

研究报告

2016年第52期

2016.06.03

执笔：冯乾、黄旭

qian.feng@icbc.com.cn

huangxu@icbc.com.cn

金融产品监管国际趋势与商业银行 行为风险管理

要点

- 金融产品创新深化带来的产品复杂性和信息不对称，以及市场中由于不当销售、隐瞒信息、误导性广告、掠夺性定价所产生的行为风险问题，不仅给金融消费者权益带来了损害，也给金融体系安全带来了极大的风险。一些国家在危机后完善了行为监管框架，以早期干预方式加强对金融产品的监管。
- 产品干预（product intervention）这一词语较多出现在欧美等国的政策文本中，通常作为一个概念已知的特定词汇或者体现监管手段的政策术语出现。产品干预旨在从保护金融消费者权益的角度出发，对金融机构所提供产品的业务规则进行监管审查，督促金融机构不断修改完善业务规则，从源头上减少对金融消费者权益的侵害。
- 在加大“走出去”和实现全球化经营的趋势下，国内大型商业银行应该充分了解国际上关于产品干预的监管做法，借鉴国外关于行为风险的管理经验，充分考虑金融消费者的利益诉求，保持金融产品创新和行为风险管理适当平衡，建立起基于产品生命周期的全流程行为风险防控制度。

重要声明：本报告中的原始数据来源于官方统计机构和市场研究机构已公开的资料，但不保证所载信息的准确性和完整性。本报告不代表研究人员所在机构的观点和意见，不构成对阅读者的任何投资建议。本报告（含标识和宣传语）的版权为中国工商银行城市金融研究所所有，仅供内部参阅，未经作者书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、上网、引用或向其他人分发。

金融产品监管国际趋势与商业银行行为风险管理

当前中国经济发展进入新常态，发展的动力、速度和方式都出现转变，尤其是金融创新深化、互联网金融兴起和混业经营趋势加快的背景下，现阶段既是金融发展的重要机遇期，又是金融风险多发易发期。对于商业银行来说，跟踪国际金融监管变革趋势，吸取上一轮国际金融危机的深刻教训，树立风险思维和危机应对意识，提高金融风险防控能力，是在当前宏观经济形势不稳定状况下争取稳健发展的重要前提。

一、国际趋势：危机后欧美等国加强了金融产品的监管

（一）金融产品的“创新”和复杂性是危机的诱因之一

2007年爆发于美国的次贷危机以及由此而席卷全球的国际金融危机，暴露出以审慎监管为核心的国际监管体系在监管有效性方面的缺陷。追溯危机的产生，众多金融机构为满足自身利益需要，往往倾向于从“供给侧”出发，以“金融创新”的名义开发过度复杂的金融产品，并且，许多金融产品在设计阶段的合同、业务规则等方面本身存在对金融消费者不利的因素。由于消费者对金融产品的认知程度较低，金融产品交易双方地位不对等，金融机构可以利用其信息优势，发布误导性广告，隐瞒产品重要信息，强制或强行销售，向金融消费者推荐并不适合他们的金融产品。

金融机构对金融消费者不负责任的行为和所谓的“金融创新”产品，既影响了金融消费者利益，又造成了风险的传染，被认为是导致金融危机的重要诱因之一。欧洲系统性风险委员会（ESRB）曾指出，金融机构向个人投资者销售复杂金融产品时的不纯动机和不当行为可能衍生出系统性风险。例如，次贷危机之前广为销售的信用违约互换（CDS）、债务抵押债券（CDO）等复杂性金融产品既是管理风险的工具，也是危机的诱因。

（二）一些发达国家把金融产品干预纳入行为监管框架

反思危机的产生，各国监管当局普遍认为在金融机构行为和金融消费者保



护方面存在监管不足或监管缺陷，因而英、美等国借鉴英国经济学家迈克尔泰勒提出的“双峰”理论，开始尝试目标导向型的监管体制改革，按照监管目标不同，分为审慎监管（包含宏观审慎、微观审慎监管）和市场行为监管两个方面，以尽可能弥补原有监管不足，提高监管有效性。在监管机构改革方面，一些西方发达国家设立了独立的行为监管或金融消费者保护机构，例如，英国将行为监管职责明确赋予专门机构，设立了行为监管局（FCA），美国将原来7个不同的消费者保护机构加以归并，成立消费者金融保护局（CFPB）。

