

# 《2012年個人資料(私隱)(修訂)條例》 有關使用個人資料於直接促銷的新規定

## 簡介會

2013年4月24日



# 條例背景

- 《個人資料(私隱)條例》自1996年12月20日生效，條例於2012年7月整體修訂，加強規管以保障個人資料私隱
- 條例保障個人資料私隱，資料使用者須遵守6項保障資料原則(data protection principles (“DPP”))
- 基本概念：「個人資料」(personal data)、 「資料當事人」(data subject)、 「資料使用者」(data user)
- 任何人士或機構，控制個人資料的收集、持有、處理或使用，即屬「資料使用者」，例如提供個人或家庭福利的機構、社工等
- 私隱專員公署：有教育、推廣、執法等權力
- 若專員經調查後，認為有違反條例的情況，可發執行通知，要求資料使用者採取步驟糾正違規的行為。資料使用者如不遵守執行通知，當被視為犯罪，一經定罪，可被處罰\$50,000及監禁2年，持續性罪行，可處每日罰款\$1,000



# 保障個人資料原則

**DPP1** 收集個人資料的目的及方式

**DPP2** 個人資料的準確性及保留期間

**DPP3** 個人資料的使用

**DPP4** 個人資料的保安

**DPP5** 資訊須在一般情況下可提供

**DPP6** 查閱個人資料

第65條：資料使用者須為員工及代理人的違反行為負上條例的責任



# 修例原因

- 條例生效超過15年，適時檢討及更新，確保有效保障個人資料
- 科技的快速發展及互聯網的普遍應用
- 個人資料的商業價值，電子商貿平台日益普及
- 個人資料被濫用或盜用，資料外洩頻生
- 與國際私隱保障的發展接軌，加強保障個人資料的同時不會對商業機構造成過度負擔
- 2010年八達通售賣客戶個人資料事件：政府加強規管使用個人資料於直接促銷活動



# 修訂條款生效日期

2012年10月1日，下列條文除外：-

- 直接促銷的修訂條款生效日期：2013年4月1日
- 向資料當事人提供法律協助的修訂條款生效日期：2013年4月1日



# 外判個人資料的處理

## ➤ 保障資料第2(3)及4(2)原則：

- ❖ 如資料使用者聘用(不論是在香港或香港以外聘用) 資料處理者，以代該資料使用者處理個人資料，該資料使用者須採取合約規範方法或其他方法---



# 外判個人資料的處理(續)

- (i) 以防止轉移予該資料處理者的個人資料的保存時間超過處理該資料所需的時間；
- (ii) 以防止轉移予該資料處理者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。



# 外判個人資料的處理(續)

何謂「資料處理者」？

- (i) 代另一人處理個人資料；及
- (ii) 並不為該人本身目的而處理該資料

例子：處理銷毀載有個人資料的檔案的服務提供者、IT維修人員、受聘代客戶作出直接促銷活動的機構





# 外判個人資料的處理(續)

透過合約規範監管資料處理者：

例如：

- 列明須採取的資料保安措施
- 保留、歸還及刪除資料的程序
- 限制資料的使用目的
- 禁止或限制再分判處理個人資料
- 即時通報資料外洩事故
- 資料使用者有權審核及視察資料處理系統
- 違約的後果



# 外判個人資料的處理(續)

其他方法規管：

例如：

- 揀選信譽良好的資料處理者
- 資料處理者有制定完善的私隱政策及程序
- 有權審核及視察資料處理者如何處理及儲存個人資料
- 不過度提供個人資料予資料處理者處理
- 詳細紀錄與資料處理者就供給、更新、歸還及刪除個人資料的安排及相關事宜

參考公署資料單張「外判個人資料的處理予資料處理者」



# 保障資料原則第3條

- 如無有關資料當事人的訂明同意，個人資料不得用於新目的
- 「訂明同意」：自願給予的明示同意
- 「新目的」：在收集資料時擬使用的目的或直接有關的目的以外的目的



# 保障資料原則第3條(續)

- **DPP3(2)**

容許「有關人士」於特定情況下代資料當事人提供訂明同意，讓資料使用者使用當事人的個人資料於新用途上

- 「有關人士」指：

- (a) 對該未成年的資料當事人負有作為父母親責任的人；
- (b) 對無能力處理其本身事務的個人，由法庭委任處理該事務的人；或
- (c) 如該人屬《精神健康條例》所指的精神上無行為能力的人，根據該條例獲委任擔任該名個人的監護人或若該名個人的監護轉歸社會福利署署長或任何其他人士，社會福利署長或該其他人士。



