

同程旅行 2024 年 Q2 财报：用户价值持续提升，二季度收入 42.5 亿元创新高

同程旅行 2024 年 Q2 财报：大众旅游市场成为行业新动力，用户价值持续提升

同程旅行发布 2024 年 Q2 财报：累计年服务人次 18.6 亿，同比增长三成

同程旅行 2024 年 Q2 财报：用户价值增长显著，年付费用户达 2.3 亿

同程旅行发布 2024 年 Q2 财报：人均消费频次和消费金额大幅提升，单季收入规模创新高

8 月 20 日，同程旅行（0780.HK）发布 2024 年第二季度及上半年业绩报告。公司在大众旅游市场的布局愈发显现优势，用户消费频次及人均消费金额均有显著提升。同程旅行国际业务实现快速发展，国际酒店和国际机票业务量同比增长均超过一倍。

财报显示，同程旅行第二季度实现收入 42.5 亿元，同比增长 48.1%，创下单季度收入规模历史新高；经调整净利润为 6.6 亿元，经调整净利润率为 15.5%；公司业绩增速高于行业平均水平。

截至 2024 年第二季度，同程旅行年付费用户数量达到 2.3 亿。随着旅行成为中国百姓日常生活的一部分，大众消费群体已逐步成为中国旅游消费的主力，并为市场带来巨大的增长潜力。二季度，同程旅行用户购买频次显著提升，年服务人次达到 18.6 亿，同比增长 29.9%。

通过对大众市场用户需求的不断挖掘，同程旅行在休闲度假和出境游等领域也实现了快速增长。财报数据显示，2024 年第二季度，同程旅行包括黑鲸会员、酒店管理、休闲旅游等在内的其他业务收入达到 5.9 亿元，同比增长 87.3%。此外，同程旅行国际机票日均票量创下新高，同比增长超 160%；国际酒店间夜量同比增长近 140%。

更强的用户粘性，累计服务人次达 18.6 亿

2024 年以来，中国旅游消费规模稳步增长。根据文化和旅游部发布的数据显示，2024 年上半年，国内出游人次 27.25 亿，同比增长 14.3%；国内游客出游总花费 2.73 万亿元，同比增长

19.0%。大众消费人群已成为旅游市场的主要推动力。

同程旅行进一步巩固了其在中国大众旅游市场的领导地位。截至 2024 年 6 月 30 日，同程旅行年付费用户达到 2.3 亿。其居住在中国非一线城市的注册用户占注册用户总数的 87% 以上。

二季度，同程旅行持续强化全服务场景的渗透，已完成包括微信生态、兴趣电商、线下服务、私域生态、厂商生态和工具生态等在内的六大生态服务场景的布局。其中，同程旅行 APP 的用户增长保持良好势头，APP 日活跃用户数（DAU）在“五一”假期创下历史新高。

同程旅行的产品体系从酒店、机票、火车票，逐步扩展至旅游度假，甚至演唱会、观影、观赛等生活玩乐服务。此外，同程旅行还打造了“城市通”等业务产品线，将服务从大众人群出行的“主动脉”进一步渗透到“毛细血管”。截至 2024 年第二季度，同程旅行“城市通”小程序已覆盖了全国 100 多个城市的公共交通服务，其服务范围更是扩展至城市的地铁系统。

作为国民旅游出行平台，同程旅行逐步将服务的触角延伸至全年龄段人群。截至 2024 年第二季度，同程旅行的旅行社门店数超过 800 家，这不仅填补了线下咨询和预订的服务场景，也使得服务对象从年轻群体扩展至“银发一族”。

服务场景的全面覆盖和产品体系的持续完善，显著提高了同程旅行用户的粘性。截至 2024 年第二季度，同程旅行用户的年人均消费频次从 2023 年同期的 6.6 次提升至 8.1 次。财报数据显示，截至 2024 年第二季度，同程旅行年累计服务人次达到 18.6 亿，同比增长 29.9%。同时，黑鲸会员的累计购买人数大幅增加。

