



循規審查報告
商場會員計劃及網上推廣活動的
個人資料收集概況

2019年4月25日

循規審查報告：商場會員計劃及網上推廣活動的個人資料收集概況

摘要

為了解香港商場營運商收集個人資料的情況，同時因應公眾對網上推廣活動收集個人資料的行為的關注，香港個人資料私隱專員公署(公署)於 2018 年共巡視 100 間商場和審視 300 個要求提供個人資料以換取優惠的網頁，並對在巡視期間有設立會員計劃的 41 間商場及表面看來有過度收集個人資料的 19 間網頁營運商，展開循規審查（見第 2 段至第 8 段）。

商場會員計劃

公署向商場展開的循規審查結果顯示 31 個會員計劃(佔巡視期間發現總共 52 個會員計劃¹之中的 60%)收集個人資料(包括聯絡資料、敏感的個人資料和個人及家庭狀況等資訊)時抱有「寧濫勿缺」的心態，有違香港法例第 486 章《個人資料(私隱)條例》(《私隱條例》)下的不過度收集資料的原則和收集最少資料的行事方式。

有關商場為了增加人流和刺激消費而實行會員計劃，該等計劃涉及收集的個人資料包羅萬有，由基本的聯絡資料(如姓名、電話、地址和電郵地址)，到較敏感的個人資料(如生日資料、年齡、香港身份證號碼)，以至個人及家庭狀況(如教育程度、職業、公司名稱、職位、每月收入、婚姻狀況、子女數目、興趣、是否車主，及車牌號碼等)。有 3 個會員計劃(佔 52 個會員計劃之中的 6%)收集 18 項個人資料，另有 20 個會員計劃(佔 52 個會員計劃之中的 38%)要求會員強制提供不必要的個人資料。另外，有八個會員計劃(佔 52 個會員計劃之中的 15%)在設計上強迫顧客同意有關機構可使用其個人資料作直接促銷用途，而顧客就此根本沒有選擇餘地。在上述「綑綁式同意」的做法及設計下所獲取的同意不能視為真正和有意義的同意。如此做法及設計實際上構成不公平收集個人資料，因此應予以停止，而有關商場亦已作出相應更改(見第 31 段至第 32 段)。

香港個人資料私隱專員(私隱專員)審視會員計劃所收集的個人資料。一般而言，私隱專員接受為識辨身份和通訊目的而收集聯絡資料。然而，會員計劃收集香港身份證號碼一般會被視為過度收集個人資料，因為香港身份證號碼屬敏感的個人資料，處理不當會造成不必要的風險，包括身份盜

¹ 41 間商場合共設有 52 個會員計劃。

竊、以假冒身份進行非法活動、造成財務或財產損失等。另外，就市場分析及提供合適優惠的目的而收集個人及家庭狀況有關的個人資料，一般可以接受，惟會員應有不提供這些資料的選擇。私隱專員欣悉有 45 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 87%）未有收集會員的香港身份證號碼，以及有 32 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 62%）給予會員可不提供若干個人資料（例如年齡、工作地區、職業等）及家庭狀況的選項，或完全沒有要求這些資料（見第 34 段）。

網上推廣活動

網上推廣活動是市場工具，協助企業建立品牌，同時亦透過提供免費或專屬產品及服務建立顧客聯繫和關係。在是次循規審查行動中，公署得悉美容業（佔 300 個網頁之中的 44%）偏重利用網上推廣活動，藉提供免費美容療程及試用產品，以建立與潛在顧客的關係。教育行業（佔 300 個網頁之中的 18%）慣常地提供免費試堂以吸引學生報讀，而保健產品及服務業（佔 300 個網頁之中的 8%）會提供免費試用產品以建立顧客聯繫。由於目的是為了吸引顧客換領優惠，只有 20 個網上推廣活動（佔 300 個網頁之中的 6%）涉及過度收集個人資料，包括香港身份證號碼、生日資料、年齡及每月收入（見第 6 段及第 31 段）。

隨著大數據和資訊及通訊科技的發展及應用日增，衍生的網絡安全風險已升至前所未見的高水平並日趨嚴重。收集的個人資料越多，相關的風險（例如：黑客入侵導致身份盜竊及財務損失）越大。私隱專員支持及提倡在不損害個人私隱權的情況下，合法運用大數據，並極力建議以收集最少個人資料的方式行事。機構包括中小型企業應發展自己的私隱管理系統，將個人資料保障納入為其企業管治責任的一部分，並由管理層開始，以應用私隱管理系統於整個機構中為業務重點。私隱專員進一步建議機構應將數據管治和管理以至數據道德倫理—尊重、互惠和公平，納入機構管治之中，方為長遠應對個人資料私隱保障的方案（見第 40 段至第 42 段）。

背景

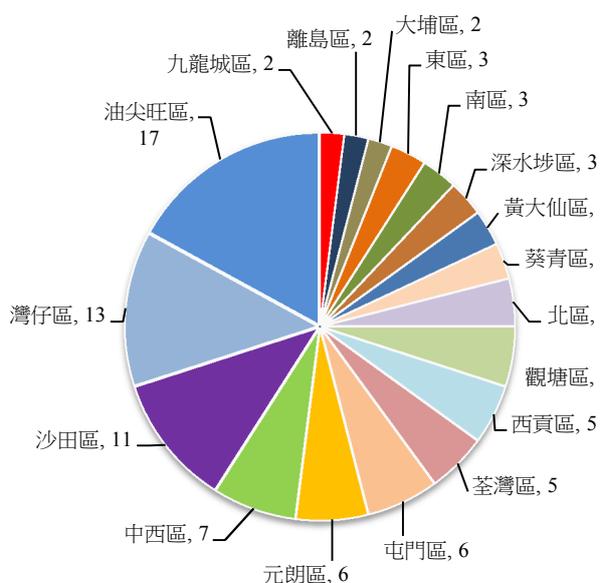
1. 為了解本港商場營運商收集個人資料的情況，同時因應公眾對網上推廣活動收集個人資料的行為的關注，公署於 2018 年共巡視 100 間商場和審視 300 個要求提供個人資料以換取優惠的網頁，並對在巡視期間有設立會

