

法規名稱：投資型保險商品銷售自律規範

修正日期：民國 111 年 03 月 31 日

施行狀態：※本法規部分或全部條文尚未施行，最後施行日期：111.10.01

### 第 1 條

中華民國人壽保險商業同業公會（以下簡稱本會）為規範本會會員（以下簡稱各會員）銷售投資型保險商品（以下簡稱本商品）之行為，並保障客戶權益，特訂定本自律規範。

### 第 2 條

各會員應建立銷售本商品之交易控管機制，至少應包括下列事項：

- 一、避免提供客戶逾越財力狀況或不合適之商品或服務，包括對 65 歲（含）以上之客戶提供不適合之商品或服務。
- 二、避免招攬人員非授權或不當銷售之行為。
- 三、招攬人員不得勸誘客戶解除或終止契約，或以貸款、保險單借款繳交本商品之保險費。

### 第 3 條

各會員應確保其招攬人員具有招攬本商品之資格、受有完整教育訓練，並已具備本商品之專業知識。

### 第 4 條

各會員訂定招攬人員薪資制度或商品佣金應考量下列事宜：

- 一、薪資制度之設計宜考量其專業知識及經驗能力等，給予適當之薪津分級。
- 二、本商品佣金應經精算部門審慎評估，並考量其與附加費用率間之關係。

### 第 5 條

各會員銷售本商品時，應審酌被保險人年齡等情況予以推介或銷售適當之商品，當被保險人投保時之保險年齡大於或等於 65 或本商品連結有結構型商品且被保險人於該結構型商品期滿時之保險年齡大於或等於 65 時，各會員應請要保人及被保險人於要保書中之重要事項告知書或「結構型債券投資報酬與風險告知書」簽名已瞭解並願意承擔投資風險，如要保人及被保險人不願填寫則各會員得婉拒投保。

各會員銷售本商品予 65 歲（含）以上之客戶，應經客戶同意後，將對客戶之銷售過程，予以錄音或錄影方式保留紀錄，並應由適當之單位或主管人員進行覆審，確認客戶辦理本商品交易之適當性後，始得承保。

前項銷售過程至少包括下列事項：（錄音或錄影銷售過程紀錄參考範本如附件二）

- 一、招攬之業務員出示其合格登錄證，說明其所屬公司及獲授權招攬投資型保險商品。
- 二、告知客戶其購買之商品類型為投資型保險商品、保險公司名稱及招攬人員與保險公司之關係、繳費年期、繳費金額、保單相關費用（包括保險成本等保險費用）及其收取方式。
- 三、說明商品重要條款內容、投資風險、除外責任，建議書內容及保險商品說明書重要內容。
- 四、說明契約撤銷之權利。
- 五、詢問客戶是否瞭解每年必需繳交之保險費及在較差情境下之可能損失金額，並確認客戶是否可負擔保險費及承受損失。

保險代理人得接受各會員委託擔任第 2 項所稱適當單位或主管人員，代理各會員進行覆審。

覆審作業應於進行承保前完成，覆審時應檢視銷售過程之錄影或錄音，確認內容完整與適當，並出具覆審意見及留存紀錄。

以錄音或錄影方式保留紀錄，應以適當方式提供各會員留存紀錄並得以存取，且應保存至保險契約期滿後五年或未承保確定之日起五年。

如客戶不同意進行錄音或錄影者，應婉拒投保本商品。

## 第 6 條

各會員應落實「人身保險核保實務處理準則及職業道德規範」第三條第二項第二款之「財務核保事項」，並確實評估客戶之實際經濟需求以及風險承受能力。

各會員不得鼓勵或勸誘客戶以解約、貸款或保險單借款等方式購買本商品，並宜列入教育訓練課程及營業單位法令遵循自評測驗項目，以強化對本自律規範之認知。

各會員就要保人、被保險人及實際繳交保險費之利害關係人購買本商品者，應另指派非銷售通路之人員，於銷售本商品後且同意承保前，再依下列事項進行電話訪問、視訊或遠距訪問，並應保留電訪錄音紀錄、視訊或遠距訪問錄音或錄影紀錄備供查核，且應保存至保險契約期滿後五年或未承保確定之日起五年：

