



社會企業：富人的福音？

2009年上半年內恆生指數累升近三成，收復去年9月中雷曼兄弟破產後的失地；投資者未及痛定思痛，已經憂愁為資金尋找出路，證明資本主義「有賭未為輸」的無窮活力。同期，實體經濟繼續下滑，不少仍然賺錢的大企業相繼裁員，或以「共渡時艱」為由向員工開出苛刻的僱用條件。甚至連基督教機構的負責人也公開獻議，雖然不應以經濟理由裁員，卻可趁機會撤換一些表現未能達標、阻礙團隊發展、或跟不上機構成長步伐的同工，「長痛不如短痛」！在經濟不景的時候呼籲商家發揮社會公民的角色是否緣木求魚？宗教力量能否影響市場經濟的運作？教會又是否如一般的私營企業一樣應履行其「社會責任」？基督信仰和商業文化之間的衝突，一直是公共神學探討的焦點議題。此時，有平信徒提出「營商能耐可以改變社會」的創新意念，在香港身體力行推廣社會企業(social enterprise)，為社會和教會想像一個更美好的未來。本文試論社會企業運動的成敗，從而再思教會的社會見證和使命實踐的可行模式。

社企的理念和實踐

社會企業是公營機構和私營企業以外，「第三部門」(the third sector)的一種新興組織模式。第三部門一般的「非政府機構」(NGOs)都被稱為志願或非牟利團體，但其實他們的營運未必一定不賺取利潤(non-profit-making)，只是不分派利潤(non-profit-distributing)，並將任何的財政盈餘大部分再投放在服務或發展上面。而社會企業的獨特之處是**社會目標和經濟效益並存**，即追求所謂「雙底線回報」(Double Bottom Line)，通過商業活動獲取經濟收益以支持某些社會目標，或者其社會使命的實踐正就是業務的營利核心(profit centre)所在。社會企業在不同國家各有發展模

式、不一而足，研究文獻上沒有統一的定義。概括而言，社企在北美的出現先於「社會企業」概念的流行，它們較著重應用企業精神求取社會效益，強調「賺錢但不單為牟利」(more-than-profit)，而且不少由商界人士創辦主導，表面上近似私人企業多於慈善團體。在英國，由於政府銳意推動第三部門，社企有比較清晰的地位，可以選擇用「社會公益公司」(Community Interest Company)的形式註冊，在派發股

本期內容提要

- 社企的理念和實踐 頁1-7
- 教會的社會責任 頁7-10
- 神學反思 頁10-12

息和轉移資產等方面受法律規管。歐洲學界對社企則採取社會學上的「理型定義」(ideal-typical definition)，包含多項條件：例如，社企應該由民間自發、以服務社區為本，管理上實行「一人一票」的民主決策、不以持股量的多寡為準，並容納不同持份者的參與、保證社企本身承擔社會責任。

由於社企有其創新(innovative)的特質，它們的業務範圍林林總總，各以不同「點子」將社會需要轉化成商機，又或以商業方法回應各樣的社會問題。較為人熟悉的社企例子是英國倫敦街頭雜誌*The Big Issue*，它的內容由專業記者撰寫，交由露宿者負責販賣、從中賺取收入，以達致協助他們一步步重投社會的目標。雜誌亦依靠廣告收益作為主要財政來源，商業上的成功使它在英國以外的七個國家發行。目前，有94份類似的街頭報刊在36國家發行，但它們並不完全認同*The Big Issue*的經營手法，部分批評*The Big Issue*的內容與主流的消息小報無異，未能關注全球貧窮以及露宿者切身的問題，也沒有讓露宿者的聲音進入主流。*The Big Issue*的個案顯示，社企的規模越大、越成功，社會使命與商業定位之間出現張力的機會也越大。

香港的社企路

2007年的施政報告提出要建立關懷文化、促進就業、解決貧窮問題，大力發展社企正式被列入特區政府的施政議程。民政事務局於2007年12月舉辦「社會企業高峰會」之後，為有意合作的商業團體和非牟利機構設立了一個配對平台，並推出了「社會企業師友計劃」，但未見當局有其

他新的政策出台。政府目前對社企的支援主要是提供一次性的「種子基金」，但有關的三個資助計劃均被批評有不善之處，反映政府對社企的理解頗為狹窄。

(一)民政事務總署的「**伙伴倡自強**」社區協作計劃源於扶貧委員會有關扶貧紓困的建議，目的是為弱勢社群提供就業機會。但由於資助額上限只得300萬元，實質能製造的職位有限；而且計劃只容許非牟利團體申請，結果這些由社福機構創辦的社企往往由缺乏商業經驗的社工負責統籌運作，亦令它們的成功率大打折扣，獲資助機構在兩年資助期完結後能否達到自負盈虧、持續經營頗成疑問。

