

集团的竞争法政策

我们应对竞争的方式

Information Competition
Prices Business
Clients Partners
Competition authorities
Alliance Partners Competitors



集团董事会主席兼首席执行官的话 04

1. 竞争法背后的意义 09

2. 什么情况会引起竞争法争议? 09

3. 违反竞争法的后果 10

4. 如何对待竞争对手 11

4.1 反竞争协议及协定行为 11

4.2 商会和业界会议 14

4.3 基准分析 15

4.4 市场情报 16

5. 如何对待供应商、联盟伙伴或其他业务伙伴及客户 17

5.1 面对竞争对手是供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户的情况 17

5.2 面对竞争者不是供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户的情况 19

6. 当处于主导地位或拥有垄断优势时的应有态度 20

7. 实用指引 21

7.1 文书措词的准确性 21

7.2 面对官方调查的态度 22

附录一 处于主导地位或拥有垄断优势时应有态度的具体指引 27

1. 什么是主导地位或拥有垄断优势? 27

2. 当处于主导地位或受惠于垄断优势时的禁止行为 28

词汇表

-  放大镜：解说特定概念
-  工具：提供额外实用指引
-  警示：说明应做及不应做



集团董事会主席兼首席执行官的话

我们集团的成功建立于诚信的基础上 — 持续贯彻承诺，以同行间最高的道德水平并以合法和诚实的态度经营。我们的职业道德准则不单反映这一承诺，并就集团经营提供指引及标准。

这竞争法政策聚焦在职业道德准则中的“公平竞争”章节。目的是协助集团全球员工判断及避免违反竞争法的情况。

集团以勇往直前的态度争取着客户业务，而在集团所提供产品及服务的大部分国家，都有各自的竞争法及贸易法规以保障商业竞争的正常进行。集团承诺愿意遵守这些所适用的竞争法律及条例的规定。

集团的政策是在不触及任何反竞争条例或竞争对手的协定行为之下，作出独立的商业决定。竞争法禁止竞争对手之间，针对价格、销售条款、划分市场、分配客户以至于任何抑制竞争的活动，达成任何协议或做出其它限制竞争的行为。本政策要求完全避免任何违反或可能违反竞争法的行为。

了解竞争法并非易事，员工一定要熟悉目前的政策，并不时更新他们对规例的了解。若这些政策不能就特定的情况提供足够的指引，欢迎咨询集团的法律部门，以及当地的Ethics & Compliance Officer。

没有员工可以违反或默许任何人作出违反政策的事，违反竞争法将导致集团或任何员工触犯刑事及民事制裁，包括导致监禁。所以，希望所有员工遵守这政策并了解任何违反的行为将导致非常严重的后果。

这竞争法反映欧盟、美国以及多国的一般竞争法律。在部分国家的法律，某程度上会更严谨。在这些情况下，这些国家的法律部门会在遵守竞争法之上，发布更具体的指引。

这政策所订下的条例需就法律的修改，实际环境以及你们的回馈而作出修订。我期望在实地考察集团运作时，可以从你们口中了解这政策对日常工作是否有帮助。我们皆有责任遵守这政策，而这亦有赖你们的支持。

保罗·赫尔么林(Paul HERMELIN)
董事会主席兼首席执行官

实用竞争法

副董事克莉丝汀·麦格根(Christine McGUIGAN)的照片
凯捷北美 - 雇员策略转化总监参与2011年宣传活动时摄:
<http://www.capgemini.com/experts/>



1. 竞争法背后的意义

2. 什么情况会引起竞争法争议?

3. 违反竞争法的后果

4. 如何对待竞争对手

5. 如何对待供应商、联盟伙伴或其他业务伙伴及客户

6. 当处于主导地位或拥有垄断优势时应态度

7. 实用指引

1. 竞争法背后的意义

竞争及反垄断法旨在禁止在自由市场中影响正常供求的任何干预行为。

在凯捷集团开展业务的大部分国家都有竞争法、反垄断法和贸易法规。

凯捷集团承诺遵守所有可适用的竞争及反垄断法及法规，任何抵触竞争法及反垄断法及法规的行为，后果将非常严重。

在这政策中，“竞争法”这词将引申作全球所有竞争法、反垄断法律以及法规的共同原则。

这政策包含了你在日常工作中，可以避免自己及集团抵触竞争法的指引。这是为了协助你判断及不折不扣地遵守竞争法。

假若这政策未能就特定情况提供足够指引，请尽快咨询集团的法律部门。¹

2. 什么情况会引起竞争法争议？

这部分旨在为你提供日常最容易抵触竞争法的各类情形的概览。

一般来说，有三种情况较容易抵触竞争法：

- (i) 不论是以书面或其他形式进行，凭着与竞争对手的**关系**，所做出的影响自由市场运作的反竞争协议或协定行为。
- (ii) 凭着与供应商、联盟伙伴、其他商业伙伴及客户**关系**，所约定的条款及条件（例如：在经营线上分配客户及划分市场）；及
- (iii) 当一家公司处于主导地位或拥有垄断权力时，压制竞争对手、客户、供应商及联盟伙伴。

