

金融机构适当性义务的衡量标准研究

甄子昊

(河南省社会科学院 河南郑州 451464)

【摘要】随着金融市场的快速发展,适当性义务已成为金融机构履行投资者保护职责的关键所在。本文系统分析了当前适当性义务衡量标准存在的产品风险等级评估标准不明确、客户风险承受能力评估不科学、适当性匹配机制单一等问题,并从统一风险评估标准、优化客户评估流程、构建多维度匹配机制、强化信息披露、加强销售人员管理等方面提出了完善适当性义务衡量标准的对策建议。这些措施的有效实施,将有助于提升适当性义务履行的规范性和有效性,切实保障投资者合法权益。

【关键词】金融机构;适当性义务;衡量标准;存在问题;完善对策

引言:

伴随资本市场的不断发展和金融产品日趋多样化,如何引导投资者理性投资、规避风险已成为金融监管的重点。适当性义务作为衡量金融机构履行投资者保护职责的关键标准,在平衡金融创新与风险防控、促进市场健康发展方面发挥着重要作用。然而,当前适当性义务衡量标准仍存在诸多模糊不清、操作困难的问题,亟须进一步明确评估规则、改进评估方法、细化操作流程。本文拟通过系统梳理适当性义务衡量标准面临的现实挑战,深入剖析背后的根源,并提出优化路径,以期为监管部门、金融机构、投资者三方提供有益参考,推动形成规范、务实、可执行的适当性义务体系。

一、适当性义务衡量标准的概念界定

适当性义务衡量标准是指金融机构在向客户推荐、销售金融产品和提供金融服务过程中,为确保其行为符合客户的风险承受能力、投资知识和经验等因素而应当遵循的评估规范。这一标准的核心在于平衡金融机构的销售行为与客户利益保护之间的关系,力求在促进金融产品有效配置的同时,最大限度地降低客户的投资风险^[1]。适当性义务衡量标准的界定需要考虑多个维度:一是客户风险承受能力评估,即金融机构应当全面了解客户的财务状况、投资目标、风险偏好等因素,为其量身定制适合的投资方案;二是产品风险等级划分,即金融机构应当根据金融产品的复杂程度、风险特征等进行分类,并与客户的风险承受能力相匹配;三是信息披露与风险提示,即金融机构应当充分、准确、及时地向客户披露金融产品的特点、风险、收益等关键信息,同时对潜在风险给予必要的提示和警示;四是销售行为管理,即金融机

构应当加强对销售人员的教育培训和行为管理,防范误导性销售、过度销售等违规行为。适当性义务衡量标准应当在动态中不断完善,既要立足于我国金融市场的实际情况,又要借鉴国际成熟市场的经验做法,在制度建设、执行力度、监管问责等方面形成长效机制,切实保障投资者的合法权益,促进金融市场长期稳健发展。

二、适当性义务衡量标准中的具体问题

(一) 产品风险等级评估的衡量标准不明

金融机构在对金融产品进行风险等级评估时,衡量标准往往存在模糊不清、主观性强等问题。一方面,风险等级划分缺乏统一的量化指标和评估模型,容易受到主观判断的影响,导致同类产品在不同机构之间的风险等级不一致;另一方面,部分金融机构对产品风险等级的评估流于形式,未能充分考虑产品的复杂程度、杠杆比例、市场波动性等关键因素,导致风险等级与产品实际风险不相匹配^[2]。此外,金融产品的创新速度不断加快,一些新型、结构化产品的风险特征更加复杂,传统的风险评估方法难以有效评估其风险等级,亟须建立动态调整机制。风险等级评估标准的不明确不仅影响了客户对产品风险的准确判断,也为金融机构的销售行为留下了操作空间,无法有效约束不当销售行为,损害了客户的合法权益。

(二) 客户风险测评的科学性与真实性标准不一

在对客户进行风险承受能力评估时,不同金融机构采用的测评问卷和评估模型差异较大,部分测评问题设置不够科学,难以真实反映客户的风险偏好。一些金融机构的测评问卷过于简单,问题设置笼统、表面化,无法深入了解客户的

投资知识、经验和财务状况等关键要素；还有一些机构的测评问卷虽然设计详尽，但存在引导性的问题设置，容易诱导客户选择特定的答案，导致测评结果失真。同时，客户风险测评过程中的主观因素难以完全避免，部分客户出于对高收益的追求，可能隐瞒自己的真实风险承受能力，影响测评结果的准确性。此外，客户的风险承受能力是动态变化的，但多数金融机构缺乏对客户风险状况的定期跟踪和重新评估，使得风险测评结果与客户实际情况脱节。风险测评标准不一致、流于形式，无法为后续的适当性匹配提供可靠依据，增大了客户的投资风险。

