

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

美团点评

Meituan Dianping

(於開曼群島註冊成立以不同投票權控制的有限公司)
(股份代號：3690)

截至2019年9月30日止三個月 業績公告

美团点评(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司截至2019年9月30日止三個月的未經審核綜合業績。該等中期業績乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

於本公告中，「我們」指本公司。

摘要

財務概要

	未經審核				
	截至下列日期止三個月				
	2019年9月30日		2018年9月30日		同比 變動
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	
	(人民幣千元，百分比除外)				
收入	27,493,629	100.0%	19,075,999	100.0%	44.1%
毛利	9,592,284	34.9%	4,571,241	24.0%	109.8%
經營溢利／(虧損)	1,447,064	5.3%	(3,451,438)	(18.1%)	不適用
除所得稅前溢利／(虧損)	1,460,617	5.3%	(83,152,678)	(435.9%)	不適用
期內溢利／(虧損)	1,333,382	4.8%	(83,297,156)	(436.7%)	不適用
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	2,285,301	8.3%	(1,171,905)	(6.1%)	不適用
經調整溢利／(虧損)淨額	1,942,049	7.1%	(2,471,872)	(13.0%)	不適用

分部財務資料

未經審核 截至下列日期止三個月

	2019年9月30日			2018年9月30日		
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他
	(人民幣千元，百分比除外)					
收入	15,576,972	6,181,117	5,735,540	11,172,478	4,435,730	3,467,791
毛利／(損)	3,045,222	5,476,217	1,070,845	1,851,075	4,017,119	(1,296,953)
毛利／(損)率	19.5%	88.6%	18.7%	16.6%	90.6%	(37.4%)

經營數據

截至下列日期止三個月

	2019年	2018年	同比變動
	9月30日	9月30日	
	(人民幣十億元，百分比除外)		
交易金額：			
餐飲外賣	111.9	80.0	40.0%
到店、酒店及旅遊	63.9	49.3	29.4%
新業務及其他	18.8	16.4	14.9%
總計	194.6	145.7	33.6%

截至下列日期止十二個月

	2019年	2018年	同比變動
	9月30日	9月30日	
	(百萬，百分比除外)		
交易用戶數目	435.8	382.3	14.0%
活躍商家數目	5.9	5.5	8.8%

截至下列日期止十二個月

	2019年	2018年	同比變動
	9月30日	9月30日	
	(筆，百分比除外)		
每位交易用戶平均每年交易筆數	26.5	22.7	16.9%

截至下列日期止三個月

	2019年	2018年	同比變動
	9月30日	9月30日	
	(百萬，百分比除外)		
餐飲外賣交易筆數	2,469.1	1,787.5	38.1%
國內酒店間夜量	109.8	76.1	44.4%

財務表現摘要

2019年第三季度：

- 總收入由2018年同期的人民幣191億元同比增長44.1%至人民幣275億元，並由2019年第二季度的人民幣227億元環比增加21.1%。所有業務分部均錄得收入增長。
- 毛利總額由2018年同期的人民幣46億元同比增長109.8%至人民幣96億元，並由2019年第二季度的人民幣79億元環比增加20.8%。
- 銷售及營銷開支佔總收入的百分比由2018年同期的24.2%降至20.4%，較2019年第二季度的18.3%有所上升。
- 經調整EBITDA及經調整溢利淨額分別為人民幣23億元及人民幣19億元。

經營摘要

2019年第三季度：

- 我們平台的總交易金額由2018年同期的人民幣1,457億元增長33.6%至人民幣1,946億元。
- 截至2019年9月30日止十二個月，我們平台的年度交易用戶數目由截至2018年9月30日止十二個月的382.3百萬增長14.0%至435.8百萬。
- 截至2019年9月30日止十二個月，我們平台的每位交易用戶平均每年交易筆數由截至2018年9月30日止十二個月的22.7筆增長至26.5筆。
- 截至2019年9月30日止十二個月，我們平台的年度活躍商家數目由截至2018年9月30日止十二個月的5.5百萬增長8.8%至5.9百萬。
- 2019年第三季度，**整體變現率**¹由2018年同期的13.1%升至14.1%。

¹ 變現率等於年／期內收入除以年／期內交易金額。

業務回顧及展望

餐飲外賣

於2019年第三季度，我們進一步鞏固了領導地位，同時餐飲外賣業務實現穩健的經營業績。我們的餐飲外賣業務保持強勁增長勢頭。餐飲外賣業務交易金額由2018年同期的人民幣800億元增長40.0%至2019年第三季度的人民幣1,119億元。餐飲外賣訂單量由2018年同期的18億筆增加38.1%至2019年第三季度的25億筆。每筆餐飲外賣業務訂單的平均價值同比增長1.3%。2019年第三季度的餐飲外賣業務變現率同比維持穩定。因此，餐飲外賣業務收入由2018年同期的人民幣112億元同比增長39.4%至2019年第三季度的人民幣156億元。餐飲外賣業務毛利由2018年同期的人民幣19億元增長64.5%至2019年第三季度的人民幣30億元，而毛利率由16.6%上升至19.5%。雖然由於不利的天氣狀況導致毛利率環比下降2.8百分點，但我們餐飲外賣業務於2019年第三季度能夠實現正值經調整經營溢利²。

餐飲外賣業務的強勁增長是我們進一步鞏固市場領導地位、提升營運能力及優化營銷策略以促進消費者在夏季即時性消費的結果。在消費者端，餐飲外賣會員制度繼續取得令人鼓舞的成績，不僅進一步提高了目標消費者的下單頻率，亦增強了彼等對我們平台的黏性。此外，受益於健康輕食、飲品及夜宵受到年輕一代歡迎的新消費趨勢，餐飲外賣會員制度亦促進了整個夏季健康輕食、飲品及夜宵的消費。因此，於2019年第三季度，餐飲外賣交易筆數的同比增長率加速，餐飲外賣日均訂單量同比增長38.1%至26.8百萬筆。訂單量的強勁增長證明消費者的消費習慣是可以被培養的，且餐飲外賣服務的需求從長遠來看仍有巨大增長潛力。

