



環境、社會及管治報告
2022



環境、社會及管治報告

目錄

| | |
|----------------------|----|
| 範圍及報告期間 | 2 |
| 報告原則 | 2 |
| 持份者的參與及重要性 | 2 |
| 持份者的意見 | 4 |
| 本集團實踐可持續發展的使命和願景 | 4 |
| 管治架構 | 5 |
| A. 環境 | 6 |
| A1. 排放物 | 6 |
| A1.1. 廢氣排放 | 7 |
| A1.2. 溫室氣體(「溫室氣體」)排放 | 7 |
| A1.3. 有害廢棄物 | 8 |
| A1.4. 無害廢棄物 | 8 |
| A1.5. 減排措施 | 9 |
| A1.6. 廢棄物處理及減廢計劃 | 9 |
| A2. 資源使用 | 10 |
| A2.1. 能源消耗 | 10 |
| A2.2. 耗水量 | 10 |
| A2.3. 能源使用效益計劃 | 11 |
| A2.4. 用水效益計劃 | 11 |
| A2.5. 包裝材料 | 11 |
| A3. 環境及天然資源 | 12 |
| A3.1. 業務活動對環境的重大影響 | 12 |
| A4. 氣候變化 | 12 |
| A4.1 管治 | 12 |
| A4.2 策略 | 13 |
| A4.3 風險管理 | 14 |
| A4.4 指標及目標 | 14 |
| B. 社會 | 15 |
| 1. 僱傭及勞工常規 | 15 |
| B1. 僱傭 | 15 |
| B2. 僱員健康及安全 | 18 |
| B3. 發展及培訓 | 20 |
| B4. 勞工準則 | 21 |
| 2. 營運慣例 | 21 |
| B5. 供應鏈管理 | 21 |
| B6. 產品責任 | 22 |
| B7. 反貪污 | 23 |
| B8. 社區投資 | 24 |

環境、社會及管治報告

範圍及報告期間

本環境、社會及管治報告(「本報告」)是由雅仕維傳媒集團有限公司(「本公司」，連同其附屬公司為「本集團」)編製，主要強調本集團在環境、社會及管治(「環境、社會及管治」)等各方面的表現，乃參考香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市規則附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》以及香港聯合交易所有限公司的指引作出披露。本集團已遵守《環境、社會及管治報告指引》載列的所有「不遵守就解釋」規定。氣候相關披露資料符合氣候相關財務資料披露工作小組(「TCFD」)框架。

除另有說明外，本環境、社會及管治報告涵蓋本集團於2022年1月1日至2022年12月31日期間(「報告期間」)在中華人民共和國(「中國」或「中國內地」)不同城市(即北京、成都、廣州、海南、杭州、香港、青島、上海、深圳、烏魯木齊、溫州、無錫、廈門、雲南、鄭州、澳門、瀋陽及珠海)的業務經營在環境及社會兩個主要範疇的整體表現。

報告原則

本報告乃根據聯交所上市規則附錄二十七所載「環境、社會及管治報告指引」(「指引」)編製。本報告所涵蓋的內容符合指引所要求的「不遵守就解釋」條文以及四項報告原則，即重要性、量化、平衡及一致性。

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要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／或計算工具的信息，以及所使用的轉換因素的來源。

