

西貢區議會
2013 年度第一次會議
九龍巴士(一九三三)有限公司之回應

有關陳繼偉議員就九巴加價和開設新巴士線的動議

作為公共服務機構，九巴深明加價對民生的影響。然而，營運成本持續上升，九巴 2012 年上半年已錄得除稅後虧損港幣 1,520 萬元，預期下半年因工資及通脹進一步上升，虧蝕將進一步擴大。為免緊絀的資源影響服務質素，在迫不得已的情況下才提出加價申請。九巴承諾會善用資源，提升巴士服務。

九巴絕非年年加價，九巴對上一次的加價申請是 2010 年 7 月底，審批至生效歷時近 10 個月至 2011 年 5 月 15 日獲准加價 3.6%，根本不足以抵消國際超低硫油價升幅的一半，更遑論整體包括工資及通脹導致持續飆升的營運成本。九巴申請 2013 年加價 8.5%，這次申請的加幅，與過去兩年通脹率的總和（8 至 9%）相若，希望在 2013 年達至收支平衡。

自 2011 年初以來，九巴主要成本項目的開支大增，其中燃油成本上升約三成五，燃油費 2012 年上半年佔九巴總營運成本約 23%；佔總營運成本近五成的員工薪金於 2011 及 2012 年亦累積上調 9%，隧道費加幅亦逾 5%。九巴巴士營運在 2011 年的回報率為 1.37%。預計於 2012 年上半年的回報率為負 0.5%。如獲批准按今次申請的幅度加價，2013 年的回報率預計將為 0%。

九巴是一個人力密集的機構，整體員工背負 1.2 萬個家庭，營運 3,900 部巴士需聘用約 8,500 名車長、2,000 多名維修人員，加上站長及督察，人力密集。由於高油價、人工等經營成本持續上升，巴士路線網絡失效等，導致虧損。九巴深明加價對民生的影響，認真考慮到市民的承受因素，在虧損壓力下才提出加價申請，希望在 2013 年達至收支平衡，讓九巴可以購買新巴士，招聘人手，以持續正常良好運作，以及持續提升服務質素。

有輿論提到「可加可減」方程式計算出來的加幅只為 4.3%，其實這個方程式未能充分反映巴士公司的成本結構。汽油部分在 CCPI（綜合消費物價指數）只佔 0.6%，但燃油成本現已佔九巴總營運成本約 23%，這差距說明目前可加可減機制的方程式，未能真實反映巴士公司的燃油成本，反映不到九巴營運成本上漲的主要因素。再加上這次審批後 2013 年加價，涉及兩年的時差及通脹。

九巴於 1933 年投得九龍及新界地區的巴士專營權，2013 年就是九巴的 80 周年。按照專營權的理念，巴士票價一向按照用者自付的原則來釐定，但同時以乘客密集受歡迎又賺錢的路線補貼偏遠地區人口分散又缺乏替代交通工具的巴士路線，確保香港市民可以獲得最佳的巴士服務。在這專營原則下，九巴早年一直是以大約七成乘客密集的普及路線，支援補貼另外三成偏遠地區需求較低但沒有替代交通工具的社會服務路線，這做法原本一直行之有效，為其他由政府補貼公共交通的國家及地區所艷羨。

但過去 10 年，在鐵路為主的交通運輸政策下，鐵路網大幅及極速擴張，巴士乘客持續流失到鐵路，10 年內九巴由 2002 年高峰期每日 310 萬載客人次，跌至目前暫維持約每日 260 萬人次；另外加上日趨嚴重的路面擠塞及大型基建及鐵路工程令路面行車面積減少，引致九巴巴士路線行車時間平均增加一成六時間，其中六成的巴士路線甚至增加一成半至三成行車時間，這些都會對巴士乘客量構成負面影響，對巴士業界確實是一個巨大的衝擊及挑戰。

2002 年 8 月，地鐵將軍澳支線通車當日，九巴載客量即日減少 10 萬人次；緊接的 2003 年九廣鐵路西鐵線，以及隨後一年的馬鞍山鐵路、去年的港鐵九龍南線通車，大量的九巴乘客流失至鐵路系統，但九巴車隊車輛數目未能跟載客量下降比例相應下調。

而近年巴士路線整合的進度受阻，現時行走的 400 條巴士路線中，有七成路線虧損，在香港現行用者自付的原則下，讓三成受乘客歡迎的路線，長時間補貼七成虧損的路線，對廣大乘客亦不公平。

九巴一直透過與運輸署及各地區人士磋商溝通，希望盡快整合乘客使用量偏低、有替代交通工具而又重疊的過時巴士線，透過路線重新整合來提升巴士網絡效益，以便九巴可以騰出巴士，調配到區內行走有更迫切需求的新、舊路線，開源節流，以抵消成本上升帶來的加價壓力，促進過時的網絡更新變化，改善環保，達至多贏局面。

只要讓香港的專營巴士公司以商業原則及有效率地營運，巴士公司依然具備競爭的空間。九巴期待在取得政府的認同下，可以增加更多利用高速公路及新隧道的快達巴士路線、邊境巴士線及透過新設的轉乘站，方便乘客轉駁更多巴士路線，相信這些都是會取得乘客認同的。

九巴亦一直致力開源節流，特別在積極開拓廣告收益等非車費收入。自 1998 年起，由於專營巴士公司的專業並非在廣告製作及推廣業務，九巴一直將其巴士車身廣告業務交由廣告代理負責，及後當廣告業務擴展至巴士站、車廂內，以及巴士電視（MMOB）時，仍然沿用這模式。正如其他公共交通機構都會聘用廣告代理，為其廣告平台爭取最高廣告收益。九巴於 2007 年取得現行 10 年期的專營權以來，廣告合約一直經公開招標批出。

九巴各項廣告平台（包括車身、車廂、巴士電視、巴士站等）的廣告代理商是透過公開招標而選出及委任，以最佳條件、價高者得選取廣告代理，目標是爭取最高廣告收入。在 2010 及 2011 年，九巴的各項廣告平台每年共獲得約港幣 1 億元的廣告收入，並已全數計入九巴的專營帳目的非票務收入內，補貼票價。2012 年上半年更錄得港幣 5,480 萬元廣告收入，較 2011 年同期增加約 7%。九巴廣告作為開源的非票務收入雖然持續上升，全數用作以補貼票價，但與九巴每年約港幣 60 億元的票務收入相比，只能對巴士營運的賺蝕起若干補貼作用。

2013 年 1 月 2 日