

由「勤儉是美德」到「先使未來錢」，銀行業出了甚麼問題？

談資本主義的改朝換代

杜錦華

二零零八年美國有百年基業的雷曼兄弟控股公司倒閉，一石擊起千重浪，觸發了全球金融海嘯。如此世紀性的經濟災難，自詡國際金融中心的香港自然不能獨善其身。

在一連串骨牌效應下，股市樓市應聲下挫。正當「全民皆股」的熱烈氣氛正濃罩著香港，一眾大大小小投資者如夢初醒，乍然驚覺，除了問自己虧蝕了多少外，還要問自己到底在投資甚麼。其中幾萬名雷曼迷你債券投資者(或可直接稱為「雷曼苦主」)最具代表性，他們不但遊行示威，還要循法律途徑追討損失，便是要証明自己不知道在投資甚麼，這實在既荒謬又吊詭。

投資者指銀行銷售手法不當，誓要討回公道，問題由個別事件提升至大眾關注的社會事件，又由經濟問題提升至政治層次，銀行監管銷售人員不力，金融管理局監管銀行不力，政府監管監管機構不力……一層推一層的，到底誰該負責任？到底香港的銀行業在過去幾十年間的發展出了甚麼問題，導致這個結果出現？是經濟問題、管理問題，還是另有玄機？

本文的目的是透過香港銀行業過去半世紀的改變及發展路徑，探討資本主義在香港經濟運作所起的巨大威力，銀行服務作為一種近乎生活必需的服務，又如何被資本主義的本質所束縛，而資本主義在意識形態及實際運作上，又怎樣牽著銀行業的鼻子走？銀行業不但摒棄了本業，「創造」了層出不窮的衍生投資產品，其服務方向越來越遠離基層市民，甚至將升斗市民拒諸門外，結果令香港社會貧富

懸殊的情況更趨兩極化，貧者與富者所受的不平等待遇更加表面化。

「香港社會熱切擁抱的資本主義卻是一種不可以停下來體制，為了追求無止境的增長，資本主義的經濟體系單是在上個世紀已經歷過兩次改朝換代式的巨大轉變。」¹

銀行業所出現的問題正就是資本主義經濟模式的結構性問題，資本主義經濟模式在過去數十年在香港經歷了改朝換代 (Regime Change in Capitalism)。九七回歸後，其改變更是以史無前例的速度奔跑，銀行業為求生存而不斷改變策略，無所不用其技，直至出現問題為止。言則金融危機並不是意外的個別事故，而是有跡可尋的資本主義經濟模式衍生出來的惡果。

香港銀行服務從六十年代至今有重大的變革，但是變好還是變壞？我們得到了甚麼？又失去甚麼？

小錢箱背後的大道理

六、七十年代的小孩子很可能有過這樣美好的經歷，就是某天父母送你一個小錢箱，無論是獅子、唐老鴨，還是福祿壽都非常精緻，孩子們總對這件首次擁有的資產愛護有加，父母然後就會囑咐小孩從今起要學習儲蓄，以後要把零用錢及壓歲錢儲進錢箱內，待錢箱儲滿了，就拿到銀行存起來。這個小錢箱其實正是銀行送給小孩的兒童戶口開戶禮物。

小孩子自此將儲蓄這種中國傳統美德付諸實行起來，對小孩子來說，儲滿那錢箱的滿足感是難以言喻的，為了早日達成目標，小孩子會很自覺地少吃零食，少買

¹ 馬國明：《全面都市化的社會》。進一步多媒體有限公司，2009，頁 22。

玩具，有甚麼方法比這更有效教導小孩節儉呢？以錢箱來儲蓄的這個過程對小孩子來說是最後的資產管理實踐，每次將一毫硬幣放進小錢箱時，錢箱就重了一點，搖起來的聲音便會沉實一點。這種「資產增長」既實在又具體，能讓小孩很清楚地體會到儲蓄的成果，較戶口月結單的一組組數字具體得多。

