



恒生管理學院  
HANG SENG  
MANAGEMENT COLLEGE

義禮智信

二零一六年度

# 君子企業調查及獎項

Junzi Corporation Survey And Awards 2016





## 目錄

校長序言 .....	2
獻詞 .....	4
• 吳天海先生	
• 趙麗娟女士	
• 謝清標教授	
• 彭泓基博士	
• 何志盛博士	
• 司徒永富博士	
• 黃友嘉博士	
• 鄧子龍博士	
君子企業調查報告 .....	12
得獎公司名單 .....	35
得獎公司感言 .....	36
參與單位 .....	49
• 榮譽顧問	
• 執行委員會	
• 附屬委員會	
• 調查員名單	
參與單位介紹 .....	53
• 商學研究所	
• 市場營銷學會	
活動花絮 .....	55



## 何順文 教授

恒生管理學院校長

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問

### 「君子企業調查及獎項」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）「君子企業調查及獎項」計劃已進入第六屆，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。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，六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，是否恰當和符合現代華人社會的道德要求。

「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。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，已證明能提升及平衡各主要持份者價值的企業，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。「君子企業調查及獎項」計劃已得到各界人士的關注支持，成績有目共睹。今年是計劃的第六年，參與調查的師生根據以往的經驗和實際需要，把有關工作進一步改良，並繼續積極將有關理念傳播到整個社會。

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。



## 吳天海 先生

「君子企業頒獎典禮 2016 暨商業道德座談會」主禮嘉賓  
香港總商會主席  
九龍倉集團有限公司主席兼常務董事

中國的倫理觀念深受儒家思想的影響，當中「仁、義、禮、智、信」合稱「五常」，乃君子的五項美德。合乎五常原則經營的企業，可稱得上是「君子企業」。

「君子愛財，取之有道」，企業當然要追求盈利，但與此同時亦應該持守商業道德，並顧及商業活動對社會帶來的影響。然而，實踐高尚的商業道德又談何容易？在現今競爭激烈的市場環境下，利益最大化已成為許多企業的首要目標，企業以君子之道營商，財德兼備，殊不容易。

事實上，企業謀利與恪守道德並無衝突，君子之道長遠能為企業帶來莫大裨益。以五常為營商宗旨的企業，致力履行社會責任，可提升企業聲譽，贏取大眾的信任，盈利自然亦隨之而增長，達致可持續發展。

恒生管理學院舉辦的「君子企業調查及獎項」已踏入第六屆，其推動本港商業道德、社會責任的成績有目共睹，令人鼓舞。一眾君子企業面對日益複雜的營商環境仍能排除萬難，弘揚五常，實在難能可貴，值得嘉許。本人在此恭喜今年得獎的企業，並祝願「君子企業調查及獎項」取得成功，締造一個和諧美好的社會。



## 趙麗娟 女士, MH

君子企業調查榮譽顧問  
利豐發展（中國）有限公司董事  
香港會計師公會前會長

「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六屆「君子企業調查及獎項」，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！



## 謝清標 教授

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問  
香港中文大學市場學系教授

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。

「君子企業調查及獎項」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「君子企業調查及獎項」，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「君子企業調查及獎項」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。



## 彭泓基 博士

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問  
中華智慧管理學院院長  
中華智慧管理學會創會會長

### 君子企業最珍貴的資產

文化是智慧的積累。先秦諸子是中華文化最輝煌的結晶，荀子是其中一位最後的大師，他始於儒家，而集百家大成，融會貫通，承先啟後。他身處亂世，對人性尤有深邃的體悟。初從孔孟，但對人性善說有所懷疑，最後，他得出的結論是「人的情欲乃是人的生理質素，人性本無善惡之分，但這些本然情欲，在群體社會中會造成暴亂。」因而「性惡」。他的弟子韓非子，更肯定人性本身是「自為心」，整日地為其私利而忙，為利害而計較，從而發展出整套法家的理論。

歷史上出現無數的紛爭，主要是由於資源分配失去平衡，「自為心」蓋過了「公義」。當財富太集中於少數人的手裏，社會就會醞釀不安，繼而禍亂頻生。現代市場經濟，強調利潤與增長，不顧社會整體利益，已造成許多不公平的現象。例如常聽人談及香港的「地產霸權」與一些「壟斷行業」，長期的「先私後公」，結果為社會的動盪，埋下無法逆轉的危機。回顧歷史，「破私立公」是很困難的，半個世紀前的文化大革命，就是一個「破私立公」的嘗試，結果有目共睹。

現代商業社會追求利潤，是天公地道的事，但這些目標一旦過了頭，就會傷害到社會的整體利益，歸根結底，就是「義與利」、「公與私」的問題。「君子企業」，必須平衡「公眾利益」（義）與「私人利益」，明白「皮之不存，毛將焉附」的道理。廿一世紀的企業，應以「公私兼顧」作為一個營運的基礎，我們不能單講「私利」，應要「公私兼顧」，而「公」要先走。作為「君子企業」，更應秉持「先公後私」的原則，為社會的整體利益，作出無價的貢獻。香港是一個富裕社會，財富取之不盡，何必殺雞而取卵？君子企業明白，真正的「利」，是「義之和也」！

荀子說：「君子養心莫善於誠，致誠則無他事矣。惟仁之為守，惟義之為行。誠心守仁則形，形則神，神則能化矣。誠心行義則理，理則明，明則能變矣。變化代興，謂之天德。」除了明白「先公後私」的智慧外，君子企業最重要的內涵是「誠篤不欺」，修鍊企業文化，堅守仁義精神。「仁」就是培育員工的愛心，「義」就是一切決策，秉持維護公眾利益。按此原則，上下一心，自然會在一切行事和決策上顯現出來，成為一種超凡的競爭力量，能有條理地使事物轉化，達至最佳效果，這就是「天德」。

商場上爾虞我詐，陰謀詭計，層出不窮，以「誠信」作宣傳，俯拾皆是，但貫徹者渺。真正的君子企業，絕非空叫口號，而是上行下效、全心全意地執行，使「誠篤不欺」、「先公後私」成為每一位員工的行為準則、基本的價值觀。這種無形的競爭力，將成為君子企業最珍貴的資產。

恒生管理學院多年來對君子企業的推崇，為香港商界作出無價的貢獻，謹在此致以衷心敬佩！



## 何志盛 博士

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問  
香港小輪（集團）有限公司集團總經理

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。

謹此祝賀於恒生管理學院舉辦的「君子企業調查及獎項 2016」獲獎的各大機構，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。





## 司徒永富 博士

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問  
鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事

「君子企業調查及獎項」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。



## 黃友嘉 博士, BBS, JP

「君子企業調查及獎項」榮譽顧問  
強制性公積金計劃管理局主席

一個企業擁有多種的持份者，包括股東、員工、供應商及客戶群等。君子企業不但要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，亦必須與股東、員工以及社會等各個層面均保持平衡的關係。

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。企業應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。企業除了顧及員工的施工安全這些基本責任外，亦應為他們提供其他福利，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。員工對企業的生產力有著很大的影響，更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。因此，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，企業社會責任包含的範疇甚廣，不單是捐錢做善事，更包括對股東有所承擔、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。君子企業亦應主動維護良好的勞資關係，共建和諧社會。





## 鄧子龍 博士

「君子企業調查及獎項」執行委員會主席  
商學研究所總監  
恒生管理學院市場學系副教授

能連續六年參與「君子企業調查及獎項」的籌備及執行工作，並見證同學們團結一致地完成這件艱辛但極具意義的工作，確實是本人的榮幸。

「君子企業調查及獎項」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、及以富有中華文化基礎的商業道德標準。累積了過去五年的經驗，我們今年各方面都追求做得更好。除了新加入文化創意的企業，更加擴闊及完善調查的範圍與覆蓋面積。同時，我們亦改進了問卷的措詞用字，使之能更有效反映市民對各大企業或行業的不同評價。

今年的「恒管香港商業道德指數」比過去三年的低，表明市民認為今年各行業整體道德表現比往年遜色。然而，我們衷心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，爭取更優秀的「恒管香港商業道德指數」，為香港建造一個更和諧美好的社會環境而努力。

## 2016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：于洋女士 鄧子龍博士 楊鑫博士 陳鴻輝先生  
楊筠瑜博士 周尚志先生 梁曉彤女士

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六。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。我們將簡略說明君子與五德、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，孔子祇告訴他兩個字：「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。

#### 「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。

## 「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。

## 「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

本年度君子企業調查沿用了過去五年「問卷調查」的形式進行定量調查。問卷設計經研究團隊參照往屆的問卷及根據「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。

數據收集方法與去年一樣，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，而是在八個被調查的行業中各找出最具代表性的約三十間機構，總共約二百四十間。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，然後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）。除此之外，今年的調查問卷新加了一條問題，該問題要求市民在評價每一間公司之後，對八個行業進行整體評分（例如：請問您認為整個公共交通及服務業是否具備「君子之風」？0為完全不具備，100為完全具備）。最終，我們共收集了1158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。

次輪調查同樣涵蓋八個行業，調查問卷分為兩個版本：簡短版與詳盡版。簡短版問卷共有九條題目，第一條問題是本年度新加入的對各行業的整體評分，其餘八個問題分別量度企業的「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」、消費者期望及再購買意欲。調查企業均來自首輪調查篩選出來的60間企業。市民回答問題時，會從中隨機抽出四間企業來做出評分。最終共收取有效問卷684份。詳盡版問卷的目的在於再次驗證已建立的多維度「君子企業」模式。問卷共有73條題目，問卷內容較首輪更加深入及全面地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、再購買意欲及忠誠度等。我們從簡短版問卷的結果中選取了15間在相關行業具有代表性的企業作為評估對象，共收取有效問卷299份。整個調查期間，調查隊伍收集得到2141名市民的回應。

# 君子企業調查報告



## 調查過程 嚴謹可靠

調查隊伍由 86 名恒生管理學院學生組成，他們肩負全部的外勤工作。所有的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，以確保數據的可靠性。

## 抽樣方法 覆蓋全港

抽樣方法與去年一樣，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。這樣能加強樣本的代表性。

## 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」，調查之行業集中於八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、文化創意。市民一般認識這些行業的機構，因此能評估這些機構的營商手法和表現。

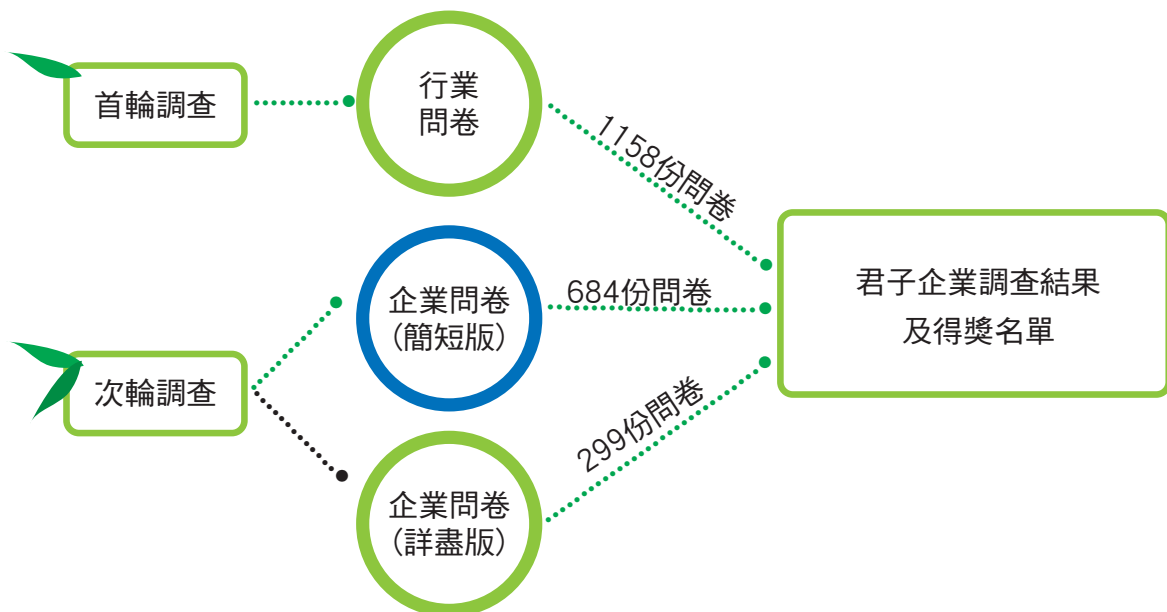
與往屆不同的是，本年度的調查行業在往年的七個行業的基礎上，增加了第八個文化創意產業。而酒店業仍然撥入飲食業。新加入的文化及創意產業是近年來香港最具活力的經濟產業之一，其產業通過創意及以智力資本為基本投入要素，進而生產出具文化、藝術和創意內容的產品和服務。在恒生管理學院人文社會科學院的許焯權教授帶領下，本年度君子企業調查隊伍在眾多文化及創意產業的機構中選出了 30 間，作為本年度新增產業的目標調查機構。根據香港政府統計處的定義，香港的文化創意產業主要包括藝術品、古董及工藝品、文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務、表演藝術、電影及錄像和音樂、出版、軟件、電腦遊戲及互動媒體、設計、建築、廣告和娛樂服務。因此今年的君子企業調查加入該行業，相比往年更加擴展與完善了調查的範圍與覆蓋面積。

