



環境、社會及管治報告

2020



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》附錄二十七《環境、社會及管治(ESG)報告指引》編製本報告，並遵循《ESG報告指引》有關「重大性」、「量化」、「平衡」、「一致性」原則要求。

本報告旨在客觀、公允反映我們的2020年ESG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。

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



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
- 倡導社會共同參與公益活動

ESG管理

為了更好地踐行ESG理念和策略，提高公司可持續發展競爭力，形成長效ESG工作機制，促進與利益相關方的和諧共贏發展，服務於公司的中長期戰略目標實現，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工作。

• 第一層：治理層

董事會是ESG管理的最高決策機構，監督ESG事項並對本公司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工作的重大事項的匯報。

審核委員會負責確認ESG重要事項；檢討本公司針對該等事項的展望、策略、框架、原則及政策；檢討及監督ESG實踐；監督本公司ESG目標達成情況，及就以上內容向董事會匯報。

• 第二層：管理層

安全暨風險管理委員會（「風管委」）是本公司ESG事項的管理機構，負責討論ESG重要事項；審閱公司ESG展望、策略、框架、原則及政策；指導ESG實踐開展；及審核ESG目標達成情況。

• 第三層：執行層

公司有關職能部門共同組成ESG執行小組，負責推進ESG管理策略落地及目標達成；開展ESG重要性評估與風險評估；組織培訓提升員工ESG意識；開展相關研究，及定期向公司管理層及治理層匯報。

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、資源使用、排放物、反貪污及社區投資	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	產品責任、供應鏈管理、資源使用、排放物、僱傭、反貪污、健康與安全、勞工準則及環境及天然資源	股東大會、定期公告及官方網站、電話會及郵件
僱員	僱傭、健康與安全、發展及培訓、勞工準則、反貪污及社區投資	人力資源幫助台、溝通會、社交媒體及面對面交流
用戶	產品責任、環境及天然資源及社區投資	線上平台、客戶服務熱線、社交媒體及信息披露
平台商戶	產品責任、反貪污及社區投資	線上平台、客戶服務熱線、會議及商戶考察
供應商	供應鏈管理、產品責任及反貪污	供應商考察及供應商會議
媒體及非政府組織	資源使用、排放物、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	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



實質性議題分析

2020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」、「反貪污」、「社區投資」、「僱傭」及「供應鏈管理」；相關議題包括「資源使用」、「排放物」、「環境及天然資源」、「健康與安全」、「勞工準則」及「發展及培訓」。我們將在本報告中分別討論各個議題所含內容。

環境

我們意識到自身業務運營環節中可能造成的環境影響，識別我們所面臨的主要環境風險，踐行綠色運營理念。我們審視主要業務流程，降低業務運行對環境造成的負面影響，提升行業環保能力，改進整體環保表現。

綠色運營

我們嚴格遵守《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，建立環境、健康與安全(EHS)工作小組管理公司環境事務，由相關部門主管對環境事項進行監督，推進日常辦公及業務運營環節環境管理，把控環境風險，降低環境影響。

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。我們對全國辦公職場能源與資源消耗、廢棄物處理等數據進行線上統一精細化管理，提升環境管理效率。

在能源節約方面，我們推行多項辦公區域合理用電舉措，包括：(i)照明節電，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。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；(ii)空調系統節電，針對部分會議室及就餐區空調系統加裝集控功能，實現後台設置空調溫度及開關機，減少能源浪費；及(iii)設備節電，非工作時段對部分辦公區域及衛生間的非必須設備進行斷電處理。此外，我們在空調控溫面板等處設置節能提醒與標識，提升僱員節能意識。

在資源節約方面，我們實施多項節水、節紙措施。我們在部分辦公區域安裝感應式出水節水潔具，在辦公區域內張貼節水及節紙標識，提升僱員節約意識。我們將所有打印機設備默認設置為雙面打印模式，倡導僱員優先採用雙面打印方式，並在打印機側設置廢紙回收盒。

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標準，在北京和上海等辦公區域設置分類垃圾桶，實行垃圾分類管理。辦公場所產生的危險廢棄物（如熒光燈管、電池及硒鼓墨盒等），我們均單獨收集，交由有資質的機構進行處理。

數據中心環境管理

本公司尚無自建數據中心，我們將租用數據中心的佈局及運行方面的環境影響及資源消耗納入考慮範圍。

2020年，我們繼續租用在寧夏回族自治區中衛市（以下簡稱「寧夏中衛」）的數據中心。該數據中心主要使用清潔能源（水電、風電及光伏發電等）供能，其能效水平PUE(Power Usage Effectiveness)達到1.1，處於行業前列¹。

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，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、溫度控制及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。

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)利用變頻水泵、EC (Electrical Commutation)風機等設備降低系統能耗；(ii)利用軟件優化氣流組織，提高熱交換效率，降低制冷系統能耗；(iii)利用BA (Building Automation)控制系統，根據季節變化，對環境傳感器數據和運行負荷進行實時分析，調整制冷系統運行模式，充分利用自然冷源，降低能耗；及(iv)電力容量精細化管理，提高電力資源利用率。

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，參與起草的數據中心委員會(ODCC)《冷板式液冷》技術標準已基本完成。該技術標準將響應數據中心綠色發展趨勢和政策要求，協助行業探索冷板式液冷系統在數據中心的部署應用，較風冷散熱技術實現更高機房散熱效率，優化數據中心整體能效。

¹ 工業和信息化部信息通信發展司2020年9月發佈的《全國數據中心應用發展指引(2019)》中指出，截至2018年年底，全國超大型數據中心平均PUE為1.40，大型數據中心平均PUE為1.54，全國規劃在建超大型、大型數據中心平均設計PUE分別為1.32、1.40。



推進行業環保

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

美团外賣行業環保行動

2017年8月，美团外賣啟動「青山計劃」，作為外賣行業首個關注環境保護的行動計劃，與外賣全產業鏈和消費者共同推動行業環保進程。

2020年，我們響應《關於進一步加強塑料污染治理的意見》要求，發揮平台作用，帶動產業可持續發展，提出「青山計劃」2025三項環保目標：(i)建設綠色包裝供應鏈，為平台全量商家提供外賣包裝可回收、可降解或可重複使用的解決方案；(ii)促進回收再生市場化機制建設，聯動產業上下游在全國20個以上省份建立常態化餐盒回收體系；及(iii)加強消費者引導激勵，優化產品功能和運營體系，促進1億用戶踐行無需餐具等可持續消費行為。

「青山計劃」從環保理念倡導、環保路徑研究、科學閉環探索及環保公益推動四個方面開展工作，助力實現2025環保目標。

環保理念倡導：我們通過線上課程推送及線下溝通等方式，為商家解讀環保政策，增進商家環保意識，促進其踐行環保行為。我們將每月最後一天設為「美团外賣環保日」，在植樹節、地球日、環境日和全國節能宣傳周等環境保護相關節日，面向商家和公眾開展環保宣傳活動。我們與中華環境保護基金會、全國青少年生態文明教育中心和中華環保聯合會等機構聯合組織環保包裝創意大賽和設立「環保設施向公眾開放NGO基金」等公眾可參與的環保項目，提升公眾環保意識。

