

「迎三跑」鞏固航空樞紐 國泰年簽150架空巴

集團計劃7年投資千億 擴機隊增航點

香港航空業經歷疫情挑戰後強勁復甦，國泰集團業務亦「重上雲霄」，繼已經全額償還特區政府195億元投資外，集團早前公布未來7年1,000億元投資大計，鞏固香港國際航空樞紐地位。國泰與空中巴士昨就過去12個月落實多達150架飛機的訂單舉行慶祝典禮，機隊擴充是集團千億元投資計劃其中一部分。同時，集團今年內將新增15個新航點，其中國泰航空佔6個，香港快運佔9個。集團行政總裁林紹波昨表示，集團將持續擴展旗下航點，期望2025年能為乘客提供共100個航點選擇。

●香港文匯報記者 莊程敏

國泰集團今年8月宣布未來7年投資超過1,000億元，配合其積極發展的策略，進一步提升顧客體驗，並配合機場三跑道系統落成，鞏固香港作為國際航空樞紐的地位。過去一年，國泰集團與空中巴士簽署了多達150架新一代飛機的訂購協議，涉及多款最先進及節能的機型，包括窄體客機、區域廣體客機及大型貨機。機隊是集團千億元投資大計中重要的一環，反映了集團對香港國際航空樞紐充滿信心，準備把握三跑道系統啟用帶來的機遇。

冀明年提供共100個航點

林紹波昨在致辭時透露，集團最快於2026年簽收第二批空中巴士窄體客機，及後數年會陸續取得其他新一代飛機。未來將逐步升級空中和地面的服務，上周已推出新改裝的波音777-300ER客機，加入全新的特選經濟客艙；地面上，國泰將逐步升級全球的貴賓室，包括擴大在北京及紐約機場貴賓室版圖，以及翻新香港頭等和商務貴賓室，於2026年以全新面貌示人。同時會繼續擴展旗下航點，期望明年能提供共100個航點。

國泰營運及航空服務總裁麥皓雲表示，對香港長遠成為航空樞紐非常有信心，認為本港有良好的貨運基建，以及具有5小時航程覆蓋全球一半人口等優勢。他指，香港國際機場第三跑道系統將於下月啟用，這將掀開航空樞紐全新時代的序幕。「在迎接這些機遇時，能夠充分支持我們的乘客和貨運客戶，使得他們能夠探索新的目的地，並將重要的貨物運送全球。國泰承諾在未來7年內投資1,000億港元，其中很大一部分將用於購置新一代環保節能的飛機，而這正是今日慶祝的主題。」

機師流失率回至歷史低位

早前一直困擾國泰的人手問題亦暫見紓緩，麥皓雲指，機師流失率已經改善至疫前水平，更達到歷史低位，公司欣賞員工的付出，在有能力的情况下，會與員工分享成果，繼續派發花紅。國泰日前向內部員工發信，宣布以香港為基地的員工將於2025年1月7日獲得相等於一個月合資格薪酬的酌情花紅。

料今年聖誕客運較去年佳

國泰航空昨公布9月營運數字，9月載客量約181.7萬人次，按年升近18%；首9個月升逾28%至1,655.4萬人次，連同香港快運合計載客量突破2,000萬人次，達到逾2,100萬人次。國泰9月貨物運載量13.3萬公噸，按年升約11%；首9個月升近10%至110.4萬公噸。集團指，9月踏入傳統旺季，需求增強。顧客及商務總裁劉凱詩昨表示，展望未來數月，國泰將增加更多航班和航線，以滿足外遊需求的增長。國泰對今年聖誕假期的客運量保持樂觀，預期較去年同期更佳。

對於上月國泰旗下一架空中巴士A350客機發生引擎起火事件，麥皓雲強調是特殊情況，涉事飛機的引擎在飛行過程中發現問題，最後成功安全降落，目前經過維修後問題已解決，並已逐步重新投入服務。他補充，是次新簽訂的新飛機皆有考慮到可持續性發展，具備優秀的能源效益。



●國泰及空中巴士昨舉行150架飛機訂單慶祝典禮。香港文匯報記者郭木又攝

國泰集團擴張計劃

整理：記者 莊程敏

- 在未來7年投資逾1,000億港元
- 向空中巴士購入150架飛機
- 國泰航空和香港快運將新增15個航點，單計快運已新增9條航線，集團明年將進一步增加航點至100個
- 擬明年在北京及紐約機場推出新的貴賓室
- 香港的貴賓室於2026年完成更新
- 在未來三年陸續推出新機艙產品，首先在波音777-300ER客機推出全新商務客艙、特選經濟客艙及經濟客艙