## 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方法與去年一樣，主要有六項。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「君子」表現的差異。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，如對「君子企業」的評價與購買意欲的關係。第六項是檢測每一個行業中，不同機構的平均得分與該行業的整體得分的相關性，意在檢測被調查的企業與其所在行業的得分是否一致。

## 2016 年君子企業調查流程圖



總有效問卷數目：2141

調查行業：公共服務、傳媒、金融、零售、飲食、旅遊、地產、文化創意



## 調查結果

### 統計分析

以一百分為滿分，表一列出八個行業在市民心目中最有印象、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，以作更客觀的比較。「君子」分數沿用往年的計算方法，是各行業內被調查企業的平均得分。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目中各行業在「仁、義、禮、智、信」這五德方面的整體表現。

表一 本年度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	
公共交通及服務	65.8	71.8	70.1	64.7	70.4	61.6
傳媒	65.2	68.3	64.8	64.4	67.2	59.8
零售	64.1	70.3	70.0	66.7	69.9	64.3
旅遊	65.0	69.0	68.9	68.3	69.1	61.2
金融	63.1	71.2	72.1	68.2	71.9	62.0
飲食	61.9	67.5	72.2	65.0	67.5	64.0
地產	57.7	61.4	64.4	66.8	60.1	54.7
文化創意	65.6	67.8	65.8	63.4	69.3	63.4

從列舉的數據可以看到，各行業在「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」和「君子」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。然而，從數字上我們也可以看到某些行業在發揮「君子」精神上還有很大的改善空間，這意味著這些行業的企業應該將中國儒家的「君子」概念，更好地融入到日常的商業活動中。

另一方面，不同年齡階段的香港市民對於不同行業的評價也有所不同，同樣以一百分為滿分，表二對比了各行業的整體君子得分與不同年齡階段的市民對行業評價的得分和排名。

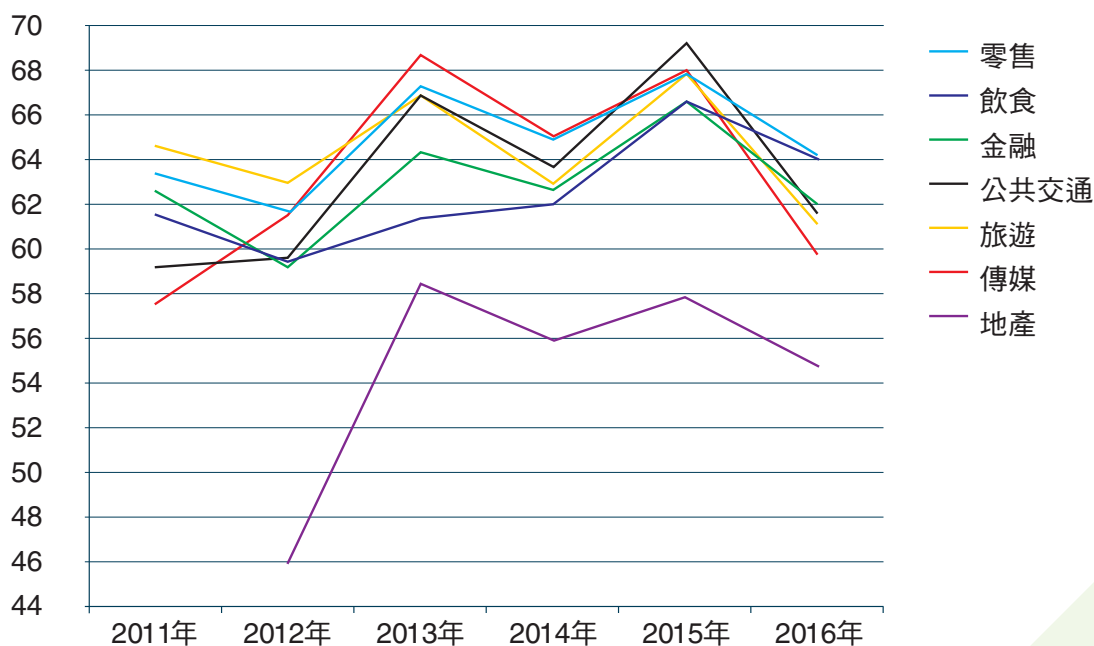
通過得分排名可以看到，本年度「君子分數」得分最高的行業是零售業，其次是飲食業，而新加入的文化創意產業得分也非常可觀，排在第三位。在「君子分數」的基礎上，我們以四十歲的被訪者作為分界線，分別測量四十歲以上同四十歲以下的被訪者對各行業的評價的差異。通過右頁表列可以看到，一些行業中兩個年齡組別的得分排名有明顯差別。例如，在四十歲以上的被訪者心目中，公共交通及服務業得分排名第三（為 64.0 分），而新加入的文化創意產業得分排名第四（為 63.6 分）。另一方面，在四十歲以下的被訪者心目中，公共交通及服務業得分只排名第六（為 61.1 分），而文化創意產業得分排名第三（為 63.1 分）。這表明，四十歲以下的被訪者對新加入的文化創意產業感知較其他行業更深刻，而四十歲以上的被訪者對公共交通及服務業較其他行業更有好感，因此對其評價也較高。值得注意的是，地產業在兩個年齡組別的得分排名沒有差別，而得分都相對較低。這表明，各年齡層被訪者對地產業持負面評價，這值得業界深思。

表二 根據不同年齡階段劃分的行業得分排名

排名	君子分數		40歲以下的被訪者		40歲以上的被訪者行業名稱	
	行業名稱	得分	行業名稱	得分	行業名稱	得分
1	零售	64.3	零售	64.2	零售	66.0
2	飲食	64.0	飲食	63.8	飲食	64.4
3	文化創意	63.4	文化創意	63.1	公共交通及服務	64.0
4	金融	62.0	金融	61.8	文化創意	63.6
5	公共交通及服務	61.6	旅遊	61.6	金融	62.4
6	旅遊	61.2	公共交通及服務	61.1	傳媒	61.9
7	傳媒	59.8	傳媒	59.7	旅遊	60.9
8	地產	54.7	地產	53.4	地產	56.0

回顧 2011 至 2016 年間各行業的「君子分數」，起伏都較大，2015 年各產業的得分達到高峰，2012 年和 2016 年得分持平。通過圖一可以看到，除了 2011 年之外，地產行業（紫色）每年都處於最低位，公共交通（黑色）、傳媒行業（紅色）在各年得分相對波動。另一方面，旅遊行業及傳媒業在本年度的得分是有記錄以來最低，這表明，在香港市民的心目中，旅遊業和傳媒業在本年度的表現相比往年稍為遜色。

圖一 各調查行業在 2011 至 2016 年間「君子分數」的趨勢圖



## 行業分析

### 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 2014 年的價格計算約為港幣 6,309.4 億元，佔香港整體經濟產出的百分之二十八點五。截至 2016 年 3 月，錄得近 966,730 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，與去年 69.2 分相比，降低 7.6 分至 61.6 分，只比首兩屆的得分為高（圖 1）。另外，今年八個調查行業的君子分數十分相近，競爭激烈，公共交通及服務業的君子得分只位居第五，與排列第六位的金融業僅只有 0.4 分之差。

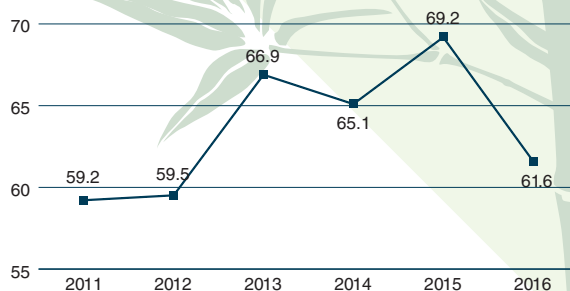
「義」的得分是在五項君子特徵中最高，獲 71.8 分（圖 2.2），亦在八個調查行業中排行第一。「羞惡之心，義之端也。」套用在企業上就是指其經營手法應憎惡向善，相宜合適。從調查結果反映，受訪者認為業界的經營手法有顧及到公眾利益和重視社會企業責任，大部分公共服務機構形象趨向正面和健康。企業在賺取金錢時不忘多關心社會需要，這對企業建立健康和正面的形象百利而無一害。

「禮」、「信」這二項君子特徵的得分比去年同類型調查為高，分別為 70.1 分和 70.4 分（圖 2.3 和 2.5）。從結果可見，在受訪者心目中，公共交通及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。

與眾調查行業的結果比較，公共交通及服務業在「仁」的得分排行第一。然而，其得分較去年同類型調查為低，在五項君子特徵中得分為第二低的一環，僅獲 65.8 分（圖 2.1）。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，以助加強業界「仁」的表現。

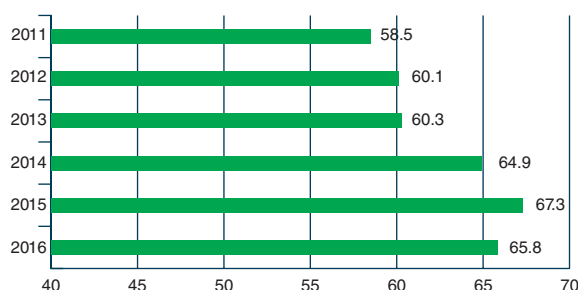
(圖 1)

公共交通及服務業於 2011-16 年間的「君子」分數變化



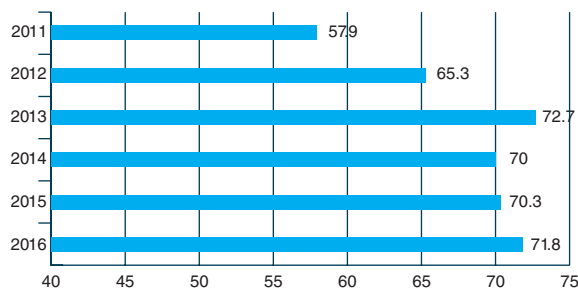
(圖 2.1)

2011-16 年公共交通及服務業「仁」的分數



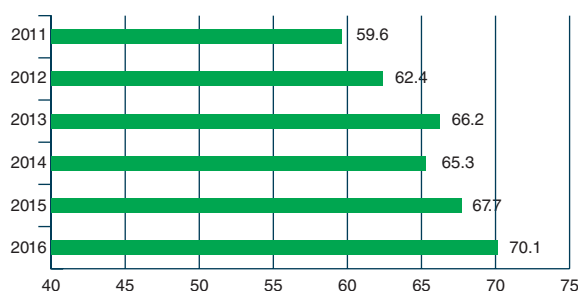
(圖 2.2)

2011-16 年公共交通及服務業「義」的分數



(圖 2.3)

2011-16 年公共交通及服務業「禮」的分數



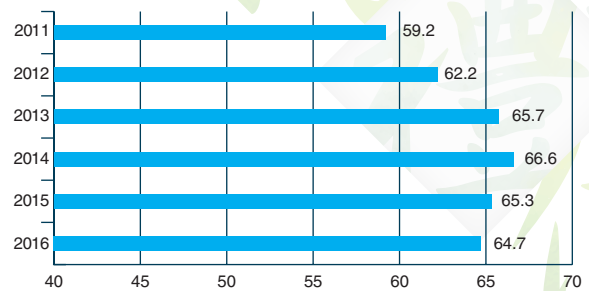


除了「仁」，公共交通及服務業今年在「智」的表現上亦稍為遜色，得分是五德中最低，僅獲 64.7 分（圖 2.4）。本年度分數比去年略低，也是近四年調查中最低。綜觀 2016 年，一些公共服務業機構在處理突發事件上應變能力或許未能滿足市民的期望，這或許可解釋公共交通及服務業在今年調查中「智」的分數下跌的其中一個原因。若業界能改善處理突發事件的手法，定能在來年君子企業調查取得更好的成績。

總括而言，公共交通及服務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，當可在明年君子企業調查中更進一步，甚至問鼎最崇高的商道典範大獎。

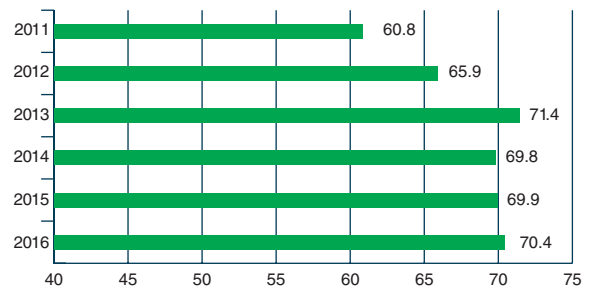
(圖 2.4)

2011-16 年公共交通及服務業「智」的分數



(圖 2.5)

2011-16 年公共交通及服務業「信」的分數



## 地產業

香香港地少人多，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，隨著香港人口不斷增加，對住屋需求愈來愈大，房地產的交易金額也以倍數增加。因此，地產業促進了香港的經濟發展，也成為香港其中一個重要的經濟支柱。

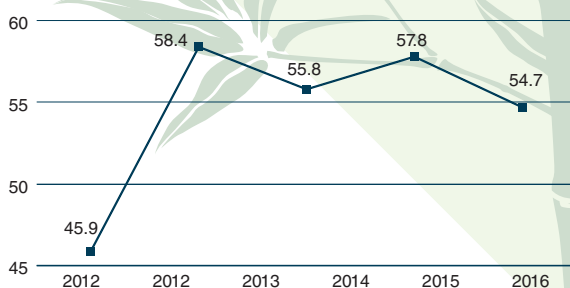
近年來，香港一直經歷低息及高通漲率等經濟環境，加上政府提供的土地原來就少，樓價一直居高不下。政府於 2011 年開始「出招」，如勾地表、推地和收緊按揭成數等措施同時生效。外圍熱錢的繼續流入令樓價在 2012 年超越 1997 年水平，政府再嘗試以「雙辣招」和「港人港地」等政策令樓市降溫，但成效不彰。

