

概 要

本概要旨在為閣下提供本[編纂]所載資料的概覽。由於僅為概要，因此並未列載可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資於[編纂]之前，應閱畢整份[編纂]。任何投資均涉及風險。投資於[編纂]所特別涉及的某些風險，載於本[編纂]「風險因素」一節。本節所用各項詞語於本[編纂]「釋義」及「技術詞彙」章節界定。

我們為合併企業，因二零一八年三月完成的同程藝龍合併而形成。有關該交易的更多資料，請參閱「歷史、重組及企業架構」。投資者務請注意，直至二零一八年三月九日同程藝龍合併完成為止，同程線上業務的經營業績方會於本集團經營業績中綜合入賬。因此，本[編纂]所呈列及討論的本集團截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度各年以及由二零一八年一月一日至二零一八年三月九日期間的歷史經營業績以及截至各上述日期的財務狀況並不包括同程線上業務的有關資料；此外，本集團截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度及截至二零一七年六月三十日止六個月的綜合財務信息僅包括藝龍本身的綜合財務信息，而本集團截至二零一八年六月三十日止六個月的綜合財務信息則包括藝龍於二零一八年一月一日至二零一八年三月九日的財務信息以及藝龍及同程線上業務於二零一八年三月十日至二零一八年六月三十日的綜合財務信息。同程藝龍合併根據適用會計規定及準則採用收購法入賬。有關更多資料請參閱本[編纂]附錄一會計師報告附註2。為遵守適用的法規及披露要求，以及呈列評估同程藝龍合併的財務影響所需的重要資料，本[編纂]亦包括同程線上業務截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度以及由二零一八年一月一日起至二零一八年三月九日止期間的經審核歷史財務信息（請參閱「附錄二－會計師報告－同程線上業務」）及經擴大集團截至二零一七年十二月三十一日止年度及截至二零一八年六月三十日止六個月的未經審核備考綜合全面收入表（請參閱「附錄三－未經審核備考財務信息」）。投資者亦請注意，為方便投資者評估我們作為合併企業的表現，就同程藝龍合併前的某段指定期間或截至同程藝龍合併前的某個指定日期（視情況而定）的若干經營指標（以及截至二零一八年上半年的若干經營指標）乃按「合併」基準（如使用時所述）通過合併同程及藝龍各自有關指標的方式呈列。有關合併資料未必反映在同程及藝龍截至有關日期或就有關期間並無由同一集團進行管理及經營的情況下截至該日期或就該期間的實際狀況。

我們的使命

我們的使命是讓旅行更簡單、更快樂。

概覽

我們是行業革新者。我們是合併企業，因二零一八年三月完成的同程藝龍合併而形成。自同程與藝龍各自開創以來，雙方一直居於市場發展的最前沿，並一直持續革新其業務模式以把握行業及技術演進帶來的增長機遇。在移動互聯網開始崛起前，同程與藝龍均已清醒認識到移動互聯網巨大的顛覆能力，並成為最早在移動平台上開發營銷模式以提供基於位置的促銷旅遊產品的中國在線旅行平台。近來，隨著多功能「小程序」的走紅，同程與藝龍均與騰訊建立了合作，將其在線平台與騰訊的小程序整合。同程與藝龍是第一批在移動設備的騰訊微信支付界面上運營入口的第三方在線服務供應商；同時，根據艾瑞諮

概 要

詢，其亦是第一批允許全國用戶通過小程序獲得服務的在線旅行平台。我們目前是移動設備的騰訊微信及移動QQ付款界面上「火車票機票」及「酒店」入口的惟一運營商，前提是我們仍是市場領導者，具有提供良好用戶體驗的能力。根據艾瑞諮詢，就用戶基礎而言，微信及移動QQ是中國使用最廣泛的兩大超級應用。此外，憑藉我們對用戶體驗的深入理解以及先進技術實力，我們已繼續開發多種旅遊相關附屬產品及服務，如旅途中送至機場候機廳或車站候車室的外賣，旨在滿足傳統旅遊產品並無觸及的用戶需求。通過上述革新努力，我們使人們對在線旅遊服務的期望發生了巨大變革，使旅途更加便利、個性化及舒適愜意。

我們是中國在線旅遊行業的市場領導者。同程及藝龍分別創立於二零零四年及一九九九年，在合併前各自取得了獨立業務的成功，都是中國領先的在線旅行平台，與眾多旅遊服務供應商保持長期合作關係。同程藝龍合併後，受益於同程及藝龍多年來的經驗及技術發展及其互補業務，我們取得了更大的規模經濟效應、鞏固了市場領先地位及增強了提供全面旅遊產品及服務種類的能力。根據艾瑞諮詢的資料，以交易額計，我們於二零一七年按同程藝龍合併基準計在中國在線旅遊市場中排名第三，於二零一五年至二零一七年在中國OTA旅遊市場的在線交通票務及住宿預訂交易中同比增長最快。

我們是滿足用戶旅遊需求的一站式平台。我們提供幾乎涵蓋旅遊所有方面的全面創新產品和服務選擇，包括交通、住宿預訂及各種配套增值旅遊產品及服務，旨在滿足用戶在整個旅途中不斷變化的旅遊需要。截至二零一八年六月三十日，我們的在線平台提供由421家國內航空公司及國際航空公司運營的超過6,000條國內航線及超過714,500條國際航線、超過120萬家酒店及非標住宿選擇、約453,000條汽車線路及超過300條渡輪線路。我們已與旅遊服務供應商建立廣泛的長期策略夥伴關係及聯盟，以配合我們的產品創新工作及開發更多創新的配套增值產品及服務。

我們擁有龐大、高速增長及高黏性的用戶群，我們相信這是我們獲取成功的關鍵因素。同程及藝龍的合併平均月活躍用戶由二零一五年的88.7百萬增加至二零一七年的121.2百萬，複合年增長率為16.9%。同期，同程及藝龍的合併平均月付費用戶由二零一五年的3.9百萬增加至二零一七年的15.6百萬，複合年增長率為99.6%。於二零一八年上半年，同程及藝龍的平均月活躍用戶及平均月付費用戶合共分別為160.4百萬及17.5百萬。借助於我們與騰訊之間的互惠合作夥伴關係及我們有效的銷售及營銷策略，我們能夠以較為經濟的成本觸達廣泛和多元化的用戶群體。我們通過向用戶提供極致旅行體驗來留存用戶及提高用戶忠誠度，並希望把握貫穿旅行全過程的近乎所有收入來源，我們相信這使我們擁有持續高速增長的出色前景。

作為科技驅動型公司，我們優先發展信息技術。借助我們的大數據及人工智能能力，我們不僅能夠更好地了解用戶偏好和行為，向用戶提供定制化產品及服務，還能夠賦予旅遊服務供應商行業洞見並強化我們對旅遊服務供應商的價值定位。