¹“集团的法律部门”是指作为一个整体存在的本地的法律部门或凯捷总部的法律部门。

3. 违反竞争法的后果

在欧盟(EU)，违反竞争法可能令集团和相关个人被迫缴付大额罚款（针对集团的罚款可能高达凯捷集团全球利润的一成）。

在某些国家，某一个人若严重违反竞争法可能会触犯刑法。在美国，违反竞争法可能会被判处最高达到10年的监禁10年。

在英国，对于违反竞争法的公司董事可能会在随后最多达15年的期间内没有资格再担任董事。

除刑罚及民事处罚外，违反竞争法的情形亦包括容许私人团体（例如：客户、竞争者等）通过非法手段从其受损的业务中获取巨额赔偿。

包含有反竞争条款的商业协议可能被认定无效，因而可能会妨碍商业交易的正常进行。

刑事和/或民事罚款、赔偿，以及对集团在市场上名声的损害（这点更加致命），将严重影响集团的业务。

4. 如何对待竞争对手

凯捷集团以进取的精神公平地与对手竞争客户业务。

需要作定期接触的员工需要很小心避免违法情况，实际上，与竞争对手的接触，包括书面或其他形式，可能会被认定为达成影响自由市场运作的反竞争协议或协定的行为。

4.1 反竞争协议及协定行为

在参与**反竞争协议及协定行为**时，**竞争对手**希望藉此避免激烈的竞争以及竞争中的不确定性，可能导致消费者要支付更高的价格，并减少创新。这些行为皆将损害竞争从而违反竞争法。



什么是...

...竞争对手？

竞争对手是指提供与集团相互竞争的同类服务或产品的公司，即使这公司：

- 同时是供应商、联盟伙伴及其他商业伙伴或客户
- 与集团属同一财团或者与集团有合作关系或
- 透过商会与集团有接触。

潜在竞争对手，是指那些可能在短暂时间内，提供与集团相互竞争的同类服务或产品的公司。这类潜在的竞争对手，也应作为竞争对手给予同样的对待。

...协定行为？

协定行为指作为竞争对手的各方互相交换涉及商业敏感话题的信息（例如期货价格、商业策略，甚至竞投的意愿），以希望减少彼此间的竞争。

...“协议”？

在竞争法中，协议一词有特别广的涵义。包括所有相互串通的安排，无论是未签或是已签订的，口头的或是书面的，以及合法的或是非法的，也不论该安排是否具有法律上的约束力。即使没有正式的协议，任何竞争对手之间的协定行为都可能违反竞争法，而不论是书面的或口头的。

一般规则很简单，不要与竞争对手在书面或其他形式上进行协议或作出协定行为，特别是以下的行为：

- a) 就产品或服务的价格达成联盟（包括定价、底价、利润、附加条件或者其他与价格相关的销售条款，包括信贷条款、现金或其他贸易优惠），不论有关安排是提价或是降价；
- b) 分配客户或地理区域（如分占市场）；
- c) 协调出价（“串通竞投”）（包括，例如：就建议书答复形成协定意见，或就竞投的意愿达成默契）；
- d) 交换机密及敏感资料数据；
- e) 拒绝与潜在客户或潜在供应商合作（例如：联合抵制交易）；或
- f) 限制提供服务或产品（例如是否提供特定服务）或者提供的程度（例如协议每个竞争对手在提供服务或产品时的投资）。

这些协议因漠视公平以及其对市场产生的消极影响故都被视为违法。



什么是...

...“达成价格联盟”？

达成价格联盟被视为竞争法中最严重的违法行为之一。

达成价格联盟是指竞争对手之间定下或意图定下最高或最低价格。即使没有实质的定价协议，仅是涉及现行或将来价格，利润或商业策略的信息交换，都可能产生与定价协议一样的影响，这样的行为同样会抵触竞争法，因此要严格避免。

...“分占市场”？

分占市场（或分配市场）亦是严重违反竞争法的行为。当竞争对手之间计划就服务或产品，地域或顾客群的多少或类别去分配市场，便构成分占市场的行为。

...“串通竞投”或“协调出价”？

串通竞投是指竞争对手有预谋地在竞投制度中采取欺骗手段，一般而言，他们会预先协议其中一家竞争者参与竞投以确保中标。串通竞投通常都是违法的。

串通竞投一般包括以下几种类别：抑制竞投、让标、轮标及协议转包契约。



实用指引...

