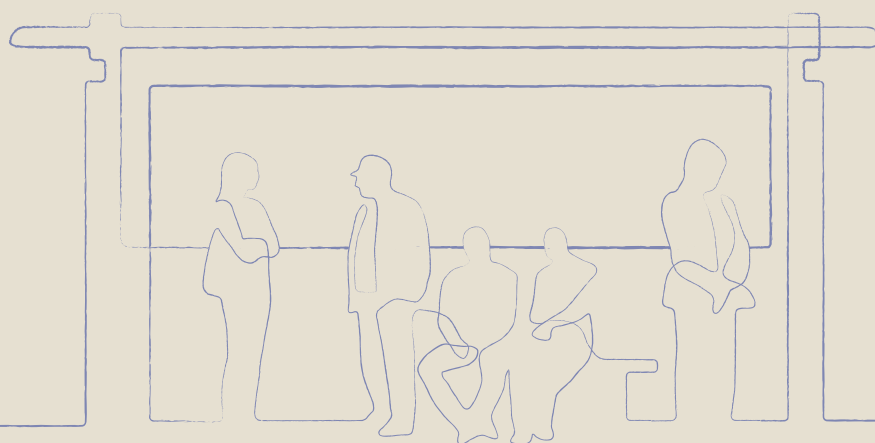


CLEAR MEDIA LIMITED

白馬戶外媒體有限公司

股份代號：100



二零二零年企業可持續性報告

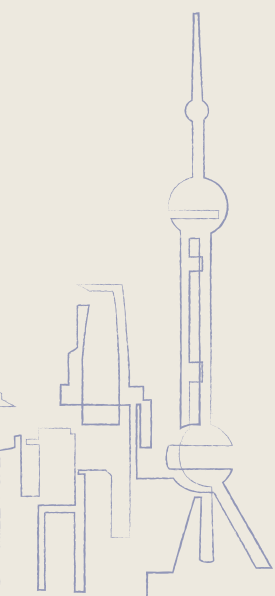


白馬戶外媒體有限公司

是中國最大公共汽車候車亭廣告牌位營運商，於一線城市擁有超過70%的市場佔有率，業務遍佈國內多個發展迅速的城市。我們為客戶提供一站式的全國廣告宣傳方案。白馬戶外媒體有限公司於二零零一年在香港聯合交易所有限公司主板上市(香港聯交所股份代號：100)。

目錄

1	1	關於本報告
1	1.1	報告原則
1	1.2	報告範圍及期間
1	1.3	反饋機制
2	2	主席獻辭
3	3	白馬戶外媒體簡介
3	3.1	我們的業務
3	3.2	企業文化
3	3.3	二零二零年業務發展重點
4	4	可持續發展管理概覽
4	4.1	可持續發展管理
4	4.2	商業營運道德
5	4.3	持份者參與和重要性評估
5	4.3.1	重要性評估
7	4.3.2	與持份者溝通
8	5	我們的員工
8	5.1	「以人為本」方針
9	5.2	薪酬及福利
10	5.3	工作場所的健康與安全
11	5.4	事業發展及培訓
12	6	我們的服務
12	6.1	對服務質量堅定不移的承諾
13	6.2	供應鏈管理及負責任採購
14	6.3	客戶關係管理
14	6.4	技術創新
16	7	我們的環境
16	7.1	節省能源
17	7.2	管理廢物及利用資源
17	7.3	緩減氣候風險
18	7.4	環境績效
19	8	我們的社區
20	9	附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引
20	9.1	A: 環境績效
23	9.2	B: 社會績效



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」)刊發的第五份企業可持續性報告。本報告旨在概述本公司於二零二零年的環境及社會表現，並根據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、社會及管治報告最新指引(「環境、社會及管治報告指引」)編製。

1.1 報告原則

本集團致力於遵守環境、社會及管治報告指引中建議的核心報告原則提高報告的透明度和問責性如下：

重要性

我們非常重視與持份者建立長期關係及合作。我們透過定期溝通渠道以加深了解持份者對環境及社會可持續發展表現的關注及期望。

我們已委聘獨立顧問進行各種持份者參與活動以收集持份者的寶貴意見，從而有效識別及披露與我們的業務營運及發展相關的重大議題。

量化

我們以量化方式密切監察及披露與環境及社會可持續發展相關的關鍵績效指標，並會每年進行比較，以評估本報告中的環境指標。

平衡

本報告呈現我們在環境、社會及管治方面的表現並在適當時候為未有披露的內容提供合理解釋。

一致性

為方便進行比較，本報告採用與先前報告一致的管理方針和方法。

1.2 報告範圍及期間

本報告涵蓋本集團於二零二零年一月一日至二零二零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

為進一步改善我們的報告披露，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：

馬汝潤女士

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五份企業可持續性報告。本報告主要內容有關我們於二零二零年在支持公共汽車候車亭廣告業務可持續發展的努力及成果。

二零二零年為近年來最具挑戰性的一年。受Covid-19疫情的影響，本集團的收入於二零二零年二月開始大幅下降，而疫情進一步拖慢中國的經濟增長，對客戶的廣告開支構成不利影響，同時降低對廣告空間的需求。

在如此艱難期間內，本集團重整銷售團隊及維修部門；並實施靈活定價政策及各種節省成本措施。管理團隊當時正籌劃市場推廣及銷售計劃，為戶外市場其後復甦作準備。本集團亦減少資本開支以維持資金流通性。

由於疫情受控及在管理團隊努力之下，本集團的每月總收入於二零二零年三月觸底回彈，於二零二零年第二季度持續復甦。於二零二零年第三季度及二零二零年第四季度的每月總收入繼續恢復。二零二零年第四季度的總收入較二零一九年第四季度輕微上升。

