

【專題二】



證券商公平待客原則與評核機制介紹

陳思潔（證期局專員）

壹、前言

2008 年一場席捲全球的金融海嘯喚醒了世界各國對金融消費者權益的重視，為重建金融消費者對金融服務業的信心，各先進國家及國際組織陸續頒布強化金融秩序及金融消費者權益之法案或準則，2010 年美國率先頒布「陶德 - 法蘭克華爾街改造與消費者保護法案（Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act）」、2011 年 10 月國際經濟合作組織（OECD）通過「G20 高層次金融消費者保護原則」，我國亦於 2011 年訂定「金融消費者保護法（下稱金保法）」。

有關公平待客原則（Treat Customers Fairly, TCF）之起源，即係源於前述「G20 高層次金融消費者保護原則」之其中一項原則：「金融服務業在金融商品或服務之整體交易過程，應以公平合理之方式對待金融消費者」，各國並依據上開原則，發展制定各自之公平待客原則。

貳、公平待客原則評核機制概述及證券商評核情形

一、我國金融服務業公平待客原則之介紹

金融監督管理委員會（下稱金管會）經參酌英國¹、新加坡²、香港³等國家及地區之公平待客原則，並融合我國金保法之規範重點，於104年12月31日以行政指導方式發布我國之「金融服務業公平待客原則」，主要內容包括九項原則及五項執行層級，並要求各金融服務業應於105年4月30日前建立公平待客9項原則之具體政策及發展策略，提供並協助員工建立對於金融消費者保護之認知及金融消費者保護相關法規之遵循，以形塑重視公平待客原則之企業文化。

九項原則	一、訂約公平誠信原則 二、注意與忠實義務原則 三、廣告招攬真實原則 四、商品與服務適合度原則 五、告知與揭露原則 六、複雜性高風險商品銷售原則
------	--

- 1 (1) Consumers can be confident they are dealing with firms where the fair treatment of customers is central to the corporate culture. (2) Products and services marketed and sold in the retail market are designed to meet the needs of identified consumer groups and are targeted accordingly. (3) Consumers are provided with clear information and are kept appropriately informed before, during and after the point of sale. (4) Where consumers receive advice, the advice is suitable and takes account of their circumstances. (5) Consumers are provided with products that perform as firms have led them to expect, and the associated service is of an acceptable standard and as they have been led to expect. (6) Consumers do not face unreasonable post-sale barriers imposed by firms to change product, switch provider, submit a claim or make a complaint. (<https://www.fca.org.uk/firms/fair-treatment-customers>)
- 2 (1) Consumers have confidence that financial institutions put consumers' interests first in the conduct of their business. (2) Financial institutions offer products and services that are suitable for the consumer segments they target. (3) Financial institutions appoint competent representatives who provide consumers with advice that meet their financial objectives and suit their personal circumstances. (4) Consumers receive clear, relevant and timely information to make informed financial decisions. (5) Financial institutions handle consumer complaints promptly and in a consistent manner. (https://www.mas.gov.sg/-/media/MAS/resource/publications/consult_papers/2008/Proposed-MAS-Guidelines-on-Fair-Dealing.pdf)
- 3 (1) 銀行服務及產品應根據客戶的需要而設計。銀行向客戶提供服務、意見或產品前，應先評估客戶的財政能力及需要。銀行在提供意見或銷售金融產品時，應就客戶本身的財務及背景狀況和有關服務或產品的複雜性作出充分考慮，並顧及客戶的利益。(2) 銀行應列明和清楚解釋產品的主要特點、涉及的風險和條款，包括任何向客戶收取的費用、佣金或收費。銀行在銷售前後和銷售過程中都應該向客戶提供適當的資料。(3) 所有向客戶提供的推廣資料和訊息都應該準確無誤和容易明白，並避免作出或運用含有誤導成分的陳述或促銷手法。(4) 銀行應向客戶提供合理渠道，以便他們作出申索、提出投訴、尋求補償，並且不應對客戶轉換銀行設下不合理的阻礙。(5) 經營大眾化零售銀行業務的銀行，應為公眾提供合理的方法，方便公眾使用基本銀行服務，並特別關注弱勢社群的需要。鑑於消費者亦有其本身的責任，銀行應聯同政府、監管機構及其他有關各方推動金融教育，以促進公眾的金融知識。 <https://www.hkma.gov.hk/media/chi/doc/key-information/guidelines-and-circular/2014/20140328c1.pdf>

