



恒生管理學院
HANG SENG
MANAGEMENT COLLEGE

二零一七年度

君子 企業 調查

陳瑞庚題

JUNZI
CORPORATION
SURVEY 2017



目錄

2	校長序言
4	獻詞
	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
13	君子企業調查緣起
14	調查報告
36	表揚名單
37	參與單位
	榮譽顧問 執行委員會 附屬委員會 調查員及稽查員名單
41	活動花絮
44	鳴謝

校長序言



何順文 教授

恒生管理學院校長
「君子企業調查」榮譽顧問

「君子企業調查」樹立商業倫理榜樣

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」計劃已進入第七屆，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，七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」計劃已得到各界人士的關注支持，成績有目共睹。今年是計劃的第七年，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。

更期望獲評選表揚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。



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。

今年是恒生管理學院主辦的第七屆「君子企業調查」，以「君子五德」作為道德標準評分，表揚本港秉持高水準道德價值的企業。

商業社會給我們的印象是，追求利益的最大化，以競爭為尚。另一方面，長久以來，儒家的君子境界卻被視為個人層面的德行修養，是士大夫階層的追求，似乎是無關乎社會大眾，亦與現代商業風馬牛不相及，但事實是否如此？如果我們願意用心研習的話，便會了解到孔子的大同理想，是鼓勵我們人人培養良好的道德修行，繼而推展至家庭、社會、國家，以至世界天下，用儒家的說法，則是達成「內聖外王」的目標。

經歷金融海嘯的我們，應當警惕到如果人人唯利是圖、企業罔顧自身的社會責任的話，結果只會是人心不安，社會不穩，因此良好的道德價值是古今中外所有可持續發展的社會必須具備的條件。

置身於廿一世紀，我們可從傳統智慧中汲取養分，由自身開始，做好自己，從自己躬行君子五德，再推而廣之，企業作為社會上的一個群體，亦可實踐君子之道，履行企業公民的社會責任。

最後，謹此恭賀所有榮獲表揚的企業，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」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

君子企業與傳承的智慧

「君子尊德性而道問學，知廣大而盡精微，極高明而道中庸。」——《中庸。廿七章》

君子與小人的最大分野，在於義與利。現代商業社會，眾人皆千方百計，奇技淫巧，只為求取私利，甚至不擇手段、罔顧道德、損害社群福祉。身處小人群中的君子，目睹邪行，眾人皆醉，實不易堅持獨醒原則。君子好學，守死善道，必須要有堅強的意志、高尚的道德操守，在自強不息的奮鬥中，超越一般常行，又要與眾同存。

市場上，物競天擇，適者生存，能堅持與建立超卓信譽的君子企業或社團，是社會的棟樑，群體之福蔭。成功的君子企業，是創業者精神與努力的結晶，一生的驕人成就。但歲月無情，無論多偉大的創業者，都必須面對「亢龍有悔」的現實，如何傳承給德才兼備的接班人，讓精神不滅，堅持初衷，使浩氣長存，是君子企業必然面對的挑戰。

分合成敗，物極必反，這是最自然不過的易道。唐太宗安定天下後，跟大臣們論國事，談及創業難還是守業難的問題。房玄齡說創業難，因他曾親自輔助李世民如何披荊斬棘，排除萬難，才能建立大唐帝國。魏征則認為守業難，因為創業只要審時度勢，準確地把握時機，配合天時地利人和，即可成大業。但要維持一個王朝，則需要永恆努力不懈，堅持正道。語畢，唐太宗沉吟不語，憂形於色。這是每一個成功創業家經常縈繞不息的疑惑。

「亂世用能，平則去患。盛世惟忠，庸則自從。」「以正治國，以奇用兵。」創業與守業需要不同的能力和智慧。解鈴還需繫鈴人，傳承的成敗，關鍵在於創業家能否悟出「傳承之道」這需要一個心態的轉變、自知知人的洞察力、智慧的修為和堅毅的自律。且讓我們聽聽唐太宗的心聲，在他寫給太子的《帝範》中，他說：「朕聞大德曰生，大寶曰位。...帝王之業，非可以力爭。...朕以弱冠之年，懷慷慨之志，思靖大難，以濟蒼生。...繼大寶之隆基，戰戰兢兢，若臨深而禦朽，日慎一日，思善始而令終。」憂心之情，溢於言表。

中華文化崇尚宗族，注重傳承。理想中堯舜的禪讓，至大禹而父傳子啟，從此種下家天下的情意結。如今，創業者亦多希望能代代相傳，開枝散葉，光宗耀祖。一個王朝，傳宗接代，更是國家重任。可惜富二代，通常都在優越的環境，或在萬般寵愛下成長，缺乏磨練的環境和經驗，先輩賴以成功的拼搏精神傳承不易。因此李世民如此告誡兒子：「汝以幼年，偏鐘慈愛，義方多闕，庭訓有乖，擢自維城之居，屬以少陽之任，未辨君臣之節，不知稼穡之艱難。每思此為憂，未嘗不廢寢忘食。」

生於憂患，死於安樂。每一個管理者，無論有多少豐功偉業，終有退下的一天，因此最重要的任務，就是培育接班人。而企業成敗的關鍵是競爭力，兩者兼顧，方能永續經營。因此，在現今風起雲湧，優勝劣敗的商界，過去的成功並不可靠，在傳承的考慮時，不應再受到宗族傳統，或個人好惡所局限，應知人善任，招賢納士，人盡其才，以企業的整體利益及長遠發展為依歸，與時並進。尤其是家族企業，更要打破這傳統的桎梏，方能確保企業長青。崇善以廣德，則業泰身安；若肆情以從非，則業傾身葬。基業難得而易失，宜慎之！慎之！

天有天道，商有商道。以利交者，利盡而交疏；以勢交者，勢傾而交絕；以色交者，花落而愛渝；以道交者，天荒而地老。企業成敗亦如是，能否悟道，基業傳承，全看企業家們的造化。善哉，善哉！



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・裡仁篇》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，獲取了更大市場份額，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。

謹此祝賀恒生管理學院「君子企業調查2017」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, GBS, BBS, JP

「君子企業調查」榮譽顧問
強制性公積金計劃管理局主席

在經濟高度發達和自由的香港，企業擁有許多發展機遇，同時亦面對快速變化的消費者需求、激烈的市場競爭、不斷增加的生產和營銷成本等方方面面的挑戰。企業一方面要回應不同持份者對業績和利潤的要求，另一方面要承擔對社會公眾的責任。如何取得平衡，實在需要企業建立君子文化：既能辦事精明 (do the thing right)，也能擇善固執 (do the right thing)。

君子企業想要獲得成功，必須關心員工的福祉，因為無論什麼雄圖大志都需要依靠員工腳踏實地執行。如果企業認為員工盡心盡力地為他們工作是理所當然，或視與對方的關係只是僱主和員工的話，他們便是忘記了員工其實是企業不可或缺的寶貴資產，員工的工作態度對企業的業績有直接的影響。既然員工對企業的發展有無可置疑的影響，企業應與員工維持良好的關係，做到甘苦與共：順境時，與員工分享盈利；逆境時，不會毫不考慮便裁員。除了保障員工的自身安全，也會顧及員工個人和家庭的需要。企業和員工其實是夥伴、是拍檔。

君子企業是君子與企業完美結合的表表者，不但應努力在業務上取得成功，更應回饋社會。不但付出金錢作慈善用途，更要成為行業的先驅，帶領同業者一起關愛員工、保障股東和顧客利益、珍惜地球資源及愛護環境，共同建立一個充滿希望的社會。

藉此機會感謝參與和組織此次調查的教授們和同學，希望這個充滿意義的活動能一直舉辦下去，為香港和商界發放正面的能量。



鄧子龍 博士

「君子企業調查」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

今年的「恒管香港商業道德指數」低於過去幾年，表明市民認為今年各行業整體道德表現比較遜色。然而，我們慶幸在市民心目中還有不少能堪當君子之名的企業，以作表揚。

「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。為追求問卷更臻完善，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，同時亦擴闊調查的範圍與覆蓋面積等等。能連續七年參與「君子企業調查」的籌備及執行工作，並見證恒管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、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」執行委員會主席
恒生管理學院市場學系助理教授

我從2015年8月加入恒生管理學院市場學系，就開始接觸君子企業調查這個專案，至今已有三屆，其中在2016年和2017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」為人、處事。團隊上下，對內凝聚力強，齊心合力溝通問題、解決問題；對外熱情、禮貌、耐心，令市民感受到恒管師生的友善與專業。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」。



2017年君子企業調查報告

榮譽顧問： 何順文教授 謝清標教授
研究團隊： 鄧子龍博士 謝亭亭博士 歐陽皓江博士
陳鴻輝先生 楊筠瑜博士 林嘉峪先生
撰文： 林嘉峪先生 鄧子龍博士 謝亭亭博士 陳鴻輝先生 周尚志先生

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七。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。我們以下將簡略地向大家說明君子與五德、調查方法及討論調查結果和對各行業的啟示。

