



香港恒生大學  
THE HANG SENG UNIVERSITY  
OF HONG KONG

# 君子企業調查

二零一八年度



JUNZI  
CORPORATION  
SURVEY 2018







## 目錄

校長序言.....	2-3
獻詞.....	4-12
■ 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	
■ 謝亭亭博士	
君子企業調查緣起.....	13
調查報告.....	14-42
表揚名單.....	43
參與單位.....	44-47
■ 榮譽顧問	
■ 執行委員會	
■ 附屬委員會	
■ 調查員及稽查員名單	
市場營銷學會簡介.....	48
活動花絮.....	49-50
鳴謝.....	51



## 何順文 教授

香港恒生大學校長

「君子企業調查」榮譽顧問

### 「君子企業調查」樹立商業倫理榜樣

香港恒生大學（恒大）舉辦的「君子企業調查」計劃（調查）至今已踏入第八個年頭。調查是恒大每年其中一個非常大型的師生學術活動，師生均踴躍參與並以嚴謹及具科學性的學術調研，甄選在香港市民心目中具公信力及符合商業道德的「君子企業」。在現今的營商環境中，企業除了為股東謀取利潤外，也要對其他不同持份者負上責任，為他們創造價值，這亦是企業管理不能忽視的一環。企業應細心地顧及其商業活動對不同持份者的影響。

### 調查訂下商業倫理準則

回想八年前，恒大初次引入中國儒家的「君子」概念，為在港經營不同業務的企業訂立適用於華人社會的商業道德標準。這套道德標準意義甚廣：它除了融入傳統的「君子五德」，包括：「仁、義、禮、智、信」外，亦加入西方商業倫理學說，務求融會中西的商業道德標準，全面並有效地檢視企業的營商手法是否符合社會的道德營商要求。

每年「調查」均以公開的問卷形式，收集香港約三千名市民對在港營商而他們認識的不同企業在營商手法上的意見。恒大專業的數據分析師生團隊，會把收集到的數據，按已訂立的「君子五德」基準，經深入分析後，找出具「君子」風範的企業並加以表揚。從而鼓勵企業應以「君子五德」為其營商的根本，而不是以謀取利潤為最高目標。

現今的消費者除了考慮價格及質量外，也會了解企業是否能平衡或保障除顧客外的其他持份者的利益，例如僱員、供應商、社區、政府及環境保護。近來在香港有不同的餐廳亦相繼推行「無飲管」計劃，減少使用塑膠，愛護環境，做到「仁民愛物」。此舉動亦符合「君子五德」的「仁」德。我們深信，若企業能以中國傳統的「君子五德」為營商的根本，再融入西方不同的營商理念，業務必定會蒸蒸日上。

### 西方企業倫理概念與中國「君子五德」的分別

可能你會問，西方企業倫理與中國「君子五德」有何分別？中國的傳統美德已有五千多年歷史，儒家的精神並不落後。就算今天的營商環境變得多複雜，我們對「君子五德」的追求並沒有改變。過往西方亦透過嚴謹的研究和調查，得出一系列成功的商業倫理指標，但這些商業倫理指標一般都是基於動機論或後果論，甚少從德行角度作推論，所以中國傳統的「君子五德」較西方企業倫理理論更完整。

另外，「君子五德」的「仁、義、禮、智、信」概念亦是現今營商之道的根源。「仁」是指仁愛之心；「義」是在注重經濟及社會效益的情況下公正合理地處事；「禮」即代表人與人之間的關愛，以禮待人；「智」即代表明辨是非，重視人才開發的能力；「信」則代表言無反覆、誠實不欺。

### 恒大作榜樣，宣揚「君子企業家」精神

素以積極弘揚儒商精神的恒大，堅信主要創辦人何善衡博士提出之「商道唯誠」的宗旨，一向十分重視學生在道德操守及社會責任的培養。恒大的所有課程都注入商業倫理及可持續發展等元素，鼓勵學生以「君子五德」精神貢獻社會，貢獻國家，成為未來社會的棟樑，成為一名真「君子」。

「君子企業調查」已踏入她的第八個年頭，並逐漸得到各界人士的關注及鼎力支持，成績有目共睹。恒大會繼續努力，令調查方法精益求精，並推到另一高峰，務求把中國傳統五德的優良理念傳播到整個社會。我們亦希望獲表揚的企業能堅守信念，持續成為推廣「君子」精神的優質企業家。





## 趙麗娟 女士, MH, JP

「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。

今年是香港恒生大學主辦的第八屆「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，亦與現代商業社會風馬牛不相及，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養，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，謹此恭賀所有榮獲表揚的企業，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。在此亦感謝香港恒生大學組織這次調查項目，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」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」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獲表揚的企業，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」榮譽顧問  
中華智慧管理學會創會會長

### 君子與小人

儒家智慧，強調「立德、立功、立言」，「達己達人」，而在處人處事之際，非常重視君子與小人之別。《論語》：「君子喻於義，小人喻於利。」即是公與私的分野。人與人之間的交往，應先小人後君子，就是要告誡人們人心叵測，必須仔細觀察，才可建立互信、而後深交。不能單從感性和表象，去建立完全信任或更親密的關係。近朱者赤，近墨者黑。交友是處世成功的關鍵要素，智者慎擇之。

人生在世，必須依靠許多企業提供的服務和產品，才能滿足生活上的需要。同理，選擇這些服務和產品，亦應同時考慮上述因素。君子企業與小人企業，在本質上有天淵之別，消費者需要具備抉擇的智慧，才能避免不必要的損失。

人情莫不欲親君子而遠小人，但人心難測，因此明白君子與小人的特性，實有其必要。首先，人皆有私心和弱點，小人常利用好大喜功、貪財慕色、講究享受、愛惜虛榮等弱點，以小利小惠、中人之意，曲意逢迎，巧於獻媚，受之者以為歛力忠心，為己知音。小人的行為，目的是達成私利，因此常不擇手段，罔顧道德與情誼。「君子懷德，小人懷土；君子懷刑，小人懷惠。」

君子心胸坦蕩，疾惡如仇，廉潔自好，不同流合污，高風亮節，言近指遠，不媚於人，常常恨鐵不成鋼，誠心待朋友，直言諫之，受者有時會誤以為他是有意攻訐，使己難堪。而不明君子誠懇的赤子之心。在追名逐利的現實世界裏，做「君子」很不容易，因為不單要律己律人，還要擁有很高的智慧和能力，因為很容易被世俗所排斥，甚至迫害。加上小人有很大的優勢，因為有「君子」的存在，自會反映出小人的短處，而小人的目標很專一，只為私利。他們往往有靈活應變的適應能力、有交際的天才和出色的口才、有偽裝的本能、沒有道德負擔、並且善於依附權貴和勢力。小人是一種不健全的人，內心有強烈的私慾、自卑感、甚至報復的願望，對美好和雖成功的事物，有天生的仇恨和對立。



他們的危險之處，在於難以識別，而一般人又很怕得罪他們。小人不怕壞大事，善於籠絡朋黨、打擊異己，且勇於充當某種勢力的鷹犬或作惡工具。不過，他們也有不少弱點，例如目光短淺而目標低下、缺乏忠誠、亦控制不了局面。凡是極權專制，或人治的社會和群體，都需要小人、製造小人，因為人性助長了他們的滋生。而特殊的經歷和性格，也是小人得以形成的內在動因。

「君子」偶一不慎，很容易敗在小人手裏。因為「君子」考慮怎麼做事，而小人則考慮怎樣對付人；「君子」不忍破壞大局，而小人不怕破壞一切；「君子」有操守，小人不擇手段；「君子」堅持原則，小人依附權勢。

這些特性，可同樣應用於企業。無論名頭有多響亮，勢力多雄厚，有正確的商道原則，盡力提供最佳服務和產品、實事求是、處處以消費者與公眾利益為依歸的「君子企業」；跟不擇手段，甚至壟斷市場，孳孳為利的企業，有很大的分野。審察他們的原則很簡單，《論語》早已指出：「聽其言、觀其行。」價值觀決定處世的態度，態度支配行為。《孫子兵法》云：「兵以利動。」每一個行為，背後皆有其動機。只要從他們的服務態度和產品素質，對消費者的關顧，就能分辨出企業的優劣，切勿盲目聽信廣告的宣傳。

從「君子企業調查」的研究報告，指出香港作為支柱的金融與房產行業，皆出現負面的趨勢，能不令人擔心香港的未來？際此人心不古，唯利是圖成為社會主流風氣，香港恒生大學致力堅持這項研究，令人欽佩，更希望能藉此喚醒香港政府、各行企業與港人，道德是一個健全社會繁榮的基石。



## 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

### 「君子」營商也可圖大利

何謂「君子」？《論語·里仁篇》孔子曰：「君子喻於義，小人喻於利」。意思是「君子」能夠領悟的是道義、正義等超越物質利益之上的道德價值，故凡事以仁義為先；小人能領悟的卻是金錢、物質等利益，做事只想到可否圖利，更會為利益捨棄道義，兩者的價值觀大相逕庭。可見儒家思想下的標準「君子」，就是那些擁有美好德性的人，而「君子」人格就是中國文化中的理想人格。

那何謂「君子企業」？用現代語言來說，符合「君子」美好人格或具善性理念經營的公司便是。在香港營商競爭激烈，成本高昂，顧客要求高，法規監管嚴格，本已挑戰重重；若要以高道德標準來營運還想賺大錢的話更談何容易。再說，企業賺大錢是否有違「君子」之道？

其實以「君子」之道營商而能成功兼圖大利的例子，各行各業比比皆是。做生意要成功有很多因素，最基本包括為顧客提供優質安全、售價合理的產品或服務，而非以賺到盡為首要目標；營運時不忘社會責任，凡事多考慮社區需要，盡量顧及環境保護；此外更要善待員工、供應商、服務供應商等不同持份者，賺錢後願意回饋社會等，由是建立良好的品牌及企業形象，才能得到廣大顧客群的喜愛並長期支持，生意便能越做越大，最終是幫助了社會的經濟發展；而企業贏了商譽之餘，還獲取了更大的市場份額，利潤也更可觀。能做到以上各項，「君子」之道已是自然融入其中。

謹此祝賀香港恒生大學「君子企業調查2018」順利完成，同時祝賀今年獲表揚的各大企業及機構，他們成功在道德與利益之間取得平衡，也將企業營運得有聲有色，足為業界的典範，值得表揚。希望此調查能一直辦下去，令本港的企業及機構道德水平再提升，商業活動發展更健康。



## 司徒永富 博士

「君子企業調查」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」除了是香港恒生大學一年一度的盛事，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，現代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, GBS, JP

「君子企業調查」榮譽顧問  
強制性公積金計劃管理局主席

要成為「君子企業」是一件毫不簡單的事，卻是每一間企業應做的事。

「君子企業」雖會面對急速變化的經營環境、激烈的市場競爭、營運成本上漲等挑戰，但仍須致力履行企業社會責任。在回應不同持份者對業績和利潤的要求外，亦需在日常運作中注重環保、關懷社區、保障員工身心健康等。雖然不容易做到，但這些舉措卻是企業獲得成功的基石。

企業關心員工的福祉不單是承擔社會責任，更是精明的營商策略。員工的身心健康及工作態度能直接的影響企業的業績和發展。既然員工是企業不可或缺的寶貴資產、是落實執行企業發展的重要一環，企業就應努力堅持與員工甘苦與共、關懷員工個人和家庭的需要，為他們締造和諧及愉快的工作氣氛、不貿然裁員，務求在企業建立「君子」文化，與員工携手同行。

「君子企業」不但能成功賺取回報，而且會貫徹可持續發展理念，成為行業的先驅，帶領同業者一起回饋社會、關懷社群及愛護環境。本人希望藉著這個調查，表揚一群願意關愛員工及承擔社會責任的企業，有助大家共同建立一個和諧、充滿活力及能夠迎難而上的社會。

藉此機會感謝參與此次調查的眾教授和同學，希望這個充滿意義的活動能繼續為香港商界注入向上發展的動力。



## 鄧子龍 博士

「君子企業調查」執行委員會聯席主席  
商學研究所總監  
香港恒生大學市場學系副教授

今年的「恒大香港商業道德指數」比過往兩年為高，表明市民認為今年各行業整體道德表現有進步。同時，達標的企業數量也比過往兩年的多。我們慶幸在市民心目中有不少能堪當「君子」之名的企業，我們特對他們作出表揚。

「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、及以富有中華文化基礎的商業道德標準。調查由單一學系和課程的同學參與，慢慢發展到現在不同學系、修讀不同課程的同學們都積極參與，團結一致地去完成這件艱辛但極具意義的工作。另外，第一代「君子企業」模型問卷在二零一零年開發，由三十條題目組成。為令問卷更臻完善，經過不同階段的檢視及問卷設計修訂後，已經發展至現在的第三代「君子企業」模型問卷，由機構詳盡版問卷及機構簡易版問卷組成，機構詳盡版問卷問題更增至五十八題。總受訪人數亦由每年不足一千人增加到每年二千人以上，同時亦擴闊了調查的範圍與覆蓋面等等。能連續八年參與「君子企業調查」的籌備及執行工作，並見證恒大上下每年都努力在各方面追求做得更好，確實是本人的榮幸。

最後，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，為香港建造一個更道德的商界、以及更和諧美好的社會環境而努力。





## 謝亭亭 博士

「君子企業調查」執行委員會聯席主席  
香港恒生大學市場學系助理教授

我從2015年8月加入香港恒生大學市場學系，就開始接觸「君子企業調查」這個專案，至今已有四屆，其中在2016年至2018年都深度參與了「君子企業調查」執行委員會的工作，對這個專案的組織和運營算得上有瞭解。

