



恒生管理學院
HANG SENG
MANAGEMENT COLLEGE

二零一四年度

君子
企業
調查

陳瑞庚題

JUNZI
CORPORATION
SURVEY 2014



君子企業調查 - 商道典範

現今企業面對眾多的持份者；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，也兼具西方的商業倫理和市場學說，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，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	<i>p.1</i>
目錄	<i>p.2</i>
獻詞	<i>p.3-p.8</i>
• 黃友嘉博士	
• 趙麗娟女士	
• 何順文教授	
• 蘇偉文教授	
• 鄧子龍博士	
• 簡仲熙同學	
君子與五德	<i>p.9-p.10</i>
君子企業調查報告	<i>p.11-p.24</i>
得獎結果	<i>p.25</i>
得獎公司簡介	<i>p.26-p.44</i>
參與單位	<i>p.45-p.48</i>
• 顧問委員會	
• 執行委員會	
• 附屬委員會	
• 調查員名單	
學會介紹	<i>p.49-p.50</i>
• 市場營銷學會	
• 新聞及傳播學系系會	
活動花絮	<i>p.51-p.52</i>
君子企業調查標誌	<i>p.53</i>
鳴謝	<i>p.54</i>

黃友嘉博士

一個企業擁有多種的持份者：包括股東、管理層、員工、供應商及客戶群等。君子企業除了對不同的持份者有所承擔，更要承擔起社會責任，企業運作要照顧到方方面面。

履行好社會責任的企業必須與股東、管理層、員工以及社會等各個層面均保持平衡的關係。一個傑出企業要給予股東適當的回報，管理層要具有領導能力，才能對股東、員工和社會作出承擔。

承擔社會責任的企業無論在面對順境或逆境時，都須體現出對員工的關愛。企業視員工如同夥伴一樣，不要只當是僱主和員工的單一關係，認為員工為他們勞心勞力是理所當然。企業要顧及員工的施工安全和為他們提供福利，有盈利時，應多給予員工獎賞；當經濟陷入逆境時，也不應動輒就裁員以縮減開支。須知員工是影響企業的生產力，是企業最寶貴的資產。

企業的成功除了企業管理層及員工的努力，更有賴社會提供的豐富資源才能達致成功，君子企業在賺取金錢的同時，也要回饋社會。君子企業明白履行社會責任是其本份，社會責任不單是捐錢做善事，企業社會責任包含面甚廣，對股東有所承擔、保障顧客利益、關愛員工工作和生活、引領行業發展、開展環境保護等都是社會責任的範疇，君子企業應該主動維護良好的勞資關係，共建和諧社會。



黃友嘉博士

君子企業頒獎典禮 2014 主禮嘉賓
香港工商專業聯會主席
香港中華廠商聯合會永遠名譽會長
香港董事學會副主席

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四屆「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！

趙麗娟女士

君子企業調查 2014 顧問委員會主席
香港會計師公會 2013 年度會長
利豐發展（中國）有限公司董事

何順文教授

企業倫理是一個恆常的課題。中國儒家倫理思想的基本精神是「仁義禮智信」。如從現代管理的角度理解，「仁義禮智信」不僅是倫理之道，也是管理經營之道。

「仁」是仁愛之心，統攝各種美德；「義」是處事公正合理，同時注重經濟效益與社會效益；「禮」是人際關係與相處的規範，企業形象建立在員工的言行舉止；「智」是明辨是非，重視人才資源開發；「信」是言無反覆、誠實不欺。此外，儒家思想包含著一種強烈的和自強不息的進取精神，為現代企業管理注入奮發向上的動力。



今年是恒管「君子企業調查」的第四年。參與的師生根據以往的經驗和實際需要，把有關工作改良擴充，將企業倫理與社會責任的精神，積極地傳播到整個社會。我們更希望榮獲「君子企業調查」獎項的企業，能作出榜樣推廣具君子品格的企業家風範，持續薪火相傳。

這個研究計劃已逐漸受到社會各界人士的關注與支持，成績有目共睹。祈望未來會加倍努力，更上一層樓。

也衷心恭賀獲獎的君子企業，為香港構建一個共贏和更美好的社會。

何順文教授
恒生管理學院校長

獻詞

蘇偉文教授



「君子企業調查」已進入第四屆，現在這項調查除了是恒生管理學院的年度盛事之外，也是對企業的企業社會責任的年度成績單。在這個世紀初的時候，企業社會責任才被企業認識，而到了今天，一家企業若果又只顧賺錢，而不講求其對社會責任，是會受到社會的反感。在外國的一些學術研究裡，已證明具有社會企業責任的企業，其業績比其他企業好，理由是顧客的消費決定，其中一項是企業是否對社會負責任。恒生管理學院矢志成為一所優質的私立大學，而我們重視的，就是同學的商業道德和操守。我們希望同學除了專業的知識之外，也要對這個社會負責，即以「君子愛財，取之有道」的觀念，去為這個社會的進步和繁榮打拼。不少人以為商學院一定就是滿身銅臭，其實商人也可以對社會負責。恒生管理學院的創辦理念，就是秉承中國儒商精神，去為社會進步努力。

很高興見到「君子企業調查」的成長，這個調查的成功，實在有賴參與全人的努力，在此我謹以謙卑的心，向這些努力不懈的同事致以敬意，特別是領導這項調查的鄧子龍博士，其多年來為這項調查勞心勞力，工作認真的態度令人欣賞。而參與調查工作的各位同事、同學，你們的努力和汗水，令這項調查越來越成功，這是你們的驕傲。

最後對得獎的企業表示恭賀，市民除了在消費行為中對你們打分之外，在心中已認同你們的企業社會責任，希望明年這個時候，可以再在頒獎台上見到你們的名字。

蘇偉文教授

恒生管理學院

商學院院長

工商管理課程總監

鄧子龍博士

很高興「君子企業調查」能延續至第四屆。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商業道德標準。

累積了四年的經驗，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，寄望此項調查能傳揚君子企業這個理想，並鼓勵更多企業以更高的商業道德標準營商。



鄧子龍博士

恒生管理學院

君子企業調查 2014 執行委員會主席

工商管理課程副總監

市場學系助理教授

簡仲熙同學



本人十分榮幸可以見證 2014 年「君子企業調查」能夠順利完成；有賴執委會及一眾學生調查員的努力，今年調查進度十分理想，君子企業的概念亦進一步宣揚到社會上各層面。

「君子企業調查」已經踏入第四個年頭。全靠前三屆執委會及學生調查員建立的基礎，今年活動規模更龐大、更具可信性。從活動中，同學們有機會參與問卷調查及數據分析的部分，這難能可貴的經驗，令我們獲益良多。

最後，本人謹代表恒生管理學院第四屆市場營銷學會，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，表揚它們對社會的貢獻。

簡仲熙同學

恒生管理學院

第四屆市場營銷學會主席

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。雖然其後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/>）

君子企業調查

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，並能找出具君子風範的企業，以作表彰。我們以下將簡略地向大家說明研究及分析方法、報告和討論調查結果，以及對各行業的啟示。

研究方法

本年度的「君子企業調查」以問卷形式進行。問卷設計參照去年「君子企業」調查問卷，經研究團隊根據上年度已建立的「君子企業」模式修改而成。問卷經多次測試均得出相當高的有效度。

問卷調查

問卷調查於 2014 年 6 月至 8 月期間進行。調查隊伍由 80 多名恒生管理學院學生組成，他們曾參與相關的工作坊及問卷調查訓練，因表現良好才獲派調查工作。調查隊伍分成多個小組，每次調查均由一小組負責，小組在組長帶領下於隨機抽出的地區或指定購物商場內，完成研究團隊預設的調查目標及問卷數量。為確保數據質素，研究團隊設有監察員，他們會按時到調查地點巡查，檢視調查工作。數據收集工作分三次進行，而每次調查問卷的內容及目標亦有所不同。整個調查期間，調查隊伍合共收集到 2,164 名市民的回應。

首輪調查（簡略版）

是次問卷調查目的是為下一輪調查作篩選工作，方向由淺至深。首先，研究團隊從七個行業中（公共服務、傳媒、金融、零售、飲食、酒店及旅遊、地產），找出市民心目中最具代表性的三十多間企業作為是次調查的評估企業，然後探討他們對該三十多間企業的「君子企業」形象。其中，得分最高的十間企業將獲選進入下一輪的問卷調查。於首輪調查，我們共收集了 1,295 份有效問卷。

次輪調查（標準版）

首輪調查的數據結果顯示，酒店及旅遊兩個行業的「君子企業」分數有明顯差異，故此我們將這兩個行業在標準版的問卷中分開處理，以便作出更客觀及公平的評估，因此，從次輪調查開始，獲評估的行業共有八個。調查問卷共有九條題目，分別量度企業的「君子」、「仁、義、禮、智、信」的表現及消費者購買意欲。調查企業均來自首輪調查篩選出來的八十多間企業。市民回答問卷時，會從中隨機抽出四至六間來作出評分。次輪調查中，我們共收取了 580 份有效問卷。

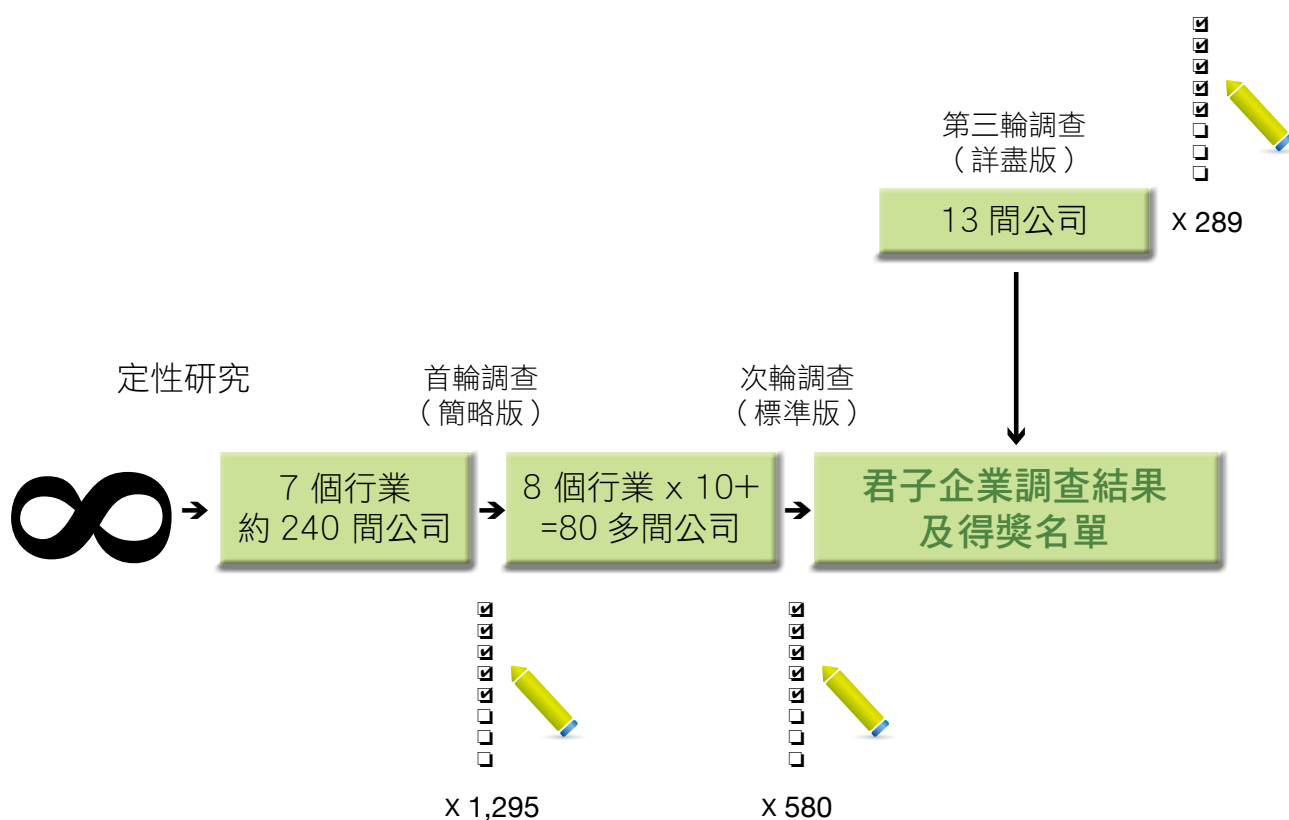
第三輪調查（詳盡版）

此調查目的在於再次驗證已建立的多維度「君子企業」模式及找出「君子」對消費者行為的影響。問卷共有 50 條題目，內容則較深入及全面去評估企業的表現。評估範圍包括「君子」、「仁、義、禮、智、信」、消費者期望、消費者滿意度、再購買意欲及忠誠度等。我們從次輪調查入選的企業中選取 13 間在其行業具有代表性的企業作為評估對象。第三輪調查共取得有效問卷 289 份。

分析方法

本年度君子企業調查的分析主要有三項。第一項為選出本年度「君子」及「仁、義、禮、智、信」的得獎企業。數據分析的範圍只針對首輪及次輪調查。我們計算了各企業「君子」及「仁、義、禮、智、信」的各項平均值，並將其轉化成以一百分為滿分的數值，方便作比較之用。第二項是測試「君子」模式與消費者行為的關係，例如：消費者滿意度及購買意欲。第三項分析是驗證「仁、義、禮、智、信」這五個德行的可靠度。

