



期貨商落實公平待客原則及相關評核機制推動之介紹

金融監督管理委員會證券期貨局局長◎王詠心

前言

金融消費者保護係國家金融法制進步之指標，自97年全球金融海嘯後，各國更加重視金融消費者保護，以重建金融消費者對金融服務業之信心。100年10月間，國際經濟合作組織（OECD）正式通過「G20高層次金融消費者保護原則」，其中一項重要原則就是「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」。

公平待客原則（Treat Customers Fairly, TCF）是以執行目標（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移轉至金融服務業。首先由英國金融行為監理總署（Financial Conduct Authority, FCA）開始推動並發布6項公平待客原則¹，要求金融服務業在提供金融商品或服務之過程，亦即從金融商品設計、廣告行銷、服務諮詢、客訴處理等程序，應自我審視並檢具已具體完成6項公平待客原則之證明，以評估金融服務業是否已公平對待

1 <https://www.fca.org.uk/firms/fair-treatment-customers>，其中 6 項公平待客原則分別為

- (1) 將 TCF 納入重要企業文化；
- (2) 金融商品或服務之設計符合金融消費者需求；
- (3) 銷售金融商品或提供金融服務，應提供清楚明確之資訊；
- (4) 提供金融消費者之建議，應適切及充分考量各種情況；
- (5) 提供消費者之金融商品與服務，應符合金融消費者預期及
- (6) 金融消費者購買金融商品或接受金融服務，如遇有商品內涵或服務內容異動、申請理賠或申訴等狀況，應確保金融消費者不會遭受不合理或不公平之對待。



金融消費者。另外，美國金融消費者保護局（United States Consumer Financial Protection Bureau, CFPB）及聯邦存款保險公司（Federal Deposit Insurance Corporation, FDIC）亦推動相關強化金融消費者保護之法規措施，並執行相關金融檢查，以強化金融服務業落實公平待客原則之法令遵循及提升金融消費者之保護。

為能促進我國金融服務業建立以「公平待客」為核心之企業文化，提升員工對於金融消費者保護之認知及相關法規之遵循，增進金融消費者對於金融服務業之信心，進而有助於金融服務業之永續發展，金融監督管理委員會（下稱金管會）於104年12月31日發布「金融服務業公平待客原則」，訂定9項原則：1訂約公平誠信原則、2注意與忠實義務原則、3廣告招攬真實原則、4商品或服務適合度原則、5告知與揭露原則、6複雜性高風險商品銷售原則、7酬金與業績衡平原則、8申訴保障原則及9業務人員專業性原則。金管會並要求各金融服務業應於105年4月30日前建立上開公平待客9項原則之具體政策及發展策略，並提報董事會通過，以形塑公司董事會及員工重視公平待客原則之企業文化。

金管會建立公平待客原則評核機制及其執行情形

金管會自104年底推動前揭「金融服務業公平待客原則」政策後，為導引金融服務業以自身執行成果為導向，瞭解實務作業落

實情形，以確保客戶於金融服務業銷售金融商品或提供金融服務之過程，受到公平合理之對待，爰自108年度開始實施公平待客原則評核機制（下稱評核機制），協助受評業者找出不符公平待客原則之項目，及金融消費者容易被不公平對待之領域，藉以訂定解決方案或進行內部文化改變，將公平待客原則內化為企業文化，以提升對金融消費者權益之保障。

一、評核對象

依金管會之規劃，108年第一輪評核機制，係先以銀行、綜合證券商、產壽險公司等大型金融服務業為對象。109年第二輪評核機制，除持續對銀行及產壽險公司進行評核外，另將綜合證券商以外其餘專營證券商及14家經營經紀業務之專營期貨商（下稱專營期貨經紀商）納入評核對象。

二、評核機制執行情形

108年度啟動評核機制，評核對象包括36家銀行、22家壽險公司、19家產險公司及31家綜合證券商，評核期間為107年1月至12月，評核過程主係由公司就業務作業提供書面資料並經金管會相關各業務局進行初評，提交金管會會議討論進行複評程序後，完成評核作業，並對外發布評核結果。因本年度係首次實施評核，故採鼓勵方式為主，僅公布排名前20%的業者，包括銀行業7家、綜合證券商6家、壽險及產險業各4家。另針對業者表現較差部分，除個別函請公司嗣後注



