

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2020年3月31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2020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				同比 變動
	截至下列日期止三個月				
	2020年3月31日		2019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)				
收入	16,753,887	100.0%	19,173,512	100.0%	(12.6%)
經營虧損	(1,715,530)	(10.2%)	(1,303,642)	(6.8%)	31.6%
期內虧損	(1,579,278)	(9.4%)	(1,433,330)	(7.5%)	10.2%
非國際財務報告 準則計量：					
經調整EBITDA	41,311	0.2%	458,874	2.4%	(91.0%)
經調整虧損淨額	(216,348)	(1.3%)	(1,049,129)	(5.5%)	(79.4%)

分部財務資料

未經審核 截至下列日期止三個月

	2020年 3月31日	2019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	9,490,423	10,705,803	(11.4%)
到店、酒店及旅遊	3,094,978	4,492,102	(31.1%)
新業務及其他	4,168,486	3,975,607	4.9%
總收入	16,753,887	19,173,512	(12.6%)
經營溢利／(虧損)：			
餐飲外賣	(70,881)	(154,203)	(54.0%)
到店、酒店及旅遊	680,179	1,592,878	(57.3%)
新業務及其他	(1,363,717)	(2,583,124)	(47.2%)
未分配項目 ¹	(961,111)	(159,193)	不適用
經營虧損總額	(1,715,530)	(1,303,642)	31.6%

經營數據

截至下列日期止十二個月

	2020年 3月31日	2019年 3月31日	同比變動
(百萬，百分比除外)			
交易用戶數目	448.6	411.8	8.9%
活躍商家數目	6.1	5.8	5.0%
(筆，百分比除外)			
每位交易用戶平均每年交易筆數	26.2	24.8	5.3%

截至下列日期止三個月

	2020年 3月31日	2019年 3月31日	同比變動
(百萬，百分比除外)			
餐飲外賣交易金額	71,504.2	75,575.2	(5.4%)
餐飲外賣交易筆數	1,374.5	1,662.6	(17.3%)
國內酒店間夜量	42.8	78.6	(45.5%)

¹ 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)按公允價值計量且其變動計入當期損益的投資的公允價值變動、(iv)其他收益／(虧損)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

自2020年1月下旬以來，COVID-19疫情對我們包括餐飲、酒店及其他本地生活服務等商家的日常營運造成了嚴重影響，繼而對我們2020年第一季度的業務造成下行壓力。餐飲外賣以及到店、酒店及旅遊等業務在需求端以及供給端方面均面臨重大挑戰。

受疫情的影響，我們的總收入由2019年同期的人民幣192億元減至人民幣168億元，同比下降12.6%。2020年第一季度的經營虧損由人民幣13億元同比擴大至人民幣17億元，經營利潤率由負6.8%減至負10.2%。經調整EBITDA及經調整虧損淨額分別為正值人民幣41.3百萬元及負值人民幣216.3百萬元。我們的經營現金流量由2019年第四季度的正值人民幣31億元轉為2020年第一季度的負值人民幣50億元。截至2020年3月31日，我們的現金及現金等價物為人民幣141億元及短期投資為人民幣424億元，而截至2019年12月31日的結餘分別為人民幣134億元及人民幣494億元。

展望2020年餘下時間，我們預計包括持續的疫情預防措施、消費者對線下消費活動的信心不足以及商家關閉的風險等因素將繼續對我們的業務表現產生潛在影響。

公司業務摘要

餐飲外賣

於2020年第一季度，餐飲外賣業務的交易金額同比減少5.4%至人民幣715億元。餐飲外賣日均交易筆數同比減少18.2%至15.1百萬筆。每筆餐飲外賣業務訂單的平均價值同比增長14.4%。餐飲外賣業務的變現率²由2019年同期的14.2%降至13.3%。因此，於2020年第一季度，收入同比減少11.4%至人民幣95億元。我們的餐飲外賣業務於2020年第一季度錄得經營虧損人民幣70.9百萬元，而2019年第四季度則錄得經營溢利人民幣482.8百萬元，而經營利潤率則由正值3.1%轉為負值0.7%。然而，我們的餐飲外賣業務經營虧損同比收窄，經營利潤率同比改善了0.7個百分點。

² 變現率等於年／期內收入除以年／期內交易金額。

受COVID-19疫情影響，我們的餐飲外賣業務於2020年第一季度在供給端及需求端方面均面臨嚴峻挑戰。尤其是自2020年1月20日至2020年2月20日，地方政府發佈了嚴格的控制措施，導致服務供給側短缺及餐飲外賣業務的訂單量急劇下跌。2020年2月20日之後，隨著全國各地有序復工，越來越多餐飲商家開始恢復營業，而消費者的需求亦逐漸恢復。然而，部分消費者的需求持續受到諸多因素帶來的負面影響，包括衛生安全的擔憂及隔離措施、大學尚未開學，以及很多我們的高頻用戶仍然實行在家辦公，故此訂單量於2020年3月底前仍未完全恢復到正常水平。因此，我們餐飲外賣業務的訂單量同比出現負增長，餐飲外賣日均交易筆數同比減少18.2%至15.1百萬筆。