研究方法

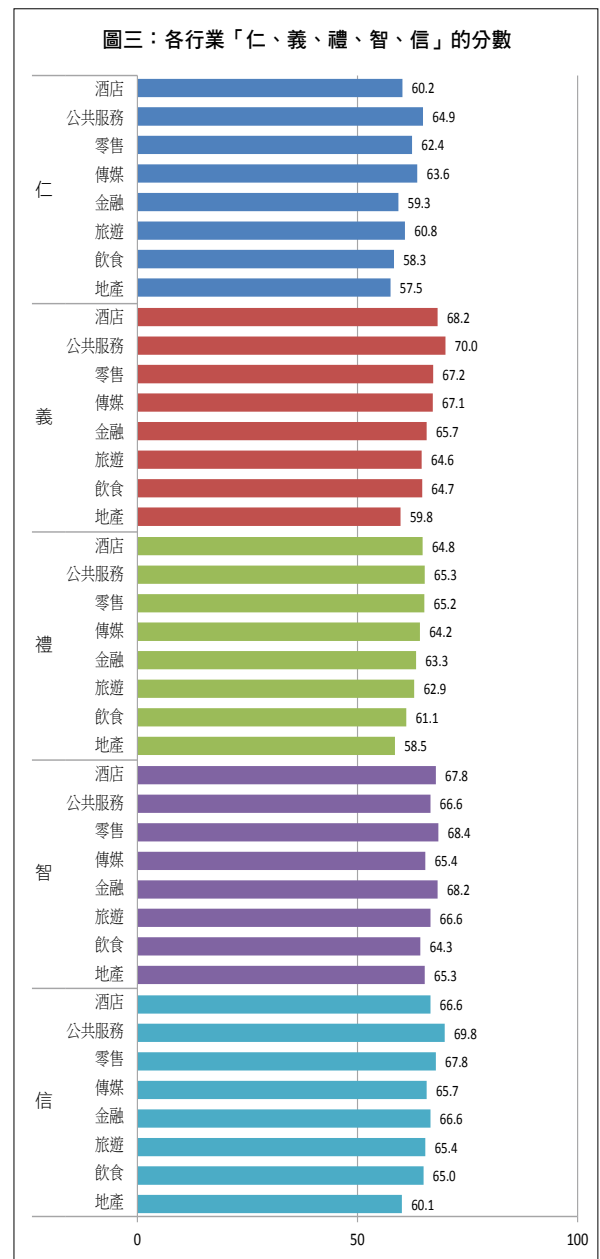
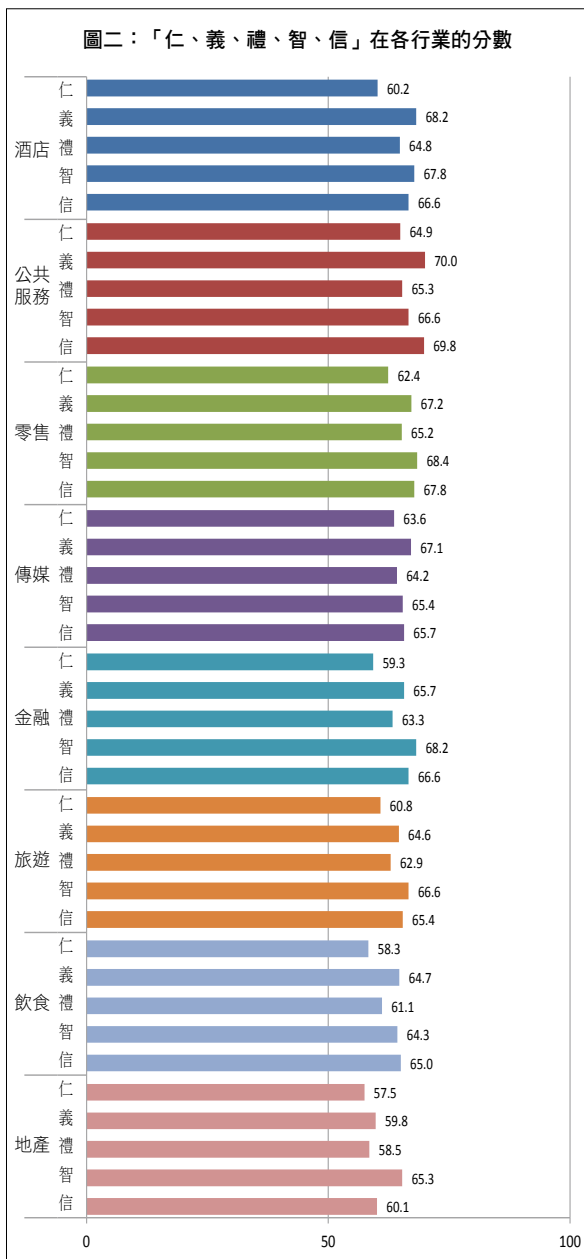
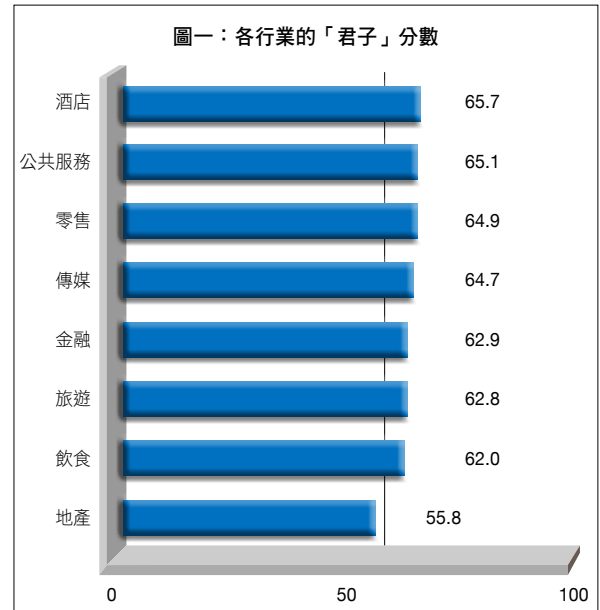


總有效問卷數目：2,164

行業：公共服務、傳媒、金融、酒店、零售、飲食、旅遊、地產

統計分析結果

綜觀所有行業的「君子」分數，酒店業在眾多行業中表現較為優勝，得分為 65.7(圖一)。君子五德方面，公共服務業在「仁、義、禮、信」的表現為最佳，分數接近 65 或以上。零售業在「智」的分數最高，得分為 68.4(圖二及圖三)。



酒店

酒店業是香港重要的經濟支柱之一。主要是為顧客提供短期住宿服務或休息空間的商業機構。按香港旅遊發展局的統計數字，現時全港大概有二百家酒店，提供超過七萬間客房。顧客可隨意選擇豪華海景高級酒店套房、獨特格調的精品酒店客房或價廉的賓館住宿。雖然大部份的客房多是提供給訪港旅客，但也有不少本港的消費者喜歡選擇在酒店舉辦喜慶活動，例如婚禮和週年紀念等。

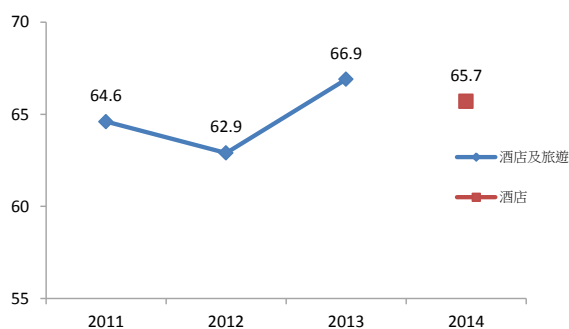
今年，首次把酒店業及旅遊業分開評分。按本年度君子企業調查的結果顯示，酒店業的君子分數，以 100 分為滿分，今年的得分是 65.7 分（圖四），在八個調查行業當中排行第一（圖一）。但是，只有兩間來自酒店業的企業獲頒今年的君子企業金獎。這個行業的獲獎數目不多，或許消費者覺得酒店業整體的表現理想，營商手法普遍亦符合他們心目中的「君子」標準，但卻沒有太多比較突出的個別「君子」企業。

酒店業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵中所取得的分數，與去年的酒店及旅遊業比較，表現較差，特別是在「義」和「信」方面，有明顯跌幅，分別跌至 68.2 和 66.6 分（圖五）。不過，「義」的評分在眾多調查的行業當中仍位列第二。因此，在香港市民心目中，酒店業絕不是唯利是圖的一群。此外，或許無牌旅館的問題，使消費者對酒店業能否信守承諾，有所保留，以致「信」的評分下跌。

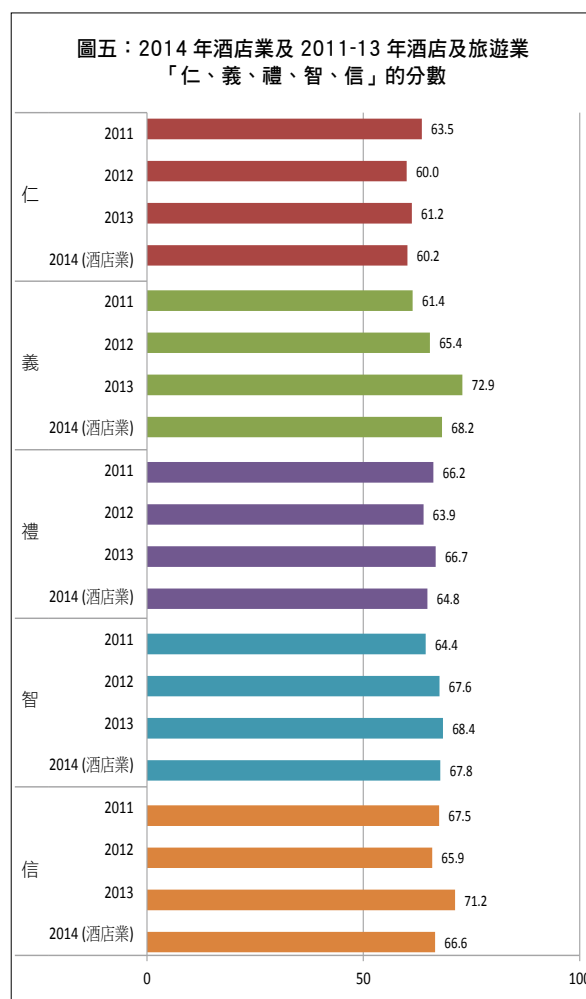
相對而言，酒店業在「仁」的表現上稍為遜色，是五項君子特徵中得分最低的一環。與眾調查行業的結果比較，亦處於相對較低的水平，僅排第五得 60.2 分，比旅遊業還要低（圖三）。從結果反映，業界應多考慮消費者的需要、主動關愛員工和積極參與社會公益事務，以助加強企業「仁」的表現。

總括而言，調查結果顯示香港市民普遍認為酒店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，但業界也不應因此而自滿。由於整體評分有所下跌，反映消費者對「君子」的標準似乎不斷地轉變和要求更高。若酒店業要維持較佳的君子排名，「仁」仍是一個不可忽略的重要環節。

圖四：2014 年酒店業及 2011-13 年酒店及旅遊業的「君子」分數



圖五：2014 年酒店業及 2011-13 年酒店及旅遊業「仁、義、禮、智、信」的分數



公共服務

公共服務業包括交通、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。按香港政府統計數字，公共服務業的生產總值以 2012 年的價格計算約為港幣 5,789 億元，佔香港整體經濟產出的百分之二十七。截至 2013 年，錄得近 1,400,000 人從事這一行業。

按本年度君子企業調查的結果顯示，公共服務業的君子分數，較去年同類型的調查為低。以 100 分為滿分，從上屆 66.9 分，到踏入今年的第四屆，公共服務業的君子分數下跌至 65.1 分（圖六），得分是在八個調查行業中排行第二（圖一）。

公共服務業在「義」、「禮」和「信」這三項君子特徵中的得分，較去年同類型的調查為低，分別得 70.0、65.3 和 69.8 分（圖七）。當中，「義」的分數跌幅最大。有這種結果，可能是由於近年各公共事業相繼申請加價，及消費者對公共服務質素的要求不斷提高。但公共服務業在這三項君子特徵中的得分，仍在眾多調查行業中排行第一。從結果反映，在香港市民的心目中，（一）業界的經營手法，一般都是較合理和合乎道義；（二）業界能較好地與各持份者合作，創造雙贏局面；以及（三）業界在恪守承諾上，表現較突出。

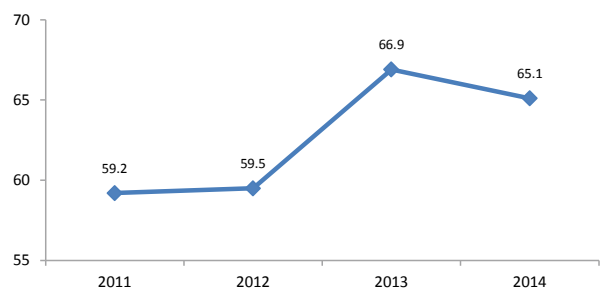
相對而言，公共服務業在「仁」的表現上稍為遜色，是五項君子特徵中得分最低的一環，獲 64.9 分（圖二）。縱使是在較低的評分水平，公共服務業在「仁」的得分上，卻是眾調查行業中之首。這分數亦較前三年的調查為高。