# 保障資料原則第3條(續)

- 特定情況：
  - (1) 資料當事人：
    - (i) 是未成年人；
    - (ii) 無能力處理本身事務；或
    - (iii) 屬《精神健康條例》第2條所指的精神上無行為能力
  - (2) 資料當事人無能力理解該新目的，亦無能力決定是否給予訂明同意
  - (3) 有關人士合理相信給予訂明同意是符合當事人的利益



## 保障資料原則第3條(續)

即使有關人士為資料當事人作出訂明同意，資料使用者亦須有合理理由相信如此使用該當事人的個人資料於新目的是符合該當事人的利益



# 新增罪行及制裁

## ➤ 第64條：

❖ 任何人披露未經資料使用者同意而取自該資料使用者的個人資料，而該項披露是出於以下意圖的，該人即屬犯罪：

(i) 為令該人或另一人受惠或

(ii) 導致該資料當事人蒙受損失。如該項披露導致該資料當事人蒙受心理傷害，亦屬犯罪。

❖ 刑罰：罰款\$1,000,000及監禁5年



# 直接促銷活動的新規定

- 條例第VIA部：35A至35M條
- 可參考專員公署制定的「**直接促銷新指引**」，生效日期：2013年4月1日
- 指引旨在協助資料使用者全面了解其責任和推廣良好行事方式





# 甚麼是「直接促銷」

根據條例，「直接促銷」指透過直接促銷方法－

- (a) 要約提供貨品、設施或服務，或為該等貨品、設施或服務可予提供而進行廣告宣傳；或
- (b) 為慈善、文化、公益、康體、政治或其他目的索求捐贈或貢獻

「直接促銷方法」指－

- (a) 藉郵件、圖文傳真、電子郵件或其他形式的傳訊，向指名特定人士送交資訊或貨品；或
- (b) 以特定人士為致電對象的電話通話

例子：電訊商致電客戶提供新產品、慈善機構發信指名人士要求捐獻



# 不適用情況

第35B 及35I條:

條例VIA部不適用於(本身作出的或非為得益而將個人資料提供予第三者作出)要約提供以下服務或就有以下服務可予提供而進行廣告宣傳:

- (a) 由社會福利署營辦、資助或津貼的社會服務;
- (b) 由醫院管理局或衛生署提供的醫護服務; 或
- (c) 符合以下說明的任何其他社會或醫護服務:

該項服務擬向某名個人提供，而如不向該名個人提供該項服務，便相當可能會對以下人士的身體或精神健康造成嚴重損害 -

- (i) 該名個人; 或
- (ii) 任何其他個人。



# 直接促銷活動的新規定(續)

兩種使用個人資料的情況：

- 1) 為本身目的作出直接促銷
- 2) 提供個人資料以供第三者用於直接促銷



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 使用個人資料作直接促銷前，須採取以下指明行動：
  - 1) 告知資料當事人擬在取得其同意(**consent**)後如此使用其個人資料
  - 2) 以口頭(易於理解)或書面(易於閱讀及理解)形式告知資料當事人：
    - 擬使用個人資料的種類；
    - 擬使用該些資料於何種類別的促銷標的 (**marketing subject**)；
    - 提供回應途徑(**response channel**)，讓當事人傳達同意。



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 個人資料的種類：例如地址、電話號碼，避免收集過多及不須的個人資料，特別是敏感性高的個人資料，例如財務狀況、健康資料、身分證號碼
- 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。

資料使用者須告知資料當事人擬就甚麼類別的促銷標的進行直接促銷。在訂明促銷標的類別時，應具體描述貨品、設施或服務的特點，讓客戶能夠合理地確定所促銷的貨品、設施或服務的類別。



# 直接促銷活動的新規定 (續)

描述促銷標的類別的可接受及不可接受的例子：

- ✓ 有關ABC公司所營運的電訊網絡服務的推廣優惠
- ✓ ABC公司所提供的美容產品
- ✗ 「ABC集團公司提供的所有貨品及服務」(ABC集團公司是擁有多間附屬公司的控股公司，從事多元化業務)，屬過於模糊而沒有述明貨品、設施或服務的類別
- ✗ 「ABC公司、相關各方、代理、承辦商及供應商提供的貨品及服務」，屬過於廣泛
- ✗ 「ABC公司提供的零售服務及產品」屬過於廣泛，令客戶未能了解貨品、設施或服務的類別



# 直接促銷活動的新規定 (續)

「回應途徑」指資料使用者向資料當事人提供的溝通方法，讓資料當事人表示他／她同意資料使用者擬使用或提供其個人資料。

回應途徑可以是：

- 電話熱線
- 傳真號碼
- 指定的電郵帳戶
- 讓資料當事人接受或取消直接促銷的網上設施
- 收集資料當事人書面回應的指定地址
- 處理資料當事人以上述或其他方式所提出的要求的指定人士