製表：香港文匯報記者 岑健樂

黃偉綸：中東東盟成航空業增長引擎

香港文匯報訊（記者 莊程敏）署理財政司司長黃偉綸昨出席國泰與空中巴士訂單慶祝典禮時表示，香港國際機場在克服疫情挑戰後，已在多個方面展現出強勁的復甦。即將完工的三跑道系統將顯著提升機場的容量，最終每年可處理1.2億名乘客及1,000萬噸貨物，這些增長對於香港和機場未來的發展至關重要。他表示，以香港為基地的航空公司正努力與不同合作夥伴拓展航空業務，當前正是國泰進一步擴展其現代化高端航空機隊的最佳時機。他說，香港國際機場一直被譽為世界最佳國際機場，積極擴展航空服務協定和安排，政府與相關部門和機場密切合作，致力擴展「一帶一路」市場，相信中東及東盟市場將繼續成為本港航空業的增長引擎。機管局昨日公布的數據顯示，航空業

增長勢頭不俗，香港國際機場9月客運量達406萬人次，按年增加22.4%；貨運量41.4萬公噸，增加10.2%；飛機起降量約2.96萬架次，增加22.3%。9月份客運量持續復甦，所有類別的旅客，包括香港居民、訪客，以及轉機/過境旅客量均按年顯著增長，當中以往來東南亞及中國內地升幅最顯著。

首三季機場客運3900萬增41%

貨運量同樣保持升勢，持續錄得雙位數按年升幅，主要由於轉口及出口貨運量按年增長13%。於9月，主要貿易地區中，以往來歐洲、東南亞及中東的貨運量錄得最明顯增長。今年首三季，機場處理的客運量達3,900萬人次，按年增長40.9%；飛機起降量約26.7萬架次，上升39%；貨運量超過359萬公噸，增長15.7%。

空巴：需求殷 增天津產能

香港文匯報訊（記者 莊程敏）空中巴士民用飛機業務首席執行官Christian Scherer昨表示，目前中國及亞洲區內客運需求明顯反彈，對飛機產能的需求亦持續增長，未來或會提升天津廠房產出。對於中國自主研发的C919飛機面世，他回應指，「餅(市場)足夠大，可以容納不同競爭對手。」他對此表示歡迎。

他提到，與國泰合作關係要追溯到1989年，即35年前，當時國泰作出了購買空中巴士A330-300飛機的決定。值得注意的是，國泰成為首家選擇在A330-300上使用勞斯萊斯發動機的航空公司。這是國泰一系列決策中首個不僅僅標誌着空中巴士與國泰的合作，也印證了全球航空業的進步，因為A330-300搭載勞斯萊斯發動機最終成為全球最成功的區域性寬體飛機。

Christian Scherer續指，通過過去幾個月的過程，他意識到兩家公司有很多共同價值觀。國泰是A350的早期採用者之一，並展示了A350-1000這架現今及未來跨洲高載客量長程飛行的飛機。他讚揚，國泰屬世界級的航空公司，對其產品的支持，對公司極為重要。

foodpanda：無人機送外賣 香港有發展空間

香港文匯報訊（記者 蔡競文）外送行業在港急速發展，foodpanda香港自2014年成立，過去十年合共完成了超過1.5億張訂單。foodpanda香港行政總裁賴偉昕昨表示，今年第三季整體業務表現保持穩健，其中到會服務業務按年上升2倍多、企業服務業務按年上升1倍多。被問及該公司有否興趣涉獵低空經濟範疇，他表示公司會研究在香港實施無人機送遞的可行性。

內地正全力發展低空經濟，香港特區方面亦在規劃之中。行政長官李家超在今年的施政報告提出發展低空經濟，成立一個由財政司副司長任組長的「發展低空經濟工作組」，制訂發展策略和跨部門行動計劃，先以應用項目為起點，首階段預計以空中監測和無人機載貨為主，包括運送外賣，以及信件、藥物等較輕貨物，今年年底接受業界申請參與項目。

賴偉昕表示，foodpanda的母公司Delivery Hero在部分歐洲地方例如是瑞典，已提供無人機送遞服務，他認為香港這邊也有留意到相關政策，會研究在港實施無人機送遞的可行性。

價格戰不持久 做好服務最重要

foodpanda香港今年迎來香港業務開業十周年，近年有競爭者加入市場，外送行業競爭趨向激烈，賴偉昕表示該公司每日均面對市場競爭，會以平常心對待。被問及同業打價格戰，他認為價格戰短期可能可以吸引消費者，但長遠來說需要做好服務才能留住客人。

