

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2022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2022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
	2022年3月31日		2021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	46,268,754	100.0%	37,016,262	100.0%	25.0%
經營虧損	(5,584,242)	(12.1%)	(4,767,007)	(12.9%)	17.1%
期內虧損	(5,702,566)	(12.3%)	(4,846,262)	(13.1%)	17.7%
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	(1,840,771)	(4.0%)	(2,382,683)	(6.4%)	(22.7%)
經調整虧損淨額	(3,586,252)	(7.8%)	(3,891,717)	(10.5%)	(7.8%)

分部財務資料

	未經審核截至2022年3月31日止三個月				總額
	餐飲外賣	到店、 酒店及旅遊	新業務及 其他	未分配 項目 ¹	
	(人民幣千元)				
收入：					
餐飲外賣配送服務	13,500,013	-	-	-	13,500,013
佣金	7,206,757	3,542,896	2,282,426	-	13,032,079
在線營銷服務	2,639,206	4,063,588	316,088	-	7,018,882
其他服務及銷售(包括利息收入)	810,746	15,025	11,892,009	-	12,717,780
總收入	24,156,722	7,621,509	14,490,523	-	46,268,754
銷售成本、經營開支及未分配項目	(22,579,579)	(4,147,963)	(23,515,277)	(1,610,177)	(51,852,996)
包括：餐飲外賣配送相關成本	(17,181,924)	-	-	-	(17,181,924)
經營(虧損)/溢利	1,577,143	3,473,546	(9,024,754)	(1,610,177)	(5,584,242)
	未經審核截至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	未分配 項目	總額
	(人民幣千元)				
收入：					
餐飲外賣配送服務	12,165,172	-	-	-	12,165,172
佣金	5,809,915	3,255,587	1,828,163	-	10,893,665
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)	408,196	12,964	7,871,130	-	8,292,290
總收入	20,575,410	6,584,391	9,856,461	-	37,016,262
銷售成本、經營開支及未分配項目	(19,459,525)	(3,836,186)	(17,900,906)	(586,652)	(41,783,269)
包括：餐飲外賣配送相關成本	(15,378,586)	-	-	-	(15,378,586)
經營(虧損)/溢利	1,115,885	2,748,205	(8,044,445)	(586,652)	(4,767,007)

¹ 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；及(iv)其他收益淨額。未分配項目不分配至各分部。

	同比變動				總額
	餐飲外賣	到店、 酒店及旅遊	新業務及 其他 (百分比%)	未分配 項目	
收入：					
餐飲外賣配送服務	11.0	不適用	不適用	不適用	11.0
佣金	24.0	8.8	24.8	不適用	19.6
在線營銷服務	20.4	22.6	101.1	不適用	23.9
其他服務及銷售(包括利息收入)	98.6	15.9	51.1	不適用	53.4
總收入	17.4	15.8	47.0	不適用	25.0
銷售成本、經營開支及未分配項目	16.0	8.1	31.4	174.5	24.1
包括：餐飲外賣配送相關成本	11.7	不適用	不適用	不適用	11.7
經營(虧損)/溢利	41.3	26.4	12.2	174.5	17.1

經營數據

	截至下列日期止十二個月		同比變動
	2022年3月31日	2021年3月31日	
	(百萬，百分比除外)		
交易用戶數目	692.9	569.3	21.7%
活躍商家數目	9.0	7.1	26.6%
	(筆，百分比除外)		
每位交易用戶平均每年交易筆數	37.2	30.5	21.9%

	截至下列日期止三個月		同比變動
	2022年3月31日	2021年3月31日	
	(百萬，百分比除外)		
餐飲外賣交易筆數 ²	3,361.6	2,902.7	15.8%

² 我們組織及提供餐飲外賣配送服務的1P模式於2022年及2021年第一季度佔餐飲外賣交易總筆數分別約為65%及66%。

業務回顧

本公司財務概要

於本季度，我們的收入由2021年同期的人民幣370億元增長25%至人民幣463億元。於2022年第一季度，我們的餐飲外賣及到店、酒店及旅遊分部合計錄得經營溢利人民幣51億元，較2021年同期的人民幣39億元有所增長，我們的新業務及其他分部的經營虧損同比擴大，但環比收窄。2022年第一季度的經調整EBITDA及經調整虧損淨額同比及環比均有所改善，分別為人民幣負18億元及經調整虧損淨額人民幣36億元。截至2022年3月31日，我們持有的現金及現金等價物及短期理財投資分別為人民幣354億元及人民幣680億元。

本公司業務概要

餐飲外賣

儘管面臨外部挑戰，2022年第一季度，我們的餐飲外賣分部實現健康增長。分部收入同比增長17.4%至人民幣242億元。收入增長主要是由於訂單量及客單價增加。經營溢利同比增加41.3%至人民幣16億元，經營利潤率上升至6.5%。