(二)社會福利署的「**創業展才能**」計劃資助非政府機構開設小型企業聘用殘疾人士，為他們提供實習和訓練機會，同樣限制了成功申請個案的業務類型。

(三)勞工及福利局的「**社會投資共享基金**」，旨在支持社區團體、商界等機構之間的跨界別合作，鼓勵市民彼此關心、推動鄰舍互助、鞏固人際關係和建構社區網絡，以期建立社會資本(social capital)。這是唯一容許私人機構申請的基金，但名正言順(bona fide)的非牟利組織(尤其是有往績的津助機構)在申請時仍佔一定優勢。而且，基金本身非為社企而專設的創投基金(venture capital)，審批的優先考慮是發展社會資本的效益，並非計劃的財政和商業上的可行性(viability)和可持續性(sustainability)。基金如今兼顧社企創業者的需要，令人覺得政府將「社會資本」和「社會企業」兩個概念混淆——可以產生社會資本的機構未必在商業上能成為成功的社企，社企也不是



累積社會資本的最有效方法。

政府目前的立場似乎一方面讓社企「百花齊放」，傾向不對社企的法律地位或社會功能作進一步的釐清；但另一方面，在政策措施上(例如讓符合資格的社企優先競投政府的清潔合約)，卻令社會大眾覺得社企只是一些製造低薪短期職位、毫無競爭能力、必然虧本的非牟利事業。政府的首要任務是教育市民「何謂社企？」，也需要真實的例子解釋「何謂成功的社企？」，才能說服大眾「為何要支持社企？」；可是，政府時常標榜的社企示範單位卻是一個最常被誤解的社企。成立於1996年的長者安居服務協會相信是目前香港規模最大、盈利最豐、歷史最悠久之一的社企，協會為長者及有需要人士提供24小時緊急支援服務「一線通平安鐘」，確保「獨居無懼、老有所依」，目前有全工150多人、義工900多名、服務六萬多名使用者。協會以「用者自付」的商業原則運作，多年來不斷開發增值服務，包括免費的「耆安鈴」長者熱線等，去年更推出全新的戶外支援及關懷服務「隨身寶」。協會的商業成功經特區政府大肆宣傳後，亦吸引私營競爭對手，目前市場上另外有兩個機構提供類似的服務。有論者卻認為「平安鐘」能夠在市場冒起，是得力於政策的傾斜，因為領取綜援的長者可以獲資助享用服務，現時「平安鐘」只有約四成是自費客戶，三成是綜援個案(其餘的是慈善個案)；不過，其實綜援長者選擇其他服務提供者，同樣獲得政府資助，「平安鐘」目前的競爭優勢主要是它先起步建立市場領導者的地位。另外，也有意見認為協會只是代替或協助政府提供一些社區長者必

需的服務，它的功能是一個執行者，協會的社會使命和社企身份因此並不突出，甚至被市民誤解它與一般社福機構無異。無論「平安鐘」的成功是否「因緣際會」，它的業務內容和發展歷程是難以複製照搬的，它的成功因素也未必是其他社企可以學習模仿。這正好印證社企並無單一的營運方程式，而需要創業者的無窮創意和冒險精神，運用商業頭腦將社會目標付諸實行。

根據社聯-匯豐社企商務中心的資料，截至2008年5月，全港共有284間由社會服務團體開辦的社企。這些社企大部分屬於中小企，平均聘用十多名員工，有學者估計他們的「生存率」可能低至兩成。

「富人的福音」

基督教豐盛職業訓練中心是比長者安居服務協會更「老牌」的社企，1987年由基督徒演藝人喬宏、蔡元雲醫生、朱耀明牧師等籌措教會捐獻100萬元，再從銀行低息貸款20萬元成立。豐盛經營的車房為釋囚提供學習一技之長的機會，被傳媒稱為「《英雄本色》車房」而廣為人知。豐盛於2000年擴充開辦第一間髮廊，同樣實行「師徒制」協助邊緣青少年重踏人生正軌，現有兩間髮廊位於西灣河和青衣。豐盛的發展並非一帆風順，第一間在旺角開設的髮廊因為經營不善而倒閉；而車房最初幾年達到收支平衡，但遇上亞洲金融風暴後開始長期虧蝕，幸得到時任惠普(HP)中國區副總裁的紀治興出任顧問，利用減省成本等方法幾個月內轉虧為盈，紀治興因此被報刊讚譽為「社企醫生」。

現為豐盛董事的紀治興稱自己49歲



社會投資回報(Social Return on Investment, SROI)

$$\text{社會投資回報} = \frac{\text{社會效益} + \text{財務回報}}{\text{投資金額}}$$

社會投資回報算式是一種將社企（也可以是普通的企業）的經濟投入和社會產出量化的方法。但與其說SROI是一個簡單的數字比率（ratio），不如說計算分析的過程（SROI Analysis）更加重要。它是一種對內和對外「說故事」的技巧，需要機構清楚自己要推動的理念是甚麼，背後有甚麼「改變理論」（theory of change），然後再描述出整條「社會效益鏈」（social impact chain），由投入、活動、產出、結果，到社會效益的每個步驟。

