

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2021年3月31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2021年3月31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
	2021年3月31日		2020年3月31日		
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	
收入	37,016,262	100.0%	16,753,887	100.0%	120.9%
經營虧損	(4,767,007)	(12.9%)	(1,715,530)	(10.2%)	177.9%
期內虧損	(4,846,262)	(13.1%)	(1,579,278)	(9.4%)	206.9%
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	(2,382,683)	(6.4%)	41,311	0.2%	不適用
經調整虧損淨額	(3,891,717)	(10.5%)	(216,348)	(1.3%)	不適用

分部財務資料

	未經審核		
	截至下列日期止三個月		
	2021年 3月31日	2020年 3月31日	同比變動
	(人民幣千元，百分比除外)		
收入：			
餐飲外賣	20,575,410	9,490,423	116.8%
到店、酒店及旅遊	6,584,391	3,094,978	112.7%
新業務及其他	9,856,461	4,168,486	136.5%
總收入	37,016,262	16,753,887	120.9%
經營溢利／(虧損)：			
餐飲外賣	1,115,885	(70,881)	不適用
到店、酒店及旅遊	2,748,205	680,179	304.0%
新業務及其他	(8,044,445)	(1,363,717)	489.9%
未分配項目 ¹	(586,652)	(961,111)	(39.0%)
經營虧損總額	(4,767,007)	(1,715,530)	177.9%

經營數據

	截至下列日期止十二個月		
	2021年 3月31日	2020年 3月31日	同比變動
		(百萬，百分比除外)	
交易用戶數目	569.3	448.6	26.9%
活躍商家數目	7.1	6.1	16.9%
	(筆，百分比除外)		
每位交易用戶平均每年交易筆數	30.5	26.2	16.7%

	截至下列日期止三個月		
	2021年 3月31日	2020年 3月31日	同比變動
		(百萬，百分比除外)	
餐飲外賣交易金額	142,735.4	71,504.2	99.6%
餐飲外賣交易筆數	2,902.7	1,374.5	111.2%
國內酒店間夜量	101.0	42.8	135.8%

¹ 未分配項目包括(i)以股份為基礎的薪酬開支；(ii)收購產生的無形資產攤銷；(iii)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；(iv)其他收益淨額；(v)摩拜重組計劃的減值及開支撥回；及(vi)金融資產減值虧損撥回淨額。

業務回顧

公司財務摘要

得益於中國政府抗擊新冠肺炎疫情的有效措施，我們的業務於2021年第一季度呈現強勁復蘇。總收入由2020年第一季度的人民幣168億元增加120.9%至2021年第一季度的人民幣370億元。我們的餐飲外賣以及到店、酒店及旅遊分部於2021年第一季度錄得卓越增長，實現總經營溢利人民幣39億元，較2020年第一季度的人民幣6億元有所增長。新業務及其他分部的經營虧損由於我們加大投資力度以提供更廣泛的服務而擴大。2021年第一季度的經調整EBITDA及經調整虧損淨額分別同比下跌至負值人民幣24億元及人民幣39億元。我們的經營活動使用現金流量淨額由2020年第一季度的人民幣50億元減少至2021年第一季度的人民幣44億元。截至2021年3月31日，我們的現金及現金等價物及短期理財投資分別為人民幣178億元及人民幣353億元，而截至2020年12月31日相關餘額則分別為人民幣171億元及人民幣440億元。

公司業務摘要

餐飲外賣

餐飲外賣在後新冠肺炎疫情時代仍是一項不可或缺的服務，主要由於消費者行為不斷演變及我們平台越來越多元化的供給所致。我們在消費者端、商家端及配送網絡方面的優勢仍然保持強勁，並持續互相加強，促使我們於2021年第一季度實現穩健增長。在此季度，我們的餐飲外賣業務交易金額同比增長99.6%至人民幣1,427億元。餐飲外賣日均交易筆數同比增長113.5%至32.3百萬筆。餐飲外賣業務的平均訂單價值同比減少5.5%。餐飲外賣業務變現率於2021年第一季度由13.3%同比增加至14.4%。此外，收入同比增長116.8%至人民幣206億元。餐飲外賣業務由2020年第一季度虧損人民幣70.9百萬元增加至2021年第一季度的經營溢利人民幣11億元，而經營利潤率則由負值0.7%升至正值5.4%。我們在2021年第一季度的強勁業務表現證明了我們提供的價值及強勁的執行能力。

餐飲外賣不僅成為工作日時常需要的必要服務，亦為家庭聚會提供高質量的食物來源。尤其是，由於人們響應本地過年，餐飲外賣需求於本年度節假日期間較過往年度同期有所增加。於今年春節期間，我們推出了「春節不打烊」活動，與數以百萬計的商戶合作，為消費者提供優質產品的便利外賣服務，如膳食、酒類、零食、生鮮及其他。因此，我們今年春節期間的訂單量增長較過往年度強勁。此外，我們繼續給我們的有效的會員制度分配充足資源，並舉行各種推廣活動及優化不同消費場景的運營。我們欣然看到季度交易用戶數及其購買頻次均同比取得健康增長，特別是高質量的消費客群。為滿足消費者越來越多樣化及不斷演變的需求，我們擴大了服務範圍以涵蓋更多消費場景及遠距離外賣訂單。因此，早餐、下午茶及宵夜的訂單進一步增長，且遠距離訂單在總訂單中佔比更高。這些增長反映了消費者對餐飲外賣的偏好及我們在消費者之中無可比擬的品牌知名度。