出于对金融消费者的保护和从根源上防范金融系统性风险，一些发达国家完善了行为监管框架，以早期干预方式加强对金融产品的监管。**产品干预（product intervention）**这一词语较多出现在欧美等国的政策文本中，通常作为一个概念已知的特定词汇或者体现监管手段的政策术语出现，目前国际监管界对产品干预尚未形成统一概念，国内外专门针对产品干预的研究也十分有限。从实践角度来看，**产品干预旨在从保护金融消费者权益和提升市场信心的立场出发，在金融产品销售之前或销售过程中，对金融机构所提供产品的业务规则进行监管审查，督促金融机构不断修改完善业务规则，从源头上减少对金融消费者权益的侵害。**相比于事后金融消费者与金融机构纠纷调解，产品干预解决的是“事前”问题，有助于节省监管成本。

2011年1月，英国金融服务局（FSA）在其公布的《产品干预讨论稿》中，提出了产品干预的基本原理、新的监管方法、监管框架的可能发展以及干预方案，将产品干预主要纳入了行为监管的组成部分。FSA认为，尽管在产品销售环节设定较高的规范性要求有助于消费者选择适合他们的产品，但金融机构可以在产品销售之前实施更大影响。金融机构的以下行为将在实质上影响消费者决策：（a）产品的功能设计；（b）做出产品在各种条件下的合理功能假设；（c）决定何种产品被提供；（d）决定产品销售的市场策略；（e）不断实施产品监测。当前，欧美等许多国家的制度法规文件中，都涉及产品治理和产品监管（如表1所示）。作为专门的行为监管机构，美国消费者金融保护局、澳大利亚证券投资委员会以及欧洲监管局的政策体系中，都或多或少存在产品干预的内容。

表 1 国际上关于产品干预的制度法规

时间	具有里程碑意义的制度法规文件	概述
2006 年	《FSA 公平对待客户工作》	产品治理工作的预期安排
2008 年 12 月	《FSA 对消费者的责任讨论稿》	旨在引起讨论，认为平衡当前消费者和企业之间的责任具有恰当性
2009 年 9 月	《FSA 对消费者的责任》	重申目前 FSA 的监管办法，平衡消费者和企业之间的责任
2010 年 11 月	《金融服务消费者委员会：“安全”产品的研究》	探讨是否应该为零售市场、中长期储蓄和投资市场开发“更安全”的产品
2010 年 12 月	《HMT 简单金融产品的咨询》	一个新的简单产品分类建议原则
2011 年 1 月 1 日	《欧洲监管局干预权力的生效》	有权力临时禁止或限制某些金融活动，这些金融活动威胁金融市场的有序运行及完整性或欧盟金融体系的稳定
2011 年 1 月	《FSA 产品干预讨论稿》	提出 FSA 的介入式方法，实行产品监管
2011 年 6 月	《FSA 产品干预反馈报告》	确认 FSA 的产品监管新方法和制定新的监管策略
2011 年 6 月	《金融服务法案和白皮书》	建立 FCA 对特定产品业务规则进行干预的新权力
2011 年 10 月	《HMT 对简单金融产品咨询的反馈》	新的指导小组的任务是负责制定一套简单金融产品。集团将在 2012 年 7 月向马克·霍本（Mark Hoban）进行汇报。反馈建议，该集团应首先集中于简单的存款储蓄和保障型保险产品，其他领域可能被认为包括投资产品。
2011 年 6 月	欧盟《金融工具市场指引条例》	为欧洲证券及市场管理局（ESMA）与国家当局赋予权力，禁止或限制市场营销、分销或销售某些金融工具、具有某些特征的金融工具或某一类金融活动。
2012 年 5 月 1 日	《FCA 行使临时干预规则的政策声明草案》	阐述了 FCA 的政策，这些政策关于临时干预规则的制定以及此前市场问题已被考虑的案例
2013 年 5 月	韩国金融服务委员会《金融消费者保护的最好做法》	强化金融产品开发和销售阶段的金融消费者保护；将消费者的要求与不满积极反映到经营改善活动中，提高产品和服务水平，从根源上消除引起消费者不满的因素
2013 年 12 月	《欧洲监管局关于制造商产品监督和管理流程的共同立场》	对制造商内部产品干预机制提出了 8 项原则性要求，强化行为监管和金融消费者保护的提前预防，表现欧洲监管局关于金融消费者保护的新趋势和新思路。
2015 年 12 月	《澳大利亚证券和投资委员会的干预权力：问题和可能性》	对澳大利亚政府关于金融系统调查最终报告的回应，政府支持澳大利亚证券和投资委员会对金融产品的干预权力。