社會投資回報分析原意是克服一般成本效益分析(cost-benefit analysis)只看產出(outputs)、不看成果(outcomes)的缺陷，但是它的吊詭之處是需要將不能量化的社會效益貨幣化(monetisation)，將價值(value)還原為價格(price)。分析者先要作出某些假設，將社企估計可以帶來的社會效益賦予一個代替金額(proxy)，這些預設的可信性直接影響分析的說服力。另外，當社企簡單地用SROI推銷自己，或者受眾只憑一兩個數字去判斷一個社企的成敗，便容易有誤導誤解的成分。

社會投資回報的應用實例，可以參考：紀治興、鄭敏華，《營商能耐可以改變社會》（香港：思網絡，2008），頁21-25。

退休後是「全職義工」，平日花大量時間向不同的聽眾推廣社企理念。紀治興說：「社企的社會使命是目標，但商業使命則是先決條件」，所以如何妥善經營、「當正一盤生意嚟搞」非常重要。他分析香港社企的發展既有其劣勢、也有優勢：大部分由社福機構營運的社企有一些先天的缺陷（例如要兼顧培訓來自弱勢社群的僱員，照顧他們的特殊需要），決策過程較緩慢、有欠靈活，負責的社工又可能缺乏行業知識和營商經驗，甚至出現「外行領導內行」的情況；但社企也可以吸引到「知識型義工」(knowledge volunteer)，利用他們的專才發揮競爭優勢，而且當社會責任消費(socially responsible consumption)的概念慢慢興起，有利開拓客源。

紀治興以豐盛髮廊為例，約兩成顧客是因為認同他們的社會使命而光顧，但更多的是靠服務質素留住的熟客，髮廊收費走中檔路線，放棄之前已證明失敗的「低價格、高質素」策略。他說，某些類型的「良心消費者」固然可以成為社企長期的核心支持者，但也不可以忽略爭取大眾市場。在金融海嘯之前，紀治興為豐盛髮廊公開招股，成功集資300萬，除了為未來發展融資，也希望可以令新股東覺得自己「有份」，他形容這種方式可以吸引到機構以外的人貢獻經驗和知識，「他們買了做義工的權利，於是對社企未來路向有一定的話事權」，而同時機構仍可以保持大股東的最終控制權。

紀治興認為一般的慈善事業

(philanthropy)的施與受是一種零和遊戲，而社企則可以創造社會價值(creation of social values)；社企追求實現的經濟效益和可持續發展，也比「助人自助」的原理更加進取。社企為受惠對象、受薪僱員、以至參與社企的人(社會創業家、股東、捐贈者、顧問、義工等)增值，也同時為社會增值。紀治興建議用「社會投資回報」(Social Return on Investment)的概念解釋社企如何產出無形的社會價值。

紀治興指出，無論任何地方首次創業的成功率都是很低的，要評論社企運動的成敗最少應該將它們和普通的中小企比較才公道。再者，從社會投資的角度，雖然社企應該達到收支平衡，但即使帳面上偶有虧蝕、甚至陷入財困，不等於它們毫無貢獻或失敗。社會投資回報的分析方法，是將一間社企的社會效益跟「甚麼也不做」或「甚麼也是由政府做」的結果和社會代價相比較，才会有更整全(holistic)的社會視野。被問到假如一間社企長期需要股東注資或外來捐助，才能夠達到機構的社會使命，他會如何評價，紀治興承認：「這絕對是不理想的，但只要它能夠為人帶來轉變和希望，又有何不可？」

紀治興深信社企可以徹底改變我們對福利救濟的認知，尤其是為基督徒開啟了一條新的事奉出路：「香港有很多中年的商業專才，他們都希望能運用專業知識及才幹貢獻社會。但是，那些如定期探訪長者或孤兒的義務工作，並不是他們想做的。更甚者，由於商業技巧被標籤為『屬世』，所以中產基督徒都未能運用本身的專才在教會中服侍，基督教的社企可以給

他們一個合適的服侍機會。」社企容許基督徒有不同程度的參與，可以由顧客、義工做起，或成為兼職的顧問、股東，甚至全身投入作為受薪僱員、社會創業家，開展人生的第二事業(second career)。

紀治興同意資本主義社會有它的弊病：「社會不公義、甚至結構性壓迫不需要是人為故意造成的。它們存在，並不一定因為官商在道德上的敗壞；即使每個人都出於好意，它們亦會出現。」基督徒應該反省我們的奉獻觀，因為貢獻知識和時間帶來社會變革，比純粹捐錢更有價值，是同在的事工(ministry of presence)一種積極的實踐：「弱勢社群若能得到富裕人士的幫助，就能生活得有尊嚴；而富裕人士亦能免受神的懲罰，這是雙贏的結果。」所以紀治興形容社企的概念可算是「富人的福音」！他解釋，這也是他對解放神學所謂「信仰尋求社會改變」(faith seeking social change)的個人領受。

