

國立臺灣大學進修推廣學院事業經營法務碩士在職學位學程

碩士論文

Professional Master's Program in Law Business Administration

School of Professional Education and Continuing Studies

National Taiwan University

Master Thesis

高齡金融消費者保護之研究

-以金融消費評議案件為中心

Study on FOI Ombudsman Cases for Elder Financial

Consumer Protection

李靜雯

Ching-Wen Lee

指導教授：吳從周 博士

Advisor: Chung-Jau Wu, Ph.D.

中華民國 111 年 6 月

June, 2022

目 錄



口試委員會審定書.....	i
誌謝.....	ii
中文摘要.....	iii
英文摘要.....	iv
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 高齡者金融剝削危機.....	3
第三節 研究範圍.....	6
第一項 金融服務業.....	6
第二項 高齡金融消費者.....	6
第四節 研究方法.....	7
第五節 研究架構.....	7
第二章 金融消費者保護與公平待客原則.....	8
第一節 金融商品或服務之特性.....	8
第一項 交易資訊的不對稱性.....	8
第二項 風險及報酬的不確定性.....	8
第二節 金融消費者保護.....	9
第三節 公平待客原則.....	11
第一項 訂約公平誠信原則.....	11
第二項 注意與忠實義務原則.....	13
第三項 廣告招攬真實原則.....	14
第四項 商品或服務適合度原則.....	15
第五項 告知與揭露原則.....	17



第六項 酬金與業績衡平原則	20
第七項 申訴保障原則	21
第八項 業務人員專業性原則	22
第九項 友善服務原則	22
第十項 落實誠信經營原則	23
第四節 公平待客原則之落實	24
第三章 高齡金融消費者評議現況	26
第一節 金融消費者評議機制之沿革	26
第一節 公平合理原則	26
第二節 高齡者評議案件爭議之類型化觀察	28
第一項 金融消費者評議中心統計資訊	28
第二項 高齡者評議案件爭議類型	29
第一款 違反「金融產品條件或風險說明」爭議	30
第二款 違反「客戶辦理金融商品適合度」、「認識客戶(KYC)規範」爭議	31
第三款 違反「受理業務應告知事項義務」爭議	33
第三項 高齡者申購投資型保單的問題與改善措施	33
第三節 高齡者投資型保單評議案件爭點探討	38
第一項 未落實危險保費的說明義務	38
第二項 投資風險屬性評估欠妥	38
第三項 締約後未善盡風險通知義務	40
第四節 公平合理原則援用	42
第五節 公平對待高齡金融消費者機制	45
第一項 金融服務業公平待客評核機制	45
第二項 產品設計階段增列不適合銷售對象	46
第三項 評估金融消費者風險承受與理財商品風險等級	47
第四項 設計金融消費者冷靜期機制	48

第五項 持續的教育訓練與滾動式檢討.....	49
第四章 高齡金融剝削與保護	51
第一節 高齡金融剝削	51
第二節 英國 FCA 企業公平對待脆弱客戶準則	53
第三節 我國高齡金融消費者保護常見缺失.....	57
第四節 我國銀行業公平對待高齡客戶自律規範.....	59
第五章 結論	61

參考文獻

附錄

圖表目錄



圖表 3-1 2016~2021 年評議決定書案件數分布	28
圖表 3-2 2016 年~2021 年評議案件申請人有理由/部分有理由件數占比	29
圖表 3-3 2016 年~2021 年評議案件類型占比	30
圖表 3-4 2016 年~2021 年高齡者評議案件爭議商品分布	34
圖表 3-5 2016~2021 年 援用公平合理件數占比	42



國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書

高齡金融消費者保護之研究--以金融消費評議案件為中心
Study on FOI Ombudsman Cases for Elder Financial Consumer Protection

本論文係李靜雯君(P09E42017)在國立臺灣大學事業經營法務碩士在職學位學程完成之碩士學位論文，於民國 111 年 06 月 28 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

口試委員：

吳弘周

(指導教授)

邱琦

向明恩

所長：

李若愚

中華民國 111 年 6 月 28 日

誌謝



2022年5月21日，這一天我身著碩士袍代表109級PMLBA走上台接受謝明慧院長撥穗並從管中閔校長手中接過畢業證書筒，榮耀的一刻，我溼了眼眶，一路走來，要感謝的人太多。

我在2018年通過測驗加入臺大法律學分班，法律系的教授與助教們遞給我進入法律領域的鑰匙，33A的好同學們則伴我一腳跨了進去，一年半的學習期間，我寫了法律論述的考卷及報告、看了原本像天書般的判決書，小六法上貼滿各法規的索引標籤並在法條上作了紅紅綠綠的標記，我與法律的相遇變得有趣，最後在同學兼好朋友倉傑的鼓勵下，我報考並幸運的成為台灣大學事業經營法務碩士在職學程(PMLBA)的一員，敲開兩年美好的學習旅程。

回首這「豐盛」的兩年，首先要感謝我的跨學程報告隊友PMBA 儒霖(詹神)、PMBM 亭坊跟珊珊，以及班上一起完成眾多報告的隊友希哲、嘉惠、音孜、伊亭、沁蓉、書良、天佑、智強、盈靜、秀青、怡利、子瑜、琦慧、昕妤、懿珊、盈慈……，來自不同領域的大家讓報告的見解更多元，也加深了我對內容的了解；再來是兩年台北-竹北共乘一車的書良(Ray)、沁蓉、盈靜，Ray的茶葉蛋跟沁蓉的豆腐卷成了一早上學的標配，我們在車上分享生活與工作點滴的時光甚是讓人懷念；在逼人的產業競爭分析課程Capstone競賽下，一起去修「金融科技治理與監理」課程的書良、智強、秉森、沁蓉，每每21:45下課後衝回家趕開會的緊湊，現在回想都不禁莞爾。還有為班級服務兩年的班代昇達、副班代嘉惠及幹部群們、公司法小老師蘇老師(詠心)、我溫暖的7家族學長姐、學院每一位對我們期望甚高的師長以及專業又有耐心的萬錫，謝謝你們豐盛了這趟學習旅程的風景。

特別感謝我的論文指導兼心靈雞湯吳從周教授，在我撰寫論文的過程裡給我許多指導與鼓勵，在我工作遇到瓶頸時，老師的言語總有讓我瞬間滿血的魔力；最後，感謝我的心頭好兼人生伴侶法蘭克先生一本初衷的對待，你絕對是成就這一切最重要的推手，有你的支持我才能堅毅勇敢的往前邁進。謝謝老天爺讓我有機會成為家人的驕傲，謝謝這段旅程裡的一切，我在臺大，成就達成。

李靜雯 2022.9 於臺大進修推廣學院

中文摘要



據國發會推計臺灣將於 2025 年邁入超高齡社會，屆時每 5 個人中就有 1 個是 65 歲以上的高齡者，高齡金融消費者除了與一般金融消費者一樣在經濟或資訊地位處於弱勢外，還可能因為身體及心理機能衰退，存在身體弱勢、認知弱勢、心理弱勢和風險識別弱勢等問題，凸顯高齡者的金融弱勢地位及脆弱性。

2011 年立法院三讀通過金融消費者保護法，衡平金融服務業與金融消費者間的實質不對等；2015 年 12 月 31 日金管會發佈金融服務業公平待客原則，透過落實公平待客提升金融服務業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。本論文檢視 2016 年至 2021 年財團法人金融消費者評議中心有關銀行業的評議案件共計 889 件，65 歲以上高齡申請人計 107 件；其中以投資型保單招攬爭議 56 件為大宗，佔高齡評議案件 52%，2021 年 22 件高齡評議案件中，投資型保單爭議占比達 82%。檢視評議決定書後發現 2021 年高齡者評議案件援用公平合理原則判定高齡金融消費者部分有理由比例，從過往三成左右驟升至近八成，本論文歸納評議決定書見解，類型化爭議發生原因，並參考 2022 年 3 月由銀行公會擬定金管會同意備查的「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」，提出建議以為銀行業優化內部規章辦法及流程參考，降低高齡者金融消類爭議發生。

在公平待客原則框架下，可預期銀行未來在提供高齡者金融商品或服務時，將更完善高齡者保護程序，透過內部董事會積極參與，由上而下提供高齡者差異化之商品及服務，厚植公平待客精神，形塑公平待客之企業文化，助益金融服務業永續發展。

關鍵詞：高齡者、公平待客、金融消費者評議中心

Abstract

According to the National Development Council, Taiwan will become the ultra-aging society in 2025, means that one fifth elderly in the country. In addition to similar weak economic status as general financial customers, the elder may also have physical weakness, cognitive weakness, psychological weakness and risk identification weakness due to the decline of physical and psychological functions, highlighting the financial weakness and vulnerability of the elderly.

In 2011, the Legislative passed the Financial Consumer Protection Law on the third reading, which leveled the substantive asymmetry between the financial services industry and financial consumers; On 31 December 2015, the FSC promulgated the Principle for Financial Services Industries to Treat Clients Fairly to enhance the awareness and compliance of financial consumer protection in financial institution. This thesis examines a total of 889 cases related to the banking industry by the Financial Ombudsman Institution (FOI) from 2016 to 2021, and 107 cases of elderly applicants over the age of 65. Among them, 56 disputes were involved in Investment Link Product(ILP), accounting for 52% of the elderly appraisal cases, and among the 22 senior appraisal cases in 2021, the ILP disputes accounted for 82%. In additional, the Principles of Fairness and Reasonableness become the main rule of justification in elderly since 2021. The article summarizes the insights of the Ombudsman's Final Decision, the patterns of elderly disputes, and refers the "Self-Discipline Directive for fair treatment of elderly customers in the banking industry" to optimize policies and procedures of banking industry to avoid the disputes of the elderly. By the support of board committee, provide differentiated products and services to fit the elderly needs, cultivate the spirit of Treat Clients Fairly. It'll help the sustainable development of the financial services industry.

Keyword: Elderly, Treat Clients Fairly , FOI

第一章 緒論

第一節 研究動機

聯合國 2021 年「世界人口展望」(State of World Population :2021) 報告顯示，全球人口總計 78.75 億人，其中 65 歲以上的高齡者口占當年人口總數的 9.6%，約 7.6 億人，較 2020 年成長 0.3%，預估至 2050 年高齡者口將達 21 億，到 2100 年，全球人口中將有三分之一為高齡者口。「世界衛生組織」(WHO) 衡量高齡社會發展情形指標，將 65 歲以上人口占總人口比率達到 7%、14%及 20%，分別稱為高齡化社會、高齡社會及超高齡社會。

1999 年美國前商務部長彼得·皮特森 (Peter Peterson) 出版「老年潮」(Gray Dawn) 一書就曾表示，老年潮是全球要面對的冰山，人類的政治、經濟、生活方式及命運等，都將受它影響。依據國家發展委員會人口推計，臺灣在整體人口結構上已於 1993 年成為高齡化社會，2018 年轉為高齡社會，推估將於 2025 年邁入超高齡社會¹，屆時每 5 個人中就有 1 個是高齡人口²。2020 年台灣 65 歲以上高齡者口 379 萬人，占總人口 16.1%，其中超高齡(85 歲以上)人口占高齡人口 10.3%，預計 2070 年將成長到 27.4%³。目前臺灣的法定退休年齡是 65 歲，而依內政部 2021 年的統計數據，臺灣平均壽命是 81.3 歲，男性是 78.1 歲，女性是 84.7 歲⁴，皆創下歷年新高，依台灣人平均餘命延長的趨勢，高齡者勢必會面臨投資、通膨、健康及長壽風險，因此建構高齡者經濟安全體系，提升其經濟自主能力也將成為社會重要課題。

1 65 歲以上老年人口占比超過 7%為高齡化社會；65 歲以上老年人口占比超過 14%是為高齡社會；65 歲以上老年人口占比超過 20%，則進入超高齡社會。

2 國家發展委員會 (2020)，〈中華民國人口推估 (2020 年至 2070 年) 報告〉，臺北：國家發展委員會。載於：[https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估\(2020 至 2070 年\)報告.pdf](https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估(2020至2070年)報告.pdf) (最後瀏覽日：2022/1/31)。

3 內政部戶政司 (2021)，〈人口統計資料庫-縣市人口按性別及五齡組〉，內政部戶政司。載於：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346> (最後瀏覽日：2022/1/31)。

4 內政部統計處 (2021)，〈109 年簡易生命表〉。載於：<https://www.moi.gov.tw/cl.aspx?n=2953> (最後瀏覽日：2022/1/31)。

臺灣嬰兒潮世代人口約佔 20%，控制了 40%的國民所得與 77%的私人投資⁵；鄰近的日本東京都政府在 2017 年一份報告中估計，日本大約 1800 萬億日元的家庭金融資產中，有近 70%由 60 歲以上的人持有；美國尼爾森的研究估計，早在 2012 年 50 歲以上的人口控制了全國可支配收入的近 70%，美國人口統計局推估嬰兒潮世代掌握了美國 75%的資產，多項研究顯示已開發國家的嬰兒潮世代，粗估握有各國五到八成的財富⁶。

台灣 65 歲以上銀髮族也是銀行財富管理大戶，依據金融監督管理委員會(下稱金管會)統計，截至 2021 年 3 月底，35 家國銀 65 歲以上客戶數有 97 萬人，約占整體銀行財管客戶數的 16%；銀髮族購買財管商品資產總額近三兆元，約整體客戶財管商品資產總額約 28%；其中，銀髮族客戶購買投資型保單有 14 萬人，帳戶價值餘額約 3,700 億元；對照以保發中心統計，2020 年底整體壽險業投資型保單帳戶價值餘額 23,121 億相比，約有 16%是銀髮族購買。這些銀髮族雖然愛透過財富管理理財，卻常因為不是真正了解所買的金融商品，導致糾紛頻傳，金管會統計，近三年銀行內外部發生的銀髮族客訴案超過千件，和解金額新臺幣 9,300 萬元。

本論文統計 2016 年至 2021 年財團法人金融消費者評議中心(下稱評議中心)產業別屬於「銀行業」的評議案件⁷共計 889 件；其中 65 歲以上高齡申請人有 107 件，佔整體 12%，以投資型保單招攬爭議 56 件為大宗，佔高齡評議案件 52%，2021 年 22 件高齡評議案件中，投資型保單爭議更高達 18 件(82%)，此類爭議在 2021 年突然飆高，主要與新冠疫情期間保單連結的基金標的淨值下滑，導致保單價值不足面臨停效風險有關。侵蝕高齡者投資型保單價值常見的原因，還有隨著年齡增加急速增加的危險保費，以及投資連結配息可能來自於本金的高收益債券配息型基金⁸，

5 黃富順(2016 年 3 月)，〈高齡社會發展下對高齡服務產業及公共服務政策的展望〉，國土及公共治理專刊第四卷第一期，頁 25。

6 陶允芳(2012)，〈金領銀髮族〉，天下雜誌 504 期，2012/8。(載於 <https://www.cw.com.tw/article/5042840>) (最後瀏覽日：2022/1/31)。

7 評議案件係指當事人踐行向銀行申訴之先行階段後續行評議階段並於雙方調處程序中與銀行和解無效者，資料來自：評議決定書查詢系統 <https://ods.foi.org.tw/> (查詢日期：2022/1/3)。

8 金管會 2021 年 11 月 4 日下令高收益債券基金必須改名，為強化高收益債券基金風險揭露及宣導措施，將於六個月內完成將基金名稱中的「高收益債券」修正為「非投資等級債券」，俾強化投資人保護，避免投資人因基金名稱而忽略投資風險，同時也將配合高收益債券名稱調整修訂相關自律規範。

疫情期間基金淨值的波動也可以從 2019 年高齡者的基金商品爭議件數為 2016 年以來最高(佔 27%)窺知一二。



第二節 高齡者金融剝削危機

在全球陸續邁入高齡化之際，高齡金融剝削(Elder Financial Abuse)議題受到關注，「高齡金融剝削」依據 2006 年《美國老年人法》的定義為「個人（包括照顧者或受託人）的欺詐性或其他非法、未經授權或不當的行為或過程，將老年人的資源用於金錢或個人利益、利潤或收益，或導致剝奪老年人合法獲得或使用利益、資源、財產或資產的權利⁹。」換言之，這種類型的剝削涉及利用高齡者謀取個人的經濟利益。美國消費者金融保護局（Consumer Financial Protection Bureau,CFPB）試圖追蹤損失，其估計範圍很廣，美國高齡者受信任或陌生人之加害，所產生的金融剝削每年在 29 億至 360 億美元之間¹⁰，差異的主要原因在於 (1)加害者通常是認識的人，如：長期往來取得信任的理專、業務員，或是家庭成員等；(2)高齡者在實際損害發生前並不知道它發生了，有些高齡者因為身體或精神機能衰退，導致實質上無法辨識損害發生；(3)高齡者對於自己被欺騙感到懊惱，但礙於面子或怕給家人添麻煩選擇隱忍；(4)高齡者不知道可以告訴誰或透過什麼管道反映，導致實際的高齡剝削實例不易追蹤及證明，難以獲得確切的數據¹¹。

金融消費者本處於弱勢地位，高齡者在邁入老年後普遍存在獲取投資理財資訊管道較為單一、風險辨別防範能力降低、自我權益維護意識薄弱等問題，容易成為遭受金融權益侵害的受害人，而大多數高齡者因為信任而沒留下過程中的證據，更增加其財務損失發生時舉證的困難。

高齡者除了與一般金融消費者一樣在經濟、資訊地位處於弱勢之外，還可能因

9 Elder financial abuse or exploitation is defined in the Older Americans Act of 2006 as: “The fraudulent or otherwise illegal, unauthorized, or improper act or process of an individual, including a caregiver or fiduciary, that uses the resources of an older individual for monetary or personal benefit, profit, or gain, or that results in depriving an older individual of rightful access to, or use of, benefits, resources, belongings, or assets.”

10 Kenneth Douglas(2018) , <Standing with seniors: How banks can combat elder financial exploitation > , BAI (Bank Administration Institute) , <https://www.bai.org/banking-strategies/article-detail/standing-with-seniors-how-banks-can-combat-elder-financial-exploitation/>

11 Marguerita Cheng(2021),<Elder Financial Exploitation: Warning Signs, Prevention and Reporting>,U.S.News , <https://money.usnews.com/money/blogs/the-smarter-mutual-fund-investor/articles/elder-financial-exploitation-warning-signs-prevention-and-reporting>

為身體及心理機能衰退，存在身體弱勢、認知弱勢、心理弱勢和風險識別弱勢等問題，依據 2012 年美國愛荷華大學的科學研究，驗證大腦中控制信念與懷疑的區域-腹內側前額葉皮層(Ventromedial Prefrontal Cortex, vmPFC)會隨著年齡的增長而迅速惡化，大腦的變化使得高齡者變得更加樂觀且容易信任他人¹²。令人憂心的是，信任並不是唯一可能導致高齡者脆弱(vulnerability)的因素，從另一研究顯示，個人金融素養的分數在 60 歲以後會逐年下降，但其對財務決策能力的信心，並沒有隨著年齡的增長而降低¹³，這種組合顯示許多高齡者沒有意識到他們的財務脆弱性，而更容易遭到金融剝削。

銀行一方面是金流的通道，肩負避免高齡者資產遭詐騙或第三人挪用的注意義務，透過臨櫃關懷或偵測非臨櫃大額轉出時與本人確認之機制，降低其損害；另一方面理財專員或高齡者熟識的業務人員，因為獲得高齡者信任，也可能成為高齡金融剝削的加害者，例如：銀行理專透過不當話術或不實廣告，勸誘高齡者以自住房申請屋貸款，再用貸款資金投資顯不符合其風險屬性的金融商品，致損害發生後高齡者甚至失去安身立命之住所；抑或理專將長年期儲蓄險當躉繳銷售，獲取長年期較高的佣金¹⁴，卻導致高齡者購買保單 1~2 年後，無力繳付續期保費而只能辦理解約或保單減額繳清¹⁵；更或短期建議客戶將商品解約、贖回，卻又再買進類似的商品，未以客戶最大利益作為考量，前述理財專員為了快速達成業績目標，損害高齡者金融權益，也屬於高齡剝削態樣；更甚者，極少數理專覬覦高齡者的資產，以便利表單有誤時更正之理由、夾帶方式取得高齡者簽署之申請書或交易表單之模式，或以行外有高息保本投資機會之話術，勸誘高齡者將資產匯入實由理專操控的帳戶等，發生與高齡客戶不當資金往來甚至發生挪用其款項的行為。

依據 2021 年評議中心的整理，涉及金融商品或服務的「高齡金融剝削」十大

12 Erik Asp, Kenneth Manzel, Bryan Koestner, Catherine A. Cole, Natalie L. Denburg, Daniel Tranel.(2012), <A Neuropsychological Test of Belief and Doubt: Damage to Ventromedial Prefrontal Cortex Increases Credulity for Misleading Advertising. Frontiers in Neuroscience>

13 Michael S. Finke, John S. Howe, Sandra J. Huston,< Old Age and the Decline in Financial Literacy>, Management Science Vol. 63, No. 1,2016; <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2293>

14 首年度佣金(FYC)通常是保險業務員/理專就銷售的保單最大額的手續費收入來源。

15 「減額」指保額減少「繳清」指保費繳清，「減額繳清」，係透過保單所累積的保單價值準備金，作為一次繳清保費的方式，購買相同年期但降低保額的保單。

態樣如下：

1. 招攬詐欺：理專以不正當方法，詐取不合理費用、報酬；理專詐欺性銷售有違適合度原則。
2. 不實招攬：金融業者以不實廣告為招攬，未確實說明商品內容及相關風險。
3. 不當話術：保證獲利、誇大不實的投資報酬率，未充分說明商品及揭露契約內容。
4. 廣告不實：提供「虛偽不實」、「引人錯誤」的廣告；宣稱「保本」、「零利率」違反廣告真實性原則。
5. 不當勸誘投資：理專為自己利益，不當勸誘高齡者投資不適合的金融商品。
6. 違反善良管理人注意義務：理專引導高齡者填寫投資屬性填為積極型，導致客戶發生嚴重虧損，違反善良管理人應注意義務。
7. 適合度義務違反：對高齡者不當招攬，推銷不適合的金融商品。
8. 未充分說明：金融業者誤導或未充分說明商品內容，致高齡者信賴理專建議與規劃，購買不適當金融商品。
9. 保險詐害：保險理賠爭議、挪用保費爭議，保險黃牛收取高額費用、訛詐。
10. 近親剝削：家屬、熟人剝削涉及金融商品及服務¹⁶。

有關評議中心的高齡者爭議案件，本論文將於後續章節做進一步的探討，值得關注的是 2025 年台灣就要進入超高齡社會¹⁷，現在若沒有好好處理高齡者財務問題，未來日益沉重的社會財政支出，將增加子女或後代財務負擔，也可能擴大社會不平等。此議題如同金管會黃天牧主委在 2021 年 12 月 16 日「保險產業高齡金融消費者保護國際研討會」開幕致詞中所述：「處理高齡問題不只是關心高齡者，也是關心年輕世代，如同處理氣候變遷，是希望這一代能享受到的、下一代也能享受，這就是永續的目的。」¹⁸因此，在了解高齡金融消費者弱勢地位的基礎上，一方面

16 聯合報系願景工程(2021)，「高齡者 你被金融剝削了嗎？」專題，整理金融評議中心涉及金融商品及服務的高齡金融剝削十大態樣。載於：<https://money.udn.com/SSI/topic/2021/elder-finance-exploitation/index.html#content1-2> (最後瀏覽日:2022/2/5)。

17 國家發展委員會 (2020)，〈中華民國人口推估 (2020 年至 2070 年) 報告〉，臺北：國家發展委員會。載於：[https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估\(2020至2070年\)報告.pdf](https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估(2020至2070年)報告.pdf) (最後瀏覽日：2022/1/31)。

18 中央社(2021)，〈金管會研擬高齡消費者保護措施 拚明年首季完成〉,2021/12/16 (載於：<https://udn.com/news/story/7239/5967591>)(最後瀏覽日:2022/4/5)。

向其提供傾斜性保護，衡平金融服務業及金融消費者間的實質不對等；另一方面也應積極提升高齡者金融知識教育水準，形成高齡者友善的金融環境，為達成此目標，除了透過主管機關的監理手段強化高齡者的金融權利保障外，差異化的金融消費者權益保護措施，成為急迫的現實需要。

第三節 研究範圍

第一項 金融服務業

按金融消費者保護法第三條規定：「所定金融服務業，包括銀行業、證券業、期貨業、保險業、電子票證業及其他經主管機關公告之金融服務業。」本條所涵蓋之產業在業務內容、主管機關、營運模式及目標客戶皆存在實質上的差異，為避免混淆，本研究將聚焦在「銀行業」¹⁹。

第二項 高齡金融消費者

金融法規中有關高齡者的規定散落在各業務辦法中，如：「信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法」第二十一條第三款規定：「對已簽訂信託契約之客戶，得就特定投資標的以當面洽談、電話或電子郵件聯繫、寄發商品說明書之方式進行推介。但不包含年齡為七十歲以上、教育程度為國中畢業以下或有全民健康保險重大傷病證明之非專業投資人。」禁止銀行主動推介特定投資標的給七十歲以上之客戶。2018年7月19日「投資型保險商品銷售應注意事項」增訂第六條第二項，要求保險業向高齡者（七十歲以上之客戶，後於2020年8月28日下修為六十五歲以上）推薦投資型保險商品須將銷售過程以錄音或錄影方式保留紀錄；2022年1月20日金管會預告之「保險商品銷售前程序作業準則」修正條文第六條、第二十二條及第二十四條及「保險業招攬及核保理賠辦法」修正條文第六條、第七條，皆明訂六十五歲以上者屬於高齡客戶，行銷人員及壽險公司核保時必須確認六十五歲以上保戶，有沒有分辨不利自己投保權益的能力，即有無足夠的知識及判斷能力、有無神智不清等，並要作成評估紀錄。依據銀行公會所研擬之

19 金融監督管理委員會組織法第二條第一項第一款「一、銀行業：指銀行機構、信用合作社、票券金融公司、信用卡公司、信託業、郵政機構之郵政儲金匯兌業務與其他銀行服務業之業務及機構。」本國銀行業者共37家(含樂天銀行、連線銀行2家純網銀)。

「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」所適用之高齡客戶，係指現行老人福利法第二條規定之對象，為年滿六十五歲以上之人。

另按金融消費者保護法第四條第一項規定：「本法所稱金融消費者，指接受金融服務業提供金融商品或服務²⁰者。但不包括下列對象：一、專業投資機構。二、符合一定財力或專業能力之自然人或法人。」蓋金融消費者的保護應僅侷限於衡平其交易認知能力和判斷能力的不足，因專業投資人在專業知識、資訊掌握及抵禦風險的能力等方面有較強的實力，所以將專業投資人排除在金融消費者範圍之外²¹。