雖然面對短期負面影響，但我們深信COVID-19疫情會在行業的長期發展中發揮積極作用。在消費者端，從積極的方面來看，疫情進一步加速了用戶消費行為的培養，有助進一步培養我們的目標潛在消費者。我們平台的多樣化供應及終始如一的良好體驗足以滿足大多數消費者的需求。值得注意的是，在疫情期間，我們看到消費者對高價食品類別的偏好不斷增加，原因是更多的消費者使用外賣服務消費正餐，我們平台上提供的高質量供給更多元化，以及消費者對品牌餐飲商家的偏好不斷增加。這些積極因素共同推動了2020年第一季度每筆訂單的平均價值的強勁增長，同比增長14.4%。

在商家端，整個餐飲業在2020年第一季度受到重挫。在此期間，我們與餐飲業商家密切合作，及時更新我們的產品及經營從而協助他們實現數字化，並幫助他們減輕疫情的負面影響並盡快恢復。此外，我們為商家提供一系列的返佣、補貼、免費流量支持等，以減輕他們的經營負擔。我們亦進一步探索了膳食準備和包裝過程的優化潛力。同時，我們不斷創新市場產品，使現有的商家具有更強的營銷能力並提高營運效率。更值得注意的是，疫情進一步加速了數字化的進程，特別是許多提供高質量供給的品牌餐廳，這些餐廳傳統上專注於到店餐飲而不是外賣服務。於2020年第一季度，許多以往並無提供或提供非常有限度外賣服務的高級餐廳、高評價餐廳、連鎖餐廳、黑珍珠餐廳及五星級酒店餐廳開始上線外賣業務，作為疫情下營運業務的主要手段。長遠來看，這些餐館的參與增加了我們平台上的高質量供給，同時中小型獨立餐飲商家加強了對外賣服務的重視，因為在疫情期間，外賣幾乎成為他們唯一的收入來源。

在配送端，雖然運力並不是疫情期間外賣業務的瓶頸，但由於向在農曆新年和疫情情況下工作的配送騎手支付的激勵提高，與抗流行病措施相關的額外成本以及訂單密度下降，導致單均配送成本環比和同比均有所增加。然而，疫情加速了新配送模式的探索並促進了技術創新。作為即時配送服務的領導者和推動者，我們率先推出無接觸配送服務，並獲得消費者、商家及地方政府的廣泛接受和認可。除有助降低消費者和配送騎手雙方的衛生風險外，無接觸配送模式亦提高了配送效率，並為多元化配送模式和無人配送新技術的探索創造了更多機會。

到店、酒店及旅遊

於2020年第一季度，我們的到店、酒店及旅遊業務收入同比下降31.1%至人民幣31億元。到店、酒店及旅遊業務的經營溢利同比下降57.3%、環比下降70.8%至2020年第一季度的人民幣680.2百萬元，經營利潤率同比下降13.5個百分點，環比下降14.7個百分點至22.0%。

疫情期間，與餐飲外賣分部相比，我們的到店業務面對更嚴峻的挑戰，並且該分部的恢復明顯落後於餐飲外賣分部。由於大多數到店服務類別被歸類為非剛需或娛樂相關服務，通常涉及與他人及／或大量群眾的密切接觸，由於消費者對衛生安全的顧慮及地方政府的限制，供需兩側於2020年第一季度均保持低位。因此，佣金收入同比和環比分別大幅下降50.6%及62.6%。此外，到店商家在線營銷的需求也受到了疫情的嚴重影響，尤其點擊付費類在線營銷產品的銷售受到了阻力，而該產品於上一個季度貢獻大部分到店在線營銷服務收入。相比之下，訂閱類在線營銷服務收入所受影響較小，貢獻2020年第一季度分部在線營銷服務總收入的大部分。因此，在線營銷服務收入同比下降8.2%，環比下降39.8%。為幫助商家恢復，我們推出了多種扶持措施，直接協助中小型商家解決短期流動資金問題並恢復營運。該等措施包括減免佣金、延長年費有效期以及獲得優惠利率的商業貸款。為刺激消費，我們利用我們的線上化能力推進安心系列項目，如「安心碼」、「安心餐廳」及「安心玩」，引導商家將防疫與安全舉措流程化、標準化及數字化。我們引領行業制定安全和衛生標準，幫助餐廳制定相應的措施。作為本地服務的領先平台，我們自2020年3月開始與地方政府合作，推出「安心消費節」，並向消費者發放可用於本地服務（尤其是在疫情期間受影響最大的到店餐飲）的優惠券。我們認為，消費者優惠券不僅可以刺激一次性消費，而且具有強大的槓桿效應，可以刺激相關地區和行業整體消費需求的復蘇。作為連接448.6百萬名年度交易用戶及6.1百萬名本地商家的平台，我們可以高效地為商家和各服務品類導流，因此我們平台可以準確有效地分配流量、分配補貼並刺激消費。

