

為參與者

創造

價值

LG Electronics 行為規範



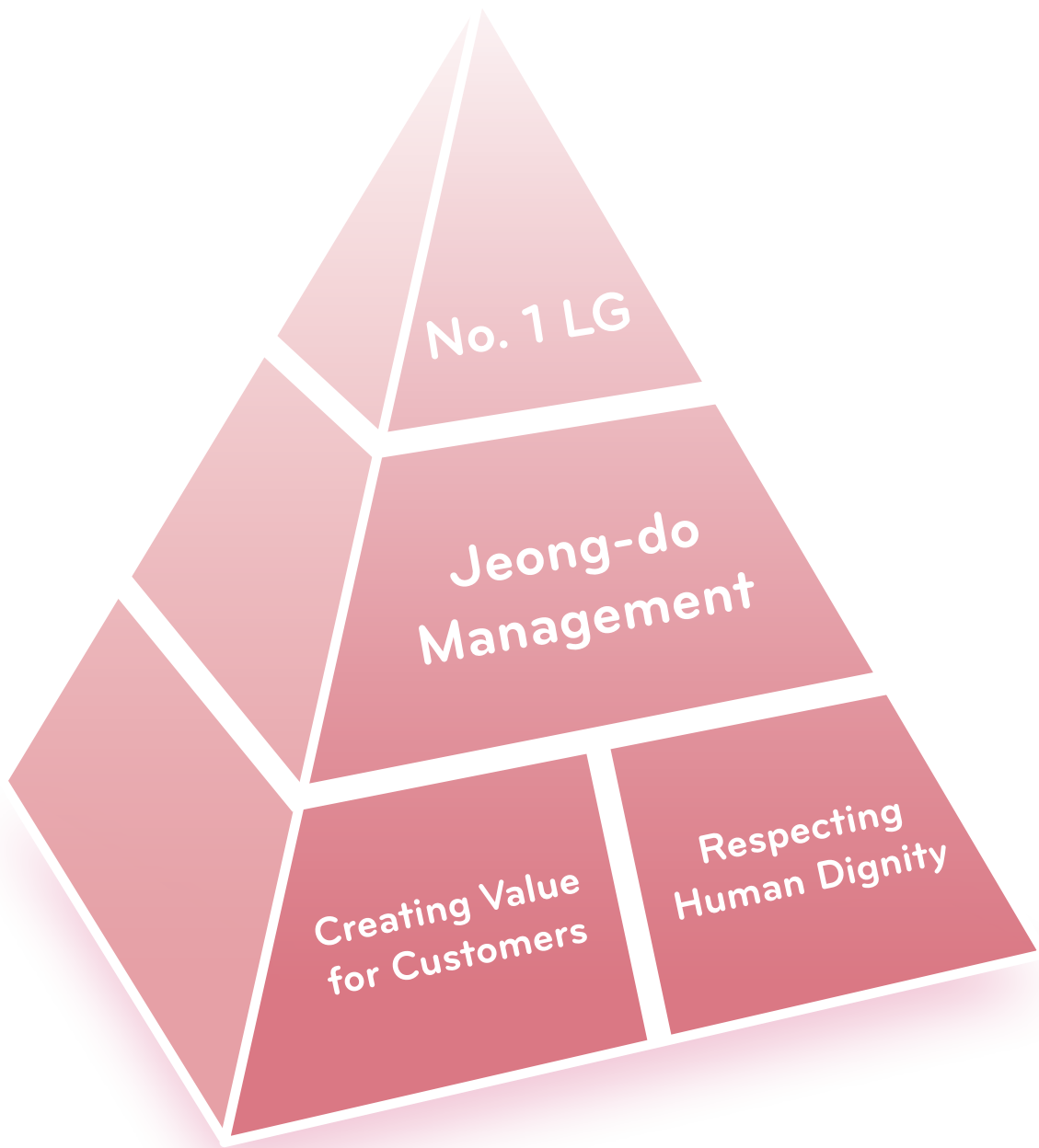


為參與者 創造 價值

LG Electronics 行為規範



LG WAY





「LG Way」反映著企業核心信念、價值觀和抱負，並不斷推動著我們這些年來的成長與成功。而成功讓我們能為所有參與者創造更美好的價值。

自首次推出產品以來，超過 50 年的時間，本公司念茲在茲，致力於充實客戶的生活，增進同仁間的尊重與團結。這樣的管理理念，反映著我們的企業核心信念、價值觀和抱負，並不斷推動著我們這些年來的成長與成功。而成功讓我們能為所有參與者創造更美好的價值。

我們的願景

成為最頂尖的企業非關規模或獲利上的領先。真正最頂尖的企業，以健全而透明的管理實務為本，成就全球競爭力和優異的市場能見度。

這便是我們對所有參與者的承諾。我們將持續秉持著「The Right Way」，以實際作為，經營 LG Electronics，成為值得競爭者敬佩、贏得客戶信賴且全球人才嚮往的企業。

我們的理念

「Creating Value for Customers」是我們每天努力的目標。我們的一切作為，都以客戶期望為考量，並從客戶需求出發，規劃進行各種商業活動。在不斷創新並改革產品與服務的過程中，我們積極找尋新的方向，為客戶創造最高的價值。

本著「Respecting Human Dignity」的精神，我們建立了優良的企業環境，吸引並培育全球菁英人才。我們相信唯有給予平等對待、公平考核與持續支持，才能鼓勵人才充分發揮潛能。肯定個人表現、尊重個人創意和積極進取的作為，便是我們之所以成為傑出企業，同時得以為所有參與者創造最高價值的不二法門。

The Right Way

唯有具備堅強實力和克服萬難之勇的企業，才能真正贏得投資人、市場和社會尊重。若要永續維持這種實力，則必須堅持「取勝有道」，絕不放任投機取巧。藉著展現誠實、正直和公平的作風，我們的企業能讓員工懷抱追求目標的熱忱，並創造深得人心的創新構想。

因此，「Jeong-do Management」(原則管理) 代表的不只是倫理管理，更是引導我們實現理念的「The Right Way」，讓我們成為實力更堅強的企業，贏得競爭。



總裁的期許

近年來 LG Electronics 的成就非凡。我們為客戶提供了優異的產品和服務，讓原本良善的工作環境更上層樓，並為許多利益與共的人創造更高的價值。

這些成就都要歸功於我們的經營理念，就是為客戶創造真正價值；同仁之間彼此互相尊重。為了確保未來的成功，我們必須秉持這些核心價值。

LG Electronics 行為規範源自於我們的核心價值，讓我們在工作時，得以依循公司主張的原則。行為規範也進一步界定許多狀況的適當處理方式，在沒有明確的正確答案時，提供輔助參考。

請務必遵守本規範。為短淺的當前利益，罔顧價值觀和標準，便無法獲得長久的成功。每位員工都應閱讀此規範，

LG Electronics 行為規範源自於我們的核心價值，讓我們在工作時，得以依循公司主張的原則。行為規範也進一步界定許多狀況的適當處理方式，在沒有明確的正確答案時，提供輔助參考。



並瞭解如何應用在工作中。請勿讓任何其他
的考量，成為違背本規範的藉口。隨時
注意別用「這麼做才能達成業績目標」
或是「是主管要我這麼做」等理由自圓
其說。

主管應該以即時且不失尊重的態度，
處理員工在行為規範方面的相關疑慮，
而且絕不容許對舉報者進行報復。

行為規範是我們對所有參與者的承諾，
將能幫助我們實現願景，成為 No. 1 LG。

YONG NAM
副董事長兼總裁



目次

2 LG WAY

4 總裁的期許

8 導論

- 8 規範必要性
- 8 規範對象
- 8 What is Expected from Us
- 9 違反規範
- 9 關於規範

10

以誠實與正直的態度 服務客戶

- 12 負責任的行銷態度
- 15 產品安全
- 18 高產品標準
- 21 隱私權與資料安全

24

員工熱愛的 企業

- 26 公平雇用政策
- 29 相互尊重的職場氛圍
- 32 健康及安全的工作環境

36

企業夥伴與市場的 公平互動原則

- 38 為所蒐集的競爭資訊負責
- 41 他人資訊的正當使用
- 43 公平競爭
- 45 與競爭者的應對
- 48 與經銷商及供應商的應對
- 51 謹慎的溝通
- 54 尊重他人的智慧財產

56

社區 關懷

- 58 環境保護
- 61 國際貿易的責任感

64

為投資人 創造卓越的獲利

- 66 資訊安全與機密性
- 69 企業智慧財產的保護
- 72 正確的電子通訊方式
- 75 妥善的記錄與保存
- 78 以負責態度處理內部資訊
- 81 謹慎處理公開資訊



導論

規範必要性

LG Electronics 是國際企業。因此，員工接觸到的法令規章種類繁多、數量龐雜。想當然爾，要求全體員工都熟悉所有或即便只是大部分的法規，有其困難度。再者，我們的營運據點遍布世界各地，且各有其獨特的文化。我們希望能貫徹經營作風，遵循所有市場區段與地點的適用法規，同時尊重當地習俗。本規範是幫助我們面對這些重大挑戰的重要工具。

規範對象

LG Electronics 行為規範的實施對象為 LG Electronics, Inc. (以下簡稱「本公司」)，以及旗下所有海外分公司。

What is Expected from Us

您應該：

- 無論進行任何工作業務，都信守本公司的核心價值，讓公司擁有優良的工作環境，在客戶及其他參與者面前呈現最佳的成果。
- 遵守工作地點所在國家的法規。
- 遵守和您業務相關的公司政策與程序。

- 當您遭遇處理方式不明確的情況時，尋求指示。
- 提報疑似違反本規範或其他公司政策的事件。

如果您是主管，應該：

- 確認員工都瞭解本規範，以及對本規範的職責。
- 協助員工解決有關行為規範或是其日常應用的疑問與關切。
- 以身作則遵守本規範，並告訴員工您將本規範應用於日常工作的事例。