Cover Story

意改善外，並請檢查局及證券期貨周邊單位加強查核，以落實差異化管理。另外，金管會檢查局並將近年來涉及公平待客原則之監理關注事項，依公平待客9項原則分類彙整，提供各金融服務業作為檢視內部作業流程及建立控管機制之參考。金管會亦舉辦頒獎典禮，除公開表揚得獎業者外，並請渠等業者就實務執行成果進行經驗分享，作為其他同業後續推動相關措施之參考。

本次評核結果，金融業普遍都有制定公平待客原則的政策並提報董事會通過，及將執行情形向董事會報告；也訂有相關內部規範，以利各部門及其提供的商品或服務，從設計、廣告、銷售、契約履行、服務諮詢及客訴處理等過程都能公平對待客戶。在董事會推動方面，大多數業者有指定適當部門或人員監督各部門執行情形，並且將公平待客或金融消費者保護議題提報到董事會討論，以彰顯董事會之重視程度。

三、綜合證券商公平待客原則評核結果

108年綜合證券商評核結果排名前20%之業者，依機構名稱筆劃順序為：中國信託證券、玉山證券、合庫證券、兆豐證券、富邦證券及凱基證券等6家。渠等證券商成績較優之共同特點係董事會對落實公平待客原則之重視程度較佳，具體作法包括：安排每位董事參加公平待客工作原則專題進修課程並取得證書；成立跨部門之公平待客工作小組或委員會就相關事務進行實質溝通與檢討；每月進行客戶滿意度調查並分析顧客意

見；及於相關規章明定違反公平待客原則之責任及罰則等。

本次大部分受評核證券商已將9項原則納入內稽內控制度並定期檢討制度有效性，另有少數證券商訂有高於法令規範之內容，提供更嚴謹之金融消費者保護機制。綜合108年綜合證券商評核結果，整體表現較佳項目如下，可供未來專營期貨經紀商辦理公平待客實務作業之參考。

- (一) 酬金與業績衡平原則：公司對於薪酬相關規範，除銷售績效外，亦衡平考量其他非財務指標，如客戶權益、商品風險及業務人員法令遵循程度等。
- (二) 廣告招攬真實原則：公司有高於法規或證券商公會自律規範之規定，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。
- (三) 董事會推動之重視及具體作為：
 - 1. 公司除指派權責部門執行及督導公平待客相關事項外，另設有跨部門之工作小組或委員會，定期就相關事務溝通協調。
 - 2. 公司於公平待客原則相關規章明定違反責任及罰則，顯示公司重視程度。
 - 3. 公司每月定期進行客戶滿意度調查，且設有全面品質管理委員會，定期分析報告顧客意見，及彙整常見客訴問題進行案例檢討與宣達，顯示公司高度重視客戶意見。
 - 4. 公司安排每位董事參加公司治理協會舉辦之公平待客原則專題進修課程，並取得該協會核發之證書，顯示董事會之重視程度。



金管會督導專營期貨經紀商因應109年評核機制準備情形

一、通知專營期貨經紀商預先準備

109年即將進行第2輪公平待客原則評

核，核評期間為108年1月至12月，金管會已於108年10月2日函請中華民國期貨業商業同業公會（下稱期貨公會）轉知會員公司知悉，14家專營期貨經紀商將納入評核對象。

二、預計辦理時程

109年4月	14家專營期貨經紀商完成自評報告送交證券期貨局
109年5月	證券期貨局完成初評作業
109年6月	金管會召開評分審查小組，討論評分結果、公布評核結果及對評核成績優良之金融服務業進行表揚等事宜

三、評核指標及計算方式

金管會業已明定10項評核指標，並區分為二大類，第一大類以「公平待客9項原則」為評核指標（占90分，每項原則各10

分），第二大類以「董事會推動之重視及具體作為等情形」為評核指標（占30分），滿分為120分，詳如下表。

類別	評核指標	個別衡量指標		
第一大類	公平待客9項原則（占90分）	落實情形 (60%)	金融檢查與日常監理情形 (30%)	金融消費爭議情形 (10%)
第二大類	董事會推動之重視及具體作為等情形（占30分）	未訂定衡量指標（業者自訂）		

