

聯繫持份者



車費優惠
數碼營銷

顧客



網上會議
財務報告
周年成員大會

投資者

持份者組別

香港業務 2021年聯繫活動及成就



顧客

- 提供恆常車費優惠，並提供額外車費扣減以協助市民度過疫情帶來的困境
- 在MTR Mobile應用程式推出個人化及聯繫活動
- 推出智慧出行方案，以解決顧客從行程起點至終點當中的痛點及需求
- 提供無縫連繫的出行體驗，讓顧客在車站商店及毗連商場內享受購物消費的樂趣
- 透過MTR Mobile應用程式進行針對性的數碼營銷活動，並推出「電子禮券」吸引顧客



投資者

- 與投資者舉行超過180場網上會議，就疫情對不同業務造成的空前影響提供意見
- 定期更新公司網站的主要數據以及發表財務報告
- 舉行周年成員大會，提供與董事進行面對面溝通的機會，詢問董事有關公司表現和營運的事宜



政府及監管機構

- 與政府就《鐵路發展策略2014》下的鐵路項目緊密合作，並支持政府的《北部都會區發展策略》
- 為支持立法會和區議會的社區工作，安排各種活動及提供贊助
- 歡迎政府官員及部門參加測試演習及開幕禮等活動



社區

新冠疫情關愛計劃

- 向本地及少數族裔家庭捐贈口罩
- 向當值醫護人員免費提供機場快綫車票
- 為商場及車站商店的租戶提供租金寬減
- 與社企及慈善機構合作為有需要人士提供食物及生活物資等援助

恆常計劃

- 為學生舉辦事業及生涯規劃活動(例如「Train' 出光輝每一程」計劃)
- 為非政府組織及少數族裔提供贊助及義工服務
- 每年與香港電台第五台合作，提升年長乘客的安全意識



承辦商及供應商

- 在新冠疫情期間為供應商提供支援及協助，確保供應商的安全和健康
- 透過供應商評估系統向供應商提供表現反饋，使供應商持續改進其表現
- 與主要供應商舉行供應商管理會議，以鞏固業務關係



僱員

新冠疫情關愛計劃

- 提供防護裝備；辦公室員工試行在家工作安排、採用彈性上班時間及可穿便服上班；推出「情緒健康一站式學習網站」、舉辦健康講座及設立24小時醫療及輔導熱綫；安排新冠病毒疫苗接種外展服務，以及為已接種疫苗的員工提供「身心健康假」

員工投入度調查

- 於2021年12月向香港的所有全職員工及香港以外全資附屬公司的管理人員進行員工投入度調查，整體參與率接近80%

恆常計劃

- 兩層員工協商機制，包括公司層面的員工評議會和部門/組別層面的聯席協商會
- 傑出貢獻嘉獎及長期服務獎
- 港鐵康樂會



2022年及以後的計劃

- 繼續提供恆常車費優惠及其他推廣
- 繼續建立和豐富MTR Mobile的客戶資料，以增強和深化個人特色及參與度，當中包括數碼營銷活動
- 為聯繫不同乘客組別，在港鐵網絡制定更多智慧出行方案，並採納數據分析應用程式，以提升顧客在不同接觸點的體驗
- 借助更先進的數據平台，為一般乘客及特定顧客層提供以數據為本的個人化及應用服務
- 因應最新市場趨勢和顧客喜好，繼續分散及優化租戶組合

- 繼續透過不同渠道發表重要公告及最新資訊，與投資者保持聯繫
- 計劃在疫情許可下舉行實體會議及路演

- 繼續支持政府以鐵路系統為香港交通骨幹的政策
- 知悉及聯繫擬成立的鐵路署和新的政策局
- 繼續推行其他恆常聯繫計劃

- 在疫情期間推出多項措施，為社區提供支援，惠及車站商店及商場的租戶以及醫護人員
- 根據社會及環境目標更新社會及環境參與策略，確保我們的計劃能滿足不同社群的需要
- 拓展鐵路網絡，以安全、環保、實惠及便利的鐵路服務連接更多社區
- 繼續推行其他恆常聯繫計劃

- 對主要供應商進行意見調查，以了解為港鐵公司提供服務支援的挑戰及潛在的改進空間
- 為相關類別的供應商舉辦有關ESG倡議及最佳實務的交流會及培訓會
- 為重點類別及供應商制定長期策略
- 為港鐵公司制定正式的供應商檢討會議計劃及供應商審計計劃
- 為主要新鐵路項目展開採購活動

- 加強新冠疫情關愛計劃並推出新措施
- 於2022年2月/3月向員工傳達調查結果，然後規劃行動來回應員工所提出的意見，並將於2022年年底進行脈搏調查，以追蹤規劃工作的進展。下一次調查將於2024年舉行
- 繼續推行其他恆常聯繫計劃