

國立交通大學

管理學院財務金融學程碩士班

碩士論文

銀行理財專員財富管理行為分析探討-

以北部地區銀行為例

A Study of Financial Consultants' Behavior of Wealth Management-

The Case of Bank in North Area of Taiwan

研究生：丁珮琿

指導教授：鍾惠民 博士

中華民國一百零一年一月

銀行理財專員財富管理行為分析探討-
以北部地區銀行為例

A Study of Financial Consultants' Behavior of Wealth Management-
The Case of Bank in North Area of Taiwan

研究生： 丁珮琚 Student : Ting, Pei-Chun
指導教授： 鍾惠民 博士 Advisor : Dr. Huimin Chung



A Thesis
Submitted to College of Management
National Chiao Tung University
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of
Master
in
Finance

January 2012

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

論文名稱：銀行理財專員財富管理行為分析探討-以北部地區銀行為例

研究生： 丁珮琿

指導教授： 鍾惠民 博士

國立交通大學管理學院財務金融學程碩士班

中文摘要

2008 年金融風暴重創銀行財富管理業務，但 2009 年下半年起隨著全球股市行情回溫，銀行財管手續費收入也跟著水漲船高，甚至超越金融風暴前的高點，投資人亦逐漸淡忘曾經受傷，財富管理市場又再度呈現蓬勃發展。

歷史總是一再重演，景氣循環有高有低，投資人、財富管理銀行及理財專員是否會記取金融風暴時的教訓。理財專員扮演銀行和投資人之間的橋樑，銀行要透過理專賺取無風險的手續費收入，客戶要透過理專賺取更高的報酬，而理專想要為自己賺進更多的獎金，這三者之間的利益衝突或愛恨糾葛，以及主管機關從中所扮演的角色及制定何種相關規範，都是值得探討的問題。

本研究採用問卷調查法，以銀行財富管理產業之現況為基礎，針對各銀行之理財專員進行問卷調查，藉此了解理財專員的工作內容、專業倫理、價值觀、銷售行為之態樣、對待客戶之心態。

本研究可做為投資人選擇優良理專之參考，亦可讓財富管理業者了解理專的心態，制定合宜的理專考核制度，以免理專只為了達到業績目標一味推銷各式各樣產品，理專更應站在投資人的立場，不要再為了業績目標而強迫推銷。希望我國銀行財富管理邁向新的里程碑，讓財富管理銀行不再以手續費收入為首要目標，而是做到真的幫客戶「財富管理」。

關鍵字： 財富管理、理財專員、專業倫理、職業道德

Student : Ting, Pei-Chun

Advisors : Dr. Huimin Chung

Department of Finance Science
College of Management Science
National Chiao Tung University

ABSTRACT

In 2008, the financial crisis devastated the wealth management business. However, as global stock market recovered during the second half of 2009, the bank's fee income through wealth management also increased and was up to a point that it even surpassed the peak before the financial crisis. Investors slowly forgot about the pain and the financial management market showed vigorous development again.

History always repeats itself over and over again and the business cycle has its highs and lows. Did investors, wealth management banks and financial consultants learn their lessons from the financial crisis. Financial consultants are the bridge between the bank and the investors. The bank earns non-risk fee income through financial consultants. The investors earn money through financial consultants. The financial consultants earn bonuses for themselves through their work. The conflicts of interest or the love and hatred between the three parties, the role of competent authorities and the regulations that should be established are worth discussing issues.

Questionnaire investigation was applied in the research. The current situation of the wealth management industry was used as the basis to conduct questionnaire investigation on financial consultants of different banks. The financial consultants' job description, professional ethics, value, sales practice and attitude toward investors were understood from the questionnaires.

The results of the research may provide references to investors with regards to choosing excellent financial consultants. The results may also allow the wealth management industry to understand financial consultants' attitude in order to establish appropriate financial consultant assessment system to avoid financial consultants being blindly selling all the products just to reach the sales goal. Financial consultants should stand in the position of the investors and should not hard-sell them. It is hoped that the wealth management industry will move toward a new milestone and that the financial management will not use fee income as the primary goal but truly carry out "financial management" for the investors.

Keywords : Wealth management, Financial consultant, Professional ethics, Business morality

誌 謝

終於完成碩士班的課業，二年半往返台北中壢、中壢新竹的日子，隨著論文口試通過即將告一段落。當初我的好朋友兼好同事恩仔一句無心的話「一起去唸研究所吧」，讓我在大學畢業的十年後，再度回到學校唸書，且因緣際會之下，考上交大，再次遇到我在大學時期的老師—鍾惠民教授，感謝鍾老師在我撰寫論文期間，給我許多精闢、明確又有啟發性的建議，讓我的論文得以順利完成，在此向鍾老師表達我最深最誠摯的謝意。

回顧二年半研究所生活點滴，時間在工作與課業的壓力中緊湊而忙碌地飛逝而過，感謝我的分行經理—蕭義忠經理鼓勵我去唸書，給我工作上很大的空間及彈性，讓我可以工作與學業中取得平衡點。同時感謝幫忙我發放問卷的朋友同學同事們，尤其是我的理財主管—政雄、及好同學耀毅更是大力幫忙，謝謝你們的鼎力相助，本篇論文問卷才能順利回收。另外學弟嘉坤是催促我論文進度不斷往前進的主要推手，我的同學都已早我半年畢業，自己一個人寫論文真的有點孤單，感謝嘉坤一直來電討論進度，才讓我的論文準時完成交稿。

謹以此論文成果獻給我摯愛的家人！感謝我的先生及婆婆的體諒及付出，讓我假日可以無後顧之憂去學校上課，我可愛的兒子總是問我，媽媽你的論文到底要寫到什麼時候呀，等寫完論文是不是每個星期都可以帶我出去玩呢，現在我要跟寶貝兒子說，媽媽以後有很多時間可以好好陪你了。最後我還要向我的爸媽說，這二年半來較少回嘉義看你們，而你們總是來電叫我不要把自己身體累壞，現在我終於完成碩士學位，實現自己的夢想，希望我能成為你們的驕傲，讓你們以我為榮。

拿到研究所學位，象徵自己人生階段性目標已達成，心中無比充實與快樂，再次向所有的老師、同窗好友及協助過我的人說聲感謝，一路有您的相伴，讓我這段旅程更加豐富及精彩。

丁珮琿 謹誌
於交通大學財務金融學程碩士班
中華民國一百零一年一月

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
誌謝	iii
目錄	iv
表目錄	v
圖目錄	vii
一、	緒論.....	1
1.1	研究背景及動機.....	1
1.2	研究目的.....	3
1.3	研究範圍與流程.....	3
二、	文獻探討.....	4
2.1	台灣財富管理銀行之市場現況.....	4
2.2	財富管理之相關法令及銷售規範.....	10
2.3	利益衝突與職業道德文獻之探討.....	14
三、	理財專員的角色扮演.....	16
3.1	理財專員的專業證照.....	16
3.2	理財專員的職責.....	20
3.2.1	對雇主的忠誠責任.....	20
3.2.2	對雇主的監督責任.....	20
3.2.3	對客戶應盡善良管理人之注意及忠實義務.....	21
3.3	四家銀行財富管理考核制度之比較.....	22
3.4	理專與客戶發生糾紛之原因及類型.....	24
3.5	銀行理專舞弊案例.....	26
四、	研究方法.....	28
4.1	問券設計與問券調查回收.....	28
4.2	問券分析與結果.....	29
五、	結論與建議.....	39
5.1	研究結論.....	39
5.2	建議.....	41
參考文獻	42
附錄一	44

表目錄

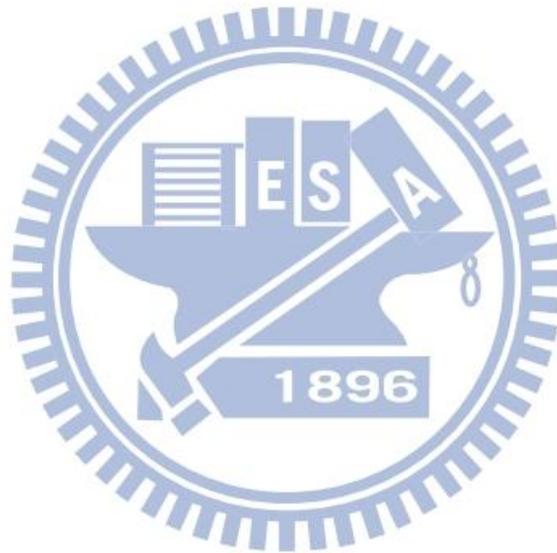
表 1	某金控銀行理財客戶分類表	4
表 2	財富管理在台灣發展各階段整理表	5
表 3	國泰世華--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形	6
表 4	台新銀行--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形	6
表 5	富邦銀行--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形	7
表 6	中國信託商業銀行--各主要業務之營業收入占總收入之比重	7
表 7	境內各類型證投信公募基金檔數及規模	8
表 8	境外各類型基金檔數及國人持有金額	8
表 9	壽險業 100 年 1~10 月初年度保費收入來源別統計表	8
表 10	店頭結構型商品成交統計表--機構別(2011 年 9 月)	9
表 11	銀行之財富管理業務法令規章彙整表	10
表 12	信託業各會員單位經營與管理人員統計表	16
表 13	理財專員須具備的資格證照	18
表 14	四家財富管理銀行獎金考核制度比較表	22
表 15	信託業薪酬制度規範重點	23
表 16	金管會民眾陳情案件統計表	24
表 17	收回之問卷結構分析表	29
表 18	性別分佈表	30
表 19	年齡分佈表	30
表 20	教育程度分佈表	30
表 21	理專個人年所得分佈表	31
表 22	擔任理專年資分佈表	31
表 23	金融證照張數分佈表	31
表 24	理專管理之 AUM 分佈表	32
表 25	理專管理之客戶數分佈表	32
表 26	理專手續費收入月目標分佈表	33
表 27	理專達成手續費收入目標之機率分佈表	33
表 28	理專每天花多少時間研究市場之分佈表	33
表 29	客戶是否了解所申購產品分佈表	34
表 30	推薦保守客戶積極的產品之比例分佈表	34
表 31	叫出場獲利率分佈表	35
表 32	叫出場停損率分佈表	35
表 33	理專可否判斷市場趨勢脈動分佈表	36
表 34	叫客戶短線進出分佈表	36
表 35	是否會引導客戶執行 KYC 問卷分佈表	36
表 36	工作穩定性分佈表	37

表 37	工作壓力(來自主管壓力)來源分佈表	37
表 38	工作壓力(客戶賠錢的壓力)來源分佈表	37
表 39	工作壓力(客訴的壓力)來源分佈表	38
表 40	工作壓力(同儕競爭的壓力)來源分佈表	38
表 41	工作壓力(業績的壓力)來源分佈表	38



圖目錄

圖 1	研究架構及流程圖	3
圖 2	2006 年~2010 年台灣富裕人士之人數	5



一、緒論

1.1、研究背景及動機

全球金融市場，經歷 2008 年金融海嘯，2009 年呈 V 型反轉大幅上漲，2010 年開始回歸常態溫和成長。2011 年似乎又是個多事之秋，3 月日本發生 9.0 級的大地震，是日本有史以來最嚴重的天災，地震引發海嘯及核能危機，使得原本經濟疲弱的日本，更顯得脆弱。歐元區主權債務危機也愈演愈烈，希臘可能的債務違約及愛爾蘭、義大利、西班牙、葡萄牙等歐元區國家主權債務問題也陸續浮出檯面。日前歐盟峰會雖達成協議，但三大評等機構再次警告歐元區國家風險，義大利公債利率續飆新高，惠譽維持法國 AAA 信評，但將法國債信展望下調至「負向」，加上 2012 年 2 月~4 月歐洲邊陲國家及銀行將面臨償還債務高峰，令人擔憂歐債危機可能會一發不可收拾。

美國標準普爾公司 (S&P) 在 2011 年 8 月 5 日將美國的長期信用評等 AAA 調降為 AA+，導致各界對美國政府財政赤字改善的能力產生疑慮，12 月中美國聯準會 (Fed) 舉行利率會議，繼續重申維持低利率 0~0.25% 到 2013 年年中之前不會改變，扭曲操作 (Operation Twist) 也將持續進行，美國經濟表現疲弱、就業情況不如預期、房市低迷、ISM 製造業指數面臨 50 景氣榮枯的分水嶺及失業率居高不下等各種惡化的經濟數據，各界紛紛企盼 FED 可以推出 QE3 或端出新的救市菜色，以挽救全球經濟。全球知名信用評級公司惠譽評級在 2011 年 12 月 15 日，下調多家跨國銀行信用評級，理由是這些銀行營運遭遇挑戰，未來也面臨金融動盪。被降評的銀行，包括美國的高盛、美國商銀 (Bank of America)、花旗集團 (Citi Group)，英國巴克萊銀行 (Barclays)、法國巴黎銀行 (BNP Paribas)、德國德意志銀行 (Deutsche Bank) 及瑞士信貸銀行 (Credit Suisse)。

