

同程旅行发布 2024 年财报：年累计服务人次 19.3 亿，收入 173.4 亿元

大众旅游释放蓬勃潜力，同程旅行 2024 年营收同比增长 45.8%

同程旅行 2024 年财报：国民旅游消费力提升，带动住宿收入同比增长 19.7%

3 月 20 日，同程旅行（00780.HK）发布 2024 年第四季度及全年业绩报告。财报显示，同程旅行 2024 年实现营收 173.4 亿元，同比增长 45.8%。公司全年经调整 EBITDA 达 40.5 亿元，同比增长 29.7%；经调整净利润 27.9 亿元。

同程旅行保持业绩增长态势背后，是大众旅游消费活力的持续释放。随着旅行成为更多普通人的生活方式，2024 年，同程旅行年付费用户达到 2.4 亿，服务人次达到 19.3 亿，同比增长 9.3%。

进入大众旅游时代，消费者在注重品质出游的同时更加追求性价比。同程旅行通过旅游“动态打包”和大小交通组合，在降低用户出行成本的同时，也将服务从飞机、高铁等交通“主动脉”渗透至公交、地铁等日常交通网络。数据显示，受益于出行产品融合效益，2024 年，同程旅行交通业务收入同比增长 19.9%，达到 72.3 亿元。

国民旅游消费力的提升，为大众旅游市场带来更大的想象空间。随着用户消费能力的提升，2024 年，同程旅行住宿业务收入 46.7 亿元，同比增长 19.7%。受旅游消费多元化趋势的带动，同程旅行包括线上度假业务在内的其他收入同比增长 35.5%，达到 23 亿元。而随着更多非一线城市居民开启跨境出行，同程旅行的国际机票票量同比增长超过 130%，国际酒店间夜量同比增长超过 110%。

更具性价比的出行服务，推动服务人次创新高

2024 年以来，大众旅游市场正加速释放活力。文化和旅游部的数据显示，2024 年，国内出游人次已达 56.15 亿，普罗大众成为旅游消费的主力。2024 年，同程旅行年付费用户达到 2.4 亿。

当更多非一线城市用户成为旅游消费的主力军，出行产品的性价比显得愈发重要。同程旅行此前就已整合成立了出行事业群，进入 2024 年，随着各个交通产品线的充分融合，不仅带来了组织效能的提升，更带来了服务产品的全面升级。

同程旅行不断融合机票、火车票、小交通等业务，为用户提供更实惠的联程出行方案，也重塑了用户预订的产品服务形态。通过空空中转、空铁联程的出行解决方案，同程旅行帮助用户直达目的地的同时，也为用户提供了更具性价比的选择。与此同时，同程旅行持续优化相关联程产品的服务体验。其中，同程旅行与成都双流机场联合推出的“空铁通”产品，让中转时间从 4 小时压缩至 90 分钟。2024 年国庆黄金周期间，同程旅行的火车票-机票交叉航段量同比增长 18%。受益于此，同程旅行机票业务的市场规模持续扩大，2024 年票务增速超过行业水平。

空空、空铁及地面交通的联程预订，也构建起了一个由支线机场、火车站组成的更密集的出行网络。这一网络大幅降低了用户的出行成本，不仅让在线出行服务触达更多非一线城市用户，也让中国大量支线机场、火车站的资源得以高效利用。

同程旅行还通过与国内多个机场和高铁站合作，为旅客提供航班信息查询、旅游线路咨询及机票退改等服务。截至 2024 年底，同程旅行已设立 17 个会员服务中心，累计服务人次

超过 30 万。

针对非一线城市用户，同程旅行构建更密集的交通出行网络的同时，也将服务深入到用户出行的“毛细血管”。公司旗下的“城市通”服务目前已覆盖北京、上海等全国 100 多个城市，为用户提供地铁、公交等出行服务。2024 年，同程旅行推出了预订机票前 10 公里免费接送机和预订火车票前 5 公里免费接送站服务，助力用户旅游出行。

随着高性价比的服务惠及更多用户，同程旅行的用户规模持续增长，其业绩得以持续攀升。财报数据显示，2024 年，同程旅行年累计服务人次达 19.3 亿，同比增长 9.3%，再次创新历史新高。2024 年，同程旅行交通业务收入同比增长 19.9%，达到 72.3 亿元。

普惠可及的出行服务，也让同程旅行的用户粘性得到显著提升。2024 年，同程旅行 APP 的 DAU（日活跃用户数）同比实现翻倍增长，付费会员黑鲸会员累计数量同比增长 86%。

大众旅游市场潜力释放，推动酒旅业务高增长

更大规模的用户群背后，是庞大用户价值的持续释放。文化和旅游部的数据显示，2024 年，国内城镇居民出游花费和农村居民出游花费分别增长 18%和 12.2%。大众旅游消费能力的提升，为旅游业向上发展提供重要支撑的同时，也让同程旅行从中获益。

截至 2024 年四季度末，同程旅行平台的每用户平均收入（ARPU）同比增长 44%，人均消费频次则由 2019 年的 5.5 次提升至 2024 年的 8.1 次。消费水平及消费规模的显著增长，带来了同程旅行住宿收入的高速增长。财报数据显示，2024 年同程旅行住宿收入同比增长 19.7%，达到 47 亿元。

同程旅行所服务的广大旅行者，也表现出更加多元化的消费趋势。随着全民旅游需求从“刚需”向“休闲度假”延伸，同程旅行包括线上度假业务在内的其他收入同比增长 35.5%，达到 23 亿元。

同程旅行持续拓展度假品类，增加个性化民宿房源，以满足更多住宿细分需求。此外，同程旅行将度假门店融入社区，通过宠物寄养等创新服务，增加了服务“新一代旅行者”的触角。截至 2024 年 12 月底，全国范围内开业的旅行社门店已超 1000 家。

2024 年以来，大众旅游人群的出行边界也在逐步扩大。适应这一趋势，同程旅行不断将自身服务能力延伸至海外。以同程旅行旗下住宿产业生态平台艺龙酒店科技为例，截至 2025 年 1 月底，包括艺龙酒店、爱电竞酒店、莫林酒店、云之尚酒店以及 ELE HOTEL 等入驻品牌已拓展到日本、马来西亚、印度尼西亚、柬埔寨、阿拉伯联合酋长国、泰国等国家。

随着非一线城市居民逐渐成为出境游消费的主力军，为同程旅行开辟了新的业绩增长点。财报数据显示，2024 年，同程旅行的出境旅游相关业务保持高速增长。其中，国际机票票量同比增长超过 130%，国际酒店间夜量同比增长超过 110%。

当大众旅游市场呈现出新的消费习惯和产品偏好，AI 技术正在对旅游产业施加深刻影响。同程旅行通过对新兴技术的投入与应用，有效提升了公司运营效率，并不断完善人工智能布局。同程旅行发布的首款旅游专属生成式 AI “程心”，已接入 DeepSeek，可以帮助用户更好地创建个性化的旅游行程。目前，同程旅行已实施由 AI 驱动的客服系统，并借助 AI 为 20 多个城市提供智慧文旅服务。同程旅行的 AI 产品正在不断演进，并推出更多服务于用户、政府、产业链的全新产品应用。

同程旅行 CEO 马和平表示，2024 年以来，大众旅游市场蓬勃发展，为同程旅行带来新的机遇。随着大众旅游潜力持续释放以及 AI 技术的成熟应用，旅行行业将在未来迎来深刻变革。同程旅行将立足大众旅游市场，持续提升旅游智慧化水平，为用户提供更具效率的消费决策支持，推动行业可持续和高质量发展。