段，持續控制和降低PUE (Power Usage Effectiveness，電能利用效率) 水平。

2024年，北京、上海、中衛區域的數據中心PUE總體平均值控制在1.25，懷來區域的數據中心實現PUE總體平均值下降至1.2，優於行業平均水平。

推進產業鏈綠色發展

我們關注產業鏈的環境影響，積極尋求解決方案，推動產業鏈綠色發展。

外賣行業環保行動

我們響應《中共中央 國務院關於完整準確全面貫徹新發展理念做好碳達峰碳中和工作的意見》《國務院辦公廳關於加快構建廢棄物循環利用體系的意見》《中華人民共和國反食品浪費法》等國家政策和法律法規要求，持續實施各項環保行動。

美团自2017年以來持續開展「青山計劃」，作為行業首個關注環境保護的行動計劃，與產業鏈和消費者共同構建行業綠色低碳消費生態，助力社會低碳轉型。我們圍繞綠色環保，制定短中長期目標和規劃，從四個模塊開展環保工作，包括「綠色包裝」「低碳生態」「青山科技」及「青山公益」。2024年，我們繼續秉持「更好生活、更美自然」的願景，着眼於全平台業務的綠色低碳發展、進一步推動各生態方共建共享、積極探索人與自然和諧共生之路。



環境、社會及管治報告

綠色包裝

我們持續與行業協會、生產企業、餐飲商家和研究機構合作，推動餐飲外賣綠色包裝創新和孵化工作，不斷探索符合餐飲商家切實所需、具有創新性及實用性的綠色包裝解決方案。我們與中國包裝聯合會等行業機構聯合成立「餐飲外賣綠色包裝應用工作組」⁴，制定「餐飲外賣綠色包裝解決方案」。在2023年綠色包裝解決方案的基礎上，我們在2024年進一步開展第二階段工作，再次成功推出6大類菜品的綠色包裝解決方案。截至2024年底，我們累計孵化並投放43款、超415萬件綠色包裝製品。

我們積極參與外賣領域綠色包裝標準化建設，在已明確的三大品類推薦方向上持續完善相關標準體系，引導外賣產業供應鏈規範生產，推動綠色包裝實現更大範圍的應用。截至2024年底，我們已累計牽頭或參與11項國家標準與團體標準的制定工作。

我們不斷推動商家綠色包裝使用，與中國包裝聯合會、中華環境保護基金會等機構共同推出行業首個餐飲外賣綠色包裝數字化平台。該平台集中展示餐飲外賣綠色包裝推薦產品，支持綠色包裝招採信息發佈。我們聯合香港品質保證局舉辦香港綠色餐具平台簡介會，幫助中國內地優質綠色包裝供應商了解香港市場信息，為香港地區餐飲商家提供多元綠色包裝選擇。此外，我們聯合專業機構發佈「2024年度餐飲外賣綠色包裝推薦名錄」，納入79家優質餐飲外賣包裝企業的129件環保產品，涵蓋生物降解塑料餐盒、紙漿模塑餐盒、透明聚丙烯塑料餐盒、紙吸管等，供餐飲企業參考和選擇。

⁴

「餐飲外賣綠色包裝應用工作組」旨在通過創新合作促進綠色包裝材料的研發、設計，推進綠色包裝在餐飲外賣行業的應用，在2025年前分三個階段推出16大類菜品的「綠色包裝解決方案」。



環境、社會及管治報告

我們積極推廣塑料餐盒規模化回收，聯動多方針對不同場景下餐盒回收的難點，探索適配的回收路徑，推動塑料餐盒規模化回收。2024年，我們與回收企業、環保機構、監管部門開展多個塑料餐盒規模化回收項目，包括：(i)聯合中華環境保護基金會發佈第二批「盒聚變」塑料餐盒規模化回收行動項目名錄，在9個省份新增10個項目、新設5個回收再生示範基地。通過支持合作回收機構開展垃圾分類宣傳、安置餐盒回料再生設施、打造環保教育示範路線等方式，增強公眾對「塑料餐盒可回收」的感知度；(ii)聯合回收企業在上海市打造「低碳空間」項目，通過劃分垃圾分揀房、垃圾投遞區、低碳公園等區域，引導公眾參與外賣包裝分類回收，體驗再生材料製品，強化垃圾分類投遞意識；(iii)聯合中國物資再生協會再生塑料分會、中華環境保護基金會等共同開發「餐盒回收再生地圖」，提升行業信息化、可視化水平；(iv)聯合茶飲品牌、回收企業發起「茶茶好杯，返航新生」活動，鼓勵消費者將撕掉標籤的塑料奶茶杯投放至回收點，共促飲品杯「全生命週期」綠色轉型。我們持續探索將餐盒納入社會化回收體系的有效模式，並在行業推廣複刻成功經驗。截至2024年底，我們已在全國20個省份的22個城市落地規模化垃圾分類及餐盒回收項目，累計回收塑料餐盒約2.9萬噸，較2023年新增回收量超1.1萬噸。

我們不斷拓展再生製品應用場景，基於「青山科技基金」首批環保科技創新示範項目孵化的「餐盒再生料制低碳丙綸面料技術」及「餐盒高值化回收再生創新技術工藝方案」，推出多款再生環保產品，包括深圳馬拉松賽事公益跑者背心和「破三」披風、美团聯名環保速乾T恤等。此外，我們與潮玩品牌合作推出環保收納娃箱，由58個塑料餐盒經過回收、清洗、處理、再加工等步驟製成，受到年輕消費者喜愛。



環境、社會及管治報告

低碳生態

我們推動構建由「商家－平台－消費者」參與的可持續生態圈，通過約束和激勵機制，促進商家踐行可持續經營；通過產品設計、宣傳倡導，引導消費者實現可持續消費；通過聯合行業開發工具指引，合力推動外賣行業可持續發展。

- 商家端，我們持續運營「商家青山檔案」功能，鼓勵餐飲商家向消費者分享自身環保實踐。我們亦重視推動糧食節約，通過多種方式鼓勵餐飲商家向消費者提供「小份菜」「一人食」套餐。截至2024年底，已有超過290萬餐飲商戶提供超過922萬種「小份菜」。
- 消費者端，我們倡導可持續消費。在消費者點餐交互的全流程中提示餐品「分量」、提醒「適量點餐」。我們從2017年起設立「美团外賣環保日」，利用線上線下資源，聯動公益組織、行業協會、商家等相關方，發起無需餐具、垃圾分類、減少食物浪費、保護野生動物等多項環保倡導活動。截至2024年底，已有超過4.9億美团外賣消費者選擇過「無需餐具」，累計減碳量超33萬噸。此外，我們聯合中華環境保護基金會及外部諮詢機構共同推出《餐飲外賣消費綠色低碳行動手冊》，詳細介紹了餐飲外賣消費綠色低碳行動的13項舉措，為消費者提供綠色外賣消費指引。
- 行業端，我們積極促進中國餐飲行業可持續經營。2024年，我們聯合中國飯店協會、食品工業協會發佈《餐飲業減少食物浪費實施指南》團體標準，成為反食品浪費領域的首個技術性規範文件。我們將持續發揮平台示範引領作用，全方位促進外賣行業形成「厲行節約、反對浪費」的良好風尚。



環境、社會及管治報告

青山科技

我們於2021年發起「青山科技基金」，基金資助方向包括青年科學家公益性獎項和環保科技創新示範項目兩大分支。

- 我們持續推進「青山科技獎」評選，鼓勵青年科學家投身綠色低碳領域的科學探索和技術轉化。2024年，重點關注綠色低碳材料、碳捕集及資源化利用、新能源及儲能、降碳減污協同控制四大議題，涵蓋材料科學、化學、化學工程、環境科學、能源科學等重點研究領域。我們向每位入選科學家提供人民幣100萬元獎勵，鼓勵支持其繼續推動相關研究。截至2024年底，該獎項已產生共計29名獲獎者。
- 我們穩步推進「科創中國」美团青山環保科技創新示範項目，重點關注綠色創新包裝、綠色回收再生以及綠色供應鏈體系方向。2024年，第二期「科創中國」美团青山環保科技創新示範項目入圍名單已發佈，計劃於2年內完成產業化落地，助力產業綠色創新。截至2024年底，兩批示範項目共資助12家單位，累計資助金額超過人民幣2,500萬元，帶動配套產業資金近人民幣2億元。



環境、社會及管治報告

青山公益

我們充分發揮平台公益輻射能力，匯集商家力量共建環保公益生態。我們鼓勵平台商家參與公益項目成為青山公益商家，截至**2024**年底，共有超過**160**萬商家加入「青山公益行動」。

2024年，我們圍繞不同方向與公益機構開展系列環保公益活動，包含：(i)我們聯合中華環境保護基金會發起「青山公益自然守護行動」，資助、引導社會組織和科研機構，以基於自然的解決方案為路徑，圍繞保護地開展公益項目，切實提升生態質量，提高人類對氣候變化的適應能力，建設人與自然和諧共生的美麗家園。**2024**年，我們邀請公益商家代表實地探訪「大相嶺大熊貓棲息地修復項目」和「湛江紅樹林濕地保護及生境提升項目」，以「生態志願者」身份學習生態保護知識、體驗生態修復工作；(ii)我們與北京市企業家環保基金會（SEE基金會）共同發起「青山公益潔淨自然行動」，支持零廢棄議題在城鄉、荒野、海洋領域的一線行動、科學賦能和跨領域傳播工作。我們在**2024**年**8**月**15**日全國生態日開啟第二期招募，共有**16**家夥伴機構加入行動；及(iii)圍繞環保主題宣導，我們發起「美麗中國我是行動者－青山公益生態環境志願服務項目」，資助社會組織在社區、學校開展生態文明思想宣講、生態環境知識科普、綠色低碳實踐等活動，提升公眾環保責任意識。**2024**年**12**月，該志願服務項目榮獲第七屆中國青年志願服務項目金獎。截至**2024**年底，項目覆蓋**39**個城市的**421**個社區和學校，提供志願服務時長超過**9**萬小時。



環境、社會及管治報告

騎行與酒店行業低碳消費

我們積極踐行綠色環保發展，持續引導用戶低碳消費行為。

在共享單車及電單車業務方面，我們推出多樣化的物質和精神激勵舉措，鼓勵用戶參與綠色出行，並通過騎行獲得的碳積分參與「減碳貢獻•公益共建操場環保角／碳索奇蹟空間」等低碳公益活動。2024年，美团騎行用戶在全國範圍內因低碳騎行減少的碳排放總計約為56萬噸⁵。我們助力「8•15全國生態日北京宣傳活動」「北京市城市副中心綠色發展論壇」等大型活動實現「零碳辦會」，從活動籌備、舉辦等環節提出減碳建議，並捐贈在北京市碳普惠平台上核證的市民生活端減碳量，對活動期間產生的溫室氣體排放進行抵消，支持北京市碳普惠發展。我們還積極地參與其他地方政府碳普惠平台建設工作。根據各地方法學，協助地方政府科學量化共享單車／電單車用戶的減碳量，將用戶綠色出行所獲得的個人減碳量計入相應碳普惠平台，助力擴大參與綠色出行的消費人群。此外，我們在單車和電單車生產、使用、處置環節踐行「3R原則」（Reduce減少，Reuse再利用，Recycle循環），推動單車配件有效再利用。2024年，美团單車和電單車第二次獲得「全生命週期」負碳產品認證。

在酒店業務方面，我們積極響應《住宿業ESG管理體系要求》《住宿業企業ESG評價指南》團體標準，將行業可持續經營理念與酒店業務運營特性相結合，於2024年創新發佈「低碳住」產品。用戶在預訂酒店時，可自主選擇「無需一次性用品」選項，每個「無需一次性用品」訂單可減少203.2克碳排放。

⁵ 根據生態環境部環境發展中心和中環聯合認證中心聯合發佈的《共享騎行減污降碳報告》中的碳排放核算方法學進行測算。

環境、社會及管治報告

氣候變化應對

在全球各國共同應對氣候變化，加強氣候治理的大背景下，我們將「持續強化氣候變化風險的評估和應對」作為重要工作之一。本年度，我們參考香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》D部分「氣候相關披露」等相關標準與準則，持續強化氣候治理與風險管理能力，並啟動覆蓋範圍三排放的碳盤查工作。

治理

我們在「治理－管理－執行」三層ESG管治架構⁶中，有機融入應對氣候變化的監督和管理。董事會審核委員會負責監督本公司應對氣候變化整體策略和實踐，每年聽取1次關於氣候風險和機遇評估結果、應對策略、目標制定及達成情況的匯報，並提出改善建議。公司ESG管治組負責規劃與指導執行層各相關部門參與氣候相關具體工作。我們充分重視提升各級人員就應對氣候變化相關事項的專業理解。2024年，公司開展涵蓋氣候變化主題的董事會培訓，幫助治理層在風險管理等決策中納入氣候因素的考量。

我們已設定節能目標，並將氣候相關績效指標納入團隊表現考察，例如，職場節能舉措的有效性、倉庫能耗及物流車輛裝載使用率等。

策略

我們圍繞8項重點氣候風險和機遇，基於行業動態，評估各項風險和機遇的管理情況，並結合外部專家意見，分析氣候變化在不同時間週期的影響。本年度，我們結合外部趨勢及內部業務規劃，進一步梳理在不同影響週期下，重點氣候風險和機遇對公司業務模式及價值鏈的影響。針對已識別的氣候風險和機遇，我們已制定並實施了相應的風險管理和機遇把握措施。



環境、社會及管治報告

氣候相關風險

物理風險	類別	潛在影響	影響週期 ⁷	主要應對措施
極端天氣事件 (如：颶風和洪水等)等發生頻率或頻次變高	急性物理風險	暴雨、洪澇和颱風等極端氣候事件可能導致資產損失、履約受阻；亦可能破壞基礎設施影響價值鏈整體效率。	短期、中期、長期	在日常業務運營過程中，建立極端天氣標準化應急管理體系，及時採取相應措施。事件前，應用「氣象預警系統」為全國僱員及合作商推送通知；就易面臨極端氣候災害的職場或業務運營場所，儲備應急物資、加固防護設施，就易受極端氣候影響的資產購置商業保險；將極端天氣應對常識納入日常培訓內容，定期開展覆蓋僱員和外賣騎手等人員的專項培訓。事件中，根據天氣變化調整響應級別，針對職場和業務運營受阻的實際情況，快速啟動保障措施，向受影響的僱員及合作商提供支持。事件後，及時全面地評估損失情況，逐步恢復職場和業務運營。

⁷ 基於廣泛外部信息參考，結合公司業務運營情況，我們將氣候風險和機遇影響的時間範圍設定為，短期：報告期結束後1年以內，含1年；中期：報告期結束後1年至5年，含5年；長期：報告期結束後5年以上。