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。

持份者的參與及重要性

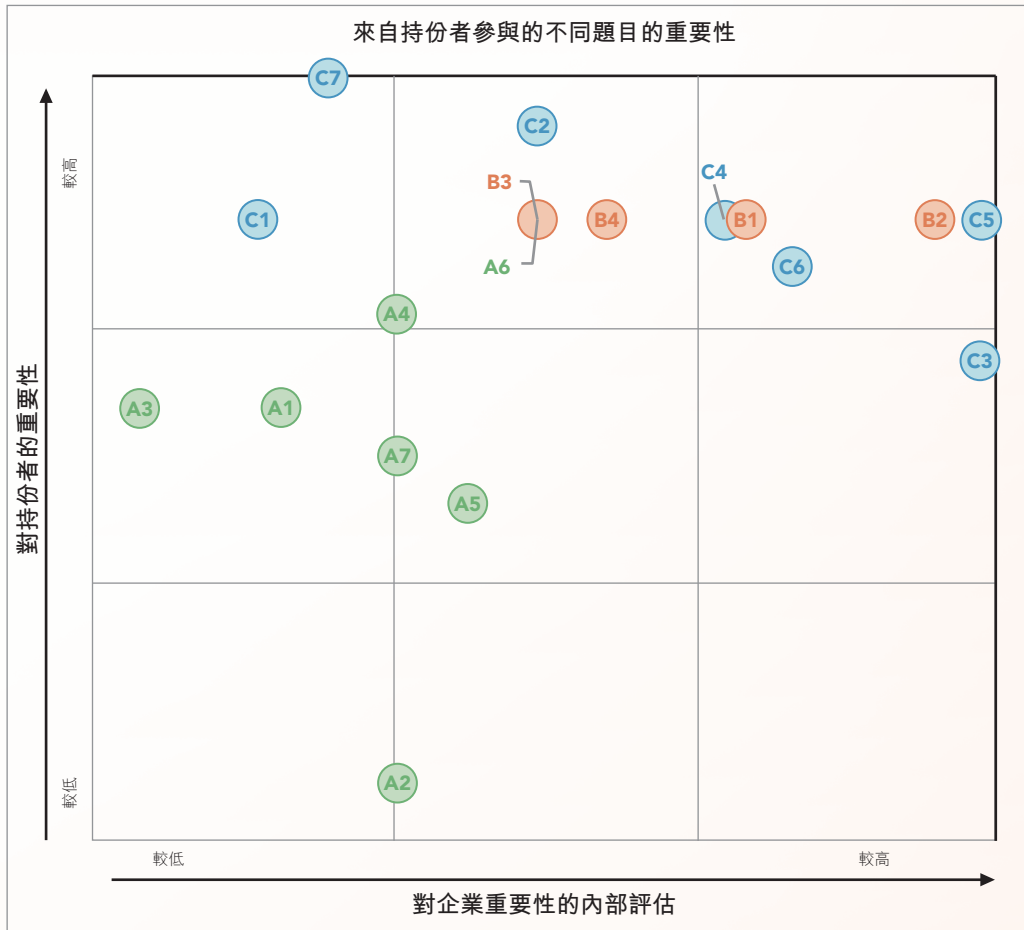
本集團十分重視持份者的意見及反饋，因其會對本集團業務帶來潛在啟示。本集團定期舉辦活動與不同持份者保持溝通，務求更全面理解彼等對本集團環境、社會及管治與業務表現的關注及期盼。

重要性評估

於報告期間，本集團特別與多類持份者(即管理層、前線員工及業務夥伴)溝通，以就本集團於經營上的環境、社會及管治重大議題及挑戰獲取洞見。

重要性評估的結果及重要性範疇綜合表單分別呈列於以下矩陣及列表。

重要性矩陣



環境慣例

| | |
|----|---------|
| 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 |

勞工慣例

| | |
|----|---------|
| B1 | 僱傭 |
| B2 | 職業健康及安全 |
| B3 | 發展及培訓 |
| B4 | 勞工標準 |

經營管理

| | |
|----|---------|
| 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 |

在環境及社會方面，以下題目獲識別為對持份者最重要的議題：

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

上述各範疇均通過本集團的政策和指引進行嚴格管理。該等範疇的管理在以下獨立章節中詳述。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領域，以便提升環境、社會及管治的管理。

持份者的意見

本集團通過臉書(Facebook)、微信(WeChat)、微博(Weibo)官方賬戶和本公司官方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其環境、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，電郵地址是：ir@asiaray.hk。

