


保險從業員 如何 保障客戶的 個人資料



香港個人資料私隱專員公署
Office of the Privacy Commissioner
for Personal Data, Hong Kong





在香港，市民在個人資料方面的私隱權利，是受到
《個人資料(私隱)條例》(下稱「條例」)的保障。

保險從業員的日常工作須處理大量客戶的個人資料，
例如：姓名、電話號碼、地址、身份證號碼、投保申請書
及保單內客戶的資料等。保險從業員在收集及持有個
人資料、確保個人資料的準確性、訂定個人資料保留
期、個人資料的保安、查閱及更改個人資料各方面，必
須遵從條例的規定。

尊重客人私隱，得到他們的信賴，有助業界建立良好商
譽，長遠來說，必會廣增客源，提升生意額！



甚麼是個人資料?

個人資料是指任何直接或間接與一名在世人士有關，而從中可以確定其身份的資料，個人資料包括有關該名個人的意見的表達。有關資料必須儲存在記錄內，並且可加以處理或檢索。



條例中載有六項保障資料原則及使用個人資料作直接促銷的規定，與保險從業員的工作有直接關係：

六項保障資料原則

第1原則 —

收集個人資料的目的及方式

個人資料的收集必須與資料使用者的職能或活動有關，而收集的資料就收集目的而言屬必需，並不超乎適度；及以合法及公平的方法收集，並須告知資料當事人收集的目的及可能將資料轉移給甚麼類別的人。

例子：

· 在收集客戶的個人資料時，應向客戶提供一份「收集個人資料聲明」，清楚述明收集資料的目的、資料可能會移轉給甚麼類別的人、不提供資料所需承受的後果及查閱資料要求的權利。這份聲明可附加在投保申請書等文件上。



第2原則 —

個人資料的準確性及保留期間

須採取所有切實可行的步驟確保個人資料的準確性，並在達到資料的使用目的後，刪除資料。

例子：

· 如寄給客戶的郵件經常被退回，這可能表示郵件所使用的郵寄地址不準確，應停止使用及更新有關地址。
· 應制訂政策，述明與客戶有關的個人資料的保留期。



第3原則 —

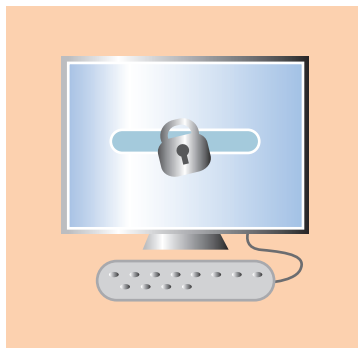
個人資料的使用

限制個人資料只可使用於當初收集的目的或直接有關的用途上，除非已事先獲得資料當事人的「訂明同意」。「訂明同意」是指當事人明確及自願給予的同意，而當事人其後沒有書面撤回這項同意。

例子：

· 一般情況下，保險從業員不可將客戶的個人資料披露予其他公司作促銷該公司產品之用，除非事先得到有關客戶的訂明同意。



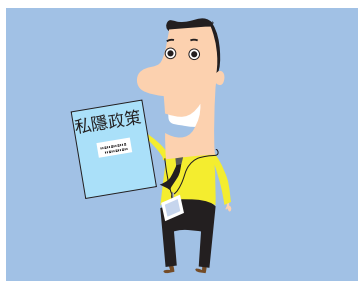


第4原則 — 個人資料的保安

須採取所有切實可行的步驟確保個人資料的保安，免受未獲授權或意外的查閱、處理或刪除。

例子：

· 如使用窗口式信封郵寄載有客戶個人資料的文件，應確保客戶的敏感資料(例如身份證號碼)不會從信封的窗口顯現出來。如信件只供收件人拆閱，應考慮在信封面上蓋上「私人密件」的字眼，並加以密封。

