

即日第二程9折減至5個月 「都會票」加至415元

香港文匯報訊(記者 鮑曼珊)去年勁賺逾100億元的港鐵按照可加可減機制連續第六年加價,平均加幅4.3%,增幅為6年來第二高,部分路線加幅更逾6%。新票價於下月21日起實施,預計可額外為港鐵帶來6億元收入。港鐵昨日同時宣布將推出多項優惠,但被視為與乘客直接分享利潤的「即日第二程9折優惠」,推廣期卻由去年的10個月大幅縮減至僅有5個月;「港鐵都會票」票價亦由400元加至415元,車費優惠合共逾5億元。

港鐵加價平均 4.3%

5億優惠計劃縮數

■港鐵按照可加可減機制連續第六年加價。



港鐵市場及策劃總經理元立行昨在記者會指,票價調整機制根據綜合消費物價指數變動、運輸服務業名義工資指數的變動及生產力因素計算出來,今年平均加幅為4.3%,幅度低於通脹。調整票價後,41%的乘客每程車費加0.1毫至0.2毫;25.4%加0.3元至0.4元;11.8%加0.5元;19.2%加價逾0.5元;僅得2.5%車費不變。

元立行表示,以金額計算,加價最高的路線是迪士尼站往返屯門站,成人票價由29.6元加至30.9元,加1.3元;加幅最高為南昌往返紅磡的特惠票,由3元加至3.2元,加幅達6.7%,高於平均加幅的4.3%。至於加價最少的路線為大圍往返火炭的特惠票,由3.5元加至3.6元;加幅最少為佐敦往返上水的特惠票,由6.3元加至6.4元,加幅為1.6%。

新價為港鐵額外收入6億元

港鐵商務總監楊美珍表示,新票價為港鐵額外帶來6億元收入。修訂後的票價調整機制引入「與利潤掛鈎的車費優惠計劃」及「服務表現安排」,故港鐵需因應去年利潤及事故,撥出2.2億元作「即日第二程9折優惠」,由加價當天起至11月底,為期5個月,推廣期較去年的10個月大幅縮短一半,預計每日約170萬人次受惠。

楊美珍指出,去年推出的「港鐵都會票」受中、長途過海乘客歡迎,月賣7萬張,故將推廣期延長一年至明年6月30日,但售價將於今年7月1日起由400元加至415元,購買「港鐵都會票」的乘客可在新票價下,享有11%至25%的車費折扣。

6假日續推長者小童1元乘車

此外,港鐵曾於今年農曆新年期間首次推出年初二及初三成人半價乘車,長者及小童只需1元乘車。楊美珍表示,優惠反應良好,故決定在未來12個月的聖誕假期(12月26及27日)、年初二及初三、復活節兩天假期,合共6個假日推出「港鐵節折賞」優惠,成人半價乘車,長者及小童只需1元乘車。連同其他車費優惠,合共逾5億元。

楊美珍亦說,配合政府的《公共交通策略研究》研究,港鐵正就如何增加載客量作可行性研究,計劃耗資3億元購買10架輕鐵及10架接駁巴士,以配合新界西北人口增長,惟最終購置細節將於完成整個研究後確定。



「2015香港FUN享夏日禮」獎賞內容(部分)

日期 2015年6月15日至8月31日

「即到即賞」大抽獎

對象 抵港旅客
參加方法 旅客只需帶同歡迎禮包(於香港國際機場入境檢查大堂前派發),到設置於接機大堂的抽獎櫃位,並出示有效旅遊證件,即可參加電子抽獎一次。
獎品 每位參加者均會獲得7天免費CSL WiFi通行證、「VIP卡」

部分中獎禮品

- 香港迪士尼樂園標準門票(2,888張)、標準客房住宿一晚(10個名額)
- 萬希泉鐘錶 領航系列陀飛輪腕錶
- 麗星郵輪「處女星號」四天三夜郵輪假期乙位
- 黃金海岸酒店 聆瀾咖啡廳雙人自助晚餐

