



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 年中期業績

二季度經調整溢利淨額為196.2百萬元 持續盈利並鞏固行業領導地位

(2020年8月28日 - 香港) - 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2020年6月30日止六個月 (「回顧期」) 之未經審核綜合業績。

二零二零年一月底爆發的新型冠狀病毒對中國經濟, 特別是旅遊業造成重大衝擊, 病毒自三月初起擴散至世界各地, 成為大流行病, 全球經濟均受到重大影響。在中國, 疫情已有效受控且低線城市的出行限制已於二零二零年四月放寬。整體環境已進一步改善, 隨著中國人民生活回歸正常, 旅遊業於二零二零年第二季度已顯著復蘇。

疫情期間, 公司多措並舉, 在做好防疫工作的同時, 保障用戶及支援供應商。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, 採用智能化手段提升效率, 公司第二季度關鍵財務指標降幅較第一季度的有明顯收窄, 整體業績呈上揚趨勢, 平均月活躍用戶及平均月付費用戶環比反彈上漲。

業績回顧

新型冠狀病毒爆發後中國內地加速復工並恢復生產及生活秩序, 與二零二零年第一季度的顯著下降相比, 公司關鍵指標於二零二零年第二季度呈復蘇趨勢。

二零二零年第二季度, 公司收入為人民幣 1,200.1 百萬元, 相比於二零一九第二季度的同比減少 24.6% 該減少較二零二零年第一季度的 43.6% 下降有所收窄。此外, 按季度計算, 二零二零年第二季度的收入增加 19.4%。今年第二季度經調整 EBITDA 為人民幣 267.3 百萬元, 較去年同期下降 39.3%, 較第一季度的 74.2% 下降有所收窄。經調整 EBITDA 利潤率由二零一九年第二季度的 27.7% 下降至 22.3%, 但較上一季度的 15.8% 有所增加。經調整溢利淨額為人民幣 196.2 百萬元, 降幅由今年上一季度的 82.6% 同比減少收窄至第二季度的 43.2%。經調整淨利潤率由二零一九年第二季度的 21.7% 下降至 16.3%, 或較上一季度的 7.8% 有所增加。平均月活躍用戶由二零一九年同期的 181.6 百萬人次同比微降 3.3% 至 175.6 百萬人次, 但相比二零二零年第一季度的 148.4 百萬人次同比增加 18.3%。平均月付費用戶由二零一九年同期的 27.7 百萬人次同比減少 32.9%, 但由二零二零年第一季度的 14.8 百萬人次環比增加 25.7% 至 18.6 百萬人次。

二零二零年上半年，公司收入為人民幣 2,205.2 百萬元，同比減少 34.6%。經調整 EBITDA 為人民幣 426.3 百萬元，同比減少 59.6%。經調整 EBITDA 利潤率由二零一九年同期的 31.3% 下降至 19.3%。期內經調整溢利淨額為人民幣 274.2 百萬元，同比減少 65.5%。經調整淨利潤率由二零一九年同期的 23.5% 下降至 12.4%。

公司借助復蘇趨勢，繼續優化品牌、產品及科技，以抓緊國內需求。作為經驗豐富的旅遊業先驅，公司將亦進一步推廣其他流量渠道，例如自有的應用程序和輕應用程序、不同平台的直播以及線下渠道。憑藉低線城市的優勢、低獲客成本以及進一步提升營運效率，公司的表現得以優於同業平均值。

業務回顧

在疫情的陰霾下，公司聚焦實施多種不同措施，旨在保障用戶及支援供應商。公司在平台加設線上自助取消功能，使用戶可加快退款及作出改動。公司亦推出「安心房」措施以保證為酒店顧客提供安全的環境。為協助供應商，公司建立方舟聯盟，為結盟成員免費提供景點的在線推廣。為抓緊旅遊業復興的商機，公司亦推出「啟程計劃」，發掘創新營銷渠道，例如直播以提升品牌知名度並促進與用戶的互動。公司與地方政府、機場、航空公司及出行目的地合作，在微信小程序及其他短視頻平台進行創新直播均取得用戶積極反饋，並成功推廣多個城市及地區的旅遊目的地及旅遊業。為響應中國政府刺激本地消費的措施，公司憑藉巨大流量以及先進科技，與地方政府及供應商合作在公司的平台上發放消費券。公司在此艱難期間的努力廣受用戶認可，未來將繼續有助提升用戶留存率及變現率。

於回顧期間，公司透過促進及進一步滲透其他線上流量來源（例如輕應用程序及不同平台的直播活動），令流量渠道更多元化。公司投放額外資源推廣並優化輕應用程序的運營。公司攜手中國主要手機廠商推出一系列活動以獲取新用戶。為抓緊直播急劇上升帶來的機會，公司與地方政府及旅遊景點合作，推出覆蓋多個城市及出行場景的新版「旅遊+直播」推廣活動。公司亦與直播平台合作夥伴合作開發內容以吸引流量。於二零二零年第二季度，來自其他非微信渠道的月活躍用戶已達致正數增長。除線上流量來源外，公司亦透過線下獲客擴大流量渠道。公司與酒店、汽車運營商及旅遊景點合作吸納線下用戶並取得初步正面成果。