綜上，本研究稱「高齡金融消費者」範圍係指六十五歲以上不具專業投資人身分之自然人。

第四節 研究方法

本論文採文獻資料法、比較研究法及歸納分析法，先透過相關文獻彙整我國金融消費者保護在法規規定、公平待客原則及弱勢金融消費者差異化保護法規及實務議題，梳理金融評議中心高齡者評議案件發生之根本原因，再比較英日等國對於高齡(弱勢)客戶的保護狀況，參考他國的經驗，提出改善建議。

第五節 研究架構

本論文主要分為五個章節，除第一章就研究動機、問題意識-高齡者金融剝削危機、研究範圍、研究方法與架構予以說明外，第二章先就本國金融消費者保護與公平待客十大原則之內容進行說明，第三章檢視高齡金融消費者發生消費爭議時評議決定書相關爭點，並探討爭議發生根本原因、統計公平合理的援用情形；第四章說明高齡金融消費者的特質、英國 FCA 公平對待脆弱客戶準則及本國銀行業公平對待高齡客戶自律規範內容，最後在第五章歸納結論。

20 金融商品或服務係指「金融商品」或「金融服務」，不可將此之「服務」誤解為係指服務態度或服務品質之「服務」。(參照：財團法人金融消費評議中心，金融消費者保護法理論與實務，元照出版社，2019年5月初版，頁18)。

21 值得注意的是，經濟實力雄厚不等於交易能力強，為避免流弊，本條於2016年增列第三項：「金融服務業對自然人或法人未符合前項所定之條件，而協助其創造符合形式上之外觀條件者，該自然人或法人仍為本法所稱金融消費者。」同時於第三十條之一增列第二項：「金融服務業對自然人或法人未符合第四條第二項所定之條件，而協助其創造符合形式上之外觀條件者，處新臺幣一千元以上五千元以下罰鍰。」以收警示之效，強化對於金融消費者之保護。

第二章 金融消費者保護與公平待客原則

第一節 金融商品或服務之特性

第一項 交易資訊的不對稱性

經濟學領域所稱的資訊不對稱(Information Asymmetry)是指交易的一方擁有另一方所不知道的資訊，形成一方有資訊、一方欠缺的不對稱狀況，而資訊不對稱正是道德風險²²主要誘發因素，基於自利的人性，掌握資訊優勢的一方會利用其優勢地位去獲得更多的利益，甚至會產生欺詐等道德風險的不良後果。

在金融交易中，金融服務業較金融消費者更容易獲取金融市場及產品資訊，也更理解這些資訊的專業金融知識。近年來借助於科技的進步，市場訊息流通更加快速，金融商品的設計日趨複雜化及專業化，更推升掌握資訊一方的優勢地位，銀行產業為金融產業的一部分，金融消費者在銀行選擇理財商品與交易過程，因其資訊及專業知識的缺乏或認知能力的限制，需仰賴理財專員的專業知識，此時若其為了追求業績，隱匿產品風險或未落實了解客戶程序，就有可能損害金融消費者權益。為衡平金融服務業與金融消費者間實質的不對稱，通常會先透過立法或自律規範，對處於弱勢地位的金融消費者做傾斜性的保護，先實現了法律意義上的形式平等，以形式公平維護實質公平，之後依據消費者個別條件差異進行分類，踐行差異化的對待，進一步達成實質公平的目標。

第二項 風險及報酬的不確定性

金融消費者進行投資決策時大多會有預期報酬，實際上，常見的狀況是金融消費者在信任理財專員、取得資訊缺乏或過度自信的情況下，連「高報酬通常伴隨著高風險」的基本思維都忽略。蓋金融商品都具有風險特質，即使是存款都有可能因為利率波動甚或銀行倒閉而導致報酬波動或本金損失，金融服務業不斷創新推出各類型金融商品或服務，市場風險、利率風險、流動性風險、信用風險、匯率風險、

22 「道德風險」的定義是：「它是一種情況，若某個角色和風險絕緣，則它的行為表現則會和它直接的完全暴露在風險中不同。當一個人或機構不必承擔它行為所造成的後續結果，則它的行為就不會謹慎周詳。而讓第三者背負它行為的責任，這時候道德風險遂告出現。」—<經濟的道德風險與附帶性傷害>，天下雜誌 433 期，2011/4/13。(載於：<https://www.cw.com.tw/index.php/article/5000986>),(最後瀏覽日：2022/5/3)。



營運風險等不易衡量，尤其像是結構型商品、連動債之類的結構型商品，其多元性及複雜性就連專業投資人都不容易理解，金融服務業人員更須落實 KYC(know your customers)、KYP(know your products)程序，完成金融消費者的風險屬性分析及需求分析，了解客戶需求、風險承受與金融商品的匹配程度，落實適合度原則銷售，避免衍生不當銷售之金融消費爭議。

第二節 金融消費者保護

公平的理念可分為「形式公平」與「實質公平」兩種。前者是抽象的齊頭式的公平，意即不問對象或事實差異，一視同仁為相同之處置；而後者是指透過合理的差別對待，衡平雙方事實或本質上的差異。為了解決市場主體因交易能力、交易地位等差異，在已有交易規則的情況下產生不公平的結果，從而通過法律賦予交易中弱勢一方某些權利或救濟，而發生傾斜性的保護²³。

蓋金融活動為一般大眾日常所必須，但其中又牽涉許多專業領域，除了金融服務業與金融消費者間的落差外，個別金融消費者間更存在資產、學識、金融知識、認知能力、人生經歷等差異，銀行業者在其理財業務中擁有絕對的資訊及專業優勢，而一般金融消費者成為相對弱勢族群，許多資訊非透過銀行無法取得。因此，面對不具有交易優勢的消費者，各國多以法律改革方式增加其權利、降低其義務的方式給予保護，維持金融市場的穩定²⁴。我國基於公平合理原則、平等互惠原則及誠信原則²⁵，以立法、金融消費者教育宣導等方式實現金融消費者保護，加重金融服務業遵法及公平待客義務，落實金融消費者權益保護。除了立法衡平金融服務業與金融消費者的實質不平等外，更要重視客戶先天條件的差異性，以差異化的對待實現實質公平，俾使每一位消費者都能充分享有金融服務權益，這才是公平待客普惠金融的真諦。

2008 年間雷曼兄弟(Lehman Brothers)事件引發全球金融風暴後，各國日益重視

23 趙鳳(2020),〈我國銀行理財個人投資者差異化法律保護研究〉,中國西北大學碩士學位論文,2020/6,頁 14。

24 法律真正保護的不是弱者，而是公平正義，雖然加強金融監管、注重金融消費者保護已經成為全球金融發展的潮流，但如果對金融消費者進行過度的保護，仍可能產生因怠於行使個人注意義務之道德風險。

25 透過「公平合理原則」妥適安排雙方權利義務的及分配風險責任；透過「平等互惠原則」排除不公平的單方利益條款；透過「誠信原則」給予基於於對他方所形成之正當信賴，應給予保護之原則。

金融消費者之保護，積極重建金融消費者對金融服務業之信心。2011 年底，經濟合作發展組織(Organization for Economic Cooperation and Development, 下稱 OECD) 正式通過「G20 高層次金融消費者保護原則」，公布了一系列保護金融消費者的原則，其中一項重要原則即為「金融服務業於金融商品或服務的整體交易過程，應以公平合理的方式對待金融消費者」。

我國參考英國、香港、新加坡等國家之金融消費者保護模式及國內相關法規，重視金融消費者在整個交易過程的主體性地位，擬具「金融消費者保護法」，促使金融服務業採取更透明的商品銷售方法，降低資訊不對等的情形，衡平資訊不對等的情形，藉由事前落實商品服務適合度分析、風險告知揭露義務等金融消費者保護機制，降低消費者對金融商品的錯誤認知，加上事後建立金融消費紛爭處理機制，協調金融機構與金融消費者間之糾紛，以期達成保護金融消費者權益、增進金融消費者對市場之信心及促進金融市場健全發展之目標²⁶。

金融消費者保護法自 2011 年立法後，歷經 3 次修法²⁷，其中以 2015 年修正幅度最大，內容強化金融業者對消費者之充分告知義務、監理機關行政管制措施等，金管會於同年 11 月 16 日與評議中心共同舉辦「金融服務業公平待客原則研討會暨簽署儀式」說明公平待客原則草案的內容並蒐集與會業者意見後於 12 月 31 日正式頒布「金融服務業公平待客原則」²⁸(下稱公平待客原則)，內容包含九項指標及五項執行層級作為金融服務業保護金融消費者的指導原則，落實保護金融消費者權益。

其中，五項執行層級則為：1、建立重視金融消費者保護之企業文化；2、制定公平待客原則之政策；3 訂定公平待客原則之策略；4、公平待客原則之執行及 5、納入內部控制及稽核制度。為深化保障金融消費者，參考實務理論、國際間金融消

26 金管會新聞稿(2015)，〈金融監督管理委員會與財團法人金融消費評議中心共同舉辦「金融服務業公平待客原則研討會暨簽署儀式」〉，2015/11/16。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201511160002&dtable=News) (最後瀏覽日：2022/5/24)。

27 金融消費者保護法自 2011/12/30 頒布施行後，立法院又分別於 2014/5/20、2015/1/22 及 2016/12/9 完成修正條文三讀。

28 金管會(2015)，〈金融服務業公平待客原則〉，金管法字第 1040055554 號函，2015/12/31。

費者保護之發展趨勢及近年公平待客評核機制檢討事項，金管會於 2022 年 5 月 11 日修正九項指標的內容，包括：新增「友善服務原則」及「落實誠信經營原則」；不單列「複雜性高風險商品原則」，將其原有規定分列於其他原則中。

公平待客原則修正後共計 10 項原則²⁹，分別為：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、酬金與業績衡平原則；7、申訴保障原則；8、業務人員專業性原則；9、友善服務原則；10、落實誠信經營原則。

第三節 公平待客原則

我國金融主管機關金管會期許金融服務業瞭解其最重要的企業價值是「公平對待客戶，珍惜每位客戶的信賴與託付，秉持誠信、關懷客戶的理念，在提供金融消費服務同時，傾聽客戶聲音，瞭解所提供之金融商品或服務是否確實符合客戶需求，涓滴累積成企業的誠信企業文化與價值。」³⁰落實公平待客原則之目的在於提昇金融從業人員對金融消費者保護認知及遵法意識，並公平、合理對待金融消費者及有效處理金融消費爭議事件，落實相關法規之遵循由上而下形塑公平待客之企業文化及價值觀，不論董事會、高階主管或是基層員工皆能自覺遵守和落實公平待客原則，有效降低違法成本並增進金融消費者對於金融服務業的信任與信心，助益金融服務業的永續發展³¹。有關金融服務業公平待客十大原則之內容，分述如下。

第一項 訂約公平誠信原則

訂約公平誠信原則之具體基本內容，首先是金融消費者保護法第六條規定：「本法所定金融服務業對金融消費者之責任，不得預先約定限制或免除。違反前項規定者，該部分約定無效。」鑒於金融服務業與金融消費者之經濟、資訊等地位不對等，為避免金融服務業濫用締約自由原則及其優勢地位，預先約定限制或免除其對金融消費者之責任，有害交易公平，爰參考消費者保護法(下稱消保法)第十條之一、民法第二百四十七條之一規定，定明本法所定金融服務業對金融消費者之責任

29 參照金管法字第 1110192104 號函，2022/5/12。

30 金管會(2021)，〈金管會公布 112 年金融服務業公平待客原則評核內容新聞稿〉，2021/12/30。

31 同註 28。



不得預先約定限制或免除，違反者該部分約定無效。

依據消保法第二條第七款後段所揭示，「定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。」本論文再檢視金融消費者保護法第八條第一項後段「其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。」之規定，此為拘束金融服務業履行契約之義務，「從寬解釋」認定金融消費者保護之需要，肯認該廣告或招攬內容已具體至「要約」而屬「一般交易重要因素」，或所謂客觀上有值得保障之信賴存在³²，因此廣告或招攬內容應亦屬金融消費者保護法中所稱的契約。

金融服務業與金融消費者締結契約應本於公平合理、平等互惠及誠信原則。據消費者保護法施行細則第十四條規定：「定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則：一、當事人間之給付與對待給付顯不相當者。二、消費者應負擔非其所能控制之危險者。三、消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。四、其他顯有不利於消費者之情形者。」消費性定型化契約平等互惠為基本原則，「定型化契約約款使用人固得本於契約自由原則，並為其正當利益，而為利己之約定，惟應同時兼顧相對人之正當利益，尤應注意不得因該利己之約定，致相對人處於法律上毫無救濟之地位³³。」，或「盱衡契約當事人互享之權利及互負之義務之內容，實質上彼此平等，對雙方皆有利益而言。」在當事人彼此對於約定內容有充分的認知下，排除單方利益條款；又，消費者保護法施行細則第十三條規定：「定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。」金融服務業中常見的信用卡、保險等各項與客戶締結的商品或服務的申請書，多屬典型的定型化契約，更應該恪守本項規定，確保該消費契約之公平。

定型化契約之條款，依金融消費者保護法第七條第二項規定：「金融服務業與

32 呂庚宜(2021)，〈不實廣告首部曲，試論不實廣告契約化之界限—最高法院 108 年度台上字第 1201 號判決評釋〉，消費者保護研究第 25 輯，2021/04，頁 82。

33 詹森林，〈定型化契約條款之基本概念及其效力之規範—消費者保護法第十二條之分析〉，法學叢刊第 158 期，1995/04，頁 151。

金融消費者訂立之契約條款顯失公平者，該部分條款無效；契約條款如有疑義時，應為有利於金融消費者之解釋。」本條前段「顯失公平」的認定，雖可參照消費者保護法第十二條第二項規定：「有下列情事之一者，即推定其顯失公平：1、條款違反平等互惠原則者。2、條款與其所排除不予適用的任意規定的立法意旨顯相矛盾者。3、契約的主要權利或義務，因受條款的限制，致契約的目的難以達成者。」惟個案認定上仍無一致標準，主管機關經由公告各商品或服務定型化契約應記載及不得記載事項，應記載事項即使業者未記載仍然會構成契約內容的一部分，業者契約內容違反不得記載事項則該事項為無效，透過條文化定義「公平」，解決此一不確定法律概念，便利業者與金融消費者能有較為明確之依循，避免爭議發生。

後段「契約條款如有疑義時，應為有利於金融消費者之解釋。」例如：金融消費者與銀行訂定每月特定日期自動進行換匯之契約，其中並未約定執行交易失敗之處理方式，某次因不可歸責於消費者的因素導致未執行約定交易，銀行發現問題後，除應重新排程進行換匯，另比較重新執行當日與約定日之匯率差異，倘不利於客戶，應就差額主動補償客戶，以符合有利於消費者解釋原則。另外，就與客戶簽訂的商品條件內容，亦應基於公平誠信原則辦理，例如：銀行業務人員與金融消費者簽訂之貸款利率，有高於該銀行依據個別消費者信用條件批覆之利(費)率，致發生對不利於金融消費者之情事。

第二項 注意與忠實義務原則

按金融消費者保護法第七條第三項規定：「金融服務業提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務；其提供之金融商品或服務具有信託、委託等性質者，並應依所適用之法規規定或契約約定，負忠實義務。」課予金融服務業善良管理人的注意義務與契約忠實義務，俾有效保障金融消費者之權益。

立法背景有鑑於金融服務業對於所提供之金融商品或服務不僅掌控關鍵資源（critical resource）及重要資訊（critical information），且其通常強調其在金融領域之專業地位，對金融消費者提供專業性之金融商品或服務，以創造金融消費者之財富或保全其資產價值，處於弱勢地位之金融消費者則因信賴其專業性而順從其建議。因此，金融服務業應對金融消費者負有受任人義務或受託人義務（fiduciary

duties)，不僅應負有專業之注意義務（duty of care），且應負有忠實義務（duty of loyalty），防範或揭露利益衝突，並避免獲得不正利益³⁴。本條所稱善良管理人注意義務，對高齡金融消費者來說尤其重要，例如：銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則第十條之避免理財專員銷售非所屬銀行核准之金融商品態樣例示說明二³⁵中所提，理財專員之直屬主管或獨立單位定期或不定期拜訪或電訪客戶，執行時，除了與客戶確認有無異常，應再考量高齡者可能因為信賴理專或不知悉相關風險而未吐實情，基於衡平金融服務業與金融消費者間實質不對等的精神，理財專員之直屬主管或獨立單位人員應補充說明倘有銀行禁制事項發生對客戶權益之影響並留存連絡電話以為高齡者發現疑問時能進行諮詢，適當的客戶教育亦可有效避免理專舞弊風險。

第三項 廣告招攬真實原則

按金融消費者保護法第八條第一項前段規定：「金融服務業刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實。」將廣告擬制為金融商品或服務之一部分，本條拘束範圍包含為以營業促銷為目的，所進行的任何形式之廣告宣傳、業務招攬及營業促銷活動³⁶。

所稱廣告、業務招攬及營業促銷活動，係指以促進業務為目的以「任何形式」進行廣告宣傳、業務招攬及營業促銷的活動³⁷，並規定從事廣告、業務招攬及營業促銷活動時，不得有下列各款之情事：一、違反法令、主管機關之規定或自律規範。二、虛偽不實、詐欺、隱匿、或其他足致他人誤信。三、損害金融服務業或他人營業信譽。四、冒用或使用相同或近似於他人之註冊商標、服務標章或名號，致有混淆金融消費者之虞。五、故意截取報章雜誌不實之報導作為廣告內容。六、對於業

34 立法院(2014), <金融消費者保護法條沿革-第七條修正理由二>, 2014/05/20。(載於：<https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?000E669DA0450000000000000000014000000004FFFFFFD^08137103052000^000000000000>)(最後瀏覽日：2022/3/7)。

35 參照銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則 (條文內容詳參本論文附件 3)

36 參照依金融消費者保護法第八條第二項規定訂定之「金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法」第三條規定。

37 參照金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法第三條。

績及績效作誇大之宣傳。七、藉主管機關對金融商品或服務之核准或備查程序，誤導金融消費者認為主管機關已對該金融商品或服務提供保證。八、除依法得逕行辦理之金融商品或服務外，對未經主管機關核准或備查之金融商品或服務，預為宣傳或促銷。九、使用之文字或訊息內容使人誤信能保證本金之安全或保證獲利。十、刻意以不明顯字體標示附註與限制事項³⁸。

金融機構涉及「廣告宣傳及營業促銷活動」之內容，需經過層層遵法合規審核，違誤機率較低，本條規定的關鍵在於「業務招攬」，金融消費者保護法第八條第一項後段規定：「其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。」性質上為金融消費者之「最低限度保障」，業務人員於進行業務招攬時所提供給客戶的契約文件或向客戶所為之商品招攬說明，應落實訂約公平誠信原則，以維護金融消費者之權益。

第四項 商品或服務適合度原則

按金融消費者保護法第九條第一項規定：「金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。」所謂「適合度」，指金融服務業提供金融消費者金融商品或服務時，應有合理基礎相信該交易適合金融消費者，包括考量銷售對象之年齡、知識、經驗、財產狀況、風險承受能力等，金融服務業與金融消費者締約前應落實適合度原則，就產品之特性、申請人之背景、知識、交易經驗、購買意向加以充分掌握，目的在防止金融服務業為自己利益濫行提供金融商品或服務，損害金融消費者權益³⁹，進而實現對不同理財需求、不同風險承受度的金融消費者銷售及推薦相當的商品或服務。

金融服務業應透過執行認識客戶(KYC)程序，瞭解金融消費者審查作業程序，及留存之基本資料，包括金融消費者之身分、財務背景、所得與資金來源、風險偏

38 參照金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法第五條。

39 立法院(2011)，金融消費者保護法條沿革-第九條制定理由二，2011/06/03。(載於：<https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?001852278EE900000000000000003200000000700FFFFD00^08137100060300^000000000000>)(最後瀏覽日：2021/10/31)。

好、過往投資經驗及簽訂契約目的與需求等⁴⁰，嗣取得合理性之依據後，再評估金融消費者資金操作狀況及專業能力、投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度、金融消費者服務之合適性之投資能力，確認所提供給金融消費者的商品或服務符合其需求及風險承受度。

金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法第四條訂有明文：「銀行業及證券期貨業提供投資型金融商品或服務，於訂立契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，其內容至少應包括下列事項：一、接受金融消費者原則：應訂定金融消費者往來之條件。二、瞭解金融消費者審查原則：應訂定瞭解金融消費者審查作業程序，及留存之基本資料，包括金融消費者之身分、財務背景、所得與資金來源、風險偏好、過往投資經驗及簽訂契約目的與需求等。該資料之內容及分析結果，應經金融消費者以簽名、蓋用原留印鑑或其他雙方同意之方式確認；修正時，亦同。三、評估金融消費者投資能力：除參考前款資料外，並應綜合考量下列資料，以評估金融消費者之投資能力：（一）金融消費者資金操作狀況及專業能力。（二）金融消費者之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。（三）金融消費者服務之合適性，合適之投資建議範圍。」且此「積極確實之適合度調查義務」應非得透過與金融消費者以契約或相關文件形式免除之。

另考量複雜性高風險商品多涉及專業複雜之金融或財務工程，即使是專業投資人恐亦不易瞭解，為使金融服務業對於該類商品之銷售慎重處理，提升金融服務業內部經營決策層級之重視與責任，以保護金融消費者，爰於第十一條之二第一項規定金融服務業銷售複雜性高風險商品，應報經董（理）事會或常務董（理）事會通過。並於 2015 年金融消費者保護法第十條增訂第四項明定「金融服務業提供之金融商品屬第十一條之二第二項所定之複雜性高風險商品者，前項之說明及揭露，除以非臨櫃之自動化通路交易或金融消費者不予同意之情形外，應錄音或錄影。」避免投資爭議、強化金融消費者保護；就招攬對象於「銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法」第二十九條之一第二款明定，銀行不得以當面洽談、電話或電子郵件聯繫、寄發商品說明書等方式對以下族群進行商品推介，包含：

40 參照金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法第四條第二款。

最近一年內辦理衍生性金融商品交易筆數低於五筆、年齡為七十歲以上、教育程度為國中畢業以下或有全民健康保險重大傷病證明之客戶。

專業客戶(專業投資人)的條件，依據銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法，包括(一)、3,000萬元以上的財力證明或單筆投資逾新台幣300萬元的等值外幣，且在該銷售機構的存款及投資(含該筆投資)往來總資產逾1,500萬元，並提供總資產超過3,000萬元以上的財力證明書。(二)、投資人具備充分的金融商品專業知識、交易經驗。(三)、投資人充分了解受託或銷售機構受專業投資人委託投資得免除的責任後，同意簽署為專業投資人。復於金融消費者保護法第四條第三項規定：「金融服務業對自然人或法人未符合前項所定之條件，而協助其創造符合形式上之外觀條件者，該自然人或法人仍為本法所稱金融消費者。」並於同法第三十之一條第二項增訂「金融服務業對自然人或法人未符合第四條第二項所定之條件，而協助其創造符合形式上之外觀條件者，處新臺幣一千萬元以上五千萬元以下罰鍰。」，銀行有許多複雜性高風險商品限定只能對「專業投資人」銷售，高齡者如果有自有房子，加上有長期投資經驗，並不難申請成為專業投資人，比較令人擔心的是專業投資人並不在金融消費者保護法保障範圍內，一旦發生爭議金融評議中心也無法受理，而影響高齡者的申訴權益保障。

第五項 告知與揭露原則

按金融消費者保護法第十條第一項規定：「金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。」復於第三項前段規定：「第一項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解之文字或其他方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容。」就前開條文規定所指「說明及揭露」之形式實務上似肯認以書面或口頭之方式履行其說明風險揭露義務均無不可，其後考量金融服務業說明及揭露之方式，攸關其是否履行義務及後續損害賠償責任之認定，且不同金融消費者對於各項金融商品或服務之充分瞭解程度也存在差異，爰修正原條文第三項，金融服務業對金融



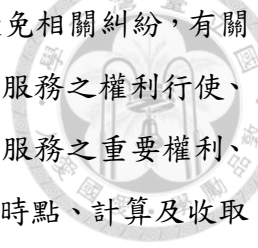
消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解之文字或其他方式為之⁴¹，本項授權所定之內容，僅係金融服務業應向金融消費者說明之重要內容，旨在要求金融服務業說明擬簽訂契約之重要權利義務關係及揭露相關風險，與消保法有關定型化契約之規定有別⁴²。

金融服務業提供金融商品或服務前說明契約重要內容及揭露風險辦法第三條規定：「金融服務業說明金融商品或服務契約之重要內容及揭露風險，應遵守下列基本原則：一、應本於誠實信用原則，並以金融消費者能充分瞭解之文字或其他方式為之。二、任何說明或揭露之資訊或資料均須正確，所有陳述或圖表均應公平表達，並不得有虛偽不實、詐欺、隱匿、或足致他人誤信之情事，上述資訊或資料應註記日期。三、銷售文件之用語應以中文表達，並力求淺顯易懂，必要時得附註原文。四、所有銷售文件必須編印頁碼或適當方式，俾供金融消費者確認是否已接收完整訊息。」投資型保險投資管理辦法第三條規定：「保險人銷售投資型保險商品時，應充分揭露相關資訊；於訂約時，應以重要事項告知書向要保人說明下列事項，並經其簽章：一、各項費用。二、投資標的及其可能風險。三、相關警語。四、其他經主管機關規定之事項。前項資訊揭露及銷售應遵循事項，由主管機關另定之。」又於投資型保險資訊揭露應遵循事項第四點、第九點、第十點、第十六點、第十九點則分別載明保險商品說明書應揭露事項、保險商品投資風險、保險商品費用揭露、保險商品簡介應揭露事項及要保書應揭露事項。

告知與揭露原則的功能，在於消弭金融服務業與金融消費者間資訊上的實質不對等，依據業務類別需要，主管機關及公會也另規定業務法令及自律規範，例如：投資型保險資訊揭露應遵循事項、保險業招攬及核保理賠辦法、保險業招攬廣告自律規範等，規定金融服務業進行業務招攬時應遵循的項目。規範之目的，係課予金融機構於提供金融商品或服務之契約前，應即時並充分說明及揭露可能涉及之風

41 立法院(2014), <金融消費者保護法條沿革-第十條異動條文及理由>, 2015/01/22。(載於：<https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?0017765864F800000000000000001400000000400FFFFFD00^08137104012200^000000000000>)(最後瀏覽日：2022/5/3)