「百萬富翁遊香港」大抽獎

對象 離港旅客
參加方法 旅客把歡迎禮包內的「VIP卡」填妥,離境時投入設於香港國際機場的抽獎券收集箱內,即可參加抽獎。抽獎及得獎結果將於9月進行及公布。
獎品名額 10位,每位得獎者可攜同一名親友,以貴賓級待遇免費重遊香港。

獎品(每位)

- 國泰航空或港龍航空商務艙來回機票兩張
 - 10所五星級酒店豪華住宿服務及貴賓體驗
 - CSL送出Vertu Aster T手提電話
 - 銀聯卡港幣5萬元簽賬額
 - 海洋公園「與動物親上加親」幕後之旅貴賓體驗
 - 迪士尼樂園獨家貴賓觀光、星級名菜、套房住宿「奇妙10周年體驗之旅」
 - 多間2015年米芝蓮星級餐館美食體驗
 - 1萬元T廣場禮品卡及私人購物助理導購服務
- 資料來源:旅發局 製表:記者 袁楚雙

直通車廣州東佛山肇慶加20元

香港文匯報訊(記者 文森)內地鐵路公司及港鐵公司,將於7月15日起調整廣東東鐵直通車票價,往來廣州東、佛山、肇慶的成人單程票價分別加20元,往來廣州東一等車廂,調整後的單程票價為210元,特等車廂加至250元。

是次加價大致恢復至1995年的水平,以彌補過去20年營運成本的累計增幅。調整後,來往常時的成人單程票價將加10元;來往廣州東、佛山及肇慶的成人單程票價會上調20元;5歲至9歲的小童將可繼續享有成人票價約一半的車費優惠。

城際客運總經理李慧貞表示,現時港鐵及廣深鐵路股份有限公司合作營運的廣九直通車每日對開12班,由於工資、能源及其他營運成本在過去年間不斷上漲,因此要調整廣東東鐵直通車票價。

市民唔「收貨」優惠 鄧家彪批「帶動通脹」

香港文匯報訊(記者 鮑曼珊)港鐵即使在再加價的同時,提供多項優惠回饋市民,仍未能令市民「收貨」。有市民直斥港鐵票價不單止昂貴,且服務質素欠佳。有立法會議員批評港鐵「賺到盡」及「縮骨」,未有全數回饋市民。

立法會交通事務委員會副主席鄧家彪對港鐵加價感到極之失望及遺憾,同時「帶動通脹」,並不合理。他批評港鐵「賺到盡」及「縮骨」,不但回饋計劃較之前為差,今年更非全數回饋,且連月票及直通車亦有加價,「(港鐵)好似橫掂都俾人鬧,不如加咗先啦。」

鄧家彪又批評,港鐵在6天假期提供成人半價乘車優惠,是一種商業策略,「可能因為假日較少乘客,為了吸引更多乘客,將策略包裝成回饋優惠,令人失望。」他要求政府重新檢討可加可減機制,及建議港鐵的利潤一旦達到某水平,就不可啟動機制加價。

田北辰:優惠力度不足夠
立法會交通事務委員會主席田北辰表示,尊重港鐵的票價調整機制,又指對優惠計劃「收貨」。他歡迎港鐵在6個公眾假期推出半價優惠,但認為購買月票的乘客是最需要協助的一群,優惠力度卻不足夠。

市民林太太批評港鐵經常加價,車費不但昂貴,車箱內更經常擠滿人,「迫到迫唔入。」她又謂,丈夫每天上班都需要乘坐港鐵由荃灣至將軍澳,車程長,但沒有座位坐,故「寧願早少出門口,選擇搭巴士。」

李先生:優惠減得就減
李先生表示,平日多數乘坐觀塘線,間中過海。他指,在乘客角度而言,加價不合理,車費亦太貴,「只有加沒有減,且港鐵經常壞車。」至於「即日第二程車費9折」推廣期縮短至5個月及「都會票」加價,他批評,「(港鐵)優惠減得就減。」