应避免与竞争对手讨论的内容

永不与竞争对手讨论或交换可能阻碍竞争的信息，包括价格、销售条款、市场分配（不论是地域、产品或其他）、客户分配、成本、利润、利润比例、或其他商业政策（例如主协议中的免费配套服务、责任限制和保证）。

当你的竞争者，在任何商谈中，希望讨论现价或讨论及询问有关将来定价，或尚未公布与将来价格相关的任何元素，或任何与价格及商业政策相关的元素，你都应立刻终止该话题。

请与任何向着以上话题引导的讨论保持距离。你可以直接离开或挂线，以结束你在前述讨论中的参与（即使只是旁听）。你应向其他参与者表明你拒绝参与有关讨论的态度，并表示你会将有关讨论上报集团法律部门。如果你旁听了有关讨论时，稍后，若一旦证实的确存在过有关的讨论，那你很难举证自己没有参与过相关的讨论。

如何与竞争对手合作

与竞争对手制订反竞争协议及做出协定行为皆属违法。

但在某些情况下，在共处同一财团或合资的情况下，在被邀请投标时，与竞争者签署协作协议并不违法。在这些情况下，为避免该协作协议被定性为“串通竞投”，要遵守特定的规例。请参考第18页中有关“与同一财团或合资下的竞争者合作”的部分。

当凯捷集团旗下的两个分支机构都有兴趣竞逐同一招标时应怎么办？

在这种情况下，集团的两个分支机构可以：

- 在未有协调或事先咨询对方的情况下，分别竞投，或
- 一同竞投。

若双方在协商或咨询后，仍然希望分别竞投，则必须分别应标并在应标内容（如服务范围，方法论，知识，品牌上有效地做出区分……），而不仅仅在于价格。除此之外，各分支机构必须分别在它们各自提交的标书注明其均是同一集团下的分支机构，同时其均须说明尽管各自的标书并不一致，但各自的公司均是作为集团全球统一业务策略的一部分而共同发展起来的。如有必要，请向您的法律部门寻求进一步的帮助。



应做及不应做的事情

简而言之：

应在上述列举的情况下，立即拒绝参与讨论，只可以在有争议性的讨论立即结束后，或者在讨论开始纳回正确方向后才继续参与商议。

应立刻向集团的法律部门报告有关与竞争者的不恰当讨论。

不应就竞争价格、其他销售条款、市场分配（不论是地域、产品或其他）、客户分配、成本、利润、利润率、或协议竞投、招标及建议书征求文件进行讨论。

4.2 商会和业界会议

商会和业界会议行使着有用且合法的功能，并可在恰当的环境下得到业内会员的支持。然而，这些行业协会也为竞争者们提供了正式及不正式的会面机会，从而也增加了每一个人和公司达成不恰当的协议或共识的风险。

通常非法的沟通是在私人会面或社交场合中发生的，而不在正规的商会会议或业界会议上发生。在发生前述非法串通的情况时，本来完全合法的商议可能将很快会被带往错误的方向。

任何加入或参与一个商会的请求，均须首先获得其BU经理的书面批准（作为底线）。在正式加入或参与前，商业代表须确认他/她已经阅读并理解本政策。在商会中所讨论的话题及所做的决定必须事先与BU经理讨论并得到批准。



实用指引...

假设某一位你认识及尊重的竞争者，在一次商会会议结束后接近你，并向你开始抱怨“某人”正在其长久建立的账面上打压他/她的价格。他/她抱怨行业现状及利润低微，表示行业需要更多的纪律约束并开始假设情况可以如何被改善。

这些交谈很容易让人引发双方在非法交换竞争敏感信息的联想，因此必须避免。看似正当的有关当前市场状况的讨论往往会快速地失控，事实是即使你对这些信息因为不知情而表示惊讶也不能减弱这些信息交流本身的违法性。



应做及不应做的事情

在参加商会和业界会议前，本政策的相关指引均必须被严格遵守：

简而言之：

应在加入或出席商会或出席业界会议前，先获得管理层的许可。

应坚持在商会或业界会议进行前，事先获得完整的有关议程草稿以确保会议的商议内容恰当。

应在发现议程草稿采用了不确定或含糊用语（例如“工业生产能力”，“市场情况”等）时寻求集团法律部门的指导，或者在发现有可能违反政策时提出疑问。集团的法律部门将有能力评估是否需要坚持让组织者就议程内容作出澄清，以避免产生任何不恰当的沟通。

