

# 二季度扭亏为盈，美团如何守土开疆

■中国城市报记者 方紫薇

美团盈利的拐点，在二季度悄然而至。

8月26日，美团发布2022年第二季度业绩。在实体经济稳步复苏和季节性旺季背景下，美团实现营收509亿元，同比增长16.4%；净亏损11.2亿元，同比收窄67%；调整后净利润20.6亿元，实现扭亏为盈。

实际上，在业内降本增效的大背景下，盈利正在成为许多互联网公司2022年的主基调。从财报来看，面对疫情反复与行业竞争加剧，美团基本盘稳中有进，新业务亏损收窄，业绩上行。

正如美团CEO王兴所言：“本季度，美团继续提质增效，各项业务均实现了高质量增长。”

## 经营逐渐稳健 新业务亏损收窄

二季度，美团交出了一份亮眼的成绩单。

成本端得到有效控制，美团经营更注重效率。据财报数据，销售成本率由去年同期的71.4%减少2.0个百分点至69.4%，营销费用率也由去年同期的24.8%同比下降7.2个百分点至17.6%。

季度利好也为核心业务的增长添砖加瓦。美团财报电话会指出，由于二季度的积极季节性因素，历来属于行业旺季，加上实体消费稳步复苏的宏观背景之下，核心本地商业的经营利润率在本季度得到了改善。

“基于稳健的经营策略，销售成本占收入比和营销费用率均实现同比、环比双降。在此带动下，美团二季度经营亏损为4.9亿元，同比、环比均大幅收窄。”美团方面向中国城市报

记者表示。

此外，新业务的亏损收窄同样值得瞩目。财报显示，在新的统计口径之下，新业务分部的收入由2021年第二季度的101亿元增长40.7%至2022年同期的142亿元。该分部经营亏损由2022年第一季度的85亿元减少至2022年第二季度的68亿元，经营亏损率由69.9%环比收窄21.9个百分点至48.0%。

财报显示，新业务收入增长主要由于商品零售业务的增长推动，经营亏损改善主要由于商品零售业务的经营效率提高。

“美团新业务的亏损收窄，一方面是效率的提升，另一方面则是业务的调整收缩。”网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对中国城市报记者表示，美团正在转变对于新业务的态度，从过去始终保持投入变为定期审阅。此番转变反映的既是外部环境的变化，也是公司发展策略的变化。“当下，追求高增长已不是包括美团在内的互联网企业的核心目标，业务收缩，聚焦核心业务位置稳步增长成为重点。”他说。

## 发力即时零售 美团闪购高歌猛进

中国城市报记者注意到，自2022年第二季度开始，美团调整了业务披露口径，从原本的“餐饮外卖、到店酒旅和新业务”三大板块调整为“核心本地商业和新业务”两大分部。

其中，核心本地商业涵盖原有的餐饮外卖和到店、酒店及旅游分部，还有美团闪购、民宿以及交通票务；而新业务则是美团优选、美团买菜、餐饮供应链（快驴）、网约车、共享单车、共享电单车、充电宝、餐厅

管理系统及其他。

业务披露口径的调整，体现出美团发展趋势——美团闪购强势进入核心本地商业阵营，即时零售正跑出“加速度”。

疫情催生了消费者对30分钟“万物到家”的即时零售需求，订单显著增加。美团闪购主要依托线下门店，依靠平台骑手资源实现“万物皆可配送”。在用餐高峰期外闲置的骑手资源，可以在非餐饮高频阶段复用运力，更好地配置资源。

据悉，诞生于2018年的闪购业务每年增速均在50%以上，成为继美团优选外给美团带来最大增量的业务。财报显示，二季度，美团闪购订单数量3.9亿单，同比增长42%，日均单量达430万。美团即时配送订单数增长至41亿笔，包括餐饮外卖、美团闪购业务在内的核心本地商业板块季度收入增长至368亿元。

作为核心本地商业的增长极，美团财报电话会也频频提及美团闪购，并认为：美团闪购季度表现亮眼，由于疫情下传统电商和物流受阻，人们转而更多使用即时零售服务，大量以家庭为单位的大额订单显著提升了客单价，由此带来了收入的大幅增长。

持续增长的即时零售订单，也为本地实体商户的复苏和发展提供了新动能。二季度，美团平台年活跃商户数增长至920万，创历史新高。

此外，财报还提到，美团在供给侧上线了更多美团闪电仓，推出了全城送药服务，加长了药品配送距离，并认为这些措施进一步增强了美团闪购万物到家的消费者认知。

“美团在外卖市场已具备领导地位，外卖业务和即时零售具备很强的协同效应，有效



美团亮相2022年中国国际服务贸易交易会。美团供图

提升配送人效。”易观分析品牌零售行业分析师魏建辉对中国城市报记者表示，伴随行业参与者越来越多，整个市场成熟度提高，即时零售有望带动电商服务再上新台阶。

依托本地实体的即时零售赛道，也为中小微线下商户拓展了新增长空间，多元的商家资源又能更好地稳固美团的基本盘。今年1至7月，美团平台上的便利店和超市的交易量同比增长54%，其中夫妻小店增幅达110%。

