

CLEAR MEDIA LIMITED

白馬戶外媒體有限公司

股份代號：100



締造價值

二零一八年企業可持續性報告

目 錄

1	關於本報告	2
2	主席獻辭	3
3	白馬戶外媒體簡介	5
4	可持續發展管理概覽	6
5	我們的員工	10
6	我們的服務	14
7	我們的環境	16
8	我們的社區	19
9	附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引	20

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」)刊發的第三份企業可持續性報告，主要內容有關我們於二零一八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

我們重視與持份者的互動。通過定期溝通渠道，我們與持份者互動，瞭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，以識別及報告與我們業務經營相關的重大環境及社會可持續發展問題。

量化

我們通過量化指標持續監控及披露我們在環境及社會可持續發展的表現，並通過與往年同期比較評估本報告的環境指標。

平衡

本報告解釋了確定重要性的過程，其平衡展現我們在環境及社會可持續發展的表現。對於任何不披露層面，我們將就該等層面提供不披露理由。

一致性

管理層對本報告採用的方式及其方法與先前報告的方式及方法一致，以便進行有意義比較。

1.2 報告範圍及期間

本報告涵蓋本集團於二零一八年一月一日至二零一八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，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意見及建議。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三份企業可持續性報告。本報告主要內容有關我們於二零一八年在管理公共汽車候車亭廣告業務可持續發展的成果。

二零一八年，中國經濟溫和增長。雖然業內競爭激烈，但於二零一八年前三個季度我們的業務仍有增長。電子商貿和資訊科技數碼產品行業的廣告需求強勁，繼續成為我們於二零一八年前三個季度收益增長的主要因素。為促進業務增長，我們不斷檢討並加強業務戰略。於二零一八年，我們完成了對在長沙、烏魯木齊及寧波開展公共汽車候車亭廣告業務經營權的收購，以將我們的業務擴展至中級城市。

為促進業務增長，我們亦極力促進日常營運的可持續性。我們的可持續發展管理團隊監督並指導我們在日常營運中的可持續發展工作。通過各營運業務部之間的合作，我們正在努力滿足持份者對我們可持續發展表現的期望。

我們始終以人為本，視員工為業務發展的關鍵。為向員工提供充足的個人發展機會，我們開展培訓課程，並採用公平的員工績效評估機制。我們亦為員工創造有益的工作環境，以留住人才。同時，我們重視營運過程中的職業健康與安全風險。我們積極促進員工於工作場所中的健康與安全，包括提供安全設備及培訓以提高安全意識。

我們於廣告行業的成功亦建立於我們致力提供優質服務的基礎之上。我們堅持優質服務，通過監控服務質量、保護知識產權及運行有效機制獲取客戶反饋，以保障客戶權利。

為響應政府對環境問題的日益關注，我們的目標為提高資源利用率，並於營運中引入環保技術。我們盡可能利用廣告資源展示慈善廣告，以表達我們對社區的關懷。

可持續發展無法在一天或一年間一蹴而就，而是需要持之以恆致力於環境保護及慈善公益。展望未來，我們將繼續於業務營運中推動可持續發展，以造福社區。

董事會刊發日期為二零一八年一月二日、二零一八年二月八日及二零一八年三月十九日的公佈，將本集團若干資金遭挪用一事告知股東及潛在投資者。自日期為二零一八年一月二日的公佈刊發起，特別委員會經已成立，以(i)採取可行補救措施及方案，以彌補任何損失，並將挪用資金造成的任何損害減到最低；(ii)委聘外部專業人士對挪用資金事件進行法證調查；及(iii)檢討及在有需要時改善本集團的內部監控制度，防止類似事件再次發生。作為檢討的一部分，本公司已加強內部監控措施，監察現金付款、銀行現金結餘、利益衝突及使用公司印章。本公司已委聘獨立外部律師事務所及獨立會計師事務所進行法證調查及協助本公司特別委員會調查挪用資金事件及其他相關事宜引起的事宜。挪用資金事件亦已交由警方跟進調查。挪用資金事件對本集團截至二零一七及二零一八年十二月三十一日止年度財務報表的影響已載於二零一八年年報第17至19頁「挪用資金損失」一節。並無發現二零一八年內有資金遭挪用。

主席報告

本公司於調查過程中，發現有三個以本集團若干成員公司的名義開設但未獲授權的銀行賬戶，當中涉及於過去十年進行交易，但於二零一八年度前的綜合財務報表並無紀錄。該三個銀行賬戶均已關閉。截至二零一八年年報日期，本公司管理層並不知悉該等賬戶有任何負債。事件亦已交由警方跟進調查。於二零一八年，該三個銀行賬戶並無涉及任何未有記錄的交易。

