



創造連繫

二零一七年
企業可持續性報告

CLEAR MEDIA LIMITED

白馬戶外媒體有限公司

股份代號：100

關於本報告

本報告是白馬戶外媒體有限公司（以下統稱「白馬戶外媒體」、「本公司」、「我們」）刊發的第二份企業可持續性報告。我們委任了獨立顧問就我們於經營中與持份者的互動，識別環境、社會及管治（「環境、社會及管治」或「ESG」）重大議題。我們秉承對營運透明度和問責性的承諾編製本報告，當中載列我們於二零一七年在環境及社會方面的成果。

報告期

本報告匯報本公司於二零一七年一月一日至二零一七年十二月三十一日期間的環境及社會可持續發展表現。

報告範圍

本報告涵蓋我們在中國的公共汽車候車亭廣告牌位業務。

報告準則及原則

本報告根據香港聯合交易所頒佈的環境、社會及管治報告指引（「環境、社會及管治報告指引」）編製。我們遵守核心報告原則，包括重要性、量化、平衡及一致性。環境、社會及管治報告指引的參考索引載於第20至25頁。

高級管理層已認可且董事會已批准本報告。

徵求意見

歡迎閣下提出寶貴意見與建議，幫助我們改進報告質量，提升企業責任和可持續計劃的水平：

Annabel Ma 女士

行政助理

電郵：annabel.ma@clear-media.net

地址：香港銅鑼灣希慎道33號利園一期1202室

電話：+ 852 2235 3955

目錄

- 0 關於本報告
- 2 主席獻辭
- 3 白馬戶外媒體簡介
- 4 管治及管理
- 7 持份者參與和重要事項評估
- 10 我們的員工
- 14 我們的產品
- 16 我們的環境
- 19 我們的社區
- 20 附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引

本人欣然提呈本公司第二份企業可持續性報告，以闡述本集團對於業務營運中推廣可持續發展的付出及成果。

中國經濟於二零一七年持續增長。來自電子商貿、智能電話和流動應用程式行業的需求上升，帶動我們的銷售增長復甦，勢頭有所改善。二零一七年，本公司營業額增長6.1%至人民幣1,706,300,000元。在我們於戰略性地域持續強化經營的同時，我們亦重視透過可持續發展，為股東、僱員、客戶、供應商及社區等持份者締造長遠價值。

我們主動與持份者溝通，以了解持份者對我們可持續表現的期望。由於我們致力於制定更加條理分明、具體可量的方式，以管理我們的可持續發展，我們進行了持份者參與度和重要事項評估，以決定我們應該專注的關鍵社會及環境範疇。僱傭及產品責任議題被視為關鍵範疇。

本公司視員工為最重要的資產。為肯定員工對我們業務成功所作出的貢獻，我們定期檢討我們的薪酬及福利政策，以確保我們為員工提供合理待遇。我們特別重視工作環境健康及安全，培養健全的安全意識，並為僱員及供應商提供足夠安全設備。

優質產品及服務亦是我們成功的關鍵一環。我們透過監控產品質素、保障顧客私隱及提供健全的投訴機制，保障客戶權益。作為中國戶外廣告行業的龍頭，並以成為行業榜樣為目標，我們亦積極保護知識產權及客戶的廣告內容。

另外，我們推廣綠色辦公室政策，保護當地社區，實踐可持續發展。我們引入了更環保的科技，鼓勵僱員善用資源。我們亦不時展示與慈善事業相關的廣告，顯示我們對地方社區的關懷。