環境、社會及管治報告

物理風險	類別	潛在影響	影響週期 ⁷	主要應對措施
平均溫升持續增高	慢性物理風險	持續高溫導致生鮮等商品在庫存、冷鏈運輸、終端配送等環節的品質控制難度增大；亦可能影響消費者滿意度。	短期、中期、長期	優化供應鏈基礎設施配置，減少商品損耗，例如，加強冷庫建設，靈活配置移動冷庫，並在商品倉儲和運輸環節強化溫控要求。 建立健全冷鏈全鏈路作業標準，從運營作業、管控機制、產品品質管理等維度入手，規範生鮮商品在物流運輸中的質量管理措施。更多內容請參閱本報告「零售業務環境管理」章節。



環境、社會及管治報告

轉型風險	類別	潛在影響	影響週期	主要應對措施
氣候相關信息披露要求趨嚴	政策及法律風險	氣候相關政策趨嚴引起相應的數據管理、信息披露合規要求等持續提高，需升級數據管理能力、聘請行業專家等，產生潛在的管理成本。如未能及時建立氣候風險管理、信息披露，以及相關數據管理能力，可能導致合規披露風險。	短期、中期、長期	積極組建和配置專業團隊，吸收和內化行業專家洞見，建立和完善數據管理系統，持續追蹤和掌握氣候相關信息披露準則動態，穩步提升氣候事項披露表現，增強氣候風險管控和機遇識別能力。
對現有產品及服務的強制性監管	市場風險	因限塑、垃圾分類、汽柴油貨車限行等國家或區域性監管政策，重點業務在提供產品和服務過程中，需執行更高的環保要求；如未能及時按照監管政策要求調整產品和服務，可能導致價值鏈合規風險。	短期、中期、長期	及時識別和解讀包括限塑、垃圾分類、汽柴油貨車限行等細分領域在內的氣候相關國家、省市級重點政策，研判具體影響。 評估可選的環保塑料材料品類，確保符合國家或區域性合規要求；對固體廢棄物分類處理，識別可回收再利用的廢料，降低處理成本；拓展優質新能源車輛租售合作渠道。2024年，我們的新能源車輛應用比例較2023年顯著提高。

環境、社會及管治報告

氣候相關機遇

機遇	類別	潛在影響	影響週期	機遇把握
包材等物料回收再利 用	資源使用效率	擴大可循環包材等物料的使用，提升資源使用效率；支持綠色包裝研發項目開展和產業化落地，構建更加環保和高效的價值鏈。	短期、中期、長期	在零售等重點業務的倉儲和運輸環節中，持續提升周轉箱等可循環包材的使用佔比；利用配送網絡實現可複用包材在上游商戶和下游銷售環節的全鏈路循環利用。 通過「青山計劃」，倡導綠色包裝材料在外賣全行業的推廣和應用。更多內容請參閱本報告「外賣行業環保行動」章節。
積極探索創新性自願減排機制	探索創新性自願減排機制	積極探索多元化的「碳普惠」模式的應用場景，激勵用戶選擇低碳綠色出行方式，增加用戶黏性。	中期、長期	倡導綠色出行環保理念，科學量化用戶碳減碳量，並積極參與部分省市政府碳普惠平台試點工作。更多內容請參閱本報告「騎行與酒店行業低碳消費」章節。



環境、社會及管治報告

機遇	類別	潛在影響	影響週期	機遇把握
消費者偏好轉變	產品和服務	政府持續倡導綠色消費理念，中國消費者逐步形成並提高採購綠色低碳產品和服務的意願。	短期、中期、長期	美团外賣聯動商家拓展「小份菜」等餐品品類供給，下單全流程提醒消費者「適量點餐」「減少一次性餐具使用」。 美团單車和電單車不斷探索減少生產和運營階段碳足跡的措施，獲得中交（北京）交通產品認證中心頒發的「全生命週期」負碳產品認證。
建設能耗更優的辦公樓宇	韌性	建設符合國內外領先綠色建築標準的辦公樓宇，並計劃持續管理相應辦公及運營場所的能源效率等綠色表現，增加氣候韌性。	中期、長期	在選址、設計和建設的全過程秉持安全耐久、環境宜居等綠色建築理念；在節水、節能、可再生能源利用等方面對標綠色建築標準。



環境、社會及管治報告

氣候韌性

為了進一步了解和評估氣候風險的潛在影響，我們啟動了情景分析工作，選用《香港交易所環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引》所載列的公開情景，優先對潛在影響較為廣泛、外部參數可得性較高且內部業務預測數據較成熟⁸的物理風險開展情景分析，了解在不同氣候情景下，氣候相關物理風險可能對公司業務和運營產生的潛在影響，以持續提升氣候韌性。

我們採用IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change，聯合國政府間氣候變化專門委員會)第六次評估報告中的SSP1-2.6⁹及SSP5-8.5¹⁰情景，選擇2025、2030、2050三個時間範圍，結合內部數據信息，建立氣候情景模型進行分析。根據分析，隨時間推移，兩種情景下極端天氣事件的發生頻率和強度將持續上升，平均溫升也將增高，其中高排放情景的變化幅度更為顯著，對公司相關資產和業務在選擇的時間範圍均會產生潛在影響。針對暴雨、洪澇和颱風等極端氣候事件可能對資產和業務履約造成的影響，我們已建立覆蓋事前預防、事中應對和事後恢復的全流程管理機制，並對易受影響的資產進行了保險覆蓋，這些舉措將有效降低整體風險水平。對於持續高溫對生鮮商品在庫存、冷鏈運輸和終端配送等環節的潛在品質影響，我們制定了冷媒投放和製冷設施使用等規範，以有效管控相關風險。

同時，我們認識到物理風險的變化頻率和強度在未來存在不確定性。長期來看，極端天氣事件和平均溫升增高將對業務運營的持續性、資產和人員的安全性構成持續威脅。我們將定期優化氣候情景分析工作，持續完善風險應對措施，構建更具氣候韌性的管理體系。

⁸ 我們考慮了已就氣候變化相關物理風險採取的緩解措施，並假設緩解措施保持一致，得出氣候風險事項在不同時間尺度下的影響。

⁹ IPCC SSP1-2.6低溫室氣體排放情景：全球採取積極的氣候行動，實現低碳轉型，將全球溫升控制在2°C以內（較工業化前水平）。極端天氣事件的發生頻率和強度、平均溫升將有所增加，但增幅相對溫和。

¹⁰ IPCC SSP5-8.5非常高溫室氣體排放情景：全球未能有效控制溫室氣體排放，經濟發展依賴化石燃料，導致高碳排放和劇烈氣候變化。極端天氣事件的發生頻率和強度、平均溫升將顯著增加。



環境、社會及管治報告

風險管理

本年度，在治理層監督、管理層牽頭指導下，我們完善氣候風險和機遇的年度識別和評估流程，具體為：(i) 風險識別：參考TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure，氣候相關財務信息披露工作組) 建議的氣候風險和機遇分析框架及同業實踐，開展行業分析，梳理可參考的氣候風險和機遇清單；基於核心業務商業模式的特點，採用內部研討和專家意見徵詢相結合的方式，識別業務級和公司級的重點氣候風險和機遇；(ii) 風險評估：通過專題研討會討論收集重點職能和業務部門管理層對氣候風險和機遇的評估意見和管理現狀，得出氣候變化對業務模式和價值鏈的影響。2024年，我們首次通過情景分析梳理在不同氣候情景下，影響較為廣泛的物理風險對業務策略及財務規劃的影響；(iii) 風險應對：根據風險評估結果，評估資源投入充足度、風險應對舉措有效性、轉型計劃合理性，將氣候風險管理納入公司全面風險管理和排序工作。

環境目標

我們基於過往環境績效，結合自身辦公運營特點制定環境目標，具體如下：

環境目標內容	2024年環境目標實現進展
2022年起，所有總部屬性職場每年均實施垃圾分類。	2024年所有總部屬性職場均實施垃圾分類。
2022年起，所有總部屬性職場產生的電子廢棄物實現100%無害化處理。	2024年所有總部屬性職場產生的電子廢棄物實現100%無害化處理。
2022年起，所有職場新裝修或整體更換的照明設施每年均停止使用熒光燈管。	2024年所有職場新裝修或整體更換的照明設施已停止使用熒光燈管。
以2021年為基準，截至2026年底，總部屬性職場人均自來水用量減少8%。	目標推進中，通過安裝節水潔具、倡導節水意識促進職場節水。
以2021年為基準，截至2026年底，總部屬性職場人均能源消耗總量減少8%。	目標推進中，通過強化用電設備管理、探索節能技術、提升節能意識促進職場節能。

環境、社會及管治報告

我們的溫室氣體排放主要源於辦公及運營的能源消耗，在已經訂立能源使用效益目標的基礎上本年度不再單獨訂立減少溫室氣體排放的目標。更多關於我們為實現環境目標採取的舉措請參閱本報告「綠色辦公」章節。

環境績效指標表

以下為本公司的主要環境績效指標。本公司環境績效統計範圍包括總部屬性職場、區域銷售職場，以及倉庫及服務站。本公司暫無自有數據中心，僅有租用數據中心，租用數據中心的排放物、資源及能源消耗等數據暫未包含在本公司披露範圍內。

「總部屬性職場」包含北京、上海、成都的總部辦公職場和以客服、電銷人員為主的坐席職場，其中總部職場以北京恒電及其周邊、融新、鼎成等職場為主，上海以互聯實地職場為主，坐席職場主要位於石家莊、揚州、武漢、洛陽、成都、西安等城市。

「區域銷售職場」主要為業務銷售人員及其他支持人員使用的辦公場所，主要分佈在中國內地22個省、5個自治區、4個直轄市及香港特別行政區。

「倉庫及服務站」為美团優選、B2B餐飲供應鏈（快驢）、小象超市、共享單車及電單車業務板塊使用的主要倉庫及服務站點。



環境、社會及管治報告

排放物^{11,12,13,14}

總部屬性職場	2024年
溫室氣體排放總量(噸)	24,845.66
人均溫室氣體排放量(噸／僱員)	0.39
有害廢棄物總量(噸)	22.86
人均有害廢棄物(噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	5,553.27
人均無害廢棄物(噸／僱員)	0.09
區域銷售職場	2024年
溫室氣體排放總量(噸)	8,237.25
人均溫室氣體排放量(噸／僱員)	0.16
有害廢棄物總量(噸)	7.75
人均有害廢棄物(噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	4,496.60
人均無害廢棄物(噸／僱員)	0.09
倉庫及服務站	2024年
溫室氣體排放總量(噸)	231,271.32

¹¹ 基於公司運營特性，主要氣體排放物為溫室氣體，源於使用汽油及由化石燃料轉化的電力。

¹² 溫室氣體排放包括二氧化碳、甲烷及氧化亞氮。溫室氣體排放按照二氧化碳當量計算。其中：範圍一排放量依據中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》和政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《2006年IPCC國家溫室氣體清單列表指南2019修訂版》進行核算；範圍二排放量依據生態環境部刊發的《關於發佈2022年電力二氧化碳排放因子的公告》中全國電力平均二氧化碳排放因子進行核算。2024年，本公司範圍一排放量為78.29噸，範圍二排放量為264,275.94噸。

¹³ 本公司涉及的有害廢棄物包括各職場產生的廢棄鉛酸蓄電池、廢棄熒光燈管、硒鼓及墨盒，均交由有資質的機構進行處理。2024年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.0004噸，區域銷售職場人均有害廢棄物實際為0.0001噸，上表所列數據為四捨五入保留兩位小數的結果。

¹⁴ 本公司涉及的無害廢棄物包括各類職場產生的生活垃圾及廢棄電子設備。生活垃圾主要包括辦公垃圾，由物業管理公司進行處理，我們根據中華人民共和國國務院發佈的《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污系數手冊》進行估算。廢棄電子設備交由專業機構進行無害化處置和回收。

環境、社會及管治報告

能源及資源使用^{15,16,17}

總部屬性職場	2024年
能源消耗總量(兆瓦時)	46,462.01
人均能源消耗量(兆瓦時／僱員)	0.74
自來水用量(噸)	407,895.11
人均自來水用量(噸／僱員)	6.56
區域銷售職場	2024年
能源消耗總量(兆瓦時)	15,350.81
人均能源消耗量(兆瓦時／僱員)	0.31
自來水用量(噸)	74,265.92
人均自來水用量(噸／僱員)	3.46
倉庫及服務站	2024年
能源消耗總量(兆瓦時)	430,993.90
自來水用量(噸)	2,499,570.98

¹⁵ 能源消耗總量包括用電量及汽油消耗量。部分職場、倉庫及服務站點電費包含在物業費中，用電量尚不能單獨統計，未包含在能源消耗總量中。汽油消耗量參照中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》中的系數進行計算。2024年，本公司汽油消耗量為305.89兆瓦時。

¹⁶ 本公司使用水源來自市政自來水供水，在求取水源上無任何問題。部分職場、倉庫及服務站點水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，未包含在自來水用量中。

¹⁷ 本公司主要業務環節不涉及直接製成品，關鍵績效指標A2.5製成品所用包裝材料的總量及密度不適用。



環境、社會及管治報告

僱傭管理

僱員是本公司最重要的資產之一。我們致力打造舒適和諧的工作場所，實踐平等僱傭政策，保障僱員權益，提供匹配僱員能力、具有市場競爭力的薪酬待遇，並保證僱員充足的學習資源和機會。有關僱員管理相關信息建議與本年度報告所載「管理層討論及分析－僱員」章節一併閱讀。

僱傭與勞工準則

我們遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《禁止使用童工規定》等業務運營所在地法律法規，保障僱員合法權益，嚴禁僱用童工和強制勞工。我們設立多項內部制度，結合下述具體措施，對僱員招聘、離職、薪酬、福利、績效與晉升等方面進行規範化管理。

招聘及離職管理

我們以「人崗適用」為前提擇優錄取僱員，對人才一視同仁，保障其享有平等的錄取及職業發展機會。我們制定《招聘行為規範》《面試官管理規範》等內部政策，明確招聘流程行為規範，並就可能發生的歧視等違規行為制定處罰規定。

我們持續強化人才招聘和儲備，從規範招聘與面試流程、拓寬人才招聘渠道、加強人才規劃與儲備三方面着手，吸納和匹配契合公司發展方向的人才：

- 規範招聘與面試流程：在發佈招聘職位描述時避免出現歧視性詞彙或其他違反平等機會原則的表述；組織招聘培訓並定期回顧，完善招聘流程，保障平等與多元的僱傭政策有效實施；建立回訪及跟進處理流程，為候選人提供反饋機制，如面試官發生違規行為，影響候選人面試體驗，將凍結其面試權限。
- 拓寬人才招聘渠道：重視校園招聘，搭建宣講會、視頻直播、模擬面試等線上線下渠道，為廣大學子提供參訪機會及職業發展建議；鼓勵內部輪換，建立崗位流轉、換崗機制幫助僱員選擇符合自身興趣的職業發展方向。



