



屈臣氏集團

供應商行為準則



屈臣氏集團供應商行為準則

目的與範圍

本行為準則（“**準則**”）規定了向任何屈臣氏集團公司（“**集團**”）供應或提供貨物和服務的所有供應商、顧問和交易對象（“**供應商**”）的最低標準。它旨在促進誠實和道德的行為，並在與客戶、供應商、同事和利益相關者的所有互動中鼓勵信任、公平交易和誠信。

在開展活動時，集團致力於遵守所有適用的法律、法規、國內和國際公約，並在道德行為、社會責任、現代奴隸制、負責任的運營和環境保護等領域採取最佳做法。集團要求其供應商遵守本準則中規定的原則，並確保其供應商和分包商也遵守本準則。本供應商準則中提及的供應商包括供應商自己的供應商和分包商。

該準則涵蓋 5 個關鍵政策領域：

1. 道德行為；
2. 反賄賂和腐敗；
3. 遵守 BSCI 行為準則和湄公河聯會商業承諾；
4. 可持續性；和
5. 社交媒體和公開聲明。

不遵守本準則

供應商不遵守本準則可能導致集團審查與其的業務關係。如果集團認為供應商未遵守或將不遵守本準則，集團可拒絕開始或繼續與其的任何關係。供應商的分包商或供應商自己的供應商違反本準則的行為將被視為供應商不遵守。

如果您希望報告本準則項下的任何不合規情況，您可以聯繫集團的常規業務連絡人。或者，您可以通過以下方式聯繫 CKHH GMS 總經理：report@chk.com.hk或香港皇后大道中 2 號長江中心 48 樓。

1. 道德行為

公平、誠實、誠信地與員工、客戶、供應商、競爭對手和政府當局打交道是集團原則和價值觀的基礎。本集團要求其供應商在開展業務時以最誠信的態度行事。



1.1 保密

集團供應商必須採取一切必要措施，保護其在與集團的業務關係過程中收到的商業敏感資訊（如財務資料、銷售資料、行銷和戰略計畫）和其他非公開信息的機密性。該資訊為機密資訊，供應商不得：

- 將其洩露給集團以外的任何人（法律要求或集團事先明確同意的除外）；
- 將其用於個人或財務利益或與集團競爭；
- 利用它從事內部交易活動。

1.2 準確、誠實的報告

集團要求其供應商提供有關以下方面的誠實和準確資訊：向其提供的貨物和服務、生產方法、使用的資源或生產設施、產品（及其成分）的可追溯性、產品的標籤和說明。供應商不得向集團作出任何誤導性陳述。

1.3 利益衝突

集團要求其供應商盡一切努力防止發生其利益與集團利益衝突的情況。

1.4 集團智慧財產權

集團要求其供應商採取一切必要措施保護集團的資源和資產，特別是其智慧財產權，並致力於通過以下方式打擊假冒行為：

- 與執法和智慧財產權管理部門合作；
- 採取預防措施，如要求其供應商銷毀其或執法部門發現的所有假冒產品或按集團指示銷毀所有假冒產品。

1.5 數據隱私

集團尊重集團員工、客戶和其他利益相關者的隱私權利。集團要求其供應商遵守有關個人資訊保護的所有適用法律法規，保護委託給其的任何個人資訊，並實施技術和組織措施，包括硬體和軟體系統的適當安全，以確保此類個人資訊不被未經授權或非法披露。

1.6 公平競爭

集團的客戶、供應商和利益相關者期望我們公平、獨立地競爭，並促進公平競爭。因此，供應商不應從事反競爭行為，如合謀定價、瓜分市場、圍標、限制產量、集體抵制、交換資料和/或濫用市場支配地位以降低競爭。



1.7 犯罪所得和貿易限制

集團要求其供應商採取一切合理措施，遵守國際公認的反洗錢、貿易限制、出口管制以及不與受制裁國家、公司和個人交易的原則。

2. 反賄賂和腐敗

2.1 禁止一切形式的腐敗和賄賂

集團實行零容忍政策，嚴格禁止任何形式的賄賂或腐敗。集團要求其供應商對賄賂、腐敗或影響力交易採取相同的政策，並採取適當措施防止、發現和制裁其業務活動中直接或間接的任何腐敗、賄賂或影響力交易。集團提倡公平和透明的採購做法，不會與已知行賄和/或參與腐敗活動的供應商打交道，並要求其供應商採用相同的方法。

2.2 商務禮節

集團承認，提供和接受適度的禮物、娛樂、款待或其他商業禮節是與某些地區其他各方建立關係的重要組成部分。然而，任何可能被認為不公平地影響商業關係的商業禮節都應該避免。

3. BSCI 行為準則和 MEKONG 俱樂部現代奴隸制商業承諾

集團致力於遵守 BSCI 行為準則中規定的原則，並且是湄公河聯會反對現代奴隸制商業承諾的成員。BSCI 行為準則下的原則可在以下連結中找到 (<https://www.amfori.org/sites/default/files/amfori%20BSCI%20Code%20of%20Conduct%20-%20Chinese%20-%20December%202021.pdf>) 以及湄公河聯會提出的反對現代奴隸制的商業承諾可在以下連結中找到 (<https://themekongclub.org>)。

集團要求其供應商遵守 BSCI 行為準則和湄公河聯會商業承諾中規定的原則。

4. 可持續性

4.1 ASW 可持續性計畫

集團不僅向其股東承諾，還向其客戶、供應商、員工、債權人、監管機構和廣大社區在內的廣泛利益相關者承諾，堅決致力於支持其環境、社會和治理（統稱為“可持續性”）計畫。採取積極主動的可持續發展方法不僅是本集團長期和卓著的傳統的一部分，也是本集團戰略的固有屬性，及本公司長期成功的關鍵。集團相信，強有力的可持續性計畫對員工、客戶、環境保護和集團運營所在社區的發展做出了積極貢獻。



4.2 可持續性實踐和原則

集團期望其供應商對可持續性採取同樣負責的方法，並至少採用以下做法和原則：

環境

- 遵守所有相關的地方和國家法律，並確保環境保護和人權合規。
- 通過實施環境政策和環境管理系統，將能源消耗和運營中碳排放量降至最低。
- 制定氣候行動戰略，制定基於科學的目標並實施必要的干預措施以實現這些目標。
- 鼓勵使用可減少能源消耗的環保技術，將商務旅行的需求降至最低，並減少對不可再生資源（如原始塑膠）的依賴。
- 發展開發更環保的產品，最大限度地減少自然資源的使用，說明客戶过上更可持續的生活方式。
- 促進廢物回收，同時採取負責任的預防措施處理或清理作業中的任何危險材料。

社會

- 通過員工志願服務、教育、醫療支援、健康和老年護理以及救災等方式，開展一系列慈善活動，以滿足其所在社區的需求和利益。
- 創造一個安全、健康、支援、多樣化和無歧視的工作環境。
- 鼓勵員工在他們生活和工作的社區中發揮積極和積極的作用。

治理

- 確保董事會對公司的可持續性目標和績效進行強有力的監督。
- 制定涵蓋關鍵可持續性要求的政策。
- 分享公司設定的可持續發展優先事項的進展。

5. 社交媒體和公開聲明

5.1 公開聲明

為了保護集團的形象並有效管理溝通，供應商的任何公開聲明，如果被認為屬於集團或披露集團參與與供應商的任何交易，必須在向公眾發佈之前獲得集團的批准。

5.2 社交媒體的使用

集團要求其供應商在其社交媒體使用和聲明中審慎衡量，以確保任何此類使用或聲明不被認為屬於集團之聲明，除非集團事先明確書面同意。