

【專題一】



淺談國際及我國對財金網紅 (Finfluencers) 之監理趨勢

邱茗困（證期局科長）

壹、前言

隨著科技迅速發展，線上交易平台與行動交易應用程式日益普及，投資活動更趨便利與即時，散戶投資人進入資本市場之門檻亦大幅降低。社群媒體興起更加速金融投資資訊傳播，許多「財金網紅」（Finfluencers）透過社群平台分享投資心得與推薦金融商品，對大眾投資行為產生顯著影響。然而，其內容若欠缺專業把關與適當揭露，可能誤導缺乏經驗之散戶投資人，爰國際監理機關對此議題高度關注。國際證券管理機構組織（International Organization of Securities Commissions，下稱 IOSCO）於 2025 年 5 月發布「財金網紅」最終報告（Finfluencers Final Report）。我國亦持續高度關注國際監理發展趨勢，金融監督管理委員會（下稱金管會）於促進市場發

展與保障投資人權益間力求衡平，強化相關制度設計與監理措施。

本文謹闡述及分析近期「財金網紅」（Finfluencers）之重要國際趨勢，研析 IOSCO「財金網紅」（Finfluencers）之報告重點包括各國主管機關監理態度及建議監理方向等，聚焦盤點 IOSCO 會員現行監管機制及分析各國實務作法，以及探討金管會如何面對國際趨勢之因應機制，評估 IOSCO「財金網紅」（Finfluencers）報告對我國現行資本市場實務可能影響，作為我國強化投資人保護及市場監理機制參考。

貳、IOSCO 對散戶投資人保護之發展概況

一、背景說明

自 COVID-19 疫情期間以來，愈來愈多投資人，特別是年輕族群，透過行動應用程式及社群媒體（如 Instagram、TikTok、YouTube、X 等）進行股票與加密資產投資，其決策相當程度受到 Finfluencers 之影響。部分行為已近似「投資建議」，卻未納入監理範圍。

IOSCO 於 2022 年成立零售（散戶）市場行為特別小組（Retail Market Conduct Task Force, RMCTF），旨在因應數位時代散戶投資風險，研擬政策藍圖。RMCTF 於 2023 年 3 月發布報告指出，科技應用促使市場中介機構向散戶投資人提供高風險（含槓桿型）商品之情形增加，部分散戶因而承擔重大損失。報告歸納兩項關鍵趨勢：一為財金網紅之興起；二為市場中介機構運用數位參與實務（Digital Engagement Practices, DEPs）與散戶互動。

RMCTF 針對散戶投資行為進行研究，辨識其態樣之關鍵趨勢，IOSCO 理事會為建構全面性的投資人保護架構，於 2023 年 6 月成立零售（散戶）投資人協調小組（Retail Investor Coordination Group, RICG），聚焦於辨識並減輕新興散戶投資行為，及研擬相關政策規劃，並就網路不法活動進行有效嚇阻與調查的國際合作，強化對網路詐欺與不當銷售（mis-selling）行為的監

理，以達 IOSCO 證券監理機關保護投資人之目的。

二、IOSCO 散戶投資人線上安全 5 階段藍圖

隨著行動裝置普及與金融科技發展，散戶投資人與金融服務及商品之互動方式已大幅改變，同時，投資詐騙案件亦呈激增態勢，詐騙行為常透過線上交易平台、行動應用程式（Mobile Apps）及社群媒體等管道鎖定投資人，鑑於渠等新興趨勢具無國界（borderless）特性，國際間證券監管機關合作愈顯重要。IOSCO 觀察發現，散戶在數位科技助益下雖更易接觸金融商品，亦更易暴露於網路詐騙、錯誤資訊及行為誘導等風險，爰 IOSCO 於 2024 年 11 月發布「散戶投資人線上安全五階段藍圖」（IOSCO’ s roadmap to retail investor online safety），並於 2025 年 3 月推出全球警示平台 I-SCAN（International Securities and Commodities Alerts Network）系統（新版投資人警訊），提供第三方平台（如 Google、Meta）API 串接功能，供投資人、平台業者及銀行查詢被各國監管機關標記為可疑之公司，以利主動攔截詐騙資訊。

「散戶投資人線上安全五階段藍圖」以監管（Regulation）、教育（Education）及合作（Collaboration）三項策略為主軸，分階段推動相關措施：2024 年第 4 季就數位參與實務（Digital Engagement Practices, DEPs）、模仿交易（Online Imitative Trading Practices）及「財金網紅」（Finfluencers）發布諮詢報告；2025 年第 1 季提出新型態券商（Neo-Brokers）諮詢報告；2025 年上半年推出未經授權實體警示系統 2.0（Unauthorized Entity Warning System 2.0，即 I-SCAN），俾搜尋引擎及社群媒體即時攔截有害內容；並規劃於 2025 年底前發布各項最終指引與最佳實務，以建構跨國界之線上投資防護網。（如表 1）