（三）适当性匹配的衡量标准单一

在将客户风险承受能力与产品风险等级进行匹配时，许多金融机构采用单一的量化指标，如客户风险评分和产品风险等级的对应关系，而忽视了其他重要因素的影响。仅依靠量化指标进行机械化的匹配，容易导致“一刀切”的问题，无法充分考虑客户的实际需求和产品的特殊性。例如，部分保守型客户可能出于对资产保值增值的需求，愿意承担一定的风险，但单一的匹配标准可能直接将其排除在较高风险等级的产品之外，限制了客户的选择空间。此外，一些复杂的金融产品可能涉及多个风险维度，单一的风险等级难以完整反映其风险特征，导致匹配结果的局限性。适当性匹配的标准过于单一化，缺乏灵活性和个性化考量，难以满足客户多元化的投资需求，也无法真正实现将“适当的产品销售给适当的客户”的监管要求。

（四）信息披露的全面性和透明度不足

金融机构在向客户推荐、销售产品时，对产品的风险等级、收益特征、合同条款等关键信息的披露往往不够全面和透明，存在选择性披露、夸大收益、淡化风险的问题。部分金融机构未能在销售过程中向客户提供完整的产品说明书、风险揭示书等材料，或仅以口头形式简单介绍，使客户无法充分了解产品的重要信息；还有一些机构在披露产品收益时，过度强调历史收益率或预期收益率，而对可能的损失风险轻描淡写，误导客户做出投资决策。同时，金融产品的信息披露材料往往存在专业术语过多、条款表述晦涩等问题，不利于客户的理解和吸收。信息披露的不透明、不完整，导致客户无法基于充分的信息进行投资决策，背离了适当性义务的本质要求。

（五）销售人员的专业能力和合规意识不足

在适当性义务的执行过程中，销售人员的专业能力和合规意识发挥着关键作用，但当前不少金融机构的销售人员在这两方面存在明显不足。部分销售人员对所销售产品的特点、风险、适用对象等缺乏全面了解，无法向客户提供专业、准确的产品解释和风险提示；还有一些销售人员片面追求销售业绩，存在误导性销售、强制捆绑销售等违规行为，损害客户利益。导致这一问题的原因既有销售人员自身的责任，也与金融机构的培训教育、考核激励机制密切相关。部分金融机构对销售人员的专业培训流于形式，内容针对性不强，难以提升其胜任能力；同时，以销售业绩为导向的激励机制，容易诱发销售人员的短期行为和不当销售。销售人员能力和合规意识的缺失，既无法满足日益严格的监管要求，也使得金融机构面临声誉和合规风险。

三、完善适当性义务衡量标准的对策

（一）建立统一的产品风险评估标准和模型

为提高产品风险等级评估的准确性和一致性，监管部门应牵头建立统一的风险评估标准和量化模型，明确各类金融产品的风险等级划分依据和评估指标。统一的评估标准应综合考虑产品的复杂程度、杠杆比例、市场波动性、信用风险等多个维度，对不同类型产品设置差异化的评估权重^[3]。同时，建立动态调整机制，定期对风险评估标准和模型进行审视和更新，以适应金融产品创新和市场变化。金融机构应严格执行统一的风险评估标准，确保同类产品的风险等级在不同机构间保持一致。对于创新型、结构化产品，金融机构应进行更为审慎的风险评估，必要时引入外部专业机构进行独立评估，确保风险等级与产品实际风险相匹配。通过建立规范、动态的产品风险评估体系，提高风险等级的可信度和可比性，为适当性义务的履行提供坚实基础。

（二）优化客户风险承受能力评估问卷和流程

金融机构应优化客户风险承受能力评估问卷的设计，提高问题设置的科学性和针对性。评估问卷应全面覆盖客户的投资知识、经验、财务状况、风险偏好等关键要素，问题设置应具有层次性和递进性，避免引导性和表面化。同时，探索引入多元化的风险测评方式，如情景模拟、行为分析等，全方位评估客户的真实风险承受能力。优化评估问卷的同时，金融机构应加强客户填写问卷过程的管理，确保客户对问题有充分理解，如实填写，减少主观因素的干扰^[4]。建立客户风险承受能力的定期评估机制，根据客户的财务状况、