- 一、對於繳交保險費之資金來源為貸款或保險單借款之要保人、被保險人及實際繳交保險費之利害關係人，向其明確告知其因財務槓桿操作方式所將面臨之相關風險，以及最大可能損失金額。
- 二、對於繳交保險費之資金來源為解約之要保人、被保險人及實際繳交保險費之利害關係人，向其明確告知其因終止契約後再投保所產生之保險契約相關權益損失情形。
- 三、對於年齡在 65 歲（含）以上之要保人、被保險人或實際繳交保險費之利害關係人，應依本商品不利於其投保權益之情形進行關懷提問，確認其瞭解本商品特性對其之潛在影響及各種不利因素。但本商品之特性經依保險商品銷售前程序作業準則第六條第七款規定評估不具潛在影響及各種不利因素者，不在此限。

## 第 7 條

加強對客戶宣導金融常識，提升客戶風險辨識能力，俾利建立正確投保觀念。

## 第 8 條

各會員銷售本商品，應將本商品之風險、報酬及其他相關資訊，依「投資型保險資訊揭露應遵循事項」規定對客戶作適時之揭露，並提供相關銷售文件。其涉及連結結構型商品者，另應提供客戶投資報酬與風險告知書。

各會員應就前項銷售文件記載之給付項目、各項費用、投資風險、相關警語及人身保險安定基金對本商品之保障範圍，予以標示重點，協助客戶審閱，並應予以詳加說明。

## 第 9 條

各會員銷售屬非全權委託之投資型保險商品含有連結結構型商品時，應就所連結之結構型商品標的說明下列資訊：

- 一、發行機構及保證機構名稱。
- 二、連結標的資產，及其與投資績效之關連情形。
- 三、投資報酬與風險告知書，包含情境分析或歷史倒流測試之解說。
- 四、保本條件與投資風險、警語。
- 五、各種費用，包含通路服務費。
- 六、投資年期及未持有至到期時之投資本金潛在損失。
- 七、投資部分不受保險安定基金保障之有關說明。
- 八、在法令許可之前提下，應告知客戶在有急需資金情況下，可依契約選擇辦理保單質借並將質借利率或其決定方式告知客戶，以避免因中途解約而承擔投資標的提前贖回之損失。

前項第五款所稱通路服務費，係指各會員自連結結構型商品發行機構取得之銷售獎金或折讓。

## 第 10 條

各會員銷售本商品時，除應依相關法令規定及本自律規範辦理外，並應採取下列措施加強控管：

- 一、開辦含有連結結構型商品之合理性評估：
  - (一) 各會員將連結結構型商品之保險商品送審前（含結構型商品發行條件），應召開保險商品評議小組會議，審慎評估開辦銷售之合理性並做成書面紀錄。審核之內容至少應包括評估及了解下列事項：
    1. 商品之銷售對象（各會員應要求經理機構具體說明並確認商品是否適宜銷售予客戶）。
    2. 商品之風險等級（各會員應訂定適當之百分之百保本與非百分之百保本商品銷售比率政策）。
    3. 商品之投資假設及其風險報酬之合理性。

- 4.影響客戶報酬之市場或其他各種因素。
- 5.商品之成本與費用之透明度與合理性。
- 6.會員有無利益衝突之情事。
- 7.結構型商品名稱應適當表達其商品特性，避免使用可能誤導客戶之名稱。
- 8.對於保本率未達 100% 之結構型商品，其商品名稱或文宣資料不得有保本字樣，避免誤導客戶。

(二) 各會員於準備銷售連結結構型商品之保險商品前，應召開保險商品管理小組會議，確認銷售文件應依投資型保險資訊揭露應遵循事項規定，對攸關保戶權益事項之充分揭露，並做成書面紀錄。

