

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2019年12月31日止年度 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2019年12月31日止年度的經審核綜合業績。該等業績乃由審計師根據國際審計準則審核，並經審核委員會審閱。

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				
	2019年12月31日		2018年12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)				
收入	28,158,253	100.0%	19,803,452	100.0%	42.2%
毛利	9,718,129	34.5%	4,480,994	22.6%	116.9%
經營溢利／(虧損)	1,423,860	5.1%	(3,734,518)	(18.9%)	不適用
除所得稅前溢利／(虧損)	1,489,930	5.3%	(3,690,373)	(18.6%)	不適用
期內溢利／(虧損)	1,460,285	5.2%	(3,414,252)	(17.2%)	不適用
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	2,178,650	7.7%	(854,601)	(4.3%)	不適用
經調整溢利／(虧損)淨額	2,270,219	8.1%	(1,581,682)	(8.0%)	不適用

	截至下列日期止年度				同比變動
	2019年12月31日		2018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)				
收入	97,528,531	100.0%	65,227,278	100.0%	49.5%
毛利	32,320,388	33.1%	15,104,958	23.2%	114.0%
經營溢利／(虧損)	2,679,860	2.7%	(11,085,797)	(17.0%)	不適用
除所得稅前溢利／(虧損)	2,762,388	2.8%	(115,490,807)	(177.1%)	不適用
年內溢利／(虧損)	2,236,165	2.3%	(115,492,695)	(177.1%)	不適用
非國際財務報告準則計量：					
經調整EBITDA	7,253,634	7.4%	(4,733,831)	(7.3%)	不適用
經調整溢利／(虧損)淨額	4,656,685	4.8%	(8,345,621)	(12.8%)	不適用

分部財務資料

	未經審核					
	截至下列日期止三個月					
	2019年12月31日			2018年12月31日		
	到店、酒店 餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	到店、酒店 餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他
	(人民幣千元，百分比除外)					
收入	15,715,710	6,356,945	6,085,598	11,006,277	4,594,132	4,203,043
毛利／(損)	2,786,936	5,642,495	1,288,698	1,471,721	3,988,258	(978,985)
毛利率	17.7%	88.8%	21.2%	13.4%	86.8%	(23.3%)

	截至下列日期止年度					
	2019年12月31日			2018年12月31日		
	到店、酒店 餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	到店、酒店 餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他
	(人民幣千元，百分比除外)					
收入	54,843,205	22,275,472	20,409,854	38,143,083	15,840,361	11,243,834
毛利／(損)	10,233,188	19,746,355	2,340,845	5,268,197	14,095,355	(4,258,594)
毛利率	18.7%	88.6%	11.5%	13.8%	89.0%	(37.9%)

經營數據

	截至下列日期止三個月			截至下列日期止年度		
	2019年	2018年	同比變動	2019年	2018年	同比變動
	12月31日	12月31日		12月31日	12月31日	
	(人民幣十億元)		(百分比)	(人民幣十億元)		(百分比)
交易金額：						
餐飲外賣	112.1	80.2	39.9%	392.7	282.8	38.9%
到店、酒店及旅遊	60.4	44.7	35.3%	222.1	176.8	25.6%
新業務及其他	17.4	13.1	31.0%	67.3	56.0	20.3%
總計	189.9	138.0	37.6%	682.1	515.6	32.3%

	截至下列日期止年度		
	2019年	2018年	同比變動
	12月31日	12月31日	
	(百萬)		(百分比)
交易用戶數目	450.5	400.4	12.5%
活躍商家數目	6.2	5.8	7.1%
	(筆)		(百分比)
每位交易用戶平均每年交易筆數	27.4	23.8	15.4%

	截至下列日期止三個月			截至下列日期止年度		
	2019年	2018年	同比變動	2019年	2018年	同比變動
	12月31日	12月31日		12月31日	12月31日	
	(百萬)		(百分比)	(百萬)		(百分比)
餐飲外賣交易筆數	2,505.3	1,832.3	36.7%	8,722.1	6,393.4	36.4%
國內酒店間夜量	110.0	74.4	47.9%	392.4	283.9	38.2%

業務回顧及展望

公司財務摘要

截至2019年12月31日止年度，我們在所有主要業務分部均實現了強勁的收入增長及盈利能力提升。此外，我們取得了重要里程碑，有史以來首次錄得正值經營溢利及經營現金流量。總收入由2018年的人民幣652億元增至人民幣975億元，同比增長49.5%。毛利總額由2018年的人民幣151億元增至人民幣323億元，同比增長114.0%，且經營溢利由2018年的負值人民幣111億元轉為正值人民幣27億元。2019年，經調整EBITDA及經調整溢利淨額分別為人民幣73億元及人民幣47億元。我們的經營現金流量由2018年的負值人民幣92億元轉為2019年的正值人民幣56億元。截至2019年12月31日，我們的現金及現金等價物為人民幣134億元及短期投資人民幣494億元，而截至2018年12月31日的結餘分別為人民幣170億元及人民幣418億元。

公司業務摘要

餐飲外賣

作為全球領先的餐飲外賣服務供應商，於2019年，我們在消費者基礎、商家基礎及配送網絡方面進一步鞏固了我們的市場領導地位。隨著我們的業務增長，規模經濟效應逐步提升，我們連續四個季度亦同比提高了餐飲外賣業務的單位經濟效益。於2019年，餐飲外賣業務的交易金額增長38.9%至人民幣3,927億元。餐飲外賣日均交易筆數增長36.4%至23.9百萬筆。每筆餐飲外賣業務訂單的平均價值同比增長1.8%。餐飲外賣業務的變現率¹由2018年的13.5%升至14.0%。因此，於2019年，收入同比增長43.8%至人民幣548億元。於2019年，餐飲外賣業務毛利增長94.2%至人民幣102億元，毛利率由13.8%同比上升至18.7%。於2019年第四季度，餐飲外賣業務的總交易金額同比增長39.9%至人民幣1,121億元，餐飲外賣日均交易筆數同比增長36.7%至27.2百萬筆。每筆餐飲外賣業務訂單的平均價值同比增長2.3%至人民幣44.8元，餐飲外賣業務的變現率升至14.0%。因此，於2019年第四季度，餐飲外賣收入同比增長42.8%至人民幣157億元。於2019年第四季度，餐飲外賣業務毛利同比增長89.4%至人民幣28億元，毛利率由13.4%同比上升至17.7%。

在消費者端，由於我們早期大力向低綫城市擴張，我們目前享有顯著的先發優勢並且將受益於低綫城市的需求隨著消費水平的提高而持續增長的趨勢。於2019年全年以及2019年第四季度，我們於低綫城市的餐飲外賣業務貢獻越來越大，交易金額增長也越來越快。此外，於2019年，低綫城市仍然是我們用戶增長的主要驅動力。由於我們運營團隊、配送網絡及營銷能力的改善以及良好的口碑，我們繼續獲得新用戶，其中大多數新用戶來自三綫及以下城市。

¹ 變現率等於年／期內收入除以年／期內交易金額。

同時，由於我們繼續增加優質供應及食品配送類別、配送時間及配送距離以更好地滿足消費者需求，老客戶的購買頻次持續提高。我們於2019年成功推出的餐飲外賣會員制度，進一步提高該等老客戶的購買頻次及忠誠度。此外，我們的餐飲外賣會員制度有效地促進了消費者在非高峰時段的即時性消費。於2019年第四季度，消費者在包括早餐、下午茶及宵夜在內的非高峰時段的消費持續快速增長，並且需求越來越個性化及品質化。特別是，於2019年第四季度，輕食、沙拉、甜品及飲料的餐飲外賣單量均實現強勁增長。

在商家端，作為擁有足夠用戶流量的領先平台，我們於2019年幫助了數百萬家餐廳最大化了線上渠道的曝光率，增加了線上銷售額。除提供具成本效益的即時配送基礎設施外，我們於2019年還繼續優化了我們的綜合解決方案，賦能本地商家。該等解決方案包括在綫營銷、生產及運營數字化、聚合支付、食品供應鏈及金融服務解決方案。例如，我們於2019年8月上綫了菜品推薦信息流，並且於2019年第四季度繼續優化我們的商家營銷解決方案。菜品推薦信息流讓商家有更多機會通過展示爆款菜式並吸引新消費者，同時提高他們對新消費者的轉化率。更值得注意的是，由於我們持續努力開發創新的在綫營銷產品幫助了餐飲外賣商家增加彼等對潛在消費者的曝光度及進一步提高彼等的營銷效率，於2019年，越來越多的餐飲外賣商家採用了我們的在綫營銷服務。餐飲外賣業務的在綫營銷收入增長強勁，同比增長118.6%。此外，我們繼續優化平台產品，向餐廳提供更實用的工具提高其營銷效率。例如，我們為餐廳商家提供了產品質量智能診斷工具和產品運營優化指導。此外，於2019年第四季度，我們還發佈四大針對性的解決方案，包括數字化經營解決方案、專業化生產解決方案、多元化營銷解決方案及智能化服務解決方案。通過該等解決方案，我們的目標是幫助數百萬商家建立下一代門店，幫助餐飲商家發現並解決綫上經營的痛點，實現綫上綫下運營的深度融合，從而提高服務效率及產品質量。

在配送端，由於訂單密度的增加、專有調度系統算法的改進以及運營能力的優化，我們於2019年進一步鞏固了在配送效率方面的優勢。此外，於2019年下半年，我們開始加強了在非高峰時段、極端天氣狀況及假日的配送服務細分及配送網絡調動能力，這使我們在過去兩個季度中進一步降低單均配送成本的同時確保了穩定的用戶體驗。同時，為確保我們配送服務質量的穩定性，我們要求配送合作商設立並不斷完善嚴格的配送騎手招募標準，並密切監督他們是否遵守我們的服務標準。此外，我們也幫助合作商建立合規的管理體系，以確保消防安全及交通安全，並要求其向配送騎手提供定期培訓，以提高其安全規範意識。我們還通過「717配送騎士節」慶祝活動、「配送騎手守護計劃」以及為騎手提供免費諮詢等一系列舉措，努力提高配送騎手的企業歸屬感，並幫助他們贏得越來越多的社會尊重。

