



環境、社會及管治報告

2023

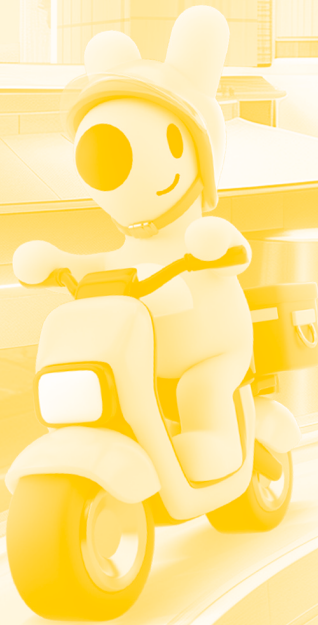




目錄

報告概覽	131
董事會聲明	131
ESG理念與管理	132
環境	136
工作場所	155
供應鏈管理	164
產品責任	172
反貪污	185
社區投資	189
獨立執業會計師的有限保證鑒證報告	195

EAT BETTER, LIVE BETTER



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C2《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」及「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2023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团直接運營和管理的業務的ESG表現。本報告的時間範圍為2023年1月1日至2023年12月31日。

董事會聲明

董事會對本公司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。本公司ESG管治組對ESG事項進行日常管理，指導ESG實踐。本公司主要業務和職能部門共同組成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專題培訓，包括：應對氣候變化、信息安全與隱私保護、反腐培訓等，及時了解ESG趨勢，學習ESG管理知識。

本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和管理。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，評估其對本公司整體策略的潛在影響。本年度，本公司持續推進氣候變化應對、配送騎手管理與保障、美团外賣行業環保行動、數據中心環境管理、信息安全與隱私保護等重要ESG議題，取得階段性進展。



環境、社會及管治報告

本公司重視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，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，本公司已建立完善氣候變化相關風險和機遇識別、評估和管理流程，並持續對業務合規、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。更多內容請參閱本報告「氣候變化應對」章節和本年報所載「企業管治報告－風險管理及內部控制」章節。

本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
- 倡導社會共同參與公益活動

ESG管治

為更好地踐行ESG理念和策略，形成長效ESG工作機制，促進與利益相關方的和諧共贏發展，不斷提高本公司可持續發展競爭力，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各項工作。

治理層

董事會是ESG管治的最高決策機構，監督ESG事項，參與重要ESG議題的評估和優次排列，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事宜，包括檢討本公司針對ESG事項的策略、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

建立ESG管治組，由主要業務和職能部門的關鍵管理者組成，就ESG重要事項進行管理。主要包括：審議公司ESG策略、框架、原則及政策；指導ESG實踐開展；定期審核ESG目標設定和進展；及參與針對管理層的ESG專題培訓。



環境、社會及管治報告

執行層

本公司主要業務和職能部門共同組成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；將ESG風險管理納入日常風險管理和控制流程；組織ESG專題培訓，提升不同層級、不同職能僱員的ESG意識；就關鍵ESG議題（如：氣候相關風險和機遇影響分析）開展專項研究，及定期向本公司管理層和治理層匯報。

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、內容合規、合法僱傭、騎手健康與安全、信息安全與隱私保護、氣候變化應對、服務零售業賦能與發展、知識產權	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、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、客戶服務	線上平台、客戶服務熱線、社交媒體及信息披露
平台商戶	客戶服務、服務零售業賦能與發展、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

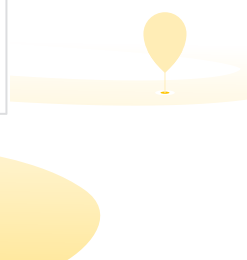
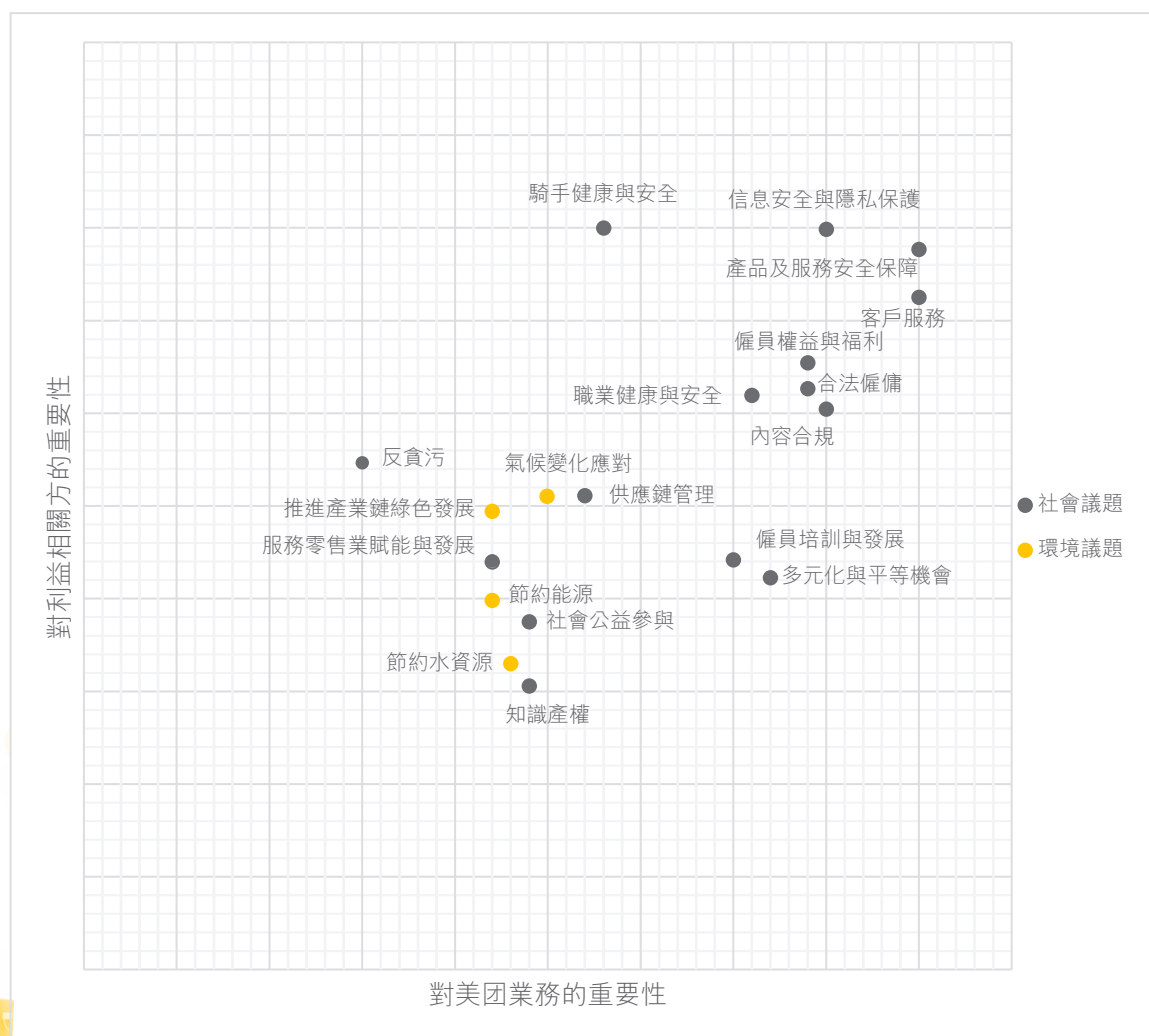


環境、社會及管治報告

主要利益相關方	主要關注的ESG議題	主要溝通渠道
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、客戶服務、推進產業鏈綠色發展、節約能源、服務零售業賦能與發展、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、客戶服務、產品及服務安全保障	騎手懇談會、申訴熱線

實質性議題分析

2023年，通過與主要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

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》《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所涉環境管理和綠色運營的具體工作。

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。我們組建由管理層牽頭，環境管理相關部門參與的職場環境管理小組，負責推進能源、資源節約措施，確保各類廢棄物合規處置。

在能源節約方面，我們通過強化用電設備管理、探索節能技術、提升節能意識三個維度，持續提升節能表現：

- 強化用電設備管理：安排人員對辦公職場定期巡檢，避免無人辦公區域「長明燈」現象，在非工作時段對部分辦公區域及衛生間的非必要設備進行斷電處理。建立月度、季度用電量監控機制，通過在線能源管理系統採集部分職場實時能耗數據，分析用電量異常情況並予以及時管控。
- 探索節能技術：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。針對部分會議室及食堂就餐區的空調加裝集控系統。
- 提升節能意識：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。

在節水、節紙方面，我們在部分辦公職場安裝感應式出水節水潔具，在辦公職場內張貼節水節紙標識。我們將所有打印機設備默認設置為雙面打印模式，提升紙張利用效率。

環境、社會及管治報告

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，交由有資質的機構合規處理，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。我們按照廚餘垃圾、其他垃圾和可回收垃圾三類分別處置食堂產生的垃圾。廚餘垃圾由合作清運公司送往垃圾處理中心，通過堆肥、沼氣發酵等處置方式轉化為肥料或能源。其他垃圾和可回收垃圾交由租賃園區的物業公司定向清運。

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，持續推動精細化運營，降低零售業務開展過程中的資源消耗，提高資源使用效率。

- 冷鏈管理：我們採取多項措施，持續推進冷鏈環保改造工作，包括：**(i)**資源循環利用：利用可循環使用冰板代替傳統一次性使用的干冰；循環使用周轉物資，減少一次性物資的使用；**(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周轉筐、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，合理調整照明開啟策略；使用智能化的溫濕度、門簾關閉狀態監控預警設備，實時監測冷庫運行狀態，提高冷庫運營效率；及**(iv)**引入冷媒凍結架：用冷媒凍結架替代塑料筐和籠車，提高凍結效率。
- 物流運輸：我們通過精細化運營、使用新能源車等舉措推進節能減排工作，包括：**(i)**精細化運營：通過車輛裝載率及裝載數量的日常監控與運營，減少運輸車運行次數；及時進行車輛維修保養，確保車輛性能狀態良好；關注不同車型最佳油耗表現，節省燃油損耗；**(ii)**使用新能源車：我們積極與新能源車租售服務企業合作，提升新能源車使用佔比；及**(iii)**使用環保材料：在全國多個城市投放可降解塑料袋或無紡布袋。



環境、社會及管治報告

- 倉網規劃：我們不斷優化倉網布局、提升商品庫存管理水平、提高資源使用效率，降低碳排放及能源消耗，具體包括：(i)倉庫選址優化：評估商家及消費者商品需求，開展倉庫位置布局研究，縮短商品向商家的供應距離以及向消費者的配送距離，降低商品供應和配送過程的碳排放；(ii)提升倉內裝卸效率：應用雙側進出貨站台、多層設計的儲物架，提升倉內作業效率，減少商品運送頻次；(iii)提高庫存周轉率：識別品類差異和優化機會點，通過提升預測準確度、強化供應商履約治理、推進訂貨與庫存管理標準化等持續優化庫存周轉，減少商品流轉所產生的能源消耗；及(iv)提高周轉設備使用率：使用PP塑料周轉箱等可循環的周轉設備，減少塑料袋、紙箱等一次性包材的使用。

充電寶環境管理

在為用戶提供便捷充電服務的同時，我們從產品使用壽命、資源利用效率、環保原料選擇等多方面入手，降低充電寶產品的全「生命週期」環境影響：

- 設計階段：我們重點關注產品使用壽命和能源轉換效率，採用高能源轉換效率的產品設計方案，選用高標準電子元器件，降低產品充放電過程中的能量損失。
- 生產階段：產品製造層面，我們制定詳細的環境與質量管理要求，充分考察生產供應商認證資質，包括ISO 9001質量管理體系認證、ISO 14001環境管理體系認證等，建立生產供應商准入審核、日常審核及年度審核機制，把控環境影響和質量風險。原材料選用層面，我們嚴格控制原材料中鉛、汞等有害物質的使用。2023年，我們的充電寶產品均符合歐盟RoHS指令¹。
- 運維階段：我們持續優化充電機櫃的分布和調度，分析投放區域充電寶使用效率，避免因機櫃重複投放造成的資源浪費。我們回收廢舊充電寶，交由有資質的回收處理公司進行末端處置。