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 條例規定除非資料使用者取得資料當事人的同意，否則資料使用者不得使用或提供個人資料予另一人作直接促銷
- 「同意」廣義地包括「表示不反對該項使用或提供」
- 要符合表示不反對的涵意，有關資料當事人必須已明確地表示他／她不反對使用及／或提供其個人資料予另一人作直接促銷。因此，「同意」是不能從資料當事人的不回應而推斷出來。換言之，緘默不構成同意





# 直接促銷活動的新規定(續)

若資料當事人給予口頭同意，資料使用者須於14天內向該當事人書面確認：

- (i)收到該項同意的日期；
- (ii)有關許可種類的個人資料；及
- (iii)有關許可類別促銷標的。



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 以下為可獲豁免依從指明行動的情況(第35D條)

A. 2013年4月1日前:

- 1) 資料使用者已透過易於理解和閱讀(如書面)的方式告知資料當事人擬使用其個人資料於直接促銷的目的及某類別的促銷標的;
- 2) 資料使用者已如此使用當事人的個人資料;
- 3) 當事人沒有要求資料使用者停止如此使用;及
- 4) 資料使用者並無就該項使用違反當時條例的規定

B. 個人資料由第三者提供, 該第三者書面通知資料使用者:

- 1) 已遵守條例採取了指明行動, 並已獲得資料當事人給予的同意;
- 2) 資料使用者擬促銷的產品或服務屬已獲資料當事人許可的類別



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 提供個人資料以供第三者用於直接促銷前，以書面告知當事人在取得其同意後（不接受口頭同意），擬提供其個人資料作直接促銷，並向當事人提供以下資訊：
  - 1) (如該資料是擬為得益而提供) 該資料是擬如此提供的
  - 2) 擬提供的個人資料的種類
  - 3) 該資料擬提供予甚麼類別人士
  - 4) 該資料擬就甚麼類別的促銷標的而使用



# 直接促銷活動的新規定 (續)

如何告之:

易於理解(easily understandable) 及易於閱讀(easily readable)的方式

- 合理的人的準則：易於閱讀：字體大細、篇幅、段落、顯眼指示、載於文條的位置、服務臺等
- 易於理解：避免太複雜、深奧、專業的用詞

模糊及寬鬆的字眼，例如「由我們、我們的代理、附屬公司或合作夥伴促銷貨品及／或服務」、「由我們、我們的附屬公司、聯屬公司及／或合作夥伴提供經精心挑選的要約、推廣及優惠」、「公司不時認為適合的服務及產品」，並不符合這規定。



# 直接促銷活動的新規定 (續)

為「得益」提供個人資料：

獲得金錢或其他財產的回報，不論該回報是否以某條件獲符合為前題；或該人是否維持對該資料的使用的任何限制

第35A(2) 條



# 直接促銷活動的新規定 (續)

「許可類別人士」指資料當事人已向資料使用者表示他／她同意將他／她的個人資料提供予的人士類別，以用於直接促銷。

許可類別人士的例子：

如資料當事人已給予同意，容許AAA公司將其個人資料提供予(a)金融服務公司及(b)電訊網絡服務供應商以用於直接促銷，那麼將資料當事人的個人資料用於直接促銷的許可類別人士便是業務性質屬金融服務或電訊網絡服務的公司。



# 直接促銷活動的新規定 (續)

通知資料當事人並取得其同意的例子:

1. 我們擬使用你的個人資料作直接促銷；
2. 除非我們已取得你的同意，否則我們並不可以如此使用你的個人資料；
3. 我們將會使用下述所指個人資料促銷我們於第4段的服務：

- 你的姓名
- 你的住址
- 你的流動電話號碼
- 你的住宅電話號碼
- 你的電郵地址

請在空格加上「✓」號以表示你同意\*。

4. 你的個人資料會用於促銷我們下述的服務：

- 流動電話
- 互聯網網絡

請在空格加上「✓」號以表示你同意。

客戶簽署

姓名：xxx

日期：年/月/日



# 直接促銷活動的新規定(續)

避免「網綁式同意」

客戶可給予一般性或選擇性同意

良好行事方式：獨立文件、避免交互參照、提供選擇空格等





# 直接促銷活動的新規定(續)

沒有採取以上指明行動，即屬犯罪，可處最高罰款\$500,000及監禁3年；若該資料是為利益而提供的，可最高處罰\$1,000,000及監禁5年



# 直接促銷活動的新規定(續)

- 資料當事人有權隨時要求資料使用者停止使用其個人資料於直接促銷用途：第35G條
- 資料當事人有權隨時要求資料使用者停止提供其個人資料予第三者作直接促銷用途；及通知如此獲得資料的第三者停止使用其個人資料：第35L條
- 資料使用者須書面通知有關的第三者停止使用資料當事人的個人資料
- 不得向提出要求的資料當事人徵收任何費用
- 違反規定：最高可處罰款\$500,000及監禁3年；  
涉為利益提供資料，最高可處罰款\$1,00,000及  
監禁5年



