



# 環境、社會及管治報告

# 2021





## 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》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》編製本報告,並遵循該指引有關重要性、量化、平衡、一致性原則要求。

我們識別了主要利益相關方及其關注的環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)議題,對利益相關方關注的ESG議題進行優次排列,根據其關注議題的重要性水平在報告中進行回應,並在報告「利益相關方溝通」和「實質性議題分析」小節做出了說明。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2021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。

除另有說明外,本報告的披露範圍包括由公司直接運營和管理的業務的ESG表現。本報告的時間範圍為2021年1月1日至2021年12月31日。

### 董事會聲明

董事會對公司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監管。公司風險管理委員會(以下簡稱「風管委」)對ESG事項進行日常管理,指導ESG實踐開展。公司有關職能部門共同組成ESG執行小組對ESG事宜開展落地和執行工作,並定期向管理層和治理層匯報。

公司制定了ESG理念與管理策略,並將其融入業務開展的多個層面。董事會對ESG理念與管理策略進行定期審閱,評估其對公司整體策略的潛在影響。

公司開展了利益相關方關注ESG議題的實質性分析。董事會參與了對重要ESG議題的評估、優次排列和管理。

公司重視ESG相關風險和機遇可能產生的重大影響,並將其納入風險管理體系。董事會監督ESG相關風險和機遇的評估、以及確保設置了適當和有效的ESG風險管理和內部監督系統。

公司已設定與業務相關聯的環境目標。董事會對環境目標的進展情況進行定期檢討。

## 環境、社會及管治報告

### 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



## 環境、社會及管治報告

### 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。

#### 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。

審核委員會負責監督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。

#### 管理層

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。

#### 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；組織培訓提升僱員ESG意識；開展相關研究，及定期向公司管理層及治理層匯報。

## 環境、社會及管治報告

### 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。

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
政府及監管部門	產品及服務安全保障、反貪污、 平台不良信息管理、合法僱傭、 騎手健康與安全、信息安全與隱私保護、 應對氣候變化、生活服務業賦能與發展	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、 員工培訓與發展、產品及服務安全保障、 反貪污	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、員工權益與福利、 員工培訓與發展、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、客戶投訴管理	線上平台、客戶服務熱線、 社交媒體及信息披露
平台商戶	客戶投訴管理、生活服務業賦能與發展、 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
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、 客戶投訴管理、帶動行業環保實踐、 節約能源、生活服務業賦能與發展、 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
騎手	騎手健康與安全、客戶投訴管理、 產品及服務安全保障	騎手懇談會、申訴熱線、產品體驗官

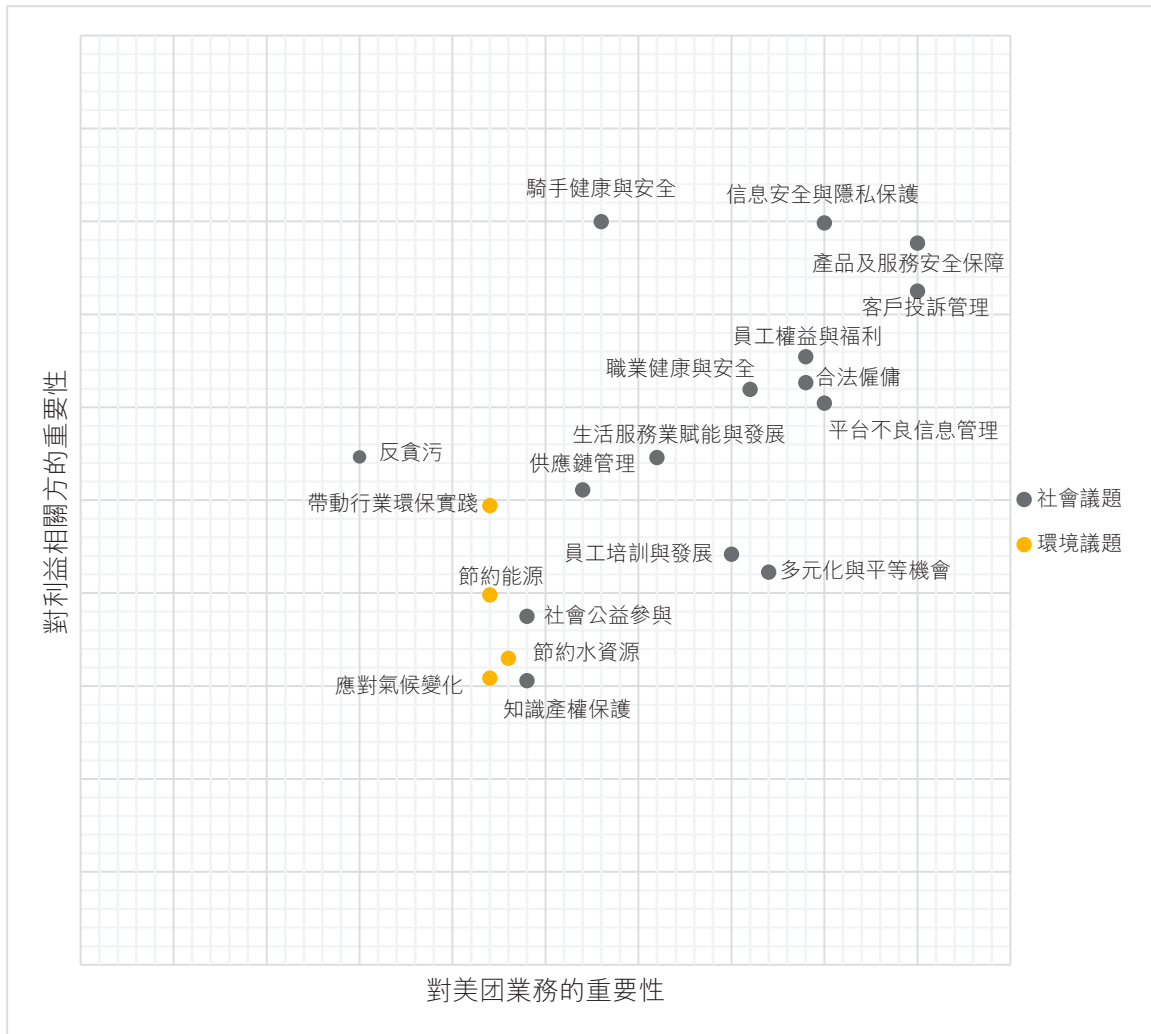


## 環境、社會及管治報告

### 實質性議題分析

2021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，我們參考《環境、社會及管治報告指引》所包括的ESG議題進行實質性分析，作為我們行動及報告的參考。

我們將在本報告中分別討論各個議題所含內容，實質性議題分析的結果如下圖所示。



## 環境、社會及管治報告

### 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（以下簡稱「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；**(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；及**(iv)**強化用電管理，建立月度、季度職場用電量提醒機制，對出現用電量異常情況的職場進行原因分析並予以關注。此外，我們在空調控溫面板、開關面板等處設置節能提醒與標識，提升僱員節能意識。



## 環境、社會及管治報告

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，踐行低紙化辦公。

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。職場產生的危險廢棄物（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貨商回收處置。針對運營過程中產生的電子廢棄物（如廢舊電腦、顯示器、電話、投影儀等），我們制定了內部處理流程進行統一管理，並交由專業機構進行無害化處置和回收。

### 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《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》等政策指導要求，將環境保護能力列為數據中心供應商的重要考核內容。在租用數據中心時，我們將其佈局及運行方面的環境影響、資源消耗、可再生能源（水電、風電及光伏發電等）使用條件、區域氣候環境等納入考量因素，優先考慮租用綠色數據中心。我們要求數據中心供應商嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國土壤污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規要求，並對數據中心的環境影響評估報告、節能評估報告進行評估審核並關注其環境績效。我們要求數據中心供應商制定《現場安全文明施工標準化手冊》及《有害廢棄物管理手冊》，將污染物源頭預防、過程管控和末端治理融入項目運營的全過程，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。此外，我們嚴格控制運營過程中產生的生活廢棄物和生活廢水，對廢棄物進行妥善分類和回收，嚴格把控廢水的合規排放。



