



環境、社會及管治報告

2019





一. 報告概覽

本報告旨在客觀、公允反映美團點評(以下簡稱「本公司」、「公司」或「我們」)2019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》一併閱讀。

編寫依據

本報告根據香港聯合交易所有限公司《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內部通訊文件。公司承諾本報告不存在任何虛假記載和誤導性陳述，並對其内容真實性、準確性和完整性負責。

報告批准

本報告於2020年3月30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：ir@meituan.com

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。



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

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
- 成就新型社會企業
- 倡導僱員參與公益活動

為了更好地踐行ESG理念和策略，我們構建了ESG組織架構。董事會負責引導和審閱公司ESG表現。公司有關職能部門及事業群負責環境、僱員、供應鏈、運營及社區事宜的策略制定和管理實施。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。

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、環境及天然資源、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、環境及天然資源及反貪污	股東大會、定期公告及官方網站、郵件
僱員	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

2019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」、「環境及天然資源」及「反貪污」；相關議題包括「排放物」、「資源使用」、「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。在運營發展中，我們遵守《中華人民共和國環境保護法》及《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辦公及運營所需的電力和水。

為合理用電，我們在辦公區域使用LED節能燈照明，並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。同時在辦公區域醒目處張貼「及時關燈」等提示，培養僱員節能習慣。

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，鼓勵僱員優先採用雙面打印以節約用紙；(ii)在部分辦公區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。

2019年，我們在寧夏回族自治區中衛市（以下簡稱「寧夏中衛」）租用的綠色數據中心已全面投入使用。我們已將部分服務器從高能耗低能效的數據中心遷至寧夏中衛數據中心。該數據中心主要使用清潔能源（水電、風電及光伏發電等），其能效水平PUE(Power Usage Effectiveness)達到1.1，處於行業前列¹。

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)寧夏中衛海拔較高，常年平均溫度在8℃左右，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(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，從而提高制冷效果。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制冷方案相比，節能優勢明顯。

¹ 工業和信息化部信息通信發展司2019年5月發布《全國數據中心應用發展指引(2018)》中指出，截至2017年底，在用超大型數據中心平均PUE為1.63，大型數據中心平均PUE為1.54，全國規劃在建數據中心平均設計PUE為1.5左右，超大型、大型數據中心平均設計PUE分別為1.41和1.48。

寧夏中衛數據中心亦根據現場環境採取多種節能減排措施，包括：(i)根據現場環境調整壓縮機啟停參數；(ii)根據機房需求調整風牆室內外風機轉速；(iii)根據季節變化調整外風機及壓縮機啟停狀態；(iv)蒸發冷卻模塊及時進行維護，方案優化，將蒸發冷卻保障在最高效率運行，以減少壓縮機系統的啟用；及(v)採用LED燈管照明，同時優化照明開啟時間。

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。2019年，我們積極參與開放數據中心委員會(ODCC)冰河(液冷)項目，成為《冷板式液冷》主要起草者，對數據中心冷板式液冷系統的生產、部署和運維進行技術探索。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，開始業務場景的應用探索。

(二) 推進行業環保

公司關注主要業務所在行業的環境影響，我們分析行業的環境風險，落實有關環保舉措，尋求行業環境問題解決方案。

1. 美團外賣推進行業環保的行動

2017年8月31日，美團外賣啟動「青山計劃」，致力於推動外賣行業環境保護問題的解決，這也是業內首個關注環境保護的行動計劃。該計劃從環保理念倡導、環保路徑研究、科學閉環探索、環保公益推動四個方面推動外賣行業環保化進程。

- 環保理念倡導：我們將每月最後一天定為「美團外賣環保日」。於「美團外賣環保日」及其他環境相關節日，聯合中華環境保護基金會、聯合國環境規劃署、世界自然基金會等機構，發起線上線下環保理念倡導，開展塑料餐盒再生公眾體驗活動。



- 環保路徑研究：開展課題研究，通過對外賣環保工作的定量研究及定性分析產出客觀科學的工作標準及路徑，制定行動綱領和重點問題的解決方案。發佈《外賣包裝常識科普報告》，從基本認知、行業趨勢、創新方案等維度進行專項解讀。
- 科學閉環探索：我們採取多種措施從外賣全生命周期的各個環節發力，減少廢棄物產生：**(i)**自**2017**年起於外賣點餐環節設置「不需要餐具」選項，制定無需餐具商家規則，並在「美團外賣環保日」對執行情況較好商家進行推廣宣傳，促進一次性餐具減量。**2019**年我們配合該選項上線環保行為能量捐功能，用戶參與度大幅增加；**(ii)**為滿足商戶選購環保材料的需求，我們在商戶端平台服務市場設立「環保包裝專區」供商戶自願選擇。我們還在多個城市投放環保物料，聯合合作方共同設計開發零塑披薩盒等新型包裝等；**(iii)**積極參與《一次性可降解／不可降解塑料餐飲具通用技術要求》國家標準制定，推廣綠色包裝；以及**(iv)**開通基於外賣熱門菜品大數據的垃圾分類查詢功能，在全國開展涵蓋門店、校園、寫字樓、社區等多個場景在內的**200**多個外賣垃圾分類回收試點，在上海聯合知名餐飲商家發起「垃圾分類環保倡議」，與多個品牌聯合，探索和拓展餐盒再生塑料製品使用場景。
- 環保公益推動：我們聯合中華環境保護基金會共同設立「青山計劃專項基金」，用於環保領域的路徑研究及配套解決方案；並且自**2018**年啟動「青山公益行動」，平台商戶自願加入行動成為「青山公益商家」，並可獲得對應標識並於外賣商家信息及點餐等界面展示。有關「青山公益行動」本年度進展請參閱本報告「社區投資－扶貧」章節。