我認為這個項目本身也是當得起「君子」美譽的。

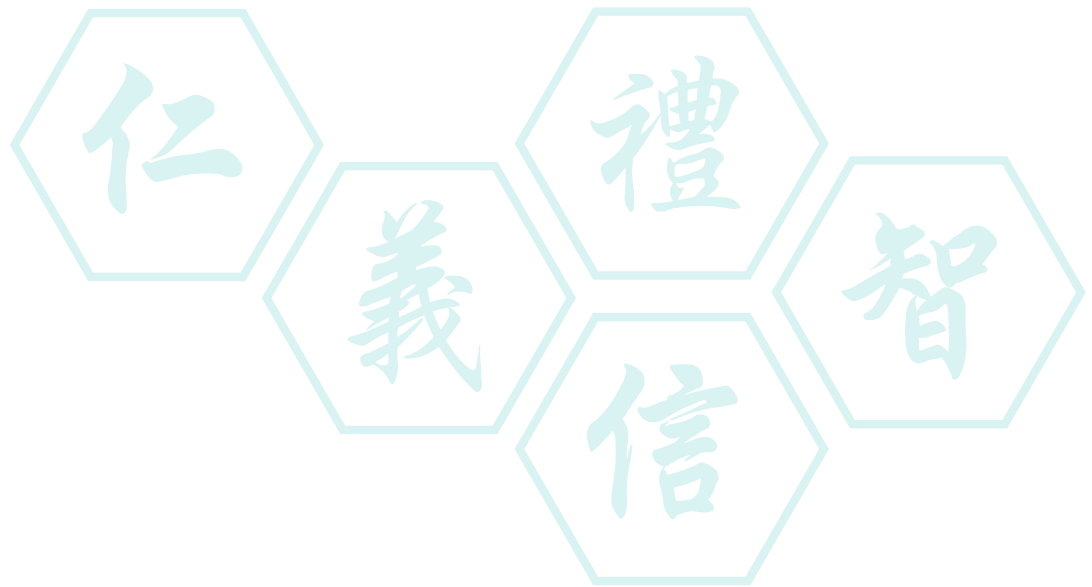
「君子企業調查」，以「仁」心定願景，致力於在香港提倡和推廣儒家文化和「君子」商業道德，以選出並褒獎廣大香港市民心目中的香港「君子企業」，以及監測香港社會每年的「君子商業道德指數」為目標。歷年的「君子企業調查」，皆以「智」的標準去執行，調查問卷的設計、樣本的篩選、調查執行過程，都遵循嚴格、審慎的學術研究調查標準；每年亦會總結、反思、持續改進，集思廣益，精益求精。每一年，專案均派出數十位調查員、督察員去到香港街頭，訪問數千名香港市民，均以「禮」待人、處事。團隊上下，對內凝聚力強，齊心合力溝通、解決問題；對外熱情、禮貌、耐心，令市民感受到恒大師生的友善與專業。專案報告的撰寫，以「義」為原則，尊重科學、尊重資料、實事求是，不偏不倚。此番種種，皆彰顯「君子」之風。

我相信，追求成為「君子」的企業能基業長青，也堅信「君子企業調查」這個項目會越辦越好，對社會的積極影響會越來越大。



## 君子企業調查緣起

本調查旨在宣揚商業道德及表揚在市民心目中有高道德水平的企業。儒家思想是中國人家喻戶曉的，並受其他文化所重視。我們相信儒家思想中「君子」的概念能宣揚商業道德的重要性，並可評價及讚揚企業中的「君子」。因此，調查以「君子五德」作道德標準，該五德分別為：「仁」、「義」、「禮」、「智」及「信」。



## 2018年君子企業調查報告

榮譽顧問：何順文教授

研究團隊：鄧子龍博士 林嘉峪先生 林美欣女士 謝亭亭博士 陳鴻輝先生  
翁菁慧博士 李學謙先生 邱于銘先生

撰文：林嘉峪先生 鄧子龍博士 謝亭亭博士 楊筠瑜博士 陳鴻輝先生  
陳慰敏女士 林美欣女士 莊肇浚先生 吳藹林女士 伍錦瑜女士  
范惠諾先生

香港恒生大學自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八。作為每年一度備受業界注視及具廣泛代表性的學術調查，香港恒生大學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。我們以下將簡略地向大家說明君子與五德的關係、調查方法及討論調查結果和對各行業的啟示。

### 君子與五德

「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，則可以被稱為「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」。為務求調查使用的測量量表能客觀和準確地反映什麼樣的企業是市民心目中的現代「君子企業」，我們邀請不同界別의香港市民出席焦點小組，討論題目包括：「君子企業」應具備什麼特徵，怎樣的企業行為才分別算得上是「君子五德」中的「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」，理想的「君子企業」文化應該是怎樣等等。從焦點訪談的結果，我們共提取出50條在參與者中多次提及、具有共性的表述。量表建構過程中，我們盡力尊重文獻以往的定義，但同時也考慮了三個因素：一、現今大眾對企業文化的理解、期望和標準；二、五德的區別性；三、能否在現代管理學中重新找出實際應用。最終，我們為「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」每一種德行確定了8個描述性的語句，組成了對「君子五德」的測量量表。下文分別對「君子五德」進行闡釋，並列舉一些量表中的句子，用引號標識。

## 仁

仁是指企業經營中具仁愛和有善心。企業會關心持份者的需要及福祉，針對增加持份者的好處而制定營商策略，會考慮「是否富有人情味」、「替顧客設想」、「愛護員工」、「關懷社會」、「愛護大自然」等等。《論語·顏淵》中記載，樊遲問仁，子曰：「愛人。」孔子的學生樊遲問什麼叫做仁，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」。例如：傳媒除了報道新聞大事之外，也可以以仁愛之心，報道社會上真實溫暖的人性小故事，鼓勵市民用積極的心態面對問題，間接也令市民感受到彼此正在共同努力的事實。

## 義

義是適宜的意思。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，會根據高度的企業良知來做事、「不為私利而損害公眾利益」、「不為利潤而做不當的事」、「從不詐騙顧客」等等。《禮記·中庸》說：「義者宜也。」孟子有名的「四端說」之中的羞惡之心，即是憎惡不合理和不正義行為的心就是「義」的根本。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。以新聞機構為例，一間重視「義」的傳媒絕不以賺錢掛帥，反而是以良知行動為首，不惜犧牲廣告收益，堅拒發報一些意識不良或有誤導成份的廣告。

## 禮

禮是指企業會致力於令各持份者都達到各自的目標，「成為追求雙贏、和諧的企業」、「對內對外，重視禮儀」、「以禮待人」、「即使不同持份者有利益衝突，依然會保持禮貌和彼此尊重」等等。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》說出禮的運用，以和為貴。公平咖啡是用「禮」達到多贏的好例子。在公平咖啡計劃下，不但農夫的收入可以提高，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

智就是企業能有智慧地深入了解事物以及事物之間的聯繫，「掌握時局，決策精明」、「善於應變，有能力處理突發事件」、「不盲從世俗，敢於創新」、「最終目標是成為一個決策精明、有遠見的企業」等等。《孟子：公孫丑章句》說：「是非之心，智之端也。」有「智」的人，一定擁有明辨是非之心，有所為有所不為。《論語·憲問》說：「知者不惑。」在企業的日常運作上，「智」包括了企業知識的管理，例如市場調查，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以消費者的需要為本、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造成重大影響。以飲食業為例，餐飲業管理人員有需要考慮餐牌改用較大的字體，每張餐桌上放一把放大鏡，光線要較光猛，地板及廁所地面要防滑，周邊地方加設扶手，食物烹煮時間要較長，令食物變軟方便咀嚼，才能吸引愈來愈多的較年長消費者光顧。

## 信

信是指一個企業的行為是「誠實、可靠的」、「提供真實無錯誤的資訊」、「產品服務值得信賴」、「會以誠信對待持份者」等等。目標是成為一個誠實、可靠的企業《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。所以，一間重視「信」的企業代表它重承諾和保證，會兌現向持份者許下的保證。《論語·學而》說：「與朋友交，言而有信。」企業與顧客要像朋友互信一樣，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。相反，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」沿用了過去七年「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。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以開放式問卷的方式來找出各行業消費者最即時想起的約三十間機構，研究團隊同時也有考慮市民大眾在網上提名的機構，總共調查約二百一十間。使用的問卷名為機構問卷（簡短版）。在市民參與問卷調查時，我們先向其清楚解釋「君子企業」的定義，然後請市民逐一評價一個由隨機抽樣選出的行業中的企業，是否認同它是一間「君子企業」（例如：我會用「君子企業」去形容香港電車有限公司。0為完全不同意，100為完全同意）。最終，我們共收集了1,668份有效問卷。

調查亦以行業問卷收集市民對七個行業的評價。第一條題目收集各行業整體的商業道德重視程度的評分（0為完全不重視，100為完全重視），另外六條問題分別量度行業的「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」。最終共收到有效問卷847份。

機構問卷（詳盡版）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80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的關係。我們從機構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，共收到有效問卷529份。整個調查期間，調查隊伍收集得到3,044名市民的回應。

### 調查過程 嚴謹可靠

調查隊伍由46名香港恒生大學學生組成，他們肩負全部的外勤工作。所有的調查員都必須先完成培訓，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。同時，這個安排除了可以讓學生有機會深度參與整個問卷調查，學以致用；同時，我們深信德育教育是潛移默化的。

### 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。本年度調查沿用往年「君子企業調查」，以選區作為抽樣架構的方法，即在不同的選區範圍內對不同的年齡層的市民隨機抽樣調查，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」，我們根據政府統計處《香港標準行業分類2.0版》訂立本年度被調查的七個行業之名稱及企業之分類方法，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。該七個行業為：批發及零售、郵政及運輸、旅遊、金融及保險、住宿及飲食、資訊及通訊及地產。此分類會更貼近現時香港的行業資訊，讓各行業內的企業一同接受市民的評價。而且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。

## 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」的分析方法與去年相約，主要有五項。第一項為選出本年度「君子」的表揚機構。我們計算了各機構的「君子分數」，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。第四項是檢測市民對不同行業的「君子」和「商業道德重視程度」評價之相關性，意在檢測上述兩種評價在被調查行業的得分是否一致。第五項是測試「五德」模型與消費者行為的關係，如對「君子企業」的評價與消費意欲的關係。

## 2018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，表一列出各個行業在市民心目中三十間企業在「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」和「君子」這些維度的平均分數。「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	
郵政及運輸	68.2	74.7	70.6	67.9	73.0	66.2
資訊及通訊	64.4	67.4	65.4	67.8	64.7	62.1
金融及保險	52.1	56.0	55.5	63.5	53.3	62.5
批發及零售	63.2	66.8	64.8	64.3	65.0	67.4
住宿及飲食	66.3	69.7	68.1	66.6	67.2	64.4
旅遊	65.2	68.4	68.1	65.5	66.4	67.4
地產	42.8	48.0	48.3	54.2	45.7	60.5

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，大多數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，不同年齡階層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」得分與不同年齡階層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批發及零售業及旅遊業，而郵政及運輸業則排在第三位。在「君子」分數的基礎上，我們以四十歲的被訪者作為分界線，分別測量四十歲以下和四十歲或以上的被訪者對各行業評價的差異。通過下表可以看到，多數行業中兩個年齡組別的得分排名保持相約。而較大差別的行業有兩個。第一個為批發及零售業，在四十歲以下的被訪者心目中，得分排名為第一（67.4分），而在四十歲或以上的被訪者心目中，得分排名則為第三（67.4分）。另一個為地產業，在四十歲以下的被訪者心目中，得分排名為第五（60.2分），而在四十歲或以上的被訪者心目中，得分排名則為第七（60.8分），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

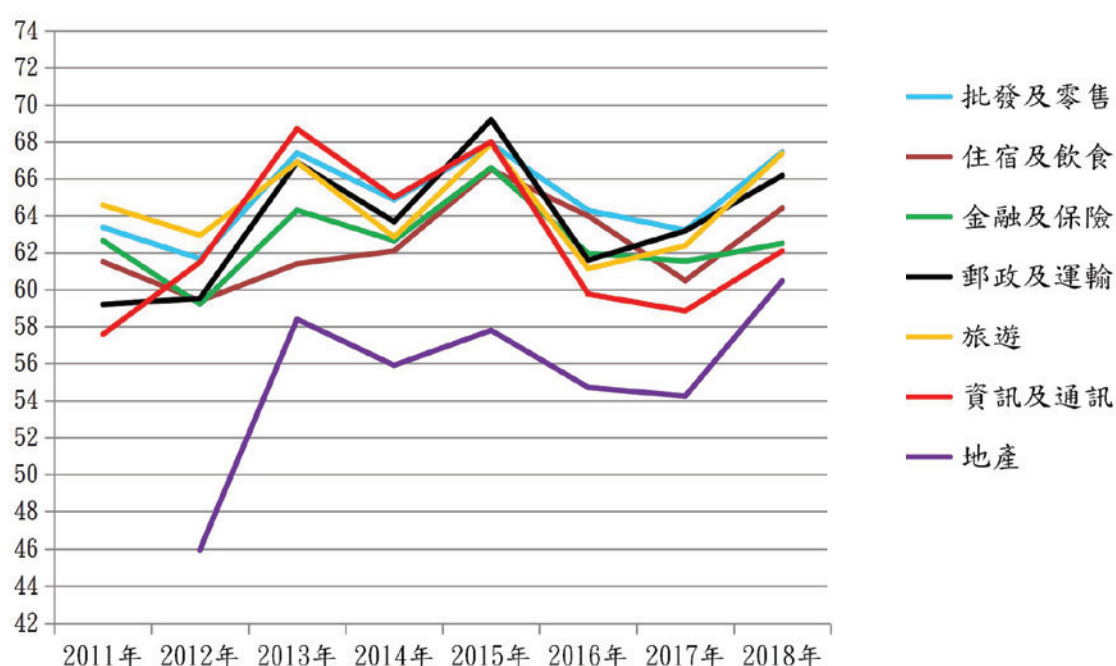
得業界深思。總括而言，兩個年齡組別的被訪者對多數行業的評價相約。而40歲以下的被訪者對批發及零售業較有好感，40歲或以上的被訪者則對旅遊業更有好感。值得注意的是，住宿及飲食業在兩個年齡組別的得分排名沒有差別。