各項指標內涵及計分方式說明如下：

(一) 第一大類：以公平待客9項原則為評核指標，每項評核指標再訂有3項「個別衡量指標」，說明如下：

1. 落實情形（權重占60%）：

先由業者自評後，再由金管會評分。其

中業者自評部分，受評公司須就公平待客9項原則，說明該公司依各項原則所推動之政策與策略內容，再依內部控制三道防線²各自陳述相關執行情形及自評分數；三道防線自評分數之平均分數加權60%，即為業者之自評分

2 內部控制三道防線，第一道防線為各單位就其功能及業務範圍承擔各自日常事務所產生的風險，第二道防線包含風險管理、法令遵循及其他專職單位，其就各主要風險類別負責整體風險管理政策之訂定、監督整體風險承擔能力及承受風險現況、並向董事會或高層管理階層報告風險控管情形，第三道防線係內部稽核單位，應以獨立超然之精神，執行稽核業務，協助董事會及高層管理階層查核與評估風險管理及內部控制制度是否有效運作等。



Cover Story

數。金管會評分部分，由金管會研訂一致性評分標準，就業者自評內容及落實程度等進行評分程序。

2. 金融檢查與日常監理情形（權重占30%）：

由金管會彙整臺灣期貨交易所查核缺失及金管會日常監理之處分情形進行評分。

3. 金融消費爭議情形（權重占10%）：

由財團法人金融消費評議中心彙整該中心與財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心調處案件統計資料進行評分，送交金管會進行複核並完成評分。

(二) 第二大類「董事會推動之重視及具體作為等情形」：考量企業管理階層之重視，有利於由上而下形塑重視公平待客之企業文化及價值觀，爰將董事會之重視及具體作為列為評核指標之一，並給予最高占分比重。本類指標未訂定具體衡量指標，業者可就實務執行情形自訂衡量指標自評後，再由金管會評分。

四、提供過往常見查核缺失供專營期貨經紀商參考

臺灣期貨交易所目前業於該公司網站按季揭露期貨商違規案例供期貨商參考，其中針對涉及與專營期貨經紀商公平待客原則相關之項目列舉如下，提醒業者特別注意避免違規。

(一) 接受客戶辦理開戶時，應提供受託契約及風險預告書，於契約內容、期貨交易

程序解說後，交由客戶簽名或蓋章並加註日期存執；受託契約主要內容應包括期貨商管理規則第29條規定事項（訂約公平誠信原則）。

(二) 應注意業務員有無利用期貨交易人帳戶或名義買賣期貨交易之情事（注意與忠實義務原則）。

(三) 提供客戶有關現貨市場、期貨市場之資訊、研究報告或其他資料，其內容不得有虛偽、隱匿、詐欺或其他足致他人誤信之情事；不得對於自期貨交易所傳輸之交易資訊，予以隱匿或變更（注意與忠實義務原則）。

(四) 應依各期貨交易所規定之保證金或權利金預先向期貨交易人收足，始得接受期貨交易之委託（注意與忠實義務原則）。

(五) 廣告文宣不得僅強調獲利，但未同時說明相對之風險；不得為不實陳述、強行推銷或宣稱期貨交易適合所有人士；使用圖表、公式、電腦軟體或其他期貨技術分析工具為宣傳時，應顯著說明其功能限制（廣告招攬真實原則）。

(六) 70歲以上之交易人有開戶需求者，應填具風險聲明書，且須具有交易經驗或專業知識及財力證明，並應有符合條件之固定收入證明，期貨經紀商始得接受該交易人開戶（商品或服務適合度原則）。

