



環境、社會及管治報告

2018



一. 報告概覽

本報告旨在客觀、公允反映本公司2018年環境、社會及管治(「ESG」)方面之表現，有關管治部分的内容建議與本年報所載《企業管治報告》一節一併閱讀。

二. ESG策略

(一) ESG理念與管理

本公司將「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。

為了更好地踐行ESG理念，我們構建了ESG管理體系。董事會負責把控和審閱公司ESG表現。公司有關職能部門及事業群負責環境、員工、營運及社區事宜的具體管理。我們亦設有企業社會責任部，開展企業社會責任相關工作。

(二) 利益相關方溝通

我們積極傾聽並回應利益相關方的訴求。根據實際業務及管理運營的特點，我們識別了主要利益相關方，並通過多種溝通渠道了解其關注的主要議題。

環境、社會及管治報告

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
政府及監管部門	僱傭、供應鏈管理、產品責任、反貪污及社區投資	政策諮詢、事件匯報、信息披露及參與政府機構會議
股東及投資者	僱傭、產品責任及反貪污	股東大會、定期公告及官方網站
員工	僱傭、健康與安全、發展及培訓及勞工準則	溝通會、社交媒體及面對面交流
用戶	產品責任	客戶服務熱線、社交媒體及信息披露
平台商戶	產品責任及反貪污	客戶服務熱線、會議及商戶考察
供應商	供應鏈管理及反貪污	供應商考察及供應商會議
媒體及非政府組織	排放物、資源使用、環境及天然資源、僱傭、供應鏈管理及產品責任	社交媒體、官方網站、新聞發佈會、交流會及專線客服
社區	排放物、資源使用、環境及天然資源及社區投資	社區互動接觸、公益活動、社交媒體及扶貧項目

(三) 實質性議題分析

2018年，通過與主要利益相關方的持續溝通，並結合公司運營特點，我們就《ESG 報告指引》所列 11 個層面的 ESG 議題進行實質性分析，作為我們行動及報告的參考。

我們識別的重要議題包括「產品責任」、「僱傭」、「供應鏈管理」及「反貪污」；相關議題包括「排放物」、「資源使用」、「環境及天然資源」、「社區投資」、「健康與安全」、「發展及培訓」及「勞工準則」。我們將在本報告中分別討論各個議題所含內容。

三. 環境

本公司了解業務運營所面臨的環境風險，認識到與環境和諧相處的重要性。在我們的運營發展中，我們遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，倡導對環境負責的價值觀與行為。我們按照下文所述實施綠色運營管理，減少業務運行對環境造成的影響。

(一) 綠色運營措施

1. 綠色辦公

我們的主要資源消耗為公司辦公運營所消耗的電力和水。

為合理用電，我們在辦公區域使用LED節能燈照明。我們安排人員對辦公區域定期巡檢，避免無人辦公區域「長明燈」現象。我們在辦公區域醒目處張貼「及時關燈」等提示，從細節處培養員工節能習慣。

為節約水資源，我們在部分辦公區域安裝感應式出水節水潔具，並在洗手台張貼「節約用水」提示，安排人員定時巡檢，杜絕「長流水」現象。

同時，我們每月對辦公區的用水用電情況進行統計分析，對異常情況進行檢查，並採取改進措施，以進一步提高資源使用效率。

我們亦通過其他措施減少資源使用，例如：(i) 將所有打印機設備默認設置為雙面打印模式，並在打印設備旁張貼明顯標識，鼓勵員工優先採用雙面打印以節約用紙；及(ii) 安裝直接飲用水系統，以取代桶裝水消耗，減少塑料的使用。

2. 綠色數據中心

我們把數據中心佈局及運行方面的環境影響及資源消耗納入考量範圍。

2018年6月，我們在寧夏回族自治區中衛市(以下簡稱「寧夏中衛」)租用的首座綠色數據中心已投入使用，未來擬將大數據離線業務所需服務器逐步遷移至中衛數據中心。

環境、社會及管治報告

我們位於寧夏中衛的數據中心在環境方面具有以下優勢：(i) 寧夏中衛氣候溫和及晝夜溫差大，有利於自然風散熱，可以降低空調使用率、減少電力消耗；及(ii) 寧夏中衛所用清潔能源佔比50%以上，數據中心運營所需能源大部分為清潔能源，能夠間接降低二氧化碳的排放，減少對環境的影響。

