

呈現您的生活喜好

二零一九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

目錄

1	關於本報告	2
2	主席獻辭	3
3	白馬戶外媒體簡介	4
4	可持續發展管理概覽	5
5	我們的員工	10
6	我們的服務	15
7	我們的環境	19
8	我們的社區	22
9	附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引	24

關於本報告

1 關於本報告

本報告是白馬戶外媒體有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱為「本集團」)刊發的第四份企業可持續性報告，主要內容有關我們於二零一九年在環境及社會方面的成果。本報告的編製旨在履行香港聯合交易所有限公司(「香港交易所」)證券上市規則附錄二十七的環境、社會及管治報告指引(環境、社會及管治報告指引)中有關「不遵守就解釋」條文及「建議披露」的規定。

1.1 報告原則

本集團遵守環境、社會及管治報告指引所述的核心報告原則，包括重要性、量化、平衡及一致性，力求通過本報告提高其透明度和問責性。

重要性

我們非常重視與持份者的互動。為與持份者建立長期關係，我們建立定期溝通渠道以加深了解彼等對環境及社會可持續性的表現的關切及期望。

此外，我們已委任一名獨立顧問進行廣泛的持份者交流活動，以識別及披露與我們可持續業務發展相關的重大問題。

量化

我們以量化方式密切監控及披露與環境及社會可持續發展相關的指標。每年進行比較，以評估本報告中的環境指標。

平衡

本報告顯示確定重要性的過程，其整體預測我們在環境、社會及管治方面的表現。在必要時，本報告所述所有理由均合理證明不披露的原因。

一致性

為方便進行比較，管理層對本報告所採用方式及方法與先前報告的方式及方法一致。

1.2 報告範圍及期間

本報告涵蓋本集團於二零一九年一月一日至二零一九年十二月三十一日在中國的公共汽車候車亭廣告業務的環境及社會可持續發展表現。

1.3 反饋機制

為改進我們的報告披露，我們期待閣下能就如何提升我們於履行企業責任及可持續發展的表現提供反饋及建議。聯繫方式如下：

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

主席獻辭

2 主席獻辭

本人欣然提呈白馬戶外媒體第四份企業可持續性報告。本報告主要內容有關我們於二零一九年在支持公共汽車候車亭廣告業務可持續發展的成果。

於二零一九年，宏觀經濟環境挑戰重重，導致中國經濟增長放緩，大部分電子商貿業和資訊科技業的客戶在廣告開支上仍持審慎態度。因此，來自電子商貿業的收益貢獻下跌至24%（二零一八年：30%），而資訊科技數碼產品業的收益貢獻則下跌至17%（二零一八年：29%）。儘管大多數傳統行業的客戶收入均有增長，惟增幅不足以抵銷上述行業客戶的收入跌幅。此外，二零二零年爆發新型冠狀病毒疫情（COVID-19）可能進一步減慢中國的經濟增長，對客戶投放廣告有不利影響，亦減低市場對廣告位的需求。因此，管理層計劃在下一年集中精力控制本集團的現金流出。

儘管我們調整並加強業務策略，我們仍然堅持承擔作為企業公民的社會及環境責任。一方面，我們充分利用我們的資源分享醫療保健小技巧，傳播抗疫教育信息，並通過不同城市的廣告牌位向所有醫療專業人員致敬。通過利用我們的媒體宣傳能力，我們透過慈善廣告，提高公眾對預防疫症及注意個人衛生重要性的意識，表達我們對社區的關心。此外，我們始終以人為本，視員工為業務發展的關鍵。為更能吸引及留聘人才，我們向僱員提供充足培訓機會、公平的績效評估及職業發展機制以及有回報的工作環境。同時，我們重視營運過程中的職業健康與安全風險，向僱員提供充足安全設備及培訓。

另一方面，我們繼續竭力於業務中促進環境可持續發展。於二零一九年，我們翻新10個城市的1,798個公共汽車候車亭，以進一步提升能源及資源效益。同時，數碼化對我們的業務及客戶而言為一大躍進，帶來更多的視覺效果及更高投資回報。

實現可持續發展並非一朝一夕，需要持續致力於環境保護及社會福祉。為符合持份者對我們可持續性表現的期望，可持續發展管理團隊監督並指導運營業務單位在日常營營中開展可持續發展工作。

展望未來，我們寄予厚望，希望我們能盡快走出陰霾，並與社會大眾共同協力建立一個更具可持續發展的社區。

主席

陳壽祺

二零二零年七月十三日

白馬戶外媒體簡介

3 白馬戶外媒體簡介

3.1 我們的業務

本公司自二零零一年起在香港聯交所上市，是中國最大公共汽車候車亭廣告牌位營運商。我們的市場遍布超過25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、長春及福州等中級城市。我們持續擴大業務規模，並將標準化公共汽車候車亭廣告牌位由二零一八年的54,000個增至二零一九年報告年度的57,000個。

3.2 企業文化

本集團作為戶外廣告業的領先參與者，確保我們的營運保持高質量並遵守地方及國際標準。就此，我們不斷與持份者互動，發展可使業務夥伴與本公司互惠共贏的業務模式。本集團已設立可達致可持續增長的五大主要策略，包括：

- 擴大公共汽車候車亭網絡以開展更多廣告業務 — 在主要增長城市維持持續的業務發展
- 抓緊行業合併機會 — 透過收購擴充業務
- 建立業務聯繫 — 擴闊地方及國際性客戶群
- 善用現有業務網絡的潛力 — 取得最高收益率及投資回報
- 產品質量及創新 — 在可行情況下將全國各地的廣告公共汽車候車亭維持標準樣式，以保持高質量

