

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 Meituan

(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2020年9月30日止三個月 業績公告

美团（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司截至2020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				同比變動
	2020年9月30日		2019年9月30日		
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	
收入	35,401,282	100.0%	27,493,629	100.0%	28.8%
經營溢利	6,723,683 <sup>1</sup>	19.0%	1,447,064	5.3%	364.6%
期內溢利	6,321,001	17.9%	1,333,382	4.8%	374.1%
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	2,675,399	7.6%	2,285,301	8.3%	17.1%
經調整溢利淨額	2,054,996	5.8%	1,942,049	7.1%	5.8%

<sup>1</sup> 2020年第三季度的經營溢利包括投資於上市實體的公允價值變動收益人民幣58億元。

## 分部財務資料

	未經審核		同比變動
	截至下列日期止三個月		
	2020年9月30日	2019年9月30日	
	(人民幣千元，百分比除外)		
收入：			
餐飲外賣	20,692,816	15,576,972	32.8%
到店、酒店及旅遊	6,478,078	6,181,117	4.8%
新業務及其他	8,230,388	5,735,540	43.5%
<b>總收入</b>	<b>35,401,282</b>	<b>27,493,629</b>	<b>28.8%</b>
經營溢利／(虧損)：			
餐飲外賣	768,477	330,907	132.2%
到店、酒店及旅遊	2,787,256	2,331,639	19.5%
新業務及其他	(2,028,909)	(1,201,845)	68.8%
未分配項目 <sup>2</sup>	5,196,859	(13,637)	不適用
<b>經營溢利總額</b>	<b>6,723,683</b>	<b>1,447,064</b>	<b>364.6%</b>

## 經營數據

	截至下列日期止十二個月		同比變動
	2020年9月30日	2019年9月30日	
	(百萬，百分比除外)		
交易用戶數目	476.5	435.8	9.4%
活躍商家數目	6.5	5.9	9.5%
	(筆，百分比除外)		
每位交易用戶平均每年交易筆數	26.8	26.5	0.9%

	截至下列日期止三個月		同比變動
	2020年9月30日	2019年9月30日	
	(百萬，百分比除外)		
餐飲外賣交易金額	152,232.5	111,926.9	36.0%
餐飲外賣交易筆數	3,212.7	2,469.1	30.1%
國內酒店間夜量	113.9	109.8	3.7%

<sup>2</sup> 未分配項目包括(i)以股份為基礎的薪酬；(ii)收購產生的無形資產攤銷；(iii)按公允價值計量且變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動；(iv)其他收益淨額；及(v)摩拜重組計劃的減值撥備及重組開支。

## 業務回顧及展望

### 公司財務摘要

2020年第三季度，得益於新冠肺炎疫情得到有效遏制，中國經濟復蘇步伐加速，我們的業務繼續穩步復蘇，各個業務分部均實現正向增長。2020年第三季度總收入同比增長28.8%及環比增長43.2%至人民幣354億元。經營溢利由2019年第三季度的人民幣14億元增加至本季度的人民幣67億元，其中包括投資於上市實體公允價值變動收益人民幣58億元。經營利潤率由2019年同期的5.3%增至本季度的19.0%。經調整EBITDA及經調整溢利淨額皆實現同比正向增長，分別增長至人民幣27億元及人民幣21億元。經營現金流量由2020年第二季度的人民幣56億元減少至2020年第三季度的人民幣33億元，是由於營運資金變動減少人民幣20億元所致。截至2020年9月30日，我們有現金及現金等價物人民幣197億元及短期理財投資人民幣337億元，而截至2020年6月30日的相關結餘則分別為人民幣139億元及人民幣445億元。

### 公司業務摘要

#### 餐飲外賣

2020年第三季度，我們的餐飲外賣業務交易金額同比增長36.0%至人民幣1,522億元。餐飲外賣日均交易筆數同比增長30.1%至34.9百萬筆。每筆餐飲外賣業務訂單的平均價值同比增長4.5%。餐飲外賣業務變現率<sup>3</sup>由2019年同期的13.9%降至2020年第三季度的13.6%。因此，2020年第三季度，餐飲外賣收入同比增長32.8%至人民幣207億元。餐飲外賣業務的經營溢利由2019年第三季度的人民幣330.9百萬元增加至2020年第三季度的人民幣768.5百萬元，而經營利潤率則由2.1%升至3.7%。

就訂單量而言，夏季通常是餐飲外賣業務的旺季。為了進一步促進我們餐飲外賣業務的恢復，協助商家發展業務以及加快消費者生活方式轉變，我們繼續擴大優質商戶供給規模及提升平台供給的多樣性。我們亦持續完善運營體系，使平台的運營顆粒度從餐飲商家進階為菜品，並攜手數以百萬計的商家開展了多項夏季促銷活動。與此同時，我們進一步優化了我們的營銷工具，使我們能夠更好地與商家進行消費者定位合作，為商家提供更多的消費者流量和更高的訂單增長。