於二零一八年三月，本公司已成立內部監控委員會，全面檢討本集團的財務系統及監控，以進一步完善監控措施。此特別委員會已委聘外部顧問執行檢討，並須向審核委員會匯報。

二零一七年年報內的不發表審核意見聲明及有關理由載於二零一七年年報第71至73頁及日期為二零一八年三月二十九日的截至二零一七年十二月三十一日止年度的全年業績公佈第27至29頁。二零一七年年報內的不發表審核意見聲明中，就客戶開發開支而言，本公司核數師注意到(i)於截至二零一七年十二月三十一日止年度支付客戶開發開支人民幣19.8百萬元予收款方(其身份有別於本集團就該等付款存置的文件所載的實體)；及(ii)本集團存置的文件似乎不足以證明最終付款乃支付予為本集團進行客戶開發服務的人士。於二零一八年，並無發現任何該等事項。

於二零一八年四月三日(即刊發日期為二零一八年三月二十九日的截至二零一七年十二月三十一日止年度的全年業績公佈以及不發表審核意見聲明及有關理由之後的營業日)，本公司股份暫停於香港聯交所買賣。自此本公司一直與香港聯交所合作，致力使本公司股份恢復買賣。

於二零一八年五月二十四日，香港聯交所將本公司股份恢復買賣的條件告知本公司，該等條件載於日期為二零一八年五月二十九日有關挪用資金事件最新狀況及復牌條件的公佈。自此本公司一直致力達成復牌條件，有關工作的進展披露於日期為二零一八年六月二十九日有關達成復牌條件的最新進展的公佈以及日期為二零一八年七月三十日有關上市規則項下除牌架構及達成復牌條件的最新進展的公佈。日期為二零一八年八月十三日有關挪用資金事件的法證調查之主要中期發現及執行董事之誠信的公佈，載有法證調查之主要中期發現、本公司對核數師於二零一七年年報內的不發表審核意見聲明及有關理由中提出的事宜的回應、有關警方調查的進度、補救行動及執行董事之誠信。

於二零一八年十月三十日，本公司公佈達成復牌條件的最新進展。其後，本公司於日期為二零一八年十一月十六日的公佈中宣佈已達成所有復牌條件，包括內部監控顧問的主要發現概要及實施內部監控顧問的主要建議、警方調查的最新進展、有關截至二零一八年十月底的營業額之業務最新資料及本公司申請於二零一八年十一月十九日恢復買賣。本公司股份已於二零一八年十一月十九日恢復買賣。

於二零一九年四月十五日，本公司刊發日期為二零一九年三月十一日的二零一八年年報，包括二零一八年經審核綜合財務報表及本公司外聘核數師無保留審核意見。

主席
陳壽祺

二零一九年七月十五日

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。我們透過將標準化公共汽車候車亭廣告牌位由二零一七年的51,000個增至二零一八年報告年度的54,000個，擴大業務規模。

3.2 企業文化

本集團作為戶外廣告業的領先參與者，專注質量保證和遵守地方及國際行業標準。我們採納旨在使業務夥伴與我們實現互惠互利的業務模式，並積極與持份者互動。

本集團已設立可達致可持續增長的五項策略。該等策略包括：

- 擴大公共汽車候車亭廣告網絡－維持主要增長城市業務持續增長
- 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－取得最高收入及投資回報
- 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 二零一八年業務發展重點

於二零一八年，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。來自電子商貿業及資訊科技數碼產品業的客戶廣告需求持續上升，帶動本公司二零一八年首三個季度的收入增長。

有關我們二零一八年財務表現的更多詳情，請參閱本公司二零一八年年報。

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

我們旨在維持本公司高水平的企業管治、管理及道德標準，因為此乃成功的基石及可持續發展管理的指導原則。為達致企業透明度，我們遵循母公司Clear Channel Outdoor Holdings Inc.（「Clear Channel」）的方針及指引，制定企業管治架構，藉此提高持份者的信心。有關更多詳情，請參閱二零一八年年報的企業管治章節。

本集團亦已就企業可持續性報告指派一個由首席財務官領導並由相關業務單位組成的工作小組。主要負責人的責任載列如下：

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有關環境及社會可持續性的資料。

4.2 道德商業運作

本集團優先將道德商業常規作為營運中最重要的標準。白馬戶外媒體及Clear Channel致力於以有道德及頗具責任感的方式開展業務。道德商業的關鍵之一為反貪，故我們竭力於多個業務地點極力遵守當地及國際法律法規。跟隨母公司的步伐，我們並無獲悉有任何證據顯示我們違反國際反貪法律及標準，包括美國的海外反腐敗法及英國的反賄賂法。就當地而言，我們遵循防止賄賂條例及中華人民共和國刑法。