近月來，上述的各項原因，導致全球金融市場震盪幅度加劇，面對如此險峻的經濟情勢，理財專員們在此時不免回想起，三年前 (2008 年 9 月 15 日) 雷曼兄弟控股公司向美國法院申請破產保護，引起全球金融風暴，造成台灣前所未有的財富管理客訴問題。財富管理銀行及理財專員們的責任就是幫客戶做好資產配置，面對百年罕見的金融風暴，客戶的財產大幅縮水，客戶抱怨及責罵的聲音充斥在銀行營業大廳，銀行理財專員成為眾矢之的，也造成了銀行理財專員的離職潮。

當時台灣的個人投資人投資雷曼相關商品估計損失約新台幣 400 億，損失人數高達數萬人之多，大多數的投資人都是透過銀行特定金錢信託架構而申購的連動債，少數是透過證券商複委託帳戶申購，投資人不甘損失，進而投訴主管機關金管會，甚至有連動債受到損失的投資人成立了連動債自救會持續和銀行抗爭或

對簿公堂。連動債銷售量前幾大銀行：中國信託、大眾銀行、台新銀行、第一銀行、台北富邦銀行、日盛銀行，後來也成為前六大連動債爭議被客訴之銀行。

2008 年是國內財富管理市場慘淡的一年，理財專員除了必須面對詭譎多變的市場，還得面對客戶對投資虧損的指責、客訴案件、及每月(或每季)業績歸零的壓力，這些因素皆考驗著理財專員的自我管理、情緒管理及抗壓能力。銀行財富管理部門的第一線人員就是理財專員，理財專員的養成、專業素質、銷售技巧及職業道德直接或間接影響銀行的形象及績效，金融海瀟之後，大部份的投資人由於受傷慘重，對於理財專員、金融機構和監管機關皆失去信心。

凱捷及美林公司在 2011 年 9 月 15 日所發表的第 15 週年「全球財富報告」上指出，在 2010 年，隨著全球金融市場及經濟先後回升，98%的富裕客戶(指擁有 100 萬美元以上的個人資產，但不包括主要居所、收藏品、消費性產品與耐用品)已回復對其財務顧問的信任和信心，而對財富管理公司重拾信心的客戶亦有 88%。這個情況與 2008 年差距甚大，當時近 50%的富裕客戶不信任其顧問及財富管理公司。然而，富裕客戶對監理部門及機構的信任及信心卻未見恢復。在 2010 年，僅 44%的富裕客戶信賴監理部門，而三分之一的客戶仍然對這些機構持懷疑態度。

金融風暴重創銀行財富管理業務，各銀行財富管理業務手續費收入在 2008 年、2009 年上半年呈急速萎縮，但 2009 年下半年起隨著全球股市行情回溫，銀行財管手續費收入也跟著水漲船高，深耕財富管理業務的民營銀行，則對手續費成長率保持低調態度，就怕提及手續費成長可能觸及投資人連動債的傷痛。投資人亦逐漸淡忘曾經受傷，財富管理市場又再度呈現蓬勃發展。

歷史總是一再重演，景氣循環有高有低，投資人、財富管理銀行、理財專員是否會記取金融風暴時的教訓，投資人不要再為了高報酬盲目相信理專，財富管理銀行也要發揮專業為投資人把關，真正做到幫客戶財富的規劃配置，理財專員不能一味為達成業績，推銷不適合客戶風險屬性的產品給客戶。理財專員扮演銀行和投資人之間的橋樑，銀行要透過理專賺取無風險的手續費收入，客戶要透過理專賺取更高的報酬，而理專想要為自己賺進更多的獎金，這三者之間的利益衝突或愛恨糾葛，以及主管機關從中所扮演的角色及制定何種相關規範，都是值得探討的問題。

因此，本研究希望透過理財專員行為之探討，讓投資人、理財專員及財富管理銀行管理階層獲得省思，從中取得平衡點，讓三者的利益更趨於一致，共創三贏的局面。

1.2、研究目的

本研究之目的在於了解台灣財富管理銀行業務發展之現況，主管機關金管會針對金融機構辦理財富管理業務所制定的各項銷售規範，及其中的關鍵人物理財專員的行為、心態，理財專員如何遵守主管機關所訂定的行為準則，理財專員所面臨的角色利益衝突和職業道德之兩難，理財專員是否容易因某些誘因引起不當之銷售行為。本研究擬就相關文獻、法規、商業雜誌、新聞報導等的蒐集與彙整，經由銀行理財專員的問卷填寫，透過問卷調查所產生之資料加以分析，希望產生之研究結果，能提供財富管理銀行管理階層、理財專員及投資人的參考。

1.3、研究範圍與流程

本研究的問卷範圍以大台北地區及桃竹地區之銀行理財專員為主，透過研究生熟識之各銀行財富管理部門主管、基金公司及保險公司之銀行通路人員協助問卷之發放填寫，經回收有效問卷後進行研究分析。

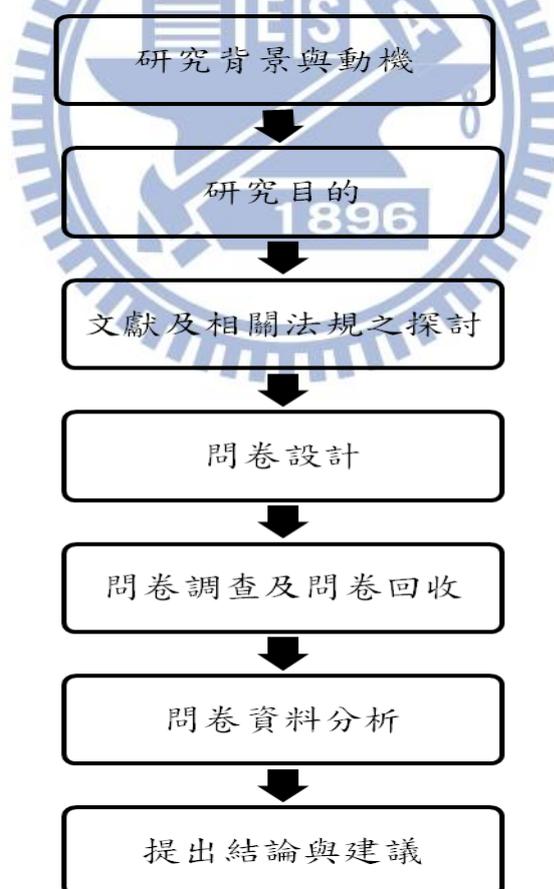


圖 1 研究架構及流程圖

二、文獻探討

2.1、我國財富管理市場現況

財富管理之定義，根據行政院金融監督管理委員會所公佈之「銀行辦理財富管理業務應注意事項」第二條之定義，財富管理業務係指「銀行針對高淨值客戶，透過理財業務人員，依據客戶需求作財務規劃或資產負債配置，以提供銀行經核准經營業務範圍內之各種金融商品及服務」。高淨值客戶之條件，由銀行自行依據經營策略訂定之。一般而言，銀行是以客戶的三個月平均存款金額是否達新台幣300萬來區分，服務對象不限於自然人，公司、行號、法人機構投資人亦為服務對象之一。國內某大型金控銀行理財客戶分類如下：

表1 某金控銀行理財客戶分類表

資產規模(NTD)	分類
50萬以下	一般客戶
50~300萬以下	潛在客戶
300萬~2,000萬以下	VIP客戶
2000萬以上	VVIP客戶

資料來源：某大型金控銀行

台灣的銀行業者歷經2005年之雙卡風暴，銀行承受嚴重的呆帳問題，且傳統之存放款業務利差逐漸縮小，銀行為增加營收，轉而積極拓展財富管理業務，賺取無風險之手續費收入。銀行業財富管理發展史，陳文雄(2008年)將其分成三個階段：

1. 渾沌萌芽期(約1995年-2000年):除了少數民營銀行財富管理業務在此期間萌芽外，其他銀行還是以存匯貸放業務為主，及少量之基金銷售、外匯交易，當時對於證券及保險商品較少。此時，花旗銀行是國內財富管理業務的領頭羊，也是最早將財富管理觀念帶進台灣金融業的外商銀行。
2. 百花齊放期(約2001年-2005年):許多外商銀行紛紛成立貴賓理財中心為高資產階層的客户服務，國內各銀行也如雨後春筍般的開始經營財富管理業務。
3. 真金火煉期(2005年以後):此時期理專服務模式逐漸重視客戶端的需求，並提供更專業化的服務，開始有銀行透過系統化的分析來了解客戶的風險屬性及資產配置需求。公營行庫也在此時開始積極投入這個市場。

表2 財富管理在台灣發展各階段整理表

階段	經營主軸	主要銀行	其他事項
1995-2000年 渾沌萌芽期	服務導向 傳統分行經營	三商銀、公營行庫 民營行庫	1. 吸收存款，提供傳統帳戶服務為主 2. 花旗銀行在此時期已開始財富管理業務 3. 2000年科技股泡沫，全球股市大跌
2001-2005年 百花齊放期	產品需求導向 財富管理部成立	大型金控成立 外商銀行掘起	1. 吸收存款，提供傳統帳戶服務為主 2. 銷售產品以手續費收入為主
2005年以後 火煉真金期	客戶需求導向 專業理財服務	專業化的財管部 專業化的理專	1. 逐漸重視客戶的需求 2. 專業化的理財規劃服務 3. 新興市場掘起帶來龐大的投資機會

資料來源：中央大學財金所陳文雄(2008年6月)

目前台灣的富裕人士(指擁有100萬美元以上的個人資產)，已回升超過金融風暴時的水準。根據凱捷及美林公司在「2011年亞太區財富報告」中指出亞太區內百萬美元富人，持有的財富在2009年即超越歐洲，並在2010年增加12.1%，達10.8兆美元，較歐洲富人財富的10.2兆美元為多，亞太區已成為全球百萬富豪第二大市場，僅次於北美。台灣富裕人數2006年為6.6萬人，2007年為7.1萬人，2008年受金融風暴大幅減少至5.8萬人，2009年又回升至8.28萬人，2010年富裕人數較2009年成長13.7%達9.41萬人，總財富成長14.7%，達3,020億美元。



圖2 2006年~2010年台灣富裕人士之人數

資料來源：凱捷及美林公司「2011年亞太區財富報告」

我國財富管理市場，目前是百家爭鳴的狀況，競爭非常激烈，包含金控、本土銀行、外商銀行、證券商、壽險公司等無一不想盡辦法增加客源，搶食財富管理市場這塊大餅。其中國內理財專員人數最多的四大金控旗下之銀行(國泰世華銀行、台新銀行、台北富邦銀行、中國信託銀行)之財富管理部門，更是卯足全力暗中較勁，希望登上國內財富管理銀行的龍頭。

表3~表6為此四家銀行之各主要業務之營業收入占總收入之比重。國泰世華銀行之財管業務比重由2008年的5%、2009年的7%，至2010年的13%呈逐年上升，該銀行也是在雷曼兄弟倒閉後，此四家銀行中連動債客訴案例最少的。台新銀行2008年財管業務比重27%，2009年及2010年皆維持在21%，但年報中指出此為排除雷曼之賠償損失後之比重。富邦銀行之年報中將存匯及理財業務合併計算，2008年比重為24.62%，2009年之比重大幅降低至13.13%，應是受金融風暴所影響，隨後2010年存匯及理財業務比重又上升至26.53%，已超越金融風暴前的水準。中國信託銀行因年報中並未將財管業務單獨列出，故僅區分法人金融業務及個人金融業務之比重，中國信託銀行最近三年個人金融業務營業收入佔總營業收入比重大約60%。

表3 國泰世華銀行--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形

項目	2008年	2009年	2010年
財管業務	5%	7%	13%
企金業務	43%	30%	13%
消金業務	51%	48%	39%
投資與其他	1%	15%	22%
合計	100%	100%	100%

資料來源：國泰世華銀行年報

表4 台新銀行--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形

項目	2008年	2009年	2010年
財管業務	27%	21%	21%
企金業務	30%	32%	33%
消金業務	19%	22%	24%
信用卡及現金卡業務	24%	25%	22%
合計	100%	100%	100%

註：97年98年度淨收益排除雷曼賠償損失

資料來源：台新銀行年報

表 5 富邦銀行--各主要業務之營業收入比重及其成長與變化情形

項目	2008 年	2009 年	2010 年
存匯理財業務	24.62%	13.13%	26.53%
放款業務	43.86%	48.16%	47.93%
信用卡業務	12.66%	11.16%	8.61%
其他	18.86%	27.55%	16.93%
合計	100%	100%	100%

資料來源：富邦銀行年報

表 6 中國信託商業銀行--各主要業務之營業收入占總收入之比重

項目	2008 年	2009 年	2010 年
法人金融業務	39%	43%	37%
個人金融業務	61%	57%	63%
合計	100%	100%	100%

資料來源：中國信託商業銀行年報

根據銀行業者表示，目前財富管理銀行主要銷售產品為國內外基金、保險及結構型商品，金融風暴前熱賣的連動債券，在雷曼兄弟宣告破產後，幾乎已在銀行通路上消聲匿跡，一方面是投資人聞連動債色變，一方面是主管機關的法令限制，所以該商品的銷售比重急速下降，除了專業投資人(須提供新台幣 3,000 萬以上之財力證明)可申購連動債，一般投資人就算想買，銀行也無法銷售連動債給一般投資大眾。

