

美团 Q3 财报：发现不一样的美团

正如王兴经常在他的饭否里分享一些对于行业的不同认知和看法一样，美团 Q3 财报同样让我们看到了一个不一样的美团。

之所以说不一样，很大程度上是因为美团的 Q3 财报真正亮眼的地方，并不是以往我们所知道的美团的传统业务，而是它的新业务上。

根据美团 Q3 财报显示，本季度，美团营收 354 亿元，相比 2019 年同期的 275 亿元增长了 28.8%；期内经营溢利即第三季度经营净利润 67 亿元，相比去年同期的 14 亿元增长了 364.6%。

经调整后，美团第三季度的净利润额为 20.5 亿元，与去年同期的 19.4 亿元仅增长了 5.8%。财报中解释这一现象是因为，2020 年第三季度的经营溢利包括投资与上市实体的公允价值变动收益的 58 亿元。

这段话读起来有些拗口。

换句话说，就是美团在投资业务上的营收当中有很大一笔是通过投资业务来获得的。我们熟知的王兴对于理想汽车的投资就是其中最为突出的代表。

我们都知道，此前美团领投了理想汽车的 5.5 亿元 D 轮融资，此后，理想汽车便在纳斯达克上市，三个季度的涨幅超过了 50%。

凭借着这样一笔投资，美团赚了 58 亿元。按照市场预计，理想汽车将会在第四季度继续上涨，从而给美团带来更大的投资回报。

美团在投资业务上的巨大收益仅仅只是它的 Q3 财报的生动诠释，它告诉我们，在今年这样一个特殊背景下，我们不能仅仅只是依靠传统的思路去看待这样一份财报，而是应该从这份财报当中发现一些与以往不同的东西。

只有这样，美团的 Q3 财报才可以为我们未来研究和发现美团更多不一样的东西提供借鉴。

具体来看，美团的 Q3 财报，主要有如下几个方面值得我们去研究与解读。

传统业务持续优化，核心地位无法动摇

我们都知道，外卖业务其实是美团的

核心业务。尽管在外卖市场上依然有饿了么、等竞争对手，但是，美团与竞争对手之间还是有非常明显优势的。

根据美团 Q3 财报显示，美团的餐饮外卖业务交易金额同比增长 36.0% 至人民币 1,522 亿元。

餐饮外卖日均交易笔数同比增长 30.1%

至 34.9 百万笔。每笔餐饮外卖业务订单的平均价值同比增长 4.5%。

餐饮外卖业务变现率由 2019 年同期的 13.9% 降至 2020 年第三季度的 13.6%。因此，2020 年第三季度，餐饮外卖收入同比增长 32.8% 至人民币 207 亿元。

餐饮外卖业务的经营溢利由 2019 年第三季度的人民币 330.9 百万元增加至 2020 年第三季度的人民币 768.5 百万元，而经营利润率则由 2.1% 升至 3.7%。

透过财报，我们可以非常明显看出，外卖业务依然是美团的的核心业务。一旦谈及美团的外卖业务，我们就不得不提到与这个业务息息相关的外卖小哥。

对于美团外卖小哥，今年七八月间，曾经有过一场深度的讨论，美团在那个时候同样处于舆论的风口浪尖。

的确，当外卖行业的发展进入到新阶段的时候，我们同样需要重塑平台、商家和外卖小哥三者之间的关系，只有这样，我们才能将外卖这个核心业务不断优化和创新，从而在新的市场形势下获得新的发展。

在这个过程中，美团推出了“同舟计划”，旨在通过将这个计划将美团的商家、用户、合作商等外卖生态里的上下游打通，通过工作保障、体验提升、职业发展、生活关怀四个方面来更好地保障外卖骑手的权益。

另外，美团还设立了“生活体验官”，通过这种直接且有效的反馈渠道，让外卖骑手的沟通机制更加快速且高效。

除此之外，美团还不断加强新技术的应用来更好地保障外卖骑手。以智能头盔的应用为代表的新装备的应用，就是通过新技术的手段来更好地优化和保障骑手的安全，让外卖骑手即使是在不动手的情况下就可以完成订单相关的操作，更大程度上保障骑手的权益。

