



恒生管理學院
HANG SENG
MANAGEMENT COLLEGE

二零一三年度

君子企業調查

JUNZI
CORPORATION
SURVEY 2013



恒生管理學院
君子企業調查

君子企業調查 — 商道典範

現今企業要面對眾多的持份者；除顧客外，還有生意上的合作夥伴、員工、政府、甚至是社會上不同的壓力和利益團體等，他們都寄望企業在爭取最大利潤的同時，也要顧及本身的商業活動對持份者造成的影響。當中，尤以那些會損害持份者利益的營商手法最容易引起爭議。

有見及此，素以弘揚儒商精神的恒生管理學院，遂引入中國儒家的「君子」概念，冀能為在港經營的企業，定下適用於華人社會的商業道德標準。這套嶄新的商業道德標準，除融合了君子的「仁、義、禮、智、信」這五項美德或特徵外，也兼具西方的商業論理和市場學說，務求能準確地全面檢視企業的營商手法是否恰當和符合中國儒家思想中的道德要求。

我們深信企業若能按君子之道來營商謀利，定必能在提升企業聲譽的同時，也能帶動業務增長，令生意蒸蒸日上。誠如在這研究領域的先驅，香港中文大學謝清標教授所言：「君子導向是企業壯大與持續發展的不二法門。」

出於對本土化研究的支持，也為完善企業的營商手法，恒生管理學院每年都會獨立地進行君子企業調查。透過問卷的形式，收集香港市民對企業營商手法的意見，並按君子五德的標準，作深入分析，找出具君子風範的企業，加以表揚和讚賞。我們期望藉著君子企業調查，確立遵行仁義禮智信為營商的根本，鼓勵企業不再視、也不應只以謀取利潤為企業的唯一或最高的目標。企業在經商謀利時，應循「君子有所為、君子有所不為」的中國古聖賢之訓，匡扶商道，以為典範。



目錄

序	p.1
目錄	p.2
獻詞	p.3-p.8
i. 趙麗娟女士	
ii. 方梓勳教授	
iii. 劉可復教授	
iv. 蘇偉文教授	
v. 鄧子龍博士	
vi. 巫浚銘同學	
君子與五德	p.9-p.10
君子企業調查報告	p.11-p.22
得獎結果	p.23
得獎公司簡介	p.24-p.45
參與單位	p.46-p.49
i. 顧問委員會	
ii. 執行委員會	
iii. 附屬委員會	
iv. 調查員名單	
學會介紹	p.50-p.51
i. 市場營銷學會	
ii. 新聞及傳播學系系會	
iii. 商務翻譯學系系會	
活動花絮	p.52-p.54
君子企業調查標誌創作	p.55
鳴謝	p.56

趙麗娟女士



「曰仁義，禮智信，此五常，不容紊。」這是中國傳統啟蒙書籍《三字經》的經文，說明儒家所重視的仁、義、禮、智、信的君子德行，是維繫社會群體的五種常規，不容紊亂。

仁是對人關懷的仁愛之心；義是處事得宜和合理；禮是人依據身分角色而遵守的行為規範，體現對人的尊重；智是明辨是非的能力；信是處世端正、誠實不欺。

今年是恒生管理學院主辦的第三屆「君子企業調查」，以「君子五德」作為道德標準評分，表揚本港秉持高水準道德價值的企業。

商業社會給我們的印象是，追求利益的最大化，以競爭為尚。另一方面，長久以來，儒家的君子境界卻被視為個人層面的德行修養，是士大夫階層的追求，似乎是無關乎社會大眾，亦與現代商業風馬牛不相及，但事實是否如此？如果我們願意用心研習的話，便會了解到孔子的大同理想，是鼓勵我們人人培養良好的道德修行，繼而推展至家庭、社會國家，以至世界天下，用儒家的說法，則是達成「內聖外王」的目標。

經歷金融海嘯的我們，應當警惕到如果人人唯利是圖、企業罔顧自身的社會責任的話，結果只會是人心不安，社會不穩，因此良好的道德價值是古今中外所有可持續發展的社會必須具備的條件。

置身於廿一世紀，我們可從傳統智慧中汲取養分，由自身開始，做好自己，從自己躬行君子五德，再推而廣之，企業作為社會上的一個群體，亦可實踐君子之道，履行企業公民的社會責任。

最後，謹此恭賀所有的得獎企業，希望這個獎項能有助推動更多企業以君子之道為經營理念及準則，共同為香港創建一個健康發展的社會環境。在此亦感謝恒生管理學院組織這次調查項目，以及熱心參與活動的老師和同學，多謝你們的努力和支持！

香港會計師公會 2013 年度會長
利豐發展（中國）有限公司董事

趙麗娟女士

獻詞

方梓勳教授

「君子」的迷思

君子企業調查今年已經是第三屆。年來師生的努力，社會各界的支持，加上主辦單位堅持學術性的客觀方法，使調查結果的認受性日益增加，備受市民和媒體的關注，這些都是有目共睹的。

香港的企業要建立起來，實在不容易，還要承受和消弭來自各方的壓力，例如工資、租金和本地和外地的競爭等等。假如更要提升自我，達至所謂「君子」的經營和待客水平，尤為困難。這令我想起 30 多年前的恒生商學院，當時一班恒生銀行的董事辦學勸學，學費分文不取，實在是商道的典範。而今天的恒生管理學院，秉承恒商的辦學之道，年來的 ISO Corporate Social Responsibility（企業社會責任）的審核，都拿到滿分的五分，大概也可以算是君子之列。學院也著實面臨各種的考驗和挑戰，但得到社會人士的鼓勵，一定會努力不懈，力求更進一步。

去年我在同樣的小冊子提到清代大儒李汝珍的小說《鏡花緣》（1818）描述的君子國，裡面的賣者高貨低賣，買者添價，二人擾攘良久，最後買者賭氣，只拿了八折貨物離去（第十一回）。這情境自然是與現實生活中「漫天要價，就地還錢」的模式南轅北轍，但只是道德的尺度倒置，說是君子，實則小人，作者言下之意，暗指君子國的不可能，自然也不是傳說中的「好讓不爭」的國度。

可見所謂君子企業，就是在小說裡虛構的烏托邦，也不容易出現。然而，困難總是需要和可以克服的。恒管舉辦一年一度的君子企業調查，就是抱著開風氣之先的宗旨，同時我們也希望藉此證明在香港這個商業社會，在商言商之餘，還是可以存在講求商道的空間。

謹代表恒生管理學院恭賀各位入選的君子企業。



恒生管理學院
署理校長、常務副校長
翻譯學院院長及教授
方梓勳教授

劉可復教授



今年是舉行「君子企業調查」的第三年。累積了過去兩年的寶貴經驗，今年執行委員會的成員和工作人員依據實際的需要，加以適當的擴充。除了市場及管理學系的同學和教授外，同時獲得新聞及傳播學系和商務翻譯學系的參與。這樣一來，同學們除了在課堂上學習到消費者調查和舉辦大型項目的知識外，還可以透過這項大規模的消費者調查，汲取寶貴的工作經驗。在兩個學系教授的共同指導下，參與的同學可以在實踐中，加深對市場學和新聞及傳播學知識的瞭解。

我們希望借助這項大型消費者調查研究工作，將企業的社會責任，積極地傳播到香港的每一角落。更希望榮獲「君子企業調查」獎項的企業，能將他們的寶貴經驗與社會分享。他們高尚的經營品德和具備君子人格的企業家風範，能作為同行的楷模，使優良的企業經營風氣能得以不斷地發揚光大。

作為學術界的教育工作者，我們更希望恒生管理學院的學子們，除了在學校追求學問外，更能從調查研究工作中，加深瞭解君子企業所應負起的社會責任；並且將君子的理念和行為，正確地棒傳給他們的學弟學妹，使君子企業的經營理念，能持續薪火相傳。

最後，我們祝願各位優秀的企業家和他們的團隊，能無私地肩負起在商道上應有的社會責任，為香港建造一個和諧美好的社會環境而努力。

恒生管理學院
協理副校長（課程）
市場及管理學系教授
劉可復教授

獻詞

蘇偉文教授



很高興可以為這趟「君子企業調查」撰寫序言，這個調查是第三屆舉行，而且亦辦得越來越成功，這實在是相當令人鼓舞的。

中國傳統儒家思想講求人的修德，所以在營商方面亦講求取之有道和用之社會。這個概念其實是很領先的，因為這種固有的儒商思想，在今天和我們所說的企業社會責任其實很接近。只是在營商過程裡，不少人為了眼前小利而忘記了社會，以至更有人認為「逢商必奸」，這是很令人感慨的。其實儒商行為在我們先輩中並非罕見；恒生管理學院的創辦前人，如何善衡、梁銶琚、林炳炎、利國偉等君子，即為儒商典範；他們除了在自己的事業上有傑出的成就之外，更不忘將自己的所得回饋社會，這種君子之風，令人神往。

恒生管理學院秉承先賢的教誨，在提供優質商業教育給年輕人時，也不忘提點年輕人商業倫理、商業道德的重要性；「君子企業調查」就是藉著表揚香港企業的君子營商行為，去推動企業的社會責任感。

這個研查是由恒生管理學院市場及管理學系助理教授鄧子龍博士帶領。經過多個月來的數據收集及分析，到了今天，終於得出了這個調查結果。鄧博士努力研究，認真教學，更不辭勞苦地推廣君子企業精神，其本身就值得我們尊敬。

在這裡，我謹向鄧博士和一眾調查團隊致以崇高的敬意，並感謝他們所付出的努力。我也在此恭賀所有得獎的企業；群眾的眼光是雪亮的，只要企業刻守本分，為社會盡一分力，大眾是會認同的。

恒生管理學院
商學院院長
蘇偉文教授

鄧子龍博士



很高興「君子企業調查」能延續至第三屆。這項調查不但表揚了一些在市民心中具有君子風範的優良企業，更建立了一個嚴謹、公平、及以中華文化為基礎的企業社會責任標準。

累積了三年的經驗，我們今年各方面也做得更好。我們收集了不同意見，改進了問卷的設計和內容，使之更能反映受訪者對各企業或行業的評價。此外，有賴同學們的熱誠及市民的支持，調查進行地點和收回來的問卷數量也增加了，令整項調查的結果更具代表性，亦更有意義。

能再次參與今年整個「君子企業調查」的籌備及執行、並見證著同學們團結一致地完成這件艱辛但極具意義的事，是本人的榮幸。本人在此感謝今年所有參與及支持「君子企業調查」的人士，並寄望此項調查能鼓勵更多企業承擔社會責任，傳揚君子企業這個理想。

恒生管理學院
工商管理課程副總監
市場及管理學系助理教授
鄧子龍博士

巫浚銘同學

恒生管理學院市場營銷學會已經第三年參與舉辦「君子企業調查」。本人十分榮幸可以見證「君子企業調查 2013」順利完成；在籌委會及一眾調查員的努力下，本屆調查更嚴謹及更大規模，知名度及認受性亦有所提升。

「君子企業調查」為學生提供不少學習機會，從問卷調查到數據分析，每一個階段學生都能參與其中並與教授交流，深入了解市場調查和儒商五德的概念，實在難得。

最後，本人謹代表恒生管理學院第三屆市場營銷學會，衷心祝賀本年度得獎企業，亦再一次感謝社會各界對學術研究及學生活動的支持。期望未來的「君子企業調查」能鼓勵更多企業履行社會責任，並表揚它們對社會的貢獻。



恒生管理學院
第三屆市場營銷學會主席
巫浚銘同學

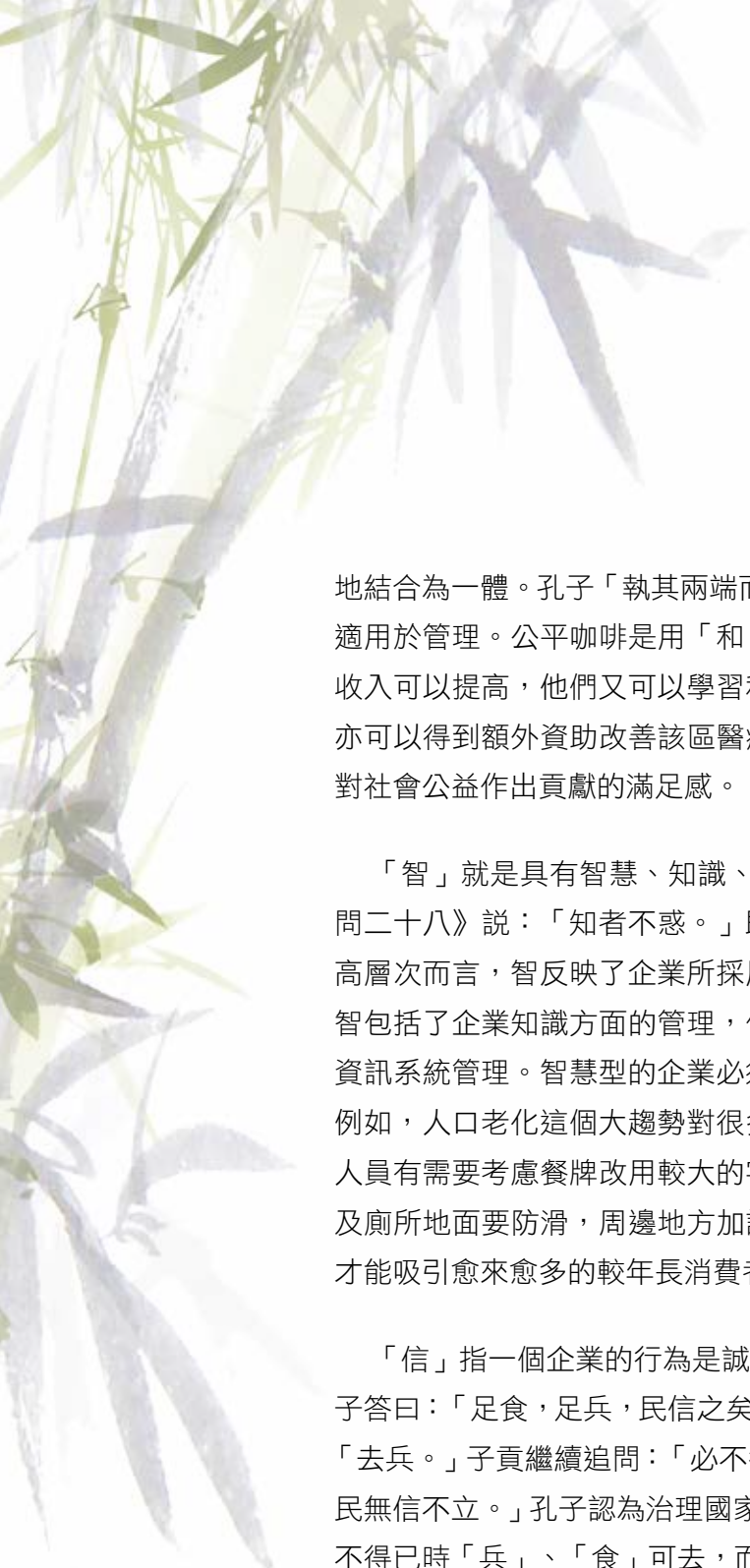
君子與五德

在《君子企業》一書中，作者謝清標教授指出君子是儒家的理想人格標準，一個人能做到儒家的道德要求，我們稱他為「君子」；在商場上，一家企業若能依照儒家的道德準則營商，則稱為「君子企業」。中華倫理當中，「仁、義、禮、智、信」，合稱「五常」，是儒家價值體系的核心，以合乎五常原則經營的企業就是「君子企業」。

