

條例的相關條文

條例的**保障資料第 1 原則**所列的收集限制原則，訂明只可收集必需、足夠但不超乎適度的個人資料，而收集的方式須合法及公平。向資料當事人收集個人資料時，資料當事人應獲告知他有責任提供該等資料抑或是可自願提供該等資料，以及若不提供該等資料會承受的後果。資料當事人亦應獲清楚告知收集資料的目的及該等資料可能會移轉予甚麼特定類別的人。

關於個人資料的使用，**保障資料第 3 原則**訂明，除非得到資料當事人的訂明同意，否則個人資料只可用於收集資料的原本目的或與之直接有關的目的。

條例**第 34 條**特別規管直接促銷活動。該條規定資料使用者首次使用個人資料進行直接促銷時，須告知資料當事人，他有權要求資料使用者停止使用其個人資料進行直接促銷(即「拒絕服務」的權利)。資料當事人行使「拒絕服務」的權利後，資料使用者須停止如此使用該等個人資料，否則資料使用者可能觸犯法例。

進行直接促銷活動的行業或商業做法：對個人資料私隱的影響

(i) 為直接促銷活動而收集超乎適度的個人資料

至於收集個人資料的目的是包括直接促銷用途，資料使用者應小心考慮和決定收集個人資料的種類及範圍，而資料當事人應清楚獲告知其個人資料預計將會被使用於甚麼用途。在考慮到資料當事人(直接促銷活動的對象)的一般理解水平，資料使用者應給予資料當事人一份清晰易明的「收集個人資料聲明」。

(ii) 在可行情況下，未能取得資料當事人同意而對其進行直接促銷活動

很多時，資料使用者為達致主要目的而收集的個人資料種類，可以與其他附帶目的(例如直接促銷活動)分隔及區分。在考慮到資料當事人對個人資料私隱的合理期望，如資料使用者實際上能就使用資料作直接促銷用途向資料當事人取得特定的同意，則應避免向資料當事人尋求「綑綁式的同意」。資料使用者應該為了這個原因而向資料當事人收集個人資料及其他資料設計一份申請表。

八達通事件引起公眾對使用個人資料進行直接促銷活動的關注。如涉

及將資料移轉予第三者，尤其是過程牽涉利益及收益，則須嚴肅地對待道德及法律問題，以及資料當事人的期望及渴求。從保障個人資料的角度來看，資料當事人的明確同意(即表明希望「接受服務」)是最為可取，以避免引起對個人資料的獲准用途的疑問。

(iii) 收集個人資料的方式未必公平

如收集個人資料的真正目的是進行直接促銷活動及有關資料會被移轉至其他「業務夥伴」，資料當事人不應在被誤導的情況下而提供其個人資料。資料使用者向資料當事人收集其個人資料之時或之前，應明確告知資料當事人該等資料的實際用途。

(iv) 未能具體說明有關資料的承讓人類別

個人資料的承讓人類別應以具體字眼界定。資料使用者應清楚說明個人資料是否會被移轉予第三者進行直接促銷，並應避免以含糊字眼，如「業務夥伴」或「有關第三者」來界定承讓人的類別，因為這會讓資料使用者無限制地利用所收集的個人資料。資料當事人自然是關心獲准承讓人的類別，以及個人資料被移轉的程度，例如個人資料會否被移轉至香港境外或被用於所有服務的促銷，超出他們的合理私隱期望。

(v) 限制移轉個人資料的種類及直接促銷活動的運作模式

資料使用者使用個人資料進行直接促銷活動時，應小心考慮使用個人資料的數量(根據條例第 2 條，「使用」一詞亦包括個人資料的移轉及披露)。在大多數情況下，使用聯絡資料(即姓名、聯絡電話或地址)已經足夠。資料使用者向第三者披露過多個人資料，會產生違反保障資料第 3 原則的風險。

如個人資料會被移轉予第三者，為第三者的產品或服務進行直接促銷活動，資料使用者應避免讓第三者以資料使用者的名義進行有關活動，因為這會誤導資料當事人，令他們覺得其個人資料沒有被移轉，並且是與資料使用者直接交易。這個運作模式可以構成以不公平方式收集個人資料。

(vi) 確保不會過度保留不再需要的個人資料

當用於直接促銷的個人資料不再需要時，例如直接促銷活動或計劃已完成或資料當事人已根據條例第 34 條行使「拒絕服務」權利，資料使用者應採取步驟，確保安全地刪除有關資料。因此，如個人資料被移轉予第三者進行直接促銷，資料使用者須盡快向承讓人尋求保證及證明，承讓人已刪除個人資料及不會進一步使用個人資料或把個人資料用於其他用途。