很多香港人首次與銀行業務關係就是由這個小錢箱開始，小錢箱的作用真不能小覷。小錢箱很具體地說明了六、七十年代香港銀行業傳達的理念，就是「儲蓄可致富，勤儉是美德」。

時至今日小錢箱已成為銀行陳列室內的懷舊展品，是潮流已過，還是銀行宣傳手法不合時宜？這些都只是表面原因，背後更深層次的原因是銀行的根本經營理念改變了。

兒童儲蓄戶口從來不是賺大錢的產品，因為小孩的儲蓄金額有限，亦無需要向銀行借貸，所以銀行向小孩子提供服務的回報率甚低。但當年為何銀行會這麼重視這些兒童客戶，千方百計地要吸納他們呢？因為銀行看重的不是即時回報，而是未來回報，銀行相信一旦與小孩子建立了業務關係，他日這「小客戶」長大成人，成為社會上的精英或成功人士後，他們便會順理成章地繼續使用這家銀行的服務，到那個時候便會有回報的出現，所以兒童戶口是一種長遠的投資。

當年銀行很樂於贊助教育活動，例如恒生銀行已贊助「溫故知新校際常識問答比賽」²多年，銀行是真心真意培育一班小客戶，期望他們努力讀書，長大成材。昔日銀行講求與客戶建立長遠關係，這種經營方式在傳統華資銀行尤為普遍。但這種長線投資模式在今天看來有點匪夷所思，今天的商業世界對回報的要求除了

² 溫故知新校際常識問答比賽，於 1972-1984 間在無線電視播出的長壽教育性節目。

高，還要快。

如果有一位銀行管理層的職員提出一項新策略，可能會有極高回報，不過要十多年後才見效，相信人們只會把它當成笑話，這位職員可能最後連職位都不保。莫說等小孩子長大成人，現在的社會連一年都等不了。因為上市公司每年要公布一次業績，半年公布一次中期業績，假如今年業績未能有盈利增長，翌日股價必應聲下挫，投資者那有耐性等你十年後的回報。所以銀行需要集中資源，花盡心思去追求又高又快的回報。馬國明先生一語道出這種現象背後的因由：

「資本主義是一種病態社會，因為並沒有知足這回事。」³

資本主義貪得無厭，不能停步，為要賺取年年有餘的利潤，這一點從上市公司公布業績可見一斑。公司業績怎樣才算好？那就是要盈利有增長。單單只有盈利是不足夠的，還要有增長，所謂盈利增長是今年較去年賺更多。在競爭劇烈的環境下賺錢已經不易，賺得較去年多就更難，即使去年賺一億，今年也賺一億，由於基數增大了，比例上盈利比率仍算是倒退。試問在這枷鎖之下，銀行管理層怎可以不千方百計推出回報快的產品？所以說小錢箱那一套銷售策略已經不合時宜了。銀行放棄了的不只是一種宣傳推廣手段，而是放棄了一種與客人建立長遠關係的經營理念，取而代之的是以高回報為首要任務的理念。

曾幾何時，打鐵工是上賓

六、七十年代銀行業以「打鐵工是上賓」為宗旨，其中的意思顯而易見，打鐵工是低下勞動階層的代表，意指即使一個低下階層的小客戶進入銀行，銀行都不能待慢，要給他貴賓式的服務。這既是一種服務態度，更反映當時銀行與小客戶之

³ 馬國明：《全面都市化的社會》。進一步多媒體有限公司，2009，頁 43。

間的互相倚賴關係。

香港由五十年代起，由於內地大量移民湧入，本港人口一躍至四百多萬，擁有龐大的人力資源，造就往後香港工業化及城市迅速發展，情況維持至七十年代末。當時工廠工人、地盤工人和小販等佔勞動人口大多數，這一群社會基層人士，亦成為銀行業的龐大潛力目標客戶。與此同時，銀行業亦隨香港經濟急速步伐大展拳腳，開始擴充業務以及開拓市場，那自然需要向幾百萬的基層小市民招手。