本集團已確立其商業行為及道德以及反貪合規政策及程序。我們透過上述政策及程序就賄賂、貪污及洗黑錢闡明及訂立我們對僱員及董事的期望。違反該等政策及程序可導致終止僱傭關係等嚴厲處罰。

可持續發展管理概覽

為確保上述道德商業政策的成效，本集團已制定一套舉報程序。我們設有渠道供全體僱員向人力資源部及業務部門的合規人員舉報任何違反上述政策的情況。我們保護舉報者及嚴禁針對相關人士或部門的任何形式的報復。我們同時鼓勵僱員向部門主管報告任何利益衝突並尋求進一步建議及程序。

為確保僱員掌握最新的道德商業運作及個人行為並對此準確了解，我們要求彼等參加本集團組織有關商業行為及道德守則以及反貪合規政策及程序的培訓。彼等亦可透過白馬戶外媒體內聯網系統獲得該等課題的培訓資料。

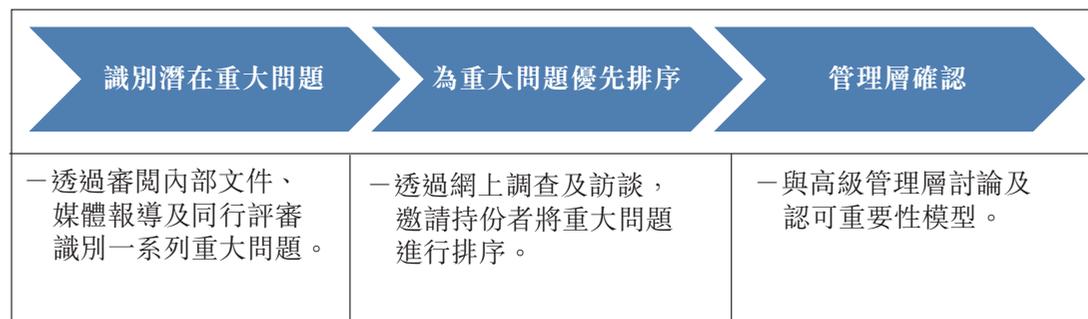
此外，自本集團刊發有關挪用資金事件(「挪用資金事件」)的公佈後，我們已委聘內部監控顧問進行內部監控檢討，並執行建議內部監控措施，以顯示本公司已落實充分的內部監控系統以達致上市規則項下的責任。有關更多詳情，請參閱二零一八年年報。

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，我們於二零一八年開展外部及內部持份者諮詢活動，以改善重要性模型，藉此我們可識別及報告有關環境及社會可持續性以及企業管治的最重要及相關問題。此舉創造了制定及實施可持續策略的基礎。

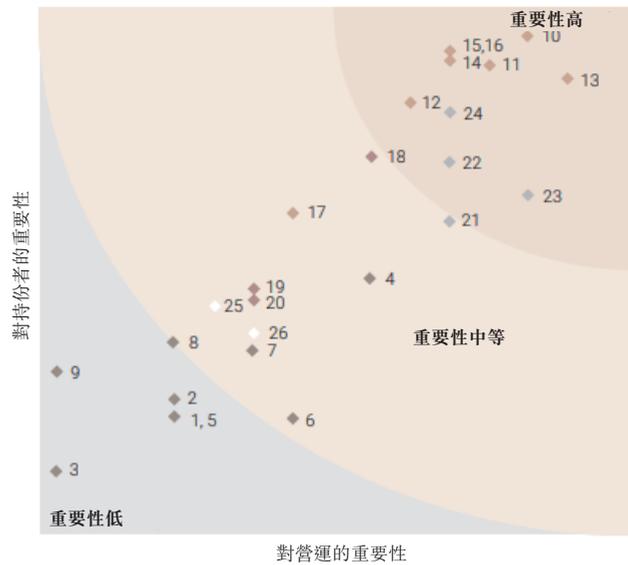
4.3.1 重要性評估

持份者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：



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。於二零一八年，由於業務運營並無重大變動(除內部監控有所加強外)，我們繼續確認重要性模型的結果。



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
8. 生態影響
9. 環境申訴

僱員

10. 僱傭關係
11. 僱員的工作生活平衡
12. 僱傭多樣性
13. 僱員關懷
14. 職業健康及安全
15. 員工培訓及發展
16. 遵守勞工法
17. 僱員意見的反饋

可持續發展管理概覽

企業管治

- 18. 反貪
- 19. 供應商社會責任表現
- 20. 持份者反饋機制

產品及服務責任

- 21. 知識產權
- 22. 遵守產品及服務責任法
- 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

4.3.2 與持份者溝通

除上述持份者諮詢活動外，我們亦與持份者溝通，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。

我們積極了解及獲取持份者對我們可持續表現的期望及意見，以改善可持續策略及表現。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。下表概述於二零一八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

