

八達通洩漏私隱非個別事件

星島日報 | 2010-08-05

A17 | 每日雜誌 | 來論 | By **陳偉強**

八達通事件愈滾愈大，八達通公司接二連三被揭出賣客戶資料，視客戶私隱如無物。八達通作為香港本地知名品牌，成功的電子貨幣，卻罔顧客戶的利益及多年來建立的信任，售賣客戶的私隱圖利，如此無視企業責任及誠信，實在令人憤怒。

其實早於六月，新論壇已發表一項八達通應用及私隱問題意見調查，指出八達通個人資料聲明的條款並不合理，大部分受訪者也表示不能接受，要求八達通公司改善，並加強保障客戶的私隱。可惜，八達通公司面對社會的質詢，一直以「擠牙膏」的方式回應。行政總裁陳碧鏵更企圖隱瞞事實，在與本論壇成員會面，以及之後會見傳媒時，均多番強調從未出售客戶資料予第三者。作為一家擁有龐大個人資料庫的公司，管理階層謊話連篇，迴避社會監察的做法，實在不能接受。

八達通問題屬冰山一角

八達通公司侵害客戶權益，販賣個人資料，固然令人憤怒，但事件可能只是眾多類似私隱風險的冰山一角。現時市面充斥着各種各樣的會員積分計畫，收集了市民不同的個人資料，但他們如何保存及運用，外界卻是難以知道。

省覽現時各積分計畫的申請表格，除了姓名、聯絡方法的資料外，不少還必須提供身分證號碼及出生日期等敏感資料。此外，部分申請表格也要求申請者填上教育程度、個人收入、家庭狀況等，然而這些資料卻與申請程序沒有任何關連。相反，這些資料卻極具市場價值，令人懷疑機構收集資料的用途。

個人資料聲明僅保障機構

更重要的是，機構編訂的個人資料聲明，大都只是保障機構使用會員個人資料的權利，視客戶的資料為機構的資產，例如大部分機構的個人資料聲明，都授權機構可將會員的個人資料轉移給其他機構，以至海外公司；對於機構使用客戶的個人資料時，基本上沒有列出任何規範，部分甚至列明可用「作其他相關用途」。另外，機構轉移資料前，也不會諮詢客戶的同意，過程極不透明。因此，客戶一參加任何會員積分計畫，根本是「肉在砧板上」，機構轉移，甚至「出賣」客戶的個人資料根本是輕而易舉之事，客戶私隱可謂毫無保障。事實上，根據新論壇另一個有關會員積分計畫及個人私隱的意見調查，有四成市民經常收到掌握個人資料的直銷電話，反映轉移個人資料作商業用途的情況普遍。

客戶參加積分計畫，本來只是希望在消費的同時，也為自己帶來一些優惠，卻並沒想過將自己置身於私隱風險中。隨着愈來愈多會員積分計畫的出現，市民面對的私隱外泄的風險也愈來愈高，特區政府除了加強宣傳，提高市民保障個人私隱的意識外，同時也應研究立法，規定所有個人資料的轉移行為，必須以選項形式讓客戶選擇，並在任何資料轉讓時，必須事先得到申請人的同意，保障市民的個人私隱。

陳偉強 新論壇理事 油尖旺區議員