本集團實踐可持續發展的使命和願景

本環境、社會及管治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。

本報告也強調本集團誠信、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。本報告期間可持續發展的成果主要包括：

- 與指定回收公司合作，將大部份使用過的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；
- 為我們的廣告空間的廣告面板展開LED照明升級；
- 於香港及中國內地的地鐵沿綫為環境組織提供免費或實惠的廣告空間，以提高對社會及環境問題的意識；及
- 自2016年起獲香港環保卓越獎(「香港環保卓越獎」)授予香港綠色組織名銜。

未來幾年，本集團將實施更多策略，以提高環保表現，達致長遠可持續發展。例如，本集團將致力加快為我們的廣告空間的廣告面板替換LED照明。

管治架構

董事會的責任

健全的企業管治是本集團營運的基礎。本集團相信，建立及實施健全的環境、社會及管治原則及慣例，將有助於提高企業的投資價值，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有關的可持續性議題。董事會通過制定策略方向制定明確的願景及策略，指導環境、社會及管治措施或系統，以反映出本集團的核心價值。董事會將採取以下方法識別、管理及審查重大環境、社會及管治議題：

識別：董事會將與主要持份者接觸，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保持業務可持續性方面起著關鍵作用。

評估：除通過與本集團持份者的討論來評估本集團環境、社會及管治措施的表現外，董事會將聘請第三方來識別及評估我們在環境保護及氣候變化方面的表現。

審查：董事會將審查在環境、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。通過本集團的環境、社會及管治政策，一套有系統的風險管理慣例已經到位，以確保財務及營運功能、合規控制系統、材料控制、資產管理及風險管理均有效地運行。

管理工作組

本集團明白環境、社會及管治事宜或會威脅到一個組織的股東價值、聲譽、供應鏈以及其他可能影響可持續發展的議題；而商業可持續發展對於本集團與公眾建立長期信任方面至關重要。報告期內，由各部門代表組成的環境、社會及管治工作組繼續處理環境、社會及管治相關議題。環境、社會及管治工作組負責討論本集團的環境、社會及管治議題，並持續確保建立適當而有效的環境、社會及管治風險管理及內部控制系統，並協調不同部門就氣候披露實施必要的舉措，包括收集數據及落實措施。

A. 環境

A1. 排放物

本集團並無發現於報告期間內有任何有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地排污，以及產生有害及無害廢棄物的嚴重違規行為。

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》；
- 香港《汽車引擎空轉(定額罰款)條例》；
- 香港《產品環保責任條例》；
- 香港《噪音管制條例》；
- 《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地方及國家環保法例、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)，提升能源效率及能源保護，並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》。於香港外判的印刷生產中，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做的努力已獲地方當局認可。自2016年起，本集團亦連續六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」。

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，並主要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」)。

| 汽車燃料來源 | 2021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 | 725.14 | 68.23 | 0.85 |

| 汽車燃料來源 | 2022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 | 171.54 | 16.17 | 0.39 |

附註：除另有說明者外，本報告中用於計算環境參數的排放因子均參照《上市規則》附錄二十七及香港交易及結算所有限公司所載指定文件。

A1.2. 溫室氣體(「溫室氣體」)排放

於報告期間，本集團的業務營運導致的溫室氣體排放量為10,430.03噸二氧化碳當量(「噸二氧化碳當量」)，主要為二氧化碳、甲烷及一氧化二氮。參照報告期間本集團的總收益(以人民幣百萬元計)，本集團的溫室氣體排放總密度為6.31噸二氧化碳當量／人民幣百萬元收益。

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購或外取電力、熱力、冷氣及蒸汽所產生的「能源間接」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。

