

# (一) 新論壇信用卡私隱條款保障分析報告

2010年10月19日

## 1. 引言

新論壇於8月底，發佈了《信用卡私隱條款保障分析報告》，就十間銀行的信用卡申請表，對客戶個人資料的保障進行全面分析，發現機構的個人私隱保障嚴重不足，如：合約普遍存在細字及複雜條文、申請表內缺乏「取消接收」選項及客戶資料受到廣泛轉移等問題，並去信要求銀行及銀行公會，要求改善。

在10月5日，新論壇再次搜集相同銀行的信用卡申請表，利用同樣的研究手法，了解他們改善問題的進度。可是，是次調查發現所有銀行都不正視客戶私隱問題，完全沒有改善，結果令人相當失望。

## 2. 研究方法

在分析中，我們以上次調查10間銀行的信用卡申請表為研究對象，它們包括：**恆生銀行、渣打銀行、中銀香港、東亞銀行、星展銀行、交通銀行、中國建設銀行、中信銀行國際、永隆銀行、大新銀行**。報告用以下五項準則再作分析，評估銀行信用卡對客戶個人資料的保障程度：

1. 客戶個人資料的應用範圍
2. 是否授權機構轉移個人資料
3. 是否提供「取消接收選項」(Opt-out)或「接受選項」(Opt-in)
4. 《個人資料聲明》的處理
5. 是否清晰列明查詢個人資料的途徑

## 3. 主要分析結果

當中問題包括：

### 3.1 個人資料的應用範圍：全部授權用作推廣用途

十間銀行仍沿用之前信用卡的個人資料聲明，繼續將客戶的個人資料用作推廣銀行的其他產品和服務，或為“特選客戶”的服務推廣。這反映銀行不注重保障客戶的私隱，缺乏改善個人聲明的誠意。

### 3.2 授權可轉移個人資料：轉移範圍全無規範

與上次調查一樣，銀行對個人資料轉移的範圍仍無規範。它們有權將客戶的資料轉交其他人士，如：“對銀行資料有保密責任的人士”、“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，銀行還是不須通知客戶，反映銀行保護客戶私隱的意識，沒有因八達通事件而增加。

### 3.3 沒有設「取消接收選項」(opt out)或「接受選項」(opt in)選項

銀行沒有在申請表中，增加自選「接受或取消」選項，讓客戶在申請信用卡時，選擇將自己的個人資料用於申請信用卡以外的用途。它們仍要客戶申請信用卡後，自行透過信件或傳真，通知個人資料保障主任，方能停止銀行將其個人資料作直銷用途。

### 3.4 《個人資料聲明》的處理

雖然十間銀行都有透過《個人資料聲明》，向客戶清楚交代申請資料的用途，但是條款的字體仍然過細，只有 1 至 3 毫米，根本無法閱讀，無助申請者了解《個人資料聲明》。

### 3.5 是否清晰列明查詢個人資料的途徑

在十間銀行中，只有兩間（東亞及交通銀行）會公開資料保障負責人的電話，其餘七間仍只接受客戶以信件或傳真查詢。而且，永隆銀行更沒有提供傳真及電話號碼。由此可見，客戶能查閱個人資料的渠道極少，客戶能否有效監察，成爲一大疑問。

## 4. 小結：多項條文涉嫌違反保障私隱原則

在 10 月 18 日，私隱專員公署正式發佈「八達通日日賞計劃」的調查報告，當中指出八達通獎賞公司，違反了資料保障三項原則。而根據是次條文分析，各大銀行的信用卡申請表內的個人資料條款，已很大機會違反了原則 1(3)項：未能清楚展示聲明條文及未合理地定出個人資料承讓人類別。

### 第 1(3)項：告知資料當事人的責任

私隱專員公署指出，機構“必須採取所有切實可行的步驟，以確保資料當事人已獲**明確方式告知該等資料將會用於什麼目的**，及可能**轉移予什麼類別**的人”。是次分析發現，被調查銀行的個人資料條款，明顯未能符合此原則的三大要求，與八達通獎賞計劃犯上同樣的問題。

#### 4.1 資料用途：全面涵蓋 過於廣泛

在八達通調查報告內，私隱專員批評獎賞計劃的個人資料聲明，使用了“**作其他相關用途**”的全面涵蓋條款，授權機構將個人資料用作相當廣泛的用途。在是次分析中，只有恆生銀行沒有使用涵蓋性條款，其餘所有被調查的銀行，均使用類似全面涵蓋的條款，如“與上述有關的用途”或“一切與上述有聯繫、有附帶性及有關的用途”，作闡明用途的結尾。

#### 4.2 轉移類別：無確定性

私隱專員批評獎賞計劃的條款，可將個人資料轉移給“**任何其他人士**”，轉移類別毫無確定性。在是次調查中，銀行仍然使用「特選公司」或「**任何**對本行有保密責任的人士」，交代申請者資料的去向，沒有明確告知申請人這些承讓人的類別。調查報告指出，機構如使用廣泛描述承讓人類別的手法，是很可能違反了1(3)(b)(i)(B)原則。