君子與五德

研究團隊以嚴謹的學術態度，深入的分析、討論了不同市民對君子企業的看法。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」。建構過程中，我們對君子和五德的定義主要受到謝清標教授的啟蒙、王興元教授和張鵬教授的影響。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。

「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。一間符合「仁」的企業，它的文化關心持份者的需要及福祉，它的經營策略是針對增加持份者的福利而制定，同時替顧客設想，視他們有如家人一樣。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」

《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。簡單來說，企業和員工的行為都合乎良心，絕不會為追求利潤而犧牲社會的福祉，會根據高度的企業良知來做事。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，堅拒發佈一些意識不良或有誤導成份的廣告。

「禮」

荀子「禮論」中稱「禮」為「群居和一之道。」即是禮最大的作用是令人可和諧地一起生活。孔子說：「禮之用，和為貴。」《論語·學而十二》說出禮的運用，以和為貴。所以，君子企業中的「禮」指君子企業會致力於令各持份者都達到各自的目標，以多贏及互助互利為營商宗旨。公平咖啡是用「禮」達到多贏的好例子。在公平咖啡計劃下，不但啡農的收入可以提高，他們還可以學習和採用更環保及可持續性的耕種技巧，農夫所在的地區亦可以得到額外資助來改善該區醫療及社會多方面的設施，消費者飲公平咖啡在心理上又有對社會公益作出貢獻的滿足感。

「智」

「智」就是具有智慧、知識、分析、判斷、創造、思考、洞察的能力。《論語·憲問二十八》說：「知者不惑。」即是有智慧的人能深入了解事物以及事物之間的聯繫，遇事不會疑惑不決。在企業的日常運作上，「智」包括了企業知識方面的管理，如市場調查，以及用作研究及分析市場大趨勢的市場資訊系統管理。深層次而言，「智」亦反映了企業所採用的以消費者的需要為本、以仁愛之心滿足顧客需求的經營方針和哲學。智慧型的企業必須分析和了解市場大環境的基本轉變才可以順勢而行地滿足消費者的需要。例如，人口老化這個大趨勢對很多商業機構都有重大影響。以飲食業為例，餐飲業管理人員有需要考慮餐牌改用較大的字體，每張餐桌上放一把放大鏡，光線要較光猛，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」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。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。對客戶童叟無欺，對員工也是言出必行。《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。相反，缺乏誠信的企業最終必會受消費者唾棄。

調查報告

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六年「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。1為非常不同意，7為非常同意)。最終，我們共收集了1,713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」。最終共收取有效問卷487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，共收取有效問卷137份。整個調查期間，調查隊伍收集得到2,337名市民的回應。

調查過程 嚴謹可靠

調查隊伍由59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。

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。

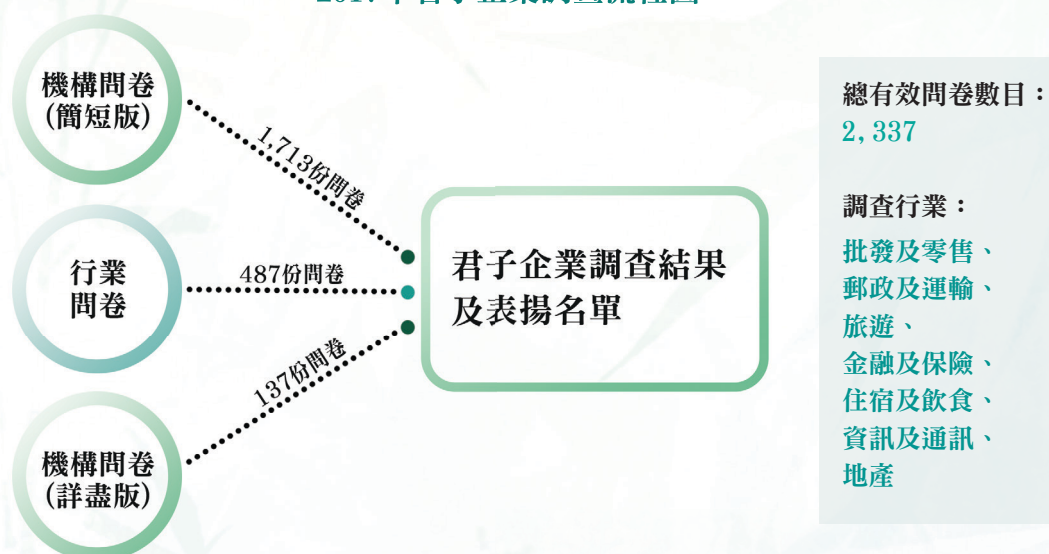
調查範圍

由於本調查研究是追蹤消費者心目中的「君子企業」，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：批發及零售、郵政及運輸、旅遊、金融及保險、住宿及飲食、資訊及通訊及地產業。與往屆不同的是，我們根據政府統計處《香港標準行業分類2.0版》訂立本年度上述被調查的七個行業之名稱及企業之分類方法。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」，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「君子」、「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。

2017年君子企業調查流程圖



調查報告

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	65.6	74.9	68.4	62.3	70.1	63.2
資訊及通訊	56.7	66.1	61.6	63.6	60.2	58.9
金融及保險	53.7	61.1	60.8	69.1	56.9	61.5
批發及零售	57.0	63.9	61.8	58.2	59.7	63.2
住宿及飲食	58.6	65.3	62.7	59.3	59.8	60.5
旅遊	55.6	65.6	64.6	60.6	61.4	62.4
地產	44.0	58.2	51.2	66.3	48.3	54.2

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。

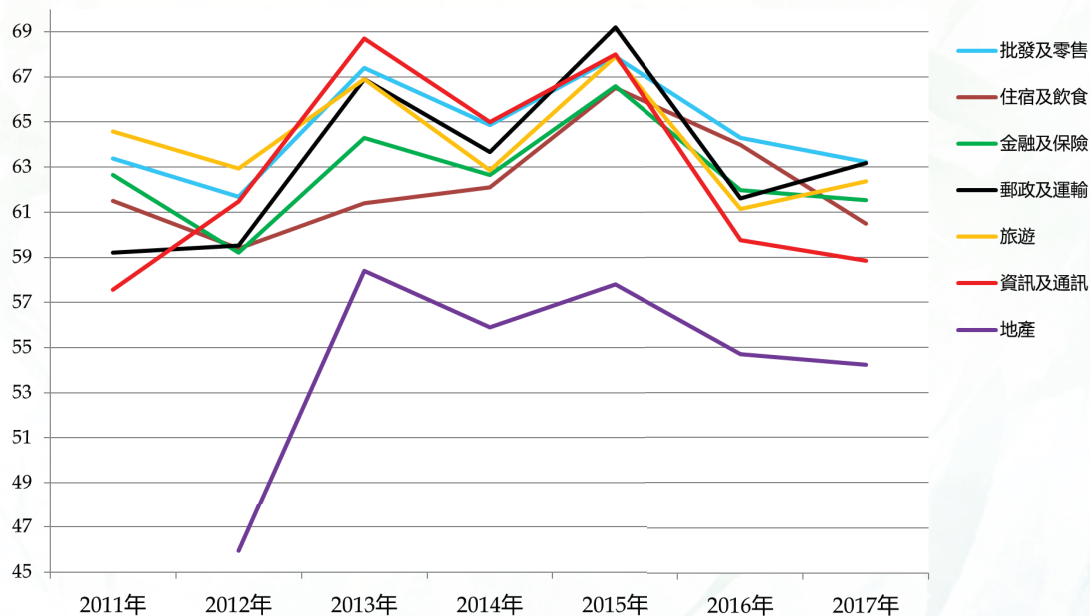
通過得分排名可以看到，本年度「君子分數」得分最高的行業是批發及零售業，其次是郵政及運輸業，而旅遊業則排在第三位。在「君子分數」的基礎上，我們以四十歲的被訪者作為分界線，分別測量四十歲以下和四十歲或以上的被訪者對各行業評價的差異。通過下表可以看到，多數行業中兩個年齡組別的得分排名保持相約。而較大差別的行業有兩個。第一個為批發及零售業，在四十歲以下的被訪者心目中得分排名為第一(63.8分)，而在四十歲或以上的被訪者心目中得分排名則為第三(62.7分)。另一個為旅遊業。在四十歲以下的被訪者心目中得分排名為第四(60.7分)，而在四十歲或以上的被訪者心目中得分排名則為第二(63.6分)。這表明，兩個年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，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	63.2	批發及零售	63.8	郵政及運輸	64.7
2	郵政及運輸	63.2	郵政及運輸	61.3	旅遊	63.6
3	旅遊	62.4	金融及保險	61.0	批發及零售	62.7
4	金融及保險	61.5	旅遊	60.7	金融及保險	62.0
5	住宿及飲食	60.5	住宿及飲食	58.8	住宿及飲食	61.7
6	資訊及通訊	58.9	資訊及通訊	58.8	資訊及通訊	58.9
7	地產	54.2	地產	53.7	地產	54.7

