

同程旅行发布 2023 年财报：年度付费用户达 2.35 亿，再创历史新高

同程旅行发布 2023 年财报：年度付费用户达 2.35 亿，较 2019 年增 54%

旅游业从复苏转向可持续增长，同程旅行 2023 年多项业绩指标创历史新高

同程旅行发布 2023 年财报：月均付费用户达 4130 万，与 2019 年相比增长 53.5%

3 月 19 日，同程旅行 (0780.HK) 发布 2023 年第四季度及全年业绩报告。财报显示，公司全年实现收入 118.96 亿元，经调整净利润 21.99 亿元。用户增长方面，同程旅行年付费用户达到 2.35 亿，同比增长 25.2%，与 2019 年相比增长 54%，再度创下历史新高。公司主要业绩指标实现超预期增长，复苏速度领先行业。

财报数据显示，同程旅行在交通、住宿等核心业务保持强劲增长的同时，其包括旅游服务、酒店管理等在内的其他收入在总收入中的占比显著提升。这一比例由 2019 年的 7% 提升至 2023 年的 16.5%。以旅游服务和酒店管理为核心的其他业务收入，逐渐成为公司业绩增长新引擎。

打造“新一代国民旅行平台”，年度付费用户创历史新高

随着大众旅行需求的持续释放，旅游消费呈现爆发式增长。根据文化和旅游部公布的数据，2023 年，国内出游人次 48.91 亿，同比增长 93.3%；国内游客出游总花费 4.91 万亿元，同比增长 140.3%。

凭借对大众旅游市场的长期深耕和敏锐洞察，同程旅行积极拥抱全域生态，不断

扩充服务场景，以触及更广泛的用户群体。在持续加强与腾讯生态深度合作的同时，同程旅行的服务已经涵盖了兴趣电商、线下服务、私域生态、厂商生态、工具生态等消费场景。

其中，围绕线下服务场景，同程旅行在上海虹桥机场、广州白云机场以及北京大兴机场等交通枢纽设立了专属服务点和会员中心。同时，同程旅行启动了鸿蒙原生版 App 开发，并加强了支付宝小程序的运营，以持续丰富多元化的服务场景。

为了满足更多目的地碎片化消费需求，同程旅行将产品体系从出行服务逐步延伸至玩乐服务。目前，在同程旅行平台上，用户不仅可以享受到全面的旅行服务，还可以预订演唱会、电影票、电竞赛事等体验型消费产品，多元的休闲需求得以全方位满足。

丰富的服务场景生态和多元的旅游产品供给，助力同程旅行用户规模大幅增长。财报数据显示，2023 年，同程旅行年度月均付费用户达 4130 万，同比增长 39.1%，与 2019 年相比增长 53.5%；年付费用户达到 2.35 亿，同比增长 25.2%，与 2019 年相比增长 54%，再度创下历史新高。

庞大的用户基数也为同程旅行的业绩增长奠定了坚实的基础。2023 年，同程旅行实现收入 118.96 亿元，同比增长 80.7%，较 2019 年增长 60.7%，创下历史新高。从业务板块来看，住宿业务收入 39 亿，同比增长 61.5%，相较 2019 年同期增长 65.4%；交通业务收入 60.3 亿，同比增长 78.5%，相较 2019 年同期增长 33.5%。

其中,2023年第四季度,同程旅行的国内酒店间夜量较2019年同期增长超70%,国际酒店间夜量也已完全恢复至2019年同期水平,机票票量较2019年同期增长超16%,表现优于行业整体水平。

精细化运营带来增长新动能, 经调净利润率基本恢复至2019年水平

近年来,大众旅游消费在“人、货、场”等领域发生深刻变化,新一代旅行者在快速崛起,旅游需求日趋多元和品质化。基于此,同程旅行推出了一系列与新需求相适应的普惠产品、创新体验及智慧服务,更好的服务更为广泛的用户群体。

