

亚萨合莱盼盼荣获“3.15”质量大奖

3月22日，“第四届中国质量诚信品牌论坛”在北京国际会议中心召开。根据中国质量万里行促进会对北京、重庆、杭州、上海等22省（市）有关企业(单位)的产品和服务质量诚信承诺情况，累计查访1662家企业，涉及22个行业，278个品牌并结合社会评价，论坛发布了《2017年中国质量诚信产品与服务明察暗访情况通报》，并给予亚萨合莱盼盼、海尔集团、北京铁路局等“全国质量诚信品牌优秀示范企业”殊荣。盼盼防盗门等品牌作为行业领先者，再次用高质量的产品和重诚信的品牌理念，获得国家质监部门的认可和广大消费者的信赖。



亚萨合莱（中国）盼盼安全门业集团渠道管理和卓越销售总监帅飞（左四）代表领奖

“中国质量诚信品牌”论坛，至今已连续举办四届。论坛始终秉承“代表消费呼声，反映调查实况，提供决策参考，指导工作实际”的理念，持续聚焦“中国质量诚信品牌建设”，已经成为我国质量领域有一定影响力的专业活动品牌。

全国人大资源与环境保护委员会委员蒲长城在会议上指出，党的十九大报告突出强调了质量，要求大力提升发展质量和效益，提出坚持质量第一、推动质量变革、增强质量优势、建设质量强国、实现高质量发展等重大命题。我们一定要认真贯彻落实中央精神，牢固树立质量第一的强烈意识，把质量工作摆上企业成长、城市建设、国家发展的突出位置，让提高供给质量的理念深入到每个行业、每个企业心目中，使重视质量、创造质量成为社会风尚”。



会议中，亚萨合莱盼盼作为防盗安全门行业唯一获此殊荣的企业代表发言。亚萨合莱（中国）门业集团研发总监何志峰指出，作为行业领军品牌，亚萨合莱盼盼始终将“为客户提供优质的产品 & 满意的服务”作为发展理念，用精益求精的“工匠精神”，诠释“不唯盼盼满意，更为满意盼盼”的发展之路。对于制造型企业来说，质量是企业生存的根本，只有提供质量过硬的产品和坚持服务至上的理念，企业才能留住客户，才能生存，进而实现长期发展。因此，亚萨合莱盼盼始终对产品的生产制造过程进行严格控制。

根据国家的《中国制造 2025》要求，绿色产品及绿色制造已上升为国家层面的战略，对于各行业的发展都会起到引导作用。目前，绿色产品的相关标准还在进一步完善。门类产品，作为建筑产业中重要的一环，无疑会受到很大影响。作为源自北欧的创新型企业，亚萨合莱集团始终秉持绿色发展理念，尤其重视可持续发展。在中国，亚萨合莱盼盼愿意在绿色产品的实践方面，在行业中起到引领作用。



亚萨合莱（中国）门业集团研发总监何志峰发言

截至 2017 年底，亚萨合莱（中国）门业集团已有 15 项产品通过美国最严苛的 UL Green Guard 金级认证，确保有害物质被控制在正常范围内；有 18 项产品通过德国的 EPD 声明（环境产品自我声明）；有 5 项产品通过中国绿色产品十环认证；有 8 项产品通过了中国的 CTC 认证。尤其值得一提的是，在 2018 年初，亚萨合莱（中国）门业集团又筹备完成了多项产品的 LEED & WELL 贡献清单，其中，盼盼安全门有 8 个产品位列名单之中。贡献清单所指定的绿色产品，可为国内外建筑项目的绿色认证提供有益帮助。

关于亚萨合莱集团

亚萨合莱集团 (ASSA ABLOY) 作为全球开门解决方案的领先者，致力于满足用户对安全、安保及便捷生活的全方位需求。亚萨合莱集团全球拥有约 47,500 名员工，年销售额达 761 亿瑞典克朗

(约合 602 亿人民币)。集团提供的产品从机械锁发展到智慧开门解决方案，并涵盖从锁具到安全门、门禁系统等在内的整套门控开关产品。亚萨合莱集团业务遍布七十多个国家，其中包括众多国际知名品牌，如瑞典的 ASSA，芬兰的 ABLOY，挪威的 VINGCARD，德国的 IKON、Eff-Eff，美国的 SARGENT·HID，耶鲁，法国的 VACHETTE、JPM 等。亚萨合莱集团在大中华区拥有一万多名员工，以及亚萨合莱、耶鲁、固力安防、亚萨合莱天明、亚萨合莱国强五金、亚萨合莱盼盼等知名商用及民用门窗、五金及安防品牌。

亚萨合莱集团官网：www.assaabloy.cn

关于亚萨合莱盼盼

作为国内安全门品牌，亚萨合莱盼盼在中国有营口、长沙、廊坊、成都、无锡五个生产基地。已培育了盼盼、晶晶、盼盼一品、盼盼上品等产品品牌，在全国拥有 2400 多个经销处、10000 多人组成的全国营销网络。企业通过了 ISO9001 质量体系认证，ISO14000 环境认证，CE 认证，康居认证；并在同行业率先通过了志愿性认证。亚萨合莱盼盼前身为盼盼门业，于 2010 年加入亚萨合莱集团。

亚萨合莱盼盼：www.panpan-door.com/

媒体联系

丘宝珊 (Rose)

亚萨合莱 亚太区企业传讯总监

电话：+852 2260 7288

电邮：rose.yau@assaabloy.com