對社企運動的批評

社企於1970年代末期在歐美興起，正值福利主義國家開始陷入財政和合法性危機，隨後不少國家的公共服務經歷大刀闊斧的私有化過程，「官、商、民」三方協作、「由受助到自強」、「以工代賑」等政治口號和政策方向，因而被批評是政府意圖逐步退出福利服務、卸下財政包袱的託辭。特區政府將社會企業、社會資本等概念引進香港，剛好又推行「整筆過撥款」、「資源增值」等緊縮措施，逼使不少受資助的社福機構「適者生存」、主動尋找開源節流之法；但它們趕上社企的潮流，未必是因為發現甚麼新的商機，而



只不過看中政府那筆種子基金，用另類的資助模式提供一些並不怎樣創新的服務。紀治興也認為政府目前的補貼政策扭曲了經濟誘因，間接鼓勵社福機構用「一試無妨」的僥倖心態經營社企，而將有心成為社企創業家的商界人士拒諸門外，妨礙了社企的起步。他建議政府應該有「退出策略」(exit strategy)按社企運動不同階段的需要調整配合的措施，政策的中短期目標應該是培養出例如一百間成功的社企，令社企從宣傳變成真實，然後讓社企在香港自行健康發展；例如目前市場需要的不是無附帶條件的資助，而是缺乏創投基金和融資渠道，因為社企需要一段頗長的成長期才能回本(breakeven)和站穩陣腳。

「利用營商方法解決社會問題」正是香港社會服務聯會(社聯)推廣社企所用的標語，但社企模式能否(或應否)取代傳統由政府資助的社福機構，是一個尚待討論的學術和政治問題，遑論寄望社企「解決」社會問題。有學者憂慮，政府想借社企「四兩撥千斤」，不過是應付中年失業日益嚴重、社福資源投放跟不上社會需要的權宜補缺措施(stop-gap measure)，是不無道理的。對社企運動更深層的批判是：它並未觸及資本主義的結構性罪惡，甚至它本身也不能擺脫市場經濟的規律而生存，所以社企不可能「解決」資本主義產生的社會問題。嶺南大學文化研究碩士課程兼職講師馬國明指出，資本主義的本質比利潤最大化(profit maximization)「更可怕」，是無止境地追求利潤增長(growth)：企業賺錢還不夠，而且今年要比往年賺得更多，否則就是「業績倒退」、就要向股東交代。馬國明形容，社企面對這樣的大環境，就像

「唐吉軻德大戰風車巨人」。社企的力量微薄，要在市場競爭中生存，既要賺錢、又要做良心僱主、兼顧企業的社會責任等，更要實踐社會使命，談何容易！

紀治興同意，社企在薪酬待遇方面不能毫無競爭能力，但是假如社企能夠用稍為低於市場水平的薪金聘請到一個能幹的業務經理，對方又可以在一個不以業績利潤掛帥的機構貢獻自己，非但沒有剝削、反而兩全其美。紀治興提出，市場競爭不一定是壞事(特別是對消費者)，但社企不需要跟其他企業一樣用減省成本、犧牲質素、本小利大的惡性競爭方法生存，他支持管理學上的「藍海策略」(Blue Ocean Strategy)，靠創造未曾存在的市場、提供與別不同的產品服務、為顧客增值等達到優勢。簡言之，社會企業家是在資本主義裡面創造另類的市場文化。

教會對社企的取態

紀治興說，社企跟教會可以有良好的配合。以豐盛為例，有兩成的董事和顧問，以及一成的資金是來自宣道會海怡堂；筲箕灣浸信會則協助組成及帶領兩周一次的團契，青年釋囚透過參加聚會，對日後重返正常生活有正面的效果。

工業福音團契(工福)總幹事余妙雲的經驗卻顯示，教會對社企的認知和支持度尚有不少改善空間。工福2007年開始發展社企：「我們主要靠自己做，但其實需要教會支持。我們做兩瓣，一是推拿按摩，另一就是導賞；而導賞方面就跟教會合作，即教會辦旅行，我們為他們搞，鼓勵弟兄姊妹和傳道參與。」最後董事會卻決定不再搞導賞，只維持推拿按摩，主要

考慮是前者經營上的困難、生意不足，而後者有潛質值得在用完政府資助後繼續：「我們共訓練了16、17位師傅，留下來的有8、9個，離開的全因為找到另一份工作，證明他們在市場上能立足。但也即是說，若不是經過我們的訓練，沒有人會聘請他們。」她認為社企不是再培訓場所，應該是實習工場，工福的角色是提供一些人力或地方等支援，但要灌輸一個信息：「這是你們的啦！你們要俾心機！你們要知道好好運作這盤生意。」余妙雲相信唯有社企才可以為弱勢社群提供機會，學懂一門手藝，而教會也可以扶他們一把，可是：「我們曾接洽不少有『地下鋪』的教會，問能否租用他們的地方一至兩天作門市，因我們地方不夠用。但許多教會的回應是：『嘩！做生意呀？做保健推拿呀？』好似好驚，沒有一間教會肯！接觸了數間，而且已經是相熟的，不熟的也不敢提了。……教會覺得『唔關我事，社企是一門生意，我哋教會唔講做生意，所以我哋唔理嘅。』這樣是不行的！這些觀念要慢慢改變。難呢！要在教會推，不容易。講社企比起講服侍貧窮人更難！」

