



## 環境、社會及管治報告

### 報告概覽

美團(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。

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

本報告旨在客觀、公允、平衡反映我們的2022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美團直接運營和管理的業務的ESG表現。本報告的時間範圍為2022年1月1日至2022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監督。管理層層面，公司設立風險管理委員會對ESG事項進行日常管理，指導ESG實踐。執行層層面，公司有關職能部門共同組成ESG執行小組，協調推動ESG具體項目開展，保障ESG工作的執行落地，並定期向管理層和治理層匯報。董事會、相關管理層及執行層每年定期參與ESG主題培訓，了解ESG趨勢，具備ESG專門知識。

公司開展利益相關方關注ESG議題的實質性分析，據此制定ESG理念與管理策略，並將其融入日常運營。董事會參與對重要ESG議題的評估和優次排列，定期審閱ESG理念與管理策略，評估其對公司整體策略的潛在影響。本年度，公司積極實踐保障騎手權益、開展外賣環保行動、構建綠色數據中心、踐行信息安全與隱私保護、推進生活服務業賦能與發展等重要ESG議題，取得階段性進展。



## 環境、社會及管治報告

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，以及確保設置適當和有效的ESG風險管理和內部監督系統。本年度公司對業務合規、信息安全、人力資源管理等ESG議題開展風險識別、評估和管理工作，詳細內容請參閱本年報「企業管治報告－風險管理及內部控制」章節。

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

### ESG理念與管理

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

圍繞企業使命與價值觀，我們加強ESG理念融入，並於以下層面考量ESG策略：

#### 1. 環境：

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

#### 2. 客戶：

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

#### 3. 合作方：

- 與生態鏈合作共贏
- 保障合作各方利益
- 推動行業可持續發展



## 環境、社會及管治報告

### 4. 運營：

- 正直誠信
- 保障僱員權益
- 推動人才發展

### 5. 社區：

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

## ESG管理

為更好地踐行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重大工作事項的匯報。

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目標設定及進展，及就以上內容向董事會匯報。

### 管理層

風險管理委員會是本公司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目標設定和進展。



## 環境、社會及管治報告

### 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。

### 利益相關方溝通

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

本年度我們識別的主要利益相關方、關注議題及溝通渠道列示於下表。

主要利益相關方	主要關注的ESG議題	主要溝通渠道
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、知識產權保護	政策諮詢、事件匯報、來訪接待、信息披露、參與政府機構會議
股東及投資者	騎手健康與安全、信息安全與隱私保護、僱員培訓與發展、產品及服務安全保障、反貪污	股東大會、業績公告、年報、半年報、官方網站、溝通會議及溝通郵件
僱員	合法僱傭、僱員權益與福利、僱員培訓與發展、職業健康與安全、多元化與平等機會、產品及服務安全保障、社會公益參與	人力資源幫助台、溝通會、社交媒體及面對面交流、溝通熱線
用戶	產品及服務安全保障、信息安全與隱私保護、客戶投訴管理	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

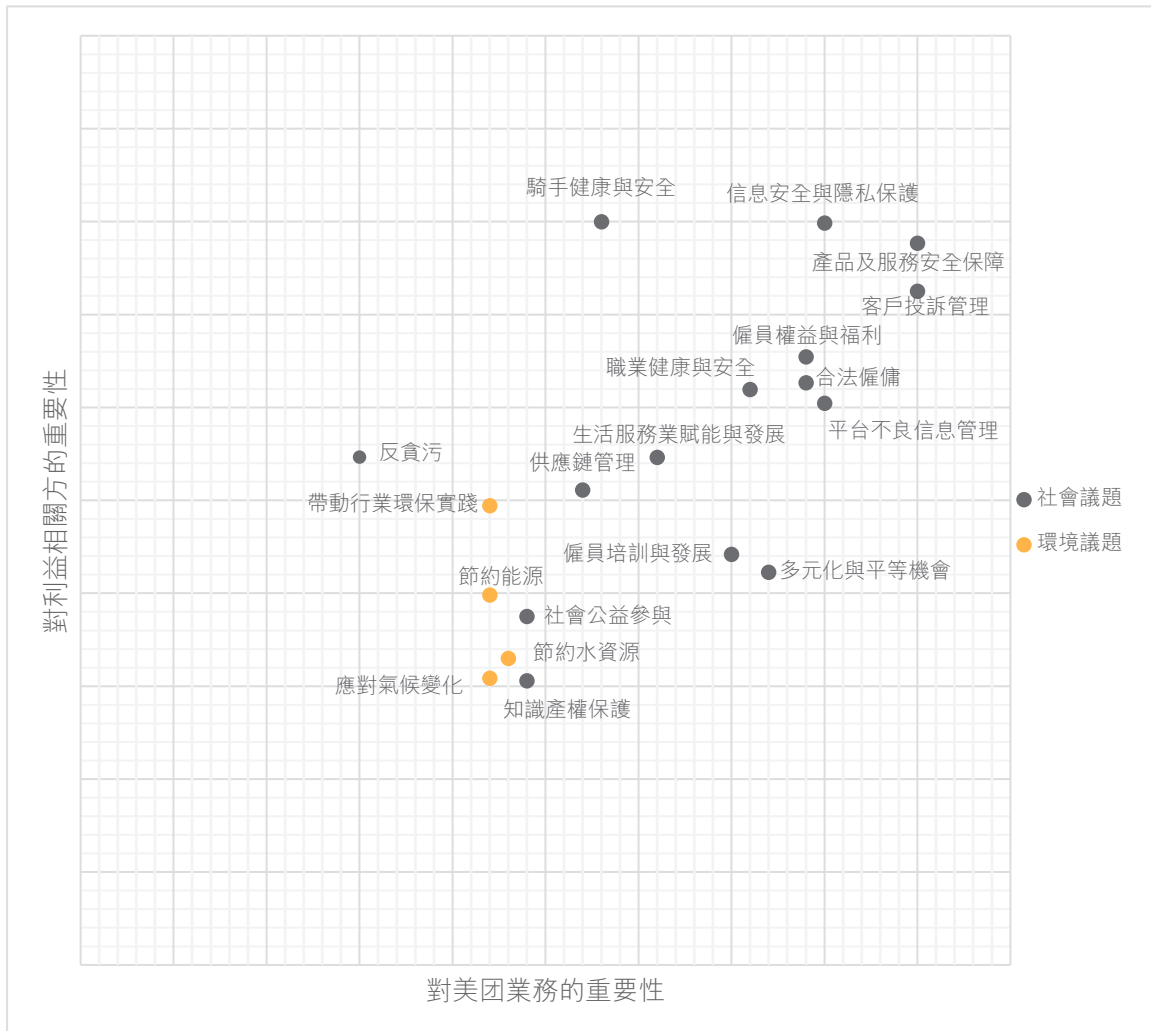


## 環境、社會及管治報告

主要利益相關方	主要關注的ESG議題	主要溝通渠道
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

### 實質性議題分析

2022年，通過與主要內外部利益相關方的持續溝通，結合對ESG議題業務影響重要性分析，我們對ESG議題進行實質性分析，作為行動及報告的參考。實質性議題分析結果如下圖所示，我們將在本報告中分別討論各個議題所含內容。



## 環境、社會及管治報告

### 環境

我們持續踐行環境保護和綠色運營理念，積極識別並管理面臨的主要環境風險，盡可能降低業務運行對環境造成的影響。我們亦致力於推動產業鏈綠色發展，提升行業整體環境管理能力和表現。

### 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，由相關部門主管對環境管理事項進行監督，推進日常辦公及業務運營環節的環境管理和綠色運營。

### 綠色辦公

我們辦公職場的主要資源消耗為電力、水和紙張，主要廢棄物包括生活垃圾、電子廢棄物、熒光燈管、電池及硒鼓墨盒等。我們推行多項措施節約能源、資源，並分類、合規處理各項廢棄物。我們持續對全國職場能源與資源消耗、廢棄物處理等數據進行在線統一精細化管理，提升環境管理效率。2022年，我們對能源消耗數據收集系統進行升級，以自動化方式實現數據的及時和準確收集。

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功能，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、季度職場用電量監控機制，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

在節水、節紙方面，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，於打印機側設置廢紙回收盒，提升紙張利用效率。

在廢棄物處理方面，我們嚴格遵守運營所在地的廢棄物處理要求，在所有總部屬性職場均設置分類垃圾桶，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），我們均進行單獨收集，並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應商回收處置。針對電子廢棄物（如廢舊電腦、顯示器、電話、投影儀等），我們制定內部處理流程進行統一管理，並交由專業機構進行無害化處置和回收。我們對食堂產生的垃圾進行現場分類，其中可回收垃圾、廚餘垃圾由回收公司進行定向清運，並規定其保持垃圾桶整潔及密封，及時清理和更換垃圾袋，在垃圾運送途中避免出現遺撒。

### 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》、《關於加強綠色數據中心建設的指導意見》等政策指導要求，將環境保護能力和低碳發展列為數據中心供應商的重要考核內容。在租用數據中心時，我們將數據中心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。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》，將污染源頭預防、過程管控和末端治理融入項目建設運營的全過程，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。





## 環境、社會及管治報告

我們積極響應國家「東數西算」戰略方針，持續優化租用數據中心佈局。我們在北京、上海等地區的原有數據中心以擴容為主，在河北懷來通過深度定制租賃的方式建設兩個大型數據中心園區，形成根據業務時延特性劃分的四大地區數據中心佈局。我們在寧夏回族自治區中衛市的數據中心主要使用可再生能源，並通過機房構造、服務器佈局、溫度控制及熱量回收等方面的技術手段，實現全年平均PUE (Power Usage Effectiveness，電能利用效率) 為1.25，滿足國家工業和信息化部在《新型數據中心發展三年行動計劃(2021-2023年)》中對新建大型及以上數據中心PUE降低到1.3以下的標準。此外，我們結合《數據中心能效限定值及能效等級》國家標準，逐步裁撤能效偏低的數據中心。2022年，我們已完成2個數據中心的裁撤工作。

### 零售業務環境管理

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

在冷鏈管理層面，我們持續推進冷鏈環保改造，採取多項措施開展資源循環利用、減量化設計和節能減排，包括：(i)資源循環利用：逐步使用RFID (Radio Frequency Identification，無線射頻識別) 技術進行物資識別和管理，減少遺失與浪費；利用可循環使用冰板代替傳統一次性使用的干冰；(ii)減量化設計：在保障性能前提下，對蔬果盒、平口袋等一次性耗材及週轉筐、托盤等物資進行減量化設計；(iii)節能減排：對用電設備進行精細化線下管理，根據季節、地域、設備特點等不同條件，優化製冷設備參數、制定照明開啟策略，並定期復盤調整；探索智能化能耗管理方式，通過IoT (Internet of Things，物聯網) 在線實時管理冷庫溫度，對溫度異常情況進行干預，及時發現可優化的用電場景。



## 環境、社會及管治報告

在物流運輸管理層面，我們通過精細化運營、新能源車型研究試點等舉措推進節能減排工作，包括：(i)精細化運營：重視日常運營車輛裝填量，及時進行車輛維修保養，確保車輛維持良好的性能狀態；關注不同車型最佳油耗表現，並依照車輛經濟時速制定駕駛員考核標準；提升大型運輸車輛使用比例，減少發車總量，在保證服務質量的前提下提高物流效率，減少能源使用；(ii)新能源車型研究試點：持續評估各類運輸車型的應用空間，積極開展新能源車型研究。2022年，我們已在部分城市試點開展電動貨車替代工作。

