

肆、附錄

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從事廣告及營業活動行為規範

行政院金融監督管理委員會97年2月27日
金管證四字第0960074396號函准予核定

第一章 總則

第一條 本行為規範依據證券投資顧問事業管理規則第十二條第二項、證券投資信託事業管理規則第二十二條、境外基金管理辦法第五十條第二項、證券投資信託暨顧問商業同業公會管理規則第六條及本公會自律公約第七條之規定訂定之。

第二條 本公會會員及其銷售機構，為經營、辦理或推展證券投資信託、證券投資顧問、全權委託投資與境外基金相關業務，從事廣告、公開說明會及其他營業活動時，應恪遵證券投資信託及顧問法、相關法令規定及本行為規範，以提升自律、維護專業形象並保障投資人權益。

第三條 證券投資信託事業委任之基金銷售機構從事證券投資信託基金之廣告、公開說明會及其他營業活動有違反本行為規範規定時，證券投資信託事業除確實有不可歸責之事由外，應依相關法令負其責任。

第四條 總代理人委任之基金銷售機構從事境外基金之廣告、公開說明會及其他營業活動有違反本行為規範規定時，總代理人及基金銷售機構應依相關法令負其責任。

總代理人或其委任之基金銷售機構辦理境外基金之募集及銷售業務，其廣告及營業活動得委任其他事業辦理之，但對於該事業辦理相關活動有違反本行為規範規定時，除確實有不可歸責之事由外，應依相關法令負其責任。

第五條 本行為規範所稱廣告，指以促進業務為目的，運用下列傳播媒體，就第二條業務及其相關事務為傳遞、散布或宣傳：

一、報紙、雜誌等出版物。

二、DM、信函廣告、貼紙、日（月）曆、投資說明書、傳單、電話簿等印刷物。

三、海報、看板、布條、公車或其他交通工具上之廣告等。

四、電視、電影、幻燈片、廣播電台、跑馬燈等。

五、自動電話系統、網頁、電子郵件、電子看板或其他電子傳播方式。

六、新聞稿。

七、其他任何形式之廣告宣傳。

本行為規範所稱銷售文件，指向投資人交付之公開說明書或其中譯本、投資人須知或併同上開文件所提供之其它有關資料，其內容載有申購基金之概況資料。

第六條 本行為規範所稱公開說明會及其他營業活動，指為促進業務為目的，以舉辦現場講習會、座談會、說明會或其他營業活動等方式進行業務之推廣或招攬，以及證券投資顧問事業以上述或透過前條第一項各款之傳播媒體公開發表意見之方式，發表或進行有關證券投資之分析或建議。

第二章 證券投資信託暨境外基金業務

第七條 證券投資信託事業、總代理人及其委任之基金銷售機構發布有關基金資料之新聞稿，須確保相關內容之正確性，以避免誤導投資大眾之判斷力，並應遵守下列處理原則：

一、對送行政院金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）審核中之新基金之募集申請案件所發布之新聞稿，應以金管會網站公告資訊項目內容為限。

二、新聞稿內容如其涉及基金之促銷或刊登得與公司聯絡之方式等，應向本公會辦理申報；如為經理人依其專業對投資市場發表其投資分析意見，則免辦理申報，但其內容仍應符合相關法令之規定。

三、公司得於新聞稿發稿前依本公會指定申報方式向本公會辦理申報。

第八條 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構從事基金之廣告、公開說明會及其他營業活動時，不得有下列行為：

- 一、藉金管會對該基金之核准或申報生效，作為證實申請（報）事項或保證基金價值之宣傳。
- 二、使人誤信能保證本金之安全或保證獲利者。但設有保證機構之保證型保本基金已於其公開說明書中，充分揭露保證之具體內容者，其保證本金安全部分，不在此限。
- 三、提供贈品、或定存加碼、貸款減碼等金融性產品或以其他利益或方式等，勸誘他人購買基金。但金管會另有規定者，不在此限。
- 四、對於過去之業績作誇大之宣傳或對同業為攻訐之廣告。
- 五、為虛偽、詐欺或其他足致他人誤信之行爲。
- 六、對未經金管會核准募集或申報生效之基金，預為宣傳廣告、公開說明會及促銷。
- 七、內容違反法令、證券投資信託契約、境外基金相關機構授權契約或基金公開說明書內容。
- 八、以基金經理人作為宣傳廣告之主要訴求或標題。
- 九、為基金投資績效之預測。
- 十、涉及對新臺幣匯率走勢之臆測。
- 十一、內容採用可能貶低整體行業聲譽之方式作宣傳。
- 十二、內容載有不正確或與銷售文件內容不符或不雅之文字、美術稿或圖案設計。
- 十三、開放式基金以「無折價風險」等相類詞語作為廣告。
- 十四、以銷售費或經理費收入為捐贈或與投資人權益無關之詞語為訴求。
- 十五、截取報章雜誌之報導作為廣告內容。
- 十六、以採訪投資人之方式來廣告促銷基金。
- 十七、以獲利或配息率為廣告者，未同時報導其風險以作為平衡報導。
- 十八、以配息比率為廣告文宣之主要標題。
- 十九、使用優於定存、打敗通膨等相類之詞語為訴求。
- 二十、有關免稅之說明，未載明或說明係何種對象、何種內容免稅。
- 二十一、以所獲基金信用評等等級或市場風險報酬之基金評級為廣告或促銷內容（含已成立或金管會核准募集但尚未成立之基金）時，未以顯著方式註明該基金所獲得信用評等或基金評級之性質或意義、資料來源及未成立基金未註明該基金尚未成立。

