



# 社交媒體私隱設定

## 大 檢 閱



# 社交媒體私隱設定

## 大檢閱

### 前言

根據政府統計處的調查結果<sup>1</sup>，全港共有約600萬名人士擁有智能手機，整體滲透率高達92.1%。根據We Are Social和Hootsuite發表的網絡生態報告《Digital 2021: Hong Kong》，智能手機是最普遍用以接駁互聯網的設備，其中98.2%智能手機用戶會使用社交媒體（包括即時通訊軟件）<sup>2</sup>。

社交媒體提供平台讓用戶透過互聯網或應用程式，分享內容和交流意見、觀點及經驗等。儘管絕大部份社交媒體毋須付費便可建立帳戶，然而用戶幾乎必須向社交媒體提供或分享其個人資料以使用有關服務。同時，某些社交媒體亦會收集用戶的個人資料以分析用戶喜好及個性，繼而協助商戶投放個人化廣告以帶來更大商業利益，但用戶的個人資料包括位置記錄及行蹤的外洩風險亦

隨之而增。除此之外，用戶在網上公開的個人資料被其他人彙編後可用作網絡欺凌、「起底」<sup>3</sup>及欺詐行為，以及作出「網絡釣魚（phishing）」<sup>4</sup>和其他社交工程攻擊（social engineering attack）<sup>5</sup>，對用戶個人資料私隱帶來的風險，損失和傷害實在不容忽視。

隨着近年公眾漸趨關注使用社交媒體的個人資料私隱風險，個人資料私隱專員公署（私隱公署）檢

視香港十大最常用的社交媒體，並透過此報告向用戶提供保障個人資料私隱方面的實用建議。

<sup>1</sup> 統計於2020年6至10月期間進行，見政府統計處《主題性住戶統計調查第73號報告書》(52頁)

<sup>2</sup> 見 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-hong-kong> (第44張投影片)

<sup>3</sup> 根據《個人資料(私隱)條例》第64(3A)條，如任何人(披露者)在未獲資料當事人的相關同意下，披露該當事人的個人資料，而— (a)披露者的意圖，是導致該當事人或其任何家人蒙受任何指明傷害；或(b)披露者罔顧是否會(或相當可能會)導致該當事人或其任何家人蒙受任何指明傷害，披露者即屬犯罪。另外，第64(3C)條訂明，如— (a)任何人(披露者)在未獲資料當事人的相關同意下，披露該當事人的個人資料，而— (i)披露者的意圖，是導致該當事人或其任何家人蒙受任何指明傷害；或(ii)披露者罔顧是否會(或相當可能會)導致該當事人

或其任何家人蒙受任何指明傷害；及(b)該項披露導致該當事人或其任何家人蒙受任何指明傷害，披露者即屬犯罪。

<sup>4</sup> 舉例來說，受害人會收到訛稱是由銀行發出的電郵，被誘使提供自己的密碼和銀行資料，或者點擊會把惡意軟件植入受害人裝置的內嵌連結。

<sup>5</sup> 「社交工程攻擊」一般是指以影響力或說服力來欺騙他人，甚至利用人性的弱點，獲取有用的資訊作非法用途。例如不法分子偽裝為公司高級職員，打電話給電腦部的職員，聲稱忘記了自己的電腦密碼。一般職員可能會怕開罪上司，便在沒有核實來電者身份的情況下，跟從「老闆」的指示透露電腦密碼。

## 檢視範圍

檢視對象為以下十個香港 16 至 64 歲互聯網使用者在 2020 年第三季最常使用的社交媒體<sup>6</sup>（按應用程式英文字母先後次序排列）：Facebook、Facebook Messenger、Instagram、LINE、LinkedIn、Skype、Twitter、WeChat、WhatsApp 及 YouTube。

檢視由私隱公署於 2021 年 11 至 12 月進行<sup>7</sup>，程序包括使用蘋果 iOS 及谷歌 Android 系統的流動裝置從應用程式商店下載相關社交媒體應用程式，透過登記帳戶檢視其功能、私隱設定及私隱政策，並就社交媒體私隱版面的易用性作出評分。