我們的酒店業務亦受疫情嚴重影響，於2020年第一季度，我們平台上的國內酒店消費間夜量同比下降45.5%，環比下降61.0%至42.8百萬。由於政府頒佈的旅遊禁令，針對旅客的自我檢疫政策以及對病毒感染的普遍恐懼，許多消費者取消了他們的出遊計劃。儘管本地的住宿和商務差旅活動（尤其是在低線城市中）在恢復過程中開始以較快的速度逐漸反彈，但消費者仍採取保守措施並推遲與旅行相關的活動和支出，即使在疫情高峰期之後也如是。為進一步支持行業復甦，我們利用我們平台能力推出「安心住項目」。根據「安心住項目」，我們為合作酒店制定了預防措施並提高了服務能力，例如對所有員工和消費者採取嚴格的健康預防措施，密切追蹤消費者資料，免費取消預訂以及額外住宿折扣。該計劃取得顯著進展，成功吸引全國數百個城市的眾多酒店加入。

新業務及其他

新業務及其他分部的收入同比增長4.9%至2020年第一季度的人民幣42億元。按季計算，新業務及其他分部的經營虧損由2019年第四季度的人民幣13億元擴大3.4%至2020年第一季度的人民幣14億元。經營利潤率由2019年第四季度的負值21.7%擴大至2020年第一季度的負值32.7%。新業務及其他分部的經營虧損同比收窄，經營利潤率改善了32.3個百分點。

疫情對我們大部分新業務造成嚴重干擾，包括共享單車服務、網約車服務及B2B餐飲供應鏈服務。然而，我們自豪的是，我們許多新業務在疫情期間對確保民生至關重要。特別是，我們的食雜零售業務繼續向我們的消費者提供穩定的供應，並高效地配送高質量的新鮮農產品和其他日用品。疫情促進消費者有機會意識到使用我們的即時配送服務購買餐點以外的其他物品的價值和便利性，這有助於以相對較低的營銷成本更好地培養消費者習慣。此外，於2020年第一季度，我們在平台模式下推出一個獨立的品牌，名為「菜大全」，賦能傳統農產品市場進行數字化運營，並更高效地為消費者提供高質量生鮮食品。於2020年第一季度，我們的共享單車服務暫停了向使用我們單車的湖北省消費者收費，並向醫護專業人員捐贈超過200萬張單車騎行月卡。為幫助地方政府追蹤病毒的傳播，我們的網約車服務協助當地公共部門推出中國首個實名制公共交通登記系統。我們的B2B餐飲供應鏈服務亦幫助許多餐飲商家確保在疫情期間有經營所需的充足原材料供應。我們亦為34個城市的醫療機構開通了綠色通道，確保在疫情期間充足的食物供應。

管理層討論及分析

更改分部呈報方式

自2020年初起，我們的高級管理層團隊審閱各分部的經營溢利或虧損（而非毛利或毛損），以便衡量表現及分配資源，因為經營溢利或虧損是經營業績的更佳指標。因此，我們亦相應地更改了分部的披露方式。由2020年第一季度起，我們會呈報各分部的經營溢利或虧損，且已重列比較數字以符合新呈報方式。

2020年第一季度與2019年第一季度的比較

下表載列2020年及2019年第一季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2020年 3月31日	2019年 3月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	10,800,101	13,164,718
在線營銷服務	2,864,409	2,860,801
利息收入	212,145	158,590
其他服務及銷售	2,877,232	2,989,403
	<u>16,753,887</u>	<u>19,173,512</u>
銷售成本	<u>(11,557,421)</u>	<u>(14,104,172)</u>
毛利	5,196,466	5,069,340
銷售及營銷開支	(3,199,439)	(3,706,112)
研發開支	(2,296,458)	(2,036,100)
一般及行政開支	(1,069,741)	(1,012,213)
金融資產減值虧損撥備淨額	(237,542)	(62,980)
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	(508,261)	165,292
其他收益淨額	399,445	279,131
經營虧損	<u>(1,715,530)</u>	<u>(1,303,642)</u>

未經審核
截至下列日期止三個月

2020年 3月31日	2019年 3月31日
----------------	----------------

(人民幣千元)

財務收入	57,930	52,922
財務成本	(48,044)	(46,821)
應佔以權益法入賬的投資之收益	11,128	7,530
除所得稅前虧損	(1,694,516)	(1,290,011)
所得稅抵免／(開支)	115,238	(143,319)
期內虧損	(1,579,278)	(1,433,330)
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	41,311	458,874
經調整虧損淨額	(216,348)	(1,049,129)

收入

我們的收入由2019年同期的人民幣192億元減少12.6%至2020年第一季度的人民幣168億元，主要由於疫情期間所有主要分部的交易筆數減少導致我們平台的總交易金額減少。