在商家端，我們繼續精細化商家運營戰略使其更趨差異化及專業化，在訂單量增長的基礎上，我們餐飲外賣的年度活躍商家及年度廣告商家數目均於2021年第一季度增長至歷史新高水平。同時，來自優質商家的銷量增加，佔訂單總量更大比例。自從我們於上季度推出「餐飲新掌櫃」計劃以來，我們不斷培訓更多對數字化敏感的人才，並幫助他們更易於適應數字化運營。餐飲行業現已有效地演變為堂食與外賣對商家同樣重要的時代，且兩者對彼此的增長具有相互促進性。我們感到非常欣慰，我們在加速行業數字化方面作出的努力不但給商家產生額外收入，同時幫助他們改善效率。未來，我們會繼續提升服務品質、使產品更多元化、支持中小商戶、協助促進行業蓬勃發展。

在配送網絡端，為了響應中國政府提倡人們本地過年的號召，我們率先戰略化部署我們的運營以便更好地滿足消費者需求。尤其是，我們在此期間注重提供充足的外賣運力。我們繼續推行「同舟計劃」，該項計劃於去年第四季度展開，為外賣騎手提供福利。於2021年第一季度，我們推出特別為春節而設的福利與激勵。我們在七日假期內為外賣騎手提供的福利與激勵超過人民幣5億元。而且我們致力於更加深入了解外賣騎手和讓外賣騎手得到更好的關懷，以及幫助他們改善職業發展路徑和個人成長。於2021年第一季度，我們與外賣騎手召開多次研討會，誠意聆聽他們的反饋意見、投訴及建議，這些未來都會適當地納入我們的業務發展規劃中。為進一步提升外賣騎手的效率及工作體驗，我們升級了外賣騎手使用的硬件，包括智能頭盔及在部分試點地區的餐廳推行外賣取貨儲物櫃。擁有高效率的配送網絡及充足的外賣運力，為我們的餐飲外賣業務打好堅實基礎，同時確保了最佳用戶體驗。因此，我們會繼續優化即時配送網絡及不斷改善外賣騎手福利。

到店、酒店及旅遊

得益於新冠肺炎疫情在中國得到有效遏制，我們的到店、酒店及旅遊分部於2021年第一季度全面復蘇。於2021年第一季度，此分部的收入同比增長112.7%至人民幣66億元。經營溢利由2020年第一季度的人民幣680.2百萬元增加304.0%至2021年第一季度的人民幣27億元，經營利潤率由22.0%升至41.7%。

就到店餐飲業務而言，由於我們於春節推出「春節不打烊」活動，今年春節期間的交易金額及交易量增速提升到歷史新高，我們在2021年第一季度的兩年交易金額複合年增長率達到約30%。聚餐活動全面復蘇，而輕餐消費場景則維持高增長。我們進一步增加了平台的優質供給，並繼續滲透更高質量的連鎖餐廳。我們的定制化服務和創新的以交易為基礎的產品繼續支持連鎖餐廳的特殊廣告需求。在三月份，我們更新了境內和境外城市的2021年「黑珍珠」榜單。「黑珍珠」榜單作為知名的美食及其他類別的推薦指南在消費者與商戶中有較強的影響力。

至於其他到店服務，與2019年第一季度比較，我們於2021年第一季度的收入兩年複合年增長率超過30%。如醫美等類別維持強勁增長動力，而在新冠肺炎疫情期間受到嚴重打擊的休閒及娛樂類別，則恢復正常增長。我們持續識別不斷演變的消費趨勢，並管理多元服務類別以更好地滿足不斷變化的消費者需求。我們亦推出了各種營銷及推廣節，如「結婚歡購節」及「開學季」，以助提升商戶的廣告預算。因此，本季度我們在服務高質量商戶及快速覆蓋中小型商戶方面增強了競爭優勢。

就酒店預訂業務而言，我們在2021年第一季度的國內酒店間夜量超過1億，同比增長率達到135.8%的卓越水平，而相較2019年同期的兩年複合年增長率則為13.3%。雖然今年春節期間中國政府提倡人民本地過年導致七日假期的出行量較過往正常年度有所減少，但第一季度的酒店消費需求持續上升。尤其顯著的是我們在高星級酒店的業務增長迅速，高星酒店間夜量佔比在2021年第一季度超越16.7%，得益於我們在擴展供給、客戶服務及產品體驗上的不斷投資。至於低星酒店及低線城市，我們進一步鞏固了現有的優勢、提升品牌知名度及改善線下流量的轉化。

