

Q 白馬戶外媒體如何成為廣告商眾望所歸之選？

A **標準化** — 所有廣告牌擁有統一的尺寸，換言之，廣告商只需要一式一樣的海報，便能透過我們的網絡，在全國推出廣告。**覆蓋層面** — 我們的網絡遍及全國三十個城市，為廣告商提供不同城市的服務組合。他們可以從中選擇在全國不同城市、甚至每個城市的不同地點傳播廣告信息。**質優** — 我們非常小心保養街道設施廣告，時刻以專業方式呈現廣告信息。**創新** — 我們致力發掘新媒體去傳播廣告信息。**全天候** — 透過我們「全天候」的網絡，廣告商的廣告得以全年三百六十五天每天二十四小時不停運作。

Q 白馬戶外媒體如何量度其戶外廣告網絡的效用？

A 我們的銷售部門會為客戶進行售後調查，調查結果可讓我們及客戶知道該廣告及其擺放位置的實際效用，亦使我們較其他沒有提供售後調查服務的媒體公司更具競爭力。其實，各行各業的國內外品牌對我們的鼎力支持，足以證明公司網絡的效用宏大，亦導致我們能屢創佳績。

Q 公司的目標出租率是多少？你們未來將會採取甚麼策略來提高出租率？

A 我們的目標是將出租率提升至 60% 以上，以達至最佳的營運效率。目前，我們在多個城市均錄得理想的出租率。鑑於廣告業前景秀麗，我們有信心未來的出租率將會更上一層樓。要達致此目標主要有賴三項因素：

- 更佳的客戶服務 — 深入了解及優先考慮廣告商及消費者的需要以提供最體貼的服務
- 效用超卓、充滿創意的產品 — 使品牌在市場上鶴立雞群
- 靈活的預訂政策 — 廣告商可因應各自需要落實全年訂單。鼓勵客戶提早落實訂單有助公司預算出租率趨勢及訂單情況，使銷售隊伍更清楚應加強那一個部門之工作，從而提高廣告牌的出租率及回報。

總而言之，我們會專注廣告牌位數目、平均售價及出租率作為主要增長動力，以擴大網絡之整體回報。

Q 白馬戶外媒體的主要競爭優勢是什麼？

A 我們揉合對國內廣告市場的了解，與最大股東 Clear Channel 的國際專業知識。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。而當我們在戶外廣告市場建立領導地位的日子越久，廣告商及市政府對我們的信任和支持也越大。

Q 白馬戶外媒體對投資者來說有什麼吸引之處？

A **盈利能力** — 我們連續七年取得雙位數字增長以及優秀的盈利往績。**高透明度** — 使投資者清晰了解公司的運作。**獨立性** — 除戶外媒體以外，國內的媒體公司全是國營企業。**責任** — 我們嚴謹執行企業管治，並於二零零四年獲得機構投資者研究集團評為媒體公司組別中「最佳企業管治」的公司。作為一家上市公司，投資者可在作出選擇前清楚了解公司的情况。

Q 白馬戶外媒體有否改變其長期發展目標？

A 成為中國最大及最成功的戶外媒體公司 — 這是自白馬戶外媒體成立以來的一貫目標。我們將繼續努力，朝這方向邁進。

Q 白馬戶外媒體為什麼以中國為重點發展市場？

A 相對市場地點，我們看重的是盈利及增長潛力。正因為中國擁有全球最多的消費者人口，於商業角度上，我們便決定把所有資源集中於中國這市場。中國的經濟增長步伐遠較其他市場為快，我們亦相信中國正處於品牌革新的時代，為我們消費群及中國市場繼續帶來深遠的影響。

Q 白馬戶外媒體為什麼於眾多媒體形式之中選擇戶外媒體為其業務？

A 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政勢。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。

Q 若國內法規許可公司收購海南白馬廣告媒體投資有限公司餘下 20% 之合營企業股權，這對公司會有什麼影響？

A 根據現時的協議，該合營夥伴對白馬戶外媒體之維護成本提供補助津貼。若公司於二零零六年行使股權權益收購該合營企業之 20% 股權，該公司將停止向白馬戶外媒體支付上述之補助津貼，因而抵銷增持合營企業股權後增加之股息收入。

Q 新的會計制度及五年零息票可換股債券之發行對白馬戶外媒體之營運業績帶來什麼影響？

- A
- a) 白馬戶外媒體將於二零零五年開始採用新的香港財務報告準則。該新準則使購股權支出計為損益表中之開支部份。
 - b) 有關五年期零息票之贖回溢價會於發行可換股債券日期至最終贖回日期上期間以直線法遞延及攤銷。然而，倘可轉換債券持有人選擇將債券兌換為股份，則有關撥備將於屆時撥回。

上述兩項均為非現金開支。