截至**2019**年末，青山計劃線上宣傳環保理念觸達**10**億人次、線下餐盒再生體驗活動參與**18**萬人次；在全國開展**200**多個餐盒分類回收再生試點；累計向全國範圍內商戶投放環境友好型包裝達**1,700**萬個；截至**2019**年末，已有**12**萬商家成為「青山公益商家」，已有**1.2**億用戶在「青山公益商家」完成近**5**億單，商家捐贈款項達人民幣**635**萬元用於環保公益。

2019年，「青山計劃」獲得「第四屆ai社會價值共創中國企業社會責任案例評選卓越獎」。

2. 美團單車全生命周期環保理念

美團單車積極踐行全生命周期環保理念，於設計、採購、製造、投放、運營和報廢環節貫徹「3R原則」(Reduce減少，Reuse再利用，Recycle循環)，廢舊單車100%回收再用。我們於設計階段，將零部件設計為可共享通用、易維修類型，車身採用輕量化設計；於採購階段，選擇環保的供應商；於製造階段，製造更加耐用的產品，延長產品壽命，減少廢棄物的產生；於投放階段，進行科學規範投放、智能調度；於回收階段，與再生行業合作進行回收利用，形成供應鏈閉環。

2019年，美團單車對車輛進行維護時，創新性地將破損擋泥板更換為用外賣餐盒回收材質製作的環保泥板，結合「青山計劃」探索外賣餐盒的循環經濟。我們亦與供應商及政府部門合作，回收7,800多條廢舊美團單車輪胎並進行無害化處理，生產符合標準的可循環再利用材料捐助給陝西省延安市萬花學校作為塑膠運動場地，幫助提升校園硬件條件的同時宣傳了環保理念。

(三) 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。

本公司環境績效包括辦公場所及快驢進貨業務使用的倉庫。

- 「總部屬性職場」包含北京、上海資源整合性質的總部級辦公職場和以客服及研發人員為主的客服及研發中心辦公室，其中：總部級職場以北京恒電、研發園及周邊職場為主，上海以申亞辦公室為主；客服及研發中心主要有石家莊、揚州、成都和廈門等辦公室；
- 「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，分佈在中國大陸地區22個省、5個自治區及4個直轄市內；
- 「快驢倉庫」為快驢進貨業務板塊用於貨品儲存使用的倉庫。

1. 排放物

總部屬性職場

辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	11,688.84
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸／僱員)	0.41
辦公樓每平方米樓面溫室氣體排放總量(噸／平方米)	0.05
有害廢棄物總量(噸)	0.33
人均有害廢棄物*(噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	2,351.26
人均無害廢棄物(噸／僱員)	0.08

區域銷售職場

辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	3,944.30
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸／僱員)	0.16
辦公樓每平方米樓面溫室氣體排放總量(噸／平方米)	0.02
有害廢棄物總量(噸)	3.22
人均有害廢棄物*(噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	2,159.44
人均無害廢棄物(噸／僱員)	0.08

快驢倉庫

倉庫溫室氣體排放總量(噸)	5,757.45
倉庫每平方米溫室氣體排放總量(噸／平方米)	0.02

註：

- 隨著本公司環境數據統計能力提升，區域銷售職場、快驢倉庫的數據自2019年起開始披露。
- 基於公司運營特性，主要氣體排放物為溫室氣體，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。溫室氣體排放按照二氧化碳當量計算，並根據生態環境部刊發的《2017年度減排項目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各職場產生的廢棄熒光燈管、硒鼓及墨盒，均交由有資質的機構進行處理。2019年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.000012噸，區域銷售職場人均有害廢棄物實際為0.00013噸，上表所列數據為四捨五入保留兩個小數位的結果。

- 本公司涉及的無害廢棄物主要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係數手冊》進行估算。廢棄電子設備由回收商進行回收處理。

2. 能源及資源使用

總部屬性職場

能源消耗總量(兆瓦時)	17,067.53
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.60
每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.08
自來水用量(噸)	191,920.31
人均自來水用量(噸／僱員)	7.09

區域銷售職場

能源消耗總量(兆瓦時)	6,251.95
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.25
每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.04
自來水用量(噸)	64,573.19
人均自來水用量(噸／僱員)	6.93

快驢倉庫

能源消耗總量(兆瓦時)	9,047.79
每平方米倉庫能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.03
自來水用量(噸)	50,904.09
每平方米倉庫自來水用量(噸／平方米)	0.17

註：

- 部分職場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。部分職場水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，未包含自來水用量中。
- 包裝物數據不適用於本公司。



四. 工作場所

僱員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，保障僱員權益，注重僱員健康安全，開展僱員培訓，促進僱員發展。有關僱員管理相關信息請與本年報「管理層討論及分析－僱員」章節一併閱讀。

(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，並按照下文所述措施，規範管理僱員招聘、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。通過培訓參與招聘流程的僱員及定期回顧，我們持續優化招聘流程、提升招聘效率、保障招聘合規性。

我們嚴格遵守相關法律法規處理僱員離職事宜，並設有《離職管理辦法》，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。我們為僱員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舉辦佳節主題活動，提升僱員幸福感。

我們建立愛心基金，並制定《愛心基金管理辦法》，為有困難的僱員及其家庭提供幫助。

3. 晉升與發展

我們為僱員建立「專業發展通道」和「管理發展通道」的職業發展體系，並設有《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。

我們依據僱員的表現，客觀公正地評價僱員績效，通過績效管理幫助僱員提升能力並獲得成長。

我們基於價值觀、業績貢獻、領導力與專業能力等因素，由內部評審委員會對僱員晉升進行評審。評審前，僱員可參與培訓知悉晉升評審標準及流程。評審後，僱員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，對僱員工作時間進行規範管理，為僱員提供法定年假及福利年假與全薪病假等假期。

我們組建僱員俱樂部，僱員可自由加入各類俱樂部並參與僱員活動，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 and 溝通會等，使僱員提出的訴求、建議或意見得到及時聆聽和回應。我們亦主動通過線上及線下渠道，對僱員普遍關注事項進行溝通說明。

