



# 恒洁 HEGII

恒于心 专于质

HEGII VISION

恒洁视界



中国品牌战略合作伙伴

HEGII VISION

# 恒洁视界 季刊

2020 第三期  
品牌读物(总第32期)

恒洁 HEGII × 网易 健康



肛肠科主任医师 王晏美  
北京中日友好医院

妇科主治医师 付虹  
北京市第一中西医结合医院

胃肠外科主任医师 冯波  
附属瑞金医院  
上海交通大学医学院

胸部肿瘤科副主任医师 张亚雷  
广州医科大学附属第一医院

2020 第三期

## 以一品国货，守护万千家庭

阴霾散去，百业复苏。

中国经济在危机中打开了新局面，交出了一张令人振奋的答卷：二季度开始工业生产明显回升、新兴服务业逆势增长，经济稳步复苏。同时，三驾马车中的重要部分——消费，在线上线下的持续发力中逐渐恢复常态。依托中国经济强大的韧性与活力，恒洁也逆势而进，保持业绩增长的同时，在各个方面都取得了进步，并且持续把专业和品质带给了千家万户，守护中国家庭的品质生活。

在疫情的特殊时期，恒洁火速驰援了火神山医院等全国多所隔离医院的建设，并面向全国家庭用户，不限品牌推出“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，与一线抗疫者同行，以自己的专业为用户、为社会尽一份力量，成为中国家庭居家抗“疫”的守护者。

后疫情时代，消费者更加深刻地意识到居家产品在健康、安全、舒适、便捷等方面的重要性。恒洁迅速感知消费者的需求，举办“万千家庭 一品守护”系列新品发布会，重磅发布了100多款新品，为产品注入更多的健康、安全、舒适、便捷的功能，用专业和品质守护每一个家庭。

除了向用户提供更多健康、智能化的产品外，作为一品国货智造的践行者，恒洁还通过“质美中国”设计公开课、云展会、“质美中国·寻美一品”设计师城市体验之行、“万家一品”新国货科技展等活动，让更多消费者和设计师朋友了解、选购品质家居新国货，打造健康的家居生活。

此外，恒洁倡导的“万家一品”行动，不但服务于普通家庭的各个小家，还包括由一个个小家组成的“社会大家”——全国多个三甲医院、知名高校学府、新国货品牌总部项目、

国家级重大工程项目、知名房地产楼盘等，恒洁品质新国货的身影，无处不在。

随着“万家一品”计划的推进，更多专业平台和权威专家正在加入守护序列——恒洁第四次与《梦想改造家》携手，为中国家庭打造理想的家居生活范本；联手网易健康频道和多位来自医护领域的权威医者，一起用专业守护中国家庭。一系列守护行动的落地，不仅帮助消费者提升了后疫情时代卫浴空间的健康防护能力，也诠释了卫浴新国货的品牌魅力。

当下，虽然疫情带来的影响和压力还存在，但消费者追求品质生活的初衷并没有改变，消费升级扩容依然是未来的“主旋律”。近14亿人口的庞大市场、4亿中等收入群体的强大购买力，是中国消费市场持续发展的可靠保障。而且，对健康生活的需求不仅仅是中产阶级的专属话题，全国人民都将会更关注健康，追求更高质量的生活。

在这样的趋势下，坚持品质和服务的国货产品具有巨大的想象空间。对恒洁而言，智造一品国货守护中国家庭是一项长期的事业，恒洁将继续承载品质新国货的初心，一以贯之地把专业和品质带给千家万户，为用户打造健康、安全、舒适、便捷的卫浴生活，为中国家庭带来一品守护。

恒洁集团高级市场副总裁 阮伟华



### 智能坐便器 整机质保升级



恒洁 HEGII

© 上海恒洁大厦

# CONTENTS



## HEGII VISION 恒洁视界

主办单位：恒洁卫浴集团有限公司  
编辑出版：《恒洁视界》编辑部  
出品人：谢伟藩 谢旭藩  
顾问：阮伟华  
主编：何志渊  
编委：詹楷煌 周枫  
特别支持：李可飞 吕伟华 程欣  
美术编辑：王蓉