下表載列2020年及2019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>

	未經審核			總計
	截至2019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	9,920,541	2,425,220	818,957	13,164,718
在線營銷服務	760,726	2,056,405	43,670	2,860,801
其他服務及銷售 (包括利息收入)	24,536	10,477	3,112,980	3,147,993
總計	<u>10,705,803</u>	<u>4,492,102</u>	<u>3,975,607</u>	<u>19,173,512</u>

餐飲外賣分部的收入由2019年同期的人民幣107億元減少11.4%至2020年第一季度的人民幣95億元。佣金收入減少13.7%至人民幣86億元，主要是由於(i)疫情期間交易用戶的購買頻率下降導致訂單量同比減少17.3%，及(ii)臨時佣金返還及豁免政策以及訂單組合的變化，這兩者均導致變現率下降，部分被平均訂單價值同比增長14.4%所抵銷。在線營銷服務收入同比增長20.9%至人民幣919.5百萬元，主要是由於活躍商家的數量增加，部分被疫情期間每位商家的廣告支出減少所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2019年同期的人民幣45億元減少31.1%至2020年第一季度的人民幣31億元，這是由於(i)佣金收入減少，因為消費者在疫情期間限制戶外用餐、旅遊及其他消費活動，及(ii)在線營銷收入因每名在線營銷活躍商家的平均收入下降而減少所致。

新業務及其他分部的收入由2019年同期的人民幣40億元增加4.9%至2020年第一季度的人民幣42億元，主要由於美团閃購及小額貸款業務收入增加所致，部分被網約車服務及B2B餐飲供應鏈服務收入減少(皆受疫情影響)所抵銷。

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				
	2020年3月31日		2019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	11,557,421	69.0%	14,104,172	73.6%	(18.1%)
銷售及營銷開支	3,199,439	19.1%	3,706,112	19.3%	(13.7%)
研發開支	2,296,458	13.7%	2,036,100	10.6%	12.8%
一般及行政開支	1,069,741	6.4%	1,012,213	5.3%	5.7%
金融資產減值虧損					
撥備淨額	237,542	1.4%	62,980	0.3%	277.2%

銷售成本

我們的銷售成本由2019年同期的人民幣141億元減少18.1%至2020年第一季度的人民幣116億元，佔總收入的百分比由73.6%減至69.0%。金額減少的主要原因是：(i)疫情期間業務量的減少，導致餐飲外賣騎手成本減少了人民幣15億元，網約車司機相關成本減少人民幣5億元，及(ii)我們的共享單車服務相關成本減少人民幣10億元，主要是由於單車折舊大幅減少。佔收入百分比下降主要是由於(i)餐飲外賣分部的毛利率提高，這是由於平均訂單價值同比增長14.4%，(ii)單車折舊減少，及(iii)我們的新業務的收入組合變化。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019年同期的人民幣37億元減少至2020年第一季度的人民幣32億元，佔總收入百分比則由19.3%降至19.1%。該金額減少主要歸因於(i)交易用戶激勵減少人民幣359.6百萬元，主要是由於疫情期間交易量的減少導致我們的餐飲外賣及酒店預訂業務的補貼減少，及(ii)折舊開支減少人民幣69.2百萬元，主要是由於我們的食雜零售業務戰略於2019年第一季度變更而產生一些一次性的開支。

研發開支

我們的研發開支由2019年同期的人民幣20億元增至2020年第一季度的人民幣23億元，佔收入百分比則由10.6%增至13.7%。該增加主要歸因於僱員福利開支。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2019年同期的人民幣10億元增至2020年第一季度的人民幣11億元，佔收入百分比則由5.3%增至6.4%。該增加主要歸因於僱員福利開支。

金融資產減值虧損撥備淨額

我們於2020年第一季度的金融資產減值虧損撥備淨額為人民幣237.5百萬元，而2019年第一季度則為人民幣63.0百萬元，佔收入百分比則同比增長1.1個百分點至1.4%，主要由於小額貸款業務增長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2020年第一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為負值人民幣508.3百萬元，而2019年第一季度則為正值人民幣165.3百萬元，主要由於與2020年第一季度股權投資有關的公允價值虧損人民幣508.7百萬元。

其他收益淨額

我們於2020年第一季度的其他收益淨額較2019年同期增加人民幣120.3百萬元至人民幣399.4百萬元，主要歸因於稅收返還增加和匯兌虧損減少，部分被疫情期間為設立支持關懷專項基金的捐贈所抵銷。

經營虧損

由於上述原因，我們於2020年第一季度的經營虧損為人民幣17億元，而2019年同期則為經營虧損人民幣13億元。

下表載列按分部劃分的經營虧損及經營利潤率。

	未經審核				同比變動
	截至下列日期止三個月				
	2020年3月31日		2019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)					
餐飲外賣	(70,881)	(0.7%)	(154,203)	(1.4%)	(54.0%)
到店、酒店及旅遊	680,179	22.0%	1,592,878	35.5%	(57.3%)
新業務及其他	(1,363,717)	(32.7%)	(2,583,124)	(65.0%)	(47.2%)
未分配項目	(961,111)	不適用	(159,193)	不適用	不適用
經營虧損總額	(1,715,530)	(10.2%)	(1,303,642)	(6.8%)	31.6%