環境、社會及管治報告

- 加強人才規劃與儲備：定期分析人才構成，開展年度人才盤點，分析人力資本數據，關注各崗位所需的人才結構與效能；實施有效的培養與任用機制，並與管理層探討關鍵崗位人員任用、核心崗位繼任等重要事項；持續開展「北斗計劃」招聘項目，面向全球高校招聘自動配送車、無人機、大模型推理、機器學習等新興技術領域專業人才，保障優秀的人才資源；針對AI相關社會招聘崗位，設置適於專業交流的招聘環節與流程，建立良好的面試環境。

我們遵守相關法律法規處理僱員離職事宜，與僱員進行充分協商，並設置《離職管理辦法》，規範離職流程，保障僱員在離職階段的權益。

勞工準則

我們制定《考勤管理制度》及《陽光職場行為規範》保障僱員的合法權益。我們在全體僱員入職時進行身份證明核驗，避免僱用童工。自公司成立以來，我們未發生僱用童工等非法僱傭情況。我們在僱傭的各階段均尊重僱員的意願，避免強制勞工情況。我們依照相關法規的要求制定內部管理制度，明確發生僱傭童工和強制勞工情況時應採取的補救措施。

薪酬與福利

我們為全體僱員提供有競爭力的薪酬，每年開展市場對標¹⁸確保薪酬競爭力，以吸引、激勵並保留優秀人才。我們遵循同工同酬原則，定期開展僱員性別薪酬差異監測。2024年，全職僱員性別薪酬標準平均數差異小於1.5%。

我們倡導高績效文化，向僱員發放基於業績貢獻的激勵，鼓勵僱員不斷追求卓越並充分發揮潛力。我們向重要崗位及對公司長期發展做出貢獻的僱員授予股票，激勵他們為公司和客戶持續創造價值。

我們依法為僱員繳納社保和公積金，並提供意外險、補充醫療險等商業保險和各類補貼。我們還建立愛心基金，包含愛心借款、重疾關懷、身故撫恤、特殊項目慰問和應急金等支持類型，為困難僱員及其家庭提供幫助。

¹⁸

對標維度包括城市地區生產總值、社會平均工資水平、人均可支配收入、社會消費品零售總額、租房成本等宏觀經濟指標。



環境、社會及管治報告

績效與晉升

我們構建僱員績效與職級管理體系，制定《績效管理制度》《職級管理規範》等制度，對僱員目標管理、績效考核方式、績效反饋溝通、晉升評審等環節進行規範管理。

我們注重培養僱員目標管理能力。我們以團隊目標為導向，明確年度重點工作，並進行月度或季度回顧，保障團隊目標有效性。團隊目標會進一步拆分為僱員個人目標，僱員將與管理者以一對一溝通的方式，討論目標達成情況、實現難點、目標修訂等。

我們為不同類型的崗位設置多樣化的績效評估方式。針對銷售、客服等需主要完成短期目標的僱員，採用月度或季度評估的方式，將績效評估與業績產出週期相匹配。針對研發、職能等崗位的僱員，開展年度全面評估，引導其關注長期發展。針對管理層，開展年度360度績效評估，全面收集下屬及合作夥伴的反饋意見。

我們重視及時有效的績效反饋，要求管理者就績效評估結果與僱員進行溝通，並及時跟進僱員反饋意見。

我們根據業績貢獻、領導力與專業能力等因素對僱員晉升進行評估，向貢獻卓越的僱員提供快速晉升通道。晉升評估前，僱員可參與培訓知悉評審標準及流程。晉升評估過程中，設置晉升評估內部監督機制，僱員可以對其晉升相關事宜提出建議或對違規情況進行反饋。

工作生活平衡

我們制定《考勤管理制度》《假期管理制度》等制度，對僱員工作時間進行規範管理並保持適當的靈活性。

我們持續提升僱員幸福感，為僱員提供健身房、圖書館、母嬰室等基礎設施，在春節、中秋節等節日以及僱員結婚、生育、入職週年等重要時刻發放禮品。我們鼓勵僱員廣泛參與文體活動，在全國多個城市組建超過50個興趣愛好俱樂部，豐富僱員業餘生活。

我們保障全體僱員假期權益，為僱員提供法定年假、各類福利假期、全薪病假與育兒假，延長婚假、產假、陪產假等假期。我們探索部分業務場景下的彈性運營管理模式，為僱員提供居家辦公方案，擴大混合辦公比例。



環境、社會及管治報告

我們注重提升僱員體驗，每年通過發放問卷、面對面交流等方式，收集並分析僱員滿意度。2024年，我們開展覆蓋全體僱員的「團團暖心」用戶調研，了解僱員對公司的認同感和期望。同時，我們開展年度僱員體驗指數調研，參考淨推薦值¹⁹計算方法，綜合評估僱員在「入職體驗」及「工作環境」等主題的體驗。

溝通與民主管理

我們向僱員提供多樣化的溝通渠道，打造開放平等的工作環境。2024年，我們整合人力資源幫助台服務功能，僱員可一站式諮詢問題、反饋需求及表達意見，提升信息流暢度與需求響應度，營造積極支持的工作環境。我們重視僱員與管理層的持續溝通，管理層採用面對面、共創會等形式，聆聽僱員建議、解答問題。針對僱員普遍關注的事項，我們依託公眾號、面對面交流等渠道及時進行說明。

我們為僱員提供暢通的申訴及舉報渠道。若僱員對考核、晉升結果存在異議，或發現騷擾、歧視等涉嫌違反《陽光職場行為規範》的行為，均可通過陽光職場舉報郵箱、舉報平台等渠道提出正式申訴或舉報。我們保護舉報人的隱私，亦提供匿名舉報選項。人力資源幫助台設有關鍵詞自動響應機制，在接收到僱員投訴信息後，根據僱員投訴事件類型，通知責任部門跟進處理並反饋處理結果。我們在僱員入職時開展陽光職場培訓，並介紹舉報機制及渠道。2024年，該培訓覆蓋全體新入職僱員。

我們制定受害人補救程序，確保僱員申訴或舉報的事件得到及時、公正的處理。我們在接收到舉報事件後會及時啟動調查程序，由獨立的合規和人力資源團隊開展調查。若騷擾、歧視等問題屬實，我們將採取紀律措施，並根據受害人需要調整工作安排，提供心理諮詢和法律支持，確保工作環境的安全和舒適。

我們落實民主管理和溝通，制定《制度發佈管理辦法》，建立內部制度發佈平台。在正式發佈與僱員利益切身相關的主要制度前，向僱員進行調研訪談，徵詢僱員意見建議，充分保障僱員權益。



環境、社會及管治報告

職業健康與安全

我們遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》等法律法規，確保為僱員提供安全的工作環境。

我們持續健全職場安全管理體系，建立《辦公區門禁管理辦法》《美团消防安全管理制度》等制度。我們在部分職場取得ISO 45001職業健康安全管理体系認證，並每年進行跟蹤審核保持認證有效。我們以認證標準要求為依據，建立職場風險評價機制及內部審核標準，對職業健康安全風險因素識別、管理有效性等開展審核工作。結合審核結果和提升方向，我們制定安全巡檢完成率、隱患整改按時完成率等安全運營績效考評指標，督促落實優先改進事項，監督考評指標完成情況。

我們多措並舉保障職場安全，包括：(i)完善職場安全管理標準，制定操作手冊和指導文件，梳理標準操作流程，規範安全防範要求；(ii)強化系統應用，建立職場安防系統和安全運營中心，整合應急物資和人員信息，24小時響應緊急安全需求。配置職場消防預警系統，定期實施消防安全評估；(iii)建立數據可視化能力，識別、評估並量化安全風險，在線監控風險水平，實時生成風險地圖，重點管控高風險區域；(iv)定期組織安全培訓及應急演練，根據重大活動節點和季節風險特點，發佈專項安全宣傳內容。開展安全生產月、消防月等活動，完成全部職場的線下安全知識推廣、急救培訓及消防演練，提高僱員安全意識；及(v)設置突發事件處理流程，細化報警標籤及標準化處置規範，以及時合規處理僱員安全意外事件。

我們持續強化銷售、倉庫管理等一線崗位僱員安全保障能力，降低高風險工作場景下的安全事故發生率並減少職業病危害，包括：(i)針對部分涉及現場操作的工作場景，制定安全規章制度，在早會、例行巡查等過程中發現安全隱患並整改；(ii)明確倉庫作業安全標準，規範倉庫器具的使用方式；(iii)加強銷售僱員安全意識，向僱員進行安全警示，並為其電動車增加反光條，減少交通安全事故；及(iv)聘請專業僱員身心健康服務機構，對僱員心理狀態進行測評，開展專業培訓，提升僱員心理穩定性。



環境、社會及管治報告

我們亦為僱員提供了各類有益身心健康的服務及活動，包括：(i)檢測職場空氣質量、飲用水質量、照明情況、噪音情況，提供舒適的辦公環境；(ii)每年為僱員提供在線問診、福利體檢和體檢報告解讀。持續拓展職場健康日、疫苗接種等服務覆蓋範圍；(iii)定期組織「健康講堂」「健康生活」系列講座、活動，分享健康知識，在部分職場設置健康驛站，向僱員提供健康諮詢服務及基礎藥品；(iv)組織「健康減重營」「雲上睡眠營」「戒煙營」「心理韌性訓練營」等專項健康訓練項目，指導僱員增強身體素質、緩解工作疲勞；及(v)開展僱員關懷計劃，與外部專業機構合作設立心理健康諮詢熱線並定期舉辦心理健康培訓，新增免費心理健康情緒壓力測評服務，設立「暖心課堂」心理關懷項目，圍繞「心智成長」「積極心理」等主題開展內部心理健康相關活動。

我們致力於在職場中為僱員提供便利，設置無障礙設施，確保因受傷或患病而導致行動不便的僱員能夠安全、舒適地工作。

僱員培訓及發展

我們搭建覆蓋全體僱員的學習與發展部門，圍繞「求真、務實」的理念，以「人才培養」「文化傳承」及「知識管理」為重點，打造符合行業發展、具有公司特色的人才發展體系。我們不斷完善培訓管理機制，規範培訓內容的規劃、實施和管理。我們委任公司內部不同專業領域的資深僱員作為培訓專家，同時也與外部機構合作引入學習資源，幫助僱員豐富行業知識、拓展視野。我們充分重視各類僱員及合作夥伴的學習和發展，開展線上、線下各類課程、實踐活動，提供匹配不同職級、職業階段和崗位類型的體系化培訓資源。



環境、社會及管治報告

專業能力和領導力發展

我們為各業務和職能部門的僱員推出多樣化的學習項目，結合工作場景和學習需求，為各類僱員開發定制化學習項目、標準化學習產品及個性化學習方案，例如：

- 我們關注新入職僱員職業技能的培養，引導其更好地融入職場：(i)為校招僱員提供「萌芽校招」培養計劃，內容覆蓋公司文化、管理制度、業務能力等，幫助掌握工作方法，高效適應職場、融入團隊。2024年，「萌芽校招」培訓覆蓋校招新僱員人數達3,085人；(ii)為社招僱員定制「萌芽社招」專屬計劃，根據僱員經驗水平匹配相應的專業力培養課程，提升融入效率。2024年，「萌芽社招」培訓覆蓋社招新僱員人數達5,924人；及(iii)為社招入職1年內的高職級管理者量身定制「植樹計劃」，提供一對一學習夥伴和交流活動支持，幫助了解公司業務、開拓多元視角、規劃個人成長路徑，實現加速融入。2024年，該計劃已覆蓋全體新入職高級管理者。
- 我們持續提升僱員職業素養和專業能力，重視基於工作場景的崗位專業技能培訓：(i)面向技術人員，推出大模型學習專區，舉辦「AIGC Hackathon大賽」，開展技術序列僱員「AIGC HackShow」系列賦能活動，促進更多僱員在AI應用方向交流與學習。2024年，「AIGC HackShow」項目參與人數達5,966人；(ii)面向銷售人員，持續強化一線銷售人員必備知識與技能，幫助其熟悉銷售服務流程。結合不同銷售崗位的能力現狀，開展「核心本地商業銷售人員專業力提升」「快驢銷售新人訓」等培訓，實施差異化能力提升策略，確保銷售人員快速適應業務變化，提升新人上崗效率及業務能力。2024年，「核心本地商業銷售人員專業力提升」項目共吸引49,836人次參與學習，「快驢銷售新人訓」共培養超2,000名新入職銷售僱員；(iii)面向品控人員，設計並搭建品控在崗僱員專業力學習體系，通過崗位技能標準化賦能，強化質檢理論知識及實操技能，助力品控專業能力提升，為用戶提供更高品質的商品；及(iv)面向客服人員，開展新人成熟週期縮短項目，以「五星滿意度」為標準建設培訓系統，實現模擬訓練、智能助手課改等功能，提升一線客服新僱員服務水平和業務技能。



環境、社會及管治報告

- 我們為各級管理者定制管理培訓課程，幫助其完善目標管理、僱員輔導、人才盤點等管理能力：(i)領導力培訓體系：為初級管理者提供「新樹計劃」，明確發展方向，應對當前角色管理挑戰；為中級管理者提供「成蔭計劃」，採用案例教學、相互教練等方式，幫助其系統地了解在管理者選拔與輔導、團隊管理、有效授權、橫向協同四個場景的核心理念、工具方法和潛在問題；為高級管理者提供「繁盛計劃」，開展訓前線上學習、線下集訓及訓後反饋跟進，幫助突破思維及溝通局限、建立多元視角；及(ii)關鍵崗位繼任計劃：構建關鍵管理崗位人才儲備體系及培養項目，對於同層級管理人才，建立統一的人才畫像、課程體系、評估模型，全方位培養高潛繼任者。其中，針對零售業務，我們開展「北辰計劃」，制定崗位能力要求與培養標準，有效識別、評估並培養高潛力管理者，提升物流和商品管理能力，打造未來零售領軍人才。