於往績記錄期，我們實現了大幅增長。本集團的總收入由二零一五年的人民幣1,026.1百萬元增長至二零一六年的人民幣2,204.6百萬元，並進一步增至二零一七年的人民幣2,518.6百萬元，複合年增長率為56.7%，而同程線上業務的總收入由二零一五年的人民幣580.5百萬元增長至二零一六年的人民幣1,435.0百萬元，並進一步增至二零一七年的人民幣2,707.5百萬元，複合年增長率為116.0%。本集團總收入增長60.3%，由截至二零一七年

概 要

六月三十日止六個月的人民幣1,245.8百萬元增至截至二零一八年六月三十日止六個月的人民幣1,996.8百萬元。本集團於二零一五年及二零一六年分別錄得虧損人民幣963.0百萬元及人民幣2,160.6百萬元，於二零一七年錄得利潤人民幣194.4百萬元。本集團於截至二零一七年六月三十日止六個月錄得虧損人民幣109.9百萬元，而於截至二零一八年六月三十日止六個月錄得利潤人民幣649.4百萬元。同程線上業務分別於二零一五年及二零一六年錄得虧損人民幣335.1百萬元及人民幣91.1百萬元，於二零一七年錄得利潤人民幣491.3百萬元。有關本集團及同程線上業務的過往財務信息的討論，請參閱「財務信息」。

我們的產品及服務以及我們的收入模式

我們為旅客提供全套旅遊產品及服務，滿足旅客在整個行程中的需求。

- **交通票務**。我們提供機票、火車票、汽車票及渡輪預訂服務以及圍繞用戶旅遊需求的旅遊保險及其他配套增值旅遊產品及服務，以幫助用戶輕鬆出行。於二零一五年、二零一六年及二零一七年以及二零一八年上半年，同程及藝龍的合併交通票務交易額分別為人民幣22,553.7百萬元、人民幣50,525.1百萬元、人民幣80,013.4百萬元及人民幣47,231.0百萬元。我們從交通票務所得收入主要來自(i)向旅遊服務供應商收取佣金，及(ii)就若干配套增值旅遊產品及服務向用戶收取服務費。
- **住宿預訂**。我們提供大量多樣化住宿供應，以滿足用戶的不同預算及喜好。根據艾瑞諮詢的資料，按同程藝龍合併基準計，我們的住宿交易額於二零一七年在中國在線旅遊市場中排名第三。於二零一五年、二零一六年及二零一七年以及二零一八年上半年，同程及藝龍的合併住宿預訂交易額分別為人民幣14,277.8百萬元、人民幣17,270.5百萬元、人民幣22,300.2百萬元及人民幣10,731.9百萬元。我們從住宿預訂所得收入主要來自就通過我們預訂的間夜向住宿供應商收取佣金；對於我們承擔存貨風險的買斷間夜，按總額基準記錄收入(即就所售間夜向用戶收取的金額)，並將我們向住宿供應商買斷該等間夜的價格記錄為銷售成本。

我們的線上平台

我們主要通過線上平台提供旅遊產品，包括(i)我們的騰訊旗下平台、(ii)我們的移動應用程序及(iii)我們的網站。

- **騰訊旗下平台**。同程於二零一四年四月成為微信錢包(移動設備的騰訊微信支付界面)「火車票機票」入口的惟一運營商，開始經營其騰訊旗下平台；藝龍於二零一六年六月成為微信錢包「酒店」入口的惟一運營商，開始經營其騰訊旗下平台。同程藝龍合併後，我們目前經營：(i)專有微信小程序，微信用戶可通過微信錢包的「火車票機票」及「酒店」入口或從微信最愛或最常用小程序的下拉列表中訪問；及(ii)騰訊移動QQ移動支付界面QQ錢包的「火車票機票」及「酒店」入口以及移動QQ的若干其他入口。目前，我們亦通過騰訊旗下平台自微信廣告產生流量。根據艾瑞諮詢的資料，按用戶基礎計，微信及移動QQ屬於中國的兩大超級應用。我們的騰訊入口及小程序將騰訊用戶導入我們的界面，用戶可以全部在微信或移動QQ內瀏

概 要

覽、比較及購買我們各式各樣的旅遊產品組合，而不必退出應用程序或下載額外應用程序。我們相信從騰訊旗下平台的簡易登陸不僅可提高我們的用戶流量及用戶留存，還豐富了對微信及移動QQ用戶的服務。於二零一八年上半年，同程及藝龍的騰訊旗下平台合併平均月活躍用戶為123.6百萬，年同比增長約66%。

- **移動應用程序及網站。**用戶可通過我們在安卓及iOS操作系統上運行的移動應用程序以及我們的兩個官方網站ly.com及elong.com使用我們的服務。我們開發的移動應用程序及網站界面清晰，容易操作，方便用戶訂購我們提供的全部旅遊產品。我們亦允許移動用戶通過適用於移動設備的WAP頁面訪問我們的網站，無需安裝客戶端即可享受與移動應用程序相似的操作功能。二零一八年上半年，同程及藝龍的移動應用程序及WAP頁面的平均月活躍用戶為26.7百萬，而同程及藝龍的網站的平均月活躍用戶為10.0百萬。

有關我們線上平台的進一步詳情，請參閱「業務－我們的線上平台」。

我們的客戶

我們的客戶主要為旅遊服務供應商，我們促進旅遊服務供應商的旅遊產品及服務通過我們的線上平台銷售，並作為交換向其收取佣金，從而產生我們的大部分收入。我們的客戶亦包括(i)向我們購買我們從旅遊服務供應商買斷的旅遊產品(主要包括住宿)的用戶；(ii)購買配套增值旅遊產品及服務(例如機場貴賓休息室及優先登機務)並向我們支付服務費的用戶；及(iii)在我們線上平台發佈其產品及服務廣告的廣告商。本集團已與其於二零一八年首六個月的五大客戶維持了長達二至六年的業務關係。於二零一五年、二零一六年及二零一七年以及截至二零一八年六月三十日止六個月，本集團的五大客戶合共佔其總收入分別為12.3%、6.5%、13.4%及36.4%。有關詳情，請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的供應商

我們的供應商主要包括(i)獲客渠道；(ii)線上及移動付款服務；(iii)廣告及營銷服務提供商；(iv)數據儲存、服務器託管及帶寬提供商；(v)我們買斷以供轉售予客戶的間夜供應商；及(vi)第三方銷售渠道，我們通過彼等銷售採購自旅遊服務供應商的旅遊產品及服務。本集團與其截至二零一八年六月三十日止六個月的五大供應商擁有一至八年業務關係。有關詳情，請參閱「業務－我們的供應商」。

