

**同程旅行发布 2023 年 Q2 财报：经调净利润 5.9 亿元，创历史新高**

**同程旅行发布 2023 年 Q2 财报：用户规模持续扩大，主营业务收入创历史新高**

**同程旅行 Q2 财报：深入布局全场景旅游服务，月均付费用户较疫情前增长 52.3%**

**同程旅行发布二季度财报：“非一线城市”优势尽显，主营业务创历史新高**

**同程旅行 Q2 财报：收入同比增长 117.4%，市场优势带来持续动能**

8 月 22 日，同程旅行发布 2023 年第二季度及上半年业绩报告。财报显示，2023 年二季度，同程旅行收入达 28.7 亿元，同比增长 117.4%。经调 EBITDA（税息折旧及摊销前利润）8.1 亿元，同比增长 175.8%。经调净利润 5.9 亿元，同比增长 428.9%。

随着大众旅游成为国民休闲消费复苏的主动力，同程旅行所搭建的多元化服务场景体系优势不断显现。借助在非一线市场上的品牌与服务优势，2023 年二季度，同程旅行平均月活跃用户达 2.8 亿，较 2019 年同期增长 53.5%；平均月付费用户 4220 万，较 2019 年同期增长 52.3%。

不断提升的市场地位、多元的流量来源、出色的创新能力及灵活的运营策略，让同程旅行收获超越行业平均水平的优异业绩——公司收入、经调净利润、平均月付费用户等核心业绩指标，均创造历史新高。同程旅行经调整净利润率也由 2022 年同期的 8.5% 增加至 20.7%。

## 付费用户创新高，主营业务全面增长

同程旅行主营业务的持续增长，来自于用户旅游出行需求的爆发，更来自公司服务场景的全覆盖。2019 年以来，同程旅行通过“技术下沉”，打通消费者旅行的“毛细血管”；通过“产品升级”，解决大众旅游市场的新痛点；通过微信、短视频、手机厂商、地图应用及线下服务等生态的搭建，构建了多元化的服务场景。

这些布局让同程旅行得以在国民消费复苏阶段，抢占大众旅游出行市场的主导地位。二季度，同程旅行平均月付费用户 4220 万，同比增长 61.7%，较 2019 年同期增长 52.3%，连续两个季度创历史新高。同程旅行的用户价值也因高效运营策略而显著提升：二季度公司收入达 28.7 亿元，同比增长 117.4%；经调净利润 5.9 亿元，同比增长 428.9%。

用户规模的扩大和用户价值的提升，成为公司主营业务高速增长的基石——同程旅行住宿、交通两大业务板块实现连续两个季度的快速增长。

在住宿方面，2023 年二季度同程旅行住宿业收入 10.6 亿元，同比增长 94.2%，较 2019 年同期增长 90.7%，其中国内酒店间夜量较 2019 年同期增长超 130%。通过线下支付、微信、兴趣电商、出行工具等服务场景，同程旅行持续为用户提供高品质的住宿服务。此外，通过旅智云、住哲、金天鹅、云掌柜等酒店 PMS 品牌矩阵，同程旅行向更多中高端及连锁酒店、中小型单体酒店、民宿及集群产业提供 SaaS 解决方案，帮助产业链优化运营效率。

在交通方面，2023 年二季度同程旅行交通收入 14.9 亿元，同比增长 141.2%，较 2019 年同期增长 59.5%，其中国内机票票量较 2019 年同期增长 40%。在旅游出行的“主动脉”，同程旅行与成都双流国际机场、宜昌三峡机场等多家机场深度合作，帮助机场打造数字化平台、

综合会员计划及联运解决方案。在旅游出行的“毛细血管”，同程旅行与洛阳市轨道交通集团、南昌地铁等达成战略合作，提升城市公共交通出行的服务水平。

同程旅行还持续优化酒店、机票、火车票、汽车票等预订服务在微信搜一搜上的用户体验，并与微信支付香港携手合作触达当地用户。同时，同程旅行深入布局鸿蒙生态并成为华为服务官格旅游行业入口的合作伙伴。