## 二、商品銷售中之充分瞭解客戶過程控制：

### (一) 招攬原則：

- 1.各會員應請客戶提供資訊，以充分瞭解客戶之財務目標及風險容忍度，並透過現況與需求分析，詳細評估每位客戶是否適合購買本商品。如客戶拒絕提供前述相關資訊（包括繳交保險費之資金來源是否為解約、貸款或保險單借款）或分析結果與其屬性不符，應婉拒其投保。
- 2.各會員應評估 65 歲（含）以上之客戶是否具有辨識不利其投保權益情形之能力（高齡投保評估量表參考範本如附件三）。但本商品之特性經依保險商品銷售前程序作業準則第六條第七款規定評估不具潛在影響及各種不利因素者，不在此限。
- 3.會員銷售之商品含有連結結構型商品時，除應依前日規定辦理外，應確認客戶具備相當之投資專業或財務能力，並足以承擔該商品之風險。客戶應具備下列條件之一：
  - (1) 客戶具備期貨、選擇權、或其他衍生性金融商品交易經驗達一定期間。
  - (2) 依據各會員內部制定之程序審核通過（各會員應依據結構型商品之風險與複雜程度之不同，制定不同之審核條件），由核保人員確認該客戶具備相當之結構型商品投資經驗或風險承擔能力。
- 4.銷售之商品含有連結結構型商品時，應於招攬階段除提供商品說明書外，亦應解說「投資型保險商品連結結構型債券之投資報酬與風險告知書」內容並宣讀「投資型保險商品連結結構型債券之投資報酬與風險告知書重點摘要」。經客戶審閱、瞭解並簽署後，作為保險契約之一部分。
- 5.對銷售過程明顯失當之招攬人員，應依「保險業務員管理規則」予以懲處。

(二) 承保原則：應訂定承保條件，以及得拒絕接受客戶投保之各種情事。

### (三) 核保審查原則：

- 1.應訂定核保審查作業程序，及應蒐集、查證與紀錄之資料，其中至少應包括投保目的。
- 2.客戶投資能力之評估：評估客戶之投資能力及接受客戶投保時，應綜合考量客戶之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。
- 3.對繳交保險費之資金來源為解約、貸款或保險單借款及 65 歲（含）以上之客戶加強評估其是否適合投保本商品，並應考量 65 歲（含）以上之客戶是否具有辨識不利其

投保權益情形之能力（高齡投保評估量表參考範本如附件三）。但本商品之特性經依保險商品銷售前程序作業準則第六條第七款規定評估不具潛在影響及各種不利因素者，不在此限。

- 4.應建立檢核客戶投保前三個月內是否向同一會員或其他會員辦理終止契約、同一會員辦理貸款或保險單借款；以及客戶與該會員往來交易所提供相關財務資訊具一致性之機制。
- 5.不得承保客戶投資屬性經評估非為積極型且以貸款或保險單借款繳交保險費者之保件。

#### （四）加強內部稽核措施：

- 1.各會員應加強教育招攬人員，善盡充分告知投資風險內容之職責，並列入營業單位法令遵循自評項目，以強化對本項規定之認知。
- 2.招攬人員於推介或銷售金融商品時，應充分了解客戶及落實商品適合度政策，避免為商品複雜度與客戶投資經驗及專業知識背景不相當之銷售行為。
- 3.各會員應建立對招攬人員之銷售及服務品質監測制度，其內容包括監測人員之指定、監測之頻率及監測之方法（如神秘顧客調查法、問卷調查、電話查訪等），監測結果應列入招攬人員考核因素，並作為加強員工教育訓練內容之重點。

### 三、承保後之檢核控制及應注意事項：

#### （一）複核抽查原則：

客戶投保後，於契約撤銷期間屆滿前，各會員應派員抽樣詢問客戶，確認招攬人員已充分告知本商品相關資訊（包含購買本商品之風險及本商品費用率等），以及購買本商品之適合性且客戶已了解所購商品風險，並留存紀錄，以供查證。

