



地鐵推出的軌道旁等離子屏幕乃最新且大受歡迎的廣告形式。

車站商用設施及其他業務

發揮地鐵沿綫基建設施優勢

- > 車站商用設施及其他業務收入上升百分之十七點四，達十三億一千一百萬港元
- > 車站進一步翻新以改善零售環境
- > 八達通盈利貢獻增加

公司的光纖網絡覆蓋範圍擴展至二十六個地點，其中包括主要商廈、數據中心、中國網關 (China gateways)、香港國際互聯網交換中心與海底電纜著陸站。

車站商用設施

由於地鐵網絡中的零售商店增加及零售市場的強勁復甦，車站內商務收入上升百分之八點四，達二億九千八百萬港元。

公司繼續在站內進行翻新工程，擴建商用設施樓面面積並改善零售環境。年內完成的工程包括彩虹站、中環站、筲箕灣站、太古站、荃灣站、寶琳站、美孚站、金鐘站及香港站，共增加零售設施樓面面積一千一百九十二平方米。但由於在 Union Square 建設商場的綜合施工需要，九龍站零售面積有所減少，所以按淨額計算，車站商用設施的總樓面面積只增加二百六十八平方米，即上升百分之一點四，達一萬八千七百一十七平方米。

年內開展的翻新工程包括葵芳站、深水埗站、油麻地站、銅鑼灣站、黃大仙站、鑽石山站、樂富站、奧運站與青衣站，預計將於二零零五年首季完成。

廣告

香港經濟復甦加上公司繼續提升廣告地點，及推出新廣告形式以吸引廣告客戶，使公司的廣告業務受惠。因此，廣告收入上升百分之二十一，達四億六千七百萬港元。

四月，地鐵在灣仔站與銅鑼灣站之間推出非閃燈式隧道廣告，吸引乘客在車程中觀看大型彩色廣告。六月，地鐵在鰂魚涌站外牆安裝大型廣告板，同時在位於國際金融中心的香港站推出彭博顯示屏，即時播放財經新聞。十二月，地鐵在銅鑼灣站推出等離子環形螢幕 (plasma ring)，為大堂及軌道旁的等離子電視網絡增添新形式，使地鐵等離子電視總數增達一百二十四個。有關在車站內安裝十二封廣告板的計劃正繼續推行，直至二零零四年底已完成六百九十六個。

為了向廣告客戶提供詳實的觀看率統計數字，公司委任尼爾森媒介研究進行首

次「地鐵廣告接觸率及觀看頻次調查」，在香港戶外廣告市場亦屬創舉。調查於二零零四年六月結束，其結果有助加強公司的媒體價格策略，及推動與廣告客戶的合作。

電訊

由於流動電話使用量增加，公司包括固網附屬公司 TraxComm 的電訊收入，上升百分之二十點二，達二億三千八百萬港元。

公司已成功更新現有於港島綫的無線電系統，以便能提供以 UMTS 為基礎的第三代流動電話使用，使我們成為全球首批能提供第三代流動電話服務的鐵路網絡。預期於二零零五年底，乘客可在整個地鐵網絡內享用無間斷的第三代流動通訊服務。

二零零四年一月，TraxComm 開始運作及管理其五十兆頻寬網絡。該網絡為多家香港電訊服務營運商提供服務。

公司繼續改進零售商店組合，增設六十九間新商店及二十八種新品牌，包括 H₂O、Yume、Lo Hang Ka、西龍傳香飯團 (Q Q Rice)、Pie & Tart 與 TCBY，並在將軍澳站引入促銷櫃檯，向零售商提供短期租約，以提高該站商用設施的靈活性。

對外顧問服務

公司目前正在十一個國家的二十二個城市提供對外顧問服務。

二零零四年，對外顧問服務收入上升百分之二十七點三，達一億八千二百萬港元。年內，公司作出策略性決定，將專注智能卡及其他可產生投資機會或保持公司核心競爭力的項目，為該項業務重新定位。該等項目的工程規模通常較大且為期更長，因此會為公司提供更多發展及盈利機會，但是該等項目的週期亦較長。

