



恒生管理學院  
HANG SENG  
MANAGEMENT COLLEGE

二零一五年度

君子  
企業  
調查



陳瑞庚題

JUNZI  
CORPORATION  
SURVEY 2015

## 目錄

君子企業  
五德典範

p.1	目錄
p.2-3	校長序言
p.4-p.10	獻辭 <ul style="list-style-type: none"><li>• 彭耀佳先生</li><li>• 趙麗娟女士</li><li>• 謝清標教授</li><li>• 彭泓基博士</li><li>• 何志盛博士</li><li>• 司徒永富博士</li><li>• 鄧子龍博士</li></ul>
p.11-p.30	君子企業調查報告
p.31	得獎公司名單
p.32-p.53	得獎公司感言
p.54-p.59	歷年典範專訪
p.60-p.63	參與單位 <ul style="list-style-type: none"><li>• 榮譽顧問</li><li>• 執行委員會</li><li>• 附屬委員會</li><li>• 調查員名單</li></ul>
p.64-p.65	參與學會介紹 <ul style="list-style-type: none"><li>• 市場營銷學會</li><li>• 新聞及傳播學系系會</li></ul>
p.66-p.67	活動花絮

## 「君子企業調查」樹立商業倫理榜樣



作為每年其中一個最大型的師生學術活動，恒生管理學院（恒管）「君子企業調查」（亦稱「調查」）已進入第五屆，旨在以嚴謹與科學化的學術調研，評選出香港市民心目中符合商業道德價值準則、有公信力的企業（包括公用事業）。事實反映，企業社會責任愈來愈受到社會普遍的重視，大眾均期望企業在謀取利潤的同時，顧及本身商業活動對不同持份者造成的影響。

### 調查確立商業倫理準則

素以積極弘揚儒商精神的恒管，五年前引入中國儒家的「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。

「調查」透過問卷的形式，收集香港約 2,000 名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。期望藉著「調查」，確立遵行「仁、義、禮、智、信」為營商的根本，鼓勵企業不應短視、也不應只以謀取最大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。

在外國的一些學術研究裡，已證明推動社會價值的企業，其業績亦可被帶動提升，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。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，帶動業務增長，令生意蒸蒸日上。

## 意義遠超西方企業倫理定義

西方也常有對商業倫理的研究和調查，但一般只基於動機論或後果論，反而較少從德行論或美德論去分析或推動。而我們中國的傳統美德有五千多年歷史，儒家的精神並不落後。儒家的「仁、義、禮、智、信」是一個恆常的「五德」，在今天一個複雜多變的環境，不論對人或組織，其實沒有改變我們對五德的追求。它超越了西方商業倫理所指的公平或誠信，更包括了仁愛、明辨是非黑白、待人以禮以及懂得以誠待人。

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，這些思想包含著一種強烈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。

## 作榜樣推廣君子企業家風範

商業道德、社會責任和企業可持續性是恒管的一個重要教研方向，所有課程都注入商業倫理與可持續發展的元素，培育學生成為一個具有道德操守和社會責任感的人才。「君子企業調查」已得到各界人士的關注支持，成績有目共睹。今年是調查計劃的第五年，參與調查的師生根據以往的經驗和實際需要，把有關工作改良擴充，並繼續積極傳播到整個社會。

更期望各得獎的企業能向其他企業多分享心得，特別在艱難的環境中仍能如何堅守一些重要的價值信念，作出榜樣推廣具君子品格的企業家風範。

最後，衷心恭賀今年獲獎的君子企業，為香港構建一個共贏和更美好和諧的社會。

何順文教授

君子企業調查榮譽顧問

恒生管理學院校長

# 彭耀佳先生



君子是儒家心目中才德兼具的人，是我國對人格的一個極為崇高的讚美，反映對其品格、禮儀有絕對的認同。儒家思想中的君子五德「仁、義、禮、智、信」，合稱「五常」，即使在今日複雜多變的環境中，不少企業仍然堅持以合乎五常的原則來經營，堅守商業道德、推動社會責任和企業可持續性。

「君子有所為，有所不為」，從商之道亦是如此，大眾對企業的期望，是在爭取最大利潤的同時，也要顧及商業活動對社會帶來的影響。一家企業若能依照儒家的道德準則營商，確立遵行君子的「仁、義、禮、智、信」為營商的根本，則為之「君子企業」。企業在經商謀利時，以君子之道來營商，不僅能提升企業聲譽，亦同時可帶動業務增長。我相信，唯有「君子企業」才能贏得客戶長久的支持。

恒生管理學院的「君子企業調查」透過問卷的形式，找出香港市民心目中符合商業道德價值準則、有公信力的企業，目的是表揚君子企業的崇高精神，有賴不同具有君子風範的企業作出的努力，香港的商界才能有健康發展。我在此恭喜一眾恒生管理學院「君子企業獎」的得獎企業，我希望各得獎企業能繼續保持高尚的品德，將這份信念和修養一直傳承下去。

**彭耀佳先生**

君子企業頒獎典禮 2015 主禮嘉賓

香港總商會主席

置地控股有限公司行政總裁

## 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五屆「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，謝謝你們的努力和支持！

趙麗娟女士

君子企業調查榮譽顧問

利豐發展（中國）有限公司董事

# 謝清標教授



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」。商業世界要達到君子的道德要求殊非易事，企業管理的日常運作，往往涉及很多道德問題，例如，廣告的內容能否誇大產品的功效以爭取顧客？企業在生死存亡的時候，是否應該隱瞞產品的潛在問題而令企業得以生存下去？大部分人認為，在現實的營商環境中，君子所要求的道德水平不切實際，和企業利潤最大化的宗旨矛盾重重。

「君子企業調查」所選出的成功企業證明以君子的態度營商和商業利潤之間是沒有抵觸的。真正的商才，是不會以不道德、欺瞞、浮誇、唯利是圖的手法經營的。通過「君子企業調查」，我們有數據支持「君子導向」是可以令企業壯大與持續發展。

本人在此謹向「君子企業調查」團隊致以最崇高的敬意，感謝他們不辭勞苦的付出，令研究得以順利完成。我也並在此恭賀所有得獎的企業，他們的君子營商行為，不但值得我們的尊敬，他們將來也必成為香港成功企業的典範。

**謝清標教授**

君子企業調查榮譽顧問

香港中文大學市場學系教授

## 彭泓基博士



陰陽轉化，成敗起伏，是天下最自然的現象。人性的善與惡，同是一體的兩面，形影相隨。君子喻與義，小人喻與利。健康的環境與文化，成就君子，反之則造就小人。君子道長，則小人道消。君子之風的強弱，是一個企業的競爭力和成就價值的關鍵。當年：

**孟子見梁惠王。王曰：「叟不遠千里而來，亦將有以利吾國乎？」孟子對曰：「王何必曰利？亦有仁義而已矣。」……上下交征利而國危矣！**

五千年中華文化博大精深，對宇宙萬物與人性，有著深刻的體會。春秋戰國，禮崩越壞，私慾橫流，權貴爭利，導致戰事連年，民不聊生。先哲們痛心社稷不靖，窮思治國良方，因而百花齊放，諸子百家，皆為管理與人生大道。其中最為光耀的，要算孔孟的儒家，提出「君子與中庸之道」，從人文出發，以仁義教化天下，對中華文化，影響深遠。「外儒內法」的管理哲學，以儒家為重心，輔以法家思想，成為後世歷朝管治的楷模。

自 18 世紀 60 年代工業革命始，社會的急劇變化，發展出蓬勃的資本主義與市場經濟，人們為求私利，不擇手段，逐漸忘記了原來的宗教意義，與為人類謀幸福的崇高理想，使社會貧富懸殊、國際間紛亂日增、甚至危害人類的生存。

道德經第七章說：「天長地久。天地所以能長且久者，以其不自生，故能長生。是以聖人後其身而身先，外其身而身存。非以其無私邪？故能成其私。」

沒有天地的孕育，人類如何能生存？只有致力服務人群，保育自然環境，才能共存，並從中建立自己的意義，各盡其責，各取所需。儒家很明白這個道理，因此，要想達成任何「私慾」，都必先以人們的福祉為依歸，絕不損人利己，並謀求整體最大的長遠利益，這樣才能永續經營，共榮共存，這是「聖賢」的使命。宋代大儒張載的名言：「為天地立心，為生民立命，為往聖繼絕學，為萬世開太平。」成為儒家實踐的寶鑑，也是商業道德的最佳指導。

沒有天地的孕育，人類如何能生存？只有致力服務人群，保育自然環境，才能共存，並從中建立自己的意義，各盡其責，各取所需。儒家很明白這個道理，因此，要想達成任何「私慾」，都必先以人們的福祉為依歸，絕不損人利己，並謀求整體最大的長遠利益，這樣才能永續經營，共榮共存，這是「聖賢」的使命。宋代大儒張載的名言：「為天地立心，為生民立命，為往聖繼絕學，為萬世開太平。」成為儒家實踐的寶鑑，也是商業道德的最佳指導。

回顧今天的商業社會，從生存、到壟斷和暴利，多著重眼前私利。現今社會，政商各界，不顧大局，只求短視成效的現象，比比皆是。人們的道德敗壞，社會面臨嚴重的危機，動亂頻仍。際此道德日漸淪亡，許多商學院不斷強調如何牟利、爭取最大收益之際，恒生管理學院致力研究「君子企業調查」，是一股令人敬佩的清流，只有健康的社會，才能孕育出有良心的企業。祈望廣大社群，明白殺雞取卵的禍害，沒有康泰的民生，沒有優良的商業環境，企業如何生存？此舉正是范仲淹提出的儒家的核心精神：「先天下之憂而憂，後天下之樂而樂。」呼籲社會與商界人士，在逐利之餘，亦應思義，如暮鼓晨鐘，敲醒眾生的無明，實乃社稷良心。

謹在此祝願恒生管理學院能百尺竿頭，更進一步，未來對社會做出更大的貢獻。

**彭泓基博士**

君子企業調查榮譽顧問

中華智慧管理學會創會會長



# 何志盛博士



今日社會，甚麼是管理人經營企業的金科玉律？我認為其中一條，是企業必須有「品」。

企業要持續發展，必須營利。要維持營利增長，便須提供優質產品及高水平服務，並持續改良及優化，務實地建立有關產品及服務的「品」牌，贏取顧客的歡心及選用。

但利潤並非企業營運的唯一目標。企業要以營利為起點，分享為終結才算完滿。成功建立「品」牌而賺取利潤後，企業要與顧客和員工分享，追求共贏，以獲取他們的長期支持，還必須

回饋社會，以彌補營運時對環境造成之損害。如此，企業與持份者分享利益是營利的結果，而企業也在營利與分享的循環中自然地建立起企業「品」格，樹立了商譽，最終得到社會及廣大市民的肯定。此一營商理念，正好與恒生管理學院多年來提倡的「君子」商業道德標準相符合。

謹此祝賀取得恒生管理學院舉辦「君子企業調查 2015」獎項的各大機構，他們在營利之餘，恪守高於法規的商業道德，積極履行企業社會責任，值得表揚與尊敬。希望此一獎項能推動更多機構以「仁、義、禮、智、信」的君子之道營運及拓展業務，令本港的商業活動發展更健康。

**何志盛博士**

君子企業調查榮譽顧問

香港小輪（集團）有限公司集團總經理

# 司徒永富博士



「君子企業調查」除了是恒生管理學院一年一度的盛事，也是對香港商界實踐企業社會責任的肯定。中國人有句說話：「君子愛財，取之有道」，商人一般給人的印象都是「市儈」和「賺到盡」，這次企業調查正要告訴公眾，企業營運除了取之有道，更要肩負起促進社會健康發展的責任。事實上，現在企業除了著重股東利益，更要重視其他的公司持份者，例如：員工、其他合作伙伴和社會。

是的，一個履行好社會責任的企業在作出任何一個決定前，都會努力在市民、員工、股東各持份者利益間取得平衡。例如企業和員工不單是「老闆和下屬」的關係，彼此之間多了一份感情，就是伙伴關係。所以，要合作愉快，企業必須為提高員工的生活質素而努力，例如增設一些充滿人情味的假期：如侍產假、生日假、婚假和義工假。

事實上，隨著新媒體的興起，公眾能夠瞬間從多種渠道獲得企業的資訊，如果企業只顧賺到盡，而不理公眾利益，企業極有可能會被公眾排斥。相反，企業若能夠「財德兼備」，其好人好事亦能在瞬間被傳開去。有不少外國研究指出，企業越有「品」，賺錢的能力越高，反之亦然。

我還想指出的是，企業社會責任是需要持之以恆，不是說公司生意好的時候才執行，生意差就不理會。因為社會責任和公司發展是相輔相成的，企業就像社會其中一個獨立個體，一定要和社會各單位互動參與，才能健康發展。最後，我希望藉這次調查和同路人共勉，一起建構一個有品企業的年代。

**司徒永富博士**

君子企業調查榮譽顧問

香港樹仁大學副教授及工商管理學系行政系主任

鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事

# 鄧子龍博士



「君子企業調查」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。累積了以往四年的經驗，我們今年各方面也做得更好。我們今年改進了問卷的抽樣方法，使之更能反映市民對各大企業或行業的評價。此外，有賴同學們的熱誠及市民的支持，受訪者樣本的人口特徵更能反映香港現在的人口分佈，令整項調查的結果更具代表性。能連續五年參與「君子企業調查」的籌備及執行，並見證著同學們團結一致地去完成這件艱辛但極具意義的工作，

是本人的榮幸。最後，我們祝願各位優秀的企業家和他們的團隊，能以更高的商業道德標準營商，為香港建造一個和諧美好的社會環境而努力。

**鄧子龍博士**

君子企業調查執行委員會主席  
恒生管理學院市場學系副教授

# 2015 年君子企業調查報告

報告榮譽顧問：何順文教授 謝清標教授

撰文：楊筠瑜博士 陳鴻輝先生 鄧子龍博士 鄺家麒博士 謝亭亭博士 戴弘毅同學 陳曉欣同學

潘子健同學 葉崇恩同學

恒生管理學院自 2011 年起，每年進行一次君子企業調查，本次研究為同系列調查之五。作為每年一度備受業界注視及具廣泛代表性的學術調查，恒生管理學院按一貫嚴謹的研究程序，以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」作為營運的道德準則這個新穎的學術觀點，並能找出具君子風範的機構以作表彰。我們以下將簡略地向大家說明君子與五德、調查方法及討論調查結果和對各行業的啟示。

## 君子與五德

我們對君子和五德的定義最主要受到香港中文大學謝清標教授的啟蒙。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，則能被稱為「君子企業」。中華倫理當中，「仁、義、禮、智、信」，合稱「五德」，是儒家價值體系的核心，以合乎此五德原則來經營的企業就是「君子企業」。

### 「仁」

「仁」是指企業經營中具仁愛和有善心。《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，孔子只告訴他兩個字：「愛人」。愛別人就叫「仁」。梁漱溟先生認為孔

子最重要的觀念是仁。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。

### 「義」

《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，三鹿奶粉事件就是一個很好的反面教材。

### 「禮」

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。所以，君子企業中的「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。公平咖啡是用「禮」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，他們還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來改善該區醫療及社會多方面的設

施，消費者飲公平咖啡在心理上又有對社會公益作出貢獻的滿足感。

### 「智」

「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以及事物之間的聯繫，遇事不會疑惑不決。在企業的日常運作上，「智」包括了企業知識方面的管理，如市場調查，以及用作研究及分析市場大趨勢的市場資訊系統管理。深層次而言，「智」亦反映了企業所採用的以消費者的需要為本、以仁愛之心滿足顧客需求的經營方針和哲學。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地滿足消費者的需要。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，光線要較充足，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」

「信」指一個企業的行為是誠實、可靠的。《論語·顏淵篇》記載，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？」子曰：「去兵。」子貢繼續追問：「必不得已而去，於斯二者何先？」子曰：「去食。自古皆有死，民無信不立。」可見，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，以達到成功。缺乏誠信的企業最終必會受消費者唾棄。

## 調查方法

### 數據收集 由淺入深

一如過去四屆君子企業調查，本年度亦是透過「問卷調查」的形式進行定量調查。問卷設計經研究團隊參照去屆的問卷及根據「君子企業」模型修改而成。問卷經多年測試均得出相當高的有效度。

數據收集分兩個階段進行，由淺入深地了解市民對不同機構的商業道德表現評分。在首輪問卷調查中，由於機構眾多，研究團隊不會評估所有機構的「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」五方面的表現，而是在七個被調查的行業中各找出最具代表性的約三十間機構，總共約二百一十間。在市民參與問卷調查之初我們先向其解釋「君子企業」的含義，是指一間機構的道德水平高、經營手法具君子之風，能反映君子五德之「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」。然後我們會請市民逐一評價被選出的這些企業，是否認同它是一間「君子企業」（例如：請問您會用「君子企業」去形容香港電車有限公司嗎？1為非常不同意，7為非常同意）。我們共收集了1253份有效問卷。其中，「君子」得分較高的60間機構，獲選進入次輪問卷調查。