42 立法院(2014), <金融消費者保護法-法條沿革>(載於：<https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?0017765864F800000000000000003200000000700FFFFFD00^08137104012200^000000000000>)(最後瀏覽日：2022/5/3)

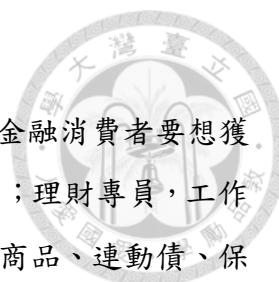


險等相關資訊且交付契約相關文件，以確保金融消費者權益並避免相關糾紛，有關告知揭露之重要內容，包含如下：一、金融消費者對該金融商品或服務之權利行使、變更、解除及終止之方式及限制；二、金融服務業對該金融商品或服務之重要權利、義務及責任；三、金融消費者應負擔之費用及違約金，包括收取時點、計算及收取方式；四、金融商品或服務有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保障機制之保障；五、因金融服務業所提供之金融商品或服務所生紛爭之處理及申訴之管道；六、其他法令就各該金融商品或服務所定應定期或不定期報告之事項及其他應說明之事項，亦於金融服務業提供金融商品或服務前說明契約重要內容及揭露風險辦法第五條訂有明文。

常見的高齡金融消費者爭議常與此原則有關，例如：招攬保險時以保本為訴求使高齡者誤解是存款型商品，或銷售投資型商品以保證配息作訴求，但客戶不知有投資虧損風險、不清楚費用率等。金融機構雖然有透過KYC(Know Your Customer)、KYP (Know Your Product) 程序，在客戶購買商品前以填寫問卷加錄音的方式，控管不當銷售之行為，但因制式銷售溝通方式，未針對高齡者認知能力及需求加強評估設計，難免還是發生銷售端與高齡金融消費者認知產生落差，進而衍生爭議的情況。

按金融消費者保護法第十一條規定：「金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。」金融服務業從事保險招攬投資型商品時，應考量客戶的適合度，業務員於招攬時並應詳實瞭解客戶之財務狀況，詳細評估金融消費者是否適合購買，於訂立契約前金融服務業應充分瞭解金融消費者與商品或服務之適合度，並充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，如有違反，而導致金融消費者受有損害，推定金融服務業有過失，應負損害賠償責任⁴³。

43 金融消費者保護法第十一條後段可為違反同法第九條、第十條致生損害之爭議案件損害賠償之請求權基礎。



第六項 酬金與業績衡平原則

我國金融創新發展使金融產品及服務日趨複雜化、專業化，金融消費者要想獲得相關的資訊，最直接便捷的方式便是透過金融機構的理財專員；理財專員，工作主要內容是為銀行客戶提供理財服務，舉凡基金、ETF、結構型商品、連動債、保險、債券、外幣等都在服務範圍。近年由於市場利率持續走低，放款業務又不容易擴展，再加上 LCR(流動性覆蓋比率)、IFRS(國際財務報導準則)等新制上路，無損於資本適足率又能開發手續費的財富管理業務重要性更是有增無減，金融機構在利差業務難做及資本適足率雙重考量之下，選擇努力朝向不斷提升手續費收入，惟也可能同時造成過高的業績目標壓力，驅使理財專員利用自身的資訊優勢把風險轉嫁給金融消費者，例如：銷售利變型保單時沒有告知客戶宣告利率並不代表保證利率，或銷售保險或結構型商品時未說明中途解約不保本、原幣保本客戶要負擔匯率損失等風險等。

為避免金融服務業從業人員為爭取業績而不當銷售金融商品或服務，損害金融消費者權益，於金融消費者保護法第十一條之一規定「金融服務業應訂定業務人員之酬金制度，並提報董（理）事會通過。前項酬金制度應衡平考量客戶權益、金融商品或服務對金融服務業及客戶可能產生之各項風險，不得僅考量金融商品或服務之業績目標達成情形。前項金融服務業業務人員酬金制度應遵行之原則，由所屬同業公會擬訂，報請主管機關核定⁴⁴。」銀行公會據此訂定「銀行業務人員酬金制度應遵行原則」、「信託業薪酬制度之訂定及考核原則」、「保險代理人公司業務人員酬金制度應遵行原則」等原則做為銀行業獎酬制定之參考。

依據金管會於 2020 年 1 月 22 日公告更新之金融機構執行公平待客原則應注意加強事項，就酬金業績衡平原則之事項⁴⁵包含綜合考量財務及非財務指標、不針

44 依金融消費者保護法第十一條之一第三項，同業公會另於 2015/5/26 發布「銀行業務人員酬金制度應遵行原則」、2016/3/15 發布「保險代理人公司業務人員酬金制度應遵行原則」、2017/6/5 發布「信託業薪酬制度之訂定及考核原則」。

45 金融機構執行公平待客原則應注意加強事項「酬金業績衡平原則」項目：(一)、對金融商品銷售人員的績效衡量，應綜合考量財務指標及非財務指標，將稽核缺失、客戶紛爭、KYC 等非財務指標納入考量；(二)、商品銷售獎勵核給，應注意勿僅以業務人員業績目標達成為計算基礎；(三)、不應對特定金融商品給予較高獎酬、直接與商品業績配額或最低業績門檻連結，以維銷售專業性及中立性；(四)、對業務員獎金發放應建立妥適的分批遞延發放方式等。

對特定金融商品給予較高獎酬、遞延獎金發放的機制，蓋因獎酬機制直接驅動理財專員銷售行為，因此機制的設計亦將快速地發展成銀行的銷售文化。近年來，各銀行在計算基準上逐步優化，其中不乏保護高齡金融消費者的措施，例如計算理財專員的業績時，排除新申購商品之資金來源為貸款或解約、新申購標的不適合高齡者或超逾高齡者風險承受度者。

第七項 申訴保障原則

申訴保障原則為金融消費者的事後救濟程序，為加強金融服務業對消費爭議處理之重視，提升消費爭議處理之效率與品質，保護金融消費者權益，各金融服務業應建立消費爭議處理制度(包含標準處理流程)，提報董事會通過，並落實執行。消費爭議處理制度內容至少應包括消費爭議之範圍、組織架構受理方式、處理流程、處理時效、進度查詢、追蹤稽核、教育訓練與定期檢討等⁴⁶。

按金融消費者保護法第十三條第二項規定：「金融消費者就金融消費爭議事件應先向金融服務業提出申訴，金融服務業應於收受申訴之日起三十日內為適當之處理，並將處理結果回覆提出申訴之金融消費者；金融消費者不接受處理結果者或金融服務業逾上述期限不為處理者，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向爭議處理機構申請評議；金融消費者向爭議處理機構提出申訴者，爭議處理機構之金融消費者服務部門應將該申訴移交金融服務業處理。」因多數金融消費爭議的發生可能來自於誤解或者人員處理不當，金融服務業應於時效內先釐清爭議並妥適處理客戶申訴，當金融消費者不接受處理結果者或金融服務業逾上述期限不為處理，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向評議中心申請評議。評議中心於受理評議案件後得試行調處；當事人任一方不同意調處或經調處不成立者，爭議處理機構應續行評議。自評議申請之日⁴⁷起3個月內

46 參照金管會 2015 年 5 月 25 日金管法字第 1040054727 號函，〈為加強金融服務業對消費爭議處理之重視，提升消費爭議處理之效率與品質，保護金融消費者權益，各金融服務業應建立消費爭議處理制度(含處理流程 SOP)，提報董事會通過，並落實執行〉。

47 有關受理評議申請之日，其起算如下：一、無補正情形者，自爭議處理機構收受評議申請之次日起算。二、申請人補正或提出補充理由書者，自爭議處理機構最後收受補正或補充理由書之次日起算；申請人未依通知補正者，自補正期間屆滿之次日起算。三、申請人於延長評議期間提出補充理由書者，自爭議處理機構收受補充理由書之次日起算。但不得逾二個月(參考網頁：<https://www.foi.org.tw/Article.aspx?Lang=1&Arti=358>)(最後瀏覽日：2022/1/2)。

作成評議決定(最長可展延至 5 個月)，助益金融消費爭議之處理時效。

高齡金融消費者除了維護其權益的意識較低落外，因其身體機能的衰退，遇到損害自身權益的狀況，也多半選擇隱忍，因此金融服務業除了持續完善友善的金融消費申訴管道外，高齡者透過電話或到銀行各營業單位申訴聲音都應該被充分的紀錄，並妥適的進行處理；評議中心亦可發揮第三方公正單位的作用，建立健全的調解、仲裁機制，為高齡者提供諮詢及法律指導，形成銀行外的獨立爭議受理及諮詢機構，並將評議決定書之態樣類型化，透過研討會與同業分享形成案件處理共識，相關評議案件內容將於後續章節作較深入的研究。

第八項 業務人員專業性原則

本原則主要就提供金融消費者商品或服務之人員，應具備之資格條件，例如：保險業務人員管理規則第三條第一項規定：「業務員非依本規則辦理登錄，領得登錄證，不得為其所屬公司招攬保險。」；又如銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法第十九條第四項規定：「銀行辦理衍生性金融商品業務之交易、交割、推介、風險管理之經辦及相關管理人員，每年應參加國內金融訓練機構所舉辦或銀行自行舉辦之衍生性金融商品教育訓練課程時數達十二小時以上；其中參加國內金融訓練機構所舉辦之衍生性金融商品教育訓練課程，不得低於應達訓練時數之二分之一。」規定業務人員執行業務時應符合之證照登錄及定期回訓相關資格條件。

第九項 友善服務原則

本國參照「G20 高層次金融消費者保護原則」第三點後段「公平對待消費者應係金融服務業公司治理及企業文化之核心價值，尤其應特別注意財務弱化族群之需要。」、「支持實施其餘 G20/OECD 金融消費者保護高級別原則的有效方法」第 176 點，舉例說明財務弱化族群之辨識，及英國 FCA 2019 年 7 月 23 日「金融業者公平對待財務弱化客戶指導原則之諮詢文件」對於財務弱化客戶之說明，確保金融機構對每一客戶提供相同的服務，並根據客戶本身的特點提供適當的照顧、落

實普惠金融。⁴⁸

金管會參考身心障礙團體建議，督導銀行業提供無障礙金融服務，營業場所設施及環境亦應符合相關無障礙標準，由銀行公會訂定「銀行業金融友善服務準則」及「金融友善服務作業問答集」，範圍包括環境、客戶溝通、服務、商品、資訊、檢核與統計及公告等無障礙措施，以及對於不同障別提供各項金融服務之程序；針對高齡者訂定「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」⁴⁹，便利銀行業推動金融友善服務，於整體交易過程體現「公平待客原則」。

為利銀行業建立重視友善金融之文化，金管會業於 2022 年 5 月 12 日函請各銀行配合辦理下列事項：(一)、董事會應對金融友善予以重視並採取具體作為：例如：董事會應重視針對友善服務所推動之政策、策略、內部遵循規章、行為守則，以及落實執行情形，以利形塑由上而下推動金融友善之良好文化。(二)、銀行應建立內部督導機制落實執行：銀行依公平待客原則所建立之內部督導機制落實執行金融友善工作項目，並由適當部門或人員統籌辦理各單位金融友善之執行情形，以增進銀行相關措施研議推動之效率⁵⁰。(三)、銀行業應強化高階人員金融友善教育訓練：銀行業之董事、負責人及高階經理人應接受金融友善、身心障礙者權利公約(CRPD)等相關身心障礙者權益保障相關教育之訓練課程⁵¹，以增進對身心障礙者之認識⁵²。

第十項 落實誠信經營原則

金管會參照 OECD 有關公平待客原則之揭示「公平對待消費者應是所有金融

48 參照 2022 年 5 月 12 日金管法字第 1110192104 號函附件<「金融服務業公平待客原則」修正對照表>之修正理由。(載於：<https://law.fsc.gov.tw/LawContentSource.aspx?id=GL001766#lawmenu>)(最後瀏覽日：2022/8/4)

49 「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」2022 年 3 月 23 日經金管會同意備查，銀行應於 9 月底以前完成相關內部作業準備(條文內容詳參本論文附件 2)

50 參照金管會 2022 年 5 月 12 日金管銀國字第 1110271146 號函 <持續精進金融機構金融友善服務具體措施>。

51 參照金管會 2022 年 1 月 10 日金管銀國字第 11002745373 號函 <銀行受理身心障礙人士開戶申請之注意事項>。

52 金管會新聞稿(2022)，<金管會推動銀行業金融友善服務之辦理情形>(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202205260003&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap_root,o=fsc,c=tw&dttable=News)(最後瀏覽日：2022/5/30)。

服務業公司治理和企業文化的一部分。」及英國 FCA 高階經理人及認證制度，於 2022 年新增「落實誠信經營原則」，銀行業除依循既有法規及自律規範(例如：銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則第四條、保險代理人執業道德規範暨自律公約第三條第二款等)外，可採行的措施包含：

- (1)落實高階經理人問責制度：金融機構於申請相關業務時，應建立責任地圖，劃分辦理業務所涉各項責任範疇之預定負責人，將問責制度納入內部企業文化，要求高階經理人對其自身行為負責，並採取合理措施管理其職權範圍內所屬人員之行為，由問責制度貫徹消費者保護之執行責任。
- (2)從上而下推動誠信經營文化：依該企業業務特性主動規劃及推行相關措施，如：員工行為守則、防止利益衝突措施、提供適當檢舉管道、辦理相關教育訓練、建立完善風險管理措施、建立不誠信行為風險之評估機制、防範不誠信行為方案內明定作業程序、違規懲戒及申訴制度，落實執行並定期檢討修。
- (3)落實誠信經營：建立有效的會計制度、內部控制制度，並由內部稽核單位依不誠信行為風險之評估結果，擬訂相關稽核計畫，並據以查核防範不誠信行為方案之遵循情形，或委託會計師執行查核。⁵³

第四節 公平待客原則之落實

有關公平待客原則之落實，2022 年主管機關為強化自 2015 年以來既有公平待客原則之執行，進行調整的內容包括：

- (1).重視金融消費者保護之企業文化：新增將公平待客原則之企業文化納入整個工作團隊(包含：高階管理階層、面對客戶之第一線業務人員及相關後勤人員)，所有人確實了解其角色與公平待客的關係及影響，並確保第一線之業務人員具備公平對待客戶之技巧與能力；
- (2).訂定「公平待客原則」之策略：新增金融服務業應採行適當程序，評估商品或服務是否符合客戶需求，例如：審視客戶申訴資料、允許員工回饋改進對待客戶流程、審查公平對待客戶之流程和政策之有效性；

53 同註 48。

(3).「公平待客原則」之執行：新增要求金融服務業指定副總經理以上主管及專責部門負責規劃及推行，專責部門監督各部門「公平待客原則」之執行，找出各部門可能違反「公平待客原則」之環節，提出具體解決方案，並於副總經理以上主管督導會議提出檢討與因應，定期向董(理)事會報告。並於發生客訴時新增檢視是否提供彈性及適當的客戶服務，建立良好客戶服務系統及流程，滾動檢討「公平待客原則」相關規章。⁵⁴

54 參照 2022 年 5 月 12 日金管法字第 1110192104 號函〈修正「金融服務業公平待客原則」〉。(內容詳參本論文附件 1)。



第三章 高齡金融消費者評議現況

第一節 金融消費者評議機制之沿革

我國過去就金融服務業提供金融商品或服務，所設之規範多屬於自律規範、行政指導或法規命令，以管理金融服務業為主要施力點，未於法律位階明定。導致金融消費者於自身權益受損時，僅能從傳統民法、信託法等法律尋求請求權基礎，難以架構較為統一的紛爭解決基準。2011年6月我國立法院三讀通過「金融消費者保護法」，附帶決議行政院金管會應於同年12月31日前捐助成立專責之金融消費爭議處理機構，該法所設置之獨立專業金融消費爭議處理機構，即為「財團法人金融消費評議中心」（下稱評議中心），為金融消費者提供便利、迅速之救濟途徑。

一般民眾私權糾紛的處理方式，除了向法院提起訴訟，以法院作成判決的方式解決以外，還可以透過調解、調處或仲裁等訴訟以外的方式來解決，統稱「訴訟外紛爭解決機制」⁵⁵，它比起司法訴訟可能更具彈性、創造力或更符合當事人之需求，而金融消費者評議機制，即屬於訴訟外紛爭解決機制的其中一種類型，旨在協助雙方進行良性溝通，希望促成雙方能自願性地達成合意。評議中心於法律上之地位為處理金融消費爭議之「訴訟外紛爭解決機構」，其所作成之評議決定書與法院判決不同，除依金融消費者保護法第二十九條第二項規定，金融服務業於事前以書面同意方式表明願意適用金融消費者保護法之爭議處理程序者，評議委員會所作成之評議決定書，在一定額度以下者，對該金融業者有直接拘束力外，而無論評議決定金額在一定額度以上或以下金融消費者均得選擇接受或拒絕，整體而言，評議中心前端紛爭解決及調處機制對於解決金融消費爭議貢獻斐淺。

第一節 公平合理原則

金融消費者保護法第二十條第一項規定：「爭議處理機構受理申請評議後，應斟酌事件之事實證據，依公平合理原則，超然獨立進行評議。」條文中所指公平合理原則，為法律明訂評議處理之適用準則，使評議委員會得審酌雙方當事人所提出

55 司法院民事廳(2019)，〈訴訟外紛爭解決機制 ADR 簡介〉，發布日期：2019/10/17。(載於：<https://www.judicial.gov.tw/tw/cp-1497-57069-fceff-1.html>)(最後瀏覽日：2022/3/1)。

之陳述及證據資料，彈性考量適用規則、認定事實後，作出最適當之評議決定。

「公平合理原則」目的乃在矯正契約上之不公平。契約之私法自治理論將締結合約視為平等雙方之經磋商而達成之協議，但這可能忽略了締約磋商過程被雙方條件之差距所扭曲的可能性⁵⁶，在資力或其他條件處於劣勢之一方，往往會同意契約中使其處於不利地位的條款，適用於法令硬性規定外，依矯正正義與分配正義原則，衡諸當事人權益失衡之情形後，由法院形成爭端解決之判斷，其目的即在避免權利受損害者因法律之限制而無法獲得損失之填補，由此肇生無法回復之損害⁵⁷。英國於 2000 年金融服務暨市場監理法(Financial Service and Market Act 2000, FSMA 2000)第 228 條(2)規定亦納入了公平合理原則之意旨：「於案件所面臨之任何情況下，評議人皆應公平且合理地作成評議決定」，使評議人在考量個案的所有背景事實下，而為符合公平合理之評議⁵⁸。

金融消費者保護法第二十條第一項立法理由⁵⁹，依英國 FSMA 第二百二十八條，FOS 之公評人應斟酌事件一切情狀後作成公平合理 (fair and reasonable in all the circumstances of the case) 之決定。FOS 之章程亦有同樣約款 (Article 23 (b) of the Articles of Association of FOS) 以非訴訟之途徑迅速解決金融消費者與金融服務業間之個別金融爭議，因實務上金融消費爭議之態樣複雜多樣，並非現行法令或司法判解所能涵括處理，且金融消費者在專業、資訊及財力面均難與金融服務業處於平等地位。故賦予爭議處理機構得依公平合理原則，在斟酌事件一切事實證據後作成判斷，以補充法令及司法判解之不足，並緩和金融消費者所負之舉證責任，較切實際且較能保護金融消費者。

評議中心常有援用公平合理原則之情形，判斷理由依據消費者個人年齡、教育程度、投資經驗等條件，通常於金融服務業有違反相關規範(如：未落實商品或服

56 陳俊元、朱勗華、廖晨旭、賴彥傑(2021)，〈金融消費者保護法中公平合理原則之法律實證研究〉，東吳法律學報第 32 卷第 4 期，頁 86。

57 張冠群；汪信君(2015)，〈金融消費者保護法第二十條「公平合理原則」於保險爭議案件之適用〉，全國律師第 19 卷第 8 期，2015/8，頁 18。

58 同註 56，頁 87。

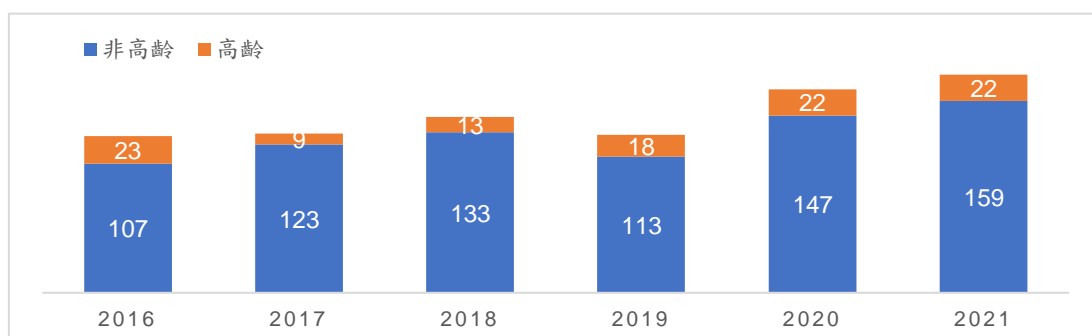
59 立法院金融消費者保護法異動條文及理由。(載於：<https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?00086A296D05000000000000000000000014000000004FFFFFFD^08137100060300^000000000000>) (最後瀏覽日：2022/5/3)

務適合度原則)之狀況，而申請人尚難證明所受損害或其損害與相對人所受利益或責任原因事實具因果關係時，例如：評議中心 110 年評字第 000089 號決定書之判斷理由「申請人於單日投入大量保費(兩張保單)，改以每月領取來自投資風險、最大損失可能為投資本金全部之標的之不穩定配息，亦難認此為對退休生活有利之規劃，而與一般人之「退休規劃」目的相合，相對人就系爭保單是否確實符合申請人之需求，其累加後的商品適合度是否已充分評估，並非無疑。……衡酌本件相關情節，申請人於同一日投保二張投資型保單，投入金額達美金 477,960 元，然就系爭保單是否充分說明其重要內容、是否符合申請人之需求，累加適合度是否妥適乙節，難認相對人已舉證說明其已盡其善良管理人注意義務，從而，依金融消費者保護法第 20 條第 1 項所揭示之公平合理原則，認相對人應補償申請人新臺幣○○元為適當。」

第二節 高齡者評議案件爭議之類型化觀察

第一項 金融消費者評議中心統計資訊

本論文檢視近 6 年評議中心受理民眾申訴銀行爭議件數，2016 年 396 件、2017 年 321 件、2018 年 638 件，到了 2019 年暴增至 1,512 件，2020 年飆升至 2,049 件，2021 年略降為 1,527 件；評議案件則從 2016 年的 130 件，接者 2017 年 132 件、2018 年 146 件、2019 年 131 件，2020 年及 2021 年分別為 169 件、181 件，近三年評議案件中高齡客戶的人數占比約在 12%~14% 左右（圖表 3-1）。



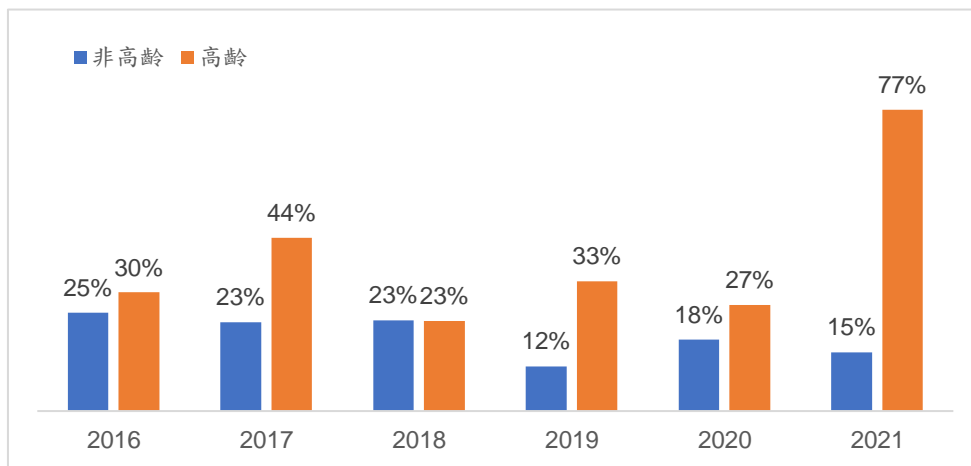
圖表 3-1 2016~2021 年評議決定書案件數分布

資料來源：金融消費者評議中心評議決定書查詢系統(最後瀏覽日：2022/4/10)

案件之爭議類型多半涉及不當銷售，這當中也包括挪用客戶資產或理財專員與客戶異常資金往來。依金融消費者保護法第十三條第二款規定，爭議案件進入評

議前，需先向金融服務業提出申訴，經金融服務業為適當處理仍不為金融消費者所接受，始得於時效內申請進入評議先行政程序；其後，於金融消費者申請評議後，評議中心得試行調處；當事人任一方不同意調處或經調處不成立者，再續行評議。

申請人與相對人通常在申訴、調處兩個階段幾乎都能達成和解共識，且 2018 年啟動的「公平待客評核」機制中，「金融消費爭議情形」項目，依客戶評議決定書有理由的程度進行扣分，也直接驅動金融服務業在評議前更積極處理客戶爭議。在落實公平待客前提下，銀行於前置申訴處理、調處階段將更加積極與客戶達成和解共識，銀行內部檢視後確認客戶確實無理由的案件才有可能進到委員評議階段。本論文將高齡者與一般客戶分離觀察，發現 2021 年高齡申請人評議結果申請人有理由/部分有理由的比例有大幅飆升的狀況(圖表 3-2)。



圖表 3-2 2016 年~2021 年評議案件申請人有理由/部分有理由件數占比

資料來源：金融消費者評議中心評議決定書查詢系統(最後瀏覽日：2022/4/10)

