

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 (港幣櫃台) 及 83690 (人民幣櫃台)

截至2025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2025年9月30日止三個月的未經審核綜合業績。

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				
	2025年9月30日		2024年9月30日		同比變動
	金額	佔收入	金額	佔收入	
		百分比		百分比	
(人民幣千元，百分比除外)					
收入	95,488,113	100.0%	93,577,319	100.0%	2.0%
經營(虧損)／溢利	(19,759,350)	(20.7%)	13,685,176	14.6%	不適用
期內(虧損)／溢利	(18,632,088)	(19.5%)	12,864,954	13.7%	不適用
非國際財務報告會計準則計量 ¹ ：					
經調整EBITDA	(14,841,897)	(15.5%)	14,529,197	15.5%	不適用
經調整(虧損)／溢利淨額	(16,009,634)	(16.8%)	12,829,261	13.7%	不適用

1 有關非國際財務報告會計準則計量的更多資料，請參閱「非國際財務報告會計準則計量與最接近的根據國際財務報告會計準則編製的計量之間的調節」一節。

分部財務資料

未經審核
截至2025年9月30日止三個月

	核心 本地商業	新業務	未分配 項目 ²	總計
	(人民幣千元)			
收入：				
配送服務	23,021,931	—	—	23,021,931
佣金	26,375,119	1,627,723	—	28,002,842
在線營銷服務	14,193,343	133,193	—	14,326,536
其他服務及銷售（包括利息收入）	3,856,473	26,280,331	—	30,136,804
總收入	67,446,866	28,041,247	—	95,488,113
銷售成本、經營開支及未分配項目	(81,517,876)	(29,319,156)	(4,410,431)	(115,247,463)
經營虧損	<u>(14,071,010)</u>	<u>(1,277,909)</u>	<u>(4,410,431)</u>	<u>(19,759,350)</u>

未經審核
截至2024年9月30日止三個月

	核心 本地商業	新業務	未分配 項目	總計
	(人民幣千元)			
收入：				
配送服務	27,784,111	—	—	27,784,111
佣金	26,080,135	809,773	—	26,889,908
在線營銷服務	13,423,641	115,499	—	13,539,140
其他服務及銷售（包括利息收入）	2,085,212	23,278,948	—	25,364,160
總收入	69,373,099	24,204,220	—	93,577,319
銷售成本、經營開支及未分配項目	(54,790,696)	(25,230,262)	128,815	(79,892,143)
經營溢利／（虧損）	<u>14,582,403</u>	<u>(1,026,042)</u>	<u>128,815</u>	<u>13,685,176</u>

- 2 未分配項目主要包括(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／（虧損）淨額的若干項目；及(v)若干公司行政支出及其他項目。未分配項目不分配至各分部。

	同比變動			總計
	核心 本地商業	新業務	未分配 項目	
	(百分比%)			
收入：				
配送服務	(17.1)	不適用	不適用	(17.1)
佣金	1.1	101.0	不適用	4.1
在線營銷服務	5.7	15.3	不適用	5.8
其他服務及銷售（包括利息收入）	84.9	12.9	不適用	18.8
總收入	(2.8)	15.9	不適用	2.0
銷售成本、經營開支及未分配項目	48.8	16.2	不適用	44.3
經營（虧損）／溢利	不適用	24.5	不適用	不適用

業務回顧

本公司財務概要

於2025年第三季度，我們的收入由2024年同期的人民幣936億元增長2.0%至人民幣955億元。由於外賣行業競爭持續加劇，於2025年第三季度，我們核心本地商業分部的經營溢利同比大幅下降，轉為經營虧損人民幣141億元。同時，由於海外擴張，新業務分部的經營虧損同比擴大至人民幣13億元。因此，我們於該季度的經調整EBITDA及經調整溢利淨額分別同比下降至負人民幣148億元及負人民幣160億元。截至2025年9月30日，我們持有的現金及現金等價物和短期理財投資分別為人民幣992億元和人民幣421億元。

本公司業務概要

核心本地商業

2025年第三季度，我們的分部收入同比減少2.8%至人民幣674億元。受近期市場競爭白熱化影響，經營溢利同比顯著減少並轉為負人民幣141億元，經營虧損率為20.9%。

在第三季度，我們持續發揮優勢，實現了行業領先的運營效率和卓越的消費體驗。我們對服務質量和行業健康發展的持續關注，使我們能夠應對多變的市場，強化用戶心智，並鞏固我們在餐飲外賣領域的優勢。面對激烈的競爭，我們加速供給側創新，同時提升服務質量。對於我們的創新供給模式，包括「拼好飯」、「神搶手」和「品牌衛星店」等，我們深化了與品質商家的合作，擴展了全價格帶高品質產品的覆蓋範圍。基於我們平台上的真實數據，我們篩選出最優質的餐飲商家，為我們的高價值餐飲外賣用戶精準匹配優質供給。此外，我們推出了「準時寶」和「1對1急送」等品質服務，強化了我們在履約側的核心競爭力，提升了消費者的配送體驗。餐飲外賣日活躍用戶和月交易用戶在第三季度均創新高。我們還擴大了用戶結構優勢：核心用戶規模同比穩健增長，更多中低頻用戶向高頻躍遷。他們的消費頻次和黏性均提升，消費場景也更多元。未來，我們將繼續專注於通過改善供給和履約能力推動核心用戶消費頻次和黏性的提升。