<sup>3</sup> 變現率等於該期間收入除以該期間的交易金額。

此外，在夏季期間，不同消費類別（如夜宵及下午茶）的受歡迎程度持續上升，我們通過拓展商戶供給，優化商品質量，增強特定品類營銷能力，對這些消費類別開啟了更具針對性及差異化的營運。例如，在精準地識別出奶茶日益受到消費者喜愛的趨勢後，我們藉由七夕節等節假日和珍珠奶茶主題的營銷活動，為消費者提供了多元且有吸引力的促銷活動。由此，我們進一步拓展了平台上珍珠奶茶的商品規模，並在本季度推動了下午茶類別的交易數量的增長。至於我們的夜宵品類，我們不僅拓展了商家及商品供給，亦優先在深夜時段為夜宵商家增加了曝光率以提高他們的營銷效率，並攜手商家在深夜時段推出更多夜宵套餐及採取更具創意的營銷方案。因此，於2020年第三季度，夜宵類別的交易筆數亦顯著增長。

同時，我們持續通過分配更多資源給複購消費者，特別是會員用戶，以及根據消費者的偏好，優化不同的消費場景的智能推薦來提高我們的營銷效率。本季度我們吸引及與優質消費者互動的能力得到了顯著提升。於2020年第三季度，我們的會員用戶規模達到新高且餐飲外賣訂單總數中來自會員的訂單比例攀升。我們的月交易用戶數量及老客的交易頻次亦創歷史新高，推動了餐飲外賣業務的整體增長。

在配送端，我們強大的即時配送網絡是我們在夏季訂單旺季期以及在極端天氣條件下提供及時且高質量配送服務的重要保障。我們的即時配送網絡在本季度繼續承擔社會生活的重要基石及基礎設施作用。更重要的是，騎手的安全及社會福祉對我們來說至關重要，我們會在業務增長的情況下繼續更好地了解騎手的需求。在第三季度，我們進一步升級了我們的智能調度配送系統，在配送時間和任務分配上為騎手提供更多彈性，以應對送餐途中諸如惡劣天氣和交通嚴重阻塞等意外問題。此外，我們加強了研發能力，為了開發能夠確保騎手安全的算法及技術。此外，我們完善我們的騎手評估模型，將安全指標及其他綜合因素列入考慮範圍，以能夠在使騎手獲得更合理回報的同時亦能夠確保騎手的安全。此外，我們也加大了在騎手家庭在醫療保健及教育等方面幫扶的投入。例如，在今年的「717騎士節」期間，我們將「袋鼠寶貝公益計劃」的保障範圍在原有騎手子女健康保障基礎上，增加了教育保障。



## 到店、酒店及旅遊

2020年第三季度，我們的到店、酒店及旅遊業務收入同比增加4.8%至人民幣65億元。到店、酒店及旅遊業務的經營溢利由2019年第三季度的人民幣23億元增加至2020年第三季度的人民幣28億元，而經營利潤率則由37.7%升至43.0%。

得益於中國新冠肺炎疫情的高效管控以及夏季期間消費需求的快速增長，於本季度，我們到店分部的交易量及交易金額均實現同比正向增長。此外，我們到店分部商家的營銷需求的恢復也步入正軌。因此，到店分部的佣金收入及在線營銷服務收入本季度錄得同比正向增長。就到店餐飲業務而言，隨著我們將更多餐飲外賣商家轉化為到店餐飲商家，餐飲外賣業務與到店餐飲業務之間的協同效應於本季度進一步加強。我們亦繼續在擴大對優質餐廳覆蓋的同時，增強了商戶分層運營能力。在需求端，我們於2020年第三季度推出了一系列營銷活動以促進行業加速復蘇。就其他本地服務而言，我們開展了「玩美季」及其他營銷活動，旨在推動行業復蘇及抓住用戶暑期活躍高峰。儘管消費者對部分聚集性活動的消費信心仍未完全恢復，但麗人、親子及汽車服務等非聚集性活動消費類別於第三季度均實現同比正向增長。值得注意的是，於第三季度，一些消費升級類別（如醫美及寵物護理）的增長步伐進一步加速。同時，一些針對特定人群的服務類別亦迅速增長，包括付費自習室、互動寵物體驗及密室逃脫。

就酒店預訂業務而言，得益於中國對疫情的有效控制措施及夏季旅遊需求旺盛，跨城市旅遊及商務旅遊恢復情況與過去數季相比均良好，在我們平台上消費的國內酒店間夜量於2020年第三季度同比正值3.7%的增長。值得注意的是，消費者對休閒旅遊的需求基本上已恢復，而消費者青睞的旅遊目的地由海外旅遊勝地改為國內旅遊勝地，這使得我們能夠充分利用境內的競爭優勢。同時，於本季度內，隨著我們與高星級酒店的合作不斷加強，與我們合作的高星級酒店數量季度環比大幅增長。我們的“酒店+X”項目也在持續擴張，利用我們差異化的價值主張，在此期間覆蓋了更多的酒店集團。因此，高端酒店的貢獻同比進一步增長。此外，我們為了滿足消費者從低端到高端各個層級的服務需求增加了對客戶服務的投入，並建立了高端酒店服務專組，這使我們能夠更好地迎合不同消費者群體的具體需求並提高我們更廣泛的消費者群體的服務能力。

## 新業務及其他

我們的新業務及其他分部的收入同比增長43.5%至2020年第三季度的人民幣82億元。新業務及其他分部的經營虧損由2020年第二季度的人民幣15億元擴大39%至2020年第三季度的人民幣20億元。經營利潤率由2020年第二季度的負值25.9%改善1.2個百分點至2020年第三季度的負值24.7%。新業務及其他分部的經營虧損同比擴大68.8%，而經營利潤率同比下降3.7個百分點。