## 環境、社會及管治報告

2021年，我們繼續租用寧夏回族自治區中衛市（以下簡稱「寧夏中衛」）區域的數據中心作為主要數據中心，並持續擴大該區域數據中心服務器的機架規模。該數據中心主要使用可再生能源供能，我們在寧夏中衛區域的數據中心全年平均能效水平PUE (Power Usage Effectiveness)為1.25，優於行業平均水平<sup>1</sup>。

寧夏中衛區域的數據中心均為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製冷方案相比，節能優勢明顯。

寧夏中衛區域的數據中心亦根據現場環境採取多種節能減排措施，包括：(i)使用變頻水泵、EC (Electrical Commutation)風機等設備；(ii)利用軟件優化氣流組織，提高熱交換效率；(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，調整製冷系統運行模式，充分利用自然冷源；(iv)通過提高回風溫度，提高製冷效率，增加自然冷卻時間；(v)採用熱回收機組，回收數據中心排氣中的廢熱為生活熱水供熱，提高數據中心的能源與資源使用效率；及(vi)電力容量精細化管理，提高電力資源利用率。

2021年，我們拓展數據中心的租用區域，並在新租用的數據中心開展多項節能減排措施，包括：(i)引入HVDC (高壓直流)供電，有效降低鏈路和不間斷電源的損耗；(ii)採用智能照明控制系統，降低數據中心整體能耗；(iii)在屋頂及牆面安裝光伏儲能系統，引入綠色能源，有效降低數據中心PUE水平；(iv)提高基礎設施配套設備能效標準，降低能耗；及(v)通過使用數據中心智能化監控系統，提高數據中心資源利用率並降低運營成本。

我們積極開展數據中心轉型方面的調研工作，包括：(i)國家碳達峰、碳中和目標規劃，以及數據中心相關減碳技術路線研究；(ii)全球高科技企業可再生能源利用率情況、碳中和目標及實現路徑調研；(iii)數據中心液冷技術研究；及(iv)集約化數據中心的選址部署，網絡、能源等資源保障調研。

<sup>1</sup> 工業和信息化部信息通信發展司2021年2月發佈的《全國數據中心應用發展指引(2020)》中指出，截至2019年年底，全國超大型數據中心平均PUE為1.46，大型數據中心平均PUE為1.55，全國規劃在建超大型、大型數據中心平均設計PUE分別為1.36、1.39。



## 環境、社會及管治報告

### 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

我們推動行業低碳循環發展，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》及《「十四五」塑料污染治理行動方案》等政策指導要求，持續實施各項環保行動。

美团外賣自2017年以來持續四年開展「青山計劃」，是外賣行業首個關注環境保護的行動計劃，致力於與外賣全產業鏈和消費者共同推動行業環保進程。

2020年，我們提出三項環保目標作為「青山計劃」的行動綱領。2021年，我們全面升級了「青山計劃」環保戰略，以「更好生活、更美自然」為願景，著眼於全平台業務的綠色低碳發展、帶動生態各方共建共享、探索人與自然和諧共生之路，設立「綠色包裝」、「低碳生態」、「青山科技」、「青山公益」四大板塊，助力實現2025環保目標。

#### 綠色包裝

我們聯合中國製漿造紙研究院、中國塑料加工工業協會降解塑料專業委員會、包裝生產企業和餐飲商家開展外賣包裝創新和孵化，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方案。我們發佈了「2021年度青山計劃綠色包裝推薦名錄」，在2020年度首批推薦名錄「降解塑料」和「紙質類」兩大類別基礎上，增加了「易回收易再生塑料包裝容器」類別，將更豐富的創新環保包裝方案提供給商家。

## 環境、社會及管治報告

我們與綠色再生塑料供應鏈聯合工作組共同發佈了《塑料製品易回收易再生設計評價實施細則－外賣(帶)一次性餐飲塑料包裝容器評價準則》，該準則基於《塑料製品易回收易再生設計評價通則》，是中國首個完全自主的塑料製品易回收易再生性設計標準體系，填補了國內塑料製品易回收和易再生性設計標準的空白。

我們在2021年推進了廈門、上海兩地的常態化回收項目。我們在廈門啟動年度「百萬公斤塑料餐盒回收計劃」，實現約3噸的日餐盒回收量。我們在上海設置餐盒回收試點項目，實現約3-5噸的日餐盒回收量。

### 低碳生態

在商家端，我們上線「商家青山檔案」產品功能，鼓勵餐飲商家分享自身環保實踐。2021年6月，美团外賣的餐飲商家可以發佈用戶可見的環保檔案，並通過踐行「減少一次性用品使用」、「選擇環保包裝」和「宣導和參與包裝回收」等多種環保措施充實自己的環保檔案信息。截至2021年底，已有超過200萬家商家具備青山檔案，約3.5萬商家在「商家青山檔案」中主動上傳環保經驗或承諾。同時，我們持續推動與中國飯店協會聯合發起的「反對食品浪費，提供小份菜」倡議，通過多種方式呼籲餐飲商家向消費者提供「小份餐」、「一人食」套餐。

在用戶端，截至2021年底，已有超過1億美团外賣用戶選擇過「無需餐具」。我們在點餐頁上線文案提示功能，當用戶點餐達到一定數量時，會收到「點餐請適量，環保又健康」的提示語，並在訂單頁推送「請厲行節約，避免浪費」的溫馨提示。另外，我們每年度推行美团外賣環保日、植樹節線上宣導、世界地球日「減少使用一次性塑料吸管」等可持續消費倡導活動。

### 青山科技

為助力支撐碳中和目標的科學探索和技術轉化，促進經濟社會綠色低碳循環發展，實現美麗中國願景藍圖，2021年6月，由我們發起，中國科協生態環境產學聯合體、中國石油和化學工業聯合會作為戰略合作夥伴，相關單位共同支持的首個關注「碳中和與循環經濟」的公益性基金「青山科技基金」成立。該基金主要針對「青山科技獎」、「科創中國」美团青山環保科技創新示範項目兩大方向展開資助，希望鼓勵更多青年科學家投身該領域研究，促進更多環保科技成果在產業中發揮價值。



## 環境、社會及管治報告

### 青山公益

我們聯合中華環境保護基金會發起「青山計劃自然守護行動」，旨在資助、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，切實提升保護地生態質量，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，截至2021年底，該計劃徵集並確定30個項目並面向社會公示，擬資助總額達人民幣1,230餘萬元。

截至2021年底，「青山計劃」累計：在線宣傳環保理念觸達超過22億人次；發佈兩批綠色包裝推薦名錄，共納入101家優質餐飲外賣包裝供應商的161件環保產品進入推薦名錄；在全國範圍內向商家投放全生物降解包裝袋超過3,000萬個，投放30款共計191萬件創新環保包裝製品和12萬套可循環使用餐具、吸管，廣泛收集商家和消費者的使用反饋，對包裝產品進行持續優化；開展超過1,200個規模化垃圾分類及餐盒回收試點；匯聚超過67萬青山公益商家，共同開展環保公益行動。

### 美团單車和電單車全生命周期環保

美团單車和電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)，實現廢舊車輛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；於投放和運營階段，進行科學規範投放、智能調度，對零部件進行翻新複用，根據損壞情況對部件或車輛進行分離存放和回收；於報廢階段，報廢的單車鎖電池和電單車電池等有害廢棄物統一交由車鎖、電池供應商進行回收處理，車身、輪胎等無害廢棄物與資源再生公司合作進行回收利用，形成供應鏈上下游閉環。

同時，美团單車和電單車的用戶通過綠色低碳騎行，捐贈騎行里程，由美团配捐善款，為鄉村學校捐建籃球場。有關我們本年度公益行動的工作進展請參閱本報告「社區投資 — 公益平台及項目」章節。