表 1：IOSCO 散戶投資人線上安全五階段藍圖

第 1 階段 (Wave 1)	第 2 階段 (Wave 2)	第 3 階段 (Wave 3)	第 4 階段 (Wave 4)	第 5 階段 (Wave 5)
2024 年 11 月	2025 年 3 月	2025 年 5 月	2025 年 10 月	2025 年 11 月
發布諮詢報告： · 財金網紅 (Finfluencers) · 模仿交易 (Online Imitative Trading Practices) · 數位參與實 務 (Digital Engagement Practices,DEPs)	1. 發布諮詢報 告： · 新型證券商 (Neo- Brokers) 2. 啟動 I-SCAN 系 統 (新版投 資人警訊)	1. 聯合圓桌會議：與 OECD 就散戶投資 人議題舉行會議 2. 與線上平台業 者 (Platform Providers) 議合 (Engagement) 3. 發布第一階段 最終報告：包 含 DEPs、模仿 交易、財金網紅 (Finfluencers) 等 3 份最終報告	世界投資人週： 第九屆世界投 資人週 (2025 年 10 月 6 日至 10 月 12 日)	1. 最終報告： 新型證券商 最終報告 2. 藍圖執行影 響評估總結

資料來源：IOSCO 官網及本研究整理

參、IOSCO 對「財金網紅」 (Finfluencers) 之監理方向

IOSCO 按其「散戶投資人線上安全五階段藍圖」規劃，於 2024 年 11 月 19 日提出「財金網紅」 (Finfluencers) 諮詢報告，對外徵詢意見，嗣於 2025 年 1 月 20 日截止後，參考各界意見後於 2025 年 5 月 19 日正式發布「財金網紅」 (Finfluencers) 最終報告，內容涵蓋財金網紅的角色及其生態、財金網紅活動與相關風險、財金網紅之定義、國際證券主管機關對財金網紅之監理、IOSCO 提出一系列建議作為監理機關參考指引的良好實務 (Good Practices)。

一、財金網紅的角色及其生態

財金網紅 (Finfluencers) 透過社群媒體與追隨者建立單向 (one-sided bonds) 擬社會關係 (parasocial relationships)，利用擬似親

密感來影響投資決策；根據澳洲證券及投資委員會（ASIC）2022 年 3 月調查，18 至 21 歲年輕人中有 28% 會關注一位或多位財金網紅，其中近 64% 受訪者曾因其建議而改變至少一項金融行為；美國金融業監理局（FINRA, Financial Industry Regulatory Authority，即美國證券商公會）與特許金融分析師協會（CFA）的聯合研究亦指出，37% 的美國 Z 世代散戶投資人將社群媒體網紅視為投資決策之主要考量因素。財金網紅多活躍於 YouTube、Instagram、TikTok 等影音平台，以及 WhatsApp、Wechat 等社群訊息平台。

在財金網紅活動模式上，根據學者 Fidelya Coban 於 2023 年對荷蘭市場研究，財金網紅散布的資訊類型高度集中，約有 64% 為「個股推薦」，其餘則包含債券、ETF 與一般理財知識。

二、財金網紅活動與相關風險

依活動態樣，「財金網紅」（Finfluencers）大致可歸納為 3 種類別：（一）已登錄證照之投資專業人士（registered investment advice professionals）；（二）受金融機構聘僱之未登錄證照者；（三）未與金融機構合作之未登錄證照個人。惟在大多數情況下，渠等網紅並不具備登錄證照經紀商或投資顧問的身分。

關於財金網紅之相關風險，依據 IOSCO 對會員之間卷調查顯示，逾 8 成證券主管機關認為財金網紅可能對投資人造成損害，其主要風險類型如下：

1. 無牌照個人或公司（Unlicensed individuals or firms）：監理機關最關切未經授權之網紅提供投資建議，特別是推廣加密資產、槓桿交易或差價合約（CFDs）等高風險或複雜金融產品。
2. 詐騙與騙局（Fraud and scams）：包含推廣不存在或品質極低之

