

外賣大戰拖累 美團少賺89%ADR瀉15%

上季燒錢逾百億 預告今季核心商業業務巨虧

遠遜預期

面對「外賣大戰」大幅燒錢逾百億元（人民幣，下同）的美團（03690），交出令市場驚嚇的季績，第二季經調整淨利潤按年急挫89%，只得14.9億元，遠遜市場預期，在美國預託證券（ADR）股價早段低見26.14美元，大跌15%，折合102港元，較港收市價116.3港元低12.3%。

管理層估計，即時零售激烈競爭仍將持續，預計美團第三季度核心本地商業業務將出現大幅虧損。董事長兼首席執行官王興認為，行業的進步並非來自於短期的巨額補貼，重申反對行業「內捲」。

大公報記者 李潔儀



▲「外賣大戰」燒錢之下，美團上季經調整淨利潤只得14.9億元人民幣。

美團第二季業績摘要

分項	金額 (元人民幣)	按年變動
收入	918.4億	+11.7%
• 配送服務	236.6億	+2.8%
• 佣金	264.7億	+16.0%
• 在線營銷服務	136.5億	+10.4%
• 其他（包括利息收入）	280.6億	+16.7%
經營溢利	2.3億	-98.0%
• 核心本地商業	37.2億	-75.6%
• 新業務	(18.8億)	虧損擴大
經調整EBITDA*	27.8億	-81.5%
經調整淨利潤*	14.9億	-89.0%

備註：截至2025年6月底
[*] 為非國際財務報告會計（Non-IFRS）

在「非理性競爭影響」下，美團第二季核心本地商業經營溢利僅37.2億元，按年大跌75.6%，相等於「燒錢」逾115億元，經營利潤率跌19.4個百分點至5.7%。

期內，核心本地商業收入錄得653.5億元，按年增長7.7%，惟配送服務收入的增幅遠低於即時配送交易筆數的增幅，主要為應對激烈競爭，使配送服務收入中扣除的補貼大幅增加。

王興：即時零售潛力大

王興在電話會議上表示，即時零售的市場滲透仍處於相對早期階段，整個行業加強投資反映市場潛力，不過行業的進步並非來自於短期巨額補貼，最重要通過數字化轉型降低商家的運營成本和提高效率。

「即時零售業要取得成功，在各種花哨東西之後，一切將歸於基礎，即是選品、價格、服務和交付。」王興提到，美團日均訂單量高達1億，並向1.5億單邁進，強調美團會繼續通過技術和創新的商業模式，堅持實現雙贏的原則。他認為，當行業補貼逐步回歸理性，即時零售業務亦會回歸合理的利潤水平。

不過，集團高級副總裁兼首席財務官陳少

暉明言，面對市場競爭加劇，美團將在保持外賣規模優勢的基礎上增加補貼，勢必對財務業務帶來負面影響，預計核心本地商業第三季度會出現較大規模的虧損。

王興強調，雖然外賣行業市場競爭十分激烈，但美團的餐飲外賣業務拓展更多新客，同時核心用戶的黏性加深、交易頻次增加，即時零售平台「美團閃購」第二季訂單量和交易額強勁，有2000萬新用戶首次嘗試30分鐘送貨服務。

Keeta上季蝕18.8億

另外，受社區團購業務「美團優選」進行戰略轉型，加上Keeta加快海外擴張的影響，新業務第二季經營虧損擴大至18.8億元，惟經營虧損率較第一季改善3.1個百分點至7.1%。王興表示，對Keeta長遠發展樂觀，以2023年5月拓展香港市場作為起點，目標10年內實現總交易額（GMV）達1000億元規模。

目前，美團前置倉業務「小象超市」在北京、上海、廣州、深圳及西安等20個城市設有近1000店，王興表示，逐步將前置倉業務擴展到全國所有一、二線城市。

蜜雪多賺44% 力攻東南亞市場

內地茶飲品牌蜜雪冰城母企蜜雪集團（02097）公布截至2025年6月底止中期業績，今年上半年收入按年增長39.3%至148.7億元（人民幣，下同），主要是商品和設備銷售，以及加盟和相關服務產生的收入增加。期內利潤錄得27.18億元，按年大升44.1%；每股盈利7.23元，按年增加38%。不過，昨日蜜雪集團短線拉升高見499.6港元，隨後快速下挫，收報460.4港元，跌5.3%。

