

香港客運服務

公司的香港車費收入，包括鐵路和巴士客運服務在內，於2009年錄得114.98億港元，較2008年上升0.3%。

乘客量

於2009年全年，公司在香港的鐵路和巴士客運服務的總乘客量較去年增加1.4%至15.066億人次。

由觀塘綫、荃灣綫、港島綫、東涌綫、將軍澳綫、東鐵綫（不包括過境服務）、西鐵綫、馬鞍山綫以及迪士尼綫組成的本地鐵路服務，於2009年錄得總乘客量12.188億人次，較2008年增加1.1%。

羅湖及落馬洲過境服務於2009年的乘客量為9,400萬人次，較2008年增加0.7%，乃由於過境交通的增長所致。

於2009年，由於人類豬型流感和經濟下滑，航空旅客量下跌，使用機場快綫的乘客量因此下降6.9%至990萬人次。輕鐵、巴士及城際客運服務於2009年的乘客量合計為1.839億人次，較該等服務於2008年的乘客量增加4.7%。

於2009年，公司在專營公共交通工具市場的整體佔有率由2008年的42.0%增加至42.6%。我們在過海交通工具市場的佔有率由2008年的63.4%增加至64.0%；而由於競爭加劇，我們在過境業務的市場佔有率則由2008年的56.2%下降至55.3%。

服務推廣

公司不斷推出目標明確、構思創新的服務推廣活動，藉此刺激乘客量增長。這些活動包括「心繫生活每一程」的全新品牌定位及客戶服務活動，以及為高中學生而設的「Train'出光輝每一程」訓練計劃。

為展示公司致力建設更美好的社區，並傳揚香港悠久傳統的承諾，公司將「港鐵車站藝術」系列擴展，並於港鐵車站舉辦一系列的展覽，展示鐵路今昔的社區角色。

公司繼續透過車票推廣活動來提升乘客的忠誠度。為配合香港旅遊發展局舉辦的香港夏日盛會2009宣傳活動，我們向購買「港鐵全日通」或「機場快綫旅遊票」的旅客，派發專為

他們而設的「港鐵旅遊獻禮」冊子，提供16項購物和餐飲優惠。此外，機場快綫亦於夏季夥拍電影「變形金剛狂派再起」推出團體票推廣計劃。

除了26部深受本地乘客歡迎的「港鐵特惠站」車費優惠處理器外，公司亦於深圳地鐵福田口岸站付費區內，及紅磡站城際直通車入境大堂禁區內新增「港鐵特惠站」，為過境旅客提供服務。其他車費推廣，包括將「上水 — 尖東全月通」和「屯門 — 南昌全月通」月票優惠延長一年，並於8月推出「屯門 — 紅磡全月通」月票優惠。

服務表現

乘客安全、旅途舒適及服務可靠，依然是公司乘客服務的基石。公司於2009年的服務表現完全超越政府規定的各項表現水平以及公司本身制訂更為嚴格的顧客服務目標。列車按照編定班次行走的程度、乘客車程準時程度及列車服務準時程度均達99.7%或以上。

年內，公司定期進行乘客滿意度調查，結果反映乘客滿意度維持在高水平。在2009年，本地鐵路/過境服務及機場快綫的服務質素指標分別為70及82，而反映乘客對票價滿意程度的票價指標則分別為61及63。根據由12個成員組成的國際都市鐵路聯會(CoMET)於2008年發表的標準借鑑，公司保持領先地位。

公司卓越的服務表現，再次獲得多個獎項嘉許，包括於香港優質顧客服務協會的「優質顧客服務大獎2008」中奪得「卓越大獎金獎」，並獲《壹週刊》頒發「服務第壹大獎 — 公共交通工具組別」。

提升服務

公司繼續加強列車服務和鐵路網絡基建設施。

隨著九龍南綫啓用，公司訂購了22列新輕鐵列車，而首兩列已於12月投入服務。此外，15輛新雙層巴士亦已於8月投入服務，取代退役的舊巴士。機場快綫車廂的翻新工程已於2009年年中完成。

旺角站、太子站和旺角東站的翻新工程已於10月完成，而青衣站的翻新工程亦於12月完成。東鐵全綫車站的環境改善工程已經完成，而所有東鐵綫車站(馬場站除外)亦於11月底前安裝為殘疾人士而設的闊身閘機。奧運站、尖沙咀站、屯門站和青衣站的新綜合出入口亦已啓用。

公司繼續為我們的鐵路乘客提供更多的增值服務。繼無線寬頻(Wi-Fi)服務於1月覆蓋機場快綫全綫列車後，我們亦將3G流動電話覆蓋範圍擴展至機場快綫全綫車站及隧道，並為港鐵網絡內32個車站(包括機場快綫各站)接駁公眾無線寬頻服務。

人類豬型流感

人類豬型流感疫情繼續對市民健康構成威脅。面對2009年5月至7月期間的嚴重警戒級別，公司採取廣泛措施教導乘客及員工預防流感，並落實一系列風險紓緩措施，包括加強環境衛生、提供個人防護裝備，以及成立指揮小組負責監察和控制疫情。

生產力

於2009年，公司繼續以提高效率和生產力為首要工作之一。在過往五年，我們成功將每載客車卡行車公里的用電量由2005年的5.94kWh降低至2009年的4.86kWh。這方面的能源消耗能減少18.2%，主要因為我們推行了多項節能措施，包括將列車上的馬達發電機更換為靜止變流器、優化列車調度及車站環境控制系統等。整體而言，每車卡公里的經營開支由2005年的22.8港元減少7.5%至2009年的21.1港元。我們的員工生產力亦持續提升，按每名鐵路營運員工計算的營業額由2005年的152萬港元，增至2009年的162萬港元。公司的環境表現，亦受惠於部分港穗直通車的柴油機車電氣化而帶來的效益。

○ 車站商務及鐵路相關業務 ○

收入表現

在2009年，車站商務及鐵路相關業務的收入為33.28億港元，較2008年減少3.5%，主要由於廣告收入下降，以及於2008年獲得一家電訊服務供應商為終止牌照協議而付予公司的一次性款項在2009年不再復有所致。若撇除這一次性影響，收入則減少1.0%。

車站零售

包括免稅店和零售商店租金在內的車站零售設施收入於2009年為16.05億港元，較去年增加3.8%，主要由於商店數目增加、新訂的租約租金較高，以及為機場快綫、東涌綫和東鐵綫的商店進行重新規劃和翻新所致。我們於期內在13個車站為80間商店完成翻新工程，另外亦引進23個新的零售商。截至2009年年底，車站的商店(包括免稅店及其他商店)總數為1,228間，零售設施的總面積達至52,788平方米，當中9,540平方米屬於免稅店業務。

為慶祝康城站啓用，我們於2009年7月中旬向將軍澳綫沿綫大型屋苑的住戶派發將軍澳綫港鐵車站商店的優惠券。

廣告

2009年的廣告收入為5.97億港元，較2008年減少19.4%。這主要是由於經濟低迷，令客戶的廣告開支顯著縮減所致。應時度勢，我們向廣告客戶推出多個廣告套餐及獎勵計劃。我們亦於期內引進一系列嶄新的廣告形式，這包括在十個車站安裝數碼廣告屏幕，以及擴大和統一東鐵綫與西鐵綫各站的扶手電梯廣告板。截至2009年年底，我們共有20,742個車站廣告點、26,823個車廂廣告點(包括4,545個液晶體顯示屏)，並於42個車站設有67個展覽及陳列場地。