一九六五年恒生銀行發生「擠提事件」，最後得到匯豐銀行的幫忙及支持，匯豐銀行亦入股成了大股東，為了進一步擴大其業務的覆蓋面，不斷增設分行，其他銀行亦跟隨，銀行分行四處可見，互爭有利陣地，銀行較米舖還要多的情況就是由這時開始。一眾銀行為了擴大市場，便需主動出擊，走進客戶群中，為客人提供方便的服務，所以當時的銀行分行不只開在商業區，公共屋邨及工廠區也是必爭之地。一九八一年，恒生銀行開始進駐地鐵站，不但方便客戶在交通途中辦理財務，也為香港人提供了一個約會的聚集地點。這一切都說明銀行對基層客戶的重視。

所以一個打鐵工拿著工具，工廠工人一身油漬，地盤工人赤著上身，賣魚的一身魚腥味地走進銀行根本不足為奇，而這班基層小市民正是銀行業主要的客戶群。從資本主義理論來分析，銀行業這階段是屬於福特生產模式(Fordism)。銀行要拓展市場就必需要這群大量客戶或消費者來支持，所以他們對這群客戶很重視，何止打鐵工要當作貴賓看待？工人、小販、地盤工人等每一位都是上賓。

為了刺激業務增長，採用廣告推廣是福特生產模式年代很常見的手法，七十年代開始可以透過電視看到銀行廣告，而其中一個銀行電視廣告是描述一位地盤工人

的：他每天辛勤地工作，當他看見其他工友在工餘時賭錢作樂的時候，他也不為所動，只是打開一本銀行存摺，滿懷希望地微笑。鏡頭一轉，時光飛逝，這個工人已變成老闆，他駕著一輛貨車，指揮工人工作。片末的旁白是：「勤儉是美德，儲蓄可致富」。廣告訊息簡單直接，是鼓勵客戶選用這家銀行的服務，但故事背後的意識形態更值得深思。

此廣告為何要選地盤工人為主角？因為他代表了低下階層的升斗市民，如上文所說，這一群人正就是當年銀行業珍而重之的目標客戶。銀行的角色只是幫助一些勤儉努力的人達成目標，說到底，要致富還是得靠客戶努力儲蓄。銀行很巧妙地借用了勤儉是美德的中國傳統觀念，幫助宣傳，除了有助業務外，還可以推廣道德教育。六、七十年代銀行業得以成功拓展，對客戶而言，銀行的而且確幫助了不少白手興家的創業者，甚至成為大企業家。同時，銀行分期付款的樓宇按揭也幫助了很多小市民置業安居，改善生活環境。銀行與客戶兩者建立了雙贏的關係，在良好的營商環境、客戶關係和法規下，奠定日後香港成為國際金融中心的基礎。

由「勤儉是美德 儲蓄可致富」到「先使未來錢 投資可致富」

時至今日，銀行的宣傳技倆當然層出不窮，極盡華麗，但其傳達的訊息又如何呢？近年最深入民心的銀行廣告內容一定要數奧運金牌得主李麗珊說的那句：「原來養大個 BB 要四百萬！」這四百萬如何計算出來，不得而知，但相信很多人也需要四百萬把嬰孩撫養成人，升斗市民，何來四百萬？那應該怎麼辦？接著，李麗珊很誠懇地說：「一定要找某某銀行投資」。原來此廣告為你提供了一個方法讓你能夠擁有四百萬，那就是「投資」。沒錯，是投資，不是儲蓄，要為下一代籌謀便要投資，內裡隱含的意思是：「儲蓄是儲不到四百萬的，還是投資吧。」