如果您對本規範或在工作上的應用有所疑問：

- 請諮詢主管。主管是解答您工作問題的最佳人選。如果一時無法聯絡上主管，請聯絡本規範各單元中列出的職務相關部門或法務人員。
- 如果您是主管，不確定該如何回答員工的問題時，也應聯絡本規範各單元中列出的職務相關部門或法務人員。



適應文化差異

參訪或派駐其他國家時，請多認識新環境。設法瞭解當地文化風俗。需注意當地法規可能與本國不同。如果您發現可能會影響您業務活動的衝突時，請與主管討論，並找出適當的解決之道。

違反規範

違反規範會造成嚴重後果。

觸犯法律規章時，公司與涉案者都會遭受嚴厲制裁。違反規範可能導致刑事懲罰、行政罰鍰、民事和懲罰性損害賠償、沒收利潤、自合約除名、終止企業合作關係、意圖勒索、企業形象受損、資本市場給予負面評價。此外，個人也可能面臨嚴重後果，例如罰鍰、監禁、損害求償以及勞動法規的懲處。

如果您認為公司可能發生疏於遵循本規範標準的事件：

- 請先與主管討論。
- 接著聯絡您所屬地區的法令遵循主管，並告知狀況。

舉報可能的報復行動

本公司不容許有人對基於善意，舉報違反規範事件的員工進行報復，並會追究報復者。報復有很多形式，從不公平的工作待遇到一般的騷擾都有可能。如果您認為自己或他人因為舉報違規事件而遭受報復，請立即通報人力資源部門。

沒有任何理由可以違反行為規範

請注意下列藉口：

- 「我明知道不對，但上司要我這麼做。」
- 「我是為了客戶好。」
- 「我是為了達成公司的目標。」

關於規範

本規範並未涵蓋所有的企業標準和政策。無法解答所有您可能遭遇的問題。本公司會定期更新本規範及其他標準與政策，並傳達給員工和其他適用單位。

本規範並非聘僱合約。LG Electronics 發佈本規範並未構成任何合約權利或義務。

以誠實與正直 的態度

服務客戶

- 12 負責任的行銷態度
- 15 產品安全
- 18 高產品標準
- 21 隱私權與資料安全

「客戶至上」是我們行為處事的核心原則。我們努力為客戶創造真正的價值，時時顧及客戶的觀點，在商業活動中實現客戶的高度期許。我們展現品質水準、信守承諾、不斷創造更好的產品，讓客戶對我們逐步建立信心，信賴我們的產品和服務。我們必須繼續在所有的活動執行中，堅決秉持正直與誠實，建立值得客戶全心信賴的信任關係。



情境

有項新產品的優質設計引起注目。如果公司能再標榜產品的另一項重要功能，必定能造成轟動。但是這項產品在效能方面僅提升 5% 左右，似乎也沒有其他顯著的特別之處。我們的競爭者常在宣傳時稍微「誇大」效能。您認為，若公司宣稱產品的效能提升了 10%，會更有競爭力。而且您覺得，反正也沒有人能測量或感受到其中的差異。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

負責任的行銷態度

我們能贏得客戶，並維繫長遠合作關係，靠的是產品及服務的品質與價值。所以我們必須本著負責的態度行銷，以產品和服務的實際功能及優點進行銷售。進行行銷活動時堅持秉持正直與誠實，才能獲得客戶信任。我們為客戶創造價值，因為我們提供他們需要的資訊，讓他們得以做出最好的採購決定。以我們苦心經營的商譽冒險，從事不負責任的行銷活動，絕對不值得。

我們的標準



協助公司確認行銷活動的可靠與正當性。若您的職務和研擬或審閱行銷傳播方式有直接關係時，更須如此。

須知事項

行銷傳播方式包含 (但不限於) 下列幾種：

- 廣告及促銷品
- 產品標示及說明
- 問卷調查資料、測試結果，或是與競爭者及產品的比較
- 內部網路留言版廣告，以及其他未必直接針對客戶的傳播內容

從事行銷傳播的員工，不論是負責業務、研擬或審查廣告活動、產品標示、促銷活動或其他針對客戶的傳播方式，都應熟悉並瞭解公司適用的標準、政策及程序。

我們的行銷傳播受到廣大的群眾關注，更會受到客戶、競爭者和政府機構的嚴密檢視。以我們的信譽為賭注，從事不當的行銷活動非常不值得。

處理方式

競爭者的作為，不一定適合我們。更重要的是，我們必須自我省視，我們的行動是否能落實公司的核心價值：為客戶創造真正的價值與尊嚴。即使並無明顯誇大宣傳，依然是企圖以不實資訊銷售產品。客戶期待我們不受其對競爭者的期望影響，忠實呈現產品與服務的價值。





THE RIGHT WAY

- 公司產品與服務有任何變動，都要立即且正確地通知相關部門。
- 確認行銷傳播方式、產品標示、包裝和促銷資料在說明製造或來源資料時(例如原產國或組裝國) 正確無誤。如此能確保產品具備正確的宣傳和標示。
- 檢查廣告公司或其他外部組織研擬的行銷資料，確實符合法規與公司政策。
- 公司行銷資料不得包含不實、誤導的資訊，或是省略能讓客戶做出正確採購決定的重要資訊。
- 避免和競爭者或競爭產品做下列比較：
 - 內容無法以客觀、實際的數據證實。
 - 比較的條件對競爭者或產品不公平。
- 行銷時不可公開散佈未經測試或其他可靠數據支持的說法，例如產品效能、產品的優異性或是市場佔有率。
- 絕不能以宣傳資料是委外研擬為由，推託行銷過失。

注意

- 謹慎處理行銷中的誇大。吹捧產品也許是不錯的行銷手法，但絕不能讓客戶對我們產品的特性產生誤解，或是與實際數據有出入。
- 行銷時要強調公司產品的優點，而非對手產品的弱點。我們希望能透過設計、製造與行銷最優良的產品來引領市場，這個理想應該是我們著重的目標。我們應該要有心理準備，競爭者會密切注意任何提到他們公司產品的廣告。為了公平起見，我們必須更加注意廣告中對他們產品的說法。



情境

我們的新產品雖然符合法定安全條例，但您對產品的絕對安全，還是有些疑慮。若此時徹底翻新產品設計，會非常昂貴，所以您打算將這些「疑慮」寫在警告標示上。



怎麼做才能創造正當確實的價值？

產品安全

安全與可靠，是我們產品提供的客戶價值中，最基本的品質。對安全設計、優質製造和售後服務的用心，能讓我們與眾不同，也能展現出我們對客戶福祉的關懷。在創新之中，提昇產品安全是很重要的環節。對客戶安全的堅持，讓我們建立客戶對產品的信心，也證明我們重視客戶的誠心。



我們的標準

傾全力確保公司的產品安全無虞。提出對原料、產品設計、製造、行銷、產品使用或客戶服務方面的問題及顧慮，以確保客戶的產品使用安全。不得為了任何業務目標 (包含設計、銷路或成本) 而犧牲產品安全。

須知事項

產品安全是我們的關注重點。如果對產品安全問題疏於採取適當防護或應變，公司可能受到重罰，包含主管機關懲處、法律訴訟，以及公司商譽受損。

我們瞭解，「**Creating Value for Customers**」不只是為了避免追究責任造成的**傷害**，也代表我們承諾主動設法杜絕安全問題，從而增進產品的整體品質。因此本公司有許多支援產品安全的流程。從設計 (顧及客戶可能的使用方式)、採購、製造、產品測試、品管乃至行銷，整體的程序從開始到結果都以產品安全為重要考量。產品銷售後，公司仍會繼續監控產品使用，查看是否有任何安全問題，並採取必要措施，確保客戶安全。



處理方式

使用警告標籤清楚註明所有合理並可能發生的潛在危險，是確保客戶產品安全既重要又必要的一環。但首先我們有義務妥善設計與製造產品，讓產品符合公司標準，以及客戶對安全的期望。然而產品開發過程後期的任何改變，都會對結果造成重大的影響。因此，這時應該會同其他部門的人員一起進行決策協商。我們必須確信產品不只符合安全標準，也不具任何安全風險。



THE RIGHT WAY

- 若產品設計、採購和製造會影響產品安全，請依照公司政策和程序處理。
- 原料、設計或零件若有瑕疵，並可能影響產品品質或安全時，須向公司通報。
- 產品安全問題最好能在設計階段，或是剛發現問題的時候儘早提出。
- 不得為了其他業務目標而犧牲產品安全。如果這些目標之間產生衝突，請向主管報告。
- 不得省略或放任他人省略任何品管步驟，因為這可能導致測試不足，而無法確保產品安全。
- 不得讓供應商規避本公司的採購規定。這可能會導致成品原料或組件不合格或有瑕疵。
- 即使是產品開發過程後期才浮現的產品安全問題，也決不能坐視不管。

注意

- 注意任何重複發生且與公司產品相關的安全事件。客戶安全至上。若懷疑產品本身的設計發生問題，或是普遍含有製造瑕疵，我們就有義務宣佈回收。
- 產品即使符合所有法定安全規定和標準，對客戶來說可能還是不夠安全。我們的產品也必須符合公司的安全標準。法定安全規定僅只是產品安全的最低標準。無法達到法定安全標準的產品幾乎都會視為不安全。
- 仔細聆聽他人的顧慮，並考量長期影響。同事對產品設計、製造或標示的疑問或顧慮，可能關係到產品安全。
- 即使您的職務和產品測試、品管等作業無關，您仍然有責任維護產品安全。使用公司產品時，若發現可能危害產品安全的問題，請告知相關的產品安全管理人員。



情境

您開發了一項創新功能，可能會讓產品在買氣低迷的市場中掀起一股熱潮。由於這項功能很新穎，法規並沒有清楚說明這項功能是否該納入產品的測試條件中。而因為這項新功能很耗電，您發現如果停用這項功能，可能會得到比較好的測試結果。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

高產品標準

產品的可靠度、耐用性和安全是我們經營的核心重點。我們提供優質、耐用的產品，讓客戶的生活更加豐富充實。客戶使用產品時所享受的卓越設計與製造品質，正代表著我們提供不變的客戶價值的承諾。為了達到這個目標，我們制訂標準、遵守諸多法規以保護消費者。而我們的挑戰就是要讓產品的設計、製造與行銷，達到我們所堅持的高品質和安全標準。