回顧2011至2017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，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，郵政及運輸、旅遊業在本年年度的得分有所回升。這表明，在香港市民的心目中，這兩個行業在本年度的表現相比往年較為出色。

圖一 各調查行業在2011至2017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2017年第二季，行業的生產總值以2015年的價格計算約為港幣375.2億元。截至2017年6月，錄得近177,615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61.6分相比，溫和上升1.6分至63.2分（圖1），在七個調查行業中排行第一，與批發及零售業並列第一。這表明，在香港市民心目中，郵政及運輸業擁有較佳的君子特徵。

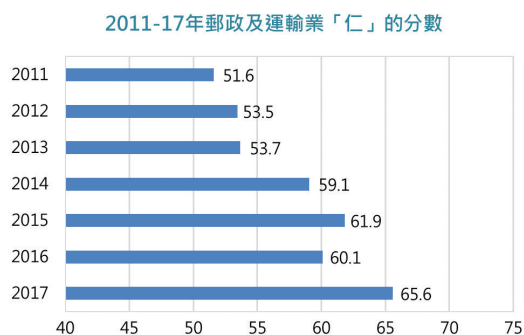
今年郵政及運輸業在「仁」方面的表現於五項君子特徵中排行第四，獲65.6分，較2016年上升5.5分（圖2.1），在七個調查行業中排行第一。從調查結果反映，受訪者普遍認為，相比其他行業，郵政及運輸業更能：（一）替顧客設想、（二）主動關心員工；以及（三）積極參與社會公益事務。

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74.9分，較2016年大幅上升7.8分（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，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。

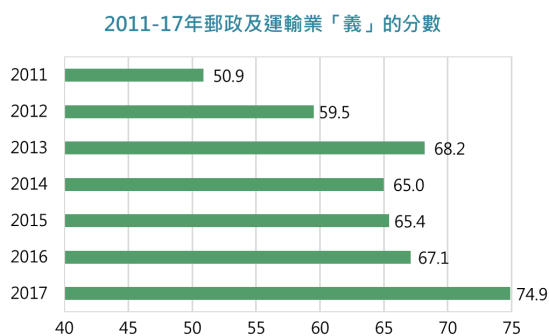
(圖1)



(圖2.1)



(圖2.2)



今年郵政及運輸業在「禮」方面的得分是在君子特徵中排行屬中游，獲68.4分，較2016年溫和上升3.3分（圖2.3），但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，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。

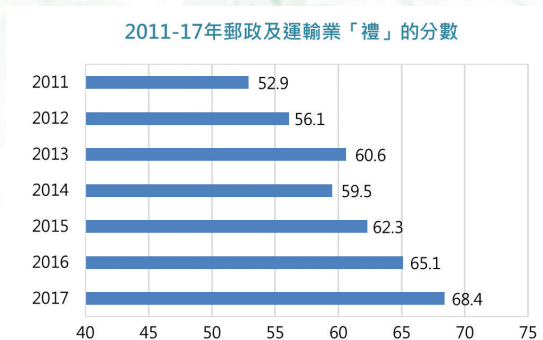
然而，郵政及運輸業今年在「智」的表現上稍為遜色，得分是五德中最低一項，僅獲62.3分（圖2.4），較2016年溫和上升3.5分。綜觀2017年，一些運輸機構在處理突發事件上應變能力或許未能滿足市民的期望，這或許可解釋為何郵政及運輸業在今年調查中「智」的分數稍為遜色。若業界能改善處理突發事件的手法，定能在來年君子企業調查取得更好的成績。

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。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70.1分，較2016年上升4.6分（圖2.5），在七個調查行業中名列榜首。

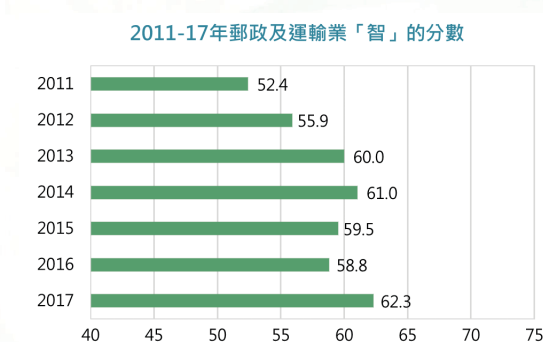
從調查結果反映，受訪者普遍認為，相比其他行業，郵政及運輸業更能履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信行為。

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，郵政及運輸業仍可維持眾行業之首。

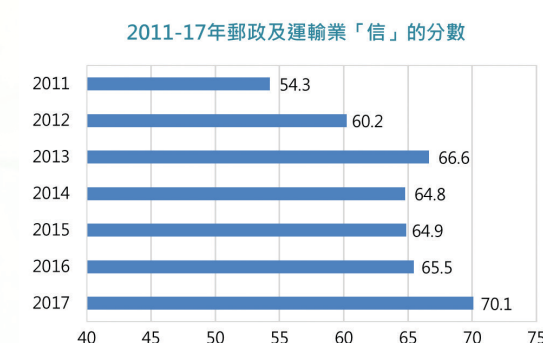
(圖2.3)



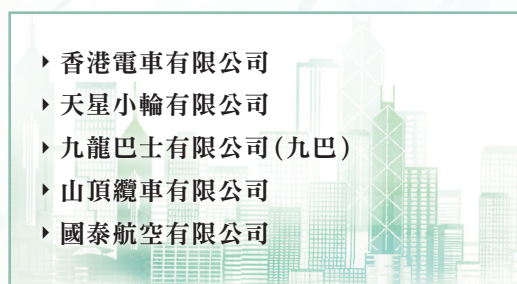
(圖2.4)



(圖2.5)



表三 2017年郵政及運輸業君子分數最高的五間企業



調查報告

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，自2006年至2015年這十年間，香港每年平均僅有兩萬多個住宅單位建成。據差餉物業估價署公佈，截至2017年9月私人住宅售價指數連續18個月增長。長期的房屋供應短缺以及樓價和租金暴升已嚴重撕裂香港社會。在住宅以面積計價格大升而買家購買力有限的環境下，越來越多香港年輕人對置業感到絕望，發展商興建特小住宅單位（「納米樓」）有可能成為趨勢。

香港屢次獲選為「全球樓價最難負擔城市」，矛頭除了直指政府政策力不足，亦有指與地產業的營商手法有關。在是次君子企業調查結果中，地產業的君子得分是七個被調查的行業中排名最低，只取得54.2分（見圖3），較2016年的54.7分略為下降0.5分。事實上，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。

今年地產業在「仁」、「義」、「禮」及「信」的得分分別為44、58.2、51.2及48.3（圖4.1、4.2、4.3及4.5），其分數不但在眾被調查行業中排行最低，而「仁」、「禮」及「信」的分數均較去年下跌。這表明，市民對地產業在這三項君子特徵的表現評價越趨負面。明顯地，業界仍未能改善其多年來在香港市民心目中累積下來的負面標籤，例如：「地產霸權」、「賺到盡」、「發水樓」及「不良銷售手法」等。在市民心目中，地產商的營商手法一如既往，欠缺了仁愛、道義、寬宏和誠信。要達到君子企業的標準，相信仍有一段距離。

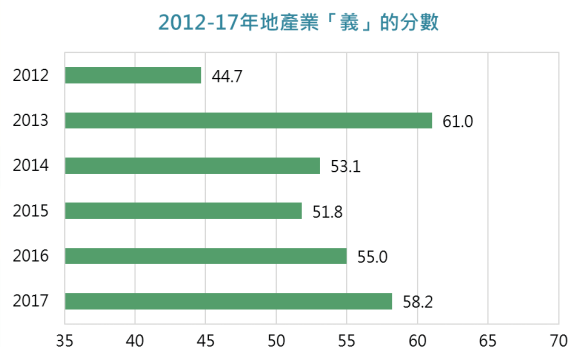
(圖3)



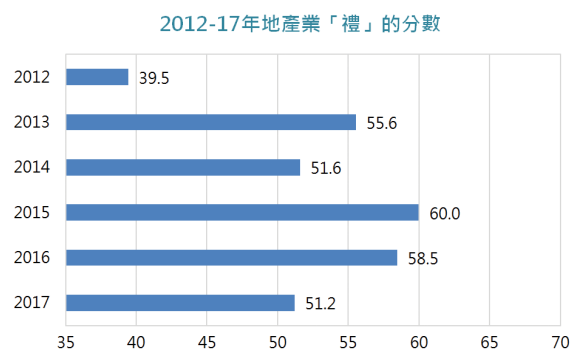
(圖4.1)



(圖4.2)



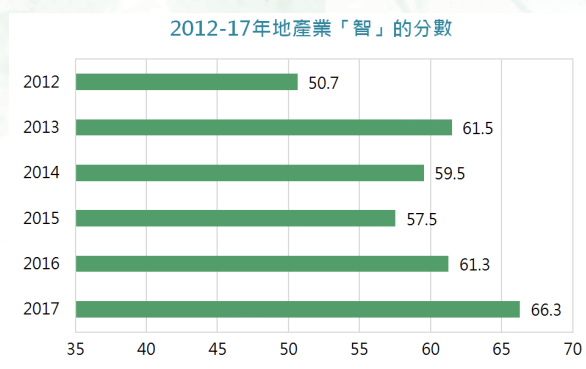
(圖4.3)