餐飲外賣分部的經營虧損由2019年同期的人民幣154.2百萬元收窄至2020年第一季度的人民幣70.9百萬元。該分部的經營利潤率由負值1.4%同比收窄至負值0.7%，主要由於(i)平均訂單價值提高，部分被抗疫措施支出增加所抵銷、(ii)在線營銷收入的收入佔比提高，收入組合因而出現變化，及(iii)營銷效率提高。

我們來自到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2019年同期的人民幣16億元減少57.3%至2020年第一季度的人民幣680.2百萬元，是由於疫情期間的佣金及在線營銷收入均有所減少，部分被交易用戶激勵和促銷及廣告費用減少所部分抵銷。我們此分部的經營利潤率同比下降13.5個百分點至22.0%，主要由於經營槓桿下降所致。

新業務及其他分部的經營虧損從2019年同期的人民幣26億元收窄至2020年第一季度的人民幣14億元，主要由於(i)我們的共享單車服務相關成本因單車折舊大幅減少而下降，及(ii)由於業務量下跌，網約車司機相關的成本以及B2B餐飲供應鏈服務銷貨成本因而減少，部分被與美團閃購增長有關的配送騎手成本增加所抵銷。此分部的經營利潤率由負值65.0%同比收窄至負值32.7%，主要歸因於折舊減少及分部收入組合變化。

除所得稅前虧損

主要由於上述原因，我們於2020年第一季度的除所得稅前虧損為人民幣17億元，而2019年同期則為虧損人民幣13億元。

所得稅抵免／(開支)

我們於2020年第一季度錄得所得稅抵免人民幣115.2百萬元，而2019年同期則錄得所得稅開支人民幣143.3百萬元，主要是由於部分實體於本季度產生虧損。

期內虧損

由於上述原因，我們於2020年第一季度的虧損為人民幣16億元，而於2019年同期則為虧損人民幣14億元。

2020年第一季度與2019年第四季度的比較

下表載列2020年第一季度與2019年第四季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2020年 3月31日	2019年 12月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	10,800,101	18,357,737
在線營銷服務	2,864,409	4,937,769
利息收入	212,145	197,759
其他服務及銷售	2,877,232	4,664,988
	<u>16,753,887</u>	<u>28,158,253</u>
銷售成本	<u>(11,557,421)</u>	<u>(18,440,124)</u>
毛利	5,196,466	9,718,129
銷售及營銷開支	(3,199,439)	(5,349,095)
研發開支	(2,296,458)	(2,239,885)
一般及行政開支	(1,069,741)	(1,232,474)
金融資產減值虧損撥備淨額	(237,542)	(332,004)
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	(508,261)	72,443
其他收益淨額	<u>399,445</u>	<u>786,746</u>
經營(虧損)/溢利	(1,715,530)	1,423,860

未經審核
截至下列日期止三個月

	2020年 3月31日	2019年 12月31日
	(人民幣千元)	
財務收入	57,930	53,519
財務成本	(48,044)	(45,095)
應佔以權益法入賬的投資的收益	11,128	57,646
除所得稅前(虧損)/溢利	(1,694,516)	1,489,930
所得稅抵免/(開支)	115,238	(29,645)
期內(虧損)/溢利	(1,579,278)	1,460,285
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	41,311	2,178,650
經調整(虧損)/溢利淨額	(216,348)	2,270,219

收入

我們的收入由2019年第四季度的人民幣282億元減少40.5%至2020年第一季度的人民幣168億元。由於疫情及假期的影響，所有分部的交易量下跌及商家廣告支出減少，故所有主要收入類型均有所下降。

下表載列2020年第一季度及2019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	9,490,423	3,094,978	4,168,486	16,753,887
	未經審核			
	截至2019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	總計
	(人民幣千元)			
收入				
佣金	13,963,448	3,203,847	1,190,442	18,357,737
在線營銷服務	1,732,259	3,131,896	73,614	4,937,769
其他服務及銷售 (包括利息收入)	20,003	21,202	4,821,542	4,862,747
總計	15,715,710	6,356,945	6,085,598	28,158,253

餐飲外賣分部的收入由2019年第四季度的人民幣157億元減少39.6%至2020年第一季度的人民幣95億元。佣金收入減少38.7%至人民幣86億元，主要原因為(i)交易用戶的購買頻率於疫情期間下降導致訂單數量減少45.1%，及(ii)臨時佣金返還及豁免政策，導致變現率下降，部分被平均訂單金額增加16.2%所抵銷。在線營銷服務收入減少46.9%至人民幣919.5百萬元，主要是由於疫情及假期期間，商家減少廣告支出，導致活躍商家數目及每名活躍商家的平均收入減少。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2019年第四季度的人民幣64億元減少51.3%至2020年第一季度的人民幣31億元，原因為(i)由於消費者於假期及疫情期間限制外出用餐、旅遊及其他本地消費活動，導致佣金收入下降，及(ii)在線營銷收入由於每名在線營銷活躍商家的平均收入下降而減少。