除了推動業務增長外，我們繼續積極推動食品安全、商戶扶持與賦能、騎手福利等關鍵舉措。在食品安全領域，我們與行業夥伴共建「浣熊食堂」，以集中式廚房為基礎，確保全程可視、可追溯。目前在高線城市已推出20個「浣熊食堂」，超過300個品牌入駐。入駐商家線上曝光及訂單量顯著增長。在商戶扶持與賦能層面，我們推出多項計劃，為中小商家、餐飲新店等提供資金及經營工具支持。我們還優化了流量分配，強化價格管理，引導商家理性營銷。我們近期升級了「繁盛計劃」，開放AI選址、經營分析等工具，助力商家的數字化運營。騎手福利方面，在10月我們將騎手養老保險補貼計劃推廣至全國，職業傷害保障拓展至17個省市。此外，我們構建了多層次福利體系，包括設立大病關懷保障、子女教育基金，幫助騎手提升技能與學歷，為騎手提供工作餐、體檢、旅遊補貼等福利。我們還在全國設立「騎手之家」和驛站，為騎手提供便捷的設施與服務。未來，我們將繼續收集來自騎手和社會各界的反饋，並將這些寶貴的意見融入到我們的業務運營中，努力探索更全面的騎手福利保障體系。

作為消費者首選的即時零售平台，「美团閃購」繼續引領行業的快速增長和服務升級。在第三季度，新用戶增速和核心用戶交易頻次進一步提升。隨著我們供給的不斷豐富，消費多品類的用戶佔比穩步提升，鞏固了我們「萬物到家」的用戶心智。「美团閃電倉」等新供給模式快速擴張，將高確定性的生活方式延伸到了中國更廣泛的地區。我們還和酒飲、服飾等品類的頭部品牌達成合作，這彰顯出頭部品牌對即時零售價值的認同，以及對美团的信任。在10月，我們正式推出了「品牌官旗閃電倉」，為零售品牌提供全套即時零售基礎設施，包括倉儲、配送和數字化系統。我們發揮在用戶流量、生態系統和數字化能力等方面的優勢，賦能品牌實現用戶增長、提高銷量，並深化與年輕消費者的連接。今年「七夕節」，受節日禮贈和慶祝需求的驅動，「美团閃購」的訂單量和交易金額創下歷史新高。禮品偏好更加多元化，從鮮花擴展到更豐富的品類。這推動多個高客單價品類在我們平台上實現了顯著的銷量增長，包括3C電子、美妝護膚和珠寶首飾等。我們也持續致力於即時零售的服務升級。繼推出行業首個全流程服務保障計劃後，我們於近期推出白酒全鏈路保真體系，併發起行業首個優質果切品牌聯盟。作為行業內值得信賴的合作夥伴，我們將繼續以最高品質與極致服務樹立行業標桿。

我們的到店業務在中國本地生活服務市場中持續佔據重要地位。我們覆蓋超過200個服務品類，建立了連接最廣泛商家和消費者群體的生態。我們通過對行業供需關係變化的深刻洞察和在價值創造方面的持續努力，已成為商家長效運營的核心增長引擎，以及消費者探索本地生活服務的首選平台。

在第三季度，我們進一步優化了產品和內容生態，為消費者提供更簡單、更可靠的消費決策參考。目前，我們平台已累積超過250億條真實消費評價，在過去12個月內新增接近35億條。我們還利用AI過濾低質及誘導性內容，保證我們評論生態的全面性和真實性，為消費者提供有價值的決策參考。我們擴大了「黑珍珠指南」、「必吃榜」等高質量榜單的覆蓋範圍和影響力，並計劃擴展到更多地區，上榜更多品質餐廳。此外，我們迭代了「秒提」、智能點餐和一鍵買單等產品，並擴大其對商戶的覆蓋，以滿足消費者多元且個性化的需求。

此外，我們進一步推進「安心學」產品在更多教育場景的應用，並拓展「安心系列」的品類覆蓋。通過靈活核銷的產品形式，我們顯著提升了消費者對預付式消費的信任。針對無人棋牌室和自助KTV等自助服務形式，我們升級預訂系統，為消費者提供從預約到履約、更順暢和省心的體驗。在醫藥健康領域，我們提供綜合的產品和服務。我們擴大了三甲醫院醫生視頻和電話問診服務的覆蓋範圍，提供24小時即時問診及30分鐘處方藥配送到家服務。我們改進了口腔和醫美領域的到店核銷流程，實施標準化的供應鏈管理，構建端到端的消費者信任體系。在第三季度，我們推出了2025年「北極星醫美榜」，樹立了行業標準，提升了服務品質的基準。未來，我們將繼續依託於我們對行業和消費者的深入洞察，將更多線下服務交易轉化為消費者信賴的線上交易。

新業務

2025年第三季度，新業務分部收入同比增長15.9%至人民幣280億元。分部經營虧損同比增加24.5%至人民幣13億元，經營虧損率環比改善2.5個百分點至4.6%。

