

收集及使用個人資料作直接促銷指引



重要告示

本指引已依照《個人資料(私隱)條例》(下稱「條例」)於2012年10月1日起生效的有關新修訂作出修改。至於有關收集及使用個人資料作直接促銷的新規定(下稱「新規定」)還未生效，並不列入本指引的修訂範圍內。在參閱本指引的資料及條文時，須小心留意上述的情況。

個人資料私隱專員(下稱「專員」)稍後將會就有關收集及使用個人資料作直接促銷的新規定發出新指引。當有關的新規定生效後，新指引便會取代本指引。

導言

直接促銷是香港常見的商業活動，經常涉及收集及使用個人資料。在過程中，資料使用者必須遵從條例的規定。為此，專員發出本指引，為收集及使用個人資料進行直接促銷活動的資料使用者提供一般性指引。此外，資料使用者亦須考慮其他與電話促銷及直接促銷相關的法例及規例，例如《證券及期貨條例》第174條及《非應邀電子訊息條例》。個別行業亦應遵守其有關的專業團體所發出的指引及實務守則，例如由銀行公會發出的直接促銷電話自願營

運守則(只要它們不牴觸條例下有關處理個人資料的規定)。

「直接促銷」在條例下的定義

根據條例第34(2)條，「直接促銷」指：

- (a) 要約提供貨品、設施或服務；
- (b) 就貨品、設施或服務的可予提供而進行廣告宣傳；或
- (c) 索求用於慈善、文化、娛樂、政治或其他目的的捐贈或貢獻，而該等要約、廣告宣傳或索求是藉着以下資訊、貨品或通話進行的—
 - (i) 藉郵遞、圖文傳真、電子郵件或其他相似的傳訊方法送交予任何人的資訊或貨品，而該等資訊或貨品是指名致予某一個或某些特定人士的；或
 - (ii) 以特定人士為對象的電話通話。

資料使用者須遵守條例的規定，尤其是第34條及附表1的保障資料原則。以下重點列出條例下有關收集及使用個人資料作直接促銷的規定。

I. 直接向客戶收集個人資料作直接促銷

不可收集超乎適度的個人資料

保障資料第 1(1)原則主要規定資料使用者只可為直接與其職能或活動有關的合法目的而收集必需、足夠但不超乎適度的個人資料。

資料使用者通常不會只為直接促銷目的而收集客戶的個人資料。資料使用者收集個人資料通常是有特定的主要目的或原因(例如：電訊營運商提供流動電話網絡服務，或銀行提供金融服務)。資料使用者可收集達至該特定目的所需的個人資料，但只有在客戶選擇自願提供資料的情況下，資料使用者才可向客戶收集額外資料作直接促銷用途。

一般來說，客戶的姓名及聯絡資料應該足以進行直接促銷。資料使用者或會收集更多資料，以進行客戶概況彙編及分類，從而提高直接電話促銷的成本效益。在這情況下，資料使用者應通知其客戶，提供此等額外資料完全屬自願性質。

收集敏感個人資料如香港身份證號碼時，應特別留心。進行直接促銷通常不需要這資料。

以合法及公平方式收集資料

保障資料第 1(2)原則規定收集個人資料的方式必須合法及在有關個案的所有情況下屬公平。在考慮何謂在有關個

案的所有情況下屬「公平」時，應考慮的因素包括：

- 有否使用欺騙或誤導方式
- 客戶是否自願提供個人資料
- 客戶同意提供資料時所處的情況，會否令人合理地懷疑該同意的真確性

使用欺騙或誤導方式

資料使用者不應使用欺騙或誤導方式收集個人資料作直接促銷。例如，致電對方的真正目的是為了套取該人的個人資料作直接促銷用途，便應在實際收集個人資料前，明確告知對方該真正目的。再舉另一例子，公司甲以公司乙的名義促銷公司甲的產品/服務，有關情況令對方誤以為是公司乙正在促銷該公司的產品/服務，而對方基於這信賴在交易當中提供了相關的個人資料。

自願性

如客戶被要求提供額外個人資料作直接促銷，不論促銷活動是否與收集資料的原本目的直接有關，客戶可自由決定是否提供該個人資料。在這情況下，資料使用者應告知客戶他有權選擇是否提供資料。

在有疑問的情況下取得的同意

這情況可以是：資料使用者透過服務申請表向客戶收集個人資料，而有關表格的設計是不能讓客戶拒絕把其個人資料用於與客戶所尋求的服務無關的直接促銷用途。例如，服務申請表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，或純粹出售或轉移個人資料予第三者換取金錢收益的聲明。如表格上只得一欄讓客戶簽署，他須選擇(i)放棄申請服務，或(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之同時，須接納資料使用者對其資料所訂明的用途，雖然他其實是反對有關訂明的用途。

