

# LG 合规指引

2019. 1. 1.



# 目录

## 导言

我们为何需要本指引  
本指引适用于谁  
对我们的期望是  
不合规

## 为了客户，保持诚实正直

负责任的营销  
产品安全  
产品/服务的高标准  
隐私和数据保护

## 为员工提供最佳组织

公平雇佣  
在工作场合互动中互相尊重  
健康安全的工作场所

## 为商业伙伴和市场进行公平交易

负责任地收集竞争信息  
合理使用他人信息  
公平竞争  
公平竞争：对待竞争对手  
公平竞争：对待渠道合作伙伴和供应商  
公平竞争：谨慎沟通  
尊重他人的知识产权  
禁止贿赂或不当支付

## 关心我们的社区

环境保护  
负责任的国际贸易

## 对股东的丰厚回报

信息安全和保密  
保护公司知识产权  
合适的电子通讯  
良好的记录与保存  
负责任地处理内幕消息  
谨慎的公开披露

# 导言

## 我们为何需要本指引？

LG是一家全球性的公司，LG员工因而也受制于诸多各类法律法规。显然，对每一位员工而言，要熟悉每一部或大多数法律法规都并非易事。此外，我们开展业务的众多地域还具有不同的文化背景。我们仍寻求协同一致，始终在所有市场区域及地域遵守适用的法律法规，并且尊重当地风俗。本指引是协助我们全体应对这些重大挑战的关键。

## 本指引适用于谁？

本LG合规指引适用于LG及其在海外的所有子公司。

## 对我们的期望是？

我们期望你：

- 在你的所有工作中展现对公司核心价值的认可，协助公司成为极佳的工作场所，从而使我们都能为我们的客户及其他利益相关方做到最好。
- 遵守你的工作所在地的法律法规。
- 力行与你的工作相关的公司政策。
- 不知何为妥善措施时，寻求指导。
- 提防可能违反本指引或公司其他政策的情况或行为。

对于员工中的管理人员的期望是：

- 确保下属员工知悉本指引的内容、以及自身在本指引项下的责任。
- 协助解答下属员工关于本指引本身或其日常运用的任何问题或疑虑。
- 以身作则，遵守本指引的要求，并就本指引在个人日常工作中的应用与下属员工进行沟通。

如果就本指引、或本指引如何适用于个人工作有任何疑问，请：

- 咨询你的上级，你的上级是帮助你解决工作相关问题的最佳人选。如果你的上级无法提供帮助，请联系相应的法律团队人员。

### 重视文化差异

当你访问或迁至另一国家时，请了解这一新环境，努力理解当地文化和习俗，注意当地法律法规可能与你的祖国有所不同。如你发觉任何可能影响业务开展的差异与冲突，与你的上级讨论后再决定合适的处理方案。

## 不合规

不合规将引发严重后果。

对法律法规的违反将使公司及相关个人均受严惩。不合规可引发一连串后果，包括刑事处罚、行政处罚、民事损害赔偿及惩罚性赔偿、没收所得、排除合同效力，终止商业关系，潜在的勒索、毁损商誉、在资本市场的负面评价。此外，个人还将遭受的严重后果包括罚金、拘禁、劳动法项下的索赔及惩处。

如你认为公司存在偏离本指引设定标准的风险，应：

- 先与你的上级就此进行沟通；
- 再联系你所在地区的指定合规经理，告知情况。

## 就潜在的报复进行报告

公司不容许对如实报告不合规者施加任何报复，并将对此作出处理。报复可能有多种表现形式，例如对某一人士的雇佣情况施加不公影响、以及一般类型的骚扰。如你认为自身或者他人因前述报告遭到报复，请立即告知人力资源部门。

请注意，公司将根据公司政策对存在以下行为的管理人员或员工处以纪律处分：

- 违反本指引
- 诱使第三方违反本指引
- 报复任何如实举报不合规事项的人士

不合规行为没有任何借口。

警惕以下借口：

- “虽然我知道这种行为是错误的，但我是在服从上级要求。”
- “我是为了客户的利益才这么做的。”
- “我是为了公司的目标或目的才这么做的。”

# 为了客户，保持诚实和正直

“客户至上”是我们一切活动的核心。我们通过始终从客户的角度出发考虑问题并实现客户对我们所有业务活动的高度期望，努力为客户创造切实价值。我们通过展现质量标准、遵守承诺并不断进行更好的产品创新，增强客户对我们的产品和服务的信任与依赖。我们必须继续坚定地在我们所有的行动中贯彻诚信原则，并与我们的客户建立真正的信赖关系。

## 假设情景

一件新产品因其品质设计而受到瞩目，如果公司能再突出它的另一项优点，它将成为一款热销产品。但是，这款产品在性能上仅提高了5%，其他方面似乎保持不变。我们的竞争对手通常会在广告中对性能提升度进行小幅度的“夸大”。你认为，如果我们宣传这一新产品能将性能提高10%，公司将更有竞争优势，反正没人能够衡量或感觉到此中的区别。

你如何创造正确的价值？



## 负责任的营销

公司基于产品与服务的质量和价值赢得并维持长期客户关系。因此，至关重要的是，我们应以负责任的态度营销这些产品，并凭借其合法的特性和优点进行销售。正因为我们在营销活动中展现的诚信，客户才会相信我们的说法。通过为客户提供做出最佳购买决策所需的信息，我们为客户创造了价值。冒着有损我们广受认可的商誉的风险，从事任何不负责任的营销活动，是得不偿失的。

## 我们的准则

协助确保公司进行负责的营销活动，特别是对于直接参与市场营销传播的开发或审查的员工而言。

## 你需要了解

市场营销传播包括但不限于：

- 广告和宣传物
- 产品标签和描述
- 调查材料，测试结果，竞争对手或其产品/服务的比较
- 内网留言板广告，以及其他可能并非面向我们客户的通信

从事市场营销传播、销售或其他涉及广告开发或审查的工作、产品贴标或促销，或与客户进行任何其他类型沟通的员工，应该知悉和理解所适用的公司标准、政策和程序。

我们的市场营销传播有广泛的受众，将受到客户、竞争对手和政府机构的审视。冒着有损我们商誉的风险，从事不正当的营销活动，是得不偿失的。

## 回答

不能仅仅因为竞争对手正在做某些事情，就理解为这些事情对于我们来说是正确的。更重要的是，我们必须检视我们的行为是否展现了为客户创造切实价值并尊重客户的经营理念。即使将夸大宣传控制在不明显的程度内，本质上仍是试图基于虚假信息进行产品销售。我们的客户希望我们诚实表述提供他们的价值，他们对我们的竞争对手有什么想法与此无关。





## 正确的方式

- 确保公司产品或服务的任何变化都能及时并准确地传达到相关部门。
- 确保市场营销传播、产品标签信息、包装和促销材料中对产品制造或来源的数据的说明是准确的，例如原产国或组装国。这是为了确保产品的宣传和贴标以正确方式进行。
- 验证广告公司或其他外部组织设计开发的营销材料是否符合法律和公司政策。
- 不允许任何公司营销材料含有欺骗性或误导性信息、或遗漏可以帮助客户做出好的购物选择的重要信息。
- 避免与竞争对手或其产品/服务进行如下类型的比较：
  - 无法被客观真实的数据证明的比较。
  - 对于竞争对手或产品/服务不公平的条件下进行的比较。
- 未经测试或其他可靠数据支持的主张（如产品/服务性能表现、产品/服务的优势或市场份额方面的主张），不得在公开营销中提出。
- 绝不将材料由外部组织设计开发作为不当营销的借口。

## 注意

- 对市场营销中的夸张表述多加小心。修饰可能是合适的营销手段，但它永远不应该让客户对我们的产品/服务的特征产生错误的印象，也不应与事实数据发生冲突。
- 更多地推销公司产品/服务的优点，而不是宣传竞争对手产品/服务的缺点。我们希望通过设计、制造和销售最好的产品/服务来引领市场，这一理念应该成为我们关注的焦点。不难想见，到我们的竞争对手将会仔细检查任何提及他们产品/服务的广告。出于对他们的公平，我们在提到他们的产品/服务时必须特别谨慎地选择表述方式。

## 假设情景

尽管我们的新产品符合强制性的安全规范，你对于产品是否绝对安全仍有疑虑。在这个时间点上对产品设计进行全面检查的成本过高，于是你考虑将这些“疑虑”注明在警告标签上。

你如何创造正确的价值？



## 产品/服务安全

安全性和可靠性是我们通过产品/服务创造的客户价值中的基本要素。我们致力于安全设计、优质制造和售后服务，因而有机会脱颖而出并展现我们对客户利益的关注。创新的重点之一是更安全的产品/服务。通过我们对客户安全的承诺，我们塑造了客户对我们产品/服务的信任，并表明我们真正重视我们的客户。

## 我们的准则

全力支持确保公司产品/服务的安全。为确保产品/服务对我们的客户是安全的，可对原材料、产品设计、制造、销售、产品使用或客户服务的一切方面加以任何质疑或提出任何疑虑。公司产品安全不应为包括设计、畅销性或成本在内的任何商业目标妥协。

## 你需要了解

产品/服务安全对我们来说是一个极为重要的关注点。如果未能采取适当的安全保护措施或对安全问题及时回应，我们可能面临包括监管制裁、诉讼和公司声誉受损在内的重大惩罚。

我们理解，创造客户价值不仅仅是为了避免引起责任。它象征着我们承诺致力于积极寻找机会、主动消除安全问题，从而提高我们产品的整体质量。因而，公司维持着支持产品安全的无数流程。端对端流程关注着产品安全，涵盖了设计（解决可预见的客户使用需求）、采购、制造、产品测试、质量控制和市场营销环节。产品售出后，公司会继续监控产品使用情况，以确定是否存在安全问题征兆，并采取必要措施确保客户的安全。

## 回答

清楚地提示所有合理可预见的危险的警告标签，是确保我们的产品对客户安全的一个重要和必要的举措。但我们的首要责任是使设计和生产的产品满足我们公司的标准和客户对安全的期望。当然，开发阶段后期的任何变化都会产生重大影响。因此，这次也是一个让其他部门的同事参与该决策的好机会。我们必须能够确信，我们的产品不仅符合安全标准，而且不会导致安全风险。