新業務及其他

於2021年第一季度，我們增加了對新業務的投資。零售（尤其是社區電商業務）繼續成為我們最大投資領域。於2021年第一季度，新業務及其他分部的收入同比增加136.5%至人民幣99億元，主要受零售業務、B2B餐飲供應鏈服務及共享騎行業務的增長所推動。於2021年第一季度，該分部的經營虧損同比及環比擴大至人民幣80億元，而經營利潤率降低至負值81.6%。

零售業務對我們具有戰略重要性，並正好與我們的「Platform + Food」戰略吻合。於2021年第一季度，社區電商業務「美团優選」進一步擴大地域覆蓋範圍，擴展至逾2,600個市縣，基本上完成全國覆蓋的目標。儘管因春節假期季節性因素導致二月零售出現淡季，美团優選於季內持續錄得健康增長。由於社區電商行業仍處於初期階段，我們繼續作出了大量的前期投資，加強產品及服務能力，刺激用戶消費，並擴大我們的團長規模。我們繼續加強倉配網絡，以觸達更多消費者，尤其是眾多發展程度較低的地區。我們完善了團長的佣金機制，並設計差異化的運營策略調動他們的積極性。在供應鏈方面，我們繼續豐富產品選擇和提高質量管理能力，以滿足消費者不斷增長的對高性價比產品的需求。我們亦探索了多種用戶獲取策略，實現了很好的用戶增長，並且用戶留存及交易頻次穩步增加。與此同時，由於業務規模擴大，我們亦於季內繼續改善了此業務的經營效率及單位經濟效益。

就美团閃購而言，我們繼續利用平台優勢滿足消費者不斷上升的對本地貨品及產品即時配送的需求。於2021年第一季度，我們將更多資源分配至如超級市場、鮮花及包裝水果等品類，促進季內業務增長。為響應「本地過年」的政策，我們利用複雜的即時配送網絡，成功轉化了大量餐飲外賣用戶成為美团閃購用戶。特別是，我們精確地捕捉到時下工作忙碌的年輕一代不斷演變的消費趨勢，以及對節日商品及禮物當日送達的偏好。情人節前的一個星期，鮮花及禮物銷售激增。玫瑰花、腕錶和iPhone成為平台上最受歡迎的銷售禮物，周對周銷售額以雙位數百分比增長。因此，高客單價商品數量亦急速增加。我們成功地進一步培養用戶消費習慣及對美团萬物到家的心智。

就美团買菜而言，我們繼續視服務質量及消費者體驗為首位。由於本年度中國政府提倡人們「本地過年」，消費者對食雜生鮮的需求於季內上升。我們積極預備存貨及調整供應策略，應對不斷上升的需求。此外，我們增加了配送騎手的薪金，以確保充足的運力並且向騎手提供假期工作的額外福利。此外，我們在四個運營城市開設更多倉庫，以增加倉庫密度、倉儲容量及產品選擇。因此，季度交易用戶同比增加逾400%，交易頻次亦有所改善，使得我們實現較高的經營效率及更好的單位經濟效益。

作為本地服務的領先平台，我們繼續向消費者及商家提供更好的產品及服務，加快行業數字化，為整體社會創造更多價值。於2021年第一季度，由於中國政府有效遏制新冠肺炎疫情，我們的餐飲外賣以及到店、酒店及旅遊業務迎來又一次強勁增長。這個增長反映了我們作為「本地生活服務首選平台」在消費者和商家心中的強大品牌心智。此外，我們對零售業務的投資幫助我們延展消費者觸點，為他們提供不斷增加的產品選擇，尤其是低線市場的消費者。我們進一步優化了即時配送網絡，同時建立新的「次日」配送物流網絡。就商家而言，我們繼續服務廣泛的中小商家，提供更全面的服務，如廣告產品、數字工具、B2B餐飲供應鏈服務以及餐飲管理系統服務，從而協助他們改善日常營運。展望未來，配合有效利用技術及對創新的投入，我們將會繼續為消費者、商家、外賣騎手，以及生態系統內所有其他參與者創造更長遠的價值，並承擔我們的社會責任。

管理層討論及分析

2021年第一季度與2020年第一季度的比較

下表載列2021年及2020年第一季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2021年 3月31日	2020年 3月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	23,454,460	10,800,101
在線營銷服務	5,665,135	2,864,409
利息收入	175,322	212,145
其他服務及銷售	7,721,345	2,877,232
	37,016,262	16,753,887
銷售成本	(29,816,095)	(11,557,421)
毛利	7,200,167	5,196,466
銷售及營銷開支	(7,206,408)	(3,199,439)
研發開支	(3,477,290)	(2,296,458)
一般及行政開支	(1,737,403)	(1,069,741)
金融資產減值虧損撥回／(撥備)淨額	33,775	(237,542)
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	42,034	(508,261)
其他收益淨額	378,118	399,445
經營虧損	(4,767,007)	(1,715,530)
財務收入	77,855	57,930
財務成本	(166,052)	(48,044)
應佔以權益法入賬的投資之(虧損)／收益	(2,013)	11,128
除所得稅前虧損	(4,857,217)	(1,694,516)
所得稅抵免	10,955	115,238
期內虧損	(4,846,262)	(1,579,278)
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	(2,382,683)	41,311
經調整虧損淨額	(3,891,717)	(216,348)