表二 根據不同年齡階段劃分的行業得分與排名

排名	君子分數		40歲以下的被訪者		40歲或以上的被訪者	
	行業名稱	得分	行業名稱	得分	行業名稱	得分
1	批發及零售	67.4	批發及零售	67.4	旅遊	67.9
1	旅遊	67.4	旅遊	66.6	郵政及運輸	67.9
3	郵政及運輸	66.2	郵政及運輸	64.0	批發及零售	67.4
4	住宿及飲食	64.4	住宿及飲食	63.7	住宿及飲食	64.8
5	金融及保險	62.5	地產	60.2	金融及保險	64.5
6	資訊及通訊	62.1	金融及保險	59.8	資訊及通訊	64.3
7	地產	60.5	資訊及通訊	59.7	地產	60.8

回顧2011年至2018年間各行業的「君子」分數，起伏都較大，2015年多數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，但今年得分上升至該行業於所有調查年份中最高位；而郵政及運輸（黑色）、資訊及通訊業（紅色）在各年得分相對波動。另一方面，所有行業的得分均有所回升或持續上升。這表明，在香港市民的心目中，本次調查的七個行業在本年度的表現比往年較為出色。

圖一 各調查行業在2011年至2018年間「君子」分數的趨勢圖





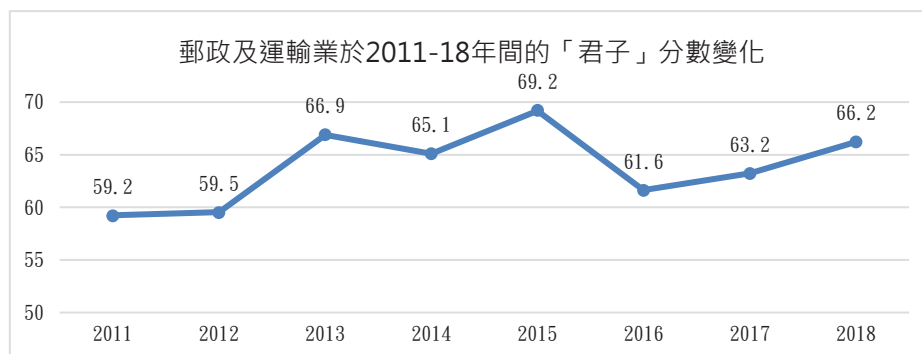
## 行業分析

### 郵政及運輸業

郵政及運輸業包括通過鐵路、公路、水上及空中運輸工具提供的客貨運輸，以及其輔助活動，如機場、碼頭、停車場、貨物處理、倉庫、郵政及速遞等，亦包括觀光旅運和運輸設備租賃。根據香港政府統計處的數字，於2018年第一季，行業的生產總值以2016年的價格計算約為港幣411.3億元。截至2018年6月，錄得近179,241人從事這一行業。事實上，公共交通已成為香港市民生活中不可或缺的一部分。業界的表現是否具備「君子」之風範，將直接影響大眾的福祉和利益。

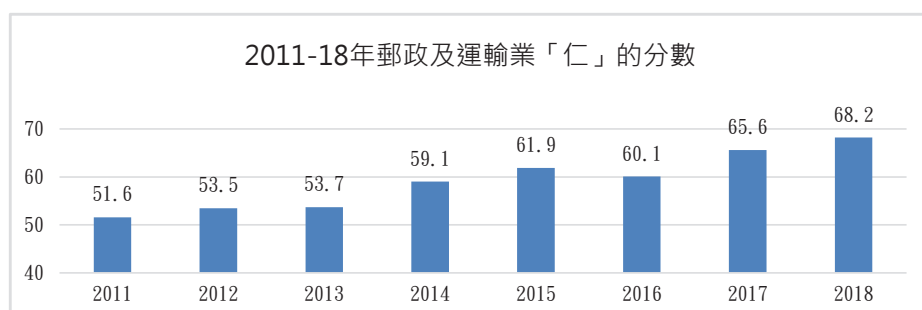
按本年度「君子企業調查」的結果顯示，郵政及運輸業的「君子」分數，與去年的63.2分相比，溫和上升了3分至66.2分（圖1），在七個調查行業中排行第三。這表明，今年市民在眾調查行業中認同郵政及運輸業的表現在中上。

（圖1）



今年郵政及運輸業在「仁」方面的表現於五項「君子」特徵中排行第四，獲68.2分，較2017年上升2.6分（圖2.1），在七個調查行業中排行第一。從調查結果反映，受訪者普遍認為，相比其他行業，郵政及運輸業更能：（一）替顧客設想、（二）主動關心員工；以及（三）積極參與社會公益事務。事實上，郵政及運輸業在「仁」方面的表現在過去八年中也有進步，實在難能可貴。

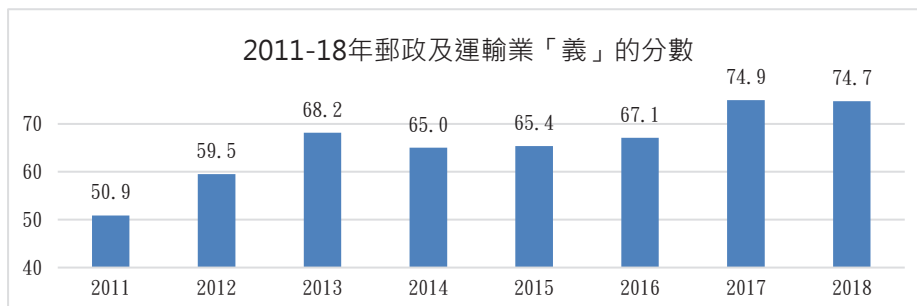
（圖2.1）





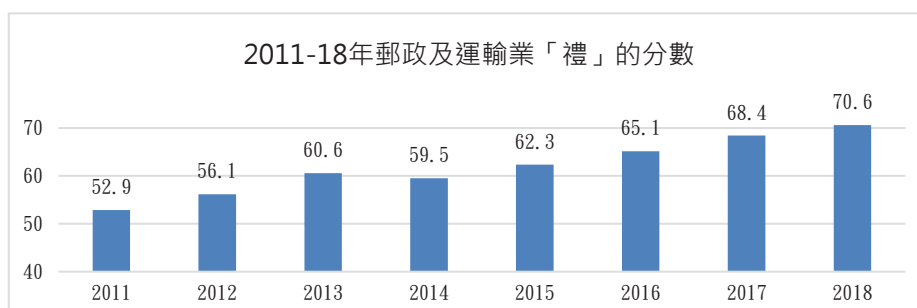
今年郵政及運輸業在「義」方面的表現於五項「君子」特徵中最好，獲74.7分，分數與去年相約（圖2.2），亦在七個調查行業中排行第一。「羞惡之心，義之端也。」套用在企業上就是指其經營手法憎惡向善，相宜合適。從調查結果反映，受訪者認為業界的經營手法有顧及到公眾利益和重視社會企業責任，形象趨向正面和健康。企業在賺取金錢時不忘多關心社會需要，這對企業建立健康和正面的形象百利而無一害。

(圖2.2)



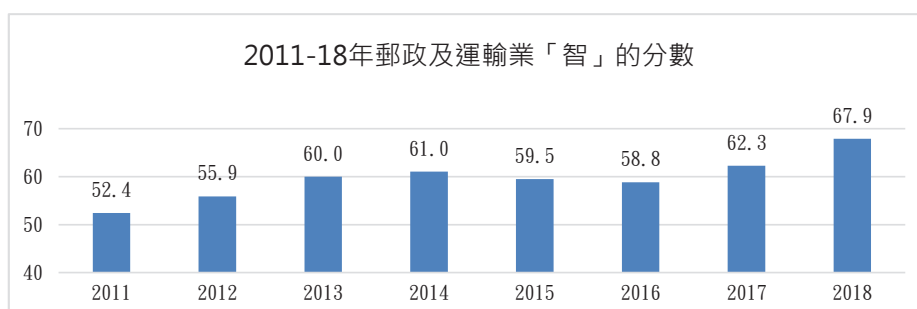
今年郵政及運輸業在「禮」方面的得分在「君子」特徵中排行屬中游，獲70.6分，較2017年溫和上升2.2分（圖2.3），但在七個調查行業中排行第一。調查結果反映，受訪者普遍認為，業界在與持份者溝通、合作和維持良好信譽上的表現較其他行業為佳。

(圖2.3)



然而，郵政及運輸業今年在「智」的表現上稍為遜色，得分是五德中最低的一項，僅獲67.9分（圖2.4），較2017年上升了5.6分。綜觀2018年，一些運輸機構在處理突發事件上的應變能力或許未能滿足市民的期望，這或許可解釋到為什麼郵政及運輸業在今年調查中「智」的分數稍為遜色。若業界能推出新產品和服務，並改善處理突發事件的手法，定能在來年「君子企業調查」中取得更好的成績。

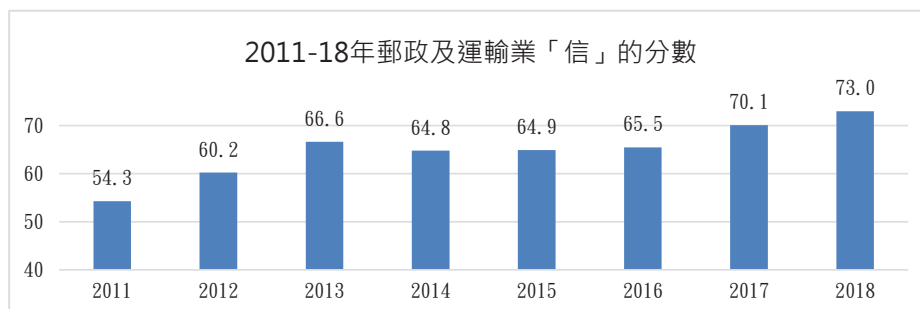
(圖2.4)



所謂「商道惟誠」，商道是要依靠誠信去展現的；「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。今年郵政及運輸業在「信」方面的表現於五項「君子」特徵中排行第二，獲73分，較2017年溫和上升了2.9分（圖2.5），在七個調查行業中名列榜首。從調查結果反映，受訪者普遍認為，相比其他行業，郵政及運輸業更能履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等守信行為。

總括而言，郵政及運輸業比其他行業更能依照儒家的道德準則營商。只要業界能維持一貫的德行，並努力發展與顧客及社會的三贏關係，相信在明年的「君子企業調查」中，郵政及運輸業可成為眾行業之首。

（圖2.5）



表三 2018年郵政及運輸業「君子」分數最高的五間企業

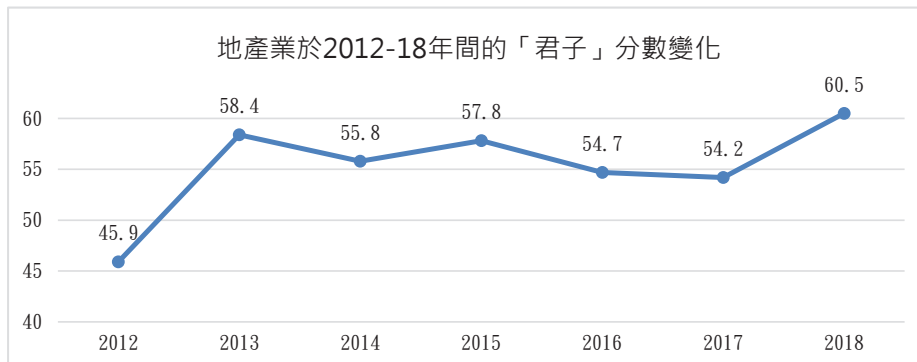
- 香港電車有限公司
- 天星小輪有限公司
- 順豐速運（香港）有限公司
- Deutsche Post DHL Group（業務品牌為：DHL）
- 聯邦快遞（FedEx Express）

## 地產業

地產業包含地產發展、建築、租賃、經紀及代理等業務。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。另一方面，香港地少人多，土地房屋向來都為港人所煩惱。據估計，香港每年需要要有5.5萬個住宅單位供應，始能滿足包括新增人口在內的住屋需求。但是，在過去5年，即2013-2017，香港每年平均僅有一萬多個住宅單位建成。據差餉物業估價署的香港物業報告，市民的置業負擔比率在第四季處於約67%的高位，遠高於1997至2016年期間45%的長期平均數，即指現時普通家庭的購買力被樓價拋離；截至2018年8月，私人住宅售價指數連續29個月增長。房屋問題同時由外圍和內部因素造成，長期的房屋供應短缺以及樓價和租金暴升已經是複雜和嚴峻的民生議題。在樓價高漲的環境下，越來越多香港年輕人對置業感到絕望，發展商興建「納米樓」已成為近年趨勢。

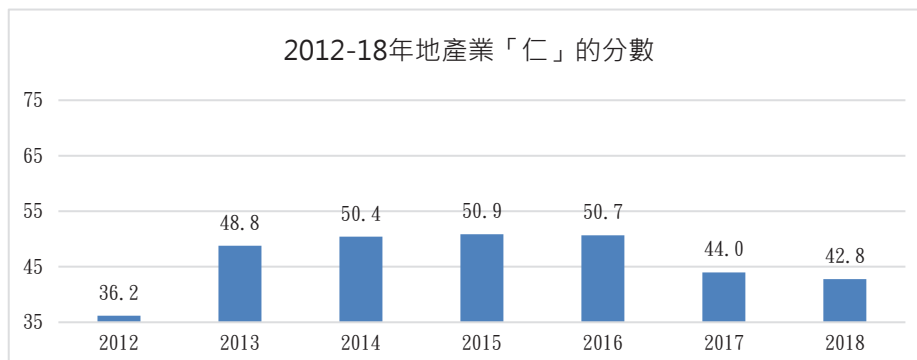
地產業由2012年開始納入「君子企業調查」，在2018年的調查結果中，地產業的「君子」得分是60.5分（圖3），雖然在七個被調查的行業中排名最低，但已經比去年的54.2分上升了6.3分。香港有7-8間商場有進行世界盃推廣及直播，這無疑能帶動市民興奮的情緒，為商場增添好感。事實上，近年細單位落成量有上升趨勢。差餉物業估價署最新數據顯示，去年截至10月底，實用面積小於431方呎的細單位落成量達4,318伙，不但較2016年的3,937伙上升約10%，更較2014年的2,160伙大增約1倍。由此可見，市民在安居置業這難題上得以紓緩，這可從分數上得知。