寧夏中衛數據中心是目前已投入規模化使用的大型自然冷卻數據中心，採用高效直接自然冷卻及間接蒸發冷卻技術(Free Cooling 技術)，並採用風牆系統，在機房內形成冷風通道和熱風通道，從而提高製冷效果。寧夏中衛數據中心在機房構造、服務器佈局、溫度控制、熱量回收等方面達到了較高技術水平，與傳統大型數據中心的製冷方案相比，節能優勢明顯。

我們積極與其他行業參與者共同推動綠色數據中心相關技術開發。為提升大數據服務器性能並降低功耗，我們與合作夥伴一同開展國產ARM架構服務器通用芯片研究工作，進行軟件兼容性和運維兼容性的測試與優化。

(二) 推動行業環保

公司關注餐飲外賣服務的環境影響，我們分析外賣行業的環境風險，落實有關環保舉措，尋求外賣行業環境問題解決方案。

2017年，公司與中華環境保護基金會、中國烹飪協會以及數百家餐飲品牌攜手合作，成立「綠色外賣聯盟」，並啟動「青山計劃」，該計劃分別從環保理念倡導、環保路徑研究和科學閉環探索等方面開展工作，推動外賣行業環保化進程。

我們已採取多種措施倡導使用環保包裝與重複利用資源：(i) 與專業機構、政府部門及專家學者合作開發環保外賣包裝物；(ii) 推廣紙質包裝及可重複利用的外賣包裝，推動外賣餐具的科學回收；及(iii) 向商戶和用戶普及科學的垃圾分類和回收利用方法，提高商戶和用戶的環保意識。

為滿足商戶選購環保材料的需求，我們統一篩選出各類環保材料供應商的信息供商戶參考，平台商戶可根據自身情況自願選擇。我們還收集商戶需求，為商戶提供成本更低的環保包裝物集中採購方案。

2018年，我們與監管部門合作，參與制定外賣餐盒系列團體標準，促進行業綠色發展。團體標準推行後，外賣行業將採用生產技術較為成熟的淋膜紙碗代替塑料送餐盒，在保證送餐盒質量安全的基礎上，約可減少75%以上的塑料垃圾。

(三) 環境關鍵績效指標

以下為本公司的環境關鍵績效指標。除另有說明外，該等數據僅涵蓋本公司總部辦公樓的數據；本公司暫無自建數據中心，所租用數據中心的排放物、資源及能源消耗均由運營商負責，該等數據暫未包含在本公司披露範圍內。

排放物

直接溫室氣體排放總量(噸)	9,448.67
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)	0.44
辦公樓每平方米樓面溫室氣體排放總量(噸/平方米)	0.07
有害廢棄物總量(噸)	0.03
人均有害廢棄物(噸/僱員)	0.000001
無害廢棄物總量(噸)	1,840.39
人均無害廢棄物(噸/僱員)	0.08

註：

- 基於公司運營特性，主要排放物為溫室氣體排放，源於使用由化石燃料轉化的電力。
- 溫室氣體排放包括二氧化碳、甲烷及氧化亞氮。溫室氣體排放數據按照二氧化碳當量呈列，我們根據中華人民共和國國家發展和改革委員會刊發的《2015年中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會刊發的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》進行核算。
- 本公司涉及的有害廢棄物主要包括廢棄熒光燈管，交由有資質的機構進行處理。
- 本公司涉及的無害廢棄物主要包括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係數手冊》進行估算。廢棄電子設備由可回收廢棄物回收商進行回收處置。

能源及資源消耗

能源消耗總量(兆瓦時)	12,762.02
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.59
每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.09
自來水用量(噸)	164,846.40
人均自來水用量(噸／僱員)	7.82

註：

- 能源消耗總量根據總用電量與中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T2589-2008)》中換算因子計算。總部位於成都的兩處辦公區域因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。
- 本公司使用水源來自市政自來水供水。總部位於成都的兩處辦公區域、位於上海的一處辦公區域及位於廈門的一處辦公區域水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，未包含在自來水總用水量中。
- 包裝物數據不適用於本公司。

四. 工作場所

員工是本公司最重要的資產。我們努力打造舒適及和諧的工作場所，保障員工權益，注重員工健康安全，開展員工培訓，促進員工發展。

2018年，我們獲得多項人力資源管理相關榮譽，如獵聘網頒發的「2018年度炬點非凡僱主」、58集團頒發的「2018中國僱主品牌盛典中國卓越僱主百強」和「中國大學生最佳僱主互聯網行業TOP15」、脈脈頒發的「中國社交招聘年度評選年度理想僱主」、拉勾頒發的「2018拉勾年度TOP僱主」以及清華大學經管學院授予的「職業合作突破獎」等。