環保路徑研究：我們與高等院校、研究機構、行業協會及諮詢機構等開展合作，探索行業環保解決方案，參與制定行業標準。我們發佈《外賣行業環保洞察報告暨美团外賣青山計劃三週年進展報告》，從基本認知、行業趨勢和創新方案等維度對行業環保進行專項解讀。我們聯合中國飯店協會發佈業內首份《可持續餐飲商戶指南》，助力商家提升可持續運營理念，從可持續食材、外賣包裝、能效管理及後端處理等方面提升可持續運營水平。我們持續發揮「青山計劃專項基金環保顧問團」專業智庫作用，開展行業研討活動，並聯合中華環境保護基金會、中國循環經濟協會發起「專家視點欄目」，輸出專業觀點，帶動行業循環發展。

科學閉環探索：我們採取多種措施，從外賣全生命週期的各個環節發力，減少廢棄物產生：(i)我們持續推進餐具源頭減量，優化「無需餐具」產品功能，減少一次性餐具消耗；(ii)我們聯合中國包裝聯合會、中國塑協降解塑料專委會及中國制漿造紙研究院有限公司發佈「青山計劃首批綠色包裝名錄」。我們在商家端平台服務市場設立環保包裝專區，為商家提供更多環保產品選擇，擴大環保包裝供給；(iii)我們設立「外賣包裝創新產品孵化項目」，聯動包裝生產企業研發生產綠色創新包裝產品；(iv)我們聯合多個餐飲品牌成立外賣餐盒回收聯盟，開展餐盒回收行動，在寫字樓、社區、校園及餐飲門店等場景設置超過350個塑料餐盒回收試點，對回收餐盒進行循環處理再生；及(v)我們加入由中國石化聯合會和中國物資再生協會發起的綠色再生塑料供應鏈聯合工作組，構建易回收、易再生塑料製品評價體系，推動綠色再生塑料的應用和綠色塑料供應鏈的建設。

環保公益推動：我們聯合中華環境保護基金會設立「青山計劃專項基金」，通過青山公益行動與平台商戶共同支持環保公益項目，支持環保社會組織在青海、貴州及雲南等地種植和養護生態經濟林。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2020年末，青山計劃在線宣傳環保理念觸達超過10億人次，線下環保體驗活動參與人次達100萬；在全國範圍內向商家投放全生物降解包裝袋2,000萬個，紙質餐盒100萬個，可循環使用餐具套裝1萬套；「外賣包裝創新產品孵化項目」孵化的首批共計20款近35萬份全生物降解包裝已被商家免費領取試用；匯聚超過35萬青山公益商家，累計投入約人民幣1,400萬元用於環保公益事業。

美团單車全生命週期環保

美团單車積極踐行全生命週期環保理念，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，並為電單車選用對環境更友好的鋰電池；於投放階段，進行科學規範投放、智能調度；於維修及回收階段，對輪組和智能鎖等零部件進行翻新復用，根據損壞情況對部件或車輛進行分離存放並與再生行業合作進行回收利用，形成供應鏈閉環。

我們與供貨商及政府部門合作，回收廢舊美团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。2020年，我們發起「共享單車變球場」公益項目，利用美团單車的輪胎再生材料進行塑膠運動場地的鋪設，幫助提升校園硬件條件。截至2020年12月31日，我們利用再生輪胎約24,000條，在廣東、貴州、天津、四川、湖北及福建等地共捐贈8塊運動場，場地總面積約5,500平方米。

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、快驢進貨業務使用的倉庫及美团買菜業務²使用的倉庫及服務站點。

² 隨著本公司環境數據統計能力提升，美团買菜業務的數據自2020年起開始披露。

「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；

「倉庫及服務站」為快驢進貨業務板塊和美团買菜業務板塊使用的主要倉庫及服務站點。

排放物^{3、4、5、6}

總部屬性職場	2020年
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	10,789.23
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)	0.35
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)	0.62
人均有害廢棄物 ⁵ (噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	2,533.51
人均無害廢棄物 ⁶ (噸/僱員)	0.08

³ 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。

⁴ 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《2019年度減排項目中國區域電網基線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會刊發的《2006年IPCC國家溫室氣體列表指南》進行核算。

⁵ 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。2020年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.00002噸，區域銷售職場人均有害廢棄物實際為0.00028噸，上表所列數據為四捨五入保留兩個小數字的結果。

⁶ 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。



區域銷售職場	2020年
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	3,245.90
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸／僱員)	0.14
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)	6.21
人均有害廢棄物 ⁵ (噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	1,943.10
人均無害廢棄物 ⁶ (噸／僱員)	0.08
倉庫及服務站	2020年
溫室氣體排放總量(噸)	20,805.87
<i>能源及資源使用^{7、8、9}</i>	
總部屬性職場	2020年
能源消耗總量(兆瓦時)	16,289.81
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.53
每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.07
自來水用量(噸)	172,647.09
人均自來水用量(噸／僱員)	5.79
區域銷售職場	2020年
能源消耗總量(兆瓦時)	5,462.38
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.24
每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	0.03
自來水用量(噸)	69,889.11
人均自來水用量(噸／僱員)	8.52
倉庫及服務站	2020年
能源消耗總量(兆瓦時)	34,655.04
自來水用量(噸)	203,561.50

⁷ 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。

⁸ 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，未包含自來水用量中。

⁹ 由於統計能力受限，包裝物數據暫未納入本年度統計範圍。

工作場所

僱員是本公司最重要的資產。我們致力於打造舒適及和諧的工作場所，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，並保證充足的學習資源和機會。有關僱員管理相關信息請參閱本年報「管理層討論及分析－僱員」章節。

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》、《女職工勞動保護特別規定》及《未成年工特殊保護規定》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。

招聘及離職管理

我們以人崗適用為前提擇優錄取僱員，對不同種族、民族、性別、年齡或宗教信仰的人才一視同仁，保障其享有平等的錄取及發展機會。2020年，我們進一步完善平等僱傭政策，修訂《美团崗位發佈規範》，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。通過組織招聘培訓及定期回顧，我們持續優化招聘流程，確保平等與多元的僱傭政策得到有效實施，保障招聘合規性。

我們於面試過程中對候選人教育背景、資歷及工作經驗資料進行篩選，並制定了《美团背景調查管理制度》，令我們能夠按崗位要求聘用恰當人選，並避免僱用童工。自公司成立以來未發生僱用童工等非法僱傭情況。