我們的員工是我們向客戶提供優質服務的基礎。我們深知招聘及挽留員工的重要性，因此，我們定期調整人力資源政策。在招聘及挽留員工方面，我們做到高於法律規管要求。我們竭力為員工提供具競爭力的薪酬待遇、健康安全的工作環境以及大量的個人晉升機會。

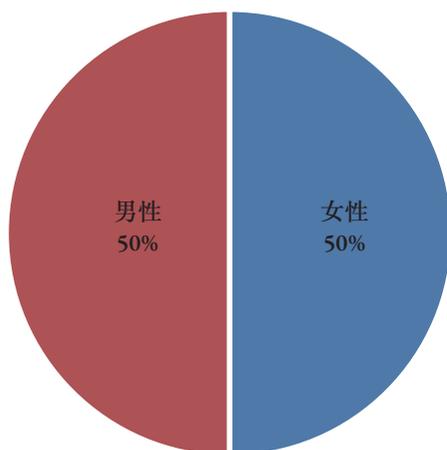
5.1 「以人為本」方針

我們根據長期以來以人為本的方針制定人力資源政策。我們嚴格遵守有關補償、福利、招聘、解僱、晉升、工時、假期及防止童工及強制勞工的法律法規。除合規外，我們亦對工作場所的歧視採取零容忍政策。我們根據員工的工作態度及表現做出晉升決策，而非基於性別、年齡、國籍、種族、宗教、婚姻狀況或體障情況。

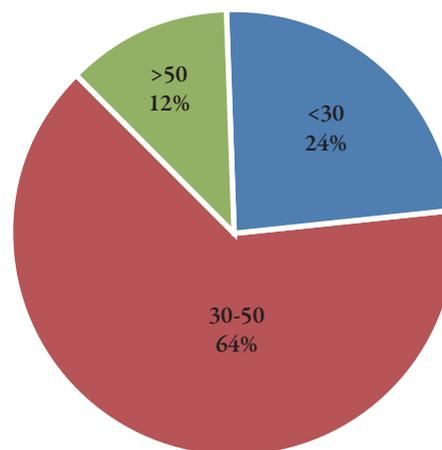
我們致力於促進工作場所多樣性，此於僱員人口統計中得以展現：

僱員總數：618(截至二零一八年十二月三十一日)