次輪調查中，我們共收集了618份有效問卷。受訪者對隨機抽出而他們又認識的一間（詳盡版）或四間（標準版）機構進行評分。問卷內容較首輪更加深入及全面地去評估不同機構的表現，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。整個調查期間，調查隊伍合共收集到 1871 名市民的回應。

## 調查過程 嚴謹可靠

調查隊伍由 58 名恒生管理學院學生組成，他們肩負全部外勤工作。所有調查員都必需先完成培訓，表現良好才獲派出外工作。調查以面談訪問的方式進行，原因是面談能更有效地與受訪者建立互信。此外，面談能讓調查員更有效地向受訪者解釋問卷中一些抽象的詞彙（如「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」）。因此，我們相信，透過面談訪問能收集較高質量的數據。每組調查隊伍設有組長，由富有調查經驗的同學擔任。同時，我們設立監察制度，研究團隊及稽查員不時到隨機抽樣的區域巡察調查情況，以保障數據可靠性。

## 抽樣方法 覆蓋全港

抽樣方面，我們採用兩段抽樣法。首先，調查隊伍從覆蓋全港的 2015 年區議會選舉選區中以隨機抽樣的方法選取了港九新界多處地方。然後，根據年齡及性別以配額抽樣進行面對面的街頭訪問。我們累積了數年經驗，不斷改進調查方法。本年度調查放棄了一直沿用的以港鐵站作為抽樣架構的方法，我們相信這樣能加強樣本的代表性。今年受訪者樣本的人口特徵更能反映香港現時的人口分佈。

## 調查範圍

由於本調查研究是追蹤消費者心目中的「君子

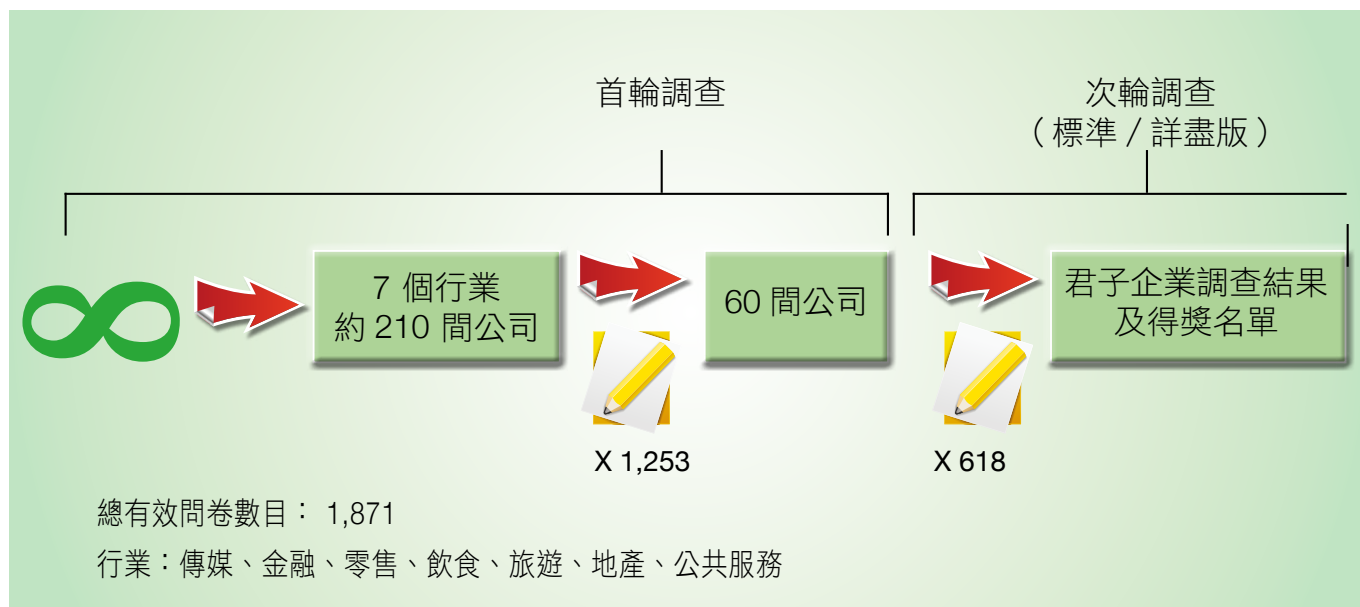
企業」，調查之行業集中於七個跟一般市民大眾生活息息相關的行業：傳媒、金融、零售、飲食、旅遊、地產、公共服務。市民一般對這些行業的機構有認識和經驗，能評估這些機構的營商手法和表現。與往屆不同的是，本年度的調查不再將酒店撥入旅遊業而改撥入飲食業。主因是從過往的調查中發現，市民普遍對本港酒店的認識是其企業的餐飲服務。故此，新的安排應能更準確地評估本港飲食業和旅遊業的「君子」表現。

## 分析方法

為了進一步加強數據質素，我們一如既往，先計算差異分數來檢測數據的可靠度，並把少量可靠度低的問卷剔除。

本年度君子企業調查的分析主要有五項。第一項為選出本年度「君子」的得獎機構，數據分析是基於首輪及次輪調查結果。我們計算了各機構在「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這些維度的平均值，並將其轉化成以一百分為滿分的數值，方便作比較之用。第二項為分析不同年齡層及性別的市民對調查行業的「君子」表現有何差異。第三項為驗證「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這五德的可靠度。第四項是先建立一個擁有多維度的「君子企業」模型，並設定該模型是由「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這五德構成，再注入數據，推算「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」用作代表「君子企業」這個抽象概念的契合度。第五項是測試「君子」模型與消費者行為的關係，如消費者滿意度與購買意欲的關係。

## 2015 年君子企業調查流程圖



## 調查結果

### 統計分析

以一百分為滿分，表一列出七個行業在市民心中最有印象、最具代表性的三十間企業在「仁、義、禮、智、信」和「君子」這些維度的平均分數。由於測量君子五德分數的有效問卷只有六百多份，我們同時列出行業的「君子」分數作更客觀的比較，該數值的有效問卷為一千八百多份。從過往多年的

君子企業調查數據顯示，「君子」這個抽象的高階概念的數值已能反映市民心中該行業在「仁、義、禮、智、信」這五德方面的整體表現。

從列舉的數據分析可以看到各行業在「仁、義、禮、智、信」和「君子」的表現各有高低。總括來說，各行業的營商手法大致符合消費者心目中的「君子」標準。當然，從數字上我們看到某些行業還有很大的改善空間；意味著這些企業應該將中國儒家的「君子」概念，更多更好地溶入於日常的商業活動上。

## 本年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	
公共服務	67.3	70.3	67.7	65.3	69.9	69.2
傳媒	65.1	68.9	66.1	67.0	68.9	68.0
零售	68.7	71.6	69.4	69.9	72.0	67.9
旅遊	64.0	69.6	69.6	70.7	69.0	67.9
金融	63.9	69.3	66.7	66.4	67.3	66.6
飲食	60.6	66.3	64.4	66.1	67.3	66.5
地產	57.9	58.7	56.7	63.6	58.4	57.8

(表一)

## 行業分析

### 傳媒業

按香港政府新聞處的最新資料顯示，截至2014年8月31日為止，本港共有56份日報和727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、19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。

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高低有着莫大的影響。相對上年度的大幅跌勢，本年度的君子分數整體恢復至接近2013年的高位，取得68分，上升3.3分（見圖一）。綜觀七個受調查行業，傳媒業排名第二，成績不俗（見表一）。

本年度「義」的得分為68.9分，上升1.8分。傳媒業在「義」的得分除了首年不在60分之列以外，其餘四年的評分皆佔高位（見圖二）。今年的升勢或多或少與去年業界採訪報導的手法有關；記者於大型事件發生時無間斷提供最新消息，義不容辭地站在最前線，為市民報導即時實況，充分表現了傳媒界的義務和職責。這反映市民一般認同傳媒業能為民發聲，展現業界的仗義之心和市民對傳媒業的信賴。因此在市民心目中，業界「義」的評價有顯著的上升。

傳媒業的五德評分中，「義」和「信」並列第一；得68.9分。子曰：「信則人任焉」，意指只有人被證明是值得信賴時，別人才會覺得可靠，敢把大事交托。這一點對傳媒業尤其重要。五德中的「信」於傳媒業可解作公信力；公信力是傳媒成功的重要指標。只有時刻為市民報導持平真確的新聞，才能給與市民信心，稱得上為有公信力的傳媒。「民無信不立」，特別是依靠公信力維生的傳媒業，誠信最為重要。

傳媒業在「智」的得分一直有上升的趨勢，今年更得分突破66分的水平，得67分並在五德中排名第二。這反映了近年傳媒業充分運用科技的智慧。不少報社各出奇謀，讓紙媒與電子媒介相輔相成，儘量兼顧紙媒和電媒的讀者。可見業界都在努力轉型，尋找貼近潮流的渠道，為市民提供多個平台，務求滿足讀者的需求。

今年傳媒業在「禮」的得分是66.1分，比去年上升1.9分。「辭讓之心，禮之端也。」人與人的相處最適當的形式是互相謙讓，互相尊重。「禮」在傳媒道德是不可或缺的一環，因為在揭開事實真相的同時亦難免侵犯個人私隱；平衡公眾的知情權和受訪者私隱永遠是業界要面對的一大難題。盼望傳媒業在享有新聞自由的同時，也能尊重受訪者私隱，同時亦能滿足公眾的知情權，達至三贏。

本年度傳媒業在「仁」的得分是65.1。雖然仍是五德之中稍遜的一環，但表現亦一直改善，達到五年來的新高。這可能和傳媒業的報導手法有關。



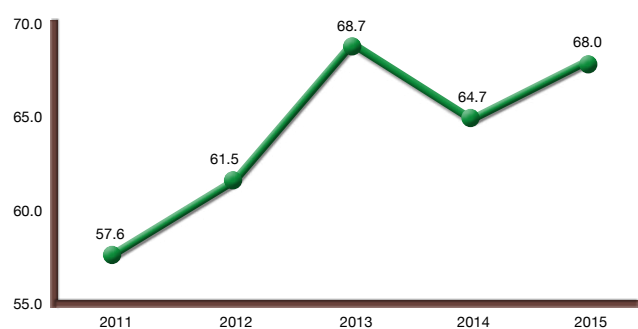
## 君子企業調查報告

近年各大傳媒除了報導國家大事外，更多報導了一些社會上的好人好事，表現了傳媒應有的仁德。

總括而言，調查結果顯示香港市民普遍認為傳

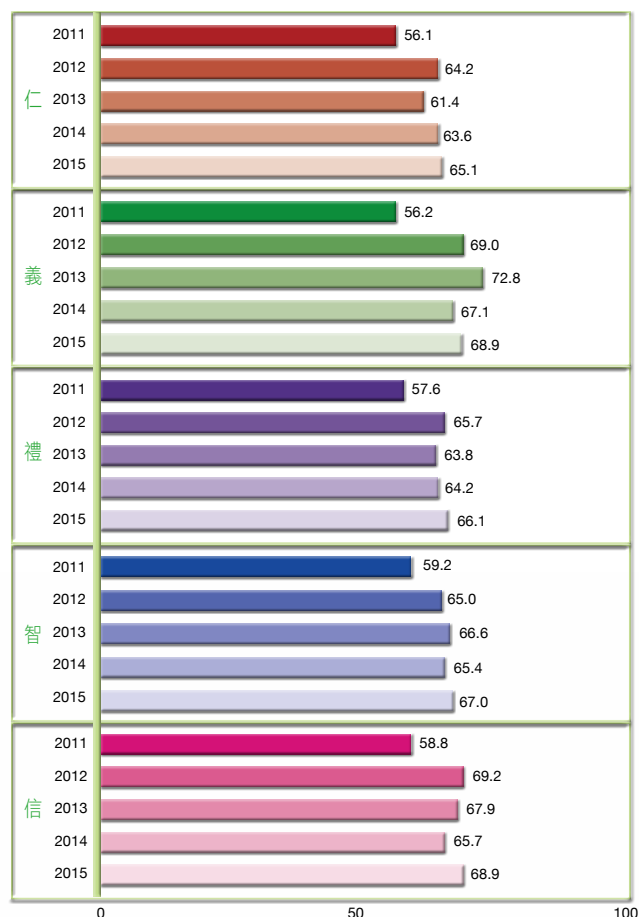
媒業的表現比去年有顯著的進步。由於傳媒業的職責是要揭露真相，有時未免予人一種不近人情的感覺，這也是無可厚非的。只要業界能肩負起伸張正義的重擔，相信可以繼續獲得香港市民的信任。

### 傳媒業於 2011-15 年間的「君子」分數變化



(圖一)

### 2011-15 年傳媒業「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖二)

## 金融業

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 2014 年，香港便有超過 250 間銀行、7000 間金融機構和 2000 間保險公司，合共僱用了超過 230,000 人。金融業佔本地的生產總值超過百分之十五。可見金融業為本港商界的一個重要產業。

過去五年，香港金融業適逢美國經濟復甦，亦同時面對歐洲的債務危機。在危與機的不同影響下，香港的受訪者對首當其衝的金融業界的觀感亦可能因而有別，現試從「君子五德」的角度去解讀受訪者對金融業的觀感。

根據本年度之君子企業調查結果，金融業的得分於七個被調查的行業中僅排行第五；在 100 分滿分中僅取得 66.6 分，高於飲食業（66.5）及地產業（57.8）。金融業於普羅大眾心目中追求利潤的形象，加上近期並沒有太多正面的新聞，相比起其他得分較高的被調查行業，金融業分數只能處於中下游。金融業過去五年間的分數變化見圖三及圖四。

「義」為金融業中得分最高的一項，得 69.3 分，相比起其餘六個被調查行業得分依然偏低，只位列第四。「義者宜也。」行義的方法就是做相宜，正確的事。所謂「君子愛財，取之有道。」倘若財富是用不正當的方法取得，即可視為不義之財，君子是應該唾棄的。回顧五年金融業在「義」的得分，由 2011 年的 60.2 分升至 2013 年 73 分的最高位，其後降至 2015 年 69.3 分。

金融業在「信」方面的表現於五德中排行第二，得 67.3，但在七個調查行業中排行第五，這或許與相關企業被揭發洩漏客戶資料有關。「民無信不立。」誠信是企業的重要資產，與金融業這樣提供保險、理財和融資服務的行業尤為如此。與顧客建立互信關係應成為金融企業的重要任務。

金融業在「禮」一項中表現與「義」相近；同樣於 2013 和 2015 年表現較好，並在七個被調查的行業中同樣排行第四，得 66.7 分。「禮之用，和為貴。」中國文化重和，而「和」的概念不只局限於人於人之間的關係，更引伸至不同團體，文化等的永續關係。應用於金融業，「和」可衍生出平衡各方利益和雙贏的概念，達至和而不同。若果金融業能夠發展出協助各方平衡利害的風氣，想必會令整個行業，以至其他層面都更和諧。

「智」一字所包含的意思不單是智慧和思考，而且更關係到決策和判斷力。在是次調查的受訪者眼中，金融業在「智」這方面的表現似乎略為遜色，只得 66.4 分並排名第四。這或許反映在萬變的金融市場，受訪者對業界的期望愈來愈高，但同時業界亦因愈趨緊張和複雜的國際關係和時局而變得更難作出較明智的決定。

雖然今年金融業於「仁」的表現突破往四年，由大約 60 的水平升至 63.9 分，但在業界五德中排行榜末，並在七個被調查的行業中排行第五。由此可見，市民普遍認為金融業界未有充份表現出應有的同情心。故建議業界可履行更多企業責任，如參與公益事務及善待職員等，相信能夠逐步改善市民對金融業的觀感。