## 環境、社會及管治報告

### 氣候變化應對

我們意識到氣候變化是各利益相關方關注的重要議題，將對環境和社會產生重大影響，也將對我們的正常運營產生影響。我們開展了氣候變化的影響識別和分析工作。

在實體風險方面，受氣候變化影響而發生的洪澇、颱風、暴雨等極端天氣可能對我們的工作場所運行、僱員安全以及正常提供產品和服務造成影響。為避免和減少因極端天氣的發生而引發的公司財產損失和人員傷亡，我們建立了專門團隊負責極端天氣發生時的應急響應工作，建立極端天氣應急預案。我們建立的應對機制包括：在極端天氣發生前，對其發生的範圍和造成的影響進行預測，並及時啟用預案；在極端天氣發生時，根據天氣演變的實際情況進行分級響應，不斷調整響應級別，應對和滿足援助需求；在極端天氣發生後，逐步恢復職場和業務運營，評估損失情況，對預案進行複盤並尋找優化方向。我們還開發了「氣象預警系統」為全國範圍的僱員進行天氣預警，2021年度該系統推送了超過20萬條氣象預警通知。

在過渡風險方面，面臨中國綠色經濟和低碳轉型的長遠趨勢，我們應管理自身運營產生的碳排放，遵守和響應國家降低碳排放相關的法規和政策。同時，我們評估應用新興低碳科技、部署能效水平更高的數據中心、以及採購低碳環保型物料對我們的業務產生的影響。我們對可能產生重大影響的氣候變化及降低碳排放相關的法規和政策保持密切關注，對政策趨勢進行研判並提前啟動準備工作。我們於職場和租用的數據中心應用低碳技術，降低能耗和碳排放。我們針對總部屬性職場訂立了能源使用效益目標。我們在數據中心租用時注重其能耗水平，並對數據中心的位置進行合理規劃，在保障其穩定電力供應的同時提升清潔能源的利用率，同時建立碳排放監測機制。有關職場及數據中心節能減碳的內容請參閱本報告「綠色辦公」、「數據中心環境管理」、「環境目標」以及「綠色採購」章節。



## 環境、社會及管治報告

在氣候變化機遇方面，我們在提供產品和服務的過程中主動探索減碳機會，注重降低產品和服務的碳足跡，並結合業務屬性促進行業減碳，引導消費者培養低碳環保的消費習慣。例如美团單車和電單車提供的共享騎行服務相較於其他交通方式擁有較低的碳排放，有助於城市交通綠色低碳出行的轉變，同時美团單車和電單車踐行全生命周期環保管理理念，致力於降低環境影響；我們開展「青山計劃」行動，為餐飲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，聯動上下游建立常態化餐盒回收體系，並促進用戶踐行「無需餐具」等可持續消費行為，共建低碳生態；在零售業務開展過程中，我們採取多種措施減少資源消耗，提高能源使用效率，包括：(i)使用RFID(無線射頻識別)技術識別和管理包裝物在業務環節的使用，避免包裝物的浪費；(ii)使用可循環使用冰板代替傳統一次性使用的乾冰；(iii)優化產品在運輸過程中的固定方式，減少塑料纏繞膜等一次性塑料用品的使用；(iv)對用電設備進行精細化管理，包括及時關閉非必須設備、選擇凍結效率更高的速凍設備等；及(v)探索智能化節電方式，通過AIoT(人工智能物聯網)監控技術及時發現可優化的用電場景。有關美团單車和電單車及「青山計劃」的相關內容請參閱本報告「美团單車和電單車全生命周期環保」以及「美团外賣行業環保行動」章節。

## 環境、社會及管治報告

### 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了環境目標。我們制定的環境目標包括：

- 2022年起，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。
- 2022年起，所有總部屬性職場新裝修或整體更換的照明設施停止使用熒光燈管。
- 以2021年為基準，截至2026年底，總部屬性職場人均自來水用量相比2021年減少8%。
- 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相比2021年減少8%。

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。

### 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職場、美团優選業務使用的倉庫、快驢進貨業務使用的倉庫、美团買菜業務使用的倉庫及服務站點、美团單車及電單車業務使用的倉庫<sup>2</sup>。

「總部屬性職場」包含北京、上海資源整合性質的總部級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、南通、武漢、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職場，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」為美团優選業務板塊、快驢進貨業務板塊、美团買菜業務板塊、美团單車及電單車業務板塊使用的主要倉庫及服務站點。

<sup>2</sup> 隨著本公司環境數據統計能力提升，美团優選業務、美团單車及電單車業務的數據自2021年起開始披露。



環境、社會及管治報告

排放物<sup>3·4·5·6</sup>

	2021年
<b>總部屬性職場</b>	
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	20,097.91
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)	0.43
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)	0.15
人均有害廢棄物 <sup>5</sup> (噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	4,120.94
人均無害廢棄物 <sup>6</sup> (噸/僱員)	0.09
<b>區域銷售職場</b>	
	2021年
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	5,721.03
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)	0.15
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)	2.59
人均有害廢棄物 <sup>5</sup> (噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	3,302.94
人均無害廢棄物 <sup>6</sup> (噸/僱員)	0.08
<b>倉庫及服務站</b>	
	2021年
溫室氣體排放總量(噸)	102,155.43

<sup>3</sup> 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。

<sup>4</sup> 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。

<sup>5</sup> 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。2021年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.000003噸，區域銷售職場人均有害廢棄物實際為0.00007噸，上表所列數據為四捨五入保留兩個小數字的結果。

<sup>6</sup> 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<sup>7、8、9</sup>

<b>總部屬性職場</b>	<b>2021年</b>
能源消耗總量(兆瓦時)	30,047.24
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.64
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)	331,942.00
人均自來水用量(噸／僱員)	7.17
<b>區域銷售職場</b>	<b>2021年</b>
能源消耗總量(兆瓦時)	9,751.47
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.26
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)	53,644.29
人均自來水用量(噸／僱員)	3.54
<b>倉庫及服務站</b>	<b>2021年</b>
能源消耗總量(兆瓦時)	172,000.15
自來水用量(噸)	1,003,522.59

<sup>7</sup> 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。

<sup>8</sup> 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。

<sup>9</sup> 於2021年，我們對製成品包裝材料數據統計進行調研，經了解本公司不參與生產過程，沒有製成品，該指標不適用本公司。



## 環境、社會及管治報告

### 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可一併參閱本年報「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。我們制定《美團崗位發佈規範》，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彙或其他違反平等機會原則的表述。2021年，我們發佈《招聘行為規範》，明確了在全流程招聘環節中可能發生的歧視等違規行為所對應的違紀處罰力度。我們通過組織招聘培訓及定期回顧，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的履職經驗與技能進行篩選，以確保能夠按崗位要求招聘適當人才。

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。

#### 勞工準則

我們制定了《考勤管理制度》、《離職管理辦法》及《陽光職場行為規範》保障僱員的合法權益。我們在僱員入職時會對其身份證明進行核驗，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。我們在僱傭的各階段均尊重僱員的意願，保障僱員在自願的基礎上參加工作，避免強制勞工。我們依照相關法規的要求制定了內部管理制度，明確發生僱傭童工和強制勞工情況時應實施的補救措施，並致力於避免違規情況的發生。

## 環境、社會及管治報告

### 薪酬與福利

我們為全體僱員提供有競爭力的薪資和基於業績貢獻的激勵。此外，我們持續向核心崗位及對公司長期成長做出貢獻的僱員授予股權激勵獎勵，以激勵他們為公司發展持續創造價值，並和股東利益保持一致。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—首次公開發售後購股權計劃」章節。

我們依法為僱員繳納社保和公積金，並提供包含意外險、壽險、補充醫療險的員工商業保險和各類補貼。我們建立愛心基金，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各項組成部分，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。我們通過職級及薪酬激勵體系，幫助僱員立足自身崗位需求進行能力提升。

我們設立有多個由內部專家組成的專業委員會，旨在建立公司專業人才標準，並基於此標準為僱員提供多樣化的培訓內容、促進經驗的分享和傳遞，支持僱員的專業成長。同時，我們鼓勵僱員自主擇崗，選擇符合自身興趣的職業發展方向，激發僱員潛能。

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。我們根據僱員的業績貢獻、領導力與專業能力、價值觀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。晉升評審前，僱員可參與培訓知悉晉升評審標準及流程。同時，我們設有晉升評審內部監督機制，僱員可以對其晉升相關事宜提出建議，或對發現的違規情況進行反饋。



## 環境、社會及管治報告

### 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，並在春節、中秋節、三八婦女節和教師節等節日舉辦線上線下僱員活動。2021年度，我們舉辦首次「美团家庭日」活動，增強僱員以及家人對我們的了解，提升僱員凝聚力。我們共有超過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。同時，我們開設以「身體」或「心理」為主題的線上「暖心課堂」，旨在守護員工的身心健康。