3.3 二零一九年業務發展重點

於二零一九年，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，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。由於營商環境不利，來自電子商貿業及資訊科技數碼產品業的客戶廣告下跌，亦導致本公司二零一九年收入減少。有關我們二零一九年財務表現的更多詳情，請參閱本公司二零一九年年報。

可持續發展管理概覽

4 可持續發展管理概覽

4.1 可持續發展管理

我們致力堅持嚴格的企業管治、管理和商業道德標準，因為此乃本公司追求更好業務發展及可持續發展取得成功的重要基石。為建立信任並提高持份者對我們的信心，我們遵循母公司Clear Channel Outdoor Holdings Inc. (「Clear Channel」)的方針制及指引制定企業管治架構。有關更多詳情，請參閱二零一九年年報的企業管治報告。

我們已成立董事會(「董事會」)及其委員會，包括審核委員會，旨在加強本公司的企業管治。此外，我們已全面成立由一個由首席財務官(「首席財務官」)領導的工作小組及相關業務單位，以制定可持續發展策略並執行決策。我們致力與董事會承擔責任，以遵守高於香港交易所概述的最新強制要求，有關要求將在未來財政年度及以後年度生效。負責人的主要責任載列如下：

負責人	主要責任
董事會	<ul style="list-style-type: none"> 就本集團可持續性方法及報告提供策略指引。 批准企業可持續性報告。
首席財務官	<ul style="list-style-type: none"> 於集團層面提倡可持續性並檢討環境及社會可持續性相關的政策、持份者反饋及企業可持續性報告。
企業溝通	<ul style="list-style-type: none"> 於內部及外部就編製本集團企業可持續性報告交流有關環境及社會可持續性的資料。
營運業務職能	<ul style="list-style-type: none"> 於日常營運中監督環境及社會可持續性表現，並向首席財務官報告。 就編製本集團企業可持續性報告提供環境及社會可持續性相關的資料。

4.2 商業營運道德

本集團將制定道德目標並以負責任和道德的方式與Clear Channel開展業務放在首位。為竭力打擊貪污，我們於多個業務地點遵守法律法規，包括但不限於針對全球範圍內開展業務的美國的海外反腐敗法及英國的反賄賂法，惟就當地業務而言，我們遵循防止賄賂條例及中國刑法。因此，在遵守法律法規時，並無接獲侵權證據。

考慮到本集團已制定一套商業行為及道德以及反貪合規政策而有關政策已生效，我們期望董事及僱員遵守上述內部政策及程序。違反任何有關責任可能須接受內部監控審查，並受到嚴厲處罰，甚至終止僱傭關係。

此外，本集團已制定一套舉報程序，以確保上述道德商業慣例的成效。我們設有舉報渠道供僱員向審核委員會及合規人員舉報任何懷疑不合規事件。我們全面保護舉報者及嚴禁針對相關人士或部門的任何報復手段。我們同時鼓勵僱員向部門代表報告任何利益衝突並尋求進一步建議及指示。

僱員必須參加由本集團舉辦的商業行為及道德守則以及反合規政策及程序的培訓，以更了解及掌握最新道德商業運作及勝任工作方式。具體而言，我們與外部第三方供應商合辦年度反貪及合規培訓，合共163名董事會成員及員工參加。培訓主要介紹當地反貪法律的實施情況及最新趨勢以及本集團合規政策的要求，輔以案例研究進行分析。僱員亦可透過我們的內聯網系統獲得有關此議題的培訓資料。

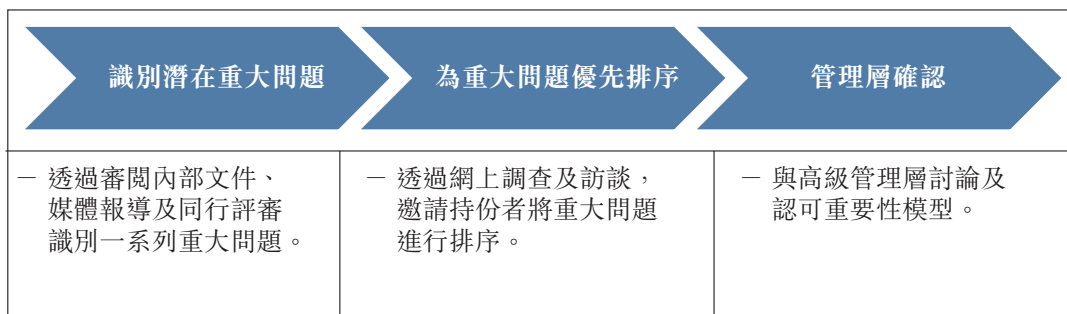
於報告期間，本集團並無涉及任何貪污法律訴訟案件。

4.3 持份者參與和重要事項評估

為提升本集團可持續發展表現，我們定期收集持份者的意見及反饋。在獨立顧問的協助下，我們不時開展外部及內部持份者諮詢活動，以進一步改善重要性模型。該模型識別並為重大問題優先排序，為指導業務制定及實施可持續發展戰略奠定堅實的基礎。

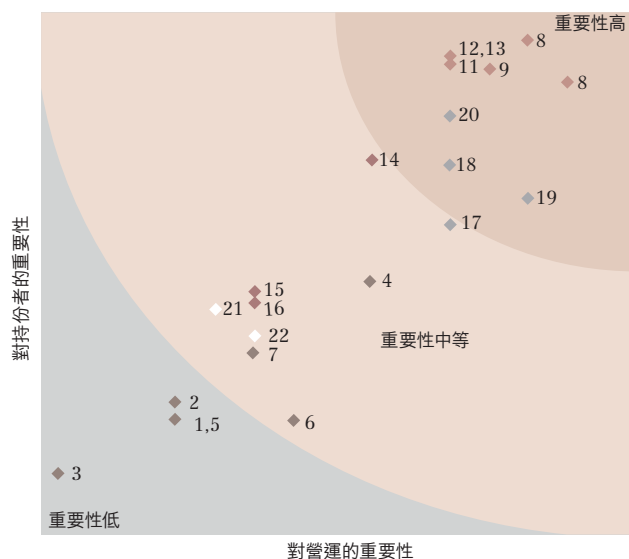
4.3.1 重要性評估

我們定期審閱與我們的業務運營相關的重大可持續性問題。為反映持份者的反饋和期望，持份者諮詢活動的結果被視為重要性評估的基礎。重要性議題的優先次序遵循環境、社會及管治報告指引中所定義原則，重要性評估程序概述如下：