本商品如連結結構型商品，會員應進行百分之百之電訪並錄音（電訪問題內容參考範本如附件一），如若電話聯繫未成或拒訪者，應補寄掛號提醒相關風險並得行使契約撤銷權。

#### （二）客戶資料運用及保密：

應建立客戶資料運用、維護之控管範圍及層級，防範客戶資料外流等不當運用之控管機制。

#### （三）各會員應依「投資型保險資訊揭露應遵循事項」規定，於保險契約約定時間，主動以要保人選擇之方式將保單帳戶價值等相關重要事項通知送達要保人，每季應至少一次。各會員並應於網站揭露結構型商品連結標的之淨值或價格。

但如本商品連結含有非百分之百保本之結構型商品時，除現行每季寄對帳單外，當該結構型商品虧損達百分之三十時，亦應以書面或電子郵件通知。

### 四、人員資格與訓練方式

#### （一）招攬人員應符合主管機關規定之資格條件，始得銷售本商品。

#### （二）加強招攬人員專業程度，並採取下列措施：

- 1.招攬人員應參加會員銷售之結構型商品相關訓練課程並通過測驗，訓練之時數、方式及測驗內容由各會員自訂之。
- 2.定期統計招攬人員之客訴案件比例（以歸責於銷售疏失者為限）。

3.招攬人員每年應參加公平對待 65 歲（含）以上客戶之相關教育訓練。

## 第 11 條

各會員銷售本商品含有連結結構型商品者，應參考附表一及附表二訂定一套商品適合度政策，包括客戶類型、商品風險等級之分類，依據客戶對風險之承受度提供適當之商品，並應建立執行監控機制。

各會員銷售前項商品時，應優先選擇透過人員解說之行銷通路，以即時確認客戶是否充分瞭解商品內容與風險。

第一項所稱客戶類型定義如下：

- 一、積極型客戶：指個別保單躉繳保費達新臺幣八十萬元以上或年繳化保費達新臺幣八萬元以上者。
- 二、一般客戶：指個別保單躉繳保費達新臺幣三十萬元以上或年繳化保費達新臺幣三萬元以上，但本自律規範實施前已投保且約定採年繳、半年繳、季繳、月繳等分期繳費方式連結結構型商品之契約，不在此限。

### 第 11-1 條

各會員於招攬本商品時，應對要保人之風險承受等級進行評估，但有下列情形時，亦應對要保人進行風險承受等級評估：

- 一、保戶有涉及標的轉換後非屬保守型投資標的之申請，倘距前次所作評估（或前次有未作評估之情形）已達 1 年以上，考量保戶風險承受等級可能已經改變，應重新進行評估。
- 二、有變更要保人時，應重新對要保人風險承受等級進行評估，作為日後投資標的轉換之依據。

如本商品屬應提存保證給付責任準備金之商品者，則不適用前項但書。

## 第 12 條

各會員銷售本商品，不適合銷售予 65 歲（含）以上之客戶之商品類型如下：

- 一、投資型人壽保險甲型，但被保險人未達 65 歲、或是已達 65 歲而以「人壽保險商品死亡給付對保單價值準備金（保單帳戶價值）之最低比率規範」的比率下限投保者，不在此限。
- 二、所連結投資標的為風險等級屬 RR5 之證券投資信託基金受益憑證／境外基金／委託全權委託投資事業代為運用與管理之全權委託帳戶，及不得銷售金融消費者保護法所稱之複雜性高風險商品。但各會員得確認要保人具相當金融投資或財富管理經驗者，不在此限。
- 三、有強制要保人須定期繳費才可維持契約效力之設計。
- 四、被保險人投保年齡加年金累積期間合計晚於 80 歲之投資型年金保險商品。