我們的目標是為社會福祉作出貢獻，推動可持續業務發展，因此我們將繼續於營運中推動環境及社會可持續發展。

主席

陳壽祺

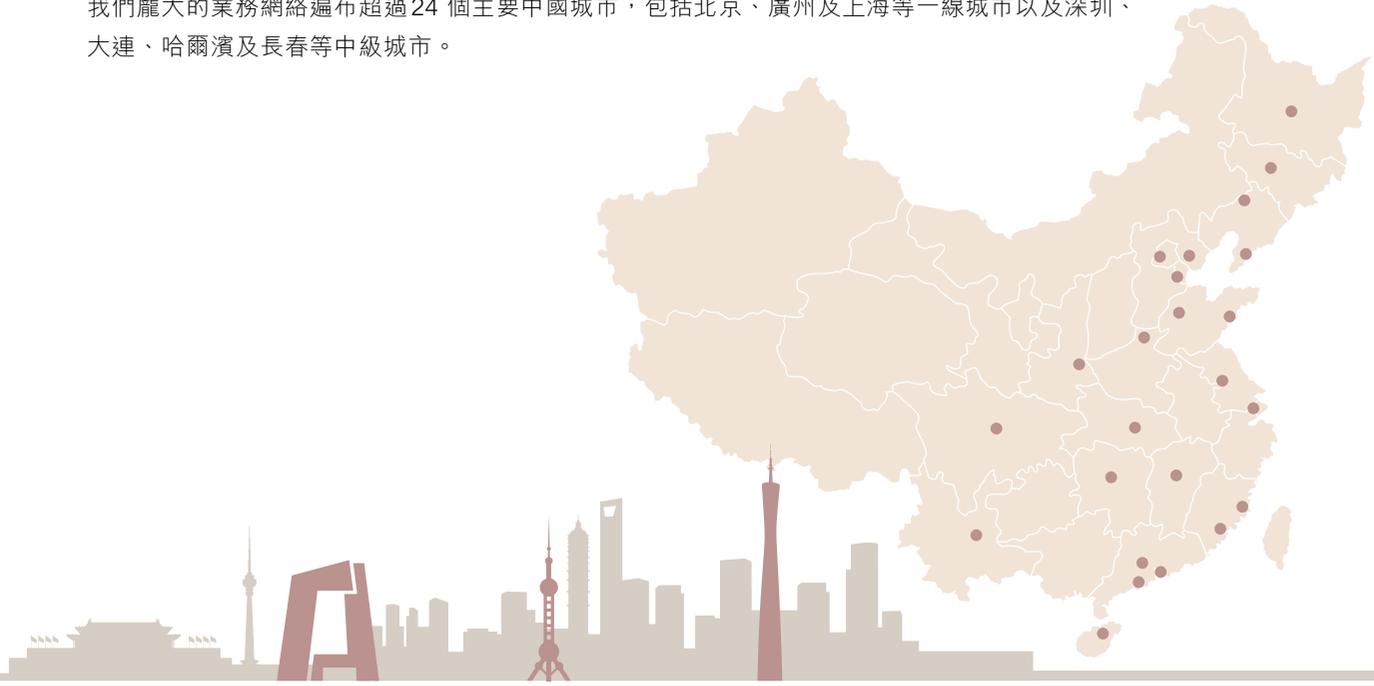
二零一八年七月二十日



我們的業務

我們是中國最大公共汽車候車亭廣告牌位營運商。我們自二零零一年起在香港聯交所上市，一直專營標準化公共汽車候車亭廣告牌位，截至二零一七年末，我們龐大的廣告牌位網絡於中國包含超過50,000個牌位。

我們龐大的業務網絡遍布超過24個主要中國城市，包括北京、廣州及上海等一線城市以及深圳、大連、哈爾濱及長春等中級城市。



企業文化

我們的目標是引領中國戶外廣告市場。為此，我們專注提升產品品質，滿足地方及國際行業標準。我們與所有持份者合作，達致雙贏夥伴業務模式。

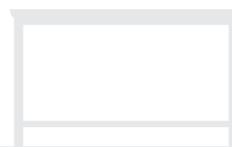
除此願景外，我們亦遵從四大策略業務方向，使本公司達到可持續增長：

- 擴大我們的網絡 — 維持主要增長城市業務持續增長
- 抓緊行業合併機會 — 策略性地透過收購擴充業務
- 發揮業務關係 — 擴闊地方及國際性潛在客戶群
- 善用現有業務網絡的潛力 — 取得最高收入及投資回報

二零一七年業務重點

二零一七年，白馬戶外媒體仍然是中國最大公共汽車候車亭廣告牌位營運商，專營國內標準化公共汽車候車亭廣告牌位的廣大網絡。來自電子商貿及資訊科技行業的需求持續上升，帶動本公司收入增長。

有關我們的二零一七年財務業績詳情，請參閱已上載至 www.clear-media.net 的本公司二零一七年年報。



我們致力於高水平的企業管治，管理及道德標準，此乃本公司業務營運成功及可持續發展的基礎。我們遵循透明、負責任及價值導向的管理及監控原則，我們努力提高持份者對我們的管治及管理系統的信心。

企業管治

作為 Clear Channel Outdoor Holdings Inc. (「Clear Channel」) 的成員公司，我們遵循 Clear Channel 合乎國際標準的企業管治措施及指引。本公司董事會追求卓越的企業管治及內部監控。董事會的職權範圍訂明清晰的職責劃分。董事會主要負責以下工作：

- ▶ 制定公司策略，批准整體業務計劃，以及代表股東監督本公司的財務表現、管理及組織架構
- ▶ 界定管理團隊開展日常管理任務的範圍，以及監督特定業務範疇
- ▶ 根據管理團隊的推薦意見，釐定本公司整體目標、策略及業務計劃
- ▶ 批准管理團隊編製的預算中的主要數據
- ▶ 審批本公司預算，並核查是否達成目標