¹ RoHS指令：指歐盟頒布的《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成分的指令》(Restriction of Hazardous Substances)，旨在規範電子電氣產品的材料及工藝標準，消除電器電子產品中的鉛、汞、鎘、六價鉻的使用。

環境、社會及管治報告

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《關於加強綠色數據中心建設的指導意見》等政策指導要求，重視租用數據中心的環境保護和低碳運營能力。

我們從優化選址、明確准入標準、落實全「生命週期」管理要求、探索清潔能源應用四個方面着手，有效提升租用數據中心的環境管理水平：

- 優化選址：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的區域規劃，已形成根據業務時延特性劃分的四大區域數據中心布局。在北京、上海、中衛等地區的原有數據中心以擴容為主，在河北懷來新投入運營的大型數據中心通過深度定制租賃實現不同業務場景和需求下的高效數據存儲和調用能力。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。2023年，我們陸續完成3個數據中心的裁撤工作。
- 明確准入標準：我們將數據中心內部空間布局及運行方面的環境影響、資源消耗、可再生能源使用條件、區域氣候環境等納入租用考量因素，優先租用綠色數據中心。同時，我們要求數據中心供應商需具備ISO 9001質量管理體系認證、ISO 20000信息技術服務管理體系認證等標準認證，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。
- 落實全「生命週期」管理要求：我們從建設、運營及後期裁撤對數據中心供應商提出相應管理要求。建設階段，要求供應商選擇環保材質施工，填報《現場安全文明施工標準化手冊》《有害廢棄物管理手冊》，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。運營階段，每季度對各數據中心現場環境進行檢查。我們定期檢測數據中心循環水系統水質，宣貫污染物末端治理要求，同時對廢舊電池等有害廢棄物進行日常管理和合規處置。後期裁撤階段，要求供應商按規定流程報廢、回收服務器。



環境、社會及管治報告

- 探索清潔能源應用：我們在中衛區域的數據中心已實現清潔能源供電，並通過機房構造、溫度控制及熱量回收等技術手段，實現持續控制和降低PUE (Power Usage Effectiveness，電能利用效率) 水平。此外，我們與數據中心供應商積極探討應用分布式屋頂光伏的可能性。2023年，我們在北京和上海區域的數據中心鋪設屋頂光伏板，用於支持機房照明系統和動力輔助區域用電。

2023年，我們通過上述環保舉措將北京、上海、中衛區域的數據中心PUE總體平均值控制在1.25，在部分區域實現PUE下降至1.1，優於行業平均水平。

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》《商務領域經營者使用、報告一次性塑料製品管理辦法》等國家政策指導要求和法律法規規章規定，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，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。我們圍繞綠色環保，制定短中長期目標和規劃，從四個模塊開展環保工作，包括「綠色包裝」「低碳生態」「青山科技」及「青山公益」。2023年，我們繼續以「更好生活、更美自然」為願景，着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，並持續強化在四大板塊的投入。



環境、社會及管治報告

綠色包裝

我們持續開展與行業協會、生產應用企業、餐飲商家和研究機構的合作，推動外賣綠色包裝創新和孵化工作，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解決方案。2023年，我們與中國包裝聯合會等行業機構聯合成立的「餐飲外賣綠色包裝應用工作組」²順利完成「餐飲外賣綠色包裝解決方案」第一階段工作，成功推出6大類菜品的「綠色包裝解決方案」。截至2023年底，我們累計孵化並投放41款，超291萬件綠色包裝製品。此外，我們聯合中國包裝聯合會等發佈《餐飲外賣包裝減量指引》，為餐飲商家提供切實可行的操作指引，避免過度包裝。

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2023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》《外賣食品包裝用封口標籤》及《綠色外賣管理規範》等11項³國家標準和團體標準的制定工作。

我們不斷探索和推廣塑料餐盒規模化回收工作，調研不同場景下餐盒回收的難點和適配的回收路徑。2023年，我們與所在地回收企業、環保機構、監管部門就塑料餐盒規模化回收工作開展聯合項目：(i)在深圳市啟動「蒲公英•盒聚變新時尚」外賣餐盒規模化、常態化回收區域試點；(ii)與中華環境保護基金會啟動塑料餐盒城市級規模回收行動「盒聚變」計劃執行單位徵集，新增覆蓋7個省份的9家回收企業成為合作夥伴；(iii)聯合3家回收企業探索在北京市部分區域建立「回收站點－社區中轉站－再生資源分揀中心」的餐盒全鏈條回收體系。我們持續探索將餐盒納入社會化回收體系的有效模式，並在行業推廣複製成功經驗。截至2023年底，我們已在全國14個省份的15個城市落地規模化垃圾分類及餐盒回收項目，累計回收塑料餐盒約1.76萬噸，較2022年新增回收量超1.1萬噸。我們與晨光文具合作推出首款碳中和系列文具，每支碳中和系列中性筆筆身採用回收餐盒再造的再生塑料，可減少約2.3g塑料產生的碳排放。

² 「餐飲外賣綠色包裝應用工作組」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」。

³ 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《[美团青山計劃五周年進展報告\(2017-2022\)](#)》。

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；通過聯合行業開發工具指引，合力推動外賣行業可持續發展。

- 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2023年底，已有263萬商家具備青山檔案，較2022年增加63萬商家。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2023年底，已有超過110萬餐飲商戶提供超過740萬種「小份菜」，較2022年增加150萬種。
- 消費者端，我們倡導可持續消費。在消費者點餐交互的全流程中提示餐品「分量」、提醒「適量點餐」。我們從2017年9月起，設立「美团外賣環保日」，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2023年底，已有超過4億美团外賣消費者選擇過「無需餐具」的選項，累計減碳超22.6萬噸。
- 行業端，我們積極促進中國餐飲行業可持續經營。2023年，我們聯合清華大學環境學院、中國連鎖經營協會正式發佈「中國餐飲行業減少食物浪費路徑量化評估研究」成果，系統梳理國內外餐飲行業減少食物浪費的政策、制度、措施以及相關主體減少食物浪費的良好實踐，並就我國餐飲行業減少食物浪費的可行路徑及發展方向提出了合理化建議。我們還與中國飯店協會等合作編寫《助力糧食節約餐品分量信息描述指引》，為餐飲商家提供更加普遍、實用、操作性強的餐品分量信息指導。



環境、社會及管治報告

青山科技

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」，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工作。青山科技獎希望鼓勵更多青年科學家投身綠色低碳領域的科學探索 and 技術轉化，創新示範項目重點關注綠色創新包裝、綠色回收再生以及綠色供應鏈體系三大方向的先進示範技術與項目，以期促進更多環保科技成果在產業中發揮價值，實現美麗中國願景藍圖。

- 2023年，我們持續推進「青山科技獎」評選，重點關注綠色低碳材料、碳捕集及資源化利用、新能源及儲能、降碳減污協同控制四大議題，涵蓋材料科學、化學、化學工程、環境科學、能源科學等重點領域研究。我們通過向每位入選科學家提供人民幣100萬元獎勵，鼓勵支持其繼續推動相關研究。截至2023年底，該獎項已產生共計19名獲獎者。
- 首屆「科創中國」美团青山環保科技創新示範項目遴選出的9個示範項目共取得24項已授予和受理中的專利。截至2023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4,400噸。2023年，由青山科技基金支持東華大學研發「首款再生餐盒料製備低碳丙綸面料」，創造性地將廢舊餐盒通過加工改性製成超細旦丙綸纖維，作為具有快干功能的面料原料和T恤產品。此外，我們正在積極徵集、評估和遴選第二屆示範項目。



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。2023年，「青山公益自然守護行動」經過評審的第二批20個項目將繼續圍繞「生態保護和修復」「生計替代」等領域展開。同年8月15日在首個全國生態日，我們聯合北京市企業家環保基金會共同發起「青山公益潔淨自然行動」，第一批共資助12個公益項目，旨在團結環保公益機構的力量共同應對自然環境中的塑料等廢棄物問題，為建設人與自然和諧共生的美麗中國做出貢獻。

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2023年底，共有超過123萬商家加入「青山公益行動」，完成超過100億筆捐款，落地公益項目超過110個。

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，在車輛生產、使用和處置環節貫徹「3R原則」(Reduce減少，Reuse再利用，Recycle循環)。

- 生產環節：初期設計階段，將車輛零部件設計為可共享通用、易維修類型，採用輕量化設計理念設計整體車身；原材料選用階段，優先選擇具有環保屬性的材料，如：可回收PP塑料、具有較低單位碳排放水平的複合材料等，為電單車選用對環境更友好的鋰電池；車輛製造階段，要求車輛零件供應商提供更加耐用的產品，延長車輛使用壽命。
- 使用環節：車輛投放階段，通過智能調度系統，我們統計、分析車輛投放數量和調配運輸里程等信息，確保科學規範投放車輛；車輛運維階段，對故障和損壞車輛及時制障，防止用戶騎行中發生意外。運維人員會及時回收車輛，在更換配件後對車輛進行檢測，重新投放合格車輛。



環境、社會及管治報告

- 處置環節：將報廢的單車鎖電池和電單車電池等有害廢棄物交由車鎖、電池供應商統一回收處理。針對車身、輪胎等無害廢棄物，我們與資源再生公司合作進行回收利用，實現供應鏈上下游閉環，達成廢舊車輛100%回收再用。

2023年，美团單車和電單車已獲得負碳產品認證，騎行用戶因綠色低碳騎行減少的碳排放為48.58萬噸⁴。

氣候變化應對

在全球各國共同應對氣候變化，加強氣候治理的大背景下，我們將「持續強化氣候變化風險的評估和應對」作為重要工作之一。依照TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure，氣候相關財務信息披露工作組)分類，我們系統甄別不同類型及特性的氣候相關風險對重點業務運營的潛在影響，將氣候風險管理納入日常風險管理體系中，就所識別的具體「實體風險」和「過渡風險」進行評估，並對相關管理措施進行優化。我們亦結合重點業務特點，發揮服務優勢，充分挖掘氣候變化相關機遇及潛力。

為更好地提升應對氣候變化的治理能力，我們在「治理－管理－執行」三層ESG管治架構中有機融入應對氣候變化的監督和管理。治理層定期監督本公司應對氣候變化的策略及工作進展，包括策略制定、工作計劃、風險與機遇管控等。管理層指導氣候相關風險和機遇的識別和管理，就核定的應對氣候變化相關的策略和目標，推動執行層各相關部門採取具體行動。我們充分重視提升各級人員就應對氣候變化相關事項的專業理解，提供覆蓋氣候變化相關風險和機遇識別、氣候風險管理等專題培訓。

本年度，在治理層監督、管理層牽頭指導下，我們完善氣候相關風險和機遇的識別和評估流程，綜合採用行業分析、內部研討和專家意見徵詢相結合的方式識別重點氣候風險和機遇。我們參考TCFD建議的氣候風險和機遇分析框架、同業實踐開展行業分析以梳理可參考的氣候風險和機遇清單，召集重點業務和職能部門開展專題研討會討論收集管理層對氣候風險和機遇的評估意見和管理現狀，通過徵詢外部行業專家與學者的意見以完善外部視角。我們優先識別了以下8項重點氣候風險和機遇事項，對識別出的具體氣候風險與機遇進行了潛在影響評估，並梳理優化了相關應對措施。