我們的新業務分部在第三季度繼續錄得穩健的經營表現。「小象超市」、「快驢」等食雜零售業務保持強勁增長，在鞏固行業地位的同時提升了運營效率。我們也在逐步探索線下模式，專注於擴大線下場景覆蓋和完善供應鏈能力。此外，Keeta正在加速全球佈局：在香港和沙特阿拉伯，我們的規模和市場份額穩步增長，運營效率顯著提升。Keeta繼8月在卡塔爾推出後，在9月又陸續進入科威特和阿聯酋市場，完善了我們在中東核心地區的佈局。在10月下旬，Keeta在巴西啟動了試點運營。未來，我們將繼續發揮我們的產品、技術和運營優勢，把更好的消費和配送體驗帶給全球更多地區的消費者。

「美团會員」和AI是我們提升用戶和商家黏性及參與度的兩個重要工具。

「美团會員」經過六個月的迭代，已取得不錯進展。通過上新多個本地生活服務品類的會員權益與專屬活動，我們大幅提升了會員的用戶心智和交易頻次。尤其大量中等級用戶實現了會員等級躍遷，即使在激烈的競爭環境下，高價值會員規模也仍然保持穩健增長。此外，升級後的「美团會員」體系支持了用戶拉新、流量運營、交易增長和品牌營銷等關鍵領域的增長，同時有效促進了不同業務和消費場景之間的交叉銷售。展望未來，我們將憑藉我們的競爭優勢和對本地生活領域的廣泛覆蓋，持續完善會員體系，提升營銷效率，帶動用戶黏性和交易頻次的增長。

我們的AI佈局也實現了具有里程碑意義的新進展。面向商家，我們將「LongCat」融合餐飲行業萬億級數據，推出了一系列為餐飲商家量身定制的AI工具。我們的目標是將AI融入到商家運營的各個方面，推動整個行業的效率提升和智能化。憑藉多年積累的海量數據和業務經驗，「LongCat」擁有更深的行業理解和更強的匹配性，能夠為餐飲商家提供更有針對性的智能解決方案。在用戶端，我們推出了智能生活助理「小美」app，並正式進入規模化測試階段。美团App中也推出了內嵌的AI助手「問小團」。這兩個小助手覆蓋吃、住、行、游、娛、購等多個生活場景，能夠完成從智能搜索、比價到下單的流程，為用戶提供更智能化和個性化的服務體驗。展望未來，我們將致力於打造更扎根行業、服務行業的AI工具，為商家的每個經營和決策場景提供有效的解決方案，讓用戶的消費決策和體驗更智能、更便捷和更加個性化。

美团自2010年創立以來，見證並引領了中國本地生活服務行業的數字化變革。從2010年開始，我們通過團購模式培育了本地生活服務「線上購買、線下消費」的用戶心智。2013年進入餐飲外賣市場後，我們的同城即時配送網絡讓餐飲外賣服務變得觸手可得，成為中國消費者重要的餐飲消費習慣。在我們「零售+科技」的公司戰略引導下，我們將持續迭代產品和服務，更好地滿足消費者多元的本地服務需求，並通過科技創新和AI應用賦能商家，推動行業的可持續和健康發展。我們將繼續堅守我們的使命：「幫大家吃得更好，生活更好」。

2025年第四季度展望

近期市場競爭持續白熱化。因此，我們預計核心本地商業板塊及本公司整體層面，第四季度的經營虧損趨勢將延續。

管理層討論及分析

2025年第三季度與2024年第三季度的比較

下表載列2025年及2024年第三季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2025年 9月30日	2024年 9月30日
	(人民幣千元)	
收入	95,488,113	93,577,319
包括：利息收入	452,134	475,106
銷售成本	(70,307,050)	(56,823,456)
毛利	25,181,063	36,753,863
銷售及營銷開支	(34,266,826)	(17,953,163)
研發開支	(6,936,845)	(5,293,483)
一般及行政開支	(2,957,804)	(2,797,760)
金融及合同資產減值虧損撥備淨額	(292,777)	(275,298)
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	(389,928)	765,239
其他(虧損)/收益淨額	(96,233)	2,485,778
經營(虧損)/溢利	(19,759,350)	13,685,176
財務收入	513,372	313,088
財務成本	(413,987)	(261,651)
應佔採用權益法列賬的投資之溢利	9,541	213,821
除所得稅前(虧損)/溢利	(19,650,424)	13,950,434
所得稅抵免/(開支)	1,018,336	(1,085,480)
期內(虧損)/溢利	(18,632,088)	12,864,954
非國際財務報告會計準則計量：		
經調整EBITDA	(14,841,897)	14,529,197
經調整(虧損)/溢利淨額	(16,009,634)	12,829,261

收入

我們的收入由2024年第三季度的人民幣936億元增長2.0%至2025年同期的人民幣955億元。

下表載列2025年及2024年第三季度按分部及類型劃分的收入：

	未經審核		
	截至2025年9月30日止三個月		
	核心 本地商業	新業務	總計
	(人民幣千元)		
收入			
配送服務	23,021,931	–	23,021,931
佣金	26,375,119	1,627,723	28,002,842
在線營銷服務	14,193,343	133,193	14,326,536
其他服務及銷售（包括利息收入）	3,856,473	26,280,331	30,136,804
總計	<u>67,446,866</u>	<u>28,041,247</u>	<u>95,488,113</u>