「仁」是指一間具仁愛和有善心的企業。梁漱溟先生認為孔子最重要的觀念是仁。《論語·顏淵三十》中記載樊遲問仁，子曰：「愛人。」孔子的學生樊遲問什麼叫仁，孔子祇告訴他兩個字：「愛人」，愛別人就叫仁。在管理上，我們可以說一間具有仁愛之心，愛護顧客及各企業持份者的企業就是以仁為本的君子企業。2009年新鴻基地產旗下一個建築地盤發生工業意外，造成六個工人不幸去世，新鴻基立即發放100萬元的恩恤金，15萬元殮葬費和5萬元帛金，合共120萬，並承諾負責受害人子女教育費用直至大學畢業，遠高於法例的要求。雖然近日新地高層涉及貪污訴訟，但新地的仁愛行為是值得肯定的。

《禮記·中庸》說：「義者宜也。」義就是適宜的意思。孟子有名的「四端說」中羞惡之心，即是憎惡不合理和不正義行為的心就是義的根。因此，一間以義為本的企業就是一間經營手法合理和合乎道義的企業。左傳說：「不義，神、人弗助。」《左傳·成公一年》不論是個人或企業，行為不義的話，天和人都不會出手相助的。三鹿奶粉就是一個很好的反面教材。三鹿奶粉雖然是獲得國家免檢認可的國內知名品牌，但因為瞞騙消費者，把三聚氰胺等有毒化學元素滲入奶粉，至今事件導致29萬餘名嬰幼兒出現腎結石，其中6人死亡。為了一時的利益而放棄辛苦建立的品牌形象，最終為消費者所摒棄，落得慘淡收場，實屬不智。

「禮」指君子企業會致力於令各持份者都達到各自的目標，以多贏及互助互利為營商宗旨。荀子「禮論」中稱「禮」為「群居和一之道。」即是禮最大的作用是令人可和諧地一起生活。孔子說：「禮之用，和為貴。」《論語·學而十二》說出禮的運用，以和為貴。最近《中華遺產》雜誌邀請50多名中國歷史及語言研究等專家學者，再結合網民意見，評選出「100個最具中華文化意義的漢字」，其中「和」字被選為「最中國」的漢字。「和」的思想承認客觀存在矛盾和對立，如陰陽、剛柔、義利等；但不同的事物通過「和」可以和諧地、有機



地結合為一體。孔子「執其兩端而用中」、「和為貴」等思想，有助於克服偏激性思維，適用於管理。公平咖啡是用「和」達到多贏的好例子。在公平咖啡計劃下，不但啡農的收入可以提高，他們又可以學習和採用更環保及可持續性的耕種技巧，農夫所在的地區亦可以得到額外資助改善該區醫療及社會多方面的設施，消費者飲公平咖啡心理上又有對社會公益作出貢獻的滿足感。

「智」就是具有智慧、知識、分析、判斷、創造、思考、洞察的能力。《論語·憲問二十八》說：「知者不惑。」即是有智慧的人能深入了解事物，凡事不會疑惑不決。高層次而言，智反映了企業所採用的仁義為本經營方針和哲學。在企業的日常運作上，智包括了企業知識方面的管理，包括市場調查，以及用作研究及分析市場大趨勢的市場資訊系統管理。智慧型的企業必須分析和了解市場大環境的基本轉變才可以順勢而行。例如，人口老化這個大趨勢對很多商業機構都有重大影響。以飲食業為例，餐飲業管理人員有需要考慮餐牌改用較大的字體，每張餐桌上放一把放大鏡，光線要較光猛，地板及廁所地面要防滑，周邊地方加設扶手，食物烹煮時間要較長，令食物變軟方便咀嚼，才能吸引愈來愈多的較年長消費者光顧。

「信」指一個企業的行為是誠實、可靠的。《論語·顏淵篇》子貢詢問為政之道。孔子答曰：「足食，足兵，民信之矣。」子貢追問：「必不得已而去，於斯三者何先？」曰：「去兵。」子貢繼續追問：「必不得已而去，於斯二者何先？」曰：「去食。自古皆有死，民無信不立。」孔子認為治理國家最重要的是糧食足夠，兵力足以保衛國土及言而有信。不得已時「兵」、「食」可去，而不可失「信」於天下。《論語·學而篇第七》說：「與朋友交，言而有信。」企業與顧客要像朋友一樣，必須言而有信，以誠信為本，才能取得消費者的信任，才可以成功。缺乏誠信的企業最終必會受消費者的唾棄。君不見每天一卡卡載滿內地消費者的火車湧到香港買奶粉、皂液、廁紙等日用品嗎？是大陸買不到嗎？非也！原因就是大陸的眾多企業缺乏誠信而已。

謝清標教授

參考：《君子企業》（書籍下載點：<http://www.alantse.net/cw/>）

作為每年一度備受業界注視及具廣泛代表性的學術調查，我們按一貫嚴謹的研究程序，以最客觀和科學的態度進行歷年的君子企業調查，希望既能弘揚「君子五德」作為營商的根本這個新穎的學術觀點，亦能找出具君子風範的企業，以作表彰。我們會透過以下三個部份，簡略地向大家說明研究及分析方法、報告和討論調查結果，及對各行業的啟示。

研究方法

今年的君子企業調查，除沿用過去的問卷形式作數據收集外，我們同時亦舉辦多場焦點小組討論會，務求能更深入地從香港市民的角度，探索君子企業的內涵和表徵，使調查結果更富參考和實用價值。因此，我們以定性和定量的兩種調查方法，收集所需的事例和數據，再加上數據分析，共用了約半年多的時間完成整個調查的各項研究工作。

定性調查

我們採用焦點小組的討論形式，並從三個界別，共招募了 63 人，包括公眾人士、恒管學生和非教職員，進行定性調查。按他們的界別，分作十組，平均每組六人，進行約一個半小時無前設性的自由討論。討論主要涉及的內容是「君子」一詞在日常生活中的意義、商人能否是「君子」和怎樣的企業才稱得上是「君子」。

透過主持人引導小組討論，使各參與者都能聚焦在討論的項目上。我們可從他們日常的體驗和消費當中，發掘具君子風範的企業事例。經過分析不同的事例，我們成功地替往後的問卷調查部份，補上了一些新的題目，大大豐富了整個君子量表的可測性，尤其是評估企業在市場上的表現與君子風範之間的因果關係。藉著焦點小組的討論，亦間接提升了我們詮釋數據的能力。

定量調查

一如過去兩屆君子企業調查，我們透過問卷的形式，進行定量調查。問卷的設計，乃參照香港中文大學謝清標教授和香港公開大學田文盈博士，在這研究領域上的成果，經恒生管理學院市場及管理學系鄧子龍博士和鄭家麒博士的研究團隊，多次反覆修訂而成。同時，研究團隊也按焦點小組的討論結果，補上了一些圍繞「君子五德」的新題目，讓受訪者能更準確地評價企業的營商手法。

約由七十多名的恒管學生組成今年的調查隊伍，肩負全部的外勤調查工作，當中牽涉合共三輪的數據收集。所有的調查員都必需參與工作坊，接受基本的培訓，才獲派出外工作。調查以街頭訪問的形式進行，每組有約三至五名的學生，在組長的帶領下，前往隨機抽出的港鐵站外或指定的購物商場內，按研究團隊的要求，完成預設的目標和訪問數量。為確保數據的質素，研究團隊會不按時作出巡查，抽檢訪問工作。除此之外，我們亦設有數名稽查員，由學生出任，監察調查員的外勤工作。在為期約兩個月的外勤工作中，調查隊伍成功取得合共 2,313 名香港市民的回應，提供足夠的樣本，給研究團隊作綜合性的數據分析。

首輪調查

我們採用從淺到深的調查策略，按「君子五德」的標準和企業的君子分數，逐階段篩選出符合條件的企業。因此，作為第一階段，首輪調查是先在七個調查的行業中，找出在市民心目中三十間，最有印象和最具代表性的企業。然後，我們從該名單中，找出十間最受香港市民認同的君子企業。我們按行業比較各企業的君子分數，並取每一行業最高的十間進行次輪的調查。首輪調查總共完成的有效問卷為 1,177 份。

次輪調查

受訪者在第二階段需要回答比第一階段較多及較深的問題，合計二十一條，讓我們能掌握更多的數據，去進一步分析每一行業入選的企業是否具備君子風範。在七十間入圍的企業中，每一行業三間獲最高君子分數的企業，便能進入最後的第三階段調查。除此之外，企業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中任何一項，表現突出的，都會獲保留在第三階段的調查中。次輪的調查總共完成的有效問卷為 698 份。

三輪調查

最後的一個階段是全面性的企業評估調查，共計八十六條問題。除了基本的「君子五德」題目外，亦補上了一些新的題目，涉及消費者對企業的期望值、滿意度和忠誠度等有關的市場學概念。透過深入的分析，按企業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中的表現和君子得分，在七個行業，共計三十三間企業中，找出具君子風範的企業，予以公開表揚。這一輪的調查總共完成的有效問卷為 438 份。

分析方法

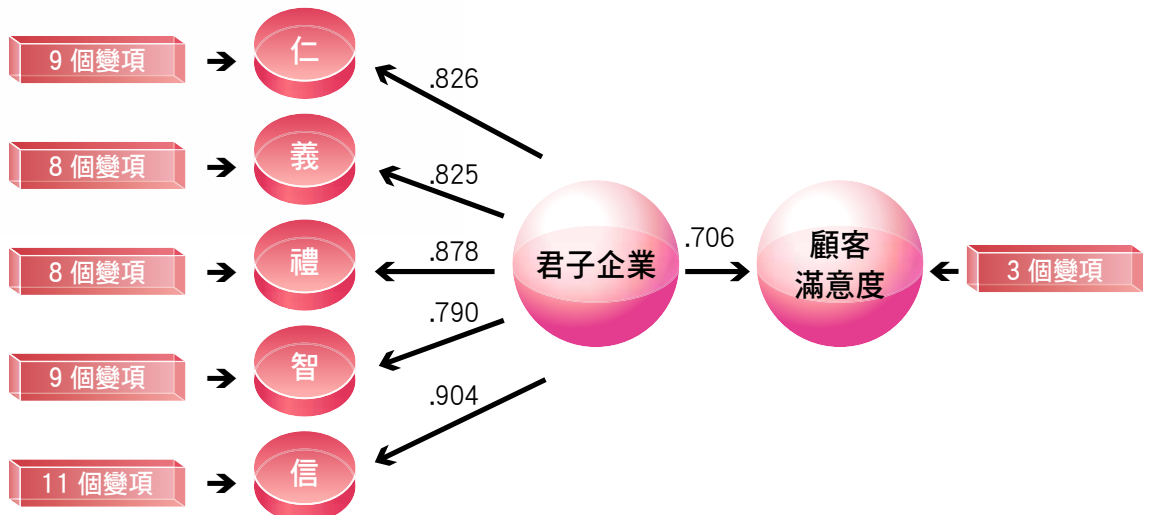
我們運用兩套流行於社會自然科學的統計軟件，協助處理及分析數據。當中，主要是進行了兩項分析。第一項的分析，是先建立一個擁有多維度的「君子企業」模式，並設定是由「仁、義、禮、智、信」這五項德行構成，再注入數據，推算「仁、義、禮、智、信」用作代表「君子企業」這個抽象概念的合適度。簡單來說，就是要確定我們為今次調查所設計的問題，可以既客觀又全面地評估企業的營商手法，是否遵循消費者心目中的「君子」標準。第二項的分析，是計算每一間接受調查的企業和行業的君子得分和在「仁、義、禮、智、信」各項表現的平均分數。在計算時，我們把相關的分數一律換作一百為滿分，方便互相比較。

結構方程式分析結果

按圖一的結構方程模式所示，我們有充份的證據支持「君子企業」作為一個抽象的高階概念是由「仁、義、禮、智、信」這五項德行所構成的。參照常用的絕對適配統計量中的「規範卡方」(Normed chi-square, χ^2/df) 和「漸進殘差均方和平方根」(Root mean square error of approximation, RMSEA) 的值均優於標準水平，分別是 1.869 ($1.0 < X < 3.0$) 和 0.045 ($< .05$)，皆代表從調查中收集的數據與我們構思的「君子企業」模式很吻合，展示出良好的契合度。除此之外，「非規準適配指數」(Non-normed fit index, NNFI) 和「比較適配指數」(Comparative fit index, CFI) 這兩項經常被引述的增值適配統計量，都是非常接近甚至超越 0.095 這個臨界點，顯示我們建議的模式，是一套很合適的工具用作測量「君子企業」。簡單而言，企業的營商手法是否遵循消費者心目中的「君子」標準，可從我們設計的四十五款與「仁、義、禮、智、信」有關的變項中，找到答案。

值得一提的是，我們的調查再次有力地證明「君子五德」是營商的根本。從判斷結構方程模式中路徑分析的結果，企業的營商手法愈是能符合消費者心目中的「君子」標準，顧客對企業的滿意度便愈高。按圖一所示，有超過七成多滿意度的變異量是直接歸因於企業能成功展示君子風範 ($\beta = 0.706, t = 12.707, p < .001$)。我們相信所有獲表揚的君子企業，顧客都會對它們有較高的滿意度。這是一項好的證明，點出君子企業與市場目標不但沒有任何抵觸，前者更是推動後者的一股力量。