2022年第一季度，季度交易用戶數及交易頻次均同比增加，尤其是中高頻用戶的交易頻次增速超過平均水平。我們的業務在本季度前兩個月一直表現穩健，唯3月因奧密克戎病毒在多個地區傳播而受到嚴重影響。我們進一步強化了餐飲外賣的消費者心智，並積累更多具有較高消費能力的優質消費者。春節期間，由於更多的人「就地過年」，我們增加了提供年夜飯的商家數量以拓寬消費選擇，讓人們能在為家庭聚會和慶祝節日訂外賣時享受便利性及多樣化。因此，高訂單價格的訂單在總訂單量中的佔比有所提升，飲料和甜點等新品類在節日期間尤為受歡迎。自3月起，由於奧密克戎病毒的傳播及若干地區的嚴格管控措施，眾多商家暫停營業，我們的許多騎手也被隔離。我們的業務很大程度上受到了供給限制及履約能力限制的影響。然而，憑藉我們強大的組織及執行能力，我們能夠為被封控城市的消費者提供食品、飲料及生活必需品。例如，我們在上海快速推出社區團餐服務及「應急幫手」服務，以幫助有需要的人群。我們亦提供佣金返還、免費「外賣管家服務」及免費智能運營設備，以幫助商家，尤其是中小型商家度過困難時期。所有這些新服務模式及幫扶措施都能體現我們的執行能力及靈活性。儘管我們的短期業務表現受到影響，但我們對於所建立的業務長期價值及不斷增強的消費者心智較以往更有信心。

騎手是我們的餐飲外賣業務的核心。為確保充足的運力及讓騎手有安全的工作環境，我們與當地政府一同為騎手提供免費的核酸檢測，並為在封控社區生活的騎手提供免費住宿或休息站。此外，我們為更多城市的騎手提供智能安全頭盔，因為騎手的安全永遠是最重要的。我們於2月推出的第二代智能頭盔更輕便且易於使用。在職業傷害保障方面，我們配合政府部門的工作，遵循政府部門的政策執行指導，以便能及時開展試點工作。我們業務運作及決策的每一個環節都十分注重騎手的福利和安全，確保為騎手提供更安全的工作環境和更好的關愛與福利。

到店、酒店及旅遊

2022年第一季度，分部收入同比增長15.8%至人民幣76億元，經營溢利同比增長26.4%至人民幣35億元，經營利潤率為45.6%。1月及2月的分部收入及經營溢利增長強勁，唯3月因奧密克戎病毒的傳播而受到負面影響。

對於到店服務，隨著我們進一步擴大服務類別、推出促銷活動並利用假期刺激消費，年度活躍商家數和年度交易用戶數均有所增加。我們不斷優化在線營銷和交易類產品和服務，幫助商家獲客並提高運營效率。在消費者方面，我們加強了美團作為本地服務首選平臺的消費者心智。受年輕一代不斷變化的消費趨勢的啟發，我們繼續專注於輕食和快餐品類的到店餐飲業務，並將我們現有的近200種其他到店服務進一步擴展到更多樣化和流行的服務品類。3月，我們的業務受到奧密克戎病毒傳播及嚴格管控措施的影響，尤其在部分高線城市。儘管業務在短期遇到挑戰，但我們相信疫情結束後，消費一定會恢復，我們的業務將會回到正常增長水平，我們也將積極配合當地政府促進消費復甦。

酒店及旅遊業務受到3月奧密克戎病毒傳播及旅遊限制的重大衝擊。2022年第一季度，我們國內酒店間夜量同比下降個位數百分比。本地住宿的需求繼續超過異地旅遊場景的需求，我們進一步提高了服務質量，以滿足本地旅遊需求的增長。由於我們的產品、服務及營銷能力持續提升，高星酒店間夜量佔比達17.4%，創歷史新高。對於中低星酒店，我們繼續優化我們的產品及服務以幫助酒店商家高效經營。

新業務及其他

對於新業務及其他，商品零售業務仍是、並將繼續成為我們的主要投資領域。2022年第一季度，分部收入同比增加47.0%至人民幣145億元，主要受商品零售業務的擴張所驅動。分部經營虧損繼續收窄至人民幣90億元，經營虧損率收窄至62.3%，主要是由於商品零售業務更強的成本控制及經營槓桿。

