

Tổng quan giải pháp phát triển bền vững với Ngành Nội-Ngoại thất, đặc biệt tại thị trường Bắc Mỹ

April 14, 2021 | Thanh Lam, Sales manager, UL, Furniture



UL AND THE UL LOGO ARE TRADEMARKS OF UL LLC © 2021. ALL RIGHTS RESERVED. THIS DOCUMENT MAY NOT BE COPIED WITHOUT WRITTEN PERMISSION FROM UL AND ONLY IN ITS ENTIRETY. THE DOCUMENT IS FOR GENERAL INFORMATION PURPOSES ONLY AND IS NOT INTENDED TO CONVEY LEGAL OR OTHER PROFESSIONAL ADVICE. THE INFORMATION PROVIDED IN THIS DOCUMENT IS CORRECT TO THE BEST OF OUR KNOWLEDGE, INFORMATION AND BELIEF AT THE DATE OF ITS PUBLICATION.

Empowering Trust®

An aerial photograph of a city at sunset. A large bridge with multiple lanes of traffic spans a wide river. In the background, a dense urban landscape is visible, featuring numerous high-rise buildings. A prominent skyscraper with a green facade stands out on the right side of the image. The sky is filled with soft, orange and yellow light from the setting sun, with some darker clouds. A red rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Thế giới hoạt động dựa
trên sự tin tưởng ... và
chúng tôi giúp điều đó
xảy ra.



88%

Thành viên có thẩm quyền của hiệp hội XÂY DỰNG & MÔI TRƯỜNG HOA KỲ tin tưởng và chấp nhận Dấu UL



94%

các cơ quan có thẩm quyền của Hoa Kỳ quen thuộc với UL so với

41%

Các công ty khác trong lĩnh vực TIC

Chúng tôi tiếp cận với hơn

2 TỶ



Người tiêu dùng trên toàn cầu
hàng năm với các thông điệp về an toàn, bảo mật và bền vững



Thương Hiệu đại diện & tiên phong

Dấu & chứng nhận UL đã đang xuất hiện trên hơn

MƯỜI (10) TỶ

Sản phẩm trên toàn cầu

66%

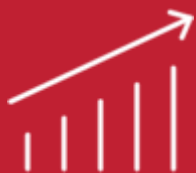


các nhà bán lẻ tại Hoa Kỳ bày tỏ sự ưu tiên đối với Dấu UL hơn các Dấu TIC khác



CHÚNG TÔI THƯỜNG XUYÊN LÀM VIỆC ĐỂ BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG ĐỐI VỚI HÀNG HÓA BỊ LÀM GIẢ.
Trong năm 2018, 108.000 SẢN PHẨM mang các dấu & chứng nhận UL giả đã bị thu giữ, với giá trị ước tính là 2,1 TRIỆU USD.

UL luôn ở vị trí #1 tại (Thị trường Bắc Mỹ)



UL phát triển để trở thành đối tác

LUÔN LUÔN ĐƯỢC ƯU TIÊN LỰA CHỌN

giữa các Nhà bán lẻ

66% 

các nhà bán lẻ được
khảo sát bày tỏ sự ưa
thích đối với UL

57% 

Xác định **UL được yêu**
cầu nhiều nhất từ
Khách hàng của họ

43% 

các nhà bán lẻ chỉ ra rằng
UL là thương hiệu duy
nhất họ tìm kiếm



Mạng lưới hoạt động Toàn Cầu



14,000+

Nhân viên



NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI MẶT VỚI NGÀNH NỘI-NGOẠI THẤT



ÁP LỰC LUÔN ĐỀ NẶNG LÊN SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

- Tính bền vững: bắt buộc phải hành động

GIA TĂNG THÊM CÁC QUY ĐỊNH CHO NGÀNH NỘI THẤT

- Ngành công nghiệp đồ nội thất phải đáp ứng các yêu cầu EPA Formaldehyde và CARB
- Các quy định về hóa chất đang gia tăng trên toàn cầu (REACH, TSCA, PROPOSITION 65)