- 二十二、未於基金銷售文件中，標明已備有公開說明書（或其中譯本）或投資人須知及可供索閱之處所或可供查閱之方式。
- 二十三、銷售文件中有提及投資人直接應付之費用（含手續費前收或後收型基金之申購手續費、基金短線交易應付之買回費用或其它費用等）時，未清楚標示收取方式；以及未揭示『有關基金應負擔之費用（境外基金含分銷費用）已揭露於基金之公開說明書或投資人須知中，投資人可至公開資訊觀測站或境外基金資訊觀測站中查詢。』之相類資訊。
- 二十四、對投資人須支付基金分銷費用之基金，未於銷售文件或廣告內容中以顯著方式揭露分銷費用反映於每日基金淨資產價值及其約占比例之資訊或請投資人詳閱公開說明書查詢上開資訊。
- 二十五、申購手續費屬後收型之基金，以免收申購手續費為廣告主要訴求且未揭露遞延手續費之收取方式或請投資人詳閱公開說明書查詢上開資訊。
- 二十六、為推廣業務所製發之書面文件，未列明公司名稱、地址及電話，以及證券投資顧問事業未列明營業執照字號。
- 二十七、以未經金管會核准或同意生效之境外基金為廣告內容。
- 二十八、專供理財專員使用之基金文宣資料，放置於櫃台或文宣資料區提供投資人自行取閱。
- 二十九、以基金銷售排行之方式為廣告內容。
- 三十、其他影響事業經營或投資人權益之事項。

第八條之一 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構從事基金業務之宣導推廣活動時，得在不與基金申購結合之前提下，提供贈品鼓勵投資人索取基金相關資料，並應遵守下列原則：

- 一、贈品活動不得變相誘導投資人購買基金，並應注意避免流於浮濫，以維持合理競爭秩序。
 - 二、贈品單一成本價格上限為新臺幣二百元，且不得重複領取、累積金額以換取其他贈品或辦理抽獎活動。
 - 三、金融商品不得作為贈品。
- 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構提供贈品鼓勵投資人索取基

金相關資料時，應確實執行下列控管作業：

- 一、應於相關宣傳文件（含電子媒體）上載明贈品活動之期間、人數、數量、參加辦法等項訂有限制條件者，以避免紛爭。
- 二、應留存領取贈品之投資人所填寫資料或將投資人姓名、聯絡方式等項建檔留存。但贈品單一成本價值低於新臺幣三十元且印有公司名稱之贈品（例如：原子筆、便條紙等）不在此限。
- 三、對前款留存之投資人個人資料，除其他法律或金管會另有規定外，應保守秘密，並依電腦處理個人資料保護法規定辦理。
- 四、各項贈品活動應按月依附件五造冊，併同第一款及第二款之宣傳文件、投資人資料及內部審核紀錄保存二年。
- 五、贈品如以非現金取得，該贈品價值應以該項贈品或類似商品之零售價格、或其他可供佐證之單據文件認定之。

證券投資信託事業、總代理人應於每月十日前將上個月份舉辦之贈品活動按前項第四款規定造冊，並以附件五向本公會申報，同時如上月份未舉辦贈品活動者，則不需申報。基金銷售機構舉辦贈品活動時，亦僅需以附件五交由證券投資信託事業或總代理人向本會申報之。

證券投資信託事業、總代理人以銷售機構為對象舉辦之贈品活動，不適用第一項至第三項之規定。

第九條 保本型基金依有無設立保證機構區分為保證型基金及保護型基金，證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構於從事該基金之廣告、公開說明會及營業活動時，除應遵守前條規定外，並須符合下列原則：

一、銷售文件應揭露下列事項：

1. 保證型基金之有關保證機構資料：保證機構名稱、業務性質及有關其財務狀況資料（例如：股本、總資產淨值或股東資金），以及其信用評等或其他有關資料。
2. 保證型基金之有關該項保證資料：該項保證之條款，包括該項保證適用範圍及有效性，以及可能導致該項保證終止之情事，並舉例說明用以清楚表示有關的保證機制，以及高於保證金額之潛在回報計算方法。
3. 保護型未設立保證機構，應載明本基金無提供保證機構保證之機

制，係透過投資工具達成保護本金之功能，亦不得使用保證、安全、無風險等類似文字。

4. 相關投資連結標的性質之詳細說明。
5. 應註明實際參與率，與所列出作為參考的參考比率可能會有所不同，並說明實際參與率將於何時釐定及以何種方式通知投資人或基金受益人。
6. 應於投資人須知或公開說明書（或其中譯本）之封面以顯著方式標明基金之保本比率及基金類型（保證型或保護型）。

二、廣告文宣內容應以顯著顏色及字體方式，揭露下列事項：

1. 依基金類型：

- (1) 保證型基金：基金類型、保證機構名稱、保證期間及保本比率。
- (2) 保護型基金：基金類型、保本期間、保本比率及「本基金無提供保證機構保證之機制，係透過投資工具達成保護本金之功能」用語。

2. 依基金類型加註第十條第一項之警語內容。

3. 如有引用參考性參考比率，應列明參考日期並註明實際參與率與參考性參考比率可能會有所不同。

第十條 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構除為單純登載投資管理專門知識或服務等標榜境外基金機構、集團、公司或企業形象而不涉及任何基金產品之廣告，無須標示警語外，其為基金廣告時，應於廣告內容中述明下列或與之相類之警語：

