

雅仕維傳媒集團有限公司  
Asiaray Media Group Limited  
股份代號 Stock Code : 1993



# 環境、社會及管治報告

## 目錄

範圍及報告期間	2
報告原則	2
董事會就環境、社會及管治的報告	3
持份者的參與及重要性	4
持份者的意見	9
可持續發展策略及框架	10
管治架構	14
<b>A. 環境</b>	<b>15</b>
<b>A1. 排放物</b>	<b>15</b>
A1.1. 廢氣排放	16
A1.2. 溫室氣體排放	16
A1.3. 有害廢棄物	19
A1.4. 無害廢棄物	19
A1.5. 減排措施	20
A1.6. 廢棄物處理及減廢計劃	21
<b>A2. 資源使用</b>	<b>23</b>
A2.1. 能源消耗	23
A2.2. 耗水量	24
A2.3. 能源使用效益計劃	24
A2.4. 用水效益計劃	25
A2.5. 包裝材料	25
<b>A3. 環境及天然資源</b>	<b>26</b>
A3.1. 業務活動對環境的重大影響	26
<b>A4. 氣候變化</b>	<b>26</b>
A4.1. 管治	27
A4.2. 策略	27
A4.3. 風險管理	32
A4.4. 指標及目標	35
<b>B. 社會</b>	<b>36</b>
<b>1. 僱傭及勞工常規</b>	<b>36</b>
B1. 僱傭	36
B2. 僱員健康及安全	39
B3. 發展及培訓	41
B4. 勞工準則	43
<b>2. 營運常規</b>	<b>43</b>
B5. 供應鏈管理	43
B6. 產品責任	44
B7. 反貪污	46
B8. 社區投資	46

## 範圍及報告期間

本環境、社會及管治(「環境、社會及管治」)報告(「本報告」)由雅仕維傳媒集團有限公司及其附屬公司(「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」或「雅仕維」)編製，旨在強調其在環境、社會及管治方面的表現，乃參考香港聯合交易所有限公司證券上市規則(分別為「聯交所」及「上市規則」)附錄C2及聯交所指引所載之環境、社會及管治報告守則(「守則」)作出披露。本集團已遵守守則載列的所有「不遵守就解釋」條文。氣候相關披露資料符合氣候相關財務披露工作小組(「TCFD」)框架。

除另有說明外，本報告涵蓋自2025年1月1日至2025年12月31日止期間(「報告期間」)，本集團於中華人民共和國(「中國」或「中國內地」)不同城市，即成都、海南、杭州、香港、澳門、上海、瀋陽、深圳、溫州、雲南、鄭州及珠海，其業務經營在環境及社會兩大範疇的整體表現。

相較於2024年1月1日至2024年12月31日期間(「上一報告期間」)，本報告範圍概無重大營運變動。

## 報告原則

本報告乃根據守則編製。本報告所涵蓋的內容符合守則所要求的「不遵守就解釋」條文以及重要性、量化、平衡及一致性四項報告原則。

**重要性** — 已進行重要性評估，以識別對投資者及其他持份者有重大影響的重大環境及社會議題，重要的持份者、程序及持份者參與的結果已於本報告中「持份者的參與及重要性」一節載述。

**量化** — 關鍵績效指標(「關鍵績效指標」)已經確立，並且是可計量及適用於在適當條件下進行有效比較；已於適用情況披露關於所使用的準則、方法、假設及／或計算工具的資訊，以及所使用的轉換系數的來源。

**平衡** — 本報告不偏不倚地呈列本集團於報告期間的表現，避免可能不當地影響讀者的決定或判斷之選擇、遺漏或呈列格式。

**一致性** — 採用一致的統計方法及關鍵績效指標的呈列方式，以於一段時間內對相關數據進行有意義的比較。

### 董事會就環境、社會及管治的報告

本公司董事會(「董事會」)欣然提呈報告期間的報告。

過去一年，全球局勢依舊錯綜複雜，地緣政治演變、能源轉型加速以及市場持續波動帶來重重挑戰。在此背景下，中國經濟受益於高品質發展改革而趨於平穩，儘管國內復甦仍需時日，這些趨勢皆印證了可持續發展才是應對挑戰、構築長期韌性的根本。面對各界對氣候議題的高度關注，本集團已將系統化的環境、社會及管治與風險管理規範深度融入戰略規劃，在提升營運效益的同時，積極化解氣候相關風險。

我們制定了全面的三階段策略。短期內，我們全力提升營運效率、落實供應鏈合規，並嚴格接軌TCFD等國際標準；中期則聚焦於推廣綠色生產、開發低碳方案及深耕人才培訓；長遠而言，我們致力於提高清潔能源使用比例、倡導可持續採購，向碳排放目標穩步邁進。

本集團始終在業務目標、環境保護與社會影響之間尋求最佳平衡。董事會深信，唯有不斷精進環境、社會及管治管理，才能為未來表現注入動力。因此，我們在規劃藍圖時，不僅專注於降低風險，更主動發掘氣候變化帶來的機遇，並持續投身社會公益。透過這套機制，管理層致力將環境、社會及管治指標轉化為優化經營表現的實質成果。

在管治層面，我們將環境、社會及管治風險納入全面風險管理體系，進一步鞏固管治根基。在董事會的監督下，環境、社會及管治管理專責小組不斷強化風險控管與內部監控機制，並透過定期審視目標達成進度，確保各項規劃貫徹執行並持續優化。

我們深知環境保護的重要性。2025年期間，我們加大對綠色設計的投入，積極探索廣告資產的綠色生產方案，並推出更多符合低碳節能要求的服務。同時，我們加速推廣並應用各項綠色創新技術。對我們而言，氣候變化不單是挑戰，更是推動產品轉型與開拓新市場的契機。

在推動低碳商業環境時，我們鼓勵業務單位及外部合作夥伴採用可改善民生的創新技術，並努力創造可持續發展的良好商業模式，同時推動減排生態系統，以應對氣候變化。展望未來，本集團立志成為業界先驅，帶領價值鏈轉型，在為其股東創造回報及與自然和諧共生的同時，助力綠色循環經濟的發展。

我們深切體會到，本集團的業務活動、產品及服務，不僅直接影響環境與社會，亦會透過供應商、當地社區及合作夥伴產生深遠的間接影響。因此，我們持續強化與持份者的溝通，推動負責任供應鏈的發展。在社會層面，我們持續投入員工培訓，培養終身學習的企業文化，並加強生產安全管理，全面保障員工的職業安全。我們恪守對人權的承諾，並不斷完善評估機制，確保業務營運符合社會責任的高標準。

我們與客戶的定期接觸，進一步印證了彼此對環境保護的共同承諾。本集團將持續評估設計與交付過程中所使用的材料與技術。2025年，我們對可持續發展的承諾贏得廣泛認可，於期間榮獲「企業卓越獎—聯合國的可持續發展目標（「可持續發展目標」）影響力」，同時亦獲認可為「商界展關懷」機構並取得「ESG約章」。這些成果彰顯了我們在守護自然與創造正面社會影響方面的決心。

展望未來，我們深信當下的行動將鑄就未來的可持續發展與繁榮。我們將不斷優化營運，以應對不斷演變的行業趨勢與監管要求，並邀請廣大客戶共同參與我們的環境、社會及管治規劃藍圖。在未來的3至5年內，我們將在綠色創新與社會責任方面尋求更大突破。我們衷心感謝股東、員工、客戶及合作夥伴一直以來堅定不移的支持。

憑藉我們既有的優勢和策略、實力的業務營運，以及董事會的管理，我們已為本公司奠定穩固的基礎。我們深厚的市場洞察力及長期建立的優化媒體網絡，使我們能夠為廣告客戶、品牌、客戶及觀眾提供無與倫比的廣告體驗。本集團將繼續以最高標準的管治推動可持續發展，不忘初心，肩負起企業社會責任，努力成為一家深具責任感的企業，為股東、員工、客戶及整個社會創造長期價值。

### 持份者的參與及重要性

本集團秉持公開透明的原則，積極聆聽並回應持份者的期望與關注，於報告期間持續透過本集團網站更新環境、社會及管治相關資訊，以確保資訊的及時性及準確度。我們明白與持份者的有效溝通對本集團的可持續發展至關重要。因此，我們建立了穩定的溝通機制及多元化的溝通渠道，確保在決策過程中充分考慮及採納各方的意見及建議。我們積極聆聽及分析持份者對環境、社會及管治議題的觀點，確保具適應性且有效的策略。

為了有系統地管理與持份者的關係，本集團透過成熟的管理流程跟進持份者的需求和期望，對可能影響本集團營運及管理系統的相關事宜進行有效控制和管理。我們透過多種渠道與廣泛的持份者保持密切聯繫及互動，包括政府／監管機構、股東／投資者、僱員、客戶、供應商及社區。這項參與使我們能夠制定或改善現有策略，以滿足社區、環境及企業不斷發展的需求。

主要持份者及相關的參與方法包括但不限於下列各項：

持份者類別	期望與需要	溝通渠道	管理層回應
政府／ 監管組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵守法律法規，積極回應政策導向</li> <li>• 綠色營運，減少對環境的影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期報告或公告，透明化營運資訊</li> <li>• 定期與監管機構溝通，及時回饋</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在營運中秉持誠信原則，確保合規性</li> <li>• 建立健全的內部控制體系</li> <li>• 投資綠色項目，保護自然與環境</li> </ul>
客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合理價錢</li> <li>• 產品及服務安全</li> <li>• 優質服務及產品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶服務電郵及熱線</li> <li>• 產品及服務質素</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 確保制定合約責任，以保護客戶利益及權利</li> <li>• 改善產品與服務質素以滿足客戶</li> <li>• 使用環保材料及採購</li> </ul>
僱員	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人文關懷</li> <li>• 健康與安全</li> <li>• 身心健康</li> <li>• 事業發展</li> <li>• 勞工權益</li> <li>• 尊重僱員職位及其家庭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 會議</li> <li>• 培訓、研討會及簡報</li> <li>• 職業健康與安全</li> <li>• 平等機會</li> <li>• 僱員活動</li> <li>• 節日慶祝</li> <li>• 每月生日慶祝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 擴大職業安全培訓，提高受培訓僱員的比例</li> <li>• 鼓勵僱員參與持續教育和專業培訓</li> <li>• 確保遵守合約義務以保護勞工權益</li> <li>• 提高平等工作機會及包容的意識</li> <li>• 提升僱員參與度的動力</li> </ul>