	未經審核		
	截至2024年9月30日止三個月		
	核心 本地商業	新業務	總計
	(人民幣千元)		
收入			
配送服務	27,784,111	–	27,784,111
佣金	26,080,135	809,773	26,889,908
在線營銷服務	13,423,641	115,499	13,539,140
其他服務及銷售（包括利息收入）	2,085,212	23,278,948	25,364,160
總計	<u>69,373,099</u>	<u>24,204,220</u>	<u>93,577,319</u>

核心本地商業分部的收入由2024年同期的人民幣694億元減少2.8%至2025年第三季度的人民幣674億元。交易筆數及交易金額持續穩健增長，而佣金及在線營銷服務收入的增長在本季度因競爭加劇而放緩。儘管即時配送交易筆數錄得穩健增長，但由於為應對激烈競爭並轉化新用戶及提升用戶黏性，於配送服務收入中扣除的補貼大幅增加，使得配送服務收入同比小幅下降。

新業務分部的收入由2024年同期的人民幣242億元增長15.9%至2025年第三季度的人民幣280億元。儘管「美团優選」的戰略轉型帶來影響，但受惠於食雜零售業務及海外業務的擴張，我們的收入仍保持穩健增長。

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 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2024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)			
成本及開支：				
銷售成本	70,307,050	73.6%	56,823,456	60.7%
銷售及營銷開支	34,266,826	35.9%	17,953,163	19.2%
研發開支	6,936,845	7.3%	5,293,483	5.7%
一般及行政開支	2,957,804	3.1%	2,797,760	3.0%

銷售成本

銷售成本由2024年第三季度的人民幣568億元增長23.7%至2025年同期的人民幣703億元，佔收入百分比由60.7%同比增加12.9個百分點至73.6%。金額的增加主要由於即時配送交易筆數增加、騎手補貼提高、食雜零售業務及海外業務的擴張。銷售成本佔收入百分比增加主要由於為確保在激烈的競爭中提供穩定的即時配送服務而提高騎手補貼，以及與海外業務有關的成本增加，部分被食雜零售業務的運營效率改善所抵銷。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由2024年第三季度的人民幣180億元增加90.9%至2025年同期的人民幣343億元，佔收入百分比由19.2%同比增加16.7個百分點至35.9%。金額及佔收入百分比的增加主要由於業務發展以及為應對外賣行業的激烈競爭而不斷調整的業務策略導致推廣、廣告及用戶激勵的開支增加。

研發開支

研發開支由2024年第三季度的人民幣53億元增加31.0%至2025年同期的人民幣69億元，佔收入百分比由5.7%同比增加1.6個百分點至7.3%。金額及佔收入百分比的增加主要是由於公司層面對AI的投入增加以及僱員薪酬開支增加。

一般及行政開支

一般及行政開支由2024年第三季度的人民幣28億元增加5.7%至2025年同期的人民幣30億元，主要由於僱員薪酬開支增加。佔收入百分比為3.1%，同比保持穩定。

金融及合同資產減值虧損撥備淨額

金融及合同資產減值虧損撥備淨額由2024年第三季度的人民幣275.3百萬元增加至2025年同期的人民幣292.8百萬元，反映金融資產的預期信貸虧損變動。

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

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由2024年第三季度的收益人民幣765.2百萬元變為2025年同期的虧損人民幣389.9百萬元，是由於我們投資組合的公允價值波動。

其他(虧損)/收益淨額

其他(虧損)/收益淨額由2024年同期的收益人民幣25億元變為2025年第三季度的虧損人民幣96.2百萬元，該變動主要由於內部往來產生的未實現匯兌收益/(虧損)的波動，及理財投資之公允價值變動及收益的減少。

經營(虧損)/溢利

由於上述原因，我們於2025年第三季度的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣198億元及20.7%，而於2024年同期的經營溢利及經營利潤率分別為人民幣137億元及14.6%。

下表載列按分部劃分的經營（虧損）／溢利及經營（虧損）／利潤率：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2024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)			
核心本地商業	(14,071,010)	(20.9%)	14,582,403	21.0%
新業務	(1,277,909)	(4.6%)	(1,026,042)	(4.2%)
未分配項目	(4,410,431)	不適用	128,815	不適用
包括：以股份為基礎的薪酬開支	(1,558,306)	不適用	(1,890,022)	不適用
經營（虧損）／溢利總額	<u>(19,759,350)</u>	<u>(20.7%)</u>	<u>13,685,176</u>	14.6%

核心本地商業分部於2025年第三季度的經營虧損為人民幣141億元，而於2024年同期的經營溢利為人民幣146億元。2025年第三季度該分部的經營虧損率為20.9%，而2024年同期的經營利潤率為21.0%。經營溢利及經營利潤率轉為負數，主要由於毛利率下降，以及由於為在激烈的競爭中提升用戶黏性並鞏固市場地位而不斷調整業務策略導致交易用戶激勵和推廣及廣告開支增加。

新業務分部的經營虧損由2024年第三季度的人民幣10億元增加至2025年同期的人民幣13億元，該分部的經營虧損率由4.2%同比增加0.4個百分點至4.6%。經營虧損及經營虧損率均有所增加主要由於海外業務擴張帶來較高的相關成本及經營開支。