⁴ 根據生態環境部環境發展中心和中環聯合認證中心聯合發佈的《共享騎行減污降碳報告》中的碳排放核算方法學進行測算。



環境、社會及管治報告

氣候變化相關風險
實體風險

極端天氣事件（如：颶風和洪水等）等發生頻率或頻次變高

類別

急性實體風險

潛在風險

因暴雨、洪澇和颱風等極端氣候事件導致業務供應鏈、運營和履約等環節效率降低或受阻

主要應對措施

在日常業務運營過程中，針對所識別的極端氣候災害建立標準化的應急管理體系，及時調整相應的管理措施，並定期開展覆蓋僱員和外賣騎手等人員的專項培訓

針對易發生極端氣候災害地域內的職場或業務運營場所，提前儲備應急物資，加固防護設施；提前就易受極端氣候影響的資產購置商業保險

平均溫升持續增高

慢性實體風險

持續高溫導致生鮮等商品在庫、冷鏈運輸、終端配送等環節的品質控制難度增大

優化供應鏈基礎設施配置，減少商品損耗，如：加強冷庫建設，靈活配置移動冷庫，並在商品倉儲和運輸環節強化溫度管控要求

建立健全冷鏈全鏈路作業標準，從運操作業、管控機制、產品品質管理等維度入手，規範生鮮商品在物流運輸中的質量管理措施



環境、社會及管治報告

過渡風險	類別	潛在風險	主要應對措施
氣候相關信息披露要求趨嚴	政策及法律風險	氣候相關政策趨嚴引起相應的數據管理、信息披露合規要求等持續提高，需升級數據統計管理能力、額外聘請行業專家等，產生潛在的管理成本。如未能及時建立氣候風險管理能力和信息披露能力，以及相關數據統計管理能力，亦可能導致合規披露風險	積極組建和配置專業團隊，吸收和內化行業專家洞見，建立和完善數據管理系統，持續追蹤和掌握氣候相關信息披露準則動態，穩步提升氣候事項披露表現，增強公司氣候風險管控和機遇識別能力
對現有產品及服務的強制性監管	市場風險	因限塑、垃圾分類、汽柴油貨車限行等國家或區域性監管政策，重點零售業務在提供產品和服務過程中，需按要求使用環保塑料材料、增設固體廢棄物精細化管理措施、提升新能源汽車使用比例等，產生潛在的合規成本或運營成本。如未能及時按照監管政策要求調整產品和服務，亦可能導致市場合規風險	及時識別和解讀包括限塑、垃圾分類、汽柴油貨車限行等細分領域在內的氣候變化相關國家、省市級重點政策，研判具體影響 評估可選的環保塑料材料品類，確保符合國家或區域性合規要求；對固體廢棄物分類處理，識別可回收再利用的廢料，降低處理成本；拓展優質新能源汽車供應商合作渠道，豐富運力供給



環境、社會及管治報告

氣候變化相關機遇
機遇

包材等物料回收再利用

類別

資源使用效率

潛在機遇

通過擴大可循環包材等物料的使用、支持綠色包裝研發項目開展和產業化落地等，提升資源使用效率

機遇把握

在零售等重點業務的倉儲和運輸環節中，持續提升周轉箱等可循環包材的使用佔比

通過「青山計劃」實現「產—學—研」合作，倡導綠色包裝材料在外賣全行業的推廣和應用

積極探索創新性自願
減排機制

探索創新性自願減
排機制

積極探索多元化的「碳普惠」模式的應用場景，激勵用戶選擇低碳綠色出行方式，增加用戶黏性

倡導綠色出行環保理念，鼓勵用戶直接使用騎行所得碳積分參與美团公益的「減碳貢獻•公益共建操場環保角」等活動，打通綠色低碳行為和參與公益活動的橋樑

積極參與部分省市政府碳普惠平台試點工作，將地方騎行用戶綠色出行所獲得的個人減排量計入相應碳普惠平台，助力擴大參與綠色出行的消費人群

科學量化美团單車用戶碳減排量，積極參與騎行減碳核算方法的開發，協助開發基於消費者低碳行為的創新自願減排機制



環境、社會及管治報告

機遇	類別	潛在機遇	機遇把握
消費者偏好轉變	產品和服務	政府持續倡導綠色消費理念，中國消費者逐步形成並提高採購綠色低碳產品和服務的意願	<p>美团外賣聯動商家優化「小份菜」等餐品品類供給，下單全流程提醒消費者「適量點餐」「減少一次性餐具使用」</p> <p>美团單車和電單車不斷探索減少生產和運營階段碳足跡的措施，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</p>
建設能耗更優的辦公樓宇	韌性	建設符合國內外領先綠色建築標準的辦公樓宇，並計劃持續管理相應辦公及運營場所的能耗效率等綠色表現，增加氣候韌性	在選址、設計和建設的全過程秉持安全耐久、環境宜居等綠色建築理念；在節水、節能、可再生能源利用等方面對標綠色建築標準



環境、社會及管治報告

針對氣候變化相關的實體風險，成熟的極端天氣管理機制是切實保障工作場所正常運行、僱員和騎手安全、產品和服務等業務流程順暢的基石。我們已搭建專業成熟的極端天氣事件應急保障團隊，在統籌指揮兼顧靈活應對的總原則下，圍繞「事前—事中—事後」三個維度，從職場、業務運營等關鍵場景開展具體工作：

- 事前，我們通過「氣象預警系統」為全國範圍的僱員及合作商推送通知，2023年內推送量達12萬余條。我們編製「氣象災害應急預案」，針對無法正常運行的職場，安排僱員居家辦公。
- 事中，我們根據天氣變化調整響應級別，針對職場和業務運營受阻的實際情況，匹配適用的專項應急預案，及時調整業務策略，快速啟動各項保障措施，向受影響的僱員及合作商提供必要的支持。
- 事後，我們及時全面地評估損失情況，逐步恢復職場和業務運營；複盤「氣候災害應急預案」，尋找優化方向；將極端天氣應對常識納入僱員及合作商的培訓內容。



環境、社會及管治報告

針對氣候變化相關的過渡風險，我們積極擁抱全球低碳轉型趨勢，主動助力中國綠色經濟發展。我們密切關注可能產生重大影響的應對氣候變化、能耗管理、節能減碳等方面的法律法規，結合法律法規的趨勢研判，及時調整和部署重點管控措施。通過評估應用新興低碳科技、部署能效水平更高的數據中心、在重點業務和服務中納入綠色低碳舉措，我們不斷管理和提升運營場所的環境表現、積極降低環境影響、踐行生態友好理念，實現人與自然可持續發展。更多內容請參閱本報告「環境目標」「數據中心環境管理」「綠色採購」「零售業務環境管理」及「美团單車和電單車全「生命週期」環境管理」章節。

我們結合業務屬性挖掘全產業鏈的減碳機會，持續助力綠色低碳基礎科研及技術成果轉化，不斷引導消費者培養低碳環保的消費習慣。繼2022年美团受邀參加第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」，美团外賣青山計劃可持續發展實踐入選《2023年企業氣候行動案例集》，於第28屆聯合國氣候變化大會中國角企業日「企業零碳加速度－中國實踐與全球展望」邊會正式發佈。更多內容請參閱本報告「綠色包裝」「低碳生態」及「青山科技」章節，或登錄美团外賣官網社會責任板塊（<https://waimai.meituan.com/>），參閱《美团騎手權益保障社會責任報告》《餐飲外賣綠色包裝解決方案》《餐飲外賣包裝減量指引》《青山計劃綠色包裝推薦名錄》及《餐飲外賣消費綠色低碳行動手冊》等專項報告。



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	2023年環境目標實現進展
2022年起，所有總部屬性職場每年均實施垃圾分類。	2023年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。	2023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。	2023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。
以2021年為基準，截至2026年底，總部屬性職場人均自來水用量減少8%。	2023年總部屬性職場人均自來水用量相比2021年減少11%，目標達成。
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減少8%。	2023年總部屬性職場人均能耗總量相比2021年增加15%，主要由於2023年人均辦公面積增加，同時基準年存在僱員較大範圍居家辦公，造成人均能耗相對較少。

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、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、研發園及周邊職場為主，上海以互聯寶地職場為主；客服及研發中心主要包含石家莊、揚州、南通、武漢、洛陽等辦公室。

「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，主要分布在中國內地22個省、5個自治區及4個直轄市。

「倉庫及服務站」為美团優選、快驢進貨、小象超市、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^{5,6,7,8}

總部屬性職場

	2023年
溫室氣體排放總量(噸)	27,346.66
人均溫室氣體排放量(噸/僱員)	0.48
每平方米樓面溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.05
有害廢棄物總量(噸)	2.45
人均有害廢棄物(噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	5,010.37
人均無害廢棄物(噸/僱員)	0.09

⁵ 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。

⁶ 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《2021年度減排項目中國區域電網基線排放因子》進行核算。

⁷ 本公司涉及的有害廢棄物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。2023年總部屬性職場人均有害廢棄物實際為0.00004噸，區域銷售職場人均有害廢棄物實際為0.00005噸，上表所列數據為四捨五入保留兩位小數的結果。

⁸ 本公司涉及的無害廢棄物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	2023年
溫室氣體排放總量(噸)	6,479.37
人均溫室氣體排放量(噸/僱員)	0.15
每平方米樓面溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.03
有害廢棄物總量(噸)	2.09
人均有害廢棄物(噸/僱員)	0.00
無害廢棄物總量(噸)	3,785.48
人均無害廢棄物(噸/僱員)	0.08

倉庫及服務站	2023年
溫室氣體排放總量(噸)	236,809.93

能源及資源使用^{9,10,11}

總部屬性職場	2023年
能源消耗總量(兆瓦時)	42,779.82
人均能源消耗量(兆瓦時/僱員)	0.74
每平方米樓面能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.08
自來水用量(噸)	365,777.62
人均自來水用量(噸/僱員)	6.36

區域銷售職場	2023年
能源消耗總量(兆瓦時)	11,569.58
人均能源消耗量(兆瓦時/僱員)	0.26
每平方米樓面能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.05
自來水用量(噸)	48,215.86
人均自來水用量(噸/僱員)	2.74

倉庫及服務站	2023年
能源消耗總量(兆瓦時)	431,911.88
自來水用量(噸)	1,725,919.45

⁹ 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。

¹⁰ 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。

¹¹ 本公司主要業務環節不涉及直接製成品，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。

EAT BETTER, LIVE BETTER

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之一。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建議與本年報所載「管理層討論及分析－僱員」章節一併閱讀。

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，結合下述具體措施，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、年齡和宗教信仰的人才一視同仁，保障其享有平等的錄取及職業發展機會。我們制定《招聘行為規範》《美团崗位發佈規範》《面試官管理規範》等內部政策，明確招聘全流程的行為規範，並就可能發生的歧視等違規行為制定處罰規定。

我們對招聘程序進行規範化管理，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。

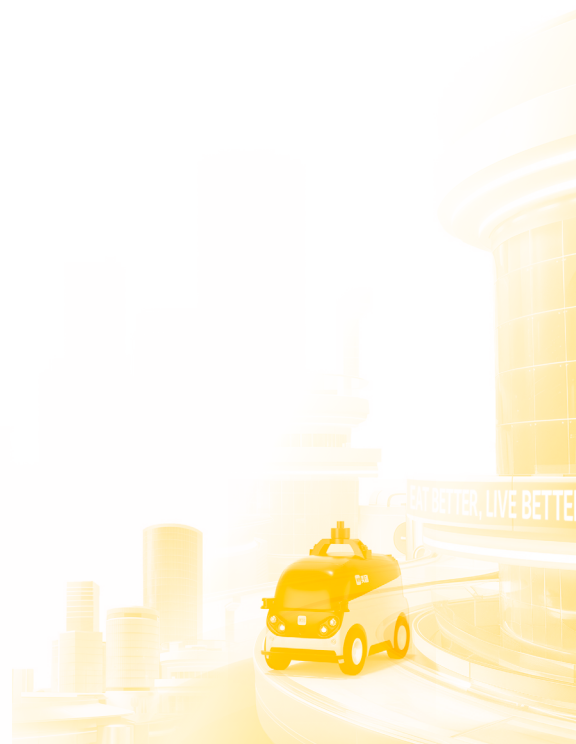


環境、社會及管治報告

我們持續強化人才儲備，從優化面試體驗、豐富招聘渠道、鼓勵內部輪換三個方面，吸納和匹配契合公司發展方向的人才：

- 優化面試體驗：我們倡導以候選人體驗為中心的招聘理念，在面試過程中對候選人的履職經驗與技能進行篩選，確保招募到匹配崗位的人才。針對因違規行為影響候選人體驗的面試官，我們將凍結其面試權限。
- 豐富招聘渠道：我們建立多樣化的人才招聘渠道，以廣泛吸引優秀人才。自2017年起，我們持續開展「北斗計劃」招聘項目，面向全球高校招聘科技人才，匹配公司在自動配送車、無人機等新興技術領域的專業人才需求。我們還與清華大學合作開展多項研究課題，將真實產業場景與學術研究成果相匹配，在促進技術領域創新方法落地應用的同時，確保充足的優秀人才資源。
- 鼓勵內部輪換：我們優先使用內部人才匹配空缺崗位，保障人才在公司內部的良性流動。通過崗位流轉、換崗機制，我們幫助僱員更好地成長，促進其選擇符合自身興趣的職業發展方向，激發僱員潛能。