香港的經濟在這兩年因為政治及各種長遠未能根治的問題，情況一直不樂觀，不少行業傾向使用具爭議性的手法營運，被揭發的更令外界對其失去信心，而當中也包括早已傳出多宗負面新聞的地產業。在是次君子企業調查結果中，地產業得分跟去年一樣是八個被調查的行業中排名最低，一百分中只取得 54.7 分（見圖 3），五德的得分也是行業中較低。這相信是因為地產行業的收益相對較高，為了賺取更高的利潤，地產商傾向使用具爭議性的銷售手法，以求增加業績。在樓價居高不下，租金不斷上漲的環境下，市民普遍對地產行業有所不滿，這可從分數上得知。

「智」和往年一樣是地產業在五德中表現最好的一項，獲 66.8 分（見圖 4.4），於整體表現處於中下的地產業來說，是難得一見能超越其他某幾個行業的一項。「智」包含的元素是決策力，智慧，思考以及分析力。在香港經濟處於低迷的環境中，地產商依然能保持一如既往的可觀收益，樓價沒有因為消費者購買力降低而大幅降低，可見此行業人士十分清楚港人對住屋需求之大，並小心為樓宇定價，調整營商手法以配合市場需要。卓越的洞察力、分析力以及快速的應變手法，可能使地產業在「智」得分較高的原因。

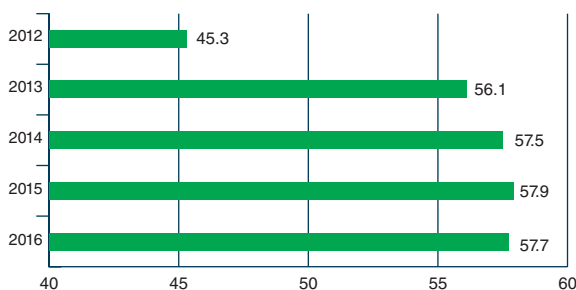
(圖 3)

地產業於 2012-16 年間的「君子」分數變化



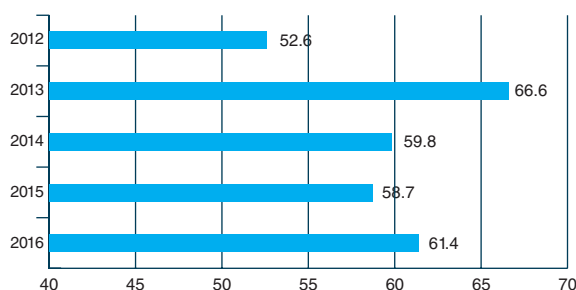
(圖 4.1)

2012-16 年地產業「仁」的分數



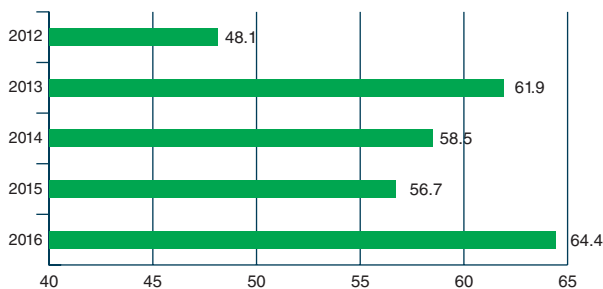
(圖 4.2)

2012-16 年地產業「義」的分數



(圖 4.3)

2012-16 年地產業「禮」的分數



「禮」是地產業在五德中得分第二高的項目（64.4分）（見圖 4.3）。所謂「禮」，是指行業能平衡自身及消費者的利益，達致雙贏局面。縱使地產業在「禮」的表現在五德中排行第二高，但與其他七個行業相比，其得分則是最低。此項更是其他七個行業中大都能取得 70 分以上的一項。由此看來，地產業普遍被消費者認為其高益政策令商戶在維持收支平衡時感到吃力，這反映出業界未能好好平衡消費者、小商戶和自身利益。

在「義」和「信」方面的得分分別為 61.4（見圖 4.2）和 60.1（見圖 4.5），兩者非常貼近。雖未達到五德得分的最高，但相較去年已有顯著的提高。這表明，地產業在過去的一年內，調整自身的經營戰略，降低了消費者內心對其的負面評價，增加了對地產業的信心。

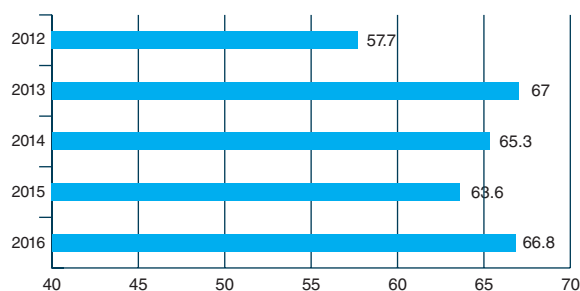
於五德中，地產業得分最低一項為「仁」，只獲 57.7 分（見圖 4.1），「仁」是代表體諒別人的同情心，及管束好自身的私慾。過高的樓價使很多人無法「上車」，在樓價居高不下及其他經濟環境影響下，生活環境愈來愈困難，使港人對香港前景失去信心，而地產商不懂體恤消費者困難的負面形象，也使其在「仁」方面得分最低。

地產業的君子分數自 2012 年加入被調查行業以來一直比其他行業低。雖然在 2013 年從 45.9 分大幅升至 58.4 分，是個非常大的進步，然而地產業的負面新聞屢屢傳出，成為其於「君子」方面發展的一大障礙，近兩年一直徘徊在 60 分以下，今年也不例外，從去年的 57.8 分跌至 54.7 分，為調查記錄以來的第二低。

整體而言，地產業的五德普遍較去年為高，但所有分數與眾多行業相比仍是較低，君子分數亦是如此。雖然地產行業的發展和收益都教旁人羨慕，但其營商手法卻不獲大眾認同。如果地產商可以多考慮和其他行業互相配合，平衡自身與小商戶、市民之間的利益，降低租金和樓價，使小商戶有足夠的生存空間，以助香港社會經濟發展，相信地產業將來在「君子」的表現定會趕上其他行業，一起並稱「君子企業」。

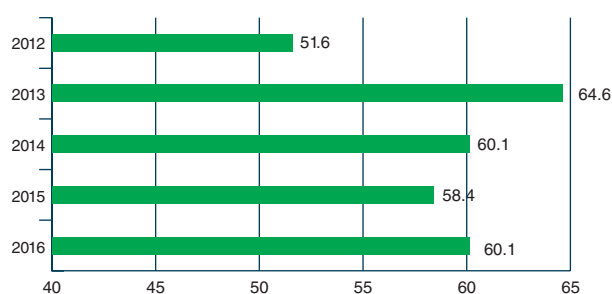
(圖 4.4)

2012-16 年地產業「智」的分數



(圖 4.5)

2012-16 年地產業「信」的分數



## 零售業

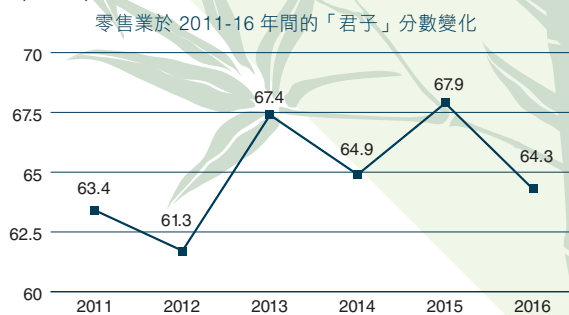
有賴香港的歷史和地理環境，香港是世界其中一個世界聞名的轉口港。除了為香港帶來龐大的經濟收益外，更為香港帶來琳琅滿目的世界各地貨品，使香港得到「購物天堂」的美譽。零售業一直為香港市民一個主要的消費和購物渠道。按香港政府統計處公佈的最新調查數字顯示，2016年7月的零售業總銷售價值的臨時估計為港幣346億元。即使按年下跌7.7%，這龐大的數字依然反映出香港的零售市道暢旺。消費者生活中經常與超市和百貨業等不同的零售商接觸，因此業界的表現是否具備君子之風範，將直接影響消費者的福祉和利益。

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67.9，到踏入今年的第六屆，零售業的君子分數下跌至64.3分（圖5），雖然分數比去年低，但在八個調查行業中排行第一。這表示在香港市民心目中，零售業仍擁有較佳的君子特徵。

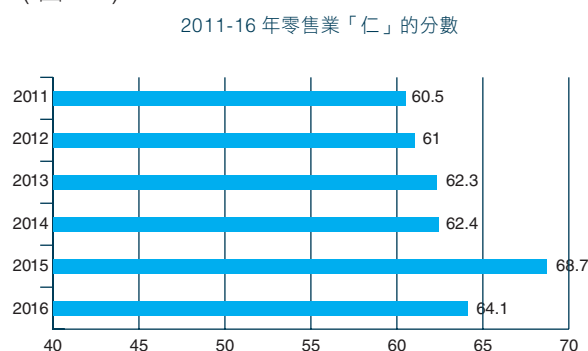
「義」為零售業中得分最高的一項，得70.3分，在八個行業中排行第三。回顧六年零售業在「義」一項的得分，於2013年和2015年表現較好，其後微降至2016年的70.3分（圖6.2）。「義者宜也。」行義的方法就是做相宜，正確的事。所謂「君子愛財，取之有道。」倘若財富是用不正當的方法取得，即可視為不義之財，君子是應該唾棄的。

2016年的受訪者認為零售業的「禮」表現較2015年有所改善，得分亦為六年中最高，達70.0分，可見受訪者對業界的改善是肯定的（圖6.3）。消費者在日常生活中必然會與超市和百貨公司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零售業同仁的必修課。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。

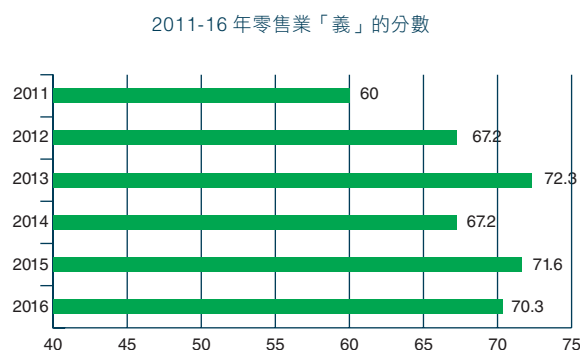
(圖 5)



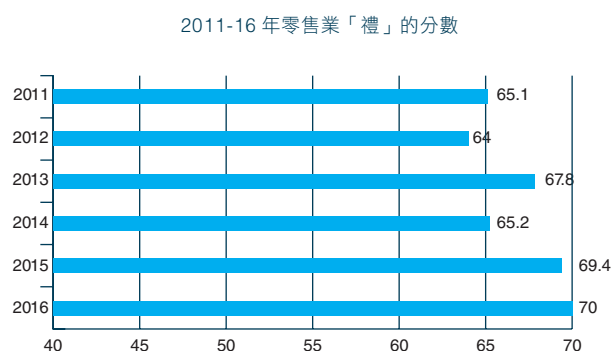
(圖 6.1)



(圖 6.2)



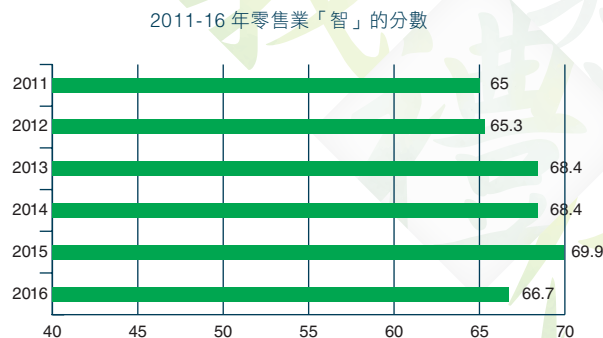
(圖 6.3)



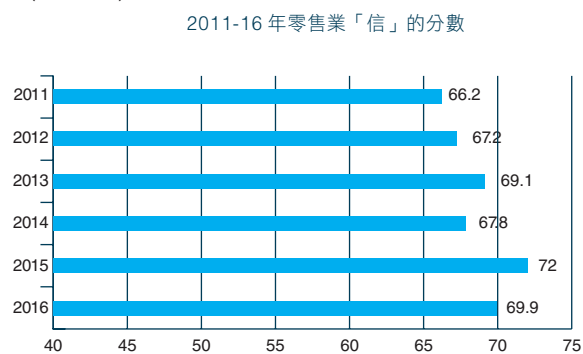
零售業在「仁」、「智」、「信」這三項君子特徵中所取得的分數，較往年的調為低，分別為 64.1、66.7 和 69.9，其得分於眾調查行業中處於中游的水平（圖 6.1、6.4 和 6.5）。零售業要維持較佳的君子排名，「仁」、「智」、「信」都是需要改進的重要環節。從結果反映，業界可能需要：（一）多替顧客設想、主動關心員工和積極參與社會公益事務；（二）加強處理突發事件的能力；以及（三）加強履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信表現。

估計於未來數年，零售業將進入寒冬期。與此同時，遊客人數及消費亦逐漸減少，這對業界構成了沉重的營運壓力及負擔。但是，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，零售業仍可維持眾行業之首。