在倉網規劃層面，我們通過不斷優化倉網佈局和商品的庫存管理，提升資源使用效率，具體包括：(i)評估商家及消費者商品需求，開展倉庫位置佈局研究，縮短商品向商家的供應距離以及向消費者的配送距離，降低商品供應和銷售過程的碳排放；(ii)依託商品預售和消費者自提模式，大幅降低商品的庫存週轉週期，減少因商品存儲產生的能源消耗。

### 推進產業鏈綠色發展

我們關注產業鏈的環境影響，積極尋求解決方案，推動產業鏈綠色發展。

#### 美团外賣行業環保行動

我們響應《中共中央 國務院關於完整準確全面貫徹新發展理念做好碳達峰碳中和工作的意見》、《「十四五」塑料污染治理行動方案》、《中華人民共和國反食品浪費法》、《促進綠色消費實施方案》等法律法規和政策指導要求，持續實施各項環保行動。

美团外賣自2017年以來持續開展「青山計劃」，作為行業首個關注環境保護的行動計劃，「青山計劃」與外賣全產業鏈和消費者共同構建行業綠色低碳消費生態，助力社會低碳轉型。2022年，我們繼續以「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，持續強化在「綠色包裝」、「低碳生態」、「青山科技」、「青山公益」四大板塊的投入。



## 環境、社會及管治報告

### 綠色包裝

我們持續開展與研究機構、行業協會、包裝生產企業和餐飲商家的合作，推動外賣綠色包裝的創新和孵化工作，不斷探索符合餐飲商家切實所需、具有創新性及實用性的綠色包裝方案。2022年，我們與中國包裝聯合會等行業機構聯合發起「餐飲外賣綠色包裝應用工作組」，邀請相關機構、上下游企業加入，旨在通過創新合作促進綠色包裝材料的研發、設計並推進綠色包裝在餐飲外賣行業的應用，實現在2025年前分三個階段推出16大類菜品的「綠色包裝解決方案」。我們基於往年發佈的兩批「青山計劃綠色包裝推薦名錄」，明確「紙質類」、「降解塑料」、「易回收易再生塑料包裝容器」三大品類的綠色包裝推薦方向，為商家提供豐富的創新環保包裝方案。截至2022年底，我們累計孵化並投放31款、291萬件綠色包裝製品。

我們積極參與外賣行業綠色包裝標準化建設，在已明確的三大品類推薦方向上持續完善相關標準體系，引導外賣產業供應鏈規範生產，推動綠色包裝實現更大範圍的推廣應用。截至2022年底，我們已累計牽頭或參與《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》、《綠色紙質外賣包裝通用要求》、《再生聚丙烯非織造布手提袋》及《外賣食品包裝用封口標籤》等8項國家標準和團體標準<sup>1</sup>的制定工作。

我們探索多場景下的餐盒回收模式，調研不同場景下餐盒回收的難點和適配的回收路徑。自2021年起，我們逐步從短期、探索性質的餐盒回收試點轉變為規模化、常態化的餐盒回收項目。截至2022年底，我們已經在全國7個省份超過1,500個社區及單位開展規模化垃圾分類及餐盒回收項目，回收餐盒重量超過6,400噸。

<sup>1</sup> 更多關於我們參與制定的綠色包裝標準及標準內容請參見《美团青山計劃五週年進展報告(2017-2022)》。



## 環境、社會及管治報告

### 低碳生態

我們推動商品零售和服務零售在需求側和供給側的數字化轉型，構建由「商家－平台－消費者」參與的可持續生態圈，通過約束和激勵機制，促進商家踐行可持續經營；通過產品設計、宣傳倡導，引導消費者實現可持續消費；通過促進不同利益相關方之間的對話，合力推動外賣行業可持續發展。

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。餐飲商家可以發佈消費者可見的環保檔案，確立「糧食節約行動」、「助力低碳消費」等7項商家可持續經營行為，通過上傳環保行動、做出環保承諾等措施促進商家完善環保檔案信息。截至2022年底，累計已有超過200萬商家具備青山檔案，約4萬商家在「商家青山檔案」中主動上傳環保經驗或承諾。同時，我們關注並響應消費新趨勢促進糧食節約，通過多種方式鼓勵餐飲商家向消費者提供「小份菜」、「一人食」套餐，與中國飯店協會聯合發佈《小份菜洞察報告》，截至2022年底，累計已有超過90萬餐飲商戶提供超過590萬種「小份菜」。此外，我們持續強化平台環保規則，規範餐品展示要求，將環保條款納入商家協議；我們要求商家在其產品展示頁面中明確描述外賣餐品的名稱、品類、份量等8項信息內容，以便於消費者合理點餐、避免浪費；我們在商家入駐協議中明確要求商家使用符合國家和行業標準的環境友好餐飲具及包裝，減少一次性塑料製品使用。

在消費者端，我們倡導可持續消費。我們在點餐頁上線文案提示功能，當消費者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，並在訂單頁展示「請厲行節約，避免浪費」的溫馨提示。我們從2017年9月起，設立「美團外賣環保日」，利用線上線下資源，聯動公益組織、行業協會、商家等相關方，發起無需餐具、垃圾分類、減少食物浪費、保護野生動物等多項環保倡導活動，截至2022年底，累計已有超過3億美團外賣消費者選擇過「無需餐具」的選項。



## 環境、社會及管治報告

在行業端，我們積極促進中國餐飲行業可持續經營。2022年，我們聯合清華大學環境學院、中國連鎖經營協會共同開展「中國餐飲行業減少食物浪費路徑量化評估」研究工作，對不同就餐方式的食物浪費情況進行量化對比分析，綜合評估典型舉措的減污降碳潛力和效果，提出我國餐飲行業進一步減少食物浪費的可行路徑及發展方向建議。我們還聯合中國商業聯合會、中華環境保護基金會發起餐飲商家低碳行動指引研究並發佈《餐飲商家低碳行動指引研究報告》，分析餐飲商家碳排放現狀，梳商家節能減碳優秀實踐案例，為餐飲商家低碳行動提供行動指引，更好地支持行業綠色低碳發展。

### 青山科技

為助力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，我們於2021年發起首個關注「碳中和與循環經濟」的公益性「青山科技基金」。該基金主要針對「青山科技獎」及「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研究，促進更多環保科技成果在產業中發揮價值。

2022年，我們正式發佈首屆「青山科技獎」獲獎者名單，重點關注綠色低碳包裝材料、碳捕集及資源化利用、低碳運輸及儲能三大議題，評選出9位聚焦於化工生產提效減排、儲能電池、低碳材料等研究方向的優秀青年科學家，向每位科學家給予人民幣100萬元獎勵，鼓勵支持相關研究的開展。

我們關注綠色創新包裝、綠色回收再生以及綠色供應鏈體系三大領域的先進技術與項目。在首屆「科創中國」美团青山環保科技創新示範項目評選中，我們最終遴選出9個示範項目進行資金資助和支持，包括6個綠色創新包裝項目、2個綠色回收再生項目和1個綠色供應鏈項目，總資助金額人民幣1,950萬元，項目配套產業資金共計人民幣1.5億元，推進了一批兼具創新引領作用和市場化、規模化潛力的成果落地。截至2022年底，示範項目中的塑料餐盒再生利用項目已全部投產運行，累計完成塑料餐盒再生利用超3,900噸。



## 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「青山公益自然守護行動」，資助、引導社會組織和科研機構，以基於自然的解決方案為路徑，圍繞保護地開展公益項目，切實提升保護地生態質量，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。

2022年，「青山公益自然守護行動」資助環保社會組織、科研機構落地實施28個環保公益項目，資助金額達人民幣1,150萬元。我們資助的環保公益項目主要關注基於自然的氣候變化解決方案，圍繞自然保護地開展「生態保護和修復」、「保護地可持續社區建設」、「保護地一線科研支持」，直接受益群體上萬人。

我們充分發揮平台公益輻射能力，鼓勵平台商家參與公益項目成為青山公益商家，匯集商家力量共建環保公益生態。自「青山公益行動」發起以來，青山公益商家的數量快速增長，截至2022年底，共有超過85萬商家加入「青山公益行動」，落地公益項目超過80個，其中資助的生態扶貧和自然守護行動項目直接受益群體超過32,600人。

### 美团單車和電單車全生命週期環境管理

美团單車和電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)。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，要求車輛零件供應商提供更加耐用的產品，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、運營和報廢階段，進行科學規範投放、智能調度，對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和回收；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，實現廢舊車輛100%回收再用。2022年，美团單車和電單車獲得中交(北京)交通產品認證中心頒發的全生命週期「負碳」等級認證，並受邀參加第27屆聯合國氣候變化大會，向公眾分享美团單車和電單車推動綠色低碳生活方式的「中國故事」。

2022年，美团單車和電單車用戶通過綠色低碳騎行，減少碳排放約45.5萬噸。



## 環境、社會及管治報告

### 氣候變化應對

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，也將對我們的運營產生影響。我們已開展氣候變化的影響識別和應對工作。

在實體風險應對層面，受氣候變化影響而發生的高溫、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而引發的公司人員傷亡和業務影響，我們建立極端天氣管理機制，從多個方面開展管理以應對極端天氣帶來的影響。管理架構方面，由風險管理委員會安全保障組負責統籌協調，風險及廉正管理委員會安全管理人員負責落實具體保障工作，靈活應對不同種類的極端天氣情景，保障僱員安全和業務正常運轉。應急預案方面，我們編製《極端氣象／地質災害應急預案》，對僱員職場辦公及業務運營過程中的極端天氣應急措施進行制度化管理，在極端天氣事件統籌指揮兼顧靈活應對的總原則下，根據近年的高溫問題，增加「高溫防範及應對」預案，根據過往極端天氣實際應對情況對應急預案中各項內容進行持續修訂和更新。氣象預警系統建設和應用方面，我們持續通過「氣象預警系統」，為全國範圍的僱員及合作商進行天氣預警。2022年度，我們對「氣象預警系統」進行優化，實現氣象預警系統自定義功能，僱員及合作商可在工作台系統中訂閱氣象預警通知，並自行添加所關注的城市、行政區，以及關注的極端天氣類型（如暴雨、颱風、高溫等）。2022年，我們共計推送15萬條氣象預警通知。應急保障方面，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，我們根據天氣演變的實際情況調整響應級別，應對和滿足援助需求。針對極端高溫情況，我們建立應急保障團隊，保障工作場所正常運行和僱員安全。對於因高溫天氣無法正常運行的職場，我們通知僱員居家辦公，降低健康安全風險；在極端天氣發生後，我們評估損失情況，逐步恢復職場和業務運營，對預案進行復盤並尋找優化方向。同時，我們邀請專家對僱員、騎手和倉配司機等群體進行高溫天氣安全防範及熱射病相關內容的科普活動。此外，我們在騎手端App上線防暑視頻，向騎手和倉配人員提供防暑藥品關懷。



## 環境、社會及管治報告

在過渡風險應對層面，面對中國綠色經濟發展和低碳轉型趨勢，我們積極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。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，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。我們於辦公職場和租用的數據中心應用低碳技術，降低能耗和碳排放。有關內容請參閱本報告「綠色辦公」、「數據中心環境管理」、「環境目標」以及「綠色採購」章節。