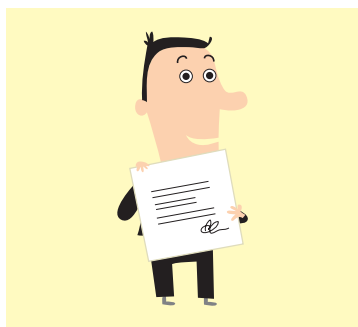


第5原則 — 資訊須在一般情況下可提供

資料使用者須公開他們的個人資料政策及實務。

例子：

· 制定及備存「私隱政策聲明」，列明持有的個人資料類別、個人資料的主要使用目的及有關政策。有關政策可在公司的網頁內展示。



第6原則 — 查閱個人資料

個人有權查閱及更改自己的個人資料，機構須在接獲查閱資料要求後40日內依從有關要求。

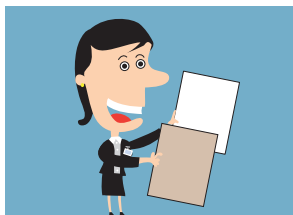
例子：

· 客戶有權要求保險公司提供有關他的保單資料的複本。

條例第34條 — 直接促銷

保險公司在首次使用客戶的個人資料作直接促銷時，必須告知有關客戶，他/她可要求公司停止將他/她的個人資料作直接促銷用途，即向客戶提供「拒收直銷訊息」選擇。

從業員進行電話促銷流程圖：



致電前

先核對拒收直銷訊息人士的名單，以確定所打的電話號碼不在名單之內。



通電話時

先說出公司名稱及從業員的姓名。讓對方知道可選擇拒絕接收直銷電話。你可向對方說：「如你不希望再收到我們的直銷電話，請告知我，我們便不會再打電話給你。」



致電後

如對方表示不希望再收到你的直銷電話，請記錄下來，並更新拒收直銷訊息名單。保險公司不能就此向對方收費。

注意事項：

- 保險公司應備存一份列有已表示不希望再收到該公司任何直接促銷電話人士的名單。
- 名單應定期及適時更新（建議一星期一次），以確保依從拒絕接收直銷訊息人士的要求。

實務貼士

(一) 收集及使用客戶的個人資料作直接促銷用途

問 保險公司(公司甲)可否以其他公司(公司乙)的名義促銷本身的產品？

答 如有關情況令客戶誤以為是公司乙正在進行促銷該公司的產品/服務，而該客戶基於信賴公司乙才購買有關產品/服務，以及提供相關的個人資料，此舉有可能違反條例保障資料第1(2)原則，該原則規定收集個人資料的方式必須合法及公平。



問 服務申請表中，同時包含資料使用者所提供服務的條款及細則，以及有關將收集的資料用於促銷與原本尋求的服務沒有直接關係的產品或服務，但申請表上只得一欄讓客戶簽署，資料使用者這做法如何？

答 若有關資料使用者這樣做的話，該客戶只可有兩個選擇(i)放棄申請服務；及(ii)給予「網綁式同意」，即是接受原本尋求的服務的條款及細則的同時，須接納資料使用者使用其個人資料於該促銷用途上，雖然他是不同意把他的個人資料用作促銷用途上。在此情況下，建議資料使用者的服務申請表應將客戶同意購買服務的條款及細則部分，與客戶同意其個人資料被用於促銷與他原本尋求的服務沒有直接關係的產品或服務的部分區分開來。要達到這目的，建議的方法包括讓客戶在空格上加上「√」號，或另行簽署，表明是否同意把其個人資料用於訂明用途。

問

在設計「收集個人資料聲明」時，有甚麼地方特別需要留意？

答

首先，「收集個人資料聲明」的設計和展示，應該讓擁有正常視力的客戶易於閱讀；第二，「收集個人資料聲明」應獨立處理，內容不應含混於資料使用者的服務條款及細則之中；

第三，「收集個人資料聲明」所使用的語言要易於理解，避免使用法律詞彙或晦澀難解的詞組；第四，保險公司可提供

服務台或查詢服務等進一步支援，協助客戶了解「收集個人資料聲明」的內容。另外，資料使用者應考慮收集個人資料的實際情況，例如目標客戶的特徵(如年齡、教育程度等)，盡力使「收集個人資料聲明」內的訊息有效地傳遞予客戶。



