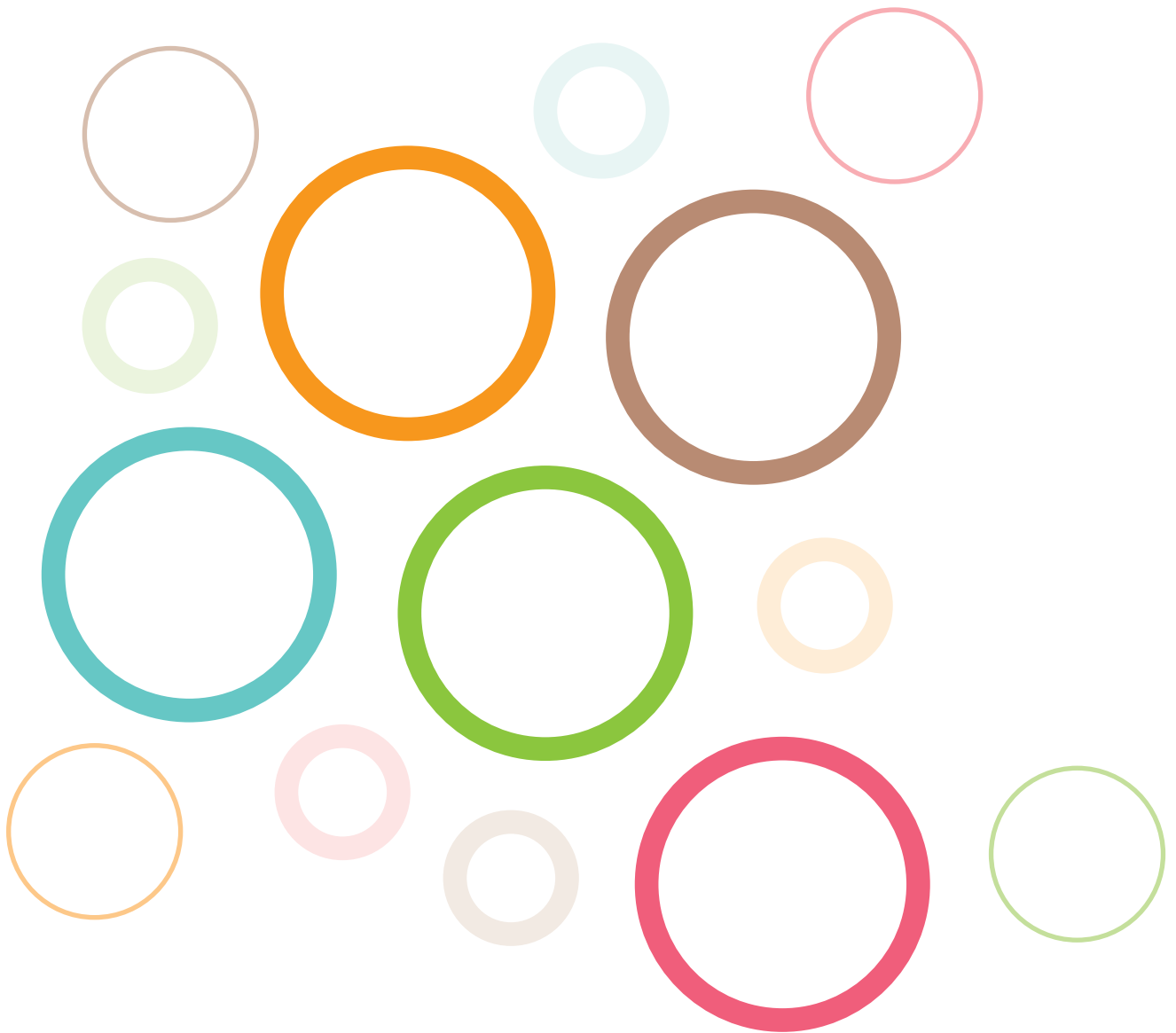


为利益

相关者

创造价值

LGE 行动准则



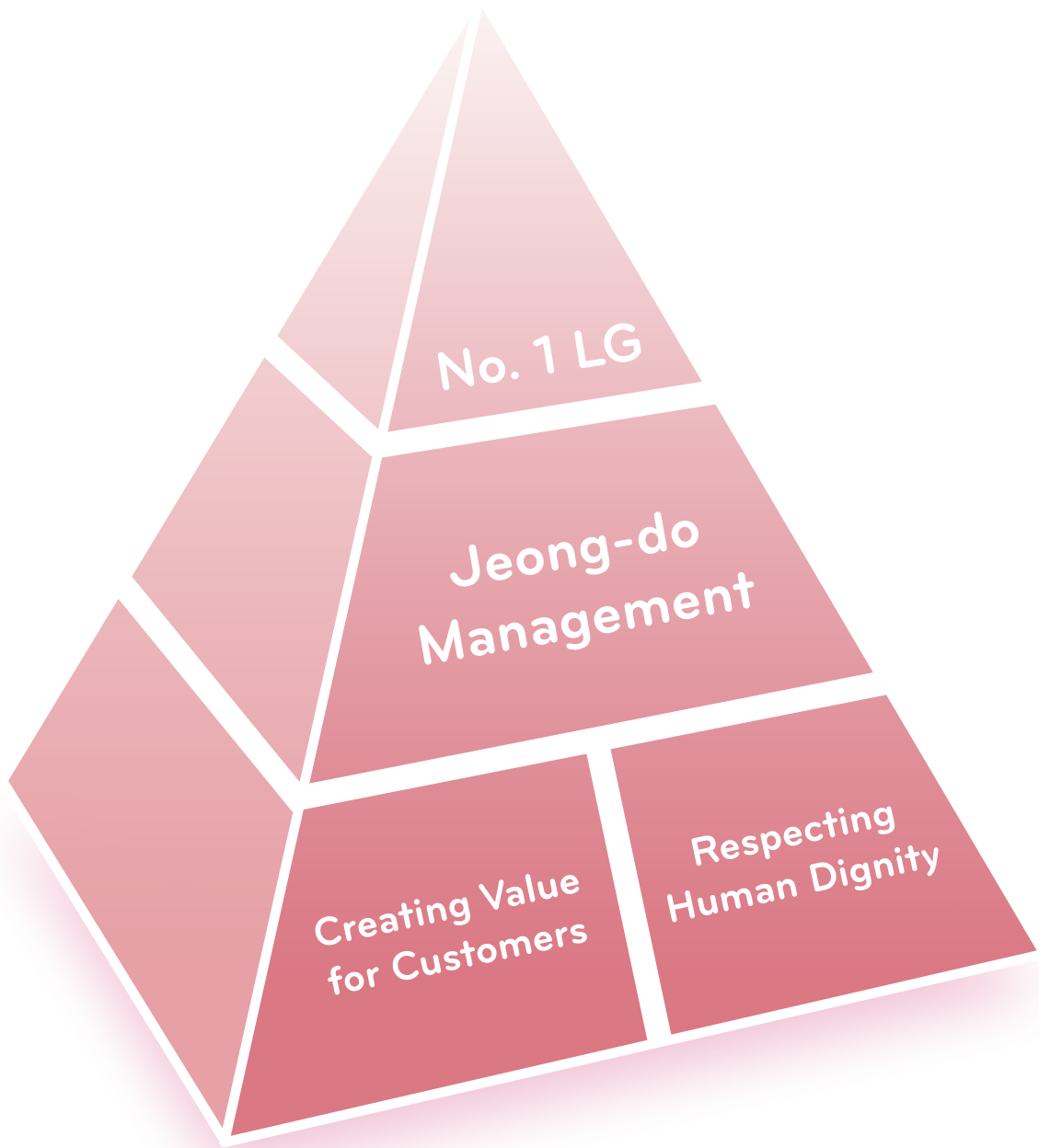
为利益 相关者 创造价值

LGE 行动准则

2009



LG WAY





LG Way 反映了我们的核心信念、价值、期望。过去，它使我们不断成长并取得成功，这种成功将引导我们为利益相关者创造更大的价值。

自从 50 年前我们的产品第一次与顾客接触的时候，为丰富顾客生活而不断努力以及同事间的尊重及团结的精神就已经深植于公司的心中。我们的管理哲学反映了我们的核心信念、价值、期望。过去，它使我们不断成长并取得成功，这种成功将引导我们为利益相关者创造更大的价值。

我们的愿景

成为一等公司并不意味着成为最大或者最盈利的公司。真正的一等公司应该是在拥有健全、透明的管理制度的基础上去赢得全球化的竞争并取得超群的市场份额。

这是我们对利益相关者的承诺。我们将继续实践“Jeong-do Management”，把 LG 电子建设成让竞争者尊重、让顾客信赖、让全世界的优秀人才向往的公司。

我们的管理哲学

“Creating Value for Customers”反映了我们在日常活动的目标。我们做每件事的时候，都要考虑我们的顾客需要什么，并且把这种需要为我们所有商务活动的基础。通过不断的革新和改进我们的产品和服务，我们可以发现新的为我们的顾客创造最好的价值的途径。

“Respecting Human Dignity”是我们建设不断吸取并养成成为全球最佳的公司的才能的途径。我们相信，有天赋的人必须得到公平的待遇、公正的评价以及始终如一的支持才能发掘出他们的潜力。重视个人表现并尊重个人的创造性及首创精神，我们才能建设伟大的公司并为我们所有的股东创造最大的价值。

正确的途径

成为一个让股东、市场、社会都真正尊重的公司需要我们付出巨大的努力并拥有足够的力量。这种力量只能通过长期坚持“按照规则赢得竞争”和坚决杜绝偷工减料才能获得。只有不断地践行诚实、完美、公正，我们才能成为一个能让人们追求他们的目标并且产生革新性想法的公司，从而赢得我们顾客的心。

在这种方法中，“Jeong-do Management”（用原则管理）的含义比单纯的伦理经营要宽，它为我们提供了认识我们的哲学并且成为能够赢得竞争的更强的公司“正确的途径”。



CEO 致词

近年来，LG 电子已经取得了显著的成功。我们向顾客传递了我们卓越的产品及服务，使现有的工作场所更加完善，并且为我们的利益相关者提供了更多的价值。

这个 LG 电子行动准则正发源于我们的核心价值。它将帮助我们根据我们坚持的原则来开展我们的工作。它将进一步

定义在许多情况下恰当的准则，在那些没有明确正确答案情形下，它也会提供一些补充的参考工具和方法。

这些准则是必须遵守的。如果我们为了短期的权宜之计而向我们坚持的价值妥协，那么我们就不能取得长久的成功。每一个员工都需要学习这个准则并学会怎样将它运用到工作中。绝不允许为不