可持續發展管理概覽

以下為重要性模型及於此前評估中發現的重大問題。於二零一九年，我們透過進行同業評審作為額外考慮參數更新重要性清單，以便就白馬戶外媒體的重大環境、社會及管治問題進行更佳分類。



環境

1. 資源使用
2. 能源效益
3. 用水及效益
4. 遵守環境法
5. 供應商的環保表現
6. 氣體排放
7. 廢物管理

僱員

8. 僱傭關係
9. 僱員的工作生活平衡
10. 僱員關懷
11. 職業健康及安全
12. 員工培訓及發展
13. 遵守勞工法

可持續發展管理概覽

企業管治

- 14. 反貪
 - 15. 供應商社會責任表現
 - 16. 持份者反饋機制
-

產品及服務責任

- 17. 知識產權
 - 18. 遵守產品及服務責任法
 - 19. 廣告設計及安全
 - 20. 客戶隱私
-

社區

- 21. 利用廣告牌位推廣慈善事業
 - 22. 慈善捐贈
-

4.3.2 與持份者溝通

於進行上述持份者諮詢活動時，我們與持份者溝通，以收集彼等的反饋用於改善本集團管治。我們的持份者分為內部持份者及外部持份者。內部持份者包括我們的僱員，而外部持份者包括股東／投資者、客戶、供應商、社區夥伴及行業夥伴。

為發揮我們的可持續策略及表現，我們積極與持份者溝通以了解彼等對我們致力實現可持續發展的期望及意見。我們透過多個溝通渠道定期檢討，以處理持份者的關注事項。下表概述於二零一九年與持份者的溝通方法。

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
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
客戶	面對面會議
供應商	會議 電話訪談
社區夥伴	會議
行業夥伴	會議

我們的員工

5 我們的員工

我們的員工是我們最重要的資源，讓我們得以竭力持續提供高於客戶期望的優質服務。除做到高於法律規管要求外，我們重視員工的招聘及留聘，定期評估人力資源政策，再加上我們提供具競爭力的薪酬待遇、健康安全的工作場所以及大量的個人晉升機會。

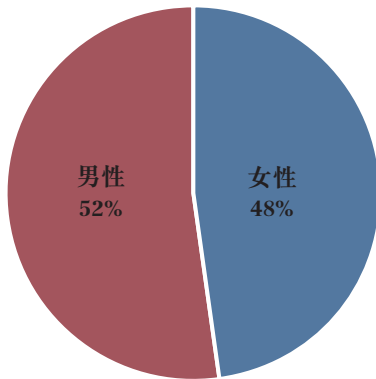
5.1 「以人為本」方針

我們長期以來秉承以人為本的方針，制定人力資源政策，以保障員工及應對員工管理的嚴格要求。我們嚴格遵守有關薪酬、福利、解僱、晉升、工時、假期及防止剝削兒童及強制勞工的法律法規。目前，我們對工作場所的歧視採取零容忍方針。員工是否成功晉升取決於其個人工作態度及表現是否勝任，而不論性別、年齡、國籍、種族、宗教、婚姻狀況或體障情況。

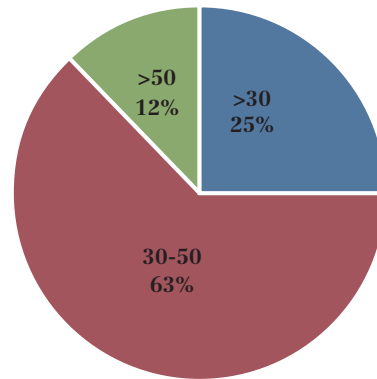
我們致力於促進工作場所多樣性，此於僱員人口統計中得以展現：

僱員總數：611 (截至二零一九年十二月三十一日)

