



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

二零一九年度

君子企業調查

JUNZI
CORPORATION
SURVEY
2019



2019 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 謝亭亭博士 林美欣女士

撰文：鄧子龍博士 謝亭亭博士 林美欣女士 李嘉峻先生 周信匡先生 梁泳琪女士
陳泳如女士 鄒緯南先生 廖梓鴻先生 趙偉津先生 劉梓晴女士

香港恒生大學自 2011 年起，每年進行一次君子企業調查，以其廣泛的代表性備受學界和業界關注，本次研究為同系列調查之九。君子企業調查研究團隊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」，持之以恆地以「君子五德」作為企業營運的道德準則，遴選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何為「君子」與「五德」，2019 年君子企業調查的方法和結果，最後會提出一些對各行業進行道德化經營的建議。

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，我們邀請不同界別的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。企業關心持份者的需要及福祉，針對增加持份者的好處而制定，是「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視的觀念是仁。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，他們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，「是一個追求雙贏、和諧的企業」、「對內對外，重視禮儀」、「以禮待人」、「即使和持份者有利益衝突，依然會保持禮貌和尊重」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」、「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有重大影響。以飲食業為例，餐飲業管理人員有需要考慮餐牌改用較大的字體，每張餐桌上放一把放大鏡，光線要較光猛，地板及廁所地面要防滑，周邊地方需加設扶手，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「誠實、可靠」、「提供真實無誤的資訊」、「產品服務值得信賴」、「以誠信對待持份者」等等。《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，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。」企業與顧客要像對待朋友一樣，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。相反，缺乏誠信的企業最終必會受消費者唾棄。

調查方法

本年度君子企業調查沿用了過去八年「問卷調查」的形式進行定量調查。問卷設計經研究團隊參照過往歷屆的問卷及根據「君子企業」模型修改而成，經多年測試均得出相當高的有效度。

調查以行業問卷收集市民對批發及零售、郵政及運輸、旅遊、金融及保險、住宿及飲食、資訊及通訊、以及地產業共七個行業的評價，共分為兩個部分。第一部分有一條問題，旨在對各行業整體的商業道德重視程度進行評分（0 為完全不重視，100 為完全重視），第二部分共六條問題，分別量度選定行業的在「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這六個方面的表現。最終共收取有效問卷 2346 份。

調查過程 嚴謹可靠

調查隊伍由 31 名香港恒生大學學生組成，他們肩負全部的外勤工作，學生均事先受培訓，並於期間表現良好才獲派出外工作。調查以面談訪問的方式進行，主要由於面談能讓調查員更有效地與受訪者建立互信，以及解釋問卷中一些抽象的詞彙（如「君子」、「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」），故相信透過面談訪問，能收集到較高質量的數據。

每組調查隊伍設有組長，由富有調查經驗的同學擔任，同時設立監察制度，派遣研究團隊及稽查員不時到隨機抽樣的區域巡察調查情況，以確保數據的可靠及可信性。此安排可讓學生有機會深度參與整個問卷調查，學以致用。

抽樣方法 覆蓋全港

是次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，亦增強樣本的代表性。抽樣方法與去年一樣，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港九新界多處地方，然後，根據年齡及性別組別，以配額抽樣進行面對面的街頭訪問。

調查範圍

由於本研究目的為追蹤香港商業道德指數，以及消費者對不同行業和企業的君子五德的評價，故進行調查的行業集中在七個與一般市民大眾生活息息相關的行業，分別為批發及零售、郵政及運輸、旅遊、金融及保險、住宿及飲食、資訊及通訊，以及地產業。上述名稱及企業的分類方法乃根據政府統計處《香港標準行業分類 2.0 版》而訂立，貼近現時香港的行業資訊，讓市民可對各行業進行評價，加上市民一般認識這些行業內的機構，因此能有效評估這些行業的營商手法和表現。

調查結果

本年度君子企業調查主要的三項分析，均以一百分為滿分的數值，方便作比較之用，分別為（一）分析不同年齡層的市民對調查行業中「商業道德重視程度」的評價，以追蹤恒大香港商業道德指數；（二）分析不同年齡層的市民對調查行業中符合「君子」表現的差異程度；（三）分析廣大市民對調查行業多大程度符合「五德」，即「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」。

恒大香港商業道德指數

今年的「恒大香港商業道德指數」為 59.4 分（滿分為 100 分），為歷史最低（圖 1）。市民認為今年各行業對商業道德的重視程度都降低了，不僅地產和金融這些常常被詬病的行業不及格，那些向來最受好評的郵政及運輸行業也大幅度降低（表 1），這可能是由於香港的整體商業活力和市場景氣都不太好，地產和金融首當其衝。具體而言，郵政及運輸行業得分是 63.8，仍然是所有行業中相對最重視商業道德的，其中 40 歲以下年齡組別的評價是 63.2，40 歲以上年齡組別是 64.4，對郵政及運輸行業的評價更高一些，顯示其行業更能獲得 40 歲以上年齡組別市民信賴，畢竟這些行業提供的是普惠性質的公共產品和服務。住宿及飲食業今年於商業道德重視程度排行第二，各年齡層對其行業的評分亦相當接近，顯示市民一致對住宿及飲食業都充滿信任。而排名第三名及第四名的資訊及通訊業和旅遊業，分數極為接近，分別為 61.7 分及 61.3 分，當中 40 歲以上年齡組別市民對其評分較高，顯示市民對業界的表現仍有信心。批發及零售業的商業道德得分為 60.4，顯示公眾對業界有良好印象。至於金融及保險業以及地產業，商業道德分數對比其他行業為低，主要是大眾對行業的印象較為負面，在經濟氛圍不佳的情況下，為了促使行業的復甦，業界仍要繼續努力，增強市民信心，他們需致力發展與顧客的雙贏關係，提高商業道德水平。

圖 1 「恒大香港商業道德指數」在 2014 至 2019 年間的趨勢圖

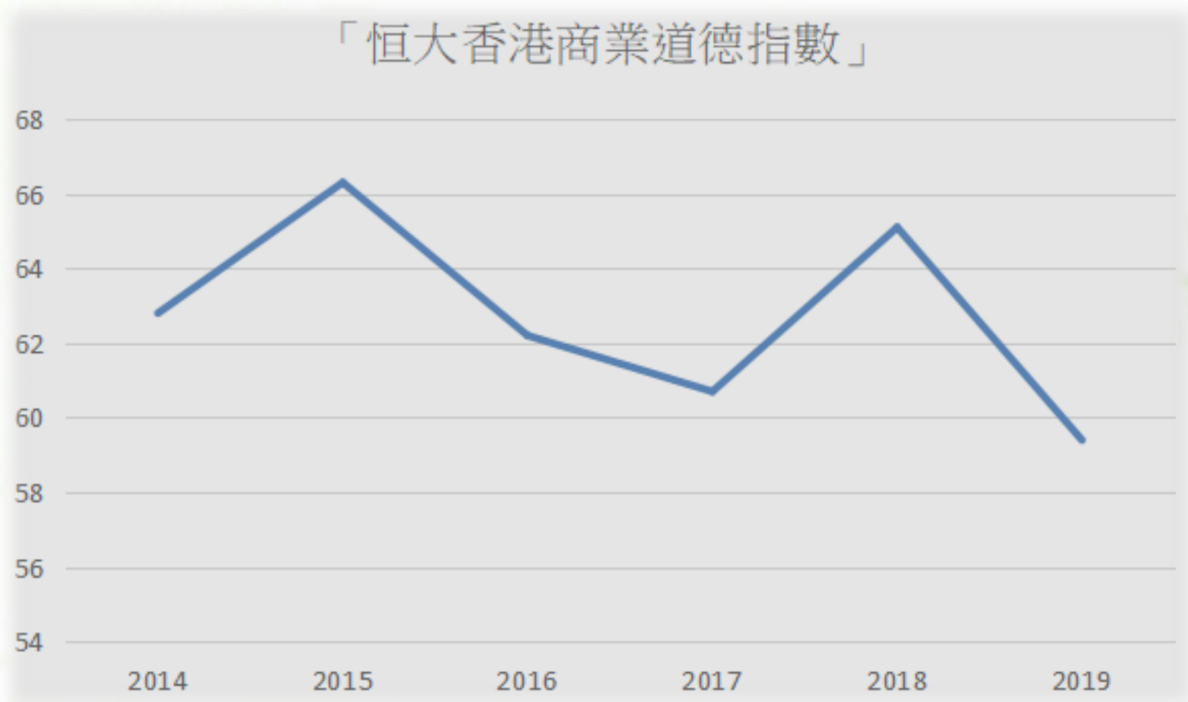


表 1 不同年齡階段劃分的商業道德重視程度行業得分與排名

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	63.8	郵政及運輸	63.2	郵政及運輸	64.4
2	住宿及飲食	62.8	住宿及飲食	62.1	住宿及飲食	61.7
3	資訊及通訊	61.7	資訊及通訊	61.7	資訊及通訊	63.5
4	旅遊	61.3	旅遊	61.0	旅遊	61.5
5	批發及零售	60.4	批發及零售	59.5	批發及零售	61.3
6	金融及保險	54.6	金融及保險	55.6	金融及保險	53.6
7	地產	50.9	地產	52.3	地產	49.5

各行業的君子分數

每條問題以一百分為滿分，表 2 列出各個行業，在市民心目中「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」和「君子」六個維度的平均分數。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 2 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	64.0	65.8	63.8	64.1	65.7	64.8
資訊及通訊	60.3	63.2	59.9	62.2	60.8	60.8
金融及保險	49.1	50.5	53.2	57.5	49.4	50.2
批發及零售	60.3	62.0	61.5	61.0	59.9	59.8
住宿及飲食	60.9	63.8	61.3	62.0	61.7	61.0
旅遊	58.3	60.4	61.0	61.5	59.1	58.7
地產	46.3	48.1	58.9	54.4	46.6	47.6

從表 2 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。整體而言，郵政及運輸業、資訊及通訊業、批發及零售業、住宿及飲食業，以及旅遊業的營商手法大致符合消費者心目中的「君子」標準，然而，金融及保險業，以及旅遊業在發揮「君子」精神上還有很大的改善空間，意味著該行業的企業應將中國儒家的「君子」概念，更好地融入到日常的商業活動中。

表 3 根據不同年齡階段劃分的君子分數行業得分與排名

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	郵政及運輸	64.8	郵政及運輸	64.0	郵政及運輸	65.3
2	資訊及通訊業	60.8	資訊及通訊業	60.5	資訊及通訊業	61.0
3	金融及保險業	50.2	金融及保險業	49.1	金融及保險業	50.8
4	批發及零售業	59.8	批發及零售業	58.2	批發及零售業	61.6
5	住宿及飲食業	61.0	住宿及飲食業	60.1	住宿及飲食業	60.6
6	旅遊業	58.7	旅遊業	58.6	旅遊業	58.8
7	地產	47.6	地產	49.0	地產	46.8

表 3 對比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，以一百分為滿分，可見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。

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。通過得分排名可以看到，多數行業中兩個年齡組別的得分排名保持相約。

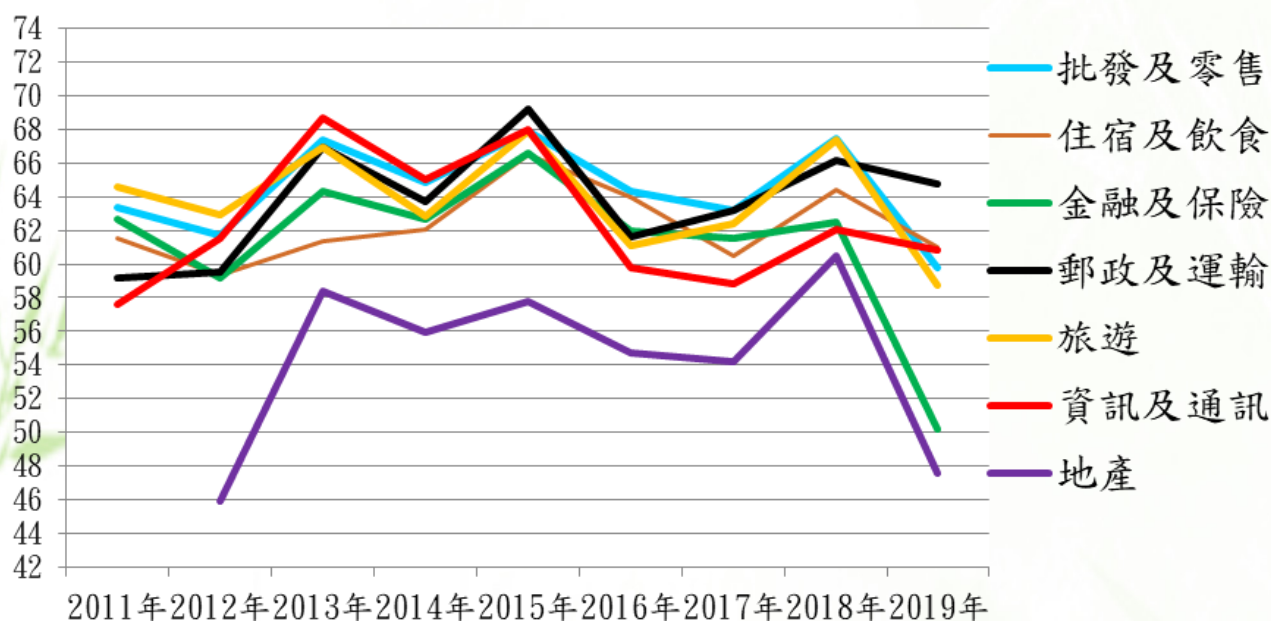
本年度郵政及運輸業的「君子分數」無論於整體（64.8 分），抑或於四十歲以下（64.0 分）及四十歲以上（65.3 分）的年齡層均統一位列榜首。

表現最差的行業為金融及保險業及地產業，兩者無論於整體，抑或於四十歲以下，及四十歲以上的年齡層分別於倒數第二及倒數第一，其中地產業得分不足 50 分，金融及保險業的得分以於 50 分區間徘徊，意味各年齡層的被訪者對金融及保險業及地產業持負面評價，業界需深思當中原因。

另四十歲以下，及四十歲以上的兩個年齡組別的被訪者對資訊及通訊業及住宿及飲食業的平均分數由 60 分至 61 分水平左右，對旅遊業的評分亦分別為 58.8 分及 58.6 分，分數差別最大的是批發及零售業，四十歲以下的被訪者為 58.2 分，四十歲以上則為 61.6 分。

總括而言，兩個年齡組別的被訪者對多數行業的評價相若，由其對郵政及運輸業較有好感，而對金融及保險業及地產業觀感則是最差，得分排名則沒有差別。

圖 2 各調查行業在 2011 至 2019 年間「君子分數」的趨勢圖



回顧 2011 至 2019 年間各行業的「君子分數」，得分均較波動，當中地產業（紫色）的得分一直落後於其他的行業，每年都處於最低位。從圖 2 可見，2015 年為除地產業外，各行業表現最好的年份，2012 年和 2016 年得分則相若。