应严格遵守议程 — 议程是会议主题及目的准确记录，不应因为讨论议程中所没有的事情而被忽略。

应在出现不恰当的信息交流时及时离开会议，并要求在会议记录中记录下你的离席，并立即将情况上报集团法律部门。

应确保会议时有草稿方式的记录并随后检查并定稿以便保存。

应在提供集团商业数据给商会前，咨询集团的法律部门、管理层。

4.3 基准分析

当进行基准分析时遇到疑问时，必先咨询集团的法律部门，寻求指导。

> 由业内分析员进行基准分析：

近来，以外包业务为甚，客户要求我们就价格及条款依据业界标准进行基准分析的情形越趋普遍（例如，高德纳Gartner、指南针Compass、Meta Group、Staffing Industry Analysts）这些基准分析是允许的。

> 由集团作基准分析：

任何集团与竞争者就定价、客户、地域、竞投或能力进行的基准分析，无论是直接的或者甚至由客户提出的，都永不许可。这将被竞争管理局视为与竞争者意图妨碍竞争的默许协定行为。



什么是...

基准分析是从最佳实践案例中进行辨识及学习的过程，例如对其他公司有关质量、时间及成本方面作分析，其是协助持续改善及突破表现的有效工具。

4.4 市场情报

> 从公众途径搜集市场情报：

你可以从繁多的合法途径中搜集市场情报，包括分析员报告、期刊、商会资料或其他公众可以获取的资源。某种程度上，竞争者通过它的公开网站、公开监管机构档案、年度报告或其他的公开渠道为大众提供市场资料，你搜集这些资料都是被许可的。你应当书面记录资料本身的来源，从而识别其是否来自于合法途径。即使这些途径未能为你提供你所需要的足够资料，你亦不可向竞争者索取额外的其它资料。

> 禁止向竞争对手搜集市场情报：

有时候你会发现所必需竞争资料，例如当时的定价架构及商业政策，只能由竞争对手提供，因而与他们讨论现价似乎是合理的。**永远不应这样做。**

> 从供应商或客户搜集市场情报：

在特殊情形下，供应商或客户可能希望你提供竞争者的价格或计划书，以要求你提供与竞争者相若的价格或条款。为提供更具竞争力的报价，接收这些资料可能合法，但亦可能有触犯协定行为的嫌疑。因此，应经常为这些资料的来源作书面记录。

单单交换现价资料可能犯法，因此，你千万别参与或回应这些来自竞争者的询问。例如，不能向竞争者确认可能来自其他来源（例如客户）的价格资料。尽力从正规的市场情报途径搜集这些重要资料。

当对市场情报搜集存疑时，请咨询集团法律部门。



应做及不应做的事情

简而言之：

应从公众来源搜集必需的市场情报，而不从竞争对手处取得。

应书面记录竞争资料的来源。

不应与竞争对手交换市场情报，或为市场情报而会面。

5. 如何对待供应商、联盟伙伴或其他业务伙伴及客户

与供应商、联盟伙伴或其他业务伙伴及客户建立关系时，要注意竞争法仍然适用，某些行为更需要禁止。

5.1 面对竞争对手是供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户的情况

> 面对竞争对手是供应商或客户的情况：

即使与竞争对手之间确实有合法的沟通理由，包括集团从竞争对手处预订服务或为竞争对手提供服务，这些沟通可能都有商谈反竞争协议的嫌疑。你应与受聘的竞争对手或集团，就推行项目所必需的事宜保持沟通。不能容许任何一方利用这些分享的资料去预测竞争对手的未来策略或竞争行为，特别是指未来竞投的价格及成本，又或者对方参与特定客户或特定服务类别的投标意愿。

当供应商是联盟伙伴下属的IT服务部门，上述准则同样适用。

> 面对竞争对手是联盟伙伴或其他商业伙伴或客户的情况：

一定要认定这些销售软件、硬件及IT服务的大型公司，其下属所有的部门（硬件、软件及IT服务部门）为竞争对手。

但若：

- 有妥善安装的有效及有记录的防火墙，可防止资料从硬件或软件单元泄露，从而被IT服务部门知晓，反之亦然。及
- 硬件或软件部门对待IT服务部门如其他客户一样，反之亦然。

