

各位股東：

二零零三年可謂十分戲劇化的一年，無論是本地或國際層面上也經歷不少衝擊。我們在上半年面對非典型肺炎的打擊，在下半年卻見證了中國第一位太空人楊利偉升空的壯舉。

不過，即使二零零三年出現這樣大的波動起伏，白馬戶外媒體始終保持市場的領導地位。我們的每股盈利達到每股16.3港仙，較去年上升15%，而EBITDA則以雙位數增長並保持強勁的邊際率逾40%，純利亦上升15%。更重要的是，這已是公司連續第六年錄得增長。

我們與最大股東Clear Channel Worldwide (紐約交易所編號CCU) 一直抱著一致的經營理念。我們相信自由現金流量最能清楚反映公司向股東們提供回報的能力。白馬戶外媒體在二零零三年成功首次達到擁有自由現金流量，我們將致力保持這個成績，繼續維持高現金流量。

品牌革命已演變至消費者年代，象徵發展迅速的中國市場發展已昇華至另一個新里程。我們相信，不論是本地、還是國際品牌，紛紛在中國市場大放異彩。國際品牌將根據本地消費者的品味重新創作，而本地品牌則在國內發展之餘，設法開拓國際市場。

面對市場的急速轉變，我們將保持一貫的方針，在全國城市的戶外劇場中架起品牌和消費者之間的橋樑，將他們彼此聯繫。國際品牌在中國正急速本地化，而我們將透過覆蓋全國三十個主要城市的世界級媒體網絡，在這些富裕消費者日常工作、起居、娛樂的場所，向他們提供消費品牌訊息。

- 向口渴的活躍一族推廣清新解渴的品牌
- 向飢餓的消費者推廣快速補充體力的品牌
- 向創造潮流的消費者推廣迎合生活品味和業務需要的品牌
- 向年輕一代的消費者推廣符合城市生活跳躍節奏的品牌
- 向注重健康的消費者推廣保持儀容體態的品牌
- 向著重衣著的消費者推廣最新潮流品味的品牌

現今的中國市場，就是由上述各類不同的消費者交織組成。無論廣告商想向活躍的、還是慢條斯里的消費者推銷，憑藉我們的強大標準化網絡，都可以在不同的城市、地點，配合不同的廣告牌位，瞄準目標消費者，向他們傳遞有效的宣傳訊息。不論何時何地，我們的廣告牌二十四小時全天候不停運作，一個一個對準目標消費者宣傳。

戶外廣告在中國繼續保持為最快速增長的媒體，並且是唯一容許外資擁有的媒體界別。我們熟悉國內市場，加上結合Clear Channel Worldwide的國際經驗，令我們的大眾媒體網絡業務持續增長。

## 主席報告

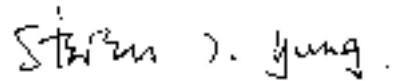
我們的二零零四年計劃包括：

- 重心目標仍為中國最富裕和最有影響力的消費者
- 為廣告商提供創新的「切點」套裝，配合其銷售策略目標
- 提高我們的廣告牌位出租率及整體資產回報
- 採取核心業務增值策略，發展可配合核心業務的媒體界別
- 主導極需整合的戶外媒體行業

白馬戶外媒體已成為中國戶外廣告的最佳標準。我們的致勝之道是要令所有人受惠，故此今天的消費者年代，亦正好是我們股東、廣告客戶、員工、消費者和社會的黃金年代。

讓我們套用一句名言：「最好的尚未出現！」白馬戶外媒體能夠成為快速轉變的中國消費市場的一份子，實感驕傲。我們將致力在中國這個瞬息萬變的市場，持續為所有相關人士提供長遠的高價值。

對於各位股東，我們謹致衷心謝意。全賴您們的信任和支持，我們才有創意靈感，方有成功動力。多謝您們。



戎子江

董事會主席

白馬戶外媒體有限公司

香港，二零零四年二月二十六日