於2020年第三季度，我們繼續加大對新業務的投資，特別是那些我們認為有長期增長潛力遠景且能嵌入「Food + Platform」戰略的領域。食雜零售業務繼續是我們優先順序最高的業務。於2020年第三季度，由於用戶流量穩健增長、核心SKU品類勢頭強勁及營銷效率改善，我們的平台模式「美团閃購」實現了可觀的交易量同比增長。值得注意的是，作為我們萬物到家戰略的一部分，我們成功拓展了品類覆蓋，並發展我們的鮮花和藥品等核心品類，藥品和鮮花銷售額在本季度實現同比大幅增長。特別地，通過利用我們的線上平台和即時配送網絡，我們旨在為消費者提供更為便利的解決方案，為我們整個社會的醫療體系創造價值，於本季度內，在我們平台上經營的藥店數目迅速增長。此外，通過利用我們的即時配送基礎設施，我們能夠及時配送藥品以更好地滿足中國消費者日益多樣化的醫療保健需求。至於我們的自營模式「美团買菜」，由於我們持續增加在北京、上海、廣州及深圳的覆蓋密度，本季度的季度交易使用者和交易量均快速增長。於本季度內，我們上線了社區團購模式「美团優選」，並在這個季度持續擴張。我們仍然專注於迭代業務模式並構建核心能力。我們亦探索可提高倉儲效率和團長管理能力的不同方式，並在更寬範圍內的SKU產品上積累經驗。與此同時，我們利用已有的供應鏈資源和線下地推能力來進一步加快擴張節奏、改善運營效率並加強SKU管理。因此，隨著我們業務規模擴大，我們能夠向消費者和團長灌輸獨特的品牌意識。

## 管理層討論及分析

### 2020年第三季度與2019年第三季度的比較

下表載列2020年及2019年第三季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2020年9月30日	2019年9月30日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	23,128,278	18,573,968
在線營銷服務	5,659,942	4,409,272
利息收入	218,687	227,800
其他服務及銷售	6,394,375	4,282,589
	<u>35,401,282</u>	<u>27,493,629</u>
銷售成本	(24,578,273)	(17,901,345)
毛利	<u>10,823,009</u>	<u>9,592,284</u>
銷售及營銷開支	(5,835,574)	(5,614,750)
研發開支	(2,970,120)	(2,137,349)
一般及行政開支	(1,415,119)	(1,055,969)
金融資產減值虧損撥備淨額	(130,285)	(111,990)
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 其他金融投資之公允價值變動	5,779,364	163,615
其他收益淨額	472,408	611,223
經營溢利	<u>6,723,683</u>	<u>1,447,064</u>
財務收入	45,678	38,235
財務成本	(111,506)	(49,011)
應佔以權益法入賬的投資之收益	92,698	24,329
除所得稅前溢利	<u>6,750,553</u>	<u>1,460,617</u>
所得稅開支	(429,552)	(127,235)
期內溢利	<u><u>6,321,001</u></u>	<u><u>1,333,382</u></u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,675,399	2,285,301
經調整溢利淨額	2,054,996	1,942,049

## 收入

我們的收入由2019年第三季度的人民幣275億元增長28.8%至2020年同期的人民幣354億元。該增加主要由我們餐飲外賣業務收入穩定增長，到店、酒店及旅遊業務穩定復甦及新業務收入強勁增長所推動。

下表載列2020年及2019年第三季度按分部及類型劃分的收入（以絕對金額列示）：

	未經審核			總計
	截至2020年9月30日止三個月			
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	
	(人民幣千元)			
收入				
佣金	18,251,171	3,321,348	1,555,759	23,128,278
在線營銷服務	2,407,888	3,147,357	104,697	5,659,942
其他服務及銷售（包括利息收入）	33,757	9,373	6,569,932	6,613,062
總計	<u>20,692,816</u>	<u>6,478,078</u>	<u>8,230,388</u>	<u>35,401,282</u>

	未經審核			總計
	截至2019年9月30日止三個月			
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	
	(人民幣千元)			
收入				
佣金	14,050,966	3,307,410	1,215,592	18,573,968
在線營銷服務	1,503,739	2,850,109	55,424	4,409,272
其他服務及銷售（包括利息收入）	22,267	23,598	4,464,524	4,510,389
總計	<u>15,576,972</u>	<u>6,181,117</u>	<u>5,735,540</u>	<u>27,493,629</u>

餐飲外賣分部的收入由2019年第三季度的人民幣156億元增長32.8%至2020年同期的人民幣207億元。佣金收入增長29.9%至人民幣183億元，乃由於(i)我們提高補貼刺激用戶消費帶來的訂單量同比增加30.1%；及(ii)平台上品牌商家訂購比例上升帶來的平均訂單金額增加4.5%，令交易額增加所致。在線營銷服務收入增長60.1%至人民幣24億元，乃由於(i)使用我們的在線營銷服務的活躍商家數量因其購買在線流量的意願不斷增加而上升；及(ii)各活躍商家所貢獻收入增加所致。



到店、酒店及旅遊分部的收入由2019年第三季度的人民幣62億元上升4.8%至2020年同期的人民幣65億元，乃活躍商家數量上升導致在線營銷服務收入增加所致。

新業務及其他分部的收入由2019年第三季度的人民幣57億元增長43.5%至2020年同期的人民幣82億元，主要由於我們擴大了B2B餐飲供應鏈服務、美团買菜、美团優選及美团閃購等業務，以滿足用戶不斷增加的需求，從而增加了營收；部分被餐廳管理系統及網約車服務收入減少所抵銷。