員計劃的 41 間商場及表面看來有過度收集個人資料的 19 間網頁營運商，展開循規審查。

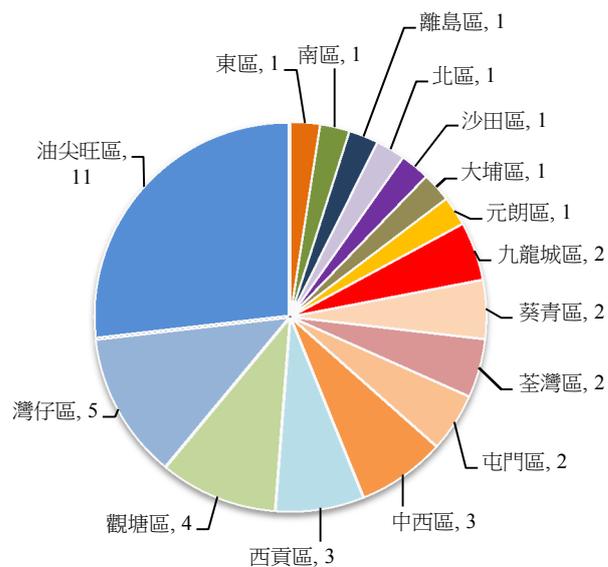
商場會員計劃

2. 公署於 2018 年二月至三月期間巡視了 100 間商場，包括香港旅遊發展局網頁²所列的商場及在全港 18 區之中每區選取最少兩間商場。以下圖表顯示公署所巡視的商場及當中設有會員計劃的商場的地區分佈。

各地區巡視過的商場
(共100間商場)



各地區設有會員計劃的商場
(共41間商場)



3. 公署透過以下方式就商場會員計劃獲取初步資訊：

- 瀏覽商場網站；
- 參閱宣傳單張及海報；
- 向禮賓部作出查詢；
- 觀察會員計劃的申請程序；及
- 在無需使用公帑的情況下申請參加會員計劃。

² 香港旅遊發展局於網頁

<http://www.discoverhongkong.com/tc/shop/where-to-shop/malls-and-department-stores/index.jsp> 列出商場的目的地是向遊客推介主要商場。

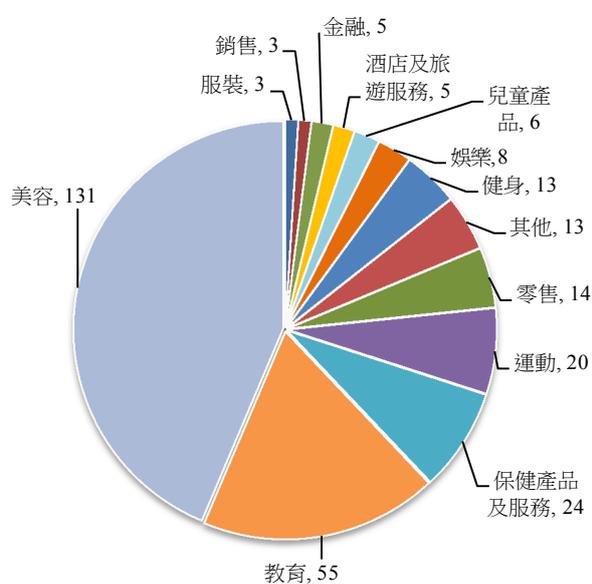
4. 公署其後向 41 間在巡視期間設有會員計劃的商場展開循規審查，要求他們進一步提供下述資料：

- 會員計劃的條款及細則；
- 處理個人資料的詳情，例如收集個人資料的種類及目的、資料披露及轉移的做法等；及
- 與處理個人資料相關的文件，例如會員申請表格、《收集個人資料聲明》及職員指引等。

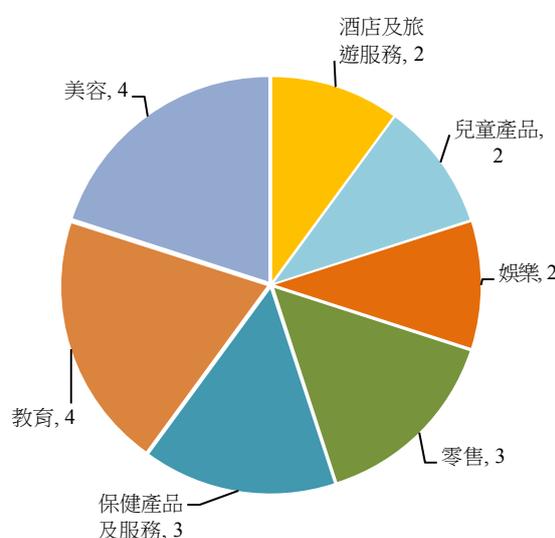
網上推廣活動

5. 公署亦於 2018 年二月至四月期間利用相應的關鍵詞³在互聯網上搜尋網上推廣活動，藉以了解透過互聯網提供產品或服務優惠而收集顧客個人資料的情況在香港是否普遍。公署審視了 300 個需提供個人資料以換取優惠的網頁。這些網頁涉及不同行業，當中包括美容、教育、保健產品及服務、運動、零售、健身、娛樂、兒童產品、酒店及旅遊服務、金融、銷售及時裝。就表面看來有過度收集個人資料因而可能違反《私隱條例》中保障資料原則的規定的其中 19 間網頁營運商(關乎 20 項網上推廣活動)，公署展開循規審查。以下圖表列出該 300 個網頁及該 20 個網上推廣活動的行業分佈。

網上推廣活動的行業分佈
(共300 個網頁)