新業務及其他分部的收入由2019年第四季度的人民幣61億元減少31.5%至2020年第一季度的人民幣42億元，主要是由於除美团閃購及美团食雜零售服務因為疫情期間需求增加導致收入增加外，我們大部分新業務收入有所下降。

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				
	2020年3月31日		2019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	11,557,421	69.0%	18,440,124	65.5%	(37.3%)
銷售及營銷開支	3,199,439	19.1%	5,349,095	19.0%	(40.2%)
研發開支	2,296,458	13.7%	2,239,885	8.0%	2.5%
一般及行政開支	1,069,741	6.4%	1,232,474	4.4%	(13.2%)
金融資產減值虧損撥備淨額	237,542	1.4%	332,004	1.2%	(28.5%)

銷售成本

我們的銷售成本由2019年第四季度的人民幣184億元減少37.3%至2020年第一季度的人民幣116億元，佔收入百分比則由65.5%增加至69.0%。金額減少主要歸因於(i)餐飲外賣騎手成本由於完成的訂單數目減少而減少人民幣47億元，(ii)我們的B2B餐飲供應鏈服務的銷貨成本減少人民幣11億元，及(iii)網約車司機相關成本隨著交易量減少而減少人民幣4億元。佔收入的百分比增加主要是由於固定成本增加，包括折舊費用。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019年第四季度的人民幣53億元減少至2020年第一季度的人民幣32億元，佔收入的百分比保持相對穩定。金額減少主要歸因於(i)交易用戶激勵減少人民幣14億元，主要是由於假期及疫情期間交易量的減少導致餐飲外賣及酒店預訂業務的補貼減少，(ii)促銷及廣告費用減少人民幣414.1百萬元，主要是由於我們在促銷活動中的支出減少，及(iii)僱員福利開支減少人民幣112.9百萬元，主要是由於銷售提成隨著收入減少而減少。

研發開支

我們的研發開支由2019年第四季度的人民幣22億元增加至2020年第一季度的人民幣23億元，佔收入百分比則由8.0%增加至13.7%。佔收入百分比增加主要歸因於經營槓桿弱化。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2019年第四季度的人民幣12億元減至2020年第一季度的人民幣11億元，佔收入百分比則由4.4%增加至6.4%。佔收入百分比增加主要由於經營槓桿弱化。

金融資產減值虧損撥備淨額

我們於2020年第一季度的金融資產減值虧損撥備淨額為人民幣237.5百萬元，而2019年第四季度則為人民幣332.0百萬元，主要是由於若干金融工具減值減少人民幣64.7百萬元。金融資產減值虧損撥備淨額佔收入百分比因回款受疫情影響而環比增長0.2個百分點至1.4%。

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2020年第一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為負值人民幣508.3百萬元，而2019年第四季度則為正值人民幣72.4百萬元。此主要是由於2020年第一季度有關股權投資的公允價值虧損人民幣508.7百萬元所致。

其他收益淨額

我們於2020年第一季度的其他收益淨額為人民幣399.4百萬元，較2019年第四季度減少人民幣387.3百萬元，主要歸因於(i)我們於疫情期間為設立支持關懷專項基金的捐贈，及(ii)理財收益及我們出售附屬公司的收益減少。

經營(虧損)/溢利

由於上述原因，我們於2020年第一季度的經營虧損為人民幣17億元，而2019年第四季度則為經營溢利人民幣14億元。

按分部劃分的經營(虧損)/溢利及按分部劃分的經營利潤率載於下表。

	未經審核				環比變動
	截至下列日期止三個月				
	2020年3月31日		2019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	(70,881)	(0.7%)	482,829	3.1%	(114.7%)
到店、酒店及旅遊	680,179	22.0%	2,331,277	36.7%	(70.8%)
新業務及其他	(1,363,717)	(32.7%)	(1,318,445)	(21.7%)	3.4%
未分配項目	(961,111)	不適用	(71,801)	不適用	不適用
經營(虧損)/溢利					
總額	(1,715,530)	(10.2%)	1,423,860	5.1%	(220.5%)