事實上，從 2015 年起，各行業的得分連續兩年有回落的趨勢，儘管於 2018 年稍有回升，但 2019 年（今年）又再度急劇下滑，當中以地產業（紫色）以及金融及保險業（綠色）跌幅最大，地產業（紫色）跌至 7 年新低，金融及保險業（綠色）更創歷史低位，七個行業的君子表現進一步倒退。

除地產業一直保持最低得分，其他 6 個行業的排名出現洗牌跡象。資訊及通訊業（紅色）於 2012 年至 2015 年均位列首三，惟及後至 2018 年排名倒數第二，於 2019 年方有回升的跡象。與此同時，過去於市民心中君子分數較高的批發及零售業（藍色）以及旅遊業（黃色），2019 年的表示則較差，落後於住宿及飲食業（啡色）。

行業分析

郵政及運輸業

交通運輸對持續經濟發展發揮重要的作用。郵政及運輸業在本港持續擔當着一個不可或缺的角色。郵政及運輸業包括鐵路及海陸空運輸工具提供的客貨服務，以及輔助活動，如貨物處理、郵政及速遞等，亦包括觀光旅運和運輸設備租賃。在 2016 年，此行業以當時基本價格計算的本地生產總值中所佔的百分比為 6.2%。截至 2019 年 6 月，錄得近 180,600 人從事這個行業。根據香港政府統計處的數字，運輸、倉庫、郵政及速遞服務業的淨產值，在 2019 年第一季與上年同期比較實質上升 2.2%，而 2018 年第四季의 升幅為 3.4%。事實上，交通運輸已成為香港市民生活中的一環。業界的表現能否具備君子之風範，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，在近年有著不穩的現象，當中不斷升升跌跌。與去年的 66.2 分相比，稍微下跌了 2 分，變為 64.8 分（圖 3），這顯示，今年郵政及運輸業的表現稍微變差了。但相對於其餘的行業，郵政及運輸業有著一個較高的分數。

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一，獲 64 分，較 2018 年下跌了差不多 4.2 分（圖 3.1），但仍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，郵政及運輸業更能了解顧客、關心員工和參與社會公益事務。不少運輸公司都會在節日中加開班次，以幫助顧客盡快獲得貨品。事實上，郵政及運輸業在「仁」方面的表現在過去八年中也一直保持水準。由此可見，郵政及運輸業不斷力求進步，望來年能獲得更高分數。

今年郵政及運輸業在「義」方面的表現於近三年中最差，獲 65.9 分，分數與去年相差 10 分（圖 3.2）。從調查結果顯示，受訪者認為業界的經營手法在公眾利益和社會企業責任中都下跌了不少。企業在專注賺取金錢的同時，也應該積極了解並盡力滿足社會需要，這對企業建立健康和正面的形象非常重要。

今年郵政及運輸業在「禮」方面的得分是 63.8 分，較 2018 年大幅下降了 7 分，是近三年來最低的分數（圖 3.3）。「全球微笑報告」中郵政及運輸業得 23 分是香港表現最差的。從調查結果反映，受訪者普遍認為，業界與顧客溝通和合作上有待改進。

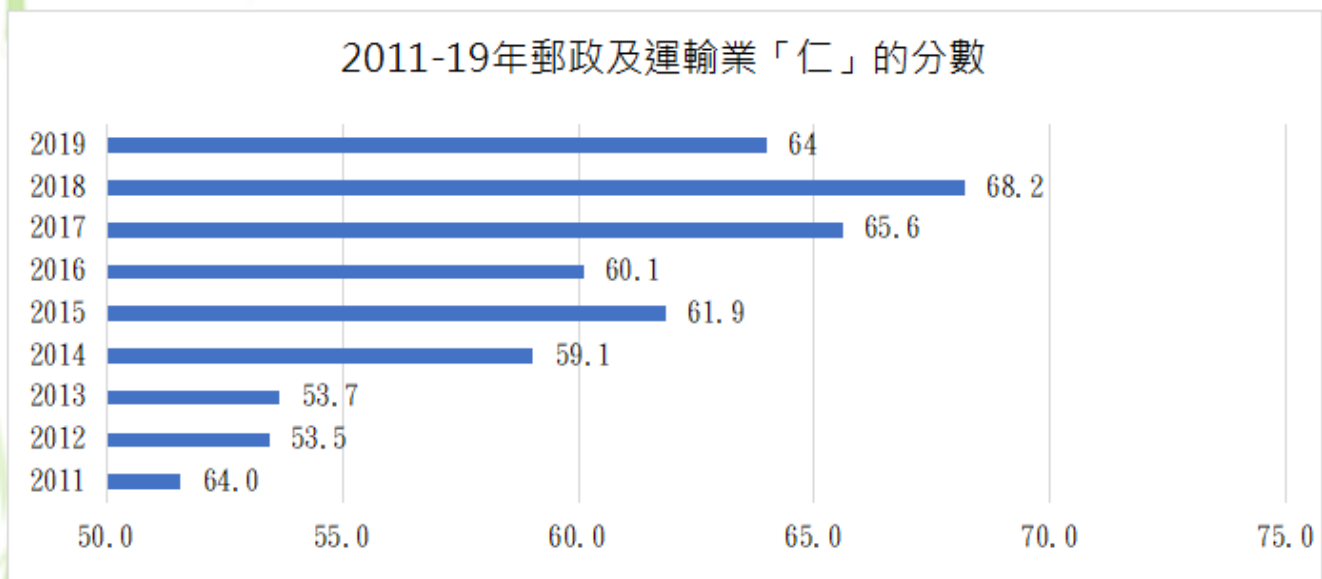
然而，郵政及運輸業今年在「智」的表現上稍為遜色，得分是五德中最低一項，僅獲 63 分（圖 3.4），較 2017 年下跌了 5 分。整體而言，2019 年運輸機構在處理突發事件和衝突上都未能滿足市民的期望，所以郵政及運輸業在今年調查中「智」的分數相比其他遜色。如果業界能推出新服務，並改善處理突發事件和衝突的手法，必定能令市民重拾對他們的信心。

「信」可解作誠信，所有業務要成功都必需得到別人的信任，尤其是商業機構；他們應該表現出誠實、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處在中游的位置，獲 65.7 分，明顯較前兩年稍微下降，而且較 2018 年下降了 7 分（圖 3.5）。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，他們會按時將文件、貨品和市民帶到目的地。

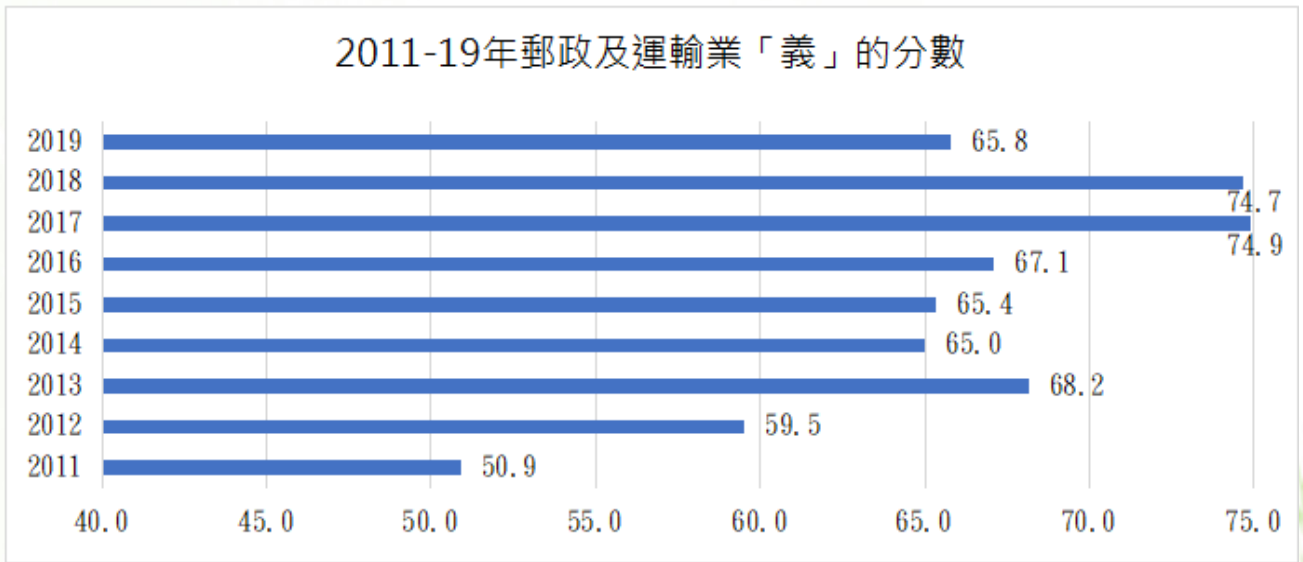
總括而言，郵政及運輸業比其他行業更能依照儒家的道德準則營商。雖然今年的分數下跌了不少，但在「仁」方面卻有顯著的上升。只要業界能維持一貫的德行，並努力改善與顧客及社會的關係，相信在明年的君子企業調查中，郵政及運輸業可成為眾行業之首。



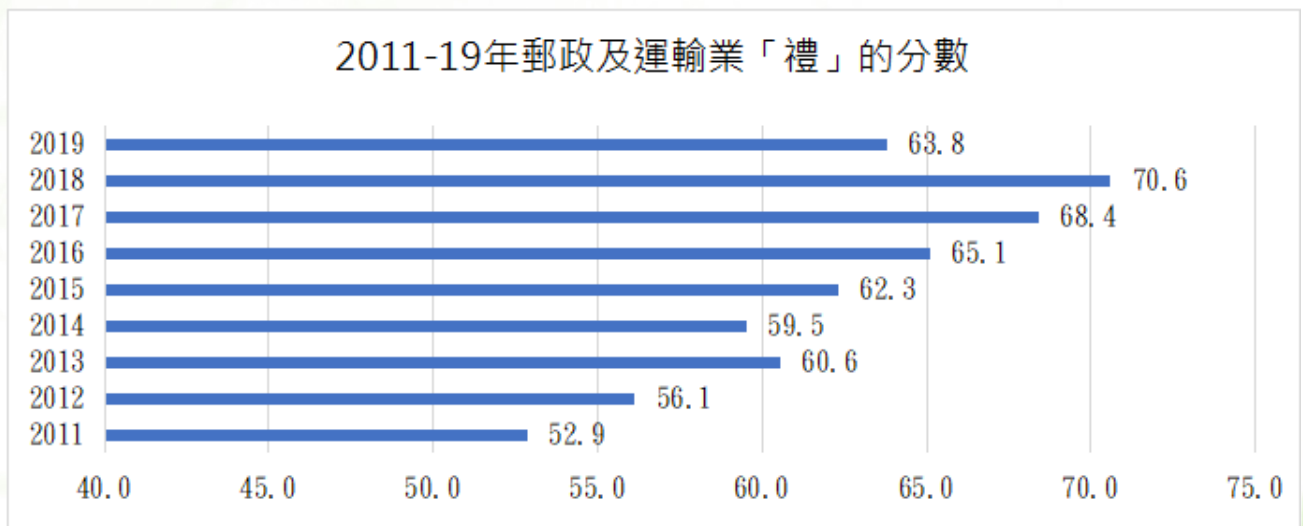
(圖 3)



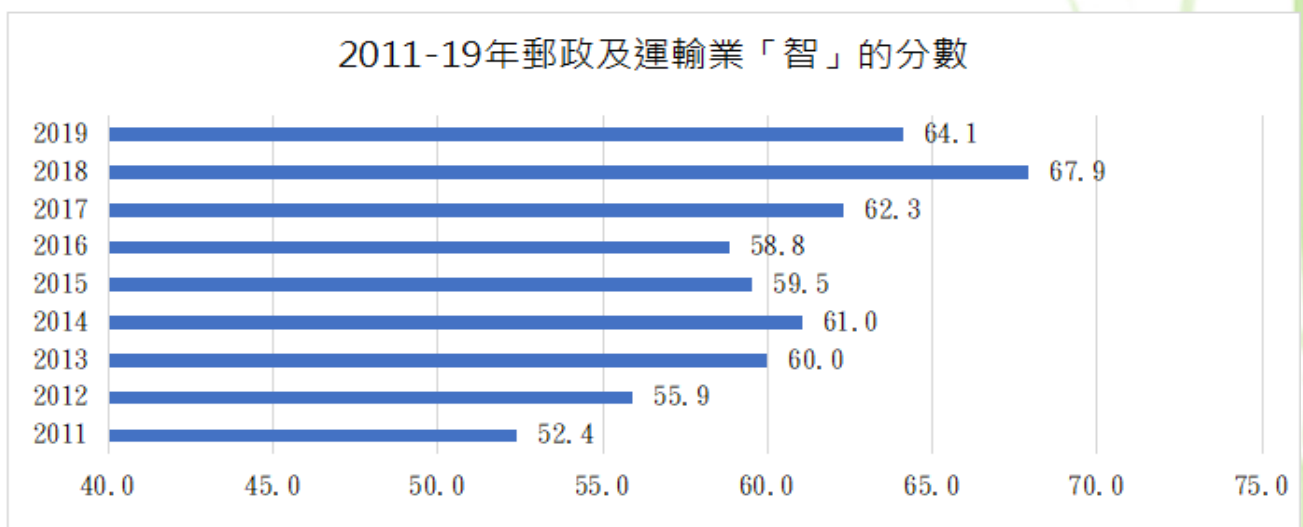
(圖 3.1)



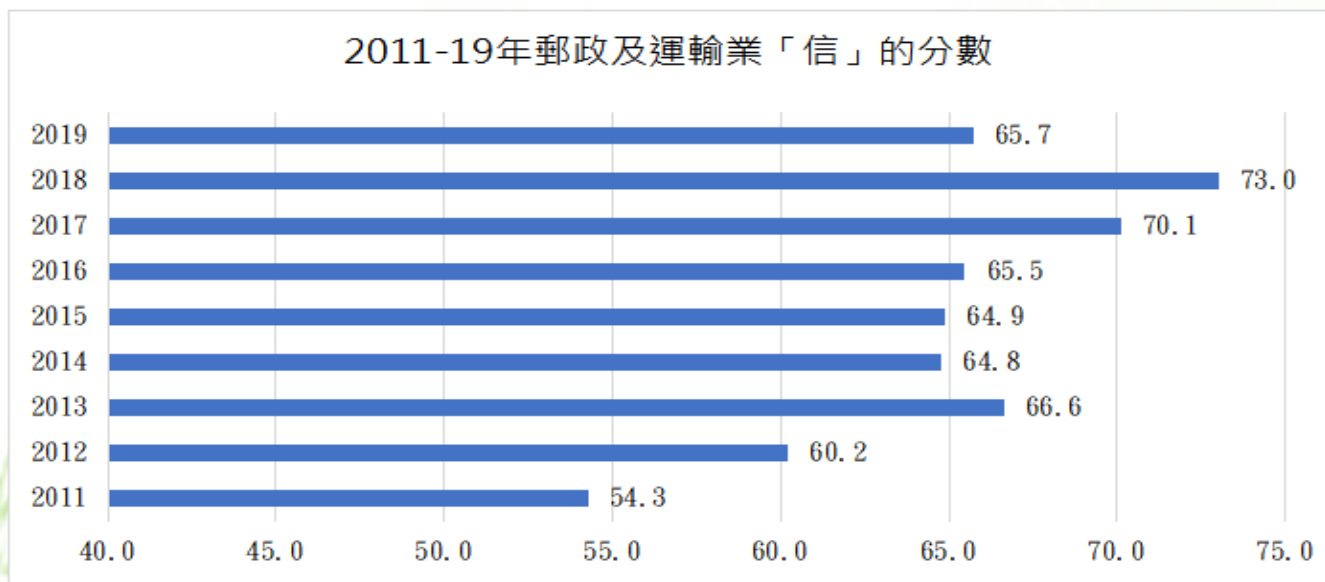
(圖 3.2)



