

# 第一金證券股份有限公司

## 公平待客原則策略

### 第一條 (目的及依據)

為落實「公平待客原則」，特依金融監督管理委員會「金融服務業公平待客原則」、金融消費者保護相關法規、自律規範及本公司「公平待客原則政策」(以下稱政策)訂定本策略。

### 第二條 (訂定原則)

本公司應就政策之公平待客原則十項原則訂定策略，以確保各部門所提供之商品或服務，均能公平對待客戶且考量客戶需求，並遵循金融消費者保護之規定。

### 第三條 (公平待客原則推動專責人員)

各單位(包含分公司)應置公平待客原則推動專責人員，除負責協助辦理公平待客原則推動外，亦同時負責客戶申訴相關事務。

公平待客原則推動專責人員每年應至少接受教育訓練三小時以上，以強化相關之專業。

### 第四條 (訂約公平誠信原則策略)

本公司對於客戶應本公平誠信及權利義務對等原則，將有關約定事項訂明於契約並告知之。

本公司訂定之定型化契約條款內容，應遵守主管機關公告之應記載及不得記載事項，且不得為其他違反法律強制或禁止之規定，或其他違反誠信、顯失公平之約定。

本公司與客戶訂定之契約條款內容如有疑義時，應為有利客戶之解釋，且對客戶權益之保障，不得低於主管機關所發布相關契約範本之內容。

### 第五條 (注意與忠實義務原則策略)

本公司於提供客戶金融商品或服務時，應以善良管理人之注意義務及忠實義務，本誠實信用原則為之。

對於客戶之財務、業務或交易等有關資料，除其他法律或主管機關另有規定者外，應保守秘密。

本公司應遵守個人資料保護法等相關法令規定，保障客戶個人資料，並應確保往來交易資料之隱密性、安全性，及負責資料傳輸、交換或處理之正確性

。

#### 第六條 (廣告招攬真實原則策略)

本公司不得於商品或廣告上，對於商品之價格、品質與內容為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，對於商品之可能報酬與風險之揭露，應以衡平且顯著方式表達，且不得藉主管機關對辦理業務之核准，使客戶誤認為政府已對該金融商品或服務提供保證。

本公司辦理廣告或其他行銷活動而製作之有關資料，應列入內部控制制度管理並確定其內容無不當、不實陳述、誤導消費者或違反相關法令之情事，且對於衍生性金融商品廣告、境外結構型商品廣告、價格促銷廣告、贈獎廣告及使用最高級用語廣告等，應於對外為宣傳廣告行為前向中華民國證券商業同業公會提出申報。

本公司不得約定廣告僅供參考，應確保廣告內容之真實，廣告應視為契約內容的一部分，亦不得約定與客戶間之口頭約定不構成契約內容。

#### 第七條 (商品或服務適合度原則策略)

本公司於向非屬專業機構投資人之客戶提供衍生性金融商品或服務時，應建立商品適合度制度，其內容至少應包括衍生性金融商品屬性評估、瞭解客戶程序及客戶屬性評估，以確實瞭解客戶之投資經驗、財產狀況、交易目的、商品理解等特性及交易該項衍生性金融商品之適當性。

本公司不得向一般客戶提供超過其適合等級之衍生性金融商品交易服務或限專業客戶之衍生性金融商品。但一般客戶基於避險目的，與本公司進行非屬結構型商品之衍生性金融商品交易，不在此限。