公共服務業在「智」的得分，較前三年同類型調查的得分為高，達 66.6 分（圖七）。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，只是位列第四。因此，業

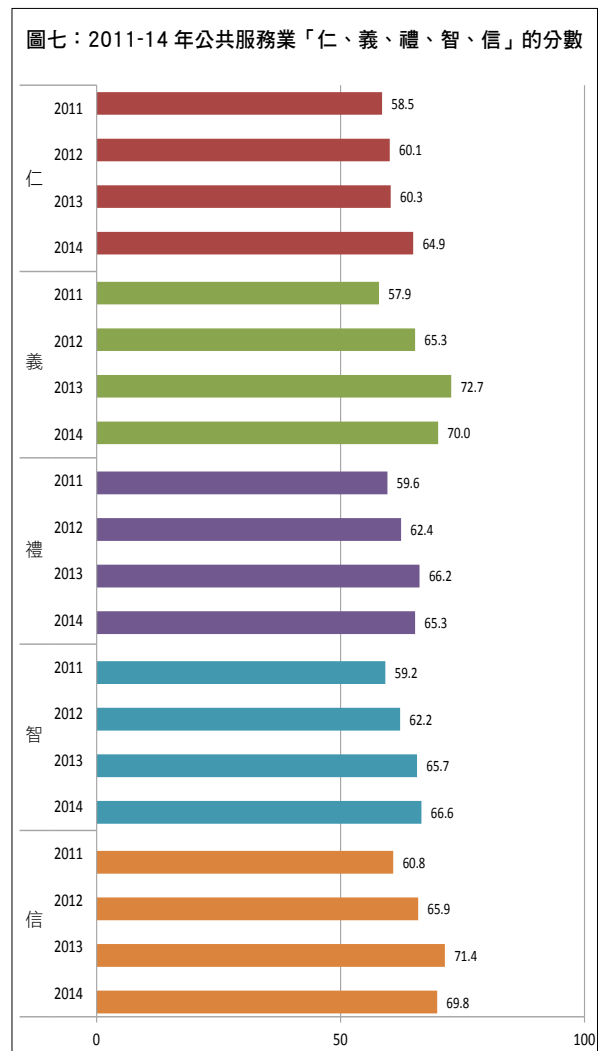
界可能需要加強處理突發事件的能力。

總括而言，我們見到公共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年的第二位，表現實在值得嘉許。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。

圖六：2011-14 年公共服務業的「君子」分數



圖七：2011-14 年公共服務業「仁、義、禮、智、信」的分數



零售

零售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，二零一四年九月的零售業總銷貨價值的臨時估計為 376 億元，較上年同月上升 4.8%。數字反映出香港的零售市道仍非常暢旺，消費者不免會經常與零售業的商戶打交道。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，零售業獲取的君子分數在八個調查的行業中較為平穩。在今次和先前三個同類型調查中，以 100 分為滿分，零售業的君子分數都保持在 60 分以上，歷年在各行業中排列在較高的位置（圖八）。今年的君子分數則列在第三位，有 64.9 分（圖一）；雖然分數比去年低，但從今年的君子企業獲獎名單中，零售業仍佔數個席位。這表示在香港市民心目中，零售業仍擁有較佳的君子特徵。

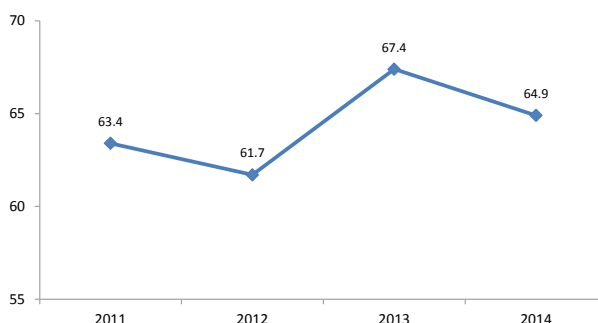
零售業在「義、禮、信」這三項君子特徵中所取得的分數，較以往年度的調查均有升跌，分別為 67.2、65.2 和 67.8，仍維持在 65 分或以上（圖九）。從結果反映，零售業在香港市民的心目中，一般都不會為求更大的利潤，而不擇手段，或乘人之危，做出趁火打劫等不義的行為。另外，香港市民亦傾向認為零售業較具信譽，包括履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信表現。

相對而言，零售業在「仁」的表現上稍為遜色，是五項君子特徵中得分最低的一環。而在眾多調查行業中，零售業在「仁」的分數則排第三，獲 62.4 分，與上年度調查的分數相若（圖三）。

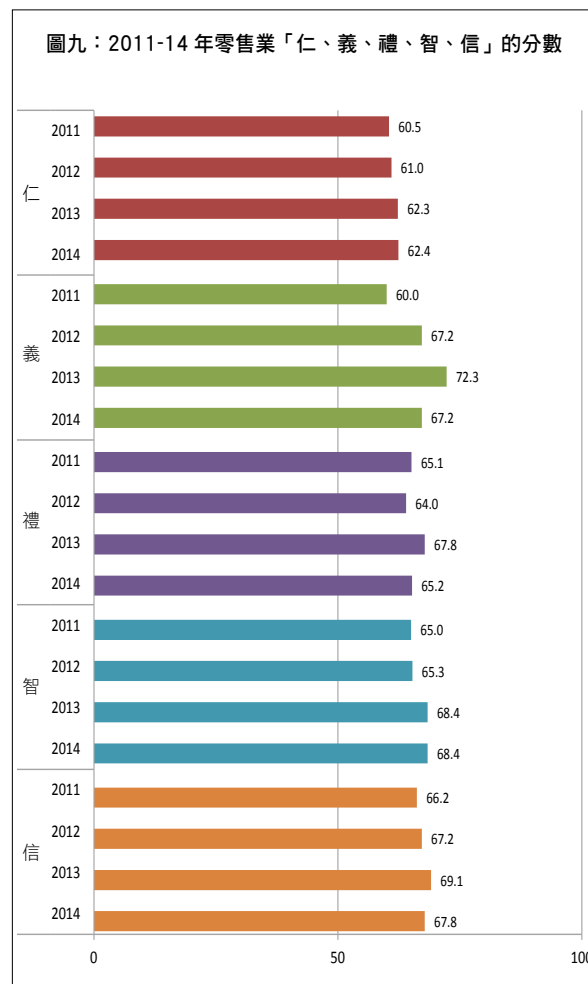
總括而言，只要零售業能維持一貫的德行，並提升「仁」這一環的表現，例如支持社會上的慈善活動和維護消費者的權益等，相信在明年的

君子企業調查中，零售業大有機會晉升為眾行業之首。

圖八：2011-14 年零售業的「君子」分數



圖九：2011-14 年零售業「仁、義、禮、智、信」的分數

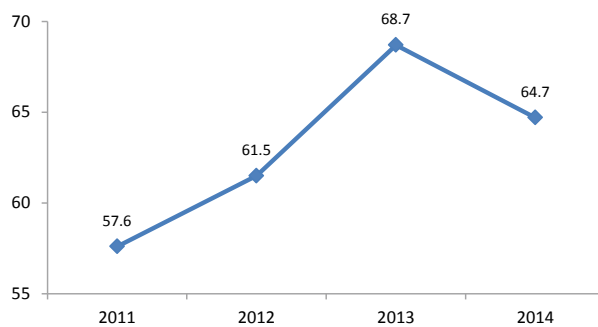


傳媒

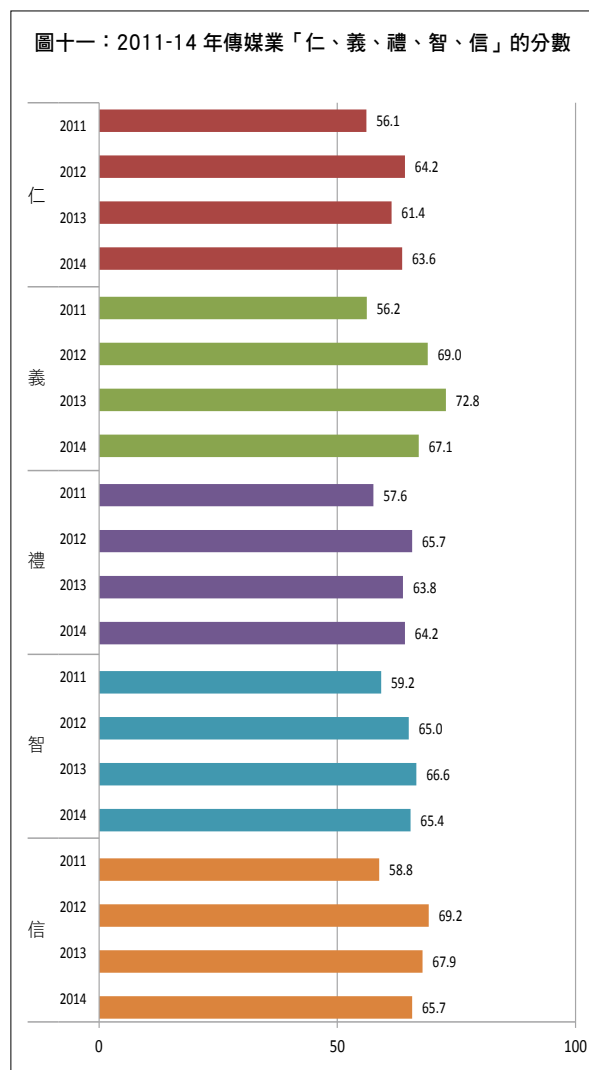
作為亞洲國際都會，資訊流通與香港的經濟民生息息相關，傳播媒介在香港社會擔當重要的角色。根據香港政府新聞處的最新資料，截至2013年12月底為止，本港共有55份報章和715份期刊。這些報章期刊分別以中文、英文或雙語發行，資訊包羅萬有。廣播方面，香港現有三個本地免費及三間本地收費電視節目服務持牌機構。此外，本港現有一間公營電台和四間提供數碼聲音廣播服務的持牌機構，可見傳媒業在香港的發展十分蓬勃。故此我們的調查涵蓋本港所有傳播媒介，當中包括報館、雜誌社、電視、電台和電子傳媒。

結果顯示，本年度八個調查行業的君子分數整體有下降趨勢，傳媒業的君子得分首次回落，與去年68.7分相比，首度降了4分之多至64.7分，但仍比首兩屆的得分為高（圖十）。今年八個調查行業的君子分數十分相近，競爭激烈，傳媒業的君子得分雖然位居第四，但與排列第三位的超市及零售百貨業只有0.2分之差，與排首位的酒店業亦只差1分（圖一）。綜觀五項君子特徵，傳媒業在「義」和「信」的得分最高，分別為67.1及65.7分（圖二），這反映市民一般認同傳媒業較能發揮此二德，為社會伸張正義，為市民發聲，雖然偶有對業界不利傳聞，但市民普遍信任香港傳播媒介。而傳媒業在「仁」的得分則稍遜色（63.6分），是五項君子特徵中排名最後的一環，情況與過去數屆調查相似，這可能和傳媒業肩負揭露時弊、挖掘真相重任有關，有時未免予人冷酷無情之感。雖然傳媒業「仁」的得分為最低，但與去年的61.4分相比，傳媒業在「仁」方面的表現卻有所進步（圖十一）。希望傳媒業繼續發力，在明年的君子企業調查中其他四德的分數亦有所提升。

圖十：2011-14年傳媒業的「君子」分數



圖十一：2011-14年傳媒業「仁、義、禮、智、信」的分數



金融

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，香港總共有一萬零三百四十四間機構從事金融業的活動，合共僱用了超過二十三萬人。而這個行業佔本地的生產總值為百分之十六。

按本年度君子企業調查的結果，金融業在八個被調查的行業中，僅排行第五；以 100 分為滿分，得分為 62.9 分（圖一）。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。

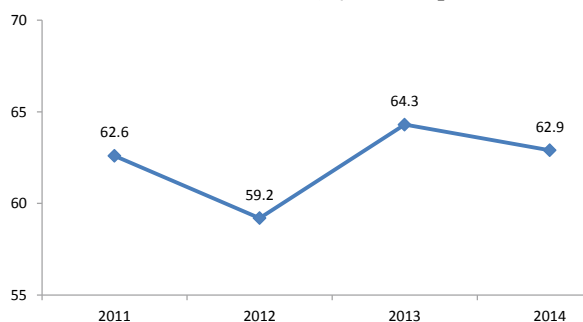
金融業在「智」的君子特徵中得分最高，達 68.2 分，在眾多調查的行業中排第二（圖三）。因此，大部份的金融機構都被認為是有遠見、決策精明、會持續自我改善及有能力處理突發事件的企業。

與眾調查行業的結果比較，金融業在「仁」的得分處於相對較低的水平，僅得 59.3 分，在君子五項特徵中排行末端（圖二）。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在「仁」的表現。