(圖 6.4)



(圖 6.5)



## 金融業

香港是亞太區內最重要的國際金融中心之一。同時，金融業為本港商界的一個重要產業。根據香港政府統計處的最新數字，在2016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。

根據本年度之君子企業調查結果，金融業的得分於八個調查的行業中排行第四；在100分滿分中取得62.0分，僅高於公共交通及服務業（61.6）、旅遊業（61.2）、傳媒業（59.8）及地產業（54.7）。回顧過去六年的數據，相比起其他得分較高的調查行業，金融業的分數只能卡於中游甚至下游，這可能是因為金融業於普羅大眾心目中根深柢固的牟利形象。金融業在過去五年間的分數變化見圖7及圖8。

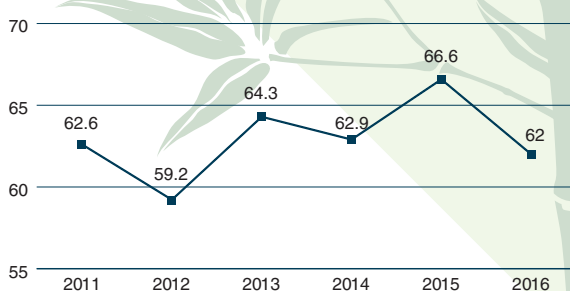
「禮之用，和為貴。」今年金融業在「禮」方面的表現於五德中排行第一，得72.1分，表現比去年大幅上升了5.4分，這表示金融業懂得平衡各方利益和追求雙贏，這是非常正面的結果。

「民無信不立。」金融業提供不同的理財、保險、融資和資產管理服務給顧客，誠信應是企業最重要的資產。可幸的是，今年金融業在「信」方面的表現於五德中排行第二，得71.9分。比去年的67.3分，上升了4.6分。期盼金融界的企業繼續以與顧客建立互信關係為重要任務。

「不義，神、人弗助。」簡單來說，行為不義的話，天和人都不會出手相助的。本年金融業在「義」和「智」方面都比去年進步了一些。但是，相比起其餘七個調查行業得分依然偏低。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。若只懂得貪圖不「義」之財，實為不「智」。

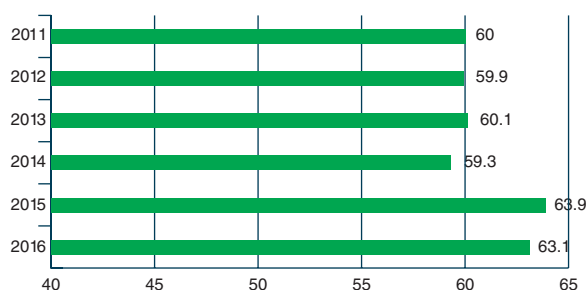
(圖 7)

金融業於2011-16年間的「君子」分數變化



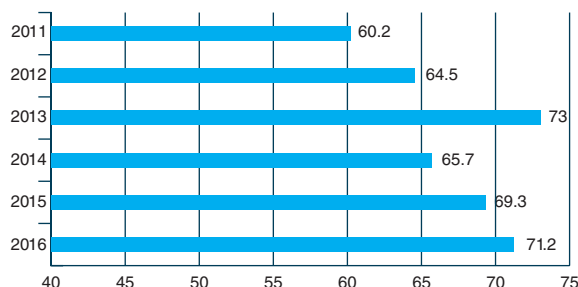
(圖 8.1)

2011-16年金融業「仁」的分數



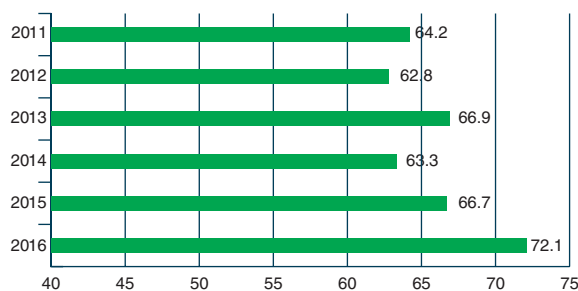
(圖 8.2)

2011-16年金融業「義」的分數



(圖 8.3)

2011-16年金融業「禮」的分數

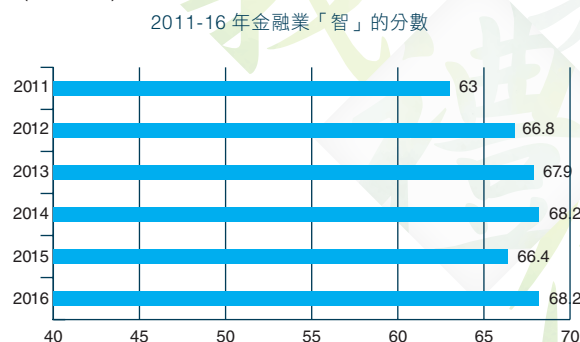


最後，今年金融業於「仁」的表現最為失望，在五德中排行榜末，跌 0.8 分至 63.1，並在八個調查的行業中排行第五。由此可見，市民普遍認為金融業界未有充份表現出應有的同情及同理心。

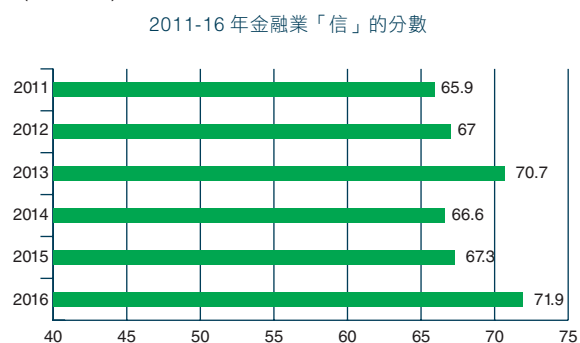
雖然本年金融業在其中四個德目的表現有改善，但是「仁」的表現卻令人失望。縱觀金融業的六年數據，以 2011 年為基數（62.6），2012 年金融業的「君子」分數最低（59.2），而 2016 年的表現是六年之中的第二低（62.0），在眾多調查行業中也只屬中游。說明市民大眾的目光是雪亮的，也引證了「君子五德，缺一不可」這個道理。

我們希望業界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，多關心弱勢社群，真心履行更多企業責任，相信能夠逐漸改善市民對金融業的觀感。企業不能只着重宣傳包裝，而缺乏實質的行動。只有堅持君子之道，更多屬於金融業內的企業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，甚至問鼎最崇高的商道典範大獎。

(圖 8.4)



(圖 8.5)





## 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，出外用膳已成為香港市民一項慣常消費活動。根據香港政府統計處公佈的最新季度食肆收入調查結果，單在2016年的第二季度，食肆總收益價值的臨時估值約為港幣260億元，按年上升3.1%。與此同時，食肆購貨總額臨時估計為86億元，按年上升0.6%，相比2015年同季稍微下跌0.2%。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。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。飲食業過去六年間的分數變化見圖9及圖10。

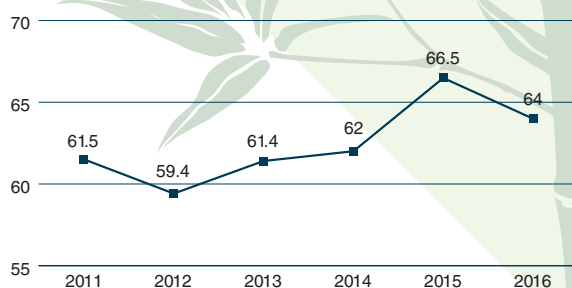
飲食業作為服務業的一員，待客有禮自然是對食肆的基本要求。現今食客對飲食業的要求越來越高，食肆提升服務質素是大勢所趨。今屆飲食業在「禮」的得分比去年高7.8分，得72.2分，為六年最高，也是本年度的五德得分中最高項目。這顯示市民基本上滿意飲食業的服務態度，比以往的年份有所改善。一次美好的用餐體驗除了要食物美味，還要服務員的服務態度良好、殷勤有禮，才能令食客稱心滿意。

食品的安全和衛生對飲食業最為重要。今年飲食業在「信」這項君子特徵的得分為67.5，是六年得分的最高分。「信」的評分在六年間有上升的趨勢，而本年度的得分相比上年也略有上升。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往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」的得分也回升至67.5分，是六年內的第二高分。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有所改善。

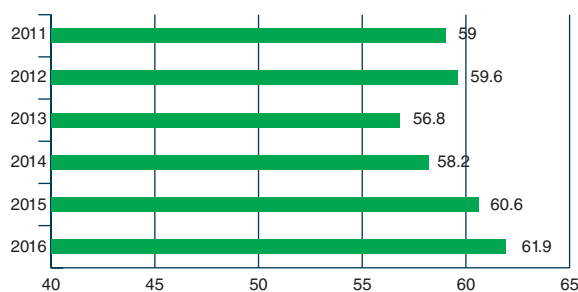
(圖 9)

飲食業於 2011-16 年間的「君子」分數變化



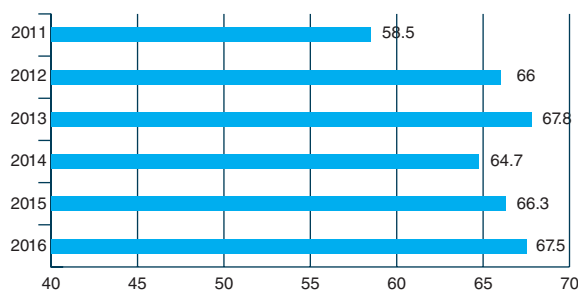
(圖 10.1)

2011-16 年飲食業「仁」的分數



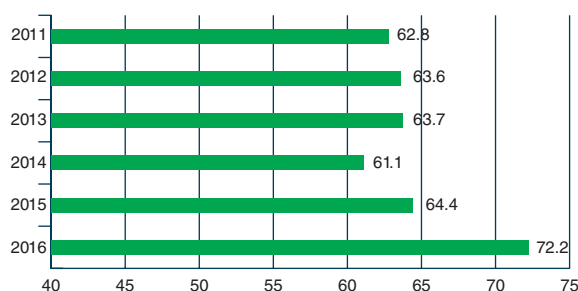
(圖 10.2)

2011-16 年飲食業「義」的分數



(圖 10.3)

2011-16 年飲食業「禮」的分數





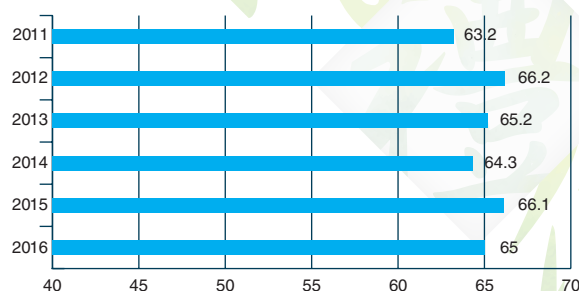
「智」即聰明善變，能按照市場需要作出調節。對於飲食業，巧妙的運用手上資源迎合顧客多變的口味皆為智的體現。本年度飲食業於「智」得 65 分，比去年低 1.1 分。相比起其餘七個行業，飲食業在「智」的表現稍顯遜色，只處於中游位置。說明飲食業在未來的經營中，要更加靈活的適應市場需求，尋求與消費者之間合理的雙贏策略，才能讓「智」的得分上揚。

「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 61.9 分，遠高於過去五年內的所有得分。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（35 元以上）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。這些舉措無疑令受訪者對飲食業的好感提升，認為業界表現出仁者風範。

總括而言，飲食業在本年度的得分有所下降，但在眾行業中還是有不俗的表現。業界仍需要「加把勁」，特別在「仁」、「義」和「智」上下點功夫，繼續提升香港市民普遍對飲食業的觀感。期望明年的調查，飲食業的君子分數能有長足的改善，使更多的企業列入君子企業的行列，為香港市民和企業本身創造更大的商業價值。

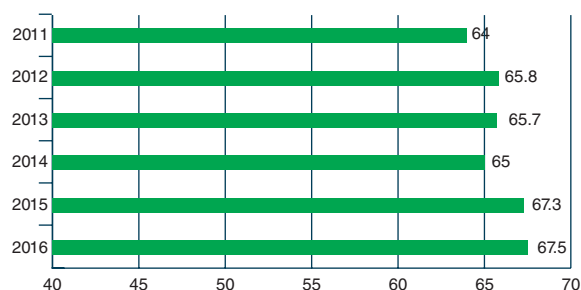
(圖 10.4)

2011-16 年飲食業「智」的分數



(圖 10.5)

2011-16 年飲食業「信」的分數



## 傳媒業

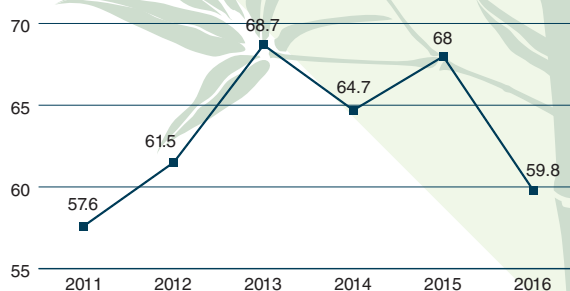
香港市民之所以能對四面八方的消息瞭如指掌，全依賴本地蓬勃的傳播媒介行業。市民渴望獲知新聞及消息，促使本港傳播媒介行業對外開放，發展欣欣向榮。新聞界和廣播界享有充分表達觀點的自由。截至2015年8月31日，本港傳播媒介除有54份日報和679份期刊（當中包括多份電子報章），還有三家本地免費電視節目服務持牌機構、三家本地收費電視節目服務持牌機構、十八家非本地電視節目服務持牌機構、政府電台，以及四家聲音廣播持牌機構。以此等規模而言，傳媒業在香港的發展可以算是十分蓬勃。為此，我們的調查涵蓋所有媒介，當中涉及多間知名的報館、雜誌社、電視、電台和電子傳媒。