本公司應就商品適合度、商品風險之告知及揭露、交易紛爭處理等客戶權益保障事宜，建立內部作業程序，並依作業程序辦理。

本公司新種複雜性高風險商品，應提報董事會審議。

#### 第八條 (告知與揭露原則策略)

本公司向屬自然人之一般客戶提供金融性商品交易服務，應提供產品說明書及風險預告書，並應派專人解說並請客戶確認。

本公司收取服務費用時，應將收費項目、收費計價單位及收費金額於契約中以顯著字體約定，倘該項費用對交易標的之淨額有影響者，應敘明其影響程度。

本公司訂定各項金融服務之收費標準時，應參酌合理化之經營成本，且不得以不同名目重複收取費用。

本公司向非屬專業機構投資人及高淨值投資法人之客戶提供複雜性高風險商品，應充分告知該金融商品、服務及契約之重要內容，包括交易條件重要內容及揭露相關風險，除以非臨櫃之自動化通路交易或客戶不予同意之情形外，應以錄音或錄影方式保留紀錄。

#### 第九條（酬金與業績衡平原則策略）

業務單位應併予綜合考量本公司未來風險調整後之績效，以避免於支付酬金後卻蒙受損失之不當情事，並應衡平考量客戶權益、本公司長期整體獲利、股東利益等因素。

酬金獎勵制度不應引導經理人及業務人員為追求酬金而從事逾越本公司風險胃納之行為，且不會影響業務人員提供金融商品或服務予客戶之客觀性與公正性。

對各種金融商品或服務訂定之酬金，應符合合理性原則，不得差異過大，避免造成引誘業務人員有專對特定之金融商品或服務進行銷售或提供服務之行為。

應注意業務人員是否有勸誘客戶於顯不相當之短期間內，以多次提前終止再投資或頻繁交易之方式不當賺取酬金之情事。

考量金融商品或服務之業績時，應避免直接與特定金融商品銷售或服務之業績連結，並應綜合考量非財務指標。非財務指標包括是否有違反相關法令、自律規範或作業規定、稽核缺失、客戶紛爭及確實執行認識客戶作業等項目。

#### 第十條（申訴保障原則策略）

本公司應建立消費爭議處理制度，以提升消費爭議處理之效率與品質，保護客戶權益。

消費爭議處理制度內容應包含消費爭議之範圍、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。

本公司向一般客戶提供金融商品交易服務，除應於交易文件與網站中載明交易糾紛之申訴管道外，於實際發生交易糾紛情事時，應即依各單位所訂定之消費爭議處理程序或本公司「消費爭議處理制度」辦理。

#### 第十一條（業務人員專業性原則策略）

本公司對提供客戶金融商品或服務之人員，應要求具備符合各業法對於業務人員之資格條件要求。

各業法如對於人員要求須登記或接受一定時數之教育訓練者，非經登記或未

完成訓練者，不得充任業務人員。

第十二條（友善服務原則策略）

本公司推行金融商品與服務從設計至銷售所有階段，包括發想、開發、測試、推出、銷售、檢討等，應考量高齡者、身心障礙者等弱勢族群之需求，主動積極規劃並提供彈性且適當之客戶服務，建立良好客戶服務關係。

第十三條（落實誠信經營原則策略）

本公司由上而下皆應本誠實及信用原則執行各項業務。

為有效落實誠信經營，內部稽核單位應依本公司法令遵循風險評估報告對不誠信行為風險之評估結果，擬訂相關稽核計畫，內容包括稽核對象、範圍、項目、頻率等，並據以查核防範方案遵循情形，且得委任會計師執行查核，必要時，得委請專業人士協助。

本公司應避免與涉有不誠信行為之對象從事商業交易，於從事商業行為過程中，應向交易對象說明本公司之誠信經營原則與相關規定，並明確拒絕直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式或名義之不正當利益。倘經發現業務往來或合作對象有不誠信行為者，應立即停止與其商業往來，並將其列為拒絕往來對象，以落實誠信經營政策。

第十四條（未盡事宜）

本策略未規定之事項，悉依主管機關及本公司有關規定辦理。

第十五條（權責單位）

本策略之權責單位為法令遵循部。

第十六條（核定層級）

本策略經董事會通過後實施，修正或廢止時亦同。

第十七條（訂修歷程）

本策略於西元(下同)2016年4月29日訂定，2020年12月23日第一次修正；2022年7月19日第二次修正。