美团優選本季度再次實現高質量增長。本季度，我們提高了數字化運營與履約的核心能力。供給方面，我們深化與商家的合作，以向消費者提供更優質的SKU及多元化的選品。其中，來自「農鮮直採」或「全國集採」計劃的農產品佔比增加。此外，我們優化了冷鏈物流，擴大了網絡覆蓋，並確保整個供應鏈的質量控制。我們迭代了智能倉儲系統和履約方式，進一步提高效率。企業社會責任仍是我們的工作重點，因此我們亦積極扶持農民，不僅幫助他們推廣產品，還在低線市場通過新職業培訓項目提供就業機會。此外，我們在政府的指導下，積極參與疫情防控，並確保為消費者提供合理價格的產品供應。

2022年第一季度，美团閃購由於用戶數及交易頻次的增加繼續保持強勁增長，訂單量同比增加近70%。我們繼續將餐飲外賣的優質用戶轉化為美团閃購用戶，並藉助多種營銷及推廣活動鼓勵消費。在「就地過年」期間，我們與超市、連鎖商店、便利店及專賣店合作促銷，讓消費者享受更多樣化的商品送貨上門。春節及情人節期間，更多消費者在我們平台為其所愛之人訂購節日禮物（如鮮花、電子產品及化妝品）。因此，節假日期間交易金額及訂單量較去年同期均顯著增加。商家方面，我們繼續吸引更多的商家並擴大商品多樣性，以滿足消費者不斷變化的需求。三月，在受奧密克戎病毒影響地區，消費者對食品和日常用品的囤貨需求激增。憑藉我們平台的能力，美团閃購提供來自廣大商家的豐富SKU選擇及便捷的即時配送服務以滿足消費者的囤貨需求，從而有效幫助確保食雜及必需品的供應。我們還與若干藥房合作，提供抗原檢測試劑盒，並確保充足的藥品供應。未來，我們將進一步優化大型專賣店和超市商家的運營，並加強消費者對於我們平台提供「萬物到家」服務的信任和心智。

2022年第一季度，美团買菜實現高速增長，訂單量同比增加近120%，日單量達歷史新高。我們通過擴大商品選擇及強化營銷策略，不僅在節假期間有效刺激消費，還幫助消費者在短時間內儲備食品和日常用品。在上海封控期間，我們全力保障生活必需品的穩定供應，為封控居民推出社區集單服務。此外，我們大幅增加前置倉的庫存，延長營業時間，增加分揀和配送人員。我們還向上海派出自動配送車輛，以提供無接觸配送並提高運力。未來，我們將繼續提高營運效率並繼續利用技術實現行業的數字化轉型。

作為一家科技賦能的本地零售企業，我們積極響應政府關於疫情防控措施的指導，履行社會責任，在更廣泛的社會層面創造價值。我們的即時配送網絡在為受影響地區的消費者提供餐飲、食雜、藥品和其他服務方面發揮了至關重要的作用。同時，我們繼續幫助中小型商家，提供更好的服務，為他們解決經營痛點，並幫助他們渡過難關。我們為公司內部在艱難時期為消費者及商家探索安全和創造性解決方案的無縫合作感到自豪。此外，我們不斷投資於先進技術，特別是自動配送車輛及無人機，為人們提供持續的高質量服務，並提升用戶體驗。截至2022年3月31日，我們的自動配送車輛總計完成超過1.5百萬份配送訂單，累計配送里程超過1百萬公里。我們還率先利用自動配送來助力抗疫。從3月以來的奧密克戎病毒傳播期間，我們在上海及北京配備自動配送車輛，以確保為封控居民提供餐食、日用品及必需品的配送。未來，我們將繼續和一路走來的消費者、商家、騎手及行業所有其他參與者建立牢固的互信基礎，並履行我們「幫大家吃得更好，生活更好」的使命。

管理層討論及分析

2022年第一季度與2021年第一季度的比較

下表載列2022年及2021年第一季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2022年3月31日	2021年3月31日
	(人民幣千元)	
收入	46,268,754	37,016,262
包括：利息收入	223,293	175,322
銷售成本	<u>(35,528,467)</u>	<u>(29,816,095)</u>
毛利	10,740,287	7,200,167
銷售及營銷開支	(9,105,728)	(7,206,408)
研發開支	(4,879,033)	(3,477,290)
一般及行政開支	(2,312,289)	(1,737,403)
金融及合同資產減值虧損(撥備)／ 撥回淨額	(153,316)	33,775
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	(802,894)	42,034
其他收益淨額	<u>928,731</u>	<u>378,118</u>
經營虧損	(5,584,242)	(4,767,007)
財務收入	110,359	77,855
財務成本	(330,317)	(166,052)
應佔採用權益法列賬的投資之收益／(虧損)	<u>46,411</u>	<u>(2,013)</u>
除所得稅前虧損	(5,757,789)	(4,857,217)
所得稅抵免	<u>55,223</u>	<u>10,955</u>
期內虧損	<u><u>(5,702,566)</u></u>	<u><u>(4,846,262)</u></u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	(1,840,771)	(2,382,683)
經調整虧損淨額	(3,586,252)	(3,891,717)