	七、酬金與業績衡平原則 八、申訴保障原則 九、特定業務人員專業性原則
五項執行層級	一、建立重視消費者保護之企業文化 二、制定公平待客原則政策 三、訂定公平待客原則之策略 四、公平待客原則之執行 五、納入內部稽核及內控

公平待客原則是以前執行目標（outcome-based）為導向之新興監管方法，目的係將金融消費者保護的責任從監理機關以法令強制規範、金融服務業被動遵循，轉變為金融服務業能自我審視，主動站在交易人角度權益思考。而上開五項執行層級，即是為逐步導引協助金融服務業內化公平待客原則之方法，逐項說明如下：

（一）建立重視金融消費者保護之企業文化

企業文化是一間公司所有成員共同抱持的價值觀及信念，經由內化認同表現出其特有的行為模式。金融服務業應建立重視金融消費者保護之企業文化，由董（理）事會及高階主管親自領導推動，經由領導階層的重視及倡導，由上而下（top-down）塑造以「公平待客原則」為核心之企業文化，方能使全體員工接受並徹底落實執行。

（二）制定公平待客原則政策

公平待客原則政策係公司執行公平待客原則的最高指導原則及目標，金融服務業應訂定適當之政策，以作為相關部門進一步研訂公平待客原則策略之依據。

（三）訂定公平待客原則之策略

金融服務業除依據前開政策及相關金融消費者保護法規與自律規範訂定各項業務或商品之公平待客原則策略外，亦應注意參考各級法院判例及相關金融消費者保護、調解機構之決定書及評議書等，藉由實際案例有助業者瞭解較易與客戶發生糾紛之處，並適時檢討與調整策略之訂定。

（四）公平待客原則之執行

具體作法包括應訂定執行各項公平待客原則策略之內部遵循規章及行為守則，以供員工遵循及執行；指定高階管理人員或適當部門負責規劃及推行，並應定期向董事會報告執行及檢討情形；指派適當部門或人員監督各部門公平待客原則執行情形，並找出可能違反公平待客原則之環節，訂定具體解決方案；定期辦理教育宣導及人員訓練等；發生客戶申訴或金融消費爭議案件時，應依金融消費爭議處理制度 SOP 適時、妥當處理，並檢視有無違反「公平待客原則」或金融消費者保護法規之情形，適時修正「公平待客原則」策略。

（五）納入內部稽核及內控

有關公平待客原則相關政策、策略及公司內部遵循規章等，均應納入內部控制制度及稽核制度，藉由內部稽核人員之稽查，確保制度之有效執行及相關規定被確實遵循。

二、金融服務業公平待客原則評核機制概述

金管會考量自金保法及公平待客原則發布以來，金融業客訴糾紛及客戶申請評議情形仍未有減少趨勢，為降低金融消費爭議頻仍發生之情形，並瞭解金融服務業對於公平待客原則之落實程度，金管會研議訂定「金融服務業公平待客原則評核機制」，希望協助業者找出自身在落實執行公平待客原則方面不足之處，藉由評核機制促進業者研謀改善、訂定解決方案或進行內部文化之必要改變，以確保客戶在整體交易過程中受到對等、合理的公平對待。

（一）評核對象及頻率

金管會自 108 年起開始實施公平待客原則評核機制，評核對象包括銀行、產險、壽險公司、證券商及期貨商，評核方式採各業別各自評比方式辦理。銀行及產、壽險公司為每年評核 1 次；證券商及期貨商部分，考量規模及金融消費爭議案件數相對較少，採 2 年評核 1 次方式（證券商部分區分綜合證券商與非綜合證券商分別於不同年度進行評核，期貨商則是間隔一年度進行評核），108 年評核綜合證券商、109 年評核綜合證券商以外之其他證券商及專營期貨經紀商。