一、平面廣告：除保本型基金及以投資高收益債券為訴求之基金外，應揭示「本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。」之警語。但廣告內文中提及本基金投資範圍或市場（例如：新興市場等）之經濟走勢預測時，應續與上揭警語相同之顏色及字體加註「本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明

書」等內容。但廣告內文中僅敘明基金投資範圍，未提及投資範圍或市場之經濟走勢預測，則不在此限。

二、有聲廣告：透過廣播、電視、電影或其他相似方式，以影像或聲音為有聲廣告時，應揭示「基金投資不表示絕無風險，經理公司以往之績效不保證最低收益，投資人申購前，應詳閱公開說明書」之警語。但保本型基金及以投資高收益債券為訴求之基金應續加註「及瞭解本基金之風險與特性」等內容。

三、保本型基金除有聲廣告依前款規定為之外，應揭示下列警語內容：

1. 保本型基金為保證型者，應刊印「本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。投資人持有本基金至到期日時，始可享有____%的本金保證。投資人於到期日前買回者或有本基金信託契約第___條或公開說明書所定應終止之情事者，不在保證範圍，投資人應承擔整個投資期間之相關費用，並依當時淨值計算買回價格。投資人應了解到期日前本境外基金之淨值可能因市場因素而波動。投資人在進行交易前，應確定已充分瞭解本基金之風險與特性。」等文字。

2. 保本型基金為保護型者，應刊印「本基金無提供保證機構保證之機制，係透過投資工具達成保護本金之功能。本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。投資人持有本基金至到期日時，始可享有____%的本金保護。投資人於到期日前買回者、或有本基金信託契約第___條或公開說明書所定應提前終止之情事者，不在保護範圍，投資人應承擔整個投資期間之相關費用，並依當時淨值計算買回價格。投資人應了解到期日前本基金之淨值可能因市場因素而波動，因保護並非保證，投資標的之發行人違約或發生信用風險等因素，將無法達到本金保護之效果，投資人在進行交易前，應確定已充分瞭解本基金之風險與特性。」等文字。

四、以投資高收益債券為訴求之基金除有聲廣告依第二款規定為之外，應以不同顏色顯著字體方式載明並列示適合之投資人屬性，並刊印「投資人投資高收益債券基金不宜占其投資組合過高之比重」，及揭示「本基金經行政院金融監督管理委員會核准，惟不表示絕無風險。由於高收益債券之信用評等未達投資等級或未經信用評等，且對利率變動

的敏感度甚高，故本基金可能會因利率上升、市場流動性下降，或債券發行機構違約不支付本金、利息或破產而蒙受虧損。本基金不適合無法承擔相關風險之投資人。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。」等文字。

五、以基金定時定額投資績效為廣告，應揭示「投資人因不同時間進場，將有不同之投資績效，過去之績效亦不代表未來績效之保證。」之警語內容。

六、以基金配息率為廣告，應揭示「基金配息率不代表基金報酬率，且過去配息率不代表未來配息率；基金淨值可能因市場因素而上下波動。」之警語。

七、以高收益為名之境外基金，若於廣告文宣資料上標示高收益、高配息，應以相同規格標示或揭露其相對應之投資風險。

八、廣告內容中如有公司所屬集團形象性質之文字時，應註明「○○公司獨立經營管理」字樣。

以上所稱之以投資高收益債券為訴求之基金係指：證券投資信託事業依行政院金融監督管理委員會96年6月15日金管證四字第09600234264號函規定募集發行之證券投資信託基金，上揭函令如有修訂，依修訂後之規定；總代理人經行政院金融監督管理委員會核准代理募集及銷售之境外基金，該境外基金並經理柏（Lipper）、晨星（Morningstar）或嘉實資訊（股）公司等基金評鑑機構於基金評比時歸類為高收益債券基金（HIGH YIELD BOND FUND）乙類；以高收益債券為訴求之基金。

第十一條 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構為前條警語之揭示時，應遵守下列原則：

一、應以顯著之顏色、字體或方式等為之；有聲廣告除廣播以聲音揭示外，須以易識別之字體揭示警語至少播放三秒鐘。

二、所傳達之訊息應清晰、不含糊。

三、平面廣告之警語字體大小，不得小於同一廣告上其他部分最小之字體，並應以粗體印刷顯著標示，使其在一般人快速閱覽相關廣告時，均可顯而易見。

第十二條 以基金績效及業績數字為廣告或促銷內容者，尚應符合下列原則

一、任何基金績效及業績數字（包括所提之獎項及排名）均需註明使用資料之來源及日期。但保本型基金如須採用複雜計算機制，為了向投資人詳細解釋該等機制，證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構可以使用假設數字，且須清楚列明該數字僅作說明用途，並非表示投資人將來可獲得的實際收益。

二、以基金績效作為廣告者，基金需成立滿六個月以上者，始能刊登：

除本項第六款以定時定額投資績效為廣告應遵守之事項外，餘須刊登自成立日以來並以計算至月底之最近日期之全部績效（指三個月、六個月、一年、二年及自成立日之績效），同時可增加揭示「一個月」及「自今年以來」之績效，且不得以一個月之基金績效為廣告訴求及截取特定期間之績效；成立滿三年者，應以最近三年全部績效（指一年、二年及三年之績效）為圖表表示，同時可增加揭露「一個月」及「自今年以來」、或「三個月」及「六個月」、或「五年」、或「十年」、或「自成立日以來」之績效。上述各期間績效之揭示，應遵守下列原則：

