

臺灣產物保險股份有限公司

公平待客原則策略

04-PR-017

111 年 8 月 26 日修正
109 年 10 月 30 日修正
106 年 5 月 26 日修正
105 年 9 月 23 日修正
105 年 4 月 29 日訂定
權責單位：企劃部

第一條 為落實金融消費者保護及實踐「公平待客原則」，依據本公司公平待客原則政策、相關金融消費者保護法規、自律規範、本公司各單位之內部規章，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)之決定書及調處書等，訂定「公平待客原則策略」，滾動檢討並適時修正，以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均能公平對待客戶，遵循金融消費者保護之規定。

第二條 本公司成立「公平待客原則執行小組」，由總經理擔任小組負責人，指定副總經理擔任執行秘書，並與小組中之專責部門負責規劃與推動「公平待客原則」相關作業，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，定期向董事會報告，以利於董事會監督執行情形。

第三條 「公平待客原則執行小組」之組織圖如【附件】，總經理得視實際需求調整其成員及小組架構；各工作項目之負責人員宜由相關部門主管或相當職級者擔任。

第四條 為落實本策略第一條之規定，本公司之行動方針如下：

一、訂約公平誠信原則

- (一)、對金融消費者之責任，不得預先約定限制或免除。
- (二)、設計商品及與金融消費者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，不應有對消費者顯失公平之內容。
- (三)、保險契約之解釋，應探求契約當事人之真意，不得拘泥於所用之文字；如有疑義時，以作有利於被保險人之解釋為原則。

二、注意與忠實義務原則

- (一)、進行保險商品研發時，對於保險商品設計應盡專業注意義務、善良管理人義務及消費者權益保障等事項。
- (二)、提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務；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。
- (三)、董事會成員應忠實執行業務及盡善良管理人之注意義務，並以高度自律及審慎之態度行使職權，對於公司業務有關公平待客原則之執行，除依法律或公司章程規定應由股東會決議之事項外，應確實依董事會決議為之。

三、廣告招攬真實原則

- (一)、宣傳資料不得誇大不實、引人錯誤、以不同保險公司之契約內容作不當比較或其他不當之方法為招攬。審查核准單位應審查其內容，避免誤導消費者或損害消費者權益。
- (二)、所用之文宣、廣告、簡介、商品說明書及建議書等文書，應標明本公司之名稱，且不得使用未經本公司同意之文書。
- (三)、宣傳資料應符合社會一般道德、誠實信用原則及保護金融消費者之精神，以衡平顯著方式表達。

四、商品或服務適合度原則

- (一)、於本公司辦理業務員登錄之業務人員(以下簡稱業務人員)提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解要保人及被保險人是否符合投保之條件、投保目的及需求，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度，並確認要保人已確實瞭解其所選擇之保險商品內容及其權利義務。
- (二)、業務人員不得勸誘客戶解除或終止契約，或以貸款、保險單借款繳交保險費；亦不得慫恿要保人或被保險人違反告知義務或以不當之手段唆使要保人辦理退保、轉保、縮小保額等行為。
- (三)、核保人員核保前需瞭解並審慎評估要保人與被保險人之保險商品需求及適合度等相關資料。適合度評估至少應包含繳交保險費資金來源、要保人已確實瞭解其所繳交保險費係用以購買保險商品及要保人投保種、保險金額及保險費支出與其實際需求具相當性。
- (四)、初次銷售之複雜性高風險商品應報經董事會通過。要保人如係投保投資型保險商品，應評估要保人之投資屬性、風險承受能力、繳交保險費之資金來源，並評估要保人確實瞭解投資型保險之投資損益係由其自行承擔。不得提供逾越要保人財力狀況或不合適之商品及承保要保人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。

五、告知與揭露原則

- (一)、與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應善盡說明與揭露之義務，令消費者充分瞭解與選擇商品之內容、風險、以及其他有助消費者維護權益之事項。
- (二)、涉及個人資料之蒐集、處理及利用者，應向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。

- (三)、商品之內容應揭露於公司官方網頁供消費者查閱。對金融商品或服務內容之揭露如涉及利率、費用、費率、報酬及風險時，應以金融消費者能充分瞭解之文字或其他方式，衡平及顯著表達。
- (四)、提供複雜性高風險商品時，應對消費者進行說明及揭露，以使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。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。

