

同程旅行发布 2023 三季度财报：年付费用户 2.25 亿，创历史新高

同程旅行 2023 年 Q3 财报：核心业务收入创新高，酒店间夜量较 2019 年增长 100%

全场景生态布局带来业绩新高，同程旅行三季度收入 33 亿元

同程旅行发布 2023 三季度财报：收入 33 亿元，经调净利润 6.2 亿元

全场景生态布局激活用户价值，同程旅行年付费用户达 2.25 亿

同程旅行 2023 年 Q3 财报：非一线城市布局显成效，经调净利同比增长 146.5%

11 月 21 日，同程旅行 (0780.HK) 发布 2023 年三季度财报。财报显示，2023 年三季度，同程旅行收入达 33 亿元，同比增长 61.1%；经调 EBITDA（税息折旧及摊销前利润）8.7 亿元，同比增长 88.2%；经调净利润 6.2 亿元，同比增长 146.5%。公司收入、经调净利润及核心业务收入均创下历史新高。

随着非一线城市消费市场出行需求的释放，大众旅游消费迅速升温。面对这一爆发的新兴市场，同程旅行通过打造全服务场景渗透、用户需求全覆盖、产业链深度赋能的三维引擎，为大众旅行消费者提供更好服务的同时，也为公司带来可观的用户规模和价值增长。

借助非一线城市的品牌与服务优势，2023 年三季度，同程旅行的年付费用户和月均付费用户均创下历史新高。年付费用户达到 2.25 亿，同比增长 12.1%；月均付费用户 4420 万，同比增长 20.1%，相较 2019 年同期增长 48.3%。

更大的用户规模为同程旅行带来了更大的想象空间。三季度，同程旅行包括广告、酒店管理、旅游服务、商旅等板块在内的其它收入达到 4.9 亿，其它收入在总收入中的比重已由

2019 年同期的 11.1% 提升至 14.9%。

全服务场景渗透，年付费用户 2.25 亿创历史新高

今年以来，以国民新旅游为主要风向的出行热潮，推动旅游市场走向复苏。在非一线城市占据领先优势的同程旅行，凭借多元化的流量拓展和灵活的市场策略，将优势逐步转化为发展胜势。截至 2023 年 9 月 30 日，同程旅行居住在中国非一线城市的注册用户约占注册用户总数的 87%。2023 年三季度，同程旅行在微信平台上超 71% 的新付费用户来自中国的非一线城市。

基于大众旅行用户更加多元的场景选择，同程旅行加快推进全服务场景渗透。三季度，同程旅行在持续深耕腾讯生态同时，加大了对兴趣电商、厂商生态、工具生态、私域生态以及线下服务等各类场景的拓展。

围绕华为生态，同程旅行将酒店、机票、火车票等服务全面接入华为手机负一屏，并在近期启动了鸿蒙原生版 App 开发，以此为用户提供更加流畅、智能、安全的旅行服务。基于线下服务场景，同程旅行设立了上海虹桥机场服务点、广州白云机场空铁中转服务点、北京大兴机场同程旅行会员服务中心，并持续提升汽车站等线下场景服务能力。

丰富的场景布局，不仅为用户提供更加简单、快捷的服务，也为同程旅行赢得了越来越多的用户信赖。财报数据显示，2023 年三季度，同程旅行实现年付费用户 2.25 亿，同比增长 12.1%。

大众旅游消费更多惠及非一线城市之时，以 Z 世代、新中产、银发族等为代表的新一代旅行者，开始站上“消费主舞台”。他们在旅游场景、触达工具等方面呈现出了不同特点。借助全场景布局，同程旅行可为其提供更全面的旅行服务。

得益于非一线城市旅游市场的增量贡献，同程旅行三季度收入同比增长 61.1%，达到 33 亿元。其中，住宿收入同比增长 37.7%，达到 11.3 亿，国内酒店间夜量较 2019 年同期增长 100%；交通收入同比增长 70.3%，达到 16.8 亿，国内机票票量较 2019 年同期增长超 30%，国际机票票量显著恢复并超过 2019 年水平。

用户需求全覆盖，用户价值不断提升

国民新旅游趋势下，为了更好地服务非一线城市用户，同程旅行将服务从旅游出行的“主动脉”渗透到“毛细血管”。

三季度，同程旅行加强与航司、机场、酒店的合作，继续巩固传统出行领域的市场优势，同时强化了在汽车、用车、公交地铁等场景的服务拓展。其中，同程旅行“城市通”小程序的城市公交服务已覆盖全国 28 个省 100 多个城市。