我們的標準



確認所有產品在可靠度、耐用性和安全方面，都符合法令規定和公司內部標準。無論再細微的顧慮也要提出來，讓公司能信守承諾，製造業界最精良、最符合法規的產品。

須知事項

產品規格內容包含：

- 產品整體安全，以及內部可靠度和穩定性的標準
- 電磁相容性
- 環保規定 (例如危險物質成分、回收標示及節能標章)
- 替未成年、老年及身體障礙者設想的貼心設計
- 其他確保品質的規定，以及確保和其他產品或服務相容的規定

我們的產品影響全球廣大的客戶。因此違反產品標準規範會造成很嚴重後果，例如消費者提告、品牌受創、公司商譽受損、民事罰款、所費不貲的回收、集體訴訟等等。

我們備受肯定的高水準不僅在於產品本身，亦包含我們為了達到高水準產品所做的努力。因此，在產品品質的核准與認證上，我們必須展現絕對的誠信與專業。負責品質及標準保證的員工在測試產品品質、確認產品是否符合規定時，應落實這些原則。此外一定要與當地專家合作，協助確認公司瞭解並遵守當地法令規定。

處理方式

由於本公司擅長以創新設計和功能提升客戶價值，因此有時產品會遇到管理法規不夠明確的狀況。而我們的重點始終是提供客戶期待的產品品質，不受限於法令「字面上」的說法。這表示我們要以專業態度聲請主管機關釐清法令，即使結果可能對公司不利。既然我們預期客戶會在日常使用此產品的新功能，較好的處理方式是請示主管機關，測試參數是否要包含這項新功能。





THE RIGHT WAY

- 如果您的工作和產品測試以及品質管理有關，請確認所有評量的產品在可靠度、品質、耐用性和安全方面，都符合特定及整體的品質和測試要求。
- 確保供應商製造的產品、零組件符合指定的規格。
- 密切注意在您工作地區新公布的產品法規，並立刻通知產品開發與產品標準人員。
- 如果不確定產品適用的標準或測試，請詢問主管或聯絡主管機關。
- 更換經過測試與指定的材料或組件時，一定要遵照公司程序。
- 產品測試絕不容造假或測試不足。這包含：
 - 竄改或是只採用有利的測試數據。
 - 在不完整的條件下進行測試。
 - 規避正確的測試程序。

注意

- 注意產品標準相關法規的變動。請務必瞭解這些重要規定。隨時對公司的作業提出疑問，確定公司製造的產品完全符合規定。
- 注意消費者團體、主管機關或競爭者對於產品違反標準或標示錯誤的投訴。
- 留意供應商在設計、承包或是製程方面的變動。這些變動可能會對他們送交的原料有負面影響，並讓我們的程序發生問題。
- 設計產品衍生機型時，對基本機型進行的所有大幅更動，均必須經過審慎思考。務必確認這些改變已經過充分溝通。確認衍生機型是否會因為這些改變而需要不同的規格檢測。
- 無論是自己、同事或是其他消費者，使用公司產品都可能會發生問題。將這些狀況通報給適當的產品標準人員，有助於公司調整產品。



情境

您在客戶關係部門工作，職責包含分析客服中心蒐集的資料，協助公司製造品質更優良的產品。有個海外行銷部門需要您專職領域的原始客戶資料，為新產品上市研擬行銷策略。您知道客服中心在蒐集資料前，都要先取得客戶的同意。您不知道是否該把資料提供給該行銷部門。



怎麼做才能創造正當確實的價值？

隱私權與資料安全

隨著全球業務營運的拓展，許多業務活動將更加依賴客戶的個人資料。科技雖然便利個人資料的存取和交換，卻也同時提高資料濫用的風險。客戶需要倚賴我們保護他們提供給公司的個人資料，避免移作他用或遭洩漏。透過展現誠信並忠實信守客戶的信託，我們進一步鼓勵分享個人資料，協助我們為客戶創造更高的價值。



我們的標準

瞭解並遵守正確蒐集、處理和共用客戶個人資料的相關法令及公司政策。

須知事項

個人資料是指單獨或配合其他資料使用後，可辨識個人身份的符號、文字、影像、影音等資料。這表示個人資料至少包含下列項目：

- 個人身份辨識資料，例如身份證和駕照號碼。
- 各種非專屬性資料，例如年齡、婚姻狀態、宗教、職業、甚至是興趣和嗜好。

我們將個人資料視同公司機密資料，避免遭擅自洩漏。

請參考第 66 頁「**資訊安全與機密性**」。

客戶服務、資訊、業務、配送、物流或其他經常接觸客戶個人資料的部門員工，須特別遵守公司的「**個人資料保護政策**」，確保以負責任的態度處理資料。



處理方式

研擬有效的行銷策略是很重要的目標。而以負責的態度處理個人資料與遵守相關法令也同等重要。個人資料的使用同意通常只限於特定用途。分享個人資料前，我們必須遵守這些限制。這能展現我們對客戶的誠信。在跨國傳送個人資料方面，公司可能也須承擔某些法律責任，尤其是來自歐盟的資料。



THE RIGHT WAY

- 僅能基於合法的業務目的，存取、使用和維護提供給公司的個人資料。須遵守公司允許使用資料的條件限制。
- 和公司外部單位或是跨國 (尤其是歐盟) 分享個人資料時，須遵守公司程序。確定資料共用出於必要，並且資料提供者事前已針對此資料轉移表示同意。
- 取得或存取的個人資料應受到和公司機密資訊同等的慎重保護。舉例來說，含有個人資料的檔案或記錄，不得在沒有安全措施的狀態下隨意放置，亦不能提供給無相關業務需求的同事。
- 尊重資料提供者對其個人資料的權利，這包含他們有權檢視、修改、銷毀，或反悔，不讓公司使用他們個人資料的權利。
- 若有個人資料不當洩漏、遺失或修改，須加以通報。
- 若沒有依規定取得資料提供者的同意，不得分享、揭露、修改或破壞個人資料。
- 切勿將個人資料傳送到國外，除非您確認這在資料來源國為合法。
- 接受企業夥伴提供的個人資料前，必須先瞭解資料提供者所同意的資料用途。
- 別在電腦中放置不必要或與工作無關的個人資料。若資料和工作相關，請在工作完成後立刻刪除資料。

注意

- 並非所有的個人資料都是透過公司網站等明顯管道取得。即使是我們日常經手的一般業務文件和資料，也可能包含個人資料。在公司內外共用這些文件時，刪除或隱匿所有個人資料是較好的處理方式。
- 特別注意：
 - 和通路夥伴及廠商進行日常業務交流時，文件中包含的客戶名稱及聯絡資料。
 - 行銷研究和品質保證使用的研究問卷、客戶抱怨記錄等資料。
 - 客戶交給公司的產品 (如手機或電腦) 中儲存的個人資料及數據。

員工熱愛的 企業

- 26 公平雇用政策
- 29 相互尊重的職場氛圍
- 32 健康及安全的工作環境

我們深信「人」是我們最重要的資產，尊重個人創意和進取心是創造價值的基礎。「Respecting Human Dignity」具體展現這些信念，讓我們擁有正面的工作環境與豐富的創意。我們尊重同事，提倡安全、公平又多元的工作環境，才能造福客戶和眾多的參與者。



情境

您有一男一女兩位部屬，都有資格晉升一個管理職缺。兩人年資相同，資歷和教育程度相當。不過女部屬的績效記錄較優異。您的部門女性並不多，而且沒有女性主管。您不知道在少有女性主管的部門中，女性能否勝任主管工作。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

公平雇用政策

我們相信「Respecting Human Dignity」對所有員工一視同仁。有公平公正的雇用決策，確保機會均等，我們就更有機會吸引、留任與栽培人才，培養出多元化的想法與能力。公平雇用政策能讓我們創造出愉快、以人為尊的工作環境，鼓勵創新和創意，進而造福客戶和其他參與者。

我們的標準



進行雇用相關決策時，只考量正當的業務議題及個人才能與績效。

THE RIGHT WAY

- 所有的任用決策，無論是招募、雇用、薪資、福利、教育、升遷、分派工作、以及社交和休閒方案，都要以公司需求和個人資格為考量。
- 進行任用決策時，請確認您已經清楚瞭解職務明文規定的工作需求，避免根據不相關或不恰當的理由進行決策。
- 面試準員工時，瞭解不恰當或可能違法問題，因為這些問題可能涉及工作歧視。例如在許多國家，您不能詢問應徵者的宗教信仰、婚姻狀態或是否有孩子。如果不確定，請諮詢人力資源代表或法務人員。
- 切勿以工作無關的不當理由歧視他人。不當理由可能包含：
 - 年齡
 - 種族
 - 膚色
 - 性別
 - 宗教
 - 國籍
 - 性傾向
 - 身心障礙
 - 其他與工作無關的特質

處理方式

顧慮部門未來成功並沒有錯。同樣地，您也應關心部屬的成功，以及他們對公司的貢獻。「Respecting Human Dignity」使我們摒除無關緊要的議題，重視個人的資格與才能。此外，我們也應秉持著服務客戶的承諾，選擇可以達成這個目標的人選。選出最適任的人選，並輔助他勝任新職務。





注意

- 提防有人發表只有特定性別、年齡或背景才能勝任某職務的說法。在某些情況下，職務會有特別些要求，例如要能搬負重物。此種要求應該列入正式的工作說明，而且對此工作內容來說合理。但工作說明不能歧視「The Right Way」中所列的不當理由。
- 提防依據不當理由提出包商或其他外部團體的僱用建議。公司的公平承諾適用於所有為公司服務的人。
- 部分業務單位、部門或工作團隊的職場實務政策 (如病假或產假) 不盡相同。這些差異可能是和當地法令及慣例有關。無論如何，這些政策都應以文字載明，並符合當地法令規定。
- 請記得「多元化」指的不只是個人背景，也包含個人的觀點與想法。積極鼓勵各種形式的多元，協助公司培養充滿創意和創新的環境。