內部審核團隊持續評估及監控本公司的商業慣例。董事會也已設立七個委員會分別監察業務的特定範疇。各委員會的職責以及彼等於報告年度內的工作成果之詳情，請參考本公司二零一七年年報。

董事會						
審核委員會	薪酬委員會	提名委員會	資本開支委員會	現金委員會	董事證券交易委員會	風險委員會

有關企業管治的詳情，請參考 www.clear-media.net 上刊載的本公司二零一七年年報。



ESG 管治及管理

我們重視營運各個方面的可持續表現。為確保本公司能以可持續的方式營運，我們已指派一個工作小組管理及披露有關可持續表現的數據。董事會負責批准該報告，而高級管理層負責簽署。財務部與其他部門緊密合作，確保所呈列的指標準確可靠。

道德商業常規及合規

道德商業常規屬業務營運的重中之重。白馬戶外媒體及其母公司 Clear Channel 致力於以合乎道德的方式營運。我們的業務道德指的是反貪、遵守法律法規，尊重各營運所在地的差異。因此，本公司遵循母公司的政策，遵守國內外反貪法律法規，包括美國的海外反腐敗法以及英國的反賄賂法（如適用）。

根據該等法律法規，我們確立了本公司的商業行為及道德以及反貪合規政策及程序。該等政策及程序列明就不當行為我們期望僱員及董事達致的行為標準，不當行為包括賄賂、貪污及洗黑錢。違反該等政策及程序將導致終止僱傭關係等嚴厲處罰。

我們已落實舉報程序，以確保上述政策的成效。我們鼓勵僱員向人力資源部或業務部門的合規人員舉報違反政策的情況。我們嚴禁相關人士向舉報者報復，並努力保護有關員工或部門不受威脅。我們同時鼓勵僱員向部門主管報告任何利益衝突並尋求建議。

為確保僱員掌握最新且正確的道德商業運作及個人行為知識，我們要求彼等參加有關商業行為及道德守則以及反貪合規政策及程序的專業培訓。彼等亦可透過本公司內聯網獲得該等課題的培訓資料。

本公司於二零一八年一月二日公佈挪用資金事件（「挪用資金事件」）。本公司股份自二零一八年四月三日起暫停買賣，聯交所向本公司施加若干恢復交易條件（「復牌條件」）。詳情請見二零一七年年報、日期為二零一八年一月二日、二月八日、三月十九日、四月三日、五月二十九日及六月二十九日的公佈。



我們已就挪用資金事件進行可行範圍內的法證調查，惟有待警方調查的結果。為了根據其中一項復牌條件向公眾披露主要發現，本公司正總結法證調查的發現。

本公司已引入多項有關付款、銀行結餘及內部監控的過渡性監控措施。

誠如日期為二零一八年五月二十九日的公佈所披露，本公司已委聘獨立內部監控顧問，負責檢討本公司財務系統及監控，以顯示本公司已具備完善的內部監控系統，足以遵守上市規則的規定。此次全面內部監控檢討由獨立董事委員會（向董事會審核委員會報告）領導，該委員會特意為進行有關檢討而成立。

於日前為二零一八年六月二十九的公佈當日，我們正進行內部監控檢討，有待收取載有內部監控顧問初步建議的報告。收到有關報告後，董事會將即時落實有關初步建議，隨後內部監控顧問將進一步檢討及核實本公司是否已落實執行全部建議。

董事會將適時向股東及公眾更新內部監控檢討的成果。

本公司正採取適當行動滿足所有其他復牌條件。

除上述挪用資金事件（只限於上述公佈內所述者）外，報告期內，本公司並無涉及任何形式的貪污及賄賂。





為根據可持續策略優化環境及社會責任措施，我們尋求持份者的意見及反饋。在第三方顧問的協助下，我們於二零一七年開展持份者諮詢活動，以檢討及修訂重要性模型。重要性模型乃重要環境及社會問題優先排序的基礎，因此充當業務營運過程中制定及實施可持續策略的指引。

