

## 【專題二】



## 數位參與實務 (Digital Engagement Practices, DEPs) 之國際監理發展現況

詹懷瑾（證期局稽核）

### 壹、前言

隨著金融服務模式持續創新及新興科技快速發展，資本市場正邁入廣泛使用數位平台之新時代。數位參與實務（Digital Engagement Practices, 以下簡稱 DEPs）係利用數位科技或數位平台及遊戲化元素等機制，增加用戶之互動及參與。就金融業之應用而言，DEPs 可提升散戶投資人之可觸及性並增加其選擇，當妥善運用 DEPs 相關技術，例如：通知、提示、遊戲化元素等，有助於提高客戶參與度、吸引新族群（例如年輕人）進入市場。

近年來，市場中介機構運用 DEPs 強化與投資人之互動關係及服務效率，此發展趨勢不僅改變投資人接觸金融商品及使用金融服務之途徑，亦逐步重塑其決策歷程及風險認知。然而，當數位工具可能影響投資人行為時，其衍生之

潛在風險及監理議題亦隨之浮現，特別是在資訊不對稱、行為偏誤及利益衝突等因素交互作用下，DEPs 亦可能對投資人造成損害，例如：可能鼓勵過度頻繁交易、引導投資高風險商品等。國際監理機關已陸續關注此一趨勢，並探討如何在促進金融創新及維護投資人權益之間取得平衡。

鑑於 DEPs 對投資人可能造成多重影響，本文參酌國際證券管理機構組織（International Organization of Securities Commissions, 以下簡稱 IOSCO）於 2025 年 5 月發布之「Digital Engagement Practices (DEPs)」最終報告及相關資料，從 DEPs 對投資人行為之影響及常見型態出發，並整理主要國際監理機關之規範架構及發展趨勢，以瞭解 DEPs 於當前資本市場之角色，並深化對投資人保護議題之認識。

## 貳、DEPs 之定義及相關研究

### 一、DEPs 定義及對投資人行為之可能影響

依 IOSCO 報告指出，目前國際間就 DEPs 尚無公認之一致性定義，亦尚無司法管轄區對 DEPs 提供法律定義，但 DEPs 通常包括下列一項或多項共通要素，包括：使用科技或數位平台、運用行為誘導技巧或提示、採取差異化行銷或個人化設計方式等。歐洲證券及市場管理局（ESMA）認為 DEPs 包含行為誘導技巧、差異化行銷、遊戲化元素（gamification）、設計元素或設計特徵之工具、分析技術工具及方法，並於數位平台與投資人互動；另美國證券交易委員會（SEC）認為 DEPs 包括行為提示、差異化行銷、遊戲化功能及其他設計元素或特徵，促使投資人能更積極參與使用數位平台進行交易、自動投資建議或金融教育等服務。

值得注意的是，亦有相關研究顯示，DEPs 可能造成投資人之反應偏離標準理性行為模型、對不確定性及風險之認知產生偏誤，致投資人難以正確評估可能結果，且部分監理機關發現，線上交易平台之 DEPs 設計可能利用投資人行為偏誤，對投資人行為及決策產生負面影響；另有文獻指出 DEPs 雖可提升

用戶參與度，惟部分 DEPs 之遊戲化技巧（例如：徽章、獎勵及慶賀訊息）因可提供投資人滿足感，可能造成即使於不適合之情況下，仍引導投資人增加交易頻率。

## 二、常見用以提高使用者參與度之 DEPs 型態

- （一）推播通知：研究發現，推播通知促使線上交易平台之投資人進行更多交易並承擔更高風險。
- （二）熱門交易榜：熱門交易榜將投資人注意力導向特定股票或金融商品。例如：在模擬交易平台上進行之試驗顯示，有分配到含有熱門交易榜之受試者，比沒有該榜單之對照組更有可能買賣列於榜單上之股票。
- （三）同儕資訊：研究顯示，當受試者看到表現最佳投資人之資訊時，將更傾向於持有較高風險之資產且交易更頻繁，致提高其所承擔之風險。
- （四）成就徽章及點數：研究發現，在模擬交易平台上，若參與者能因交易獲得點數，即使該點數幾乎不具經濟價值，參與者交易次數仍增加約 40%；若交易行為與抽獎機會相關，投資人將增加交易量，且風險性較高之投資比重亦上升。
- （五）預設設定：利用投資人傾向選擇「最省事選項」之心理，使用「預設選項」影響其投資金額與槓桿程度。
- （六）其他設計元素：交易應用程式及其他設計元素均可能影響投資人行為，例如：當受試者可透過「滑動」而非「點擊」執行交易時，其投資金額更大；當公司資訊以代表正面之顏色（例如標示股價上漲之顏色）而非代表負面之顏色（例如標示股價下跌之顏色）顯示時，亦會影響其投資決策。