面對充滿挑戰的經濟環境，本集團繼續努力為我們的持份者創造長期共享價值。董事會與工作小組及業務營運部一同監督並制定可持續發展策略，為我們於各業務營運範疇的可持續工作提供指引。

員工是我們最重要的資產，其工作健康及安全為我們的首要考慮。自疫情爆發以來，我們一直嚴格遵守政府指引，採取特殊的工作安排和衛生措施，以減低疫情對員工的健康和安全所構成的風險。為保障員工的健康和安全，我們持續遵循和採取有關指引及措施。我們衷心感謝所有同事在這充滿挑戰的時期表現抗禦力、創意及專業精神。

優質的產品及服務亦是我們賴以成功的關鍵。我們致力監察產品質量，保障客戶隱私，並建立有效的投訴機制。為迎接數碼化及創新，我們在不同城市經營276個數碼廣告板，以提供超凡的客戶體驗。

此外，有見於中國承諾在二零六零年之前實現碳中和，我們亦努力應對世界領導人對氣候緊急狀態的高度關注。為此，本集團已經升級9,477個公共汽車候車亭，安裝了智能遠端控制系統，防止在極端天氣情況下發生漏電。我們還將10個城市的廣告板以LED取代傳統光管，從而大大減低耗電量。

我們盡可能透過展示慈善廣告來表達我們對社區的關懷。在疫情所帶來的亂局中，我們利用廣告板來發放抗疫教育資訊。我們亦善用我們的推廣能力提高公眾的健康和安全意識，並在社區內培養學習文化。

最後，我衷心感謝持份者的支持，尤其在如此前所未見的時局。我深信憑藉我們對可持續發展的承諾，於疫情過後必定能與持份者共同建立可持續的社區。

主席

陳壽祺

二零二一年七月十四日

白馬戶外媒體簡介

3 白馬戶外媒體簡介

3.1 我們的業務

作為中國最大公共汽車候車亭廣告牌位營運商，本公司的市場遍布24個中國主要城市，包括北京、上海及廣州等一線城市以及深圳、杭州、南京及西安等中級城市。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二零一九年的57,000個增至二零二零年報告年度的59,000個。

3.2 企業文化

本集團佔據戶外廣告業的領先位置，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，發展可使持份者與本公司互惠共贏的業務模式，採用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 二零二零年業務發展重點

於二零二零年，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%以上的領先市場份額，且業務遍布國內多個快速發展的城市。我們亦為客戶提供一站式的全國廣告宣傳方案。

疫情爆發期間，中國經濟增長進一步放緩，對客戶的廣告支出構成負面影響，廣告空間的需求減少，導致本集團的收入在二零二零年二月開始大幅下降。本公司的收入有所下降，跌幅於年初尤為顯著，並於隨後數月反彈。有關我們於二零二零年財務表現的更多詳情，請參閱本公司二零二零年年報。

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

我們一直致力於實現高水平的企業管治、管理和商業道德標準，為可持續發展奠定堅實的基礎。有關更多詳情，請參閱二零二零年年報的企業管治報告。

展望未來，我們繼續加強董事會（「董事會」）在可持續發展管理方面的角色。董事會及其審核委員會負責監督公司的企業管治。工作小組由首席財務官（「首席財務官」）領導，涵蓋相關業務單位，旨在制定可持續發展策略並執行決策。負責人的主要責任詳列如下：

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

白馬戶外媒體非常重視實踐道德和負責任的業務。為竭力打擊貪污，我們遵守業務地點適用的法律法規，包括防止賄賂條例（第201章）及中國刑法。

此外，按照商業行為及道德以及反貪合規政策的規定，董事及僱員須於任何時間維持業務操守。我們的利益衝突政策要求員工簽署一份利益聲明，監察有關衝突（如有）。違反任何有關責任的人士可能須接受內部監控審查，並受到嚴厲處罰，例如終止僱傭關係。

可持續發展管理概覽

為營造道德的商業環境，我們的舉報程序提供渠道供僱員向審核委員會及合規人員舉報任何懷疑不當或不合規事件。我們保護舉報者免受其他人員及部門的任何報復行為。我們同時鼓勵僱員向部門代表報告任何非法或不當行為並尋求建議。

為了加強僱員對商業道德的理解，員工須每半年接受一次關於商業行為及道德守則以及反合規政策及程序的反貪污培訓。於二零二零年，我們提供線下及線上培訓，主題有關反賄賂、供應商合規、禮物收受批准的內部程序和舉報政策。連同董事及員工在內共有474名人員接受了培訓，總培訓時數達505小時。

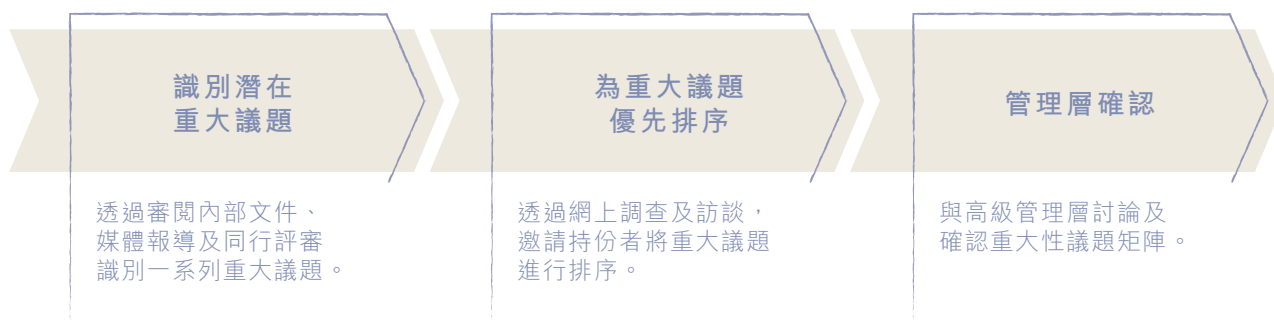
於報告期間，本集團並無涉及任何貪污法律訴訟案件。

4.3 持份者參與和重要性評估

持份者的意見及反饋為提升本集團可持續發展表現的重要驅動力。我們已委聘獨立顧問協助我們與外部及內部持份者溝通，根據收集到的寶貴意見完善重大性議題矩陣，從而識別並將重大議題優先排序，為制定及實施可持續發展策略提供指引。