現年26歲、任職護理業的邱先生則表示,通脹影響下,加價是合理,但前提是服務應有所改善,包括加密班次及減少機件故障等。



■工聯會社會事務委員會成員到金鐘地鐵站示威,抗議港鐵在高盈利下仍然加價。

訪港旅客微升 旅局「大禮包」迎暑假



■蘇錦樑認為,面對鄰近地區競爭,需擴大優質旅遊措施和景點去吸引旅客。

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)訪港旅客跌勢暫告一段落,香港旅發局最新訪港旅客數字顯示,4月份單月整體訪港人次較去年微升0.9%;「五·一」小長假訪港人次亦報捷,按年升12%,內地旅行團及個人遊人次俱錄得升幅。商務及經濟發展局局長蘇錦樑昨日表示,本港旅遊業面對內憂外患,即使旅客回升但客源不穩定,故須加強推廣方面的推廣。旅發局為迎合亞太區暑期旅遊季,於下月中至8月底推出大型優惠,其中10名幸運兒或有機會贏取免費來回商務客位機票及4日3夜五星級酒店住宿。

旅發局最新數字顯示,4月份整體訪港旅客達479萬人次,按年升0.9%,內地與其他短途地區旅客亦分別按年微升1%及1.7%。然而,長途地區旅客及新興市場人次卻分別按年下跌1.3%及1.7%。過夜旅客方面,以不包括內地的短途地區市場按年升幅最理想,達6.2%,其他地區旅客人次繼續錄得跌幅。至於「五·一」小長假的訪港人次則按年升12%,內地旅行團團數較平日增加逾20%,個人遊旅客上升2%。

蘇錦樑:經濟不明朗 客增未必消費升
蘇錦樑昨日出席旅發局推廣活動後補充,3月份整體旅客下跌

8.7%,4月份微升0.9%,5月首24天的整體旅客上升5.6%,當中內地旅客上升7.2%及非內地旅客上升0.8%。他指出,初步觀察發現5月上旬的旅客增長較強勁,但隨後一兩周再次下跌,反映旅客增長並不穩定。

他估計,數字起伏源於外圍經濟不明朗,對旅客,尤其是長途旅客的外遊意欲有一定影響。此外,在匯率帶動下,中短途旅客轉飛日本,亦令當地市場的旅客增長強勁。而旅客人均消費有所下降,對本地零售業挑戰非常,「旅客增多未必代表消費有增長」,故對今年整體數據仍有待觀察,並希望香港提升本身競爭力以保持好客之都的優勢。

入境送240萬份禮包 抽3.65萬元腕錶

為配合內地及短途旅客的暑假旅遊旺季,旅發局將由下月15日至8月31日舉行新一輪推廣優惠,「香港『FUN』享夏日禮」,並準備了共240萬份歡迎禮包,送予所有經香港國際機場入境的訪港旅客,禮包內含CSL7天免費WiFi通行證,讓旅客在全港逾1.5萬個網絡熱點上網,同時另有機會抽中價值3.65萬元的限量「陀飛輪」腕錶,及各景點、餐飲、購物等獎品。

離境再贏來回機票及豪華住宿

旅客憑禮包內的「VIP卡」,於貼有「香港『FUN』享夏日禮」標誌的商戶消費可享優惠;於酒店業協會及酒店業主聯會轄下70間會員酒店入住亦可以兩晚價錢住三晚酒店,符合指定條件可獲半數至全數房租回贈消費。此外,旅客離境時將「VIP卡」投入抽獎箱,亦有機會獲得免費商務艙來回機票兩張及4日3夜豪華住宿體驗,另有兩大主題樂園「量身定做」的園區行程、多間米芝蓮餐館餐宴,名額10位,獎品總值逾30萬元。

至於早前的「開心著數大行動」成效,優質旅遊服務協會初步調查顯示,約60%商戶對是次活動感到滿意。在改善整體銷售氣氛方面,逾半受訪商戶指「沒有意見」或「不滿意」成效,44%商戶認同有助改善。