收入

我們的收入由2021年第一季度的人民幣370億元增加25.0%至2022年同期的人民幣463億元，主要由於我們餐飲外賣和到店、酒店及旅遊分部的收入穩健增長，同時新業務尤其是商品零售業務的收入強勁增長。

下表載列2022年及2021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2022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				
餐飲外賣配送服務	13,500,013	–	–	13,500,013
佣金	7,206,757	3,542,896	2,282,426	13,032,079
在線營銷服務	2,639,206	4,063,588	316,088	7,018,882
其他服務及銷售（包括利息收入）	810,746	15,025	11,892,009	12,717,780
總計	24,156,722	7,621,509	14,490,523	46,268,754
	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				
餐飲外賣配送服務	12,165,172	–	–	12,165,172
佣金	5,809,915	3,255,587	1,828,163	10,893,665
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）	408,196	12,964	7,871,130	8,292,290
總計	20,575,410	6,584,391	9,856,461	37,016,262

儘管奧密克戎病毒在3月的傳播對業務造成負面影響，但我們餐飲外賣分部的收入由2021年第一季度的人民幣206億元增長17.4%至2022年同期的人民幣242億元。我們持續完善的會員制度及豐富的線上消費場景促進本季度的交易筆數以及客單價同比增加，帶動餐飲外賣配送服務及佣金收入的增長。在線營銷服務收入同比增加，主要由於季度在線營銷活躍商家數目增加所致。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2021年第一季度的人民幣66億元上升15.8%至2022年同期的人民幣76億元，主要由於交易金額及季度在線營銷活躍商家數目增加所致。

新業務及其他分部的收入由2021年第一季度的人民幣99億元增長47.0%至2022年同期的人民幣145億元，主要由於我們商品零售業務所作出的貢獻。

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				
	2022年3月31日		2021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	35,528,467	76.8%	29,816,095	80.5%	19.2%
銷售及營銷開支	9,105,728	19.7%	7,206,408	19.5%	26.4%
研發開支	4,879,033	10.5%	3,477,290	9.4%	40.3%
一般及行政開支	2,312,289	5.0%	1,737,403	4.7%	33.1%
金融及合同資產減值虧損撥備／(撥回)淨額	153,316	0.3%	(33,775)	(0.1%)	不適用

銷售成本

銷售成本由2021年第一季度的人民幣298億元增長19.2%至2022年同期的人民幣355億元，而佔收入百分比由80.5%同比減少3.7個百分點至76.8%。金額的增加主要由於餐飲外賣配送相關成本增加人民幣18億元至人民幣172億元，該增加與相關交易筆數增加一致，對商品零售業務投資的擴大也導致了我們的銷售成本增加。銷售成本佔收入百分比的減少主要是由於餐飲外賣分部及商品零售業務的毛利率改善所致。

銷售及營銷開支

2022年第一季度的銷售及營銷開支為人民幣91億元，2021年同期則為人民幣72億元，佔收入百分比由19.5%同比上升0.2個百分點至19.7%。金額及佔收入百分比的增加均由於業務擴展(尤其是商品零售業務)導致僱員福利開支、推廣費用及外包勞工成本增加，部分被交易用戶激勵減少所抵銷。

研發開支

研發開支由2021年第一季度的人民幣35億元增加至2022年同期的人民幣49億元，佔收入百分比由9.4%同比上升1.1個百分點至10.5%。金額及佔收入百分比的增加均主要由業務擴展所帶動的僱員福利開支增加所致。

一般及行政開支

一般及行政開支由2021年第一季度的人民幣17億元增加至2022年同期的人民幣23億元，佔收入百分比由4.7%同比上升0.3個百分點至5.0%。金額及佔收入百分比的增加均主要由於僱員福利開支增加所致。

金融及合同資產減值虧損撥備／(撥回)淨額

我們的金融及合同資產減值虧損撥備／(撥回)淨額由2021年第一季度的撥回淨額人民幣33.8百萬元轉為2022年同期的撥備淨額人民幣153.3百萬元，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

2022年第一季度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為虧損人民幣802.9百萬元，而2021年同期則為收益人民幣42.0百萬元。本季度的虧損主要由於我們投資組合的公允價值波動所致。

其他收益淨額

我們的其他收益淨額由2021年第一季度的人民幣378.1百萬元增加人民幣550.6百萬元至2022年同期的人民幣928.7百萬元，主要由於補貼及稅收優惠以及某些投資的收益淨額增加所致。

經營虧損

由於上述原因，我們於2022年第一季度的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣56億元及12.1%，而於2021年同期的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣48億元及12.9%。