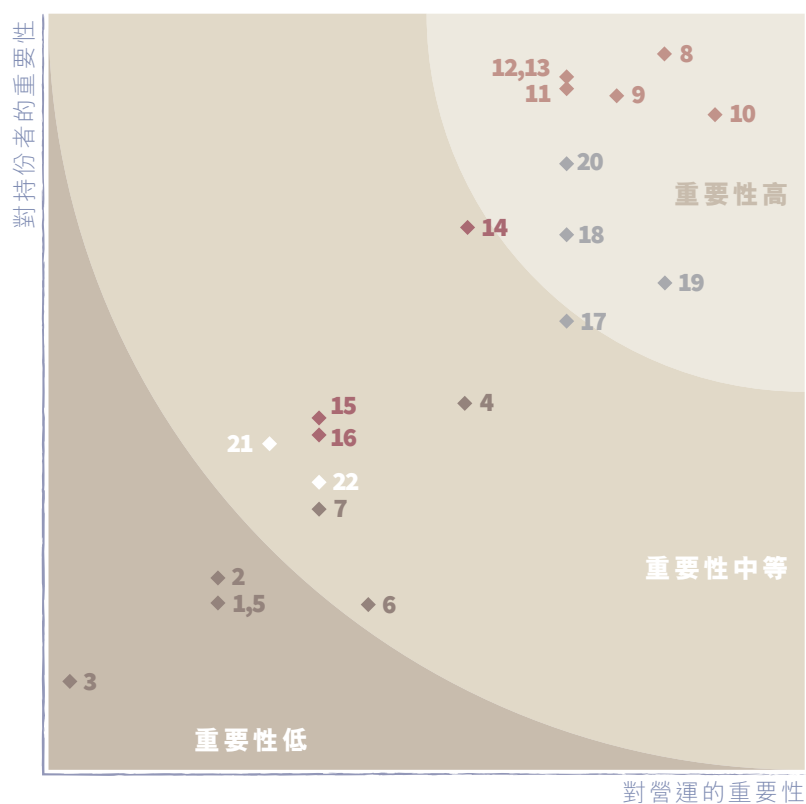
4.3.1 重要性評估

重要性評估以持份者參與的結果作為基礎，反映持份者的期望。我們遵循環境、社會及管治報告指引中的原則，定期對重要性議題進行檢討及優先排序，重要性評估程序如下：



以下為重大性議題矩陣及以同行評審作為額外考慮參數的重大議題。由於營運環境並無重大變動，我們繼續使用重大性議題矩陣及議題清單。

可持續發展管理概覽



重要性高

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

產品及服務責任

- ◆ 18 遵守產品及服務責任法
- ◆ 19 廣告設計及安全
- ◆ 20 客戶隱私

重要性中等

環境

- ◆ 4 遵守環境法
- ◆ 6 氣體排放
- ◆ 7 廢物管理

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

社區

- ◆ 21 利用廣告牌位推廣慈善事業
- ◆ 22 慈善捐贈

重要性低

環境

- ◆ 1 資源使用
- ◆ 2 能源效益
- ◆ 3 用水及效益
- ◆ 5 供應商的環保表現

可持續發展管理概覽

4.3.2 與持份者溝通

除持份者參與外，我們一直積極主動了解持份者的反饋與期望。我們定期檢討我們的可持續發展表現，並通過一系列的溝通渠道回應持份者的關注事項。下表概述於二零二零年與持份者的溝通方法。

持份者類別	持份者團體	溝通方法
內部	僱員	僱員會議
		僱員表現檢討 內部刊物
外部	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
		會議 電話訪談
	客戶	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