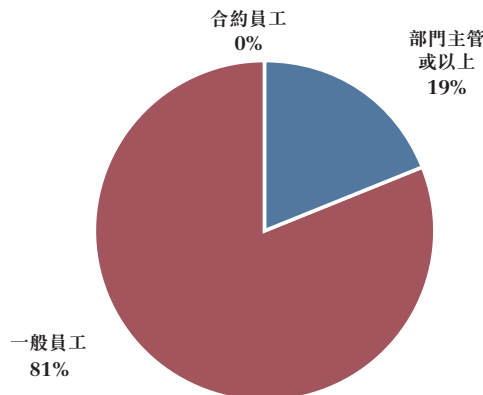
按性別



按年齡



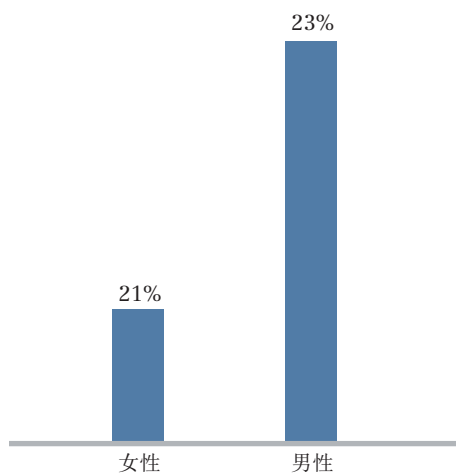
按僱員類別



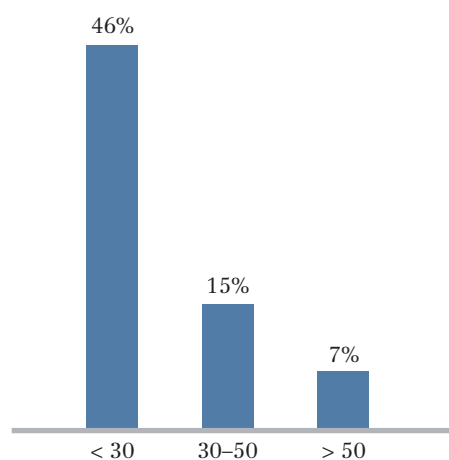
我們的員工

於二零一九年僱員流失比率：21.9%

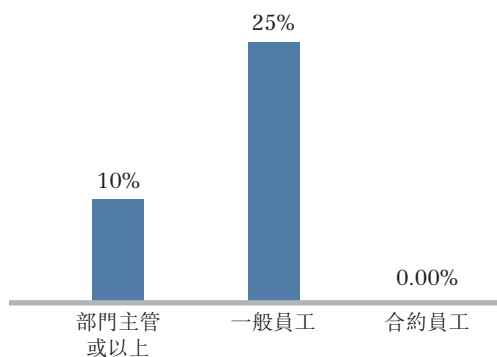
按性別



按年齡



按僱員類別



5.2 薪酬及福利

為進一步規定僱員於工作中有正式權利及責任，我們根據員工手冊所討論，強調薪酬及福利以及行為守則。為保障員工，僱傭合約均符合《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關法律法規。

我們秉承「按績效付薪」的原則，以根據員工職位、表現及行業內以市場為中心的薪金資料釐定及調整薪酬。同時，我們遵循「對內公允公正、對外具競爭力」的原則，建立定期年度績效考核及薪酬考核的績效考核系統。我們任何時候均保證為員工提供公平且具競爭力的薪酬待遇。

除薪酬外，根據中國大陸及香港勞動法例，我們的員工有權享有法定假日及至少7天年假，包括至少12日中國農曆新年假期。我們向員工提供退休金、醫療、工傷、失業及孕產保健等社會保險。我們亦提供其他標準工作福利，包括住房公積金、每年免費體檢及膳食津貼。

我們的員工

為進一步激發團隊合作精神並在工作場所中發揮協同作用，我們為員工舉辦「享受生活，盡享歡樂」主題派對及互動遊戲。年內，我們亦舉辦其他團隊活動，例如生日會、公司郊遊及獎勵旅行、團隊建設午餐及晚餐活動，以團結每位員工並建立充滿活力及凝聚力的團隊。



我們的員工於主題派對度過愉快時光，感到放鬆及精神煥發。

5.3 工作場所的健康與安全

我們秉持「安全第一，預防為主」原則，強調確保工作場所及業務營運中維持最高的健康及安全標準，同時提高員工的職業健康與安全意識。我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》，明確規定職業健康與安全。

我們指示於辦公室及倉庫工作的員工保持整潔，以盡量減少任何潛在健康與安全事故。我們定期進行安全檢查，確保工作場所的安全設備運作良好。同時，在戶外工作的員工主要監察承包商於安裝戶外廣告及維修廣告牌位方面所交付的項目，彼等在所有員工當中所面臨的職業健康與安全風險顯然較高，有關風險在我們的業務營運中不容忽視。我們堅決制定戶外作業指引，當中載有標準作業流程，包括在公共汽車候車亭附近放置交通錐，從而可防止在戶外作業進行期間發生事故。

報告年度內，於過去三年我們的業務營運並無發生工作相關的死亡事件或工傷。

5.4 事業發展及培訓

對員工進行投資可帶來利潤回報，此乃由於我們擁有大量人才，可以使我們的團隊具備競爭力及維持出色表現。憑藉我們成熟的輪崗、晉升及培訓計劃，我們積極鼓勵員工釋放潛能，並根據個人及業務需要尋求個人提升。

為了使員工能夠確定職業目標及進度，我們根據業務需要及績效評估進行客觀的申請評估，為員工於本公司不同業務職能提供內部輪崗與轉崗機制。

我們專為銷售團隊設立八層晉升階梯，以建立清晰的職業路徑及職業發展。我們按季仔細檢討彼等的績效，而評估結果仍為釐定未來晉升提供可靠參考。視乎業務部門的需要及評估結果，其他團隊的員工亦會接受評估以納入晉升考慮範圍。

此外，我們根據業務需要設計全面的培訓計劃，使每位員工獲取必要的知識及技術以交付出色的產品和服務。我們的內部計劃包括但不限於新入職員工的入職培訓、在職培訓、法律培訓、反貪及商業培訓守則、技能培訓及管理培訓。同時，我們補貼員工參加第三方供應商提供的外部課程，以補充我們的內部培訓，從而鼓勵員工的整體職業發展。