在氣候變化機遇應對層面，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產業鏈減碳，引導消費者培養低碳環保的消費習慣。例如我們開展「青山計劃」行動，持續強化在「綠色包裝」、「低碳生態」、「青山科技」、「青山公益」四大板塊的投入，推動產業鏈和行業低碳循環發展；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週期環保管理理念，持續降低環境影響；在零售業務開展過程中，我們在冷鏈管理、物流運輸以及倉庫規劃環節開展產品外包裝優化、降低商品儲存週期、試點電動貨車等多項實踐，探索資源節約和減碳機會。相關內容請參閱本報告「美团單車和電單車全生命週期環境管理」、「美团外賣行業環保行動」以及「零售業務環境管理」章節。





## 環境、社會及管治報告

### 環境目標

2021年，我們基於過往環境績效，結合自身辦公運營特點制定環境目標。我們制定的環境目標在本年度的進展情況如下：

#### 環境目標內容

2022年起，所有總部屬性職場每年均實施垃圾分類。

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，所有職場新裝修或整體更換的照明設施每年均停止使用熒光燈管。<sup>2</sup>

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%。

#### 2022年環境目標實現進展

2022年所有總部屬性職場均實施垃圾分類。

2022年所有總部屬性職場產生的電子廢棄物實現100%無害化處理。

2022年所有職場新裝修或整體更換的照明設施已停止使用熒光燈管。

2022年總部屬性職場人均自來水用量相比2021年減少9%，主要由於2022年新型冠狀病毒肺炎疫情（以下簡稱「疫情」）影響，各總部屬性職場僱員均有時段實行居家辦公或部分到崗辦公，造成人均用水量降低。

2022年總部屬性職場人均能源消耗總量相比2021年增加15%，主要由於2022年公司職場面積增加，同時受疫情影響，各職場因長期開窗通風而引發空調用電量增加，造成人均用電量升高。

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。

<sup>2</sup> 隨著本公司對職場新裝修或整體更換的照明設備提出更高的環境管理要求，2022年我們對本條目標的覆蓋範圍由總部屬性職場擴展至所有職場。



## 環境、社會及管治報告

### 環境績效指標表

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

「總部屬性職場」包含北京、上海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、研發園及週邊職場為主，上海以申亞辦公室為主；客服及研發中心主要包含石家莊、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辦公場所，主要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。

排放物<sup>3·4·5·6</sup>

總部屬性職場	2022年
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	26,509.59
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)	0.49
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)	3.73
人均有害廢棄物(噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	4,741.09
人均無害廢棄物(噸/僱員)	0.09

<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》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鉛酸蓄電池、廢棄熒光燈管、硒鼓及墨盒，均交由有資質的機構進行處理。2022年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.00007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位小數的結果。

<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

區域銷售職場	2022年
辦公樓溫室氣體排放總量(噸)	6,431.53
辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸／僱員)	0.19
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)	2.48
人均有害廢棄物(噸／僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	3,119.50
人均無害廢棄物(噸／僱員)	0.08

倉庫及服務站	2022年
溫室氣體排放總量(噸)	175,652.07

### 能源及資源使用<sup>7、8、9</sup>

總部屬性職場	2022年
能源消耗總量(兆瓦時)	40,062.96
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.74
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)	336,487.42
人均自來水用量(噸／僱員)	6.48

區域銷售職場	2022年
能源消耗總量(兆瓦時)	10,830.60
人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)	0.31
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)	49,978.61
人均自來水用量(噸／僱員)	3.75

倉庫及服務站	2022年
能源消耗總量(兆瓦時)	300,169.93
自來水用量(噸)	1,274,302.29

<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> 本公司主要業務開展過程中不參與生產過程，沒有製成品，關鍵績效指標A2.5製成品所用包裝材料的總量及密度不適用於本公司。



## 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，並保證僱員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，對僱員招聘、離職、薪酬、福利、績效與晉升等方面進行規範化管理。

#### 招聘及離職管理

我們以人崗適用為前提擇優錄取僱員，對不同種族、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。我們發佈《招聘行為規範》，明確招聘全流程的行為規範，以及針對可能發生的歧視等違規行為的處罰規定。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，確保招聘合規性。

我們倡導以候選人體驗為中心的招聘理念，通過科學、平等的方式招募到匹配的候選人。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，並制定《面試官管理規範》等內部政策對候選人面試過程進行規範化管理，在保障面試流程合規的同時，給候選人帶來良好的招聘體驗。

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



## 環境、社會及管治報告

### 勞工準則

我們制定《考勤管理制度》及《陽光職場行為規範》保障僱員的合法權益。我們在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，避免強制勞工情況。我們依照相關法規的要求制定內部管理制度，明確發生僱傭童工和強制勞工情況時實施的補救措施。

### 薪酬與福利

我們為全體僱員提供有競爭力的薪資和基於業績貢獻的激勵。此外，我們向核心崗位及對公司長期發展做出貢獻的僱員授予股權激勵獎勵，以激勵他們為公司和客戶持續創造價值，並和股東利益保持一致。

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、補充醫療險的僱員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。

### 績效與晉升

我們構建僱員職級與激勵體系，設置《績效管理制度》、《職級管理規範》及《職級評審方案》等制度，規範職級管理體系，建立晉升渠道，完善績效管理流程，幫助僱員立足自身崗位需求進行能力提升。

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。晉升評審過程中，我們設置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相關違規情況進行反饋。

我們設立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，促進經驗分享和傳遞，支持僱員的專業成長。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。



## 環境、社會及管治報告

### 工作生活平衡

我們制定《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。我們為僱員提供法定年假、福利年假與全薪病假等假期，2022年，我們在原有假期的基礎上，新增加僱員育兒假，並延長婚假、產假、陪產假等假期。

我們為僱員提供健身房和圖書館等設施，在春節、中秋節、三八婦女節、六一兒童節等重要節日舉辦例如「家庭日」、「小美節」等僱員文化活動。我們圍繞運動、娛樂、社交等方面開展俱樂部活動，在全國共有超過40個文體俱樂部，僱員可自由加入各類俱樂部並參與活動，舒緩工作壓力，豐富業餘生活。我們開設以「身」、「心」健康為主題的線上「暖心課堂」守護僱員的身心健康，2022年，我們開展「暖心團」僱員滿意度調研項目，了解僱員對公司的認同感和期望。

### 溝通

我們設置多種內部溝通渠道，如內部話題社區、社交平台、人力資源幫助台和溝通會等，並在2022年持續拓寬僱員溝通渠道，包括完善內部公眾號溝通系統、搭建僱員移動端內部社交平台等，旨在鼓勵僱員交流溝通、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，以溝通會作為重要信息交流平台，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，並根據受關注事項的主題和人員範圍與僱員進行常態化溝通交流。

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和溝通，正式發佈與僱員利益切身相關的主要制度前，我們會面向僱員進行調研訪談，充分保護僱員權益。



## 環境、社會及管治報告

### 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。

我們建立《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，不斷完善職場安全管理體系，我們的部分職場已取得ISO 45001職業健康安全體系認證，並進行管理體系的年度跟蹤審核。2022年，我們將職業健康安全體系管理經驗以及管理模式推廣至其他職場，在現有職場風險評價機制的基礎上，根據職場類別對影響職場健康安全風險水平的主要因子進行辨識和量化，持續更新並落實更加貼合職場實際情況的職業健康安全風險管理方法。我們在職場內設置安全專員，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職場安全管理，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)啟動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)設立辦公職場安防系統，管理工作區域人員的安全防控，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；(iii)持續優化公司急救體系，制定急救響應流程，形成以安保人員、健康小屋、僱員志願者組成的三級響應策略和應急處置體系，持續擴充公司急救持證講師隊伍，並增加職場內部署的AED (Automated External Defibrillator，體外除顫儀)設備數量，目前所有300人以上的總部及區域辦公室均實現AED的全覆蓋，保障緊急情況下急救設備需求；(iv)定期組織安全培訓及應急演練，根據重大活動節點和季節風險特點，制定專項安全宣傳計劃，不斷創新宣傳活動策劃和推送方式，提升僱員宣傳體驗和感知度，提高僱員安全意識。此外，我們設置突發事件處理流程，以及時合規處理僱員安全意外事件。



## 環境、社會及管治報告

我們持續強化包括銷售、倉庫管理等一線崗位僱員的職業健康安全保障能力，開展多層面保障實踐，降低高風險工作場景下的安全事故發生概率並減少職業病危害，例如：(i)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；(ii)加強銷售僱員的安全意識培訓，從安全警示措施出發，通過為僱員所使用的電動車增加反光條等措施，減少交通安全事故發生概率；(iii)聘請專業僱員身心健康服務機構，對僱員心理狀態進行測評，通過專業的培訓提升僱員心理穩定性；(iv)針對部分涉及現場操作的工作場景，制定明確的安全規章制度，通過早會、例行巡查等途徑發現安全隱患並積極整改；及(v)在部分業務線開展職業健康與安全管理體系認證工作，將職業健康安全標準化、體系化。

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。2022年，我們定期組織「健康講堂，暖心課堂」系列講座，內容涉及健康、運動、心理和職業發展四大板塊，全年吸引全國118個城市近30,000人次的僱員參與，同時積極開展「體檢十問」等科普推廣活動，以此提高僱員的健康意識，線上科普文章瀏覽量超過100,000人次。我們還於2022年在主要職場為僱員提供肩頸理療服務，緩解因久坐帶來的身體不適，共計服務僱員超過3,700人次。我們開展僱員關懷計劃，與外部專業機構合作設立心理健康諮詢熱線並定期舉辦心理健康培訓，幫助僱員疏導壓力。

2022年，我們開展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，發放口罩等防疫物資。我們建立僱員信息日報系統，收集僱員每日身體狀況，組織僱員進行核酸檢測，對異常情況及時跟進處理。2022年，我們為僱員提供疫苗上門接種服務，並於有疫情風險的城市停止辦公室訪客接待。我們所有職場均遵守當地政府疫情防控要求，開展辦公室消殺和職場防疫常態化管理工作。





## 環境、社會及管治報告

### 僱員培訓及發展

我們搭建服務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。

我們建立提升僱員管理能力及各專業技能的培訓架構，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。我們通過人才發展部門與業務部門緊密協同，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，為僱員提供隨時、隨地和隨需的培訓。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，2022年，我們制定《在線課程管理制度（試運行）》，通過制度化管理促進知識沉澱，不斷提高線上學習資源的質量。

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。針對校招僱員，我們提供為期三年，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，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；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；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。針對各級管理者，我們規劃契合不同層級能力要求的管理層學習內容，開展領導力培養項目「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，幫助學員加強對業務的全面理解和經營思維，提升制定職能戰略、團隊建設、橫向協同的能力；「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。針對不同類別、不同成長階段的銷售人員，我們提供針對性的培養計劃，通過線上和線下相結合的教學方式，融合「線上學習」、「集中培訓」、「師徒帶教」、「標桿分享」等多種教學方法，幫助一線銷售人員更好地了解其所服務的行業與客戶、掌握專業知識和技能、熟悉銷售服務流程。



環境、社會及管治報告

工作場所績效指標表

僱傭

指標		2022年
僱員總人數		92,046
按性別劃分僱員人數	男	56,829
	女	35,217
按年齡劃分僱員人數	年齡30歲及以下	58,236
	年齡31歲至50歲	33,796
	年齡50歲以上	14
按地區劃分僱員人數	中國內地	92,038
	港澳台地區	5
	其他國家及地區	3
按管理層級劃分僱員人數	管理層	528
	非管理層	91,518
按僱傭類型劃分僱員人數	全職僱員	91,932
	合約人員及其他	114
僱員總體流失率		23.21%
按性別劃分僱員流失率	男	23.56%
	女	22.62%
按年齡劃分僱員流失率	年齡30歲及以下	25.57%
	年齡31歲至50歲	19.44%
	年齡50歲以上	40.00%
按地區劃分僱員流失率	中國內地	23.20%
	港澳台地區	60.00%
	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	2022年	2021年	2020年
因工亡故總人數	2	0	0
因工亡故比率	0.0022%	0	0