## 成本及開支

下表載列所示期間按功能劃分的成本及開支明細：

	未經審核				同比變動
	截至下列日期止三個月				
	2020年9月30日		2019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)					
<b>成本及開支：</b>					
銷售成本	<b>24,578,273</b>	<b>69.4%</b>	17,901,345	65.1%	37.3%
銷售及營銷開支	<b>5,835,574</b>	<b>16.5%</b>	5,614,750	20.4%	3.9%
研發開支	<b>2,970,120</b>	<b>8.4%</b>	2,137,349	7.8%	39.0%
一般及行政開支	<b>1,415,119</b>	<b>4.0%</b>	1,055,969	3.8%	34.0%
金融資產減值虧損撥備淨額	<b>130,285</b>	<b>0.4%</b>	111,990	0.4%	16.3%

## 銷售成本

銷售成本由2019年第三季度的人民幣179億元增長37.3%至2020年同期的人民幣246億元，而佔收入百分比由65.1%同比增加4.3個百分點至69.4%。該金額增加乃主要由於(i)餐飲外賣騎手成本增加人民幣40億元，與訂單量增加一致；(ii)B2B餐飲供應鏈服務及美团買菜發展使得已售貨品成本增加人民幣13億元；(iii)美团閃購及美团買菜增長，令其他外包勞動成本增加人民幣416.3百萬元；及(iv)業務擴張的資本開支令物業、廠房及設備的折舊增加人民幣323.1百萬元。佔收入百分比的同比增加主要由於外賣騎手成本增加所致。

## **銷售及營銷開支**

銷售及營銷開支於2020年第三季度為人民幣58億元，於2019年同期為人民幣56億元，佔收入百分比由20.4%同比下降3.9個百分點至16.5%。該金額增加主要歸因於(i)新業務擴張導致員工數量增加而令員工福利開支增加人民幣229.1百萬元；及(ii)主要受我們於夏季擴大宣傳活動以刺激用戶增長及消費所推動，推廣及廣告費用增加人民幣164.3百萬元。我們已調整營銷策略，以致銷售及營銷開支佔收入百分比有所下降。

## **研發開支**

研發開支由2019年第三季度的人民幣21億元增至2020年同期的人民幣30億元，佔收入百分比由7.8%增長0.6個百分點至8.4%。金額及佔收入百分比增加主要由於新業務擴張導致僱員人數增加及以股份為基礎的薪酬增加所致。

## **一般及行政開支**

一般及行政開支由2019年第三季度的人民幣11億元增至2020年同期的人民幣14億元，佔收入百分比與去年同期持平。該增加主要由於新業務擴張導致僱員人數增加及以股份為基礎的薪酬增加所致。

## **金融資產減值虧損撥備淨額**

金融資產減值虧損撥備淨額由2019年第三季度的人民幣112.0百萬元增加至2020年同期的人民幣130.3百萬元，佔收入百分比與去年同期持平。該增加主要由於金融資產有所增加所致。

## **按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動**

於2020年第三季度，我們按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動收益為人民幣58億元，而於2019年同期則為收益人民幣163.6百萬元。該變化主要由於對投資於上市實體的公允價值變動所致。

## **其他收益淨額**

於2020年第三季度，我們的其他收益淨額較2019年同期減少人民幣138.8百萬元至人民幣472.4百萬元，主要由於理財投資收益減少所致。

## 經營溢利

由於上述原因，我們於2020年第三季度的經營溢利及經營利潤率分別為人民幣67億元及19.0%，而2019年同期則分別為人民幣14億元及5.3%。

下表載列按分部劃分的經營溢利／(虧損)及經營利潤率。

	未經審核 截至下列日期止三個月				同比變動
	2020年9月30日		2019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)				
餐飲外賣	768,477	3.7%	330,907	2.1%	132.2%
到店、酒店及旅遊	2,787,256	43.0%	2,331,639	37.7%	19.5%
新業務及其他	(2,028,909)	(24.7%)	(1,201,845)	(21.0%)	68.8%
未分配項目	5,196,859	不適用	(13,637)	不適用	不適用
<b>經營溢利總額</b>	<b>6,723,683</b>	<b>19.0%</b>	<b>1,447,064</b>	<b>5.3%</b>	<b>364.6%</b>

餐飲外賣分部的經營溢利由2019年第三季度的人民幣330.9百萬元增至2020年同期的人民幣768.5百萬元，乃主要由收入及毛利增加所推動。該分部的經營利潤率由2.1%同比增長1.6個百分點至3.7%，乃主要由於(i)營銷效率改善；及(ii)在線營銷收入佔比提高帶來的收入組合變動，部分為外賣騎手成本增加所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2019年第三季度的人民幣23億元增加19.5%至2020年同期的人民幣28億元，乃主要由於在線營銷收入增加及交易用戶激勵減少。該分部的經營利潤率由37.7%同比增長5.3個百分點至43.0%，乃主要由於(i)營銷效率增加；及(ii)在線營銷服務收入的佔比提高，收入組合因而出現變化。

新業務及其他分部的經營虧損由2019年第三季度的負值人民幣12億元擴大至2020年同期的負值人民幣20億元，乃主要由於(i)業務擴張導致食雜零售業務的經營虧損增加；及(ii)若干新業務的經營虧損增加，部分被餐廳管理系統的經營虧損減少所抵銷。該分部的經營利潤率由負值21.0%同比擴大3.7個百分點至負值24.7%，乃主要由於(i)美团閃購及美团優選隨著業務擴張而經營利潤率下降；及(ii)收入組合變動。

