
标题 1：同程旅行 2024 年 Q3 财报：年累计服务人次 18.8 亿，收入 49.9 亿元**标题 2：同程旅行深耕大众旅游市场，年累计服务人次 18.8 亿****标题 3：大众旅游引领中国旅游风向，同程旅行 2024 年第三季度收入 49.9 亿元**

11 月 19 日，同程旅行 (0780.HK) 发布 2024 年第三季度业绩报告。得益于大众旅游市场的蓬勃发展，2024 年第三季度，同程旅行实现收入 49.9 亿元，同比增长 51.3%；经调整净利润为 9.1 亿元。公司整体业绩增速高于行业平均水平。

2024 年以来，大众旅游市场呈现出理性繁荣的趋势。旅游已成为每一个普通人的生活方式，人们在旅行频次提升的同时，也更关注服务的性价比。正是抓住了这一新消费趋势，同程旅行实现了用户规模和价值“双提升”。财报数据显示，2024 年第三季度，同程旅行年累计服务人次达 18.8 亿，同比增长 19.9%；人均消费频次同比增长 15.9%。

大众旅游市场的庞大用户基础和更高的消费黏性，为同程旅行的业绩增长提供了稳固支撑。2024 年第三季度，同程旅行核心业务收入为 40.1 亿元。其中，交通业务收入 20.3 亿元，同比增长 20.6%；住宿业务收入 13.8 亿元，同比增长 22.2%。

随着非一线城市居民在休闲度假和出境游市场中的占比不断提升，同程旅行的国际业务迎来新的发展机遇。2024 年第三季度，同程旅行国际机票票量同比增长超过 110%，国际酒店间夜量同比增长超过 130%。

大众旅游引领中国旅游经济，同程旅行年服务人次 18.8 亿

2024 年以来，以非一线城市居民为主体的大众旅游市场展现出强劲发展势头，并逐步引领中国旅游市场的增长。文化和旅游部的数据显示，2024 年前三季度，国内出游人次 42.37

亿，同比增长 15.3%。旅游已成为广大人民群众追求美好生活的新“刚需”。

同程旅行数据显示，2024 年“十一”假期，全国近百个县城的酒店预订热度同比上涨超过 50%。从哈尔滨的冰雪奇观、河南开封的古都风情，到因游戏《黑神话：悟空》大火的山西大同，更多二三线城市“百花齐放”，让大众旅游的蓬勃活力尽显。

基于大众旅游人群日益高频的旅行需求，同程旅行打造了权益丰富的旅行盲盒产品体系、单单返营销产品和黑鲸会员体系。在提升用户互动体验的同时，这些产品也提高了用户的消费频次。截至 2024 年三季度，同程旅行年累计服务人次达到 18.8 亿，同比增长 19.9%。用户平均消费频次提升至 8.1 次，同比增长 15.9%。这进一步巩固和提升了同程旅行在大众旅游市场的优势地位。

三季度，同程旅行不断强化业务布局和产品创新，将服务能力全面渗透至旅游出行的“主动脉”及“毛细血管”，以满足更广泛人群的多样化旅行需求。

为满足用户更高品质的远途出行需求，同程旅行在长沙、海口、兰州等城市的机场和火车站设立了会员中心，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。目前，会员中心已累计服务人次近 20 万。与此同时，为满足用户公交、地铁等日常出行需求，同程旅行持续拓展城市通业务，目前该业务已覆盖长沙、洛阳、常州等超过 100 个城市。

同程旅行还推出电竞房、考试房、宠物友好酒店等高性价比的细分住宿产品，并上线了预订机票前 10 公里免费接送机和预订火车票前 5 公里免费接送站等服务。这些举措有效促进了用户在机票、火车票、用车、酒店等更多品类的交叉选择。2024 年三季度，同程旅行的交叉销售率提升至 12%。

用户更高频次的旅行消费需求，推动了同程旅行业绩的快速增长。财报显示，2024年第三季度，同程旅行实现收入49.9亿元。其中，交通和住宿业务收入分别达到20.3亿元和13.8亿元，同比增长20.6%和22.2%。