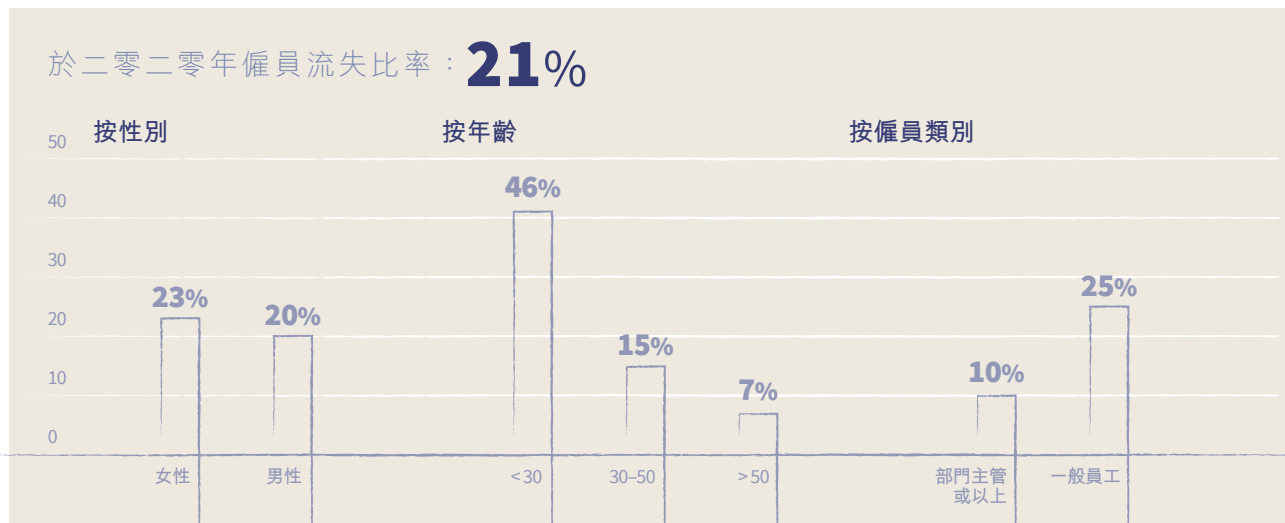
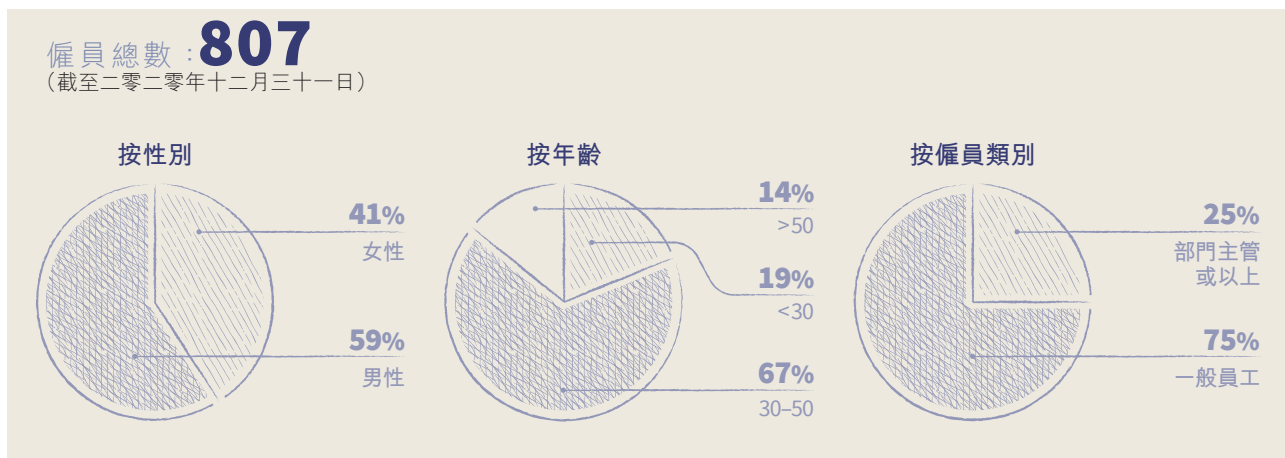
5 我們的員工

在白馬戶外媒體，員工是我們建立業務最重要的資產。除合規以外，我們的目標為建構一個健康、安全及有回報的工作環境，讓員工安心發展事業。我們提供具競爭力的薪酬待遇及福利、確保僱員安全並提供大量的事業發展機會。

5.1 「以人為本」方針

我們的人力資源政策秉承「以人為本」的方針。我們嚴格遵守我們營運所在國家的勞工法例，包括但不限於薪酬、福利、招聘、解僱、晉升、工時、假期及防止童工及強制勞工。我們致力以具尊嚴和尊重的方式對待員工，禁止任何工作場所的歧視。員工的晉升取決於其工作態度及表現是否能夠勝任，而不論性別、年齡、國籍、種族、宗教、婚姻狀況或殘疾情況。

我們基於「以人為本」的原則，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：



我們的員工

5.2 薪酬及福利

我們重申對員工手冊及商業行為準則中規定的員工權利及責任的期望。所有員工的聘用乃符合《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關法律法規的僱傭合約。

我們遵照「對內公允公正，對外具競爭力」的原則，為員工提供公平及具競爭力的薪酬待遇。政策規定員工的薪酬是根據其表現、經驗及現行行業慣例所釐定。我們定期檢討薪酬政策及待遇。花紅與本集團及個人表現掛鈎，肯定其創造的價值。僱員的優異表現亦會以獎品等其他獎勵作為回報。

我們確保法定勞工權利及福利，例如至少12日中國農曆新年假期法定假日、至少7天年假、產假及待產假。我們僱員的社會保障包括退休金、住房公積金、醫療、工傷、失業及孕產保健等。本公司亦向僱員提供其他福利，包括每年的免費體檢及工作日膳食津貼。

我們深明團結員工建立充滿活力及凝聚力的團隊有助於創造價值及推動業務表現。為此，我們於報告年度透過團隊活動聯繫僱員，例如銷售會議、生日會、公司郊遊、獎勵旅行、團隊建設午餐及晚餐活動。



於年終，我們舉行銷售會議以提升員工士氣及慶祝我們的優秀表現。

我們的員工

5.3 工作場所的健康與安全

我們秉持「安全第一，預防為主」的原則，確保工作場所維持最高的健康及安全標準。我們透過提供安全意識培訓向全體僱員灌輸健康及安全意識。此外，我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》，確保員工的工作健康及安全。

為盡量減低辦公室及倉庫的安全風險，我們定期進行安全檢查，確保防火設備運作良好。同時，負責戶外維修廣告牌的員工及承包商相較辦公室及倉庫工作的員工承受較高的職業健康與安全風險。因此，我們的營運管理政策列出標準作業流程，包括在公共汽車候車亭放置警告牌，從而防止在戶外工作期間發生事故。