资料来源：Herbert Smith (2012)；ESAs(2013)；<http://www.herbertsmithfreehills.co>

二、产品干预：加强金融产品市场行为监管的典型做法

（一）仅依靠产品信息披露难以有效保护金融消费者

各国针对金融产品的市场行为监管中，希望以规范产品信息披露来保护金融消费者，通常要求金融机构采取详细、清楚的文本披露产品信息，然而现实中金融消费者权益受损的事件仍然频繁出现。英国金融服务局在其发布的《产品干预讨论稿》关于“高层次市场失灵的分析”中，指出信息披露的预期“效果不佳”主要有以下原因：(a)消费者缺乏相关信息，或者购买产品时根本不使用相关信息；(b)由于产品本身的复杂性，消费者对产品的价格和质量做出准确的判断存在一定障碍；(c)消费者没有意识到所购买的产品存在问题，等他们知道产品问题所在时，往往为时已晚；(d)消费者不经常购买产品，很难通过选择产品供给方来对不当经营的金融机构施加压力；(e)对销售人员或代理人的激励机制与消费者实际需求不匹配，上述问题会加剧。

因此，英国金融服务局、欧洲监管局、韩国金融服务委员会等监管机构主张，对金融产品的干预应该关注整个产品生命周期。

（二）国际经验：基于金融产品生命周期的全程干预

1、英国金融服务局的产品干预。作为英国金融监管机构，FSA 对产品监管的传统做法是，集中关注产品业务规则、销售阶段信息披露、促销和销售实践等环节。但 FSA 在实践中发现，如果只将关注点落于销售阶段，产品一旦投入市场，那么只能在消费者受到损害之后发现问题，这样的监管着重于“事后”，难以起到有效预防作用。2011 年 1 月，FSA 开始对金融消费品市场采取“更具干预性的全新监管方式”，构建一套崭新的“金融产品干预”制度，同时强调采取“介入式”方法（intrusive approach）和“主动出击”，对金融产品的整个“价值链”（value chain）实行早期干预，防止损害金融消费者权益的事件出现。具体来说，FSA 的产品干预是在传统做法上的进一步拓展，包括在产品的设计和开发、产品的分销、销售和售后的整个产品生命周期。

图 1 表明了 FSA 以前的方法把重点放在产品生命周期的销售阶段和售后环

节，而新的方法补充考虑了产品生命周期的早期部分。FSA 还从产品方面描述了一些新的监管思路，包括行为风险的早期识别、零售行为风险展望分析、商业模式与策略分析、更为精细的监管方式以及专门针对小型商业银行的特定监管方法。



图 1 基于金融产品生命周期的产品干预

注：(a)上图根据 Herbert Smith (2012)翻译；(b) FSA 关于产品干预的传统做法在销售环节；(c) FSA 改进后的关注点提前到产品开发和产品分销阶段；(d)带斜线的外圈表示 FSA 基于产品生命周期的全流程干预。

2、英国金融行为监管局的产品干预。2013 年金融监管体制改革后，英国在金融服务局（FSA）基础上新成立金融行为监管局（Financial Conduct Authority, FCA）和审慎监管局（Prudential Regulation Authority, PRA），新生成的 FCA 承接了 FSA 关于行为监管的职能。在金融产品干预方面，FCA 针对金融产品中存