1. 不得採點對點之直接連接之線圖方式來呈現基金績效表現之走勢；
2. 以線圖呈現基金績效者，應揭示該基金自成立以來之績效，且不得對績效的揭示作特定期間或級距之壓縮或放大，惟成立達10年（含）以上之基金，得自行決定揭示自成立以來之績效或最近10年之績效；
3. 不得以截取特定期間、「一個月」或「自今年以來」之績效為廣告標題；
4. 不得揭示「一個月」及「自今年以來」之績效排名；
5. 與同類型基金全體平均值比較時，同類型基金一年(不含)以下期間之績效數值及排名應以「NA」揭示。
6. 基金績效與指標（benchmark）作比較時，除比較基期應一致外，該指標（benchmark）須載於基金公開說明書或投資人須知中，並報經本公會審查後始得為之；指標（benchmark）有變動時，亦同。
7. 基金績效加諸文字形容時，除須一併揭示該基金之全部績效（成

立滿六個月以上者，指三個月、六個月、一年、二年及自成立日之績效；成立滿三年者，指一年、二年及三年之績效）及同類型基金績效平均數或指標（benchmark）外，該基金之各期間績效排名應為同類型基金之前1/2者。

三、以基金績效作為廣告者，應以本公會委請之專家學者、理柏（Lipper）、晨星（Morningstar）或嘉實資訊（股）公司等基金評鑑機構所作之評比資料為標準。

四、與其他證券投資信託基金或境外基金之基金績效比較時，應使用同一國內、外機構之統計或分析資料，且須換算成相同幣別將全部同類型基金之績效均列入並以相同計算基礎比較。但投資地區為（全球）新興市場或亞洲等二類型基金時，證券投資信託基金及境外基金兩者不得共同比較。全部同類型基金之績效得以該分類之全體平均值替代。

五、以模擬過去績效之方式作為廣告內容時，應針對該模擬績效之運算模型或模組及假設條件等相關資訊，加以詳細之附註說明於旁，並依本公會所定規範（如附件一）對其風險作平衡報導，且其字體大小不得小於該模擬績效廣告部分之字體。

六、以基金定時定額投資績效為廣告時，應以本項第三款所作之評比資料為標準，惟可按基金扣款情形予以調整，但應確實核對數字之正確性，且須遵守下列事項：

1. 須載明投資績效計算期間且為迄最近日期資料及扣款日期；及投資績效若以原計價幣別以外之其它幣別計算揭露，應同時揭露以相同計算基礎所換算為原幣或新臺幣之投資績效。
2. 基金須成立滿一年以上。
3. 基金成立未滿三年者，應揭露一年、二年及自成立日以來之績效；基金成立滿三年以上者，應至少揭露三年之績效。前述績效應為迄最近日期資料且不得揭露一年（不含）以下期間之投資績效。

七、以原計價幣別以外之其它幣別之基金績效作為廣告者，應同時揭露以相同計算基礎所換算為原幣或新臺幣之基金績效。

八、廣告所列出之圖表，必須清楚展示其內容，不得有任何扭曲。

九、除基金屬性係以追求一定報酬率為主之特殊型基金且其追求之報酬率

已於基金公開說明書中揭露並為一致性之資訊外，不得使用「追求○%報酬率、或○%年報酬率、或○%絕對報酬率」等相類用語為基金之廣告及促銷。但符合前述所定條件之特殊型基金於引用時，不可對報酬率部分特別以其他顏色或與其他文字比例顯不相當之方式呈現之，且應揭露自成立日以來之全部績效以平衡風險報導。

十、如以某一期間之基金績效為廣告標題，其廣告內文中應刊載該基金之全部績效，且其字體應等同廣告標題大小，以及不得以劃有色框線、或放大字體、或粗黑字體或不同顏色字樣等顯著方式加以放大或強調某一期間之基金績效，以避免誤導投資人。

十一、以基金績效外之其他業績數字為廣告，可引用之國內、外機構之統計或分析資料名單，證券投資信託基金可引用者如附件二，以及境外基金可引用者如附件三。但若作同類比較時，僅可使用同一來源。

國內、外機構所為之統計或分析資料，如符合下列標準者，該機構得向本公會申請認可成為前項第十款可引用之統計或分析資料名單：

- 一、該機構與證券投資信託事業（境外基金管理機構）間無利害關係。
- 二、該機構使用之評鑑方法應公平、公正、客觀且被公開承認。
- 三、評鑑範圍應具周延性，不能僅作選擇性或擇部分評比。
- 四、該機構所作之評比或評選應具經常性及持續性。

第十三條 證券投資信託事業、總代理人及基金銷售機構將基金廣告文宣放置於前開事業以外之提供投資人取得之場所時，不得僅放置基金開戶、申購或買回申請書件，且該場所之人員亦不得代為收受基金申購或買回申請書件。

第三章 證券投資顧問業務

第十四條 基金之投資顧問業務，應由經核准之證券投資顧問事業為之，該事業為基金之顧問服務所從事之廣告及營業活動，應遵守本章之規定。

第十五條 證券投資顧問事業從事基金之推介顧問服務，應客戶要求製作之相關文件內容，應遵守下列事項：

- 一、提供境外基金之推介顧問服務時，非經金管會核准，不得涉及境外基金在台募集、發行或買賣之事宜，亦不得有廣告及其他促銷行為或以新聞報導方式，達到廣告或促銷特定境外基金之目的。
- 二、應遵守本行為規範第二章之相關規定。