(圖3)

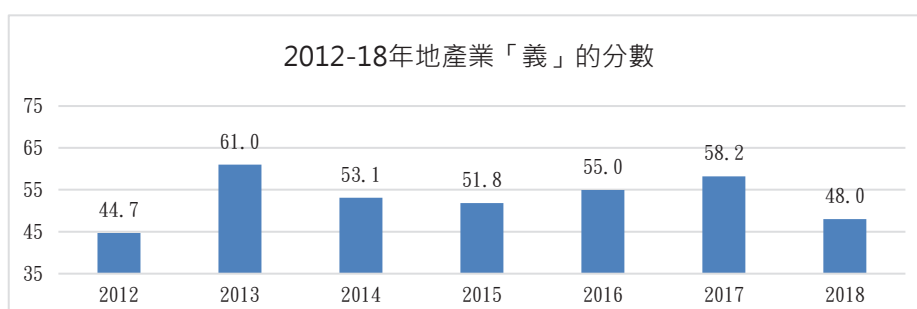


今年地產業在「仁」、「義」、「禮」、「智」及「信」的得分分別為42.8、48、48.3、54.2及45.7（圖4.1、4.2、4.3、4.4及4.5），其分數不但均較上年的分數低及在眾被調查行業中排行最低，「義」及「智」更比去年下跌超過10分。於「君子」特徵的表現評價中反映市民對地產業的整體形象越趨負面。由此可見，業界未能改善其多年來在香港市民心目中累積下來的負面標籤（例如：「地產霸權」、「賺到盡」、「發水樓」及「不良經營手法」等）。在市民心目中，地產商的營商手法一如既往，欠缺了仁愛、道義、寬宏和誠信。要達到「君子企業」的標準，相信仍有一段距離。

(圖4.1)



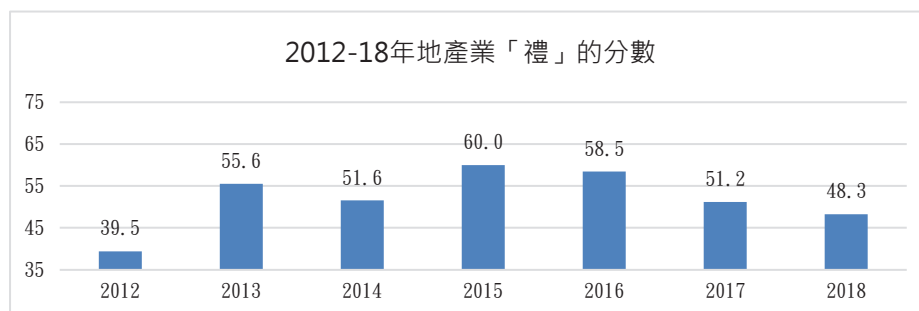
(圖4.2)



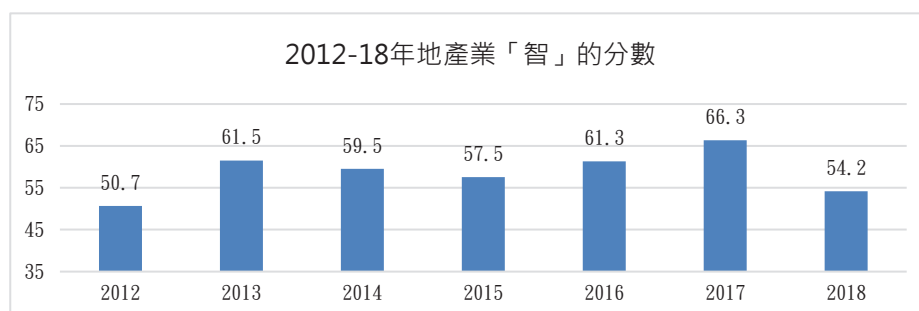
「智」是指企業在決策上精明及有遠見。今年地產業在「智」的表現不理想，分數下跌得最利害，由66.3跌至54.2（-12.1）（圖4.4），亦在七個被調查行業中排行第二跌至最低。雖然地產集團為股東牟取最多利潤，利益最大化，本是資本主義社會的正常及合理現象，但在現時香港經濟發展失去新動力，社會流動性減低的情況下，他們令大眾市民未能安居置業，可見這種決策不能得到市民支持。

據國際調查機構Demographia一項最新調查，香港家庭需要不吃不喝19.4年，才能負擔起樓價，連續8年成為全球樓價最難負擔城市。在樓價拋離市民的購買力與房屋供不應求的情況下，市民矛頭直指政府缺乏政策應對樓價過高，以及地產業的營商手法欠當。在是次「君子企業調查」結果中，地產業在「義」的分數下跌幅度緊隨「智」，由58.2下跌至48（-10.2）（圖4.2）。地產商「擠牙膏式」賣樓是推高樓價的重要因素，另外樓宇實用率低，普遍市民購買力追不上樓價，而地產商並沒有體恤市民，可見在分數上已反映了市民的不滿。

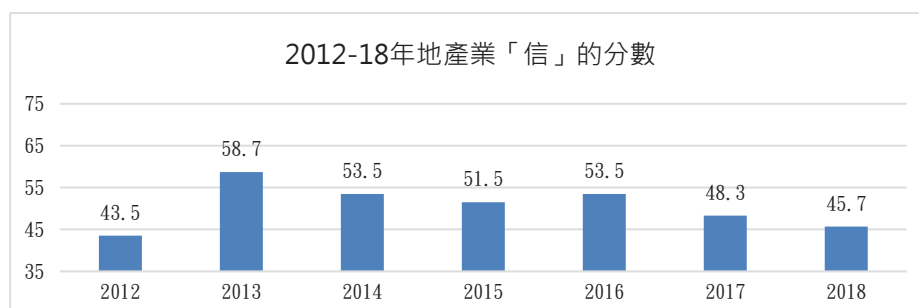
(圖4.3)



(圖4.4)



(圖4.5)



其實地產業中也有不少具商業道德的企業，只是市民對樓價高企的不滿反映在地產行業的「君子」評分，同時反映本調查有改進的空間，例如加入業界的專家評審。總括而言，地產業在多年「君子企業調查」的行業中，不論在「君子」、「仁」、「義」，「禮」和「信」的範疇上一直處於最低的位置，反映出市民對業界的評價甚為負面。富與貴，是人之所以欲也，若不以「君子」的方式獲取，也就不會長久。地產業要賺取回報，市民並無異議，市民只希望業界能互相體諒，並且還富於民，以及促進社會和諧。所謂「君子愛財，取之有道」，業界如在營商時結合「仁」、「義」、「禮」、「智」和「信」的元素，定必能使香港市民對業界有所改觀，並在明年的調查中，晉身「君子企業」的行列。

表四 2018年地產業「君子」分數最高的五間企業

- 國際金融中心管理有限公司
- 希慎興業有限公司（業務品牌為：希慎廣場）
- 香港太古集團有限公司
- 時代廣場有限公司（業務品牌為：時代廣場）
- 鷹君集團有限公司（業務品牌為：朗豪坊）

## 批發及零售業

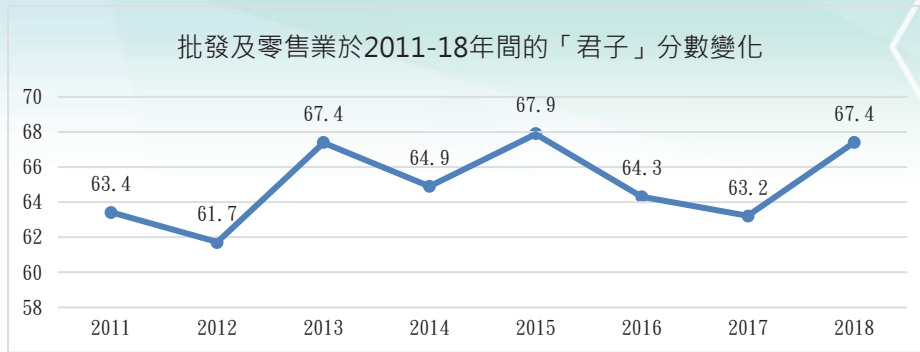
批發及零售業主要業務包括各類原料、商品及食品的批發及零售。香港優越的地理位置，發達的物流服務以及極低的稅費，使其成為世界上最大的轉口貿易港之一，不僅為香港創造了龐大的經濟收益，更為市民帶來世界各地的貨品。香港因此被譽為「購物天堂」。批發及零售業，尤其是實體店，一直為香港市民主要的購物和消費渠道。消費者生活中，市民經常與超市和百貨業等不同的批發及零售業接觸，因此業界的表現是否具備「君子」之風範，將直接影響消費者的福祉和利益。

按2018年度「君子企業調查」的結果顯示，批發及零售業的「君子」分數，較去年同期的調查有顯著提升，以100分為滿分，「君子」分數從上屆63.2，上升至67.4（圖5）。同時，在七個被調查行業中，批發及零售業的「君子」分數亦連續三年為第一（圖一，註：在前文第20頁），這充分說明香港市民對業界是比較認可的。銷售數據也充分佐證了這一點。根據「零售業銷貨額按月統計調查」的最新統計數據，2018年8月的零售業總銷貨價值的臨時估計為382億元，較2017年同月上升了9.5%。與2017年同期比較，2018年首8個月合計的零售業總銷貨價值的臨時估計上升了12.2%。可見批發及零售復甦勢頭強勁，市道十分暢旺。

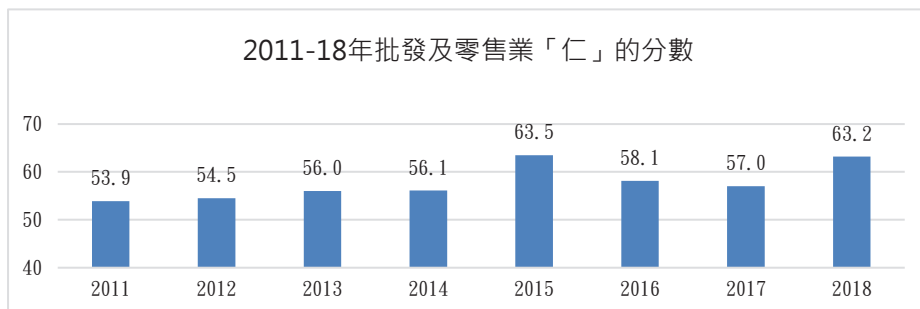




(圖5)

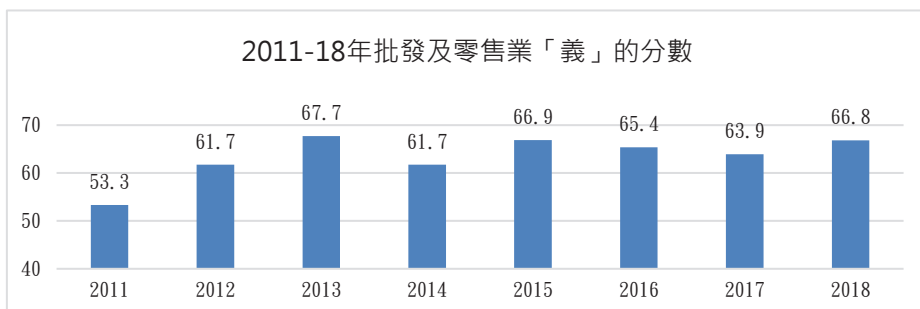


(圖6.1)

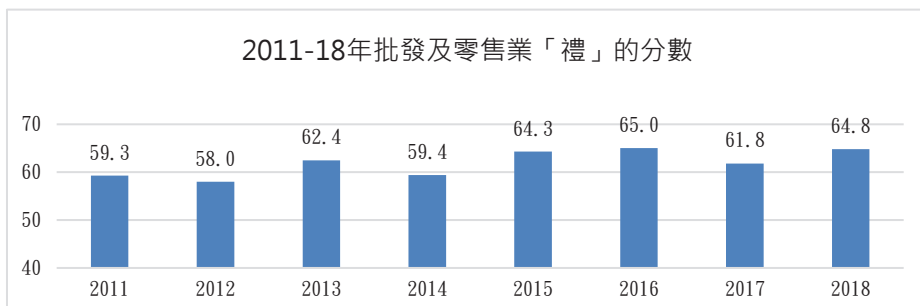


再進一步細分，批發及零售業在「君子五德」中，「義」得分最高，有66.8分。回顧8年來在「義」一項的得分，於2013年和2015年表現較好，其後2016年和2017年連續兩年下降至63.9分，2018年則有了長足的進步（圖6.2）。「義者宜也。」行義的方法就是做相宜，正確的事。所謂「君子愛財，取之有道。」批發及零售業的復甦，與業界同仁堅持努力地為消費者創造價值是分不開的。

(圖6.2)

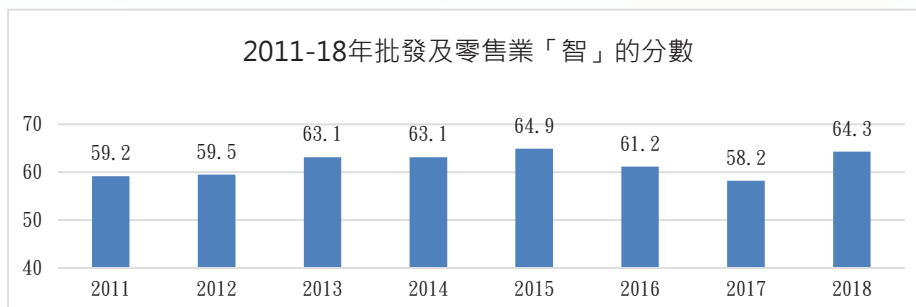


(圖6.3)