有關2022年溫室氣體來源的詳細明細以及與去年的比較，請見下文。

| 溫室氣體排放範圍 | 溫室氣體排放源 | 2022年溫室氣體 排放量 (以噸二氧化碳當量計) | 2021年溫室氣體 排放量 (以噸二氧化碳當量計) |
|------------------|---------|---------------------------------|---------------------------------|
| 範圍1直接排放 | | | |
| 汽車燃燒源的燃料燃燒 | 汽油 | 70.56 | 154.61 |
| 範圍2間接排放 | | | |
| 購買電力 | | 10,313.27 | 8,007.87 |
| 範圍3其他間接排放 | | | |
| 淡水及廢水處理所用電力 | | 1.22 | 1.57 |
| 廢紙棄置 | | 18.50 | 53.38 |
| 商務航空差旅 | | 26.48 | 241.60 |
| 總額 | | 10,430.03 | 8,432.02 |

附註：

- 除另有說明外，排放系數均參照《上市規則》附錄二十七及香港交易及結算所有限公司所載指定文件而編製。範圍3的排放量僅根據所參考文件中現有排放因素而計算。
- 根據《中華人民共和國生態環境部(2022)》：2022年用於計算中國全國電網購電的排放系數為0.5810噸二氧化碳當量/兆瓦時；2021年用於計算中國全國電網購電的排放系數為0.6101噸二氧化碳當量/兆瓦時。
- 本集團商務航空差旅的二氧化碳排放量乃根據國際民航組織(ICAO)的碳排放計算器呈報。

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370.21噸無害廢棄物，密度為0.22千克/人民幣百萬元收益。無害廢棄物的類別包括廣告牌橫額、地鐵海報、巴士車身和巴士站廣告及一般生活垃圾。全部由持牌收集商處置或回收利用。

| 無害廢棄物種類 | 數量(以千克計) |
|-----------|-------------------|
| 巴士車身廣告 | 289,530.00 |
| 地鐵海報 | 55,200.00 |
| 廣告牌橫額 | 18,000.00 |
| 辦公室廢物 | 7,482.50 |
| 總計 | 370,212.50 |

| | 2022年數量 (以千克計) | 2021年數量 (以千克計) |
|---------|-------------------|-------------------|
| 無害廢棄物總量 | 370,212.50 | 69,516.66 |

於報告期間，本集團業務單位合共購入辦公用紙102,295千克。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)最終都會棄置在垃圾堆填區¹。

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。

本集團在整個年度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。

通過上述措施，本集團的目標是在未來10年內，以2021年為基準年，將其總排放量減少5%。然而，考慮到本集團範圍及業務運營的未來變化，本集團決定將其排放目標，修改為基於排放密度。因此，本集團已制定長期目標，由2022年起的10年內(或2032年前)將其溫室氣體總排放密度減少5%。

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，以確保地鐵線的所有廣告廢物得以妥善處理。所有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。於報告期間，憑藉過去數年與合適收集商合作的努力，本集團就所有印刷廣告材料達致100%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。

¹ 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。

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控的LED廣告屏及數碼設備取代。LED廣告不單可節省紙張及材料(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。我們會提醒及鼓勵僱員使用循環紙張作內部用途及起草文件。業務營運所在的不同地理區域的辦公室將繼續檢討廢紙回收的可行性。此外，辦公室已安裝濾水器以減少使用膠水樽。

通過上述措施，本集團已制定目標，由2022年起的10年內(或2032年前)將其廢棄物產生密度減少5%。

A2. 資源使用

A2.1. 能源消耗

| 直接/ 間接能源來源 | 2022年消耗量 (以升計) | 2021年消耗量 (以升計) | 2022年消耗量 (以千瓦時計) | 2021年消耗量 (以千瓦時計) |
|---------------|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| 電力 | 不適用 | 不適用 | 17,750,891.01 | 13,125,500 |
| 汽油 | 26,535.78 | 58,125.16 | 235,163.80 | 515,350 |
| 總計 | | | 17,986,054.81 | 13,640,850 |

本集團在業務營運上所使用的電力及汽油，其總能源消耗量為17,986,054.81千瓦時，較上一報告期間增加31.85%。本集團的能源密度為10,879.37千瓦時／人民幣百萬元收益。