2025年第三季度未分配項目的經營虧損為人民幣44億元，而2024年同期經營溢利為人民幣128.8百萬元。該變動主要由於匯兌收益下降、我們其他金融投資組合及理財投資的公允價值變動收益下降以及公司層面對AI和其他項目的投入增加。

應佔採用權益法列賬的投資之溢利

應佔採用權益法列賬的投資之溢利由2024年第三季度的人民幣213.8百萬元減少至2025年同期的人民幣9.5百萬元，是由於我們的被投資方的財務業績波動。

所得稅抵免／（開支）

我們於2025年第三季度錄得所得稅抵免人民幣10億元，而2024年同期錄得所得稅開支人民幣11億元。該變動主要由於就稅項虧損確認之遞延所得稅抵免增加及我們部分實體的溢利波動。

期內（虧損）／溢利

由於上述各項，我們於2025年第三季度錄得虧損人民幣186億元，而2024年同期則為溢利人民幣129億元。

2025年第三季度與2025年第二季度的比較

下表載列2025年第三季度及2025年第二季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2025年 9月30日	2025年 6月30日
	(人民幣千元)	
收入	95,488,113	91,840,480
包括：利息收入	452,134	377,167
銷售成本	(70,307,050)	(61,426,477)
毛利	25,181,063	30,414,003
銷售及營銷開支	(34,266,826)	(22,518,913)
研發開支	(6,936,845)	(6,260,087)
一般及行政開支	(2,957,804)	(2,678,950)
金融及合同資產減值虧損撥備淨額	(292,777)	(19,219)
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	(389,928)	481,537
其他(虧損)/收益淨額	(96,233)	807,979
經營(虧損)/溢利	(19,759,350)	226,350
財務收入	513,372	508,307
財務成本	(413,987)	(430,214)
應佔採用權益法列賬的投資之溢利	9,541	89,223
除所得稅前(虧損)/溢利	(19,650,424)	393,666
所得稅抵免/(開支)	1,018,336	(28,370)
期內(虧損)/溢利	(18,632,088)	365,296
非國際財務報告會計準則計量：		
經調整EBITDA	(14,841,897)	2,781,961
經調整(虧損)/溢利淨額	(16,009,634)	1,493,035

收入

我們的收入由2025年第二季度的人民幣918億元增長4.0%至2025年第三季度的人民幣955億元。

下表載列2025年第三季度及2025年第二季度按分部及類型劃分的收入：

	未經審核		
	截至2025年9月30日止三個月		
	核心 本地商業	新業務	總計
	(人民幣千元)		
收入			
配送服務	23,021,931	–	23,021,931
佣金	26,375,119	1,627,723	28,002,842
在線營銷服務	14,193,343	133,193	14,326,536
其他服務及銷售 (包括利息收入)	3,856,473	26,280,331	30,136,804
總計	<u>67,446,866</u>	<u>28,041,247</u>	<u>95,488,113</u>

	未經審核		
	截至2025年6月30日止三個月		
	核心 本地商業	新業務	總計
	(人民幣千元)		
收入			
配送服務	23,655,555	–	23,655,555
佣金	24,950,978	1,520,537	26,471,515
在線營銷服務	13,547,279	102,478	13,649,757
其他服務及銷售 (包括利息收入)	3,193,471	24,870,182	28,063,653
總計	<u>65,347,283</u>	<u>26,493,197</u>	<u>91,840,480</u>

核心本地商業分部的收入由2025年第二季度的人民幣653億元增長3.2%至2025年第三季度的人民幣674億元，主要由於季節性因素。收入增幅遠低於交易筆數及交易金額的增幅，主要由於為應對激烈競爭並轉換新用戶及提升用戶黏性，使得於收入中扣除的補貼大幅增加。

新業務分部的收入由2025年第二季度的人民幣265億元增長5.8%至2025年第三季度的人民幣280億元。儘管「美团優選」的戰略轉型帶來影響，但受惠於食雜零售業務及海外業務的擴張，我們的收入仍保持穩健增長。

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				
截至下列日期止三個月				
2025年9月30日			2025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	70,307,050	73.6%	61,426,477	66.9%
銷售及營銷開支	34,266,826	35.9%	22,518,913	24.5%
研發開支	6,936,845	7.3%	6,260,087	6.8%
一般及行政開支	2,957,804	3.1%	2,678,950	2.9%

銷售成本

銷售成本由2025年第二季度的人民幣614億元增長14.5%至2025年第三季度的人民幣703億元，佔收入百分比由66.9%環比增加6.7個百分點至73.6%。金額的增加主要由於為確保在激烈的競爭中提供穩定的即時配送服務而提高騎手補貼以及食雜零售業務及海外業務的擴張。銷售成本佔收入的百分比增加主要是由於於收入中扣除的補貼增加及騎手補貼提高，部分被食雜零售業務的運營效率改善所抵銷。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由2025年第二季度的人民幣225億元增加52.2%至2025年第三季度的人民幣343億元，佔收入百分比由24.5%環比增加11.4個百分點至35.9%。金額及佔收入百分比的增加主要由於業務發展以及為應對外賣行業的激烈競爭而不斷調整的業務策略導致推廣、廣告及用戶激勵的開支增加。