## 參、國際監理機關針對 DEPs 之監理規範及發展趨勢

### 一、現行國際監理機關針對 DEPs 之監理規範及實務

依 IOSCO 研究調查結果，多國監理機關表示現行法規體系已有部分規定可適用於因應與 DEPs 及其行銷相關之不當行為，規範涵蓋範圍包括：禁止誤導或欺騙之行為；禁止顯失公平之行為；效率、誠信且公平提供金融服務之義務；建立足夠機制以管理利益衝突之義務等，摘要說明如下：

（一）澳洲：澳洲之立法架構針對產品治理（product governance）、禁止誤導與欺騙行為、對散戶投資人主動推銷行為訂有下列相關規範：

- 1、商品設計及銷售義務（澳洲公司法 7.8A）：透過要求發行人及銷售方採取以消費者為中心之商品設計及銷售方式，協助客戶獲得適合之金融商品。具體要求包括：發行人必須設計與其客戶之目標、財務狀況及需求相符之金融商品；發行人與銷售方須採取合理步驟，以合理方式將商品銷售予目標客戶；發行人須監督商品使用結果並定期檢討商品，以確保商品與客戶目標、財務狀況及需求相符等。
- 2、誤導及欺騙行為之禁止（澳洲 ASIC Act 2001, s12DA）：任何人不得以任何方式於提供金融服務時，從事誤導或欺騙之行為。
- 3、主動推銷之限制（澳洲公司法 s992A 及 992AA）：任何人在與散戶投資人進行主動推銷期間，不得提出金融商品之發行或銷售要約、要求或邀請散戶投資人申請金融商品，俾投資人可自主控制其購買金融商品之決策過程、接受宣傳之方式及被推介之金融商品種類等。

## （二）加拿大：

- 1、已註冊之機構須建立合規制度，以確保該註冊機構及所屬人員均遵守證券法規之要求，包括：以公平、善良誠信態度對待客戶；識別並以符合客戶最佳利益之方式處理重大利益衝突；確保為客戶採取之行動具適當性，在僅執行委託之交易平台中，確保該帳戶適合該客戶；禁止任何人或公司作出不實陳述或省略必要資訊致其所述內容具誤導性；合理揭露對投資人與該註冊機構往來關係之重要資訊；建立完善內部控制制度，以確保機構及所屬人員均遵守證券法規，並妥善管理業務相關風險。
- 2、註冊機構須識別重大利益衝突，並以符合客戶最佳利益之方式處理利益衝突或避免該衝突，該等要求亦適用於涉及 DEPs 相關之利益衝突。
- 3、加拿大證券管理機構（CSA）及加拿大投資管理組織（CIRO）已發布有關虛擬資產交易平台之廣告、行銷及社群媒體使用指引，以處理與虛擬資產交易平台廣告活動及行銷策略相關之議題。

## （三）歐盟：

- 1、現行歐盟委員會授權條例 2017/565 號（European Union Commission Delegated Regulation No. 2017/ 565）第 44 條至第 51 條有關向客戶及潛在客戶提供資訊之規定，即可適用於規範 DEPs；另無論中介機構是否使用 DEPs，歐盟各司法管轄區訂定之產品治理相關規定，亦適用於金融商品之發行人與經銷商。
- 2、根據歐盟金融工具市場指令 II（MiFID II）所導入之產品治理要求，金融工具與結構性存款商品僅當有利於散戶投資人之最佳利益時，才可發行及銷售。根據 MiFID II 第 16（3）條及第 24（2）條，發行商品或向散戶投資人銷售商品之公司，應維持並定期檢

