

Green Dream**携手CEC，UL构筑中国绿色梦想**

文_刘拓



2014年9月23日，享誉全球的产品安全事业领导者美国UL公司与中环联合认证中心（CEC）在京签署合作谅解备忘录，双方未来将在环保产品认证、低碳、绿色供应链管理和信息平台建设等可持续发展领域开展合作，助力国内外相关行业制造商大力发展绿色产品，共同推动绿色、低碳的可持续发展。



UL全球副总裁，供应链与可持续发展事业部 环境业务总经理Lisa Meier（右）
与中环联合认证中心总经理张小丹（左）签署合作谅解备忘录

双方将在标准、检测、认证、培训、信息平台建设等方面进行技术交流；开展环境认证相关的互认合作，包括实验室认可、双方业务代理以及其他在互认领域合作的可能性探讨；开展与合作领域相关的标准研究及项目开发合作；开展合作领域的能力建设

百岁巨人

美国UL公司至今已有120岁,作为安全规范、检测和认证领域的巨人,美国UL公司一直活跃于国际舞台,为公众、产品及环境安全贡献自己的力量。

美国UL公司的建立颇具传奇色彩。1894年美国芝加哥世博会专门设立了电展馆,但这一新生技术所伴随的火情隐患让投资商拒绝承建,保险商拒绝承保,参观者更是拒绝参观。面对此情此景,UL的创始人横空出世,萌发了从科学角度,基于科学标准解决安全问题的思路——任何与电有关的发现和技术都必须经过安全测试与认证,才能成为造福人类的技术,这一创举也促进了电力的大规模安全应用,奠定了现代电力技术的基石。而致力于科学技术的可持续发展,保护人类健康与场所安全也就成为美国UL公司建立的箴言。随着时代的拓展,美国UL公司围绕检测、认证以及产品安全、性能、能效等的创新与演变不断取得突破。目前,美国UL公司拥有五大业务单元:商业与工业事业部、消费事业部、生命与健康事业部、供应链与可持续发展事业部、工作场所健康与安全事业部,服务涉及建筑与生命安全科技、性能材料、能源与电力科技、电线电缆、家电、空调、制冷设备、灯具、交易安全、电子科技、消费品、环境、家具、健康科学、水资源等众多行业领域。

UL全球高级副总裁、供应链与可持续发展事业部总裁Sara A. Greenstein介绍说:“UL针对不同领域为客户提供解决方案,包括可持续发展领域,供应链信息以及涉及生命健康的领域,同时UL还关注与消费品及工作场所相关的健康与安全事项。”

共赢合作

UL供应链与可持续发展事业部环境业务大中国区总经理戚泉先生指出,与CEC的签约,是双方共赢的合作。UL与CEC的合作,目前主要集中在可持续发展

领域。其中一个重要签约项目便是推进ECOLOGO认证和中国环境标志产品认证(俗称十环认证)的互认,ECOLOGO是美国UL公司针对绿色环保和可持续发展的认证,它考虑了产品从制造到使用,直到产品生命周期结束的全过程,强调了产品的可持续发展。CEC作为环保部下属公司,拥有中国环境标志(即十环认证标志),属于ISO定义下的I型认证标志。I型标志是有国家区分的,不同的国家、区域都有自己的生态标签,因此与中国本土认证机构的互认将为双方业务的开展带来更多共赢利益。首先,对于制造商来讲,只要进行一次产品测试,便能获得十环与ECOLOGO两种认证标识,有助于效率提升,有助于国际贸易加强,有助于市场繁荣;对于消费者,互认标识跨越了地区界限,其可辨识度更高,消费者也更容易接受。同时,CEC与UL有着共同的目标客户,“我们的客户都希望成为各自领域的环保先锋,只是有时他们不清楚实现这一目标的途径”,而CEC和UL都致力于为客户提供咨询顾问式服务,帮助他们实现成为环保先锋的目标。

为此,美国UL公司旗下供应链与可持续发展事业部为企业提供了一整套定制服务,从产品的设计规划到市场营销,从检测认证到咨询服务,涵盖了各流程的方方面面。其中,产品设计包括可持续发展战略、可持续性设计及市场分析;产品规划则是从风险评估、绿色化学、检测三大角度出发;环保认证服务囊括了针对室内有毒有害气体检测的GREENGUARD认证,涉及产品绿色环保和可持续生命周期的ECOLOGO认证,展示产品全生命周期环境影响透明度的环保产品声明(EPD)以及环境声明验证(ECV)等;为了获得公正可靠的认证结果,UL还提供化学测试及分析服务,从技术上提供各方面具体的顾问意见,以使产品满足全球采购及市场监管需求,从而拓展市场机会。除此之外,UL还可为客户提供相应的咨询服务,包括战略、技术、市场营销等各个方面的咨询服务,使企业的产品和技术更加绿色。在拥有绿色产品以后,美国UL公