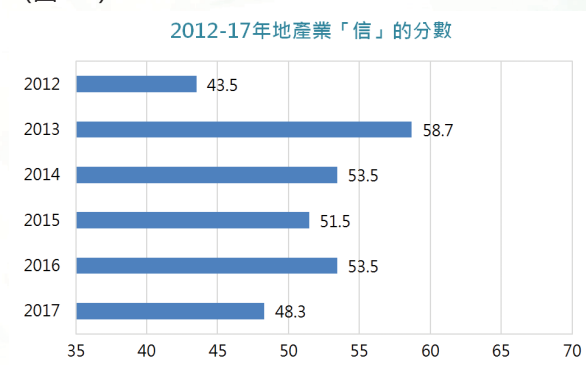
「智」是指企業在決策上精明及有遠見。相比其他四個君子特徵，地產業在「智」的表現較為突出，分數也明顯較高，有66.3分（圖4.4），在七個被調查行業中排行第二。明顯地，市民普遍認為地產業善於作出明智的商業決定及計劃長遠的發展策略。多年來，地產商往往能在最有利的時機推出其一手樓盤，從而獲得較大的銷售額和利潤，顯示出他們在「智」方面的突出之處。

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，同時要反映本調查有改進的空間，例如加入業界的專家評審。總括來說，地產業在多年君子企業調查的行業中，不論在「君子」、「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。業界如在營商的手法上多結合「仁」、「義」、「禮」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4.4）



（圖4.5）



表四 2017年地產業君子分數最高的五間企業

- ▶ 香港太古集團有限公司
- ▶ 新鴻基地產發展有限公司
- ▶ 新世界發展有限公司
- ▶ 中原地產代理有限公司(香港)
- ▶ 會德豐有限公司(業務品牌為:九龍倉集團有限公司)

調查報告

批發及零售業

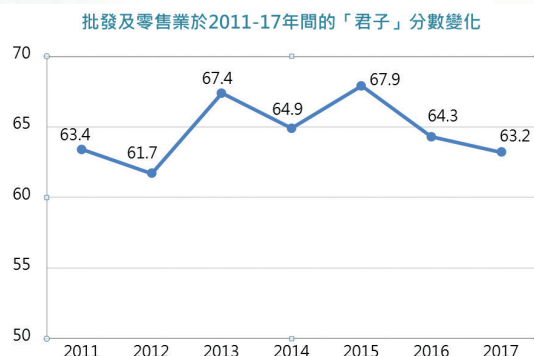
批發及零售業主要業務包括各類原料、商品及食品的批發及零售。香港優越的地理位置和歷史機遇，使其成為世界上最大的轉口貿易港口之一，不僅為香港創造了龐大的經濟收益，更為給市民帶來世界各地的貨品。香港因此被譽為「購物天堂」。批發及零售業，尤其是實體店，一直為香港市民主要的購物和消費渠道。按香港政府統計處公佈的最新調查數字顯示，2017年8月的批發及零售業總銷售價值的臨時估計為港幣348億元；與2016年同期比較上升0.3%。這反映出香港的批發及零售市道暢旺。消費者生活中經常與超市和百貨業等不同的批發及零售業接觸，因此業界的表現是否具備君子之風範，將直接影響消費者的福祉和利益。

按2017年度君子企業調查的結果顯示，批發及零售業的君子分數，較去年同期的調查略微降低。以100分為滿分，君子分數從上屆64.3，下跌至63.2分（圖5）。在七個被調查行業中，批發及零售業從2015年排名第三，到2016年排名升至第一，至今年排名穩定在第一，這充分說明香港市民對業界在過去兩年的表現是比較認可的。

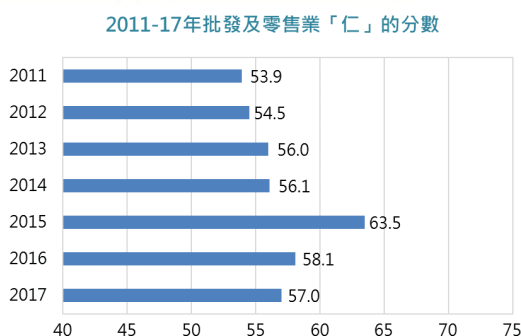
「義」為批發及零售業中得分最高的一項，得63.9分。回顧七年來在「義」一項的得分，於2013年和2015年表現較好，其後微降至2016年的65.4分（圖6.2）。「義者宜也。」行義的方法就是做相宜，正確的事。所謂「君子愛財，取之有道。」倘若財富是用不正當的方法取得，即可視為不義之財，君子是應該唾棄的。

2017年的受訪者認為批發及零售業的「禮」表現較2016年有所降低，從上屆65.0分跌至61.8分（圖6.3）。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，

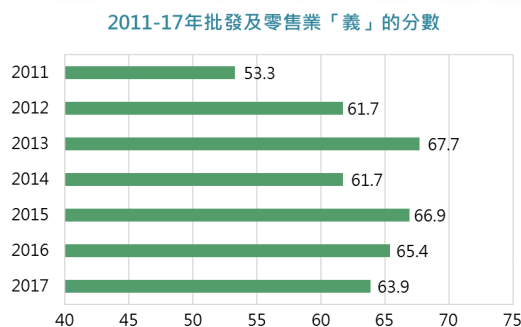
(圖5)



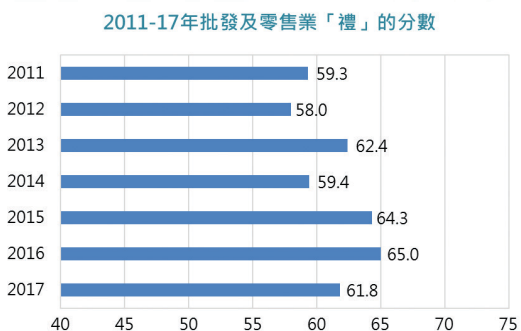
(圖6.1)



(圖6.2)



(圖6.3)



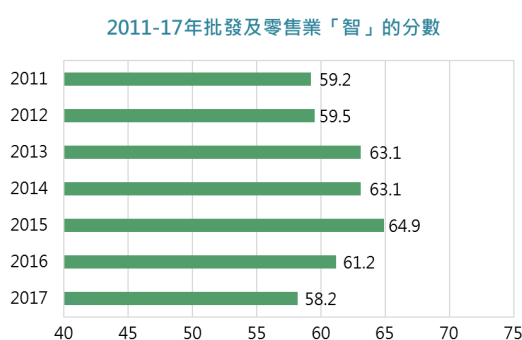
企業需要第一時間正視並有禮地作出最合適的反應，積極解答各持份者的疑問及查詢，才是儒商的典範。

批發及零售業在「仁」、「智」、「信」這三項君子特徵中所取得的分數，在去年較低的分數水平上又進一步降低，分別為57.0、58.2和59.7（圖6.1、6.4和6.5），其得分於眾調查行業中處於中下游的水平，在「智」方面更是排名墊底。批發及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：

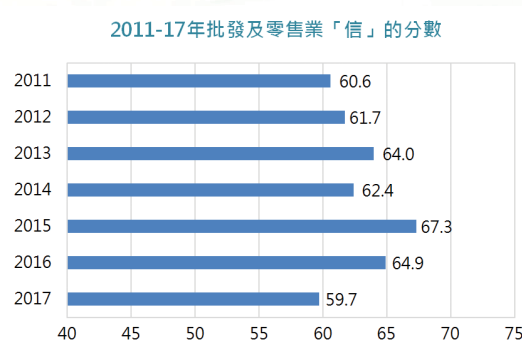
（一）實施以消費者為導向的營銷戰略，推出適切市場需求的產品和服務；（二）加強履行對顧客的承諾和做到童叟無欺等的守信表現；（三）多替顧客設想、主動關心員工和積極參與社會公益事務；以及（四）加強處理突發事件的能力，以坦率、誠懇的態度，及時、負責的處理措施來挽回消費者的信任。

估計於未來一年，批發及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，批發及零售業可重回眾行業之首。

(圖6.4)



(圖6.5)



表五 2017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)
- ▶ 怡和集團(業務品牌為：惠康)
- ▶ 價真棧有限公司(業務品牌為：價真棧)
- ▶ 怡和集團(業務品牌為：萬寧)
- ▶ 馬拉松(Marathon sports)

調查報告

金融及保險業

金融及保險業包括金融服務、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的最新數字，在2016的統計數字，香港便有超過250間銀行、超過7,000間金融機構和超過2,000間保險公司，合共僱用了超過240,000人。金融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四；在100分滿分中取得61.5分，分數高於住宿及飲食業（60.5分）、資訊及通訊業（58.9分）及地產業（54.2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。金融及保險業在過去七年間的分數變化詳見圖7。