## 正确的方式

- 在产品的设计、采购和制造等可能影响产品安全的方面遵守所有公司政策和规程。
- 报告所有可能导致质量低劣或不安全产品的可疑或有缺陷的原材料、设计或部件。
- 就产品安全提出问题，最好是在设计阶段尽早提出，并且是在发现问题后尽快提出。
- 绝不为了满足其他商业目标而牺牲产品/服务安全。如果两者之间发生冲突，请告知你的上级。
- 不得省略、也不得允许他人省略任何质量控制步骤，因为这可能导致无法充分测试与确保产品安全。
- 不得允许供应商规避公司对产品来源采购的要求，否则可能导致最终产品中使用了不合标准或有缺陷的原材料或零部件。
- 不能因为任何可能的产品/服务安全问题是产品/服务开发后期提出的，就予以忽视。

## 注意

- 关注任何涉及我们产品的周期性发生或反复发生的安全事故。客户的安全高于任何其他方面的考虑。如果我们怀疑我们的产品有任何固有的设计问题或广泛存在的制造缺陷，我们有责任发出召回通知。
- 还要注意的，部分国家规定，制造商和经销商发现任何安全缺陷或未充分提示的警告标签，应立即向主管当局报告。
- 已经满足所有强制性安全规范和标准的产品/服务对我们的客户来说仍然可能是不安全的，我们的产品/服务也必须符合我们公司的安全标准。强制性安全规范是产品/服务安全的最低标准。基本上，不符合这些安全标准要求的产品/服务总会被认定为不安全的。
- 仔细倾听他人的疑虑，并从长期影响来考虑。一名同事对产品的设计、制造或贴标提出的问题或担忧可能揭示了产品安全潜在的风险。
- 即使你的具体工作内容不涉及产品/服务测试、质量控制或类似的活动，你仍然应对产品/服务安全负责。向适当的产品/服务安全人员告知你在使用公司产品/服务时遇到的任何困难，这些困难可能指向潜在的安全问题。

## 假设情景

你刚刚开发了一项创新功能，附有这项新功能的产品很可能在一个萧条而止步不前的市场中广受欢迎。关于这个新功能是否应该包含在产品测试条件中，相关规定并不明确；而且，由于这一新功能会消耗大量电力，你认为在测试中关闭该功能可能使得测试结果更好。

你如何创造正确的价值？



## 产品/服务的高标准

产品/服务的可靠性、耐用性和安全性是我们业务的核心。我们通过能承受严苛使用条件的高质量的产品/服务来丰富我们的客户的生活。客户每天都能体验到我们卓越的产品设计和制造，这正表明我们为客户提供持久价值的承诺。为达成该目标，我们制定了标准，并遵循着许多旨在保护客户的规定。这就要求我们设计、生产和销售满足我们自己设定的高质量和安全标准的产品/服务。

## 我们的准则

确保所有产品/服务在可靠性、耐用性和安全性上符合法规要求，并满足公司内部标准。如有疑问，无论大小均可提出，公司才能坚守生产本行业中最佳及最合规产品的承诺。

## 你需要了解

产品/服务说明书需要包含以下内容：

- 全面的产品/服务安全和关于可靠性和稳定性的内部标准
- 电磁兼容性
- 环境要求，例如有害内容物、再循环标签和节能
- 为未成年人、老年人和残障人士的设计考量
- 其他确保质量和与其他产品或服务兼容性的要求

我们的产品/服务影响着世界各地的许多客户。因此，不符合产品/服务标准的规定将造成严重后果，例如消费者诉讼、品牌损害、公司声誉损害、民事赔偿、高成本的召回、集体诉讼等。

我们的高标准不仅体现在我们的产品/服务本身，也体现在我们寻求这种体现的行为本身。这意味着在寻求产品/服务质量的验证和认证时，要做到最大程度的诚信和专业精神。负责质量标准保证的员工应熟悉我们的标准操作原则，并在测试产品/服务质量和验证产品/服务合规性时遵循这些原则。而且，一定要让当地专家参与，以协助确保公司理解并遵守当地的法规要求。

## 回答

作为一家专注于创新设计和功能以驱动客户价值的公司，我们的产品有时会涉及法律未明确规定的情况。无论法律条文如何规定，我们始终应将重点放在产品质量应该符合客户的期望。这意味着我们应该本着专业精神寻求监管部门的澄清意见，即使该意见可能对公司不利。由于我们期望客户在日常使用产品时使用这一新功能，向监管机构求证测试参数是否应该涵盖该新功能是一种不错的处理方式。



## 正确的方式

- 如果你的工作涉及产品/服务测试和质量，确保所有经评测的产品/服务在可靠性、质量、耐用性和安全性上既符合具体的质量/测试标准，又符合整体的质量/测试目标。
- 确保供应商生产的产品、产品部件或零部件符合指定规格。
- 关注你所在地区的产品/服务相关新法规，并及时向产品/服务开发人员或产品/服务标准相关人员转达。
- 如果不确定什么标准或测试协议适用于我们的产品或服务，请咨询你的上级或联系监管部门。
- 未遵循公司流程，不得替换已经经过测试的指定材料或零部件。
- 不允许虚假或不充分的产品/服务测试，包括：
  - 伪造或有选择性地只计入有利的测试数据。
  - 在不完整的测试条件下进行测试。
  - 规避适宜的测试协议。

## 注意

- 注意有关产品/服务标准的监管要求的变更，并不断理解这些重要要求。除非确定公司生产的是完全合规的产品或服务，应保持对公司经营方式的质疑态度。
- 警惕来自消费者团体、监管部门或竞争对手的关于产品不合标准或标识错误的投诉。
- 对供应商的设计、签约或制造流程的变更保持警惕。这些变更可能会对他们提供的材料产生不利的影响，为我们自己的生产流程带来问题。
- 在设计我们产品的变种模型时，应仔细考虑任何偏离基本模型的重大偏差，并始终确保这些变化得到恰当的沟通讨论。检查这些变化是否导致需要对变种模型进行单独的合规审查。

## 负责任的产品翻新

在日常服务客户的过程中，我们会翻新大量的退回产品和服务产品。这些经过翻新的产品的外观和功效都很完美，似乎重新包装并将它们作为新产品再次出售是理所应当的。但是，你应当知道：

- 尽管我们翻新的产品在功能上与新产品相同，但在法律上，它们仍然被认为是“使用过”的产品，因此不能将它们作为新产品进行销售。确保客户在购买我们的翻新产品时清楚地理解他们在购买“翻新”产品。
- 大多数客户期望他们的服务产品能使用新零件进行修理。如果实情并非如此，稳妥的做法是在产品保修证明中说明这一事实，以防客户可能产生任何误解。



## 假设情景

你在客户关系部门工作，职责之一是分析从我们的呼叫中心收集的数据，以帮助改进产品/服务的质量。某个海外市场营销部需要获取你所在地区的原始客户数据，为新产品/服务的推出制定营销策略。你知道我们的呼叫中心在提问之前需征求通话客户的同意：你不确定把这些数据交给市场营销部门是否合适。

你如何创造正确的价值？



## 隐私和数据保护

随着我们在全球的业务扩展，在许多业务活动中，我们越来越多地依赖于客户的个人信息。虽然通过技术手段增加了个人信息流通的途径和速度，但也增加了个人信息被滥用的风险。客户依赖于我们保护他们与公司分享的个人信息免于未经同意的使用和披露。通过展现诚信和落实客户的信任，我们进一步鼓励个人信息的分享，以帮助客户创造更好的价值。

## 我们的准则

了解和遵循有关负责任地收集、处理和分享我们客户个人信息的法律和公司政策。

## 你需要了解

个人信息被定义为可以单独或共同用于识别任何在世人士的符号、文本、图像、音频/视频和其他数据。这意味着个人信息至少包含以下内容：

- 个人身份证明，如社会保险号码和驾驶执照号码。
  - 各种非独特信息，如年龄、婚姻状况、宗教信仰、职业、甚至兴趣爱好。
- 我们将个人信息视为公司保密信息，以防止未经授权的披露。

参见第38页的“信息安全和保密”。

## 回答

制定有效的营销策略是一项重要的优先事项，负责地处理个人信息并符合相关法律也是如此。对使用个人信息的同意一般仅限于特定用途，我们在分享个人信息时应遵从这些限制。这体现了我们与客户交往中的诚信。对于跨国界发送个人数据，尤其是来源于欧盟的数据，公司还可能负有一定法律责任。



## 正确的方式

- 仅在合法的商业目的内获取、使用和保存提供给公司的个人信息，遵守公司对这些信息的使用限制。
- 遵循与外部或跨国界分享个人信息（尤其是在涉及欧盟时）的公司流程。确保这种情形仅限确有必要时发生，并且数据提供者已事先明确同意此种转移。
- 像保护公司的保密信息一样保护你获取的或可接触的个人信息。例如，勿将含有这些信息的文件或记录置于完全无保护的状态，也勿将其提供给没有正当业务需要的同事。
- 尊重数据提供者对其个人信息享有的权利，其有权查看、修改、销毁已经向公司授权使用的任何个人信息，并有权撤回使用该等信息的同意。
- 报告个人信息被不当披露、丢失或修改的案例。
- 未取得所需的个人信息提供者的同意，不得分享、披露、修改或损坏个人信息。
- 除非确定信息收集地当地法律允许，否则勿将个人信息向该国国外转移。
- 除非信息使用目的已由信息提供者同意并为我们所知，不得接受我们商业伙伴提供的个人信息。
- 不要在电脑上留下不必要的或与工作无关的个人信息。如果个人信息是与工作相关的，工作完成后应立即删除。

