

港鐵又故障 趕返工乘客逼暈

旺角站附近信號壞句鐘 上班族批屢延誤不應加價

香港文匯報訊（記者 杜法祖）港鐵近期事故頻生，荃灣線昨又發生信號故障。昨晨上班繁忙時間，荃灣線旺角站附近因有信號故障，導致油麻地站往太子站的列車服務受阻，月台上擠滿乘客，經近1小時搶修後列車服務始復常，其間有趕上班乘客需等5班車才能上車，行程受阻約20分鐘，大失預算，認為港鐵常有延誤，不應加價，亦有乘客因過度擠逼不適送院。港鐵發言人表示，已即時採取適當措施減低故障影響，包括在沿途各站廣播，建議乘客考慮使用其他路線或其他交通工具，目前正調查故障原因。

昨晨7時55分，港鐵荃灣線旺角站附近發生信號故障，令油麻地站往太子站的列車服務延長2分鐘至3分鐘一班，由於正值市民上班繁忙時段，早上8時許太子站月台逼滿大批乘客。故障亦令荃灣線沿線各站受到影響，在長沙灣站，港鐵職員雖在大堂截停乘客進入月台，但月台仍然非常擠迫，有乘客不滿等了5班車，浪費約20分鐘才能登上往油麻地方向的列車，令他大失預算；此外更有乘客因過於擠逼暈倒不適，須送院治理；另有由觀塘線轉乘荃灣線的乘客表示，等了2班至3班車才能上車，較平時遲了約10分鐘，認為港鐵經常有延誤，不應加價。經近1小時搶修，信號故障終在昨晨8時53分修復，荃灣線列車服務隨後陸續復常。



■港鐵旺角站信號故障，太子站月台出現人潮。



■有乘客因過於擠逼而暈倒不適，須送院治理。

上月墜架空電纜癱瘓5小時

近期港鐵接連出現事故，在上月16日中午，因行車管道內的架空電纜拉托裝置繫索折斷，導致電纜下墜，引發將軍澳支線服務癱瘓5小時，成為將軍澳線通車以來最嚴重事故，數十萬市民大受影響。當日在油塘站至調景嶺站之間，有列車集電弓因觸及下墜電纜而冒煙搶火傳出「爆炸」聲，被迫停在管道內，150名乘客須沿路軌步行50米到月台疏散。事故影響觀塘出現逾千乘客冒雨排隊等候接駁巴士的狼狽場面，有乘客投訴港鐵指示不清，安排混亂。

行駛輕鐵焚頂 觀塘線龜速行駛

翌日上午，一列輕鐵駛經天水圍天湖站時車頂突着火焚燒，車長須緊急疏散160名乘客，再冒險駕駛着火列車開往4個站外的洪天路緊急月台等待消防灌救。至上月20日，正當港鐵召開記者會為將軍澳線電纜故障導致服務癱瘓5小時事件「解畫」之際，觀塘線又發生電纜故障導致供電不穩事件，列車服務亦受阻，當中一列由藍田站開往觀塘站的列車，車廂內照明系統更一度熄滅，並以龜速行駛，有趕上班乘客直斥港鐵故障頻頻，連累上班遲大到。



■太子站擠滿候車乘客，其間有女乘客不適。

酒店業料新春訂房「無驚喜」

香港文匯報訊（記者 文森）香港每年吸引數以千萬計旅客來港旅遊，香港酒店業主聯會昨日表示去年本港酒店入住率及房租按年大致持平，預期今年農曆年三十晚至年初一，訂房情況都不會有太大驚喜，最快要到初二至初三，入住率才會升至八成至九成。聯會又指，內地實施「旅遊法」令來港旅客增長放緩，認為本港應改變單靠旅客購物發展旅遊業的模式以支持行業長遠發展。

去年入住率維持八成七

香港酒店業主聯會執行總幹事李漢城昨日出席電台訪問表示，去年本港酒店入住率維持約八成七，入住率及房租按年大致持平。

對於今年新春期間，他指入住率暫時只有五成至七成，他認為主要是因為內地旅客來港現時普遍不會預早訂房。李漢城預期，農曆年三十晚至年初一，訂房情況都不會有太大驚喜，最快要到初二至初三入住率才會升至八成至九成。