(一) 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》及《女職工勞動保護規定》等相關法律法規，保障員工合法權益，嚴禁僱用童工和強制勞工。我們設立多項內部制度，並按照下文所述措施，規範管理員工招聘、離職、薪酬、福利、績效與晉升等。

1. 招聘與離職

我們致力於營造多元化及平等的工作氛圍，不因種族、性別、年齡或宗教信仰等理由而歧視任何人。我們內部設有《對外招聘崗位說明規範》，對招聘程序進行規範管理，禁止在發佈招聘職位描述時出現歧視性詞匯，或其他違反平等機會原則的表述。

我們嚴格遵守相關法律法規處理員工離職事宜，有關終止僱傭之說明詳列於勞動合同及員工手冊中。

2. 薪酬與福利

我們提供有競爭力的薪酬和福利以吸引及保留人才。我們為員工提供補充醫療保險和各類補貼等。此外，我們還在中秋節等節日期間舉辦佳節主題活動，提升員工幸福感。

3. 晉升與發展

我們設有《績效管理制度》、《管理職級規範》及《專業晉升評審方案》等制度，完善績效管理流程，規範職級管理體系，建立晉升渠道。

我們客觀公正地評價我們員工的績效，通過績效管理幫助員工提升能力並獲得成長。

我們基於業績貢獻、領導力與專業能力等因素，由內部評審委員會對員工晉升進行評審。評審前，員工可參與培訓知悉晉升評審標準及流程。評審後，員工可通過公開的晉升申訴渠道對晉升事宜提出反饋意見。

4. 工作生活平衡

我們制定了《考勤管理制度》和《假期管理制度》等制度，對員工工作時間進行管理，為員工提供年假與全薪病假等假期。員工可自由加入各類俱樂部並參與員工活動，舒緩工作壓力，豐富業餘生活。

5. 溝通

我們設有多種內部溝通渠道，如社交平台和溝通會等，使員工提出的訴求、建議或意見得到及時聆聽和回應。

環境、社會及管治報告

(二) 職業健康與安全

我們關心員工的健康與安全，為員工提供安全的工作環境。

我們遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國消防法》等有關職業健康與安全、工作場所消防安全法律法規，並設有《辦公區門禁管理辦法》、《美團點評消防安全管理制度》及《辦公區域禁煙管理制度》等內部制度完善安全管理。我們保障辦公場所安全的措施包括：(i) 設立門禁，管理辦公區域人員的進出；(ii) 定期對辦公場所進行消防安全檢查，並對發現的消防安全隱患進行整治；及(iii) 開展消防安全宣傳與演習，增強員工消防意識。

我們已在部分辦公場所設立健身房，提供免費健身器械，提倡員工適量運動和勞逸結合。員工可在部分辦公場所設置的健康驛站獲得健康諮詢服務及基礎藥品。我們每年為員工提供福利體檢和體檢報告解讀，並不時舉辦健康講座以提高員工健康意識。

(三) 員工培訓及發展

我們致力於為員工提供隨時、隨地和隨需的培訓。2016年，我們設立了人才培養平台「互聯網+大學」，開發培訓系統，滿足員工學習需求。

我們制定了「學習全景地圖」，搭建並完善培訓體系，覆蓋不同崗位、職級和發展階段。針對新入職員工，我們為他們準備多樣的培訓內容以便其快速適應崗位工作需要；我們為在職員工提供針對性的職業培訓，提升職業素養和專業能力；及我們對管理層進行培訓以進一步提升其領導力。此外，我們通過多種形式的主題分享幫助員工拓寬視野，提升創新能力。

截至2018年12月31日，我們有628門面授培訓課程，710門在線培訓課程。2018年，接受培訓的員工比例為99%。

五. 供應鏈管理

我們的主要供應商是配送合作夥伴，此外還有各類物資及服務供應商。我們了解供應鏈合規管理及建立穩定業務合作夥伴關係對於公司可持續運營的重要性，並敦促供應鏈合作夥伴提升環境及社會風險管理水平。

(一) 陽光採購

我們重視採購期間各項活動所涉及的道德風險管理，建立了明確的採購流程，設有《採購過程管理流程》、《採購管理部供應商管理流程》、《採購尋源管理流程》、《採購驗收管理流程》及《採購合規和行為規範》等制度，對公司採購全流程各項活動進行規範管理。