# 資料使用者採取適當行動， 符合修訂條例的新規定

- 使用個人資料作直接促銷：
  - 不過度收集個人資料，聯絡資料一般已足夠
  - 以合法和公平的方式收集個人資料
  - 直銷活動的透明度
  - 如何確認口頭給予的同意的程序
  - 制定更新“opt-out” list的程序
- 若業務涉及提供個人資料給第三者作直接促銷：
  - 訂定取得資料當事人書面同意的機制
  - 確保提供給第三者的資料作直接促銷的有關類別的促銷標的是已獲得資料當事人的同意
  - 確保本身及提供給第三者的“opt-out”名單的準確性
  - 有效管理所持有的直接促銷個人資料的資料庫的適當使用
- 更新員工指引或清楚告知員工條例的新規定和相關罰則，為員工提供適當的培訓
- 聘用「資料處理者」處理個人資料時，以合約或其他方式確保個人資料不被過度儲存和資料保安



# 公署出版的圖鑑及指引

保護個人資料 慎防直銷濫用

香港個人資料私隱專員公署  
Office of the Privacy Commissioner  
for Personal Data, Hong Kong  
www.pcpd.org.hk  
2827 2827

## 收到資料使用通知

例子：機構在私隱政策或會員登記表中通知你「本公司擬用你的姓名、電郵地址及地址向你推廣(指定類別)的產品/服務，請劃出方格，以表示你的意願。」

4月1日前已獲該公司客戶/直銷對象	4月1日或以後才成為該公司客戶/直銷對象	你跟該公司從沒有往來
<b>想一想：</b> • 該機構有權對內閣提供關於產品/服務的資料，而你又沒有反對接收？	<b>新條文適用：有你的同意，該公司才可以用你的個人資料向你直銷</b>	
<b>是</b> 該公司繼續向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「是」)	<b>否</b> 該公司不得向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「否」)	<b>記不起</b> • 你沒有回應，或你對接收資料不感興趣，該公司不得向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「記不起」)
<b>如想收到直銷資料</b> 你可回覆回應：「表示不反對」也屬有效。	<b>如不想收到，你不用回覆。</b> 不回覆不代表你反對；用戶不得向閣下直銷。	

收到各適其時的直銷通知和直銷訊息，怎樣應對？

2013年4月1日生效的《2012年個人資料(私隱)(修訂)條例》(私隱條例)新條文，要求機構在直銷產品或服務前，必須通知你，並取得你的同意，方可用你的個人資料向你進行直銷。

## 接受直銷 由你作主!

### 你有權隨時拒絕!

根據私隱條例，儘管你曾經同意接受直銷訊息，或者沒有回覆直銷通知，你有權隨時拒收直銷訊息，這權利沒有期限。若對方不依從即屬觸犯刑事罪行。

提示：用書面提出拒收直銷訊息要求，並保留複本，以作為刑事調查的證據，最有保障。

## 收到直銷電話、郵件或電子郵件

例子：「本公司現推廣產品A，閣下可用會員號碼購買。」

4月1日前已獲該公司客戶/直銷對象	4月1日或以後才成為該公司客戶/直銷對象	你跟該公司從沒有往來
<b>若不想再收到，可提出拒收</b>	<b>想一想：</b> • 該公司繼續向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「是」)	<b>想一想：</b> • 該公司繼續向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「是」)
<b>向收到，不介意繼續</b>	<b>想一想：</b> • 該公司繼續向閣下提供有關產品/服務的資料(在「是」或「否」方格內劃出「是」)	<b>你可以：</b> • 向對方提供詳細的個人資料，以便對方能更有效地與你聯絡。 • 向對方提供詳細的個人資料，以便對方能更有效地與你聯絡。