到店、酒店及旅遊

於2019年，我們繼續鞏固了到店、酒店及旅遊業務的市場領導地位，並進一步顯示出強大的變現能力。於2019年，到店、酒店及旅遊業務的交易金額同比增長25.6%至人民幣2,221億元。於2019年，到店、酒店及旅遊業務收入同比增長40.6%至人民幣223億元。於2019年，到店、酒店及旅遊業務毛利同比增長40.1%至人民幣197億元，而毛利率同比維持相對穩定。於2019年第四季度，到店、酒店及旅遊業務的交易金額增長持續加速，同比增長35.3%至人民幣604億元。於2019年第四季度，到店、酒店及旅遊業務收入同比增長38.4%至人民幣64億元。於2019年第四季度，到店、酒店及旅遊業務毛利增加至人民幣56億元，而毛利率由86.8%同比上升至88.8%。

就到店業務而言，交易類產品的佣金收入同比增長率於2019年下半年初重新加速，並於2019年第四季度繼續加速。在綫營銷收入於全年亦維持強勁增長勢頭，2019年同比增長約55%。2019年引人矚目的成績主要是由於我們提升了業務運營能力、加強了內容創造能力、擴大了產品及服務範圍並優化了基於位置的算法。

首先，我們於2019年重新調整了銷售團隊架構並擴大了對優質餐廳商家的覆蓋範圍。通過將餐廳商家分為不同級別，我們的銷售團隊得以對各級別的商家有了更全面了解，從而可以提供更加個性化的產品解決方案。第二，我們不斷優化基於位置的算法，是幫助本地生活服務商家最大化其在綫營銷的效果並通過用戶生成的本地搜索查詢數據進一步改善其營銷精確度的關鍵。我們亦能進一步利用數據庫生成的用戶畫像，評估我們平台上不同服務類別的用戶需求，並促進產生額外的交叉銷售機會。第三，我們不斷為商家提供商家能夠負擔的多元化的營銷產品及工具。於2019年全年，點擊付費類廣告產品及訂閱服務的商家滲透率穩定上升。我們於2018年底推出了基於用戶興趣的信息流產品且於現階段基本尚未開始變現，該產品亦令商家能夠在可編輯信息流內訂製及推送內容，向更多受眾展示其內容並實現更高點擊率。第四，我們於2019年通過舉行大量推廣活動及運營活動持續提升我們的運營能力。該等推廣活動及運營活動包括（僅舉幾例）「大牌美食狂歡節」、「2019年親子奇妙日」、「完美七夕節」、「雙十一狂歡節」及「雙十二狂歡節」。該等主題推廣活動均受到市場好評。最後，我們2019年在內容生態建設方面持續取得良好進展，該進展亦有助於提高我們平台商家的營銷效率。截至2019年12月31日，我們平台積累了對中國數百萬商家的超過77億條用戶評論。此外，我們完善了大眾點評APP內基於用戶興趣的信息流產品，從而形成了更具視覺吸引力的用戶界面，更加個性化的內容推送系統，並帶來2019年全年我們日活躍用戶及用戶時長的快速增長。同時，我們的「黑珍珠餐廳指南」、「必吃榜」及其他舉措越來越受到消費者歡迎。重要的是，該等舉措不僅令消費者能發現及探索廣泛的本地服務類別，亦為我們推薦的商家帶來更高銷售額，提高其品牌影響力，簡化其運營，以及通過真實動態的消費者評論改善其產品供應。

就酒店預訂業務而言，我們於2019年進一步鞏固我們的領導地位。於2019年，在我們平台上的國內酒店消費間夜量同比增長38.2%至392.4百萬。日均間夜價亦同比穩健增長。更值得注意的是，國內酒店間夜量於2019年第四季度進一步加速增長，同比增長達47.9%，連續兩個季度的季度酒店間夜量達到110百萬。於2019年，我們通過大力探索綫下流量轉化及新流量渠道，進一步鞏固我們在低綫城市及低星級酒店分部的領導地位。同時，我們的高星級酒店預訂業務於2019年維持穩健增長。我們的「酒店+X」戰略令我們能夠與越來越多的高星級酒店集團建立更深聯繫，幫助其提高非住宿收入。於2019年第四季度，來自高星級酒店的收入貢獻同比進一步增長。

新業務及其他

於2019年，新業務及其他分部的收入同比增長81.5%至人民幣204億元。新業務及其他分部的毛利由2018年的負值人民幣43億元增至2019年的正值人民幣23億元，而毛利率由2018年的負值37.9%改善為2019年的正值11.5%。於2019年第四季度，該分部的收入同比增長44.8%至2019年的人民幣61億元。毛利由2018年的負值人民幣10億元增至2019年的正值人民幣13億元，而毛利率由2018年的負值23.3%改善為至2019年的正值21.2%。

就我們的共享單車及網約車服務而言，於2019年，我們在成功收窄虧損，提高運營效率的同時，亦發展了這些業務與我們平台上其他業務的協同效應。就我們的共享單車服務而言，大部分單車的使用期限於2019年第三季度已到期。因此我們逐步用新的美团單車替換餘下的舊單車，新美团單車的顏色為美团黃，使用期限更長，並進行改良以提升用戶體驗，且僅通過美团APP才能解鎖。我們相信，與舊的摩拜車型相比，新的美团單車具有更好的單位經濟效益，能夠與我們的平台創造更多協同效應。就我們的網約車服務而言，於2019年推出「聚合」模式後，我們對經營虧損的控制已經得到改善。截至2019年底，我們在54個城市運營網約車服務。

於2019年，我們通過對餐飲管理系統及B2B餐飲供應鏈服務的投入持續驅動供給側數字化。就我們的餐飲管理系統服務而言，商家質量已成為2019年的首要目標，優質商家數量及比例均有增加。在研發、產品升級以及更高標準的售後服務質量方面的持續投入進一步鞏固了我們在該領域的地位。就B2B餐飲供應鏈服務而言，於2019年，我們優先考慮商家開發、產品甄選及核心能力。我們重視優質商家的開發及運維，並通過提升商戶錢包份額、購買頻次及每單交易金額來增加每商戶平均收入。此外，我們根據地區分佈及商家購買頻次調整我們的產品結構。值得注意的是，生鮮食品及肉製品在我們2019年的產品供應中的佔比不斷提升。我們亦加強了對生鮮食品的質量控制及定價管理能力。

就我們的食雜零售服務而言，我們繼續探索自營模式及平台模式，同時提高二者的運營效率。就我們的自營模式美团買菜而言，截至 2019 年底，我們通過在北京、上海及深圳設立96個倉庫以及在武漢市設立30多個自取點以提高我們的倉庫密度。就我們的平台模式而言，美团閃購的定位是一個擁有數萬個SKU的線上交易平台。該等SKU的範圍涵蓋滿足消費者日常需求的產品到部分垂直服務類別的特色產品，如藥品及鮮花。值得注意的是，我們平台上藥品及鮮花的交易金額於2019年實現強勁增長。

2020年公司前景及近期冠狀病毒爆發的潛在不利影響

自2020年初起，新型冠狀病毒的爆發對中國眾多行業造成巨大的短期衝擊。本地生活服務是我們電子商務平台的核心，在眾多方面因疫情受到影響。尤其是，疫情對我們包括餐飲、本地生活服務、酒店等商家的日常營運造成了嚴重影響，從而對我們於2020年第一季度的業務產生下行壓力。餐飲外賣以及到店、酒店及旅遊等業務在需求端以及供應端方面均面臨重大挑戰。由於疫情的影響，我們估計2020年第一季度收入將會錄得同比負值增長及經營虧損。由於不斷變化的情況存在高度不確定性，我們在此階段無法完全確定對2020年全年的預期影響；然而，如果隨着疫情的持續使得用戶需求及商家運營需要更長的時間才能恢復到正常水平，我們於未來幾個季度的經營業績亦會受到不利影響。

面對如此嚴重的疫情，我們首先想到的是我們作為行業領導者應當承擔的社會責任。因此，我們一直積極的向疫情嚴重的地區提供物資援助，幫助保障民生。此外，我們持續向全國人民提供服務以確保他們的正常生活在疫情期間不會受到影響。

在疫情發生的初期，我們便為全國的醫護人員設立了人民幣2億元的支持關懷專項基金，重點支持武漢市等疫情防控主要地區的醫護人員以及從全國其他地區支援湖北的醫療團隊。我們是首家在武漢市推出「無接觸配送」服務的公司，「無接觸配送」現在已在全國範圍內推行。我們的美團閃購業務持續與武漢市及其他地區的超市、藥店、便利店及果蔬店合作，為消費者提供食品、藥品、日常消費品及其他產品的即時配送服務。我們的買菜業務亦繼續增加優質供應商數量，加強食品安全管理，提高採購系統能力，確保疫情期間充足的產品供應。疫情期間，我們延長了旅遊訂單的應急服務保障政策，加速了酒店、旅遊、火車票及機票的退款流程。我們的B2B餐飲供應鏈服務亦為34個城市的醫療機構開通了綠色通道，同時克服了庫存及運力上的挑戰以確保疫情期間充足的食物供應。我們亦停止了疫情期間對湖北省共享單車服務的收費，同時向全國抗擊新型冠狀病毒的醫護人員捐贈超過215萬張免費單車騎行卡。我們的網約車服務推出了中國首個實名制公共交通登記系統，以協助政府追蹤疫情信息。我們亦為數百萬名本地生活服務業商戶及數千萬從業者提供就業信息的對接服務。迄今為止，我們已開放了20萬個配送騎手就業崗位，及面向校園及全社會範圍內的數千個其他就業崗位。

同時，我們針對本地生活服務行業的中小企業，先後推出一系列幫扶政策與廣大商戶夥伴共同克服疫情期間面臨的嚴重困難。例如，我們成立了專項扶持基金支持全國商家恢復經營。此外，我們與銀行合作夥伴開展合作，向各類商家提供人民幣200億元額度的優惠利率貸款，同時向商家提供有關疫情應對、食品安全、店面經營等針對性免費在綫培訓課程。就我們的餐飲外賣業務而言，我們已免除武漢地區所有餐飲外賣商家的佣金，直至該市封城結束為止。此外，我們已向全國的優質餐飲外賣商家返還部分佣金用於日後的在綫推廣及營銷，同時向該等商家提供流量支持及補貼。就我們的到店業務而言，我們已減免湖北地區到店餐飲商家及本地生活服務商家2月份及3月份的佣金以及全國到店餐飲商家及本地生活服務商家2月份的佣金。此外，我們對全國範圍內新合作及規定期限內續約的到店餐飲商家及本地生活服務商家額外延長年費有效期兩個月。就我們的酒店及旅遊業務而言，我們向全國的酒店、民宿及旅遊景點商家提供總值人民幣10億元的商家補貼，主要用於在綫推廣及營銷。我們亦為武漢地區的餐廳商家及其僱員提供免費保險產品，為湖北地區符合條件的餐廳商家贈送餐飲管理系統，以及向湖北地區的酒店及民宿商家額外提供抗疫物資及酒店管理系統。