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。本年度的君子分數整體為59.8分，相對於上年度的分數，下跌8.2分之多（見圖11）。近年，報紙銷量和廣告收入均下降，業內缺乏資源去做更佳的報道，一定程度上也影響了市民對傳媒業君子整體分數的評價。

本年度「義」的得分為68.3分（見圖12.2），比去年下降了0.6分。除了君子分數之外，傳媒業所有得分都超過60分，分佈非常平均。當中在「義」的得分有68.3分，跟過去三年差距不大，在五德得分中排行最高。相比去年的得分有些許下跌，但仍能保持高位，相信是因為業界有盡作為傳媒的責任。無論是香港還是世界各地發生的大事，香港的傳媒總會冒著各種危險到訪事發地點，盡量在第一時間為市民帶來最新消息，好讓市民短時間內得知他們所關心的事情發展。他們「義」不容辭的精神得到市民的欣賞和認同，因此得到的分數也反映「義」是傳媒業在外界眼中最具代表性的一德。

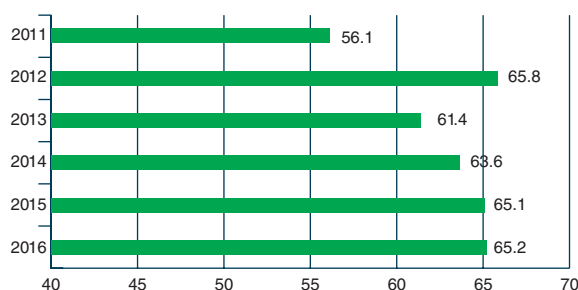
(圖 11)

傳媒業於2011-16年間的「君子」分數變化



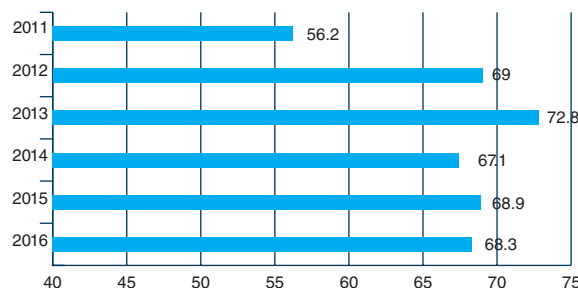
(圖 12.1)

2011-16年傳媒業「仁」的分數



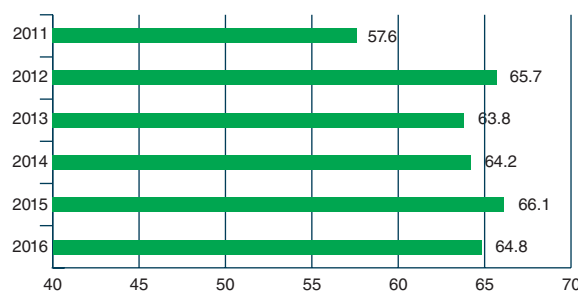
(圖 12.2)

2011-16年傳媒業「義」的分數



(圖 12.3)

2011-16年傳媒業「禮」的分數



五德評分中排行第二的「信」獲得 67.2 分 (見圖 12.5)。一個行業要贏得外界的信任，除了需要行內者的實力，也要相應的誠意。五德中的「信」於傳媒業可解作公信力，也就是消息的可信性和說服力；是決定行家在業界能否創出實績的一大關鍵。蒐集真實可信的情報，把真相公正，不偏不倚地呈於市民面前，才是有公信力的傳媒，反而娛樂性為其次要素。只有讓市民得到準確無誤的信息，才是傳媒業最大的責任，也是此行業存在的最大價值。

傳媒業在「智」方面的得分是五德得分中最低的一項。相較往年的歷年得分都有一定差距。「智」是傳媒業經營的核心，作為一個第一手獲取信息、傳播咨訊為主要工作內容的行業，要求傳媒業的各個企業要具備智慧、分析、判斷、創造、及敏銳洞察的能力。本年度「智」方面的較低得分表明了，市民認為傳媒業在上述方面的表現都差強人意。其中的原因包含主觀及客觀等許多方面，但企業倘若想在業內建立「有智慧」的形象，就須不斷創立更方便、更客觀市民接收消息的貼身渠道，培養明辨是非的洞察力，為市民提供更多可靠有意義的訊息。

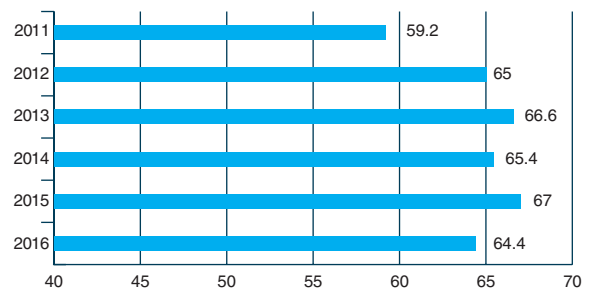
今年傳媒業在「禮」的得分是 64.8 分 (見圖 12.3)，比去年下降了 1.3 分，不算是重創。「禮」在這裡指的是平衡知情者和事主之間的利益。知情權和私隱權存在矛盾，照顧大眾需求同時不侵犯新聞主角的私隱，一直都是傳媒業要面對的難關之一。雖然困難，然而如果達到互相尊重，事件裡的相關者不受傷害或困擾，觀眾又可以看到事實的全部，傳媒因為觀眾的正面反應而得益，絕對是最理想的局面，傳媒業應該以此為目標，自我檢討。

本年度傳媒業在「仁」的得分是 65.2 (見圖 12.1)。升幅非常輕微，只有 0.1 分之差，但不斷的進步值得鼓勵。最近的新聞大事一般都是令人擔憂未來的事情，但有些傳媒同時報導社會上溫暖的人性小故事，鼓勵市民用積極心態面對問題，間接也令市民感受到彼此正在共同努力的事實。反映其他人的仁心也是一種「仁」，這也是傳媒業在「仁」的得分能夠維持水平的原因。

總括來說，雖然香港傳媒業在本年度的表現不及往年突出，但在市民心中依然保有正面形象。除了應該試著尋找「沒有一方會損失」的取材手法，傳媒業更要致力於創造優質報導方面，集中以合適合理的方式，報導市民最想知道的事情，為香港市民更有效率地傳播資訊。

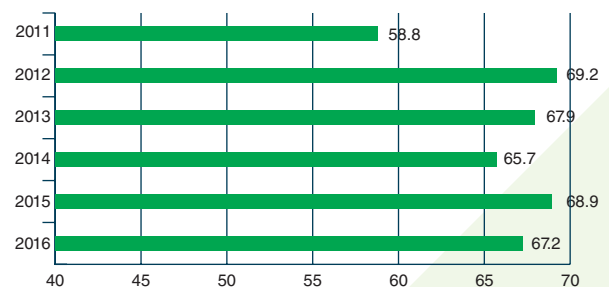
(圖 12.4)

2011-16 年傳媒業「智」的分數



(圖 12.5)

2011-16 年傳媒業「信」的分數



## 旅遊業

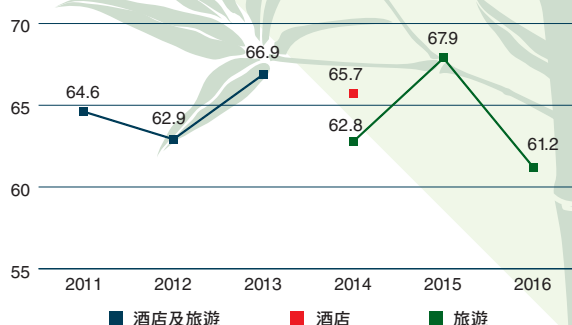
旅遊業是香港經濟支柱行業之一，亦是香港外匯收入的重要來源。旅遊業包括旅行社、航空公司和主題樂園等企業，專為消費者提供相關的旅遊產品和服務。根據政府統計處資料，2016年1月至7月間約有3221萬人到港旅遊，比去年減少6%。但是，隨著近年航空公司推出平價機票，以及受惠於外國貨幣疲弱，本地居民外遊的人數卻持續增長。按出入境管制站劃分的離港本港居民資料顯示，2016年1月至7月間約有5290萬人次，較去年上升3.6%。另外，根據香港旅遊業議會的統計資料，本港旅行社外遊團業務比前年增加7.9%。由此可見，旅遊業與香港經濟發展息息相關，業界的表現亦對市民的生活有著貼身的影響。除了以數字反映市場的實況，我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。

市民對於2016年旅遊業「君子」的得分只有61.2分，比2015年最高的67.9分下跌了6.7分（見圖13），可見市民對旅遊業的「君子」認同度下降。在八個調查行業當中排行第六，僅高於傳媒和地產業。只有兩間來自旅遊業的企業獲頒今年的君子企業獎。

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」的得分為五德中最高（見圖14.5），有69.1分，較去年高0.1分，但遜於金融業、公共交通及服務業、零售業及文化創意產業。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。當顧客在外地遇上困難時如惡劣天氣或恐怖襲擊，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。

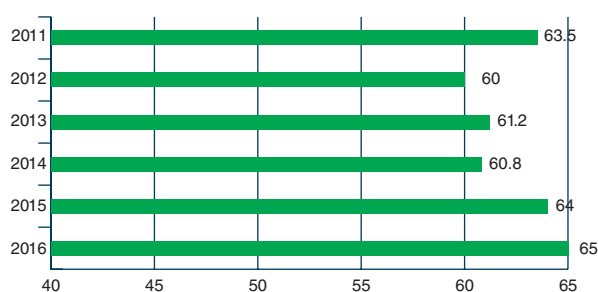
(圖 13)

酒店及旅遊業於 2011-16 年間的「君子」分數變化



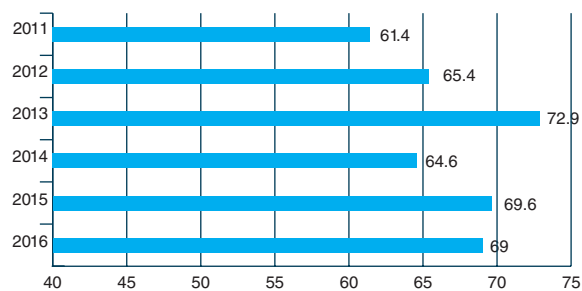
(圖 14.1)

2011-16 年旅遊業「仁」的分數



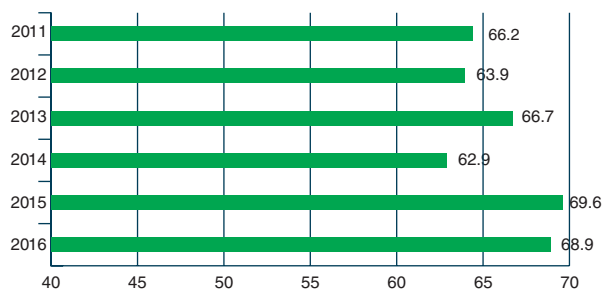
(圖 14.2)

2011-16 年旅遊業「義」的分數



(圖 14.3)

2011-16 年旅遊業「禮」的分數



「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分（見圖14.2），比上年低0.6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，如利用自身中西薈萃的特色和文化，這一點是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，業界更需推陳出新，令香港重拾昔日的明珠光彩。

旅遊業在「智」的得分只有68.3分（見圖14.4）。在訪港旅客人次減少，外圍經濟因素導致購買力減弱和區內競爭加劇等情況下，有業內人士提出政府不應純粹追求旅客人數增長，而需要以吸引高消費過夜旅客為目標。面對逆境，旅遊業在「智」的表現顯得非常重要。另一方面，香港市民選擇「自駕遊」或「自由行」的人數比參加旅行團的人數為多，旅客亦傾向選擇自主度較高的服務，比起緊密和多樣化的行程，「主題遊」或「優哉游哉」等深度行更受歡迎。有調查發現港人喜歡透過電子媒體瀏覽旅遊內容及訂購旅遊產品。因此，業界更需要運用智慧，設計滿足不同需要的行程，因應市場變化迎合大眾多變的喜好。業界亦可透過電子平台，推廣和支援旅客，以滿足顧客的不同需要。

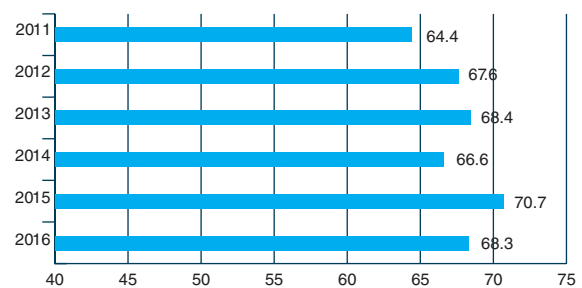
本年度旅遊業在「禮」一項，只得68.9分（見圖14.3）。分數較往年為低，這可能因近年顧客對服務的期望提高，使員工工作壓力增加，導致未能以禮相待有關，再加上接連的航空交通延誤或脫班事故，使消費者對旅遊業的印象大打折扣。因此，業界應為本地及外地遊客提供最合適的服務，多替顧客設想，提升服務水準。若旅遊業同仁努力把關，保持禮貌和尊重顧客，就能成就香港「好客之都」的美譽，使旅客有賓至如歸的感覺。