我們的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢為我們的成功作出貢獻，使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 中國在線旅遊行業的革新者和領跑者；
- 廣泛且具成本效益的用戶觸達；
- 龐大且具吸引力的用戶基礎；
- 卓越的用戶體驗；
- 領先的信息技術和數據能力；及
- 管理層團隊擁有豐富行業經驗及創業文化。

有關詳情，請參閱「業務－我們的優勢」。

概 要

我們的策略

為實現我們的使命及進一步鞏固我們的領導地位，我們擬推行以下策略：

- 擴大產品及服務種類；
- 擴大用戶群及增強用戶參與度；
- 深化與旅遊服務供應商的合作；
- 增強大數據及人工智能創新；及
- 尋求戰略聯盟、收購及投資。

有關詳情，請參閱「業務－我們的策略」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本[編纂]「風險因素」一節所載若干風險。閣下在決定投資我們的股份前，應細閱該節全部內容。我們所面對的部分主要風險包括下列各項：(i) 全球或中國經濟的任何嚴重或持續下滑可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響；(ii) 旅遊業的中斷可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響；(iii) 我們所處的行業競爭激烈，並可能面臨更為嚴峻的競爭；(iv) 我們過往錄得虧損且未來亦可能錄得虧損；(v) 我們未必能實現預期的協同效應及來自同程－藝龍合併的其他好處；(vi) 與騰訊關係變差可能對我們的業務及增長前景，尤其就我們的騰訊旗下平台，造成重大不利影響；及(vii) 倘我們被發現違反現行或未來中國法律、法規及政府政策，我們可能會被處罰，而我們的業務經營可能受到重大不利影響。

主要經營數據

下表載列所示期間同程及藝龍的各自若干合併主要經營指標：

	截至十二月三十一日止年度												截至六月三十日止六個月			
	二零一五年				二零一六年				二零一七年				二零一八年 ⁽¹⁾			
	平均月活躍用戶	平均月付費用戶	交通票務交易額	住宿預訂交易額	平均月活躍用戶	平均月付費用戶	交通票務交易額	住宿預訂交易額	平均月活躍用戶	平均月付費用戶	交通票務交易額	住宿預訂交易額	平均月活躍用戶	平均月付費用戶	交通票務交易額	住宿預訂交易額
(百萬)	(百萬)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	(百萬)	(百萬)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	(百萬)	(百萬)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	(百萬)	(百萬)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	
同程	65.4	2.8	18,824.6	901.4	79.7	8.0	48,068.6	1,379.7	98.3	14.0	77,977.7	1,784.5	—	—	—	—
藝龍	23.3	1.1	3,729.1	13,376.4	19.8	1.1	2,456.5	15,890.7	22.9	1.6	2,035.7	20,515.7	—	—	—	—
同程及藝龍合計 ⁽¹⁾	88.7	3.9	22,553.7	14,277.8	99.5	9.1	50,525.1	17,270.5	121.2	15.6	80,013.4	22,300.2	160.4	17.5	47,231.0	10,731.9

附註：

- (1) 同程及藝龍的合併平均月活躍用戶及平均月付費用戶指同程及藝龍於有關期間各自相同指標的總和，而未有扣減同程及藝龍之間的重複用戶，惟同程及藝龍來自微信(包括微信錢包「火車票機票」及「酒店」入口以及微信小程序)的合併平均月活躍用戶及平均月付費用戶除外，截至二零一八年六月三十日止六個月的同程及藝龍合併平均月活躍用戶及平均月付費用戶乃經扣減同程及藝龍之間的重複用戶計算得出。同程及藝龍合併交通票務交易額及住宿預訂交易額指同程及藝龍於有關期間各自相同指標的總和。

概 要

- (2) 截至二零一八年六月三十日止六個月同程及藝龍各自的平均月活躍用戶、平均月付費用戶、交通票務交易額及住宿預訂交易額並無於該表中呈列，因為就二零一八年三月已完成的同程藝龍合併而言，在各自有關經營指標方面，管理層將同程及藝龍的表現視為單一合併業務。

下表載列於所示期間我們交通票務及住宿預訂服務的各自變現率：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	交通票務	住宿預訂	交通票務	住宿預訂	交通票務	住宿預訂
同程 ⁽¹⁾	2.7%	7.8%	2.8%	6.0%	3.2%	5.7%
藝龍 ⁽¹⁾⁽²⁾	2.4%	5.0%	3.5%	8.9%	3.0%	8.9%

附註：

- (1) 截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度同程及藝龍的各自變現率等於同程線上業務及本集團的各自收入除以同年其各自交易額再乘以100%。截至二零一八年六月三十日止六個月同程及藝龍各自按收入來源劃分的變現率明細並無於該表中呈列，因為就二零一八年三月已完成的同程藝龍合併而言及同程藝龍合併之後，在住宿預訂及交通票務各方面，管理層將同程及藝龍的表現視為單一合併業務。
- (2) 截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度各年，用於計算藝龍住宿預訂變現率的收入金額為本集團於該特定年度自住宿預訂賺取的佣金淨額。有關自住宿預訂賺取的佣金淨額的更多資料及我們認為其反映本集團自所有其住宿預訂交易的實際盈利且對投資者而言為以如同我們管理層般的相同方式了解及評估我們住宿預訂業務表現的一種實用方法的理由，請參閱「財務信息－我們經營業績主要組成部分的說明－收入」。

同程住宿預訂服務的變現率由二零一五年的7.8%降至二零一六年的6.0%，並進一步降至二零一七年的5.7%，主要是由於其於此期間將戰略重點放在提供交通票務服務上。藝龍交通票務服務的變現率由二零一五年的2.4%上升至二零一六年的3.5%，主要是因為其產品組合的變化，二零一六年納入更多的配套增值產品及服務。藝龍交通票務服務的變現率由二零一六年的3.5%下降至二零一七年3.0%，主要是由於二零一七年藝龍火車票務增加且該等火車票務的配套增產品與服務有限導致的。

我們的歷史及同程藝龍合併

本公司的歷史可追溯至一九九九年五月eLong.com創立之時。於二零零四年五月，藝龍開曼註冊成立為藝龍業務的控股公司。藝龍開曼的美國存託股份於二零零四年十月在納斯達克上市。Expedia Inc.及其聯屬公司於二零零四年八月成為藝龍開曼的最大股東並於二零零四年至二零一四年間向藝龍開曼投資約208百萬美元(不包括就向第三方及在公開市場購買股份已付的任何現金代價)。於二零一一年五月，騰訊通過投資約84百萬美元成為藝龍開曼的股東。於二零一五年五月，Expedia Inc.及其聯屬公司將其於藝龍開曼的全部股權出售予(其中包括)攜程(通過C-Travel)。於二零一六年五月，藝龍開曼不再為納斯達克的公開上市公司，而是成為本公司的全資子公司。同程網絡的業務於二零零四年三月以同程旅遊的品牌名稱推出。騰訊於二零一二年二月成為同程網絡的股東，於二零一二年二月至二零一五年七月間合共投資約人民幣1,267百萬元。攜程於二零一四年四月向同程網絡投資約人民幣1,414百萬元，成為同程網絡的股東。有關詳情請參閱「歷史、重組及企業架構－我們的業務歷史」。

