



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 2021 年第一季度業績

業績持續強勁復甦

流量來源多元化 + 發力下沉市場 打造行業領先優勢

(2021年5月17日 - 香港) - 中國在線旅行行業的創新者和領導者，同程藝龍控股有限公司（「同程藝龍」或「公司」，連同其附屬公司稱為「集團」，股份代號：0780）公佈截至2021年3月31日止三個月（「回顧期」）之未經審核綜合業績。

新型冠狀病毒於二零二零年末出現復發個案，為二零二一年一月及二月的旅遊業帶來負面影響。為預防病毒進一步擴散，政府倡導「就地過年」，中國各地跨省旅遊有所停滯。所有市場參與者均在充滿挑戰的環境下經營。即使市況低迷，公司的業務仍持續按季度改善，高於行業平均水平。公司通過持續運營多元化的流量渠道，拓展低線城市覆蓋率等戰略方針指引，回顧期內欣然錄得若干關鍵指標呈持續強勁的復蘇趨勢。

#### 業績回顧：

作為適應力極強的行業領導者，公司靈活應對市場變化，準確把握復甦商機。憑藉公司穩固的市場地位、多元化的流量來源、產品的創新能力及靈活的運營策略，公司的表現持續優於同業。憑藉公司的靈活運營策略和輕資產的運營模式，公司期內經調整利潤為人民幣 296.3 百萬元，同比增長 279.5%。公司二零二一年第一季度的經調整淨利潤率為 18.4%。

二零二一年第一季度，經調整 EBITDA 由二零二零年同期的人民幣 158.9 百萬元同比增加 162.7% 至人民幣 417.4 百萬元。經調整 EBITDA 利潤率由二零二零年同期的 15.8% 增加至 25.9%。同程藝龍收入由二零二零年同期的人民幣 1,005.1 百萬元同比增加 60.6% 至人民幣 1,613.8 百萬元。

截至二零二一年三月三十一日止三個月，平均月活躍用戶同比增長 57.8% 至 234.2 百萬人。截至二零二一年三月三十一日止三個月，平均月付費用戶同比大幅增長 84.5% 至 27.3 百萬人。付費比率於二零二一年第一季度恢復至 11.7%。付費用戶於截至二零二一年三月三十一日止十二個月期間進一步增至 169.3 百萬人。

二零二一年第一季度，公司的業務取得穩定增長。與二零一九年第一季度相比，國內間夜銷售增長 45.0%，低線城市增長超過 70.0%，國內機票銷量增長約 20.0%，汽車票銷量增長近 150.0%。總交易額同比增加 83.0% 至人民幣 333 億元。

### 業務回顧：

於回顧期內，公司進一步提升了流量渠道的多樣性以及效率。公司不但保持從微信小程序獲取穩定高效的流量，亦持續加深與騰訊在其生態圈內的合作。於二零二一年第一季度，約 83.0% 平均月活躍用戶來自騰訊旗下平台。公司通過在騰訊地圖提供產品及服務，加深與騰訊的合作，用戶可於該应用程序直接預訂公司的住宿產品，火車票及機票服務。此外，為探索 QQ 生態圈的潛力，公司加大在 QQ 平台上的運營力度，按照年輕用戶群的消費模式優化介面排版及用戶體驗。公司亦致力發掘騰訊生態圈內的流量，將用戶從各個騰訊旗下平台（如 QQ 瀏覽器、QQ 音樂及騰訊視頻）引導至公司的小程序。

此外，為獲取更多元化的流量來源，公司致力於擴張及滲透至其他線上流量平台，如公司的应用程序、輕应用程序、基於定位的 application 及短視頻平台。憑藉公司的產品創新及創意營銷能力，以及對用戶的透澈了解，公司於二零二一年三月底推出了「機票盲盒」活動，此項新穎的營銷活動吸引了大量參與者，登上各熱搜榜並在社交媒體上獲得正面評價，提升了公司 4 月的月活躍用戶增長。該活動大幅提升了公司的品牌知名度與用戶參與度。此外，公司通過舉辦線上營銷活動，進一步加強與主要手機廠商的合作，在移動電話及其他移動設備的輕应用程序上，推出一系列活動，為用戶提供全方位的旅遊產品及服務。公司輕应用程序的月活躍用戶於二零二一年第一季度同比出現指數級增長。

為提高用戶對旅遊的興趣和累積潛在需求，公司與短視頻平台合作推廣酒店及旅遊景點產品。此外，公司與中國一個領先電子商務平台展開合作，通過在平台上提供公司的旅遊相關產品及服務，探索新的流量來源並進一步滲透至低線城市的市場。除線上流量來源外，公司亦持續投資於不同場景的線下獲客渠道。公司設立售票機，助力汽車運營商及旅遊景點的數字化及自動化進程。公司亦與酒店合作，設