这些成就根植于我们的管理哲学，即为顾客创造真正的价值以及尊重我们的同事及雇员。为了确保未来的成功，我们必须再次强调这样的核心价值。



符合这个准则的行为做任何辩护。坚决反对将某些不符合该准则的行为合理化，比如：“为了达到销售目标必须这样”或者“我的领导让我这么做的”。

领导者应该及时并礼貌地处理员工对于遵守行动准则的问题和关注点。对增强这方面的关注进行报复是不允许的。

这个行动准则是对我们所有利益相关者的承诺，并且将帮助我们达到我们“**No.1 LG**”的目标。

南镛
副会长兼 CEO



目录

2 LG WAY

4 CEO 致词

8 前言

8 为什么我们需要制造行为准则
8 谁是行动准则的适用对象
8 我们的期望是什么
9 不合准则的行为
9 关于行为准则

10

诚实与正直 对待我们的顾客

- 12 负责任的市场行为
- 15 产品安全
- 18 高品质产品
- 21 客户隐私及数据保护

24

最好的组织 对待我们的员工

- 26 公平雇佣
- 29 尊重人的工作场所互动
- 32 一个健康安全的工作场所

36

公平交易 对待我们的商务合作者及市场

- 38 负责任地收集竞争信息
- 41 适当的使用他人信息
- 43 公平竞争
- 45 与竞争对手打交道
- 48 与渠道商和供应商交易
- 51 谨慎的信息传达
- 54 尊重他人的知识产权

56

关怀 对待我们生活的周边

- 58 环境保护
- 61 负责的国际贸易

64

高端的回报 对待我们的股东

- 66 信息安全和保密
- 69 公司知识产权的保护
- 72 正确使用电子交流方式
- 75 良好的档案保管行为
- 78 负责人地处理内部信息
- 81 谨慎公开披露信息



前言

为什么我们需要制造行为准则

LG 电子是一个全球运营的公司。因此，我们的员工会遇到大量的多种多样的法律法规。当然，让每一个人熟悉全部甚至是大部分的法律法规都是非常困难的。而且，我们在很多全世界很多国家都进行经营，每一个国家都有自己的文化。我们试图在我们所有的市场及运营的国家中都能够与当地的法律法规保持一致并且尊重当地的习惯。这个行动准则是一个帮助我们应对这样重大挑战的关键工具。

谁是行动准则的适用对象

这个准则适用于 LG 电子株式会社（“公司”），以及所有 LG 电子的海外分支机构。

我们的期望是什么

我们期望您这样做：

- 承诺在所有的工作中都与公司的核心价值保持一致，帮助公司使之成为非常好的工作场所，从而可以为我们的顾客和其他的利益相关者做到最好。
- 遵守您工作的国家的法律法规。
- 工作中遵守公司的政策和程序。

- 如果不能确定行为是否合适时，寻找相关的指引。
- 增强对可能违反行为准则或公司政策的行为或做法的关注度。

如果您还管理者其他员工，我们期望您这样做：

- 确保您管理的员工熟知本行为准则以及他们的责任。
- 对在日常工作中对本行为准则或其使用有疑问或关注的员工，要给予他们支持和帮助。
- 以身作则，按照行为准则的要求进行领导。在日常工作中要与对本规则的适用有疑问或关注的员工多交谈。

如果您对本行为准则及它如何适用于您的工作有疑问：

- 向您的领导咨询，他/她所在的位置最能帮助您解决工作中的问题。如果无法或不方便跟您的领导咨询，请联系本行为准则每章中规定的相关职能部门或法务人员。
- 如果您还管理者其他员工，但是不知道如何回答您的员工提出来的问题，请联系本行为准则每章中规定的相关职能部门或法务人员。



重视文化差异

当您去另一个国家访问或工作的时候，熟悉您的新环境，努力了解当地的文化及习惯。意识到新环境的法律法规将和您现在所处的国家不同。如果您发现可能会影响您的商务活动的矛盾、冲突时，跟您的领导讨论从而制定出可行的方案。

不合准则的行为

不遵守本行为准则会产生严重的后果

不遵守法律法规，公司和个人都会受到严厉的处罚。不遵守行为准则会导致刑事制裁、行政处罚、民事赔偿、利润损失、合同解除、商务关系终止、试图强取、影响我们的形象以及在资本市场留下负面印象。而且，员工个人也会因此面临严重的后果比如罚款、监禁、诉讼、赔偿以及劳动法方面的处罚。

如果您发现公司正处在可能违反行为准则标准的危险中时：

- 首先，向您的领导报告此情况。
- 然后跟指定的负责审查与行为准则一致性的领导联系并报告该情况。

报告潜在的不符合行为准则的情况

公司不能容忍对任何真诚举报不符合行为准则的情况的报复行为，并将公布这种报复行为。报复行为可能有多种形式，从对就业的不公平影响到对举报者产生的一般的困扰。如果您认为您或别人已经因此遭到报复，请迅速将此事报告给人力资源部门。

对于不符合行为准则的行为没有任何好的借口

清楚以下的借口：

- “虽然我知道是错的，但那时我的领导让我做的。”
- “我那样做是为了我们的顾客”
- “我那样做是为了达到公司的目标”

关于行为准则

该行为准则不能包括所有公司的标准及政策，它不可能涵盖您所可能遇见的所有情况。因此，公司将定期修订该行为准则及其他标准、政策，并与员工及适用该行为准则的部门进行沟通。

该行为准则不是劳动合同的组成部分。LG 电子并不因该行为准则创设任何合同权利及义务。

诚实与正直

对待我们的顾客

- 12 负责任的市场行为
- 15 产品安全
- 18 高品质产品
- 21 客户隐私及数据保护

“顾客第一”的原则是我们所有经营活动的核心，我们在经营中，要永远站在顾客的立场上考虑问题，认识到顾客的对我们产品的期望，这样我们才能达到“Creating Value for Customers”的目标。通过明确质量标准、扼守对顾客的承诺、一如既往地研发更好的产品，来不断地坚固顾客对我们产品和服务的信任。所以我们必须在经营活动中持续地表现出我们对顾客的诚实和真诚，从而建立一种可以让顾客充分信赖的良好关系。



情景假设

一个很有吸引力的新产品问世了，如果公司能够大力宣扬产品新产品将会获得巨大的成功。新产品在性能表现上确实提高了 5%，但是除此之外也再无其他创新之处了。我们的竞争对手在宣传时，往往会扩大一定的宣传幅度，所以你在想，应该没有人能够测量或感觉到这一幅度上的差异，所以如果我们在广告中宣传我们的新产品性能表现提高了 10%，那么我们会取得更好的市场地位。

你觉得怎么做才是正确的？

负责任的市场行为

我们公司凭借着产品服务的品质和期中包含的价值，赢得了与顾客长期稳定的良好关系，所以我们必须合法地负责任地进行产品服务的市场宣传活动。因为顾客基于我们在市场宣传活动中体现出来的诚实和真诚，对我们宣传表述深信不疑。我们所做的各种市场宣传活动，会对顾客决定购买产品时产生影响，所以这正是我们“Creating Value for Customers”的一个契机。如果冒着可能破坏我们辛苦建立起的在顾客心中的良好信誉，来进行一些不负责任的市场宣传活动，是非常不值得的。

我们的目标



确认公司所有的市场宣传活动都是负责任的开展，特别是你的工作直接与顾客交流相关。

你需要知道的事情

市场宣传活动包括但不限于以下内容

- 广告及促销活动
- 产品标识及产品描述
- 调研材料、测试结果、竞争社及竞争产品之间的比较
- 公司内网上登出的广告，以及其他可能不必然直接针对顾客做出的宣传活动。

与市场宣传活动有关的人员，无论你是促销员，还是工作可能涉及到广告制作及监管、产品标识、促销、与顾客交流的员工，都应该知道且正确地理解公司关于市场宣传活动的各项标准、政策和流程。

我们的市场宣传活动会受到广泛的关注，顾客、竞争社、还是政府有部门都会对我们的市场宣传活动进行仔细地查看，所以如果我们实施了不负责任的市场宣传活动，就可能会面临损害我们声誉的风险。

情景问题回应

明知道这样做是不负责任的，不能因为其他竞争社做了，我们也同样效仿，重要的是，我们要扪心自问，我们的市场宣传活动是否真正为顾客创造了价值，尊重了顾客的选择。尽管夸大的宣传不会被发现，尽管采用虚假宣传来销售产品的企业很多，但是我们要想到，我们的顾客期待着我们能够诚实且真诚地向他们来宣传我们产品的品质和价值，而不要去过多地考虑我们能够从竞争社那里获得什么。





正确的方法

- 确保公司产品和服务的任何变化都能够迅速地转达到相关部门
- 如果我们的市场宣传活动、产品标识信息和促销资料内容涉及到了产品的制造、原材料等内容（例如原材料产地、组装集合地等），需要确保内容的真实准确，从而保证了我们产品进行宣传和张贴标识内容的真实准确。
- 对广告公司或其他外部机构提供资料内容是否合乎法律以及公司的政策，要进行核查。
- 绝不允许任何市场宣传材料包含虚假的、引人误解的内容，或者为了诱导顾客购买而故意漏掉一些重要信息。
- 避免在以下情形下与竞争社或竞争产品进行比较：
 - 不能被客观、确认的数据证明的；
 - 基于不公平的条件而进行的比较。
- 在未得到测试或其他可靠数据佐证之前，不要将任何可能引起争议的信息公开（例如产品性能数据、产品优势描述、市场占有率等）
- 如果明知某材料有问题，不要以“这是由外部组织提供的”为借口而予以实施。

注意

- 在市场宣传活动中，要谨慎使用夸张性用语。使用带有修饰性的语言确实能够起到很好的市场宣传效果，但是必须确保这样的语言不会使顾客形成对我们产品虚假的认识。
- 市场宣传活动中应更多地宣传我们产品的优势，而不要强调竞争产品的劣势，因为我们是凭借着我们为顾客设计、制作、销售最好的产品来引领市场的。值得注意的是，因为竞争社都会非常在意我们广告中如何描述他们的产品，所以我们的市场宣传活动如果涉及到竞争社产品，就要格外小心。



情景假设

尽管我们的产品符合国家有关产品安全的强制性规定，你发现了一个问题可能导致产品不能达到绝对的安全，但是此时产品已经开发完成，重新来做已经不现实了，所以你决定把你的这种担心通过警告标志的方式来告诉顾客。



你觉得怎么做才是正确的？

产品安全

安全和可靠是我们产品体现的最基本的两项品质，我们通过进行符合安全使用的设计、高质量的生产制作以及售后服务来向顾客表明我们对顾客的关怀。产品更新中最重要的一项就是要把产品做的越来越安全。我们通过向顾客做出的产品安全承诺，来巩固顾客对我们产品的信任，从而真正地位顾客创造价值。



我们的目标

尽一切努力来确保公司产品的安全性，为了保证顾客使用我们产品是安全的，我们要将原材料采购、产品设计、制造、市场推广活动、产品使用和售后服务中有关安全问题的重要性大大提升，任何诸如为了更美观的设计、更好的市场前景、费用成本节约等经营目的，都不能削弱我们保证产品安全这一重要目的。

你需要知道的事情

产品安全是我们最为担心的问题。如果我们没有采取适当的产品安全保护措施，或者对发生的安全问题没有给予及时地回应，我们将会面临很严重的处罚，有法律规定的赔偿和诉讼，同时也会对公司声誉造成严重损害。

我们知道，“**Creating Value for Customers**”保证产品安全不仅仅是为了使公司不会受到法律的处罚。这更表达了我们对顾客的许诺，利用这一机会减少产品的安全隐患。为了提高全系列产品的安全性，要求我们要遵循一系列保证产品安全的流程，要“从头到尾”地关注产品安全，从设计（尽可能预见顾客使用中可能出现的问题）、原材料采购、产品制造、产品测试、质量控制及市场推广，甚至售后服务的各个环节，都需要时时监控产品安全问题，而且要提供必要的措施以保证产品安全。