研發開支

研發開支由2025年第二季度的人民幣63億元增加10.8%至2025年第三季度的人民幣69億元，佔收入百分比由6.8%環比增加0.5個百分點至7.3%。金額及佔收入百分比的增加主要是由於公司層面對AI的投入增加以及僱員薪酬開支增加。

一般及行政開支

一般及行政開支由2025年第二季度的人民幣27億元增加10.4%至2025年第三季度的人民幣30億元，主要由於僱員薪酬開支增加。2025年第三季度的佔收入百分比為3.1%，環比保持穩定。

金融及合同資產減值虧損撥備淨額

金融及合同資產減值虧損撥備淨額由2025年第二季度的人民幣19.2百萬元增加至2025年第三季度的人民幣292.8百萬元，反映金融資產的預期信貸虧損變動。

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

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由2025年第二季度的收益人民幣481.5百萬元變為2025年第三季度的虧損人民幣389.9百萬元，是由於我們投資組合的公允價值波動。

其他(虧損)／收益淨額

其他(虧損)／收益淨額由2025年第二季度的收益人民幣808.0百萬元變為2025年第三季度的虧損人民幣96.2百萬元，該變動主要由於內部往來產生的未實現匯兌收益／(虧損)的波動，及理財投資之公允價值變動及收益的減少。

經營(虧損)／溢利

由於上述原因，我們於2025年第三季度的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣198億元及20.7%，而於2025年第二季度的經營溢利及經營利潤率分別為人民幣226.4百萬元及0.2%。

下表載列按分部劃分的經營(虧損)／溢利及經營(虧損)／利潤率：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2025年9月30日		2025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)			
核心本地商業	(14,071,010)	(20.9%)	3,721,130	5.7%
新業務	(1,277,909)	(4.6%)	(1,881,318)	(7.1%)
未分配項目	(4,410,431)	不適用	(1,613,462)	不適用
包括：以股份為基礎的薪酬開支	(1,558,306)	不適用	(1,387,416)	不適用
經營(虧損)／溢利總額	<u>(19,759,350)</u>	<u>(20.7%)</u>	<u>226,350</u>	<u>0.2%</u>

核心本地商業分部於2025年第三季度的經營虧損為人民幣141億元，而2025年第二季度的經營溢利為人民幣37億元。2025年第三季度該分部的經營虧損率為20.9%，而2025年第二季度的經營利潤率為5.7%。經營溢利及經營利潤率轉為負數，主要由於毛利率下降，以及由於為在激烈競爭中提升用戶黏性並鞏固市場地位而不斷調整業務策略導致交易用戶激勵和推廣及廣告開支增加。

新業務分部的經營虧損由2025年第二季度的人民幣19億元收窄至2025年第三季度的人民幣13億元，該分部的經營虧損率由7.1%環比改善2.5個百分點至4.6%。經營虧損及經營虧損率均有所改善乃主要由於我們努力提高食雜零售業務的運營效率。

未分配項目的經營虧損由2025年第二季度的人民幣16億元增加至2025年第三季度的人民幣44億元。該變動主要是由於匯兌收益下降、我們其他金融投資組合及理財投資的公允價值變動收益下降以及公司層面對AI和其他項目的投入增加。

應佔採用權益法列賬的投資之溢利

應佔採用權益法列賬的投資之溢利由2025年第二季度的人民幣89.2百萬元減少至2025年第三季度的人民幣9.5百萬元，是由於我們的被投資方的財務業績波動。

所得稅抵免／(開支)

我們於2025年第三季度錄得所得稅抵免人民幣10億元，而2025年第二季度錄得所得稅開支人民幣28.4百萬元。該變動主要由於就稅項虧損確認之遞延所得稅抵免增加。

期內(虧損)／溢利

由於上述各項，我們於2025年第三季度錄得虧損人民幣186億元，而2025年第二季度則為溢利人民幣365.3百萬元。

非國際財務報告會計準則計量與最接近的根據國際財務報告會計準則編製的計量之間的調節

為補充我們根據國際財務報告會計準則編製及呈列的綜合業績，我們亦採用經調整EBITDA及經調整溢利淨額作為額外財務計量，而該等額外財務計量並非由國際財務報告會計準則所規定或根據國際財務報告會計準則進行呈列。我們認為，該等非國際財務報告會計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(如若干非現金或一次性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會計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會計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會計準則計量的定義可能與其他公司所用的類似詞彙有所不同。

經調整EBITDA指就以下各項作出調整的期內溢利／(虧損)：(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、其他收益／(虧損)淨額的若干項目、財務收入、財務成本、應佔採用權益法列賬的投資之溢利／(虧損)及所得稅抵免／(開支)；及(ii)若干非現金或一次性項目，包括以股份為基礎的薪酬開支、無形資產攤銷、物業、廠房及設備折舊及若干減值及開支撥回／(撥備)。

經調整溢利淨額指就以下各項作出調整的期內溢利／(虧損)：(i)若干非現金或一次性項目，包括以股份為基礎的薪酬開支、內部往來產生的匯兌收益／(虧損)、收購產生的無形資產攤銷及若干減值及開支撥回／(撥備)；(ii)若干投資的收益／(虧損)淨額；及(iii)相關所得稅影響。