圖一 君子企業結構方程模式



描述性統計分析

我們按君子企業的結構方程模式分析結果，採用計算平均數的方法，來描述每一間接受調查的企業和行業在各項「君子五德」的表現和君子分數。以一百分為滿分，表一列出按七個行業劃分，在市民心目中最有印象及最具代表性的三十間企業，在「仁、義、禮、智、信」和「君子」方面的平均得分。從列舉的數字可以見到，各行業在「仁、義、禮、智、信」和「君子」的表現各有高低。總括來說，七個行業的營商手法大致符合消費者心目中的「君子」標準。當然，從數字上我們看到還有很大的改善空間；意味著企業可以將中國儒家的「君子」概念，更透徹地融入於日常的商業活動上。詳細的報告和分析，可閱覽「行業討論」一欄。

表一 各調查行業的君子分數

行業	君子五德					君子分數
	仁	義	禮	智	信	
傳媒業	61.4	72.8	63.8	66.6	67.9	68.7
超市及零售百貨業	62.3	72.3	67.8	68.4	69.1	67.4
公共交通及服務業	60.3	72.7	66.2	65.7	71.4	66.9
酒店及旅遊業	61.2	72.9	66.7	68.4	71.2	66.9
金融及保險業	60.1	73.0	66.9	67.9	70.7	64.3
飲食業	56.8	67.8	63.7	65.2	65.7	61.4
地產業	56.1	66.6	61.9	67.0	64.6	58.4

有別於過去兩屆的君子企業調查，是按行業的分類，頒發劃一數目的獎項，即一金、一銀和一銅的君子企業獎。今年，我們參照去年各級獎項的分數線，定出各級獎項之標準。不論企業最終被獲評為那一個級別，它的君子分數與其他達到同一標準的企業，並沒有顯著的差異。我們相信這一變動，能更公平和客觀地，找出具君子風範的企業，並加以適切的表揚。總括來說，今年的君子企業調查共頒發 19 座金獎，獲獎的優秀企業都見於五類行業上，另有 27 間企業的君子分數達到銀或銅獎的標準。詳細的數字，可見表二。

表二 符合各級君子標準的企業數目

標準	傳媒業	超市及零售百貨業	公共交通及服務業	酒店及旅遊業	金融及保險業	飲食業	地產業
金獎水平	3	5	3	7	1	0	0
銀獎水平	5	4	0	7	1	0	0
銅獎水平	1	1	5	0	2	1	0

按「君子五德」的標準，我們對今年所收集的數據，作深入和系統性的分析，以審視各接受調查行業的經營手法，是否恰當和符合中國儒家思想的道德要求。接下來，我們將以各行業的君子得分，由高至低，順序討論今屆君子企業的調查結果，及對各行業的啟示。

傳媒業

傳媒作為香港的第四權，在社會上擔當着十分重要的角色。因此，業界的表現是否君子對市民所能獲取的資訊質素有着莫大的影響。按香港政府新聞處的最新資料顯示，截至 2013 年 7 月 31 日為止，本港共有 53 份日報和 701 份期刊。當中已計及多份電子報章、另有 2 家本地免費電視節目服務持牌機構、3 家本地收費電視節目服務持牌機構、18 家非本地電視節目服務持牌機構、1 家政府電台和 4 家聲音廣播持牌機構。以此等規模而言，傳媒業在香港的發展可算是十分蓬勃。為此，我們的調查涵蓋所有媒介，涉及多間知名的報館、雜誌社、電視、電台和電子傳媒。

按本年度君子企業調查的結果顯示，傳媒業的君子分數節節上升。以 100 分為滿分，從第一屆不足 60 分，到踏入今年的第三屆，傳媒業的君子分數已接近 70，達 68.7 之強，得分是在七個接受調查行業中最高的。總共有三間來自傳媒業的企業，獲頒今年的君子企業金獎，當中更有一間，是榮膺今年新設的商道典範大獎的企業。反映傳媒業的表現深具君子之風，這可能跟傳媒經常揭露社會時弊和一向秉持公義有關。

傳媒業在「義」和「智」這兩項君子特徵中的得分，皆較先前的兩個同類型調查的得分為高，分別達 72.8 和 66.6 分。當中，尤以「義」的表現最為突出，難怪傳媒業中有代表能榮獲今屆君子企業「義」獎。這說明香港市民普遍都認為傳媒業內的企業大多數是正直的，而且也不大可能會做出一些罔顧公德的行為。另一方面，雖然「智」的評分有所遞升，但與眾接受調查的行業相比，只是位列第三。因此，傳媒業可能需要加強企業處理突發事件和辨別是非的能力。

傳媒業在「仁」的得分與眾接受調查行業的結果相近，處於較低的水平，僅得 61.4 分，是五項君子特徵中排名最後的一環。因此，業界務必要敢於承擔，多關心社會上各持份者的利益，令整個行業變得更富人情味。

總括而言，調查結果顯示香港市民普遍認為傳媒業內大部份的企業都具備高尚的君子風格，是眾接受調查行業之首。由於傳媒業的職責是要揭露真相，有時未免予人一種不近人情的感覺，這也是無可厚非的。只要業界能肩負起伸張正義的重擔，並獲得香港市民的持續信任，相信在明年的君子企業調查中，傳媒業仍可成為眾行業中的表表者，展示較佳的君子風範。

超市及零售百貨業

超市及零售百貨業為香港市民提供一個主要的消費和購物渠道。按香港政府統計處公佈的最新調查數字顯示，2013年首十個月的總銷貨臨時估值約為港幣4,100億元。這龐大的數字反映出香港的零售市道非常暢旺，消費者不免會經常與超市和百貨業等不同的零售商打交道。因此，業界的表現是否具備君子之風範，將直接影響消費者的福祉和利益。

按本年度君子企業調查的結果顯示，超市及零售百貨業獲取的君子分數在七個接受調查的行業中較為平穩。在今次和先前兩個同類型調查中，以100分為滿分，超市及零售百貨業的君子分數都保持在60分以上，歷年皆被選為次高分的行業。今年的君子分數更為三次調查中最高，達67.4分；表示超市及零售百貨業內的企業擁有較佳的君子特徵。總共有五間來自超市及零售百貨業的企業，獲頒今年的君子企業金獎，表示它們是香港市民心目中的君子企業。

超市及零售百貨業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中所取得的分數，皆較先前兩年的調查為高，尤其在「義」和「信」方面，分數接近甚至超越70分，分別為72.3和69.1分。從結果反映，超市及零售百貨業在香港市民的心目中，一般都不會為求更大的利潤，而不擇手段，或乘人之危，做出趁火打劫等不義的行為。另外，香港市民亦傾向認為超市及零售百貨業較具信譽，包括履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信表現。

相對而言，超市及零售百貨業在「仁」的表現上稍為遜色，是五項君子特徵中得分最低的一環。縱使是在較低的評分水平，超市及零售百貨業在「仁」的得分上，卻是眾接受調查行業中之首，獲62.3分。這分數亦較先前兩年的調查為高。

總括而言，只要超市及零售百貨業能維持一貫的德行，並提升「仁」這一環的表現，例如支持社會上的慈善活動和維護消費者的權益等。相信在明年的君子企業調查中，超市及零售百貨業大有機會晉升為眾行業之首。我們期望在不久的將來，會有第一間零售商榮膺君子企業調查的商道典範大獎，這項最高的殊榮。

公共交通及服務業

公共交通及服務業包括交通、郵政、通訊、電力供應、燃氣供應、自來水供應、廢棄物管理、公共行政等多項公用事業。按香港政府統計處的數字，公共交通及服務業的生產總值以2011年的價格計算約為港幣5,304.8億元，佔香港整體經濟產出的百分之二十八。截至2013年6月，錄得近850,000人從事這一行業。

按本年度君子企業調查的結果顯示，公共交通及服務業的君子分數，皆較先前的兩個同類型調查的得分為高。以100分為滿分，從第一、二屆都不足60分，到踏入今年的第三屆，

公共交通及服務業的君子分數已大幅上升至 66.9 分，得分是在七個接受調查行業中排行第三，與酒店及旅遊業同分。總共有三間來自公共交通及服務業的企業，獲頒今年的君子企業金獎，當中更有一間，是榮膺今年新設的商道典範大獎的企業，這表示它們都是香港市民心目中的君子企業。

公共交通及服務業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中所取得的分數，皆較先前兩年的調查有一定的增幅，尤其在「義」和「信」方面，分數皆超越 70 分，分別為 72.7 和 71.4 分。從結果反映，在香港市民的心目中，公共交通及服務業的經營手法，一般都是合理和合乎道義的。香港市民也傾向認為業界是眾接受調查的行業中，最為誠實可靠的。公共交通及服務業在恪守承諾上，表現為各行之冠。

相對而言，公共交通及服務業在「仁」的表現上稍欠理想，是五項君子特徵中得分最低的一環，僅得 60.3 分。顯而易見，業界仍須多關心包括顧客在內的社會上各持份者的福祉，從而成為更具仁愛、更有善心的企業。

總括而言，我們見到公共交通及服務業在眾接受調查行業中的君子排名持續攀升，從早年的第五位躍升至今日的第三位，表現實在值得嘉許。難怪有業界代表，能在今年度榮獲最崇高的商道典範大獎及君子企業「禮」獎。即使排名上獲得提升，公共交通及服務業仍須努力做好各環節，期望行業內的整體表現更符合消費者心目中的「君子」標準，為社會上各持份者謀取更大的利益。

酒店及旅遊業

香港有超過九成的行業屬於服務業，當中酒店及旅遊業是重要的經濟支柱之一。酒店主要是為顧客提供短期住宿服務或休息空間的商業機構，現時全港大概有約一百家酒店，提供超過六萬間客房，大部份是供應訪港旅客，但也有不少機構在酒店舉行宴會及會議。除此之外，不少的消費者亦喜歡選擇在酒店聚餐和舉辦喜慶活動，例如婚宴和生日會等。旅遊業則包括旅行社、航空公司和主題樂園等企業，專為消費者提供相關的旅遊產品和服務。

按本年度君子企業調查的結果顯示，酒店及旅遊業的君子分數，為自有調查以來這行業獲取的最高分數。以 100 分為滿分，今年的得分是 66.9 分，與公共交通及服務業同分，在七個接受調查行業中並排第三。總共有七間來自酒店及旅遊業的企業，獲頒今年的君子企業金獎，當中更有一間，是榮膺今年新設的商道典範大獎和君子企業「智」獎的得主。在數目上，這個行業是獲獎最多的界別，或許代表業界表現平均，營商手法普遍都符合消費者心目中的「君子」標準。

酒店及旅遊業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中所取得的分數，皆較先前兩年的調查有所提升，特別是在「義」和「信」方面，分數皆超越 70 分，分別為 72.9 和 71.2 分。無獨有偶，這兩項環節的評分在眾多接受調查的行業中皆位列第二，並較去年的得分有顯著的增幅。因此，酒店及旅遊業在香港市民的心目中一般都是正直，不是貪得無厭的一群。另外，香港市民亦多傾向相信酒店及旅遊業都信守承諾，是既誠實又可靠，不會欺騙顧客。

酒店及旅遊業在「仁」的得分與眾接受調查行業的結果相近，都處於相對較低的水平，僅得 61.2 分，在君子五項特徵中排行末端。從結果反映，業界可多替顧客設想、主動關心員工和積極參與社會公益事務，相信都有助加強企業「仁」的表現。

按君子分數的高低，酒店及旅遊業的排名，雖較先前兩年的調查有所下降，但乃屬首三名之內，算是有不錯的表現。但業界也須留意，消費者對「君子」的標準似乎不斷地轉變和追求更高。縱使評分上升，也有可能給其他的行業比下去。酒店及旅遊業要維持較佳的君子排名，「仁」應是一個不可忽略的重要環節。

金融及保險業

香港是亞太區內最重要的國際金融中心之一。根據香港政府統計處的最新數字，在 2012 年，香港便有超過二百五十間銀行、七千多間金融機構和二千多間保險公司，合共僱用了超過二十二萬人。金融服務業佔本地的生產總值約為百分之十五。在 2010 年，每名金融服務業從業員便平均創造港幣 119 萬的附加值，遠較香港其他三個主要行業的相應數字為高。可見金融及保險業為本港商界的一個重要產業。

作為一個主要產業，香港的金融及保險業理應肩負更高的企業社會責任。但是，按本年度君子企業調查的結果，金融及保險業在七個接受調查的行業中，僅排行第五，以 100 分為滿分，得分為 64.3 分。雖較去年的同類型調查，分數上有接近 5 分的升幅，可惜的是，行業中只有一間企業榮獲君子企業金獎，或多或少反映出金融及保險業的營商手法，與消費者心目中的「君子」標準，還是有一定的落差。

金融及保險業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中所取得的分數，皆較先前兩年的調查有所提升。當中，「義」的得分最高，達 73.0 分，在眾多接受調查的行業中排行第一。因此，大部份的金融機構都被認為是正當和正直的企業。簡單來說，香港的市民都覺得金融機構一般都不會乘人之危，趁火打劫，做出一些不義之事。業界也不會為追求利潤而犧牲社會的福祉；大家都是依據高度的企業良知來營商。

在「禮」和「信」方面，業界都有良好的表現，得分分別為 66.9 和 70.7 分。今年的調查

發現，有更多的香港市民相信金融及保險業比以往少耍手段，不會給顧客施予小恩小惠，而是多了份承諾和信守保證，對所有的顧客都一視同仁，並沒有雙重的標準。難怪有業界代表，能在今年度獲頒君子企業「信」獎這一殊榮。

總括而言，金融及保險業在眾多接受調查行業中的君子排名只屬中游。若要提升君子排名，業界要多關心社會上各持份者的不同需要，多替顧客設想，服務安排要更富人情味。不能只看重宣傳包裝，而缺乏實質的行動。值得一提的是，去年金融及保險業在「義」的得分是在各行業中排行最低，但憑藉業界過去一年的努力，今年在七個接受調查的行業中，躍升至第一位。由此可見，只要堅持君子之道，屬於金融及保險業內的企業，當可在明年的君子企業調查中更進一步，擠身於君子企業之列，甚至問鼎最崇高的商道典範大獎。