### **除所得稅前溢利**

主要由於上述原因，我們於2020年第三季度的除所得稅前溢利為人民幣68億元，而2019年同期則為溢利人民幣15億元。

### **所得稅開支**

於2020年第三季度，我們的所得稅開支為人民幣429.6百萬元，而2019年同期的所得稅開支則為人民幣127.2百萬元，乃主要由於已撥備預扣稅較高所致。

### **期內溢利**

由於上述原因，我們於2020年第三季度錄得溢利人民幣63億元，而2019年同期錄得溢利人民幣13億元。

## 2020年第三季度與2020年第二季度的比較

下表載列2020年第三季度與2020年第二季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2020年9月30日	2020年6月30日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	23,128,278	15,911,364
在線營銷服務	5,659,942	4,323,011
利息收入	218,687	201,730
其他服務及銷售	6,394,375	4,285,732
	<u>35,401,282</u>	<u>24,721,837</u>
銷售成本	(24,578,273)	(16,146,879)
毛利	<u>10,823,009</u>	<u>8,574,958</u>
銷售及營銷開支	(5,835,574)	(4,172,332)
研發開支	(2,970,120)	(2,376,737)
一般及行政開支	(1,415,119)	(1,158,092)
金融資產減值虧損撥備淨額	(130,285)	(45,676)
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 其他金融投資之公允價值變動	5,779,364	346,689
其他收益淨額	472,408	1,005,835
經營溢利	<u>6,723,683</u>	<u>2,174,645</u>
財務收入	45,678	40,352
財務成本	(111,506)	(60,731)
應佔以權益法入賬的投資之收益	92,698	42,881
除所得稅前溢利	<u>6,750,553</u>	<u>2,197,147</u>
所得稅(開支)／抵免	(429,552)	13,034
期內溢利	<u><u>6,321,001</u></u>	<u><u>2,210,181</u></u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,675,399	2,610,255
經調整溢利淨額	2,054,996	2,718,478



## 收入

收入由2020年第二季度的人民幣247億元增長43.2%至2020年第三季度的人民幣354億元。隨著我們自COVID-19疫情恢復、得益於季節性高峰及新業務的迅速擴張，我們所有的主要收入類型均實現環比增長。

下表載列2020年第三季度及2020年第二季度按分部及類型劃分的收入（以絕對金額列示）：

	未經審核			總計
	截至2020年9月30日止三個月			
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	
收入				
佣金	18,251,171	3,321,348	1,555,759	23,128,278
在線營銷服務	2,407,888	3,147,357	104,697	5,659,942
其他服務及銷售（包括利息收入）	33,757	9,373	6,569,932	6,613,062
<b>總計</b>	<b>20,692,816</b>	<b>6,478,078</b>	<b>8,230,388</b>	<b>35,401,282</b>

	未經審核			總計
	截至2020年6月30日止三個月			
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	
收入				
佣金	12,719,014	2,092,858	1,099,492	15,911,364
在線營銷服務	1,795,740	2,445,305	81,966	4,323,011
其他服務及銷售（包括利息收入）	29,341	5,819	4,452,302	4,487,462
<b>總計</b>	<b>14,544,095</b>	<b>4,543,982</b>	<b>5,633,760</b>	<b>24,721,837</b>

餐飲外賣分部收入由2020年第二季度的人民幣145億元增長42.3%至2020年第三季度的人民幣207億元。佣金收入環比增長43.5%至人民幣183億元，乃由於隨著COVID-19疫情受控，用戶消費迅速恢復以及我們於暑假提高補貼，餐飲外賣用戶基礎及其購買次數增加，推動餐飲外賣交易量增長44.1%。在線營銷服務收入增加34.1%至人民幣24億元，主要由於活躍商家數量及其平均營銷開支於暑假增加所致。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2020年第二季度的人民幣45億元增長42.6%至2020年第三季度的人民幣65億元。佣金收入增長58.7%至人民幣33億元，乃由消費者恢復到店消費及季節性因素所推動。在線營銷服務收入增長28.7%至人民幣31億元，乃因我們的到店業務各活躍商家的平均營銷開支增加。

新業務及其他分部的收入由2020年第二季度的人民幣56億元增長46.1%至2020年第三季度的人民幣82億元，乃主要由於自COVID-19疫情進一步恢復及業務擴張而導致B2B餐飲供應鏈服務、共享單車服務及食雜零售服務的收入增加。

## 成本及開支

下表載列所示期間按功能劃分的成本及開支明細：

	未經審核				環比變動
	截至下列日期止三個月				
	2020年9月30日		2020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)					
成本及開支：					
銷售成本	24,578,273	69.4%	16,146,879	65.3%	52.2%
銷售及營銷開支	5,835,574	16.5%	4,172,332	16.9%	39.9%
研發開支	2,970,120	8.4%	2,376,737	9.6%	25.0%
一般及行政開支	1,415,119	4.0%	1,158,092	4.7%	22.2%
金融資產減值虧損撥備淨額	130,285	0.4%	45,676	0.2%	185.2%