我們亦推出了一系列活動進一步促進消費逐步復蘇。我們已推出了「安心餐廳」、「安心住酒店」等服務，利用我們的綫上化能力引導商家將防疫及安全舉措流程化、標準化及數字化，幫助商家吸引消費者安心消費。此外，我們推出「安心消費月」活動為消費者發放補貼福利，以及，與全國超過50,000家到店餐飲商家及數萬家酒店及景區開展合作推出「安心預訂」服務。

同時，我們也為在疫情期間仍致力於提供配送服務的配送騎手提供額外支持。例如，我們嚴格執行配送騎手配送健康管理體系，加大疫情防控知識普及，升級全國配送站的消毒及防疫措施，並為配送騎手提供保險。我們將繼續實施及完善該等措施，以支持我們生態中的每名參與者。

雖然在2020年，眾多企業將會受到疫情的不利影響，但我們相信，從長遠來看，眾多行業將重新加速並朝著更好的方向發展。疫情亦使社會更加意識到服務行業在需求及供應端數字化的緊迫性及重要性。作為領先的電子商務服務平台，我們將成為這一長期趨勢的重要推動者、領導者及長期受益者。於2020年，我們將繼續執行我們的「Food + Platform」戰略，履行我們「幫大家吃得更好，生活更好」的使命。我們將迎接疫情帶來的挑戰，為消費者及商家創造更多價值，提高用戶黏性，加深商家關係。同時，我們將繼續積極投入到我們生態系統內的諸多領域，包括商家、消費者、配送網絡及科技，我們相信這些投入會驅動我們業務長期增長。

管理層討論及分析

2019年第四季度與2018年第四季度的比較

下表載列2019年及2018年第四季度的比較數字：

	未經審核	
	截至下列日期止三個月	
	2019年 12月31日	2018年 12月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	18,357,737	13,150,122
在綫營銷服務	4,937,769	3,071,073
利息收入	197,759	134,325
其他服務及銷售	4,664,988	3,447,932
	28,158,253	19,803,452
銷售成本	(18,440,124)	(15,322,458)
毛利	9,718,129	4,480,994
銷售及營銷開支	(5,349,095)	(4,535,051)
研發開支	(2,239,885)	(1,981,826)
一般及行政開支	(1,232,474)	(2,725,287)
金融資產減值虧損撥備淨額	(332,004)	(120,793)
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	72,443	990,653
其他收益淨額	786,746	156,792
經營溢利／(虧損)	1,423,860	(3,734,518)
財務收入	53,519	116,427
財務成本	(45,095)	(15,407)
應佔以權益法入賬的投資之收益／(虧損)	57,646	(56,875)
除所得稅前溢利／(虧損)	1,489,930	(3,690,373)
所得稅(開支)／抵免	(29,645)	276,121
期內溢利／(虧損)	1,460,285	(3,414,252)
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,178,650	(854,601)
經調整溢利／(虧損)淨額	2,270,219	(1,581,682)

收入

我們的收入由2018年同期的人民幣198億元增加42.2%至2019年第四季度的人民幣282億元。該增加主要由於(i)我們平台的交易金額由2018年同期的人民幣1,380億元增至2019年第四季度的人民幣1,899億元，主要受交易用戶人數、其購買頻率及平均訂單金額增加所推動，及(ii)我們的變現率由2018年同期的14.3%上升至2019年第四季度的14.8%。

按分部劃分的收入

下表載列2019年及2018年第四季度按分部劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
餐飲外賣	15,715,710	55.8%	11,006,277	55.6%
到店、酒店及旅遊	6,356,945	22.6%	4,594,132	23.2%
新業務及其他	6,085,598	21.6%	4,203,043	21.2%
總計	28,158,253	100.0%	19,803,452	100.0%

餐飲外賣分部的收入由2018年同期的人民幣110億元增加42.8%至2019年第四季度的人民幣157億元，主要由於交易金額增加，乃由(i)餐飲外賣用戶基礎以及其購買頻率增加導致餐飲外賣交易數量增加，及(ii)平均訂單金額更高所推動。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2018年同期的人民幣46億元增加38.4%至2019年第四季度的人民幣64億元，主要由於(i)我們的到店及旅遊業務的活躍商家數量以及每名活躍商家的平均收入增加，及(ii)在我們平台上的國內酒店消費間夜量增加所致。

新業務及其他分部的收入由2018年同期的人民幣42億元增加44.8%至2019年第四季度的人民幣61億元，主要是由於B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款業務、美团閃購及聚合支付服務的收入增長，部分被網約車服務收入減少所抵銷。

按類型劃分的收入

下表載列2019年及2018年第四季度按類型劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
(人民幣千元，百分比除外)				
收入：				
佣金	18,357,737	65.2%	13,150,122	66.4%
在綫營銷服務	4,937,769	17.5%	3,071,073	15.5%
其他服務及銷售 (包括利息收入)	4,862,747	17.3%	3,582,257	18.1%
總計	28,158,253	100.0%	19,803,452	100.0%

佣金收入由2018年同期的人民幣132億元增加39.6%至2019年第四季度的人民幣184億元，主要歸功於交易金額大幅增加，尤其是在餐飲外賣業務上。

在綫營銷服務收入由2018年同期的人民幣31億元增加60.8%至2019年第四季度的人民幣49億元，主要由於在綫營銷活躍商家數量增加。

其他服務及銷售收入由2018年同期的人民幣36億元增加35.7%至2019年第四季度的人民幣49億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務及小額貸款業務的收入增長，部分被網約車服務收入減少所抵銷。

銷售成本

銷售成本由2018年同期的人民幣153億元增加20.3%至2019年第四季度的人民幣184億元，主要歸因於完成的餐飲外賣交易筆數增加而令我們的餐飲外賣騎手成本增加。

下表載列2019年及2018年第四季度按分部劃分的銷售成本：

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	佔總銷售 成本		佔總銷售 成本	
金額	百分比	金額	百分比	
(人民幣千元，百分比除外)				
銷售成本：				
餐飲外賣	12,928,774	70.1%	9,534,556	62.2%
到店、酒店及旅遊	714,450	3.9%	605,874	4.0%
新業務及其他	4,796,900	26.0%	5,182,028	33.8%
總計	<u>18,440,124</u>	<u>100.0%</u>	<u>15,322,458</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣業務的銷售成本由2018年同期的人民幣95億元增加35.6%至2019年第四季度的人民幣129億元，主要由於配送訂單數量增加而令餐飲外賣騎手成本增加。

到店、酒店及旅遊業務的銷售成本由2018年同期的人民幣605.9百萬元增加17.9%至2019年第四季度的人民幣714.5百萬元。有關增加主要歸因於網絡流量成本增加（與在綫營銷收入增長一致），數據庫改進項目所涉及的帶寬及服務器託管費以及物業、廠房及設備折舊增加。

新業務及其他業務的銷售成本由2018年同期的人民幣52億元減少7.4%至2019年第四季度的人民幣48億元，主要由於我們網約車司機相關成本及共享單車服務的折舊開支減少，部分被B2B餐飲供應鏈服務的銷貨成本、聚合支付服務的付款處理費及美团閃購的配送成本增加所抵銷。

毛利及毛利率

下表載列所示期間我們按分部劃分的毛利絕對金額及毛利佔收入百分比（或毛利率）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2018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)			
毛利／(損)：				
餐飲外賣	2,786,936	17.7%	1,471,721	13.4%
到店、酒店及旅遊	5,642,495	88.8%	3,988,258	86.8%
新業務及其他	1,288,698	21.2%	(978,985)	(23.3%)
總計	<u>9,718,129</u>	<u>34.5%</u>	<u>4,480,994</u>	<u>22.6%</u>

由於上述原因，我們於2019年及2018年第四季度的毛利分別為人民幣97億元及人民幣45億元。餐飲外賣業務的毛利率同比增長4.3個百分點，乃由於我們已通過利用規模經濟效益提高配送網絡效率及增加在綫營銷服務的收入貢獻。到店、酒店及旅遊業務的毛利率同比增長2.0個百分點，主要歸因於酒店預訂業務的規模經濟效益。2019年第四季度，新業務及其他業務的毛利率轉為正值21.2%，同比增加了44.5個百分點，主要由於(i)我們逐步淘汰舊單車並以新美團單車替換而令共享單車服務的毛利率提高，(ii)受益於配送網絡效率提高而令美團閃購的毛利率提高，及(iii)產品及服務組合變更。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2018年同期的人民幣45億元增加至2019年第四季度的人民幣53億元，佔總收入百分比則由22.9%降至19.0%。該金額增加主要歸因於(i)我們發放更多補貼以支持業務（尤其是酒店預訂業務）增長令交易用戶激勵增加人民幣823.6百萬元，及(ii)銷售及營銷人員的平均薪金及福利增加令員工福利開支增加人民幣101.0百萬元。促銷及廣告費用減少人民幣78.4百萬元，主要由於我們削減假期活動開支。佔總收入的百分比降低乃歸因於我們的銷售生產力及營銷效率提高。

研發開支

我們的研發開支由2018年同期的人民幣20億元增至2019年第四季度的人民幣22億元，佔收入百分比則由10.0%降至8.0%。該增加主要歸因於研發人員的平均薪金及福利以及以股份為基礎的薪酬開支增加令員工福利開支增加人民幣226.5百萬元。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2018年同期的人民幣27億元減至2019年第四季度的人民幣12億元，佔收入百分比則由13.8%降至4.4%。撇除因我們的共享單車服務品牌策略變革導致的無形資產減值撥備人民幣13億元及2018年第四季度摩拜海外重組減值撥備人民幣132.0百萬元的影響，我們的一般及行政開支同比持平。

金融資產減值虧損撥備淨額

我們的金融資產減值虧損撥備淨額由2018年同期的人民幣120.8百萬元增至2019年第四季度的人民幣332.0百萬元，佔收入百分比則同比增長了0.6個百分點上升至1.2%，主要由於小額貸款業務發展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2019年第四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較2018年同期減少人民幣918.2百萬元，主要由於從被投資公司獲得的公允價值收益減少。

其他收益淨額

我們於2019年第四季度的其他收益淨額較2018年同期增加人民幣630.0百萬元，主要歸因於(i)補貼及稅項優惠增加人民幣307.3百萬元，(ii)初始期限超過三個月的定期存款和理財產品的投資收益增加人民幣126.6百萬元，及(iii)匯兌虧損減少。

經營溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第四季度的經營溢利為人民幣14億元，而2018年同期則為經營虧損人民幣37億元。