員工是我們最重要的資產，他們的福祉是我們的優先考慮。自疫情爆發以來，我們一直嚴格遵守政府指引，積極執行各項措施，保護員工的健康和安全。員工必須向人力資源部報告他們的出入境記錄及監察名單中的抽樣測試結果。復工後，員工需要戴上口罩，謹守個人衛生及社交距離，並保持辦公室及倉庫整潔。員工及訪客在進入辦公室前均須量度體溫。我們會按照疫情的最新發展發放通知以知會最新法規和內部安排。我們將繼續遵循這些指引，並與政府密切溝通，確保迅速採取行動，在充滿挑戰的時期為員工提供支援。

報告年度內，我們的業務營運並無發生工傷或確診病例。於過去三年並無因工死亡事故。

我們的員工

5.4 事業發展及培訓

為吸引和留任具有競爭力的優秀人才，我們對工作團隊的能力進行投資。我們根據員工個人及業務需要提供大量發展機會，以擴大他們的技能和激發事業提升的潛力。

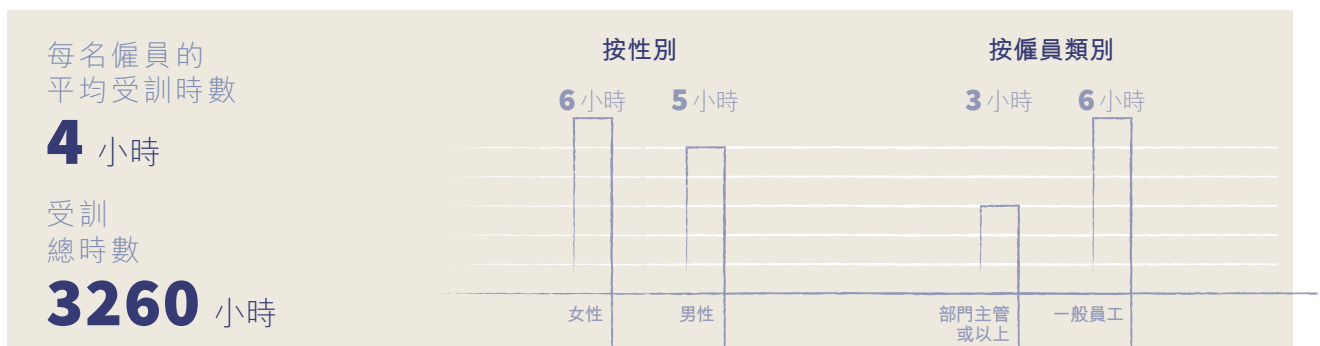
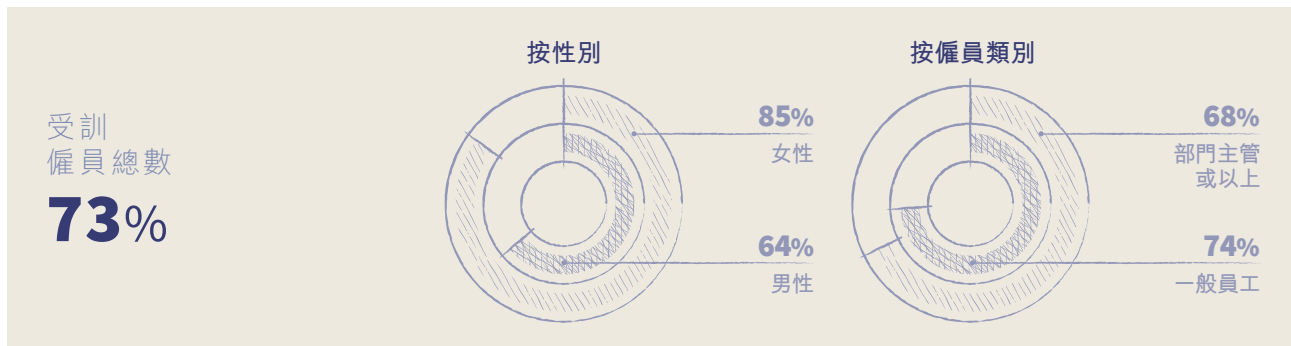
我們為員工提供不同業務職能的內部輪崗與轉崗機制，讓員工於本公司擔當不同角色，擴闊其視野。我們按照業務需要及申請者的表現審慎評估及批核內部輪崗與轉崗的申請。

此外，我們設立八層晉升階梯，以建立清晰的職業路徑。我們於每個季度評估員工表現，以釐定其晉升機會。

我們亦根據業務需要設計全面的內部培訓計劃，讓員工進一步提升工作技巧及擔當領導角色的能力。課程包括新入職員工的入職培訓、在職培訓、法律培訓、董事會及員工的反貪培訓以及商業守則培訓、技能培訓及管理培訓。我們亦提供外部培訓補貼，鼓勵員工報讀外部課程，以補充我們的內部培訓。

二零二零年受訓數據重點

(截至二零二零年十二月三十一日)



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，我們為在一線城市佔據70%以上的市場份額的領導者。我們的行業領導地位有賴我們提供的優質服務。因此，本集團實施負責任的供應鏈管理，並充分瞭解客戶的需求。本集團視誠信為商業成功的基石，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》及《廣告管理條例》等法規。

本集團深明知識產權為廣告業的重中之重。我們致力於保護廣告製作人的原創及創意，並防止侵犯版權。員工手冊列明我們對資料保密的重視，我們不會洩露任何客戶資料。

作為負責任的公共媒體，本集團亦重視廣告內容的合規性和社會影響。我們的廣告審核及審批準則明確要求客戶遵守相關法律法規，並提交營業執照。我們的內部審稿人根據法律法規，審查廣告中公開展示的產品聲明和市場統計資料的全面性和真實性。我們亦禁止出版含有有關色情、賭博、迷信、暴力及歧視等不適當內容的廣告。