在的以下三种情形实施干预行动：一是金融产品存在“与生俱来的缺陷”且具有不利于金融消费者的特征；二是发生大范围的“不当销售”，而且产品销售过程中没有专门针对合适的目标金融消费者群体；三是存在强烈的“违规销售”动机。

与 FSA 相比，FCA 在职能上被赋予了更大权利，在风险容忍度上也更低。FCA 的产品监管权利主要体现在两点：第一，金融产品管理和干预权。FCA 除了对金融产品各个环节进行监管外，必要时还可以制定政策对金融产品实行直接干预。例如，限制某些产品向全部或部分消费者推广和销售、限制某些复杂性产品的特定功能等。根据英国 2012 年《金融服务法案》，FCA 可以制定政策，禁止那些损害金融消费者利益的产品在市场上销售；如果产品在禁令生效后已经售出，FCA 还能通过制定政策让金融消费者收回已支付的资金。第二，金融产品与服务的推广限制权。FCA 可以不经执法程序，就能禁止误导性产品推广。当金融消费者可能受到潜在或者实际财务损失，或商业银行的产品推广可能影响消费者最优选择或理性选择时，FCA 可以行使该禁止权力。

3、欧洲监管局的产品干预。为了防范商业银行提供的产品和服务给金融消费者带来的风险，欧盟在 2013 年 12 月发布了《欧洲监管局关于制造商产品监督和管理流程的共同立场》（以下简称《共同立场》）。在《共同立场》中，欧洲监管局（European Supervisory Authorities, ESAs）提出了适用于金融产品监督和治理过程的 8 项原则，这些原则涵盖制造商和生产商设计金融产品的流程、功能、策略以及审查产品生命周期时的责任。《共同立场》的第 1 条原则认为，为了最大限度地减少潜在的损害，避免潜在的利益冲突，并确保目标市场的利益和目标已被适当考虑在内，制造商应当建立、实施和修订一个能够在基础产品上持续运用的监督和管理流程。《共同立场》围绕目标市场消费者需求分析、产品研发、推广、营销和售后处理流程，提出了建立“事前、事中、事后”全过程的产品监督管理机制，指出制造商应定期检查产品质量和运作状况，确保持续符合金融消费者利益，一旦消费者利益出现或者即将出现损害，制造商有责任采取赔偿或补救措施。

4、韩国金融服务委员会的产品干预。金融服务委员会（Financial Services Commission, FSC）是韩国负责金融政策和金融监管的政府机构，由原韩国金融监管委员会与财政经济部于2008年合并组建。FSC于2006年9月发布《金融消费者保护最佳做法》（以下简称《最佳做法》）。为了适应国际行为监管的新趋势，FSC在2013年5月发布了新修订的《最佳做法》，修改的内容包括：强化金融产品开发和销售阶段的金融消费者保护；将消费者的要求与不满积极反映到经营改善活动中；要求商业银行指定总负责人和专业化部门来保护金融消费者。这些措施旨在从根源上消除引起消费者不满的因素，提高金融产品和服务水平。

在《最佳做法》中，FSC采取的措施具体包括：第一，在产品设计和研发中加强金融消费者保护。在产品分配到金融市场之前制定审核程序，采取核对清单和内部准则制度，强化对金融产品研发者的问责；使用产品投诉记录反映消费者意见，将其考虑到产品设计开发中，从源头预防消费者投诉；建立外部专家、金融消费者意见和要求等参与制度；第二，在产品销售过程中加强金融消费者保护。包括遵守诚信、恰当和信息保护等原则，加强售前和售后等程序管理；第三，在产品售后阶段加强金融消费者保护。建立有效的“客户之声”（voice of customers）系统；建立高效的投诉反馈系统，这一反馈系统包括投诉处理规定、业务改善制度的建立、开发评估工具以及披露投诉处理结果。