“理性”兼“悦己”渐成风潮，同程旅行 ARPU 增长 53.2%

大众旅游市场持续推动中国旅游发展的同时，人们的消费观念也发生了深刻改变。一方面，国民的消费行为日趋成熟和理性，对产品的性价比与品质体验提出了更高要求；另一方面，旅游行业逐步进入“体验为王”的时代，以兴趣消费为代表的“多巴胺经济”正引领旅游消费新趋势。

在这一新的消费趋势下，“新中式旅游”“特种兵旅行”等更具潮流个性、性价比更高的旅游方式，正成为新的风向标。在旅行目的地选择上，越来越多的年轻人不再盲目追逐热门旅游目的地，而是选择性价比更高的小众旅行地，如“汉服小姐姐聚集地”的洛阳和被称为“平替东南亚”的芒市。

立足国内大众旅游市场的同程旅行，致力于让兼具价格与品质优势的旅行产品惠及更广泛的用户群体。截至2024年三季度，同程旅行已与国内近20家机场或机场集团签署战略合作，通过空空中转、空铁联运等多式交通组合为用户带来更具性价比的出行方案。

其中，2024年前三季度，同程旅行与北京大兴国际机场、重庆江北国际机场、郑州新郑国际机场等在空空中转营销合作方面的累计服务人次已突破461万；与哈尔滨太平国际机场、成都天府国际机场、长沙黄花国际机场等在空铁联运合作方面的累计服务人次已突破218万。

同程旅行从用户需求为导向，提供更加丰富的出行解决方案，为用户带来更具质价比的出行

方案同时，也推动了服务人次和用户平均收入（ARPU）的提升。财报数据显示，第三季度，同程旅行的平均月付费用户（MPU）达 4640 万人，同比增长 5%；年付费用户（APU）达 2.3 亿人，同比增长 3.4%；每位用户平均收入（ARPU）同比增长 53.2%。

非一线居民渐成出境游主力，驱动同程旅行国际业务高增长

随着旅游成为普通人的生活刚需，以往被视为“奢侈品”的出境游市场正发生结构性变化。多家在线旅行平台数据显示，2024 年国庆假期，非一线城市居民出境游的订单量正快速增长，部分线路订单占比甚至已反超一线城市。

随着非一线城市居民逐渐成为出境游消费的主力军，新消费习惯和产品偏好的出现，对企业供应链提出了更高要求。这也为深耕非一线市场的同程旅行带来了一个更具想象力的未来远景。

2024 年第三季度，同程旅行持续加大资源拓展力度，与更多拥有优质资源的供应商合作，提高国际酒店的资源库规模和覆盖面，为用户提供更加丰富多样的境外住宿选择。同程旅行旗下的艺龙酒店科技平台部分入驻品牌已覆盖日本、马来西亚、印度尼西亚等国家。这些品牌将为全球消费者提供多元化、高品质的住宿体验。

此外，同程旅行还推出了“BookCare 同程无忧”，从境外房源、入住、客服响应三方面提供全面保障。同时，还上线了国际机票一站式包车服务，提供中文司机、包车免费退、1 对 1 专属客服等权益，全方位保障用户出境旅行体验。

财报数据显示，第三季度，同程旅行的国际业务继续保持高速增长。其中，国际机票业务量同比增长超 110%，国际酒店业务量同比增长超 130%。

为更好地服务国际旅行者，同程旅行旗下预订平台 HopeGoo 已覆盖机票、酒店、火车票、门票、船票、当地玩乐等六大领域，并支持全球 16 种货币支付和多种操作语言。同程旅行还成立了双语客服团队，并在海外设立了独立的服务中心团队，为用户提供 24 小时的服务支持。

同程旅行 CEO 马和平表示：今年三季度，中国旅游业保持了持续向上的态势，境内境外旅游需求持续释放，韧性十足。同程旅行通过积极布局国内外业务，进一步巩固市场地位。未来，公司将继续把握市场机遇，推动行业和公司实现高质量发展。