情境

您被指派為一個工作小組的新主管。您在認識新部屬時，發現有人不時會談論在工作場合明顯不宜的笑話與言論。但您的新部屬似乎都不以為意。有人甚至說這是他們凝聚向心力的方式。您猶豫是否該改變似乎運作良好的團隊文化。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



相互尊重的職場氛圍

我們講求的職場氛圍，是指在日常互動中能夠相互體諒、相互尊重。這種互動讓員工能安心提出新構想，以建設性的方式挑戰現有思維；也讓員工能安心工作，知道他人會重視他們的貢獻。真誠對待的工作氛圍讓個人有機會帶動改變，並帶領我們為客戶創新，造福所有參與者，創造更優質的專業及個人成就。



我們的標準

與同仁及其他人員相處時，態度應尊重體貼，避免讓人反感或感受敵意。此外，切勿騷擾、中傷或恐嚇同事及其他員工。

須知事項

不當行為可能涉及因為年齡、種族、膚色、性別、宗教信仰、國籍、性傾向、身心障礙或其他個人特質而構成蔑視。

情況可能包含：

- 您對旁人說的話，例如評論或笑話，甚至是說話的方式。
- 肢體或視線的接觸及手勢。
- 科技產品的使用，例如傳送不當的電話內容、簡訊或電子郵件，或是進入不當的網站。

不當行為也包含性騷擾，或是不受歡迎的性暗示舉動、評論或提議。這些行為可能與薪資、升遷、工作分派等雇用條件掛勾，或和是否同意參與性或感情關係有關。不當行為也可能包含令人對工作氣氛感到不舒服的舉止。

舉報事件：如果您發現或受到任何形式的騷擾，應該報告主管或是人力資源代表。公司會立即調查所有檢舉，並採取適當的糾正行動。公司嚴禁以任何形式報復善意通報疑似不當行為的人。

處理方式

身為主管，您的特別責任就是要培養相互尊重的工作環境。除了處置個人的不當行為外，還要營造不容忍任何不當行為的工作氛圍。您必須瞭解，我們無法確定他人是否真正遭受不當行為的騷擾或中傷。因此我們的重點應該是行為是否「合宜」，而非能否被大家接受。大家習慣的不當行為並不表示您的小組就必需接受。





THE RIGHT WAY

- 與同事及其他人互動時，要展現尊重和體貼。
- 注意您的言行對他人造成的觀感。
- 發現疑似騷擾或其他不當行為時，請通報主管或相關的人力資源代表。
- 如果您是主管，請特別留意自己和部屬是否有不當舉止。
- 舉止不得讓人覺得帶有侵犯、騷擾、恐嚇、中傷或敵意的意味，包含：
 - 用輕蔑語氣或字眼與人交談或說笑。
 - 擺出帶有蔑視他人意味的動作或手勢。
- 勿用電話、電子郵件、網際網路或其他方式展示或傳播不當內容。
- 避免可能造成敵對工作環境的舉動，或造成必須以性交換雇用機會的觀感。

注意

- 切記旁人可能會聽到您說的話。即使是和朋友私下交談，也應避免可能讓人反感的不當言論。
- 每個地區和國家各有其風俗習慣與適當行為。若您到國外地區旅遊或工作，應務必瞭解並注意這些差異。要瞭解即使在本國合宜的舉止，到了其他地區就未必得體。
- 而您的管理職位或年資可能會影響他人對您行為的接受程度。和職位較低或資歷較淺的人員互動時，請留意自己的言行舉止。
- 注意自己對待公司其他部門人員的舉止是否妥當 (男女皆然)。



情境

您在公司服務的這些年間，從沒有見到有人因為工作生病或受傷。由於您所在的國家法令並沒有嚴格的安全防護措施規定，受到主管機關懲處的風險也很低，所以您認為，也許可以省略一些以當地標準看來多此一舉的規定。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

健康及安全的工作環境

重視衛生與安全，才能建立良好的工作環境。我們堅持「Respecting Human Dignity」，意思是要為工作環境承擔責任，證明我們關心自己，也關心同仁的健康。由於這關係到同仁的健康，我們不以遵循法令而自滿，而更把嚴格的衛生及安全標準當成自己的責任和目標。只要堅持自己的承諾，我們就可以避免各種意外和受傷事件。衛生和安全是重要目標，絕不能為了公司的其他目標而犧牲。



我們的標準

除了以身作則，也鼓勵員工注意良好的工作環境衛生及安全，並遵守適用的衛生及安全法規、條例和原則。

須知事項

本公司不斷致力於改進衛生及安全，制訂政策和程序加強工作環境的衛生與安全，以期達到業界標準以及當地所有的相關法規。這些努力旨在排除危險，避免危害員工或企業夥伴，同時也避免損害財產或公司身為負責企業的聲譽。我們努力將優良實務推廣到整個供應鏈以及提供給客戶的產品和服務。

為了實現這些目標，每個業務管理單位都有義務督促員工，並給予足夠訓練，以達成公司對於衛生及安全要求。員工和主管應該參考「企業環境健康及安全手冊與規範」，以進一步瞭解這些要求以及達成方式。



處理方式

本公司以良好的衛生及安全記錄自豪。我們鮮少發生問題，因為我們採取預防措施，並有效管理衛生及安全。一切並非僥倖，而是因為我們真正用心經營「Respecting Human Dignity」，包含關心他人和自身的健康與安全。「企業環境健康及安全 (ESH) 手冊與規範」代表我們對維護所有工作區域的安全衛生所做的承諾。無論這些規定看似多麼微不足道，您都必須遵守。請記得即使是最微不足道的規定也有其用意。



THE RIGHT WAY

- 通報任何工作場所發生的意外、受傷事件或不安全的工作狀況。
- 照規定使用防護裝備。
- 參加規定的衛生及安全訓練。
- 正確記錄資料，並通報會影響衛生及安全的作業方式。
- 和供應商及其他企業夥伴合作，促進彼此工作環境的衛生及安全。
- 切勿為了其他業務目標而犧牲工作環境的衛生與安全，即使是重要目標也一樣。如果兩者間發生衝突，立刻與主管討論。
- 作業前必須先確認規定的衛生及安全防護程序。

注意

- 發生工安意外的也常發生在公司服務多年的員工身上，而非只有新進人員。因此須隨時注意安全，保護自己和他人。勿成為他人的壞榜樣。
- 和供應商或其他企業夥伴合作時，要瞭解在對方的工作場所作業時，必須遵守哪些衛生及安全措施。
- 注意自己當下的狀況 (例如缺乏休息、服用藥物) 是否會危及自己或他人的健康及安全。意外常在最意想不到、對安全最漫不經心的時候發生。如果覺得自己當下的狀況不適合工作，請告知主管。



企業夥伴與市場的

公平互動原則

- 38 為所蒐集的競爭資訊負責
- 41 他人資訊的正當使用
- 43 公平競爭
- 45 與競爭者的應對
- 48 與經銷商及供應商的應對
- 51 謹慎的溝通
- 54 尊重他人的智慧財產

服務客戶的成敗，取決於我們能否吸引全球眾多客戶、供應商、通路夥伴與包商，和他們建立良好關係。公正、公平，還有「取勝有道」，這些價值觀不僅在與合作夥伴的應對，也在市場上的商業行為中，指引我們的行動。我們忠於這些價值觀。對公正公平的堅持，能讓我們建立互重互信的關係。我們瞭解唯有公平的競爭才能得到真正的成功，因此確實建立獎勵創新與創意的企業環境為客戶服務。



情境

您面談的應徵者是競爭公司的員工，她把自己目前工作的相關資料拿給您看。這些資料似乎是對手的機密資訊，對提升您部門的競爭力大有幫助。應徵者出示資訊並非您的錯。您不知道能否要對方留下資料，以便「詳加評估她的表現」。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

為所蒐集的競爭資訊負責

瞭解市場才是我們服務客戶的關鍵。我們評估競爭資訊和其他市場資訊，以便找出客戶的興趣和需求，瞭解該如何開發或改進產品及服務。我們的作法展現誠信，因為我們尊重競爭者的權益，以及保護競爭者的公平競爭原則。我們要證明自己取勝有道，才能維護自己在卓越和績效方面的聲譽。

我們的標準



使用或蒐集競爭資訊時，來源必須合法，而且擁有適當的存取權限。

THE RIGHT WAY

- 從已經出版或是廣泛流通的資料來源蒐集競爭資訊，例如研究報告、報紙和行銷資料等等。
- 讓提供競爭資訊的單位瞭解，我們只接受合法取得的資訊。
- 和現有客戶或準客戶交談，並瞭解他們的需求，但前提是他們所提供的資訊並非機密 (除非是我們獲准得知的機密資訊)。
- 告訴新進員工，他們必須遵守和前雇主或其他中立團體簽訂的合法保密協定或是相關義務。
- 若雇用曾在競爭公司任職的員工，不可向對方套取機密的競爭資訊。
- 絕對不可接受競爭者直接提供的競爭資訊。如此的資訊蒐集方式不僅違法，和競爭者互通資訊也可能代表彼此間有不當協議。請參考第 45 頁「與競爭者的應對」。
- 絕對不可為了取得競爭資訊而編造謊言或捏造身份。
- 不可利用研究機構、顧問公司或其他中立團體從事自身或公司不允許的行為。
- 不可要求或接受企業夥伴提供競爭者託付給他們的機密資訊。

處理方式

我們和對手競爭靠的是認真工作、創新構想以及對客戶需求的瞭解，而不是靠非法取得的資訊。有些話題與新進員工討論尚且合適，例如工作資歷或基本專業知識。但您切勿要求他人洩漏其他公司的機密資訊，或是破壞對某項資訊的保密義務。如果您接觸到競爭者的機密資訊，請聯絡公司的法務人員，避免遭人指控您不當蒐集機密資訊。





注意

- 不要隨便向曾與競爭公司合作過的代理商、零售商、經銷商或顧問要求或接受競爭者的資訊。請尋求法務人員的指示。
- 若代理商、零售商、經銷商或其他中立團體不肯透露競爭資訊的取得方式，最好提高戒心。這可能表示資訊取得的方式有問題。
- 意外發現來源不明的競爭者資訊，請小心為上。檢視資料前，先諮詢法務人員。



