



Tongcheng-Elong Holdings Limited

同程藝龍控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號: 0780)

同程藝龍公佈 2020 年第一季度業績

行業寒冬下仍錄得經調整溢利人民幣 78.1 百萬 對未來充滿信心

(2020年5月21日 - 香港) 同程藝龍控股有限公司 (「同程藝龍」或「本公司」, 連同其附屬公司稱為「本集團」, 股份代號: 0780) 公佈截至2020年3月31日止三個月 (「回顧期」) 之未經審核綜合業績連同截至2019年同期的比較數字。

#### 業績回顧

回顧期內, 本公司的業務無疑受到新型冠狀病毒爆發的影響。然而, 本公司抓住機遇, 把握源於2020年2月底及3月復工及商務的用戶需求, 平均月活躍用戶的同比跌幅相對溫和, 由2019年同期的199.3百萬人次減少25.5%至2020年第一季度的148.4百萬人次; 於回顧期間, 中國政府為控制疫情而實施嚴緊的人群管制及公共衛生措施, 各種旅遊產品的供應銳減。加上需求收縮, 本公司的業務規模亦出現同比下降。平均月付費用戶由2019年同期的23.1百萬人次同比減少35.9%至2020零年第一季度的14.8百萬人次。2020年第一季度的總交易額由2019年同期的人民幣359億元同比減少49.3%至人民幣182億元。

於回顧期間, 同程藝龍的總收入由2019年第一季度的人民幣1,783.4百萬元減少43.6%至人民幣1,005.1百萬元。儘管新型冠狀病毒爆發期間的旅遊需求受壓, 本公司仍在中國疫情有效受控時努力把握國內需求復甦的機遇。得益於同程藝龍在低線城市的優勢, 而低線城市在2020年3月份放寬出行限制; 同時本公司又具備平衡的用戶分佈, 商務旅客及復工人士的佔比較高; 加上微信平台流量來源穩定, 所以同程藝龍的表現優於行業平均。此外, 本公司在新型冠狀病毒爆發後立即採取節約成本的運營模式, 大幅減低營銷、營運及行政成本。有賴靈活的營運策略、嚴謹的成本管控及輕量的營運模式, 使本公司在充滿挑戰的環境下不但取得收支平衡, 更於2020第一季度錄得期內經調整溢利人民幣78.1百萬元及經調整淨利潤率7.8%。

#### 業務回顧

在疫情期間, 同程藝龍採取各種行動保障客戶及協助供應商。本公司推出免除罰款的退款及更改政策, 並開設自助在線取消功能, 可以快速退款和更改。本公司亦推出「安心房」措施以確保酒店住客的環境安全。同程藝龍向中國內地所有醫務人員免費提供一年的「黑鯨」付費會員資格, 向他們在疫情下

的付出致敬。截至2020年3月底，同程藝龍已向超過300,000名醫務人員提供「黑鯨」會員資格，此舉同時有助推廣付費會員制度及提升品牌認知度。作為領先的在線旅遊平台之一，同程藝龍召集供應商並成立方舟聯盟，免費為結盟成員在線推廣景點。有見於旅遊業出現復甦跡象及中國政府開始積極刺激本地消費，本公司與地方政府合作振興疫情後的旅遊市場。同程藝龍依靠巨大流量及核心互聯網科技，免費幫助多個城市及地區推廣旅遊景點和建立旅遊品牌，並與地方政府合作以通過其平台發放消費券。本公司推出「啟程計劃」鼓勵用戶理性規劃出行。透過該計劃，同程藝龍探索創新的營銷渠道，把握旅遊業復蘇的時機。同程藝龍利用創新的直播模式推廣其品牌，提高用戶留存率及變現率。憑藉對小程序的深厚認識，本公司於2020年3月初首次進行小程序直播。此後，本公司繼續推出及推廣營銷活動，如「會員日」小程序直播。同程藝龍亦與地方政府及不同旅遊目的地在微信小程序及其他短視頻平台推出直播節目，以推廣鄰近景點及度假酒店的預售，獲得用戶正面評價。

同程藝龍維持多元化及有效的流量渠道，並致力尋找新流量來源。在所有渠道中，同程藝龍在騰訊旗下平台的流量最具成本效益，在疫情期間相對穩定。在2020年第一季度，大約82.5%平均月活躍用戶來自騰訊旗下平台。此外，同程藝龍對微信小程序運作的豐富經驗及深厚認識亦有助維持穩定的流量。此外，同程藝龍與一家短視頻平台訂立互惠合作安排，利用各自的優勢嘗試「旅遊+直播」的創新形式。本公司還將在內容營銷、情景營銷及短片推廣方面加深合作，擴展獲客渠道。