公司進一步鞏固中國在線旅遊平台市場的領導地位（特別是低線城市）。公司擴展中國低線城市的覆蓋率，緊抓該等城市的復蘇及增長機會。截至二零二零年六月三個月，約 85.9% 的註冊用戶居住於中國非一線城市。截至二零二零年六月三十日止三個月，約 63.1% 的微信平台新付費用戶來自中國三線或以下城市，較二零一九年同期的 61.5% 有所增加。中國政府已成功遏止新型冠狀病毒傳播，並已於四月解除低線城市的相關措施及限制，但高線城市的疫情控制仍然不穩定並於二零二零年第二季度面臨若干挑戰。憑藉於中國低線城市的廣泛覆蓋及經驗，公司藉助復蘇商機推出針對低線城市用戶的定制推薦及推廣活動。開發市場的不懈努力使公司在低線城市的業務增長並提升公司的市場地位。於二零二零年第二季度，低線城市售出的間夜同比上升約 15%。

公司與多個旅遊服務供應商維持長遠及緊密關係，為用戶提供一站式出行產品及服務。於回顧期間，公司進一步提升產品及服務以滿足用戶不斷變化的出行需求。鑒於疫情期間的交通票務供應有限，公司的智能出行解決方案「慧行系統」獲得壓倒性的用戶正面反饋。公司亦根據最新情況推出其他增值產品及服務，以回應用戶的需求。就住宿業務而言，公司迎合長尾需求向用戶提供創新的產品及服務。所有配套產品及服務將進一步提升用戶黏性及變現能力。

公司持續開發及應用先進科技以從在線旅遊平台轉型為智能出行管家。公司提升「慧行」的運算能力以進一步提升該系統，從而提升火車票及機票的交叉銷售。公司優化客戶服務程序以提高客戶服務的效率、主動提供為不同客戶特製的資訊及提示。為顧及若干用戶的特別需求，公司實施實時通訊科技並成為首個採用視頻客戶服務的在線旅遊平台。作為領先的在線旅遊平台，公司一直致力為提升中國線上旅遊滲透率作出貢獻。公司與汽車運營商合作，在車站設立自動售票機，將交易由線下轉型為線上，從而推廣汽車票務業數字化。公司亦與旅遊景點合作，協助提升業界的數字化及線上滲透率，特別是在疫情期間實施的人流管制措施，例如預訂制及每日訪客人數限制的規定。此外，公司為機場開發小程序、為航空公司開發收入管理系統以及為酒店提供 PMS 系統，從而提升旅遊服務供應商的價值定位。此舉不但提升整個旅遊業的科技水平，亦將擴闊公司的收入來源。

公司於二零二零年第二季度推出新品牌「同程旅行」(ly.com)、新品牌標識及新口號「再出發，就同程」。公司透過品牌升級加強年輕且時尚的品牌形象，進一步鎖定目標客戶。新品牌反映公司為年輕用戶提供便利、智能及可靠出行服務的雄心，公司的新品牌深受用戶認可。

業務前景及策略

憑藉中國政府實施的有效管制措施以及醫護人員的付出，疫情在中國得以受控。中國近期已展現新型冠狀病毒爆發後的強勁經濟反彈。中國政府亦推出多項鼓勵本地消費的政策。儘管市場在二零二零年下半年仍然持續不明朗，公司將繼續關注市場變化並根據市場變動迅速作出相應的策略調整。憑藉核心競爭優勢（包括穩定且具成本效益的流量渠道、先進科技創新以及靈活兼高效的營運模式），公司有信心可抓緊復蘇的商機，繼續在業內領先同行。

根據現有的資料，預期公司二零二零年第三季度的收入將同比減少約 5.0%至 10.0%，期內經調整溢利淨額將介乎人民幣 300.0 百萬元至人民幣 400.0 百萬元。上述初步預測並未經核數師及審核委員會審核，仍可予變動。

就長遠發展而言，公司相信中國基礎設施的持續發展及投資的增加將為旅遊業帶來無限潛力。旅遊業線上滲透率的不斷提升及服務需求的增加將為同程藝龍提供龐大業務商機。公司將利用多元化及具成本效益的流量來源進一步滲透中國的旅遊市場，特別是低線城市。公司將以科技創新強化產品及服務，致力從在線旅遊平台轉型為智能出行管家。公司還將持續鞏固與供應商的長遠合作關係以建立更具效率的出行生態圈。公司亦將物色併購機會，促進未來發展。

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 brand 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

邢澤小姐

電話：(852) 39702135

電郵：tongchengelong@wsfg.hk