- 教育課程、訂閱服務，或透過社群媒體進行「炒作與倒貨」（Pump-and-dump）、剝頭皮交易（Scalping: 指從小幅的價格變動中獲利的短線交易策略）及內線交易等市場操縱行為。
3. 促銷與建議潛在高風險、不妥或不適合之商品（Promotion and recommendation of risky, inappropriate, and unsuitable products）：網紅往往針對大量受眾發布非客製化訊息，易誤導散戶投資於不符其風險承受能力或投資目標之商品。
 4. 誤導性內容（Misleading content）：網紅常自詡專家卻發布低品質資訊，研究指出逾半數（56%）網紅建議甚至導致負報酬；其內容往往僅強調獲利而未揭示風險，或宣揚不實之「致富捷徑」。
 5. 利益衝突與缺乏揭露及透明度（Conflicts of Interests and lack of disclosures and transparency）：網紅透過聯盟行銷連結（Affiliate links）獲取酬勞卻未誠實揭露利益關係，或未公開其持股情況，損害市場誠信。
 6. 名人代言與假冒網站（Celebrity endorsements and fake websites）：利用名人效應影響投資決策，或使用生成式 AI 偽造背書，甚至建置假冒監理機關之網站以博取投資人信任。
 7. 受規管市場中介機構運用財金網紅之相關風險（The use of finfluencers by regulated market intermediaries and associated risks）：市場中介機構積極利用網紅之商業價值推廣品牌，約 60% 之監理機關觀察到兩者間存在契約關係，單一業者甚至與多達 40 至 60 名網紅合作，其運用態樣包括：（1）提升品牌知名度、（2）引導開戶、（3）鼓勵注資、（4）激勵下單以獲取手續費，及（5）活化靜止帳戶。

IOSCO 報告揭示財金網紅潛藏多重監理風險，核心威脅涵蓋無金融

牌照推廣高風險商品、社群媒體引發之詐騙與市場操縱（如炒作倒貨）、不適配之產品建議、誤導性內容及利益衝突揭露缺失，並指出名人效應與生成式 AI 技術加劇虛假背書的威脅，同時強調若市場中介機構未能落實對合作網紅之內控與盡職調查，將危及散戶投資人權益與市場整體誠信。

三、「財金網紅」之定義

監理機關在法律上精確定義財金網紅仍具挑戰性。多數 IOSCO 調查之會員國目前並未針對「財金網紅」設立專屬的法律定義，表 2 為 IOSCO 各國監理機關對其財金網紅之定義規範：

表 2：IOSCO 會員對財金網紅之定義

監理類別 (法源與 規範層級)	國家	規範來源	定義
1.【法律法規 層級】	法國	法律 (Law) (2023 年 6 月 9 日第 2023- 451 號法國法 律：規範商業 影響力並打擊 網紅非法行為)	為獲取報酬，動用其在受眾之知名度，透過電子方式向公眾傳播內容，以期直接或間接推廣商品、服務或任何事業，進而從事電子商業影響活動之自然人或法人。
	比利時	法規 Regulation (金融服務與 市場管理局針 對向消費者分 銷虛擬貨幣設 定限制條件之 規章，經 2023 年 2 月 8 日核 准法令)	被付費向其追隨者推廣虛擬貨幣之公眾知名人士，該個人（如頂尖藝術家或運動員）通常無金融資格經歷，但利用其名人身分作為銷售論據。
	巴西	法規	數位金融與投資影響力人士（財金網紅）透過媒體平台與社群網路分享與金融教育、財務規劃、個人理財、投資與創業等相關的意見、建議、知識與經驗。

監理類別 (法源與 規範層級)	國家	規範來源	定義
2.【指引與 自律規範】 (Soft Law / Guidelines)	義大利	指引 (Soft law - Guidelines)	指在國家管轄範圍內從事與視聽媒體服務提供者類似或可比活動的主體，且須累計符合下列要求：服務構成經濟活動；主要目的是提供資訊、娛樂或教育內容，且可能透過與生產者達成商業協議直接產生收入，或透過平台營收分潤間接產生收入；網紅對內容負有編輯責任；服務對一般大眾開放、在義大利境內觸及大量用戶且具重大影響；服務可依用戶要求獲取內容；服務與義大利經濟有穩定且有效的連結；內容使用義大利語或明確針對義大利境內用戶。
	美國 FINRA	市場參與者指引 (FINRA 2021 年 9 月 監理指引 (FINRA Guidance) 社 群媒體網紅、客 戶獲取及相關資 訊保護)	公司與之簽約或給予補償以提供社群媒體溝通內容的任何第三方。
3.【監理資 訊與警告】 (Information / Warnings)	波蘭	證券監理機關 之監理權力 - 警告	社群媒體上的名人，經營播客 (podcasts)、金融與投資部落格，並活躍於社群媒體平台。由於發布內容多且網路點閱率高，被視為金融領域的權威。渠等發布市場分析，預測股票或商品價格漲跌，且常包含圖表與統計數據使其訊息更具可信度。其受歡迎程度特別是在年輕人中持續增加，惟財金網紅通常既無金融或資本市場領域的教育背景，亦無相關經驗。
	澳洲	證券監理機關 資訊	財金影響力人士 Financial influencers (亦稱為財金網紅) 透過其社群媒體平台或網站線上討論金融產品與服務。網紅通常透過推廣特定之金融資訊或產品來賺錢並獲得「回扣」。