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				同比變動
	截至下列日期止三個月				
	2022年3月31日		2021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	1,577,143	6.5%	1,115,885	5.4%	41.3%
到店、酒店及旅遊	3,473,546	45.6%	2,748,205	41.7%	26.4%
新業務及其他	(9,024,754)	(62.3%)	(8,044,445)	(81.6%)	12.2%
未分配項目	(1,610,177)	不適用	(586,652)	不適用	174.5%
經營虧損總額	<u>(5,584,242)</u>	(12.1%)	<u>(4,767,007)</u>	(12.9%)	17.1%

餐飲外賣分部的經營溢利由2021年第一季度的人民幣11億元增長41.3%至2022年同期的人民幣16億元，經營利潤率由5.4%同比增長1.1個百分點至6.5%。經營溢利增長乃主要由於(i)交易筆數增加；(ii)客單價上升；及(iii)由於我們提升了餐飲外賣配送網絡的效率，故毛利有所增加。經營利潤率上升主要是由於毛利增加及交易用戶激勵比率下降所致。

受到收入穩定增長帶動，我們到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2021年第一季度的人民幣27億元增加26.4%至2022年同期的人民幣35億元。我們的經營利潤率由41.7%同比增長3.9個百分點至45.6%，主要是由於：(i)分部收入組合的變化，由於3月份受到奧密克戎病毒的影響更嚴重，經營利潤率相對較低的酒店預訂業務佔分部收入的比例變小；及(ii)我們為了應對具有挑戰性的宏觀環境及奧密克戎病毒傳播，節省了經營開支。

新業務及其他分部的經營虧損由2021年第一季度的人民幣80億元擴大至2022年同期的人民幣90億元，受我們對商品零售業務及其他新業務進行持續投資以滿足消費者於各種消費場景下的需求所致。該分部的經營虧損率獲得改善，由81.6%同比收窄19.3個百分點至62.3%，乃由於我們持續優化商品零售業務的成本結構及經營槓桿。

所得稅抵免

於2022年第一季度，我們的所得稅抵免為人民幣55.2百萬元，而2021年同期的所得稅抵免則為人民幣11.0百萬元，主要由於本期某些投資的公允價值虧損產生遞延所得稅抵免所致。

期內虧損

由於上述原因，我們於2022年第一季度錄得虧損人民幣57億元，而2021年同期則為虧損人民幣48億元。

2022年第一季度與2021年第四季度的比較

下表載列2022年第一季度及2021年第四季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2022年3月31日	2021年12月31日
	(人民幣千元)	
收入	46,268,754	49,523,133
包括：利息收入	223,293	238,175
銷售成本	<u>(35,528,467)</u>	<u>(37,540,530)</u>
毛利	10,740,287	11,982,603
銷售及營銷開支	(9,105,728)	(11,239,904)
研發開支	(4,879,033)	(4,581,961)
一般及行政開支	(2,312,289)	(2,435,083)
金融及合同資產減值虧損撥備淨額	(153,316)	(52,489)
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	(802,894)	726,955
其他收益淨額	<u>928,731</u>	<u>594,023</u>
經營虧損	(5,584,242)	(5,005,856)
財務收入	110,359	157,174
財務成本	(330,317)	(331,672)
應佔採用權益法列賬的投資之收益／(虧損)	<u>46,411</u>	<u>(163,855)</u>
除所得稅前虧損	(5,757,789)	(5,344,209)
所得稅抵免	<u>55,223</u>	<u>5,058</u>
期內虧損	<u><u>(5,702,566)</u></u>	<u><u>(5,339,151)</u></u>
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	(1,840,771)	(2,009,748)
經調整虧損淨額	(3,586,252)	(3,935,732)

收入

我們的收入由2021年第四季度的人民幣495億元減少6.6%至2022年第一季度的人民幣463億元。該減少主要來自我們的餐飲外賣分部及到店、酒店及旅遊分部受季節性因素及本季度奧密克戎病毒傳播的影響所致。

下表載列2022年第一季度及2021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2022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				
餐飲外賣配送服務	13,500,013	-	-	13,500,013
佣金	7,206,757	3,542,896	2,282,426	13,032,079
在線營銷服務	2,639,206	4,063,588	316,088	7,018,882
其他服務及銷售(包括利息收入)	810,746	15,025	11,892,009	12,717,780
總計	<u>24,156,722</u>	<u>7,621,509</u>	<u>14,490,523</u>	<u>46,268,754</u>
	未經審核			
	截至2021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				
餐飲外賣配送服務	14,254,546	-	-	14,254,546
佣金	7,768,614	4,066,205	2,325,479	14,160,298
在線營銷服務	3,223,472	4,636,167	322,990	8,182,629
其他服務及銷售(包括利息收入)	880,009	20,055	12,025,596	12,925,660
總計	<u>26,126,641</u>	<u>8,722,427</u>	<u>14,674,065</u>	<u>49,523,133</u>