重要性評估

持份者諮詢活動包括網上問卷及與持份者面談。諮詢活動的發現構成重要性模型的基礎。以下為重要性評估的程序：

第1步：識別潛在重大疑慮

我們透過審閱內部文件、媒體報導、同行標杆以及行業趨勢分析識別一系列重大疑慮。於二零一七年，合共識別26個潛在重大疑慮。

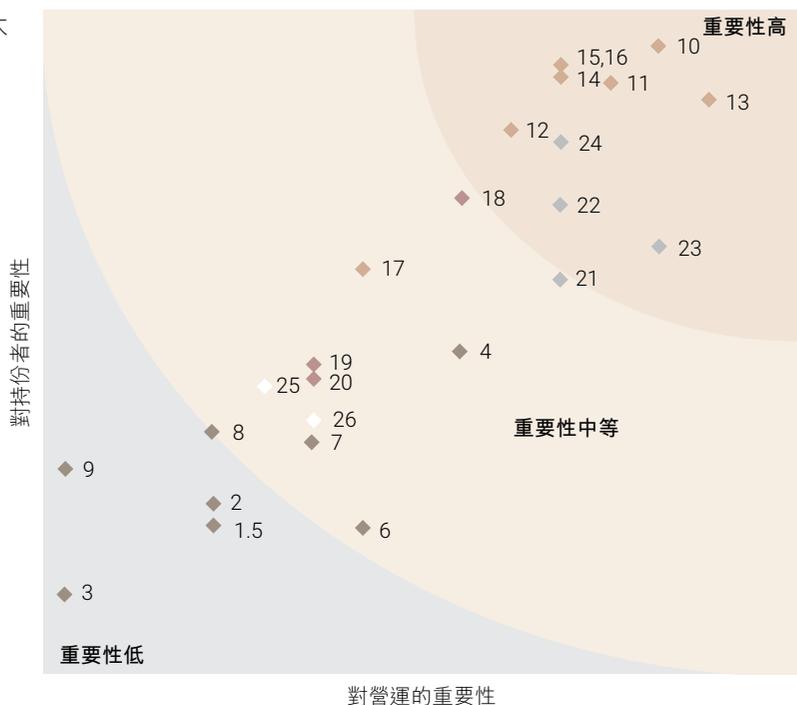
第2步：為重大疑慮優先排序

我們進行面向持份者的網上調查，收集彼等關於重大疑慮名單的意見。彼等受邀按1至6級將該等疑慮排序（第1級為最不重要，第6級為最重要）。結果顯示對於各持份者團體而言各疑慮的重要性，並概述於重要性矩陣。

第3步：管理層確認

白馬戶外媒體管理層討論及核實重要性模型。

以下為重要性矩陣以及評估過程中發現的重大疑慮：



環境	僱員
1. 資源使用	10. 僱傭關係
2. 能源效益	11. 僱員的工作生活平衡
3. 用水及效益	12. 僱傭多樣性
4. 遵守環境法	13. 僱員關懷
5. 供應商的環保表現	14. 職業健康及安全
6. 氣體排放	15. 員工培訓及發展
7. 廢棄物管理	16. 遵守勞工法
8. 生態影響	17. 僱員意見的反饋
9. 環境申訴	

企業管治	產品及服務責任
18. 反貪	21. 知識產權
19. 供應商社會責任表現	22. 遵守產品及服務責任法
20. 持份者反饋機制	23. 廣告設計及安全
	24. 客戶隱私

社區
25. 利用廣告牌位推廣慈善事業
26. 慈善捐贈

與持份者溝通

除了就重要性模型進行持份者諮詢活動，我們亦與持份者溝通，聆聽彼等關於改善管治的意見。我們將僱員視為內部持份者，並將股東／投資者、客戶、供應商、社區夥伴及行業夥伴視為外部持份者。

為優化可持續策略及表現，我們積極與不同的持份者建立友好關係，以了解彼等的期望以及對白馬戶外媒體可持續表現的意見。我們透過多個溝通渠道定期檢討，以處理彼等的關注事項。下表概述報告年度內與不同的持份者建立友好關係的方法。

持份者團體	溝通方法
僱員	▶ 僱員會議
	▶ 僱員表現檢討
	▶ 內部刊物
	▶ 網上問卷
股東／投資者	▶ 股東大會
	▶ 投資者會議
	▶ 股東週年大會
	▶ 新聞稿及公佈
	▶ 面對面會議
	▶ 電話訪談
	▶ 網上問卷
客戶	▶ 面對面會議
	▶ 網上問卷
供應商	▶ 會議
	▶ 電話訪談
社區夥伴	▶ 會議
	▶ 網上問卷
行業夥伴	▶ 會議
	▶ 網上問卷

全體員工的貢獻對我們的業務成功至關重要。我們意識到招聘及挽留人才的重要性，因此持續改善人力資源政策，希望為僱員創造良好的工作環境。除了遵守相關勞工法律法規外，我們亦盡力為員工提供具競爭力的薪酬、安全的工作環境以及大量的事業發展機會。