2019年，我們獲得多項人力資源管理相關榮譽，如拉勾網頒發的「年度TOP卓越最佳僱主」、獵聘網頒發的「年度校園非凡僱主」、脈脈網頒發的「無界先鋒僱主」與「熱門僱主」以及58同城頒發的「年度卓越僱主50強」等。

(二) 職業健康與安全

我們為僱員提供安全的工作環境，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、工作場所消防安全的法律法規，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。保障工作場所安全的措施包括：(i)設立門禁，管理工作區域人員的進出；(ii)定期對工作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，增強僱員消防意識。此外，我們設有突發事件處理流程，以及時合規處理僱員意外受傷事件。

我們關注僱員的身心健康，已在部分辦公場所設立健身房，提供免費健身器械，提倡僱員適量運動和勞逸結合。僱員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。我們每年為僱員提供福利體檢和體檢報告解讀，並不定期舉辦健康講座以提高僱員健康意識。我們與外部專業機構合作設立心理健康諮詢熱線並舉辦定期心理健康培訓，幫助僱員疏導壓力。

(三) 僱員培訓及發展

我們致力於為僱員提供隨時、隨地和隨需的培訓。通過搭建「互聯網+大學」，並制定「學習全景地圖」，我們從文化、通用力、專業力及領導力四方面搭建培訓體系，完善各類學習發展項目，開展面授課、網絡課以及各類實踐活動，覆蓋不同崗位、職級和發展階段。

針對新入職僱員，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；我們為在職僱員提供針對性的職業培訓，提升職業素養和專業能力；我們對管理層進行培訓以進一步提升其領導力。以技術人才培訓為例，我們為新入職技術僱員設計為期半年的培訓路徑，助力職業性提升；我們為技術骨幹人才提供技術規劃、技術視野、角色轉變及項目管理等線下培訓課程，幫助提升技術視野及提高技術規劃能力。

此外，我們通過多種形式的主題分享幫助僱員拓寬視野，提升創新能力。以產品培訓為例，我們持續鏈接優質學習資源，通過產品公開課、產品大咖秀及產品私享匯等形式進行僱員賦能，與僱員共享優秀實踐。我們設有課程講師體系，對講師進行管理、培訓及激勵。我們鼓勵知識經驗的沉澱與傳播，並在公司內部進行講師選拔與培養，促進僱員能力與組織能力的共同提升。

截至2019年末，我們有內部課程1,754門，內部講師2,563人。2019年，每名僱員的平均內部培訓（含網絡學習及面授學習）時數為24.8小時。

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。截至2019年末，我們在採購體系管理上設有《採購過程管理流程》及《採購合規和行為規範》等制度，在採購過程管理上按照不同關鍵節點設有《採購需求管理流程》、《採購尋源管理流程》、《供應商管理流程》、《招投標管理規範》、《採購合同和訂單管理流程》及《採購驗收管理流程》等制度，使公司採購全流程各項活動得到更全面的規範管理。

為培養採購流程中相關僱員的廉潔意識，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《反商業賄賂協議》及《保密協議》並遵守其中所載之條款。我們亦向採購系統中註冊的所有供應商發放供應商問卷，供應商可通過該問卷向本公司監察部反映任何有關合作中存在的貪污腐敗問題。

自2019年起，我們每月對採購員所有採購項目進行合規檢查，並每月對採購部門全體人員進行考試和測驗，加強合規意識。採購行為亦會受到公司監察部門與內部審核部門的監督檢查，以降低採購過程的道德風險。



(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。

配送騎手為配送合作商的全職僱員或合同工。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。

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配送合作夥伴，為配送騎手提供安全保障。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。我們幫助合作商按照監管要求及行業標準建立培訓體系，該類培訓主要包括：(i)於合作商處供職前對新騎手進行基礎知識培訓，包括騎行安全、着裝規範、交警手勢及交通標志等，所有騎手均需完成培訓並通過測試後方可接單；及(ii)於合作商處供職期間對騎手進行交通安全、消防安全及社會穩定等方面的進階培訓。部分城市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，幫助應對及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、急救知識、用電安全和公共交通安全常識，培養騎手安全意識與自我保護意識；(v)不定期對騎手進行人臉識別，以確認騎手真實身份；及(vi)建立交通事故與安全事件處置應對流程，並配備專職安全人員處理安全及意外事件。

我們亦注重騎手的權益保護，要求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。本公司還採取多項舉措，向騎手群體傳遞關懷。該類舉措主要包括：(i) 建立騎手溝通渠道與問題跟進解決機制，及時收集與回應騎手提出問題；(ii) 在重要節日與特定時間段為騎手提供物質與精神關懷；(iii) 開展騎手文體活動如「717騎士節」及「騎手全國籃球聯賽」等，豐富騎手精神生活；(iv) 與專業機構合作，為騎手提供免費心理諮詢；(v) 推出「騎手關懷計劃」，為100種特定大病提供人民幣5萬元的騎手關愛基金；及(vi) 美團公益基金會推出「袋鼠寶貝公益計劃」，為騎手子女遇到的大病、意外傷害等困難提供幫扶。

(三) 供應鏈環境與社會風險審核

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。

(四) 生活服務從業者賦能

我們關注生活服務從業者的整體素質提升進而促進行業整體發展。自2016年起，我們陸續針對生活服務行業細分領域成立培訓學院，幫助生活服務從業者提升數字化技能，建立長期發展通道。

2019年，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》及《國家職業教育改革實施方案》等政策，成立生活服務業人才數字化發展平台「美團大學」。美團大學的願景是成為生活服務業數字化人才的大本營，將長期致力於「提升職業技能、助力行業發展、促進產教融合、擴大社會就業」四方面的價值創造，讓每一位生活服務從業者與數字時代同行。