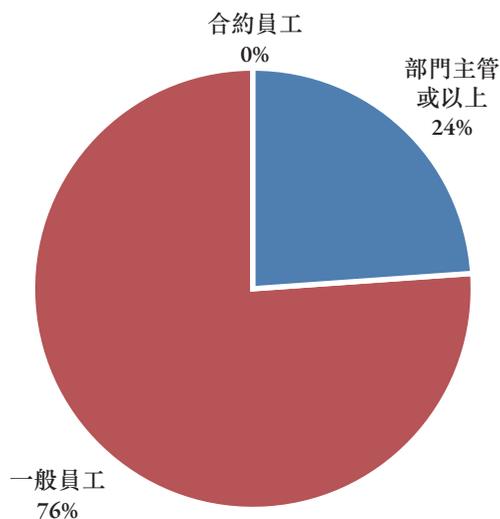
按性別



按年齡



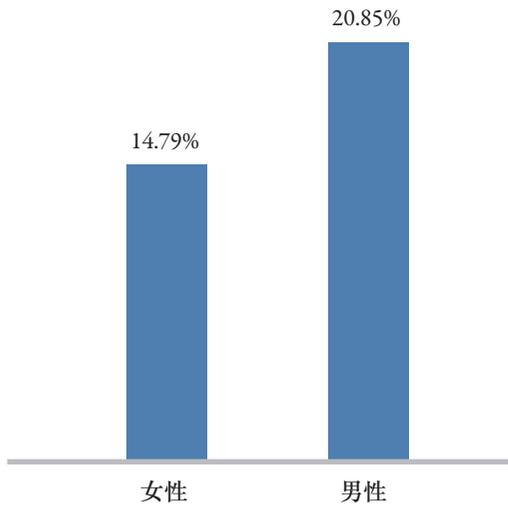
按僱員類別



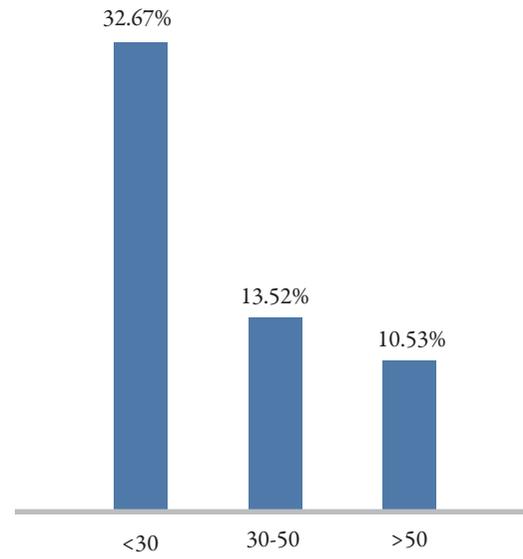
我們的員工

於二零一八年僱員流失比率

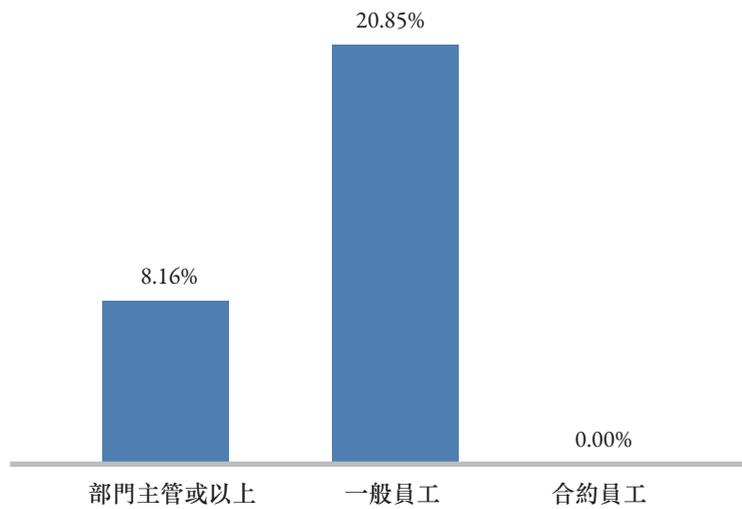
按性別



按年齡



按僱員類別



我們的員工

5.2 薪酬及福利

我們制定員工手冊規定僱員於工作中的權利及責任，包括薪酬及福利，以及須遵循的行為守則。根據《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關法律法規，所有僱員均受僱傭合約保護。僱員薪資根據其職位及表現、宏觀經濟狀況及行業所付薪資釐定。我們致力遵循「按績效付薪」的原則。僱員根據績效考核系統接受年度績效考核及薪酬考核。考核機制秉承「對內公允公正、對外具競爭力」的原則，且我們提供公平且具競爭力的薪酬待遇，以挽留人才。

除薪酬外，我們亦向僱員提供其他福利，如包括退休金、醫療、工傷、失業及孕產保健在內的社會保險。除社會保險外，我們亦向僱員提供住房公積金、每年免費體檢及膳食津貼。根據中國大陸及香港勞動法例，所有僱員均有權享有法定假日及至少7天年假。

為表彰僱員的努力，尤其是彼等於推動業務發展方面的卓越表現，我們於報告期內組織了銷售頒獎典禮，對僱員進行表揚獎勵。此舉亦有助於鼓勵彼等繼續培養技能。

5.3 工作場所健康與安全

僱員於工作過程中的健康與安全對我們的業務營運至關重要。我們嚴格遵守有關職業健康與安全的法律法規，包括《中華人民共和國安全生產法》。為促進職業健康與安全，我們已採納「安全第一，預防為主」。我們旨在於提供健康安全的工作場所的同時提高僱員的職業健康與安全意識。

我們的業務營運中，與我們的承包商一併在戶外工作的僱員面臨的職業健康與安全風險最高。彼等負責監察承包商於更換廣告及維護廣告牌位方面所執行的工作。為將彼等風險減至最小，我們已落實規管戶外工作作業流程的指引，以防發生意外及受傷。舉例而言，我們要求僱員於拆除及安裝公共汽車候車亭照明之前使用絕緣工具並用電壓測試筆核查絕緣情況。