視產品治理之適當性，每項商品都須識別並定期檢視其目標市場，確保其銷售策略與已識別之目標市場一致。MiFID II 之產品治理要求旨在確保企業於商品生命週期中，均依循投資人之最佳利益，另歐盟之中介機構亦須遵守關於遠距簽訂金融服務合約相關法規。

#### （四）香港：

- 1、針對證券方面：根據香港證監會（SFC）「證券及期貨條例」第 300 條規定，任何人若在涉及證券交易中，直接或間接（i）使用任何手段、計劃或計謀，意圖欺詐或欺騙，或（ii）從事任何具欺詐或欺騙性質或會產生欺詐或欺騙效果之作為，即屬犯罪。另同條例第 107 條及第 108 條規定，任何人若進行欺詐、罔顧實情或疏忽之不實陳述，誘使他人投資於證券、結構性商品或集體投資計畫（CIS），可構成民事或刑事罪行。此外，發布虛假或具誤導性之資訊誘使他人進行交易，可能構成市場違規行為，並依「證券及期貨條例」負民事或刑事責任。
- 2、針對虛擬資產方面：相關規定訂於「打擊洗錢及恐怖分子資金籌集指引（AMLO）」之 53ZRF 及 53ZRG。另香港證監會亦訂有適用於中介機構營運網路平台之具體規則。根據「網上分銷及投資諮詢平台指引」及相關問答集，平台經營者在網路平台發布任何廣告、研究報告或投資產品資料時，應注意下列規定：
  - （1）發布投資商品相關廣告受「證券及期貨條例」規管。若任何人進行不實陳述，可能觸犯民事及刑事責任，而發布虛假或誤導性資料誘使他人交易，可能構成市場違規行為，並須負民事或刑事責任。
  - （2）廣告內容須符合相關之廣告指引、要約指引、市場推廣資料指引或交易所相關規定。

(3) 廣告不得包含虛假、偏頗、誤導或欺騙性資訊。

(4) 研究報告須遵守有關利益衝突之要求及「操守準則」第 16 段有關分析員及一般原則之適用規定。

(5) 於發布任何意見時，須符合應有之技能、審慎及盡職等要求。

(五) 日本：日本「金融商品交易法（FIEA）」對市場中介機構推廣其商品之方式訂有一般性限制；另對於虛擬資產服務提供者，「支付服務法（PSA）」亦有關於行銷活動之禁止行為清單。

(六) 新加坡：

1、依據新加坡「證券及期貨（核發許可證照及業務行為）規則（Securities and Futures (Licensing and Conduct of Business) Regulations)」第 46 條、第 46AA 條、第 46AC 條及第 46AD 條有關廣告之規定，適用於所有獲發許可證照之中介機構，無論其使用之廣告媒介為何。根據前揭廣告相關規定，獲發許可證照之中介機構必須確保（包括但不限於）：(a) 廣告不得虛假或具誤導性；(b) 商品廣告須以清晰方式呈現，且對資本市場商品提供公平及平衡之觀點，並需經該中介機構之高層管理人員核准；(c) 非商品廣告不得包含誇大陳述，尤其不得意圖利用個人之經驗或知識不足。

2、獲發許可證照之中介機構亦須根據其業務性質、規模及複雜度，履行以下要求（包括但不限於）：(a) 實施有效之書面廣告政策，並確保其得以遵守；(b) 建立法遵職能及相關安排，以確保可確實遵循前揭廣告相關規定。

(七) 英國：

1、依據英國「2000 年金融服務及市場法（Financial Services and

Markets Act 2000, FSMA) 」第 21 條有關金融推介限制之規定，獲授權之從業人員於發布或批准金融推銷相關資訊時，須遵守前揭規定。至有關投資業務部分，英國金融行為監管局（FCA）手冊中有關「行為業務守則（Conduct of Business Sourcebook, COBS）」章節係規範與散戶投資人或潛在散戶投資人之宣傳方式，該規範要求相關宣傳資訊必須公平、清楚且不具誤導性，當提及投資利益時，須公正揭示相關風險；且資訊應以目標族群或可能接收該資訊之一般人所能理解之方式呈現。另 FCA 發布之「消費者責任（Consumer Duty）」相關規則及指引中，有關「消費者理解能力（Consumer Understanding）」亦訂定相關規定，要求業者須確保其向消費者宣傳時，所傳達之資訊有助於消費者理解且符合所需，俾進行決策。