我們制定《美團大學章程》，整合原有培訓學院課程、師資、政府合作、職業院校經驗與資源，並針對不同生活服務行業細分領域設立多個學院，培訓範圍涵蓋餐飲、外賣、美容、美發、結婚、親子、酒店管理、到家零售等多個品類。截至2019年末，我們擁有超過1,400位生活服務業講

師，開發了實操、運營、管理、行業動態等2,000多門課程，累計培訓達3,000萬人次，累計輸出課時達500萬小時，線下課程培訓已覆蓋全國達455個城市。

此外，為響應國家關於產教融合的戰略要求，我們還與北京第二外國語學院、深圳職業技術學院、北京市昌平職業學校等30余所院校開展合作，將互聯網生活服務業的相關理念、標準、規範植入職業教育中，共同開發職業教育資源、完善人才培養模式、共建實訓基地。通過等級證書、培訓合作、創新成果轉化等產教活動，為解決現代生活服務業人才教育供給與產業需求重大結構性矛盾提供新方案、新實踐。2019年12月，我們與院校合作建立的深圳職業技術學院「美團數字生活學院」、北京市昌平職業學校「美團數字生活學院」相繼揭牌。

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，對平台合作商戶資質進行審核，檢查其資質及服務描述的準確性。

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，向消費者提供真實可靠的在線POI（興趣點，用戶認有趣或有用的地點）信息，幫助他們做出知情消費決策。我們遵守《移動互聯網應用程式信息服務管理規定》及《互聯網信息服務管理辦法》等要求，採取多種措施提升UGC質量，包括：(i)建立自動識別系統，對不當及違法UGC進行篩選過濾；(ii)設有人工審核團隊，進行質量覆核及抽檢；及(iii)與監管機構建立溝通渠道，快速響應並根據監管要求持續優化管理。

我們亦重視POI的質量與準確性，建立並執行POI信息審核控制，對不真實POI信息進行清理。

此外，我們按下文所述管理產品責任、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) 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》、《中華人民共和國食品安全法實施條例》、《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》及《網絡食品安全違法行為查處辦法》等法律法規規章，我們對外賣食品平台商戶承擔審核和管理責任，並在快驢進貨業務中嚴格遵守食品安全相關法規。

我們制定了《美團點評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《美團外賣商戶服務規範》等系列制度規範，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法規政策，加強各類食品安全知識的宣導。我們還利用大數據技術和人工智能手段，支撐對平台商戶的智能化管理，不斷提升服務水平。2019年，我們圍繞外賣食品安全抽樣測試、自營業務食品安全技術審核等多方面，與第三方檢測認證機構開展食品安全全面合作，提升食品安全管理等級。

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。我們亦建立智能化的餐飲配送管理系統，通過管控配送食品的溫度、速度和配送騎手健康等關鍵要素，提升送餐過程的食品安全性。同時，基於大數據技術，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。

針對突發食品安全個案，我們建立應急處理制度，明確處理流程與措施。依法配合食品安全監督管理等相關部門，做好處置工作。同時，根據具體情形，依據食品安全法律法規和平台規則，做好相應的處理。

我們通過快驢進貨業務為餐飲商戶提供包括糧油、酒水飲料、調料醬菜、生鮮食材和餐廚用品在內的多種商品品類，並提供配送服務。為確保快驢進貨業務食品安全，除了建立健全管理制度、組建專業的品控團隊、強化日常培訓、加大查處力度和提升應急處理能力，我們尤為重視業務各環節的日常管理，包括：(i)食品入庫時進行票證查驗和留存，對高發的食品安全問題，如蔬菜農藥殘留、瘦肉精、大米水分和肉禽新鮮度等進行快速檢測降低食安風險；(ii)食品儲存系統化管理，監控食品保質期；(iii)對冷藏冷凍食品於收貨、儲存及配送過程進行溫度檢查與控制；(iv)退回食品及過期食品統一合規處理，確保客戶權益得到有效保障。

我們與高校共同開展食品安全課題研究，並積極參與團體標準制定與發佈。截至2019年末，我們與中國烹飪協會、國家動物健康與食品安全創新聯盟、中國連鎖經營協會、科信食品與營養信息交流中心等多個機構建立了合作機制，作為他們的理事單位或成員單位，積極參與各項食品安全工作。

我們積極參與食品安全社會共治，加強與政府食品安全監管部門、行業協會等機構的治理聯動，共同促進餐飲行業的良性發展和線上線下協同治理。2019年，我們聯合各地市場監管部門、餐飲商戶等開展「新餐飲，新食安」系列活動，並榮獲2019年第二屆市場監管領域社會共治大會「企業類十大社會共治優秀案例」。

(二) 酒店、旅遊及到店餐飲服務質量

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。我們設有《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。2019年，我們開展「淨放芯」項目：與酒店及優質洗滌廠進行合作，提升布草洗滌及更換過程可追溯性。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。

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，並建立餐飲商戶營銷力等級體系並開展每月考核，對到店餐飲平台商戶進行管理與評估，對違規商戶進行懲治，促進到店餐飲商戶服務質量提升。通過持續開展「諦聽項目」，我們對到店餐飲商戶違規行為進行監察。我們持續提升服務質量，於2019年2月春節前開展「春節不打烊」項目，引導平台商戶主動上報春節期間的營業狀態和時間，總計採集34.5萬間門店的營業時間，減少用戶到店不營業造成的體驗損失。

(三) 網約車服務及美團單車的安全

截至2019年末，我們在中國南京及上海提供試點網約車服務。此外，我們與多家出行服務商合作，以「聚合模式」在中國成都、蘇州、杭州及溫州等54個城市提供試點網約車信息匹配服務。

我們遵守《網絡預約出租車經營服務管理暫行辦法》，我們及與我們合作的出行服務商均已獲得上述區域的網絡預約出租車經營許可證。

2019年，我們成立出行安全委員會並設置《合作商安全生產責任制度》及《安全應急處置指引》等多項制度，加強網約車安全管理。我們建立交通事故與安全事件處置應對流程，並配備專職安全人員處理安全及意外事件，所有網約車安全管理人員均通過主管部門培訓考核，持有安全員上崗資格證書。此外，安全相關管理層及重要崗位人員均定期接受外部安全專家培訓。