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，我們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應採取的補救措施。

薪酬與福利

我們為全體僱員提供有競爭力的薪資。我們每年通過市場對標確保薪資的競爭力，以便充分吸引、激勵、保留優秀人才。我們倡導高績效文化，向僱員發放基於業績貢獻的激勵，鼓勵員工不斷追求卓越並充分發揮潛力。同時，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票，激勵他們為公司和客戶持續創造價值。

我們依法為僱員繳納社保和公積金，並提供意外險、補充醫療險等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

我們構建僱員績效與職級管理體系，制定《績效管理制度》《職級管理規範》等制度，對僱員績效管理流程、考核周期、晉升及職級體系進行規範管理。

我們注重培養僱員及團隊的目標管理能力。通過日常化管理僱員個人目標，我們支持僱員持續成長。僱員與管理者持續通過「一對一溝通」的方式，討論目標達成情況、解決過程難點以及溝通必要目標修訂等。同時，為保證團隊目標的有效性，各團隊將根據業務發展情況及時進行月度或季度回顧。



環境、社會及管治報告

我們依據僱員表現、個人及團隊目標的達成情況，客觀公正地評價僱員績效。我們結合管理者、下屬及合作夥伴反饋，全方位開展僱員績效考核，為不同類型的崗位設置多樣化的績效考核周期。針對銷售、客服等需主要完成短期目標的僱員，我們採用月度或季度考核的方式，將績效評估與業績產出周期相匹配。針對研發、職能等崗位的僱員，我們通過年度考核全面評估僱員實際表現，引導其關注長期發展。此外，我們重視及時有效的績效反饋。我們要求管理者就考核結果與僱員進行溝通，並及時跟進僱員對考核結果的反饋意見。

我們根據僱員的業績貢獻、領導力與專業能力等因素對僱員晉升進行評審，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。

工作生活平衡

我們制定《考勤管理制度》《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。

我們持續提升僱員幸福感，為僱員提供健身房、圖書館、母嬰室等基礎設施，在春節、中秋節、三八婦女節、六一兒童節等重要節日舉辦「家庭日」「小美節」等僱員文化活動或為全體僱員發放節日禮盒。我們還在僱員結婚、生育等重要時刻發放祝福禮盒。此外，我們圍繞「心理健康」「身體健康」等主題，開展「暖心課堂」僱員關懷項目，守護僱員身心健康。

我們倡導全體僱員享受假期、健康生活。我們為僱員提供法定年假、各類福利假期、全薪病假與育兒假，延長婚假、產假、陪产假等假期。我們探索部分業務場景下的彈性運營管理模式，向僱員提供居家辦公方案。同時，我們鼓勵僱員參與文體活動，在全國多個城市組建超過50個文體俱樂部，幫助僱員舒緩工作壓力，豐富業餘生活。

我們注重提升僱員體驗，每年通過發放問卷、面對面交流等方式，收集並分析僱員滿意度。2023年，我們開展覆蓋全體僱員的「暖心團」滿意度調研，了解僱員對公司的認同感和期望。同時，我們通過年度僱員體驗指數調研，參考淨推薦值¹²計算方法，綜合評估僱員在「入職體驗」及「工作環境」等主題的體驗水平。

¹² 僱員淨推薦值：衡量僱員推薦其他人在本公司就職的水平。

環境、社會及管治報告

溝通與民主管理

我們向僱員提供多樣化的溝通渠道，建立並持續完善話題社區、人力資源幫助台、公眾號、溝通會等溝通交流平台，旨在創造更好的溝通體驗，鼓勵僱員交流溝通，打造開放平等的工作環境。我們重視僱員與管理層的持續溝通，通過餐敘會、共創會等形式，管理層聆聽僱員提出的建議或意見，解答僱員問題。針對僱員普遍關注的事項，我們通過公眾號消息、面對面交流等線上或線下渠道進行及時說明。

我們重視僱員訴求，保持暢通的申訴及舉報渠道。若僱員對考核、晉升結果存在異議，或發現涉嫌違反《陽光職場行為規範》的行為，均可通過陽光職場舉報郵箱、舉報平台等渠道提出正式申訴或舉報。我們還提供匿名舉報選項，以保護舉報人的隱私。我們的人力資源幫助台設有關鍵詞自動響應機制。在接收到僱員投訴信息後，幫助台將根據僱員投訴事件類型通知責任部門跟進處理並反饋處理結果。

我們落實公司的民主管理和溝通，制定《制度發佈管理辦法》，建立內部制度發佈平台。在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。

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。

我們不斷完善職場安全管理體系，建立《辦公區門禁管理辦法》《美团消防安全管理制度》等管理制度。我們在部分職場取得ISO 45001職業健康安全管理體系認證，並通過年度跟蹤審核保持認證有效。我們總結在獲取認證過程中的經驗，以認證標準要求為依據，建立職場風險評價機制及內部審核標準。2023年，我們根據審核標準，完成全部職場的職業健康安全風險因素識別、環境影響因素識別、管理有效性評審等一系列內部審核工作。此外，我們推進職場消防預警系統建設，對不同職場中的主要職業健康安全風險因子進行辨識，量化評估其風險水平，並應用在線系統周期性呈現風險水平，對高風險點位進行重點關注和高效管控。



環境、社會及管治報告

我們採取多項措施保障職場安全，包括：(i)應用職場安防系統和安全運營中心，24小時響應緊急需求，保護工作區域人員安全；(ii)完善急救體系，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。保持所有300人以上的總部及區域職場實現AED (Automatic External Defibrillator，體外除顫儀)的全覆蓋，保障緊急情況下急救設備需求；(iii)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，提高僱員安全意識；及(iv)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。

我們持續強化包括銷售、倉庫管理等一線崗位僱員的安全保障能力，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，如：(i)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；(ii)明確倉庫作業安全標準，規範倉庫器具的使用方式，及時發現和整改安全隱患；(iii)加強銷售僱員安全意識，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；及(iv)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，通過專業培訓提升僱員心理穩定性。

在保障僱員安全的同時，我們關注僱員的身心健康。2023年，我們為僱員提供各類有益於身心健康的服務及活動，包括：(i)實時檢測職場內空氣、飲用水質量及照明情況，為僱員提供舒適的辦公環境。在部分職場設置健康驛站，向僱員提供健康諮詢服務及基礎藥品；(ii)每年為僱員提供在線問診、福利體檢和體檢報告解讀。新增職場健康日、疫苗接種等服務；(iii)定期組織「健康講堂」系列講座，內容涉及健康、心理等板塊。講座共吸引全國118個城市近60,000人次僱員參與；(iv)組織「健康減重營」「雲上睡眠營」等專項健康訓練項目，指導僱員增強身體素質、緩解工作疲勞；及(v)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。



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」及「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，規範培訓內容的規劃、實施和管理。我們委任公司內部不同專業領域的資深僱員作為培訓專家，同時也與外部機構合作引入學習資源，幫助僱員豐富行業知識、拓展視野。

我們充分重視各類僱員及合作夥伴的學習和發展，通過開展面授課、網絡課及各類實踐活動，提供匹配不同職級、職業階段和崗位類型的體系化培訓資源。

專業能力和領導力發展

結合工作場景和業務部門需求，我們針對各類僱員開發定制化學習項目、標準化學習產品及個性化學習方案，推進公司人才培養工作。

- 我們關注新入職僱員職業技能的培養計劃，引導其更好地融入職場、尋求職業發展方向：(i)為校招僱員提供「萌芽校招」培養計劃，內容覆蓋公司文化、管理制度、業務能力等方面。2023年，培訓覆蓋人數達2,616人；(ii)為社招僱員定制「萌芽社招」專屬計劃，根據僱員經驗水平匹配相應的專業力培養課程；及(iii)為社招管理者量身定制「植樹計劃」，覆蓋「構建新思考」「擁抱新定位」及「展開新行動」3大模塊的學習內容，並提供一對一學習夥伴、新僱員交流會等支持。
- 我們持續提升在職僱員職業素養和專業能力，重視職場通用技能培訓和基於工作場景的崗位專業技能培訓：(i)面向技術僱員，我們通過「通用技能訓練場」及「在線學習通識課」等培訓項目，提供相應的崗位專業技能培訓。同時，我們推出大模型學習專區，舉辦「AIGC Hackathon大賽」，開展「AIGC HackShow」系列賦能活動。2023年，項目參與人數達7,100人；及(ii)面向銷售人員，我們通過「線上學習」「集中培訓」「師徒帶教」及「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

- 我們主動協助各級管理者參與線上及線下定制管理培訓課程，深入理解和完善目標管理、僱員輔導、人才盤點等管理基本功：(i)為初級管理者提供「新樹計劃」，幫助其明確發展方向，應對當前角色的關鍵挑戰；(ii)為中級管理者提供「成蔭計劃」，通過案例教學、活動體驗的方式，幫助其系統地了解在角色認知、管理者選拔、管理者輔導、打造高績效團隊方面的核心理念、工具方法、實踐指導等，更好的應對不同的管理挑戰；及(iii)為高級領導者提供「繁盛計劃」，通過線下集訓、訓前線上學習及訓後反饋跟進，幫助其加強對業務的全面理解和經營思維，提升戰略制定、團隊建設、橫向協同的能力。

校企聯合培訓項目

我們持續深化校企合作，推動產學研深度融合。我們充分利用高校的教育、科技、人才培養等資源，實現專業和產業相互促進、共同發展的目標：(i)基於實際商業案例，我們開發基礎理論和商業項目相結合的大數據技術及实操應用課程，供高校研究生和本科生自主選修；(ii)舉辦「商業分析精英大賽」。2023年，我們面向國內外近400所高校2,000余名在校學生徵集商業分析案例報告，協助提升在校學生在商業理論落地、商業分析技巧和業務場景实操等維度的綜合能力；及(iii)連續三年支持高校本科生暑期專業實踐項目，通過提供與真實業務場景相結合的專業課題，匹配相應資深僱員作為專業導師，輔導在校本科生獨立完成課題研究。



環境、社會及管治報告

工作場所績效指標表

僱傭

指標		2023年
僱員總人數		114,860
按性別劃分僱員人數	男	72,225
	女	42,635
按年齡劃分僱員人數	年齡30歲及以下	62,761
	年齡31歲至50歲	52,071
	年齡50歲以上	28
按地區劃分僱員人數	中國內地	114,692
	港澳台地區	159
	其他國家及地區	9
按管理層級劃分僱員人數	管理層	488
	非管理層	114,372
按僱傭類型劃分僱員人數	全職僱員	114,731
	合約人員及其他	129
僱員總體流失率		18.80%
按性別劃分僱員流失率	男	18.44%
	女	19.37%
按年齡劃分僱員流失率	年齡30歲及以下	24.18%
	年齡31歲至50歲	13.49%
	年齡50歲以上	46.81%
按地區劃分僱員流失率	中國內地	18.81%
	港澳台地區	6.30%
	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	2023年	2022年	2021年
因工亡故總人數	3	2	0
因工亡故比率	0.0026%	0.0022%	0

2023年因工傷損失工作日為9,529.5天¹³。

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／僱員總人數。

僱員培訓

指標		2023年
按性別劃分僱員受訓百分比	男	99.76%
	女	99.79%
按管理層級劃分僱員受訓百分比	管理層	99.80%
	非管理層	99.77%
按性別劃分僱員平均受訓小時數	男	24.55
	女	23.94
按管理層級劃分僱員平均受訓小時數	管理層	25.75
	非管理層	24.32

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，並推動供應鏈夥伴加強ESG風險管理。

¹³ 工傷損失天數主要為僱員受到交通意外導致骨折傷害的休息天數，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

供應鏈全流程管理

我們建立完善的供應鏈管理機制，建立以《採購管理制度》為總綱領的10份採購制度，形成覆蓋供應商准入管理、日常管理、績效考核等不同環節的採購管理機制，有效管理供應商ESG風險。