在商家端，我們繼續探索供給側運營以推動整個行業的可持續發展，以及進一步提升我們的長期競爭優勢。例如，我們已加大力度為優選餐廳制定綜合在綫運營解決方案，幫助優質餐廳提高其餐飲外賣運營能力、客戶流量、流量轉化及留存率。因此，於2019年第三季度，該等優選餐廳產生的餐飲外賣訂單量大幅增加。此外，我們繼續優化平台產品，向餐廳提供更有用的工具提高其營銷效率。例如，我們於2019年第三季度推出在綫營銷設計工具自動為餐廳生成訂製橫幅廣告設計。

² 經調整經營溢利等於經營溢利減去各項目影響，包括以股份為基礎的補償開支、收購產生的無形資產攤銷、摩拜重組計劃的減值及撥備開支、無形資產減值、按公允價值計量且變動計入當期損益的投資的公允價值變動及其他收益淨額。

在配送端，我們繼續探索創新策略從而進一步改善我們的配送網絡運營，優化成本結構及提高配送效率。除規模經濟外，於2019年第三季度，我們通過加強在特定消費場景以及極端天氣狀況下配送服務的細分化更好地調動了我們配送能力，以更具成本效益的方式確保了用戶體驗。同時，於2019年第三季度，我們通過「717騎士節」慶典及為騎手子女推出的公益計劃繼續努力提升配送騎手的成就感及企業歸屬感。

到店、酒店及旅遊

於2019年第三季度，我們繼續鞏固了到店、酒店及旅遊業務的市場領導地位，並進一步顯示出強大的變現潛力。於2019年第三季度，到店、酒店及旅遊業務的交易金額增長加速，由2018年同期的人民幣493億元增長29.4%至2019年第三季度的人民幣639億元。變現率由9.0%同比上升至9.7%。到店、酒店及旅遊業務收入由2018年同期的人民幣44億元增長39.3%至2019年第三季度的人民幣62億元。到店、酒店及旅遊業務毛利由2018年同期的人民幣40億元增至2019年第三季度的人民幣55億元，而毛利率則由90.6%同比輕微下降至88.6%，但環比維持穩定。

我們繼續看到該分部收入的強勁增長，主要歸功於我們商家基礎進一步擴大促進了在線營銷服務收入的增長、交易類服務收入增長以及酒店預訂業務的規模加速增長。此外，於2019年第三季度，餐飲外賣業務的強勁增長進一步增加了到店、酒店及旅遊業務的用戶流量及增加了額外的交叉銷售機會。

於2019年第三季度，我們通過多元化的產品組合及更優化的廣告算法繼續激發中小本地商家未被滿足的營銷需求潛力。於2019年第三季度，該分部的活躍營銷商家數目繼續同比增長超過50%。

此外，我們進一步提升運營能力，舉辦更多推廣活動，提升我們在消費者及商家中的品牌知名度及影響力，從而推動到店業務佣金收入的強勁增長。例如，我們推出「大牌美食狂歡節」以推廣品牌餐廳的快餐及店內小食及飲品。節日期間，948個城市的124家知名餐廳品牌旗下超過60,000間店舖參與此次推廣，銷售大量冰激凌、咖啡、甜點及其他。此外，我們在平台所有品類中推出「完美七夕節」，包括到店餐飲、酒店、旅遊、美容、休閒及娛樂。此次推廣中，我們平台的餐廳預訂量較往年同期增加逾300%。節日前購物類別（包括美容院、水療及花店）以及娛樂類服務（包括出境遊及主題公園）在消費者流量及參與方面均取得顯著提升。此外，我們亦在上海舉辦「2019年親子奇妙日」活動，79個類目的100多家知名親子品牌參與此次活動，其中包括遊樂、教育、攝影、親子餐廳及玩具。

就酒店預訂業務而言，2019年第三季度，我們進一步鞏固我們的領導地位。於2019年第三季度，在我們的平台上的國內酒店消費間夜量同比增長44.4%，季度酒店間夜量首次超過1億，及日均間夜價亦同比穩步增長。2019年第三季度，我們繼續與低線城市的更多酒店開展互利合作，並加大在平台上向現有用戶交叉銷售酒店預訂服務的力度，這促使國內酒店間夜量加速增長。此外，我們於2019年4月推出的「酒店+X」活動繼續促進了高端酒店預訂業務的增長，並幫助高端酒店推廣非住宿服務，如餐廳、婚宴場地、水療中心及健身房，從而進一步加強了其收入來源。因此，於2019年第三季度，來自高端酒店的收入貢獻同比進一步增長。

新業務及其他

新業務及其他分部的收入由2018年同期的人民幣35億元增長65.4%至2019年第三季度的人民幣57億元。於2019年第三季度，新業務及其他分部的毛利為人民幣11億元，而去年同期則為負值人民幣13億元。於2019年第三季度，毛利率為18.7%，較2018年同期的負值37.4%有所改善。

於2019年第三季度，就我們的共享單車服務，我們逐步用新的美團單車替換部分舊版本單車，新的美團單車是一種新的自行車型號有美團的標誌顏色並且使用期限更長，還有用戶體驗相關的改進。此外，與2019年第二季度相比，經營虧損持續顯著收窄，主要歸因於折舊大幅減少，因為部分單車的使用期限於2019年第三季度已到期，而替換的新美團單車也有助於降低折舊。消費者須通過美團超級APP解鎖該等新單車，這有助於提升我們的品牌形象，為我們的超級APP帶來更多流量，並為交叉銷售其他本地生活服務創造更多機會。就我們的網約車服務而言，我們繼續優化位於上海及南京的自營模式運營的同時，亦在更多城市探索聚合模式。

就我們的餐飲管理系統業務而言，我們仍側重優化產品及增加優質商家的覆蓋面，以為未來商業化奠定更好的基礎。於2019年第三季度，優質商家數量同比及環比繼續增長。

就我們的食雜零售業務而言，我們繼續審慎探索，以更好地捕捉此領域的商機。就我們的自營模式美團買菜而言，我們提高了目前自營城市的倉庫密度。就我們的平台模式美團閃購而言，我們亦啟動在武漢的十個傳統農貿市場的試點項目，幫助商家將其生鮮產品庫存數字化並向其提供即時配送服務及SKU選品、定價及吸引流量的指導。同時，我們平台模式中的鮮花及醫藥等高客單價品類繼續實現強勁增長。