情景问题回应

一个尽可能涵盖所有可预见的不良后果的警告标志，对于确保产品使用安全是很必要的。我们第一位的任务是设计、制造我们产品满足公司的标准和顾客的期望。当然任何一个细小的遗漏都可能导致效果的降低，所以产品安全是一个需要所有部门相互配合的。我们必须确保我们的产品不仅仅达到各项安全标准，而且没有任何安全隐患。





正确的方法

- 遵从公司基于产品安全考虑而设置的各种政策、程序来进行产品的设计、原材料采购和生产制造。
- 如果发现原材料、设计方案或任何其他步骤中存在质量不良或可能导致产品安全问题时一定要立即报告。
- 永远不要以牺牲产品安全为代价去迎合其他经营目标，如果确实出现矛盾，应该将这一问题报告给你的领导。
- 为了确保产品安全，不要忽略也不得纵容他们忽略任何一个质量管理的步骤。
- 不要为了迎合某项营业目标而降低产品的安全性能。如果二者间存在冲突，请向你的管理者报告。
- 要严把原材料关口，绝不能让不符合标准的原材料流入公司生产线，使用不合标准的原材料或零部件将使得产品出现安全问题。
- 永远不要忽略任何一个与产品安全相关的建议，因为这些都可能会在日后的产品生产过程中体现出来。

注意

- 要特别注意那些反复出现的质量问题，产品安全问题的重要性胜过其他任何问题，如果我们产品存在内在的设计缺陷或者广泛的安全问题，我们就有义务采取召回措施。
- 产品不仅要符合国家的强制性标准，还要符合公司的有关标准。因为国家的强制性标准是最低层次的标准，如果没有达到就属于不合格产品了。
- 要以一个长远的眼光仔细聆听别人对产品安全的思考和建议，其他同事关于产品设计、生产制造或张贴标识的意见都可能会涉及到产品安全的问题。
- 尽管你的工作可能与产品测试、质量管理等有直接关系，但是你仍然对我们公司产品的安全性负有监督权，在你使用公司产品的过程中如果有潜在的安全隐患一定要立即通知相关部门。



情景假设

你刚刚发明了一项新功能，而这项新功能是市场上其他竞争产品所没有的，所以一定会受到欢迎。但是因为这项功能是新开发的，有关产品的测试规则都没有涉及这个问题，所以测试条件设定时没有考虑这项功能对产品整体性能的影响，而这项新功能又比较耗能，你担心如果测试时开启这样新功能，将会影响到测试结果。

你觉得怎么做才是正确的？

高品质产品

我们产品的可靠性、耐用性和安全性是我们经营活动的核心理念，我们的产品是否能够禁受顾客严格的使用考验，体现着我们是否为顾客生活作出了贡献，我们的产品在顾客使用过程中感受到的设计、制造工艺上的完美，体现了我们“Creating Value for Customers”承诺的兑现。为了达到这一目标，我们设置了高的标准、一系列更加严格的规则，我们的设计、制造及市场推广活动都必须达到这些标准和规则。



我们的目标

为了确保所有产品的可靠、耐用和安全，我们必须保证产品达到公司的各种标准和规则要求。任何有关这方面的疑问都应该被予以重视，无论这种疑问多么微小。因为只有这样，我们才能真正做到“Creating Value for Customers”。

你需要知道的事情

产品说明书上涉及的内容：

- 所有与产品稳定性、可靠性有关的安全标准
- 电磁适应性
- 环保要求，例如有害物质含量、可循环利用标志、节能标志
- 为儿童、老人、残疾人特别设计内容
- 为了与其他产品或服务实现兼容的问题

因为我们的产品是在全世界进行销售的，所有任何不符合规范的产品都会导致严重的后果，例如诉讼、品牌形象破坏、公司声誉受损、经济赔偿、花费高昂的召回、集体诉讼，而以上这些不过是一小部分而已。

高标准不仅体现在最终产品本身上，还体现在我们达到这一要求的过程中。这要求我们在确认产品质量时，要采取最严格最苛刻的标准来审查，特别是那些具体负责检测产品质量是否达标的员工更是要遵从这一要求。此外还要聘用一些当地的专家来保证公司能够正确理解和遵从当地的规则。

回复

作为一个以创新为核心理念来实现“Creating Value for Customers”的公司，尽管有时一些产品的情况还没有被有关法律法规纳入，在这种情况下，我们不应该教条地追究有关法律法规是否对此有明文规定，而是应该想到我们的产品是否能够满足顾客的期望。所以这样就要求我们要以一种专业的态度来理解法律法规的含义。因为我们仍然希望顾客能够在使用我们的产品中体会到这一项新功能，本着这样的理念，尽管开启这样功能可能会使测试结果不太好，我们仍要做，而且这是一个很好的机会来向政府或有关部门报告这一新功能，使其能够将这项新功能纳入测试的条件中。





正确的道路

- 如果你的工作涉及到产品的测试和品质管理，你就要保证所有产品测试时都要达到相应的标准，而且还要保证产品符合可靠性、耐用性、安全性的整体目标。
- 确保各种向我们供应原材料、零部件或组件的供应商按照我们的标准来进行生产并提供。
- 时刻关注你所在领域内新产品规则的制订和出台，而且一旦有新的进展应立即与其他相关生产部门和标准核定部门进行沟通。
- 如果你对某项标准和测试规则不确定或者不理解，你应向你的领导讯问或者直接联系规则的制订部门予以确认。
- 未经过公司要求的必经程序，不得替换已经过检测的材料或组件
- 绝不允许虚假的或不合格的检测：
 - 伪造或只保留好的数据删除不好数据的测试；
 - 在未达到测试条件的情况下进行测试；
 - 回避某些必要的的测试。

注意

- 时刻关注相关产品规格标准的变化，努力去理解相关的要求，不断地用新标准和要求来检查公司的运营，以保证公司各项程序完全符合相关规定。
- 对于消费者团体、政府部门、或其他竞争社提出的与我们产品质量达标有关的投诉，要保持警惕。
- 要留意供应商的任何与产品设计、协议、生产流程有关内容的改变，因为这些都有可能影响到供应商向我们提供的原材料或组件的品质。
- 在我们进行产品型号设计时，如果出现了一些与以往基本型号不同的新型号时，就要特别注意。要确保新型号与基本型号的差异已经与相关部门进行了充分的沟通，而且要确认因为新型号的特殊性，是否需要针对型号别单独进行测试。
- 无论是你在用、或你的同事在用、或是普通顾客在用时，都可能发生产品质量问题，所以当你发现与产品质量有关问题时，一定要尽快通知公司有关部门，从而使公司能够及时调整相关制度。



情景假设

你在客户关系部门工作，工作之一就是分析从售后服务电话中心收集的数据，来帮助公司更好地进行产品决策，提高产品品质。海外的一个市场管理部门需要一些你所在地区的原始数据来为一款新产品进行市场决策。虽然你知道售后服务电话中心收集的顾客信息是得到顾客同意的，但是你还很犹豫将这些数据提供给海外的市场管理部门是否合适？



你觉得怎么做才是正确的？

顾客隐私以及数据保护

鉴于我们全球业务的广泛开展，我们的营业活动越来越多地依赖于顾客信息。科技的发达是的获得信息越加便利，但是这也就增加了滥用信息的风险。我们的顾客相信我们会保护好这些信息，不会滥用和泄露。为了不辜负对顾客的这种希望，我们日后应该更好的利用这些顾客信息来“Creating Value for Customers”。



我们的目标

学习并遵循国家法律和公司政策，来负责任地进行顾客个人信息的收集、整理和使用。

你需要知道的事情

顾客个人信息是指任何标志、文本、图像、声音或视频文件以及其它可以信息，这些信息可以独立或者与其他信息结合后显示出某个自然人。顾客个人信息包括但不限于以下内容：

- 个人 ID，例如社会保险帐号或者驾照号码等。
- 各种不具识别性的信息，例如年龄、婚姻状况、信仰、职业、甚至兴趣爱好等。

我们对待顾客个人信息要向对待公司机密一样进行保护，从而避免任何泄露。

请参照第 66 页的“**信息安全和保密**”

从事**顾客服务、信息技术、销售、分配、运输物流工作**以及其它工作经常涉及到顾客信息的员工，要特别注意，遵守公司顾客个人信息保密政策的要求来负责任地使用这些信息。



回复

制定一个有效的市场策略很重要，但是这同样要求我们必须负责任地使用客户个人信息并遵守相关的法律。顾客同意采集其个人信息都会在使用目的上有限制，当你需要为他人使用这些信息的时候，必须确认这种使用是否会违反顾客同意的使用目的的限制。这也体现着我们对待顾客是否真诚。而公司对于顾客个人信息的跨国传递是要受到特别法律义务约束的，特别是这些顾客个人信息来自于欧盟。



正确的方法

- 公司只能为合法目来获得、使用、保留顾客个人信息。公司在使用顾客个人信息的时候要遵循严格的许可制度。
- 把顾客个人信息对外共享或跨境发送的时候，必须要遵循公司设置的程序（特别是涉及到欧盟时）。必须确保只有在得到顾客事前针对这项对外共享或跨境发送予以同意的前提下才能进行。
- 对于你获得或收集的顾客个人信息，你必须像对待公司机密一样进行保密。例如，不得将载有顾客个人信息的文件毫无保护地随意存放，不得将这些文件提供给无关人员。
- 尊重顾客对其个人信息的权利，他们有权对个人信息进行查阅、修改和销毁，并有权对之前同意公司使用其个人信息的委托予以取消。
- 当出现顾客个人信息被非正常地泄露、丢失或篡改时，应立即报告。
- 未得到顾客本人的允许不得向他人提供、不得透露、不得修改或损毁其个人信息。
- 绝对不要将本地的顾客个人信息向其它国家发送，除非你确定这不会违反当地的法律。
- 未确认已经得到提供者的许可之前，不要接受我们商业伙伴提供的顾客个人信息。
- 不要在你的电脑中存留不必要的，或者与工作无关的顾客个人信息。对于那些与工作有关的顾客个人信息，也要在使用完毕后立即删除。

注意

- 不是只有例如公司网站这样的常规渠道可能会流露出顾客个人信息，实际上日常工作中使用的一些工作文件都可能会包含顾客个人信息，所以在你使用这些文件（无论是公司内还是公司外）最好的处理方法就是删除这些顾客个人信息，或者隐去其真实姓名，使其匿名化。
- 特别注意以下信息：
 - 在我们日常用于与客户沟通的文件上体现出的顾客姓名和联系方式；
 - 用于市场观察调研、品质保证的各种调查问卷、顾客意见簿等数据；
 - 顾客产品（例如手、笔记本电脑）因维修返还给我们时，里面包含的个人信息。