本集團若干其他辦公室及廣告站點的用電計入管理費用及租金費用，因此並無可用數據呈報。於報告期間，本集團的辦公室營運耗電量約為250,236.49千瓦時，而主要廣告業務(數碼廣告牌、顯示板及顯示屏幕)的耗電量約為17,500,654.52千瓦時。

A2.2. 耗水量

本集團主要於辦公室涉及水耗，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1,924.82立方米，耗水密度為1.16立方米／人民幣百萬元收益。茲假定所有用水均排放出讓當地政府進行污水處理。總體而言，本集團的辦公室及營運用水量相對較低及並不重大。

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。其不斷發掘環保印刷方案，以及加大對研究開發的投資。

廣告方案盡可能使用LED照明系統以節約電力及保護環境。本集團已逐步將廣告屏的現有熒光燈管替換為LED燈管。於報告期間，大量的香港地鐵沿綫廣告面板已升級為LED照明。使用LED燈管可顯著降低照明的能源消耗。中國內地的媒體站點亦廣泛採用LED照明，當中本集團70%以上的機場廣告已裝配LED照明系統。

本集團尤其為可拆卸LED解決方案感到自豪，此方案能提供更高效節能的廣告。其在白天顯示靜態圖像，而入夜後，節能LED照明才會開啟，有效地減少了廣告牌的總體電力消耗。本集團其中一種可拆卸LED解決方案WrapLED，已安裝於香港尖沙咀北京道一號。WrapLED利用可拆卸的LED裝置，旨在為廣告客戶提供更節能的廣告方案。於日間在天然光照下展示低能源消耗的靜態圖像，減少LED照明的使用，夜間靜止標誌則切換為動態廣告。與傳統的數碼廣告牌相比，該應用充分地採用天然光，因此可減省整體能源消耗。

於辦公室，本集團鼓勵使用節能電器，例如符合香港強制性能源效益標籤計劃（「強制性能源效益標籤計劃」）一級能源標籤標準的節能電器。

通過上述措施，本集團的目標是在未來10年內，以2021年為基準年，將能源消耗減少5%。然而，考慮到本集團範圍及業務運營的未來變化，本集團決定將其能源目標，修改為基於能源消耗密度。因此，本集團已制定長期目標，由2022年起的10年內（或2032年前）將其能源消耗總密度減少5%。

A2.4. 用水效益計劃

整個辦公室均鼓勵使用節水措施。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會消耗包裝材料（主要為紙及木材）。儘管如此，本集團營運消耗的包裝材料並不重大，並未呈報相應數據。

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。其目標是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

由於業務性質使然，尤其是以電力及間接材料消耗計，本集團意識到其對環境及天然資源所引致的影響。

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。

A.4 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而喜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。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。

本年度，本集團已採取第一步，按照氣候相關財務披露工作組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，披露氣候相關資訊。

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、社會及管治專責小組。

有關本集團環境、社會及管治的更多詳情，請參閱「管治架構」一節。

A4.2 策略

然而，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、趨勢及對本集團的潛在財務影響如下所示。

| | 氣候風險 | 時間範圍 | 趨勢 | 潛在財務影響 |
|------|-------|------|----|---|
| 物理風險 | 急性 | 短期 | 增加 | 在氣旋、颶風、風暴潮及洪水期間，極端天氣事件的嚴重性增加，可能會破壞當地基礎設施，對辦公室及戶外廣告造成潛在損害，並擾亂人力資源，從而導致供應鏈中斷。 |
| | 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。 |
| 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。 |
| | 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。 |
| | 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。 |
| | 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。 |