餐飲外賣分部的經營溢利由2019年第四季度的正值人民幣482.8百萬元轉為2020年第一季度的負值人民幣70.9百萬元，主要歸因於(i)假期及疫情期間供應及需求減少，交易量大幅下降，(ii)採取及實施商家扶持政策，變現率下降，(iii)同期商家的營銷需求減少，在線營銷收入下降，及(iv)單均配送成本因疫情及與防疫措施和供應商支持行動有關的額外成本增加而增加，部分被交易用戶激勵和促銷及廣告費用減少所抵銷。該分部的經營利潤率環比由正值3.1%轉為負值0.7%，主要是由於(i)上述單均配送成本增加，及(ii)經營槓桿下降令收入在研發開支中的百分比升高，部分被平均訂單金額增加16.2%所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2019年第四季度的人民幣23億元減少70.8%至2020年第一季度的人民幣680.2百萬元，原因為假期及疫情期間佣金及在線營銷收入下降，部分被交易用戶激勵和促銷及廣告費用減少所抵銷。該分部的經營利潤率環比下降14.7個百分點至22.0%，主要是由於經營槓桿下降所致。

新業務及其他分部的經營虧損由2019年第四季度的人民幣13億元擴大3.4%至2020年第一季度的人民幣14億元。該分部的經營利潤率由負值21.7%環比擴大至負值32.7%，主要歸因於(i)疫情的負面影響，我們大部分新業務的經營利潤率下降，及(ii)收入組合變化。

除所得稅前(虧損)/溢利

主要由於上述原因，我們於2020年第一季度的除所得稅前虧損為人民幣17億元，而2019年第四季度則為溢利人民幣15億元。

所得稅抵免／(開支)

於2020年第一季度我們錄得所得稅抵免人民幣115.2百萬元，而2019年第四季度則錄得所得稅開支人民幣29.6百萬元，主要由於部分實體於本季度產生虧損。

期內(虧損)／溢利

由於上述原因，我們於2020年第一季度的虧損為人民幣16億元，而於2019年第四季度則為溢利人民幣15億元。

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，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2020年及2019年第一季度以及2019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		
	2020年 3月31日	2019年 3月31日	2019年 12月31日
	(人民幣千元)		
期內(虧損)／溢利	(1,579,278)	(1,433,330)	1,460,285
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	691,676	438,068	700,133
投資之公允價值虧損／(收益) ⁽¹⁾	508,261	(211,158)	(72,443)
出售投資及附屬公司之虧損／(收益)	—	1,490	(43,889)
收購產生的無形資產攤銷	160,857	165,548	165,547
摩拜重組計劃的減值及撥備開支	(238)	—	7,977
金融資產減值虧損撥備淨額	—	—	57,333
對非國際財務報告準則調整的 所得稅影響	2,374	(9,747)	(4,724)
經調整(虧損)／溢利淨額	(216,348)	(1,049,129)	2,270,219

未經審核
截至下列日期止三個月

	2020年 3月31日	2019年 3月31日	2019年 12月31日
	(人民幣千元)		
調整項目：			
所得稅(抵免)／開支，對非國際財務 報告準則調整的所得稅影響除外	(117,612)	153,066	34,369
應佔以權益法入賬的投資之(收益)	(11,128)	(7,530)	(57,646)
財務收入	(57,930)	(52,922)	(53,519)
財務成本	48,044	46,821	45,095
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	(399,445)	(234,755)	(742,857)
軟件及其他攤銷	131,636	130,911	135,776
物業、廠房及設備折舊	664,094	1,472,412	547,213
經調整EBITDA	41,311	458,874	2,178,650

(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。

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2020年3月31日，我們的現金及現金等價物和短期投資分別為人民幣141億元及人民幣424億元。

下表載列我們於2020年第一季度的現金流量：

	未經審核 截至2020年 3月31日止三個月 (人民幣千元)
經營活動所用現金淨額	(5,038,896)
投資活動所得現金淨額	5,733,551
融資活動所用現金淨額	(69,875)
現金及現金等價物的增加淨額	624,780
期初現金及現金等價物	13,396,185
現金及現金等價物匯兌收益	116,863
期末現金及現金等價物	14,137,828

經營活動所用現金淨額

經營活動所用現金流量淨額指經營所用現金加已付所得稅。經營所用現金主要包括我們於2020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2020年第一季度，經營活動所用現金淨額為人民幣50億元，主要歸因於除所得稅前虧損人民幣17億元，根據以下方面調整：(i)非現金項目，主要包括折舊及攤銷人民幣956.6百萬元及以股份為基礎的薪酬人民幣691.7百萬元，及(ii)營運資本變動，主要包括應付商家款項減少人民幣34億元、貿易應付款項減少人民幣24億元、其他應付款項及應計費用減少人民幣14億元及交易用戶預付款減少人民幣920.7百萬元，部分被受限制現金減少人民幣29億元所抵銷。

投資活動所得現金淨額

於2020年第一季度，投資活動所得現金淨額為人民幣57億元，乃主要由於出售理財投資所得款項人民幣393億元，部分被購買理財投資人民幣326億元、購買物業、廠房及設備人民幣645.1百萬元及收購股權投資人民幣633.2百萬元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