全球門店升至逾5.3萬家

門店方面，過去12個月集團於中國市場的門店數量淨增近1萬間，全球總數升至逾5.3萬

家，其中加盟店佔約5.29萬。展望未來，集團表示，將持續拓展在中國的門店網絡，海外市場將繼續專注於開拓東南亞市場，並繼續擴大當地的加盟門店網絡；同時，計劃適時開拓其他市場，穩步推進全球化布局。

蜜雪集團旗下有現製茶飲品牌蜜雪冰城和現磨咖啡品牌幸運咖。當中，蜜雪冰城為消費者提供高質平價的現製果飲、茶飲及冰淇淋，核心產品的價格通常為2至8元；幸運咖核心產品的價格通常為5至10元。

該集團的超級IP「雪王」更是始終為熱點話題，於今年5月，集團推出「雪王駕到」的英語、法語及葡萄牙語等版本，面向全球發行。

蜜雪集團中期業績

類目	金額 (人民幣)	按年變幅
收入	148.7億元	+39.3%
毛利	47.06億元	+38.3%
利潤	27.18億元	+44.1%
每股基本盈利	7.23元	+38.2%

大公報製表

▲蜜雪冰城母企蜜雪集團今年上半年收入增長近四成。



浣熊食堂開放加盟 單店投資門檻150萬

美團（03690）旗下中央廚房項目「浣熊食堂」，啟動合夥人招募，開放加盟業務，據報首批開放加盟的城市僅限北京、上海、廣州、深圳和杭州，以單店合作為主，暫不開放區域代理。

據內地傳媒報道，美團對合夥人有兩項硬性要求，包括前期投資金額每店約150萬（人民

幣，下同），合夥人需要提供100萬元以上的現金或資產證明。其次是合夥人需要已獲得位於外賣熱門商圈、建築面積500至1000平米且剩餘租賃年期不少於8年的物業。

未來三年全國開千二家

今年1月，浣熊食堂在北京試點推出的外賣店業務，經過半年試營運，7月正式推出浣熊食堂品牌，訂單量按月上漲60%。目前浣熊食堂在北京、杭州等地營運10家門店，逾100個餐飲商家入駐。

美團董事長兼首席執行官王興在電話會議上表示，浣熊食堂為整個行業的食品安全設定新的基準，集團將於未來三年，在全國各地投資建設1200家浣熊食堂，並向所有類型的餐飲商家開放。



▶浣熊食堂目前在北京、杭州等地營運十家門店。

潤啤：平台補貼掀亂象 四川停供兩品牌

即時零售行業掀起價格戰，透過補貼引發市場亂象，華潤啤酒（00291）旗下四川營銷中心決定暫停在阿里巴巴（09988）旗下淘寶、京東（09618）及美團（03690）等即時零售平台供貨。

華潤啤酒四川營銷中心日前發布《關於即時零售平台勇闖、純生系列全面停貨的通知》，指出為應對因即時零售行業價格戰導致

的市場亂象，堅決維護產品的市場價值與品牌核心競爭力，營銷中心擬對即時零售平台「勇闖」、「純生」系列產品全面停止銷售。

據內地傳媒引述華潤啤酒回應指，四川區域部分即時零售平台針對雪花啤酒購買的消費者補貼，被不良商販利用「低價買入、高價賣出」，損害百姓消費權益，亦破壞行業健康發展生態。集團表示，即時零售價格戰導致市場秩序混亂，公司正積極協調解決。

保誠：現時業務模式奏效 遷冊非要務

【大公報訊】保誠（02378）公布截至2025年6月底的中期業績，歸屬於公司權益持有人的利潤錄得12.84億美元，按年飆升9.7倍。宣派中期息每股7.71美仙，增加12.7%。