(圖 3.3)



(圖 3.4)



(圖 3.5)

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 2017 年政府統計，香港便有約 10,000 間資訊及通訊機構，有大約 0.04% 的升幅，合共僱用了超過 107,400 人，平均每間機構單位的就業人數為 10.1 人。可見資訊及通訊業在香港十分龐大，更有穩步上揚的趨勢。我們的調查涵蓋所有媒介，當中包括多間知名的電子傳媒、電台、電視、雜誌社、和報館。

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。近年社會動盪不斷，社會亦都充斥不同新興傳媒。市民對媒體的服務質素要求亦有所提高。因此，本年度資訊及通訊業的君子分數整體為 60.8 分，相對於上年度的分數，下降了 1.3 分（見圖 4）。雖然分數在這 9 年來頗為波動，但幅度亦比往年逐漸減少。相信是由於科技進步，使市民能夠能夠用不同觀點去了解新聞中的內容，加深對該新聞的了解，例如：國際社會對事件的看法，港人對事件的詮釋等。再加上在全球化的大環境下，面對國際新聞事件，港媒能更高效率地與國際新聞機構協調，讓市民盡快得到第一手資訊。但同時衍生出不同媒體發佈未經證實或失實的新聞，影響市民的理解，誤導市民對該新聞中的看法。

本年度資訊及通訊業在「仁」的得分為 60.3 分（見圖 4.1），下降 1.1 分。雖然維持在 60 分的水平之上，但情況仍需關注。而在「義」得 63.2 分（見圖 4.2），下降 4.2 分。估計因經歷過去數年政治紛爭後社會出現一種現象，一些新媒體為了求快，可能發佈未經證實的新聞，或者發佈報道偏頗的評論文章，引起公眾對社會發生的一切產生誤解，或者加深偏見，因而令市民對傳媒感到失望。同時亦因為科技發達，市民能輕易找出提供失實報道的新聞媒體，因而令他們對資訊及通訊業的感受轉差。

另一方面，在「禮」的得分得到 59.9 分（見圖 4.3），下降 5.5 分。得分在五項中為最低，這當中意味着市民認為新聞工作者在工作時的報道手法存在問題，難以達致雙贏及和諧的局面。如記者在採訪名人時對受訪者帶來不同程度的滋擾，令受訪者感到困擾。當中更有受訪者因不實報道，因而控告傳媒機構，訴諸法庭。此舉不但令傳媒得賠償損失，同時亦損害傳媒的形象。

在「智」方面得到 62.2 分（見圖 4.4），下降 5.6 分。傳媒本應以適當並易於理解的方式傳播資訊。身為第四權，即新聞界應協助公眾了解問題、發表傳媒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。

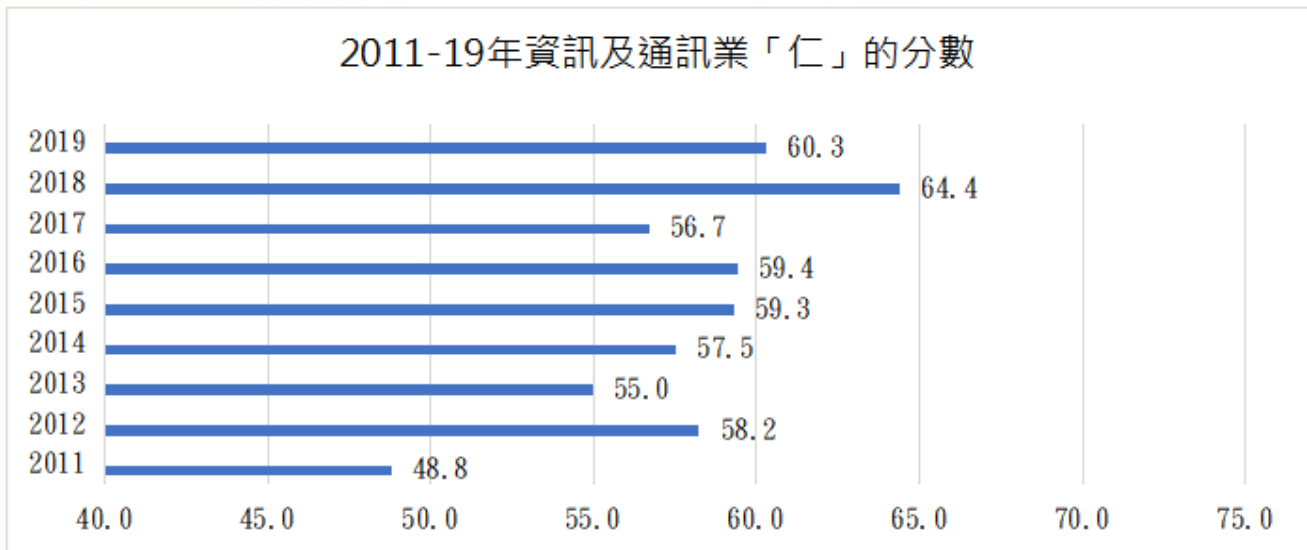
但現時主流傳媒卻並非報道事實的全部，例如：某新聞台在報道中一直為暴力的一方的行為作出淡化，影響市民的理解，難以達致第四權的制衡政府角色。

不過，值得關注的是「信」只得 60.8 分，下降 3.9 分（見圖 4.5）。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。此情況在近年有加劇的現象，不論主流傳媒或新興的社交媒體、電子傳媒中亦存在這樣的情況，市民十分容易接觸有偏頗的媒體。因而根據這些傳媒的誘導性評論，令他們對於各種大事會偏向該傳媒的看法，破壞傳媒一直以中立為原則的情況。本文在此強烈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。

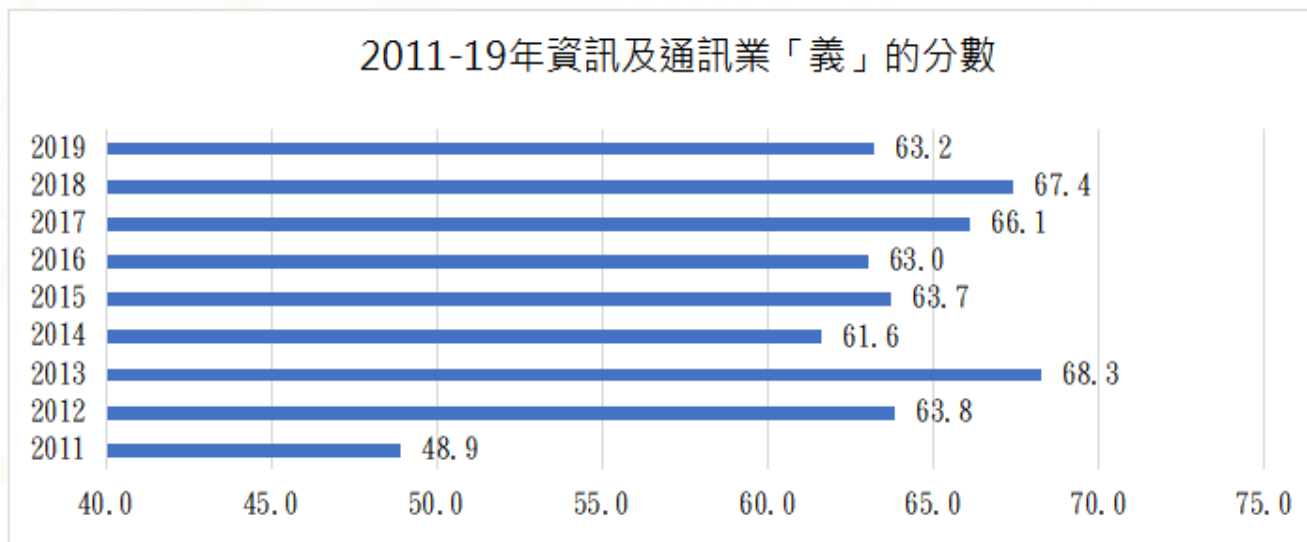
總的而言，資訊及通訊業的分數很容易因社會情緒或突發事件而急劇波動，因此分數高了，不必自鳴得意，分數低了，更不應妄自菲薄。但無論如何，傳媒身為第四權執行者的角色無可改變，十年樹木，百年樹人，經營一間具君子之德的傳媒機構亦然。現時本港新聞媒體的情況令不少人有所擔憂，一直以來默默耕耘所種下的根，更可能會因某一些社會動盪的現況，產生連根拔起的效果。因此敬希所有新一代的傳媒工作者除了堅守家業外，更應同氣連枝，互補不足，免得被連根拔起。在此衷心希望各界傳媒工作者勿忘初衷，本著企業良心及君子精神，為香港人作真實而詳盡的報道。



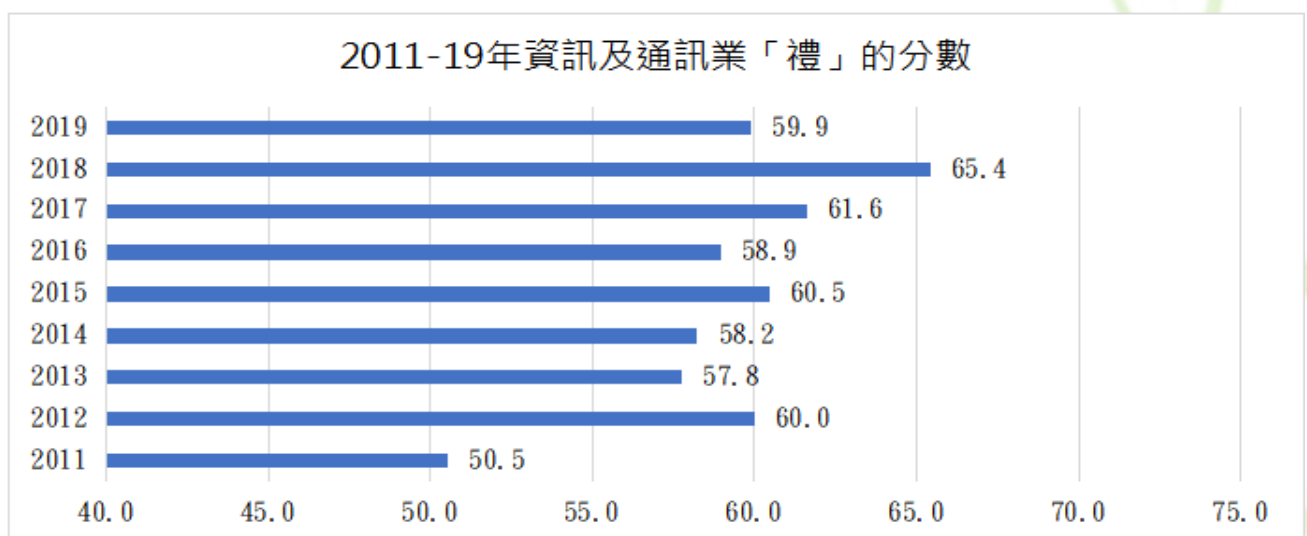
(圖 4)



(圖 4.1)

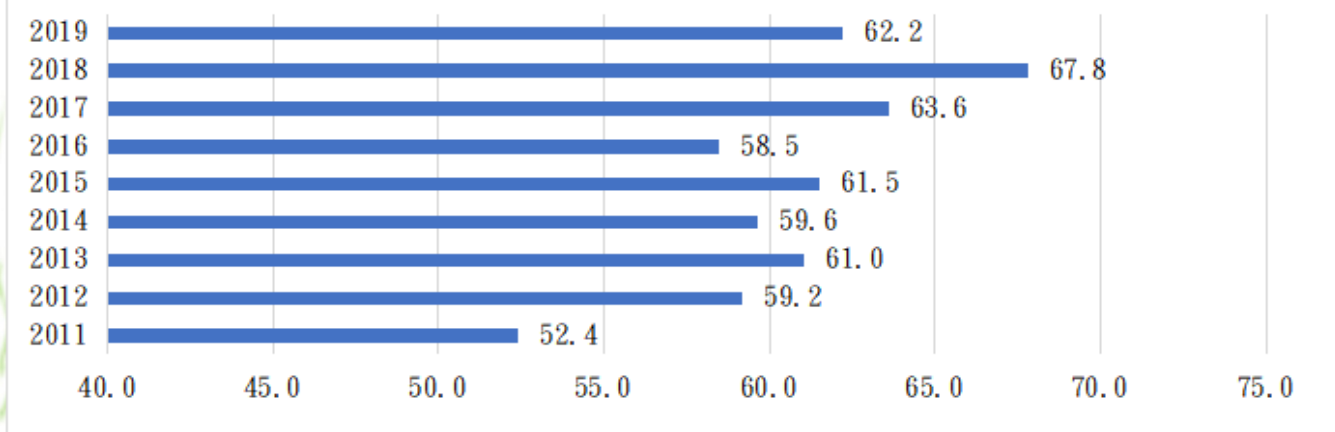


(圖 4.2)



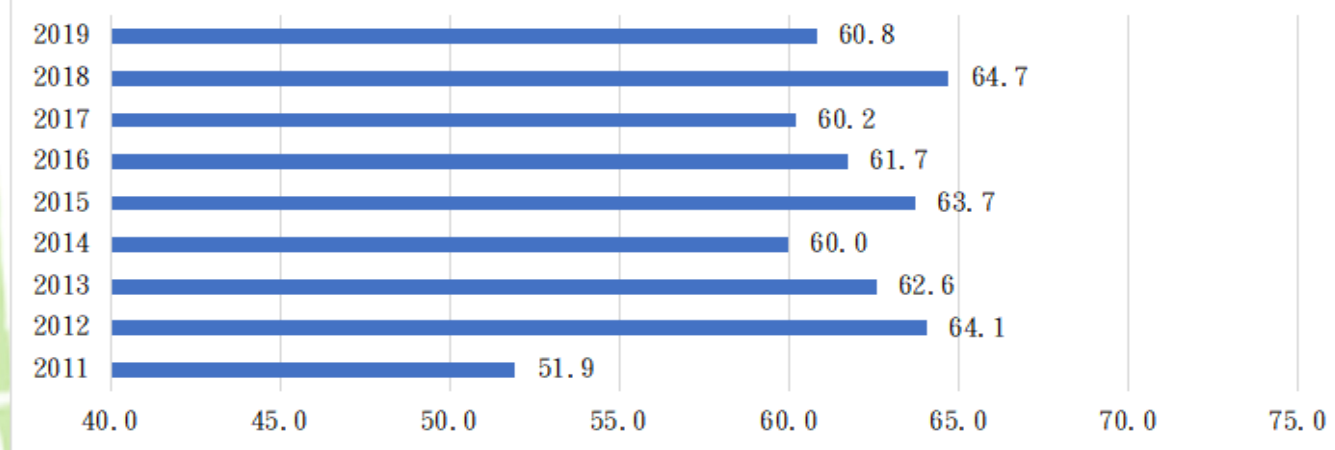
(圖 4.3)