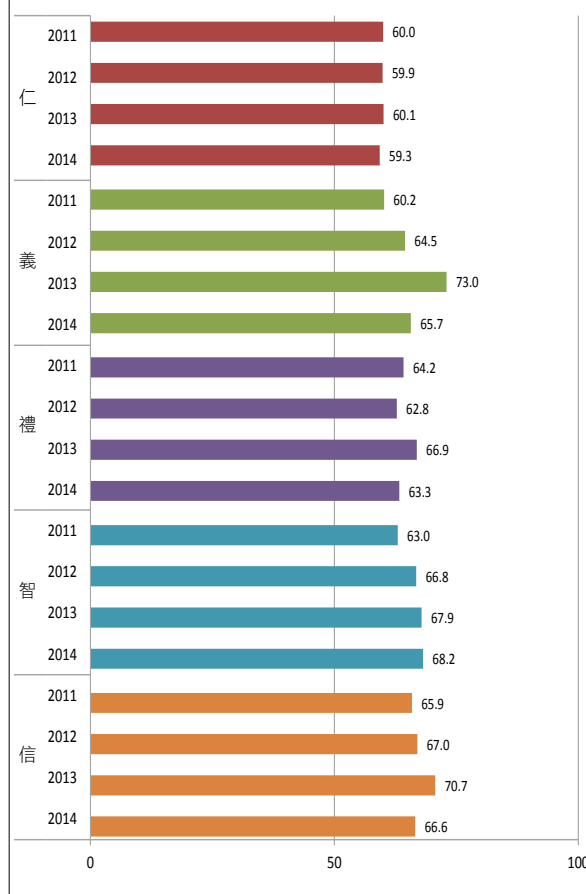
不能不提的是金融業在「義」的表現分數跌幅最大，由上年的 73 分下降至今年的 65.7 分（圖十三）。有這種結果，在香港市民的心目中，企業的經營手法或許沒有去年那樣正直。

總括而言，金融業在眾多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。企業只要堅持君子之道，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。

圖十二：2011-14 年金融業的「君子」分數



圖十三：2011-14 年金融業「仁、義、禮、智、信」的分數



旅遊

旅遊業是香港四大支柱行業之一，亦是香港外匯收入的重要來源。旅遊業涵蓋旅行代理商、航空公司、郵輪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。

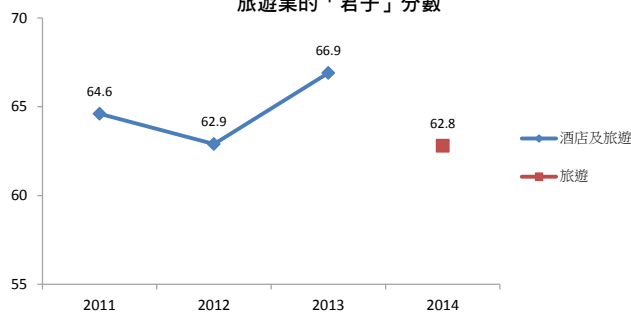
按香港政府統計處的數字，旅遊業（包括入境及外訪旅遊）在 2012 年帶來 946 億港元的增加價值，佔本地生產總值的 4.7%。根據另一項的市場調查顯示，香港在 2014 年，維持最多旅客到訪城市之第九位。可見消費者對旅遊服務及產品的需求上升。但是，相關企業未能同步配合，導致顧客不滿意的個案增加。

今年，首次把酒店業及旅遊業分開評分。按本年度君子企業調查的結果顯示，旅遊業的君子分數，以 100 分為滿分，今年的得分是 62.8 分，在八個調查行業當中排行第六、僅略高於飲食業（圖一）。只有一間來自旅遊業的企業獲頒今年的君子企業金獎。這間企業亦同時繼續蟬聯今年的君子企業「智」獎。

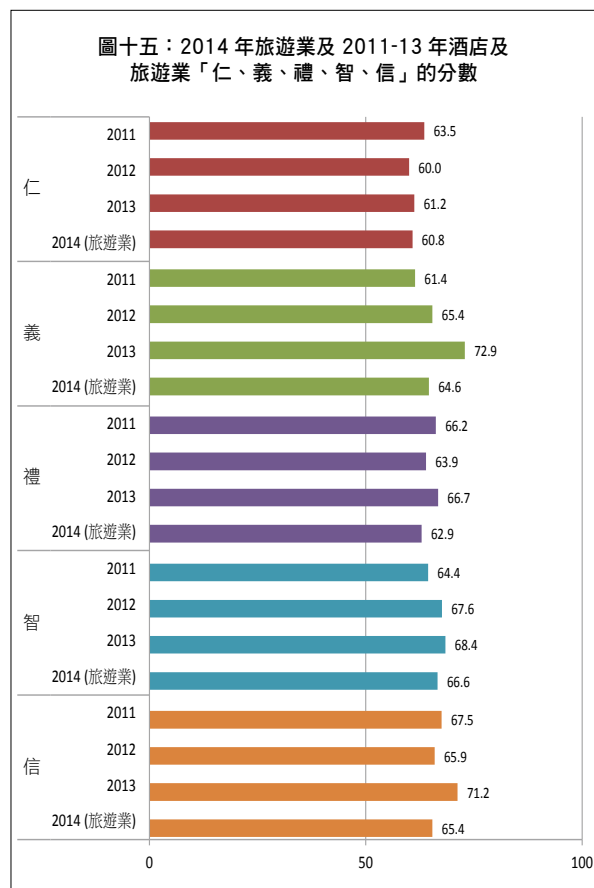
按君子分數的高低排名，旅遊業明顯跟去年與酒店業合併時計算要低。排行下跌的原因，可能與近年的中港矛盾日深，導致未能以禮相待有關，再加上接連的航空交通意外及延誤事故，使消費者對旅遊業的印象大打折扣。

另外，與酒店業相比，旅遊業在五項君子特徵中所取得的分數均較低，只有「仁」是略高了 0.06 分。旅遊業只有在「仁」及「智」的得分與眾調查行業的結果比較相近，但都處於中游的水平，僅得 60.8 分及 66.6 分（圖三）。旅遊業要維持較佳的君子排名，「義」、「信」和「禮」都是需要改進的重要環節。從結果中反映，業界應多替顧客設想、保持禮貌和尊重顧客、並以做到正直和誠實為目標。

圖十四：2014 年旅遊業及 2011-13 年酒店及旅遊業的「君子」分數



圖十五：2014 年旅遊業及 2011-13 年酒店及旅遊業「仁、義、禮、智、信」的分數



飲食

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2014年的第三季度食肆總收益的臨時估值約為港幣253億元，按年上升4.8%。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，在八個調查行業中排名第七。以100分為滿分，飲食業的君子得分是62.0分（圖一）。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。

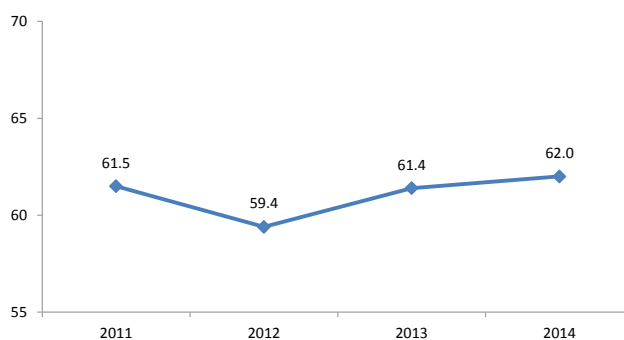
飲食業在「仁」的君子特徵中得分，雖然比去年有所上升，但得分仍處於較低的水平，只有58.2分。這可能是因為業界的工時一般較長，而過去一年亦由於食材價格等成本不斷上漲，做成加價連連，令香港市民大多視飲食業內的企業缺乏善心和人情味。除此以外，飲食業在「智」的君子特徵亦較去年為低，得分64.3（圖十七）。企業可多聽取各方面的意見，提升產品及服務質素。

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61.1分，在君子五項特徵中排名尾二，僅高於「仁」（圖二）。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

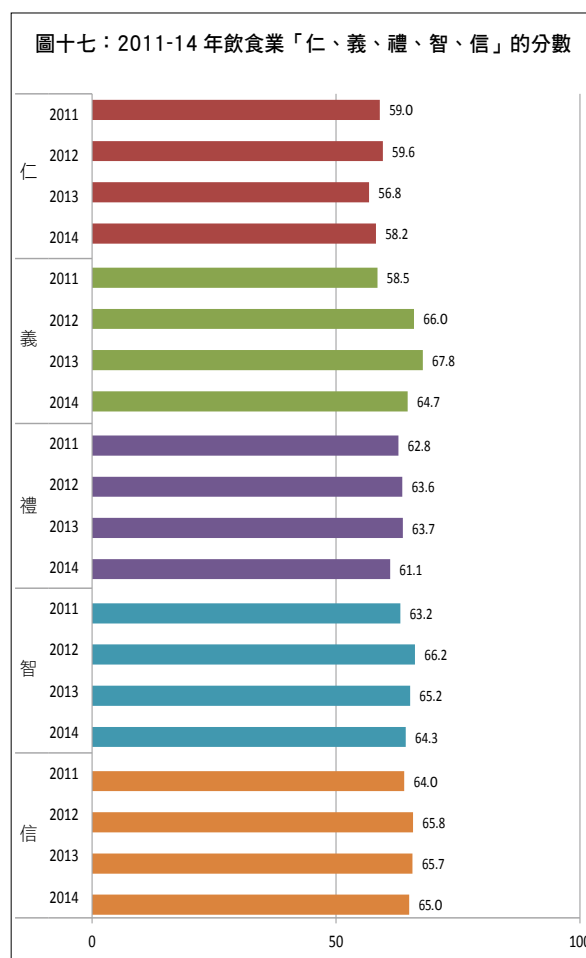
持份者合作，創造雙贏的局面。

總括而言，飲食業在眾調查行業中的君子排名持續下滑，從早年的第四位降至今日的第七位，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。

圖十六：2011-14年飲食業的「君子」分數



圖十七：2011-14年飲食業「仁、義、禮、智、信」的分數



地產

地產業一直是香港其中一個重要的經濟支柱。由於香港地少人多，對住屋的需求熱切，造就了地產業的發展。地產業界中，地產發展商能從建造及銷售地產項目中賺取可觀的利潤，成為具經濟影響力的大財團。雖然地產業推動了香港的經濟發展，但過往年間，部份市民對地產業的觀感卻較為負面。

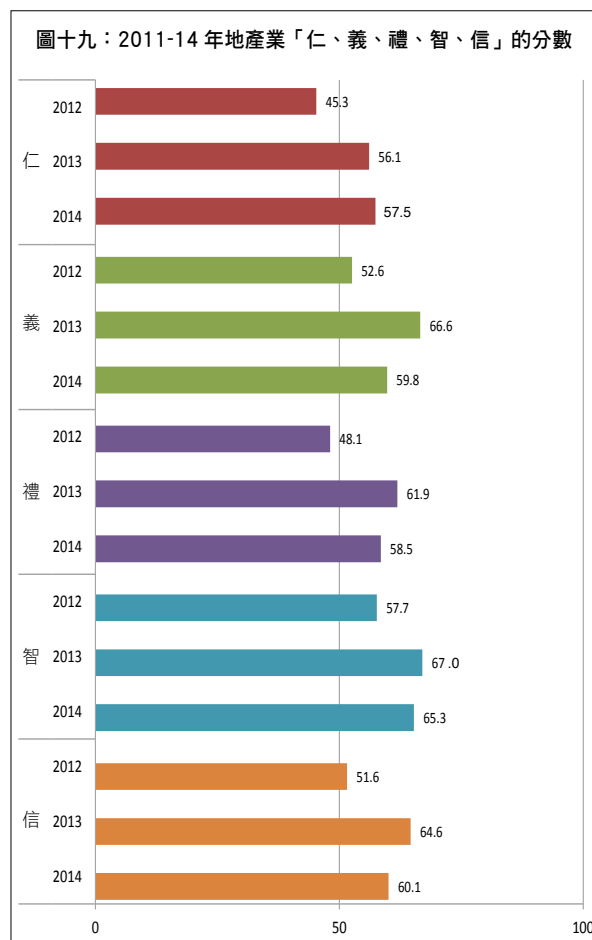
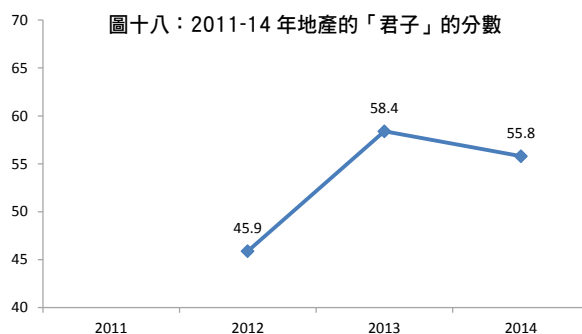
是次君子企業調查之結果顯示，地產業在多個調查行業中所得的君子分數為最低，100分為滿分之中，僅得55.8分，亦是唯一得分低於60分水平的行業（圖一）。調查結果跟過往兩年一樣，由於地產業所得分數較低，所以在本年度的君子企業調查中均未能獲取任何獎項。這說明了地產業並不具備香港市民心目中應有的君子企業特徵。而該行業在「仁、義、禮、智、信」這五項君子特徵所得的分數更能反映出以上的說法。

