

法規名稱：保險業招攬廣告自律規範

修正日期：民國 110 年 10 月 27 日

第 1 條

為規範保險業招攬廣告之行為，並保障消費大眾權益，以維護保險業之專業形象，特訂定本自律規範。

第 2 條

保險業銷售商品之招攬廣告，應遵守公平交易法、消費者保護法、金融消費者保護法及保險法等相關法令，並恪遵本自律規範。

第 3 條

本自律規範所稱之「廣告」，係指運用下列傳播媒體或於公開場所，就各項保險商品相關事務為傳遞、散布或宣傳：

- 一、報紙、雜誌、期刊或其他出版印刷刊物。
- 二、宣傳單、海報、廣告稿、新聞稿、信函、簡報、投資說明書、保險建議書、公開說明書、貼紙、日（月）曆、電話簿或其他印刷物。
- 三、電視、電影、電話、電腦、傳真、手機簡訊、廣播、廣播電臺、幻燈片、跑馬燈或其他通訊傳播媒體。
- 四、看板、布條、招牌、牌坊、公車或其他交通工具上之廣告或其他任何形式之靜止或活動之工具與設施。
- 五、與公共領域相關之網際網路、電子看板、電子郵件、電子視訊、電子語音或其他電子通訊傳播設備。
- 六、舉辦現場講習會、座談會、說明會、現場展示會或其他公開活動。
- 七、其他任何形式之廣告宣傳。

第 4 條

保險業從事保險商品銷售招攬廣告，應依社會一般道德、誠實信用原則及保護金融消費者之精神，遵守下列事項：

- 一、應載明或聲明公司名稱、地址、電話。
- 二、應確保廣告內容之正確性，不得有誇大不實，或與銀行存款及其他金融商品作比較性廣告，保險業對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。
- 三、廣告所使用之文宣，應以公司名義為之，其內容應經公司核可，並應與主管機關審查通過之保險單條款、費率及要保書等文件相符。但如保險業提供非屬履行保險契約權利義務之加值服務並列載為廣告內容之一部分者，應加註相關警語，避免讓消費者誤認該內容屬保險契約權利義務之一部分，且該內容不得違反法令規定。

- 四、應以中文表達並力求淺顯易懂，必要時得附註原文。
- 五、對保險商品或服務內容之揭露如涉及利率、費用、報酬及風險時，應以衡平及顯著之方式表達。
- 六、壽險業應依據「補充訂定分紅人壽保險單與不分紅人壽保險單資訊揭露相關規範」規定揭露相關資訊。
- 七、分紅保單不得以分紅率多寡為招攬廣告。保險業不得將分紅金額與同業、銀行存款或其他金融商品之報酬作比較性廣告。
- 八、廣告內容不得有下列情事：
 - (一) 勸誘保戶提前解約或贖回。
 - (二) 藉主管機關對保險商品之核准、核備或備查，而使消費者誤認政府已對該保險商品提供保證。
 - (三) 對未經主管機關核准、核備或備查之保險商品，預為宣傳廣告或促銷。
 - (四) 對於過去之業績作誇大不實之宣傳、故意截取報章雜誌不實之報導作為廣告內容，或對同業為攻訐、損害同業或他人營業信譽之廣告。
 - (五) 虛偽、欺罔、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，致有混淆消費者之虞，或其他不實之情事。
 - (六) 廣告文字內容刻意以不明顯字體標示保單附註及限制事項。
 - (七) 違反法令或各公會所訂之自律規範及其他經主管機關禁止之行為。
- 九、資本適足性相關規範：
 - (一) 確保相關內容之正確性，以避免不當比較、宣傳或競爭之情事。
 - (二) 不得作誇大不實之宣傳，或對同業為攻訐之不當比較或競爭廣告。
 - (三) 不得使消費者誤認政府已對該公司或其相關業務提供保證。
 - (四) 不得使人誤信其能保證本金之安全或保證獲利。
 - (五) 應要求其往來保險代理人、保險經紀人及所屬業務員不得利用資本適足性相關內容作招攬業務之用，以避免招攬人員為不當之業務競爭。
 - (六) 前項所稱「不當之業務競爭」意指相互破壞同業信譽、共同利益或其他不當競爭之情事，直接或間接阻礙其他會員之業務發展或參與公平之競爭。