同程藝龍在低線城市有顯著優勢。憑藉與騰訊的互惠夥伴關係、有效的銷售及營銷策略及與旅遊服務供應商的長期合作關係，同程藝龍能夠進一步滲透低線城市。截至2020年3月31日，本公司在中國非一線城市的註冊用戶比例保持在約85.7%。截至2020年3月31日止3個月，約56.1%的新註冊用戶來自中國三線或以下城市，較2019年同期的44.3%有所增加。在新型冠狀病毒爆發後，中國政府迅速在大部分主要城市實施封鎖措施及出行限制。中國成功控制病毒傳播後，低線城市首先放寬以上措施及限制，因此低線城市的復甦速度較快。同程藝龍於低線城市的廣泛覆蓋以及迅速的業務調整，讓其把握住了市場復蘇的機遇。

同程藝龍亦是服務旅遊人士的一站式平台，為用戶的整個旅途提供全面的產品及服務。截至2020年3月31日，同程藝龍的在線平台提供由超過800家國內及國際航空公司及代理運營的超過7,000條國內航線及超過1.3百萬條國際航線、超過2.0百萬個酒店及非標住宿選擇、約360,000條汽車線路、超過560條渡輪線路及約8,000個國內旅遊景點門票服務。報告期內，本公司繼續改善增值產品及服務，滿足用戶不斷演變的旅遊需要。慧行智能系統為用戶提供有選項、可負擔及可行的旅遊方案，在疫情期間因交通供應有限而深受用戶歡迎與認同。本公司亦推出新型冠狀病毒保險等其他增值服務，並進一步升級租車及機場接送服務，滿足用戶需求。上述所有配套產品及服務在疫情爆發期間均獲得用戶好評。

同程藝龍依照核心戰略，即「在線旅遊平台轉型為智能出行管家」。報告期內，同程藝龍與華為攜手合作，為用戶提供簡單、便捷、智能及跨平台的出行管家服務。當用戶於手機將其「同程藝龍」賬號連上華為快服務智慧平台，火車訂票資料將自動同步，為用戶提供最新的訂單及出行資料。

2020年4月下旬，同程藝龍進行了品牌升級，推出新品牌名稱「同程旅行」（「ly.com」）及新品牌標識，並引入新口號「再出發，就同程」。本公司以新品牌形象清楚定義公司的業務及旨在增加用戶對同程藝龍品牌的認知。新品牌亦反映公司以更年輕的心態更好地服務用戶的雄心。

## 業務前景及策略

展望未來，本公司相信，憑藉在流量渠道、市場定位、技術創新及經營方面的核心競爭優勢，同程藝龍具備良好條件可在短時間內把握未來復甦的趨勢，並取得增長。本公司將繼續聚焦於自身的核心戰略，以節省成本的方式運作，針對不明朗因素行動之餘，同時積極尋找機會。本公司有信心能夠渡過

難關，在日後有更好的發展。

長遠而言，本公司相信，受惠於消費力提高、城鎮化比率擴大及旅遊產品的線上滲透率趨升（尤其在低線城市），中國的在線旅遊市場將繼續迅速演進，形成可觀的增長潛力。在長期戰略方面，同程藝龍將作為行業的先鋒，由在線旅遊平台轉型為智能出行管家。本公司將利用多元化及低成本的流量來源，擴大用戶群並加強滲透中國的旅遊市場。同時，本公司將以創新科技優化產品及服務，及加深與供應商的長遠關係，以鞏固市場領先地位。本公司亦會尋找併購機會，從而達致增長。同程藝龍致力於改善用戶的旅遊體驗，增強合作夥伴的業務能力並建立更有效率的旅遊生態系統。

—完—

### **關於同程藝龍控股有限公司**

同程藝龍控股有限公司（「同程藝龍」或「公司」）是中國在線旅行行業的市場領導者，由 2018 年 3 月完成的同程藝龍合併而形成，2018 年 11 月 26 日，同程藝龍於香港成功上市。公司是滿足用戶旅行需求的一站式平台。憑藉「讓旅行更簡單、更快樂」的使命，公司提供幾乎涵蓋旅行所有方面的全面創新產品和服務選擇，包括交通、住宿預訂及各種配套增值旅行產品及服務，旨在滿足用戶在整個旅途中不斷變化的旅行需要。2019 年，公司被評選為「最具價值 TMT 公司」、「最受投資者歡迎新股公司」，並榮獲阿拉丁頒發的「年度最佳小程序獎」、艾瑞諮詢「最佳小程序流量擔當獎」等多項大獎。公司目前是移動設備的騰訊微信及移動 QQ 付款界面上「火車票機票」及「酒店」入口的唯一營運商。2020 年 4 月 22 日，同程藝龍推出了全新的服務品牌「同程旅行」，啟用了新的品牌標識「飛兒萌」和品牌口號「再出發，就同程」，希望用更年輕的方式服務更多的使用者。

本新聞稿由皓天財經集團有限公司代表同程藝龍控股有限公司發佈。

如有垂詢，請聯絡：

**皓天財經集團控股有限公司**

唐婕 / 邢澤小姐

電話：(852) 39702237/39702135

電郵：[tongchenglong@wsfg.hk](mailto:tongchenglong@wsfg.hk)