

首席執行官報告

♥ 白馬戶外媒體
成功地執行了上市
時所訂的三年發展
計劃，並於中國
戶外媒體市場中
脫穎而出，奠定
市場領導地位



二零零四年是白馬戶外媒體進入資本市場的第三個年頭。

在過去三年裏，中國不論在經濟、體育、文化等領域上，都綻放耀目的光芒。伴隨著中國經濟的快速增長，白馬戶外媒體成功把握社會面貌不斷轉變，消費市場日趨成熟所帶來的商機，克服市場環境變化不定的困難，於中國戶外媒體市場中脫穎而出，奠定市場領導地位，成功地執行了上市時所訂的三年發展計劃。

截至二零零四年底止，白馬戶外媒體在全國三十個主要城市設有超過24,000個標準座廣告牌，較三年前增加超過1倍，擁有全國最具規模的標準化公共汽車候車亭廣告網絡，使我們面對不同媒體的潛在競爭時，能更有效地發展全天候一體化網絡的優勢。二零零四年集團的營業額、EBITDA及盈利分別較去年上升52%、58%及61%，與三年前比較也有長足的進步。

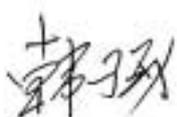
憑藉覆蓋全國之標準化戶外廣告平臺，本集團擁有的客戶數量及質量亦持續增長及提升，其中訂單超過5百萬元人民幣的客戶數目於過去三年不斷增長。客戶的組合保持穩定，當中以電訊、飲料及美容產品為三大廣告行業，部份與WTO關連的行業例如娛樂及休閒業亦錄得可喜的銷售成績。至於廣告牌位出租率，尤其在三大城市——北京、上海及廣州的市場，依然保持高企，平均增長達到20%。相對來說，我們在中級城市的銷售工作仍有待進一步提升。我們將繼續強化中級城市的銷售中心及團隊的實力，進一步爭取更多的本地及地區性客戶。我們相信在中級城市的表現將於二零零五年得以提升。

在過去一年，本集團積極擴展網絡的覆蓋範圍。我們預期，2008年北京奧運會將令北京成為舉世焦點，大型消費品企業勢將加大在北京以至全國的廣告投入，因此我們在去年進行了上市以來最大的單一收購項目，買入北京三千個候車亭廣告牌，又成功競投了首都機場廣告牌，在北京這個萬眾矚目的城市開拓了有效的網絡。在過去數個月來，我們集中對這批新收購候車亭廣告牌的整合及改造，因此是項新收購並未為集團帶來正面的業務貢獻。我們預算在今年第二季度內逐步將這批新候車亭廣告牌推出市場。我們會儘快將這批候車亭廣告牌的回報提升，不過就短期而言，可能對未來一年的出租率及平均售價構成少許壓力。但是長遠而言，尤其針對2008年北京奧運會所帶來的商機，其正面效益是可以肯定的。

隨著經濟繼續高速發展，加上預期2008年奧運會所湧現的商機，本集團將透過不斷創新，致力加強現有業務基礎，並憑藉我們的優勢對準國內戶外廣告市場，迎接新挑戰。

本集團目標多年始終如一。矢志透過不斷改善營運效率，增強網絡覆蓋，持續擴展新業務，以維持本集團於國內戶外廣告市場的優勢。

從今年初的客戶手頭訂單情況來看，我們預計2005年的銷售增長亦相當理想。同時，我們會計繼續嚴格控制各項成本開支，為公司的營運爭取更高的效益。白馬戶外媒體將繼續致力為股東提升價值，為客戶提供更優越、更有效率的服務。



韓子勤

首席執行官

白馬戶外媒體有限公司