於2020年第一季度，融資活動所用現金淨額為人民幣69.9百萬元，主要歸因於租賃付款人民幣160.2百萬元及已付財務成本人民幣49.6百萬元，部分被行使購股權所得款項人民幣131.7百萬元所抵銷。

資本負債比率

截至2020年3月31日，我們的資本負債比率為約4.4%，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 3月31日	2019年 3月31日	2019年 12月31日
	(人民幣千元)		
收入			
佣金	10,800,101	13,164,718	18,357,737
在線營銷服務	2,864,409	2,860,801	4,937,769
利息收入	212,145	158,590	197,759
其他服務及銷售	2,877,232	2,989,403	4,664,988
	16,753,887	19,173,512	28,158,253
銷售成本	(11,557,421)	(14,104,172)	(18,440,124)
毛利	5,196,466	5,069,340	9,718,129
銷售及營銷開支	(3,199,439)	(3,706,112)	(5,349,095)
研發開支	(2,296,458)	(2,036,100)	(2,239,885)
一般及行政開支	(1,069,741)	(1,012,213)	(1,232,474)
金融資產減值虧損撥備淨額	(237,542)	(62,980)	(332,004)
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	(508,261)	165,292	72,443
其他收益淨額	399,445	279,131	786,746
經營(虧損)/溢利	(1,715,530)	(1,303,642)	1,423,860
財務收入	57,930	52,922	53,519
財務成本	(48,044)	(46,821)	(45,095)
應佔以權益法入賬的投資的收益	11,128	7,530	57,646
除所得稅前(虧損)/溢利	(1,694,516)	(1,290,011)	1,489,930
所得稅抵免/(開支)	115,238	(143,319)	(29,645)
期內(虧損)/溢利	(1,579,278)	(1,433,330)	1,460,285
以下人士應佔期內(虧損)/溢利：			
本公司權益持有人	(1,578,336)	(1,431,777)	1,457,929
非控股權益	(942)	(1,553)	2,356
	(1,579,278)	(1,433,330)	1,460,285

簡明綜合財務狀況表

	未經審核 截至2020年 3月31日	經審核 截至2019年 12月31日
--	--------------------------	--------------------------

(人民幣千元)

資產

非流動資產

物業、廠房及設備	5,270,297	5,376,217
無形資產	32,411,394	32,699,575
遞延稅項資產	560,734	590,054
採用權益法列賬的投資	2,313,528	2,283,590
按公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產	7,367,919	7,166,122
預付款項、押金及其他資產	2,832,266	1,762,312
	<u>50,756,138</u>	<u>49,877,870</u>

流動資產

存貨	261,197	275,227
貿易應收款項	921,268	676,762
預付款項、押金及其他資產	8,937,649	9,591,157
短期投資	42,376,152	49,435,599
受限制現金	5,814,831	8,760,115
現金及現金等價物	14,137,828	13,396,185
	<u>72,448,925</u>	<u>82,135,045</u>

總資產

	<u><u>123,205,063</u></u>	<u><u>132,012,915</u></u>
--	---------------------------	---------------------------

權益

股本	390	389
股份溢價	260,726,062	260,359,929
其他儲備	(3,298,673)	(4,447,252)
累計虧損	(165,378,957)	(163,800,621)

本公司權益持有人應佔權益

非控股權益	<u>(58,993)</u>	<u>(58,051)</u>
-------	-----------------	-----------------

總權益

	<u><u>91,989,829</u></u>	<u><u>92,054,394</u></u>
--	--------------------------	--------------------------

簡明綜合財務狀況表（續）

	未經審核 截至2020年 3月31日	經審核 截至2019年 12月31日
	(人民幣千元)	
負債		
非流動負債		
遞延稅項負債	1,237,688	1,388,469
遞延收入	333,400	389,028
借款	466,738	466,676
租賃負債	986,722	992,233
其他非流動負債	147,183	129,552
	<u>3,171,731</u>	<u>3,365,958</u>
流動負債		
貿易應付款項	4,612,501	6,766,253
應付商家款項	4,073,672	7,495,262
交易用戶預付款	2,934,858	3,855,559
交易用戶押金	2,440,515	2,491,947
其他應付款項及應計費用	5,835,873	7,237,412
借款	3,557,738	3,552,587
遞延收入	3,946,330	4,567,171
租賃負債	545,563	534,566
所得稅負債	96,453	91,806
	<u>28,043,503</u>	<u>36,592,563</u>
負債總額	<u><u>31,215,234</u></u>	<u><u>39,958,521</u></u>
總權益及負債	<u><u>123,205,063</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2020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

截至2020年3月31日止三個月結束後概無發生可能影響本公司的重大事項。

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2020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2020年3月31日止三個月已遵守標準守則所載規定標準。

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高效服務，感謝全體員工及管理層的傑出貢獻，並感謝股東持續支持。

承董事會命
美团点评
王興
董事長

香港，2020年5月25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的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獲豁免有限公司，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
「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 香港公开发售及國際發售

「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附屬實體
「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	本公司股本內的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
「%」	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