管理層討論及分析

2019年第三季度與2018年第三季度的比較

下表載列2019年及2018年第三季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2019年 9月30日	2018年 9月30日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	18,573,968	13,568,388
在綫營銷服務	4,409,272	2,724,333
利息收入	227,800	142,906
其他服務及銷售	4,282,589	2,640,372
	<u>27,493,629</u>	<u>19,075,999</u>
銷售成本	(17,901,345)	(14,504,758)
毛利	<u>9,592,284</u>	<u>4,571,241</u>
銷售及營銷開支	(5,614,750)	(4,622,267)
研發開支	(2,137,349)	(2,003,497)
一般及行政開支	(1,055,969)	(1,238,040)
金融資產減值虧損撥備淨額	(111,990)	(84,081)
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 投資之公允價值變動	163,615	(340,553)
其他收益淨額	611,223	265,759
經營溢利／(虧損)	<u>1,447,064</u>	<u>(3,451,438)</u>
財務收入	38,235	68,451
財務成本	(49,011)	(15,486)
可轉換可贖回優先股之公允價值變動	—	(79,755,963)
應佔以權益法入賬的投資之收益	24,329	1,758
除所得稅前溢利／(虧損)	<u>1,460,617</u>	<u>(83,152,678)</u>
所得稅開支	(127,235)	(144,478)
期內溢利／(虧損)	<u>1,333,382</u>	<u>(83,297,156)</u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,285,301	(1,171,905)
經調整溢利／(虧損)淨額	1,942,049	(2,471,872)

收入

我們的收入由2018年同期的人民幣191億元增加44.1%至2019年第三季度的人民幣275億元。該增加主要由於(i)我們平台的交易金額自2018年同期的人民幣1,457億元增至2019年第三季度的人民幣1,946億元，主要受交易用戶人數、其購買頻率及平均訂單金額增加所推動，(ii)我們到店、酒店及旅遊業務的變現率上升，及(iii)我們對新業務的探索。

按分部劃分的收入

下表載列2019年及2018年第三季度按分部劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年9月30日		2018年9月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
餐飲外賣	15,576,972	56.7%	11,172,478	58.6%
到店、酒店及旅遊	6,181,117	22.5%	4,435,730	23.3%
新業務及其他	5,735,540	20.8%	3,467,791	18.1%
總計	<u>27,493,629</u>	<u>100.0%</u>	<u>19,075,999</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣分部的收入由2018年同期的人民幣112億元增加39.4%至2019年第三季度的人民幣156億元，主要由於交易金額增加，乃由餐飲外賣用戶基礎增加以及每名用戶平均購買頻率上升導致的餐飲外賣交易數量增加，及平均訂單金額更高所推動。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2018年同期的人民幣44億元增加39.3%至2019年第三季度的人民幣62億元，主要由於(i)我們的到店及旅遊業務的活躍商家數量以及每名活躍商家的平均收入增加，及(ii)在我們的平台上的國內酒店消費間夜量增加所致。

新業務及其他分部的收入由2018年同期的人民幣35億元增加65.4%至2019年第三季度的人民幣57億元，主要是由於B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款及美團閃購服務的收入增長。

按類型劃分的收入

下表載列2019年及2018年第三季度按類型劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年9月30日		2018年9月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
佣金	18,573,968	67.6%	13,568,388	71.1%
在綫營銷服務	4,409,272	16.0%	2,724,333	14.3%
其他服務及銷售 (包括利息收入)	4,510,389	16.4%	2,783,278	14.6%
總計	<u>27,493,629</u>	<u>100.0%</u>	<u>19,075,999</u>	<u>100.0%</u>

佣金收入由2018年同期的人民幣136億元增加36.9%至2019年第三季度的人民幣186億元，主要歸功於交易金額大幅增加，尤其是在餐飲外賣業務上。

在綫營銷服務收入由2018年同期的人民幣27億元增加61.8%至2019年第三季度的人民幣44億元，主要由於在綫營銷活躍商家數量增加。

其他服務及銷售收入由2018年同期的人民幣28億元增加62.1%至2019年第三季度的人民幣45億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務及小額貸款的收入增長。

銷售成本

銷售成本由2018年同期的人民幣145億元增加23.4%至2019年第三季度的人民幣179億元。該增加是由於我們於2019年第三季度的收入有所增加，主要是餐飲外賣分部的收入強勁增長。

下表載列2019年及2018年第三季度按分部劃分的銷售成本：

未經審核
截至下列日期止三個月

	2019年9月30日		2018年9月30日	
	金額	佔總銷售 成本百分比	金額	佔總銷售 成本百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
銷售成本：				
餐飲外賣	12,531,750	70.0%	9,321,403	64.3%
到店、酒店及旅遊	704,900	3.9%	418,611	2.9%
新業務及其他	4,664,695	26.1%	4,764,744	32.8%
總計	<u>17,901,345</u>	<u>100.0%</u>	<u>14,504,758</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣分部的銷售成本由2018年同期的人民幣93億元增加34.4%至2019年第三季度的人民幣125億元，主要由於完成的餐飲外賣交易筆數增加而令我們的餐飲外賣騎手成本增加。

到店、酒店及旅遊分部的銷售成本由2018年同期的人民幣418.6百萬元增加68.4%至2019年第三季度的人民幣704.9百萬元。有關增加主要由於數據庫改進項目所涉及的物業、廠房及設備折舊以及帶寬及服務器託管費，以及網絡流量成本增加（與在綫營銷收入增長一致）。

新業務及其他分部的銷售成本由2018年同期的人民幣48億元減少2.1%至2019年第三季度的人民幣47億元，主要由於我們網約車服務中網約車司機相關成本減少及共享單車服務中物業、廠房及設備折舊減少，部分被B2B餐飲供應鏈服務增長所導致的已售貨品成本增加以及聚合支付服務增長所導致的付款處理費增加所抵銷。