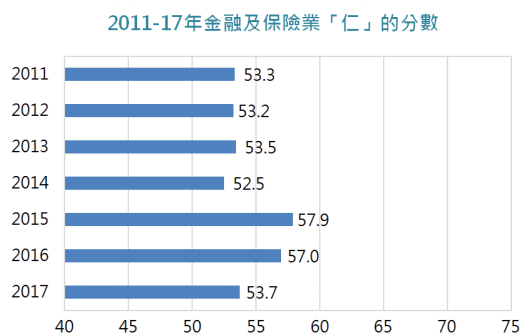
今年金融及保險業於「仁」的表現令人失望，在五德中排行榜末，跌3.3分至53.7分，並在七個調查的行業中排行第六。由此可見，市民普遍認為金融及保險業界未有充份表現出以愛人為企業營商之道。「義」這一方面，金融及保險業得61.1分，相對過往兩年，得分不高，反映在香港市民的心目中，金融及保險業中部份企業是會為追求利潤而選擇犧牲社會的福祉。

今年金融及保險業在「禮」，得60.8分，表現比去年大幅下降了6.7分，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解決人際問題。「智」的表現上得69.1分，於七個調查的行業中排行第一。這個結果，可能是因為香港市民一般認為香港的金融及保險業界中的企業相對其他調查的行業是較為決策精明和有遠見的企業。

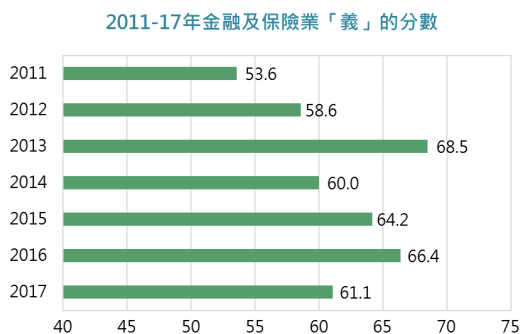
(圖7)



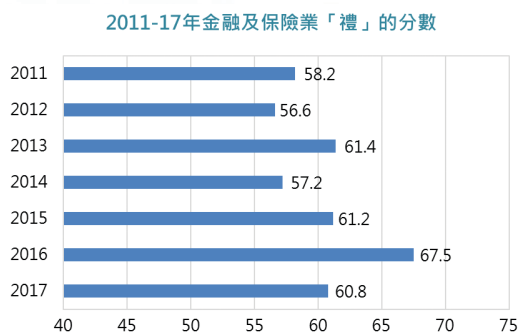
(圖8.1)



(圖8.2)



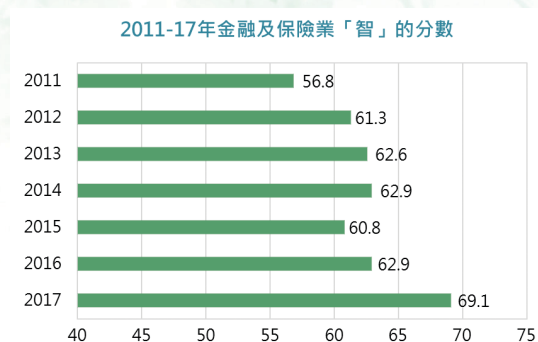
(圖8.3)



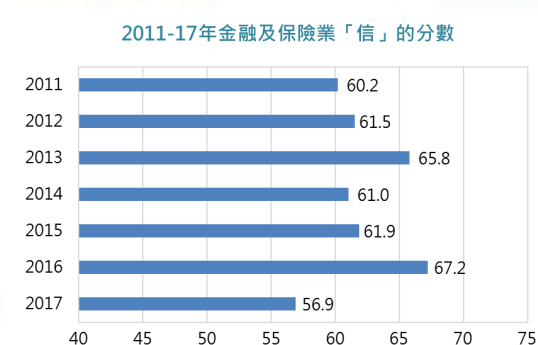
金融及保險業提供不同的理財、保險、融資和資產管理服務給顧客，企業最重要的是對持份者言出必行。不幸的是，近年市民認識多了一些以「不成功、不收費」作口號的不良中介公司，以協助市民借貸為名，實則濫收費用，令很多無辜市民受騙。令今年金融及保險業在「信」方面只得56.9分。比去年的67.2分，下降了10.3分。期盼金融及保險業界的企業能以與顧客建立互信關係，提供無訛資訊為重要任務。

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，服務安排要更有承擔，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明年的君子企業調查中更上一層樓。

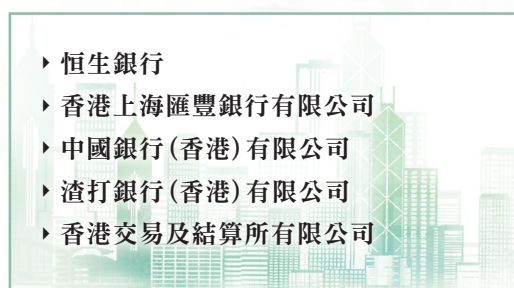
(圖8.4)



(圖8.5)



表六 2017年金融及保險業君子分數最高的五間企業



調查報告

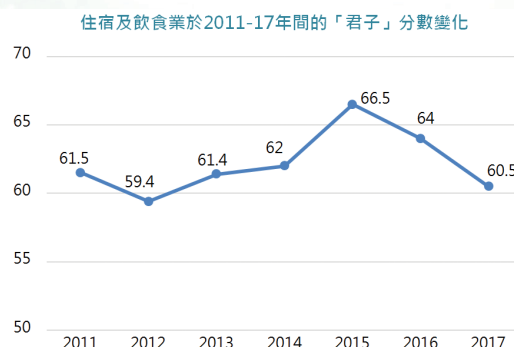
住宿及飲食業

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。香港素有亞洲美食之都的美譽，以融匯各國美食，質高味美而聞名於世。香港市民非常習慣出外用膳，中式、非中式餐館、各式快餐店……選擇繁多，豐儉由人。根據香港政府統計處公佈的最新數據，2017年第二季的食肆總收益價值的臨時估計為270億元，按年上升4.0%。同期間，食肆購貨總額的臨時估計為88億元，按年上升2.4%。可見飲食市場之景氣。於此同時，香港的住宿酒店行業非常發達，這自然是得益於香港是亞洲最熱門的旅遊目的地，是世界最大的商業和金融中心之一，接近80%的跨國公司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5月，香港持牌酒店品牌有271間，提供77,555間客房，入住率高達88%；持牌賓館有1,454間，提供12,278間客房，入住率亦有78%。住宿和飲食行業，主要為顧客提供體驗性的產品，服務的含量高，消費者的滿意度特別取決於從業者是否具有君子風範，所提供的產品和服務能否滿足消費者需求，前線員工的為人處事能否讓客人感到賓至如歸。

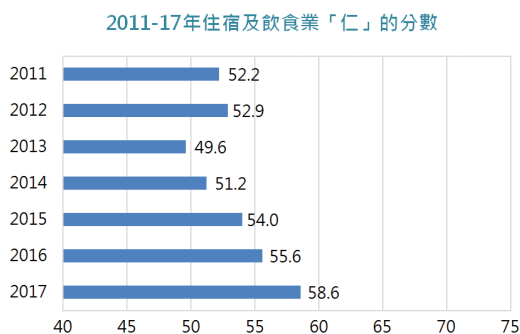
按2017年度君子企業調查的結果顯示，住宿及飲食業的君子分數，在2015年經歷了一個高峰後，在過去兩年同期調查的分數一路走低。以100分為滿分，住宿及飲食業的君子分數從2015年66.5分，2016年跌至64分，今年下跌至60.5分（圖9）。這反映了消費者對該行業的滿意度在下降。於此同時，在七個被調查行業中的橫向比較中，住宿及飲食業的排名一直處於下游（圖1）。這是因為住宿及飲食業均屬於服務密集型行業，消費者對產品和服務的體驗非常敏感，行業競爭的加劇亦使得消費者變得越來越挑剔。

本年度住宿及飲食業在「義」的得分再次上升，至65.3分，是七年內的最高分。「義者宜也」，「義」就是適宜的意思。行「義」的意思是做正確和合適的事。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。可見，住宿及飲食業界不為賺取更多利潤而犯險，這份努力是有目共睹的。

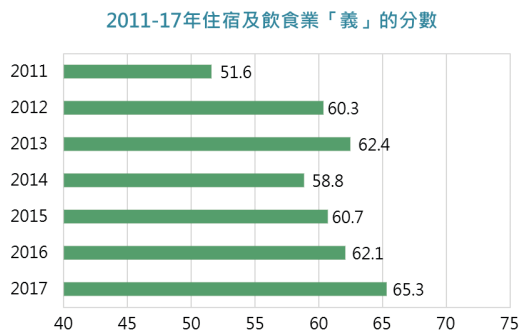
(圖9)