網上推廣活動的行業分佈
(共20 個網上推廣活動)



³ 例如免費、優惠、推廣及換領禮品等。

6. 三個舉辦最多網上推廣活動的行業為：
- (a) 美容（佔 300 個網頁之中的 44%）— 提供免費美容服務及產品試用裝；
 - (b) 教育（佔 300 個網頁之中的 18%）— 提供免費試堂；和
 - (c) 保健產品及服務（佔 300 個網頁之中的 8%）— 提供免費產品樣本。
7. 在關於上述的 20 項網上推廣活動的循規審查中，公署要求有關網頁營運商提供推廣活動的詳情，包括收集及使用個人資料的目的、《收集個人資料聲明》及《私隱政策》的內容，及提供有關政策及聲明的方式。
8. 在審視過所有資訊後，公署向有關營運商提出建議並要求它們作出改善。

所獲得的資料

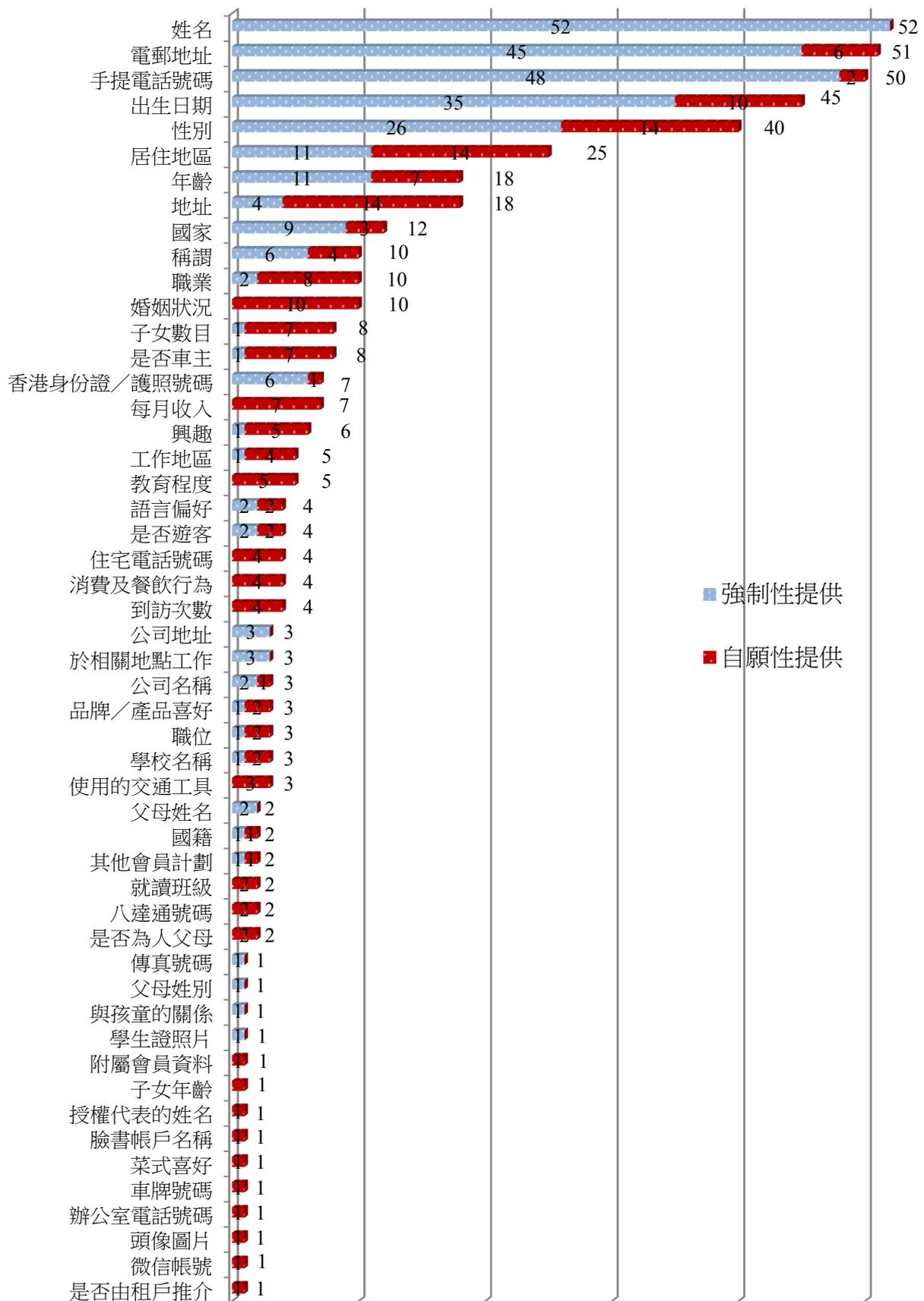
收集個人資料的類別

(甲) 商場會員計劃

9. 於所巡視的 100 間商場中，有 41 間商場設有共 52 個會員計劃⁴。會員計劃旨在提高顧客的忠誠度、了解顧客的喜好與消費模式，及提供切合顧客所需的服務與消費情報，以吸引顧客持續光臨消費。
10. 這些會員計劃合共收集了 51 項個人資料，包括基本聯絡資料（如姓名、電話號碼及電郵地址），較敏感的個人資料（如香港身份證號碼、生日資料），及個人及家庭狀況有關的個人資料（如職業、婚姻狀況、子女數目、每月收入、教育程度等）。以下的圖表顯示會員計劃收集會員資料的類別，並以涉及計劃的多寡以降序形式排列。