- 2、若公司係屬產品治理制度（product governance regime，即 FCA 手冊中有關 PROD 章節）之適用對象，亦須遵守「消費者責任」中部分有關提供產品及服務之跨領域義務。「消費者責任」要求公司履行跨領域義務，以善良誠信原則對待散戶投資人。相關規則中亦明確指出，若透過操縱、利用散戶行為偏誤或情緒，誤導或製造需求，即構成違反誠信原則之行為。商品設計不得對目標市場之散戶投資人族群（包括弱勢投資人）造成不利影響。FCA 認為相關措施應包括進行評估及適當測試，以瞭解 DEPs 之使用如何影響不同之散戶投資人族群。依據「消費者責任」之規範，中介機構為「服務之製造者」，故中介機構於使用 DEPs 時，須承擔比 PROD 規則所訂之更廣泛義務。另一般性之金融推介規範亦要求所有宣傳資料須公平、清晰且不具誤導性。

（八）美國：美國之證券經紀商及投資顧問目前須遵守聯邦證券法及相關法規之廣泛義務，且證券經紀商亦須遵守美國之自律組織金融業監

管局（FINRA）之規定。說明如下：

- 1、現行證券經紀商之義務：根據聯邦證券法及自律組織之反詐欺條款，證券經紀商須遵守以下規定（包括但不限於）：
  - （1）廣宣規則：證券經紀商須遵守多項宣傳行為（包含廣告及行銷）之規定，該等規定適用於證券經紀商之對外書面宣傳品（包含電子形式），且須遵守關於內容、督導、申報及保存紀錄等相關義務。所有宣傳均須以公平交易及善良誠信原則為基礎，務求公正、平衡，並遵守其他與內容相關之多項標準。透過申報審查機制，FINRA 轄下之廣告監理部門負責審查證券經紀商自願提交或依 FINRA 規定提交之宣傳文件。若宣傳內容與選擇權交易有關，經紀商須遵守更嚴格之規範。
  - （2）揭露義務：證券經紀商須遵守多項向客戶揭露資訊之規定。
  - （3）內部督導義務：證券經紀商須建立機制，合理監督每位相關人員之行為，以確保符合所適用之證券法規及 FINRA 之規定。
- 2、現行投資顧問之義務：美國「1940 年投資顧問法（Investment Advisers Act of 1940）」建立適用於投資顧問之信賴義務，不論其是否向美國證券交易委員會（SEC）註冊，均受本法之反詐欺條款約束。此信賴義務之適用範圍廣泛，涵蓋整體投資顧問及客戶間之關係，並須結合雙方所約定之業務範疇進行整體判斷。此外，基於「投資顧問法」所制定之規則（Investment Advisers Act Rules，以下簡稱投資顧問法規則），亦規範向美國 SEC 註冊及依法應向美國 SEC 註冊之投資顧問須遵守以下義務（包括但不限於）：
  - （1）揭露要求：已註冊之投資顧問須履行多項客戶資訊揭露義務，包括在簽訂顧問契約前或簽署時、每年定期，以及在特定重大

變動發生時，需向客戶提供之資訊。

- (2) 法遵制度：依據投資顧問法規則第 206 (4) -7 條規定，已註冊之投資顧問須制定並實施書面政策與程序，以合理防止該投資顧問及其所屬人員違反「投資顧問法」及投資顧問法規則相關規定。
- (3) 內部督導義務：已註冊之投資顧問負有責任對其所屬特定人員進行合理監督，確保其在執行顧問業務相關活動時遵循法規。

## 二、有關 DEPs 之監理發展

依 IOSCO 研究顯示，多數監理機關因現行已有其他適用於市場中介機構之部分規範可涵蓋該類機構使用 DEPs 之情況，爰未再針對市場中介機構使用 DEPs 之行為特別另訂規定。又部分監理機關表示，鑑於業者與投資人互動模式持續演變，若針對 DEPs 之使用訂定具體規定恐易過時，應採取原則導向且科技中立之方式，透過現行規則解決多數問題。