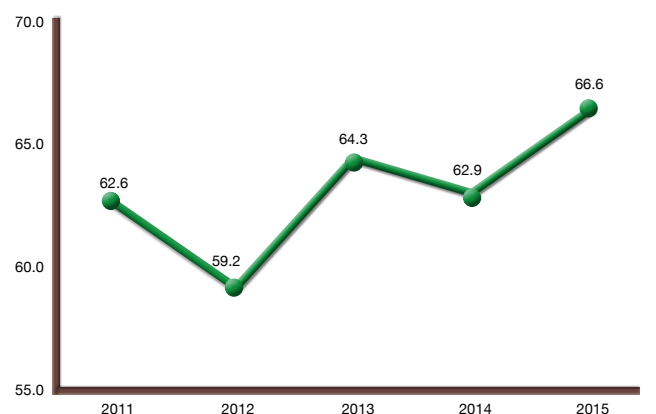
## 君子企業調查報告

縱觀五年金融業的數據，以2011年為基數（62.6），2012年金融業的「君子」分數最低（59.2），而2015年的表現最好（66.6）。

總括而言，金融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

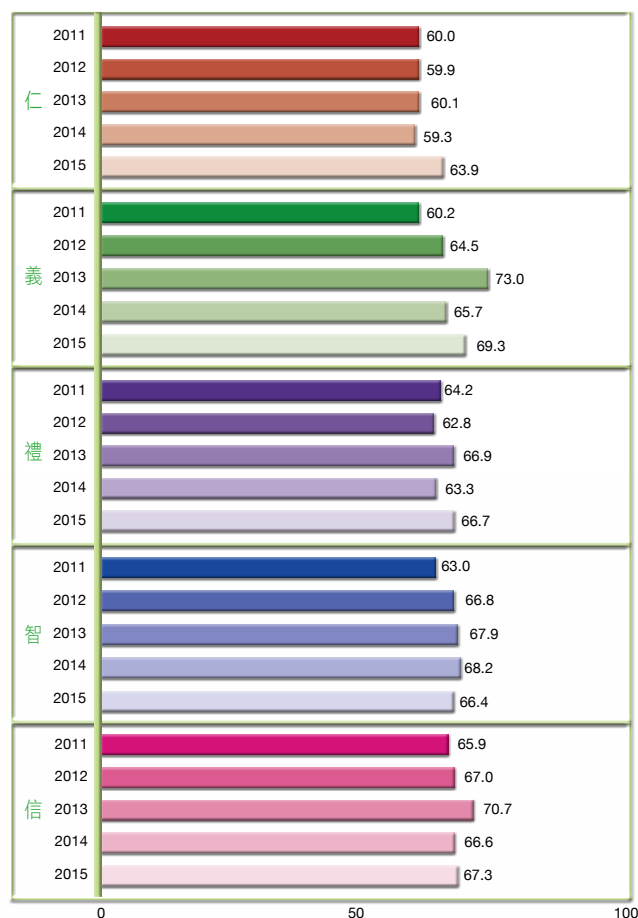
心社會上各持份者的不同需要，多替顧客設想，服務安排要更富人情味，重宣傳包裝之餘，也需配合實質的行動。只有堅持君子之道，屬於金融業內的企業才可在明年的君子企業調查中更進一步，躋身於君子企業之列。

金融業於2011-15年間的「君子」分數變化



(圖三)

2011-15年金融業「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖四)

## 零售業

有賴香港的歷史背景和地理優勢，香港一直是一個聞名於世的轉口港。這除了為香港帶來龐大的經濟收益外，更為香港帶來琳琅滿目的外地貨品，使香港得到「購物天堂」的美譽。零售商店一直為香港市民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，2015年7月的零售業總銷貨價值的臨時估計港幣380億元。即使按年下跌2.8%，這龐大的數字依然反映出香港的零售市道非常暢旺。消費者生活中經常與超市和百貨業等不同的零售商接觸，因此業界的營運是否具備君子之風範，將直接影響消費者的福祉和利益。

我們就市民對於零售業在過去五年中的表現整體上是否「君子」的評價，作出了調查及分析。2015年的受訪者認為零售業的「君子」表現較2014年有所改善，得分亦為五年中最高，達67.9分，可見受訪者對業界的改善是肯定的（見圖五及圖六）。

對零售業的觀感中，「信」得72分，為五德之首。可見受訪者認同零售業界在建立信譽方面的功夫。要令顧客安心購買貨品，業界必須建立可靠的商譽，做到「童叟無欺」。業界除了可以透過「正貨商標」去展示自己的商譽外，現在更需依靠口碑（Word of Mouth），透過顧客為媒介去推廣自身的品牌，力爭做到「有口皆碑」。

除了「信」，「義」的得分亦達70分以上，有71.6分。估計於未來數年，零售業將進入寒冬期，一方面經營成本上漲，另一方面，遊客人數及消費

卻同步減少，這將對業界構成重大的營運壓力及負擔。行「義」的意思是做正確和合適的事，面對未來的難關和挑戰，相信零售業需要在往後的日子下更多苦功。除了日常營運，更建議業界多履行社會責任，如支持可持續發展、服務社區及保護環境等。

在日益困難的營商環境下，五德中的「智」更是不可或缺。本年度零售業在「智」的得分為69.9分，為五年之最。值得注意的是零售業在「智」的得分僅次於旅遊業，排行第二。要在逆流中堅強穩建地發展，所有服務、政策、問題皆要智慧去處理。網上營銷、網上宣傳平台是大勢所趨。業界需緊貼世界及本地的消息，建立最適合的營運方案，向消費者提供最貼心及合適的產品及服務。

零售業在「禮」的表現亦同樣有顯著改善，得69.4分並比去年上升4.2分。消費者在日常生活中必然會與超市和百貨業等不同的零售商接觸，而前線人員的表現和態度會直接影響顧客對該公司的觀感。有禮地應對顧客更成為了每一位同行的必修課。隨著科技的發展和投訴文化的普及，業界所面對的壓力是前所未見的，需要解決的問題亦層出不窮。當遇上問題時，企業需要第一時間正視並有禮地作出最合適的反應，積極解答各持份者的疑問及查詢，才是儒商的典範。

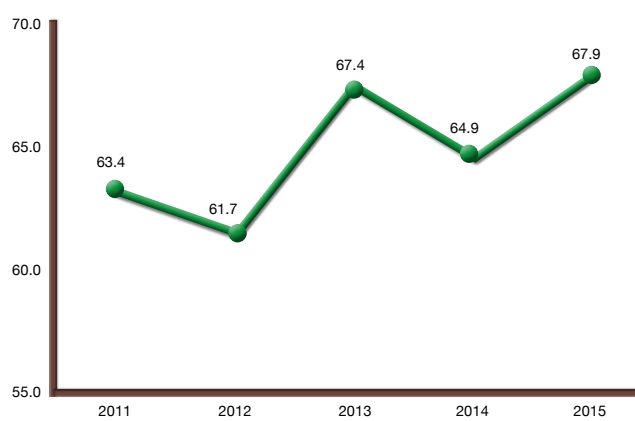
本年度「仁」得分為68.7分。即使未能達至70分水平，但「仁」的得分升幅為五德中最大；上升了6.3分，令人鼓舞。仁者應懷有一顆悲天憫人之心，除了賺取利潤，儒商更應發揮自身的影響力去幫助弱小。事實上，近年有不少業界人士推出

## 君子企業調查報告

本地人優惠，使本地的弱勢社群能夠受惠。相信此舉令到業界在受訪者的心中留下了鮮明的印象，使評分大幅上升。然而，業界仍需要「打醒十二分精神」，因為在外圍環境不樂觀的今天，企業形象會變得更加重要。

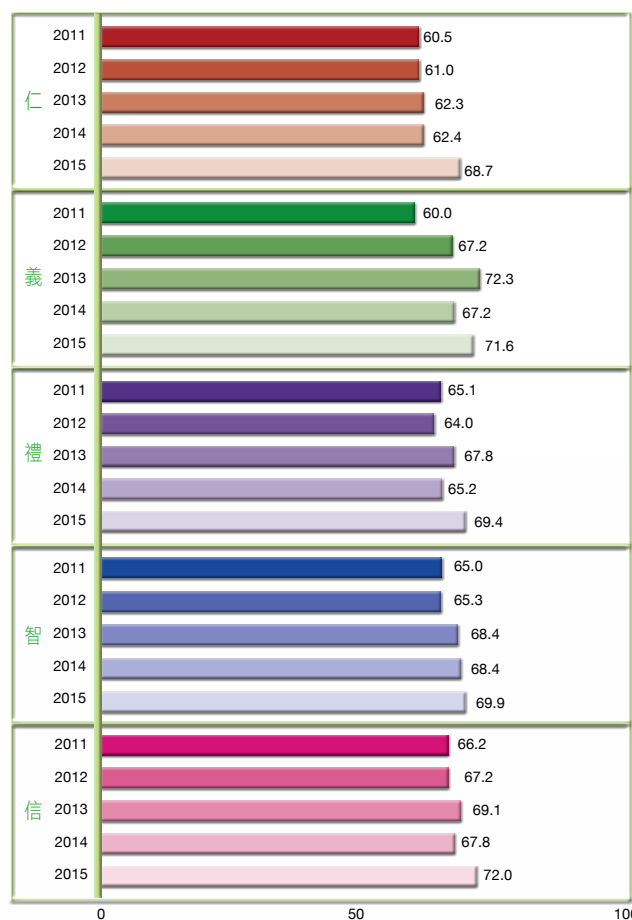
總括而言，只要零售業能維持一貫的德行，並努力發展與顧客及社會的三贏關係，例如支持社會上的慈善活動和維護消費者的權益等，相信在明年的君子企業調查中，零售業大有機會晉升為眾行業之首。

### 零售業於 2011-15 年間的「君子」分數變化



(圖五)

### 2011-15 年零售業「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖六)

## 飲食業

香港有亞洲美食之都的美譽。以選擇繁多、質高味美的美食聞名於世；走到大街小巷，不難找到各國菜式的食肆。因而，出外用膳已成香港市民一項慣常消費活動。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 2015 年的第二季度，食肆總收益的臨時估值約為港幣 253 億元，按年上升 5.1%。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，亦為香港市民所熟悉。我們的調查亦包含着上述各類型食肆內的知名企業，能充份揭示飲食業界是否具備君子風範。飲食業過去五年間的分數變化見圖七及圖八。

食品的安全對飲食業最為重要。今年飲食業在「信」這項君子特徵的得分為五德中最高；得 67.3 分。「信」的評分在五年間有上升的趨勢；而本年度的得分更比上年上升了 2.3 分。近年經常出現有關食物安全問題的新聞，令市民更注重食品安全和衛生，選擇餐廳用餐時更謹慎。「信」的評分上升即意味著市民比以前更信賴食肆的食品和服務。業界為鞏固可信的形象，不為賺取更多利潤而犯險，這份努力是有目共睹的。

本年度「義」的得分回升至 66.3 分，是五年內的第二高分。行「義」的意思是做正確和合適的事。在沒有一些重大的負面事故影響下，受訪者對飲食業的觀感亦有所改善。

「智」即聰明善變，能按照市場需要做出調節。對於飲食業，巧妙的運用手上資源迎合顧客多變的口味皆為智的體現。本年度飲食業於「智」得 66.1 分，比去年高 1.8 分，亦為過往五年之冠。相比起其餘六個行業，飲食業在「智」的表現排行第五，處於下游位置。即使如此，飲食業於「智」的得分依然繼續上升，這反映受訪者比以前更滿意食肆機智的營商策略，讓「智」的得分上揚。

飲食業作為服務業的一員，待客有禮自然是食客對食肆的基本要求。現今食客對飲食業的要求愈來愈高，食肆提升服務質素是大勢所趨。今屆飲食業在「禮」的得分是比去年增加 2.9 分，得 64.4 分，為五年最高。這顯示市民基本上滿意飲食業的服務態度，比以往的年份有所改善。一次美好的用餐體驗除了要食物美味，還要服務員的服務態度良好、殷勤有禮，才能令食客稱心滿意。

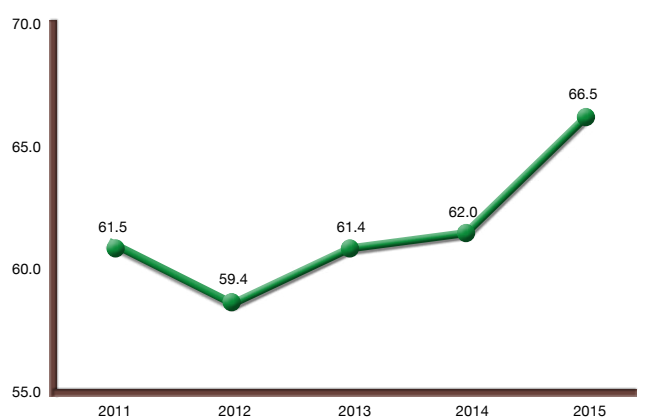
「唯仁者，能好人，能惡人。」對飲食業而言，「仁」可見於食肆對各持份者的尊重。飲食業在「仁」取得 60.6 分，並突破 60 分這個五年關口。這反映受訪者認為近年業界在不同範疇皆有改善，例如：（一）飲食業的平均時薪已高於最低工資標準（32.5 元）；（二）不少食肆更重視食客健康，如推出「三少（少糖、少鹽、少油）」、參與「有營食肆」等，讓食客有多一些健康選擇。這些舉措無疑能提升受訪者對飲食業的好感，認為業界表現出仁者的風範。

## 君子企業調查報告

總括而言，飲食業的得分按年持續，大幅上升至 66.5 分，但在眾行業中還是稍微遜色。飲食業看來必須「加把勁」，特別在「仁」、「義」和「禮」上下點功夫，扭轉香港市民普遍對飲食業非君子的

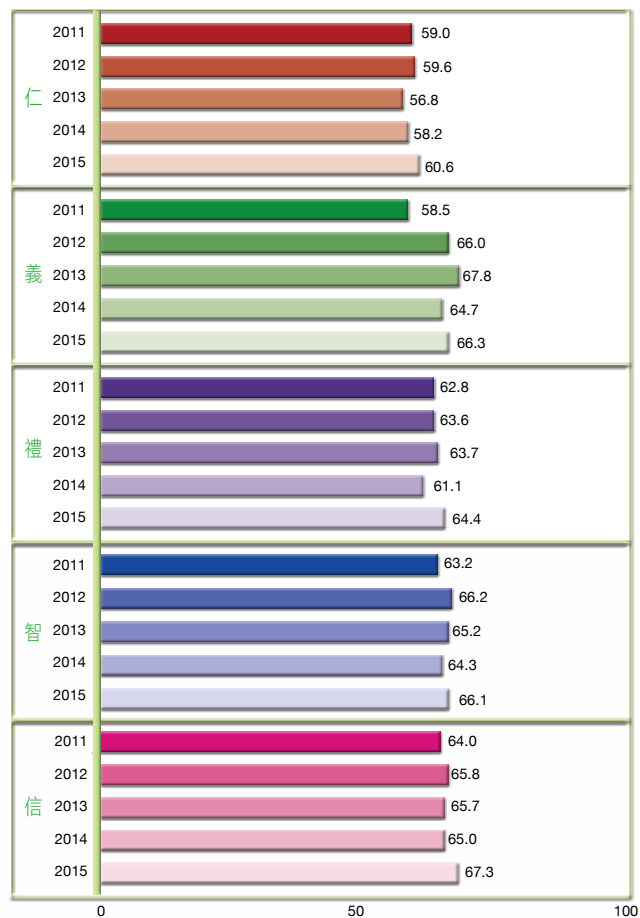
看法。期望明年的調查，飲食業的君子分數能有長足的改善，晉身君子企業的行列，為香港市民和企業本身創造更大的商業價值。

飲食業於 2011-15 年間的  
「君子」分數變化



(圖七)

2011-15 年飲食業  
「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖八)

## 旅遊業

根據政府統計處最近一年的《服務業統計摘要》，服務業貢獻 92.9% 的本地生產總值，當中旅遊業更是重要的經濟支柱之一。旅遊業包括旅行社、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。截止 2015 年 5 月，已有約 250,000 人到港旅遊，比上年同年增加 3.8%。除此以外，隨著近年本地廉價航空公司增加、平價機票湧現，加上受近年全球匯價疲弱所影響，本地居民外遊的人數明顯上升。在 2014/15 財政年度，客運量達破紀錄的 6470 萬人次，較上年度上升 6.6%。由此可見，旅遊業與香港經濟發展息息相關，業界的表現亦對市民的生活有著深遠的影響。除了以數字反映市場的實況，我們亦嘗試由受訪者的角度去探討旅遊業界是否具備君子風範。

回顧過去五年資料，市民對於 2015 年旅遊業「君子」的認同達到 67.9 分，比 2014 年最低的 62.8 分上升了 5.1 分，分數為五年中最高，可見市民對旅遊業的「君子」認同度上升。即使最近五年有關旅遊業的負面新聞不斷，分數仍能逆境向上。這可能反映業界著手認真處理有關問題，並累積足夠經驗，使消費者對本港旅遊業重拾信心。旅遊（及酒店）業過去五年間的分數變見圖九及圖十。

旅遊業在「智」的得分為五德中最高，得 70.7 分，並首次達到 70 分以上。在訪港旅客人次增長放緩，購買力減弱和旅遊風氣改變等情況下，有業內人士提出旅遊業已進入「冰封期」。面對逆境，旅遊業對「智」的需求更大，以助業界生存。有別於以往，香港市民選擇自由行的人數比參加旅行團增

長多，旅客亦傾向選擇價格較相宜、自主度較高的服務；比起在大巴上趕行程，「慢活」、「背包客」等深度行更受歡迎。故此，業界更需要運用智慧，把握自身優勢為本地旅客提供意見及支援，發掘不同地方的文化美，以滿足顧客的需要。