⁴ 33 間商場每間各設有一個會員計劃，另外八間商場分別設立兩個至四個會員計劃不等。

會員計劃所收集的個人資料種類



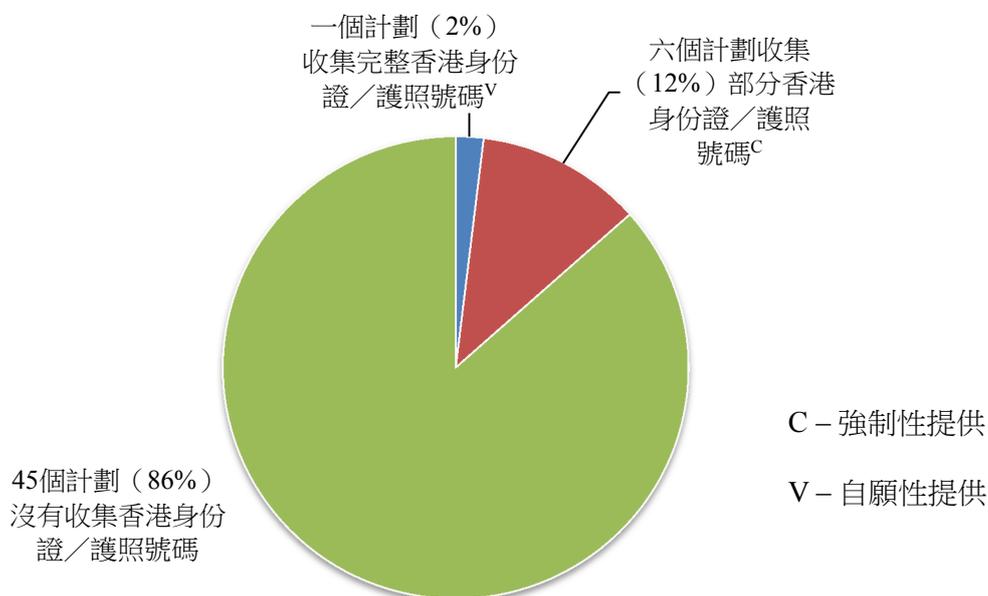
11. 各個會員計劃所收集的個人資料項目由三項至 18 項不等，平均每個會員計劃收集了 11 項個人資料。

12. 一般而言，私隱專員接受為識辨身份和通訊目的而收集會員的聯絡資料。然而，純粹為了識辨身份而收集香港身份證號碼及純粹為在生日月份提供優惠而收集完整生日資料，無論是強制性或自願性提供，一般會認為是過度收集。就市場分析及提供合適優惠目的而收集個人及家庭狀況有關的個人資料，會員應予以有不提供該些資料的選擇權。

(a) 香港身份證號碼

13. 七個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 13%）收集香港身份證或護照號碼，詳情可參閱以下圖表。

收集香港身份證／護照號碼的會員計劃



14. 在要求收集香港身份證或護照號碼的七個會員計劃中：

(a) 位於中西區、九龍城區及荃灣區三個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 6%），純粹為識辨會員身份而收集香港身份證或護照號碼；及

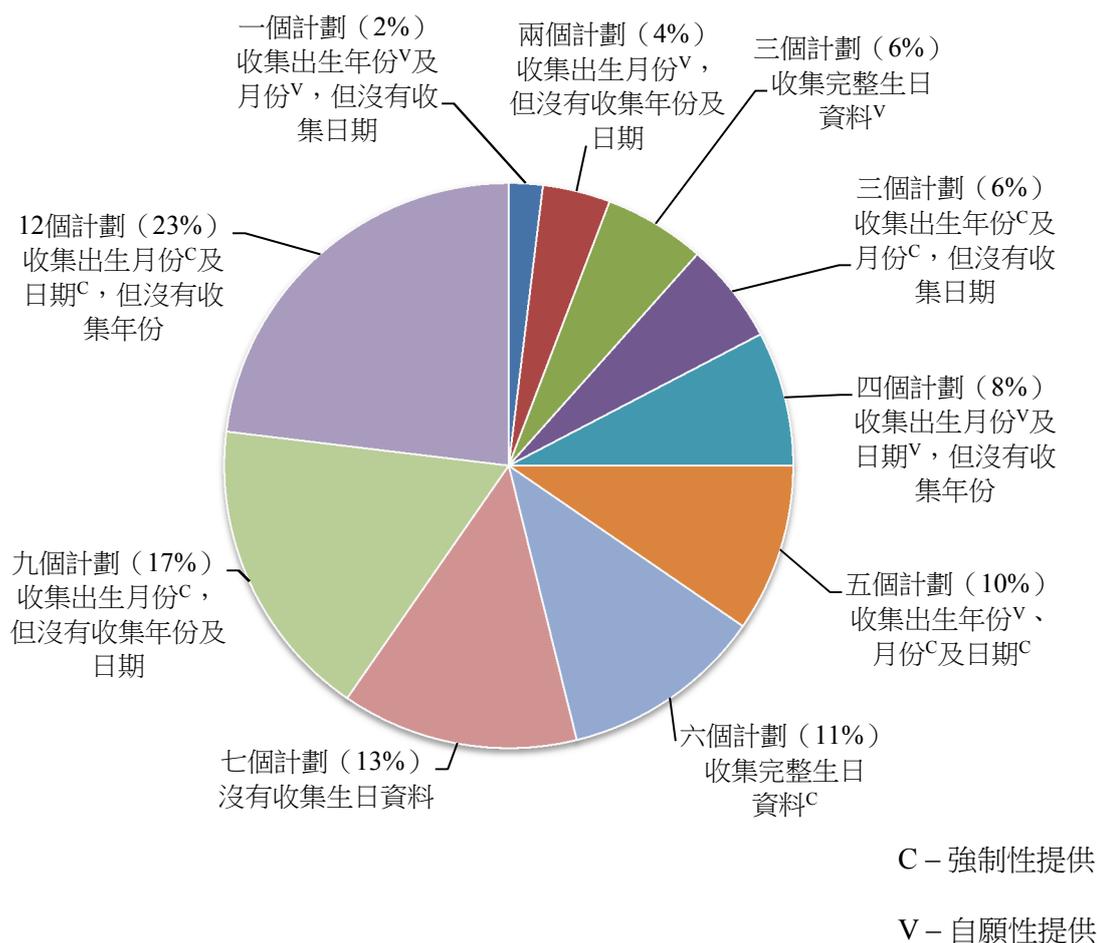
(b) 位於灣仔區及油尖旺區的四個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 8%），為防止錯誤地將會員的積分兌換或提供予其他人而造