最好的组织

对待我们的员工

- 26 公平雇佣
- 29 尊重人的工作场所互动
- 32 一个健康安全的工作场所

我们坚定的相信，人是我们最重要的资产，对个人创造力和首创精神的尊重是价值创造的基石。“Respecting Human Dignity”方式体现了这种理念并确立了一个积极的工作环境，在这里创造力可以茁壮成长。当我们显示出对我们同事的尊重并支持一个安全、公平、多样化的工作环境，我们就是给我们的客户和众多其他利益相关者以最好的服务。



情景假设

两名你的下属，一男一女，有资格晋身到一个管理层的职位，二人的资历相同，经验及所受教育相似。女性下属拥有更好的表现记录。你的部门从来没有过很多女性，也没有女性出任管理层的职位。你想知道，一位女性在一个并不习惯于女性领导者的部门是否可以承担这样的责任。

你觉得怎么做才是正确的？

公平雇佣

我们相信，“Respecting Human Dignity”方式平等的延伸至所有与我们一起工作的人。当我们做出公平、平等的雇佣决定并确保机会平等，我们可以更轻易的吸引、留住、发展个体，也可以培养多样化的思想和能力。这一实践帮助我们创造令人愉悦的，尊重人的工作环境，并且鼓励革新和创造力，这些都将服务于我们的客户和其他利益相关者。



我们的目标

在做与雇佣相关的决定时，只考虑合法合理的商业问题和个人的能力与表现。

正确的方法

- 在做出与招聘、录用、赔偿金、津贴、培训、升职、委任或转任以及社交和娱乐项目相关的雇佣决定时，以公司需要和个人资质为依据。
- 如果由你做出雇佣决定，请确保你清楚的理解一个岗位详实的要求，从而避免基于不相关的或不恰当的原因做出决定。
- 如果由你面试潜在的雇员，要知道哪些问题是不恰当的或者有可能问起来不合法的，因为这些问题有可能证明雇佣歧视的存在。比如，在很多国家，你不应该询问候选人的宗教信仰，候选人是否结婚或生育。如果对此不确定，请向你们的人力资源代表或法务人员咨询以获取帮助。
- 绝对不要因为与工作无关的不适当的原因而对另一个人有所歧视。不适当的原因可以包括以下几点：
 - 年龄
 - 种族
 - 肤色
 - 性别
 - 宗教
 - 国籍或血统
 - 性取向
 - 残疾
 - 其他与工作无关的特性

回复

你关心你部门未来的成功是对的。同样的，你应该关心你下属的成功和他们对公司的贡献。“Respecting Human Dignity”方式要求我们依据资质和才能来对待个人，而不考虑无关紧要的问题。此外，我们承担的服务客户的责任应该引领我们去选择可以帮助我们达成这一目标的个体。为岗位选择最好的人选，然后帮助这个人他或她的位置上有效的取得成功。





注意

- 如果有人提出，只有特定性别、年龄、背景的人才适合从事某个特定的岗位，需谨慎。在某些情况下，一个职位可能有特定的要求，比如能够举起重物。这样的要求应该是正式的岗位描述的一部分，并且对这个岗位的活动有意义。但是一份岗位描述不应该歧视在“正确的做法”中列出的不恰当的原因。
- 对基于不恰当的原因做出的聘用承包商或其他外部人员的建议，应保持怀疑。公司提供公平机会的责任适用于所有为公司服务的人。
- 一些业务单位、部门或工作组可能对工作场所实践有不同的政策，例如病假或产假。这些不同可能取决于当地法律与实践。在任何情况下，这些政策应当是书面的并且符合当地法律要求。
- 记住，“多样化”不光与人的背景相关，更与他或她的观点和想法有关。积极的以各种形式鼓励多样化，从而帮助公司培养一个创造性解决方案和革新的环境。



情景假设

你被委任为一个小的工作组的新任经理。当你认识了你的新下属时，你注意到，一些随意开的玩笑和其他人的评论在工作场所是相当不合适的。然而，你的新下属似乎都不觉得这种行为有问题。有些人甚至说，这是将他们作为一个团队捆绑到一起的方式。你对改变这种看似运行良好的团队文化感到犹豫不决。

你觉得怎么做才是正确的？



尊重人的工作场所互动

我们重视这样一个工作场所：所有雇员都为其他人考虑，每个人都在日常的互动中表现出对他人的尊重。这些互动安慰同事们去介绍新想法，建设性的挑战现有观点，在工作的同时知道其他人会感谢他们的贡献。一个亲切的工作场所为个人创造改变的机会，引领我们为我们的客户革新，更好的服务我们所有的利益相关者，找到更大的职业和个人满足感。



我们的目标

带着尊重和体谅与同事及其他人互动，避免可能被认为是无礼的或敌对的行为方式。此外，你永远不要使你的同事或其他雇员感到被骚扰、侮辱或威胁。

你需要知道的事情

不恰当的行为可能是因为一个人的年龄、种族、肤色、性别、宗教、国籍、血统、性取向、残疾或其他个人特点而对其表现出的贬低。

这可能是：

- 你对其他人说的，评论或玩笑，甚至是你说话的方式。
- 肢体的或视觉上的接触或手势。
- 对技术的使用，例如发送不恰当的电话、短信、电子邮件或进入不恰当的网站。

不恰当的行为也包括性骚扰，或者不受欢迎的与性相关的动作、评论或暗示。这些动作可能依赖于某个雇佣条件（比如，补偿金，升职，工作委派），或依赖于某个人愿意或不愿意参与一个性局面或性关系。不恰当的行为还可能包括给别人造成让人不舒服的工作环境的行为。

报告关注：如果你发现或经历任何形式的骚扰，你应该将它报告给你的经理或人力资源代表。公司将及时调查所有报告并采取适当的纠正措施。公司严格禁止针对对有嫌疑的行为不端所出诚实报告的人进行任何形式的报复。



回答

作为一个经理，你有独一无二的培养尊重人的工作场所的责任。这不仅仅意味着处理个人的行为不端，还包括建立一种不能以任何方式容忍不恰当行为的氛围。认识到这一点是很重要的，没有人可以确定某人是否真的被不恰当的行为所骚扰或贬低。这就是为什么我们必须关注一个特定的行为是否是“不恰当的”，而不是关注这个行为是否被其他人所接受。每个人都习惯不恰当行为的现实并不意味着这在你的群体中是可以被接受的。



正确的方法

- 说明你如何在与同事或其他人的互动中体现尊重和体谅。
- 对他人会如何理解你的言行保持敏感。
- 向你的经理或适当的人力资源代表报告你看到的可能的骚扰或其他不恰当行为。
- 如果你管理其他人，请特别注意你自身和你负责的雇员的不恰当行为。
- 不要以他人可能认为被冒犯、骚扰、威胁、侮辱或敌对的方式行事，包括：
 - 与人交流时讲贬低性的笑话或使用贬低性的词语。
 - 使用贬低他人的身体或视觉上的姿势。
- 不要使用电话、电子邮件、电脑、网络或其他技术展示或交流不恰当的内容。
- 不要以制造敌对工作环境的方式，或使他人相信他或她必须忍受性行为以获取雇佣对价的方式行动。

注意

- 记住，别人可以听到或无意中听到你说的。即使是跟朋友的私人对话，也要避免做出那些可能被认为无礼的不恰当的评论。
- 每个宗教和国家都有它自己的习惯和礼节或恰当的行为。如果你到你祖国之外的地方旅行或工作，设法理解这些不同并对此保持敏感。要注意，在你祖国恰当的未必就在其他地方也恰当。
- 要知道，你管理者的位置或资历可能会影响他人对你行为的接受。永远注意自己对级别较低者的言行。
- 注意在公司集会上你对他人的动作的恰当些。这对男女都适用。



情景假设

你在公司的这几年中，你从没见过任何人因为工作而生病或受伤。除此之外，因为你的法律不要求严厉的安全预防措施以及规定的处罚风险比较低，你想知道是否有可能规避一些照当地标准而言似乎额外的规定。

你觉得怎么做才是正确的？

一个健康安全的工作场所

当我们讲健康安全置于首位，创造伟大工作场所的机会就产生了。我们“Respecting Human Dignity”的任务意味着，通过表现对那些共用我们工作场所的人的福利的重视和对我们自身的重视，抓住我们工作场所的所有权。因为我们同事的福利处于危险中，我们在合规性上不能停步，我们的责任和目标永远是为了严格的健康和安全的。有了我们的任务做后盾，我们可以防止所有意外和伤害。健康和安全的优先级，我们永远不应该为了公司的任何其他目标而做出让步。

我们的目标



永远在行动时牢记着良好的工作场所健康与安全并依据适当的健康安全法律、规定和原则，鼓励同事在行动时牢记良好的工作场所健康与安全并依据适当的健康安全法律、规定和原则。

你需要知道的事情

公司通过建立政策和程序来培养牢固的符合工业标准和所有当地法律法规要求的工作场所健康和安全致力于，从而持续改善其健康与安全表现。这些努力对付了那些可能伤害雇员或我们业务伙伴的风险，损害财产风险以及损害公司作为一个负责任的公司的声誉的风险。我们试图在供应链和我们提供给客户的产品和服务上推行良好的实践。

了解这些目标，每个商务经营方式都有责任鼓励和充分培训雇员使其达到公司的健康安全期望。雇员和管理者应当商讨公司环境安全与健康手册和准则，从而更多的学习这些期望是什么以及如何达成这些期望。



回复

作为一个公司，我们为我们在健康安全方面的良好记录而自豪。很少有出现问题，确切的说是因为我们采取了预防措施和足够的健康安全管理。这不是幸运。这是因为我们有一个真实的“Respecting Human Dignity”的任务，这其中包括关注他人和我们自身的健康与安全。公司环境安全与健康手册和准则代表了我们在任何地工作都要完成的任务。重要的是，不论他们看起来如何小或无关紧要，你都与这些规则保持一致。记住，即使是最不重要的规则都有其存在的目的。



正确的方法

- 报告工作场所意外，伤害和任何不安全的情况。
- 按要求使用有保护的设备。
- 按要求出席健康安全培训。
- 准确的记录数据并报告影响健康和安全的操作。
- 为了我们和他们，与供应商和其他商务伙伴一起在各方的工作场所中推进健康与安全。
- 绝不为了其他商业目标而对工作场所的健康和安全做出妥协，即使那些目标是高优先级的。恰恰相反，立刻与你的管理者讨论这种冲突。
- 如果你不确定保护健康和安全的必要程序，就不要开始一项活动。

注意

- 工作场所意外经常发生在那些在公司工作了很多年的人身上，而不仅仅是新员工身上。所以，永远对安全保持警惕从而保护你自己和他人。不要变成其他人的坏榜样。
- 当与供应商和其他商业伙伴工作时，知晓你在他们的工作场所运营中所必须遵守的健康安全实务。
- 对可能给你或他人的健康安全带来风险的你的现状保持警惕（比如缺乏休息，用药）。意外总在你最不经意和变得对安全过于自满的时候发生。如果你觉得你的现状不适合工作，告诉你的管理者。



公平交易

对待我们的商务合作者及市场

- 38 负责任地收集竞争信息
- 41 适当的使用他人信息
- 43 公平竞争
- 45 与竞争对手打交道
- 48 与渠道商和供应商交易
- 51 谨慎的信息传达
- 54 尊重他人的知识产权