飲食業

出外用膳已經是香港市民一項慣常的消費活動。按香港政府統計處公佈的最新季度食肆收入調查結果，單在 2013 年的第三季度食肆總收益的臨時估值約為港幣 242 億元，全年收益有望可達港幣 966 億元。中式餐館、非中式餐館和快餐店是組成飲食業的主要骨幹成員，亦為香港市民所熟識。在我們的調查中，都包含着上述各類型食肆內的知名企業，讓我們可一睹飲食業界的君子風範。

按本年度君子企業調查的結果顯示，飲食業獲取的君子分數雖較去年的同類型調查有所上升，雖達 60 分以上的水平，但卻處於稍後的位置，在七個接受調查的行業中排名第六。以 100 分為滿分，飲食業的君子得分是 61.4 分。可惜的是，這評分並不足夠令業界內的企業獲取任何獎項，或多或少是反映出飲食業一般都不太具備香港市民心目中，君子企業應有的特徵。若我們細看飲食業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵的表現，便更能引證上述的說法。

飲食業在「仁」和「智」這兩項君子特徵中的得分，皆較去年同類型的調查為低，分別只得 56.8 和 65.2 分。當中，尤以「仁」的表現最差，分數的跌幅最大。有這種結果，可能是因為業界的工時一般較長，而過去一年亦由於食材價格等成本不斷上漲，做成加價連連，令香港市民大多視飲食業內的企業缺乏善心和人情味。除此以外，不少香港市民也都認為業界內的企業，普遍智慧不足，例如沒有遠見和不是一間決策精明的企業。

不能不提的是飲食業在「禮」方面的表現，評分同是處於較低的水平。與去年相約，今年的得分是 63.7 分，在君子五項特徵中排名尾二，僅高於「仁」。按此，飲食業的經營環境一向被喻為有欠和諧，業界未能較好地與各持份者合作，創造雙贏的局面。

總括而言，飲食業在眾接受調查行業中的君子排名持續下滑，從早年的第四位降至今天的第六位，情況確實不妙。飲食業看來必須多加把勁，特別在「仁」、「禮」和「智」上下點功夫，扭轉香港市民普遍對飲食業非君子的看法。期望明年的調查，飲食業的君子分數能有長足的改善，晉身君子企業的行列，為香港市民和企業本身創造更大的商業價值。

地產業

地產業自 70 年代開始蓬勃發展，隨著香港的人口不斷增加，港人對住屋的需要也越來越大，房地產的交易金額亦已倍數增加。因此，地產業促進了香港的經濟發展，亦成為香港其中的一個重要經濟支柱。

按本年度君子企業調查的結果顯示，地產業是在眾多接受調查行業中取得最低的君子分數，以 100 分為滿分，僅得 58.4 分，亦是唯一的一個行業分數少於 60 分這個水平。雖然，得分較去年同類型的調查有大幅度的上升，但始終不足以令業界內的企業獲取任何獎項，多少說明地產業並不具備香港市民心目中，君子企業應有的特徵。若我們細看地產業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵的表現，便更能引證上述的說法。

地產業在「仁」、「禮」和「信」這三項君子特徵中的得分，水平皆低於各接受調查的行業，分別取得 56.1、61.9 和 64.6 分。當中以「仁」的表現最弱，其評分非但是各環節中最低的，亦是唯一的特徵低於 60 分的水平，情況叫人擔心。有這種結果，可能是基於香港市民大多認為地產商一般缺乏人情味，與社會大眾的溝通又欠圓滑，不能完全取得持份者的信任。這些普遍存在於香港市民心目中對地產商的評價，大大地壓低了地產業在整體行業中的排名。

相對而言，地產業在「智」的表現卻屬中游之列，在眾多接受調查的行業中排行第三，得分為 67.0 分。反映香港市民普遍同意地產商多是精明和有遠見的企業，這或許說明香港的地產商大多很會掌握時機，往往能在低沉的市道時投入，熾熱的時候賣出，賺取可觀的利潤。

總括而言，地產業的君子分數較去年同類型的調查有所上升，但相比其他接受調查的行業，地產業無論是在君子的整體分數，或是「仁」、「義」、「禮」和「信」這四項君子特徵上的評分都是最低的。這表示地產業在營商手法上與君子企業的要求，看來還有一段的距離。雖然如此，我們相信只要各地產商能與香港市民有着恒常的溝通，並有效地向持份者展示行業對社會的貢獻，定必能使香港市民對整個地產業有所改觀，並有很大的機會在明年的調查中，晉身君子企業的行列。

撰文：鄺家麒助理教授（編輯）、鄧子龍助理教授、陳芳怡助理教授、楊筠瑜講師、陳鴻輝講師、馮利基研究助理

商道典範

香港電台
香港電車有限公司
海洋公園（業務品牌為：香港海洋公園）

君子企業「仁」獎

香港電台

君子企業「義」獎

香港電台

君子企業「禮」獎

香港電車有限公司

君子企業「智」獎

海洋公園（業務品牌為：香港海洋公園）

君子企業「信」獎

恒生銀行有限公司

君子企業金獎

香港電台
香港電車有限公司
海洋公園（業務品牌為：香港海洋公園）
恒生銀行有限公司
CEC 國際控股有限公司（業務品牌為：759 阿信屋）
日本城（香港）有限公司
牛奶有限公司（業務品牌為：宜家家居）
天星小輪有限公司
永旺（香港）百貨有限公司（業務品牌為：AEON）
半島酒店集團（業務品牌為：香港半島酒店）
世界華文媒體有限公司（業務品牌為：明報）
迅銷集團（業務品牌為：UNIQLO）
香格里拉大酒店
香港油蔴地旅遊有限公司
香港四季酒店
香港郵政
南華早報集團有限公司（業務品牌為：南華早報）
美麗華集團（業務品牌為：The Mira Hong Kong）
喜達屋酒店及度假酒店國際集團（業務品牌為：香港喜來登酒店）

（各獎項排名不分先後，以獲獎企業名稱的筆劃為序）

香港電台

公司簡介

香港電台於 1928 年啟播，是香港唯一一家公營廣播機構。八十多年來，一直肩負著公共廣播的使命，以不偏不倚及專業認真的態度製作高質素節目。港台目前營運 12 條電台頻道，包括三條 FM、四條 AM 和五條 DAB+ 頻道，每星期合共製作逾 1075 小時不同類型的電台節目。電視服務方面，2013 年港台製作約 786 小時的電視節目，包括公共時事、文化教育及社會服務節目等。節目在本港兩家免費商營電視台及收費電視頻道播放，並於 2014 年 1 月 13 日起在港台數碼地面電視頻道進行試播。港台同時製作學校教育電視節目，並就公眾關注的事件，為本地和海外廣播同業提供聲音和影像公共信號。港台亦提供新媒體服務，不同類型的多媒體內容、資訊、教育及娛樂一應俱全，讓你在任何時地，都能與香港電台同行。

得獎感受

對於再次榮獲「君子企業調查」中的「君子企業金獎」，並同時得到「商道典範」、「君子企業『仁』獎」和「君子企業『義』獎」，香港電台衷心感謝市民給予的高度評價。

2013 年是香港電台成立 85 周年，恒生管理學院頒予港台的獎項意義非凡。它們代表著港台多年來的努力獲得廣大市民的支持和認同，這份肯定能夠鼓勵港台團隊用心製作更多優質節目，致力實踐企業社會責任。事實上，「君子企業調查」推廣的「君子五德」（仁、義、禮、智、信）亦與港台的方針和節目範疇互相呼應。



▲ 三條數碼地面電視頻道將於 2014 年 1 月起進行頻道試播，香港電台正增加發射站，以擴大訊號覆蓋範圍。

香港電台獲評為重視仁義的企業，固然關愛社會，擁護公義。港台不單製作照顧長幼與家庭的電台節目如《香江暖流》和《訴心事家庭》，亦有專為內地新來港移民而設的《紫荊花常開》，以及其他以少數族裔語言廣播的節目。為提倡大眾摒棄歧見，相互包容，港台攝製關注殘疾人士需要的電視節目《沒有牆的世界 IV》和《手語隨想曲 II》，亦舉辦《香港人道年獎》、《愛心聖誕大行動》等活動推廣守望相助的精神。電視節目《窮富翁大作戰 III》、《一念之間 2》、《非常平等任務》等則與旗艦節目《鏗鏘集》、《城市論壇》和英語節目《The Pulse》從不同角度剖析各種社會不公義造成的問題，不偏不倚地帶領觀眾掌握社會脈搏。

在傳揚禮、智、信方面，港台亦不遺餘力。港台重視持份者之間的和諧與互助互利、企業知識管理，並以誠信為本。電台節目《非常人物生活雜誌》、《自己人》、《活出有情天》等宣揚和諧共融的理念，《與 CEO 對話》、《講東講西》和電視節目《漫遊百科》則推動多方面的知識傳遞。同時，港台節目製作人員恪守嚴格標準，令節目及新聞報道得信於民，更在多個權威頒獎禮屢獲殊榮。公共廣播任重道遠，港台定當加倍努力，繼續為市民服務。



▲ 綜合頻道「港台電視 31」將試播特別為數碼電視製作的全新節目、外購節目、本台精選製作等。

公司理念

香港電台致力成為新媒體環境中舉足輕重的公共廣播機構，肩負五大使命，包括製作多媒體節目，提供資訊、教育及娛樂；適

商道典範、君子企業「仁」獎、君子企業「義」獎、君子企業金獎

時與不偏不倚報道本地及國際大事與議題；協力推動香港的多元開放文化；提供自由表達意見的渠道；服務普羅大眾，同時照顧少數社群的需要。

港台深信，要不斷提升服務質素，為香港大眾帶來更多優質的電台、電視及新媒體服務，我們必須緊抱六大理念，包括堅守編輯自主、保持不偏不倚、服務社會大眾、提昇競爭層次、製作優質節目、培育多元人才。

展望將來

放眼將來，香港電台將繼續秉承專業精神，堅守公共廣播機構的使命，加強公共廣播電台、電視、以及新媒體服務。

在加強公共廣播電台服務方面，香港電台積極推廣及發展五條數碼電台頻道，不斷推出新品種的數碼台節目如《運動人生》、《有聲好書》和《大自然之聲》，同時轉播本地足球賽事和立法會會議等。

透過為期三年的「社區參與廣播服務試驗計劃」，香港電台鼓勵社區團體或人士申請資源製作電台節目，

並安排在數碼頻道播放節目，讓社區、非政府機構及弱勢社群參與廣播。節目主題包括教育、藝術文化、政治時事、社會服務及少數族裔等。

在數碼地面電視廣播服務方面，現正進行訊號測試的三條數碼地面電視頻道「港台電視 31」、「港台電視 32」及「港台電視 33」將於 2014 年 1 月 13 日開始進行頻道試播。綜合頻道「港台電視 31」涵蓋時事、教育、資訊、文化藝術及戲劇等多元製作，當中包括特別為數碼電視製作的全新節目、外購節目、本台精選、經典重溫、教育電視及天氣。「港台電視 32」直播每周立法會會議及其他重要記者會、公共訊號等。「港台電視 33」則轉播中央電視台紀錄國際頻道的節目。

至於加強新媒體服務方面，港台電台部、電視部和節目資料庫《歲月港台》將推出新的手機流動程式。未來數年，港台亦會陸續復修珍貴庫藏資料，建立數碼媒體資產管理系統，為大眾保存香港公營廣播的文化遺產。



▲ 香港電台推行「社區參與廣播服務試驗計劃」，鼓勵社區團體製作電台節目，並安排在數碼頻道廣播。

香港電車有限公司

公司簡介

香港電車有限公司（電車公司）自 1904 年起竭誠為大眾服務，時至今天我們擁有 163 輛雙層電車，是世界最大雙層電車車隊。我們的員工人數達到 700 人、營運六條主要路線連接筲箕灣、跑馬地和堅尼地城，路軌全長 30 公里，由筲箕灣到堅尼地城，共有 120 個電車站；平均每 250 公尺有一個電車站，每日平均為 22 萬人次乘客提供電車服務。

電車公司自二零一零年四月起由威立雅交通—巴黎地鐵亞洲全資擁有，而威立雅交通—巴黎地鐵亞洲則為 Transdev 和巴黎地鐵發展公司以聯營合約方式持有。

得獎感受

2014 年適逢是電車公司 110 歲生日，我們很榮幸在這別具意義的日子裡蟬聯君子企業調查中「君子企業金獎」，獲得首屆增設的「商道典範」榮譽，及獲取君子企業「禮」獎。獲得「君子」的榮譽肯定了電車公司對社區的重要性，尤其電車車資維持在社會各階層都可以負擔的水平、設有最便利乘客的車站、亦是最環保的交通工具。

電車公司特別感謝主辦機構恒生管理學院頒予我們這項最高榮譽，同時更要感謝所有市民的鼎力支持及高度評價，電車公司之所以能夠獲獎，全賴電車公司上下員工每天默默耕耘，竭誠服務的精神，未來電車公司將面對日益艱難的營商環境，如西港島線即將開通，但電車公司仍會繼續進步，例如推出實時乘客資訊系統、部份香港製造，更安全及舒適的新型電

車。與此同時，我們期望政府及市民支持，恢復部份隨年月失去的電車專線，讓電車可以在公平的環境下與其他公共交通工具競爭。

公司理念

提供安全、經濟實惠及可靠的電車服務

電車公司一直竭誠為市民提供安全、可靠及經濟實惠的電車服務。近年我們推出更安全及舒適的新型電車、新路軌與車輪維修技術、實時乘客資訊系統、利用無線射頻辨識技術的電車定位系統以減少電車在路上積聚等。電車於 2012 年的交通意外率為每百萬乘客少於 0.6 宗，足以證明電車公司在這方面努力的成效。

真正環保的公共交通工具

電車公司以成為真正環保的交通工具為重要的營商理念，無論在車身設計及日常運作方面，

我們均以保護環境、減少碳排放的角度出發。首先，全電動電車，行走時不會排放任何污染物，電車可說是碳足跡最低的公共交通工具，另外，我們亦致力減少煞車時之電力損耗，以達致節能效果。此外，以



▲「DETOUR 2013 課室」

DETOUR 2013 活動中的「課室」電車是由電車改裝而成，乘客可在電車上一面享受閱讀的樂趣，一面欣賞沿途景色，還可參與由作家和創意設計師主持的分享會，同時，電車下層亦有導賞員向大家講解電車的發展史。