#### 4.3 沒有切實可行的步驟 明確方式告知

調查報告亦指出，條款字體是否過細，是決定該機構，有否採取充分措施向申請人明示條文內容的其中一項主要因素。然而，銀行依然沒有理會私隱專員及銀行公會的要求，將條文調整至可閱的程度。被調查銀行的個人資料聲明中，字體仍然是界乎1至3毫米，根本與上一次調查無異。

### 5. 總結：信用卡個人資料聲明存漏洞 客戶資料欠保障

八達通醜聞後，金管局已要求所有銀行，在9月底前全面執行私隱專員八達通中期報告的建議，包括銀行收集個人資料前，必先得到客戶同意、以清晰字體交代資料轉移用途、確保外判商不會把客戶資料作不適當用途等。

在9月中，銀行公會表示會調整業界的做法，加強保障客戶私隱，建議包括(一) 清晰及具體地向客戶披露收集個人資料的目的及用途、具體界定可轉移資料的機構類別；(二) 調整「個人資料收集聲明」的格式及字體大小至清晰可見；及(三) 保留客戶在首次收到直接促銷時有權「選擇拒絕服務」。可是，是次分析發現，**銀行根本沒有正視私隱問題**，作出改善，任由信用卡內保障個人資料的條款存在以下漏洞：

- 複雜的文字和細字合約，客戶無法合理地閱讀和理解條款，評估私隱風險；

- 合約沒有為客戶提供任何選項，要求客戶捆綁式同意各項使用個人私隱的條款；
- 有關個人資料轉移的授權廣泛，賦予銀行無限的酌情權，幾乎授權銀行將客戶個人資料轉移至任何銀行認為適合的機構，用於不同形式的銷售用途，客戶無法掌握，亦不能選擇拒絕。

根據八達通報告的原則，是次被調查的銀行個人資料條款，很大機會違反了原則第 1(3)項。私隱專員、銀行公會、及金管局，應當主動積極跟進，促使業界糾正漠視客戶私隱的態度，認真汲取八達通事件的教訓，重建客戶對銀行的信心。

## (二) 會員積分計劃條款私隱保障分析報告

### 1. 引言

新論壇於七月中，搜集了六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，發現他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，去信要求有關商戶作出改善。

在三個月後，新論壇重新啓動調查，檢視他們這些機構的改善進度，結果顯示，大部份商業機構仍然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，只有少部份的機構有作出改善。

### 2. 調查方法

在是次分析中，包括五間上次有列入調查的機構，包括：百佳易賞錢、萬寧 Mann Card、華潤萬家積 FUN Card、大家樂 Club100、U.A. Loyalty Club 以及一間新加入分析的計劃：屈臣氏會員卡。而原本在七月調查包括在內的八達通獎賞計劃，由於現已停止運作，故剔除在是次報告之內。報告以五項準則，評估會員計劃內容對個人資料的保障程度。這五項準則分別是：

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

與上次調查結果比較，**我們發現只有 U.A. Loyalty Club 接納了我們的意見，放棄收集客戶的身份證號碼**，其餘四間都沒有就索取個人資料範圍作出改變，繼續索取多於聯絡用途的個人資料，如個人收入或消費模式，令人懷疑資料會用作其他市場推廣用途。而屈臣氏會員卡亦收集了申請人的香港身份證號碼。

### 3.2 個人資料的應用範圍

五間零售和消費服務機構仍然沿用之前的個人資料聲明，均要求客戶授權將個人資料作聯絡、推廣，以及作市場統計分析之用。在百佳易賞錢、屈臣氏會員卡及 U.A. Loyalty Club 的個人資明中，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。

### 3.3 授權可轉移個人資料

與上次調查一樣，只有華潤是沒有列出會轉移個人資料。而萬寧在上次調查發佈後，作出改善，在個人資料聲明中清楚交代轉移申請人資料目的，不會轉移給第三者作直銷用途，是唯一主動修改其個人資料聲明的機構。

然而，大部份機構對個人資料轉移的範圍仍無規範，如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，機構更不需得到會員同意，反映機構保護客戶私隱的意識仍然薄弱。

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

在大部份的申請表中，只是以「取消接收選項」opt out 的模式，讓申請人選擇拒絕將自己的個人資料用於申請會員卡以外的用途。而沒有機構，使用「接受接收選項」模式。

### 3.5 是否清晰列明查詢個人資料的途徑

六間機構仍以郵寄或電郵地址為查詢途徑，沒有提供直線電話，直接接觸保管資料負責人。會員難以與保管資料負責人聯絡，不但減低了更新會員資料的效率，還阻礙了會員對其個人資料的監察。

## 4. 小結：大部份機構涉嫌違反私人保障條例

私隱專員公署在 10 月 18 日公佈了「八達通日日賞計劃」的調查報告，當中指出八達通獎賞公司將客戶的個人資料用於推廣第三者的產品，是違反了保障資料的第 1(1)、1(3)和 3 原則(儘管合約內有授權資料的條文)，並要求八達通控股公司採取相對措施，確保類似個案不會再次發生。