成功地服务于顾客依靠我们在全球吸引顾客、供应商、渠道商、合同对方以及与之建立关系的能力。公平、机会平等，“正大光明的获胜”既是指导我们与合作伙伴交易的行为准则，也是指导我们在市场中的商业行为的价值观。我们承诺信守这些价值观。我们建立了相互尊重、信赖的关系，显示了我们对于公平、机会平等的承诺。当我们知道只有公平才能成功，我们要确保一个奖励革新创造力的商业环境来为顾客服务。



情景假设

当你为一个潜在的工作机会面试一名来自竞争公司的职员时，她提供给你的资料包括她现在的工作情况。这些资料似乎是竞争公司的商业秘密，当然，对你的部门会非常有利。她向你提供这些信息并不是你的错。那么，你想知道，你是不是可以让她把这些资料留下“以便你更好的评价她”。

你觉得怎么做才是正确的？

负责任地收集竞争信息

了解市场对为顾客服务来说，必不可少。我们对竞争信息和其他市场信息进行评价，以便确定顾客的兴趣和需求，从而知道如何改善我们的产品和服务。在努力的过程中，我们尊重竞争对手的权利、遵守公平交易的规则，展示了我们的诚意。通过这些，我们能够光明正大的成功，并维持了卓越的声誉和表现。



我们的目标

仅能通过合法的、你有权获取的资源来使用或收集有关竞争环境的信息。

正确的方法

- 获取竞争信息依靠已经发表的或者可以广泛获得的资源。举几个例子来说，比如研究报告、报纸和市场营销材料。
- 确保向你提供竞争信息的对方知晓我们只接受合法获取的信息。
- 与现有或潜在的客户讨论他们可以提供的非保密的需求，除非我们被授权获知他们的保密信息。
- 告知新员工，他们应当遵守与之前的雇主或其他第三方签订的保密协议的条款，或者其他类似保密的义务。
- 如果你雇佣了一位曾为竞争对手工作的职员，不要从他那获取保密的竞争信息。
- 不要直接从竞争对手那里接受竞争信息。这样做不仅是一种非法收集信息的手段，而且与竞争对手共享竞争信息意味着竞争对手间有不正当的协议。见 45 页“与竞争对手交易”。
- 永远不要为了获取竞争信息而撒谎或做虚假表述。
- 不要让调查代理公司、顾问公司或其他第三方去从事你或你的公司不被允许做的行为。
- 如果你知道有些信息是竞争对手基于信任提供给我们的商业伙伴，不要向商业伙伴询问或接受这些信息。

回复

我们通过我们的辛勤工作、创新思维和对顾客需求的理解能力来竞争，而不是通过那些我们不允许获得的信息来竞争。与一个新职员讨论一些具体的事项，比如他的个人工作经验、职场知识等，或许是合适的。但是你不能让他泄漏属于其他公司的保密信息，或者违反保密义务。如果有人向你透露了一些竞争对手的保密信息，与公司的法务人员联系。





注意

- 当你从代理商、零售商、经销商、公司顾问或者以前为竞争对手工作的人那询问或接受任何有关竞争对手的信息时，认真考虑。向公司法务征求意见。
- 谨慎对待那些不愿意说明他们如何获取竞争信息的代理商、零售商、经销商或者其他第三方。这可能意味着消息的来源有问题。
- 谨慎对待消息来源不明的有关竞争对手的信息。在审查这些信息之前，向公司法务人员征求意见。



情景假设

你发现桌子上有个商业伙伴的装有保密资料的文件袋。你知道商业伙伴经常会与我们共享他们的计划、产品信息，以促成与我们公司新的业务。文件袋的资料可能对你准备新产品上市非常有用。

你觉得怎么做才是正确的？



适当的使用他人信息

诚实对待我们的商业伙伴，意味着恪守承诺，尊重他们的权利和商业利益。就像我们希望他人能够尊重我们保守商业秘密的权利一样，我们也应当同样对待顾客、渠道商、供应商和其他商业伙伴的信息。



我们的目标

在获取、使用和共享属于他人的信息时，要认真小心，同时遵守正当的使用规则。

正确的方法

- 在接受潜在的竞争对手的保密信息时，应当小心谨慎，否则可能会引发首创者究竟是谁的争议。
- 当顾客和商业伙伴把他们的秘密信息提供给我们用于商业目的时，向他们询问信息的使用条件。
- 共享他人的信息时，确保该信息被认定为这个人所有。
- 在接受保密信息之前，别忘了适时签订保密协议。如果有疑问，向法务人员咨询。
- 在不了解信息使用的规则和限制之前，不要使用被认定为他人的保密范畴的信息。

注意

- 接受商业伙伴的保密信息时，应当知道公司同意的使用条件是什么。确保公司可以如约做到，而且这些条件不会给公司的商业活动强加一些意想不到的限制，比如限制公司去获得类似的产品或商业概念。
- 对待似乎不是公开获取的、不属于公司的、所有人不明的信息时，应当慎重。这可能表示该信息不是正当的从其他公司获取的。不要简单的认为你的同事已经搞清楚使用了使用规则。



回复

当你对信息的来源不清楚，或者不能确认我们有权使用信息时，跟法务人员咨询是个好主意。接受保密信息可能要求公司也对合作伙伴承担特定的义务，而我们可能不愿意接受这些义务条款。而当信息是正当取得的、我们有权使用的时候，核实使用的条件和权利，也显示了我们商业伙伴的诚实和尊重。



公平竞争

我们意识到了有竞争的市场的的重要性，它鼓励企业创新，最大程度的为顾客和社会利益服务。公平竞争规则让市场强壮、有竞争力，坚持这一规则对于我们保持创新的能力和为顾客提供价值是必不可少的。遵循公平竞赛法，不仅可以更好的服务社会，而且有利于我们公司及商业伙伴去提供更好的顾客价值。在我们有经营的所有国家，我们都承诺要遵守公平竞赛的法律。这样，我们对公平竞赛的承诺，不仅在商业伙伴和顾客中建立了信赖，而且，也使我们成为更强大、更具创新的公司。



要知道公平竞争法是非常复杂的，而且根据管辖权的不同而变化。要判断是不是侵犯了公平竞争法很困难。一些国家已经实施了扩大管辖范围超过其边界的法律，其中很多增加了执法行动和惩罚。

如果你的工作中涉及到销售、市场、研究开发、产品企划、设备或材料采购，或者与我们的渠道商、供应商谈判，你**尤其**需要理解公司的公平竞争政策，以及如何将这些政策应用在你的工作中。**更多信息，请见公司全球公平竞争指导方针。**

你需要知道的事情

总体上说，公平竞争规则限制或者禁止：

- 竞争者之间、或者公司与顾客、渠道商、供应商之间达成协议或约定，来不公平的限制竞争。
- 公司滥用它在供应链或市场中的地位，在其他的公司、特别是小的商业关系中赢取不公平的利益。
- 没有经过政府事先的监管审查或批准的、可能抑制公平竞争的潜在的合并、并购、合资或者其他的结盟。

违反公平竞争规则将面临严厉的刑罚，包括人身监禁和巨额罚款。这些刑罚适用于所有违反公平竞争法的人。公司面临的结果同样是毁灭性的，有可能是巨额罚款、集体诉讼和经营限制。因此，公司必须对有可能违反这些规则的行为格外谨慎。

用下列指导方针避免问题：

1. 独立作出商业判断—通过你对形势的客观评价和对获知的事实、选择的认真思考来做出决定。
2. 如果你的竞争对手建议从事不合法的行为，告知法务人员。
3. 如果不确定行为是否正确，向他人征求意见。
4. 将任何与执法部门之间的沟通都告诉法务人员。没有法务人员的批准，不要提交任何文件或资料。



情景假设

公司的一个渠道商让我们以非常低的价格销售产品。他不会让步，并且说我们的竞争对手也是以这个价格销售的，而且是竞争对手首先提出来的。除非市场出现了你没有意识到的重大的、棘手的变化，你认为竞争对手不可能提出这个价格。你想跟竞争对手证实这个价格，以验证渠道商的话。

你觉得怎么做才是正确的？



公平竞争： 与竞争对手打交道

我们要尊重我们的竞争对手，避免可能出现不当的相互影响。总体来说，竞争者之间的关系可能引起公平竞争的问题。我们的首要任务是为顾客服务。要支持能鼓励持续创新的规则，以此服务顾客，并在强壮的、有竞争力的市场中取得成功。



我们的目标

没有法务人员的批准，不要与竞争者缔结任何合同、协议、正式、非正式或暗含的约定。在支持公司追随竞争者的做法时，寻求适当的指导。监管机构可能将这种行为误解为反竞争。

你需要知道的事情

不适当的协议不一定非得是对消费品价格的独占。协议可以是关于可能影响价格或顾客选择的任何事情，如：

- 限价—在对渠道商或客户任何形式的定价上达成一致，包括，比如，使用定价公式、折扣、回扣，或与供应商就付款定价达成一致。
- 串通投标—与竞争对手就如何向客户或渠道商投标达成一致（如在价格方面或其他标书中的内容达成一致），一个赢得这次中标，另一个则赢得下一次，这是典型的做法。
- 经营、生产或销售协议—在产品的生产水平、销售限制方面达成一致，或者对其他的经营行为达成一致。
- 市场、区域或客户分配—在对市场、区域或客户划分上达成一致，这样每一种情形下的竞争就都减少了。
- 联合抵制—约定不与特定的个体、顾客群体、分销商、供应商交易，直到他们答应更好的定价或其他条件。

并非切实履行了协议，或书面签订了协议才算违反了法律。甚至连一方不同意而没有达成协议的失败尝试，都会被视为密谋触犯公平竞争法。



回复

与竞争者交换定价信息从不是一个好的解决办法，而且，这在许多国家都是不合法的。我们应当通过自己的定价决策竞争，更重要的是，通过我们的产品和服务提供给顾客的价值竞争。我们必需通过合法取得的数据来了解我们的价格竞争力。



正确的方式

- 没有明确的商业目的，或者没有正当的讨论主题日程，避免与竞争对手聚会；
- 当竞争对手间合法聚会时，讨论涉及到定价或其他有风险的事项要注意：
 - 明确地声明，这种讨论是违反公司政策的。
 - 离开讨论，确保你的声明和离席有书面的纪录。
 - 将这一情况立即通知法务人员。
- 在取得法务人员的批准，或者对常规信息交换的“一揽子”批准前，不要与竞争对手交换具体的信息。比如，不要交换：
 - 定价
 - 产品产量
 - 顾客名单
 - 销售区域
 - 信用额度

注意

- 避免与竞争对手有任何的讨论、交换信息或者其他的沟通。最单纯的合作都甚至会被曲解，对公司声誉造成风险。
- 如果目的是为了服务顾客，而任何一方竞争者都无法独立完成，那么这样的竞争者间的合营或者研发项目可能是正当的。所有的事项，包括在与竞争者首次讨论前，都要先征求法务人员的意见。



情景假设

我们公司是一家供应商的唯一客户。在合作关系中，我们有很多的不同意见，而供应商认为这些意见是不公正的。然而，这种合作关系对我们的公司并没有好处，你想要终止这种关系。

