

常問問題

問：白馬戶外媒體的主要業務是甚麼？

答：白馬戶外媒體身處全國發展最迅速的戶外媒體市場，佔市場領導地位。我們的主營業務公共汽車候車亭廣告佔集團營業額超過90%。我們獨特和標準化的候車亭網絡包括逾17,000個位於全國三十個主要城市的廣告牌。而為了擴充候車亭廣告以外的業務，我們亦開拓了兩項新的業務 - 售點廣告及大型廣告牌廣告。關於售點廣告方面，我們與多家主要購物中心及超級市場簽訂合約，其中包括上海的聯華超市。至於大型廣告牌，我們目前於北京、上海及周邊地區擁有少量大型廣告牌，主要座落於主要的高速公路。

問：為何白馬戶外媒體選擇專注中國市場？

答：換另一個更準確的角度來說，專注中國市場並非地理上的部署，而是我們看準中國市場的盈利及增長潛力，所以我們選擇全情投入中國這個全球最大的消費市場。這是中國前所未有的消費年代，在市場上可供選擇的產品及服務多不勝數，而同時市場上有一批有購物機會、消費能力及意慾的消費者，中國的經濟增長已拋離其他國家，但我們相信這只不過是一場對我們及全國有長遠及深刻影響的品牌革命的開端。

問：為何選擇戶外廣告？

答：主要原因有三個。第一，戶外廣告是唯一容許直接海外投資的媒體。第二，所有電視、電台及印刷媒體都要面對製作內容的嚴峻挑戰與支出；但對我們而言，廣告本身就是內容。第三，其他媒體十分分散，以致廣告商難以展開全國性的宣傳攻勢。縱然廣告的訊息可能接觸到龐大的人群，其實當中只包括了少數的目標群眾。而戶外廣告則可清晰地瞄準特定受眾，所以是個更有效的廣告媒介。

問：白馬戶外媒體的主要競爭優勢是甚麼？

答：我們獨有的股東，包括全球媒體綜合企業Clear Channel以及國內著名的多元化公司白馬，揉合了國際專業知識和本地經驗。我們的管理層和員工對戶外廣告市場擁有豐富經驗，而覆蓋全國三十個最富有的城市之網絡則為廣告商提供極方便的一站式服務。作為首個進入市場的先驅，我們已於國內十大城市取得主要市場佔有率。我們為每一個工作伙伴—政府、股東、廣告商、僱員及公眾帶來長遠的價值。最後，公司的優勢也來自我們全力專注一個市場—中國。

問：政府的政策會對你們的業務帶來甚麼影響？

答：隨著中國加入世貿，及成功取得二零零八奧運及二零一零上海世博的主辦權，中國已為未來發展定下清晰的方向，在中國任何的政治改動預計將與其他的國家相似，同樣地，政府對戶外廣告的關注也應與其他國家一致—就是以合理成本和效益提供公益服務設施及改善市容及市民福利，白馬戶外媒體提供的「免費」街道設施及所繳付的經營權費用是與政府的目標一致的，並會成為美化城市環境中一個受歡迎的措施。

問：白馬戶外媒體對投資者來說有甚麼吸引之處？

答：我們取得營業額及盈利連續五年上升的出色業績相信是吸引投資者的首個原因。但我們認為具有高透明度讓大家清晰知道公司的運作，也是吸引投資者的一個基本因素。在中國，由於大多數的公司都是國營企業或私人公司，故所需的披露要求較低。而白馬戶外媒體卻是一家具備嚴謹企業管治的上市公司，投資者可在作出選擇前清楚了解公司的情況。同時，我們與Clear Channel (NYSE: CCU) 及白馬的關係突顯我們於戶外媒體行業揉合國際視野及本地知識的優勢。

問：白馬戶外媒體如何成為廣告商眾望所歸之選？

答：標準化是白馬戶外媒體的主要成功因素之一，其概念簡單直接而有效 - 遍及全國的所有廣告牌擁有統一的尺寸，代表廣告商無論要在一個、十個或是三十個城市推出廣告，都只需要一套海報。所以，白馬戶外媒體的網絡簡單直接、有效且具成本效益。我們的全國性網絡於全國三十個最重要的城市運作，而這個覆蓋面正是廣告商所需求的。我們特別進行研究幫助廣告商選擇最策略性的地點，同時提供具競爭力的廣告組合以助他們準確地接觸目標受眾。另外，我們亦可量度廣告結果，讓廣告商檢討該廣告之成效。

問：白馬戶外媒體怎樣跟政府合作？

答：除建設平均成本60,000-70,000港元的廣告牌外，白馬戶外媒體每年向政府機構繳付固定租金以取得經營權。取得經營權後，收益全數屬公司所有。憑藉先行者的優勢，我們已經與地方政府建立穩固的關係，並於業內奠下良好的信譽。我們擁有的經營權合約逾90%為期十年或以上，而目前亦未有續新約或調高經營權租金的壓力。面對政府和白馬戶外媒體共享的雙贏優勢，我們對於爭取新的經營權合約也充滿信心。

問：你們的長期目標是甚麼？

答：成為中國最優秀及最成功的戶外媒體公司。