（三）金融产品干预国际经验的评价及借鉴

英国、欧盟和韩国监管机构的产品干预措施尽管能从一定程度上强化金融消费者保护，但产品干预如果使用不当引起的“过度监管”及衍生的相关问题也不容忽视。一是产品干预可能引发其他方面的风险。危机之前欧美等国都极力避免直接实施产品干预，而更倾向于规范信息披露和制定销售规则，危机后使用与金融产品相关的监管手段越来越多，同时也在产品零售市场中衍生出更多的风险，包括套利风险、道德风险、对金融创新和投资者自由选择的损害，以及监管者面临的声誉受损和监管资源不足的风险；二是产品创新带来的“复杂性”等问题不易界定。各国采取的产品干预手段都关注了产品的创新性及创



新所带来的“复杂性”问题，但评价一个产品是否复杂往往有主观性。英国监管部门多年来就一直纠结于“如何运用监管和市场机制来让投资产品变得‘简单’的问题”。此外，某些创新性和复杂性产品对一些金融消费者群体来说未必是坏事，因为可能为他们带来更高的收益。

基于金融产品生命周期的干预政策，表现出英国、欧盟和韩国金融监管界对产品监管的新思考，展现出行为监管和金融消费者保护的事前预防机制，有助于采取“先发制人”的方式从产品源头上把控风险。从产品干预的起源来看，这些措施产生于危机后各国对危机的反思，其监管方式更像是针对西方国家开出的“药方”，这个认识在中国金融市场国际化水平较低的时期是无可厚非的，但是，在当前国内商业银行开始加大“走出去”，境外业务和资产都大幅增加，国内监管标准与国际标准逐渐接轨的背景下，国内金融监管界借鉴各国产品干预的国际经验就十分必要了。对于国内银行业，尤其是全球化经营的大型银行业金融机构来说，从完全不同的国内市场进入发达国家金融市场，是一个不断学习先进市场监管体系的过程，产品干预的国际经验的学习和加强合规经营也是实现自身稳健发展的需要。

三、商业银行加强产品市场行为风险管控的必然逻辑

危机后西方发达国家针对金融机构产品创新的过度化和不负责任的经营及产品销售，提出了有关监管政策，行为风险（conduct risk）正是近年来在这一监管改革进程中所衍生出的新概念。按照英国监管当局的观点，行为风险是指金融机构行为可能对零售市场金融消费者带来不良后果的风险，如零售市场上的隐瞒产品信息、误导性广告或欺诈、强制或强行销售、过度放贷、服务质量问题、个人金融信息泄露、歧视以及不当债务催收等风险。广义上的行为风险还包括批发市场上的业务不端行为，如操纵银行间同业拆借利率（如 Libor）、操纵外汇汇率、洗钱犯罪问题。对于商业银行，加强产品领域的行为风险防范具有必然的逻辑。

（一）基于产品生命周期施加干预已成为国际趋势

金融产品的创新为金融市场的繁荣奠定了基础，增加了金融消费者信用的可获得性，提高了产品的丰富程度和个性化程度，但金融创新是一把“双刃剑”，被认为是上一轮国际金融危机主要诱因之一，主要表现为金融产品和交易在创新规则下容易脱离实体经济，加大金融市场的波动性。复杂的产品设计还可能使众多金融消费者无法理解产品合同中的关键性条款，致使金融消费者无法理性地选择适合其自身的产品，同时也降低了金融市场有效竞争。以往的监管方式主要是通过制定强制性信息披露规则，强调商业银行加强销售阶段的行为风险管控，但这种监管方式下仍然会产生两个方面的问题：一是信息不对称、金融消费者非理性选择以及金融知识缺乏的情况下，消费者极易受到商业银行的不当引导；二是业务规则中可能已经埋下了损害金融消费者的“隐患”，即使金融产品形式上满足监管要求，但在开发和设计阶段可能未考虑消费者利益和需求。

为此，一些发达国家建立了独立性较强的行为监管机构或金融消费者保护机构，体现了金融消费者保护工作专业化的趋势。一些国家的监管机构还对某类金融产品采取禁止性的干预，例如，比利时金融服务和市场监管局（FSMA）、法国金融市场管理局（AMF）曾要求商业银行暂停向消费者推销那些“复杂得毫无必要”的结构性金融产品。英国、欧盟和韩国的监管机构建立了基于金融产品生命周期的干预规则，并逐渐成为各国监管界效仿的对象。