地產業在「仁」、「義」、「禮」及「信」的得分分別為57.5、59.8、58.5及60.1，其分數不但在多個行業中排行最低，而且亦跟其他企業的分數有明顯距離（圖三）。這顯示出市民對地產業在這四項君子特徵的表現評價甚為負面。綜觀地產業這三年在四個範疇的表現，情況亦大致相同（圖十九）。由此我們可以相信地產業界仍未能改善其多年來在香港市民心目中累積下來的負面標籤，例如：「地產霸權」、「賺到盡」、「發水樓」及「不良銷售手法」等。在市民心目中，地產商的營商手法一如既往，欠缺了仁愛、道義、寬宏和誠信。要達到君子企業的標準，相信仍有一段距離。

「智」指企業在決策上精明及有遠見。相比其他四個君子特徵，地產業在「智」的表現較為突出，得分也明顯較高，有65.3分（圖三）。這樣說明市民普遍認為地產業善於作出明智的

商業決定及計劃長遠的發展策略。多年來，地產商往往能在最有利的時機推出其一手樓盤，從而獲取較大的銷售額和利潤，顯示出他們在「智」方面有突出之處。

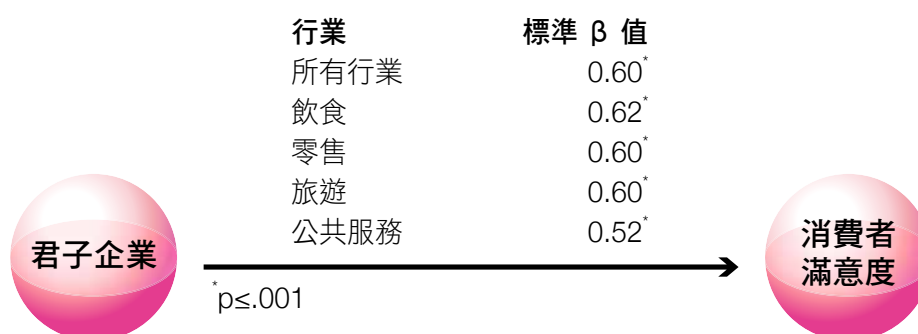
總括來說，地產業在多年君子企業調查的行業中，不論在「君子」或「仁」、「義」、「禮」和「信」的範疇上一直處於最低的位置，反映出市民對它的評價甚為負面。這樣看來，地產業仍未能改變其一直給市民的負面形象。地產業必須在營商的手法上多結合「仁」、「義」、「禮」和「信」的元素，才能改變市民對它的觀感，如此方有望成為他們心目中的君子企業。



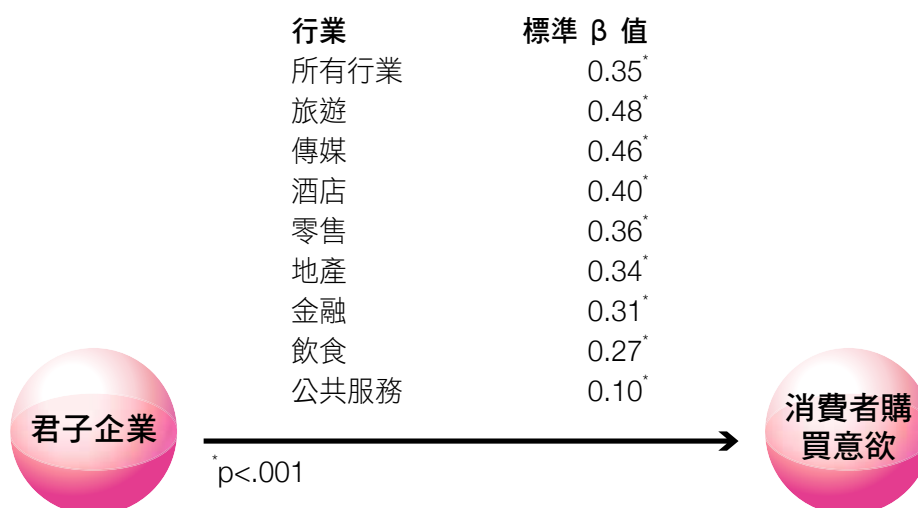
我們嘗試量度各行業的「君子」表現與消費者滿意度及購買意欲的關係。從單元回歸分析的結果顯示，市民心目中，四個行業的「君子」表現與消費者對它們的滿意度，有著不同程度的顯著影響（標準β值由0.52至0.62， $p < .001$ ）。當中，以飲食業的影響最大，而公共服務業的影響則最少（圖廿）。對於消費者的購

買意欲，不同行業的「君子」表現亦顯示出不同程度的顯著影響（標準β值由0.10至0.48， $p < .001$ ），並以旅遊業的影響為最大（圖廿一）。總括來說，不論各個行業，企業的「君子」形象都影響消費者對該企業產品/服務的滿意度及購買意欲。

圖廿：「君子」對消費者滿意度的影響



圖廿一：「君子」對消費者購買意欲的影響



從過往兩年的君子企業調查數據顯示，「君子企業」這個抽象的概念可以由「仁、義、禮、智、信」這五項德行來構成。為了驗證組成這五個德行項目的可靠度，我們計算它們的 α 值，並得出非常高的可靠度，數值分別由 0.88 至

0.96。簡單來說，構成這五個德行的項目，即使經過多年在「君子企業」調查中使用，所得出來的結果是一致的：它們的可靠度是非常的高（表一）。

表一 2012-14 年「仁、義、禮、智、信」項目的可靠度

君子五德	2012		2013		2014	
	變項數目	α 值	變項數目	α 值	變項數目	α 值
仁	6	0.90	9	0.94	7	0.94
義	8	0.92	8	0.92	5	0.93
禮	9	0.92	8	0.94	4	0.88
智	9	0.91	9	0.93	6	0.93
信	7	0.92	11	0.95	6	0.96

撰文：鄧子龍助理教授、鄭家麒助理教授、陳芳怡助理教授、楊筠瑜講師、陳鴻輝講師、朱家敏講師、馮利基研究助理

二零一四年君子企業調查得獎結果

商道典範

CEC 國際控股有限公司（業務品牌為：759 阿信屋）
香港郵政
香港電台

君子企業「仁」獎

香港電台

君子企業「義」獎

香港郵政

君子企業「禮」獎

家興超級市場

君子企業「智」獎

香港海洋公園

君子企業「信」獎

香港郵政

君子企業金獎

CEC 國際控股有限公司（業務品牌為：759 阿信屋）
香港郵政
香港電台
香港海洋公園
天星小輪有限公司
世界華文媒體有限公司（業務品牌為：明報）
半島酒店集團（業務品牌為：香港半島酒店）
迅銷集團（業務品牌為：UNIQLO）
威立雅交通中國（業務品牌為：香港電車）
恒生銀行
香港四季酒店
南華早報集團有限公司（業務品牌為：南華早報）
香港機場管理局
黑紙有限公司（業務品牌為：《100毛》）

商道典範、君子企業金獎

CEC 國際控股有限公司

(業務品牌為：759 阿信屋)

公司簡介

「759」為 759 阿信屋的母公司「CEC 國際控股有限公司」於 1999 年香港交易所之上市編號，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，把日本生活區內優質的生活及消費模式帶來香港。759 阿信屋創於 2010 年 7 月，截至 2014 年 11 月，分店已超過 220 間，並循序發展更多元化之服務範疇，包括大型店舖「759 阿信屋超級市場」，以急凍食品為主的「759 阿信屋急凍食品市場」，以生活用品為主的「759 阿信屋家品市場」，以個人護理用品、精品及化妝品為主的「759 KAWAII LAND」，提供港式地道美食的「759 雲吞麵」和「759 茶餐廳」等。

得獎感受

759 阿信屋很榮幸能繼 2012 和 2013 年，在恒生管理學院的「君子企業調查」獲獎後，再次蟬聯，在 2014 年同時獲得「商道典範」及「君子企業金獎」的殊榮。759 阿信屋在過去 4 年克服重重的挑戰，一步步在街坊顧客的支持下茁壯成長。我們一直堅持「薄利多銷」的經營原則，以「產地直送」平衡進口模式，前往世界各地搜羅優質商品，為香港街坊朋友

爭取更多質優價廉的貨品、提供更多元化的選擇及更全面貼心的服務。另一方面，我們也透過參與不同形式的公益、義工及康體活動，鼓勵員工關懷社會，並與不同的慈善組織和教育團體合作，致力回饋社會。

我們同意「仁、義、禮、智、信」的「君子五德」，是營商不可缺的道德標準。是次獲獎，讓我們感受到公眾對 759 阿信屋的肯定，也對一班在背後支持公司發展的員工起了莫大的鼓舞。759 阿信屋衷心感謝廣大香港市民給予我們高度的評價，推動我們繼續精益求精。

公司理念

759 阿信屋採取高流量、多品種選擇性、為消費者提供悠閒的環境及稱心的服務，目標旨於服務廣大的本港街坊，引入各地最新及最具特色的貨品，務求使顧客能享受日式店面的購物環境及氣氛。759 阿信屋以平衡進口模式，超過 90% 的貨品從日本及世界各地自行引進，包括零食、飲品、酒類、糧油副食品、急凍食品、住宅用品、廚具、個人護理用品、嬰兒用品、玩具、時裝精品及得意有趣小玩意。

首家 759 零食屋（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。為配合大批量的進口業務，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，不斷擴展業務網絡，服務全港各區的街坊。



▲ 759 阿信屋貫徹服務街坊的企業目標，一直堅持「薄利多銷」的經營原則，前往世界各地搜羅優質商品，為香港街坊爭取更多質優價廉的選擇。

展望將來

759 阿信屋已踏入第 4 個年頭，我們深信公司之進貨模式，已成為現今市場上的一大差異化因素。759 阿信屋並不是傳統的超級市場，基本沒有陳列由本地代理商供應的著名品牌產品。相反，採購團隊會繼續無間斷地在全球搜購新商品及外地商店的熱賣產品。我們未來將繼續堅持薄利多銷的模式，採用既有的定價方針，進一步開拓更廣闊的貨源範圍，豐富貨



▲ 759 阿信屋之經營宗旨是服務廣大的本港街坊，分店座落香港十八區，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，方便街坊隨時選購生活所需之商品。



▲ 因應顧客普遍較享受於較寬敞、貨品類別較廣的 759 阿信屋購物，故 759 阿信屋建立「微百貨」式分店，內裡能容納更多來自世界各地的產品，供街坊們舒適悠閒地購物。

架上的選擇，為香港市民提供更多優質、實惠、新穎的商品。

展望未來，公司將向更多元化發展，現在我們正全面加強嬰兒日用品、食品、器具、玩具及女裝服飾等新商品類別。除了新開設 759 雲吞麵及 759 茶餐廳等餐飲業務外，我們正計劃新增部份產品類別的專門店以作試點，照顧街坊各方面生活之所需。

商道典範、君子企業「義」獎、 君子企業「信」獎、君子企業金獎

香港郵政

公司簡介

香港郵政自 1841 年成立以來，一直竭誠為市民提供快捷穩妥、價格相宜的郵政服務。配合社會經濟發展，香港郵政的服務範疇日趨多元化，除提供本地及國際郵遞服務外，亦提供多項便民服務，例如「郵繳通」賬單繳費服務、匯款服務等。香港郵政的設施網絡覆蓋全港，包括兩所郵件處理中心、127 間郵政局（其中兩間為流動郵政局）、28 間派遞局及逾 1,100 個郵箱，平均每日處理超過 300 萬件郵件。

香港郵政本著「傳心意 遞商機」的部門宗旨，為市民傳達心意，為本地企業拓展商機。香港郵政以營運基金模式運作，須自負盈虧，儘管面對激烈的市場競爭，依然堅守以誠待客、以客為本的精神，為顧客提供物有所值的服務，肩負起應有的企業責任。

香港郵政承諾提供專業優質的服務，確保派遞服務可靠快捷。部門於 2013/14 年度達到所有服務承諾。隨著電子通訊普及，網購盛行的趨勢，香港郵政抓緊市場脈搏，適時推出切合不同用家需要



▲ 香港郵政植根香港，竭誠為市民提供快捷穩妥、價格相宜的郵政服務。

的本地及國際派遞服務，例如具備郵件追蹤功能的 e-Express、iMail 及「易送遞」服務。為協助本地中小企在數碼時代捕捉商機，香港郵政推出網上自助多媒體直銷推廣工具，結合直銷函件、電郵及宣傳網頁發展品牌。

香港郵政貫徹處處為顧客著想的策略方向，與顧客保持緊密溝通。繼設立「郵政服務諮詢聯席會議」及「集郵顧客聯絡小組」，聽取公眾及十八區區議會代表對部門服務的意見外，我們於 2013/14 年度增設「香港郵政商業用戶諮詢聯席會議」，加強與商業用戶的聯繫，俾能更好掌握和滿足顧客的服務需要。

香港郵政致力建立一支積極進取、專業能幹的工作團隊，為大眾市民服務。透過培訓和有效的員工督導，協助同事裝備自己，面對工作上的挑戰，並且鼓勵同事自學進修，追求卓越表現。