以下就財富管理銀行銷售之各商品目前現況分析。

一、境內外基金

國人最近幾年投資境內及境外基金，高達八成最主要還是透過銀行以指定用途信託方式為之，近月來受歐債風暴等不確定因素影響，國人投資境內外基金總金額有減少跡象。境內基金部份，截至 2011 年 11 月 30 日止，境內證投信公募基金共計 595 檔，資產規模為新臺幣 1.76 兆元。2006 年迄今，境內公募基金之檔數(除 2008 年及 2009 年初受金融海嘯衝擊，部分基金因清算或合併而有減少外)呈現持續成長；資產規模部份，除 2008 年受全球金融海嘯影響減少外，大致維持在新台幣 1.7 兆至 2 兆元間。

境外基金部份，截至 2011 年 10 月 31 日止，金管會共核准 38 家總代理人、73 家境外基金機構，境外基金計 1,019 檔，國人投資持有總金額約為新臺幣 2.31 兆元，2008 年受全球金融海嘯影響，由新臺幣 2.1 兆元減少至新臺幣 1.01 兆元後持續回穩，現已超過金融海嘯前之規模。

表7 境內各類型證投信公募基金檔數及規模

	股票型	貨幣 市場型	固定 收益型	平衡型	組合型	指數 股票型	其它 (註1)	合計
基金規模 (新台幣億元)	5,784.27	7,615.03	1,103.17	333.81	1,271.57	1,285.12	227.74	17,620.71
基金檔數	360	49	41	45	65	17	18	595

註1：其它包括不動產資產證券型、保本型及指數型。

資料來源：中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會(截至2011年11月30日止)

表8 境外各類型基金檔數及國人持有金額

	股票型	固定收益型	平衡型	貨幣市場型	指數 股票型	其他	合計
國人持有金額 (新台幣億元)	11,575.51	10,668.08	496.90	324.93	4.93	34.00	23,104.35
基金檔數	720	211	40	33	4	11	1019

資料來源：1. 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會(截至2011年10月31日止)

2. 境外基金資訊觀測站

二、保險

銀行通路所銷售之保險業績早已超越經由壽險公司業務員傳統通路銷售之業績，2011年1~10月初年度「保費收入」7,512.7億元中，壽險公司本身行銷體系保費收入共3,149.27億元佔41.92%、銀行通路保費收入共4,111.86億元佔54.73%；傳統保險經紀人、保險代理人保費收入僅251.57億元佔3.35%。

2010年在銀行通路熱賣之利率變動型年金保險，因為2010年11月起主管機關就利率變動型年金保險商品之解約費用及附加費用率訂出新的標準，即利變年金保險商品解約金至少要收3年，且一定要收取附加費用，導致銀行通路之利率變動型年金保險銷售急速降溫，根據壽險公會資料，2011年1~10月利變年金保險業績比去年同期衰退73.9%。為因應此衝擊各銀行積極請旗下理專調整保險商品銷售結構，希望理專引導客戶購買傳統型分年繳之終身壽險商品，而不要單純做躉繳型年金保險。

表9 壽險業100年1~10月初年度保費收入來源別統計表 單位：億元

來源別	壽險公司	銀行經代保代	傳統經代保代	合計
保費收入	3,149.27	4,111.86	251.57	7,512.70
比率	41.92%	54.73%	3.35%	100%

資料來源：中華民國人壽保險商業同業公會

三、結構型商品

銀行目前銷售之組合式商品，是結構型商品的一種，銷售量以雙元貨幣組合式商品為大宗，分為保本型與非保本型兩種。保本型組合式商品是利用投資本金所生的孳息，做為投資人購買選擇權的權利金，進而達到到期保本的效果，到期保本組合式商品若中途解約仍可能損及本金。

非保本型組合式商品是投資人賣出選擇權以收取權利金，投資天期多為1星期至3個月，若連結標的走勢與投資人期初的預期不同時，可能損及投資本金，其投資本金可能會被轉換成另一種貨幣。通常只要投資人投資金額大於10萬美金，就可依投資人資產及風險狀況量身訂做專屬的組合式產品。

不管是保本型或非保本型組合式商品，其連結之選擇權標的(underlying asset)以匯率居多，以2011年9月份為例，所有銀行銷售之組合式商品匯率型佔了89.77%，且大部份以非保本型為主，所有非保本型組合式商品佔了銷售金額的 91.35%。

表 10 店頭結構型商品成交統計表--機構別(2011年9月) 單位：新台幣佰萬元

商品型態 Underlying Assets	結構型商品_銀行 Structure Notes_Banks			
	保本型 PG	非保本型 non-PG	合計 Total	百分比 %
利率相關契約 Int Rate	3,215	2,500	5,715	2.2948%
匯率相關契約 FX	13,281	210,302	223,583	89.7765%
股權及指數相關契約 Equity and Index	0	215	215	0.0863%
商品相關契約 Commodity	28	14,503	14,531	5.8347%
信用相關契約 Credit	0	0	0	-
其他 Others	5,000	0	5,000	2.0077%
合計 Total	21,524	227,520	249,044	96.8711%
百分比 Percentage	8.6426%	91.3574%	100.0000%	

資料來源：證券櫃檯買賣中心

2.2、財富管理之相關法令及銷售規範

銀行業是特許行業，本身受到非常多的法令規範，主管機關針對銀行之財富管理業務從 2005 年起陸續公佈之法令規章如表 11。

表 11 銀行之財富管理業務法令規章彙整表

公佈(修正)時間	法令規章
2005 年 7 月 21 日	銀行辦理財富管理業務應注意事項
2005 年 7 月 21 日	銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品應注意事項
2005 年 7 月 29 日	銀行、保險公司、保險代理人或保險經紀人辦理銀行保險業務應注意事項
2006 年 6 月 29 日	銀行對非財富管理部門客戶銷售金融商品作業準則
2006 年 6 月 30 日	銀行辦理財富管理業務作業準則
2008 年 6 月 17 日	信託業辦理特定金錢信託投資國外有價證券業務應遵守之事項
2008 年 12 月 19 日	銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範
2009 年 7 月 23 日	境外結構型商品管理規則
2009 年 12 月 31 日	銀行辦理衍生性金融商品應注意事項
2011 年 2 月 17 日	信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法
2011 年 6 月 29 日	金融消費者保護法

資料來源：金管會網站

金管會 2009 年公告「境外結構型商品管理規則」，限定只有「專業投資人」可以直接向銀行購買連動債，更要求銀行銷售連動債商品前，需送交公會預審，另外也以「銀行辦理衍生性金融商品業務應注意事項」、「信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法」等相關法規，除使銀行辦理相關業務得有更明確之遵循外，亦期能恢復客戶對銀行辦理相關業務之信賴感。

到底什麼樣的投資人可以申請為「專業投資人」呢？以中國信託銀行舉例來說，申請「專業投資人」的自然人得拿出三千萬元財力證明，或在該行往來資產達台幣 1,500 萬元，且過去二年內須有單筆交易本金超過 300 萬元之投資超過 5 次(含衍生性商品、結構型商品、投資型保險、股票或積極型基金)；或是沒有上述投資經驗，卻有證券分析人員等該行認定的數種專業證照、大專以上財金系所學歷，或是個人擁有金融工作經驗，就可以額外投資「專屬投資商品」，例如商品型、槓桿型或放空型 ETF、境外次級市場債券、境外 IPO 有價證券等。此次引進之客戶分類制度，最主要的是針對「專業投資人」與「非專業投資人」予以差異化規

範，對於專業投資人給予較多業務彈性，但對非專業投資人之行銷程序進行更嚴格規範，以保護一般散戶投資大眾。

以下就近期之法令規章予以說明：

一、「銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範」

此自律規範第 4 條中「70 歲」條款，限制銀行銷售金融商品給客戶時，銀行應審酌客戶年齡、產品投資年限等情況，若客戶年齡加上金融產品年限大於或等於 70 時，銀行應請客戶簽署聲明書表示其已充份瞭解並願意承擔投資風險，如客戶不願填寫則銀行得婉拒該客戶投資。另「加強控管結構型商品(連動債)銷售」5 項議題，包括：

1. 銀行應於認識客戶階段 KYC(Know-Your-Customer)，明確瞭解客戶的資金來源，不得鼓勵或勸誘客戶以借款、舉債等方式從事投資理財。
2. 產品風險等級高於客戶風險屬性時，該等商品的客戶往來總資產(AUM)應予控制在一定適當比率。
3. 銀行在銷售過程中，應採適當措施保留推介過程紀錄(如錄音或由第三人進行覆核)，避免消費者爭議無法解決。
4. 銀行銷售基金以外之金融商品時，應交付客戶實體商品說明書並作成紀錄。
5. 銀行對於高風險且複雜的結構型商品，例如：結構型商品涉及衍生性金融商品或非保本結構型商品，應確認客戶有足夠金融專業及能力去評估可能產生的風險，並有足夠財務能力去承擔最大可能損失，避免銷售給小額投資人。

二、「境外結構型商品管理規則」

此管理規則建立起單一境外結構型商品審查機制及相關配套措施，以利信託業、證券商及保險業遵循，並加強對投資人的保護。「境外結構型商品管理規則」中相關重點如下，包括：(以下從經建會網站摘錄)

1. 區分專業投資人與非專業投資人
依投資人之風險承擔能力及是否具備之專業知識，分為「專業投資人」與「非專業投資人」。專業投資人之範圍包括銀行、保險公司、證券商等專業機構，或總資產超過新台幣 5,000 萬的法人或基金，以及資產達新台幣 3,000 萬元以上且擁有金融商品專業知識或交易經驗的自然人。
2. 針對不同分類投資人訂定不同規範
在審查流程方面，以專業投資人為對象之商品，僅須依管理規則及台灣金融服務業聯合總會之規定送審；而以非專業投資人為對象者，還須送請信託業、證券商、保險業同業公會審查，且受託或銷售機構必須與發行人或總代理簽訂契約後，才能開始銷售商品。

3. 規範商品之推介、行銷及廣告

為防止發行人或銷售機構等以不當方式招攬業務，誤導投資人，管理規則規定產品行銷時，不得有不實或不當之宣傳或廣告，不能使人誤信能保證本金之安全或保證獲利、不得提供贈品、不得為境外結構型商品績效臆測等。此外，以專業投資人為對象之商品，不可做一般廣告或公開勸誘的銷售行為。

4. 明定銷售流程之管理規範及說明義務

受託或銷售機構於行銷過程中，應向投資人充分說明有關信託報酬、各項費用與其收取方式，以及最大損失金額和其他風險等，並且錄音保留紀錄；此外，契約審閱天數因投資人分類而有不同，專業投資人僅需3天以上的審閱期，而非專業投資人則至少需有7天。

5. 規範業務人員之薪酬制度

為避免業務人員提供不當誘因而衍生銷售爭議，其薪酬制度不能僅以「受託或銷售金額多寡」為主要考量因素，也須考量投資人可能會產生的各項風險、所收取的費用及其他因素。

三、「銀行辦理衍生性金融商品應注意事項」

此應注意事項中亦將投資人區分為「專業投資人」與「非專業投資人」，另外第17條中規定銀行辦理衍生性金融商品業務之人員應具專業能力，故2010年4月11日舉辦第一次結構型商品銷售人員資格測驗。

第28條銀行向一般客戶提供結構型商品交易服務，應進行下列行銷過程控制：

1. 在結構型商品客戶須知及產品說明書上以顯著之字體，標示該商品之商品風險程度。銀行不得向一般客戶銷售超過其適合等級之結構型商品或限專業客戶投資之結構型商品。
2. 銀行向一般客戶提供結構型商品交易服務，應盡告知義務；對於交易條件標準化且存續期限超過六個月之商品，應提供一般客戶不低於七日之審閱期間審閱結構型商品相關契約；對於無須提供審閱期之商品，應於產品說明書上明確標示該商品並無契約審閱期間。
3. 銀行向一般客戶提供結構型商品交易服務，銀行應向客戶宣讀該結構型商品之客戶須知之重要內容，並以錄音方式保留紀錄。

四、「信託業營運範圍受益權轉讓限制風險揭露及行銷訂約管理辦法」

此管理辦法第22條中指出評估客戶投資能力應綜合考量下列資料：客戶資金操作狀況及專業能力，客戶之投資屬性，客戶對風險之瞭解及風險承受度。若客戶為非專業投資人，應遵守同業公會所定之自律規範建立商品適合度規章，以確認客戶足以承擔所投資標的之風險；若投資標的風險等級較客戶風險承受度為高，信託業不應接受客戶投資該標的，以落實受託投資商品適合度之確認程序。