本年度旅遊業在「禮」一項表現亦不俗，得 69.6 分並為眾行業之首。身為服務業的一份子，旅遊業除了應對本港的消費者，更要接觸外來遊客；業界的表現是直接影響遊客對香港的印象。因此，業界更應為本地及外地遊客提供最合適及由心而發的服務，提升服務水平。若旅遊業同仁努力把關，就能成就香港「好客之都」的美譽，使旅客有賓至如歸的感覺。

「義」除了有相宜的意思，亦有道義、義務的含意。本年「義」的得分為 69.6 分；與「禮」同分。業界除了要善待遊客，亦同時有義務積極發掘及推廣屬於香港的特色。相比起單純以美食和購物作招徠，香港更應發展其獨特的比較優勢，如利用自身華洋匯萃的悠久文化。這一點是縱觀東南亞其他國家和地區所缺的。面對日漸單一的本地旅遊模式，業界更有責任推陳出新，令香港重拾昔日的明珠光采。

所謂「商道惟誠」，商道是要依靠誠信去展現。「信」亦可解作誠信，儒商應該表現出誠實、自律、互相監察等美德。旅遊業在「信」得 69 分，得分於調查中僅次於公共服務及零售業，表現令人滿意。業界除了要為顧客提供相應的服務外，亦需要為顧客多走一步，安排足夠的保障。當顧客在外地遇上



## 君子企業調查報告

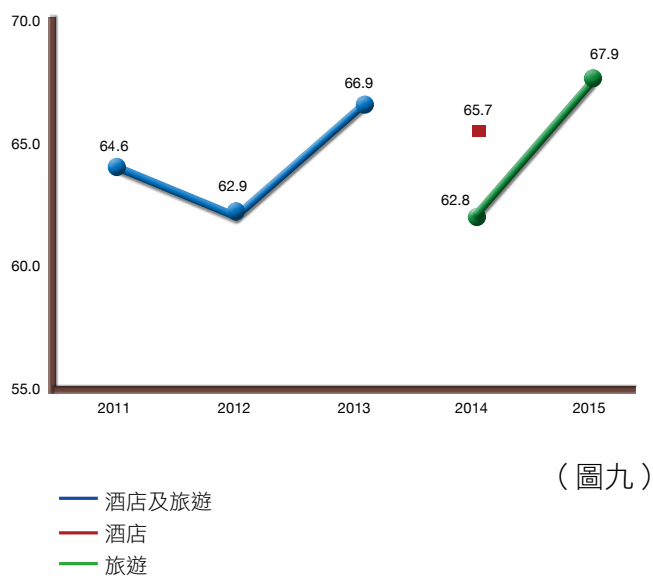
困難時，能第一時間幫助他們的往往只有受僱的旅遊業從業員，故業界的操守和誠信是非常重要的。唯有具誠信的企業才能夠令消費者有信心，成為受認同的君子企業。

本年度旅遊業「仁」得 64 分，為五德中最低的一項。雖然今年得分比過往高，縱觀過去五年，旅遊業於「仁」的得分一直在中下游位置。這結果可能與市民普遍認為業界一直不太著重企業和社會責任有關，因此現建議業界可多關懷社會的弱小，

展示儒商應有的行為。

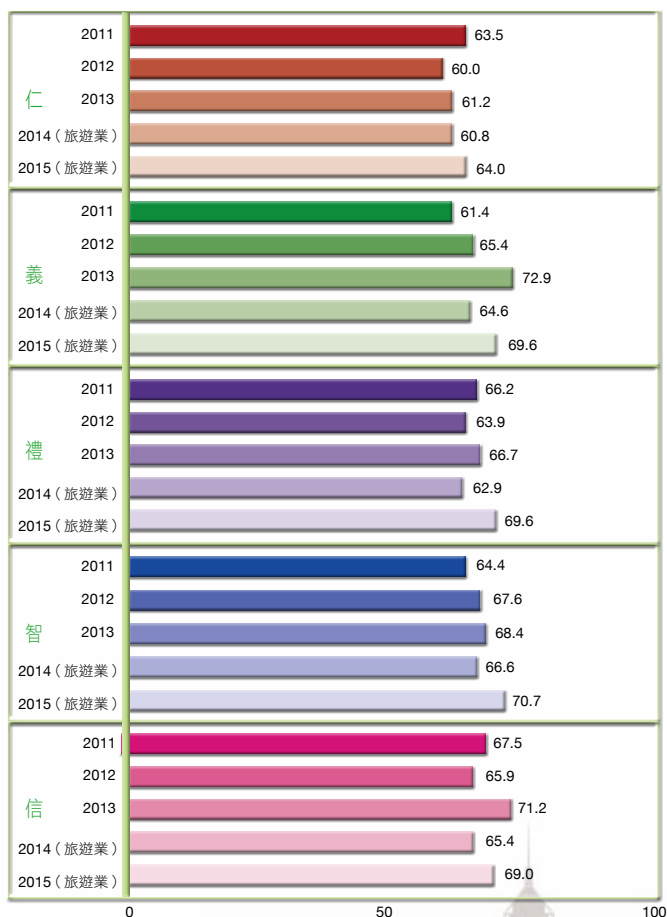
按君子分數的高低，旅遊業的排名較去年的調查有所上升，算是有不錯的表現。但業界也須留意，消費者對「君子」的標準似乎不斷地轉變。縱使整體評分上升，也有可能給其它行業比下去。旅遊業要維持較佳的君子排名，「仁」應是一個不可忽略的重要環節。

酒店及旅遊業於 2011-15 年間的「君子」分數變化



(圖九)

2014-15 年旅遊業及 2011-13 年酒店及旅遊業「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖十)

## 地產業

香港地少人多，土地房屋向來都為港人所煩惱。地產業自 70 年代開始蓬勃發展，隨著香港的人口不斷地增加，港人對住屋的需要也愈來愈大，房地產的交易金額亦以倍數增加。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。

近年來，香港就一直經歷低息、高通漲率等經濟環境，加上原本政府政策提供的土地較少，樓價一直居高不下。政府於 2011 年開始「出招」，例如勾地表、推地及收緊按揭成數等措施同時生效。在 2012 年，外圍熱錢繼續流入令樓價超越 1997 年水平，政府再嘗試以「雙辣招」和「港人港地」等政策令樓市降溫，但成效並不顯著。

香港屢次獲選為「全球樓價最難負擔城市」，矛頭除了直指政府政策力度不足，亦有指與地產業的營商手法有關。在是次君子企業調查結果中，地產業的得分於七個被調查的行業中排名最低；在一百分滿分中只能取得 57.8 分，五德的所有分數皆為最低。相信是因為相比其他被調查行業，地產業甚少傳出正面新聞，加上樓市一直未能降溫，自然令到不能置業的市民遷怒於地產業，成為眾矢之的。現試以「君子」、「仁、義、禮、智、信」五德的角度去解釋受訪者對地產業的觀感。地產業過去四年間的分數變化見圖十一及圖十二。

「智」一項為地產業於五德中得分最高。「智」所包含的元素是決策力，智慧，思考，和判斷力。在是次調查的受訪者眼中，地產業在「智」得到

63.6 分。各大地產商以不同的「招數」去推售新盤，即使面對「雙辣招」，「收緊售樓書格式」等挑戰，地產商仍能迎難而上，在逆境中擦出新高交易紀錄。值得注意的是，即使「智」的分數於地產業中最高，但地產行業仍然是七個被調查行業中得分最低，這或反映大眾對地產業的「君子」觀感不佳。

地產業於「仁」的得分為 57.9 分。仁者除了有體諒別人的同情心之外，亦需要管束自己的私慾並以「仁」行事。縱然不少地產商推出較便宜的單位，讓負擔能力較低的人士較容易「上車」，但從調查結果顯示，受訪者普遍認為地產業界未有充份表現出對大眾應有的同情心，即應有的仁者表現。故此，除了履行更多社會責任之外，業界更應該著手舒緩市民置業的壓力，才有望減少港人對地產業負面形象。

「禮之用，和為貴。」君子是以「禮」作為手段而達至「和」的最終目的。「和」講求平衡各方的利益，達至和而不同。本年度地產業「禮」的得分為 56.7 分；於五德中得分最低之外，同樣為七個被調查的行業中最低。故此，若地產業能夠平衡實際用家和投資用家等各持份者的利益，大眾對地產業的觀感一定會有所改善。

「禮」與「義」兩者是密不可分的。倘若業界的財富是用受訪者眼中「不義」的手法，即不公平或不合適的方法取得，即會被視為不義之財，自然會被大眾唾棄。雖然 2015 年首兩季關於地產業醜聞較少，但基於其固有形象早已深入人心，義的分數最終只能在低位徘徊。

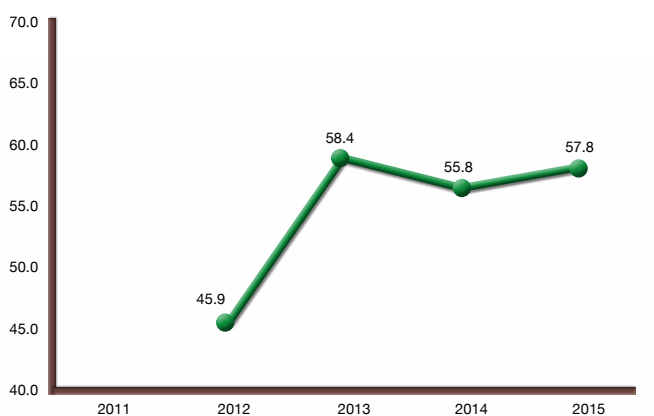
回顧五年地產業在「義」一項的得分，由2012年的52.6升至2013年66.6分的最高位，其後降至2015年58.7分。另一方面，誠信是人於世界上立足的根本，更是企業重要的資產。本年度地產業於「信」的得分為58.4分，仍然處於低水平。

自2012年加入成為被調查行業後，地產業的分數就一直敬陪末座。以2012年為基數（45.9），2013年的表現最好（58.4），分數其後於2014年微跌（55.8）後再於2015年回升。業界五德於四年間的個別表現分別不大：主要是源於第一年低開，其後第二年升至最高點，及後的兩年再一直下跌。值得注意的是，地產業於四年內的得分長期被其餘

的行業拋離，大部份得分一直未能超過六十分的大關。

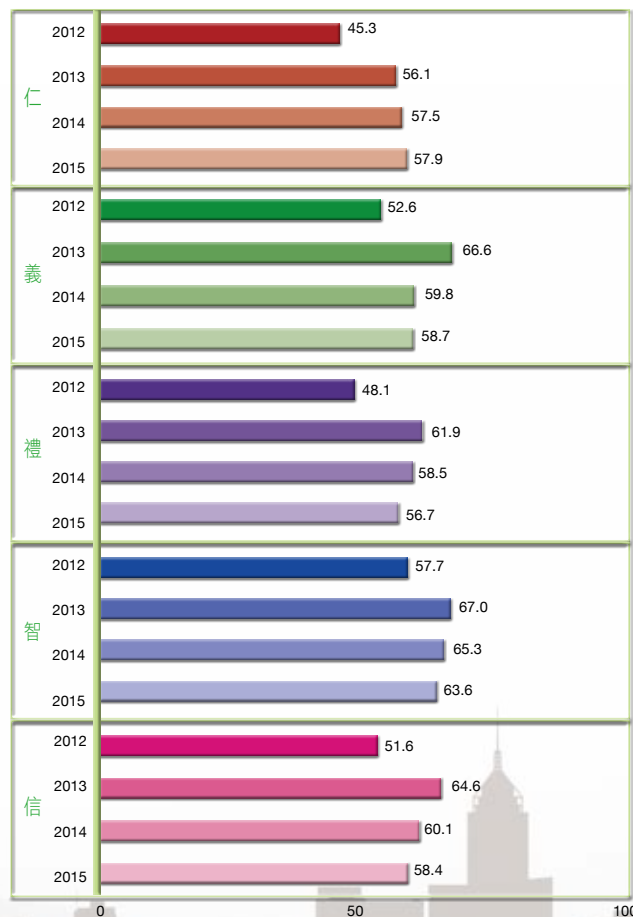
總括而言，地產業的君子分數雖較去年同類型的調查有所上升，但相比其他接受調查的行業，地產業無論是在「君子」的整體分數，或是「仁」、「義」、「禮」和「信」這四項君子特徵上的評分都是最低的。這表示地產業在營商手法上與君子企業的要求，看來還有一段的距離。雖然如此，我們相信只要各地產商能與香港市民有着恆常的溝通，並有效地向持份者展示行業對社會的貢獻，定必能使香港市民對整個地產業有所改觀，並有很大的機會在明年的調查中，晉身君子企業的行列。

地產業於2012-15年間的「君子」分數變化



(圖十一)

2012-15年地產業「仁、義、禮、智、信」的分數



(圖十二)

## 公共服務業

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。按香港政府統計處的數字，公共服務業的生產總值以 2013 年的價格計算約為港幣 5,929.4 億元，佔香港整體經濟產出的百分之二十八。截至 2014 年，錄得近 1,408,900 人從事這一行業。

按本年度公共服務業所獲取的君子分數較去年同類型調查高，升至 69.2 分，為五屆調查中最高。公共服務業的君子分數在七個調查行業中排行第一。在五屆君子企業調查中，公共服務業的得分均為理想，這反映在普遍市民眼中，公共服務業的表現挺符合君子五德（見圖十三及圖十四）。

「義」的得分是在五項君子特徵中最高，得 70.3 分；亦是五者中唯一一項能達到 70 分以上。

「羞惡之心，義之端也。」套用在企業上就是指其經營手法應憎惡向善，相宜合適。從調查結果反映，受訪者認為業界的經營手法有顧及到公眾利益和重視社會企業責任，大部分公共服務機構形象趨向正面和健康。企業在賺取金錢時不忘多關心社會需要，相信對企業的形象是百利而無一害。

「禮」、「信」這二項君子特徵的得分比去年同調查稍微上升，分別為 67.7 分和 69.9 分。從結果可見在受訪者心目中，公共服務業無論在經營手

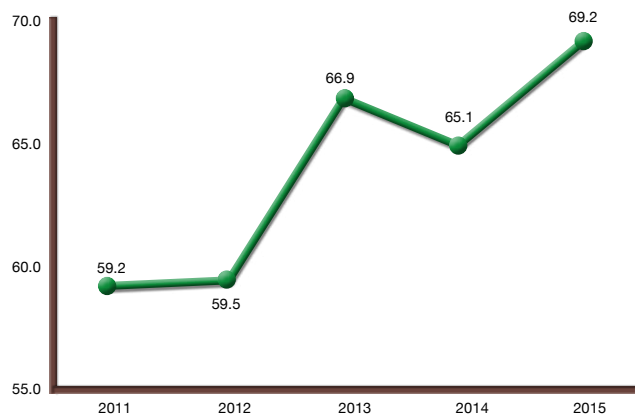
法、與持份者溝通、合作和維持良好信譽上皆有所改進。相對從前，公共服務更着重與顧客的關係和互信，不斷求進，達到互助互利的營商目標。

公共服務業在「仁」的得分，雖然在五德中得分第二低的一環，但較先前四年同類型調查的得分為高，達 67.3 分。然而，公共服務業每年的分數皆有進步，可見公共服務業在「仁」這項君子特質上在市民心目中愈趨正面。這反映大部分公共服務機構都會在賺取金錢同時堅持社會責任，不會為追求利潤而犧牲社會的福祉。

然而，公共服務業今年在「智」的表現上稍為遜色，得分是五德中最低一項，僅獲 65.3 分。本年度分數比去年略低，亦是近三年調查中最低。綜觀 2015 年，一些公共服務業機構在處理突發事件上應變能力或許未能滿足市民的期望，這或許可解釋公共服務業在今年調查中「智」的分數下跌的其中一個原因。若業界能改善處理突發事件的手法，定能在來年君子企業調查取得更好的成績。

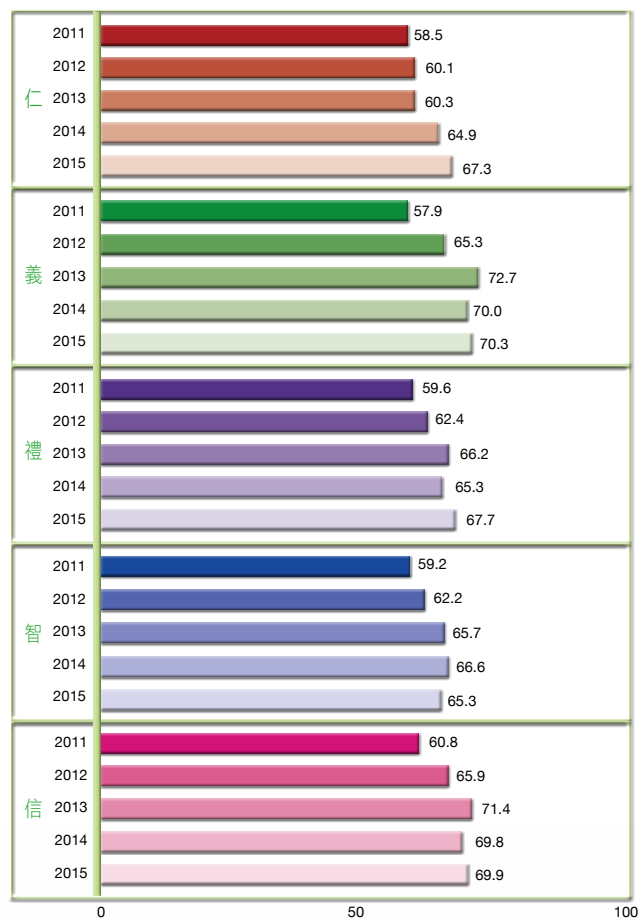
總括而言，我們見到公共服務業在眾接受調查行業中的君子排名持續攀升，從早年的第五位躍升至今年的第一位，表現實在值得嘉許。即使排名上獲得提升，公共服務業仍須努力做好各環節，期望行業內的整體表現更符合消費者心目中的「君子」標準，為社會上各持份者謀取更大的利益。