持份者類別	期望與需要	溝通渠道	管理層回應
股東	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穩定的投資回報</li> <li>• 資訊高度透明</li> <li>• 健全的企業管治制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在本公司及聯交所網站披露資訊</li> <li>• 股東大會直接交流</li> <li>• 投資者會面以增強信任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 管理層憑藉豐富經驗和專業知識，確保業務可持續發展</li> <li>• 在聯交所及本公司網站定期發佈資訊，提升透明度</li> <li>• 不斷完善內部監控及風險管理系統</li> <li>• 通過多種渠道與投資者保持密切溝通，及時回應其關切的事項</li> </ul>
供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穩定的需求預測</li> <li>• 維護與本公司的良好合作關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商務拜訪，增進相互瞭解</li> <li>• 電子郵件及電話的日常聯繫</li> <li>• 產品推廣會，共握市場機遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 確保合同履行，維護供應鏈穩定性</li> <li>• 制定並執行供應鏈管理的最佳實踐與程序</li> <li>• 與優質供應商建立長期合作關係</li> </ul>
社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提升企業聲譽及品牌價值</li> <li>• 環境保護與生態恢復</li> <li>• 減少溫室氣體與廢棄物排放</li> <li>• 資源的高效利用與回收</li> <li>• 社區參與及共建</li> <li>• 促進地方經濟發展與就業機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 支持社區發展計劃</li> <li>• 積極參與社區活動，加深互動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加大環境保護投入，推動可持續發展項目</li> <li>• 創新環保技術，提升資源利用</li> <li>• 強化節能減排管理，減少環境影響</li> <li>• 鼓勵員工參與社區服務與公益活動</li> </ul>

## 重要性評估

本集團已建立完善的風險管理流程，以識別、應對及實施有效的風險管理慣例。我們的風險管理評估概述了清晰的程序，包括四個關鍵步驟：風險識別、風險評估、風險應對及風險報告。通過嚴格實施風險管理程序，我們致力將潛在的營運風險降至最低，保障業務及持份者的利益，並維持本集團的長遠可持續發展。

## 雅仕維的風險管理框架

1. **風險識別**：識別本集團於以下各類別的主要風險：業務及策略、營運以及法規遵循
2. **風險評估**：設計風險評估問卷，以了解及評估各項主要風險的風險等級，以及本集團現有的程序及控制措施是否足夠
3. **風險報告**：向董事會及管理層報告並跟進該等補救措施的實施情況
4. **風險應對**：針對各項已識別的主要風險，提出並建議緩解控制措施，並協助業務單位實施相關的補救措施

除上述各項外，本集團於報告期間亦將雙重重要性的概念納入重要性評估流程。雙重重要性包括：衝擊重要性—考慮與本集團營運、產品、服務及價值鏈相關，對人類及環境產生的實際與潛在正面或負面影響；以及財務重要性—考慮在短、中及長期內，預期會對本集團財務狀況、業績表現、現金流量、融資能力或資本成本產生影響的可持續發展相關風險與機遇。根據歐洲可持續發展報告準則(「ESRS」)，此項評估涵蓋本集團自身的營運，以及其上下游價值鏈。

於報告期間，本集團邀請董事會、管理層、股東、供應商、員工及客戶溝通，以獲取本集團營運中與環境、社會及管治相關風險及挑戰的見解。重要性評估的結果及重要性範疇綜合列表，分別呈列於以下矩陣及列表。

## 重要性矩陣

來自持份者參與的不同題目的重要性



### 環境實務

A1	能源
A2	水
A3	廢氣排放
A4	廢物及廢水
A5	其他原材料消耗
A6	環保措施
A7	氣候變化

### 勞工實務

B1	僱傭
B2	職業健康及安全
B3	發展及培訓
B4	勞工標準

### 營運實務

C1	供應鏈管理
C2	知識產權
C3	數據保護
C4	客戶服務
C5	產品／服務質量
C6	反貪污
C7	社區參與

### 重要性評估

除了與本集團持份者進行溝通外，董事會及本集團管理層亦根據外部專業顧問的建議、SASB準則的「重要性檢索工具」(Materiality Finder)以及ESRS 1 AR 16中的可持續發展事項清單，評估了本集團營運可能帶來的實際與潛在影響。該評估同時考慮了已識別影響、依賴關係及監管發展對財務的影響，並衡量其在短、中及長期內對財務表現、現金流量及資本成本的潛在效應。

在環境及社會方面，以下題目獲識別為最重大的議題：

- 反貪污；
- 職業健康及安全；
- 產品／服務質量；
- 數據保護；及
- 客戶服務。

上述各範疇均通過本集團的政策和指引進行嚴格管理。該等範疇的管理將在下文各獨立章節中詳述。本集團將繼續與持份者保持密切溝通，以了解彼等的期望，並識別相關範疇的改進空間，以便提升環境、社會及管治管理水平。

### 持份者的意見

本集團通過臉書(Facebook)、微信(WeChat)、微博(Weibo)官方賬戶和本公司網頁定期發佈新聞簡報、通告、公告和報告，促進與所有持份者的有效溝通。本集團歡迎各方持份者就我們的環境、社會及管治方針及表現提供意見。閣下可以電郵方式提出建議或分享意見，電郵地址為ir@asiaray.hk。

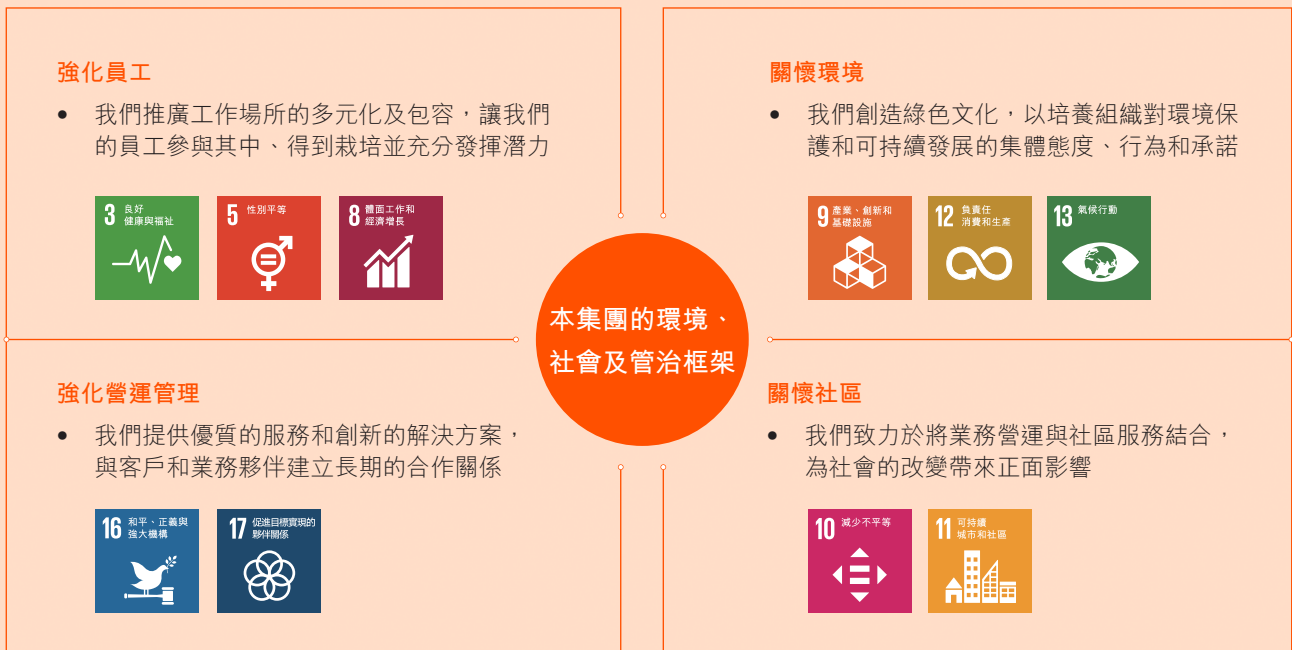
## 可持續發展策略及框架

### 我們的可持續發展方法

本集團核心價值建立在為持份者和營運所在社區創造價值的深厚傳統上。多年來，我們制定了可持續框架並融入我們的業務運作，旨在建立一個更穩健、更有韌性的組織。我們致力於以負責任的態度發展我們的業務，並平衡環境與經濟之間的考量，在積極支持我們社區的同時，為我們的持份者帶來正面的影響。我們的核心價值將繼續為我們實現長期股東價值和業務可持續的工作的導航。

董事會以核心價值為基礎，建立了環境、社會及管治框架，以引導我們持續致力於可持續的業務運作，將持份者的利益放在首位，並將其融入我們營運的商業策略中。環境、社會及管治框架是所有附屬公司業務群組的規劃藍圖，以協調其日常營運，促進長期價值創造。

環境、社會及管治框架包括四個概念，將可持續發展融入服務供應及業務解決方案中。該四個概念分別為：「強化員工」、「關懷環境」、「強化營運管理」及「關懷社區」。我們確認了可持續發展目標，並將這些目標整合到環境、社會及管治框架中。我們亦制定計劃，使我們的業務營運與環境、社會及管治能力相結合，持續加強可持續發展。



### 本集團實踐可持續發展的使命和願景

本報告繼續體現本集團致力於可持續發展的堅定決心，以及對企業管治、環境保護和人力資源投入的堅持。本集團致力於以透明、公平、合法和對社會負責的方式開展業務。

本報告亦強調本集團誠信、卓越和仁愛的核心價值觀。內部管理和企業管治卓越，體現本集團恪守誠信的承諾。本集團致力提供出類拔萃的廣告解決方案，並同時考慮環境問題和經濟可行性。本集團以仁愛之心持續努力為廣大社區創造更美好的生活環境。於報告期間可持續發展的主要成果包括：

- 與指定回收公司合作，持續將大部分廢棄印刷廣告材料從垃圾堆填區轉送，以進行循環利用及再加工；
- 繼續升級廣告空間的廣告大牌至LED屏幕；
- 為環保組織提供免費或平價的廣告空間，以提升公眾對社會及環境議題的關注(例如：作為世界自然基金會「地球一小時」、淡馬錫基金會「綠智未來挑戰賽」以及「香港義工獎」的媒體贊助商)；及
- 繼續專注於核心業務的成功、可持續經營、為環境帶來的正面影響、另外擁護平等及多樣性的工作環境以及貢獻當地社區亦是不可或缺的使命。

在未來幾年，本集團計劃實施更環境保護導向的措施及項目以達致長遠可持續發展。例如，本集團將致力加快替換廣告大牌為LED屏幕。

### 本集團實踐綠色經濟

本集團致力於投資使用低碳方法和綠色資源的產品和服務解決方案。我們盡可能循環再造。透過簡化產品生命週期及商業運營的終端管理，本集團將協助合作夥伴及企業減排，推動綠色經濟轉型。

我們建立了三個指導原則，作為減少溫室氣體排放和實現資源效率過渡的基礎：

- 在設計和實施過程中採用新技術和創意，邁向低碳、資源節約、多元化及循環利用的包容性綠色經濟。
- 加快部署可再生能源及使相關技術得以提供產品解決方案，並實現能源效率和減排。
- 專注於為市民和社區創造更多財富及福祉，並提供經驗和知識，以創造綠色、優質的生活及可持續的生態系統，使市民能學習及得到繁榮。

