

# 投入大自然 培育綠色新一代

# 新鴻基地產全方位推動環保



香港擁有風光明媚的大自然景色，我們要懂得欣賞，更應培養一顆珍惜大自然的心。新鴻基地產(新地)向來尊重及愛惜自然環境，積極支持可持續發展，早前與環保團體合辦清潔沙灘活動，旗下天際100香港觀景台亦推出多項環保活動，鼓勵家長與孩子一齊參與，從小培養環保意識，凝聚「新地G能量」為保護環境出一分力。

## 與孩子擁抱大自然

多年來新地與環保團體建立緊密的合作關係，籌辦不同活動鼓勵員工、客戶、商業夥伴及大眾愛護地球。集團透過「新地齊心愛自然」計劃舉辦各類自然保育行動、公眾教育和宣傳活動，包括海岸清潔行動、觀鳥活動等戶外學習體驗，至今已動員逾千名新地員工及家人、新地義工隊及小學生，身體力行響應環保。

## 環保意識須從小培養

早前新地員工帶領逾百小學生於屯門下白泥舉辦清潔沙灘活動，透過實地考察及親身清理垃圾，認識保護海洋生態的重要性。集團深信從小培養孩子保護環境的意識極為重要，藉著「新地齊心愛自然」贊助舉辦教師工作坊及製作活動教學資源集送予全港小學等，以達致「為教師提供培訓」的目標，協助教師以輕鬆手法推廣環境教育，提高學生對自然環境的認識。

## 天際100環保親子活動

新地亦透過旗下物業網絡推廣綠色生活，令環保融入孩子的日常生活。天際100香港觀景台與世界自然基金會等多家機構合作，推出一系列以環保為主題的活動宣揚綠色生活，包括環保復活節工作坊、環保知識問答遊戲、講座及展覽等。不少家長趁復活節假期與孩子到來共享天倫之樂，同時參與各項活動灌輸環保意識，實行教育於娛樂。四月份天際100香港觀景台將舉行更多精彩的環保親子活動，讓孩子和家長一起以行動支持環保，把環保訊息由香港市中心最高點宣揚出去。



▲新地積極籌辦不同活動，鼓勵員工支持環保。



▲「新地齊心愛自然」計劃帶領小朋友親近大自然，培養環保意識。



▲小朋友於天際100香港觀景台參與環保工作坊。



▲新地員工帶同子女參與觀鳥活動，教育孩子愛護大自然。

## 新地G能量 凝聚環保動力

可持續發展是新地「以心建家」理念的重要一環，「新地G能量」是集團旗下推動環保的平台，除了展示集團的環保政策、相關項目及成就外，並會透過此平台倡議綠色管理、贊助及舉辦環保活動，期望藉此將環保意識推廣至我們的住戶、租客和合作夥伴。

## 綠色管理融入生活

集團旗下兩間物業管理公司康業及啟勝一向透過龐大物業網絡推行綠色管理，於節能減廢、改善室內空氣質素等各方面均採取有效措施，致力在社區推廣愛護環境的訊息，為住戶締結優美清新生活環境。新地早前再度響應「地球一小時」全球熄燈活動，召集逾200項寫字樓、商場、住宅參與，包括全港最高建築物環保貿易廣場、九龍貿易中心、新鴻基中心、APM、新世紀廣場、WTC More等，展示集團對可持續發展的支持。

## 重視可持續發展

另外，新地發表獨立的可持續發展報告，讓持份者和公眾深入了解集團的可持續發展方向，以及集團對公司業務和社區發展的長遠承諾，並首次將涵蓋範圍擴展至集團酒店業務，加強與供應鏈相關報告內容。

## 新地G達人



林寶彤 天際100香港觀景台執行董事

「我們一直致力宣揚香港世界級的日夜景致及全球最美天際線，並舉辦各類活動傳遞愛惜香港的訊息，鼓勵大家齊心實踐環保，合力締造藍天白雲。」



韋韓淑貞 啟勝管理服務總經理(物業管理)

「在日常物業管理中引入環保概念是推動環保的最佳方法。我們有系統地推行節約能源、廢物管理與源頭回收的綠色管理，並得到租戶及各同事全力支持。」

## 港聞 責任編輯：梁景堯

# 預防協會騙售36萬人資料

## 登記免費體檢 轉賣保險公司

個人資料私隱專員公署調查發現，香港預防協會有限公司與翔匯保險策劃有限公司透過電話推廣活動，以「登記免費身體檢查」為名吸引市民提供個人資料作促銷用途，違反《個人資料(私隱)條例》。過去兩年，預防協會收集了約36萬名市民的個人資料，以轉售給翔匯策劃促銷保險產品之用。公署已指翔匯策劃在9月30日前銷毀涉及的個人資料，而預防協會在公署介入後，已無再違規收集市民個人資料。

本報記者 張綺婷

私隱專員公署收到5宗投訴及11宗查詢，指收到「香港預防協會」推廣員電話，以響應政府「全民醫療體檢計劃」為名，通過電話收集他們的姓名、性別、流動電話號碼、住址及部分身份證號碼以作登記免費身體檢查，然後在無清楚交代之下，將資料轉售保險公司翔匯策劃。市民其後收到翔匯策劃發出的「AEGON Direct Club」會員迎新信件及迎新禮品，翔匯策劃不時使用他們提供的個人資料促銷保險產品。預防協會在兩年間獲取36萬名市民的資料，翔匯按人頭向預防協會付費，並發出25萬張免費驗身券，65%人有使用驗身券。

