

全球竞争法政策

特定受众——请参阅附录，临时工和供应商（德国除外）

1. 目的

为了确保：

- JM 及其员工遵守全球竞争法（有时称为反垄断法），该法律旨在保护最终用户，禁止价格操纵、串通投标和市场分配计划等行
- 我们为。我们根据极高的道德标准和价值观，公开公平地竞争。

2. 定义

词语	定义
竞争法	有时被称为反垄断法，是指通过禁止以下掠夺性行为，来保护竞争者之间自由和公平竞争的法律法规： <ul style="list-style-type: none">• 价格操纵；• 市场分配；• 客户分配；• 串通投标；和• 滥用市场支配地位。
支配地位	企业的市场实力雄厚，可以有效控制价格或排除不利竞争，从而损害最终用户的利益。它经常与“垄断”互换使用。
竞争敏感信息	任何类别的机密信息，竞争对手获取后将具备竞争优势，例如： <ul style="list-style-type: none">• 定价；• 客户；• 机密研发；• 工厂产能/产量；• 规划的地理足迹；• 遵守技术标准；或• 策略。

3. 政策

尽管竞争法的具体内容可能因司法管辖区而异，但几乎所有竞争法都有共同的原则。以下是你必须遵守的规则。

3.1 与竞争对手互动

- 出于任何目的与竞争对手沟通之前，你必须填写竞争对手会议表并咨询法律团队。
- 与竞争对手沟通时，你 **绝不能**：
 - 讨论或分享竞争敏感信息；

- 讨论或商定客户、区域或市场的划分/共享；
- 讨论或商定如何（或是否）投标具体合同；或
- 讨论或商定如何（或是否）避免竞争。
- 如果竞争对手向你披露竞争敏感信息，你必须立即公开表示反对——公开地与竞争对手的披露保持距离。
 - 如果面对面或通过电话与竞争对手互动，请明确说明 JM 政策禁止此类对话，并结束互动。
 - 立即致电法律团队。
 - 除非法律团队要求，否则请不要记录竞争敏感信息或将其转发给任何人。

3.2 与第三方签订协议

- 与分销商或代理签订协议之前，你必须咨询法律团队，以确保协议不会不当限制：
 - 分销商/代理的定价能力；或
 - 分销商/代理的销售对象或地点。
- 签订以下协议之前，你必须咨询法律团队：
 - 独家销售/供应协议（即 JM 及其交易相对方同意向另一方购买/出售其所有需求/库存的协议）。
 - 与第三方的研发协议、许可协议、专利和解；或
 - 包含不竞争或排他性条款的任何协议。

3.2 经营具有支配地位的 JM 业务

- 如果你的业务具有支配地位，你必须特别注意，确保该业务行为不会不公平地限制竞争或以其他方式违反竞争法。

4. 例外

本政策没有例外。

5. 违规的后果

任何违反本政策的行为都可能导致纪律处分，包括终止雇佣关系。

6. 参考文献

6.1 相关政策

- 道德准则：正确行事 <https://matthey.com/about-us/governance/code-of-ethics>
- 全球举报政策 [Global Speak Up Policy v1.0.docx](#)

6.2 相关指南

- 竞争对手会议表 [竞争对手会议表 \(sharepoint.com\)](#)

7. 附录

7.1 文件责任人

文件角色	业务角色
审批人 (GLT 负责人)	总法律顾问兼公司秘书
负责人	集团总法律顾问
撰写人	道德、合规与可持续发展助理总法律顾问

7.2 版本控制

版本	日期	变更
1.0	2022 年 11 月 9 日	简化了格式以向同事们强调最重要的信息
1.1	2024 年 3 月 11 日	更新了政策负责人并删除了一处提及
1.2	2024 年 10 月 22 日	审阅, 除文件链接外没有变化

7.3 政策受众

职能	是否适用? (是/否)	政策相关职务类别
管理		
安全		
IT		
企业事务	是	
财务		
人力资源		
法律和知识产权	是	GLT、总监、律师
项目管理	是	
研发		
工程		
EHS		
制造		
供应链	是	总监、经理
采购	是	总监、经理
运输与规划		
质量		
商务	是	
一般管理		