投资经历等变化情况,适时进行重新评估,确保评估结果与客户实际状况的匹配度。通过不断完善客户风险承受能力评估体系,提高评估结果的真实性和准确性,为后续的适当性匹配奠定良好基础。

(三) 构建多维度的适当性匹配机制

在进行客户风险承受能力与产品风险等级匹配时,金融机构应构建多维度的适当性匹配机制,综合考虑量化指标和质化因素,提高匹配的灵活性和精准度。在量化指标方面,可结合客户风险评分、投资期限、风险厌恶系数等多个指标,建立动态权重模型,实现匹配结果的动态优化。在质化因素方面,应充分考虑客户的投资偏好、产品特点、市场环境等因素,为客户提供个性化的匹配方案。对于风险等级相近的产品,可在匹配结果中给予客户一定的选择空间,满足其差异化需求。同时,加强客户回访和投资行为监测,根据客户的实际投资情况对匹配方案进行动态调整。通过构建多维度、动态化的适当性匹配机制,突破单一量化指标的局限,提高匹配的精准性和专业性,切实将“卖者尽责、买者自负”的要求落到实处。

(四) 强化信息披露的全面性和可理解性

金融机构应全面、真实、准确地披露产品的关键信息,包括风险等级、收益特征、费用结构、合同条款等,不得有任何遗漏或误导性陈述。在信息披露形式上,应采用书面材料与口头解释相结合的方式,确保客户在销售过程中获得完整的产品信息。书面披露材料应包括产品说明书、风险揭示书、投资者权益须知等,内容应详尽、准确、易于理解。尤其对于产品的风险特征和可能损失,应进行重点提示和说明,引导客户充分认识和理解风险。同时,加强对销售人员的培训和管理,提高其向客户解释产品信息的能力,确保客户对产品特点、风险、收益等有清晰认知^[5]。积极采用信息技术手段,开发在线产品信息查询、风险测评等功能,方便客户及时、便捷地获取产品信息。通过持续提升信息披露的完整度、透明度和可理解性,切实保障客户的知情权和自主选择权。

(五) 加大销售人员培训力度和合规问责

金融机构应加大对销售人员的培训力度,提升其专业能力和合规意识。定期开展全面、系统的产品知识和合规销售培训,重点提高销售人员对产品特点、风险、适用对象的理解,强化其风险揭示和适当性匹配的意识。培训方式应灵活

多样,如情景模拟、案例分析等,提高培训的针对性和实效性。建立健全的销售人员资格认证和定期考核机制,将专业能力和合规表现作为考核的重要内容,并与其绩效薪酬、职业发展挂钩。对于违反适当性义务的销售行为,应严肃问责,采取经济处罚、限制从业等措施,强化合规红线意识。同时,优化销售考核激励机制,建立长期激励和客户利益导向,引导销售人员树立“以客户为中心”的服务意识。通过全方位加强销售人员管理,提升其履行适当性义务的能力和自觉性,打造专业、合规、诚信的销售队伍,筑牢风险防控的人力基础。

结束语:

适当性义务是平衡金融创新与投资者保护的重要制度安排,其衡量标准事关投资者权益和市场稳定大局。本文在梳理当前适当性义务衡量面临诸多现实挑战的基础上,从统一评估规则、构建多维度动态匹配机制、加强信息披露与销售人员管理等层面,提出了一系列完善适当性义务衡量标准的对策建议。这些举措的落地既需要监管部门的统筹规划和制度引领,也离不开金融机构的积极践行和投资者的理性参与。未来,还需在实践中不断探索适当性义务的科学评价路径,并根据市场变化持续优化相关规则,以匹配日益变化的金融生态,持续提升投资者保护的成效,为资本市场长期稳健发展保驾护航。

参考文献:

- [1]彭思远,董晓青.金融机构违反适当性义务民事责任研究[J].天府新论,2021,(06):105-114.
- [2]李帷珏.金融机构履行适当性义务研究[D].云南大学,2021.
- [3]陈双.金融机构适当性义务的衡量标准研究[D].西南政法大学,2021.
- [4]袁恩浩.从一则案例浅析金融机构适当性义务[J].现代金融导刊,2020,(04):77-80.
- [5]董晓青.金融机构违反适当性义务民事责任研究[D].西南财经大学,2020.

作者简介:甄子昊(1985年11月),男,民族:汉族,籍贯:河南郑州,单位:河南省社会科学院,职称:中级,学历:博士学历,研究方向:法学。

基金课题(须有编号):河南省社会科学院基本科研费项目一般项目,项目编号:24E088。