在上述情况下，只有销售IT服务的部门需要被视为竞争对手。

综上所述，你不应在接触竞争对手的硬件或软件部门时，与IT服务部门分享敏感的商业资料。集团及竞争对手中的管理联盟事宜的团队应谨慎操作有关事宜。



应做及不应做的事情

当竞争对手是联盟伙伴或其他商业伙伴时：

应确保从竞争对手得到书面保证：其已设置有效的防火墙，以防止联盟伙伴的硬件与软件单元，跟集团竞争对手的IT服务部门之间出现资料的互相流失。

应审核出席共同会议的所有与会者，以确保他们不会与他们的IT服务部门沟通，并以书面记录该审核过程，及

应避免讨论一些非联盟主题的、也非推行项目所必需的、而是涉及集团间正在彼此竞争的服务的话题。

当你对与联盟的沟通事宜是否恰当而存疑，请咨询集团的法律部门。

> 当竞争对手通过同一财团或合资企业与集团经营业务：

有时候，客户会要求我们与某一竞争对手合作成为联合承包商，分包商，或以财团形式合作；或者在其它一些情况下，当不论是集团或某一竞争者都不具备满足某客户的某项特别需求的技能，此时集团就需要与该竞争对手合作，才能在面对其他更多竞争对手的激烈竞争中赢得机会。

在这些情况下，容许双方在满足如下特定条件的前提下彼此分享资料以争取履行合约：

- 所分享的资料必须局限于争取特定竞投所必需的资料；
- 所分享的资料，不得是能够让任何一方预测竞争对手的未来策略或竞争行为的资料，特别是涉及未来竞投价格及成本的资料，又或者是对方是否参与特定客户或特定服务的投标意向。
- 相关的合作目的，不可旨在未来的竞投中影响定价或分配市场、客户或地域。

在开始接触或回应任何有关同一财团或合资企业的沟通前，请先咨询集团的法律部门。

5.2 面对竞争者不是供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户的情况

与非竞争对手的供应商、联盟伙伴、其他业务伙伴或客户商议下述内容时，可能构成违法：

- 为供应商、联盟伙伴或其它业务伙伴定下价格政策；或
- 就地域或客户分配市场（例如，在某特定国家中或公开竞投中专与一名供应商合作）。



实用指引...

独家协议...

即使某些特定的**独家协议**因有利于竞争属合法（例如，为发展某类特定服务或产品给予某公司独家经营许可权以换取该公司在这一领域的大额投资），但是在某些情况下，独家协议仍**可能被视为违法**。

...与供应商

例如，集团与其中一家供应商（例如某一软件和/或硬件供应商）的独家采购或供应协议可能违法，当：

- 协议排除了供应商的竞争对手在集团中销售的机会，特别是当集团在特定市场中占有很大比重时，或
- 协议排除了集团的竞争对手与相关的供应商合作，令竞争对手与集团未能有效地竞争时。

...与客户

例如，集团与其中一名客户的独家协议（例如：服务协议）可能违法，当：

- 协议排除了集团的竞争对手进行有效竞争的可能性（因为协议中的客户在集团所提供服务的市场占有很大比重）时，或
- 协议为集团的客户提供了特定的独家服务，并排除了客户的竞争对手从相关的服务中受惠或在上下游市场中有效且公平地竞争的可能性时。

这些协议可能引起争议，特别当它们是长期协议（根据不同的服务或产品为期一至五年）时。

所有与供应商或客户签订的包含有独家条款的协议，一定要经集团法律部门审批。

**应做及不应做的事情**

当竞争对手不是供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户时：

不应假设你能与供应商、联盟伙伴、其他业务伙伴或客户达成“所有条件”或长期的独家协议，在还未得到集团的法律部门审核批准的时候。

不应向客户暗示只能与集团独家合作，或为了与集团合作必须停止与集团的竞争者合作。永不向供应商暗示其只能独家销售给集团或停止向集团的竞争者销售。

应即时咨询集团法律部门有关任何供应商、联盟伙伴、其他业务伙伴或客户希望你从事限制集团或供应商、联盟伙伴、其他商业伙伴或客户的商业自由的各类活动等事宜。

6. 当处于主导地位或拥有垄断优势时的应有态度

若不提及有关主导地位以及垄断优势的话题，就不是详尽无遗的。欲知详情，你可以参考附录中“处于主导地位或拥有垄断优势时的应有态度的详细指引”。

简而言之，当企业处于“主导地位”或拥有“垄断优势”时要遵守特别的守则。

一般来说，当企业拥有足够的市场份额以至于可以随意行事而不需顾及其竞争对手、客户，甚至终端用户时，它就处于“主导地位”或拥有“垄断优势”。

处于“主导地位”或受惠于“垄断优势”本身是合法的。但滥用主导地位、非法融资或非法维持垄断地位则是被禁止的。特别包括以下行为：

- 掠夺性定价，即以很低的价格销售服务或产品，目的是将竞争对手淘汰出市场，或者为新的潜在竞争对手的进入设立障碍；
- 将某些服务或产品的销售与一些没有直接交易关系的附加条件挂钩（例如“搭售”和“捆绑定价”式销售服务及产品）；
- 对供应商或客户在同等的交易中适用不同的商业条款，令他们处于不利的竞争地位；或
- 通过限制供量、市场或技术开发偏袒客户及/或消费者。