第 4-1 條

保險業應要求所屬業務員，除經公司核可之招攬廣告外，不得透過網際網路從事特定保險商品銷售招攬廣告（含透露商品名稱、特色或其他足以辨別為某特定保險商品之內容），有關網際網路從事特定保險商品銷售招攬時，招攬廣告應遵守相關程序如附件一；另保險業應訂定以下查核機制：

- 一、查核範圍：各大入口網站、各拍賣網站、部落格等。
- 二、查核頻率：至少每季 1 次。
- 三、異常處理：經查證刊登內容違反本自律規範且為所屬業務員所刊登時，應依保險業務員管理規則及公司管理辦法予以懲處，並要求該業務員限期改善或撤除該廣告；如經查證刊登者為合作往來之保險代理人或保險經紀人公司所屬業務員，保險業應要求其限期改

善並撤除該廣告。

四、教育宣導：對於網路行銷廣告之相關規定及查核處理原則，應定期對所屬業務員進行教育宣導或發文公告保險業務員，除經公司核可之招攬廣告外，不得透過網際網路從事保險商品銷售招攬廣告。

第 4-2 條

保險業從事醫療險商品銷售招攬廣告，應加註攸關理賠金給付之警語，其警語字體大小應至少與該廣告其他部分相同，並以鮮明字體（如粗體、斜體、劃線、黑體、對比色或其他顯著方式）印刷。（自 109 年 1 月 1 日起實施）

第 4-3 條

保險業從事保險商品銷售之招攬廣告，如提供合作廠商之產品、服務或優惠訊息及相關資料供消費者參考者，應加註相關警語及責任歸屬說明，避免讓消費者誤認該內容屬保險契約權利義務之一部分，或保險業與合作廠商間有代理關係或類似關係。

第 5 條

人身保險業投資型保險商品招攬廣告除前條規定外，並應遵守下列事項：

- 一、應依據「投資型保險資訊揭露應遵循事項」規定揭露相關資訊。
- 二、廣告內容應凸顯保險商品，並對保險保障應有相當篇幅之介紹，且依下列規定辦理：
 - （一）如有揭示投資報酬率者，不得僅以個別年度之高報酬為銷售訴求，應揭露全期年化報酬率，並以同一字體列明給付條件。於連結結構型商品時，全期年化報酬率係指年化內部報酬率（Internal Rate of Return, IRR），應以消費者總繳保費及各期現金收入為計算基礎，且另需揭露淨投入本金為基礎之年化內部報酬率。
 - （二）應揭示投資風險警語。
 - （三）不得使人誤信能保證本金之安全或保證獲利。
 - （四）如有保本字樣，應載明成就保本之各項條件。

第 5-1 條

保險業招攬「保證承保」商品，或製作針對 50 歲以上消費者之保險廣告時，應於廣告中以顯著方式揭露除外責任或不保事項之警語、意外傷害事故定義及消費者服務專線等重要資訊。前揭事項於電視廣告揭露之時間總和以不低於全部廣告時間之百分之二十與八秒長度時間二者取其高。廣告內容並應具有衡平性，避免過於偏頗致有誤導消費者之虞，該衡平性應落實於揭露方式，包括字體及版面大小、時間長短及表達方式等之衡平，列舉範例如下：

- 一、廣告若提及保費負擔應同時說明對應之保險金額。
- 二、廣告若提及保證承保應同時說明依約理賠。
- 三、廣告若提及承保範圍，應揭露除外責任或不保事項之警語。

前項保險業招攬「保證承保」商品廣告，應揭露該商品之信用風險及費用風險。

第 5-2 條

人身保險業投資型保險商品連結依投資型保險投資管理辦法第 5 條第 1 項第 2 款方式辦理之投資標的（以下簡稱委託投資事業投資帳戶）之招攬廣告，另應遵守下列事項：

一、以投資型保險商品連結之委託投資事業投資帳戶為廣告時，應於廣告內容中述明下列或與之相類之警語：

（一）平面廣告：

1.應揭示「本商品所連結之一切投資標的，其發行或管理機構以往之投資績效不保證未來之投資收益，除保險契約另有約定外，本公司不負投資盈虧之責，要保人投保前應詳閱商品說明書。」之警語。