（二）行为风险防控可以降低商业银行行为风险成本

对金融产品施加干预的行为监管实践，一方面有助于控制金融风险，确保金融市场的良好运行和保护客户利益。当行为监管当局意识到商业银行行为可能影响金融市场诚信和损害金融消费者权益时，它比审慎监管机构可以更为迅速的对问题提前做出反应；另一方面提高了商业银行行为成本（conduct cost），这些成本包括直接的监管处罚、公司财务损失以及声誉风险等。对于商业银行来说，行为风险事件带来的最直接的影响还是遭受监管处罚。例如，英国金融行为监管局曾对劳埃德银行处以 2800 万英镑的巨额罚款（相当于 2.8 亿元人民



币)，理由是劳埃德银行对产品销售人员采取了“失误”的薪酬激励。在这一薪酬机制下，为了达到销售目标并获得奖励以及避免降职，产品销售人员会倾向于卖出更多产品，而不顾产品是否适合金融消费者。监管处罚带来的影响不仅造成了公司财务损失，还对公司声誉产生了负面影响。

表2展示了英国行为成本项目研究基金会（Conduct Costs Project Research Foundation）对全球16家大型商业银行的行为成本进行的核算，2010-2014年这些商业银行缴纳了1599.3亿英镑的处罚，行为成本总额达到2055.6亿英镑。图2还表明国际商业银行行为风险成本变化大体上存在上升的趋势。因此，加强行为风险防控和降低行为风险成本，将是国内商业银行，尤其是跨国经营的大型商业银行所面临的重要问题。

表2 国际商业银行2010-2014年的行为风险成本（单位：十亿英镑）

商业银行	成本 2010-2014	计提准备金 2014.12.31	成本总和 2010-2014	成本总和 2009-2013	相对 2009-2013的 位置	成本总和 2008-2012
美国银行	55.80	8.25	64.05	66.40	↔	54.00
摩根大通集团	28.65	4.26	32.91	35.78	↔	24.65
劳埃德银行	12.24	3.38	15.62	12.72	↔	9.24
花旗集团	12.17	2.58	14.75	7.57	↑ (+2)	11.84
英国巴克莱银行	7.60	4.59	12.19	7.89	↔	5.06
苏格兰皇家银行	6.79	4.11	10.90	8.47	↓ (-2)	4.24
德意志银行	6.01	3.37	9.37	5.62	↑ (+1)	3.95
汇丰银行	6.39	2.51	8.90	7.21	↓ (-1)	6.25
法国巴黎银行	6.04	1.72	7.76	3.54	↑ (+4)	1.89
西班牙国际银行	3.87	3.07	6.94	3.57	↑ (+2)	4.14
高盛集团	4.05	2.08	6.13	3.65	↓ (-1)	3.95
瑞士信贷银行	4.01	1.84	5.85	3.58	↓ (-1)	3.00
瑞士联合银行集团	3.42	1.99	5.41	4.18	↓ (-4)	24.65
澳大利亚国民银行	1.83	1.00	2.82	2.34	↔	n.a.
渣打银行	0.96	0.05	1.00	n.a.	n.a.	n.a.
法国兴业银行	0.08	0.86	0.94	0.70	↔	1.28
总计	159.93	45.63	205.56	173.22		158.14