此即「非專業投資人」，不論客戶年齡、投資經驗，若商品屬性大於客戶風險屬性，則不得進行申購或轉換交易；但「專業投資人」若填寫「自行投資聲明書」，仍可以購買逾越自身風險屬性之商品。為因應此一規範，各銀行在 2011 年年中，都限制客戶於臨櫃或網路銀行等各申購管道皆無法申購高於自己風險屬性之產品，就連定期定額之小額扣款也不可逾越自身之風險屬性，例如 KYC 問券做出來結果，屬穩健型的客戶，將無法申購積極型的股票型基金，除非客戶將自己的 KYC 問券重填，變更自己的風險屬性為積極型後才可申購。

五、「金融消費者保護法」

金融商品愈來愈多樣且複雜，一般金融消費者在資訊及專業知識不對稱的情形下，易與金融服務業發生交易糾紛，故有必要建立公平合理、迅速有效之金融消費爭議處理機制。2011 年 6 月 3 日立法院三讀通過金融消費者保護法，並附帶決議金管會應於 2011 年 12 月 31 日前依法捐助成立專責之金融消費爭議處理機構，此法案設置獨立公正專業的金融消費爭議處理機構，提供訴訟外處理金融消費爭議的途徑，以期加強保護金融消費者權益，並促進金融服務業健全發展，符合時代需要。

有關金融消費者保護法重點如下：

1. 金融服務業應本公平合理、平等互惠及誠信原則提供金融服務，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實。金融服務業不得藉金融教育宣導，引薦個別金融商品或服務，其對金融消費者所負擔之義務不得低於廣告之內容及所提示之資料或說明。
2. 金融服務業提供金融商品或服務之前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度，並充分揭露其風險，且揭露方式應以金融消費者能充分瞭解方式為之，如有違反應負損害賠償責任。
3. 由政府捐助設立爭議處理機構，並於該機構設金融消費者服務部門，除協調金融服務業處理申訴及協助評議委員處理評議事件之各項審查準備事宜外，並應辦理對金融服務業及金融消費者之教育宣導，以有效預防金融消費爭議發生。
4. 金融消費者得向金融服務業申訴及向爭議處理機構申請評議，並應於評議書所載期限內表明接受或拒絕評議決定之意思，金融服務業於事前以書面同意或於其商品、服務契約或其他文件中表明願意適用本法之爭議處理程序者，對於評議委員會所作其應向金融消費者給付每一筆金額或財產價值在一定額度以下之評議決定，應予接受。
5. 評議成立者，金融消費者得申請將評議書送請法院核可，經法院核可後，與民事確定判決有同一之效力。

2.3、利益衝突與職業道德文獻之探討

2-3-1 利益衝突相關文獻

施敏雄(1992 年)定義所謂利益衝突：「各經濟主體間存在兩種以上的合法利益，而利益之間有衝突競爭或對立現象，任何交易主體一方的決定，可能因為將某一方的利益置於優先，而使另一方的利益受損。」廖大穎(1999 年)亦有類似定義：「利益衝突意謂兩個以上相互對立且合法的利益，在同時並存的情況下，行為主體基於優先利益的考量，將決定選擇其中一方的利益，而迴避他方的利益，更甚者乃是為謀取其所圖一方的利益，犧牲他方的利益。」

李曜崇(2003)將利益衝突分為以下幾種：

(一)消極性與積極性利益衝突：消極性利益衝突是指經濟主體之一方在其業務方面有意識的予以迴避，以遂行其他業務，如：銀行以授信業務為優先而較不重視證券業務。積極性利益衝突是指經濟主體利用一方之業務，以期有利於遂行他種業務，例如：利用存款部門的檔案向存戶推銷該行之保險商品。

(二)廣義與狹義利益衝突：廣義的利益衝突，是指不同經濟主體、或同一經濟主體內的不同單位，其自身利益彼此相互衝突者而言；至於狹義的利益衝突，則指經濟主體的自我利益，與其對他人、或其對不同人所負之信賴責任(fiduciary duty)彼此相互衝突。學說上亦有主張，在金融業開始綜合化的跨業經營及綜合券商出現後，利益衝突的現象便十分嚴重。

(三)委託人與受託人利益衝突：即從現代經濟活動大量使用的「代理」制度出發，著重於觀察代理制度下委託人與受託人之間所可能產生的矛盾，以之作為界定利益衝突內涵的基礎。

依據施敏雄（1991）於銀行與證券業務兼營之利益衝突一文中，將利益衝突的原因分為以下三種：

(一)資訊的不對稱性

金融機構在從事交易仲介時，基於其與客戶間存在的各種經濟條件以及市場動向資訊之質量差異，即所謂資訊的非對稱性，基於此一資訊的不對稱性，金融機構可加以利用並為自己謀求更大的利益。

(二)金融機構與客戶之間的關係

金融機構基於客戶交易期間的長短以及交易量的大小，往往可影響兩者之間的親密度，而表現於交易條件之中。而此種基於個人情感之因素將影響交易條件，而此種考量可能使其他客戶的交易條件相對惡化。

(三)金融機構利益衝突行為誘因的強弱

利益衝突會受交易行為利益大小的影響。換言之，誘因的強弱也會影響金融機構利益衝突行為的發生，倘若銀行的某一大客戶與其交易之金額越大，則銀行就越可能會以犧牲其他客戶之利益的手段來滿足該大客戶，從而使得銀行在兩個客戶之間一大客戶與小客戶間發生了嚴重的利益衝突。總之，如果利益衝突可獲得極大之利益結果，那麼可能會使從事利益衝突之動機擴大。

2-3-2職業道德相關文獻

金管會規定民國 95 年 8 月 1 日後考取十三種金融證照者，要加考「金融市場常識與職業道德」，對於金融從業人員而言，這是一張輕而易舉就可考上的證照，但談起金融從業人員的職業道德，這是一個需要高道德標準及自律規範的行業。從專業倫理角度來看，行為可分為「一般道德標準」及「高道德標準」，理財專員在財富管理市場是第一線人員，職業道德操守是非常關鍵的因素。如果金融從業人員的道德意識低，就會將自己的利益擺在客戶的利益之前，而做出較有利於自己但對客戶卻較不合適的建議，所以道德紀律對於保護客戶的權益是非常重要的。

目前金融業者基於法令遵循及內部控制制度，都相當重視員工之職業道德及倫理規範的教育。在銀行公會的「銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範」中，已經要求銀行對理財專員的考評或績效評量不能單以手續費收入多寡來認定，還應該要包括其他項目，如：客戶委託規劃資產成長、客戶數成長、教育訓練及證照、稽核缺失、客訴紛爭及服務品質監測等。

邱明真(2003) 探討我國金控公司理財專員之核心能力、人格特質與工作績效表現之相關性。人格特質構面中，「內控性」、「紀律性」都是影響金融理財專員工作績效的因素。亦即相信凡事靠自己努力、成功是靠勤奮而非運氣，以及能調整自己行為適應環境的理財專員，其工作績效愈佳。

許信仁(2008)研究結果發現銀行理財專員之職業道德知覺對工作績效是呈顯著正相關，在利用迴歸分析後，職業道德知覺中的三個構面(道德認同、道德付出、積極實踐程度)與工作績效仍呈正向關係，表示越重視職業道德知覺其整體工作績效越高。銀行理財專員在職業道德知覺中的三個構面，「道德認同」層面>「道德付出」>「積極實踐」程度，表示大多數理財專員認為自己對職業道德的認同度皆偏高，但在付出跟積極實踐的方面，則不如自己認知中的高。

三、理財專員之角色扮演

3.1、理財專員之專業證照

理財專員之定義，根據行政院金融監督管理委員會所公佈之「銀行辦理財富管理業務應注意事項」第五條之定義，「銀行辦理本項業務應設立獨立於其他部門外之專責部門及人員，由該部門負責業務之規劃與執行，及理財業務人員之管理。非財富管理業務專責部門之人員，不得以財富管理之名義進行商品銷售行為，亦不得以理財業務人員名義執行業務。辦理本項業務之理財業務人員，應具備一定資格條件，否則不得執行業務。」

銀行業財富管理人員之類別，依其職務之性質分類如下：

1. 管理人員：財富管理業務專責部門之各級主管、副主管。
2. 理財業務人員：管理人員以外之其他直接受理客戶辦理財富管理業務之人員。
3. 其他人員：管理人員及理財業務人員以外之人員。

根據中華民國信託業商業同業公會 2011 年 12 月 1 日所製作之信託業各會員單位經營與管理人員統計表(如表 12)，目前共有 45 家銀行加入成為會員，銀行登錄的人員包含督導人員 654 人、管理人員 20,214 人，以及業務人員 46,683 人，銀行業總數有 67,551 人從事財富管理相關工作。

表 12 信託業各會員單位經營與管理人員統計表

會員機構	督導人員	管理人員	業務人員	小計
臺灣銀行	17	1,597	1,839	3,453
臺灣土地銀行	11	1,157	1,236	2,404
合作金庫商業銀行	16	2,040	3,859	5,915
第一商業銀行	11	1,181	3,871	5,063
華南商業銀行	10	1,168	3,218	4,396
彰化商業銀行	10	932	2,645	3,587
上海商業儲蓄銀行	11	468	833	1,312
台北富邦銀行	12	736	2,427	3,175
國泰世華商業銀行	16	749	1,547	2,312
高雄銀行	13	302	672	987
兆豐國際商業銀行	15	682	789	1,486
全國農業金庫	10	2	4	16
花旗(台灣)商業銀行	36	243	1,151	1,430
中華開發工業銀行	11	7	6	24
臺灣工業銀行	9	16	48	73

會員機構	督導人員	管理人員	業務人員	小計
臺灣中小企業銀行	11	845	1,940	2,796
渣打國際商業銀行	9	421	1,456	1,886
臺中商業銀行	17	470	1,286	1,773
京城商業銀行	19	256	438	713
匯豐(台灣)商業銀行	44	230	915	1,189
大台北商業銀行	9	64	125	198
華泰商業銀行	10	111	83	204
臺灣新光商業銀行	12	607	1,008	1,627
陽信商業銀行	11	407	565	983
板信商業銀行	13	289	501	803
三信商業銀行	15	217	539	771
聯邦商業銀行	14	346	719	1,079
遠東商業銀行	12	199	515	726
元大商業銀行	11	658	1,279	1,948
永豐商業銀行	16	962	2,387	3,365
玉山商業銀行	9	445	1,017	1,471
萬泰商業銀行	13	175	444	632
台新國際商業銀行	17	493	1,555	2,065
大眾商業銀行	13	246	615	874
日盛國際商業銀行	8	203	553	764
安泰商業銀行	14	223	380	617
中國信託商業銀行	16	747	3,074	3,837
澳商澳盛銀行	25	97	503	625
德商德意志銀行	5	13	29	47
香港商東亞銀行	5	3	2	10
美商摩根大通銀行	4	13	17	34
新加坡商星展銀行	64	149	376	589
法商法國巴黎銀行	10	17	13	40
瑞士商瑞士銀行	12	26	203	241
香港上海匯豐銀行	8	2	1	11
合計	654	20,214	46,683	67,551

資料截止日:2011年11月30日

資料來源: 中華民國信託業商業同業公會

銀行之理財專員，就其所推介之商品，分別應符合之資格條件如表 13。

表 13 理財專員須具備的資格證照

推介各種保險商品	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人身保險業務人員資格合格證書 2. 產物保險業務人員資格合格證書 3. 投資型保險業務人員資格合格證書 4. 銷售外幣收付非投資型保險商品合格證書
推介信託商品	信託業務人員資格合格證書
推介結構型商品	結構型商品銷售人員資格合格證書
推介期信基金	<p>須符合下列條件之一：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 取得期貨分析人員資格。 (自資格證書所載核發日起五年內未辦理登記者喪失資格) 2. 取得期貨商業業務員資格。 (自資格證書所載核發日起五年內未辦理登記者喪失資格) 3. 參加期貨公會所舉辦期貨信託法規測驗合格者。
<p>推介國內外證券商品，包含股票、股份或投資單位、證券化商品等，符合下列資格條件之一，但推介境外基金者，依境外基金管理辦法之相關規定辦理，另推介國內投信基金者，亦得比照辦理</p>	<p>須符合下列條件之一：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通過證券商高級業務人員資格測驗並取得合格證明書。 2. 通過證券投資信託事業證券投資顧問事業業務人員資格測驗並取得合格證明書。 3. 通過證券投資分析人員測驗並取得合格證明書。 4. 曾擔任國內、外基金經理人工作經驗一年以上。 5. 通過信託業務專業測驗合格者，並通過證券投資信託及顧問法規測驗合格。 6. 經教育部承認之國內外大學以上學校畢業或具有同等學歷，擔任證券、期貨機構或信託業之業務人員三年以上。
<p>推介國內外衍生性金融商品，包括期貨、選擇權、遠期、交換契約等，除集中交易市場另有規定外，應符合「銀行業辦理外匯業務管理辦法」第 12 條及「銀行辦理衍生性金融商品業務應注意事項」第 17 條之規定</p>	<p>辦理衍生性金融商品業務之經辦及相關管理人員，應具備下列資格條件之一：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在國內外金融訓練機構主辦之衍生性金融商品及風險管理課程研習三個月以上。 2. 持有衍生性金融商品之相關業務執照。 3. 在國內外金融機構相關衍生性金融商品業務實習一年。 4. 曾在國內外金融機構有半年以上衍生性金融商品業務之實際經驗。