未來兩年斥86億回購

保誠執行總裁華康堯（Anil Wadhvani）形容集團上半年的業務表現強勁，「關鍵指標均錄得雙位數增長」，也符合集團今年較早時提出的指引。保誠按傳統內含價值基準的新業務利潤增12%至12.6億美元；新業務利潤率38%，按年升2個百分點。有效保險及資產管理業務產生

的經營自由盈餘增加14%至15.6億美元。

保誠宣布更新資本管理，從每年產生資本流量，轉為以總回報為導向。集團預計於2025至2027各年度，每股普通股息將增長逾10%。另將於2026年及2027年分別回購5億和6億美元股份，即共11億美元（約85.8億港元）。此外，保誠擬利用ICICI Prudential Asset Management Company（IPAMC）的潛在首次公開發售（IPO）初步所得款項淨額回饋股東，詳情有待公布。

最近陸續有保險公司宣布有意遷冊至香港，不過華康堯重申，遷冊與否並非當前要務，其首要焦點是專注落實現行策略。他說集團現時採用

的業務模式奏效，深信能夠將此增長勢頭延續至下半年度以至更長遠的未來，並穩定邁向2027年財務目標。



保誠執行總裁華康堯（左一）表示，今年上半年業務表現強勁。右為財務總監。大公報攝。

電視廣播中期蝕1.1億 料全年轉盈

【大公報訊】受惠廣告業務增長帶動，電視廣播（00511、TVB）上半年EBITDA改善至5520萬元，按年增長17%，淨虧損收窄至1.1億元，不派息。集團重申，按目前市場狀況和業務勢頭，預計全年EBITDA持續改善，以及實現正數淨利潤。

集團預期，今年下半年數字媒體分部的收入將保持上升勢頭，來自myTV SUPER及其他數

字媒體資產的數字廣告收入將成為增長動力。

截至6月底止上半年，電視廣播來自廣告客戶收入增長4%，主要受惠藍籌企業客戶強勁的廣告活動，以及新推出的大灣區「B-roll」廣告產品的貢獻，相關產品收入增長達1.7倍。

期內，數字媒體收入增幅達9%，串流服務myTV SUPER在香港的月度活躍用戶約200萬，其他數字媒體資產包括TVB.com、無線新聞

流動應用程式及無線電視相關社交媒體賬號，合計月度瀏覽人數超過3200萬。

內地業務EBITDA增35%

內地業務方面，上半年收入下降8%至3.5億元，主要由於與內地平台聯合製作的項目交付延遲，預計在下半年交付將會增加，惟上半年內地業務的EBITDA錄得6040萬元，按年增長35%。

碧服盈利跌三成 續拓市場提高毛利

【大公報訊】物管股陸續公布中期業績。碧桂園服務（06098）上半年收入增長10.2%至231.86億元（人民幣，下同），股東應佔利潤下滑30.8%至9.97億元，核心淨利潤則下滑14.8%至15.68億元，不派中期息。集團總裁兼執行董事徐彬准表示，未來將根據客戶需求，調整毛利率至合理水平，並繼續拓展市場，以推動毛利穩健增長。

碧桂園服務資本負債比率維持在淨現金狀況，銀行及其他借款約8.58億元，一年內到期的銀行及其他貸款合共3.45億元，持有銀行存款和結構性存款約17.06億元。

華潤萬象生活：重奢消費回穩

另外，華潤萬象生活（01209）中期收入增長6.5%至85.24億元，股東應佔利潤增加7.4%至20.3億元，核心淨利潤則擴大15%至20.11億元，派中期股息0.529元及特別股息0.352元。集團主席李欣表示，隨着國內大循環在新發展格局中的主體地位和主導作用不斷提升，消費潛力持續釋放，未來將積極應對行業競爭加劇等挑戰，以推動業績增長。

期內來自購物中心的收入增長19.8%至22.64億元。管理層提到，重奢品牌表現於近幾個月開始企穩，非奢品則按年取得雙位數增長，維持良好增長趨勢，下半年計劃重塑產品體系，持續擴大市場份額，鞏固市場競爭優勢。