

自期貨經紀商角度淺談公平待客原則

華南期貨法令遵循部 ◉ 李騏璋

前言

自全球歷經2008年的金融海嘯後，各國政府為重建金融消費者對於號稱百業龍頭的金融服務業及政府監理功能的信心，越加重視金融消費者的保護，且於2011年10月間，國際經濟合作組織（OECD）於法國巴黎召開「二十國財政部長和中央銀行行長會議」，正式通過「G20高層次金融消費者保護原則」（G20 HIGH-LEVEL PRINCIPLES ON FINANCIAL CONSUMER PROTECTION），其中一項重要原則為「金融服務業於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」（All financial consumers should be treated equitably, honestly and fairly at all stages of their relationship with

financial service providers），即「公平待客原則」（Equitable and Fair Treatment of Consumers）內涵，金融消費者保護制度是國家金融法制的進步指標，不證自明。

我國政府為提升金融消費者的保護並建立制度性保障，更須增列及強化保護金融消費者規範、行政管制措施並明訂罰則，故我國金融消費者保護法（以下簡稱金保法）業於2015年修正公布並施行，其中金融消費者保護法第一條即明訂「為保護金融消費者權益，公平、合理、有效處理金融消費爭議事件，以增進金融消費者對市場之信心，並促進金融市場之健全發展，特制定本法。」。



金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）為利金融服務業者遵循法規，重視並落實金融消費者保護，依行政程序法第165條為行政指導，經蒐集彙整金保法第二章「金融消費者之保護」規定、各金融業業法中對於專業人員專業性相關規定及金管會民國104年5月25日金管法字第1040054727號函有關建立金融消費爭議處理制度（含 SOP）函示內容，訂定「金融服務業公平待客原則」（以下簡稱公平待客原則），作為金融服務業者推動與執行金融消費者保護參考原則。

公平待客原則簡述

參照金管會民國104年12月31日金管法字第1040055554號函令，公平待客原則的法律性質屬於行政指導，不具法律上強制力，其內涵包含數個子原則及多項執行層級，金融服務業者須建立相應政策及策略，並納入內部控制及稽核制度。

分別就上述子原則及其應注意加強事項、執行層級，針對期貨經紀商的遵循內涵，簡述如下。

一、公平待客原則的子原則

（一）訂約公平誠信原則

1. 契約內容應遵循定型化契約範本及應記載及不得記載事項規定，定型化契約非有必要，不得訂有不利客戶清楚瞭解所應負責任而顯失公平合理的不確定概括條款，並應注意配合法規與

時修正，又變更契約事項自應取得客戶同意並留存軌跡。

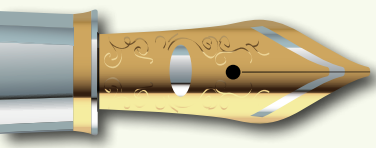
2. 契約重要事項應以粗體或不同顏色之醒目方式表達，比如應於開戶契約明訂因提供金融商品或服務所生爭議事件處理程序，並以顯著字體或任何可行方式告知客戶申訴管道。

（二）注意與忠實義務原則

1. 應注意業務人員是否有冒名替客戶開戶甚至代操期貨交易等情事。
2. 應依據受託契約條款正確核算保證金、帳戶權益數，並忠實傳達金融商品或服務參考價格予客戶，並注意依法代為沖銷義務之執程序與時點。
3. 跨業或集團共同行銷金融商品應事先取得客戶同意，並留存軌跡。
4. 應注意客戶資料安全維護、運用方式、處理形式的妥適性，如辦理個人資料清查及訂定保護管理機制、研擬個資保護計畫並定期演練後檢討改善、建立個資控管、加密、過濾篩選機制，凡個資蒐集均應以適當方式揭示目的並取得客戶同意。
5. 受任人（受託人）本於公平忠實原則，應於必要及合理範圍內，為其客戶議定最優惠待遇。