2011-19年資訊及通訊業「智」的分數



(圖 4.4)

2011-19年資訊及通訊業「信」的分數



(圖 4.5)

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 2017 的統計數字，香港便有 239 間銀行、超過 8,100 間金融機構和超過 2,600 間保險公司，合共僱用了超過 270,000 人。金融及保險業佔本地的生產總值約百分之十九。

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六；在 100 分滿分中取得 50.2 分，相比起 2018 年的 62.5 分急跌了 12.3 分。分數只高於地產業（47.6 分）。回顧過往八年的數據，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下游位置，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業績。金融及保險業在過去八年間的「君子」分數變化（詳見圖 5）。

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，為過往八年調查結果中表現最差的一次，連續三年下跌至今年的 49.1 分（圖 5.1），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推銷產品，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 50.5 分（圖 5.2），比去年頗大幅下降 6.5 分，在五德中下跌分數最多，反映在香港市民的心目中，金融及保險業中部份企業會為追求利潤而選擇犧牲社會的福祉的印象根深蒂固。

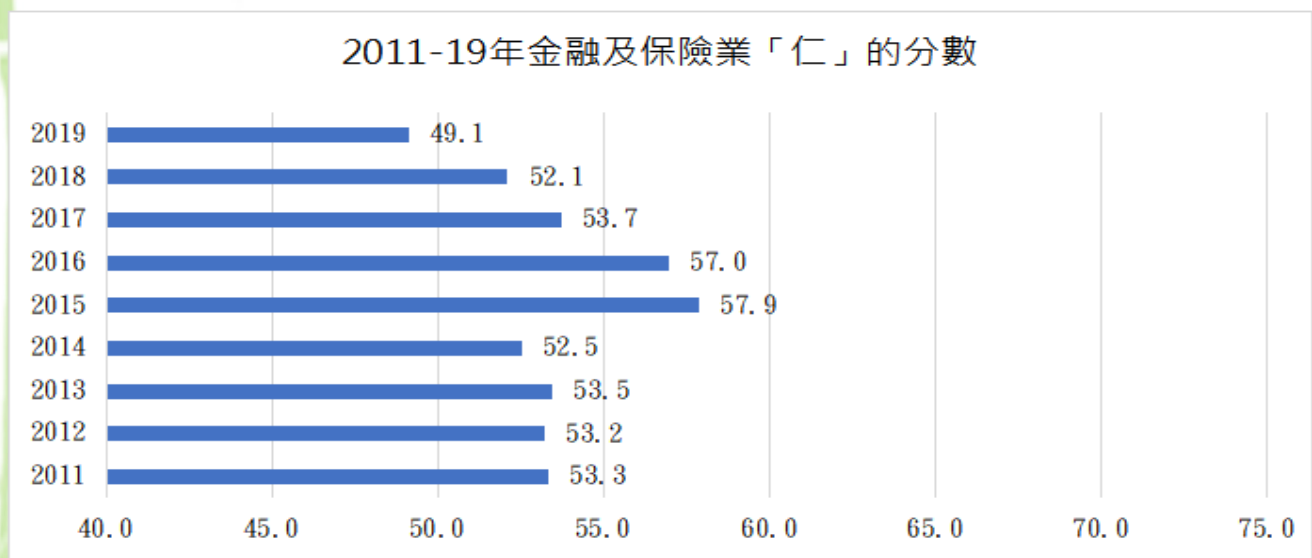
今年金融及保險業在「禮」，得 53.2 分（圖 5.3），得分一直下降，這表示市民普遍認為金融及保險業界未有充份表現出以有禮和適當的方法處理客戶問題或保險索償等個案。「智」的表現為 57.5 分（圖 5.4），表現遠遜往年。或許是近年不少金融企業及保險公司將其服務或客戶文件以電子化和機械化操作，例如透過電子化平台快速完成交易；引入聊天機械人協助處理客戶查詢等，這可能不便於部分年長市民，以致影響評分。

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，以協助市民以借貸為名，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 49.4 分（圖 5.5），為過往八年最少得分。比去年的 53.3 分，下降了 3.9 分。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，讓客戶對金融及保險業的企業重拾信心。

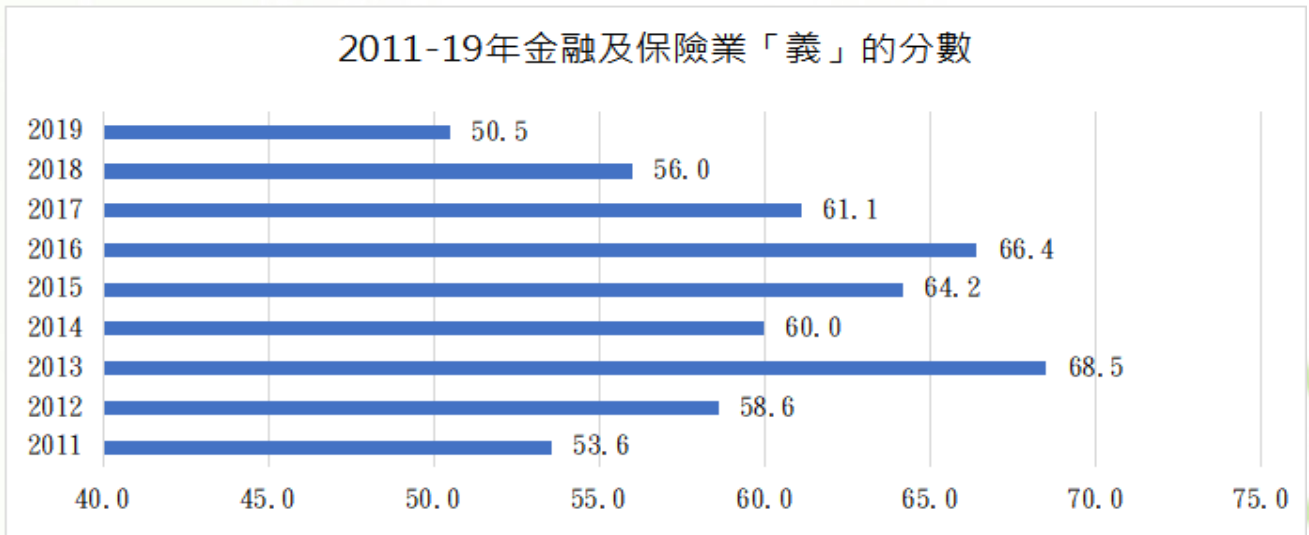
總括而言，金融及保險業在「君子企業調查」中，五德範疇的評分一直處於較低的位置，可見市民對於金融及保險業持有負面的評價。我們希望業界多關心社會上各持份者的不同需要，對待持份者如己，服務安排更有承擔，針對客戶的要求和提供適合他們所需的服務，改變太進取的銷售手法；應更著重加強產品和服務的質素而非只顧著營業額；多關心弱勢社群，真心履行更多企業責任，相信此舉能夠逐漸改善市民對金融及保險業的觀感。企業不能只着重宣傳包裝，而缺乏真實的人情味，應真誠地幫助客戶。只有堅持君子之道，更多屬於金融及保險業內的企業定可在以後的「君子企業調查」中取得更高分數。



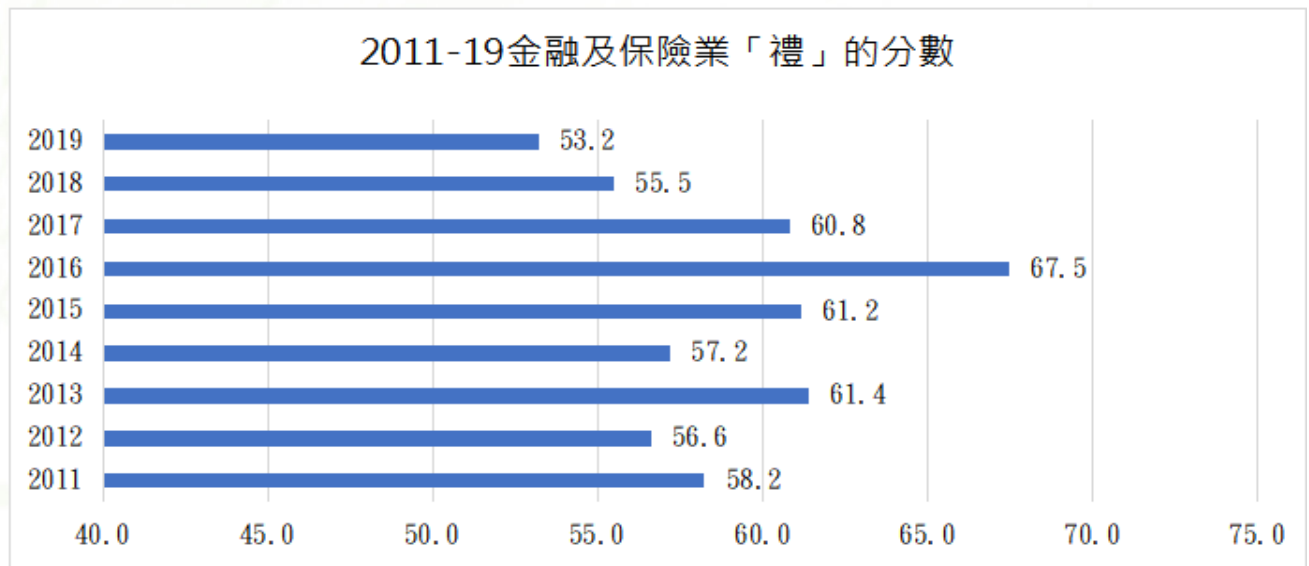
(圖 5)



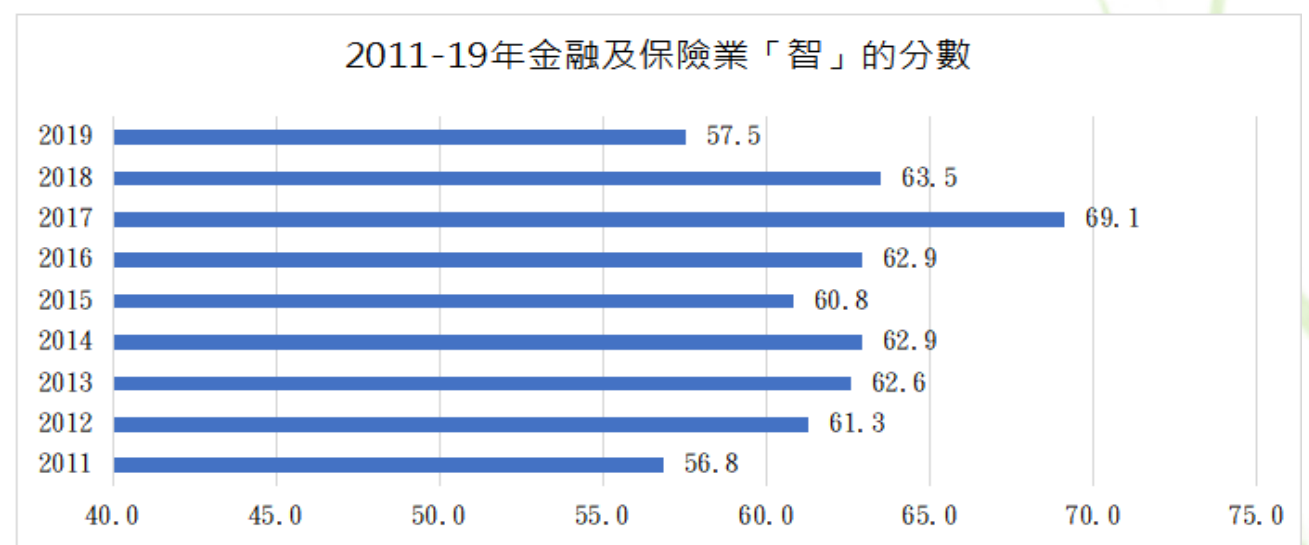
(圖 5.1)



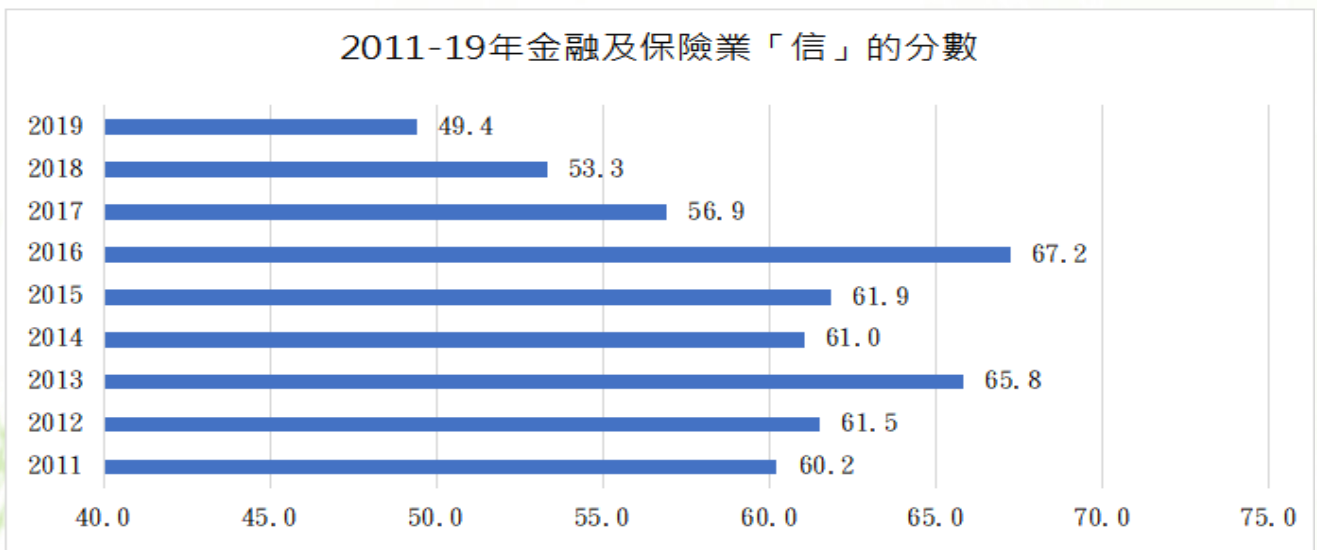
(圖 5.2)



(圖 5.3)



(圖 5.4)



(圖 5.5)

批發及零售業

批發及零售業的業務均包括原材料、商品及食品。香港被譽為「購物天堂」，批發及零售業的功勞實在功不可沒。因為香港不僅擁有優越的地理位置，還具備先進的物流服務和享有較低的稅務，從而成為世界上最大的轉口港之一。這不但為香港創造了龐大的經濟收益，更為大眾帶來世界性的貨品。批發及零售業，一直為香港市民提供主要購物和消費的渠道。消費者生活中經常跟不同的批發及零售商接觸，如：超市和百貨業等。因此批發及零售業界的表現有否具備君子風範，或會直接影響消費者的福祉和利益。