## 本集團於2025年獲得的獎項及榮譽

本集團堅定致力於可持續發展，以服務企業和社區。我們以人為本、以客為尊，透過創新的設計及體驗，滿足客戶的各種需求，從而培養忠誠、滿意的顧客。我們強調產品宣傳的真確性及透明度，並嚴格遵守政府的環保條例和法規。為實踐此承諾，本集團努力不懈地達至專業團體及行業組織所訂立的高標準。本集團於報告期內獲得的獎項概述如下：

獎項及榮譽	可持續發展目標
香港環境卓越大獎(HKAEE)－參與證書	#3, #8, #9, #11, #12, #13, #17
聯合國可持續發展目標可持續影響力獎－企業卓越獎	
IAI傳鑒國際廣告獎－銅獎及優秀獎	
金場景案例營銷大獎－銀獎及銅獎	
卓越傳媒大獎2025－最佳媒體活動－金獎及銀獎； 最佳技術應用－銀獎；最佳使用者生成內容應用－銅獎	
ESG約章	
香港綠色機構	
「商界展關懷」計劃	
「愛心僱主」獎章	
大事紀要	可持續發展目標
「共創明Teen計劃」－支持機構	#3, #4, #5, #11
創·女程商社企劃－企業合作夥伴	
2025 IBF世界殘疾人保齡球錦標賽－金贊助	
2025 IBF保齡球世界盃－白金贊助	
香港義工獎2025－媒體夥伴	
第三屆HK2A ESG企劃推廣大獎－媒體贊助	
香港紅十字會「社區韌性·同行夥伴」計劃－支持合作夥伴	
香港紅十字會－媒體贊助－紅獎	

儘管已獲得多項獎項與認可，本集團仍持續致力於透過有系統的計量來達成可持續發展目標，並識別改善空間加以提升。本集團採用聯合國開發計劃署制定的社會影響評估問卷，以評估業務營運在達成既定可持續發展目標方面的成效。

社會影響評估報告結論本集團展現了對可持續發展的堅定承諾。這些措施的實施乃為達成既定目標、減少對環境的影響、促進社會福祉及確保良好管治。

評估的主要正面結果包括：

- a) 透過使用LED屏幕及回收措施，努力減廢及減少能源消耗。
- b) 對員工福利的堅定承諾，包括提供醫療保險及職業健康與安全培訓。
- c) 良好的管治架構及強大的領導才能，有助於解決環境、社會及管治以及氣候相關問題。
- d) 完善且系統化的風險管理方法，展現了本集團對管治及責任的承諾。
- e) 透過各種渠道(例如社交媒體及社區活動)與持份者(包括員工、客戶和社區)的互動，以深入了解如何實現環境、社會及管治目標。

## 管治架構

### 董事會責任

穩健的企業管治是本集團營運的基石。本集團相信，建立並落實完善的環境、社會及管治原則與實務，有助於提升企業的投資價值，並為持份者提供長期回報。董事會全面負責監督與本集團營運及策略相關的可持續發展議題。透過制定策略方向，董事會確立了清晰的願景與策略，引領各項反映本集團核心價值的環境、社會及管治措施或系統。董事會採納以下方法來識別、管理及審視重大環境、社會及管治議題：

識別：本公司管理層與主要持份者接觸，包括本集團的主要客戶、主要供應商、管理團隊及員工，以確定本集團業務營運中固有的重大環境、社會及管治議題及風險。董事會相信，與持份者公開對話在制定將可持續發展融入企業決策的措施起著關鍵作用。

評估：除透過與本集團持份者的討論以評估本集團環境、社會及管治措施的表現外，本公司管理層識別及評估本集團在環境保護及氣候變化方面的表現。

審視：本公司管理層將審視在環境、社會及管治相關目標方面取得的進展，以指導本集團實現更好的環境、社會及管治表現。我們採用風險管理程序審視本集團的風險，包括環境、社會及管治風險及氣候相關過渡風險。通過本集團的風險管理程序，一套穩健的風險管理體系已在實踐，以確保定期評估及監察財務及營運功能、合規控制系統、材料控制及資產管理。

### 管理工作組

本集團深諳環境、社會及管治事項可能對企業的股東價值、聲譽、供應鏈及其他影響可持續發展的因素構成威脅；而業務的可持續性，則是本集團與公眾之間建立長期信任的關鍵。環境、社會及管治管理專責小組，又稱為企業綠色委員會，負責本集團的可持續發展。環境、社會及管治管理專責小組由來自不同部門的代表組成，以：

- 識別可能影響企業可持續發展、股東價值及供應鏈責任的問題；
- 收集、分析及驗證資料，以確保報告的資料準確無誤；
- 向董事會報告本集團在環境、社會及管治方面的績效是否達到目標及相關指標；
- 監察及追蹤可持續發展目標及措施的進度；及
- 協助本集團評估氣候相關風險，並根據上市規則及TCFD的氣候相關財務披露指引作出適當披露。

# A. 環境

## A1. 排放物

於報告期間，本集團並未發現任何有關廢氣及溫室氣體排放、向水域及土地排污，以及產生有害及無害廢棄物方面的重大違規個案。

本集團嚴格遵守有關環境保護及污染控制的國家及地方法律及法規，包括但不限於以下各項：

- 香港《空氣污染管制條例》；
- 香港《廢物處置條例》；
- 香港《水污染管制條例》；
- 《中華人民共和國環境保護法》；
- 《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》；
- 《中華人民共和國土壤污染防治法》；及
- 《國家危險廢物名錄》。

鑒於業務性質，本集團深明其日常業務會對環境造成影響，並遵守本集團於2016年發佈的環境政策聲明。該政策得到本集團高層認可，並由高層定期檢討，以確保其與本集團的戰略方針一致。本集團致力確保其附屬公司遵守所有相關國家及地方環保法例、法規及規定，以及獲得營運所需的所有必要環境許可及牌照。本集團亦不斷努力在其營運及辦公室中盡可能地高效使用天然資源(例如能源、材料及水)，提升能源效率及保護能源，並在不影響其業務活動的前提下盡量降低整體排放及其對環境的影響。

本集團亦已與香港的主要物業管理公司客戶合作，支持環境局為提高盡量減少戶外燈光裝置帶來的光滋擾及能源浪費方面的意識而推出的《戶外燈光約章》。於香港外包的印刷生產中，所使用的大部分油墨已獲得國際認證，包括美國綠色防護環境協會認證(GREENGUARD Gold Certification)。獲認證產品已經過科學檢測並符合世界上部分最嚴格的第三方化學排放標準。

本集團為可持續發展及卓越環境績效所作出的努力已獲地方當局認可。自2016年起，本集團亦連續十年獲環境運動委員會及環境保護署轄下的香港綠色機構認證(「HKGOC」)評為「香港綠色機構」，並於報告期間獲得節能證書(良好級別)及減廢證書(良好級別)。

## A1.1. 廢氣排放

於報告期間，本集團的業務並不涉及任何氣體燃料消耗，並僅就日常業務營運消耗車輛汽油。本集團擁有的化石燃料汽車(包括客車及輕型貨車)導致排放氮氧化物(「氮氧化物」)、硫氧化物(「硫氧化物」)及可吸入懸浮粒子(「可吸入懸浮粒子」)。

有關2025年廢氣排放的明細以及與上一報告期間的比較，請見下文。

汽車燃料來源	2024年車輛運行的廢氣排放(非溫室氣體)		
	氮氧化物(千克)	可吸入懸浮粒子(千克)	硫氧化物(千克)
汽油	319.91	30.24	0.64

汽車燃料來源	2025年車輛運行的廢氣排放(非溫室氣體)		
	氮氧化物(千克)	可吸入懸浮粒子(千克)	硫氧化物(千克)
汽油	238.86	22.61	0.57

附註：除另有指明外，本報告中用於計算環境參數的排放因子均參照上市規則附錄C2及香港交易及結算所有限公司所載指定文件。

按本集團於報告期間的總收入計算，本集團的廢氣排放密度為每百萬人民幣收入排放260.73克氮氧化物、0.62克硫氧化物及24.68克可吸入懸浮粒子。

## A1.2. 溫室氣體排放

於報告期間，本集團業務營運產生的溫室氣體排放量為9,141.32噸二氧化碳當量(「噸二氧化碳當量」)，主要包括二氧化碳、甲烷及一氧化二氮。本集團的溫室氣體排放整體密度為每百萬人民幣收入9.98噸二氧化碳當量。

於報告期間，本集團的溫室氣體排放來自：

- 範圍1—本集團擁有或控制的業務所產生的直接排放；
- 範圍2—本集團內部消耗的外部購置或取得的電力、熱力、冷氣及蒸汽所產生的「間接能源」排放；及
- 範圍3—於本集團外部產生的所有其他間接排放，包括上游及下游排放。

本集團正建立更完善的渠道，以收集、追蹤及監察溫室氣體排放總量。為了更全面地了解與本集團價值鏈相關的範圍3排放，本集團將在具備收集相關數據能力的前提下，披露適用於本集團營運的15個範圍3排放報告類別。

本集團根據與既定監管框架及權威來源保持一致的原則，選擇了計算溫室氣體排放的計量方法、輸入數據及假設，以確保一致性、可比性及可靠性。採納此等方法旨在：

1. **符合監管預期：**本集團主要參考聯交所制定的方法論及排放系數，包括上市規則附錄C2及其引用的證明文件，以確保符合本地披露要求，並能在適當條件下進行有效比較。
2. **利用國際認可標準：**針對範圍3排放，本集團的報告與「溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍3)標準(2011年)」保持一致，該體系是全球公認的價值鏈排放核算框架。在適用情況下，本集團亦參考了溫室氣體核算體系發佈的「計算範圍3排放技術指南(1.0版本)」來計算範圍3溫室氣體排放。
3. **應用具公信力且具地域相關性的數據源：**在無法取得香港交易所發佈系數的地方，本集團使用針對其主要營運地區(中國內地)的權威來源。該等來源包括中華人民共和國生態環境部(提供自中國國家電網購電的排放系數)、政府間氣候變化專門委員會(提供全球變暖潛勢值)，以及國際民用航空組織碳排放計算器(用於計算商務出差飛行排放)。選擇該等來源是基於其科學公信力、公眾可獲取性以及與本集團營運背景的相關性，從而提高排放清單的準確性。

有關2025年溫室氣體來源的明細以及與上一報告期間的比較，請見下文。

溫室氣體排放範圍	溫室氣體排放源	2025年溫室氣體 排放量 (以噸二氧化碳當量計算)	2024年溫室氣體 排放量 (以噸二氧化碳當量計算)
<b>範圍1直接排放</b>			
汽車燃燒源燃料	汽油	103.36	93.75
<b>範圍2間接排放</b>			
購買電力		8,775.78	10,139.70
<b>範圍3其他間接排放</b>			
類別1：購買商品及服務		25.11	不適用
類別2：資本貨物		36.26	不適用
類別3：不包括在範圍1或範圍2內的燃料與能源相關活動(包括淡水及廢水處理所用電力)		143.56	11.60
類別4：上游運輸及分銷		0.02	不適用
類別5：營運產生的廢棄物(包括廢紙棄置)		12.72	12.10
類別6：商務差旅(包括商務航空差旅)		44.51	11.10
<b>總計</b>		<b>9,141.32</b>	<b>10,268.25</b>