概 要

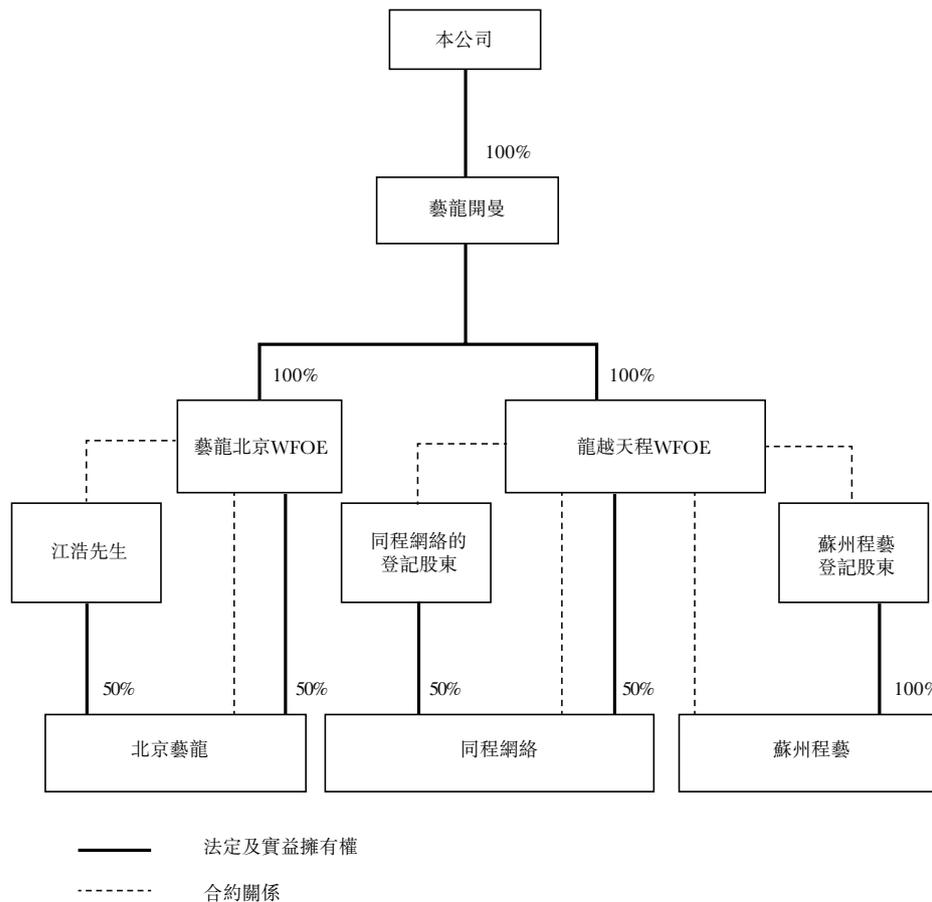
於二零一七年十二月二十八日，本公司與(其中包括)同程網絡、本公司股東、同程網絡股東訂立重組協議(「重組協議」)，據此，本公司同意(i)向同程網絡股東的指定實體(連同 Wonderful Holidays Limited、Wonderful Land Limited、Cheerful Fishes Limited 及 Great Long Tour Limited (為代表同程網絡僱員的僱員持股平台))發行本公司 96,721,818 股普通股，以換取與龍越天程 WFOE 簽訂一系列合約安排；及(ii)向 Image Frame 發行本公司 3,374,369 股普通股，以換取現金總代價 30,032,589 美元(統稱為「收購事項股份發行」)。收購事項股份發行已於二零一八年三月九日完成。根據重組協議發行普通股的代價乃基於公平磋商及本公司的財務業績及經營業績釐定，已悉數償付。

收購事項股份發行之後，本集團收購絕大部分同程網絡及其子公司的業務經營。有關詳情，請參閱「歷史、重組及企業架構—本公司的主要股權變動—同程藝龍合併」及「合約安排」。

合約安排

據我們的中國法律顧問告知且根據我們向中國主管部門諮詢後所得，經營相關業務受中國法律項下的各種外商投資限制所規限。因此，我們僅擁有北京藝龍及同程網絡的 50% 股權，且並無擁有蘇州程藝任何股權。為控制合約安排實體的全部股權，我們採用合約安排藉此獲取併表聯屬實體的經濟利益，並將其經營業績併入本集團業績。有關我們訂立合約安排的理由的進一步詳情，請參閱「合約安排」。

下列簡化圖表說明合約安排下所規定合約安排實體經濟利益流入本集團的流程：



概 要

有關合約安排的風險，請參閱「風險因素－與我們的合約安排有關的風險」。

我們的最大股東

於最後實際可行日期及緊隨資本化發行及[編纂]完成後，本公司已經並將不擁有控股股東(定義見上市規則)。於最後實際可行日期，騰訊及攜程分別間接控制本公司全部已發行資本約24.92%及24.31%。緊隨資本化發行及[編纂]完成後(假設[編纂]及根據股份激勵計劃授出的購股權並無獲行使)，騰訊及攜程將有權行使本公司股份附帶的投票權，分別佔本公司全部已發行股本約[編纂]%及[編纂]%。因此，騰訊及攜程在資本化發行及[編纂]完成後將仍分別為我們的最大股東及第二大股東，但是不會被視作本公司的控股股東(定義見上市規則)。

有關我們與騰訊及攜程的業務關係的進一步詳情，請參閱「與我們最大股東的關係」一節。

關連交易

我們已訂立若干交易，將於[編纂]完成後構成本公司的持續關連交易。有關等持續關連交易的詳情，請參閱「關連交易」。

[編纂]投資

我們於重組完成前進行[編纂]投資。有關進一步詳情，請參閱「歷史、重組及企業架構－[編纂]投資」。

過往財務信息概要

本集團的過往財務信息

下表載列本集團於往績記錄期的財務信息概要，乃摘錄自本[編纂]附錄一的會計師報告。該等財務信息概要應與本[編纂]附錄一會計師報告(包括有關附註)一併閱讀，以保證其完整性。有關更多資料，請參閱「財務信息」。

務請注意，同程藝龍合併已於二零一八年三月九日完成，因此於截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度以及由二零一八年一月一日至二零一八年三月九日期間同程線上業務的經營業績及財務狀況並未與本集團的經營業績及財務狀況合併計算。