按 2019 年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下降，以 100 分為滿分，君子分數從上屆 67.4，下降至 59.8 (圖 6)。所以，在七個受調查行業中，批發及零售業今年的君子分數未能達到過往三年均獲得第一的佳績，這說明了香港市民對業界的表現不太滿意。銷售數據也充分證明了這一點。根據「零售業銷貨額按月統計調查」的最新統計數據，2019 年 7 月的零售業總銷貨價值的臨時估計為 344 億元，較 2018 年同月下跌 11.4%。與 2018 年同期比較，2019 年首 7 個月合計的零售業總銷貨價值的臨時估計下跌 3.8%。可見批發及零售復甦未如理想，市場前景不太明朗。

再進一步細分，批發及零售業在君子五德中，「義」的得分最高，有 62.0 分。回顧 8 年來在「義」一項的得分，於 2015 年和 2018 年表現較好，分數徘徊在 66 分左右。但卻在 2016 至 2017 年連續兩年下降至 63.9 分，並於 2019 年再次回落至 62 分 (圖 6.2)。「義者宜也。」行義的方法就是做相宜和正確的事。批發及零售業的復甦，業界的堅持和努力與為消費者創造價值是息息相關的。

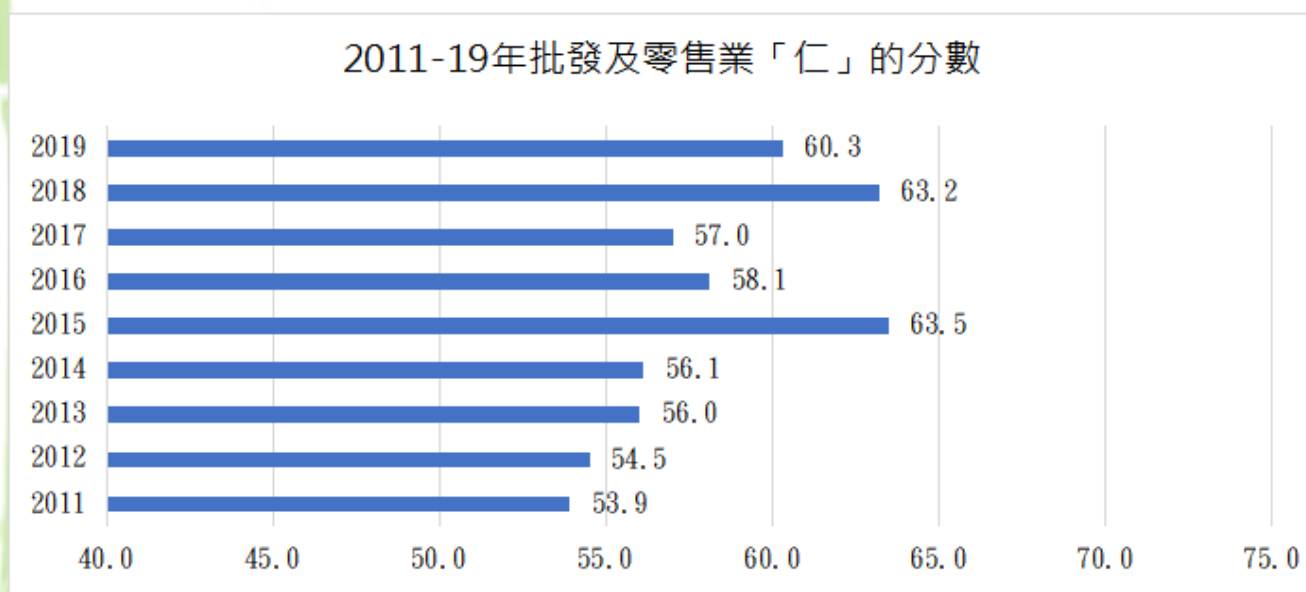
2019 年，批發及零售業在「信」這個維度的得分退步最大，從 2018 年的 65 分大減至 59.9 分 (圖 6.5)；同時，也是君子五德中得分最低的。由此可見，批發及零售業的誠信在過去一年較難得到市民的認可。

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 2018 年均有所下降，其中，「禮」從上屆 64.8 分跌至 61.5 分 (圖 6.3)，「智」則從上屆 64.3 分下降至 61 分 (圖 6.4)，而「仁」從上屆 63.2 分下跌至 60.3 分 (圖 6.1)，當中「智」、「禮」的跌幅較大。若批發及零售業要維持取得第一的君子排名，「禮」、「智」兩方面需要作出改善的。為了促使零售業的復甦，業界需要繼續：(一) 加強滿足客戶的需求，以坦率、誠懇的態度，對待客人。(二) 強調履行對顧客的承諾和多從顧客的角度設想；(三) 採取以消費者為中心的營銷策略，推出適切市場需求的產品和服務；以及(四) 批發及零售業應要制定既精明又具遠見的銷售策略。

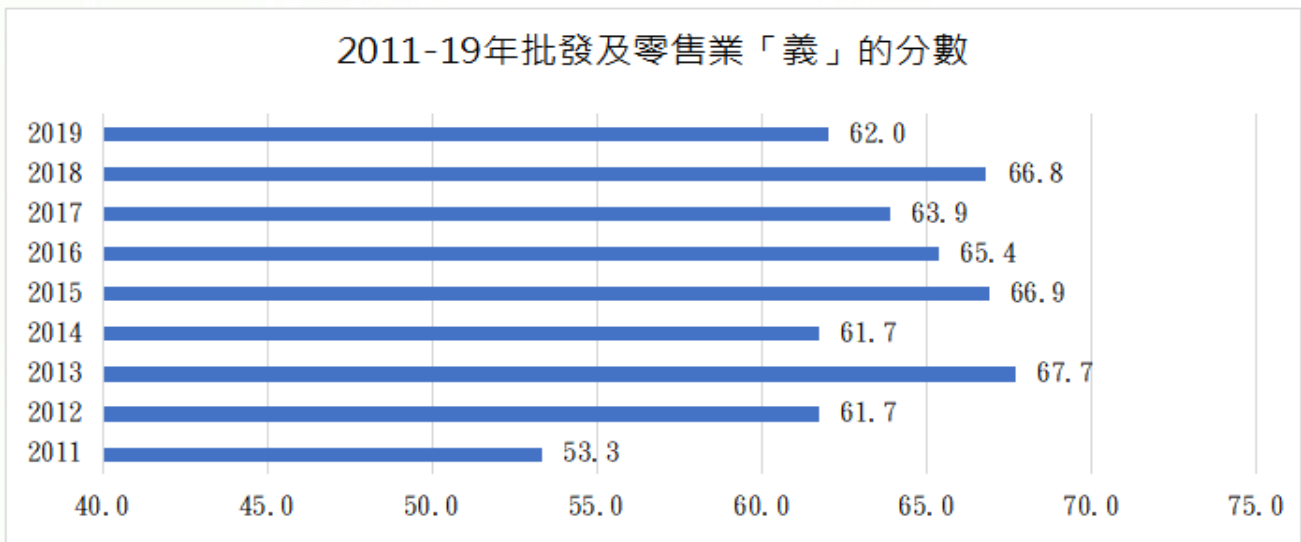
另外，消費者在日常生活中經常會跟不同的零售商接觸，而前線人員的待人接物及應對會直接影響顧客對該公司的觀感，不論是提供銷售服務或是處理突發危機，利用有禮和誠懇的態度來應對顧客更是各行業同仁的必修課。隨著科技的發展和投訴文化的普及，業界面對著前所未見的壓力，需要解決的問題更多不勝數。當遇上問題時，企業若能第一時間採取正視和有禮的態度，並作出最合適的反應，積極解答各持份者的查詢，就能重新獲得消費者的信任。只要從業者能持之而恆地善待顧客，並致力發展與顧客的雙贏關係，相信在明年的君子企業調查中，批發及零售業的得分可再創高峰。



(圖 6)



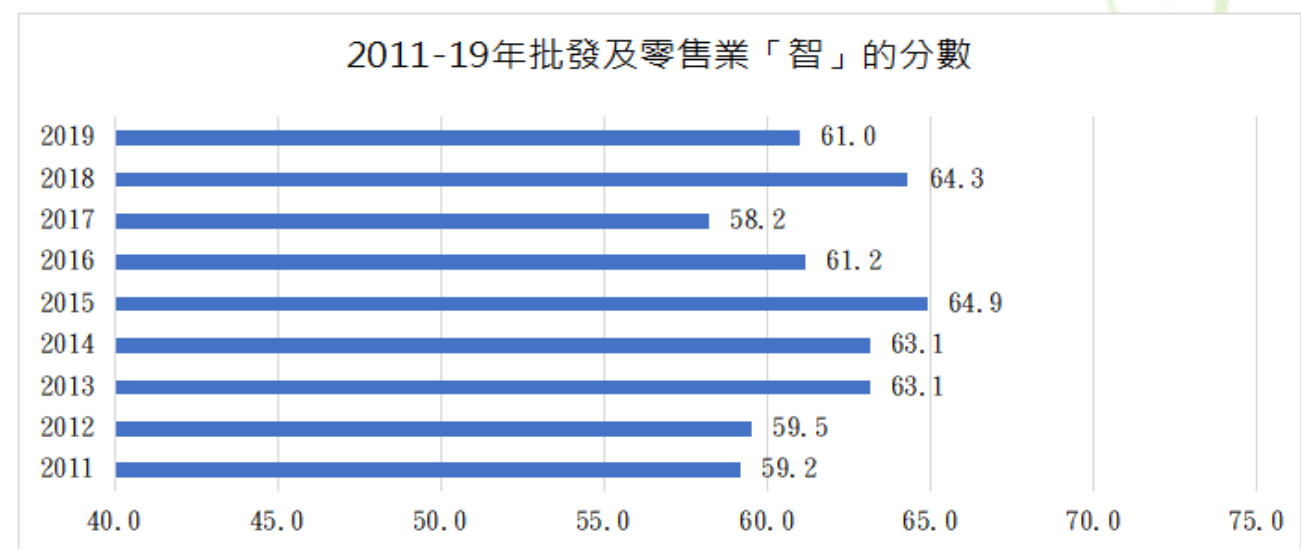
(圖 6.1)



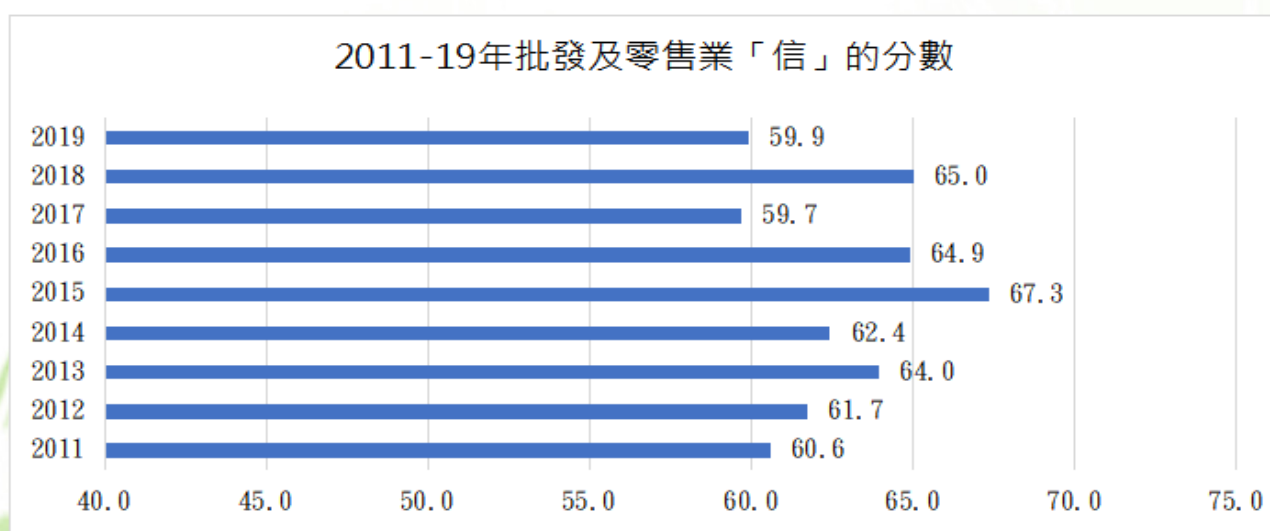
(圖 6.2)



(圖 6.3)



(圖 6.4)



(圖 6.5)

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」對大眾市民而言乃是生活中不可或缺的元素。其中，「食」和「住」更是擔當了一個異常重要的角色。卓越的地理位置為香港於商業、貿易及服務各方面帶來了不可取代的優勢，繼而成為現今環球金融市場上的中心樞紐之一。此外，集結環球美食及各類住宿服務於一身，便成就了今天多元文化共融的香港。但根據香港政府統計處公佈的最新數據顯示，於 2019 年第二季食肆的總收益價值的臨時估計為 287 億元，按年輕微下跌 0.4%。同期間，食肆購貨總額的臨時估計為 93 億元，按年上升 0.8%，可見飲食市場可能正面對因外圍及內部因素等而引起的波動及不確定性。

香港的住宿酒店行業發展蓬勃，全因香港是亞太地區中頗為熱門的旅遊地點，同時亦是世界最大的商業和金融中心之一，接近八成的國際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 2018 年，香港持牌酒店品牌有 291 間，提供 78,935 間客房，入住率高達 91%；持牌賓館有 1,507 間，提供 12,526 間客房，入住率亦有 84%。住宿和飲食行業主要為顧客群提供多元化的商品和服務，旨在為客人帶來難忘的體驗。然而，要衡量從業者是否具備君子風範，皆取決於消費者就各方面對該行業的滿意程度。例如，行業所提供的產品和服務是否能夠滿足消費者的需求、前線員工的待客之道能否給予客人賓至如歸的感覺等。

據 2019 年度君子企業調查的結果顯示，住宿及飲食業的君子分數（圖 7），在過去三年間調查的分數一直徘徊於 60.5 分至 64.4 分之間，自經歷了 2015 及 2018 年兩個高峰後，今年卻有顯著回落的趨勢。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，並於上年度顯著回升，但今年卻再次回落至 61 分，成為歷年調查中的第三低分，這反映了消費者對行業的滿意度由升轉跌。由「君子分數」的趨勢圖所見，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，對比去年同期有下跌的趨勢。住宿及飲食業屬於服務密集型行業，消費過程中能否為顧客帶來正面的購物體驗極為關鍵。但在政治及經濟等外圍不利因素影響下，削弱了市民及旅客的消費意欲，從而令到各行業蒙受了不同程度的損失。而其中，對住宿及飲食業的影響更是首當其衝。因此在各種不明朗因素下，香港服務業應發揮「好客之道」服務大眾，為市民留下良好的消費體驗，從而令消費者感受到本行業的專業精神。