雖然報告只針對八達通獎賞公司的違規行為，裁決對其他機構無約束力，但其實類似八達通的問題，在多間被調查機構中普遍存在，這些個人資料聲明，很大機

會違反以下兩項私隱保障的原則。

#### 4.1 第 1(1)原則— 收集個人資料範圍不能超出用途

私隱專員指出，八達通獎賞計劃的客戶個人資料，只用作確認客戶，單靠姓名、電話號碼及地址，已能有效認證客戶身份。故此，報告認為，獎賞計劃收集客戶的身份證號碼及出生日期，是超乎適度個人資料的原則。

在被調查的申請表格中，收集超乎適度個人資料的情況十分普遍，這包括身份證號碼及出生日期等敏感個人資料，遠超於確認會員身份的用途，很大機會違反了不能收集超乎適度個人資料的原則。

#### 4.2 第 1(3)原則— 告知資料當事人的責任

根據此原則，機構有責任採取所有切實可行的方式告知申請人，收取其個人資料的目的，及可能轉移予什麼類別的人。而在被調查的機構，亦很大機會違反了這項原則。

#### 資料用途

私隱專員指出，個人聲明應清楚表明機構收集的用途，避免使用寬鬆及模糊字眼。是次調查發現，機構普遍仍沿用舊有的個人聲明。在交代個人資料的應用範圍時，百佳易賞錢、屈臣氏會員卡、大家樂 Club100 及 U.A. Loyalty Club 仍使用「其他相關用途」等條文，有違清晰交代的原則。

#### 資料轉移予類別

私隱專員表明，獎賞計劃的條款，應以指出資料承讓人的特點定類別，絕不可以用毫無確定性字眼，如「任何其他人士」或「特選公司」作分類。可是，多間機構，仍然使用「任何對本公司有保密責任的其他人」或「有保密責任的任何其他人士」等描述承讓人，很大機會違反了1(3)(b)(i)(B)原則。

#### 切實可行的步驟 明確方式告知

調查報告亦指出，以細小字體印刷細字條文，是其中一項主要決定該機構，有否採取充分措施向申請人明示條文內容的因素。然而，我們發現機構個人聲明的可閱程度仍然偏低。被調查機構的個人聲明中，字體仍然是界乎 1 至 5 毫米不等。另外，屈臣氏會員卡的字體間距太緊，而且沒有明顯的分段，令人無法閱讀。

## 5. 總結

是次分析發現，在上次調查後，只有萬寧 Mann Card 和 U.A. Loyalty Club 接納了我們的意見，主動作出相應調整。可是，大部份機構仍沿用舊有可能違反了個人保障原則的個人聲明，不止過度收集申請人的個人資料，還利用既含糊又沒有清楚交代資料承讓人類別的條款，使申請人的個人私隱得不到應有的保障。面對市民的個人資料被大型商業機構運用，消費者委員會及私隱專員公署應加強監察，要求機構跟進，讓會員計劃申請人的私隱得到充份的保障。

### (三) 綜合建議

#### 1. 監管機構做好把關角色

八達通出售客戶個人資料事件，引發社會對個人資料私隱保障的關注。然而，八達通事件只是問題的冰山一角，兩項調查均發現，各大機構沒有汲取八達通事件的教訓，不平等的私隱保障條款普遍存在。故此，私隱專員公署、金管局、電訊管理局、以及消費者委員會等機構，應更積極主動進行調查，促使相關涉嫌違規機構，作出改善。

#### 2. 盡快立法避免問題持續出現

在八達通事件後，新論壇一直要求政府加強對機構轉移客戶個人資料條款的規管。政府修訂個人資料(私隱)條例的諮詢文件，回應了部份新論壇的建議，包括：加強條例的罰則、要求個人資料聲明的描述和展示可合理地讓公眾細讀等。新論壇期望政府能盡快立法，並考慮以下建議，避免問題持續出現。

第一，新論壇認為，政府應規定機構在收集客戶的個人資料時，應採用「接受機制」(Opt-in)，要得到客戶的「同意」，機構才可使用（包括轉移）客戶的資料，方可確保客戶的意向；可惜的是，諮詢文件卻建議採用「拒絕機制」(Opt-out)，客戶沒有選擇「不同意」，便假定客戶同意，並非尊重客戶選擇的做法，客戶的資料被濫用的風險也較大。

第二，針對現時服務條款與個人資料聲明作綑綁式同意的做法，新論壇認為，客戶的服務合約或申請表及有關個人資料私隱條款合約應分開以獨立的合約簽



署，加強對私隱的保障，可惜諮詢文件也沒有採納。

### 3 長遠制定不公平合約條例 監管消費合約

八達通事件也突顯，機構與消費者訂立合約時不對等的關係，機構制訂合約時享有極大的優勢，消費者「肉在砧板上」，選用機構提供的服務，就必須對所有條款作網綁同意，就算有不合理的條款也要接受。更重要的是，存有不合理條款的合約普遍存在，消費者另找供應商，面對的都是類似條款，根本毫無選擇的餘地。因此，八達通事件，不單是保障個人資料私隱的問題，也是保障消費者權益的問題，政府除了關注私隱保障的問題外，未來也需加強對消費合約的規管，確保消費者能得到公平的待遇。