情境

您在桌上發現一份企業夥伴的機密資料。您知道企業夥伴常會與我們分享他們的計畫和產品，以促成雙方建立新的業務。這些資料對您正在規劃推出的新產品很有幫助。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



他人資訊的正當使用

對企業夥伴展現誠信，意思是信守我們的承諾，尊重企業夥伴的權益和企業利益。將心比心，我們希望他人尊重公司的機密資訊權益，因此我們也會尊重屬於客戶、通路夥伴、供應商和其他企業夥伴的資訊。



我們的標準

取得、使用和分享屬於他人的資訊時須謹慎，並遵守正確的使用準則。

THE RIGHT WAY

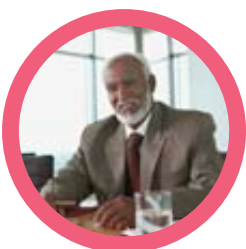
- 不要隨便接受可能是競爭者機密的資訊，如此可能引發原創構想歸屬的爭議。
- 客戶和企業夥伴為了業務需要提供機密資訊時，詳細詢問使用條件。
- 分享他人資訊時，務必註明資訊所有人。
- 接受機密資訊前，務必簽訂保密協定。如果有疑問，請向法務人員確認。
- 在瞭解正確的使用準則或限制前，不使用他人的機密資訊。

注意

- 接受企業夥伴的機密資訊時，須清楚公司同意的使用條款。確定公司能遵守條款，並且條款不會對我們的業務活動造成意外的限制，例如禁止公司開發類似產品或業務概念。
- 對於無法公開取得、並非公司所有、沒有註明所有人的資訊要謹慎處理。這可能表示資訊並非沿正常管道向其他公司取得。不要認定同事已經查證過這些準則。

處理方式

如果不清楚資訊來源或使用權限時，最好向法務人員確認。當合作夥伴提供機密資訊時，可能會要求公司遵守特定條件，但這些條件我們未必願意接受。這些資訊也許是合法取得，我們也有權使用，但是確認使用條款和權限，能展現我們對企業夥伴的誠信與尊重。





公平競爭

我們體認到，有競爭激烈的市場，才能鼓勵企業創新，並造福客戶和社會。我們必須遵守公平競爭法，確保市場健全又有競爭力，才能維持創新能力，為客戶創造價值。遵守公平競爭法不僅能造福社會，也能幫助公司和企業夥伴提供更好的客戶價值。我們承諾遵守所有營運據點所在國家的公平競爭法。我們堅持公平競爭的承諾，不僅能建立企業夥伴與消費者的信任，也能讓我們成為更有實力、更能創新的企業。



要知道公平競爭法相當複雜，並且會因管轄權不同而異。有時很難判定是否觸法。有些國家將公平競爭法的效力延伸到國境之外，而且許多國家已經加強執法和懲處。

如果您的職務涉及業務、行銷、研發、生產規劃、設備或材料採購、與通路夥伴或供應商交涉，須**更加**瞭解公司的公平競爭政策，以及如何應用於工作中。**詳細資訊請參考「企業全球公平競爭準則」。**

須知事項

常見公平競爭法的限制或禁止：

- 在競爭者之間，或公司與客戶、通路夥伴、供應商之間達成協議或默契，以不公平的方式限制競爭。
- 公司濫用自己在供應鏈或市場的地位，向其他公司牟取不公平的利益，尤其是與小公司之間的關係。
- 未經政府或主管機關審核同意，意圖進行可能阻止公平競爭的併購、合資企業或其他結盟。

違反公平競爭法的個人會面臨嚴重的刑事罰責，包含長期監禁和高額罰鍰。這適用於所有關係人。違反公平競爭法對公司的傷害也很大，因為可能導致鉅額的企業罰鍰、大規模集體訴訟，以及對公司在該國的營業設限。因此公司對可能違反此類規定的業務活動態度非常審慎。

請遵循下列準則以避免問題發生：

1. 發揮自主的商業判斷：客觀評估狀況，仔細考量現況與可行辦法後再做決定。
2. 如果收到競爭者勸說進行不法舉動的提議，請通知法務人員。
3. 不確定該如何是好的時候，請尋求協助。
4. 收到任何執法機關的通訊，請通知法務人員。未經法務人員同意，切勿交出任何文件或資料。



情境

一個公司的通路夥伴要求我們將售價降到非常低。買方不肯讓步，並且聲稱競爭者的初次報價就是如此低廉的售價。您認為，除非市場發生您尚未知悉的嚴重變數，否則競爭者的售價絕不可能壓得這麼低。您考慮向競爭者求證售價，確認通路夥伴說詞的真實性。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



公平競爭： 與競爭者的應對

我們希望尊重競爭者，避免涉嫌不當互動的情況。通常競爭者之間的關係可能會造成公平競爭的問題。我們的本分是服務客戶。能遵守規定，讓我們在競爭激烈的市場中繼續維持創新與成功，如此才是服務客戶之道。



我們的標準

未經法務人員同意，切勿與競爭者簽訂任何合約、協議，或是表示正式、非正式甚至是暗示的共識。向公司提議跟進競爭者的活動前，請先尋求適當指示，以免主管機關將此行為曲解為反競爭行動。

須知事項

不當協議不僅只與消費物價有關。協議也可能影響售價或客戶選擇，例如：

- 價格操縱 – 以任何形式串通對通路夥伴或客戶的定價，包含使用定價公式、折扣、回扣，或是串通支付供應商的定價。
- 圍標 – 串通對客戶或通路夥伴業務的競標方式，例如預先串通投標報價書內填寫的價格或其他條件。通常這種作法，是讓競爭者輪番取得客戶生意的機會。
- 營運、製造或銷售契約 – 協議產品製造或銷售的數量或其他限制，或是協議控制其他營運作業。
- 市場、銷售區或客戶分配 – 協議區分市場、銷售區或客戶，以降低各方面的競爭。
- 集體抵制 – 協議拒絕和特定單一或多數客戶、經銷商或供應商合作，迫使對方接受對我方有利的定價或其他條件。

協議不見得要執行或是透過慎重的簽署過程才算是違法。即使協議失敗，雙方無意遵守，仍會被視為意圖違反公平競爭法。

處理方式

和競爭者交流價格資訊絕非正確處理方式，甚至在許多國家都算是違法行為。我們競爭的依據，應是公司內部的定價決策，以及產品與服務的真正價值。但我們也確實需要以合法取得的資訊，瞭解自己的價格競爭力。





THE RIGHT WAY

- 避免參加沒有明確業務目或正式討論議程的競爭者集會。
- 在正式的競爭者集會上，若話題開始涉及價格或其他敏感主題時：
 - 清楚表明這類討論違反公司政策。
 - 退出討論，並確定您的聲明與離席被記錄下來。
 - 立刻將此情況告知法務人員。
- 除非法務人員同意，或取得「全面」核准可以進行常規資訊交流，切勿和競爭者交流特定資訊。不可交換的項目舉例：
 - 定價
 - 產品產量
 - 客戶名單
 - 銷售區
 - 付款條件

注意

- 避免與競爭者進行討論、資訊交流或其他通訊。即使是最清白的互動都可能引起誤解，進而危及公司的商譽。
- 公司與競爭者雙方在處理無法獨力承攬的客戶業務時，可能適合進行某些合作，例如組成合資企業或研究計畫。然而與競爭者初次進行這類討論前，務必先尋求法務人員的指示。



情境

本公司是某供應商的唯一客戶。在合作期間時常意見相左，並可能會讓供應商覺得不合理。由於這段合作關係對公司來說並不理想，您打算終止。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

公平競爭： 與經銷商及供應商的應對

公平競爭包含我們與競爭者、供應商、通路夥伴、包商等企業夥伴的互動方式。我們合作關係的最終目的應為服務客戶，並與企業夥伴有效合作，而不是以不公平的方式限制公平交易。因此，我們致力與企業夥伴建立互信和合作，確保企業夥伴享有的機會均等，而且一切業務往來都做到公平與透明。



我們的標準

對通路夥伴、供應商及其他企業夥伴建立業務關係時，態度要公平正直。要謹慎決定與合作夥伴的交易方式和時機，尤其是當決策結果會嚴重干擾現有的業務條款時。

須知事項

處理企業夥伴關係時，不當作為可能包含：

- 拒絕交易 – 沒有正當原因，拒絕與準合作夥伴或前合作夥伴交易。這種作法可能表示有意和競爭者瓜分客戶。
- 濫用優勢交易地位 – 利用公司對供應商或通路夥伴的優勢地位施壓，要求不合理的價格、拒絕或延誤付款、強制規定銷售目標、重定業務條款、干涉管理或其他不公平的作為。
- 價格或支援歧視 – 沒有正當理由，提供特定通路夥伴一般定價結構以外的價格。提供非財務的支援也同理。
- 和某些合作夥伴或地區進行排他交易 – 設定條件，以不合理的方式限制合作夥伴的營業自由。這包含禁止夥伴和競爭者交易，或是設定獨家銷售區域。
- 轉售價格控制 – 規定通路夥伴以一定價格銷售公司產品；因為不滿合作夥伴的定價決策而停止出貨給對方；或是根據其他合作夥伴的投訴，因為某位通路夥伴沒能保持轉售價格而給予懲罰。
- 綁售 – 規定合作夥伴要與公司建立同等的買賣，才能維持合作關係，內容可能是批發或是特定的其他產品。
- 掠奪性定價 – 對通路夥伴或客戶制訂不合理的低價，例如低於成本價，或是以不合理的高價向供應商採購，以排除競爭者。

處理方式

公司有權選擇自己的企業夥伴。然而我們也希望能以合理的努力協助企業夥伴成功。只要我們的決策是基於實際的資料與良好的判斷，就不致於觸犯公平競爭法。誠心的向供應商說明，我們所做的決定是出於公平合理。同時確實以文件佐證，決策基準確實為供應商績效。與供應商終止關係前，事先和法務人員研商是較好的處理方式。