2022年因工傷損失工作日為8,561.5天<sup>10</sup>。

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。

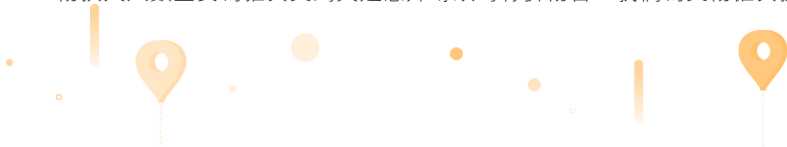
### 僱員培訓

指標		2022年
按性別劃分僱員受訓百分比	男	99.98%
	女	99.99%
按管理層級劃分僱員受訓百分比	管理層	99.81%
	非管理層	99.98%
按性別劃分僱員平均受訓小時數	男	30.38
	女	29.59
按管理層級劃分僱員平均受訓小時數	管理層	30.54
	非管理層	30.08

### 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。

<sup>10</sup> 工傷損失天數主要為僱員受到交通意外導致的骨折傷害，我們為受傷僱員提供更長的康復假期。



## 環境、社會及管治報告

### 供應鏈制度化管理

我們制定《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》、《採購管理部供應商黑名單管理規範》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》等管理文件控制採購環節關鍵節點，並在2022年增設10餘項採購管理細則要求，旨在持續增強採購業務規範管理力度，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。

### 供應商合規管理

我們要求所有供應商在正式開展工作前，於供應商管理系統內進行實名認證並簽署《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。2022年，我們新簽訂合同的2,439家集採供應商均已完成《反商業賄賂協議》、《保密協議》及《廉潔自律承諾書》的簽署。

我們設立供應商反饋和審查機制，供應商可通過美团官網和採購供應商門戶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，將暫停或終止供應商合作，取消供應商服務資格。

我們積極倡導廉潔採購文化，持續開展僱員及供應商廉潔文化建設活動。在僱員層面，我們通過內部分享和培訓提升採購和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。在供應商層面，我們持續提升其廉潔合作意識，定期開展供應商廉潔培訓工作，並在重點節假日向供應商發送廉潔提示郵件，2022年，我們共開展供應商廉潔合作培訓11場。



## 環境、社會及管治報告

### 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，通過查詢企業信用信息公示系統等方式對供應商的企業信譽進行審查。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，例如我們要求食堂餐飲供應商在准入時提供ISO 45001、ISO 14001、HACCP等五項管理體系認證證書，保障該類供應商在食品安全、職業健康與安全等方面的管理水平。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，考察供應商環境和社會風險。

在供應商履約過程中，我們對供應商資質、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。我們建立合格供應商數據庫，數據庫中載列的供應商均已通過供應商准入審核。若當前供應商因環境及社會風險與問題停止合作，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。2022年，公司持續提升全生物降解購物袋、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投入，採購金額超過人民幣2億元。我們在選擇廚房設備時，優先選用節能環保設備，例如選用節能燃氣灶、自動噴淋洗碗機，並在排煙灶增加光電UV燈減少顆粒物排放，旨在提升設備能源使用效益並控制污染物排放。



## 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	2022年
中國內地	35,213
港澳台地區	1
其他國家及地區	14

供應商數量指截至2022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騎手協助完成配送服務。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。配送騎手為通過平台在配送合作商獲得工作機會的新就業形態勞動者，我們授權配送合作商使用我們的商標，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，遵守合同載列的經營和配送服務標準，保障配送騎手的安全以及勞動權益。同時，美团切實履行自身責任，從保障騎手權益、守護騎手安全、提升騎手體驗、促進騎手職業發展、提供生活關懷等方面著手，持續開展包括「同舟計劃」等項目和舉措以不斷優化騎手群體感受。

#### 監督配送合作商

我們要求配送合作商建立完善的配送騎手安全培訓體系及安全管理體系，在騎手入職前進行崗前安全培訓，在騎手入職後接單達到一定數量時進行安全進階培訓，開展騎手月度常規安全培訓，並對出現交通違法和交通事故的騎手進行專題安全培訓。我們要求配送合作商設定培訓考核標準，對安全培訓中涉及的交通規則、騎行安全、應急處理以及著裝規範等內容進行考核，確保配送騎手通過考核後方可上崗。我們將騎手安全管理納入合作商考評，若騎手安全培訓考核未達標或出現重大有責安全事件，將影響合作商的權益發展；我們對安全管理不佳的合作商採取限制擴大規模、清退部分或者全部站點、要求其承擔違約金等措施；我們建立配送合作商安全違規違約考核機制，根據安全環境變化設置動態調整指標，如疫情期間將騎手口罩佩戴情況和核酸檢測情況等納入考核，加強安全管理監督。此外，我們持續運營並完善配送合作商遠程監控中心，督促合作商迭代安全設備，持續監測安全設備運營情況。



## 環境、社會及管治報告

我們通過制定配送合作商用工管理規範，對配送騎手公平就業提出明確要求。我們嚴格禁止配送合作商在騎手招募環節出現任何形式的用工歧視，不得歧視女性及殘障人士，不得以任何形式損害勞動者的公平就業權。同時，我們強化對配送合作商的薪資管理措施，確保其按時按質發放騎手薪資，優化訂單結構，保障騎手收入穩定。

我們與商業保險公司合作開發適用於騎手的商業保險，完善第三者責任險等商業保險保障。我們根據騎手不同類型，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，騎手在服務期間要求入保率達到100%，為騎手人身及工作安全提供更多保障。我們持續迭代完善商業保險和理賠流程，啟動「騎手直賠項目」，實現騎手App一鍵自助理賠，提高理賠效率，提升騎手體驗。此外，我們積極配合相關部門，按照國家統一工作部署，在北京、上海等七省市參與面向騎手群體的新就業形態勞動者職業傷害保障試點。

### 保障騎手權益

在對配送合作商進行監督和要求的同時，美团開展多項騎手權益保障措施，包括：(i)在全國80餘個城市推動合作商試點「服務星級」激勵機制，對騎手配送超時等情況的處理從直接收益減扣替換為騎手評價分數調整，以降低因偶發狀況對騎手收入造成的影響；(ii)完善騎手申訴機制，梳理例如「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；及(iii)調整在特殊天氣條件下工作的騎手訂單配送系統和最長派送距離。



## 環境、社會及管治報告

## 守護騎手安全

我們從調度系統優化、智能裝備應用、騎手App安全中心功能優化、充電消防風險防控、安全意識培養、交通意外處置流程完善等方面出發，幫助配送騎手應對及降低在提供配送服務時的安全風險，持續提升對配送騎手的安全保障能力，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，並給予騎手彈性時間，針對惡劣天氣、出餐延遲等特殊場景，提供申訴延長配送時限功能，提高配送安全性；(ii)為騎手配備軟硬件裝備，如智能耳機、智能頭盔及頭盔尾燈、語音控制系統等，並在2022年定制開發具備戴盔檢測功能的第二代智能頭盔，讓騎手能實時感知自己的佩戴狀態，有效提高騎手的頭盔佩戴率，持續降低騎行安全隱患；(iii)在配送騎手接單App中上線安全中心窗口，整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；(iv)試點「騎手意外預警」功能，通過技術手段識別需要幫助的騎手，提供線上和線下緊急援助；(v)嚴格規範電瓶車電池及充電設備使用，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)推出騎手App安全培訓課程及「救在身邊」急救培訓項目，向配送騎手普及交通安全與消防安全知識及急救常識。2022年，我們在線下舉行超7,000場安全專題培訓，培訓內容覆蓋交通安全、消防安全、食品安全等，參與培訓的騎手超5,293萬人次；(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)根據各地防疫政策，要求騎手上報核酸檢測結果並進行審核，健康狀況異常的騎手將不能參與訂單配送，且要求配送合作商不得強制騎手開工，根據騎手身體情況安排休息；(ii)保障騎手口罩、抗原、藥品等防疫物資供應；(iii)在部分城市開展「愛心酒店」項目，為受疫情封控影響的騎手提供免費住宿；(iv)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；(v)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；(vi)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，完善《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(vii)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

### 提升騎手體驗

我們開展多項措施持續提升騎手體驗，包括：(i) 持續收集騎手、外部專家等利益相關方的意見和建議，並在部分城市進行用戶調研，持續優化配送算法，例如將「預估送達時間點」調整為「預估送達時間段」，讓用戶對配送時間有更合理預期，為騎手預留更多緩沖空間。在相關改進措施實施後，騎手因超時等問題導致的異常情況及用戶差評率均有下降。截至2022年底，我們已累計進行六次算法規則公開；(ii) 上線「聽障騎手關懷功能」，對特殊騎手群體提供針對性的幫助，聽障騎手可以通過取餐送餐電子便捷溝通卡、問路電子卡等送餐關懷功能完成配送工作；(iii) 持續拓寬騎手溝通渠道，舉辦「騎手懇談會」等活動，加強與騎手的溝通，並開通騎手權益保障專線，廣泛聽取騎手的聲音。

### 促進騎手職業發展

我們從多個方向促進騎手的職業發展，包括：(i) 積極助力新騎手快速掌握基礎配送技能，通過開展「騎手老帶新」項目、發放新騎手關照單和免責卡等項目，幫助新騎手熟悉工作機制、掌握專業技能，更好地融入和成長，同時在騎手App中新增「VR模擬接單」功能，幫助新騎手沉浸式學習接單技巧、跑單操作等實用課程；(ii) 持續完善騎手培訓與發展體系，通過「騎手線上學習平台」、「站長發展計劃」、「騎手轉崗計劃」等項目，在幫助騎手獲得日常生活和工作的各項知識、技能的同時，激發其職業發展潛力，為騎手提供多樣化的職業發展路徑；及(iii) 與國家開放大學合作開展「騎手上大學」項目，為有學歷提升需求的騎手提供零經濟壓力的深造渠道，拓展發展空間，向行業輸出高質量就業人才。



## 環境、社會及管治報告

## 提供生活關懷

我們從身心健康、工作生活、家庭關懷、和工會建設等方面向騎手提供關懷，包括：(i)持續推動同舟守護1m<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、醫療器械、物資陳列等功能為一體，方便騎手了解健康信息及使用物資；(ii)通過騎手心理熱線、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；(iii)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；(iv)在部分城市開展「騎手健康體檢車」項目，向騎手提供多種免費常規身體檢查，並針對女性騎手提供專業、免費的宮頸癌、乳腺癌篩查服務；(v)優化騎手工作環境，根據季節變化提供不同的關懷措施，例如增設防暑驛站、發放特殊天氣專項補貼等；(vi)自2018年起連續五年開展「717騎士節」，舉辦全國騎手籃球賽、手游挑戰賽、站點聯歡會等活動，加強騎手職業認同感；(vii)設立大病關懷金，對遭受大病的騎手家庭給予幫扶，2022年全年援助374名騎手，1,147名騎手家屬，發放關懷金人民幣6,556萬元，為騎手家庭渡過難關提供有效幫助；(viii)美团公益基金會繼續推行「袋鼠寶貝公益計劃」，旨在幫助全行業騎手在子女遭遇大病、意外傷害等困難情況時渡過難關。同時，我們在河北燕郊及北京海澱與公益組織共同設立「袋鼠寶貝之家」，免費為騎手子女提供陪伴式教育服務及課後託管。截至2022年底，我們累計幫扶545名患大病的騎手子女，提供緊急醫療救助金人民幣2,136.4萬元，「袋鼠寶貝之家」開展課外活動、課後託管、早教課程約2,500次，累計服務2.8萬人次；及(ix)推進騎手工會建設，實施包括完善騎手的協商和協調機制等多項舉措，並通過開展「新就業形態勞動者溫暖服務季」等工會活動，向騎手傳遞關懷。