成嚴重損失（可達六位數的港元金額），而以強制方式收集部分身份證或護照號碼。

(b) 生日資料

15. 45 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 87%）收集會員完整或部分的生日資料，詳情可參閱以下圖表。

收集生日資料（出生年份、月份及日期）的會員計劃



16. 公署要求 45 個會員計劃的商場營運商提供收集生日資料的目的，概述如下：

- (a) 35 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 67%）為提供生日優惠而收集出生月份及／或日期。在這些計劃中，位於灣仔區、油尖旺區、北區、西貢區、荃灣區、屯門區及元朗區的七個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 13%）於會員生日的月份提

供生日優惠。然而，除了收集會員的出生月份外，該等計劃亦同時收集會員的出生年份及日期而不使用該等資料於任何用途；

- (b) 五個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 10%）解釋為在帳戶恢復程序中作核證用途而收集出生月份及日期。在這些計劃中，位於東區、觀塘區、葵青區及西貢區的四個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 8%）只需要出生月份用於帳戶恢復中的核證。然而，除了收集會員的出生月份外，該等計劃亦收集會員的出生日期；
- (c) 位於九龍城區及油尖旺區的两个會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 4%）以兒童為對象，並因為兒童會籍會在兒童年滿 13 歲時自動失效而收集兒童的完整生日資料；及
- (d) 位於灣仔區、離島及荃灣區的三个會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 6%）未能就其收集出生年份、月份及／或日期提供合理的辯解。

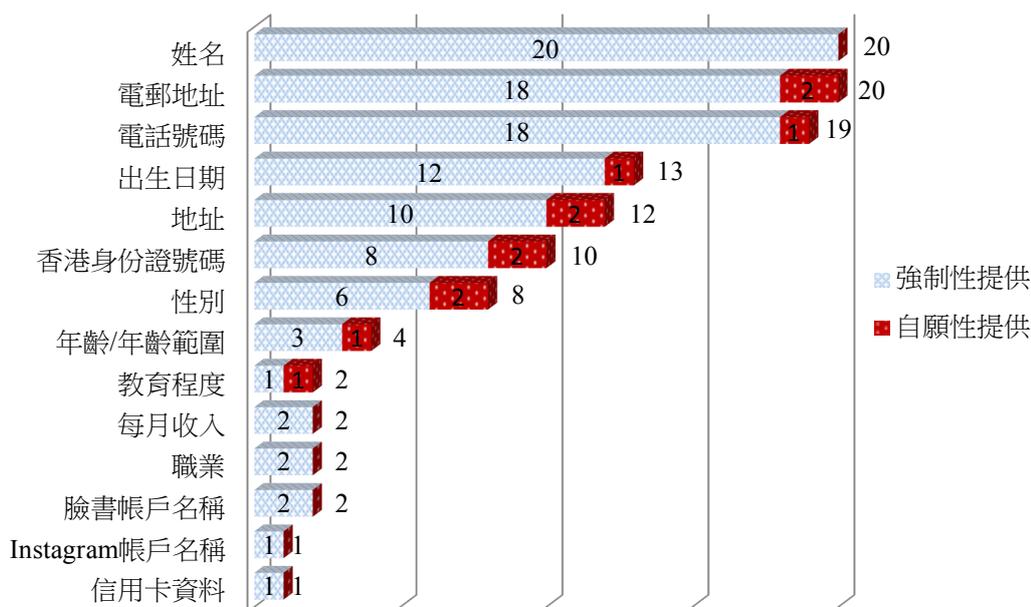
(c) 其他資料

17. 44 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 85%）收集會員的其他資料，包括居住地區、工作地區、職業、年齡及子女數目等，作市場分析、顧客分類和直接促銷。

(乙) 網上推廣活動

18. 在 20 個揀選的網上推廣活動中，合共收集 14 項個人資料類別，而每個活動所要求個人資料的數目介乎四項至 11 項。平均每個網上推廣活動收集六項個人資料。

網上推廣活動收集的個人資料種類



(a) 香港身份證號碼

19. 10 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 50%）要求顧客提供完整或部分的香港身份證號碼。有關的網頁營運商聲稱收集香港身份證號碼是為了在顧客換領推廣產品及服務時作身份識辨之用。

(b) 生日資料

20. 13 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 65%）收集顧客完整或部分的生日資料，以便確認是否符合取得優惠的資格、識辨身份，或作市場分析之用。

(c) 其他資料

21. 兩個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 10%）在顧客申請推廣優惠時，強制性要求他們提供教育程度、每月收入及職業，以作市場分析之用。

使用個人資料

22. 位於灣仔區、九龍城區、油尖旺區、離島及荃灣區的八個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 15%）在要求申請人同意《收集個人資料聲明》及條款及細則的同時，一併同意其使用個人資料於直接促銷目的。

23. 網上推廣活動沒有作出相關的安排。

透明度

24. 所有會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 100%）及 17 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 85%）曾向顧客提供《收集個人資料聲明》及／或條款及細則，以告知他們是否有責任或可否自願提供所要求的個人資料、（如他們有如此責任）不提供資料的後果，以及有關資料將會使用的目的及可能轉移予什麼類別的人士。

25. 然而，位於東區、觀塘區、九龍城區、油尖旺區、離島區、葵青區和西貢區的八個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 15%）和九個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 45%），未有在其申請表格中標示哪項資料屬必須提供。

26. 另外，位於灣仔區和油尖旺區的七個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 13%）和七個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 35%），未有在《收集個人資料聲明》或相關文件列明負責處理資料查閱和改正要求的人員的姓名（或職銜）及其地址。