智能卡方面，公司與八達通及其他合夥人攜手為荷蘭建立全國性的自動票務系統，取得不錯成績。雖然時間安排緊逼，但仍能按時交付硬體與軟件，並會於二零零五年四月如期完成設計、建設

與實驗階段工作。公司將於完工後為其營運提供支援服務。該重大項目的完成以及公司在智能卡技術上取得的成績與技術，將增強地鐵與八達通的競爭能力，並有助在其他市場獲得類似的商業機會。

基於在荷蘭的成功經驗，公司制定在世界各地尋求類似大規模智能卡項目的策略，以提供支援硬體、軟件與諮詢等服務。現時公司和合夥人正專注在墨爾本、多倫多及洛杉磯即將進行的項目。十一月，公司與 Thales e-Transactions CGA S.A. 及 ADI 公司合作競投墨爾本的智能卡項目。

地鐵在內地的對外顧問服務繼續發展。公司在上海的合營附屬公司上海港鐵建設管理有限公司，作為上海軌道交通九號綫一期的業主代表，正協力確保這投資人民幣一百一十億（一百零四億港元）的項目取得重大進展，並可在二零零七年底竣工。該項目的地盤工程進度令人滿意，目前松江區百分之八十的工程，以及閔行區百分之十七的工程已經完成。徐匯區虹梅路站的建設工程亦已於去年底展開。九號綫是二零一零年上海世界博覽會的新設基建項目之一。

國際交通採購及物流有限公司

八月，公司成立全資附屬公司國際交通採購及物流有限公司，旨在涉足全球鐵路供應及採購服務。這新附屬公司會在全球各地採購並營銷鐵路車輛、基礎設施及維修所需的零部件，作為全球生產商與買方之間的橋樑。

八達通卡有限公司 (八達通)

公司的智能卡附屬公司八達通有限公司，無論在交通與零售業上均取得長足進展。由於服務供應商數目增加、每日使用量提升，以及經濟復甦，八達通為公司帶來的除稅前盈利較二零零三年增加百分之九十一點三，達四千四百萬港元。

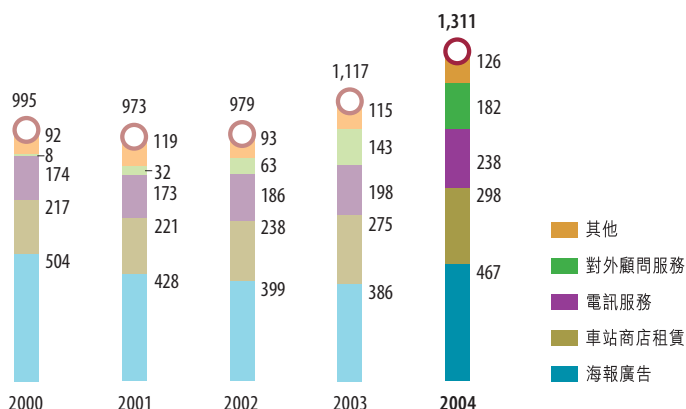
具體而言，年內八達通卡的每日使用量，由五千零七十萬港元增至五千七百五十萬港元。流通量由二零零三年底的一千零四十萬張，上升至二零零四年底的一千一百八十萬張，而服務供應商則由二百五十三家增至二百九十九家。

在擴展交通業務方面，幾乎全香港所有二千六百多部專線小巴、五十部紅色小巴、一百六十七個停車場，以及所有路旁停車位均已接受八達通卡付款。

隨著榮華餅家等新服務供應商的加入，以及麥當勞與萬寧等現有服務供應商全面使用八達通卡，八達通卡零售使用量繼續增加。為了提供更方便及靈活服務，八達通讓顧客透過指定金融機構的銀行帳戶或信用卡帳戶，為任何種類的八達通卡自動增值。直至二零零四年年底，該等金融機構的數目已增至十九間，包括滙豐銀行、中國銀行、渣打銀行及花旗銀行。

八達通亦透過全年宣傳活動，包括每月為八達通卡經常用戶，在零售地點與停車場舉行幸運大抽獎的「月來月著數」，取得穩定的總體使用量。

百萬港元



其他業務收入

隨著經濟復甦，本港的非車費收入全面上升。