## 檢視結果

### 私隱政策

#### 收集個人資料的種類及目的

所有被檢視的社交媒體都有擬定私隱政策，私隱公署檢視後發現全部政策都有述明會收集用戶個人資料、瀏覽或互動資訊、通話或訊息資訊、裝置資料、位置資料及交易資料。

考慮到被檢視的社交媒體收集個人資料的種類繁多，由收集 12 至 19 種個人資料不等，即使所有被檢視的社交媒體的私隱政策都有列明收集個人資料的目的，**用戶仍然要慎重選擇適合自己使用的社交媒體，及考慮祇提供必須的個人資料。**

### 個人資料保留政策

所有被檢視的社交媒體的私隱政策都有列明個人資料保留政策，一般都提及用戶資料（即包括用戶登記及使用相關社交媒體時所提供的個人資料、瀏覽或互動資訊、通話或訊息資訊、裝置資料、位置資料及交易資料）會一直保存至帳戶被刪除為止，並且會保留去個人化的資料作數據分析用途。檢視結果發現，除 LINE 外，所檢視的社交媒體都設有相對清晰的個人資料保留政策，當中 Skype 列明用戶的訊息、聊天標題、影片、影片訊息及圖片的保留時限均由用戶自行決定，而 WeChat 則採用表列方式讓用戶對不同資料的保留時限一目了然，屬較佳的表達方式。

### 轉移個人資料至附屬公司

所有被檢視的社交媒體均在私隱政策中列出會將用戶個人資料轉移到其附屬公司。

### 易讀性

根據私隱公署發出的《擬備收集個人資料聲明及私隱政策聲明指引》<sup>8</sup>建議的良好行事方式，私隱公署檢視了各個社交媒體私隱政策的易讀性，包括用字是否清晰具體、語言是否簡單易明、有否採用分層式展示或以圖片、表格或短片輔助說明。

檢視結果顯示 Twitter、WeChat 和 YouTube 的私隱政策的易讀性評分最高，而未獲滿分的社交媒體主要是欠缺以圖片、表格或短片輔助說明私隱政策，其中 LINE 和 Skype 在收集用戶個人資料、個人資料保留政策或轉移用戶個人資料至第三方等部份用字較為含糊籠統。例如當中有社交媒體在其私隱政策中列明「依據適用法規及公司規定將個人資料保留一段時間」。



<sup>6</sup> 見 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-hong-kong> (第 47 張投影片)

<sup>7</sup> 由於相關應用程式及其私隱政策可能已在檢視後更新，本報告結果只適用於當時檢視的版本。

<sup>8</sup> [https://www.pcpd.org.hk/tc\\_chi/resources\\_centre/publications/files/GN\\_picspps\\_c.pdf](https://www.pcpd.org.hk/tc_chi/resources_centre/publications/files/GN_picspps_c.pdf)



### 提供中文版本

此外，私隱公署亦發現 Twitter 沒有提供中文版本的私隱政策，不諳英文的用戶可能難以掌握社交媒體在處理個人資料方面的政策。

### 私隱相關功能 位置追蹤功能

所有被檢視的社交媒體均在其私隱政策中列明會收集用戶的位置資料(不論是用戶精準或粗略位置)。除 Facebook、Facebook Messenger、Instagram、Skype 及 WhatsApp 可讓用戶選擇開啟或關閉精準位置追蹤功能外，其他被檢視的社交媒體則會預設開啟相關功能(不論是用戶精準或粗略位置追蹤功能)，以取得用戶的位置資料。**假如用戶毋須使用裝置內的位置追蹤功能，應考慮關閉有關功能，以減少社交媒體收集位置資料。**

### 發布內容自主權

假如用戶可在社交媒體向特定對象發布內容，或按預設組別(例如「公開」、「朋友」或「朋友的朋友」等)發布內容，而且可在發布後再修改有關內容的私隱設定，則用戶能在發布內容上擁有較大自主權。

Facebook、LINE、WeChat 和 YouTube 都容許用戶做到以上設定。假如用戶希望修改已發布內容的私隱設定，在部份未有提供此功能的社交媒體例如 Instagram<sup>9</sup> 和 Twitter，則只能刪除已發布內容，並無更改個別已發布內容的私隱設定。即使用戶可修改已發布內容的私隱設定，**用戶在發布內容前應留意發布內容的私隱選項以選擇適合設定。**

### 端對端加密

端對端加密確保只有用戶和通

訊對象可查看或聆聽所傳送的訊息。除了 WeChat 外，其他被檢視的即時通訊軟件包括 Facebook Messenger、LINE、Skype 及 WhatsApp 均會在用戶傳送訊息時採用端對端加密。**用戶在選用即時通訊軟件前，應留意相關的軟件有否提供端對端加密傳送技術，以加強傳送資料的保密性。**