我們嚴格遵守相關法律法規處理僱員離職事宜，設有《離職管理辦法》，規範僱員離職管理流程，保障僱員在離職階段的權益。

薪酬與福利

我們為僱員提供有競爭力的薪資、基於績效的現金激勵及其他激勵措施。我們已向僱員授予並計劃在未來繼續向僱員授予股權激勵獎勵，以激勵他們為我們的成長及發展做出貢獻。有關僱員股權激勵計劃相關信息請參閱本年報「董事會報告－首次公開發售後股份獎勵計劃」章節。

我們依法為僱員繳納社保公積金，並提供補充醫療保險和各類補貼。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。



晉升與發展

我們基於「扁平職級、寬帶薪酬」的理念構建僱員職級與激勵體系，並設有《績效管理制度》、《職級管理規範》及《職級評審方案》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。職級「扁平化」幫助僱員立足自身崗位需求進行能力提升；僱員薪酬「寬帶化」拓寬職級內激勵空間，便於及時靈活地激勵與認可僱員。

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。內部評審委員會基於價值觀、業績貢獻、領導力與專業能力等因素對僱員晉升進行評審，並向貢獻卓越的僱員提供快速晉升通道。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。

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並保持適當的靈活性，為僱員提供法定年假、福利年假與全薪病假等假期。

我們為僱員提供健身房和圖書館等文娛設施，並在「三八婦女節」和「教師節」等節日舉辦線上線下僱員活動。我們組建超過40個文體俱樂部，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。

溝通

我們設有多種內部溝通渠道，如社交平台、人力資源幫助台和溝通會等，及時聆聽和響應僱員提出的建議或意見，幫助管理層知悉員工訴求。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。

我們制定《制度發佈管理辦法》，建立內部制度發佈平台，加強公司制度流程民主管理。正式發佈與僱員利益切身相關的主要制度前，我們會面向僱員執行調研訪談，充分保護僱員權益。

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及工作場所消防安全法律法規，並設有《辦公區門禁管理辦法》、《美团消防安全管理制度》及《辦公區域禁煙管理制度》等內部制度完善安全管理。我們組建EHS工作小組，設置職場內安全專員，加強安全管理力度，降低安全風險。我們採取的保障工作場所安全的措施包括：(i) 打造應急響應團隊，培訓並組建公司急救持證講師隊伍；(ii) 在職場內部署AED（體外除顫儀）設備，保障緊急情況下急救設備需求；(iii) 設立辦公職場安防系統，管理工作區域人員的進出；(iv) 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(v) 開展覆蓋全員的安全培訓與演習，增強僱員辦公安全及消防安全意識。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。我們在辦公職場內實施空氣質量檢測、飲用水檢測及照明度檢測，為僱員提供舒適的辦公環境。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。我們開展員工關懷計劃(EAP)，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。

在新型冠狀病毒肺炎疫情（以下簡稱「疫情」）期間，我們及時採取應對措施，降低僱員感染風險。我們在所有職場均配備測溫設備，發放測溫貼、口罩等防疫設備，建立僱員信息日報系統，收集僱員每日身體狀況，組織員工進行核酸檢測，對異常情況及時跟進處理。所有職場均遵守當地政府復工復產要求，嚴格限制到崗人數，並對職場行政工作人員提供復工前測溫和消毒培訓，制定並演練應急響應預案，加強職場防疫常態化管理。

僱員培訓及發展

我們面向全體僱員搭建「互聯網+大學」，不斷完善培訓管理機制，制定《內部課程管理制度》及《內部講師管理制度》，規範培訓的規劃、實施和管理。

我們致力於為僱員提供隨時、隨地和隨需的培訓，制定「學習全景地圖」，從文化、通用力、專業力及領導力四方面搭建培訓體系。通過建設管理學院及各專業學院，開發不同主題課程，整合各類學習發展項目，豐富課程品類，提升課程質量。



我們開展面授課、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，我們準備多樣的培訓內容以便其快速適應崗位工作需要，例如我們為校招僱員提供為期三年，覆蓋技能發展、業務知識、公司文化的「Better U計劃」，幫助僱員實現角色轉換。針對在職僱員，我們培養僱員跨通道、多領域發展需具備的通識能力，基於工作場景需求提供技術培訓，提升僱員職業素養和專業能力。針對各級管理者，我們提供階梯式的「領導梯隊」培訓，圍繞不同層級管理者能力要求和特點定制學習內容。

除開發線上線下培訓課程及項目外，我們不斷豐富培訓形式，通過社群學習、知識直播大賽等創新形式，提供靈活的培訓選擇，提升僱員參與學習的積極性，滿足僱員多樣學習發展需求。

截至2020年末，我們有內部課程1,335門，內部講師3,178人。2020年，僱員的平均內部培訓（含網絡學習及面授學習）時數為23.04小時。

供應鏈管理

我們的主要供應商是配送合作夥伴及各類物資和服務供應商。我們重視供應鏈合規管理，建立穩定業務合作夥伴關係，並敦促供應鏈夥伴加強環境及社會風險管理。

供應商合規管理

我們梳理採購過程管理流程，設有《採購合規和行為規範》管理制度，通過《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》等制度控制關鍵節點，形成覆蓋採購全流程各項活動、約束各品類採購行為的管理規範體系。

我們要求供應商在正式開展工作前，需在供應商管理系統內進行實名認證並簽署《反商業賄賂協議》、《保密協議》及《廉潔自律承諾書》，並遵守其中所載反腐、保密與廉正條款。此外，供應商可通過美团採購系統中的供應商問卷，向我們反映任何有關業務合作中的貪腐問題。我們對供應商執行定期審查，並設立集中採購供應商黑名單運營機制，一旦發現確認供應商違規行為，將中止供應商合作，並取消該供應商服務資格。

供應鏈環境和社會風險管理

我們在供應商准入、合作等過程中，關注並考量供應商的環境與社會風險。

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。我們針對特定品類供應商提出環境管理體系、職業健康與安全管理體系等資質要求，並核實供應商信息的真實性與準確性。同時，我們引入供應商第三方現場考察機制，對重要供應商執行現場風險評估及信息核查程序，降低供應商環境和社會風險。

在供應商履約過程中，我們對供應商績效表現進行持續管理和跟蹤，以不斷更新對其專業服務能力的評價。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。

配送騎手管理與保障

我們的外賣服務需要大量配送人員（亦稱為「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。我們並未與配送騎手訂立僱傭協議，配送騎手並非我們的僱員。在保障高標準服務質量的前提下，關注配送騎手的安全及權益保護，是我們供應鏈社會風險管理及社會責任履行的重要環節。

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。我們不定期對騎手進行人臉識別，確認騎手身份，提升服務安全性。