收入

我們的收入由2020年第一季度的人民幣168億元增加120.9%至2021年同期的人民幣370億元。由於從新冠肺炎疫情中恢復，我們加強餐飲外賣、到店、酒店及旅遊業務同時持續發展新業務，所有業務分部均實現同比增長。

下表載列2021年及2020年第一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2021年3月31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	18,370,710	3,255,587	1,828,163	23,454,460
在線營銷服務	2,192,127	3,315,840	157,168	5,665,135
其他服務及銷售 (包括利息收入)	12,573	12,964	7,871,130	7,896,667
總計	<u>20,575,410</u>	<u>6,584,391</u>	<u>9,856,461</u>	<u>37,016,262</u>

	未經審核			總計
	截至2020年3月31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	8,563,624	1,196,998	1,039,479	10,800,101
在線營銷服務	919,519	1,886,831	58,059	2,864,409
其他服務及銷售 (包括利息收入)	7,280	11,149	3,070,948	3,089,377
總計	<u>9,490,423</u>	<u>3,094,978</u>	<u>4,168,486</u>	<u>16,753,887</u>

餐飲外賣分部的收入由2020年第一季度的人民幣95億元增加116.8%至2021年同期的人民幣206億元。佣金收入增加114.5%至人民幣184億元，主要由於訂單量同比增加111.2%，被平均訂單價值同比減少所略微抵銷。新冠肺炎疫情恢復過後，我們持續改善餐飲外賣會員制度，並開展更多營銷活動擴大交易用戶數目及購買頻次。在線營銷服務收入增加138.4%至人民幣22億元，乃由於新冠肺炎疫情之後使用在線營銷服務的活躍商家數量因其獲取線上流量的意願不斷增加而上升，且各商家貢獻的收入亦增加。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2020年第一季度的人民幣31億元增加112.7%至2021年同期的人民幣66億元。佣金收入增加172.0%至人民幣33億元，乃由於消費者的消費復蘇帶動交易金額增加所致。在線營銷服務收入增加75.7%至人民幣33億元，乃由於商家經營情況的復蘇，令在線營銷活躍商家數目及各商家所貢獻收入增加。

新業務及其他分部的收入由2020年第一季度的人民幣42億元增加136.5%至2021年同期的人民幣99億元。受新冠肺炎疫情後復蘇及業務擴張以滿足消費者不斷增加的需求所推動，收入增加主要源自零售業務、B2B餐飲供應鏈服務及共享騎行服務。

成本及開支

下表載列於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				
	2021年3月31日		2020年3月31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	29,816,095	80.5%	11,557,421	69.0%	158.0%
銷售及營銷開支	7,206,408	19.5%	3,199,439	19.1%	125.2%
研發開支	3,477,290	9.4%	2,296,458	13.7%	51.4%
一般及行政開支	1,737,403	4.7%	1,069,741	6.4%	62.4%
金融資產減值虧損 (撥回)／撥備淨額	(33,775)	(0.1%)	237,542	1.4%	(114.2%)

銷售成本

我們的銷售成本由2020年第一季度的人民幣116億元增加158.0%至2021年同期的人民幣298億元，而佔收入的百分比由69.0%同比增加11.5個百分點至80.5%。該金額及佔總收入百分比增加乃主要由於隨着訂單量增加而引起的餐飲外賣騎手成本增加以及持續投資零售業務及其他新業務。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支於2021年第一季度為人民幣72億元，而2020年同期則為人民幣32億元，佔收入百分比由19.1%同比增加0.4個百分點至19.5%。由於自新冠肺炎疫情恢復，我們於交易用戶激勵以及推廣及廣告開支方面作出更多支出。此外，僱員人數因業務擴張而增加，導致僱員福利開支增加。

研發開支

我們的研發開支由2020年第一季度的人民幣23億元增加至2021年同期的人民幣35億元，而佔收入百分比由13.7%同比減少4.3個百分點至9.4%。金額增加主要由於業務擴張導致僱員人數增加及平均薪金上升。佔收入百分比減少是由於經營效率提升。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2020年第一季度的人民幣11億元增加至2021年同期的人民幣17億元，而佔收入百分比由6.4%同比減少1.7個百分點至4.7%。金額增加主要由於業務擴張導致僱員人數增加及平均薪金上升。佔收入百分比減少是由於經營效率提升。

金融資產減值虧損(撥回)／撥備淨額

金融資產減值虧損(撥回)／撥備淨額由2020年第一季度的撥備淨額人民幣237.5百萬元變為2021年同期的撥回淨額人民幣33.8百萬元，該變動主要由於金融資產的預期信用虧損減少。