論語中孔子曾說：「仁者愛人。」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懷。2019年的住宿及飲食業在「仁」的分數為60.9分（圖7.1），明顯低於上年得分。近年來飲食及酒店業界的挑戰及隱憂更是有增無減，例如：（一）、外圍政治因素包括《逃犯條例》引發的示威風波令消費市道受到嚴重衝擊，來港旅客大幅減少。根據香港旅遊發展局網站統計顯示，本港過夜旅客人數為237.8萬人次，較去年下跌5.3%；本港7月的酒店入住率為86%，比上年同期減少了5%。（二）、外圍經濟因素引致市民消費情緒轉趨保守。近年來，雖然飲食業已推出多元化的服務，例如配合網上外賣程式、食肆更積極提供具吸引力的健康飲食產品等，務求為消費者帶更多的選擇、便利和體驗，但在中美貿易戰的陰霾下，市民的心理因素、消費態度或轉保守，對餐飲業做成很大的衝擊。

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。本年度住宿及飲食業在「義」的得分比上年度大幅回落至63.8分（圖7.2）是自2017年來最低。可見大眾認為住宿及飲食業界不應為了賺取更多利潤而行不義之事，相反，應以「義」作為企業的經營手法，成為一間合理和合乎道義的良心企業。

「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61.3分（圖7.3），同樣是自2017年來最低，這顯示市民對住宿及飲食業的服務態度頗為不滿。住宿及飲食業中，前線員工的服務態度直接影響了消費者用餐或住宿的體驗。因此，具備良好的服務態度才能滿足消費者的期望，良好的消費體驗方能吸引消費者再次光臨。

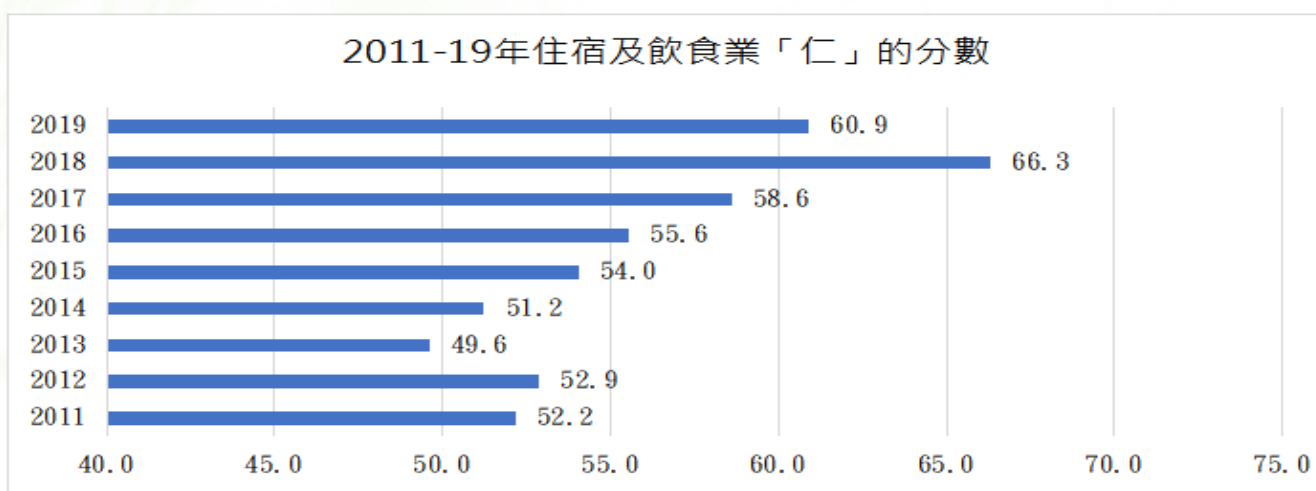
「智」即聰明善變。本年度住宿及飲食業於「智」得分為62分（圖7.4），相對過往成績同樣下跌。表示飲食業在經營上運用手上資源時出現困難，基於香港市場不穩定的需求，行業難以提供合適的產品和服務，出現了「供過於求」的現象。根據統計處的數據顯示，住宿及膳食服務業的失業人數及失業率分別達27,500人及4.3%。行業應按照快速變化的市場作出及時調節，以改善「智」的得分，以挽留市民對住宿及飲食業的形象。

「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61.7分（圖7.5），相對去年有所下跌，意味著今年市民對其產品及服務的信任度下降。食物安全，住宿環境衛生問題等令市民對行業失去信心，今年的分數下降反映了市民對行業的信心稍有下降。

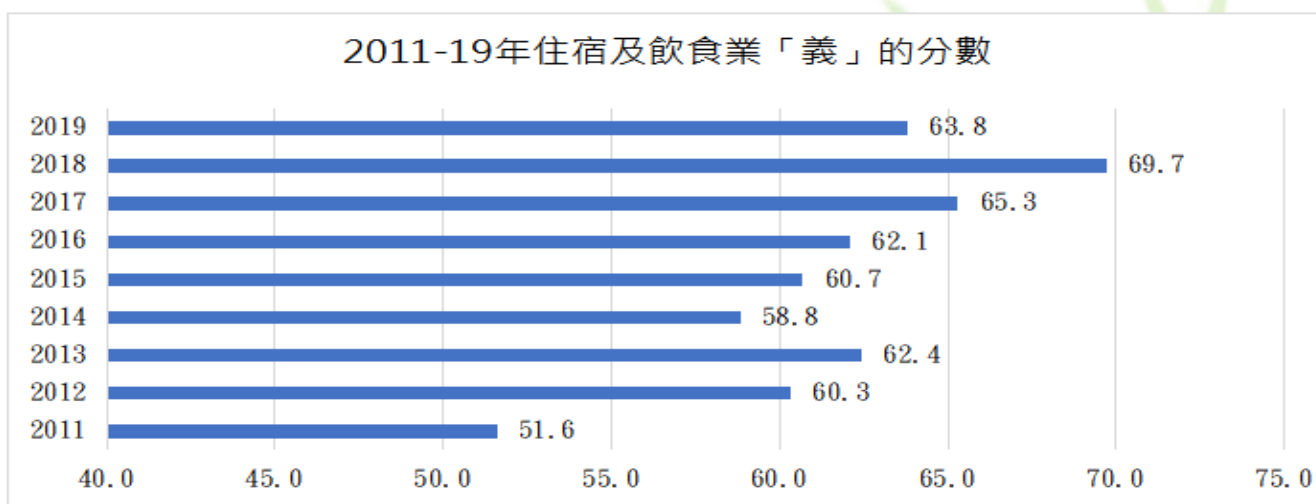
總括而言，住宿及飲食業在本年度的整體得分表現稍微下跌，表示市民對行業的觀感輕微下滑，影響其「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」的得分。香港市民關注住宿及飲食業的君子行為，期望行業會持之以恆，以君子之道作為經營原則，為市民和企業本身創造更大的商業價值。



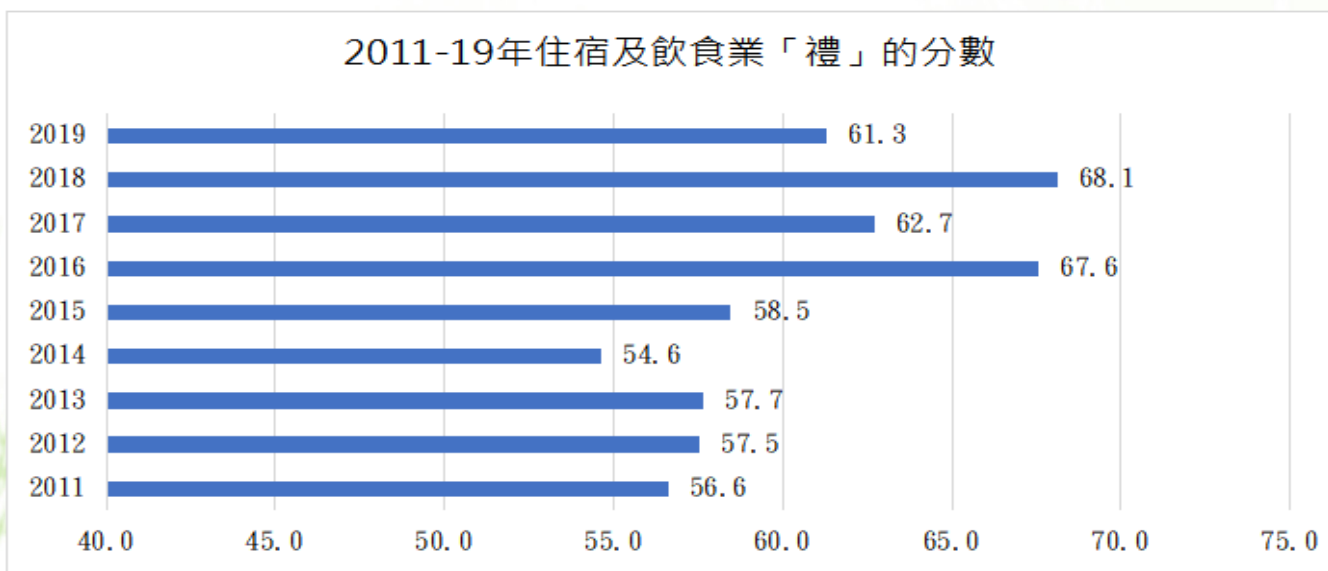
(圖 7)



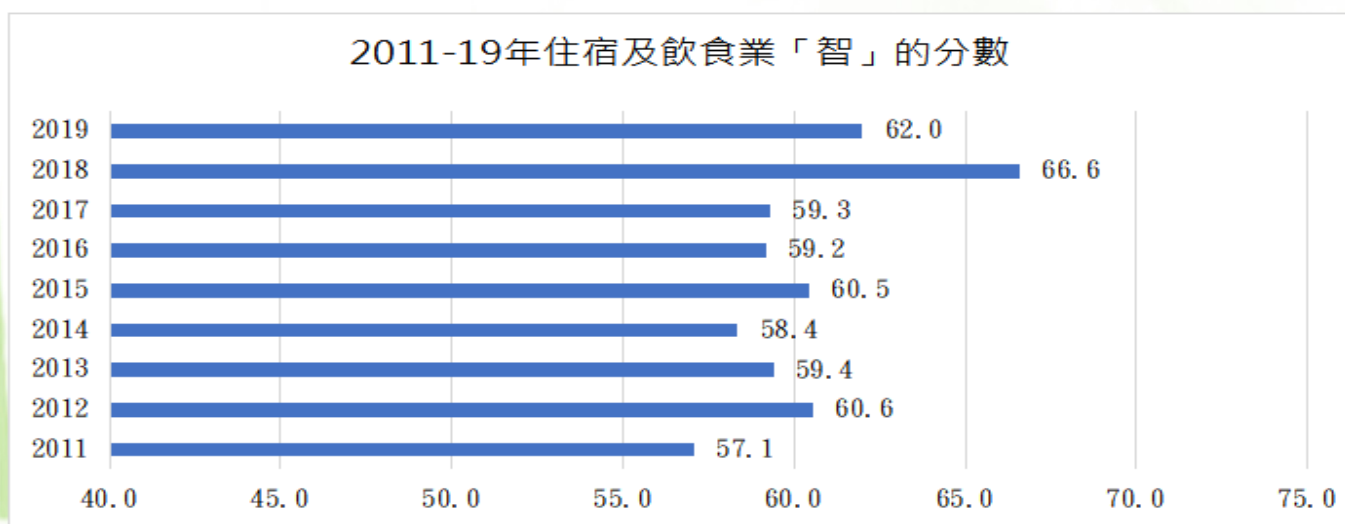
(圖 7.1)



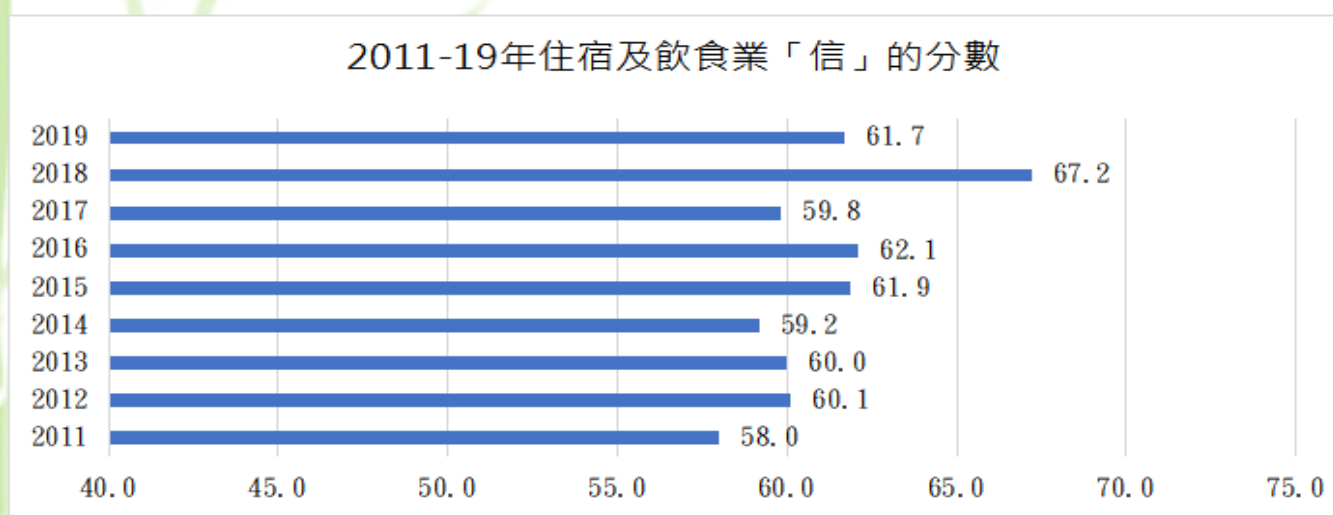
(圖 7.2)



(圖 7.3)



(圖 7.4)



(圖 7.5)

旅遊業

旅遊業為香港經濟四大支柱產業之一，當中包括旅行代理及代訂服務，更是為旅遊者提供旅行遊覽服務的行業。根據香港旅遊發展局資料，2019年1月至7月間約有4,000萬人次到港旅遊，其中內地旅客增長16.4%，澳門旅客增長超過52%。基於港珠澳大橋在2018年底通車後，每日更額外增加30至40個內地團，周末每日內地團更達340團，平日則增至300團，增長接近一成，帶動旅遊業的增長。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有密切的關係，業界的表現跟市民的生活也會因此受影響。

按2019年君子企業調查的結果顯示，旅遊業的君子分數，較去年同期的調查有顯著跌幅，在七個受調查行業中，今年旅遊業中「君子」的得分有61.3分，比2018年的67.4分大幅下降了6分（見圖8），這充分說明香港市民對旅遊業的滿意度有下降的跡象，也未能達到市民心目中的道德準則。

「仁」指人與人相互友愛、互助、同情，能為別人著想等的特質。本年度旅遊業的得分有58.3分（見圖8.1），比2018年的65.2分大幅下降了6.9分，仍為五德中最低的一項。希望旅遊業能夠透過參加公益活動，學會通情達理，並以互助互愛的精神作為企業的營商之道。

「義」指公正合宜的道德、道理或合道的言行。本年「義」的得分為60.4分（見圖8.2），比2018年的68.4分低8分，是五德中跌幅最大的一項。這顯示普遍消費者認為旅遊業今年沒有專注以「義」為本，而且經營手法不合理和不合乎道義。