校企聯合培訓項目

我們持續開展校企合作，推動產學研深度融合：(i)聯合清華大學開發「聽說讀寫想」系列學習項目，每月面向全體僱員推送學習資源和活動，提升職業素養。截至2024年底，超40,000名僱員學習了該系列課程；(ii)舉辦面向全體僱員的「教師節大咖分享」和「心理學大咖分享」系列活動，邀請國內高校專家以在線直播形式幫助僱員理解並踐行成長型思維，拓寬心理學專業視野，培養健康職場心態；(iii)舉辦面向海內外高校學生的「商業分析精英大賽」，吸引海內外千所高校、萬名學生參與，為具備出色商業分析能力與潛質的學生提供優質的交流和學習機會；及(iv)與清華大學深圳國際研究生院聯合舉辦第二屆「低空經濟智能飛行管理挑戰賽」，面向海內外高校學生開放，為低空經濟發展儲備人才。本屆大賽覆蓋海內外74所高校，共有345名學生參與。



環境、社會及管治報告

僱傭管理績效指標表

僱傭

指標		2024 年
僱員總人數		109,185
按性別劃分僱員人數	男	67,401
	女	41,784
按年齡劃分僱員人數	年齡30歲及以下	55,955
	年齡31歲至50歲	53,204
	年齡50歲以上	26
按地區劃分僱員人數	中國內地	108,447
	港澳台地區	225
	其他國家及地區	513
按管理層級劃分僱員人數	管理層	468
	非管理層	108,717
按僱傭類型劃分僱員人數	全職僱員	108,900
	合約人員及其他	285
僱員總體流失率		18.62%
按性別劃分僱員流失率	男	18.98%
	女	18.05%
按年齡劃分僱員流失率	年齡30歲及以下	24.64%
	年齡31歲至50歲	13.02%
	年齡50歲以上	28.00%
按地區劃分僱員流失率	中國內地	18.62%
	港澳台地區	22.45%
	其他國家及地區	6.19%

僱員流失率=匯報年度離職僱員人數*2/(本匯報年度期初僱員人數+本匯報年度期末僱員人數)。

離職人數的統計範圍包括自願離職而解除僱傭關係的僱員，未包括試用期內的僱員。

環境、社會及管治報告

健康與安全

指標	2024年	2023年	2022年
因工亡故總人數	3	3	2
因工亡故比率	0.0027%	0.0026%	0.0022%

2024年因工傷損失工作日為13,241天²⁰。

職業健康安全相關的工亡及工傷數據來源為人力資源與社會保障局認定的因工亡故事件及工傷事件。因工亡故比率=因工亡故人數／僱員總人數。

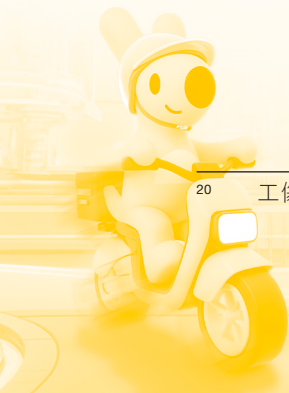
僱員培訓

指標		2024年
按性別劃分僱員受訓百分比	男	99.53%
	女	99.78%
按管理層級劃分僱員受訓百分比	管理層	99.36%
	非管理層	99.63%
按性別劃分僱員平均受訓小時數	男	28.08
	女	28.35
按管理層級劃分僱員平均受訓小時數	管理層	23.92
	非管理層	28.20

供應鏈管理

我們的主要供應商是配送合作夥伴及各類商品和服務供應商。我們重視供應鏈合規管理，建立穩定業務合作夥伴關係，並推動供應鏈夥伴加強ESG風險管理。

20 工傷損失天數主要為僱員受到交通意外導致骨折傷害的休息天數。



環境、社會及管治報告

供應鏈全流程管理

我們建立完善的供應鏈管理機制，以《採購管理制度》為總綱領，持續夯實制度規範，明確供應商准入管理、日常管理、績效考核等不同環節的管理要求。2024年，我們圍繞合規和風險管理，加強採購風險系統預警和管控能力，擴大納入績效考核的品類和供應商覆蓋範圍，強化供應商ESG風險管控。

准入管理

在供應商准入過程中，我們通過資質評審及風險篩查，確保供應商ESG風險得到有效前置管理：

- 資質評審：要求供應商提供產品或服務資質及無違法違紀證明，通過查詢企業信用信息公示系統等方式對供應商的企業信譽進行審查。呼籲供應商遵守《供應商行為準則》中的ESG管理要求，並在准入打分體系中對部分品類納入ESG考量因素²¹，優先選擇表現較好的供應商。
- 風險篩查：建立供應商標籤分類，針對高風險標籤的供應商，例如，被納入黑名單的供應商及其關聯公司、其他涉及不當商業行為的供應商，加強風險管控力度。針對年度預估合作額達到一定金額以上的重要供應商²²及特定品類供應商，啟動現場審核及信息核查程序，評估供應商ESG風險並考察其風險管理能力。

我們建立合格供應商數據庫，數據庫中載列的供應商均已通過供應商准入審核。

²¹ 考量因素包括要求供應商符合商業道德合規要求、具備相應採購品類所需的體系認證，例如ISO 14001環境管理體系、ISO 45001職業健康與安全管理體系等。

²² 重要供應商：指通過我們的供應商篩選流程，被判定為可持續適用、具備特殊標準的供應商，以及具有較高ESG風險、區域性風險，或商品品質風險（如肉禽類、蔬菜類商品）的供應商。

環境、社會及管治報告

日常管理與績效考核

在供應商履約過程中，我們對供應商資質、績效表現及《供應商行為準則》的執行情況進行持續管理，持續跟蹤、評價其專業服務能力。

我們對供應商執行多樣的審核方式，包括由我們及第三方開展的遠程審核、現場審核、監督性審核等。在執行供應商審核後，我們及時與供應商進行溝通。針對績效表現不佳的供應商，採購人員與供應商共同制定績效改善計劃，並督促落實整改。在績效改善計劃落地執行兩周後，供應商管理團隊將評估整改效果，並視情況執行複審。針對違反採購紅線的供應商，我們結合黑名單機制執行處罰，並永不准入該供應商。針對整改後仍不滿足標準或違反廉正、信息安全等ESG標準的供應商，我們將停止合作，及時啟用備用供應商，保證產品或服務能夠按時交付。

我們持續開展內部分享和專項培訓，提升採購人員的業務能力，保障供應商管理制度及流程的落實。2024年，我們開展19場面向採購人員的培訓課程，涉及品類管理、供應商管理、ESG風險管理等。

供應鏈反貪腐

我們設立供應商反饋和調研機制，供應商可通過美团官網和供應商門戶反映任何業務合作中的貪腐問題，或通過調研問卷反饋對採購人員、業務人員、採購流程和系統、合規和廉潔舉報路徑的滿意度和意見。

我們要求所有供應商在正式開展工作前，於供應商管理系統內進行實名認證，簽署《反商業賄賂協議》《保密協議》及《廉潔自律承諾書》，遵守其中所載反腐、保密與廉正條款。一旦發現並確認供應商違規行為，我們將終止合作，取消供應商服務資格。2024年，我們新簽訂合同的2,947家集採供應商均已完成《反商業賄賂協議》《保密協議》及《廉潔自律承諾書》的簽署。

我們持續開展供應商廉潔文化建設，提升廉潔合作意識。定期開展供應商廉潔培訓工作，並在重點節假日向供應商發送廉潔提示郵件。2024年，我們應用供應商門戶線上化宣導功能，實現集採供應商廉潔合作宣導全覆蓋。我們舉辦供應商大會，向參會供應商提供廉潔合作相關分享和倡議宣導，闡釋「廉潔、長期、健康、共贏」的合作願景。



環境、社會及管治報告

綠色採購

我們在產品和服務的採購方面注重環境保護。2024年，我們持續倡導在各業務線投入全生物降解購物袋、環保紙袋等環保材質包裝袋，採購金額超人民幣3億元。部分業務在物流運輸領域積極提升新能源車輛使用佔比，並制定2025年新能源車輛佔比目標。我們在選擇廚房設備時，優先選用節能環保設備，例如，選用節能燃氣灶、自動噴淋洗碗機，在排煙灶增加光電UV燈減少顆粒物排放等。

供應商數量²³

按地區劃分的供應商數目	2024年
中國內地	42,807
港澳台地區	50
其他國家及地區	76

配送騎手管理與保障

平台配送服務需要大量配送騎手（以下簡稱「騎手」）協助完成。關注騎手的安全及權益保護是我們供應鏈風險管理及社會責任履行的重要環節。

規範合作商管理機制

我們授權配送合作商使用我們的商標，要求其遵守相關法律法規要求，保障騎手安全以及勞動權益。我們要求配送合作商遵守合同載列的經營和配送服務標準，科學制定用工管理規範、設立騎手招募規則。我們對騎手公平就業提出明確要求，禁止配送合作商在騎手招募環節出現任何形式的用工歧視，不得歧視女性及殘障人士，不得以任何形式損害勞動者的公平就業權。我們強化配送合作商的薪資管理措施，確保按時按量發放騎手收入，優化訂單結構，保障騎手收入穩定。

²³ 供應商數量：指截至2024年12月31日供應商管理系統中保留的合作中的供應商數量，「地區」指供應商註冊地。

環境、社會及管治報告

我們要求配送合作商建立騎手安全管理體系，將騎手安全指標納入合作商考評，包括：(i)建立安全違規違約考核機制，安全管理不佳的合作商將被限制擴大規模、清退部分或者全部站點、要求其承擔違約金處罰；(ii)設置動態考核指標，適時將騎手事故率、騎手戴盔情況、騎手高速行駛情況、配送車輛合規情況等納入考核，督促合作商履行安全管理職責；及(iii)持續運營遠程監控中心，督促合作商迭代安全設備，持續監測安全設備運營情況。我們亦定期對站點安全情況進行線下檢核，督促合作商及時整改不合規事項。

我們要求配送合作商提供充足的騎手安全培訓，包括：(i)在騎手接單前進行崗前安全培訓，在接單達到一定數量時進行安全進階培訓；(ii)開展月度常規安全培訓，並對出現交通違法和交通事故的騎手進行專題安全培訓；及(iii)設定培訓考核標準，考核交通規則、騎行安全、應急處理以及着裝規範等內容，騎手通過考核後方可跑單。

優化騎手權益保障措施

我們從完善保障、守護安全、改善工作體驗、落實關懷四大方向持續保障騎手權益。

完善騎手保障

我們建立商業保險與職業傷害保障政策相結合的保障機制，守護騎手人身及配送安全。在全國範圍內，我們根據騎手不同類型，要求配送合作商為騎手購買「僱主責任險」，或聯合作商為騎手推出「人身意外險」產品。2024年，騎手在服務期間要求入保率達到100%。我們持續完善商業保險理賠流程，實現騎手App一鍵自助理賠，提高理賠效率。我們還積極配合監管部門在北京、上海、江蘇、廣東等7個省市上線職業傷害保障政策，做好騎手投保和理賠工作。我們就騎手繳納養老保險等社保方案做了認真研究，選擇了不同區域不同城市進行深入調研，並在有關部門的指導下形成了初步試點方案，目前正在搭建騎手社保相關的信息系統，我們在2025年第二季度開始，逐步為全職及穩定兼職騎手繳納社保。



環境、社會及管治報告

守護騎手安全

健康安全保障舉措的有效性與騎手群體的安全直接相關，也是外部利益相關方的重點關切。同時，保障騎手安全也是我們完成配送服務的前提條件。2024年，我們持續提升對騎手的安全保障能力，幫助騎手應對及降低在提供配送服務時的安全風險：

- 技術升級：在軟件方面，優化調度系統實現訂單配送時限和路線合理化設置，並給予騎手彈性時間。針對惡劣天氣、出餐延遲等特殊場景，提供申訴延長配送時限功能，提高配送安全性；持續優化「出餐後調度」機制，緩解取餐環節騎手長時間等待問題；在全國啟動防疲勞機制試點工作，推出疲勞彈窗提醒功能，並實施強制下線休息措施，避免騎手過度疲勞。在硬件方面，持續升級智能頭盔並擴大應用範圍，幫助騎手實現語音接單，減少騎行分心情況。頭盔內置自感應尾燈，在夜間可提示後方來車，降低交通事故風險；嚴格規範電瓶車電池及充電設備使用，與換電商合作提供高密度的安全充換電設備，發放換電優惠券推動騎手以換電代替充電，降低騎手因不規範充電產生的消防風險。截至2024年底，換電優惠券共為騎手提供超人民幣5,000萬元優惠。
- 風險管控：持續升級騎手風險行為識別能力，在全國範圍內檢測騎手未佩戴頭盔、超速、闖紅燈等情況。基於檢測情況，對騎手進行分層管理，包括採取彈窗提醒、強制教育、線下培訓及限制接單等措施；我們在全國普及騎手血壓測量工作，採取協調日程安排、建議休息或就醫等措施減少意外事件發生。在深圳、貴陽等9個城市試點智能血壓儀測壓，實現自動血壓風險定級，督促騎手及時就醫問診。
- 意識強化：推出騎手App安全培訓課程，普及交通安全、消防安全及應急知識，在安全生產月、「119消防宣傳日」等時點開展多樣的安全宣教活動，並在騎手獎勵機制中納入安全因素，強化騎手安全騎行意識。2024年，通過多樣化的培訓渠道，我們為騎手提供安全等主題的線上培訓超1.9億人次；定期聯合交管部門開展合作宣傳培訓，進行現場普法以及與騎手聯合執法，讓騎手在參與交通管理過程中，提升對安全的理解；啟動警企共治專項「燈塔計劃」，精準識別超速、闖紅燈、逆行等交通違法行為，實施前置教育、線下培訓及接單限制等措施，降低交通違法率和事故率。截至2024年底，「燈塔計劃」已覆蓋全國38個城市。



環境、社會及管治報告

改善騎手工作體驗

我們完善配送算法，為騎手工作提供便利，注重了解騎手需求，不斷優化騎手工作體驗：

- 優化配送規則：設立配送算法公示專區，持續與各界溝通算法基本原理、運行機制，增加透明度，推動算法更加公正、人性化。
- 提供工作支持：開展「騎手友好社區」項目，聯合街道、社區、物業企業、園區等相關方，為騎手提供友好社區路線圖、休息驛站、專用電梯等服務和設施，幫助騎手實現社區快捷通行，提升配送體驗。截至2024年底，全國共有150多個城市的超1.6萬個社區加入「騎手友好社區」項目；推出「騎手友好商家」項目，聯合知名餐飲和連鎖保健服務品牌為騎手提供門店休息、飲水、折扣套餐等服務。截至2024年底，共計推動22萬家門店參與「騎手友好商家」。
- 傾聽騎手心聲：積極拓寬與騎手間的溝通渠道，持續推進騎手工會建設，舉辦「騎手懇談會」等活動，收集騎手普遍關注問題，促進與騎手的民主協商和平等溝通。我們對具備普遍性且對騎手工作生活影響較大的問題，做出針對性改進，例如，採集全中國主要城市的高架橋、河流等天然屏障信息，優化配送路徑，改善騎手配送體驗。截至2024年底，我們累計召開400場騎手懇談會，覆蓋近80座城市，超過5,000名騎手參與。