### 溝通

我們設有多種內部溝通渠道，如內部話題社區、社交平台、人力資源幫助台和溝通會等，鼓勵僱員交流溝通、打造開放平等的工作環境。我們及時聆聽和響應僱員提出的建議或意見，幫助管理層知悉僱員訴求，了解僱員的工作體驗。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。

## 環境、社會及管治報告

我們建立了《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，不斷完善企業安全管理體系，我們的部分職場已取得ISO 45001職業健康安全管理體系認證。我們組建EHS工作小組，並設有職場內安全專員，推進開展辦公區域安全風險識別、運營控制、合規評價及內部審核工作，通過「策劃－實施－檢查－改進」的閉環管理工作加強企業安全管理，降低安全風險。我們採取多項措施保障工作場所的安全，包括：(i)設立24小時響應緊急需求的安全運營中心，對潛在風險點進行遠程監控；(ii)搭建公司急救體系，制定急救響應流程，建立以安保人員、健康小屋、員工志願者組成的三級響應策略；(iii)並組建公司急救持證講師隊伍，2021年度共完成急救取證培訓505人；(iv)增設職場內部署的AED（體外除顫儀）設備數量，目前所有總部及區域300人以上辦公室實現了AED的全覆蓋，保障緊急情況下急救設備需求；(v)設立職場安防系統，管理工作區域人員的安全防控；(vi)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，持續改善倉庫作業環境，制定倉庫作業安全手冊，規範倉庫器具的使用方式，及時發現和整改安全隱患，組織人員現場督導倉庫作業安全手冊；及(vii)以線上急救課程和線下技能普及課程相結合的方式，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，同時我們針對銷售僱員開展交通安全專項培訓，宣貫道路安全理念。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安全事件。

我們關注僱員的身心健康。我們在職場內實施空氣質量檢測管理、飲用水檢測管理及照明度檢測管理，為僱員提供舒適的辦公環境。僱員可在部分職場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。

我們開展新型冠狀病毒肺炎疫情（以下簡稱「疫情」）常態化防控管理，採取多項疫情防控措施以降低僱員感染風險。我們在所有職場均配備測溫設備，發放口罩等防疫設備，我們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。2021年，我們為僱員組織多次疫苗上門接種，並於有疫情風險的城市停止辦公室訪客接待。同時，我們的門禁系統與國家健康碼系統連接，提前了解防疫異常情況，防止非綠碼人員進入辦公室。我們所有職場均遵守當地政府疫情防控要求，開展辦公室消殺工作，加強職場防疫常態化管理。



## 環境、社會及管治報告

### 僱員培訓及發展

我們搭建覆蓋全體僱員的人才發展部門，圍繞「求真、務實」的理念，以「人才培養」、「文化傳承」、「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，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。

我們與業務部門緊密合作，通過開發定制化學習項目、標準化學習產品以及個性化學習方案，推進公司人才培養工作。我們為僱員提供隨時、隨地和隨需的培訓。我們建立了提升僱員管理能力及各專業技能的培訓架構，不斷完善僱員培訓體系，開發不同主題課程，整合各類學習發展項目，提升課程質量，打造適合僱員發展的學習產品。同時，我們開展數字化學習產品、數字化組織保障機制等一系列數字化培訓體系的建設工作。

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，我們提供線上、線下等多種形式的培訓，旨在豐富新入職僱員的職業技能，助力其更好的融入職場、勝任崗位、尋求自我職業發展方向。例如我們為校招僱員提供為期三年，覆蓋公司文化、管理制度、業務能力等多方面的人才培養計劃，幫助校招僱員實現角色轉換。針對在職僱員，定期舉辦重要法規主題培訓，提高僱員法制意識；開展信息安全專題培訓，增強僱員信息安全意識；通過採取更符合年輕僱員學習習慣的方式進行職場通用技能的學習和訓練；基於工作場景為僱員提供技術培訓，提升僱員職業素養和專業能力。針對各級管理者，我們規劃了契合不同層級能力要求的管理層學習內容，例如我們開展了領導力培養項目「繁盛計劃」及管理基本功培養項目「新樹計劃」，其中「繁盛計劃」通過線下集訓、訓前線上學習及訓後反饋跟進，幫助學員加強了對業務的全面理解和經營思維、提升了制定職能戰略、團隊建設、橫向協同能力；「新樹計劃」旨在幫助管理者理解管理者角色、明確發展方向，應對其當前角色的關鍵挑戰。此外，我們針對一線銷售人員推進師徒制帶教項目，通過線上和線下相結合的教學方式，融合了「師徒帶教」、「自主學習」、「師傅輔導」三合一的教學方法，幫助其更好地了解公司管理流程、熟悉崗位相關職責、掌握專業知識和技能，以順利開展工作。

## 環境、社會及管治報告

### 工作場所績效指標表

#### 僱傭

指標		2021 年
僱員總人數		100,525
按性別劃分僱員人數	男	62,982
	女	37,543
按年齡劃分的僱員人數	年齡30歲及以下	60,440
	年齡31歲至50歲	40,068
	年齡50歲以上	17
按地區劃分僱員人數	中國內地	100,514
	港澳台地區	8
	其他國家及地區	3
按管理層級劃分僱員人數	管理層	521
	非管理層	100,004
按僱傭類型劃分僱員人數	全職僱員	100,033
	合約人員及其他	492
僱員總體流失率		24.03%
按性別劃分僱員流失率	男	25.07%
	女	22.29%
按年齡劃分僱員流失率	年齡30歲及以下	28.04%
	年齡31歲至50歲	18.92%
	年齡50歲以上	20.00%
按地區劃分僱員流失率	中國內地	24.03%
	港澳台地區	16.67%
	其他國家及地區	0.00%

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，未包括試用期內離職的僱員。



## 環境、社會及管治報告

### 健康與安全

指標	2021年	2020年	2019年
因工亡故總人數	0	0	0
因工亡故比率(%)	0	0	0

2021年因工傷損失工作日為7,958天。

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／總僱員人數。

### 僱員培訓

指標		2021年
按性別劃分僱員受訓百分比	男	99.9%
	女	99.8%
按管理層級劃分僱員受訓百分比	管理層	100.0%
	非管理層	99.8%
按性別劃分僱員平均受訓小時數	男	47.7
	女	36.8
按管理層級劃分僱員平均受訓小時數	管理層	23.2
	非管理層	43.7

### 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》、《美团員工及供應商行為規範》、《採購管理部商務溝通行為規範》、「離職員工」關聯合作夥伴交流準則管理制度，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。



## 環境、社會及管治報告

我們要求所有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。截至2021年底，我們的2,876個新進供應商均完成了《反商業賄賂協議》、《保密協議》及《廉潔自律承諾書》的簽署。

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，一旦發現並確認供應商違規行為，將中止供應商合作，取消該供應商服務資格。

我們通過內部分享和培訓的方式提升供應商管理崗位僱員的業務能力，促進供應商管理制度及流程的落實。

### 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，我們按照既定的標準要求供應商提供相關產品或服務資質及無違法違紀證明，對供應商的企業信譽通過查詢企業信用信息公示系統等方式進行審查，並針對重要供應商進行現場考察與定期審核。

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，我們設置供應商管理團隊並使用第三方機構開展供應商現場考察，對重要供應商執行現場風險評估及信息核查程序，評估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。

### 綠色採購

公司在產品和服務的採購方面注重履行環境保護的責任。2021年度，公司在積極推進全生物降解購物袋、無紡布購物袋、環保紙袋等環保材質包裝袋在公司各業務線的應用方面投入超過1億元。同時，公司在新租用數據中心時對其能耗慣例水平進行評估，要求數據中心的PUE $\leq$ 1.3。



## 環境、社會及管治報告

### 供應商數量

按地區劃分的供應商數目	2021年
中國內地	26,728
港澳台地區	8
其他國家及地區	9

供應商數量指截至2021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。

### 配送騎手管理與保障

我們的平台需要大量配送服務人員（亦稱為「配送騎手」）協助完成配送服務。配送騎手為通過平台獲得工作機會的新就業形態人員，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遵守相關法律法規的要求，設立配送騎手招募管理規則，並按照我們的標準對配送騎手進行監督，保障配送騎手勞動權益。我們設立了騎手人臉識別等安全機制，確認騎手身份，提升服務安全性。