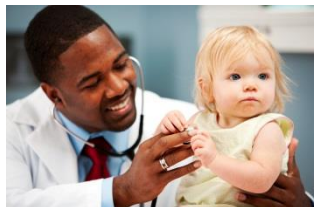


THIỆT HẠI VỀ THƯƠNG HIỆU VÀ TIỀN BẠC DO VIỆC KHÔNG TUÂN THỦ

- Các chính phủ đang điều tra và áp đặt trừng phạt các sản phẩm không tuân thủ
- Chủ sở hữu thương hiệu có nguy cơ bị phạt và thiệt hại thương hiệu nếu họ không đáp ứng các quy định

TIÊU CHÍ AN TOÀN & SỨC KHỎE TÁC ĐỘNG ĐẾN SẢN PHẨM

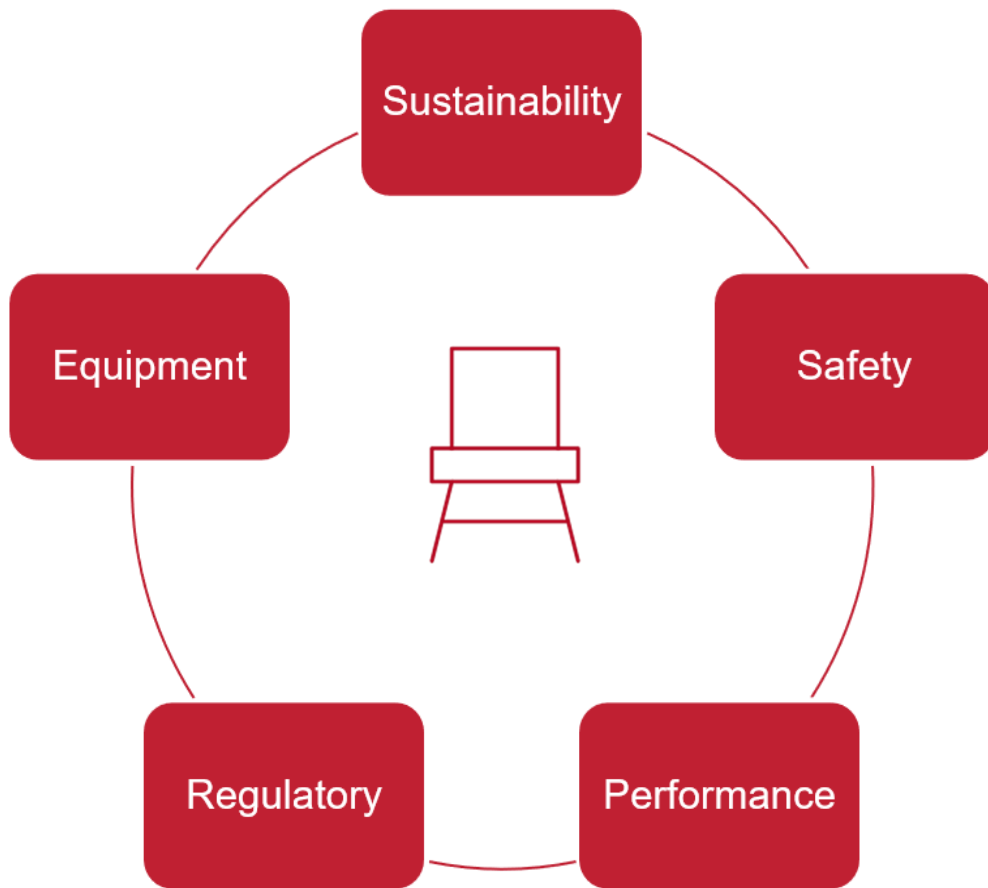
- Việc thu hồi sản phẩm rất tốn kém và có thể gây ra thiệt hại cho thương hiệu
- Người tiêu dùng lo ngại về nguy cơ phơi nhiễm hóa chất từ các sản phẩm



UL phục vụ Ngành Công Nghiệp Nội-Ngoại thất

Luôn là nhà cung cấp giải pháp đầy đủ cho ngành, tập trung vào 5 tiêu chí quan trọng nhất để mang đến các kết quả xuất sắc nhất...