「以人為本」方針

制定人力資源政策時，我們秉承以人為本的原則。我們嚴格遵守營運所在地的勞工法律法規，內容包括但不限於補償、福利、招聘、解僱、晉升、工時、假期安排及防止童工及強制勞工。此外，我們對工作場所的歧視實施零容忍政策。我們根據僱員的工作態度及表現提供平等機會，而非基於性別、年齡、國籍、種族、宗教、婚姻狀況或體障情況。有賴於我們的平等機會政策，僱員人口統計展現豐富的多樣性。

僱員人口統計

按性別

性別	男性	女性
僱員人數	308	291

按年齡

年齡組別	30歲以下	30歲至50歲	50歲以上
僱員人數	148	377	73

按僱員類別

僱員類別	部門主管或以上	一般員工
僱員人數	130	469



薪酬及福利

本集團制定員工手冊，當中詳列員工的權利及責任。所有僱傭合約均符合勞動合約管理。我們每年檢討及調整員工薪酬。我們已設立全面的工資機制，為不同職位訂立架構分明的工資範疇，根據對行業及市場工資的詳盡調查設立完整的表現檢討系統。表現檢討系統定期為僱員提供公正的評核。有關機制確保我們向僱員提供具競爭力且公平的薪酬，遵循「對內公允公正、對外具競爭力」原則，以挽留人才。

除薪酬外，我們同時照顧僱員的不同需求。我們向僱員提供基金、醫療、工傷、失業及婦女生產方面的社會保險，此外員工還享有住房公積金、每年免費體檢及膳食津貼。根據中國或香港勞動法，所有僱員每年享有7至20天年假。我們亦向僱員提供公平的薪酬及福利。

除了薪酬及福利，本公司組織銷售獎項頒獎典禮，向傑出員工頒發獎項。年度頒獎典禮自二零一六年起舉行。我們利用此機會嘉獎員工全年內作出的努力。

工作場所健康及安全

我們明白僱員是本公司最寶貴的資產，為了僱員的福祉，我們重視工作場所的健康及安全。我們的健康及安全常規嚴格遵守相關法律法規。我們以兩種方法確保健康及安全：保持工作場所健康及安全，以及提高僱員的健康及安全意識。

我們的戶外員工與承包商合作張貼廣告或維護廣告牌位。戶外作業的安全風險較高。員工須遵守標準作業流程，以防止工作時發生意外及受傷。舉例而言，當工人清潔公共汽車候車亭時，須在附近放置路錐以提醒過路司機及行人。

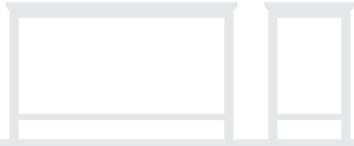
本集團的辦公室及倉庫保持整潔，備有運作正常的合適設備，用以防止火災及罪案。我們定期進行安全檢查，確保設備可發揮全部功能。



當進行清潔工作時，在附近放置路錐。

工作場所安全的關鍵所在是讓員工更深入認識健康及安全以及提高相關意識。我們組織健康及安全培訓，指導僱員遵守本公司健康及安全程序，並教育員工如何應對突發情況。例如，我們在瀋陽向管理層及倉庫員工提供消防安全程序培訓。

報告年度內，並無發生工作相關的傷亡。



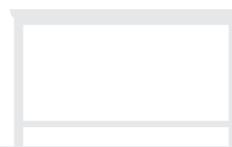
事業發展及培訓

發展機會對挽留人才至關重要。我們致力透過制定事業發展的清晰路徑及提供培訓計劃，向僱員提供平等機會。

我們鼓勵僱員追求卓越。為提高彼等的能力及激勵事業發展，我們向彼等提供升遷及於本公司任職不同崗位的機會。我們引入內部工作輪調機制，允許員工在不同業務職能的部門任職，從而開闊視野。僱員可因此更加了解自身的興趣及才能，並制定更清晰的職業路徑。除了工作輪調機制外，我們為全體員工制定清晰的事業階梯。我們特意为銷售團隊的僱員設計八個晉升等級。各人定期接受表現評估，評估結果直接決定升遷機會。

為了使員工配備履行職責所需的知識及技術，我們向員工提供大量培訓課程。多個部門的不同崗位設有量身定制的技能提升課程，以培養僱員克服工作中可能遇到的困難的能力。舉例而言，我們向部門主管提供培訓課程，課上他們討論「高效人士的7個習慣」。此外，我們亦為銷售經理提供特定的銷售培訓課程，以提升其管理客戶關係的能力。我們又提供推廣誠信及道德商業常規的培訓課程。高級管理層須參加外聘專家舉辦的反貪培訓課程。二零一七年，95%僱員完成有關反貪及商業守則的網上培訓。





白馬戶外媒體對於戶外廣告行業的領先地位引以為豪。作為中國最大的公共汽車候車亭廣告牌位營運商，我們在一線城市擁有 70% 以上的市場份額，且業務遍布國內多個快速發展的城市。為維持業務發展，我們追求產品及服務的卓越品質。