為培養採購流程中相關員工的廉潔意識，避免商業賄賂及舞弊行為，我們對採購需求人員及採購執行人員進行反商業賄賂與廉潔採購相關培訓。同時，我們要求供應商在與本公司進行業務合作或提供產品及服務前，簽署《反商業賄賂行為承諾》並遵守其中所載之條款。

公司採購部門定期對採購行為進行自查，採購行為亦會受到公司監察部門與內審部門的監督檢查，以降低採購過程的道德風險。

我們關注供應商的環境及社會風險。在供應商准入過程中，我們要求供應商提供相關產品或服務資質及無違法違紀證明，並對重要供應商進行現場考察與審核。我們建有合格供應商數據庫，數據庫中載列之供應商均已通過供應商准入審核。若當前供應商因環境及社會風險與問題停止運營時，我們將啟用備用供應商，保證產品或服務能夠按時交付。

(二) 騎手保障

我們的外賣服務需要大量配送人員(我們稱之為「**配送騎手**」)協助完成。

配送騎手為我們配送合作商的全職員工或合同工。我們授權配送合作商使用我們的商標，配送合作商需遵守合同載列的經營和配送服務標準。我們並未與配送騎手訂立僱傭協議，配送騎手並非我們的僱員。然而，配送騎手的安全對我們至關重要。我們已實施多項措施，監督我們的配送合作夥伴，為配送騎手的安全提供保障。

環境、社會及管治報告

我們要求配送合作商設立嚴格的騎手招聘標準，並按照我們的標準對配送騎手進行監督。我們還要求配送合作商為每位配送騎手購買人身意外保險、第三方人員傷害和財產損失保險，為騎手提供更多的保障。

我們要求配送合作商建立合規的消防和交通安全管理體系，並向配送騎手提供定期培訓。部分合作商亦自發與交警部門合作，組織騎手參加安全宣導會及安全講座培訓等活動。

此外，本公司已實施多項措施，幫助降低騎手送餐時的安全風險。這些措施包括：**(i)** 採用先進的大數據和人工智能(AI)技術開發智能調度系統，該系統根據騎手的實時位置進行訂單最優匹配，使騎手送餐路線合理化；**(ii)** 開發語音控制的智能耳機，允許配送騎手無需用手便能接單；**(iii)** 通過升級款型和增加反光條等方式，提升頭盔和其他裝備的舒適性與安全性；**(iv)** 通過流媒體信息發佈平台，向騎手普及消防安全、用電安全和公共交通安全常識，培養騎手自我保護意識；**(v)** 與清華大學心理諮詢中心合作，為騎手提供免費心理諮詢。

六. 產品責任

我們致力成為中國領先的生活服務電子商務平台。我們的平台使用科技連接消費者與商家，為消費者提供各種日常生活服務，包括餐飲外賣、到店、酒店及旅遊及其他服務。我們遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，對消費者合法權益進行保護，重視平台商戶產品及服務質量。

根據《中華人民共和國電子商務法》及《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》等法律法規相關要求，我們對平台商家資質進行審核，採取各種線上線下措施核實平台商戶信息，審查其服務描述的準確性。我們已建立豐富的UGC(用戶產生內容，其指用戶提供的信息或內容)數據庫，該數據庫為消費者提供詳細、真實和可靠的在線POI(興趣點，即用戶認為有趣或有用的地點)信息，幫助他們做出知情消費決策。

此外，我們按下文所述管理平台主要產品責任，保護用戶隱私，維護知識產權，審核廣告，並及時處理客戶投訴。

(一) 餐飲外賣食品安全

我們高度重視食品安全。依照國家《食品安全法》、《食品經營許可管理辦法》及《網絡食品交易違法行為查處辦法》等法律法規，我們對外賣食品平台商戶承擔監管與審核責任。我們內部設有《美團點評餐飲管理辦法》、《美團外賣商戶線上管理規範》及《騎手服務規範手冊》等制度，管理餐飲外賣食品安全。我們定期組織商戶學習食品安全相關政策，與行業協會合作，提升監管力度。我們還利用信息技術和大數據，支撐對平台商戶和服務的管理，不斷提升服務水平。

我們建立專責的食品安全監督團隊，對平台商戶的活動進行追蹤管理。我們亦建立餐飲配送過程食品安全管理系統，通過管控配送食品的溫度、速度和配送騎手健康狀況等關鍵要素，提升送餐過程的食品安全性。同時，我們對消費者的評論進行語義分析，以量化及分類與食品安全有關的內容，為開展線下監管提供參考。