## 環境、社會及管治報告

### 產品責任

### 平台責任

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

### 安全保障

### 食品安全

我們高度重視食品安全，依照《中華人民共和國食品安全法》、《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》、《網絡食品安全違法行為查處辦法》及《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》等法律法規要求，對平台和零售業務的食品安全承擔審核和管理責任。

我們認真履行食品安全主體責任，優化食品安全管理體系建設，不斷完善食品安全組織和人力保障。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、能力建設、法規解讀與推進執行、多業務線工作協調及圍繞食品安全議題的外部交流合作等職能，促進食品安全工作的高效、統一、協同運轉。業務線層面，我們針對不同業務類型均設置專業品控團隊，承擔合作商戶資質審查、供應商現場審核、商品入庫、商品在庫、運輸配送等環節的食品安全合規工作。

我們定期跟進食品安全法規更新情況，及時開展合規要求的動態調整，加強食品安全風險識別及改善，持續提升平台和零售業務的食品安全水平。我們建立應急處理機制，明確突發食品安全個案的處理流程與措施，依法配合市場監督管理等相關部門，根據具體情形，做好處置工作。我們建立食品召回管理辦法和制度，規定不安全食品的召回流程及處置方式。我們本年度未發生重大的因健康與安全理由而需召回的事件。



## 環境、社會及管治報告

在外賣食品方面，我們制定並適時更新《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《美團外賣食品安全問題處理規範》等制度，持續完善規則體系。我們優化商戶食品安全線下巡檢機制，通過與第三方檢測機構合作定期對通過平台售賣的外賣食品開展安全性抽樣檢驗，客觀評估合作商戶的食品安全表現，並就識別的問題及時提出解決建議和方案，幫助和引導商戶不斷改善食品安全管理狀況。我們加強外賣配送環節的食品安全保障，推進外賣餐箱日常清潔消毒，並聯合市場監督管理部門和行業夥伴，深化食安封簽等外賣密封方式的推廣應用。在中國烹飪協會指導下，我們聯合行業夥伴，共同發佈首個《外賣安心餐廳管理規範》團體標準，更好地引導商戶守護食品安全環境，促進外賣新業態的健康有序發展。此外，我們持續探索、推廣「外賣放心吃」食品安全責任保險等保障措施，提升消費者權益保障水平。

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。我們制定並完善包含進貨查驗、供應商現場審核、商品三方檢測、入庫驗收等環節的多項食品安全管理制度。在供應商准入環節，我們查驗其營業執照、食品生產經營許可和備案、商品合格證明等資質材料，並對採銷量大的供應商採取現場實地審核、隨機抽查等多種方式，監督其生產經營過程的合規性。在商品入庫環節，我們進行商品感官檢驗，並通過建立快檢實驗室等方式，對具有較高食品安全風險的生鮮農產品開展快速檢測，保障商品品質和安全。在商品銷售環節，我們建立品質管控系統，利用品質安全數據分析模型，監控食品安全表現，對問題商品及時採取控制措施。我們加強與第三方檢測機構的合作，定期進行食品安全專項抽檢，及時處置抽檢不合格商品。我們積極開展零售食品的標準建設工作，例如我們在中國水產流通與加工協會、中國連鎖經營協會指導下，聯合行業夥伴共同發佈《前置倉模式活南美白對蝦品質管控規範》，規範即時零售行業前置倉模式下活南美白對蝦在採購、倉儲、配送到家全流程的品質管控標準，更好的滿足消費者對鮮活水產品的消費需求。



## 環境、社會及管治報告

在社區電商食品方面，我們積極構建符合社區電商業態實際的食品安全管理模式，建立全鏈路食品安全質量保障體系。通過對商家、倉儲站點、自提點等各環節的食品安全管理與協作，推動各環節食品安全管理能力的提升。我們利用抽檢、智能評價等多種方式，對通過平台售賣的食品的品質和安全表現進行動態監測，聯動商戶持續改善食品品質，保障社區電商食品安全。我們聯合中國連鎖經營協會及行業夥伴，針對社區電商場景下的關鍵環節，制定發佈《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，推動行業規範發展。

在自有品牌食品方面，我們制定《自有品牌商品食品安全管控指引》，依託自有品牌品控團隊，對食品安全管理責任歸屬進行明確要求。我們建立並持續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，針對自有品牌商品定期開展抽樣檢驗，完善在售食品的安全性評價，並據此完善食品供應商管理。

我們積極響應突發事件和疫情中對食品安全管理的需求。2022年，我們繼續嚴格執行進口冷鏈食品管控措施，最大限度阻斷進口冷鏈食品疫情傳播風險，最大程度保護僱員、商戶、騎手及用戶的安全。疫情後復產復工階段，我們邀請來自國家食品安全風險評估中心等機構的權威專家，發佈《疫情後餐飲業復產復工安全指引》，明確商戶在恢復營業時的食品安全要點，並通過監管部門、行業協會等多個渠道進行宣導，幫助商戶做好復產復工後的食品安全管理。

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。我們聯合多地市場監督管理部門，開展「安心365」食品安全公益培訓項目，截至2022年底，「安心365」在全國21個省（自治區、直轄市）、182個地級市，累計開展136場培訓，覆蓋餐飲從業者約385萬人。對僱員，我們開展12期「食品安全大講堂」培訓，邀請行業專家定期分享食品安全法規政策動態和良好管理實踐，我們還通過與第三方機構合作，開展品控人員的食品安全能力認證，不斷提高團隊對食品安全法規要求、实操知識等的認知和應用水平。對騎手，我們定期開展配送過程中食品安全知識和行為規範的培訓。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，通過「安全餐飲」在線食品安全科普欄目，定期推送科普文章和实操建議。本年度，「安全餐飲」欄目文章閱讀量達360萬。



## 環境、社會及管治報告

我們積極支持食品安全社會共治，參與全國食品安全宣傳週活動，倡導食品安全文化和良好實踐。我們加強食品安全領域的政企合作，支持共建食品安全示範店、示範街區、示範城市，繼續試點探索餐飲商戶「明廚亮灶」在線化展示，探索多種方式的政企合作方案，不斷提升外賣食品安全治理的協同性。我們繼續加強和行業協會、高等院校、科研機構等的對話和協作，共同推進平台和零售業務食品安全解決方案的創新及應用。

### 網約車安全

我們遵守《網絡預約出租汽車經營服務管理暫行辦法》，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。我們根據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，要求駕駛員滿足駕駛經歷要求、遵守安全操作規則且不存在嚴重交通違章、刑事和暴力犯罪記錄。

我們持續落實安全管理責任、提升安全管理效能，在強化「打車風險廉正管理委員會」管理職責的基礎上，成立多個城市（群）安全管理委員會，形成兩級安全組織架構。2022年，我們啟動網約車「盡職盡責」管理體系建設，圍繞安全生產、疫情防控、人車合規等方面落實40餘項管理動作，持續推進安全管理專業化、規範化建設。

為保障用戶出行安全，我們採取多項網約車安全管理措施對服務質量與安全進行日常管理與監控，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) 嚴格落實駕駛員崗前培訓、日常培訓及糾錯培訓等線上、線下安全教育培訓，並為乘客與合作商進行日常安全倡導；(iii) 每日營運前對駕駛員進行人臉識別，並開展行程抽檢工作；(iv) 持續運營並優化行程錄音、一鍵報警等功能，實行24小時安全值班值守制度，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) 通過完善產品防疫功能、落實線下防疫流程、驗證司乘上傳的防疫措施執行證明，嚴格落實運營城市防疫工作要求；(vi) 定制及安裝行車記錄儀，並開發相關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) 開展線下應急處置與救援演練，不斷完善各類應急預案；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

### 騎行安全

我們重視美团單車及電單車服務安全管理。我們遵守《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。

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)通過車輛前置維保、故障識別、故障車輛自動下線、車輛整體維修等管理方式，保障投放車輛的可靠性；(ii)配置車輛載重傳感器，並對車輛速度和運營區域進行監測，對電單車多人騎行及其他高風險騎行場景進行檢測和管理；(iii)通過用戶實名認證、人臉認證等技術手段，防範未成年人騎行、避免用戶使用他人賬號騎行等安全隱患；(iv)通過騎行前App頁面彈窗、開鎖語音等方式對用戶進行風險場景提示；及(v)為用戶購買騎行意外險，保障用戶及第三方人身財產安全。

我們開展警企聯合宣傳和協治理工作。我們與監管部門聯合製作騎行安全動畫宣傳視頻，合作錄制交通安全知識小課堂，並在全國多個城市開展線下安全宣傳活動，提升公眾安全騎行意識。此外，我們協助監管部門規範用戶騎行、車輛停放等行為，營造良好的城市騎行環境。

我們堅持車輛技術創新，在保證車輛安全的同時提高舒適度。我們持續改良車輛設計，推出X1型共享電單車，該車型作為國內共享兩輪車行業首款舒適型踏板車，在2022年獲得「德國紅點獎」與「德國iF獎」。

### 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》、《旅行社條例》、《在線旅遊經營服務管理暫行規定》及《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，設置《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》、《美团外賣非餐類信息發佈管理規範》、《到綜商戶履約保障管理辦法》、《到店綜合業務商戶虛假交易管理規範》、《美团民宿房東誠信規則》、《美团民宿價格操作規範》、《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。2022年，我們對《商家誠信經營制度》進行修訂，進一步規範商家在服務場景中的拒單等不當行為的管理措施，持續提升商家服務意識和用戶體驗。



## 環境、社會及管治報告

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，致力於提高消費者體驗。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發佈，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，對包括電競酒店、影音酒店等不同酒店類型的商家建立標準化的酒店衛生清潔要求，滿足用戶在對應場景的需求；針對景區門票類商戶，持續推進門票「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，並在2022年實現老年人智能識別、自動切換操作頁面與推薦頁、頁面語音反饋等功能，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。

我們搭建商戶平台培訓體系，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，促進知識傳播，加強商戶服務意識。我們針對不同業務範圍，持續開展多樣化的培訓課程及交流活動，包括：(i)提供商戶開展行業交流學習的平台，以線上直播等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；(ii)開展普法宣導活動，持續提升商戶對規則的知曉度，指導商戶遵守平台底線規則，合規合法經營和開展業務；及(iii)組織開展平台商戶直播答疑，及時解答商戶在經營中的問題，為商戶與平台開闢新的溝通渠道。

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、虛假交易、虛假門店、虛假房源等商戶違規行為，並針對部分商戶違規行為，作為線索提供方與運營所在地公安部門建立聯動工作機制。此外，我們建立系統化的違規行為處置流程和分級化處罰機制，按照商戶違規嚴重程度給予包括警告、調整搜索結果、隱藏評分、罰款、封禁賬號及下線業務和門店等處罰措施，規範商戶經營行為，維護消費者權益。





## 環境、社會及管治報告

### 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、武漢、成都和廈門設立客服運營中心，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，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，以應對突發業務高峰，提升客戶問題處理效率。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。