概 要

本集團節選綜合全面(虧損)/收入表數據

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一七年	二零一八年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
收入	1,026,124	2,204,565	2,518,591	1,245,814	1,996,844
銷售成本	(639,723)	(1,032,913)	(811,781)	(465,692)	(564,616)
毛利	386,401	1,171,652	1,706,810	780,122	1,432,228
服務開發開支	(399,073)	(517,648)	(522,018)	(245,421)	(506,734)
銷售及營銷開支	(775,464)	(1,882,779)	(1,094,977)	(511,960)	(706,087)
行政開支	(272,584)	(898,337)	(97,379)	(35,541)	(515,878)
按公允價值計量且其變動 計入當期損益的投資					
公允價值變動	17,646	(4,031)	863	(446)	27,428
其他收入	49,006	10,547	12,805	4,809	8,700
其他收益/(虧損)淨額	51,107	4,689	22,610	3,576	11,932
經營(虧損)/利潤.....	(942,961)	(2,115,907)	28,714	(4,861)	(248,411)
財務收入	9,156	8,402	10,145	2,900	4,514
財務費用	(5,831)	(4,114)	(163)	(420)	(224)
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的可贖回可轉換 優先股公允價值變動	-	(36,781)	97,576	(144,664)	907,734
應佔聯營公司業績.....	(18,177)	(11,218)	(2,251)	(2,583)	(1,718)
除所得稅前(虧損)/利潤.....	(957,813)	(2,159,618)	134,021	(149,628)	661,895
所得稅(費用)/抵免.....	(5,206)	(978)	60,356	39,718	(12,510)
年/期內(虧損)/利潤	(963,019)	(2,160,596)	194,377	(109,910)	649,385

於二零一六年，我們錄得按公允價值計量且其變動計入當期損益的可贖回可轉換優先股重大公允價值虧損人民幣36.8百萬元。於二零一七年，我們錄得按公允價值計量且其變動計入當期損益的可贖回可轉換優先股重大公允價值收入人民幣97.6百萬元。截至二零一八年六月三十日止六個月，我們錄得按公允價值計量且其變動計入當期損益的可贖回可轉換優先股重大公允價值收入人民幣907.7百萬元，主要是因為就同程藝龍合併，本公司按一對一基準將優先股變更為普通股，令優先股公允價值下降，有關減少被確認為公允價值收入。有關更多資料，請參閱「財務信息—各期間經營業績比較」。

於二零一五年及二零一六年，我們分別錄得虧損淨額人民幣963.0百萬元及人民幣2,160.6百萬元，主要因為我們為應對行業競爭加劇，拓寬了銷售及營銷渠道，導致銷售及營銷開支增加。於二零一七年，我們錄得純利人民幣194.4百萬元，主要由於(i)廣告開支

概 要

減少，主要因為我們於二零一六年就藝龍開曼私有化將藝龍開曼普通股變更為本公司優先股而產生一筆大額一次性開支人民幣742.5百萬元；及(ii)銷售及營銷開支減少，主要因為我們於二零一六年就向本公司一名股東發行優先股以報償其提供的推廣及營銷服務而產生一筆大額一次性廣告及推廣開支。截至二零一八年六月三十日止六個月，我們錄得純利人民幣649.4百萬元，主要由於以公允價值計入損益的可贖回可轉換優先股的巨大公允價值變動人民幣907.7百萬元，主要是由於前段所述的原因。

非國際財務報告準則計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用若干非國際財務報告準則計量作為額外衡量指標。該等非國際財務報告準則計量並非國際財務報告準則所規定，亦並非按其呈列。

我們相信，該等非國際財務報告準則計量通過消除我們的管理層認為並不反映我們的經營表現的項目的潛在影響而方便比較我們的經營表現。我們相信，該等非國際財務報告準則計量呈列有用信息，供其以與管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們非國際財務報告準則計量的呈列未必可與其他公司所呈列類似計量指標相比。該等非國際財務報告準則計量作為分析工具的使用存在局限性，不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

下表載列於所示期間，我們的年／期內經調整利潤／(虧損)與年／期內利潤／(虧損)的對賬，前者為非國際財務報告準則計量指標，而後者為根據國際財務報告準則計算及呈列的最具直接可比性的財務指標：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一七年 (未經審核)	二零一八年
	(人民幣千元)				
年／期內(虧損)／利潤	(963,019)	(2,160,596)	194,377	(109,910)	649,385
股份報償	211,500	72,343	56,783	9,643	124,857
收購所得無形資產攤銷	21,225	24,488	39,073	19,536	90,053
新發行優先股形式的銷售及 營銷開支 ⁽¹⁾	—	1,044,908	—	—	—
以公允價值計入損益的可贖回 可轉換優先股的公允價值變動 ⁽²⁾ ..	—	36,781	(97,576)	144,664	(907,734)
有關就藝龍開曼私有化將普通股 變更為優先股的費用 ⁽³⁾	—	742,467	—	—	—
重組成本	—	—	—	—	220,953
以折扣價發行普通股	—	—	—	—	113,099
有關重組的所得稅開支	—	—	—	—	63,972
[編纂]開支	—	—	—	—	39,306
收購相關成本	—	—	—	—	9,883
經調整(虧損)／利潤	(730,294)	(239,609)	192,657	63,933	403,774

概 要

附註：

- (1) 指通過向本公司一名股東發行優先股以報償其提供的推廣及營銷服務這一形式支付的銷售及營銷開支。
- (2) 指發行予藝龍開曼股東的以公允價值計入損益的可贖回可轉換優先股的公允價值盈虧。我們將可贖回可轉換優先股指定為按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債。有關藝龍開曼私有化的更多資料，請參閱「歷史、重組及企業架構－我們的業務歷史－藝龍」。
- (3) 指就藝龍開曼私有化將藝龍開曼普通股變更為本公司優先股而產生的一次性開支。有關藝龍開曼私有化的更多資料，請參閱「歷史、重組及企業架構－我們的業務歷史－藝龍」。

本集團節選綜合財務狀況表數據

	截至十二月三十一日			截至六月三十日
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一八年
	(人民幣千元)			
流動資產總值	1,799,734	1,721,516	1,843,551	5,035,611
非流動資產總值	457,063	584,293	924,459	9,325,012
資產總值	2,256,797	2,305,809	2,768,010	14,360,623
流動負債總額	1,201,722	1,432,640	1,577,952	3,730,784
非流動負債總額	6,688	6,405,289	6,521,992	753,603
負債總額	1,208,410	7,837,929	8,099,944	4,484,387
淨流動資產	598,012	288,876	265,599	1,304,827
資產／(負債)淨額	1,048,387	(5,532,120)	(5,331,934)	9,876,236
本公司權益持有人應佔				
資本及儲備				
股本	—	84	99	609
股份溢價	—	1,514,310	1,514,310	15,946,235
庫存股份	—	—	(15)	(15)
其他儲備	2,658,337	(3,275,866)	(3,270,057)	(3,136,128)
累計虧損	(1,637,460)	(3,776,727)	(3,581,152)	(2,940,246)
	1,020,877	(5,538,199)	(5,336,815)	9,870,455
非控股權益	27,510	6,079	4,881	5,781
權益總額	1,048,387	(5,532,120)	(5,331,934)	9,876,236
權益及負債總額	2,256,797	2,305,809	2,768,010	14,360,623