針對市場中介機構使用 DEPs 與投資人互動之現象日益普遍，部分監理機關亦已發起公開諮詢或發布指引及建議：

- (一) 美國 SEC 前於 2021 年 8 月就證券商與投資顧問使用 DEPs 議題徵詢公眾意見，嗣美國 SEC 投資人諮詢委員會轄下之分組委員會於 2023 年 12 月發布關於 DEPs 建議草案，並於 2024 年 2 月更新、於 2024 年 3 月獲委員會通過，該份建議指出，DEPs 雖提升投資人參與證券市場，但亦帶來如何充分告知及保護投資人之新挑戰，並向美國 SEC 及 FINRA 提出多項建議，以妥善應對 DEPs 帶來之問題。
- (二) 歐盟 ESMA 前於 2021 年 10 月發布徵求意見書，針對散戶投資人保護、現行監理架構對數位工具及通路之適切性徵求外界意見，嗣於 2023 年 12 月發布討論文件，探討金融市場數位化背景下有關投資

人保護之各項議題，內容涵蓋 DEPs 及遊戲化技術，並徵求意見。

### 三、使用 DEPs 之效益及風險分析

(一) 效益：DEPs 可能有助於促進投資組合多元化，提升散戶投資人對金融市場參與度，並增進其金融素養、協助設定及追蹤以達成長期退休儲蓄目標之進度等。

(二) 風險：

1、資訊揭露不足及資訊不對稱：排行榜、跟單交易及差異化行銷可能促銷高風險或複雜商品，並以簡單且有利可圖方式向投資人呈現。

2、誤導性或欺騙性揭露：排行榜可能誤導投資人，使其對自身專業程度、投資策略、交易商品、報酬、績效目標產生錯誤認知。

3、促使投資人交易頻率增加：激勵機制可能鼓勵投資人頻繁交易，雖對公司有利，但可能不符合投資人最佳利益，致產生利益衝突。另可能影響投資人投資不適合自身之商品，或在未充分瞭解風險下改變投資策略。

4、技術相關風險：

(1) 技術維護缺失或不足：使用 DEPs 之市場中介機構可能無法妥善管理維護 DEPs 技術，致無法確保 DEPs 不會造成公司利益凌駕於投資人利益之上。

(2) 市場中介機構可能未充分理解其使用之 DEPs 及資料品質：DEPs 可能因技術複雜或委外辦理，致市場中介機構無法充分評估或難以說明 DEPs 向投資人推介特定商品之原因。

5、資料收集之資安疑慮：DEPs 可能收集投資人資料用於更頻繁之行

銷活動，致產生資料保護之機密性疑慮，另 DEPs 之使用可能造成公司易遭資料外洩、釣魚詐騙或勒索軟體等網路攻擊。

6、線上銷售、行銷實務及客戶接受程序缺乏適當盡職調查：市場中介機構可能無法設置可有效避免過度行銷行為之防範機制。另認識客戶作業程序（KYC）若不完善，可能導致投資人申訴等。

#### **四、監理機關針對涉及不當使用 DEPs 之執法作為**

（一）可能導致投資人損害之不當 DEPs 技術模式：

1、暗黑模式（dark patterns）：

- （1）提示及提醒：使用視覺、圖像或聽覺刺激，吸引用戶注意力，鼓勵其做出特定行為或選擇。
- （2）中介貨幣：以非一般常用或主要貨幣標示商品價格，藉此掩蓋實際價格。
- （3）排序：在使用者介面上設定選項呈現順序，以突出或促進特定選擇。
- （4）感官操控：透過改變使用者介面，引導使用者注意特定元素，致分散對其他資訊之注意力。
- （5）社會規範與互動：利用特定技巧促使用戶觀察他人行為作為自身選擇依據。
- （6）稀缺性宣稱：聲稱某項商品或服務即將售罄、供應有限、即將漲價或其他類似因素，誘導消費者儘快行動。
- （7）隱藏平台費用或重要資訊：以直接省略、延後揭露或使用複雜語言等方式隱藏重要資訊。

## 2、暗黑提示 (dark nudges)：

- (1) 移除步驟：透過取消一個或多個必要操作（例如確認步驟），讓用戶更易做出未經深思熟慮之決策。
- (2) 預設值：預先設定選項，除非用戶主動更改，否則自動生效。