### 雙重認證

雙重認證要求用戶採用兩種不同性質的身份認證方法登入帳戶以確認身份，這能為用戶帶來額外安全保障。即使第三者盜取了用戶的帳戶名稱及密碼，也未能即時取得帳戶控制權。檢視結果顯示除了 LINE 外，其餘的社交媒體均有提供雙重認證功能，當中 WeChat 表示在用戶首次在新裝置上登錄帳戶、用戶的登錄環境可能不安全或登錄嘗試被視為

<sup>9</sup> 如用戶發布限時動態，則可選擇向指定群組發布或隱藏內容。

有可疑時，系統才會啟動雙重認證。然而，有關功能在大部份被檢視的社交媒體中並非強制性執行，**用戶需要主動開啟雙重認證功能才能加強保障帳戶安全。**

此外，檢視亦發現LINE、WeChat和WhatsApp未有在刪除帳戶前再次確認用戶身份，如帳戶一旦不幸被人惡意刪除則可能無法復原，因此**用戶應採用強密碼及開啟雙重認證功能以加強保護帳戶安全。**

#### 搜尋用戶方式

社交媒體讓不同用戶互相交流，因此用戶一般可透過搜尋功能，例如透過電郵地址或電話號碼，找尋朋友或其他用戶。

Skype和YouTube均預設將用戶的年齡及電話號碼隱藏，而其他被檢視的社交媒體則預設公開用戶的年齡、位置、電郵地址或電話號碼等個人資料。因此，**用戶在完成註冊帳戶後，應即時修改預設私隱設定將個人資料隱藏，同時亦應該考慮在私隱版面限制相關的搜尋功能，使其他用戶無法隨意搜尋自己的檔案。**

用戶應注意在社交媒體上公開的個人資料皆可能被互聯網搜尋器或電腦程式(例如「數據擷取」技術)收集及備份，甚至落入黑客手中，作非法用途或被人用作「起底」用途。因此，**用戶應該留意帳戶公開的個人資料種類，以及個別社交媒體搜尋用戶的方式，並考慮盡量加強用戶個人資**

**料的私隱設定，以限制公開披露及被第三者搜尋其個人資料。**

#### 限時動態或訊息

檢視結果顯示，除了LinkedIn、Skype及Twitter外，其他社交媒體均有提供限時動態或訊息功能，即帖文或訊息可在指定時間內被系統隱藏或刪除。由於不少「起底」個案都是由一些看似無關痛癢的資料彙集而成，**利用限時動態或訊息功能有助用戶管理自己的數碼足跡，從而減低用戶個人資料遭濫用的風險。**

#### 接受信用卡在應用程式內付費

除了Facebook Messenger、Twitter和WhatsApp外，其餘被檢視的社交媒體都接受在應用程式內以信用卡付費購買貼圖、獲取進階功能、投放廣告或向其他用戶付款等。大部份被檢視的社交媒體均會儲存用戶的信用卡資料，而LinkedIn、Skype及YouTube會將用戶交易流程轉到另一付款應用程式進行交易。**交易過程中社交媒體可能會記錄用戶的信用卡資料甚至交易項目等細節。用戶應該盡量避免在公共Wi-Fi或不安全的Wi-Fi連接下進行交易，減低資料外洩的風險。**

#### 私隱版面易用性

在評核社交媒體的私隱版面易用性方面，負責檢視的人員在完成指定帳戶操作(例如更改帳戶密碼及登記電郵、修改私隱設定、檢視過去活動記錄及刪除帳戶等)後，按照一份國際行業標準的「系統易用性量表」<sup>10</sup>回答10

條預設題目(當中正負向問題各5條)，然後評分及計算出平均值。評分最低為1分，最高為5分。

檢視結果發現，私隱版面易用性與社交媒體私隱相關功能有直接關係。由於即時通訊軟件的功能較簡單，私隱版面設定亦相對容易操作及掌握，故評分較高。雖然如此，即時通訊軟件將來亦可能提供更廣泛功能，**用戶在選用社交媒體的新功能前，應注意相關私隱設定及了解潛在風險。**