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

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2021年第一季度為收益人民幣42.0百萬元，而2020年同期則為虧損人民幣508.3百萬元。該變動主要由於投資於上市實體的公允價值變動所致。

其他收益淨額

其他收益淨額由2020年第一季度的人民幣399.4百萬元減少5.3%及人民幣21.3百萬元至2021年同期的人民幣378.1百萬元，主要由於我們於2020年第一季度就新冠肺炎疫情作出一次性捐款。

經營虧損

由於上述原因，2021年第一季度的經營虧損及經營利潤率分別為人民幣負值48億元及負值12.9%，而2020年同期分別為經營虧損人民幣負值17億元及負值10.2%。

下表載列按分部劃分的經營(虧損)／溢利及經營利潤率。

未經審核
截至下列日期止三個月

	2021年3月31日		2020年3月31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)				
餐飲外賣	1,115,885	5.4%	(70,881)	(0.7%)	不適用
到店、酒店及旅遊	2,748,205	41.7%	680,179	22.0%	304.0%
新業務及其他	(8,044,445)	(81.6%)	(1,363,717)	(32.7%)	489.9%
未分配項目	(586,652)	不適用	(961,111)	不適用	(39.0%)
經營虧損總額	(4,767,007)	(12.9%)	(1,715,530)	(10.2%)	177.9%

餐飲外賣分部的經營虧損由2020年第一季度的虧損人民幣70.9百萬元變動為2021年同期的溢利人民幣11億元，乃主要由於餐飲外賣業務從新冠肺炎疫情中恢復帶動毛利增加，部分被銷售及營銷開支增加所抵銷。此分部的經營利潤率由負值0.7%同比增加6.1個百分點至正值5.4%，乃主要由於餐飲外賣業務復蘇導致變現率增加，部分被平均訂單金額較低所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2020年第一季度的人民幣680.2百萬元增加304.0%至2021年同期的人民幣27億元。增加乃主要由於新冠肺炎疫情恢復帶來毛利增加，部分被銷售及營銷開支增加所抵銷。此分部的經營利潤率由22.0%同比增加19.7個百分點至41.7%，乃由於到店、酒店及旅遊業務的復蘇。

新業務及其他分部的經營虧損由2020年第一季度的人民幣14億元擴大至2021年同期的人民幣80億元，乃由於我們繼續加大此分部的投資，尤其是零售業務。我們新的零售業務模式仍處於初步階段，在全國範圍內大量投資擴大零售業務導致此分部的經營利潤率由負值32.7%同比減少48.9個百分點至負值81.6%。

除所得稅前虧損

主要由於上述原因，2021年第一季度的除所得稅前虧損為人民幣49億元，而2020年同期則為除所得稅前虧損人民幣17億元。

所得稅抵免

2021年第一季度的所得稅抵免為人民幣11.0百萬元，而2020年同期的所得稅抵免為人民幣115.2百萬元，主要由於若干實體產生的未確認稅務虧損增加所致。

期內虧損

由於上述原因，我們於2021年第一季度錄得期內虧損人民幣48億元，而2020年同期則為期內虧損人民幣16億元。

2021年第一季度與2020年第四季度的比較

下表載列2021年第一季度與2020年第四季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2021年 3月31日	2020年 12月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	23,454,460	24,373,609
在線營銷服務	5,665,135	6,060,683
利息收入	175,322	252,335
其他服務及銷售	7,721,345	7,230,877
	<u>37,016,262</u>	<u>37,917,504</u>
銷售成本	<u>(29,816,095)</u>	<u>(28,461,795)</u>
毛利	7,200,167	9,455,709
銷售及營銷開支	(7,206,408)	(7,675,340)
研發開支	(3,477,290)	(3,249,199)
一般及行政開支	(1,737,403)	(1,950,943)
金融資產減值虧損撥回／(撥備)淨額	33,775	(54,187)
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	42,034	(661,883)
其他收益淨額	<u>378,118</u>	<u>1,283,147</u>
經營虧損	<u>(4,767,007)</u>	<u>(2,852,696)</u>
財務收入	77,855	69,724
財務成本	(166,052)	(149,735)
應佔以權益法入賬的投資之(虧損)／收益	<u>(2,013)</u>	<u>117,398</u>
除所得稅前虧損	<u>(4,857,217)</u>	<u>(2,815,309)</u>
所得稅抵免	<u>10,955</u>	<u>571,017</u>
期內虧損	<u><u>(4,846,262)</u></u>	<u><u>(2,244,292)</u></u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	(2,382,683)	(589,128)
經調整虧損淨額	(3,891,717)	(1,436,520)

收入

我們的收入由2020年第四季度的人民幣379億元減少2.4%至2021年第一季度的人民幣370億元。減少乃主要由於餐飲外賣業務的交易金額減少、「本地過年」政策及季節性因素導致到店、酒店及旅遊業務減少，部分被新業務的強勁收入增長所抵銷。