本年度旅遊業「仁」得65分（見圖14.1），為五德中最低的一項。但今年得分是歷屆最高，僅次於公共服務及傳媒業，表現有進步。希望旅遊業繼續發力，主動關心員工和積極參與社會公益事務，展示儒商應有的行為。

最後，業界需要留意，消費者對「君子」的標準似乎不斷地轉變。旅遊業要達到較佳的君子排名，「仁」、「智」和「禮」都是需要改進的重要環節。

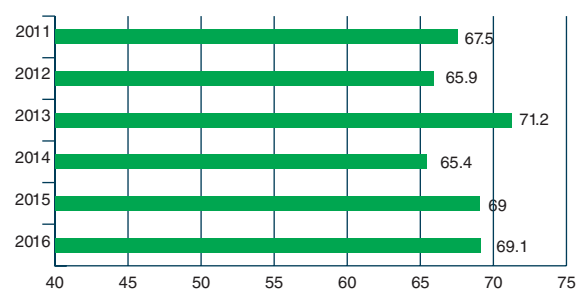
(圖 14.4)

2011-16年旅遊業「智」的分數



(圖 14.5)

2011-16年旅遊業「信」的分數





## 文化創意產業

文化及創意產業是香港最具活力的經濟環節之一，其產業通過創意及以智力資本為基本投入要素，進而生產出文化、藝術和創意內容的產品和服務。根據香港政府統計處的定義，香港的文化創意產業主要包括藝術品、古董及工藝品、文化教育及圖書館、檔案保存和博物館服務、表演藝術、電影及錄像和音樂、出版、軟件、電腦遊戲及互動媒體、設計、建築、廣告和娛樂服務。

按本年度君子企業調查的結果顯示，文化創意產業獲取的君子分數在八個接受調查的行業中屬於分數較高的行業。以 100 分為滿分，文化創意產業今年的得分為 63.4 分，在八個行業中排名第三，表示市民對文化創意產業的君子特質印象良好。今年總共有兩間來自文化創意產業的企業獲得君子企業獎，分別是三聯書店（香港）有限公司及牛津大學出版社有限公司，表示它們在香港市民心目中堪稱為君子企業的代表。

文化創意產業在「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這五項君子特徵中所取得的分數，跟八個行業的平均值大致接近。分數分別為 65.6、67.8、65.8、63.4 和 69.3。在五項君子特徵中，文化創意產業在「信」方面相對得分最高。從結果反映，在香港市民的心目中，文化創意產業較具信譽，包括履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信表現。

第二得分最高的是「義」這一項目。反映在香港市民的心目中，文化創意產業的經營手法一般都是較合乎道義和較為正直的，而且香港市民都好少見到有關該產業的消極新聞報導。「禮」方面的得分為第三高。業界如能多替顧客設想、保持禮貌和尊重顧客且以多贏及互助互利為營商宗旨，必能在這方面獲得更高分數。「仁」則是五項文化創意產業君子特徵中得分相對較低的一環。業界可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，以加強企業「仁」的表現。

相對而言，文化創意產業在「智」的表現上最為遜色，只得 63.4 分，是五項君子特徵中得分最低的一環。究其原因，可能是香港市民一般認為業界並不是精明和有遠見的。顯而易見，業界仍須多加努力做好長遠規劃，推進整個文化創意產業的發展。

總括而言，文化創意產業的君子表現在八個接受調查的行業中處於中上游位置，表現值得嘉許。我們相信只要能繼續堅持君子之道，屬於文化創意產業內的企業，定當在未來能更進一步，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。

## 整體分析

從過往四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，數值範圍由 0.82 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。從過往四年的君子企業調查數據顯示，「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。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。

通過對「五德」和「君子」的綜合得分分析，我們計算出今年的「恒管香港商業道德指數」為 62.2 分（滿分為 100 分），比 2015 年 66.3 分、2014 年的 62.8 份及 2013 年的 64.9 分為低。這表明，市民認為今年各行業的企業的整體表現相比往年差強人意，尤其是傳媒及公共交通服務行業降幅較大。雖然今年各行業的得分都有所下降，但零售業及飲食業相比其他行業仍然得到市民的信任，在調查中得到較高的分數。

除此之外，我們分析了企業的「君子」表現與消費者購買意欲的關係（圖二），不同機構的得分與該機構所在行業的得分之間的關係（圖三）。

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 0.271 至 0.547）。總括來說，企業的「君子」表現與消費者的購買意欲有著十分顯著的正相關關係。這表明，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購買意欲。

（圖二） 「君子」對消費者購買意欲的影響



將首輪調查中每一個行業不同機構的平均得分，與機構所在行業的總分進行相關性分析，可以發現除旅遊業之外的其他七個行業裡，兩者相關性十分顯著。這表明，被訪者對不同機構的評價與該行業的整體評價相一致。然而旅遊業的各機構平均得分與其行業總分的相關性值極低，而且相關關係也不顯著。這可能由於旅遊行業中，不同公司之間的服務質素參差不齊，導致被訪者對整個行業的評價和不同公司之間的評價差異較大。

# 君子企業調查報告

(圖三)

不同機構的得分與該機構所在產業的得分之間的關係



\*\*P 0.01

如前所述，在本年度的調查問卷中，我們增加了一項對各個行業的整體評價的問題。通過對此問題的分析，我們得出了被訪者心目中的各行業的整體得分，為了有效區分前文的「君子分數」，我們將這套直接通過問題而得出的行業得分，命名為「君子之風分數」。由於計算方法不同，「君子之風分數」上述的「君子分數」也有些許不同。因此，在整體排名及不同年齡階段的排名也有所不同。導致不同得分的原因可能在於，被訪者對於各個企業的認知與對該企業所在的行業的整體認知上存在差異。下表顯示了在「君子之風分數」的基礎上，各行業的整體得分排名與不同年齡階段的行業排名的不同之處。

表十一 根據本年度的新方法而得出的不同年齡階段劃分的行業得分與排名

排名	君子之風分數		40歲以下的被訪者		40歲以上的被訪者行業名稱	
	行業名稱	得分	行業名稱	得分	行業名稱	得分
1	公共交通及服務	63.8	文化創意	65.9	公共交通及服務	64.9
2	飲食	63.7	飲食	62.9	飲食	64.5
3	文化創意	62.4	公共交通及服務	62.4	旅遊	63.4
4	旅遊	62.2	旅遊	60.7	零售	63.3
5	零售	61.4	零售	59.1	文化創意	59.6
6	傳媒	55.3	傳媒	54.9	金融	56.3
7	金融	53.5	金融	50.0	傳媒	55.7
8	地產	45.0	地產	41.8	地產	47.7

## 「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及2012年獲君子企業金獎的機構的平均分數，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。

本年度的調查沿用去年的頒獎準則，不設「五德」獎項（即「仁獎、義獎、禮獎、智獎、信獎」）。究其原因，是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，而忽視了其它的德目。



## 2016 年君子企業調查及獎項得獎公司名單

### 君子企業典範獎

CEC 國際控股有限公司 (業務品牌：759 阿信屋)

恒生銀行

威立雅交通中國 (業務品牌：香港電車有限公司)

### 君子企業獎

Coffee Concepts (Hong Kong) Limited (業務品牌：Starbucks Coffee)

Priceline Group (業務品牌：Agoda)

一田有限公司

三聯書店 (香港) 有限公司

天星小輪有限公司

牛津大學出版社 (中國) 有限公司

迅銷公司 (業務品牌：UNIQLO)

怡和集團 (業務品牌：宜家家居)

香格里拉 (亞洲) 有限公司 (業務品牌：香格里拉大酒店 Café Kool)

香港上海匯豐銀行有限公司

香港洲際酒店

海逸國際酒店集團 (業務品牌：九龍酒店倚窗閣 The Window Café)

國泰航空有限公司

無印良品 (香港) 有限公司

(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)

### 公司理念

759 阿信屋以「產地直送」平衡進口模式，直接從全球六十多個國家及地區進口貨品，為本地消費者搜羅更多質優價廉的選擇。隨著公司業務發展，「759 阿信屋」的分店數目已增至約 260 間，選址深入民居，主要分佈於全港各個住宅區；售賣的貨品為零食、飲品、糧油雜貨、急凍食品、個人護理用品及化妝品、寵物食品、廚具、嬰兒用品、家庭用品等。「759 阿信屋」之名字取自母公司「CEC 國際控股有限公司」的香港交易所上市編號及日本電視劇《阿信的故事》，希望以堅毅的態度做好街坊生意，為顧客提供悠閒的環境及稱心的服務，目標是引入各地的特色貨品，使顧客能享受日式店面的購物環境及氣氛。

### 商業道德實踐分享

自 2010 年創立至今，759 阿信屋一直堅持「薄利多銷」的經營原則，採用程式訂價，全部貨品均以均一利潤率出售，把減省的成本回饋顧客，切實地帶來更多日常生活上的選擇。759 阿信屋非常重視經營效率，有效之營運使我們能向客戶提供更具競爭力之價格。至於市場營銷方面，我們堅持「零廣告預算」政策，只透過互聯網平台作產品的推廣及宣傳。我們相信作為日常消費品零售商，具競爭力之價格較高尚之品牌形象更為重要。這六年以來，759 阿信屋我行我素，致力控制經營成本，讓售價維持在普羅大眾認為合理的範圍內，希望大眾可以從家庭用品、食物等最細微的地方接觸到不同國家的生活文化。759 阿信屋作為一家上市公司，需要向員工、顧客、融資銀行、供應商、商舖業主及股東投資者各持份者負責，我們而言，在商言商之同時，亦需重視商業道德、履行企業責任以及顧及對社會產生正面的影響。

## 得獎感受

我們感到非常榮幸能再次在「君子企業調查及獎項」中獲獎，非常感謝主辦單位及調查員的努力。在「君子企業調查」中，大會以「五德」為標準制定問卷，將儒家概念與西方商業理論結合，提出一個看待營運手法的新角度。我們對於在這個嚴謹而且具代表性的學術項目中一再備受肯定感到非常欣榮，並會以此為動力，繼續提升服務態度。事實上，「君子企業調查及獎項」查更是一個讓業界重新思考「商業道德」的機會，令我們思考更多賺錢以外的價值，亦能令參與調查的學生——將來投身商界的年青人——得到切身處地的機會，思考「商業道德」的可能性及重要性。

## 展望將來

在未來的日子，我們會繼續以「薄利多銷」的模式經營，從世界各地引入特色貨品，為顧客帶來更好的購物體驗，更多不同的選擇。以「五德」中的「禮」為目標，在賺錢的同時又可以平衡多方利益，做到真正的「多贏」及「互助互利」。





## 君子企業典範獎



恒生銀行

### 公司簡介及理念

恒生於 1933 年創立，是具領導地位的本地銀行，為香港最大的上市公司之一，亦為滙豐集團之主要成員。「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的人民幣服務。在香港，我們擁有約 250 個服務網點，網絡遍佈港、九、新界，為客戶提供貼心、全面及優質的銀行服務。

恒生銀行植根香港逾 80 年，為逾半居港成年人口服務，深信不斷提升服務水平，才能贏得客戶信賴。

### 經營原則

恒生的使命是在誠信行事、創新求進及財務實力等核心價值的基礎上，提供優質服務，致力超越持份者的期望，從而達至利潤和業務增長。我們的信譽建基於營商誠信，並為持份者提供具透明度的資訊。我們秉持高水平的企業管治，恪守最高道德標準，並妥善管理風險，這些皆是負責任、具透明度和管理完善的公司所必須的。

我們把實踐企業責任視為整個業務營運過程的要務，而且不斷尋求更有效的新方法，推動客戶、員工和本地社區共同參與。我們不斷完善我們的長遠發展策略，同時非常重視我們的業務營運方法。

我們也鼓勵持份者參與本行的可持續發展項目，有助我們從不同角度考慮，以滿足客戶需要、為股東增值、令員工對工作產生滿足感，並盡力為促進本地經濟和建立公民自豪感作出貢獻。

## 社區貢獻

作為良好的企業公民，恒生致力提高社會的流動、為不同社群建立連繫，並提倡容納多元的觀點、才能與理念。我們推行的可持續發展項目以年輕人為重點，鼓勵參與者探索新思路，從挑戰中學習和成長，藉此拓闊視野。我們的目標是透過足以改變生命的體驗，為參與者和社會帶來正能量，推動社會的發展。

我們鼓勵員工參與義務工作，藉此實踐服務他人、回饋社區的理念。恒生在 2015 年舉辦約 120 項義工活動，當中以服務弱勢兒童、長者和推動環保教育為主。自 2011 年起，恒生義工與家屬共獻出約 110,000 小時，支持香港各項慈善活動。

恒生自 2001 年起獲納入為「富時全球社會責任指數」成份股，並於 2011 年成為香港首間入選「道瓊斯亞太區可持續發展指數」成份股的本地銀行；此外，自「恒生可持續發展企業指數」系列於 2010 年推出時，本行已被列為成份股。

## 得獎感受

恒生銀行非常榮幸連續第六年獲「君子企業調查」嘉許，並首度榮獲「君子企業典範獎」。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，使我們成為備受客戶推薦的銀行<sup>1</sup>。

恒生的專業服務團隊一直着重與客戶建立長遠的夥伴關係，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。恒生衷心感謝廣大市民給予我們的支持和肯定，這為令我們今後的發展注入更強的推動力。