鋁合金車架取代柚木車身，使大修週期由四年延長至十年，同時亦可減少使用木材，符合環保原則。

惠及社會各階層的公共交通工具

電車已在港島行走將近 110 年，但至今仍維持車資於一個人人都負擔得起的水平—成人車資每程只是 \$2.3。電車公司在沒有接受政府的任何公帑補貼下，為長者提供每程 \$1.1 優惠，

在競爭日趨激烈的情況下，可算是殊不容易。但電車公司在面對著各種挑戰下，仍會繼續關顧各階層的需要，好像我們安設目的地顯示牌時，使用高對比度的 110 顯示屏以配合視障人士需要。

另外，電車公司與社區不同的持分者合作，活化電車，例如與香港藝術中心、香港浸會大學視覺藝術院合作，在車站推出「站。藝廊」，讓本地傑出青年藝術家將其別具創意的作品與市民分享，透過電車車站讓藝術走向大眾。電車公司與英國文化協會、香港國際詩歌之夜合辦「詩歌電車行」項目，在電車車廂內展示多首詩歌，把詩歌帶到香港的公共空間。電車公司也跟香港設計大使合作 DETOUR

2013，重新裝置 4 輛電車，推廣本土設計、創意及文化發展。有關活動均以開放的形式，讓社會各階層人士參與，以強化電車公司與社區的聯繫。

展望將來

在發展一日千里的香港，電車可說是活文物——一輛輛具歷史及保育價值的電車仍然與社會一同並存，作為市民日常乘搭的交通工具，電車持續扮演著關鍵的



▲ 現代化電車

香港電車有限公司希望把零視覺污染、零噪音污染、零空氣污染的高效能現代化電車引入九龍東，為九龍東帶出更多生氣、活力。

角色，每日接載 22 萬人次的乘客往返目的地。

電車公司自 1904 年起為香港市民提供服務，持續提供穩定而高質素的服務，正如前所述，今年是電車公司成立 110 周年，但我們不會怠慢，未來電車公司與員工將會繼續進步，配合一系列提升服務水平的措施，例如推出手機應用程式，讓廣大市民隨時獲得香港電車最新的資訊；升級車站路線圖，以 LED 顯示屏顯示電車實時位置，更清楚方便地供乘客查閱。

除了不斷改善傳統電車於港島區所提供的服務，電車公司亦就香港交通未來發展，積極參與公

共討論，例如電車公司提出以人為本、環保及高效能的現代化電車的建議，為啟德發展提供多一個選擇。

現時我們正積極籌備慶祝 110 周年活動，雖然電車公司正面對不少挑戰，但憑著香港市民的支持以及電車公司員工竭誠服務的決心，我們有信心未來電車能持續發展，以保護香港文化，並為締造可持續發展、共融及宜居城市而努力。



▲ 鋁合金電車車身

以鋁合金車架取代柚木車身結構，不但將電車大修週期由四年延長至十年，而且可減少使用木材，符合環保原則。

海洋公園

（業務品牌為：香港海洋公園）

公司簡介

海洋公園是香港本土獨特的主題公園，一直致力提供具有教育和保育性質的綜合娛樂體驗。自 1977 年開業以來，已為超過一億三千萬名遊人營造家庭歡樂和美好回憶。經歷 36 年的發展，海洋公園現已成為世界級觀光景點，並於 2012 年勇奪由瑞典里瑟本主題公園頒發、廣受全球主題公園及景點業界認同的頂尖榮譽大獎「Applause Award」（全球最佳主題公園）。自 1980 年以來，海洋公園是亞洲第一個榮獲此國際殊榮的主題公園。

得獎感受

海洋公園非常榮幸能夠獲得商道典範、君子企業金獎和君子企業「智」獎。這三個獎項確



▲ 在海洋奇觀內，遊人將會經歷難忘的深海旅程，觀賞近 400 種超過 5,000 條的魚類，並透過全世界最大的水族館觀賞圓頂，以及闊達 13 米的巨型觀賞屏，探索奧妙的海洋生態。

認了公眾對公園的支持，亦肯定了我們秉持為遊人提供具有教育和保育性質的綜合娛樂體驗，克盡企業責任的努力。

公園的關愛社群項目數目冠絕全球主題公園。我們歷年來推行了廣泛的關愛社群項目，不但向本地長者及殘疾人士提供全年免費入場優惠，還讓每位香港市民於生日當天免費入場，並主動與本地各大學及社區團體，分享專業知識和經驗，更為殘疾傷健人士和提早輟學的年青人提供就業機會。



▲ 「亞洲動物天地」內共有 8 個獨特景點，當中的「大熊貓之旅」展出多種來自亞洲各地的珍貴動物，如大熊貓、小熊貓、娃娃魚、小爪水獺及揚子鱔等。

為了提供遊人源源不絕的入場理由，我們不斷提昇及發展園內設施，持續為公園注入新鮮感。隨著歷時六年的「全新發展計劃」於 2012 年竣工，公園內景點數目由 35 個增加至 85 個，遊人既可觀賞可愛的動物大使，又可暢玩各式各樣的機動遊戲，盡情享受世界級主題公園的綜合體驗。同時，我們亦推出了全新的「動物全接觸」活動，以及為本地學生而設的新課程，希望透過教育，令遊人在日常生活中實行環保行為。

公司理念

海洋公園銳意成為世界級具領導地位的企業，給遊人帶來一個既開心又難忘的體驗，並與大自然緊密連繫起來。海洋公園致力為遊人締造富娛樂性、具教育意義的難忘體驗，同時啟發長期學習、提倡生態保育意識。我們的目的是維持公園財政穩健、同時致力提供世界級的動物護理、高質素的服務和產品。我們不斷提昇及發展園內設施，以加強公園保育、教育及娛樂的三大核心主題。

海洋公園多年來一直以最高標準照顧其動物保育大使，是全球最佳的動物園及水族館之一。公園是北美洲以外首間獲得動物園及水族館協會（Association of Zoos and Aquariums, AZA）和哺乳類動物公園及水族館聯盟（Alliance of Marine Mammal Parks and



▲ 全港最大的機動遊戲主題區「動感天地」以繽紛色彩、閃爍的燈光和節拍強勁的音樂為背景，配合街頭表演，表現嘉年華會的主題。

Aquariums, AMMPA) 認可的主題公園，今年更連續第三度獲頒授為期五年之認可資格。去年，園內大熊貓佳佳成為全球圈養環境下最長壽的熊貓，印證了我們努力的成果。為支持動物保育工作，公園亦將入場門票及指定精品之部份收益持續撥捐給香港海洋公園保育基金。

展望將來

「全新發展計劃」的完成，代表海洋公園正踏入一個新里程。利用原有設施改建而成的新景點「尋鯊探秘」及「澳洲歷奇」，有關工程在未來數月將全速進行，並預計於 2014 年開幕。另一個令人振奮的新項目「海洋酒店」正處於詳細規劃階段，項目計劃於 2017 年完成。屆時，配合港鐵南港島線之落成，香港南區的旅遊吸引力勢將大大提升。我們已正式獲政府貸款興建的全新水上樂園，並完成有關項目的總整體規劃工作，



▲ 「親親海豹」活動是海洋公園寓教於樂的活動，參加者除了可以認識更多關於海豹的生態和保育知識外，更可在水中與可愛的海豹一同嬉戲。



▲ 海洋公園全新發展計劃的壓軸項目—冰極天地於 2012 年 7 月開幕，遊人可於「南極奇觀」、「北極之旅」和「雪狐居」拜會國王企鵝、南跳岩企鵝、巴布亞企鵝、海象、斑海豹、北海獅、雪鴉及北極狐等極地動物。

預計於下一個財政年度展開招標。項目的設計細節尚有待確定，但我們可以向香港市民及世界各地的旅客承諾，全新的水上樂園將成為全亞洲最佳的水上樂園，園內設施包羅萬有，包括最刺激的水上滑梯和機動遊樂設施、世界級的人造滑浪池、配有大型 LED 屏幕的表演舞台、全年開放的有蓋及室內設施，以及其他更多玩意。遊人不單在夏天，更能在一年四季裏，於清潔衛生而舒適的環境下好好享受一天。

恒生銀行

公司簡介

恒生銀行創立於 1933 年，是香港最大本地註冊上市公司之一。「恒生」二字含有「永恆生長」之意，象徵我們與客戶一同成長。

恒生資本雄厚，主要業務包括零售銀行及財富管理、企業及商業銀行、財資服務，以及私人銀行服務。恒生同時亦提供全面人民幣服務。

恒生的服務宗旨是追求卓越、精益求精。恒生共有接近 10,000 位僱員，在香港設有約 220 個網點，提供個人及商業理財服務。恒生在香港服務超過 300 萬名個人客戶，佔香港逾半成年人口（根據政府統計處公佈 2012 年年底十八歲或以上香港人口的臨時數字及恒生銀行同期十八歲或以上客戶數目）。

得獎感受

恒生銀行非常榮幸能夠再次獲得「君子企業金獎」。恒生憑藉專業誠懇的服務態度和穩健

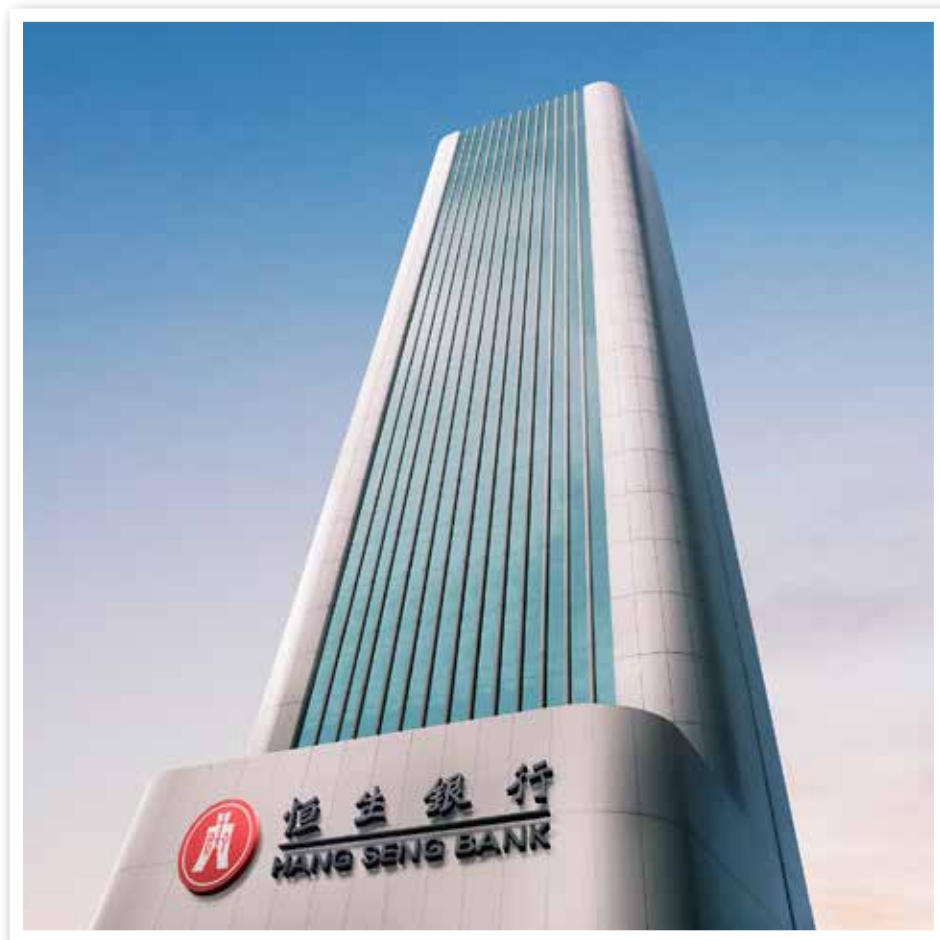
審慎的經營理念，使其成為備受客戶推薦的銀行。

君子企業調查結果證明在市民心目中，恒生銀行在儒家五德—「仁、義、禮、智、信」方面均表現優秀，除與客戶建立長遠關係外，恒生的專業服務團隊時常謹記站在客戶的角度和利益考慮，尋求達致雙贏的方案。植根香港 80 年，恒生陪伴香港人成長，致力為客戶提供合適的財富管理產品，與及從心出發的優質服務。在此，我們代表恒生銀行多謝市民的支持。

公司理念

恒生植根香港，能真正瞭解本地客戶及企業的理財需要。恒生的員工，以進取、務實、用心的態度為客戶未來提供明智的理財方案，成為他們專業、可靠的理財夥伴。

我們認為成功是指基於誠信、領導能力及財務實力等核心價值提供卓越服務，從而在利潤



▲ 恒生植根香港 80 年，用心為市民提供優質服務。



▲ 恒生全新之優越及優進理財中心，進一步提升客戶服務體驗。和業務增長方面超越持份者的期望。

為達至成功，最好的方法就是把我們對企業責任的理念，植根於業務當中，並不斷尋求新方法和更好的途徑，讓客戶、員工及本地社區一同參與。恒生一直堅守創辦人「取諸社會，用諸社會」的精神，多年來透過與慈善機構合作及鼓勵員工參與義工服務，支持各項教育、環保、社會福利、體育及藝術發展的活動。我們相信，營商之餘，也必須制定長遠的發展策略。

周全的策略有助我們推行妥善的風險管理、找出有空間提高效率和擴展商機的領域。除了經濟表現外，持份者對金融服務行業的社會及環保表現日益重視，故周全的企業責任策略也能提升我們的競爭力。

展望將來

恒生之業務植根於一個充滿經濟活力及機會之地區，但亦同時要面對監管要求日趨嚴謹及市場環境快速轉變之挑戰。所以，本行會積極為長遠之業務發展打好基礎，鞏固本行作為香港之領先本地銀行之地位，並進一步提升本行之跨境服務能力，以把握中港經濟日趨融合帶來之商機。

內地業務方面，恒生充分把握內地優惠政策帶來之機會，於主要地區增加業務據點，包括已投入運作之前海、汕頭及福州支行，並已獲批於成都開設分行。另外，恒生中國亦已獲得中國銀行業監督管理委員會上海監管局批准，於上海自貿區籌建支行，以配合恒生於內地的長遠業務發展策略，特別是跨境金融服務。