公共服務業於 2011-15 年間的  
「君子」分數變化



(圖十三)

2011-15 年公共服務業  
「仁、義、禮、智、信」的分數



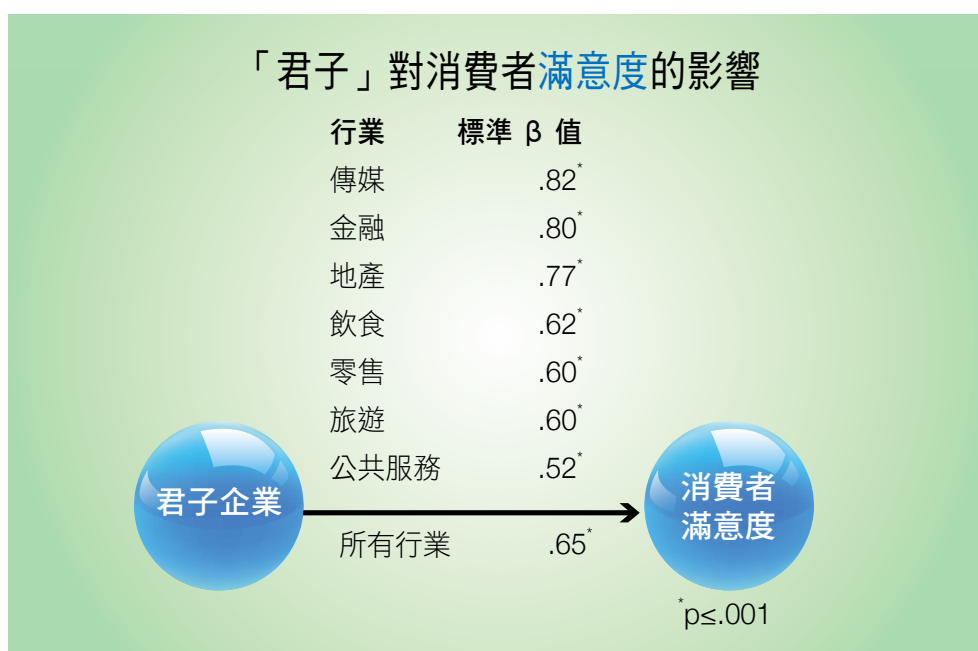
(圖十四)

## 整體分析

從過往三年的君子企業調查數據顯示，「君子」企業這個抽象的概念由「仁、義、禮、智、信」這五德來構成。我們計算了組成這五個德行項目的可靠度（ $\alpha$  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，構成這五個德行的條目，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高。本年的模型顯示「仁、義、禮、智、信」這五項德行同時影響消費者的主觀評分。五德之中，消費者尤其考慮企業在「仁」和「義」方面的表現來評價商業道德表現。

同時，我們分析了企業的「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，在市民心目中，七個行業的「君子」表現對消費者對它們的滿意度，有著不同程度的顯著影響（標準  $\beta$  值由 0.52 至 0.82）。當中，對傳媒業的影響最大，而公共服務業的影響則最少（圖十五）。

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  $\beta$  值由 0.22 至 0.63），並對傳媒業的影響為最大（圖十六）。總括來說，不論什麼行業，企業的「君子」形象都影響消費者對該企業產品和服務的滿意度及購買意欲。



（圖十五）



(圖十六)

### 「君子企業調查」獎項及其獲獎準則

為表彰具君子風範的機構，是次調查設有兩類獎項，分別為「君子企業獎」及「君子企業商道典範獎」。「君子企業獎」的獲獎準則為調查機構的「君子」及「仁、義、禮、智、信」分數均等同或高於基準分數。基準分數於 2013 年訂立，是 2011 年及 2012 年獲君子企業金獎的機構的平均分數，大約為七十分（以一百分為滿分）。另一方面，我們從「君子企業獎」的得獎機構中，選出在「君

子」及「仁、義、禮、智、信」得分最高的三間機構，作為「君子企業商道典範獎」的得獎機構。

與往屆不同的是，本年度的調查不設「五德」獎項（即「仁獎」、「義獎」、「禮獎」、「智獎」、「信獎」）。究其原因，具君子風範的機構必須為合乎「五德」原則經營的機構，並不鼓勵機構只追求「五德」中個別德目有卓越表現，而忽視了其他的德目。

### 君子企業典範獎

CEC 國際控股有限公司 (業務品牌：759 阿信屋)  
 天星小輪有限公司  
 威立雅交通中國 (業務品牌：香港電車)

### 君子企業獎

日本城 (香港) 有限公司  
 世界華文媒體有限公司 (業務品牌：明報)  
 迅銷公司 (業務品牌：UNIQLO)  
 宜家家居  
 恒生銀行  
 香格里拉 (亞洲) 有限公司  
 香港上海滙豐銀行有限公司  
 香港中華煤氣有限公司  
 南華早報集團有限公司 (業務品牌：南華早報)  
 香港海洋公園  
 信報財經新聞有限公司 (業務品牌：信報)  
 香港郵政  
 香港電台  
 香港電視網絡有限公司 (業務品牌：香港電視)  
 香港經濟日報有限公司 (業務品牌：香港經濟日報)  
 洲際酒店集團 (業務品牌：洲際酒店及度假村)  
 馬莎有限公司 (業務品牌：Marks and Spencer)  
 家興超級市場  
 無印良品 (香港) 有限公司  
 達美旅遊 (國際) 旅行社 (業務品牌：美食之旅)  
 喜達屋酒店及度假酒店國際集團 (業務品牌：香港喜來登酒店)

(排名按筆劃序)



## 君子企業典範獎

# CEC 國際控股有限公司

(業務品牌：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 2015 年 10 月，分店已超過 270 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」，以生活用品和小家電為主的「759 阿信屋家品市場」，以個人護理用品、嬰兒用品、精品及化妝品為主的「759 Kawaiiland」及「759 Skyland」，以家具用品為主的「759 Kaguya」，以寢室用品為主的「759 寢具屋」，以兒童玩具為主的「759 Toysland」，還有提供餐飲美食的「759 雲吞麵」、「759 茶餐廳」、「759 車仔麵」和「759 麵包工房」等。為廣大街坊朋友提供更廣闊的

選擇及更全面、貼心的服務。

### 得獎感受

759 阿信屋很高興能獲頒本年度「君子企業獎」的殊榮，對於能連續 4 年在恒生管理學院籌辦的「君子企業調查」中獲獎，我們深感榮幸。透過此公平、公正、嚴謹的大型公眾調查，讓我們了解到市民心目中之商業道德價值及對企業社會責任的期盼。調查的結果，亦令我們深深感受到香港街坊對 759 阿信屋的支持和肯定。

我們自 2010 年創立至今，一直堅持「薄利多銷」的經營原則，採購員從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，能享受購物的樂趣。街坊顧客的支持，是 759 阿信屋進步的原動力，也為我們的團隊打了一支強心針，讓我們茁壯成長，邁向多元化的發展。由小型零食屋，至大型「雜貨店」，759 阿信屋朝着服務廣大香港市民的目標，繼續努力。



759 阿信屋創立於 2010 年 7 月 7 日，分店座落全港十八區。

## 公司理念

首家 759 零食屋（葵涌廣場）於 2010 年 7 月開業，是母公司「CEC 國際控股有限公司」參照日本生活區之消費模式所開拓的零售業務。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，目標旨在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，直送產品系列已從過往零食及飲品為主，擴展至包括糧油雜貨、酒類、急凍食品、嬰兒用品、寵物零食、家庭用品、個人護理用品及化妝品、廚具以及寢室用品等。



店鋪的貨品向多元化發展，涵蓋零食、飲品、米糧、副食品、急凍食品、酒類、寵物零食、住宅用品、家庭電器、個人護理用品、嬰兒用品、玩具、服飾精品等不同類別。

## 展望將來

759 阿信屋至今已踏入第 5 個年頭，我們繼續堅持薄利多銷的模式，為香港市民提供優質、實惠的貨品。除了創辦初期主要售賣之零食及飲品外，我們不斷加入更多的產品類別及新嘗試，適度探索零售以外的民生市場，如家具屋、麵包工房及餐飲業務。



759 阿信屋旗下有不同類型的專門店，包括「759 Kawaiiland」、「759 Skyland」、「759 阿信屋急凍食品市場」、「759 阿信屋家品市場」、「759 寢具屋」等。

因應街坊的購物習慣，偏好光顧面積較大型、商品類別較多的分店，759 阿信屋將繼續尋找適合的新店選址，逐漸整合各專門店之產品類別，集中以「大型雜貨舖」（小型百貨店）之形式，並進一步開拓貨品類別範圍及來源地，加強採購歐洲及南美地區的貨源，擴闊產品種類，尋找日本和韓國以外全新之爆發位，為香港街坊提供更全面的商品選擇。

759 阿信屋除了繼續透過參與各類公益、教育及康體活動，支援慈善組織和教育團體以回饋社會外，我們更重視以合理的定價，為香港市民提供來自世界各地的優質貨品，冀不負市民對商道的期望。



759 阿信屋分店選址深入民居，分佈於香港各區之私人屋苑及公共屋邨的商場及商舖。

# 君子企業典範獎 天星小輪有限公司



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。

## 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，其他乘客不用一個波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」公共交通及服務業中的君子企業獎。在儒家思想中「君子」的概念為「仁、義、禮、智、信」。「君子企業」獎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」連續四年再次獲得肯定感到非常欣慰。事實上服務香港超過 116 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。天星小輪已連續超過十年獲頒「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」之一及頒發「二零一五年度卓越獎」。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。



天星小輪與享負盛名的維多利亞港是不可分割的。作為訪港旅客必到的其中一個主要景點，天星小輪定當繼續為市民及訪港旅客提供可靠、悠閑兼經濟實惠的維港渡輪服務。

# 君子企業典範獎

## 威立雅交通中國

(業務品牌：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，是香港一個具標誌性的交通運輸系統。作為本地最環保、最經濟實惠及最便利的交通工具，在長達四公里範圍內的行程，電車是港島北岸最佳的交通工具選擇。時至今天，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派對電車，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 650 人、營運六條主要路線，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 RATP Dev Transdev Asia 全資擁有，RATP Dev Transdev Asia

為一間以亞洲為基地的合資公司，由 RATP Dev 及 Transdev 兩間法國首屈一指的公共交通營運公司合組而成。母公司除為電車公司引入專業技術及經驗外，在接手營運電車公司後隨即展開電車服務更新及改善計劃。

### 得獎感受

是次第四度獲獎，我們除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支持及對我們的肯定。香港電車能獲此殊榮，全賴全體員工每天默默耕耘，秉承公司竭誠服務的精神。雖然香港電車面對日益嚴峻的經營環境，如港鐵西港島線通車影響乘客量，路面交通擠塞，加上經營成本上漲，但香港電車仍會不斷推陳出新，提升服務，包括持續更新車隊（現時已有 49 輛新型號電車在路面行駛）、新路軌與車輪維修技術、實時乘客資訊系統等。



香港電車一直致力支持推廣本地藝術，如在今年 7 月，與香港藝術中心及動漫基地合作推出「叮~叮~動漫都市電車遊」，給予本地動漫藝術人才一個展示平台，協助推廣本地創意工業。

## 公司理念

### 香港電車的願景

香港電車對於能成為市民珍重的文化歷史財產，感到自豪，同時會力求卓越，以符合 21 世紀顧客的期望，致力成為全球最具標誌性及獨創性的有軌電車車隊。

### 真正環保的公共交通工具

電車是香港陸路交通工具中，唯一做到路邊廢氣零排放，愛惜環境一直是我們的重要營商理念，我們在更新車隊時，無論在車身設計及節能方面，均致力貫徹環保理念，如減少煞車時之電力損耗，以達致節能效果，

而新型號電車在保留傳統之餘，改以鋁合金車架取代柚木車身，使維修週期由 4 年延長至 10 年，同時亦可減少使用木材，並進一步提升車廂空間，在車廂內亦安裝節能的 LED 燈。

### 惠及社會各階層的公共交通工具

電車已在港島區行走 111 年，在眾多公共交通工具中，一直以最相宜及實惠的車資服務市民。香港電車在沒有任何政府公帑資助下，為長者及小童分別提供每程 \$1.1 及 \$1.2 的優惠，並積極與不同界別及團體合作，例如「站・藝廊」、「音樂電車鬧市行」，心繫社區，履行社會企業責任。

## 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 111 年的變遷，是香港人所珍而重之的文化標誌，同時亦是重要的公共交通工具，每天服務平均 20 萬名乘客。

展望未來，香港電車將面對不少經營上的挑戰，主要源於交通嚴重擠塞而大大影響電車的暢順行駛。然而，港鐵西港島線通車以及即將落成的中環灣仔道繞道，將有助騰出更多路面空間，香港電車期望能引入更多便利電車的措施，包括增加電車專用綫、同步交通燈訊號等。同時，電車亦會持續提升及開拓新服務，包括推出首輛觀光電車，以及探討將電車服務拓展至其他地區的可行性，為港島區以外的市民和旅客提供多元化的交通選擇。



多謝您支持我！  
Thank you for supporting me!

香港電車  
HONG KONG TRAMWAYS

香港電車作為香港最方便、最實惠、最有效使用路面空間而且最環保的交通工具之一，感謝市民 111 年以來的支持，期望能在叮叮上見到你！

## 君子企業獎

# 日本城（香港）有限公司

### 公司簡介

日本城 (Japan Home Centre/ JHC) 自 1991 年在香港創立至今，已超過二十四年。我們的業務亦已由香港一間家庭用品零售小店，發展至今成為一個於香港、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。截至 2015 年 4 月 30 日，單是香港各品牌之自營分店數目已達 267 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 370 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 年及 2013 年，獲恒生管理學院先後頒發「君子企業銅獎（零售業）」及「君子企業金獎（零售業）」後，在 2015 年再獲殊榮，再次獲得「君子企業獎」。是次再度獲獎，對我們公司上下管理層及各員工均十分鼓舞，再次證明貫徹我們的經營宗旨：「為顧客提供物有所值、高品質、多元化的商品及便利的服務」，是走對了正確的道路。

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。於 2014 及 2015 年，本公司更身體力行，參加了公益金「港島、九龍區百萬行」，為社會上有需要人士籌款。除了公益事務外，自 2006 年度起，日本城更連續 9 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。

近年電子媒體與社交媒體同時盛行，為加強與顧客之溝通與及進行更有效之推廣，日本城亦設有 Facebook「粉絲頁」及智能手機應用程式(app)。另外，亦有 Home Pass 會員制度以加強顧客對我們品牌的忠誠度，與及 www.JHCeshop.com 網購為繁忙的都市人提供更便捷的購物服務。再者，日本城更於 2015 年 9 月開幕的元朗洪福商場新店，新增了首個「e 度買」自助購物機。顧客可以電子屏幕自助訂購未能於該店展示之中小型家具，如層架、摺枱及疊凳等。成功訂購後，貨品將稍後送到該分店供顧客領取，方便附近居民隨心所欲地選購心頭好。凡此種種亦體驗出我們與顧客溝通「智」的表現，亦藉此讓每位惠顧我們的顧客，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各項值得「信」賴的推介，從而得到滿載而歸的購物喜悅。

### 展望將來

日本城很榮幸再次獲得「君子企業獎」，並會再憑藉這次機遇，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，並稱心如意之生活家品，繼續貫徹日本城「悉心照顧每個家」之精神。



日本城員工參與 2015 年公益金「港島、九龍區百萬行」，為社會上有需要人士籌款。

# 君子企業獎

## 世界華文媒體有限公司

(業務品牌：明報)

《明報》於 1959 年 5 月 20 日創刊，以「有容乃大，無欲則剛」為報訓，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。《明報》的報道和印刷水準多年來一直受到業界推崇，於香港報業公會、香港攝影記者協會及亞洲出版業協會主辦的新聞獎中屢獲殊榮。