## 本地生活竞争激烈 如何高质量发展

本地生活领域是美团的腹地。目前，竞争对手也在向该领域吹响冲锋号。

“如果加上即时零售业务，目前本地生活的玩家们主要是美团、抖音联手饿了么、淘鲜达、京东到家+京东小时购、盒马鲜生等店仓一体的零售商、叮咚买菜的前置仓以及多多买菜的社区团购。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅接受媒体采访时表示，“目前来看，京东和饿了么具备一定的

差异化能力，但未来五年，美团的领先地位还可以保持。”

“从整个电商的发展演变看，从远场电商到近场电商再到即时零售，消费者人群和需求偏好的变动，对服务时效越来越高，即时零售成为实物电商和服务电商竞相角逐的市场。”魏建辉表示，未来还需要看以闪购为主的即时零售业务是否会带动其他新业务形成共振效应，推动美团的营收和盈利再度提升。

追求质效兼备的发展，对于逐步走出烧钱竞争的互联网企业来说至关重要。

“长远来看，二季度的经营利润率很好地展示了核心本地商业的长期盈利潜力。”美团CFO陈少晖认为，行业整体都在朝着高质量发展的方向前进，未来也将优化营销支出并提高效率。

“作为一家扎根中国的科技零售企业，美团深刻感受到经济基本面的韧性和国民消费的深厚潜力。美团将坚定围绕‘零售+科技’战略，通过科技创新助力数字经济与实体经济深度融合，努力为中国经济稳增长多作贡献，帮大家吃得更好，生活更好。”王兴表示。

## 江苏省连云港市：

# 增值税留抵退税落地让企业得实惠

■中国城市报记者 方紫薇 通讯员 惠瑄

“受疫情反复影响，企业资金运转面临前所未有的压力。税务部门及时为我们办理留抵退税3457.29万元，真是‘及时雨’。”重山风力（连云港）设备有限公司负责人金声权高兴地说。

重山风力是专业从事兆瓦级大功率风力发电塔筒生产的大型外资企业，也是全球最大的风电塔筒制造商之一。

“留抵退税政策的精准直达，为推动产业链上下游、大中小企业协同复工复产，打通堵点卡点，实现产业链整体复苏起到了重要推动作用。”金声权

表示，资金充足后，公司将这笔退税款用于新一轮项目研发，进一步增加对大直径分片式风力发电机塔架的投入。

在连云港杜钟新奥神氨纶有限公司新建的八期智能车间里，一套自学习生产管理系统、自动分拣包装线、智能立体仓库无缝衔接。

“此次留抵退税政策为企业带来2084万元的政策红利，盘活了资金链条，公司可以把更多资金投入到了科技研发和智能设备升级换代中，发展更加稳健了。”杜钟新奥神氨纶有

限公司负责人丁锐表示。

据了解，“智改数转”后，公司车间生产设备联网率达80%，设备数字化率提高至85%，产品一次合格率提升至97%，能源消耗总量下降10%，年度成本费用总额降低15%。

据了解，增值税留抵退税政策的落地落细，让企业得实惠增信心，获得感和满意度得到较大提升。数据显示，截至今年7月，江苏省连云港市已有3349户符合条件的企业享受到了政策红利，退税金额115.8亿元。

今年以来，连云港市税务

部门还组建“税务管家”，依托税收大数据情报平台，对企业涉税信息精准“把脉问诊”，提出“健康建议”，出具专属税收风险监管晴雨表提醒指南，其中囊括税费种管理、风险管理等7个业务区域，为企业防范风险、健康发展提供有效指引。

近日，中澳达博东海农牧发展有限公司就享受到了“税务管家”的专业服务。“税务部门为我们公司配备了‘税务管家’，除了日常宣传辅导税收政策之外，还和公司的财务风控部门一同研究国际税收方面的

风险点，帮助公司规避国际贸易中的涉税风险，我们‘出海’更加蹄疾步稳了！”中澳达博负责人周磊很是欣喜。

一串串生动直观的退税减税数字、一项项为企业“松绑”的税费政策、一条条精准务实的服务举措，助力越来越多的市场主体平稳健康发展。

连云港市税务局相关负责人表示，下一步，税务部门要进一步巩固政策落实成效，持续找差距、补短板、提质效，持续提升留抵退税政策服务市场主体的综合效应。