二零一九年受訓數據重點：

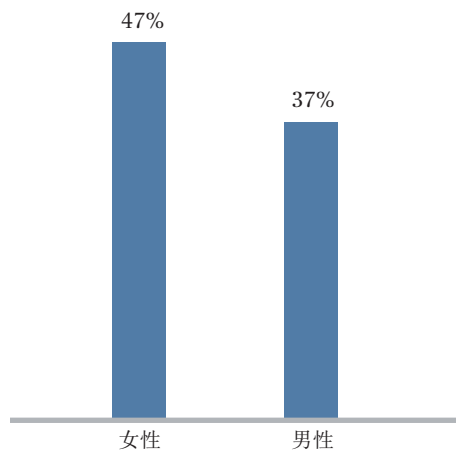
- 受訓總時數：2,652小時
 - 每名僱員的平均受訓時數：4.34小時
-



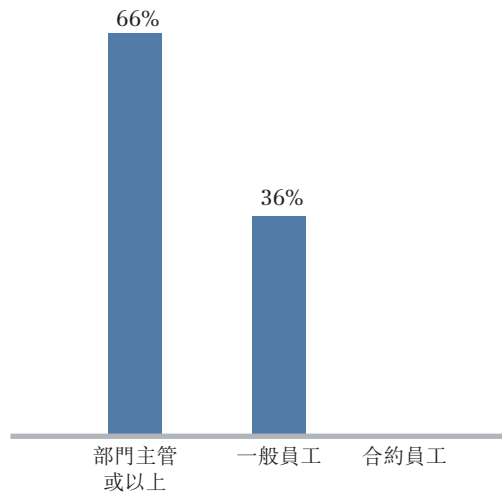
我們的員工

受訓僱員百分比

按性別

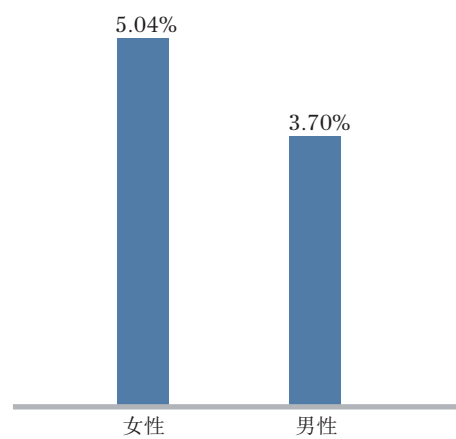


按僱員類別

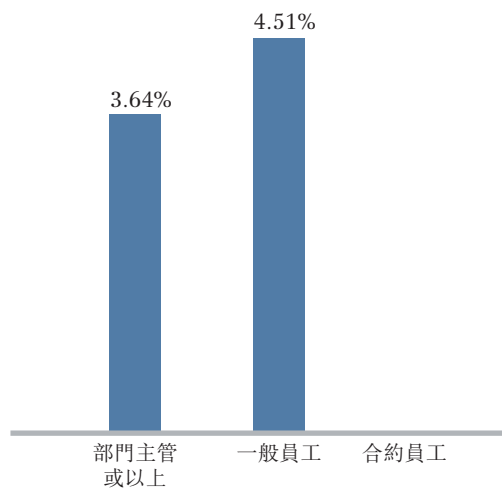


每名僱員的平均受訓時數

按性別



按僱員類別



我們的服務

6 我們的服務

6.1 對服務質量堅定不移的承諾

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。本集團對於戶外廣告行業的領先地位引以為豪，並深信業務持續成功將取決於對我們維持優質服務的能力。為此，本集團需要長期堅守其商業道德，實施良好的供應鏈管理，並加深對客戶需求的了解。鑑於業務誠信為每間公司成功的基石，本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》及《廣告管理條例》等規管本行業的法規。為確保監管合規及服務質素，我們為營運的每一個階段(包括知識產權保護、廣告內容審查、展示板營運及客戶關係管理)設立標準及程序。

知識產權對廣告行業蓬勃發展至關重要，因此須保護廣告製作人的原創及創意。為防止侵犯版權，我們的僱員在公共汽車候車亭牌位張貼廣告前核查客戶的作品。此外，我們嚴格禁止其他公司抄襲我們客戶的廣告素材。除保護知識產權外，我們嚴格遵守相關法律法規，保護客戶所提供的商業敏感資料。例如，客戶所有未公開發佈的廣告均由指定部門負責處理，僅讓獲授權人員取得資料。

作為負責任的公共媒體，本集團高度重視客戶廣告的所有社會影響及合規標準。我們已制定有關評估客戶背景及其合規聲明的完整指引。該指引列明所有類型的客戶(例如醫藥行業、化妝品行業及酒精飲料行業)的全部所需資料、產品標籤及營業執照，以便員工審核及批准客戶投放廣告的申請。此外，為遏制披露不符合國家法律的內容，本集團指派內部審稿人，以避免出版中廣告內容涉及色情或賭博、迷信、暴力或煽動種族、宗教或性別歧視。通過審核程序，我們亦可確保向公眾展示的產品描述及市場數據的真實性。

為提升我們的服務質量管理，我們制定程序不斷改善我們的營運管理流程。例如，營運部門密切監控公共汽車候車亭廣告牌位的營運，經常進行現場檢查，以確保廣告妥當存放在乾淨的牌位內。此外，我們嚴格遵守指定客戶廣告時段的商業協議，從而保障客戶權利。

6.2 供應鏈管理及負責任採購

常言道，工欲善其事必先利其器。本集團深知良好的設備維護對維持服務質素的重要性，因此定期委聘第三方安裝廣告展示板及進行清潔工作。為達致優質的承包商管理，我們已制定嚴格的規則及規定以甄選、監督及監察本集團供應商的表現。

白馬戶外媒體已建立一項按整套標準全面評估供應商表現的甄選機制。例如，我們首先在甄選階段使用黑名單排除有不良表現記錄的供應商，並要求其出示相關營運牌照及在第三方盡職審查平台協助下進行的研究以評估候選供應商的可信度。為詳細評估其工作質素，我們亦要求所有候選供應商遞交一份工作樣本。完成上述甄選程序後，合適的候選供應商將獲提供採購價。為確保有效控制供應商甄選及其公平性，我們亦規定工程部的負責主管須於甄選程序結束後提交甄選報告以作審核之用。