四十年前，銀行鼓勵市民努力儲蓄，今日銀行鼓勵我們非投資不可。單從這兩代的廣告片就清楚顯示四十年來銀行業經營理念的重大變化。這全因資本主義制度在香港經歷了改朝換代(Regime Change)，由福特年代(Fordism)過渡至後福特年代(Post-Fordism)的具體特徵。

“It is characterized by the emergence of entirely new sectors of production, new ways of providing financial services, new markets, and, above all, greatly intensified rates of commercial, technological, and organizational innovation.”⁴

在這數十年間，銀行業非常努力地拓展新的業務空間，即使一些與銀行傳統業務關係不大相關的服務，只要利潤豐厚，銀行也會極力拓展，加上資訊科技自八十年代迅速被各行各業所應用，加速了銀行所謂的多元化服務，但同時銀行亦被批評偏離了本業。

傳統銀行是以提供息差產品為主業的。客戶在銀行存款可以獲得利息，而客戶向銀行借款亦須要付利息，借出借入的利率有差距，銀行就可以從中獲利。由於市場競爭劇烈，利息差距越來越少，銀行利潤下降，銀行為了維持盈利增長，不得不推陳出新，設計五花八門的新產品，以增加利潤。

過去十年銀行最大力推廣的業務就是投資(Investment)及保險(Insurance)，英文簡稱“**I & I**”。除此以外，銀行設計了多不勝數、內容費解以及風險更高的投資衍生工具。

在後福特年代另一特點是產品的周轉時間(turnover time)會盡可能減少，投資產品

⁴ David Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd, 1990, p147

的周轉時間可以非常短，客戶可以在一日之內作多次投資買賣，交易越多，收費越便宜，以鼓勵客戶多投資，投資結果無論客戶是盈還是虧，銀行都一定賺到了服務費。同時銀行大量使用電訊及資訊科技，提供二十四小時電話及網上交易，美其名為方便客戶，此舉實則只希望令交易更快更容易，從而鼓勵客戶多投資。

反觀銀行傳統的借貸服務周轉時間相對較長，以私人貸款為例，借貸人可能需要要兩三年時間才能把款項全數清還。換言之，在這兩三年間借貸人便不能再向銀行借貸。為了減短周轉時間，銀行創出了「循環貸款」的新招式。即是說客戶只要還了部分欠款，便可以開始循環借貸，一邊還款，一邊借款，銀行是十分歡迎永遠還不清款項的客戶的。這種循環貸款亦間接將客戶的貸款額提高，因為一個向銀行借款十萬元的客戶，可能在三個月後再借一萬元，下個月又再借一萬元。

信用咭可以說是八十年代最成功滲透各階層的銀行產品，每人總持有數張，雖然每間發咭公司服務未盡相同，但最基本的概念是先消費，後付款。使用信用咭並非只是為了方便結賬那麼簡單，它會為銀行帶來非常可觀的收益。客戶每簽賬一次，銀行首先賺取商戶百分之三的佣金（所以有些商戶會將佣金轉嫁給客戶，如選擇以信用咭結帳的話，需要多付百分之三的手續費），此乃其一。其二是賺取客戶過期還款的高利息，一般都是以日息計算，複利息累積，而且只要有任何結欠，其他免息期都會自動取消，即時收取利息，客戶在不知不覺中便須要繳交很多利息。所以不能還清全部款項的才是銀行至愛的客戶，銀行的信用咭宣傳總是鼓勵大家，盡情花費，及時行樂，無需考慮是否有足夠的能力還清款項，簽賬後再想辦法不遲。簡而言之，就是「先使未來錢」。當債務纏身的時候，銀行便會推介你以循環貸款的形式來償還款項，然後又可以再用信用咭簽賬了，這樣循環不息，沒完沒了。

青年才俊當主角的年代

除了名運動員李麗珊曾擔任銀行廣告的主角外，還有幾段廣告片的主角分別由名指揮家葉詠詩、青年才俊音樂人伍樂城和香港壁球冠軍趙詠賢擔任的，他們分別為銀行的不同產品作宣傳。