目前,同程旅行已将服务从旅游出行的“主动脉”快速渗透到“毛细血管”。基于地铁、市内公交等细分出行需求,同程旅行“城市通”小程序的服务已覆盖全国28个省份100多个城市及区县。同程旅行通过持续迭代“慧行”系统,为用户提供铁路、飞机、汽车及轮渡产品组合的智慧出行选择。

通过同程酒店榜单、机票特价榜单、“美美星期五”等一系列极具普惠性的营销产品,同程旅行可以帮助用户实现高性价比的旅行。其中,同程酒店榜单已推出国内和海外主题榜单近百个,覆盖了国内(含港澳台在内)超500个城市、海外超100个城市或地区。

与此同时,通过旅行+电竞、旅行+音乐、旅行+市集、旅行+电影票等“旅行+X”2.0模式的创新,同程旅行打造了一系列更贴合年轻一代喜好的营销活动,也为更多目的地创造了新需求。

同程旅行凭借其灵活的市场策略和优质的产品供给,不仅获得了更多用户认可,还带来了新的利润增长点。财报数据显示,2023年,同程旅行经调整净利润率

已由 2022 年的 9.8% 提升至 18.5%，基本恢复至 2019 年同期水平。

旅游业迈入可持续增长轨道，同程旅行构筑增长新引擎

凭借多年的深厚积累和技术创新优势，同程旅行为众多产业链的合作伙伴提供服务支撑，从而帮助旅游行业实现高质量增长。

一方面，同程旅行通过赋能产业链优化高质量供给。同程旅行旗下艺龙酒店科技通过技术、酒店营销与运营、供应链等深度赋能住宿行业，为用户提供优质、便捷、安心的住宿服务体验。截至 2024 年 2 月底，艺龙酒店科技已开业酒店数超 1500 家，签约酒店数近 2500 家。在交通领域，同程旅行已协助众多机场进行数字化转型或中转产品开发，不断提升用户的出行效率和智慧化体验。

另一方面，数字化技术的应用可以帮助商家实现提质增效。以住宿行业为例，同程旅行已形成了基于 SaaS、大数据及云存储等新技术的数字化产品矩阵，包含“旅智云”、“住哲”、“金天鹅”和“云掌柜”四大品牌。这些产品不仅服务中高端及连锁酒店，也覆盖中小型单体酒店、民宿及集群产业，全面满足了住宿业的数智化应用需求。

这些赋能之举，为同程旅行带来全新增长机会的同时，也帮助其构筑了业绩增长新引擎。财报数据显示，2023 年，同程旅行包括旅游服务、酒店管理、广告服务、商旅服务等在内的其他收入 19.67 亿，同比增长 148.6%，相较 2019 同期增长 280.3%。值得关注的是，同程旅行其他收入板块在总收入的占比持续提升——由 2019 年的 7% 已提升至 2023 年的 16.5%。

进入今年一季度，旅游需求持续“热辣滚烫”，为海内外旅游市场的长期复苏带

来了新活力。根据文化和旅游部的统计，2024 年春节假期，中国出游人次和出游总花费等多项指标均创下了历史新高。其中，入出境旅游约 683 万人次，展现出了良好的复苏势头。

出于对未来海外旅游市场的看好，同程旅行目前已成立海外总部新加坡办公室，旗下艺龙酒店科技相关业务覆盖了日本、柬埔寨、印度尼西亚等 5 个国家。未来，同程旅行还将加快布局英国、泰国、印度尼西亚、菲律宾、加拿大等市场，积极拓展国际机票、国际酒店、出境度假等业务。

同程旅行 CEO 马和平表示，面对国内外新的市场发展机遇，公司将致力于打造新一代国民旅行平台，持续关注技术变革并积极开展尝试，在服务好国内大众消费市场的同时，加快布局出海业务，为用户出行、合作伙伴和社会发展创造更大价值。