（二）評核指標

評核指標共 10 項，分為兩大類，第一大類為公平待客 9 項原則，每項

原則 10 分；第二大類為「董事會推動之重視及具體作為等情形」，為評核指標的第 10 項，配分為 30 分，評核總分共計 120 分。金管會為導引業者自上而下落實公平待客原則，故加強董事會重視程度的配分，以期獲得董事會的重視並帶頭領導推動。

（三）評分方式

每項原則之評分區分為三大項，分別為金融服務業「落實情形」、「金融消費爭議情形」及「金融檢查與日常監理情形」，分別說明如下：

1. 「落實情形」（占 60%，計 6 分）：先由業者依公司三道防線功能各自說明其辦理情形並進行自評後，再由主管機關依其檢附資料及日間監理所見，進行複評給分。
2. 「金融消費爭議情形」：係由財團法人金融消費評議中心（下稱評議中心）彙整財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心辦理各家業者於受評核年度之調處及評議案件資料，進行試算評分，再報送主管機關進行複算並完成評分。
3. 「金融檢查與日常監理情形」：由各業務局依據受評業者於評核年度各項原則受裁罰情形進行評分，採扣分制：(1) 遭處最低罰鍰 5 倍以上，或重大處分（包括命令解除董事、監察人或經理人職務、停止全部或部分業務、撤銷營業許可），1 件扣 3 分。(2) 遭處最低罰鍰 4 倍者，1 件扣 2.5 分。(3) 遭處最低罰鍰 3 倍者，每件扣 2 分。(4) 遭處最低罰鍰 2 倍或警告者，1 件扣 1.5 分。(5) 遭處最低罰鍰 1 倍者，1 件扣 1 分。(6) 遭處糾正者，1 件扣 0.5 分；注意改善，1 件扣 0.2 分。

（四）主管機關評核重點

考量各業者自評評分標準不一，為維持主管機關複評給分之客觀與衡平性，各業務局業已訂定各自之複評標準，以利為客觀、一致性之給分。其中對證券商之複評標準，重點包括：檢視公司規章於業務上之具體可供遵循程度、對於相關規範之落實執行情形、對客訴處理情形、人員教育訓練辦理情形、董事會督導管控情形及有無積極主動提出相關優化措施等。

（五）評核作業時程

受評業者應於每年 4 月底前完成自評報告檢送金管會主管業務局進行複評。各業務局於每年度 5 月底前完成初步評分，由金管會各業務局處組成之評分審查小組將於 6 月中進行評分結果討論，確認及完成最終評分，並對外發布評核結果。

三、證券商評核結果概述

自公平待客原則評核機制實施以來，已分別於 108 年對綜合證券商、109 年對綜合證券商以外之其他證券商實施評核。整體而言證券商於公平待客原則之執行表現尚可，業者絕大部分均已訂定公平待客原則政策及策略，並納入內稽、內控及定期檢討之制度，惟部分證券商未訂定具體落實之細部規定，或未依業務特性或客戶屬性調整相關規範，於業務上落實之具體作法可再加強。

比較綜合證券商與其他中小型證券商之整體評核表現，綜合證券商因具有較豐富之資源及人力投入辦理公平待客原則，相關政策、策略及內部規範訂定之具體及完整度較佳，監督及執行公平待客原則之專責部門及人員配置相對較適當、完備，爰整體評核表現較佳。但其他中小型證券商之評核表現亦有其突出之處，中小型證券商因多屬區域型證券商，客戶主要來源為地方鄰里居民，客群集中，且客戶與證券商間之黏著度較高，爰對客訴案件之處理較積極、迅速，且相關客訴與金融消費爭議案件較少。以下將就綜合證券商及非綜合證券商之評核表現差異進行說明：

（一）綜合證券商部分

1. 評核表現較佳項目

- (1) 「酬金與業績衡平原則」：經檢視綜合證券商薪酬相關規範，大多業已明訂除銷售績效外，應衡平客戶權益、商品風險，並考量是否違反相關法令及其他非財務性指標，而非僅以績效為薪酬之唯一考量，有助避免業務人員為過度追求業績，而從事逾越法規或不恰當之銷售行為。
- (2) 「廣告招攬忠實原則」：部分綜合證券商之廣告招攬、行銷等相關內部規範，較公會自律規範為嚴謹，例如明定業務人員於社群網站、個人部落格轉貼廣告行為之管控措施，以及自訂公司行銷廣告之審核控管流程與使用規範等。