辦公室及倉庫的職業健康與安全風險較低，我們要求僱員保持整潔，以防可能存在任何職業健康問題及工作場所隱患。我們定期進行安全檢查，確保現場安全設備運作良好。

除於日常營運提供實用指引外，我們亦培訓僱員以提高彼等於工作場所的健康及安全意識。培訓資料主要側重於健康及安全程序以及突發情況應對方法，以確保工作中的健康及安全。

報告年度內，我們的業務營運並無發生工作相關的傷亡。

我們的員工

5.4 事業發展及培訓

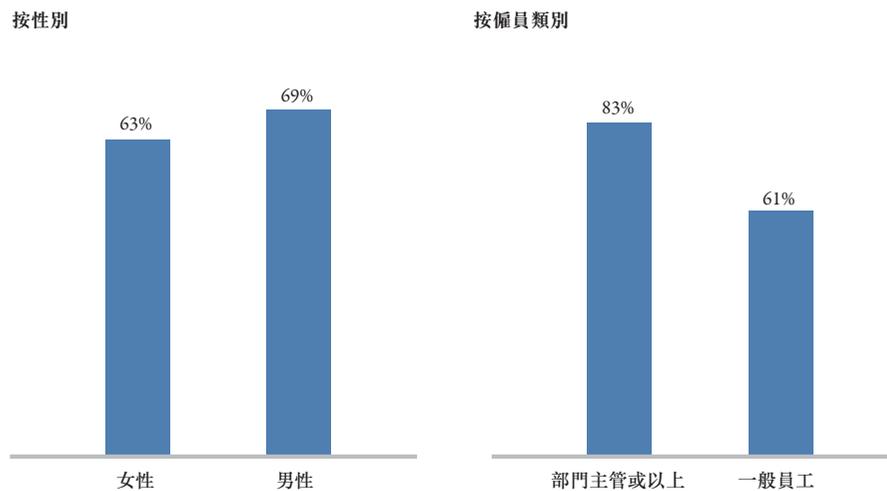
為留住人才，我們通過晉升及培訓令僱員能夠實現個人提升。我們根據個人及業務需求提供清晰的職業路徑及培訓計劃。

我們為銷售團隊的僱員設計八層職業階梯，按季對其績效進行評估，而績效評估結果用作晉升基準。其他僱員的評估亦可根據業務部門的需求作出，並將評估結果納入員工晉升考慮範圍。

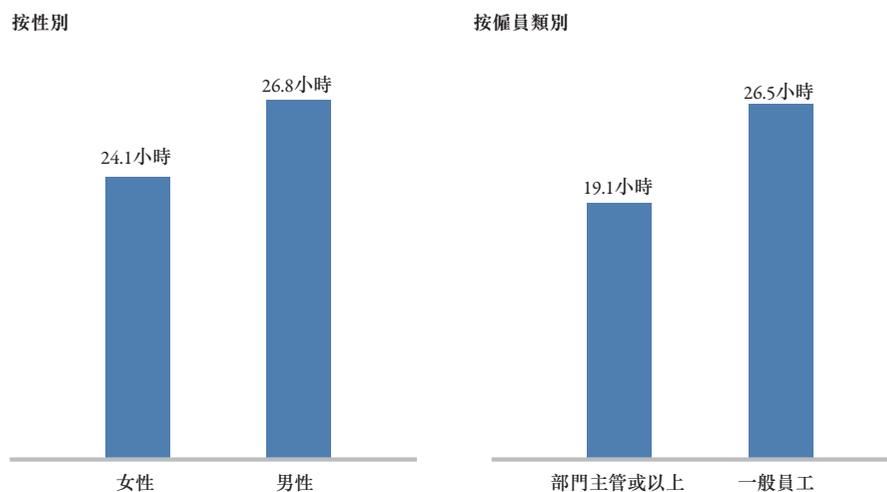
為開闊僱員於本行業的視野，我們提供內部輪崗與員工轉崗機制。僱員可根據業務需求及績效評估申請輪崗或轉崗至其他業務職能。此舉使僱員能夠靈活設定其職業目標及制定清晰的職業路徑。

我們亦提供各種培訓計劃，使員工具備提供優質服務所需的知識及技術。培訓計劃乃根據各自業務職能的業務需求及公司文化進行設計。我們內部提供培訓計劃，包括入職培訓、在職培訓、技能培訓及管理培訓。我們亦資助僱員參與第三方培訓供應商組織的培訓計劃及內部補充培訓。

受訓僱員百分比



每名僱員的平均受訓時數



我們的服務

6 我們的服務

本集團對於其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。我們的業務成功取決於對我們對優質服務的堅持，這需要不同部門間的合作、良好的供應鏈管理及對客戶需求的精準瞭解。

6.1 對服務質量堅定不移的承諾

服務品質對白馬戶外媒體而言至關重要。作為中國最大的公共汽車候車亭廣告牌位營運商，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。為確保符合法律法規以及服務質素，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。

知識產權為確保廣告行業繁盛的基石，因此，須對廣告製作人的原創及創意進行保護。本集團要求僱員在公共汽車候車亭牌位張貼廣告前核查客戶的作品，以防止侵犯版權。此外，我們嚴格禁止其他公司抄襲我們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。

作為頗具責任感的廣告營運商，本集團高度重視客戶廣告的所有社會影響及合規標準。我們已制定有關客戶聲明要求的完整指引。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)的全部所需資料或許可證，以便員工審核及批准客戶投放廣告的申請。此外，為遵守有關禁止不適當內容的國家立法，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，我們制定程序以更好管理營運。例如，營運部門密切監控公共汽車候車亭廣告牌位的營運，委派現場檢驗員以確保廣告妥當存放在乾淨的牌位內。此外，本集團嚴格遵守與客戶訂立的協議，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。