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的部分，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。要達到這目的，建議的方法包括讓客戶在空格加上「✓」號，或另行簽署，表明是否同意把其個人資料用於訂明用途。

客戶獲告知個人資料的使用目的及承讓人的類別

保障資料第 1(3)(a)及(b)原則規定，資料使用者須採取所有合理地切實可行的步驟，在收集資料當事人的個人資料之時或之前，告知資料當事人他有責任提供該資料抑或是可自願提供該資料、該資料的使用目的，以及該資料可能移轉予甚麼類別的人。資料使用者應採取所有合理地切實可行的步驟，確保此等訊息有效地傳遞予資料當事人。

有效溝通：收集個人資料聲明

雖然保障資料第 1(3)原則沒有規定以書面通知客戶有關資訊，但良好的行事方式是，資料使用者以一般稱為《收集個人資料聲明》的書面通告把收集個人

資料的目的及資料承讓人的類別通知客戶。資料使用者是否已採取所有合理地切實可行的步驟通知客戶《收集個人資料聲明》，應在個案的所有相關情況下予以考慮。

為確保《收集個人資料聲明》有效，資料使用者需考慮以下因素：

- (a) 《收集個人資料聲明》的設計和展示 (包括字體的大小和間距、以及運用底線、標題、強調及對比)，是否讓擁有正常視力的客戶易於細讀？
- (b) 《收集個人資料聲明》的表達是否清晰？(例如，《收集個人資料聲明》應載於獨立的章節，內容不應含混於資料使用者的服務條款及細則之中。)
- (c) 《收集個人資料聲明》所使用的語言是否易於理解？(例如，選用淺白而非艱澀難明的字詞，及避免使用法律詞彙或晦澀難解的詞組。)
- (d) 有否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？

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。

使用目的及資料承讓人類別

個人資料的使用目的可概括或具體地述明，但須指明資料承讓人的類別。資

料使用者不應以寬鬆及模糊的字眼描述使用目的及資料承讓人的類別，令客戶無法切實可行地確定其個人資料可被使用的情況以及誰可使用其個人資料。

儘管資料使用者只須概括而毋須具體地告知客戶收集資料的目的，但亦應避免使用寬鬆的字眼，例如「*公司不時訂明的其他目的*」，以掩蓋收集資料作直接促銷用途。建議的良好行事方式是清楚述明直接促銷活動的類別(例如促銷金融或保險產品)。如資料使用者對直接促銷活動是否與收集資料的原本目的直接有關存有重大懷疑，應在《收集個人資料聲明》中清楚明顯地述明這些擬進行的活動，並應取得客戶的明確及自願同意。

資料使用者應按資料承讓人的特點界定類別，例如「*金融服務公司*」、「*電訊服務供應商*」等，絕不應以模糊的字眼下定義，例如「*公司不時委託的其他代理*」、「*會提供客戶有興趣的服務資訊的特選公司*」或「*所有業務夥伴*」等。

II. 從其他來源收集個人資料

資料使用者可以從其他來源取得一個人的個人資料，而毋須從該人本身取得，例如從跨業直銷計劃的夥伴或從公共領域的記錄取得。他們應知道資料的來源，例如工會或專業團體的電話簿，可能已述明使用個人資料的目的，甚至指明禁止把個人資料用於直接促銷。因此，他們應在使用個人資料作任何直接促銷活動前，確定資料的准許使用目的。例如，政府在網上提供的政府官員電話簿是為了方便政府與公眾之間的

公務溝通。政府亦明確規定禁止使用有關資料作直接促銷。

公共登記冊可能載有關於個人的資料。資料使用者應留意，使用這些公共登記冊內的個人資料，是受登記冊營運者所訂的條款或設立這些公共登記冊的相關條例所規管。如資料使用者在未取得資料當事人的明確及自願同意¹，濫用取自公共登記冊的個人資料作直接促銷，他們不單可能違反**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。例如，使用選民登記冊內的選民個人資料作選舉以外的用途，屬刑事罪行²。

在一般情況下，公共登記冊內的個人資料的准許使用目的，不會包括直接促銷目的。在這情況下，如沒有任何條例指明該資料的使用目的，則資料使用者在決定是否使用個人資料作直接促銷時，須考慮下述事項：