為規範網約車經營服務行為，保障乘客營運安全，我們根據《網絡預約出租汽車經營服務管理暫行辦法》等監管規定對參與網約車服務的車輛及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符合安全技術標準；駕駛員符合駕駛經歷要求，遵守安全操作規則，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日常管理與監控。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)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；(v)開發行程錄音、一鍵報警等功能，並設置24小時安全員與客服值班制度，確保乘客異常及時發現；及(vi)加強與公安機關合作，在部分試點城市設置專線，警方可直接接入客服，減少響應時間。

此外，我們亦重視共享自行車服務安全管理。我們遵守各城市針對互聯網租賃自行車服務出台的相關規範，對共享自行車投放運營進行管理。我們加大車輛運維力度，保持快速響應。為了保障騎行安全，我們對美團單車整車及零部件設立並執行嚴格的質量檢測標準，適用於生產及維修等環節。

(四) 數據安全與用戶隱私

保護數據安全及用戶隱私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》、《中華人民共和國密碼法》、《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，以及《信息安全技術網絡安全等級保護基本要求》所載的國家標準要求，並實施各種內部程序及控制措施消滅數據洩漏的風險，保護用戶隱私。

我們制定了《美團點評隱私政策》，明確個人信息收集和使用、Cookie和同類技術使用、個人信息保存保護、共享轉讓及公開披露、未成年人的個人信息保護等內容。該政策於我們的官方網站公布，便於公眾查閱了解。

我們擁有一支專門團隊執行我們的隱私政策，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。我們遵從行業標準保護信息安全及用戶隱私，主要業務系統已獲得ISO 27001認證，並通過網絡安全等級保護三級測評。

在企業層面，我們建立了一個系統的、通用的用戶賬戶授權及管理機制，定期檢查用戶賬戶的狀態及相關的授權信息。2019年，我們開展SSO(單點登錄系統)整合工作，並對網絡接入設備進行准入管理，進一步加強企業數據資產的安全性。在此基礎上，我們定期對數據庫及服務器進行安全配置評估。同時，我們持續建設防控體系，對信息安全漏洞進行分級以實現對漏洞的有效管理。

我們在網絡傳輸中加密用戶數據。2019年，我們進一步加強了准入和通道安全工作。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用戶隱私。

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。

我們與僱員簽署保密協議並提供持續的信息安全培訓。所有新僱員入職時均需接受信息安全意識教育，部分高風險崗位僱員在入職後即接受培訓，考試合格後方可上崗。在日常工作中，我們通過線上培訓，向全員提供信息安全意識教育和安全管理規範教育。我們在《陽光職場行為規範》中設有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相關要求，對僱員數據洩露的行為進行嚴肅懲罰。

在做好自身數據安全和用戶隱私保護的同時，我們積極推動行業數據安全和用戶隱私管理能力的提升。作為全國信息安全標準化技術委員會的成員單位，我們積極參與數據安全與用戶隱私管理國家標準的研討和制定。

(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。

我們建立有效機制管控各個業務環節的知識產權風險，例如：(i)於招標制度中明確知識產權評估程序，為重大項目提供知識產權保障；及(ii)在新品牌設計環節中設置商標事先審核規範，開展提前註冊保護，防控侵權風險等。我們通過培訓和宣貫，提高業務部門的知識產權風險意識。2019年，我們加入國際專利保護聯盟(LOT Network, License on Transfer Network)，降低專利風險，保障國內及國際化業務運營。

我們加強自身知識產權積累以應對外部挑戰，尊重和鼓勵原創，並設有內部制度激勵僱員投入創新創造，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。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。我們已採取多種措施加強權利人知識產權保障，包括：(i)有效投訴及違規行為於雙平台同時處理刪除；(ii)制定侵權判斷手冊並進行內部宣導，提升投訴處理質量，及(iii)開發「知識產權維權平台」，整合投訴渠道、提升處理透明度。

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「國家知識產權優勢企業」和「中關村知識產權領軍示范企業」等稱號。2019年，我們還獲得由國家知識產權局、世界知識產權組織方頒發的「第二十一屆中國專利優秀獎」。

(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，搭建廣告業務的承接、審核與檔案管理體系，制定廣告審核規範，不斷完善廣告審核標準和流程。

我們加強廣告審核團隊建設，組織學習培訓，宣傳合規知識和違方案例，提高廣告風險意識和合規能力。同時，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，通過機器識別和人工復審等多重審核方式，對廣告和營銷內容進行嚴格把控，保障發佈內容符合法律法規規定，防範違法風險。

另外，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，我們制定了相應的特殊廣告審核規範，並進行重點審核，保護消費者權益。

(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。我們通過不同方式及時了解客戶反饋與訴求並做出回應，包括在線、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平台上的服務並直至整改完成。

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。

2019年，我們通過國際針對客戶服務績效和管理的權威標準COPC(Customer Operations Performance Center)認證，並連續兩年獲得客戶世界機構(CCM World Group)頒佈的「金耳嚶杯」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. 陽光職場行為規範

我們內部設有《陽光職場行為規範》，適用於公司全體僱員。該行為規範倡導全體僱員力行正道，保障公司正當利益；要求僱員自覺遵守國家法律法規和政策及僱員行為規範等內部規章制度。



此外，我們亦定有員工手冊及行為守則，並已向所有僱員派發。手冊包含有關職業道德、防欺詐機制、管理失職及腐敗的內部規則及指引。

2. 廉正組織體系

我們設有陽光委員會，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。陽光委員會獨立向首席執行官匯報工作。

