

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第十條修正條文草案

修正條文	原條文	說明
<p>第 10 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：</p> <p>一、平面廣告：</p> <p>(.....略.....)</p> <p>5. 槍桿型 ETF 及反向型 ETF 應於銷售文件(包括但不限於公開說明書或簡式公開說明書)以粗體或顯著顏色字體刊印「本基金具有槍桿或反向風險，其投資盈虧深受市場波動與複利效果影響，與傳統指數股票型基金不同。本基金不適合追求長期投資且不熟悉本基金以追求單日報酬為投資目標之投資人。投資人交易前，應詳閱基金公開說明書並確定已充分瞭解本基金之風險及特性。」等文字。</p> <p>6. 從事環境、社會與治理(以下簡稱 ESG)相關主題基金之廣告時，應遵守下列原則：</p> <p>(1)提及基金之 ESG 資訊時，內容應不違反基金公開說明書或投資人須知等文件之資訊，且不得超過產品投資策略之 ESG 相關特色或目標的範圍。</p> <p>(2)應揭示「有關基金之 ESG 資訊，投資人應於申購前詳閱基金公開說明書或投資人須知所載之基金所有特色或目標等資訊」等相關警語，及可查詢基金 ESG 資訊的網站連結。</p> <p>7. 基金名稱與環保或其他永續概念有關，但非屬基金資訊觀測站 ESG 基金專區所列之基金，應於基金銷售文件或廣告之基金名稱後方加註「本基金非屬環境、社會及治理(ESG)相關主題基金」。</p> <p>8. 非屬 ESG 相關主題基金不得以促進永續發展或 ESG 相關主題作為基金廣告行銷訴求。</p> <p>9. 廣告內文提及下列情事時，應再加註之內容：</p> <p>(1)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，應續與第 1 目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」之警語。但廣告</p>	<p>第 10 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：</p> <p>一、平面廣告：</p> <p>(.....略.....)</p> <p>5. 槍桿型 ETF 及反向型 ETF 應於銷售文件(包括但不限於公開說明書或簡式公開說明書)以粗體或顯著顏色字體刊印「本基金具有槍桿或反向風險，其投資盈虧深受市場波動與複利效果影響，與傳統指數股票型基金不同。本基金不適合追求長期投資且不熟悉本基金以追求單日報酬為投資目標之投資人。投資人交易前，應詳閱基金公開說明書並確定已充分瞭解本基金之風險及特性。」等文字。</p> <p>6. 廣告內文提及下列情事時，應再加註之內容：</p> <p>(1)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，應續與第 1 目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」之警語。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。</p> <p>(.....略.....)</p> <p>(8)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。</p> <p>二、各類型基金之有聲廣告：透過廣播、電視、電影、手機簡訊、手機來電答鈴或其他相似方式，以影像或聲音為有聲廣告時，應揭示「投資一定有風險，基金投資有賺有賠，申購前應詳閱公開說明書(投資人須知)」。但手機簡訊及手機來電答鈴之內容僅揭示以下訊息時，則不在此限：</p> <p>1. 基金名稱、募集日期 2. 說明會日期及地點 3. 手續費率(含優惠) 4. 客服連絡電話 5. 公司介紹</p>	<p>1. 參考歐洲證券及市場管理局(ESMA)2021 年 5 月 27 日發布之基金跨境銷售行銷指引(下稱 ESMA 行銷指引)第 59 至 62 條(行銷資訊關於永續投資之相關資訊)，及金融監督管理委員會 110 年 7 月 2 日第 1100362463 號函暨 111 年 1 月 11 日第 1100365536 號令規定，增訂第 1 項第 1 款第 6 目至第 8 目。</p> <p>2. 原第 1 項第 1 款第 6 目調整為第 9 目。</p> <p>3. 參考 ESMA 行銷指引第 26 條規定，增訂第 1 項第 1 款第 9 目(9)基金廣告涉及基金投資資產或標的之資訊時，應加註相關警語，使投資人瞭解所申購的是基金受益憑證，而非基金所投資的資產或標的。</p> <p>4. 參考 ESMA 行銷指引第 27 條規定，增訂第 1 項第 1 款第 9 目(10)基金使用槍桿投資策略時，應提醒投資人注意可能產生的投資風險之相關警語。</p> <p>5. 參考 ESMA 行銷指引第 6 條(行銷資訊應具可識別性，應於行銷資訊明顯揭露「行銷資訊」字樣)規定，增訂第 3 款基金進行置入性行銷廣告時，應載明相關警語。</p>

修正條文	原條文	說明
<p>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。 (.....略.....)</p> <p>(8)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。</p> <p>(9)提及基金投資資產或標的之資訊時，應加註「投資人申購本基金係持有基金受益憑證，而非本文提及之投資資產或標的。」等相類警語。</p> <p>(10)提及基金之衍生性工具/證券相關商品等槓桿投資策略時，應揭示「投資人應留意衍生性工具/證券相關商品等槓桿投資策略所可能產生之投資風險(詳見公開說明書或投資人須知)」等相類警語。</p> <p>二、各類型基金之有聲廣告：透過廣播、電視、電影、手機簡訊、手機來電答鈴或其他相似方式，以影像或聲音為有聲廣告時，應揭示「投資一定有風險，基金投資有賺有賠，申購前應詳閱公開說明書(投資人須知)」。但手機簡訊及手機來電答鈴之內容僅揭示以下訊息時，則不在此限：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 基金名稱、募集日期 2. 說明會日期及地點 3. 手續費率(含優惠) 4. 客服連絡電話 5. 公司介紹 <p>三、各類型基金之付費置入性行銷廣告：於第三方刊物、平台、媒體(包括但不限於大眾媒體、社群媒體、網紅等自媒體)或其他相似管道進行置入性行銷時，除應載明上述平面或有聲廣告警語外，應於廣告內容明顯揭露或宣讀「○○公司廣告文宣」、「○○公司行銷資訊」、或「○○公司贊助播出」等相類詞語，使投資人可清楚識別其為廣告行銷資訊。</p>		