

有關《非應邀電子訊息條例草案》修正案的說明

民建聯在 2005 年 6 月曾就促銷電話滋擾的情況進行調查，結果顯示接近 93% 的受訪者表示有需要就促銷電話進行規管。在 2005 年 6 月 29 日，陳鑑林議員在立法會提出「加強規管商業促銷手法」的議員議案，有關議案經修訂後在沒有反對的情況下通過。因此，我們確信，社會上有強烈意願規管帶滋擾性的促銷電話。

2. 在回應社會的訴求時，當局在去年向立法會提交《非應邀電子訊息條例草案》（“《草案》”）。有關條文在電話商業訊息方面，只規管預先錄製或人工合成的訊息，而沒有有效回應規管帶滋擾性的促銷電話。

3. 針對上述問題，我們提出修正案，旨在規管，除有業務及客戶關係的人對人的互動通訊外，有關人對人的互動通訊必須載有準確的發送人資料及不得隱藏來電線路識別資料。

4. 在草擬修正案的過程中，我們與當局討論有關規管人對人的互動通訊時，已提出有關規管不適用於有業務或客戶關係的人對人互動通訊(客戶聯絡機制)，以平衡促銷電話的滋擾性及商戶的商業活動空間。同時，我們亦有參考社會人士，其中包括客戶中心協會，對有關建議的意見。我們必須借這個機會向各界人士致謝！

5. 與此同時，民建聯在 2007 年 2 月 6 至 11 日期間，以電話問卷調查，成功訪問了 1,019 位 18 歲以上的市民。我們發現，其中：

- (1) 在過去半年，受訪者收到的人手及錄音促銷電話的數目相若；
- (2) 有 52.7% 的受訪者認為兩者同樣滋擾，有 28.2% 認為人手促銷電話較滋擾，而有 16.6% 認為錄音促銷電話較滋擾；另外，有 1% 及 1.5% 市民分別認為不覺得滋擾及無意見；
- (3) 有 77.1% 的受訪者認為需要規管促銷電話，而有 7.7% 及 15.2% 受訪者分別認為不需要規管及無意見；
- (4) 有 58.1% 的受訪者不同意當局只規管錄音促銷電話，而有 25.7% 及 16.2% 受訪者分別同意當局的建議及無意見；
- (5) 有 82.3% 的受訪者認為所有促銷電話需說明來電者身份，而有 8.6%

及 9%受訪者分別認為不需要及無意見；

- (6) 有 85.5%的受訪者認為所有促銷電話需顯示來電號碼，而有 6.4%及 8.1%受訪者分別認為不需要及無意見。

6. 根據上述調查發現，很明顯，大多數市民認為促銷電話具滋擾性並需規管；同時，多數市民認為人手促銷電話需要規管；而絕大多數市民認為所有促銷電話需說明來電者身份及顯示來電號碼。因此，我們認為提出修正案是合乎市民期望的。

7. 由於我們提出的修正案的目的是規管帶滋擾性的促銷電話，因此，修正案建議有關規管不適用於有業務或客戶關係的人對人的互動通訊。我們的建議是基於客戶與商戶之間已有基本認識，如客戶有需要就有關通訊作出投訴或不希望繼續接收促銷電話的話，有關客戶不難識別及聯絡相關商戶；同時，客戶聯絡機制可以容許商戶因操作關係而需使用停止示號系統，亦可以容許商戶在處理業務同時進行促銷。

8. 我們提出的修正案的另一重點是有關人對人的互動通訊必須載有發訊人的資料，以及不得隱藏來電資料。其目的是使市民在收到訊息後，可以作出跟進；如有需要，並可作出投訴。我們相信此舉一方面可以減少雙方的誤會，甚至可以促成有關交易；在另一方面，可以提高商戶的服務質素，有助業界提升促銷的成功率。由於通訊是人對人的互動，因此，我們認為該等通訊可毋須受第 2 部中的第 8、9、10 及 11 條規管，以平衡市民及促銷商的利益。

9. 我們提出的修正案的內容分別修訂第 6 條及附表 1，與及加入新的附表 1A(有關修正案的文本已在 2007 年 2 月 5 日的立法會 CB(1)890/06-07 號文件發送各委員)：

- (1) 在第 6 條，我們建議加入新的第 6(1A)條，規定除第 7 條及第 12 條外，第 2 部不適用於符合附表 1A 所列的描述的任何事宜；目的是使第 7 條及第 12 條適用於人對人互動通訊(有業務或客戶關係的通訊除外)；

另外，我們建議修訂第 6(2)條，致使局長可同時藉於憲報刊登的公告修訂附表 1A。

- (2) 在附表 1，我們建議第 1 及 2 項，致使第 6(1)條規定不在本條例適用範圍，只限於有行業務或客戶關係的人對人的互動通訊；

另外，我們建議作出一些技術修訂，廢除原來的[第 6 條]而代以[第 6(1)條]。

- (3) 加入新的附表 1A，致使第 6(2)條規定不在第 2 部(第 7 及 12 條除外)適用範圍，適用於人對人互動通訊(有業務或客戶關係的人對人互動通訊除外)。

10. 我們懇請各位法案委員會委員及市民認真考慮及支持上述建議的修正案。

黃定光
立法會議員
2007 年 2 月