我們遵守《中華人民共和國安全生產法》等相關法律法規的要求，持續更新完善配送安全管理機制，推動配送業務安全生產標準化和信息化的建設，構建安全風險分級管控和隱患排查治理機制，切實履行平台類企業安全生產義務。

我們從監督配送合作商和落地配送騎手關懷兩方面採取多項措施以保障配送騎手的安全以及勞動權益。我們要求配送合作商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，督促合作商迭代安全設備，並建立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。2021年，我們積極配合監管部門進行職業傷害保障相關政策的制定。同時，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，為騎手人身及工作安全提供更多保障。

## 環境、社會及管治報告

我們實施多項措施，幫助應對及降低配送騎手在提供配送服務時的安全風險，保障騎手權益，包括：(i) 持續優化調度系統，實現訂單配送時限和路線合理化設置，並給與騎手彈性時間，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；(ii) 試點「防疲勞」提示和派單干預，落實騎手「連續送單4小時停止派單20分鐘」的要求，保障騎手休息時間；(iii) 為騎手配備軟硬件裝備，如智能耳機、智能頭盔及頭盔尾燈、語音控制系統、護具加固和升級反光條等，減少配送騎手操作與騎行安全隱患，同時在嚴寒季節為騎手提供擋風被、車把套、皮護膝等防寒裝備和物資；(iv) 在配送騎手接單App中上線安全中心窗口，聚合各項與騎手日常配送相關的安全保障措施，涵蓋惡劣天氣預警、騎手保險狀態查詢、安全知識、緊急聯繫人、緊急報案等功能；(v) 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；(vi) 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；(vii) 在騎手獎勵機制中納入安全因素，加強騎手安全騎行意識；及(viii) 建立騎手交通事故與安全事件處置應對流程，並配備相關專職安全管理人員。

疫情期間，我們及時採取多項措施，降低配送騎手的健康與安全風險，包括：(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》並在部分城市試點無人配送及投放「智能取餐櫃」，降低用戶與配送騎手交叉感染風險；(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) 配送騎手與商家通過安心卡等健康信息透明化的方式，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》，推出新冠肺炎疫情期間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。



## 環境、社會及管治報告

在開展保障配送騎手安全方面的工作外，我們從多個方面持續向騎手群體傳遞關懷。我們舉辦「騎手懇談會」等活動，加強與騎手的溝通，廣泛聽取騎手的聲音，自2020年起制定並啟動了「同舟計劃」對騎手的關切進行回應，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。我們通過多項措施向騎手群體傳遞關懷，包括：(i)完善騎手申訴機制，梳理了例如「無法聯繫到用戶」等30餘種特殊場景造成的配送超時、投訴等問題，騎手可以通過申訴消除受到的負面影響；(ii)優化配送算法，收集騎手、外部專家等在內的利益相關方的意見和建議，並在部分城市進行了用戶調研。2021年，我們兩次向社會公佈了騎手配送相關算法規則，積極推動算法透明；(iii)完善騎手培訓發展體系，在騎手App中推出覆蓋日常生活和工作的各項知識、技能培訓，通過啟動騎手「站長培養計劃」、「騎手轉崗計劃」在幫助騎手規劃長期穩定職業發展的同時提供更多符合個人意願的發展方向；同時，我們幫助想要獲得更好發展的騎手提升學歷，推出資助騎手上大學項目。本年度我們與國家開放大學合作，為符合條件的騎手每年一次性提供完成學業所需的全額獎學金，資助騎手獲取大專學歷；(iv)自2018年起連續四年開展「717騎士節」，舉辦全國騎手籃球賽、手遊挑戰賽、站點聯歡會等活動，加強騎手職業認同感；(v)推出了同舟守護1 m<sup>2</sup>自助式健康服務專區，集騎手健康科普宣導、服務指引、服務申請、意見反饋、器械物資陳列等功能為一體，方便騎手了解及使用；(vi)通過外賣騎手心理熱線、心理微課等形式，為騎手紓解日常工作生活中遇到的心理壓力和難解情緒，以科學立體的方式幫助騎手保持陽光樂觀的心態；(vii)為騎手及其家人提供7\*24小時在線健康諮詢和送藥服務，騎手可以通過App向醫師或藥師免費諮詢，每月定期向騎手發放購藥紅包，在騎手有購藥需求時減小其費用壓力；(viii)設立大病關懷金，對遭受大病的騎手家庭給予幫扶。關懷金自2019年上線至2021年年底，累計援助了374名騎手，1,015名騎手家屬，發放關懷金6,751.8萬元，為騎手家庭渡過難關提供了有效的幫助；及(ix)美团公益基金會繼續推行「袋鼠寶貝公益計劃」工作，旨在幫助全行業騎手在遇到子女遭遇大病、意外傷害等困難情況時渡過難關。2021年，「袋鼠寶貝公益計劃」升級，重症袋鼠寶貝家庭最高可獲得10萬元幫扶金，同時我們在北京燕郊設立了全行業首個袋鼠寶貝免費病房學校，免費為「袋鼠寶貝」提供基礎的陪伴式教育服務。截至2021年底，我們已累計幫扶救助了全行業外賣騎手子女296名，提供緊急醫療救助金約1,048.7萬元。

## 環境、社會及管治報告

### 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、以及新業務及其他服務。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，對平台和零售業務的食品安全承擔審核和管理責任。我們建立食品召回管理辦法和制度，制定不安全食品召回和處置的管理措施，明確了不安全食品的下架停售、封存、召回以及針對不合規商戶停止其平台服務的召回程序。本年度我們未發生重大的因健康與安全理由而需召回的事件。

我們不斷完善食品安全組織和人力保障。在公司層面，我們成立食品安全委員會和食品安全辦公室，承擔統籌食品安全戰略制定、食品安全能力建設、法規政策解讀與推進執行、各部門食品安全工作協同、以及外部食品安全對話交流和合作等職能，促進食品安全治理高效協同運轉。在業務線層面，我們設置專業品控團隊，承擔合作商戶經營資質審查、供應商准入管理、生鮮農產品入庫和在庫管理等職責，持續優化業務線食品安全管理體系，推進合規執行。我們積極履行食品安全主體責任，主動開展食品安全評估、預防及抽檢工作，保障售賣商品及餐品的食品安全。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，根據具體情形，依據食品安全法律法規和平台規則做好處置工作。



## 環境、社會及管治報告

在外賣食品方面，我們制定了《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《美团外賣生鮮類商品管理規範》等制度，不斷完善外賣食品安全規則體系。我們建立評價標準，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、一次性餐飲具等開展安全性抽樣測試及驗證，以客觀評估商戶食品安全表現和一次性餐飲具的安全狀況。我們聯合中國烹飪協會、中國物流與採購聯合會同城即時物流分會及行業合作夥伴，共同制定中國首個《外賣智能取餐櫃管理規範》團體標準，圍繞外賣取餐櫃和商戶出餐櫃的功能、質量、選址、運營要求和食品安全管理等進行規定，提升外賣配送履約過程的規範化水平。我們優化線下食品安全巡檢機制，幫助和引導商戶不斷改善食品安全管理狀況。我們繼續探索和推廣「外賣放心吃」食品安全保障措施，提升外賣消費的安心水平和權益保障。

在零售食品方面，我們加強食品安全管理體系的建設和執行。制定完善包含進貨查驗、商品准入資質審核、供應商現場審核、商品三方檢測、倉儲入庫驗收、進口冷鏈食品管控等食品安全管理制度。在供應商及商品准入環節，查驗營業執照、食品生產經營許可、商品合格證明等資質材料。對於水產、果蔬等採購量大、銷售量大的食品供應商採取實地審查、隨機抽查等方式，加強上游供應鏈的管控和監督。在商品入庫環節，進行商品感官檢驗，並通過建立快檢實驗室的方式，對高風險生鮮農產品開展快速檢測。在食品安全風險識別方面，我們通過與第三方檢測機構合作，定期開展食品安全專項抽檢，利用數據化手段監控商品食品安全表現，針對抽檢不合格商品及時採取控制措施。