這樣的安排除了因為名人效應外，背後其實有更深層的意思。這群廣告主角在不同範疇各有成就，共通點就是他們都是出類拔萃的人物，他們代表了社會上的精英。今日已經沒可能再見到一個銀行廣告會以地盤工人做主角，因為在現實中，低下階層的小市民已再不是銀行的目標客戶，銀行全力爭取的是社會上優越的精英分子，低下階層的小客戶對銀行來說變得可有可無，甚至認為沒有這種低回報投資更好，這也正是資本主義在後福特年代一個特徵。

*“Such flexible production systems have permitted, and to some degree depended upon, an acceleration in the pace of product innovation together with the exploration of highly specialized and small-scale market niches.”*⁵

在後福特年代，大眾市場已經不能成為支持業務增長的支柱，取而代之是一小撮的高級精英消費群。這消費群組要求的服務及產品要是獨特和富品味的，最好是為他們度身訂造，消費背後是一種身份的象徵。

「當小眾消費的小眾其實全是社會精英，他們的消費會被視為品味高低甚至是文化水平分野的準則。跟大眾消費不同，小眾消費可以被視為身份象徵或高於凡人的文化水平的代號。」⁶

⁵ David Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd, 1990, p156

⁶ 馬國明：《全面都市化的社會》。進一步多媒體有限公司，2009，頁 55。

既然服務對象是所謂的社會精英，當然要找來一群社會精英來當廣告代言人才匹配，今時今日的銀行廣告哪一個不是極盡華麗、美輪美奐和瑰麗堂煌？主角不是坐著遊艇，就是名車，畫面多會看到主角手中拿著一杯紅酒，或瀟灑地把高爾夫球杆一揮，又或者是躺臥在沙灘優哉悠哉等。又有另一個銀行廣告請來香港著名爵士樂手及社交舞王、舞后，他們作樂起舞，享受其優雅的文藝玩意時，談其人生哲學，這就是所謂生活品味。銀行需要的就是這類型的客人，銀行一定要積極鼓吹這種生活模式，生意才會滾滾而來。

如非貴客，請勿打擾

現在銀行將各類服務提升為財富管理(Wealth Management)，為此新設理財顧問一職，財富管理戶口亦應運而生，所謂財富管理戶口即是一個戶口集合了儲蓄、定期、借貸、按揭、投資和信用咭等多功能服務，銀行對客戶的財務狀況瞭如指掌，從而可以交叉銷售更多產品。例如知道你有一筆定期存款，職員會主動向你推介一些投資基金項目、債券，甚至投資衍生工具，又或者向你推銷迷你債券，說較定期存款回報高得多，爭取生意額。

銀行當然沒興趣為一個小販或清潔工人理財，銀行要開拓及爭取的是高級客戶層，所以推出各種優越理財戶口，標榜這些客戶能得到尊貴的禮待，享受高人一等的服務，這種客戶有多優越，從名稱就可見一斑：「優越理財」、「運籌理財」、「晉富理財」、「優先理財」等等，只有社會精英才配用這些戶口，能成為其客戶自然擁有一份優越感，因為那是身份的象徵。

這類優越理財開戶金額動不動就要十多萬至幾百萬不等，還要保持一定的基本存款額，對於足襟見肘的低薪人士來說，簡直是遙不可及的天文數字。

銀行是刻意將客戶分等級，對不同等級的客戶投放不同的資源的。對尊貴客戶固然貼身服務，職員連私人手提電話號碼都會提供給客戶，隨時候命。但對那一群沒有多大消費能力的低薪人士又如何呢？答案是「請勿打擾」。