6.2 供應鏈管理

常言道，工欲善其事必先利其器。本集團深知設備維護的重要性，因此定期委聘第三方安裝廣告展示板及進行清潔工作。我們認為，良好的承包商管理對提供優質服務而言至關重要，故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套按多種標準全面評估供應商表現的甄選機制。本集團首先使用黑名單排除有不良表現記錄的供應商，然後通過要求其出示相關營運牌照及在第三方盡職審查平台的協助下進行研究以查驗該公司的可信度。為比較各供應商的工作質素，所有候選供應商須遞交一份工作樣品。此後，本集團將甄選一名合適的候選供應商並向該公司提供採購價。甄選之後，工程部的負責主管須提交一份甄選報告以作審核之用。

我們的服務

營運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手冊，當中列明彼等的工作流程。例如，我們要求員工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，我們亦委派現場檢驗員定期評估供應商表現。本公司於評估供應商工作時採用自家標準。我們組織週年大會，讓供應商參與進來，共同檢討及討論全年營運過程中出現的主要問題。

此外，我們亦嘗試改善供應鏈的環境、健康及安全管理。例如，於採購過程中，我們盡可能選擇環保材料。我們為所有廣告牌位換上LED燈，棄用常含有汞的緊湊型熒光燈，以此減少使用包含汞在內的有害材料，同時提高能源效益。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手冊，當中載有相關健康及安全指引。供應商須每年提交質量保證，證明原材料採購自合資格的供應商。

於二零一八年，我們合共委聘34名供應商，彼等均位於中國大陸。於報告期內，並無關於安全或健康問題的投訴。

6.3 客戶關係管理

此外，本集團致力於通過改善客戶關係管理，在服務方面精益求精。為滿足客戶期望，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。為處理客戶投訴，我們訂有標準程序，亦指定客戶服務團隊處理有關投訴。接到個案後，該團隊須記錄每宗投訴，並於24小時內將其分別轉交至營運部、銷售部及資訊中心。責任部門須進行調查，並於三個工作日內完成回函和向客戶服務團隊報告結果。於二零一八年，並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，本集團視技術創新為緊貼多變客戶偏好及加強自身競爭力的方式。本集團技術工程部透過借力技術的創新理念優化公共汽車候車亭的設計。我們在有需要時實行公共汽車候車亭翻新計劃，以改善公共汽車候車亭的質量。我們於二零一四年下半年推出首塊電子廣告牌位，而於二零一八年目前營運264塊電子廣告牌位。

我們的環境

7 我們的環境

我們致力於促進環境保護，並力求將業務營運的環境足跡減至最少。由於我們所產生的環境影響大多來自戶外廣告牌位業務，故我們在營運中努力注重環保，並致力於：

- 遵守相關環境法律及法規；
- 有效利用資源，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，我們嚴格遵守包括《中華人民共和國環境保護法》在內的有關大氣污染及溫室氣體排放、污水排放及產生廢物的法律及法規，且概無違反該等法律的情況。

7.1 節省能源

我們業務營運的主要環境影響產生於廣告牌位照明，故我們致力於提高公共汽車候車亭廣告牌位的能源效益。自二零一四年起，我們逐步淘汰對熒光管的使用，而將其更換為更具能源效益的發光二極管（「LED」）。同時，我們務求於可行情況下選用能源效益更理想的LED。截至二零一八年底，我們已於10個城市將熒光管更換為LED，從而每年省下3,606,680千瓦時的電力，約佔我們公共汽車候車亭廣告牌位年耗電量的8.2%。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，我們透過直接控制牌位的亮燈小時數節省能源。我們為公共汽車候車亭的供電系統安裝計時器，使其亮燈小時數與街燈控制系統的亮燈小時數一致。於包括鄭州、長春及哈爾濱在內的部分城市，我們應當地政府要求並未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，我們用LED燈代替傳統照明設備以減少熱量排放。因此，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得以減少。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。

我們亦鼓勵員工對其日常行為作出細小改變以節省能源。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，亦期望員工擁有環保意識及盡可能地回收舊物。

我們的環境

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。為減少紙張浪費，我們的廣告紙在處置前須保留三個月。其後，客戶可決定是否重新使用廣告紙以延長其生命週期並減少浪費。

我們亦採取嚴格的程序管理廣告紙的處置，以確保紙張得到妥善處理。程序包括四個主要步驟：



我們保留有關核實收據以記錄廣告紙的處置情況和確保廢紙處置得當。

我們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。例如，我們鼓勵回收辦公室紙張及使用節水的水龍頭以節約用水。我們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，並保留電器回收記錄，以監察我們的廢物管理績效。