#### 整體評分

此部份的評分準則包括社交媒體向用戶收集的個人資料是否超乎適度、私隱政策的內容及表達方式是否足夠及清晰、私隱相關功能是否足夠、有否預設隱藏敏感的個人資料、有否刪除帳戶的認證步驟，及私隱版面是否易用，考慮上述各項要素後作整體評分。

檢視結果顯示，YouTube的整體表現最好，故獲較高評分，而Facebook Messenger及Skype在保障用戶的個人資料私隱方面亦有不錯的表現。

#### 有關社交媒體的回應

私隱公署曾就以上檢視結果致函個別社交媒體索取意見及回應。至截稿前，共有五間公司<sup>11</sup>代表旗下七個社交媒體平台對本報告作出回應。Meta(代表旗下社交媒體Facebook、Facebook Messenger及Instagram)、

<sup>10</sup> 見 <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/system-usability-scale.html>

<sup>11</sup> 包括Meta Platforms, Inc. (Meta), LinkedIn, Microsoft Hong Kong Limited (Microsoft), WeChat及WhatsApp

Microsoft (代表旗下社交媒體 Skype) 及 WhatsApp 均表示十分重視用戶的個人資料私隱，並致力遵守所有相關法例及負責任地處理用戶的個人資料。

Microsoft 代表旗下 Skype 認為其應用程式只屬於個人通訊平台而非社交媒體，不應與其他社交媒體作比較。Skype 亦表示它們設有獨立網頁讓年青人更容易理解相關的私隱政策。

LinkedIn 表示其應用程式在註冊過程中所收集的個人資料只限於在其私隱政策中所列明的項目，應較檢視所顯示的項目少。經檢視人員反覆測試後，證實相關社交媒體收集的個人資料數量多於其私隱政策所述。此外，LinkedIn 表示其私隱政策及私隱版面提供清晰及全面的解釋讓用戶了解相關內容及控制有關設定。

LinkedIn 亦表示限時動態或訊息功能可能令部份用戶對其私隱保障產生錯誤的滿足感，為讓用戶在刪除訊息及保留記錄之間取得平衡，LinkedIn 容許用戶在發布訊息後的 60 分鐘內修訂或刪除有關訊息。

Meta 及 WhatsApp 認為其私隱政策符合私隱公署發出的《擬備收集個人資料聲明及私隱政策聲明指引》的建議，使用清晰易明的字眼、不同設計、多色彩、圖片及分層式的方式展示以提高其私隱政策的透明度。它們於世界各地舉辦研討會和跨行業的工作坊，探討如何提升其私隱政策的透明度和提供新方案讓用戶控制自己的私隱設定。同時，它們亦提供「幫助中心」(Help Centre) 協助用戶找尋私隱指南及常見的私隱相關問題。

此外，Meta 表示 Facebook 向用戶提供了額外的功能，包括「私隱捷徑」讓用戶可快速採納最常用的私隱設定及工具(例如修改帳戶密碼及位置追蹤設定等)、「私隱設定入門」向用戶解釋 Facebook 的私隱原則，及「私隱設定檢查」讓用戶查看及檢視其私隱和帳戶安全設定，確保自己是與預期中的對象分享内容。

Meta 及 WhatsApp 認為它們的私隱措施及透明度屬行業領導地位，因此在私隱政策的易讀性、私隱版面的易用性，以及整體評分都值得滿分的評分。

WeChat 表示已使用高階加密標準技術，保護數據在傳輸過程中的安全性及保密性，有關加密技術適用於其伺服器 and 用戶裝置之間的數據傳輸。此外，WeChat 表示在用戶刪除帳戶的過程中，其系統會在特定情況下要求用戶在登錄時進行雙重認證。





## 社交媒體的整體表現

根據上述的檢視結果，被檢視的社交媒體在私隱功能、私隱政策及私隱版面易用性的表現如下：

- 所有被檢視的社交媒體都有擬定私隱政策，而它們收集個人資料的種類繁多，由收集12至19種個人資料不等。
- 所有被檢視的社交媒體均在私隱政策中列出會將用戶個人資料轉移到其附屬公司。
- Twitter、WeChat和YouTube的私隱政策的易讀性評分最高，而未獲滿分的社交媒體主要是欠缺以圖片、表格或短片輔助說明私隱政策。
- Twitter沒有提供中文版本的私隱政策，不諳英文的用戶可能難以掌握社交媒體在處理個人資料方面的政策。
- 所有被檢視的社交媒體均會收集用戶的位置資料(不論是用戶精準或粗略位置)。
- Facebook、LINE、WeChat和YouTube都容許用戶向特定對象發布內容，或按預設組別發布內容，而且可在發布後再修改有關內容的私隱設定。
- 除了WeChat外，其他被檢視的即時通訊軟件包括Facebook Messenger、LINE、Skype及WhatsApp均會在用戶傳送訊息時採用端對端加密。
- 除了LINE外，其餘的社交媒體均有提供雙重認證功能。
- 大部份被檢視的社交媒體均會儲存用戶的信用卡資料。