對產品質量堅定不移的承諾

白馬戶外媒體極為看重產品質量。我們已制定清晰的業務流程，確保產品及服務均優質，並遵守相關法律法規。

我們的業務成功取決於對品質的堅持，這需要不同部門間的合作。我們制定涵蓋產品質量管理的營運管理規則。營運部門密切監控公共汽車候車亭廣告牌位的營運。現場檢驗員確保廣告妥當存放在乾淨的牌位內。此外，公司政策嚴格規定須於協定的時段內在公共汽車候車亭牌位張貼廣告，從而保障客戶權利。此外，技術工程部透過技術創新，優化公共汽車候車亭的設計。

身處廣告行業，我們重視廣告的信息及內容對社會的影響。根據營運管理規則，我們有指定的內部審稿人評估客戶提供的廣告內容之相關法律風險。例如，我們避免內容涉及暴力、色情或其他不當成分。我們同時要求廣告中關於產品的功能、產地、市場數據及其他相關資訊的描述真實公允，以防止向公眾展示誤導資訊。

知識產權為業內寶貴的資產。我們遵守有關廣告的法律法規，尊重知識產權及執行保障廣告製作人權利的政策。在公共汽車候車亭牌位張貼廣告前，我們的僱員應確保廣告並無侵犯版權。我們嚴格禁止其他公司抄襲我們的客戶的廣告素材及設計。

除保護知識產權外，我們嚴格遵守相關法律法規，保護客戶提供的商業敏感資料，例如未公開發佈的廣告。指定部門負責處理該等廣告，僅獲授權人員可獲取資料。

報告期內，並無發生任何因健康及安全問題導致的產品回收事件。



供應鏈管理

白馬戶外媒體主要委聘第三方安裝廣告展示板及進行清潔工作。我們認為，良好的承包商管理對提供優質產品至關重要。此外，我們已制定操作指南，並委派現場檢驗員妥善監察承包商的表現。

營業部採用內部監控系統，監督供應商及承包商的工作。我們向清潔及維護公司的員工提供操作指南，當中列明清潔及維護的工作流程。除了提供指引外，我們亦核查供應商的工作表現，參照本公司設立的標準評估其工作。我們組織週年大會，會上與供應商檢討及討論全年內營運過程中出現的主要問題。

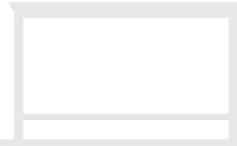
同時，我們嘗試改善供應鏈的環境、健康及安全管理。舉例而言，我們在可行的情況下採購環保材料。為降低供應鏈的健康及安全風險，我們為清潔及維護承包商提供操作指南，當中載有相關健康及安全指引。供應商須每年提交質量擔保，證明原材料採購自合資格的渠道。

二零一七年，我們合共委聘 38 名供應商，彼等均位於中國大陸。

客戶投訴處理機制

除產品質量外，本公司亦致力於追求卓越的服務品質。我們訂有標準程序處理客戶投訴。我們亦有特定的客戶服務團隊處理有關投訴。該團隊記錄每一案件，並轉交至責任部門。各部門進行調查，並於三個工作日內向客戶服務團隊報告結果。二零一七年內，並無關於我們的產品或服務質量的投訴。





為了現今及未來世代的福祉，我們為保護環境努力奮鬥。我們的業務主要產生的環境足跡來自廣告牌位營運。在全球暖化威脅日益嚴峻的情況下，我們有責任在營運中注重環保。我們致力於：

- ▶ 遵守相關環境法律法規；
- ▶ 有效利用資源（包括營運過程中所需的能源、水及其他原材料）；
- ▶ 減少包括溫室氣體及污水等各類排放、土地污染及產生有害及／或無害廢棄物；及
- ▶ 將業務營運對環境及自然資源的影響降至最低。

於報告期內，業務營運過程中並無違反有關大氣及溫室氣體排放、排放至水體的排放物以及產生有害及無害廢棄物的適用法律法規。

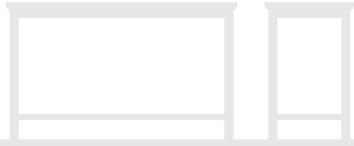
除遵守環境法律法規外，我們更在僱員手冊中加入環保守則，以提高僱員的環保意識，例如要求僱員於離開辦公室前關掉不必要的電器。藉鼓勵員工在營運過程中實踐各項環保措施，我們可以進一步將業務營運所產生的環境影響減至最低。