在氣候變化帶來的機遇方面，本集團預計新興綠色產業在氣候變化的壓力下可能會有巨大增長，該產業可能成為本集團製作廣告的潛在新客戶。

A4.3 風險管理

環境、社會及管治風險評估乃於評估各項已識別風險(分為三個級別：高、中及低)可能發生的概率及其影響的基礎上進行。風險其後會經過排序，並按可能發生的概率及其影響評級分為整體風險級別：高、中及低。

| 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。 |

本集團已根據TCFD關於氣候相關財務資料披露的建議所提出的氣候相關風險確定其風險狀況。根據風險評估，所有與氣候有關的風險均被評估為處於中高風險水準。

| | 氣候風險 | 整體風險級別 | 管理方針 |
|----|-------|--------|---|
| 物理 | 急性 | 中 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | | |
| 過渡 | 政策及法律 | 高 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 廣告牌及海報進一步採納使用環保科技及物料 |
| | 市場 | 高 | <ul style="list-style-type: none"> 實現供應鏈及客戶群的多樣化 |
| | 聲譽 | 高 | <ul style="list-style-type: none"> 持續監察最新的氣候相關法規及趨勢 |

A4.4 指標及目標

為衡量本集團的氣候相關風險的級別及影響，本集團會監察指標表現，以確保有效及可量化的評估。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/百萬港元收益計算)。溫室氣體排放數據及有關所訂目標的資料可參閱本報告「A1.排放物」一節。

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及香港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《僱員補償條例》；
- 香港《勞資關係條例》；
- 香港《僱用兒童規例》；
- 香港《性別歧視條例》；
- 香港《強制性公積金計劃條例》；
- 香港《殘疾歧視條例》；
- 香港《職業安全及健康條例》；
- 香港《家庭崗位歧視條例》；
- 香港《種族歧視條例》；
- 《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、法定節假日及休息時間、合同終止、解僱及退休指引方面的詳情。於報告期間，本集團並無發現有關僱傭的任何嚴重違規案例。

僱用數字

截至2022年12月31日，本集團共有932名員工。

以下為2022年員工明細詳情，以及與去年所作的比較。

| 於12月31日的員工總數 | 2022年 | | 2021年 | |
|--------------|------------|----------------|--------------|----------------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 按性別 | | | | |
| 男性 | 469 | 50.32% | 545 | 48.49% |
| 女性 | 463 | 49.68% | 579 | 51.51% |
| 按聘用類別 | | | | |
| 全職 | 919 | 98.61% | 1,113 | 99.02% |
| 兼職 | 13 | 1.39% | 11 | 0.98% |
| 按僱員類型 | | | | |
| 管理層 | 295 | 31.65% | 382 | 33.99% |
| 前線及其他僱員 | 637 | 68.35% | 742 | 66.01% |
| 按年齡組別 | | | | |
| 18至25歲 | 58 | 6.22% | 102 | 9.07% |
| 26至35歲 | 415 | 44.53% | 533 | 47.42% |
| 36至45歲 | 320 | 34.33% | 371 | 33.01% |
| 46至55歲 | 124 | 13.30% | 105 | 9.34% |
| 56歲或以上 | 15 | 1.61% | 13 | 1.16% |
| 按地區位置 | | | | |
| 中國內地 | 768 | 82.40% | 976 | 86.83% |
| 香港 | 164 | 17.60% | 148 | 13.17% |
| 總計 | 932 | 100.00% | 1,124 | 100.00% |