旅遊業本年度在「禮」一項，得61分（見圖8.3），比上年的68.1分下降了7分。若旅遊業同仁能繼續自我提升，必能讓「禮」之分數上升。

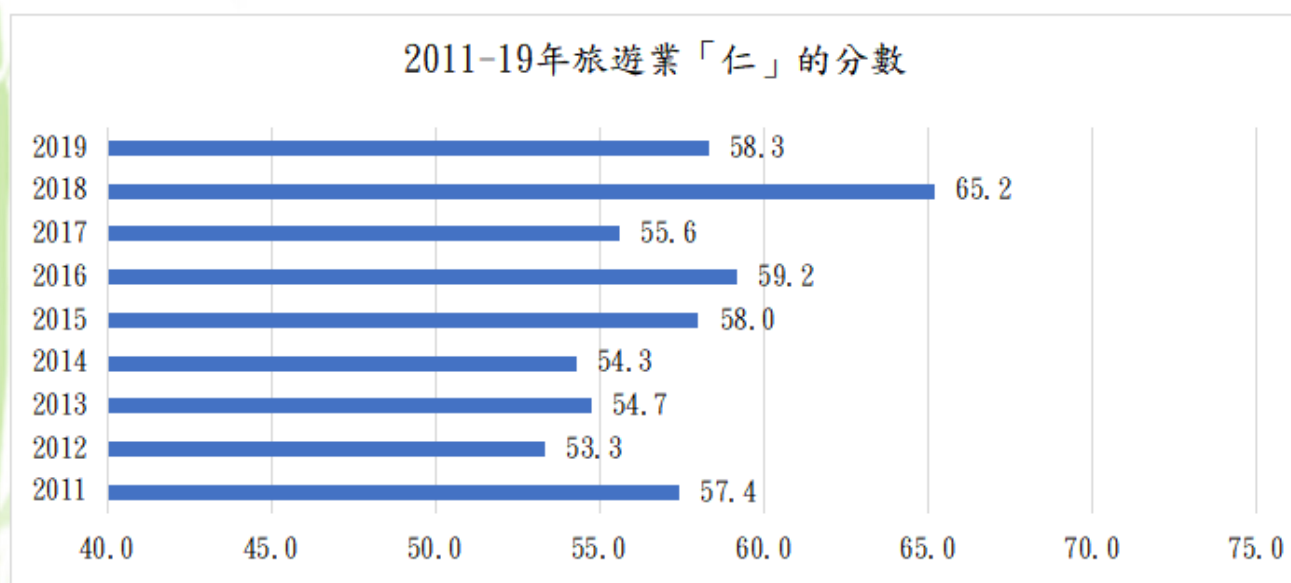
「智」即聰明善變。旅遊業在「智」的得分只有61.5分（見圖8.4），與上年比較下降了4分。這反映受訪者比以前不滿意旅遊業的營商策略，讓「智」的得分下降。根據旅發局數字，今年訪港旅客已達至接近五百萬人次，一個住了七百萬人的城市，每月要接待四百萬旅客必會造成一定的城市壓力。旅遊業應關注訪港旅客過多的問題，透過開徵各種旅遊稅項，例如離境稅及不過夜旅客入城稅以應付問題，希望旅遊業界能按照市場需要做出調節。

「信」可解作誠信，指信守諾言、言行一致、誠實不欺。旅遊業在「信」的得分有59.1分（見圖8.5），較往年下降7分，顯示今年市民在七個調查行業當中對比上年不滿意旅遊業誠信方面的表現。期盼旅遊業在欺詐及其他不良銷售行為的監控更加嚴厲，從而能與顧客建立互信關係，令消費者重拾信心，成為受認同的君子企業。

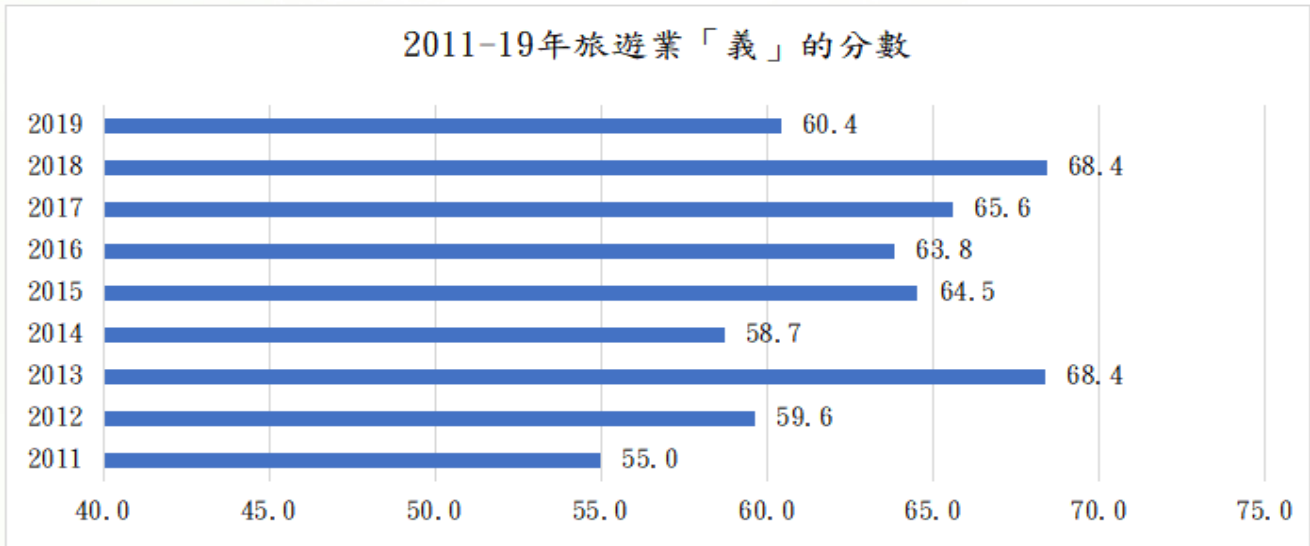
總括而言，旅遊業在五德中的整體分數都有明顯的跌幅，旅遊業的分數很容易隨著社會運動而急劇波動，社會運動也會影響消費者行為。今年也碰巧發生反對修訂《逃犯條例》行動，旅遊業界的商業道德操守一旦在那時期做得稍微令顧客不滿意，會導致顧客在今年的調查對旅遊業有一定負面的影響。期盼旅遊業能在來年在「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」和「君子」表現方面都能提升水準，挽回顧客的信心。



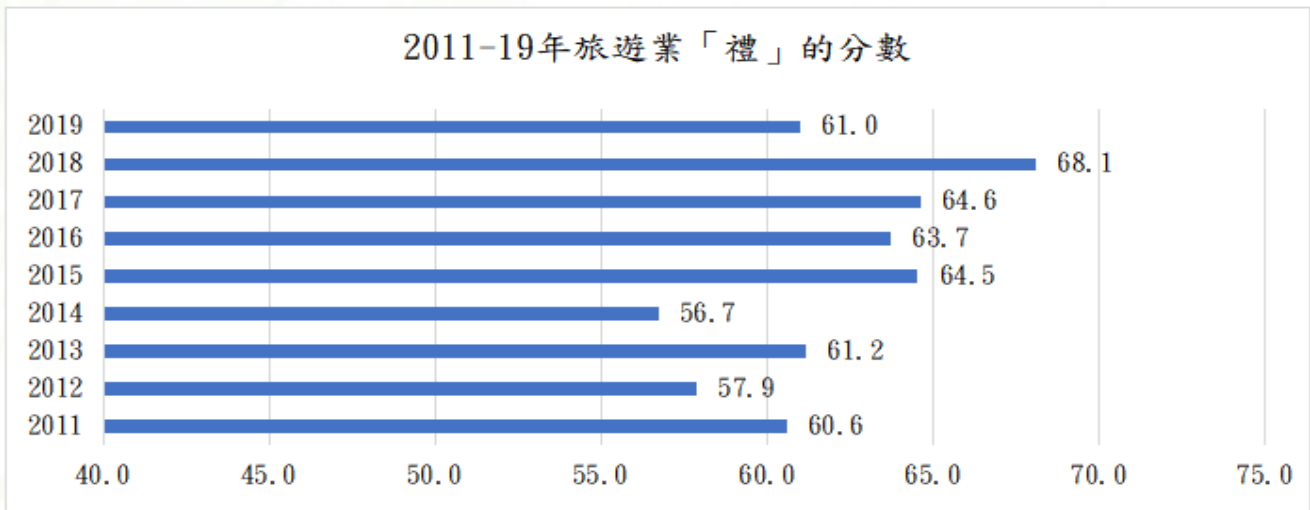
(圖 8)



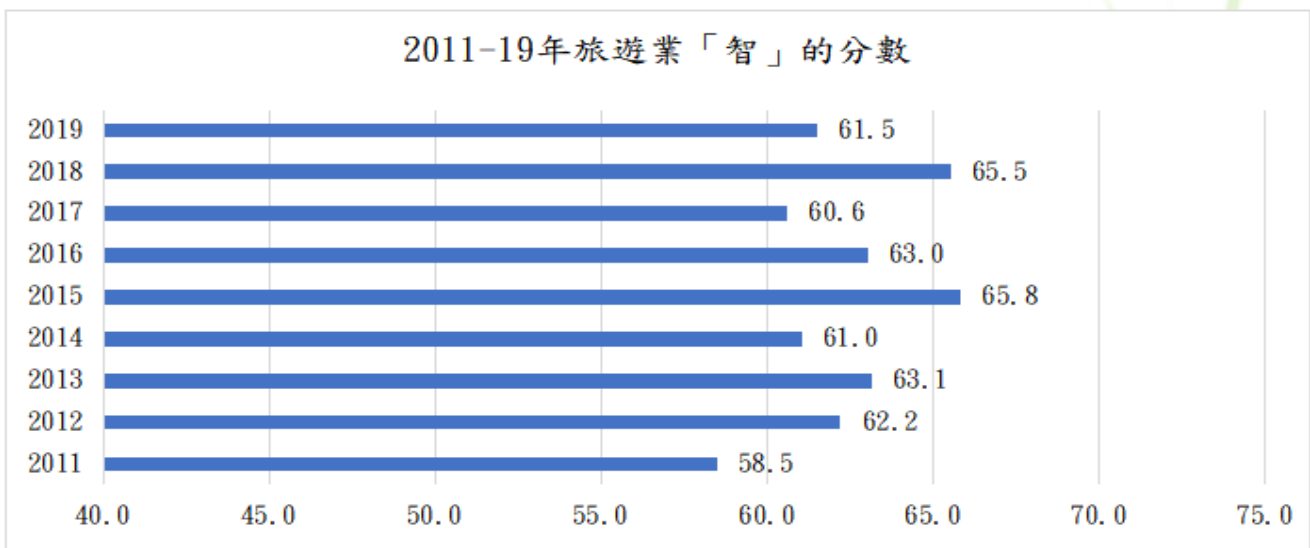
(圖 8.1)



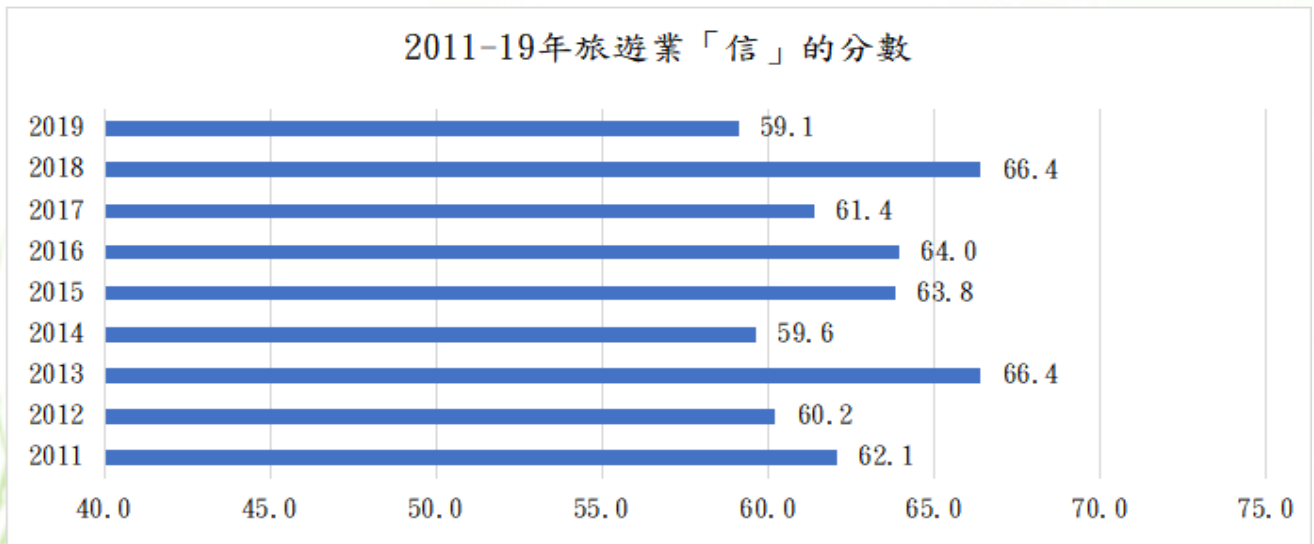
(圖 8.2)



(圖 8.3)



(圖 8.4)



(圖 8.5)

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，土地及房屋供應向來都為港人所煩惱。據估計，香港每年需要有 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。據差餉物業估價署的香港物業報告，雖然 2018 年私人住宅落成量為 20,968 個單位，較前一年增加 18%，但是 2018 年的入住量卻減少至 11,623 個單位，相當於年內落成量的 55%。年底空置量隨入住量減少而增加至 51,426 個單位，相當於總存量的 4.3%。住宅售價自 2018 年 8 月起回落，但全年合計仍錄得 2% 的升幅，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」及「太空艙」已成為近年趨勢。