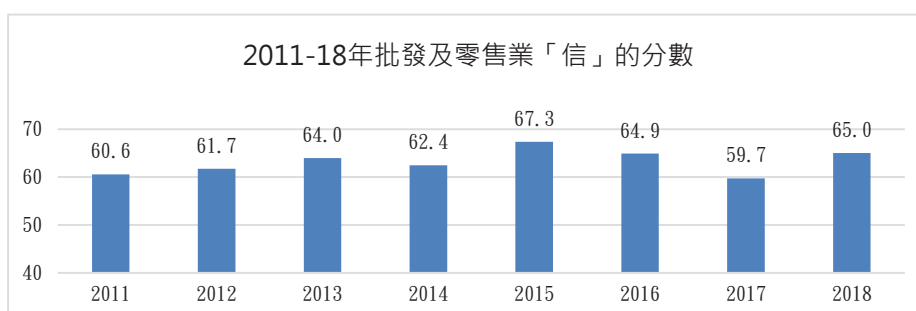


2018年，批發及零售業在「信」這個維度的得分進步最大，從2017年的59.7分一躍為65分（圖6.5）；同時，也是「君子五德」中得分第二高的。可見，過去一年，批發及零售業的誠信在市民中得到了認可。

(圖6.4)



(圖6.5)



批發及零售業在「禮」、「智」、「仁」這三項「君子」特徵中所取得的分數，較2017年均有所提升，其中，「禮」從上屆61.8分漲至64.8分（圖6.3），「智」從上屆58.2分上漲至64.3分（圖6.4），「仁」從上屆57分上漲至63.2分（圖6.1）。批發及零售業要維持第一的「君子」排名，「仁」、「智」是需要做出改善的方面。延續經濟復甦和銷售額上漲的勢頭，業界需要繼續：（一）實施以消費者為導向的營銷策略，推出適切市場需求的產品和服務；（二）加強履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等守信的表現；（三）多替顧客設想、主動關心員工和積極參與社會公益事務；以及（四）加強處理突發事件的能力，以坦率、誠懇的態度，及時、負責的處理措施來挽回消費者的信任。除此之外，消費者在日常生活中頻繁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行業同仁的必修課。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，企業若能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，就能重新贏得消費者的信任。只要從業者能堅持德行，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，批發及零售業可再次蟬聯眾行業之首。

表五 2018年批發及零售業「君子」分數最高的五間企業

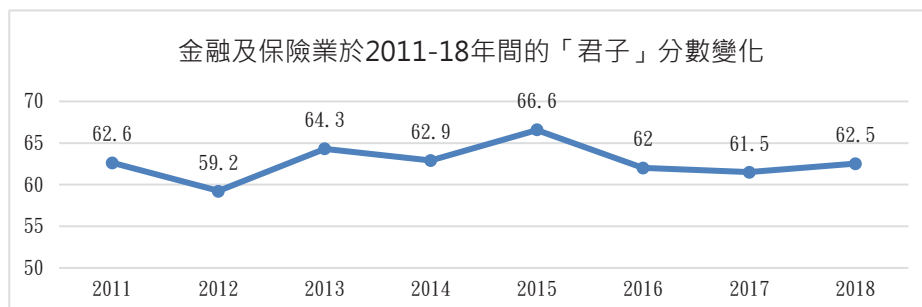
- CEC國際控股有限公司（業務品牌為：759阿信屋）
- 香港電視網絡有限公司（業務品牌為：HKTVmall）
- 新鴻基地產（業務品牌為：一田百貨）
- 怡和集團（業務品牌為：惠康）
- 日本城（香港）有限公司

## 金融及保險業

金融及保險業包括金融及銀行服務、證券及期貨、投資顧問、保險風險評估、保險代理及經紀等。香港是亞太區內最重要的國際金融中心之一。同時，金融及保險業為本港商界的一個重要產業。根據香港政府統計處在2016的統計數字，香港便有超過253間銀行、超過8,000間金融機構和超過2,600間保險公司，合共僱用了超過260,000人。金融及保險業佔本地的生產總值超過百分之十七。

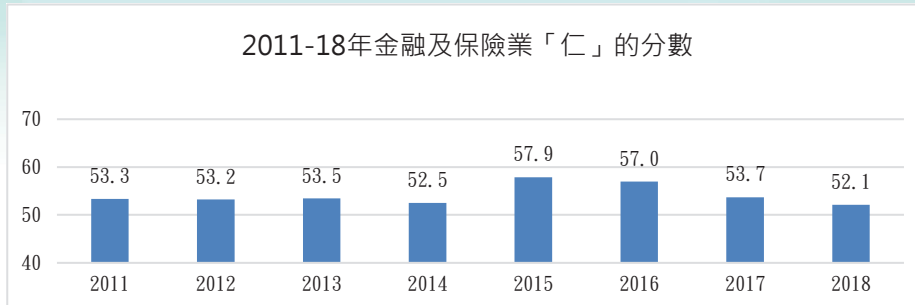
根據本年度之「君子企業調查」結果，金融及保險業的得分於七個調查的行業中排行第五；在100分滿分中取得62.5分，分數只高於資訊及通訊業（62.1分）及地產業（60.5分）。回顧過往七年的數據，相比起其他得分較高的調查行業，金融及保險業的分數只能徘徊於中游甚至下游，這可能是因為金融及保險業於廣大市民眼中作為商家的牟利形象較深，大部分企業亦會使用較進取的銷售手法以獲取更好的業績。金融及保險業在過去七年間的分數變化詳見圖7。

(圖7)

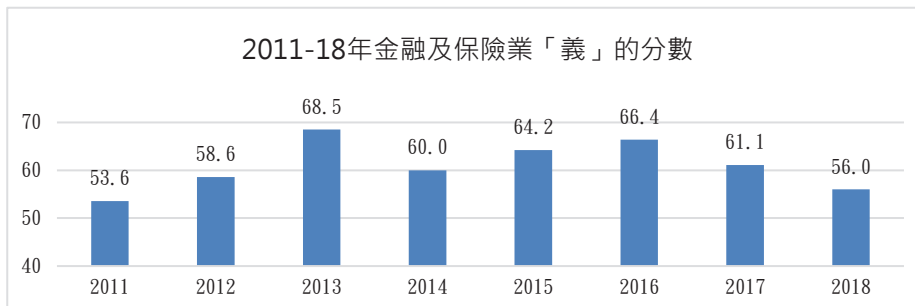


今年金融及保險業於「仁」的表現令香港市民失望，在五德中排行榜末，連續三年下跌至今年的52.1分（圖8.1），並在七個調查的行業中排行第六。由此可見，儘管部分企業使用感性、關愛的手法去宣傳企業及產品，但市民仍普遍認為金融及保險業業界未有充份表現出以愛人、愛僱員為企業營商之道。「義」這一方面，金融及保險業只得56分（圖8.2），得分一直下降，反映在香港市民心目中，金融及保險業中部份企業是會為追求利潤而選擇犧牲社會的福祉的印象蒂固。

(圖8.1)

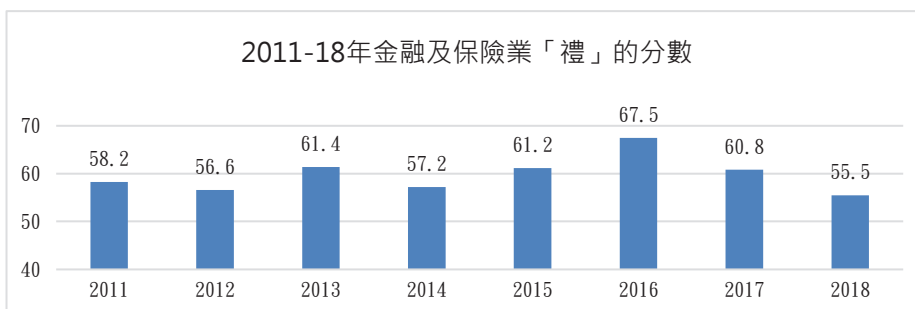


(圖8.2)

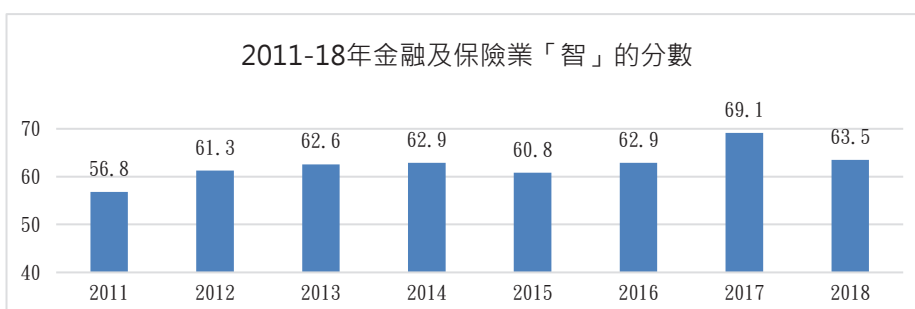


今年金融及保險業在「禮」，得55.5分，為過往七年調查結果中表現最差的一次，比去年頗大幅下降5.3分（圖8.3），這表示市民普遍認為金融及保險業界未有充份表現出以有禮的方法處理與客戶關係等人際問題。「智」的表現為63.5分（圖8.4），表現遠遜往年。或許是近年不少金融企業及保險公司將其服務或客戶文件電子化和機械化操作，不便於部分年長市民，影響評分。

(圖8.3)



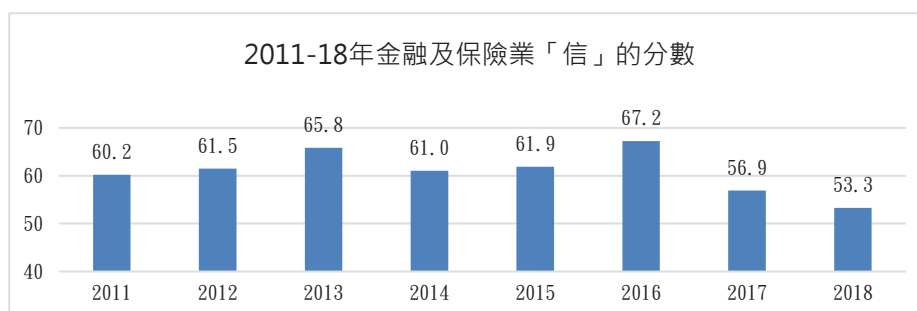
(圖8.4)



金融及保險業提供不同的理財、保險、融資和資產管理服務給顧客，企業最重要的是對持份者言出必行。不幸的是，近年市民認識多了一些以「不成功、不收費」作口號的不良中介公司，以協助市民借貸為名，實則濫收費用，令很多無辜市民受騙。令近年金融及保險業在「信」方面只得53.3分，為過往七年最少的得分。比去年的56.9分，下降了3.6分（圖8.5）。期盼金融及保險業的企業能以與顧客建立互信關係，提供無訛及全面資訊為重要任務。

我們希望業界多關心社會上各持份者的不同需要，多待持份者如己，服務安排更有承擔，改變太進取的銷售手法；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及保險業的觀感。企業不能只着重宣傳包裝，而缺乏真實的人情味。只有堅持「君子」之道，更多屬於金融及保險業內的企業定可在以後的「君子企業調查」中更上一層樓。

(圖8.5)



表六 2018年金融及保險業「君子」分數最高的五間企業

- 香港上海匯豐銀行有限公司
- 恒生銀行
- 中國銀行（香港）有限公司
- 香港交易及結算所有限公司
- 渣打銀行（香港）有限公司

## 住宿及飲食業

住宿及飲食業包括酒店、賓館、旅舍、餐飲服務、酒樓、餐廳、外賣及小食店等。衣、食、住、行對普羅大眾而言都是生活中的必須品。當中，食及住更是不可或缺。優越的地理位置令香港成為商業、貿易及服務的中心樞紐，集合環球美食，各種住宿選擇，成就了多元文化的香港。根據香港政府統計處公佈的最新數據，二零一八年第二季食肆的總收益價值的臨時估計為288億元，按年上升6.6%。同時，食肆購貨總額的臨時估計為93億元，按年上升5.8%，可見飲食市場之景氣有所提升。

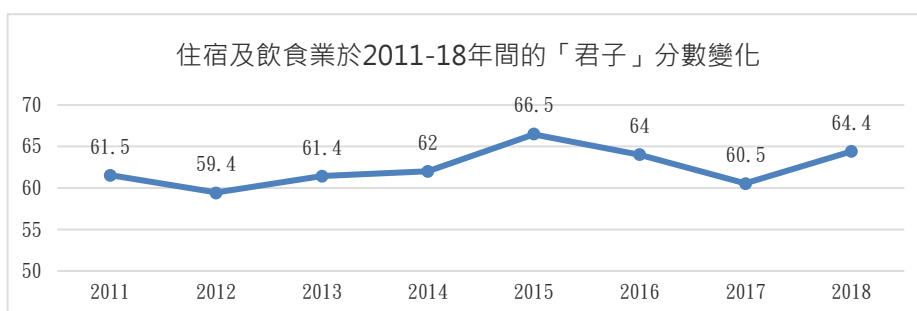
香港的住宿酒店行業非常發達，皆因香港是亞洲地區中熱門的旅遊勝地，亦是世界最大的商業和金融中心之一，接近80%的跨國公司都在香港開設分公司或辦事處。根據香港政府



統計處公佈的數據，截止2017年，香港持牌酒店品牌有277間，提供78,935間客房，入住率高達89%；持牌賓館有1,469間，提供12,271間客房，入住率亦有80%。住宿和飲食行業主要為顧客提供體驗性的商品和服務，要測量從業者是否具有「君子」風範，就特別取決於消費者對行業的滿意度。例如，行業所提供的產品和服務能否滿足消費者需求，前線員工的待客之道能否讓客人感到賓至如歸。