此外，美团还强化大数据技术在骑手配送过程当中的功能和作用，通过大数据的方式来为骑手们提供更合理化的配送路线建议。

透过美团 Q3 财报中外卖业务的表现以及美团在优化这项业务上的具体工作，我们可以非常明显地感受到美团正在不同通过新的方式和手段来优化这项传统业务，以期通过这种方式来挖掘出传统业务更多地增长潜能。

创新业务持续发力，不断为美团开启新想象

美团在持续巩固和优化传统外卖业务的核心地位的同时，同样正在通过创新业务的不断布局来为自身发展打开更多的发展空间。从某种意义上讲，美团的创新业务正在成就“下一个美团”。

根据美团 Q3 财报显示，美团的新业务及其他分部的收入同比增长 43.5% 至 2020 年第三季度的人民币 82 亿元。

新业务及其他分部的经营亏损由 2020 年第二季度的人民币 15 亿元扩大 39% 至 2020 年第三季度的人民币 20 亿元。

经营利润率由 2020 年第二季度的负值 25.9% 改善 1.2 个百分点至 2020 年第三季度的负值 24.7%。新业务及其他分部的经营亏损同比扩大 68.8%，而经营利润率同比下降 3.7 个百分点。

这组财报数据告诉我们，美团正在持续加大在创新业务上的布局，所以，我们看到美团在新业务上的经营亏损同第二季度相比有了增加。

同时，我们还要看到的是美团的新业务以及其他分部的收入获得了比较可观的增长，在第三季度更是达到了 82 亿元。

这说明，美团的创新业务正在表现出较为强劲的增长潜能。

正如美团 CEO 王兴所讲的那样，国内消费市场的回暖带动生活服务业稳步复苏。通过持续提升多品类、多场景的服务体验，美团成为更多消费者和商户的选择。在“Food+Platform”的战略下，我们通过科技创新推动行业的数字化发展，创造了更多就业机会。未来我们将始终坚持通过创造社会价值实现商业价值，以更开放的态度，携手产业链上下游的合作伙伴，践行“帮大家吃得更好，生活更好”的使命。

以美团团购、美团买菜、美团优选为代表的创新业务正是在这种背景下开始表现出愈发强劲的增长潜能。

比如，食杂零售板块中，平台模式的美团团购在药品、鲜花等品类的消费需求进一步凸显，单季药类订单同比增加逾两倍，入驻平台药店近 10 万家，美团“万物皆可到家”的品牌形象得以进一步加深。

自营模式下的美团买菜依旧保持稳健发展，通过增加在北上广深的网点覆盖，季度交易使用者和交易量均取得快速增长。新推出的美团优选服务，则通过发展社区团长满足用户不同种类的消费需求，与美团买菜、快驴进货等业务更好地发挥了协同价值。

今年 11 月，蛋壳变幻莫测的魔幻之旅让人瞠目结舌。被曝资金链断裂后，蛋壳公寓北京总部聚集数百人维权，包括租户、供应商、保洁、维修人员，现场一度发生肢体冲突。从那时候起，有关蛋壳“跑路”、“破产”的传闻就不绝于耳。随后，蛋壳官方微博发布声明称，“我们没有破产，也不会跑路！请不要信谣传谣！”看似义正辞严的话，却被讥讽——连发律师函的钱都没有了。

果不其然，随后蛋壳的处境更加艰难。11 月 24 日，据媒体报道，蛋壳成都线下办公室已人去楼空，仅在门上贴着二维码，维权房东被告知只能线上处理。此外，蛋壳公寓在南京办公地点也被曝人去楼空。这意味着，蛋壳几乎已经到了山穷水尽的地步，再无力掩盖自己穷途末路的事实。终局，正在加速逼近。

长租公寓，神话破灭

身为业内的巨头，蛋壳滑入深渊，也将长租公寓这一模式推向了风口浪尖。长租公寓的模式，并没有什么稀奇。简单来说，就是预付模式：一次性收取租客一年甚至更长时间的预付租金，然后分月付给房东。可惜，预先收钱时有多舒坦，后面资金链断裂