准入管理

在供應商准入過程中，我們通過資質評審及審核機制，確保供應商ESG風險得到有效前置管理：

- 資質評審：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。我們呼籲供應商遵守《供應商行為準則》中明確的各項ESG管理要求，根據採購商品類型按需提供ISO 14001環境管理體系、ISO 45001職業健康與安全管理體系等體系認證證書，並核實供應商資質信息的真實性與準確性。
- 審核機制：持續評估供應商ESG風險水平，對不同風險水平的供應商執行多樣的審核方式，包括由我們及第三方開展的遠程審核、現場審核、監督性審核等。針對重要供應商¹⁴及特定品類供應商，我們將啟動現場審核及信息核查程序，評估供應商ESG風險並考察其風險管理能力。

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。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》，遵守其中所載反腐、保密與廉正條款。2023年，我們新簽訂合同的5,079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。

¹⁴ 重要供應商：指通過我們的供應商篩選流程，被判定為可持續適用、具備特殊標準的供應商，以及具有較高ESG風險、區域性風險，或商品品質風險（如肉禽類、蔬菜類商品）的供應商。

日常管理與績效考核

在供應商履約過程中，我們對供應商資質、績效表現及《供應商行為準則》的執行情況進行持續管理，不斷跟蹤對其專業服務能力的評價。

我們注重與供應商實現共同成長，引導供應商持續提升表現。在執行供應商審核後，我們及時與供應商進行溝通。針對績效表現不佳的供應商，將由採購人員與供應商共同制定績效改善計劃，並督促供應商落實整改。在績效改善計劃落地執行兩周後，我們通過供應商管理組評估供應商整改效果，並視情況對供應商執行覆審。針對違反採購紅線的供應商，我們將採取採購供應商黑名單管理制度要求，對供應商執行處罰，並永不准入該供應商。針對整改後仍不滿足標準或違反廉正、信息安全等底線ESG標準的供應商我們將停止合作，並及時啟用備用供應商，保證產品或服務能夠按時交付。

我們持續推進僱員能力建設，通過內部分享和專項培訓的方式，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。

供應鏈反貪腐

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。一旦發現並確認供應商違規行為，我們將終止供應商合作，取消供應商服務資格。

我們積極推廣廉潔採購文化，持續開展供應商廉潔文化建設活動，提升廉潔合作意識。我們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。2023年，我們上線並應用供應商門戶的廉潔合作線上化宣導功能，實現集採供應商的廉潔合作宣導全覆蓋。

綠色採購

公司在產品和服務的採購方面注重環境保護。2023年，公司持續倡導全生物降解購物袋、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，如：選用節能燃氣灶、自動噴淋洗碗機，在排煙灶增加光電UV燈減少顆粒物排放，定期對油煙淨化設備進行維護，確保淨化設備有效運行。



環境、社會及管治報告

供應商數量¹⁵

按地區劃分的供應商數目	2023年
中國內地	41,744
港澳台地區	13
其他國家及地區	20

配送騎手管理與保障

平台配送服務需要大量配送騎手（以下簡稱「騎手」）協助完成。關注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。

規範合作商管理機制

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，保障其騎手的安全以及勞動權益。我們要求配送合作商遵守合同載列的經營和配送服務標準，科學制定用工管理規範、設立騎手招募管理規則。我們對騎手公平就業提出明確要求，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，確保其按時按量發放騎手收入，優化訂單結構，保障騎手收入穩定。

我們要求配送合作商建立完善的騎手安全管理體系，將騎手安全管理納入合作商考評。我們通過多種方式監管、考核配送合作商安全管理工作，包括：**(i)**建立配送合作商安全違規違約考核機制，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；**(ii)**設置動態考核指標，適時將騎手戴盔情況、配送車輛合規情況等納入考核，督促配送合作商履行其安全管理職責；及**(iii)**持續運營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。

¹⁵ 供應商數量：指截至2023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。

環境、社會及管治報告

我們要求配送合作商提供充足的騎手安全培訓，包括：(i)在騎手接單前進行崗前安全培訓，在騎手接單達到一定數量時進行安全進階培訓；(ii)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；及(iii)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、應急處理以及着裝規範等內容進行考核，確保騎手通過考核後方可跑單。此外，若騎手安全培訓考核未達標或出現重大有責安全事故，將影響合作商的權益發展。

我們根據騎手不同類型，要求配送合作商為騎手購買「僱主責任險」，或聯合合作商為騎手推出「人身意外險」產品。2023年，騎手在服務期間要求入保率達到100%，為騎手人身及配送安全提供更多保障。我們持續完善商業保險、優化理賠流程，通過「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。

優化騎手權益保障措施

我們從守護騎手安全、改善騎手工作體驗、落實騎手關懷三大方向持續保障騎手權益。

守護騎手安全

我們通過技術升級、風險管控、意識強化三個路徑，持續提升對騎手的安全保障能力，幫助騎手應對及降低在提供配送服務時的安全風險：

- 技術升級：在軟件方面，我們優化調度系統，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。例如，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。在硬件方面，我們持續推廣智能頭盔的應用，幫助騎手實現語音接單，並在夜間通過自感應尾燈提示後方來車，降低交通事故風險。截至2023年底，我們已在全國28個城市試點應用智能頭盔，覆蓋超過12萬名騎手。我們還嚴格規範電瓶車電池及充電設備使用，推動配送車輛充換電網絡建設。通過提供高密度的安全充換電設備，降低騎手因自行充電產生的消防風險。

EAT BETTER, LIVE BETTER

環境、社會及管治報告

- 風險管控：我們持續完善騎手接單App安全中心，除常規的惡劣天氣預警、騎手保險、緊急聯繫人、緊急報案等安全保障功能外，新增交通違法及事故等數據展示功能，幫助騎手了解騎行安全情況。我們在全國普及騎手血壓測量工作，關注血壓異常的騎手，通過調度排班調整、建議休息或就醫等措施，有效減少意外事件發生。此外，我們擴大「騎手意外預警」功能應用範圍，通過技術手段識別需要幫助的騎手，提供在線和線下緊急援助。
- 意識強化：我們推出騎手App安全培訓課程，向騎手普及交通安全、消防安全及應急相關知識，並在騎手獎勵機制中納入安全因素，進一步加強騎手安全騎行意識。2023年，我們的線上安全培訓課程獲得超5,000萬人次觀看。同時，我們與超過60個城市的屬地交警合作，在線下舉辦超3,000場安全專題培訓，通過現場普法以及與騎手聯合執法的形式，讓騎手參與到交通管理過程中，提升對安全的理解。

改善騎手工作體驗

我們通過多種方法改善騎手工作體驗，具體包括：

- 優化配送規則：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。截至2023年底，我們已累計進行七次算法規則公開。
- 提供工作支持：在全國建設騎手驛站，站內提供飲水、休憩、手機充電等生活服務，以滿足騎手日常需求。2023年，我們共建設超過3.8萬個騎手驛站。我們還根據季節變化提供不同的騎手支持項目。針對冬季持續暴雪天氣，我們在部分驛站為騎手供應免費午餐、姜湯、熱粥等食物及飲品，並在指定區域提供免費充電寶使用服務。
- 豐富激勵機制：推出「大物件訂單」優化舉措，針對大體積、大重量、高價格訂單，改進調度機制、配送時間及配送補貼等多個環節的配送規則，改善騎手配送體驗。
- 傾聽騎手心聲：積極拓寬與騎手間的溝通渠道，通過舉辦「騎手懇談會」、開通「騎手權益保障專線」等方式，廣泛聽取騎手反饋與意見。截至2023年底，我們已累計召開310場「騎手懇談會」，將收集到的意見轉換為切實提升騎手工作體驗的支持項目。此外，我們持續推進騎手工會建設，通過騎手協商和協調機制，收集騎手普遍關注問題、探討針對性解決方案。



落實騎手關懷

我們不斷完善針對騎手的福利政策，為騎手提供配送與生活層面的支持與關懷，從關注騎手健康、關愛騎手家庭、女性騎手保障、幫扶困難騎手等方面開展多項措施：

- **關注騎手健康：**我們重視騎手的身體與心理健康。我們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向藥師免費諮詢；每月定期向騎手發放購藥紅包。我們持續推動「同舟守護1 m²」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。我們還通過騎手心理熱線、心理微課等形式，為騎手紓解日常跑單及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。
- **關愛騎手家庭：**自2019年起，我們發起並持續運營「袋鼠寶貝公益計劃」，致力為全行業外賣騎手子女提供大病幫扶和教育支持。為幫助騎手解決工作和育兒難兼顧的問題，我們聯合公益組織建立「袋鼠寶貝之家」，提供課外活動、課後託管、早教課程等兒童託管服務。截至2023年底，「袋鼠寶貝公益計劃」累計幫扶大病騎手子女共計749名，總幫扶金額超人民幣2,900萬元，共建立5所「袋鼠寶貝之家」。
- **女性騎手保障：**我們關注女騎手的健康，向全國女騎手提供專業、免費的宮頸癌、乳腺癌篩查服務。女性騎手在騎手App預約後，即可在對應的合作機構進行「兩癌」篩查。2023年，我們為全國超300個城市的全體女騎手開放免費預約報名通道。此外，我們還在全國配送站點、黨群服務中心、休息驛站等區域配置女騎手健康關懷「暖心包」，並定期開展涵蓋女性健康主題的「健康沙龍」活動。
- **幫扶困難騎手：**我們為騎手設立「大病關懷金」，對遭受大病的騎手家庭給予幫扶，截至2023年底，我們通過「大病關懷金」累計援助5,433位騎手及家屬，合計支出人民幣1.7億元，為騎手家庭渡過難關提供有效幫助。



環境、社會及管治報告

提供騎手發展賦能項目

我們從多個方向促進騎手的職業發展。2023年，我們推出「騎手成長計劃」，關注騎手從入行、熟練、晉升到轉型等各職業階段的發展需求，打通專業、事業、學業、轉崗、轉行的「三業兩轉」成長路徑，拓寬騎手職業發展空間，豐富行業人才儲備，奠定行業長期健康發展基礎。包括：

- 練專業：我們為新騎手提供關照單和免責卡，幫助騎手快速熟悉工作機制。通過騎手App「VR模擬接單」功能推送配送技能講解視頻，開展「騎手老帶新」項目，幫助新騎手掌握基礎職業技能。
- 拼事業：我們持續完善騎手培養和發展體系，通過「站長培養計劃」等項目發掘騎手隊伍中的管理人才。截至2023年底，累計超過44萬人次參與「站長培養計劃」。
- 修學業：我們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。截至2023年底，累計輸送320名騎手到國家開放大學物流管理專業學習。
- 易轉崗：我們還為騎手提供轉崗通道，通過「騎手轉崗計劃」等項目，幫助騎手轉型到配送生態中的客服、培訓師等相關崗位。
- 敢轉行：我們鼓勵騎手拓寬職業發展道路，為轉行到其他行業積累技能和資源。



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》《食品相關產品質量安全監督管理暫行辦法》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。

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、推進法規落地、多業務線工作協調等職能；業務層面，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檢查工作，促進公司食品安全管理工作的高效、統一、協同運轉。

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制度，規範不安全食品的召回流程及處置方式。2023年未發生重大的因健康與安全理由而須召回的食品安全事件。



環境、社會及管治報告

我們針對平台和零售業務的實際情況，制定並實施針對性的食品安全舉措，包括：

- 外賣食品方面：制定並適時更新《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《美团外賣平台食品安全問題處理規範》等制度，持續完善規則體系。我們優化作業商戶食品安全表現的監測機制，一方面，繼續與第三方檢測機構合作，對通過平台售賣的外賣食品開展安全性抽樣檢驗，客觀評估作業商戶的食品安全表現；另一方面，繼續試點推進作業商戶線下巡檢機制，督促作業商戶做好環境衛生管理等食品安全工作。對抽樣檢驗、巡檢過程中識別的問題及時提出解決方案，幫助和引導商戶不斷改善食品安全管理。我們還持續推進外賣餐箱日常清潔消毒，聯合市場監督管理部門和行業夥伴推行食安封簽等外賣密封方式，加強外賣配送環節的食品安全保障。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。
- 零售食品方面：積極落實食品安全主體責任的法規要求，完善機構和人員配置，落實「日管控、周排查、月調度」的風險防控機制。制定並完善包含供應商准入、商品入庫、商品銷售等環節的多項食品安全管理制度。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等資質材料；對採銷量大的供應商採取現場審核、隨機抽查等多種方式，監督其合規生產經營。商品入庫環節，我們進行商品感官檢驗，並對生鮮食用農產品開展快速檢測，保障商品品質和安全。商品銷售環節，我們建立品質管控系統，利用數據分析模型，監控食品安全表現，對問題商品及時採取控制措施。我們還加強與第三方檢測機構合作，定期進行安全性抽樣檢驗，對在售商品的食品安全風險進行識別與管理。
- 社區電商食品方面：持續完善符合社區電商業態實際的食品安全管理模式，建立覆蓋平台作業商戶、倉儲站點、自提點等環節的全鏈路食品安全質量保障體系，推動各環節食品安全管理能力提升。我們利用安全性抽樣檢驗、智能評價等方式，動態監測通過平台售賣的食品品質和安全性，聯動商戶持續改善食品品質，保障社區電商模式下的食品安全。