流失數字

於報告期間，合共329名僱員離開本集團，流失率為35.30%。

以下為按僱員組別劃分的2022年流失率明細詳情，以及與去年所作的比較。

| 於12月31日的流失率 | 2022年 | | 2021年 | |
|--------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 按性別 | | | | |
| 男性 | 150 | 31.98% | 103 | 18.90% |
| 女性 | 179 | 38.66% | 144 | 24.87% |
| 按聘用類別 | | | | |
| 全職 | 324 | 35.26% | 239 | 21.47% |
| 兼職 | 5 | 38.46% | 8 | 72.73% |
| 按僱員類型 | | | | |
| 管理層 | 76 | 25.76% | 49 | 12.83% |
| 前線及其他僱員 | 253 | 39.72% | 198 | 26.68% |
| 按年齡組別 | | | | |
| 18至25歲 | 38 | 65.52% | 38 | 37.25% |
| 26至35歲 | 171 | 41.20% | 126 | 23.64% |
| 36至45歲 | 86 | 26.88% | 59 | 15.90% |
| 46至55歲 | 28 | 22.58% | 19 | 18.10% |
| 56歲或以上 | 6 | 40.00% | 5 | 38.46% |
| 按地區位置 | | | | |
| 中國內地 | 239 | 31.12% | 182 | 18.65% |
| 香港 | 90 | 54.88% | 65 | 43.92% |
| 總計 | 329 | 35.53% | 247 | 21.98% |

平等機會

誠如本集團的僱傭政策所訂明，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。

僱員關係

本集團偶爾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。由於COVID-19的限制開始鬆綁，本集團為其僱員復辦多個聚會活動，包括生日慶祝、僱員攝影展、收看2022年世界盃派對、內部籃球聯賽、體育會、外展培養團體活動、元宵節、龍舟節及中秋節慶祝活動。展望未來，本集團繼續將與僱員有穩定、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。本集團並無發現任何嚴重違反健康及安全法律及法規的案例。

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》、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。

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徵。於施工階段，會聘任專業施工隊伍安裝廣告牌。獲指派負責的項目主管會監督施工流程，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。如果在檢查期間發現任何相關異常情況，則會進行維修工作。

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

室外廣告牌有時會暴露在極端天氣情況下。本集團已就每個廣告位執行必要的安全措施。在發出嚴重天氣警告時會採取以下安全措施：

- 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
- 對位於結構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會進行安全風險評估，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。

應對COVID-19

COVID-19疫情爆發期間，本集團高度關注僱員在健康及安全上可能受到的影響。本集團密切留意疫情發展，及時通報相關部門，以便評估疫情對香港的影響。本集團遵從國家及地方政府的防疫指引，實施了一連串預防措施，包括取消大型聚會，以遏止COVID-19疾病在社區蔓延。

除於營運時加強衛生清潔外，本集團亦實施多項預防措施，例如在進入工作地點前進行體溫篩查，同時確保營運時有足夠的口罩及搓手液等消毒用品。

僱員於商務差旅受限期間，透過電話及視像會議工具與客戶會晤。此外，本集團亦容許以更靈活的方式來應對疫情期間的各種狀況，包括彈性工作時間、輪班工作及隔離期間在家工作等，以保障員工的健康不會因工作而受到影響。

職業健康及安全數據

| | 2022年 | 2021年 | 2020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 | 0 |
| 工傷個案≤3日 | 0 | 0 | 0 |
| 因工傷而損失日數 | 0 | 0 | 0 |

B3. 發展及培訓

本集團深信員工是重要資產。本集團致力於吸引、培養和留住人才。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，學習和培訓是所有員工的基本權利和責任。依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。

COVID-19疫情爆發改變了我們的培訓常規。線下培訓大大減少，但線上培訓卻得到積極推廣。於報告期間，我們為超過777位(或佔所有員工的83.37%)人員進行合共11,486.6小時的線下培訓，每位僱員獲得的平均培訓時數(包括並無接受訓練的僱員)為12.32小時。培訓內容豐富，包括入職培訓、空間設計、營運、職業健康及安全、市場走勢、銷售及營銷、人力資源、管理及個人發展等方面。

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選型培訓、內部或外部課程，僱員可透過電話及電腦輕易參加課程。平台亦為僱員提供一個讓彼此分享專長、行業新聞及知識之所，並讓彼等可對此新開通的系統給予反饋，以便改進平台及使其於未來數年可加以善用。

員工培訓數據

| | 百分比 | 平均培訓時數 |
|--------------|--------|---------|
| 按性別 | | |
| 男性 | 80.39% | 11.33小時 |
| 女性 | 86.15% | 13.42小時 |
| 按員工類型 | | |
| 管理層 | 80.28% | 11.32小時 |
| 前線及其他職員 | 84.62% | 12.85小時 |