时就有多痛苦。归根结底，长租公寓这一模式本身存在太多不可控性。

被称为“长租公寓吹哨人”的爱我家前副总裁胡景晖，两年前就曾公开预警长租公寓爆仓危机。而针对蛋壳一事，他认为根本原因仍是自身商业模式的问题，和庞氏骗局无异。整体看来，长租公寓企业太过急于求成，对风险认识过于认识不足乃至轻松，最终导致一切都无可挽回。长租公寓的神话，也就此破灭。

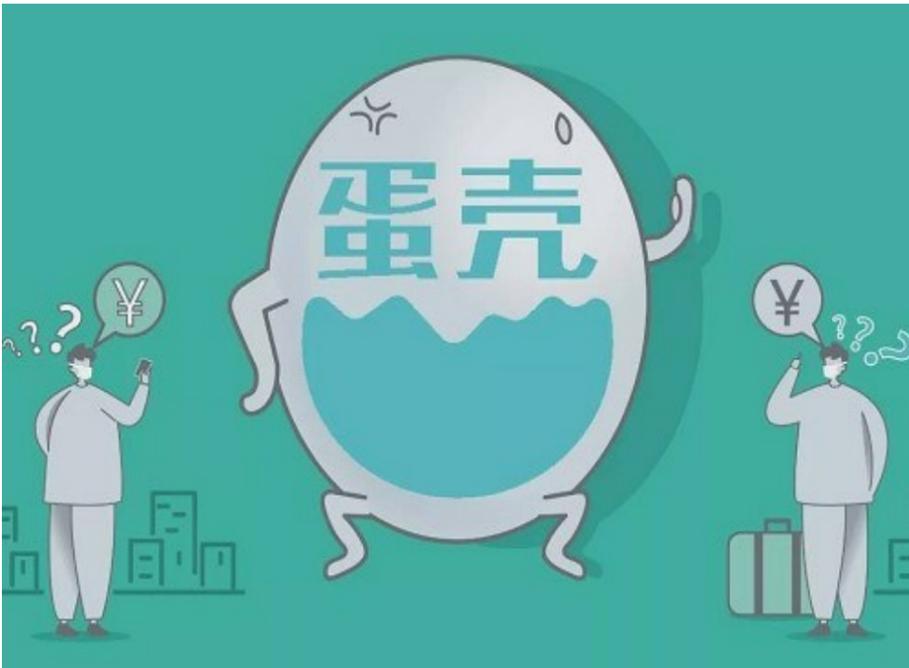
更具迷惑性的，则是长租公寓企业为客户准备好的大坑——“租金贷”。这些企业拿着租客的贷款，做起滚雪球的生意。从金融的角度看，这些贷款分散、小额、滚动、个体间关联度极低，整体安全性较高，对金融机构来说是相对优质的资产。但雪崩之后，一无所有。而租客也深受其害，既有被房东赶出去的风险，还得继续还着贷款。

回归商业本质，脚踏实地发展方为王道。长租公寓的频频爆雷，显然已经敲响了警钟。这在告诉每一个新兴行业的参与者：凡事要回到商业的本质，财务的基础。其实很简单：利润=收入-成本费用，净现金=经营性收款-经营性支出。利润为本，现金为王的“脑回路”，总是不会错的。

只有拿掉所谓的互联网创新外衣，回归金融的本源，才能最大限度地避免风险。如，是什么产品、面临多大的风险，就应该拿出相匹配的利润计提拨备以抵扣坏账，股东要拿出资本金抵扣非预期风险等。

总得来说，包括长租公寓在内的所有新兴行业要审视自身，并进入一个深度调整期。通过脚踏实地的发展，来规范自身，以博得长远未来。（科技新发现 康斯坦丁/文）

长租公寓爆雷不断，深陷泥淖的蛋壳该如何收场？



从团购到外卖、P2P，再到共享打车、共享单车等，无数热钱催熟着一个全新赛道。在不断涌入的海量资金推动下，每一个新赛道、新行业想脚踏实地的慢慢发展，都是一种奢望。一年起步、两年狂飙、三年合并、四年垄断……似乎这才是投资者心中正常的发展规律。但正是这种浮躁、急迫的心态，造成了太多难以预料的恶果——频频爆雷的 P2P 平台就是最真实的写照。