- 在預設私隱設定方面，Skype和YouTube均預設將用戶的年齡及電話號碼隱藏，而其他被檢視的社交媒體則預設公開用戶的年齡、位置、電郵地址或電話號碼等個人資料。

## 改善建議

所有被檢視的社交媒體在私隱保障方面沒有明顯違反《個人資料(私隱)條例》規定的情況，但明顯地仍有改善的空間：

- 社交媒體應留意所收集的個人資料種類，避免收集超乎所提供的服務所需要的資料。
- 社交媒體的私隱政策應該清晰易明，用字不應含糊籠統。私隱公署認為採用分層式展示或以圖片、表格或短片輔助說明有助增加私隱政策的易讀性。
- 社交媒體不應將位置追蹤功能預設為開啟，應讓用戶因應其需要作出選擇。
- 社交媒體應提供端對端加密及雙重認證功能以加強保障用戶的個人資料。
- 社交媒體亦應主動應對「起底」、「數據擷取」或其他非法行為，限制搜尋用戶的方式，亦可考慮提供限時動態或訊息功能。

私隱公署認為各社交媒體應持續採取「貫徹私隱的設計」，優化其應用程式，並向用戶提供更多私隱相關功能，例如在註冊帳戶時提醒用戶修改帳戶的預設私隱設定，進一步加強用戶對保障個人資料私隱的自主權。另一方面，私隱公署亦提醒用戶在使用社交媒體時要學會「自保」，避免在社交媒體上過度披露個人資料。

私隱公署已在2021年4月發出《**保障個人資料私隱 – 使用社交媒體及即時通訊軟件的指引**》<sup>12</sup>，介紹部份適用於不同社交媒體的私隱設定。總括而言，使用社交媒體時必須提高警覺，以減低對個人資料私隱所帶來的風險。如此的話，便可成為精明使用社交媒體的用戶。

如對本報告內容有任何查詢，請電郵至 [communications@pcpd.org.hk](mailto:communications@pcpd.org.hk) 或致電(852) 2827 2827 與私隱公署聯絡。

<sup>12</sup> [https://www.pcpd.org.hk/tc\\_chi/resources\\_centre/publications/files/social\\_media\\_guidance.pdf](https://www.pcpd.org.hk/tc_chi/resources_centre/publications/files/social_media_guidance.pdf)