立二維碼掃描功能將流量由線下導流至公司的微信小程序。同時，公司與更多戰略夥伴合作，獲取更多線下用戶。所有上述的線下獲客措施成效顯著，為公司貢獻了大量月付費用戶。

於回顧期內，公司進一步鞏固於中國在線旅遊平台市場的領導地位，尤其是在人口較多的低線城市。憑藉公司在低線城市的穩固地位和對市場變化的超卓適應力，公司業務表現毫無疑問已超越行業平均水平，公司主要業務板塊因加大對線下管道的滲透，市場份額有所提升，尤其在低線城市。截至二零二一年三月三十一日，居住於中國非一線城市的註冊用戶佔註冊用戶總數約 86.4%。截至二零二一年三月三十一日止三個月，來自中國三線或以下城市的微信平台新付費用戶由二零二零年同期的 56.2% 上升至 59.7%。

公司積極於熱門電視節目及網上劇集中投放廣告，在目標用戶之中提升品牌知名度及認可度。公司自去年末起贊助一檔熱門辯論綜藝節目，成功提升年輕用戶群的品牌認可度。此外，為了有效吸納目標用戶公司持續增加不同出行場景（如火車站、高鐵車廂、機場及飛機艙）的線下廣告投放。另一方面，公司提供更多會員福利並滲透至更多客戶群，提高用戶忠誠度。公司的會員計劃在二零二一年第一季進展良好，截至二零二一年三月底，黑鯨會員累積人數超過 7 百萬人。

公司鞏固與多家旅遊服務供應商長期的互惠關係，為用戶提供一站式出行產品及服務，從而滿足用戶的旅遊需求。截至二零二一年三月三十一日，公司的線上平台提供由 900 家航空公司及代理運營的逾 8,300 條國內航線、約 2.2 百萬家酒店及非標住宿選擇、逾 390,000 條汽車線路、約 680 條渡輪線路，以及約 8,000 個國內旅遊景點門票服務。為了提升公司在交通、酒店及景點等業務線之間的交叉銷售能力，公司基於對平台上用戶行為及預訂資料的詳盡分析，完善場景覆蓋範圍以及針對用戶進行精準促銷活動並提供推薦建議。

公司進一步整合供應鏈資源以優化「慧行系統」，並為用戶提供更高的價值。公司已開發全面的 SaaS 解決方案，以協助單體及小型連鎖酒店更有效地管理日常運營，以及進行存貨、收入及營銷管理。公司也通過科技創新加強行業數字化和自動化。此外，公司持續提高對供應商的價值貢獻。公司與西安機場已展開戰略合作，借助公司的先進技術助其轉型為智能機場。公司不僅協助該機場開發微信小程序，更運用公司的算法能力為機場提供創新產品。

**業務前景及策略：**

自放寬出行限制以來，旅遊業市場於二零二一年三月顯著復蘇。群眾被抑制已久的旅遊需求得到了大量釋放，使得旅遊業市場增長趨勢在清明節及勞動節黃金週假期中得以保持。基於當前全球的疫情狀況，公司認為國外旅遊的需求仍將受壓，而國內旅遊的需求則會進一步加速增長。隨著疫苗接種日漸普及，公司對二零二一年中國旅遊業持有樂觀態度。同時，中國旅遊業的線上滲透率不斷提升，亦會為在線旅遊平台帶來極大商機。公司有信心可憑藉市場地位、流量來源、及運營能力等競爭優勢，繼續在業內領先同行。

邁向未來，公司不僅會借助具成本效益的流量來源進一步滲透旅遊市場，亦會物色更多其他的流量渠道，同時將業務重心集中於低線城市，並於其建立領先的出行品牌。公司亦將進一步加強創新能力以提升產品及服務的質量和種類。公司將進一步提升技術能力，旨在從在線旅遊平台轉型為智能出行管家。此外，公司將繼續物色併購機會，以助力業務在日後可蓬勃發展。

— 完 —

## 附錄

截至二零二零年十二月三十一日止年度的關鍵財務摘要

	截至三月三十一日 止三個月		
	二零二一年	二零二零年	同比變動
	(人民幣千元)		
收入	1,613,763	1,005,116	60.6%
經調整EBITDA	417,409	158,902	162.7%
經調整溢利	296,287	78,075	279.5%
收入增長／(減少) (同比)	60.6%	(43.6) %	
經調整EBITDA利潤率	25.9%	15.8%	
經調整淨利潤率	18.4%	7.8%	

## 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、景點門票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。公司被評選為「最具價值 TMT 公司」、「年度行業大獎」、「年度扶貧卓越貢獻大獎」、「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：

皓天財經集團有限公司

王雪凝小姐 / 劉格小姐

電話：852 3970 2188 / 852 3970 2218

電郵：tongchengelong@wsfg.hk