針對突發食品安全事件，我們建立應急處理制度，明確處理流程與處理措施。對於發生食品安全事故的商戶，我們依據食品安全法律法規及內部制度對商戶進行處罰。對於商戶違法犯罪行為，我們交由行政管理機關或司法機關追究其行政或刑事責任。

2018年，我們積極參與團體標準制定與發佈，推動行業整體食品安全管理提升。該等標準包括《餐飲業品質餐飲示範導則》、《餐飲業就餐區和後廚環境衛生規範》、《餐飲業客用衛生間清潔衛生示範導則》、《餐飲業文明服務導則》、《餐飲業外送環節操作規範》、《餐飲業操作過程微生物風險控制指南》、《餐飲業中央廚房食品標籤指南》及《自動售販機冷鏈鮮食餐品製作、配送及食用管理規範》等。

環境、社會及管治報告

(二) 到店餐飲及酒店、旅遊服務質量

我們設有《商家信息發佈管理規範》與《商戶誠信公約及管理辦法》等制度，對到店餐飲平台商戶進行管理，對違規商戶進行懲治。我們不定期對不真實商戶 POI 進行清理。2018 年，我們開展「諦聽項目」，加大對到店餐飲商戶違規行為的監察，促進到店餐飲商戶服務質量提升。

我們遵守《中華人民共和國旅遊法》及《旅行社條例》等相關法律法規，對酒店及旅遊服務平台商戶進行管理。我們建立《商家誠信經營制度》等內部制度，對酒店行業平台商戶的經營及服務進行管理。對於平台商戶的違規行為，我們採取調整搜索結果排名、暫停業務或下線業務等處罰措施。我們引導平台商戶為消費者提供綠色、健康和放心的旅遊產品和服務。2018 年，我們逐步推廣「淨放芯」項目：消費者入住酒店後，用手機掃描「淨放芯」智能芯片，即可知悉床單等酒店布草用品的更換和洗滌狀態。

(三) 網約車安全

我們在中國南京及上海提供試點網約車服務。我們遵守《網絡預約出租車經營服務管理暫行辦法》，並已獲得上述區域的網絡預約出租車經營許可證。

為規範網約車經營服務行為，保障乘客出行安全，我們根據中國監管規定對參與網約車服務的車輛與從事網約車服務的駕駛員進行登記與審核。我們要求參與網約車服務的車輛遵守安全操作標準；駕駛員符合駕駛經歷要求，無嚴重交通違章、刑事和暴力犯罪記錄。

我們亦在網約車營運階段對服務質量與安全進行監控、抽檢及宣貫。我們採取的措施包括：(i) 每日營運前對駕駛員進行人臉識別；(ii) 建立巡檢措施，不定時下發巡檢任務檢查駕駛員與車輛信息；(iii) 通過線上線下的方式，主動對駕駛員進行安全教育培訓；(iv) 加強與公安機關合作，建立線下服務網點「安全小屋」，為網約車駕駛員提供安全培訓學習、心理輔導和線下驗車等綜合服務。

(四) 數據安全與用戶隱私

充分保留、儲存及保護用戶數據及其他相關信息對我們的業務而言至關重要。我們遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《移動互聯網應用程序信息服務管理規定》及《互聯網安全保護技術措施規定》等法律法規規定，並實施各種內部程序及控制措施保護用戶數據，消減數據洩漏的風險。

我們建立並執行內部制度保障用戶數據安全及隱私。我們擁有一支專門團隊執行我們的隱私慣例，並與第三方機構建立協調機制，以及時處理各類信息安全威脅。我們遵從行業標準對信息安全和個人身份信息保護進行管理，主要業務系統已取得 ISO27001 認證和國家信息系統安全等級保護三級認證。

我們在網絡傳輸中加密用戶數據。對於數據的儲存，我們在軟件及硬件層面使用加密技術來保護敏感的用戶數據。

在企業層面，我們建立了一個系統與通用的用戶賬戶授權及管理機制。在此基礎上，我們定期檢查用戶賬戶的狀態及相關的授權信息。同時，我們定期對我們的數據庫及服務器進行安全配置評估。

我們制定了一系列備份管理程序。對於我們的人工智能及雲平台，我們根據業務需求部署不同的備份機制，包括本地備份及異地備份，以最大限度降低用戶數據丟失的風險。

我們與員工簽署保密協議並提供持續的信息安全培訓。我們還通過建立應急響應機制評估關鍵風險、制定災難應對計劃並定期進行應急演習。

作為中國互聯網協會信息安全委員會和全國信息安全標準化技術委員會的成員單位，我們參與數據管理與用戶隱私管理的國家標準的研討和制定，積極推動行業數據管理和用戶隱私管理能力的提升。