我們利用工單系統記錄用戶問題，形成從問題發起、問題處理、問題解決、問題評價的閉環解決流程，對每一個關鍵節點明確內部責任方，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、消費者滿意度調查問卷和輿情監控等途徑，不斷改進和規範客戶服務流程。

我們通過梳理客戶服務主流程、強化客服人員對業務場景的流程知識儲備等，為客服人員提供解決用戶問題的專業能力。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，若我們的客服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，我們的客服人員有權暫停該商戶在平台上的商品上架，直至整改完成。

自2018年起，我們連續三年獲得客戶世界機構頒佈的「金耳嚶杯」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「金耳嚶杯」董事俱樂部成員永久保留金耳嚶獎杯。2022年，我們參與由北京市通信管理局、北京市總工會主辦的北京市職工職業技能大賽暨首屆信息通信行業服務大賽，並獲得優秀組織獎、團體賽二等獎。

2022年，我們共計受理用戶投訴量989,556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為96.4%。



## 環境、社會及管治報告

### 知識產權

我們強調尊重及保護知識產權的重要性，注重知識產權的積累和運用。我們依據《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開展知識產權管理工作。

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和評估活動，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，助力淨化市場環境、保障用戶利益；(iv)通過外部交流合作增強風險抵禦能力；及(v)完善各環節知識產權操作指引，持續開展知識產權培訓和宣貫，提高業務部門的知識產權風險意識。

我們培育創新文化，尊重和鼓勵原創，提升自身知識產權積累。基於專利產出和價值評估標準，我們通過制定《專利申請指引》、實施前置專利提案評審和申請文本質量抽檢，提升專利申請效能和產出價值，並通過精神和物質激勵等舉措鼓勵創新。2022年，我們持續推進知識產權質量管理工作，通過跟蹤重要項目、設置系統性知識產權運營指標，把控公司重要創新成果，提升公司知識產權在數量和質量方面的統籌管理能力。

我們亦尊重他方知識產權，通過制定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：建立品牌監測長效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，主動搭建「品牌保護服務站」，協助權利人及時向平台提出保護需求，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，並發佈專項報告接受社會各界監督。2022年，我們針對餐飲商戶定制並推送《餐飲品牌發展，你需要解決哪些商標問題》線上課程，課程學習次數達13萬次。



## 環境、社會及管治報告

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。2022年，我們自主研發的自動配送車外觀設計專利獲得由國家知識產權局頒發的「第二十三屆中國外觀設計優秀獎」。

### 信息安全與隱私保護

我們始終秉持「以客戶為中心」的發展理念，致力於保護信息安全與用戶隱私。我們嚴格遵守《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》、《中華人民共和國未成年人保護法》以及《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》等法律法規和有關政策規定要求，完善內部程序及控制措施，持續治理並保護信息安全與用戶隱私。

我們的治理層和管理層高度重視信息安全與隱私保護事項，持續健全公司的信息安全與隱私保護管理體系。公司審核委員會每年定期聽取關於信息安全與隱私保護的匯報，決策風險應對策略、監督策略有效執行。同時，我們在管理層層面設立數據合規和隱私保護委員會（原「數據安全與治理委員會」），統籌公司內部數據合規與隱私保護管理工作，制定公司數據合規與隱私保護管理策略並推進落地，防範數據隱私領域安全風險。

我們持續完善公司的數據安全與隱私保護政策，制定《美团隱私政策》、《未成年人隱私政策》、《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》、《數據安全管理流程》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方面的管理。我們遵從行業標準保護信息安全與用戶隱私，主要業務系統每年通過第三方獨立認證獲得ISO 27001、ISO 27018認證、以及網絡安全等級保護三級證書；美团App通過中國網絡安全審查技術與認證中心的獨立認證，獲得其頒發的移動互聯網應用程序安全認證。



## 環境、社會及管治報告

在信息安全保障方面，我們搭建覆蓋授權管理、安全評估、信息加密、數據備份和漏洞防控的安全管理模式。我們建立系統的、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，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。我們通過數據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。

在隱私保護方面，我們遵循「最小－必要」原則，設立專門的隱私團隊，加強制度落實，強化與第三方協調機制，持續推進隱私保護工作。我們通過設置App隱私政策開屏彈窗明示、隱私權限調用展示彈窗、個人信息收集與第三方共享個人信息清單展示等方式，向用戶清晰地介紹我們收集、使用其個人信息的情況，以及為其提供的訪問、更正、刪除和保護個人信息的方式。我們持續完善隱私保護功能組件，開發並上線隱私瀏覽模式，用戶無需提供任何個人信息，即可使用我們提供的瀏覽等基本服務；用戶可以通過App隱私管理頁行使查詢、更正、刪除其個人信息等操作，保障其合法權利。我們在美團App的個性化推薦相關功能處向用戶介紹推薦的機制原理，並提供便捷的關閉選項，用戶可以通過反饋優化推薦內容。

我們與僱員簽署保密協議並持續提供信息安全培訓。我們要求所有新僱員入職時接受信息安全教育，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》與《廉正管理責任制度》中設置僱員離職與轉崗信息安全管理、信息交互安全及信息發佈控制等相關要求，對僱員洩露數據的行為進行嚴肅懲罰。

我們積極推動行業數據安全與用戶個人信息管理能力建設。我們要求合作夥伴在運營中遵守我們的技術安全要求與數據安全規範，審核合作服務商的數據安全保護能力與資質。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《移動應用分發平台個人信息保護自動化檢測實施指南》標準的制定工作，對行業標準發展提出建議。



## 環境、社會及管治報告

### 內容合規

#### 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。2022年，我們進一步強化平台零售商品中關於禁售、限售、違規用詞等廣告違規內容的識別能力。

我們加強廣告審核團隊建設，組織學習培訓，宣傳合規知識，解讀和學習違法案例，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，並在2022年積極開展《互聯網跟帖評論服務管理規定》、《互聯網用戶賬號信息管理規定》、《互聯網彈窗信息推送服務管理規定》、《網絡主播行為規範》等新發佈法規的識別和遵守工作，持續完善對UGC (User Generated Content, 用戶產生內容) 的內容合規和質量管理。

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內容合規性並不斷加強UGC內容質量。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開展UGC內容管理。在UGC內容審核方面，我們建立多重審核機制，通過機器審核與人工審核相結合的方式，提升UGC內容質量。在人工審核方面，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。在機器審核方面，我們不斷完善自動識別系統，提升文本識別能力，優化圖片識別模型，新增不當語言、廣告等語義分析模型，提升違規內容篩查準確性。針對違規內容，我們實施分級管理政策，輔以屏蔽、刪除等處置措施。



## 環境、社會及管治報告

我們還建立專門的應急響應機制和敏感信息防控機制，包括：(i)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；(ii)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、處置的分階段處理流程；(iii)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；及(iv)建立敏感詞詞庫，針對新增敏感詞進行持續追蹤和更新。

我們持續強化UGC內容僱員能力建設，打造商戶內容合規文化。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等方式，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。我們在重要節點向商戶推送內容合規管理宣導文案，幫助商戶規範化管理其對外發佈內容。

### POI內容合規

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

我們持續完善POI內容的審核系統，優化POI內容的控制措施，包括：(i)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，迭代自動識別系統，持續擴大POI反作弊模型識別的應用範圍，完善智能化質檢糾錯能力，對不當及違法POI進行篩選和過濾；(ii)收集被投訴、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；(iii)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(iv)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。

2022年，我們開放更多POI反饋信息提報入口，持續優化商戶、用戶服務專線以提升用戶、商家反饋意願，迭代信息反饋形式以更加廣泛的收集用戶、商家的反饋，我們結合來自用戶、商家反饋的信息進行POI數據的修正和產品迭代，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。在公司內部我們創造風清氣正，陽光公平的職場環境，提升全體僱員的廉潔意識；在外部我們營造公開透明，廉潔高效的合作環境，吸引優質合作夥伴。

#### 反舞弊制度及體系建設

我們設立陽光委員會，以捍衛正直誠信底線要求為己任，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《陽光委員會工作規範》及《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，獨立向公司高級管理團隊匯報工作。陽光委員會承擔多項職責，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。

2022年，我們開展《陽光職場行為規範》制度的修訂工作，將已有《禁止私下協定制度》、《保密信息披露禁止制度》與《陽光職場行為規範》進行整合，進一步明確公司行為要求，提升制度運營和管理效率，體現「正直誠信」的核心價值觀。我們制定《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。

2022年，陽光委員會共查處內部僱員重大案件30餘起，將40餘名涉嫌違法的僱員移送司法機關。對於違紀僱員我們均按照《陽光職場行為規範》的規定進行處理。



## 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》，我們為包括董事會、管理層成員在內的不同層級人員持續開展廉正培訓與制度宣貫，並對全體僱員進行廉正考試。2022年，我們組織廉正講師約1,000人，面向全員開展廉正培訓或制度宣貫1,106場，共計184,343人次參與，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95場。

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，超過7,095名僱員參與活動並進行禮品的主動申報。

自2017年起，我們連續六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，並及時將調研結果在全公司分享解讀。

### 舉報及檢查機制

我們建立陽光平台，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。我們設置舉報人保護制度，對舉報人及舉報信息實施保護，維護舉報人的合法權益。廉正監察部及時受理舉報並組成舞弊調查團隊進行調查。為保證調查公平性與準確性，我們設置申訴與澄清機制，給予責任人解釋澄清機會。被證實存在舞弊行為的僱員將被依規解僱。對觸犯法律的事項，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。

2022年，我們收到2起貪腐案件的偵辦處理和案件的訴訟結果，查處涉案僱員3人已全部移送公安機關處理。以上人員均被判處非國家工作人員受賄罪，被判處有期徒刑3年。我們已與以上僱員依照《陽光職場行為規範》解除勞動關係，並建立案件復盤機制，避免同類型的案件再次發生。以上案件未對我們的業務產生重大影響。

### 反洗錢及反恐怖融資

我們遵守《中華人民共和國反洗錢法》、《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》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。

我們按照《法人金融機構洗錢和恐怖融資風險自評估指引》等法律法規文件和相關監管要求完成反洗錢內控制度更新，並對《洗錢風險自評估管理辦法》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。

我們遵照監管要求，設置多個崗位對反洗錢工作進行精細化管理，包括：(i)在公共事務部門設立反洗錢管理部門及反洗錢合規專崗，統籌落實各項反洗錢工作；(ii)在風險控制部門配備可疑交易監測專職崗位、反洗錢產品設計崗位，及反洗錢策略崗位，負責具體執行和落實如可疑交易監測等反洗錢管理工作；及(iii)在技術部門配備反洗錢系統支持崗位及反洗錢數據支持崗位，負責反洗錢系統開發、日常維護及升級等工作。此外，我們還在各分公司設置反洗錢合規崗位，持續加強反洗錢工作隊伍專業配置。



## 環境、社會及管治報告

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產品優化及風險治理情況。2022年，我們完成機構洗錢風險自評估工作，針對梳理發現的風險問題，開展風險能力提升工作。

在客戶盡職調查、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，通過完善盡職調查工作及提升監測準確性，不斷提高洗錢風險管理能力。在初次盡職調查階段，我們核查客戶入網資質和證照信息，並結合第三方驗證渠道對客戶身份進行驗證。在持續盡職調查階段，我們開展可疑交易監測、名單監控、客戶證件資質識別等工作。在強化盡職調查階段，我們按時對高風險客戶開展盡職調查，並開展商戶巡檢及後續管控措施等工作。