而近段时间牵动千万人的热门话题，当属持续曝出负面信息的蛋壳。从传闻蛋壳

资金链断裂到发布声明，再到多个办公地点人去楼空，只经历了极短的时间。看起来，蛋壳已经回天乏力，即将迎来自己的终局。蛋壳这一巨头的轰然倒下，也让长租公寓这一商业模式备受质疑。深陷泥淖的长租公寓，正站在悬崖边上。

过山车！蛋壳的魔幻之旅

曾经站得有多高，如今跌得就有多重。用这句话形容蛋壳过山车般的发展历程，再合适不过。蛋壳的高光时期，简直就是巨头企业成长历程的“翻版”。从 2015 年 1 月成

立，到 2020 年 1 月 17 日登陆美国纽交所，蛋壳仅仅只用了 5 年的时间。

5 年时间，蛋壳从无到有，成长为一家市值高达 20 多亿美元的上市企业。而从蛋壳的财报看，其拥有 41.9 万套公寓。如果每套公寓平均居住 2-3 人，大概有数十万房东和近百万租户。在当时看来，意气风发的蛋壳的确是为人们提供了优质住所。但谁也没想到的是，蛋壳从上市到倒下，只经过了 10 个月的时间。

今年 11 月，蛋壳变幻莫测的魔幻之旅让人瞠目结舌。被曝资金链断裂后，蛋壳公寓北京总部聚集数百人维权，包括租户、供应商、保洁、维修人员，现场一度发生肢体冲突。从那时候起，有关蛋壳“跑路”、“破产”的传闻就不绝于耳。随后，蛋壳官方微博发布声明称，“我们没有破产，也不会跑路！请不要信谣传谣！”看似义正辞严的话，却被讥讽——连发律师函的钱都没有了。

果不其然，随后蛋壳的处境更加艰难。11 月 24 日，据媒体报道，蛋壳成都线下办公室已人去楼空，仅在门上贴着二维码，维权房东被告知只能线上处理。此外，蛋壳公寓在南京办公地点也被曝人去楼空。这意味着，蛋壳几乎已经到了山穷水尽的地步，再无力掩盖自己穷途末路的事实。终局，正在加速逼近。

长租公寓，神话破灭

身为业内的巨头，蛋壳滑入深渊，也将长租公寓这一模式推向了风口浪尖。长租公寓的模式，并没有什么稀奇。简单来说，就是预付模式：一次性收取租客一年甚至更长时间的预付租金，然后分月付给房东。可惜，预先收钱时有多舒坦，后面资金链断裂

时就有多痛苦。归根结底，长租公寓这一模式本身存在太多不可控性。

被称为“长租公寓吹哨人”的爱我家前副总裁胡景晖，两年前就曾公开预警长租公寓爆仓危机。而针对蛋壳一事，他认为根本原因仍是自身商业模式的问题，和庞氏骗局无异。整体看来，长租公寓企业太过急于求成，对风险认识过于认识不足乃至轻松，最终导致一切都无可挽回。长租公寓的神话，也就此破灭。

更具迷惑性的，则是长租公寓企业为客户准备好的大坑——“租金贷”。这些企业拿着租客的贷款，做起滚雪球的生意。从金融的角度看，这些贷款分散、小额、滚动、个体间关联度极低，整体安全性较高，对金融机构来说是相对优质的资产。但雪崩之后，一无所有。而租客也深受其害，既有被房东赶出去的风险，还得继续还着贷款。

回归商业本质，脚踏实地发展方为王道。长租公寓的频频爆雷，显然已经敲响了警钟。这在告诉每一个新兴行业的参与者：凡事要回到商业的本质，财务的基础。其实很简单：利润=收入-成本费用，净现金=经营性收款-经营性支出。利润为本，现金为王的“脑回路”，总是不会错的。

只有拿掉所谓的互联网创新外衣，回归金融的本源，才能最大限度地避免风险。如，是什么产品、面临多大的风险，就应该拿出相匹配的利润计提拨备以抵扣坏账，股东要拿出资本金抵扣非预期风险等。

总得来说，包括长租公寓在内的所有新兴行业要审视自身，并进入一个深度调整期。通过脚踏实地的发展，来规范自身，以博得长远未来。（科技新发现 康斯坦丁/文）