THE RIGHT WAY

- 制訂新的採購定價標準，或進行與企業夥伴的交易決策前，先參考「企業全球採購政策「Goodbook」」，確定提議的計畫不會違反對企業夥伴的公平交易。
- 與法務人員一同審核新的行銷、促銷或定價策略，是否會讓公司對企業夥伴造成差別待遇。
- 當決策會大幅影響定價、數量或業務關係的其他條件時，須清楚說明決策的理由、判斷與標準。確定企業夥伴能瞭解，公司的決策是基於公平客觀。
- 決定與企業夥伴競爭，或是終止現有的業務關係時，須以公平客觀的標準進行衡量。同時要確定能提出書面證據，證明這個決定的合理與正當性。
- 不要同時會見兩位以上的通路夥伴，討論可能侵害競爭的議題，例如通路夥伴的選擇，或是劃分銷售區域。
- 在簽訂達成任何可能違反公平競爭精神的協議或共識前，要先與法務人員研商。

注意

- 在公司與企業夥伴間的合約、協議或共識中，部份條款可能會造成公司違反自己的標準或是法律規定。
- 有時公司的企業夥伴也可能是競爭者。遭遇此情況時，公平競爭標準會更難執行，此時您應該諮詢法務人員。
- 須特別留意極度依賴本公司業務的小型企業夥伴。在此關係中，對合作夥伴不利的作為，很可能被視為濫用我們在供應鏈的地位。
- 若無正當理由就拒絕與某位企業夥伴間的業務，公平競爭審理機關與遭到拒絕的公司可能會懷疑公司預謀瓜分客戶，或是企圖鞏固自己的強勢地位。



情境

和某位通路夥伴討論後，您確信有個競爭者要抬高售價。您認為這是好現象，公司也可以因此提高價格。您打算去文建議主管：「公司應該提高售價，因為就我所知，競爭者正在提高售價。」

怎麼做才能創造正當確實的價值？



公平競爭： 謹慎的溝通

公司對公平競爭的承諾，同樣適用在公司內部與外部的通訊。我們的口語和文字能說明我們競爭的態度，同時反映出我們為了避免違反公平競爭法所做的努力。我們應盡力避免任何違反公平競爭的嫌疑。討論公司活動時，要顧及公平競爭原則。



我們的標準

公司的口語和文字通訊提到公平競爭議題時須務必小心，絕不可以暗示公司有意進行不符公平競爭原則的安排。

須知事項

企業通訊有許多形式，能增進亦能敗壞公司的商譽。這些通訊方式包含：

- 書面備忘錄、電子郵件、筆記和即時訊息。
- 對企業夥伴、客戶、供應商、管理階層及同仁進行的正式簡報。
- 在合作夥伴會議、業界集會或新聞訪問，甚至是閒談中所做的陳述。



處理方式

業務人員和其他員工向客戶詢問競爭者的報價，以及從研究機構等中立團體取得市場資訊，都屬於合法正當的行為。然而若直接向競爭者取得這些資訊就不恰當。溝通這方面的敏感資訊時，應該說明資訊來源，避免資訊取得方式遭到質疑。舉例而言，若您取得資訊的方式正當，但您寫給主管的備忘錄說法，感覺像是以不當方式，跟競爭者直接取得。您應該修正訊息。



THE RIGHT WAY

- 無論是口頭或書面提到公司或公司活動時，都須顧及公平競爭標準。
- 假設所有的企業通訊都會受到司法機關審查。
- 避免使用容易產生誤解的用語，使人對公司的競爭活動產生錯誤印象。
- 避免對業界趨勢 (如定價) 發表言論，使人誤以為公司已經和競爭者達成共識。
- 以書面文字說明競爭資訊來源，證明資訊以正當方式取得。請參考第 38 頁「**為所蒐集的競爭資訊負責**」。
- 切勿貶低競爭者或其產品及服務。任何產品或服務的比較必須有憑有據。請參考第 12 頁「**負責任的行銷態度**」。
- 謹慎選擇用語，避免讓人誤解我們與競爭者的應對方式。要注意的用語包含：
 - 「排除競爭者」
 - 「破壞競爭」
 - 「我們會稱霸市場」
 - 「與競爭者合作」
 - 我們和競爭者「有共同默契」

注意

- 遵守法律命令或其他規定，保留和訴訟、主管機關規定或其他司法行動相關的企業通訊，甚至連企業文件保存程序標明要銷毀的資料也不例外。不當銷毀這些通訊資料可能會讓企業蒙受實質的傷害。

請參考第 75 頁「**妥善的記錄與保存**」。



情境

公司有項產品在海外銷售長紅，一切要歸功於名人代言，進行成功的廣告宣傳。由於這位名人在您的國家也頗有人氣，您覺得使用同樣的廣告會是既省錢又有效的的宣傳方式。您知道公司已經取得名人的肖像權，因此只要配合您所在國家的語言和風格，將廣告重新調整就好。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

尊重他人的智慧財產

公平競爭表示尊重他人的智慧財產。我們希望自己的智慧財產受到尊重，所以我們也要尊重他人的智慧財產，在研發構想時謹慎行事。身為高科技公司，需要迅速開發好構想，才能保持競爭力，我們對待他人智慧財產的態度，正說明我們對這些原則的承諾。

我們的標準



尊重他人的智慧財產權。使用這類資訊或素材時，必須取得授權，例如所有人的同意。

THE RIGHT WAY

- 瞭解我們所取得或計畫使用的素材、資訊、媒體或其他概念，所有權是否屬於其他團體。如果是，請找出使用規定。
- 確定您瞭解企業取得使用授權的智慧財產有哪些使用條款。
- 使用屬於其他公司或個人的設計、技術、媒體或資訊前，務必取得使用授權。
- 切勿使用或分享您或公司非法取得的他人商業機密。

注意

- 注意我們的出貨產品所使用的供應商組件，是否使用了屬於他人智慧財產的技術。
- 謹慎看待網路上乍看之下似乎能免費使用的照片、音訊、影片和其他媒體。不要認定這些素材無須授權就能使用。
- 瞭解同仁透過電子郵件傳閱的資料可能是他人的智慧財產，具有使用和分享的限制。一般而言，文章、研究報告及其他公開文件都屬於他人的智慧財產。

請參考第 69 頁「**企業智慧財產的保護**」。

處理方式

我們應尊重他人的智慧財產權，不只是對競爭者，也包含企業夥伴。我們必須深入瞭解，與企業夥伴達成的協定中，載明對智慧財產使用的許可與限制。就本例而言，您必須瞭解幾乎所有肖像權都有地區限制。我們能與企業夥伴建立信任，原因在於當我們使用對方的智慧財產權時，態度認真審慎。



社區

關懷

- 58 環境保護
- 61 國際貿易的責任感

本公司的成功，有大部份要歸功於我們的好鄰居。我們居住與工作的社區提供我們員工、成長環境，以及對公司成功至關緊要的尊重。相對的，我們將繼續扮演良好的企業芳鄰。我們努力達成社區的期望，主動設定並實現目標和標準，提升社區的生活。



情境

有一長期合作的廢棄物處理公司向您提議擴增業務。雖然他們的服務因此變得更加全面，但是價格卻便宜到令人難以置信。您知道這筆交易能讓公司大幅節省成本，就算其中有問題，責任歸屬也是其他公司，而不是我們。所以您考慮答應這筆交易。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

環境保護

本公司一直以行動證明對保護環境的承諾。我們瞭解，今日發生的問題，可能在日後對當地社區造成長遠而廣泛的影響。我們對社區和自然環境的關懷，督促我們仔細思考環境保護的議題。本公司承諾以負責的態度，處理營運對環境的影響，同時確保供應鏈也比照相同標準。

我們的標準



公司的所有營運都必須做到我們對環境保護的承諾，特別是供應商的產品與製造作業。

須知事項

本公司大力支持環境保護，包含採用環保設計、環保標章、綠色計畫與產品生命週期評估等措施。公司每年會在「永續報告」中報告環保措施的進度。

我們對環境的責任應該以「企業全球標準」為目標，即使是當地規定還未及我們要求的標準也一樣。環保條例將不斷發展，而環境傷害會長期持續。這表示即使我們造成的環境影響目前合法，但日後終將接受更嚴格的標準檢視。

處理方式

成本管理不能短視近利。我們的環境責任不僅要貫徹整個供應鏈，也要延伸到當地社區，以確保我們的整體營運不會造成任何負面衝擊。因此我們必須注意企業夥伴提出的可疑交易或活動，長期下來是否會傷害我們的企業和參與者。





THE RIGHT WAY

- 如果對你所參與的產品開發有任何環保方面的顧慮，請告知主管。
- 如果您負責的作業會影響環境，請遵照企業方案和程序處理：
 - 設定可測量的目標，降低作業對環境的影響。
 - 監控並確認目標進度，例如評量環境績效數據。
- 密切注意當地環保法規的變更。確定將變更即時通知適當的環境安全及衛生人員，讓公司有充足時間調整產品與作業。
- 不得讓公司的新作業或作業變革悖離公司保護環境的目標。
- 不得因為供應商、包商，甚至是通路夥伴不屬於公司，就對他們的可疑行動置之不理。如果企業夥伴與公司配合的作業違反法律或主管機關的環保規定，請通知主管或適當的企業環境安全及衛生人員。

注意

- 本公司的產品設計、原料採購、製造、行銷、配送和廢棄各方面，都會對環境保護造成影響。就算您的職務和這些單位沒有直接關聯，請設想您的工作對這些單位，還有公司對環境的責任有什麼影響。
- 留意我們的企業夥伴遵循環保法規的情況。即使企業夥伴取得環保認證，我們還是必須密切注意企業夥伴的營運和提供的產品，是否符合認證的標準。



情境

您的部門進口許多高科技產品，無法比照傳統分類方式明確歸類。您每次都必須向當地海關呈報產品的分類建議。但通常都需要好幾個星期才能答覆。這樣會延誤您部門的進口作業。因為海關大都會同意您的分類建議，所以您覺得似乎沒必要耗上幾星期等海關答覆，才能完成產品輸入文件。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