你觉得怎么做才是正确的？

公平竞争： 与渠道商和供应商交易

公平竞争包括我们如何与竞争者、供应商、渠道合作者、合同订约方和其他合作者之间相互作用、相互影响。我们的关系最终应当把重点放到服务顾客和与合作者更有效的工作上，而不是不正当的限制公平交易。为了做到这一点，我们为商业合作者确保平等的机会、在所有商业事务中显示出公平、透明，通过这些我们与商业合作者建立相互的信任和联合。

我们的目标



在我们与渠道合作者、供应商和其他商业合作者的所有关系中，显示公平和诚信。在决定什么时间、以什么方式与我们的合作者进行交易时，特别是当这种决定会明显的打破现有的商业条款时，要小心谨慎。

你需要知道的事情

涉及到我们的商业合作者的不适当的行为可能包括：

- 拒绝交易—没有合理的原因，而不跟潜在的或以前的合作者交易。这样做可能被认为是企图与竞争者分配客户。
- 优势交易地位上的不公平的剥削—利用公司的优势地位，强迫渠道合作者、供应商接受不公平的价格，拒绝或者迟延付款，或向他们强加销售目标，设置不公平的商业条款，干涉管理或者有其他不公平的行为。
- 价格或支援歧视—没有正当的原因，在正常价格体系之外，给特定的渠道商单独定价，或给予非资金的支援。
- 特定合作者或特定区域的独家经营—没有理由的设定限制合作者的条款，限制其从事商业行为的自由。包括要求我们的合作伙伴不得与我们的竞争者交易，限制他们的经营区域。
- 转售价格维护—要求渠道合作者以特定的价格销售公司产品，如果它自己定价，终止对其的销售，或者由于其他的合作者投诉而对没有维持转售价格的渠道商进行惩罚。
- 搭售和捆绑安排—不管是整体销售的安排，还是无关的具体的产品，要求合作者向公司出售或者从公司购买产品，同时公司也是如此向合作者出售或者购买。
- 掠夺性定价—为了排挤竞争者，对渠道商设定不公平的低价，比如低于成本的定价，或者以不公平的高价向供应商购买。

回复

公司有权选择自己的商业合作伙伴。同样，我们希望通过合理的努力来帮助商业合作者成功。只要我们的决定建立在客观的数据和良好的判断力上，我们就不太可能违反公平竞争的规则。通过诚实的努力，使商业合作者相信，我们的决定建立在公平合理的基础上。要保证你能够证明，你的决定建立在供应商的表现上。在与供应商终止关系之前，与法务人员一起审查情况是一个好的措施。





正确的方法

- 在决定新的采购定价标准或决定公司与商业合作伙伴的交易前，查看公司全球采购政策“GOODBOOK”来确保你提出的计划不会导致与商业合作伙伴之间不公平的交易。
- 如果新的市场、促销或定价策略有可能造成公司对商业合作伙伴的区别对待，请交与法务人员审核。
- 如果我们的决定对价格、数量或其他条款有明显的改变，清楚的说明做出这一决定的原因、标准。要确保合作伙伴理解，公司是在公平、客观的基础上作出这样的决定的。
- 如果涉及到竞争的商业伙伴，或者终止现有的商业关系，那么需要公平、客观的标准来做出决定。同样，要保证你可以提供证据，证明你的决定是合理、适当的。
- 不要同时约见两个以上的渠道商，来讨论可能会侵犯公平竞争的事项，比如，选择渠道商、划分区域。
- 在法务人员没有审查前，不要加入任何可能违反公平竞争的协议或约定。

注意

- 任何公司与合作者签订的合同、协议或约定都有可能包含可能使公司违反它的标准或其他法律要求的条款。
- 有时，公司的合作伙伴也是公司的竞争者。这种情况下，公平竞争标准变得更加难以适用，你需要法务人员的指导。
- 特别要注意有小的合作者需要依靠你的业务。这种情况下，对小的合作者做出的举动非常有可能被认为是我们滥用在供应链中的地位。
- 如果没有合适的理由，而拒绝了某一个商业合作伙伴的潜在的业务，公平竞争管理当局和被拒绝方可能会怀疑公司在密谋划分客户，或者试图加强其优势地位。



情景假设

与渠道商交谈后，你得知一家竞争社将要提高价格。你感到这也是本社产品涨价的好时机。你想要给经理写一份建议报告：“因为了解到竞争对手将要提高产品价格，我公司也应做相应的提价。”

你觉得怎么做才是正确的？



公平竞争： 谨慎的信息传达

企业恪守公平竞争规则也能够通过其内外信息交流传达的状况表现出来。从我们书写和对话的内容可以看出我们如何竞争，以及我们为确保持行动不违反公平竞争所做的努力。我们要努力避免违反正当竞争，哪怕仅仅是表面上的违反也要避免。在进行与公司活动有关的信息传达是，要始终把公平竞争考虑进去。



我们的目标

公司在进行与公平竞争事项相关的口头或书面的信息传达时应始终保持谨慎，不参与和安排涉及不公平竞争的活动。

你需要知道的事情

公司信息传达有多种形式，这些形式可能会有助于维护公司声誉，也有可能危害公司声誉。这些传达形式包括：

- 备忘录、电子邮件、便签留言、即时短信等。
- 对合作伙伴、客户、供应商、管理部门、同僚等所做的正式演说等。
- 在合作者会议、行业集会、媒体见面会、甚至是非正式交谈中所做的发言等。



对应

销售人员或其他公司职员向客户打听竞争者的价格或通过诸如调查公司等第三方渠道获取市场信息是合法合理的。但直接从竞争对手那里获取信息是不当的。在报告传达一些敏感的信息时，你应当清楚地了解这些信息的来源，以保证你获取信息的方式没有问题。在这个例子中，你以适当的方式获取了信息，但你给经理写的备忘录内容却显示了你采取了不当的方式——直接从竞争者处——获知这一信息。因此，你应当重新修改你的报告表述。



正确的方法

- 在进行口头或书面的与企业相关的信息传达活动时，细想一下公平竞争标准。
- 设想所有的公司信息传达都需要经过法律部门的审核。
- 避免使用误导性的语言以给他人造成有关公司竞争活动的误解。
- 避免对行业趋势（如定价等）做出评价，这有可能使他人认为公司已就此与竞争者达成了某项协议。
- 在书面呈交任何有关竞争的信息时，查明信息来源，以证明其获取的正当性。（请参考 P12 “**可靠负责地收集竞争情报**”）
- 不贬低竞争对手或其产品、服务。任何产品或服务的比较必须尊重事实并有证据支持。（请参考 P12 “**负责任的市场行为**”）
- 不要使用那些可能让他人误解我们要着手对付竞争对手或与对手联合的词句。需要注意的词句如下：
 - “除掉竞争者”
 - “伤害竞争者”
 - “我们将主宰市场”
 - “与竞争者合作”
 - “我们与竞争者有相同的理解”

注意

- 按照法律或其他规章的要求妥善保存与公司诉讼、调查质询或其他司法活动有关的公司资讯材料，即使这些资讯是根据公司管理流程已经标注销毁的资料。不当销毁这些文件可能会使公司遭受实际损失。

请参考 P75 “**良好的档案保管行为**”。



情景假设

公司的一款产品由于使用了明星参与广告活动而在海外销售火爆。由于这个明星在你的国家也极具认知度，你确信在重新采用这些广告将是一个低成本、高效率的促进销售的好方法。据你所知，公司已经取得该明星的公开宣传权，所以你要做的就是将这些广告物品重新加工改编使之本土化。

你觉得怎么做才是正确的？

尊重他人的知识产权

公平竞争意味着对他人的知识产权也要表现出适当的尊重。正如我们也希望别人尊重自己的知识产权一样，我们要在尊重他人知识产权、谨慎开发自有想法的过程中表现出公平公正。在高科技企业，为了保持竞争力，必须将好点子快速地投入开发，我们如何重视他人的知识产权能真实体现我们对公平原则的遵循状况。



我们的目标

尊重他人的知识产权。只有当我们享有诸如所有权人的许可等授权时，才能合法使用相应信息或资料。

正确的方法

- 对我们获取的或者计划使用的归他人所有的资料、影音传媒、信息等进行研究，以此确认使用该等信息所必需的条件。
- 其他企业或个人所有的设计、技术、介质或信息等，未经授权不得使用。
- 他人的商业秘密未经合法取得，不得擅自使用或共享。
- 确保你了解公司已授权我们使用的该等资料的知识产权的情况和条件。

注意

- 供应商提供的使用在我们终端产品上的部件所使用的技术，是否包含第三方知识产权。
- 对于互联网上看似可以免费使用的图片、音频、视频以及其他媒介资料要保持谨慎。不要轻易认为这些都是不需授权就可以使用的资料。
- 同事通过电子邮件传播的资料可能是他人的知识产权，因此要严格限制此等资料的使用和共享。通常，文章、研究报告和其他公开发表的文档都可能是他人的知识产权。

参考 P69 “公司知识产权的保护”。

回复

我们要对他人（不仅包括我们的竞争对手、还包括商业伙伴等）的知识产权予以尊重。我们要去认真地研究确认，根据与商业伙伴达成的约定我们能做什么、不能做什么。在这个案例中，关键是要知道，几乎所有的宣传许可都有地域限制。在我们使用商业伙伴的知识产权时，要在勤勉谨慎的基础上建立对他们的信任。



关怀

对待我们生活的周边

- 58 环境保护
- 61 负责的国际贸易

我们公司取得成功的一个重要因素是我们有很好的邻居。我们生活和工作的社区为我们提供了雇员和教育环境，这些方面是我们繁荣的核心因素。相应地，我们也将继续成为一个良好的公司邻居。我们将致力于对我们社区的期望作出回应，为提高我们邻居的生活水平采取积极措施。



情景假设

公司的一家长期负责废物处理的合作伙伴已经向你提供了一种扩大生意安排的建议。当服务更全面的时候，他们要求的价格看起来几乎物有所值。然而，你知道这个交易将明显的节省成本，甚至如果有任何疑问发生的话，将会换成另一家公司，而不是以内这家公司做错了什么事情。因此，你很重视这个交易。

你觉得怎么做才是正确的？

环境保护

公司始终如一地承担着保护环境的义务。我们今天重视这个问题，明天将会给地方社区带来长期的广泛的影响。我们对社区和自然环境的关心使我们认真的思考环境保护问题。公司一直在对我们的运营对环境造成怎样的影响作出负责的行动，并且帮助确信我们的供应链也是一样的。

我们的目标



以一种展示我们保护环境的义务的方式进行整个公司的运营，尤其是关于我们供应商的产品和生产的运营。

你需要知道的事情

公司强烈地致力于环境保护，包括 ECO 设计、ECO 标注、绿色规划和生活循环评估活动。公司每年汇报一次关于环保活动进程的可持续性报告。

我们对环境的责任应该按照公司的全球标准被认可，即使地方法规没有达到我们许诺的水平。环保法规是不断发展的，环境的危害也将持续很长时间。这意味着即使我们的环境影响现在是合法的、被允许的，但将来将会被更为严厉的标准所取代。



回复

管理成本仅仅比短期利益要多。我们的环境责任延伸到整个供应链，对我们的社区来说，必须确保我们的经营没有对环境造成影响。这是因为我们应该关心我们的交易伙伴作出的长期危害我们公司和股东的、存在问题的交易或行为。