7. 实用指引

7.1 文书措辞的准确性

有一个非常普遍的情况：将一些其实原本完全合法的对话或文书，从上文下理中节录出来，或与其他资料相拼接后，就有可能看似不恰当了，或者引起对该集团的操守的错误怀疑，或者对该集团所竞争的市场状况的产生错误判断。特别是当用战场比喻竞争，（例如战争、歼灭），或用特定的用词（例如，用“朋友”代表他们），这些都可能间接导致他人认为，你想排挤或者通过勾当对付竞争对手。

不论是信件、电子邮件或者备忘录，当撰写与集团相关的竞争、竞争对手以及业务的内容时，均要做到准确无误。确保不能令人对你的文字内容或讨论的目的存有任何误解。

**应做及不应做的事情**

通过遵守简单的指引，就可以有效减少当集团被主管竞争事务的当局查问时被误解的风险：

应避免夸张的措辞、而采用清晰完整的措辞。在办公室之间的备忘录或电子邮件的内容中，不可有令人误解为在竞争者之间或集团之间，客户及合作伙伴之间，有任何合谋行动，或者集团正透过非法的行动将客户或竞争对手排除在外的措辞。

应忠于事实及保持客观。当参与竞争或竞价时，所有的回应，包括电子邮件或备忘录都应该简单列出事实及资料来源。

不应过份渲染集团的市场地位或其市场策略。这可能引发集团正进行掠夺性行动的推论，或正进行反竞争行为。（例如：在未有行业分析报告或客观陈述下，引发集团涉及排除竞争或“集团在某市场有着最大占有率”的猜测）。

**实用指引...**

为何不小心说话会很危险？

在调查中，主管竞争事务的当局可以检查并复印近乎所有形式的的数据及信函（电子邮件、外勤支出、日记、相片等）甚至能恢复被删除的电子信息。这些文件可能被主管竞争事务的当局在事后用来作为涉案的证据。因此对某些字面的误解，特别是针对被节录出来的措辞的误解，很可能会构成非常严重的损害。

7.2 面对官方调查的态度

集团政策是全力与官方机构合作。

法律执行机关可以就集团或集团的附属机构是否牵涉违反刑事或民事罪行不定期地提出查问。

官方机构亦可能随时向集团索取资料，并要求集团提供口头或书面资料。

任何非定期的政府调查，不论是否与竞争法有关，一定要立即汇报集团的法律部门，由他们处理及提供协助。

一旦前述调查涉及集团的日常操作事宜，在未经集团法律部门的审核、建议或批准前，没有任何口头或书面的集团业务资料可以向调查人员披露，集团法律部门会确保提供适当的协助及保障集团及员工的权利。而所提供的资料，应该要准确及完整。



应做及不应做的事情

在官方机构调查当中：

应立即通知集团的法律部门处理任何来自竞争对手、客户或其他方面，对集团牵涉非法行为的指控。

应在员工被任何人士指控要接受官方机构调查时，不论是否与集团或其他第三方有关，都要立即通知集团的法律部门。



实用指引...

竞争管理局有何调查权力？

竞争管理局的责任是维持有效及公平的竞争，可调查涉嫌违反竞争法的情况。

他们一般都有极大的调查权力并可能：

- 搜查公司或你的住所（当被征用作公司相关用途或公司的文件存放在这里时），并带走所有相关文件的副本；
- 在搜查中，当发现文件有相关问题时，会向员工要求口头陈述。

一旦你与竞争管理局发生接触，应立即通知集团法律部门。不能独自回答问题。

什么因素影响集团的罚款额？

一般而言，很多因素会增加集团的基本罚款，包括重复违反，违反的持续时间，拒绝合作或提供误导的资料，阻挠调查或销毁与调查相关的文件。

相反，与官方机构合作，在某情况下可能有助降低集团的基本罚款。其中一种合作形式，就是通知竞争管理局其正参与跟竞争对手之间的违法协议，或在调查开始后，提供相关资料，同时与竞争管理局完全合作。

