

反垄断政策

目的

Graphic Packaging International, LLC 及其子公司（统称为“公司”或“GPI”）完全遵守所有联邦、州和全球反垄断法和竞争法。公司相信自由市场体制，遵守这些法律对于保持 GPI 作为一家具有最高道德行为标准的公司的声誉至关重要。公司已经制定本反垄断政策，以教育我们的员工了解最适用于我们企业的反垄断法和竞争法。

与竞争者讨论价格

员工必须避免与竞争者就定价问题进行所有直接和间接沟通；要记住，有时员工需要与竞争者沟通，因为他们也是我们的客户或供应商。反垄断法绝对禁止竞争者或潜在竞争者之间达成任何固定价格的协议。

具体而言，竞争者就任何一方或双方对其产品或服务的收费价格达成协议都是非法的。“价格”一词被广义地解释为不仅指产品的销售价格，还包括付款条件、运输成本、返利、折扣或其他优惠。法律对“协议”的定义也很宽泛，不只包括正式的、签署的合同。竞争者之间任何改变或稳定价格的谅解都是非法的。例如，法院已经假定存在某种协议，即竞争者在就成本增加造成的问题进行非正式讨论后提高价格。竞争者是否具体同意提高价格或他们是否就具体价格达成一致并不重要。仅仅是竞争者在相互讨论之后提高价格这一事实，就足以暗示存在着固定价格的协议。

鉴于反垄断法对“协议”和“价格”的定义如此宽泛，员工不应该与竞争者或潜在竞争者讨论公司或竞争者的：

- 过去、现在或未来的价格
- 定价政策
- 折扣
- 促销
- 销售条款或条件
- 利润或利润率
- 成本
- 对生产计划或停工计划的限制
- 库存水平

此外，反垄断法认识到，竞争者可能会使用各种伎俩来破坏竞争。竞争者同意不争夺某一客户或不在某一区域竞争是不恰当的，因为这种协议会限制客户对商品和服务的选择。反垄断法规定，与竞争者商定划分区域、分配客户或拒绝与某一供应商或客户交易是非法的。

如果竞争者试图与员工讨论任何此类信息，员工应该回应说，员工不会参与这些不正当讨论，并终止对话。员工必须始终使用下面描述的报告方法之一，报告竞争者试图进行本政策所禁止的对话。

当竞争者同时也是客户或供应商时

GPI 将纸板出售给独立的转换厂，这些转换厂可能与 GPI 转换设施竞争转换产品销售业务。作为其客户的竞争者，GPI 的业务和活动可能涉及反垄断法。此外，GPI 与客户的销售合同可能带有保密义务，限制 GPI 使用谈判期间收到的信息。因此，GPI 的销售代表和定价人员应注意不要从客户那里获得竞争敏感性信息，以免被 GPI 的转换业务部门用来针对他们。尤其是，GPI 销售人员应避免与客户讨论转换客户的：

- 销售量、定价、成本（纤维除外）或利润率；
- 客户的身份、地点或定价；以及
- 扩张、缩减规划，或者其他竞争敏感性话题。

基于数量的定价应尽可能在没有具体数量目标的情况下提出。如果销售人员在给转换客户进行纤维定价时采用数量目标，他们应确保该信息不会传达给任何对可能与转换客户竞争的负责任何转换业务定价或销售的 GPI 人员。GPI 销售人员可能了解到的有关其客户数量、客

户定价或类似主题的其他竞争敏感性信息（无论是无意还是有意），同样不应透露给任何参与竞争性转换业务定价或销售活动的 GPI 人员。

员工在与同时也是竞争者的客户或供应商互动时应非常小心，应将讨论限制在成文议程所反映的会议的商业目的。

行业协会和贸易展会

尽管行业协会活动通常是合法的和有利于竞争的，但也构成一些反垄断风险，因为是将竞争者聚集在一起进行合作努力。大量的刑事案件都是围绕被指控在行业协会会议或贸易展会上发生的讨论。因此，员工必须非常小心地避免在会议期间达成非法协议（即使是表面上的）。为有助于实现这一目标，行业协会应：