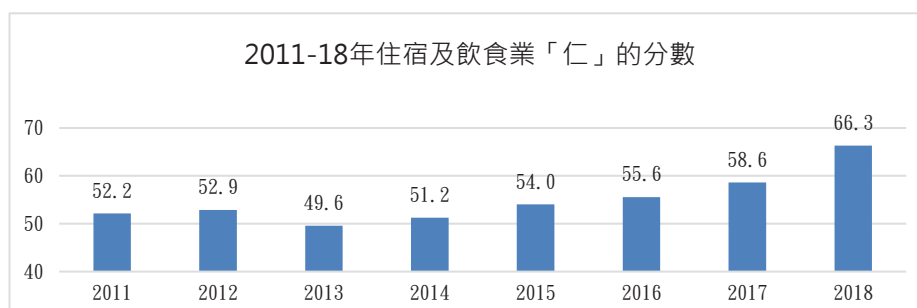
據2018年度「君子企業調查」的結果顯示，住宿及飲食業的「君子」分數在2015年經歷了一個高峰後，過去兩年同期調查的分數一直下降，直至今年有顯著回升。以100分為滿分，住宿及飲食業的「君子」分數由2015年66.5分，連續兩年下跌至60.5分後，今年大大回升至64.4分，成為歷年調查中的第二高分（圖9），這反映了消費者對行業的滿意度正漸漸提升。由「君子」分數的趨勢圖所見（圖一，註：在前文第20頁），於七個被調查的行業中，住宿及飲食業的表現與其他行業相若，對比去年同期有明顯上升的趨勢。住宿及飲食業屬於服務密集型行業，消費者的體驗非常重要，以熱情好客之道服務大眾，令市民得到良好的消費體驗可以為整個行業帶來正面效果，能令消費者感受到香港服務行業的精神。

（圖9）



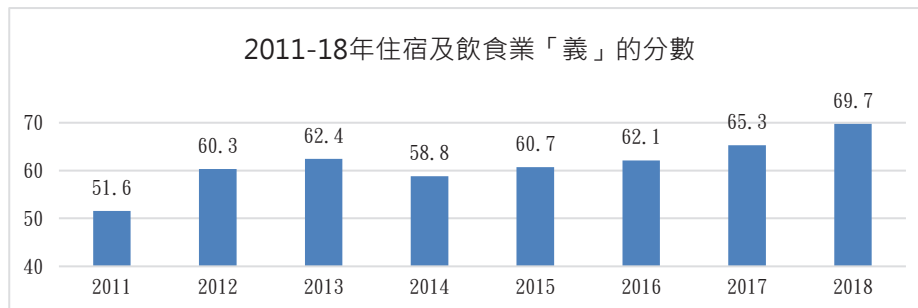
論語中孔子曾說：「唯仁者，能好人，能惡人。」對住宿及飲食業而言，「仁」可見於企業對各持份者的尊重和關愛。2018年的住宿及飲食業在「仁」的分數為66.3分（圖10.1），遠高於歷年成績。近年來飲食業界在不同範疇中提出改革，例如：（一）、住宿及膳食服務活動業的薪金升幅較為顯著，飲食業的平均時薪（40元以上）已高於最低工資標準（34.5元）；（二）、不少食肆開始重視食客的健康，如推出少糖、少鹽、少油的健康飲食選擇、參與「有營食肆」等。消費者均認為其表現具有仁者風範。

（圖10.1）



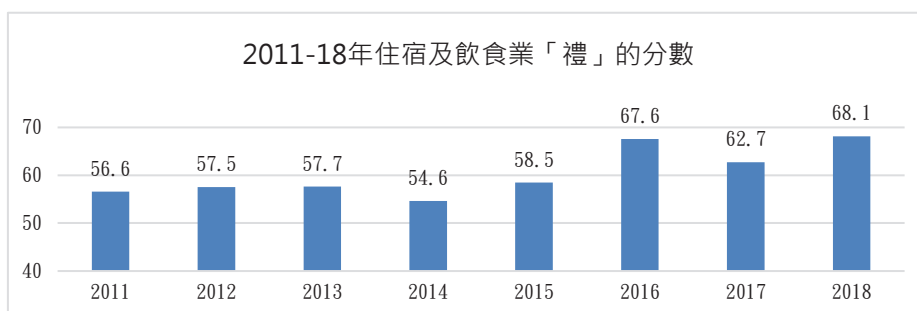
孔子曰：「義者宜也。」即「君子」是行義的，並以義為原則行合宜、合理之事的意思，行「義」的意思是做正確和合適的事。本年度住宿及飲食業在「義」的得分高達69.7分（圖10.2），是八年內的最高分。以「義」為本的企業就是一間經營手法合理和合乎道義的企業，可見住宿及飲食業界不為賺取更多利潤而行不義之事，大眾對此行為是欣賞的。

(圖10.2)



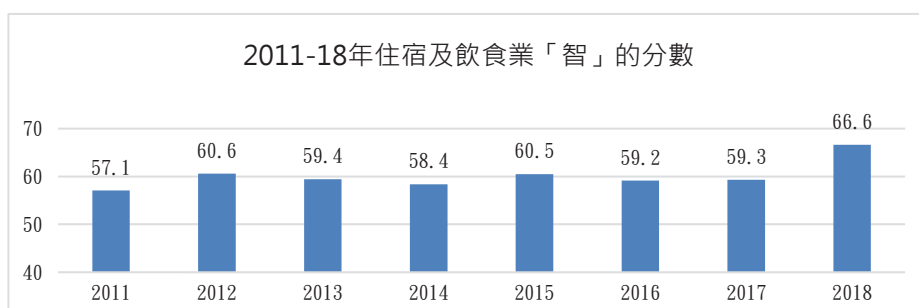
「禮」是指規矩恭敬的態度或行為，今屆住宿及飲食業在「禮」的得分為68.1分（圖10.3），是八年來的新高，這顯示市民對住宿及飲食業的服務態度甚為滿意。住宿及飲食業中，前線員工的服務態度對消費者用餐或者住宿體驗影響甚大。因此好的服務態度能令消費者稱心滿意，美好的消費體驗能令消費者再次光顧。

(圖10.3)



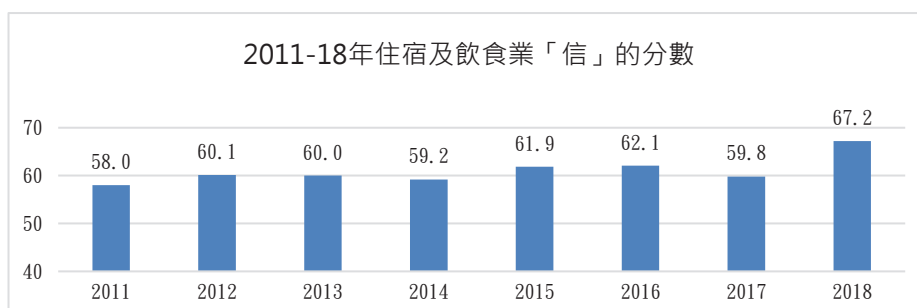
「智」即聰明善變。本年度住宿及飲食業於「智」得分為66.6分（圖10.4），相對過往成績有大躍進。表示飲食業在經營上有巧妙地運用手上資源，順應多樣化的香港市場需求，提供合適的產品和服務，亦能按照快速變化的市場作出及時調節，令「智」的得分大大提升，深受市民欣賞與認同。

(圖10.4)



「信」是指信守諾言、言行一致、誠實不欺。安全和衛生是消費者對住宿及飲食業最為基本的要求。今年住宿和飲食業在「信」的分數為67.2分（圖10.5），創八年內得分最高，意味著今年市民對其產品及服務提高了信任度。往年的食物安全問題令市民對行業失去信心，今年的分數提升反映了行業的改善，市民是有目共睹的，增加了市民對行業的信心。

（圖10.5）



總括而言，住宿及飲食業在本年度的得分整體有良好表現，其君子及五德分數有顯著進步，表示市民對行業的觀感大有改善，特別在「仁」、「智」和「信」的方面。香港市民關注住宿及飲食業的「君子」行為，期望行業會持之以恆，以「君子」之道作為經營原則，為香港市民和企業本身創造更大的商業價值。

表七 2018年住宿及飲食業「君子」分數最高的五間企業

- 美麗華酒店企業有限公司（業務品牌為：美麗華酒店Yamm）
- 吉野家快餐（香港）有限公司
- 太平洋咖啡有限公司（業務品牌為：Pacific Coffee）
- 香格里拉（亞洲）有限公司（業務品牌為：香格里拉大酒店Café Kool）
- 海港飲食集團（業務品牌為：海港燒鵝海鮮酒家）

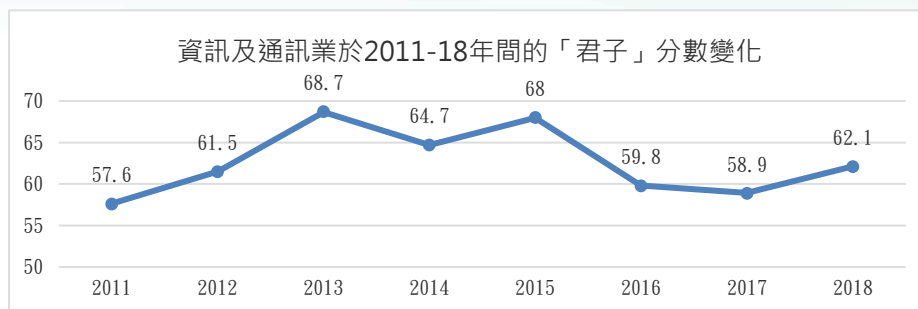
## 資訊及通訊業

資訊及通訊業包括報紙、雜誌、影音、電腦出版活動、新聞通訊、電視電台製作、電訊營運等。資訊科技和通訊技術是日常生活和商業營運中不可或缺的部份。市民渴望獲知新聞及消息，促使本港傳播媒介行業不停發展。根據2016年政府統計，香港便有超過13,000間資訊及通訊機構，合共僱用了超過136,003人，比五年前大幅上升16.5%。可見資訊及通訊業在香港的規模十分龐大，更有逐步拓展的趨勢。因此，我們的調查涵蓋所有媒介，當中包括多間知名的報館、雜誌社、電視、電台和電子傳媒。

傳媒肩負資訊傳遞，為市民發聲的責任，在社會擔當着十分重要的角色，而業界表現是否符合「君子」的定義對市民所獲取的資訊質素有着重要關係。本年度資訊及通訊業的「君子」分數整體為62.1分，相對於上年度的分數，上升3.2分（圖11）。雖然分數在這8年來頗為波動，但若對比2011年的57.6分，已上升了4.5分。相信是由於多年來科技進步，使得新聞偵查更為容易，從業員獲合適培訓的結果。再加上在全球化的大環境下，

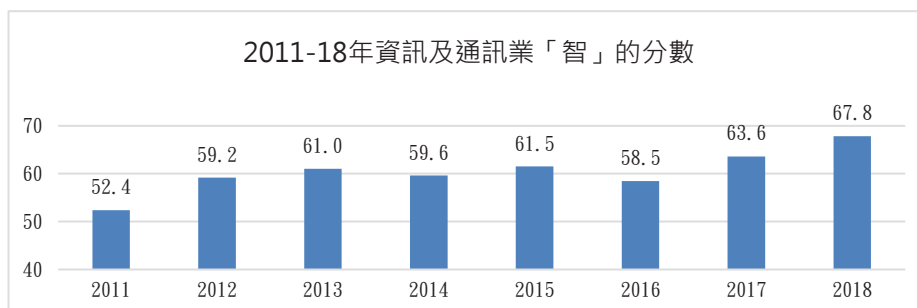
面對國際新聞事件，港媒能更高效地與國際新聞機構協調，讓市民盡快得到第一手資訊，市民對本港新聞業觀感轉佳，評分因而提高。

(圖 11)



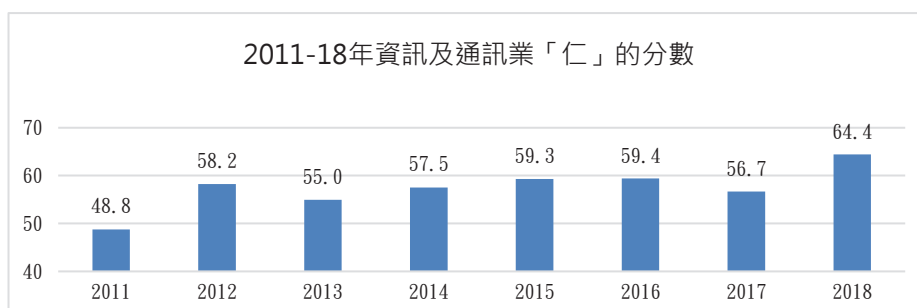
本年度資訊及通訊業在「智」的得分是67.8分（圖12.4）。得分高，意味著市民肯定傳媒新聞工作者的工作能力，能以適當並易於理解的方式傳播資訊，以及身為第四權，即新聞界協助公眾了解問題、發表對於公共事務的見解，因此可以領導和成為可制衡政府的角色。例如有報章揭發鐵路公司擅改工程圖則及隱瞞附近地區的沉降問題，最終逼令相關的鐵路工程主事人離職或提早退休，可見傳媒的影響力之大。

(圖 12.4)



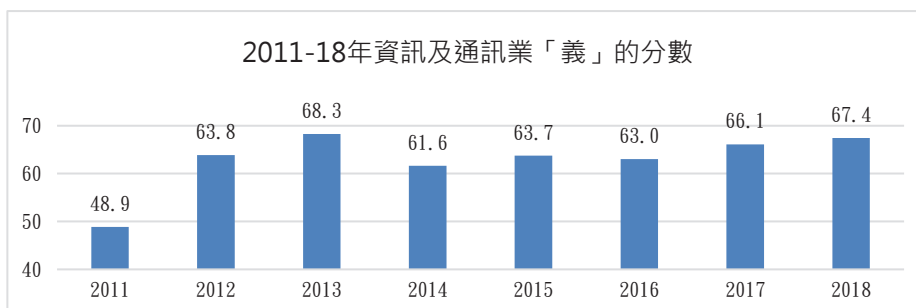
同時，「仁」的得分為64.4分（圖12.1），上升了7.7分。為8年來首度升穿60分，值得鼓舞。「義」得67.4分（圖12.2），估計因經歷過去數年政治紛爭後社會出現政治疲態，近年媒體傾向與民同休，於是報道更多本地小故事，例如不少網媒善於用短短三至五分鐘時間，以情感先行的形式，製作影片訴說小人物發奮史和他們背後的堅持，往往令人動容。