除所得稅前溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第四季度的除所得稅前溢利為人民幣15億元，而2018年同期則為虧損人民幣37億元。

所得稅(開支)／抵免

於2019年第四季度我們錄得所得稅開支人民幣29.6百萬元，而2018年同期錄得所得稅抵免人民幣276.1百萬元，主要是由於部分應稅實體的溢利淨額增加。

期內溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年第四季度的溢利為人民幣15億元，而於2018年同期則為虧損人民幣34億元。

2019年第四季度與2019年第三季度的比較

下表載列2019年第四季度與第三季度的比較數字：

	未經審核 截至下列日期止三個月	
	2019年 12月31日	2019年 9月30日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	18,357,737	18,573,968
在綫營銷服務	4,937,769	4,409,272
利息收入	197,759	227,800
其他服務及銷售	4,664,988	4,282,589
	28,158,253	27,493,629
銷售成本	(18,440,124)	(17,901,345)
毛利	9,718,129	9,592,284
銷售及營銷開支	(5,349,095)	(5,614,750)
研發開支	(2,239,885)	(2,137,349)
一般及行政開支	(1,232,474)	(1,055,969)
金融資產減值虧損撥備淨額	(332,004)	(111,990)
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	72,443	163,615
其他收益淨額	786,746	611,223
經營溢利	1,423,860	1,447,064
財務收入	53,519	38,235
財務成本	(45,095)	(49,011)
應佔以權益法入賬的投資的收益	57,646	24,329
除所得稅前溢利	1,489,930	1,460,617
所得稅開支	(29,645)	(127,235)
期內溢利	1,460,285	1,333,382
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	2,178,650	2,285,301
經調整溢利淨額	2,270,219	1,942,049

收入

我們的收入由2019年第三季度的人民幣275億元增加2.4%至2019年第四季度的人民幣282億元，主要受變現率由14.1%升至14.8%推動。

按分部劃分的收入

下表載列2019年第四季度及2019年第三季度按分部劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2019年9月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
收入				
餐飲外賣	15,715,710	55.8%	15,576,972	56.7%
到店、酒店及旅遊	6,356,945	22.6%	6,181,117	22.5%
新業務及其他	6,085,598	21.6%	5,735,540	20.8%
總計	<u>28,158,253</u>	<u>100.0%</u>	<u>27,493,629</u>	<u>100.0%</u>

餐飲外賣分部的收入增加0.9%至2019年第四季度的人民幣157億元，較2019年第三季度而言相對穩定，主要由於我們擴大向商家提供的在綫營銷服務，部分被季節性因素導致的外賣訂單組合變更所抵銷。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2019年第三季度的人民幣62億元增加2.8%至2019年第四季度的人民幣64億元，主要由於我們到店、酒店及旅遊分部的活躍商家數量增加。

新業務及其他分部的收入由2019年第三季度的人民幣57億元增加6.1%至2019年第四季度的人民幣61億元，主要是由於B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款業務、食雜零售業務及美团閃購的收入增長，部分被共享單車服務及網約車服務的收入減少所抵銷。

按類型劃分的收入

下表載列於2019年第四季度及2019年第三季度按類型劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2019年9月30日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
(人民幣千元，百分比除外)				
收入				
佣金	18,357,737	65.2%	18,573,968	67.6%
在綫營銷服務	4,937,769	17.5%	4,409,272	16.0%
其他服務及銷售 (包括利息收入)	4,862,747	17.3%	4,510,389	16.4%
總計	28,158,253	100.0%	27,493,629	100.0%

佣金收入減少1.2%至2019年第四季度的人民幣184億元，主要是由於季節性因素導致餐飲外賣訂單組合變更以及景點門票需求減少。

在綫營銷服務收入由2019年第三季度的人民幣44億元增加12.0%至2019年第四季度的人民幣49億元，主要由於在綫營銷活躍商家數量以及每名在綫營銷活躍商家的平均收入增加。

其他服務及銷售收入由2019年第三季度的人民幣45億元增加7.8%至2019年第四季度的人民幣49億元，主要是由於B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款業務及食雜零售業務的收入增長，部分被共享單車服務的收入減少所抵銷。

銷售成本

銷售成本由2019年第三季度的人民幣179億元增加3.0%至2019年第四季度的人民幣184億元，歸因於冬季餐飲外賣騎手成本上升以及新業務及其他業務的增長。

下表載列2019年第四季度及2019年第三季度按分部劃分的銷售成本：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31日		2019年9月30日	
	金額	佔總銷售 成本 百分比	金額	佔總銷售 成本 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
銷售成本：				
餐飲外賣	12,928,774	70.1%	12,531,750	70.0%
到店、酒店及旅遊	714,450	3.9%	704,900	3.9%
新業務及其他	4,796,900	26.0%	4,664,695	26.1%
總計	18,440,124	100.0%	17,901,345	100.0%

餐飲外賣業務的銷售成本由2019年第三季度的人民幣125億元增加3.2%至2019年第四季度的人民幣129億元，主要由於向配送騎手支付的冬季補貼增加導致餐飲外賣騎手成本增加。

到店、酒店及旅遊業務的銷售成本由2019年第三季度的人民幣704.9百萬元略微增加1.4%至2019年第四季度的人民幣714.5百萬元，與收入增長一致。

新業務及其他業務的銷售成本由2019年第三季度的人民幣47億元增加2.8%至2019年第四季度的人民幣48億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務及食雜零售業務的銷貨成本增長，部分被共享單車服務折舊開支及網約車司機相關成本的減少所抵銷。

毛利及毛利率

下表載列所示期間我們按分部劃分的毛利絕對金額及毛利佔收入百分比（或毛利率）：

	未經審核 截至下列日期止三個月			
	2019年12月31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)			
毛利：				
餐飲外賣	2,786,936	17.7%	3,045,222	19.5%
到店、酒店及旅遊	5,642,495	88.8%	5,476,217	88.6%
新業務及其他	1,288,698	21.2%	1,070,845	18.7%
總計	9,718,129	34.5%	9,592,284	34.9%

由於上述原因，我們於2019年第四季度及2019年第三季度的毛利分別為人民幣97億元及人民幣96億元。餐飲外賣業務的毛利率環比下降1.8個百分點，乃由於季節性因素的影響，我們在冬季向配送騎手支付更多補貼。到店、酒店及旅遊業務的毛利率環比保持相對穩定。新業務及其他業務的毛利率環比提高了2.5個百分點，主要由於產品及服務組合變更。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019年第三季度的人民幣56億元減少至2019年第四季度的人民幣53億元，佔收入百分比由20.4%降至19.0%。該減少主要歸因於(i)交易用戶激勵減少人民幣416.5百萬元，主要是由於我們的餐飲外賣會員制度產生更好的營銷效率而導致對餐飲外賣業務的補貼減少，及(ii)僱員福利開支減少人民幣56.6百萬元，部分被我們於年底增加對促銷及品牌宣傳的投入而導致促銷及廣告費用增加人民幣171.0百萬元所抵銷。

研發開支

我們的研發開支由2019年第三季度的人民幣21億元增加至2019年第四季度的人民幣22億元，佔收入百分比由7.8%升至8.0%，主要由於僱員福利開支增加人民幣67.1百萬元。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2019年第三季度的人民幣11億元增加至2019年第四季度的人民幣12億元，佔收入百分比由3.8%升至4.4%，主要由於以股份為基礎的薪酬開支有所增加。

金融資產減值虧損撥備淨額

2019年第四季度，我們的金融資產減值虧損撥備淨額為人民幣332.0百萬元，而2019年第三季度為人民幣112.0百萬元，佔收入百分比環比增加0.8個百分點至1.2%，主要由於貸款虧損撥備及若干金融工具減值有所增加。

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2019年第四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較2019年第三季度減少人民幣91.2百萬元，主要由於某些投資的公允價值收益減少。

其他收益淨額

我們於2019年第四季度的其他收益淨額較2019年第三季度增加人民幣175.5百萬元，主要由於補貼及稅收優惠增加。

經營溢利

由於上述原因，我們2019年第四季度的經營溢利為人民幣14億元，而2019年第三季度的經營溢利為人民幣14億元。

除所得稅前溢利

主要由於上述原因，我們於2019年第四季度的除所得稅前溢利為人民幣15億元，而2019年第三季度的溢利為人民幣15億元。

所得稅開支

2019年第四季度的所得稅開支為人民幣29.6百萬元，而2019年第三季度的所得稅開支為人民幣127.2百萬元，主要是由於若干實體的溢利狀況變動，確認先前未確認的暫時差額所產生的遞延稅項資產。

期內溢利

由於上述原因，我們於2019年第四季度及第三季度的溢利分別為人民幣15億元及人民幣13億元。

截至2019年12月31日止年度與截至2018年12月31日止年度比較

下表載列截至2019年及2018年12月31日止年度的比較數字：

	截至下列日期止年度	
	2019年 12月31日	2018年 12月31日
	(人民幣千元)	
收入		
佣金	65,525,997	47,012,249
在綫營銷服務	15,840,078	9,391,406
利息收入	786,032	456,077
其他服務及銷售	15,376,424	8,367,546
	97,528,531	65,227,278
銷售成本	(65,208,143)	(50,122,320)
毛利	32,320,388	15,104,958
銷售及營銷開支	(18,819,067)	(15,871,901)
研發開支	(8,445,664)	(7,071,900)
一般及行政開支	(4,338,954)	(5,546,037)
金融資產減值虧損撥備淨額	(645,685)	(285,655)
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	77,699	1,836,382
其他收益淨額	2,531,143	748,356
經營溢利／(虧損)	2,679,860	(11,085,797)
財務收入	166,217	294,047
財務成本	(191,042)	(44,732)
可轉換可贖回優先股之公允價值變動		– (104,606,058)
應佔以權益法入賬的投資之收益／(虧損)	107,353	(48,267)
除所得稅前溢利／(虧損)	2,762,388	(115,490,807)
所得稅開支	(526,223)	(1,888)
年內溢利／(虧損)	2,236,165	(115,492,695)
非國際財務報告準則計量：		
經調整EBITDA	7,253,634	(4,733,831)
經調整溢利／(虧損)淨額	4,656,685	(8,345,621)

收入

我們的收入由2018年的人民幣652億元增加49.5%至2019年的人民幣975億元。該增加主要由於(i)我們平台的交易金額由2018年的人民幣5,156億元增至2019年的人民幣6,821億元，乃受交易用戶人數及其購買頻率增加所推動，(ii)變現率由2018年的12.6%升至2019年的14.3%，及(iii)我們對新業務的探索。