B4. 勞工準則

於報告期間，有關防止僱用童工及強迫勞動方面的政策概無重大變化，本集團亦概無發現此方面的任何嚴重違規案例。本集團的人力資源部負責確保本集團遵守香港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。如發現任何違規案例，本集團會即時終止聘用，並會深入調查，以防同類事情再度發生。

2. 營運慣例

B5. 供應鏈管理

於報告期間，本集團就其印刷工作、廣告安裝及拆卸工作委聘多家供應商。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，確保供應商及承判商提供的服務及產品符合各種預先制定的質量規格。所有供應商及承判商均須遵守《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。所有供應商及承判商均須執行相關程序，並嚴格遵守國家和地方方法規。未能遵守《行為守則》所載條文可能導致日後我們終止與其他的業務合作關係。

本集團的製作部門每季對供應商和承判商的產品及服務質量進行評估，並記錄其表現，以協助日後挑選供應商的程序。本集團將繼續擴充管理供應商及承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人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的產品，並於這類產品上加蓋可靠的生態標籤。

B6. 產品責任

本集團致力提供增值戶外廣告解決方案。於報告期間，本集團於第22屆IAI國際廣告獎中獲得11個獎項，包括2金、1銀、2銅及6個優異，並於2022「找廣杯」中國裸眼3D之王創新賽獲得金獎，以表彰本集團在戶外廣告市場的專業水平及卓越表現。於報告期間，本集團並無發現任何在所提供產品及服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜方面嚴重違反相關法律及法規的案例。

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、廣告牌及建築物提供優質的廣告產品。媒體部門密切監督每次廣告安裝的質量。在完成內部評估後，向每個客戶提供驗收報告，而客戶必須於報告上簽字作實。對於任何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ISO9001:2015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。業務登記、許可證、認證、報告及證據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，本集團會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。

本集團嚴格遵守第486章《個人資料(私隱)條例》。任何新入職的員工都需要簽署一份收集個人資料的協議，同意本集團將其個人資料用於任何合法的人事管理目的，以及促進履行指定的職責。某些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都要經過適當的批准，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《防止賄賂條例》及《中華人民共和國反洗錢法》。於報告期間，本集團的反貪污政策並無重大變動，政策詳細說明賄賂、利益衝突、勒索、欺詐及洗黑錢方面的指引，並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。

根據其於上一份環境、社會及管治報告所載的承諾，本集團於報告期間已進行反貪污培訓。本集團合共向77名員工提供77小時的反貪污培訓，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。

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來作回應。COVID-19的限制開始鬆綁，本集團於報告期間尚未復辦大型社區參與活動。然而，本集團於報告期間舉行部分如植樹的活動。

COVID-19疫情於2020年爆發至今，本集團一直密切留意疫情，繼續致力回饋社會。本集團已設立專責小組，制定相關措施於全社區推行。小組調動各方資源於全球搜購防護物資。本集團將防護物資轉送業務夥伴及捐贈河北省，在困難時刻以行動支援社區，向每名前線人員致以由衷謝意。除捐贈物資外，本集團認為亦有需要推廣個人衛生以及COVID-19預防措施的重要性。我們利用旗下廣大網絡，以各大城市機場、地鐵沿線的媒體資源和廣告牌展示疫情相關宣傳，與公眾分享詳盡有用的正面訊息。本集團的貢獻得到社區廣泛認可，並吸引多間企業與本集團合作，徵求以戶外廣告版位傳達公益信息，為社會送上支援。於報告期間，本集團獲中國廣告協會頒發「抗疫貢獻單位」，並就其努力於2022年4月獲授「四川省傑出貢獻抗疫廣告公司」的名譽。

經保良局提名，本集團獲香港社會服務聯會（「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。



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