環境、社會及管治報告

落實騎手關懷

我們不斷完善騎手福利政策，注重為騎手提供配送與生活層面的支持與關懷：

- 關注騎手健康：每月定期向騎手發放購藥紅包，為騎手及其家人提供7*24小時在線健康諮詢和送藥服務；持續推動「同舟守護1 m²」自助式健康服務專區，提供常備藥品、防寒防暑用品、健康服務信息等，保障騎手健康；通過騎手心理熱線、心理微課等形式，為騎手紓解日常跑單及生活中遇到的心理壓力和難解情緒，幫助騎手保持陽光樂觀的心態；為女騎手提供免費的宮頸癌、乳腺癌篩查服務，在全國配送站點、黨群服務中心、休息驛站等區域配置「暖心包」，並定期開展涵蓋女性健康主題的「健康沙龍」活動。
- 關愛騎手家庭：持續運營「袋鼠寶貝公益計劃」，面向包括騎手在內的新就業形態勞動者家庭，為其未成年子女提供大病幫扶和教育支持。截至2024年底，「袋鼠寶貝公益計劃」累計幫扶12個即時配送平台的騎手子女959名，在北京、上海、廣東、河北、山東、浙江、江蘇、安徽、雲南等地建立21個「美团袋鼠寶貝之家」，提供超14.3萬人次的社區教育支持。
- 幫扶困難騎手：設立騎手「大病關懷金」，對遭受大病的騎手家庭給予幫扶，截至2024年底，累計援助6,137位騎手及家屬，合計人民幣1.9億元。



環境、社會及管治報告

提供騎手發展賦能項目

我們關注騎手的職業發展，持續完善「騎手成長計劃」，從入行、熟練、晉升到轉型等各職業階段，打通專業、事業、學業、轉崗、轉行的「三業兩轉」成長路徑，拓寬騎手職業發展空間，豐富行業人才儲備，包括：

- 練專業：為新騎手提供關照單和免責卡，幫助快速熟悉工作機制。在騎手App「VR模擬接單」功能推送配送技能講解視頻，開展「騎手老帶新」項目，幫助新騎手掌握基礎職業技能。
- 拼事業：持續完善騎手培養和發展體系，通過「站長培養計劃」等項目發掘騎手隊伍中的管理人才。截至2024年底，累計67.5萬人次參與「站長培養計劃」。
- 修學業：與國家開放大學合作開展「騎手上大學」項目，為有學歷提升需求的優秀騎手提供零經濟壓力的深造渠道，向行業輸出高質量就業人才。截至2024年底，累計輸送385名騎手到國家開放大學物流管理專業學習。
- 易轉崗：為騎手提供轉崗通道，通過「騎手轉崗計劃」等項目，幫助騎手轉型到配送生態中的客服、培訓師等崗位。
- 敢轉行：鼓勵騎手拓寬職業發展道路，為轉行到其他行業積累技能和資源。



環境、社會及管治報告

產品責任

平台責任

美团是一家科技零售公司，通過科技於廣泛的零售領域提供多樣化的日常用品及服務，包括餐飲外賣、到店、酒店及旅遊預訂、其他服務及銷售。我們遵守《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規要求，從安全保障、商戶管理、客戶服務等方面對平台提供的產品和服務進行體系化管理，保護消費者合法權益。

安全保障

食品安全

我們高度重視食品安全，依照《中華人民共和國食品安全法》等法律法規要求，對平台和零售業務的食品安全承擔審核和管理責任。我們定期跟進食品安全法規更新情況，及時根據合規要求動態調整管理舉措。

我們認真履行食品安全主體責任，加強食品安全管理體系建設，不斷完善食品安全組織和人力保障。在公司層面，成立食品安全辦公室，負責統籌食品安全戰略制定、多業務線工作協調等工作；在業務層面，針對不同業務類型均設置專業品控團隊，負責合作商戶資質審查、現場審核、商品入庫、商品在庫、運輸配送等環節的食品安全合規檢查工作，促進公司食品安全管理工作的高效、統一、協同運轉。

根據平台和零售業務實際情況，我們制定並實施針對性食品安全舉措：

- 外賣食品方面：完善規則體系，制定並適時更新《美团網絡訂餐食品安全管理辦法》《入網餐飲服務提供者審查登記規範》及《美团外賣平台食品安全問題處理規範》等制度；開展食品安全治理專項，提高商戶資質在線監測頻次，建立違規公示機制，及時督促商戶整改；繼續推進合作商戶線下巡檢和第三方檢測機構抽檢工作，及時識別、解決食品安全問題；建設食品安全智控賦能系統，自動研判風險並實施分級管理；持續推進外賣餐箱日常清潔消毒，聯合市場監督管理部門和行業夥伴推行食安封簽，加強配送環節食品安全保障。



環境、社會及管治報告

- 零售食品方面：持續落實食品安全主體責任，實行「日管控、周排查、月調度」的風險防控機制；完善供應商准入、商品入庫、商品銷售等覆蓋業務全流程的食品安全管理規範。在供應商准入環節，查驗其合規經營資質，對採銷量大的供應商採取現場審核監督。在商品入庫環節，進行商品感官檢驗，對生鮮食用農產品快速檢測。在商品銷售環節，依托食品品質監測系統、第三方檢測等方式保障食品質量安全。
- 社區電商食品方面：建立覆蓋平台合作商戶、倉儲站點、自提點等環節的全鏈路食品安全質量保障體系，推動各環節食品安全管理能力提升。
- 自有品牌食品方面：完善覆蓋選品、選商、研發、生產、貯存配送等環節的「全生命週期」食品安全管理體系。在商品生產前，對供應商的生產資質、現場環境及商品合規性進行審核，建立商品品質規格書，規範商品品質要求。我們致力於委託優質生產企業進行自有品牌商品的生產，部分自有品牌商品供應商已獲得ISO 9001質量管理體系認證、ISO 22000食品安全管理體系認證、HACCP認證²⁴、BRC認證²⁵及IFS認證²⁶等；在商品生產中，對生產過程進行監督檢查，保障商品生產質量；在商品銷售過程中，利用安全性抽樣檢驗、品質監測系統等方式，動態監測商品品質和安全性。

我們建立食品安全應急處理機制，規範食品安全突發事件處理流程，依法配合市場監督管理等部門進行妥善處置。我們建立食品召回管理制度，明確召回流程及處置方式。2024年，我們未發生重大的因健康與安全理由而須召回的食品安全事件。

²⁴ HACCP認證：指危害分析與關鍵控制點(Hazard Analysis and Critical Control Point)認證，旨在系統性地識別、評估食品生產過程中可能發生的危害，並確定關鍵控制點，以預防食品安全風險。

²⁵ BRC認證：指英國零售商協會(British Retail Consortium)認證，旨在通過嚴格標準評估零售業供應商產品質量與安全管理體系，覆蓋生產、存儲、配送等關鍵環節，確保食品安全合規。

²⁶ IFS認證：指國際食品標準(International Food Standard)認證，旨在通過透明完整的食品供應商審核標準，確保食品供應鏈的食品安全與質量。



環境、社會及管治報告

我們積極參與食品安全社會共治，聯合食品安全監管部門、行業協會、科研院所及智庫機構，從標準制定、培訓賦能、協同治理三方面，加強食品安全的對話和協作。

- 標準制定：積極參與各類食品安全標準的制定工作，參與起草《網絡銷售生鮮食用農產品食品安全合規管理要求》等團體標準，規範食品安全管理要求。
- 培訓賦能：繼續開展針對不同受眾的食品安全培訓，提升食品安全合規意識和能力。對僱員，定期開展適用於全體僱員的「食品安全大講堂」專場培訓；對騎手，定期開展配送食品安全培訓；對零售食品供應商、外賣合作商戶等，定期宣貫「食品安全管控要點」，持續運營「安心365」食品安全公益培訓。
- 協同治理：持續加強食品安全領域的政企合作，廣泛參加食品安全宣傳周活動，支持共建食品安全示範店、示範街區、示範城市；持續運營餐飲商戶「明廚亮灶」在線化展示工作，在2025年2月推出「明廚亮灶 陽光廚房」項目，鼓勵餐飲商戶全面展示食品加工過程，為消費者提供清晰可靠的參考，幫助食品安全優質商戶實現更好發展；探索行業惡意索賠治理路徑，提升外賣食品安全治理的協同性；我們與科研院所和智庫機構開展食品安全治理創新課題研究，加強科學理論對食品安全工作的指導。

騎行安全

我們積極貫徹並遵守《關於加強電動自行車產品准入及行業規範管理的公告》及相關國家標準，禁止未達標電單車參與運營，保障車輛安全性。

我們制定高於國家標準的單車及電單車產品質量標準，以簽署協議的形式要求供應商嚴格執行。在開發環節，我們開展關鍵節點評審、內外部驗證等程序，確保產品符合質量要求。在生產環節，我們嚴格管控產品質量，通過現場檢查、遠程監控、市場抽查等方式，管理供應商物料質量、生產質量及出貨質量，及時發現問題並進行改善。



環境、社會及管治報告

我們採取多項措施保障單車及電單車的使用安全，包括：(i)通過車輛前置維保、故障識別、故障車輛自動下線、車輛整體維修等管理方式，保障投放車輛的可靠性；(ii)優化車型設計，配置車輛載重傳感器，監測車輛速度和運營區域，對電單車多人騎行及其他高風險騎行場景進行檢測和管理；(iii)採用自研的電池能量管理系統，對電池進行「全生命週期」管理，通過車輛實時數據上傳，不間斷檢測電池使用狀態和異常情況，前置解決電池自燃風險；(iv)搭載剎車自調節系統，在車輛行駛過程中自動調節剎車鬆緊度，預防和減少事故發生；(v)採取用戶實名認證、人臉認證等技術手段，結合多維度的用戶信用管理，避免用戶使用他人賬號騎行、防範未成年人騎行等安全隱患；及(vi)為用戶購買騎行意外險，保障用戶及第三方人身財產安全。

2024年，我們持續開展警企聯合宣傳和協治理理工作，與公安交管部門聯合開展「幸盔有你」系列交通安全宣傳活動，倡導公眾關注交通安全，提升安全意識。

商戶管理

我們遵守《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規要求，根據業務模式制定相應制度條款，對平台商戶的經營及服務進行規範管理。2024年，我們修訂《美团外賣平台市場管理規則》等要求，規範平台商戶服務行為，完善用戶及商戶權益保障措施，持續提升商戶服務意識和用戶體驗。

我們引導平台商戶為消費者提供安心、健康、便捷的產品和服務，開展基於業務類型的服務質量保障項目，致力於提高消費者體驗：

- 餐飲類商戶：持續運營「安心吃」「外賣放心吃」食品安全保險，若餐品出現異物，或過期、變質等問題時，消費者可發起理賠。我們將在收到理賠材料後第一時間反饋，切實保障消費者權益。
- 住宿類商戶：在酒店方面，建立商戶服務評分體系，引導商戶為消費者提供良好的酒店預訂和服務體驗；在民宿方面，引入智能客戶服務助手，協助手戶快速、準確地與用戶進行自然語言的多輪交互，解答疑問，提高用戶滿意度。



環境、社會及管治報告

- 教育類商戶：推出「安心學」項目，通過用戶分次核銷、商戶分次結算、平台託管預付資金的方式，保障用戶資金安全，提升用戶消費和商戶履約體驗。截至2024年底，我們已聯合杭州、蘇州兩地監管部門上線該項目，覆蓋近千家試點門店。
- 醫藥健康類商戶：在醫藥方面，建立基於醫藥特性的風險識別能力，聯合藥品品牌方、第三方檢測機構打擊售賣假藥等違法行為；打擊清退成人無人貨櫃、無貨源店鋪和店群、虛假門店等違規行為，維護市場經營秩序。在醫療美容方面，聯合中國整形美容協會推出「放心美」正品保障服務，利用自主研發的智能驗真設備，在線上選店、到店服務、配藥服務等環節記錄商戶履約情況，並支持藥品掃碼驗真、正品溯源及直播配藥，提升用戶消費體驗。

我們對各類平台商戶開展服務質量考核，監督治理服務不履約、虛假行為、侵犯用戶隱私和品牌權益等違規行為。針對部分商戶違規行為，我們作為線索提供方與運營所在地公安部門建立聯動機制。我們還持續實行系統化的違規行為處置流程和分級化處罰機制，按照商戶違規嚴重程度給予警告、限期整改、調整搜索結果、隱藏評分、下線業務和門店信息、封禁賬號及罰款等處罰措施，規範商戶經營行為，維護消費者權益。

我們搭建平台商戶培訓體系，定期組織商戶社群參加培訓課程，加強商戶服務意識：

- 普法宣導：開展普法宣導活動，持續提升商戶對規則的知曉度，指導商戶遵守平台底線規則，合法合規經營。
- 直播答疑：組織開展直播答疑，及時解答平台商戶在經營中的問題，例如，我們以線上直播的方式，向商戶分享行業成功案例與行業資訊，幫助商戶積累服務經驗。
- 分級定制化賦能：結合不同商戶管理發展階段，提供分級定制化培訓，針對性提升商戶經營意識及實操應用能力，例如，我們向醫藥健康商戶推出「成長系列課程」，根據不同業務階段定制學習內容和路徑指引；針對醫藥健康電商商戶，圍繞「新商家能力模型構建」「商家培訓直播課開展」「商家系列課程研發」等主題，分層制定學習內容，提升商戶經營能力。



環境、社會及管治報告

客戶服務

我們致力於通過高質量客戶服務提升消費者滿意度。我們在石家莊、揚州、南通、武漢、洛陽和張家口設立客服運營中心，配備專業的客服團隊，以更快響應客戶需求。

我們利用工單系統記錄用戶問題，形成發起、處理、解決、評價的閉環問題解決流程，明確關鍵節點內部責任方，督促並跟進主要責任方進行問題反饋和解決。我們通過消費者滿意度調查問卷和輿情監控等不同途徑，及時回應客戶反饋與要求，不斷改進、規範客戶服務流程。

我們不斷完善客服智能化管理，開展客服人員培訓賦能，提升客戶服務效率及服務體驗：

- 客服智能化管理：依托智能助手支持，快速解答不同業務中高頻與重複信息，自動處理標準化任務，以應對突發及高峰時段服務需求；應用智能質檢系統對服務質量進行檢測，對潛在服務問題進行快速識別，提升服務管理水平；升級客服系統工具，引入問題流程推薦機制和信息直觀展示功能，加快客服人員信息處理速度，保障方案一致性。
- 客服能力建設：通過梳理客戶服務主要流程、強化客服人員對業務場景的知識儲備、細化客服人員管理等方式，培養客服人員解決用戶問題的專業能力；賦予客服人員所需的權限及靈活性，以便其及時應對不同情況。若客服人員收到關於商戶拒絕服務的投訴，一旦投訴得到確認，客服人員有權暫停該商戶在平台上的商品上架，直至整改完成。