附註：

- 除另有指明外，排放因子均參照上市規則附錄C2及香港交易及結算所有限公司所載指定文件。範圍3排放量僅根據所參考文件中的現有排放因子計算。
- 根據中華人民共和國生態環境部(2025年)：2025年自中國國家電網購買電力的排放因子為0.5777噸二氧化碳當量/兆瓦時；2024年自中國國家電網購買電力的排放因子為0.6101噸二氧化碳當量/兆瓦時。
- 範圍3其他類別的數據尚未收集，本集團目前尚不具備進行該等類別數據收集的能力；然而，本集團將致力投入資源，以在適當時候完成範圍3排放披露。
- 本集團商務航空差旅的二氧化碳排放量乃根據國際民用航空組織碳排放計算器呈報。
- 由於四捨五入關係，溫室氣體排放總量可能不等於排放源總和或分項小計。

### A1.3. 有害廢棄物

如上一報告期間，本集團產生的有害廢棄物主要來自用於內部印刷營運的潤滑油及油墨。由於產生的有害廢棄物數量並不重大，故並無呈報有關數據。

### A1.4. 無害廢棄物

於報告期間，本集團的廣告媒體分部產生約130.34噸無害廢棄物，密度為每百萬人民幣收入142.31公斤。無害廢棄物的類別包括廣告牌橫額、地鐵海報、巴士站候車亭廣告、廣告背光膜、廣告畫布、廣告貼紙及一般生活垃圾。上列所有無害廢棄物全部由持牌收集商處置或回收利用。

有關2025年無害廢棄物產量的詳細明細以及與上一報告期間的比較，請見下文。

無害廢棄物種類	2025年數量 (以千克計算)	2024年數量 (以千克計算)
巴士車身廣告	不適用	143,437.50
廣告牌橫額	23,643.82	37,600.00
辦公室廢棄物	19,941.33	32,989.50
廣告畫布	29,271.95	10,518.00
廣告背光膜	15,370.28	21,194.00
巴士站候車亭廣告	6,000.00	不適用
地鐵海報	3,800.00	3,809.20
廣告貼紙	32,311.38	不適用
<b>總計</b>	<b>130,338.76</b>	<b>249,548.20</b>

附註：辦公室廢棄物總額乃基於隨機選取工作日所產生的辦公室廢棄物推算所得。

於報告期間，本集團業務單位亦購入辦公用紙合共2,672.24千克，其中約47%已獲森林管理委員會（「森林管理委員會」）或森林驗證認可計畫（「森林驗證認可計畫」）認證。假設在沒有加以收集和循環再造的情況下，所有紙張（不論是否在機構範圍內貯存或購入的紙張）最終都會被棄置在垃圾堆填區<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 機電工程署／環境保護署《香港建築物（商業、住宅或公共用途）的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》2008年及2010年版。

### A1.5. 減排措施

為緩和車輛排放，本集團已確保其車輛符合歐洲排放標準(EURO 5 & 6)，並鼓勵僱員盡量使用公共交通。

本集團在報告期間持續追蹤僱員的差旅情況及其所產生的碳排放。本集團已採用視像會議軟件，讓與會各方之間分享會議資料，及讓員工與不同地區的內部及外部人士溝通。本集團鼓勵其員工盡可能減少商務航空差旅。

於2022年，考慮到本集團業務範圍及營運的未來變化，本集團決定將其排放目標修改為以排放密度為基準。因此，本集團制定了長期目標，即由2022年起的10年內(或2032年前)，將溫室氣體總排放密度減少5%。此目標參考了最新的國際氣候變化協議，包括旨在限制全球變暖的《巴黎協定》。該目標尚未經第三方驗證，且為排放減少的粗略目標，並未考慮可能進一步降低淨影響的潛在抵銷。儘管本集團無需依賴碳信用來達成目標，但未來實施碳信用將進一步減輕影響。

有關本集團達成減排目標進展的詳細明細如下：

	2022年數據	2032年前 減排目標	2025年數據	百分比變動
溫室氣體總排放量 (範圍1、範圍2及範圍3)	每百萬 人民幣收入 6.31噸 二氧化碳當量	-5%	每百萬 人民幣收入 9.98噸 二氧化碳當量	+58.16%

由於本集團預期未來範圍3排放的覆蓋範圍將涵蓋更多來源，本集團將重新定義其10年目標，使範圍3排放不被納入溫室氣體減排目標之內，以便妥善評估其排放緩解措施的成效。展望未來，本集團將制訂新目標，以2025年為基準年，力爭到2035年將範圍1+範圍2溫室氣體排放的收入密度減少10%。待數據收集能力進一步提升後，本集團將為範圍3溫室氣體排放制訂新的減排目標。

### A1.6. 廢棄物處理及減廢計劃

於香港，本集團已實施廢物處理計劃，以確保廣告廢物得以妥善處理。已使用和已報廢的廣告物料處理須嚴格遵循特定的回收規制。在任何情況下，運送廢棄物到垃圾堆填區是本集團最後的處理方法。在辦公室內已推行減廢活動，以盡量減少日常營運所產生的廢物，並提高員工的環保意識及致力保護環境的行動力。於報告期間，本集團就大部分印刷廣告材料達致所承諾的循環利用及再加工比率。油墨盒及潤滑油等有害廢棄物乃由持牌廢物收集商收集，並根據當地廢棄物管理法規進行處置。

在中國內地，作為本集團減廢計劃的一部分，地鐵沿路部分長期燈箱廣告表面上已附上了一層透明燈片。此方法旨在保護展示中的廣告免受外界破壞及延長展示壽命，從而減少重印廣告的需要。

#### 利用LED廣告節約資源

本集團持續於廣告展示設計上納入零浪費措施，以進一步從源頭減少原材料的使用及廢棄物的產生。例如，於選定的地區，傳統的紙質廣告展示被程式化的LED廣告屏及數碼設備取代。LED廣告不僅可節省紙張及材料(例如墨水、海報及印刷廣告)，亦可通過使用高清圖像及視像顯示提高廣告質量。

#### 促進綠色辦公室

本集團已採用內聯網平台，以便進行各種行政及人力資源程序，大大地減少了用紙。我們提倡簡約適度、綠色低碳的生活模式，並鼓勵員工採納。本集團正在評估實施節能照明系統的措施。我們已在電子設備上實施省電設定，並鼓勵員工在不使用時將電燈及設備關掉。我們定期檢查空調系統，防止滲漏，並著重提高營運效率。

此外，本集團亦意識到廢紙的處理將間接導致其溫室氣體排放。我們制定了使用電子文件和溝通的工作程序，以減少紙張消耗，並將與堆填區的廢紙處理相關的間接排放減至最低。此外，員工都很清楚在可行的情況下，雙面列印的做法有助於減少廢紙和節約資源。

以下為本集團在辦公室範圍為減少溫室氣體排放而採取的措施：

- 在工作區域安裝節能照明
- 於所有電器使用待機模式，包括電腦、影印機和打印機
- 在影印機旁放置回收箱，以便收集紙張進行循環再用
- 員工使用電子方式，例如電子郵件和資料儲存裝置，以減少紙張消耗
- 安裝蒸餾水系統，淘汰紙杯及塑膠杯

於2022年，本集團已設定目標，由2022年起的10年內(或2032年前)將廢棄物產生密度減少5%。有關本集團達成廢棄物產生密度減量目標進展的詳細如下：

	2022年數據	2032年前 減廢目標	2025年數據	百分比變動
無害廢棄物產生密度	每百萬 人民幣收入 223.93公斤	-5%	每百萬 人民幣收入 142.31公斤	-36.45%

由於無害廢棄物總量大幅減少，本集團於報告期間記錄的無害廢棄物產生密度較基準年有所下降。基於此等結果，本集團將於下個報告期間密切監察其無害廢棄物產生情況，並將視乎進展實施進一步的減廢措施或重新定義其基準。

## A2. 資源使用

### A2.1. 能源消耗

直接／間接能源來源	2025年消耗量 (以公升計算)	2025年消耗量 (以千瓦時計算)	2024年消耗量 (以千瓦時計算)
電力	不適用	15,435,066.41	16,601,470.00
汽油	38,731.54	356,548.85	373,220.00
<b>總計</b>		<b>15,791,615.26</b>	<b>16,974,690.00</b>

附註1：所採用的換算因子乃根據國際能源署能源統計手冊及2006年IPCC國家溫室氣體排放清單指南。

附註2：2025年耗電量包括本集團於報告期間消耗的供暖及冷卻電力。

為貫徹我們對環境保護的承諾，本集團已實施環境政策及程序，以在營運中盡量提高能源效益並減少整體能源消耗。本集團已進行能源效率評估，並制訂了改善辦公室及廣告空間節能的措施。廣告空間的改善情況載於A2.3節。

本集團的業務營運因使用電力及汽油而產生共15,791,615.26千瓦時的總能源消耗，較上一報告期間減少6.97%。本集團的能源密度為每百萬人民幣收入17,237.29千瓦時。

對於本集團的部分其他辦公室及媒體站點，由於用電量已計入管理費及租金中，因此無法提供相關數據進行呈報。於報告期間，本集團的辦公室及廣告營運(包括數碼廣告牌、展板及屏幕)消耗約15,435.07兆瓦時的電力。這較上一報告期間(2024年：16,601.47兆瓦時)減少了8.52%，主要受廣告空間減少以及辦公室節能措施所帶動。報告期間的汽油消耗量為356.55兆瓦時，較上一報告期間(2024年：373.22兆瓦時)減少4.47%。

綜上所述，本集團於報告期間能源消耗減少主要歸功於營運中用電量下降。

以下為本集團在節能方面所採取的主要措施：

- 採購高能源效益等級(例如中國能源標籤1級)的電器用品，將優先於能源效益表現較低的用品。
- 員工已採取程序，在不使用電器時關閉電源。
- 於夏季將空調設定至室溫並維持在24度至26度之間。

- 經常檢查所有管道系統和設備，以確定是否有任何洩漏，尤其在接口、線圈、外殼、通道開口及關閉位置的阻尼器。
- 定期檢查所有自動溫度控制器，以確保其操作正常。

### A2.2. 耗水量

本集團的耗水主要涉及於辦公室內的使用，而大部分水費已計入業主的管理費中，因此未能獲得相關消耗數據。於報告期間，本集團所報告的辦公室耗水數據為807.26立方米(2024年：1,155.95立方米)，相較於上一報告期間分別下降了30.16%。本集團於報告期間錄得的耗水密度為每百萬人民幣收入0.88立方米。