## 注意

- 并不是所有个人信息都是通过像公司网站这样明显的渠道获得的。在我们每天不假思索地处理的日常商业文件和材料中，也可能包括个人信息。在公司内部或外部共享这些文件时，较好的做法是删除其中的个人信息或将个人信息匿名化。
- 注意以下个人信息：
  - 与我们的渠道合作伙伴和供应商的日常业务交流中包含的客户、员工或我们合作伙伴的员工的姓名和联络信息。
  - 调查问卷，客户申诉日志和其他用于市场调研和质量保证的数据。
  - 客户退回公司的产品（如手机或电脑）中的个人信息或数据。
  - 涉及数据主体隐私的敏感信息或数据，包括但不限于种族或族裔、政治观点、宗教或哲学信仰、行业协会会员身份、基因数据、生物特征数据、健康数据或有关自然人的性生活或性取向的数据。

## 为员工提供最佳组织

我们坚信，人是我们最重要的资产，尊重个人的创造力和主动性是创造价值的基石。基于尊重的管理制度体现了这些信念，并确保了一个可以激发创新的积极的工作环境。当我们的同事表示尊重并支持安全、公平和多样化的工作环境时，也有助于将我们的客户和其他利益相关方的利益最大化。

## 假设情景

你的下属员工中，各有一名男性和女性均有资格晋升到部门内的同一管理职位。两人拥有相同的资历和相似的经验和教育经历，其中女性员工业绩记录更佳。你的部门中，女性员工一向较少，也未曾有过女性管理人员。你不确定在这个未曾由女性管理过的部门，一名女性能否处理好管理责任。

你如何创造正确的价值？



## 公平雇佣

我们相信，基于尊重的管理制度应对所有与我们共事的同事一视同仁。当我们做出公平合理的雇佣决策并确保机会平等时，我们就能更容易地吸引、留住和发展人才，并培养多样化的想法和能力。这种做法可以帮助我们创造一个气氛愉快的、充满尊重的工作场所，并激发对我们的客户和其他利益相关方有益的创新和创造力。

## 我们的准则

在制定与雇佣有关的决策时，只考虑正当的业务需求和个人的能力与业绩。

## 正确的方式

- 根据公司的需要和个人的资历，作出关于招聘、录用、薪酬、福利、培训、晋升、委派、调任以及社交和娱乐项目的所有雇佣决定。
- 在做出雇佣决定时，应清楚该份工作的书面要求，避免基于不相干或不适当的考虑做出决定。
- 在面试应聘者时，明了哪些问题是不合适的或者是可能非法地含有就业歧视的。例如，在许多国家，你不应该询问应聘者的宗教信仰、或者是否已婚或已育。如你不确定问题是否合适，请向人力资源代表或法务团队人员咨询求助。
- 不要基于与工作无关的不适当考虑因素而区别对待其他人士，此类不适当考虑因素包括：
  - 年龄、种族、肤色、性别、宗教、国籍或出生地、性取向、残疾、其他与工作无关的特征。

## 回答

你的确应该关心你的部门在未来的成功发展，同样也应该关心下属的成功与其对公司的贡献。基于尊重的管理制度要求我们根据每个人的资质和才能来对待他们，并忽视不相干的事项。此外，我们为客户服务的承诺，也引导我们选择能够帮助实现这一目标的人。请选择最适合这份工作的人，并帮助他或她迅速适应新角色。



## 注意

- 应谨慎处理“只有特定性别、年龄或背景的人才有资格从事某项工作”的说法。某些职位可能有些特别的要求，比如需要能够举起重物。这样的要求应该是正式职务描述的一部分，并且是出于该职位工作性质考虑的合理要求。但是，职务描述中，不应就“正确的方式”所列的不适当考虑因素而区别对待任何个人。
- 对于基于不适当考虑因素雇佣合同工或雇佣其他外部人员的建议，保持怀疑。公司对机会平等的承诺适用于所有为公司服务的人。
- 一些业务单位、部门或工作小组可能对工作纪律有不同的政策，例如病假或产假。这些政策变化可能是由于当地的法律和惯例所致。在任何情况下，这些政策都应该是书面形式的，并符合当地的法律要求。
- 切记“多样化”不仅可指向个人的背景情况，也可指向个人的观点和想法。积极鼓励各种多样化，帮助公司营造鼓励创新和创造性解决方案的环境。

## 假设情景

你被指派为一个工作小组的新经理。当你与你的新下属熟悉起来时，你注意到其中一些人在工作场合随意说笑，并作出其他明显不恰当的言论。然而，你的新下属中似乎没人认为这些言行存在任何问题。有些人甚至声称，这就是他们培养团队精神的方式。你不确定是否要改变这种似乎顺畅运作的团队文化。

你如何创造正确的价值？



## 在工作场合互动中互相尊重

我们看重的是一个所有员工都能体谅他人，在日常互动中尊重彼此的工作环境。这些互动能让工作同事自然地引入新的想法，建设性地挑战当前的想法，并在工作时明白他人会感激他们的贡献。一个热忱的工作环境为个人创造发挥作用的机会——引导我们为客户创新，更好地服务于所有的利益相关方，并实现更大的事业上的成绩和个人的成就感。



## 我们的准则

在与同事和他人的互动中相互尊重体谅，避免以可能被视为冒犯或敌意的方式对待他人。此外，永远不应骚扰、诋毁或威胁同事或其他员工。

## 你需要了解

不当行为包括因个人的年龄、种族、肤色、性别、宗教、国籍或出生地、性取向、残疾或其他个人特征而对个人的贬损。

包括：

- 对他人表达的言论（比如评价或取笑），乃至言论的表达方式。
- 身体或视线接触，姿势或眼神。
- 使用技术手段，例如发起不适当的通话、短信或电子邮件，或访问不适当的网站。

不当行为还包括性骚扰，以及令人生厌的以性为目的的行为、评论或暗示。这些行为可能与雇佣条件（例如薪酬、晋升、分工）或个人参与性情境或性关系的意愿有关。不当行为还包括使得他人处于不适的工作环境的行为。

报告问题：如果你发现或经受了任何形式的骚扰，应该向你的上级或人力资源代表报告。公司将及时调查所有报告并采取适当的纠正措施。公司严格禁止对如实报告疑似不当行为者施加任何形式的报复。

## 回答

对于互相尊重的工作场所的培养，管理者具有特别责任。这不仅意味着需要对不当行为进行处理，而且还包括需要营造一种不容许不当行为的氛围。一个重要认识是，某人会否因不当行为而感觉受到骚扰或贬低，是难以确认的。因而我们必须关注行为是否本身“不恰当”，而不是行为能否被他人接受。即使你的小组中每个人都对不恰当的行为习以为常，也不意味着该行为就应当在你的小组存在。



## 正确的方式

- 在与同事和他人相处时表现出尊重和关心。
- 注意别人如何理解你的言行。
- 向你的上级或适当的人力资源代表报告疑似的骚扰或其他不当行为。
- 如果你是管理人员，特别需要留意自己和下属的不当行为。
- 勿以可能被别人视为冒犯、骚扰、恐吓、诋毁或敌意的方式行事，包括：
  - 在与他人的交流中取笑或贬损他人。
  - 以身体姿势或眼神贬低他人。
- 勿使用电话、电子邮件、电脑、互联网或其他技术手段来展示或传达不适当的内容。
- 勿以可能造成敌对工作环境的方式行事，亦勿使他人认为，其为了就业相关考虑必须屈从于性要求。

## 注意

- 切记，他人会无意中听到或以其他方式听闻你的言语。即使是在与朋友进行私下谈话时，也要避免做出不恰当的、可能被认为具有冒犯性的评论。
- 对于哪些行为方式是为适当，每个地区和国家具有各自的风俗习惯。如果你在祖国之外进行差旅或工作，试图理解这些差异并对此保持敏感。要知道，在你的祖国是合适的，并不意味着在其他地方也是合适的。
- 理解你的管理职位或资历会影响他人对你行为的接受程度，谨慎对待你向资历较浅的人士作出的言行。
- 注意你在公司工作中对他人（无论男女）的行为是否恰当。

## 假设情景

在公司任职的数年期间，你从未见过任何人因为工作而生病或受伤。另外，由于所在国家的法律并不要求严格的安全防范措施，而且监管处罚的风险也很低，你想知道是否有可能跳过一些高于本地标准的规则。

你如何创造正确的价值？



## 健康安全的工作场所

当我们把健康和安全放在首位时，就有可能出现极佳的工作环境。我们承诺坚持以尊重为基础的管理制度，即通过关心与我们共享工作场所的他人和我们自己的福利，实现我们对工作场所的自主权。因为员工福利至关重要，我们不满足于仅仅遵守法律，而是始终以严格的健康和安全标准为目标和责任。坚守我们的承诺，就能预防所有的事故和伤害。健康和安全是应优先实现的公司目标，我们不应该因为公司的任何其他目标而牺牲健康和安全。

## 我们的准则

在行动中，始终考虑良好的工作场所健康和安​​全，遵循适当的健康和安​​全法律、法规和原则；并鼓励同事在行动中也作同样处理。

## 你需要了解

公司致力于制定政策和程序来不断改善健康和安​​全状况、促进工作场所的健康和安​​全，满足行业标准和所有相关的当地法律和法规要求。这些努力是为了防范可能伤害员工或商业伙伴、损害公司财产或者损害公司商誉的风险。我们寻求在整个供应链和我们为客户提供的产品和服务中提升这些良好实践。为实现这些目标，每个企业的管理层都有责任鼓励和充分培训员工，以满足公司对健康和安​​全的期望。



## 回答

公司的环境安​​全和健康手册和准则体现着我们对于工作场所的健康和安​​全的承诺。遵守这些规则是非常重要的，无论它们看起来有多细微或无关紧要；即使是最微不足道的规则也有其目的。

## 正确的方式

- 报告工作场所的事故、伤害和任何不安全的情况。
- 根据需要使用防护设备。
- 参加必要的健康和安全教育培训。
- 准确记录数据并报告影响健康和安全的操作。
- 与供应商和其他商业伙伴合作，为我们和他们在双方的工作场所促进健康和安全的。
- 绝不牺牲工作场所的健康和安全来满足其他商业目标，即便其他目标也是高优先级的目标；遇到目标冲突时，应立即与你的上级进行商讨。
- 如果不确定活动中维护健康和安全的必要流程如何开展，勿启动该项活动。