除甄選合資格供應商外，供應鏈管理亦擴展至定期監察及評估供應商及承包商的工作。在開始清潔及維護工作前，有關公司的工人會獲發操作手冊，當中列明彼等的工作流程。例如，彼等必須每週兩次清潔各公共汽車候車亭廣告牌位外殼和每季度清潔整個廣告牌位，並確保牌位不受損壞。除提供指引外，營運部亦設立內部監察制度，監督供應商及承包商的工作，定期進行現場檢查以評估供應商的表現是否符合我們的要求及標準。於每年年末，由工程部牽頭進行年度內部評估，以評估該等供應商的財務、技術、質量及物流績效。我們與供應商舉行會議以評估其績效、討論全年營運過程中出現的主要問題及找出需要改進的地方。

秉承可持續發展的理念，我們亦採取各項措施促進供應鏈中的環境、健康及安全管理。在採購過程中，我們選擇使用環保原料的印刷廠。我們選用的印刷廠已獲得原材料標準的第三方驗證，以驗證其使用的油墨及噴漆分別符合歐盟REACH法規(EC 1907/2006)及受限制物質(附件II)、歐盟RoHS 2(指令2011/65/EU)。供應商亦須每年提交質量保證，以證明其原材料購自合資格的供應商。就供應鏈的健康及安全風險而言，我們要求供應商採取預防措施，並將相關健康及安全指引載入清潔及維護承包商的操作手冊內。

於二零一九年，我們合共委聘40名供應商，彼等均位於中國大陸。我們亦就建設及供應公共汽車候車亭及其他戶外媒體與超過11個主要供應商建立合作關係。

6.3 客戶關係管理

白馬戶外媒體相信，可透過客戶關係管理繼續在服務方面保持卓越。為更能滿足客戶期望，本集團應客戶要求安排對已完成的廣告安裝進行驗收測試，並及時回應彼等的建議及關注事項。為保障客戶權益，我們亦就廣告處理訂立標準程序，所有常規廣告通常在廣告期後保留3個月，方始進行處理，從而讓客戶提出保留印刷品的要求。進行處理後，我們的員工亦須將向營運部呈交其進行處理工作的證據，包括批准處理請求的文件、清潔營運商的收據及處理過程的照片。

為主動聽取客戶的反饋，我們已訂立標準程序，並委派指定客戶服務團隊處理有關投訴。接到個案後，有關團隊將記錄投訴內容，並於24小時內將其分別轉交至本集團的營運部、銷售部及資訊中心。負責部門其後須進行調查，並於三個工作日內完成回函及向客戶服務團隊報告結果。於二零一九年，概無關於我們服務質量的投訴。

6.4 技術創新

廣告業瞬息萬變，其運用的傳播方式也隨著技術的進步而不斷發展。因此，本集團積極緊貼科技變革，並採用創新手法迎合不斷變化的客戶需求。我們相信數碼化為下個行業發展的巨大躍進，自二零一四年起一直實行公共汽車候車亭翻新計劃以及在不同城市的公共汽車候車亭廣告牌位數碼化。該等智能電子牌位不僅帶來更強的視覺效果及更高的投資回報，亦可作為一種智能信息解決方案，令乘客在等待交通工具的過程中受惠。

於二零一九年十二月三十一日，我們於不同城市營運261塊電子廣告牌位。本集團技術工程部利用各種借力技術的特性改善公共汽車候車亭的設計及功能，包括：

- 現時透過採用智能信息管理系統在牌位的LCD屏幕顯示的資料，包括公車路線、行車時間表及實時到站預測。
- 亦安裝攝錄機，以防止發生任何安全事故並確保公共安全。
- 在惡劣天氣情況下，遙距將該等牌位的電源系統關閉，從而確保乘客安全。

我們的服務



相片顯示廣告牌位各種的借力技術特性

我們的環境

7 我們的環境

由於集團所產生的環境影響大多來自戶外廣告牌位業務，故我們在業務運營中致力推動環保，並將環境足跡減至最少。透過將環境因素納入業務戰略，我們致力於：

- 將資源消耗效率提升至最高，包括營運所需的能源、水及其他原材料；
- 減少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，我們嚴格遵守有關空氣污染及溫室氣體排放、污水排放以及產生廢物的法律及法規，其中包括《中華人民共和國環境保護法》。於報告期內，概無違反該等法律的情況。

二零一九年環保成就重點：

耗電量減少4.21%

每塊牌位的總溫室氣體排放量密度減少9.69%

7.1 節省能源

廣告牌位照明為營運中的主要能源消耗，將環境足跡減至最少長久以來一直是我們的首要任務。因此，我們致力於提高公共汽車候車亭廣告牌位的能源效益。自二零一四年開始，我們已啟動淘汰熒光管的計劃，並在可行的情況下將其更換為更具能源效益的發光二極管（「LED」）。LED照明結構較使用熒光管節能50%以上。於二零一九年，我們繼續於10個城市將熒光管更換為LED，合共安裝2,143個LED，從而每年省下2,285,886千瓦時的電力，約佔我們公共汽車候車亭廣告牌位年耗電量的5.4%。於二零一九年十二月三十一日，LED照明結構佔旗下公共汽車候車亭牌位總數約73%（二零一八年：74%），而我們計劃在未來數年逐步增加比率。此外，我們已在多個燈箱結構中安裝燈光控制器及自動計時器，此舉有助減少耗電量。展望未來，我們將繼續研究並採用最新技術，以提高公共汽車候車亭廣告營運的能源效益。

除使用LED提高能源效益外，我們透過控制廣告牌位的亮燈小時數直接節省能源。透過為公共汽車候車亭的供電系統安裝計時器，使牌位的亮燈小時數與當地街燈控制系統的亮燈小時數一致。此外，於包括鄭州、長春及哈爾濱在內的部分城市，除非當地政府要求，否則我們不會接通公共汽車候車亭的照明設施。