▲ 恒生回饋社會不遺餘力，包括以「恒生優秀運動員獎勵計劃」肯定本地運動員的付出及拼搏精神。

公司簡介

759 為 759 阿信屋的母公司「CEC 國際控股有限公司」1999 年於香港聯合交易所有限公司之上市編號，而阿信屋名字取自日本電視劇《阿信的故事》，冀做好街坊生意，旨於將日本生活區內優質的生活及消費模式帶來香港，務求使顧客能享受日式店面的購物環境及氣氛，引入當地最新 / 最具特色的貨品；以「直送」之平衡進口為採購模式，前往世界各地尋找各式各樣的貨品，為大家提供多一個選擇，服務本港廣大街坊。第一間 759 阿信屋（葵涌廣場）於 2010 年開業，自此之後，為方便附近居民，分店選址深入民居，主要位於各區公共屋邨及私人屋苑的商場及商舖；截至 2013 年 12 月 4 日止，分店擴展至 168 間。

得獎感受

對於獲獎，759 阿信屋主席林偉駿先生表示非常榮幸及感到鼓舞，感謝主辦單位及各位參與人士的投票支持，縱使前路充滿挑戰，我們會一如既往，繼續鞭策向前，縱觀過去三年的種種，759 阿信屋的成長，是經過無數汗水與刻苦歲月打拼出來，我們一眾全人可謂功不可沒，有今日成績，我們都感到非常珍惜，再一次多謝大家支持。而且透過是次活動，能夠與大家分享交流，是一次難得的機會。

公司理念

759 阿信屋採取高流量的銷售策略及進取的定價政策，並積極尋找合適做街坊生意的生活區商舖，不斷擴展零食業務網絡，

務求將進貨領域進一步擴大，全面增加貨品種類，引入更多優質實惠的進口貨品，包括冷藏食品、住宅用品、新鮮蔬果、個人護理及新穎小玩意等，繼續致力為一眾街坊們提供悠閒、多元化、舒適的購買體驗。

我們一向積極履行企業公民的責任，透過參與不同形式的慈善、義工及健康活動，鼓勵員工關懷社會，促進員工的身心健康及平衡發展；同時亦提供捐款予慈善團體及教育機構，盡力投入社會公益活動。

展望將來

距離我們預設的目標 300 間分店，迄今已邁進一大步，預計約於 2014 年 4 月底開至 180 間店舖，完成後擴展計劃會暫緩一年；下一步會轉移焦點，從擴展業務網絡轉至鞏固業務上，

然後繼續一步一步朝向目標實踐。冀 759 阿信屋業務網絡能夠擴張至每一個



角落，服務當區的街坊們，同時也會搜羅更多具有特色的貨品予街坊們，給予大家更多選擇。



公司簡介

日本城 (Japan Home Centre/ JHC) 自 1991 年在香港創立至今，已超過二十二年。我們的業務亦已由香港一間家庭用品零售小店，發展至今為一個於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門均擁有業務的家品零售連鎖集團。截止 2013 年 9 月初，單是香港各品牌之自營分店數目已達 235 間。計及香港在內，各地分店（包括自營及特許店在內）數目更超過 300 間。

在港以日本城品牌為主之店舖提供多款產品，包括廚房用具、塑膠製品、家居電器及其他日常家品。我們亦不時擴闊產品種類及調整產品組合，以迎合顧客的需求及喜好。

得獎感受

我們很高興繼 2012 年，獲「恒生管理學院」頒發 2012 年度「君子企業銅獎（零售業）」後，於 2013 年更進一步，榮獲「君子企業金獎」。適逢日本城之母公司，國際家居零售有限公司（股份代號：1373），在 2013 年 9 月 25 日，於香港聯合交易所主板成功上市，可謂雙喜臨門。

自首次獲此獎項起，我們更深化將「君子五德」的仁、義、禮、智、信論，潛移默化地滲入日常經營及管理方針之中，以體現出仁、義、禮、智、信的精神。

公司理念

貴為關心社會之企業，日本城在發展的同時，多年來均有參與不同的慈善活動，及支持各項可持續發展環境之環保活動。2013 年公司還身體力行，在部份分店，參加了「樂施會」的「樂施米義賣大行動」及協助推廣有關其「國際減貧日」之「回家吃飯」活動。除了公益事務外，自 2006 年度起，日本城更連續 8 個年度，成為「世界自然基金會」（WWF）— 香港分會之「純銀會員」，以直接捐助方式，支持其各項可持續發展環境之環保活動，改善環境。透過參與這些活動，彰顯日本城為各持份者創造之社會價值，足証本公司擁有「仁」愛之心，關愛社群。

本公司在港擁有以日本城為主之龐大的零售

點網絡，為顧客提供惠顧生活家品之便利服務。日本城亦開發了多個自家品牌產品，加上由來自 13 個地區超過 650 供應商及製造商組成之供應鏈，使顧客對我們每款用心打造之自家品牌產品及精心挑選之國際品牌家品，不論是質量還是格價均滿意稱心。另外，憑藉日本城所銷售貨品均以實用及貨真價實見稱，加上各分店相同商品的均一價格，及童叟無欺對待每位顧客的態度，因而深受歡迎，展現出正值「義」之可貴。加上細心殷勤待客之道，以「禮」待客，多年來使我們榮獲包括「香港 Q 嘜優質服務」及「香港服務名牌」等獎項。

近年，我們察覺到顧客之要求及品味逐漸提高，因此我們作多元化發展及嘗試，增設了兩個不同的品牌 - 生活提案 (City Life) 及文具世代 (Epo Gifts & Stationery)。由於這個兩家店舖所售賣的產品與日本城截然不同，我們會以員工對商品的知識及品味，為追求優質生活的顧客提供寶貴而又專業的意見。對顧客品味及要求之預見及對商品之認識，亦體驗出「智」的表現，亦藉此令到每位踏進我們旗下任何店舖的顧客，都可享受不同的購物樂趣，及感受到我們每位員工的誠意與值得「信」賴的推介，從而得到滿載而歸的購物喜悅。

展望將來

日本城很榮幸獲得「君子企業金獎」，並會憑藉這次機遇，在未來的日子，繼續將「君子五德」充份體現於業務上，期盼為每一個家庭提供各種價格合理，並稱心如意的生活家品，繼續貫切日本城「悉心照顧每個家」之宗旨。



▲ 日本城之母公司，國際家居零售有限公司，於香港聯合交易所主板成功上市時，管理層選擇與眾多員工一同慶賀，關愛員工，體現「君子五德」仁、義、禮、智、信的精神。

公司簡介

為人熟悉的家居布置專家宜家家居是由英格瓦·坎普拉於 1943 年在瑞典成立，是目前全球最大的傢俬家飾零售連鎖店，分店遍佈 26 個國家，有 298 間分店；在亞洲有 17 間分店，而香港則有 3 間分店，分別位於沙田，銅鑼灣及九龍灣。

得獎感受

本公司很榮幸獲得這個獎項，這是一個對我們公司推動社會企業責任的一個認同，對企業員工起了鼓舞作用。君子五德當中的「信」，是宜家家居其中一個重要的元素，在與顧客的交流過程中，我們均會誠實地告知產品的內容，給顧客留下最佳印象，在他們心目中成為可靠的公司。

對內部的員工，誠信比其他事更為重要，我們必須與員工以直接而公開的方式進行溝通，並讓大家暢所欲言，當然大前提是要尊重並接受每一個人，不斷鼓勵他們，讓他們充滿力量及活力。同時，我們亦要能夠給予建設性的批



評，別避而不談缺點所在，這樣才能夠誠實地令員工明白及改善自己缺點，以提升員工的表現。

公司理念

宜家家居以「為大眾締造更美好的生活」為宗旨，並以「提供各式各樣美觀實用且價格相宜的傢具」為營商理念。宜家家居致力做到品



質好和價格相宜，不斷尋找既能節約成本又創新的方法，把原材料以最好的方法使用。透過與供應商建立長期合作關係、投資自動化的生產程序及增加產量，優化供應鏈，為顧客帶來物超所值的優質產品，例如，宜家家居以創新的平板包裝來減落運輸成本。除此之外，宜家家居亦注重為改善人類生活及環境而作出不同的改進，如在巴基斯坦及印度創辦農民田野學校，教導棉農如何提高灌溉效率，又設立指引禁示僱用童工。宜家家居亦十分著重兒童教育，由 2003 開始，透過舉辦「毛公仔助學行動」，協助 46 個國家的逾 1,000 萬名小朋友受惠，得到教育機會。

展望將來

宜家家居的願景是「為大多數人創造更美好的生活空間」，怎樣實現我們的願景呢？宜家家居的經營理念正正能幫助我們達成願景，以提供種類多樣、設計獨特且具功能性的家居用品，價格低廉令大多數人都能夠負擔得起。

一直以來，宜家家居都堅信一套獨一無二的價值觀，而這價值觀是我們成功的關鍵因素。我們將繼續致力於實踐這價值觀於不同層面，包括產品設計、生產、配送、行銷及銷售的營運模式，把宜家文化傳遞致每一位持份者。

宜家家居身為一間國際品牌，我們希望透過社會對我們的認識，令社會大眾加多關注地球環境、幫助需要人士。例如推動保護環境，讓顧客及員工知道我們的想法，從產品設計、生產方式及原材料、以致包裝等方面，都以保護環境為大原則。而每年我們都有員工組成義工隊推動社會服務，並透過不同形式及層面，幫助有需要人士，如低收入家庭、孩子等。

公司簡介

天星小輪有限公司起源於 1880 年，當時一位名叫 Dorabjee Naorojee Mithaiwala 的波斯拜火教徒成立了「九龍渡海小輪公司」，並以一艘名為「曉星」的蒸汽船開展其載客渡輪服務。後來，亞美尼亞裔商人吉席·保羅·遮打爵士買下了所有小輪，並於 1898 年 5 月正式成立現今廣為人熟悉的天星小輪公司，當時新公司名稱主要取材自轄下船隊的船名均包含了的「星」字。

現時船隊中九艘小輪均仍然保留傳統雙頭式設計，船身顏色採用上半白色及下半綠色，船頂煙囪上有四枚星作裝飾，每日穿梭維多利亞港往來尖沙咀及中環和尖沙咀及灣仔。天星小輪不單是連接香港與九龍之間的公共交通運輸系統中的重要組成部分，亦是訪港旅客必會體驗的行程，《國家地理旅遊雜誌》曾把乘搭天星小輪遊覽維港兩岸譽為「人生五十個必到景點」之一。於二零零九年，天星小輪獲美國旅遊作家協會 (Society of American Travel Writers) 評選為「全球十大最精彩渡輪遊」之首。於二零一一年，天星小輪更獲全球一大旅遊評論網站 TripAdvisor 評選為「全港十個必遊景點」之一。



▲ 服務香港過百年的天星小輪，是港人的集體回憶。

得獎感受

天星小輪深感榮幸能夠榮獲由恒生管理學院主辦的「君子企業調查」的金獎殊榮。「君子企業」是由市民直接評選出來具君子道德價值的企業，固別具公信力。能取得這個殊榮，我們衷心感激市民對天星小輪的支持，亦對我們多年來貢獻社會的成績給予肯定。



▲ 天星小輪經歷了整個世紀，在面對各種困難時仍不斷改進，精益求精。

要建立良好的品牌及讓每個客人享受更舒適、可靠及安全的渡輪服務，我們每年都會收集乘客意見及為前線員工提供充足培訓，務求對服務的監控、策劃、管理及未來策略上做到一絲不苟，實踐以客為本的服務文化。這個獎項再一次給我們鼓勵，驅使天星團隊在未來日子繼續努力！

公司理念

歲月如梭，天星小輪與港人已攜手走過一百一十五年。秉承對香港不變的承諾，為市民及旅客提供質優價廉、安全及可靠的渡輪服務。天星小輪是香港人的集體回憶，在保留傳統文化之同時亦不忘力臻完善之理念。天星小輪於二零零一年獲勞工處頒發良好人事管理獎；於二零一零年起已獲僱員再培訓局嘉許為人才企業 1st，持續至今，天星小輪於二零零二起連續超過十屆獲頒商界展關懷標誌。

展望將來

天星小輪有限公司一直陪伴著香港成長，對香港有著一分不可磨滅的深厚感情。在未來日子，我們會繼續與香港市民同舟共濟，以質優價廉的宗旨服務乘客及繼續能夠成為代表香港的地標，並宣揚君子企業良心以回饋社會。



▲ 天星小輪更成立了「天星義工隊」，鼓勵員工參與義務工作。

永旺（香港）百貨有限公司

（業務品牌為：AEON）

公司簡介

永旺（香港）百貨有限公司（「AEON」）成立於1987年11月，並於1994年2月在香港聯合交易所上市，其主要業務為經營綜合購物百貨公司（GMS）。為了滿足顧客的需求，AEON相繼開設獨立超級市場（AEON SUPERMARKET）、Living PLAZA by AEON、日式便當專門店（Bento Express by AEON）及室內遊樂場（Molly Fantasy）及於2000年推出AEON網上購物城（AEONCITY），引入種類繁多的貨品及服務，力求為顧客提供一應俱全及物有所值的商品。目前AEON於香港人口密集的地區開設9間綜合購物百貨店（GMS）、5間獨立超級市場、23間獨立Living PLAZA by AEON及5間Bento Express by AEON，並於廣東省開設20間GMS、6間獨立超級市場及2間購物中心。

公司理念

本著「令顧客日常生活更美好」的意念，以優良品質及合理價錢提供衣食住中的生活必需品並配合顧客所需，AEON於1994在日本開始推出集團旗下自家品牌——TOPVALU，為不同地方的人們提供「安全、安心、信賴」且種類多元化而品質優良的商品。在追求優越表現、積極拓展業務及為以「您的喜悅 我們的追求」作口號，用心服務顧客之餘，AEON 26年來均盡心履行企業公民的責任，在不同範疇竭力回饋社會，實踐「取之於民，用之於民」的信念，

致力成為不斷追求和平、為地區社會作出貢獻的企業集團。

為了具體履行集團的企業理念及宣言，集團不遺餘力地進行社會企業責任活動，並把每月11日定為「永旺日」，於當日進行各種活動，當中包括環境保護、慈善籌款、教育活動及社區服務，惠及社會上有不同需要的人士。AEON深信，透過社會企業責任活動，除了惠澤社會之外，亦是促進與顧客、商業合作伙伴及員工溝通的橋樑，令各界增加對企業的認識。