(圖 12.1)

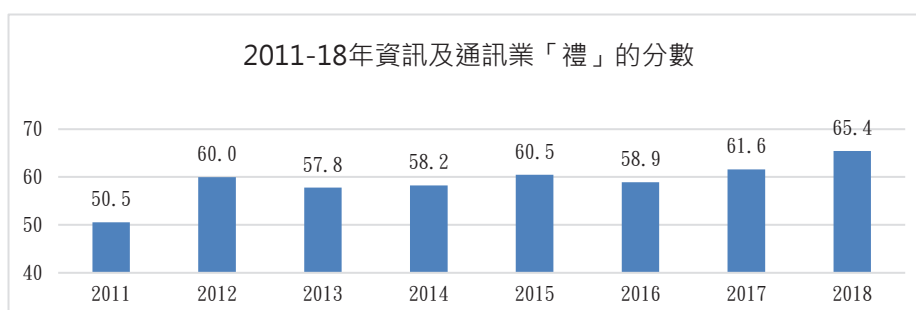


不過，值得一提的是「信」只得64.7分（圖12.5），相比其他行業，屬下游分數，反映市民認為媒體的可靠性仍有待改善。事實上讀者可見的是近年來傳媒分黨分派，政治傾向因各項社會大事，更加表露無遺。本文在此呼籲傳媒應當以中立為原則，堅守崗位向市民報道不同持份者的意見。而非因利益或不必要的恐懼而一面倒支持某個派系。

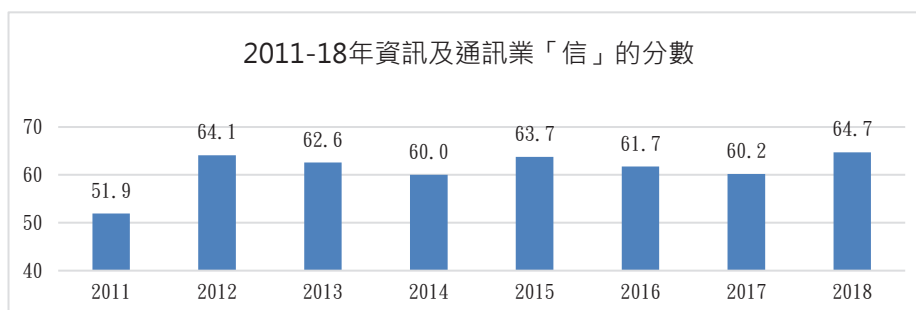
(圖12.2)



(圖12.3)



(圖12.5)



總的而言，資訊及通訊業的分數很容易因社會情緒或突發事件而急劇波動，因此分數高了，不必高興得太早，分數低了，更不應妄自菲薄。但無論如何，傳媒身為第四權執行者的角色無容置疑，十年樹木，百年樹人，經營一間具「君子」之德的傳媒機構亦然。現時本港新聞媒體的盛況是前人多年來咬緊牙關、默默耕耘所植下的根。因此新一代傳媒工作者除堅守家業外，更應同氣連枝，互補不足，免得根斷了、葉枯了、方哀嚎着樹倒猢猻散。在此衷心祝願各傳媒毋忘初衷，繼續本著企業良心及「君子」之驕，為香港刻下真實以及精彩的歷史。



表八 2018年資訊及通訊業「君子」分數最高的五間企業

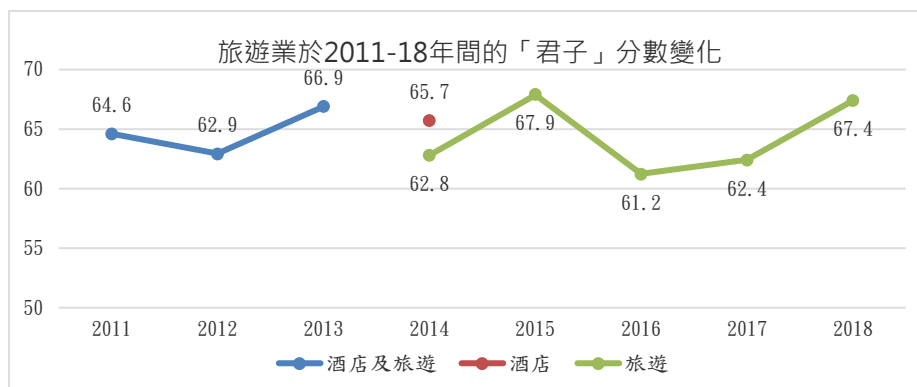
- 香港電視娛樂有限公司（業務品牌為：ViuTV）
- 香港商業電台
- 南華早報集團（業務品牌為：南華早報）
- 明報企業（業務品牌為：明報）
- 星島新聞集團（業務品牌為：英文虎報 The Standard）

## 旅遊業

旅遊業包括旅行代理及代訂服務。根據政府統計處資料，2018年1月至8月間約有4,200萬人次到港旅遊，為本地人口6倍，較往年同期高出一成。此外，根據香港旅遊業議會的統計資料，由2018年1月至9月，本港外遊市場的印花收入為港幣2,290萬，也較上年同期為高。由此可見，旅遊業與香港經濟發展息息相關，業界的表現亦跟市民的生活有密切的關係。

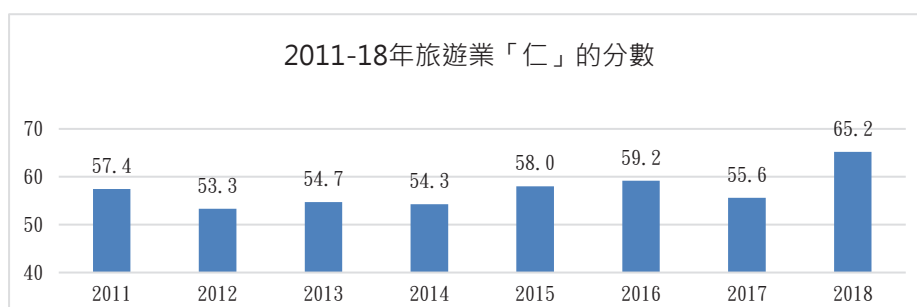
今年旅遊業中「君子」的得分有67.4分，比2017年的62.4分大幅上升了5分（圖13）。旅遊業在七個調查行業當中上升至第一（與批發及零售業並列第一），並有九間機構獲表揚為「君子企業」，顯示今年市民在七個調查行業當中非常認同旅遊業的表現，特別是40歲或以上的被訪者。

(圖13)



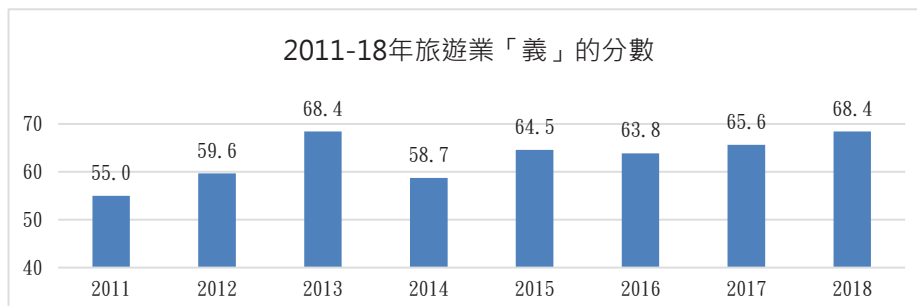
本年度旅遊業「仁」得65.2分（圖14.1），雖然仍為五德中最低的一項。但是今年得分於七個調查的行業中排行第三。希望旅遊業能繼續恆常地參加公益活動和以仁愛作為企業營商之道。

(圖14.1)

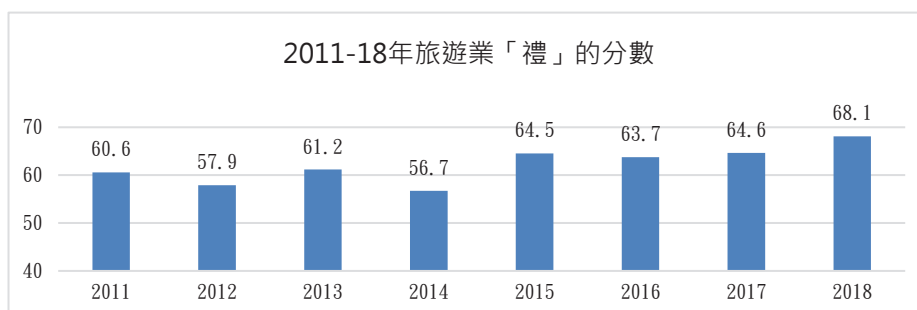


「義」除了有行為皆合乎天地良心的意思，亦有不乘人之危，趁火打劫的含意。本年「義」的得分為68.4分（圖14.2），比上年高2.8分。另一方面，本年度旅遊業在「禮」一項，得68.1分（圖14.3）。分數為歷年最高，這可能因近年旅遊業較為注重本身的形象與員工培訓有關。若旅遊業同仁能繼續自我提升，尊重顧客，一定能使「禮」之分數持續上升。

(圖 14.2)

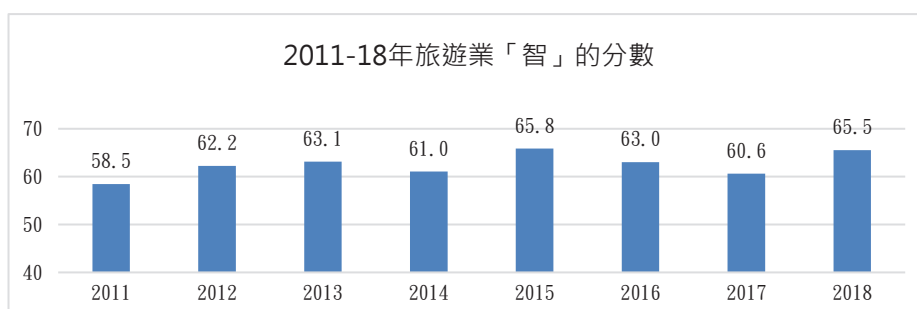


(圖 14.3)



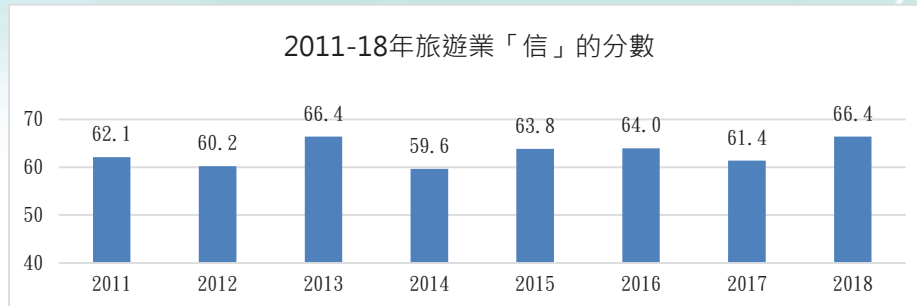
「智」即聰明善變，能按照市場需要做出調節。旅遊業在「智」的得分只有65.5分（圖14.4），與上年比較增加了4.9分。這反映受訪者比以前滿意旅遊業的營商策略，讓「智」的得分上升。業界應繼續推陳出新，除了透過設計精美而「使用者友善」的電子平臺來提供旅遊資訊外，也要因應市場喜好的變化，提供適合「自駕遊」或「自由行」的選擇。

(圖 14.4)



「商道惟誠」，商道必需依靠誠信去展現。「信」亦可解作誠信，企業應該表現出會遵守對持份者所許下的承諾、童叟無欺的美德。旅遊業在「信」的得分在七個調查行業當中排行第三，有66.4分（圖14.5），較往年上升5分，顯示今年市民在七個調查行業當中較為認同旅遊業誠信的表現。期盼從事旅遊業的企業能與顧客建立互信關係，提高商業操守。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 14.5)



表九 2018年旅遊業「君子」分數最高的五間企業

- Skyscanner
- trivago
- Expedia (智遊網)
- 東瀛遊
- HotelsCombined

## 整體分析

從過往六年的「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，數值接近0.9，有些甚至以上。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「恒大香港商業道德指數」為65.1分（滿分為100分），比2017年60.7分、2016年62.2分、及2014年的62.8分為高。這表明，市民認為今年各行業中企業的整體表現都有所提升，尤其是住宿及飲食業升幅較大。今年各行業的得分都有所提升，而郵政及運輸業相比其他行業在調查中得到較高的分數。

表十 根據不同年齡階段劃分的行業得分與排名

排名	商業道德重視程度		40歲以下的被訪者		40歲或以上的被訪者	
	行業名稱	得分	行業名稱	得分	行業名稱	得分
1	郵政及運輸	74.5	郵政及運輸	75.3	郵政及運輸	73.9
2	住宿及飲食	69.0	住宿及飲食	69.7	資訊及通訊	70.0
3	資訊及通訊	68.6	旅遊	67.9	旅遊	68.6
4	旅遊	68.3	資訊及通訊	66.7	住宿及飲食	68.5
5	批發及零售	66.6	批發及零售	65.5	批發及零售	67.4
6	金融及保險	57.5	金融及保險	56.7	金融及保險	58.1
7	地產	51.4	地產	50.1	地產	52.3

我們綜合分析了市民評價企業的「五德」對其消費行為意欲的影響（表十一）。分析得出在五類消費行為意欲中：產品或服務品質、滿意度、再購買意欲、推薦親友及認為價格很便宜，企業的「五德」表現均顯示出不同程度的顯著影響。總括來說，企業的「五德」表現與消費行為意欲有著顯著的正相關關係。這表示，「君子企業」的形象會影響消費者對企業的購買評價和意欲。

