

同程旅行 2022 年 Q2 财报：营收 13.19 亿，下沉市场支撑公司稳健发展

同程旅行 2022 年二季度营收 13.19 亿，住宿业务收入占比提升至 41.2%

同程旅行 2022 年 Q2 财报：品牌价值逐步彰显，年付费用户 1.97 亿

同程旅行发布 2022 年 Q2 财报：疫后复苏迹象明显，下沉市场出现新增长点

8 月 22 日，同程旅行 (0780.HK) 公布了 2022 年第二季度及上半年业绩报告。二季度，同程旅行实现营收 13.19 亿元，经调 EBITDA 为 2.92 亿元，经调净利润为 1.12 亿元。

2022 年第二季度，中国旅游出行行业正逐步摆脱新一轮疫情的影响，回到复苏的轨道。凭借在疫情中锻造出的高韧性和灵活性，同程旅行快速调整策略，积极抢抓本地消费、短途旅游等市场机遇，取得了优于行业的业绩表现。

在稳健复苏的同时，同程旅行持续发挥平台优势，帮助酒店、机场、景区、车站及目的地等行业伙伴提升数字化能力，为用户、合作伙伴乃至社会创造价值。

同程旅行 CEO 马和平表示，“短期内，疫情所带来的不确定性仍将存在，但长期而言，我们对中国旅游业的前景，对公司的未来充满信心。”

拓展下沉市场和多元化服务场景，住宿收入占比上升彰显韧性

2022 年 3 月以来，国内多个核心城市相继出现的新一轮疫情，让旅游出行行业面临着比 2020 年第一波疫情来袭时更为严峻的挑战。面对疫情波动，同程

旅行展现出了极强的稳定性与韧性。尤其是同程旅行在下沉市场的多年布局，为疫情期间业务的稳健发展提供了重要支撑。

进入 5、6 月份，随着疫情防控形势逐步好转，复工复产有序推进，让整个旅行行业回归复苏的轨道。2022 年二季度，同程旅行平均月活用户为 1.98 亿，平均月付费用户达到 2610 万。

同程旅行主营业务收入结构不断优化。2022 年第二季度，同程旅行实现总营收 13.19 亿元。其中住宿业务收入达到 5.44 亿元，住宿业务收入占比提升至 41.2%。

交通方面，同程旅行不断加大出行场景拓展，持续丰富汽车票、公交乘车等交通产品服务。2022 年第二季度，汽车票业务实现同比高速增长。同程旅行推出的“乘车呗”小程序，为国内用户提供便捷的公交出行服务。

虽然 2022 年上半年的新一轮疫情抑制了部分城市的异地消费需求，但中国旅游市场的本地消费和中短途旅游依然保持了较好的发展势头。在下沉市场，本地旅行消费受影响相对较小，这为同程旅行的用户和业务提供了增长空间。数据显示，截至 2022 年 6 月 30 日，同程旅行的非一线城市注册用户占比达 87.1%，微信平台上的新增付费用户约 61.7%来自中国三线及以下城市。

同程旅行持续探索服务场景多元化，与包括微信在内的各类平台保持广泛有效的合作，为更多有出行需求的用户提供优质的产品和服务。截至 8 月 18 日，同程旅行微信小程序自设立以来去重累计访问用户数突破十亿。

今年暑期，同程旅行与微信状态推出全新旅行社交玩法，用户在景区门口扫描同程旅行小程序码预订当日景区门票后，即可一键发布微信状态。同程旅行还与国内主要手机厂商合作，开发手机和其他移动终端的应用程序，为用户提供全场景的旅行预订和信息服务。

品牌渗透力持续增强，用户付费比率稳步提升

2022 年以来，同程旅行持续发力的品牌战略逐步显现出成效。第二季度，基于同程旅行强大的品牌影响力和渗透力，平台付费用户比例提升至 13.2%。截至 2022 年二季度末，同程旅行的年付费用户达到 1.97 亿，同比增长 8%。

同程旅行在品牌年轻化方面持续发力，以提高品牌知名度及用户参与度。2022 年第二季度，同程旅行联合国内目的地与知名游戏王者荣耀和英雄联盟手游，打造了“同程杯”系列电竞赛事品牌——在为用户带来多元化消费体验的同时，帮助国内目的地提升在年轻用户群体中的知名度和美誉度。

2022 年二季度，同程旅行与横店影视城、酷狗音乐共同打造了水上音乐节，帮助景区实现疫后快速复苏。数据显示，水上音乐节举办期间，横店影视城的景区订单量单日环比最高增长 250%。

面对学生群体，同程旅行进一步丰富了“学生卡”的服务体验，并与江西省文化和旅游厅合作，为大学生提供包括免费参观旅游景点在内的各种旅游福利及专享权益。此外，同程旅行推出的电竞房、考试房、宠物房等更具个性化的住宿产品也赢得了用户青睐。

同程旅行坚持产品创新，用更加优质的产品体验提升用户忠诚度。2022年2月以来，在国内机票燃油费连续上涨的背景下，同程旅行在业内率先推出了机建燃油次卡等相关产品。同程旅行对旗下艺龙旅行APP进行了全面升级，将其打造为简约化、轻商务风格的旅行预订平台。

疫情的反复锻造了同程旅行的韧性，使其能及时把握市场复苏的机会。目前，国内旅游市场已呈现出快速复苏的态势，同程旅行正在布局本地和短途消费市场，并发挥住宿业务的增长潜力，持续为行业伙伴和用户创造新价值。

赋能产业链，推动旅业可持续发展

在自身业务稳健发展的同时，二季度，同程旅行继续依托自身平台及技术优势，帮助民航、住宿、交通等行业伙伴提升数字化水平，让更丰富的线上化旅行服务深入到人们出行的“毛细血管”。

2022年二季度，同程旅行与新疆乌鲁木齐机场展开合作，为其数字化建设提供技术支持，帮助机场提升运营效率。目前，同程旅行已先后与北京大兴国际机场、西安咸阳国际机场、甘肃民航机场集团、江西机场集团、山西航产集团等达成了战略合作。同程旅行还联合众多客运企业，帮助城乡客运线路和公交车实现票务线上化运营和数字化管理。

今年暑期，同程旅行旗下PMS品牌住哲、金天鹅、云掌柜继续为国内单体酒店、区域连锁酒店品牌和民宿提供一站式数智信息化服务，通过营销工具增收，帮助酒店提升客房出租率和平均房价。同程旅行旗下的艺龙酒店科技平台发起“龙投计划”，以助力中小酒店纾困。

在目的地文旅消费复苏方面，同程旅行先后与云南、贵州、浙江、湖南、湖北、四川等地联合开展文旅消费券发放活动。截至7月底，同程旅行平台累计发放消费券规模达2亿元，极大地促进和激活了目的地的文旅消费。同程旅行还推出了文化遗产旅游复兴计划，计划在未来3年内帮助100个国内文化遗产旅游目的地和旅游项目。

为了帮助酒店及景区提高效能，2022年4月以来，同程旅行发起了“新旅人计划”，在疫情期间为中小酒店、景区等从业者提供免费的专业培训课程，帮助旅游从业者更好地应对市场不确定性带来的挑战。2022年暑期，同程旅行还联合国内上百家酒店共同发起“同程小站”公益酒店联盟，将酒店大堂变成当地市民的服务站——让更多酒店融入社区，参与社会服务。

同程旅行 CEO 马和平表示：“我们将坚持长期主义，不断创造企业新价值，为行业的复苏与社会的发展贡献一份力量。”