恒生管理學院舉辦「君子企業調查」，弘揚「仁、義、禮、智、信」五德兼備的現代營商道德標準。香港郵政於 2013 年首次獲頒「君子企業金獎」，今年再度獲得此殊榮，並被選為「商道典範」及獲頒「君子企業『義』獎」和「君子企業『信』獎」。這項嘉許是公眾對香港郵政團隊在過去一年的努力表示支持和認同，我們深感榮幸，香港郵政全體同事定必繼續悉力以赴。

易經有云：「天行健，君子以自強不息」。面對不斷變化的市場環境，香港郵政的團隊會繼續發揮專業精神，進一步提升郵務運作效率，為顧客提供更佳的服務體驗，並且關心社群，履行社會責任，充分體現君子企業之道。



▲ 與各區區議會會面，聽取地區對部門服務的意見。



▲ 郵差騎單車派遞郵件以減少使用汽車。



▲ 新落成的中央郵件中心投入服務，進一步提升郵務運作效率。

商道典範、君子企業「仁」獎、君子企業金獎

香港電台

公司簡介

香港電台於 1928 年啟播，乃本地唯一公營廣播機構，八十多年來堅持不偏不倚、專業認真地為廣大香港市民在新聞、時事、藝術、文化和教育方面製作有特色、高質素和多元化的電台、電視及網絡節目。電台方面，港台現時共提供 12 條電台頻道，每星期逾 1059 小時不同語言及類型的電台節目；電視方面，則每年製作超過 750 小時的公共事務、文教、社會服務等節目，在本港兩條免費廣播的商營電視台及收費電視台播放，同時亦於 2014 年開放 3 條數碼地面電視頻道，令大眾除了在現有的商營電視台所提供的服務外有更多的選擇。此外，港台的學校教育電視節目以及熱門時事議題相關節目也為市民所熟悉。而隨着通訊科技的發展，港台亦致力發展新媒體服務，透過不同平台讓市民隨時隨地獲得資訊及娛樂，緊貼社會。

公司理念

香港電台勇於迎接挑戰，立志成為信媒體環境中舉足輕重的公營廣播機構，憑著堅守編輯自主、保持不偏不倚、服務社會大眾、提昇競爭層次、製作優質節目、培育多元人才的六大信念達至「製作多媒體節目，提供資訊、教育及娛樂；適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」的使命。

得獎感受

傳媒及廣播界長久以來被視為第四權，在香港這個特殊的社會更見其重要。因此是次獲得恒生管理學院頒發的三個獎項，香港電台同寅除了感謝廣大市民的支持和認同外，更倍感榮焉。獎項肯定了香港電台的努力以及節目製作方向，使製作團隊繼續以謙遜的心服務市民。「君子企業調查」所秉承的美德亦與港台的價值與信念不謀而合。

《道德經》曰：「道生一，一生二，二生三，三生萬物。」道在代表本體的「一」之前，因此「商道」就是比機構本身更為重要的本質，決定着機構運作的



方向。獲封為商道典範證明了香港電台一貫信念至為重要，亦是公共廣播機構必須恆常念茲在茲的宗旨。

而君子企業「仁」獎之「仁」乃愛與善，孟子所言「敬老慈幼，無忘賓旅」的仁者所為在港台為照顧不同年齡層及不同族群的觀眾所需的節目中忠實呈現出來。香港電台第五台節目《香江暖流》、《耆力量》為長者帶來活力；普通話台《紫荊花常開》及第一台《訴心事家庭》關注家庭及婦女事務；而電視節目《小小地球人》、《我的兄弟姊妹》、網站 TeenPower 等則為年輕一代成長作好準備。港台同時積極促進少數族裔與本地社會的融合，除了歷史悠久的第三台提供英語節目外，近年透過社區參與廣播服務試驗計劃幫助不同背景人士（如視障人士、穆斯林教徒、尼泊爾人、非洲裔人士等）參與廣播，為他們提供發聲機會，也讓公眾加深對他們的了解。

綜合以上，港台節目及新聞報導定必銘記節目製作的忠實原則，取信與民，並向國際社會傳達香港最真誠的一面；歷年來所獲得的多個權威性的本地及海外傳媒大獎亦鞭策港台肩負公共廣播的重任，加倍努力為市民所用。

展望將來

展望未來，香港電台定必繼續秉承一貫的專業精神，以服務大眾、照顧小眾為原則，針對一下範疇大力發展：節目製作方向、未來發展、管治。節目製作



方向方面，港台將會繼續為本港各項大型活動提供技術支援、廣播訊號服務及電視轉播，將就公眾關注的事項，製作、外判及採購新穎優質節目，於數碼聲音廣播及數碼地面電視頻道播放，推廣正面家庭核心價值及社會和諧、藝術、文化、體育、科學與科技和創意工業，並讓公眾認識中國傳統文化、歷史及國情，加強市民的歸屬感；而未來的發展方針則鑑於聽眾在午夜後收聽電台習慣的改變，將會減少晚間聯播節目，騰出時間播放港台製作的節目，令午夜後的節目更為豐富；港台亦會在每日午夜後每半小時加插新聞簡報。上述新安排將增加每年節目製作時數約 910 小時，同時繼續復修庫藏資料及設置媒體資產管理系統。如有額外資源，港台可考慮逐步增加電視頻道的廣播時數。港台現時數碼地面電視的網絡覆蓋率達全港人口約 75%，並會在獲得立法會批准撥款後，逐步建設 22 個輔助發射站，以期將覆蓋率提升至接近全港人口。此外，香港電台將繼續加強機構管治，並提高向公眾的問責性，繼續支援顧問委員會及邀請持份者及公眾人士參與討論。



君子企業「智」獎、君子企業金獎

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，已為近一億三千萬名遊人營造家庭歡樂和美好回憶。經歷 37 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。根據 TEA/AECOM 發表之 2013 年全球景點入場人次報告，香港海洋公園之入場人次紀錄為全世界排名第 12 位、亞洲區排名為第 4 位及中國排名第 1 位。

得獎感受

海洋公園非常榮幸能夠再度獲得恒生管理學院頒發「君子企業金獎」和「君子企業『智』獎」。這兩個獎項確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。海洋公園向各位提名海洋公園的市民以及恒生管理學院致以衷心的謝意。

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、社區團體及企業，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。



▲ 1977 年開業以來，已為近一億三千萬名遊人營造家庭歡樂和美好回憶。

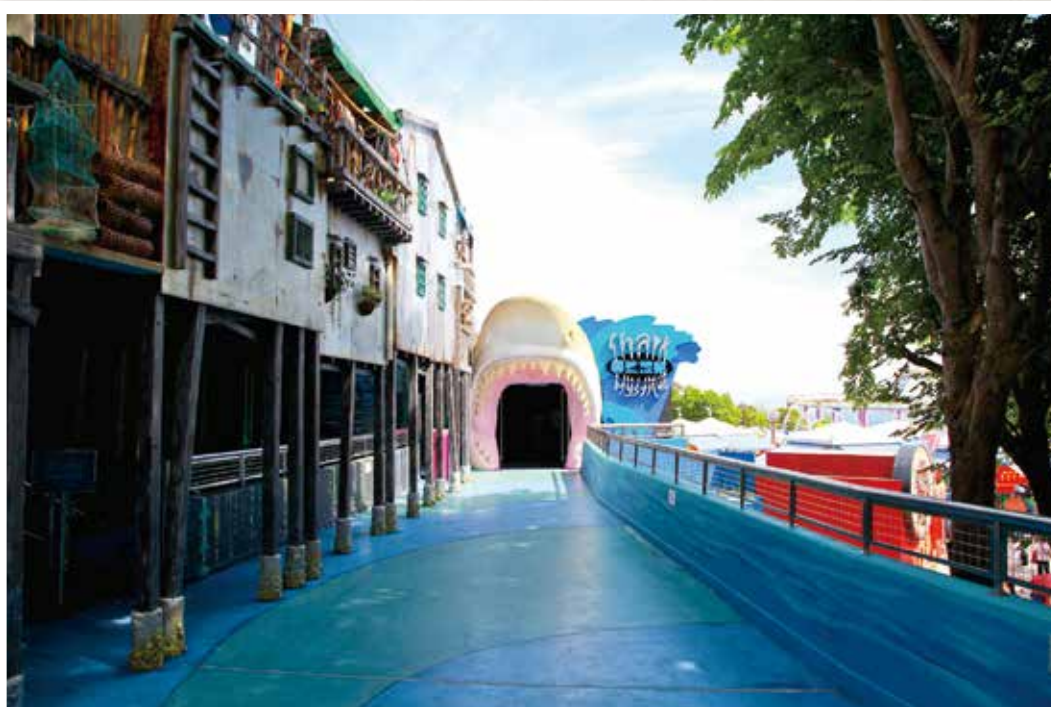
為豐富遊人的遊園體驗，我們不斷提昇及發展園內設施，持續為公園注入新鮮感。歷時六年之「全新發展計劃」已於 2012 年竣工，園內景點數目由 35 個增加至 85 個。海洋公園新一輪世界級景點將於 2014 年起陸續開幕。由海洋館改建而成的「尋鯊探秘」已於 2014 年夏季開幕，令人期待的「澳洲歷奇」亦會在 2015 年開幕。此外，全新大樹灣重建計劃，其水上樂園



▲ 全新展館澳洲歷奇將於 2015 年初正式開幕。屆時遊人可欣賞由南澳州政府贈予的維多利亞省樹熊。

園將有更多更刺激好玩的設施，並預期於 2017 年開幕。屆時遊人可享受非常豐富的遊園體驗，不但可觀

賞可愛的動物大使，更可暢玩各式各樣的機動遊戲，盡情享受世界級主題公園及度假酒店的綜合體驗。



▲ 全亞洲最大型鯊魚館之一，以海洋探秘為主題，共有三層展館。遊人可沿著環繞巨型魚缸的隧道走進水底世界，從 360 度全方位觀賞過百條不同種類的鯊魚及鮪魚。館內設置大量互動資訊板及激新互動遊戲，教育遊人各種鯊魚知識。

君子企業「禮」獎

家興超級市場

公司簡介

家興超級市場創立於 1984 年，服務街坊超過 30 年，特別得到基層市民的支持及員工的努力。

公司理念

現今社會富裕及基層兩極化，普羅市民生活質素向下流，通貨膨脹令基層市民消費都要精打細算。本超級市場 30 年來本著良心定價，平價益街坊，希望能盡綿力令基層市民可以用公道、合理價錢，購買糧油食品及用品，以便街坊能多一個地方購買所需的貨品。

得獎感受

我們很榮幸獲主辦單位恒生管理學院及各界人仕的支持，獲選 2014 年度君子企業「禮」獎。獲頒此獎是對本超級市場全人極大鼓舞，勉勵我們繼續竭力履行社會企業的責任及服務基層市民。



▲ 家興超級市場位於筲箕灣的分店



▲ 家興超級市場位於深水埗鴨寮街的分店

展望將來

本超級市場期望在將來的日子，能在不同區域開設分店為顧客服務。不斷提升員工服務質素，挑選更多價廉物美、貨真價實的貨品，令顧客購買時感到買得抵、物有所值。

君子企業金獎

天星小輪有限公司

公司簡介

天星小輪有限公司起源要追溯至 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。至 1890 年，九龍渡海小輪共擁有四艘單層小輪，不久，這四艘小輪均增設了上層客艙。往後的十年間，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。天星小輪至今仍然是全港最便宜的過海公共交通工具，除自 1992 年起讓 65 歲或以上長者免費乘搭渡輪外，其他乘客不用一個菠蘿包的價錢也可以飽覽維多利亞港的美景。

得獎感受

天星小輪感到十分榮幸能獲頒本年度「君子企業調查」中的君子企業金獎。在儒家思想中「君子」的概念為「仁、義、禮、智、信」。「君子企業調查」的獨特之處是宣揚企業道德及對具「君子五德」的企業作出讚揚。本公司對具「君子五德」連續三年再次獲得肯定感到非常欣慰。事實上服務香港超過 115 年的天星小輪一直重視「五德」的員工培訓及落實措施，致力為市民及旅客提供優質之公共渡輪服務之餘亦肩負企業公民責任。天星小輪已連續十一年獲頒「商界展關懷」標誌，表揚天星小輪在關懷社區、員工及環境工作貢獻良多外，更認同天星小輪義工隊



▲服務香港已超過 115 年的天星小輪一直以「五德」作為提供服務之基礎價值，為市民及旅客提供質優價廉的公共渡輪服務。

關懷大使能擁有「君子無私」之內涵。此外，天星小輪屢獲殊榮，除「人生五十個必到景點之一」外，更獲美國旅遊作家協會 (Society of American Travel Writers) 評選為「全球十大最精采渡輪遊」之首。旅遊雜誌 Travel + Leisure 更將乘搭天星小輪譽為全球最迷人的渡輪之旅之一。旅遊雜誌 TripAdvisor 更將乘搭天星小輪評選為「全港十個必遊景點」之一。時至今日，天星小輪除依舊深受廣大市民及旅客熱愛外，更已成為他們的集體回憶及能夠代表香港的標誌。