第十六條 證券投資顧問事業及其從業人員，從事廣告、公開說明會及其他營業活動，不論係以自行製播、接受媒體連線或現場訪問、call in節目或以其他形式進行，除應符合證券投資顧問事業負責人與業務人員管理規則有關業務人員之資格條件外，並不得有下列行為：

- 一、藉卜筮或怪力亂神等方式，為投資人作投資分析。
- 二、鼓動或誘使他人拒絕履行證券投資買賣之交割義務、為抗爭或其他擾亂交易市場秩序之行為。
- 三、利用非專職人員招攬客戶或給付不合理之佣金。
- 四、以非向本公會登記之名稱為之。
- 五、為招攬客戶，以詐術或其他不正當方式，誘使投資人參加證券投資分析活動或簽訂委任契約。
- 六、對所提供證券投資服務之績效、內容或方法無任何證據時，於廣告中表示較其他業者為優。
- 七、於廣告中僅揭示對公司本身有利之事項，或有其他過度宣傳之內容。
- 八、未取得核准辦理全權委託投資業務，而為使人誤信其有辦理該項業務之廣告。
- 九、為保證獲利或負擔損失之表示。
- 十、於傳播媒體從事投資分析之同時，有招攬客戶之廣告行為。
- 十一、涉有利益衝突、詐欺、虛偽不實、欺罔、謾罵或其他顯著有違事實或足致他人誤信或意圖影響證券市場行情之行為。
- 十二、涉有個別有價證券未來價位研判預測。
- 十三、於有價證券集中交易市場或櫃檯買賣或交易系統交易時間及前後一小時內，在廣播或電視傳播媒體，對不特定人就個別有價證券之買賣進行推介或勸誘。
- 十四、於前款所定時間外，在廣播或電視媒體，未列合理研判分析依據，對不特定人就個別有價證券之產業或公司財務、業務資訊提供分析

意見，或就個別有價證券之買賣進行推介。

十五、於公開場所或廣播、電視以外之傳播媒體，對不特定人未列合理研判分析依據對個別有價證券之買賣進行推介。

十六、對證券市場之行情研判、市場分析及產業趨勢，未列合理研判依據。

十七、以主力外圍、集團炒作、內線消息或其他不正當或違反法令之內容，作為招攬之訴求及推介個別有價證券之依據。

十八、引用各種推薦書、感謝函、過去績效或其他易使人認為確可獲利之類似文字或表示。

十九、為推廣業務所製發之書面文件未列明公司登記名稱、地址、電話及營業執照字號。

二十、以業務人員或內部研究單位等非證券投資顧問事業名義，逕行對外招收會員、舉辦證券投資分析活動或製發書面文件。

二十一、未經許可兼營期貨顧問業務，而從事期貨或衍生性商品之投資分析。

二十二、對同業為攻訐。

二十三、提供贈品或其他利益以招攬客戶。

二十四、以投資顧問服務為贈品或以價值與證券投資顧問委任契約本約顯不相當之贈品，勸誘投資人簽訂契約。

二十五、以顧問費或委任費之收入為捐贈或與委任人權益無關之詞語為訴求。

二十六、藉金管會核准經營某項業務，作為證實該申請事項或保證投資分析績效之宣傳。

二十七、以國家認證分析師之資格擔保為訴求。

二十八、製作有聲媒體廣告時，未以語音或文字聲明「本公司經主管機關核准之營業執照字號為(○○)證管(或金管)投顧字第○○○號」。

二十九、製作廣播證券投資分析節目時，未於節目播放之前或之後，聲明公司名稱、金管會或原證期會核准之營業執照字號及「本節目資料僅供參考」。

三十、製作電視證券投資分析節目時，未於畫面或版面明顯處，載明公司名稱、金管會或原證期會核准之營業執照字號及「本資料僅供參考」或相同意思之字樣。

三十一、其他經金管會禁止之行爲。

前項第十九、二十八、二十九及第三十款等款之營業執照字號揭露規定，

於他業兼營證券投資顧問事業者，改應揭露金管會核准該事業兼營是項業務之核准日期及文號，以及提供其客戶得查詢前開資訊之方式。

第四章 全權委託投資業務

第十七條 本公會會員於從事全權委託投資業務之招攬與營業促銷活動時，不得有下列情事：

一、藉金管會核准經營全權委託投資業務，作為證實申請事項或保證全權委託投資資產價值之宣傳。

二、使人誤信能保證本金之安全或保證獲利者。

三、為負擔損失之表示。

四、提供贈品或以其他利益為不正當之招攬或促銷。

五、對於過去之操作績效作誇大之宣傳或對同業為攻訐之廣告。

六、為虛偽、詐欺或其他足致他人誤信之行爲。

七、對所提供有價證券、證券相關商品或其他經金管會核准項目之投資、交易或其服務之績效，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。

八、內容違反法令或全權委託投資契約內容。

九、其它違反證券暨期貨管理法令或經金管會規定不得為之之行爲。

第十八條 本公會會員於從事全權委託投資業務為廣告時，應於廣告內容中述明下列或與之相類之警語，並準用第十一條規定：

一、平面廣告：應揭示「全權委託投資並非絕無風險，本公司以往之經理績效不保證委託投資資產之最低收益，本公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責委託投資資產之盈虧，亦不保證最低之收益，客戶簽約前應詳閱全權委託投資說明書。」之警語。

二、有聲廣告：透過廣播、電視、電影或其他相似方式，以影像或聲音為有聲廣告時，應揭示「全權委託投資並非絕無風險，本公司以往之經理績效不保證委託投資資產之最低收益，客戶簽約前應詳閱全權委託投資說明書」之警語。