教會的社會責任

社企和企業社會責任(corporate social responsibility)經常被混淆——但履行社會責任的企業不等於就是社企，雖然不排除它們可以轉型成為社企，或者將盈利投資在附屬的社企；社企從成立之始就以社會使命先行，私營企業卻仍以利潤為終極的底線。「持份者」(stakeholders)的概念於1980年代在學術上和社會上被廣泛應用，企業社會責任的觀念得以在商業

倫理上進一步釐清：企業除了向持股者(stockholders)負責，也要向受其業務直接或間接影響的持份者負責；企業的商業決策，應考慮公眾利益(public interest)，有所謂「三底線」(Triple Bottom Line)的原則，即兼顧對人、對地球環境、對利潤(People, Planet, Profit)的影響。但是企業社會責任到底是一種義務、還是責任，是否應以經濟誘因鼓勵、還是法律強制執行等問題，長期存在爭議，不少人懷疑企業社會責任的措施(例如，鼓勵員工參與義務工作、贊助慈善團體等)只是大企業粉飾包裝公關形象的技倆。社聯今年初向兩間因裁員而被狠批罔顧社會責任的上市公司頒發「商界展關懷」獎項，表揚它們過去一年對社會服務所作的貢獻，便令公眾有名不副實的印象。

值得我們思考的是，教會作為社會公民，最低限度是否也應該負起某些社會責任？其實即使是普通的堂會，她已經是一個僱主，我們有沒有做到一個良心僱主的基本要求，為教牧和同工提供合理的待遇和退休安排、家庭友善的工時、安全健康的工作環境？有沒有違反聖經裡面不可刻薄剝削同工的教導(申24：14-15)？這些問題在教會裡面鮮有討論，但我們仍可以進一步問：教會營辦不少學校、醫院、社福機構、基督教機構等，教會會否也(可以)是一種社會企業？

有本地神學工作者曾提出，雖然教會表面上不以商業原則運作，但近年流行應用商業顧問的管理策略追求堂會增長(growth)，已經是一種在宗教市場競爭求存的方法。堂會當然是非牟利的，但不代表



沒有收入(revenue)，而且她像社企一樣，通過累積社會和經濟資本、不斷再投資來推廣實現她的使命，就是傳福音、栽培信徒、再傳福音(或鼓勵信徒生育)。教會的營運模式(business model)就是依靠金錢奉獻維持，在出現盈餘的時候(或甚至沒有盈餘的時候)考慮投資擴堂植堂，這基本上是商業決定，不能脫離財政現實，否則有虧本破產的風險。堂會的日常運作，如交租供樓、水電維修、出糧買保險等，全部都是經濟活動，教會本身已經是市場經濟的一份子、GDP裡面一個數字。提供服務或產品獲得收入(或政府資助)的教會機構，結構上就更加近似社企，但我們的學校、醫院、社福機構提供的服務跟其他非基督教團體的有沒有分別？我們經營的手法是否體現到教會獨特的(社會或屬靈)使命，還是跟別人一樣「當一盤生意嚟搞」？

在世的教會不能逃避物質文明，我們對商業文化應抱甚麼態度：是鄙視且排斥、肯定但疏離，還是參與然後改造？以下我們嘗試從兩個角度——投資和消費——思考基督徒群體作為「經濟動物」使用金錢的社會責任。

社會責任投資

具社會責任型投資(socially responsible investment)的發展跟基督教會有密切關係。有人將它追溯到約翰衛斯理(John Wesley)著名的講章《金錢運用》(The Use of Money)，他鼓勵信徒應「盡力賺取、盡力儲蓄、盡力施予」，但大前題是不可因賺錢而傷害他人的靈魂和身體。所以衛斯理反對酒吧售賣烈酒，認為烈酒可令人失去自我控制的能力、導致暴力，而且令窮人因買醉