下表載列2025年及2024年第三季度以及2025年第二季度的非國際財務報告會計準則計量與最接近的根據國際財務報告會計準則編製的計量之間的調節。

	未經審核 截至下列日期止三個月		
	2025年 9月30日	2024年 9月30日	2025年 6月30日
	(人民幣千元)		
期內(虧損)/溢利	(18,632,088)	12,864,954	365,296
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	1,558,306	1,890,022	1,387,416
內部往來產生的匯兌收益	(153,975)	(1,548,588)	(464,206)
投資產生的虧損/(收益)淨額 ^{(附註(i))}	335,243	(567,679)	(355,455)
減值及開支撥備	1,017,919	—	428,137
收購產生的無形資產攤銷	51,504	42,841	51,504
稅務影響 ^{(附註(ii))}	(186,543)	147,711	80,343
經調整(虧損)/溢利淨額	(16,009,634)	12,829,261	1,493,035
調整項目：			
所得稅(抵免)/開支			
(未在經調整溢利淨額中調整)	(831,793)	937,769	(51,973)
應佔採用權益法列賬的投資之虧損/(溢利)			
(未在經調整溢利淨額中調整)	45,935	(385,300)	(141,766)
財務收入	(513,372)	(313,088)	(508,307)
財務成本	413,987	261,651	430,214
其他收益淨額的若干項目	(577,598)	(963,271)	(822,354)
軟件及其他攤銷	16,116	17,622	15,721
物業、廠房及設備折舊	2,614,462	2,144,553	2,367,391
經調整EBITDA	(14,841,897)	14,529,197	2,781,961

附註(i) 主要包括若干投資相關之公允價值變動、出售被投資方或附屬公司之收益或虧損、攤薄收益或虧損以及若干應佔採用權益法列賬的投資之溢利或虧損。

附註(ii) 稅務影響主要包括有關以股份為基礎的薪酬開支、內部往來產生的匯兌收益/(虧損)、投資產生的收益/(虧損)淨額、減值及開支撥回/(撥備)及收購產生的無形資產攤銷的稅務影響。

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性證券及債券進行的融資來滿足我們的現金需求。截至2025年9月30日，我們持有的現金及現金等價物和短期理財投資分別為人民幣992億元和人民幣421億元。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	未經審核 截至2025年 9月30日 止三個月 (人民幣千元)
經營活動所用現金流量淨額	(22,148,259)
投資活動所得現金流量淨額	20,790,118
融資活動所用現金流量淨額	(961,181)
現金及現金等價物減少淨額	(2,319,322)
期初現金及現金等價物	101,656,333
現金及現金等價物匯兌虧損	(102,821)
期末現金及現金等價物	99,234,190

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的除所得稅前虧損，且就非現金項目及營運資本的變動作出調整。

於2025年第三季度，經營活動所用現金流量淨額為人民幣221億元，主要歸因於除所得稅前虧損，且就以下項目作出調整：(i)折舊及攤銷、以股份為基礎的薪酬開支以及理財投資及其他投資相關的公允價值變動及收益，及(ii)營運資本的減少淨額，與業務發展及季節性因素相符。

投資活動所得現金流量淨額

於2025年第三季度，投資活動所得現金流量淨額為人民幣208億元，乃主要來自理財投資現金淨流入，部分被資本支出以及若干其他投資所抵銷。

融資活動所用現金流量淨額

於2025年第三季度，融資活動所用現金流量淨額為人民幣961.2百萬元，乃主要由於支付租賃負債。

資本負債比率

截至2025年9月30日，我們的資本負債比率約為26.8%，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總額計算。

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		
	2025年 9月30日	2024年 9月30日	2025年 6月30日
	(人民幣千元)		
收入	95,488,113	93,577,319	91,840,480
包括：利息收入	452,134	475,106	377,167
銷售成本	(70,307,050)	(56,823,456)	(61,426,477)
毛利	25,181,063	36,753,863	30,414,003
銷售及營銷開支	(34,266,826)	(17,953,163)	(22,518,913)
研發開支	(6,936,845)	(5,293,483)	(6,260,087)
一般及行政開支	(2,957,804)	(2,797,760)	(2,678,950)
金融及合同資產減值虧損撥備淨額	(292,777)	(275,298)	(19,219)
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	(389,928)	765,239	481,537
其他(虧損)/收益淨額	(96,233)	2,485,778	807,979
經營(虧損)/溢利	(19,759,350)	13,685,176	226,350
財務收入	513,372	313,088	508,307
財務成本	(413,987)	(261,651)	(430,214)
應佔採用權益法列賬的投資之溢利	9,541	213,821	89,223
除所得稅前(虧損)/溢利	(19,650,424)	13,950,434	393,666
所得稅抵免/(開支)	1,018,336	(1,085,480)	(28,370)
期內(虧損)/溢利	<u>(18,632,088)</u>	<u>12,864,954</u>	<u>365,296</u>
以下人士應佔期內(虧損)/溢利：			
本公司權益持有人	(18,632,454)	12,864,699	364,817
非控股權益	366	255	479
	<u>(18,632,088)</u>	<u>12,864,954</u>	<u>365,296</u>