## 注意

- 工作场所发生的事故往往发生在那些已经在公司工作多年的员工身上，而非仅发生在新员工身上。所以，要时刻对安全保持警惕，保护自己和他人。不要为他人树立不良榜样。
- 在与供应商或其他商业伙伴合作时，应了解在他们的工作场所必须遵循的健康和安全管理措施。
- 留心你当前的状况（如缺乏休息、服用药物），这可能会危及你或他人的健康或安全。意外会发生在你最意想不到、对安全风险过于懈怠的时候。如果觉得你目前不适合工作，可与你的上级沟通。

# 为商业伙伴和市场进行公平交易

成功服务客户依赖于我们吸引世界各地的众多客户、供应商、渠道合作伙伴和承包商，并和他们建立良好关系的能力。无论是在与我们的商业伙伴的交往中、还是在我们的市场商业行为中，都应坚持以公平、机会均等、以及“在规则内取胜”的价值观指引我们的行动。坚持公平和机会均等，我们才得以建立相互尊重和信任的关系。我们只承认通过适当手段获取的成功，并由此确保了有利于客户的、奖励创新性和创造力的商业环境。

## 假设情景

你在面试一位目前在竞争公司任职的应聘者，其向你展示了目前工作的相关材料。这些材料似乎是竞争公司的保密信息，取得这些信息将切实增加你的部门的竞争力。应聘者向你展示这些信息并非你的过错。所以，你在考虑可否留下这些材料，“这样可以更好地评估应聘者”。

你如何创造正确的价值？



## 负责任地收集竞争信息

了解我们的市场或服务客户至关重要。我们评估竞争对手和其他市场信息，以确定我们客户的利益和需求，以及我们应该如何发展或提高我们的产品和服务。在这个过程中，我们通过尊重竞争对手的权利、尊重公平竞争规则来展现我们的正直。通过显示我们能在规则内取胜，我们保持着品质卓越和业绩斐然的商誉。

## 我们的准则

只使用或收集来源合法和有权获取的关于竞争环境的信息。

## 正确的方式

- 依赖公开发布或广泛提供的竞争情报来源，包括研究报告、报纸和营销材料等。
- 确保竞争信息的提供方明白我们只接受合法获得的信息。
- 现有或潜在客户如向我们提供保密信息，我们不应与他们就其需求进行交流；除非我们已被授权可获知他们的保密信息。
- 告知新员工必须遵守与前雇主或其他第三方订立的任何合法的保密协议或具有类似义务的条款。
- 如果你录用了曾为竞争对手工作的人士，勿向其索取保密的竞争信息。
- 不要直接从竞争对手接收他们的信息。这不仅是收集竞争信息的非法手段，而且与竞争对手分享信息可能表明竞争者之间存在不正当的合意。参见第23页“公平竞争：对待竞争对手”。
- 勿以说谎或虚报身份的方式获取竞争信息。
- 不要借助研究机构、咨询公司或其他第三方从事你或公司不被允许从事的行为。
- 不要向商业伙伴询问或接收任何你明知是保密地提供给他们的有关竞争对手的信息。

## 回答

我们竞争的基础是我们的努力工作、创新性想法和理解客户需求的能力，而不是我们不被允许获得的信息。与新员工讨论某些事项可能是合适的，例如如此人的工作经验和一般专业知识。但不应要求他人泄露另一家公司的保密信息，亦不应要求其违反保密义务。如果你已经接触了竞争对手的保密信息，请联系公司的法律团队人员，以免你被认为不正当获取保密信息。





## 注意

- 勿轻易向公司的代理、零售商、经销商或顾问，以及之前在竞争对手处工作的人询问或接受任何有关竞争对手的信息。请寻求你的法律团队人员的意见。
- 若代理商、零售商、经销商或其他第三方不愿意讨论他们收集竞争信息的方式，应当保持警惕。这可能意味着该等信息是以可疑的方式获得。
- 如果有关竞争者的任何信息意外地从匿名来源泄露，请谨慎行事。在审查材料前，请寻求法律团队人员的意见。

## 假设情景

你在办公桌上发现了属于商业伙伴的保密材料。你知道我们的合作伙伴经常分享关于他们的计划和产品的信息，以促进我们公司之间的新业务。这些信息将非常有助于你计划推出新产品。

如何正确创造价值？



## 合理使用他人信息

对商业伙伴保持诚信意味着我们信守承诺，并且尊重合作伙伴的权利和商业利益。正如我们期望他人能尊重我们对公司保密信息的权利一样，我们的目标是同样地尊重我们的客户、渠道伙伴、供应商和其他商业伙伴对属于他们各自的信息的权利。

## 我们的准则

谨慎地获取、使用和分享属于他人的信息，并遵循适当的使用准则。

## 正确的方式

- 谨慎接受潜在竞争者的保密信息。这样做可能会引起信息由谁原创的争议。
- 当客户和商业伙伴为商业用途向我们提供他们的保密信息时，向他们询问该等信息的使用条件。
- 在分享他人信息时，请确保该等信息的所有者已被标明。
- 不要忘记在接收保密信息前始终签署保密协议。若有疑问，请与你的法律团队人员确认。
- 在未明确他人的保密信息的使用准则和限制的情况下，请勿使用该等信息。

## 回答

如果你不知道信息的来源、或者不确定我们使用该等信息的权利，最好和法律团队人员进行确认。公司如接收保密信息，可能同时被要求对合作伙伴承担某些我们并不愿意接受的义务。即使信息是通过适当的方式获取、而且我们有使用授权，核实相关条件和权利显示了我们商业伙伴的诚信和尊重。



## 注意

- 了解公司在接受商业伙伴的保密信息时所同意的使用条件。确保公司能够满足这些条件，而且该等条件不会对我们的业务活动造成意外的限制，例如限制公司发展类似的产品或经营理念。
- 对任何似乎无法公开获得、不属于公司且未标明所有权的信息保持谨慎。该等信息可能是以不正当手段从其他公司获得的。不要简单地假定同事们已了解过它的使用准则。

# 公平竞争

我们理解，竞争性的市场的重要之处在于它能够鼓励企业创新、从而最大限度地服务于客户和社会的利益。坚持公平竞争规则，能使得市场壮大并富于竞争性，并对保持我们的创新能力、为客户创造价值至关重要。我们遵守这些法则，不仅可以改善社会，也可以帮助公司和商业伙伴更好地实现客户价值。我们致力于遵守我们开展业务的所有国家的公平竞争法。我们对公平竞争的坚持不仅有助于我们与商业伙伴和客户之间建立信任关系，还有助于我们成为一个更强和更具创新性的公司。

## 你需要了解

公平竞争法相当复杂，并且因国界而异。某些情况下，难于界定是否构成违反公平竞争法。一些国家已经将其法律的约束力扩展到国界之外，也有许多国家加强了相关执法和惩罚。

如果你的工作涉及销售、市场营销、研发、生产计划、设备或材料的采购或与我们的渠道合作伙伴或供应商进行谈判，你尤其需要了解公司的公平竞争政策以及它如何适用于你的工作。

一般而言，公平竞争规则限制或禁止以下情况：

- 竞争对手之间，以及公司与其客户、渠道合作伙伴或供应商之间达成的，不公平地限制竞争的协议或默契。
- 公司滥用其在供应链或市场中的地位，特别是在与较小公司的关系中，获得相较于其他公司不公平的优势。
- 可能抑制公平竞争的潜在的合并、收购、合资或其他联合，且未经政府或监管机构的事先审查和批准。

违反公平竞争规则的个人将面临严重的刑事处罚，包括长期监禁和巨额罚款；这些惩罚措施适用于参与前述违法行为的所有个人。这也将导致巨额公司罚款、重大集体诉讼和限制我们在该国开展业务的方式，从而对公司造成毁灭性后果。出于这些原因，公司对可能会违背这些规则的经营活动非常谨慎。

遵守以下原则以避免发生问题：

1. 运用独立的商业判断：根据你对情况的客观评价做出决定，并仔细考虑已知的事实和现有的选项。
2. 如果你收到竞争对手存在违法行为的消息，请告知你的法律团队人员。
3. 不确定如何行动是好时，请寻求帮助。
4. 向法律团队人员通报来自执法部门的任何消息。未经法律团队人员的批准，不要提交任何文件或材料。

## 假设情景

公司的渠道合作伙伴之一要求我们将我们的售价压到非常低。这位买方不愿让步，并声称我们的竞争对手已经实行了这一售价，甚至还是主动提出按这一价格实行。你认为，除非在市场上发生了你不了解的重大而棘手的变化，竞争对手不可能提出这一售价。你考虑和竞争对手核实这一售价，只是为了确保渠道合作伙伴说法的真实性。

如何正确地创造价值？



## 公平竞争：对待竞争对手

我们要尊重我们的竞争对手，避免出现不当交往的情况。一般来说，竞争对手之间的联系可以导致公平竞争问题的发生。我们的首要职责是为顾客服务。在一个的壮大的、竞争激烈的市场中，我们通过支持鼓励持续创新和成功的规则，来服务我们的客户。

## 我们的准则

在未经法律团队人员批准的情况下，不得与竞争对手达成任何合同、协议，或正式、非正式或隐含的合意。在鼓励公司效仿竞争对手的行为之前，应寻求适当指引。监管机构可能会将这一效仿举动误读为具有限制竞争的性质。

## 你需要了解

不适当的协议并不完全是关于客户价格的，还可以是涉及任何可能影响价格或客户选择的事项，如：

- 固定价格：同意为渠道合作伙伴或客户实行任何形式的定价，例如使用定价公式，折扣或回扣，或同意为支付给供应商的价格定价。
- 串通投标：同意为客户或渠道合作伙伴业务的投标方式，如商定投标的价格或其他条件。这种行为通常是为了使竞争对手轮流赢得客户机会。
- 运营、生产或分销协议：同意就生产或分销产品的数量或其他方面进行限制，或同意其他运营活动。
- 市场、区域或客户分配：同意分割市场、区域或客户，以便在划分后的每一单位内减少竞争。
- 集体抵制：同意不与客户、经销商或供应商中的特定个人或群体进行商业往来，直至被抵制者同意采用对抵制者更优惠的价格或其他条件。