（三）廣告招攬真實原則

1. 銷售文件應注意是否有誤導客戶所提供服務或金融商品為無風險保本商品的可能，並應盡可能揭露及宣導涉及客戶權益重要資訊；文宣廣告亦應衡



平表達期貨交易涉及之相對風險及可能產生費用，不得僅強調獲利面向。

2. 開戶契約，包括但不限於受託契約及風險預告書所揭露事項，應確認其內容真實性，亦不得以不當話術進行招攬或行銷。

(四) 商品或服務適合度原則

1. 所設計客戶風險屬性評估表，應能有效辨識客戶的風險承受度，以評估客戶財力覈實核給客戶交易額度，並完成對客戶之風險解說。
2. 應確實辦理客戶風險屬性評估作業，若有顯著差異則須再次確認，即須確實檢核客戶變動資料正確性。
3. 應確實辦理專業法人等特定投資資格認定，確實填寫辦理金融服務適合度作業，落實瞭解客戶對服務適合度。

(五) 告知與揭露原則

1. 就買賣報告書、月對帳單、官網客戶權益重要事項揭露應完整並確實通知客戶；對應付予客戶之款項，應建立檢核機制，確保出入金等客戶權益通知完善。
2. 開戶文件或銷售公告應注意風險預告，以適當方式使客戶確認已確實接收完整訊息，並以顯著字體或方式揭露風險警語或表達重要事項內容。

(六) 複雜性高風險商品銷售原則

依金管會金管法字第10400546460號令，金保法所謂複雜性高風險商品係指「結算或比價期數超過三期且隱含賣出

選擇權之衍生性金融商品或槓桿保證金契約」及「連結結構型商品之投資型保單」，期貨經紀業務的受託買賣行為雖不屬前述銷售上列複雜性高風險商品的行為，僅係經紀經金管會核定的各期貨交易所上架金融商品，仍應依法令進行風險說明，並提供客戶風險預告書。

(七) 酬金與業績衡平原則

1. 遵循中華民國期貨業商業同業公會會員公司業務人員酬金制度應遵行原則。
2. 對業務人員績效衡量或業績獎勵的核給，應注意勿僅以業務人員業績目標達成為計算基礎，應將客戶權益、金融商品或服務對公司及客戶可能產生之各項風險、教育訓練時數出勤狀況、稽核缺失、客戶紛爭、KYC等非財務指標因素以合理比例納入評核基準，並綜合考量。
3. 不應對特定金融商品給予較高獎酬，以維護銷售專業性及中立性。
4. 為避免業務人員追求短期業績成長，忽略金融消費者保護與長期業務及獲利穩定性，業務員獎金應妥適分批遞延發放。

(八) 申訴保障原則

1. 針對建立客戶申訴處理機制，除包含建立合理調查程序及處理機制、層級化回報體系、對爭議事件積極討論，以強化作業控管外，應檢討作業流程之妥適性，以降低客訴風險。



2. 應妥善處理客戶申訴案件，不得將陳情、檢舉或申訴案件全部交予欠缺獨立性的被檢舉或申訴單位處理，並應設簿登記控管以利追蹤考核。
3. 應落實客訴案件的後續管理及陳報作業，除將總分支機構所受理客戶爭議案件均納入控管外，應分析客訴案件資料及處理進度並彙報董事會，協助董事會及高階管理階層審視金融消費者保護執行情形，並通盤檢討相關機制的妥適性與有效性。

(九) 業務人員專業性原則

1. 應建立業務人員相關證照及經歷等資格條件的控管機制，僅得由具備資格條件的權責人員辦理相關業務。
2. 確實辦理教育訓練，除教育訓練相關作業文件及教材須審查其妥適性、辦理教育訓練及參與者應建立簽到簿等覆核機制外，應留存相關資料以檢討改進教學內容。