僱員亦已採取措施，減少日常用水量及提高水源的使用效率，並鼓勵僱員使用水後將水龍頭關掉，以及向行政部報告水龍頭及水管可能出現的滲漏情況，以便即時進行維修及保養。

本集團假設所有耗水均由當地政府部門排放進行廢水處理。總括而言，本集團辦公室及營運中的用水量相對較低且並不重大。

### A2.3. 能源使用效益計劃

本集團致力於減少其運營中的碳足跡。其不斷發掘環保廣告方案，以及加大對研究開發的投資。

本集團一直尋求不同方法，以實現更可持續的印刷解決方案，例如傳統廣告牌已升級為電子版本，以新加坡媒體為例，新加坡超過60%的媒體資源已實現電子化。

透過採用數碼及新型照明材料，本集團部署了多個重點項目：

#### 巴士站數碼化

憑藉本集團技術部門在悉尼安裝數百個巴士站的豐富經驗，本集團已完成全市數碼升級的首階段工程，成功將傳統巴士站轉型為數據驅動的廣告網絡。

新型屏幕裝置選用高耐用性材料，既能承受在公共環境頻繁使用，亦能延長設施壽命，從而有效減少物料損耗。

除了硬件提升，此次升級更實現了真正的DOOH優化。系統支持動態創意優化，可實時調整廣告內容以大大提升廣告效益，同時將能源消耗減至最低。

### 新發展與技術：維港地標天台LED翻新工程

於本報告期內，集團成功完成一項大型天台LED翻新工程，總屏幕面積達820平方米，樹立新里程碑。

項目不僅需要專業的LED及結構工程設計能力，亦須因應現場條件量身定制方案，並確保嚴格的LED品質管控。團隊克服嚴峻環境挑戰，確保結構符合安全與耐用標準，同時兼顧視覺效果及能源效益。

翻新後的LED現已成為維多利亞港沿岸最具代表性的地標之一，進一步彰顯集團在高影響力戶外媒體領域的領導地位，以及精準高效執行複雜基建項目的能力。

於2022年，本集團已制訂長期目標，由2022年起的10年內(或2032年前)將總能源消耗密度減少5%。有關本集團達成能源使用減量目標進展的詳細明細如下：

	2022年數據	2032年前 減排目標	2025年數據	百分比變動
能源消耗密度	每百萬 人民幣收入 10,879.37千 瓦時	-5%	每百萬 人民幣收入 17,237.29千 瓦時	+58.44%

雖然總能源消耗量與基準年相比略有減少，但本集團於同期內的收入降幅相對較大。因此，本集團於報告期間錄得能源消耗密度有所上升。基於此等結果，本集團將於下個報告期間密切監察其能源消耗情況，並將視乎進展實施進一步的能源效益措施或重新定義其基準。

#### A2.4. 用水效益計劃

儘管本集團仍未實行任何正式政策，整個辦公室仍鼓勵使用節水措施。整體而言，辦公室及業務營運的用水量並不重大，因此本集團並無任何減少用水的目標。在採購適合本集團日常營運使用的水源上並無出現問題。

#### A2.5. 包裝材料

廣告材料的運輸及分發過程中會使用到包裝材料，主要為紙張及木材。然而，本集團營運涉及的包裝材料消耗量微乎其微，因此本報告未有呈報相關數據。

### A3. 環境及天然資源

在大都會，戶外廣告起著重要作用。本集團致力在管理產品及服務時周密考量安全、環保及美觀等因素。本集團相信，社會與戶外廣告之間的關係將更為密切，與人們的生活的連繫將更加緊密。其目標為藉着保持高標準的產品同時為可持續發展及企業責任作出貢獻，以成為廣告行業的翹楚。本集團將與社會及業務夥伴攜手，共同為創造一個更美好更綠色的世界作出貢獻。

#### A3.1. 業務活動對環境的重大影響

考慮到業務性質，本集團意識到其對環境及自然資源的影響，特別在電力消耗及間接材料耗用方面。

本集團意識到保護自然資源的重要性。我們實施了不同的政策，以管理業務營運對環境和自然資源的影響。紙張是本集團日常業務營運中消耗的重要資源。為減輕對環境的影響及減少紙張消耗，本集團專注於制定回收措施，並要求所有僱員減少使用紙張及打印機等辦公室資源。此外，本集團繼續積極推動「無紙化辦公室」，鼓勵僱員以電子方式傳送資訊及文件，減少影印及列印，或以電子方式儲存圖紙及產品資料，以方便資料搜尋、管理及分享，進一步減少對紙張的依賴及消耗。

企業綠色委員會繼續在各種環境問題上加強本集團的可持續發展績效。不同部門的管理層均致力於全面支持環保實踐，並在日常營運中實施各種環保計劃。

採購環保材料(例如非聚氯乙烯)用於廣告製作，以滿足客戶對可持續解決方案不斷增加的需求，並將對環境的影響降至最低。

展望未來，本集團致力於為其員工、客戶和所服務的社區創造更可持續的未來。

### A4. 氣候變化

地球暖化為企業帶來廣泛風險，涵蓋供應鏈中斷至保險成本上升，再到勞動力方面的難題。隨著氣候變化威脅越來越大，相關的實質損害、市場觀念改變及公眾轉為偏好更環保的產品及服務，財務、聲譽及策略風險的影響已越見明顯。本集團深知，在可見未來，氣候變化無疑將成為本集團及整個行業越來越關注的問題，因此，本集團亦認同政府間氣候變化專門委員會(「政府間氣候變化專門委員會」)發表的有關氣候變化的最新科學發現。

本集團採納TCFD的建議，透過系統化及嚴謹的程序識別、評估及管理本集團與氣候相關的風險，以促進業務的可持續發展。我們致力於加強我們的氣候風險管理實務，以更好地應對所產生的挑戰。

本集團已按照TCFD就氣候相關財務披露建議中的四個核心元素—管治、策略、風險管理及指標和目標作出氣候相關披露。

### A4.1. 管治

由於作為戶外媒體公司的業務性質，氣候變化並無對本集團的業務營運造成重大威脅。因此，本集團並無針對氣候變化制定任何官方政策。氣候變化策略被視為環境、社會及管治相關問題，因此管理層被指派加入環境、社會及管治管理專責小組。

截至報告期間結束，董事會尚未建立正式程序，以評估或培養其成員在氣候相關方面的技能及能力。董事會成員目前接受一般的合規培訓，但其中並不包括針對性的氣候相關培訓、持續專業進修課程或專家的專題匯報。此外，氣候相關專業知識亦非提名委員會評核董事候選人時的特定準則。董事會深悉管治層面氣候能力的重要性，並擬採取以下步驟：(i)將氣候及可持續發展能力納入董事會技能矩陣；(ii)利用環境、社會及管治管理專責小組的內部專業知識，並在適當時諮詢外部顧問，為董事會成員引入定期氣候相關簡報或培訓；及(iii)於未來委任董事時，將氣候相關知識及經驗納入提名委員會的評核準則。本集團將於未來的環境、社會及管治報告中披露相關進展。

於報告期間，董事會並未進行任何以氣候相關因素為首要考慮的重大交易(包括重大投資決策、資本開支審批、併購或重大合約)。儘管如此，由於氣候相關風險管理已納入本集團整體的風險管理體系，董事會於監督戰略決策時，已將氣候相關風險及機遇納入考慮。氣候風險評估的結果(包括優先處理的風險概況)已連同其他企業風險一併呈報予執行管理層及董事會，以確保氣候因素能為高層戰略決策及整體業務策略提供參考。

有關本集團管治的更多詳情，請參閱本報告「管治架構」一節。

### A4.2. 策略

本集團已識別相關氣候風險，並評估其潛在財務影響。已識別的氣候風險、其時間範圍、趨勢及對本集團業務及價值鏈的潛在影響如下所示。

	氣候風險	時間範圍	趨勢	潛在業務影響	潛在價值鏈影響
物理風險	急性	短期	增加	氣候變化導致颱風及洪水等極端天氣事件頻率增加，令本集團面臨營運中斷及資產損失的風險。	在氣旋、颶風、風暴潮及洪水期間。加劇的極端天氣事件可能破壞地方基礎設施、干擾物流並阻礙業務營運，進而導致供應鏈中斷，這或會延誤戶外廣告資產的安裝及維護工作。
	慢性	長期	增加	氣候模式的長期變化會增加資本成本、營運成本、人力資源成本及保險費。	氣候變化導致本集團業務所在地城市夏季酷熱天氣期延長，不僅威脅戶外安裝團隊的安全與健康，亦推高了勞動力防暑降溫及適應性調整的營運成本，並可能損害戶外廣告裝置的結構穩固性。

	氣候風險	時間範圍	趨勢	潛在業務影響	潛在價值鏈影響
過渡風險	科技	長期	增加	於過渡期間，本集團預計採購支出將增加，以採用新技術及替代技術，並增加採用／部署新做法及流程的費用。	隨著節能LED廣告屏及可持續廣告材料等低碳技術與產品日益普及，本集團須積極轉型並採納相關新技術，此舉或會導致採購成本上升，進而在中短期內對利潤率造成壓力。
	政策及法律	中短期	增加	執行更嚴格的環境法律、對氣候披露及碳定價制度的嚴格要求增加營運成本。	監管法規或將強制要求對產品供應鏈實施盡職調查管理，並規定必須使用特定比例的可持續或經認證材料(如FSC認證紙張或環保油墨)，這將推高本集團及其印刷與廣告材料供應商的營運成本。
	市場	短期	增加	於過渡期間，倘並無制定相應的策略，本集團可能會因客戶更嚴格的環境要求而面臨收益減少。	客戶及消費者行為的轉變，帶動了市場對低碳及零碳廣告解決方案的需求。隨著本集團加大對環保媒體選項及循環經濟實踐的投資，本公司的直接與間接營運成本將相應增加。
	聲譽	中短期	增加	持份者對本集團氣候相關事宜的關注可能會打擊投資者的投資意欲，影響本集團的股價及市值，從而增加流動資金風險。	中國「十四五」規劃要求企業在2021年至2025年期間逐年降低單位產品碳排放密度，未能合規的企業或將面臨監管處罰與品牌風險，並承擔更高的合規成本。  此外，中國「3060」雙碳戰略作為國家履行國際承諾的核心方針，亦對企業在監管合規與聲譽維護方面提出了更嚴峻的挑戰。若本集團未能達成減碳目標，不僅會損及品牌形象，更會動搖本集團在注重環保的客戶及投資者心中的地位。

考慮到上述風險的時間跨度，本集團將戰略決策劃分為三個階段：

- 短期(0-3年)：

此階段涵蓋本集團面臨嚴峻且迅速顯現的氣候風險之時期。短期戰略的重點在於應對最緊迫的威脅，並實施逐步恢復措施。

- 中期(3-10年)：

在此期間，本集團須組織並鞏固其短期氣候風險管理成效，在其業務營運及價值鏈中產生更深遠的影響。

- 長期(10年以上)：

此階段延伸至本集團必須應對的氣候變化長期系統性影響。從長遠來看，本集團可進行結構性變革，以緩解並適應深遠的氣候影響。

然而，本集團並不單純將氣候變化視為風險；在氣候相關風險之中，本集團亦識別出相關機遇。本集團預計，在氣候變化的壓力下，新興綠色產業或將迎來巨大增長，這可能成為本集團製作廣告的潛在新客戶群。

