

會員積分計劃條款私隱保障

第三次分析報告

2011 年 06 月 21 日

1. 引言

新論壇在去年七月及十月，先後搜集了七間大型商業機構的會員獎賞計劃，分析不同計劃內的個人資料保障條款，兩次調查均發現它們對客戶的私隱保障並不足夠，普遍存在轉移客戶私隱的不公平條款，新論壇也去信要求有關商戶作出改善。

在今年六月，新論壇重新啓動調查，檢視這些機構的改善進度，結果顯示，**除了八達通日日賞及大家樂作出針對性的改善外，大部份機構仍收集超乎用途所需的個人資料，以及沿用違反私隱保障原則的個人聲明。**另外，如果根據政府 4 月提出的修訂《個人資料（私隱）條例》的建議，被調查的機構，很大機會違反修訂內容，反映經八達通事件後，機構對客戶的私隱保障，沒有顯著提升。

2. 積分卡私隱保障評論

新論壇搜集了七間零售和消費服務機構的會員計劃，就其涉及個人資料的條文作分析。七間機構分別是八達通日日賞、百佳易賞錢、萬寧 Mann Card、華潤萬家積 FUN Card、大家樂 Club100、U.A. Loyalty Club 以及屈臣氏會員卡。報告引用以下五項準則，評估會員計劃內容對個人資料的保障程度。

1. 索取的個人資料是否多於合理範圍
2. 個人資料的應用範圍
3. 是否授權機構轉移個人資料
4. 是否提供「取消接收選項」或「接受接收選項」
5. 是否清晰列明查詢個人資料的途徑

3. 主要分析結果

3.1 索取個人資料多於合理範圍

與上兩次調查結果比較，八達通日日賞放棄了收集會員的身份證號碼及出生日期，大家樂 Club100 亦放棄收集出生日期。但其餘被調查的機構，仍沿用過去的申請表格，索取多於聯絡用途的個人資料，如百佳、屈臣氏及萬寧會員卡，仍在沒有交代理由的情況下，收集申請人的香港身份證號碼；八達通、百佳、華潤萬家及 U.A. 的會員申請表，亦要求申請者提交個人收入或消費模式資料，令人懷疑資料被用作其他市場推廣用途。

3.2 個人資料的應用範圍：涵蓋性條款普遍

在上次調查發佈後，只有八達通及大家樂收窄了個人資料的應用範圍，刪除了「市場推廣」、「直接推銷各方面的產品」或「作其他相關用途」等涵蓋性條款。其餘五間仍沿用之前的個人資料聲明，要求客戶授權將個人資料作聯絡、推廣，以及市場統計分析之用。百佳易賞錢、屈臣氏會員卡及 U.A. Loyalty Club 的個人聲明中，更要求客戶授權，將個人資料用作推廣機構認為合適，而未必屬於其機構提供的服務，明顯偏離了原有處理申請的目的。

3.3 授權可轉移個人資料：轉移仍欠規範

在上次調查，華潤是唯一沒有列出會轉移個人資料的機構。大家樂在上次調查後作出了改善，聲明不會轉移給第三者作直銷用途，亦不會出售或轉移會員的個人資料到外地，是唯一在這方面作出修改的機構。而在五月重新啓動的八達通日日賞計劃，將轉移的資料範圍略為收窄，將參與商戶一項刪去。

然而，大部份機構對個人資料轉移的範圍仍無規範，將客戶的資料轉交其他人士，如：對公司有保密責任的人士、特選公司、附屬或聯營公司，甚至海外公司。而且，在轉移個人資料前，機構更不會通知會員，反映機構保護客戶私隱的意識仍然相當薄弱，將客戶的資料視為個人資產。

3.4 提供「取消接收選項」(opt out)或「接受接收選項」(opt in)選項

自上次調查後，八達通日日賞增設了「取消接收選項」(opt out)，讓會員自行選擇是否接收推廣資訊。因此，現時除華潤積FUN Card申請表外，其餘六間受調查的會員計劃均於申請表內設有接收選項，讓申請人選擇是否同意將個人資料用於申請會員卡以外的用途，但可惜的是全部均是採用「取消接收選項」(opt out) 的模式，只讓申請人「選擇拒絕」，而不是較重視客戶意願的「接受接收選項」(opt in)模式。

3.5 是否清晰列明查詢個人資料的途徑

今次調查發現，七間機構仍主要以郵寄或電郵，作為聯絡保障個人資料部門的方法。同時，只有八達通及大家樂，提供直線電話，供會員直接查詢及監督其個人資料的用途。

4. 總結

今年4月，政府發表檢討《個人資料（私隱）條例》公眾討論報告，建議把違反個人資料行為刑事化，並主要就以下四項提出修訂：

1. 直接促銷的資料使用者，要讓當事人有權選擇不同意資料被使用，
2. 資料的使用者亦須通知資料的當事人宣傳貨品、設施及服務的類別；
3. 該等資料可能轉移予何種類別(如金融服務，電訊機構等)的人士；
4. 以及哪類個人資料會被轉移。

被調查的會員計劃很可能違反新修訂條例

是次調查發現，只有少部份機構修改了個人資料條文，大部份機構態度依然固我，沿用舊有的個人資料聲明，保留最大使用客戶個人資料的彈性，反映它們沒有汲取八達通事件的教訓，繼續忽視對客戶的私隱保障。它們的個人資料條款，與政府提出相對溫和的修訂建議要求，還是有一大段距離。

涵蓋條款普遍 資料轉移欠確定性

所有機構的個人資料聲明，都沒有列明推廣的產品或服務的類別；亦多以極為含糊的涵蓋條款交代客戶個人資料轉移至哪類人士，如：“對公司有保密責任人士”或“生意伙伴”；另外，所有機構都沒有標明，轉移哪類個人資料。只有在向客戶提供「不同意資料被使用選項」上，能符合修訂的要求。故此，如果新修訂在今天執行的話，所有被調查的機構均有可能違反規定。

今次調查發現，大部份機構的個人資料保障條文未見改善，情況令人失望。新論壇希望有關當局能盡快完成修訂，迫令相關機構盡快修改條款，令市民的私隱得到應有的保障。

* 有關各積分計劃的詳細私隱條款，請瀏覽新論壇網頁 www.ncforum.org.hk

-- 完 --