- (a) 設立有關公共登記冊的背景；及
- (b) 資料當事人對直接促銷人員使用該等資料的合理期望。

¹ 保障資料第 3(2) 原則訂明某類第三者，即「有關人士」可代未成年的人、無能力處理其本身事務的人或精神上無行為能力的人同意轉變其個人資料的用途，如該有關人士有合理理由相信，改變使用該資料明顯是符合該資料當事人的利益。此類第三者就上述的資料當事人而言，分別為就對該未成年人負有作為父母親的責任的人；由法庭委任以處理該等事務的人；及根據《精神健康條例》獲委任擔任該名個人的監護人的人(有關「有關人士」定義的詳情，請參閱條例的第 2(1) 條)。

² 選舉管理委員會(選民登記)(立法會地方選區)(區議會選區)規例(第 541A 章)第 22(3)條；選舉管理委員會(登記)(立法會功能界別選民)(選舉委員會界別分組投票人)(選舉委員會委員)規例(第 541B 章)第 42(3)條；選舉管理委員會(選民登記)(村代表選舉)規例(第 541K 章)第 32(3)條。

建議的良好行事方式是，如考慮上述事項後的結論是不應用於擬作的促銷用途，資料使用者應避免使用該資料進行直接促銷。

III. 使用個人資料作直接促銷

條例第 34(1)條規定，資料使用者在首次使用一名個人的個人資料作直接促銷時，須通知該人，他或她可要求資料使用者停止使用其個人資料，但毋須繳付費用。如該人作此要求，資料使用者應停止如此使用有關資料。這項安排一般稱為「拒絕服務」。資料使用者沒有合理辯解而不依從此等規定即屬犯罪，違例者一經定罪可被判處罰款³。

保障資料第 3 原則規定，除非得到資料當事人的明確及自願同意，否則個人資料不得用於新目的。新目的就使用個人資料而言，指在收集該資料時擬將該資料用於的目的以外的目的；或非直接有關的目的。

資料使用者可使用從客戶取得的個人資料於促銷與原本收集該資料的目的直接有關的產品或服務上。例如，銀行可使用客戶的個人資料促銷金融及保險產品。不過，電訊網絡營運商不應使用客戶的個人資料促銷金融及保險產品(因為這些產品與電訊服務無關)，除非已取得客戶的明確及自願同意。

如資料使用者在收集資料時並無打算進行直接促銷活動，但其後卻決定進行有關活動的話，則須在進行直接促銷活動前，包括為直接促銷而將客戶的個人

資料轉移給第三者前，確保該資料的使用與收集資料的原本目的直接有關，並考慮把有關計劃(及當中的理由)告知客戶。如有疑問，資料使用者應先獲得客戶的明確及自願同意。

如資料使用者首次使用個人資料作直接促銷活動，必須遵從條例第 34(1)條的規定，給予資料當事人「拒絕服務」的選擇。如促銷人員是以電話進行促銷，應清楚向資料當事人表示：「如果你不希望再收到我們的促銷電話，請告訴我們，我們不會再致電給你」，讓對方知道有權拒絕服務。

如利用郵件或傳真進行促銷，則應在促銷資料上印有一個可加上「✓」號的小格，並附上回郵地址，以便客戶行使其拒絕服務的權利。

如以電郵向客戶促銷，則應提供資料使用者地址的電子連結，讓客戶行使其拒絕服務的權利。

轉移個人資料予第三者作直接促銷

資料使用者或會轉移⁴客戶的個人資料：

- (a) 予承辦商或代理，以推廣資料使用者與客戶現存的關係直接有關的產品及服務；或
- (b) 予跨業直銷計劃下的業務夥伴(下稱「夥伴公司」)：(i) 以推廣資料使用者(下稱「轉移資料的公司」)與客戶現存的關係直接有關的產

³ 第三級，即最高罰款為\$10,000

⁴ 根據條例第 2(1)條，「使用」一詞，就個人資料而言，包括披露或移轉該資料。

品及服務及/或(ii) 以推廣夥伴公司的產品及服務，而有關產品及服務是與轉移資料的公司原本或目前向客戶提供的產品及服務相似或有關。

作為把客戶的個人資料轉移予夥伴公司的另一選擇，轉移資料的公司可考慮從夥伴公司取得促銷資料，讓本身的職員進行促銷活動。

由代理或承辦商進行直接促銷

資料使用者應注意條例第 65(2)條的條文，該條令資料使用者對其代理或承辦商在條例下的違規行為負責，因此更應謹慎地選擇有信譽的代理或承辦商。

如資料使用者聘用代理或承辦商代為進行直銷活動，有關的代理或承辦商(不論是在香港或香港以外聘用)便屬資料處理者⁵。該資料使用者須根據保障資料第 2(3)原則的規定，採取合約規範方法或其他方法，以確保轉移予該代理或承辦商的個人資料在直接促銷活動結束後的保存時間不會超過所需的時間。該資料使用者亦須根據保障資料第 4(2)原則的規定，採取合約規範方法或其他方法，以防止轉移予該代理或承辦商作處理的個人資料未獲准許或意外地被查閱、處理、刪除、喪失或使用。

