

2015 年 1 月 12 日

討論文件

立法會資訊科技及廣播委員會

檢討人對人促銷電話的規管

目的

此文件旨在向委員彙報當局就規管人對人推銷電話的檢討，以及建議的未來路向。

背景

2. 《非應邀電子訊息條例》(第 593 條)(「條例」)於 2007 年 12 月全面生效。《條例》規管發送商業電子訊息，包括預錄電話訊息、短訊、傳真、電郵等。

3. 香港大部分的商業機構屬於中小型企業，他們依賴電子通訊作為市場推廣工具。為免影響正常電子促銷活動的發展，尤其是中小企的促銷活動，當局在制定《條例》時，並未將人對人促銷電話列入規管範圍內。

自行規管計劃

4. 然而，有市民認為人對人促銷電話在某些情況下構成滋擾。為了盡量減少促銷電話對公眾造成的滋擾，政府當局自 2010 年年底起，積極鼓勵打出大部分人對人促銷電話的行業（即金融、保險、電訊及促銷中心）¹商會訂立及公佈其《人對人促銷電話實務守則》（《業界守則》），推動業界在使用人對人促銷電話市場推廣時採用業界守則中建議的最佳做法。業界守則中建議的最佳做法涵蓋致電時間、電話促銷者需表明身份及遵從取消接收促銷電話要求等等。自 2011 年 6 月起，四個業界商會均已參與有關人對人促銷電話的自行規管計劃，其成員所打出的人對人促銷電話均受到《業界守則》所規管。當

¹ 根據前電訊管理局在 2008 年及 2009 年進行的調查，超過 90% 的人對人促銷電話由這些行業打出。

局一直與有關行業商會保持緊密聯繫，以加深了解業界守則的應用及有關行業的發展。

5. 最近，金融界改善了其業界守則，要求電話促銷者應主動向接電者提供其姓名及公司的正式電話，並規定如需向接電者索取更多資料或安排會面時應採取的做法，務求讓接電者能核實電話促銷者的身份。

與人對人促銷電話有關的最新投訴及查詢數字

6. 商務及經濟發展局及通訊事務管理局辦公室近年接獲有關人對人促銷電話的整體查詢及投訴數字有下降趨勢，在 2012、2013 及 2014 年的整體查詢及投訴數字分別為 2 010 宗、1 693 宗及 1 215 宗，其中查詢佔大多數。我們相信此下降趨勢一定程度上反映業界守則的影響。

人對人促銷電話的規管

7. 社會上一直有討論是否有需要在現行的自行規管安排以外，加強現行的制度（例如透過立法）。亦有建議設立從事涉及撥打人對人促銷電話業務的公司的登記制度，或為推銷活動分配特定字頭的電話號碼。

8. 人對人促銷電話是一個複雜的議題，當中牽涉個人資料的使用、促銷電話可能構成的滋擾、限制合法營銷活動及資訊的自由流通等問題。當局對加強規管人對人促銷電話的建議維持開放的態度。不過，市民應明白改變現行的制度，包括加強規管措施，可能會影響以萬計進行合法推銷活動人士的就業及生計²，以及眾多企業(尤其是中小企)透過相關合法推銷活動而促成的商業交易。我們亦須探討該些規管措施的成效。因此，在探討任何有關規管人對人促銷電話的未來方向時，必須慎重及透徹地考慮有關因素，並應採用一套慎重及相稱的方法。

9. 據我們理解，不同地區處理人對人促銷電話的方法各異。部分地區未有規管人對人促銷電話並交由市場導向，部分則設立拒收電

2 根據前電訊管理局在 2008 年及 2009 年進行的調查，有約二萬人從事有關撥打人對人促銷電話的工作。

話登記冊。在該些規管人對人促銷電話的地區中，有關的涵蓋範圍及執行機構亦有所不同。這顯示在有人對人促銷電話的立法框架的情況下，規管制度應以該地區的特定情況而定。

10. 我們明白現時社會上就加強規管人對人促銷電話的討論。基於議題涉及以上提及的複雜性，我們認為有需要在決定未來路向前進行一項全面的實況勘測。我們即將委託顧問進行一項調查（「調查」），搜集公眾、商界及業界對規管人對人促銷電話的意見以及業界的就業及業務情況。當局亦會藉此機會搜集有關其他地區針對人對人促銷電話的最新規管措施（如有）。

未來路向

11. 有關調查預計會在 2015 年上半年完成。當局會因應調查的經過，慎重考慮未來的路向，包括是否就規管人對人促銷電話及規管的特定制度（如認為需要）進行諮詢。

12. 與此同時，當局會繼續密切留意自行規管計劃的實施，並與行業商會緊密聯繫。

總結

13. 我們歡迎委員就以上人對人促銷電話的規管的檢討及建議的未來路向提出意見及建議。

商務及經濟發展局
通訊及科技科
2015 年 1 月