- 1: TÍNH BỀN VỮNG
- 2: SỰ AN TOÀN
- 3: HIỆU SUẤT
- 4: CÁC QUY ĐỊNH
- 5: TRANG THIẾT BỊ



Tính bền vững: bắt buộc phải hành động

Gần đây, các Công ty trên toàn cầu đã nhận ra một thực tế cấp bách chưa từng có, làm sao để giải quyết cuộc khủng hoảng khí hậu và ô nhiễm ngày càng gia tăng.

Và Tính bền vững không chỉ mãi là một thông điệp “Có cũng được, Có thêm thì tốt...”.

Điều này hiện là tiêu chí quan trọng & lợi thế cạnh tranh trong chiến lược kinh doanh của mỗi đơn vị.

+70 %

Khách hàng tiêu
dùng thuộc thế hệ
Millennials và Thế hệ
Z sẵn sàng trả nhiều
tiền hơn cho hàng
hóa bền vững

+80 %

Người tiêu dùng
cảm thấy nghiêm
túc rằng các công
ty nên giúp cải
thiện môi trường

+5 %

Là tỉ lệ chi phí gia
tăng trên giá thành
mà người tiêu dùng
sẽ sẵn sàng trả
THÊM cho một sản
phẩm thân thiện với
môi trường

<https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2020/01/31/sustainable-retail-how-gen-z-is-leading-the-pack>

<https://www.greenbiz.com/article/why-gen-z-voices-matter-making-business-sustainable>

<https://www.nielsen.com/en/en/insights/article/2018/global-consumers-look-for-companies-that-care-about-environmental-issues>

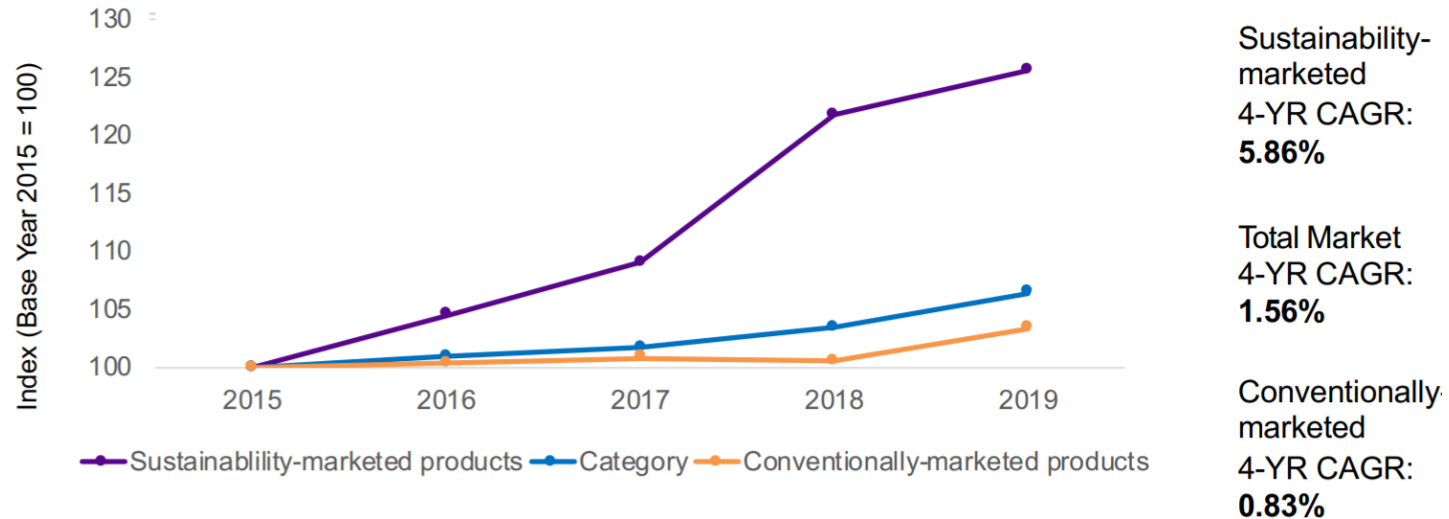
<https://www.environmentalleader.com/2019/11/research-shows-consumers-willing-to-pay-up-to-5-more-for-environmentally-friendly-products/>