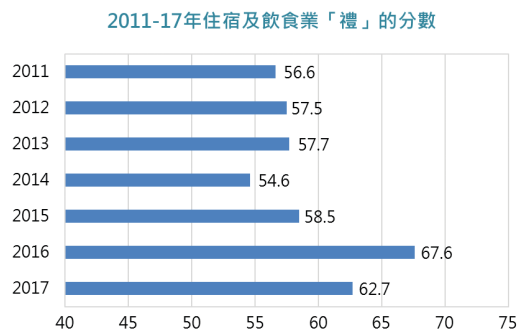
(圖10.1)



(圖10.2)



(圖10.3)



今屆住宿及飲食業在「禮」的得分較去年略低，得62.7分，但也高於其他年份。這顯示市民基本上滿意住宿及飲食業的服務態度。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的體驗影響甚大。比如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。

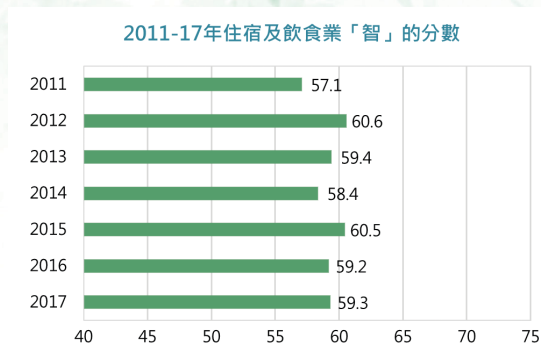
安全和衛生是消費者對住宿及飲食業最為基本的要求。今年住宿和飲食業在「信」這項君子特徵的得分為59.8，是七年內得分第三低。「信」的評分急降意味著今年市民對該行業提供的產品出現了信任危機。今年有報道某間大型食肆出現食物安全問題，某間五星級酒店床品出現清潔衛生問題，確實令市民心有餘悸。

「智」即聰明善變。本年度住宿及飲食業於「智」得59.3分，比去年高0.1分。看來，飲食業在未來的經營中，需要更加巧妙地運用手上資源，順應多樣的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，才能讓「智」的得分提升。

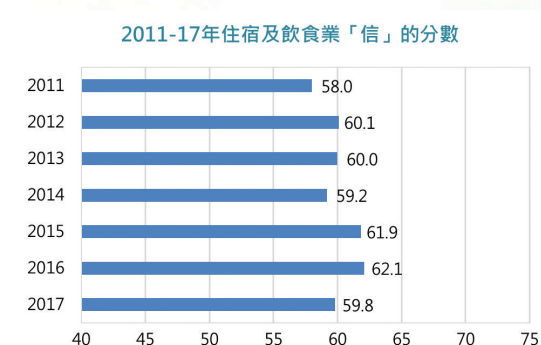
「唯仁者，能好人，能惡人。」對住宿及飲食業而言，「仁」可見於企業對各持份者的尊重和關愛。飲食業在「仁」取得58.6分，高於其他年份的得分。近年業界在不同範疇提出一些好的舉措，例如：（一）、住宿及膳食服務活動業的薪金升幅較為顯著。飲食業的平均時薪（35元以上）已高於最低工資標準（32.5元）；（二）、不少食肆更重視食客健康，如推出「三少（少糖、少鹽、少油）」、參與「有營食肆」等。無疑令受訪者對飲食業的好感提升，認為業界表現出仁者風範。

總括而言，住宿及飲食業在本年度的得分下降。業界需要再「加把勁」，特別在「禮」和「信」上下功夫，繼續提升香港市民普遍對住宿及飲食業的觀感。期望明年的調查，住宿及飲食業的君子分數能有長遠的改善，使更多的企業被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)



(圖10.5)



表七 2017年住宿及飲食業君子分數最高的五間企業

- ▶ 香港星巴克(業務品牌為: 星巴克 Starbucks)
- ▶ 吉野家快餐(香港)有限公司
- ▶ 四季酒店Blue Bar
- ▶ 麥當勞餐廳
- ▶ 譚仔雲南米線有限公司

調查報告

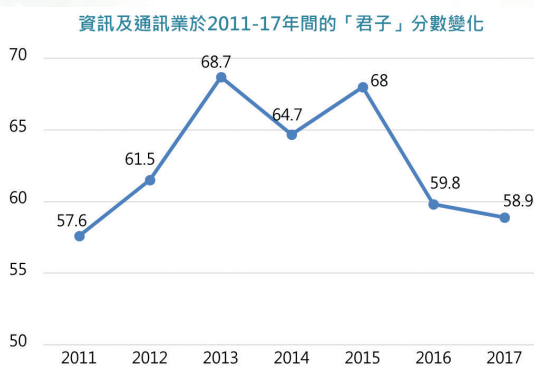
資訊及通訊業

資訊及通訊業包括報紙、雜誌、影音、電腦的出版活動、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對外開放，不停發展。在2016年的統計數字，香港便有超過13,000間資訊及通訊機構，合共僱用了超過107,000人。資訊及通訊業在香港的發展可以算是十分有規模。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。

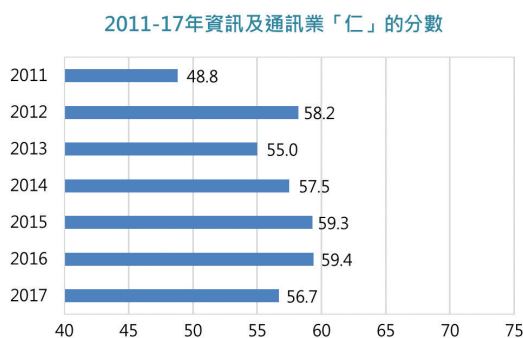
傳媒作為香港的第四權，在社會上擔當着十分重要的角色。業界的表現是否符合君子的定義對市民所能獲取的資訊質素有着重要的關係。本年度資訊及通訊業的君子分數整體為58.9分，相對於上年度的分數，下跌0.9分（見圖11）。根據港大民意研究計劃的香港新聞傳媒整體公信力評分於4月份的報告，今年的評分比起上年同期評分有所下跌。近年來，面對網媒的競爭，紙媒的收入大幅下降，業內缺乏資源去做更佳的報道，影響了市民對資訊及通訊業君子整體分數的評價。

本年度資訊及通訊業在「仁」的得分是56.7分（見圖12.1）。跌幅有2.7分。業界可多關注持份者的福祉、主動關愛員工和積極參與社會公益事務，以助加強企業在「仁」的表現。本年度資訊及通訊業在「義」的得分為66.1分（見圖12.2），比去年上升了3.1分。這升勢相信是因為業界有盡作為傳媒的責任，不會妄顧公德。他們「義」的精神得到市民的欣賞和認同，因此得到的分數也反映「義」是資訊及通訊業在市民心中最具代表性的一德。今年資訊及通訊業在「禮」的得分是61.6分（見圖12.3），比去年上升了2.7分。「禮」在這裡指的是會顧及公眾利益。雖然困難，但傳媒因為觀眾的正面反應而得益，絕對是最理想的局面。資訊及通訊業應該以此為目標，自我提升。

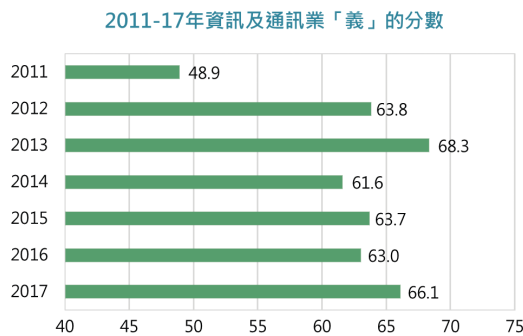
(圖11)



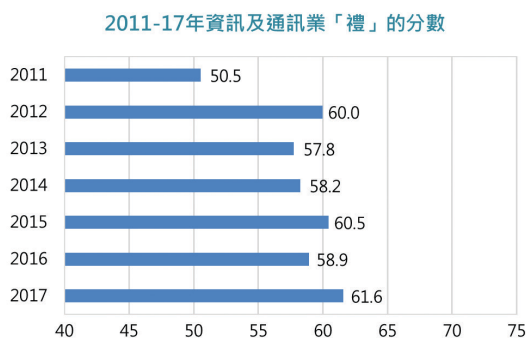
(圖12.1)



(圖12.2)



(圖12.3)

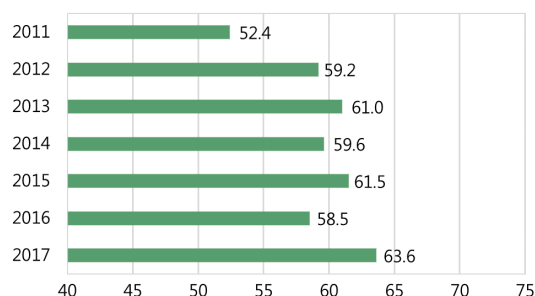


五德評分中排行第二的「智」得分為63.6分(見圖12.4)。資訊及通訊業近年來向網上平台進軍，在這個科技日新月異的社會中，使用的技術有一定的進步，使「智」的得分相較2016年也有一定的上升。五德評分中資訊及通訊業的「信」為60.2分(見圖12.5)。一個行業要贏得外界的信任，除了需要行內者的實力，也要相應的誠意。五德中的「信」於傳媒業可解作公信力，也就是提供無訛資訊，所做的是都是公開和透明。蒐集真實可信的情報，把真相公正，不偏不倚地呈於市民面前，才是有公信力的傳媒。從數據中反映，市民心目中傳媒的公信力與往年比較大幅下跌，這反映在香港市民的心目中，資訊及通訊業未必全部都能提供無訛資訊。