毛利及毛利率

下表載列所示期間我們按分部劃分的毛利絕對金額及毛利佔收入百分比（或毛利率）：

	2019年9月30日		2018年9月30日	
	金額	佔收入百 分比	金額	佔收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
毛利／(損)：				
餐飲外賣	3,045,222	19.5%	1,851,075	16.6%
到店、酒店及旅遊	5,476,217	88.6%	4,017,119	90.6%
新業務及其他	1,070,845	18.7%	(1,296,953)	(37.4%)
總計	<u>9,592,284</u>	<u>34.9%</u>	<u>4,571,241</u>	<u>24.0%</u>

由於上述原因，我們於2019年及2018年第三季度的毛利分別為人民幣96億元及人民幣46億元。餐飲外賣業務的毛利率同比增長2.9百分點，乃由於我們已通過利用規模經濟效益提高配送網絡效率及增加在綫營銷服務的收入貢獻。到店、酒店及旅遊業務的毛利率同比減少2.0百分點，主要由於(i)數據庫改進項目所涉及的物業、廠房及設備折舊以及帶寬及服務器託管費的增加，以及(ii)增加網絡流量成本以支持在綫營銷收入增長。2019年第三季度，新業務及其他業務的毛利率轉為正值18.7%，同比改善了56.1百分點，主要由於(i)我們削減司機激勵而使網約車服務虧損收窄，(ii)共享單車服務的虧損收窄，因為大量單車達到其預計使用年限導致折舊成本大幅降低，而替換的改進後的新美團單車的使用期限延長亦降低折舊，及(iii)業務量增長令小額貸款服務收益擴大。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2018年同期的人民幣46億元增加至2019年第三季度的人民幣56億元，佔收入百分比則由24.2%降至20.4%。銷售及營銷開支增加主要由於交易用戶激勵以及員工福利開支增加。交易用戶激勵由2018年同期的人民幣15億元增至2019年第三季度的人民幣28億元，佔收入百分比同比則由7.7%升至10.1%，主要由於夏季向交易用戶支付更多激勵以支持業務增長，尤其是我們的餐飲外賣及酒店預定業務。促銷及廣告費用同比由人民幣11億元減少至2019年第三季度的人民幣605.8百萬元，主要由於我們大力探索更有效的營銷渠道。僱員福利開支同比由2018年同期的人民幣15億元增至人民幣16億元，是由於我們的銷售及營銷人員的平均薪資及福利有所增加。

研發開支

我們的研發開支由2018年同期的人民幣20億元增至2019年第三季度的人民幣21億元，佔收入百分比則由10.5%降至7.8%，主要由於平均薪資及福利增加令僱員福利開支增加。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2018年同期的人民幣12億元減至2019年第三季度的人民幣11億元，佔收入百分比則由6.5%降至3.8%。一般及行政開支減少主要由於僱員福利開支由2018年同期的人民幣762.0百萬元減至2019年第三季度的人民幣706.1百萬元。2019年第三季度的專業服務費同比減少人民幣55.4百萬元，是由於2018年同期發生的與我們首次公開發售有關的專業服務費。

金融資產減值虧損撥備淨額

我們的金融資產減值虧損撥備淨額由2018年同期的人民幣84.1百萬元增至2019年第三季度的人民幣112.0百萬元，主要由於小額貸款業務發展致使貸款虧損撥備有所增加。

按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資之公允價值變動

我們於2019年第三季度的按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資之公允價值變動同比增加人民幣504.2百萬元至人民幣163.6百萬元，主要由於2018年第三季度所投項目的公允價值虧損。

其他收益淨額

我們於2019年第三季度的其他收益淨額為收益人民幣611.2百萬元，而2018年同期的其他收益淨額則為收益人民幣265.8百萬元。其他收益淨額增加主要由於初始期限超過三個月的定期存款和理財產品的投資收益由2018年同期的人民幣104.9百萬元增至2019年第三季度的人民幣401.7百萬元。

經營溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第三季度的經營溢利為人民幣14億元，而2018年同期則為經營虧損人民幣35億元。

可轉換可贖回優先股的公允價值變動

由於我們於2018年9月完成首次公開發售，2019年第三季度的可轉換可贖回優先股的公允價值變動為零，而2018年同期則為虧損人民幣798億元。

除所得稅前溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第三季度的除所得稅前溢利為人民幣15億元，而2018年同期則為除所得稅前虧損人民幣832億元。

所得稅開支

於2019年第三季度我們錄得所得稅開支人民幣127.2百萬元，與2018年同期的所得稅開支持平。

期內溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第三季度的溢利為人民幣13億元，而於2018年第三季度則為虧損人民幣833億元。

2019年第三季度與2019年第二季度比較

下表載列2019年第三季度與2019年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2019年 9月30日	2019年 6月30日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	18,573,968	15,429,574
在綫營銷服務	4,409,272	3,632,236
利息收入	227,800	201,883
其他服務及銷售	4,282,589	3,439,444
	27,493,629	22,703,137
銷售成本	(17,901,345)	(14,762,502)
毛利	9,592,284	7,940,635
銷售及營銷開支	(5,614,750)	(4,149,110)
研發開支	(2,137,349)	(2,032,330)
一般及行政開支	(1,055,969)	(1,038,298)
金融資產減值虧損撥備淨額	(111,990)	(138,711)
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 投資之公允價值變動	163,615	(323,651)
其他收益淨額	611,223	854,043
經營溢利	1,447,064	1,112,578
財務收入	38,235	21,541
財務成本	(49,011)	(50,115)
應佔以權益法入賬的投資的收益	24,329	17,848
除所得稅前溢利	1,460,617	1,101,852
所得稅開支	(127,235)	(226,024)
期內溢利	1,333,382	875,828
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,285,301	2,330,809
經調整溢利淨額	1,942,049	1,493,546