<https://www.circularonline.co.uk/news/consumers-demand-greener-products-in-wake-of-pandemic/>



Tỷ lệ gia tăng của thị trường: nhiều người tiêu dùng theo dõi và mong muốn sản phẩm mang tính bền vững hơn

Sustainability-marketed products grew 7.1x faster than conventionally-marketed products, and 3.8x faster than the CPG market.



Note: Based on 36 categories examined



Source = NY University Stern Center for Sustainable Business Sustainable Share Index:
<https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/NYU%20Stern%20CSB%20Sustainable%20Market%20Share%20Index%202020.pdf>

Sức Tiêu dùng, giá trị BỀN VỮNG



CƠ HỘI

- ✓ Phù hợp với sự thay đổi cơ cấu dân số, lối sống và xu hướng phát triển
- ✓ Tác động tích cực đến doanh số bán hàng của doanh nghiệp khi những người dùng cuối quan tâm hơn đến môi trường
- ✓ Dẫn đến sự đổi mới trong việc cung cấp sản phẩm
- ✓ Trở thành một nhân tố khác biệt
- ✓ Nâng cao lòng trung thành của khách hàng, thể hiện tính minh bạch, dẫn đến sự tin tưởng...



Source: McKinsey and the Ellen MacArthur Foundation



CÔNG CỤ

Các nhãn hiệu được xác minh và cấp chứng nhận của bên thứ ba sẽ nâng cao uy tín về việc tuân thủ các tiêu chuẩn Xanh, thỏa mãn các quy tắc và chính sách mua hàng khác nhau từ Khách Hàng...



GREENGUARD – dẫn đầu toàn cầu về chất lượng không khí trong nhà/văn phòng/khách sạn...

Sản phẩm được chứng nhận
- 60.000+

Các nhà sản xuất / thương
hiệu được chứng nhận -
500+

Danh mục sản phẩm – (33):
bao gồm đồ nội thất, nệm,
sàn, sơn, sản phẩm tẩy rửa,
v.v.

www.spot.ul.com



Các đối tác mà **UL** đã đang hợp tác để hỗ trợ hành trình phát triển bền vững của họ, gồm:



POTTERY
BARN



Crate&Barrel

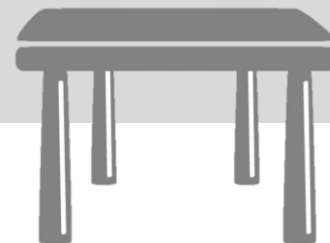
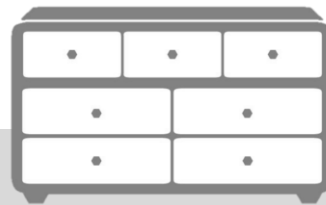
WILLIAMS
SONOMA
HOME



 Greenguard Gold Certified | Pottery Barn Kids - YouTube

Source: <https://spot.ul.com/>

HƠN **37 TRIỆU** SẢN
PHẨM NỘI THẤT DÂN
DỤNG ĐƯỢC “**THU HỒI**”
TRONG 2 NĂM QUA



Source CPSC: <http://www.cpsc.gov/en/Recalls/Recalls-by-Product/?productId=67743>

Những ví dụ về cách **UL** đưa ra giải pháp cho những thách thức về an toàn trong ngành Công nghiệp Nội-Ngoại thất

UL Product Stability Verification

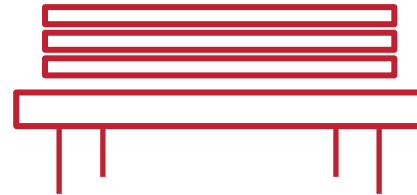
CUSTOMERS
around the globe
DEMAND more
TRANSPARENCY
from the brands
they choose.