更高的用户价值，二季度总收入同比增长 48.1%

随着大众市场日益成为经济消费的主动力，同程旅行所拥有的用户价值也逐步显现。受益于对大众消费群体潜力的挖掘，同程旅行在 2024 年第二季度的收入规模创下历史新高，总收入达到 42.5 亿元，同比增长 48.1%。经调整净利润实现 6.6 亿元，经调整净利润率为 15.5%。

根据财报数据分析，截至 2024 年第二季度，同程旅行用户的年人均消费金额同比 2023 年同期增长了 31.9%。用户粘性的增强也带动了酒店业务的交叉销售率，该比率提升至 12%。

在交通方面，同程旅行第二季度的交通业务收入达到 17.4 亿，同比增长 16.6%。其中，机票票量同比增长近 20%。同程旅行与首都机场等展开战略合作，通过加强大数据应用及产品创新，进而为大众消费群体提供更具质价比的出行服务。此外，同程旅行还不断优化“慧行”智能出行解决方案，为用户提供更多定制化的旅行体验。

在住宿方面，同程酒店第二季度住宿业务收入达到 11.9 亿，同比增长 12.8%。其中，酒店间夜量同比稳步增长 10%。同程旅行还将酒店服务延伸至观影、观赛和小众旅游目的地等各类全新住宿场景。

为了给大众消费群体提供更具质价比的旅行服务，同程旅行通过涉足酒店管理服务、线下旅行社、景区运营等多个领域，全面提升供应链运营效率，进而为用户提供更优质的旅行服务。

截至 2024 年 7 月 31 日，同程旅行旗下艺龙酒店科技平台上开业酒店数超 2000 家，签约酒店数超 3000 家，覆盖北京、上海、深圳、广州、武汉、长沙、重庆、苏州等 290 多个城市，以及印度尼西亚、日本、马来西亚、老挝等海外市场。艺龙酒店科技平台的会员体系“艺龙会”的会员规模超过 2500 万。

通过为游客提供更高质价比的旅行服务，同程旅行实现了业绩的持续增长。财报数据显示，2024 年第二季度，同程旅行总交易金额同比增长 4.4% 达到 623 亿元。

更大的想象空间，国际业务增幅超一倍

随着用户价值被不断被挖掘，同程旅行用户在休闲度假旅游和国际旅行服务上的消费潜力正被逐步释放。

2024 年第二季度，同程旅行其他业务收入达到 5.9 亿元，同比增长 87.3%，其中休闲旅游业务是其中的重要组成部分之一。此外，同程旅行的度假业务收入规模增至 7.2 亿元，环比增长 8.5%。这一业务板块有望成为公司未来发展的新增长点。

与此同时，在出境游领域，大众旅游市场正成为行业内的“新蓝海”。随着国际航线恢复和互免签证国家数量的增多，国际旅游逐步恢复。在这一轮国际旅游的复苏过程中，大众消费群体正逐步取代精英人群，成为最具潜力的消费群体。

同程旅行财报显示，2024 年第二季度，同程旅行国际机票日均票量创下新高，同比增长超过 160%，国际酒店间夜量同比增长近 140%。

在深耕国际产业链的同时，同程旅行还与塞尔维亚国家旅游局、葡萄牙国家旅游局等达成合作，进一步满足中国游客对境外目的地日益多元化的需求。同程旅行还与韩国旅游发展局联合推出专为中国年轻游客设计的“韩国青春悠游卡”，为在校学生提供一系列定制化的旅行优惠和体验。

更强的海外供应链布局，也为同程旅行的未来发展提供了更多的可能性。2024 年上半年，同程旅行推出了国际旅游预订平台 HopeGoo，为国际旅行者提供一站式旅游服务。目前已覆盖机票、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 CEO 马和平表示：二季度，中国旅游业仍保持了蓬勃向上之势，国内外旅游热度不减。在行业持续向上之际，我们顺势推进业务扩张策略，一方面强化我们在国内市场的地位，另一方面加码推进出海策略以抓住复苏的出境旅游需求。作为行业的领导者，我们致力于通过输出互联网技术和产业能力以赋能行业伙伴，从而助力行业长期健康发展。