總括來說，香港資訊及通訊業在市民心中正面形象有所下降。只要業界能肩負起伸張正義的重擔，相信可以重新獲得香港市民的信任。

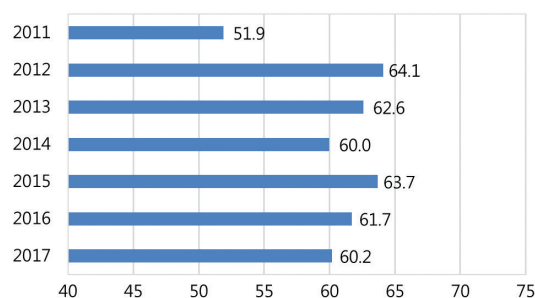
(圖12.4)

2011-17年資訊及通訊業「智」的分數



(圖12.5)

2011-17年資訊及通訊業「信」的分數



表八 2017年資訊及通訊業君子分數最高的五間企業

- ▶ 香港商業電台
- ▶ 雅虎公司(業務品牌為:Yahoo!)
- ▶ 明報企業(業務品牌為:明報)
- ▶ 南華早報集團(業務品牌為:南華早報)
- ▶ 黑紙有限公司(業務品牌為:黑紙, 毛記電視, 100毛)

調查報告

旅遊業

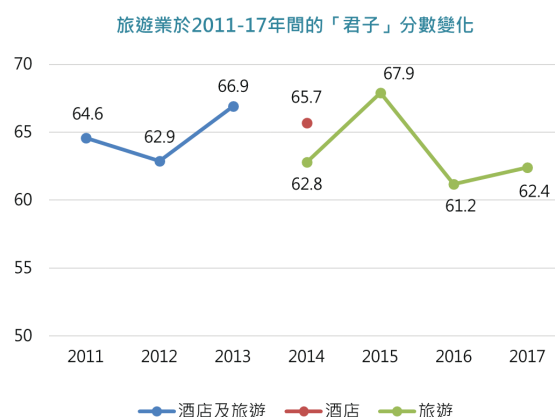
旅遊業包括旅行代理及代訂服務。根據政府統計處資料，2017年1月至8月間約有3,800萬人到港旅遊，比去年上升。另外，根據香港旅遊業議會的統計資料，今年黃金周團體訪客較去年大幅上升，訪港旅行團由去年每日平均120團，增到每日平均220至250團。旅遊業與香港經濟發展息息相關，業界的表現亦對市民的生活有著貼身的影響。

今年旅遊業中「君子」的得分有62.4分，比2016年的61.2分上升了1.2分（見圖13），可見市民對旅遊業的「君子」認同度有所回升。旅遊業在七個調查行業當中排行第三，顯示今年市民在七個調查行業當中認同旅遊業的表現在中間以上。

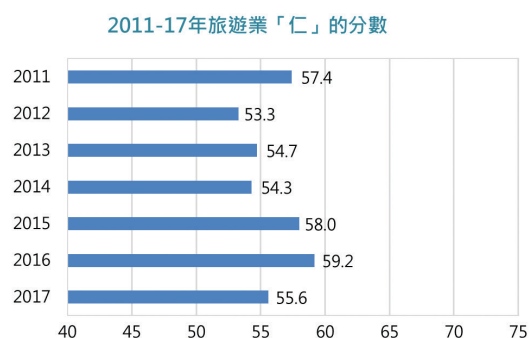
本年度旅遊業「仁」得 55.6分（見圖14.1），為五德中最低的一項，於七個調查的行業中排行第五。希望旅遊業能發力，多參加公益活動並以愛人為企業營商之道，展示「仁」的行為。

「義」除了有行為皆對得起天地良心的意思，亦有不乘人之危，趁火打劫的含意。本年「義」的得分為 65.6分（見圖14.2），比上年高1.8分。另一方面，本年度旅遊業在「禮」一項得64.6分（見圖14.3）。分數較往年為高，這可能因近年旅遊業較為注重本身的形象有關。因此，業界應為本地及外地遊客提供最合適的服務，減少耍手段和強迫顧客消費，鼓勵謙虛心態。若旅遊業同仁能自我提升，尊重顧客，一定能使「禮」之分數有所上升。

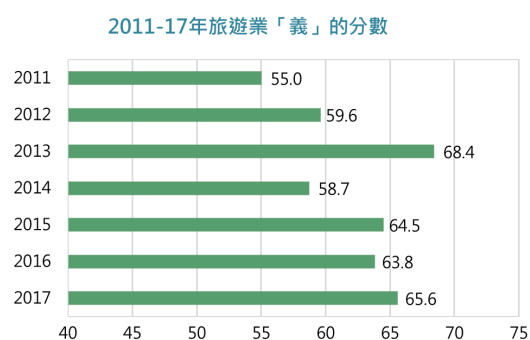
(圖13)



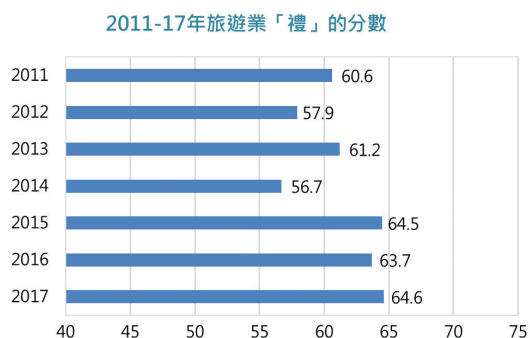
(圖14.1)



(圖14.2)



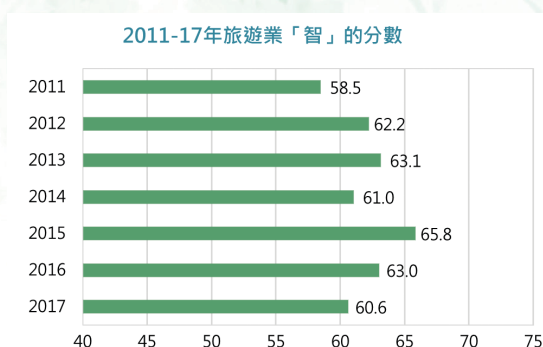
(圖14.3)



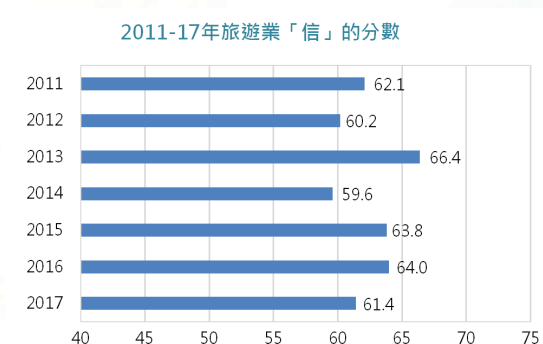
「智」即聰明善變，能按照市場需要做出調節。旅遊業在「智」的得分只有60.6分（見圖14.4），與上年比較下降了2.4分。這反映受訪者比以前不滿意旅遊業的營商策略，讓「智」的得分下降。因此，業界更需要運用智慧，不斷學習持續自我改善，因應市場變化迎合大眾多變的喜好。

「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二（見圖14.5），有61.4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。期盼旅遊業的企業能以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14.4)



(圖14.5)



表九 2017年旅遊業君子分數最高的五間企業



整體分析

從過往五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（ α 值），並得出非常高的可靠度，數值範圍由0.86至0.94。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。從過往五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60.7分（滿分為100分），比2016年62.2分、2015年66.3分及2014年的62.8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，尤其是住宿及飲食業降幅較大。雖然今年大部分行業的得分都有所下降，但批發及零售、郵政及運輸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。

表十 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	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	71.2	郵政及運輸	72.6	郵政及運輸	70.1
2	住宿及飲食	65.1	住宿及飲食	66.4	旅遊	64.4
3	旅遊	65.1	資訊及通訊	66.0	住宿及飲食	64.1
4	資訊及通訊	64.7	旅遊	65.9	資訊及通訊	63.7
5	批發及零售	64.0	批發及零售	64.8	批發及零售	63.4
6	金融及保險	59.1	金融及保險	58.5	金融及保險	59.5
7	地產	51.7	地產	52.2	地產	51.4