展望將來

在未來日子，天星小輪會繼續本著「君子」企業品格，堅守崗位；致力繼續成為廣大市民及旅客的集體回憶及能夠代表香港的標誌。

君子企業金獎

世界華文媒體有限公司

(業務品牌為：明報)

資料介紹

《明報》於 1959 年 5 月 20 日創刊，一直致力對香港、中國內地以及世界各地的政治、經濟及社會大事作全面、客觀及不偏不倚的報道和分析，並連續五次於香港中文大學進行的傳媒公信力調查中，獲選為最具公信力的華文報章。《明報》的報道素質亦為業界尊崇，於香港報業公會及亞洲出版業協會主辦的新聞獎中屢獲殊榮。

1993 年 5 月《明報》第一份海外版在加拿大多倫多創刊，同年 10 月在溫哥華創辦了加西版，此後並創立了《明報（紐約）免費報》。現時《明報》發行網遍及香港、澳門地區及美國、加拿大等華埠。

1995 開始推出的《明報新聞網》，設有多個獨立主題網站，涵蓋新聞、時事、財經、健康、教育、旅遊、娛樂、親子等題材，為讀者提供高質素的內容及網上增值服務。

《明報》大多數讀者均是專業人士、管理層人員及企業決策者，屬中產或以上階層人士。

《明報》編採人員一直堅持傳統報人理想，追求正義與仁愛，不偏不倚、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



▲ 最佳圖片（新聞組）冠軍

會公益慈善事業，使《明報》得以紮根香港，影響遠播境外。

《明報》今年再度獲得恒生管理學院主辦 2014 年度「君子企業調查」中的君子企業金獎，有賴社會大眾的接受和支持。

《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。無論傳播的方式如何變化，但內容的核心價值維持不變，年輕一代在手機和網上所看到的《明報》內容，和半個世紀前他們父輩和祖輩所看到的，都是一樣的民間獨立媒體精神，都是一樣尋找時代的真相。這是《明報》永恆的自我期許，也是對讀者永恆的承諾。

《明報》創刊 55 年來以高質新聞為綱，2013 年全年共奪得最少 36 個新聞獎項。在香港報業公會舉辦的「2013 年香港最佳新聞獎」中《明報》連奪 17 個獎項，其中包括最佳新聞報道、最佳經濟新聞報道、最佳新聞寫作（中文組）和最佳圖片（新聞組）4 項冠軍，刷新《明報》紀錄。



▲ 「2013 年香港最佳新聞獎」頒獎禮

君子企業金獎

半島酒店集團

(業務品牌為：香港半島酒店)

公司簡介

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。

得獎感受

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。



君子企業金獎

迅銷集團

(業務品牌為：UNIQLO)

UNIQLO 是日本服裝零售業界領先品牌，UNIQLO 持續在全球各重要城市開設大型店舖；至今，包括日本在內，已在澳洲、德國、中國大陸、港澳地區、台灣地區、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、菲律賓、英國、法國、俄羅斯及美國等 16 個市場開設店舖。UNIQLO 採行整合型商業模式，由設計、生產、推廣以至銷售層面。UNIQLO 相信並貫徹「真正的衣服是包含絕對的舒適、大眾的設計、優秀的品質」的理念，為每一個人提供合適貼身的優質休閒服飾。

UNIQLO 今次十分榮幸獲得恒生管理學院所頒發的君子企業獎項，感激社會及主辦單位對 UNIQLO 的認同及表揚。品牌上下一直努力為社會服務，致力為社會上每一個人提供合適的衣服。UNIQLO 的品牌概念「LifeWear」認為衣著是每一個人生活不可缺少的一部份，舒適自在是最基本的條件。今後，UNIQLO 的服務承諾將維持不變，以嚴謹的工作態度，為顧客送上舒適的購物體驗。



君子企業金獎

威立雅交通中國

(業務品牌為：香港電車)

公司簡介

香港電車有限公司(香港電車)自1904年起投入服務,擁有悠久歷史,亦為本地最環保及最經濟實惠的交通工具,這種種驅使香港電車成為一個具標誌性的交通運輸系統。時至今日,香港電車擁有163輛雙層電車,其中兩輛是充滿懷舊氣息的古董觀光電車,為全球最龐大的雙層電車車隊,服務乘客,讓乘客在車廂內觀賞熱鬧繁華的香港都市景觀和城市動態,享受非凡的乘車體驗。我們的員工人數達700人,營運六條主要路線連接筲箕灣、跑馬地及堅尼地城,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公尺便有一個電車站,每日平均為20萬乘客提供電車服務。

香港電車自二零一零年四月起由威立雅交通中國有限公司(威立雅交通中國)全資擁有,而威立雅交通中國是威立雅交通—巴黎地鐵亞洲的子公司;威立雅交通—巴黎地鐵亞洲由Transdev和巴黎地鐵發展公司共同擁有。

得獎感受

是次第三度獲獎,我們除特別感謝主辦機構恒生管理學院頒予此榮譽外,同時更要感謝所有香港市民的鼎力支持及高度評價,香港電車之所以能夠獲獎,全賴公司上下員工每天默默耕耘,秉承公司竭誠服務的精神。縱使未來將面對日益艱難的營商環境,但香港電車仍會堅守本份,推陳出新,延續我們百份香港製造的傳統,研製更安全及舒適的新型電車。

公司理念

提供安全、經濟實惠及可靠的電車服務

香港電車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。

真正環保的公共交通工具

香港電車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

電車已在港島行走超過110年,但至今車資仍維持在人人都負擔得起的水平。電車公司在沒有任何政府的公帑補貼下,為長者及小童分別提供每程\$1.1及\$1.2優惠,真正做到「取諸社會,用諸社會」。

展望將來

電車是香港文化的活遺產,與這個城市共同經歷超過110年的變遷,我們深明電車在社會所扮演的角色和位置,不但是每天服務超過20萬名乘客的公共交通工具,亦是香港人珍而重之的文化標誌。

未來儘管香港電車面臨著不同的競爭及困難,如交通擠塞問題及西港島線落成所帶來的競爭,但我們對電車的發展前景仍持樂觀態度,並將繼續積極地向相關部門爭取更多電車專線,使電車可以充分發揮他們作為最經濟實惠,最環保和最善用空間的作用,同時,香港電車亦會探討將電車服務拓展至其他地區,為香港島以外的市民和旅客提供多元化的交通服務選擇。



▲ 香港電車榮獲全球最大旅遊網站 TripAdvisor™ 頒發 2014 年度卓越獎。照片(左) TripAdvisor 亞太區商務發展總監孔伯喬先生。照片(右)香港電車有限公司董事總經理魏文先生

君子企業金獎

恒生銀行

公司簡介

恒生銀行是香港具領導地位的本地銀行，以市值計為香港最大本地註冊上市公司之一。「恒生」二字含有「永恒生長」之意，象徵我們與客戶一同成長。



▲ 恒生一直以專業用心的態度為客戶提供切合他們需要的理財服務及產品。

恒生於 1933 年創立，追求卓越、精益求精一直是我們的服務宗旨。在香港，我們擁有約 220 個服務網點，網絡龐大，遍佈港、九、新界，目的是為客戶提供更優良的服務。

公司理念

植根香港逾 80 年，恒生能真正瞭解本地個人及企業的理財需要。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，成為客戶專業可靠的理財夥伴。

我們認為成功是建基於誠信、領導能力及財務實力等核心價值以提供卓越服務，從而超越持份者的期望。

我們把企業責任的理念，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，故周全的策略也能提升我們的競爭力。

得獎感受

恒生銀行非常榮幸能夠再次獲得「君子企業金獎」。恒生憑藉穩健審慎的經營理念、「以客為本」的服務精神和專業誠懇的服務態度，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。在與客戶建立長遠關係的同時，恒生的專業服務團隊時常謹



▲ 恒生回饋社會不遺餘力，包括透過「恒生優秀運動員獎勵計劃」嘉許及支持本地傑出運動員。

記站在客戶的角度和利益考慮，尋求達致雙贏的方案。恒生多年來陪伴香港人成長，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。

展望將來

恒生在香港及內地擁有龐大之分行網絡、忠誠之客戶、雄厚之財務實力以及優越之品牌。作為具領導地位之本地銀行，恒生能夠長遠地成功發展，與社會之經濟增長和福祉息息相關。我們會繼續致力與社會各界建立長遠合作關係，履行企業社會責任，藉此推動可持續發展。恒生之目標，是能夠為建立一個健康及關係緊密之社會作出貢獻，以支持本行之未來增長。

恒生會善用優越之品牌及市場領導地位，並進一步投資於科技、員工發展及跨境服務，達至均衡之業務增長。此外，我們會繼續提升客戶服務，並會充分把握新業務機遇、審慎管理潛在風險，以及維持良好之企業管治。



▲ 恒生積極擴展及優化分行網絡，包括優越及優進理財中心，以提升客戶服務體驗。

君子企業金獎

香港四季酒店

公司簡介

香港四季酒店位處香港中環區的黃金地段，坐擁維多利亞港的迷人景致，加上無與倫比的餐飲選擇，四季酒店的種種優勢，將香港豪華酒店的定義升華至更高境界。四季酒店位於城中地標性建築的國際金融中心內，是恆久雋永的豪華居亭。東西文化交相輝映，新舊匯聚遙相呼應。無論是公幹來訪的行政人員，還是樂聚天倫的家庭旅客，都會在這商貿與文化交融之城中享受到各適其適的難忘體驗。

得獎感受

四季酒店非常榮幸在 2014 年度「君子企業調查」中獲獎，這項卓越獎項代表了香港市民對我們堅守道德營商標準的認可。四季酒店一直持守「待人如待己」的企業理念，致力成為每一位員工心目中的首選僱主，以吸引或保留來自不同背景文化，充滿活力，具創造力和全情投入工作的員工，與酒店攜手以最真誠和個人化的服務，為客人創造奇妙的體驗。

公司理念

我們將繼續努力不懈地提升服務水準，為客人締造完美的住宿體驗，向國際宣揚香港旅遊之都的美譽。最後，請讓我們藉此機會感謝恒生管理學院提供評審企業道德營商標準的平台。



君子企業金獎

南華早報集團有限公司

(業務品牌為：南華早報)

公司簡介

南華早報集團 - 以具啟發性的編輯、傑出的成就、多元化的產品，肩負社會企業責任，以港為家，建樹香港 111 週年。

南華早報集團有限公司（港交所：583）是亞洲頂尖的報紙和雜誌發行商。作為集團的旗艦刊物，南華早報是獲得國際認可的香港英文報紙，讀者群包括香港最富裕和最有影響力的人士。

自 1903 年首次發行以來，南華早報贏得了香港乃至整個亞洲具權威、影響力和獨立報導的美譽。南華早報通過報章、手機、平板、scmp.com 網站以及電子書版等有效途徑，及以每日即時新聞、分析與見解、多媒體文章和互動論壇吸引世界各地讀者。南華早報的社論、市場營銷和技術支援的表現卓越，令南華早報在 2013-14 年度榮獲逾 160 個獎項。集團的其他刊物及網站包括 Sunday Morning Post、Nanzao.com（南早.com）、Nanzaozhinan.com（南早香港指南.com）、STYLE、Destination Macau、DM Exclusive、The PEAK、HK Magazine、The List、Where Hong Kong 和 Where Chinese（玩兒）。

南華早報集團與美國出版社 Hearst 建立聯營公司 SCMP Hearst，在香港出版中文版的 Cosmopolitan、CosmoBride、Harper's BAZAAR、Harper's BAZAAR Art、Harper's BAZAAR Bride、Esquire、ELLE、ELLE Men、ELLE Wedding、ELLE Décoration 和 ELLE Accessories，及營運 Cosmopolitan.com.hk、Cosmogirl.com.hk、Harpersbazaar.com.hk、ELLE.com.hk 和 EsquireHK.com 等網站。



「愛心聖誕大行動」 Operation Santa Claus

《南華早報》與香港電台自一九八八年起至今聯合舉辦週年籌款活動「愛心聖誕大行動」，善長共為約二百個社區項目籌得 211 百萬港元。「愛心聖誕大行動」於二零一三年十一月至二零一四年一月期間，為本地十八間獲選受惠機構籌得 21,098,533 港元，創下活動舉辦以來的新高。

社區參與

隨著南華早報集團不斷壯大及多元化，加上擁有上千名盡職員工，我們致力尋找可讓員工參與社區活動的機會。由於《南華早報》經常站在香港貧窮、人口老化及污染等相關問題的最前線，我們鼓勵員工參與社區活動，幫助社區有需要的人，並為集團帶來裨益。



集團以「香港加油」為主題，能夠為他人帶來快樂，不論因捐獻抑或幫助他人而帶來的滿足感，都令我們的團隊樂在其中。員工從清潔海灘、幫助長者到協助弱勢群體，不少人都自願奉獻周末假期為社區有需要的人士服務。

集團以「香港加油」為主題，能夠為他人帶來快樂，不論因捐獻抑或幫助他人而帶來的滿足感，都令我們的團隊樂在其中。員工從清潔海灘、幫助長者到協助弱勢群體，不少人都自願奉獻周末假期為社區有需要的人士服務。