餐飲外賣分部收入由2021年第四季度的人民幣261億元減少7.5%至2022年第一季度的人民幣242億元。餐飲外賣配送服務收入及佣金收入均環比減少，主要是由於季節性因素及奧密克戎病毒傳播的影響導致交易筆數減少，部分被收入沖抵金額減少所抵銷。就在線營銷服務收入而言，環比減少主要是由於季節性因素及奧密克戎病毒傳播導致在線營銷活躍商家的平均收入減少所致。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2021年第四季度的人民幣87億元減少12.6%至2022年第一季度的人民幣76億元。本分部的所有收入類別均受到本季度的季節性因素及奧密克戎病毒傳播的影響。佣金收入減少基本與交易金額及國內酒店間夜量減少一致。在線營銷服務收入減少主要由於到店服務業務受到在線營銷活躍商家的平均收入減少所致。

新業務及其他分部的收入由2021年第四季度的人民幣147億元減少1.3%至2022年第一季度的人民幣145億元。我們的商品零售業務持續增長，而其他新業務則受季節性因素及奧密克戎病毒傳播的不利影響。

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				
	2022年3月31日		2021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	35,528,467	76.8%	37,540,530	75.8%	(5.4%)
銷售及營銷開支	9,105,728	19.7%	11,239,904	22.7%	(19.0%)
研發開支	4,879,033	10.5%	4,581,961	9.3%	6.5%
一般及行政開支	2,312,289	5.0%	2,435,083	4.9%	(5.0%)
金融及合同資產減值虧損					
撥備淨額	153,316	0.3%	52,489	0.1%	192.1%

銷售成本

我們的銷售成本由2021年第四季度的人民幣375億元減少5.4%至2022年第一季度的人民幣355億元，佔收入百分比由75.8%環比增加1.0個百分點至76.8%。金額減少主要是由於(i)餐飲外賣配送相關成本減少人民幣11億元至人民幣172億元，與季節性因素導致相關交易筆數減少一致，及(ii)其他新業務受到季節性因素及奧密克戎病毒傳播影響導致的成本減少。銷售成本佔收入的百分比增加主要是由於騎手季節性激勵降低了我們餐飲外賣分部的毛利率所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2021年第四季度的人民幣112億元減少至2022年第一季度的人民幣91億元，佔收入百分比由22.7%環比下降3.0個百分點至19.7%。金額及佔收入百分比均下降乃由於為應對奧密克戎病毒傳播所引起的消費者需求下降，我們限制了交易用戶激勵和推廣及廣告的開支。

研發開支

研發開支由2021年第四季度的人民幣46億元增加至2022年第一季度的人民幣49億元，佔收入百分比由9.3%上升1.2個百分點至10.5%，乃主要由於僱員福利開支增加所致。

一般及行政開支

一般及行政開支由2021年第四季度的人民幣24億元減少至2022年第一季度的人民幣23億元，2022年第一季度佔收入百分比為5.0%，環比持平。

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2021年第四季度的人民幣52.5百萬元增加至2022年第一季度的人民幣153.3百萬元，反映金融資產預期信貸虧損變動。

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

2022年第一季度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為虧損人民幣802.9百萬元，而2021年第四季度則為收益人民幣727.0百萬元。本季度虧損主要由於我們投資組合的公允價值波動所致。

其他收益淨額

我們的其他收益淨額由2021年第四季度的人民幣594.0百萬元增加人民幣334.7百萬元至2022年第一季度的人民幣928.7百萬元，主要由於某些投資的收益淨額所致。

經營虧損

由於上述原因，我們於2022年第一季度的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣56億元及12.1%，而於2021年第四季度的經營虧損及經營虧損率分別為人民幣50億元及10.1%。

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				
	2022年3月31日		2021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	1,577,143	6.5%	1,735,577	6.6%	(9.1%)
到店、酒店及旅遊	3,473,546	45.6%	3,897,016	44.7%	(10.9%)
新業務及其他	(9,024,754)	(62.3%)	(10,205,238)	(69.5%)	(11.6%)
未分配項目	(1,610,177)	不適用	(433,211)	不適用	271.7%
經營虧損總額	(5,584,242)	(12.1%)	(5,005,856)	(10.1%)	11.6%

餐飲外賣分部的經營溢利由2021年第四季度的人民幣17億元減少至2022年第一季度的人民幣16億元。該分部的經營利潤率由6.6%環比下降0.1個百分點至6.5%。經營利潤率減少主要由於騎手季節性補貼增加，部分被交易用戶激勵減少所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的經營溢利由2021年第四季度的人民幣39億元減少至2022年第一季度的人民幣35億元。該分部的經營利潤率環比上升0.9個百分點至45.6%。除季節性因素外，本季度奧密克戎病毒傳播進一步令經營溢利減少。經營利潤率增長主要是由於交易用戶激勵及推廣開支減少所致。