監理類別 (法源與 規範層級)	國家	規範來源	定義
	荷蘭	證券監理機關 資訊	以個人身分（不論規模與觸及率），使用其個人帳號或商業帳號在社群媒體、網站及 / 或播客中對投資發表言論之自然人。
綜整以上會員對財金網紅之定義，包含：			
1. 溝通與內容創作；			
2. 推廣（含投資建議）行為；			
3. 報酬或收入來源；			
4. 知名度與觸及大量受眾之能力；			
5. 契約關係與商業、經濟活動等核心概念。			

資料來源：IOSCO Finfluencers 報告及本研究整理

IOSCO 透過問卷調查會員國作法，發現僅有 8 個證券監理機關以法規、指引或監理資訊方式對 Finfluencers 加以定義，顯示多數 IOSCO 會員係依財金網紅之活動性質是否落入既有監理範疇予以判定。綜整前述 8 個會員之定義，可歸納共同特點，包括：溝通與內容創作、推廣（含投資建議）行為、報酬或收入來源、知名度與觸及大量受眾之能力，以及契約關係與商業、經濟活動等概念。上述特徵突顯財金網紅活動之交易性與專業性，並反映其運用知名度影響追隨者財務決策之潛在影響。

四、國際證券主管機關對財金網紅之監理

IOSCO 問卷調查全球監理機關如何將現行法律應用於「財金網紅」，蒐集各國對財金網紅現行之規範現況及監理架構作法。

（一）多數國家以現行法令監理

按 IOSCO 問卷調查顯示，國際證券主管機關對於現行法律架構是否足以因應財金網紅意見各異。部分國家認為現行立法已可涵蓋相關行為，如沙烏地阿拉伯之「資本市場法」（Capital Market

Law) 適用於提供投資建議之財金網紅，部分國家之證券主管機關指出，尚可考量跨境金融活動之適用、社群媒體平台移除非非法內容之速度與配合程度、網紅與市場中介機構間商業報酬關係之揭露透明度，以及網紅是否以「投資教學」(educational/mentorship sessions) 之名行「通案性投資建議」之實等。前開部分面向雖超出傳統證券監理範疇，惟仍與財金網紅活動之適當監理密切相關。

多數 IOSCO 證券主管機關未針對擔任財金網紅的個人或實體，或針對科技公司、社群媒體平台、新聞媒體或數位廣告代理商，制定專門關於財金網紅之自律性或強制性行為準則，多數 IOSCO 證券主管機關以優先適用現有規範（包括行銷、廣告及投資建議）等進行監理。

(二) 部分國家發布額外指引以補充既有法規

部分 IOSCO 證券主管機關提供「額外指引」(Additional guidance) 來補充既有法律架構，例如明確規範佣金獎勵 (Inducements) 禁令亦適用於支付給財金網紅的款項，並強化對網紅身分揭露要求，以確保監理規範能與時俱進，因應數位環境下的各項挑戰，各國之額外指引作法摘要重點如下：

1. 荷蘭：金融市場管理局 (AFM) 在探索性研究中納入一套指引，提醒財金網紅關於網路發布投資貼文的規則，AFM 透過 YouTube 影片、線上研討會及大眾媒體發布「財金網紅規範指南」，宣導荷蘭對佣金獎勵 (inducements) 禁令亦適用於向財金網紅支付的款項，嗣 AFM 收到財金網紅多項回應，調整其活動俾符合法律和監理要求。
2. 法國：經濟部發布行為準則，以告知網紅適用於其法律架構，另法國金融市場管理局 (AMF) 則與廣告監管機構 (ARPP) 合作，

2023 年 9 月推出「金融廣告負責任影響力證書」(Responsible Influence Certificate in Finance) 培訓模組，並明確列出禁止廣告之潛在高風險商品，如二元選擇權及某些外匯差價合約(CFDs)。