收入

我們的收入由2019年第二季度的人民幣227億元增加21.1%至2019年第三季度的人民幣275億元。該增加主要由於(i)我們平台的交易金額自2019年第二季度的人民幣1,592億元增至2019年第三季度的人民幣1,946億元，乃主要受交易用戶數目、其購買頻率及平均訂單金額上升所推動及(ii)我們對新業務的探索。

按分部劃分的收入

下表載列於2019年第三季度及2019年第二季度按分部劃分的收入(以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示)：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年9月30日		2019年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
餐飲外賣	15,576,972	56.7%	12,844,720	56.6%
到店、酒店及旅遊	6,181,117	22.5%	5,245,308	23.1%
新業務及其他	5,735,540	20.8%	4,613,109	20.3%
總計	<u>27,493,629</u>	<u>100.0%</u>	<u>22,703,137</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣分部的收入由2019年第二季度的人民幣128億元增加21.3%至2019年第三季度的人民幣156億元，主要由於交易金額增加，此乃由客戶外出就餐意願下降及向客戶提供的夏季獎勵增加所導致的餐飲外賣交易筆數增加所推動。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2019年第二季度的人民幣52億元增加17.8%至2019年第三季度的人民幣62億元，主要由於(i)我們的到店及旅遊業務的活躍商家數量以及每名活躍商家的平均收入增加，及(ii)在我們的平台上的國內酒店消費間夜量增加。

新業務及其他分部的收入由2019年第二季度的人民幣46億元增加24.3%至2019年第三季度的人民幣57億元。該增加貢獻主要來自共享單車服務、小額貸款及B2B餐飲供應鏈服務。

按類型劃分的收入

下表載列於2019年第三季度及2019年第二季度按類型劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年9月30日		2019年6月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
佣金	18,573,968	67.6%	15,429,574	68.0%
在綫營銷服務	4,409,272	16.0%	3,632,236	16.0%
其他服務及銷售 (包括利息收入)	4,510,389	16.4%	3,641,327	16.0%
總計	<u>27,493,629</u>	<u>100.0%</u>	<u>22,703,137</u>	<u>100.0%</u>

佣金收入由2019年第二季度的人民幣154億元增加20.4%至2019年第三季度的人民幣186億元，主要歸功於交易金額大幅增加，尤其是在餐飲外賣業務上。

在綫營銷服務收入由2019年第二季度的人民幣36億元增加21.4%至2019年第三季度的人民幣44億元，主要由於在綫營銷活躍商家數量增加。

其他服務及銷售收入由2019年第二季度的人民幣36億元增加23.9%至2019年第三季度的人民幣45億元，主要由於小額貸款、B2B餐飲供應鏈服務及共享單車服務的需求有所增加。

銷售成本

銷售成本由2019年第二季度的人民幣148億元增加21.3%至2019年第三季度的人民幣179億元。該增加歸功於我們於2019年第三季度的收入有所增加，特別是餐飲外賣分部的收入錄得強勁增長。

下表載列於2019年第三季度及2019年第二季度按分部劃分的銷售成本：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年9月30日		2019年6月30日	
	金額	佔總銷售 成本百分比	金額	佔總銷售 成本百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
銷售成本：				
餐飲外賣	12,531,750	70.0%	9,984,444	67.6%
到店、酒店及旅遊	704,900	3.9%	586,041	4.0%
新業務及其他	4,664,695	26.1%	4,192,017	28.4%
總計	<u>17,901,345</u>	<u>100.0%</u>	<u>14,762,502</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣分部的銷售成本由2019年第二季度的人民幣100億元增加25.5%至2019年第三季度的人民幣125億元，主要由於餐飲外賣交易筆數及向騎手支付的夏季獎勵增加而令餐飲外賣騎手成本增加。

到店、酒店及旅遊分部的銷售成本由2019年第二季度的人民幣586.0百萬元增加20.3%至2019年第三季度的人民幣704.9百萬元。有關增加主要由於網絡流量成本及付款處理費增加所致。

新業務及其他分部的銷售成本由2019年第二季度的人民幣42億元增加11.3%至2019年第三季度的人民幣47億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務增長所引致的已售貨品成本增加，部分被共享單車業務中物業、廠房及設備折舊減少所抵銷。

毛利及毛利率

下表載列所示期間我們按分部劃分的毛利絕對金額及毛利佔收入百分比(或毛利率)：

未經審核				
截至下列日期止三個月				
2019年9月30日			2019年6月30日	
金額	佔收入 百分比		金額	佔收入 百分比
(人民幣千元，百分比除外)				
毛利：				
餐飲外賣	3,045,222	19.5%	2,860,276	22.3%
到店、酒店及旅遊	5,476,217	88.6%	4,659,267	88.8%
新業務及其他	1,070,845	18.7%	421,092	9.1%
總計	9,592,284	34.9%	7,940,635	35.0%

由於上述原因，我們於2019年第三季度及2019年第二季度的毛利分別為人民幣96億元及人民幣79億元。餐飲外賣業務的毛利率環比下降2.8百分點，乃由於季節性影響，即我們因夏季高溫天氣而支付更多騎手激勵。到店、酒店及旅遊業務的毛利率環比保持相對穩定。新業務及其他業務的毛利率環比改善了9.6百分點，主要由於(i)共享單車服務虧損收窄(此乃由於若干單車的使用期限到期而使折舊費用減少)，及(ii)業務量增長令小額貸款服務收益擴大。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019年第二季度的人民幣41億元增加至2019年第三季度的人民幣56億元，佔收入百分比由18.3%升至20.4%。銷售及營銷開支增加主要由於交易用戶激勵增加及促銷及廣告開支增加。交易用戶激勵由2019年第二季度的人民幣17億元增至2019年第三季度的人民幣28億元，是由於我們支付更多的用戶補貼支持業務增長，尤其是餐飲外賣及酒店預訂業務。促銷及廣告費用由2019年第二季度的人民幣417.1百萬元增加至2019年第三季度的人民幣605.8百萬元，是由於夏季舉辦更多的促銷活動所致。