至於未來業務發展方向，賴偉昕表示將專注三大策略，第一透過多元化發展業務，公司已從當日的「外賣平台」逐漸邁向「一站式生活平台」，並繼續為外送行業建立一個可持續的生態圈；第二為消費者帶來更多、更合適用戶的選擇；第三提升服務以迎合用戶最新需要，將服務做得更深入，提供更定制化的服務。

到會服務增逾2倍 看好香港市場

他續指，foodpanda的服務已經覆蓋香港95%的人口，今年也取得穩健的業務表現，單看第三季，到會服務業務按年增長逾2倍，企業服務業務按年增1倍，包含生活百貨的快商務業務按年上升近10%。他認為主要是有賴於公司對大數據的分析，以及過去10年累積對香港市場的熟悉度，從而作出有效的推廣，他相信香港市場未來的發展空間仍然大，長遠來說對前景樂觀。



● foodpanda香港行政總裁賴偉昕指，會以平常心面對同業競爭，並指做好服務才是長遠能留住客人的策略。

港外賣市場「三雄逐鹿」競爭烈

香港文匯報訊（記者 蔡競文）本港外送市場一向競爭激烈，過去數年外送市場一直由foodpanda和Deliveroo（戶戶送）主導，根據市場調查機構Measurable AI今年5月初發布的2024數字經濟年度行業報告顯示，直到去年美國旗下KeeTa進軍香港，打破了兩家獨大的市場局面，目前大致「三分天下」。

Measurable AI的數據指出，香港外賣及生活百貨送遞的市場需求在過去5年持續增長。自2023年第一季到2024年第一季以來，訂單量年增率超過40%，商品交易總額(GMV)年增約22%。

美團KeeTa首季訂單量佔比32%

不過，自從KeeTa在去年5月攻港後，Measurable AI的消費數據顯示KeeTa重新分配了現有競爭者的部分市佔

率；與此同時，香港整體外賣消費及市場需求維持穩健上升趨勢。截至今年5月初，綜觀香港三間外送平台的消費數據，按所有服務包括外賣送遞、自取及生活百貨的市場佔有率來看，foodpanda在訂單量和商品交易總額(GMV)均保持第一，Deliveroo的市佔率在過去一年維持在30%左右。

截至今今年第一季，按訂單量計算，KeeTa在所有服務包括外賣送遞、自取及生活百貨的市場份額已增至32%，按商品交易總額(GMV)計算則為27%。

Measurable AI的數據又顯示，自KeeTa加入香港外賣平台競爭之後，各外賣平台的優惠攻勢在去年第四季開始迅速回升。截至去年12月，超過60%訂單都使用了優惠，這優惠比例明顯高於Measurable AI報告中其他地區的外賣市場。

港人買外賣十年「十大之最」

- 1. 美食之最**
從 foodpanda 服務香港頭5年起，米線已是訂單量最高的食品。十年過去，米線仍然是絕對冠軍。
- 2. 「大」訂單之最**
2019年，有顧客從一間連鎖餐廳一次過訂購了共449件食品，成為 foodpanda 香港史上最「大」訂單。
- 3. 生活百貨之最**
熱門日本雞蛋品牌訂單量成生活百貨類首選，最受歡迎一款雞蛋訂單量比第二名高近三倍，多年來售出的雞蛋數量足以填滿24個籃球場。
- 4. 夜鬼之最**
2021年於消夜時段接收的生活百貨訂單為歷年來最高，中西區更是全港之冠。
- 5. 振奮之最**
在2023年，foodpanda 送遞員獲得的貼士總額超過1,000萬元。
- 6. 距離之最**
服務最久的一位送遞員累積超過8萬公里的路程，等同圍繞赤道走了近2圈。
- 7. 忠實戰友之最**
日の苑是 foodpanda 第一個，亦是合作最久的餐廳夥伴之一。
- 8. 茶水間組合之最**
打工仔最受歡迎的零食和飲品，汽水、雪糕、穀物能量棒，邪惡與健康兼備。
- 9. 辦公室必備之最**
辦公室最不可缺少的是酒精搓手液及盒裝面紙。
- 10. 環保之最**
早年已推出「不需餐具」選項以鼓勵顧客減少使用即棄餐具，至今已有累計超過6,700萬張訂單中的顧客選取了「不需餐具」選項。

資料來源：foodpanda 香港 製表：記者 蔡競文