(七) 應以公平、合理方式經營業務，收取費用應考量相關營運成本、交易風險、合



理利潤及客戶整體貢獻度等因素，不得以不合理收費招攬客戶（酬金與業績衡平原則）。

- (八) 業務員之酬金制度，不得以金融商品或服務業績目標達成情形作為唯一衡量標準，應衡平考量客戶權益、金融商品或服務對公司與客戶可能產生之各項風險等因素訂定，並應將稽核缺失、客戶紛爭、KYC等非財務指標納入考量，且獎金發放應建立妥適之分批遞延發放方式（酬金與業績衡平原則）。
- (九) 受託從事期貨交易，應於成交後製作買賣報告書，交付期貨交易人簽名或蓋章，惟於客戶成交後，如已辦理交易確認並留存紀錄者，得免辦理其簽名或蓋章（告知與揭露原則）。
- (十) 接獲客戶申訴，應將申訴事項以書面記載並派員調查，及於接獲客戶申訴之日起30日內為適當之處理，並將處理結果回復客戶（申訴保障原則）。
- (十一) 業務員應具備期貨商負責人及業務員管理規則所定資格條件，執行業務前應向期貨公會辦理登記，非經登記不得執行職務（業務人員專業性原則）。

五、加強對專營期貨經紀商之宣導工作

為利14家專營期貨經紀商於落實執行評核機制相關事項，展現公平待客成效，金管會前已於108年1月份於期貨公會舉辦評核機制宣導說明會，並進行雙邊交流；由於多數之專營期貨經紀商為金融控股公司旗下證券

商之子公司，證券母公司對公平待客原則多已訂有集團既定政策及內部控管機制，且證券母公司多數已於108年參與受評，該專營期貨經紀商藉由觀摩參與母公司之核評過程，對於建立公平待客原則等機制並不陌生；另因評核機制尚涉及經紀業務、法令遵循、風險管理或內部稽核等跨部門合作事宜，金管會已請期貨公會於經紀業務委員會及稽核暨法遵委員會加強宣導。

此外，金管會督導期貨公會邀請108年受評成績較佳之綜合證券商，於108年8月20日、8月23日及8月30日分別對北中南三區專營期貨經紀商實際執行公平待客原則之相關人員（如內部稽核、法令遵循人員、風險管理及經紀業務部門主管、人員），舉辦公平待客原則評核機制說明會，進行推動公平待客原則之經驗分享及意見交流，從業人員參與踴躍，並體認與瞭解公平待客原則之評核內容及其重要性，對期貨公會舉辦相關說明會亦表肯定。109年度評核機制推動在即，金管會期許期貨公會持續舉辦相關宣導說明會，或於其內部成立評核機制工作小組，以因應業者持續精進公平待客原則實務作業之需求。

結語

108年8月19日美國200家最大企業執行長³組成的商業圓桌會議（Business Roundtable）發表300字聲明（企業的宗旨），打破商業界半世紀來的信條，強調公司的目的是



Cover Story

為所有成員服務，包括員工、客戶、投資者和整個社會，而不是股東優先，主張企業再也不該只把股東利益當作至高無上依歸。隨著社會貧富的差距與分化，企業目標不應該只侷限於追求企業利益的極大化，應擴大至關切企業的社會責任及客戶的利益。對於特許的金融服務業而言，更應承擔更多社會責任及投入更多心力在金融消費者保護議題，建立一個值得社會大眾信賴且永續經營之金融服務業。

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，一般習於將相關法規或內部控制制度標準規範，照章搬進自家規章中，往往缺乏主動自我反省檢討的情

形，殊不知世界潮流趨勢，對於金融消費者之保護，已由過去被動遵循各種規範，走向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。本次金管會藉由訂定公平待客原則及相關評核措施，期使業者從「他律」轉化到「自律」，讓金融服務業正視自我審視的能力，不僅要跟同業比，更重要是跟自己比，從過去檢視有無遵循法規的最低標準，提升到主動自我審視並以高於法規要求落實對金融消費者的保護，從公司由上而下形塑金融消費者保護的核心文化並貫徹執行，以善盡金融特許事業之社會責任，落實金融消費者保護。

CNFA



- 3 包括亞馬遜公司（Amazon.com Inc）、全球最大民航業者美國航空公司（American Airlines）和美國銀行業龍頭摩根大通集團（JPMorgan Chase & Co）等企業的執行長（CEO）。

<https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>。

參照天下雜誌，<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5096559>。