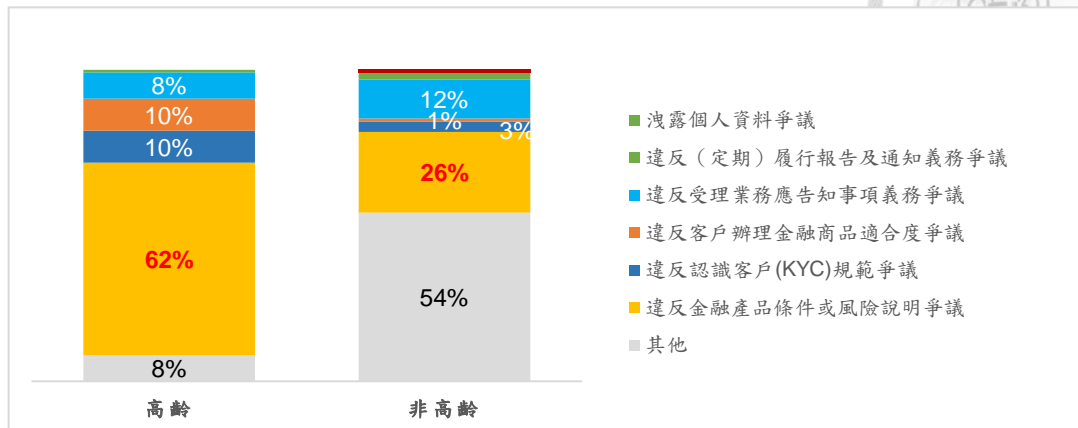
第二項 高齡者評議案件爭議類型

自 2016 年至 2021 年評議中心銀行業的評議件數計 1,811 件，作成評議決定書者共計 889 份⁶⁰，其中 65 歲以上高齡客戶 107 份，約佔 12%⁶¹，進一步統計高齡客戶評議案件類型(圖表 3-3)可知，前四大類型都與公平待客原則密切相關，說明如

60 評議先行之申訴處理階段不以透過評議中心申訴為必要，意即金融機構僅需確認客戶就爭議內容曾經透過管道向其提出申訴並經處理即可。

61 本論文高齡案件判斷邏輯：於評議決定書中有提到申請人為高齡或經檢視申請人年齡超過 65 歲者。

下：



圖表 3-3 2016 年~2021 年評議案件類型占比⁶²

資料來源:金融消費者評議中心評議決定書查詢系統(最後瀏覽日:2022/4/10)

第一款 違反「金融產品條件或風險說明」爭議

此與公平待客原則中「告知與揭露原則」相關，高齡者此類評議案件占比高達62%，遠遠高於非高齡者的26%；高齡者或因生理或心理條件限制選擇完全信任理財專員之規劃，或因資訊取得管道狹窄致幾乎全數仰賴理財專員的說明，當理財專員未充分向高齡者說明規劃項目相關風險，則當損失出現時就可能引發爭議，高齡者的公平待客項目中，除了一開始規劃適合高齡者的商品或服務之外，強化商品條件與風險的充分告知揭露是關鍵重點。

相關爭議發生原因，有因業務員自身亦不知悉風險，自然也就無法告知客戶，如：評議中心107年評字第001804號決定書，「經查，乙員係相對人B○之營業員，且為系爭保單之招攬人員，伊自承於招攬當時，實不知系爭保單之重要風險，雖保單風險與條件皆載明於前揭文件當中，且申請人亦已簽名表示知悉，已如前述，惟依前揭譯文內容⁶³可知乙員確有未盡告知義務之情事實難謂相對人B○於招攬系

62 其他類包含：違反(定期)履行報告及通知義務爭議。

63 申請人(80歲，小學)之代理人謂：「所以你是不知道的情況下銷售？」乙員謂：「我們當初在賣的時候，因為當初這些產品，它期一開始出來的時候，我們都是著重說，欸他可能投資事項都有一些風險，那保單就有保障的部分，都是著重在這個部分。可是它沒有告訴我們說萬一，因為我們現在就是報酬率不好的時候才有反應就是，報酬率不好的時候會有失效的可能。」申請人之代理人謂：「所以.....？」乙員謂：「所以五六年前在他出來的時候，它並沒有跟我們講.....。」



爭保單毫無疏失。」

或者因業務員於招攬時未落實告知揭露原則，例如：評議中心 107 年評字第 001844 號決定書之案件，申請人(80 歲)把一生的積蓄投入投資型保險，只被告知可每月定時領取比銀行定存優厚的利息，但未告知利息其實是來自要保人本身所繳交的本金扣除而給，更甚者本案申請人因簽署密戶申請書致未收對帳單，無從得知保單損益狀況。

第二款 違反「客戶辦理金融商品適合度」、「認識客戶(KYC)規範」爭議

這兩項爭議與公平待客原則中的「商品或服務適合度原則」相關，占高齡者評議案件 20%，遠高於非高齡者占比 4%。

蓋金融商品都經過層層審議才能上架銷售，此項錯誤發生通常是因為理財專員未落實踐行認識客戶(Know Your Customer, KYC)程序或誤用資訊優勢，把對的商品行銷給不對的客戶，致損害客戶權益衍生爭議。

有商品與客戶條件不匹配之態樣，例如：110 年評字第 000089 號決定書，判斷理由(五)、4.，申請人(65 歲)於「瞭解要保人及被保險人之需求及適合度分析評估暨業務員報告書」之投保目的勾選「保障」及「退休規劃」，然系爭保單皆為躉繳，申請人投入 6 位數之美金保費，其雖有投入保費之財務能力，然單日投入大量保費，改以每月領取來自自有投資風險、最大損失可能為投資本金全部之標的之不穩定配息，亦難認此為對退休生活有利之規劃，而與一般人之「退休規劃」目的相合，申請人於同一日投保二張投資型保單，相對人就系爭保單是否確實符合申請人之需求，其累加後的商品適合度是否已充分評估，並非無疑。

又如，勸誘客戶解約舊保單申購類似的新保單態樣，評議中心 110 年評字第 000394 號決定書，案例申請人(79 歲)申購之新舊保單保單類型皆屬投資型保單，保險公司亦皆為○人壽，且依系爭保單之「保戶投資風險屬性暨財務評估表」所載，申請人之財務目標係「追求資產穩定的成長」，既申請人舊保單在 101 年間係獲利，招攬人在明知申請人係「解約舊保單，購買新保單」之情形下，進行招攬及推介類型相同、保險公司相同之系爭保單，使申請人因解約之保單年度仍介於第一年至第

三年間，須再負擔解約(違約)費用，實難謂已確保系爭保單對申請人之適合度⁶⁴。

另一個常見的態樣，為配置顯不符合客戶需求之商品，例如：評議中心 109 年評字第 000889 號決定書判斷理由(三)、4.，該案申請人(79 歲，有糖尿病、高血壓等慢性病史及視力衰退)主張其以「全部退休金及積蓄」向相對人投保系爭投資型保單，申請人只靠租金過生活，每月仍要去張羅危險保費，超過經濟負荷，依申請人簽署之 000 人壽「保戶投資風險屬性暨財務評估表(購買非結構型債券適用)」及其電訪內容，投保之目的及需求係為「保障」，而系爭保單之保險費合計為 600 萬元，繳別為「年繳」，而依系爭保單財務告知書所載，申請人為「退休人士」，家庭年平均收入 100 萬元、淨資產 3,000 萬元、保單保費來源為「存款」，難遽認申請人之財務狀況與系爭保單商品適配。相對人及其理財專員向申請人招攬系爭保單時，是否確保申請人當時之財務狀況，以充分踐行適合性原則，包含申請人就日後之保單各項費用，包含危險保費繳納能力評估並非無疑。續本案判斷理由(三)、6.，申請人爭議之投資型保單種類係屬甲型，危險保額並非固定，係由保險金額扣除保單帳戶價值後之餘額計算、保單帳戶價值係指以新臺幣為單位基準，其價值係依本契約所有投資標的之投資標的價值總和加上尚未投入投資標的之金額。故申請人每月之危險保額並非固定，會因保單帳戶價值減少而增加。而申請人以高齡 79 歲投保系爭保單，就系爭保單每月需繳納之危險保費除隨著年齡增加外，尚會因所連結之投資標的價值造成危險保額增加，在此二因素雙重作用下，系爭保單於保險事故尚未發生前，其保單價值準備金是否足額繳納危險保費？如否，依申請人評估表之資料其是否仍有資力再繳納系爭保單之保障費用，就此，相對人除提出經申請人所簽署之形式相關文件外，迄未提出積極實質核實申請人財務狀況之證據，準此，尚難認相對人已充分瞭解申請人當時之財務狀況與系爭保單是否適切。

最後是，評量表題組間答案、規劃之商品顯不合理態樣，例如：評議中心 110 年評字第 001426 號決定書判斷理由(七)，雖依保戶⁶⁵投資風險屬性暨財務評估表及

64 本案銀行提出申請人自 94 年起即曾陸續向相對人東門分行購買過 4 張 000 人壽之投資型保單，申請人對前開保險商品之銷售過程皆未曾表示異議，且申請人於序號 1 至序號 3 投資型保單解約時均獲有利益以為客戶知悉所申購之商品內容即風險之抗辯，因申請人於序號 1 至序號 3 投資型保單解約時未有損失，不爭議為常態，抗辯理由顯非可採。

65 保戶為家庭主婦、高中職，99 年~100 年間申購系爭投資型保單，申購時齡 80 歲，保單資金來源為定存。

客戶投資風險屬性評量表，就申請人投資能力與風險承受度之相關問項加總計分後，申請人投資屬性分類屬積極型保戶，前開保戶投資風險屬性暨財務評估表下方業經申請人及理財專員、蔡員親簽確認無訛，惟系爭保單一之風險承擔能力（負報酬）（含價格與匯率波動）選項經勾選為「不能接受」。從而，系爭保單一所連結之投資標的恐與申請人所指之風險承擔能力不符。且，系爭保單之保費來源填寫為存款、退休儲蓄，而申請人之淨資產為 800 萬元，系爭保單保費年繳合計共計 620 萬元，繳費期間則分別為 3 年及 20 年，則申請人之淨資產是否足以支付每年高達 620 萬元之保費，相對人是否確實評估申請人財力狀況，尚非無疑則相對人就申請人對系爭保單之適合度評估，顯有流於形式之疏失。

第三款 違反「受理業務應告知事項義務」爭議

此與公平待客原則中的「注意與忠實義務原則」相關，尤其在客戶逾越風險承受度進行申購較高風險商品交易時，例如：110 年評字第 000606 號決定書，申請人(84 歲，小學)之投資風險屬性為保守型，但是申請人於 99 年 7 月 20 日至 100 年 1 月 7 日間，除申購與其投資風險屬性適配之 1 筆產品風險等級為「保守型」之基金外，另申購與其投資風險屬性不適配的 2 筆產品風險等級為「穩健型」、1 筆產品風險等級為「成長型」及 3 筆產品風險等級為「積極型」之基金，固依據「銀行辦理財富管理業務作業準則」(94 年 9 月 20 日發布，101 年 8 月 20 日廢止)第 2 條之規定，相對人原則上應依客戶投資屬性及風險承受等級，配合個別商品或投資組合之風險類別，銷售或推介其適合之商品或投資組合，但是若客戶執意投資之商品或投資組合，其風險等級較客戶風險承受度為高者，應請客戶另行簽署聲明書，銀行並得視實際狀況拒絕客戶之投資申請。換言之，銀行仍不得主動推介客戶風險等級較其風險承受度高之產品，除非客戶執意申購始得為之，但是仍須踐行「另行簽署聲明書」之程序，且並得視實際狀況拒絕客戶之投資申請⁶⁶。

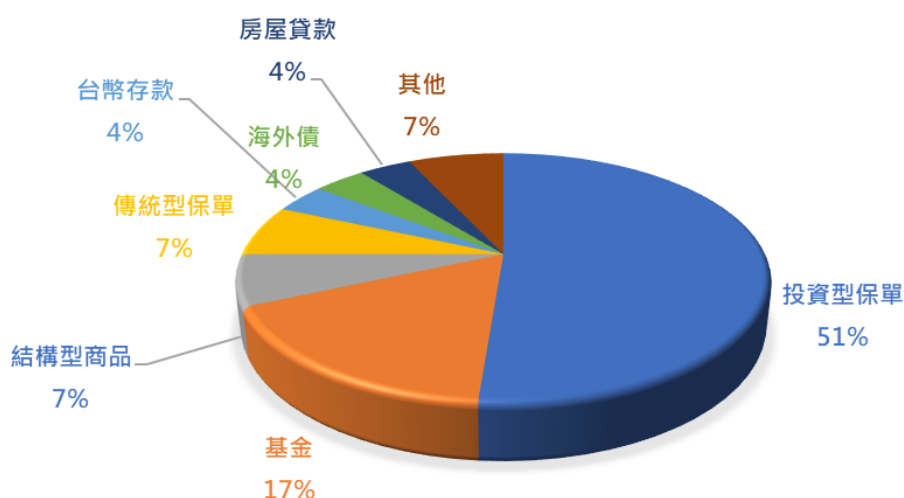
第三項 高齡者申購投資型保單的問題與改善措施

本論文統計高齡者評議案件之商品類型，以投資型保單占 52% 最高，次高為

66 即使客戶另簽署聲明書，有些銀行為降低理專推薦高齡客戶不適合商品的誘因採該筆申購不計入績效計算。



基金 17%⁶⁷，第三名為結構型商品占 7%（圖表 3-4）。



圖表 3-4 2016 年~2021 年高齡者評議案件爭議商品分布

資料來源:金融消費者評議中心評議決定書查詢系統(最後瀏覽日:2022/4/10)

本國自 2001 年下半年引進投資型保險商品後，不少消費者看中投資型保單結合保險和投資的特質，選擇以此作為退休理財的工具，然而根據前述統計這類保單也成為高齡者爭議最多的理財商品，儼然成為高齡者投資理財之痛，其雖具有投資性質，但其本質上仍為保險商品，高齡者常常因欠缺投資知識，僅因預期投資報酬率可能優於銀行存款利率就盲目決定投保⁶⁸。

我國高齡者經歷過高利、高息的年代，當理財專員以「壽險平台可保本」、「每月配息」及「身故時可將本金全部領回遺愛受益人」等話術招攬投資型壽險保單，十分輕易就可獲得此族群的青睞。本論文檢視高齡者投資型保單爭議，幾乎都是因為保單價值減損造成虧損甚或導致停效所致，歸納根本原因在於：

(一)、保單成本佔投保本金比例過高：蓋甲型投資型保單的特性為死亡給付以「保

67 多數為後收型高收益債券基金，證交所為讓投資人能立刻了解高收益債券基金的投資內容，未來所有「高收益債券基金」須改名為「非投資等級債券基金」。(參考資料：呂淑美(2022)，〈高收益債 更名非投資等級債〉，工商時報，2022/7/25。載於：<https://ctee.com.tw/news/stocks/684476.html>)(最後瀏覽日：2022/8/3)。

68 因高收益債基金已要更名「非投資等級債基金」，投資型保單依規定不能投資及連結非投資等級標的，待新法規上路後，新的保單就不能再投資非投資等級債基金，舊有保單則不能再新增投資部位。(參考：彭禎伶、魏喬怡(2022)，〈保單連結高收債基金 5 千億規模將消失〉，工商時報，2022/4/12，載於：<https://ctee.com.tw/news/insurance/625394.html>)(最後瀏覽日：2022/8/3)。



額」、「保單帳戶價值」取較高者，壽險成本(危險保費)之計算基礎，包含保戶的年齡及保單價值，因此保戶每月之淨危險保額並非固定，因此需繳納之危險保費，除了每萬元費率隨著年齡增長急速增加外，保單價值高低亦為計算淨危險保額之關鍵因素。

- (二)、標的連結固定配息之高收益債券基金，其配息來源可能為本金：扣掉匯損後的年化報酬率甚至可能低於一般定存之利息收益，當遇上市場重大事件(如：COVID-19 疫情)衝擊金融市場，基金淨值下滑的同時，保單每月固定的配息跟可能的匯損將更加劇保單帳戶價值減損，直接導致保戶的淨危險保額增加。
- (三)、保單標的頻繁轉換，因為部分投資型保單每次轉換隱含 1% 的手續費(從標的價值內扣，客戶無須另外支付手續費)，也有發現不肖理專勸誘客戶頻繁轉換標的，成為客戶保單淨值減損的成因之一⁶⁹。

高齡者事後透過評議中心提出案件評議之救濟，即使能舉證銀行理財專員有法律上之原因而受利益或有責任原因之事實，卻無法舉證證明其本身所受損害與銀行理財專員所受利益或責任原因事實具有因果關係，導致高齡者之主張與不當得利及損害賠償之要件均有未合，實務上多數狀況僅能由評議中心啟動公平合理原則酌予消費者補償，甚少有使整個契約都無效而返還全部已繳保費之情況。

按「投資型保險投資管理辦法」第三條第一項規定：「保險人銷售投資型保險商品時，應充分揭露相關資訊；於訂約時，應以重要事項告知書向要保人說明下列事項，並經其簽章；各項費用、投資標的及其可能風險。三、相關警語。四其他經主管機關規定之事項。」前條文第二項另規定前項資訊揭露及銷售應遵循事項，由主管機關另定之；財政部爰於 2003 年訂定「投資型保險資訊揭露應遵循事項」更詳盡的規範投資型保單商品說明書內容之公司、保險計劃、風險、費用、保單價值計算等資訊揭露項目，其後並數度進行修訂，最近一次是 2020 年 2 月 5 日，修正內容持續強化投資標的風險、費用、標的內容相關揭露內容等等。前述辦法及應遵

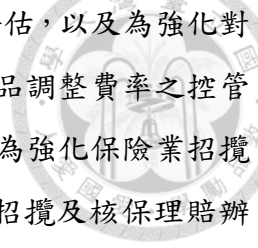
69 金管會 110 年 11 月 22 日金管保壽字第 1100494398 號函示，保險業支付所屬業務員或合作往來保險經紀人、保險代理人之報酬，以及保險經紀人、保險代理人支付其所屬業務員之報酬，該等報酬之性質應繫屬其有招攬事實所獲取之報酬，倘投資型保險商品保戶僅申請投資標的轉換，因業務人員並無提供招攬服務，不應於與所屬業務員或合作往來通路合約中約定給付報酬，以防杜業務人員為獲取報酬不當勸誘保戶進行投資標的轉換，致保單之淨值因為手續費而減損，損及保戶權益。

循事項之制訂，主要係因投資型保險中非屬於保險性質之投資部位得連結包括共同基金、金融債券、公司債及結構型商品等標的，保戶需自行承擔連結投資標的價值下跌、流動性等多項風險；倘為外幣計價商品，另可能面臨匯率貶值風險。最受高齡者青睞的投資標的「定期配息或收益分配」特質，其配息或收益分配來源可能因為操作績效等因素來自於本金，投資型保險之風險與其他金融商品之投資性質一致，故比照其他金融商品的資訊揭露規範強化投資人的資訊保護。

有關招攬規定，壽險公會於2008年6月訂定「投資型保險商品銷售自律規範」、金管會於2008年7月另訂定「投資型保險商品銷售應注意事項」就招攬資格、適合度等做出規定外，於金融消費者保護法公布之後，另有2011年訂定之「金融服務業提供金融商品或服務前說明契約重要內容及揭露風險辦法」第六條第一項規定：「金融服務業提供之金融商品或服務屬投資型商品或服務者，除應依前條辦理外，並應向金融消費者揭露可能涉及之風險資訊，其中投資風險應包含最大可能損失、商品所涉匯率風險」，同條第二項第十四款則明確將「投資型保險業務」列入本條投資型商品之範圍，在此規定之下，金融服務業於招攬投資型保單業務時，即負積極說明義務，且必須「揭露可能涉及之風險資訊，其中投資風險應包含最大可能損失、商品所涉匯率風險」；又於「金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法」第十條規定：「保險業在提供金融消費者投資型保險商品或服務前，應考量之適合度事項如下：一、金融消費者是否確實瞭解其所交保險費係用以購買保險商品。二、金融消費者投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求是否相當。三、金融消費者之投資屬性、風險承受能力，及是否確實瞭解投資型保險之投資損益係由其自行承擔。四、建立交易控管機制，避免提供金融消費者逾越財力狀況或不合適之商品或服務。」倘有違反，致金融消費者受有損害者，金融服務業應依據金融消費者保護法第十一條負損害賠償責任。

主管機關陸續擬定新的投資型保險商品銷售時之規定，2018年11月就開始要求70歲以上保戶投保「投資型保單」過程要錄音錄影，且要保留五年，以防高齡者被誤導將賴以生存的退休金重押投資型保單⁷⁰。2022年為保障高齡消費者之投

70 金管會將錄音錄影年齡降到65歲，2020年1月擴增到有「解約金」的保險商品也要一併適用。



保權益，強化保險商品開發設計階段對高齡客戶商品適合度之評估，以及為強化對保險業開發保險商品之費率釐訂及個人健康保險與傷害保險商品調整費率之控管機制，完成「保險商品銷售前程序作業準則」部分條文修正；另為強化保險業招攬及核保作業對高齡客戶投保權益保障之控管，已完成「保險業招攬及核保理賠辦法」、「投資型保險商品銷售自律規範」、「投資型保險商品銷售應注意事項」部分條文增訂及修正，並於 2022 年 3 月 31 日公告，202 年 10 月 1 日起實施。只要是銷售給高齡者(65 歲以上客戶)，須從保險「商品開發設計階段」就強化對此族群商品適合度的評估、要求業務人員每年須參加公平對待高齡客戶之相關教育訓練、於招攬報告書內容中，增列「對高齡者投保案件應載明該客戶是否具有辨識不利其投保權益情形之能力、保險商品適合該客戶及評估理由」，並做成評估紀錄；並要求金融服務業應依投資型保單不利於高齡者投保權益之情形進行「關懷提問」，確認客戶瞭解本商品特性對其之潛在影響及各種不利因素、評估高齡者是否具有辨識不利其投保權益情形之能力、招攬行為不得有之情事之「控管機制」，增列業務人員對高齡者提供不適合之商品或服務，高齡者購買有保價金之保險商品、健康保險商品或有生存保險金之房貸壽險商品之客戶，應另指派非銷售通路之人員，於「銷售保險契約後且同意承保前再以電話訪問、視訊或遠距訪問」，依客戶所購買保險商品不利於其投保權益之情形進行關懷提問，確認客戶瞭解保險商品特性對其之潛在影響及各種不利因素。

蓋因投資型保險商品，設有各式費用、損失風險、獲益條件、計算方式等，有其相當之複雜性，一般金融消費者就此類保險商品之理解，實多仰賴及信任業務員之解說，金融服務業應確保該商品或服務對金融消費者之適合度，亦即，應有「合理基礎」相信該交易適合金融消費者，包括考量銷售對象之年齡、教育程度、投資經驗、資產狀況、風險承受能力等，據以評估適合度，自為消弭此類金融商品消費糾紛之首要事項之一；依誠信原則，銀行理財專員於招攬此種較複雜之保險商品，自應負有向金融消費者充分說明該商品重要內容之責⁷¹。

71 參照評議中心 109 年評字第 003050 號決定書判斷理由(四)。



第三節 高齡者投資型保單評議案件爭點探討

第一項 未落實危險保費的說明義務

保戶危險保費之估算既與前述內、外部因素連動，一般金融消費者實難單由保單商品說明書、要保相關文件得出危險保額之預估，因此，除相關書面說明外，金融服務業自有就此多加說明之必要性，或至少多加確認金融消費者是否已確實理解其未來可能需負擔之危險保費其計算上之影響因素等，方符盡其說明金融商品之重要內容之義務。

尤其，高齡金融消費者因為認知能力退化更加無能力瞭解這些風險，金融服務業若僅憑文件之書面揭露，而認已充分告知高齡金融消費者投資型保險商品之重要內容，難免有使說明義務流於形式之虞⁷²，此與評議中心 109 年評字第 000889 號、109 年評字第 000929 號、109 年評字第 002753 號、110 年評字第 000082 號、110 年評字第 000089 號等多件決定書判斷理由，就金融服務業未協助申請人瞭解高齡投保下危險保額之預估試算，復因申請人難由系爭保單商品說明書、要保相關文件得出危險保額之預估，而認定招攬過程「尚難謂為無瑕疵」⁷³見解一致。

第二項 投資風險屬性評估欠妥

本論文統計分析發現，本研究 107 件高齡者評議決定書樣本中，有 56 件申請人風險等級評量結果為「積極型」⁷⁴，比例竟高達 52%，其中不乏教育程度為不識字或僅國中/小學畢業(如：110 年評字第 000606 號、110 年評字第 000273 號、109 年評字第 002910 號、109 年評字第 002426 號、109 年評字第 000151 號等)、重大傷病或身心障礙(如：108 年評字第 001363 號、106 年評字第 001398 號、105 年評字第 001410 號、105 年評字第 000265 號、105 年評字第 000075 號等)，甚至高齡八、九十歲之長者(如：109 年評字第 002426 號、110 年評字第 000606 號、109 年

72 參照評議中心 109 年評字第 003050 號決定書判斷理由(五)。

73 該件決定書內容摘要：「惟查，縱認申請人臨櫃與甲員接洽時，相關文件已載明系爭保險契約之商品屬性、承保範圍、保費之繳納、保障成本、投資標的及風險等重要內容，惟遍觀卷內資料，未有相對人協助申請人瞭解高齡投保下危險保額之預估試算，申請人亦難由系爭保單商品說明書、要保相關文件得出危險保額之預估，是相對人規劃商品及招攬說明之行為尚難謂為無瑕疵。」

74 本論文僅統計評議決定書內容中有涉及申訴人之風險等級陳述者，實際數字可能遠高於此。

評字第 000151 號、107 年評字第 001804 號、105 年評字第 000321 號等)⁷⁵。

依一般社會通念觀之，高齡者對投資風險之承受度應較非高齡者保守，投資風險評估結果多數為「積極型」顯與一般社會常情不相符。探究可能原因，其一，銀行理財專員為使其客戶之風險承受度極大化（即風險承受度為最積極），以利其可銷售之金融商品更多元，可能發生 KYC 問卷內容與受訪者實際情況不符之情事⁷⁶；又或者保險公司之風險等級評估問卷鑑別度過低，致使多數高齡者之風險承受度評估結果列為「積極型」⁷⁷。再者，吻合高齡金融消費者對於每月固定配息需求的標的所欲連結之商品，常為非投資等級的高收益債券基金，理財專員於銷售過程未提醒客戶可能面臨債券發行機構違約不支付本金、利息或破產之風險，及投資人投資以高收益債券為訴求之基金不宜占其投資組合過高之比重，或許保戶於申購保單後一段期間內每月確實收到穩定且充裕的配息作為生活費用所需，惟投資型保單因高齡者年齡漸長致危險保費飆升、每月配息可能來自本金、基金價值下降，甚或因過於頻繁轉換支付過高手續費等狀況侵蝕保單價值，交互影響的因素加速保單價值減損，當保戶發現時通常已經面臨保單停效風險，而問題發生最根本的原因之一，就是與高齡者實際條件不相當的風險承受度。