正确的方法

- 提高对环境问题的关注，并向你的经理提出与产品开发相关的建议；
- 如果你管理的经营活动对环境有影响，则遵循公司的计划和程序，包括：
 - 设置可衡量的目标来降低经营对环境的影响；
 - 监控和核实达到这些目标的进展，由此衡量环境履行数据。
- 监控地方环境法规的变化。确信立即将这些变化通知 ESH 员工，由此公司将有充分的时间调整我们的产品和经营。
- 不允许对公司的经营有新的变化，以使公司的目标偏离环境保护。
- 不要仅仅因为供应商、合同对方或渠道合作伙伴不是公司的一部分就漠视他们存在问题的行为。如果一个生意合作伙伴的行为违反了环境保护的法律或法规，那么通知你的经理或适当的公司 ESH 员工。

注意

- 公司产品设计、原材料供应、生产、销售、配发和处理等各个方面都会对环境保护造成影响。即使你的工作与这些活动都没有直接关系，也要考虑一下你的工作对它们和公司保护环境的责任将会产生怎样的影响。
- 要让我们的商业合作伙伴知道环境保护法规。当一个合作伙伴被作为友好的 ECO 被证明时，公司将仍然考虑监控其商业经营和它交付给我们的产品，以此保证它支持它的证明。



情景假设

你工作的部门进口了很多高科技产品，这些产品都不能按照传统的分类方法进行分类。你总是向政府关税部门提交关于如何对这些产品进行分类的建议。但是，他们通常需要几个星期的时间才能作出答复。这减缓了你们部门的进口工作。由于关税部门经常批准你的建议，你在考虑再它们批准产品进口的文件之前是否有必要等待好几个星期呢？

你觉得怎么做才是正确的？



负责的国际贸易

作为一个全球性公司，我们的国际贸易活动不仅对顾客，而且对全世界的社区都产生了影响。理解并遵循保护每个国家的安全和国际权利的地方法规是我们关系对我们的经营给予支持的社区的方式之一。



我们的目标

如果你的工作是在各个国家之间运送资料或产品，需要知道这些国家的进口、出口、禁运或联合抵制方面的要求。并且需要知道把一些敏感的设备运出一个国家或把一些敏感的信息告诉一个非当地公民的人的特殊限制。

你需要知道的事情

那些与进出口工作密切相关的员工尤其需要知道和理解贸易的要求和其他公司的政策和程序，以确保遵守国际贸易法。

贸易控制包括：

- 进口包含文件的准确性、原产地标注、产品分类和价格声明（甚至对没有现金价值的项目也是如此，如滞销产品的构成和技术）。
- 出口包含获得海运到其他国家的批准。出口控制可能还包括把技术数据或计算机软件运出一个国家，如膝上型电脑，甚至包括和非当地公民的人分享特定的敏感知识和技术。公司拥有好几个与出口限制有关的战略性技术。
- 禁运或联合抵制是关于特定国家、公司或个人的贸易限制的。



回复

使用未经认可的关税分类也将违反法规的要求。如果这一点发生了，进口将面临中止而不仅仅是延迟。同样，这些事件的发生将导致关税调查者增加它们对公司的失察，甚至使将来海关转移产品变得更为困难。考虑到由法规的不确定性造成的延迟是我们关注社区的一个例证。用几个星期的时间开发进口经营的程序是证明这一承诺的最好方式。



正确的方法

- 如果你对进出口的准确文件或途径不确定，则与你的经理或从事国际贸易支持工作的员工进行沟通。
- 了解所有与出口相关的资料的计划和最终目标。
- 不要简单地采纳一个顾客对已完成的进出口文件的准确性所说的话。
- 不要向非当地公民的人提供敏感技术或私人数据，除非你确信这个人被允许接收它。

注意

- 小心那些过期的、尚未完成的、不准确的或完成情况很差的进出口文件。这将导致同意，包括对进出口权利的禁止或限制。这个事项将严重伤害公司的商业能力。因此，最好检查一下由于处罚或限制而给公司带来巨大风险的原因。
- 对于那些其他国家的、通过违法渠道购买公司产品的人要努力保持警惕。
- 小心那些看起来不愿意及时提供准确、完整的进出口信息的人。当情形变得清白时，可能建议努力欺骗公司或调整者。

高端的回报

对待我们的股东

66	信息安全和保密
69	公司知识产权的保护
72	正确使用电子交流方式
75	良好的档案保管行为
78	负责人地处理内部信息
81	谨慎公开披露信息

我们的股东的价值，就是我们成功地服务并赢得我们的顾客及股东的信任的结果。当我们持之以恒地为顾客服务，保证了公司的长久成功时，我们就能够为股东提供良好的财务回报。我们有责任尊重和保护股东托付给我们的公司资产，并提供股东所需的信息以供其在知情的状况下作出投资决定。尊重、诚实、和为顾客服务，就是我们使我们的公司成为一个股东引以为豪的投资的关键所在。



情景假设

公司雇佣了一个外部 IT 公司来为我们的图书馆建一个研究数据库。通过这个项目，可以大大提高公司，以及那些拥有完全的权限从自己的办公室接触现有的这些研究数据的研发人员的效率。只有几个外部的人员参与该工作，因此你认为与每个外部人员签订保密协议就足以保护公司的信息安全了。

你觉得怎么做才是正确的？

信息安全与保密

公司的商业秘密信息在我们为顾客有效服务及与生意伙伴合作时，是一个非常重要的中心要素。我们通过将某些信息列为保密的或专有的，并且保护这些信息免受安全威胁而保持了我们的竞争优势。防止不必要的泄露对于利用该信息的效果至关重要。如果你能够接触到公司的保密信息或其它敏感信息，务必按照程序恰当地使用和保护它。这些行动有助于保护这些宝贵的公司财富，并帮助公司保持竞争力。



我们的目标

了解并遵守公司关于使用、分享以及保守公司的保密的、私有的信息的政策。在你的岗位上，肩负起你个人的责任，去维护信息安全和防止未授权的公司信息的泄露的。

你需要知道的事情

理解和遵守旨在保护我们的保密信息以及其他珍贵的资产不受未授权的泄露以及来自外部的威胁的公司信息安全政策是非常重要的。包括：

- 个人的可靠性以及法律措施 – 保护我们的保密信息不受现在和以前的雇员以及我们的生意伙伴的未授权的泄露
- 文件的安全以及保密性
- 物理安全 – 控制未授权的对于我们设备的接触以及对于电子储存媒介的使用
- 电脑及网络安全 – 保护公司不受外来的安全威胁

公司保密信息并不仅限于被标记为“保密”的材料。它包括所有的需要被有序控制来保护我们的管理利益的公司信息。我们公司使用下列方式来分类公司信息：

- 秘密 – 如果泄露会严重损害公司的核心技术或管理信息。“秘密”级信息不得泄露给任何非原始持有者的雇员或外部人员，除非经过严格的批准程序。
- 仅供内部使用 – **所有我们在日常工作中创造的工作成果主要被归类为“仅供内部使用”**。这意味着我们在工作中创造的这些信息和材料能够依据“了解需要”原则和同事共享，但这绝不是意图不通过审批及法律保护措施将信息泄露给公司外部的人员。

回复

对于其他可以轻易接触公司信息的组织，一个保密协议是很好的第一步。但是，你还应当考虑这些其他组织将会接触到的信息的敏感性。有些公司信息是如此的敏感以至于我们无法去弥补泄露它们所造成的损害，不管我们是否采取法律措施去解决这些事故。这也是为什么保持对于公司信息安全和保密规则的清醒非常重要的原因之一。如果你有问题，请与你的主管讨论这些重要的事情。





正确的方法

- 在与他人共享公司信息时，遵守公司信息安全程序。包括得到适当的批准以及执行一个和接受者之间的保密协议。
- 当向外部组织通过电子邮件发送保密信息时，抄送给批准这个发送的人，比如你的主管或者项目主管。
- 维护公司设备的安全，尤其是当你邀请客人来到我们的工作场所的时候。并且，要遵守公司关于使用公司内部的储存媒介和记录设备的使用规定。
- 保护你的工作电脑免受侵袭。一直维持指定的系统安全软件及设置，并保持更新。
- 不要随意使公司保密信息处于无人管理状态，或者使他人能够轻易解除。比如放在你的桌子上，或者放在一个没有安全措施的文件夹中。
- 不要把工作材料带回家，或在没有遵守公司程序的情况下将其发送至非公司邮箱或网络存储账户。
- 不要向朋友或熟识的人谈论保密的或敏感的公司信息。
- 不要在应聘另外公司职位的时候谈论你职位的保密的细节问题，无论你在雇佣期间，或者已经结束雇佣期。

注意

- 仔细地考虑你与生意伙伴共享的公司信息的种类。即便你们之间已经有了保密协议，你还是要考虑到泄露的潜在影响并且对于共享信息的敏感性保持谨慎的态度。
- 理解你工作中所接触到的一切公司信息的敏感性，并且恰当地保存他们。锁好一切非公共的信息。
- 即便是销售和促销行为也可能有让公司失去宝贵的竞争优势的风险，如果这些信息被过早地广告出去的话。遵守市场行为指南，并且明白你在促销行为中究竟可以说哪些话。

参考

- P21 “隐私及数据保护”
- P41 “恰当使用他人信息”
- P69 “公司知识产权的保护”



情景假设

经过多年研究之后，公司终于决定以一个革新性的产品设计彻底变革工业生产。该公司已经在几个关键的国家申请了外观设计专利。我们的竞争对手之一也决定近期上市一款相似的产品。为了应对这个威胁，你考虑公司是否应该在那些尚未完成外观设计登记的国家，在完成外观设计登记之前将新产品上市。你将如何创造正确的价值？

你觉得怎么做才是正确的？



公司知识产权的保护

公司的知识产权 – 体现在公司的产品设计、技术及信息 – 对于公司的成功至关重要。我们只有保护好给我们提供了竞争优势的革新性产品的知识产权，才能够更加长久地为顾客服务。就像我们小心仔细地使用他人的设计和作品一样，小心仔细地保护和使用权我们公司的知识产权也是非常重要的。



我们的目标

保护我们公司的知识产权不被错误利用，尤其是保护商业秘密不受到任何形式的不恰当的泄露。

你需要知道的事情

知识产权包括：

- 设计、技术、发明和其它的收到发明专利、外观设计专利、商标和著作权保护的材料和信息。
- 商业秘密，比如在保密的状态下能够给公司带来竞争优势的产品设计及技术。未得到特殊的授权，不得在内部和外部泄露商业秘密。

正确的方法

- 理解什么被认为是公司的知识产权，并且通过使用专利权、商标权和著作权去保卫它们。
- 当你帮助公司开发新的概念、设计或技术，并且这些技术很可能应受到公司知识产权的保护，请向你的主管或有关知识产权部门人员报告和寻求建议。
- 未得到公司恰当授权及充分的合同措施来防止其他可能打探这些信息的其他方，**不得泄露**任何可以被认为是商业秘密的保密信息。