李漢城又指，內地實施「旅遊法」令來港旅客增長放緩。酒店房租方面，李漢城預期，明年本港酒店房間供應將會增加至約八萬間，但對於需求影響不大，房租無上升空間。他說，隨着廣深港高鐵及港珠澳大橋落成，有望維持目前訪港客流量，但認為本港應改變單靠旅客購物發展旅遊業的模式以支持行業長遠發展。

劊房戶3年未上樓 向房署索償4.9萬

香港文匯報訊（記者 文森）全港基層住屋大聯盟協助1名輪候公屋超過3年的申請人，入稟小額錢債審裁處，控告房屋署管理失當，未善用1萬2千多個空置單位，導致未能落實3年上樓的承諾，並索償4萬9千元。申索人妻子表示，因沒有理想的居住環境，所以3年前曾墮胎，因此房署須負上責任。房屋署回應，指不同因素會影響個別申請人入住公屋的時間，而空置公屋單位中，只有4千多個「可供出租」，但空置數字會不斷變動，故當中不存在管理失當問題。

每日有人入稟 促安排上樓

全港基層住屋大聯盟昨日在灣仔區域法院外聲援1個基層家庭入稟小額錢債審裁處，控告房屋署未能履行3年上樓的承諾。申索人在2008年申請3人單位，2009年改為申請4人單位，但至今仍未獲編配單位以供選擇，一家四口要住在劊房，認為房署編配公屋的安排有問題，決定向房署索償4萬9千元，當中包括3年以來住劊房與公屋相差的租金、因加租迫遷搬運費，以及精神損失。

大聯盟代表梁俊威表示，大聯盟內超過80戶輪候公屋超過3年，他表示，由昨日起每日都會聯同1名申請人入稟，促請房署補貼租金差額，並立即安排上樓。

房署：情況各異難一概而論

房屋署發言人強調，房委會公平機制，以計算平均輪候時間，但有很多不同因素，和個人選擇會影響實際入住公屋的時間，如申請人的家庭環境、地區選擇、是否接納首次編配等，加上不同地區中，不同面積的公屋單位的供應情況時有不同，因此房委會從未保證所有一般申請人均能在3年內入住公屋。

發言人又指，雖然審計報告中提出，去年3月底共有12,471個空置公屋單位，但當中35%為「不可供出租的單位」，而近32%為「編配中的單位」，只有4,137個是「可供出租的空置單位」，空置數字會不斷變動，僅能顯示在某個時段的情況，故當中不存在房屋署或房委會管理失當的問題，有關索償並沒有理據。

特刊 ■責任編輯：張 健 版面設計：陳 潔

廣汽傳祺榮膺「CCTV中國年度品牌」

創新模式打造中國品牌新引擎

近日，第五屆「中國品牌年度發佈」頒獎盛典落下帷幕，廣汽傳祺榮獲「CCTV中國年度品牌」稱號，全國所有行業僅有15個品牌獲此殊榮，傳祺也是汽車行業唯一得獎的品牌。廣汽傳祺成立6年，上市僅三年，依托創新性的「傳祺模式」，不斷完善產品序列，實現品質、銷量雙突破。2013年廣汽傳祺更是一路高奏凱歌，全年勁銷8.5萬輛同比激增158%，實現中國中高端汽車品牌的真正破局。

傳祺榮膺中國年度品牌 以質創量三年三大跨越

2013年度中國品牌發佈以「新思維、新引擎、新價值」為主題，關注企業品牌在模式創新、突破盈利增長方式方面的貢獻與成就。廣汽傳祺上市短短三年，以高品質奠定銷量基石實現跨越式發展。2011年，傳祺在整體汽車市場陷入低迷的情況下入市，一個新生品牌憑單一車型銷售1.7萬輛；2012年傳祺銷量就實現翻番，遠超市場同期7.1%的平均增幅；2013年勁銷8.5萬輛同比增幅158%，領跑市場大勢，並創造了中國品牌在中高端級別車型中銷量過萬的奇蹟，最終將此年度最具權威的品牌類大獎收入囊中。

在國家經濟結構調整與發展方式轉變的大背景下，

■傳祺GA3智慧版



廣汽傳祺另闢蹊徑，從中高端入市，以創新的發展模式，逐漸縮短中國汽車與世界百年歷史汽車巨頭的差距，為中國汽車行業深化改革提供新思維，也讓人看到中國品牌走向全球的希望。