而生活更潦倒。他又直斥色情行業敗壞人的靈魂，強烈反對商人以非道德手段營商謀利。

社責型投資在現代金融市場的里程碑之一，是美國基督新教及天主教教會1973年攜手創辦促進企業責任的信仰聯盟中心The Interfaith Center on Corporate Responsibility，其目的是推廣作金錢的好管家，並欲透過集合成員團體約共一千億美元的資產(包括管理退休金的基金等)，改變不公義及危害公眾和環境的企業政策，中心曾在反對南非種族隔離政策扮演重要角色。社責型投資亦已出現多種變化：傳統所謂「道德投資」(ethical investment)是篩選不符合社責標準的公司，只投資於合資格的企業。但也可以有兩種更主動進取的方法：威脅抽離巨額投資(disinvestment)作為與管理層討價還價的籌碼逼使它們履行社會責任；或者刻意投資於一些經營手法有問題的公司，然後聯合其他小股東，採取股東行動(stockholder activism)，在週年大會上提出議案，要求企業改變它的政策、提升商業操守。目前國際上普遍採用的社責型基金監控指數例如有：美國道瓊斯可持續指數(DJSI)、富時良好指數(FTSE4GOOD)，以及由美國聖公會信徒創立的多明尼400指數(DS 400)等。社責型投資在國際金融市場上不斷壯大，估計2007年的投資金額達2萬7千億美元，有指相關的基金歷年來表現跑贏大市。

金融海嘯之前本刊訪問過本港各大宗派，大部分表示並沒有投資金融市場的習慣，財政盈餘或儲備主要是在銀行做定期。受訪者多數未曾聽過社責型投資，而



且表示即使香港有類似的金融產品也未必會考慮，有人甚至懷疑概念的可行性，因為現代金錢世界太複雜，難以界定甚麼企業不符合基督信仰、或者教會的投資最終落入甚麼企業手裡。當中有教會負責人坦承：「教會通常花錢於擴堂、傳福音、還有差傳工作上，使錢使得好快，所以唔係太多錢剩！就算有剩錢，都會用來做更多事工，好少花精神再去投資。」我們最近重訪其中兩個一直有投資股票債券的宗派，發現他們的資產無可避免「縮水」。循道衛理聯合教會總議會書記袁天佑牧師透露，教會帳面上雖有損失，但長遠而言的平均投資回報率不算差。中華基督教會香港區會總幹事蘇成溢牧師稱，股市有升有跌，不應因此大喜大憂。兩位牧者不約而同指出，教會必須要問自己「為甚麼投資？」。教會既需要聽取專業意見，但追求資產增值之餘要平衡信仰。袁牧師分享，教會妥善理財的其中一個原則是：「應使得使，不要為儲備而儲備，有餘錢才儲起來。」蘇牧師則認為教會不應該依靠投資回報做事工，要明白「多給誰，向誰多取」的道理做「良善忠心」的僕人。雖然兩個宗派沒有明文指引甚麼類型的企業不可投資，但內部有清楚的共識，不會涉足損害生命的行業(例如煙草、博彩等)。

其實，社企也可以賺錢分紅，投資基督教社企是教會實踐社責型投資可以考慮的起步點。香港神託會便響應豐盛髮廊的公開招股，而成為機構投資者。成立於1962年的神託會主要從事教育、醫療和社會服務，自2002年開始嘗試進軍社會企業，是本地基督教機構營辦社企的先行者之一。行政總裁趙立基解釋，最初的目標是想改革傳統庇護工

場封閉和保護的模式，令殘疾人士更有效融入社會、學習獨立，於是開設了汽車美容和清潔服務公司。神託會至今已發展了共20多個社企項目(包括與學校合作的「大茶壺」食物小賣部等)，聘用人數達130人。趙立基說，投資豐盛主要因為欣賞它的社會使命，另外：「過往香港人只懂捐錢，但捐錢之後就唔會理。社企集資這種特別的模式，可能開啟到其他NGOs的眼界，所以支持。」神託會投資十萬元入股，也派代表加入成為董事會成員，除了參與豐盛的管理，又同時可以從別人經營社企的經驗取經，一舉兩得。

社會責任消費

社會責任消費與公平貿易運動息息相關。全球化(globalization)對第三世界人民和環境的負面影響備受批評，於是宗教和非政府團體關注到經濟理論中所謂理想的「自由市場」並不存在，坐擁鉅資的跨國企業的採購政策是明顯反競爭(anti-competition)的市場操控行為，處於弱勢的上游生產者(如農民和工人)是在缺乏市場資訊等不利條件下被剝削。公平貿易一方面透過與被邊緣化的生產者合作，推動負責任和具透明度的貿易活動，保障他們在經濟上自給自足、改善他們的生產條件；另一方面為消費者提供另類選擇，教育他們接受較高的價錢購買符合公平貿易的貨品，發揮消費者的集體力量，並向其他的生產商施壓。公平貿易是有組織的社會運動，同時具有商業運作、公民參與、政治游說等元素。