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	二零一七年績效	二零一八年績效	變動百分比
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	2,231	+20.02%
間接溫室氣體排放 (範疇2) ²	二氧化碳當量 (按噸計)	28,969	28,756	-0.74%
溫室氣體排放總計	二氧化碳當量 (按噸計)	30,828	30,987	+0.51%
溫室氣體排放密度	每牌位二氧化碳 當量(按噸計)	0.55	0.51	-7.19%
耗電量				
辦公室	千瓦時	640,576	709,084	+10.69%
公共汽車候車亭廣告 ³	千瓦時	42,542,898	44,119,698	+3.71%

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。我們參考了中國大陸清潔發展機制項目於二零一七年所採用的排放系數。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。

我們的環境

	單位	二零一七年績效	二零一八年績效	變動百分比
耗電量總計	千瓦時	43,183,474	44,828,782	+3.81%
用電密度	每牌位千瓦時	765	733	-4.16%
耗水量				
辦公室 ⁴	立方米	6,164	5,336	-13.43%
公共汽車候車亭清潔 ³	立方米	11,795	11,529	-2.26%
耗水量總計	立方米	17,959	16,865	-6.09%
用水密度	每牌位立方米	0.32	0.28	-13.81%
汽油耗用量				
辦公室汽油耗用量	升	83,905	80,923	-3.55%
公共汽車候車亭維護汽油耗用量	升	734,029	929,872	+26.68%
汽油耗用量總計	升	817,934	1,010,795	+23.58%
耗紙量				
辦公室	公斤	3,268	3,774	+15.47%
公共汽車候車亭廣告紙 ⁵	公斤	200,455	205,899	+2.72%
耗紙量總計	公斤	203,723	209,673	+2.92%
廢物處置量				
一般辦公室廢物 ⁶	公斤	64,266	32,535	-49.37%
公共汽車候車亭廣告紙 ⁵	公斤	289,500	496,700	+71.28%
電子廢物 ⁷	件	263	471	+79.09%
來自公共汽車候車亭及辦公室的燈管 ⁸	件	不適用	60,801	不適用

³ 耗電量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 客戶可決定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

作為中國領先的廣告營運商，我們了解文字的力量及倡導慈善事業的重要性。因此，本集團致力於透過其廣泛的廣告渠道網絡促進社會和諧及表達對社會的關懷。本集團對社區投資的信念激勵其致力慈善，因此，其旨在創建一個互相關懷的社會及提高民眾對慈善、環境及社會事業的意識。

8.1 宣揚教育及慈善信息

為履行其慈善使命，本集團在公共汽車候車亭廣告牌位展示慈善信息，旨在創建一個富有同情心的社會。此外，我們在閒置廣告牌位上顯示慈善信息。該等慈善信息的主題每年均有所不同，以提高對各種社會及環境問題的意識。「公交文明系列」中的廣告就是一個很好的例子。於二零一八年，我們開展海報宣傳活動，鼓勵更多市民為有需要的人士讓座。



「公交文明系列」中的廣告範例，主張為老年人讓座。

此外，本集團關注其經營所在社區。透過與當地政府保持密切溝通，我們可以更好地了解當地社區的需求，並根據市政府開發及利用媒體資源造福社會的政策進行營運。因此，本集團可與政府合作，宣揚適合當地社區需求的信息。



關於中國人民願望的「中國夢系列」廣告範例。

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	
	<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>	管理廢棄物及使用資源	

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	
	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
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
	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、管理廢棄物及使用資源	

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	
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	

附錄：香港交易所環境、社會及管治報告指引對照索引

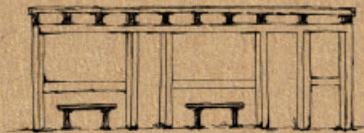
層面	描述	報告章節	註解
B3：發展及培訓	一般披露 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	事業發展及培訓	
	關鍵績效指標B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	事業發展及培訓	
	關鍵績效指標B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	事業發展及培訓	
B4：勞工準則	一般披露 有關防止童工及強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	「以人為本」方針	
	關鍵績效指標B4.1 描述檢討招聘慣例以避免童工及強制勞工的措施。		不適用於白馬戶外媒體的核心業務
	關鍵績效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

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。	對產品質量的 堅定承諾	
	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。	對產品質量的 堅定承諾	
	關鍵績效指標B6.2 接獲關於缺陷產品或不佳服務的投訴數目以及應對方法。	客戶投訴處理機制	
	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。	對產品質量的 堅定承諾	
	關鍵績效指標B6.4 描述質量保證過程及回收程序。	對產品質量的 堅定承諾	
	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。	對產品質量的 堅定承諾	

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	
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)。	宣揚教育及慈善信息	
	關鍵績效指標B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	宣揚教育及慈善信息	



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