由於商品或服務適合度與客戶申購之商品是否逾越其風險承受度，在制度上具有部分相通，因此，時有將二者混淆甚至是視為完全等同的狀況，從而以金融消費者所申購商品是否逾越風險等級評量結果作為商品與服務適合度的替代判斷，只要是未逾越風險等級就符合適合度，實務上應先探究評估問卷選答方式是否為金融消費者之真意，倘填答內容與其當時情況存有落差，尚難僅憑 KYC 問卷，即認定銀行業已落實「充分瞭解客戶」之作業程序；又或即使投資商品之風險等級未逾越，仍有資產配置適合度的問題。

75 各類型以 5 份決定書為例。

76 參照評議中心 104 年評字第 001824 號決定書。

77 評議中心 109 年評字第 002853 號決定書內容，「……各該財務目標及風險容忍度關於「風險承擔能力（負年報酬率）（含價格與匯率波動）」、「年期望報酬率」、「財務目標」、「投資經驗（1）」、「投資經驗（2）」、「風險認知程度」、「基金類別認知程度」等問項，申請人分別勾選「風險承擔能力 0%~5%、6%~10%」、「年期望報酬率 6%~10%」、「資產穩定成長」、「債券、股票、基金」、「3 年以上」、「部分知悉」、「部分知悉」等回答，經相對人評估申請人之投資屬性為「積極性保戶」，並經申請人簽名確認在案……」。

例如：評議中心 109 年評字第 002753 號決定書判斷理由，申請人年屆 70 歲陸續投保 4 張投資型保單，其累積投保商品之適合度，是否超過申請人負擔？或 109 年評字第 000889 號決定書，申請人以全部退休金及積蓄向相對人投保系爭保單，然就申請人主張以全部退休金及積蓄向相對人投保系爭保單，申請人只靠租金過生活，每月仍要去張羅危險保費，超過經濟負荷，疑有未踐行適合性原則確保申請人當時之財務狀況(包含申請人就日後之保單各項費用含危險保費繳納能力評估)等案例⁷⁸。

第三項 締約後未善盡風險通知義務

有關投資型保單價值減損的問題發現得太晚，也有申請人歸咎於銀行於締約後未善盡風險通知義務。

公平待客原則之告知揭露義務為金融服務業於銷售或推介階段應履行之給付義務，問題在於金融商品或服務之交易可能具有繼續性之特質，有關金融服務業於締約後是否負有風險變動通知義務？按金融消費者保護法第 7 條第 3 項規定：「金融服務業提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務；其提供之金融商品或服務具有信託、委託等性質者，並應依所適用之法規規定或契約約定，負忠實義務。」忠實義務屬於契約義務，金融服務業依當事人間基於誠信原則所訂定之契約內容負有締約後之忠實履行義務，較有爭議的在於本條款所稱金融服務業應負有善良管理人專業注意義務是否包含締約後的風險變動通知？依據評議中心 109 年評字第 001833 號決定書，申請人主張其投保時已係 70 歲高齡，甲員及乙員於保險期間績效不佳卻未曾建議轉換投資標的，認為甲員及乙員未盡其善良管理人之注意義務，該決定書判斷理由(六)敘明關於金融服務業於締約後是否負有說明或風險變動通知義務（一般又稱締約後的說明義務為助言義務或警告義務），持肯定見解者認為金融商品之契約性質上屬於繼續性而非一次性持肯定見解者認為，金融商品之契約性質上屬於繼續性而非一次性交易之契約，且契約存續期間通常較

78 檢局(銀)字第 1020154225 號函(2013/10/14)，檢查發現，銀行受理年齡 70 歲以上、學歷為國中畢業以下、或持有全民健康保險重大傷病證明之非專業投資人委託投資，主要缺失(一)客戶風險屬性評估有提及「問卷項目配分權重設計不當，致評估結果與客戶風險偏好落差甚大，或易致客戶風險屬性評估結果多為積極型。」請各金融機構應強化客戶風險屬性評估作業及行銷過程之監控。

長，在締約之後金融消費者居於弱勢地位之情形並未改變；持否定見解者認為，基於法令及契約均無特別規定或約定之情況，又考量金融商品市場瞬息萬變，且金融商品資訊專業、多元且複雜，實難確認何種程度的注意才能使金融消費者有足夠的資訊決定後續的投資策略，無限上綱的要求金融服務業負有締約後之說明義務，像是要求金融服務業要隨時注意並即時通知金融消費者，金融服務業實難負擔龐大的運作成本。

金融市場的獲利與虧損風險，兩者呈現正相關，全球市場環境影響因素眾多，重大事件如：雷曼兄弟事件、歐債危機、能源危機、近兩年的 COVID-19 疫情或是近期爆發的烏俄戰爭等，都造成金融市場大幅度動盪，無人能擔保絕對獲利或保本，即使是號稱無風險的存款，除透過存款保險制度予以適度分擔風險外，存款人亦需承擔金融機構因倒閉而無法返還存款之潛在危機。基於風險預期與風險管理，預防或避免可能的交易損失，實為金融消費者本身所應具備之能力，因其能力不足或判斷不正確所需承擔之交易失利風險，亦為其應有之認知。準此，考量金融商品市場瞬息萬變，如要求金融服務業要隨時注意並即時通知金融消費者，運作上成本與困難度甚鉅，故已要求金融服務業於銷售時充分揭露相關風險、費用，實難以遽認金融服務業應負有締約後的說明義務，而再以其未於投資嚴重虧損時未盡締約後之風險變動告知義務及善良管理人注意義務而加以歸責，此見解於評議中心 109 年評字第 001833 號、110 年評字第 000273 號之判斷理由可得。

縱或如此，投資型保險商品是將保險及投資合而為一的商品，雖其基本的性質仍為保險商品，受保險法規的規範，但其投資帳戶最大的特色就是盈虧自負，投資型保險連結之標的損益就跟共同基金一樣，金融服務業應定期寄送對帳單確保其清楚知悉個人整體資產內容，由理財專員提供妥適建議。

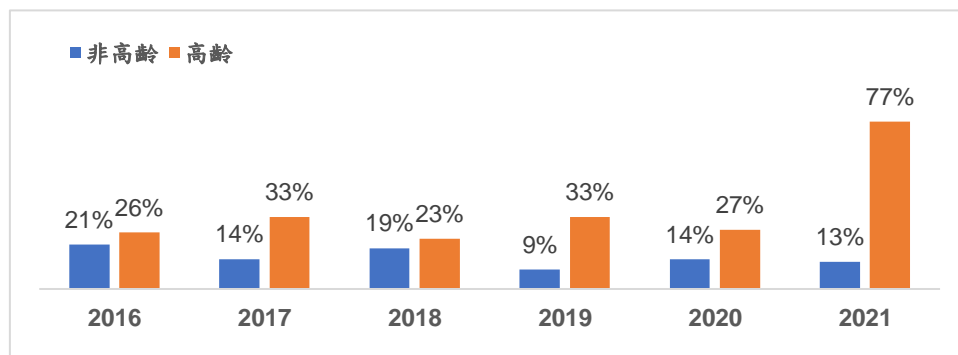
實際上，常見的問題就出在「對帳單」，其一，銀行理財專員在無法得知保戶投資型保單連結標的損益狀況，即使有心亦難於締約後善盡風險通知義務；其二，現況除了保險公司每季寄發對帳單給保戶外，銀行亦將透過理財專員招攬的保險商品，以客戶總繳保費的方式納入往來總資產(AUM)中，並按月寄發綜合對帳單予客戶，並於對帳單中以附註方式說明「雖計入個人資產，但實際保險費已由保險公司所收取，非個人存入本行之實際資產」、「相關資訊僅供參考」等提醒文字；曾發

生不肖理財專員告知高齡客戶只須檢視未呈現保單真實損益的銀行綜合對帳單，導致按月領息的高齡客戶誤信其所持有之投資型保單價值仍與其原所繳保費總額一致(保本)之情事。



第四節 公平合理原則援用

有關申請人就其所受損害要求銀行賠付之評議案件，蓋主張侵權行為賠償損害請求權，請求權人應就其權利或利益被侵害之事實負立證之責⁷⁹，且損害賠償之債，以有損害之發生及有責任原因之事實，並二者之間有相當因果關係為成立要件⁸⁰。如何審查、判定個案之法律差別化待遇合理性，吳庚大法官有如下之主張：比例原則與平等、正義本質是相通的，認定有無重要的實質原因（得以正當化差別待遇），不外三項標準：(一)是否在於追求正當目的，(二)是否為達成此一目的所必要，(三)與目的之價值成適當比例，以上標準正是比例原則的內涵⁸¹。



圖表 3-5 2016~2021 年 援用公平合理件數占比

資料來源:金融消費者評議中心評議決定書查詢系統(最後瀏覽日:2022/4/10)

由 2021 年之評議案件決定書中可窺知，即使高齡者爭議之商品損益尚未實現或已實現之損失與金融服務業疏失無相當因果關係，但金融服務業有未落實商品服務適合度或未充分告知揭露事實明確者，評議委員援用公平合理原則酌予補償高達 77% (圖表 3-5)。

79 參照臺灣高等法院臺中分院 89 年度上字第 3 號民事判決意旨。

80 參照臺灣高等法院臺中分院 99 年度再字第 18 號、臺灣高等法院臺南分院 103 年度上易字第 51 號民事判決意旨。

81 吳庚(2003)，〈憲法的解釋與適用〉，頁 189 (修訂版，2003/9)。

例如：評議中心 110 年評字第 000273 號決定書中「系爭保單一及二固可即時查詢保單帳戶現值，惟此實僅為未實現損益，尚無可謂申請人已受有實際損害，而系爭保單一及二亦仍有獲利可能」云云核與得請求損害賠償之要件不符，惟相對人○○銀行招攬申請人投保系爭保單一及二，並非無可指摘，本中心衡酌現有一切事證、違失情形及金融消費者保護法第 20 條所揭禁之公平合理原則，認○○銀行應補償申請人 3 萬元，方為事理之平。

又如：評議中心 110 年評字第 001426 號決定書，判斷理由(八) 系爭保單截至 110 年 7 月 23 日之解約損益為獲利 287,964 元此有損益概算表在卷可稽，況申請人既尚未解約系爭保單自無從得知將來實際究係受有損害抑或享有獲利，是申請人所稱其所受之損害實際尚未發生，故申請人主張相對人應賠償損失 300 萬元，難謂有據。惟基於金融消費者保護法第 1 條及第 13 條揭示之公平合理、迅速有效處理金融消費爭議事件原則，本中心應斟酌事件之事實證據，依公平合理原則，超然獨立進行評議，此為金融消費者保護法第 20 條第 1 項所明定。復衡酌本件相關情節，認相對人確有前述確保系爭保單對申請人之適合度評估流於形式之疏失。從而，認相對人應補償申請人○○○元為適當。

復如：評議中心 110 年評字第 001528 號決定書判斷理由(七).....綜觀現有之卷證資料，尚難遽認申請人系爭保單之損失與上開相對人之缺失間具有因果關係。惟基於金融消費者保護法第 1 條及第 13 條揭示之公平合理、迅速有效處理金融消費爭議事件原則，本中心應斟酌事件之事實證據，依公平合理原則，超然獨立進行評議，此為金融消費者保護法第 20 條第 1 項所明定。衡酌本件相關情節，認相對人確有上開⁸²疏失。從而，爰依金融消費者保護法第 20 條第 1 項所揭示之公平合理原則，認相對人應補償申請人○○○元為適當。

或者是評議中心 110 年評字第 000606 號決定書判斷理由(八) 末查，相對人雖

82 有關申請人(被保人，時齡 78 歲)與潘君(要保人，時齡 84 歲)淨資產之記載，100 年間為 0-300 萬元，101 年間增加至 1,000 萬元，102 年間又減少至 500 萬元，鑑於申請人與潘君為逾 70 歲之高齡家管及退休人員，在家庭年收入無變化之情形下，淨資產卻有大幅度之變更，且申請人增加投保之投資型保險，此應會帶來理財之風險，然未見相對人有進一步要求申請人說明或確認申請人財務狀況之資料。依卷附資料，尚難認相對人就系爭保單已確實瞭解申請人及潘君之投保目的、保險需求，綜合考量財務狀況以及付費能力，分析與評估保險費、保額及保障需求間之適當性，相對人之作業難謂全無疏失。

有上開未盡適合度義務之疏失而有違反善良管理人之注意義務之情事，惟投資金融商品，往往受景氣、國內外政經環境、及其他諸多因素之影響，本無人能擔保絕對獲利或虧損，申請人既未能舉證證明其所受損害與相對人之責任原因事實具有因果關係，則申請人之主張與損害賠償之要件容有未合，要難據此即令相對人對申請人負損害賠償責任。即便如此，就相對人上開未盡適合度義務之疏失⁸³，仍非不得加以究責。從而，本中心基於保護金融消費者，以增進金融消費者對市場之信心，並促進金融市場健全發展之立場，衡酌本件申請人所受之損害、相對人違反義務之情節，及其他兩造間之具體情狀，爰依金融消費者保護法第 20 條第 1 項揭示之公平合理原則，認相對人應補償申請人 ○○○ 元以為公允。

此外，評議中心 110 年評字第 001037 號決定書，系爭保單迄至本中心作成評議決定前，仍屬有效契約，而投資型保單投資標的亦可能因政治環境、經濟市場、全球景氣、新冠肺炎疫情發展、投資策略改變、投資人投資意向變動等因素，而有漲跌起伏之不確定因素。準此，系爭保單日後是否果受有投資損失，亦屬未定，此與損害賠償之債，以「受有損害」(有損害之發生)事實之要件不符，是故系爭保單一、二及四為有效契約，保單日後究係獲利，抑或損失，均屬未定，此與損害賠償之債，未符合上述金融消費者保護法第 11 條規定「金融消費者受有損害」之法定事實要件，惟，相對人○○○銀行向申請人等二人招攬系爭保單一至四，非無可指摘之處，再者，申請人等二人投保時分別為 74 歲及 67 歲之高齡者，○○○銀行於 103 年 2 月 27 日始首次接觸申請人等二人，其屬理財專員蔡員推薦系爭保險商品，蔡員有無為申請人等二人詳實規劃資產配置、為高齡者資金傳承作妥適金融商品配置、為申請人等二人財務仔細規劃，均非無研求餘地，且將 4,000 萬元資金全數推薦申請人等二人投保相同之投資型保險商品(投保迄今管理費用與保障費用更高達 12 百萬元)，亦有前述違反金融消費者保護法上義務之情狀。準此，本中心衡酌現有一切事證、違失情形及金融消費者保護法第 20 條第 1 項所揭櫫之公平合理

83 在明知系爭基金之風險屬性顯非適合申請人(84 歲，小學)時，仍對其銷售而未拒卻申請人之申購行為，尤其放任高齡者之申請人以「保守型」投資風險屬性申購風險等級為「積極型」之產品，無啻將系爭產品之投資風險逕由申請人承擔，實有失銷售行為之正當性，亦與前開銀行辦理財富管理業務作業準則第 2 條之意旨相違，難認相對人業已竭盡受託人之善良管理人之注意義務。

原則，認○○○銀行應補償申請人鄧○○○及林○○○各 50 萬元，方為事理之平。

第五節 公平對待高齡金融消費者機制

第一項 金融服務業公平待客評核機制

金管會體認到若只針對已經發生的情形，在事後重罰、嚴管，而非從實際制度面釐清根本原因進行解決，則不論是高齡者還是一般金融消費者，不當招攬的問題仍難有解決辦法，要求各銀行早日形塑公平待客之企業文化，才是根本解決之道。

為瞭解金融服務業對金融消費者落實執行公平待客原則之情形，金管會於 2019 年開始實施「金融服務業執行公平待客原則評核」機制⁸⁴，評分項目包含「落實情形」占比 60%、「金融檢查與日常監理情形」占 30%、「金融消費爭議情形」占 10%三大項目；其中「落實情形」開放業者先進行自評，希冀經由評核過程，使業者瞭解自身不足之處，除了公平待客原則執行情形外，另將「董事會推動之重視及具體作為」列為指標之一，期透過董事會的政策及督導，由上而下將公平待客原則內化成公司企業核心文化，金融服務業完成自評後，需檢附「落實情形」自評之資料由主管機關進行複評，至於「金融檢查與日常監理情形」與「金融消費爭議情形」，則由主管機關依據實際資料直接進行評核。

銀行業的評核自 2019 年起透過每年的「本國銀行總經理業務聯繫會議」表揚當年度公平待客原則評核績優銀行並發布新聞稿公告周知，也在年度舉辦宣導會向業者公布說明複評重點揭示各銀行做得好及尚待改進的部分，透過雙向溝通使銀行能觀摩學習同業優點，提升並優化自身的作為，落實公平待客原則於日常業務中。2022 年為評核機制實施第 4 年，隨者金融環境變遷並配合主管機關政策方向，除了逐年擴大公布評核結果間接使落後的業者現形，並鼓勵後段班努力追趕另頒發最佳進步獎外，評核項目也增加弱勢客戶（包括高齡者）以促使金融業更重視弱勢族群保護，內容調整如下：(1)鼓勵強化弱勢族群的差異化對待：為使金融服務業者更加重視公平對待高齡者、身心障礙者等族群客戶，評核的「商品或服務適合度原則」、「申訴保障原則」將依金融業者重視及對待高齡者、身心障礙者等族群之公

84 2019 年公平待客評核，評核區間為 2018/1~2018/12。

平待客保護措施納為加分項目，如有不公平對待者列為加重扣分項目；(2)增加客戶申訴處理效率：對客戶申訴提出更簡潔之流程設計，使能更有效率的解決爭議，有利於保護金融消費者；將重大客訴案類型化，提報董事會討論並積極督導、後續追蹤具體執行、提出有效解決方案、提出優化作為或制定行為規範等，可列為「董事會推動之重視及具體作為等情形」之加分項目。(3)缺失未改善者予以扣分：受評業者就前一年度評核缺失未予改善者，將於評核項目中「金融檢查與日常監理評分」予以扣分，以達公平待客評核機制係為使金融業者確實改善評核過程中發現缺失之目的⁸⁵。

2022 年金管會已就金融業者對待高齡者、身心障礙者等族群之作為納入評核項目；2023 年將進一步新增 2 項評核指標，即「友善服務原則」與「落實誠信經營原則」，將原有「複雜性高風險商品銷售原則」併納入其他原則之銷售行為中評核。爰 2013 年公平待客原則評核指標為 10 項每項評核指標 10 分，「董事會推動之重視及具體作為等情形」仍維持 30 分，「落實情形」項目之總分為 130 分。持續精進公平待客評核內容，使金融業優化對金融消費者的服務品質，並給予脆弱客戶差異化對待，使其也能享有相當的金融權益，厚植企業誠信關懷的文化。

第二項 產品設計階段增列不適合銷售對象

過往理財商品設計時，通常以決定商品風險等級的方式定義可被銷售的對象，較少考慮到不適合銷售的族群，銀行業公平對待高齡客戶自律規範第七條第一項規定「銀行針對高齡客戶開發設計金融商品或服務時，宜將商品或服務對高齡客戶之友善性納入考量，以維護其權益。」，為了讓高齡金融消費者買得安全，壽險公會於 2022 年 3 月修訂「投資型保險商品銷售自律規範」，未來投資型保單，所連結的投資標的，若風險等級屬於 RR5，也就是風險最高級別的投信基金、境外基金或全權委託帳戶（即類全委），或屬金融消費者保護法所稱複雜性高風險商品，將不能賣給 65 歲以上的要保人，也將增訂不能銷售「須定期繳費、投保年齡加年金累

85 金管會(2021)，〈金管會公布 111 年金融服務業公平待客原則評核機制〉新聞稿，2021/10/26。(載於：https://www.feb.gov.tw/ch/home.jsp?id=53&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202110260001&toolsflag=Y&dtable=News)，(最後瀏覽日:2022/3/1)。

積期超過 85 歲、保單建議書第一年試算的保單帳戶價值為負數的投資型商品」給 65 歲以上的要保人。

壽險公會 2022 年 3 月修正之「保險商品銷售前程序作業準則」及「保險業招攬及核保理賠辦法」，增訂高齡者申購保險商品之保護措施，從保單設計、招攬行銷、核保到後續保戶服務每個環節，都要落實高齡者保護，尤其保單設計時就要檢視保單是否適合賣給高齡者，如投資風險過大、可能損及本金、保單解約金收取期間過長、年金化條件不利用高齡者等，增加「保單不適合銷售對象」、「是否適合賣給高齡者」等規定，並在承保前再以電話訪問、視訊或遠距訪問，依客戶所購買保單不利於自身投保權益的情形進行關懷提問，確認客戶瞭解保單特性對自身潛在影響及各種不利因素。若保單不適合銷售給高齡者或有不適合銷售的對象，都要明確揭露給業務員及各銷售通路並持續加強宣導與訓練；另要求進行事後追蹤、檢視各保單是否有對高齡者出現不利影響或不符合保戶合理期待的事情發生，若有，就必須進行調整，報總經理與董事會。透過事前產品設計、人員訓練，事中公平待客銷售強化及意願確認以及事後的追蹤調整，落實高齡金融消費者保護。

第三項 評估金融消費者風險承受與理財商品風險等級

按金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法第二條前段：「金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應依不同金融商品或服務之特性，建立差異化事前審查機制，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。」意即透過一定的標準經由理財類商品的內部分級，對應不同類型的金融消費者，落實金融機構為不同理財投資者設置的適合度義務，實現對不同金融消費者的差異化保護。公平待客原則中有關商品或服務適合度之客觀要件，即是「金融消費者風險承受度」需與「理財產品風險等級」匹配。

銀行或保險公司應定期聘請專家或外部機構，以客觀角度檢視其用以評量金融消費者風險承受度之評量問卷評分結果分布，將高齡者之風險評量，納入包含「財務脆弱性」及「認知脆弱性」的分級，以確實發揮評量之效果，避免產生前文所提評議中心受理案件中有超過半數之高齡者屬於積極型投資者之情事；其次，「理財商品」風險等級是銀行作為不同風險等級客戶選擇標的的標準，2013 年 5

月，「投信投顧公會」首次發布基金風險報酬等級分類標準，區分為「RR1、RR2、RR3、RR4、RR5」五個風險報酬等級，這套方法僅反應出市場價格的波動風險，並無法涵蓋其他如信用風險、流動性風險及匯率風險，最嚴重的影響是，銀行財富管理部門須按照客戶的風險承受度，推薦適合客戶的 RR 值商品，若「金融消費者風險承受度」與「理財商品風險等級」失準，將使銀行財富管理部門所作的客戶資產配置的投資建議，失去實質內容的正確性，可能導致金融消費者(尤其高齡者)無法申購適合的商品亦可能申購了實質超逾其風險承受的商品⁸⁶。

金融服務業對高齡客戶辦理適合度評估時，除依據對該等客戶所評估之風險屬性及其商品風險等級資訊外，亦須充分考量商品與服務之適合度，例如：長天期、低流動性、有提前終止契約罰則、新種、及高複雜性等五大類金融投資商品必須在銷售端建立妥適評估機制⁸⁷，做全面控管評估，以確認所行銷商品確實適合該高齡客戶⁸⁸，持續在事前強化理財商品風險等級的訂定以及金融消費者風險承受度的評估，使商品與服務適合度能充分落實。

第四項 設計金融消費者冷靜期機制

在金融產品銷售過程中，冷靜期一般指金融消費者在商品交易契約履行完畢之後的一定期間內，享有無條件解除契約的權利。國內銀行近期已就特定客群陸續新增冷靜期的設置，如：有銀行針對 70 歲以上高齡客戶首次申請成為專業投資人/專業客戶，自通過審核取得身份日起，有兩週「冷靜期」，以維護高齡客戶之權益⁸⁹；也有銀行針對非專業投資人客戶重測「客戶投資屬性問卷表」之評估結果較前次高者，進行信託理財交易冷靜期控管，規定客戶須自「客戶投資屬性問卷表」重

86 近年最受高齡者青睞的新興市場高收益債券基金，除了配息可能來自本金之外，期間更數度面臨新興市場匯率大幅貶值，卻仍被歸類在 RR3，甚至 RR2 中低風險等級。

87 廖珮君(2022)，〈金管會出招防堵高齡剝削/五類金融商品賣銀髮族 要管〉，經濟日報，2022/3/1。(載於：<https://money.udn.com/money/story/122229/6130443>)(最後瀏覽日：2022/4/3)

88 參照銀行業公平對待高齡客戶自律規範第八條第一項第三款「行銷程序及作業：對高齡客戶辦理適合度評估時，除依據對該等客戶所評估之風險屬性及其商品風險等級資訊外，亦須考量 KYC 及 KYP 結果、該高齡客戶之弱點與財務特性及所擬推介商品之特殊風險事項，建立妥適評估機制，以確認所行銷商品確實適合該高齡客戶。」

89 例如：富邦銀行針對 70 歲以上客戶，首次申請成為專業投資人/專業客戶，通過審核取得身份日起，有兩週「冷靜期」。

測日起算第 N 個日曆日後始可辦理高於前次風險等級商品之信託商品申購⁹⁰。這些設計或許有利於金融消費者權益的保護，銀行應定期檢視是否有例外狀況(如：客戶放棄冷靜期聲明等)並進行檢討確認金融消費者真意，使機制有效的落實執行。

第五項 持續的教育訓練與滾動式檢討

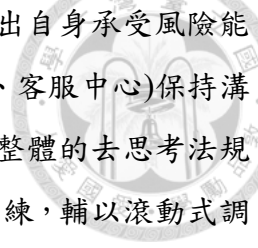
依金融消費者保護法第十三條第三項：「爭議處理機構除處理金融消費爭議外，並應辦理對金融服務業及金融消費者之教育宣導，使金融服務業與金融消費者均能充分瞭解正確之金融消費觀念及金融消費關係之權利與義務，以有效預防金融消費爭議發生。」評議中心兼具教育訓練宣導任務⁹¹，持續提升我國金融消費環境與健全金融市場發展，尤其致力於強化像高齡者這一類的脆弱客戶金融知識水準的提升和風險意識的增強，培養高齡者(1).風險意識：會考慮投資理財產品是否適合自己。(2).懷疑精神：會求證任何不妥的宣傳資訊。(3).消保知識：會依法向有關部門尋求幫助。評議中心除了眾多宣導正確金融知識的微影片外，也舉辦「樂齡生活好聰明（金融安全要做好 老年生活沒煩惱）」課程免費派員向高齡者宣導金融素養知識⁹²，提高其維權意識，使其具備正確的金融消費觀念並了解金融消費關係的權利義務，保護其免受金融機構不良金融服務損害，於事前有效預防金融消費爭議發生。