消費者對產品或服務品質的評價並不太受「仁」的影響。但消費者的滿意度則主要受「仁」、「義」、「禮」和「信」的影響。反映消費者更樂意支持有愛心、善心的企業。此外，再購買意欲則主要受「義」、「智」影響，其次則受「仁」、「信」的影響。明顯地，「義」為影響上述兩種消費行為意欲的重要因素；「仁」、「禮」、「信」則是消費為主的滿意度之重要影響因素。而再購買意欲則是另一概念，消費者較少受「禮」的影響；這表明，單憑有禮待客是不足夠的，企業長遠的解難能力和對持份者提供的福祉更為重要。

一般而言，企業認為提供價廉物美的產品或服務，會影響消費者視其為「君子企業」及可以提升五德的評價。但事實上，數據說明並非如此。消費者認為價格很便宜這一概念，只能影響「智」及「仁」，而其餘三種「君子」美德的影響則非常輕微。這意味著消費者是明智的，他們的評價不只著眼於價格是否便宜。

表十一 「君子五德」對消費行為意欲的影響

受影響之消費行為意欲	仁	義	禮	智	信
產品/服務品質	△	☆	☆	△	○
滿意度	☆	☆	☆	△	☆
再購買意欲	○	☆	△	☆	○
推薦親友	☆	○	☆	☆	○
認為價格很便宜	○	△	△	☆	△

☆：影響比較強

○：影響一般

△：影響比較弱

## 「君子企業家」：達則兼濟天下

結合過去數年的經驗，「君子企業調查」執行委員會的兩位聯席主席提出了一個新的研究方向——將「君子企業」的概念延伸到「君子企業家」。我們相信每一間「君子企業」，都是企業家對企業進行「君子」人格化塑造的結果。這包含兩個方面的涵義：一是指企業家把自己的「君子」人格特徵賦予企業；二是指企業在企業家的帶領下產生了「君子」人格特徵。一間企業的文化、價值觀、處事方式和信念等都深受企業的管理者（尤其最高層，如行政總裁 / 執行長 / 首席執行官，董事長 / 董事會主席）影響。管理高層的一舉一動更發揮著傳遞企業文化的作用。他們的每一句說話，每一個決策，每一次對員工的鼓勵都傳遞著某些文化資訊，投射出他們的價值觀、喜好、耐性、對事情的立場等。這些均會直接或間接地塑造了該企業的文化。「君子企業家」對於企業的治理，在於以身作則，由上而下地構建一套完整的「君子企業」文化。

那麼，廣大市民是如何看待「君子企業家」的呢？我們在2018年的「君子企業調查」過程中，對這一問題進行了定性研究。首先，我們邀請市民大眾組成焦點小組，進行一系列的訪談，以瞭解他們心目中的「君子企業家」應具備的特質、價值觀和行為。接著，在綜合市民觀點的基礎上，我們有系統地收集了學術文獻中對「君子企業家」的研究，繼而再結合儒家文化價值觀和以往的學術研究結果，於是我們提出一個「君子企業家」應具備下列八個特徵：「仁、義、禮、智、信、中庸、和及關係」。

在結構上，這八個特徵可以分為三個層次。「仁、義、禮」是「君子企業家」的核心特質，為第一層。「仁」主要考察企業家對利益相關者，如消費者、員工、合作夥伴、競爭者、社會弱勢人群以及自然動植物等的愛心與慈悲心腸；「義」主要考察企業家為人做事公平公正、大公無私、樂於助人及以國家集體利益為重的狀況；「禮」主要考察企業家在禮貌、謙虛、恭敬禮讓、遵守秩序以及講究禮儀和形象等方面的狀態。「君子企業家」不但關心企業持份者的需要及福祉，更替顧客設想，會視其他持份者有如家人一樣，而且根據高度的良知來做事，不會為追求利潤而犧牲社會的福祉。同時，「君子企業家」會鼓勵員工以謙虛恭讓的心態共事，服務大眾；即使和持份者有利益衝突，都能保持竭誠相待的高尚文化。

第二層為「智、信」。「智」主要考察企業家學習與創新的能力；「信」主要考察企業家誠實、守信、可靠及光明磊落的狀況。「君子企業家」重承諾和保證，會兌現向持份者許下的保證。這種說得出，做得到，知行合一的工作作風，對客戶童叟無欺，對員工也是言出必行。

「中庸、和、關係」這三方面是「君子企業家」量表的第三層。「中庸」主要考察企業家做事穩重、處事縝密、不走極端等狀況。中庸之道不但是儒家的思想準則，而且在中國思想史上成為很多哲學流派的思想方法論。「君子企業家」做事不過頭，不以投機心



理來營商。我國哲學和思想理論界提倡「和」的哲學，奉「以和為貴」為中國哲學的優良傳統。「和」主要考察企業家包容、互利的為人哲學。一位以和為貴的企業家與不同持份者關係和諧，能夠共同努力解決問題，使員工能彼此互相配合協調，企業自然能和氣生財。「關係」主要考察企業家對於社會網絡的構建水準和對社會資本的利用程度。「關係」在「君子企業家」經營管理中發揮著攸關重要的作用。「君子企業家」明白關係的重要，以重視關係為營商之道，致力建立良好的人際關係，最後能善用關係以達到企業的目標。

以合乎此「君子企業家」的八個德目及其原則來經營企業的人可稱得上為「君子企業家」。「君子」，窮則獨善其身，達則兼濟天下。「君子企業家」積極在組織內推行「君子」文化，則是將儒家文化的倫理道德規範內化到組織的使命、價值觀、決策原則，以及對各種商業活動的執行中。總括來說，現代「君子企業家」應認同並重視中華文化，具有傳統道德與良知，關愛親友、弱勢群體與所有利益相關者，並關心環保和熱心於社會公益事業，做到儒行與實業統一和良性互動的工商業者。

更多有關於「君子企業家」的八個特徵和具體的測量單項，請大家參考明文出版社出版的《真·君子商贏之道》一書。本篇有部分節錄為《真·君子商贏之道》中之「達則兼濟天下：從君子企業家到君子企業文化中」的其中一章。

## 2018年「君子企業調查」獲表揚準則及名單

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「君子分數」平均分，為七十分（以一百分為滿分），之後每年都是以同一基準表彰具「君子」風範的機構。

企業名稱	君子分數（滿分為100）
香港電車有限公司	75
Skyscanner	75
香港上海滙豐銀行有限公司	74
CEC國際控股有限公司（業務品牌為：759阿信屋）	74
恒生銀行	74
天星小輪有限公司	74
trivago	73
香港電視網絡有限公司（業務品牌為：HKTVmall）	73
中國銀行（香港）有限公司	73
順豐速運（香港）有限公司（業務品牌為：順豐速運）	72
Expedia（智遊網）	72
國際金融中心管理有限公司（業務品牌為：國際金融中心）	71
東瀛遊	71
新鴻基地產（業務品牌為：一田百貨）	71
HotelsCombined	70
怡和集團（業務品牌為：惠康）	70
Hotels.com	70
電視娛樂有限公司（業務品牌為：ViuTV）	70
永安旅遊	70
聯邦快遞（FedEx Express）	70
Agoda	70
TripAdvisor Hong Kong Limited（業務品牌為：TripAdvisor貓途鷹）	70
香港交易及結算所有限公司	70
日本城（香港）有限公司（業務品牌為：日本城）	70
Deutsche Post DHL Group（業務品牌為：DHL）	70

## 榮譽顧問

何順文教授	香港恒生大學校長
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	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 香港恒生大學市場學系副教授  
謝亭亭博士 香港恒生大學市場學系助理教授
- 委員：** 陳鴻輝先生 香港恒生大學市場學系一級講師  
范惠諾先生 香港恒生大學市場學系一級講師  
何國偉博士 香港恒生大學市場學系一級講師  
楊筠瑜博士 香港恒生大學市場學系高級講師  
吳寶琪女士 香港恒生大學管理學系一級講師  
李康穎博士 香港恒生大學會計學系助理教授  
鍾可盈博士 香港恒生大學英文學系高級講師  
翁菁慧博士 香港恒生大學英文學系一級講師  
歐陽皓江博士 香港恒生大學社會科學系一級講師  
陳慰敏女士 香港恒生大學中文學系一級講師  
陳慶娣女士 香港恒生大學商學研究所行政主任  
林嘉峪先生 香港恒生大學商學研究所研究助理  
林美欣女士 香港恒生大學商學研究所研究助理  
李學謙同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會主席  
邱于銘同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會內務副主席  
鄭綏菁同學 香港恒生大學市場學系四年級學生

## 附屬委員會

### 調查數據收集及分析委員會

- 主席： 鄧子龍博士 香港恒生大學市場學系副教授
- 委員： 陳鴻輝先生 香港恒生大學市場學系一級講師
- 翁菁慧博士 香港恒生大學英文學系一級講師
- 林嘉峪先生 香港恒生大學商學研究所研究助理
- 林美欣女士 香港恒生大學商學研究所研究助理
- 李學謙同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會主席
- 邱于銘同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會內務副主席
- 鄭緩蕎同學 香港恒生大學市場學系四年級學生

### 活動籌劃委員會

- 主席： 李康穎博士 香港恒生大學會計學系助理教授
- 委員： 陳慰敏女士 香港恒生大學中文學系一級講師
- 林美欣女士 香港恒生大學商學研究所研究助理
- 陳慶娣女士 香港恒生大學商學研究所行政主任
- 李學謙同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會主席
- 邱于銘同學 香港恒生大學第八屆市場營銷學會內務副主席





## 調查員及稽查員名單

傑出調查員領袖	吳鏗潼				
傑出調查員名單	李怡穎	杜玲	林佑曦		
調查員嘉許名單	王可瑩	邱于銘	杜芷殷	李頌矜	李學謙
	李寶嫻	吳逸晴	吳葦琳	吳景華	吳詠書
	吳銘熙	吳藹林	余嘉仁	林沛謙	林懿行
	姜淑敏	陳匡為	陳芷婷	陳青汶	陳倩儀
	陳家洛	陳梓政	張珮晴	黃俊灝	黃焯瑩
	葉國樑	馮詩程	曾上行	曾杏妮	溫卓穎
	游芷欣	溫家豪	黎彥麒	劉欣婷	劉浩朗
	劉梓澄	劉綺華	盧麗珊	錢家豪	鄺錦容
	謝君偉	簡泊成			
稽查員嘉許名單	林美欣	林嘉峪	翁菁慧	區芷瑜	梁泳琪
	梁翠瑩	莊肇浚	陳洛瑤	陳鴻輝	曾曉盈
	黃子殷	楊可愉	葉俊銘	葉靖琳	趙紫瑩
	鄧子龍	鄭緩蕎	謝亭亭		



## 市場營銷學會



市場營銷學會成立於2011年，其目的是為市場營銷學會的會員服務，推廣市場營銷。第八屆市場營銷學會幹事會 — Savvy 的中文意思是聰慧及明智。代表著我們會利用智慧令市場營銷學會更加成功；同時我們會堅持我們的理念去承傳市場營銷學會的精神。市場營銷學會是承傳著歷屆的精神、目標和名聲，本會會繼續以提升學生的歸屬感及豐富學生對市場營銷的興趣和知識為依歸。透過籌備來年的活動，使會員之間的關係更緊密，令會員與成員之間的關係更加融洽及和諧。

在校內推廣方面，我們致力提升市場營銷學會的形象和建立會員的歸屬感。另外，學生能夠透過不同活動，從多方面認識市場營銷學會及學習多種市場營銷技巧，並加以運用於他們的日常生活中。

在校外推廣方面，我們希望透過舉辦不同聯校活動，以提升香港恒生大學在香港大專院校中的形象。除此之外，我們通過積極參與眾多的聯校活動，在香港的大專院校之中建立理想的名聲。這樣不但可以表現出我們對市場營銷的熱誠，同時也能給其他學校留下美好的印象。

本學會亦有多元化的活動，在學術方面，有「君子企業調查」、MarketingWeek、EMBA、JUOMA、Study Tour及EBIA。在娛樂方面，有迎新日、迎新營及Mega Sales。學術及娛樂的活動應有盡有，務求令本學會的會員能享受本學會帶來的活動和福利。

### 主席李學謙獻詞

本人十分榮幸見證2018年「君子企業調查」順利完成。本年度「君子企業調查」能夠順利完成，有賴執委會和一眾學生調查員的努力，令整個調查進度十分理想，能將「君子五德」及商業道德廣泛推廣至更多的層面。



今年是恒大第八年舉辦「君子企業調查」。無論是調查結果的可信程度，或是調查員和企業的參與度，都有賴前七屆執委會和學生建立穩定的基礎，才讓今年的「君子企業調查」舉辦得如此順利。在進行街訪中，學生以調查員的身份訪問十八區的市民，從與市民的溝通中獲得難能可貴的經驗，令他們的溝通能力及思維分析的能力都有所提升。「君子企業調查」確實給予學生寶貴的經驗來實踐平日課堂上獲得的知識。

最後，本人謹代表香港恒生大學第八屆市場營銷學會，衷心祝賀本年度獲表揚的企業，並再次感謝社會各界對「君子企業調查」的支持。期望未來的「君子企業調查」繼續弘揚儒商精神，把企業道德及「君子五德」的概念普及化，爭取社會各界的關注。



■ 誓師大會合照



■ 調查員於工作坊專心學習整理數據



■ 調查員熱心地為市民講解問卷內容



■ 調查員不辭勞苦地進行街頭訪問



■ 市民耐心地回答問題





■ 調查員在商場內主動邀請市民接受訪問



■ 調查員街頭大合照



■ 調查員不畏風雨進行街頭訪問



■ 精神抖擻的調查員大合照

鳴謝 |

禮

智

信



(鳴謝提供旗下商場作部份問卷調查場地)



**統籌** 商學研究所

**參與單位** 君子企業調查 2018  
執行委員會  
市場營銷學會  
市場學系

香港新界沙田小瀝源行善里  
電話：3963 5000  
傳真：3963 5332  
網址：[www.hsu.edu.hk](http://www.hsu.edu.hk)

The research component is fully supported by a grant from the Research Grants Council of the Hong Kong Special Administrative Region, China (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）



MIX  
Paper from  
responsible sources  
FSC™ C111181