



○ 車站商店達  
**1,568**間  
總面積達  
68,664平方米

○ **43,186**個  
廣告點

○ 75個車站提供  
**5G**服務

## 香港客運服務 車站商務

### 目標

公司致力透過鐵路網絡提供優質零售、廣告及電訊服務，為顧客、商業夥伴及股東創優增值。

## 挑戰

### ○ 車站零售

新冠疫情過後，我們繼續應對消費情緒低迷以及客流減少所帶來的影響。這些影響對商戶的業務造成衝擊，並對租金收入構成下調壓力。

### ○ 廣告業務

面對疫情反覆，加上本地及全球經濟疲弱，廣告商密切監控開支，導致廣告收入下滑。

### ○ 電訊業務

顧客對港鐵網絡內能享有更快的連線速度及更廣闊的覆蓋範圍的需求日益增加，令公司對進行電訊基建升級工程更感迫切。

## 策略

### ○ 車站零售

為了抵銷疫情肆虐及經濟下滑的影響，我們繼續向租戶提供靈活及/或較短期的租約，以鞏固與租戶的關係，幫助租戶業務復甦。港鐵透過 MTR Mobile 應用程式和「MTR分」獎賞計劃進行推廣活動，以吸引顧客及刺激消費。我們檢視租戶組合，以帶動租金收入並確保零售服務與時俱進。

### ○ 廣告業務

我們繼續推進廣告平台的數碼化轉型，同時設計具競爭力的銷售方案以及針對目標受眾的靈活廣告方案，包括線上與線下結合（「O+O」）的創新推廣計劃。

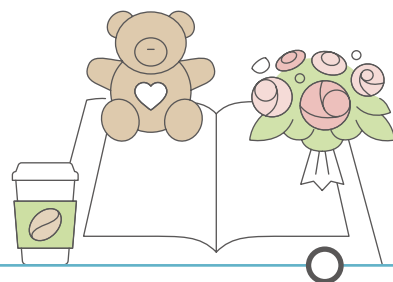
### ○ 電訊業務

年內，我們在計劃新商業電訊網絡方面取得穩健進展，能為顧客提供更多5G服務和更快速的流動通訊服務。

## 展望

由於新訂租金下跌，車站零售租金收入可能繼續受壓。在租戶仍然面對經營困境之時，為了提高車站的租金收入，我們將繼續優化零售組合，使其保持新鮮感，並符合顧客的需要和期望。同時，隨著過境車站於2023年年初重開，免稅店業務亦已恢復，但由於租約是在市道低迷時續訂，同時亦要視乎客流及銷售額，所以與過往比較，預計相關業務的表現仍會受到影響。

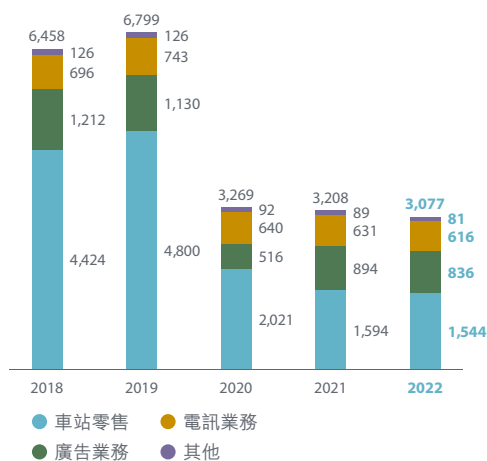
經濟環境的變化及其對消費情緒和支出的影響，極易對廣告業造成衝擊（如2022年首六個月的業績所顯示），但近期趨勢顯示廣告收入已見溫和復甦。此外，為貫徹利用科技與創新來促進未來增長的承諾，我們將繼續擴大數碼廣告容量和建設5G電訊網絡，以推動收入及滿足乘客的期望。





## 香港車站商務收入

(百萬港元)



2022年，來自香港車站商務業務的總收入減少4.1%至30.77億港元，主要因為第五波疫情令廣告商開支減少，而新訂租金下跌亦使租金收入減少。

## 車站零售

2022年，續租或新租戶的租金下跌，令車站商店租金收入減少3.1%至15.44億港元。為應對此情況，我們向租戶提供靈活及/或較短期的租約(特別是對中小型租戶)；檢視租戶組合，以帶動租金收入及保持零售服務與時俱進；同時引入新品牌來吸引顧客。年初爆發第五波新冠疫情後，我們按個別租戶情況提供租金寬減。車站商店新訂租金跌幅為14.6%，平均出租率為97.3%。

年內，港鐵透過MTR Mobile和「MTR分」獎賞計劃為車站商店展開多項推廣活動，借助龐大用戶群來推動「車站商店印花賞」等活動，以刺激消費(特別是在政府推出消費券計劃期間)。2022年4月及10月，我們進行推廣活動，向乘客派發港鐵車站商店現金券以鼓勵消費，並在車站張貼新店海報，宣傳進駐港鐵商店的新品牌。

免稅店業務因過境車站持續關閉而受到影響。隨著過境車站於2023年年初重開後，免稅店業務亦已恢復。然而，有關租約是在市道低迷時續訂，同時亦要視乎客流及銷售額，所以與過往比較，預計相關業務的表現仍會受到影響。

於2022年12月31日，按出租面積分析車站商店(包括免稅店)的租約到期概況為約36%於2023年到期、24%於2024年到期、35%於2025年到期，以及5%於2026年及之後到期。

於2022年12月31日，按出租面積計算，車站商店(不包括免稅店)的租戶組合為餐飲類別約佔46%、餅店約佔15%、便利店約佔15%、乘客服務約佔10%及其他類別約佔14%。

於2022年12月31日，港鐵的車站商店數目達1,568間，總面積為68,664平方米，較2021年12月31日分別增加18間及385平方米可出租面積，主要由於會展站有新商店開業。

港鐵讓非政府機構及社會企業以象徵式租金租用屯馬綫沿綫的指定車站商店，助其向市民提供服務。2022年，公司以象徵式租金租出10間車站商店。



## 廣告業務

2022年，廣告收入減少6.5%至8.36億港元，原因是經濟前景低迷，影響消費相關活動，並窒礙廣告市場的回升勢頭。港鐵優化了O+O及戶外(即戶外廣告展示)廣告平台，有助公司在波動的廣告市場中把握有利機遇。

截至2022年12月31日，車站及列車內的廣告點總數減少至43,186個，主要由於東鐵綫新九卡列車的廣告點數量較以前為少。年內，我們繼續轉型至數碼廣告平台及推出全新數碼模式，並增加港鐵網絡中數碼廣告屏幕的數量。

我們透過受眾定位和媒體銷售平台，推廣針對特定受眾的靈活廣告套餐。港鐵亦十分榮幸成為亞洲首家提供程式化數碼戶外廣告的鐵路公司，並以香港特別行政區成立25周年為契機，在戶外媒體上推出香港首個元宇宙線上至線下(「O2O」)活動。

2022年，港鐵向68家非牟利組織提供免費廣告位，以協助推廣它們的服務。

## 電訊業務

2022年，港鐵的電訊業務收入減少2.4%至6.16億港元。截至年底，5G服務已覆蓋共75個車站。我們亦為新商業電訊系統進行招標。該系統覆蓋24個車站，能支援更多

5G服務以及加快數據傳輸速度。位於將軍澳、與合作夥伴開展的數據中心服務於2022年2月啟用後，我們正在探討提供更多數據中心服務的機會。