本港一些專門售賣有公平貿易標籤認證(Fairtrade Certification)產品的商店以社企的模式運作，例如香港公平貿易動力的



「公平點」。總監趙善榮回顧：「我們成立於2005年，當時在港認識公平貿易的人很少，能去實踐的更少。我們預期最少要5-10年才可推動到。但在短短幾年間，認識的朋友多了，肯實踐良心消費的人亦多了。」趙善榮說，他們的營業額在金融海嘯不跌反升，可能是由於香港市民對食品安全日益關注，而他們直接從農民取貨的產品令消費者有信心保證。趙善榮解釋，香港公平貿易動力的三個理念是：「保障工農；合作互惠；購買帶來改變」，但最初太側重於社會目標，做很多推廣教育的工作，因而較忽略產品的營銷，現在已經學習到營運社企的竅門：「必須達到消費者的基本要求。如果做不到，幾有良心的消費者也很難維持下去。他們寧可捐款給你，也不想跟你買東西。良心消費並非慈善，產品及服務必須達標、有質素。」

趙善榮認為推動社會責任消費，教會的角色很重要，信徒知道在世上要行公義、好憐憫(彌6：8)，但這是比較抽象的概念，參與公平貿易運動提供了一個具體的途徑，讓我們在日常生活中實踐聖經的教導。基督教扶貧發展組織施達基金會於2006年開展「公平貿易夥伴教會」計劃，十間參與機構之中，只有西區福音堂(西福)一間堂會，西福因而成為香港唯一的「公平貿易教會」，需要履行的義務包括堂會聚會須使用公平貿易產品，協助推廣公平貿易(例如在堂會內安排展銷公平貿易產品)等。西福孫偉光傳道分享，最初也有少數會友持保留態度，擔心公平貿易是否真正令生產者得益，不過經解釋後很快便消除他們的疑慮：「城市人處於生產鏈的最終端，隨時隨地可以享受到價廉物美的產品，容易忽略產品背後的故事，

意識不到另一端的生產者可能是全球自由貿易的犧牲品。雖然我們都知道第三世界的貧窮問題，但卻覺得遠水不能救近火、無能為力。作為基督徒除了可以為他們祈禱，極其量是一些金錢的奉獻。但當我們接觸到公平貿易，發覺它可以是回應世界貧富懸殊其中一個合宜、可行、又比較proactive的途徑，透過貿易制度入手，可以令弱勢的農民的聲音權利得到重視。……而信徒透過認知世界另一角落的現況，對別人產生關愛，學習在消費行為上活出社會公義。」

神學反思

香港教會近年熱衷職場神學的探討，反映信徒意識到經濟商業生活與基督教倫理之間潛在的矛盾衝突。基督徒商業倫理(Christian business ethics)是否可行？過去十多年來有中外學者嘗試分別從理論和實證層面，應用美國神學家理查·尼布爾(H. Richard Niebuhr)在其名著《基督與文化》(*Christ and Culture*)建議的框架去處理這個問題，整理出五種可能的回應：

(1) **基督抗拒商業文化**(Christ against business) 這種立場對資本主義疑慮重重，認為它鼓勵物質追求、唯利是圖，忽略人的尊嚴和需要，扭曲人際關係，而且其對競爭的推崇與基督教強調的關愛、捨己、分享、互助等道德價值背道而馳。基督信仰與資本主義的商業文化就如上帝與瑪門那樣勢不兩立。有此傾向的信徒對基督徒商業倫理的可能性持保留態度，假如他們在商界工作，會感到充滿道德試探，認為要堅持信仰價值觀、潔身自愛，便要抽身離場；或者一般會選擇商界以外例如醫生、教師、社工等服務專業。



(2) **基督屬於商業文化**(The Christ of business) 這種立場認為資本主義的道德精神(ethos)最符合基督信仰。市場經濟賴以運作的德性(例如忠誠信用、勤勞正直等)是信徒應該擁抱的價值。資本主義作為一種經濟制度，能把人類的自利傾向，轉化為創造財富、造福人群的動力，而作為一種政治制度，則最能保障人的自由和權利。這些信徒不認為商業文化和基督信仰之間有任何不能協調的地方，從商的基督徒取之有道、將財富奉獻社會就等如榮神益人，把生意做好就是好的倫理(good business is good ethics)，不需要另類的基督徒商業倫理。

(3) **基督優於商業文化**(Christ above business) 這種立場肯定基督徒的主也是市場(marketplace)的主。雖然商業文化跟基督信仰屬不同層次，但兩者並非水火不容。商業文化建基於人類的理性和才幹，這些都是上主創造的，但需要本於啟示和恩典的基督信仰的提升。商界基督徒首先要成為好的商人，但他們不應滿足於此，而應在經濟活動中尋求上帝國的臨在，實踐聖經的教導、致力改善商業文化；好的倫理帶來好生意(good ethics makes good business)。

(4) **基督與商業文化相反相成**(Christ and business in paradox) 這種立場覺得，基督信仰與商業文化格格不入，各有其原則。基督徒群體固然不能以商業原則運作，而商業機構也不能以基督信仰的原則運作；但上主同時透過兩者在世界中成全其旨意，商界信徒同時在兩者中事奉上主。他們因而要時刻面對這種雙重身份帶來的、無法紓解的矛盾，需要有周旋於兩者間的智慧以及承擔罪咎的勇氣。商界信徒在這種不能消弭的