资料来源：根据CCP研究基金会（2015）翻译。

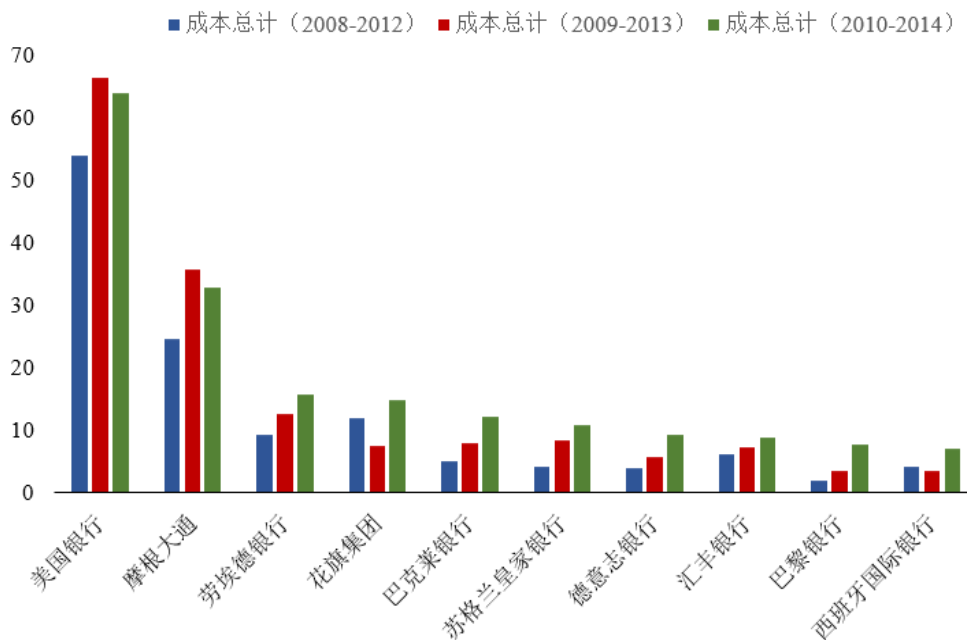


图2 国际商业银行行为风险成本变化趋势

资料来源：根据 CCP 研究基金会提供的数据制作。

（三）提振金融市场信心与推动银行创新的良性发展

以 FCA 为代表的行为监管机构一直把提升金融消费者市场信心作为其监管目标之一，并阐述了金融机构的不当行为（misconduct）如何让消费者丧失了市场信心。金融创新带来的产品复杂性特征对消费者的影响极具隐蔽性，可能掩盖产品交易中的不公正和欺诈行为。以国内互联网平台 e 租宝为例，该企业在产品推销过程中并不会立即损害金融消费者的财产权益，而是等到产品到期不能兑付时，才暴露出对客户利益的损害。从商业银行的角度来看，商业银行对自身行为风险管控不当，会不断蚕食金融市场诚信，普遍的不当行为可能导致整个市场陷入缺乏信心的困境当中。从金融消费者角度来看，为了避免资产损失，客户往往选择逃离金融市场，当他们的理性预期和行动一致时，可能导致“投资者逃离”。由于金融消费者对于推动社会经济发展和金融创新有着重要作用，需要加强产品市场的行为风险管控和金融消费者权益保护，从而提升金融消费者的市场信心，最终促进商业银行创新的良性发展。

四、商业银行应加强金融产品创新和行为风险管理

理性的寻求经济效益和进行金融创新是商业银行参与市场竞争不可避免的目标，商业银行在追求经济效益时，应立足于市场真实需求，高度重视自身行为规范，加强产品领域的行为风险管控，以实现自身稳健经营和发展。

（一）保持金融产品创新和行为风险管控适度平衡

金融产品创新是满足多样化市场和多层次客户需求的重要手段，也是商业银行发展的动力和源泉。产品创新只有充分考虑金融消费者的需求，符合金融市场公平、诚信和适当性原则，才能获得金融消费者的支持，最终确保商业银行的经济利益和创新的持续性。商业银行在经营和发展中面临的一个重大挑战是，如何才能在不损害金融创新带来的利益前提下，加强保护金融消费者权益保护。

首先，充分认识产品创新和行为风险防控之间的辩证关系。追求金融创新的“过度化”而忽视行为风险防控，引发的监管处罚会侵蚀资本和利润，严重时还会导致商业银行破产；反之，过分强调行为风险防控而忽视创新的积极作用，则会导致商业银行的经营活力下降、市场份额比重降低、金融消费者资源流失，进而难免出现利润损失乃至被并购的命运。因此，商业银行要保持可持续经营和发展，就必须要在产品创新与行为风险防控之间保持适度的平衡。