隨著氣候相關風險與機遇持續增加，本集團預計在未來數年將穩步增加對氣候適應及緩解措施的資本投入，以減輕對本集團的潛在影響。於報告期間，本集團尚未撥付氣候相關工作預算。針對報告期間氣候相關風險與機遇之預期財務影響披露，本集團已採納能力豁免，並將於未來提供可量化的財務資訊。

為評估本集團應對氣候相關變化、發展及不確定性的策略，本集團已進行氣候相關情景分析，以評估其氣候韌性。本集團採納了香港交易所建議的兩種可能情景<sup>2</sup>：

氣候情景	全球平均氣溫升幅	主要影響
青綠色情景	預計到2060年上升約1.7°C， 到2100年上升約1.8°C	— 對環保及生物基化學品的需求增加 — 可持續包裝解決方案市場增長 — 加大對循環經濟實踐的關注
啡色情景	預計到2060年上升約2.4°C， 到2100年上升約4.4°C	— 監管違規風險上升，進而引致罰款等財務損失 — 極端天氣事件導致供應鏈中斷 — 與碳定價及監管合規相關的營運成本增加

針對報告期間本集團策略及業務模式對氣候相關變化、發展及不確定性的深入評估與分析，本集團已採用能力豁免，並將於未來進行詳細的氣候相關情景分析。

<sup>2</sup> 香港交易所。(2021年)。《氣候資訊披露指引》。香港交易及結算所有限公司。[https://www.hkex.com.hk/-/media/HKEXMarket/Listing/Rules-and-Guidance/Environmental-Social-and-Governance/Exchanges-guidance-materials-on-ESG/guidance\\_climate\\_disclosures\\_c.pdf](https://www.hkex.com.hk/-/media/HKEXMarket/Listing/Rules-and-Guidance/Environmental-Social-and-Governance/Exchanges-guidance-materials-on-ESG/guidance_climate_disclosures_c.pdf)

### A4.3. 風險管理

本集團的風險管理流程旨在以整合方式識別、評估、優先排序及監控氣候相關風險與機遇。具體流程及相關政策概述如下：

#### (a) 氣候相關風險處理流程

**識別：**本集團透過多元化方式識別氣候相關風險。相關數據與參數來源包括：(i)分析涵蓋本集團業務（包括位於香港及中國內地的廣告空間）及價值鏈的內部數據；(ii)參考國際科學報告關於氣候預測的資訊（如政府間氣候變化專門委員會的報告）；(iii)透過政府網站及行業協會監測監管動態；以及(iv)與供應商、客戶等主要持份者交流，了解其所面臨的風險及關注點。

**以情景分析引導識別：**本集團進行的氣候相關情景分析，能直接為風險識別提供依據。本集團參考了香港交易所建議的兩種可能情景：即「青綠色」情景（預計到2100年氣溫上升約1.8℃）及「啡色」情景（預計到2100年氣溫上升約4.4℃）。本集團從這些情景分析結果的視覺出發，識別出業務營運及價值鏈中具體且可能發生的風險，例如：極端天氣事件可能對戶外廣告結構造成物理損壞、干擾安裝及維護工作，或因未來碳定價法規影響供應鏈而產生新的合規成本。

**性質、可能性及影響級別評估：**本集團會針對每項識別出的風險，評估其性質、發生機率及影響範圍。本集團已開展環境、社會及管治風險評估，按風險的可能性及影響級別劃分為「高、中、低」三個等級。該評估結合了定性因素（如董事會及環境、社會及管治管理專責小組的專家判斷、市場情緒分析）以及可取得的定量門檻。各等級定義如下：

風險級別	整體風險級別的定義
高	此級別的風險可能會帶來嚴重後果。其極可能對本集團造成一定影響，阻礙本集團實現策略目標。
中	此級別的風險可能會帶來嚴重後果，但發生的概率較低。反之，後果可能輕微，但發生的概率較高。
低	此級別的風險對本集團實現其策略目標所造成的損害及後果有限，且發生的概率低。

**與其他風險相關的優先排序：**本集團根據發生可能性及影響程度評分，對各項風險進行優先排序並劃分至整體風險等級。此優先排序程序已全面納入本集團的企業風險管理架構。在此機制下，氣候相關風險將與其他策略、營運及財務風險統籌對標，並按照風險等級同步進行評級與逐級上報。優先排序的結果將作為資源分配及管理層決策監督的重要依據。本集團已根據TCFD關於氣候相關財務披露的建議所提出的氣候相關風險識別其風險狀況。

	氣候風險	整體風險級別	管理方針
物理	急性	中	— 為極端天氣事件準備相關的應急策略，例如為非必要僱員安排在家工作
	慢性		
財務	政策及法律	高	— 與專業人士接觸，就氣候相關問題提供建議 — 持續監察最新的氣候相關法規及趨勢
	科技	中	— 廣告牌及海報進一步採納使用環保科技及物料
	市場	高	— 實現供應鏈及客戶群的多樣化
	聲譽	高	— 持續監察最新的氣候相關法規及趨勢

**監控：**環境、社會及管治管理專責小組負責持續監控氣候相關風險。監控流程包括檢視最新的監管動態、追蹤可能影響戶外廣告資產及安裝進度的天氣模式，以及評估集團在緩解措施上的進展(如能源效益計劃及廣告材料減廢)，並直接向董事會匯報監控結果。

**流程變動：**於報告期間，本集團用於識別、評估、優先排序及監控氣候相關風險的流程並無重大變動。本集團維持一致的管理方法，以確保資訊在不同時期具備可比性。

物理風險方面，本集團認為，氣候變化引發的極端天氣事件對業務構成短期及長期風險。短期內，受氣候變化影響，颱風、暴雨或熱浪等極端天氣可能愈趨頻繁。不穩定的天氣狀況可能導致戶外廣告結構遭受物理損壞、干擾安裝及維護工作，並延誤廣告材料的生產與運輸，進而引致財務損失。長期而言，氣候變化可能增加此類天氣事件的頻率與嚴重程度，導致維護成本上升，並可能造成供應鏈中斷。

本集團已制定多項策略以減輕上述物理風險帶來的損失，包括建立極端天氣應變措施(如非必要員工居家辦公安排、強化戶外安裝工作的安全指引)。此外，本集團定期檢查廣告結構，確保其具備抵禦惡劣天氣的應對能力。

轉型風險方面，隨著氣候變化問題加劇，本集團預見市場情緒可能轉向青睞具備良好環保形象的合作夥伴。公眾及廣告商對氣候變化的意識提高，可能會影響其對媒體合作夥伴的選擇，客戶將更傾向選擇能展現可持續發展承諾的媒體營運商。

此外，向低碳經濟轉型亦可能為本集團營運帶來風險。隨著電網轉向再生能源，潛在的電力供應波動或能源成本上升，可能影響本集團數碼廣告屏幕的運作。同樣地，隨着材料選用及廢物處理的環保法規收緊，印刷與生產環節的合規成本或將隨之增加。

本集團已制定多項策略以緩解上述已識別之轉型風險。為降低市場偏好改變而引致的聲譽受損及財務風險，本集團透過多種渠道推廣其可持續發展計劃，包括向環保組織提供媒體贊助，以及強調採用LED燈光升級等綠色技術。上述措施有助於客戶確信本集團實踐環保承諾的決心。為降低營運中斷的風險，本集團除了維持業務連續性計劃外，亦持續針對旗下廣告資產評估及引入節能技術。

### (b) 氣候相關機遇處理流程

**識別：**本集團透過多個渠道識別機遇：(i)分析市場客戶偏向具備良好可持續發展聲譽的媒體營運商之轉變；(ii)從本集團自身營運及產品研發過程中獲取分析資料；(iii)分析新興監管政策對可持續實踐的激勵措施；以及(iv)本集團對社區投資及文化保護倡議的承諾。

**評估與優先排序：**機遇一經識別，將由環境、社會及管治管理專責小組及董事會根據其與戰略的契合度、潛在財務影響、可行性及所需投資進行評估。例如，本集團相信隨着大眾及廣告商的環保意識日益增強，能牽頭執行可持續發展措施的媒體營運商將迎來更多商機。本集團對LED技術及綠色材料的投入，使其具備優勢為客戶提供更節能的廣告方案，進而對接客戶自身的可持續發展目標。此外，本集團透過贊助環境與社區倡議，不僅提升了品牌知名度，更鞏固了與重視社會責任之客戶間的合作關係。

**監控：**本集團透過管治架構監控落實氣候相關機遇的進度。環境、社會及管治管理專責小組負責制定環境、社會及管治與氣候目標，並呈交董事會審議；同時，小組亦會評估集團在達成上一財政年度目標方面的進展。

### (c) 納入整體風險管理流程

本集團已將氣候風險管理納入整體的風險控管體系。上述針對氣候風險與機遇的識別、評估、優先排序及監控機制，均與集團整體的風險管理框架無縫對接。氣候風險評估的所得資料，會連同其他需要優先處理的風險一併呈報管理層及董事會，確保集團在制定高層策略與整體業務方針時，能充分納入氣候因素。

本集團尚未制定正式的氣候相關轉型計劃。董事會擬於適當時機制定轉型計劃，並將於未來的報告期間披露進一步詳情。

### A4.4. 指標及目標

為衡量本集團氣候相關風險的級別及影響，本集團會監察指標表現，以確保評估有效及可量化。本集團定期監察並檢討其範圍1、範圍2、範圍3溫室氣體排放量(以噸二氧化碳當量計算)、溫室氣體排放總量(以噸二氧化碳當量計算)及溫室氣體排放密度(以噸二氧化碳當量/每百萬人民幣收入計算)。溫室氣體排放數據及目標設定的相關資訊，載於本報告「A1. 排放物」章節。

本集團已將減少碳足跡列為長期目標之一，並承諾降低營運及供應鏈的溫室氣體排放。為達成此目標，本集團除推行其他可持續發展措施外，亦可能透過購買碳信用額、植樹等方式，抵銷無法避免的溫室氣體排放。

針對受氣候相關轉型風險及物理風險影響的資產或業務活動金額及比例，本集團目前採納了合理信息豁免披露。未來本集團將提供上述披露的量化財務資訊，包括受風險影響的資產及業務金額與百分比。