此外，廣告審核及審批準則亦說明營運部運用內部監測系統監測廣告牌位的運作，並進行現場檢查、妥善放置及清潔。我們嚴格遵守有關的法律法規，確保未出版的廣告由指定部門處理，並僅授權人員方可接觸，以保障客戶的敏感資料。

我們的服務

6.2 供應鏈管理及負責任採購

本集團深信出色的供應鏈管理是維持服務質素的必要條件。為此，我們按照既定規則和要求，甄選、監督、監察及委聘第三方進行廣告牌位的安裝和清潔。

我們的《清潔及維修供應商管理政策》列明甄選機制的一套全方位評估標準以評估供應商表現。我們在甄選初期設有黑名單制度排除表現欠佳的供應商。我們要求候選供應商出示其營運許可證，並通過第三方盡職審查平台對其信譽進行研究及評估。

我們不斷監察及評估供應商及承包商的工作以維持我們的服務水準。工人需要定期清潔廣告牌位外殼和整個廣告牌位，確保廣告牌位完好無損。營運部牽頭進行年度內部評估，衡量供應商的表現。

我們實行綠色採購措施，致力提倡環境管理。我們優先選用環保或經第三方驗證原材料，例如分別符合歐盟 REACH 法規 (EC 1907/2006) 及受限制物質 (附件 II)、歐盟 RoHS 2 (指令 2011/65/EU) 國際標準的油墨及噴漆的印刷廠。我們要求供應商每年提交質量保證，以證明其原材料購自合資格的供應商。

於二零二零年，我們合共委聘 44 名供應商，均位於中國大陸。

我們的服務

6.3 客戶關係管理

本集團建立並保持穩健的客戶關係，有助提供優質服務。我們根據客戶要求，安排對已完成的廣告安裝進行驗收測試，以滿足其期望並回應其關注事項。

我們歡迎客戶提供反饋意見。根據《清潔及維修供應商管理政策》，客戶服務團隊負責記錄投訴，並於24小時內將其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，並於三個工作日內草擬回函以供客戶服務團隊回應以解決投訴。

於二零二零年，概無關於我們服務質量的投訴。

6.4 技術創新

科技進步一日千里，我們透過創新及數碼化迎合不斷變化的市場需求。隨著翻新計劃的推行，我們在二零一四年推出首個數碼廣告牌位。

於二零二零年十二月三十一日，我們於不同城市營運276塊電子廣告牌位。本集團的技術工程部將各種技術特點融入公共候車亭，包括：

- 在廣告牌位的LCD屏幕顯示公車路線、行車時間表及實時到站預測等資料。
- 安裝攝錄機，以防止任何安全事故的發生並確保公共安全。
- 在惡劣天氣情況下(如雷暴、強風及暴雨)，遙距將廣告牌位的電源系統關閉，確保行人及乘客的安全。

在邁向智慧城市的過程中，我們正計劃在智能公共汽車候車亭分階段採用物聯網、雲端運算及大數據，為候車的乘客帶來便捷和卓越的體驗。智能廣告牌位不僅能帶來經濟效益和投資回報，亦可作為智慧解決方案，向候車的乘客發放日常資訊。智能公共汽車候車亭的主要特點包括：

- 應用人工智能資訊管理系統提供轉乘等交通資訊。
- 有系統地報告公共汽車候車亭的故障和損壞，以提高維修效率。

我們的服務



配備LCD顯示及定位系統的智能公共汽車候車亭。

我們的環境

7 我們的環境

我們的業務營運的環境足跡大多來自戶外廣告牌位業務。我們透過將環境因素納入業務營運方式，致力推動環保，並將環境足跡減至最低。我們著重：

- 遵守環保法例及法規；
- 資源效率，包括營運所需能源、水及其他原材料；
- 減少溫室氣體及污水排放、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，我們嚴格遵守環境法律及法規，亦即《中華人民共和國環境保護法》，以減少空氣污染、溫室氣體排放及棄置廢物，概無違反有關法律的情況。

二零二零年環保成就重點：

- 耗電量減少 11.43%
- 每個廣告牌位的總溫室氣體排放量密度減少 17%

7.1 節省能源

我們一直致力於優化公共汽車候車亭廣告牌位，以提升其能源效益及將環境足跡減至最低。我們自二零一四年起啟動淘汰熒光管計劃作為環境保護措施，將熒光管更換為更具能源效益的發光二極管（「LED」）。LED 照明較使用熒光管節能 50% 以上。自此，設有 LED 照明的公共汽車候車亭廣告牌位佔我們所有公共汽車候車亭廣告牌位的 74%（二零一九年：73%）。於報告期間，我們於 10 個城市的廣告牌位合共安裝 1,395 支 LED 光管，從而節省 1,775,957 千瓦時的電力（相等於我們公共汽車候車亭廣告牌位年度耗電量的 4.67%。）我們未來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。

此外，我們透過為供電系統安裝計時器，使廣告牌位與街燈系統的亮燈時數一致。我們應當地政府要求，於包括鄭州及哈爾濱在內的部分城市，尚未開啟公共汽車候車亭的照明設施。

為進一步減低能耗，我們對銷售中心及辦公室的現有設施進行能源效益重整，使用 LED 燈代替傳統照明設備以減低熱幅射，故此減少對暖氣、通風及空氣調節（暖通空調）系統進行降溫的需求。另外，我們於夏天將低暖通空調系統的溫度維持在攝氏 25 度，而於冬天則切換至通風模式。