按分部劃分的收入

下表載列2019年及2018年按分部劃分的收入（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	截至下列日期止年度			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金額	佔總收入 百分比	金額	佔總收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
餐飲外賣	54,843,205	56.2%	38,143,083	58.5%
到店、酒店及旅遊	22,275,472	22.8%	15,840,361	24.3%
新業務及其他	20,409,854	21.0%	11,243,834	17.2%
總計	97,528,531	100.0%	65,227,278	100.0%

餐飲外賣分部的收入由2018年的人民幣381億元增加43.8%至2019年的人民幣548億元，主要由於(i)交易金額增加，乃受餐飲外賣用戶基礎及其購買頻率增加帶動餐飲外賣交易筆數上升以及平均訂單金額上升所推動，及(ii)變現率上升。

到店、酒店及旅遊分部的收入由2018年的人民幣158億元增加40.6%至2019年的人民幣223億元，主要由於(i)我們的到店及旅遊業務的每名活躍商家的平均收入增加，及(ii)在我們的平台上銷售的國內酒店間夜量增加。

新業務及其他分部的收入由2018年的人民幣112億元增加81.5%至2019年的人民幣204億元，主要由於來自B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款業務、美团閃購及聚合支付服務的收入增長。

按類型劃分的收入

下表載列於2019年及2018年按類型劃分的收入(以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示)：

	截至下列日期止年度			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金額	佔總收入百分比	金額	佔總收入百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
收入：				
佣金	65,525,997	67.2%	47,012,249	72.1%
在綫營銷服務	15,840,078	16.2%	9,391,406	14.4%
其他服務及銷售 (包括利息收入)	16,162,456	16.6%	8,823,623	13.5%
總計	97,528,531	100.0%	65,227,278	100.0%

佣金收入由2018年的人民幣470億元增加39.4%至2019年的人民幣655億元，主要由於我們的交易金額，特別是餐飲外賣業務的交易金額的大幅增加。

在綫營銷服務收入由2018年的人民幣94億元增加68.7%至2019年的人民幣158億元，主要由於在綫營銷活躍商家數量及每名在綫營銷活躍商家平均收入增加。

其他服務及銷售收入由2018年的人民幣88億元增加83.2%至2019年的人民幣162億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務、小額貸款業務、食雜零售業務、共享單車服務及網約車服務的收入增長。

銷售成本

銷售成本由2018年的人民幣501億元增加30.1%至2019年的人民幣652億元。該增加乃由於2019年的收入增長，尤其是餐飲外賣分部以及新業務及其他分部的收入強勁增長。

下表載列2019年及2018年按分部劃分的銷售成本：

	截至下列日期止年度			
	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金額	佔總銷售成本百分比	金額	佔總銷售成本百分比
	(人民幣千元，百分比除外)			
銷售成本：				
餐飲外賣	44,610,017	68.4%	32,874,886	65.6%
到店、酒店及旅遊	2,529,117	3.9%	1,745,006	3.5%
新業務及其他	18,069,009	27.7%	15,502,428	30.9%
總計	65,208,143	100.0%	50,122,320	100.0%

餐飲外賣業務的銷售成本由2018年的人民幣329億元增加35.7%至2019年的人民幣446億元，主要由於配送訂單量增加而令我們的餐飲外賣騎手成本增加。

到店、酒店及旅遊業務的銷售成本由2018年的人民幣17億元增加44.9%至2019年的人民幣25億元。有關增加主要由於網絡流量成本增加（與在綫營銷收入增長一致）、數據庫改進項目所涉及的物業、廠房及設備折舊以及帶寬及服務器託管費的增加以及支付處理成本增加。

新業務及其他業務的銷售成本由2018年的人民幣155億元增加16.6%至2019年的人民幣181億元，主要由於B2B餐飲供應鏈服務及食雜零售業務的銷貨成本、美团閃購的配送成本以及聚合支付服務的支付處理費增加，部分被共享單車服務折舊開支及網約車司機相關成本減少所抵銷。

毛利及毛利率

下表載列2019年及2018年我們按分部劃分的毛利絕對金額及毛利佔收入百分比（或毛利率）：

	截至下列日期止年度			
	2019年12月31日		2018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)			
毛利／(損)：				
餐飲外賣	10,233,188	18.7%	5,268,197	13.8%
到店、酒店及旅遊	19,746,355	88.6%	14,095,355	89.0%
新業務及其他	2,340,845	11.5%	(4,258,594)	(37.9%)
總計	32,320,388	33.1%	15,104,958	23.2%

由於上述原因，我們於2019年及2018年的毛利分別為人民幣323億元及人民幣151億元。餐飲外賣業務的毛利率同比增長了4.9個百分點，乃由於我們利用規模經濟效益提高配送網絡效率及增加在綫營銷服務的收入貢獻。到店、酒店及旅遊業務的毛利率同比保持相對穩定。於2019年，新業務及其他業務的毛利率轉為正值11.5%，同比增長了49.4個百分點，主要由於(i)共享單車服務的毛利率有所改善，乃由於我們用使用期限更長的新美团單車替換淘汰的舊單車，(ii)我們削減司機激勵致使網約車服務虧損收窄，(iii)受益於配送網絡效率提高而令美团閃購的毛利率為正，以及(iv)產品及服務組合變更。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2018年的人民幣159億元增加至2019年的人民幣188億元，佔收入百分比則由24.3%降至19.3%。該增加主要由於(i)交易用戶激勵增加人民幣27億元，乃由於我們提供更多補貼以支持業務增長，尤其是酒店預定及餐飲外賣業務，(ii)僱員福利開支增加人民幣755.1百萬元，乃由於銷售及營銷人員的平均薪資及福利以及以股份為基礎的薪酬增加，及(iii)折舊及租金開支增加人民幣240.4百萬元，乃主要受食雜零售及B2B餐飲供應鏈業務的增長推動。推廣及廣告費用同比減少人民幣11億元，主要由於我們大力探索更有效的營銷渠道。佔總收入的百分比降低乃歸因於我們的銷售生產力及營銷效率提高。

研發開支

我們的研發開支由2018年的人民幣71億元增加至2019年的人民幣84億元，佔收入百分比則由10.8%降至8.7%。該增加主要歸因於僱員福利開支增加人民幣12億元。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2018年的人民幣55億元減少至2019年的人民幣43億元，佔收入百分比則由8.5%降至4.4%。撇除因我們的共享單車服務品牌策略變革導致的無形資產減值撥備人民幣13億元，以及2018年和2019年摩拜海外重組減值撥備分別為人民幣132.0百萬元和人民幣14.9百萬元的影響，我們的一般及行政開支同比增加人民幣256.0百萬元，主要歸因於僱員福利開支增加人民幣398.2百萬元。

金融資產減值虧損撥備淨額

我們的金融資產減值虧損撥備淨額於2019年為人民幣645.7百萬元，而2018年為人民幣285.7百萬元，主要由於小額貸款業務發展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2019年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較2018年減少人民幣18億元，主要由於投資公司的公允價值收益減少。

其他收益淨額

我們於2019年的其他收益淨額較2018年增加人民幣18億元，主要歸因於(i)初始期限超過三個月的定期存款和理財產品的投資收益增加人民幣980.8百萬元，(ii)補貼及稅項優惠增加人民幣391.2百萬元，(iii)重新計量投資的收益人民幣176.9百萬元，及(iv)出售投資的收益增加人民幣131.5百萬元。

經營溢利／(虧損)

綜上所述，我們於2019年的經營溢利為人民幣27億元，而2018年為經營虧損為人民幣111億元。

可轉換可贖回優先股的公允價值變動

由於我們於2018年9月完成首次公開發售，2019年的可轉換可贖回優先股的公允價值變動為零，而2018年同期則為虧損人民幣1,046億元。

除所得稅前溢利／(虧損)

主要由於上述原因，我們於2019年的除所得稅前溢利為人民幣28億元，而2018年則為虧損人民幣1,155億元。

所得稅開支

於2019年我們錄得所得稅開支人民幣526.2百萬元，而2018年的所得稅開支為人民幣1.9百萬元，主要由於部分應稅實體的溢利淨額增加。

年內溢利／(虧損)

由於上述原因，我們於2019年的溢利為人民幣22億元，而於2018年則為虧損人民幣1,155億元。

報告期後重要事項

除本文件先前披露的冠狀病毒爆發之外，於2019年12月31日後及直至本公告日期，概無發生影響本公司及其附屬公司的重要事項。

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2019年及2018年第四季度、2019年第三季度以及截至2019年及2018年

12月31日止年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。

	未經審計		
	截至下列日期止三個月		
	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2019年 9月30日
	(人民幣千元)		
期內溢利／(虧損)	1,460,285	(3,414,252)	1,333,382
調整項目：			
以股份為基礎的薪酬開支	700,133	643,223	537,169
投資之公允價值(收益) ⁽¹⁾	(72,443)	(984,359)	(163,615)
出售投資及附屬公司之(收益)／虧損 ⁽²⁾	(43,889)	—	2,222
收購產生的無形資產攤銷	165,547	188,742	165,547
摩拜重組計劃的減值及撥備開支	7,977	358,790	85,759
無形資產減值 ⁽³⁾	—	1,346,000	—
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 ⁽⁴⁾	(4,724)	280,174	(18,415)
經調整溢利／(虧損)淨額	2,270,219	(1,581,682)	1,942,049
調整項目：			
所得稅開支／(抵免)，對非國際財務 報告準則調整的所得稅影響除外	34,369	(556,295)	145,650
應佔以權益法入賬的 投資之(收益)／虧損	(57,646)	56,875	(24,329)
財務收入	(53,519)	(116,427)	(38,235)
財務成本	45,095	15,407	49,011
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	(742,857)	(163,086)	(613,445)
軟件及其他攤銷	135,776	128,795	131,037
物業、廠房及設備折舊 ⁽⁵⁾	547,213	1,361,812	693,563
經調整EBITDA	2,178,650	(854,601)	2,285,301

(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。

(2) 指出售投資及附屬公司產生的收益或虧損。

(3) 指共享單車服務品牌變革導致的無形資產減值撥備。

(4) 指非國際財務報告準則調整的所得稅影響。

(5) 因採納國際財務報告準則第16號租賃，2019年第四季度，物業、廠房及設備折舊人民幣547.2百萬元，包括使用權資產折舊人民幣194.6百萬元。該項開支於先前年度被確認為租金、設施及公共事業費。

截至下列日期止年度

2019年 12月31日	2018年 12月31日
(人民幣千元)	