下表載列2021年第一季度及2020年第四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2021年3月31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	18,370,710	3,255,587	1,828,163	23,454,460
在線營銷服務	2,192,127	3,315,840	157,168	5,665,135
其他服務及銷售 (包括利息收入)	12,573	12,964	7,871,130	7,896,667
總計	20,575,410	6,584,391	9,856,461	37,016,262

	未經審核			總計
	截至2020年12月31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	19,058,227	3,581,958	1,733,424	24,373,609
在線營銷服務	2,441,964	3,538,844	79,875	6,060,683
其他服務及銷售 (包括利息收入)	37,794	14,558	7,430,860	7,483,212
總計	21,537,985	7,135,360	9,244,159	37,917,504

餐飲外賣分部的收入由2020年第四季度的人民幣215億元減少4.5%至2021年第一季度的人民幣206億元。佣金收入減少3.6%至人民幣184億元乃主要由於季節性因素導致訂單量減少12.9%，部分被假日聚會訂購更多高價菜色導致平均訂單金額增加所抵銷。在線營銷服務收入由於活躍商家於假日季節的在線營銷支出減少而下降10.2%至人民幣22億元。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2020年第四季度的人民幣71億元減少7.7%至2021年第一季度的人民幣66億元。佣金收入減少9.1%至人民幣33億元，乃主要由於節假日期間人們響應呼籲本地過年減少出行導致酒店業務的消費減少。在線營銷服務收入減少6.3%至人民幣33億元，乃主要由於季節性因素所致。

新業務及其他分部的收入由2020年第四季度的人民幣92億元增加6.6%至2021年第一季度的人民幣99億元，乃主要由於持續業務擴張導致零售業務收入增加所致。

成本及開支

下表載列於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				
	2021年3月31日		2020年12月31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	29,816,095	80.5%	28,461,795	75.1%	4.8%
銷售及營銷開支	7,206,408	19.5%	7,675,340	20.2%	(6.1%)
研發開支	3,477,290	9.4%	3,249,199	8.6%	7.0%
一般及行政開支	1,737,403	4.7%	1,950,943	5.1%	(10.9%)
金融資產減值虧損 (撥回)／撥備淨額	(33,775)	(0.1%)	54,187	0.1%	(162.3%)

銷售成本

我們的銷售成本由2020年第四季度的人民幣285億元增加4.8%至2021年第一季度的人民幣298億元，而佔收入百分比由75.1%增加5.4個百分點至80.5%。該金額及佔收入百分比增加乃主要由於新業務持續投資所致，尤其是零售業務。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2020年第四季度的人民幣77億元減少至2021年第一季度的人民幣72億元，佔收入百分比由20.2%減少0.7個百分點至19.5%。該減少主要由於假期內餐飲外賣業務的補貼減少所致。

研發開支

我們的研發開支由2020年第四季度的人民幣32億元增加至2021年第一季度的人民幣35億元，佔收入百分比由8.6%增加0.8個百分點至9.4%。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平均薪金上升所致。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2020年第四季度的人民幣20億元減少至2021年第一季度的人民幣17億元，佔收入百分比由5.1%減少0.4個百分點至4.7%。金額及佔收入百分比減少主要由於經營效率提高。

金融資產減值虧損撥回／(撥備)淨額

金融資產減值虧損撥回／(撥備)淨額由2020年第四季度的撥備淨額人民幣54.2百萬元變為2021年第一季度的撥回淨額人民幣33.8百萬元，該變動主要由於收回某些壞賬所致。

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

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2021年第一季度為收益人民幣42.0百萬元，而2020年第四季度則為虧損人民幣661.9百萬元。該變動主要由於投資於上市實體的公允價值變動所致。

其他收益淨額

其他收益淨額由2020年第四季度減少人民幣905.0百萬元至2021年第一季度的人民幣378.1百萬元，主要由於攤薄收益減少所致。

經營虧損

由於上述原因，2021年第一季度的經營虧損為人民幣48億元，而2020年第四季度則為經營虧損人民幣29億元。

下表載列按分部劃分的經營（虧損）／溢利及經營利潤率。

	未經審核				環比變動
	截至下列日期止三個月				
	2021年3月31日		2020年12月31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	1,115,885	5.4%	882,352	4.1%	26.5%
到店、酒店及旅遊	2,748,205	41.7%	2,821,935	39.5%	(2.6%)
新業務及其他	(8,044,445)	(81.6%)	(6,002,831)	(64.9%)	34.0%
未分配項目	(586,652)	不適用	(554,152)	不適用	5.9%
經營虧損總額	(4,767,007)	(12.9%)	(2,852,696)	(7.5%)	67.1%