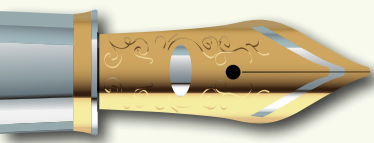
二、期貨經紀商的公平待客執行層級

- (一) 應建立重視金融消費者保護的企業核心文化，可由董（理）事會層峰及高階管理者宣示、推動，使其成為全機構價值體系與行為準則。
- (二) 訂定「公平待客原則」政策，作為相關部門訂定「公平待客原則」策略的最高指導原則，並應經董（理）事會通過。
- (三) 應依據「公平待客原則」政策、相關

金融消費者保護法規及自律規範，並參考各級法院判決案例及相關保護機構之決定書及調處書等，針對其業務制定「公平待客原則」策略，確保各部門執行業務、契約履行、服務諮詢及客訴處理等過程均能公平對待客戶，遵循金融消費者保護相關規定。

(四) 「公平待客原則」之執行

1. 除訂定具體執行各項「公平待客原則」策略的內部遵循規章、行為守則或作業流程外，應將其納入教育訓練課程，定期辦理教育宣導及人員訓練。
 2. 由董（理）事會指定高階管理人員或部門負責規劃及推行，且應有適當部門或人員監督各部門「公平待客原則」之執行，並於高階主管會議提出檢討、訂定具體解決方案，向董（理）事會定期報告執行情形、提報重大消費者保護議題或爭議，董（理）事會更應提出討論意見或指示並持續追蹤後續處理進度，彰顯重視程度。
 3. 發生客戶申訴案件或金融消費爭議時，應依金融消費爭議處理制度SOP及相關內規，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) 凡有關「公平待客原則」之內規訂定及執行，均應納入內部控制及稽核制度。



公平待客原則評核機制

參照民國107年11月22日金管會金管法字第1070119566號函令，民國108年起實施「金融服務業公平待客原則評核機制」以瞭解金融服務業者落實公平待客原則執行情形，除前述9項子原則外，其中評核表中第十項衡量指標「董事會推動之重視及具體作為等情形」為業務面與監理面的差異化監(管)理指標，更彰顯金管會等主管機關宣示從根本原因、從上到下降低客訴、解決金融消費爭議產出可能的決心。又金管會明示將配合業務監理及金融檢查，追蹤各金融服務業者對於「公平待客原則」之落實情形及其成效，做為對該金融服務業者開辦新種業務得否獲准、金融檢查頻率等重要參考指標。

金管會透過確立公平待客原則以及建立評核制度循循善誘，引導金融服務業者逐步落實並建立處理流程，更使法律性質本屬於行政指導而不具法律上強制力的公平待客原則，將具有類似行政命令的法律性質與效力，是出自期待能促進金融服務業建立以「公平待客原則」為核心的企業文化，除擬定政策及策略並確實執行，提升自金融服務業層峰至基層員工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，以降低違法成本甚至訴訟成本，並增進金融消費者對於金融服務業的信心與信任，助益我國金融服務業之永續發展。

結論

自上述說明，可以想見所謂「公平待客原則」實質上仍屬於抽象的根本性原則，甚至可以認為屬於不確定法律概念，其範圍難以明確予以積極定義，更遑論將所涉及違反態樣一一於法令中加以列示，再由金融服務業者比照辦理。

參照民國108年5月2日金管會金管檢制字第1080600124號函令，金融服務業者須於辦理公平待客自評作業時，檢視有無應加強事項或類似情形發生，確實建立控管機制並檢討作業流程，且自評範圍不應以該函令所列釋例為限。故金融服務業者宜自行建立彙整違反「公平待客原則」的態樣範本，再檢視實務上是否有違反「公平待客原則」態樣事件已經發生或可能發生的風險。

對於金融服務業者而言，為確切落實公平待客原則並形成組織制度甚至企業文化，並非僅是字面文義上的遵守或法令規範的「見樹」，而是有賴金融服務業者本於全面檢視、自律導正等原則，自發性從上而下徹底貫通，並橫向逐漸形成及彙整違反態樣的「種樹」，才得以「見林」，以有效完善提升對金融消費者權益的保障。