协议无需履行、甚至无需是出于签约者的本意，便可成为非法协议。即使各方未能达成协议，任何一方无意保持一致，仍可视为意图违反公平竞争法。

## 回答

与竞争对手交流定价信息永远不是正确的解决办法，而且这在许多国家是不合法的。我们应基于自主定价决策进行竞争，更重要的是，基于我们的产品和服务提供给客户的真正价值进行竞争。我们需要利用我们合法获得的数据来了解我们定价的竞争力。





## 正确的方式

- 避免在没有特定商业目的或者没有确定性的合法议程的情况下聚集竞争者。
- 在竞争对手合法聚集的场合，当竞争对手之间的讨论开始涉及价格或其他有风险的问题时：
  - 明确表示这一讨论违反了公司政策。
  - 不参与这场讨论，并确认你的声明和离席有记录可证明。
  - 立即将情况通知你的法律团队人员。
- 未经法律团队人员批准，不得与竞争对手交流具体信息，也不得凭借“一揽子”的宽泛批准进行定期的信息交流。例如，不要交换以下信息：
  - 定价
  - 产量
  - 客户名单
  - 销售地区
  - 信贷条款

## 注意

- 避免与竞争对手讨论、交换信息或进行其他交流。即使是最普通的交往也可能被误解，并危及我们公司的声誉。
  - 当竞争者之间的某些活动（例如合资企业设立或研究项目开展）是以为客户服务为目的、以无法由单个公司单独进行的方式展开的，这一做法可能是恰当的。但请始终确保在与竞争对手进行这种安排前征求法律团队人员的意见。
-

## 假设情景

我们公司是某个供应商的唯一客户。在这段商业合作关系中，双方存在很多分歧，供应商可能认为受到了不公正待遇，而且对公司而言也并非合作进展顺利。你想终止这一合作关系。

你如何创造正确的价值？



# 公平竞争：对待渠道合作伙伴和供应商

公平竞争涉及我们如何与竞争对手以及我们的供应商、渠道合作伙伴、承包商和其他商业伙伴进行商业往来。我们的关系最终应该着重于服务客户和与我们的商业伙伴进行有效合作，而非不正当地限制公平贸易。为了实现这一点，我们努力与商业伙伴建立互信和协作，确保我们的商业伙伴拥有平等的机会，并在我们所有的商业交易中展现出公平和透明。

## 我们的准则

我们要在与渠道伙伴、供应商和其他商业伙伴的业务关系中展现出公平和正直。向我们的渠道伙伴提供建议零售价格、或与我们的供应商设定采购条款时，请保持谨慎。

## 你需要了解

涉及我们商业伙伴的不正当的商业活动包括：

- **拒绝交易：**在缺乏正当理由的情况下，拒绝和潜在的或之前的合作伙伴进行交易。这可能潜藏着与竞争对手划分客户的企图。
- **公平地利用优势交易地位：**利用公司对于供应商或渠道伙伴的优势地位来强迫执行对其不公平的价格、拒绝或延迟付款、强加销售目标、重新确立商业条款、干扰管理或其他不公平的活动。
- **价格或补贴歧视：**无合理理由，在常规定价结构之外为某些渠道合作伙伴设定价格。提供非财务支持也在此之列。
- **与某些合作伙伴或在某些领域的排他性交易：**设置不合理地限制我们合作伙伴的经商自由的条款，包括要求合作伙伴不得与竞争者交易、以及设置排他性销售领域。
- **转售价格维持：**要求渠道合作伙伴以一定价格出售公司的产品，以合作伙伴的定价决定为由拒绝向其出售，或基于其他合作伙伴的投诉、以特定渠道合作伙伴没有维持转售价格为由对其进行惩罚。
- **搭售和捆绑销售安排：**要求合作伙伴向公司出售或自公司购买配套产品或特定的不相关产品，从而公司也对合作伙伴作出同样安排。
- **掠夺性定价：**以不公平的低价（例如低于成本价）向渠道合作伙伴或客户出售，或以不公平的高价从供应商处购买，以排挤竞争对手。



## 回答

公司有权选择自己的商业伙伴。此外，我们要作出合理的努力，以帮助我们的商业伙伴获得成功。只要我们基于真实数据和良好的判断力做出这些决定，我们大致不会违反公平竞争规则。我们应当真诚地努力说服供应商，这一不再继续合作的决定是在公平合理的基础上做出的。同时，确保您作出的决定所基于的经销商业绩是有书面证据记录。在与供应商中断合作关系之前，最好与法律团队人员共同审查这一情况。

## 正确的方式

- 在制定新的采购定价标准、作出关于公司如何对待商业伙伴的其他决定时，应当审查公司的全球采购政策“Goodbook”，确保预定方案不会导致与我们的业务合作伙伴之间发生不公平的交易。
- 与法律团队人员共同审查可能引起商业伙伴受到差别待遇的新的营销、促销或定价策略。
- 当对商业关系中的价格、数量或其他条款作出重大变更时，请清楚地传达我们作出该等变更的理由、标准或基准。确保我们的合作伙伴明白，公司是在公平客观的基础上做出这些决定。
- 在公平客观的基础上作出涉及相互竞争的商业伙伴的决定、或与现有商业伙伴终止业务关系。此外，确保可提供书面证据证明这一决定是合理和合法的。
- 绝不强迫我们的渠道合作伙伴以特定的零售价格对外出售。可以提供建议零售价格，但若提出奖励或处罚、终止交易的威胁或暗示，将违反公平竞争法。
- 避免与两个或多个渠道合作伙伴同时会面讨论可能不利于竞争的问题，例如渠道合作伙伴的选择或区域划分。
- 未经法律团队人员事先审查，不得达成任何有违公平竞争精神的协议或合意。

## 注意

- 公司与其合作伙伴达成的任何合同、协议或合意，都可能包含导致公司违反其标准或其他法律要求的条款。
- 有时公司的商业伙伴也可能是竞争对手。在这种情况下，公平竞争的标准变得更加难以适用，此时应该咨询法律团队人员。
- 需特别注意在对我们的业务依赖度很严重的小规模合作伙伴。如果我们作出的行动对这种合作伙伴不利，将更有可能被视为我们在滥用在供应链中的地位。
- 如果你没有适当理由就拒绝与特定的商业伙伴达成潜在业务，公平竞争当局和被拒绝的机构可能会怀疑公司预谋分配客户，或是试图以不当方式加强其市场主导地位。

## 假设情景

在与渠道合作伙伴交谈后，你确信竞争对手即将提价。你认为这表明公司也可以提高价格。你考虑向你的上级提交书面建议“公司应该提高价格，因为据了解竞争对手正在提高自己的价格。”

如何正确地创造价值？



## 公平竞争：谨慎沟通

该公司在内部和对外沟通都应遵守公平竞争要求。我们所说的和所写的为我们如何对待竞争奠定了基调，反映了我们为确保行为不违反公平竞争规则而作出的巨大努力。我们致力于避免不公平竞争行为的出现。在公司业务活动中进行联络时，始终要考虑公平竞争的规则。

## 我们的准则

谨慎对待与公平竞争问题相关的公司口头和书面沟通。决不表示公司对于涉及不正当竞争的安排感兴趣。

### 你需要了解

公司沟通有多种方式，所有这些都助于增加或损害公司的声誉。这些沟通方式包括：

- 书面备忘录、电子邮件和便条纸和即时信息。
- 向合作伙伴、客户、供应商、管理层和同事进行正式的演示。
- 在合作伙伴会议、行业聚会或新闻采访中发表的声明，甚至是随意的谈话。

## 回答

销售人员和其他员工从第三方渠道（例如研究机构）获得市场信息是合法和适当的；反之，直接从竞争对手或合作伙伴那里获得这样的信息是不适当的。当你交流这些敏感信息时，你应该清楚地表示这些信息的来源，以避免就你获得信息的方式产生疑问。在本次情况下，你给上级的备忘录表明，你不正当地直接从竞争对手那里得到了该等信息。你应该从适当的来源获取信息，并辨识信息的来源。



## 正确的方式

- 通过口头或书面方式进行关于公司及其活动的沟通时，应考虑公平竞争标准。
- 假设所有的公司通讯都可以由法律主管部门进行审查，例如你通过电子邮件等文件进行的沟通，从而避免使用误导性的语言导致公司的竞争行为给人留下错误的印象。
- 避免对行业趋势（如定价）发表评论，这可能表明该公司已与竞争对手达成了合意。
- 辨识你所书写的任何竞争信息的来源，以证明它是正当地获得的。
- 不要贬低竞争对手或其产品或服务。任何产品或服务的比较必须是真实的，并且有证据支持。参见第4页的“负责任的营销”。
- 不要使用可能引人误会我们对待竞争对手的方式的说法。注意避免的说法包括：
  - “赶走竞争对手”
  - “破坏竞争”
  - “我们将主宰市场”
  - “与竞争对手合作”
  - 我们与竞争对手“达成了共识”

## 注意

请根据法令或其他要求保留与诉讼、监管要求或与其他法律行动有关的公司通讯记录，即使公司的保留程序将其标注为准备销毁的材料。不当地毁坏这些通讯记录会对公司造成真正的损害。参见第43页的“良好的记录与保存”。



## 假设情景

由于请来了为人熟知的名人开展广告促销活动，公司的某款产品在海外热销。因为这位名人在你工作的国家也具有知名度，你确信在你工作的地方重新使用这些广告将是实惠而高效的促销手段。你知道公司已经取得了这个名人的形象宣传权授权，所以你所需要做的就是改造这个广告使其符合你所在国家的语言和风格。

你如何创造正确的价值？



## 尊重他人的知识产权

公平竞争意味着对他人的知识产权表示尊重。就像我们期待其他人尊重我们所拥有的知识产权一样，我们尊重他人的知识产权应展示出公平意识，并在进行我们自己的构想时小心谨慎。在这样一个需要迅速提出好主意才能保持竞争力的高科技公司中，我们对他人的知识产权的注重真正表明了我们对这些原则的坚持。