我們高度重視提升僱員及合作商戶的反洗錢知識儲備和防範意識，在公司內部和外部開展反洗錢文化建設工作。在公司內部，我們推出反洗錢合規線上培訓，要求金融從業人員入職前學習反洗錢相關課程，提升反洗錢合規意識及專業知識儲備。我們每月定期向公司管理層匯報反洗錢工作，解讀反洗錢最新法律法規、匯報重要項目進展。對公司外部，我們以推文的形式向合作商戶開展反洗錢知識及資金安全等主題培訓，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。2022年，我們積極參與中國人民銀行反洗錢集中宣傳月活動，拜訪國家反詐中心，針對反洗錢等風險事件展開溝通，並在各分公司開展警企政三方合作項目，協助監管機構打擊違法犯罪活動。我們持續加強與同業機構的交流合作，參與中國人民銀行重慶營業管理部舉辦的「網絡小貸自評估經驗交流會」，與19家機構就洗錢風險自評估工作展開討論。



## 環境、社會及管治報告

### 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，以「互聯網+公益」模式定位，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。

### 公益活動

在公眾端，我們聯合慈善組織持續推進美团「鄉村兒童操場」公益計劃，旨在為欠發達地區的鄉村兒童鋪設多功能操場，助力兒童快樂奔跑、健康成長。愛心網友和商家可以通過美团「鄉村兒童操場」公益計劃進行愛心捐贈，商家可以於後台查看自己的捐贈進展，精準定位自己捐贈操場的鋪設位置。截至2022年底，在23.9萬家公益商家、6.8萬名愛心網友的共同支持下，美团「鄉村兒童操場」公益計劃已累計捐建453座操場，覆蓋15個省份、自治區，7.3萬名鄉村兒童直接受益。

在公司內部，我們的僱員通過公益月捐、陽光義賣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。截至2022年底，共有累計超過3萬名美团僱員加入公益月捐活動，已累計為「袋鼠寶貝公益計劃」捐贈約人民幣1,524.7萬元，幫助359名全行業騎手的大病子女。
- 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。2022年，陽光義賣所得善款共用於捐建2座鄉村兒童操場，幫助6名全行業騎手的大病子女。
- 公益活動：僱員可以通過參與衣物捐贈、水瓶回收等方式支持環保，也可以通過讀書打卡、創作公益作品進行慈善拍賣等趣味形式支持公益項目，還可參與獻血、公益沙龍等公益活動。2022年，共有2,000餘人次參與各類公益活動。



## 環境、社會及管治報告

### 援災抗疫

2022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。為應對新冠肺炎疫情防控常態化，美团公益基金會持續發起「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，支持各地疫情防護，避免醫患人員的交叉感染，保障醫護人員和當地民眾健康安全。截至2022年底，我們共累計捐贈120輛負壓救護車，馳援12個省市區，支持各地疫情防控。
- 抗震救災：2022年9月5日四川省甘孜藏族自治州瀘定縣突發6.8級地震。為保障災區居民物資供應，地震發生後我們快速評估當地受災情況，成立志願者服務隊，鼓勵物流司機就地轉做志願者支援抗震前線物資轉運。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，依託成熟高效的物流鏈路以及過往地區運營經驗，助力保障災害期間賑災物資的配送效率和受災居民的物資供應。通過多部門緊密聯動，我們在災時共完成198箱災區急缺物資賑濟工作。截至2022年底，我們在災害救濟工作中累計捐贈物資數量超過167萬件。
- 穩定災時物價：我們始終把穩價格作為保民生的首要任務，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。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，並聯動商家加強保供物資儲備，確保價格穩定。
- 保障物資供應：我們充分調度各業務線的資源和能力，通過加大庫存及運力和人力投入、配合政府開展集採集配送服務、開通應急服務、調動自動配送車等方式積極參與防疫保供工作。我們制定民生物資保供應急預案，充分發揮社區電商在民生保供中的積極作用，依託我們的物流體系，保障生活必需品和防疫物資的不斷供應。我們持續加強商品儲備，根據政府和消費者需求，提升特定商品豐富度，優化保供商品排期，當局部發生災情供應能力受限時，調撥其他區域的物資保持穩定供應。



## 環境、社會及管治報告

- 助力緊急醫療：我們在全國範圍內組建專業藥師團隊，在公共衛生事件期間為受災群眾開展線上24小時用藥諮詢服務，使受災群眾隨時可以得到一手醫療信息。同時，為幫助特殊群體，我們與各大孕產醫院、月子中心建立聯繫，在緊急事件發生時，協調專業服務人員為孕婦和新生兒等特殊群體提供必要幫助。
- 支援災後重建：我們開展多項措施支持受災害影響的商戶復工復產，並參與災後生活保障工作。例如，我們為災區受損嚴重的商戶提供裝修基金和上門維修服務，並免費更換智能硬件；為受災餐飲商戶提供消毒工具，在保障復工環境衛生清潔的同時開展相關培訓課程等。我們在災區為群眾提供充電寶免費充電服務，幫助受災群眾及時與親人和救援人員取得聯繫。

### 無障礙優化

我們作為生活服務平台，不僅是殘障人士日常生活的必要助手，也是其創業、就業的重要渠道。

為更好的服務殘障人士，我們從搭建管理體系、提升僱員意識、優化產品功能、幫扶特殊群體經營門店四個方面出發，把便捷服務帶到弱勢群體身邊，讓更多人享受數字生活的便利。我們成立無障礙體驗治理專項小組，開展多項無障礙管理和優化舉措，包括：**(i)**在無障礙改造工作中提供國際標準解讀、自測及驗收方法分享等方面的專項培訓；**(ii)**探索無障礙自動化測試工具的研發與應用，在公司內普及無障礙開發理念，提高產品研發人員為特殊人群服務的意識和能力；**(iii)**積極傾聽視障人群訴求，開展視障人群需求探索及體驗優化研究，明晰視障人群對產品功能的需求及改善期待，為體驗優化的優先級提供研究支撐；**(iv)**將數字化技術應用於產品，通過「文字圖片向語音轉化」、「減少人機驗證及身份核實」、「屏蔽廣告及營銷內容」等方式幫助視障人群便捷地獲取信息，準確、順暢地操作產品，提升視障人群的使用體驗；及**(v)**聯合中國盲人協會發起「看見數字化」盲人商戶關愛行動，上線運營「盲人版商戶通」，為盲人商戶提供低門檻、零成本的營銷推廣渠道以及標準化互聯網經營培訓，幫助盲人商戶吸引線上客流、降低經營成本、改善店鋪服務。



## 環境、社會及管治報告

### 適老化升級

我們積極響應《關於切實解決老年人運用智能技術困難實施方案的通知》等政策要求，持續改善老年人數字化服務體驗，提升老年人在使用我們產品過程中的滿意度。我們推進產品和服務適老化工作，從線上操作優化、線下助老服務兩個方面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。在線上操作優化方面，我們提供「適老版」App界面，通過優化頁面佈局、簡化操作流程等方式，提高老年人接收信息的感知性，提升產品的操作便捷性。我們持續開展門票「適老化」項目，通過縮短景區門票預訂流程、突出顯示價格等關鍵信息等方式，幫助老年人便捷的使用我們的服務。2022年，我們升級並實現老年人智能識別、自動切換操作頁面與推薦頁、頁面語音反饋等助老優化功能。在線下助老服務方面，我們聯合多地旅遊景區啟動「適老愛心改造」工作，在景區入口為老年人設立專屬入園通道，協同社會服務工作者為老年人提供幫扶、信息引導等服務，提升老年人出行體驗。

### 鄉村振興

2022年，面對國家鄉村振興戰略的新部署、新要求，我們發揮數字化的技術和人才優勢，將鄉村人才振興和產業振興與公司業務緊密結合，帶動商戶、用戶共同參與鄉村教育基礎設施建設，助力農村居民生活水平提升，積極履行企業社會責任。

### 產業升級

我們持續開展與大型農企及農業基地的合作，加大優質農產品源頭直採力度，幫助優質農產品從原產地直達社區，提升農民收入。我們發揮數字經濟優勢，通過科技創新改善農產品生產、流通、消費各環節，推動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。

假日節慶期間，我們結合節日主題，舉辦鄉村振興活動。2022年勞動節期間，我們聯合商務部開展「雙品網購節」活動，在活動主會場設置「數商興農•金牌產地」專區。活動中圍繞「好吃源於好產地」主題，通過即時物流及冷鏈體系，推動產地商品實現從田間到身邊的「次日達」，助力產地特色商品、地標農產品走向全國。活動期間，我們在「金牌產地」專區對全國約400種糧油商品、超過2,000種生鮮商品進行銷售，在為消費者提供優質產品的同時，助力鄉村發展。



## 環境、社會及管治報告

我們以北京、上海、廣州等城市本地特色品質農產品為銷售重點，結合農產品上市的時令時節，推出「本地尖貨」系列活動，拓展城市本地品質農產品的品牌認知度。通過在即時零售領域的數字化能力，縮短農產品供應鏈條，促進本地就業和本地農業品牌發展，幫助農民實現增收。

我們積極開展愛心助農活動。2022年5月，我們通過開通線上綠色通道、專人田間對接等方式，幫助北京延慶區大量受疫情影響的滯銷蔬菜拓展銷售渠道，一週內採購生菜等時令蔬菜500餘噸，並形成長期採購合作，切實解決農民實際困難。

### 人才培養

我們積極響應《關於加快推進鄉村人才振興的意見》等政策和指導意見的要求，發揮企業在鄉村人才培養和促進就業的作用。我們持續關注鄉村振興人才的培養，持續開展「鄉村振興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，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。

2022年，我們在已有課程和培訓模式的基礎上，更加關注鄉村當地需求，並與公司零售業務緊密結合，有針對性地培養能夠與電商企業合作的「新農人」或「新農商」。截至2022年底，我們通過線上、線下培訓活動，培養學員超1,200人。我們「鄉村振興電商帶頭人培訓計劃」公益講師錄制的17門精品視頻課程，陸續在「學習強國」、「全民素質素養與技能提升平台」、「美团培訓」等平台上線，超10萬人在線進行免費學習。

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本地服務站點就業機會，使他們發揮自身能力、獲取工作收入、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》及《國家職業教育改革實施方案》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，滿足生活服務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，結合產品研發、數據分析、業務理解、用戶運營、平台運營等方面，為生活服務從業者開展數字化能力培訓。我們聯合人力資源和社會保障部教育培訓中心推出「零售到家數字化運營人才培養項目」、「店長課堂」等一系列培訓項目，旨在提升生活服務從業者專業發展能力。2022年，我們幫助超4,600名餐飲行業從業者系統化學習外賣運營知識，提升其餐飲行業數字化運營能力，並獲得人力資源和社會保障部教育培訓中心頒發的「外賣運營師」培訓證書。美团閃購聯合中國連鎖經營協會推出《即時零售數字化運營實戰公益課》，面向超市、便利店業態的即時零售運營崗位提供從業培訓課程，超8萬人參與課程學習。此外，我們不斷完善騎手培訓發展體系，為騎手提供多樣化的培訓課程，有關我們本年度向騎手開展的賦能培訓項目請參閱本報告「供應鏈管理 — 配送騎手管理與保障」章節。

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，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。截至2022年底，我們已有1+X證書（學歷證書+若干職業技能等級證書）制度試點合作院校近20所，2022年度報考酒店收益專業學生數量近400人。

截至2022年底，我們擁有超過2,000位生活服務業講師，開發實操、運營、管理、行業動態等9,800門課程，學員人數達5,439萬，共有近6,000位新職業從業者獲得專業人才認證。