環境、社會及管治報告

- 自有品牌食品方面：制定《自有品牌商品食品安全管控指引》，持續完善覆蓋供應商選擇、選品、研發、生產、貯存配送等環節的全「生命週期」食品安全管理體系。合作前對供應商進行生產資質、現場環境及生產過程管理等方面的審核。合作過程中，聯合第三方檢測機構，定期開展安全性抽樣檢驗，動態監測和評價食品品質和安全性，據此完善供應商管理。

我們積極參與食品安全社會共治，聯合食品安全監管部門、行業協會、科研院所及智庫機構，從行業標準制定、文化培育、協同治理三方面，加強食品安全的對話和協作。

- 標準制定：積極參與各類食品安全標準的制定工作，聯合中國連鎖經營協會、中國水產流通與加工協會等機構及行業夥伴，發佈《前置倉模式活南美白對蝦品質管控規範》和《預制菜委託加工品質管控規範》，保障商品品質及食品安全。
- 文化培育：繼續開展針對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。對僱員，我們定期開展「食品安全大講堂」專場培訓，邀請行業專家講授合規要求及技能，提高僱員的食品安全認知水平和实操技能。對騎手，我們定期開展配送食品安全培訓，提升規範配送意識。對零售食品的供應商、外賣合作商戶等，我們通過定期宣導「食品安全管控要點」、推出「食品安全訓練營」、持續運營「安心365」食品安全公益培訓等多種方式，為供應商、合作商戶提供食品安全知識和解決方案。
- 協同治理：繼續加強食品安全領域的政企合作，積極參加全國和各地食品安全宣傳周活動，支持共建食品安全示範店、示範街區、示範城市。2023年，我們繼續積極試點探索餐飲商戶「明廚亮灶」在線化展示，不斷提升外賣食品安全治理的協同性。我們與科研院所和智庫機構開展食品安全治理創新的課題研究合作，加強科學理論對食品安全工作的指導。



環境、社會及管治報告

騎行安全

我們積極貫徹並遵守《電動自行車安全技術規範》(GB 17761-2018)及《自行車安全要求》(GB 3565-2005)等單車、電單車的研發和生產相關國家標準，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)優化車型設計，配置車輛載重傳感器，監測車輛速度和運營區域，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)搭載剎車自調節系統，可在車輛行駛過程中自動調節剎車鬆緊度，預防和減少事故的發生；(iv)通過用戶實名認證、人臉認證等技術手段，結合騎行點位、藍牙匹配、歷史事故等多維度的用戶信用管理，避免用戶使用他人賬號騎行、防範未成年人騎行等安全隱患；(v)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(vi)為用戶購買騎行意外險，保障用戶及第三方人身財產安全。

2023年，我們持續開展警企聯合宣傳和協治理工作，積極與公安交管部門開展聯合宣傳工作，製作騎行交通安全宣傳視頻「新騎行新安全」。此外，我們配合全國多個城市的屬地交警部門上線交警定製版交通安全彈窗，精準推送安全出行提醒，開展27場以「交通安全」為主題的線下活動。

我們堅持車輛技術創新，在保證車輛安全的同時不斷提升用戶舒適度。我們持續改良車輛設計，推出的X1、X2兩代共享電單車獲得中國設計智造大獎(DIA)組委會頒發的「中國設計智造大獎DIA2022」和「中國設計智造大獎DIA2023」榮譽。

商戶管理

我們遵守《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，針對不同業務模式制定相應制度條款對平台商戶的經營及服務進行規範管理。2023年，我們修訂《美团到店餐飲商戶違規處理規範》《美团團購用戶服務條款》等制度，進一步規範平台商戶在服務場景中違規收集用戶隱私信息、違反誠信經營準則、虛假交易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保障項目，致力於提高消費者體驗：

- 餐飲小吃類商戶：聯合知名餐飲小吃連鎖品牌、中國飯店協會制定併發佈《餐飲數字化服務小吃連鎖企業運營要求》團體標準，引導小吃連鎖企業實現數字化服務與管理。2023年，我們推出食品安全保險「安心吃」，在餐品有異物、餐品過期、餐品變質等食品安全問題場景下，切實保障消費者權益。
- 住宿類商戶：保障用戶住宿環境衛生清潔，對包括電競酒店、影音酒店等不同酒店類型的商戶建立標準化的酒店衛生清潔要求。2023年，我們提升「放心退」「20點取消協議」覆蓋率，進一步提升用戶的預定體驗和商戶履約意識。針對提供民宿服務的商戶，我們在退訂政策中增加階梯式退改規則，在保障商戶權益的基礎上，降低房客潛在的退訂顧慮、加強對房客退款行為的約束。
- 景區門票類商戶：聯合多地景區在線下設立老年人專職服務人員、專屬服務物資及通道，全面提升老年用戶預約入園體驗。同時，我們持續推進門票「適老化」項目，就訂票操作頁面優化、步驟簡單化、使用智能化等方面進行提升，解決老年人線上購票的操作難點，更好地服務老年人群體。

我們就各類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。針對部分商戶違規行為，我們將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、下線業務和門店信息、封禁賬號及罰款等處罰措施，規範商戶經營行為，維護消費者權益。



環境、社會及管治報告

我們搭建平台商戶培訓體系，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，加強商戶服務意識。我們持續開展多樣化的培訓課程及交流活動，包括：

- 普法宣導：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，合規合法開展和經營業務。
- 直播答疑：組織開展直播答疑，及時解答平台商戶在經營中的問題，為商戶與平台建立新的溝通渠道。
- 建設行業交流學習平台：提供商戶開展行業間交流學習的平台，以線上直播等形式分享行業前沿信息和觀點，推動行業共同發展。
- 產教研一體：促進產教研一體化發展，助力商戶品牌營銷全鏈路發展。我們聯合全國各大文旅院系高校，向全國商戶開展培訓，將政策監管動向、頭部商戶的經營經驗、安全合規理念、平台規則規範等內容精準傳遞給商戶。

客戶服務

我們不斷努力，通過提供高質量客戶服務來提升消費者滿意度。我們在石家莊、揚州、南通、武漢和洛陽設立客服運營中心，配備專業的客服團隊，以更快響應客戶需求。

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。我們還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水平和效率。

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反饋和解決。我們通過消費者滿意度調查問卷和輿情監控等不同途徑，及時了解客戶反饋與要求並做出回應，不斷改進和規範客戶服務流程。

我們不斷增強客服人員的能力建設，通過梳理客戶服務主要流程、強化客服人員對業務場景的知識儲備等方式，培養客服人員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，以便其及時應對不同情況。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。



環境、社會及管治報告

由於卓越的客戶服務表現，我們連續多年獲得客戶世界機構頒布的「金耳嚶杯」中國最佳客戶中心評選活動年度總冠軍，並永久保留獎杯。此外，在2023年《中國消費者》雜誌社舉辦的全國客服評選活動中，我們的僱員分別獲得「最美客服」和「優秀客服」稱號。

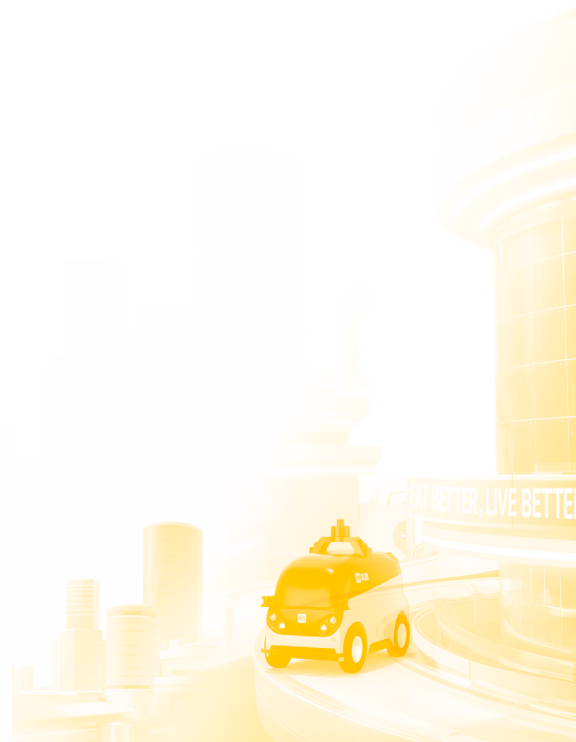
2023年，我們共計受理用戶投訴量1,201,801件，投訴量佔整體服務次數的0.13%，3個工作日內處理完畢的佔比為95.6%。

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。我們是中國專利保護協會的副會長單位、中華商標協會的理事單位及中國知識產權研究會的常務理事。

我們建立有效機制管控公司知識產權風險，包括：(i)開展系統性的知識產權風險識別、評估，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。

我們持續加強知識產權管理，培育創新文化，尊重和鼓勵原創，提升自身知識產權積累。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。2023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。



環境、社會及管治報告

我們亦尊重他方知識產權，力求通過用戶協議和平台知識產權保護機制等措施，為知識產權權利人提供合法權益保障。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」的方式實現對知識產權權利人的保護閉環，包括：(i)前端：優化更新品牌保護庫，實現侵權門店的源頭攔截；(ii)中端：建立長期長效品牌監測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，通過「品牌保護服務站」，為提出保護需求的權利人提供全面協助，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。2023年，我們通過知識產權保護協會組織積極開展品牌保護工作，以「面對面」溝通、雙向調研與交流等方式切實推動工作進展。其中，我們聯合某火鍋品牌開展的餐飲商戶品牌保護直播課程，受益商戶超過40萬人。

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》及《移動互聯網應用程序信息服務管理規定》等法律法規和有關政策規定要求。通過明確體系化管理要求、落實內部程序及控制措施、培養僱員安全意識、推動行業有序發展四個主要工作方向，我們持續治理並保護信息安全與用戶隱私。

明確體系化管理要求

我們持續健全公司的信息安全與隱私保護管理體系。公司董事會審核委員會每年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。公司數據合規和隱私保護委員會負責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。

我們持續推進制度化數據安全與隱私保護管理工作。我們制定《隱私保護管理規範》《數據安全管理流程》和《員工信息安全與保密行為標準》等內部管理制度，公開發佈《美团隱私政策》《未成年人隱私政策》等管理規則，規範公司在個人信息收集、傳輸、存儲、處理、刪除等全「生命週期」的具體管理要求。



環境、社會及管治報告

我們遵從國際及行業標準保護信息安全與用戶隱私。我們已取得ISO 27001信息安全管理體系認證、ISO 27701隱私信息管理體系認證、ISO 27018公有雲隱私安全管理體系認證、CSA Star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。我們目前運營範圍內的業務系統及產品均根據上述認證標準運行，每年通過第三方獨立審核保持認證的有效性。

落實內部程序及控制措施

在信息安全保障方面，我們搭建覆蓋授權管理、安全評估及審計、信息加密、數據恢復與備份和漏洞防控的安全管理模式：

- 授權管理：建立體系化的、通用的用戶賬戶授權及管理機制，對網絡接入設備進行准入管理。定期檢查用戶賬戶的狀態及相關授權信息，自動回收授權過期的賬號及權限。
- 安全評估及審計：我們每年多次對數據庫及服務器進行安全配置評估。通過自動化安全審計系統，對高危操作進行實時自動化審計，及時發現數據誤用、濫用及未授權訪問的情況，降低數據洩漏風險。
- 信息加密：從軟件及硬件層面加密用戶數據，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。
- 數據恢復與備份：制定一系列備份管理程序及備份恢復流程，確保快速恢復受損數據。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風險。
- 漏洞防控：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每年進行應急演習。