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)主持並領導公司違紀查處工作，對重大、疑難、複雜案件進行定性裁決；(v)受理僱員對違紀處理意見的申訴，並作出決定；以及(vi)統籌建立舉報平台、調查處置平台、裁決性平台、申訴平台、執行平台和文件檔案管理平台，統一納入案件查處平台。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。

此外，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。第二道防線主要由公司內部控制部和其他相關部門組成，負責制定風險管理及內部控制政策並實施綜合控制體系。第三道防線主要由本公司內部審核部門及舞弊調查團隊構成。內部審核部門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。舞弊調查團隊負責多渠道接收舉報線索，及時跟進並獨立調查涉嫌舞弊的事件。

3. 廉正文化建設

2019年，我們明確「把反腐打造成一項組織能力和核心競爭力之一」的廉正理念，並於本年度逐級完成所有管理層及僱員「美團七條」廉潔自律宣言宣誓。

為使全體僱員了解並遵守《陽光職場行為規範》，我們採取線上與線下多種模式進行廉正培訓與制度宣貫，並在培訓完成後進行考試。2019年，我們共開展廉正培訓335場，推送廉正相關文章101篇，廉正培訓覆蓋率100%。

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。自2017年起，我們連續三年開展僱員廉正指數調研，對廉正感知、廉正態度、廉正行為和廉正制度等因素進行調研，並將調研結果對全公司進行分享解讀。

4. 舉報及檢查機制

我們設有陽光平台，引導僱員主動進行禮品收受、利益衝突等事項申報。我們亦通過內部投訴與舉報機制，接收僱員對違法違紀行為的舉報。我們設有舉報人保護制度，採取多項措施保護舉報人，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僱員將被解聘。對觸犯國家法律的事項，公司將移交司法機關處理。

我們持續參與「陽光誠信聯盟」（互聯網企業首個反腐敗行業自治組織）工作，通過企業間信息共享機制，聯合進行反腐行動。我們已主動對外披露自2019年生態反腐工作成果，與各相關方共同監督企業合規運行。

（二）反洗錢及反恐怖融資

我們遵守《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》、《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》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）》等反洗錢法律法規，夯實客戶身份識別基礎，增加反洗錢專業人才投入，提高反洗錢監測分析能力，不斷完善反洗錢工作各環節機制體制建設。

2019年，公司根據最新監管文件規定，持續健全基本管理制度，新修訂制定《反洗錢工作組織架構和崗位職責管理辦法》、《客戶風險等級劃分和分類管理辦法》、《客戶身份識別管理辦法》、《洗錢風險評估管理辦法》、《大額交易和可疑交易報告管理辦法》、《重大洗錢風險應急處置管理辦法》、《反洗錢工作績效考核管理辦法》及《反洗錢內部審計檢查管理辦法》等制度，並在反洗錢及反恐怖融資過程管理上按照不同節點設置有《反洗錢和反恐怖融資名單監控管理辦法》、《洗錢和恐怖融資活動內部舉報管理辦法》、《洗錢風險信息內部共享管理辦法》、《協助反洗錢調查工作管理辦法》、《洗錢風險報告管理辦法》及《反洗錢工作檔案管理辦法》等制度，進一步完善了反洗錢制度體系。

我們設立反洗錢中心，明確反洗錢工作主管部門和職責，配備反洗錢合規專崗人員、可疑交易監測專職人員和反洗錢系統支持團隊，全面升級反洗錢工作隊伍。各分支機構亦設有反洗錢工作小組及負責部門，保障反洗錢及反恐怖融資措施統一實施與集中管理。

我們按照「了解你的客戶」和「風險為本」原則，對所有商戶入網時錄入的資質和證照信息進行真實性核查，並通過銀行及第三方等驗證渠道，對商戶身份進行識別。通過系統篩查與人工分析結合的方式，建立可疑交易監測和分析甄別機制，對業務可能涉及的洗錢及恐怖融資風險進行監測和甄別，及時上報確認可疑的交易（行為），並且通過定期評估與系統優化，不斷提高監測和甄別洗錢活動的準確性與有效性。

我們與反洗錢主管部門、監管機構和行業自律組織保持良好的溝通互動，積極協助上述部門向公眾進行反洗錢知識普及。例如，2019年，我們通過錢袋寶官網進行反洗錢知識宣傳，與中國人民銀行天津分行合作，在餐品配送時向公眾發放反洗錢知識宣傳單。在南京，我們與學校合作向學生宣貫反洗錢知識。通過上述互動，我們不僅維護了良好的監管關係，同時也向社會公眾正面宣傳反洗錢知識。

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。

(一) 公益平台及項目

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。我們充分利用了其自身業務優勢和「互聯網+公益」模式特點，帶動生活服務行業商家通過創新公益產品、完整的線上線下場景閉環，多元化參與公益，助力社會問題的有效解決。

1. 攜手平台商戶

我們推出「公益商家計劃」，旨在依托我們豐富的生活服務場景優勢及能力，搭建橋梁，提供工具，帶動生活服務商戶參與公益，將公益融入到商戶日常的經營行為當中。截至2019年底，該計劃已覆蓋餐飲、酒店、外賣、門票、教育培訓、親子等業務，累計參與商戶達到13萬家，根據各行業資源優勢和運作特點，聚焦支持不同社會議題。

- 攜手酒店業務：2019年中華慈善日活動期間，我們攜手溫德姆、碧桂園等知名酒店集團旗下近5,000家酒店，共同發起酒店行業首個關注留守兒童問題的公益行動「伴愛入住」，並成為首批酒店公益商家。該項計劃一方面通過與商家的聯合倡導來呼籲社會關注留守兒童問題，另一方面加入上述計劃的商戶也會通過美團點評平台上完成的每筆訂單來捐贈小額善款，用以資助留守兒童相關專業公益項目，並且通過硬件教育設施完善、兒童心理疏導、城市互動融合等方面，幫助留守兒童健康成長。截至2019年末，已有10,000家酒店商戶加入行動。
- 攜手餐飲業務：2019年世界糧食日活動期間，我們與聯合國世界糧食署聯合發起「拒絕隱性饑餓」健康生活主題行動，帶動中國領先的57個連鎖餐飲品牌、3,000間門店，共同推出「吃出彩虹公益套餐」，愛心商家每通過美團完成一筆銷售，都將向世界糧食計劃署「學齡前兒童營養餐」公益項目捐贈一筆善款。