儘管我們銷售中心及辦公室的能耗低於公共汽車候車亭廣告牌位的能耗，我們仍致力於透過使用節能裝置改裝當地設備以提高能源效益。例如：我們透過使用LED燈代替傳統照明設備，減少對使用暖氣、通風及空氣調節（暖通空調）系統進行降溫的需求，原因為LED燈產生的不良熱輻射較少。為進一步降低暖通空調系統的耗電量，我們於夏天將空調溫度維持在攝氏25度，而於冬天則切換至通風模式。

我們相信行為模式的轉變可以帶來影響，因此鼓勵員工在日常工作中節省能源。誠如員工手冊所載，我們要求員工離開辦公室前關閉不必要的電器。我們亦推廣環保意識，並倡導盡可能進行回收。

7.2 管理廢物及利用資源

在業務營運中，主要廢物來源為使用廣告紙而產生的廢紙，其須於客戶的租期屆滿後方可妥善處置。根據處置政策，我們的廣告紙在處置前須保留三個月。此舉為我們的客戶提供重新使用廣告紙以延長其生命週期並減少浪費的機會。

政策亦制定嚴格的程序，以管理廣告紙的處置，確保我們的僱員及合同清潔公司妥善處理廣告紙。程序包括四個主要步驟：



此外，我們保留有關核實收據以記錄廣告紙的處置情況，以便我們可以追蹤上述廢物處置程序的執行情況。

我們已在銷售中心及辦公室實施措施以減少資源消耗及廢物處置。為推廣回收文化，我們已在辦公室設立指定區域回收紙張，亦回收不再需要或殘舊的電器，包括螢幕、電腦、打印機及流動電話。為監察我們的廢物管理績效，我們持續保留電器回收記錄。除回收外，我們亦在辦公室安裝節水龍頭，以達致最佳的節水效益。

7.3 環境績效

於報告年度內，我們使用下列指標追蹤記錄環境績效：

	單位	二零一八年 績效	二零一九年 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)	2,231	1,756
間接溫室氣體排放 (範疇 2) ²	二氧化碳當量 (按噸計)	41,350	39,609
溫室氣體排放總計	二氧化碳當量 (按噸計)	43,581	41,365
溫室氣體排放密度	每牌位二氧化碳當量 (按噸計)	0.71	0.64
耗電量			
辦公室	千瓦時	709,084	625,860
公共汽車候車亭 ³	千瓦時	44,119,698	42,315,723

¹ 直接溫室氣體排放產生自本集團擁有或控制的來源。

² 間接溫室氣體排放產生自本集團消耗所購買或取得的電力的發電過程。根據香港交易所最新的環境、社會及管治報告指引附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引，我們位於中國內地的營運運用排放系數計算二零一九年數據，故我們亦重列二零一八年數據以確保其一致性。由於本集團業務營運覆蓋地域廣闊，所運用的排放系數為中國大陸所有區域系數的平均數。

³ 耗電量數據基於營運慣例估算。

我們的環境

	單位	二零一八年 績效	二零一九年 績效
耗電量總計	千瓦時	44,828,782	42,941,583
用電密度	每牌位千瓦時	733	666
耗水量			
辦公室 ⁴	立方米	5,336	6,106
公共汽車候車亭清潔 ³	立方米	11,529	14,941
耗水量總計⁴	立方米	16,865	27,314
用水密度⁴	每牌位立方米	0.28	0.42
汽油耗用量			
辦公室汽油耗用量	升	80,923	76,464
公共汽車候車亭維護汽油耗用量	升	929,872	718,960
汽油耗用量總計	升	1,010,795	795,425
耗紙量			
辦公室	公斤	3,774	3,530
公共汽車候車亭廣告紙 ⁵	公斤	205,899	171,964
耗紙量總計	公斤	209,673	228,491
廢物處理量			
一般辦公室廢物 ⁶	公斤	32,535	24,913
公共汽車候車亭廣告紙 ⁵	公斤	496,700	182,100
電子廢物 ⁷	件	471	442
來自公共汽車候車亭及辦公室的燈管 ⁸	件	60,801	51,375

⁴ 由於數據來源有限，耗水量數據僅包括北京、烏魯木齊、深圳、長沙、廣州、無錫及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，因此耗紙量低於處置量。

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、流動電話、螢幕、掃描器、投影機、影印機及磁帶機。

⁸ 我們於二零一八年開始收集燈管處置數據以更精確反映我們業務營運的環境足跡。

我們的社區

8 我們的社區

作為傑出的廣告營運商，我們盼望於倡導慈善事業時走入社區，並透過文字及創造的力量不斷引導公眾關注有意義的事宜。因此，本集團致力於透過其廣泛的媒體渠道網絡促進社會和諧及展現愛與熱誠。我們亦與當地政府密切溝通，與媒體資源開發和媒體資源使用政策同步進行營運，共同解決與環境倡導、社會健康與安全等有關的公共問題。為提升環境及社區健康倡導以及良好公民意識，本集團率先為社區投資作出慈善貢獻。