單純登載投資管理專門知識或服務等標榜公司、企業或集團形象而不涉及全權委託投資業務之廣告，無須標示警語。

第十九條 本會會員為便於其業務人員於從事全權委託投資業務招攬與營業促銷活動時，提示正確及完整資訊供客戶參考，就所製作之簡介或說明之內容，涉及服務項目、資格條件、經理績效或其負責人、業務人員及受僱人之資歷等基本資料，應使其一致。

第五章 申報程序及自律管理

第二十條 本會會員、基金銷售機構從事廣告、公開說明會及其他營業活動而製作之有關資料，應列入公司內部控制制度管理，並於對外使用前，先經公司法令遵循或稽核部門主管適當審核，若無法令遵循或稽核部門之設置，則由權責部門主管為之，確定其內容無不當、不實陳述、違反本行為規範及相關法令之情事，除新聞稿得於發稿前申報及有下列情形者外，並應於事實發生後十日內依法令規定程序將廣告、公開說明會及其他營業活動之資料，向本公會申報：

- 一、登載會員公司名稱、人事、地點、股權、辦公處所、事業結構、主管或出資人、電話、傳真、網址之變動等事宜有關之廣告或文宣。
- 二、已申報再次使用內容無變動之案件。
- 三、基金銷售機構之業務人員對特定客戶提供之說明資料。
- 四、基金銷售機構僅以手續費折扣方式促銷基金且未提及任何基金名稱者；或提及基金名稱但係以在公司櫃檯上擺置牌子方式為之者。
- 五、公司對其內部人員或對其委任之基金銷售機構所製作使用並標示為內部文件之教育訓練資料。
- 六、其它金管會或法令規定得豁免申報之情形者。

前項向本公會之申報，有關各類型文宣資料之申報方式及其細部規範（如附件四）。

第二十一條 前條從事廣告、公開說明會及其他營業活動製作之宣傳資料、廣告物及相關紀錄應保存二年。

證券投資顧問事業於各種傳播媒體從事證券投資分析活動，應將節目錄影（音）予以存查，並依本公會所訂自行審核與申報作業程序確實執行；前述節目錄影（音）資料，並應至少保存二個月，但證券投資分析內容涉有爭議者，應保存至該爭議消除為止。

第二十二條 本會會員所為之廣告、公開說明會、其他營業活動及第八條之一贈品活動，本公會認為有必要或經投資人、相關單位檢舉有違反本行為規範之嫌時，本公會應即進行查證，並對檢舉人身分予以保密；經查證後，認為涉有違反本行為規範之情事者，應依本公會會員違規處置申復辦法之相關自律程序規定辦理。

本公會為前項之查證時，會員及其負責人、業務人員及受僱人等，不得拒絕。

第二十三條 本會會員及基金銷售機構所為之廣告、公開說明會及其他營業活動資料，經本公會審查後，如發現涉有違反本行為規範之情事時，應提本公會紀律委員會審議，紀律委員會經審查認有違反者，除並有違反證券投資信託事業管理規則第二十二條第一項、境外基金管理辦法第五十條第一項、證券投資顧問事業管理規則第十二條第一項之各款規定之情事，應由本公會於每月底前彙整函報金管會依法處理，以及如涉及境外基金管理辦法同條項第九款者，應函報中央銀行外，本公會得視違反情節輕重，就會員公司違規部分，依本公會會員違規處置申復處理辦法處理之；就基金銷售機構違規部分，移送金管會依法處理。

前項本公會對會員及基金銷售機構所為之廣告、公開說明會及其他營業活動資料之審查，得視申報案件量情形及需要時，調整以抽檢方式進行。

第六章 附則

第二十四條 證券投資顧問事業兼營期貨顧問業務從事廣告或其他營業活動之行為自律規範，悉依期貨相關法令規定辦理。

第二十五條 本行為規範經本公會理事會通過並報請金管會核備後施行；修正時，亦同。



三、基金廣告及促銷活動體檢表

□一、新聞稿發布原則

類別	項目	符合	未符合
新聞稿發布原則	內容涉及審核中之新基金，只能刊載基金名稱、申請金額、募集地、投資地、基金型態、申請日期及基金經理人基本學歷等項目 內容涉及基金之促銷或刊登得與公司聯絡之方式，視同廣告，應記得向公會辦理申報，可於發稿前以電子郵件(adv@sitca.org.tw)向公會辦理申報	符合	未符合

□二、從事基金廣告及銷售活動應注意的行為

類別	項目	符合	未符合
未核准或同意生效之基金	對於未經金管會核准募集或申報生效之基金，不得預作宣傳、公開說明會及促銷活動 不得以未經金管會核准或同意生效之境外基金為廣告內容 不得以金管會對新基金募集或申報生效之核准，作為宣傳內容或保證基金之價值 不得以基金經理人作為宣傳廣告之主要訴求或標題 不得以採訪投資人的方式來促銷基金	符合	未符合
廣告訴求應注意	不得使用優於定存、打敗通膨等類似詞語為訴求 開放式基金不得以類似「無折價風險」的詞語作為廣告訴求 不得以捐贈銷售費、經理費收入或是與投資人權益無關之內容作訴求 不得以「募爆」、「下架」、「暫停申購」、「額度有限」等詞語促銷基金 不得使人誤信能保本或保證獲利 不得誇大宣傳過去業績或攻訐同業 不得有虛偽、詐欺或其他足致他人誤信的行為 不得截取報章雜誌的報導作為廣告內容	符合	未符合
廣告內容或促銷活動應注意		符合	未符合