编辑部地址：广东省佛山市禅城区季华2路  
智慧新城 T5 栋 2-4 层  
网址：www.hegii.com  
邮编：528031  
出版日期：2020年10月 总第32期

### 卷首语 | PREFACE

以一品国货，守护万千家庭

### 01 动态 | TRENDS

### 特别策划 | SPECIAL REPORT

### 09 一品守护 | 恒洁携手权威医者，诠释“专业”内涵



11 恒洁开启「质美中国·寻美一品」城市体验之行

### 20 一品守护 | 恒洁“万家一品”新国货科技展完美收官



25 一品守护 | 恒洁助力全国多个品质工程建设

### 观点 | VIEWPOINT

38 从恒洁助力多个高端工程  
看新国货崛起的逻辑

### 图说产品 | CAPTION PRODUCT

41 恒洁 Q8i 智能坐便器  
颜值合一的“健康智慧”担当

### 设计之声 | THE VOICES OF DESIGN

47 回归设计的本质  
——2020 美国 IDEA 获奖家居产品鉴赏

### 访谈 | INTERVIEW

55 只有持续满足用户更高的要求  
才能走得更稳、更远  
——访恒洁卫浴天津运营中心总经理陈凯浩

59 入职三个月出任店长  
她认为这六点至关重要  
——访天津恒洁河东区红星美凯龙店长安珊珊



41



47



55

# 01

7月1日，备受业界关注的2019年度家居「奥斯卡」绿色领跑榜单正式公布。恒洁凭借绿色智造实力和卓越的健康环保产品领衔上榜，继坐便器品类之后，浴室柜和龙头品类双双荣获「绿色环保领跑品牌」，其中，恒洁为该年度浴室柜品类唯一获此最高殊荣品牌！此外，恒洁花洒也荣获「绿色环保推荐品牌」，成为淋浴器品类唯一入选者。

## 恒洁连续七年蝉联「家居绿色环保领跑品牌」



# 02

7月8日，第七届中国家居产业发展年会暨中国家居产业领袖峰会于广州举行。本次峰会由中国室内装饰协会、中国建筑装饰协会、中国建筑装饰装修材料协会等12家协会，与新浪家居及居然之家联合主办，年会所设立的大雁奖，更被誉为中国家居产业的最高荣誉。恒洁凭借综合实力荣获“2019中国家居产业卫浴领军品牌”，恒洁集团董事长谢伟藩则荣膺“2019中国家居产业领袖人物”。

## 恒洁荣获中国家居产业“大雁奖”两项大奖！



# 03

国家“十三五”脱贫攻坚重点项目——云南省昭通市“靖安新区”在各方全力配合下顺利建成。项目交付后，可安置昭通市大关县、永善、镇雄、彝良及其他贫困地区的11720户、近50000名村民，将成为广大搬迁群众幸福生活的新家园。作为该项超大型民生工程的卫浴产品供应服务商，恒洁以卓越产品品质和专业服务，为项目如期交付提供了强有力的保障，展现民族卫浴品牌的责任与担当，得到合作方的高度肯定。

## 恒洁助力全国最大扶贫安置项目



# 04

## 寻美一品 | 2020 恒洁设计师城市体验之行启幕

2020上半年，恒洁联合网易家居，推出「质美中国·设计公开课」，大咖直播授课、云端互动，吸引千余设计师线上充电、追星。2020下半年，「质美中国」再次升级，「质美中国·寻美一品」城市体验之行正式启幕——最新设计地标实地参观，主理大咖亲临讲解，恒洁与城市先锋们汇聚一堂、共启当代美学对话，并以品质之优助力新国货发声，用中国质感、匠心之美彰显设计力量，实现至美生活，致敬大美中国。