我們分析了市民對不同行業的「君子」表現與「商業道德」重視程度評價之間的關係。並發現行業的「君子」形象都與商業道德重視程度有著十分顯著的正相關關係。

我們亦綜合分析了市民評價企業的「君子」和「五德」對其消費行為意欲的影響（表十一）。由於消費者對價格、品質和是否物有所值的評價有可能會影響消費行為意欲，所以我們在分析中控制了這些因素。分析得出在四類消費行為意欲：企業能滿足其要求、滿意度、再購買意欲和會否推薦親友，企業的「君子」和「五德」表現均顯示出不同程度的顯著影響（標準 β 值由0.213至0.375）。總括來說，企業的「君子」和「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。

除此之外，企業的「五德」表現對消費者認為「即使價格提高仍會選購該企業」有著顯著的正相關影響。這代表企業在「仁」、「義」、「禮」、「智」、「信」這「五德」的表現會影響消費者對企業的忠誠度。企業在「五德」的表現良好，即使價格提高了，仍會令消費者願意繼續選購該企業的服務和產品。

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	標準β值	
	「君子」	「五德」
能滿足其要求	0.226**	0.213*
滿意度	0.313**	0.375**
再購買意欲	0.324**	0.283**
會推薦親友	0.228*	0.238*

*p value<0.05, **p≤0.01. 分析控制了市民對價格、品質和是否物有所值的評價之影響。

表揚名單

2017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)
恒生銀行	77.9
香港上海匯豐銀行有限公司	75.6
香港電車有限公司	75.2
天星小輪有限公司	74.5
中國銀行(香港)有限公司	73.6
渣打銀行(香港)有限公司	72.6
永安旅遊	71.9
CEC國際控股有限公司(業務品牌為：759阿信屋)	71.5
東瀛遊	71.5
九龍巴士有限公司(九巴)	71.3
香港商業電台	71.0
怡和集團(業務品牌為：惠康)	70.5
康泰旅行社	70.5
雅高達旅遊諮詢有限公司(業務品牌為：Agoda.com)	70.5
雅虎公司(業務品牌為：Yahoo!)	70.2
價真棧有限公司(業務品牌為：價真棧)	70.2
怡和集團(業務品牌為：萬寧)	70.0
香港交易及結算所有限公司	70.0

榮譽顧問

何順文教授	恒生管理學院校長
趙麗娟女士	利豐發展(中國)有限公司董事
謝清標教授	香港中文大學市場學系教授
彭泓基博士	中華智慧管理學會創會會長
何志盛博士	香港小輪(集團)有限公司集團總經理
司徒永富博士	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

參與單位

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
	謝亭亭博士	恒生管理學院市場學系助理教授
委員：	陳鴻輝先生	恒生管理學院市場學系一級講師
	楊筠瑜博士	恒生管理學院市場學系一級講師
	吳寶琪女士	恒生管理學院管理學系一級講師
	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副教授
	鍾可盈博士	恒生管理學院英文學系高級講師
	翁菁慧博士	恒生管理學院英文學系一級講師
	歐陽皓江博士	恒生管理學院社會科學系一級講師
	葉欣倩女士	恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任
	譚嘉碧女士	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
	林嘉峪先生	恒生管理學院商學研究所研究助理
	盧毅霖同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會主席
	韓銓志同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會內務副主席

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
委員：	陳鴻輝先生	恒生管理學院市場學系一級講師
	鍾可盈博士	恒生管理學院英文學系高級講師
	翁菁慧博士	恒生管理學院英文學系一級講師
	歐陽皓江博士	恒生管理學院社會科學系一級講師
	林嘉峪先生	恒生管理學院商學研究所研究助理
	蘇正康先生	恒生管理學院商學研究所行政助理
	余寶怡女士	恒生管理學院商學研究所行政助理
	盧毅霖同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會主席
	韓銓志同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會內務副主席

活動籌劃委員會

主席：	楊筠瑜博士	恒生管理學院市場學系一級講師
委員：	翁菁慧博士	恒生管理學院英文學系一級講師
	李康穎博士	恒生管理學院會計學系助理教授
	歐陽皓江博士	恒生管理學院社會科學系一級講師
	張美鳳博士	恒生管理學院傳播學院副教授
	葉欣倩女士	恒生管理學院傳訊及公共事務處行政主任
	譚嘉碧女士	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
	黃守裕先生	恒生管理學院商學研究所行政助理
	蘇智煒先生	恒生管理學院商學研究所行政助理
	盧毅霖同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會主席
	韓銓志同學	恒生管理學院第七屆市場營銷學會內務副主席

參與單位

調查員及稽查員名單

傑出調查員領袖 李綺雯

傑出調查員名單 楊雅倩 林懿行 歐浩賢

調查員嘉許狀名單	湯頌研	張睿冰	鍾嘉恩	潘諾儀	錢家豪
	梁穎怡	盧毅霖	鍾紫慧	鄭嘉慧	馮伊雯
	姜惠瓊	鄧駿皓	葉嘉豐	黎明燦	朱建偉
	黎健宜	陳葆瑤	黎志嫻	黎寶文	黃業東
	簡麗芬	陳可穎	李民偉	楊朝鈞	陳君洛
	尹梓寧	余蕤	李慧燕	黃善怡	謝凱晴
	梁靜怡	譚美琪	潘澤恩	崔詠嘉	劉泳彤
	劉卓玲	鄭芷欣	蘇霆匡	周伯臻	謝諾文
	胡綽琳	劉穎珊	施雨彤	梁子萍	陳曉琳
	韓銓志	陳卓軒	譚凱泓	陳凱瑜	張健華
	樊潔諾	梁啟俊	余灝軒	李智鵬	王舒瑋

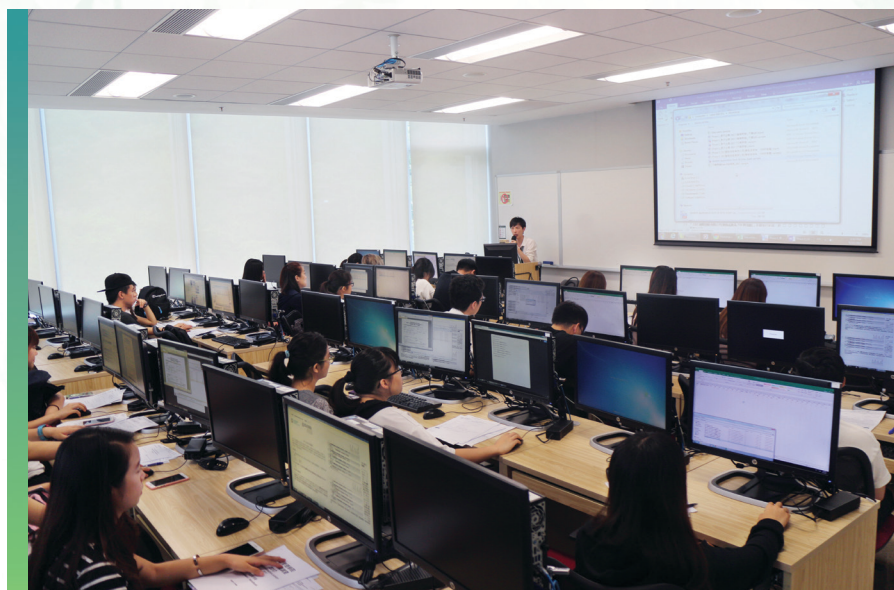
稽查員嘉許狀名單 高賢 余麗娜 周采儀 曾嘉敏 江倩峻



調查員細心聆聽研究助理的講解



全力以赴的調查員團隊



調查員於工作坊專心學習整理數據

活動花絮



誓師大會合照

「進行君子企業調查時，起初我以為市民會對問卷調查比較抗拒，但事實上許多市民都積極配合君子企業問卷調查，仔細地就各間企業評分。即使不少公公婆婆行動不便，都樂於接受問卷調查。」

—— 傑出調查員 楊雅倩同學

「在炎熱的街道上做訪問是十分辛苦，但當成功獲取受訪者意見時，那份滿足感令我覺得一切都值得。遇到一些受訪者十分有耐性及認真地回答問題，令我十分感動！」

—— 傑出調查員 歐浩賢同學



調查員不辭勞苦地進行街頭訪問



調查員熱心地為市民講解問卷內容

「對我而言，君子企業調查很有挑戰性，作為組長除了要收集問卷外，還要設計路線、考慮天氣、人流等因素。

在這次活動中，我到了不同地區參與調查，因此對多個地區有更深入的了解，也明白各背景的人對企業持不一樣的看法，受訪者的分享令我獲益良多。」

—— 傑出調查員 李綺雯同學



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



市民耐心地回答問題

「這次的君子企業調查令我明白到主動和大膽的重要性，雖然主動訪問途人未必能夠成功，但只要肯不斷地嘗試，往往會有出人意料的結果，大家都要主動為自己的目標努力前進，共勉之。」

—— 傑出調查員 林懿行同學

鳴謝



(鳴謝提供旗下商場作部份問卷調查場地)

統籌
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

The work described in this report was substantially supported by a grant from the Research Grants Council of the Hong Kong Special Administrative Region, China (Project Reference No. UGC/IDS14/15)

研究由香港特別行政區研究資助局資助 (項目編號:UGC/IDS14/15)