It **HELPS BRANDS** and
organizations **STAND**
OUT from the crowd
with **INDEPENDENT**
CONFIRMATION of key
features or benefits.



UL 4041 Standard for Safety of Patio Furniture

- First Safety Standard for Recreational / Patio Furniture
- Developed in Collaboration Between The Home Depot and UL
- Closes Gaps in Testing and Validates Warranties



PATIO FURNITURE
No. 0012345



Những ví dụ thực tế về cách UL giúp
các Đối tác giải quyết những thách
thức về sản phẩm Nội-Ngoại thất của
Họ



Trường hợp điển hình: AHFA

UL đã làm việc với Hiệp hội Đồ nội thất gia đình Hoa Kỳ (AHFA) để phát triển Chương trình xác minh độ ổn định chung nhằm giúp giải quyết các vấn đề “TIP OVER” ngày càng gia tăng với đồ nội thất.

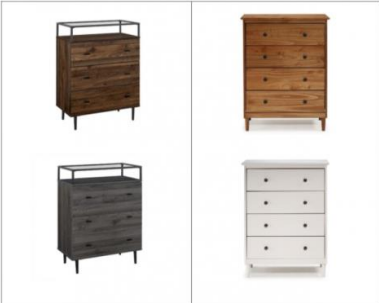


Search CPSC

Home » Recalls » Walker Edison Recalls Chests Due To Tip Over And Entrapment Hazards

Walker Edison Recalls Chests Due to Tip-Over and Entrapment Hazards

[f](#) [t](#) [e](#) [p](#) [+](#) 252



Name of product:
Drawer Chests

Hazard:
The recalled drawer chests are unstable if they are not anchored to the wall, posing serious tip-over and entrapment hazards that may result in death or injuries to children. The chests do not comply with the performance requirements of the U.S. voluntary industry standard (ASTM F2057-19).

Remedy:
Refund
Replace

Recall date:
November 4, 2020

Units:
About 24,000 (In addition, about 960 were sold in Canada)

Recalled Chest of Drawers and Spencer 4-Drawer Chests

CR Consumer Reports | Product Reviews | **News** | Issues That Matter | About Us | [Q](#) | [Sign In](#) | [Become a Member](#)

Home & Garden / Home Improvement / Furniture / About 1 Million Dressers Are Recalled After Failing Government Safety Tests

Ad-free. Influence-free. Powered by consumers.

About 1 Million Dressers Are Recalled After Failing Government Safety Tests

Furniture sold by Kmart, Sears, and other retailers is pulled from the market because of tip-over risk

By Rachel Rabkin Peachman
Last updated: December 19, 2019

Chương trình “Product Stability Verified” của sản phẩm luôn tiếp tục được phát triển cùng các đối tác trên toàn cầu

Ameriwood Home

Ashley Furniture Industries

Avalon Furniture

Bassett Furniture

City Furniture

Coast to Coast Imports

Copeland Furniture

Delta Children's Products

Durham Furniture

Gat Creek

Hooker Furniture

Klaussner Home Furnishings

La-Z-Boy Casegoods

Legacy Classic Furniture

Rochdale Spears

Samson Marketing Ltd

Sauder Woodworking Co.

Simmons Juvenile Furniture

South Shore Furniture

Universal Furniture

Vaughan-Bassett Furniture



The full list of Product Stability Verified products is available on verify.ul.com.

Trường hợp điển hình: Vitra – IOC in Lausanne

“Đảm bảo sản phẩm của chúng tôi ít phát thải chỉ là một khía cạnh trong cam kết của chúng tôi về chất lượng và tính bền vững. Chúng tôi rất vui vì các sản phẩm nội thất được Chứng nhận GREENGUARD của chúng tôi đã được lựa chọn để góp phần tạo nên sự thoải mái, thiết kế thẩm mỹ lâu dài và chất lượng trong Ngôi nhà Olympic”

- Barbara Friedli, Head of Corporate Brand Communications at Vitra.