为什么充分配合官方机构是因为参与反竞争协议并不是一个可持续的优势，因为参与的竞争者可能会为着个人利益，第一时间向官方机构报告正进行中的反竞争协议，并将所有参与者的名单供出以减低其罚款。

附录

副董事费萨尔·格达尔尼(Faisal GHADIALLY)的照片
凯捷北美 — Oracle服务线参与2011年宣传活动时摄：
<http://www.capgemini.com/experts/>



1. 什么是主导地位或拥有垄断权力？

特定守则适用于一切在相关市场上处于“主导地位”或拥有“垄断优势”的企业。

一般来说，当企业拥有足够的市场份额以至于可以随意行事而不需顾及其竞争对手、客户，甚至终端用户时，它就处于“主导地位”或拥有“垄断优势”了。

通常在特定的地域中，有关特定的服务或产品，会在相关市场出现“主导地位”或“垄断优势”的情况。

请留意：在竞争分析中，相关市场的释义可能会远较想象中狭窄。因此基于狭窄的定义，在可能通常不被界定为独立市场的情形，集团的附属机构也会被视为处于主导地位或拥有垄断优势，即使这集团的附属机构在该领域的整体IT服务部门不是主导。

有些行为对于没有强大或持久市场份额的公司来说是合法的，但当拥有市场垄断份额的公司参与时，就会构成违法。

为评估一家公司是否处于主导地位或拥有垄断优势，竞争管理局会分析其市场统治力。市场统治力是指该公司在相关市场中所行使的经济能力。这通过衡量公司在每个相关市场中的多项特定标准作判断，包括：公司的市场占有率、新竞争对手加入市场的潜力、竞争对手的实力及数量、该公司持有的重要资产，例如拥有的知识产权。就如所见，市场占有率对评估市场能力颇为重要，但并非唯一的准则，因为众多其他因素亦会影响竞争。

2. 当处于主导地位或受惠于垄断优势时的禁止行为

处于主导地位，或受惠于垄断优势本身是合法的。但禁止滥用主导地位、非法融资或保持垄断权力。滥用主导地位、非法融资或保持垄断权力的行为主要可能包括以下情况：

>> 掠夺性定价，即以很低的价格销售服务或产品，目的是将竞争对手淘汰出市场，或者为新的潜在竞争者的进入设立障碍。

就某些服务或产品市场，有着强大或持久市场统治力的卖方是不被允许打压竞争者的（或低于成本定价），因为卖方这样行为的旨在消灭一个或多个市场竞争者后，向客户提高定价，补偿以低价打压竞争对手所引起的损失。

在你日常的通信中，你应常常提醒自己不要提出支持集团正进行掠夺性活动的言论（例如以过分低的订价消灭竞争的存在）。

- >> 将某些服务或产品的销售与一些没有直接交易关系的附加条件挂钩（例如“搭售”和“捆绑定价”式销售服务及产品）。

就特定服务或产品，有着强大或持久市场力量的卖方，不可强迫其客户接受“搭售”或“捆绑定价”方式的服务或产品。这种情况是指，当集团在某一服务上格外的优势时，会要求客户光顾集团的其他服务后才提供该类特定的服务。

搭售是指设置前提条件，让客户首先光顾其它服务或产品后才提供某些特定服务或产品。捆绑定价指捆绑式销售一系列不同服务或产品，所牵涉的价格会较个别分开销售为低。

“搭售”或“捆绑定价”的销售可能在某些情况下合法，但只限于卖方没有强大及持久的市场统治力的情形，不然将被认为藉此迫使客户接受捆绑销售的方式后才允许其购买特定的服务或产品。

- >> 对供应商或客户在同等的交易中适用不同的商务条款，从而令他们处于不利的竞争位置。

在特定服务或产品上，有强大及持久市场统治力的卖方，当与相近背景的客户交易时，不可在价格或其他销售条件上进行区别对待。为同级或同类别客户，提出不同的价格或条款，只限于就不同价格有客观定价理由（例如，为同时提供集团附加服务或大量购买的客户提供折扣）的情形。

请注意：在特定的司法管辖区内，在某类服务或产品上，即使没有强大或持久的市场统治力，卖方也应为相近背景的客户提供一视同仁的价格。当出现这种情况后，被给予较低价格的与集团关系好的客户将会在转售服务与产品方面较关系不亲密的客户获得竞争优势。此外，在某些情况下客户故意唆使歧视性价格也可能触犯法律。