## “新一代旅行者”带来持续动能

过去三年，随着中国旅行者预订线上化率大幅提升，消费需求发生了结构性变革。以非一线城市年轻用户为代表的“新一代旅行者”正逐步显现其主导地位。深耕微信生态的同程旅行，在这一增量市场优势尽显。

截至 2023 年 6 月 30 日，同程旅行居住在非一线城市的注册用户占比约 87%。二季度，同程旅行微信平台新增付费用户中约 70%来自非一线城市。在疫情后的消费复苏中，这一群体成为旅游消费复苏的主力军。

大众旅游消费需求的变化，也催生新场景与新服务的迭代升级，传统旅游的“人、场、货”正在重塑。同程旅行聚焦大众旅游市场中的全新用户群体，针对旅游出行消费复苏中的新场景、新需求，以“旅行+”模式，为电竞、非遗、音乐等人群提供了全新的旅游服务。

通过“旅行+音乐”的创新，同程旅行联合腾讯音乐、葛仙村度假区推出了 TMEA 音乐盛典和同程葛仙村音乐节；通过“旅行+市集”的创新，同程旅行与桂林打造了飞儿萌造梦市集；通过“旅行+电竞”的创新，同程旅行联合英雄联盟、王者荣耀等打造“同程杯”电竞赛事……

同程旅行还与江苏省文化和旅游厅等部门合作推出水韵江苏数字旅游联名卡。这些业务创新满足了用户的新需求，更提高了同程旅行的用户粘性，付费会员“黑鲸会员”累计用户数量持续大幅增长。

财报显示，“新一代旅行者”正在为同程旅行带来发展的“新动能”。同程旅行二季度总交易额达 597 亿，较 2019 年同期增长 44.6%。同程旅行年付费用户达到 2.2 亿，创下历史新高；月付费比率上升至 15.1%，创三年来新高。

## 度假、酒管板块成为全新增长点

在用户服务上的横向延伸，及产业链上的纵向深耕，为同程旅行构建了“一横一纵”的全新增长点。

2023 年二季度，同程旅行其他业务收入达到 3.2 亿元，同比增长 103.3%，在总收入中占比由 2019 年同期的 6.3% 提升至 11%。其中，度假和酒管板块成为本季度新的增长点。

对休闲度假市场的布局，是同程旅行在用户服务上的横向延伸。2022 年 8 月，同程旅行微信小程序的累计去重访问用户数突破 10 亿。以 Z 世代、新中产、银发族等为代表的新一代旅行者，推动“国民新旅游”时代加速到来——在休闲度假市场中，私家团、定制团等个性化需求的占比在快速提升。

继整合同程国旅后，2023 年二季度，同程旅行宣布正式启动线下门店加盟计划。该计划旨在打通“线上+线下”旅游度假服务链路，更好地满足旅行者不断升级的服务需求。首批线下加盟门店陆续在上海、江苏、浙江等省市落地。

目前，同程旅行已先后推出内蒙包机、西沙包船等众多明星产品，广受用户好评。度假业务已覆盖跟团游、自由行、酒景套餐、定制游、主题游、出境游、签证、用车等旅游度假的全品类产品。

对住宿产业链纵向深耕，则加强了同程旅行的战略纵深。艺龙酒店科技平台目前已入驻美豪、珀林、艺程、安程、美程、良程、爱电竞等多家酒管公司，以及同驿科技、旅智科技、艺龙智慧布草等住宿赋能中台。

通过链接产业上下游，同程旅行从技术、营销、管理、资金等多维度为住宿产业链提供赋能，加速产业链数智化升级。目前，艺龙酒店科技已签约酒店数量近 2000 家、会员数量超过 1500 万。对于住宿产业链的深度布局，正在成为同程旅行在住宿产业上新的护城河。

同程旅行 CEO 马和平表示，未来，行业景气度还将持续向上，旅游市场将迈入常态化增长轨道。同程旅行将牢牢抓住国民新旅游的发展机遇，与行业伙伴一起，为国民提供更简单、快捷、智能的全新旅行服务。