我們從配送合作商監督和騎手關懷兩方面採取多項措施以保障配送騎手的安全。我們要求配送合作商需建立合規的交通與消防安全管理體系。配送合作商需建立並完善配送騎手培訓體系，定期開展交通規則、騎行安全、應急處理及著裝規範等培訓課程，並設定考核標準，確保配送騎手通過考核，具備交通和騎行安全相關知識與技能後方可上崗。我們建立了配送合作商遠程監控中心，督促合作商升級迭代安全設備，並建立實施配送合作商安全違規違約考核機制，根據安全環境變化動態調整指標，如疫情期間將騎手口罩佩戴率和線下安全卡佩戴率等指標納入考核，加強安全管理監督。根據騎手類型不同，我們要求合作商為騎手購買「僱主責任險」，或聯合合作商為騎手推出「人身意外險」產品，騎手在服務期間均已覆蓋相應的保險產品，為騎手人身安全和財產安全提供更多保障。



2020年，我們實施多項措施，幫助應對及降低騎手送餐時的安全風險。這些措施包括：(i)基於智能調度系統，實現訂單與路線合理化，並給與一定彈性時間，提高配送安全性；(ii)升級騎手軟硬件裝備，如智能耳機、智能頭盔及頭盔尾燈、語音控制系統、護具加固和反光條升級等，減少配送騎手操作與騎行安全隱患；(iii)推動騎行工具充換電網絡建設，提供高密度的安全充換電設備，降低騎手自行充電的消防風險；(iv)由合作商加強對騎手進行安全知識宣導，向配送騎手普及交通安全與消防安全知識及急救常識；(v)騎手獎勵納入安全因素，讓騎手在關注配送工作量的同時注重安全騎行；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相關事件。

疫情期間，我們及時採取措施，降低配送騎手的健康與安全風險：(i)對全國外賣配送站點進行消毒殺菌和監控，對配送餐箱進行早晚兩次消毒；(ii)推出「無接觸配送」服務，發佈《無接觸餐廳服務規範》並在部分城市使試點無人配送及投放「智能取餐櫃」，降低用戶與配送騎手的交叉感染風險；(iii)提高配送騎手安全防護級別。建立騎手健康台賬，要求配送騎手本人測溫、佩戴口罩、每天上報健康狀況並進行抽檢，如發現騎手異常症狀立即停止工作，安排就醫並及時報備；(iv)為配送騎手配備健康安心卡，商家及用戶建立健康安全公開台賬，彼此知曉健康情況；(v)對全部配送騎手開展多輪防疫防控知識普及，提升配送騎手防疫知識水平。發佈《新冠肺炎下騎手心理防護手冊》，推出新冠肺炎疫情中後期配送騎手心理服務系列課程，關愛騎手心理健康；及(vi)統一為配送騎手提供覆蓋檢查、疑似篩查、隔離、確診以及治療每個環節的免費保障及補助方案，並為因新冠肺炎就醫的騎手家人提供生活關愛金、疾病慰問金及特殊保障金補助。

除騎手安全保障措施外，我們通過騎手懇談會及多種渠道傾聽騎手聲音，改善我們的產品和服務。2020年，我們召開50餘場騎手懇談會，溝通騎手期望，收集騎手訴求。基於該等反饋，我們制定並啟動「同舟計劃」，從工作保障、體驗提升、職業發展、生活關懷四個層面提升騎手群體的體驗。我們向騎手群體傳遞關懷的措施具體如下：(i)開通騎手評價商戶和升級申訴功能，幫助騎手解決因特殊原因造成的配送超時、投訴等問題，疏解騎手心理壓力；(ii)在重要節日與特定時間段為騎手提供物質與精神關懷，如防暑物品發放和冬季關懷等；(iii)通過騎手自強學堂及美團大學等渠道為騎手提供學習課程，推出行業首個「外賣英語」課程，提高騎手處理涉外訂單時的溝通效率；(iv)舉辦「717騎士節」和騎手全國籃球聯賽等活動，加強騎手職業認同感；(v)開通美團外賣騎手心理熱線，並與專業機構合作為騎手提供免費心理諮詢；(vi)推出「騎手守護計劃」和「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(vii)美團公益基金會推出「袋鼠寶貝公益計劃」，對全行業配送騎手子女遇到的大病和意外傷害等困難提供幫扶。截至2020年12月31日，「袋鼠寶貝公益計劃」累計幫扶共計77名全行業配送騎手子女。

產品責任

平台責任

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。

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》、《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，對外賣平台商戶和自營業務的食品安全承擔審核和管理責任。

我們成立食品安全專業委員會，承擔食品安全戰略制定、法規政策解讀與推進執行、協同各部門開展食品安全工作等職能，促進食品安全治理高效協同運轉。我們搭建食品安全管理體系，在公司層面成立食品安全辦公室、在各食品業務線設置品控團隊，完善組織人力保障。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。依法配合市場監管等相關部門，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，做好相應處理。

對外賣食品，我們制定《美團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《美團外賣生鮮類商品管理規範》等制度，完善外賣食品安全規則體系。我們建立科學的評價標準，定期評估外賣食品安全管理體系實施情況，識別食品安全風險，並提出改善措施。通過與第三方檢測機構合作，我們對外賣食品、餐箱清潔消毒效果等開展抽樣測試及驗證，以客觀評估在網商戶食品安全表現和餐箱清潔消毒效果。我們聯合中國烹飪協會及行業領先的餐飲企業合作夥伴，共同制定《餐飲外賣密封規範》，向商戶推廣宣傳，引導商戶使用符合中餐特點的外賣餐品密封方式，提升外賣配送過程規範化水平。



針對自有品牌食品的食品安全保障，我們制定了《自有品牌商品食品安全管控指引》，明確食品安全管理的責任歸屬和要求。我們建立並更新覆蓋供應商准入、商品入庫驗收、商品上架存儲、商品在庫儲存、商品運輸配送及客戶投訴處理等業務全流程的自營食品安全管理體系。我們聯合第三方檢測機構，針對售賣的水果、蔬菜、水產品及肉禽產品等開展定期的抽樣檢驗，完善在售食品的安全性評價，並據此完善食品供應商管理。

面對突發疫情，我們在滿足用戶基礎餐飲服務需求的同時，圍繞食品安全防疫、外賣配送、冷鏈食品經營等關鍵環節，創新食品安全產品和服務。我們聯合多地市場監管部門，開展「助力餐飲復工」食品安全防疫公益直播，支持餐飲商戶安全復工。我們根據疫情防控形勢，制定《進口冷鏈食品消毒指引》及《進口冷鏈食品疫情應急處置預案》等規範性操作指引，降低各環節食品安全風險，保護僱員、商戶、騎手及用戶的安全。

我們對僱員、及騎手、供應商、合作商戶等開展食品安全培訓，培育食品安全文化。面向僱員定期開展「食品安全大講堂」培訓，邀請行業專家分享食品安全良好實踐和法規政策動態。對騎手，我們定期開展配送過程食品安全知識和防疫要求的宣導。對供應商及平台商戶推出「安全餐飲欄目」，每周推送食品安全科普文章和實操建議。2020年，我們組織行業內首屆外賣商戶食品安全答題活動，提升商戶食品安全意識。

