

中国食品有限公司负责任营销政策

(销售业务合规指南)

第一章 总则

第一条 为促进中国食品有限公司所控制管理的各级公司（以下简称“公司”）销售活动的健康有序发展，建立健全自律诚信体系，规范各类业务经营行为，制定本指南。

第二条 本指南适用于公司在开展产品销售、市场推广等活动过程中，与供应商、经销商、消费者等市场活动参与者进行交易时的各类经营行为。

第三条 公司全体工作人员在销售及市场业务活动中，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德。

第二章 反垄断合规管理

第四条 本章所称“垄断行为”是指公司全体员工在市场销售过程中，作为经营者违反《中华人民共和国反垄断法》的规定，与其他经营者达成垄断协议、滥用市场支配地位及其他具有或可能具有排除、限制竞争效果的其他行为。

第五条 禁止达成横向垄断协议

禁止公司各级员工与具有竞争关系的经营者达成下列横向垄断协议：

- (一) 固定或者变更商品价格；
- (二) 限制商品的生产数量或者销售数量；
- (三) 分割销售市场或者原材料采购市场；
- (四) 限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；
- (五) 联合抵制交易；

(六) 其他排除、限制竞争的协议、决定或者其他垄断行为，如虽未明确订立书面或者口头形式的协议或者决定，但实质上存在协调一致的行为。

第六条 禁止达成纵向垄断协议

禁止公司各级员工与交易相对人（包括但不限于客户、合作伙伴、供应商等）达成下列纵向垄断协议：

- (一) 固定向第三人转售商品的价格；
- (二) 限定向第三人转售商品的最低价格；

(三) 其他排除、限制竞争的协议、决定或者其他垄断行为，如虽未明确订立书面或者口头形式的协议或者决定，但实质上存在协调一致的行为。

第七条 禁止公司各级员工将产品以低于成本价的价格销售。

第八条 合规使用语言与词汇

公司各级员工在经营中，应注意语言和词汇的合规性。

在与第三方的外部沟通及公司内部沟通中，注意在使用各类型的沟通形式或媒介（包括但不限于电子邮件、演示文稿、电子数据表、电话会议录音、录像、Word 文稿及附件等）时，避免使用不当的语言与词汇。

第三章 反商业贿赂合规管理

第九条 本章所称“商业贿赂”，是指经营者为销售或者购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。

前款所称财物，是指现金和实物，包括经营者为销售或者购买商品，假借促销费、宣传费、赞助费、科研费、劳务费、咨询费、佣金等名义，或者以报销各种费用等方式，给付对方单位或者个人的财物。

第二款所称其他手段，是指提供国内外各种名义的旅游、考察等给付财物以外的其他利益的手段。

第十条 公司各级员工不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：

- （一）交易相对方的工作人员；
- （二）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；
- （三）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

经营者在交易活动中，可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。

第四章 促销政策合规管理

第十一条 折扣合规

本条所称“折扣”为商品购销中的让利，是指经营者在销售商品时，以明示并如实入账的方式给予对方的价格优惠，包括支付价款时对价款总额按一定比例即时予以扣除（商业折扣），和支付价款总额后再按一定比例予以退还（现金折扣）两种形式。折扣可以以现金形式在购货时折抵，也可以以实物（产品）形式提供。

第十二条 促销服务费合规

公司可依照合同约定，以促进某特定品牌或特定品种商品的销售为目的，以零售商提供印制海报、开展促销活动、广告宣传等相应服务为条件，向零售商支付合理金额的费用，但该费用应符合如下要求：

- （一）费用的支出均有协议支持，协议是由双方签署的；
- （二）费用的支出均有实际的服务项目，如商场提供的各种服务或广告宣传机会，不存在“假借”服务的名义支付费用的情况，同时，公司应保存促销活动执行报告及图文资料，以佐证促销活动的真实性；
- （三）费用有正规“服务费”发票，并如实入账，且科目符合会计准则。

第五章 销售业务行为合规管理

第十三条 公司全体销售业务人员，在从事销售工作过程中，应遵循公司《纪律政策》及相关纪律文件，在职责权限范围内处理公司业务，谨慎、诚信的处理与客户的关系。

第六章 个人信息保护合规管理

第十四条 本章所称“个人信息”是指公司在提供互联网信息服务过程中，作为个人信息控制者，以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别特定自然人身份或者反映特定自然人活动情况的各种信息，包括姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、通信通讯联系方式、通信记录和内容、账号密码、财产信息、征信信息、行踪轨迹、住宿信息、健康生理信息、交易信息等。

“个人敏感信息”是指一旦泄露、非法提供或滥用可能危害人身和财产安全，极易导致个人名誉、身心健康受到损害或歧视性待遇等的个人信息。包括身份证件号码、个人生物识别信息、银行账号、通信记录和内容、财产信息、征信信息、行踪轨迹、住宿信息、健康生理信息、交易信息、14 岁以下（含）儿童的个人信息等。

第十五条 各公司收集用户个人信息的，应当明确告知用户收集、使用信息的目的、方式和范围，查询、更正信息的渠道以及拒绝提供信息的后果等事项，并获得用户的授权同意。并且在用户终止使用相关服务后，应当停止对用户个人信息的收集和使用，并为用户提供注销号码或者账号的服务。

不得收集其提供服务所必需以外的用户个人信息或者将信息用于提供服务之外的目的，不得以欺诈、诱骗、误导的方式收集个人信息，不应隐瞒产品或服务所具有的收集个人信息的功能，不得从非法渠道获取个人信息，不应收集法律法规明令禁止的或双方未约定收集、使用的个人信息。

第十六条 公司全体工作人员对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密，不得泄露、篡改或者毁损，不得出售或者非法向他人提供。

第七章 附则

第十七条 本指南自发布之日起实施。