



韓子勁
首席執行官

「在白馬戶外媒體多年來所奠定的堅實基礎上，為業務發展再創新猷：

專注本業、發揮創意、了解市場、捕捉機會。」

白馬戶外媒體已經連續八年取得雙位數字的增長，成功奠定了在中國戶外媒體市場的領導地位。對管理層來說，帶領公司持續成長，不斷創造更大的發展空間，是我們對股東不變的承諾。多年以來，面對市場的起伏、競爭對手的進迫，白馬戶外媒體在中國戶外媒體市場仍然穩佔領導地位。二零零五年，白馬戶外媒體的營業額及股東應佔溢利分別達6.75億港元及1.05億港元，較上年同期分別增長25%及20%。有此佳績是歸功於我們既專注又靈活的發展策略，以及平衡市場組合的獨到眼光，而且最重要的是，始終把股東利益最大化放在第一位。

回顧年度是白馬戶外媒體豐收的一年。隨著城市化步伐愈來愈快，流動人口增加，戶外媒體在中國的增長比其他傳統媒體為快。去年投放在戶外媒體的廣告額增長估計達15%，這反映了戶外廣告在中國廣告市場上佔據更有利的位置，亦證明了我們多年來專注發展戶外廣告市場的一貫策略是十分準確的判斷。

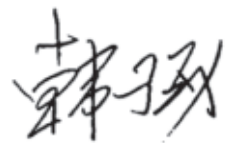
白馬戶外媒體通過自建及收購，截至二零零五年十二月底止，在全國共有超過25,000個候車亭廣告牌位。二零零五年我們減慢了收購的步伐，以消化二零零四年在北京大舉收購後的新增供應。

除了擴大網絡外，我們亦致力加深對市場和客戶的了解，以通過推出創意服務帶領市場。踏入二零零六年，我們率先在上海展開一個新計劃，逐步在年底前把全上海的廣告牌改為滾動式設計。我們相信這個新的策略能令我們更有效地利用現有資源，進一步改善廣告的發佈效果，同時有助提升廣告牌位的平均售價和毛利率。我們將在白馬戶外媒體多年來所奠定的堅實基礎上，為業務發展再創新猷：專注本業、發揮創意、了解市場、捕捉機會。

正如我們在去年年報中指出，大幅增加北京廣告牌位的數目會對我們的出租率帶來短暫影響，但卻為我們的長遠部署奠下了良好基礎。二零零五年，我們在廣州、上海及北京的出租率分別為68%、70%及64%。其中廣州及上海的表現十分理想，而北京稍稍落後，這是由於市政府需要就奧運年作出部署，因此公交車的路線亦會作出適當的調整，加上我們需要就新收購的廣告牌位作出改造及提高質素所致。可幸的是，即使出租率下跌，但租金卻維持在平穩水平。我們很有信心北京市場經過去年和未來一段時間的培育後，將在二零零七年綻放光芒。

另外，我們在中級城市的佈局今年發揮很好的效益，在杭州、西安、成都和南京等城市都取得很好的成績。這亦證明了我們平衡發展的策略發揮了重大的功用。過去數年，我們一直嚴格堅持重點城市及中級城市平衡發展的原則。一方面避免過份倚重大城市的增長，致力以網絡優勢帶動中級城市的成長；另外我們仍發掘大型城市的潛力，繼續鞏固優勢。這個大型城市和中級城市互相帶動的策略也是白馬戶外媒體獨有的優勢。我們預期，未來數年大型城市和中級城市的比例維持在55%和45%。

在二零零六年，我們除了改造工程外，亦會透過自建候車亭在上海增加數百個廣告牌位。此外，上海滾動式廣告牌平均收費高較一般靜止廣告牌為高，預料亦會提升利潤增長。我們又計劃在今年稍後推出奧運套餐，吸引廣告商提早預訂以享有二零零八年北京奧運年的廣告優惠。由於加大銷售的力度，我們會繼續擴大銷售團隊，並增加人材培訓，以及提升員工薪金，以確保精銳的團隊為公司服務，再創佳績。雖然會導致員工成本支出的較大幅度上升，但我們認為有關支出將會在未來為公司帶來更穩定更大的回報。總括而言，在中國這個戶外廣告急速發展的國家中，白馬戶外媒體必將取得更大的增長和商機，成為廣告商和客戶最佳的溝通橋樑。



韓子勁

首席執行官

白馬戶外媒體有限公司