# 比較十個社交媒 Comparison of Privacy Settings

基本資料 Basic Information				私隱政策 Privacy Policy				
社交媒體名稱及 檢視版本 (按應用程式英文字母先後順序)	最低註冊 年齡 Minimum Age Requirement	註冊所需個人資料 * 必填 ↪ 以其他社交媒體帳戶登入 Information Required for Registration * Mandatory ↪ Login with other social media account	收集個人 資料的數量 Amount of Personal Data Collected	列明收集 個人資料的目的 Purposes of Personal Data Collected Specified	清晰的個人資 料保留政策 Clear Personal Data Retention Policy	轉移個人 資料至附屬公司 Transfer of Personal Data to Affiliate Companies	易讀性 (5★為最高) Readability (5★ as the highest)	
1 <b>Facebook</b> iOS 343.1 Android 344.0.0.34.116	13	姓名*, 流動電話號碼或 電郵地址*, 出生日期*, 性別 Name*, Mobile Phone Number or Email Address*, Date of Birth*, Sex	19	✓	✓	✓	★★★★	
2 <b>Facebook Messenger</b> iOS 338.0 Android 337.1.0.11.118	13	↪ Facebook	19	✓	✓	✓	★★★★	
3 <b>Instagram</b> iOS 213.1 Android 214.0.0.27.120	13	用戶名稱*, 流動電話號碼 或電郵地址*, 出生日期* Name*, Mobile Phone Number or Email Address*, Date of Birth* ↪ Facebook	19	✓	✓	✓	★★★★	
4 <b>LINE</b> iOS 11.19.2 Android 11.19.1	12	用戶名稱*, 流動電話號碼* Name*, Mobile Phone Number* ↪ Facebook	18	✓	✗	✓	★★★	
5 <b>LinkedIn</b> iOS 9.1.244 Android 4.1.637	16	姓名*, 流動電話號碼或 電郵地址*, 地區*, 最近任職公 司及職銜*, 就業類型 Name*, Mobile Phone Number or Email Address*, Location*, Recent Employer and Job Title*, Employment Type ↪ Google	16	✓	✓	✓	★★★★	
6 <b>Skype</b> iOS 8.78 Android 8.78.0.164	13	↪ Microsoft	18	✓	✓	✓	★★★	
7 <b>Twitter</b> iOS 8.91.1 Android 9.20.0-release.00	13	姓名*, 電話號碼或 電郵地址*, 出生日期* Name*, Phone Number or Email Address*, Date of Birth*	14	✓	✓	✓	★★★★★	
8 <b>WeChat</b> iOS 8.0.16 Android 8.0.15	16	姓名*, 地區*, 流動電話號碼* Name*, Location*, Mobile Phone Number* ↪ Facebook	18	✓	✓	✓	★★★★★	
9 <b>WhatsApp</b> iOS 2.21.221 Android 2.21.22.26	13	姓名*, 國家*, 流動電話號碼*, 相片 Name*, Country*, Mobile Phone Number*, Photo	16	✓	✓	✓	★★★★	
10 <b>YouTube</b> iOS 16.45.4 Android 16.44.32	13	↪ Google	12	✓	✓	✓	★★★★★	

- (1) ◆ 可指定個別對象發布 Publish to specified individuals ■ 可按組別發布 Publish to designated groups  
● 可修改個別已發布內容的私隱設定 Modify the privacy settings of published posts
- (2) 端對端加密只適用於即時通訊軟件 End-to-end encryption is only applicable to instant messaging applications
- (3) ☎ 聯絡電話號碼 Contact telephone number ✉ 電郵地址 Email address ⓘ 自訂用戶名稱 Custom username
- (4) 評分由檢視人員進行指定操作後根據國際行業標準「系統易用性量表」評分，最低為1分，最高為5分  
Examiners were required to complete specified operations and rate in accordance with the System Usability Scale. The rating ranges from 1 to 5.



# 體的私隱設定 of 10 Social Media Platforms

提供中文版本 Provision of Chinese Version	私隱相關功能 Privacy-related Functions							私隱版面易用性 <sup>(4)</sup> (5分為最高) Usability of Privacy Dashboard (5 as the highest)	整體評分 <sup>(5)</sup> (5★為私隱友善程度最高) Overall Score (5★ as the highest level of privacy-friendliness)
	位置追蹤功能 Location Tracking	發布內容自主權 <sup>(1)</sup> Autonomy to Publish a Post	端對端加密 <sup>(2)</sup> End-to-end Encryption	雙重認證 Two-factor Authentication	搜尋用戶方式 <sup>(3)</sup> Ways of Searching Users	限時動態或訊息 Time-limited Posts or Messages	接受信用卡在應用程式內付費 Acceptance of Credit Cards for In-app Payments		
✓	✓	◆■●	不適用 N/A	✓	✉️ ⓘ	✓	✓	2.5	★★★
✓	✓	不適用 N/A	✓	✓	✉️ ⓘ	✓	✗	3.5	★★★★★
✓	✓	✗	不適用 N/A	✓	ⓘ	✓	✓	3.0	★★★
✓	✓	◆■●	✓	✗	☎️ ⓘ	✓	✓	3.5	★★★
✓	✓	■●	不適用 N/A	✓	☎️ ✉️ ⓘ	✗	✓	2.5	★★★★
✓	✓	不適用 N/A	✓	✓	☎️ ✉️ ⓘ	✗	✓	3.0	★★★★★
✗	✓	✗	不適用 N/A	✓	☎️ ✉️ ⓘ	✗	✗	3.0	★★★
✓	✓	◆■●	✗	✓	☎️ ⓘ	✓	✓	3.5	★★★
✓	✓	不適用 N/A	✓	✓	☎️	✓	✗	4.0	★★★★
✓	✓	◆■●	不適用 N/A	✓	ⓘ	✓	✓	3.0	★★★★★