社區電商食品方面，我們聯合中國連鎖經營協會及行業合作夥伴，針對社區電商場景下的關鍵環節，制定發佈了《社區電商商戶入駐食品安全管控指引》、《社區電商倉配食品安全管控指引》等食品安全團體標準，促進社區電商業態食品安全管理規範化、標準化，推動行業自律發展。我們針對社區電商的中心倉、網格倉、自提點等開展了食品安全科普專項，不斷提升各環節人員的食品安全意識和能力。

針對業務模式中涉及的自有品牌食品，我們建立自有品牌品質管控團隊，制定《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，針對自有品牌商品開展定期的抽樣檢驗，完善在售食品的安全性評價，並據此完善食品供貨商管理。

## 環境、社會及管治報告

我們積極響應突發事件和疫情中對食品安全管理的需求。在河南洪災期間，我們聯合中國連鎖經營協會，邀請來自國家食品安全風險評估中心、科信食品與健康信息交流中心等機構的專家，聯合製作發佈了《餐飲門店洪澇災後復工指南》等圖文和視頻課，通過監管部門、媒體、平台等多個渠道向商戶傳遞洪澇災後餐飲環節食品安全管理的關鍵要點。在疫情期間，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「安心365」食品安全公益培訓項目，支持餐飲商戶做好疫情防控和食品安全風險管理。截至2021年底，「安心365」項目在全國21個省、146個地級市，累計開展100場培訓，覆蓋餐飲從業者約200萬人。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。

2021年，我們繼續開展針對僱員、騎手、供應商、合作商戶等不同受眾的食品安全培訓，持續培育食品安全文化，提升食品安全合規意識和能力。我們面向僱員定期開展「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宣導。對供應商，我們開展針對性的定期專題培訓，宣導「食品安全管控要點」。對合作商戶，我們推出「安全餐飲」等欄目，每周推送食品安全科普文章和實操建議。

我們積極參與食品安全社會共治。我們參與全國食品安全宣傳周活動，共同倡議宣導食品安全文化和良好實踐。我們與多地市場監管部門簽署食品安全戰略合作協議，支持共建食品安全示範街區、示範城市，探索政企合作食品安全治理方案。我們加強政企聯動，完善事前商戶資質審查、事中精準治理及事後問題商戶快速處置的綜合管理。我們通過政企聯動，探索餐飲商戶「明廚亮灶」的在線化展示，不斷提升在線外賣消費的食品安全透明度。我們繼續加強和行業協會、高校、科研機構等的對話、協作，圍繞生鮮食品供應鏈食品安全保障、餐飲食品安全國家標準培訓宣貫、外賣食品安全治理、年度食品安全法治事件評選等內容開展專題研討、課題研究、聯合培訓等合作，持續探索食品安全協同治理方案。



## 環境、社會及管治報告

### 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《網絡預約出租汽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汽車經營許可證。

2021年，我們將原有「打車安全暨風險管理委員會」升級為「打車風險廉正管理委員會」，持續強化安全事件快速反應處置能力，確保安全事件的高效處置。我們不斷鞏固安全風險前置管控能力，積極推動風險隱患的及時識別和整改。同時，我們落實安全管理主體責任，完善安全管理機制，持續提升安全管理專業化、規範化水平。

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。2021年，我們採取的網約車安全管理措施包括：**(i)**持續開展駕駛員心理健康狀況評估，識別高危風險駕駛員，及時採取處置措施；**(ii)**持續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)**持續運營並優化行程錄音、一鍵報警等功能，實行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)**開發防疫功能，驗證司乘上傳的防疫措施執行證明，響應城市防疫工作要求；**(vi)**定制及安裝行車記錄儀，開發相關App運維工具及算法模型，實現對訂單中車輛內部異常情況的實時識別與記錄；**(vii)**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**(viii)**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。



## 環境、社會及管治報告

我們重視美团單車及電單車服務安全管理。2021年，我們採取多項措施保障共享單車及電單車的使用安全，包括：(i)嚴格遵守如《電動自行車安全技術規範》(GB17761-2018)等單車、電單車的研發和生產相關國家標準，進行車輛合格檢測，保障車輛安全性；(ii)通過故障識別、故障車輛自動下線、車輛整體維修等管理方式，保障投放車輛的可用性；(iii)為用戶提供車輛使用期間的保險產品，保障用戶人身安全；(iv)與各地交通部門協作，開展用戶騎行安全宣傳教育，並上線「用戶線上學院」，提升用戶安全騎行意識和技能；(v)通過用戶實名認證、人臉認證等技術手段，防範未成年人進行騎行。2021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《美团商戶評價誠信管理辦法》、《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》、《美团到店餐飲商戶不接待管理辦法》、《到店餐飲商戶虛假交易管理辦法》、《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規範管理。

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。我們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，針對餐飲小吃類，商戶聯合知名餐飲小吃連鎖品牌制定《餐飲數字化服務小吃連鎖企業運營要求》團體標準，該標準由中國飯店協會立項，旨在引導小吃連鎖企業實現數字化服務與管理，提升服務競爭力；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》，開展「防疫清潔」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，啟動了門票「適老化」項目，基於老年人線上購票的操作難點，針對性的進行操作頁面優化、步驟簡單化、使用智能化，協助解決老年人運用智能技術的困難，更好的服務老年人群體。此外，在國內防疫常態化背景下，我們助力景區和政府科技防疫，在景區的預約和入園環節對遊客健康狀態進行檢驗，避免健康狀態異常的人員進入景區，實現景區物料及人員資源配置的優化，降低景區運營壓力，助力提升疫情防控的準確度和效率，同時提升了遊客的景區體驗。



## 環境、社會及管治報告

我們搭建了商戶平台培訓體系，通過線上和線下的培訓方式定期組織商戶社群參加培訓課程。我們邀請行業專家進行授課，促進知識傳播，加強商戶服務意識，例如，我們助力各地市場監督機構，通過「安心365」食品安全公益培訓項目，邀約行業知名專家10人，在全國21省146個地級市開展100場線上培訓，覆蓋餐飲從業者約200萬人，提升商戶合規經營意識和食品安全常識，為消費者營造放心安全的消費環境。同時，我們提供商戶開展行業交流學習的平台，以線下峰會、論壇、沙龍、數據研討會的活動形式分享行業前沿信息和觀點，提升商戶服務質量，推動行業共同發展。

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並依照其建立了系統化的違規行為處置流程，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。

疫情給線下餐飲行業的發展按下了「暫停鍵」，但也為積極擁抱數字化轉型的餐飲商戶按下了「加速鍵」。為了扶持中小微商戶抵禦疫情，美团外賣推出了一系列舉措和免費工具，幫助中小微商戶提升線上經營能力和出餐效率，增加外賣單量，從而有效增加他們的收入。例如，我們推出了「外賣管家服務」，並持續投入資源和補貼，攜手業內專業的外賣運營師為中小微商家提供全方位外賣運營服務，幫助商家快速掌握線上經營要領；並且，我們為疫情中高風險地區新上線的中小餐飲商戶免費提供外賣雲打印機，向全國經營困難的中小餐飲商戶贈送出餐寶，在幫助餐飲商戶節約成本的同時，解決錯單、丟單、出餐配送衝突等經營難題；此外，我們針對新上線的中小餐飲商戶給予特殊流量扶持，幫助經驗不足的新商戶做好外賣生意。

### 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。我們在石家莊、揚州、南通和武漢設立客服運營中心，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，批量處理應對突發業務高峰，提升客戶問題處理效率。同時，我們通過智能質檢系統對服務質量進行檢測，對可能的服務問題進行快速識別，提升公司客戶服務管理效率。

## 環境、社會及管治報告

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，一旦該類投訴得到確認，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。

自2018年起，我們已經連續三年獲得客戶世界機構(CCM World Group)頒佈的「金耳嚶盃」中國最佳客戶中心評選活動年度總冠軍。基於獎項評審規則，我們作為「金耳嚶盃」董事俱樂部成員永久保留金耳嚶獎盃。

針對用戶使用中產生的投訴，我們設有專業的處理團隊及完善的處理流程。2021年，我們共計受理用戶投訴量898,071件，投訴量佔整體服務次數的萬分之十四，3個工作日內處理完畢的佔比97.2%。