# 05

## 恒洁“万家一品”新国货科技展完美收官

国货如潮，燃情似火。随着经济复苏加快，更为了以专业和品质守护万千中国家庭，7月17日，恒洁万家一品新国货科技展燃情开启，席卷全国。在历时一个多月中，“万家一品”新国货科技展先后走进了全国400多个城市、3000多家恒洁品牌专卖店，将蕴含着恒洁领先技术的品质卫浴产品，分享和展示给消费者，守护国人的健康生活，并促进卫浴行业线下经济复苏。



# 06

## 恒洁获“湾区制造”首批应用企业授牌

8月21日，由广州市品牌质量创新促进会及香港品质保证局联合打造的“湾区制造”应用企业授牌仪式在恒洁集团佛山旗舰店隆重举行，恒洁成为卫浴行业首家也是唯一一家荣获“湾区制造”授牌的企业。“湾区制造”是根据粤港澳大湾区国家战略落地的项目，恒洁作为中国卫浴行业的领军企业，首批通过“湾区制造”评定及获得授牌，这对恒洁来说，是一份肯定和荣誉，更是一份推动粤港澳大湾区建设的责任。

# 07

## 恒洁携手上海市室内装饰行业协会共探行业发展

8月27日，上海市室内装饰行业协会领导以及上海统帅装饰集团等上海知名装企领导，到上海恒洁大厦，对恒洁集团进行考察，恒洁集团高级销售副总裁洪卫军等出席接待。考察团与恒洁代表们一起围绕家装渠道的发展走势等



展开了讨论，并对恒洁产品在家装渠道的竞争力予以了高度肯定，认为恒洁卫浴拥有领先的技术与产品品质，在家装渠道具备很强的竞争力，同时赞赏恒洁顺畅快速的服务能力。

# 08

## 唯一洁具供应商！恒洁助力第十届中国花卉博览会

第十届中国花卉博览会将于2021年5月在上海举行。凭借卓越产品品质和优秀配套服务，恒洁脱颖而出，成为第十届中国花卉博览会唯一洁具供应商。据了解，第十届花博会是上海市重点工程，除集中展示中国花卉产业丰硕成果外，更提出“生态办花博”理念，把绿色、低碳、节能、环保融入到花博会全程。因此，具备高品质同时又能兼顾健康、绿色、环保的恒洁新国货成为花博会项目方首选。



# 09

## 恒洁「智造新国货·梦想智造家」重磅开启

9月5日，恒洁「智造新国货·梦想智造家」大型活动正式开启。作为卫浴新国货唯一代表品牌，2020年，恒洁与全国收视率第一的家装类节目《梦想改造家》第四次携手，共同为中国家庭打造理想的家居生活范本。作为《梦想改造家》官方唯一指定卫浴品牌，恒洁启动「智造新国货·梦想智造家」全国大型品牌活动，将运用于节目改造案例中的新国货及时分享给全国消费者，让更多国人用上品质新国货，实现美好家居梦想。



# 10

## 恒洁启动“一品之旅”为民宿守护

近日，恒洁卫浴联合太平洋家居网、一兜糖家居APP与特色民宿进行合作，开启“一品之旅”，为国内旅游业带去高品质的卫浴解决方案。恒洁“一品之旅”是恒洁“一品守护”的延伸，守护不止于温馨的日常，同时守护每一段美好的旅程。此次，恒洁将B端渠道拓展至旅游业，在浙江莫干山、云南泸沽湖、深圳海贝湾、上海老租界等经典文旅线路，打造了一系列的旅游合作项目。



# 11

## 行业唯一！恒洁案例入选《中国绿色家居发展白皮书》

9月8日，中国家居绿色环保领跑项目年度榜单揭晓仪式在上海国家会展中心隆重举行。继坐便器品类之后，恒洁浴室柜及龙头凭借卓越品质双双荣获「2019年度家居绿色环保领跑品牌」。同时，主办方正式发布《中国绿色家居发展白皮书（2019）》，恒洁积极践行环保理念，成为卫浴行业唯一入选该白皮书的案例，恒洁也因此受邀作主题报告，向大会分享恒洁环保之道。