新業務及其他分部的經營虧損由2021年第四季度的人民幣102億元減少至2022年第一季度的人民幣90億元，該分部的經營虧損率由69.5%環比改善7.2個百分點至62.3%。經營虧損及經營虧損率均有所改善，主要受商品零售業務的消費者於高單價品類商品的偏好增加導致的單均收入上升及毛利改善所致，以及我們通過控制交易用戶激勵及其他推廣活動提高了運營效率。

所得稅抵免

2022年第一季度我們的所得稅抵免為人民幣55.2百萬元，而2021年第四季度的所得稅抵免則為人民幣5.1百萬元，主要由於本期某些投資的公允價值虧損產生遞延所得稅抵免所致。

期內虧損

由於上述原因，我們於2022年第一季度錄得虧損人民幣57億元，而2021年第四季度則為虧損人民幣53億元。

非國際財務報告準則計量與最接近的根據國際財務報告準則編製的計量的對賬情況

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將其視作可用於分析有關經營業績之替代工具。此外，該等非國際財務報告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。

下表載列2022年及2021年第一季度、2021年第四季度的非國際財務報告準則財務計量與最接近的根據國際財務報告準則編製的計量的對賬情況。

	未經審核		
	截至下列日期止三個月		
	2022年 3月31日	2021年 3月31日	2021年 12月31日
	(人民幣千元)		
期內虧損	(5,702,566)	(4,846,262)	(5,339,151)
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	1,618,334	937,902	1,634,141
投資產生的(虧損)／收益淨額 ⁽¹⁾	575,657	(42,783)	(471,908)
減值及開支撥回	-	(56,735)	(1,477)
收購產生的無形資產攤銷	117,680	125,637	121,525
對非國際財務報告準則調整的 稅務影響	(195,357)	(9,476)	121,138
經調整虧損淨額	(3,586,252)	(3,891,717)	(3,935,732)
調整項目：			
所得稅抵免，對非國際財務報告準則 調整的稅務影響除外	140,134	(1,479)	(126,196)
應佔採用權益法列賬的投資之收益／ (虧損)(未在經調整虧損淨額中調整)	26,926	2,013	(107,445)
財務收入	(110,359)	(77,855)	(157,174)
財務成本	330,317	166,052	331,672
其他收益淨額(未在經調整虧損淨額中 調整)	(774,831)	(377,369)	(577,770)
軟件及其他攤銷	14,354	76,603	89,889
物業、廠房及設備折舊	2,118,940	1,721,069	2,473,008
經調整EBITDA	(1,840,771)	(2,382,683)	(2,009,748)

(1) 投資產生的(虧損)／收益淨額主要包括被投資方相關之公允價值變動、出售被投資方或附屬公司之收益／(虧損)、攤薄收益以及若干應佔採用權益法列賬的投資之收益／(虧損)。

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來滿足我們的現金需求。截至2022年3月31日，我們持有的現金及現金等價物及短期理財投資分別為人民幣354億元及人民幣680億元。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	未經審核 截至下列日期 止三個月 2022年3月31日 <u>(人民幣千元)</u>
經營活動所用現金流量淨額	(11,277,893)
投資活動所得現金流量淨額	11,385,475
融資活動所得現金流量淨額	<u>2,836,859</u>
現金及現金等價物增加淨額	2,944,441
期初現金及現金等價物	32,513,428
現金及現金等價物匯兌虧損	<u>(51,898)</u>
期末現金及現金等價物	<u><u>35,405,971</u></u>

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2022年第一季度虧損，且根據非現金項目及營運資本的變動調整。

於2022年第一季度，經營活動所用現金流量淨額為人民幣113億元，主要由於(i)季節性因素和本季度奧密克戎病毒傳播，應付商家款項的結算淨流出和支付餐飲外賣配送相關成本及來自商家的在線營銷服務預付款項現金流入減少，及(ii)於本季度支付年終獎金。

投資活動所得現金流量淨額

於2022年第一季度，投資活動所得現金流量淨額為人民幣114億元，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，以及對若干實體的投資所抵銷。

融資活動所得現金流量淨額

於2022年第一季度，融資活動所得現金流量淨額為人民幣28億元，乃主要由於借款增加淨流入，部分被租賃本金之付款所抵銷。

資本負債比率

截至2022年3月31日，我們的資本負債比率約為47%，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