法例

27. 《私隱條例》附表1的保障資料第1原則（資料收集）與本活動有關，該原則訂明：

「(1) 除非—

- (a) 個人資料是為了直接與將會使用該資料的資料使用者的職能或活動有關的合法目的而收集；
- (b) 在符合(c)段的規定下，資料的收集對該目的是必需的或直接與該目的有關的；及
- (c) 就該目的而言，資料屬足夠但不超乎適度，否則不得收集資料。

- (2) 個人資料須以—
- (a) 合法；及
 - (b) 在有關個案的所有情況下屬公平，
的方法收集。
- (3) 凡從或將會從某人收集個人資料，而該人是資料當事人，須採取所有切實可行的步驟，以確保—
- (a) 他在收集該資料之時或之前，以明確或暗喻方式而獲告知—
 - (i) 他有責任提供該資料抑或是可自願提供該資料；及
 - (ii) (如他有責任提供該資料) 他若不提供該資料便會承受的後果；及
 - (b) 他—
 - (i) 在該資料被收集之時或之前，獲明確告知—
 - (A) 該資料將會用於甚麼目的 (須一般地或具體地說明該等目的)；及
 - (B) 該資料可能移轉予甚麼類別的人；及
 - (ii) 在該資料首次用於它們被收集的目的之時或之前，獲明確告知—
 - (A) 他要求查閱該資料及要求改正該資料的權利；
 - (B) 處理向有關資料使用者提出的該等要求的個人的姓名 (或職銜) 及其地址，

但在以下情況屬例外：該資料是為了在本條例第8部⁵中指明為個人資料就其而獲豁免而不受第6保障資料原則⁶的條文所管限的目的而收集，而遵守本款條文相當可能會損害該目的。」

《身份證號碼及其他身份代號實務守則》 (《實務守則》)

28. 專員發出的《實務守則》為適當處理身份代號，尤其是身份證號碼及身份證副本提供指引。

《實務守則》第 2.1 段訂明：

⁵ 《私隱條例》第 8 部訂明《私隱條例》若干條文的豁免。總括而言，豁免條文可分為 21 個類別，包括執行司法職能、家居用途、僱傭- 職工策劃、有關程序、保安等。

⁶ 《私隱條例》附表 1 的保障資料第 6 原則 (資料查閱及改正) 訂明，資料當事人有權要求查閱自己的個人資料及如資料有誤，要求改正自己的個人資料。

「除獲法律授權外，資料使用者不能強制要求任何人提供香港身份證號碼。」

《實務守則》第 2.3 段訂明：

「除在下述情況下之外，資料使用者不應收集任何個人的香港身份證號碼：

……
2.3.3 藉以在目前或將來正確識辨香港身份證持證人的身份或正確認出其個人資料，而為了下述目的，作出如此正確識辨或認出是需要的：

2.3.3.1 為增進持證人的利益；

……
2.3.3.3 為避免對資料使用者造成損害或損失，而該損害或損失在有關情況下是超過輕微程度的；」

結論

收集個人資料

29. 《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(1)原則訂明，資料使用者在收集個人資料時，必須是為了直接與其職能或活動有關的合法目的而收集，資料的收集對該目的是必需的或直接與該目的有關的。此外，就該目的而言，資料屬足夠但不超乎適度。

30. 根據所得的資料，私隱專員有以下觀察：

(1) 商場營運商提供的會員計劃屬營銷活動，旨在透過市場推廣活動提升會員忠誠度，同時亦可了解會員的喜好與消費模式以優化服務及鼓勵會員消費。私隱專員認為，收集會員的個人資料以提供會員計劃，屬《私隱條例》附表 1 保障資料第 1 原則所指的合法及直接與該等目的有關。

(2) 有關網頁營運商提供的網上推廣活動亦屬營銷活動，而顧客藉有關活動受惠於營銷提供的產品及服務。私隱專員認為，收集顧客的個人資料以提供營銷優惠同樣合法，及直接與該等目的有關。

(3) 私隱專員認為，為與顧客溝通（不論收集顧客對提供的推廣產品或服務的意見，或與他們建立業務關係）而收集基本聯絡資

料（即：姓名、聯絡電話及電郵地址）屬《私隱條例》附表 1 保障資料第 1 原則所指的足夠但不超乎適度。

違反

31. 私隱專員發現 31 個會員計劃⁷（52 個會員計劃之中的 60%）及 20 個網上推廣活動（佔 300 個網頁之中的 6%）在收集個人資料時抱有「寧濫勿缺」的心態，涉及過度收集香港身份證或護照號碼、生日資料或強制性收集其他資料，因而違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1 原則的規定：

(甲) 過度收集個人資料 — 香港身份證或護照號碼

- (1) 香港身份證號碼屬敏感的個人資料，處理不當會造成不必要的風險，包括身份盜竊、以假冒身份進行非法活動、造成財務或財產損失等。在沒有恰當合理的辯解下收集香港身份證號碼一般會視為過度收集個人資料。這觀點自 *八達通* 案件及於 2012 年針對會員計劃的隨後調查起，已被確立。
- (2) 是次循規審查行動中，三個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 6%）收集會員的香港身份證或護照號碼純粹為了識辨會員身份。同樣地，10 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 50%）在顧客現身兌換推廣產品及服務時，亦涉及收集香港身份證號碼以識辨身份。
- (3) 《實務守則》第 2.3.3.3 段訂明，資料使用者不應收集個人的身份證號碼，除非有關收集是「藉以在目前或將來正確識辨身份證持證人的身份，或正確認出其個人資料是為避免對資料使用者造成損害或損失，而該損害或損失在有關情況下是超過輕微程度的，以作出如此正確識辨或認出是需要的」。
- (4) 私隱專員認為，使用個人資料的組合（例如姓名及其他基本聯絡資料）而不使用香港身份證或護照號碼，屬較少侵犯私隱的做法並足以識辨會員的身份。此外，推廣產品及服務（例如免費試用服務或免費樣本等）的價值，並非符合《實務守則》第