六、酬金與業績衡平原則

經理人及業務人員之績效考核及酬金標準，及董事之酬金結構與制度應衡平考量其對公司已實現獲利之貢獻、業績，酬金支付時間及公司未來面臨之風險等要素，並遵守下列原則：

- (一)、酬金獎勵制度不應引導董事、經理人及業務人員為追求酬金而從事逾越公司風險胃納之行為，本公司並應定期審視酬金獎勵制度與績效表現，以確保其符合公司之風險胃納。
- (二)、訂定業務人員酬金制度應衡平考量顧客權益、金融商品或服務對本公司及金融消費者可能產生之各項風險，應綜合考量財務指標及非財務指標因素，不得僅考量金融商品或服務之業績目標達成情形。
- (三)、本公司應避免於支付酬金後卻蒙受損失之不當情事。

七、申訴保障原則

- (一)、設置免費服務專線及消費者申訴處理專責窗口處理消費者因商品或服務引發之申訴與抱怨，對消費者之申訴與抱怨應積極進行處理，並迅速給予妥適回應。

- (二)、訂定消費爭議處理制度，提報董事會通過，並將相關資訊揭露於公司官方網頁供消費者查閱。

八、業務人員專業性原則

- (一)、業務人員資格應符合法令要求之年齡、學歷與其他條件，並依規定辦理登錄，未辦理登錄者，不得招攬保險。
- (二)、業務人員應定期接受教育訓練，以維持其專業素養，不參加教育訓練者，應撤銷其業務員登錄；參加教育訓練成績不合格，於一年內再行補訓成績仍不合格者，亦同。

九、友善服務原則

- (一)、提供身心障礙及六十五歲以上之客戶(下稱高齡客戶)之金融友善服務，應依個別需求提供適當之友善服務措施，其範圍應包括環境、溝通、商品、服務、資訊等措施，並不得有歧視性或不公平對待之行為。
- (二)、營業處所設置無障礙設施、友善服務櫃檯或指派專人服務。
- (三)、身心障礙客戶臨櫃辦理業務，應充分告知需提供之資料，協助其填具相關申請書據，並應秉持公正客觀與不歧視之立場進行審查。依其個別需求，提供適當之友善服務措施，如保險電子商務、線上服務或到府服務等，引導其採用合適之服務方式，如臨櫃、書面、電子郵件、電話、簡訊、文字客服、視訊通話等，並建立主動關懷通知機制。
- (四)、金融商品與服務從設計至銷售之所有階段，應公平對待高齡、身心障礙等族群，並落實監控、評估提供之金融商品及服務符合客戶需求，審查公平對待高齡者、身心障礙者等客戶流程和政策之有效性等。
- (五)、對於高齡客戶投保案件，業務人員應充分瞭解要、被保險人之事項，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。但保險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。

- (六)、業務人員不得未確認要保人或被保險人對保單之適合度，包括對高齡客戶提供不適合之保險商品。
- (七)、銷售各種有解約金之保險商品(不包括保險期間在三年以下之傷害保險)予高齡客戶，應經客戶同意後將銷售過程以錄音或錄影方式保留紀錄。
- (八)、公司同仁每年須參加公平對待高齡、身心障礙客戶之相關教育訓練。
- (九)、於公司網頁揭露相關友善金融措施，及金融監督管理委員會、中華民國產物保險商業同業公會與中華民國人壽保險商業同業公會等機構轉知之友善金融措施相關訊息、資訊或統計資料。

十、落實誠信經營原則

- (一)、不得勸誘客戶解除或終止契約，或以貸款、保險單借款繳交保險費。
- (二)、建立從上而下推動誠信經營文化，依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正前揭方案。
- (三)、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。

第五條 本公司由法令遵循室負責監督各部門「公平待客原則」之執行，並找出各部門可能違反「公平待客原則」之環節，訂定具體解決方案。

第六條 本公司由人力資源部負責定期辦理「公平待客原則」政策及策

略、內部遵循規章及行為守則之教育宣導及人員訓練，教育訓練時數每年應至少三小時。

第七條 發生消費者申訴或金融消費爭議時，應依金融消費爭議處理制度處理流程妥適處理，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。

第八條 本策略經董事會通過後實施，修正時亦同。

公平待客原則執行小組組織圖