我們積極參與食品安全社會共治，與市場監管部門等各方加強協作，打造線上線下協同治理機制。通過融合政企數據，完善事前商戶資質審查、事中大數據精準監管及事後問題商戶快速處置的綜合管理。我們聯合市場監管部門推出「政企通—在線辦證」服務，幫助商戶以更便捷方式申請食品經營許可資質，探索推進在線智慧治理模式創新。我們和協會、高校和科研機構進行食品安全對話及協作，我們繼續與中國烹飪協會、中國連鎖經營協會等行業組織保持對話和合作，聯合中國人民大學食品安全治理協同創新中心，針對小餐飲治理進行課題研究。

出行安全

我們持續改進出行安全管理機制，保障用戶出行安全。

我們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。我們遵守《網絡預約出租車經營服務管理暫行辦法》，進行試點網約車服務及網約車信息匹配服務。我們及與我們合作的出行服務商均已獲得業務運營區域的網絡預約出租車經營許可證。

2020年，我們將打車安全委員會升級為「打車安全暨風險管理委員會」，在安全事件快速反應處置能力基礎上，提升安全風險前置管控能力。我們已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。

為規範網約車經營服務行為，保障乘客營運安全，我們根據相關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。

我們在網約車營運階段對服務質量與安全進行管理與監控。2020年，我們採取的措施包括：(i)對駕駛員開展心理健康狀況評估，識別高危風險駕駛員，及時採取處置措施；(ii)為駕駛員提供崗前培訓、日常培訓及糾錯培訓等線上線下安全教育培訓，為乘客與合作商提供日常安全宣導；(iii)每日營運前對駕駛員進行人臉識別；(iv)開發行程錄音、一鍵報警等功能，設置24小時安全員與客服值班制度，檢查駕駛員日常安全服務行為，構建安全隱患檢查處理機制；(v)開展安全產品策略實景與沙盤演練，優化風險訂單監控系統響應處置流程；及(vi)建立危機事件分級分類標準，不斷加強與公安機關合作，完善應急處置流程指引。

我們重視共享自行車及電單車服務安全管理。我們遵守各城市針對互聯網租賃自行車與電單車服務出台的相關規範，對共享自行車及電單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，我們對美团單車及電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。2020年，我們未發生因共享單車及電單車質量問題而導致的重大事故。

商戶管理

我們遵守《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國旅遊法》及《旅行社條例》等相關法律法規，設有《商家誠信經營制度》、《商家信息發佈管理規範》、《商戶誠信公約及管理辦法》、《美团外賣商戶服務規範》、《到店餐飲商戶不接待管理辦法》、《美团非餐類信息發佈管理規範》、《到綜商戶履約保障管理辦法》、《美团民宿房東誠信規則》、《美团到店事業群門票供應商管理規範》及《美团旅行商家入駐規則》等制度，對各類別平台商戶的經營及服務進行管理。



我們引導平台商戶為消費者提供安心、健康的產品和服務，在2020年內開展多類平台商戶產品服務質量建設項目，致力提高消費者體驗。例如，我們針對餐飲類商戶發佈《餐飲商戶衛生服務信息在線披露規範》團體標準，引導商戶加強自律信息披露，助推規範經營，同時開展「安心餐廳」項目，鼓勵商戶上傳店內防疫舉措與員工核酸檢測信息，輔助用戶消費決策；針對酒店類商戶，聯合中國飯店協會發佈《中國酒店行業防疫自律公約》，並推出「安心住」項目，對商家建立標準化的酒店衛生清潔要求，幫助用戶選擇更安心的酒店；針對景區門票類商戶啟動「安心玩」項目，在中國旅遊景區協會指導下，發佈《中國旅遊景區防疫自律公約》，協助景區披露防疫信息，提升遊客遊玩安全。我們通過商戶平台為商戶提供線上培訓體系，定期組織商戶社群培訓課程，邀請行業專家授課，加強商戶服務意識，提升商戶服務質量。

我們對平台商戶開展服務質量考核，監督治理服務不履約、虛假宣傳等商戶違規行為。我們制定嚴格的管控制度，按照商戶違規嚴重程度給予警告、調整搜索結果、隱藏評分、下線業務及下線門店等處罰措施，規範商戶經營行為，維護消費者權益。

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。我們推動客服智能化發展，為客服團隊提供智能助手支持，可快速解答不同業務中大量高頻與重複信息，自動處理標準化任務，批量處理應對突發高峰，提升客戶問題處理效率。

我們通過不同方式及時了解客戶反饋與要求並做出回應，包括在線、電話、微信、郵件和輿情監控等途徑。我們不斷改進和規範客訴問題解決流程，明確從問題發起、問題處理至問題解決每一個關鍵節點的內部責任方，督促並跟進主要責任方進行問題解決及反饋。

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直至整改完成。

我們向消費者發放滿意度調查問卷，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。

2020年，我們連續第三年獲得客戶世界機構(CCM World Group)頒佈的「金耳嚙杯」中國最佳客戶中心評選活動年度總冠軍。

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。我們依據《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國商標法》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管理知識產權。

我們建立有效機制管控公司各方面的知識產權風險，例如：(i)開展系統性的知識產權風險識別、評估活動並建立應對方案，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，包括在採購環節設置前置性的知識產權評估制度以及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，從而淨化市場環境、保障用戶利益；(iv)通過外部交流合作增強風險抵禦能力，例如我們已加入國際專利保護聯盟 (LOT Network, License on Transfer Network)以及開源專利聯盟 (OIN, Open Invention Network)，為業務發展提供更安全的國內國際環境；及(v)持續開展知識產權培訓和宣貫，不斷提高業務部門的知識產權風險意識。

我們加強知識產權管理，培育創新文化，尊重和鼓勵原創，提升自身知識產權積累。我們制定《公司專利戰略》指導專利積累和運用。基於專利產出和價值評估標準，我們通過制定實施《創新idea專利申請指引》、前置專利提案評審，提升創新實踐和專利申請效能，並通過精神和物質激勵等舉措鼓勵創新。2020年，商標、專利及軟著申請數量穩定增長，「美团」被認定為國家馳名商標。

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。我們通過「前端－後端－共治」的方式實現對權利人知識產權的保護閉環，包括：(i)前端：搭建重點品牌保護庫，實現侵權門店的源頭攔截；(ii)後端：上線並持續迭代「知識產權維權平台」(ipr.meituan.com)，支持品牌方維權訴求，提升處理效率和透明度；及(iii)共治：聯動監管、司法等機構進行協同治理，包括對商戶開設公益課程，就疑難投訴出具專家意見等，提升商戶法律意識。

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」、「中關村知識產權重點示範企業」和「國家知識產權局審查員實踐基地」等稱號。2020年，我們獲得由國家知識產權局頒發的「第二十二屆中國專利優秀獎」。