年內溢利／(虧損)	2,236,165	(115,492,695)
調整項目：		
可轉換可贖回優先股的公允價值變動	-	104,606,058
以股份為基礎的薪酬開支	2,190,871	1,865,113
投資之公允價值(收益) ⁽¹⁾	(169,059)	(1,834,296)
出售投資及附屬公司之(收益) ⁽²⁾	(201,061)	(29,426)
重新計量投資所得(收益) ⁽³⁾	(176,880)	-
收購產生的無形資產攤銷	662,190	663,268
摩拜重組計劃的減值及撥備開支	88,612	358,790
無形資產減值 ⁽⁴⁾	-	1,346,000
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 ⁽⁵⁾	(31,486)	171,567
經調整溢利／(虧損)淨額	4,656,685	(8,345,621)
調整項目：		
所得稅開支／(抵免)，對非國際財務報告準則 調整的所得稅影響除外	557,709	(169,679)
應佔以權益法入賬的投資之(收益)／虧損	(107,353)	48,267
財務收入	(166,217)	(294,047)
財務成本	191,042	44,732
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	(2,061,842)	(721,016)
軟件及其他攤銷	528,817	451,241
物業、廠房及設備折舊 ⁽⁶⁾	3,654,793	4,252,292
經調整EBITDA	7,253,634	(4,733,831)

(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。

(2) 指出售投資及附屬公司產生的收益或虧損。

(3) 先前分類為以權益法入賬的投資的一項投資所附帶的若干合約權利已發生變更，故我們於2019年重新計量該項投資及獲得人民幣176.9百萬元的收益，並將該項投資重新指定為按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。

(4) 指共享單車服務品牌變革導致的無形資產減值撥備。

(5) 指非國際財務報告準則調整的所得稅影響。

(6) 因採納國際財務報告準則第16號租賃，2019年，物業、廠房及設備折舊人民幣37億元，包括使用權資產折舊人民幣820.9百萬元。該項開支於先前年度被確認為租金、設施及公共事業費。

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2019年12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134億元及人民幣494億元，而截至2018年12月31日的結餘分別為人民幣170億元及人民幣418億元。

下表載列我們於所示年度的現金流量：

	截至下列日期止年度	
	2019年 12月31日	2018年 12月31日
	(人民幣千元)	
經營活動所得／(所用) 現金淨額	5,574,220	(9,179,818)
投資活動所用現金淨額	(10,174,018)	(23,438,686)
融資活動所得現金淨額	1,114,267	29,295,294
現金及現金等價物的減少淨額	(3,485,531)	(3,323,210)
年初現金及現金等價物	17,043,692	19,408,839
現金及現金等價物匯率變動(虧損)／收益	(173,442)	1,009,587
由分類為持作出售資產重新分類／ (計入分類為持作出售資產)的現金及現金等價物	11,466	(51,524)
年末現金及現金等價物	<u>13,396,185</u>	<u>17,043,692</u>

經營活動所得／(所用) 現金淨額

經營活動所得／(所用) 現金淨額主要包括我們年內溢利及非現金項目(如折舊及攤銷、以股份為基礎的薪酬)，且根據營運資本的變動進行調整。

截至2019年12月31日止年度，經營活動所得現金淨額為人民幣56億元，主要歸因於除所得稅前溢利人民幣28億元，根據以下方面進行調整：(i)非現金項目，主要包括折舊及攤銷人民幣48億元及以股份為基礎的薪酬人民幣22億元，部分被分類為投資現金流量的股息收入及利息人民幣15億元所抵銷，及(ii)營運資金變動，主要包括受限制現金增加人民幣45億元、預付款項、按金及其他資產增加人民幣17億元、交易用戶按金減少人民幣866.0百萬元及貿易應收款項增加人民幣273.0百萬元，部分被其他應付款項及應計費用增加人民幣15億元、貿易應付款項增加人民幣13億元、遞延收入增加人民幣12億元及交易用戶預付款增加人民幣640.9百萬元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

截至2019年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣102億元，乃主要由於購買短期投資人民幣1,772億元、購買物業、廠房及設備人民幣30億元及業務合併付款(扣除已購入現金)人民幣14億元，部分被出售短期投資所得款項人民幣1,702億元及已收利息收入人民幣13億元所抵銷。

融資活動所得現金淨額

截至2019年12月31日止年度，融資活動所得現金淨額為人民幣11億元，主要歸因於借款所得款項人民幣41億元及行使購股權及歸屬受限制股份單位所得款項人民幣444.9百萬元，部分被償還借款人民幣24億元、租賃付款人民幣785.8百萬元及支付財務成本人民幣218.7百萬元所抵銷。

資本負債比率

截至2019年12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

綜合收益表
截至2019年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2019年	2018年
		(人民幣千元)	
收入	3		
佣金	3	65,525,997	47,012,249
在綫營銷服務	3	15,840,078	9,391,406
利息收入	3	786,032	456,077
其他服務及銷售	3	15,376,424	8,367,546
		97,528,531	65,227,278
銷售成本	3及4	(65,208,143)	(50,122,320)
毛利		32,320,388	15,104,958
銷售及營銷開支	4	(18,819,067)	(15,871,901)
研發開支	4	(8,445,664)	(7,071,900)
一般及行政開支	4	(4,338,954)	(5,546,037)
金融資產減值虧損撥備淨額	4	(645,685)	(285,655)
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		77,699	1,836,382
其他收益淨額	5	2,531,143	748,356
經營溢利／(虧損)		2,679,860	(11,085,797)
財務收入		166,217	294,047
財務成本		(191,042)	(44,732)
可轉換可贖回優先股的公允價值變動			– (104,606,058)
應佔以權益法入賬的投資的收益／(虧損)		107,353	(48,267)
除所得稅前溢利／(虧損)		2,762,388	(115,490,807)
所得稅開支	7	(526,223)	(1,888)
年內溢利／(虧損)		2,236,165	(115,492,695)
以下人士應佔年內溢利／(虧損)：			
本公司權益持有人		2,238,769	(115,477,171)
非控股權益		(2,604)	(15,524)
		2,236,165	(115,492,695)
		人民幣	人民幣
本公司權益持有人應佔年內溢利／(虧損)之 每股盈利／(虧損)			
每股基本盈利／(虧損)	6	0.39	(42.40)
每股攤薄盈利／(虧損)	6	0.38	(42.40)

綜合全面收益／(虧損)表
截至2019年12月31日止年度

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
附註		
其他全面收益／(虧損)：		
隨後重新分類至損益的項目		
應佔採用權益法列賬的投資的其他全面收益	3,905	–
隨後不會重新分類至損益的項目		
匯兌差額	678,973	(7,617,689)
因自有信貸風險導致優先股公允價值變動	–	(186,013)
	<u>682,878</u>	<u>(7,803,702)</u>
年內其他全面收益／(虧損)，扣除稅項		
	<u>682,878</u>	<u>(7,803,702)</u>
年內全面收益／(虧損)總額	<u>2,919,043</u>	<u>(123,296,397)</u>
以下人士應佔年內全面收益／(虧損)總額：		
本公司權益持有人	2,921,721	(123,281,091)
非控股權益	(2,678)	(15,306)
	<u>2,919,043</u>	<u>(123,296,397)</u>

綜合財務狀況表
截至2019年12月31日

	附註	截至12月31日	
		2019年	2018年
		(人民幣千元)	
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備	9	5,376,217	3,978,815
無形資產		32,699,575	33,876,004
遞延稅項資產		590,054	445,041
採用權益法列賬的投資		2,283,590	2,103,403
按公允價值計量且變動計入當期 損益的投資之金融資產	8	7,166,122	6,241,972
預付款項、押金及其他資產		1,762,312	866,884
		<u>49,877,870</u>	<u>47,512,119</u>
流動資產			
存貨		275,227	400,244
貿易應收款項	10	676,762	466,340
預付款項、押金及其他資產		9,591,157	9,064,945
短期投資		49,435,599	41,829,964
受限制現金		8,760,115	4,256,120
現金及現金等價物		13,396,185	17,043,692
分類為持作出售資產		—	88,087
		<u>82,135,045</u>	<u>73,149,392</u>
總資產		<u>132,012,915</u>	<u>120,661,511</u>
權益			
股本		389	384
股份溢價		260,359,929	258,284,687
其他儲備		(4,447,252)	(5,741,347)
累計虧損		(163,800,621)	(166,039,390)
本公司權益持有人應佔權益		<u>92,112,445</u>	<u>86,504,334</u>
非控股權益		(58,051)	5,438
總權益		<u>92,054,394</u>	<u>86,509,772</u>

綜合財務狀況表(續)
截至2019年12月31日

	附註	截至12月31日	
		2019年	2018年
(人民幣千元)			
負債			
非流動負債			
遞延稅項負債		1,388,469	1,195,869
遞延收入	11	389,028	624,999
借款		466,676	470,056
租賃負債		992,233	—
其他非流動負債		129,552	35,759
		<u>3,365,958</u>	<u>2,326,683</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	6,766,253	5,340,963
應付商家款項		7,495,262	7,596,388
交易用戶預付款		3,855,559	3,226,407
交易用戶押金		2,491,947	3,341,276
其他應付款項及應計費用		7,237,412	7,303,407
借款		3,552,587	1,800,000
遞延收入	11	4,567,171	3,102,882
租賃負債		534,566	—
所得稅負債		91,806	58,223
與分類為持作出售資產直接有關的負債		—	55,510
		<u>36,592,563</u>	<u>31,825,056</u>
負債總額		<u><u>39,958,521</u></u>	<u><u>34,151,739</u></u>
總權益及負債		<u><u>132,012,915</u></u>	<u><u>120,661,511</u></u>

綜合權益變動表
截至2019年12月31日止年度

附註	本公司權益持有人應佔					非控股權益	總計
	股本	股份溢價	其他儲備	累計虧損	小計		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元		
截至2019年1月1日	384	258,284,687	(5,741,347)	(166,039,390)	86,504,334	5,438	86,509,772
全面收益							
年內溢利/(虧損)	-	-	-	2,238,769	2,238,769	(2,604)	2,236,165
其他全面收益							
應佔採用權益法列賬的 投資的其他全面收益	-	-	3,905	-	3,905	-	3,905
匯兌差額	-	-	679,047	-	679,047	(74)	678,973
全面收益總額	-	-	682,952	2,238,769	2,921,721	(2,678)	2,919,043
與擁有人以彼等作為 擁有人身份進行的交易							
以股份為基礎的薪酬開支	-	-	2,181,436	-	2,181,436	-	2,181,436
行使購股權及歸屬 受限制股份單位	5	2,075,242	(1,614,957)	-	460,290	-	460,290
與非控股權益之交易	-	-	34,047	-	34,047	(61,197)	(27,150)
出售一家附屬公司	-	-	10,617	-	10,617	386	11,003
與擁有人以彼等作為 擁有人身份進行的交易總額	5	2,075,242	611,143	-	2,686,390	(60,811)	2,625,579
截至2019年12月31日	389	260,359,929	(4,447,252)	(163,800,621)	92,112,445	(58,051)	92,054,394