其次，需要把对产品创新和行为风险的认识付诸实践。一方面，商业银行要适当加强产品创新，最大限度的调动和分配可支配的金融资源，促进金融投资产品的多样化，进而提升市场竞争力、吸引客户资源、扩大业务规模和提高经济效益；另一方面，要认识创新可能对金融消费者权益造成的损害，确保产品创新有充分的透明和认知度，警惕设计过于复杂的新产品，避免信息不对称情形下导致银行消费者的非理性选择。

（二）建立基于金融产品生命周期的行为风险管理流程

跟踪国际监管趋势，建立基于产品生命周期的全流程行为风险防控制度，是我国商业银行防范行为风险和保护金融消费者权益的有效办法。具体来说：

第一，建立产品研发过程中的行为风险防控制度。目前，中国商业银行在行为风险防控上更多的是制止不当销售和客户投诉处理，而对产品研发和设计阶段关注较少。商业银行往往优先考虑商业利益，而不惜牺牲金融消费者的利益，相关产品研发部门在产品的设计阶段的不纯动机非常大，但要消除这种产品设计阶段的不纯动机并不比消除推销过程中的动机风险简单多少。解决这类问题的关键在于制定一系列事前管控制度，在早期预防行为风险的产生。例如，商业银行董事会和高级管理人员，应审查政策体系、商业规则和管理流程，确保市场和商业行为能够促进公平交易和保护金融消费者；充分利用产品投诉案例库，掌握投诉产生的原因和关键点，在产品设计过程中尽力规避导致消费者不满的因素；拓展产品部门与外部的沟通渠道，邀请客户、法律和业务人员对产品设计提意见，提高商业银行产品和服务质量以及零售市场满意度；行为风险牵头管理部门应当从金融消费者立场出发，对新产品及其业务规则条款进行审核，发现不利于消费者的内容，要求相关部门暂停推广，同时提出改进措施。

第二，加强产品推广和销售过程中的行为风险管理。为规避不当销售行为以及由此产生的客户投诉和纠纷，商业银行应重视公平交易原则：一是要从战略角度出发，协调相关政策和实践、协调内外部利益相关者，加强金融消费者教育，塑造公平交易的销售文化，制定不当行为检举规程；二是做好产品的尽职调查，让操作人员、法律人员、合规人员和一线监察人员参与尽职调查过程，确定产品适用以及不适用的金融消费者群体，评估金融产品的风险和收益特征，依据目标消费者的基本情况和大概的金融知识水平来制定营销方案；三是确保销售人员或代理人的资质，采用销售人员与消费者利益相匹配的薪酬激励制度，薪酬制度设计时可以在销售人员和代理人的薪酬结构中加入一些指标（如投诉率、金融消费者满意度问卷调查评估、产品资产状况等）来防控行为风险。督促销售人员根据金融产品的种类与金融消费者的风险偏好、财务状况等具体情况，向金融消费者提供适当的、优质的建议；四是恰当的提供准确、清晰和及时的信息，力求表述的语言简单易懂。此外，还需督促产品和销售部门制定销售程序手册，将产品推广和销售流程制度化、规范化；掌握金融消费者关于



产品和服务中不满的原因，与相关部门定期协商并要求改善。

第三，建立产品售后环节的行为风险处理机制。商业银行应该建立完整的程序，独立、有效、透明、迅速的处理金融消费者投诉，向金融消费者确保其投诉能得以公正解决。从独立和有效性角度来看，商业银行要建立畅通的投诉处理流程，对投诉案件进行公正评估，确保独立和有效的解决消费者问题，同时要就收到的大量投诉问题进行分门别类，展开调查，以便发现和改进产品中潜在的风险问题；从透明性来看，商业银行投诉受理渠道要实现多元化和公开化，投诉处理进度要能够随时可以查询；从迅速性来看，商业银行应为投诉处理制定恰当的时间标准，投入充分的人力资源，在规定的时间内及时解决投诉问题。行为风险牵头管理部门要与产品和营销部门进行定期协商，建立业务和产品改善制度；建立起统计分析数据系统，投诉处理数据库应该按照投诉类型、原因、产品、网点及部门等不同分类进行投诉数据统计，以便发现系统性和采取应对措施；还要建立专门针对行为风险牵头管理部门的监督评估体系，检验其工作是否符合行为风险管控的工作原则。