大多數人都很難想像自己會變得脆弱、容易上當或認知受損，想到這些狀況使人感到痛苦，加上已知的與年齡相關的樂觀傾向使得人們更難想像這種情況，而使得高齡者並沒有意識到自己身處在風險中，針對大部分高齡者金融知識匱乏、資訊過於單一的現狀，銀行業應建立健全的金融教育機制，透過各種客戶接觸點，加強金融消費者中的弱勢群體的風險意識，幫助金融消費者中的弱勢群體培養良好、健康的金融消費習慣，增強判斷力，使金融消費者中的弱勢客戶在面對個別金融機構

90 例如：永豐銀行於 2022/3/30 起施行財富管理信託理財商品交易冷靜期控管措施。

91 我國維護金融市場紀律健全金融機構業務經營、維持金融穩定及促進金融市場發展的監理機關為金管會；而依據金融消費者保護法成立的財團法人金融消費者評議中心，主要任務是處理金融消費爭議及辦理教育宣導，雖非金融監理機關但為主動協助監理機關達成保護金融消費者任務的行政機關，具發揮輔助金融監理之功能。

92 參考金融消費者評議中心官方網站：<https://www.foi.org.tw/Article.aspx?Lang=1&Arti=794>，(最後瀏覽日：2022/4/12)



的虛偽、詐欺、隱匿或誤導時，不會做出非理性的決定而購買超出自身承受風險能力範圍的高風險金融產品，並樂於與銀行第三人(如：分行主管、客服中心)保持溝通，避免服務理財專員成為其與銀行唯一的接觸點。事前就應該整體的去思考法規於實際業務執行流程中誠信金融的落實，強化銀行員工的教育訓練，輔以滾動式調整的金融交易監控及加強查核⁹³(自行查核與內部稽核)，使理財專員在面臨道德困境時能做出正確的決定。

93 參照銀行業公平對待高齡客戶自律規範第十五條第一項「銀行應建立高齡客戶金融交易監控及加強查核(自行查核與內部稽核)機制，以及早辨識異常交易。」



第四章 高齡金融剝削與保護

第一節 高齡金融剝削

美國疾病預防控制中心 (CDC) 對高齡者金融剝削 (Financial Abuse or Exploitation) 的定義為「以非法，未經授權的方式不當使用高齡者的金錢、個人福利、財務、財產或資產⁹⁴。」剝削往往是與受害者關係密切的人造成的，像是：家人、管理員、鄰居、朋友、律師、銀行和其他金融機構、醫療照顧者等。對於高齡者來說，面對財務剝削的影響可能是非常負面的，除了經濟損失外，受害者還可能經歷：對人失去信任、抑鬱、恐懼、羞恥、憤怒和其他負面情緒、由於壓力或無法負擔醫療或營養補充，導致身心健康亮紅燈、酗酒或其他危險和破壞性行為、無力付款導致房屋遭拍賣、仰賴政府援助等⁹⁵。

美國消費者金融保護局 (Consumer Financial Protection Bureau) 先前發布老年金融剝削可疑活動報告，疑似老年金融剝削案件由 2013 年平均每月約 1300 件增至 2017 年每月約 5,300 件，成長 4 倍之多，長者損失或他人試圖竊取金額，從 2014 年 9.31 億美元，2017 年攀升至 17 億美元。值得注意的是，其中超過 5 成通報剝削樣態涉及匯款；即使如此，美國消費者金融保護局認為，實際案件可能低於統計數，若以最低盛行率 5.2% 計算，推估 2017 年有逾 350 萬高齡者受害，長者平均損失金額為 34,200 美元。而當長者認識剝削者時，估計平均每人損失約為 50,000 美元，反而因熟識關係讓長者損失更大，若剝削者是陌生人時，平均損失則為 17,000 美元。有鑑於此，美國消費者金融保護局認為，金融機構必須更加嚴肅看待金融剝削，應該即時向美國財政部金融犯罪執法網報告⁹⁶。

2019 年 6 月 G20 福岡會議首度將人口老化視為經濟成長潛在風險來加以討論，提出高齡與普惠金融共 8 項優先政策，討論人口迅速老化對經濟的衝擊，被

94 CDC(2021), < Fast Facts: Preventing Elder Abuse > ,
(<https://www.cdc.gov/violenceprevention/elderabuse/fastfact.html>) (最後瀏覽日：2022/1/3)

95 Howard M. Rosenfield, <Financial Abuse of the Elderly> ,(<https://www.stockbrokerproblems.com/financial-abuse-of-the-elderly.html>) (最後瀏覽日：2022/1/3)

96 謝方媄；蘇思云(2021)，〈理專之亂／你的錢被五鬼搬運了嗎？一場動搖「銀本」投資風暴〉，中央社，2021/9/12。(載於：<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202109120021.aspx>) (最後瀏覽日：2022/1/2)

OECD 視為全球因應高齡議題的政策綱領；這八項優先政策包括：(1)運用數據資料及佐證進行差距分析了解政策有效性及措施須強化之處、(2)強化金融教育、(3)長期的財務規劃、(4)針對銀髮族不同需求量身訂製各種不同商品或服務、(5)儘量運用創新或科技來發展金融包容策略提供適合銀髮族的商品、(6)避免高齡者被剝削或詐欺、(7)透過多元利害關係者及多元機構跨部門協調整合高齡議題，以及(8)針對弱勢高齡者特別照顧其需求的政策(例如：高齡且身心障礙或失智)⁹⁷。8 項優先政策之一為「避免高齡者被剝削或詐欺」，會後共同聲明五大重點的第三點即為人口老化，聲明內容表示：全球主要經濟體應考慮鼓勵參與勞動市場，尤其是女性和較年長人口的參與，並推廣對年長者友善的產業。G20 財長同時呼籲考慮從公正且有利於成長的角度設計稅制，以更能夠回應人口老化帶來的挑戰，他們還要求考慮協助金融機構，對自身營運模式和服務進行任何必要的調整⁹⁸。

日本金融主管機關金融廳下的金融審議會 2019 年所做的最新研究「高齡化社會中資產的形成與管理」發現，隨著年齡的增長高齡者的認知和判斷能力的下降是不可避免的，一般金融商品的投資人會根據市場不斷變化的情況有效地改變其資產結構（投資組合），而高齡者很難適當地做出這樣的判斷和行動，對金融機構而言，準備可適應高齡者狀況而自動調整的商品是一個重要課題；此外日本研究還發現，高齡者退休後的狀況是非常多樣的，例如：退休後的資產和收入、工作、健康、家庭組成等各有不同，金融機構需要提供滿足高齡者客戶多樣化需求的產品和服務⁹⁹。2019 年 6 月 G20 福岡會議提出高齡與普惠金融優先政策方向與金管會之政策一致，因銀髮族所購買或往來的金融商品或服務，會直接或間接影響下一個世代，金融服務業應秉持專業以跨世代的思維服務銀髮族群。

97 黃天牧(2021)，〈保險產業高齡金融消費者保護國際研討會致詞稿〉，2021/12/14。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=311&parentpath=0,2,310&mcustomize=onemessage_view.jsp&dataserno=202202210001&toolsflag=Y&dttable=ManagerTalks) (最後瀏覽日：2022/5/30)。

98 中央社(2019)，〈從貿易戰到網企稅，G20 財長會議聲明 5 大重點〉，2019/6/10。(載於：<https://technews.tw/2019/06/10/2019-g20-5-keypoints/>) (最後瀏覽日：2022/5/30)。

99 魏喬怡(2019)，〈老年金融商品夯 連 G20 都熱烈討論〉，工商時報，2019/07/14。(載於：<https://ctee.com.tw/news/finance/118110.html>) (最後瀏覽日：2022/5/30)。

第二節 英國 FCA 企業公平對待脆弱客戶準則

英國的金融行為監理總署(Financial Conduct Authority, FCA)在 2021 年 2 月公告企業公平對待脆弱客戶準則¹⁰⁰ (FG21/1 Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers)讓弱勢消費者能夠與其他消費者有一樣的體驗，促使金融機構公平對待弱勢消費者並將之融入企業文化，指出驅動客戶變得脆弱的風險，有 4 大關鍵因素，包含：健康、生活遭逢巨變、財務風險抵抗力弱與財務智識能力較低，這些脆弱性可能是永久的也可能是短暫的，據統計，因為 COVID-19 的關係英國具脆弱特質的成年人從 2020 年 2 月的 46%到 2020 年 10 月已經增加至 53%¹⁰¹，這些人可能基於隱私或認知能力限制，無法或不願表明自己的「脆弱性」(vulnerability)，金融服務業應發展出一套機制識別出前述較弱勢的金融消費者，並積極瞭解該脆弱處對顧客帶來何種衝擊，從商品服務設計、消費者服務與溝通提出具體作為。

因為這些具脆弱性的客戶相較一般金融消費者更加依賴金融機構之判斷與建議，因此金融機構從業人員需要具備相當職能以了解其需求，透過合理謹慎對待確保所提供的建議合宜，總結金融服務業為確保公平對待弱勢消費者而應採取的行動，包括要求金融業應以在職訓練、設計特殊商品、加強顧客服務，以照顧高齡者等脆弱性的客戶需求，包括以下六項¹⁰²：

一、 了解客戶的需求

研究顯示，脆弱客戶可能面臨購買保險被拒絕或被收取額外費用、不易使用溝通通路、比較困難而支付較高的價格、對維護自身權益意識低落、過度負債引發心理問題、因誤解而購買不適當的產品或服務，甚或因為一些限制使脆弱客戶鮮少定期

100 FCA(2021)，〈Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers〉，
(<https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fg21-1.pdf>)(最後瀏覽日：2022/3/1)

101 FCA(2020)，〈Financial Lives survey〉，(<https://www.fca.org.uk/publication/research/financial-lives-survey-2020.pdf>)(最後瀏覽日：2022/3/1)

102 依據 FCA 於 2021/2/23 公告之企業公平對待脆弱客戶準則(Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers)內容彙整並摘要。

檢查其銀行帳戶或對帳單，增加金融剝削的風險¹⁰³。金融服務業應滿足脆弱客戶為進行決策而產生的需求以降低損害發生，就涉及與老年健康和生活的相關事件，像是親人死亡、住院或關係破裂這種脆弱性，金融服務業應該儘早採取行動，如：詢問客戶可能容易受到哪些類型的傷害或不利益，以及這些不利益如何影響消費者體驗和決策，再透過產品和服務的設計，來辨識及回應目標客戶群中脆弱性客戶的需求，避免傷害擴大。

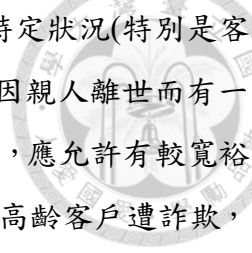
二、培養員工技能和能力

金融服務業可能都有訂定政策來回應脆弱客戶的特殊需求，但若一線員工沒有正確的知識或技能來有效實施這些政策，那麼脆弱的客戶將面臨風險。金融服務業應以在職訓練、設計特殊商品與客戶服務等等方式，使第一線的員工都具備識別脆弱性特徵的技能和回應的能力。從事產品和服務設計的員工，應將脆弱客戶需求納入流程設計，傾聽客戶可能傳達其脆弱的資訊，如：當消費者告訴金融服務業有特殊需求、有明確的脆弱證據或消費者的檔案中有註明其有額外需求或脆弱的相關紀錄，員工要能敏感的詢問客戶這些因素是否會影響他們的需求或提供其可用的服務，持續記錄客戶的資訊和狀況，並進行定期審查。

三、產品和服務設計

金融服務業應將對於脆弱客戶的了解，轉化為實際行動(如：考慮產品或服務特性，對脆弱客戶產生的潛在影響)，有許多消費者無法理解產品的複雜性或財務槓桿對產品獲利的影響(特別是那些財務風險抵抗力弱的消費者)；金融服務業缺乏彈性的標準化產品或服務，可能會妨礙脆弱客戶使用，例如：因為住院而長期休假，導致財務發生變化而發生償還貸款困難的狀況，如果金融服務業無法及時彈性地回應他們的情況，可能會加劇其因健康不佳而遇到的財務壓力，從而導致傷害發生。

103 Guidance for firms on the fair treatment of vulnerable customers(2021), 2.24 「Research into the experiences of consumers with characteristics of vulnerability has provided further evidence that the way firms respond to vulnerability can increase or reduce the risk of harm. a. Financial exclusion ,b. Difficulty accessing services, c. Disengagement with the market / partial exclusion, d. Inability to manage a product or service, e. Over-indebtedness, f. Buying inappropriate products or service and exposure to mis-selling ,g. Scams and financial abuse.」



金融服務業在不改變契約條款的情況下，可建立彈性機制以便特定狀況(特別是客戶的財務狀況可預期短期就會改善)為客戶提供寬限；又例如：因親人離世而有一筆錢進行投資的客戶，因其缺乏在該時間點做出正確決定的能力，應允許有較寬裕的時間考慮，確保得出一個最有利客戶的決定。其他像是為避免高齡客戶遭詐欺，英國有銀行鼓勵高齡者於業務往來之初即指定「第二聯絡人」-例如配偶、照顧者或其他家庭成員，於往後進行金融交易時銀行均須聯繫第二聯絡人並取得同意該筆交易才有效等等，藉由產品設計採取了積極主動的措施，防止日後的傷害發生。

在產品和服務設計過程的所有階段，包括發想、開發、測試、發布和審查，將脆弱客戶考慮在內，以確保產品和服務滿足他們的需求，並確保所有一線員工都了解產品及其功能，以及產品服務最適合及最不適合的對象。

四、客戶服務

脆弱客戶很可能有不同的客戶服務需求，例如，某些通路的接觸門檻對於脆弱客戶造成壓力、脆弱客戶需要較多時間來理解資訊並做出決定等，提供適當的客戶服務(包括：數位、書面及與一線員工互動等)，金融服務業應該考慮顧客往來其間是否新增接觸點，以收集有關客戶需求的資訊，例如：客戶在購買保險時尚未有有理赔的需求，但隨著時間的推移，健康、就業等狀況可能發生變化，金融服務業應建立支援客戶服務的系統和流程，記錄和檢索有關客戶需求的資訊，使客戶服務流程，可針對有額外需求的消費者提供幫助(如：使用點字或音訊，提供視覺障礙的客戶合適的服務)，透過金融服務業與客戶的溝通或官方網站提供客戶服務的資訊，鼓勵消費者與金融服務業分享其需求，並確保金融服務業所提供的幫助和支援易於取得和使用。

五、溝通

識字率低，運算能力低，對金融產品瞭解不足和認知障礙等能力低落或身體障礙都可能產生特別的溝通需要，金融服務業目標是確保有關產品和服務的所有溝通資訊，對於目標市場和客戶群中的消費者來說都是可理解的。如果一般溝通無法滿足弱勢客戶的溝通需求，金融服務業應在適當的情況下提供不同的參考格式(尤

其是關鍵文件類)，員工也應滿足弱勢客戶所需要的溝通需求，額外提供資訊。對外，提供多種溝通通路供脆弱客戶選擇；對內，員工之薪獎結構除了關注客戶服務的數量或服務時間，還應著眼於服務質量和客戶滿意度，此外，金融服務業應亦應確保員工可以改變其客戶服務流程，以協助有額外需求的消費者(如：使用點字或音訊等方式，使可能有視覺障礙的人收到更合適的溝通資訊)。

未落實組織內部資訊的共用，也可能導致脆弱客戶受到傷害，例如，負債的客戶通知業務單位其因疾病而遇到財務困難，但若業務單位無法與催收部門共用系統，可能就無法根據消費者最新的狀況而改變其催收程序，從而使消費者的情況變得更糟。因此，如何與弱勢消費者有效溝通，成為金融服務業能否公平對待弱勢消費者之重要指標。尤其，金融服務業於締約階段，如何運用弱勢消費者易於瞭解方式，充分踐行告知與揭露，是公平待客原則能否充分體現於弱勢客戶之關鍵。

六、監測和評價

金融服務業應該在提供弱勢客戶服務或商品招攬流程中設置控制點，以評估是否公平對待脆弱的客戶便利改進，另外，主動的進行資料分析，製作並定期檢查適合其業務性質的管理資訊，了解弱勢客戶需求是否有全數被滿足？是否仍有其他改進空間？並將答案進一步反饋於前述流程。金融服務業在監控時可能需要考慮客戶關係面向：(1)決策：金融服務業是否提供充分的資訊和支援，滿足弱勢客戶做決策的需求？(2)客戶旅程參與：客戶服務和溝通設計是否滿足脆弱客戶的需求？客戶有無遇到與金融服務業互動的困難？(3)變化告知：是否支持並鼓勵脆弱客戶分享有關其情況或需求的資訊？(4)需求滿足：客戶是否能夠獲得合適且滿足其需求的產品或功能。

高齡者隨著年紀漸增，不管是認知能力或資訊接收能力都逐步退化，導致逐漸與社會脫節而成為金融消費的脆弱族群，英國 FCA 所發布的「公平對待弱勢客戶準則」強調員工應具備相關能力以識別及回應脆弱客戶的需求，企業內部應妥適記錄並定期審查脆弱客戶資訊，並加強其提供產品、服務的彈性，朝向使脆弱客戶能夠享有與一般客戶無差異的金融服務努力，搭配內部控制制度的落實，有效降低金融剝削發生。

第三節 我國高齡金融消費者保護常見缺失

金管會於 2021 年年中針對 25 家金融機構辦理「銀髮族金融消費者保護專案金檢」項目涵蓋：(一)、金融機構是否在低利環境下，大量銷售信用評等較差的高風險金融商品給高齡者；(二)、金融機構有沒有勸誘高齡者以解約或借款之資金，購買高風險金融商品之不當招攬行為；(三)、金融機構是否在銷售過程有未落實商品或服務適合度評估及風險告知揭露；(四)、金融機構是否有針對高齡者提供防弊保護措施。檢查結果針對銀行業發布所發現之六大缺失¹⁰⁴，摘要如下：

- 一、注意與忠實義務原則，如：理財專員長期和客戶有大額資金往來、或是對超過 85 歲高齡金融消費者未確認高齡者認知、健康等狀態等。
- 二、廣告招攬真實原則，如：理財專員招攬高齡者購買投資型保單，以刷卡方式支付保費，再轉介高齡者辦理解約、房屋貸款或保單借款，取得資金以支付信用卡帳單，規避保費來源是否近三個月內解約或貸款之檢核機制。
- 三、商品或服務適合度原則：包括銷售高齡者長天期、低流動性或超逾其風險承受度的商品、高齡者投資風險屬性評估有欠妥適、高齡者成為「專業投資人」的程序過度寬鬆等，此項原則缺失及影響最為嚴重。
- 四、告知揭露原則，如：未充分告知高齡者投資商品的風險。
- 五、酬金與業績衡平原則，如：銀行理財專員的財務指標，未將其銷售金融商品的風險屬性納入考量；非財務指標未將是否有違反相關法令、稽核缺失、客戶紛爭申訴等納入考量。
- 六、申訴保障原則，如：重大客訴案處理層級過低，未將改善措施及進度提報董事會，也未檢討發生原因等缺失。

104 廖珮君(2022)，〈金管會抓銀髮族金融消費六大缺失 這款最嚴重〉，經濟日報，2022/4/3。(載於：https://udn.com/news/story/7239/6213258?from=udn-ch1_breaknews-1_cate6-news) (最後瀏覽日：2022/4/3)。

檢查局後於 2021 年 12 月公告本國銀行年度金融檢查重點¹⁰⁵，將銀髮族權益保護納入金融消費者保護作業檢查項中，確保相關缺失皆能落實改善。

高齡者過往習慣了臨櫃辦理業務，即使網路銀行及行動銀行介面設計越來越重視使用者體驗、ATM(自動櫃員機)越來越普及便利，由於生理機能持續退化、視力、閱讀理解能力、回應速度，都對其形成操作自動化通路的門檻，相較之下，實體分行服務有人的溫度，面對面的服務帶給他們安全感，這也是高齡者偏好和依賴臨櫃交易的主因。

其次，高齡者理財的方式主要為存款，也有相當比例的高齡者投資銀行理財產品或股票等，他們經歷過高利率的時代，彼時一筆資金放在銀行作定存商品，單靠利息就足以支應日常生活，這種安定感使得高齡者相較一般人更加喜歡配息型商品¹⁰⁶，注重資產回報的可持續性，將投資商品配息視為利息的思維，容易忽視投資商品本身的操作績效，尤其一些固定配息的投資商品，在操作績效不彰時，配息就只能取自本金，造成本金的減損；又如：結構型商品條件中有包含外幣計價、連結股市或匯率、有無擔保、發行機構、計息情況、買回條件等複雜的設計，就連一般金融知識者也不易理解，高齡者卻常被銀行理財專員以簡化的配息、到期保本等招攬話術吸引，購買與其風險承受度不相當的複雜性高風險產品。

再者，青壯年金融消費者可以通過豐富的網路資源搜尋相關資訊進行學習，而高齡者在獲取網路資訊、使用資訊科技能力上相對青壯年族群落後，很多高齡者在資訊獲取方面存在嚴重的數位落差 (Digital Divide)，這使得他們分辨真偽能力下降，高齡金融消費者的資訊弱勢，使他們更容易成為金融詐騙的目標。

綜上，高齡者信任人的服務、根深蒂固的存款領息思維、數位資訊落差及自身認知能力退化，凸顯高齡金融消費者的脆弱性及適當保護的需要，再從機制面來看，

105 檢查局年度檢查重點。(載於：
https://www.feb.gov.tw/ch/home.jsp?id=65&parentpath=0,4&mcustomize=onemessages_view.jsp&dataserno=202112210001&dtable=Business)(最後瀏覽日：2022/4/2)。

106 時報資訊(2018),<研究報告-退休族就愛配息基金>, 2018/3/31。載於：<https://reurl.cc/QjO9XO> (最後瀏覽日：2022/2/28)

過往銀行理財商品較少從具體的法律層面對於銷售對象提出差異化保護要求¹⁰⁷，導致面對不同類型的金融消費者，銷售人員仍仰賴單一的銷售流程及制式文件。

第四節 我國銀行業公平對待高齡客戶自律規範

為全面性強化保障高齡者權益，強化銀行業公平合理對待及防範金融剝削高齡客戶，金管會參考英國 FCA 所發布的「企業公平對待脆弱客戶準則」以及過往對銀行與高齡客戶往來之監理實務情形，於 2021 年 11 月 23 函請銀行公會訂定「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」(下稱高齡自律規範)¹⁰⁸，包括瞭解高齡客戶需求、建立明確客戶服務之流程與標準、設計適合商品與提供適當服務、與高齡客戶之溝通、防範金融詐騙或其他金融剝削行為措施、訓練員工具備瞭解高齡客戶需求之技巧與能力、具備完整監控與評估機制等。

銀行業者依據高齡自律規範，對於高齡客戶所應採取之公平對待措施包括：

(一)、採取合宜措施，紀錄並瞭解高齡客戶業務往來需求；(二)、建立協助高齡客戶表達其需求之機制，包含可記錄及查詢該等客戶之需求；(三)、建立高齡客戶申訴案件資料庫，定期審視高齡客戶申訴資料與處理情形；(四)、開發設計金融商品或服務時，宜將商品或服務對高齡客戶之友善性納入考量，以維護其權益。(五)、提供高齡客戶投資型金融商品交易服務時，應有妥適之適合度評估機制；(六)、銀行於行銷、廣告、業務招攬或與高齡客戶訂約時，應向該等客戶明確告知各項費用與其收取方式，及可能涉及之風險，如長天期、流動性低或有提前解約罰則等相關資訊；(七)、採取高齡客戶能理解之溝通方式，說明相關資訊；(八)、制定櫃台人員對高齡客戶異常金融交易行為之應對保護措施；(九)、建置員工服務高齡客戶之

107 金管會於 2022 年 3 月公告的預告險商品銷售前程序作業準則」部分條文修正草案，已開始有差異化對待，如：為保障高齡消費者之投保權益，強化對保險商品開發設計階段對高齡客戶商品適合度評估之控管，爰增列第七款，要求保險業進行保險商品研發時，應評估保險商品之特性對於六十五歲以上之客戶之潛在影響及各種不利因素，包括評估是否適合銷售予六十五歲以上之客戶等；另於同日預告「保險業招攬及核保理賠辦法」第六條、第七條修正草案中，也有為保障高齡消費者之投保權益，強化保險業招攬作業之控管規定，如：增列第一項第七款第六目，明定業務人員填寫之招攬報告書內容應包括對六十五歲以上之客戶投保案件，應載明該客戶是否具有辨識不利其投保權益情形之能力、保險商品適合該客戶及評估理由，並做成評估紀錄等。

108 金管會(2022)，〈金管會持續推動銀行業公平合理對待高齡客戶措施〉，2022/3/29 新聞稿附件。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202203290003&dtable=News)(最後瀏覽日：2022/4/1)

金融友善教育訓練計畫；(十)、建立高齡客戶申購、轉換「高風險商品」交易服務時之控管機制並建立高齡客戶金融交易監控及加強查核(自行查核與內部稽核)機制等。

高齡自律規範對高齡者的保護重點參照英國 FCA 企業公平對待脆弱客戶準則，包括三個面向：(一).銀行業者對高齡者必須有更多的了解、觀察及諮詢(符合法規的情況下)並記錄，以確實評估其金融需求。(二).在客服流程設計、商品開發過程方面，應考慮高齡者之特殊需要，並納入友善性考量。(三).在商品推介、銷售環節，應審慎評估 KYC、KYP 及適合度分析等程序之強化，以及建立相應之控管措施與風險管理機制，俾向高齡者推介適合當事人風險承受能力之金融商品或服務。

另一方面，主管機關也希望銀行加強行員教育訓練，提升員工對高齡客戶脆弱性因素之認識，並結合現行關懷提問制度，訂定櫃台人員對高齡客戶異常金融交易行為之應對保護措施，以全方位提升對高齡客戶金融消費權益之保護¹⁰⁹，銀行應於事前適當考量商品是否適宜高齡客戶購買，並於申購前完成交易評估，如：判斷高齡者是否具有其他脆弱性特質、商品適合度評估等，最後，銀行要確實落實例外狀況的管控機制，如：超高齡客戶有家人陪同簽署「陪同交易確認暨同意書」、結合問責地圖，明定銀行內部簽核層級等機制。

109 金管會(2022)，〈金管會持續推動銀行業公平合理對待高齡客戶措施〉新聞稿，2022/3/29。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202203290003&dtable=News)(最後瀏覽日：2022/4/4)

第五章 結論

我國將於 2025 年邁入超高齡社會，高齡者信任人的服務、根深蒂固的領息思維、數位資訊落差及自身認知能力退化，凸顯其脆弱性及透過差異化對待適當保護的必要，更遑論高齡者一旦失去養老資產就將成為社會的負擔，且對高齡者不友善的金融環境，也將導致高齡客戶理財更加保守退縮，不利於整體金融市場多樣化發展。