餐飲外賣分部的經營溢利由2020年第四季度的人民幣882.4百萬元增加至2021年第一季度的人民幣11億元。此分部的經營利潤率由4.1%環比增加至5.4%。金額及佔收入百分比增加乃主要由於用戶補貼比例較低所致。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由人民幣28億元略微減少至2021年第一季度的人民幣27億元，乃由於季節性因素所致。此分部的經營利潤率環比增加2.2個百分點至41.7%，乃主要由於人們響應呼籲本地過年導致酒店業務的交易用戶激勵支出減少所致。

新業務及其他分部的經營虧損由2020年第四季度的人民幣60億元擴大至2021年第一季度的人民幣80億元，此分部的經營利潤率由負值64.9%環比減少16.7個百分點至負值81.6%。金額及佔收入百分比的重大負面影響乃主要由於迅速業務擴張導致零售業務的經營虧損增加所致。

除所得稅前虧損

主要由於上述原因，2021年第一季度的除所得稅前虧損為人民幣49億元，而2020年第四季度則為除所得稅前虧損人民幣28億元。

所得稅抵免

我們的所得稅抵免於2021年第一季度為人民幣11.0百萬元，而2020年第四季度的所得稅抵免為人民幣571.0百萬元，乃主要由於若干實體產生的未確認稅務虧損增加所致。

期內虧損

由於上述原因，我們於2021年第一季度的期內虧損為人民幣48億元，而2020年第四季度則為期內虧損人民幣22億元。

非國際財務報告準則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，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）之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之類似詞彙有所不同。

下表載列2021年及2020年第一季度以及2020年第四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		
	2021年 3月31日	2020年 3月31日	2020年 12月31日
	(人民幣千元)		
期內虧損	(4,846,262)	(1,579,278)	(2,244,292)
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	937,902	691,676	1,041,671
投資之公允價值(收益)/虧損 ⁽¹⁾	(42,034)	508,261	(191,031)
出售投資及附屬公司之收益	(749)	—	—
收購產生的無形資產攤銷	125,637	160,857	133,007
摩拜重組計劃的減值及開支 (撥回)/撥備	(1,735)	(238)	738
金融資產減值虧損撥回淨額	(55,000)	—	—
對非國際財務報告準則調整的 所得稅影響	(9,476)	2,374	(176,613)

未經審核
截至下列日期止三個月

	2021年 3月31日	2020年 3月31日	2020年 12月31日
	(人民幣千元)		
經調整虧損淨額	(3,891,717)	(216,348)	(1,436,520)
調整項目：			
所得稅抵免，對非國際財務報告 準則調整的所得稅影響除外	(1,479)	(117,612)	(394,404)
應佔以權益法入賬的投資之 虧損／(收益)	2,013	(11,128)	(117,398)
財務收入	(77,855)	(57,930)	(69,724)
財務成本	166,052	48,044	149,735
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	(377,369)	(399,445)	(430,233)
軟件及其他攤銷	76,603	131,636	75,597
物業、廠房及設備折舊	1,721,069	664,094	1,633,819
經調整EBITDA	(2,382,683)	41,311	(589,128)

(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或優先票據融資來滿足我們的現金需求。截至2021年3月31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178億元及人民幣353億元。

下表載列我們於所示2021年第一季度的現金流量：

	未經審核 截至2021年 3月31日 止三個月 (人民幣千元)
經營活動所用現金流量淨額	(4,430,131)
投資活動所得現金流量淨額	4,737,057
融資活動所得現金流量淨額	441,902
現金及現金等價物的增加淨額	748,828
期初現金及現金等價物	17,093,559
現金及現金等價物匯兌虧損	(49,485)
期末現金及現金等價物	17,792,902

經營活動所用現金流量淨額

經營活動所用現金流量淨額指經營所用現金減已付所得稅。經營所用現金主要包括我們於2021年第一季度的虧損，且根據非現金項目及營運資本的變動調整。

於2021年第一季度，經營活動所用現金流量淨額為人民幣44億元，主要由於除所得稅前虧損，根據以下項目調整：(i)折舊及攤銷及以股份為基礎的薪酬，部分被分類為投資現金流的股息收入及利息所抵銷；及(ii)營運資本變動，主要包括貿易應付款項、受限制現金、其他應付款項及應計費用、應付商家款項及遞延收入減少。

投資活動所得現金流量淨額

於2021年第一季度，投資活動所得現金流量淨額為人民幣47億元，乃主要由於理財投資所得現金流量淨額，部分被購買物業、廠房及設備、土地使用權及對若干非上市實體的投資所抵銷。