截至二零一六年及二零一七年十二月三十一日，我們分別錄得負債淨額人民幣5,532.1百萬元及人民幣5,331.9百萬元，主要由於截至同日分別為人民幣6,398.6百萬元及人民幣6,347.6百萬元可贖回可轉換優先股。有關詳情請參閱本[編纂]附錄一所載會計師報告附註25。

概 要

負值其他儲備

截至二零一六年及二零一七年十二月三十一日以及二零一八年六月三十日，我們分別錄得負值其他儲備人民幣3,275.9百萬元、人民幣3,270.1百萬元及人民幣3,136.1百萬元。負值其他儲備主要歸因於(i)二零一六年有關就藝龍開曼私有化將藝龍開曼普通股變更為本公司優先股的扣減人民幣3,527.6百萬元，指優先股公允價值與已放棄普通股賬面值之間的差額；及(ii)二零一六年有關註冊成立本公司及完成藝龍開曼私有化的扣減人民幣1,514.4百萬元，主要是由於按面值發行的26,051,810股普通股及因其公允價值與賬面值之間的差異產生的股份溢價。

本集團主要財務比率

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一七年	二零一八年
	(%)				
收入增長(年/期同比)	不適用	114.8	14.2	不適用	60.3
毛利率 ⁽¹⁾	37.7	53.1	67.8	62.6	71.7
經調整EBITDA利潤率 ⁽²⁾	(64.1)	(8.1)	6.7	3.9	22.2
純利潤率 ⁽³⁾	(93.9)	(98.0)	7.7	(8.8)	32.5
經調整純利潤率 ⁽⁴⁾	(71.2)	(10.9)	7.6	5.1	20.2

按經調整收入基準計的

主要財務比率

經調整收入增長 ⁽⁵⁾	不適用	94.2	30.0	不適用	110.0
按經調整收入計的毛利率 ⁽⁶⁾	49.1	76.7	86.0	84.9	74.2
按經調整收入基準計的					
經調整EBITDA利潤率 ⁽⁷⁾	(83.7)	(11.7)	8.5	5.2	22.9
按經調整收入基準計的					
經調整純利率 ⁽⁸⁾	(92.9)	(15.7)	9.7	7.0	20.9

	截至十二月三十一日			截至六月三十日	
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一八年	
	(%)				
資本負債比率 ⁽⁹⁾	—	—	(3.6)	—	1.8

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以同年/期收入再乘以100%。
- (2) 經調整EBITDA利潤率等於同年經調整EBITDA除以同年/期收入再乘以100%。有關經調整EBITDA與經營利潤/(虧損)的對賬，請參閱「財務信息—非國際財務報告準則計量」。
- (3) 純利潤率等於淨利潤除以同年/期收入再乘以100%。
- (4) 經調整純利潤率等於同年/期經調整利潤/(虧損)除以同年/期收入再乘以100%。有關經調整利潤/(虧損)與利潤/(虧損)的對賬，請參閱「財務信息—非國際財務報告準則計量」。

概 要

- (5) 經調整收入等於(i)收入，減(ii)承擔存貨風險的住宿預訂收入超出佣金的部分。有關經調整收入與收入的對賬，請參閱「財務信息－非國際財務報告準則計量」。
- (6) 經調整收入計的毛利率等於毛利除以同年／期經調整收入再乘以100%。
- (7) 按經調整收入的經調整EBITDA利潤率等於經調整EBITDA除以同年／期經調整收入再乘以100%。有關經調整EBITDA與經營利潤／(虧損)以及經調整收入與收入的對賬，請參閱「財務信息－非國際財務報告準則計量」。
- (8) 按經調整收入的經調整純利潤率等於經調整淨利潤／(虧損)除以同年／期經調整收入再乘以100%。有關經調整利潤／(虧損)與利潤／(虧損)的對賬，請參閱「財務信息－非國際財務報告準則計量」。
- (9) 資本負債比率按總債務除以總權益再乘以100%計算。本集團的總債務包括截至所示日期的銀行借款。

同程線上業務的過往財務信息

為遵守上市規則第4.05A條的規定，以及呈列評估同程藝龍合併的影響所必需的重要資料，本[編纂]包括(i)截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度以及二零一八年一月一日至二零一八年三月九日期間的同程線上業務的經審核財務報表；及(ii)對同程線上業務截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日止年度過往財務信息的討論及分析。請參閱「財務信息－同程線上業務的財務信息」。下表載列同程線上業務的過往財務信息：

同程線上業務節選合併全面(虧損)／收入表數據

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一五年	二零一六年	二零一七年
		(人民幣千元)	
收入	580,523	1,434,957	2,707,499
銷售成本	(228,465)	(530,211)	(858,806)
毛利	352,058	904,746	1,848,693
服務開發開支	(164,277)	(371,720)	(514,800)
銷售及營銷開支	(580,764)	(515,174)	(670,732)
行政開支	(56,830)	(91,119)	(132,772)
其他收入	3,574	2,097	7,583
其他收益／(虧損)淨額	516	(1,864)	31,545
經營(虧損)／利潤	(445,723)	(73,034)	569,517
財務收入	2,177	2,732	2,955
除所得稅前(虧損)／利潤	(443,546)	(70,302)	572,472
所得稅抵免／(費用)	108,437	(20,796)	(81,134)
年內(虧損)／利潤	(335,109)	(91,098)	491,338

概 要

同程線上業務節選合併財務狀況表數據

	截至十二月三十一日		
	二零一五年	二零一六年 (人民幣千元)	二零一七年
流動資產總值	674,297	2,466,635	2,106,004
非流動資產總值	964,313	873,375	719,318
資產總值	1,638,610	3,340,010	2,825,322
流動負債總額	372,715	1,221,125	1,380,355
非流動負債總額	—	—	—
負債總額	372,715	1,221,125	1,380,355
資產總值減流動負債	1,265,895	2,118,885	1,444,967
權益	1,265,895	2,118,885	1,444,967
權益及負債總額	1,638,610	3,340,010	2,825,322
流動資產淨值	301,582	1,245,510	725,649