- >> 限制产量、市场或技术开发以损害客户和/或顾客。

在某些服务或产品有着强大和持久市场统治力的卖方，不可拒绝与潜在或现有客户、联盟伙伴或其他商业伙伴或客户，就相关服务或产品进行交易。

在拒绝订购的特殊情况中，要确保其符合一系列的合法准则，例如没有或未能提供足够的服务或产品，拒绝在合理价格或条款上达成协议（例如：这些内容相近背景的客户均同意）或客户的信用风险记录不佳。

- >> 进行“互惠交易”，即其采购行动是基于卖方从买方购买了服务或产品。在某些司法管辖区的相互经营中，也被称为“互惠主义”，这可能违反竞争法。

集团的政策规定所有对供应商或服务的采购，均基于供应商的价格、质量、销售条款和信用度。因此，集团不允许“互惠交易”。在例外的情况下，当没有强迫成份，而供应商亦没有被威胁会失去集团的生意，有关的互惠交易可被接受。但所有的互惠交易需要先咨询集团的法律部门。



应做及不应做的事情

简而言之：

不应削价或以低成本价去打压竞争对手。

应与集团法律部门讨论，当你对客户的定价政策（包括折扣和回扣）是否恰当不清楚的时候。

应基于客观且经得起推敲的商业理由去选择你的供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴。

不应询问你的供应商、联盟伙伴或其他商业伙伴有关对竞争者的出价。

当你认为你的集团在特定的服务或产品上有相当大的市场占有率或相当强的市场统治力时：

应在做出下列决定前咨询集团法律部门：

- 决定接受包含有“搭售”或“捆绑定价”的协议，不论这些是明示的或是暗示的；
- 拒绝出价或订购；
- 对同级或同类的客户，提供不同的价格或销售条件。



The Ethics & Compliance Hub on Talent

从这里，您可以找到所有关于道德与合规的内容。

在这中心，您可以找到：

- > 集团的政策及指引；
- > 道德与合规执行官的概述和联络方式；
- > 获得培训资讯；
- > 常见问题及回复。这些常见问题的内容作定期更新，让您在有需要时，能够获得更多实际的额外指引。



需要进一步的协助？

若您就道德与合规方面的问题，需要进一步资料，请通过道德与合规网络进行咨询，以及您的头号联络人，本地的道德与合规执行官。



道德与合规网络

首席道德与合规执行官(CECO)负责整个集团的道德与合规计划。这角色包括发展及实行倡议，去改善所有业务和功能单位或部门的合规性，与相关的业务及功能单位领导、总法律顾问 — 道德合规执行官，以及集团总法律顾问合作。

CECO在集团中统筹道德与合规计划，并检讨及评估道德与合规问题，亦会为经理及员工提供意见。

总法律顾问 — 道德合规执行官(GC ECO)负责在他/她受聘地方的道德与合规计划，角色包括与CECO、相关的业务及功能小组主管及GGC合作，发展及实行倡议，去改善所有当地业务和功能单位或部门的合规性。每位GC ECO会统筹他/她受聘地方的道德与合规计划，并检讨及评估道德与合规问题，亦会为经理及员工提供意见。

商务单位经理(SBU/BU)有责任令他/她们的下属遵从道德合规准则。他/她亦有责任执行道德合规政策。

需要提出有关道德与合规问题的忧虑？上报热线程序 (Raising Concern Procedure)



上报热线程序(Raising Concern Procedure)是一项让员工获取有关道德与合规意见及指引的程序。职业道德准则指定所有遇到有关道德或合规问题的员工，要与他/她当地的管理团队商讨。在一些特定情况（竞争法、怀疑有腐败情形发生等）或某些在管理层未能解决的问题，或员工不愿意与管理团队讨论，或个别员工正被其他程序所困扰，或投诉并不适用等。

在这些情况下，员工可以用上报热线程序(Raising Concern Procedure)，并向当地的总法律顾问道德合规执行官(GC-ECO)和/或直接向首席道德与合规执行官，寻求意见及指引。

上报热线程序(Raising Concern Procedure)最近已在集团开展业务的国家，按照当地的适用法例发展成处理个别个案的系统。

Ethics & Compliance

道德合规项目植根于集团自1967年创立伊始所培植起的道德文化土壤之中。

CONTACT

Hervé CANNEVA
Chief Ethics & Compliance Officer

CAPGEMINI

Place de l'Étoile – 11, rue de Tilsitt
75017 PARIS – France

A Capgemini Group publication | Photography: XXXXXXXXXXXXXXXX, ARR | Graphic design: Avant Midi

The information contained in this document is proprietary.
It is for Capgemini internal use only.

Suppliers

Comp