環境、社會及管治報告

在隱私保護方面，我們將優化隱私規則、迭代產品隱私功能、強化信息需求審核三方面作為重要工作，落實隱私保護舉措：

- 優化隱私規則：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，以及為用戶提供的訪問、更正、刪除和保護個人信息的方式。
- 迭代產品隱私功能：開發並上線隱私瀏覽模式，用戶無需提供任何個人信息，即可使用包括瀏覽、搜索等基本服務。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。美团App還在個性化推薦功能處向用戶介紹推薦的機制原理，提供便捷的關閉選項，用戶可以通過反饋優化推薦內容。
- 強化信息需求審核：建立個人信息保護影響評估系統，對個人信息相關的業務需求進行審核，以保障個人信息的使用合法合規。

培養僱員安全意識

我們與僱員簽署保密協議並持續提供信息安全培訓。我們要求全體僱員，包括全職僱員、合約人員、實習生接受信息安全教育並參與考試，考試合格後方可上崗。針對能夠獲取高敏信息的僱員，我們開展防洩漏和防「釣魚」專項培訓，提高關鍵崗位和高敏信息處理崗位僱員的信息安全意識。2023年，我們共開展2輪覆蓋全體僱員的信息安全培訓，每月針對不同業務類型的僱員進行專項培訓。

我們在《陽光職場行為規範》與《廉正管理責任制度》中明確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，嚴肅懲罰僱員洩露數據的行為。





推動行業有序發展

我們遵循「最小－必要」原則，對所有涉及數據使用的第三方進行嚴格管理，並在《美团隱私政策》中對我們與第三方共享的數據類型、第三方數據的使用規則等內容進行了明確說明¹⁶。針對供應商及合作夥伴，我們設立專門的管理組織，通過事前評估、事中防控及事後追溯三個維度，確保合作過程的安全與合規：

- 事前評估：設立供應商准入條件及分級保障金機制，並對其提交的證明材料進行核驗。供應商須滿足我們對其資質、數據安全保護能力等各方面的准入條件後方可合作。同時，我們與供應商簽署保密協議，明確合作過程中雙方應盡的數據安全義務和違規處罰規則。
- 事中防控：通過評估數據接口必要性及敏感性，檢測數據傳輸日誌和異常行為等方式，對供應商數據交互場景中可能出現的安全風險進行把控。
- 事後追溯：建立違規行為追責機制，對存在不當數據處理行為的供應商採取包括罰款、合同終止、追究法律責任等不同級別的處置方式。同時，我們將在必要時啟動應急響應機制，確保用戶數據保護的有效性。

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。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。2023年，我們參與中國信息通信研究院針對《軟件開發包(SDK)個人信息處理規範》和《基於差分隱私的用戶個人信息保護技術要求》標準的制定工作。

¹⁶ 更多關於我們與第三方共享的數據以及所執行的具體管理要求請參見《美团隱私政策》。



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》等廣告管理相關的法律法規，積極履行互聯網信息服務提供者相關合規要求，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。同時，我們加強廣告審核團隊建設，組織學習培訓，宣傳合規知識，解讀和學習違法警示案例，提高廣告風險意識和合規能力。

2023年，我們進一步強化平台對廣告違規行為和內容的識別與處置能力。我們建立敏感詞庫和圖庫過濾系統，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。通過機器識別和人工覆審等審核方式對廣告投放中的違規詞彙進行篩選排查，保障廣告內容合法合規。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》《網絡信息內容生態治理規定》等有關政策規定要求，持續完善對UGC (User Generated Content, 用戶產生內容) 內容的合規和質量管理。我們設立內容安全委員會，統籌推進內容安全體系建設，保障UGC內容合規性，不斷加強UGC內容質量保障。同時，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：

- 人工審核：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。
- 機器審核：不斷完善自動識別系統，提升文本識別能力，優化圖片識別模型和語義分析模型，提升違規內容篩查準確性。



環境、社會及管治報告

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。2023年，我們新增視頻、直播內容風險治理工作，搭建適配視頻、直播內容類型的安全防控鏈路。

我們還建立專門的應急響應機制和敏感信息防控機制。我們設立內容管理應急機制，覆蓋監管指令和監管專項，實現平台UGC內容的應急下線能力；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；持續維護敏感詞詞庫，針對新增敏感詞進行持續追蹤和更新；通過敏感節點防控機制，重點防控節日等敏感節點的內容安全。

我們持續強化僱員UGC內容管理能力，打造商戶內容合規文化。我們通過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，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 (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)沿用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，並引入基於視頻的核實手段，強化POI的真實性。持續提升POI反作弊識別能力並擴大應用範圍，對不當及違法POI進行篩選和過濾；(ii)持續通過各類渠道收集被投訴、舉報的POI內容，對其進行統一的修改審查及整治；(iii)維持與監管機構間的充分溝通，並根據監管要求完善POI管理；及(iv)提供防控虛假POI等方面的專項培訓，組織相關崗位僱員參加考試，考核其POI管理能力。對實際過程中POI管理不達預期的僱員，進行持續跟進輔導。

2023年，我們升級了POI信息反饋入口和通路，降低了用戶、商戶反饋門檻，並設專員及時跟進解決用戶、商戶提出的POI相關問題。我們根據信息反饋進行數據修正和產品迭代，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，不斷完善內部制度及管理體系，提升在反舞弊方面的風險防範及管理能力。在公司內部，我們培育廉正文化，營造風清氣正、陽光公平的職場環境。針對外部合作，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

我們制定《陽光職場行為規範》《廉正管理責任制度》等制度，規範公司廉正行為要求，明確管理者應對僱員舞弊行為承擔管理責任，體現「正直誠信」的底線要求。

我們設立陽光委員會，由公司事務平台負責人任主席、相關職能部門負責人擔任秘書長，負責引領公司腐敗治理和制度機制建設、貪腐案件查處、廉正文化建設工作。陽光委員會以《陽光委員會工作規範》《廉正框架體系暨陽光委員會運營機制》等指引為工作基礎，獨立向公司高級管理團隊匯報工作。陽光委員會的具體職責主要包括：

- 制定並修改完善公司職業行為制度體系，實施廉正方略，全面識別並防範廉正風險。
- 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；受理僱員對違紀處理意見的申訴，並做出決定。
- 統籌建立舉報平台、調查處置平台、裁決平台等公司內部廉正事項管理平台。
- 搭建公司廉正文化體系，持續深化廉正文化建設。

我們對僱員內外部交流合作過程中所涉及到的貪腐風險點進行梳理，全面監控舞弊行為，對舞弊行為採取「零容忍」態度，對違規行為按照規章制度嚴肅處理。2023年，陽光委員會在商品採購、服務採購、產品零配件採購、重大商務合作等關鍵領域着力推進舞弊腐敗的全鏈條治理，全年共協助公安機關立案偵辦涉嫌犯罪的內外部人員共93人。



環境、社會及管治報告

我們結合實際情況，參考「三線模型」構建多邊聯動、全員覆蓋的風險管理系統，降低舞弊風險。有關該風險管理系統的內容建議與本年報所載「風險管理及內部控制－風險管理組織架構」章節一併閱讀。

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。

我們協同各部門推進廉正文化共建，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。2023年，我們組織廉正講師798人，開展廉正培訓或制度宣貫701場，共計101,024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39場。

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，如：2023年，我們組織多種形式的全員宣貫及承諾活動，以提升僱員禮品申報意識，累計6,977名僱員參與活動並進行禮品的主動申報。

自2017年起，我們連續七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

我們建立陽光申報平台，引導僱員主動進行禮品收受、利益衝突等事項申報。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。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。設立「全覆蓋、無遺漏、高效率、必反饋」的舉報線索處置規範，並通過舉報人保護制度嚴格保護舉報人信息。公司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。

2023年，我們收到7起貪腐案件的偵辦處理和訴訟結果，查處涉案僱員7人已全部移送公安機關處理，且以上涉事人員均被依法判決。我們已與以上僱員依照《陽光職場行為規範》解除勞動關係，並建立案件複盤機制，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》《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》及《金融機構洗錢和恐怖融資風險評估及客戶分類管理指引》等反洗錢相關法律法規，對《客戶盡職調查管理辦法》等內部管理制度進行更新修訂，新增《反洗錢強化盡職調查操作指引》，優化完善反洗錢制度體系，切實履行大額和可疑交易報告義務。同時，我們制定《產品洗錢風險評估管理辦法》，明確產品及服務中洗錢風險評估的標準和流程。

我們遵照監管要求，在多個部門設置反洗錢相關崗位，對反洗錢工作進行精細化管理，持續加強反洗錢工作隊伍專業配置，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)在風險管理部門配備可疑交易監測運營專職崗位、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。



環境、社會及管治報告

我們在洗錢風險管理的各個重點層面加強管控，持續提升反洗錢監測和管理能力。在客戶盡職調查層面，我們遵循「了解你的客戶」和「風險為本」原則，通過完善客戶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，並結合官方授權的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，我們細化識別場景、優化風險評級模型，區別新增客戶和存量客戶風險等級指標。在強化盡職調查階段，我們優化高風險客戶盡職調查機制，完善後續管控措施。在洗錢及恐怖融資風險監測甄別層面，我們升級可疑交易監測模型，迭代名單掃描匹配邏輯，力求提升監測有效性及準確性。

我們高度重視提升僱員及合作商戶的洗錢風險防範意識和知識儲備，在公司內外部開展反洗錢文化建設工作。公司內部，我們制定《反洗錢培訓與宣傳管理制度》，明確反洗錢培訓內容、形式、頻次等。培訓均由反洗錢管理部門組織及授課，主題包括反洗錢核心義務、典型洗錢案例等。2023年，我們每月推出一期反洗錢培訓，培訓對象覆蓋公司管理層、反洗錢專崗人員、反洗錢協同方及外部公眾，我們每雙周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。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，在各營業場所、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。

2023年，我們積極與中國人民銀行進行溝通，匯報反洗錢工作經驗及難點，配合各項調研；定期拜訪數字貨幣研究所，交流行業發展趨勢。我們開展「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，積極參與行業協會組織的各項研討座談會，與同業機構就電信詐騙、新型洗錢手法等展開交流。



環境、社會及管治報告

社區投資

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，通過多種途徑賦能零售業的發展，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」模式為定位，旨在向慈善組織提供均等化、精準化信息發佈和籌款服務，為公眾搭建安全、高效、便捷的公益捐贈渠道。

公益活動

面向公眾，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。我們通過自主研發的善款追蹤系統，向愛心網友、商家反饋捐贈的拼地板鋪設的具體情況，包括幼兒園名稱及所在操場的行列位置。截至2023年底，美团鄉村兒童操場在63.8萬家公益商家、47.4萬名愛心網友的共同支持下，已累計建成1,276座操場，覆蓋貴州、雲南、西藏、青海等29個省、自治區，18.9萬名鄉村兒童直接受益。

面向內部，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。

- 公益月捐計劃：倡導僱員每人每天捐出1元錢，幫助騎手子女。截至2023年底，共超過3.6萬名美团僱員加入公益月捐活動，累計為「袋鼠寶貝公益計劃」捐贈約人民幣2,230.9萬元，幫助560名騎手的大病子女。
- 陽光義賣：對陽光職場申報的各類禮品，我們以公益售賣的形式將所得收入全部捐贈用於公益項目。2023年，陽光義賣所得善款共用於捐建3座鄉村兒童操場。
- 公益活動：僱員可通過參與衣物捐贈、水瓶回收等方式支持環保，也可通過讀書打卡、創作公益作品進行慈善拍賣等方式支持公益項目，還可參與獻血、公益沙龍等公益活動。