(5) 準則包括所收集的個人資料是否超乎適度、私隱政策的內容及表達方式是否足夠及清晰、私隱相關功能是否足夠、有否預設隱藏敏感的個人資料、有否刪除帳戶的認證步驟，及私隱版面是否易用幾項要素作整體評分  
Basis of the overall score: whether the collection of personal data is excessive, whether the content and the presentation of the privacy policy is sufficient and clear, whether the privacy-related functions are sufficient, whether sensitive personal data is defaulted to be private, whether there is authentication procedure for account deletion and whether the privacy dashboard is easy to use.

# 使用社交媒體「自保」貼士



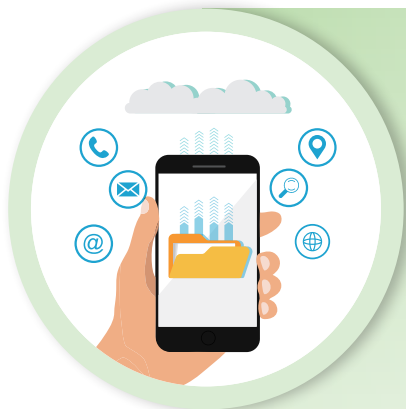
## 註冊帳戶前

- ✓ 細閱社交媒體的私隱政策
- ✓ 開設專為社交媒體而設的電郵帳戶
- ✓ 只提供必須填寫的個人資料以註冊帳戶
- ✗ 使用容易猜中的密碼
- ✗ 以同一密碼登入不同社交媒體
- ✗ 使用其他社交媒體帳戶註冊
- ✗ 與其他人共用帳戶和密碼



## 註冊帳戶後

- ✓ 檢查預設保安或私隱設定，將個人資料隱藏並盡量設置最高私隱權限
- ✓ 啟用雙重認證功能
- ✓ 考慮實際需要容許應用程式索取的權限
- ✗ 在社交媒體個人檔案中披露過多個人資料，例如住址、出生日期、電話號碼及日常行蹤等



## 使用帳戶時

- ✓ 定期登入帳戶檢查私隱設定、備份個人資料及刪除搜尋記錄
- ✓ 發現可疑活動時馬上檢查帳戶及更改密碼
- ✓ 時刻留意社交媒體的提示訊息，包括私隱政策或服務條款更新
- ✓ 經常更新應用程式至最新版本
- ✗ 接受可疑用戶的交友邀請或訊息請求
- ✗ 連接到公共網絡
- ✗ 從非官方來源下載應用程式
- ✗ 保留不常用的帳戶



## 家長 / 監護人要留意

- 🔔 啟用家長管控功能
- 🔔 協助子女了解社交媒體的私隱政策及社交媒體會如何使用其個人資料
- 🔔 協助子女檢查或更改社交媒體的私隱設定
- 🔔 提醒子女過度披露或分享個人資料的後果

## 參考刊物

如希望獲取更多有關保障網上個人資料私隱的資訊，可參考以下刊物：



- 數碼新世代，向網絡欺凌說「不」

- 保護個人資料，由我做起



- 尊重他人私隱，我做到

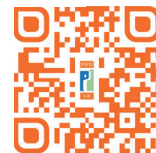
- 個人資料 由你掌握：兒童號外篇



- 網絡欺凌你要知！

- 個人資料要自保 — 老友記篇





私隱公署網頁



下載本刊物

查詢熱線 : (852) 2827 2827  
傳真 : (852) 2877 7026  
地址 : 香港灣仔皇后大道東 248 號大新金融中心 13 樓 1303 室  
電郵 : [communications@pcpd.org.hk](mailto:communications@pcpd.org.hk)



本刊物使用署名4.0國際 (CC BY 4.0) 的授權條款，只要你註明原創者為香港個人資料私隱專員，便可自由分享或修改本刊物。詳情請瀏覽 [creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh)。

## 免責聲明

本刊物所載的資訊和建議只作一般參考用途，並非為法例的應用提供詳盡指引，亦不構成法律或其他專業意見。私隱專員並沒有就本刊物內所載的資訊和建議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。相關資訊和建議不會影響私隱專員在《個人資料（私隱）條例》下獲賦予的職能及權力。

二零二二年四月

