



個人資料私隱專員出席「第四十三屆傑出推銷員獎」頒獎典禮致辭全文
(只有中文)

以下為個人資料私隱專員蔣任宏今日(六月十日)出席由香港管理專業協會與市場推銷研究社合辦之「第四十三屆傑出推銷員獎」頒獎典禮的致辭全文：

各位嘉賓：

對香港管理專業協會與市場推銷研究社合辦之第四十三屆傑出推銷員獎的各位得獎者，本人再一次致以衷心祝賀。這項計劃對優秀推銷員追求卓越的精神、專業的地位，以及傑出的成就予以肯定，意義非凡。今天賓客雲集，場面鼎盛，相信大家都非常興奮。我也十分雀躍，能有這樣一個機會，跟台下多位朋友分享我對個人資料私隱保障的一點看法。

在現今的數碼紀元，資訊及通訊科技的使用方式日新月異。這種趨勢有助我們更容易快捷收集及使用大量個人資料。根據一項估計，過去七年所收集回來的資料，比過往整個人類歷史所收集得到的還要多。而全球數碼資訊的總量將在十年內增加逾 40 倍。

資訊以驚人的速度暴增，身處這個 Web 2.0 的新時代，透過資訊網絡，越來越多的人與事物都能夠即時連接起來，當中蘊含龐大商機。《經濟學人》曾評論，資訊正逐漸成為一種相等於資本和勞動力的新品種原材料。而《世界經濟論壇》甚至把個人資料稱為「21 世紀新型資產」。從香港的八達通事件，大家也已經認識到個人資料是有價的。

無可否認，收集、儲存及深入分析個人資料，能創造經濟及社會價值，並能以創新的方法大幅提升公司的生產力及競爭力。但與此同時，卻也對私隱及個人資料的保障構成巨大的風險。

近年傳媒廣泛報導大大小小的個人資料私隱保障不足之個案，反映一般企業普遍未有非常重視個人資料私隱的權益。在國際層面上，智能手機生產商最近竟然在未得手機機主的同意前，收集和儲存機主行蹤的資料，引起全球鬨動。其實，很多手機或互聯網上的應用程式 (apps) 均在未得用戶明確允許之前，私自記錄用戶使用網上不同服務的細節，從而方便它們了解用戶的個人特點，再

推銷產品和服務。這些做法根本就是對個人私隱的侵犯。

在香港，去年的八達通事件可說是香港保障個人資料私隱歷史上一個重要的里程碑，它凸顯了企業之間的通病，就是對《個人資料（私隱）條例》的認識不深，以及對私隱的尊重不足，在營運過程中犯上兩個嚴重的原則性錯誤。這兩個原則分別是：一、收集和處理個人資料時應公開透明(open and transparent)；二、使用個人資料時客戶應知情和同意(informed , consent)。

八達通的案例可說只是市場上的冰山一角，很多公司在收集個人資料的聲明裡都訂立了一些不太公平的條文，經常以比較含糊的字眼，比如是資料會轉交給公司尚未列明的商業夥伴以及用途等等，結果主導權完全在他們手上，對客戶權益的保障並不足夠。更極端的例子是未經客戶的明確同意，擅自把收集回來的個人資料轉售予第三者，從中獲取金錢收益。

自八達通私隱違規事件至今，轉眼間已一年，香港企業在個人資料私隱保障方面是否已有改善？正面來說，我們看到有明顯改善之處。很多企業已修訂了他們的個人資料收集聲明，比較清楚而明確地介紹了資料使用上的不同用途，以及說明資料會轉移至哪一類的人士或機構。一般來說，它們對私隱條例的要求已是更為關注。我們在四月至六月推出的一系列資料保障專業研習班課程也供不應求，要由本來的十班增加至二十五班，方可滿足報名人士的需求。

可是，讓我擔心的是另一項事實。以上所說，都是形式上的改變，當中跟真正尊重私隱的理想，還有一點距離。這從我們近來接觸的投訴人，還有我們主動調查的個案裡，皆可見一斑。

首先，在拒絕直銷服務方面進行規管時，我們接觸的個案可謂光怪陸離。一般來說，直銷商使用電郵向客戶推銷時，應該提供讓客戶拒絕接收的電子連結，確保客戶可以行使這項權利。然而，不少直銷商均要求客戶以郵遞方式，書面提交拒絕服務之申請。這對客戶並不公平。

同時，我們處理的直銷電話滋擾個案並沒有減少。即使客戶已明確表示不欲接收直銷電話，不少商戶仍然罔顧客戶指示，繼續打出這些電話。大家要知道這種做法屬於刑事罪行，今年已有兩宗成功入罪個案。

我們處理的個案中，也有對條例有一定認識的企業，為了達到他們的商業目的，採用一些能繞過條例規管的營商手法，漠視私隱保障精神。我們發現不止一家公司把客戶轉介給另一公司，成為後者的推銷對象，同時蓄意掩飾這種做

法。它們首先會直接聯絡客戶，提供服務優惠或獎賞，但客戶必須先登記，方可享用這些優惠或獎賞。然後，公司便會巧妙地把客戶轉介至另一公司，以進行登記手續，在登記期間，該公司又會趁機推廣自己的服務。這樣一來，客戶究竟是否自願接受這些陌生公司的服務推介，實在令人質疑。

去年十月，我們發出了有關收集及使用個人資料作直銷用途的指引，列出多項值得推介的最佳做法（best practices）。然而，當中一些關鍵建議卻未被廣泛採納。舉例而言，消費者為申請企業服務而填寫表格時，仍然只能簽署確認整份表格，而無法選擇拒絕一些自己明明不贊成的個人資料使用條款，包括把資料用於與服務無關的速銷用途，甚至是把資料轉移或出售予第三者以牟取利潤。我們建議在表格上增加可自由剔選的方格或簽署欄，讓客戶可以選擇是否同意某些額外的資料用途。企業向消費者提供選擇不同意使用其個人資料作直銷用途這個建議，已納入政府對《個人資料（私隱）條例》的修訂方案，應隨同修訂條例落實而生效。然而，大部分企業仍然採取觀望態度，沒有主動踏出一步，以消費者權益為先，儘快朝著條例修訂的方向作出改善。

又有一些個案，當中的企業似乎已按指引辦事，但我們細心了解其安排詳情後，發現它們印製表格時，卻會在客戶用作拒絕某些個人資料用途的方格上，預先印上剔號，這種做法令人啼笑皆非。

由此可見，不少企業對於個人資料的保障仍然抱殘守缺，態度輕忽，僅滿足於符合法例的最低要求，千方百計在條例的灰色地帶裡鑽空子，傾向儘量行使自己的酌情權，而犧牲客戶對其個人資料的自決權。這與成功企業應有的「以客為本，積極進取」態度可謂背道而馳。

兩個多月前，我在報紙上看到某跨國企業（也是本港藍籌公司）的招聘廣告，職位是 Data Exploitation Analyst，翻查一下字典，exploitation 就是剝削。我希望這只是語文運用問題，而不是該公司真的希望剝削客戶權益。

在座各位都是商界翹楚，是市場推廣的專業人士，也是明日之星。香港的營商環境對消費者是否公平，一切繫於大家如何制定、落實公司的政策及運作守則。企業要長期持續發展，必須建基於客戶的信任；在這方面，尊重個人私隱絕對是不可或缺的一環，我深信大家完全了解這一點。各位透過高瞻遠矚的創新取態，必能善用商機無限的個人資料，為企業和客戶締造雙贏。

謝謝大家。