環境、社會及管治報告

(五) 知識產權

我們強調尊重及保護知識產權的重要性，注重知識產權的申請和佈局。我們依據《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中國互聯網絡域名管理辦法》及《計算機軟件著作權登記辦法》等中國知識產權相關法律法規及其他司法轄區的相關法律法規保護我們的知識產權。

我們通過培訓和宣貫，提高業務部門知識產權風險意識，建立有效機制管控各個業務環節的知識產權風險，並加強自身知識產權積累以應對外部挑戰。我們尊重和鼓勵原創，並設有內部制度激勵員工投入創新創造，對創新成果進行保護。

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保障知識產權權利人的合法權益。我們推動相關維權活動，與知識產權權利人共同打擊侵權行為。2018年，我們協助多個知識產權權利人對平台侵權商品進行下架處理。

我們積極參與針對互聯網知識產權保護和運用的交流與研究活動。我們是中國專利保護協會的副會長單位，並獲授「北京市專利試點單位」和「國家知識產權局審查員實踐基地」等稱號。

(六) 廣告合規

我們遵守《中華人民共和國廣告法》、《廣告管理條例》及《互聯網廣告管理暫行辦法》等廣告相關的法律法規。同時，我們通過機器識別和人工複審等多重審核方式，對公司相關的營銷宣傳和廣告策略等進行嚴格把控，保證發佈內容符合法律法規規定。

對於關係人民群眾健康安全的醫療、藥品、保健食品、化妝品及美容服務等特殊行業的廣告，我們進行重點監管，以維護廣告市場秩序，保護消費者權益。為保障監管的落地性，我們搭建廣告業務的承接、審核與檔案管理體系，擬定廣告審核規範，並建立敏感詞庫過濾系統，對廣告投放中的違規詞匯進行篩選排查。

此外，我們亦積極參與互聯網廣告的行業法規推進工作。2018年，我們參與了江蘇省廣告條例的修訂工作。

(七) 客戶服務

我們不斷努力，通過提供高質量客戶服務提升消費者滿意度。我們在北京、上海、石家莊和揚州設立客服運營中心，並配備專業的客服團隊。我們以不同方式及時了解客戶反饋與訴求並做出回應，包括在線客服、電話、微信、郵件和輿情監控等途徑。

我們設有規範的流程解決客戶提出的問題。例如，針對食品質量問題，我們進行詳細的分類，規範賠付方式，建立快速索賠機制，以便客服人員能夠及時與合理地處理投訴。

我們亦為客戶服務人員提供所需的權限及靈活性，以便其及時適應不同情況，為客戶提供更好的服務及體驗。例如，若我們的客戶服務人員收到關於商戶拒絕為客戶服務的投訴，一旦該等投訴得到確認，我們的客戶服務人員有權暫停該商戶在我們的平台上線。

我們的管理團隊定期評估客戶反饋意見，分析確定消費者對服務不滿意的原因和需要改善的環節，不斷改進我們的服務。

於2018年，我們獲得客戶世界機構(CCM World Group)頒布的「金耳嚙杯」中國最佳客戶中心評選活動年度總冠軍。

七. 反貪污

(一) 反舞弊

我們重視反舞弊工作，嚴格按照國家關於反貪污賄賂及反不正當競爭相關法律法規，加強反舞弊管理，宣揚廉正，防微杜漸，塑造廉正文化，保障企業健康發展。

1. 風險管理及內部監控政策

我們已建立三道防線機制以降低舞弊風險。第一道防線主要由本公司各業務群的業務及職能部門構成，負責日常運營和管理，並負責設計及執行相關控制以應對風險。第二道防線由公司內控部和其他相關部門組成，負責制定內部控制政策並實施綜合控制體系。第三道防線由本公司內部審核部門及反舞弊調查團隊構成。內部審核部門具有高度獨立性，負責為本公司風險管理及內部控制系統的有效性提供獨立評估，並監督管理層在風險管理及內部控制領域不斷改進；反舞弊調查團隊負責多渠道接收舉報，並及時跟進，調查涉嫌舞弊事件。三道防線機制明確了反舞弊風險管理的職責與任務。我們亦根據業務發展對三道防線機制進行持續優化，加強風險識別，提高反舞弊風險管理的有效性。