《明報》的讀者大多數是專業人士、管理階層和企業決策者，屬中產或以上階層人士。《明報》的發行網遍及香港、澳門以及美國紐約、加拿大溫哥華和多倫多等地。

《明報新聞網》設有多個獨立主題網站，涵蓋新聞、財經、健康、教育、旅遊、娛樂、親子等多樣化題材。《明報新聞網》並提供 24 小時新聞報道，每日上載超過 100 篇新聞，為讀者提供香港及全球各地最新消息。

五十六年來，《明報》編採人員一直不偏不倚、努力不懈地為讀者發掘真相，提供客觀持平的報道和評論，並致力推動各項社會公益慈善事業，使《明報》得以紮根香港，影響遠播境外。《明報》連續三年獲得恒生管理學院主辦「君子企業調查」中的君子企業金獎，非常感謝社會大眾一直以來對《明報》辦報理念的認同和支持。

近年網絡科技發展一日千里，愈來愈多人使用智能手機和平板電腦來擷取新聞資訊，這對傳統新聞媒體是巨大的挑戰，也是難得的機遇。《明報》處身在這個新媒體時代的洪流，將努力不懈，繼續保持報社作為社會公器的理想和使命，並充分利用新的科技和新的資訊載體，為讀者提供貼心的服務，與讀者作雙向互動的交流，把新聞傳播的意涵不斷擴充。



2014 年《明報》編採團隊憑著毅力和努力，奪得超過 40 個新聞獎項，附圖是部分得獎報道。



# 君子企業獎

## 迅銷集團

(業務品牌：UNIQLO)



UNIQLO 於銅鑼灣利園區蘭芳道 25 號舉行 RE-JEAN DIY WORKSHOP 讓大家體驗 UNIQLO 革新牛仔褲帶來的舒適感受。

UNIQLO 是日本服裝零售業界領先品牌，透過不斷的創新，以及對服裝設計和生產的堅持，秉承 LifeWear 品牌宗旨，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，為每一位顧客提供穿著極為舒適的優質休閒服飾，使生活變得更美好。透過 UNIQLO 精益求精的完美產品，簡約設計，隱藏著最貼心的細節，配合精緻合身的剪裁與質感，讓每個人輕鬆擁有舒適人生。此外，UNIQLO 的創新永不休止，正如生活永不停息。簡單而豐富的內涵，伴隨顧客精彩生活每一天。

轉眼間，UNIQLO 已於香港成立 10 周年，自 2005 年投入香港市場開始，UNIQLO 業務迅速擴展，把其「簡約便是美」的生活哲學帶給香港顧客。品牌更於過去十年在香港創下多個重要里程碑，包括於 2013 年在銅鑼灣利園區利舞臺開設 UNIQLO 全港首間旗艦店、2014 年廣受歡迎的尖沙咀海港城大型店開幕等。此外，UNIQLO 更推出全新 LINE 和手機 APP 等，為香港消費者呈獻與眾不同的購物新體驗。與此同時，UNIQLO 亦積極履行企業社會責任，舉辦各種類型的相關活動及實施商品回收計劃回饋社會及將回收衣物捐贈給有需要人士。

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。



UNIQLO 員工到救世軍石湖學校運動日擔任義工及為學生送上 UNIQLO 產品。

# 君子企業獎

## 宜家家居

### 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，有 361 間分店；在亞洲有 35 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

引禁止僱用童工。宜家家居亦十分著重兒童教育，由 2009 年開始，透過舉辦「毛公仔助學行動」，協助 46 個國家的逾 1 億 7 千 8 百萬名小朋友受惠，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。



# 君子企業獎

## 恒生銀行

### 公司簡介

恒生於 1933 年創立，是香港具領導地位的本地銀行，以市值計為香港最大上市公司之一。「恒生」二字含有「永恒生長」之意，象徵我們與客戶一同成長。

恒生主要業務包括零售銀行及財富管理、商業銀行、環球銀行及資本市場，以及私人銀行服務。恒生同時亦提供全面人民幣服務。

在香港，我們擁有約 240 個服務網點，網絡龐大，遍佈港、九、新界，為逾半香港成年人口服務<sup>(1)</sup>，數目超過 300 萬人，為客戶提供貼心、全面及優質的銀行服務。

### 得獎感受

恒生銀行非常榮幸連續第五年獲頒發「君子企業獎」。恒生憑藉穩健的經營原則、「以客為本」的服務精神和優質服務理念，使其成為備受客戶推薦的銀行<sup>(2)</sup>。

恒生的專業服務團隊一直着重與客戶的長遠夥伴關係，以客戶利益為大前提，用心為他們提供合適的財富管理產品及優質服務。君子企業調查結果再次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，恒生衷心感謝廣大市民給予我們的支持和肯定，這也為今後的發展注入更強的推動力。



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。



恒生銀行屹立香港逾 80 年，深信唯有不斷提升服務水平，才能贏得客戶信賴。

### 公司理念

恒生植根香港逾 80 年，一直秉持高水平的企業管治，恪守道德標準，並妥善管理風險，從而超越持份者的期望。

我們的企業可持續發展項目，以建立一個包容及充滿活力的社會為目標，並以青少年發展、環境保護及員工義務工作為重點，當中尤重視為青少年和弱勢群體提供自我探索、發展和成長的機會。我們不斷致力改善業務運作上的可持續發展表現，能為社會發揮正能量，為社區注入活力，我們深以為榮。

### 展望將來

恒生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。恒生能夠長遠增長，與社會之經濟發展和福祉息息相關。本行會繼續積極參與各項能為社會帶來長遠影響的企業可持續發展項目。

作為具領導地位之本地銀行，恒生會善用優越之品牌及市場競爭優勢，推動跨境業務發展。我們會維持高水平之企業管治及風險管理，並進一步優化服務渠道及產品組合、增加對員工培訓及發展之投資，以及提升營運效益，藉此深化與現有客戶之關係，並推動業務增長。



恒生積極履行企業責任，推動青少年發展。「恒生青少年舞台」期望藉戲劇讓青少年發揮潛能，建立團隊精神，發放正能量。

- (1) 根據政府統計處公佈 2014 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。
- (2) 根據 Added Value 2014 年度銀行服務調查報告，比較現時使用香港八間主要銀行的個人客戶。

# 君子企業獎

## 香港中華煤氣有限公司

### 公司簡介

香港中華煤氣有限公司（煤氣公司）於 1862 年成立，核心業務包括生產、輸配及營銷煤氣、銷售煤氣爐具及提供全面售後服務。煤氣公司近年一直積極拓展業務，並於 1994 年開展中國內地的燃氣項目，時至今天，公司業務範圍更覆蓋水務、環保能源及電訊等。現時集團在內地共有逾 200 個項目，業務遍佈全國 25 個省、直轄市和自治區。



「煤氣萬糶同心為公益」活動今年踏入第十五個年，共送贈 330,000 隻愛心糶予社區上有需要人士。圖為去年煤氣公司與匡智會學童合作，共同製作低碳有機糶及體驗有機耕作。

### 得獎感受

煤氣公司一直認真履行企業社會責任，今次獲頒「君子企業獎」，我們深感榮幸，並衷心感謝所有參與評分的市民，感謝他們對煤氣公司的肯定和支持。君子五德，源遠流長，即使時至今天，仍非常值得所有企業參考和學習，只有這樣才能符合商業道德。這次獲得「君子企業獎」，乃是全體同事的努力成果，全賴所有員工齊心協力，共同實踐公司理念，煤氣公司才能獲得市民的嘉許。煤氣公司必定會繼續實踐君子之道，努力回饋社會。

### 公司理念

煤氣公司以環境保護為本，致力發展成為



煤氣公司舉辦「煤氣植樹日」活動，為受山火洗禮及土質變壞的地方重植樹木，改善郊野公園環境及減輕全球暖化現象。

亞洲首屈一指的能源供應及服務商。在這個大前提下，我們努力為客戶供應安全可靠的能源，並提供親切、專業和高效率的服務，同時致力保護及改善環境。煤氣公司在拓展業務的同時，不忘積極承擔企業的社會責任，參與各類公益服務，關懷弱勢社群，希望與社會共享豐碩成果。我們亦以公正坦誠的態度對待同事、客戶及社會大眾，秉持高尚操守，用心聆聽和積極回應各方訴求，確保成為不負眾望的良心企業。

### 展望將來

追求可持續發展是煤氣公司的重要承諾，為此我們致力確保業務運作符合道德原則，肩負企業社會責任。未來，為了回饋社會，發揚「仁、義、禮、智、信」的君子精神，煤氣公司會繼續以負責任的態度服務社會，

為持份者和社會大眾創造長遠價值。我們也會與時並進，不斷加強社會服務的質素，為有需要人士提供援助。在履行企業社會責任的道路上，煤氣公司永不停步，全體員工將上下一心，令公司從優秀邁向卓越。



煤氣公司義工隊多年來推出不同的義工活動，包括送贈愛心湯予獨居長者，至今已送贈逾 45,000 壺愛心湯。

# 君子企業獎

## 南華早報集團有限公司

(業務品牌：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 112 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 2014-15 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、The PEAK、HK Magazine、The List 及 Where Hong Kong。

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。

本集團於香港屹立 112 年，歷久不衰，在記載本港生活面貌之餘，同時援助弱勢社群，貢獻社會。此外，本公司亦籌辦僱員義工活動，以及採納環保措施，惠澤社群。

### 愛心聖誕大行動

踏入第二十七年度，「愛心聖誕大行動」再次為多家慈善機構籌得過千萬元善款。本行動於二零一四年十一月十日至二零一五年一月二十一日期間，為 20 間受惠組織籌得 20,759,231 港元。活動再次取得空前成功，可見香港公眾樂善好施。今



年，「愛心聖誕大行動」將繼續推動社會各界參與善舉，為超過 20 間本地慈善機構籌款，扶助貧困及弱勢人士。

### 「香港精神大獎」

踏入第 3 年，由信和集團贊助的「香港精神大獎」規模更龐大，並得到更多社區支援。我們再次嘉許和鼓勵社會上的無名英雄；雖然未必獲得回報，但他們仍努力作出貢獻，幫助不幸和有需要的人士。我們謹此祝賀八位獲獎的無名英雄，他們捨己為人、為社會貢獻、保育文化遺產及為社群創新，而得獎的小型企業亦為企業公民責任出力。從社會的鼎力支持及認同可見，「香港精神大獎」已明顯成為《南華早報》的重要企業公民支柱。

### 社區參與

本集團承諾保護環境及關懷社會，致力推動員工關心社區。本集團已連續三年獲香港社會服務聯會頒授商界展關懷標誌，印證本集團對關顧僱員、社區及環境的奉獻及承諾。

南華早報員工熱心服務社群，積極參與義務工作。例如，員工去年參與嘉道理農場暨植物園的植樹計劃，參加為關注精神健康的慈善機構思健籌款的「鼠戰中環」慈善賽跑，以及積極為「愛心聖誕大行動」籌款等。此外，員工亦關顧弱小，今年組織多次義工探訪，為居住深水埗的劏房家庭送上關懷，並組隊探訪筲箕灣的獨居長者，贈送月餅及與長者一起進行健身操，與他們渡過快樂且溫暖的一天。

### 愛護環境

本集團繼續於工作大樓推行減廢行動。於二零一四年，本集團第二年榮獲香港環保卓越計劃的減廢標誌。大埔辦公室的減廢措施包括捐贈舊電腦，及收集辦公室廢紙、塑膠墨筒、墨盒、木托板及家具等作循環再用。

本集團亦採納不同措施，以減少食水及能源的消耗。我們位於禮頓道的辦公室裝有空氣清新機，以改善室內空氣質素。我們繼續於大埔的印刷廠使用水溶性劑/化學物作清潔溶液，處理及重用已使用的廢水，而非將之排走。除此以外，我們亦於商業宴會選擇不含魚翅及可持續海鮮菜單。

### 慈善藝術品拍賣

《南華早報》於二零一四年九月舉行大型慈善藝術品拍賣，經為期一年的籌備及與眾多夥伴緊密合作，並從社會各界籌得逾 3 百萬港元種子基金，為聖雅各福群會、東華三院及香港社區組織協會推展的四個社區計劃籌款，惠及有需要的兒童及長者。



# 君子企業獎

## 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，持續營造家庭歡樂和美好回憶。自 1977 年 1 月作為非營利機構開業以來，海洋公園經多年發展，現已成為世界級觀光景點，緊密連結大自然和旅客，並以動物保育、研究及積極建立社區關係著名。海洋公園開業至今已有超過一億三千萬名旅客觀光，老少咸宜，一直致力提供具有教育和保育性質的綜合娛樂體驗。海洋公園入場門票及商品店指定精品之部份收益持續撥捐給香港海洋公園保育基金以支持動物保育工作。2012 年海洋公園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）。該獎項每兩年於國際遊樂園及景點協會博覽會上頒發一次，表揚在管理、營運及創意成就上發展驕人的旅遊景點。自 1980 年以來，海洋公園是亞洲第一個獲得此國際殊榮的主題公園。



公園的關愛社群項目十分廣泛，包括提供入場優惠予本地有需要人士、為殘疾傷健人士和提早輟學的年青人提供就業機會等。

### 得獎感受

海洋公園非常榮幸能夠連續三年獲得恒生管理學院頒發「君子企業獎」。這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。海洋公園向各位投選海洋公園的市民以及恒生管理學院致以衷心的謝意。



為豐富遊人的遊園體驗，公園不斷提昇及發展不同設施，持續為公園注入新鮮感。

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。自 2005 年起，公園支持海洋公園保育基金的保育研究已逾 400 項，積極推動生態保育的工作。

為豐富遊人的遊園體驗，我們不斷提昇及發展公園設施，持續為公園注入新鮮感。現時園內景點數目有 85 個，而海洋公園新一輪世界級景點大樹灣水上樂園及香港海洋公園萬豪酒店亦在未來數年相繼落成，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。



公園持續支持海洋公園保育基金推行本地保育計劃。自 2013 年起，保育基金聯同香港觀鳥會及國際鳥盟開展了「神話之鳥」——中華鳳頭燕鷗種群恢復計劃。

# 君子企業獎

## 信報財經新聞有限公司

(業務品牌：信報)

### 簡介

《信報》於一九七三年七月創刊，為本港首份專業財經中文報章，一直堅持嚴謹、專業的辦報宗旨，精益求精。《信報》不斷與時俱進，跨平台跨媒體提供貼市的財經資訊、優質和多元化的評論分析，以及多角度探討社會政策、地產市道、兩岸及國際關係、科技創新、創業融資等，為讀者增進知識，在急速轉變的世局中尋找新機遇。

### 得獎感受

《信報》很高興獲得恒生管理學院頒發君子企業獎，尤其是此獎項所表彰的「仁、義、禮、智、信」等五大準則，亦跟《信報》一直以來的辦報精神深有契合。仁義禮智為孟子所宣揚的人之四端自不待言，而《信報》以「信」命名，正因作為媒體事業，信譽及信用是最應該講求的重要價值，唯有堅持這些理念來作出的報道和分析，才能夠獲得受眾的信賴與信靠，在此特別感謝長期愛護《信報》的讀者。無論經濟及政治環境怎樣變遷，《信報》都會繼續抱持客觀持平的原則服務社會。

### 公司理念

《信報》創辦四十多年以來一直堅守實事求是、獨立思考、勇於求真的信念，專注於提供高水準的報道及分析評論。《信報》高舉自由市場經濟理念，尊重私有產權和財富創造，鼓勵公平競爭及力爭上游。《信報》堅守言論自由及客觀持平的立場，盡量反映社會各界聲音，務求做到百花齊放、兼容並蓄。

《信報》創刊至今超過 40 年，未來會繼續堅守傳媒的專業角色。



### 展望將來

隨着世界愈趨複雜及多元化，加上全球資訊發達甚至泛濫，《信報》將繼續致力堅持專業傳媒的角色，為受眾提供具價值的訊息，以及客觀持平的分析評論，陪伴大家在資訊的海洋裏披沙瀝金。

過去四十二年，正值香港騰飛的黃金歲月，《信報》憑着堅毅的擇善理念，建立了受廣泛認同的信譽及專業地位。我們將繼往開來，懷著豁達謙卑之心不懈追求卓越，讓《信報》的理念傳承下去，與香港這個優質城市同步躍進。

### 新聞獎



信報多年來屢獲新聞獎，是編採同仁的一大鼓勵。

### 信報活動



信報經常舉辦不同主題的研討會及論壇，其中的「香港經濟峰會」，已成為本港財金界一件一度的盛事。

# 君子企業獎

## 香港郵政



機械揀信系統進一步提升郵務運作效率。

### 公司簡介

香港郵政成立於 1841 年，一直為社會大眾提供快捷穩妥、價格相宜的多元化郵政服務。

香港郵政的服務網絡覆蓋全港，在國際派遞方面遍及全球。香港郵政自 1995 年 8 月以營運基金運作，肩負「傳心意、遞商機」的使命。香港郵政透過提供高效、可靠的各類郵政服務，為客戶創造價值，同時推動社會共融和支持本地的經濟發展。