對於符合氣候相關機遇的資產或業務活動金額及比例，本集團同樣採納了合理信息豁免披露。未來本集團將提供量化的財務資訊，包括與機遇對接的資產及業務金額與百分比。

於報告期間，本集團尚未針對氣候相關風險及機遇投入資本開支、融資或投資。

截至報告期間末，本集團尚未在決策過程中應用碳定價，亦未將氣候相關考慮因素納入薪酬政策。

此外，本集團目前尚未在披露課題中加入行業特定指標，亦未應用跨行業指標。

# B. 社會

## 1. 僱傭及勞工常規

### B1. 僱傭

於報告期間，本集團已遵守中國內地、香港及新加坡有關僱傭的所有適用法律及法規，包括但不限於：

- 香港《僱傭條例》；
- 香港《最低工資條例》；
- 香港《強制性公積金計劃條例》；
- 香港《僱員補償條例》；
- 新加坡《僱傭法令》；
- 《中華人民共和國勞動法》；
- 《中華人民共和國勞動合同法》；及
- 《中華人民共和國社會保險法》。

員工手冊已規定標準工作時數、年度表現評估、晉升及轉崗機會及程序、各類休假及申請、薪金及福利保障、法定假日及休息時間、合同終止、解僱及退休指引方面的詳情。於報告期間，就有關補償、解僱、招聘及晉升、工作時數、休息時間、平等機會、多元化、反歧視，以及其他待遇及福利方面，並無違反相關法律及法規而會對本集團造成重大影響的行為。

## 聘用人數

截至2025年12月31日，本集團共有473名員工(2024年：579名)。

有關2025年員工隊伍的詳細細分，以及與上一報告期間的對標情況請參見下表：

截至12月31日之員工總數	2025年		2024年	
	人數	百分比	人數	百分比
<b>按性別</b>				
男性	229	48.41%	274	47.32%
女性	244	51.59%	305	52.68%
<b>按聘用類型</b>				
全職	465	98.31%	564	97.41%
兼職	8	1.69%	15	2.59%
<b>按員工類別</b>				
管理層	136	28.75%	139	24.01%
前線及其他員工	337	71.25%	440	75.99%
<b>按年齡組別</b>				
18-25歲	31	6.55%	18	3.11%
26-35歲	158	33.40%	227	39.21%
36-45歲	204	43.13%	254	43.86%
46-55歲	67	14.17%	66	11.40%
56歲或以上	13	2.75%	14	2.42%
<b>按地理位置</b>				
中國內地	392	82.87%	484	83.60%
香港	70	14.80%	86	14.85%
新加坡	11	2.33%	9	1.55%
<b>總計</b>	<b>473</b>	<b>100.00%</b>	<b>579</b>	<b>100.00%</b>

### 流失數字

於報告期間，合共112名(2024年：238名)員工離開本集團，流失率為23.68%(2024年：41.11%)。

有關2025年各員工類別流失率的詳細細分，以及與上一報告期間的對比情況請參見下表：

截至12月31日之流失人數	2025年		2024年	
	人數	流失率	人數	流失率
<b>按性別</b>				
男性	52	22.71%	102	37.23%
女性	60	24.59%	136	44.59%
<b>按聘用類型</b>				
全職	111	23.87%	236	41.84%
兼職	1	12.50%	2	13.33%
<b>按員工類別劃分</b>				
管理層	20	14.71%	41	29.50%
前線及其他員工	92	27.30%	197	44.77%
<b>按年齡組別劃分</b>				
18-25歲	20	64.52%	18	100.00%
26-35歲	40	25.32%	123	54.19%
36-45歲	31	15.20%	69	27.17%
46-55歲	19	28.36%	23	34.85%
56歲或以上	2	15.38%	5	35.71%
<b>按地理位置劃分</b>				
中國內地	94	23.98%	168	34.71%
香港	18	25.71%	65	75.58%
新加坡	0	0.00%	5	55.55%
<b>總計</b>	<b>112</b>	<b>23.68%</b>	<b>238</b>	<b>41.11%</b>

### 培養多元化及包容

誠如本集團的僱傭政策所訂明，以及根據香港《性別歧視條例》、香港《殘疾歧視條例》、香港《家庭崗位歧視條例》及其他有關法律及規定，僱員不會因性別、種族背景、家庭狀況、殘疾與否或適用法律禁止的其他情況而受歧視或被剝奪應聘及受僱機會。

本集團政策闡述了我們對員工、供應商和其他持份者的人權承諾，即維持公平和安全的工作場所，並從事不受歧視和騷擾的業務行為。

本集團定期為僱員舉辦活動及節目，以促進更良好的內部溝通及融洽關係，以及員工整體的福祉。於報告期間，本集團為其僱員舉辦多個聚會活動，包括生日慶祝、體育會、外展培養團體活動及聖誕節慶祝活動。展望未來，本集團繼續將與僱員維持穩定、互相扶持的內部溝通放於首位。

### B2. 僱員健康及安全

於報告期間，有關提供安全工作環境及保護僱員免受職業危害方面的政策概無重大變動。於報告期間，就有關提供安全工作環境及保護僱員免受職業危害方面，並無違反相關法律及法規而會對本集團造成重大影響的行為。

本集團嚴格遵守有關職業健康及安全（「職業健康及安全」）的所有適用法律及法規，包括但不限於《中華人民共和國職業病防治法》、新加坡的《工地安全及健康法》、香港的《職業安全及健康條例》及香港的《僱員補償條例》。本集團設有健康及安全手冊以及安全工作間政策，確保向所有僱員提供安全培訓及體檢。該等措施亦能確保指派至特定業務的員工已具備必要的知識及技能，且其體魄足以勝任工作。員工手冊亦規定工傷、消防演練及惡劣天氣下的工作安排方面的指引及程序。此外，本集團向指派的僱員提供足夠的個人防護裝備，並對工作場所進行定期風險評估，以識別潛在風險及危害。本集團亦為其員工提供僱員補償保險及為所有已過試用期的僱員提供醫療保險，包括全科門診、牙科預約、住院及手術保險。同時，本集團亦承擔全科、專科及中醫門診費用，並將該福利擴展至其員工的配偶。

為將工傷風險降至最低，本集團亦於工作場所實行多種措施，其中包括保持工作環境通道暢通、定期清潔及維護工作區域的通風系統以及監控及控制工作環境的溫度，避免僱員在極端酷熱或嚴寒環境下工作。

### 戶外廣告安全

本集團已執行一套全面的安全指引，確保各類戶外媒體廣告裝置的安全性。在初步設計階段，本集團考慮到各樣安全因素，並將其納入廣告裝置的設計中。其會評估當地的環境因素(例如氣候及地質)，以釐定適用的安全設計特性。於施工階段，將聘任專業施工隊伍安裝廣告牌。獲指派負責的項目主管將監督施工流程，確保施工時嚴格遵守原設計的要求，並且達到工業安全標準。待安裝竣工後，獨立第三方機構將進行定期檢查工作。如在檢查期間發現任何相關異常情況，則會進行維修工作。

### 支持員工健康及福祉

本集團透過提供資源及計劃支持我們的員工，以提升他們的身心健康。管理層每年向員工提供意見，傾聽他們的關注，並在需要時及時提供協助。本集團將檢討員工的醫療保障，並提供必要的支援，促進員工的身心健康。

管理層致力於定期舉辦工作坊，以改善員工的健康與福祉，並建立相關措施以支援員工，包括活動、資源與支援，以加強工作與生活的平衡、減輕壓力、提高工作滿意度，並培養正面的工作場所文化。

### 安全培訓和內部管理

前線員工必須進行安全培訓以防範及減少職業危害。因此，本集團已提供在地鐵綫和機場安裝和拆卸廣告的培訓。此外，在香港地鐵綫業務的員工必須通過一系列安全考核，並進行定期身體檢查，以確保彼等有足夠能力執行工作。

### 極端天氣情況下的安全問題

室外廣告牌有時將暴露於極端天氣情況下。本集團已就每個廣告位置執行必要的安全措施。在發出嚴重天氣警告時將採取以下安全措施：

- 派出工作人員監控結構風險較高的戶外廣告牌；
- 使用繩索鞏固廣告牌結構；及
- 對位於風險特別高的地方的廣告牌暫時落畫。

此外，本集團在颱風季節來臨前將進行安全風險評估，並向所有有關部門提供應急計劃，概述其保護措施。於報告期間，本集團概無於颱風季節遇到任何安全問題。

### 售後安全維護和設備檢測

本集團的售後安全維護和設備檢測服務獲廣泛認可。其專業團隊定期進行維護服務和檢查，以便及時檢測安全風險並修復損壞的廣告。

### 創意廣告的安全考量

本集團對任何有特殊設計的廣告都特別小心處理。從初步設計階段到安裝，本集團與客戶和媒體資源擁有人保持密切溝通，確保滿足彼等對質量及安全的期望。

### 職業健康及安全數據

	2025年	2024年	2023年
工傷死亡	0	0	0
死亡率	0.00%	0.00%	0.00%
工傷個案>3日	0	0	1
工傷個案≤3日	0	0	0
因工傷而損失日數	0	0	27

## B3. 發展及培訓

本集團致力於對其員工的投資，而管理團隊定期討論業務目前的最新情況和未來的需求，並據此提出建議。本集團致力於吸引、培養和挽留人才。為體現對其獲得成功的承諾，本集團向僱員提供所需資源，讓其發掘自己的潛能。本公司認為，學習和培訓乃所有員工的基本權利和責任。根據員工的職業發展規劃和需要，本公司通過內部和外部培訓課程、工作坊和研討會提供所需的培訓。

我們著重投資於未來領袖，以支持本集團的核心業務增長，同時培養本集團的人才管道，以挽留表現優秀的員工。本集團旨在於管理培訓中加入業務管理和監督技能。此舉可協助本集團建立可持續的領導才能及人才管道，以支持業務增長及員工對本公司的忠誠及承諾。每年均會進行評估，以評估員工的表現。此外，亦透過全面的績效管理和獎勵流程確保平等、參與和挽留。

本集團亦為其合約僱員提供在職培訓，以此確保彼等能夠順利適應各自工作環境。本集團十分珍重其合約僱員作出的貢獻，並因此為彼等提供相應的發展及培訓機會，支持其的工作，掌握更多技能及知識以提升工作效率。培訓內容豐富，包括員工入職培訓、空間設計、展示設計、營運、職業健康及安全、市場走勢、銷售及營銷、經驗分享、人力資源、管理及個人發展、擴增實境及元宇宙等方面。

本集團開發出一款線上學習平台，為來自不同部門的僱員提供各類培訓及學習機會。不論課程類型為強制性或自願性質、內部或外部課程，僱員可透過電話及電腦輕易參加課程。平台使僱員能與彼此之間分享專長、行業新聞及知識之所，且本集團定期檢討線上學習平台並改善使用者的內容及傳遞。

於報告期間，本集團共有91.75%的員工接受培訓。培訓總時數為2,891小時，若按截至2025年12月31日的員工總數計算，每位員工的平均受訓時數為6.11小時。

### 員工培訓數據

	受訓百分比	平均受訓時數
<b>按性別</b>		
男性	85.15%	5.86小時
女性	97.95%	6.34小時
<b>按員工類別</b>		
管理層	65.44%	3.25小時
前線及其他員工	102.37%	7.27小時