與代理或承辦商訂立合約時，應考慮納入以下標準條文：

- (a) 禁止代理或承辦商使用或披露個人資料於議定直接促銷活動以外的目的；
- (b) 規定代理或承辦商須於指明的合理時期交還已轉移的個人資料，包括相關副本或複製本；或規定在直接促銷活動結束後須安全刪除及銷毀客戶的個人資料。謹慎的做法是就安全刪除及銷毀資料取得專業第三者的核實(如適合)；
- (c) 若不准許把個人資料轉移至香港境外，應於合約上清楚說明；
- (d) 須保存打出直接促銷電話及作出其他聯絡的適當記錄，讓資料使用者能夠進行循規檢查；
- (e) 實施適當的安全措施，保障個人資料免受未獲准許的或意外的查閱、處理、刪除、喪失或使用所影響；
- (f) 如郵遞或電話清單是由代理或承辦商準備或編纂，代理或承辦商在進行直接促銷前，須與資料使用者核對最新的拒絕服務名單；
- (g) 代理或承辦商須遵從條例及由專員及其他相關規管或專業機構發出的所有適用指引和實務守則的規定。

至於其他建議向代理或承辦商施予的合約責任，請參閱專員發出的《外判個人資料的處理予資料處理者》資料單張⁶。

⁵ 保障資料第 2(4)原則訂明「資料處理者」指(a) 代另一人處理個人資料；及(b) 並不為該人本身目的而處理該資料的人。

⁶ 請參閱：
http://www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/dataprocessors_c.pdf

由夥伴公司進行直接促銷(跨業直銷活動)

跨業直銷計劃可能涉及轉移資料的公司向夥伴公司轉移或披露客戶的個人資料。應留意下述事宜：

- (a) 轉移資料的公司應確保轉移予夥伴公司的客戶個人資料只會用於進行議定的跨業直銷活動。通常被轉移的資料只限於聯絡資料，例如姓名、地址及電話號碼，讓夥伴公司聯絡有關客戶。應避免向夥伴公司轉移或披露客戶的敏感資料，例如信用卡號碼及/或香港身份證號碼。當客戶同意購買產品或服務後，夥伴公司可直接向客戶索取聯絡資料以外的資料。另一做法是，可徵求客戶的明確及自願同意，讓轉移資料的公司向夥伴公司披露以達成交易所需的其他資料。
- (b) 作為良好的行事方式，以及提高跨業直銷計劃的透明度，公司應考慮在進行跨業直銷計劃前，先通知客戶，例如郵寄資料小冊子通知他們計劃的性質及主題、夥伴公司的身份及聯絡資料、會否轉移客戶的個人資料、轉移資料的種類，以及防止夥伴公司不當使用資料的措施。

在進行跨業直銷活動前，轉移資料的公司應考慮評估夥伴公司所提供的個人資料保障是否足夠。雙方應訂立清晰的書面合約，規管轉移作跨業直銷的客戶個人資料的處理。轉移資料的公司應考慮把上述建議與代理或承辦商所訂立的合約中的標準條款納入合約內。

如資料使用者把客戶的個人資料交託第三者處理，建議的良好行事方式是，資料使用者須定期進行循規審核或檢討，以確保該第三者已遵從條例的規定，採取適當的資料保障措施。

IV. 更新拒絕服務名單

資料使用者應備存一份已表示不希望再收到任何直接促銷電話的所有客戶的名單(即「**拒絕服務名單**」)。

下述建議的行事方式可確保資料使用者在客戶作出拒絕服務要求後，不會再使用其個人資料作直接促銷：

- (a) 拒絕服務名單應定期更新。如利用公司的電腦網絡分派名單，則個別促銷職員應在接獲新的拒絕服務通知時，將有關通知即時加進名單內。如不是利用電腦網絡發放名單，則應定期將最新的名單分派促銷職員，每星期不少於一次。
- (b) 如跨業直銷是以轉移資料的公司及夥伴公司共同的名義進行，促銷其中一間公司的產品或服務，則當客戶向夥伴公司作出拒絕服務的要求時，除非客戶另有指明，否則夥伴公司應把客戶的要求告知轉移資料的公司。夥伴公司與轉移資料的公司不得再利用在跨業直銷計劃中涉及該客戶的個人資料向該客戶促銷。如跨業直銷單是以夥伴公司的名義進行，促銷夥伴公司的產品或服務，則當客戶向夥伴公司作出拒絕服務的要求時，夥伴公司不得再向該客戶促銷。