3. 英國：廣告標準局(Advertising Standards Authority, ASA)發布社群媒體網紅廣告期待(expectations)，並明示其亦適用於財金網紅；依據 ASA 規定，網紅如自品牌獲得報酬或其他誘因，內容必須清晰辨識為廣告。另英國金融行為監理局(Financial Conduct Authority, FCA)於 2024 年 3 月發布「社群媒體金融促銷指引」(Finalised guidance on financial promotions on social media)，說明其對社群媒體推廣金融商品之網紅的監理期待，並提醒網紅可能受相關規範約束。
4. 馬來西亞：證管會(SC)修訂其「投資建議提供指引說明」(Guidance Note on Provision of Investment Advice)，以澄清在某些情況下，在社群媒體平台上推廣資本市場商品可能需要取得 SC 的投資建議執照。
5. 加拿大：證券管理機構(CSA)監理係透過一系列幕僚公告(staff notices)，針對註冊登記機構使用社群媒體的監督、資通安全、發行人促銷，以及加密貨幣交易平台的廣告行為，設定紀錄保存與政策控管。

(三) 落實揭露義務及市場中介機構之監督責任

各國對登記或持牌投資顧問已有詳盡的監理要求，包括必須揭露教育與專業背景、利益衝突、收費標準及建議所依據之資訊來源等；若財金網紅具持牌身分，原則上亦須遵守相同規範。至於「未持牌」網紅，多數國家則運用通案性廣告規範或網路影響力人士專

門法規進行管理。依各國現行法律或指引，財金網紅發布內容時通常負有 3 大核心揭露義務：（1）揭露自品牌端獲得之任何直接或間接報酬與誘因，以確保追隨者知悉其財務動機；（2）公開其與品牌間之個人或商業聯繫，協助受眾辨識潛在立場偏好；（3）明確標示內容之商業性質，如使用如「廣告」、「商業合作」或「品牌贊助」等字眼，以區分個人意見與商業推廣。

至於在市場中介機構（如證券期貨業者）部分，監理重點在於要求機構對其聘用的網紅執行盡職調查與風險管理，並確保推廣內容符合財務建議、廣告、禁止非法誘因回扣及防止市場操縱之法令。

（四）運用科技主動監測與執法實務

各國監理機關關注財金網紅過度依賴「免責聲明」來規避法律責任的現象。部分網紅即便在提供實質投資建議或推薦時，仍會附上「本內容非投資建議」等免責聲明，意圖規避證券法規對投資諮詢執照的要求及相關監理要求，爰各國主管機關已採取積極監控工具與法制行動，例如比利時金融服務與市場管理局（FSMA）開發內部網路爬蟲工具（Web Scraping Tool），主動偵測社群網路上非合規虛擬貨幣廣告，義大利金融市場監管局（CONSOB）與西班牙國家證券市場委員會（CNMV）則針對社群媒體進行專案監測，查核網紅是否違反「市場濫用規範」發布投資建議。

依 IOSCO 調查顯示，各國證券主管機關採取的執法工具因應個案情節而異，包含較具警示性質的「投資人警示」、「警告函」與「意見函」，以及時提醒大眾並導正違規行為，至就嚴重違規者，則會動用強制性手段，如發布「停止並令其改正命令」、「禁制令」、處以「行政罰鍰」，甚至採取「追繳不法所得」或「資產凍結」等處分，渠等多元化的工具反映出各國主管機關在確保財金網紅在推

廣金融商品或提供分析時，不會因誤導性陳述或隱匿利益衝突而損害受眾權益，摘要各國作法重點及執法實例如下：

- 1.美國作法：財金網紅活動受美國證管會（SEC）反招攬與一般反詐欺條款約束；美國聯邦貿易委員會（FTC）亦發布「背書指南」，要求完全揭露網紅與品牌間之「實質聯繫」。美國 SEC 曾起訴名人 Kim Kardashian 違反「反招攬」條款，美國 FINRA 亦曾對券商 M1 Finance 處以 85 萬美元罰鍰，主因為其合作網紅發布之貼文具誤導性。
- 2.法國作法：法國設立網紅專法（Law No. 2023-451），規定若發布內容缺乏「廣告」字樣構成誤導性商業行為，最高面臨兩年監禁與 30 萬歐元罰金。法國 AMF 對名人 Nabilla 背書比特幣發布警告，並移交經濟部消費競爭暨反詐欺總署（DGCCRF）施以制裁，AMF 亦曾針對散布銀行虛假資訊及企圖操縱市場之部落客個人處以罰鍰並發布意見函。