除上述資格外	尚須參加銀行內部或銀行公會認可之金融專業訓練機構舉辦之財富管理業務訓練課程至少達8小時以上，或取得上述機構舉辦之專業測驗合格證明書。
取得 CFP™	視為已通過信託業務專業測驗、證券投資信託及顧問法規測驗合格。

資料來源：華南金控月刊 NO:98 及本研究整理

另外「銀行辦理財富管理業務作業準則」及「銀行辦理財富管理及金融商品銷售業務自律規範」中規定銀行業理財業務人員除應符合前述之資格條件外，每年應持續進修，持續進修除了可參加公司內部自行舉辦的課程，也可參加經銀行公會認可之金融專業訓練機構所舉辦之財富管理業務訓練課程。

銀行之財富管理人員持續訓練要求如下：管理人員、理財業務人員及其他人員未完成規定之訓練課程，不宜再擔任財富管理業務專責部門之人員。

1. 管理人員每年應參加銀行內部自行舉辦或金融專業訓練機構舉辦之財富管理業務訓練課程，累計至少8小時(可分次實施)。
2. 理財業務人員及其他人員每年應參加銀行內部自行舉辦或金融專業訓練機構舉辦之財富管理業務訓練課程，累計至少24小時(可分次實施)。理財業務人員及其他人員每一年度訓練課程累積超過訓練時數之規定者，不得要求轉移至下個年度減免訓練時數，該等人員連續兩年參加相同訓練課程者，將不獲承認其當年度訓練時數。
3. 銀行應保留一年以內之訓練資料、記錄或其他足以證明文件，以備內部稽核人員或主管機關派員查核。

3.2、理財專員的職責

財富管理是近年來金融業眾所矚目的焦點，各金控皆全力推廣財富管理業務，這幾年經過金融海嘯、市場動盪、雷曼兄弟倒閉引發的客訴、歐債問題、歐美成熟幾個國家被降信用評等等級等金融大事，身居第一線的理財專員更首當其衝每天要面對客戶的問題、質疑甚至抱怨，究竟銀行理財專員職責是什麼，對內理財專員有對雇主的忠誠義務，對外理財專員對客戶有忠實義務及應盡善良管理人之注意，當此二種角色相互抵觸時，則容易引發利益衝突，理財專員如何調整心態、如何自處才能在二者之間取得平衡。

3-2-1 對雇主的忠誠責任

勞工於受僱期間，應兢兢業業，善盡職守，並服從與遵守雇主所定之工作規則或管理規章，即勞工對雇主有忠誠敬業之義務。所謂忠誠的義務，就是確實依照雇主的指示，徹底執行自己工作，不能有任何懈怠與違背雇主利益的行為。

忠誠的義務可分為積極的意義與消極的意義：

1. 積極的意義：勞工理當堅守崗位，勇於任事。就理財專員而言，在本份內應達成銀行每季或每月所要求的手續費收入業績目標，努力維繫與客戶的關係，幫客戶做適當的資產配置規劃，讓客戶信任銀行。
2. 消極的意義：勞工不得做出有損雇主權益的行為，同時亦不得洩漏自己在職務上所知悉的機密。就理財專員而言，不得洩漏任何客戶個人資料或與客戶有任何金錢往來。另外若基金公司或保險公司以私下酬佣理專而不透過銀行，此等行為亦有損雇主權益。

3-2-2 對雇主的監督責任

各先進資本主義國家從二十世紀初以來所訂定的所謂「吹哨人」(Whistleblower揭弊者)保護法，主旨即在於禁止雇主報復揭露其不當行徑的受雇者，若企業有損公眾利益的行為時，最了解內幕的莫過於該企業的員工。2002年時代雜誌風雲人物，分別是世界通訊的 Cynthia Cooper、安隆企業的 Sherron Watkins、FBI的 Coleen Rowley，此三位人物就是吹哨者的代表。她們三人將公司及政府內部的醜事及弊案向社會大眾揭密，造成了公司聲望大幅滑落、信譽破產甚至倒閉，但卻也讓美國政府徹底檢討會計制度及金融監理制度，其三人對散戶大眾投資人的權益及整體經濟運作可說貢獻巨大。

雖然人在江湖，有時會身不由己，但「吹哨子者法案」卻讓人們被體制所蒙蔽的道德與良知，找到一線出路。當一個人在政府或公司裡上班，發現它有任何

欺騙、違法、為非作歹，或者推出有害商品，或者假造業績來矇騙股市投資的行為，都可以義正辭嚴地公開或私下檢舉。2008年10月20日出版的第1091期商業周刊封面故事「一個交易員的告白：誰，讓連動債殺人？」請來何佩玲(前摩根大通交易部門副總裁)現身說法，何佩玲在雷曼兄弟宣告破產後接受訪問，若是何佩玲在之前就擔任吹哨者的角色，對社會大眾示警，或許台灣連動債投資人的損失金額可少一些也說不定。

3-2-3 對客戶應盡善良管理人之注意及忠實義務

理財專員應秉持善良管理人之注意及忠實義務執行財富管理業務，要充分瞭解客戶需求，瞭解客戶資金來源及資產狀況，依據客戶之投資風險屬性等級，推介客戶適當之商品，或建構適合客戶風險屬性等級之投資組合，不得鼓勵或勸誘客戶以借款、舉債等方式從事理財投資，不得銷售或推介逾越客戶財力狀況或合適之投資範圍以外之商品。

目前許多國際金融專業證照的資格認證，如：國際認證理財規劃師(Certified Financial Planner, CFP)、特許財務分析師(Chartered Financial Analyst, CFA)、金融風險管理師(Financial Risk Manager, FRM)等，除了要求基本工作年資與經驗及通過金融相關專業科目的考試外，皆特別要求遵守基本之職業道德規範。以下為社團法人臺灣理財顧問認證協會規範理財規劃人員之職業行為，以供其授證之認證理財規劃顧問(CFP™)所遵循。

1. 守法原則：遵守相關法令之規定，不得有違反或幫助他人違反法令之行為。
2. 忠實義務原則：分為客戶利益優先、利益衝突避免、禁止短線交易、禁止不當得利與公平處理等五個子原則。
3. 誠正原則：應以誠信之態度提供專業服務，誠信係由誠實與公正所組成，不能附屬於個人利益之下。
4. 客觀性原則：此客觀係指合理且審慎提供符合客戶利益之專業判斷。
5. 專業知能原則：應有能力提供客戶服務並維持必要的知識及技能以從事此專業領域，必須持續地學習及增進專業。
6. 保密原則：妥慎保管客戶資料，確認與客戶相關資料及客戶隱私之保密性。除法令另有規定外，禁止洩露客戶資訊或為不當使用之情事。
7. 專業原則：應該要在所有的職業活動上建立誠信與專業精神。
8. 勤勉原則：應該謹慎地提供專業服務，謹慎指以合理、即時及完全態度來服務。
9. 公正原則：提供客戶充足必要之資訊，告知客戶投資之風險及從事投資決定或交易過程之實質資訊。
10. 善良管理原則：應盡善良管理人之責任及注意義務，為客戶適度分散風險，並提供最佳之專業理財服務。

3.3、四家財富管理銀行考核制度之比較

目前國內財富管理銀行，理財專員的績效獎金考核辦法，原則大同小異，職等及底薪越高的理專，「責任額」也越高。以國泰世華為例，FA7 等級之理專每季責任額最低，每季責任額(保險加理財的手續費收入)僅 55 萬，FA1 等級之理專每季責任額最高，每季責任額為 170 萬，責任額相差 3 倍之多，其主要原因在於職等及底薪的差別，若為剛進行的辦事員，底薪低相對責任額就少，但若為資深員工(如專員以上)其底薪較高，當然責任額就較高。

本研究僅就四家財富管理銀行獎金考核制度做比較，分別為國泰世華銀行、中國信託銀行、台北富邦銀行、台新銀行。其中台新獨家發明點數制，除了該有的責任額、業績達成率外，包括推銷信用卡、賣保險等，都要計算點數，如果點數不超過八十點，理專就沒有獎金可領。中國信託最高等級理專的責任額為四家銀行中最高的，每季責任額高達 234 萬。國泰世華及中國信託獎金計算方式是採一階段獎金率，台北富邦及台新銀行獎金計算方式是採階段式獎金率，通常理專必須達成基本的季責任額後才能開始領獎金，此四家銀行獎金考核制度如表 14。

表 14 四家財富管理銀行獎金考核制度比較表

	國泰世華	中國信託	台北富邦	台新銀行
理專分級 (低→高)	FA7~FA1	FA1~FA4	PB/PA	PB/FA
責任額(季)	55 萬~170 萬	45 萬~234 萬	42 萬~204 萬	63 萬~180 萬
獎金率計算方式	一階段獎金率	一階段獎金率	階段式獎金率 (所得稅算法)	階段式獎金率 (所得稅算法)
獎金率	FA7:2%~8% FA1~FA6: 6%~15%	3%~12.15%	PB:2%~12% PA:1%~18%	5%~11%

自從前金管會主委陳冲提出金融機構之獎金發放不應該遵循「海豚理論」，而應風險與績效兼顧。「海豚理論」就是立即獎勵措施，當海豚表演完美時，立即會有魚吃，就像理專人員成功銷售商品，銀行立即給理專獎金一樣，金融機構的薪酬、獎金制度不能只看績效，應該與「未來風險」做結合，金管會希望理專薪酬可從制度上有所規範。民國 100 年 3 月金管會同意核備信託公會提報的「信託業薪酬制度之訂定及考核原則」，新規定將於民國 101 年 1 月起上路，為因應此規定，部份銀行的理財專員考核制度可能面臨修改調整，其中以民營銀行影響可能最大。

「信託業薪酬制度之訂定及考核原則」對受託投資業務人員的薪酬制度及考核方式訂有多項規範，希望避免理專人員為了高額獎金不當行銷，消費者權益將更有保障。表 15 為信託業薪酬制度規範重點。

表 15 信託業薪酬制度規範重點

項目	規範內容
薪酬制度及考核方式應避免下列情形	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全部薪酬均來自浮動獎酬。 2. 薪酬主要以受託金額之多寡為考量。 3. 浮動獎酬於受託投資後立即發放。 4. 薪酬直接與以信託方式受託投資之特定金融商品業績配額或最低業績門檻連結。 5. 勸誘客戶於短期間內多次贖回或解約後再重新受託，以不當賺取浮動獎酬之情事。
薪酬制度應依下列原則辦理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 合理考量受託投資業務人員長期穩定之績效表現。 2. 對受託投資業務人員每年至少考核一次。 3. 浮動獎酬之訂定應綜合考量財務指標及非財務指標因素。 4. 浮動獎酬應於考核完成後始得發放。
獎酬應訂定量化指標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 浮動獎酬之計算來自財務指標之比重不得超過百分之六十，其中手續費收入之比重不得超過評量財務指標之百分之五十。 2. 客戶紛爭或滿意度情形之比重不得低於評量非財務指標之百分之三十。 3. 考核應以財務指標及非財務指標為評核基準，財務指標所占總權數不得超過考核總權數之百分之六十。

資料來源：中國民國信託同業公會

3.4 理專與客戶發生糾紛之類型

金管會公布 2011 年第三季該會銀行局受理民眾申訴金融機構案件之統計資料，如表 16。該季(7 月 1 日至 9 月 30 日)民眾申訴金融機構案件數共計 2,076 件，其中申訴件數前五大機構分別為台新國際商業銀行(171 件)、中國信託商業銀行(170 件)、國泰世華銀行(131 件)、台北富邦銀行(125 件)、花旗(台灣)商業銀行(113 件)。申訴業務類別以放款類案件最多(1,242 件)，其次為信用卡業務(293 件)，信託業務申訴案件 183 件，占第三季申訴比例 8.51%。

表 16 金管會民眾陳情案件統計表

陳情內容	申訴比率最高之類別	件數	比例
放款	債務協商問題(37.01%)	1,242	57.74 %
信用卡	其他(5.72%)(如：旅遊不便險爭議等)	293	13.62 %
存款	其他(7.35%)(如：凍結帳戶等)	220	10.23 %
其它	其他(5.86%)(如：電話行銷等)	193	8.97 %
信託業務	結構型商品(不含銀行自行辦理之結構型商品)(5.16%)	183	8.51 %
現金卡	債務協商問題(0.60%)	20	0.93 %
總計		2,151	100.00 %

受理日期：2011/07/01 迄 2011/09/30，資料來源：金管會

金融風暴後，銀行公會公佈連動債銷售爭議七大類型：

1. 在購買當時的信託契約沒有簽名或蓋章
2. 銀行與理專沒有先執行認識客戶(KYC)的程序
3. 銀行或理專沒有對客戶購買商品等級及風險承受度做確認
4. 理專沒有向投資人說明產品條件，包括連動債標的、跌破下限條件等
5. 理專沒有揭露產品風險
6. 銀行未定期對客戶寄送對帳單或信託財產目錄
7. 其他銷售過程抵觸主管機關法令等