數據安全與隱私保護

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《中華人民共和國民法典》、《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》、《互聯網安全保護技術措施規定》及《兒童個人信息網絡保護規定》等法律法規規定，實施內部程序及控制措施降低數據洩漏的風險，保護用戶隱私。

我們設立數據安全與治理委員會，通過組織保障、機制建設、專項推進等工作，防範數據領域的系統性風險。我們持續健全管理體系，制定《美團隱私政策》、《隱私保護管理規範》、《個人敏感數據應用安全規範》、《數據安全管理標準》和《員工信息安全與保密行為標準》等制度以規範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、未成年人個人信息保護等內容。

我們搭建了覆蓋授權管理、安全評估、信息加密、數據備份和漏洞防控的信息安全管理模式。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，並對網絡接入設備進行准入管理。我們定期對數據庫及服務器進行安全配置評估。我們從軟件及硬件層面加密用戶數據，努力採取符合行業標準的物理、電子和管理措施，對用戶數據的存儲和使用進行管理。我們通過信息接觸者保密協議及監控審計機制防止個人信息遭到未經授權訪問、公開披露、使用、修改、損壞或丟失。我們制定了一系列備份管理程序。對於人工智能及雲平台，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。在此基礎上，我們持續建設防控體系，對信息安全漏洞進行分級管理，執行日常信息安全檢測，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。

我們擁有一支專門團隊執行隱私政策，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。

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，我們通過線上及線下培訓，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，對僱員洩露數據的行為進行嚴肅懲罰。

在做好用戶隱私保護和自身數據安全的同時，我們積極推動行業數據安全和用戶個人信息管理能力建設。我們制定《第三方應用開發安全規範》和《服務商系統安全規範》，審核合作服務商的信息安全保護能力與資質，並要求合作夥伴在運營中遵守我們的技術安全要求與信息安全規範。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。2020年，我們參與中國信息通信研究院針對《App用戶權益保護測評規範》及《App收集使用個人信息最小必要評估規範》系列標準的制定工作，對行業標準發展提出建議。

信息合規

廣告合規

我們遵守《中華人民共和國廣告法》、《廣告管理條例》、《互聯網廣告管理暫行辦法》及《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》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，我們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複審等審核方式，對廣告內容進行嚴格把控，保障廣告內容符合法律法規規定，防範違法風險。對於醫療、藥品及保健食品等特殊行業廣告，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。

UGC內容合規

我們遵守《互聯網信息服務管理辦法》及《網絡信息內容生態治理規定》等要求，對UGC（用戶產生內容）質量進行管理。我們在平台上公示《美團點評用戶誠信公約》，明確用戶的職責和義務。我們建立UGC內容多重審核機制，通過機器審核與人工審核相結合，提升UGC內容質量。我們採用五層人工審核機制，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；同時不斷完善自動識別系統，新增不當語言、廣告等語義分析模型，結合人工審核機制，更準確識別和處理違規內容。我們與監管部門建立溝通渠道，快速響應並根據監管要求持續管理。針對UGC違規內容，我們實施分級管理政策，輔以屏蔽、刪除等處置措施。



POI內容合規

我們亦重視POI(興趣點,用戶認為有趣或有用的地點)的質量與準確性,建立並執行POI信息審核控制,採取多種措施提升POI質量,包括:(i)建立用戶、商家等多來源糾錯提報流程,對不準確的POI信息及時修正;(ii)建立自動識別系統,對不當及違法POI進行篩選和過濾;(iii)採取人工審核進行質量複核及抽檢;及(iv)與監管機構建立溝通渠道,並根據監管要求持續優化管理。2020年,我們迭代並優化POI審核及反作弊策略,增加部分POI發佈資質審核要求與信息核實渠道,提升POI質量管理水平。

反貪污

反舞弊

我們嚴格遵守《中華人民共和國刑法》及《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規,加強反舞弊管理,重視內部制度及體系建設,並培育廉正文化,保障企業健康發展。

反舞弊制度及體系建設

我們制定有《陽光職場行為規範》、《避免利益衝突&陽光申報制度》、《禁止私下協定制度》、《保密信息披露禁止制度》及《收受禮品饋贈管理制度》等內部制度,規範僱員內外部交流過程中所涉及到的貪腐風險點。以上制度適用於公司全體僱員,為公司廉正建設提供了基本指引。

我們設有陽光委員會,採用預防、調查及宣導三位一體的模式,推動反舞弊體系穩健運營。陽光委員會形成以《廉正框架體系暨陽光委員會運營機制》等指引為基礎的工作機制,獨立向首席執行官及董事會匯報工作。陽光委員主要職責包括:(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;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。

此外,我們已結合實際情況構建多邊聯動、覆蓋全員的風險管理系統,降低舞弊風險。有關該風險管理系統相關內容請參閱本年報「企業管治報告—風險管理及內部控制—風險管理組織架構」章節。

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形式。

為引導全體僱員了解並遵守《陽光職場行為規範》，我們針對包括董事會、管理層成員在內的不同層級僱員持續開展廉正培訓與制度宣貫，並對全體員工進行廉正考試。2020年，我們面向全員開展廉正培訓或制度宣貫291場，參與人次達30,848人次，其中包括面向全體董事會成員的廉正培訓1場和面向管理層的反腐廉正培訓14場。我們的年度全員廉正考試整體參與率達99.4%，考試及格率達99.8%。

我們針對高風險崗位著重開展廉正培訓與考核。例如，我們對採購需求人員及執行人員進行反商業賄賂與廉潔採購相關培訓，並不定期對採購部門全體人員進行考試，提高採購人員反商業賄賂與反舞弊風險敏感度。

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《美团廉正七條》宣誓活動、面向全體合作夥伴發出的《美团廉潔合作五知道》倡議、第二屆「文化價值觀日」活動。自2017年起，我們連續四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，並及時將調研結果對全公司分享解讀。

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。我們通過內部投訴與舉報機制，接受僱員對損害公司商業道德行為的舉報。我們建立內部案件管理系統，實現舉報受理、調查詢問、定性裁決、申訴、處分執行於一體的閉環管理體系和「全覆蓋、無遺漏、高效率、必反饋」的舉報線索處置規範化運營。我們設有舉報人保護制度，對舉報人及舉報信息實施保護，維護舉報人的合法權益。監察部會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，我們設有申訴與澄清機制，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。對觸犯法律的事項，公司將移交司法機關處理。2020年，我們分別在春節前夕、4月28日公司「文化價值觀日」、端午節及中秋節對外披露案件信息4次，及時通報廉正違規事件。

我們作為發起者之一，自2017年起持續參與「陽光誠信聯盟」工作，通過企業間信息共享機制，聯合進行反腐行動。我們每年定期發佈生態反腐公告，攜手合作夥伴共同構建廉潔生態共同體。



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》、《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。