## 3、拖延設計 (sludge)：

- (1) 流程阻力：利用一般人容易拖延或避免執行困難、乏味或無趣任務之心理傾向，設計阻礙以妨礙個人完成任務。
- (2) 複雜語言：使用技術性、複雜語言（例如法律術語）混淆或分散使用者注意力。

## (二) 美國 SEC 針對 DEPs 引發利益衝突致投資人受害之執法案例：

- 1、起訴某投資顧問，因該投資顧問宣稱其機器人投顧免手續費，且投資組合係基於「嚴謹的投資組合建構方法」所決定，實際上其投資組合卻預設持有一定比例之現金，因該顧問之關係企業在此現金比例下能獲得保證收入，而該投資顧問未揭露其設定現金配置上之利益衝突，且該利益衝突所導致之較高現金配置，可能在市場上漲時，對客戶之投資組合表現具有負面影響。
- 2、某市場中介機構因其遊戲化功能，業支付 750 萬美元協議和解，並須移除交易流程中所有表情符號、停止使用與交易頻率直接相關之彩帶或慶祝影像、停止使用某些推播通知，以及停止使用模仿機率遊戲之特定功能等。

## 肆、IOSCO 對 DEPs 之監理建議

依 IOSCO 發布之最終報告，針對市場中介機構使用 DEPs 之監理，分別

就尊重投資人最佳利益、監督 DEPs 之使用與投資建議、適合度原則、利益衝突之管理、資訊揭露及投資人教育等面向，提出建議如下：

### **一、尊重投資人最佳利益**

- (一) 市場中介機構應採取合理步驟，以確保用於投資建議或推介之 DEPs 不會影響散戶投資人行為以圖利市場中介機構，致損害散戶投資人。市場中介機構應測試其使用之 DEPs 是否符合散戶投資人之最佳利益。
- (二) 當設計 DEPs 時，市場中介機構應採取合理步驟，以確保用於投資建議或推介之 DEPs 並非為提升交易量及增進市場中介機構費用收入所設計，而無視散戶投資人之權益。

### **二、監督 DEPs 之使用與投資建議**

- (一) 當 DEPs 之使用涉及提供投資建議或推介時，使用該等 DEPs 之市場中介機構應為持有相關執照之受監理機構，並遵守提供該類投資服務相關規定。
- (二) 市場中介機構應建立風險管理系統，以確保任何 DEPs 之使用不會在未取得所需執照之情況下提供投資服務，並應符合相關司法管轄區之監理框架及規定。

### **三、適合度原則 (suitability)**

- (一) 市場中介機構應確保其用於投資建議或推介之 DEPs 符合所屬司法管轄區對於適合度之監理框架相關規定。
- (二) 市場中介機構應確保涉及投資建議或推介之 DEPs，未遭濫用於推銷與散戶投資人風險屬性不符之商品及服務，並應符合相關司法管轄區之適合度監理框架。例如：用於投資建議或推介之 DEPs 應加以

調整，以推銷可與客戶之知識、經驗、風險屬性及財務目標相符之商品，並應確保金融商品與服務之提供及銷售確實適合目標客戶。

- (三) 市場中介機構應進行定期監測（包括分析散戶投資人之申訴），以判斷其用於投資建議或推介之 DEPs 是否將中介機構之利益置於散戶投資人之上，若發現有此情形，則中介機構應即採取修正措施以避免未來再次發生。

#### 四、利益衝突之管理

- (一) 市場中介機構應建立合理之設計程序，並採取適當措施，以辨識並防止因使用 DEPs 提供投資建議或推介，致其自身及散戶投資人之間產生利益衝突，且亦須符合相關司法管轄區之監理框架。
- (二) 市場中介機構應定期檢視其 DEPs，以辨識並防止任何潛在之利益衝突。

#### 五、資訊揭露及投資人教育

- (一) 使用 DEPs 提供投資建議或推介之市場中介機構，應向散戶投資人提供充分之資訊揭露，例如：在交易時點揭露重大事實，包括費用、成本、報酬、利潤及重大利益衝突等，並應符合其所屬司法管轄區之適用規定。若該司法管轄區將財金網紅（Finfluencers）及外部合作夥伴視為 DEPs 之一部分，則市場中介機構亦應揭露包括支付予財金網紅及外部合作夥伴之報酬等重大資訊。
- (二) 適當運用 DEPs 將可做為投資人教育目的之使用。倘能善用 DEPs 作為教育工具，可提升金融素養並促進散戶投資人採取負責任之投資行為，包括協助投資人理解數位平台上之教育性內容與促銷性內容之區別等。