簡明綜合財務狀況表

	未經審核 截至2025年 9月30日	經審核 截至2024年 12月31日
	(人民幣千元)	
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	38,272,328	30,238,782
無形資產	30,269,554	30,230,342
遞延稅項資產	3,344,533	1,925,046
長期理財投資	427,917	7,528,508
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 其他金融投資	21,844,850	17,776,330
採用權益法列賬的投資	18,756,745	19,800,129
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	2,915,863	3,732,341
預付款項、按金及其他資產	2,687,314	3,388,578
	118,519,104	114,620,056
流動資產		
存貨	3,108,807	1,734,124
貿易應收款項	3,464,068	2,653,046
預付款項、按金及其他資產	30,163,333	17,554,813
短期理財投資	42,053,569	97,409,161
受限制現金	21,490,980	19,549,620
現金及現金等價物	99,234,190	70,834,097
	199,514,947	209,734,861
總資產	318,034,051	324,354,917
權益		
股本	409	404
股份溢價	316,935,292	308,861,196
庫存股份	(364,843)	—
股份獎勵計劃所持股份	(1)	—
其他儲備	(1,060,923)	3,603,145
累計虧損	(148,074,048)	(139,801,785)
本公司權益持有人應佔權益	167,435,886	172,662,960
非控股權益	(57,984)	(58,882)
總權益	167,377,902	172,604,078

簡明綜合財務狀況表（續）

	未經審核 截至2025年 9月30日	經審核 截至2024年 12月31日
	(人民幣千元)	
負債		
非流動負債		
遞延稅項負債	1,496,384	1,480,825
借款	1,981,875	1,175,045
應付票據	26,730,917	38,009,069
租賃負債	3,541,883	3,134,776
其他非流動負債	100,678	15,484
	33,851,737	43,815,199
流動負債		
貿易應付款項	30,682,686	25,193,149
應付商家款項	25,645,751	25,131,850
交易用戶預付款項	12,463,985	11,147,206
其他應付款項及應計費用	22,240,262	21,340,998
借款	1,436	1,079
應付票據	16,203,785	16,567,532
遞延收入	6,526,511	5,724,688
租賃負債	2,806,053	2,622,066
所得稅負債	233,943	207,072
	116,804,412	107,935,640
總負債	150,656,149	151,750,839
權益及負債總額	318,034,051	324,354,917

其他資料

購買、出售或贖回本公司的上市證券或出售庫存股份

截至2025年9月30日止三個月及直至本公告日期，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何本公司於聯交所上市的證券（包括出售庫存股份（定義見上市規則））。

截至2025年9月30日，本公司並無持有庫存股份（定義見上市規則），持有3,018,700股待註銷的B類股份。

審核委員會

審核委員會已審閱本公司截至2025年9月30日止三個月的未經審核中期簡明財務資料。其定期與管理層、核數師及內部審計人員會晤，就本公司採納的會計原則及慣例以及內部監控及財務申報事宜展開討論。

編製及呈列基準

編製未經審核中期財務資料所採用的會計政策與編製本公司截至2024年12月31日止年度的年度經審核財務報表（「**2024年財務報表**」）所採用者一致，惟所得稅估計及採納2024年財務報表所載新訂及經修訂準則除外。

截至2025年9月30日止三個月的未經審核中期財務資料不包括年度財務報表中規定的所有資料及披露，並應與本公司2024年財務報表一併閱讀，該等財務報表已根據國際財務報告會計準則編製。

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C.2.1條外，截至2025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C.2.1條，主席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。本公司的主席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，由同一人兼任主席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主席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，董事均已分別確認於截至2025年9月30日止三個月彼等已遵守標準守則所載的規定標準。

報告期後事項

於2025年11月，本公司完成發行600百萬美元於2031年到期的4.500%優先票據、600百萬美元於2032年到期的4.750%優先票據、800百萬美元於2035年到期的5.125%優先票據、人民幣20.8億元於2030年到期的2.55%優先票據及人民幣50億元於2035年到期的3.10%優先票據。詳情請參閱本公司日期分別為2025年10月29日及2025年11月6日的公告。

除上文所披露者外，自2025年9月30日起及直至本公告日期並無可能影響本公司的重大事項。

承董事會命
美团
董事長
王興

香港，2025年11月28日

於本公告日期，董事會包括執行董事王興先生及穆榮均先生；及獨立非執行董事歐高敦先生、冷雪松先生、沈向洋博士及楊敏德女士。

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 於2025年6月9日以特別決議案通過的本公司第九次經修訂及重述組織章程細則
「審核委員會」	指 董事會審核委員會
「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C1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類普通股，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提呈的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提呈的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（視乎情況而定）
「綜合聯屬實體」	指 我們通過合約安排控制的實體
「董事」	指 本公司董事
「港幣」或「港元」	指 香港法定貨幣港元
「香港」	指 中國香港特別行政區

「國際財務報告會計準則」	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）
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「中國」	指	中華人民共和國
「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）
「即時配送交易筆數」	指	包括餐飲外賣及美团閃購業務的交易筆數
「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，不論賬戶其後是否退款
「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)就共享單車及共享電單車業務而言，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