同程線上業務主要財務比率

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一五年	二零一六年 (%)	二零一七年
收入增長(年同比)	不適用	147.2	88.7
毛利率 ⁽¹⁾	60.6	63.1	68.3
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	(58.7)	9.2	28.9
純利率 ⁽³⁾	(57.7)	(6.3)	18.1

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以同年收入再乘以 100%。
- (2) 經調整 EBITDA 利潤率等於經調整 EBITDA 除以同年收入再乘以 100%。有關經調整 EBITDA 與經營利潤／(虧損)的對賬，請參閱「財務信息－同程線上業務的財務信息－非國際財務報告準則計量」。
- (3) 純利潤率等於年內(虧損)／利潤除以同年收入再乘以 100%。

經擴大集團備考財務信息概要

下表根據經擴大集團截至二零一七年十二月三十一日止年度及截至二零一八年六月三十日止六個月的未經審核備考綜合全面收入表呈列經擴大集團的年／期內收入、銷售成本、毛利、經營利潤、利潤及經調整利潤(定義見附錄三－未經審核備考財務信息)，猶如同程藝龍合併已於二零一七年一月一日及二零一八年一月一日分別發生。經擴大集團的未經審核備考綜合全面收入表的編製僅供說明之用，且由於其假設性質，故不一定顯示截至二零一七年十二月三十一日止年度及截至二零一八年六月三十日止六個月或任何未來期間經擴大集團財務表現的真實情況。

概 要

	截至 二零一七年 十二月三十一日 止年度	截至 二零一八年 六月三十日 止六個月
	(人民幣千元) (未經審核)	
收入	5,226,090	2,831,992
銷售成本	(1,670,587)	(787,629)
毛利	3,555,503	2,044,363
經營利潤	338,669	2,183
年／期內利潤	454,958	845,360
非國際財務報告準則計量：		
年／期內經調整溢利	712,800	634,639

下表載列於所示期間經擴大集團的經調整年度／期間利潤與年度／期間利潤的對賬，猶如同程藝龍合併已分別於二零一七年一月一日及二零一八年一月一日發生：

	截至 二零一七年 十二月三十一日 止年度	截至 二零一八年 六月三十日 止六個月
	(人民幣千元) (未經審核)	
年度／期間利潤	454,958	845,360
以股份為基礎酬金	56,783	124,857
收購所得無形資產攤銷	231,105	130,860
按公允價值計量且其變動計入當期損益的		
可贖回可轉換優先股公允價值變動	(97,576)	(907,734)
收購相關成本	10,556	9,883
以折扣價發行普通股 ⁽¹⁾	56,974	107,182
[編纂] 開支	—	39,306
重組成本	—	220,953
有關重組的所得稅開支	—	63,972
年／期內經調整溢利	712,800	634,639

附註：

- (1) 指(i)董事根據獨立估值師所編製的估值報告釐定的發行予Image Frame股份的公允價值與(ii)自Image Frame收取的現金代價之間的差額，該款項入賬列作行政開支。

有關更多資料，請參閱「附錄三一未經審核備考財務信息」。

商譽及其他無形資產

截至二零一八年六月三十日，我們錄得無形資產人民幣8,163.0百萬元，包括商譽人民幣3,792.8百萬元，主要由二零一八年三月完成的同程藝龍合併產生。有關同程藝龍合併的

概 要

更多資料，請參閱「歷史、重組及企業架構—本公司的主要股權變動—同程藝龍合併」。商譽及其他無形資產佔截至二零一八年六月三十日綜合資產負債表內資產的一大部分。商譽及無形資產的價值乃基於管理層作出的若干假設。如果任何此等假設並無實現，或如何我們的業務表現與有關假設並不一致，我們或須錄得巨額商譽及無形資產撇銷及巨額減值虧損，繼而可能會對經營業績造成不利影響。請參閱「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—業務合併產生的商譽及其他無形資產佔綜合資產負債表內資產的一大部分。倘我們釐定商譽存在減值，我們的經營業績及財務狀況或會受到不利影響」。有關商譽及無形資產減值政策的更多資料，請參閱本[編纂]附錄一會計師報告附註2.8及附註2.9。有關減值測試及估值參數變動如何影響含有商譽的現金產生單位的減值評估的敏感度及餘額的詳細討論，請參閱「財務信息—關鍵會計政策及估計—商譽的可收回性」及「財務信息—本集團綜合財務狀況表主要項目討論—非流動資產及負債—無形資產」。

申請在聯交所[編纂]

基於(其中包括)我們符合(其中包括)上市規則第8.05(3)條中提及的市值/收入測試：(i)我們於截至二零一七年十二月三十一日止年度的收入人民幣2,518.6百萬元(相當於約2,844.9百萬港元)超過500百萬港元；及(ii)基於指示性[編纂]的下限，我們於[編纂]時的預期市值超過[編纂]港元，我們已向聯交所上市委員會申請批准已發行及根據[編纂]將予發行的股份[編纂]及買賣。

股息

我們為根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。宣派及派付任何股息的任何未來決定將由董事會酌情決定，並將視乎(其中包括)能否自我們的子公司收到股息、我們的盈利、資本及投資要求、債務水平及董事會視為相關的其他因素而定。向股東作出的股息分派於有關股息獲股東或董事(如適用)批准的期間確認為負債。我們現時並無股息政策，亦無設置固定的股息支付比率。截至二零一五年、二零一六年及二零一七年十二月三十一日以及二零一八年六月三十日，我們並無派付或宣派任何股息。

截至二零一八年六月三十日，我們錄得累計虧損人民幣2,940.2百萬元。據有關開曼群島法律的法律顧問Conyers Dill & Pearman告知，根據開曼公司法，累計虧損狀況不一定會限制我們向股東宣派及派付股息，因為我們仍可自股份溢價賬宣派及派付股息，前提是我們將能夠償還在日常業務過程中到期應付債項。

[編纂]

本[編纂]乃就作為[編纂]一部分的[編纂]而刊發。[編纂]包括：(i)根據本[編纂]「[編纂]的架構—[編纂]」一節所述在香港進行的[編纂]的[編纂](可予調整)；及(ii)[編纂]初步提呈[編纂](可予調整及視乎[編纂]行使與否而定)，(a)根據第144A條規則或其他有效豁免於美國境內向合資格機構買家；及(b)根據S規例於美國境外(包括香港專業及機構投資者)。假設[編纂]及根據股份激勵計劃授出的購股權未獲行使，[編纂]將佔緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司已發行股本約[編纂]%

概 要

[編纂]

[編纂] 開支

假設[編纂]並無獲行使，基於中位數[編纂]港元(即[編纂]每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，本公司應付的[編纂]開支總額(包括[編纂])估計約為[編纂]港元(相當於約人民幣[編纂]元)。該等[編纂]主要包括就[編纂]及[編纂]提供服務已付及應付專業人士的專業費用及應付[編纂]。