金管會官員表示，常見的理專糾紛共有 4 類：

1. 理專本身對產品不夠瞭解，因此客戶也不清楚；
2. 理專故意隱瞞風險；
3. 理專沒有推薦合適的商品給客戶；
4. 理專挪用客戶的錢。

金融投資商品設計常牽涉複雜的財務工程及金融創新知識，且有些金融商品經過各種繁複的包裝，所以理專經常也只懂得產品概況，無法完全理解，更何況一般投資人對於複雜連動債或結構型商品，理解程度會更加有限。客戶基於對理財專員的信任申購金融商品，若投資賺錢時都沒有什麼問題，也不會有所謂的客訴，最怕的是一旦投資發生不可預期的損失，此時理專和客戶之間就容易產生「公說公有理、婆說婆有理」情形。

因此，理專介紹金融商品給客戶之前，一定要充份瞭解客戶的資產狀況及投資風險屬性，針對各種風險屬性的投資人要介紹適合其風險屬性的商品，理專不但要將產品清楚的介紹與說明，且要口頭與文字方式併行，提供客戶清楚的中文產品說明書，應揭露的投資風險警語千萬不可清描淡寫，若規定必須提供審閱期的產品，就要按規定讓客戶事先審閱，對於年齡超過 70 歲以上客戶、領有重大傷病手冊或國中學歷(含)以下客戶，目前法規規定不可推介有價證券之金融商品(如：次級市場公司債、ETF 等)給此類客戶，更要特別注意。

上述理專與客戶常見糾紛第 4 類理專挪用客戶的錢，最常聽到的實例，是客戶非常相信理專，有時貪圖交易作業方便，而把存摺印章都交給理專保管，若客戶臨時要匯款、轉帳或下單、贖回基金，只要一通電話，理專就可馬上幫客戶辦好，久而久之，客戶就習慣這種模式，甚至有些客戶會將網路銀行的密碼告訴理專，方便理專幫忙操作基金。理專和客戶的關係非常微妙，有時像朋友又像家人，分寸之間拿捏要非常謹慎小心。

目前銀行內部控制項目中，已設立嚴謹的作業流程及內控稽核制度，嚴格禁止理專保管客戶存摺、印章、已蓋妥原留印鑑的各種空白交易單據(如基金申購書、空白取款條等)及客戶網路銀行密碼等，銀行會不定期抽查理專抽屜、置物櫃、記事本，甚至抽查理專汽機車車廂，以防止類似事件再度發生，不讓理專有機可趁。

3.5 銀行理專舞弊案例

根據銀行辦理財富管理業務應注意事項第 14 條，銀行必須把財富管理注意事項納入銀行內部控制及稽核制度實施辦法。金管會也三申五令，銀行辦理財富管理業務必須要有嚴格的內部稽核及內部控制制度把關，但銀行理專監守自盜的案例還是時有所聞，以下就四則銀行理專舞弊案例做分析，理專究竟如何取得客戶信任，如何乾坤大挪移。

案例一：「人死了仍理財 渣打挨罰」 2011/07/08 聯合報

渣打銀行高雄市三多分行余姓理財專員代某位客戶保管存摺、密碼，也代替客戶直接進行投資理財交易；在客戶過世後，財富管理帳戶仍有資金進出，繼承人要辦理遺產繼承時，才發現過世親屬的資金疑似短少。銀行進一步清查，才發現是理專在操盤交易。

余姓理專聲稱，該名客戶在病危時，曾交代日後的帳戶資產後續的處理方式，才會代客操作。金管會對於渣打國際商業銀行未落實執行內部控制制度，核處新臺幣 200 萬元罰鍰，並命該行解除舞弊行員職務。

案例二：「盜領客戶錢 前理專判 5 年」 2011/03/08 中央社

國泰世華銀行前藍姓理財專員民國 92 年起為 1 名凌姓老翁理財，老翁因陸續出售房產獲利，又因年歲已高，不熟悉投資產品及操作手續，因而將自己及親友的財產全權委託藍姓理專處理。

老翁不僅將自己及妻子、兒媳、孫女等人的存摺、印章交給藍，另將部分款項存入藍所提供的人頭帳戶，此外，藍女也私下為老翁申請網路銀行帳戶，為老翁投資理財。但藍女 94 年 6 月間因投資失利，竟將被害人的款項轉入人頭帳戶，供己周轉用。老翁家屬直到 97 年間發現自己帳戶遭提領一空，向銀行詢問後，藍姓理專才向警方坦承先後共盜領老翁及其親友存款近 3000 萬元。

法院一審時，藍姓理專被判刑 2 年、緩刑 5 年，但檢方認為量刑過輕，上訴高院。高院合議庭審酌藍女利用老翁信任，在 3 年間以五鬼搬運方式造成老翁巨大損失，影響金融秩序，量刑不宜從輕，將她改判為 5 年，但仍可上訴。

案例三：「荷銀內控疏失 罰鍰 200 萬」 2008/08/22 經濟日報

荷蘭銀行松山分行理專黃文楹利用客戶交付代為保管的簽章空白單據，私自填列取款金額，藉以挪用客戶投資款項，期間長達五年半，遭挪用的客戶計 18 戶，件數 125 筆，舞弊金額約等值 127 萬美元。

該行客戶透過對帳單，發現資金流向有問題，因而向荷銀反映，經荷銀調查，才發現此名理專挪用客戶資金。荷銀發現，該理專挪用客戶資金之後，把錢匯往國外。因為匯款資金來源不明，荷銀曾經依照洗錢防制法向調查局通報，目前此案已經進入司法程序。金管會調查，涉案理專的客戶多半是該理專的親友，因為太相信此理專，才會把重要文件都交給理專保管。

金管會表示，荷蘭銀行辦理財富管理業務，未確實執行相關內部控制制度，有效監督及管理行員行為，致發生挪用客戶投資款項的情況，且時間長達五年半，已經違反銀行法規定，因此對荷銀罰鍰 200 萬元，並命令荷銀解除該理專職務。

案例四：「永豐銀理專 挪客戶 3000 萬」 2011/11/18 自由時報電子報

永豐銀行敦南分行理財專員呂長峰，佯稱投資行騙客戶千萬，吃喝玩樂花光！檢警調查，去年 7 月份開始，30 歲的呂長峰為了吸引客戶投資，涉嫌以投資基金、定存等理財方案，謊稱可獲得 SOGO 禮券、禮品，甚至招待出國旅遊等噱頭，向客戶推銷，當有客戶信以為真拿出錢投資後，呂嫌就挪為私人花費，部分大手筆購買 SOGO 禮券充當禮品送客戶，至今送出去的禮券至少上千萬元，其實是「羊毛出在羊身上」，也就是說，他將 1 名客戶資金花費殆盡時，便開始挖東牆補西牆，再誘騙其他客戶上鉤，結果挪用款項越來越大，檢警還要查證相關資金流向。客戶投資資金大多數十萬到百萬不等，其中 1 名最大的客戶甚至將 3,000 萬元資金都交給呂嫌，但他卻全挪為個人吃喝玩樂，存款僅剩下幾十萬元，並未替客人進行投資。永豐銀行發現後，前天主動向警方報案，初步估計他已花掉 3,000 餘萬元，被害人至少 11 人。

但永豐金控表示，旗下子公司永豐銀行在常態性內控稽核時，發現呂員與客戶間有不正常金錢往來關係，初步估計所涉金額新台幣 1000 萬元以上，已上報主管機關金管會，目前已蒐集內部相關文件，提供司法機關協助偵辦。

四、研究方法

4.1、問卷設計與問卷回收

本研究採用問卷調查法，以問卷作為蒐集資料的研究工具，問卷發放的對象為大台北地區及桃園、新竹地區各銀行之理財專員，問卷調查時間為期一個月，自民國 100 年 10 月 1 日至民國 100 年 10 月 31 止，共回收 236 份問卷，扣除作答不完整之無效問卷 11 份，最後得到有效問卷為 225 份。

本研究問卷係透過研究生熟識之銀行理財主管或基金公司、保險公司銀行通路人員發放給各銀行之理財專員填寫。本研究以銀行財富管理產業之現況為基礎，針對各銀行之理財專員進行問卷調查，藉此了解理財專員的工作內容、專業倫理、價值觀、銷售行為態樣、對客戶的心態。

問卷設計內容涵蓋二個部份，分別為：

第一部份 理專個人簡單基本資料：針對問卷對象之性別、年齡、教育程度、個人年所得、理財專員年資、金融證照張數做分類，希望調查對象涵蓋之廣度足夠作為研究參考。

第二部份 理專個人財富管理工作內容：針對銀行理專管理的 AUM(Asset Under Management)、客戶數、手續費收入月目標、理專對於市場趨勢判斷能力、理專的壓力、理專對客戶行銷時的心態做一分析，希望藉此做為客戶選擇優良理專之參考，亦可讓財富管理業者了解理專的心態，制定合宜的理專考核制度，以免理專只為了達到業績目標一味推銷各式各樣產品，讓我國銀行財富管理邁向新的里程碑，讓財富管理銀行不再以手續費收入為首要目標，而是做到真的幫客戶「財富管理」。

4.2、問卷分析與結果

此問卷並無針對特定銀行理專設計，此次調查問卷，幾乎沒有外商銀行理專回覆，以本土銀行居多，回收之問卷，依下表顯示，以國泰世華銀行所佔比率最高，佔全體回收問卷比例之 44%，其次為中國信託銀行，佔全體回收問卷比例之 9.33%，另外泛公股銀行(土地銀行、華南銀行、彰化銀行、台灣中小企銀、合作金庫、第一銀行、兆豐銀行、台灣銀行)共回收 36 份，佔全體回收問卷之 16%。

表 17 收回之問卷結構分析表

銀行名稱	有效問卷份數	佔樣本比率
土地銀行	1	0.44%
大眾銀行	3	1.33%
台新銀行	3	1.33%
玉山銀行	16	7.11%
華南銀行	2	0.89%
上海銀行	2	0.89%
元大銀行	6	2.67%
彰化銀行	2	0.89%
永豐銀行	8	3.56%
台灣中小企業銀行	3	1.33%
遠東銀行	2	0.89%
安泰銀行	6	2.67%
萬泰銀行	1	0.44%
華泰銀行	10	4.44%
合作金庫	12	5.33%
中國信託	21	9.33%
第一銀行	1	0.44%
聯邦銀行	10	4.44%
台北富邦銀行	1	0.44%
花旗銀行	1	0.44%
兆豐銀行	9	4.00%
台灣銀行	6	2.67%
國泰世華銀行	99	44.00%
總計	225	100.00%

一、 理專個人基本資料分析

(一) 性別：依表 18 顯示，本問卷調查之受訪理專，男性理專為 75 人佔樣本比例之 33.33%，而女性理專為 150 人佔樣本比例之 66.67%。銀行理財專員的男女比例，確實存在女多於男的現象，此行業特性，女性理財專員因心思細膩較易取得客戶信賴，故可爭取較好之績效表現。

表 18 性別分佈表

性別	人數	佔樣本比率
男性理專	75	33.33%
女性理專	150	66.67%
合計	225	100.00%

(二) 年齡：依表 19 顯示，本問卷調查之年齡分布以 30~40 歲理專所佔比率 62.22% 為最高，次高為 25~30 歲以下理專佔 24.89%，二者總計佔樣本之 87.11%。

表 19 年齡分佈表

年齡	人數	佔樣本比率
25 歲以下	2	0.89%
25~30 歲以下	56	24.89%
30~40 歲以下	140	62.22%
40~50 歲以下	23	10.22%
50 歲以上	4	1.78%
合計	225	100%

(三) 教育程度：依表 20 顯示，大學學歷所佔人數達 66.22% 為最高，其次為研究所以上學歷人數佔 18.67%，最低為專科學歷佔 15.11%。

表 20 教育程度分佈表

教育程度	人數	佔樣本比率
專科	34	15.11%
大學	149	66.22%
研究所以上	42	18.67%
合計	225	100.00%

(四) 個人年所得：依表 21 顯示，理專之年得分佈以 100 萬以下為最高佔 54.22%，次高為 100~200 萬佔 40.89%，此二者總計佔樣本總數 95.11%，年所得 300 萬以上者所佔樣本比例為 0。

表 21 理專個人年所得分佈表

個人年所得	人數	佔樣本比率
100 萬以下	122	54.22%
100~200 萬以下	92	40.89%
200~300 萬以下	11	4.89%
300 萬以上	0	0%
合計	225	100.00%

(五) 擔任理專年資：依表 22 顯示，理專之年資分佈以 2~5 年以下為最高佔 41.78%，年資次高為 5~8 年以下佔 32%，年資 8 年以上之資深理專只佔全體樣本之 8.89%。