（五）IOSCO 會員對財金網紅之監理作法研析

本文綜整 IOSCO 問卷調查，各國對財金網紅之監理框架（如下表 3），大致可歸納為 3 大類別：

- （1）專法監理模式：如法國制定網紅法，明定其為商業影響力人士。
- （2）現行法令監理模式：針對持牌或受僱於持牌機構（證券期貨業）之財金網紅，按現行各國法律監理規範；針對未持牌或未受僱之財金網紅，若其傳播內容屬實質「投資建議」，則以未取得執照而執行業務處理；若涉及散布虛偽不實資訊影響市場，則依反詐欺或市場操縱法律處理。
- （3）跨部會與自律組織規範模式：多數主管機關發布指引或教育模

組（如法國 AMF 與 ARPP 合作），告知網紅即便分享心得，亦有其法律邊界與揭露義務，以避免適法性疑慮，並要求市場中介機構（券商、平台）負擔最終網紅行銷責任。

表 3：IOSCO 會員對財金網紅之監理作法

監理模式	代表國家	法源與核心規範
專法監理模式	法國	制定網紅法 (Law no. 2023-451)，明確定義「商業影響力人士」，並於「消費法典」中明定違規推廣之刑事責任。
現行法令監理	英國、澳洲	依現行證券法令，發布相關指引強化市場中介機構對網紅之監督責任與盡職調查
跨部會、自律組織規範模式	美國	併用 SEC (證券) 反招攬條與 FTC (貿易 / 廣告) 背書指南規範網紅實質聯繫之揭露，及 FINRA 對券商規範運用網紅之監督

資料來源：IOSCO Finfluencers 報告及本研究整理

五、IOSCO 對財金網紅之建議監理方向

按 IOSCO 報告研析財金網紅 (Finfluencers) 主要風險在於，許多網紅在未取得合法牌照的情況下，向缺乏經驗的散戶推銷高風險且複雜的金融產品，吸引粉絲卻未揭露佣金分潤等利益衝突及真實投資風險，或利用冒名背書詐騙投資等風險，爰 IOSCO 就財金網紅現象提出 7 項給證券主管機關之建議，原則上將監督責任歸於聘用網紅之市場中介機構，要求渠等證券期貨業者承擔連帶把關與宣導責任，建立共同守護之監理生態系，7 項建議監理方向如下：

- (一) 確保有效的監理框架及適時調整：IOSCO 對證券主管機關的調查顯示，目前財金網紅所從事的許多活動，可能已經落入現行法規的管轄範圍內，但其他部分活動則可能尚未涵蓋。若財金網紅的活動未能涵蓋於現行法規的範疇內，證券主管機關可考慮在可行情況下調整其監理框架，以與時俱進。

- (二) 發布明確法規適用指引：若現行監理框架已涵蓋財金網紅的活動，證券主管機關可考慮發布進一步的指引，說明這些監管框架如何適用於財金網紅的活動。
- (三) 實施市場監視與科技監控：為識別潛在的違規行為、無牌活動、網路詐欺與操縱，證券主管機關可依其管轄區的法律與法規，考慮採取適當的方式，對財金網紅的活動，以及利用財金網紅行銷股票、證券或其他金融商品的市場中介機構進行監視與監控。其工具可能包括使用數據分析、社群媒體監控等工具，以及定期審查，俾確保其遵守相關法律與法規。
- (四) 檢視並處理利益衝突：依據其各自的法定授權，證券主管機關可考慮其職權範圍內的法律及適用規範，是否已適當地處理財金網紅活動以及市場中介機構使用財金網紅所帶來的實際與潛在利益衝突。
- (五) 積極採取執法與裁罰行動：依據其管轄區的法律與法規，當財金網紅及利用財金網紅的市場中介機構之行為構成濫用、誤導或欺詐實務時（包含在未取得所需牌照的情況下從事受管轄之活動），證券主管機關可考慮對其採取執法行動。按 IOSCO 調查證券主管機關具體執法手段包含（1）停止並令其改正命令（2）禁制令（3）追繳不法所得（4）罰鍰（5）警告函（6）資產凍結（7）監理意見函（8）投資人警示（9）譴責。
- (六) 加強跨國資訊交換與監管合作：鑑於財金網紅及使用其市場中介機構具備潛在的跨境影響力，證券主管機關可考慮利用與國內及國際對口單位的資訊交換機制，以確保有效的監理與執法。證券主管機關定期積極與其他國家及國際主管機關合作，以確保其管轄區內的有效監理與執法。
- (七) 推動散戶投資人教育與宣導：證券主管機關可考慮針對財金網紅為

散戶投資人開發教育宣導教材，以提醒投資人現有的風險。這可能包括（但不限於）就財金網紅制定關鍵宣導資訊、製作及發布教育宣導內容與教材、在社群媒體平台上進行宣導活動，以觸及廣大散戶投資人群體、與教育機構、消費者保護組織及其他利害關係人合作，以提高教育倡議的能見度。