綜合權益變動表（續）
截至2019年12月31日止年度

附註	本公司權益持有人應佔					非控股權益 人民幣千元	總計 人民幣千元
	股本	股份溢價	其他儲備	累計虧損	小計		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元		
截至2018年1月1日	98	9,338,529	466,103	(50,363,846)	(40,559,116)	57,734	(40,501,382)
於採納國際財務報告準則 第9號時作出調整，扣除稅項	-	-	(423,731)	411,371	(12,360)	-	(12,360)
截至2018年1月1日	98	9,338,529	42,372	(49,952,475)	(40,571,476)	57,734	(40,513,742)
全面虧損							
年內虧損	-	-	-	(115,477,171)	(115,477,171)	(15,524)	(115,492,695)
其他全面虧損							
因自有信貸風險導致 優先股公允價值變動	-	-	(186,013)	-	(186,013)	-	(186,013)
匯兌差額	-	-	(7,617,907)	-	(7,617,907)	218	(7,617,689)
全面虧損總額	-	-	(7,803,920)	(115,477,171)	(123,281,091)	(15,306)	(123,296,397)
與擁有人以彼等作為 擁有人身份進行的交易							
發行股份	283	248,944,408	609,744	(609,744)	248,944,691	-	248,944,691
業務合併	-	-	231,736	-	231,736	-	231,736
購回普通股	(2)	(811,142)	-	-	(811,144)	-	(811,144)
以股份為基礎的薪酬開支	-	-	1,816,453	-	1,816,453	-	1,816,453
行使購股權及歸屬 受限制股份單位	5	842,199	(685,701)	-	156,503	-	156,503
註銷普通股	-	(29,307)	-	-	(29,307)	-	(29,307)
股息	-	-	-	-	-	(4,000)	(4,000)
與非控股權益之交易	-	-	47,969	-	47,969	(32,990)	14,979
與擁有人以彼等作為 擁有人身份進行的交易總額	286	248,946,158	2,020,201	(609,744)	250,356,901	(36,990)	250,319,911
截至2018年12月31日	384	258,284,687	(5,741,347)	(166,039,390)	86,504,334	5,438	86,509,772

簡明綜合現金流量表
截至2019年12月31日止年度

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
經營活動所得／(所用) 現金流量淨值	5,574,220	(9,179,818)
投資活動所用現金流量淨值	(10,174,018)	(23,438,686)
融資活動所得現金流量淨值	1,114,267	29,295,294
現金及現金等價物減少淨值	(3,485,531)	(3,323,210)
年初現金及現金等價物	17,043,692	19,408,839
現金及現金等價物匯兌(虧損)／收益	(173,442)	1,009,587
由分類為持作出售資產重新分類／ (計入分類為持作出售資產)的現金及現金等價物	11,466	(51,524)
年末現金及現金等價物	13,396,185	17,043,692

財務資料附註

截至2019年12月31日止年度

1 一般資料、編製及列報基準

本公司於2015年9月25日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的B類股份自2018年9月20日起於香港聯交所主板上市（「上市」）。

本公司提供平台及採用技術連接消費者及商家，並提供多樣化的日常服務，包括餐飲外賣、到店餐飲、酒店及旅遊預訂及其他服務。

本公司財務資料乃根據國際會計準則理事會發佈的適用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製。財務資料乃按歷史成本法編製，並就按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及金融負債之重估作出修訂。

2 會計政策及披露的變動

(a) 本公司採納的新訂及經修訂準則

本公司已採納以下與本公司營運有關的新訂及經修訂準則，並於2019年1月1日或之後開始的財政年度強制執行：

國際財務報告準則第16號	租賃
國際財務報告詮釋委員會詮釋第23號	所得稅處理的不確定性
國際財務報告準則第9號（修訂本）	反向賠償的提前還款特徵
國際會計準則第28號（修訂本）	對聯營公司及合營企業的長期權益
國際會計準則第19號（修訂本）	計劃修改、削減或結算
國際財務報告準則（修訂本）	國際財務報告準則2015年至2017年週期 年度改進

除國際財務報告準則第16號外，採納上述新訂及經修訂準則對該等綜合財務報表並無任何重大財務影響。

本公司自2019年1月1日起追溯採用國際財務報告準則第16號，但如該準則的特定過渡性條款所允許，並無就2018年報告期間重列比較數字。因此，新租賃規則所導致的重新分類及調整於2019年1月1日在期初資產負債表中確認。

(i) 採用國際財務報告準則第16號時確認的調整

於採納國際財務報告準則第16號後，本公司就先前已根據國際會計準則第17號租賃的原則分類為「經營租賃」的該等租賃確認租賃負債。該等負債乃按剩餘租賃付款的現值計量，並按於2019年1月1日的承租人增量借款利率貼現。於2019年1月1日應用於租賃負債的加權平均承租人增量借款利率為5.7%。

(人民幣千元)

於2018年12月31日披露的經營租賃承擔	2,111,477
按初始應用日期承租人增量借款利率貼現	<u>1,846,656</u>
於2019年1月1日確認的租賃負債	<u>1,846,656</u>
其中包括：	
流動租賃負債	512,833
非流動租賃負債	1,333,823

使用權資產按簡化過渡法(毋須重列比較金額)計量，並按相當於租賃負債的金額計量，經由於2018年12月31日在綜合財務狀況表中確認的租賃有關的任何預付或預提租賃付款進行調整。於初始應用日期，概無虧損性租賃合約須對使用權資產進行調整。

於2019年1月1日，會計政策變動影響綜合資產負債表內的下列項目：

- 使用權資產 — 增加人民幣20億元
- 預付款項 — 減少人民幣174.5百萬元
- 租賃負債 — 增加人民幣18億元

於2019年1月1日，保留盈利的淨影響為零。

所應用的可行權宜方法

於首次採納國際財務報告準則第16號時，本公司已使用該準則所允許的以下可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵的租賃組合使用單一貼現率。

本公司亦已選擇不重新評估合約在首次應用日期是否或包含租賃。相反，對於在過渡日期之前訂立的合約，本集團依據其應用國際會計準則第17號及詮釋第4號釐定安排是否包括租賃作出的評估。

(ii) 本公司的租賃活動及其列賬方式

本公司租有若干辦公室、倉庫及零售店。租賃合約的固定期限通常定在1至10年。租賃條款乃在個別基礎上協商，並包含各種不同的條款及條件。租賃協議並無施加任何契諾，惟租賃資產的抵押權益由出租人持有除外。租賃資產不得用作借款的擔保品。

截至2018年年底，物業、廠房及設備租賃分類為融資租賃及經營租賃。經營租賃根據支付的款項於租期內按直線法於損益內扣除。

自2019年1月1日起，租賃確認為使用權資產，並在租賃資產可供本公司使用之日確認相應負債。每筆租賃付款乃分配至負債及融資成本。融資成本於租期內自損益扣除，以計算出各期間負債結餘的固定周期利率。使用權資產乃按資產可使用年期或租期（以較短者為準）以直線法折舊。

租賃產生的資產及負債初步以現值進行計量。

租賃負債包括固定付款（包括實質固定付款）的淨現值。

租賃付款採用租賃所隱含的利率予以貼現。倘無法釐定該利率，則使用承租人的增量借款利率，即承租人在類似條款及條件的類似經濟環境中借入獲得類似價值資產所需資金所必須支付的利率。

使用權資產按成本計量，包括以下各項：

- 租賃負債的初步計量金額；
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款；
- 任何初始直接成本；及
- 修復成本。

(b) 已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂準則

以下新訂及經修訂準則已頒佈，但就本公司自2019年1月1日開始的財政年度而言尚未生效，亦無提前採用：

		於以下日期或 之後開始的 會計年度生效
國際會計準則第28號及國際 財務報告準則第10號(修訂本)	投資者及其聯營或合營企業的 資產出售或投入	待國際會計準則 理事會釐定的 日期
國際會計準則第1號及國際會計 準則第8號(修訂本)	重要的定義	2020年1月1日
國際財務報告準則第3號 (修訂本)	業務的定義	2020年1月1日
經修訂概念框架	財務報告的經修訂概念框架	2020年1月1日
國際財務報告準則第17號	保險合約	2021年1月1日
國際會計準則第1號(修訂本)	負債分類為流動或非流動	2022年1月1日

本公司將於以上新訂及經修訂準則生效時予以採納。其餘新訂準則、詮釋及準則修訂本預期不會對本公司的財務資料產生重大影響。

3 分部資料

截至2019年及2018年12月31日止年度向本公司主要經營決策者提供的可呈報分部的分部資料如下：

	截至2019年12月31日止年度			總計
	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	
		(人民幣千元，百分比除外)		
佣金	49,646,589	11,679,344	4,200,064	65,525,997
在綫營銷服務	5,103,794	10,516,428	219,856	15,840,078
其他服務及銷售 (包括利息收入)	92,822	79,700	15,989,934	16,162,456
總收入	54,843,205	22,275,472	20,409,854	97,528,531
銷售成本	(44,610,017)	(2,529,117)	(18,069,009)	(65,208,143)
毛利	<u>10,233,188</u>	<u>19,746,355</u>	<u>2,340,845</u>	<u>32,320,388</u>
毛利率	18.7%	88.6%	11.5%	33.1%

截至2018年12月31日止年度

	餐飲外賣	到店、酒店 及旅遊	新業務 及其他	總計
	(人民幣千元，百分比除外)			
佣金	35,719,208	9,042,303	2,250,738	47,012,249
在綫營銷服務	2,334,999	6,734,901	321,506	9,391,406
其他服務及銷售 (包括利息收入)	88,876	63,157	8,671,590	8,823,623
總收入	38,143,083	15,840,361	11,243,834	65,227,278
銷售成本	(32,874,886)	(1,745,006)	(15,502,428)	(50,122,320)
毛利／(損)	<u>5,268,197</u>	<u>14,095,355</u>	<u>(4,258,594)</u>	<u>15,104,958</u>
毛利率	13.8%	89.0%	(37.9%)	23.2%