旅游市场持续复苏，新型旅游消费也在不断涌现。随着更多消费者从商品性消费向服务性消费转变，新旅行需求在近两年激增：休闲度假及出境游需求日渐旺盛，“旅行特种兵”、Citywalk 等旅行方式流行，音乐演出等消费渗透到二三线城市乃至旅游发达的县城。

杭州亚运会期间，同程旅行联合潮新闻、长龙航空发起了“亚运城市慢游计划”，通过 Citywalk 来吸引更多年轻人前往亚运举办城市游玩体验。

三季度，同程旅行快速把握需求变化背后的新机会，其产品体系从刚需出行领域延伸至度假玩乐领域。通过同程旅行平台，用户不仅可以享受机票、酒店、景区门票、休闲度假，以及汽车票、用车、地铁公交等预订服务，还可以满足诸如商务旅行、务工通勤、本地玩乐、微度假、跟团游、观赛演出、电子竞技等多样化需求。

基于日渐旺盛的出境旅游需求，同程旅行已推出国际机票、国际酒店、邮轮游、跟团定制游、签证等全品类产品。目前，同程旅行已上线前往各出境游国家的相关跟团及“机+酒”产品，还支持在线申请签证、证照加急、面试培训、公证认证代办，以及出境保险办理、入境接关安排等多维度出境场景。同程旅行平台上，国际接送机服务已覆盖了 36 个国家，用户可在全球 70 多个城市近百个机场享受这一服务。

同程旅行先后借助机票盲盒、住酒店“晚晚不过百”等创新营销，为用户持续提供价格与品质兼具的产品服务。与此同时，同程旅行以激活目的地市场动能为主要抓手，通过探索“旅行+”模式，不断提升目的地对年轻群体的吸引力。通过打造“旅行+电竞”、“旅行+音乐”、“旅行+市集”、“旅行+非遗”等，同程旅行帮助彭家寨、葛仙村、海口、桂林等目的地和景区持续渗透年轻用户圈层，为目的地文旅消费提供新动能。

对用户圈层的深刻洞察和需求覆盖，不仅为同程旅行打开了用户规模增长的通道，也助其持续提升用户价值。三季度，同程旅行日均付费用户 4420 万，同比增长 20.1%，相较 2019 年同期增长 48.3%。同程旅行的用户粘性也有了显著提升，黑鲸付费会员数量大幅增长。

赋能产业链激活新增长动能，同程旅行其它收入占比提升至 15%

为了给用户提供更优质的产品与服务，同程旅行在产业链端以“数实融合”助力上下游伙伴，持续“充实”全场景生态布局。国民新旅游持续繁荣的同时，也为旅游产业变革提供了新机遇。

在住宿领域，截至三季度末，同程旅行旗下旅智科技的“旅智云”、“住哲”、“金天鹅”、“云掌柜”等品牌，已覆盖中高端及连锁酒店、中小型单体酒店、民宿及集群产业全

住宿业数智化应用场景。其中，“旅智云”服务连锁酒店服务门店数超 5000 家。

艺龙酒店科技则以轻资产模式，通过品牌、技术、营销等八大板块深度赋能住宿行业，平台会员体系艺龙会可为酒店提供更好的会员贡献率、复购率，覆盖酒店运营各周期。目前，艺龙酒店科技平台已入驻美豪、珀林、艺程、安程、良程、爱电竞、美程、吉程、日本艺丽等多家酒管品牌。截至 2023 年 9 月，平台上已开业酒店超 1200 家，签约酒店近 2000 家。

在交通出行领域，同程旅行与河南机场集团、大兴机场、白云机场等开展深度合作，在联运产品创新、“首乘”服务优化、机场信息化等方面助力机场智慧化转型；基于各目的地智慧化建设的需要，同程旅行的全域通产品已覆盖 55 个不同的目的地和景区，其中与福建文旅的深度合作，为全域通开启了省级平台的建设和深度运营。

这些举措，在持续助力行业效率和效能提升的同时，也为同程旅行的可持续增长提供了新的支撑点。财报数据显示，2023 年三季度，同程旅行实现包括广告、酒店管理、旅游服务、商旅等其它收入 4.9 亿元，同比增长 102.8%，较疫情前增长 115%。其它收入在总收入中占比由 2019 年同期的 11.1%提升到 14.9%。

同程旅行 CEO 马和平表示，国民新旅游的趋势下，旅游行业迎来全新的发展机遇，无论是国内非一线城市还是海外国际市场都将步入可持续增长轨道。同程旅行将积极拥抱全场景生态，不断提升产品和服务的竞争力，为更多用户提供更好的旅游出行体验。