

八達通由地鐵最初用於取代儲值車票，擴展至零售業務，甚至走入珠三角地區，成為區域性電子貨幣。特區政府也以八達通為藍本，推廣智能卡經驗，成為香港的成功品牌。

八達通用途廣泛，為市民帶來方便，但同時間為持卡人帶來不可預知的私隱風險。每拍卡一次，持卡人便留下消費、交易、行經地點等等的數碼腳印。近 400 萬個人八達通、自動增值八達通、日日賞會員客戶的消費模式，在數碼世代下一覽無遺，成為企業推銷的寶貴資產。

新論壇在六月公佈一項調查，發現大部份市民對八達通卡的私隱保障認識不深，更不知道原來售卡的個人資料聲明，有多條授權公司轉讓客戶資料的不合理條款。

作為香港品牌，八達通背上最成功電子貨幣的驕傲，應以方便市民，服務市民，取信市民為本，把香港誠信專業的企業商譽發揚光大。但八達通管理層不單未能為香港爭光，倒是為求利潤不擇手段，盡用市場上的壟斷地位，販賣市民對八達通公司的信心，濫售客戶資料。行政總裁更是謊話連篇，企圖隱瞞事實，欺騙市民。八達通的信譽今天毀於一旦，“八達通大話”登上雅虎的熱門搜尋，管理層實是難辭其咎。

八達通醜聞全城關注，市民的關注令問題不斷發酵，在私隱專員公署的壓力下，行政總裁終於供出“真相”，承認轉賣客戶資料，收益達四千四百萬。

特區政府保持沉默，直至近日特首表示要求私隱專員跟進，只是隔靴搔癢。八達通雖是一間私人公司，但與政府關係千絲萬縷。

兩鐵合併前，地鐵和九鐵合共擁有八達通公司近八成股權。在 2009 年，八達通就為地鐵帶來 1.49 億淨利潤。而特區政府，又是兩鐵的大股東，在 2009/2010 財政年度，政府收了港鐵 9.2 億現金股息。

兩鐵合併為港鐵後，港鐵 12 名董事局成員中，政府佔了 3 名。而港鐵，又有最少有 3 名代表，參與八達通的管理。政府雖然未必了解八達通的內部運作，但八達通、港鐵和政府的金錢和管理上的三角關係，無法讓政府逃避督促八達通糾正錯誤的責任。

作為港鐵的最大股東，政府主動要求介入調查，重整八達通的管治文化，實是責無旁貸。

在各方的關注下，八達通還有多少「真相」尚未公開，自然成為焦點。但更重要的，是各方須了解事件的深層次問題，作更深入的檢討。

第一，是私隱的保障問題。類似八達通轉賣客戶個人資料的情況，應當不是個別事件，如何確保客戶的個人資料不會在不知情的情況下被轉賣，是私隱專員公署和消費者委員會的重點工作。

第二，現時八達通公司運作的透明度極低，網頁內沒有公司年報，也沒有董事成員名單。作為一間擁有龐大個人資料庫的公司，特區政府應運用影響力，全面檢討八達通公司的管治架構，提升公司的透明度，加強公眾監察，改變公司文化，以挽回公眾對八達通的信心。

長遠來說，特區政府應檢討電子貨幣的壟斷情況。八達通在電子貨幣應用的優勢，源於多間公共交通機構的龐大客戶需求，讓它能領先易辦事、信用卡等競爭對手。加強消費者保障的最有效方法，一是靠市場，政府為不同的電子貨幣系統提供更公平的競爭環境，為消費者提供更多選擇。

如果客觀環境讓單一機構獨佔市場的局面沒法避免，政府站在重大公眾利益的前提下，就應主動介入，對相關機構加強監管。我們相信，一種能保障客戶私隱的電子貨幣經驗，更值得被外地參考，才能當之無愧地成為香港的城市品牌。

新論壇召集人 **馬逢國**