附註：員工培訓數據已計入於報告期間末前離職的員工。

### B4. 勞工準則

於報告期間，本集團在防止僱用童工及強迫勞動方面的政策並無重大變動，亦未發現任何重大違規個案。本集團的人力資源部負責確保本集團遵守香港、新加坡及中國內地的僱傭及勞工準則。本集團根據《僱傭條例》下的《僱用兒童規例》制定招聘政策及程序，並於有需要時予以更新，該規例規管於任何行業僱用童工，且禁止於任何業務進行強迫勞動。招聘過程中，為篩選候選人，本集團會審閱申請人的申請表、進行背景審查及身份證驗證。人力資源部有權終止與任何違反法律及法規的僱員之間的僱傭合約。該部門亦負責檢討及更新員工手冊及內部政策，以應對監管變動。

本集團對童工或強迫勞動採取零容忍的態度。如發現任何違反勞工準則的案例，本集團將即時停止聘用，並會深入調查以防止再次發生。如發現其供應商或商業夥伴使用童工或強迫勞動，本集團將即時終止與違約方的業務活動，以防止非法活動再次發生。在這兩種情況下，本集團亦將聯繫有關當局或監管機構採取補救措施。

## 2. 營運常規

### B5. 供應鏈管理

於報告期間，本集團就其印刷、廣告安裝及拆卸工作共委聘36家供應商，其中34家位於中國內地，2家位於香港。就中國內地的印刷業務而言，本集團優先選用通過獨立測試獲得安全認證、符合行業抗燃要求及達到預期質量標準的環保墨水。

供應商管理政策及採購政策旨在有效地監察及評估供應商的績效，確保供應商及分判商提供的服務及產品符合各種預先制定的質量規格。所有供應商及分判商均須遵守《供應商行為守則》，當中訂明本集團期望與環境及社會績效的原則，涉及廣泛領域，例如環境、強迫勞動、童工、歧視、薪酬、工作時間、健康與安全、人權、貪污、利益衝突，以及禮物和款待。所有供應商及分判商均須執行相關程序，並嚴格遵守國家和地方法規。未能遵守《供應商行為守則》所載條文可能導致日後終止與其的業務合作關係。

本集團製作部門每季會針對產品及服務質量，對供應商及分判商進行評估並記錄表現，以此作為日後篩選供應商的參考依據。本集團將繼續擴充管理供應商及分判商在社會及環境責任方面的表現的評估標準及程序，如鼓勵媒體資源擁有者選擇採用節能的廣告裝置。

本集團會盡可能採用環保物料及產品。本集團鼓勵消耗較少原材料、控制排放及污染水平以及可準確追蹤其物料的供應商。本集團主動甄選由大部分可回收及循環製造物料所製成並已加蓋可靠的生態標籤的產品。

### B6. 產品責任

本集團致力提供增值的戶外廣告解決方案。於報告期間，針對所提供的產品及服務，本集團並未發現任何違反健康與安全、廣告、標籤及私隱相關法律法規的重大違規個案。

#### 質量保證

本集團已制定標準化質量檢查程序及質量保證指引，以確保於機場、地鐵綫、廣告牌及大廈提供優質的廣告產品。營運部門密切監督每次廣告安裝的質量。在完成內部評估後將向每個客戶提供驗收報告，而客戶必須於報告上簽字作實。對於尚未符合本集團品質標準的廣告裝設，均會跟進處理。另外，包括廣告服務在內，上海業務的出版相關服務亦已獲GB/T19001-2015和ISO 9001:2015標準的認證。

本集團遵守《中華人民共和國廣告法》，實施標準批准指引及清單，以確保其服務的所有行業的廣告內容均屬合法。商業登記、許可證、認證、報告及證明等文件及資料證明必須提供予本集團審查，以保證廣告材料的完整性、一致性及適時性。

此外，於報告期間概無已出售或已付運產品因安全及健康原因而予以召回。如出現任何廣告召回，本集團將安排相關人員立刻收回有問題產品，同時展開檢討程序，以防同類事情再度發生。

### 客戶服務

本集團設有投訴處理程序及行動計劃，以便處理不同業務單位的廣告產品相關投訴。該計劃適用於多種類型廣告產品，並列明有關處理時間及所涉及工作的詳細程序，因而可以一貫的政策及時處理客戶投訴及產品召回。

### 知識產權(「知識產權」)及資料保護

誠如員工手冊所述，僱員有責任保護本集團的知識產權，包括專利、版權、商標、服務標誌、研發成果、商業機密、技術資料及其他相關權利。未經本集團批准，僱員不得損壞、刪除或利用任何資產或文件。員工手冊中載有資料保護條款，規定僱員僅可使用本集團授權的電腦、資料及軟件，並嚴格規限使用互聯網、內聯網及電子郵件於工作用途。僱員不得向任何未獲授權的人員或人士披露任何保密資料。資訊科技部門已經建立確保網絡安全及管理的系統。於報告期間未發現侵權行為。

### 員工的資料私隱政策

本集團非常重視對員工資料私隱的保護。在招聘申請表中收集的任何資料都將用於評估候選人是否合適。未被錄取的申請人的資料將保存兩年，僅用於未來的招聘。

本集團嚴格遵守香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》。所有新入職員工均須簽署個人資料收集協議，同意本集團將其個人資料用於任何合法的行政人事管理，以及配合履行其指定職務。若干受限制的個人資料被允許向相關的第三方公司披露，用於銀行、保險、醫療及退休金目的。員工的個人資料在離職後將保留在本集團內部，用於其他各方要求的簡歷核查和退休處理。

指紋乃為了安全、門禁及考勤核查而採集。本集團謹慎處理所有指紋。所有對個人資料的存取須經過適當的批准，並按有需要知道的原則予以批准。一旦員工離開本集團，指紋資料將被自動刪除。其他考勤記錄將保留七年。

### B7. 反貪污

本集團絕不容忍賄賂及貪污行為。本集團嚴格遵守香港法例第201章《防止賄賂條例》、《中華人民共和國反洗錢法》及新加坡《防止腐敗法》。於報告期間，本集團的反貪污政策並無重大變動，政策詳述賄賂、利益衝突、勒索、欺詐及洗黑錢方面的指引，且概無發生有關貪污行為的已審結法律案件。本集團禁止僱員獲取或接受任何利益輸送，如金錢、禮品、合約及優惠待遇，以防止唆使犯罪。我們已設立舉報政策，鼓勵員工舉報任何可疑非法活動、不誠實行為和其他不當行為。本公司的公司秘書部門負責處理所有投訴及舉報。相關證據將予以評估，而審計委員會將決定是否需要進行徹底調查。本集團將於必要時任命外部調查人員調查有關不當行為的指控。

根據本集團於2022年所載的承諾，本集團於報告期間已開展反貪污培訓。本集團合共向73名員工提供71小時的反貪污培訓，並向6名董事提供6小時的反貪污培訓，內容涵蓋反賄賂、避免利益衝突及商業道德等主題。

我們已制定舉報政策，以管理接收、保留及處理有關本集團會計、內部會計控制、審計事項及涉嫌違反本集團政策的瀆職行為、不當行為或欺詐的投訴。所有投訴均將按照政策審查程序進行審查。

本集團將盡一切努力對所有舉報及作出舉報員工的身份進行保密。在任何情況下，均不會因為有人真誠認為某項活動違反任何法律、規則或條例而對其進行舉報而遭到報復。

於報告期間，就有關賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢方面，並無違反相關法律及法規而會對本集團造成重大影響的行為。

### B8. 社區投資

本集團的社區參與政策聲明鼓勵各部門履行企業社會責任，重點關注三個方面：弱勢社區、體育及環境議題。作為一家對社會負責的企業，本集團照顧本地社區所需，並通過積極參與社區服務及財務支持作回應。

經香港紅十字會提名，本集團於報告期間獲香港社會服務聯會頒發商界展關懷標誌，足以證明我們對社區投資的長遠承諾。

#### a) 雅仕維支持女性發展

本公司一直致力支持社區工作，並榮幸成為「創·女程」商社企劃的合作夥伴之一。我們聯同渣打銀行及5位願景贊助人，憑藉1百萬美元的專項資金，在職業發展或創業起步階段為女性提供專業建議、導師指導及支援。

此外，我們連續兩年支持「一日實習生」活動，鼓勵女性專業人才重返職場。這項由渣打銀行發起的倡議已獲得多個專業機構認可，其2026年的啟動禮更獲勞工及福利局局長親臨主持。



### b) 雅仕維支持青年體育發展

本集團深信，參與體育運動應是所有兒童的基本權利。然而，校園體育項目往往受限於家庭經濟狀況，導致不少兒童無法獲得公平的參與機會。

本集團一向支持各類體育盛事，包括2025年IBF保齡球世界盃及世界殘疾人保齡球錦標賽。2025年，本集團再度攜手中國香港保齡球總會及林君瑾慈善基金會，並在社會福利署及深水埗民政事務處的支持下，於啟德體育園Top Bowl保齡球館舉辦第二屆「冬日保齡嘉年華」。活動邀得世界冠軍胡兆康先生榮譽勳章，太平紳士以及香港、中國與馬尼亞國家隊的頂尖運動員現身，為青少年提供專業指導。

我們深信此活動能營造積極向上與包容的文化，透過運動提升青少年的身心健康，同時發揚全運會的體育精神。



### c) 雅仕維關懷家庭，「微笑傳『城』」

本集團一向致力於慈善事業，秉承「以仁愛回饋社會」的核心價值。2025年，雅仕維聯同林君瑾慈善基金會捐贈超過2,000張太陽馬戲團經典劇目《KOOZA》門票，透過三大婦女聯合會派發予基層家庭，讓他們能親身感受世界級馬戲藝術。

於2025年5月20日，本公司主席兼林君瑾慈善基金會創辦人林德興先生太平紳士（「林先生」），聯同瑞銀（UBS）香港區主管兼行政總裁盧彩雲女士及《KOOZA》藝術總監Jamieson Lindenberg先生發表開幕致辭，為「微笑傳『城』，歡樂滿『螢』」慈善計劃進行啟動儀式。此次活動開創了「線下體驗，線上延續」的慈善新模式：觀眾在欣賞表演後獲邀上載笑臉照片，這些照片隨後在雅仕維位於中環及銅鑼灣的大型戶外LED屏幕上展示，將愛與溫暖傳遍全城。

展望未來，本集團將繼續發揮「商業×藝術×慈善」的力量，探索媒體空間如何貢獻社會，實踐「以仁愛回饋社會」承諾，讓笑容延續。





股份代號 Stock Code : 1993

香港鰂魚涌康山道1號  
康怡廣場辦公大樓16樓全層

16/F, Kornhill Plaza - Office Tower,  
1 Kornhill Road, Quarry Bay, Hong Kong

電話 Tel: (852) 2539 3939  
傳真 Fax:(852) 2127 4186  
網址 Web:[www.asiaray.com](http://www.asiaray.com)