## 僅檢查腎功能儼如欺詐

蔣任宏表示，推廣員口中的「全民醫療體檢計劃」並不存在，至於電話中提及的免費體檢，雖然是有，但只是收費甚低的腎功能檢查，並非全身檢查。他批評預防協會收集資料的手法有誤導性，「甚至儼如欺詐」，違反個人私隱條例。他說，市民是接到直銷電話後，才知道預防協會發電是要索取他們的資料。他又批評，預防協會沒有告知市民會將資料交給保險公司用作直銷，保險公司亦沒有取得有關市民的同意就進行直銷。

## 私隱署促10月前刪資料

他指出，預防協會推銷員推銷期間提到轉移資料條款時，「談話特別快，一分鐘講400個字」，蔣任宏批評「有好大誤導」。他又說，預防協會推銷員的講稿要翔匯策劃預先批准，「翔匯策劃本身亦承認，沒有清楚交代有關的個人資料收集後會轉交給翔匯策劃，作跟進直銷保險產品之用。他們是難辭其咎。這些不負責任，罔顧法紀的行為，是應該受到公開譴責。」



▲預防協會過去兩年收集了約36萬名市民的個人資料轉售圖利

公署向預防協會及翔匯策劃發出執行通知，要求翔匯策劃9月30日前銷毀從協會得到的資料；但已在這間公司買了保險的客戶資料，就可以保留。香港預防協會的辦事處職員昨日對上門查詢的傳媒稱並不知情。翔匯策劃則表示，獲批核的推廣稿，沒有提及活動涉及政府，亦沒有准許預防協會運用這份聲明，得悉事件後，香港預防協會已開除有關推廣員，而翔匯策劃會根據公署指引修改措施。

蔣任宏稱，《個人資料(私隱)條例》加強規管直銷活動的條款已於本月1日生效，若有關情況發生於本月1日後，涉案機構或觸犯新條款而須負刑責，最高可被罰款50萬元和監禁三年。另外，根據公司註冊處的資料顯示，香港預防協會位於旺角信和中心，唯一的老闆是歐陽虹。據悉歐陽虹亦是上市公司必瘦站的董事，主要負責集團的營運管理。



▲蔣任宏(右)批評預防協會收集資料的手法有誤導性，「甚至儼如欺詐」，違反個人私隱條例。旁為張如萌

## 預防協會蒐集私隱方式

1	市民收到香港預防協會的推廣電話，就稱響應政府的全民醫療體檢計劃，提供免費身體檢查。
2	協會收集市民的姓名、性別、住址、手機號碼和部分身份證號碼，將資料轉售翔匯策劃。
3	市民其後收到翔匯策劃的「AEGON Direct Club」會員迎新信和迎新禮品。
4	市民成為會員後，翔匯策劃不時使用他們的個人資料，促銷保險產品。

資料來源：私隱專員公署



▲私隱公署指港鐵閉路電視系統有五大不足之處 本報記者黃洋播攝

【本報訊】記者張綺婷報道：個人資料私隱專員公署昨日亦發表視察港鐵車站公眾地方及列車車廂的閉路電視系統報告，發現港鐵有五項不足之處，包括港鐵向乘客展示的告示有欠清晰，以及於處理和銷毀錄影片段方面的政策制訂及推行有所不足等，建議作出改善。

公署於去年6月至今年2月視察，包括實地視察11條路線的九個繁忙車站或轉車站及兩間車廠的閉路電視處理個人資料的系統。報告提到，港鐵在公眾地方安裝和使用的閉路電視攝錄機共有3,342部，在列車車廂內則有429部。港鐵347部列車當中有78部安裝閉路電視，平均每十架車廂有兩架有閉路電視；平均每日覆蓋逾一百萬名乘客。

副個人資料私隱專員張如萌在記者會上指出，港鐵為本港最大的公共交通服務機構，每日載客量多達五百萬人次，而港鐵的閉路電視系統有可能涉及收集乘客的個人資料，影響範圍相當廣泛。報告中指出港鐵大致符合個人資料私隱條例規定，但仍有五項不足，包括港鐵向乘客展示的「閉路電視攝錄進行中」的告示不夠顯眼、處理錄影片段的保留時間不一，部分錄影片段實際保留時間比港鐵指引長；而港鐵職員共用查閱和儲存片段密碼，增加個人資料外泄風險。另外，港鐵使用未經加密的USB記憶體複製、儲存及轉移由閉路電視系統所記錄的個人資料。

張如萌說，現時港鐵內部雖然有私隱政策，但散落在不同的員工手冊內，建議簡化和整合有關資料，又建議港鐵改善車站出入口的閉路電視通告能見度。她表示，港鐵亦不應共用查閱電腦記錄和儲存閉路電視錄像的密碼，並需制定使用記憶體政策，防止個人資料在運送途中遺失或未經准許查閱。公署已將視察報告提交港鐵。港鐵表示，已收到私隱公署的報告，並表示就使用閉路電視和處理有關資料已制訂嚴謹的程序和指引，會詳細研究公署的報告，並加強相關措施。

# 港鐵閉路電視視片易外泄