## 我们的准则

对他人的知识产权表示尊重。只使用我们取得使用权的信息或材料，例如在其所有人的允许下使用。

## 正确的方式

- 调查我们取得的或计划使用的材料、信息、媒体（例如图片、音频和视频）或其他的概念是否为他方所有。如是，确认使用这些信息的要求。
- 确保理解公司被授权使用知识产权的条款和条件。
- 避免未经允许擅自使用他人拥有的设计、技术、媒体或信息。
- 决不使用或共享你或公司非法获得的他人的商业秘密。

## 回答

我们想要向他人的知识产权表示尊重和敬意——这不仅包括我们的竞争对手，也包括我们的商业伙伴。这将涉及根据我们与商业伙伴达成的合意，了解我们能做和不能做的限度。在这种情况下，重要的一点是几乎所有的宣传权授权都有地理区域限制。我们应在使用商业伙伴的知识产权时保持勤勉与谨慎，以此与其建立信任关系。



## 注意

- 注意我们的供应商提供的用于组装我们最终产品的零部件所运用的技术，这可能属于供应商的知识产权。
- 尽管互联网上的某些图片、音频、视频或其他媒体看起来是可供免费使用的，仍然保持谨慎，避免假定这些材料未经授权即可使用。
- 此外，在使用开源代码时也要小心谨慎。尽管开源代码被普遍复制和/或合并到我们的软件产品中，但切记这种做法事实上只在特定的许可条件下才被允许（例如公开我们自己的源代码）。
- 请了解，你的同事通过电子邮件传播的材料可能是另一方的知识产权，所以它们的使用和共享方式可能是受限的。一般而言，文章、研究报告和其它经出版的文件被视为他人的知识产权。

参见第40页的“保护公司知识产权”。

## 假设情景

一批重要的原材料已经在海关扣留了几个星期，海关当局还未对延误作出任何解释。尽管你虽然付出了努力，仍然难以与负责此事的官员联系并解决问题。此时，一位“报关中介”找到了你，他自信地声称如果你把此事交给他，明天这些货物就能清关。

你如何创造正确的价值？



## 禁止贿赂或不当支付

我们对Jeong-do管理制度和在规则内取胜原则的坚持，要求我们在商业交易中向我们的客户、商业伙伴和我们所在的社区展示最高标准的诚信和透明。为践行这一理念，我们必须将运营活动纳入公平透明的轨道，决不使用贿赂或其他不正当的手段达到我们的商业目标。

## 我们的准则

无论我们在世界何处开展业务，都不应提供或允诺提供贿赂、或为了不正当的商业优势劝说他人。

## 你需要了解

“贿赂”是指向政府官员提议给予、允诺给予或给予金钱或任何有价物品的行为，意在官员施加不当影响，以取得或保持业务、或确保任何不正当的商业优势。

- 政府部门的官员不仅仅指政府机构的代表，也包括国有企业的员工和代理人、政党代表、政治职位的候选人或的公共/慈善组织的官员，这些组织被视为等同于政府主体（另外，值得注意的是，即使受贿者并非政府部门的官员，但通过给予金钱或有价物品不当影响其行使职权也常被认为是非法的。）
- “有价物品”不仅仅包括金钱的支付、礼物、餐饮和娱乐，而且也包括费用报销、购买我们的产品和服务的折扣、就业承诺，甚至包括满足个人喜好。
- “商业优势”包括针对海关、税务、签证、政府审批、通过政府招标取得新的商业机遇等事项上的特权或便利。

贿赂在我们开展业务的每个国家都是一种严重的刑事犯罪，其惩罚对个人和公司而言都十分严厉。各国不仅惩治国内的腐败，也通过域外管辖权积极起诉发生在海外的贿赂行为。例如，美国可基于经由位于美国的银行的电子汇款，或者是经由位于美国的服务器的电子邮件，向非美国的公司实施严苛的美国反腐败惩罚。即使贿赂在你开展经营活动的国家是惯常做法，你也不应该认为这么做是被允许的或是安全的。

如果我们的代理人或合资企业的员工参与了贿赂，如果公司知道或应该知道这件事，也可能被要求对此负责。

## 回答

在考虑雇佣中介、顾问或其他第三方去解决与当地政府相关的法律或行政问题时，应该提防他们是否会使用贿赂或者其他不正当的手段。我们应切记我们不仅可能被要求为自己的行为负责，也可能被要求对那些代表我们行动的第三方的行为负责。



## 正确的方式

- 在雇佣第三方的代理商、顾问或者建立合资企业的时候，必须清楚界定它特定的作用和目的。如果我们的代理商、顾问或合作方是政府机构或公共组织的官员，更要进行密集监督。
- 为预防由于诸如供应商、代理商、顾问或合资企业的商业伙伴这样的公司合同相对方（“相对方”）行贿带来的风险，应遵守以下几点要求：
  - 要求相对方确认遵守反腐败法律法规，并在和相对方签署的协议中增加其遵守反腐败法律法规的义务。
  - 针对相对方的商誉、政府关系以及与贿赂相关的历史记录实行尽职调查。
- 只要发现相对方违反反腐败法律法规，与该相对方之间的协议或交易应立即终止。
- 廉价的促销品、适度的偶尔发生的餐饮娱乐可被视为礼遇和合作关系的象征，予以提供。但这些餐饮、礼物或娱乐需受以下限制：
  - 其合理程度必须毫无争议，不可达到奢侈程度、或让接受者感到需要还礼。
  - 必须公开透明地提供，以免被误解为不当支付。
- 在报销政府官员的差旅费或其他开支时，只可主动提出支付开展合法政府关系行动所必需的、实际发生费用，例如产品的促销活动费用。

## 注意

- 应监督相对方是否为了公司的利益参与行贿或其他不当活动，注意以下几种情况：
  - 相对方经主管官员推荐，或与主管官员有亲属关系；合作方除了和特定的主管专员熟识以外，没有显著的资质。
  - 相对方希望对其服务协议保密，或拒绝同意反贿赂条款。
  - 不合理的巨额佣金要求或巨额开支报销要求；含糊其辞或可疑的发票；所主张的开销缺少完备的书面证明。
  - 相对方（或相关官员）要求向不相关的第三国或第三方支付费用，或以现金或其他难以追踪的付款方式支付费用，且缺少合理理由。
  - 当参与需要政府大量干涉的交易时（比如不动产或证券的交易），相关官员要求只能通过相对方进行交易。
- 当向私有组织进行慈善捐赠时，如果该组织的负责人被认为是（或相当于）政府官员，或该慈善捐赠是在政府官员的要求下作出的，在某些情况下也可以被视为行贿。

# 关心我们的社区

成就公司的一个重要因素是来自邻居的好影响。我们生活和工作的社区为我们提供了人才来源、滋润人心的环境以及对我们的繁荣发展至关重要的尊重。作为回报，我们企业将继续作为一个优秀的邻居。我们承诺对社区的期望作出回应，并积极制定和实现目标和标准来改善我们邻居的生活。



## 假设情景

与公司长期合作的污染物处理商向你提出了一个扩展业务的建议。虽然这一提议的服务更全面，但他们所要求的价格似乎低得难以置信。然而，你知道这笔交易将会节约巨大的成本，即使有问题发生也会是该处理商的责任，而不是公司的过错。所以你正在考虑做成这笔交易。

你如何创造正确的价值？



## 环境保护

公司长期以来贯彻着保护环境的承诺。我们知道，今天的一个问题可能在未来对当地社区产生长期、广泛的影响。我们对社区和自然环境的关心促使我们仔细考虑环境保护问题。公司致力于负责任地处理我们的经营对环境的影响，并帮助确保我们的供应链上下游各方也能做到这一点。

## 我们的准则

公司的所有运作都应贯彻我们对环境保护的承诺，特别是关于我们的供应商提供的产品和生产制造过程。

## 你需要了解

公司致力于环境保护，包括采用生态设计、生态标识、绿色规划和生命周期评估。公司每年都在其可持续发展报告中报告其环境倡议目标的实施进展情况。

我们对环境的责任应该比照公司的全球性标准，即使当地法规未要求需达到我们承诺的水平。环境法规是不断发展的，环境破坏也会长期持续积累。这意味着即使我们今天的环境影响是合法的，最终还需经受未来更严苛的评判标准。

环境保护通常要求的主要内容如下：

- 有效利用资源
- 遵守每个国家的环境法律法规,例如《关于限制在电子电气产品中使用某些有害成分的指令》(RoHS)、《化学品注册、评估、许可和限制制度》(REACH)
- 遵守当地国内环境法律法规
- 减少温室气体排放
- 回收和管理使用过的材料
- 减少能源消耗
- 禁止使用冲突矿产

## 回答

管理成本不应仅关注短期收益。我们的环境责任应延伸到整个供应链和我们的当地社区，以确保我们的整体业务不会对他们产生不利影响。因此，我们应该关注我们合作伙伴的相关可疑交易或活动，这可能会损害我们公司和利益相关方的长远利益。



## 正确的方式

- 向你的上级提出你参与的任何产品/服务开发涉及的任何方面的环境问题。
- 如果你管理的经营活动对环境有影响，请遵循公司的程序和流程，以：
  - 设定可衡量的目标，减少经营活动对环境的影响。
  - 通过评估环境表现数据等方式，监控并验证前述目标的达成进度。
- 关注当地环境法规的变化。确保这些变更及时传达到适当的环境、安全和卫生人员，以便公司有足够的时间对我们的产品/服务和运营进行调整。
- 不得通过新增或变更公司经营活动，规避公司的环保目标。
- 不因为供应商、承包商或渠道合作伙伴不隶属于公司，就忽视其可疑的活动。如果商业伙伴的经营活动违反了法定或规定的环境要求，通知你的上级或适当的公司环境、安全和卫生人员。

## 注意

公司的产品/服务设计、原材料采购、制造、营销、经销、处分的方方面面都对环境保护有影响。即使你的工作与这些活动没有直接关系，也要考虑你的工作对这些活动的影响、以及对公司环保责任的影响。