得獎感受

26年來，全賴得到顧客、商業伙伴及員工的支持，AEON秉承「一切全為顧客」的理念，自1987年於太古創立第一間JUSCO起至今於荃灣、黃埔、屯門、九龍灣、荔枝角、九龍城及大窩口多個地方相繼開設分店超過40間。作為企業公民，AEON肩負起成為優秀企業公民為目標，一直堅守基礎信念——「貢獻社區」。AEON很榮幸獲得「君子企業」殊榮及顧客的認同，本公司將繼續堅持「力所能及，攜手努力」的理念，為顧客提供多元化的優質生活必需品及愉快的購物體驗之餘亦鼓勵顧客、員工一同參與公益活動，貢獻於環境保育及保護以及扶助弱勢社群，回饋社會。

展望將來

AEON將會延續「您的喜悅 我們的追求」的精神，竭力提供滿足顧客需要的稱心服務，積極回饋社會及致力推動及參與保護環境活動。



▲ AEON 定期舉辦環保活動，鼓勵員工身體力行去為保護環境，綠化社區出力。

半島酒店集團

（業務品牌為：香港半島酒店）



香港半島酒店的豪華尊貴服務，及其富傳奇性的歷史，使她成為今日全球推崇的頂級酒店之一。從一九二八年十二月十一日開幕至今，堅守為賓客提供優良服務之傳統。而樓高三十層之半島酒店高座於九四年十二月啟用後，為商務及閒適旅客提供先進的酒店設施。

巍然聳立於酒店從前的後院，新蓋的高座為整個半島酒店加上 132 間客房及套房，使酒店的總房間數目增至 300 間。高座亦包括十層商業辦公室及高級購物店鋪。而增加之酒店設施

則有泳池、陽臺、健身中心、半島水療中心、會議室、宴會廳、商務中心及由著名法國籍建築師及室內設計家 Philippe Starck 設計，可飽覽香港景色之頂樓餐廳 Felix。

高座的頂部特設有可容納兩架直升機使用的停機坪，為賓客提供前往本港任何目的地最快捷方便的途徑。此外，停機坪下的 The China Clipper 專用貴賓室，內設國際通訊中心，並提供酒店入住登記及行李送遞服務。

明報

《明報》於 1959 年創刊，一直致力對香港、中國大陸以及世界各地的政經大事作全面、客觀及不偏不倚的報道和分析。

《明報》編採人員一直堅持傳統報人理想，追求正義與仁愛，努力不懈地為讀者發掘真相，提供客觀持平的報道和評論，並致力推動各項社會公益慈善事業，使《明報》得以紮根香港，影響遠播境外。

過去五十多年來，《明報》與香港社會一起成長。未來的歲月裏，《明報》面對的挑戰，是在資訊科技急速發展的新環境中，在全球對華文信息需求與日俱增的大時代裏，不斷更新變化我們傳播信息的方法和版圖，從平面媒體走向影像聲音兼備的多媒體，從單向發布變成雙向互動，從個別地區走向全球華人，目的是要更好地服務讀者。

據香港中文大學於 2010 年所作的傳媒公信力調查結果顯示，《明報》獲公眾選為最具公信力的中文媒體，這是繼 1997 年、2001 年、2006 年及 2009 年的同類型調查後，市民第五度認同《明報》是最具公信力的中文報章。此外，《明報》十多年來連續在香港報業公會主辦的「香港最佳新聞獎」中贏得多個獎項，這些殊榮，反映《明報》的報道一直備受業界和社會人士的認同。

《明報》今次獲得恒生管理學院主辦「2013 年度君子企業調查」中的君子企業金獎，我們非常感謝社會大眾的支持愛護。《明報》在未來的日子裏，將努力不懈，繼續保持報社作為社會公器的理想和使命。

明報

香格里拉酒店集團一貫堅持以經濟、社會和環境可持續性的方式進行經營，同時平衡各相關利益方之間的關係。集團有專門的企業社會責任委員會，從股東關係、環境、健康及安全、供應鏈管理和員工等各方面帶領企業推陳出新，使香格里拉成為企業公民和可持續發展方面的領導者。香格里拉企業社會責任項目以可持續發展為出發點，由「人文關懷」和「關愛自然」兩個核心元素組成。「人文關懷」項目旨在使弱勢群體獲得更好的教育及健康服務；「關愛自然」則滲透於香格里拉自然保護項目中，為保護生態多樣性以及恢復生態環境作出不懈努力。

港島香格里拉大酒店

於 1991 年開幕的港島香格里拉大酒店座落於中區金融中心，著名的香港公園、山頂纜車站及蘭桂坊等景點均近在咫尺。樓高 56 層的酒店共有 531 間客房和 34 間套房分佈於 39 至 55 樓，每間均坐擁維多利亞海港或太平山頂的迷人景緻。酒店設有八間具國際級水準的餐廳，其中包括兩間米芝蓮星級食府珀翠餐廳和夏宮，以及灘萬日本料理、cafe TOO 咖啡廳、龍蝦吧餐廳、高美食店、漪畔臺及大堂酒廊。除了出色的住宿與餐飲設施外，酒店亦備有室外游泳池及 24 小時開放的健身室等一系列消閒設施，以切合不同旅遊人士的需要。



▲ 為客人提供優質的住宿及餐飲體驗的同時，港島香格里拉大酒店亦致力履行企業社會責任，為環境保護及社會各界的福祉出一分力。

今年港島香格里拉大酒店榮獲君子企業金獎，我們深感榮幸。能夠獲得香港市民的認同，對酒店上下無疑是極大的鼓舞，勉勵我們繼續竭力履行企業社會責任，在促進企業發展的同時，亦為環境保護及社會各界的福祉出一分力。



▲ 九龍香格里拉大酒店以無微不至的服務和稱心的住宿及餐飲體驗聞名世界。酒店同時克盡己任實踐企業社會責任，貢獻社會不遺餘力。

九龍香格里拉大酒店

位於尖沙咀東海旁的九龍香格里拉大酒店地點優越，港鐵站、機場快線及天星小輪皆近在毗鄰，交通網絡四通八達，還有數個觀光點信步可達。酒店的六百八十八間豪華客房面積寬敞，兼且備有現代配套，同時擁有偌大的玻璃窗，可眺望著名的維港景致或壯麗的城市景觀。位於酒店頂樓三層、極盡奢華的「豪華閣」為賓客提供更多尊貴服務。酒店還有七間屢獲殊榮的餐廳及酒廊，包括米芝蓮二星評級香宮中菜廳，還有意式、日式及國際美酒佳餚。另外，酒店亦設有二十四小時開放的商務中心及健體中心，全面照顧賓客所需。

榮獲今年的君子企業金獎，九龍香格里拉大酒店全體員工均感到非常榮幸。我們藉此感謝各位的鼓勵和認同。社會大眾對我們的支持無疑推動我們繼續努力實踐企業社會責任。我們承諾將秉承中國人社會儒家思想中「君子」的道德標準，於環境保護、職業健康及安全、食物安全及社會各界等多方面出一分力，同時幫助更多有需要的弱勢社群。

香港油蔴地旅遊有限公司



香港油蔴地旅遊有限公司（“油蔴地旅遊”）成立於 1983 年，是香港小輪集團（香港聯合交易所上市編號：50）成員之一。九十年來，香港小輪集團由早年主要為港九新界及離島的乘客提供渡輪服務，發展成為一間具規模的上市公司，業務範圍涵蓋地產發展及投資、渡輪及相關服務及旅遊等業務。

集團早年已洞悉香港旅遊業務的發展潛力，為令集團業務更趨多元化，特成立了香港油蔴地旅遊有限公司，正式向香港市民提供本地、澳門及廣東省旅遊服務。三十年來，油蔴地旅遊一直秉持「提供優質旅遊服務，為顧客創造美好旅遊回憶及增廣各地閱歷」的理念，將業務範圍逐漸開拓至中國長線及東南亞等國家。近年，更發展了「商務行」副品牌，為中國各地政府部門及公營機構安排專團到海外交流及

學習，為國家的進一步發展及制度優化，提供堅實的支援。

旅遊業市場競爭激烈，要在市場中持續保持競爭力殊不容易。但本司相信只要堅持理念，憑著穩健、誠信及提供物超所值的旅遊服務精神，總會獲得顧客及市民認同。經過公司上下一心的努力，油蔴地旅遊自 2004 年起成為全港第一家獲“Q MARK”認證的旅行社；「油蔴地旅遊」也成為香港市民參加本地團及各類短線旅遊的當然選擇。今天，本司更榮幸獲恒生管理學院頒發「君子企業金獎」，進一步確認了油蔴地旅遊的服務理念，已得到廣大香港市民的肯定及支持。

展望將來，油蔴地旅遊會繼續紮根香港，在現有的業務基礎之上，進一步多元化業務及產品，為顧客創造更多美好的旅遊回憶。



香港四季酒店

時移世易，潮流不斷改變，但四季酒店集團依然堅持為顧客締造一段妥善無瑕的旅程。全天候量身定制的高品質服務，配合出類拔萃的優雅環境，讓追求卓越的顧客即使身在路途之中，也能享有如家一般的舒適與安逸。我們從一家位於多倫多的汽車旅館，蛻變成了今天在

38 個國家築有 91 家世界級酒店的奢華酒店管理集團。四季酒店精心灌溉而成的深厚酒店文化通過全球各地的員工得以淋漓展現。50 多年來，我們待客如己，贏得了賓客的信賴。不斷求變，承諾如一，將是我們矢志不渝的衷心冀盼。



香港郵政

機構簡介

香港郵政於一八四一年成立，一百七十多年來一直為市民提供優質的郵政服務。一九九五年起以營運基金模式運作，須自負盈虧，由一個傳統政府部門蛻變成

為以客為本、緊貼市場需要和靈活創新的服務機構。香港郵政憑著覆蓋全港的門市和派遞網絡，以及

連接全球各地的海空聯繫，提供多元化的郵政服務。香港郵政全面實施優質管理，為市民提供物有所值的服務，不單著重成本效益，而且維持優良的服務質素。



▲ 待客以禮



得獎感受

香港郵政在「君子企業調查 2013」獲頒「君子企業金獎」，全體員工均感到十分鼓舞。是次調查以「五德」作為評估準則，而「五德」正配合香港郵政的部門文化。我們鼓勵同事將心比心、以禮待人、彼此尊重、互諒互讓，務求令顧客稱心滿意、同事融洽相處。「五德」中的「信」，最能令人聯想到香港郵政，而我們一向標榜服務專業、穩妥可靠及值得信賴。香港郵政是次獲選為「君子企業」，深感榮幸。我們會繼續以「君子」謙卑的態度，克盡己任，精益求精。



▲ 香港郵政提供專業優質的服務，獲得顧客垂青

機構理念

「傳心意·遞商機」是香港郵政的宗旨。「傳心意」一是以合理相宜的收費，提供可靠快捷的郵遞服務，把郵件送達香港和世界每一個角落，為市民傳達心意，連繫社會；「遞商機」一是不斷發展多元化的郵政產品及服務，為各行各業提供業務解決方案，促進香港經濟發展。香港郵政本着處處為顧客着想的信念，積極進取，落實「傳心意·遞商機」的宗旨。

展望將來

在今天的營商環境中，要滿足顧客不斷變化的需求，是一項持續的挑戰。香港郵政會積極拓展競爭優勢，令業務持續發展。隨著電子商貿發展日趨蓬勃，我們會抓緊機遇，推出更多迎合市場需要的新產品和服務，與時並進。香港郵政深得社會各界的信賴和支持，市民給予部門團隊的讚賞，激勵全體員工盡心盡力為顧客服務。我們會一如既往，履行服務承諾，繼續用心提供專業優質的郵政服務。



▲ 香港郵政積極參與公益活動，為社會出一分力

About SCMP

Headquartered in Hong Kong, the SCMP Group comprises an impressive portfolio of businesses that deliver news, information and entertainment across many platforms to the people of Hong Kong, China and the world.

Our founding company, the South China Morning Post, began operations in November 1903, and the SCMP Group was formed much later, in 1996, with the acquisition of TVE, a magazine and book publishing enterprise.

Today, the SCMP Group comprises its anchor brand, Hong Kong's leading English language newspaper - the South China Morning Post and its sister paper, the Sunday Morning Post. The Group also features Hong Kong's trend-setting fashion magazines Cosmopolitan, Harper's BAZAAR, ELLE, Esquire and CosmoGirl! plus leading luxury lifestyle title PEAK, and leisure living titles HK Magazine, The List, WHERE Hong Kong and Where Chinese 玩儿.

Other business interests within the group include a robust marketing solutions and custom publishing division, outdoor media, events and conferences, contract publishing and a major stake-holding in Dymocks - Hong Kong's top branded book retailer, operating 12 stores.

A strong balance sheet and financial discipline are the bedrock of the Group. We are listed on the Hong Kong Stock Exchange and employ over 900 people in our newspaper, magazine and other divisions.

Our major shareholder, the Kerry Group, is a diversified and dynamic multinational

conglomerate with extensive interests in commodity trading, food and beverage, hotels, property development and, through the SCMP Group, media.

Today, the SCMP Group connects minds, cultures, businesses and communities with Hong Kong, China and the rest of the world. It is one of the most respected purveyors of quality journalism in the region.

Mission Statement

Since 1903, the South China Morning Post has grown from its humble beginnings as a newspaper targeting a small colony of expatriates, to becoming a world renowned and respected news leader in the region, touching the daily lives of hundreds of thousands of people both in Hong Kong and around the world.

As the anchor brand of the SCMP Group, our flagship newspaper the South China Morning Post sets the tone for our position as a world-class media company in Asia. As China's place on the world stage grows in prominence, we are perfectly placed to offer our knowledge within this region to bridge the East-West divide.

The SCMP Group will continue to focus on our strengths and expertise in Hong Kong and China, never losing sight of our core values of quality, integrity and trust which have been our guiding principles for over a century.

