

請即時發佈



Tongcheng Travel Holdings Limited
同程旅行控股有限公司
(股份代號: 0780.HK)

同程旅行 2021 年核心業務恢復優於行業 月活躍用戶及月付費用戶強勁增長

(2022年3月22日 – 香港) 中國在線旅遊行業的創新及領先者同程旅行控股有限公司 (「同程旅行」或「公司」, 及其附屬公司 (統稱「集團」), 股份代號: 0780.HK) 今天公佈其截至2021年12月31日止年度 (「回顧期」或「2021財年」) 之經審核業績。

儘管國內市場仍因若干城市不時出現零星 COVID-19 病例而波動, 同程旅行依然保持韌性, 2021 年的收入及淨利潤均強勁反彈。2021 財年的財務摘要連同去年同期的比較數字如下:

- 收入增加 27.1% 至人民幣 75.4 億元 (2020 年: 人民幣 59.3 億元)
- 經調整 EBITDA 攀升 38.7% 至人民幣 19.0 億元 (2020 年: 人民幣 13.7 億元)
- 經調整淨利潤增加 35.9% 至人民幣 13.0 億元 (2020 年: 人民幣 9.54 億元)

同程旅行的營運指標亦錄得可觀的同比增長:

- 經調整淨利潤率由 16.1% 增加至 17.2%
- 經調整 EBITDA 利潤率由 23.0% 上升至 25.1%
- 平均月活躍用戶數目增加 34.2%, 由 1.91 億上升至 2.57 億
- 平均月付費用戶數目增長 36.1%, 由 2300 萬上升至 3130 萬
- 2021 財年付費用戶數目增加 28.2%, 由 1.6 億上升至 2 億, 創下歷史新高

同程旅行執行董事兼首席執行官馬和平先生表示: 「我們欣然宣佈, 去年在整體旅遊業挑戰重重的市場情況下, 同程旅行仍然取得增長。我們 2021 年的業務焦點在於深入市場, 通過我們穩定且多元化的流量管道、下沉市場的競爭優勢以及全面的產品及服務, 提升市場滲透度。回顧期內月活躍用戶、月付費用戶及年付費用戶數目均錄得顯著增長, 並創下公司歷史新高, 可見我們的業務策略卓有成效。踏入 2022 年, 我們仍然保持謹慎的發展方針, 並會按市場變化迅速調整業務。隨著全國疫苗接種率上升以及政府頒布多項支持措施, 我們預計國內旅遊業將續步復蘇, 同程旅行的業務也將逐步增長。」

同程旅行的收入主要來自住宿預訂服務及交通票務服務，分別佔其 2021 年總收入 32.0% 及 59.1%。2021 年，住宿預訂服務的收入同比增加 23.8% 至人民幣 24.1 億元，而交通票務服務的收入亦增長 28.4% 至人民幣 44.6 億元。得益於會員服務和廣告業務的快速發展，2021 年同程旅行其它業務實現收入 6.7 億，同比增長 30%。

截至 2021 年 12 月 31 日，同程旅行的線上平台提供由超過 730 家航空公司及代理商營運的 9,000 多條國內航線、逾 210 萬家酒店及非標住宿選擇、約 400,000 條汽車路線、710 多條渡輪線路及約 8,000 個國內旅遊景點的門票服務。憑藉其全面的產品供應，同程旅行進一步在不同業務線實施交叉銷售策略，包括交通、住宿及旅遊景點。強勁的分析能力為用戶提供更精準及更優的推薦，優化用戶介面的展示，以及探索不同的交叉銷售場景，發掘更多市場潛力。

拓展流量渠道 線上線下全場景服務以加速獲客

回顧期內，同程旅行進一步拓展及運用其於騰訊生態系統內的流量渠道探索業務潛力。回顧期內公司進一步深化與騰訊的合作，利用騰訊旗下多個知名 IP，聯合推出一系列線上及線下互動營銷活動以吸引尤其是年輕一代的用戶。

為增加線上滲透，同程旅行與手機廠商合作，探索更多基於應用程式的場景，豐富應用程式的內容，及優化介面。公司亦推出創新的手機功能，如元搜索及語音助手功能，以增加用戶使用集團之產品和服務的便利性，大大提升用戶體驗。2021 年，同程旅行獲其中一家最具影響力的手機供應商授予「最受歡迎輕應用」和「最佳合作夥伴」榮譽。

在線下獲客途徑方面，同程旅行與酒店、汽車運營商及旅遊景點合作以促進用戶基數增長，這些舉措有效帶動付費用戶群的增長。

在下沉市場強化優勢，系列營銷活動提高品牌知名度

同程旅行將獲客管道和場景擴展到中國各地更多鄉鎮，繼續滲透下沉市場，並與城鄉汽車運營商建立並加強合作，得以快速及有效地滲透縣城。於 2021 年 12 月 31 日，居住在中國非一線城市註冊用戶約佔集團註冊用戶總數的 86.7%。截至 2021 年 12 月 31 日止年度，微信平台約 61.7% 的新付費用戶來自中國的三線或以下城市。