司在绿色环保声明策略方面帮助客户将产品更好的推向市场,向市场展示,使这些产品和绿色声明在用户中、在行业中产生反响,借此深化品牌形象。最后,在教育沟通方面,美国UL公司为设计师、公司客户及内部销售人员和外部供应链合作伙伴提供很多的教育培训和沟通服务。总的来讲,美国UL公司为企业提供一切有关于可持续发展事务的支持。

戚泉先生介绍说,美国UL公司最早、最核心的业务是产品安全,而多年来UL在中国开展的大部分业务都是针对产品安全、安规等强制性认证。不过,随着世界各国对环境问题的日益重视,自愿认证环保标签也受到各国的极大关注。这一问题不仅存在于中国产品出口到国外市场,同时也存在于中国产品内销中,自愿性认证的发展需要经历一个过程,但是它的发展会助力本土绿色产品的开发,绿色工厂的生产以及消费者对绿色环保产品的选购。与CEC的合作,是UL在中国自愿性环保认证迈出的重要一步,未来,美国UL公司还将在更广泛的领域与本土伙伴展开业务往来。

同时,美国UL公司在中国业务的拓展也将更有利于中国品牌在国外市场的发展。戚泉先生表示,中国是一个制造大国,而北美地区是中国消费品出口的重要市场,在这个市场,美国UL公司具有非常高的公信力,借助这种公信力,他们能够帮助更多中国品牌转化为北美市场认可的本土品牌,而增加品牌的绿色价值,则是实现外销品牌扎根本土的重要途径。以海尔为例,今年8月,海尔在美国获得UL全球第一张针对空调类产品的GREENGUARD认证证书,这也是中国品牌拿到的第一张空调类产品UL GREENGUARD认证证书。依靠UL认证在北美市场的强大公信力,海尔充分证明了旗下空调产品的绿色价值。同时,UL为联想Miix 2平板电脑颁发了全球首张UL 2841 (ECOLOGO)及GREENGUARD双重认证的绿色产品认证证书,树立了联想品牌绿色、友好的差异化形象。戚泉透露,截止目前,美国UL公司已经为超过两万家中国企业提供了检测与认证服务,而CEC则为4千

家企业做了绿色认证,双方的合作将使这一数目攀至新高,对于中国制造业品牌形象的树立与差异化竞争将有巨大裨益。

3R公信

美国UL公司认证在国际市场拥有广泛的公信力,那么UL的认证对于企业又有何价值呢? Sara表示,UL的认证服务对企业而言,尤其是对于那些希望将产品出口到北美、欧洲市场的企业来讲,可以概括为三方面的价值:信誉(Reputation)、关系(Relationship)和认可(Recognition),即UL的3R公信力。Sara指出,美国UL公司拥有悠久的历史,在这一过程中,创造了极高的信誉度,UL的一切都建立在科学技术的支持上,并展示出非常强的企业道德与诚信。同时,UL与世界各地的政府、当局、制造商、零售商等有着长久和睦的合作关系,UL帮助他们设立各种安全可持续的标准,助力其基础设施的可持续,保证了国家、地区经济的繁荣发展。除此以外,UL受到全球市场的信赖,到目前为止,全球有210亿种产品使用UL的认证标识,UL同全球10万余家制造企业保持合作关系,广泛涉及家电、家具、建筑、楼宇、汽车、玩具、食品、饮水等领域,横跨生活的方方面面。这也是UL价值与信心的来源。

2014年9月15日,中国政府在北京举办了首次“中国质量大会”,李克强总理在会上强调,中国正在步入由中国制造走向中国创造的关键时期,而质量能够推动社会发展,为人民带来更大的价值,并保证我们获得更多利润。检验、检测与认证对于助推产品和技术质量的影响不言而喻,而良好的检验检测认证系统依托于用户的口碑与信任之上。拥有百年历史的UL可以让制造厂商的产品更具可信度,让广大的消费者购买时更加放心,而同CEC等本土机构的合作则更进一步加重了美国UL公司关注中国市场需求,适应中国可持续发展事业的筹码。

未来无限美,绿色成就大家共同的梦想! 