4 按性質劃分的開支

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
餐飲外賣騎手成本	41,041,513	30,516,055
僱員福利開支	17,754,642	15,226,535
交易用戶激勵	8,149,976	5,400,781
已售貨品成本	7,492,322	3,133,770
物業、廠房及設備折舊	3,654,793	4,252,292
網約車司機相關成本	3,119,491	4,463,320
其他外包勞動成本	2,991,197	2,087,398
支付處理成本	2,189,646	1,524,853
推廣及廣告	2,126,910	3,272,934
無形資產攤銷	1,191,007	1,114,509
帶寬及服務器託管費	726,443	484,494
網絡流量成本	509,581	215,215
租金、設施及公共事業費	271,012	970,058
附加稅費	247,989	215,178
專業費	218,732	340,714
摩拜重組計劃的減值撥備及重組開支	88,612	358,790
核數師薪酬		
— 審核及審核相關服務	41,281	48,770
— 非審核服務	4,108	3,899
摩拜商標減值撥備(附註i)	—	1,346,000
其他(附註ii)	4,992,573	3,636,593
銷售成本、銷售及營銷開支、研發開支以及 一般及行政開支總額	96,811,828	78,612,158

(i) 基於管理層的未來業務計劃有所改變，故確認摩拜商標的減值損失。

(ii) 其他主要包括差旅及娛樂開支、單車維修及調度費、運輸費以及信息及驗證費。

5 其他收益淨額

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
按攤銷成本計量的投資的利息收入	876,467	226,114
按公允價值計量且其變動計入當期損益的短期投資的公允價值變動	637,410	306,954
補貼及稅收優惠	589,912	198,762
重新計量投資所得收益	176,880	-
出售投資所得收益	160,884	29,426
攤薄收益／(虧損)	91,360	(6,294)
外匯虧損淨額	(81,872)	(1,485)
出售附屬公司所得收益	40,177	-
或然代價公允價值變動	-	4,208
其他	39,925	(9,329)
	2,531,143	748,356

6 每股盈利／(虧損)

- (a) 截至2019年及2018年12月31日止年度，每股基本盈利／(虧損)乃按於年內本公司權益持有人應佔盈利／(虧損)除以已發行普通股加權平均數計算。

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
本公司權益持有人應佔盈利／(虧損) (人民幣千元)	2,238,769	(115,477,171)
已發行普通股份加權平均數 (千股)	5,767,906	2,723,795
每股基本盈利／(虧損) (人民幣元)	0.39	(42.40)

- (b) 每股攤薄盈利／(虧損)乃假設轉換所有潛在攤薄普通股後，調整發行在外的普通股的加權平均數計算得出。本公司擁有三類潛在攤薄普通股：2018年優先股、購股權及受限制股份單位。由於本公司截至2018年12月31日止年度產生虧損，計算每股攤薄虧損時並未計入潛在攤薄普通股(包括優先股、購股權及受限制股份單位)，因為將其計入將具有反攤薄影響。因此，截至2018年12月31日止年度的每股攤薄虧損與每股基本虧損相同。

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
本公司權益持有人應佔盈利／(虧損) (人民幣千元)	2,238,769	(115,477,171)
已發行普通股份加權平均數 (千股)	5,767,906	2,723,795
就授予僱員的受限制股份單位及購股權作出調整 (千股)	155,004	—
計算每股攤薄盈利／(虧損)時用作分母的普通股 加權平均數 (千股)	5,922,910	2,723,795
每股攤薄盈利／(虧損) (人民幣元)	0.38	(42.40)

7 所得稅開支

我們於不同司法權區須按不同所得稅稅率繳稅。以下概述影響我們在開曼群島、英屬維爾京群島、香港及中國適用稅率的主要因素。

開曼群島

我們根據開曼群島法律《公司法》註冊成立為獲豁免有限公司，且無須就收入或資本收入繳納稅費。此外，開曼群島並無就向股東派付股息而徵收預扣稅。

英屬維爾京群島

根據英屬維爾京群島現有法律，於英屬維爾京群島註冊成立之實體無須就其收入或資本收入繳納稅費。

香港

香港的利得稅稅率為16.5%。由於我們於截至2019年及2018年12月31日止年度並無估計應評稅溢利須繳納香港利得稅，故並無就香港利得稅作出撥備。

中國

根據2008年1月1日起生效的企業所得稅法，我們的中國附屬公司以及受控制的聯屬實體及他們的附屬公司須按法定稅率25%繳稅，惟若干受鼓勵經濟領域的合資格企業可享受優惠稅待遇。

根據企業所得稅法，本公司的若干中國附屬公司符合「高新技術企業」的資格，可享受三年15%的優惠企業所得稅稅率。此外，根據企業所得稅法，本公司的若干中國附屬公司符合「小型微利企業」的條件，因此享有20%的優惠企業所得稅稅率。因此，這些中國附屬公司符合資格就各自減稅期享有優惠企業所得稅稅率。

我們其餘的中國實體於2019年須按25%的稅率繳納企業所得稅。根據《企業所得稅法》，自2008年1月1日起，中國向外國投資者宣派的股息須繳納10%的預扣稅。如中國與外國投資者所在司法權區訂有稅收安排，則預扣稅稅率可降至最低5%。然而，不會自動應用5%的預扣稅稅率，須符合若干規定。截至2019年及2018年12月31日止年度，我們產生累計經營虧損淨額且並無制定任何利潤分配方案。

下表載列我們於所示年度的所得稅開支：

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
即期所得稅開支	(482,154)	(251,390)
遞延所得稅(開支)／抵免	(44,069)	249,502
	<u>(526,223)</u>	<u>(1,888)</u>

8 按公允價值計量且其變動計入當期損益之金融資產

我們投資了若干可轉換可贖回優先股或由被投資公司發行的附有優先權的普通股。我們於該等公司維持著重大影響力。我們亦以普通股的形式於若干被投資公司中擁有權益，且並無重大影響力，該等被投資公司的管理及其表現的評估乃以公允價值為基準進行。我們將所有的工具指定為按公允價值計量且其變動計入當期損益之金融資產。

9 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括使用權資產、單車及汽車、計算機設備、傢俬及家電、租賃裝修及在建資產。我們的物業、廠房及設備由截至2018年12月31日的人民幣40億元增加35.1%至截至2019年12月31日的人民幣54億元，主要是由於應用國際財務報告準則第16號導致使用權資產賬面值增加所致。

10 貿易應收款項

貿易應收款項指就於一般業務過程中提供的服務應收客戶款項。貿易應收款項一般於一年內到期結算，因而均歸類為流動。下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項：

	截至12月31日	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
貿易應收款項	832,616	590,409
減：減值撥備	(155,854)	(124,069)
	676,762	466,340

我們已應用國際財務報告準則第9號的簡易方法，該準則規定於初始確認資產時確認預期存續期虧損。此撥備矩陣根據具有類似信貸風險特徵的合約資產及貿易應收款項在預計還款期內觀察所得的歷史違約率確定，並就前瞻性估計進行調整。歷史觀察違約率於每個報告日期進行更新，並對前瞻性估計的變動進行分析。

我們給客戶的信貸期為30日至150日。基於發票日期的貿易應收款項(扣除貿易應收款項減值撥備)的賬齡分析如下所示：

	截至12月31日	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
貿易應收款項		
3個月以內	544,784	281,353
3至6個月	87,114	126,376
6個月至1年	34,574	56,574
1年以上	10,290	2,037
	676,762	466,340

11 遞延收入

下表載列截至所示日期我們的遞延收入：

	截至12月31日	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
非流動：		
與貓眼的業務合作協議	388,967	611,233
其他	61	13,766
	<u>389,028</u>	<u>624,999</u>
流動：		
在綫營銷服務	4,299,191	2,856,343
與貓眼的業務合作協議	222,267	222,267
摩拜月票	44,010	24,221
其他	1,703	51
	<u>4,567,171</u>	<u>3,102,882</u>
	<u><u>4,956,199</u></u>	<u><u>3,727,881</u></u>

12 貿易應付款項

貿易應付款項是指在財政年度結束前就提供給我們的貨物及服務未付的負債。貿易應付款項最初按其公允價值確認，其後使用實際利率法按攤銷成本計量。下表載列我們截至所示日期的貿易應付款項：

	截至12月31日	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
貿易應付款項	6,766,253	5,340,963

截至2019年及2018年12月31日，基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	截至12月31日	
	2019年	2018年
	(人民幣千元)	
貿易應付款項		
3個月以內	6,353,368	5,067,050
3至6個月	237,151	168,162
6個月至1年	119,630	102,764
1年以上	56,104	2,987
	6,766,253	5,340,963

13 股息

截至2019年及2018年12月31日止年度各年，本公司並未派付或宣派任何股息。

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2019年12月31日止年度內並無購買、出售或贖回本公司任何於聯交所上市的證券。

首次公開發售前僱員股份激勵計劃

有關本公司於2015年10月6日採納的首次公開發售前僱員股份激勵計畫（「首次公開發售前僱員股份激勵計劃」），本公司與獲授者簽訂的相關協定列明，在本公司上市且對應鎖定期解除後才有義務根據該股份激勵計畫下的購股權及受限制股份單位授出相關股份。本公司在上市日前概無根據該股份激勵計畫授出任何股份。

就股東週年大會暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於2020年5月20日舉行其股東週年大會（「股東週年大會」）。本公司將由2020年5月15日至2020年5月20日（首尾兩日包括在內）暫停辦理股東登記手續，以確定有權出席股東週年大會的股東身份，該期間將不會辦理任何股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會，所有填妥的股份過戶表格連同有關股票須不遲於2020年5月14日下午四時三十分，送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

審核委員會

審核委員會連同核數師已審閱本公司截至2019年12月31日止年度的經審核綜合財務報表。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。

核數師就本業績公告執行的程序

本集團截至2019年12月31日止年度的業績公告中所列載的數字已經由核數師與本集團本年度經審核綜合財務報表的數字核對一致。核數師就此執行的工作並不構成審核，審閱或其他核證工作，因而核數師並無就本公佈作出任何核證意見。

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，截至2019年12月31日止年度，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，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，各董事皆確認截至2019年12月31日止年度已遵守標準守則所載之規定標準。

刊發全年業績及年報

上市規則規定所需的本公司的所有財務及其他相關資料將於適當時候分別在聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司的網站(about.meituan.com)公佈。

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
美团点评
董事長
王興

香港，2020年3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)大綱或細則的任何修訂，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

「%」

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)向我們購買任何在綫營銷服務，(iii)通過我們的聚合支付系統至少處理過一次綫下付款，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)就單車共享業務而言，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