表 22 擔任理專年資分佈表

擔任理專年資	人數	佔樣本比率
2 年以下	39	17.33%
2~5 年以下	94	41.78%
5~8 年以下	72	32.00%
8 年以上	20	8.89%
合計	225	100.00%

(六) 金融證照張數：依表 23 顯示，理專之金融證照分佈以 6~10 張為最高佔 49.78%，次高為 10~15 張佔 44%，二者共佔全體樣本高達 93.78%，金融證照超過 15 張以上者，僅佔 1.33%。

表 23 金融證照張數分佈表

金融證照張數	人數	佔樣本比率
6 張以下	11	4.89%
6~10 張以下	112	49.78%
10~15 張以下	99	44.00%
15 張以上	3	1.33%
合計	225	100.00%

二、 理專財富管理工作內容分析

(一) 每位理專管理之資產 AUM：依表 24 顯示，理專管理之資產 AUM 分佈以 10~20 億為最高佔 36%，次高為 5~10 億以下佔 34%，管理 AUM 在 5 億以下之理專佔 20.89%，此三者佔總樣本數高達 91.11%。

表 24 理專管理之 AUM 分佈表

AUM(台幣)	人數	佔樣本比率
5 億以下	47	20.89%
5~10 億以下	77	34.22%
10~20 億以下	81	36.00%
20~30 億以下	16	7.11%
30 億以上	4	1.78%
合計	225	100.00%

(二) 每位理專管理之客戶數：依表 25 顯示，理專管理之客戶數以 300~500 人以下為最高佔 52%，管理客戶數 500~800 人以下者佔 21.78%，管理客戶數 300 人以下之理專佔 19.11%，管理客戶數 800 人以上之理專佔 7.11%。

表 25 理專管理之客戶數分佈表

客戶數	人數	佔樣本比率
300 人以下	43	19.11%
300~500 人以下	117	52.00%
500~800 人以下	49	21.78
800 人以上	16	7.11
合計	225	100.00%

(三) 手續費收入月目標：依表 26 顯示，理專手續費收入月目標低於 20 萬以下者，佔樣本比例 16.44%，理專手續費收入月目標介於 20~30 萬以下者佔 32.89%，手續費收入月目標介於 30~40 萬以下者佔 28.89%，手續費收入月目標 50 萬以上者幾乎皆為資深理專，佔 6.22%。

表 26 理專手續費收入月目標分佈表

手續費收入月目標	人數	佔樣本比率
20 萬以下	37	16.44%
20~30 萬以下	74	32.89%
30~40 萬以下	65	28.89%
40~50 萬以下	35	15.56%
50 萬以上	14	6.22%
合計	225	100.00%

(四) 理專達成手續費目標之機率：依表 27 顯示，理專手續費收入目標太高，經常達不到目標的理專，佔樣本 24.44%，達成機率 5 成者佔 35.11%，幾乎都達成者僅佔 12.89%。

表 27 理專達成手續費收入目標之機率分佈表

達成機率	人數	佔樣本比率
太高，經常達不到	55	24.44%
達成機率 5 成	79	35.11%
達成機率 8 成	62	27.56%
幾乎都達成	29	12.89%
合計	225	100.00%

(五) 理專每天花多少時間研究市場：依表 28 顯示，理專每天花 1 小時~1.5 小時研究市場者為最多數，佔 39.56%，每天花 1.5 小時以上研究市場者亦不在少數，佔 37.33%。

表 28 理專每天花多少時間研究市場之分佈表

每天研究市場時間	人數	佔樣本比率
0.5 小時以下	3	1.33%
0.5~1 小時	49	21.78%
1 小時~1.5 小時	89	39.56%
1.5 小時以上	84	37.33%
合計	225	100.00%

(六) 客戶是否了解所申購產品：依表 29 顯示，理專大部份的客戶清楚自己申購的產品內容者，佔 46.22%。理專有的客戶了解，有的客戶其實不太了解產品內容者，佔 35.56%。理專全部客戶皆了解自己所申購的產品內容者，僅佔 18.22%。

表 29 客戶是否了解所申購產品分佈表

行為選項	人數	佔樣本比率
有的客戶了解，有的客戶其實不太了解	80	35.56%
全部客戶皆了解自己所申購的產品內容	41	18.22%
大部份的客戶清楚自己申購的產品內容	104	46.22%
合計	225	100.00%

(七) 理專會為了業績而推薦保守客戶積極的產品之比例：因此題之選項為複選題，依選擇人數如表 30 顯示，大部份的理專不會推薦保守客戶積極的產品，選擇此選項的理專佔 38.55%。但另外有 15.65%及 29.77%的理專，在業績很差或有專案目標時，會這樣做。而有 9.16%及 6.87%的理專有時為了獎金，或為了達成高業績，會推薦保守客戶積極的產品。

表 30 推薦保守客戶積極的產品之比例分佈表

行為選項	選擇人數	佔樣本比率
從來不會	101	38.55%
業績很差時，會這樣做	41	15.65%
有專案目標時，會這樣做	78	29.77%
有時為了獎金，會這樣做	24	9.16%
為了達成高業績，經常如此做	18	6.87%
合計	262	100.00%

(八) 通常獲利多少會叫客戶出場：依表 31 顯示，佔一半的理專(51.11%)會看市場狀況決定叫客戶出場獲利了結的時點。客戶獲利率在 5%~8%之間會叫客戶出場的理專佔樣本比例 33.34%，另有 7.55%的理專通常會由客戶自己決定獲利出場時點。

表 31 叫出場獲利率分佈表

叫出場獲利率	人數	佔樣本比率
3%	3	1.33%
5%	42	18.67%
8%	33	14.67%
10%以上	15	6.67%
看市場狀況	115	51.11%
通常由客戶決定	17	7.55%
合計	225	100.00%

(九) 通常損失多少會叫客戶停損：依表 32 顯示，48.89%的理專會看市場狀況決定叫客戶出場停損的時點。客戶損失率在-5%~-10%之間會叫客戶停損出場的理專佔樣本比例 19.11%，客戶損失率在-10%~-20%之間會叫客戶停損出場的理專佔樣本比例 16%，另有 13.33%的理專通常會由客戶自己決定停損出場的時點。

表 32 叫出場停損率分佈表

叫出場停損率	人數	佔樣本比率
-3%	6	2.67%
-5% ~ -10%	43	19.11%
-10% ~ -20%	36	16.00%
看市場狀況	110	48.89%
通常由客戶決定	30	13.33%
合計	225	100.00%

(十) 理專自認是否可判斷市場趨勢脈動：依表 33 顯示，認為自己很難判斷市場趨勢脈動的理專，佔樣本比例 19.56%，認為自己僅可以判斷市場趨勢脈動 3 成的理專佔 40%，此二者，共佔樣本 59.56%。另有高達 40%的理專，認為自己可以判斷市場趨勢脈動 5~7 成。

表 33 理專可否判斷市場趨勢脈動分佈表

行為選項	人數	佔樣本比率
很難判斷	44	19.56%
可以判斷 3 成	90	40.00%
可以判斷 5~7 成	91	40.44%
合計	225	100.00%

(十一) 理專會為了手續費收入的達成，而叫客戶短線進出嗎：依表 34 顯示，僅有 16.44%的理專從來不會為了手續費收入的達成，而叫客戶短線進出。有高達 83.56%的理專，偶爾或經常為了手續費收入的達成，而叫客戶短線進出。

表 34 叫客戶短線進出分佈表

行為選項	人數	佔樣本比率
偶爾會	148	65.78%
經常如此	40	17.78%
從來不會	37	16.44%
合計	225	100.00%

(十二) 理專執行 KYC 問卷時，會引導客戶作答，使客戶符合推薦給他的產品風險等級嗎：依表 35 顯示，有 20.45%的理專會在執行 KYC 問卷時，以產品為導向，讓客戶填寫 KYC 問卷選項時勾選成為積極型投資人。有 26.22%的理專，會在一開始做 KYC 問卷時，引導客戶作答成為積極型客戶，以方便往後推介各種金融商品。此二種類型理專共佔樣本比例 46.67%。另有 53.33%理專，會按程序了解客戶風險屬性，推介客戶適合自己風險屬性的商品。

表 35 是否會引導客戶執行 KYC 問卷分佈表

行為選項	人數	佔樣本比率
若推薦積極型產品時，有時會這樣做	46	20.45%
為了以後方便推薦積極型產品，我都儘量引導客戶作答成為積極型客戶	59	26.22%
我會由客戶自己完成問券，再依其風險屬性，介紹適合客戶的商品	73	32.44%
若客戶風險屬性和我介紹的商品風險屬性不符時，我會介紹其他適合客戶風險屬性的商品	47	20.89%
合計	225	100.00%

(十三) 您認為理專這工作可做長久嗎：依表 36 顯示，有 28.88%的理專喜愛理專這個職位，且短期內不會更換工作。有 14.67%的理專，可能是被公司指派當理專，看公司安排。有 29.78%的理專，屬於宿命論，只能看自己業績來決定理專這工作是否可做長久。另有 26.67%的理專，若現在有其他的工作機會，會馬上轉換跑道。

表 36 工作穩定性分佈表

行為選項	人數	佔樣本比率
我喜愛理專工作,短期內不會更換	65	28.88%
不清楚,看公司安排	33	14.67%
不清楚,看自己業績吧!	67	29.78%
如果現在有其他的工作機會,我會轉換跑道	60	26.67%
合計	225	100.00%

(十四) 理專工作主要壓力來源：依表 37 至表 41 顯示，理專的工作壓力來源，將客戶賠錢的壓力選為前三大者壓力者佔 92.45%，將業績壓力選為前三大壓力者佔 83.55%，將來自主管的壓力選為前三大壓力者佔 67.11%、將客訴的壓力選為前三大壓力者佔 42.22%，將同儕競爭的壓力選為前三大壓力者佔 14.67%。

表 37 工作壓力(來自主管壓力)來源分佈表

來自主管的壓力	人數	佔樣本比率
1(壓力最大)	27	12.00%
2	56	24.89%
3	68	30.22%
4	49	21.78%
5(壓力最小)	25	11.11%
合計	225	100.00%

表 38 工作壓力(客戶賠錢的壓力)來源分佈表

客戶賠錢的壓力	人數	佔樣本比率
1(壓力最大)	130	57.78%
2	47	20.89%
3	31	13.78%
4	13	5.78%
5(壓力最小)	4	1.77%
合計	225	100.00%

表 39 工作壓力(客訴的壓力)來源分佈表

客訴的壓力	人數	佔樣本比率
1(壓力最大)	12	5.33%
2	45	20.00%
3	38	16.89%
4	69	30.67%
5(壓力最小)	61	27.11%
合計	225	100.00%

表 40 工作壓力(同儕競爭的壓力)來源分佈表

同儕競爭的壓力	人數	佔樣本比率
1(壓力最大)	1	0.44%
2	8	3.56%
3	24	10.67%
4	63	28.00%
5(壓力最小)	129	57.33%
合計	225	100.00%

表 41 工作壓力(業績的壓力)來源分佈表

業績的壓力	人數	佔樣本比率
1(壓力最大)	55	24.44%
2	70	31.11%
3	63	28.00%
4	31	13.78%
5(壓力最小)	6	2.67%
合計	225	100.00%

五、結論與建議

5.1、研究結論

本節依據研究目的、文獻探討及問卷調查分析結果，歸納結論如下：

一、 依本研究問卷調查之理專樣本，個人基本資料分析如下：

1. 本國銀行之理財專員以女性居多，佔 66.67%，應與女性理專心思細膩，較易取得客戶信任有關。
2. 理專年齡大多介於 30~40 歲之間，佔 62.22%，因銀行理專通常必須具備銀行的存匯等相關經驗才能擔任，社會新鮮人較無法擔任理專職位。
3. 大學學歷的理專佔 66.22%，研究所學歷的理專佔 18.67%，因理專通常須具備一定的財金或商學專業知識，多數銀行已將大學學歷列為理專學經歷的基本要求。
4. 理專大多數年收入為 100 萬以下，佔 54.22%，理專年收入介於 100~200 萬之間者佔 40.89%，顯示理專的年收入普遍高於金融從業人員。
5. 擔任理專年資以 2~5 年者最多，佔 41.78%，理專年資 5~8 年者佔 32%，顯示銀行理專年資普遍資歷尚淺，真正歷經過景氣多空循環的理專還是少數。
6. 理專的金融證照大多介於 6~10 張之間，佔 49.78%，金融證照高於 10 張以上的理專也高達 45.33%，因為理專銷售商品，必須符合主管機關的專業認證資格，故理專普遍為各銀行分行內證照最多的人。