- 建立客观的会员要求；
- 正式确定会议程序；
- 制作并分发会议的书面议程；
- 禁止讨论不适当的话题；以及
- 适当时有律师出席。

员工必须记住，并不是所有会员都会像他们一样接受过关于反垄断法的培训。因此，如果 GPI 员工认为对话转向了不适当的主题，员工应立即终止讨论。如果此类讨论继续，则员工应离开房间。

当然，许多行业协会活动是被允许的。例如，如果行业协会为一个关于生产事项的统计报告计划建立适当的保障措施的话，那么该计划一般就是允许的。具体而言，协会应该只以总体形式报告数据，而不是与某一会员分享另一会员的数据。

搭售安排

当卖方要求客户购买一种产品以便能够购买另一种产品时，就会出现将两种或多种产品捆绑在一起的情况。当卖方要求客户从某一特定来源购买耗材或货物时，也可能存在搭售安排。

搭售安排是否违法取决于特定情况，如卖方对搭售产品的市场实力、卖方在搭售产品销售中的经济利益以及有关市场的实际竞争状况。

在某些情况下，将产品捆绑在一起可能会违反反垄断法。员工在认为公司正在（或可能）参与搭售安排时，应咨询总法律顾问或任何其他 GPI 律师。

安全、合法销售和营销规则

为确保遵守适用的反垄断法，所有 GPI 员工必须遵守以下规则：

- 切勿与竞争者商定，员工、GPI 或竞争者将采取某些行动或不采取某些行动，特别是在产品、价格、客户、供应商或区域方面。
- 认识到客户是一个独立的竞争实体。始终允许客户做出自己的业务决定，特别是在转售价格、销售对象和销售区域等方面。
- 公平竞争。不合理的竞争策略，如掠夺性定价、夸大的广告和对竞争者产品的恶意贬低，不仅是违法的，而且也不符合 GPI 的核心价值观。
- 在 GPI 的竞争者也是其客户或供应商的那些情况下，GPI 员工必须格外小心，不要与这些公司讨论 GPI 的客户、区域、价格（除非是 GPI 将向该公司出售或购买特定产品的价格）或策略。

当有疑问时，员工应咨询他们的主管或经理，讨论具体情况并提问。如有必要，员工应联系法务部成员，就本政策下出现的问题进行咨询。

报告和调查违规行为

任何知道或怀疑有人违反本政策的人应立即向下列人员之一报告：

- 总法律顾问，电子邮件是：GeneralCounsel@graphicpkg.com
- Graphic Packaging 商业行为 Alertline，网址是：www.gpibusinessconductalertline.ethicspoint.com；或者借助面向特定国家的免费电话

Graphic Packaging Alertline 每天 24 小时开放。举报人可以选择匿名举报。面向具体国家的商业行为 Alertline 电话号码：

澳大利亚	1800565761
奥地利	0800 017868
比利时	0800 77 076
巴西	0800 000 0572
加拿大	1.866.898.3750 1.855.350.9393
中国	400 120 3531
克罗地亚	800-528-422
爱沙尼亚	8000044232
芬兰	800416130
法国	0.800.90.2500
德国	0800 1810751
希腊	0.080.012.6576
印度尼西亚	0800 1401907
爱尔兰	1800 851 822

意大利	800 725 944
日本	0800-700-9401
墨西哥	800 681 6714
荷兰	0800 0229398
新西兰	0800 426 361
尼日利亚	0-708-060-1816, 然后拨打 866-898- 3750
挪威	80062436
波兰	800005072
西班牙	900.991.498
瑞典	020-088 00 16
瑞士	0800 000 329
英国	0800 048 5494
美国	1.866.898.3750

所有关于涉嫌违反本政策或反垄断法的报告都将得到客观、及时的调查。公司将根据其调查义务，在合理可行的范围内对所有报告进行保密。所有员工都应该配合调查。未配合调查可能会导致纪律处分。