### 得獎感受

今年已經是香港郵政連續三年獲頒「君子企業金獎」，我們深感鼓舞。香港郵政有約七千員工的團隊。



中央郵件中心投入服務，達致規模經濟效益。



綜合郵務系統有助提升顧客體驗。

我們定會繼續履行企業社會責任，盡心盡力服務社群。

### 展望將來

香港郵政一直積極應對市場的變化。我們持續透過重整工序，將運作流程機械化及善用資訊科技（例如提升機械揀信系統的功能、將櫃位運作自動化、提升郵件流程管理及追蹤系統功能等），提升運作效率。近年，隨着電子通訊日趨普及，以及電子商貿蓬勃發展，用家對本地及跨境物流派遞服務需求殷切。香港郵政會善用郵政設施網絡，不斷開拓和優化切合市場需要的服務，特別是配合網購活動的服務（例如推出可供客戶揀選上門派遞或櫃位領件的派遞服務）。在香港郵政不斷自我優化過程中，我們會秉持部門一貫竭誠服務市民的企業文化，展現君子企業之道。



# 君子企業獎

## 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，港台提供12條電台頻道、5條數碼頻道每星期逾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600小時的公共事務、文教、社會服務等節目，透過本港兩個免費商營電視台及收費電視台，以及港台3條數碼地面電視頻道播出。此外，港台的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。港台近年亦積極發展新媒體服務，透過不同媒體的融合讓市民隨時隨地獲得資訊，緊貼社會。



### 公司理念

香港電台視挑戰為機遇，立志成為新媒體環境中舉足輕重的公共廣播機構，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，而使命就是製作多媒體節目，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。

### 得獎感受 —— 君子企業獎

近年來公眾對傳媒機構報導質素及節目標準的意識及要求逐漸提高，傳媒機構提升公信力的難度亦因而增加。因此是次獲得恒生管理學院頒發的「君子企業

獎」，港台同寅除了感謝廣大市民的支持外，更倍感榮焉。獎項肯定了港台的努力及節目製作方向，激勵團隊繼續盡心服務市民。

君子企業所秉承之美德包括推崇服務社會的宗旨。港台在服務社會上亦當仁不讓，務求透過針對不同觀眾／聽眾群的節目，照顧不同年齡層及族群的市民。面臨本地電視廣播業即將踏進新紀元的機遇，港台電視於2015年起正逐步增加電視頻道的廣播時數，並加入不同類型的節目，如《銀齡帥靚正》、《天下父母心》、《健康大道》、《零距離科學》等等，務求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，同時繼續將就公眾關注的事項向公眾轉播。港台更特設「港台電視31追台隊」，落區為廣大市民介紹如何使用港台電視的服務，提供現場技術支援。

港台定必繼續肩負起公共廣播的使命，取信於民，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繼續提升香港電台的服務。

### 展望將來

隨著科技進步，資訊傳播已進入跨媒體年代。作為擁有三種媒體的公共廣播機構，港台順理成章地朝著此方向發展。今年，港台首個新聞流動應用程式RTHK News面世，發揮新聞部與新媒體的協同效力，讓市民更便捷地取得最新的新聞資訊。至於《12音樂門·逃》則是電台、電視和新媒體部門的合作結晶，冀為本地樂壇注入新動力。很高興這些多媒體的協作，正好配合當今傳媒的新氣象。



# 君子企業獎

## 香港電視網絡有限公司

(業務品牌：香港電視)

### 公司簡介

香港電視網絡有限公司是香港及美國的上市公司(香港交易所上市編號：1137；美國納斯達克市場交易代號：HKTV)。集團於一九九二年創辦，於開放電訊市場、應用並普及先進技術方面擁有豐富及成功經驗，現正集中發展網購業務，積極拓展其 24 小時的網上購物商場 HKTVmall，為香港人提供一站式的服務，包括網上購物、物流送遞及客戶服務等。現時，HKTVmall 已有超過 600 個商戶，提供超過 80,000 件貨品供消費者選購，當中包括本地各行業的領導品牌、國際品牌、日本及韓國直送的貨品及食品等。



香港電視成立之初，以成為「香港人的電視台」為目標，為香港人帶來更多高質素的娛樂選擇；其後於 2014 年 11 月以網上電視形式播放節目，口號是「新活 才是生活」，希望為香港人帶來新的娛樂及網購生活模式。

### 得獎感受

能夠榮獲「君子企業獎」無疑是對香港電視的一種肯定，感謝主辦機構恒生管理學院和市民的支持。對於「君子企業」的名銜，香港電視在「君子」及其五德「仁、義、禮、智、信」還有很多進步空間；但在一九九九年成立以來，我們都秉承服務社會的原則，提供切合香港人需要的服務，包括長途電話、光纖寬頻、電視及多媒體娛樂到今天的網購業務，都是希望為大家提供更多及更佳的服务選擇。以網購平台 HKTVmall 為例，我們為客戶提供正貨、價格監察和 Mall Dollar 現金回贈的三大保證，為市民提供一個安心、方便的購物平台。我們希望，企業發展任何的業務都可以以市民需要為先。



香港電視旗下的網上購物商場 HKTVmall 於 2015 年 8 月展開宣傳攻勢，覆蓋港鐵主要沿線的超過 3,000 張廣告牌，為集團的新業務展開新一頁。

### 公司理念

集團於二十三年前創辦以來，以創新、永不放棄及以香港人為本的精神，一直走到今天。我們的業務從長途電視、光纖寬頻、電視及多媒體娛樂，以致今天的網購平台，都是建基於市民的需要。十年前，當全世界都在討論光纖時，我們已著手籌建網絡，今天正是這種快人一步的思維，令我們注意到香港雖然已經有不少商戶營運個別的網購，但卻未有大型的網購商場平台，因此造就了經營網購平台的念頭。我們期望，網購平台能體貼香港人的需要，提供另一個選擇。

### 展望將來

企業要得到堅碩長遠的發展，市民的支持和信任是不可缺。對於現時的網購業務，我們有一個宏大的目標，就是希望 HKTVmall 能夠成為香港最大型、「包羅萬有」的 24 小時網上購物商場。而且我們更希望每當大家有購物需要時，就想起 HKTVmall。



香港電視全力投入網購業務，於九龍灣自設物流中心，及擁有數百名同事的專業的物流團隊。

# 君子企業獎

## 香港經濟日報有限公司

(業務品牌：香港經濟日報)

### 公司簡介

《香港經濟日報》創辦於1988年，以「知識為本、與時並進」為辦報方針，致力為社會各界提供優質資訊和專業服務，務使讀者和客戶及時掌握第一手消息，提高競爭力及增值能力，現為全香港第一的財經報章。

### 得獎感受

《香港經濟日報》十分榮幸能獲得是次調查的君子企業獎，獲市民給予履行企業社會責任的高度評價，被認同為傳媒行業的君子企業，別具意義。這個獎項再一

次給我們鼓勵，同時亦肯定了本報的專業精神及操守，不容置疑。本報多年來與不同社會組織或機構合作，作為傳媒伙伴以推廣饒富意義的活動，關心社會並積極實踐企業社會責任。我們期望在商界扮演更積極的角色，在推動經濟發展的同時，兼顧社會的平衡發展。本報將繼續為社會出力，傳揚關懷，發揚「仁、義、禮、智、信」君子五德的企業精神。

### 公司理念

《香港經濟日報》一直以公正持平、不偏不倚的報道手法，為讀者提供高質素新聞資訊及多元獨到的觀點分析。除了多次獲得不同機構頒發的新聞、編輯及圖片獎項外，2013年更被市民選為公信力第一的中文報章。

### 展望將來

《香港經濟日報》憑藉多年的穩固根基及豐富經驗，堅守嚴謹報道，而在競爭激烈的市場環境下，我們亦銳意創新，得以保持本報的獨特性及靈活性。面對瞬息萬變的數碼年代及配合讀者的需要，我們將不斷增強數碼平台，使其成為實用和個人化的新聞平台首選。及後，本報將繼續精益求精，在不同服務範疇上再闢高峰，締造卓越的成績。



《香港經濟日報》以「知識為本、與時並進」為辦報方針，現為全香港第一的財經報章



我們將不斷增強數碼平台，使其成為實用和個人化的新聞平台首選

# 君子企業獎

## 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。

### 得獎感受

很榮幸在恒生管理學院舉辦之「君子企業調查 2015」中，獲頒「君子企業獎」。本公司能得到此榮譽是對本超級市場全人感到極大的鼓舞。我們會繼續竭力履行社會企業的責任及服務基層市民。

### 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 年來本著良心訂價，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。

### 展望將來

本超級市場期望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。



# 君子企業獎

## 達美旅遊（國際）旅行社

（業務品牌：美食之旅）

### 公司簡介

達美旅遊（國際）旅行社於 2004 年成立，以經營票務及組織出境旅客為主要業務，當中包括旅行團、自遊行、本地遊、代訂機票及酒店、私人及公司包團、代辦旅遊簽證及旅遊保險等，旗下廣東省短線品牌「美食之旅」及中國長線品牌「文俗之旅」已深得旅客滿意。發展至今日，設有 4 間分社，遍佈銅鑼灣、旺角、屯門、大埔。熱線中心設有多條熱線全方位接受旅客諮詢、報團等服務。

### 得獎感受

很榮幸本公司能夠得到「君子企業獎」這個獎項，能夠成為香港市民心目中最有商業道德及最有公信力的企業，本公司感到非常光榮及恩惠。社會責任愈來愈受到香港市民所重視，能夠成為旅遊業界中最具君子風範的企業，全因本公司一直堅持以「純玩」作為發展方向，致力打造成為「全港唯一全線純玩旅行社」。在過去十年，本公司「誠實可靠、純不取巧」的形象已深入人心，「用心服務，以客為尊」的精神，亦深受香港市民所愛戴及肯定。本公司將會一如既往，繼續堅持成為香港市民心目中的君子。

### 公司理念

達美旅遊以每年高速而穩健的持續發展，成功在業界中脫穎而出，全因為我們能夠堅持以「用心服務，以客為尊」的理念去服務客人。為旅客提供專業的服務經驗，確保旅客享受高質、高效以及個性化的旅遊產品，滿足旅客不同層次的需求。由於近年香港旅遊業不斷傳



專業旅遊顧問，為顧客提供旅行團查詢及報名服務。



公司 11 周年活動 - 11 年堅持、11 年努力，深受香港市民支持及愛戴。

出負面新聞，為了挽回香港市民對旅遊業的信心，本公司堅持細心聆聽每一位客人的需要，用最「誠懇」、最「童叟無欺」的經營理念繼續服務香港市民，傾盡全力挽回香港市民對香港旅遊業的信心，務求繼續成為香港市民心目中的「良心企業」。

### 展望將來

為配合業務發展，達美旅遊（國際）旅行社將會積極發展電腦及智能手機平台業務，未來將會全力開發電子商務平台，包括升級公司網頁及自我研發手機 APP，方便客人可以即時預訂本公司旅遊產品。務求做到足不出戶，便可即時享用查詢、報團及付款等服務。希望能夠迎合客人需要，做到與時並進。憑藉旅客厚愛，達美旅遊（國際）旅行社將繼往開來，繼續堅持用最「誠實」、最「可靠」、最「用心」的專業態度服務香港市民，為顧客提供更專業、更優質的旅遊服務，做行業的領先、革新者。



專業導遊團隊，為顧客帶來一個又一個開心旅程。

# 君子企業獎

## 喜達屋酒店及度假酒店國際集團

(業務品牌：香港喜來登酒店)

### 酒店介紹

香港喜來登酒店位於九龍彌敦道沿維多利亞港海旁，位於零售、商業、文化及娛樂中心的中樞地帶，毗鄰香港文化中心，步行僅數分鐘便抵達港鐵站和天星碼頭，距香港國際機場僅三十五分鐘車程，交通便利，是商務及優閒旅客的理想之選。酒店倍受饕客推崇的六家餐廳與酒廊揉合各國美食精粹，食客可品嚐到各地美酒佳餚，並同時欣賞風光明媚的維多利亞港景緻。

### 得獎感受

香港喜來登酒店非常榮幸獲大會頒發「君子企業獎」。酒店會繼續致力履行企業社會責任，並以推動酒店業界可持續發展策略為未來目標。除了提高員工以至賓客的全球公民意識外，酒店亦全力鼓勵及推動員工參加慈善及環保活動，關懷社區，貢獻社會，為同業樹立典範。

### 公司理念

在超過 75 個國家的 430 多家酒店中，喜來登致力於營造豐富的社交體驗，創造機會讓人們相聚到一起，並視此為品牌使命。喜來登酒店的核心價值是「啟發靈



賓客可從豪華港景客房內欣賞迷人的維多利亞港美景

感、賦予所需、付諸實行」。「啟發靈感」—我們通過服務、設計和地道特色來啟發賓客新的體驗和新的思維方式；「賦予所需」—為了讓客人獲得更舒適的入住體驗，我們授權員工主動行動、作出決策；「付諸實行」—我們致力推動坐言起行和協力合作的文化，每個人都應共同承擔責任。以上三點構成喜來登全新品牌承諾「無憂旅程」—我們為客人提供精明的解決方案和輕鬆無憂的體驗，以便讓客人騰出寶貴時間，體驗更多並充分享受入住時刻。

### 展望將來

喜來登最近啟動了「喜來登 2020」計畫 (Sheraton 2020)。這一涵蓋十大方面的綜合性行動方案旨在將喜來登品牌推至另一高峰，使之成為世界各地旅客首選的全球酒店品牌。喜來登幫助客人建立聯繫並推出多項品牌特色項目，比如喜來登行政酒廊及全新的「對味」(Paired) 菜單，後者將精美小食與高檔葡萄酒、精釀啤酒完美搭配。展望將來，酒店將致力與時並進，加強與社會聯繫，邁向下一個里程碑，為商務及優閒旅客帶來全新的星級體驗。



酒店位於尖沙咀維多利亞港海旁，是商務及優閒旅客的理想之選。

# 歷年典範專訪

## 759 阿信屋

### 公司簡介

「759 阿信屋」是近年在香港冒起的零售品牌，其進口零食業務及低廉的貨品價格最廣為人知。主席林偉駿於 1979 年起業，母公司「CEC 國際控股有限公司」於 1999 年在香港聯交所上市，2010 年於新界葵涌廣場開設首間「759 阿信屋」，至 2015 年已達二百多間，乃香港最大規模的零食店。

作為大型連鎖食品專門店，「759 阿信屋」主要銷售來自日本、韓國、台灣、歐洲及世界各地的自行進口零食、副食品和飲品。店名的「759」為母公司的上市編號，「阿信」則取自 80 年代著名日本電視劇《阿信的故事》的主角，寓意取其堅毅精神。

「759 阿信屋」以走薄利多銷路線著稱，不少貨品是從外地大量直接入口，店鋪位置亦多落在領匯旗下商場及區內租金較便宜的地段。其分店擴張速度極快，薄利多銷的形象亦深入民心，產品及服務亦日漸多元化，經常為顧客帶來驚喜。

### 對於「君子企業調查」

「759 阿信屋」雖然只是冒起五年，但已經連續多屆奪得君子企業獎

項。林偉駿認為「君子企業調查」的概念非常正面：「很難得有這樣一個集中研究商業道德的學術調查，沒有濃厚的商業味道，同類型調查甚是少見。」林偉駿坦言，坊間有很多不同類型的調查或獎項，但商業味道濃厚，或具有政治色彩，有些甚至只是巧立名目。「君子企業調查」因為取樣廣泛和數據整理認真，相比之下就更有公信力，因此對獲獎公司而言，別具意義。

林偉駿又表示對「君子企業調查」最深刻的印象是由學生籌劃調查，由商學教授專家統籌，能幫助同學從一個「儒商」的角度，重新審視現時的商界，「參與調查能夠幫助同學思考前途問題，例如是未來應投身甚麼行業，或是選擇甚麼公司，都有助他們發展自己的事業時，作借鏡之用。」





## 成功之道

「759 阿信屋」價廉物美的形象深入人心，林偉駿認為「價廉」是公司得到廣大市民支持的主因，而低廉的定價除了能夠吸引更多的消費者，增加公司的競爭力外，更有另一番的意義：「香港社會民怨沸騰，部分原因是來自商家，商業世界也一樣需要追求平衡，香港社會已經失衡了很多年，我認為舊有一套的零售模式已經行不通，希望公司能夠在香港零售市場開拓出新的方向。」

林偉駿坦言公司的銷售模式容易樹敵，供應方面都變得不穩定，但他強調自己不是要做「正義超人」，所謂的「平價」亦不是不計成本，以本傷人。只是希望公司能「取之有道」，還消費者一個公道的價錢，「有客人很單純地因為低價錢而來，有些則是支持我們的理念而來，其實除了客人受惠外，也有付不起昂貴上架費的供應商因我們打出名堂。」