二、 依本研究之問卷調查之理專樣本，財富管理工作內容分析如下：

1. 每位理專管理之資產 AUM 介於新台幣 5~10 億以下者，佔 34.22%，介於新台幣 10~20 億以下者，佔 36%，但 AUM 低於新台幣 5 億以下者，也佔了 20.89%，低於 5 億的 AUM 其實理專經營客戶會非常辛苦，因理專每月必須達成銀行訂定的手續費收入目標，管理的 AUM 愈多，達成手續費目標的機率會愈高，通常理專會非常在意自己的 pool(資產池)有多大，pool 大表示客戶的資產多，客戶申購產品的意願也會相對提高。每位理專經管的客戶以 300~500 人者最多，佔 52%，經管客戶數 500~800 人者佔 21.78%。理專若經管客戶數高於 500 人，會分散對客戶的關心度，理專會沒有辦法經常注意到每位客戶的投資情形，也會沒時間適時對客戶提出好的資產配置及資產規劃建議。
2. 每位理專手續費收入月目標以 20~30 萬者佔多數，為 32.89%，手續費收入月目標 30~40 萬者佔 28.89%。通常銀行會按照理專固定底薪的倍數來訂定理專月或季的手續費收入目標，月目標的訂定以底薪的 5~8 倍為最常見，目前銀行財富管理還是以銷售產品為導向，因為理專每月有必須達成的

goal，理專為達 goal 容易產生強迫推銷或不當銷售的行為。手續費收入目標幾乎都達成的理專僅佔 12.89%，顯示高達 8 成的理專無法達成銀行所訂定的手續費目標。通常銀行財管部會設立年度財管手續費收入總目標，然後再依照總目標分配給每位理專責任額，而手續費收入每年總行會要求必須成長，所以理專責任額每年幾乎也會不斷墊高。

3. 理專每天花 1 小時以上研究市場者佔 76.89%，顯示理專對於金融市場的趨勢脈動應有相當了解，但問卷中理專認為市場脈動很難判斷者有 19.56%，認為僅可以判斷 3 成者佔 40%，金融市場瞬息萬變，銀行應設立專門市場研究小組，定時提供市場訊息，避免理專個人判斷，而給客戶錯誤的資訊。
4. 雷曼兄弟破產事件時客戶最大的投訴是理專沒有清楚告知產品內容，客戶誤以為所申購產品是百分之百保本，經過這些教訓，問卷顯示 64.44% 理專的大部份客戶清楚自己所申購的產品內容，但仍有高達 35.56% 的理專客戶不太了解所申購的產品內容。理專背負銀行給予的業績壓力，有高達 61.45% 的理專會為了業績、專案目標、獎金而推薦保守的客戶積極型的產品。雖然理專在銷售前必須按規定先完成 KYC(Know Your Customer) 的程序，但仍有 46.67% 的理專會引導客戶做屬性分析問卷，以方便後續的推銷工作，如何規範理專 KYC 問卷確實執行，讓客戶買到适合自己風險屬性的產品，才是客戶真正需要的。
5. 有高達 51.11% 的理專會視市場狀況叫客戶獲利出場，高達 48.89% 的理專也是視市場狀況叫客戶停損出場。但有高達 65.78% 的理專會為了手續費收入而偶爾叫客戶短線進出，更有 17.78% 的理專為了手續費收入經常叫客戶短線進出。理專會叫客戶短線進出的誘因可能是為了獎金，也可能是業績壓力太大不得不如此，如此以銷售為導向的財富管理模式，實不是投資人之福。
6. 理專的流動率高，通常是受不了業績壓力或其他銀行高薪挖角，問卷顯示只有 28.88% 的理專喜愛理專這個工作，短期內不會更換，高達 71.12% 的理專對於未來是茫茫然沒有安全感的。理專的流動率高，也讓客戶缺乏信賴感與忠誠度，銀行必須深思如何降低理專流動率問題，以降低人事成本，更重要是顧及客戶感受，不要讓客戶對銀行的信任隨著理專離職而漸漸流失。
7. 問卷顯示理專最大的工作壓力是怕客戶賠錢，第二壓力為業績壓力，有時此二者是相衝突的，如何在壓力中取得平衡點，在對的時點介紹對的商品給對的客戶，在在都考驗著理專的智慧。

5.2、建議

一、對財富管理銀行業者的建議

「財富管理」本質上，是針對客戶人生的不同階段之不同的理財需求，提供客戶最適的中長期資產配置或投資組合規劃，其業務性質應跳脫僅為「商品銷售」的框架，財富管理不應由銷售行為或產品所主導，手續費收入的背後，銀行應負起該有的社會責任。財富管理銀行業者應設立合理的理專考核制度，避免一昧要求理專達成高額的手續費收入目標，同時也要加強理專在專業道德紀律上的訓練，避免理專為達成業績目標或為高額獎金而不當銷售，可利用獎金制度來引導理專與客戶的利益趨於一致，如此才能達成客戶、銀行、理專三贏的局面。

二、對理專的建議

世界上沒有最好的金融商品，只有最適合的金融商品。身為財富管理第一線理財專員不但應確實做好 KYC(Know Your Customer)，也要 KYP(Know Your Product)，將最適合的商品推介給最適當的客戶，善盡善良管理人的責任，千萬不可為了一時的業績而建議客戶做不恰當的投資，應該幫客戶人生各個階段做最適合的資產配置。另外金融資訊日新月異，理專要不斷提升自己的專業知識與附加價值，才能得到客戶的信賴與支持，如此業績就會源源不絕。

三、對投資人的建議

投資人應有正確的理財觀念，要知道報酬總是伴隨著風險而來，高報酬、高風險，低報酬、低風險。投資人應抱持著「看不懂的商品就不要買」，對於通過政府審核而銷售之商品，絕不保證獲利或安全無虞。投資人應了解自己所投資的商品特性，也應清楚自己的風險承受度，畢竟自己的投資自己要負最大的責任。

參考文獻

一、中文部分

1. 台灣銀行家雜誌，2011年7月號及2011年9月號
2. 美林證券與凱捷集團，2011年9月9日，第15週年「全球財富報告」
3. 美林證券與凱捷集團，2011年10月13日，「2011年亞太區財富報告」
4. 華南金控月刊第98期，p.15~16
5. 金融展望月刊，2011年7月
6. 自由時報／記者李靚慧／綜合報導／2011.03.28
7. 陳文雄，「財富管理，基金產業發展與兩者之合作關係：以台灣金融市場為例」，國立中央大學碩士論文，民國97年。
8. 施敏雄，「利益衝突與美國銀行、證券業務分離之規定」，台灣經濟金融月刊，第28卷第6期，頁1，1992年6月。
9. 施敏雄，「銀行與證券業務兼營之利益衝突」，臺北市銀月刊，第22卷第11期，第33頁，民國80年11月。
10. 廖大穎，「現代金融法的基礎規範」收錄於「證券市場與股份制度論」頁16，元照出版公司，1999年5月初版。
11. 李曜崇，「從比較法觀點探討我國資訊防火牆(中國牆)之法律佈局」，中原大學碩士論文，2003年。
12. 許信仁，「銀行理財專員職業道德知覺、單位主管支持、理財工作年資對於工作績效的影響」，國立中正大學碩士論文，2008年。
13. 邱明真，「金融理財專員之核心能力、人格特質與工作績效之相關研究—以C銀行為例」，國立中央大學碩士論文，2003年。
14. 林惠文，「理財顧問之專業倫理探討」，國立中央大學碩士論文，民國98年。
15. 柯秋萍，「價值觀、道德發展期及職業道德知覺關聯性之研究—以金融相關從業人員為例」，中原大學碩士論文，民國94年。
16. 楊智雅，「台灣財富管理業務發展與趨勢之研究—以共同基金為例」，國立臺灣大學碩士論文，民國100年。
17. 譚郁之，「理財專員行為規範探討以及財富管理法規遵循與改善方向：以外商與本國銀行為例」，國立臺灣大學碩士論文，民國99年。
18. 王慧玲，「銀行理專顧客關係管理與服務品質認知之研究—以陽信銀行理專為例」，開南大學碩士論文，民國99年。
19. 王燕美，「理財專員離職傾向之相關因素研究—以中部地區銀保通路為例」，逢甲大學碩士論文，民國98年。
20. 曾國書，「金融海瀟對銀行財富管理業務的衝擊」，國立交通大學碩士論文，民國98年。
21. 周行一，「台灣財富管理業務監理制度之探討」，社團法人台灣金融服務業聯合總會委託專案研究，2009年。

22. 商業週刊第 1091 期「一個交易員的告白：誰，讓連動債殺人？」
23. 2009/05/12 經濟日報／記者洪凱音、陳芝艷 「銀行財富管理業務 大躍進」
24. 2011/03/17 經濟日報／記者邱金蘭／台北報導 「防理專亂推銷 薪酬要規範」
25. 2011/07/08 聯合報／記者薛翔之／台北報導 「人死了仍理財 渣打挨罰」
26. 2008/08/22 經濟日報／記者李淑慧／台北報導「荷銀內控疏失 罰鍰 200 萬」
27. 2011/03/08 中央社 「盜領客戶錢 前理專判 5 年」
28. 2008/08/22 經濟日報 「荷銀內控疏失 罰鍰 200 萬」
29. 2011/11/18 自由時報電子報 「永豐銀理專 挪客戶 3000 萬」

二、參考網站

1. <http://www.npf.org.tw/post/3/9622> 國家政策研究基金會
2. <http://www.ba.org.tw/> 中華民國銀行公會
3. <http://www.otc.org.tw/ch/index.php> 證券櫃檯買賣中心
4. <http://announce.fundclear.com.tw/MOPSFundWeb/> 境外基金資訊觀測站
5. <http://www.sitca.org.tw/> 中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會
6. <http://www.lia-roc.org.tw/> 中華民國人壽保險商業同業公會
7. <http://www.cepd.gov.tw/> 行政院經濟建設委員會
8. http://www.fsc.gov.tw/Layout/main_ch/index.aspx?frame=1 行政院金融監督管理委員會
9. <http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=76639&ctNode=2266&mp=1> 行政院全球資訊網
10. <http://www.lia-roc.org.tw/index06/regulation/100regu53.htm> 總統令制定金融消費者保護法

附錄一

敬啓者：

您好，感謝您撥冗填寫此問卷，本問卷係為學術性研究之目的，採不記名方式，不對外公開，請您放心做答。再次感謝您協助本研究的順利進行。

交通大學財務金融研究所碩士在職專班

指導教授：鍾惠民 博士

研究生：丁珮琿

聯絡方式：0920-820-142

第一部份、您個人簡單基本資料

1. 您的性別：男 女
2. 年齡：25歲以下 25~30歲以下 30~40歲以下 40歲~50歲以下 50歲以上
3. 教育：專科 大學 研究所以上
4. 您的個人年所得：100萬以下 100~200萬以下 200~300萬以下 300萬以上
5. 您擔任理財專員的年資：2年以下 2~5年以下 5~8年以下 8年以上
6. 請問您有幾張金融證照：6張以下 6~10張以下 10~15張以下 15張以上

第二部份、您的個人財富管理工作內容

1. 您目前管理的 AUM：5億以下 5~10億以下 10~20億以下 20~30億以下 30億以上
2. 您的客戶數：300人以下 300~500人以下 500~800人以下 800人以上
3. 您的手續費收入月目標：20萬以下 20~30萬以下 30~40萬以下 40~50萬以下 50萬以上
4. 您認為公司訂定的手續費目標：太高,經常達不到 達成機率5成 達成機率8成 幾乎都達成
5. 您每天花多少時間研究市場：0.5小時以下 0.5~1小時 1小時~1.5小時 1.5小時以上
6. 您的客戶跟您申購產品，您認為客戶是否真的了解該產品內容：有的客戶了解,有的其實不太了解 全部的客戶皆了解自己申購的產品內容 大部份的客戶清楚自己申購的產品內容

7. 您會為了業績而推薦保守客戶積極的產品(可複選)：從來不會業績很差時，會這樣做有專案目標時，會這樣做 有時為了獎金，會這樣做 為了達成高業績，經常如此做
8. 您通常獲利多少會叫客戶出場：3% 5% 8% 10%以上 看市場狀況通常由客戶決定
9. 您通常損失多少會叫客戶停損：-3% -5% ~ -10% -10% ~ -20% 看市場狀況 通常由客戶決定
10. 您認為自己可以判斷市場趨勢脈動嗎：很難判斷 可以判斷3成 可以判斷5~7成以上
11. 為了手續費收入的達成，您會叫客戶短線進出嗎？偶爾會 經常如此從來不會
12. 當您為客戶執行KYC問券，您會引導客戶作答，使客戶符合您想推薦給他的產品風險等級嗎？
- 若推薦積極型產品時，有時會這樣做
- 為了以後方便推薦積極型產品，我都儘量引導客戶作答成為積極型客戶
- 我會由客戶自己完成問券，再依其風險屬性，介紹適合客戶的商品
- 若客戶風險屬性和我介紹的商品風險屬性不符時，我會介紹其他適合客戶風險屬性的商品
13. 您認為理專這工作可做長久嗎：我喜愛理專工作，短期內不會更換 不清楚，看公司安排 不清楚，看自己業績吧！ 如果現在有其他的工作機會，我會轉換跑道
14. 您工作上最主要的壓力來源，請排序(1為壓力最大,5為最小)：
- 主管的壓力 客戶賠錢 客訴 同儕競爭的壓力 業績的壓力

問卷到此全部結束，非常感謝您的熱忱協助，敬祝您 業績長紅！