持续了解我们商业伙伴的环保合规情况。虽然商业伙伴可能被认证为生态友好企业，但公司仍应考虑对其业务运营或其交付给我们的产品进行监控，以确保其维持此种认证要求。

## 假设情景

你的部门进口了很多不符合传统分类目录的高科技产品。你总会向当地海关部门提出你关于这些产品应该如何分类的建议，但通常需要几周的时间才能得到回复，从而拖慢工作小组的进口流程。因为海关通常会批准你的建议，你在考虑在最后敲定产品的进口文件之前，是否有必要花费数周时间等待海关部门批准。

你如何创造正确的价值？



## 负责任的国际贸易

作为一家全球性的公司，我们的国际贸易活动不仅影响着我们的客户，也影响着我们从事贸易活动的世界各地的社区。理解并遵守保护每个国家安全和国际权利的地方性法规是我们关心支持我们业务的社区的一种方式。

## 我们的准则

如果你的工作涉及在国家之间转移任何材料或产品，了解你所处理的国家的进口、出口、禁运或抵制要求。同时，也需要了解并遵守针对将敏感设备从一国运出、或将该国的敏感信息传递给非该国公民的任何特定限制。

## 你需要了解

工作与进口或出口紧密关联的员工尤其需要知晓和理解贸易要求和公司的其他政策、程序，以确保遵守国际贸易法。贸易管制包括以下内容：

- 进口相关文件的准确性、原产国标签、产品分类和价值申报（即便是没有现金价值的物品，例如不具有适销性的产品零部件或技术）。
- 出口通常包括向另一个国家运输的批准。出口管制也可能包括将技术数据或计算机软件转移出一个国家，例如通过笔记本电脑，以及甚至与不是该国公民的员工分享某些敏感的知识和技术。公司确实拥有几项受到出口限制的战略技术。
- 禁止或抵制与某些国家、公司或个人进行贸易的贸易管制。

## 回答

使用未经批准的海关分类可能会违反监管要求。如果出现这种情况，进口可能会被迫暂停，而不仅仅是延迟。此外，这些事件将导致海关检查人员加强对公司的监督，使产品在未来通过海关程序时更加困难。将监管不确定性所造成的延误纳入考虑，也是体现我们关心社区的承诺的例子之一。设计一个假定为期数周的进口操作流程将是实践这一承诺的最佳方式。



## 正确的方式

- 如果不确定出口或进口的正确文件要求或文件内容，请与你的上级或适当的国际贸易支持人员联系。
- 了解所有出口材料的预期目的地和最终目的地。
- 关于已完成的出口/进口文件的正确性，不要轻易接受客户的说法。公司可能会对任何不正确的陈述负责。
- 除非确定接收方有适当授权，否则不要向非该国公民提供敏感的技术或专有数据。

## 注意

- 多加注意，避免产生过时的、不完整的、不正确的或不完善的出口或进口文件。这些文件可能会导致公司受到包括禁止或限制进出口权在内的制裁，此类事件将会严重损害公司的贸易能力。因此，最好能反复检查，以免导致公司因处罚或限制而遭受重大损失。
- 注意其他国家的个人是否企图通过在其国家不合法的渠道购买公司产品。
- 小心那些似乎不愿提供准确、完整和及时的出口或进口信息的个人。虽然这种情况可能并不存在什么问题，但也可能隐含有对公司或监管机构的欺骗。

# 对股东的丰厚回报

成功地服务和赢得客户和股东的信心，才能为我们的利益相关者创造价值。如果我们持续服务我们的顾客来夯实公司长久的成功，我们能够给股东提供丰厚的经济报酬。从而，我们有责任珍视和保护股东委托给我们的公司资产、并向股东提供进行投资决策所需要的信息。对顾客的尊重、诚信和服务使得我们为公司创造那些令股东引以为傲的投资。

## 假设情景

公司已经聘请了一家外部信息技术公司来为我们的实验室建造一个研究数据库。如果开发者能在项目期间从他们自己的办公室访问我们既有的研究数据，将同时提高公司和开发者的效率。只有很少的外部人员参与到这个项目，所以你认为和他们每个人分别签订保密协议就足以保护公司。

你如何创造正确的价值？



## 信息安全和保密

公司的保密信息在我们高效地服务客户和与商业伙伴共事的时候起着至关重要的作用。我们通过保持特定信息的保密、专有状态，以及保护这些信息免受安全威胁，来维系我们的竞争优势。避免不必要的披露对发挥这些信息的效益至关重要。如果你能够接触到公司的保密信息或其它敏感信息，适当地使用和维护这些信息，从而可以协助保护宝贵的公司财产、帮助公司保持竞争力。



## 我们的准则

理解并遵守关于使用、共享、维护公司机密和专有信息的公司政策。为维护信息安全、防止你占有的公司保密信息未经授权而泄露而承担个人责任。

## 你需要了解

理解并遵守公司信息安全政策，保护我们的保密信息和其它有价值的信息资产免受未经授权的泄露和外部威胁是至关重要的。这些方面包括：

- 人员安全和法定措施，以保护保密信息免于因为现员工、前员工或我们的商业伙伴而未经授权即泄露
- 文件安全和机密
- 物理安全，控制未经授权的设备访问和电子储存介质的使用
- 电脑和网络安全，以保护公司免受外部的安全威胁。

公司保密信息不仅仅局限于标有“保密”的材料。它包括到所有需要被控制的公司信息，以保护我们的管理利益。公司采用以下方法对公司信息进行分类：

- **机 密** — 一旦披露可能严重损害公司的核心技术或管理信息。除非经过严格的审批程序，“机密”类的信息不能与并非原始持有者的任何员工或外部人员共享。
- **仅 限 内 部 使 用** — 我们在日常的经营活动中创造的工作成果大多被归类为“仅限内部使用”。这意味着，我们在工作时创造出来的信息和材料可以在符合“有必要知道”原则的情况下与我们的同事共享，但并非可在未经批准和没有法律保护措施的情况下向公司外部的他人披露。



## 回答

对于那些可以轻易访问到公司信息的其他组织，从签订保密协议开始是较好的处理方式。但是，你也应该考虑这些组织能访问到的信息的敏感程度。有些公司信息太过敏感，以至于一旦被不当披露即将造成无法恢复的损害，即使我们已经采取了法律手段来解决这些事件。这就是了解公司信息安全和保密规则为何重要的原因之一。如果你有任何问题，请和你的上级讨论这些重要问题。

## 正确的方式

- 在他人共享公司信息时遵守公司的信息安全程序。这包括取得合适的审批以及与信息接收者签署保密协议。
- 在通过电子邮件向一个外部当事方发送保密信息时，抄送审批该传输的人，比如你的上级或项目负责人。
- 维持公司设备的物理安全，尤其是你招待客人进入公司工作区域的时候。在公司内部时，也要遵守公司使用储存介质和记录设备的规定。
- 保护你的工作电脑免受入侵。始终维护指定的系统安全软件和设置并保持更新。
- 不要把公司的保密信息留在无人看管或其他人可以轻易接触的地方，比如放在你的桌面上或一个不安全的文件柜里。
- 未经公司规定程序，不得将工作材料带回家或发送至非公司邮箱或互联网存储账户。
- 不要和朋友或熟人讨论机密或其他敏感的公司信息。
- 在另一家公司求职时，即使你已经从公司离职，也不要讨论关于公司工作的保密细节。

## 注意

- 仔细考虑你和商业伙伴共享的公司信息的种类。尽管你已经与他签订了保密协议，仍然要进行考虑披露的潜在后果，谨慎对待敏感信息的共享。
- 理解你正在处理的任何公司信息的敏感程度，并进行妥善的处理和保存。将所有非公开的信息锁好。

也请参见：

- 第10页的“隐私和数据保护”
- 第21页的“合理使用他人信息”
- 第40页的“保护公司知识产权”

## 假设情景

在多年的研究之后，公司将以一个真正创新的产品设计改革整个行业。公司已经在一些主要目标国家申请了产品设计权利注册。我们的竞争对手之一不久也将发布一个类似的作品。为了击退这个威胁，需考虑公司是否应在完成一国设计权利注册之前就在当地发布新产品。

你如何创造正确的价值？



# 保护公司知识产权

公司的知识产权，体现在它的产品设计、技术和信息——

对于公司的成功而言十分重要。只有当我们保护在产品创新中可以给我们提供竞争优势的公司知识产权，我们才能长期为我们的客户提供良好服务。正如我们谨慎地使用他人的设计和版权作品，我们谨慎地保护并使用公司的知识产权同样也是至关重要的。

## 我们的准则

保护公司的知识产权免于不正当的使用，尤其需要避免商业秘密以任何不当形式被披露。

## 你需要了解

知识产权包括：

- 设计、技术、发明，以及被专利、外观设计专利、商标和版权所保护的其他材料和信息。
- 商业秘密，比如产品/服务设计和技术，通过保密保持公司的竞争优势。商业秘密未经特定授权不得在内部或外部被披露。

## 回答

你应该假定他人将在那些我们还未进行注册的国家仿冒我们的设计。我们当然希望尽快将创新产品投入市场，但我们也需要保护我们的设计和其他知识产权免受侵占。这是一个重要的商业决定，同时应向上级管理层反映。



## 正确的方式

- 理解哪些是公司的知识产权，通过使用专利、商标和版权协助维护知识产权。
- 如果你帮助公司创造了理应得到知识产权保护的理念、设计或技术，应向上级或合适的知识产权相关员工报告和寻求意见。
- 未经正当的公司授权、以及防备滥用信息者的充分的约定的措施，决不泄露任何可能被认定为是商业秘密的保密信息。

## 注意

- 供应商或其他的商业伙伴可以提供向公司提供设计、技术、研究结果和其他可被知识产权保护的信息。针对这些材料提出问题，事先决定哪一方将对此享有所有权。在某些情况下，如果某些信息与我们正在研究的知识产权成果相类似，接受该等信息将会损害我们自己的努力时，我们也许不愿接受这些信息。
- 密切注意是否有他人在未经允许或妥善标注的情况下使用公司的知识产权。