銷售人員須提供建議書並確認在絕對值相對較大之相對負值投資報酬率假設下，所繳保險費足以支付第一保單年度收取揭露之費用及提醒要保人保險成本對保單帳戶價值之影

響，並請要保人詳閱瞭解後簽名確認。

### 第 13 條

各會員任用新進招攬人員時，應查閱本會通報資料，列入錄取考量，並宜採下列措施，以防止招攬人員未經客戶授權，擅自為客戶進行交易，或私自挪用客戶款項：

- 一、應每年針對所屬招攬人員，施行至少一小時業務品質課程，讓招攬人員了解相關業務品質規範及罰則（例如「業務員所屬公司依保險業務員管理規則第 19 條第 1 項懲處登錄之參考標準」及「業務規範及職業道德操守」），以建立正確之工作態度。
- 二、針對一定金額以上之交易（如解約、贖回、保單借款、繳交保險費），建立客戶交易確認管理機制，切實執行確認作業。
- 三、建立並落實客戶交易函證檢核制度，以月、季、半年或年度方式，主動進行客戶保單交易明細及保單帳戶價值確認機制，並由管理單位負責抽樣查核。
- 四、落實主管抽核檢視招攬人員與客戶之往來情形。
- 五、建立各會員內部自行查核機制，定期或不定期抽查招攬人員辦公處所，以遏止私下保管客戶物品之情事。

### 第 14 條

各會員對於本商品之銷售，應注意下列事項，避免利益衝突：

- 一、各會員應訂定適當之資訊隔離政策（例如資訊安全、防火牆等），避免資訊不當流用予未經授權者。
- 二、各會員及其員工、招攬人員，不得直接或間接向投資標的發行機構要求、期約或收受不當之金錢、財物或其他利益，致影響其專業判斷與職務執行之客觀性，並請各會員與銀行業者及證券業者簽訂之銷售契約中納入相關禁止規定，並應於內部控制制度納入查核項目中。
- 三、招攬人員不得以收取佣金或報酬多寡作為銷售本商品之唯一考量與利誘客戶投保本商品或以教唆客戶轉保方式進行招攬。
- 四、各會員銷售本商品之各項費用應依「投資型保險資訊揭露應遵循事項」之規定辦理。
- 五、各會員及員工、招攬人員不得直接或間接要求、期約或收受不當之金錢、財物或其他利益，致影響其專業判斷與職務執行之客觀性之規定，納入會員遵守法令遵循制度之查核項目中。
- 六、各會員及本商品之招攬人員，不得給付或支領推介客戶申辦貸款之報酬。但招攬人員於貸款案件送件日前後三個月內未向同一客戶招攬本商品者，不在此限。

### 第 15 條

各會員應依「保險業招攬廣告自律規範」辦理並至少每季一次抽查招攬人員使用之文宣、廣告、簡介、商品說明書及建議書等文書；如發現招攬人員有使用未經核可文書之情事，應立即制止並視情節輕重為適當之處分，對客戶因此所受損害，亦依法負連帶賠

償責任。

#### **第 16 條**

各會員製作之廣告文宣，有關本商品之可能報酬與風險之揭露，應以衡平且顯著方式表達，於書面文件應至少以相同大小之字體及顏色為之。

#### **第 17 條**

各會員對於本商品之銷售，應制訂客戶紛爭之處理程序，其內容至少應包括受理申訴之程序、回應申訴之程序及適當調查申訴之程序。

各會員應定期分析客戶申訴原因，並檢討修正其內部作業準則或處理程序。

#### **第 18 條**

各會員應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。

#### **第 19 條**

各會員應將本自律規範第二條至第十四條及第十六條所定規範，要求其往來保險代理人、保險經紀人、共同行銷或合作推廣對象遵守並納入合約內容加強管理。

#### **第 20 條**

各會員違反本自律規範者，經查核屬實且違反情節較輕者，得先予書面糾正，並限七日內改善；如情節重大者，提報本會理監事會，處以新臺幣二十萬元以上，新臺幣一百萬元以下之罰款；前述處理情形並應於一個月內報主管機關。

招攬人員如銷售本商品並違反本自律規範者，所屬公司應依合約及「保險業務員管理規則」相關規定懲處。

#### **第 21 條**

本自律規範經本會理監事會通過報主管機關備查後施行，修正時亦同。