2. 陽光職場行為規範

我們內部設有《陽光職場行為規範》，適用於公司全體員工。該行為規範倡導全體員工力行正道，保障公司正當利益；要求全體員工自覺遵守國家法律法規及員工行為規範等內部規章制度。

為使全體員工了解並遵守《陽光職場行為規範》，我們採取線上與線下多種模式，對全體員工進行廉正培訓與制度宣貫，並在培訓完成後對全體員工進行考試。2018年，廉正線上培訓覆蓋率達100%。

3. 陽光委員會

我們建立了陽光委員會，負責腐敗治理工作，捍衛廉正價值觀。陽光委員會由執行董事穆榮均擔任主席，公司監察部和其他各部門組成委員會成員單位。陽光委員會獨立向CEO匯報工作。

陽光委員會主要職責包括：(i) 制定並修改完善公司職業行為制度體系；(ii) 搭建公司廉正文化體系，不斷深化廉正文化建設；(iii) 制定並實施廉正方略，全面識別並防範廉正風險；(iv) 主持並領導違紀查處工作；及(v) 受理員工對違紀處理意見的申訴，並作出決定。陽光委員會採用預防、宣導及調查三位一體模式，推動反舞弊體系的穩定運行。

4. 廉正文化建設

我們制定員工手冊及行為守則，並已向所有員工派發。手冊包含有關職業道德、反舞弊機制、管理失職及腐敗的內部規則及指引。我們將每年4月28日定為公司價值觀紀念日，推動廉正價值觀深入人心。

我們自2017年起開展員工廉正指數調研，對員工的廉正感知、廉正態度、廉正制度和廉正行為等因素進行調研。根據調研結果，我們對廉正培訓的方向與內容進行調整，使其更符合公司現狀需求。

5. 舉報及檢查機制

公司設立了內部投訴與舉報機制，鼓勵員工對違法違紀行為進行舉報。我們設有舉報人保護制度，採取多項措施保證舉報人的匿名性，維護舉報人合法權益不受侵犯。監察部及時受理舞弊相關舉報並組成反舞弊調查團隊進行調查。我們設有申訴與澄清機制，保證調查的公平性與準確性。被證實存在舞弊行為的員工將被解聘。公司將向司法機關報告觸犯國家法律的事項。

我們亦與多家企業共同發起「陽光誠信聯盟」，通過企業間信息共享機制，聯合進行反腐行動。2018年12月，我們主動對外披露自2018年2月以來的生態反腐工作成果，與各相關方共同監督企業合規運行。

(二) 反洗錢

本公司遵守《中華人民共和國反洗錢法》、《金融機構反洗錢規定》、《金融機構大額交易和可疑交易報告管理辦法》、《金融機構客戶身份識別和客戶身份資料及交易記錄保存管理辦法》、《金融機構報告涉嫌恐怖融資的可疑交易管理辦法》及《互聯網金融從業機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法(試行)》等法律法規，對相關業務的洗錢風險進行防範，積極配合監管機構及國家有關部門進行反洗錢檢查和調查。

我們內部設有《反洗錢和反恐怖融資工作管理制度》、《反洗錢工作組織架構和崗位職責制度》、《客戶身份識別管理制度》、《客戶風險等級劃分和分類管理制度》及《大額交易和可疑交易報告管理制度》等制度，對業務涉及到的洗黑錢及恐怖主義融資風險進行偵查及阻止。我們已在公司建立反洗錢領導小組，明確反洗錢工作主管部門和職責。各分支機構亦設有反洗錢工作小組及主管部門，保障反洗錢及反恐怖主義融資措施統一實施與集中管理。

通過系統與人工分析結合的方式，我們建立可疑交易監測和分析甄別機制，並上報確認的可疑交易行為。我們不斷對可疑交易標準制定與分析甄別工作進行優化與改進，提高監測和甄別洗錢活動的準確性與有效性。我們亦收集和更新涉嫌洗錢和恐怖融資的信息，建立黑名單數據庫。

八 社區投資

在尋求自身發展的同時，我們積極與社區溝通，了解其需求，以「互聯網+」的思想開展公益慈善活動，助力扶貧工作。2018年，本公司獲得由新華網主辦的第十一屆中國企業社會責任峰會「傑出企業獎」。

（一）公益平台

我們於2018年6月正式上線美團公益平台。該平台是民政部指定的第二批慈善組織互聯網募捐信息平台之一。美團公益作為「互聯網+公益」的服務平台，發揮自身資源優勢，為慈善組織提供互聯網募捐信息發佈渠道，為地方慈善組織及募捐活動提供資源支持，推動地方公益慈善事業的發展。此外，通過生活服務領域多場景觸達能力，我們將公益慈善融入到用戶的日常消費行為中，使用戶通過最簡單的方式，安全便捷地參與到公益事業中。

