



致：教育／港聞版 編輯／採訪主任

2025 年 12 月 23 日

恒生大學研究顯示消費者保障有助銀行建立客戶信任與忠誠

香港恒生大學一項合作研究《金融消費者保障對品牌喜愛與品牌忠誠的影響》（刊登於《Journal of Financial Services Marketing》第 30 卷第 2 期）指出，銀行落實有效的消費者保障措施，能顯著提升客戶信任、深化情感連結，以及傳播正面口碑。該研究由恒生大學跨學科學院何佩珊博士與英國林肯大學周有財博士聯合進行。因應研究結果，團隊建議零售銀行應將公平、資訊透明及數據私隱保護列為市場推廣策略的重點。

現今網上銀行服務普及，客戶愈來愈關注銀行的服務態度、資訊清晰度，以及個人數據安全。是次研究深入探討這些關注點，剖析其對客戶體驗及推薦意欲的影響。

研究團隊以網上問卷訪問了 300 名不同年齡層及背景在香港零售銀行客戶，了解他們對銀行在公平服務、資訊透明度、個人資料保護及客戶整體滿意度等方面的看法，並運用先進統計方法分析各因素之間的關聯。

研究結果顯示，客戶對銀行的滿意度，與獲得銀行公平對待、產品服務資訊清晰透明、個人及財務資料獲得妥善保護這三項因素，呈高度正相關；相比之下，銀行的內部管治質素由於較難被公眾察覺，因此對客戶的影響不如上述三項因素顯著。

研究進一步證實，客戶滿意度是塑造其對銀行情感傾向的關鍵橋樑。高滿意度不僅能讓客戶與銀行建立強烈的「品牌喜愛」情感連結，更會驅使他們主動向親友推薦。即使銀行面對外界批評，這些客戶也願意為其辯護。

何佩珊博士表示，此次研究結果充分凸顯消費者保障在日常銀行體驗中的重要性。她強調：「當客戶感到安心、受尊重且掌握充分資訊時，更容易對銀行產生信任，進而建立長期穩固



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

的關係。」這類優質服務體驗不僅讓客戶直接受益，更能憑藉客戶的真誠推薦，協助銀行積累良好的聲譽。

研究結果強調，消費者保障不僅是銀行必須遵守的法規要求，更是直接影響客戶信心的核心因素。在數碼化轉型加速、市場競爭日趨激烈的金融環境下，團隊建議銀行堅持客戶至上原則，秉持透明溝通理念，以獲取客戶的信任與長期忠誠。

—完—

圖片：



圖片說明：恒生大學一項研究顯示，銀行落實有效的消費者保障措施，能顯著提升客戶信任、深化情感連結，以及傳播正面口碑。

圖片下載：[連結](#)



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

香港恒生大學簡介

香港恒生大學是一所以博雅教育為主導的非牟利私立大學，設有六個學院，包括商學院、傳播學院、決策科學學院、人文社會科學學院、翻譯及外語學院和跨學科學院，全日制學生逾 **7,000** 人。恒生大學採用獨特的「博雅+專業」教育模式，致力培育青年成為具明辨思維、創新能力、人文關懷、道德價值和社會責任的人才。

恒生大學矢志成為區內具領導地位的私立大學，以本科教育為主，配合優秀的師資、獲獎的綠化校園與設施、創新的學位課程、結合生活與學習的住宿書院系統、互動小班教學、緊密師生關係、獲研究資助局資助的具影響的研究，以及優質的學生發展／支援服務。

恒生大學在多項國際知名排名中獲得肯定。在 **AppliedHE** 公布的 **2026** 年「全亞洲私立大學排名」中，恒生大學位列大中華地區第七。此外，大學在國際學術平台 **Research.com** 的 **2025** 年頂尖大學和頂尖科學家排名中，社會科學與人文領域在中國頂尖大學中排名第 **22** 位、經濟與金融領域排名第 **33**。決策科學學院環球供應鏈管理理學碩士課程，於 **QS** 國際貿易碩士課程排名 **2025** 中位列世界第 **84** 位，而在香港及大中華區分別排名第四位及第七位。商學院於 **2023** 年獲國際商學院促進協會（**AACSB**）頒授國際專業認證，成為全球頂尖 **6%** 的商學院。