

同程旅行发布 2025 年一季度财报：收入 43.77 亿元，累计年服务人次 19.6 亿

同程旅行 2025 年一季度财报：大众旅游消费力升级，年付费用户创新高

同程旅行 2025 年一季度财报：实现营收 43.77 亿元，同比增长 13.2%

同程旅行 2025 年一季度财报：让更多普通人出行更具性价比，年服务人次 19.6 亿

5 月 23 日，同程旅行（0780.HK）发布 2025 年一季度业绩报告。财报显示，同程旅行一季度实现营收 43.77 亿元，同比增长 13.2%；经调整 EBITDA 达 11.59 亿元，同比增长 41.3%；经调整净利润为 7.88 亿元。

随着旅行成为更多普通人的日常，同程旅行的年服务人次达到 19.6 亿，年付费用户（APU）更是创下历史新高，达到 2.47 亿。

今年一季度，同程旅行从中国普通旅行者的需求出发，为用户提供了更具性价比的飞机、火车中转联程方案，也为用户提供了汽车客运、跨城巴士、公交、地铁等更加多样的出行选择。借助更为丰富的产品体系，同程旅行将便捷实惠的服务覆盖用户出行的“每一公里”。这为交通业务收入带来 15.2% 的同比增长，达到 20 亿元。

随着旅游不再是精英的专属，人民大众的出行需求从“刚需”延伸至“休闲度假”，出行边界从国内延伸至国际，旅游消费力也在持续提升。这为同程旅行的业务增长注入了新动力。财报显示，一季度，同程旅行的住宿业务收入同比增长 23.3%，达到 11.9 亿元。在更多非一线城市居民出境热潮的带动下，2025 年第一季度，同程旅行的国际机票量同比增长超 40%，

国际酒店间夜量同比增长超 50%。

让更多普通人出行更具性价比，年服务人次 19.6 亿

进入大众旅游时代，非一线城市居民已经成为旅游消费的主力军，他们的出行更为高频、日常，也更愿意为高性价比的旅游产品买单。

同程旅行通过旅游“动态打包”和大小交通组合，持续丰富中转联程产品矩阵。通过提供“空空中转”“空铁联程”“空巴联程”等更加经济实惠的交通方案，同程旅行将更具性价比的出行服务覆盖中国更广泛的大众旅游人群。与此同时，同程旅行借助完善的产品质量评测机制，不断提升中转联程产品的服务体验。2025 年一季度，同程旅行平台的火火联程产品预订量同比提升 22%，空空联程产品预订量同比提升 44%。

为满足更多普通人的出行需求，同程旅行聚焦大众出行的“第一公里”和“最后一公里”，构建了丰富的出行产品体系。在同程旅行平台，用户不仅可以满足乘飞机、坐高铁等出行需要，还可以实现汽车票、跨城巴士、公交、地铁等更具个性化的预订服务。在为用户提供更多样的出行选择的同时，同程旅行将服务从出行“主动脉”渗透至“毛细血管”。其中，同程旅行城市通业务目前已覆盖广东清远、四川巴中、江苏泰州等 100 多个城市，累计服务人次超过 1.5 亿。

同程旅行还通过火车/机票+接送服务、酒店+用车服务等创新组合，为用户提供大力度的优惠让利。2025 年一季度，同程旅行包括接送机（含国际）、接送站在内的接送服务订单量创下 3 年以来的新高。

面对特定人群的出行需求，同程旅行于 2025 年 1 月份启动了“首乘无忧”计划，为首乘旅客提供机场静音仓、贵宾室优惠、机场美食优惠及优先登机等服务。截至目前，同程旅行已

经与超 20 家机场开展首乘服务合作，累计服务首乘用户数超 3 万。更多面向普通旅行者的普惠服务，为同程旅行交通业务收入在一季度带来 15.2% 的同比增长，达到 20 亿元。

截至 2025 年一季度末，同程旅行年付费用户（APU）创下历史新高，达 2.47 亿。同程旅行 APP 的日活用户数（DAU）增长强劲。为进一步提升用户的满意度和忠诚度，同程旅行新增了最高等级的黑卡会员，在原有的贵宾服务基础上增加了酒店免费退改、积分全额抵扣房费、消费累计全国各大航司积分、24 小时独立私人管家服务等超 50 项权益。

大众市场消费力持续提升，住宿收入同比增长 23.3%

文化和旅游部的数据显示，2025 年一季度，国内居民出游总花费同比增长 18.6%，达到 1.8 万亿元。其中，农村居民出游花费同比增长近四成，增速远高于城镇居民，显示大众的旅游消费能力持续提升。

截至 2025 年 3 月 31 日，同程旅行来自中国非一线城市的注册用户占比超过 87%。伴随着非一线市场消费潜力的持续释放，2025 年第一季度，同程旅行经调整净利润为 7.88 亿元。

大众旅游消费力的提升，带来了同程旅行用户价值的提升。以住宿业务为例，随着非一线城市居民生活水平的提高，他们在追求高性价比的同时，更加注重品质住宿和优质体验，由此带来了对中高星酒店需求的增长。2025 年一季度，受益于用户消费力提升，同程旅行住宿收入实现了 23.3% 的同比增长，达到 11.9 亿元。

大众旅游消费力的提升，带来同程旅行用户消费习惯逐步从“刚需”到休闲度假延伸。同程旅行包括线上度假在内的其他收入同比增长 20%，达到 6.03 亿。一季度，同程旅行持续丰富小团游、定制游等度假类产品供给，如以川西作为试点，上线短途 SKU 近 200 条，并搭建起了多日游产品玩法矩阵。

大众旅游消费力的提升，也带来了出境游在非一线市场的快速普及。随着出国旅游不再是精英们专属的生活方式，同程旅行的国际机票量同比增长超 40%，国际酒店间夜量同比增长超 50%。

同程旅行持续加大在 AI 应用领域的投入。2025 年一季度，在接入 DeepSeek 后，同程旅行又推出 AI 智能体 DeepTrip。通过 DeepTrip，用户可以实现从 “AI 推荐” 到 “AI 决策执行 + 预订执行” 的闭环。

AI 也带来了同程旅行运营效率的提升。其中，AI 在代码编写中的应用减轻了员工 20% 的工作量。同程旅行旗下旅智科技为海内外酒店商家提供的 AI 全自助智慧酒店解决方案，在提升用户入住体验的同时，可帮助部分酒店的人力成本降低 30%。到一季度末，同程旅行还接入了包括字节跳动-豆包、腾讯-元宝在内的 AI 服务。

同程旅行 CEO 马和平表示，“今年一季度，大众旅游市场加速释放新活力，作为旅游消费主力的非一线城市人群，消费力持续提升。同程旅行持续看好这一发展趋势”。未来，同程旅行将继续深耕大众旅游市场，并积极布局 AI 领域，为更多普通人提供更智能、高效的旅行服务，也为行业高质量发展贡献力量。