回复

你应当假定，在那些没有得到注册登记的国家，他人可能会抄袭你的设计。在我们期望创新产品迅速地投放市场的时候，我们同样需要保护我们的设计和其他知识产权不受侵犯。这是一个重要的商业决定，因此你应当将类似状况提交你的高级管理者。

注意



- 供应商及其他生意伙伴可能会想公司提供设计、技术、研究成果获其他信息，这些很可能被作为知识产权来保护。事先对这些材料进行一些询问，确定谁拥有或者将拥有这些信息的所有权。在某些情况下，如果我们的工作是关于类似的知识产权，如果接受信息可能会泄露我们自己的努力，我们可能不愿意接受这些信息。
- 时刻注意，是否有个人或公司未经许可或未通过恰当的标记而使用我司的知识产权。



情景假设

你的一个同事和朋友最近调到了其他的 Team。你们仍然常通过电子邮件交流工作和个人的事情。你发现，对于你关于一个渠道合作伙伴的抱怨，她是个很好的倾听者，而这个合作伙伴曾是她管理的。

你觉得怎么做才是正确的？

正确使用电子交流方式

技术资源加速了我们的交流和生意进程，使得我们能够更快进步并对顾客和他人的需求做出更好的反应。电脑、交流系统和其他电子资源能够更好地连接我们在世界各地的工作，穿越不同时区，把我们的努力和供应商及渠道伙伴紧密的联系在一起。在这些技术继续快速改善的同时，我们需要在管理风险的同时更好的利用他们的益处。并且，在使用这些资源的时候，我们要保持对他人的尊重。

我们的目标



永远负责任地使用公司的电子交流系统，大体上，这些使用要限于工作目的，并且保护这些资源不受不恰当的接触和使用。

你需要知道的事情

电子交流包括：

- 用公司配备的移动电话或者座机进行联络
- 用公司的邮箱账户发送电子邮件
- 使用公司允许的即时通讯软件
- 使用公司信息系统，如电脑硬件，外设装置，软件及网络设备

公司有权利检查电子设备的使用，比如通过设备进行的联络机存储其上的数据。包括非工作地数据。公司还可以根据自己的考虑使用这些系统上的数据，包括泄露给其他人或删除这些数据。**你不应当企望在使用这些公司资源的时候保持个人隐私，即便是用于个人的交流。**

回复

许多雇员都既是同事又是朋友。公司的电子资源主要是为了公司的商业目的，少量的个人使用也是可以的。但是一定要牢记使用这些资源的危险。和同事们的交流可能很轻易地被发送给别人，而且一旦发送是无法抹去的。对于公司电子资源的个人使用应当保持在最小限度，绝不能影响公司的工作，并且不能包含不被允许的内容。





正确的方法

- 将公司电子资源的使用限于工作目的。偶尔的个人使用应当保持在最小限度，并不能影响工作。
- 所有使用公司资源的交流应当职业化、充满尊重，即便是和公司里的朋友进行交流。永远考虑到电子交流可能会很轻易地被复制和转发给无关的第三方。
- 但发送电子邮件或其他文本，在发送前校对你的信息。避免因为一个简单的编辑错误或者一个有歧义的语法而将你自己和公司置于一个困难的境地。
- 不要使用公司资源去接触和下载数据：
 - 他人拥有的，你不具有获得权限的数据。
 - 可能被认为是歧视性、骚扰、侮辱和仇恨的。
 - 可能包含恶意内容，比如病毒，能对我们的信息系统造成危害的。
- 绝不要使用公司资源去发送明显的色情、歧视性，或者包括仇恨内容的不当信息。
- 不要不加选择地使用公司邮件的“抄送”功能。在你抄送给某人邮件前，确保把其他人包括在你的联络中的行为是必需的。在抄送前，要确认该人员为“need to know”。

注意

- 所有使用公司电子资源的交流都是公司的财产，必须按照公司的保密信息的方式进行控制，除非该信息的所有权非常明显（比如供应商的产品设计）。



情景假设

你收到一封来自公司法务的“文件保存通知”，关于某项你未曾意识到的诉讼。该文件的保存期已于上月到期，且原件已被销毁，但你手上仍有一份复印件。你不知道是否应按公司的文件保存制度销毁该文件，还是应按法务的“文件保存通知”行事。

你觉得怎么做才是正确的？



良好的档案保管行为

公司档案能提供关于经营的重要信息。这些资料使我们能够回顾公司的目标及战略，决定资源及评估结果，从而能使我们更好的为公司的利益相关者服务及与其共事。在作出决定时，我们很大程度上依赖于资料的准确性及完整性，所以，仔细保管公司的这些重要资源是非常必要的。



我们的目标

公司档案的产生、保管、及销毁均应遵照公司的政策及程序。

你需要知道的事情

公司档案，广义上是指能证明公司经营活动各方面情况的信息或媒介，包括，如：

- 用于交流及作出商业决定的文件，如报告、批准和信件
- 与其他方较易相关的资料，如收据、发票和合同
- 事实及活动的记录，如日志、测试结果和报表
- 其他用于保存公司经营相关信息的媒介

很多情况下，法律法规要求公司将某些文件准确地保存一定期限。



回复

在本案中，“文件保存通知”享有优先效力。在法务部门的保存要求下，任何人都不能销毁公司档案，并且应停止所有与该档案相关的文件的销毁程序。这一步对于确定法务部门的权威至关重要。如果不按照法务部门的保存要求去做，可能会导致法律制裁，因而这一步也保障了公司的信誉及财务资产。



正确的方法

- 遵守所有与档案保管有关的法律、法规、公司政策。如，某些国家的环境法规要求我们将交易记录和废物处理外包行为的送交日志保存一定年限。
- 当一份档案的保存周期届满时，确保销毁你保管的该档案及其所有复印件，并删除你电脑中的所有电子备份。
- 永远不要修改、删除、销毁任何因法令或法规要求而处于终止销毁程序中的档案。如有任何不确定之处，请与公司法务人员确认。
- 当你转换工作任务时，不要忘记将之前的工作档案移交给你的继任者。

注意

- 请留意公司法务人员不时发出的文件保存通知。很多情况下，官司的成败取决于档案存在与否。所以，遵照这些通知行事对于防止诉讼损失至关重要。

你需要知道的关于合同签订的一些事宜

如何与渠道商、经销商、供应商及其他商业伙伴签订合同对于与商业伙伴发展坚实的关系以服务我们的最终顾客相当重要。遵守公司签订合同的程序对于保证我们与商业伙伴建立公平的关系及保存关于我们权利义务的准确记录非常重要。如果你负责订立任何与商业伙伴之间的协议：

- 确保以书面合同的形式确立商业关系条款
- 确保法务人员审核并批准该合同
- 根据公司签订合同的程序注册及归档最终签订的合同



情景假设

一位同事告诉你，她听说公司的董事会明天被精简了，这很可能影响到公司未来的收入。由于你没有从董事会处听到该消息，你不知道这则消息是否真实。你想待会向另一个同事打听看看此事是否为真。

你觉得怎么做才是正确的？

负责任地处理内部信息

某些敏感的商业信息是我们成功的关键。我们的利益相关者相信我们能够充分保护这些敏感的公司信息。为了个人利益而不正当使用内部信息，或将内部信息披露给第三方，将严重的损害利益相关者对我们的信任，以及公司和个人的信誉。不正当使用其他公司的内部信息也将使我们和公司处于风险之中。

我们的目标



仔细保护公司、客户或商业伙伴的内部信息。不要在内部信息的基础上交易公司证券，不要在未经公司许可前将公司内部信息提供给任何第三方。

你需要知道的事情

内部信息是指，一旦公开，会足以影响到公司证券价格的任何保密信息。包括，如：

- 财务或营业结果以及这些结果所显示的趋势
- 主要的商业决定及活动，如进行与新合作伙伴的一个大规模商业安排或丧失了一个主要买家
- 正在进行中的公司并购、合资或其他商业联盟活动
- 增资、减资及公司财务结构的其他重要变化



回复

首先，你不应与任何其他人讨论该消息，因为该信息很有可能具备敏感性和保密信，或构成内部信息。同时，你应该通知告诉你该消息的同事，让她在向其他人复述该消息时保持谨慎，因为所有员工都有义务保护该信息以避免泄露。如果内部信息泄露出去被其他人不正当使用，会损坏公司的信誉并且会导致对传播该信息的员工的重大惩罚。



正确的方法

- 保护公司或商业伙伴的所有内部信息以避免未经许可的披露。向法律顾问报告任何未经许可的披露。
- 如果你掌握某公司的内部信息，则不要买卖该公司的证券。
- 不要向任何其他人提供内部信息，以避免他们借以交易相关公司的证券。

注意

- 有时候，与公司员工分享公司经营成果及其他重要公司信息是必要的。仔细考虑这些信息是否是内部信息。如果是，不要向公司外部人员披露这些信息，除非能够确信公司已经对外公开了该信息。



情景假设

一位新闻记者朋友，向你确认关于公司财务状况的一则流言。你不在财务部门工作，压根不知道公司的实际财务状况。你觉得声明你也听到过这则流言让你感觉到很舒服，但这仅仅是一则流言。

你觉得怎么做才是正确的？



谨慎公开披露信息

正确披露公司信息能为公司利益服务。这些信息的披露有助于客户及公众欣赏到我们为他们及所有利益相关者所做的事情。更进一步，公司在法律上也有披露义务，有义务将可能影响到公司股票价格的重大事件相关信息向市场披露。



我们的目标

了解到某些关于我们公司营业行为和财务状况的重要信息是必须对外保密的，直到该信息进入公知领域。

正确的方法

- 理解并遵守公司的信息安全标准。将管理层会议中讨论的主要信息及其他高层主管的讨论作为保密信息，除非公司已将这些信息公开披露。
- 通知所有向我们索要公司营业相关信息的政府管理者、记者或外部律师，说我们愿意给予帮助并会与适当的人员联系以提供协助。
- 在向公司的公共关系部门寻求指导前，不要与新闻记者交谈，无论对资讯来源具不具名。
- 如果你在提供个人意见，不要暗示你代表公司，比如商业会议或网络讨论区这样的场合。



回复

通常，毫无根据的流言在员工的脑海里甚或在新闻界，都可能会发展成“已被接受的事实”。公司试图传达关于其经营行为的适当和准确的信息以符合法律要求及持续坚定利益相关者和股东的信任。所以，允许公司按照已建立的程序传达信息，而不是让员工散布那些可能不实的流言是非常重要的。

注意



在以下场合中保持谨慎，或在任何一旦披露信息会严重影响到公司经营或其股票价格的场合中保持谨慎。如果以下任一情形发生，请即刻通知你的经理以便公司决定是否应公开披露相关信息：

- 公司并购或资产剥离进行中
- 进行一项主要资本投资，如扩充生产设备
- 对另一公司进行增资或处理持有的该公司普通股
- 面临一场重要诉讼、关于证券的集体诉讼或关于管理权的争议
- 被处以大笔罚款或类似制裁
- 必须签发大规模的产品召回令或产品销毁令
- 进行大规模的收购或处置有形资产，如工厂或设备

Code of Conduct Globalization:

- Coordinated by Compliance Team/CRO
- Translated by SDL plc
- Reviewed by Ming Fang Zhu (Legal Business Group, LGECH)