屬靈張力、道德脆弱(morally vulnerable)的處境中，唯有懷著謙卑懺悔的心，全賴上主稱義的恩典而活。

(5) **基督改造商業文化**(Christ the transformer of business) 這種立場既不低估資本主義結構性之惡的根深蒂固，也不放棄任何因勢利導的機會。商業世界也是天父世界、基督的工場，沒有屬靈、屬世的二元對立。商界信徒要學習與上主同工，透過參與商業活動事奉和榮耀上主，並致力改造商業文化，讓商業文化更符合上主的旨意。

尼布爾明顯屬意第五種的立場，雖然他表明不排除其他立場也有符合聖經和神學傳統的根據。在基督徒商業倫理的文獻裡面，這五種立場有時卻淪為一些供個別基督徒參考、悉隨尊便的「餐單選項」，令整個討論變成需要先知道「資本主義有多壞/多好？」，然後才能明智地決定我們的立場。也是說，基督與商業文化之間的關係「反客為主」，不是先求問上主的心意，而是先要考察形勢看資本主義哪些部分能不能改。耶穌要求門徒過的生活方式被預設為拒絕順從經濟理性、不切實際的理想(ideal)，於是總要基督遷就商業文化。

除非無條件擁護或否定資本主義，大部分人都會認為權衡得失、兩害取其輕，它仍是唯一或最好的制度，即使它有不完美之處，我們只能實務地小修小補。經濟衰退中貧者越貧，我們便唯有寄望窮人分享到經濟復甦的成果，市場經濟製造的難題又要靠市場經濟去解決，到頭來資本主義意識形態的霸權地位不可取代、不容挑戰。馬國明提醒我們：「假如你說資本主



義是lesser evil，就要問清楚它有幾evil！……在incremental的改良和『一次過』的革命以外，我相信應該還有別的可能。」

如果將上面五個選項看成**個人**的抉擇——**我**面對商業世界孤軍作戰——將無可避免落得無能為力的沮喪。單打獨鬥的基督徒在市井中掙扎成為俗世聖徒，又怎能改變到資本主義？但作為基督身體的**教會**，**我們**卻可以在商業文化中發揮作用。過往，教會的社會關懷通常有兩個選擇，都是一些因應市場經濟的惡果補救緩害的對策：(一)用自己的(或政府的)資源為有需要的人提供社會服務，但福利慈善事業(包括教會的慈惠)沒有針對資本主義結構性的罪惡尋求改變它；(二)努力爭取資源再分配、「劫富濟貧」，通過社會行動向政府游說施壓，希望政府扮演平衡階級利益的中間人，但得到的最多可能是福利主義的小恩小惠，教會一樣沒有轉化資本主義。社會企業、社責型投資、社會責任消費、公平貿易這些嶄新的「當代現象」卻展示了一幅迥異的可能世界(possible worlds)的圖像：資本主義不是唯一的選擇，或者說資本主義不是只得一種模式！趙善榮說：「社企的社會目標未必一定很宏大。我覺得社企存在最核心的是甚麼呢？就是change。……每個人都是一個change-maker，而每個人可以用不同方式帶來change，社企只是其中一種。」他形容公平貿易推動的就是「移風易俗」，每一個人

均可以出一分力，實現資本主義社會裡面一些另類運作的可行性。

社會企業以及社會責任消費等理念揭露了新的秩序的可能，觸及生產、貿易、銷售、競爭、消費等經濟活動，**如果**它們能夠在資本主義內創造出生存的空間，即使未必能翻天覆地、撥亂反正、將「利潤」這個偶像趕下聖壇，卻證明金錢並非主宰一切的神靈。不過，**假設**「如何改造資本主義？」是教會應該思考的問題(或起碼不要令教會被資本主義改造)，社企等理念恐怕也未必是真正的答案——因為上主的國度是禮物、不是人的成就——它們卻可以深化豐富教會使命實踐的社會願景：教會必須將我們擁有的與別人分享(we give what we receive)，而基督徒群體的施予不止是金錢捐贈的濟弱扶傾，也可以集合我們的財富和消費力量影響企業行為，亦可以用才幹經驗知識時間為別人(和自己)製造改變的機會。教會作為耶穌基督創始的共同體，擁有彼此服事、服事別人的**共同使命**，意味信徒不再需要孤獨地逆流而上、在兩個國度的夾縫中間迷失徬徨。**我們邀請其他人與上主同工、改變社會，那怕最後未竟全功，但至少我們願意開始改變自己的生活、敢於想像另類的未來。**

總編輯：葉菁華 副總編輯：禰智偉 執行編輯：鄧美美

設計：許仲瑜 承印：瀚林智設計印刷有限公司

出版：香港中文大學崇基學院神學院 使命實踐支援計劃
香港中文大學基督教研究中心

本刊旨在盡量提供各種資訊及多方面意見，供教牧同工及信徒領袖參考，其內容不代表崇基學院神學院立場。