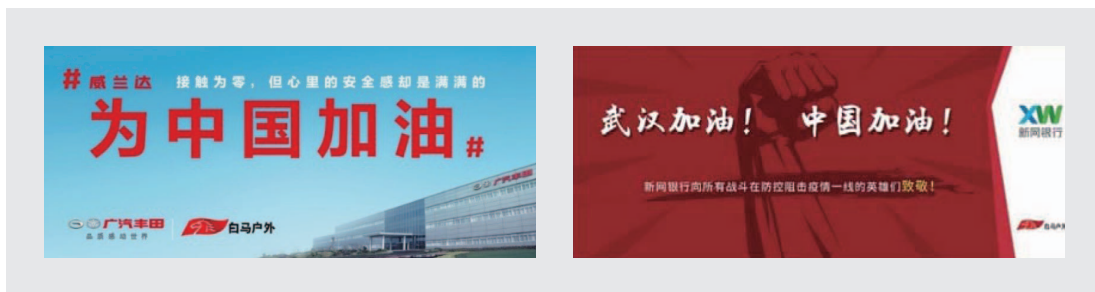
8.1 提升環境倡導及良好公民意識



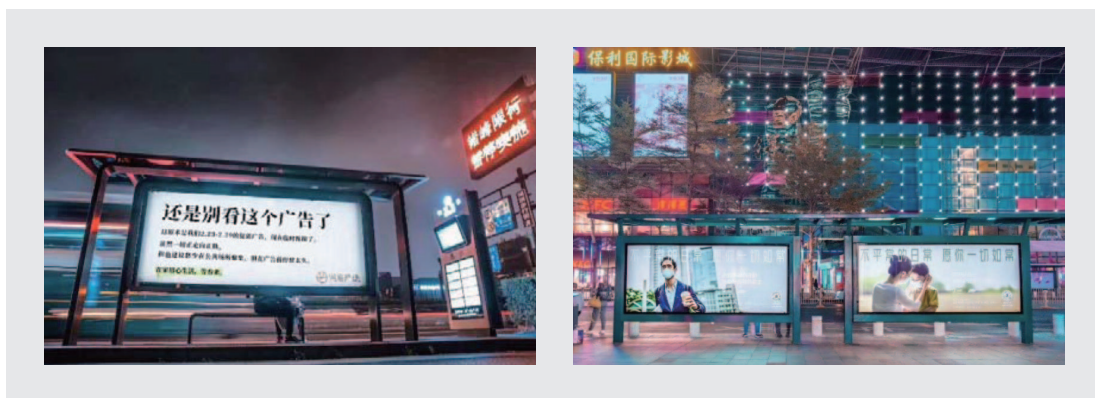
以促進自然資源保護、生物多樣性保護及閱讀文化為重點的廣告範例。

8.2 傳播健康護理信息

自世界各地爆發冠狀病毒疫症以來，我們已在可用的廣告牌位展示大量廣告，致敬並讚揚所有為控制及預防疫症英勇奮戰的前線醫療專業人員。



為在中國及社區與冠狀病毒疫症奮戰的人士打氣並衷心致謝的廣告範例。



展示在公共汽車候車亭廣告牌位的廣告範例，向社區傳遞健康護理信息以促進公共健康。

本集團亦投放廣告，強調經常注意個人預防及控制的重要性。我們致力於在疫情爆發期間傳播健康護理信息，同時展示我們對慈善使命的承諾。

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

9 附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引

9.1 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、節省能源、管理廢物及利用資源	
	<p>關鍵績效指標 A1.1</p> <p>排放物種類及相關排放數據。</p>		對白馬戶外媒體的核心業務而言並不重大。
	<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>	管理廢物及利用資源	
	<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>	管理廢物及利用資源、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>	管理廢物及利用資源	
	<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>	管理廢物及利用資源	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

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、節省 能源	
	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。	管理廢物及利用資源、環境績效	並無積極計量成果，原因為對白馬戶外媒體的核心業務而言並不重大。
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)每生產單位佔量。		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、管理廢物 及利用資源	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

9.2 B: 社會績效

層面	描述	報告章節	註解
僱傭及勞工常規			
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、 薪酬及福利	
	<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>	「以人為本」方針	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

層面	描述	報告章節	註解
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>過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。</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	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

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)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。	事業發展及培訓	
B4： 勞工準則	一般披露 有關防止童工及強制勞工的： (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 描述檢討招聘慣例以避免童工及強制勞工的措施。		對白馬戶外媒體的核心業務而言並不重大。
	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。	「以人為本」方針	

附錄：香港交易所環境、
社會及管治報告指引對照索引

層面	描述	報告章節	註解
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的政策。	供應鏈管理及負責任 採購	將進一步加強識別及 監控供應鏈每個環節 的環境及社會風險的 相關政策。
	關鍵績效指標 B5.1 按地區劃分的供應商數目。	供應鏈管理及負責任 採購	所有供應商均位於中 國。無需要按地區劃 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。	供應鏈管理及負責任 採購	
	關鍵績效指標 B5.3 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。		將進一步加強識別及 監控供應鏈每個環節 的環境及社會風險的 相關政策。
	關鍵績效指標 B5.4 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈管理及負責任 採購	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

層面	描述	報告章節	註解
B6：產品責任	一般披露 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： (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。	對服務質量堅定不移的承諾、客戶關係管理	
	關鍵績效指標 B6.1 已售出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。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務。
	關鍵績效指標 B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	客戶關係管理	
	關鍵績效指標 B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	對服務質量堅定不移的承諾、客戶關係管理	
	關鍵績效指標 B6.4 描述質量保證過程及回收程序。	對服務質量堅定不移的承諾	
	關鍵績效指標 B6.5 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。	對服務質量堅定不移的承諾	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

層面	描述	報告章節	註解
B7： 反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</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>	商業營運道德	
	<p>關鍵績效指標B7.1</p> <p>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。</p>	商業營運道德	
	<p>關鍵績效指標B7.2</p> <p>描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。</p>	商業營運道德	
	<p>關鍵績效指標B7.3</p> <p>描述向董事及員工提供的反貪污培訓。</p>	商業營運道德	

附錄：香港交易所環境、 社會及管治報告指引對照索引

層面	描述	報告章節	註解
社區			
B8： 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解發行人營運所在社區需要和確保其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)。	提升環境倡導及良好 公民意識、傳播健康 護理信息	
	關鍵績效指標 B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	我們的社區	

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