2024年，我們共計受理用戶投訴966,653件，投訴量佔整體服務次數的0.09%，3個工作日內處理完畢的佔比為92.4%。



環境、社會及管治報告

知識產權

我們強調尊重及保護知識產權的重要性，注重知識產權的積累和運用。我們遵守《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》及其他運營地所在司法轄區的相關法律法規，全面開展知識產權管理工作。我們是中華商標協會的理事單位及中國知識產權研究會的常務理事。

我們建立有效機制管控公司知識產權風險，包括：(i)開展系統性的知識產權風險識別、評估，並建立應對方案，完善知識產權風險防禦機制；(ii)在關鍵業務環節設置知識產權評估程序，在採購、研發環節設置前置性的知識產權評估制度，在新品牌設計環節設置商標審核機制，為重大項目提供知識產權保障；(iii)對外部侵權行為實施監測和打擊，清理仿冒商標和仿冒App，助力淨化市場環境、保障用戶利益；(iv)通過外部交流合作增強風險抵禦能力；及(v)完善各環節知識產權操作指引，持續開展知識產權培訓和宣貫，提高知識產權風險意識。

我們持續加強知識產權管理，培育創新文化，尊重和鼓勵原創，提升自身知識產權積累。基於專利產出和價值評估標準，我們制定《專利申請指引》、實施前置專利提案評審和申請文本質量抽檢，提升專利申請效能和產出價值，並通過物質激勵等舉措鼓勵創新。我們跟蹤重要項目、設置系統性知識產權運營指標，把控公司重要創新成果，提升公司知識產權在數量和質量方面的統籌管理能力。

我們亦尊重他方知識產權，通過用戶協議和平台知識產權保護機制等措施，為權利人提供合法權益保障。一旦收到侵權投訴，我們將依據法律規定以及投訴材料，對涉嫌侵權的項目進行刪除和屏蔽。我們建立權利人保護閉環，包括：(i)前端：開展高頻培訓，提升商戶知識產權意識；(ii)中端：建立長效品牌監測機制並持續加大管控力度，推動已入駐商戶合規經營；(iii)後端：上線並持續迭代「知識產權維權平台」，支持品牌方維權訴求，提升處理效率和透明度；及(iv)共治與監督：聯動權利人、監管機構、社會公眾等進行協同治理。通過「品牌保護服務站」項目，為提出保護需求的權利人提供全面協助；開展「小美評審團」項目，通過引入公眾評議機制讓更多公眾參與知識產權保護規則制定。我們通過知識產權保護協會組織推動品牌保護工作，截至2024年底，我們累計與50多家餐飲品牌、快消品牌定向溝通他方品牌保護策略與合作方案。我們還與全國多地監管機構、公安機關建立長期合作夥伴關係，不斷完善風險防控水平。



環境、社會及管治報告

信息安全與隱私保護

我們嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》及《移動互聯網應用程序信息服務管理規定》等法律法規和政策要求。圍繞明確體系化管理要求、落實內部程序及控制措施等方面，持續治理並保護信息安全與用戶隱私。

明確體系化管理要求

我們持續健全數據安全與隱私保護管理體系。董事會審核委員會每年聽取兩次關於數據安全與隱私保護的匯報，決策風險應對策略，監督策略有效執行。數據合規和隱私保護委員會由公司執行董事擔任最高負責人。該委員會負責統籌公司內部數據合規與隱私保護管理工作，制定公司數據合規與隱私保護管理策略並推進落地。

我們構建完善的數據安全與隱私保護制度體系，制定適用於公司全部主體的《隱私保護管理規範》《軟件開發生命週期管理流程》等內部管理制度，發佈《美团基本功能隱私政策》，規範個人信息「全生命週期」管理要求。更多關於我們就個人信息控制權利、個人信息收集、使用與留存、以及與第三方共享數據的管理規定，請參閱《美团基本功能隱私政策》。

我們遵從國際及行業標準保護信息安全與用戶隱私。我們已取得ISO 27001信息安全管理體系認證、ISO 27701隱私信息管理體系認證、ISO 27018公有雲隱私安全管理體系認證、CSA Star認證以及網絡安全等級保護三級證書。美团App通過中國網絡安全審查技術與認證中心的獨立認證，獲得其頒發的移動互聯網應用程序安全認證。我們目前運營範圍內的業務系統及產品均根據上述認證標準運行，每年通過第三方獨立審核保持認證的有效性。



環境、社會及管治報告

落實內部程序及控制措施

在信息安全方面，我們通過授權管理、風險評估、安全審計、信息加密等方式保障公司和用戶的信息安全：

- 授權管理：建立體系化的、通用的用戶賬戶授權及管理機制，對網絡接入設備進行准入管理；定期檢查用戶賬戶的狀態及授權信息，自動回收授權過期的賬號及權限。
- 風險評估：每年對數據庫及服務器的配置管理、權限控制等開展安全評估，識別安全漏洞及潛在風險。建立美团安全應急響應中心，通過安全眾測的方式持續開展產品安全測試，收集威脅情報。根據影響程度，我們對漏洞進行分級管理，實施修復措施，並持續跟蹤改進情況。
- 安全審計：採用自動化安全審計系統，實時監測高危操作，及時發現數據誤用、濫用及未授權訪問的情況，降低數據洩漏風險。2024年，我們聘請三方機構針對美团網、美团外賣等平台及多個備案系統開展網絡安全風險和等級保護評價，並邀請中國信息通信研究院對公司數據風險和數據處理活動開展數據安全評估。此外，我們的軟件服務產品會定期接受第三方審計，由第三方出具SOC (System and Organisation Controls, 服務和組織控制) 審計報告，以證明該產品為保護用戶數據而採取的控制措施有效性。
- 信息加密：從軟件及硬件層面加密用戶數據，規範用戶數據的存儲和使用流程；建立數據接觸者保密協議及監控機制，防止個人信息遭到未經授權的訪問、披露、使用、修改、損壞或丟失。
- 數據恢復與備份：制定備份管理程序及備份恢復流程，確保快速恢復受損數據。對於人工智能及雲平台，根據業務需求部署備份機制，包括本地備份及異地備份，以最大限度降低用戶數據丟失風險。



環境、社會及管治報告

- 應急處置：制定安全事件應急響應機制和災難應對計劃，每年進行應急演習。根據安全事件的影響程度進行等級劃分，明確各級安全事件處置和響應流程，構建科學高效的應急響應機制，實現安全應急事件閉環管理，包括：(i) 監測、分析和確認安全風險，發生安全事件後第一時間與業務管理者制定修復方案，保證事件處理資源投入；(ii) 建立信息安全事件快速處理機制，實現快速發現、隔離、溯源和響應，確保服務及時恢復；及(iii) 協助業務複盤總結安全事件，判定事件影響範圍和損失情況，制定短期及長期治理方案，總結問題產生原因以避免再次發生。

在隱私保護方面，我們將優化隱私規則、迭代產品功能、規範數據留存、強化需求審核作為重要工作：

- 優化隱私規則：我們在App註冊環節設置隱私政策彈窗、隱私權限調用彈窗、個人信息收集清單及第三方數據共享清單，向用戶清晰介紹收集、使用個人信息的情況，充分保障用戶對其個人信息的查閱、更正、刪除等控制權利。
- 迭代產品功能：我們開發並上線遊客瀏覽模式，用戶無需填寫手機號碼進行註冊，即可使用美团App瀏覽、搜索等功能；在個性化內容推薦、個性化廣告推薦功能上，向用戶介紹算法推薦的機制，並提供便捷的關閉選項。
- 規範數據留存：我們嚴格按照國家相關法律法規要求，基於完成交易目的、維護交易記錄、保障服務安全和質量等因素，設立用戶個人信息保存期限。用戶註銷美团賬號後，除法律法規及相應國家標準另有規定，我們會刪除用戶個人信息或進行匿名化處理。
- 強化需求審核：我們建立個人信息保護影響評估系統，組建專門評審小組，對涉及用戶個人隱私的新上線產品、新上線功能等需求進行合規評估，及時識別個人數據處置風險，評估風險場景。我們與供應商或合作夥伴制定合規解決方案，確保合規處理或應用個人數據。我們還開展個人信息保護內部合規審計，確保個人信息的合法合理使用。



環境、社會及管治報告

培養僱員安全意識

我們與僱員簽署保密協議並持續提供信息安全培訓。我們要求全體僱員，包括全職僱員、合約人員、實習生接受信息安全教育並參與考試，考試合格後方可上崗。針對能夠獲取高敏信息的僱員，我們開展防洩漏和防「釣魚」專項培訓，提高關鍵崗位和高敏信息處理崗位僱員的信息安全意識。2024年，我們開展1次覆蓋全體僱員的信息安全培訓及80餘次專項培訓，培訓主題包括信息安全意識強化、數據防洩漏、防止釣魚攻擊、辦公安全等。

我們在《陽光職場行為規範》與《廉正管理責任制度》中明確設置僱員離職與轉崗信息安全管理、信息交互安全及信息發佈控制等相關要求，嚴肅處理僱員數據洩露行為。

推動行業有序發展

我們遵循「最小－必要」原則，對所有涉及數據使用的第三方進行嚴格管理，並在《美团基本功能隱私政策》中對我們與第三方共享的數據類型、第三方數據的使用規則等內容進行明確說明。針對供應商及合作夥伴，定期開展信息安全宣導，設立專門的管理組織，通過資質評估、防控管理及追溯處理等方式，確保合作過程的安全與合規：

- 資質評估：設立供應商准入條件及分級保障金機制，並對其提交的證明材料進行核驗。供應商須滿足我們對其資質、數據安全保護能力等各方面的准入條件後方可合作；與供應商簽署保密協議，明確合作過程中雙方應盡的數據安全義務和違規處罰規則。
- 防控管理：監督線上數據接口，評估接口必要性及敏感性，檢測數據傳輸日誌和異常行為，把控供應商數據交互場景中可能出現的安全風險。
- 追溯處理：建立違規行為追責機制，對存在不當數據處理行為的供應商採取罰款、合同終止、追究法律責任等不同級別的處置方式，並在必要時啟動應急響應機制，確保用戶數據保護的有效性。



環境、社會及管治報告

我們積極推動行業數據安全與用戶個人信息管理能力建設。作為全國信息安全標準化技術委員會的會員單位，我們積極參與數據安全與用戶個人信息管理國家標準的研討和制定。2024年，我們參與制定中華人民共和國工業和信息化部《小程序及其平台個人信息保護規範系列標準》《生成式人工智能產品和服務用戶權益保護系列要求》等標準，參與修訂中國人民銀行《非銀行支付機構支付業務設施技術要求》標準。我們還廣泛參與行業網絡安全技術交流活動，包括：參與北京市通信管理局組織的「2024年度京津冀信息通信領域網絡安全實戰攻防演練」活動，並榮獲最佳防守單位獎；參與國家計算機病毒應急處理中心組織的網絡安全技術人才交流會活動，促進行業網絡安全技術人才交流與培養。

內容合規

廣告合規

我們遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規，制定《美团外賣平台市場營銷規則》《美团廣告審核指導手冊》等平台規則，確保廣告內容真實性，促進廣告活動健康發展。我們持續規範平台各市場主體廣告行為，對可能存在的混淆、虛假營銷、不正當競爭等不當行為進行管理。

我們不斷完善廣告審核規範，改進審核標準和流程，着力加強平台對廣告違規行為和內容的識別與處置能力。我們升級敏感詞庫和圖庫過濾系統，提升機器審核準確率，保障廣告內容合法合規。對於醫療、藥品、食品等民生領域廣告，我們按照相應的特殊廣告審核規範進行重點審核，保護消費者權益。我們加強廣告合規教育，在解讀最新法規知識的基礎上，建立系統培訓機制，引入內外部專家資源，圍繞廣告內容投放與產品設計等方面，普及合規要求及違規風險，提升員工廣告合規意識。

UGC內容合規

我們遵守《互聯網信息服務管理辦法》等政策規定，持續完善對UGC（User Generated Content，用戶產生內容）內容的合規和質量管理。我們設立內容安全委員會，統籌推進內容安全體系建設，保障UGC內容合規性和內容質量。



環境、社會及管治報告

在UGC內容審核方面，我們建立多重審核機制。在機器審核方面，我們不斷完善自動識別系統，提升文本識別能力，優化圖片識別模型和語義分析模型，提升違規內容篩查準確性。在人工審核方面，我們依據被審核內容匹配不同級別審核人員，設置專人審核高危內容。我們實施分級管理政策，屏蔽或刪除審核發現的違規內容，並視情況進行調查取證，或向國家有關機關舉報。

在UGC內容風險防控方面，我們構建大模型業務安全防控體系，持續提升視頻、直播內容治理，鞏固安全防控鏈路，確保內容合規性。

我們建立專門的應急響應機制和敏感信息防控機制。我們設立7*24小時專班應對的內容管理應急機制，覆蓋監管要求、外部高熱輿情、用戶違規等，實現平台UGC內容的應急下線能力；持續優化輿情感知系統，梳理外部輿情應急響應機制，建立覆蓋輿情預警、研判、響應、處置的分階段處理流程；持續維護敏感詞詞庫，針對新增敏感詞進行持續追蹤和更新；通過敏感節點防控機制，重點強化節日等敏感節點的內容安全；與監管部門建立溝通渠道，快速響應並根據監管要求持續開展UGC內容管理。

我們通過多樣化的內容安全課程強化僱員UGC內容管理能力，並在重大節點專項啟動前開展專題培訓會。我們對僱員UGC內容安全意識進行考核，要求所有UGC內容審核人員通過專項培訓及考試後方可上崗。

POI內容合規

我們重視POI (Points of Interest，興趣點，用戶認為有趣或有用的地點) 的合規、真實和準確。

我們持續完善POI內容的審核系統，優化POI內容的控制措施，包括：(i)沿用人工和智能化識別系統協作的方式對POI內容進行質量抽檢及複核，利用大模型技術識別潛在的風險POI，增強POI信息的真實性和可靠性；(ii)持續通過多種渠道收集被投訴或舉報的POI內容，對信息錯誤、重複、虛假等問題進行統一的修改、審查和整治，並加大對合作商來源信息的監督管理；(iii)維持與監管機構的充分溝通，基於監管要求主動完善POI管理；及(iv)增加在POI風險培訓、考試流程投入，加強對數據提報過程的合規管理，確保相關人員及時識別和糾正不準確的信息，並避免潛在利益衝突。