## 銷售成本

銷售成本由2020年第二季度的人民幣161億元增長52.2%至2020年第三季度的人民幣246億元，而佔收入百分比則由65.3%增加4.1個百分點至69.4%。該金額增加乃主要由於(i)交易量增長和對外賣騎手的季節性及臨時補貼增加令餐飲外賣騎手成本增加人民幣57億元；(ii)已售貨品成本增加人民幣11億元，乃主要由B2B餐飲供應鏈服務及美团買菜增長所推動；(iii)美团閃購及美团買菜增長，令其他外包勞動成本增加人民幣369.7百萬元；(iv)支付處理成本增加，與訂單量增加一致；及(v)業務擴張的資本開支令物業、廠房及設備的折舊增加。佔收入百分比環比上升乃主要由於因對外賣騎手的季節性及臨時補貼，令餐飲外賣業務的毛利率有所下降。

## **銷售及營銷開支**

銷售及營銷開支由2020年第二季度的人民幣42億元增至2020年第三季度的人民幣58億元，而佔收入百分比由16.9%環比下降0.4個百分點至16.5%。該金額增加主要由於(i)交易用戶激勵增加人民幣822.3百萬元，及我們的餐飲外賣以及到店、酒店及旅遊暑期促銷活動，以及擴充新業務，致使推廣及廣告開支增加人民幣243.2百萬元；及(ii)因業務擴充導致僱員人數增加以及政策變化導致福利減免減少，令僱員福利開支增加人民幣375.5百萬元。佔收入百分比下降主要由於營銷效率提高。

## **研發開支**

研發開支由2020年第二季度的人民幣24億元增至2020年第三季度的人民幣30億元，而佔收入百分比由9.6%下降1.2個百分點至8.4%。該金額增加主要由於因業務擴充導致僱員人數增加及政策變化導致福利減免減少、以及以股份為基礎的薪酬增加而引起的僱員福利開支增加。佔收入百分比下降是由於經營槓桿作用提高。

## **一般及行政開支**

一般及行政開支由2020年第二季度的人民幣12億元增至2020年第三季度的人民幣14億元，而佔收入百分比由4.7%下降0.7個百分點至4.0%。該金額增加主要由於因業務擴充導致僱員人數增加以及政策變化導致福利減免減少而引起的僱員福利開支增加。佔收入百分比下降是由於經營槓桿作用提高。

## **金融資產減值虧損撥備淨額**

金融資產減值虧損撥備淨額由2020年第二季度的人民幣45.7百萬元增至2020年第三季度的人民幣130.3百萬元，佔收入百分比環比上升0.2個百分點至0.4%，該增加主要由於金融資產增加。

## **按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動**

於2020年第三季度，我們按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動收益為人民幣58億元，而2020年第二季度則為收益人民幣346.7百萬元。該變化主要由於對投資於上市實體的公允價值變動所致。

## **其他收益淨額**

我們於2020年第三季度的其他收益淨額較2020年第二季度減少人民幣533.4百萬元至人民幣472.4百萬元，主要由於稅收返還及稅收優惠減少所致。

## 經營溢利

由於上述原因，我們於2020年第三季度的經營溢利為人民幣67億元，而於2020年第二季度則為經營溢利人民幣22億元。

下表載列按分部劃分的經營溢利／(虧損)及經營利潤率。

	未經審核 截至下列日期止三個月				環比變動
	2020年9月30日		2020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)				
餐飲外賣	768,477	3.7%	1,253,421	8.6%	(38.7%)
到店、酒店及旅遊	2,787,256	43.0%	1,891,563	41.6%	47.4%
新業務及其他	(2,028,909)	(24.7%)	(1,459,539)	(25.9%)	39.0%
未分配項目	5,196,859	不適用	489,200	不適用	不適用
<b>經營溢利總額</b>	<b>6,723,683</b>	<b>19.0%</b>	<b>2,174,645</b>	<b>8.8%</b>	<b>209.2%</b>

餐飲外賣分部的經營溢利由2020年第二季度的人民幣13億元減至2020年第三季度的人民幣8億元，乃主要由於暑假期間外賣騎手成本以及銷售及營銷開支增加。該分部的經營利潤率環比由8.6%減至3.7%，乃主要由於(i)向外賣騎手提供季節性及臨時補貼，導致餐飲外賣騎手成本較高；及(ii)在線營銷收入的佔比下降，收入組合因而出現變化。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2020年第二季度的人民幣19億元增長47.4%至2020年第三季度的人民幣28億元，乃主要由於規模經濟致使毛利增加所致，部分被夏季期間的交易用戶激勵增加所抵銷。該分部的經營利潤率環比增長1.4個百分點至43.0%，乃主要由於經營槓桿作用提高。

新業務及其他分部的經營虧損由2020年第二季度的負值人民幣15億元擴大39.0%至2020年第三季度的負值人民幣20億元，乃主要由於(i)業務擴充令食雜零售業務的經營虧損增加。該分部的經營利潤率由負值25.9%環比收窄1.2個百分點至負值24.7%，乃主要由於部分新業務的經營槓桿作用提高，部分被收入組合變化導致溢利率下跌所抵銷。

## **除所得稅前溢利**

主要由於上述原因，我們於2020年第三季度的除所得稅前溢利為人民幣68億元，而2020年第二季度則為人民幣22億元。

## **所得稅(開支)/ 抵免**

於2020年第三季度，我們錄得所得稅開支人民幣429.6百萬元，而2020年第二季度的所得稅抵免為人民幣13.0百萬元，乃主要由於撥備的預扣稅較高所致。

## **期內溢利**

由於上述原因，我們於2020年第三季度錄得溢利人民幣63億元，而於2020年第二季度錄得溢利人民幣22億元。

## **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或根據國際財務報告準則進行呈列。我們認為，該等非國際財務報告準則計量有助於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)的潛在影響來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2020年及2019年第三季度以及2020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