- (c) 如資料使用者設有分行，則每一間分行應備存本身的拒絕服務名單，列明客戶已通知該分行他們不希望再收到任何直接促銷電話。總公司應統籌更新一份綜合的拒絕服務名單，方法是向所有分行收集拒絕服務的資料，並持續地把已更新的資料通知它們。
- (d) 資料使用者應制定查閱及更新拒絕服務名單的正規程序，讓職員有所依從，以符合條例第 34 條關於拒絕服務的規定。

V. 為金錢收益轉移個人資料予第三者

在跨業直銷計劃中，轉移資料的公司可能只是把其客戶的個人資料轉移予夥伴公司，以促銷後者的產品及服務。在某些情況中，轉移資料的公司只須揀選所需的客戶資料，而毋須參予促銷過程或只參與少部份，卻因轉移資料而從夥伴公司得到金錢收益。該等交易本質上是為得利益而提供個人資料(即銷售個人資料)。

雖然條例沒有禁止資料使用者為得利益而提供個人資料，但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。例如，當客戶向某銀行提供個人資料申請信用卡，他只會預期該銀行或該銀行集團的公司接觸他，向他促銷他有興趣的相關產品及服務。這些活動可提高客戶的忠誠度，在香港這樣的競爭性商業環境中甚為普遍，但如該資料被轉移予第三者或與第三者共用，以換取金錢收益，便會超過他的合理期望。在這情況下，該銀行必須就為得利益而提供個人資料取得客戶的明確及自願同意，否則該銀行會承受違反保障資料

第 3 原則的風險。同意可以簽署或勾選方格的方式示明。

VI. 不受條例新規定限制的情況

條例中有關使用個人資料作直接促銷的新規定，並不適用於資料使用者在新條文生效前已依從當時規定使用於直接促銷的個人資料，尤其是：

- (a) 資料使用者已用容易理解及(如是書面方式)容易閱讀的方式明確告知資料當事人其個人資料擬在或在直接促銷中，就某類別的促銷標的⁷而被使用；
- (b) 該資料使用者已如此使用有關資料；
- (c) 資料當事人沒有要求該資料使用者停止如此使用有關資料；及
- (d) 該資料使用者如此使用並沒有違反當時生效的條例條文。

上述不受條例新規定限制的情況只適用於使用資料當事人的個人資料於促銷同一類別的促銷標的上，而在新條文生效前，資料當事人的個人資料已被如此使用。

此外，不受條例新規定限制的情況只適用於資料使用者使用個人資料作自己的直接促銷(包括由其代理使用有關資料促銷資料使用者的產品或服務)。不受條例新規定限制的情況並不適用於

⁷ 根據新規定，「促銷標的」指(a)被要約提供或就其可予提供而進行廣告宣傳的任何貨品、設施或服務；或(b)任何索求捐贈或貢獻的目的。

資料使用者為得益而將個人資料提供予另一人。

舉證的責任在於資料使用者，他須證明因符合上述的情況而新條文不適用。因此，如資料使用者希望依賴以上的情況而不受新條文所限，則資料使用者在新條文生效前的期間應恰當保存有關文件作為證據。

VII. 結語

公署希望本指引能提供有用的參考資料，讓資料使用者檢討目前收集及使用個人資料作直接促銷活動的做法，以確保遵從條例的規定。

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

版權

如用作非牟利用途，本指引可部分或全部翻印，但須在翻印本上適當註明出處。

免責聲明

本指引所載的資料只作一般參考用途，並非為《個人資料(私隱)條例》(下稱「條例」)的應用提供詳盡指引。有關法例的詳細及明確內容，請直接參閱條例的條文。個人資料私隱專員(下稱「專員」)並沒有就上述資料的準確性或個別目的或使用的適用性作出明示或隱含保證。上述建議不會影響專員在條例下獲賦予的職能及權力。

© 香港個人資料私隱專員公署

二零一零年十月初版

二零一二年十一月(第一修訂版)