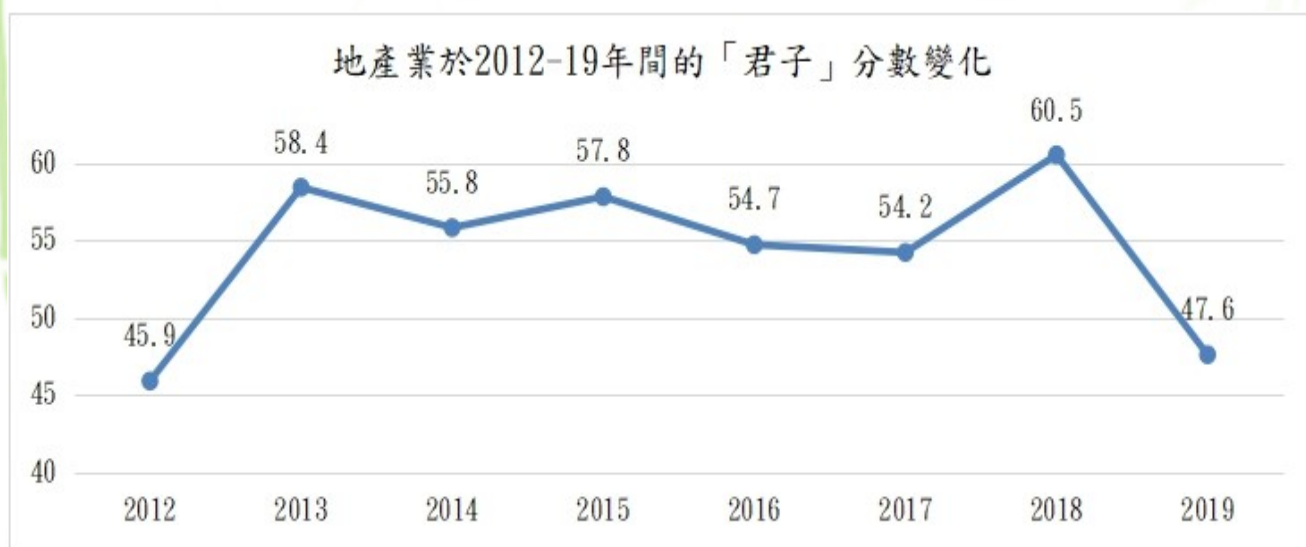
地產業由 2012 年開始納入「君子企業調查」，在 2019 年的君子企業調查結果中，地產業的君子得分是 47.6 分（見圖 9），在七個受調查的行業中排名最低，比去年的 60.5 分下跌了 12.9 分。香港有 7 至 8 間商場有進行世界盃推廣及直播，這無疑能帶動市民興奮的情緒，為商場增添好感。事實上，近年細單位落成量有上升趨勢。差餉物業估價署最新數據顯示，2017 年截至 10 月底，實用面積小於 431 方呎的細單位落成量達 4,318 伙，不但較 2016 的 3,937 伙上升約 10%，更較 2014 年的 2,160 伙大增約 1 倍。由此可見，市民在置業安居這難題上得以紓緩，這可從分數上得知。

今年地產業在「仁」、「義」、「禮」、「智」及「信」的得分分別為 46.3 分、48.1 分、58.9 分、54.4 分及 46.6 分（見圖 9.1、9.2、9.3、9.4 及 9.5），五德得分均較去年的分數高，但在七個受調查行業中排行最低，唯「禮」比去年上升超過 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有稍微進步，認為地產商在誠信方面比以往有所改善。但是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。要達到君子企業的標準，相信仍有一段距離。

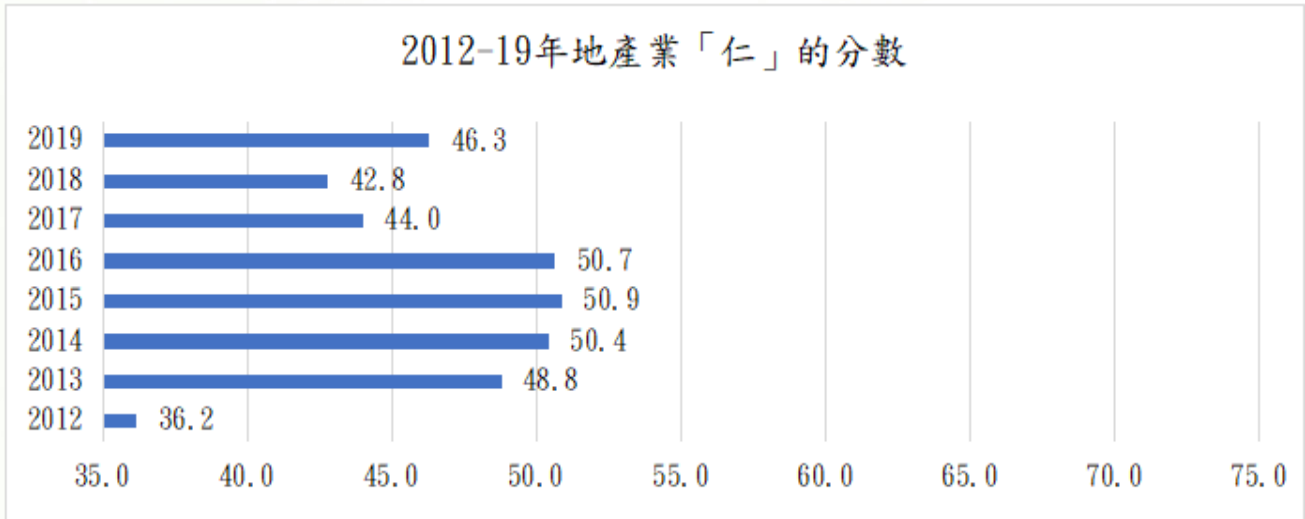
今年地產業在「禮」的表現最為理想，分數上升得最多，由 48.3 分升至 58.9 分，上升了 10.6 分（見圖 9.3）。即使有明顯上升的跡象，但相比起其他六個行業之中，仍排在尾二。地產集團為股東牟取最多利潤，利益最大化，本是資本主義社會的正常及合理現象，但在現時香港經濟發展失去新動力，社會流動性減低的情況下，地產業的營商手法令大眾市民未能安居置業，可見這種決策不能得到市民青睞。

據國際調查機構 Demographia 一項最新調查，香港家庭需要不吃不喝 20.9 年，才能負擔起樓價，連續 9 年成為全球樓價最難負擔的城市。在樓價拋離市民的購買力與房屋供不應求的情況下，令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。在是次君子調查結果中，雖然地產業在「義」及「仁」的分數輕微的上升了 0.1 分至 4 分（圖 9.2 及 9.1），但地產商「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，可見在分數上已表明了市民的不滿。

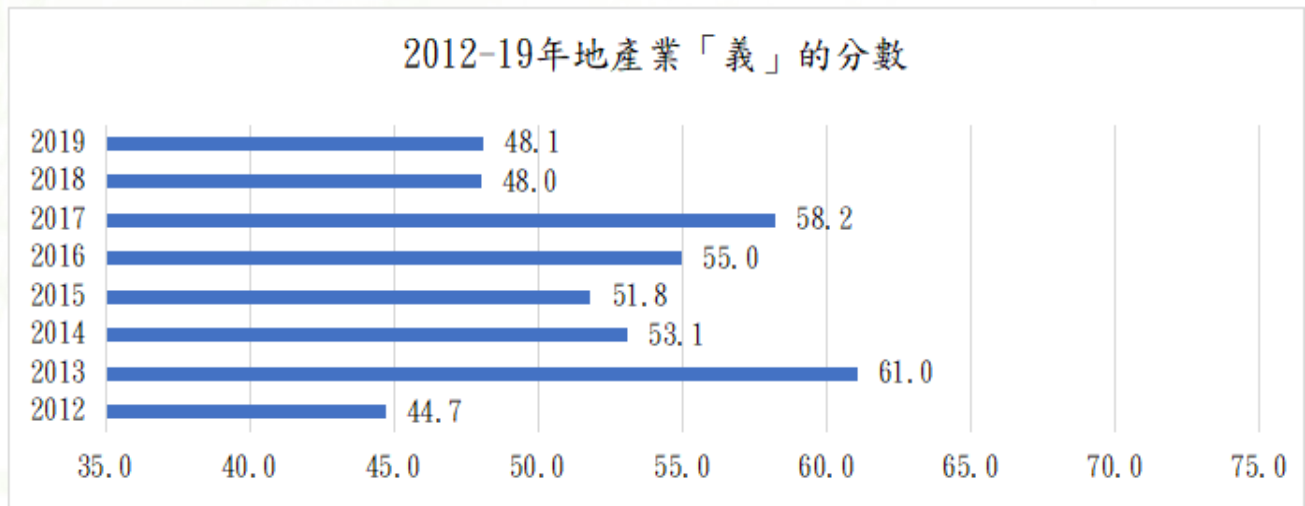
其實地產業中也有不少具商業道德的企業，只是市民對樓價高企的不滿反映在地產行業的君子評分，同時也反映本調查有改進的空間，例如需要加入業界的專家評審。總括而言，地產業在多年君子企業調查的行業中，不論在「君子」、「仁」、「義」、「禮」和「信」的範疇上一直處於最低的位置，反映出市民對業界的評價甚為負面。富與貴，是人之所欲也，若不以君子的方式獲取，也就不會長久。地產業要賺取回報，市民並無異議，市民只希望業界能互相體諒，並且還富於民，以及促進社會和諧。所謂君子愛財，取之有道，業界如在營商時結合「仁」、「義」、「禮」、「智」和「信」的元素，定必能使香港市民對業界有所改觀，並在明年的調查中，晉身君子企業的行列。



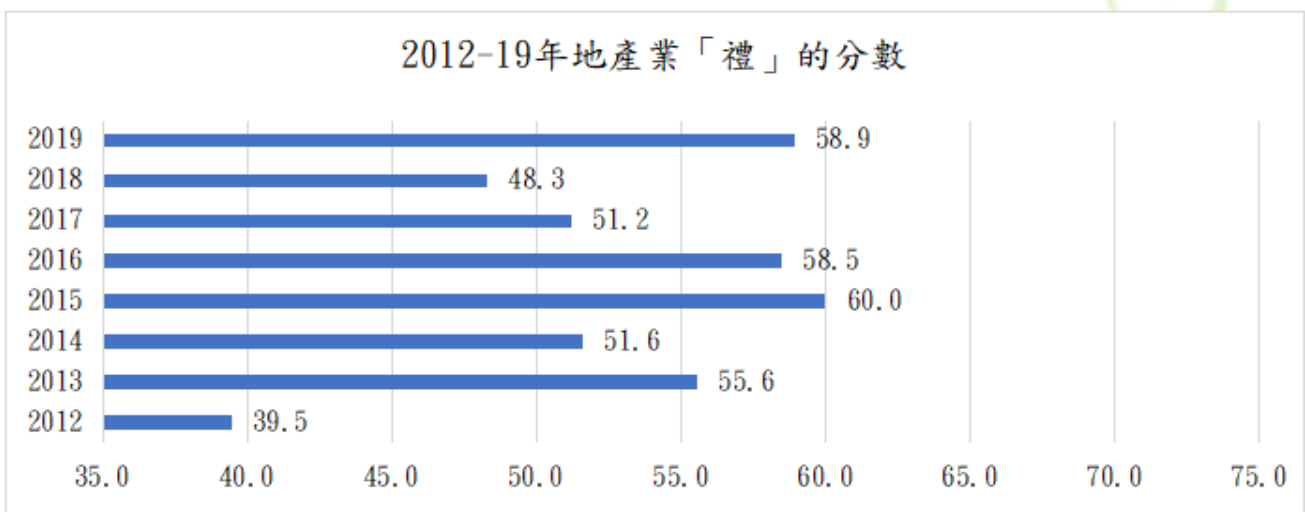
(圖 9)



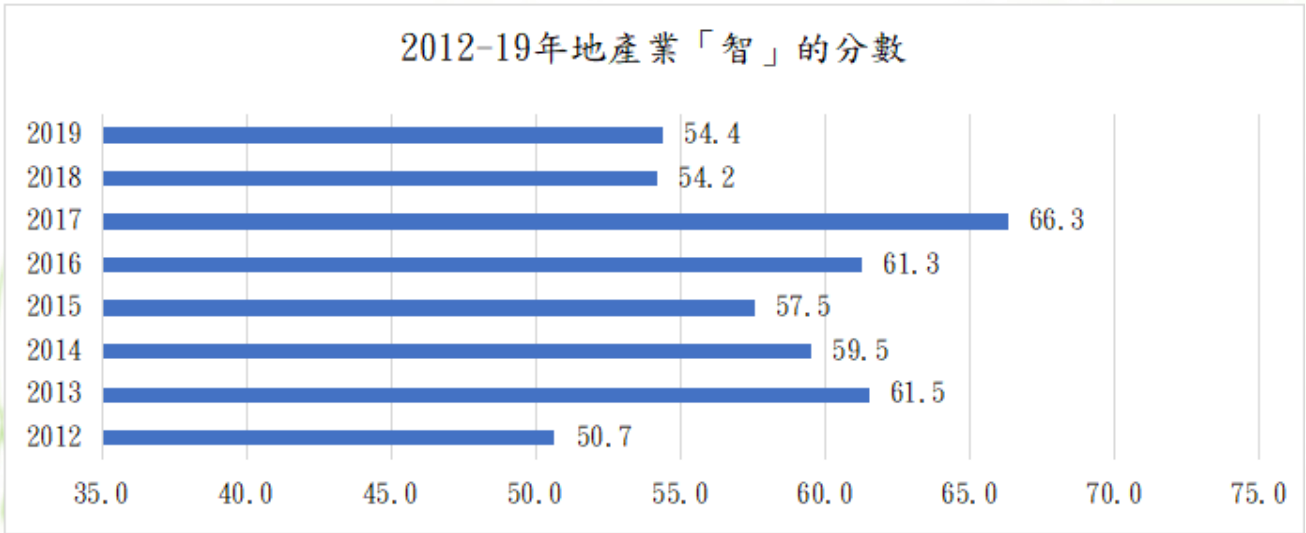
(圖 9.1)



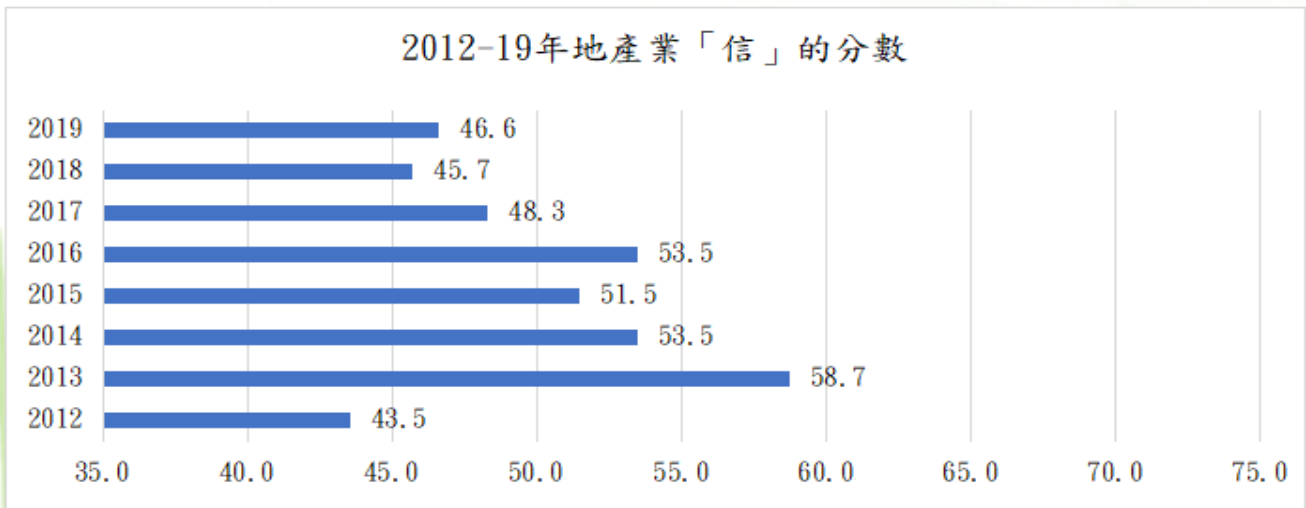
(圖 9.2)



(圖 9.3)



(圖 9.4)



(圖 9.5)