	2020年 9月30日	2019年 9月30日	2020年 6月30日
	(人民幣千元)		
期內溢利	<b>6,321,001</b>	1,333,382	2,210,181
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	<b>838,709</b>	537,169	705,420
投資之公允價值收益 <sup>(1)</sup>	<b>(5,779,364)</b>	(163,615)	(347,393)
出售投資及附屬公司之虧損	-	2,222	-
無形資產之減值	<b>58,166</b>	-	-
收購產生的無形資產攤銷	<b>160,857</b>	165,547	160,857
摩拜重組計劃的減值及開支撥回	<b>(2,819)</b>	85,759	(2,953)
對非國際財務報告準則調整的稅務影響	<b>458,446</b>	(18,415)	(7,634)
<b>經調整溢利淨額</b>	<b>2,054,996</b>	1,942,049	2,718,478
調整項目：			
所得稅(抵免)／開支，對非國際財務 報告準則調整的稅務影響除外	<b>(28,894)</b>	145,650	(5,400)
應佔以權益法入賬的投資之(收益)	<b>(92,698)</b>	(24,329)	(42,881)
財務收入	<b>(45,678)</b>	(38,235)	(40,352)
財務成本	<b>111,506</b>	49,011	60,731
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	<b>(472,408)</b>	(613,445)	(1,005,131)
軟件及其他攤銷	<b>75,060</b>	131,037	93,615
物業、廠房及設備折舊	<b>1,073,515</b>	693,563	831,195
<b>經調整EBITDA</b>	<b>2,675,399</b>	2,285,301	2,610,255

(1) 指投資之公允價值變動產生的收益，包括(i)按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動；及(ii)攤薄收益。

## 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權益證券融資來滿足我們的現金需求。截至2020年9月30日，我們的現金及現金等價物和短期理財投資分別為人民幣197億元及人民幣337億元。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	未經審核 截至2020年 9月30日止 三個月 <hr/> (人民幣千元)
經營活動所得現金淨額	3,298,449
投資活動所用現金淨額	(1,804,606)
融資活動所得現金淨額	<hr/> 4,563,355
現金及現金等價物增加淨額	6,057,198
期初現金及現金等價物	13,935,056
現金及現金等價物匯兌虧損	<hr/> (302,653)
期末現金及現金等價物	<hr/> <hr/> <b>19,689,601</b>

### 經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金流量淨額指經營所得現金減已付所得稅。經營所得現金主要包括我們於2020年第三季度的溢利，且根據非現金項目及營運資本的變動調整。

於2020年第三季度，經營活動所得現金淨額為人民幣33億元，主要歸因於除所得稅前溢利人民幣68億元，根據按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資之公允價值變動人民幣58億元進行調整，部分被折舊及攤銷人民幣13億元以及以股份為基礎的薪酬人民幣838.7百萬元所抵銷。

### **投資活動所用現金淨額**

於2020年第三季度，投資活動所用現金淨額為人民幣18億元，乃主要由於購買物業、廠房及設備人民幣50億元、收購按公允價值計量且其變動計入當期損益的其他金融投資人民幣41億元以及收購採用權益法列賬的投資人民幣21億元，部分被理財投資所得現金淨額人民幣97億元所抵銷。

### **融資活動所得現金淨額**

於2020年第三季度，融資活動所得現金淨額為人民幣46億元，乃主要由於借款人民幣56億元，部分被償還借款人民幣727.0百萬元及租賃付款人民幣253.5百萬元所抵銷。

### **資本負債比率**

截至2020年9月30日，我們的資本負債比率約為8%，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		
	2020年 9月30日	2019年 9月30日	2020年 6月30日
	(人民幣千元)		
收入			
佣金	23,128,278	18,573,968	15,911,364
在線營銷服務	5,659,942	4,409,272	4,323,011
利息收入	218,687	227,800	201,730
其他服務及銷售	6,394,375	4,282,589	4,285,732
	<b>35,401,282</b>	27,493,629	24,721,837
銷售成本	<b>(24,578,273)</b>	(17,901,345)	(16,146,879)
毛利	<b>10,823,009</b>	9,592,284	8,574,958
銷售及營銷開支	<b>(5,835,574)</b>	(5,614,750)	(4,172,332)
研發開支	<b>(2,970,120)</b>	(2,137,349)	(2,376,737)
一般及行政開支	<b>(1,415,119)</b>	(1,055,969)	(1,158,092)
金融資產減值虧損撥備淨額	<b>(130,285)</b>	(111,990)	(45,676)
按公允價值計量且其變動計入當期損益 的其他金融投資之公允價值變動	<b>5,779,364</b>	163,615	346,689
其他收益淨額	<b>472,408</b>	611,223	1,005,835
經營溢利	<b>6,723,683</b>	1,447,064	2,174,645
財務收入	<b>45,678</b>	38,235	40,352
財務成本	<b>(111,506)</b>	(49,011)	(60,731)
應佔以權益法入賬的投資之收益	<b>92,698</b>	24,329	42,881
除所得稅前溢利	<b>6,750,553</b>	1,460,617	2,197,147
所得稅(開支)／抵免	<b>(429,552)</b>	(127,235)	13,034
期內溢利	<b>6,321,001</b>	1,333,382	2,210,181
以下人士應佔期內溢利：			
本公司權益持有人	<b>6,321,603</b>	1,335,202	2,209,747
非控股權益	<b>(602)</b>	(1,820)	434
	<b>6,321,001</b>	1,333,382	2,210,181

