香港銀行學會 ― 星島日報金融版「名家智庫」文章
題目：金融創新要「落地」關鍵不止在科技
出版日期：10 月 27 日
作者：香港銀行學會行政總裁梁嘉麗

近年銀行服務持續創新。人工智能逐步應用於財務規劃及客戶服務，數字銀行、跨境支付、穩定幣及代幣化金融產品，亦日漸走進大眾生活。然而，一項服務面世後，客戶可能知道相關功能，甚至曾經試用，卻未必將其融入日常金融生活。香港銀行學會最新的「HKIB 銀行業客戶調查」顯示，約51%受訪者持有數字銀行戶口，但積極使用者僅佔約 30%，反映從「有得用」到「經常用」，仍有一段距離。

金融創新的成效，不能只以推出多少產品或新增多少功能來衡量。更重要的是，客戶能否從中獲得實際價值，逐步建立信任，並願意持續使用。客戶不會單單因為技術先進而改變習慣，他們更關心服務能否解決生活中的實際問題，例如帶來便利、提供清晰資訊，以及適切支援。

跨境支付便是一個例子。學會調查顯示，「轉數快」與內地支付系統互聯服務的實際使用率，由 2025 年的 11%上升至 2026 年的 20%。當服務能回應北上消費、匯款及其他跨境生活需要，客戶採用的動力自然更加明確。

由認知走向理解

這說明金融創新不宜只由技術或功能出發，再尋找使用場景，而應先了解客戶日常理財的痛點，再思考如何運用科技解決問題。只有真正回應生活需要，創新才能由一項「新功能」，轉化為融入客戶日常金融生活的一部分。

服務切合需要固然重要，但要讓新興金融產品由「進入視野」走向「真正採用」，關鍵還在於建立理解與信任。調查顯示，46%受訪者曾聽過穩定幣及代幣化金融產品，卻不太了解其運作方式；逾四成 18 至 34 歲受訪者表示，若能獲得更多教育支援，或可透過受規管銀行及持牌機構參與，便會考慮使用相關產品。市場並非缺乏興趣，而是從興趣走向採用，先要跨過一道「理解門檻」。因此，公眾教育不應止於介紹產品和功能，更要協助客戶了解產品的用途、運作方式、價值及風險，從而判斷服務是否適合自身需要。

同時，安全及防騙保障、清晰的監管安排，以及透明的費用和風險說明，都是推動客戶採用新服務的重要因素。信任是創新能否被廣泛採用的基礎，香港金融管理局最近公布的「ART」框架亦帶出相同訊息：推動人工智能和金融創新的同時，問責、韌性和信任同樣重要。

要打通金融創新的「最後一公里」，關鍵仍然在於人。人才培訓不能只集中於掌握技術或熟悉個別產品。銀行業更需要培養具備跨專業能力的人才，既懂得連接科技與實際需要，亦能將專業知識轉化為公眾容易理解的資訊。同時，不同團隊亦需更緊密協作，將客戶保障和使用體驗融入創新過程。

市場期待金融科技突破

香港金融科技周與 StartmeupHK 2026 將於 11 月 2 日至 6 日舉行，市場正期待下一波金融科技突破。在探索新技術和新應用的同時，業界亦應同步投資於客戶教育、保障設計及人才發展，讓創新不僅走得更快，也走得更穩，並真正以客戶需要為本。

金融創新的真正價值，不在於科技本身有多先進，而在於能否讓更多客戶理解、信任並持續使用，最終從中受惠。對銀行業而言，下一階段的競爭，未必只是誰更快採用新科技，而是誰更有能力將科技轉化為客戶可理解、信任和持續使用的價值。只有做到這一點，科技才算真正走進生活，成為推動銀行業長遠發展的力量。