節省能源

營運廣告牌位的耗電佔我們環境足跡最大比重。因此，我們特別注重優化公共汽車候車亭的電力消耗。我們自二零一四年起將廣告板的燈光裝置陸續更換成發光二極管（「LED」）。LED照明消耗較少電力，最終減少碳排放。於報告期末，所有位於北京、深圳、瀋陽及石家莊的廣告板所使用的螢光管已更換成LED光管。我們並非單純以LED取代舊有裝置，而是調查市面上LED燈產品的效能，務求於可行情況下，盡量選用最高能源效益的產品。於報告期內，公共汽車候車亭廣告牌位營運耗電量減少約17%。我們將繼續減低電力消耗。

與此同時，我們亦透過調節廣告牌位的亮燈時間控制耗電量。我們為公共汽車候車亭的供電系統安裝計時器，並與街燈系統連接，使照明時間可根據日照時間的季節性差異而調節，從而節省能源。

我們已完成將銷售中心及辦公室的傳統燈光裝置更換成LED燈。此舉能夠減輕暖氣、通風及空氣調節（暖風空調）系統的降溫負荷，有助節省能源。此外，夏季空調系統溫度一律定於攝氏25度，冬季調節為通風功能。



有效利用資源

我們在業務營運中對資源運用及處置廢物均保持謹慎，並主動減少營運公共汽車候車亭廣告牌位過程中產生的廢紙。

管理營運公共汽車候車亭廣告牌位產生的廢紙

我們大部份廢紙為租期完結後客戶使用過的廣告紙。為減少浪費，我們於處置客戶的廣告紙前將其保留三個月，以便重用廣告紙，減少浪費物料。

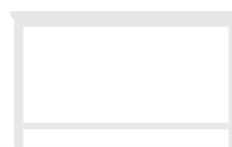
倘客戶決定處置廣告紙，我們設有一套標準程序，確保紙張獲妥善處置。程序包括：

- (1) 營運部門批准；
- (2) 量度需處置之物料重量；
- (3) 獲得第三方處理商證明；及
- (4) 通過照片及收據核實處理程序。

我們保留處置廣告紙的詳細紀錄，以確保源自公共汽車候車亭廣告的廢物皆處理得宜，並盡量減低對環境的潛在影響。

我們已在辦公室採取措施以減少耗用資源。舉例而言，我們嘗試減少用紙，並已安裝節約用水的水龍頭。我們亦回收電子廢物，包括廢棄電腦、螢幕及投影機，並且保留本公司的電子廢物紀錄，以監察我們廢物管理的績效。





環境績效

我們於年內詳盡記錄環境績效，並概述如下。

	單位	二零一七年績效
溫室氣體排放		
直接溫室氣體排放（範疇1） ¹	二氧化碳當量（按噸計）	1,859
間接溫室氣體排放（範疇2） ²	二氧化碳當量（按噸計）	28,969
溫室氣體排放總計	二氧化碳當量（按噸計）	30,828
密度	每牌位二氧化碳當量（按噸計）	0.55
耗電量		
辦公室	千瓦時	640,576
公共汽車候車亭 ³	千瓦時	42,542,898
總計	千瓦時	43,183,474
密度	每牌位千瓦時	765
耗水量		
辦公室 ⁴	立方米	6,164
公共汽車候車亭清潔 ³	立方米	11,795
總計	立方米	17,959
密度	每牌位立方米	0.32
燃料耗用量		
辦公室汽油使用量	升	83,905
公共汽車候車亭維護汽油使用量	升	734,029
總計	升	817,934
耗紙量		
辦公室	公斤	3,268
公共汽車候車亭廣告 ⁵	公斤	200,455
廢物處置		
一般辦公室廢物 ⁶	公斤	64,266
公共汽車候車亭廣告紙 ⁵	公斤	289,500
電子廢物 ⁷	件	263

1 直接溫室氣體排放產生自白馬戶外媒體擁有或控制的來源。

2 間接溫室氣體排放產生自白馬戶外媒體消耗所購買或取得的用電的發電過程。由於白馬戶外媒體業務營運覆蓋地域廣闊，所運用的排放係數為中國大陸所有區域係數的平均數。

3 耗用量數據基於營運慣例估算。

4 耗水量包括北京、深圳、長沙、廣州、無錫和海口辦公室的耗水量。

5 客戶可選擇由我們準備或自備廣告紙，因此耗紙量較處置量低。

6 辦公室廢物處置量數據基於營運慣例估算。

7 電子廢物包括銷售中心及辦公室所棄置的桌上及手提電腦、螢幕、掃描器、投影機、影印機及磁帶機。



白馬戶外媒體深切關心我們所服務的社區。通過與地方政府維持密切溝通，我們能更深入了解地方社區的需要，並配合市政府的媒體資源發展政策同步運作。此外，我們致力以企業身分促進社會和諧，善用我們的媒體資源表達對社會的關懷。