## 企業責任

時下公司流行標榜「企業責任」，對此林偉駿亦有自己一套見解：「做好事不必刻

意，因此不必刻意把公司營造成一間良心企業，站在道德高地。」他認為在商言商屬無可厚非，但問題在於在獲利的過程中如何能夠對社會產生正面的影響，這才是最實在的企業責任，他指所謂的「企業責任」即是指一間公司之管理人要「克制一己的私慾，回復天理之本然。」事事量力而為，顧及公司所有的持份者。

林偉駿指每件事只要按本分去做好，不必強加，一家公司能夠做到依法辦事已經達到商業道德的基本，「真正的『企業責任』應該是一種常態的道德行為待遇，而這些都反映在貨品價格、公司環境和員工待遇上。」

## 管理哲學

「759 阿信屋」發展至今，規模日盛，過程中受到很多衝擊，林偉駿認為要堅持自己的商業原則：「我們從來不賣廣告，情願將廣告和市場營銷方面的開支省下來回饋客人，公道的價錢就是最具市場營銷效益的工具。」他又強調公司發展雖然快，但仍然是一家非常幼嫩的公司，經常都會出錯，唯一的公關技巧就是大方承認錯處，無謂堆砌藉口。

談到作為公司老闆，如何和下屬溝通，林偉駿笑言「老闆」只是一個名份而已：「不是我特別能幹，只是上天對我不薄，比較幸運，但其實沒有員工就沒有公司，就更沒有我。」營商多年，林偉駿表示一直都是以這種心態對待下屬，彼此間坦承，「作為老闆要謙厚，老闆都有自己崗位，不能過分干擾下屬的工作。」



# 歷年典範專訪

## 香港電台

### 屹立香港八十七載

#### 「君子典範」肩負社會責任

香港電台是香港首家廣播機構；87年後，本港傳媒業百花齊放，香港電台仍屹立不倒，自1987年至今，香港電台18年來在香港傳媒公信力調查中均名列首位。2014年，香港電台更於「君子企業調查2014」中，獲評選為最高榮譽的「商道典範」。

#### 「君子」使命及信念

香港電台機構傳訊及節目標準組總監伍曼儀感謝廣大市民的肯定。她認為香港電台獲獎，是因為香港電台的使命和信念與「君子企業」的條件不謀而合。事實上，香港電台抱著的並不是商營的價值觀。「香港電台一直堅守編輯自主，服務普羅大眾，提供自由表達意見的渠道，致力照顧少數社群的需要；這些理念同時亦是『君子廣播』的條件。」

一家「君子企業」的成功，員工的努力及熱誠必不可少。香港電台的成功，亦靠全台上下認同香港電台的使命和信念。伍曼儀表示，任何入職港台的新員工都必定先參與一個為期三日的課程，了解港台的使命和信念。



她表示，在資源有限但服務群龐大的情況下，香港電台依然會繼續致力服務香港社會各階層及群體，承擔社會責任。作為本港唯一的公共廣播機構，香港電台其中一個目的就是「做商營廣播不做的節目、做認為不能賺錢的節目」。她舉例說，香港電台第三台以英語廣播，提供尼泊爾及烏爾都語時段，照顧少數族裔的需要；第五台則服務長者及兒童。此外，香港電台亦推出「社區參與廣播服務試驗計劃」，提供平台供社區人士及弱勢社群參與節目製作及廣播。另外，涉及各種公共事務時，如中國國慶及回歸紀念日升旗典禮及酒會、各級選舉辯論、以至佔領行動期間學聯與政府對話的電視直播，都由香港電台負責製作及拍攝，更免費提供訊號予其他傳媒轉播。

## 「質」「量」兼備

雖然公營廣播依然要面對收視率，但伍曼儀直言，香港電台於「量」與「質」之間較重視質素。事實上，港台電視節目收視率不俗，部分節目的網上點擊率更達千萬。她認為，港台電視節目既「廣度」服務社會各階層群體之外，更重視「深度」；這同時是「君子」必須擁有的條件，例如節目會灌輸不同價值觀，如家庭維繫等。因此，香港電台於1991年首創「電視節目欣賞指數調查」，委託獨立調查機構訂定收視率以外的節目質素指標。港台歷年的平均欣賞指數均高踞榜首，更於1997年起連續第十八年奪得「全年最高平均欣賞指數大獎」。

為表示對社會承擔，港台內部亦有不同機制保持節目的「君子」質素，如設立「節目顧問團」、查詢電話，更設有「台長熱線」，由台長接聽市民投訴電話，親自聽取市民意見。



## 很傻 很天真？

面對新媒體的衝擊，社會追求的是方便快捷的即時新聞。然而，香港電台對新聞來源依然有著嚴格的規範。特別謹慎處理敏感的新聞議題，例如領導人的死訊，港台會按慣例待各通訊社發報可信消息才報導死訊。伍曼儀指，新聞機構肩負的不單止是報導事實真相，更是肩負整個傳媒機構的品牌。「市民會選擇相信你，因為你是香港電台」。她相信，香港電台致力保持新聞、節目內容質素，抱著「公義要有仁心」的態度，是獲評選為「商道典範」及最具公信力媒體的原因之一。

展望將來，香港電台期望政府增撥資源，盡快興建新廣播大樓，以製作更多不同類型的節目，進一步強化「君子廣播」。隨著港台電視的啟播及接手亞洲電視的兩條模擬電視頻道，令港台需要更多資源以提供不同具質素的節目。

## 社會應有共同價值觀

伍曼儀期望各傳媒機構發揮本身作為傳媒的功能，達至「君子廣播」，特別香港社會近年來紛爭不斷，傳媒機構更應發揮平台角色，廣納並平衡，融合社會上不同持份者的意見。伍曼儀笑言，「雖然是老掉牙的說話，但融合確實非常重要」。她表示，社會必定會出現不同意見，但傳媒正正就要融合意見，凝聚社會共同的價值觀。

# 歷年典範專訪

## 香港電車



董事總經理魏文先生

早前刪減電車路段的建議一出，不少市民及傳媒立即為電車發聲平反，支持電車繼續在香港服務。香港電車有限公司董事總經理魏文對此表示欣慰，認為這反映了「叮叮」（電車）在港人心目中的地位。香港電車肩負香港的文化傳承，在保留車箱外貌的同時不斷優化硬件，維持香港電車百年來的香港形象，並成為獨特而實用的文化資產。

### 社會責任並非金錢掛帥 電車冀到新區發展

大眾普遍認為企業履行社會責任必須額外花費資源，因此很多公司未必願意負上社會責任這個使命。魏文表示，縱然香港電車本身在營運上有一定壓力，但無礙電車公司

履行社會責任，包括車站上蓋有預留宣傳位置免費給非政府組織使用、車站的選址、站與站的距離盡量以方便乘客為優先，並提供長者乘車優惠等。他認為社會責任和企業營運是相輔相成的，顧及社會各持份者的意見乃企業決策的重要一環。

香港電車著重員工培訓，新入職的車長必需熟習機器操作和行駛路線，還要學習應有的駕駛態度。這除了保證服務質素外，更是對員工、乘客以及其他道路使用者的承擔。此外，電車是較環保的交通工具，在路面上不會排放廢氣，除了為環境保護出力，亦是對周邊的人和社區負責。

雖然政府交通政策主要依賴鐵路，路面

交通工具只屬輔助性質，魏文又認為電車在中短途旅程仍擁有相當的競爭力，由於電車車站設於街面，車站眾多，班次頻密，令電車成為四公里以內最便捷的交通工具。香港電車堅持以相宜的車費為港人服務，相信香港的客運市場能容納不同的競爭力。同時香港電車積極尋求發展機會，希望在香港的新發展區，如啟德發展區，拓展電車業務，為更多香港市民提供價錢相宜、便利快捷的運輸服務。

## 禮待員工 管理層炎夏親身派涼茶

魏文表示電車公司能夠提供穩定的服務全賴前線員工，所以管理層非常重視員工的福祉和意見。電車車廂沒有冷氣設備，為了優化員工的工作環境，公司除了設置合適的通風系統外，管理層在夏季不時親自慰問前線員工，更向他們派發涼茶，希望透過親力親為的行動，令員工能在親切和互相尊重的氣氛下工作。香港電車會定期與前線員工舉行會議，聽取意見，了解前線員工的需要。魏文先生認為，員工是公司最寶貴的資產，關愛員工為挽留人才的不二法門。

魏文坦言，最低工資的實施、勞動市場的求過於供，令公司的薪酬負擔日趨沉重。面對成本壓力，管理層致力開源節流，謹慎控制其他成本支出，保持固有的營運效率，但承諾不會降低服務質素，會繼續投放足夠的資源培訓員工。

## 儒家哲學營商 乃中外企業未來發展方向

對於香港電車公司四度獲頒君子企業獎，魏文表示欣慰，指一間成熟的企業要追求可持續發展，企業社會責任是一項不可或缺的元素，而電車公司作為香港一所歷史悠久的企業，履行社會企業責任為公司其中一項核心價值，理念與儒家五德相同，電車公司能夠屢次獲獎，是一直堅持向社會負責的成果。

魏文指出世界各大發展完善的企業均是植根於社區，國外企業十分重視企業形象，大部分企業都會在年報中以不小篇幅描繪如何履行其社會責任。

他又認為取之社會，用之社會，如企業未能回報社會，往往會在發展上遇到阻力。他以投資股票為例，指出若企業只顧自身發展，罔顧社會利益，大眾市民亦會對企業失去信心，不會購買其股票，當大眾市民對企業失去信心時，最終受影響的還是企業自身。

魏文總結，企業需要理解社會的需要，對不同持份者負責任，平衡各方面的發展，才是企業管理的上道。

### 公司簡介

香港電車有限公司（「香港電車」）自 1904 年起竭誠服務乘客。現時，香港電車擁有 163 輛雙層電車（當中包括兩輛充滿懷舊氣息的古董派對電車），是世界上仍在服務中的最大雙層電車車隊，每日平均接載 20 萬人次的乘客。香港電車一方面致力打造成為世界稱許及具代表性的公共交通服務機構，另一方面盡力滿足現今 21 世紀乘客的期望，為香港提供最環保、最經濟實惠、最有效使用路面空間的運輸模式。自 2010 年 4 月起，香港電車由威立雅交通—巴黎地鐵亞洲全資擁有，該公司為 Transdev 和巴黎地鐵發展公司的合營企業。

# 榮譽顧問

何順文教授	恒生管理學院校長
趙麗娟女士	利豐發展（中國）有限公司董事
謝清標教授	香港中文大學市場學系教授
彭泓基博士	中華智慧管理學會創會會長
何志盛博士	香港小輪（集團）有限公司集團總經理
司徒永富博士	香港樹仁大學副教授及工商管理學系行政系主任 鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事
黃友嘉博士	香港強制性公積金計劃管理局主席

# 執行委員會

主席：	鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系副教授）
副主席：	楊筠瑜博士（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）
	鄭家麒博士（恒生管理學院市場學系助理教授）
	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）
	黃紀恩女士（恒生管理學院市場學系助理行政主任）
	譚詠詩女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處高級行政主任）
	陳栢祺先生（恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理）
	葉永傑同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會內務副主席）
	方梓瑋同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會內務秘書）
	何俊彥同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會宣傳及出版總監）
	何家渝同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會常務秘書）
	練建廷同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會財務秘書）
	曾敬文同學（恒生管理學院第四屆新聞及傳播學系系會幹事會主席）

# 附屬委員會

## 調查數據收集及分析委員會

- 主席：楊筠瑜博士（恒生管理學院市場學系一級講師）
- 委員：鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系副教授）
- 鄺家麒博士（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）
- 葉永傑同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會內務副主席）
- 方梓璋同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會內務秘書）
- 何俊彥同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會宣傳及出版總監）
- 何家渝同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會常務秘書）
- 練建廷同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會財務秘書）

## 典禮及活動籌劃委員會

- 主席：譚詠詩女士（恒生管理學院傳訊及公共事務處高級行政主任）
- 委員：鄧子龍博士（恒生管理學院市場學系副教授）
- 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）
- 陳栢祺先生（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）
- 方梓璋同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會內務秘書）
- 何俊彥同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會宣傳及出版總監）
- 何家渝同學（恒生管理學院第五屆市場營銷學會常務秘書）
- 曾敬文同學（恒生管理學院第四屆新聞及傳播學系系會幹事會主席）

# 調查員名單

傑出調查員領袖 葉永傑

傑出調查員名單  
何嘉渝  
練建廷  
馮家棟

## 嘉許狀名單

方梓璋	何詠恩	鍾曉嵐	鍾慧霞	陸芷晴	鄭卓穎	何煒翎
陳嘉熙	盧麗珊	馬均熙	黎梓軒	邱明珠	鍾梓豪	劉曉緩
李子濤	李敏怡	蘇潔宜	劉善婷	黎可欣	葉文曦	陳奕廷
翁倩瑜	黃頌欣	童海雅	葉穎彤	姚勁廷	羅汝雋	李文傑
陳婉彤	梁立志	徐偉堯	陳卓男	盧晉陞	王以程	黃芷珊
周天安	陳凱	姜紫晴	古文心	劉穎琛	魏寶璇	林敏怡
賴俊傑	姚依彤	黎思鉅	余典茵	余明慧	黎悅儀	龔綺晴
楊康弼	鄧芷妃	陳澤賢	潘綺婷	陳欣誼	陳芷欣	張文琦
葉咏思	陳俊廷	林詠欣	周智豐	劉曉霖	何俊彥	陳俊廷
吳竣華	李皓揚	蔡正然	涂婷	李雪盈	陳灝志	何金龍
郭曉慈	黃樂廷	黎海天	郭哲妤	黃俊霖	葉崇恩	徐子澄
謝佩文	吳沅彤	鄭漪淇	廖栢瑜	陳文玉	蘇皓妍	林主牽
何樂怡						



# 市場營銷學會簡介

恒生管理學院市場營銷學會成立於2011年，希望透過活動使學生對學會有所認識，成為恒管學生組織的先鋒，和恒管一起與時並進。我們同時希望協助學生提升對市場營銷的興趣及加深知識，繼而學以致用。學會也期望與其他學院有更多合作交流機會，舉辦多元化活動。



學會每年舉辦的活動全面，學術方面包括君子企業調查、Marketing Week、EMBA 以及 JUOMA。康樂方面包括迎新日、迎新營及 Mega Sales。學術及康樂的活動應有盡有，務求令會員享受各種福利，充實大專生活。



本人十分榮幸能參與2015年度君子企業調查，此調查是由執委會及學生調查員共同努力的成果，調查及分析過程接近半年，實在得來不易。

今年是君子企業調查的第五周年，調查的範圍更為廣泛，令結果更具公信力。同學能參與調查及數據分析過程，學習到更多課堂外的知識，實在是難能可貴的經驗。

本人謹代表第五屆市場營銷學會，感謝一眾在調查過程中默默付出的學生調查員以及數據分析員。更恭賀獲獎企業，望獲獎企業能肩負市民期望，繼續履行社會責任，將君子企業的理念發揚光大。

李子濤同學

恒生管理學院第五屆市場營銷學會主席

# 新聞及傳播學系系會簡介



增長不同範疇的知識，開拓更寬闊的眼界。

此外，「博聞」的英文名字為「W.I.S.E.」。「W.I.S.E.」中的「W」代表「Wholly」，指「完全地」；「I」代表「Inclusive」，指「包括一切」；「S」代表「Serving」，指「服務」；「E」代表「Enthusiastic」，指「熱衷」。因此，本閣藉「W.I.S.E.」表達出博聞的成員不論於校內及校外皆竭盡所能服務本系學生，致力培養學生的優越感，增加本系學生與其他院校學生的交流，並努力建立屬於本系獨有的文化及精神。除此之外，「W.I.S.E.」亦解作「明智」，意味着本閣將主動聽取及分析本系師生意見，並就本系各方面發展作明智決定。



博聞 (WISE)，為恒生管理學院學生會第四屆新聞及傳播學系系會幹事會。「博聞」取自《史記屈原賈生列傳》：「博聞強志，明于治亂，嫻于辭令。」博聞強志，意思為知識豐富，記憶力強，本閣致力為本系學生提供多元化、富意義的活動，以協助學生

# 活動花絮



「君子企業調查 2015」調查員誓師大會暨工作坊



鄧子龍博士於工作坊上講授街頭訪問技巧



問卷調查員進行模擬訪問



「君子企業調查 2015」問卷調查員大合照



問卷調查員於商場內進行訪問



問卷調查員於街頭進行訪問



問卷調查員正為受訪者解答其對問卷的疑問



同學透過調查汲取豐富的學習經驗



恒生管理學院

# 君子企業調查



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](http://www.hsmc.edu.hk)