Trường hợp điển hình: Lube Kitchens

“Chứng nhận UL GREENGUARD nổi tiếng và được tôn trọng trên toàn thế giới và chúng tôi tự hào thể hiện Dấu chứng nhận trên các sản phẩm của mình. Chứng nhận GREENGUARD là một bước rất quan trọng và có ý nghĩa mà Gruppo LUBE đã thực hiện để hỗ trợ vấn đề sức khỏe và niềm hạnh phúc của toàn nhân viên và người tiêu dùng của chúng tôi, bởi vì giá trị Con người luôn là ưu tiên hàng đầu của chúng tôi.”

- Alessio Sileoni, Manager of Gruppo LUBE's R D Center.



Trường hợp điển hình: Herman Miller

Một trong những Khách hàng lâu năm của UL, Herman Miller tin nhiệm UL để có các giải pháp kiểm tra và chứng nhận đồ nội thất hoàn chỉnh, bao gồm:

Chương trình Chất lượng & An toàn Sản phẩm

Kiểm tra phát thải sản phẩm

Chứng nhận bền vững bao gồm chứng nhận GREENGUARD

Chứng nhận UL về Tiêu chuẩn An toàn

UL hợp tác chặt chẽ với các nhà thiết kế và kỹ sư của Herman Miller về các tiêu chuẩn và giao thức An toàn và Hiệu suất.

Khi Herman Miller phát triển các sản phẩm mới và sáng tạo, họ dựa vào UL để hiểu và đánh giá bất kỳ mối quan tâm nào về an toàn, chất lượng và tính bền vững, giảm thiểu rủi ro và gia tăng uy tín thương hiệu.



Trường hợp điển hình: The Home Depot

- Dữ liệu về các vụ thu hồi và sản phẩm gây chấn thương cho thấy mức độ rủi ro phải đối mặt
- Các quy định an toàn của Hoa Kỳ đối với đồ nội thất ngoài trời được giới hạn trong việc sử dụng chì trong sơn và các chất phủ bề mặt tương tự
- Các nhà bán lẻ phải dựa vào sự đảm bảo của nhà cung cấp về sự an toàn hoặc phát triển các tiêu chí an toàn độc lập của riêng họ đã được bên thứ ba xác minh
- Sau khi hoàn thành bộ tiêu chuẩn để đánh giá độ an toàn và hiệu suất, UL đã làm việc với The Home Depot và các bên liên quan trong ngành nhằm nỗ lực đánh giá hiệu quả hơn các cân nhắc về an toàn liên quan đến các sản phẩm đồ gỗ ngoài trời, và, sẽ luôn để cải thiện hơn chất lượng và hiệu suất của đồ nội thất ngoài trời (Patio)



Các giải pháp từ UL:

Go on

Tiếp tục Hành trình “Bền vững” cùng Đối tác:

- Hợp tác với đối tác để phát triển Chiến lược bền vững đáp ứng các mục tiêu của từng tổ chức và thị trường đặc thù
- Thực hiện chiến lược triển khai việc đối tác nhận được Chứng chỉ UL, thương hiệu được các Nhà bán lẻ Hoa Kỳ công nhận và ưa thích nhất về tính bền vững

Develop

Phát triển một chương trình quản lý rủi ro dựa trên nền tảng khoa học tập trung vào:

Dữ liệu và tiêu chuẩn ngành để đảm bảo sản phẩm của bạn an toàn để sử dụng và nâng cao uy tín thương hiệu của bạn

Provide

Cung cấp các giải pháp hàng đầu trong ngành để giúp bạn phân biệt thương hiệu và sản phẩm của mình:

- UL BIFMA Performance Certification Program
- UL Electrical Safety Listings for furniture and furniture accessories
- UL's Tip-over Stability Verified so you can communicate clearly that your products meet the industry standard for safe use
- UL's 4041 Standard for Outdoor Patio Furniture



Trân trọng Cảm ơn

Empowering Trust®