應急救援

2023年，我們積極應對突發公共衛生和自然災害事件，發揮業務能力，聯結各方力量，保障社會民生、助力穩定社會就業、促進經濟復甦，履行企業社會責任。

- 災害援助：美团公益基金會捐贈人民幣**3,000**萬元馳援京津冀暴雨災情，用於支持保障受災地區的救援與災後安置。為保證受災地區居民日常所需，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及地區運營經驗，增加備貨和運力，保障災害期間日常物資的配送效率和供應。
- 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，助力保障居民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。
- 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。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。2023年，甘肅省積石山縣發生地震災情後，我們第一時間保障災後醫療用品物資供應，建立相關醫療團隊保證受災地區居民的健康安全。同時，我們上線心理義診專區，幫助受災地區居民減輕因災後應激而產生的心理創傷。
- 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，參與災後生活保障工作。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，保障商戶正常運營；為受災餐飲商戶提供消毒工具，保證復工環境衛生清潔。我們在災區為群眾提供免費充電寶充電服務，幫助受災群眾及時與親人和救援人員取得聯繫。此外，我們為因災害導致停業的商家提供歇業保護，歇業保護期間門店的評分、排名等數據均不受影響。營業恢復後，我們為商家提供流量扶持，協助其獲得訂單。



環境、社會及管治報告

無障礙優化

我們作為生活服務平台，積極發揮業務特色，主動提升信息無障礙水平，致力成為服務殘障人士、弱勢群體等特殊人群日常生活的重要工具，為其提供和創造就業、創業的重要渠道。

我們專門成立無障礙體驗治理專項小組，以協助特殊群體享受數字生活便利為目標，開展多項無障礙管理和優化舉措，包括：(i)開展無障礙化專項培訓。在無障礙改造工作中為僱員提供國際標準解讀、自測及驗收方法分享等主題性培訓；(ii)持續提升僱員意識。探索無障礙自動化測試工具的研發與應用，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)優化產品功能。主動傾聽視障人群訴求，開展視障人群需求探索及體驗優化研究，明確視障人群對產品功能的需求及改善期待。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」及「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，提升使用體驗。如：我們開發「瑩瑩手環」實現聽障咖啡師無障礙接单；及(iv)幫扶特殊群體經營門店。我們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和標準化的互聯網經營培訓。2023年，我們共協助近7,000家盲人商戶實現數字化經營，吸引線上客流、降低經營成本、改善店舖服務。

適老化升級

我們積極響應並落實《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，成立「適老服務」產品研發小組，基於老年人實際需求，持續優化產品功能，改善和提升老年用戶的數字化服務體驗。

我們提供了「4+4」全場景的適老化生活服務，從線上操作優化、線下助老服務兩個維度展開具體工作。線上操作優化層面，我們優化美团外賣「長輩版」、大眾點評「長輩版」、一鍵打車、語音外賣四大產品的操作界面或產品功能，便於老年人使用；線下助老服務層面，我們積極推動美团「社區青年志願服務站」助老行動、優選孝心單、景區適老愛心改造、上海數字體驗官四大專項行動，將「適老化」貫徹到老年人生活服務的各個方面。



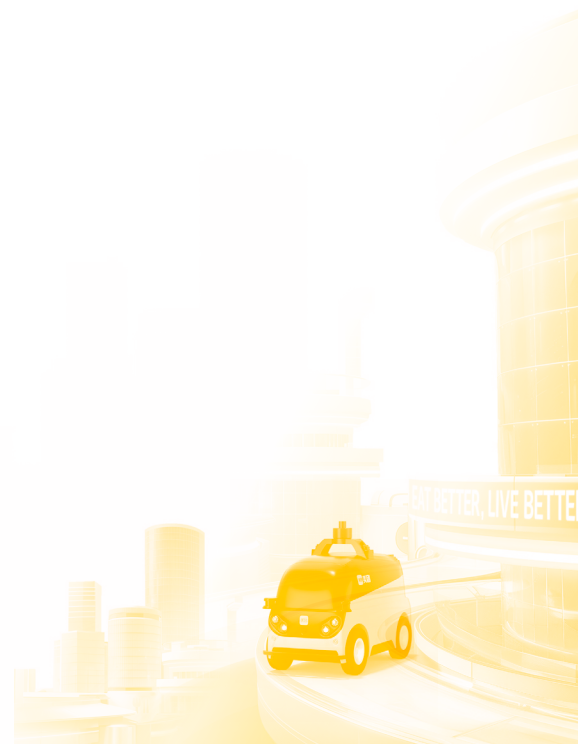
鄉村振興

2023年，面對國家鄉村振興戰略的新部署、新要求，我們發揮數字化技術和人才優勢，將鄉村產業振興和人才振興與公司業務緊密結合，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，將科技創新用於農產品生產、流通、銷售等各個環節，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發展：

- 商品端：在全國範圍推廣特色品質農產品。結合農產品上市的時令時節，我們推出「本地尖貨」系列活動，拓寬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，我們縮短農產品供應鏈條，促進本地就業和本地農業品牌發展。我們還加強與產地政府部門間的合作，推出「農鮮直採」計劃，加大優質農產品源頭直採力度。
- 銷售端：充分發揮零售平台優勢，為農產品提供更多曝光機會和流量。2023年農民豐收節期間，我們聯動超130萬平台商戶，開展線上生鮮農產品及米面糧油促銷專題活動，增加農民收入。我們還積極參與多個省市政府組織的產銷對接活動，助力當地農產品在全國範圍內銷售。



環境、社會及管治報告

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，通過農產品供應商培訓、推動新業態發展以發揮企業在鄉村人才培養和促進就業的作用：

- 農產品供應商培訓：我們積極嘗試將專業能力幫扶與產業幫扶相結合，啟動和升級「產地優質農產品供應商培訓」，針對農產品供應過程中的關鍵環節，提供主題培訓以提升農產品產地流通組織化、集約化、標準化水平。截至2023年底，我們已培訓超過2,000名優質農產品供應商。
- 新業態就業：我們持續推動新業態帶動就業，拓寬鄉村就業渠道，為鄉村居民增收創造新機會和空間。以外賣騎手為代表的就業形態已成為國家重點幫扶縣勞動者就業的重要選擇。

服務零售業賦能與發展

我們關注服務零售業整體素質提升，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》等政策，打造服務零售業人才大本營。我們設立餐飲、外賣、酒店、美業、民宿等多個培訓中心，滿足服務零售業從業者的學習與認證需求，助力服務零售業人才培養。

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，為服務零售業從業者開展數字化能力培訓。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。更多內容請參閱本報告「提供騎手發展賦能項目」章節。我們幫助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。截至2023年底，我們為十餘萬餐飲行業從業者提供免費的外賣運營課程，並幫助約12,000位從業者獲得「外賣運營師」證書。

在酒店行業，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2023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，報考酒店收益專業學生數量近700人。



支持實體經濟發展

2023年，我們繼續致力於構建共生共榮的外賣生態，迭代升級繁盛計劃，推出繁盛計劃2.0版本，重點支持「一老一新」餐飲企業實現數字化轉型發展。對於新店入駐，我們推出「商家上線綠色通道」「新商家流量幫扶」和「新商家外賣管家幫扶」，投入補貼支持新商戶，為新店成長、首店經濟保駕護航。對於老店煥新，我們開展「中華老字號」專項工作，從「產品服務、營銷模式、運營管理、宣傳推廣」四大方面，持續推動老字號數字化創新發展：

- 產品服務：持續拓展老字號品牌線上點亮範圍，為「中華老字號」品牌加上專屬標籤。截至2023年底，我們已完成覆蓋全國29個省份的138個餐飲老字號品牌貼標工作。
- 營銷模式：推出多種內容營銷工具，為老字號品牌打造多維度宣傳矩陣。我們聯動北京、上海、深圳、西安四地開啟外賣直播老字號中秋專場活動，幫助老字號品牌實現增收。
- 運營服務：通過整合平台資源，我們提供專屬服務包，如：免費外賣管家服務、品牌推廣、即時零售體系等一攬子數字化升級服務。
- 宣傳推廣：積極參與商務部老字號嘉年華促消費活動，充分挖掘老字號品牌在節日期間的促銷潛力，幫助其拓寬銷售渠道。

我們充分發揮平台商家、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，激發用戶線下消費意願，提升實體商戶交易規模，助力城市經濟發展。此外，我們還將該項目在本地生活直播中推廣，拉動本地消費、促進消費券核銷、帶動消費者在本地實體商戶用券消費，對本地消費起到全方位提振作用。



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」)截至二零二三年十二月三十一日止年度的環境、社會及管治報告(「二零二三年環境、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

截至二零二三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>排放物</p> <p>— 總部屬性職場</p> <ul style="list-style-type: none"> • 溫室氣體排放總量(噸) • 人均溫室氣體排放量(噸/僱員) • 每平方米樓面溫室氣體排放量(噸/平方米) • 有害廢棄物總量(噸) • 人均有害廢棄物(噸/僱員) • 無害廢棄物總量(噸) • 人均無害廢棄物(噸/僱員) <p>— 區域銷售職場</p> <ul style="list-style-type: none"> • 溫室氣體排放總量(噸) • 人均溫室氣體排放量(噸/僱員) • 每平方米樓面溫室氣體排放量(噸/平方米) • 有害廢棄物總量(噸) • 人均有害廢棄物(噸/僱員) • 無害廢棄物總量(噸) • 人均無害廢棄物(噸/僱員) <p>— 倉庫及服務站</p> <ul style="list-style-type: none"> • 溫室氣體排放總量(噸) 	<p>僱傭</p> <ul style="list-style-type: none"> • 僱員總人數 • 按性別劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> — 男 — 女 • 按年齡劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> — 年齡30歲及以下 — 年齡31歲至50歲 — 年齡50歲以上 • 按地區劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> — 中國內地 — 港澳台地區 — 其他國家及地區 • 按管理層級劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> — 管理層 — 非管理層 • 按僱傭類型劃分僱員人數 <ul style="list-style-type: none"> — 全職僱員 — 合約人員及其他 • 僱員總體流失率 • 按性別劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> — 男 — 女 • 按年齡劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> — 年齡30歲及以下 — 年齡31歲至50歲 — 年齡50歲以上 • 按地區劃分僱員流失率 <ul style="list-style-type: none"> — 中國內地 — 港澳台地區 — 其他國家及地區

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

我們的鑒證工作僅限於截至二零二三年十二月三十一日止年度的資料，與前期間有關的資料及於二零二三年環境、社會及管治報告中所包括的任何其他資料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二零二三年環境、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

由於對於非財務資料，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布的《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

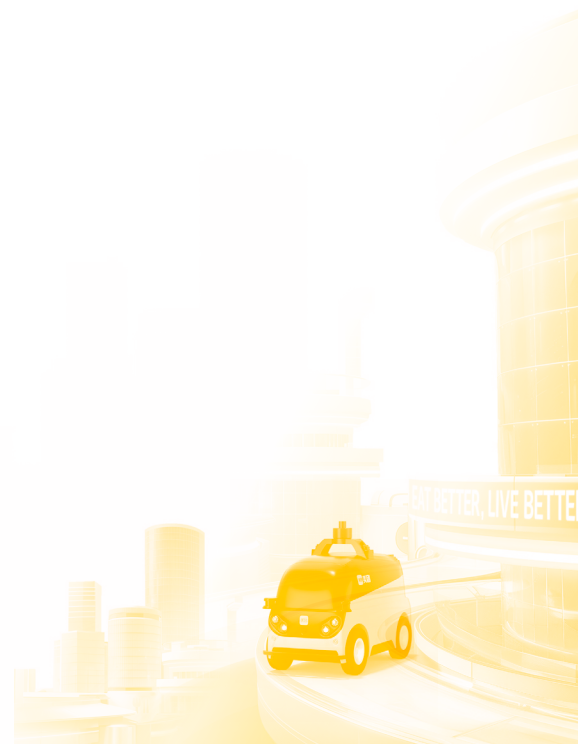
有限保證的鑒證工作包括評估貴公司使用「標準」作為編製選定環境、社會及管治數據的基礎是否合適，評估選定環境、社會及管治數據是否存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯報風險，在需要的情況下對經評估的風險作出相應的程序，並評估選定環境、社會及管治數據的整體列報。就風險評估程序（包括對內部控制的瞭解）以及針對經評估風險而執行的程序而言，有限保證的鑒證業務範圍遠小於合理保證的鑒證業務範圍。

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：

- 瞭解環境、社會及管治的管治架構；
- 對貴公司總部負責準備環境、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；
- 已瞭解收集和報告選定環境、社會及管治數據的流程；
- 對選定環境、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二零二三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。

使用限制

本報告乃為貴公司董事會而編製並僅供其使用，除此之外不得用作任何其他用途。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，二零二四年四月二十九日