肆、近一年國際對財金網紅之監理最新發展（2025-2026 年）

觀察 IOSCO 於 2025 年 5 月 19 日發布財金網紅報告後，歐、美、亞各國主管機關多已接續發布公告或指引，提醒財金網紅關於投資建議之法律責任，以下謹就近一年國際對財金網紅之最新監理動態進行研析。

歐洲證券及市場管理局（ESMA）於 2026 年 1 月 8 日發布「財金網紅：負責任推廣秘訣」（Finfluencers - Tips for responsible promotion），明確劃定「投資建議」之法律紅線。ESMA 於財金網紅宣導文宣指出，引導大眾投資或避開特定標的之行為，不論形式為何，均可能被認定為提供「投資諮詢」，須取得專屬執照（license）方得從事。另於社群平台公開預測個股或加密資產漲跌，亦可能觸及「歐盟市場濫用條例」（MAR）下之「投資推薦」規範。

加拿大證券管理機構（Canadian Securities Administrators, CSA）於 2025 年 12 月 11 日發布幕僚通知「財金網紅活動之證券法令適用指引」（CSA Staff Notice: Guidance on the Application of Securities Legislation to Finfluencer Activity），強調涉及「商業目的」之證券建議或交易活動，均可能涉及監理註冊；該指引特別強調，即便網紅附帶免責聲明，仍無法當然規避其註冊義務。

在亞洲地區，新加坡金融管理局（MAS）於 2025 年 9 月發布「數位廣告活動行為準則指引」（Guidelines on Standards of Conduct for Digital Advertising Activities），已於 2026 年 3 月 25 日正式生效。該指引要求金

融機構須對合作之網紅負起監管全責，內容包含預先審核網紅發布內容、要求清晰之風險揭露，並建立完善之究責機制。

綜觀近期趨勢，國際監理已由通案警示演進為「明確金融執照邊界」與「強化中介機構責任」機制。現行監理趨勢作法，對財金網紅以軟性宣傳及指引作法，提醒網紅涉金融商品之權責，對於中介機構則聚焦於要求金融機構透過契約控管與事前審核，將網紅行銷納入內控制度，以落實資訊之真實性與透明度。

伍、金管會對證券期貨業與財金網紅行銷合作之現行監理機制

一、證券期貨業與網紅合作行銷之監理措施

金管會分別於 2024 年 5 月 15 日、2025 年 3 月 5 日、2025 年 5 月 27 日同意備查投信投顧公會、證券商公會、期貨公會所報之自律規範修正案，分別新增於投信投顧公會「會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範」第 8-5 條、證券商公會「會員從事廣告、業務招攬及營業促銷活動管理辦法」第 4 條之 1、期貨公會「會員暨期貨信託基金銷售機構從事廣告業務招攬及營業促銷活動管理辦法」第 5-1 條，三業共通之規範重點：

1. 明訂網紅定義：常態性於網路（包括但不限於社群媒體、影音平台及線上媒體）發表資訊內容供大眾閱覽，並以此營利者。
2. 網紅資格審核：網紅應提供未從事詐欺、脅迫及其他不當行為之相關證明文件（如良民證）或出具聲明書；且應具備「證券投資信託事業負責人與業務人員管理規則」（或相關從業人員管理規則）所列之專業資格。
3. 內控制度與三階段管理：業者應將網紅合作納入內部控制制度，落實事前、事中、事後管理：
 - (1) 事前檢核：應確認網紅於合作前 3 個月內所發表之資訊內容，

無保證獲利、過度宣傳、散布不實言論等不當行為。

- (2) 事中檢核：合作期間應定期（如每月或每季）檢視合作事項，確保網紅遵循規範；業者須填具「與網紅合作定期檢視評估表」及「結果彙總表」；相關文件應保存期限投信投顧業為 5 年、證券業及期貨業為 2 年，若涉有爭議者應保存至爭議消除。
 - (3) 事後評估：合作結束後應記錄並評估合作情形，作為日後擇定合作對象之參考。
 - (4) 有未合作之網紅針對所發行或代理之金融商品、服務內容散布偏頗、不實言論者，應於獲悉之日起三日內發布澄清說明。
4. 契約規範與資訊揭露：雙方應簽訂契約，規範網紅發表資訊須符合公開說明書內容、敘明風險，並標註「非分析意見及推介建議」之警語。進行基金付費置入性行銷時，應以持續性方式於畫面中明顯揭露「○○公司廣告文宣」、「○○公司行銷資訊」或「○○公司贊助播出」等足以識別為廣告之詞語。