綜合收益表

	未經審核		
	截至下列日期止三個月		
	2022年 3月31日	2021年 3月31日	2021年 12月31日
	(人民幣千元)		
收入	46,268,754	37,016,262	49,523,133
包括：利息收入	223,293	175,322	238,175
銷售成本	(35,528,467)	(29,816,095)	(37,540,530)
毛利	10,740,287	7,200,167	11,982,603
銷售及營銷開支	(9,105,728)	(7,206,408)	(11,239,904)
研發開支	(4,879,033)	(3,477,290)	(4,581,961)
一般及行政開支	(2,312,289)	(1,737,403)	(2,435,083)
金融及合同資產減值虧損(撥備)／ 撥回淨額	(153,316)	33,775	(52,489)
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	(802,894)	42,034	726,955
其他收益淨額	928,731	378,118	594,023
經營虧損	(5,584,242)	(4,767,007)	(5,005,856)
財務收入	110,359	77,855	157,174
財務成本	(330,317)	(166,052)	(331,672)
應佔採用權益法列賬的投資之收益／ (虧損)	46,411	(2,013)	(163,855)
除所得稅前虧損	(5,757,789)	(4,857,217)	(5,344,209)
所得稅抵免	55,223	10,955	5,058
期內虧損	(5,702,566)	(4,846,262)	(5,339,151)
以下人士應佔期內(虧損)／溢利：			
本公司權益持有人	(5,702,489)	(4,847,283)	(5,339,113)
非控股權益	(77)	1,021	(38)
	(5,702,566)	(4,846,262)	(5,339,151)

綜合財務狀況表

	未經審核 截至2022年 3月31日	經審核 截至2021年 12月31日
	(人民幣千元)	
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	23,077,990	22,814,246
無形資產	30,935,758	31,048,814
遞延稅項資產	1,205,340	1,378,468
長期理財投資	6,363,944	4,010,442
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的其他金融投資	14,499,339	14,299,857
採用權益法列賬的投資	13,871,016	13,868,788
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	2,405,721	2,022,705
預付款項、按金及其他資產	3,973,392	3,381,272
	<u>96,332,500</u>	<u>92,824,592</u>
流動資產		
存貨	733,173	681,693
貿易應收款項	1,871,786	1,793,035
預付款項、按金及其他資產	17,382,149	15,281,586
短期理財投資	68,042,120	84,282,016
受限制現金	11,112,442	13,276,919
現金及現金等價物	35,405,971	32,513,428
	<u>134,547,641</u>	<u>147,828,677</u>
總資產	<u><u>230,880,141</u></u>	<u><u>240,653,269</u></u>
權益		
股本	411	411
股份溢價	311,461,443	311,221,237
股份獎勵計劃所持股份	-	-
其他儲備	(1,873,387)	(2,866,675)
累計虧損	(188,444,020)	(182,741,531)
	<u>121,144,447</u>	<u>125,613,442</u>
本公司權益持有人應佔權益	121,144,447	125,613,442
非控股權益	(56,757)	(56,680)
	<u>121,087,690</u>	<u>125,556,762</u>

綜合財務狀況表(續)

	未經審核 截至2022年 3月31日	經審核 截至2021年 12月31日
	(人民幣千元)	
負債		
非流動負債		
遞延稅項負債	800,810	895,691
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融負債	187,801	-
借款	15,338,680	12,219,667
應付票據	30,346,150	30,383,378
租賃負債	2,769,142	2,994,226
其他非流動負債	35,941	10,588
	<u>49,478,524</u>	<u>46,503,550</u>
流動負債		
貿易應付款項	13,723,083	15,165,619
應付商家款項	7,849,488	10,950,920
交易用戶預付款項	4,490,312	5,171,054
其他應付款項及應計費用	15,663,408	18,400,738
借款	11,716,262	11,565,200
遞延收入	4,930,943	5,478,480
租賃負債	1,801,067	1,756,559
所得稅負債	139,364	104,387
	<u>60,313,927</u>	<u>68,592,957</u>
總負債	<u><u>109,792,451</u></u>	<u><u>115,096,507</u></u>
權益及負債總額	<u><u>230,880,141</u></u>	<u><u>240,653,269</u></u>

其他資料

購買、出售或贖回本公司的上市證券

本公司及其任何附屬公司於截至2022年3月31日止三個月內並無購買、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2022年3月31日止三個月的未經審核財務資料。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

2022年3月31日至今，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。

除企業管治守則的守則條文第C.2.1條外，截至2022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2022年3月31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，對消費者、商戶及合作夥伴對我們平台的信任，騎手提供的可靠高效服務，全體員工與管理層的傑出貢獻以及股東一如既往的支持表示衷心的感谢。

承董事會命
美团
董事長
王興

香港，2022年6月2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博士。

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，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」）
「主要經營決策者」	指 負責分配資源及評估經營分部表現的主要經營決策者

「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GEM並與其並行運作
「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）
「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)就共享騎行業務而言，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