## 伍、未來監理挑戰

隨著 DEPs 持續演進，並廣泛運用於金融市場之銷售、行銷及投資服務提供過程，資本市場之監理亦面臨新挑戰。DEPs 不僅改變投資人與市場中介機構之互動模式，亦透過行為誘導及演算法設計，對投資決策產生潛在且深層之影響。綜觀目前國際監理趨勢並未朝向專法化發展，而係透過既有規範之延伸適用，逐步將 DEPs 納入監理範疇。又因 DEPs 常與財金網紅、模仿交易（Online Imitative Trading Practices）及社群媒體等新興模式結合，形成跨平台之生態系，致監理範圍已不再侷限於傳統金融機構之服務及銷售模式，而須進一步考量將具有實質影響力之新興模式納入監理範疇，以保護投資人免於誤導性資訊之影響。

金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）在維持市場效率與促進金融創新之同時，亦審慎因應 DEPs 對投資人保護及市場秩序之可能影響。金管會已督導證券商公會、投信投顧公會及期貨公會分別訂定「會員從事廣告、業務招攬及營業促銷活動管理辦法」、「會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範」、「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」，規範證券商、投信投顧業及期貨業從事廣告、業務招攬及營業促銷活動，應依社會一般道德、誠實信用原則、保護投資者之精神及維持公正之證券期貨交易市場，並應審慎考量對投資大眾之影響，以免誤導投資大眾之判斷。

此外，鑑於目前國內實務上，亦不乏有市場中介機構使用例如：透過行動應用程式推播訊息予客戶、發布熱門交易商品排行榜、發布當月獲利投資人排行榜名單、投資人透過交易可累積點數兌換禮品或參加抽獎、交易達一定條件之投資人可獲得特殊稱號等方式，增進與客戶之互動及提升參與度，金管會將參考各國監理發展及 IOSCO 之建議，作為後續強化市場監理機制之參考。

面對 DEPs 之發展，除持續強化市場中介機構之責任，增進對新型態行銷及互動模式之監理效能，隨著數位互動環境日益複雜，金管會亦將積極提升

投資人之數位金融素養及風險意識，協助投資人理解投資決策背後之風險及成本，透過結合監理措施及金融教育推廣，促進投資人權益保障及資本市場長期穩健發展。

## 陸、結語

DEPs 之興起，反映資本市場數位化與行為科學交織發展之趨勢，對提升投資人參與度具有正面意義，惟其透過設計亦可能造成投資人之行為偏誤，進而影響投資人權益。自國際監理實務觀之，各主要司法管轄區多採原則導向及科技中立之監理架構，透過資訊揭露、適合度、利益衝突管理及誠信義務等規範 DEPs 之應用，以因應其快速演變之特性。金管會將持續關注 DEPs 發展動向，採取適當監理策略，以確保資本市場於數位轉型過程中，仍維持公平、透明及穩健運作，並確實保障投資人權益。

### ~ 當日沖銷交易小提醒 ~

**投資人從事當日沖銷交易前，應評估自身財務狀況、投資經驗，並衡量股價波動及無法完成反方向沖銷恐面臨違約等投資風險。**

## 國外網購要注意 退貨規定看仔細

國外網站購物就是「跨境消費」，無法受到國內法律百分之百保護！

**網購要注意：**

- 下訂前，認明業者資訊
- ✓ 所在國家/地區
- ✓ 聯絡資訊
- ✓ 銷售/運輸條款
- ✓ 退換貨政策
- ✓ 爭議處理機制

避免在一頁式網站交易，降低被詐騙、賣家失聯及退貨無門的窘境！

**限時優惠！**  
立即訂購

務必保留交易頁面與契約條款；發生爭議，儘速尋求救濟。

跨境消費爭議之處理機制及管道

行政院消費者保護處

### ~ 投資 ETF 小提醒 ~

投資人應留意槓桿型 / 反向型 ETF 的商品特性及投資風險，主要是運用期貨契約來追蹤標的指數（當日）正向 2 倍 / 反向 1 倍報酬表現，並不適合投資人長期持有。