金管會對證券、期貨及投信投顧三業對於網紅行銷之監理架構趨於一致，均要求將網紅合作納入中介機構內部控制制度，並落實「事前、事中及事後」之檢核管理。三業對「網紅」採取統一定義，即常態性於網路發表資訊內容並以此營利者（參考法國及美國 FINRA 規範），業者合作之網紅皆須取得相關證明文件，且須提供刑事紀錄證明書（良民證）或聲明書以確保誠信，且針對未合作網紅散布之不實言論，均負有 3 日內澄清之義務。

二、我國對財金網紅之監理措施與 IOSCO 國際趨勢方向一致

按我國對財金網紅之監理措施，目前之監理架構係透過增訂證券期貨業公會之自律規範，明訂財金網紅之定義及活動範圍，同時實施市場監視與科技監控，檢視並處理財金網紅與證券期貨業者之利益衝突。證券期貨業者與網紅合

作行銷若違反公會廣告行為規範，公會將予以相關自律處置，情節嚴重者，金管會得依證券期貨相關法規予以處分。

就網紅於社群平台有跨境涉不合規或涉詐行為，金管會亦積極參與 IOSCO 活動，於 2025 年加入 IOSCO APRC（亞太區域委員會）社群平台業者議合分組（Platform-Providers Engagement Sub-Group），制定亞太區域集體議合策略，以進一步向亞太區之社群平台業者提出配合打詐機制之訴求，增強資訊共享與執法協調能力。另金管會針對不同族群如銀髮族、年輕人及學生等辦理金融素養宣導講座，以提高跨境詐騙防治效果。

表 4：IOSCO 對財金網紅之監理建議 vs 我國監理做法

IOSCO 7 大監理建議	我國目前之監理做法與對應分析
1. 確保具備有效的監理框架及適時調整	增訂自律規範：透過增訂證券期貨業公會之自律規範，明確界定財金網紅之定義及其活動範圍，並有業者與財金網紅合作之事前中後控管監理架構。
2. 發布明確的法規適用指引	明訂行為規範：明訂證券期貨業者與網紅合作時應遵守之廣告行為規範，使業者與網紅在行銷活動中有明確規範依據可遵循。
3. 實施市場監視與科技監控	科技監理與監控：金管會已實施市場監視機制，並運用科技手段監控社群平台內容，主動偵測不合規之金融促銷或非法建議。
4. 檢視並處理利益衝突	強化利害關係管理：要求證券期貨業者審查並處理與網紅間之利益衝突，確保報酬方案不致影響建議之客觀性。
5. 積極採取執法與裁罰行動	雙重處置機制：違反規範者先由證券期貨公會予以自律處置；情節嚴重者，金管會得依證券期貨相關法規予以行政處分或究責。
6. 加強跨國資訊交換與監管合作	積極參與國際議合：2025 年加入 IOSCO APRC PP Engagement Sub-Group，強化跨境打詐資訊共享與執法協調。

7.推動散戶投資人教育與宣導	多元族群金融素養教育：針對銀髮族、年輕人及學生等不同族群，辦理金融素養宣導講座，提升其辨識社交媒體投資風險之能力；金管會於官網及座談會對投資人宣導防投資詐騙三不三要（不聽、不加、不用；要警覺、要查證、要報警），即不聽來源不明訊息、不加陌生投資群組、不用可疑投資平台、對投資訊息要警覺、要查證是否為合法業者、要報警（如發現金融投資詐騙）
----------------	---

資料來源：本研究整理

綜上，按IOSCO於2025年5月發布財金網紅報告所提出之7大監理建議，對應金管會目前針對財金網紅的監理機制，在中介機構責任、透明度資訊揭露及投資人保護等面向均展現高度一致性。（表4）

陸、結語

綜觀近期財金網紅之重要國際趨勢，各國日益重視社群媒體對金融業及投資人保護之連結，管理重心已由網紅個人自律，轉向由金融中介機構對合作網紅負起監管全責，此趨勢與我國現行規範方向大致相同。有鑑於日本、新加坡等亞洲鄰近國家亦多依活動性質適用現行證券規範，與金管會作法一致。未來將持續掌握國際監理動態，以及加強國際交流溝通，俾我國金融環境兼具創新、穩定及國際化與投資人權益保障之發展。

~ 投資權證小提醒 ~

認購（售）權證具有存續期間，不能享有股票特定的權利，它的高槓桿功能及以小博大的特性，風險較高，投資人投資前應先瞭解權證的商品特性及相關風險。