廣告內容或促銷活動應注意	不可採用可能貶低整體行業聲譽的宣傳方式 避免內容不正確、與銷售文件內容不符或有不雅之文字或美術設計 不涉及基金績效或新臺幣匯率的預測 內容不得違反法令、證券投資信託契約、境外基金授權契約或基金公開說明書 不得以基金配息率作為廣告文宣的主要標題 以獲利或配息率為廣告時，需同時報導其風險以作為平衡報導 有關免稅的訴求，應標明是何種對象或何種內容免稅 不得以基金銷售排行之方式為廣告內容		
以基金配息、負稅為廣告	以所獲基金信用評等或市場風險報酬之基金評級為廣告或促銷內容時，需(1)以顯著方式註明該基金所獲得信用評等或基金評級之性質或意義、資料來源，(2)如基金尚未成立，應註明該基金尚未成立 投資人直接應付之費用應(1)清楚標示收取方式(2)標示「有關基金應負擔之費用(境外基金含分銷費用)已揭露於基金之公開書明書或投資人須知中，投資人可至公開資訊觀測站或境外基金資訊觀測站中查詢。」資訊		
以所獲信用評等為廣告時	申請手續費如屬後收型之基金應(1)不得以免收申請手續費為廣告主要訴求(2)需要揭露遞延手續費的收取方式(3)標示請投資人詳細公開說明書查詢相關資訊 投資人須支付分銷費用之基金，應於銷售文件或廣告內容揭露：(1)分銷費用反映於每日基金淨資產價值(2)分銷費用約占比例(3)請投資人詳細公開說明書查詢上開資訊		
基金費用揭露	基金銷售文件應標示(1)已備有公開說明書(中譯本)或投資人須知供投資人索閱(2)可供索閱之處所或可供查閱之方式 為推廣業務所製作之書面文件，應(1)列明公司名稱、地址及電話(2)投顧事業應列明營業執照字號		
其他揭露			

□三、以基金績效及業績數字為廣告

類別	項目	符合	未符合	
以基金績效為廣告	須刊登的績效	成立6個月~未滿三年：自成立日以來，計算至月底之最近日期之全部績效（指3、6個月、1年、2年及自成立日之績效） 成立滿3年：應以最近三年全部績效（指1年、2年及3年之績效）為圖表表示		
	可同時增加揭露之績效	成立6個月~未滿三年：「1個月」及「自今年以來」之績效（需同時揭露，不可只擇其一） 成立滿三年以下各組期間績效可以任意組合揭示 - 「1個月」及「自今年以來」（不可只擇其一） - 「3個月」及「6個月」（不可只擇其一） -5年 -10年 自成立日以來		
績效顯示原則	1. 基金需成立滿六個月，始能刊登			
	2. 應以公會委請之專家學者、理柏、晨星或嘉實資訊（股）公司等機構所作之評比資料為標準			
	3. 不得採點對點直接連接之線圖來呈現基金績效表現之走勢			
	4. 以線圖呈現基金績效應或綫距揭示該基金自成立以來之績效，且不得對績效的揭示作特定期間或綫距之壓縮或放大，惟成立達10年（含）以上之基金，得自行決定揭示自成立以來之績效或最近10年之績效			
績效顯示原則	5. 不得截取特定期間、及以「1個月」或「自今年以來」之基金績效為廣告標題或訴求			
	6. 不得揭示「1個月」及「自今年以來」之績效排名			

以基金績效為廣告	績效顯示原則	7. 與同類型基金全體平均值比較時，同類型基金一年（不含）以下期間之績效及排名應以「NA」揭示		
	績效顯示原則	8. 基金績效與指標（benchmark）作比較時，除比較基期應一致外，該指標須載於基金公開說明書投資人須知中，並須先報經公會審查後始得為之；指標有變動時，亦同		
以定時定額投資績效為廣告	須刊登的績效	9. 基金績效加諸文字形容時，除須一併揭示該基金之全部績效及同類型基金績效平均數或指標外，且該基金之各期間績效排名應為同類型基金之前1/2者		
	績效顯示原則	10. 以原計價幣別以外的幣別之基金績效作廣告，應同時揭露以相同計算基礎所換算為原幣或新臺幣的基金績效		
績效廣告呈現方式	須刊登的績效	成立1年、未滿三年：1年、2年及自成立日以來之績效 滿三年以上：至少揭露三年之績效，指1年、2年及3年之績效		
	績效顯示原則	1. 基金須成立滿一年以上		
	績效顯示原則	2. 應以公會委請之專家學者、理柏、晨星或嘉實資訊等機構所作之評比資料為標準，惟可按基金扣款情形予以調整，業者可根據以上機構資料計算投資報酬率，但應確實核對數字之正確性		
績效廣告呈現方式	績效顯示原則	3. 須載明投資績效計算期間且為最近日期資料及扣款日期		
	績效顯示原則	4. 以原計價幣別以外的幣別之投資績效作廣告，應同時揭露以相同計算基礎所換算為原幣或新臺幣的投資績效		
	績效顯示原則	1. 任何基金績效及業績及平均需註明來源與資料日期		
績效廣告呈現方式	績效顯示原則	2. 廣告所列出之圖表，必須清楚展示其內容，不得有任何扭曲		
	績效顯示原則	3. 以某一期間之基金績效為廣告標題，①其廣告內文中應刊載該基金之全部績效，且其字體應等同廣告標題大小，②不得以翻有色框線、或放大字體、或粗黑字體或不同顏色字樣等顯著方式加以放大或強調		