國際貿易的責任感

身為國際企業，我們的國際貿易活動影響所及除了客戶，還包含我們在全球各地貿易據點的社區。瞭解並遵循當地維護國家安全及國際權益的規定，表示我們在乎支持我們營運的社區。



我們的標準

若您的職務涉及在國際間運送原料或產品，須熟悉您經手國家的進出口、禁運或抵制規定。另外也須熟悉有關敏感設備輸出，或傳送敏感資訊給非本國公民的特殊限制。

須知事項

經常負責進出口業務的員工尤其要熟悉和瞭解貿易規定和公司其他的相關政策及程序，以確實遵循國際貿易法規。

貿易管制包含下列事項：

- 進口要注意文件正確性、原產國標示、產品分類和價值申報 (即使是沒有現金價值的產品也一樣，例如沒有市場價值的產品組件或技術)。
- 出口通常要取得運往他國的核准。出口控管可能還包含將技術資料或電腦軟體運出國境 (例如筆記型電腦)，甚至是與非本國公民的員工分享敏感知識和技術。本公司擁有幾項策略性技術受到出口管制。
- 貿易禁運或抵制則是限制與某些國家、公司或個人進行貿易。

處理方式

使用未經認可的產品分類可能違反主管機關規定。如果發生此情形，輸入可能被撤銷，而非延誤。同時，事件的發生會讓海關檢查員對公司加強監督，使得將來的產品報關程序更加困難。把主管機關處理時程的不確定性與可能造成的延誤納入考量，是我們實踐社區關懷的一個實例。在研擬進口作業程序時，預留幾星期的交貨期，會是實踐承諾最理想的作法。



THE RIGHT WAY



- 如果不確定輸出入文書或手續是否正確，請與主管或相關的國際貿易支援人員確認。
- 清楚所有出口物資的預定和最終目的地。
- 不要只憑客戶的片面之詞，就相信輸出入文件正確無誤。公司可能要為不正確的聲明承擔法律責任。
- 切勿將敏感的科技或專屬資料提供給非本國公民，除非您確定此人有權取得這些資訊。

注意

- 小心避免輸出入文件資訊過時、不完整、不正確或填寫潦草。這些狀況可能會遭受制裁，包含禁止或限制產品輸出入權利。此情形會嚴重影響公司的交易能力。因此最好事先檢查，免得公司受罰或受到限制，蒙受嚴重損失。
- 要提防其他國家的個人透過當地不合法的通路購買本公司產品。
- 如遇不願意對進出口提供正確、完整、即時資訊的個人，請謹慎處理。即使此情形可能合法，但也可能是意圖欺瞞公司或主管機關。

為投資人

創造卓越的獲利

- 66 資訊安全與機密性
- 69 企業智慧財產的保護
- 72 正確的電子通訊方式
- 75 妥善的記錄與保存
- 78 以負責態度處理內部資訊
- 81 謹慎處理公開資訊

我們能為參與者創造價值，就是因為我們成功的服務客戶與投資人，並且深得信任。只要我們能持續服務客戶，積蓄長期成功的能量，就能為投資人帶來豐碩的財務回饋。在此同時，我們有責任尊重並保護投資人所託付的公司資產，並提供投資人需要的資訊，做出有根據的投資決策。我們以尊重、誠信和服務對待客戶，讓公司成為投資人能引以為榮的投資目標。



情境

公司僱請外部的資訊公司協助實驗室建立研究資料庫。若開發商在專案進行期間，擁有完整權限可從外部辦公室存取我們現有的研究資料，對公司與開發商來說都會更有效率。而進行專案的外部人員為數不多，因此您認為和每個人簽訂保密協定，應該就足以保護公司。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

資訊安全與機密性

公司的機密資訊對我們在服務客戶以及企業夥伴合作方面，有重要的影響。我們能保持競爭優勢，就在於能將某些資訊保密或列為專屬，避免這些資訊的安全受到威脅。避免資訊意外洩露，對於能否發揮資訊實質效能來說非常重要。如果您能存取公司的機密資訊或其他敏感資訊，請採取步驟妥善使用和保護資訊。這些動作能協助保護珍貴的公司資產，維持公司競爭力。

我們的標準



瞭解並遵守公司對使用、分享和保護機密與專屬資訊的政策。肩負起個人責任，保護自己持有的公司機密資訊，避免洩漏。

須知事項

您必須瞭解與遵守「企業資訊安全政策」，這項政策能保護公司機密和其他重要資訊資產，避免遭到洩漏或外來威脅。政策包含下列事項：

- 人員安全和法律措施，避免現任或離職員工及企業夥伴洩漏公司機密資訊。
- 文件安全和保密。
- 實體保全，管制設施的進出與電子儲存媒體的使用。
- 電腦與網路安全，避免公司遭受外來威脅。

企業機密資訊並不限於標有「機密」字樣的資訊，而是包含所有需要控管以維護公司管理階層利益的企業資訊。本公司用下列方式分類企業資訊：

- 機密 – 核心技術或管理資訊，一旦公開會造成公司嚴重損害。除非經過嚴格的核准程序，否則「機密」等級資訊不能和任何員工，或是原始持有者以外的外部人員分享。
- 限內部使用 – 日常業務產生的所有工作成品基本上都會列為「限內部使用」。意指我們在工作中產生的軟體或硬體，唯有基於「須知事項」原則，才得以與同仁分享，但在沒有得到核准和法律保護措施的情況下，不能對外洩露。

處理方式

要讓外部組織方便存取公司資訊，初期使用保密協定是很好的處理方式。然而您也必須考量外部組織所接觸資訊的敏感性。部分的企業資訊非常敏感，萬一遭到不當洩露，即使採用法律措施，損害也難以彌補。因此，留意公司資訊安全與保密規定非常重要。若有任何疑問，請與主管討論這些重要議題。





THE RIGHT WAY

- 與他人分享公司資訊時，遵守公司資訊安全程序。這包含取得適當授權，並和資訊接受人達成保密協定。
- 透過電子郵件將機密資訊傳送給外部組織時，寄送副本給同意傳送的人，例如主管或是專案承辦人。
- 維護公司設施的實體安全，尤其是邀請訪客進入公司工作場所時。在公司內部使用儲存媒體和記錄設備時，要遵守公司規定。
- 保護您的作業電腦，避免遭到入侵。務必維護公司分配的系統安全軟體和設定，讓軟體保持最新狀態。
- 切勿放任公司機密資訊無人看管，或是擺在他人容易取得的地方，例如您的辦公桌上，或是沒上鎖的檔案櫃。
- 不要把工作資料帶回家，或沒有依照公司程序，就將資料傳送到不屬於公司的電子郵件或網路帳號。
- 不要與朋友或熟人討論公司的機密或敏感資訊。
- 無論是在職或離職，到其他公司求職的時候，請勿談論職務上的機密細節。

注意

- 仔細思考您和企業夥伴分享的企業資訊類型。即使簽訂了保密協定，也應考慮資訊公開後可能造成的後果，多注意分享的資訊敏感程度。
- 瞭解您經手公司資訊的敏感程度，以適當方式處理與儲存。非公開資訊須上鎖。
- 即使是銷售和促銷活動，如果提前公開，也可能會讓公司失去重要的競爭優勢。遵守行銷準則，瞭解自己在行銷活動中可以發表的內容。

請參考：

- 第 21 頁「**隱私權與資料安全**」。
- 第 41 頁「**他人資訊的正當使用**」。
- 第 69 頁「**企業智慧財產的保護**」。



情境

經過多年研究，公司終於要以真正創新的產品設計掀起業界新革命。公司已經在幾個重點國家申請設計專利權。我們的一個競爭者很快就會推出類似產品。為了對抗這個威脅，您覺得公司也許應該在設計專利權完成登記前，在其他國家搶先推出新產品。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



企業智慧財產的保護

企業智慧財產的具體內容包含產品設計、技術和資訊，對於企業的成功關係至深。維護企業智慧財產權，才能讓我們在創新產品上保有競爭優勢，也才能長久的給予客戶最佳服務。我們必須小心使用他人的設計與擁有著作權的作品，同理，我們也必須謹慎的使用並維護公司智慧財產。



我們的標準

保護企業智慧財產，避免受到不當利用，尤其是商業機密須避免任何不當的洩漏。

須知事項

智慧財產包含：

- 受到專利、設計專利、商標和著作權保護的設計、技術、發明、其他材料和資訊。
- 商業機密 (例如在保密狀態下，能讓企業保有競爭優勢的產品設計和技術)。商業機密沒有得到特別許可，絕對不能對內或對外公開。

THE RIGHT WAY

- 瞭解哪些算是企業智慧財產，並使用專利、商標和著作權加以保護。
- 如果您協助公司開發的新概念、設計或技術應該列為智慧財產加以保護，請向主管或智慧財產相關人員尋求建議。
- 所有被列為商業機密的機密資訊，在沒有適當的企業授權和充分的合約保護以避免濫用前，**切勿**公開。



處理方式

您應該假定他人會在我們沒有取得專利登記的國家抄襲我們的設計。雖然我們希望盡快讓創新產品上市，但我們也要保護自己的設計和其他智慧財產，避免被人盜用。這是重大商業決策，您應該將情況提報給高階主管。

注意



- 供應商或其他企業夥伴提供給公司的設計、技術、研究結果或其他資訊，可能受到智慧財產權保護。詢問資料的相關問題，事先確認所有權持有者。在某些狀況下，我們可能不願意接受這項資訊，因為我們也在開發類似的智慧財產，接受資訊可能會危害到我們自己的努力成果。
- 注意是否有個人或其他公司未經許可或適當標示就使用本公司的智慧財產。



情境

您的同事兼朋友最近調到別組。你們還是繼續透過電子郵件通訊，討論業務和私事。您發現她是好聽眾，能瞭解您和某個通路夥伴共事的苦悶，因為她曾經是經手人。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

正確的電子通訊方式

某些技術資源能加速通訊和業務流程，讓我們進步更迅速，更妥善回應客戶和其他人的需求。電腦、通訊系統與其他電子資源讓我們分佈全球和時區的營運連結更加緊密，與供應商及通路夥伴的合作更密切。但是若使用不當，同樣的資源也可能危害我們的營運，破壞我們的商譽。然而隨著這些技術不斷快速提升，我們要更懂得利用其優點，並控制風險。在使用這些資源的同時，我們仍然保持對他人的尊重。