2024年，我們完善POI信息反饋通路，提升用戶貢獻信息的參與度和成就感。我們將用戶反饋作為數據校準和產品更新的重要依據，以進一步提升用戶體驗。



環境、社會及管治報告

反貪污

反舞弊

我們嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，不斷完善內部制度及管理體系，提升在反舞弊方面的風險防範及管理能力。在公司內部，我們培育廉正文化，營造風清氣正、陽光公平的職場環境。針對外部合作，我們營造公開透明、廉潔高效的合作環境，吸引優質合作夥伴。

反舞弊制度及體系建設

我們制定《陽光職場行為規範》《廉正管理責任制度》等制度，規範公司廉正行為要求，明確管理者應對僱員舞弊行為承擔管理責任，體現「正直誠信」的底線要求。

我們設立陽光委員會，由公司執行董事之一任主席、相關職能部門負責人擔任秘書長，負責引領公司腐敗治理和制度機制建設、違紀查處、廉正文化建設工作。陽光委員會以《陽光委員會工作規範》《廉正框架體系暨陽光委員會運營機制》等指引為工作基礎，獨立向公司高級管理團隊匯報工作。陽光委員會的職責主要包括：

- 制定並修改完善公司職業行為制度體系，實施廉正方略，全面識別並防範廉正風險。
- 主持並領導公司違紀查處工作，受理僱員對違紀處理意見的申訴，並做出決定。
- 統籌建立舉報受理、調查、執紀等模塊組成的公司內部廉正事項管理系統。
- 搭建公司廉正文化體系，持續深化廉正文化建設。

我們對僱員內外部交流合作過程中所涉及到的貪腐風險點進行梳理，全面監控舞弊行為，對舞弊行為採取「零容忍」態度，對違規行為按照規章制度嚴肅處理。2024年，陽光委員會在商品採購、服務採購、產品零配件採購、重大商務合作等關鍵領域着力推進舞弊腐敗的全鏈條治理。



環境、社會及管治報告

我們結合實際情況，參考「三線模型」構建多邊聯動、全員覆蓋的風險管理系統。有關該風險管理系統的內容建議與本年度報告所載「風險管理及內部控制－風險管理組織架構」章節一併閱讀。我們持續評估舞弊風險在全部運營範圍內的管理有效性，不斷迭代和完善公司的內部制度和流程，以降低舞弊風險。

廉正文化建設

我們秉承「把廉正打造成一項組織能力和核心競爭力之一」的廉正理念，開展系列廉正文化建設，包括廉正培訓、廉正考核與廉正文化宣貫等。

我們協同各部門推進廉正文化共建，引導全體僱員了解並遵守《陽光職場行為規範》。我們為包括董事會、管理層成員在內的不同層級人員持續開展廉正培訓與制度宣貫，並對全體僱員進行廉正考試。**2024年**，開展廉正培訓或制度宣貫**977**場，其中包括面向全體董事會成員的廉正培訓**1**場。我們面向新入職僱員開展迎新廉正培訓**29**期，覆蓋新僱員共計**10,048**人。

我們在內部組織一系列廉正文化宣貫活動，以營造風清氣正的廉正氛圍，例如：**2024年**，我們組織多種形式的全員宣貫及承諾活動，以提升僱員禮品申報意識，累計**7,359**名僱員參與活動並進行禮品的主動申報。

自**2017**年起，我們持續開展面向僱員和合作夥伴的廉正指數調研，對廉正感知、廉正狀況、變化趨勢等因素進行調研，並及時將調研結果進行分析解讀。

舉報及檢查機制

我們建立陽光申報平台，引導僱員主動進行禮品收受、利益衝突等事項申報。通過內部投訴與舉報機制，接收僱員對損害公司商業道德行為的舉報。建立內部廉正事項管理系統，實現舉報受理、調查、執紀等於一體的閉環管理體系。設立「全覆蓋、無遺漏、高效率、必反饋」的舉報線索處置規範，並通過舉報人保護制度嚴格保護舉報人信息。公司廉正監察部及時受理舉報並組成舞弊調查團隊進行調查。為保證調查公平性與準確性，我們設置申訴與澄清機制，給予責任人解釋澄清機會。被證實存在舞弊行為的僱員將被依規解僱。對涉嫌觸犯法律的事項，公司將及時向公安機關報案，由司法機關依法處理。



環境、社會及管治報告

我們作為「陽光誠信聯盟」發起者和其戰略決策委員會副主席單位之一，自2017年起持續參與「陽光誠信聯盟」工作，聯合進行反腐行動。我們攜手合作夥伴共同構建廉潔生態共同體，旨在通過互聯網手段打擊腐敗、欺詐、假冒偽劣、信息安全等犯罪行為，提升聯盟成員反腐治理水平，形成誠信從業的良好氛圍。

2024年，我們收到前期向公安機關報案的6起貪腐案件的偵辦處理和訴訟結果，查處涉案僱員6人均被依法判決。我們已與以上僱員依照《陽光職場行為規範》解除勞動關係，並建立案件複盤機制，避免同類型的案件再次發生。以上案件未對我們的業務產生重大影響。

反洗錢及反恐怖融資

我們遵守《中華人民共和國反洗錢法》《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》等法律法規，及時解讀與學習新生效法律法規要求，持續完善內部管理制度。2024年，我們根據日常實際工作和風險變化，對《反洗錢名單監控操作指引》《反洗錢強化盡職調查操作指引》進行細化與完善，有效提升反洗錢合規管理與風險管控水平。

我們遵照監管要求，設置反洗錢相關崗位，對反洗錢工作進行精細化管理，持續加強反洗錢工作隊伍專業配置，包括：(i)在公共事務部門設立反洗錢管理部門及反洗錢合規專崗，統籌落實各項反洗錢工作；(ii)在風險管理部門配備可疑交易監測運營專職崗位、反洗錢產品崗位及反洗錢策略崗位，負責具體執行和落實可疑交易監測、名單監控、高風險客戶盡職調查等工作；及(iii)在技術部門配備反洗錢系統和數據支持崗位，負責反洗錢系統開發、日常維護及升級等工作。



環境、社會及管治報告

在洗錢風險評估方面，我們遵循「風險為本」原則，綜合考量客戶屬性、地域屬性、業務屬性、交易屬性等維度，力求全面把控洗錢風險。2024年，我們評估了多項產品和業務的洗錢風險，及時提出相應的風險防控建議並要求業務團隊完善改進。我們提升可疑交易監測模型合理性，迭代名單掃描匹配邏輯，以提升洗錢及恐怖融資風險監控工作的有效性。

在客戶盡職調查方面，我們遵循「了解你的客戶」原則，持續完善客戶盡職調查工作。在初次盡職調查階段，我們核查客戶入網資質和證照信息，並結合官方授權的第三方驗證渠道對客戶身份進行驗證。在持續盡職調查階段，我們細化識別場景，當客戶發生資質異常、變更、過期等情況時，我們觸達並提醒客戶更新資質證明材料，必要時進行管控。在強化盡職調查階段，我們優化高風險客戶盡職調查機制，完善後續管控措施。

我們高度重視提升僱員及合作商戶的洗錢風險防範意識和知識儲備，在公司內外部開展反洗錢文化建設工作。公司內部，我們制定《反洗錢培訓與宣傳管理制度》，明確反洗錢培訓內容、形式、頻次等，培訓主題包括反洗錢基礎知識、典型洗錢案例、反洗錢相關法律法規解讀等。2024年，我們至少每季度推出一期反洗錢培訓，培訓對象覆蓋公司管理層、反洗錢專崗人員、反洗錢協同方及外部公眾；每月向公司管理層匯報反洗錢工作情況，解讀反洗錢最新法律法規並匯報重要項目進展。公司外部，我們以推文的形式向合作商戶開展反洗錢知識、防範電信詐騙、遠離金融風險等主題培訓，在各營業場所、商圈、社區等區域開展線下反洗錢宣傳活動，邀請社會公眾廣泛參與，取得良好效果。

2024年，我們持續與中國人民銀行溝通、匯報反洗錢工作經驗及難點、配合開展各項調研，並與數字貨幣研究所交流反洗錢履職情況。我們參與全國人民代表大會常務委員會、法制工作委員會、中國人民銀行共同組織的反洗錢法修訂草案研討會，為新法修訂建言獻策。我們持續加強與同業機構的交流合作，積極參與行業協會組織的各項研討座談會，與同業機構就電信詐騙、新型洗錢手法等展開交流，強化自身反洗錢履職能力。



環境、社會及管治報告

社區投資

我們積極與社區溝通，了解社區發展需求，開展多元社區項目，促進社區可持續發展。

公益平台及項目

美团公益平台是民政部指定的慈善組織互聯網募捐信息平台之一，以「互聯網+公益」模式為定位，連接用戶、商戶和慈善組織，為用戶和商戶提供安全、簡單、便捷的公益捐贈渠道。我們將科技創新與社會創新相結合，通過自主研發的善款追蹤系統，實現善款走向追蹤，建立捐贈反饋閉環。

面向公眾，我們聯合慈善組織持續推進美团鄉村兒童操場公益計劃，旨在為欠發達地區的鄉村兒童鋪設多功能操場，助力兒童快樂奔跑、健康成長。我們依托善款追蹤系統及時反饋捐贈拼接地板鋪設情況，確保善款轉化成果清晰可見。截至2024年底，美团鄉村兒童操場在**138.2**萬家公益商家、**98.9**萬名愛心網友的共同支持下，已累計建成**2,653**座操場，覆蓋貴州、雲南、西藏、青海等**29**個省、自治區、直轄市的**1,939**個鄉鎮，**37**萬名鄉村兒童直接受益。

我們注重提升鄉村兒童的運動體驗與樂趣，2024年兒童節期間，在貴州省多部門以及北京師範大學行為健康研究中心等指導和支持下，以貴州項目園所為核心，面向全國推出「美团鄉村兒童操場 — 萌娃村運會」，豐富鄉村兒童體育活動，全年累計**1,045**所園所參與。我們不斷強化美团鄉村兒童操場公益計劃影響力，在2024年「全民健身日」與中華全國體育基金會、壹基金等共同發起「美团鄉村兒童操場公益計劃 — 冠軍家鄉公益專項」，旨在攜手優秀運動員回饋家鄉，帶動社會各界共同關注鄉村兒童體育教育發展。

面向內部，我們的僱員通過多種形式參與公益活動。

- 環保公益：開展「空瓶換禮品」活動，僱員可通過參與塑料水瓶回收等方式支持環保。截至2024年底，累計在辦公區內回收塑料空瓶近**40**萬個，重量約**8**噸，相當於減少碳排放約**11.3**噸。
- 公益美育：僱員志願者為「美团袋鼠寶貝之家」、美团鄉村兒童操場項目中的孩子們開展公益美術課，將課堂畫作開發為公益文創周邊，在美团文創上架銷售，所得部分收益捐贈於公益項目。



環境、社會及管治報告

- 愛心拍賣：僱員自主捐贈或陽光職場申報的各項禮品，以公益售賣的形式將所得收入全部捐贈用於公益項目。2024年，愛心拍賣所得善款共12.8萬元，用於支持「袋鼠寶貝公益計劃」大病幫扶項目。

無障礙優化

我們作為生活服務平台，積極發揮業務特色，主動提升信息無障礙水平，致力成為服務殘障人士、弱勢群體等特殊人群日常生活的重要工具，為其提供和創造就業、創業的重要渠道。

我們專門成立無障礙體驗治理專項小組，以協助特殊群體享受數字生活便利為目標，開展多項無障礙管理和優化舉措，包括：(i)開展無障礙化專項培訓：在無障礙改造工作中為僱員提供國際標準解讀、自測及驗收方法分享等主題培訓；(ii)持續提升僱員意識：探索無障礙自動化測試工具的研發與應用，普及無障礙開發理念，提高產品研發人員為特殊人群服務的意識和能力。加強無障礙基礎知識培訓，提高客服人員對特殊人群的服務質量；及(iii)優化產品功能：主動傾聽視障人群訴求，開展視障人群需求探索及體驗優化研究，通過「文字圖片向語音轉化」「減少人機驗證及身份核實」及「屏蔽廣告及營銷內容」等方式幫助視障人群便捷獲取信息，準確、順暢地操作產品，提升使用體驗。2024年，針對反饋的訂單地址編輯頁面存在「讀屏」異常，我們積極研究問題原因，修復產品邏輯和工程缺陷，並逐步上線相關功能。

適老化升級

我們積極響應並落實《關於切實解決老年人運用智能技術困難實施方案的通知》等政策要求，成立「適老服務」產品研發小組，基於老年人實際需求，持續優化產品功能，改善和提升老年用戶的數字化服務體驗。

我們提供全場景的適老化生活服務，從線上操作優化、線下助老服務兩個維度展開具體工作。線上操作優化層面，我們優化美团外賣「長輩版」、大眾點評「長輩版」、一鍵打車、語音外賣、景區門票「適老化」項目等產品的操作界面或產品功能，便於老年人使用；線下助老服務層面，我們積極推動美团「社區青年志願服務站」助老行動、優選孝心單、景區適老愛心改造、老年人景區專屬服務人員及物資設置、上海數字體驗官等行動，將「適老化」貫徹到老年人生活服務的各個方面。



環境、社會及管治報告

鄉村振興

2024年，面對國家鄉村振興戰略的新部署、新要求，我們發揮數字化技術和人才優勢，將鄉村產業振興和人才振興與公司業務緊密結合，助力農村居民生活水平提升，積極履行企業社會責任。

產業升級

我們持續開展與大型農企及農業基地的合作，加大優質農產品源頭直採力度，幫助優質農產品從原產地直達社區，提升農民收入。我們發揮數字經濟優勢，將科技創新用於農產品生產、流通、銷售等各個環節，推動農產品供應鏈數字化、標準化、品牌化，助力鄉村振興及縣域經濟發展：

- 商品端：在全國範圍推廣特色品質農產品。結合農產品上市的時令時節，我們推出「本地尖貨」系列活動，借助網絡購物節日，幫助平台商家獲得更多曝光機會與流量，拓寬城市本地品質農產品的品牌認知度。通過在即時零售領域的數字化能力，我們縮短農產品供應鏈條，促進本地就業和本地農業品牌發展。我們還加強與產地政府部門間的合作，推出「農鮮直採」計劃，加大優質農產品源頭直採力度。
- 銷售端：充分發揮零售平台優勢，為農產品提供更多曝光機會和流量。2024年農民豐收節期間，我們聯動超130萬平台商戶，開展線上生鮮農產品及米面糧油促銷專題活動，增加農民收入。我們還積極參與多個省市政府組織的產銷對接活動，助力當地農產品在全國範圍內銷售。