研發開支

我們的研發開支由2019年第二季度的人民幣20億元增加至2019年第三季度的人民幣21億元。該增加主要由於僱員福利開支增加。

一般及行政開支

2019年第三季度，我們的一般及行政開支為人民幣11億元，環比保持平穩，佔收入百分比則環比由4.6%降至3.8%。

金融資產減值虧損撥備淨額

2019年第三季度，我們的金融資產減值虧損撥備淨額由2019年第二季度的人民幣138.7百萬元減少至人民幣112.0百萬元，佔收入百分比環比減少0.2百分點至0.4%，主要是由於我們加強了信用管理。

按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資之公允價值變動

我們於2019年第三季度的按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資之公允價值變動較2019年第二季度增加人民幣487.3百萬元，主要由於我們某些投資產生公允價值收益。

其他收益淨額

我們於2019年第三季度的其他收益淨額為收益人民幣611.2百萬元，而2019年第二季度的其他收益淨額為收益人民幣854.0百萬元。其他收益淨額減少主要由於2019年第二季度重新計量投資及出售投資的收益分別為人民幣176.9百萬元及人民幣160.9百萬元。

經營溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第三季度的經營溢利為人民幣14億元，而2019年第二季度的經營溢利為人民幣11億元。

除所得稅前溢利／(虧損)

主要由於上述原因，我們於2019年第三季度的除所得稅前溢利為人民幣15億元，而2019年第二季度的除所得稅前溢利為人民幣11億元。

所得稅開支

於2019年第三季度我們錄得所得稅開支人民幣127.2百萬元，較2019年第二季度的所得稅開支人民幣226.0百萬元減少人民幣98.8百萬元，主要是由於若干實體的溢利狀況變動，確認先前未確認的暫時差額所產生的遞延稅項資產。

期內溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第三季度的溢利為人民幣13億元，而於2019年第二季度則為溢利人民幣875.8百萬元。

非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量的對賬情況

為補充我們根據國際財務報告準則編製及呈列的綜合業績，我們亦採用經調整EBITDA及經調整溢利／(虧損)淨額作為額外財務計量，而該額外財務計量並非由國際財務報告準則所規定以及根據國際財務報告準則進行呈列。我們認為，通過消除我們的管理層認為並非表示我們經營表現的項目(如若干非現金項目及若干投資交易)的潛在影響，該等非國際財務報告準則計量有助於比較各期間及公司間的經營表現。將該等非國際財務報告準則計量作為一種分析工具使用存在局限性，任何人士不應將有關計量視為獨立於我們根據國際財務報告準則所呈報之經營業績或財務狀況或將其視作可用於分析有關經營業績或財務狀況之替代工具。此外，該等非國際財務報告準則財務計量的定義可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同。

下表載列2019年及2018年第三季度及2019年第二季度的非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最接近計量的對賬情況。

未經審核			
截至下列日期止三個月			
	2019年 9月30日	2018年 9月30日	2019年 6月30日
	(人民幣千元)		
期內溢利／(虧損)	1,333,382	(83,297,156)	875,828
調整項目：			
可轉換可贖回優先股的公允價值變動	-	79,755,963	-
以股份為基礎的薪酬開支	537,169	539,632	515,501
投資之公允價值(收益)／虧損 ⁽¹⁾	(163,615)	340,553	278,157
出售投資及附屬公司之虧損／ (收益) ⁽²⁾	2,222	542	(160,884)
重新計量投資所得(收益) ⁽³⁾	-	-	(176,880)
收購產生的無形資產攤銷	165,547	196,509	165,548
摩拜重組計劃的減值及撥備開支	85,759	-	(5,124)
對非國際財務報告準則調整的所得稅 影響 ⁽⁴⁾	(18,415)	(7,915)	1,400
經調整溢利／(虧損)淨額	1,942,049	(2,471,872)	1,493,546
調整項目：			
所得稅開支，對非國際財務報告準則調 整的所得稅影響除外	145,650	152,393	224,624
應佔以權益法入賬的投資之(收益)	(24,329)	(1,758)	(17,848)
財務收入	(38,235)	(68,451)	(21,541)
財務成本	49,011	15,486	50,115
其他(收益)，與公允價值變動、出售 及重新計量投資及附屬公司有關的 (收益)／虧損除外	(613,445)	(266,301)	(470,785)
軟件及其他攤銷	131,037	125,338	131,093
物業、廠房及設備折舊 ⁽⁵⁾	693,563	1,343,260	941,605
經調整EBITDA	2,285,301	(1,171,905)	2,330,809

- (1) 指投資之公允價值變動產生的收益或虧損，包括(i)按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資之公允價值變動及(ii)攤薄收益。
- (2) 指出售投資及附屬公司產生的收益或虧損。
- (3) 先前分類為以權益法入賬的投資的一項投資所附帶的若干合約權利已發生變更，故我們於2019年第二季度重新計量該項投資及獲得人民幣176.9百萬元的收益，並將該項投資重新指定為按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。
- (4) 指非國際財務報告準則調整的所得稅影響。
- (5) 因採納國際財務報告準則第16號租賃，2019年第三季度，物業、廠房及設備折舊人民幣693.6百萬元，包括使用權資產折舊人民幣192.8百萬元，而2019年第二季度物業、廠房及設備折舊人民幣941.6百萬元，包括使用權資產折舊人民幣202.5百萬元。該項開支於先前年度被確認為租金、設施及公共事業費。

流動資金及資本資源

我們以往主要通過股東的出資以及透過發行和出售股本證券融資來滿足我們的現金需求。截至2019年9月30日，我們的現金及現金等價物和短期投資分別為人民幣151億元及人民幣461億元。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	未經審核 截至2019年 9月30日止三個月 (人民幣千元)
經營活動所得現金淨額	2,609,272
投資活動所得現金淨額	2,184,297
融資活動所得現金淨額	<u>43,065</u>
現金及現金等價物的增加淨額	4,836,634
期初現金及現金等價物	10,237,250
計入分類為持作出售資產的現金及現金等價物	(32,635)
現金及現金等價物匯率變動收益	<u>98,572</u>
期末現金及現金等價物	<u><u>15,139,821</u></u>

經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金淨額主要包括我們期內溢利及非現金項目，根據營運資本的變動進行調整。