如要作出投訴，你必須記錄相關資料作證。

\* 本圖鑑的編者並非對任何機構或個人作出任何指控。如有任何投訴，請向個人資料私隱專員公署提出。如有任何投訴，請向個人資料私隱專員公署提出。

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

## 指引資料

### 直接促銷指引

#### 第1部：導言

##### 指引目的

- 1.1 直接促銷在香港是常見的商業活動，一般是指機構收集及使用市民的個人資料以向資料當事人促銷產品或服務。某些機構會將收集所得的個人資料交給他人作直接促銷之用。在上述直銷活動中的資料使用者必須遵從《個人資料(私隱)條例》(下稱「條例」)的規定。個人資料私隱專員(下稱「專員」)發出本指引，向資料使用者提供實務性指引，以遵從條例下新增的第VIA部(有關直接促銷的新規定)，並協助資料使用者全面了解其責任和推廣良好行善方式。資料使用者亦應參考其他不區隔條例所定有關直接促銷的條例、規則、指引及實務守則。
- 1.2 本指引將於條例第VIA部實施日期起同日生效(下稱「生效日期」)，並取替專員於2012年11月發出的《收集及使用個人資料作直接促銷指引》。為免生疑，在條例第VIA部生效日期，專員的《收集及使用個人資料作直接促銷指引》仍繼續有效。

##### 甚麼是「直接促銷」？

- 1.3 條例並非規管所有類型的直接促銷活動。根據條例，「直接促銷」指透過直接促銷方法：
  - (a) 要約提供貨品、設施或服務，或為該等貨品、設施或服務可予提供而進行廣告宣傳；或

• 條例下的第VIA部(《2012年個人資料(私隱)(修訂)條例》其中部分)  
• 第35A(1)條  
• 請參閱通訊事務管理局執行的《非商業電子訊息條例》(香港法例第620章)

應參閱第1部

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

## Guidance Note

### Guidance on Direct Marketing

#### PART 1: Introduction

##### Purpose of guidance

- 1.1 Direct marketing is a common business practice in Hong Kong. It often involves collection and use of personal data by an organization for direct marketing itself and in some cases, the provision of such data by the organization to another person for use in direct marketing. In the process, compliance with the requirements under the Personal Data (Privacy) Ordinance (the "Ordinance") is essential. This document is issued by the Privacy Commissioner for Personal Data (the "Commissioner") to provide practical guidance on data users' compliance with the new regulatory requirements for direct marketing under the new Part VIA of the Ordinance<sup>1</sup>. It helps data users to fully understand their obligations as well as to promote good practice. Data users should also make reference to other laws, regulations, guidelines and codes of practice that are relevant for direct marketing purposes insofar as they are not inconsistent with the requirements under the Ordinance.
- 1.2 This Guidance shall take effect on the same date as the date of commencement of Part VIA of the Ordinance (the "commencement date"). It will supersede and replace the Commissioner's "Guidance on the Collection and Use of Personal Data in Direct Marketing" issued in November 2012. For the avoidance of

doubt, until Part VIA of the Ordinance takes effect, the Commissioner's "Guidance on the Collection and Use of Personal Data in Direct Marketing" remains fully valid.

##### What is "direct marketing"?

1.3 The Ordinance does not regulate all types of direct marketing activities. It defines "direct marketing" as:

- (a) the offering, or advertising of the availability, of goods, facilities or services; or
- (b) the solicitation of donations or contributions for charitable, cultural, philanthropic, recreational, political or other purposes, through direct marketing means<sup>2</sup>.

"Direct marketing means" is further defined to mean:

- (a) sending information or goods, addressed to specific persons by name, by mail, fax, electronic mail or other means of communication; or
- (b) making telephone calls to specific persons.

1.4 Hence, "direct marketing" under the Ordinance does not include unsolicited business electronic messages and person-to-person calls being made by phone numbers randomly generated<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> The new Part VIA under the Ordinance was introduced by the Personal Data (Privacy) (Amendment) Ordinance 2012. It will take effect on a date to be announced by the Government.

<sup>2</sup> Section 35A(1)

<sup>3</sup> Please refer to the Unsolicited Electronic Messages Ordinance (Cap. 593, Laws of Hong Kong) enforced by the Office of the Communications Authority.

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

# 注意

本簡介會只講述修例所涉的一些有關在直接促銷使用個人資料的新規訂，資料使用者應詳閱修例的全部條文，以確定對其業務的影響，並作出適當的行動以符合條例的規定。

謝謝！



# 香港個人資料私隱專員公署

- 查詢熱線 : (852) 2827 2827
- 傳真 : (852) 2877 7026
- 網址 : [www.pcpd.org.hk](http://www.pcpd.org.hk)
- 電郵 : [enquiry@pcpd.org.hk](mailto:enquiry@pcpd.org.hk)
- 地址 : 香港灣仔皇后大道東248號12樓