美團公益平台亦與國內多家慈善組織開展合作，探索「地方公益模式」，上線具有地方屬性或解決地方社會需求的募捐活動，號召用戶關注身邊公益需求。該平台的項目涉及留守兒童關懷、疾病救助、教育助學、扶貧濟困和環境保護等領域。

（二）公益項目

我們從自身業務出發，結合自身優勢，開展公益項目，以期實現企業與社會的共同發展。

1. 學齡前兒童營養午餐項目

2018年1月，我們攜手聯合國世界糧食計劃署(WFP)與多家合作公益餐廳共同發起學齡前兒童營養午餐項目。該項目是為3-5歲學齡前兒童提供營養午餐的創新性合作，通過募集營養補助金、提供一年營養補助、開展健康飲食課堂和為貧困農戶創收四大模塊，幫助貧困的學齡前孩子們吃得更好。截至2018年12月31日，項目已惠及湘西地區25所幼兒園。

2. 城市新青年計劃

2018年3月，我們與清華大學聯合啟動「城市新青年」計劃，為外賣騎手為代表的生活服務業從業人員提供幫扶和學習發展平台。「城市新青年」計劃首批項目包括：(i)外賣騎手心理熱線：由清華大學心理諮詢中心提供專業支持，為騎手提供心理疏導；(ii)外賣騎手自強學堂：清華大學「學堂在線」為外賣騎手提供在線課程學習，幫助騎手更快地融入城市生活，培養新環境下的再就業技能。

2018年5月，我們與中國發展研究基金會共同發起「城市新青年—贏未來」公益行動，結合我們的「互聯網+生活服務」的技術優勢及業務積累與中國發展研究基金會對中國職業教育方面的學術研究成果及教育創新經驗，探索新型職業教育模式，為當下中國高速發展的生活服務業培養優秀的專業化人才。

(三) 扶貧

我們積極貫徹《網絡扶貧行動計劃》之部署，通過「互聯網+生態」、「互聯網+旅遊」和「互聯網+美食消費」等形式，凝聚更多社會力量，助力精準脫貧攻堅戰。

1. 互聯網+生態

2017年9月，公司攜手中華環境保護基金會設立「青山基金」，聚焦環保生態扶貧、公眾意識倡導和外賣行業環境問題研究等。

2018年3月，依託於青山基金發起的「青山公益行動」，多家平台商戶自願加入成為「青山公益商家」。用戶在青山商家每完成一筆外賣訂單，商家捐出一定金額的善款，用於環保公益。「青山公益行動」為生態條件惡劣的貧困地區制定具體方案，引入科學規範管理，資助其改進生產方式，減少污染與水土流失，提高產量，助力低收入地區的生態環境保護與貧困人口脫貧。

2. 互聯網+旅遊

我們將地方旅遊特色與本公司的流量和渠道優勢有機融合，為當地人民制定符合實際的旅遊扶貧推廣模式。我們通過特色農產品售賣、互聯網宣傳營銷及貧困地區品牌提升推廣等方式，形成地方土特產「走出去」與遊客「引進來」的雙向互動，實現落地有效的扶貧。

3. 互聯網+美食消費

2018年7月，我們發起「助力高遠」美食消費扶貧項目，圍繞「吃」構建消費生態，通過「吃」來連接農產品產地、餐廳商戶和美食消費者，構建美食扶貧生態體系。我們倡導餐廳採購低收入地區的優質食材製成菜品，提升農產品附加值；我們亦鼓勵大眾前往上述餐廳消費，實現間接幫扶，形成多方位多主體共同助力扶貧攻堅的良好生態鏈。

九. 編製說明

報告範圍

除另有說明外，本報告的披露範圍包含本公司的境內業務，暫不包含美團單車(原摩拜單車)業務。

報告時間

報告涵蓋期間為2018年1月1日至12月31日。

編寫依據

本報告根據聯交所《上市規則》附錄二十七《ESG報告指引》進行編寫。

資料來源

本報告的資料和數據主要來源於公司統計報告及相關文檔。公司承諾本報告不存在任何虛假記載和誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

報告批准

本報告於2019年3月11日經董事會批准。

對本報告的回應

我們十分重視利益相關方的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升本公司的ESG表現。

電郵：legal.compliance@meituan.com