2020年，我們按照最新法律法規文件和相關監管要求完成反洗錢內控制度更新，對《反洗錢和反恐怖融資工作管理制度》、《大額交易和可疑交易報告管理辦法》及《洗錢風險評估管理辦法》等制度進行修訂，新制定《分公司反洗錢工作報告管理辦法》等3項制度，完善反洗錢制度體系。

我們設有反洗錢中心，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、反洗錢產品設計人員及反洗錢系統支持團隊，在各分支機構設置反洗錢工作小組及負責部門，持續加強反洗錢工作隊伍專業配置。

我們通過對業務或產品開展洗錢風險評估，進行洗錢風險的識別和管控。對於被評定為高風險的業務或產品，我們會在評審後給出合規解決方案，並在業務開展過程中持續跟進風險治理情況。

在對客戶進行身份識別、洗錢及恐怖融資等風險監測甄別層面，我們按照「了解你的客戶」和「風險為本」原則，核查客戶入網資質和證照信息，並結合第三方驗證渠道對客戶身份進行識別，通過系統篩查與人工分析相結合的方式，開展風險監測甄別，一旦發現可疑交易或行為及時上報。我們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。

我們重視提升僱員反洗錢知識儲備和防範意識。2020年，我們組織參與內外部反洗錢培訓共計18次，內容包括反洗錢法律法規、可疑交易監測案例、同業反洗錢經驗等。此外，我們通過內部知識庫、相關工作群組及公眾號等平台，分享和傳播反洗錢知識，並在各地分公司營業場所、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。

我們持續與反洗錢主管部門、監管機構和行業自律組織保持良好的溝通與合作，協助上述部門開展多項反洗錢意識宣貫和知識普及活動。2020年，我們與中國人民銀行哈爾濱中心支行聯合撰寫的反洗錢調研《淺談數字身份系統利弊及風險防範建議》刊登在《中國反洗錢實務》。

我們參與中國人民銀行長春中心支行組織開展的「反洗錢一直在路上」主題宣傳活動，向社會公眾宣傳反洗錢知識、展示反洗錢工作成果；在大連，聯合當地人民銀行及黨政機關開展「規範使用支付碼，證件賬戶莫出借」主題宣傳活動。我們的反洗錢宣傳活動覆蓋商戶及社區，做到反洗錢宣傳「廣覆蓋」。

社區投資

在尋求自身發展的同時，我們積極與社區溝通，了解社區發展需求，以「互聯網+」的思想開展公益慈善活動，並通過多種途徑為生活從業者賦能，提升社區投資影響力。

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，定位於「互聯網+公益」模式特點，旨在為慈善組織提供均等化、精準化信息發佈和籌款的服務，並為公眾搭建安全、高效、便捷的公益捐贈渠道。

攜手商戶

我們持續推進「美团公益商家計劃」，將公益融入到商戶日常經營行為當中。截至2020年底，該計劃已覆蓋餐飲、酒店、外賣和門票等業務，累計參與商戶超過39萬家。我們聯合壹基金與所有公益商家發起「山區幼兒園運動場」項目，為偏遠山區、鄉村公辦幼兒園鋪設標準化多功能運動場，支持開展相應的體育課程和戶外活動，促進山區兒童健康快樂成長。截至2020年12月，該項目已在貴州省畢節市赫章縣、威寧縣、納雍縣及織金縣等陸續落地，超過13,000個美团公益商家通過該項目，累計為貴州山區幼兒園捐贈建成12個多功能運動場。此外，我們亦聯合青山公益商家發起「隱食計劃」公益活動，幫助用戶發現身邊的隱秘美食，讓受疫情影響嚴重的小微商戶獲得收入；響應「光盤行動」號召，聯合知名餐飲品牌上線小份套餐，倡導減少食物浪費；與公益商家發起「可持續生活方式」及「革除濫食野味陋習」等倡議，推廣健康、環保生活理念。



帶動用戶

美团公益持續探索將公益與用戶日常消費場景的融合，拓展推廣渠道，讓用戶在日常生活中輕鬆參與公益，感知公益理念和價值。

- 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至用戶消費場景中，讓用戶在滿足日常生活消費需求的同時，感受公益文化、參與公益互動。例如我們在外賣訂餐結算頁面推送「為抗戰老兵加菜」公益項目；在外賣地圖頁面推送「希望廚房」和「營養餐幫鄉村兒童成長」等公益項目；在美团錢包頁面推送「困境兒童救助與保護」公益項目，通過引發用戶的情感共鳴，引導用戶參與公益。
- 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「無需餐具」選項等行為均可獲得公益能量，並捐贈用於支持環保公益項目開展。
- 結合公益節日：我們在重要公益節日期間，結合節日主題，舉辦相應公益活動。例如：(i)我們與聯合國世界糧食計劃署聯合倡議發起「外賣零浪費挑戰」，聯動餐飲商家上線「零浪費套餐」，通過上線小份餐品、菜品信息描述標準化等手段，助力用戶按需點餐；(ii)我們與科普中國在「全民營養周」發起科普答題活動，鼓勵公眾合理膳食，共吸引近80萬用戶分享互動，超25萬人次參與答題；及(iii)在第九個「全國交通安全日」，我們積極參與交通安全警企共治，通過倡議視頻和互動小遊戲等方式傳遞平安出行理念。

僱員參與

僱員也是公益活動的重要參與者。美团員工通過公益月捐、公益探訪、公益日和公益沙龍等多種形式參與公益活動，深入理解和參與貢獻社會價值。

- 公益月捐計劃：倡導僱員每人每天捐出人民幣1元錢，幫助騎手孩子。2020年，共有1萬餘名美团員工加入員工公益月捐，累計捐贈善款人民幣835,843元，幫助22個全行業騎手的大病孩子。
- 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。

應對突發災害

2020年美团積極應對突發公共衛生事件和自然災害事件，積極保障百姓民生、穩定社會就業、促進經濟復甦，履行企業社會責任。

- 新冠肺炎疫情應對：我們於2020年1月第一時間設立抗疫專項資金，支持疫情防控。疫情發生初始，我們主動聯合中國紅十字基金會等多家慈善組織緊急上線12個抗疫相關公益項目，覆蓋疫情防控、醫療救助、心理援助、醫護關懷、後期保障等多種類型：(i)向全國醫護人員和一線防疫人員發放免費騎行卡，便於一線人員疫情期間出行；(ii)推出醫護緊急專供餐公益活動，免費為重點醫院及援鄂醫療隊人員配送愛心餐；(iii)開展面向醫護人員、病患及社會公眾的疫期心理援助公益項目；(iv)通過慈善組織，為一線抗疫人員提供物質生活保障和致敬慰問金，為一線民警輔警撥付慰問撫恤金；(v)發起「致敬最美逆行者」公益活動，聯動全國超過2,000個景區向醫護人員免費開放；及(vi)在武漢、北京、廣州、上海等39個城市上線美团和大眾點評平台核酸檢測預約功能。
- 助力疫情後經濟復甦：我們在疫情控制後隨即啟動「春風行動」，幫助生活服務類商戶盡快復工復產，助力疫情後經濟復甦。我們的行動包括：(i)發佈佣金減免政策，擴大優惠貸款範圍，解決商戶現金流難題；(ii)加大食材供應鏈保障，承諾供應鏈「保價不斷貨」；(iii)為商戶提供「全場景引流」、「新消費體驗」和「智慧化管理」等數字化解決方案，增強商戶數字化運營能力；及(iv)與多地政府機構合作，開展「安心消費節」等一系列消費促進活動，向消費者發放消費券、消費補貼及紅包，助力提升消費信心。
- 洪澇災害應對：我們緊急上線中國紅十字會「2020抗洪行動」、壹基金「馳援南方洪災」等多個公益項目，助力慈善機構籌集善款，為受災民眾提供生活必需品保障。