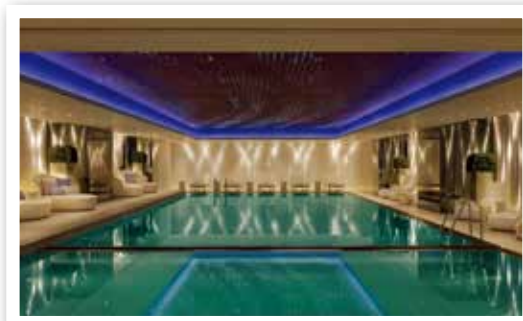


The Mira Hong Kong

公司簡介

「Mira」的名字源自一顆身處太陽系深處的鯨魚座星宿 (Cetus)，散發光芒。「Mira」於西班牙文意思為「高瞻遠望」，而於拉丁文則解作「完美、和平和繁榮」。酒店取名為「Mira」，擁有深層意義，目標明確。

The Mira Hong Kong 擁有 492 間客房，其中 56 間為套房，融合尊貴氣派及都會時尚，為商務及休閒旅客提供極致體驗。酒店座落於香港心臟地帶一尖沙咀彌敦道，四周林立商業大



▲ The Mira Hong Kong 引領全球，以時尚的 handy 智能手機為賓客帶來免費撥打國際長途電話及共享數據的通訊服務。



▲ The Mira Hong Kong 裝潢極具品味，盡顯其一絲不苟的匠心設計。

樓、購物商場、餐飲及娛樂熱點。酒店交通便捷，鄰近港鐵站、東鐵站及天星碼頭；酒店亦毗鄰多間品牌專門店、大型購物商場、特賣店及高級餐廳。

酒店一直致力為當代旅客提供個人化的住宿體驗。所有客房提供嶄新 handy 智能手機，讓您專享免費本地以至 25 個指定國家之國際電話、3G 數據及 Wi-Fi 共享。 handy 智能手機集多功能於一身，除可撥打其他客房電話及連接「My Mira」個人化禮賓服務；所有來電均會同步連接其客房及 handy 手機，以確保您不會錯過任何一個重要的來電；手機更會預先下載各種應用程式，包括新聞、匯率轉換、港鐵路線圖，以至社交網絡程式等。

酒店內 6 間風格迥然不同的得獎餐廳包括：米芝蓮推薦粵菜食府國金軒；當代歐陸餐廳 WHISK；環球美食之最 Yamm；迷人甜點咖啡廳 COCO；特色雞尾酒殿堂 Room One；以及時尚露天花園走廊 Vibes。

屢獲殊榮之 MiraSpa 為 21 世紀嶄新的水療概念，由酒店管理。水療中心佔地 18,000 平方呎，集健身、美容及保健服務於一身，內設室內無邊際泳池及健身中心。

The Mira Hong Kong 為 Design Hotels™、HIP Hotels、Tablet Hotels、Kiwi Collection、Minimo Hotels 及 The Chic Collection 之成員。

公司理念

The Mira Hong Kong 矢志成為香港首屈一指的時尚都會酒店之選。酒店深明讓賓客喜出望外的重要，每事均全力以赴，以確保每位賓客的住宿體驗難忘而與別不同。

推行環境管理系統，遵從 ISO 14001:2004 之要求及規定，以時尚魅力為綠色香港開創更美好的未來。



▲ 米芝蓮推薦食府國金軒 The Mira 為賓客帶來揉合傳統烹調精髓的當代粵菜。

酒店介紹

香港喜來登酒店坐落維多利亞港旁，位處商務、購物及文化區的樞紐地段。其交通方便，距香港國際機場僅 35 分鐘車程，是商務及悠閒旅客的理想之選。

香港喜來登酒店於 1974 年開業，2003 年重新裝修，為各地旅客及本地社區服務近 40 年。酒店有 782 客房，分主樓層及貴賓樓層。客房均配有時尚現代的喜來登「甜夢之床」(Sheraton Sweet Sleeper™)，讓賓客能舒適安睡；所有客房均設寬敞的工作間，部份可俯瞰香港維多利亞港海景。客房另設無線網絡服務，賓客亦可於大堂的 Link @ Sheraton 享用免費上網服務，在旅途中與外界保持聯繫。

酒店設 15 間多功能宴會廳，備有先進的設施及技術團隊。忙碌過後，賓客亦可到頂層的戶外游泳池、健身俱樂部或水療中心放鬆身心；酒店另設 7 間餐廳及酒廊，賓客大可享受美食佳餚，以及欣賞風光如畫的維多利亞港。

得獎感受

感謝大會恒生管理學院頒發「君子企業金獎」。今後香港喜來登酒店會繼續以履行企業社會責任及提高酒店之可持續發展為目標，除了提高員工以至賓客的全球公民意識外，酒店亦全力鼓勵員工參加慈善及環保活動，關懷社區，為同業樹立典範。

公司理念

喜來登酒店相信，分享令生活更精彩。喜來登酒店的足跡已遍佈 70 個國家，擁有超過 400 家酒店，為五湖四海的旅客架起團聚與溝通的橋樑。喜來登酒店在世界各地為賓客營造獨一無二的社交空間，讓賓客在旅遊時仍能與世界保持聯繫。

喜來登酒店的核心價值是「溫暖親切、聯系感應、共通共享」。「溫暖親切」指員工態度誠懇可親，他們的服務周到細緻，時刻關注賓客需求，令賓客盡享精彩休閒的人生；「聯系感應」指賓客即使離家千里，依然可通過酒店的網絡空間、完善的設施與周到的服務與親友隨時保持聯繫；「共通共享」說的是酒店為賓客提供的社交空間，客人可於此聚首及分享人生體驗。

展望將來

香港喜來登酒店今年已完成第一階段的翻新工程，而第二期工程將在 2014 年進行。新裝潢後的客房優雅時尚，是理想的休憩及工作空間，為商務或休閒旅客帶來全新的星級體驗。2014 年亦是本店的 40 週年紀念，酒店承諾將致力與時並進，加強與社會的聯繫，並同邁向下一個里程碑。



▲ 喜來登酒店相信，分享令生活更精彩。喜來登酒店在世界各地為賓客營造獨一無二的社交空間，讓賓客在旅遊時仍能與世界保持聯繫。

顧問委員會

主席：趙麗娟資深會計師

（香港會計師公會 2013 年度會長、利豐發展（中國）有限公司董事）

委員：方梓勳教授（恒生管理學院署理校長、常務副校長、翻譯學院院長及教授）

劉可復教授（恒生管理學院協理副校長（課程）及市場及管理學系教授）

曹虹教授（恒生管理學院協理副校長（傳訊及公共事務處）、

傳播學院院長及教授）

謝清標教授（香港中文大學市場學系教授）

鄧子龍博士（恒生管理學院市場及管理學系助理教授、工商管理課程副總監）

巫浚銘同學（恒生管理學院市場營銷學會主席）

執行委員會

主席： 鄧子龍博士

（恒生管理學院市場及管理學系助理教授、工商管理課程副總監）

副主席： 鄭家麒博士（恒生管理學院市場及管理學系助理教授）

委員： 張美鳳博士（恒生管理學院新聞及傳播學系助理教授、
新聞及傳播課程副總監）

田文盈博士（香港公開大學市場、管理及決策科學學部講師）

周盧麗玲女士（恒生管理學院市場及管理學系高級講師）

楊筠瑜女士（恒生管理學院市場及管理學系一級講師）

吳寶琪女士（恒生管理學院市場及管理學系一級講師）

馮利基先生（恒生管理學院商學院研究助理）

王楠女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理）

李文嘉女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理）

黃紀恩女士（恒生管理學院商學院行政助理）

巫浚銘同學（恒生管理學院市場營銷學會主席）

陳浩俊同學（恒生管理學院市場營銷學會內務副主席）

陳翠婷同學（恒生管理學院市場營銷學會市場策劃總監）

馬嘉鍵同學（恒生管理學院市場營銷學會公共關係總監）

附屬委員會

典禮籌備委員會

主席： 巫浚銘同學（市場營銷學會）

副主席： 陳翠婷同學（市場營銷學會）

委員： 陳浩俊同學（市場營銷學會）

劉詠嫻同學（市場營銷學會）

史穎生同學（商務翻譯學系系會）

陳穎妍同學（新聞及傳播學系系會）

顏敬濠同學（新聞及傳播學系系會）

研究工作委員會

主席： 馬嘉鍵同學（市場營銷學會）

副主席： 陳浩俊同學（市場營銷學會）

委員： 黃嘉翊同學（市場營銷學會）

杜家裕同學（市場營銷學會）

巫浚銘同學（市場營銷學會）

陳幗欣同學（商務翻譯學系系會）

調查員名單

方文浚
方嘉樂
王秀欣
王卓慧
古詠禎
史穎生
何清然
吳佩欣
吳東穎
吳靖文
呂靜林
李冠鋒
李庭浩
李淑君
李傑輝
李嘉豪
李銳晞
李曉茵
李曉澄
杜家裕
何曉彤
周芷瑩
林卓奇
胡卓穎

范冠軒
夏悅晴
徐凱靖
袁俊達
馬嘉鍵
區文軒
張佩賢
張鈞灝
張璋鑫
張綺婷
梁汐盈
梁煒諾
梁鳳婷
許國忠
許晴
陳浩俊
陳梓峰
陳凱琳
陳幗欣
彭彩欣
馮倩宜
黃世賢
黃苑彤

黃嘉翊
楊文雪
葉詠琳
詹善雯
鄒明正
雷雨融
廖卓賢
廖苑君
廖苑君
趙珮昕
劉貝如
劉承鋒
劉啟希
劉詠嫻
歐曉暉
潘子健
蔡悅敏
盧錦滢
龍佩筠
戴菁慧
羅煒皓
譚嘉寶
蘇滌衡

市場營銷學會

恒生管理學院第三屆市場營銷學會 SHUTTLE，名字具穿梭往來之義，時代的更替以及空間的探索都緊緊扣著穿梭的意念。對新鮮事物的好奇、探索事物的熱情和突破向前的精神，都是我們作為「穿梭」的目標與使命。我們本著不斷革新和尋求突破的精神，為同學帶來嶄新的活動，讓每個恒管人都能認識到我們，以及對市場營銷有更全面的了解。

恒生管理學院在傳授商業知識和理論外，也重視企業道德及社會責任的培養，因為它們是營商之道的重中之重。企業除了擁有良好的經營手法，還須具備企業道德，對社會負責，回饋社會。而市場營銷學會每年協辦的重點活動——君子企業調查，在表揚具社會責任及道德的企業的同時，亦希望各行業能重視社會責任和道德標準的重要性。

回顧整個調查，由初期的誓師大會、問卷調查工作坊、問卷調查、數據分析以及籌備頒獎典禮，過程雖然困難，但我們本著突破的精神，努力不避完成這項極具意義的調查工作。由於過往的君子企業調查口碑良好，因此在今年招募問卷調查員期間，同學反應熱烈。是次調查人員數目多達六十人，人手充裕，問卷數量最後亦能在預計時間內完成。雖然問卷調查於夏天進行，調查員每次進行戶外調查都汗流浹背，有時甚至面對惡劣天氣，滂沱大雨。他面對受訪者時，依然掛着和藹的笑容。即使受訪者拒絕受訪，他們都沒有怨言，努力找尋其他受訪者，這種敬業樂業的精神值得我們敬佩。

君子企業調查 2013 已圓滿結束。我們幹事會全體成員感謝所有參與君子企業調查的各單位人士，包括君子企業調查執行委員會、傳訊及公共事務處、本校一眾教授、問卷調查員、以及所有曾經接受君子企業調查訪問的香港市民。全賴他們的鼎力支持，君子企業調查 2013 才得以順利完成。

恒生管理學院第三屆市場營銷學會希望「君子企業調查」能夠薪火相傳，如聖火一樣延續下去。

新聞及傳播學系系會

「蜂傳」作為恒生管理學院新聞及傳播學系的代表，以凝聚本系同學對院校及學系的歸屬感為目標。本會以蜜蜂為象徵，將理念及使命傳播至每一位同學身上，致力為同學服務。同時，亦衷心希望為同學服務的精神及信念能得以傳承至往後的每一屆幹事會。我們富有活力和創意，具備為同學服務的熱誠，並鼓勵同學發表不同意見，以舉辦更精彩的活動。

對內方面，我們希望為同學營造良好的學習氣氛。透過舉辦不同活動，促進同學之間的交流，擴闊生活圈子，建立廣闊的人際網絡。此外，與本校其他學系保持良好關係，讓同學能認識不同學系的學生。對外方面，我們會與其他院校的不同學系保持良好關係，與不同院校的同學交流。我們十分關心社會，透過參與君子企業調查，讓我們對企業責任加深了解。

商務翻譯學系系會

我系著重培養同學有更深層次的思維，以及更多方面的發展，藉此提高同學對翻譯的興趣。因此，本會為同學提供全方位支援，爭取應有的福利，照顧各同學的需要。此外，我們致力舉辦多元化活動，除了每年一度的迎新活動、開 SEM 飯外，我們更加入新元素，例如邀請本系教授舉辦分享會、萬聖節時設有攤位遊戲等，活動內容包含了不少關於翻譯的技巧和知識，令同學能體驗精彩、豐盛、嶄新的大學生活外，同時加深對翻譯的了解。

除了透過活動促進交流，我們亦致力加強與學校、學系系會及其他學會的合作。我系在是次香港君子企業調查中，有幸負責編修調查問卷、編寫邀請函和其他文字工作，將課堂學到的翻譯技巧活用於是次大型活動上，令我們獲益良多。是次活動同時亦促進與他系系會成員的溝通與了解。我們期望日後能讓更多本系會員參與校內或校外交流活動，擴闊眼界、增長知識。

活動花絮



▲ 君子企業調查 2013 誓師大會



▲ 鄭家麒博士主持焦點小組調查環節



▲ 執行委員會成員會議中



▲ 調查員在各大商場收集數據

▲ 鄧子龍博士與調查員合照



▲ 調查員於巴士站收集數據



▲ 調查員於港鐵站及商場收集數據

君子企業調查標誌創作



恒生管理學院

君子企業調查

創作概念：

以中文字「君」和「子」拼出一個謙虛有禮的儒生，如君子般敬禮，藉以寄予各大小企業能如謙卑的儒生般，突顯君子「仁、義、禮、智、信」的風範，於繁忙業務中亦不忘回饋社會。本設計有幸於一眾優秀的參賽作品中脫穎而出，成為官方的標誌。亦藉此機會，祈望君子企業調查能夠成為本校的優良承傳活動，以鼓勵良心企業。

設計人：林卓輝同學

工商管理（榮譽）學士課程主修銀行及金融學三年級生

鳴謝

 長江實業地產發展有限公司

(鳴謝提供旗下商場作部份問卷調查場地)

鳴謝