恒生積極履行企業責任，所支持的「恒生乒乓球學院」致力推廣香港乒乓球運動的發展，鼓勵大眾參與有益身心的活動。

## 展望將來

恒生擁有龐大的分行網絡、忠誠的客戶、雄厚的財務實力，以及優越的品牌。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，恒生會善用優越的品牌及市場競爭優勢，進一步優化服務渠道及產品組合，加強員工培訓及發展，維持高水平之企業管治及風險管理策略，以及提升營運效益，藉此深化與現有客戶之關係，並推動業務發展。



恒生員工每年可申請達兩個工作天的義工假期，參與慈善活動。

## 君子企業典範獎



**威立雅交通中國**  
(業務品牌：香港電車有限公司)

### 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 164 輛雙層電車，其中有兩輛古董派對電車及一輛懷舊觀光電車，為全球最龐大的雙層電車車隊，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。我們的員工人數超過 600 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，每日為 18 萬 5 千乘客提供電車服務。

① 全景遊電車的車身採 1920 年代電車的設計，上層是開放式，下層則是懷舊古典車廂，將為乘客帶來的不一樣的觀光體驗。

香港電車自 2010 年 4 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 57 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。



## 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 112 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」、「香港國際七人欖球賽電車酒吧」，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 112 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 18 萬 5 千名乘客。

在 2016 年，香港電車主動推行一系列新措施，以保存其歷史面貌並提升服務。香港電車在 1 月份推出「電車全景遊」——一個讓乘客置身於仿 1920 年代復古電車上的觀光旅程；2 月份從歐洲引入嶄新的路軌維修技術「路軌塗層技術」，採用環保橡膠



於屈地街電車廠內製造的首架試行冷氣電車 88 號，配備空調系統，此系統亦可轉換成普通的通風系統。

物料包裹路軌，以加強避震及減低電車行走時的噪音；6 月份又推出了「冷氣電車試驗計劃」，以測試調節車廂通風及溫度最具效益的方案，過程中亦參考乘客的意見，藉以提升乘客乘坐電車的舒適度。香港電車更是全港首個願意與手機應用程式開發商分享實時資訊的公共交通工具營運商。

展望未來，香港電車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。

## 君子企業獎



### 三聯書店（香港）有限公司

#### 公司簡介及理念

三聯書店由上世紀三四十年代活躍於中國文化出版界的三家著名出版機構—生活書店、讀書出版社和新知書店於 1948 年在香港合併而成。三聯書店植根香港近七十年，秉承「竭誠為讀者服務」，倡導「愛生活，讀好書，求新知」，關注人生、弘揚文化為己任，出版圖書三千多種。從本土到世界，從歷史到當代，從世界名人到普羅大眾，從國家大政到社會大眾民生等等，三聯書店不斷發掘文化題材，積極推動閱讀風氣和文化創意，促進社會進步和人的全面發展。

#### 「篤行信道，自強不息」

「篤行信道，自強不息」（《孔子家語》五儀解第七），是君子的重要標準之一。三聯的主要業務是出版圖書和經營書店。儘管面對閱讀氣氛的轉逆，經營的各種困難，多年來仍堅信知識改變命運、改變社會的信念，堅持以出版為手段，推動社會文化進步。我們不斷求變，與時並進，自強不息，是幾代三聯人的信念。至今，三聯每年出版約兩百種人文學術、香港專題及時尚生活類圖書。注重以獨特視角和創意手段演繹中國文化命題、反映香港社會的發展變化，關照香港社會各個階層的生存狀態，務求圖書從內容遴選、設計風格和印裝品質的高水準和獨特性，深得香港及海內外廣大讀者的肯定。

17 家門市分佈全港各社區，不斷優化書店的閱讀環境、豐富的書種，以專業服務廣大讀者。每週舉辦的文化活動吸引了市民參與，經常組織學校、商場書展，推廣閱讀和文化。書店又經常與社企合作，為不同機構和學校提供服務與優惠，講求並實踐公義，回饋社會。

#### 得獎感言與展望

君子企業獎以「君子」及其五德「仁、義、禮、智、信」為評估準則，是要求極高的獎項。三聯能獲得此殊榮，深感榮幸，並衷心感謝恒生管理學院舉辦此獎項，提醒商業機構要重視企業責任和社會道德。我們其中的最大喜悅之一，是獎項由廣大市民投票，表示三聯過去的努力，獲得了社會的一定認同和支持。「君子」是儒家思想中很重要和崇高境界，三聯實在愧不敢當，卻願以此為目標，繼續鞭策自己努力，實踐「篤行信道，自強不息」。獲得此殊榮，我們更堅信出版和書店對推動社會文化存在價值和作用，出版機構別於其他業，正是它具備了商業性和文化性；同時，我們會更堅持以更高的道德標準作為經營的思想，平衡好商業營運與道德責任。願共勉之。

- ① 三聯書店中環店屹立中環超過 40 年。
- ② 書店近年引進文創產品，是文化與生活的結合。
- ③ 三聯書店港島區旗艦店—灣仔文化生活薈。



## 君子企業獎



### 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」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」連續五年再次獲得肯定感到非常恩慰。事實上服務香港超過 117 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「全球十大最精彩渡輪遊」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及再次獲 TripAdvisor (貓途鷹) 頒發「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。

天星小輪亦藉著今次機會鳴謝恒管早前之邀請，在其出版之紀念特刊內讓管理層可從不同角度剖析企業的「君子之道」，與商界、學術界及普羅大眾分享君子企業的成功之道。

#### 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。

- ① 天星小輪再次榮獲全球著名旅遊評論網站 TripAdvisor (貓途鷹) 頒發「年度卓越獎」。
- ② 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、悠閒兼經濟實惠的維港渡輪服務。
- ③ 服務香港已超過 117 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。

## 君子企業獎



### 公司理念

牛津大學出版社自 1478 年成立以來，一直致力於出版優質書刊及詞典，每年將部分收入回饋牛津大學，籍此用作資助及研究基金，促進學術發展，弘揚牛津大學推動優質研究、學術和教育的崇高理想。而牛津大學出版社（中國）同樣秉承總社的理念，出版範圍廣泛，囊括各類書刊，積極推動教育、薪傳文化、服務社會，為文化界的蓬勃發展貢獻一分力。

### 商業道德實踐分享

牛津大學出版社作為牛津大學的一部分，恪守總社和全球分社的同一原則：尊重言論和學術自由。自 1992 年起，牛津開始在香港出版中文學術與普及書籍，獲學術界、普羅讀者譽為中國人文科學和文學出版的翹楚。很多中國知名作家、學者都是牛津的作者，在他們的支持下，牛津普及出版的風格被譽為「大師書寫通識」，深得讀者喜愛，多年來獲獎無數。

除了出版優質書籍，牛津大學出版社亦承擔社會責任。有感於近年社會上充斥負面情緒，學童情緒問題引發的不幸事件愈趨增加，牛津早前舉辦了名為「勇敢小果子・一步一思考」幼兒成長正能起動計劃，派出超過 30 名員工，義務向家長推廣正面教養技巧，盼藉此為香港社會注入正能量，喚起大眾對生命教育的關注。

### 得獎感言

牛津大學出版社非常榮幸獲恒生管理學院頒發「君子企業獎」，能得到此項殊榮及廣大市民的支持，對牛津無疑是重大的肯定。牛津將不負眾望，秉承起「君子企業獎」中表彰的「五德」：「仁、義、禮、智、信」，繼續在弘揚文化及實踐企業社會精神的道路上進步。

### 展望將來

面對瞬息萬變的科技發展、競爭激烈的市場環境以及新媒體的衝擊，歷史悠久的牛津大學出版社，深明不能固步自封、一成不變的道理。在發展傳統業務的同時，亦時刻緊記不斷創新，順應時代及讀者的需要，積極開拓電子學習的蹊徑，把創新科技與傳統媒體融合。

為不負市民的支持和信任，牛津將繼續胸懷謙遜之心，肩負企業的社會責任，於文化傳承的工作上力臻至善，務求體現「仁、義、禮、智、信」的君子精神。

- ① 牛津大學出版社今年六月獲得由香港文化產業聯合總會頒發的「文化及創意大獎」（出版組別）。
- ② 牛津大學出版社今年五至六月義務舉辦了一系列企業社會責任活動，致力為家長與孩子注入正能量。
- ③ 牛津大學出版社於每年香港書展向本地讀者展示進口及本地出版的優質書刊。



## 君子企業獎



### 迅銷公司 (業務品牌：UNIQLO)

### 公司理念

作為日本服裝零售業界領先品牌，UNIQLO 以「改變服裝、改變常識、改變世界」為企業理念，透過追求對服裝質素、功能性及款式的承諾，以及秉持 LifeWear 的設計概念，為世界各地每一位顧客設計出適合各種場合穿著、舒適而高品質的服裝。UNIQLO 希望成為名符其實的國際品牌，除了更合身的設計以及更舒適的穿著體驗外，也為人們帶來生活上的啟發。

### 商業道德實踐分享

UNIQLO 致力於全球進行不同的企業社會責任計劃，其中最大的計劃便是於 2015 年首個全球啟動的「1000 萬個幫助」，利用服裝的力量去援助難民。另外，UNIQLO 也積極於本地進行了一連串的義工活動，如購物體驗及相關商品回收計劃，以作回饋社會之用。UNIQLO 在整個企業發展的過程中，非常用心去聆聽各方面的聲音，並作出適時的反應及行動，務求在推動企業成長的同時，也能確保我們在做正確的事情，並透過貢獻自己來讓社會以及周邊的環境更加的美好。

- ① UNIQLO 推出全新名為 The Science of LifeWear 品牌活動，推出一系列影片及圖像，以探索根本問題「我們何以穿衣服？」而不斷改進 LifeWear 服飾，為人們創造更美好的生活。
- ② UNIQLO 員工到救世軍露宿者綜合服務中心擔任義工及為露宿者送上衣物。

### 得獎感受

UNIQLO 十分榮幸連續四年獲得恒生管理學院所頒發的君子企業獎項，UNIQLO 在過去多年來的成長及優秀的成績，實在需要感謝在背後付出的員工及夥伴，亦感激社會各界以及主辦單位的認同。作為一間「君子企業」，UNIQLO 將保持初衷，以滿足顧客需求為首要經營理念，繼續把資源投放在產品開發以及設計上，而非追求奢華的包裝和店鋪外觀。正如創始人柳井正先生的「九敗一勝」營商哲學所言：UNIQLO 不能止步於失敗，也不能為失敗分心，因從失敗中學習就是一種成長。

### 展望將來

來年，UNIQLO 將加大力度推廣「Life Wear」理念，透過一系列品牌和產品宣傳影片及圖像，希望藉此引發大眾探討服飾的意義，觀察人們的生活、行為及互動，進而追究「我們何以穿衣服？」，讓顧客徹底理解品牌的價值觀和信念。UNIQLO 全員承諾將保持樂觀態度展望未來，以自身努力確實推動發展及堅持經營信念。作為一個積極向上，不斷革新的品牌，UNIQLO 會繼續致力給消費者帶來更多新體驗，除了經營自家品牌外，UNIQLO 亦希望促使傳統零售行業的轉變，超越一般香港市民對零售商的想象。

## 君子企業獎



## 香港洲際酒店

### 公司理念

香港洲際酒店被譽 世界頂級商務及休閒酒店之一，並因其壯觀的海港景致屢獲殊榮，是《福布斯旅遊指南》2016 年度全球酒店評級五星酒店。香港洲際酒店是洲際酒店集團亞太區的旗艦物業，設有 503 間豪華客房，包括 87 間套房。酒店擁有米芝蓮二星餐廳欣圖軒及其他著名食府，包括 NOBU 和 THE STEAK HOUSE。

### 商業道德實踐分享

洲際酒店集團是全球最大的酒店企業之一，在全球近 100 個國家管理超過 5,000 酒店，而香港洲際酒店則是集團的亞太區旗艦酒店。公司深明熱情好客、發展的社區是經營之道。我們的願景是成為世界上最受推崇的公司之一，建立客人至愛的酒店。我們的目標是憑藉高規格的管理、優質的服務、地道的知識、真實的體驗，為客人提供更好的旅遊生活。同時，企業責任是總公司給我們經營的骨幹，我們相信一間成功的公司，必須融入社區、貢獻社會、保護環境。

### 得獎感受

我們很榮幸繼 2015 年，再次獲選為恒生管理學院的「君子企業」之一。事實上，洲際酒店集團的願景，一直都是矢志成為全球最佳的企業之一，成為員工及客人心目中的至愛公司及品牌。酒店上下一向宣揚的服務態度及理念不單只是為客人提供最高的道德、服務及安全標準，亦要同時與業界的伙伴及決策部門通力合作、關懷我們的社區及環境、惠及不能直接享用酒店服務的人。「君子企業」這名銜正是對我們多年來努力的及時肯定。

### 展望將來

香港洲際酒店自 2001 年起不斷進步、改造及蛻變，無論在設施、餐飲及服務上均享譽國際。在未來的日子，酒店會繼續革新設施，在餐飲、宴會、會議及住宿體驗上不斷為客人奉上驚喜。酒店自 2013 年起已獲 EarthCheck 金級認證，故在未來的業務發展上仍會保持最高的環保水平。酒店多年來屢獲餐飲及服務獎項，展望將來，希望能保持全球最佳酒店之一的標準，繼續為客人提供難忘的體驗。