環境、社會及管治報告

人才培養

我們積極響應《關於加快推進鄉村人才振興的意見》等政策和指導意見的要求，通過農產品供應商培訓、推動新業態發展以發揮企業在鄉村人才培養和促進就業的作用：

- 農產品供應商培訓：我們積極嘗試將專業能力幫扶與產業幫扶相結合，持續開展農產品優質供應商培訓，針對農產品供應過程中的關鍵環節，提供主題培訓以提升農產品產地流通組織化、集約化、標準化水平。截至2024年底，我們已培訓超過2,600名優質農產品供應商。
- 新業態就業：我們持續推動新業態帶動就業，拓寬鄉村就業渠道，為鄉村居民增收創造新機會和空間。例如騎手等新就業形態已成為國家重點幫扶縣勞動者就業的重要選擇。

零售行業賦能與發展

我們關注零售行業整體素質提升，促進行業整體發展。我們積極響應《關於促進平台經濟規範健康發展的指導意見》《國家職業教育改革實施方案》等政策，打造零售行業人才大本營。我們設立餐飲、外賣、酒店、美業、民宿等多個培訓中心，滿足從業者的學習與認證需求，助力零售行業人才培養。

我們賦能行業長期發展，通過「即時零售公開課」，聯動區域政府發起「即時零售人才領航計劃」，通過線下城市巡講，分享即時零售行業趨勢，幫助從業者了解商品管理、營銷策略和體驗優化的方法。我們還將線下城市巡講內容進行拆解，面向全國範圍內從業者進行每週線上直播，2024年直播觀看量超過10萬人次。

我們支持騎手及其他靈活就業形態的發展，結合產品研發、數據分析、業務理解、用戶運營、平台運營等方面，為從業者開展數字化能力培訓。我們不斷完善騎手培訓發展體系，為騎手提供多樣化的培訓課程。更多內容請參閱本報告「提供騎手發展賦能項目」章節。



環境、社會及管治報告

我們為酒店從業者打造行業交流學習平台，通過公開課程、專項輔導等形式，分享行業前沿信息和觀點，助力行業人才培養。截至2024年底，美团酒店培訓中心上線的「互聯網營銷師課程」已累計吸引約25萬人參與學習。同時，我們已入選教育部第四批職業教育培訓評價組織和職業技能等級證書名單，可作為教育培訓評價組織，為職業院校學生及社會從業者頒發相關職業技能等級證書。截至2024年底，我們已有1+X證書（學歷證書+若干職業技能等級證書）制度試點合作院校21所，報考酒店收益專業學生數量達1,051人。

支持實體經濟發展

我們致力於構建共生共榮的行業生態，配合政府開展「消費券助商惠民項目」，並通過數字化舉措推進餐飲業轉型，支持城市文旅產業建設，賦能醫藥健康產業升級，助力實體經濟發展。

落實助商惠民

我們充分發揮平台商家、用戶的規模優勢，配合政府開展「消費券助商惠民項目」，通過發放消費券，激發用戶線下消費意願，提升實體商戶交易規模，助力城市經濟發展。我們積極拓展服務邊界，參與消費品以舊換新項目，並推動項目覆蓋至更多省份，依托線上線下聯動能力，助力實體商家銷量增長。



環境、社會及管治報告

促進數字化融合

開展數字化轉型行動，支持餐飲行業高質量發展。2024年，我們根據「繁盛計劃」整體規劃，啟動「餐飲商家助力行動」，為專注產品、探索創新的優質餐飲商家提供人民幣10億元助力金支持，旨在推動行業高質量發展；在政府部門指導下，啟動「支持餐飲業數字化提升行動」，採取多項舉措助力行業發展，包括：(i)提升餐飲商戶數字化經營能力，為餐飲商戶贈送免費外賣管家一對一服務。支持餐飲品牌建設外賣衛星店，拓展品牌商戶增收渠道；(ii)強化數字化基礎設施，幫助餐飲商戶完成線上店鋪基礎建設，支持外賣商戶通過各類數字化解決方案提升線上銷售額；(iii)提升數字化履約能力，結合商戶經營特徵，定制履約服務產品解決方案，完善「出餐後派單」「系統主動改派」等多項服務，讓商戶享受更專業、優惠的履約服務；及(iv)擴大數字化運營人才培育，為餐飲行業從業者提供免費外賣運營課程及線上運營培訓，提升運營專業技能。我們還持續推進「一老一新」餐飲企業實現數字化轉型。對於新店入駐，我們推出「美团新店成長計劃」，為全國餐飲新商戶提供流量扶持、優先曝光、新店標籤等專屬權益，助力新店高效運營。對於老店煥新，我們通過數字化賦能，助力老字號企業創新發展，吸引年輕消費者。截至2024年底，我們已完成全國31個省份的176個餐飲老字號品牌貼標工作。

打造數字化智慧平台，促進文旅產業融合發展。我們推出系列「旅遊美食地圖」項目，助力文旅行業發展。通過整合目的地遊玩線路、優質榜單、內容攻略等內容，打造整合政府資源、品牌宣傳、消費促進等功能於一體的智慧旅遊平台。2024年，我們與潮州市文旅局、頭部旅遊和餐飲企業等打造「潮州旅遊美食地圖」產品。針對異地遊客，通過大眾點評異地首頁展示，提供目的地筆記攻略、本地活動、寶藏美食商戶等豐富內容，並發放優惠折扣。同時，我們在線下組織美食旅遊促消費活動，助力「文化+旅遊+美食」的融合消費模式，提升消費者旅遊出行體驗，促進目的地城市文旅產業發展。



環境、社會及管治報告

結合平台營銷和數字化能力，幫助酒店商戶擴大經營收益。我們構建包括工廠源頭、屬地施工、商家、消費者的平台閉環生態，以互聯網結合工業化的方式，為商戶提供投資收益確定的產品升級方案，為新青年提供舒適、自然、有趣的空間，打造「住+娛」的豐富體驗。我們還上線商戶經營診斷功能，幫助商戶自動分析經營問題，並通過多維度經營數據分析，為商戶提供經營改進建議。

構建數字化經營模型，賦能醫藥行業高效運營。我們面向醫藥行業連鎖商戶推出「HEALTH連鎖經營增長模型」，通過數字化工具和服務賦能商戶經營能力，主要包括：(i)經營數據診斷，聚焦商戶實際經營場景，針對選品、價格及庫存管理等運營環節，提供數據分析與診斷建議，協助商戶調整商品結構，提升經營效率；(ii)市場信息賦能，為商戶提供涵蓋市場分析、需求洞察等多維度的數字化能力，助力商戶把握潛在市場機遇；(iii)簡化平台功能，降低平台功能使用和理解成本，減輕商戶線上運營負擔；(iv)開展服務賦能，定期組織直播培訓，為商戶提供經營賦能方法。



環境、社會及管治報告

獨立執業會計師就美团的環境、社會及管治數據的有限保證鑒證報告
致美团董事會

有限保證結論

我們已對美团（「貴公司」）於二零二四年十二月三十一日及截至該日止年度列示於二零二四年環境、社會及管治報告中以下選定的環境、社會及管治數據（以下簡稱「環境、社會及管治數據」）執行了有限保證的鑒證工作。

基於我們執行的程序以及取得的證據，我們未有發現任何事項使我們相信環境、社會及管治數據在所有重大方面未有按照已載於貴公司二零二四年環境、社會及管治報告中的標題為「報告概覽」以及環境、社會及管治數據的註釋的相關標準（「標準」）編製。

環境、社會及管治數據

於二零二四年十二月三十一日及截至該日止年度的環境、社會及管治數據概述如下：

環境績效指標表	僱傭管理績效指標表
排放物 - 範圍一排放量（噸） - 範圍二排放量（噸） — 總部屬性職場 - 溫室氣體排放總量（噸） - 人均溫室氣體排放量（噸／僱員） - 有害廢棄物總量（噸） - 人均有害廢棄物（噸／僱員） - 無害廢棄物總量（噸） - 人均無害廢棄物（噸／僱員） — 區域銷售職場 - 溫室氣體排放總量（噸） - 人均溫室氣體排放量（噸／僱員） - 有害廢棄物總量（噸） - 人均有害廢棄物（噸／僱員） - 無害廢棄物總量（噸） - 人均無害廢棄物（噸／僱員） — 倉庫及服務站 - 溫室氣體排放總量（噸）	僱傭 - 僱員總人數 - 按性別劃分僱員人數 - 男 - 女 - 按年齡劃分僱員人數 - 年齡30歲及以下 - 年齡31歲至50歲 - 年齡50歲以上 - 按地區劃分僱員人數 - 中國內地 - 港澳台地區 - 其他國家及地區 - 按管理層級劃分僱員人數 - 管理層 - 非管理層 - 按僱傭類型劃分僱員人數 - 全職僱員 - 合約人員及其他 - 僱員總體流失率 - 按性別劃分僱員流失率 - 男 - 女 - 按年齡劃分僱員流失率 - 年齡30歲及以下 - 年齡31歲至50歲 - 年齡50歲以上 - 按地區劃分僱員流失率 - 中國內地 - 港澳台地區 - 其他國家及地區

環境、社會及管治報告

能源及資源使用 — 總部屬性職場 • 能源消耗總量（兆瓦時） • 人均能源消耗量（兆瓦時／僱員） • 自來水用量（噸） • 人均自來水用量（噸／僱員） — 區域銷售職場 • 能源消耗總量（兆瓦時） • 人均能源消耗量（兆瓦時／僱員） • 自來水用量（噸） • 人均自來水用量（噸／僱員） — 倉庫及服務站 • 能源消耗總量（兆瓦時） • 自來水用量（噸）	健康與安全 • 因工亡故總人數 • 因工亡故比率 • 因工傷損失工作日數 僱員培訓 • 按性別劃分僱員受訓百分比 — 男 — 女 • 按管理層級劃分僱員受訓百分比 — 管理層 — 非管理層 • 按性別劃分僱員平均受訓小時數 — 男 — 女 • 按管理層級劃分僱員平均受訓小時數 — 管理層 — 非管理層
供應商數量 • 按地區劃分的供應商數目 — 中國內地 — 港澳台地區 — 其他國家及地區	平台責任 • 受理用戶投訴量 反舞弊 • 收到訴訟結果的貪腐案件數目



環境、社會及管治報告

結論基礎

我們根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際鑒證業務準則第3000號(修訂版)歷史財務信息的審計或審閱以外的鑒證業務(以下簡稱「國際鑒證業務準則第3000號(修訂版)」)的規定執行了有限保證的鑒證工作。

我們相信，我們所獲得的證據能充足及適當地為我們的結論提供基礎。我們在該等準則下承擔的責任已在本報告「執業會計師的責任」部分中作進一步闡述。

我們的獨立性和質量管理

我們遵守國際會計師職業道德準則理事會頒佈的《國際會計師職業道德守則(包含國際獨立性標準)》中對獨立性及其他職業道德的要求，有關要求基於誠信、客觀、專業勝任能力和應有的關注、保密及專業行為的基本原則而制定。

本會計師事務所採用國際審計與鑒證準則理事會頒佈的《國際質量管理準則》第1號，並要求事務所設計、執行及營運一套質量管理系統，包括關於要遵守道德要求、專業準則規定及可適用的法律及監管規定的政策或程序。

就環境、社會及管治數據須承擔的責任

貴公司管理層有責任：

- 根據「標準」編製環境、社會及管治數據；
- 設計、實施和維護管理層認為所需的內部控制，以便根據「標準」編製環境、社會及管治數據，並使環境、社會及管治數據不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯報；以及
- 選擇和採用適當的環境、社會及管治報告方法，並在具體情況下做出合理的假設和估計。

治理層負責監督貴公司的環境、社會及管治報告流程。

編製環境、社會及管治數據的固有限制

由於對於非財務資料，未有評估和計量的國際公認通用標準，故此不同但均為可予接受的評估和計量技術，或會影響與其他機構的可比性，並可能隨著時間推移而發生變化。

環境、社會及管治報告

執業會計師的責任

我們的責任，是計劃和執行鑒證工作，以對環境、社會及管治數據是否不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯報取得有限保證，並出具包括我們結論的有限保證鑒證報告。我們僅按照我們協定的業務約定條款向閣下（作為整體）報告我們的結論，除此之外本報告別無其他目的。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。錯報可以由欺詐或錯誤引起，如果合理預期它們單獨或匯總起來可能影響環境、社會及管治數據使用者依賴環境、社會及管治數據所作出的決定，則有關的錯報可被視作重大。

在根據國際鑒證業務準則第3000號（修訂版）執行有限保證鑒證工作的過程中，我們運用了專業判斷，保持了專業懷疑態度。我們亦：

- 確定貴公司在具體情況下使用「標準」作為環境、社會及管治數據的編製基礎是否適當。
- 執行風險評估程序，包括了解與本業務相關的內部控制，以識別很可能由於欺詐或錯誤而導致重大錯報之處，但目的並非對貴公司內部控制的有效性發表結論。
- 對環境、社會及管治數據中很可能出現重大錯報之處，設計及執行鑒證程序作出應對。由於欺詐可能涉及串謀、偽造、蓄意遺漏、虛假陳述，或凌駕於內部控制之上，因此未能發現因欺詐而導致的重大錯報的風險高於未能發現因錯誤而導致的重大錯報的風險。

已執行工作概述

有限保證的鑒證業務涉及執行程序以取得有關環境、社會及管治數據的證據。有限保證的鑒證業務中所執行的程序在性質和時間上，與合理保證的鑒證業務有所不同，且其範圍小於合理保證的鑒證業務範圍。因而有限保證的鑒證業務所取得的保證程度遠低於合理保證的鑒證業務中應取得的保證程度。

我們所選擇程序的性質、時間和範圍乃基於我們的專業判斷，包括識別環境、社會及管治數據中很可能因欺詐或錯誤而導致重大錯報之處。



環境、社會及管治報告

在執行有限保證的鑒證工作時，我們：

- 已通過以下方式了解與貴公司編製其環境、社會及管治數據相關的報告流程：
 - 詢問負責環境、社會及管治數據的人員；
 - 了解環境、社會及管治數據的收集和報告流程；
- 評估貴公司所採用的衡量與評估方法、報告政策的適當性，以及所作出的估計；
- 已對環境、社會及管治數據中的選定資料抽樣執行了有限的實質性測試，該資料是由貴公司的北京辦公室提交的信息匯總而成。測試內容包括：核對算數準確性，以及將數據點與來源信息進行核對，以檢查環境、社會及管治數據是否已經恰當計量、記錄、核對和報告；及
- 考慮環境、社會及管治數據的披露和列報是否適當。

羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

香港，二零二五年四月二十八日