2. 評核表現欠佳項目

綜合證券商表現欠佳項目為「注意與忠實義務原則」，主係因證券商時有違規案件違反本項原則，遭金管會處分，致有較多扣分情事所致。常見違規缺失如：證券商未落實公司內部人利益衝突檢核規範、未落實客戶徵信以給予適當買賣額度、業務人員違規受理客戶全權委託、利用客戶帳戶買賣有價證券、挪用或代客戶保管有價證券、款項、印鑑或存摺、受託買賣有價證券時，有隱瞞、詐欺或其他足以致他人誤信之行為等。

(二) 非綜合證券商部分

1. 評核表現較佳項目

- (1) 「申訴保障原則」：多數證券商均訂有消費爭議處理機制及細部規範，且部分證券商設有消費爭議調處組織或權責單位，由總經理等高階主管督導相關事務，定期檢討客戶意見，且對客戶申訴案件積極回應或研擬改善措施。另有數家證券商訂有將客訴案件之處置及改善情形提報董事會追蹤檢討之機制，對客戶申訴案件重視程度佳。
- (2) 「業務人員專業性原則」：部分證券商對公平待客及消費者保護相關課程之重視程度甚佳，除要求員工參與公司內部訓練課程外，亦參加評議中心或中華民國證券商業同業公會等外部機構辦理之訓練課程，受訓時數及比例皆高於金管會要求；另有證券商指派總經理或董事參加各項公平待客訓練及研討會，公司內部並由總經理召開公平待客原則業務研討，由總經理擔任種子教師講授遵循規章、行為準則、契約書及工作程序檢討等，顯示對教育訓練重視程度佳，且課程內容貼合實務，有助提升員工公平待客之意識及專業。

2. 評核表現欠佳項目

非綜合證券商表現欠佳項目為「酬金與業績衡平原則」，主係因部分證券商之酬金支付仍僅以業績、責任額、手續費收入等作為業務人員酬金之計算標準，未考量其他非財務性指標，且甚至有業者訂有營業員 call 客數少於目標時之罰款制度，與「酬金與業績衡平原則」之精神不符。

(三) 全體證券商於董事會重視程度之表現

綜合證券商與非綜合證券商雖業務規模與業務特性不同，然觀諸 2 年

度評核表現較佳之業者，共同之處係其董事會對公平待客原則之重視程度甚佳，例如：要求高階經理人籌組跨部門委員會或小組督辦公平待客原則，定期向董事會報告、曾於董事會提出改善客戶服務之具體建議、追蹤重大客訴或金融消費爭議案件之後續處理情形，並要求檢討改善現行作法、主動提議安排董事參加內部或外部公平待客原則及相關評議案例專題課程，以利瞭解公平待客法令趨勢及實務案例等。惟仍有部分證券商董事僅於董事會宣示性要求權責單位應遵循公平待客原則，而缺乏具體督導作為或建議，實質參與程度較低，對公平待客原則之重視仍有待提升改進。

參、結語

金融服務業屬於高度監管的行業，過去對於金融消費者的保護，一般習於依賴主管機關相關法規或內部控制制度標準規範，業者多係照章訂入公司內部規章，而未依循自身業務特性或規模，發展適當之內部作業規範，易缺乏主動自我省思檢討之情形。惟現今對於金融消費者保護之潮流趨勢，已由過去被動遵循各種規範，走向業者主動站在交易人的角度，秉持著為客戶權益思考，提供更便捷安全的公平待客服務。

金管會期藉由公平待客原則及相關評核機制之實施，引導業者從「他律」轉化到「自律」，透過自我審視，從過去檢視有無遵循法規的最低標準，提升到主動自省並以高於法規要求之角度，落實對金融消費者保護與提升金融服務，並能藉此及早發現業務缺失及服務上之痛點，以有效改善並預防不當行為之發生。

公司文化的養成並非一蹴可幾，金管會期許業者在一次次的評核及自我審視的過程中，逐漸內化、精進公平待客原則及誠信經營文化，並能藉由公司董事會及高階管理階層的重視與支持，由上而下形塑金融消費者保護的核心文化並貫徹執行，善盡金融特許事業之社會責任。

~ 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。