## 假设情景

你的一个同事，也是你的一个朋友，最近跳槽去了另一个团队。你们两人仍然经常通过电子邮件交流业务上和私人的事情。你发现这位朋友是一个优秀的聆听者，可以向其倾诉你对曾由她对接的渠道合作伙伴的工作上的抱怨。

你如何创造正确的价值？



## 合适的电子通讯

某些技术资源加速了通讯和商业进程，使得我们更快地进步、更好地应对顾客和他人的需求。电脑、通讯系统和其他电子资源可以更好地在全球范围内跨越多个时区联结我们的经营活动，并把我们的努力与供应商和渠道合作伙伴的努力联系起来。但是，相同的资源被不正当使用时，也可以为我们的经营活动带来风险和损害我们的商誉。随着这些技术日新月异，我们需要在管控它们的风险的同时更好地利用它们的益处。而且，我们需要在运用这些资源时对他人保持尊敬。

## 我们的准则

始终以负责任的态度使用公司的电子通讯系统，将这些通讯系统的主要用途局限在业务用途，并保护这些资源不受非法访问或使用。

## 你需要了解

电子通讯包括但不限于以下内容：

- 使用公司提供的移动电话和座机进行通讯。
- 使用你的公司电子邮件账户发送邮件。
- 使用由公司赞助的即时通讯、SMS或MMS服务。
- 使用公司的信息系统，比如公司的电脑硬件、外围设备、软件和网络设备。

公司有权检查电子设备的使用，比如存储在它们上面的通信数据，包括非业务的数据。公司也可以自行决定使用这些系统上的数据，包括向他人披露或删除这些数据。你不应该期望在用这些公司资源的同时确保隐私，即使是个人通讯的隐私。

## 回答

许多员工彼此既是同事也是朋友。虽然公司的电子资源主要是用于公司的业务，少量的个人使用也是无可厚非的。但切记使用这些资源存在着一定风险：和同事的交流通讯可能被轻易地发送给预期之外的对象，而且一旦发送便不能清除。因此，公司电子资源的个人使用应该是少量的，不能干扰公司的业务，也不能包含不适当的内容。





## 正确的方式

- 公司电子资源的用途应被限定为业务用途。附带的个人目的使用应降到最低限度并且不能干扰工作活动。
- 使用公司资源进行的所有通讯不仅应该专业，也应该有礼貌，甚至在和公司的朋友交流时也要如此。切记电子通讯可以被轻易地再创造、移转到不相关的第三方。
- 在发送电子邮件或其他文本通讯之前，校对你欲发送的信息。避免由于一个简单的编辑错误或一个可能被错误解释的短语，而使自己和公司陷入困境。
- 勿使用公司的资源访问或下载下列数据：
  - 该等数据属于他人所有，你无权获得。
  - 该等数据被视为歧视性的、骚扰性的、攻击性的或令人厌恶的。
  - 该等信息可能会包含一些恶意的内容，比如病毒，可能会损害我们的信息系统。
- 勿使用公司的资源去发送一些不适当的信息，比如暴露的、明显歧视的或包含其他令人厌恶的内容。
- 不要随意使用电子邮件的抄送功能。在你将其他人抄送到电子邮件中前，思考让他或她加入通讯是否重要，考虑他或她是否“有必要知道”。

## 注意

所有使用公司电子资源而形成的通讯交流都是公司的财产，必须视同公司保密信息处理，除非信息的所有权是明确的（例如某一供应商的产品设计）。

## 假设情景

你从公司的法律团队人员那里收到了一份关于你未曾了解的某个美国诉讼案件的“文件保存通知”。这份通知指向的文件的保留期限在上个月期满，原件已被销毁。但是你仍然留有一份副本。你想知道是否应该根据公司的文件保留政策销毁副本，或者按照通知留存这份文件。

你如何创造正确的价值？



## 良好的记录与保存

公司的记录为我们的经营活动提供了重要的信息。这些记录允许我们审查目标和战略，决定资源分配和衡量结果，这些都将协助我们改善提供服务 and 与利益相关者共事的方式。在进行决策时，我们高度依赖于这些记录的精准度和完整度。因此，我们必须密切关注和维护这些重要的公司资源。

## 我们的准则

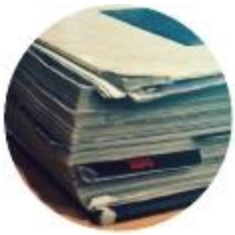
在发展、维护、销毁公司记录方面遵守公司的政策和程序。

## 你需要了解

公司记录可被广泛地定义为记录公司业务运营任何方面的信息或媒体。例如：

- 我们可以用来交流或进行商业决策的文件，比如报告、审批和信件。
- 与其他各方的交易有关材料，比如收据、发票和合同。
- 一些事实或事件的记录，比如日志、试验结果和陈述。
- 其它我们可以用来保存公司商业运作信息的媒体。

许多法律法规要求公司在某一特定期限内保留一些特定的文件。



## 回答

在这个例子中，文件保留通知处于优先地位。在有留存法令存在的情况下，无人应销毁公司记录，而且公司也应该搁置所有与该记录与有关的文件销毁程序。这一处理方式对于向执法部门证明公司保持积极合作的态度至关重要。如不遵守这一命令，公司可能受到法律制裁，因而这一处理方式也保障了公司的商誉和财产。

## 正确的方式

- 遵守所有的关于记录留存和管理的法律、法规和公司政策。比如，一些国家的环境法规要求我们保留废物处理外包业务若干年的交易记录和交付记录。
- 当某一记录的生命周期已经结束，确保销毁这份记录由你持有的任何物理副本，并删除其可能在你电脑中留存的任何电子副本。
- 在销毁程序因为法律命令或监管要求而搁置的情况下，不要改变、删除或销毁任何相关记录。如果你不确定处置方式，请和法律团队人员确认。
- 当你移交你的工作任务时，不要忘记把你之前的工作记录交给你的继任者。

## 注意

注意公司的法律团队人员不时发布的文件保存通知。在很多情况中，诉讼案件结果因是否有保存记录而不同。所以，按这些通知行事对于预防法律上的损失而言极其关键。

## 假设情景

一位同事告知你，听说前一天公司董事会收到了一项巨大倡议，可能会严重影响公司未来的收益。由于你没有从董事会亲耳听见这个消息，你并不知道这个消息是否属实。你想向另一位同事提及这件事，以判断其真伪。

你如何创造正确的价值？



## 负责任地处理内幕信息

某些敏感的商业信息对我们的成功起着关键性的作用。我们的利益相关者相信我们会充分地保护这些敏感的公司信息。为了个人的利益滥用内幕信息、或向他人泄露这些信息，将严重地损害这种信任、损害公司和个人的诚信声誉。滥用其他公司的内幕信息也会将我们和公司置于风险之中。

## 我们的准则

谨慎地保护属于公司、顾客或商业伙伴的任何内幕信息。不要基于这些信息买卖公司的证券，更不要未经授权擅自向他人提供这些信息。

## 你需要了解

内幕信息是指任何重要到一旦公开就足以影响公司证券价格的保密信息。例如：

- 财务或经营的结果或这些结果中反映的趋势。
- 重要的商业决策和事件，比如与新的合作伙伴进行了大规模的商业合作安排，或失去了一个主要买家。
- 即将发生的合并、收购、合资或其他商业联合。
- 资本增加、减少和公司财务结构的其他重大变更。

## 回答

首先，既然如此重要的信息很有可能是敏感的或机密的——或者是内幕信息，你不应该和任何人讨论这件事。而且，你应该告诫告知你此事的同事避免向他人提及此事，因为所有的员工都有责任保护这些信息免受披露。如果内幕信息落入不当使用，可能会损害公司的商誉，也可能导致分享这些信息的员工遭到重大惩处。



## 正确的方式

- 保护属于公司或者商业伙伴的任何内幕信息不受未授权的披露。向法律顾问报告任何未经授权的信息披露。
- 如果你了解关于公司的任何内幕信息，不要买卖公司的证券。
- 不要向其他能够基于内幕信息买卖相关公司证券的人提供内幕信息。

## 注意

有时，向员工们分享一些有关经营状况和其他重要情况的公司信息，对于公司而言是必要的。但请斟酌这是否是公司的内幕信息。如果是内幕信息，除非你确认公司已经将其公之于众，否则请勿向公司以外的任何人披露这些信息。

## 假设情景

你的一名朋友是新闻记者，私下请求你确认公司财政状况的谣言。你不在财务部工作，也完全不了解公司真实的财务状况。你觉得可以告诉这位朋友你听到了同样的谣言，但那只是谣言罢了。

你如何创造正确的价值？



## 谨慎的公开披露

适当的公司信息披露有助于公司的商业利益，展示公司的成就。这些披露帮助顾客和公众领会到我们为他们和所有的利益相关者所做的一切。适当的公开披露也可以帮助公司吸引和鼓励股东投资。而且，公司有法定义务进行信息公示，也承诺向市场提供可能影响公司股票价格的重大事件的信息。



## 我们的准则

关于我们业务运营和财务状况的某些重要信息必须向所有外界人士保密，直到这些信息被公开披露。

## 你需要了解

- 理解并遵守公司的信息安全标准。除非公司已经向公众披露了这些信息，否则就应该将管理层的会议和其他的高层行政部门的讨论所涉及的信息保密。
- 告知任何要求了解和公司经营相关信息的监管者、记者或外部律师，我们会联系合适的人员提供帮助。
- 未经公司公关部门指导，不要和新闻记者交谈，无论是否具名。
- 如果你在商务会议、或网络讨论会等类似场合表达了个人观点，不要表示你是在代表公司。

## 回答

绝大多数的情况下，毫无根据的谣言总会成为一种“已被确认的事实”——在员工甚至是新闻界的认知中。公司力求传达关于其经营状况的合适而准确的信息，来满足特定的法定要求、维持股东和其他利益相关者的信任。所以，重要的是让公司根据既定的程序来传达这些信息，而不是让员工们传播可能不真实的谣言。

## 注意

任何情况下，如果某些信息一经披露将可能对公司运营或股票价格产生重大影响，应将情况告知你的上级，以便公司及时决定是否对此进行公开披露。