### 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，包括：(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、研發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，為業務發展提供更安全的國內國際環境；及(v)完善各環節的知識產權操作指引，持續開展知識產權培訓和宣貫，提高業務部門的知識產權風險意識。



## 環境、社會及管治報告

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《創新idea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。同時，通過精神和物質激勵等舉措鼓勵創新。2021年，我們的商標、專利及軟著申請數量穩定增長，完成「美团」及「美团外賣」全類商標佈局。

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—中端—後端—共治與監督」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)中端：建立線上存量打假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，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，發佈年度報告接受社會各界監督等等。

我們推進人工智能、大數據、自動駕駛、算法等科技創新的知識產權保護和運用，積極參與交流與研究活動。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。2021年，我們自主研發產出的3件專利產品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》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》、《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《美团隱私政策》、《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。

## 環境、社會及管治報告

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。我們參與中國信息通信研究院針對《App自動化決策用戶權益保護要求》標準的制定工作，對行業標準發展提出建議。同時，我們前期參與編製的中國信息通信研究院針對《App收集使用個人信息最小必要評估規範》的系列標準已陸續發佈。



## 環境、社會及管治報告

### 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，解讀和學習違方案例，提高廣告風險意識和合規能力。我們提升廣告內容識別能力，實現廣告審核的全量覆蓋，並對展示次數和曝光次數較高的素材進行覆審。我們建立敏感詞庫過濾系統，對廣告投放中的違規詞彙進行篩選排查，通過機器識別和人工覆審等審核方式，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）內容合規和質量進行管理。

我們設立內容安全委員會以加強公司內容安全管理，制定和實施內容安全工作方針，統籌推進內容安全體系建設，保障UGC內容的合規性並不斷加強其準確性。我們採取多項措施保障UGC內容合規，包括：(i) 設定敏感節點防控機制，對節日等敏感節點的內容安全進行重點防控；(ii) 建立業務關聯UGC的OKR機制，明確並落實公司內容安全風險管理工作；(iii) 設立內容管理應急機制，覆蓋監管指令和監管專項，提供平台UGC內容的應急下線能力；(iv) 建立輿情應對系統，梳理外部輿情應急響應機制流程，覆蓋輿情預警、研判、響應、處置機制的分階段輿情處置流程；及(v) 建立敏感詞詞庫，針對新增敏感詞進行持續追蹤和更新。

## 環境、社會及管治報告

我們在平台上公示《美团用戶誠信公約》，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。我們採用多重人工審核機制，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。我們優化UGC內容管理系統，提升文本識別能力，優化圖片識別模型，提升篩查準確性。

我們通過發佈《內容安全工作手冊》、內部公眾號推文、開展僱員線上及線下內容安全課程，對僱員UGC內容安全意識進行培訓和考核，並要求所有UGC內容審核人員通過UGC內容安全專項培訓及考試後方可上崗。

### POI內容合規

我們重視POI（興趣點，用戶認為有趣或有用的地點）的合規、真實和準確。我們建立了POI內容的審核系統，通過自動化識別、人工校準、商家信息核實三道防線過濾和修正POI內容。我們優化POI內容的審核及控制，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)收集被舉報的POI內容，梳理問題共性，對POI數據進行統一的修改審查及整治；(iv)採取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覆核；(v)與監管機構建立溝通渠道，並根據監管要求持續完善POI管理；及(vi)提供防控虛假POI等方面的培訓，組織相關崗位僱員參加考試，考核其POI管理能力。我們會持續擴大POI反作弊模型識別的應用範圍，搭建智能化質檢糾錯能力，不斷提升POI內容安全和質量管理水平。

我們開放用戶、商戶端線上POI信息提報入口，通過搭建商戶、用戶服務專線以及主動進行信息收集的方式收集用戶反饋，並以此進行數據的修正和產品的迭代，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，不斷加強反舞弊管理，完善內部制度及體系建設，並培育廉正文化，保障企業健康發展。對內我們創造風清氣正，陽光公平的職場環境，提升全體僱員的廉潔意識，為客戶提供更好的產品和服務；對外我們營造公開透明，廉潔高效的合作環境，吸引優質合作夥伴與公司合作。

#### 反舞弊制度及體系建設

2021年，我們對規範僱員職業行為的制度《陽光職場行為規範》進行了修訂，進一步明確公司行為要求，體現「正直誠信」的核心價值觀。我們發佈了《廉正管理責任制度》，明確管理者對僱員舞弊行為承擔管理責任。我們不斷優化迭代《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》等適用於公司全體僱員的內部制度，為公司廉正建設提供基本指引。我們對僱員內外部交流過程中所涉及到的貪腐風險點進行梳理，對舞弊行為監控全覆蓋、零容忍，對違規行為按照規章制度嚴肅處理。

我們設有陽光委員會，以捍衛美团正直誠信價值觀為己任，以「廉潔美团，廉潔生態，廉潔行業」為目標，從舞弊預防、廉正宣導、舞弊調查等方面引領公司貪腐案件查處、廉正文化建設、腐敗治理和制度機制建設工作。我們採用預防、調查及宣導三位一體的模式，推動反舞弊體系穩健運營。陽光委員會採用以《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。陽光委員承擔多項職責，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。2021年，陽光委員會共查處重大案件30餘起，移送司法機關40餘人。對於違紀員工我們均按照《陽光職場行為規範》的規定進行了處理。



## 環境、社會及管治報告

此外，我們已參考「三線模型」並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。

我們協同各業務推進廉正文化共建，不斷夯實廉正文化建設。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。2021年，我們組織廉正講師約400人，面向全員開展廉正培訓或制度宣貫827場，參與人次達108,720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109場。2021年，我們的年度全員廉正考試一次通過率達97.27%。

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，例如本年度我們組織多種形式的宣貫活動以提升僱員禮品申報意識，累計超過6,000名僱員參與了活動並進行了禮品的主動申報。

自2017年起，我們連續五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。廉正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。



## 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，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。

2021年，我們收到5起貪腐案件的偵辦處理和案件的訴訟結果，查處涉案僱員6人已全部移送公安機關處理。以上人員被判處非國家工作人員受賄罪2人、職務侵佔罪4人，分別被判處有期徒刑6個月至3年不等。我們已與以上僱員依照《陽光職場行為規範》解除了勞動關係，並建立了案件復盤機制，防止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》、《金融機構反洗錢和反恐怖融資監督管理辦法》、《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》、《互聯網金融從業機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》及《法人金融機構洗錢和恐怖融資風險自評估指引》等反洗錢法律法規。

2021年，我們按照《法人金融機構洗錢和恐怖融資風險自評估指引》和《金融機構反洗錢和反恐怖融資監督管理辦法》等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《大額交易和可疑交易報告管理辦法》等制度進行修訂，完善反洗錢制度體系。我們按照中國反洗錢主管部門要求，切實履行大額和可疑交易報告義務。

我們設有金融法務合規中心，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。

## 環境、社會及管治報告

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，我們遵循「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。2021年，我們組織參與內外部反洗錢培訓共計34次，內容包括反洗錢法律法規、監管下發的規章制度和規範性文件、同業反洗錢經驗分享等。此外，我們通過內部知識庫、相關工作群組及公眾號等平台，以宣傳推文、洗錢風險提示、短視頻等方式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。同時，我們加強與同業機構的交流合作，分享當前反洗錢工作的經驗。2021年，我們積極參與中國人民銀行反洗錢徵文比賽活動，與中國農業銀行開展主題為「可疑交易監測和客戶盡職調查」的座談會，交流溝通雙方經驗。我們參與中國社會科學院法學研究所舉辦的「支付行業反洗錢工作中穿透識別受益所有人的實務和政策研討會」，與監管機構和同業就受益所有人識別工作的痛點和未來趨勢展開討論，並提出合理化的建設性意見。

### 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項目和社區投資活動，並通過多種途徑為生活服務從業者賦能，提升社區投資影響力，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，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。



## 環境、社會及管治報告

### 公益合作

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2021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73萬家。同時，我們聯合慈善組織發起「鄉村兒童操場」項目，旨在為欠發達地區的幼兒園、小學等鋪設多功能操場，助力兒童健康、快樂成長。得益於愛心用戶和公益商戶的支持，截至2021年底，該項目已為逾170個鄉村幼兒園、小學鋪設多功能操場。