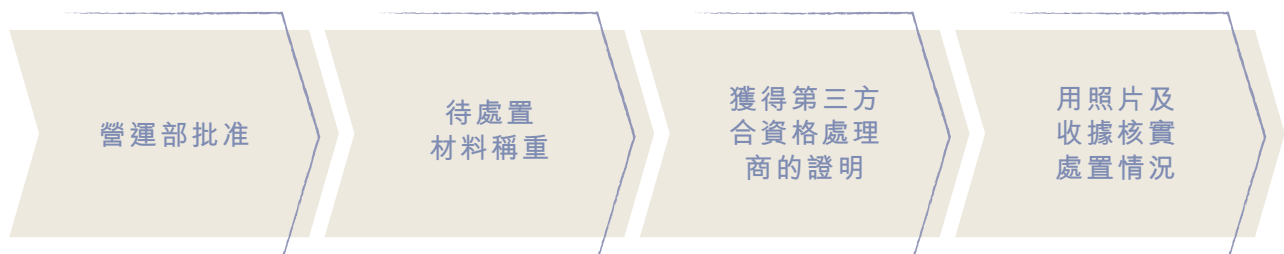
此外，正如員工手冊所述，我們鼓勵員工離開辦公室前關閉不必要的電器。我們期望員工擁有環保意識，並盡可能實踐循環再用。

我們的環境

7.2 管理廢物及利用資源

為管理廣告紙的處置，我們根據處置政策，在牌位租期結束後為客戶保留廣告紙三個月。僱員及合同清潔公司須遵守政策所列處置程序妥善處理及棄置廣告紙。我們保留棄置工作的證明，包括獲審批的處置要求文件、清潔工作收據及處理程序的相片，以便記錄及追蹤其棄置情況。

棄置廣告紙的四個主要步驟：



此外，我們已制訂措施管理及善用本公司資源。我們已在辦公室設立指定區域收集及回收不再需要或殘舊的紙張及電器，包括但不限於螢幕、電腦、打印機及流動電話。我們保留電器回收記錄以監察我們的廢物管理績效。與此同時，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 緩減氣候風險

氣候變化日趨嚴重。作為一家負責任的公司，我們致力於識別和管理我們經營所在地的氣候風險。我們已經制定了營運管理政策，確保在整個商業活動中能夠妥善控制氣候風險。

為了應對颱風等極端天氣的影響，我們安裝了智慧遠端控制系統，每當強風和雷暴警告發出時，該系統就會自動中斷電路，暫停公共汽車候車亭的運作，以防止漏電。我們定期檢查和測試裝置，並在必要時進行維修及保養。於二零二零年十二月三十一日，9,477個公共汽車候車亭已進行升級，預計二零二一年合共16,251個公共汽車候車亭將會升級。

我們的環境

7.4 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	二零一九年 績效	二零二零年 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)	1,756	1,531
間接溫室氣體排放(範疇2) ²	二氧化碳當量(按噸計)	39,609	34,052
溫室氣體排放總計	二氧化碳當量(按噸計)	41,365	35,583
溫室氣體排放密度	每牌位二氧化碳當量(按噸計)	0.64	0.53
耗電量			
辦公室	千瓦時	625,860	596,270
公共汽車候車亭 ³	千瓦時	42,315,723	37,439,166
耗電量總計	千瓦時	42,941,583	38,035,436
用電密度	每牌位千瓦時	666	569
耗水量			
辦公室 ⁴	立方米	8,626 ⁵	9,221
公共汽車候車亭清潔 ³	立方米	14,941	13,504
耗水量總計	立方米	23,567⁵	22,725
用水密度	每牌位立方米	0.42	0.34
汽油耗用量			
辦公室	升	76,464	91,557
公共汽車候車亭維護	升	718,960	614,683
汽油耗用量總計	升	795,425	706,240
廢物處理量			
一般辦公室廢物 ³	公斤	24,913	22,566
公共汽車候車亭廣告紙	公斤	182,100	292,900
電子廢物 ⁶	件	442	287
來自公共汽車候車亭及辦公室的燈管 ⁷	件	51,375	48,438

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二零二零年數據，我們亦重列二零一九年數據以確保其可予比較及一致性。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 數據基於營運慣例估算。

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 由於擴大數據範圍，有關數據已作出修訂，以納入二零一九年空調的廢物消耗。

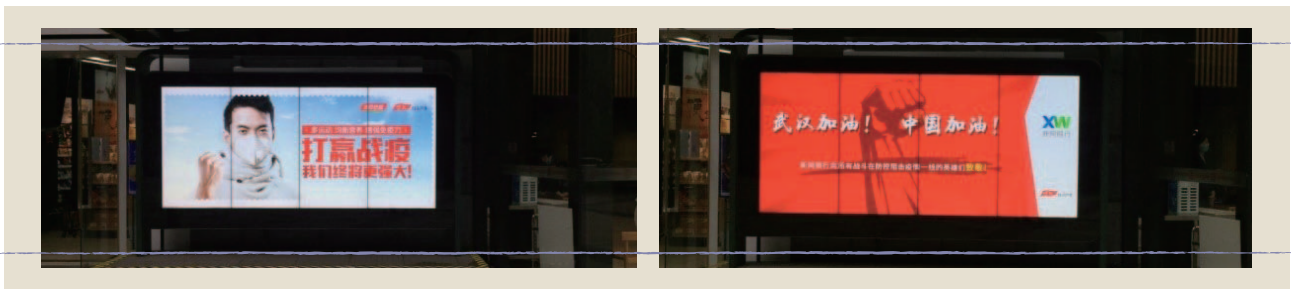
⁶ 電子廢物包括銷售中心及辦公室所棄置的桌上及手提電腦、流動電話、螢幕、掃描器、投影機、影印機及磁帶機。