本論文檢視 2016~2021 年金融消費者評議中心之評議案件，發現 2021 年採用「公平合理原則」判定高齡金融消費者部分有理由比例驟升，此結果為銀行公平待客評核機制之評分基準，勢必將促使銀行業更積極優化內部規章辦法及流程，落實高齡金融消費者保護；2022 年我國參考英國 FCA 所發布的「企業公平對待脆弱客戶準則」以及過往對銀行與高齡客戶往來情形，訂定「銀行業公平對待高齡客戶自律規範」，包括瞭解高齡客戶需求、建立明確客戶服務之流程與標準、設計適合商品與提供適當服務、與高齡客戶之溝通、防範金融詐騙或其他金融剝削行為措施、訓練員工具備瞭解高齡客戶需求之技巧與能力、具備完整監控與評估機制等¹¹⁰，在公平待客原則框架下，可預期未來金融業務人員在提供高齡者金融商品或服務時，將更完善高齡者保護程序。

高齡金融消費者保護為公平待客原則友善服務的重要環節，相關業務辦法也正在陸續修訂中，期待銀行在公平待客的大傘下正確闡釋及適用法規並貼合金融實務，即使遇到法規沒有規範之處也能選擇對客戶有利的方案，使公平待客原則成為員工執行日常業務之心證與準則；並透過董事會積極參與，由上而下考量高齡者需求提供差異化之商品或服務，厚植企業公平待客精神，形塑公平待客的企業文化，增進金融消費者對於金融服務業之信心，奠定本國金融服務業永續發展的基石。

110 陳蕙綾(2022)，〈金管會三面向重視弱勢消費者 期許金融業更關注 ESG 中的「S」〉，鉅亨網，2022/1/6。
(載於：<https://news.cnyes.com/news/id/4798031?exp=b>)(最後瀏覽日：2022/5/3)

參考文獻：



一、書籍

1. 王志誠(2017)，現代金融法三版，新學林出版股份有限公司，2017年10月。
2. 林國全等 (2019)，金融消費者保護法：理論與實務，財團法人金融消費者評議中心，2019年5月。

二、期刊

1. Michael S. Finke, John S. Howe, Sandra J. Huston, < Old Age and the Decline in Financial Literacy >, Management Science Vol. 63, No. 1.
2. 呂庚宜(2021)，<不實廣告首部曲，試論不實廣告契約化之界限—最高法院 108 年度台上字第 1201 號判決評釋>，消費者保護研究第 25 輯，2021/04，頁 75-102。
3. 黃富順(2016)，<高齡社會發展下對高齡服務產業及公共服務政策的展望>，《國土及公共治理專刊》第 4 卷第 1 期，頁 21-32。
4. 詹森林，<定型化契約條款之基本概念及其效力之規範—消費者保護法第十二條之分析>，法學叢刊第 158 期，1995/04，頁 128-161。
5. 陳俊元、朱勗華、廖晨旭、賴彥傑(2021)，<金融消費者保護法中公平合理原則之法律實證研究>，東吳法律學報第 32 卷第 4 期，頁 81-146。


三、網路資料

1. CDC(2021), < Fast Facts: Preventing Elder Abuse > ,
(<https://www.cdc.gov/violenceprevention/elderabuse/fastfact.html>)
2. Erik Asp, Kenneth Manzel, Bryan Koestner, Catherine A. Cole, Natalie L. Denburg, Daniel Tranel.(2012), <A Neuropsychological Test of Belief and Doubt: Damage to Ventromedial Prefrontal Cortex Increases Credulity for Misleading Advertising. Frontiers in Neuroscience >
3. Howard M. Rosenfield, <Financial Abuse of the Elderly > ,

- 
- (<https://www.stockbrokerproblems.com/financial-abuse-of-the-elderly.html>)
4. Kenneth Douglas(2018) , <Standing with seniors: How banks can combat elder financial exploitation > , BAI (Bank Administration Institute) ,
<https://www.bai.org/banking-strategies/article-detail/standing-with-seniors-how-banks-can-combat-elder-financial-exploitation/>
 5. Marguerita Cheng(2021),<Elder Financial Exploitation: Warning Signs, Prevention and Reporting>,U.S.News , <https://money.usnews.com/money/blogs/the-smarter-mutual-fund-investor/articles/elder-financial-exploitation-warning-signs-prevention-and-reporting>
 6. 時報資訊(2018),<研究報告-退休族就愛配息基金>, 2018/3/31 。載於：
<https://reurl.cc/QjO9XO> (最後瀏覽日:2022/2/28)
 7. 張冠群；汪信君(2015) , <金融消費者保護法第二十條「公平合理原則」於保險爭議案件之適用> , 全國律師第 19 卷第 8 期 , 2015/8 , 頁 18-44 。
 8. 陶允芳 (2012 年 8 月) , <金領銀髮族> , 天下雜誌 504 期 ,
<https://www.cw.com.tw/article/5042840> (最後瀏覽日：2022/1/31)

四、新聞資料

1. 魏喬怡(2019) , <老年金融商品夯 連 G20 都熱烈討論> , 工商時報 ,
2019/07/14 。(載於：<https://ctee.com.tw/news/finance/118110.html>)(最後瀏覽日：2022/4/2)
2. 邱金蘭(2021) , <防堵銀髮族不當行銷 , 金管會將再祭五措施> , 經濟日報 ,
2021/08/02 。(載於：<https://money.udn.com/money/story/122181/5644321>)(最後瀏覽日：2022/4/2)
3. 陳碧芬(2021) , <銀髮族財富管理 三問檢視更安心> , 工商時報 , 2021/8/7 。
(載於：<https://ctee.com.tw/wealth/tutor/499105.html>)(最後瀏覽日：2022/4/2)
4. 謝方媣；蘇思云(2021) , <理專之亂／你的錢被五鬼搬運了嗎？一場動搖「銀本」投資風暴> , 中央社 , 2021/9/12 。載於：

- 
- <https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202109120021.aspx> (最後瀏覽日：2022/4/2)
5. 陳怡慈(2021)，〈民眾買基金風險評估放寬〉，經濟日報，2021/12/11。(載於：<https://udn.com/news/story/7239/5953630>) (最後瀏覽日：2022/4/2)
 6. 陳蕙綾(2022)，〈金管會三面向重視弱勢消費者 期許金融業更關注 ESG 中的「S」〉，鉅亨網，2022/1/6。(載於：<https://news.cnyes.com/news/id/4798031?exp=b>)(最後瀏覽日：2022/5/3)
 7. 廖珮君(2022)，〈金管會出招防堵高齡剝削/五類金融商品賣銀髮族 要管〉，經濟日報，2022/3/1。(載於：<https://money.udn.com/money/story/122229/6130443>)(最後瀏覽日：2022/4/3)
 8. 廖珮君(2022)，〈金管會抓銀髮族金融消費六大缺失 這款最嚴重〉，經濟日報，2022/4/3。(載於：https://udn.com/news/story/7239/6213258?from=udn-ch1_breaknews-1-cate6-news) (最後瀏覽日：2022/4/3)
 9. 廖珮君(2022)，〈公平待客 誠信金融論壇／金管會主委黃天牧：形塑好文化 解道德困境〉，經濟日報，2022/4/8。(載於：<https://udn.com/news/amp/story/7239/6223035>)(最後瀏覽日：2022/4/8)
 10. 呂淑美(2022)，〈高收益債 更名非投資等級債〉，工商時報，2022/7/25。(載於：<https://ctee.com.tw/news/stocks/684476.html>)(最後瀏覽日：2022/8/3)
 11. 彭禎伶、魏喬怡(2022)，〈保單連結高收債基金 5 千億規模將消失〉，工商時報，2022/4/12(載於：<https://ctee.com.tw/news/insurance/625394.html>)(最後瀏覽日：2022/8/3)

五、政府資料

1. 立法院(2011)，金融消費者保護法異動條文及理由，2011/6/3。(載於：[https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?00086A296D05000000000000000000000000000000000004FFFFFFD^08137100060300^000000000000](https://lis.ly.gov.tw/lglawc/lawsingle?00086A296D050004FFFFFFD^08137100060300^000000000000))
2. 金管會(2015)，〈金融服務業公平待客原則〉，金管法字第 1040055554 號函，



- 2015/12/31。
3. 國家發展委員會 (2020)，〈中華民國人口推估 (2020 年至 2070 年) 報告〉，臺北：國家發展委員會。載於：[https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估\(2020至2070年\)報告.pdf](https://pop-proj.ndc.gov.tw/upload/download/中華民國人口推估(2020至2070年)報告.pdf) (最後瀏覽日：2022/1/31)。
 4. 司法院民事廳(2019)，〈訴訟外紛爭解決機制 ADR 簡介〉，發布日期：2019/10/17。載於：<https://www.judicial.gov.tw/tw/cp-1497-57069-fceff-1.html> (最後瀏覽日:2022/3/1)
 5. 內政部戶政司 (2021)，〈人口統計資料庫-縣市人口按性別及五齡組〉，內政部戶政司。載於：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346> (最後瀏覽日：2022/1/31)。
 6. 內政部統計處 (2021)，〈109 年簡易生命表〉。載於：<https://www.moi.gov.tw/cl.aspx?n=2953> (最後瀏覽日：2022/1/31)。
 7. 金管會(2021)，〈金管會公布 111 年金融服務業公平待客原則評核機制〉新聞稿，2021/10/26。(載於：https://www.feb.gov.tw/ch/home.jsp?id=53&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202110260001&toolsflag=Y&dtable=News)
 8. 金管會(2022)，〈金管會持續推動銀行業公平合理對待高齡客戶措施〉，2022/3/29 新聞稿附件。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202203290003&dtable=News)(最後瀏覽日：2022/4/1)
 9. 金管會(2022)，〈金管會持續推動銀行業公平合理對待高齡客戶措施〉新聞稿，2022/3/29。(載於：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202203290003&dtable=News)
 10. 金管會(2022)，〈修正「金融服務業公平待客原則」〉，金管法字第 1110192104 號函，2022/5/18。

附件

附件 1 修正「金融服務業公平待客原則」

附件 2 銀行業公平對待高齡客戶自律規範

附件 3 銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則



修正「金融服務業公平待客原則」(金管法字第 1110192104 號函)

民國 111 年 05 月 12 日修正



壹、前言

金融消費者保護係國家金融法制進步之指標，參照國際經濟合作組織(OECD)「G20 高層次金融消費者保護原則」第三點「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。公平對待消費者應係金融服務業公司治理及企業文化之核心價值，尤其應特別注意財務弱化族群之需要。」為確保金融服務業對每一客戶提供相同服務，並依客戶需求提供適當照顧，落實普惠金融，期透過金融服務業之誠信經營形成良好公司治理文化，具體落實公平對待客戶之宗旨，參考實務理論及國際間金融消費者保護之發展趨勢適時滾動修正「金融服務業公平待客原則(下稱本原則)九大原則內容，新增「友善服務原則」及「落實誠信經營原則」，以為金融服務業推動與執行金融消費者保護之參考，俾利金融服務業遵循、重視並落實金融消費者保護，建立公平待客之企業文化。

貳、 依據：行政程序法第 165 條。

參、目的：

透過本原則，期能促進金融服務業落實以「公平待客」為核心之企業文化，透過政策及策略之務實執行，提升金融服務業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，並增進金融消費者對於金融服務業之信心，助益金融服務業之永續發展。

肆、金融服務業公平待客原則

依前述目的，訂定「公平待客原則」：

原則	具體基本內容
一、訂約公平誠信原則	(一)金融消費者保護法第六條第一項：金融服務業對金融消費者之責任，不得預先約定限制或免除。 (二)金融消費者保護法第七條第一項：金融服務業與金融消費者

	<p>訂立提供金融商品或服務之契約，應本公平合理、平等互惠及誠信原則。</p> <p>(三) 金融消費者保護法第七條第二項後段：契約條款如有疑義時，應為有利於金融消費者之解釋。</p> <p>(四) 其他業法相關規範 (如附表 1 至 3)。</p>
<p>二、注意與忠實義務原則</p>	<p>(一) 金融消費者保護法第七條第三項：金融服務業提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務；其提供之金融商品或服務具有信託、委託等性質者，並應依所適用之法規規定或契約約定，負忠實義務。</p> <p>(二) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
<p>三、廣告招攬真實原則</p>	<p>(一) 金融消費者保護法第八條第一項：金融服務業刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實，其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。</p> <p>(二) 金融消費者保護法第八條第三項：金融服務業不得藉金融教育宣導，引薦個別金融商品或服務。</p> <p>(三) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
<p>四、商品或服務適合度原則</p>	<p>(一) 金融消費者保護法第九條第一項：金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。</p> <p>(二) 金融消費者保護法第十一條：金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。</p>


	<p>(三) 金融消費者保護法第十一條之二第一項：金融服務業初次銷售之複雜性高風險商品應報經董（理）事會或常務董（理）事會通過。</p> <p>(四) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
<p>五、告知與揭露原則</p>	<p>(一) 金融消費者保護法第十條第一項：金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。</p> <p>(二) 金融消費者保護法第十條第二項前段：前項涉及個人資料之蒐集、處理及利用者，應向金融消費者充分說明個人資料保護之相關權利，以及拒絕同意可能之不利益。</p> <p>(三) 金融消費者保護法第十條第三項前段：第一項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解之文字或其他方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容。</p> <p>(四) 金融消費者保護法第十條第四項：金融服務業提供之複雜性高風險商品，前項之說明及揭露，除以非臨櫃之自動化通路交易或金融消費者不予同意之情形外，應錄音或錄影。</p> <p>(五) 金融消費者保護法第十一條：金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。</p> <p>(六) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
<p>六、酬金與業績衡平原則</p>	<p>(一) 金融消費者保護法第十一條之一第一項：金融服務業應訂定業務人員之酬金制度，並提報董（理）事會通過。</p> <p>(二) 金融消費者保護法第十一條之一第二項：前項酬金制度應衡平考量客戶權益、金融商品或服務對金融服務業及客戶可能產生之各項風險，不得僅考量金融商品或服務之業績目標達</p>

	<p>成情形。</p> <p>(三) 金融消費者保護法第十一條之一第三項：前項金融服務業業務人員酬金制度應遵行之原則，由所屬同業公會擬訂，報請主管機關核定。</p> <p>(四) 金融消費者保護法第十一條之二第三項：第一項複雜性高風險商品及前條第一項之酬金制度，於外國金融服務業在臺分支機構，應經其在臺負責人同意。</p> <p>(五) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
七、申訴保障原則	<p>(一) 金融消費者保護法第十三條第二項：金融消費者就金融消費爭議事件應先向金融服務業提出申訴，金融服務業應於收受申訴之日起三十日內為適當之處理，並將處理結果回覆提出申訴之金融消費者；金融消費者不接受處理結果者或金融服務業逾上述期限不為處理者，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向爭議處理機構申請評議；金融消費者向爭議處理機構提出申訴者，爭議處理機構之金融消費者服務部門應將該申訴移交金融服務業處理。</p> <p>(二) 本會 104 年 5 月 25 日金管法字第 104054727 號函：1、為加強金融服務業對消費爭議處理之重視，提升消費爭議處理之效率與品質，保護金融消費者權益，各金融服務業應建立消費爭議處理制度（含處理流程 SOP），提報董事會通過，並落實執行。2、消費爭議處理制度內容至少應包括消費爭議之範圍、組織架構、受理方式、處理流程、處理時效、進度查詢、追蹤稽核、教育訓練與定期檢討等。</p> <p>(三) 其他業法相關規範（如附表 1 至 3）。</p>
八、業務人員專業性原則	<p>(一) 銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法第十九條第二項至第四項。</p> <p>(二) 信託業負責人應具備資格條件暨經營與管理人員應具備信</p>

託專門學識或經驗準則第十六條。

- (三) 票券商負責人及業務人員管理規則第十三條、第十三條之一及第十四條。
- (四) 信託業運用信託財產從事衍生性金融商品及結構型商品交易應遵循事項第十九條及第二十條。
- (五) 證券商負責人與業務人員管理規則第四條第五項至第七項、第五條、第六條、第八條、第九條第二項至第四項、第十條、第十二條第一項、第十五條第一項。
- (六) 證券商辦理有價證券借貸管理辦法第五條。
- (七) 證券商辦理財富管理業務應注意事項第七點、第十一點及第十二點。
- (八) 證券投資信託事業負責人與業務人員管理規則第二條之一第一項及第二項、第三條第二項及第三項、第四條第一項至第三項、第四條之一第一項及第二項、第五條、第六條、第六條之一、第六條之三、第七條第一項、第十條及第十一條。
- (九) 證券投資顧問事業負責人與業務人員管理規則第三條第二項、第三條之一第一項、第四條第一項、第五條第一項及第二項、第五條之一、第五條之二第一項及第二項、第五條之三、第六條第一項、第七條第三項至第五項、第八條、第十二條、第十三條及第二十條。
- (十) 證券商經營期貨交易輔助業務管理規則第二十六條、第二十七條及第二十八條第一項。
- (十一) 期貨商負責人及業務員管理規則第三條、第三條之一第二項至第四項、第五條第一項、第五條之一第一項、第六條、第七條第七項至第九項、第八條第一項及第十一條。
- (十二) 期貨顧問事業管理規則第二十條、第二十一條第一項及第二項、第二十三條、第二十四條、第二十五條第一項及第二

	<p>十七條。</p> <p>(十三)期貨經理事業管理規則第九條、第四十九條、第五十條、第五十一條、第五十一條之一第二項及第三項、第五十二條第一項、第五十四條第一項、第五十六條第三項至第八項及第五十八條。</p> <p>(十四)期貨信託事業管理規則第四十二條、第四十三條第二項及第三項、第四十四條、第四十五條、第四十六條、第四十七條、第四十八條、第四十九條第二項、第五十條第三項、第五十一條及第六十二條第七項。</p> <p>(十五)期貨商經營證券交易輔助業務管理規則第二十九條、第三十條、第三十一條第一項及第三十三條。</p> <p>(十六)槓桿交易商管理規則第五條第三項、第二十一條第二項及第二十三條。</p> <p>(十七)保險業務人員管理規則第三條、第五條、第十二條及第十三條。</p> <p>(十八)保險經紀人管理規則第三條、第五條及第三十一條第一項及第二項。</p> <p>(十九)保險代理人管理規則第三條、第五條及第三十一條第一項及第二項。</p> <p>(二十)保險公證人管理規則第三條、第五條及第二十四條。</p>
九、友善服務原則	<p>(一)銀行業金融友善服務準則</p> <p>(二)信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法第二十一條第一項第三款</p> <p>(三)銀行業電話行銷應遵循原則第十二條第三款規定</p> <p>(四)銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法第二十九條之一第二款規定</p> <p>(五)銀行業公平對待高齡客戶自律規範</p> <p>(六)中華民國證券商業同業公會會員金融友善服務準則</p>

- 
- (七) 證券商向高齡客戶提供金融服務自律規範
- (八) 中華民國期貨業商業同業公會會員金融友善服務準則
- (九) 期貨服務事業辦理高齡客戶金融商品或服務適合度評估準則
- (十) 中華民國期貨業商業同業公會期貨商開戶徵信作業管理及提供高齡客戶金融服務自律規則第五條第八款至第十一款規定
- (十一) 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會證券投資信託事業證券投資顧問事業金融友善服務準則
- (十二) 證券投資信託事業證券投資顧問事業辦理高齡金融消費者金融商品或服務適合度評估準則
- (十三) 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會證券投資信託及顧問事業辦理客戶基金適合度評估準則第四條第一項第二款規定
- (十四) 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會會員及其銷售機構通路報酬支付暨銷售行為準則第八條第一款規定
- (十五) 保險業招攬及核保理賠辦法第六條第一項第一款、第五款第五目、第七款第六目、第八款第九目、第十款、第十二款第二目、第七條第一項第一款、第五款、第十一款
- (十六) 投資型保險商品銷售應注意事項第六條第二項規定
- (十七) 投資型保險商品銷售自律規範第二條第一款、第五條第一項至第三項、第六項、第七項、第六條第三項第三款、第十條第二項第一款第二目、第三款第三目、第四項第二款第三目、第十二條第一項
- (十八) 保險業招攬及核保作業控管自律規範第三條第一項、第四項、第四條第一項第十款、第五條第二項第十款、第六條第二項、第七條第一項第九款、第八條第一項、第十二條第二

	<p>項、第三項、第四項第二款、第十三條第一項、第三項、第五項、第二十條</p> <p>(十九) 保險業金融友善服務準則</p> <p>(二十) 保險業承保身心障礙者處理原則</p> <p>(二十一) 保險業務員協助身心障礙者投保機制</p> <p>(二十二) 其他業法相關規範 (如附表 1 至 3)</p>
<p>十、落實誠信經營原則</p>	<p>(一) 信託業應負之義務及相關行為規範第四十二條</p> <p>(二) 銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則第四條</p> <p>(三) 證券商內部控制制度標準規範 CW-11000「人員聘作業」、期貨商內部控制制度標準規範 CW-21000「人員聘僱作業」</p> <p>(四) 證券商負責人與業務人員管理規則第十八條第一項</p> <p>(五) 證券投資信託事業負責人與業務人員管理規則第十三條第一項</p> <p>(六) 證券投資顧問事業負責人與業務人員管理規則第十五條第一項</p> <p>(七) 期貨商負責人及業務員管理規則第十六條第一項</p> <p>(八) 保險業招攬及核保理賠辦法第六條第一項第八款第四目、第二項第三款</p> <p>(九) 保險業務員管理規則第七條、第十九條</p> <p>(十) 保險經紀人管理規則第四十九條第一款至第四款、第六款至第十款、第十三款至第二十款、第二十四款、第二十五款、第二十七款至第三十款</p> <p>(十一) 保險代理人管理規則第四十九條第一款至第五款、第七款至第十一款、第十四款至第二十一款、第二十五款、第二十六款、第二十八款至第三十一款</p> <p>(十二) 保險公證人管理規則第三十七條第一款至第三款、第五款至第十四款</p>

	<p>(十三) 保險代理人執業道德規範暨自律公約第三條第二款</p> <p>(十四) 業務員所屬公司依保險業務員管理規則第十九條第一項懲處登錄之參考標準暨保險業務員涉有犯罪嫌疑裁量移送參考表</p> <p>(十五) 保險業保險經紀人公司及保險代理人公司防範保險業務員挪用侵占保戶款項相關內控作業規定</p> <p>(十六) 其他業法相關規範 (如附表 1 至 3)</p>
--	--

伍、公平待客原則」之落實

金融服務業應就其業別環境與營業規模，就下列事項落實執行「公平待客原則」：

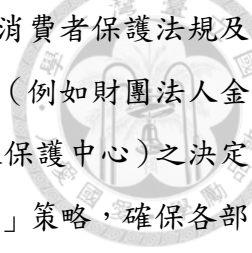
一、建立重視金融消費者保護之企業文化金融服務業應建立重視金融消費者保護之企業文化，以「公平待客原則」為企業文化之核心，並使之成為企業整體共同遵循之價值體系與行為準則。

- (一) 闡述金融消費者權益保護及「公平待客原則」之理念並宣示之。
- (二) 由董（理）事會（或外國金融服務業在臺分支機構之負責人）及副總經理以上主管親自督導推動。
- (三) 規劃推動之組織、分工、經費、人力與績效連結。
- (四) 將公平待客原則之企業文化納入整個工作團隊（包括高階管理階層、面對客戶之第一線業務人員及相關後勤人員），所有人員確實瞭解其角色與公平待客的關係及影響，並確保第一線之業務人員具備公平對待客戶之技巧與能力。

二、訂定「公平待客原則」政策

- (一) 金融服務業應訂定「公平待客原則」政策，設定目標，以供相關部門研訂「公平待客原則」策略之最高指導原則。
- (二) 訂定之政策應提報董（理）事會通過；外國金融服務業在臺分支機構，應經其在臺負責人同意。

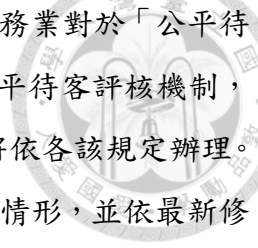
三、訂定「公平待客原則」之策略

- 
- (一) 金融服務業應依據「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（例如財團法人金融消費評議中心及財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心）之決定書及調處書等，就其業務或商品訂定「公平待客原則」策略，確保各部門及其提供之商品或服務，從設計、廣告、銷售、契約履行、服務諮詢及客訴處理等過程皆應考量客戶，例如商品或服務之特性適合客戶、設計滿足客戶需求之銷售流程等，以確保商品與服務能滿足客戶需求，達到公平對待客戶，遵循金融消費者保護之規定。
 - (二) 訂定之政策及策略應提報董（理）事會通過；外國金融服務業在臺分支機構，應經其在臺負責人同意。
 - (三) 金融服務業應採行適當程序，評估商品或服務是否符合客戶需求，例如審視客戶申訴資料、允許員工回饋改進對待客戶流程、審查公平對待客戶之流程和政策之有效性。

四、「公平待客原則」之執行

- (一) 訂定具體執行各項「公平待客原則」策略之內部遵循規章、行為守則及執行步驟，以供員工遵循。
- (二) 指定副總經理以上主管及專責部門負責規劃及推行，專責部門監督各部門「公平待客原則」之執行，找出各部門可能違反「公平待客原則」之環節，提出具體解決方案，並於副總經理以上主管督導會議提出檢討與因應，定期向董（理）事會報告。
- (三) 將「公平待客原則」政策及策略、內部遵循規章及行為守則納入教育訓練課程（含數位課程），定期辦理教育宣導及人員訓練（每年至少 3 小時）。
- (四) 發生客戶申訴或金融消費爭議時，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；是否提供彈性及適當的客戶服務，建立良好客戶服務系統及流程，滾動檢討「公平待客原則」相關規章。

五、納入內部控制及稽核制度各項「公平待客原則」之訂定及執行，應納入金融服



務業內部控制及稽核制度之一環。陸、監督及追蹤各金融服務業對於「公平待客原則」之落實情形，本會將配合業務監理、金融檢查及公平待客評核機制，檢視其成效，如有違反金融消費者保護法或各業法規定者，將依各該規定辦理。柒、附則金融服務業應隨時注意本原則所列各項法規之修正情形，並依最新修正之內容更新「公平待客原則」之政策及策略，及落實執行。

陸、監督及追蹤

各金融服務業對於「公平待客原則」之落實情形，本會將配合業務監理、金融檢查及公平待客評核機制，檢視其成效，如有違反金融消費者保護法或各業法規定者，將依各該規定辦理。