2019年第三季度，經營活動所得現金淨額為人民幣26億元，主要歸因於除所得稅前溢利人民幣15億元，根據以下方面進行調整：(i)非現金項目，主要包括人民幣990.1百萬元的折舊及攤銷；及(ii)營運資金變動，主要包括預收交易用戶款項增加人民幣11億元、其他應付款項及應計費用增加人民幣661.9百萬元及貿易應付款項增加人民幣653.7百萬元，部分被應付商家款項減少人民幣13億元及預付款項、按金及其他資產增加人民幣692.9百萬元及貿易應收款項增加人民幣204.9百萬元所抵銷。

投資活動所得現金淨額

2019年第三季度，投資活動所得現金淨額為人民幣22億元，乃主要由於對初始期限超過三個月的定期存款以及理財產品的投資減少淨額人民幣33億元，部分被業務合併付款人民幣743.5百萬元、購買物業、廠房及設備人民幣468.4百萬元及購買使用權益法計量以及公允價值計量的投資人民幣251.1百萬元所抵銷。

融資活動所得現金淨額

2019年第三季度，融資活動所得現金淨額為人民幣43.1百萬元，主要歸因於借款人民幣900.0百萬元，部分被償還借款人民幣760.0百萬元及支付財務成本人民幣44.4百萬元所抵銷。

資本負債比率

截至2019年9月30日，我們的資本負債比率為約4.5%，乃按借款總額除以本公司權益持有人應佔總權益計算。

財務資料

簡明綜合收益表

	未經審核		
	截至下列日期止三個月		
	2019年 9月30日	2018年 9月30日	2019年 6月30日
	(人民幣千元)		
收入			
佣金	18,573,968	13,568,388	15,429,574
在綫營銷服務	4,409,272	2,724,333	3,632,236
利息收入	227,800	142,906	201,883
其他服務及銷售	4,282,589	2,640,372	3,439,444
	<u>27,493,629</u>	<u>19,075,999</u>	<u>22,703,137</u>
銷售成本	(17,901,345)	(14,504,758)	(14,762,502)
毛利	<u>9,592,284</u>	<u>4,571,241</u>	<u>7,940,635</u>
銷售及營銷開支	(5,614,750)	(4,622,267)	(4,149,110)
研發開支	(2,137,349)	(2,003,497)	(2,032,330)
一般及行政開支	(1,055,969)	(1,238,040)	(1,038,298)
金融資產減值虧損撥備淨額	(111,990)	(84,081)	(138,711)
按公允價值計量且其變動計入當期 損益的投資之公允價值變動	163,615	(340,553)	(323,651)
其他收益淨額	611,223	265,759	854,043
經營溢利／(虧損)	<u>1,447,064</u>	<u>(3,451,438)</u>	<u>1,112,578</u>
財務收入	38,235	68,451	21,541
財務成本	(49,011)	(15,486)	(50,115)
可轉換可贖回優先股的公允價值 變動	–	(79,755,963)	–
應佔以權益法入賬的投資的收益	24,329	1,758	17,848
除所得稅前溢利／(虧損)	<u>1,460,617</u>	<u>(83,152,678)</u>	<u>1,101,852</u>
所得稅開支	(127,235)	(144,478)	(226,024)
期內溢利／(虧損)	<u>1,333,382</u>	<u>(83,297,156)</u>	<u>875,828</u>

未經審核
截至下列日期止三個月

	2019年 9月30日	2018年 9月30日	2019年 6月30日
	(人民幣千元)		
以下人士應佔期內溢利／(虧損)：			
本公司權益持有人	1,335,202	(83,295,010)	877,415
非控股權益	(1,820)	(2,146)	(1,587)
	1,333,382	(83,297,156)	875,828

簡明綜合財務狀況表

	未經審核 截至2019年 9月30日	經審核 截至2018年 12月31日
	(人民幣千元)	
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	4,900,374	3,978,815
無形資產	32,997,822	33,876,004
遞延稅項資產	541,949	445,041
採用權益法列賬的投資	2,235,729	2,103,403
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產	7,133,469	6,241,972
預付款項、按金及其他資產	746,055	866,884
	<u>48,555,398</u>	<u>47,512,119</u>
流動資產		
存貨	302,425	400,244
貿易應收款項	783,566	466,340
預付款項、按金及其他資產	11,080,722	9,064,945
短期投資	46,053,824	41,829,964
受限制現金	5,779,041	4,256,120
現金及現金等價物	15,139,821	17,043,692
分類為持作出售資產	177,103	88,087
	<u>79,316,502</u>	<u>73,149,392</u>
總資產	<u><u>127,871,900</u></u>	<u><u>120,661,511</u></u>
權益		
股本	389	384
股份溢價	260,119,515	258,284,687
其他儲備	(4,476,218)	(5,741,347)
累計虧損	(165,258,550)	(166,039,390)
	<u>90,385,136</u>	<u>86,504,334</u>
本公司權益持有人應佔權益	90,385,136	86,504,334
非控股權益	404	5,438
	<u>90,385,540</u>	<u>86,509,772</u>

未經審核 截至2019年 9月30日	經審核 截至2018年 12月31日
--------------------------	--------------------------

(人民幣千元)

負債

非流動負債

遞延稅項負債	1,405,853	1,195,869
遞延收入	454,890	624,999
借款	937,043	470,056
租賃負債	1,035,786	—
其他非流動負債	122,822	35,759
	<u>3,956,394</u>	<u>2,326,683</u>

流動負債

貿易應付款項	5,434,038	5,340,963
應付商家款項	6,116,131	7,596,388
交易用戶預付款	4,212,779	3,226,407
交易用戶按金	2,609,636	3,341,276
其他應付款項及應計費用	6,787,150	7,303,407
借款	3,140,000	1,800,000
遞延收入	4,341,161	3,102,882
租賃負債	538,787	—
所得稅負債	162,266	58,223
與分類為持作出售資產直接有關的負債	188,018	55,510
	<u>33,529,966</u>	<u>31,825,056</u>