截至二零一八年六月三十日，已自本集團綜合全面(虧損)/收入表扣除的與[編纂]有關的[編纂]開支(不包括[編纂])為人民幣[編纂]元。假設[編纂]並無獲行使及基於[編纂]每股[編纂]港元，我們估計本集團將會產生[編纂]開支約人民幣[編纂]元(包括[編纂]約人民幣[編纂]元)，其中約人民幣[編纂]元預計將於我們的合併全面收入表扣除，及約人民幣[編纂]元預計將於[編纂]後自權益扣除。

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本[編纂]所述[編纂]的中位數)，我們估計，扣除[編纂]的[編纂]及估計開支後，我們將收取[編纂]約[編纂]港元(相等於約人民幣[編纂]元，假設[編纂]未獲行使)。我們擬將[編纂]作以下用途：

- (i) 約[編纂]港元(相等於約人民幣[編纂]元，佔[編纂]%)預期將於未來24至36個月用於加強我們的產品及服務供應以及我們的旅遊服務供應商及用戶基礎。具體而言：(a)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於加強我們的用戶訂購渠道，以擴大我們的用戶基礎；(b)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於增強與現有旅遊服務供應商的關係並建立與新旅遊服務供應商的關係以及與旅遊服務供應商合作開發及引入創新旅遊產品及服務，從而拓展我們的產品及服務供應；(c)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於廣告及推廣活動以增加我們的品牌認知度；及(d)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於改善會員忠誠度項目以增強用戶黏性；
- (ii) 約[編纂]港元(相等於約人民幣[編纂]元，佔[編纂]%)預期將於未來24至36個月用於我們認為符合我們整體業務策略的潛在收購、投資、合資及合夥機會。這些機會包括(尤其是)(a)收購補充我們提供的現有產品及服務的OTA；(b)對不同旅遊領域的旅遊服務供應商進行少數投資；及(c)對科技公司(尤其是在大數據及人工智能方面擁有雄厚實力的公司)進行策略投資或與之合作以進一步提升我們的用戶及旅遊服務供應商服務。我們主要瞄準符合我們整體業務戰略的企業。在評估潛在收購及投資機會時，我們會考慮多種因素，包括目標企業的規模及盈利能力，目標企業有否可靠的變現記錄，及是次收購或投資可否幫助我們利用目標企業分部或地域市場及發掘有消費潛力的用戶群體。截至本[編纂]，我們並無物色到任何特定目標或就任何有關交易訂立任何協議、承諾或諒解；
- (iii) 約[編纂]港元(相等於約人民幣[編纂]元，佔[編纂]%)預期將於未來24至36個月用於加強我們的整體技術實力。具體而言：(a)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於培養我們的大數據及人工智能實力；(b)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於改善我們的IT基礎設施；及(c)其中約[編纂]%的[編纂](或約[編纂]港元)將用於提供有競爭力的薪酬以招聘及挽留IT人才；及
- (iv) 約[編纂]港元(相等於約人民幣[編纂]元，佔[編纂]%)預期將用於營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]定於較估計[編纂]的中位數更高或低的水平，則上述[編纂]的分配將按比例調整。倘我們作出[編纂]將最終[編纂]定於每股[編纂]港元，我們的估計[編纂]將進一

概 要

步減少約[編纂]港元額外金額。倘[編纂]進一步減少，我們擬按比例減少分配作上述用途的[編纂]。

有關其他詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

近期發展

近期我們完成將「火車票機票」及「酒店」入口從微信錢包遷移到微信小程序(在微信內直接運作的小應用)。因此，微信用戶可將「火車票機票」及「酒店」入口鏈接存到最愛或最常用小程序的下拉列表，在需要時僅需在手機上進行一兩次點擊即可打開鏈接，較之前更易進入我們的平台。微信小程序亦使我們更易吸引微信用戶，並通常在微信生態系統內各種其他場景吸引用戶，包括在我們與騰訊大數據合作的支持下的互動廣告、品牌微信公眾號及目標營銷及廣告。於二零一八年九月及十月，根據艾瑞諮詢基於多種計量指標(其中包括用戶訪問量、搜索查詢次數及分享次數)得出的排名，我們的品牌小程序在所有微信小程序中最受歡迎。

得益於我們將應用訴諸小程序格式，目前，我們的月活躍用戶及月付費用戶於二零一八年取得大幅增長。於二零一八年上半年(按同程藝龍合併基準計)及二零一八年第三季度，我們的平均月活躍用戶分別為160.4百萬及206.3百萬，而於二零一七年，平均月活躍用戶(按同程藝龍合併基準計)則為121.2百萬。於二零一八年上半年(按同程藝龍合併基準計)及二零一八年第三季度，我們的平均月付費用戶分別為17.5百萬及22.6百萬，而於二零一七年，平均月付款用戶(按同程藝龍合併基準計)則為15.6百萬。二零一八年上半年(按同程及藝龍合併基準)及二零一八年第三季度騰訊平台平均月活躍用戶分別為123.6百萬及168.1百萬，而二零一七年騰訊平台平均月活躍用戶(按同程及藝龍合併基準)為79.6百萬。二零一八年上半年(按同程及藝龍合併基準)及二零一八年第三季度騰訊平台平均月付費用戶分別為16.2百萬及21.2百萬，而二零一七年騰訊平台平均月付費用戶(按同程及藝龍合併基準)為14.0百萬。

此外，憑藉同程藝龍合併帶來的規模經濟及技術整合和營銷資源，我們近期加強我們在騰訊旗下平台(特別是微信)的營銷及推廣努力，微信平台亦為我們近期的月活躍用戶及月付費用戶的增長作出顯著貢獻。我們在騰訊旗下平台投放的廣告主要包括在微信文章底部的橫幅廣告或微信用戶朋友圈的動態推送的廣告，此乃微信的一個時間軸功能。於二零一八年第三季度，騰訊旗下平台廣告應佔的平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別為51.2百萬及5.3百萬，分別佔騰訊旗下平台的平均月活躍用戶總數及平均月付費用戶總數的30.5%及25.0%。此外，我們近期推出互動營銷活動，其設計乃通過微信強大的社交網絡功能來吸引及轉化更多的微信用戶。例如，我們近期在微信推出一項活動，可讓微信用戶分享其微信連接到我們微信小程序的鏈接來賺取獎勵或折扣。於二零一八年第三季度，該等社交網絡營銷活動的互動應佔的平均每月活躍用戶為32.2百萬，佔我們的騰訊旗下平台的平均每月活躍用戶總數的約19.2%。

董事確認，自二零一八年六月三十日(我們最近一期經審核綜合財務報表日期)起直至本[編纂]日期，本集團的財務或經營狀況、債務、按揭、或然負債、擔保或前景並無重大不利變動。