柒、附則

金融服務業應隨時注意本原則所列各項法規之修正情形，並依最新修正之內容更新「公平待客原則」之政策及策略，及落實執行。



附件 2 銀行業公平對待高齡客戶自律規範

- 第一條 中華民國銀行商業同業公會全國聯合會(以下簡稱銀行公會)為協助銀行業合理公平對待高齡客戶，以提升對高齡客戶消費權益保護，特訂定本規範。
- 第二條 本規範所稱高齡客戶，係指年滿一定歲數以上之自然人。
前項所稱年滿一定歲數依主管機關函釋辦理。
本規範適用範圍不包括境外分行客戶及信用卡業務。
- 第三條 銀行宜採取合宜措施，以瞭解高齡客戶業務往來需求，應就高齡客戶所面 對健康情況、日常生活事件、財務狀況、教育程度及取得金融服務資訊能力等層面，就銀行所能蒐集、觀察或詢問之資料範圍，評估對其業務往來 需求所造成之影響。
- 第四條 銀行宜建立協助高齡客戶表達其需求之機制，包含可記錄及查詢該等客戶之需求。如若遇健康、表達能力等因素，導致無法使用一般溝通方式提供資訊之高齡客戶，應採行其他協助措施。
- 第五條 銀行對於高齡客戶之業務往來疑義，應提供相關諮詢服務，如有見證需求，可由第三方人士協助擔任見證人。
- 第六條 銀行宜建立高齡客戶申訴案件資料庫，定期審視高齡客戶申訴資料與處理情形。
- 第七條 銀行針對高齡客戶開發設計金融商品或服務時，宜將商品或服務對高齡客戶之友善性納入考量，以維護其權益。
前項得排除專業投資人、專業客戶及高資產客戶。
- 第八條 銀行向高齡客戶提供投資型金融商品交易服務時，應辦理下列適合度評估作業：
- (一) 認識客戶作業(Know your customer,KYC)：風險屬性評估機制之 KYC 項目應涵蓋可識別高齡客戶弱點之項目及提問，以有效評估高齡客戶弱點(Vulnerability)項目，如：KYC 應強化對其退休後 收入來源及投資目的之瞭解、流動性資金之需求以及對財務之影響、教育與金融商品及風險認識程度及銀行所能蒐集、觀察或詢問之健康狀況等項目之瞭解與評估，以有效辨識相關之風險。
 - (二) 認識商品作業(Know your product,KYP)：應針對高齡客戶風險 特性、風險等級狀況，適當考量影響性較高之因子，如天期較長、有提前終止契約罰則、流動性低、新種或複雜性高等不易理解商 品內容與架構、風險性高等，評估是否適宜高齡客戶投資，並應充



分揭露商品風險特性。

- (三) 行銷程序及作業：對高齡客戶辦理適合度評估時，除依據對該等客戶所評估之風險屬性、商品風險等級資訊外，亦須考量 KYC 及 KYP 結果、該高齡客戶之弱點與財務特性及所擬推介商品之特殊風險事項，建立妥適評估機制，以確認所行銷商品確實適合該高齡客戶。

前項得排除適用專業投資人、專業客戶及高資產客戶。

- 第九條 銀行於行銷、廣告、業務招攬或與高齡客戶訂約時，應向該等客戶明確告知各項費用與其收取方式，及可能涉及之風險，如長天期、流動性低或有提前解約罰則等相關資訊，其中所告知投資風險應包含最大可能損失。前項規定不適用授信業務。
- 第十條 銀行宜以高齡客戶能理解之方式，溝通所銷售之金融商品與服務，及提供相關資訊。對於所訂契約條款應以淺顯易懂之文字表達，且重要條款應輔以粗體、不同顏色、或放大字體方式表達，並於契約中載明重大權益義務變更時雙方約定之通知方式。
- 第十一條 銀行應提供意見表或溝通管道，以供高齡客戶表達意見。所採溝通管道，除採行面對面溝通方式外，亦可依其需求視情況採電話、電子郵件、簡訊、信件、即時線上問答，或視訊通話等溝通管道。
- 第十二條 銀行應參照「臨櫃作業關懷客戶提問參考範本」規定，制定櫃台人員對高齡客戶異常金融交易行為之應對保護措施，包括對高齡客戶辦理存款、匯款、鉅額資金轉移等，以協助防免該等客戶因遭詐騙或作出有損本身權益之決定。
- 第十三條 銀行應建置員工服務高齡客戶之金融友善教育訓練計畫，以強化員工對高齡客戶脆弱性之認識，並提供適合之金融商品及服務。
- 第十四條 銀行就提供高齡客戶申購、轉換「高風險商品」交易服務時，應建立控管機制：
- (一) 以錄音方式保留紀錄或以電子設備留存相關作業過程之軌跡，相關保存期限並不得少於該商品存續期間加計三個月之期間，如未滿五年應至少保存五年以上。惟遇有爭議之交易時，應保留至爭議終結為止。
 - (二) 應強化內部牽制與職務分割機制，以確認所提供金融商品及服務符合該等客戶之需求。前項規定不適用授信業務。
- 第十五條 銀行應建立高齡客戶金融交易監控及加強查核(自行查核與內部稽核)

機制，以及早辨識異常交易。

前項規定不適用授信業務。

第十六條 銀行宜依據業務性質，定期檢核所定公平對待高齡客戶服務措施之執行情形及留存軌跡，並確保相關服務流程及政策之有效性。

第十七條 本規範經銀行公會理事會會議通過，並報請主管機關備查後施行；修正時，亦同。




附件 3 銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則

本會 108.5.23 第 12 屆第 26 次理監事聯席會議通過，金管會 108.6.14 金管銀外字第 10801093330 號函同意備查
 本會 109.1.16 第 13 屆第 4 次理監事聯席會議通過，金管會 109.2.19 金管銀外字第 1090202608 號函同意備查
 本會 110.4.29 第 13 屆第 13 次理監事聯席會議通過，金管會 110.7.26 金管銀外字第 1100211711 號函修正後同意備查，本會 110.8.26 第 13 屆第 15 次理監事聯席會議通過

條文	說明
第一章 總則	
<p>第一條</p> <p>中華民國銀行商業同業公會全國聯合會(以下簡稱銀行公會)為協助同業強化內部控制,杜絕理財專員挪用客戶款項情事,特訂定本原則。</p>	<p>一. 本原則之訂定目的。</p> <p>二. 本原則係依據金管會 108 年 1 月 21 日金管銀外字第 10802700230 號函辦理。</p>
<p>第二條</p> <p>本原則所稱理財專員,係指於銀行專職辦理對客戶解說、推介、銷售或受託投資基金(含指數股票型基金)、債券、股票、保險、衍生性金融商品、結構型商品、證券化商品或其他投資型商品之業務人員。</p>	<p>一. 主管機關自 101 年 3 月 1 日廢止「銀行辦理財富管理業務應注意事項」及「銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品應注意事項」後,目前「財富管理業務」及「理財專員」在監理法規中已無明確定義,係依各銀行組織架構而有不同內涵。</p> <p>二. 為利銀行遵循,本條明定理財專員係指於銀行營業部及分行專職辦理財富管理業務或金融商品銷售之業務人員。</p>
<p>第三條</p> <p>為協助銀行瞭解重大裁罰案件所涉控制點疏漏及緣由,俾利自我檢視是否有類似情形並對內部控管作業進行改善,銀行公會應於會員專區網路建立去識別化之案例分享機制。</p> <p>會員銀行應依下列報送標準將案例傳送至銀行公會網站專區：</p> <p>一、案例重點。</p> <p>二、控制點疏漏及緣由。</p>	<p>一. 本條係依據金管會 108 年 1 月 21 日金管銀外字第 10802700230 號函說明四訂定,請銀行公會建置相關經驗分享機制。</p> <p>二. 第一項所定銀行公會應於會員專區網路建立去識別化之案例分享機制,係指案例分享內容不含銀行、客戶、理財專員等可識別之事項;且專區揭露之內容不對外界公開,並限制以單一窗口方式專供會員銀行瀏覽;另各銀</p>

條文	說明
<p>三、強化內部控制之改善措施。</p> <p>銀行公會為執行本原則之案例分享機制，要求會員銀行依據主管機關之裁罰及報送處分明文為之；其有挪用客戶款項遭裁罰並應報送銀行公會情事者，雖該行員不具理財專員身分，準用前項之規定。</p>	<p>行應審慎控管內部使用單位及瀏覽權限。</p> <p>三. 第二項明定會員銀行如因理財專員挪用客戶款項遭主管機關重大處分，應將案例態樣傳送至銀行公會網站專區之報送標準。</p> <p>四. 為利實務執行，於理財專員挪用客戶款項之裁罰案件，金管會將於行政處分時，要求受裁罰銀行應通報銀行公會。</p> <p>五. 為配合主管機關行政管理需求，增列第三項文字，放寬本原則報送案例之行員「職務屬性」限制，俾對主管機關裁罰且命報送銀行公會之特殊考量個案，酌留彈性，以符實務並週延銀行公會公告分享案例之作業依據。另實務執行上，銀行係依據主管機關裁罰及處分函明文要求，始能報送裁罰案例至銀行公會，爰於第三項前段予以說明，以茲明確。</p>
<p>第二章 理財專員人事管理制度</p>	
<p>第四條</p> <p>銀行任用新進理財專員，應採行盡職調查程序，建立適當機制瞭解員工品性素行、專業知識、信用及財務狀況，落實 KYE (Know your employee) 制度之執行；對於現職理財專員，亦應定期或不定期瞭解其信用及財務狀況，預防弊端之發生。</p>	<p>本條規範理財專員錄用原則。</p>
<p>第五條</p> <p>銀行應於理財專員業務行為準</p>	<p>本條係規範銀行應於員工行為準則明定之事項。</p>

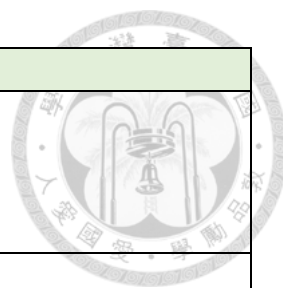
條文	說明
<p>則中明定員工應秉持誠信原則招攬及服務，不得代客保管存摺、印鑑或已簽章空白交易單據，及不得有擅自交易、不當招攬等行為。</p>	
<p>第六條</p> <p>銀行於監控過程中，視管理需求，於符合相關法令規定之原則下，應對理財專員進行有效之防弊調控措施，例如：休假、輪調及理財專員與客戶往來情形之查核機制。</p>	<p>本條係規範銀行視管理需求，在符合相關法令規定(如勞動基準法)之原則下，對理財專員進行防弊調控措施。</p>
<p>第三章 內部控制制度及牽制原則</p>	
<p>第七條</p> <p>為避免理財專員擅自為客戶辦理存款、提款、開戶、帳戶資料變更、投資交易、保單轉換、部分贖回、解約等作業，銀行應建置至少包含下列控管機制：</p> <p>一、事前宣導：例如於理財專員業務行為為準則中明文禁止、嚴禁理財專員代客全程辦理臨櫃作業並進行宣導。</p> <p>二、事中控管：例如透過第三人之電話照會確認機制、行員外出收件控管機制，以控管交易真實性及正確性。</p> <p>三、事後查核：例如不定期抽查理財專員人員抽屜、建立風險態樣監控名單，供理財專員之直屬主管定期或不定期主動聯繫客戶。</p>	<p>一. 本條係為避免理財專員擅自為客戶辦理存款、提款、開戶、帳戶資料變更、投資交易、保單轉換、部分贖回、解約等作業之控管機制。</p> <p>二. 銀行基於服務客戶需要，可能會有行員遞送客戶申請書件之情形，惟銀行應依四眼原則(four-eyes principle)強化內部牽制與職務分割機制，將業務作業流程分階段並分別設定控制點，交由不同單位或職掌處理，以落實內部控制。爰第一款明定銀行應於理財專員業務行為為準則中嚴禁理財專員個人代客全程辦理臨櫃作業，銀行並應建立與強化相關內部控制點。</p>
<p>第八條</p> <p>為避免理財專員不當取得客戶</p>	<p>一. 本條係為避免理財專員不當取得客戶網路銀行密碼代客戶從事交易之控管</p>

條文	說明
<p>網路銀行密碼代客戶從事交易，銀行應建置至少包含下列控管機制：</p> <p>一、網路銀行密碼應由客戶自行設定，不得由理財專員為客戶辦理更換密碼之設定，並應建立控管機制。</p> <p>二、銀行除因實務需求，得建立由理財專員交付客戶網路銀行密碼之控管機制外，不得由理財專員辦理網路銀行密碼之交付。</p> <p>三、透過定期產出異常檢核報表，檢核理財專員與客戶是否有共用同一行動裝置或同一 IP 位址進行交易之情事。</p> <p>四、不定期向客戶發送交易函證，提供客戶確認投資明細及餘額。</p> <p>五、建置網路銀行交易確認之控管機制。</p>	<p>機制。</p> <p>二. 本條第五款建置網路銀行交易確認之控管機制，係指於網路銀行交易後，銀行將客戶進行該筆交易之確認訊息，藉由電話照會、簡訊（語音）、電子郵件、行動銀行推播、一次性密碼驗證或其他方式等傳送給客戶。</p>
<p>第九條</p> <p>為避免理財專員與客戶私下資金往來，銀行應建置至少包含下列控管機制：</p> <p>一、建立帳戶監控機制。</p> <p>二、設置異常舉報機制。</p> <p>三、定期或不定期抽查理財專員辦公處所，以遏止私下保管客戶存摺、印鑑或已簽章空白交易單據之情事。</p> <p>鼓勵銀行依風險基礎方法，利用自動化交易監控系統篩選異常交易。</p>	<p>一. 本條係避免理財專員與客戶私下資金往來之控管機制。</p> <p>二. 控管機制之例示，包括：帳戶監控機制、異常舉報機制、交易監控及異常管理機制等。</p> <p>三. 為鼓勵銀行利用自動化系統，第二項明定鼓勵銀行依風險基礎方法，利用自動化交易監控系統篩選異常交易。</p>
<p>第十條</p>	<p>一. 本條係為避免理財專員銷售非所屬銀</p>

條文	說明
<p>為避免理財專員銷售非所屬銀行核准之金融商品，銀行應建置至少包含下列控管機制：</p> <p>一、理財專員不得向客戶推介或銷售非所屬銀行核准之金融商品或服務。</p> <p>二、落實對帳單通知作業，並於對帳單中提供客戶臺/外幣存款之帳戶餘額及投資產品明細。</p> <p>三、由理財專員之直屬主管不定期拜訪或電訪客戶，瞭解客戶理財往來情形有無異常情事。</p>	<p>行核准金融商品之控管機制。</p> <p>二. 銀行應依第七條第三款建立風險態樣監控名單，依第三款規定由理財專員之直屬主管或獨立單位定期或不定期拜訪或電訪客戶，瞭解客戶理財往來情形有無異常情事，以強化主管督導之責，落實內部牽制原則。</p>
<p>第十一條</p> <p>為避免理財專員自行製作並提供對帳單情事，銀行應建置至少包含下列控管機制：</p> <p>一、建立資安查核機制，確認理財專員辦公處所是否有相關類似自製對帳單之文件或檔案。</p> <p>二、由獨立作業部門製作、發送對帳單並設立對帳單退件追蹤機制。</p> <p>三、銀行如提供客戶親領對帳單服務，應建立控管機制，以杜絕弊端發生，且應明令禁止理財專員代客戶收受及領取對帳單。</p> <p>四、定期檢視客戶所留存之通訊資料(含 Email/地址/電話/手機)是否與理財專員本人或與分行通訊資料相同，或以其他機制定期通知客戶其通訊資料與他人相同，以避免客戶有無法收到對帳單</p>	<p>一. 本條係為避免理財專員自行製作並提供對帳單之控管機制。</p> <p>二. 銀行應依第七條第三款建立風險態樣監控名單，依第五款規定由理財專員之直屬主管或獨立單位確認客戶清楚投資損益狀況，以強化主管督導之責，落實內部牽制。</p>



條文	說明
<p>之情事。</p> <p>五、強化主管督導之責並透過理財專員之直屬主管確認客戶清楚投資損益狀況。</p>	
<p>第四章 內部稽核制度</p>	
<p>第十二條</p> <p>銀行應強化查核篩選原則及頻率，至少應將下列事項納為專案查核或加強查核項目：</p> <p>一、財富管理業務或交易量異常大幅增加之分行、內部控制缺失偏多之單位或有異常交易之理財專員。</p> <p>二、理財專員之查核機制、交易真實性、客戶帳戶資料申請及變更正確性、員工行為準則遵循情形、自動化通路交易異常檢核。</p> <p>銀行查核重點事項，例如：</p> <p>一、理財專員休假之查核機制。</p> <p>二、交易真實性，例如就理財專員外訪攜回客戶交易文件之照會作業落實情形。</p> <p>三、客戶帳戶資料申請及變更正確性。</p> <p>四、員工行為準則遵循情形，例如是否有空白留單、自製對帳單、與客戶私下資金往來等情形。</p> <p>五、自動化通路交易異常檢核，例如不同客戶間是否有以同一手機或 IP 位址執行交易之情形。</p> <p>前二項強化查核篩選原則及頻率</p>	<p>一. 本條係規範內部稽核查核篩選原則及頻率，以及查核重點事項。</p> <p>二. 本條之強化查核篩選原則及頻率及查核重點事項，為利個別銀行依其內部稽核規劃辦理，於第三項規定銀行得依據其內部稽核制度所訂定之查核項目運作辦理。</p>



條文	說明
及查核重點事項，得依據各銀行內部稽核制度所訂定之查核項目運作辦理。	
第五章 附則	
第十三條 本原則經銀行公會理事會會議通過，並報請主管機關備查後施行；修正時，亦同。	一. 本條文係本原則之制訂實施與修正程序。 二. 本原則適用調整期為六個月。

本原則所定規範事項例示表：

註：本表為本原則相關條文規範內容之例示，由銀行公會參考國內、外銀行實務經驗與案例彙整訂定，並進行滾動式檢討與修正，供會員銀行參考。

所涉條文	例示內容
第四條 (理財專員錄用原則)	本條所定銀行任用新進理財專員之盡職調查程序及定期審查程序，銀行得採取以下例示之方法辦理： 一、 透過問卷檢視是否有異常之行為徵兆。 二、 查詢公開資訊是否有犯罪紀錄或負面新聞。 三、 書面資訊異常時，透過面談瞭解或比對有無不一致情形。
第五條 (員工行為準則)	本條所定銀行員工行為準則之不當行為，銀行應建立與強化內部控制點，相關不當行為例示如下： 一、 私下留存客戶已簽妥之空白交易單據、存摺、印章或自製對帳單。 二、 與客戶有私下借貸等不當資金往來行為。 三、 與客戶約定分享利益或承擔損失，直接或間接要求、期約或收受不當之金錢、財富或其他利益。 四、 就影響客戶權益之事項為不實之說明。 五、 擅自或代理客戶進行交易。 六、 違反客戶指示，不當處分或侵占客戶財產。 七、 約定提供特定利益、對價或負擔損失，推介客戶投資於特定金融商品。 八、 從事與客戶利益衝突之交易活動。 九、 利用他人帳戶移轉客戶資金或借出帳戶供他人使用。

<p>第六條 (理財專員輪調及休假制度)</p>	<p>本條所定為銀行對理財專員進行有效之防弊調控措施，例示如下：</p> <p>一、 休假：銀行訂定落實理財專員休假制度，以利抽核檢視客戶帳戶之往來情形。</p> <p>二、 輪調：對於任職於同一單位已達一定長期年資以上之理財專員，由銀行訂定妥適職務調動程序、調整負責客戶帳戶對象或加強理財專員與客戶往來情形之查核等防弊措施，避免有高資產理財客戶長期由單一理財專員服務易衍生弊端之情形。</p>
<p>第七條 (避免理財專員擅自進行交易或為相關不當行為)</p>	<p>本條所定為避免理財專員擅自進行交易或為相關不當行為，嚴禁理財專員代客全程辦理臨櫃作業，銀行得建置之控管措施，例示如下：</p> <p>一、 客戶帳戶作業：</p> <p>(一) 建立客戶開戶確認及資料變更覆核機制，包括行內、行外開戶作業及客戶帳戶資料變更與客戶本人確認的覆核作業規範，如印鑑、地址等。新客戶之審查程序宜有雙重控管機制。</p> <p>(二) 櫃檯帳務交易交由分行作業人員處理，不給與理財專員有關櫃檯作業系統之權限或單獨負責執行客戶指示。</p> <p>(三) 針對一定金額以上之交易，建立客戶交易確認管理機制，由非理財專員及執行交易之第三人切實執行照會等確認作業。</p> <p>(四) 建立並落實客戶交易檢核制度，以月、季、半年或年度方式，主動進行客戶帳戶交易明細及餘額確認機制，並由管理單位負責抽樣查核。</p> <p>(五) 建立銀行與客戶約定授權交易之控管。</p> <p>(六) 建立行員外出收件控管機制。</p> <p>(七) 建立電話或傳真交易指示之控管機制。</p> <p>(八) 落實客戶帳單內部控制作業處理及覆核管理機制。</p> <p>二、 人員管控：</p> <p>(一) 建立銀行內部自行查核機制，定期或不定期抽查理財專員辦公處所，以遏止私下保管客戶物品之情事。</p> <p>(二) 建立風險態樣監控名單，供理財專員之直屬主管或獨立單位定期或不定期拜訪或電訪客戶。</p>

	<p>三、 強化宣導：</p> <p>(一) 定期進行員工行為準則相關教育訓練與實務案例分享。</p> <p>(二) 提升高階經營階層及各單位主管對員工行為之重視及督導責任。</p>
<p>第九條 (避免理財專員與客戶私下資金往來)</p>	<p>本條所定為避免理財專員與客戶私下資金往來，銀行建置之控管機制，例示如下：</p> <p>一、 建立帳戶監控機制，例如：</p> <p>(一) 制定理財專員自行存款異常交易監控態樣及檢核措施，以勾稽個人資金不當交易進出之現象，相關報表需提供獨立單位或人員進行檢視及追蹤，俾益預警防範。</p> <p>(二) 產出自行帳戶監控報表，就客戶帳戶之資金往來符合銀行所定監控態樣者，由獨立單位或人員確認理財專員與客戶間是否有異常資金往來之情事。</p> <p>二、 設置異常舉報機制，例如：</p> <p>(一) 分行/櫃台同仁於理財專員交易過程中發現有異常情形，應依吹哨者制度舉報，或通知獨立單位進行後續調查、判斷其合理性及有無可疑之交易。</p> <p>(二) 理財專員所服務客戶日常反映或申訴事項認有可疑之徵兆需進一步查證。</p> <p>三、 交易監控及異常管理機制：</p> <p>(一) 交易監控程序中，由獨立單位或人員切實執行交易資訊及交易目的之確認作業。</p> <p>(二) 就同一理財專員接獲專責調查單位因洗錢防制交易監控發出之客戶交易資訊詢問超過一定次數者，由獨立單位或人員進行檢視，以視有無任何異常之情形並進行通報。</p> <p>四、 第一款監控態樣及第二款異常情形，應依「疑似理財專員挪用客戶款項之態樣」建立。</p>
<p>第十一條 (避免理財專員自行製作並提供對帳單)</p>	<p>本條所訂為避免理財專員自行製作並提供對帳單情事，銀行建置之控管機制，例示如下：</p> <p>一、 銀行應提供資訊充足、客戶易於瞭解之對帳單，包括總覽及交易明細，內容至少有損益(含當期已實現及未實現)、餘額、買賣單位及入扣款明細等資料，俾利客戶閱讀與瞭解，以避免理財專員應客戶要求自製對帳單。</p> <p>二、 對帳單應由銀行內部程序產出正確內容後，始可提供予客戶，理財專員不得自行製作對帳單。</p> <p>三、 銀行得不定期執行桌面清空(Clean Desk)檢核，其中包括理財專員所使用電腦會執行關鍵字檢核，以偵測理財專員是否有進行類似自製對帳單的情事。</p> <p>四、 對帳單得增加類似以下客戶教育資訊及警語：</p>

	<p>(一)引導客戶至網路銀行查詢的途徑資訊。</p> <p>(二)本對帳單係本行唯一官方提供客戶的對帳單版本，本行依法嚴禁理財專員私自製作提供對帳單。</p> <p>五、為確保電子郵件寄送之對帳單及其他重要通知可有效送達，銀行得透過下列方式檢核客戶留存電子郵件信箱之正確性及真實性：</p> <p>(一)客戶於分行通路辦理新申請或變更電子郵件信箱後，經系統檢核如有與行內其他客戶之電子郵件信箱相同者，櫃員應即加強客戶 KYC 驗證(包括確認電子郵件信箱及與其他客戶相同之原因等)。另應發送確認連結後始能生效。</p> <p>(二)客戶於網路銀行/行動銀行新增或變更電子郵件信箱時，應有要求客戶再確認電子郵件信箱之機制。系統需檢核該電子郵件信箱是否與行內其他客戶相同，如有相同情形則請客戶填復理由。另應發送確認連結後始能生效。</p> <p>(三)客戶進行投資風險屬性評估時於個人基本資料上需再次確認電子郵件信箱之正確性。</p> <p>(四)銀行對帳單採電子郵件寄送遭退件時，以發送簡訊通知客戶進行信箱資料修正，或由銀行人員進行關懷並與客戶確認，以強化信箱資料正確性。</p> <p>(五)客戶新申請或變更電子郵件信箱時，應以人工或系統檢核其真實性，對於格式有明顯錯誤情形(如@之前空白、國家縮寫錯誤等)，應加強確認。</p>
<p>第十二條 (內部稽核制度)</p>	<p>銀行內部稽核之查核重點事項，例示如下：</p> <p>一、理財專員休假之查核機制：例如檢視理財專員休假紀錄及分行門禁進出紀錄，確認有無休假仍進出行舍。</p> <p>二、交易真實性：例如就理財專員外訪攜回客戶交易文件之照會作業落實情形；臨櫃交易依銀行所定控管機制進行身分驗證及落實逐筆與客戶核對交易內容情形。</p> <p>三、客戶帳戶資料申請及變更正確性：例如比對客戶基本資料(電話、通訊地址、電子郵件)是否有與理財專員相同情形；相同理財專員之不同客戶是否有相同 IP、聯絡地址、聯絡電話且無合理理由之情形。</p> <p>四、員工行為準則遵循情形：例如是否有空白留單、自製對帳單、與客戶私下資金往來等情形。</p> <p>五、自動化通路交易異常檢核：例如理財專員與不同客戶間是否有以同一手機或 IP 位址執行交易之情事。</p>