- 攜手門票業務：2019年國際自閉症日前夕，我們與海昌海洋公園、壹基金啟動「與星星同閃爍－孤獨症家庭關懷計劃」。一方面通過美團線上平台優勢，面向用戶普及自閉症的全面情況，提升公眾認知；另一方面結合海昌海洋公園旗下各主題公園線下資源優勢，通過向自閉症家庭提供免費入園機會，以及在園區內組織親子公益跑等互動活動，為自閉症家庭與普通公眾搭建相互了解、互動融合的場景及機會，推動公眾對自閉症群體的全面了解。通過線上線下的聯動和打通，將公益理念更全面的向公眾普及，獲得了多方認可和良好反饋。

2. 帶動用戶參加

我們通過多種渠道將公益融入用戶生活，引導用戶參與公益：

- 結合消費場景：我們根據用戶的消費習慣，通過大數據分析，將各類優質公益項目主動推送進用戶的消費場景中，形成「場景+公益」的創新模式，期望通過項目消費場景的適配，能夠引發公眾的情感共鳴，進而引導用戶參與公益。2019年春節期間，我們發起「溫暖過大年」主題公益行動。在用戶春節期間的消費場景中，結合春節傳統習俗中闔家團圓、吃年夜飯、穿新衣等具有情感共鳴的元素，倡導用戶共同幫助困境群體溫暖過年。本項目累計參與用戶達85萬人次。
- 結合用戶行為：我們將公益與用戶行為結合，在生活服務中引導用戶多種形式參與公益。我們通過「能量捐」引導用戶關注在外賣消費中的環保行為，用戶於外賣點餐環節選擇「不需要餐具」選項等行為均可獲得相應能量兌換公益金，並捐贈用於支持環保公益項目開展。我們通過「答題捐」使用戶可以每日參與線上公益答題，通過公益金的方式推動用戶線上參與，亦在答題中傳播公益知識。
- 結合公益節日：我們在包括世界環境日、世界地球日、中華慈善日、世界糧食日等重要公益節日期間結合相應主題舉辦活動，宣傳公益理念。如2019年，我們在環境日期間開展「美麗中國，我是行動者－快樂生活，綠色消費」主題宣傳活動，促進用戶環保意識提升。



3. 倡導僱員參與

我們積極倡導僱員參與公益活動，傳遞公益力量。

- 僱員家庭日：在家庭日活動設置公益環節。僱員家屬們為公益項目創作畫作，並將愛心拍賣所得將全部捐贈給公益項目；
- 僱員捐衣：舉辦僱員衣物捐贈活動，並在辦公區域放置舊物回收箱，回收僱員閒置物品等進行捐贈；
- 僱員獻血：我們在部分地區定期組織僱員獻血，支持當地醫療；
- 黨員公益：組織黨員僱員對北京皮村打工子弟學校進行幫扶；
- 陽光義賣：通過陽光職場申報的各類禮品，通過公益義賣的形式，最終收入全部捐贈用於公益項目。

(二) 扶貧

我們積極響應黨中央、國務院關於「精準扶貧、精準脫貧」的政策號召，結合實際情況與業務特色，在就業扶貧、培訓扶貧、消費扶貧、公益扶貧、旅遊扶貧等方面進行了初步的探索和實踐。

1. 就業扶貧

新業態互聯網平台蓬勃發展，已經成為吸納就業的主力軍。在我們的平台作用下，騎手已經成為許多勞動者來到城市後選擇的第一份工作，帶給他們改善生活、脫貧致富的機會。2019年，通過美團點評平台獲得過收入的外賣騎手共398.7萬人。其中，有25.7萬騎手來自國家建檔立卡貧困戶。據統計，25.7萬外賣騎手中已有25.3萬人通過勞動帶動家庭增收實現脫貧，脫貧比例達到98.4%。成為騎手已成為一種有效的就業脫貧手段，貧困人口從事外賣騎手工作後也不易返貧。



2. 培訓扶貧

我們開展「新青年追夢計劃」通過美團大學酒店學院提供的行業分析、經驗介紹、案例分享、討論交流、現場演練等多種形式，圍繞新餐飲、外賣運營、民宿服務、酒店管理、鄉村旅遊、互聯網營銷等6門核心課程，為貧困地區的餐飲、民宿創業者，服務業從業人員提供扶貧創業就業培訓。截至2019年末，我們已完成26場操作性現場教學，共培訓學員4,194人次。

3. 消費扶貧

我們通過「必吃榜•助力高遠」美食消費扶貧項目，探索「在貧困地區與消費者之間搭建消費直通平台」的有效路徑。基於快驢進貨等業務板塊，我們把貧困地區食材帶出深山，倡導餐廳採購貧困地區的優質食材並製成菜品，提升農產品附加值；我們亦鼓勵消費者前往餐廳消費，實現間接幫扶。聯合農戶、用戶、商戶、騎手及平台等相關方，形成良性共贏生態，帶動貧困地區農產品生產供給側改革。

4. 公益扶貧

我們依托美團公益平台支持多種公益扶貧項目。於2018年，我們依托於青山基金發起「青山公益行動」，多家平台商戶自願加入成為「青山公益商家」。用戶在青山公益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。截至2019年末，已有逾12萬商家成為「青山公益商家」，已有1.2億用戶在「青山公益商家」完成近5億單，商家因此捐出善款逾人民幣635萬元用於環保公益。所籌善款已在雲南、甘肅兩省扶持花椒、沃柑、烏龍頭、香椿、啤特果、芒果等5片生態扶貧經濟種植作物林。同時，我們依托美團公益平台進行扶貧類項目籌款。2019年，扶貧類項目累計籌款達人民幣2,900萬元，280萬人次參與捐贈。