「深藍戰略」突破合資壁壘 中國汽車品牌發展新路徑顯現

廣汽乘用车總經理吳松眼中，傳祺最值得驕傲的地方在於「深藍戰略」：誕生即從競爭最為激烈的中高級市場切入，不跟自主兄弟血拼，而是以精準的市場定位突破合資壁壘，並實現快速發展。

近來，隨着合資價格不斷下探，中國汽車品牌以性價比為優勢的傳統增長模式難以為繼。廣汽傳祺精準把握消費者變化趨勢，以高品質跳出中國品牌低質低價的桎梏。

在2013年J.D.Power中國新車質量研究報告中，傳祺以97分排名15，高於行業平均水平，位列中國品牌第一；傳祺GS5在所有SUV中位列中國品牌之首，有力打破「中國品牌至少需要十年才達到新車質量平均水平」的預言。傳祺車主轉介紹率已經達到20%至30%，高品質的產品標籤已得到廣泛認可。

傳祺並非首家走中高端路線的汽車品牌，無疑其卻是最為成功的。受益於高品質，傳祺在中國品牌困局



■廣汽傳祺獨攬汽車行業唯一大獎



■廣汽傳祺榮膺「2013 CCTV中國年度品牌」大獎

研究院為中心的廣汽全球研發網；第三是建立歐美系佔40%、中資佔40%、日韓系佔20%的高品質供應鏈；第四是開創集群網絡行銷服務新模式；第五，創新企業文化，融合「國企的平台、民企的效率、合資的流程」，創建

獨具特色、高效運營的管理模式；第六，品牌國際化，連續擔任高端盛會用車，並被《變形金剛4》選為在國內合作的唯一汽車品牌，提速海外戰略。

傳祺模式在促進傳祺快速發展的同時，也為傳祺提供可持續發展的潛力。以正向開發打造的獨立DNA為基礎，傳祺形成兩大體系4個平台的清晰產品線佈局，計劃未來五年，逐步向市場投放20-30款車型。2014年傳祺加快前進的步伐，從每年上市一個新車，提速至推出四款車型，包括GA5 1.6T、GS6、GA3F及GA6。未來車型將搭載7速雙離合變速器及6AT，配合1.6T/1.8T/2.0T及GS系列小型發動機，構建強勁的動力總成系統。其中，廣汽傳祺自主研发的1.8T渦輪增壓發動機，以高功率、低排量、適應性廣等優勢，引領低碳經濟技術創新趨勢，榮獲「動力中國2013年度發動機獎」，是國內發展T動力的領先典範。

以廣汽傳祺為代表的中國中高端品牌快速崛起，讓行業認識了「傳祺模式」的價值：以研發創新為動力，世界級品質為基石，打造國際化品牌，「質」與「量」的提升，上市第三年即實現盈利，並打造成擁有獨立DNA且具有持續進化能力的汽車品牌。對於急需深化改革的中國企業而言，傳祺模式具有借鑒意義，這一模式或將成為推動中國企業國際化發展的新引擎。

中走出截然不同的銷售曲線。三年銷量連上三個台階，傳祺GS5單車月銷更是過萬，被市場稱為「傳祺速度」。中國汽車品牌不缺乏量的增長，但廣汽傳祺主銷車型在12-18萬之間，2013年8.5萬輛這個數字的含金量不言而喻。

「站穩中高端市場，這是每個中國汽車人的夢想，但並非每個中國自主品牌都能堅守並成功的。」吳松說。

傳祺模式啟動創新引擎 打造持續進化能力

堅守高品質、貫徹深藍戰略，傳祺在2013年實現品牌影響力爆發式增長。2013年，傳祺成功入圍解放軍總裝備部、公安系統、中央直屬機關、國管局四個最具影響力的公開招標。在解放軍總裝備部機關公務車競標項目中，傳祺1.8T系列車型以領先第二名5分多的壓倒性優勢奪得第一名，彰顯強勁的綜合實力。

吳松將這些成果歸功於獨創的傳祺模式：充分把握改革開放最新成果與廣汽合資合作的成功經驗，創立全新發展模式並實現六大突破。首先是創立廣汽生產方式，研發、技術、製造、質量水平業內領先；其次是整合國際國內優勢供應商和開發機構，構建以廣汽