

致：九龍城區議會

劉偉榮主席, JP

關注 WhatsApp 廣告擾民兼侵犯私隱

隨着“WhatsApp”、“WeChat”等手機流動通訊軟件普及，很多人都收到不少垃圾信息和商業廣告。《非應邀電子訊息條例》由 2007 年 12 月 22 日生效至今，市民仍收到大量的非應邀電子訊息，市民普遍未見條例的執法成效。

不少市民投訴，指被陌生人強行加入 WhatsApp 群組，群組內容全是宣傳廣告，除補習介紹外，亦有遊戲邀請、美容推銷，甚至色情影片網址等。這些群組通常有幾個特點：第一，群組通常為最高上限的五十人；第二，群組成員的電話號碼十分相近，幾個號碼字頭甚至一樣；第三，群組的管理員，即開設群組者，電話號碼多是來自內地或本港太空卡號碼。

流動通訊手機應用程式具備多媒體及簡訊傳送功能，屬即時通訊軟件，這些軟件可利用網絡傳送多媒體及簡訊，以及利用手機中的聯絡人資訊，尋找也有使用這個軟件的聯絡人。據悉，截至 2012 年年底，本港已有 300 萬 WhatsApp 活躍用戶，這巨大用戶市場吸引了越來越多的商戶以多媒體方法為公司或品牌作宣傳，部份廣告公司更為這些商戶提供商業策劃，以 WhatsApp 電子訊息為用戶提供最新之消費優惠。

2013 年 7 月 29 日，《東方日報》專案組「探射燈」更刊登標題為「廣告訊息騎劫 WhatsApp 屈人睇 Ad」的文章，揭示 WhatsApp 遭濫發廣告流程：(1)發宣傳訊息的公司收到客人宣傳要求，制訂廣告內容。(2)透過電腦程式配對一系列手提電話號碼，製造一個可安裝 WhatsApp 的電腦模擬程式，然後電話輸入至 WhatsApp，廣發宣傳訊息。(3)收到廣告訊息者若離開群組，更可能被宣傳公司列為常用手機號碼，日後用作重點宣傳目標。(4)有關宣傳公司是用假地址登記，或使用太空卡號碼發訊息，難以追查。

我們非常關注 WhatsApp 廣告擾民兼侵犯私隱的問題，為保障市民的個人資

料私隱免受非應邀商業電子訊息滋擾，請有關部門回覆以下查詢：

1. 《2012 年個人資料(私隱)(修訂)條例》會否涵蓋利用 “WhatsApp”、“WeChat” 等以電子通訊方式進行的直接促銷活動；若會，私隱專員公署所進行的準備工作，是否足以應付因這方面的科技發展而出現的挑戰。
2. 透過“WhatsApp”、“WeChat”的手機應用程式發送非應邀商業短訊，是否受《非應邀電子訊息條例》的規管？
3. 自《2012 年個人資料(私隱)(修訂)條例》和《非應邀電子訊息條例》生效以來，部門每年接獲的投訴及檢控個案數字分別有多少宗？

九龍城區議會議員

劉偉榮 梁美芬 張仁康

勞超傑 楊永杰 黃潤昌

左滙雄 鄭利明 李蓮議員 謹啟

2014 年 2 月 26 日