

同程旅行发布 2024 年一季度财报：年累计服务人次 18.27 亿，同比增长 57.4%

同程旅行 2024 年第一季度财报：消费频次大幅提升，年服务人次突破 18 亿

同程旅行 2024 年第一季度实现收入 38.66 亿元，同比增长 49.5%

同程旅行发布 2024 年一季报：年付费用户 2.29 亿，同比增长 14.3%

同程旅行发布 2024 年一季报：国际业务增长亮眼，国际机票票量同比增长超 260%

5 月 21 日，同程旅行 (0780.HK) 发布 2024 年第一季度业绩报告。财报显示，2024 年第一季度，公司实现收入 38.66 亿元，同比增长 49.5%；经调整净利润 5.58 亿元，同比增长 10.9%。截至 2024 年第一季度末，同程旅行年服务人次达 18.27 亿，同比增长 57.4%；年付费用户达 2.29 亿，同比增长 14.3%。用户规模和用户价值均实现大幅提升。

随着旅游逐渐成为人们的生活方式，同程旅行在休闲旅游及出境游市场迎来新的增长机遇。财报数据显示，2024 年第一季度，同程旅行的国际机票票量同比增长超过 260%，国际酒店间夜量同比增长超 150%。

2024 年第一季度，同程旅行在强化核心 OTA 业务的同时，持续拓展酒店管理、旅游度假等业务领域。日趋多元的业务布局，为同程旅行打开了新的可持续增长通道。其中，受益于广告和酒店管理等业务的规模化增长，同程旅行的其他收入板块（含广告、会员、酒店管理业务等）同比增长 36%至 5.02 亿元。

消费频次大幅提升，年服务人次突破 18 亿

2023 年以来，大众旅游市场持续繁荣，并发生诸多结构性变化。一方面，旅游变得更为“日

常”和“大众”，消费者的出游频次不断增加。非一线城市居民成为休闲度假旅游的常客。另一方面，旅游需求日趋多元，更具个性化的消费习惯正在深刻影响旅游市场。这些变化都为中国旅游市场带来了新的结构性增量。

凭借对大众旅游市场的敏锐洞察和率先布局，同程旅行享受到了行业增长所带来的红利。财报数据显示，截至 2024 年一季度末，同程旅行的年付费用户同比增长 14.3% 至 2.29 亿，居住在中国非一线城市的注册用户占注册用户总数约 87%。

广泛的用户群体意味着需求的多样性。面对市场新需求的不断涌现，同程旅行持续丰富服务场景和产品种类，以满足最大消费群体的多层次需求。目前，除了与腾讯的战略合作持续深化，同程旅行已将服务能力拓展至兴趣电商、线下服务、私域生态、厂商生态、工具生态等多个消费场景。同时，同程旅行的产品体系已从酒店、机票等出行服务，逐步扩展至门票、电影票、电竞赛事等体验型消费产品。

这些布局，在满足用户旅行需求的同时，也显著提高了用户与同程旅行的互动频次。财报数据显示，截至 2024 年第一季度末，同程旅行的年服务人次同比增长 57.4%，达到 18.27 亿，用户消费频次呈现出健康的增长趋势。

用户规模和消费频次的增长，既彰显了用户对同程旅行的认可和信赖，也为其业绩增长奠定了坚实基础。2024 年第一季度，同程旅行交易额同比增长 15.2%，达到 659 亿元；收入同比增长 49.5%，达到 38.66 亿元。具体来看，交通业务收入 17.37 亿元，同比增长 25.6%；住宿业务收入达到 9.65 亿元，同比增长 15.6%。

休闲度假需求风起，助推国际业务高增长

2024 年以来，大众旅游市场迎来“供需两旺”的局面。根据文化和旅游部发布的数据，2024

年第一季度，国内出游人次达到 14.19 亿，同比增长 16.7%；国内游客出游总花费为 1.52 万亿元，同比增长 17.0%。

进入二季度，大众旅游市场的火爆态势得到了延续，除了传统的刚需出行，人们更加重视休闲度假和旅行体验。同程旅行数据显示，清明节后一周，“五一”相关旅游热度环比上涨超 7 倍。中长线休闲旅游和出境游市场火热，游客出游距离和出游天数均有显著增加。

面对日益增长的休闲度假需求，同程旅行采取了更为积极的策略：公司持续推进线下旅行社门店加盟计划，为本地居民预订度假产品提供了新途径；同时，为把握国际市场机会，同程旅行快速拓展国际机票、国际酒店和出境游等业务。

第一季度，同程旅行与哈萨克斯坦旅游和体育部下属单位达成战略合作，为前往哈萨克斯坦的游客提供更多“同程方案”。同程旅行通过在洛杉矶开设首个海外实体店，不断强化海外市场的服务能力。此外，同程旅行还通过推出“疯狂星期三”出境机票专属福利及国际机票专场直播等营销活动，为出境游用户提供高品质服务。

这些举措为同程旅行的业务增长提供了新动能。财报数据显示，今年一季度，同程旅行的机票业务达到了历史新高，其中国际机票票量同比增长超过 260%；国际酒店业务的增速也同样显著，其间夜量同比增长超 150%。

持续深耕产业链，同程旅行打造综合旅行平台

当前，旅游业已经从强复苏进入到增长新常态。一方面，大众旅游市场持续涌现的新需求，为行业提供了坚实的支撑；另一方面，在供应端，基础设施的完善及产业链升级推动了行业良性发展，为旅游经济的稳健增长提供了保障。

以新技术赋能产业链，是同程旅行推动旅游业高质量发展的重要着力点。过去几年，同程旅行已帮助多个机场推进数字化转型及中转产品开发。与此同时，同程旅行通过与旅游景点的合作，以增强其数字化能力。在住宿行业，同程旅行通过全面的 PMS 品牌组合赋能住宿业客户，帮助他们提升运营效率。

同程旅行在持续深耕产业链的同时，也将自身的平台边界逐步扩大。目前，除了机票、酒店等核心 OTA 业务，同程旅行还涉足了酒店管理服务、线下旅行社等领域。通过聚焦产业链布局，特别是对酒店管理和旅游度假业务的持续深耕，同程旅行正逐步转型成为一家综合性旅行服务平台。

数据显示，截至 2024 年 4 月 30 日，同程旅行旗下的艺龙酒店科技平台上开业酒店近 1800 家，签约酒店超 2600 家。同程旅行快速整合旅游度假产业链，截至 2024 年 3 月底，旗下的同程旅业在全国有约 500 家旅行社门店。

随着多元化业务的规模性增长，同程旅行正逐步构建起推动未来发展的新动力源泉。财报显示，2024 年第一季度，同程旅行包括广告、会员、酒店管理等在内的其他收入同比增长 36%，达到 5.02 亿元；包含线下旅行社业务、旅游景区运营等在内的旅游业务收入为 6.63 亿元，显示出强劲的增长潜力。

同程旅行 CEO 马和平表示，旅游业正从复苏快速转向可持续增长阶段，这将为行业创造更多发展新机遇。同程旅行将加快多元化业务布局，在服务好国内大众旅游市场的同时，积极把握国际市场机会，以谋求更大的发展。