## 簡明綜合財務狀況表

	未經審核 截至2020年 9月30日	經審核 截至2019年 12月31日
	(人民幣千元)	
<b>資產</b>		
<b>非流動資產</b>		
物業、廠房及設備	12,923,539	5,376,217
無形資產	31,879,239	32,699,575
遞延稅項資產	537,191	590,054
長期理財投資	1,866,843	200,275
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的其他金融投資	9,660,102	7,166,122
按公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的金融投資	628,727	-
採用權益法列賬的投資	12,515,471	2,283,590
預付款項、按金及其他資產	1,906,719	1,562,037
	<u>71,917,831</u>	<u>49,877,870</u>
<b>流動資產</b>		
存貨	388,059	275,227
貿易應收款項	928,258	676,762
預付款項、按金及其他資產	12,398,248	9,591,157
短期理財投資	33,702,049	49,435,599
受限制現金	11,061,099	8,760,115
現金及現金等價物	19,689,601	13,396,185
	<u>78,167,314</u>	<u>82,135,045</u>
<b>總資產</b>	<u><u>150,085,145</u></u>	<u><u>132,012,915</u></u>
<b>權益</b>		
股本	395	389
股份溢價	262,785,549	260,359,929
股份獎勵計劃所持股份	(1)	-
其他儲備	(5,195,836)	(4,447,252)
累計虧損	(156,847,607)	(163,800,621)
	<u>100,742,500</u>	<u>92,112,445</u>
本公司權益持有人應佔權益	100,742,500	92,112,445
非控股權益	(59,161)	(58,051)
	<u>100,683,339</u>	<u>92,054,394</u>



## 簡明綜合財務狀況表（續）

	未經審核 截至2020年 9月30日	經審核 截至2019年 12月31日
	(人民幣千元)	
<b>負債</b>		
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	1,577,299	1,388,469
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	85,950	-
遞延收入	222,267	389,028
借款	-	466,676
租賃負債	1,193,778	992,233
其他非流動負債	209,430	129,552
	<u>3,288,724</u>	<u>3,365,958</u>
<b>流動負債</b>		
貿易應付款項	9,649,311	6,766,253
應付商家款項	7,586,545	7,495,262
交易用戶預付款	4,726,934	3,855,559
交易用戶按金	2,274,273	2,491,947
其他應付款項及應計費用	8,418,840	7,237,412
借款	7,864,604	3,552,587
遞延收入	4,690,817	4,567,171
租賃負債	817,605	534,566
所得稅負債	84,153	91,806
	<u>46,113,082</u>	<u>36,592,563</u>
<b>負債總額</b>	<u><u>49,401,806</u></u>	<u><u>39,958,521</u></u>
<b>總權益及負債</b>	<u><u>150,085,145</u></u>	<u><u>132,012,915</u></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2020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2020年9月30日止三個月的未經審核中期財務報表。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

於2020年10月29日，本公司發行本金總額為750百萬美元於2025年10月到期的2.125%優先票據及本金總額為12.5億美元於2030年10月到期的3.05%優先票據。

### 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2020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，各董事皆確認於截至2020年9月30日止三個月已遵守標準守則所載的規定標準。

## 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，感謝配送騎手的可靠有效服務，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  
董事長  
王興

香港，2020年11月30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或審閱的本公司管理賬目。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，投資者不應過分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
「細則」或「組織章程細則」	指 本公司於2018年8月30日採納的組織章程細則，自上市時起生效並經不時修訂
「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》
「A類股份」	指 本公司股本中每股面值0.00001美元的A類股份，於本公司賦予不同投票權以致A類股份的持有人有權就本公司股東大會上表格內所列任何決議案享有每股股份十票的權利，惟有關任何保留事項的決議案除外，在此情況下，彼等有權享有每股股份一票的權利
「B類股份」	指 本公司股本中每股面值0.00001美元的B類普通股，賦予B類股份持有人就本公司股東大會上表格內所列任何決議案享有每股股份一票的權利
「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（前稱美团点评），於2015年9月25日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司，或美团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（各稱為「 <b>綜合聯屬實體</b> 」）
「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

「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「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」	指	B類股份於聯交所主板上市
「上市日期」	指	2018年9月20日，B類股份上市及B類股份首次獲准在聯交所買賣之日
「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（不包括期權市場），獨立於聯交所創業板並與其並行運作
「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
「保留事項」	指	根據組織章程細則每股股份在本公司股東大會上擁有一票投票權的決議案事項，即：(i)大綱及細則的任何修訂，包括任何類別股份所附權利的變更，(ii)任何獨立非執行董事的委任、選舉或罷免，(iii)本公司核數師的委任或罷免，及(iv)本公司自願清算或清盤
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「股份」	指	本公司股本內A類股份及B類股份（視乎文義而定）
「股東」	指	股份持有人
「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
「美國」	指	美利堅合眾國，其國土、屬地及受其司法管轄的所有地區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	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)向我們購買任何在線營銷服務，(iii)通過我們的聚合支付系統至少處理過一次線下付款，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，如掃二維碼付款及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)就共享單車業務而言，若用戶使用月卡，則僅在用戶購買或索取月卡時確認為一項交易，而後續的騎行並不確認為交易；若用戶並無使用月卡，則就每次騎行確認為一項交易