扶貧¹⁰

2020年是脫貧攻堅的收官之年，我們結合數字經濟平台優勢，通過啟動「新起點在縣」縣域扶貧項目，在縣一級實施就業、培訓、數字化、旅遊和公益等精準幫扶，助力當地形成就業與消費貫穿的縣域經濟雙循環，實現脫貧攻堅與鄉村振興的有效銜接。美团將業務的勢能轉化為扶貧的動能，形成「業務發展帶動扶貧、扶貧成效反哺業務」的良性運行方式，激發幫扶對象內生動力，使企業的幫扶更加長久。

就業扶貧

我們的平台在各地帶動產業鏈發展，間接創造了大量就業機會，成為許多貧困勞動力在城市獲得收入的有效途徑。為防止貧困勞動力因新冠肺炎疫情返貧致貧，我們推出「春歸計劃」，聯合合作夥伴，以長期就業和靈活就業相結合的方式在全國提供超過70萬個就業崗位，為建檔立卡貧困人員就地提供就業綠色通道，降低疫情對貧困人員的影響。我們面向貧困縣開通騎手招募專線，並重點聚焦全國52個未摘帽貧困縣實施「新就業在縣」舉措，定向對接省會城市或鄰省城市工作地，幫助更多人實現就近就業。截至2020年末，共有9.5百萬名外賣騎手通過我們的平台增收，其包括約2.3百萬名來自貧困地區的騎手。

培訓扶貧

我們自2019年起在貧困縣開展「新青年追夢計劃」就業創業扶貧培訓，並聯合美团大學「打造生活服務業數字化人才大本營」項目，依託其外賣運營、酒店管理、民宿服務、鄉村旅遊、互聯網營銷等課程，為貧困地區旅遊、酒店、民宿及餐飲等行業從業人員提供培訓輔導和集中示範的現場教學，助力幫扶地區實現由輸血式扶貧向造血式扶貧的轉變。截至2020年末，該就業創業扶貧培訓已經在全國9個省市完成31場實操培訓，培訓學員超5,000人次。

消費扶貧

針對貧困縣域及城鎮普遍存在生活服務商家線上化率低、數字化基礎設施薄弱的情況，我們在貧困縣落地「勞動走出去、遊客引進來、商戶連上網、消費旺起來」的扶貧工作思路，助力貧困地區的中小微商戶進行供給側數字化改造，幫助商戶上線互聯網平台，開拓外賣渠道、拓展品牌認知，提高營業收入。2020全年，美团累計為全國814個貧困縣涉及餐飲、旅遊、住宿等近48萬戶商家提供線上服務，通過6.96億筆訂單，實現了近人民幣34.79億元線上交易額。

¹⁰ 更詳細的扶貧內容請參閱2020年《美团扶貧報告》

公益扶貧

我們利用互聯網平台，將商戶、用戶及貧困地區的人們連接在一起，讓公益扶貧實現「科學技術驅動，平台商戶聯動，持續投入行動」的效果。我們發起「青山公益行動」，外賣餐飲商戶成為青山公益商家後，用戶每完成一單外賣，商戶即捐贈一定金額善款。截至2020年末，我們通過「青山公益行動」與超過35萬戶青山公益商家一起在雲南、甘肅、內蒙古、青海等省貧困村投入人民幣490萬元，扶持15個花椒、沃柑等生態經濟林種植，1,800戶建檔立卡貧困戶直接受益。我們在貴州、四川、湖北、福建等地落地「共享單車變球場」項目，幫助貧困地區兒童更好地成長。我們依託美团公益平台進行扶貧類項目籌款。截至2020年末，扶貧類項目累計籌款達人民幣8,200萬元，共760萬人次參與捐贈。

旅遊扶貧

我們將平台用戶與特色旅遊信息對接，不僅讓美景「出山」，也讓更多遊客「進山」。同時，我們與貧困地區共同開展智慧景區建設，完成票務數字化、營銷數字化、分時預約等能力建設，幫助貧困地區旅遊景點進行科學管控。2020全年，我們為全國807個貧困縣的7.69萬個旅遊類酒店類商家提供線上服務。

生活服務從業者賦能

我們關注生活服務從業者整體素質提升進而促進行業整體發展。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》及人力資源和社會保障部《職業技能提升行動方案（2019-2021年）》等政策，於2019年成立「美团大學」，打造生活服務業數字化人才大本營。我們制定美团大學章程，針對不同生活服務行業細分領域設立多個培訓學院，範圍涵蓋餐飲、外賣、酒店、配送、美業、結婚、親子和零售到家等等多個品類。

2020年，我們發佈「數字化新職業人才成長體系」，由「能力標準、學習地圖、課程體系、聯合認證」四大模塊構成，貫穿行業數字化人才成長全過程，為從業者的學習發展提供明確路徑。我們聯合多個國家一級行業協會，完成對餐飲、配送、醫美、景區及酒店等多個行業數字化運營崗位的能力標準制定，將不同崗位需要的能力進行逐級拆解。學員在美团大學完成課程學習後，可參加相關認證考試，獲取國家行業協會與美团大學聯合頒發的職業認證證書。在酒店行業方向上，美团大學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（1+X證書制度試點），可以作為教育培訓評價組織，為職業院校學生及社會從業者並頒發「酒店收益管理」職業技能等級證書。



此外，美团大學還聯合《中國企業家》雜誌社、中國國際電子商務中心共同發起成立「服務經濟人才發展委員會」；與行業協會和企業代表共同發佈「夥伴開放計劃」促進生活服務人才發展。

為幫助更多生活服務從業者減小疫情帶來影響，盡快復工復產，美团大學於2020年2月啟動「春風行動，商家加油」項目，免費開放超過1,500門課程，並推出「春風大講堂」系列直播、「小店守護」等課程，為中小微商戶講解食品安全、安心復工和無接觸運營等專項內容。

截至2020年末，我們擁有超過2,611位生活服務業講師，開發了實操、運營、管理、行業動態等4,000多門課程，培訓商戶超過388萬，學員人數達2,376萬，開展近1,000場培訓，線下課程培訓已覆蓋全國達455個城市。