類別	項目	符合	未符合
績效廣告呈現方式	4. 不得使用「追求○%報酬率、或○%年報酬率、或○%絕對報酬率」等相類用語為基金之廣告及促銷。除為追求一定報酬率為主之特殊型基金且已於基金公開說明書中揭露	符合	未符合
與其他基金績效比較時	1. 應使用同一國內、外機構之資料、全部同類型基金(同一幣別)之績效均列入、以相同計算基礎比較。全部同類型基金之績效得以該分類之全體平均值替代 2. 投資地區為(全球)新興市場或亞洲等二類型基金時，不得將境內信基金及境外基金兩者共同比較		
模擬過去績效	應針對該模擬績效之運算模型及假設條件等相關資訊，加以詳細說明於旁，並應對其風險作平衡報導，其字體大小小於該模擬績效廣告部分之字體		
以其他業績數字為廣告	應引用公會所認可之國內、外機構之統計或分析資料；且應使用同一資料來源。 確認是否為公會規範之引用機構		

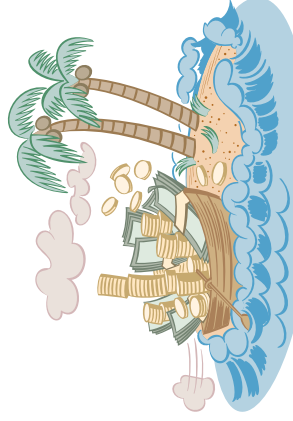
□四、以贈品鼓勵投資人索取資料

類別	項目	符合	未符合
以贈品鼓勵投資人索取資料	1. 不得以提供贈品、或定存加碼、貸款減碼等金融性商品或以其他利益或方式等，勸誘他人購買基金 2. 贈品活動不得與基金申購結合，也不得變相誘導投資人購買基金 3. 贈品單一成本價格上限為新臺幣200元，且不得重複領取、累積金額以換取其他贈品或辦理抽獎活動	符合	未符合

類別	項目	符合	未符合
以贈品鼓勵投資人索取資料	1. 若贈品活動之期間、人數、數量、參加辦法等定有限制條件，應於宣傳文件(含電子媒體)載明以避免紛爭 2. 應留存領取贈品之投資人所填寫資料或將其姓名、聯絡方式等項建檔留存。以下贈品不在此限 3. 各項贈品活動應按月造冊，併同相關宣傳文件、投資人資料及內部審核紀錄保存二年 4. 應於每月10日前向本會申報上個月份舉辦之贈品活動		

□五、文宣資料放置原則

類別	項目	符合	未符合
文宣資料放置原則	1. 專供理財專員使用之基金文宣資料，不得放置於櫃台或文宣資料區提供投資人自行取閱。 2. 投信、總代理人及銷售機構將基金廣告文宣放置於上述事業以外之場所(如便利商店)時，不得僅放置基金開放、申購或買回申請書件，並且該場所之人員不得代為收受基金申購或買回申請書件。	符合	未符合



□六、警語

類別	項目	符合	未符合
平面廣告	平面廣告應揭示10-1-1「本基金...」等文字		
	提及基金投資範圍或市場（例如：新興市場等）之經濟走勢預測時，應加註「本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明書」等內容。		
有聲廣告	有聲廣告應揭示10-1-2「基金投資不表示絕無風險，經理公司以以往之績效不保證最低收益，投資人申購前，應詳閱公開說明書」所規定之投資風險警語		
	應揭示10-1-4「本基金經基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。」之警語文字；另，應以不同顏色顯著字體方式載明並列示適合之投資人屬性，並刊印「投資人投資高收益債券基金不宜占其投資組合過高之比重」		
以投資高收益債券為訴求之基金	有聲廣告	則除應依10-1-2警語規定，應續加註「及瞭解本基金之風險與特性」	
	保證型之銷售文件	應揭露10-1-3-1「本基金經...文字」	
	保護型之銷售文件	應揭露10-1-3-2「本基金無...」等文字	
	有聲廣告	除依10-1-2警語規定，應續加註「及瞭解本基金之風險與特性」	

以定時定額投資績效為廣告	應揭示所規定10-1-5「投資人因不同時間進場，將有不同之投資績效，過去之績效亦不代表未來績效之保證。」之警語內容		
	應揭示10-1-6「基金配息率不代表基金報酬率，且過去配息率不代表未來配息率；基金淨值可能因市場因素而上下波動。」之警語內容。		
涉及公司集團	如有公司所屬集團形象性質之文字時，應註明「○○公司獨立經營管理」字樣		
	文字應以顯著之顏色、字體（粗體）或方式標示，字體大小，不得小於同一廣告上其他部分最小之字體，並應以粗體印刷顯著標示，使其在一般人快速閱覽相關廣告時，均可顯而易見		
顯示原則	除廣播以聲音警示外，須以易識別之字體警示警語至少播放三秒鐘。		

□七、保本基金應揭露事項

類別	項目	符合	未符合
銷售文件應揭露	保證機構資料：包括機構名稱、業務性質、財務狀況資料，及其信用評等有關資料。		
	保證資料：（1）該項保證之條款，包括保證適用範圍、有效性以及可能導致該項保證終止之原因（2）舉例說明用以清楚表示有關的保證機制，以及高於保證金額之潛在回報計算方法。		
	應載明無提供保證機構保證之機制，是透過投資工具達成保護本金之功能，也不得使用保證、安全、無風險等類似文字		
3. 相關投資連結標的性質之詳細說明			