現時大多數銀行都實行分流排隊，有專門櫃台服務尊貴客戶。表面上分流排隊是為了提高效率，縮短客戶等候時間，但實際上這機制目的是將資源更加有效地分配，將客戶分等級，以更多人力物力來服務那些高回報的高檔客戶，結果高級的客戶排隊等候時間自然減少，反之低級客戶的等候時間更長，銀行推廣高級戶口時，往往以節省排隊時間為賣點之一。至於更高級的私人銀行客戶，根本沒有排隊這回事，自有專人為他們服務。

普通客戶若願意長時間等候，銀行職員始終會幫你的，不過在你處理交易時銀行職員不免會向你推銷一大堆產品，這種慘痛經歷，很多人都會有切身感受。既然低級客戶不能為銀行帶來豐厚利潤，銀行便要盡量減省花在他們身上的資源，推出一系列措施，默默地令他們「自動離場」。

銀行業務一向講求人際關係，以往當客戶走進銀行，職員儘管站得遠遠的，也會向他們打招呼，職員會記得客戶的名字，而客戶對銀行職員也十分稔熟，見面會互相寒暄問候一番，關係有如朋友，但可惜此情已不再。

自從一九八零年由匯豐銀行引進第一部自動櫃員機後，銀行便希望客戶盡量自行到自動櫃員機處理一般瑣碎的提款轉賬交易，同時銀行更大力鼓勵客人使用電話理財及網上理財，非不得已，請勿打擾銀行職員，銀行職員的時間就留下來集中處理有高回報潛力的工作。

近年各銀行已默默地將一些成本效益不高的舊區及屋邨分行關閉，銀行只會設置少量自動櫃員機來代替分行。這種做法使屋邨居民，尤其是長者非常不便，怨聲載道，亦曾經因此而發起遊行抗議。為減少客戶使用銀行櫃位提款或轉帳的服務，多用自動櫃員機，銀行推出了「ATM戶口」，客戶如果只用自動櫃員機處理存款和轉帳等交易，則無需要繳交任何年費，不過假如客人走進銀行櫃位進行交易，每次要徵收二十元手續費。這措施荒謬之處是銀行以為那些目不識丁，要拿圖章去銀行提款的長者可以學懂運用自動櫃員機。

銀行業界會召開記者會，向傳媒表揚一些長者如何與時並進，善用自動櫃員機，令生活變得更方便。這些長者的表現固然值得欣賞，但事實上這些成功例子寥寥可數。曾經目睹一位長者嘗試用自動櫃員機提款，由於他動作緩慢，不能在指定時間內將密碼輸入，試了多次也不能成功提款，結果只能無奈地離開，這些活生生的例子，銀行業界卻視而不見。

二零零一年，匯豐銀行率先實施向小客戶收取服務費的措施，對那些存款結餘少於五千元的儲蓄戶口收取四十元的月費。其他大大小小的銀行亦跟隨實行類似措施。雖然這措施對六十五歲或以上及領取政府傷殘津貼的長者提供豁免收費的優惠，但社會上還有很多弱勢社群，例如沒有固定收入的散工、小販、未足六十五歲的退休人士和綜援家庭等等，在現今利率近乎零的情況下，存錢在銀行已沒利息，還要付額外費用，無疑是百上加斤，銀行這做法似乎有點不近人情。

香港上海滙豐銀行剛剛宣佈，以減少消耗紙張為由，鼓勵客戶改以網上渠道收取月結單及通知書，客戶倘在二零一一年一月一日起，仍要銀行寄出傳統的印刷月結單或通知書，銀行會按戶口收取二十元年費。這措施以環保為名，實則進一步

將一群無法掌握網上理財的人士推到牆角，在舊區或屋邨的低收入人士，問題不是能不能學懂如何網上理財，而是家中到底有沒有電腦，能不能夠付擔得起上網的費用。一眾小存戶曾幾何時是銀行的寶貴資產，但一步步被銀行以種種行政方法拒諸門外，直至小客戶自動取消戶口，如今小存戶要取消戶口是不會被挽留的。