融資活動所得現金流量淨額

於2021年第一季度，融資活動所得現金流量淨額為人民幣441.9百萬元，乃主要由於借款所得款項所致，部分被償還借款及租賃付款所抵銷。

資本負債比率

截至2021年3月31日，我們的資本負債比率約為23%，乃按借款及應付票據總額除以本公司權益持有人應佔權益計算。

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		
	2021年 3月31日	2020年 3月31日	2020年 12月31日
	(人民幣千元)		
收入			
佣金	23,454,460	10,800,101	24,373,609
在線營銷服務	5,665,135	2,864,409	6,060,683
利息收入	175,322	212,145	252,335
其他服務及銷售	7,721,345	2,877,232	7,230,877
	37,016,262	16,753,887	37,917,504
銷售成本	(29,816,095)	(11,557,421)	(28,461,795)
毛利	7,200,167	5,196,466	9,455,709
銷售及營銷開支	(7,206,408)	(3,199,439)	(7,675,340)
研發開支	(3,477,290)	(2,296,458)	(3,249,199)
一般及行政開支	(1,737,403)	(1,069,741)	(1,950,943)
金融資產減值虧損撥回／(撥備)淨額	33,775	(237,542)	(54,187)
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	42,034	(508,261)	(661,883)
其他收益淨額	378,118	399,445	1,283,147
經營虧損	(4,767,007)	(1,715,530)	(2,852,696)
財務收入	77,855	57,930	69,724
財務成本	(166,052)	(48,044)	(149,735)
應佔以權益法入賬的投資之(虧損)／收益	(2,013)	11,128	117,398
除所得稅前虧損	(4,857,217)	(1,694,516)	(2,815,309)
所得稅抵免	10,955	115,238	571,017
期內虧損	(4,846,262)	(1,579,278)	(2,244,292)
以下人士應佔期內(虧損)／溢利：			
本公司權益擁有人	(4,847,283)	(1,578,336)	(2,244,701)
非控股權益	1,021	(942)	409
	(4,846,262)	(1,579,278)	(2,244,292)

簡明綜合財務狀況表

	未經審核 截至2021年 3月31日	經審核 截至2020年 12月31日
	(人民幣千元)	
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	13,696,617	13,917,165
無形資產	31,482,451	31,676,381
遞延稅項資產	477,392	448,670
長期理財投資	618,886	612,967
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的其他金融投資	11,045,938	10,256,786
採用權益法列賬的投資	13,238,372	13,180,943
按公允價值計量且其變動計入 其他全面收益的其他金融投資	738,660	605,918
預付款項、押金及其他資產	10,284,050	7,569,817
	<u>81,582,366</u>	<u>78,268,647</u>
流動資產		
存貨	477,874	466,492
貿易應收款項	1,226,481	1,030,948
預付款項、押金及其他資產	12,806,092	12,940,125
短期理財投資	35,332,854	43,999,364
受限制現金	11,022,524	12,775,667
現金及現金等價物	17,792,902	17,093,559
	<u>78,658,727</u>	<u>88,306,155</u>
總資產	<u><u>160,241,093</u></u>	<u><u>166,574,802</u></u>
權益		
股本	395	395
股份溢價	263,336,290	263,155,201
股份獎勵計劃所持股份	-	-
其他儲備	(5,183,304)	(6,262,066)
累計虧損	(164,047,786)	(159,200,503)
	<u>(164,047,786)</u>	<u>(159,200,503)</u>
本公司權益持有人應佔權益	94,105,595	97,693,027
非控股權益	(57,731)	(58,752)
	<u>(57,731)</u>	<u>(58,752)</u>
總權益	<u><u>94,047,864</u></u>	<u><u>97,634,275</u></u>

簡明綜合財務狀況表（續）

	未經審核 截至2021年 3月31日	經審核 截至2020年 12月31日
	(人民幣千元)	
負債		
非流動負債		
遞延稅項負債	753,203	755,694
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債	246,000	114,600
遞延收入	104,843	166,700
借款	1,971,390	1,957,470
應付票據	13,063,336	12,966,341
租賃負債	1,696,533	1,648,008
其他非流動負債	212,245	184,073
	<u>18,047,550</u>	<u>17,792,886</u>
流動負債		
貿易應付款項	10,188,187	11,967,026
應付商家款項	8,704,278	9,414,936
交易用戶預付款	4,450,411	4,307,861
交易用戶押金	2,196,671	2,222,211
其他應付款項及應計費用	9,154,438	10,557,218
借款	7,074,497	6,395,002
遞延收入	4,910,921	5,052,830
租賃負債	1,301,337	1,089,847
所得稅負債	164,939	140,710
	<u>48,145,679</u>	<u>51,147,641</u>
總負債	<u><u>66,193,229</u></u>	<u><u>68,940,527</u></u>
總權益及負債	<u><u>160,241,093</u></u>	<u><u>166,574,802</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2021年3月31日止三個月並無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券。

審核委員會

審核委員會連同核數師已審閱本公司截至2021年3月31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

2021年4月27日，公司完成發行1,483,600,000美元於二零二七年到期的零息可換股債券及1,500,000,000美元於二零二八年到期的零息可換股債券，並通過先舊後新方式以每股273.80港元的價格完成配售187,000,000股B類普通股予不少於六名承配人。

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2021年3月31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之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之行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，各董事皆確認於截至2021年3月31日止三個月已遵守標準守則所載之規定標準。

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，2021年5月28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
「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，惟有關任何預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（前稱美团點評），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「綜合聯屬實體」）
「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」	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
「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)就我們的到店業務而言，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