2021 年，同程旅行推出了名為「機票盲盒」的創新營銷活動，其隨後演變為了一系列相關產品。該活動已在社交媒體平台上傳播開來，並為同程旅行贏得了多個營銷獎項。這互動吸引了大量年輕一代的用戶使用同程旅行之平台，從而提高了流量和用戶參與度。

為進一步提升品牌知名度，同程旅行於回顧期內加大了營銷及品牌投資。除了多個線上線下廣告外，還贊助了若干熱門電視節目及網絡劇集，並委任了一位頗受年輕一代喜愛的新品牌代言人。

促進旅行業數字化發展，致力企業及社會可持續發展

技術創新是同程旅行的核心競爭力之一。公司不斷開發並運用其先進技術，致力從在線旅遊平台（「OTA」）轉型至智能旅行管家（「ITA」）。回顧期內，同程旅行進一步優化了慧行系統，透過整合機票、火車票、汽車票及網約車服務等更多供應鏈資源，為用戶提供更多不同場景的出行選擇。同程旅行亦升級了人工智能驅動的客戶服務以提高運營效率，並搭建了智能客戶體驗平台以回應客戶需求。此外，還為供應商和業務夥伴提供了一系列數字化支援，比如為下沉市場的中小型酒店提供 SaaS 解決方案，以幫助他們提高日常運營效率，旨在促進整個旅行業數字化發展。

同程旅行致力企業及社會的可持續發展。回顧期內公司成立了董事會層面的 ESG 委員會以及公司層面的 ESG 和數據安全委員會。在疫情期間，公司亦推出如免責退款政策等一系列措施，讓用戶可以安心無憂。同程旅行更為務工人員提供免費公共交通服務，幫助他們安全返鄉。運用自身行業與技術專長，同程旅行與延安機場及當地政府合作協助推廣當地農產品，旨在振興農村地區和促進當地經濟的可持續發展。

展望未來

在疫情影響下，旅遊業的線上滲透的步伐也不斷加快，在線旅遊平台前景明朗。更重要的是，中國政府鼓勵並支持旅遊業及其數字化發展，國務院公佈的「十四五」旅遊業發展規劃（二零二一年至二零二五年強調以數字化和智能化場景推動智慧旅遊業，並擴大新技術在旅遊業的應用。

展望未來，馬先生表示：「同程旅行將利用多元化及低成本的流量來源進一步滲透旅遊市場，以擴大我們的用戶群及增加流量。我們會繼續利用先進的技術創新進一步優化我們的產品及服務。此外，我們將加強技術能力，以提升效率並從在線旅遊平台轉型至智能出行管家，並將嚴格依循業務策略並尋找投資機會。我們將經濟增長、環境保護、企業管治及社會責任融入業務策略，為利益相關者及社區創造可持續價值。」

-完-

關於同程旅行控股有限公司 (香港聯交所股份代號: 0780.HK)

同程旅行 (前稱為同程藝龍) 是中國在線旅遊行業的創新者和市場領導者。同程旅行由中國領先的線上旅行平台同程及藝龍於 2018 年合併而成, 是滿足用戶旅遊需求的一站式平台。同程旅行秉持「讓旅行更簡單、更快樂」的使命, 為用戶提供幾乎涵蓋旅遊所有方面的全面創新產品和服務選擇, 包括交通、住宿、景點門票預訂及各種配套增值旅遊產品及服務。主要通過其在線平台 (包括其騰訊旗下平台、自有移動應用程序、輕應用及其他渠道) 來滿足用戶在整個旅途中不斷變化的旅遊需要。

作為科技驅動型公司, 同程旅行借助大數據及人工智能能力, 更好地瞭解用戶偏好和行為, 向用戶提供定制化產品及服務。同程旅行重點佈局中國下沉市場, 利用其多元化的流量渠道、產品的創新能力及靈活的運營策略。透過對用戶體驗及先進技術能力的深入瞭解, 同程旅行正逐步改變消費者對線上旅遊行業的期望, 使得旅遊過程更方便、更具個性化及更愉快。同程旅行致力開發並應用先進科技, 從線上旅遊平台轉型為智慧出行管家。

欲瞭解更多資訊, 請瀏覽集團網站: <https://www.tongchengir.com>

此新聞稿由基石傳訊有限公司代表同程旅行控股有限公司發佈。

媒體垂詢, 請聯絡:

基石傳訊有限公司

劉婉玲

T: +852 2903 9290

E: harriet.lau@cornerstonescom.com

梁德榮

T: +852 2903 9287

E: billy.leung@cornerstonescom.com

蔡卓霖

T: +852 2903 9211

E: kendrick.tsoi@cornerstonescom.com