或幫助他人而帶來的滿足感，都令我們的團隊樂在其中。員工從清潔海灘、幫助長者到協助弱勢群體，不少人都自願奉獻周末假期為社區有需要的人士服務。

關愛環境

珍惜能源及實行節能措施不僅為經濟考慮，更重要的是對本集團員工及子孫後輩負上環保責任。

我們為許多營運所需的固定服務重新進行評估，以提升能源效益及改善環境。我們以一輛智能混合动力車取代兩輛高級轎車，亦於禮頓道的辦公室安裝空氣淨化器以改善室內空氣質素。為改善能源效益，本集團已實施若干善用能源的措施。此外，集團亦積極投入社區減碳行動，推動員工參與區內之植樹活動，種植超過 100 棵樹苗。

君子企業金獎

香港機場管理局

公司簡介

香港機場管理局是負責營運及管理香港國際機場的法定機構，致力鞏固機場的國際及區域航空中心地位，推動香港經濟發展。

香港國際機場是世界上最繁忙的貨運樞紐，也是全球最繁忙客運機場之一。機場自1998年啟用以來，機管局力求機場運作安全可靠、保安嚴密、效率卓越，讓旅客及機場使用者獲得優質的服務，享受圓滿的機場體驗。

機管局深明機場肩負重大社會責任。我們矢志在提升機場運力、保持盈利下持續發展，注重環保，務求不斷提升服務水平，平衡社會與各界持份者的利益，繼續為普羅市民及社會帶來更大裨益。

得獎感受

機管局十分榮幸，首次獲得恒生管理學院頒發「君子企業金獎」。我們衷心感謝廣大市民對機管局的支持和高度評價，對全體員工而言更是一份重大的鼓勵。

「君子企業調查」弘揚君子五德—「仁、義、禮、智、信」的精神作為企業營商的根本原則，與我們在營運及發展機場堅守的理念與原則不謀而合。過去多年，機管局在慈善、環保、關愛社區，以至培育人才等範疇不遺餘力。例如我們在機場實行多項環保措施；與員工義工隊及其他非政府機構合作，舉辦不同類型的活動為社區有需要人士送暖；以至舉行「優質顧客服務計劃」等，這些正是仁、義、禮美德的體現。

至於智和信方面，機管局致力維持機場高效運作，無論是旅客辦理登記、出入境手續，以至行李處理方面都保持高服務水平。我們更與時並進，不斷引入高科技及便利旅客和機場使用者的設施，如推出免費

流動應用程式「我的航班」、自助登記服務，以及提升機場的無障礙設施等。

不論在營運和未來計劃的各個層面，我們都竭盡全力。今後，我們將繼續讓這個香港人的機場，與本港的可持續發展同步向前。

公司理念

機管局致力成為世界級的機場營運機構，在機場管理及航空相關業務方面奠定領導地位，為香港的繁榮作出貢獻。

我們一向以安全、保安、環境、質素、效率及人才六項基本信念，作為日常運作及長遠規劃的方針；並恪守良好的企業管治，建立清晰全面的管治架構，注重商業道德及個人操守。

展望將來

香港國際機場的航空交通量穩步增長。為應付中長期的航空交通需求，機管局正為機場興建新設施。現正進行的西停機坪計劃及中場範圍發展計劃預期分別於2014年及2015年年底前完成。

此外，擴建成為三跑道系統計劃是機場的長遠方向。機管局正進行相關設計細節及融資研究工作，務求取得一切法定批准，及早實行計劃，期望三跑道系統可於2023年全面投入運作。

機管局亦會把握隨香港多項大型新基建項目帶來的機遇，規劃機場島北商業區的發展，配合政府的東涌新市鎮擴展計劃，帶動本港社會經濟發展。

我們全力支持有利各界的計劃，同時盡量減低機場日常運作及未來發展對環境及社會的影響，積極推動企業、環境以至社會的可持續發展。



▲ 機場管理局致力維持香港國際機場運作安全可靠、保安嚴密、效率卓越，讓旅客及機場使用者獲得優質的服務。

君子企業金獎

黑紙有限公司

(業務品牌為：《100毛》)

公司簡介

黑紙有限公司，由林日曦、陳強及阿 Bu 於 2009 年創立，其創作涉及報紙、雜誌、電台、唱片、演唱會、MV、時裝及出版等等。2010 年開創了只有一張紙的一元雜誌《黑紙》；於 2013 年 3 月擴充業務推出雜誌《100 毛》，每期收錄「每周 100 條最注目話題」；同年公司成立了白卷出版社，專門出版小說、散文、圖文集等流行讀物，已出版超過三十本書刊，包括暢銷書《有一種幸福叫忘記》（鄭俊宇著）、《TVB 血淚屎》（偽文豪著）、《多多指膠》（Plastic Thing 繪製）等。

公司理念

一元雜誌《黑紙》的理念是集黑色幽默、批判、感動、社會性於一身，務求透過《黑紙》這道門，喚起人們對社會議題的興趣。

而雜誌《100 毛》的創作宗旨則是「短、笑、港」。「短」，即簡短，《100 毛》每期只有 100 條毛，每一條毛也是 100 至 200 字，而且以圖像行先位，實踐「看得完·剛剛好」的理念；「笑」，即幽默，香港人生活緊張，《100 毛》希望令人發笑，讓大家能從新鮮角度觀察生活，所以每條毛都包括著 100 毛式的幽默元素；「港」，即港式話題，每一期《100 毛》都會貼近香港最熱門話題，務求是貼近香港人的口味。

《100 毛》的創立，絕對是當代生活的體現。創辦人的初衷，是建基於網絡世界的 Facebook 表達模式，香港人把自己想表達的心情用幾百字寫出來，年輕人喜歡比「速食文化」更零碎的「零食模式」。網上的東西大多支離破碎，然而合併起來又是一幅新的圖像，而體現這精神的《100 毛》就誕生了。

得獎感受

《100 毛》編輯豬欣：「唔，首先要多謝恒管，多謝恒管畀我哋嘅肯定，一直以嚟都有人用『君子』嚟形容過我同埋我哋的同事。今日我哋《100 毛》做嘢，竟然可以分享到『君子企業』呢個殊榮，我仲要多謝我 Daddy，多謝我 Mammy，多謝我嘅未來老婆，雖然我仲未遇上你，仲有多謝我嘅粉絲，係，我亦都仲未遇上你，最重要嘅，當然係多謝恒管畀呢個獎我同我嘅同事，肯定咗我人格。阿媽！我得咗喇！」跳起 Yeah。

未來方向

未來的日子，我們希望做得更好，而這絕對和社會責任無關，只是想讓有能力買起我們的有錢人出價。我們現誠徵大財團收購：《100 毛》讀者眾多，影響力巨大，思想正面形象健康，公司有足夠現金流量，沒任何負債，男員工英俊，女員工乾淨，絕對是富豪玩具首選。



顧問委員會

主席：趙麗娟資深會計師（香港會計師公會前會長）

委員：方梓勳教授（恒生管理學院常務副校長及翻譯學院院長）

曹虹教授（恒生管理學院協理副校長（傳訊及公共事務）及傳播學院院長）

謝清標教授（香港中文大學市場學系教授）

鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系助理教授）

簡仲熙同學（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（恒生管理學院市場學系助理教授）
- 副主席： 鄺家麒博士（恒生管理學院市場學系助理教授）
楊筠瑜女士（恒生管理學院市場學系一級講師）
- 委員： 張美鳳博士（恒生管理學院新聞及傳播學系助理教授）
吳寶琪女士（恒生管理學院管理學系一級講師）
陳鴻輝先生（恒生管理學院市場學系二級講師）
馮利基先生（恒生管理學院商學院研究助理）
田文盈博士（香港公開大學市場、管理及決策科學部講師）
王楠女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任）
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（恒生管理學院市場學系行政助理）
簡仲熙同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會主席）
黎筠彤同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務副主席）
湯耀廷同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會外務秘書）
林宇虹同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務秘書）
陳景輝同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會財務秘書）
趙紫彬同學（恒生管理學院第三屆新聞及傳播學系系會幹事會主席）
陳家敏同學（恒生管理學院第三屆新聞及傳播學系系會幹事會福利幹事）

附屬委員會

調查數據收集及分析委員會

- 主席：鄺家麒博士（恒生管理學院市場學系助理教授）
- 委員：鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系助理教授）
陳鴻輝先生（恒生管理學院市場學系二級講師）
馮利基先生（恒生管理學院商學院研究助理）
簡仲熙同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會主席）
黎筠彤同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務副主席）
湯耀廷同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會外務秘書）
林宇虹同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務秘書）
陳景輝同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會財務秘書）

典禮及活動籌劃委員會

- 主席：王楠女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任）
- 委員：鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系助理教授）
張美鳳博士（恒生管理學院新聞及傳播學系助理教授）
吳寶琪女士（恒生管理學院管理學系一級講師）
楊筠瑜女士（恒生管理學院市場學系一級講師）
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（恒生管理學院市場學系行政助理）
簡仲熙同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會主席）
黎筠彤同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務副主席）
湯耀廷同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會外務秘書）
林宇虹同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會內務秘書）
陳景輝同學（恒生管理學院第四屆市場營銷學會幹事會財務秘書）
趙紫彬同學（恒生管理學院第三屆新聞及傳播學系系會幹事會主席）
陳家敏同學（恒生管理學院第三屆新聞及傳播學系系會幹事會福利幹事）

調查員名單

傑出調查員領袖

黎筠彤

傑出調查員名單

郭哲好

張穎楠

嘉許狀名單

江倩瑜

吳子威

吳紫瑤

汪勝璠

招崇熹

林宇虹

林詠欣

柯海琦

袁崧鏢

張穎楠

郭哲好

陳子豪

陳芷欣

陳穎言

游昕潼

湯耀廷

黃苑彤

黃晴兒

黃嘉欣

黃嘉雯

鄧卓靈

簡仲熙

感謝狀名單

吳卓羲

吳曼琦

李栢健

李詠欣

林映慧

洪子欣

洪嘉鍵

徐偉堯

袁啟豪

袁梓晴

區澧欣

張泳琴

梁文靖

陳敏怡

陳景輝

陳穎生

陳韻婷

陳麗茵

黃樂怡

楊嘉盈

楊潔儀

葉子諾

劉卓澄

劉嘉裕

練希文

鄭裕盈

盧啟謙

戴景淵

關子傑

關詠彤

參與名單

文俊康

方文浚

何定宜

余倩慧

吳晉豪

吳婉怡

李文懿

李婉敏

李潤興

周穎彤

翁麗琼

張綺婷

戚善怡

梁子君

梁家玉

郭卓衡

陳希彤

陳佩琳

陳欣怡

陳映蓉

陳棣雯

陳詠寶

曾穎妍

楊麗賢

葉靖綸

劉芷君

蔡兆翔

鄭穎瑜

蘇嘉謙

學會介紹

第四屆市場營銷學會幹事會



恒生管理學院第四屆市場營銷學會，名為 Sagarian。名字具創造傳奇之意，我們希望藉著提供不同校內活動，豐盛同學的校園生活，並舉辦聯校活動，令同學對市場營銷有更全面的了解。

回顧整個活動的過程，由初期的誓師大會、問卷調查工作坊、問卷調查、數據分析直到籌備頒獎典禮，過程雖然困難，但我們十一位幹事本着 Sagarian 努力不懈的精神，終於完成這項極具意義的調查工作。

問卷調查是在暑假期間進行，天氣炎熱。調查員每次都要在烈日當空下進行戶外調查，努力工作至汗流浹背，有時甚至要面對惡劣天氣，滂沱大雨，即使疲憊不堪，但他們仍面不改容，面對受訪者時，依然掛着和藹親切的笑容。縱使不少受訪者拒絕受訪，但他們都沒有怨言，仍舊努力找尋其他受訪者，這種敬業樂業的精神的確令我們敬佩。

君子企業調查 2014 已經圓滿結束。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 2014 才得以順利完成。

第三屆新聞及傳播學系系會幹事會



「承傳」就是指「繼承」及「傳授」，是對於精神理念、文化以及價值觀的承接。所謂「承」者，本閣希望秉承歷屆系會的服務精神以及理念，穩固及改善架構制度；另一方面，本閣亦致力做到破舊立新，因時制宜，推陳出新。而所謂「傳」者，亦即是本閣另一大理念—「延續」：所謂「前人種樹，後人乘涼」，本閣致力於建立屬於本系獨有的文化及精神，培養學生的優越感，為新聞及傳播學系的長遠發展奠基。「承傳」相信本系發展至今，得如斯之規模，實有賴前人之努力。然而，本閣並不會滿足於現狀，而是選擇繼承歷屆系會優良的文化以及作為恒管新傳人的優越感，擇善固執，繼往開來。本會有幸再參與本年度之君子企業調查的籌備，希望藉此為學校學術發展貢獻一分力，亦加強本系學生的對外關係。

活動花絮

2014 君子企業調查誓師大會



調查員於各大商場收集數據



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。

鳴謝

 長江實業地產發展有限公司


置富 Fortune Malls

(鳴謝提供旗下商場作部份問卷調查場地)

參與單位
市場學系
新聞及傳播學系
傳訊及公共事務處



市場營銷學會



新聞及傳播學系系會

香港新界沙田小瀝源行善里
電話 3963 5000
傳真 3963 5332
網址 www.hsmc.edu.hk