負債總額

<u>37,486,360</u>	<u>34,151,739</u>
-------------------	-------------------

總權益及負債

<u>127,871,900</u>	<u>120,661,511</u>
--------------------	--------------------

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其任何附屬公司於截至2019年9月30日止三個月並無購買、出售或贖回本公司任何於聯交所上市的證券。

審核委員會

審核委員會連同核數師已審閱本公司截至2019年9月30日止三個月的未經審核中期財務資料。審核委員會亦已審閱本公司所採納會計政策及慣例，並已就核數、風險管理、內部控制及財務報告等事項進行討論。

報告期後事項

除本公告所披露者外，截至2019年9月30日止三個月結束後概無發生可能影響本公司的其他重大事項。

遵守企業管治守則

本公司致力於維持及推行嚴格的企業管治準則。本公司企業管治的原則是推行有效的內部控制措施，並提高董事會對全體股東的透明度及問責性。

本公司已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則的原則及守則條文，作為本公司企業管治常規的基礎。

除守則條文第A.2.1條外，於截至2019年9月30日止三個月，本公司已遵守企業管治守則（如適用）所載的所有守則條文。根據企業管治守則的守則條文第A.2.1條，董事長與首席執行官的職責應有區分，不應由一人兼任，聯交所上市公司應遵守有關規定，但亦可選擇偏離該規定行事。本公司的董事長與首席執行官並無區分，現時由王興先生兼任該兩個角色。董事會相信，由同一人兼任董事長及首席執行官的角色，可確保本公司內部領導貫徹一致，使本公司的整體策略規劃更有效及更具效率。董事會認為，現行安排不會使權力和授權平衡受損，此架構可讓本公司迅速及有效地作出及落實決策。董事會將繼續審核，並會在計及本公司整體情況後考慮於適當時候將本公司董事會董事長與首席執行官的角色分開。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為董事進行證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，各董事皆確認截至2019年9月30日止三個月已遵守標準守則所載規定標準。

刊發中期業績及中期報告

上市規則規定所需的本公司的所有財務及其他相關資料將於適當時候在聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司的網站(about.meituan.com)公佈。

致謝

本人謹代表董事會，衷心感謝消費者、商家及合作夥伴對我們平台的信任，感謝配送騎手可靠有效的服務，感謝全體員工及管理層的傑出貢獻，並感謝股東的持續支持。

承董事會命
美团点评
董事長
王興

香港，2019年11月21日

於本公告日期，本公司董事會包括董事長兼執行董事王興先生、執行董事穆榮均先生及王慧文先生、非執行董事劉熾平先生及沈南鵬先生；及獨立非執行董事歐高敦先生、冷雪松先生及沈向洋先生。

本公司股東及潛在投資者應注意，本公告的資料乃基於並未經本公司核數師審核的本公司管理賬目。本公告包含與本公司業務展望、財務表現預測、業務計劃預測及發展策略相關的前瞻性陳述。該等前瞻性陳述乃根據本公司現有資料，並按本公告刊發時的展望載於本公告內。該等前瞻性陳述乃基於若干主觀或超出本公司控制的預期、假設及前提而作出。該等前瞻性陳述可能在將來被證明屬不正確且可能無法實現。該等前瞻性陳述涉及大量風險及不確定因素。有鑒於該等風險因素及不確定因素，本公告載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明計劃及目標將會達成，投資者不應過份依賴該等前瞻性陳述。

釋義

於本公告內，除文義另有指明外，下列詞彙具有下文所賦予的涵義：

詞彙	釋義
「審核委員會」	指 本公司審核委員會
「核數師」	指 本公司外部核數師羅兵咸永道會計師事務所
「董事會」	指 董事會
「企業管治守則」	指 上市規則附錄十四所載《企業管治守則》
「公司條例」	指 香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」	指 美团点评（前稱Internet Plus Holdings Ltd.），於2015年9月25日根據開曼群島法律註冊成立的豁免有限公司，或美团点评及其附屬公司及綜合聯屬實體（視情況而定）
「綜合聯屬實體」	指 我們通過合約安排控制的實體，即境內控股公司及其各自的附屬公司（各為一名「綜合聯屬實體」）
「主要經營決策者」	指 負責資源分配及對營運分部的表現作出評估的主要經營決策者
「董事」	指 本公司董事
「國際財務報告準則」	指 國際會計準則理事會不時頒佈的國際財務報告準則
「上市規則」	指 香港聯合交易所有限公司證券上市規則（經不時修訂、補充或以其他方式修改）
「主板」	指 聯交所運作的證券交易所（不包括期貨市場），獨立於聯交所GEM並與其並行運作

「摩拜」	指	mobike Ltd. (於2015年4月2日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司，為我們的直接全資附屬公司) 以及其附屬公司及綜合聯屬實體
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有公司條例第15條賦予該詞的涵義
「%」	指	百分比

詞彙

「活躍商家」	指	於特定期間符合下列任一條件的商家：(i)在我們平台完成至少一筆交易，(ii)向我們購買任何在綫營銷服務，(iii)通過我們的聚合支付系統至少處理過一次綫下付款，或(iv)通過我們的ERP系統產生任何訂單
「交易金額」	指	消費者於我們的平台上已付款產品及服務交易的價值，不論消費者其後是否退款(包括配送費用及增值稅，但不包括任何純支付性質的交易，如掃二維碼付款或POS機付款)
「變現率」	指	年／期內收入除以年／期內交易金額
「交易用戶」	指	於特定期間內於我們的平台上就產品及服務交易付款的用戶賬戶，無論賬戶後來是否退款
「交易」	指	一般基於付款次數確認的交易次數。(i)就我們的店內業務而言，若用戶以單筆付款購買多張優惠券，則確認為一項交易；(ii)就酒店預訂業務而言，若用戶以單筆付款預定多晚客房，則確認為一項交易；(iii)就我們的景點、電影、飛機及火車訂票業務而言，若用戶以單筆付款購買多張票，則確認為一項交易；(iv)就單車共享服務而言，若用戶使用月票，則僅在用戶購買或索取月票時確認為一項交易，而後續的騎行並不確認為交易；若用戶並無使用月票，則就每次騎行確認為一項交易