⁷ 我們自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。

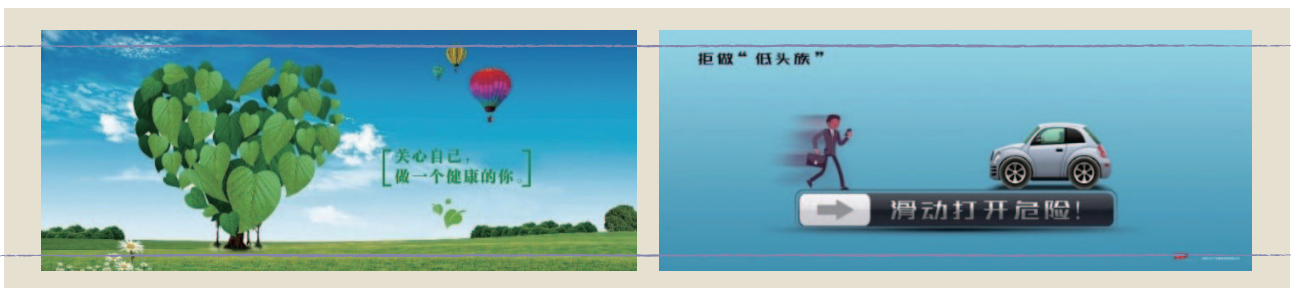
我們的社區

8 我們的社區

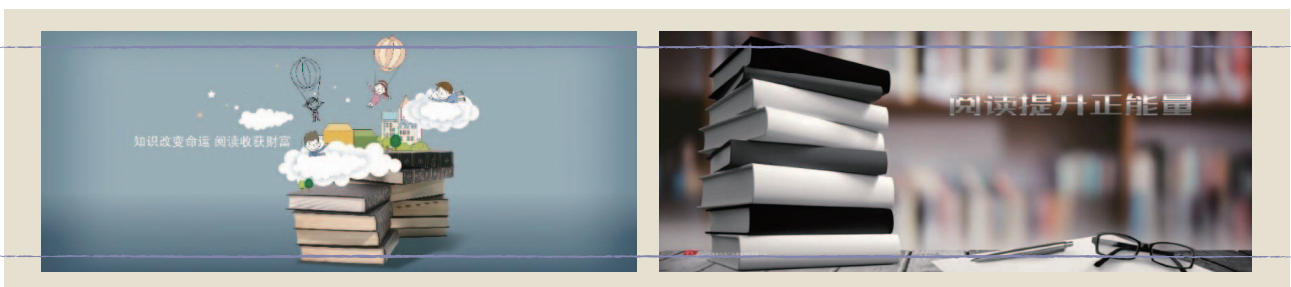
作為一家具社會意識的廣告運營商，我們明瞭自身定位的優勢，利用文字及創意的力量進行倡導及慈善事業。為了履行企業公民責任，本集團積極作出社區慈善投資。本集團憑藉龐大的媒體網絡及媒體資源的影響力，與地方政府保持溝通，提升公眾對慈善和社會事宜的關注。於報告年度內，我們的社區投資重點是應對疫情、健康與安全、以及培養學習文化。



由於疫情於年內肆虐，故此展示廣告以傳遞正面訊息，並在漫長的抗疫期間提醒人們保持警惕，打倒疾病。



我們展示廣告以勉勵人們關注健康及實踐健康生活。為保障個人安全，我們的廣告亦提醒人們在過馬路時使用電話的危險性，並應留意交通情況。



在文化發展的同時，我們亦張貼廣告，宣揚學習的重大影響，如學習提升正能量、知識改變命運，旨在培養閱讀習慣和對尋求知識的熱衷。

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重要性較低。
	<p>關鍵績效指標 A1.2</p> <p>直接(範圍1)及能源簡介(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)(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>	環境績效	
	<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>描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p>		對白馬戶外媒體的核心業務而言重要性較低。

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
	<p>關鍵績效指標 A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法 及描述所訂立的減廢目標及為達到 這些目標所採取的步驟。</p>	管理廢物及利用資源	
A2： 資源使用	<p>一般披露 有效使用資源(包括能源、水及其 其他原材料)的政策。</p>	我們的環境、節省能源	
	<p>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)。</p>	環境績效	
	<p>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)。</p>	環境績效	
	<p>關鍵績效指標 A2.3 描述所訂立的能源使用效益目標及 為達到這些目標所採取的步驟。</p>		對白馬戶外媒體的核心 業務而言重要性較低。
	<p>關鍵績效指標 A2.4 描述求取適用水源上可有任何問 題，以及所訂立的用水效益目標及 為達到這些目標所採取的步驟。</p>		對白馬戶外媒體的核心 業務而言重要性較低。
	<p>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。</p>		不適用於白馬戶外媒體 的核心業務。

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
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	
A4： 氣候變化	一般披露 識別及應對已經及可能會對發行人 產生影響的重大氣候相關事宜的政 策。	緩減氣候風險	
	關鍵績效指標 A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影 響的重大氣候相關事宜，及應對行 動。	緩減氣候風險	

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(如全職或兼職)、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	
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	

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
	關鍵績效指標 B2.2 因工傷損失工作日數。	工作場所的健康與安全	
	關鍵績效指標 B2.3 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。	工作場所的健康與安全	
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。	「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
	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	
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	
	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	
	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。	供應鏈管理及負責任採購	
	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：	對服務質量堅定不移的承諾、客戶關係管理	
	(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。		
	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	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。	商業營運道德	
	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。	商業營運道德	
	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。	商業營運道德	
	關鍵績效指標 B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	商業營運道德	
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)。	我們的社區	
	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