2.廣告內容提及下列情事時，應再加註之內容：

（1）以資產撥回比率為廣告時，應揭示「本公司（分公司）委託全權委託投資事業代為運用與管理之全權委託帳戶之資產撥回比率並不代表報酬率，本全權委託帳戶淨值可能因市場因素而上下波動。」之警語。

（2）以資產撥回為廣告時，應揭示「本公司（分公司）委託全權委託投資事業代為運用與管理之全權委託帳戶之資產撥回機制可能由該帳戶之收益或本金中支付。任何涉及該帳戶本金支出的部分，可能導致原始投資金額減損。」之警語。

（3）委託投資事業投資帳戶如進行資產撥回前未扣除行政管理相關費用時，應再特別揭示「本全權委託帳戶資產撥回前未先扣除行政管理相關費用」。

（4）如提及委託投資事業投資帳戶投資範圍或市場之經濟走勢預測時，需加註「本文提及之經濟走勢預測不必然代表本全權委託帳戶之績效，本全權委託帳戶投資風險請詳閱保險商品說明」。

（二）有聲廣告：透過廣播、電視、電影、手機簡訊、手機來電答鈴或其他相似方式，以影像或聲音為有聲廣告時，應揭示「本商品所連結之一切投資標的，其發行或管理機構以往之投資績效不保證未來之投資收益，除保險契約另有約定外，本公司不負投資盈虧之責，要保人投保前應詳閱商品說明書」。

二、另從事投資型保險商品連結委託投資事業投資帳戶之招攬廣告時，不得有下列情事：

（一）除保險契約另有約定外，為負擔損失之表示。

（二）提供贈品或以其他利益為不正當之招攬或促銷。

（三）為虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之行為。

（四）對委託投資事業投資帳戶之績效，為不實陳述或以不實之資料或僅使用對其有利之資料作誇大之宣傳或刻意以不明顯字體標示附註與限制事項。

（五）內容違反法令或全權委託投資契約內容。

（六）以全權委託投資經理人作為宣傳廣告之主要訴求或標題。

（七）為委託投資事業投資帳戶績效之預測。

（八）涉及對新臺幣匯率走勢之臆測。

- (九) 內容採用可能貶低整體行業聲譽之方式作宣傳。
- (十) 內容載有不正確或與全權委託投資說明書內容不符或不雅之文字、美術稿或圖案設計。
- (十一) 以委託報酬或績效報酬為捐贈或與投資人權益無關之詞語為訴求。
- (十二) 以採訪投資人之方式廣告促銷。
- (十三) 使用優於定存、打敗通膨等相類之詞語為訴求。
- (十四) 其他影響事業經營或投資人權益之事項。

第 6 條

保險業應將廣告及傳播媒體刊載或製播之錄影（音），妥善保存。

第 7 條

各會員應訂定廣告管理規範，及其散發公布之控管作業流程，並將本自律規範內容納入內部控制及內部稽核項目，並依據保險業內部控制及稽核制度實施辦法規定辦理。廣告於對外使用前，應依前項規範審核，確認內容無不當、不實陳述、誤導金融消費者、違反相關法令及自律規範之情事者，始得為之。

第 8 條

除保險法令另有規定外，保險業應要求其往來保險代理人、保險經紀人及所屬業務員不得印發未經其核可之招攬廣告。保險業與保險代理人或保險經紀人簽訂代理合約或經紀合約時，有關招攬廣告應遵循之事項準用本規範之規定。

第 9 條

保險業違反本自律規範經查核屬實者，提報各該公會理監事會，處以新台幣 5 萬元以上，新台幣 20 萬元以下之罰款；前述處理情形並應於 1 個月內報主管機關。業務員有從事不實文宣、廣告情節重大者，所屬公司應依保險業務員管理規則相關規定懲處並通報中華民國人壽保險商業同業公會及中華民國產物保險商業同業公會。各該公會為執行前二項查核事宜，應成立查核小組，其組織簡則另訂之。保險業有第一項情事經查核屬實，或因業務員有第二項情事經查核認定有監督不週之情形時，查核小組應依情節輕重擬具建議處理方案，提報各該公會理事會通過後辦理，並報主管機關。

第 10 條

本規範經中華民國人壽保險商業同業公會理監事會及中華民國產物保險商業同業公會理事會通過報主管機關備查後施行，修正時亦同。