⁷ 該 31 個會員計劃分布於 13 區的 25 間商場，油尖旺區佔五間、灣仔區佔四間、西貢區佔三間、中西區、觀塘區和荃灣區各佔兩間、東區、離島區、九龍城區、葵青區、北區、屯門區和元朗區各佔一間。

2.3.3.3 段所指的收集顧客的身份證號碼的理據。因此，上文第(2)段所述的會員計劃及網上推廣活動營運商收集香港身份證號碼或護照號碼，屬過度收集，構成違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(1)原則的規定。

(乙) 過度收集個人資料 – 生日資料

- (5) 收集生日資料須屬必需及直接與擬收集的目的有關。而收集的資料就該目的而言，應屬足夠但不超乎適度。就此，收集完整生日資料（即出生年份、月份和日期）須慎重考慮。
- (6) 就會員計劃，公署得悉以下實況：
- (a) 七個會員計劃⁸（佔 52 個會員計劃之中的 13%）為在會員生日的月份向會員提供優惠，收集會員的完整生日資料；
 - (b) 四個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 8%）為在帳戶恢復的程序中進行核證，收集會員的「出生日期」和「出生月份」，但後來發現收集「出生月份」便足夠達到此目的；
 - (c) 三個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 6%）未能就收集會員完整生日資料，提供合理辯解。
- (7) 私隱專員認為如商場會在會員的生日月份提供優惠，則收集會員的「出生月份」已屬足夠。至於為在恢復帳戶程序中進行核證，結合部分生日資料及其他聯絡資料一般可達到此目的。就此，私隱專員認為 14 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 27%）涉及過度收集完整生日資料（不論是強制性或是自願性提供），因而構成違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(1)原則的規定。
- (8) 為確認顧客是否合資格獲取推廣優惠、識辨顧客或作市場分析之用，13 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中 65%）收集顧客完整生日資料。在審視有關的收集目的後，私隱專員認為收集完整生日資料（不論是強制性或是自願性提供）屬過度收集，並構成違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(1)原則的規定。例如，若年齡（如年滿 18 歲或以上）為其中一項合資

⁸ 位於荃灣區的一個會員計劃亦過度收集香港身份證/護照號碼。

格獲取推廣優惠的要求，由於網頁營運商可預定推廣優惠的期限，因此收集出生月份及年份便已足夠，而收集完整生日資料並非必需並且侵犯私隱。此外，私隱專員認為收集完整生日資料作市場分析用途，一般來說並非必需。收集年齡組別便已足夠。

(丙) 強制性收集其他資料

- (9) 20 個會員計劃⁹（佔 52 個會員計劃之中的 38%）在申請過程中強制性地收集會員的其他資料，包括居住地區、年齡及子女數目。另外，兩個網上推廣計劃（佔 20 個網上推廣活動之中的 10%）在顧客申請推廣優惠時強制要求他們提供教育程度、每月收入及職業資料。這些額外資料並非為提供會員優惠或推廣優惠所需的，而是用於顧客分析及發布相關的直接促銷訊息¹⁰。私隱專員認為會員及顧客應予以選擇，以決定是否為上述的目的提供額外資料。因此，有關會員計劃及網上推廣活動的收集資料做法，構成違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(1)原則的規定。

(丁) 不公平收集

- (10) 《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(2)原則規定，資料使用者須以合法及在有關個案的所有情況下屬公平的方法收集個人資料。八個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 15%）在要求申請人同意《收集個人資料聲明》及條款及細則的同時，一併要求申請人同意使用其個人資料作直接促銷。此舉令申請人不能拒絕有關計劃使用及／或轉移其個人資料作直接促銷用途。倘若申請人拒絕有關要求，其會員申請便不獲批准。透過這種「綑綁式同意」的設計及做法收集個人資料，屬於不公平收集個人資料，違反保障資料第 1(2)原則的規定。

⁹ 位於九龍城及荃灣區的兩個會員計劃亦過度收集香港身份證/護照號碼，而位於油尖旺區、離島及荃灣區三個會員計劃亦過度收集生日資料。

¹⁰ 根據公署發出的《直接促銷新指引》第 2.2 段，資料使用者只有在顧客選擇自願提供資料的情況下，資料使用者才可向顧客收集額外資料作直接促銷用途（例如：顧客概況彙編及分類）。

(戊) 未有通知資料當事人

- (11) 《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(3)(b)原則規定，資料使用者須採取所有切實可行的步驟，以確保資料當事人在其個人資料被收集之時或之前，獲明確告知該資料將會用於甚麼目的（須一般地或具體地說明該等目的），及該資料可能轉移予甚麼類別的人士。
- (12) 私隱專員欣悉所有會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 100%）及 17 個網頁營運商（佔 20 個網上推廣活動之中的 85%）明白上述的通知規定。這些營運商向顧客就以下事宜提供清晰的資訊：(a)如何處理他們的個人資料，(b)是否有責任或可自願提供資料，(c)（如顧客不提供資料）不提供資料的後果，(d)有關資料將會用於甚麼目的，及(e)有關資料將會轉移予甚麼類別的人士。私隱專員欣悉有 7 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 13%）及 11 個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 55%）表示他們不會將收集得的個人資料轉移予第三方。
- (13) 然而，私隱專員留意到八個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 15%）和九個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 45%）未有在申請表或網站上標示所收集的個人資料類別屬必須或自願提供。缺乏有關的標示，顧客便不能明瞭他們對其個人資料的控制權，並會過度提供不必要的個人資料。因此，未能據此明確告知顧客相當於違反《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(3)原則的規定。
- (14) 此外，七個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 13%）和七個網上推廣活動（佔 20 個網上推廣活動之中的 35%），因未能提供負責處理查閱及改正資料要求的職員的姓名（或職銜）及地址，違反了《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(3)原則的規定。會員及顧客因此而不獲告知他們有查閱及改正資料要求的權利及提出該等要求的相關渠道。

