



# 為何選擇 UL

市場迫切需要安全、可靠以及可持續的產品和體驗，這樣的需求確實前所未有。與此同時，品牌信任度卻越來越低。<sup>1</sup> 產品召回、資料洩露、假冒偽造、誤導性行銷訊息和負面或虛假線上評價都對市場信心造成損害。當您的聲譽和收入岌岌可危時，您需要一家不僅僅能執行測試的公司。還需要一個經驗豐富且值得信賴的合作夥伴，其擁有專業技術知識以及一套能在測試后長期保護公司品牌價值和聲譽的服務。

## 保護您的品牌投資：我們的工作從未停止

UL 的品牌保護不僅僅是一個標誌或一項服務。也就是我們在安全性科學、品質和道德方面保持高度的警覺和嚴格的要求，藉此為我們所提供的服務增加價值，從而保護每位客戶的品牌，同時保護我們自己的品牌。這是一種激情，一項承諾，由「建立一個更安全的世界」這一使命所驅使。

**這意味著我們永遠不會停止保護品牌、產品、環境、人類的努力。**

---

「值得信賴的第三方認證與驗證在消費者、我們公司的合作夥伴以及利害關係者之間產生共鳴。我們知道 UL 品牌已經向 LG 敞開大門，並將繼續讓我們創新和引領技術市場。」

—LG Electronics USA 公共事務副總裁

---

## 公認的專業知識

從電力到數位安防，UL 助推安全創新長達一個多世紀之久。我們的工程師來自領先的技術產業和政府機構，與主要產業協會和利害關係者合作，並經常在國際展會和安全會議上發言。

- 我們與 60% 以上的財富 500 強和全球 500 強公司合作。
- 全球數百億的產品上有 UL 標誌。
- 每年有 20 億以上的消費者從 UL 及其關係保險商實驗室收到安全、安防和永續性訊息。
- 66% 的美國零售商表示，與其他測試、檢驗和認證 (TIC) 標誌相比，他們更願意使用 UL 標誌。<sup>2</sup>
- 我們為全部 24 個 S&P 產業集團提供安全性、可交互運作性、能源效率、永續性、無線能力、網路安全、效能和電磁相容性 (EMC) 測試、認證和驗證。
- UL 已幫助制定 1,600 多項標準來定義安全、安防、品質和永續性。
- UL 的專家在 500 多個國際委員會擔任成員，在多個地區的 100 多個委員會擔任成員來幫助撰寫標準。我們的高級工程師平均擁有 23 年的工作經驗。



1. 2020 年 Edelman Trust Barometer <https://www.edelman.com/trustbarometer>  
2. 2017 年 Interbrand 價值鏈研究

## 全球覆蓋，當地實驗室

可靠的測試、檢驗和認證就是要與擁有廣泛全球測試實驗室網路的公司合作，並與全球的監管和海關機構建立關係以加速市場准入。

- 我們的多元化客戶遍及 100 多個國家。
- 在很多國家，UL 都是頂級 TIC 類品牌，這一點超越任何其他品牌，被評為全世界最值得信賴的公司。<sup>3</sup>
- 我們的全球市場准入 (GMA) 專家遍佈 21 個地點，針對 150 多個國家的認證和監管要求提供支援。
- 我們的全球實驗室遵循標準化測試計畫，擁有同步報告系統，因此無論您在何地與 UL 開展業務，都能得到始終如一的結果。我們的全球實驗室網路人員富餘，能夠快速調動員工和專案，滿足激增的產品加速發佈需求。

## 防偽和市場監督

根據 OECD 的資料，假冒偽造佔世界貿易的 3.3%，並且還在不斷增長。我們與執法機構、智慧財產保護協會和政府實體合作，幫助保護客戶品牌及其帶有 UL 標誌的產品。我們識別帶有假冒 UL 標誌的產品並採取行動，將這些未經授權的危險、假冒或劣質商品從市場中清除。2019 年，在我們的努力下，共查獲了 380 萬件產品。其他防偽措施包括專有、全像 UL 標誌標籤，與海關人員合辦防偽培訓課程，並與國際刑警組織積極合作，打擊智慧財產犯罪。

根據 2019 愛德曼信任度調查報告，在被調查的

**16,000** 名全球消費者中有  
**81%** 表示，信任  
在其購買決策中發揮  
着重要的作用，但是，  
**66%** 的消費者很  
多時候並不信任其所購品牌。



## 除認證外還要保證聲譽安全

125 年來，UL 一直是安全科學領域備受信賴的領袖先鋒。客戶和最終使用者對 UL 品牌的信任是我們最寶貴的財富，因此保護我們的品牌不受威脅至關重要。資料洩露、不良內部方法以及害群之馬僅是能夠威脅這種信任的幾種情形。越來越多的消費者表示，他們會依賴第三方、家人和朋友的評價來做出購買決策。我們對市場進行調查，以發現和調查虛假 UL 認證聲明，並識別帶有 UL 標誌但不符合 UL 嚴格要求，可能損害聲譽的產品。

我們透過以下幾種方式保護您對品牌資產的投資以及產品上 UL 標誌的價值：

- 積極監控 UL 標誌的使用。
- 實施緩解措施以解決安全隱患，並糾正虛假和誤導性廣告。
- 向公眾發出有關安全威脅的警示。
- 調查並確定客戶產品不合規和產品安全或品質問題的根本原因，以確定是否存在偽造或虛假評價。
- 研究技術趨勢。

透過與我們自己的技術、法律、防偽和品牌保護專家合作，我們通常每年常每年

調查 **2,000** 多宗  
誤導性廣告、安全問題和假冒  
偽造案件索賠。



3. Interbrand 在 2018 年開展的全球品牌研究，該研究調查了 1770 個品類決策者，涵蓋 9 個國家和 25 個品牌。

若要與 UL 合作，請在 [www.UL.com](http://www.UL.com) 聯絡我們。

# Empowering Trust™

UL 和 UL 標誌是 UL LLC 的商標，著作權所有 © 2020。

CT26210965=0720