5. 旅遊扶貧

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。2019年，我們與甘肅省文化和旅遊廳簽署戰略合作協議，在「互聯網+旅遊扶貧」合作框架下，針對貧困地區旅遊產品開發營銷等多方面繼續開展深度合作。

我們的公益及扶貧實踐獲得了社會廣泛關注。2019年，我們獲得由人民網主辦的「第十四屆人民企業社會責任獎公益創新獎」，及由新華網主辦的「第十二屆中國企業社會責任峰會精準扶貧獎」。

九. 抗擊疫情，我們在行動

自新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)爆發以來，我們積極響應國家號召，抗擊疫情。我們於第一時間成立高規格的肺炎防疫總指揮部，制定應對策略，防控風險，保障僱員健康安全，積極承擔社會責任。抗擊疫情過程中，我們率先啟動針對商戶的幫扶措施並持續增加幫扶手段，保障商戶持續經營和消費者安心消費；疫情得到控制後，我們將防疫與復工並舉，啟動「春風行動」「春歸計劃」等，助力經濟復蘇。

我們將僱員健康安全放在首位，已採取多項措施保障僱員安全，包括：(i)根據各地政策延遲復工時間，復工後鼓勵僱員選擇彈性辦公模式，靈活選擇辦公地點，合理安排復工人員工作時間，採取錯峰到崗模式；(ii)改造人員密集辦公區域，並對所有辦公區域進行定時消毒，向辦公區內僱員提供口罩並進行體溫測量，倡導錯峰用餐；(iii)建立僱員信息日報系統，收集僱員每日身體狀況，對異常情況及時跟進處理；及(iv)開通心理諮詢熱線，上線心理培訓課程，引導緩解僱員緊張焦慮情緒。我們對疫情較為嚴重的湖北省區域僱員提供更多支持，包括在當地安排高級管理人員進行管理，向僱員及其家屬提供防護用品，為僱員提供專項救助基金及保險，並整合當地資源提供救助渠道。



我們重視消費者服務保障，包括：(i)延長旅行訂單應急服務保障政策，加速酒店、旅行及火車票機票的退款流程；(ii)聯合武漢超市、藥店、便利店、果蔬店等商戶為用戶提供食材、藥品、日用快消品等商品的即時配送；(iii)推出「無接觸配送」服務，發佈《無接觸餐廳服務規範》並在部分城市使用自研無人車試點無人配送，在外賣、到店餐飲過及買菜等多個場景，提升配送騎手和用戶健康保障；(iv)發佈《餐飲商戶衛生服務信息在線披露規範》，上線「安心」系列服務標籤，引導商戶將防疫安全舉措流程化、標準化、線上化，用戶可通過平台查找服務標籤或線下到店掃「安心碼」查看詳細信息，實現商戶安全復工，用戶放心消費；(v)啟動「安心消費月」計劃，並提供美團外賣紅包延期服務，在2020年3月發放人民幣4億元消費補貼；及(vi)推出「安心預訂」服務，為用戶提前線上優惠預訂，使消費更便捷。

我們協助商家夥伴減小疫情帶來的負面影響，推出多項商戶保障與幫扶計劃，包括：(i)武漢地區所有餐飲外賣商戶免除月佣金直至封城解除，向全國優質外賣商戶返還3%至5%佣金用於線上推廣營銷；(ii)湖北地區到店餐飲，本地生活服務商戶減免2020年2月及3月佣金；(iii)為武漢地區餐飲商戶提供免費保險產品；(iv)對湖北地區餐飲商戶贈送10,000套收銀系統；(v)啟動人民幣3.5億元專項扶持資金支持全國商戶恢復經營；(vi)攜手銀行合作夥伴為商戶提供不少於人民幣200億元的優惠利率貸款；(vii)向酒店、民宿及景區商戶提供人民幣10億元補貼，主要用於線上推廣營銷；及(viii)依托美團大學免費提供逾1,000門線上課程，開展「商家加油計劃」，為商家提供疫情應對、食品安全、店面經營、疫後儲備等針對性培訓內容。

我們為在疫情中堅持服務的騎手提供支持，包括：(i)每天獲取配送騎手體溫等健康信息；(ii)為配送騎手提供保障補助，最高可給予人民幣30萬元特殊保障金；及(iii)為配送騎手提供免費的防護口罩。

我們充分發揮互聯網生活服務平台優勢，結合業務實際，踐行企業公民責任，包括：(i)美團公益基金會捐贈人民幣2億元，設立全國醫護人員支持關懷專項基金。通過美團公益平台為慈善組織抗疫籌款項目開通線上籌款通道，為美團點評用戶、合作商戶的熱心捐助提供便利通道；(ii)聯合線上商戶資源，為湖北省一線的醫護人員、確診病人、被隔離觀察患者及其家屬提供免費心理諮詢援助服務；(iii)攜手線上商戶及配送資源為一線防疫工作者提供免費餐品；(iv)快驢進貨業務為醫療機構開通「綠色通道」，保障防疫一線食材供應；(v)在湖北省投放的美團單車達30萬輛，供民眾免費使用，併發起「無差別消毒」倡議，在多個城市對負責區域內所有共享單車進行消毒；(vi)啟動「春歸計劃」帶動就業，招聘1,000名畢業生，並通過配送合作商新吸納20萬配送騎手就業；及(vii)上線實名乘車系統，在公共交通工具（公交地鐵有軌電車）和出租車加入二維碼，助力城市實名乘車登記，實現疫情防控可追溯。截至2020年3月初，該系統已在瀋陽、長春、廈門、東莞、南京、漳州、佛山等地上線，全國其他城市加速落地中。