## 君子企業獎



### 國泰航空有限公司

#### 公司簡介

國泰航空是一間以香港為基地的國際航空公司，擁有一支逾一百四十架廣體飛機的機隊，提供定期往來亞洲、北美洲、澳洲、歐洲和非洲等接近二百個目的地的客運及貨運服務。

國泰航空於一九四六年在香港成立，一直以港為家，透過積極及持續的投資，致力發展香港成為一個主要的國際航運樞紐。為加強航運發展鏈，國泰集團的投資範圍包括航空飲食公司、地勤服務公司、貨運站及位於香港國際機場的企業總部。

#### 商業道德實踐分享

國泰航空成立七十載以來，致力透過其全球網絡、現代化機隊以及優質的機艙產品及服務，為乘客打造愜意、難忘的飛行體驗，讓他們寫意地「翱翔人生」。與此同時，國泰航空深信珍惜地球資源、發展人才及關愛社區皆為己責，因此不遺餘力推動可持續性發展及履行企業社會責任。

在可持續發展方面，國泰尤其關注氣候變化，因此引入燃油效率較高的新飛機，例如在今年 5 月付運的空中巴士 A350，以幫助減少二氧化碳排放量，並與專門處理舊飛機再生的公司合作，以提升回收退役飛機物資的效率。國泰亦投資可持續生物燃料發展商，將城市固體廢物轉換成低碳的飛機燃料。同時，國泰著眼於廢物管理、可持續發展採購及生物多樣性等範疇，從多方面推動香港以至全球的可持續性發展。

在履行企業社會責任方面，國泰鼓勵員工成立「義工隊」，透過充分利用航空企業的独特條件以積極教育年青一代及服務社群。今年更是國泰航空及聯

合國兒童基金香港委員會 (UNICEF HK) 「零錢布施」機上籌款計劃的銀禧誌慶。自 1991 年起，「零錢布施」共籌得逾港幣一億六千五百元善款，支持聯合國兒童基金會 (UNICEF) 在全球超過 150 個發展中國家拯救生命的工作。

#### 得獎感受

國泰航空對能夠獲得「君子企業獎」深感榮幸。「君子企業獎」所弘揚的是仁、義、禮、智、信，國泰以港為家，深明這五項禮節及精神正是每間本地企業應該抱持的營運理念及態度，除了為客人提供優質產品及服務外，更需要遵從傳統道德規範，建構更理想的社會。是次獲獎反映廣大香港市民對國泰在推動可持續性發展及履行企業社會責任所付出的努力，表示認同，亦肯定了國泰一直竭力為香港服務的精神，驅使我們為香港的可持續發展繼續努力。

#### 展望將來

未來，國泰航空集團將持續優化其服務及產品，發展富燃油效益的現代化機隊及加強航線網絡，培訓人才，致力提供高標準的飛行體驗，為旅客帶來安全舒適的旅程。

國泰今年慶祝成立七十周年，將一如既往，繼續以堅定不移的態度履行對香港和港人的承諾，令每位旅客盡情「翱翔人生」，同時亦投放資源，推動社區的可持續發展，造就更美好的社區及環境。國泰亦將繼續進行長期的策略投資，以發展和加強香港作為亞洲首要航空樞紐的地位。

- ① 國泰航空及 UNICEF HK 合辦的「零錢布施」機上籌款計劃。
- ② 國泰航空致力提供高標準的飛行體驗，為旅客帶來舒適圓滿的旅程。
- ③ 國泰航空全新的空中巴士 A350 客機於 2016 年 5 月投入服務。

## 君子企業獎



## 無印良品（香港）有限公司

### 公司理念

無印良品誕生於 1980 年代的日本，意即「沒有標籤的優質商品」，貫徹從使用者的生活角度出發，透過研發實用的生活用品，將生活智慧和顧客意見實體化。自 2001 年 3 月於香港成立以來，無印良品的簡約生活哲學深受香港顧客愛戴，除了衣物、家具及食品等日常生活用品以外，近年更加入多元化的商品，包括 IDÉE、MUJI BOOKS、MUJI Green 等，同時增加 Café&Meal MUJI 餐飲服務及家具配置諮詢服務，從生活的每個細節開始，與顧客一起建設更安心舒適的生活。

### 商業道德實踐分享

無印良品透過「慎選素材」、「省卻不必要的生產工序」和「簡化包裝」三個理念，從商品設計、生產到使用均盡量減少浪費。例如善用紡紗時掉落的棉絮，重新製成商品、採用有機棉等天然素材生產大部分服飾及寢具等，並透過簡約的設計，為顧客帶來合理價格、可靈活和長久使用的商品，貫徹關顧環境的原則。

在店舖營運方面，我們亦鼓勵顧客自備購物袋。除收取膠袋收費外，店內的紙袋亦會收取 \$0.5，並全數撥捐世界自然基金會作為環境保育和教育用途，店內更加設該會的捐款箱及單張，為顧客提供相關訊息。

無印良品重視企業的社會責任，不時贊助各類慈善活動，如每年的「奇妙聖誕 愛的禮物」等，關心有需要人士，回饋社會。為鼓勵員工關心環境和社會，我們也會定期贊助員工參與非牟利機構如世界自然基金會、奧比斯、無國界醫生及惜食堂等舉辦的活動，讓員工身體力行，為環境和社會出一分力。

### 得獎感受

零售服務業與市民的生活息息相關，如零售企業能以君子五德為標準，恪守道德原則，定能為市民帶來更安心的消費環境。無印良品能夠再度獲頒「君子企業獎」，證明了社會對無印良品的肯定。我們十分感激主辦機構恒生管理學院及受訪市民的認同，並會繼續關注本地消費者的需要，提供方便耐用的商品及安心舒適的服務。

### 展望將來

幸得香港市民的支持，無印良品的業務一直平穩發展。展望將來，無印良品將貫徹簡約舒適的原則，並繼續回饋社會、關顧環境和人類。無印良品不時舉行展覽、分享會及工作坊等，主題涵蓋家居收納、親子手造禮物裝飾工作坊等，與顧客分享有關生活意念、傳統工藝或地方文化的資訊，一同發掘豐富生活的靈感。透過於店舖加入與顧客互動的機會，如奧海城店的 Open MUJI，以及發展 MUJI passport 手機應用程式，我們展望增加與顧客的交流，藉此了解顧客的需要，並進一步推廣無印良品的理念，令每個人的生活更舒適美好。

- ① 本年 8 月開業的奧海城店為無印良品香港第 17 間分店，涵蓋衣、家、食商品、IDÉE、MUJI Books、MUJI Green 及 Café&Meal MUJI 等元素。
- ② 於本年 2 月舉行的收納技巧工作坊，邀得日本著名生活設計師分享生活心得及教授實用收納技巧，讓客人了解何謂整理，締造有個性的良感生活。
- ③ 無印良品員工於 2015 年參加由世界自然基金會舉辦的米埔慈善步行。

## 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	中華智慧管理學院院長 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	鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事
黃友嘉博士	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 )

**委 員：** 楊 鑫博士 ( 恒生管理學院市場學系助理教授 )

謝亭亭博士 ( 恒生管理學院市場學系助理教授 )

楊筠瑜博士 ( 恒生管理學院市場學系一級講師 )

陳鴻輝先生 ( 恒生管理學院市場學系二級講師 )

黃紀恩女士 ( 恒生管理學院市場學系助理行政主任 )

吳寶琪女士 ( 恒生管理學院管理學系一級講師 )

葉 論博士 ( 恒生管理學院會計學系副教授 )

李康穎博士 ( 恒生管理學院會計學系助理教授 )

張美鳳博士 ( 恒生管理學院傳播學院助理教授 )

譚詠詩女士 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處助理經理 )

周欣燕女士 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任 )

周振邦先生 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理 )

黃佩敏女士 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理 )

陳慶娣女士 ( 恒生管理學院商學研究所行政主任 )

林寶鳳女士 ( 恒生管理學院商學研究所行政主任 )

周尚志先生 ( 恒生管理學院商學研究所研究助理 )

于 洋女士 ( 恒生管理學院商學研究所研究助理 )

趙采怡同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會常務秘書 )

章 灝同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會公共關係總監 )

江倩峻同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會內務副主席 )

羅梓嘉同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會內務秘書 )

王庭謙同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會宣傳及出版總監 )



## 附屬委員會

### 調查數據收集及分析委員會

- 主席：** 鄧子龍博士 ( 恒生管理學院市場學系副教授 )  
楊 鑫博士 ( 恒生管理學院市場學系助理教授 )
- 委員：** 梁劍平博士 ( 恒生管理學院市場學系副教授 )  
陳鴻輝先生 ( 恒生管理學院市場學系二級講師 )  
周尚志先生 ( 恒生管理學院商學研究所研究助理 )  
于 洋女士 ( 恒生管理學院商學研究所研究助理 )  
趙采怡同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會常務秘書 )  
章 灝同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會公共關係總監 )  
江倩峻同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會內務副主席 )  
羅梓嘉同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會內務秘書 )  
王庭謙同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會宣傳及出版總監 )

### 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助理經理 )
- 委員：** 楊筠瑜博士 ( 恒生管理學院市場學系一級講師 )  
張美鳳博士 ( 恒生管理學院傳播學院助理教授 )  
周欣燕女士 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任 )  
周振邦先生 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理 )  
黃佩敏女士 ( 恒生管理學院傳訊及公共事務處行政助理 )  
于 洋女士 ( 恒生管理學院商學研究所研究助理 )  
趙采怡同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會常務秘書 )  
羅梓嘉同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會內務秘書 )  
王庭謙同學 ( 恒生管理學院第六屆市場營銷學會宣傳及出版總監 )



## 調查員名單

傑出調查員領袖

傑出調查員名單

嘉許狀名單

江倩峻

吳藹林 王庭謙 趙冬清

章灝 陳葶 彭鍵東 江倩峻 屈軾妍

林思蔚 鄭詩敏 羅梓嘉 馮國倫 敖彤欣

吳浚傑 黃智開 王庭謙 吳浚傑 伍佩婷

呂朗昕 陸兆鏗 黎嘉欣 黎祖輝 張嘉婷

王愛寧 李俊樂 吳子威 滕枳菁 張家堯

黃綺玲 蕭浩然 王芷欣 冼澄匡 黃詠琪

蕭偉任 陳洛忻 李頌衡 吳藹林 曾翠玉

黃琬瑜 陳欣瑜 鄭懿婷 何嘉敏 陳皓貽

曾樂瑤 麥卓賢 周嘉雯 陳婉媚 陳家悅

嚴嘉穎 趙采怡 黃翠彤 魏俊傑 堵汶希

黃曉嵐 葉鎧沂 區晉維 謝鎧徽 趙子璿

尹焯樺 李海瑩 陳浩政 鄧汝軒 趙冬清

林媛媛





## 商學研究所

恒生管理學院（恒管）於 2015-2016 年度，獲研究資助局的院校發展計劃撥款成立商學研究所（商研所）。商研所致力支援及協調恒管的商學研究工作，推進對本地商業運作的認識，並提升恒管在商學的研究能力。同時，商研所不時舉辦在不同商學領域的學術會議、研討會、工作坊及專題研討會，冀推動商學研究和成果發布。

此外，在協助恒管商學研究方面，商研所訂購了由沃頓商學院營運的數據服務平台（WRDS）提供的數據服務。透過提供多元化的數據，讓學術研究者建立相應的模型作學術研究。商研所設置電腦輔助電話調查中心（CATI）和行為實驗室（Behavioral Laboratory），可為不同的商學科或跨學科提供研究上的支援服務。恒管自 2011 年起，每年進行一次君子企業調查。商研所承接了過去的工作，在 2016 年繼續推行「君子企業調查及獎項」。以問卷調查的方式，評選出香港市民心目中具君子風範的機構以作表彰。



## 參與單位介紹



### 市場營銷學會

市場營銷學會成立於 2011 年，成立目標為增加本校學生對市場營銷之興趣及知識。本學會本著不斷革新和尋求突破的精神，舉行一系列學術與趣味並重的活動，藉此學習市場營銷的知識。

在校內推廣方面，本學會希望透過活動使學生對本學會有所認識，增加歸屬感，成為恒管學生組織的先鋒，和恒管一起與時並進，走在最前，開創恒管市場營銷之路。本學會並期望能夠協助學生提升對市場營銷的興趣及加深對有關知識的了解，進而能學以致用。

至於對外推廣方面，本學會希望提升恒管於香港大專界的知名度，發掘更多與其他學院的合作機會，舉辦多元化活動，以加強外界對恒生管理學院的認識。

本學會亦舉辦不少學術活動，包括君子企業調查、Marketing Week、EMBA、JUOMA、Study Tour 及 EBIA 等。此外，本學會亦舉辦迎新日、迎新營及 Mega Sales 等康樂活動，務求令會員能享用多方面的福利。





# 義禮智言



問卷調查員於工作坊上學習整理數據



誓師大會



問卷調查員進行宣誓



誓師大會大合照

# 活動花絮



問卷調查員與受訪者合照



受訪者正在填寫問卷



問卷調查員於商場內進行訪問





參與單位  
**商學研究所**  
**市場學系**  
**傳播學院**  
**傳訊及公共事務處**  
**市場營銷學會**

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)

The research component is funded by Research Grants Council of the HKSAR  
(Project Reference No.: UGC/IDS14/15)  
研究部分由香港特別行政區研究資助局資助 (項目編號: UGC/IDS14/15)