為保障生計 犧牲客戶利益

開源節流是做生意不變的金科玉律，經濟不景時各行各業都裁員減薪，銀行當然不會例外，二零零八年金融海嘯後，匯豐銀行馬上裁減四百五十名員工。世紀金融災難當前，裁員減省開支，無可厚非，但其實銀行在生意最蓬勃時已經漸漸將工作外判，逐步縮減人手。早於二零零二年，匯豐銀行將後勤中心從本港遷至廣州，宣布在三年內，分階段削減本港共逾三百個職位。

也許我們未必留意到，當我們致電到銀行查詢的時候，電話是轉駁到國內某城市，由一名國內同胞接聽的；街上纏著你不放推銷信用咭的推銷員，其實並非銀行員工。當你開立信用咭時，同時受權銀行將你的個人資料交到另一間外判公司「打咭」（製造信用咭）。其實香港一眾銀行早已默默將不同工種外判，包括資訊科技服務、資料輸入、電話服務中心、會計、製造信用咭、電話推銷、信用咭推廣等等。外判公司遍佈國內、印度、東南亞國家及香港本地，總之那裏便宜就往那裡走。即使外判承包商如何剝削有關工作人員，銀行都事不關己。

”move away from regular employment towards increasing reliance upon part-time , temporary or sub-contracted work arrangement.....when looked at from the standpoint of insurance coverage and pension rights, as well as wage levels and job security , by no means appear positive from the standpoint of the working

population as a whole. ”⁷

工人生計難保，被外判或短期合約取代正正就是後福特年代的常見現象。

銀行這半世紀以來不由自主地演變，被資本主義無法滿足的慾望推動著，只可以不停開闢新的賺錢途徑，為了多做生意，連最基本的風險評估都置諸不理，美國的次按問題，明知是次級按揭，即借款人的還款能力有問題，但仍然大力推動，不惜冒血本無歸的風險，歸根究底是因為要創做更佳業績，結果業績是創了高峰，然而卻引發了金融海嘯。

同樣情況，香港的銀行業，也為了製造一年較一年好的業績，短時間內推出大量產品向客戶銷售，尤其是投資產品，而銀行職員為了達到越來越高的銷售目標，承受重大壓力，為了生計，不得不促銷投資產品，置客戶利益於不顧，或是不盡不實，或是未把風險完全披露，亦有可能是自己也未弄清楚產品的內容，以致不能向客戶解釋清楚，最終導致迷債這類事件的發生，可悲是的銀行從業員本身都是苦主。

香港政府在金融海嘯後加緊了監管，收緊有關法例，經此沉重教訓，銀行業會否痛定思痛，回歸本業呢？看來並不樂觀，銀行除了更加努力追回落後了營業額，有管理層甚至開腔指政府矯枉過正，監管過嚴，阻礙銀行業務。從「儲蓄可以致富」，到「先使未來錢」，銀行見證了資本主義兩個年代的變化，但有一件事始終不變，就是資本主義的本質。

「資本主義的本質——為資本家賺取最大的利潤——卻絲毫沒有轉變。」⁸

⁷ David Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd, 1990, p150-151

參考資料：

1. 馬國明：《全面都市化的社會》。進一步多媒體有限公司，2009
2. 馬國明：《路邊政治經濟學》。進一步多媒體有限公司，2009
3. 馬國明：《沒有光的所在》。Cup Magazine Publishing Ltd，2008
4. David Harvey, *The Condition of Postmodernity* , Oxford , Blackwell Publishers Ltd, 1990
5. 陳建良、梁凱同、曾駿傑:《財經拆局》。上書局，2007
6. 施永青：《政經敢言》。訊出版有限公司，2004
7. 陸東：《智者傲行》。文化傳信有限公司，2009

⁸ 馬國明：《全面都市化的社會》。進一步多媒體有限公司，2009，頁 43。