補救措施

32. 私隱專員歡迎有關商場和網頁營運商採取以下的補救措施：

商場會員計劃及網上推廣活動

- (1) 該等計劃及活動已停止過度收集以會員計劃及網上推廣活動為目的的敏感資料如香港身份證、護照號碼及生日資料；
- (2) 已銷毀在以往收集的所有有關資料；
- (3) 修訂《收集個人資料聲明》，以符合《私隱條例》附表 1 保障資料第 1(3)原則的規定。

商場會員計劃

- (4) 有關商場從會員申請表上刪除不必要的項目；
- (5) 已重新設計申請表格，以加入獨立的空格，擬索取申請人同意商場營運商將可使用及／或轉移其個人資料作直接促銷用途；
及

網上推廣活動

- (6) 有關網頁營運商已承諾在將來的推廣活動中，不會收集顧客的香港身份證號碼及／或出生資料。

良好的行事方式

33. 在是次循規審查中，私隱專員發現一些值得表揚的良好行事方式。

(甲) 收集最少的個人資料

34. 私隱專員欣悉部分商場營運商採用以下收集最少個人資料的行事方式：

- (1) 45 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 87%）未有收集會員的香港身份證或護照號碼；
- (2) 17 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 33%）給予會員選擇是否提供生日資料或完全沒有收集生日資料；

- (3) 32 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 62%）給予會員選擇是否提供個人及家庭狀況的資訊如居住地區、工作地區、職業、年齡等或完全沒有收集有關資料。

35. 此外，44 個會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 85%）為取得會員同意使用其個人資料作直接促銷用途而提供獨立方格讓會員勾選。所有會員計劃（佔 52 個會員計劃之中的 100%）均向會員提供《收集個人資料聲明》。

36. 位於九龍城區、由和記地產集團有限公司營運的黃埔天地的貴賓優惠卡會員計劃，只收集三項個人資料。在這次循規審查行動的 52 個會員計劃中，該計劃所收集的個人資料數目最少。該會員計劃所收集的個人資料項目、主要收集目的，及有關收集是以強制方式或自願方式進行列於下表。

項目	描述	目的	強制／自願方式
1.	姓名	核證會員	強制
2.	電話	核證會員	強制
3.	電郵地址	提供宣傳及推廣資訊	自願

37. 該會員計劃的會籍有效期為兩年，所有收集的個人資料會在會籍屆滿後的一個月內銷毀。私隱專員讚揚該會員計劃只收集最少數量的個人資料，並設定時間表以銷毀已收集的資料。

(乙) 刪除資料的權利

38. 位於油尖旺區、由鷹君資產管理（冠君）有限公司營運的朗豪坊的 LP Club 會員計劃，在其條款及細則中列明，會員有權及渠道取消會籍，及有關會員的個人資料將在取消會籍後永久刪除。根據該商場營運商的回覆，在接獲取消會籍的要求後七日內，有關個人資料會被銷毀。私隱專員讚揚該會員計劃具透明度，告知顧客的權利。

(丙) 提供具意義的選擇權

39. 位於灣仔區的皇室堡的 Windsor Club 及於油尖旺區的 The ONE 的 The ONE Club 均由華人置業集團營運。這兩個會員計劃容許會員反對為直接促銷用途而使用其個人資料，或選擇同意(i)僅皇室堡／The ONE 或(ii)華人置業集團為直接促銷用途而使用其個人資料。私隱專員讚揚該等會員計劃向會員提供清晰展示的選擇，因而令會員的同意具意義。

評論及建議

40. 私隱專員欣悉現時大多數商場和網頁營運商（無論是大企業或中小型企業），已能令人滿意地表現他們的意識及法律責任，以遵守法律的規定從而保障顧客的個人資料。值得鼓舞的是，在申請會員及網上推廣活動時，顧客傾向於有更多的掌控權，以決定是否提供其個人資料（即讓顧客「自願」提供個人資料而非「強制」提供），並獲充分告知收集個人資料的目的及用途。

41. 私隱專員在這次循規審查行動中發現，位於中西區的高級商場收集個人資料項目的數目較平均數目為高。為提供專屬優惠及升級購物體驗，這些商場收集顧客的國籍及是否遊客等資料。私隱專員亦注意到不同會員計劃，即使由同一個營運商營運，會因應會員計劃和商場的市場策略，收集不同的個人資料。私隱專員亦發現中型規模的商場營運商遵守收取最少個人資料的原則行事。

42. 隨著大數據和資訊及通訊科技的發展及應用日增，衍生的網絡安全風險已升至前所未見高的水平。毫無疑問，機構收集和儲存的個人資料越多，黑客的入侵導致個人的損害（如身份盜竊、財務損失）的風險則越大。私隱專員支持及提倡在不損害個人私隱權的情況下，合法運用大數據，並極力建議以收集最少個人資料的方式行事。私隱專員於 2019 年 3 月 5 日發表的「2018 年抽查報告：資料使用者實施私隱管理系統的情況」¹¹，提倡機構包括中小型企業發展自己的私隱管理系統，將個人資料保障納入為其企業管治責任的一部分，並由管理層開始，以應用私隱管理系統於整個機構中為業務重點。私隱專員進一步建議機構應將數據管治和管理以至數據道德倫理—尊重、互惠和公平，納入機構管治之中，方為長遠應對個人資料私隱保障的方案¹²。

— 完 —

¹¹ https://www.pcpd.org.hk/tc_chi/resources_centre/publications/surveys/files/sweep2018_c.pdf

¹² https://www.pcpd.org.hk/tc_chi/news_events/media_statements/press_20181024.html