我們的標準



正確使用公司電子通訊系統，儘量只使用這些系統進行相關業務，並避免這些資源遭到不當侵入或使用。

須知事項

電子通訊包含 (但不限於) 下列內容：

- 以公司配發的手機和一般電話進行通訊。
- 使用公司電子信箱傳送電子郵件。
- 使用公司提供的即時訊息、簡訊或多媒體簡訊服務。
- 使用企業資訊系統，如電腦硬體和周邊設備、軟體及網路設備。

本公司有權也會確實檢查電子設備的使用情況，例如通訊內容和儲存的資料。這也包含非業務資料。本公司也可以自行使用這些系統上的資料，包含公開或是刪除。使用這些公司資源時，您不能期望享有隱私權，即使是私人通訊也一樣。

處理方式

許多員工既是同事也是朋友。公司的電子資源雖然主要是供業務使用，但也容許些微的私人使用。但請記得使用這些資源的危險。和同事間的通訊很容易會傳送給預定對象以外的人，而且一旦送出就無法刪除。公司電子資源的私人使用應該降到最低，絕不可以干擾到公司業務，也不能涉及不當內容。





THE RIGHT WAY

- 企業電子資源僅限業務使用。偶爾的私人使用應該盡量避免，而且不能干擾到工作。
- 使用企業資源通訊時，態度須保持專業禮貌，即使是和公司內部朋友通訊也一樣。隨時考量到電子通訊容易被複製，轉寄給無關的第三者。
- 使用電子郵件或其他文字通訊時，請審閱過內容後再送出。避免讓自己和公司陷入尷尬處境，因為簡單的編輯錯誤或用語就可能引起誤會。
- 不得利用企業資源進行存取或下載：
 - 屬於他人所有，您無權取得的資料。
 - 被視為帶有歧視、騷擾、侵犯或仇恨意味的資料。
 - 可能包含惡意的內容，例如會破壞資訊系統的病毒。
- 切勿利用企業資源傳送帶有性暗示、明顯歧視或仇恨意味的不當訊息。
- 不得隨便使用電子郵件的副本 (CC) 功能。確定有必要參與通訊的人，才將他們的名字列入電子郵件中。將某人列入副本欄之前，先進行「須知事項」檢查。

注意

- 企業電子資源的所有通訊都是企業財產，必須像機密資訊一樣對待，除非資訊清楚註明所有權人 (例如供應商的產品設計)。



情境

您收到公司法務人員的「文件保存通知」，內容是跟一件您不知情的美國訴訟有關。通知提到的文件保留期限上個月已經到期，正本已經銷毀。但您還持有一份副本。您不知道副本該依照公司文件保存政策銷毀，還是依照文件保存通知保留下來。



怎麼做才能創造正當確實的價值？

妥善的記錄與保存

企業記錄資料能提供營運上的重要資訊。這些記錄讓我們能審查目標與策略、確定資源與測量成果，並協助我們在各方面改進，以更有效率的服務所有參與者，與他們合作。我們決策時非常依賴記錄的正確性和誠信。因此我們必須審慎處理與維護這些重要的企業資源。



我們的標準

遵守公司政策，正確的製作、維護和銷毀企業記錄資料。

須知事項

企業記錄資料通常是指記錄企業業務營運各方面的資訊或媒體。內容例如：

- 我們用來通訊和進行商業決策的文件，例如報告、簽呈和通信。
- 與其他單位進行交易的相關資料，例如收據、發票與合約。
- 時事或事件的記錄，例如日誌、測試結果和報告書。
- 其他用來保存企業業務營運資訊的媒體。

在許多情況下，司法與主管機關會規定企業將特定文件正確保留一定時間。



處理方式

就本例而言，文件保存通知具有優先權。在司法命令下，任何人不得銷毀企業記錄資料，企業也須暫緩相關記錄的銷毀程序。這個步驟非常重要，能向司法機關證明公司有誠意合作。由於不遵守法律命令也可能受到法律制裁，因此這個步驟也能維護公司名譽和財務資產。



THE RIGHT WAY

- 文件保存和記錄管理必須遵守所有相關法律、規定和企業政策。例如某些國家的環保條例規定，廢棄物處理外包作業的交易記錄與清運日誌必須保留若干年。
- 資料記錄的生命週期結束時，要確定已經銷毀手邊所有記錄的實體文本，並刪除作業電腦中所有電子副本。
- 因為法律命令或主管機關要求，暫停記錄銷毀程序時，絕不能修改、刪除或銷毀任何適用的記錄。不確定如何處理時，請與法務人員確認。
- 職務調動時，請記得把以往的工作記錄移交給接班人。

注意

- 須注意公司的法務人員可能不時會發出文件保存通知。很多情況下，這些記錄的保存與否會牽涉到訴訟問題。因此，務必配合這些通知，以避免造成法律上的損失。

簽約概念須知

如何與通路夥伴、代理商、供應商及其他企業夥伴簽訂合約，是培養健全關係的關鍵，健全的關係能協助我們提供客戶更好服務。遵守公司簽約程序很重要，這樣才能確保我們與合作夥伴間建立公平的關係，並正確紀錄我們的權利與義務。如果您負責與企業夥伴簽訂協議：

- 須確認書面合約中，有註明企業合作關係的條款。
- 確定通過法務人員的審查，並同意合約。
- 依照公司簽約程序登錄，並將簽署好的最後版本合約建檔。



情境

有個同事告訴您，聽說公司的董事會前天開會聽取了重要的提案，很可能會影響公司未來營收。因為您不是從董事會得知消息，所以無法確定消息的真實性。您考慮跟其他同事提起這件事情，看消息是否正確。

怎麼做才能創造正當確實的價值？

以負責態度處理內部資訊

某些敏感的商業資訊對我們的成功非常關鍵。我們的參與者相信我們能妥善保護這些敏感的企業資訊。為了一己私利濫用內部資訊，或是洩漏給他人，可能會嚴重破壞這種信任，傷害公司及個人在誠信方面的聲譽。濫用其他公司的內部資訊也會讓我們和公司面臨風險。

我們的標準



小心保護公司、客戶與企業夥伴的內部資訊。不可根據內部資訊買賣公司有價證券，也不能擅自將資訊告訴他人。

須知事項

內部資訊是指情節重大，一旦公開就足以影響公司證券價格的機密資訊。內部資訊可能包含：

- 財務或營運成果，或是其相關趨勢。
- 重大企業決策和事件，例如和新合作夥伴建立大規模的企業計畫，或是失去重要買家。
- 進行中的併購、合資企業，或其他企業聯盟。
- 資本增減或與企業財務結構相關的其他重大變化。

處理方式

首先，您不應該與他人討論這個問題，因為這項重要資訊可能既敏感又機密，也就是內部資訊。您也應該告訴和您分享故事的同事，不要再繼續傳播，因為所有員工都有義務保護資訊避免洩漏。如果這項內部資訊洩漏出去，遭到濫用，就可能傷害公司名譽，導致分享資訊的員工受到重罰。





THE RIGHT WAY

- 小心保護企業或企業夥伴的內部資訊，避免洩漏。向法律顧問舉報未經許可的資訊外洩。
- 如果握有公司內部資訊，不得買賣該公司的有價證券。
- 不得把內部資訊提供給可能用來買賣相關公司股票的人。

注意

- 企業偶爾必須提供員工營運成果以及其他重要的企業資訊。衡量這些是否屬於內部資訊。如果確定是內部資訊，除非您確定公司已經將資訊公開，否則切勿透露給公司以外的人員。



情境

有個當新聞記者的朋友要您「私下」證實某個關於公司財務狀況的流言是否屬實。您並不是在財務部門工作，對公司的實際財務狀況也不清楚。您覺得自己大可告訴朋友，自己也聽說同樣流言，但一切純屬謠傳。

怎麼做才能創造正當確實的價值？



謹慎處理公開資訊

適當公開企業資訊能促進我們的商業利益，展現公司的傲人成績。這些公開資訊能讓客戶和大眾肯定我們為他們及所有參與者所做的一切。適當的資訊公開也有助於吸引及鼓勵投資人投資。此外，企業有法律義務公開資訊，並承諾對市場公開可能影響公司股價的具體事件。



我們的標準

須瞭解企業營運的某些重要訊息和財務狀況，
公開前必須完全保密。

THE RIGHT WAY

- 瞭解並遵守公司的資訊安全準則。除非公司已經對外公開，否則管理會議與其他高層主管會議所討論的具體資訊必須保密。
- 告訴索取公司營運資訊的官員、記者或公司以外的律師，我們有誠意幫忙，並會聯絡合適的人提供協助。
- 無論是否為職責所在，與新聞記者交談前，須先向公司的公共關係部門尋求指示。
- 發表個人意見時 (例如在業務會議或是網路討論區中)，不要暗示自己是代表公司發言。



處理方式

無憑無據的流言常會變成「公開接受的事實」，無論是對員工，甚至是新聞媒體。公司希望傳達恰當正確的營運資訊，以配合特定的法律規定，並維持投資人與其他參與者的信任。因此應該讓公司根據既定程序發表消息，而不是讓員工傳播未必真實的流言。

注意



小心處理下列狀況，或是任何消息走漏後會實質影響公司營運或股價的狀況。如果發生下列狀況，請通知主管，讓公司判斷是否要公開消息：

- 公司進行併購或撤資
- 公司進行重大資本的投資 (例如擴廠)。
- 公司對其他公司挹注大筆資金，或是將持股脫手。
- 公司面臨重大訴訟、有價證券集體訴訟，或是經營權爭議。
- 公司遭受鉅額罰鍰或重罰。
- 公司必須發佈大規模產品回收或下架。
- 公司進行大規模收購，或脫手有形資產，例如工廠或設備。

Code of Conduct Globalization:

- Coordinated by Compliance Team/CRO
- Translated by SDL plc
- Reviewed by Hui Chun Chen (Legal Part, LGETT)