### 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，我們在美团App「猜你喜歡」頁面推送「女生生理健康包」公益項目；在外賣地圖頁面推送「夢想教室」、「淨水計劃」等公益項目。
- 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以多種形式參與公益。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，用於支持環保公益項目開展。

### 僱員參與

僱員是公益活動的重要參與者。美团僱員通過公益月捐、公益探訪、僱員捐衣、陽光義賣、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。2021年，共有近2萬名美团僱員加入僱員公益月捐活動，全年共為「袋鼠寶貝公益計劃」捐贈約人民幣575萬元，幫助了162名全行業騎手的大病子女。
- 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。2021年，共計2,000餘人次參與舊物捐贈；
- 陽光義賣：對於陽光職場申報的各類禮品，我們通過公益義賣的形式，收入全部捐贈用於公益項目。

## 環境、社會及管治報告

### 援災抗疫

2021年，我們積極應對突發公共衛生事件和自然災害事件，協助保障百姓民生、助力穩定社會就業、促進經濟復甦，履行企業社會責任。

- 新冠肺炎疫情防控：我們自2020年設立抗疫專項資金，持續支持疫情防控。2021年，為應對新冠肺炎疫情防控常態化，美团公益基金會發起「負壓救護車捐贈」項目，通過捐贈防疫轉運所需的負壓救護車，支持各地疫情防控。截至2021年底，我們先後向廣西壯族自治區、河北省、黑龍江省、吉林省、甘肅省等地捐贈了共計100台負壓救護車。
- 抗震救災：2021年5月，雲南大理州漾濞縣連續發生20餘次地震，造成1,300多戶共2.1萬名群眾受災。為保障災區居民物資供應，我們啟動雲南漾濞抗震救災行動，緊急對接中國紅十字基金會，通過多部門緊密聯動，在24小時內完成四個受災縣群眾的物資賑濟工作。在物資賑濟的過程中，我們憑藉日常業務履約中對時效性的嚴格要求，依託我們在雲南地區成熟高效的物流鏈路以及過往地區運營經驗，助力保障了災害期間賑災物資的配送效率和受災居民的物資供應。
- 防汛救災：我們與中國紅十字會、壹基金持續合作，聯合開展了多個公益項目，助力慈善機構籌集善款，為受災民眾提供生活必需品保障。2021年7月，河南等地持續遭遇強降雨，多個城市發生嚴重內澇，部分鐵路停運、航班取消，造成重大人員傷亡和財產損失。我們設立「美团援豫防汛救災項目」支持救災工作，向中國紅十字基金會捐贈人民幣1億元。同時，我們迅速啟動「河南暴雨捐贈專項」，開放受災地區倉庫，聯合中國紅十字基金會進行救災物資捐贈，累計安排物資運送275車次，捐贈63萬餘件食物與生活用品，為河南受災地區的公共衛生、緊急救援、生活保障、災後重建等相關工作提供支持。



## 環境、社會及管治報告

- 穩定災時物價：我們響應政府號召，堅決抵制災害發生期間哄抬物價、價格欺詐等違法違規行為。災害發生時，我們向商戶夥伴發起保障物資供應、穩定災時物價倡議，號召商家在面對疫情、災情等情況時，助力保障居民防疫物資和生活用品的價格穩定。同時，我們加強生活物資供需風險分析，為災時物資供應、物價穩定提供預警和決策依據。我們通過多次應急事件的實踐，持續總結、升級我們的應急處理能力，形成系統性的民生保障工作方案，協助保障災害發生情況下居民的物資需求。
- 支援災後重建：我們開展多項措施支持受災害影響的商戶進行復工復產。例如，我們為重災區中店面受損嚴重的商戶提供裝修基金；免費上門維修美团收銀系統、更換受損硬件；向受災餐飲商戶提供「復工消毒包」，聯動權威機構，上線《安心開工》食品安全系列科普培訓課程；通過補貼、延長服務期、主動提供理賠服務、免息生意貸等金融支持措施，幫扶商戶實現更快復甦。

### 鄉村振興

2021年，隨著全國脫貧攻堅取得全面勝利，國家啟動和實施鄉村振興戰略。在此背景下，我們發揮互聯網平台企業的科技和人才優勢，推動農業產業升級、加強人才培養，提高農村居民生活水平，積極履行企業社會責任。

### 產業升級

我們自2021年底開展「農鮮直採」項目，與大型農企及農業基地合作，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。我們發揮電商平台數字經濟優勢，通過科技創新助力改善農產品生產、分配、流通、消費各環節，將農產品供應鏈數字化、標準化、品牌化，助力未來鄉村振興及縣域經濟的發展。截至2021年底，我們共有合作的「農鮮直採」農產品基地超過400個，覆蓋全國24個省，商品包括各項富有地域特色的蔬菜、水果、水產等。

## 環境、社會及管治報告

2021年冬季，我們啟動「南菜北運」項目，與中國南部的大型農業企業和農業基地合作，使南部的優質蔬菜通過「南菜北運」項目走上了更多北方城鄉百姓的餐桌，同時憑藉持久的供給期保障北方消費者在冬季也有豐富類型的蔬菜供給。

同時，我們在假日節慶期間，結合節日主題，舉辦相應鄉村振興活動。例如我們響應商務部號召，籌備「網上年貨節」，並設置「興農專場」，加大農鮮直採、具有地理標識產品的供給，豐富消費者對優質農鮮商品的選擇，幫助農民實現增收。我們在「2021年豐收節」期間，攜手平台近萬個商家，舉辦多種促銷展銷、採銷對接、直播帶貨活動，並在線上開設「鄉村振興館」專區，從全國的優質農產品基地中挑選1,500多種特色農產品進行線上銷售，在為消費者提供優質產品的同時，助力鄉村發展。

### 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》、《關於做好2021年高素質農民培育工作的通知》等政策和指導意見的要求，發揮企業在鄉村人才培養和促進就業的作用。我們與中國光彩事業基金會、中國國際電子商務中心、農業農村部管理幹部學院聯合開展「電商帶頭人培訓計劃」，面向駐村第一書記、致富帶頭人等鄉村人才，傳授和分享電商運營知識及案例，共同落實當地鄉村振興策略。

我們聘請近百名擁有豐富創業和授課經驗的講師圍繞「電商模式運營」、「供應鏈運營」、「直播電商」、「農業合作社創新發展」等內容，共同開發七大教學板塊、近200門主題培訓課程，為處於不同學習階段的群體提供入門與進階式的專項課程。同時，我們在培訓期間積極調動資源，提供業務對接渠道、組織優秀案例交流，使學員不僅可以學習電商運營知識，還可以與美团農特產品採購團隊建立聯繫，促成農特產品採購簽約意向，實現產品和產銷供應鏈的銜接。

我們通過電商新業態為農村弱勢群體就業提供更多選擇，為在農村地區不具備田間勞動能力、缺少就業機會的老人、病人、殘疾人等弱勢群體提供農村地區服務站點職位機會，使他們發揮自身能力，通過從事相關工作獲取收入、改善生活質量。



## 環境、社會及管治報告

### 助力生活服務從業者

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，打造生活服務業數字化人才大本營。我們設立餐飲、外賣、酒店、美業、民宿等多個培訓中心，與人社部共同開展「店長課堂」，滿足新職業從業者的學習與認證需求，助力生活服務業數字化人才培養。

我們支持以騎手為代表的靈活就業形態，帶動「外賣運營師」、「套餐規劃師」、「電單車換電師」、「酒店收益管理師」等70多種新職業伴隨新業態的發展而誕生。

我們建立由「能力標準、學習地圖、課程體系、聯合認證」四大模塊構成的「數字化新職業人才成長體系」，貫穿行業數字化人才成長全過程，為新職業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。在酒店行業方向上，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(學歷證書+若干職業技能等級證書(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頒發相關職業技能等級證書。

此外，我們還聯合《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。

截至2021年底，我們擁有超過2,000位生活服務業講師，開發了實操、運營、管理、行業動態等8,953門課程，學員人數約3,980萬，共有近3,000位新職業從業者獲得專業人才認證。