## 環境、社會及管治報告

### 支持實體經濟發展

我們積極響應《紮實穩住經濟一攬子政策措施的通知》、《關於促進服務業領域困難行業恢復發展的若干政策》及《關於抓好促進餐飲業恢復發展扶持政策貫徹落實工作的通知》等政策，通過全國範圍內廣泛建設冷鏈物流、城市倉配、數字化系統等設施，助力實體經濟實現數字化、高質量發展。

我們充分發揮在科技帶動傳統行業數字化轉型方面積累的研發能力和服務經驗，通過推出數字化專項方案，為餐飲行業提供數字化服務及在線營銷工具，幫助數百萬商戶實現數字化升級、提升其業務量，助力中小商戶紓困解難和發展。

2022年4月，我們正式啟動商戶專項「繁盛計劃」，通過與商戶共商、共建、共治和共享的方式，構建餐飲行業數字化生態，推動餐飲外賣行業復甦和高質量發展。我們圍繞「繁盛計劃」開展的專項措施包括：(i)提高商戶溝通效率，通過懇談會等形式集中解決商戶普遍反映的問題；(ii)對商戶持續進行數字化賦能，提高商戶復甦和發展的能力；(iii)持續加強內部治理，建立商戶評價體系、運營補貼規則等制度，構建良好經營秩序，為商戶提升經營體驗和水平創造良好的平台環境；及(iv)設立公眾評審團、規則評議會、產品體驗團等共治共建形式，支持商戶、用戶、騎手參與平台規則制定，攜手多方共建餐飲生態。

2022年，我們面向受疫情衝擊、經營陷入困境的中小微餐飲商戶推出多項紓困舉措，與其共度難關。我們推出多種類幫扶、支持項目，包括：(i)在3月以來，對受疫情影響經營困難的中小商戶進行幫扶，緩解其經營壓力；(ii)為中小商戶免費提供「外賣管家服務」，由專業的外賣運營師上門服務，從線上門店設計、經營狀況分析、外賣餐品開發、營銷活動策劃等方面給予優化建議，並指導商戶運營線上門店；(iii)提供雲打印機、出餐寶等服務，幫助中小商戶掌握和提升線上經營技能，提高其服務水平與盈利能力。



## 環境、社會及管治報告

我們積極助力老字號企業數字化轉型，拓寬其營銷渠道。我們自2019年起，持續開展「中華老字號」專項工作，通過為老字號餐飲企業在線上點亮專屬標籤、保護老字號企業知識產權等多種方式助力企業擴大線上銷量。2022年，我們與中國商業聯合會共同發起「助力老字號企業數字化發展專項行動」，該行動以促進老字號企業高質量發展為目標，圍繞線上經營、即時零售、品牌保護、餐飲經營管理系統等方面向老字號企業推出數字化服務包。2022年，我們向8個老字號企業推出數字化服務包。我們在美团App中設立「老字號嘉年華」主題活動，聯動企業在春節、清明等傳統節日開展多種促銷活動，充分挖掘老字號品牌在節日期間的促銷潛力，幫助老字號企業拓寬線上銷售渠道。我們配合各地商務部門、行業協會舉辦線下老字號論壇或促銷活動，通過老字號直播推廣和探店推薦等方式，宣傳各地老字號城市名片、老字號品牌文化和優質產品服務。

我們發揮平台商家、用戶的規模優勢，配合政府開展「消費券助商惠民項目」，通過發放消費券激發用戶消費意願，進而提升實體商戶的交易規模，助力城市經濟發展。2022年，我們協助政府在北京、深圳、天津等80餘個省市區發放電子消費券，發放消費券資金超過人民幣7.88億元。



## 環境、社會及管治報告

### 獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 致美团董事會

我們已對美团(「貴公司」)截至二零二二年十二月三十一日止年度的環境、社會及管治報告(「二零二二年環境、社會及管治報告」)中以下選定的環境、社會及管治數據執行了有限保證的鑒證工作(「選定環境、社會及管治數據」)。

### 選定環境、社會及管治數據

截至二零二二年十二月三十一日止年度的選定環境、社會及管治數據概述如下：

環境績效指標表	工作場所績效指標表
<p><b>排放物</b></p> <p>— 總部屬性職場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦公樓溫室氣體排放總量(噸)</li> <li>• 辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)</li> <li>• 辦公樓每平方米樓面溫室氣體排放總量(噸/平方米)</li> <li>• 有害廢棄物總量(噸)</li> <li>• 人均有害廢棄物(噸/僱員)</li> <li>• 無害廢棄物總量(噸)</li> <li>• 人均無害廢棄物(噸/僱員)</li> </ul> <p>— 區域銷售職場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦公樓溫室氣體排放總量(噸)</li> <li>• 辦公樓人均溫室氣體排放總量(噸/僱員)</li> <li>• 辦公樓每平方米樓面溫室氣體排放總量(噸/平方米)</li> <li>• 有害廢棄物總量(噸)</li> <li>• 人均有害廢棄物(噸/僱員)</li> <li>• 無害廢棄物總量(噸)</li> <li>• 人均無害廢棄物(噸/僱員)</li> </ul> <p>— 倉庫及服務站</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 溫室氣體排放總量(噸)</li> </ul>	<p><b>僱傭</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 僱員總人數</li> <li>• 按性別劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 男</li> <li>— 女</li> </ul> </li> <li>• 按年齡劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 年齡30歲及以下</li> <li>— 年齡31歲至50歲</li> <li>— 年齡50歲以上</li> </ul> </li> <li>• 按地區劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 中國內地</li> <li>— 港澳台地區</li> <li>— 其他國家及地區</li> </ul> </li> <li>• 按管理層級劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 管理層</li> <li>— 非管理層</li> </ul> </li> <li>• 按僱傭類型劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 全職僱員</li> <li>— 合約人員及其他</li> </ul> </li> <li>• 僱員總體流失率</li> <li>• 按性別劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 男</li> <li>— 女</li> </ul> </li> <li>• 按年齡劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 年齡30歲及以下</li> <li>— 年齡31歲至50歲</li> <li>— 年齡50歲以上</li> </ul> </li> <li>• 按地區劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 中國內地</li> <li>— 港澳台地區</li> <li>— 其他國家及地區</li> </ul> </li> </ul>



環境、社會及管治報告

<p><b>能源及資源使用</b></p> <p>— 總部屬性職場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 能源消耗總量(兆瓦時)</li> <li>• 人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)</li> <li>• 每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)</li> <li>• 自來水用量(噸)</li> <li>• 人均自來水用量(噸／僱員)</li> </ul> <p>— 區域銷售職場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 能源消耗總量(兆瓦時)</li> <li>• 人均能源消耗總量(兆瓦時／僱員)</li> <li>• 每平方米樓面能源消耗總量(兆瓦時／平方米)</li> <li>• 自來水用量(噸)</li> <li>• 人均自來水用量(噸／僱員)</li> </ul> <p>— 倉庫及服務站</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 能源消耗總量(兆瓦時)</li> <li>• 自來水用量(噸)</li> </ul>	<p><b>健康與安全</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 因工亡故總人數</li> <li>• 因工亡故比率</li> <li>• 因工傷損失工作日數</li> </ul> <p><b>僱員培訓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 按性別劃分僱員受訓百分比                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 男</li> <li>— 女</li> </ul> </li> <li>• 按管理層級劃分僱員受訓百分比                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 管理層</li> <li>— 非管理層</li> </ul> </li> <li>• 按性別劃分僱員平均受訓小時數                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 男</li> <li>— 女</li> </ul> </li> <li>• 按管理層級劃分僱員平均受訓小時數                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 管理層</li> <li>— 非管理層</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>供應商數量</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 按地區劃分的供應商數目                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 中國內地</li> <li>— 港澳台地區</li> <li>— 其他國家及地區</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>平台責任</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 受理用戶投訴總數</li> </ul> <p><b>反舞弊</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 收到訴訟結果的貪腐案件數目</li> </ul>

我們的鑒證工作僅限於截至二零二二年十二月三十一日止年度的數據，與前期間有關的數據及於二零二二年環境、社會及管治報告中所包括的任何其他數據均不在我們的工作範圍內，因此我們不就此發表任何結論。



## 環境、社會及管治報告

### 標準

貴公司編製選定環境、社會及管治數據所採用的標準列示於二零二二年環境、社會及管治報告標題為「報告概覽」(「標準」)中。

### 貴公司就選定環境、社會及管治數據須承擔的責任

貴公司有責任根據「標準」編製選定環境、社會及管治數據。該責任包括設計、實施和維護與編製選定環境、社會及管治數據有關的內部控制，以使該等數據不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯報。

### 固有限制

由於對於非財務數據，未有評估和計量的國際公認通用標準，故此不同但均為可予接受的計量和計量技術，或會導致報告結果出現差異，繼而影響與其他機構的可比性。

### 我們的獨立性和質量管理

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

本會計師事務所採用《國際質量管理準則》第1號，並要求事務所設計、執行及營運一套完善的質量管理系統，包括關於要遵守道德要求、專業準則規定及可適用的法律及監管規定的政策或程序。

### 我們的責任

我們的責任是根據我們所執行的程序以及我們取得的證據，就選定環境、社會及管治數據發表有限保證結論。我們根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際鑒證業務準則第3000號(修訂版)歷史財務信息的審計或審閱以外的鑒證業務的規定執行了有限保證的鑒證工作。該準則要求我們計劃和實施鑒證工作，以就選定的環境、社會及管治數據不存在重大錯報取得有限保證。



## 環境、社會及管治報告

有限保證的鑒證工作包括評估貴公司使用「標準」作為編製選定環境、社會及管治數據的基礎是否合適，評估選定環境、社會及管治數據是否存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯報風險，在需要的情況下對經評估的風險作出相應的程序，並評估選定環境、社會及管治數據的整體列報。就風險評估程序（包括對內部控制的了解）以及針對經評估風險而執行的程序而言，有限保證的鑒證業務範圍遠小於合理保證的鑒證業務範圍。

我們執行的程序是基於我們的專業判斷，包括作出查詢、觀察流程的執行、檢查文檔、分析性程序、評估定量方法和報告政策的恰當性，以及與原始記錄的核對和調節。

鑒於本業務的具體情況，我們在執行上述程序時：

- 了解環境、社會及管治的管治架構；
- 對負責準備環境、社會及管治報告的相關人員就準備流程及相關內控程序進行詢問；
- 了解收集和報告選定環境、社會及管治數據的流程；
- 對總部選定環境、社會及管治數據抽樣執行有限的實質性測試，以檢查數據是否已經恰當計量、記錄、核對和報告；及
- 考慮選定環境、社會及管治數據的披露和列報。

於有限保證的鑒證業務中所執行的程序在性質和時間上，與合理保證的鑒證業務有所不同，且其範圍小於合理保證的鑒證業務範圍。因而有限保證的鑒證業務所取得的保證程度遠遠低於合理保證的鑒證業務中應取得的保證程度。因此，我們不會就貴公司的選定環境、社會及管治數據是否在所有重大方面按照標準編製，發表合理保證意見。



## 環境、社會及管治報告

### 有限保證結論

基於我們執行的程序以及取得的證據，我們未有發現任何事項使我們相信貴公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的選定環境、社會及管治數據在所有重大方面未有按照「標準」編製。

本報告乃為貴公司董事會而編製並僅供其使用，除此之外不得作為其他用途。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。

### 羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

香港，二零二三年四月二十四日

