

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)

同程旅行迅速應對經營環境挑戰
2022 年第一季度用戶量實現穩健增長

(2022 年 5 月 19 日 - 香港) 中國在線旅遊行業的創新者及領導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」) (股票代碼: 0780.HK) 今天公佈截至 2022 年 3 月 31 日止三個月 (「回顧期」或「2022 年第一季度」) 之未經審核業績。

儘管中國內地旅遊業於 2022 年首兩個月保持強勁復甦勢態, 但隨著 2022 年 3 月起疫情突然在內地多個一線城市和地區擴散, 為旅遊業帶來嚴重的負面影響。同程旅行迅速調整運營策略以應對急速轉變的運營環境, 並實施嚴格的成本控制措施以保持韌性, 因此於 2022 年第一季度維持穩健的運營表現, 第一季度的財務摘要與去年同期的比較數字如下:

- 收入增加 6.5% 至人民幣 17.18 億元 (2021 年第一季度: 人民幣 16.14 億元)
- 經調整 EBITDA 上升 4.4% 至人民幣 4.38 億元 (2021 年第一季度: 人民幣 4.20 億元)
- 期內經調整溢利為人民幣 2.45 億元 (2021 年第一季度: 人民幣 2.99 億元)

2022 年第一季度用戶數量持續增長, 主要經營數據如下:

- 平均月活躍用戶數目增長 4.5% 至 2.448 億人 (2021 年第一季度: 2.342 億人)
- 平均月付費用戶數目攀升 16.1% 至 3,170 萬人 (2021 年第一季度: 2,730 萬人)
- 年付費用戶數目增長 21.4%, 達到 2.056 億人的新高 (2021 年第一季度: 1.693 億人)
- 用戶付費率提升至 12.9% (2021 年第一季度: 11.6%)

同程旅行執行董事兼首席執行官馬和平先生表示: 「2022 年第一季度是機遇與挑戰並存的時期, 疫情持續擾亂中國旅遊行業, 面對市場波動, 同程旅行迅速反應, 靈活調整運營, 令集團得以繼續實現月活躍用戶及月付費用戶的穩定增長。我們的住宿業務在第一季度取得強勁增長, 在下沉市場的間夜量同比增長超過 10%, 其絕對量超越新冠疫情前的水平。短期而言, 疫情仍然會繼續為旅遊行業帶來壓力。我們預期未來將會出現新的旅行消費模式, 用戶將從以往以一線城市為主的長途旅行向以周邊地區為主的短途旅行轉移。同程旅行將憑藉多元化的流量來源、領先的市場地位、靈活的運營策略及先進的技術能力, 把握這個轉變帶來的新機遇。」

多維度流量渠道吸納客戶群

回顧期內，同程旅行繼續與騰訊開展多維度的合作，以拓寬流量渠道，提高品牌知名度及將用戶從多個平台引導至其小程序。同程旅行亦獲授權使用騰訊的熱門 IP，藉此推出一系列與電子競技相關的線上及線下活動與年輕一代互動。

為提升用戶體驗，同程旅行強化了應用程序的用戶介面並豐富了其中內容。集團與中國主要的手機廠商合作，通過手機及其他移動設備上的輕應用程序，為用戶提供更全面的產品及服務。此外，同程旅行利用基於定位的應用程序來探索獲客場景，並與短視頻平台合作以提高用戶參與度。

雖然下沉市場的在線滲透率低，但增長速度迅猛，潛力巨大，有見及此，同程旅行繼續探索下沉市場不同場景下的線下獲客渠道。同程旅行繼續與酒店及旅遊景區合作以獲取線下用戶。另一方面，同程旅行與城鄉公交運營商進行戰略合作，繼續鋪設智能票務設備，以進一步將業務覆蓋至全國範圍。

通過線上線下品牌及市場營銷活動提升用戶參與度

同程旅行加大線上線下渠道的品牌推廣投入。為進一步聯繫 Z 世代，集團委任了一名 Z 世代的女演員為新品牌大使。線下方面，同程旅行在三線及以下城市的加大了線下廣告投放力度，以建立更強大的影響力來加強下沉市場的發展策略。此外，集團豐富了「校園卡」項目，以為學生提供更多量身定製的產品和服務。同程旅行亦在大學及職業學校開展營銷推廣活動，以觸達更多年輕一代及增強互動。

科技驅動助力產業數字化

同程旅行以技術創新為核心，致力推廣旅遊行業數字化發展。同程旅行進一步優化了慧行系統，在疫情期間和中國春運期間交通票供應短缺的情況下提供智慧出行解決方案。此外，同程旅行與更多的機場進行合作，以技術創新幫助他們提高運營效率。另外，同程旅行為更多位於下沉市場的中小型酒店提供軟件即服務 (SaaS) 解決方案，幫助其提高運營效率。同程旅行亦通過有效在全國範圍內推廣汽車票務系統及智能票務設備，為汽車票務行業的數字化作出貢獻。

支持小型連鎖酒店應對疫情

作為一家肩負社會責任感的企業，同程旅行致力於為社會帶來正面積極影響，同時積極參與社會公益活動。為將其創新技術用以造福社區，主動利用自有的人工智慧自動呼叫系統在江蘇省蘇州市幫助宣傳新型冠狀病毒的預防政策，這大大提高了信息發佈的效率。為幫助單體及小型連鎖酒店克服疫情帶來的困境，同程旅行推出了一系列免費在線專業課程，內容包括行業知識、酒店運營及營銷方法。此外，同程旅行還與騰訊合作開展了一項慈善活動，幫助先前遭受水災的河南村莊進行災後重建。

短暫影響後行業反彈在望

在疫情的衝擊下，短期內中國內旅遊市場將會持續波動，但一旦疫情形勢穩定，旅遊市場可望迎來復甦。疫情期間旅遊業的線上滲透速度加快，為在線旅遊平台創造了巨大的發展機遇。

馬先生表示：「未來，我們將通過多元化的流量渠道及積極探索其他新流量來源，進一步滲透旅遊市場，以擴大我們的用戶群。我們將利用科技創新及技術能力，提升我們的產品及服務，從在線旅遊平台向智能出行管家轉型。不僅如此，我們亦將尋求符合我們核心策略的投資機會，促進我們業務的未來增長。最後同樣重要的是，我們將會在營運中加強對企業管治、環境保護及社會責任的重視程度，為利益相關者及社區創造可持續發展的價值。」

-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、自有移動應用程式、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>