問

保險公司可否從公共領域(例如公共登記冊)的記錄取得個人資料作直銷用途？

答

如有關公共登記冊已指明禁止把個人資料用於直接促銷，保險公司就不應從該公共登記冊取得個人資料作直銷用途，否則不單可能違反保障資料第3原則，亦可能違反設立公共登記冊的相關條例。如有關公共登記冊沒有指明該等個人資料的使用目的，保險公司則須考慮設立有關公共登記冊的背景，及資料當事人的合理期望，以決定該等個人資料是否可被用作直接促銷用途。



問

保險公司可否將其客戶的個人資料，轉移給其他公司以獲取金錢收益？

答

此舉通常不會被視為收集資料的原本目的或直接有關的目的。有關資料使用者必須就出售資料取得客戶的明確及自願同意，否則該資料使用者會承受違反條例的保障資料第3原則的風險。可以用簽署或勾選方格的方式示明客戶的同意。



公署於2010年10月發出了《收集及使用個人資料作直接促銷指引》，為資料使用者在收集及使用個人資料進行直接促銷活動提供實用性指引，有關指引可於公署網頁 www.pcpd.org.hk 下載。

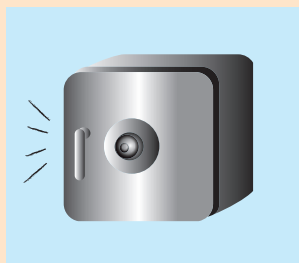
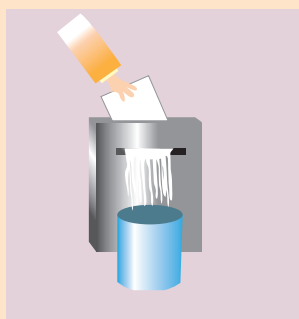
(二) 有關客戶個人資料的保留期

問 保險公司可保留客戶的個人資料多久？

- 答**
1. 由於每間機構的收集及使用的情況有所不同，所以條例並無訂明一個固定的資料保留期。
 2. 保險公司應制定個人資料的保留期，在決定保留期間是否合理時，應考慮是否已履行有關資料的收集目的。
 3. 如果個人資料不再需要用於原有目的，便應予以刪除。
 4. 私隱專員曾對一間保險公司進行調查，發現該公司無限期保留未能成功投保的申請人的個人資料。私隱專員認為如未能成功投保但卻涉及金錢交易的申請(例如保費在申請時已繳交)，保留有關個人資料的理想期限應該不超過七年。至於沒有涉及金錢交易而未能成功投保的申請，私隱專員認為兩年的保留期限一般足以滿足該公司所述的各項目的。
(有關此個案的詳情可參閱公署網頁內的「個案簡述」部份)

(三) 個人資料的保安

問 保險從業員應採取甚麼保安措施保障客人的個人資料？



- 答**
1. 如需要攜帶載有客人個人資料的文件離開辦公室，應小心保管資料，以防意外遺失；並須防止未獲授權人士查閱該些資料。
 2. 如使用流動電子儲存裝置（如手提腦、USB記憶體），應確保有關裝置只儲存所需資料及資料應被加密處理，當使用完資料後應將之從裝置中刪除。
 3. 確保個人電腦內沒有安裝檔案分享軟件，例如Foxy。如不會再使用儲存在電腦內的個人資料，亦應該將之徹底清除。
 4. 切勿隨便丟棄載有個人資料的文件，應使用碎紙機銷毀。



香港個人資料私隱專員公署

查詢熱線：(852) 2827 2827

傳真：(852) 2877 7026

地址：香港灣仔皇后大道東248號12樓

網址：www.pcpd.org.hk

電郵：enquiry@pcpd.org.hk

香港保險業聯會

電話：(852) 2520 1868

傳真：(852) 2520 1967

地址：香港灣仔駱克道353號三湘大廈29樓

網址：www.hkfi.org.hk

電郵：hkfi@hkfi.org.hk

© 香港個人資料私隱專員公署
2011年10月

歡迎轉載本小冊子內容，但請適當地識註明資料出自本小冊子，及不得作牟利用途。