宣揚慈善信息

白馬戶外媒體其中一項主要社區投資目標為推動關愛社會，並透過於若干公共汽車候車亭廣告牌位展示慈善及提倡公益信息，達成該目標。除此之外，我們亦使用閒置廣告牌位展示慈善信息。信息的主題每年皆不同，以便我們推廣多種慈善事業。舉例而言，我們開展了一項海報運動，利用我們的牌位鼓勵市民脫離螢光幕及背後的虛擬世界，多加關懷現實世界的人和社區。作為中國最大的公共汽車候車亭廣告牌位營運商，我們擁有龐大網路，有助提高公眾對慈善及公益事業意識。



此廣告提醒大眾在街上走動時使用手提電話的危險性。



我們鼓勵市民閱讀。



A. 環境績效

層面	描述	報告章節	註解
A1：排放物	<p>一般披露：</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	我們的環境	
	<p>關鍵績效指標 A1.1</p> <p>排放物種類及相關排放數據。</p>	環境績效	
	<p>關鍵績效指標 A1.2</p> <p>溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p>	環境績效	
	<p>關鍵績效指標 A1.3</p> <p>所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p>		不適用於白馬戶外媒體的核心業務
	<p>關鍵績效指標 A1.4</p> <p>所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p>	環境績效	
	<p>關鍵績效指標 A1.5</p> <p>描述減低排放量的措施及所得成果。</p>	節省能源	
	<p>關鍵績效指標 A1.6</p> <p>描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。</p>	有效利用資源、管理營運公共汽車候車亭廣告牌位產生的廢紙	

層面	描述	報告章節	註解
A2：資源使用	一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	我們的環境	
	關鍵績效指標 A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境績效	
	關鍵績效指標 A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境績效	
	關鍵績效指標 A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	節省能源	
	關鍵績效指標 A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務
	關鍵績效指標 A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務
A3：環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	我們的環境	
	關鍵績效指標 A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	節省能源、有效利用資源	



B: 社會績效

層面	描述	報告章節	註解
Employment and Labour Practices			
B1：僱傭	<p>一般披露</p> <p>有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	「以人為本」方針、薪酬福利	
	<p>關鍵績效指標 B1.1</p> <p>按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p>	「以人為本」方針	
	<p>關鍵績效指標 B1.2</p> <p>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>		不予披露
B2：健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	工作場所的健康與安全	
	<p>關鍵績效指標 B2.1</p> <p>因工作關係而死亡的人數及比率。</p>	工作場所的健康與安全	
	<p>關鍵績效指標 B2.2</p> <p>因工傷損失工作日數。</p>	工作場所的健康與安全	
	<p>關鍵績效指標 B2.3</p> <p>描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。</p>	工作場所的健康與安全	



層面	描述	報告章節	註解
B3：發展及培訓	一般披露 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	事業發展及培訓	
	關鍵績效指標 B3.1 按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	事業發展及培訓	
	關鍵績效指標 B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。		不予披露
B4：勞工準則	一般披露 有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	「以人為本」方針	
	關鍵績效指標 B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務
	關鍵績效指標 B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務

營運慣例

B5：供應鏈管理	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	供應鏈管理	
	關鍵績效指標 B5.1 按地區劃分的供應商數目。	供應鏈管理	所有供應商均位於中國，應無需按地區劃分披露供應商數目。
	關鍵績效指標 B5.2 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	供應鏈管理	



層面	描述	報告章節	註解
B6：產品責任	<p>一般披露</p> <p>有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	對產品質量的堅定承諾	
	<p>關鍵績效指標 B6.1</p> <p>已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。</p>	對產品質量的堅定承諾	
	<p>關鍵績效指標 B6.2</p> <p>接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>	客戶投訴處理機制	
	<p>關鍵績效指標 B6.3</p> <p>描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p>	對產品質量的堅定承諾	
	<p>關鍵績效指標 B6.4</p> <p>描述質量檢定過程及產品回收程序。</p>	對產品質量的堅定承諾	
	<p>關鍵績效指標 B6.5</p> <p>描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。</p>	對產品質量的堅定承諾	



層面	描述	報告章節	註解
B7: 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	商業道德	
	關鍵績效指標 B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	商業道德	
	關鍵績效指標 B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	商業道德	

社區

B8：社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	我們的社區	
	關鍵績效指標 B8.1 專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	宣揚慈善信息	
	關鍵績效指標 B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。		不予披露

白馬戶外媒體有限公司

香港銅鑼灣希慎道33號利園一期1202室

電話: (852) 2960 1229

傳真: (852) 2235 3911