# 12

## 专注“一品”新国货营销 恒洁再揽两项营销大奖

近日，2020第六届金梧奖-移动广告创意节在上海落幕，恒洁凭借“当潮一品”新国货营销战役，摘得“网络整合营销金奖”和“品牌



营销奖”两项大奖。第六届金梧奖以“移动营销新十年”为主题，评选出最具商业价值与创新启发的创新作品，恒洁“当潮一品”新国货营销战役，恰恰契合了当下年轻群体对中国传统美学的认同、对中国文化走向世界的渴求，并通过创新的方式与他们开展沟通，赢得了评委们的一致认可。

# 13

## 恒洁多款产品上榜工信部“绿色设计产品名单”

近日，工信部官网对第五批绿色制造名单进行了公示。恒洁 HC0168DT、HC0169PT、HC0171PT 三款坐便器产品上榜“绿色设计产品名单”，成为本批上榜绿色设计产品最多的卫浴企业。“绿色设计产品”是工信部绿色制造体系的重要组成部分，本批获评“绿色设计产品”的卫生陶瓷，其亮点包括：坐便器平均用水量不超过 4.0 升，推进产品轻量化，提高废料回收利用率，产品节水性能优越等。



## 恒洁连续五年蝉联美国 IDEA 设计大奖



# 14

近日，备受瞩目的 2020 年美国 IDEA 工业设计奖评选结果揭晓，恒洁旗下 Q8i 和 Q3i 智能一体机凭借出色的美学设计和极致功能体验双双荣获美国 IDEA 设计奖。IDEA 设计奖由美国商业周刊主办，美国工业设计协会担任评审，是国际公认的全球工业设计领域最顶级的奖项之一，与德国 iF 和红点奖并称世界三大工业设计奖。这也是恒洁连续五年蝉联该国际重量级设计大奖，充分展现了恒洁新国货产品设计的领先实力。

## 恒洁携手网易健康，用专业守护中国家庭



# 16

## 家装行业 T20 峰会召开，恒洁携手装企共筑品质人居

9月23日，第四届全国住宅装饰装修行业 T20 峰会及第二届全国家装产业供需链大会在苏州召开。恒洁集团高级销售副总裁洪卫军在现场分享中表示，疫情之下，消费者更加深刻地意识到居家健康、舒适、智能等各方面的重要性，部品企业与装修企业的进一步合作，将更好地满足家装消费者的需求。作为卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁不断为消费者创造更好的体验，智造一品新国货，以数字化提升服务品质和效率，携手家装企业迈上新台阶，共筑品质人居，守护中国万千家庭。



# 17

## 恒洁荣获 2020 年日本 G-mark 设计奖展示国货之美

日前，世界四大设计奖项之一的日本 G-Mark 设计奖获奖名单正式公布，恒洁旗下 Q3i 智能一体机凭借卓越设计和精湛工艺将该项权威大奖收入囊中。这是 Q3i 智能一体机继 2020 年 9 月斩获美国 IDEA 设计奖以来，又一次获得国际重量级设计奖项的认可，展示出恒洁世界级的工业设计水准。



# 18

## 恒洁荣获 2020 中国客户服务节「最佳服务案例」奖！

9月24日，由中国信息协会、中国信息协会客户联络中心分会和中国电子北海产业园、才博（中国）客户管理机构联合举办“2020（第四届）中国客户服务节”在广西北海隆重举行。恒洁与京东、携程、方太、日日顺乐信、华帝、滴滴出行等 40 多家行业领军品牌共同出席，凭借品牌的责任与担当，荣获 2020 年中国客户服务节「最佳服务案例」奖！



# 19

## 恒洁与“梦想改造家”第四次携手

近日，东方卫视王牌家装节目《梦想改造家》第七季正式开播，恒洁继续以《梦想改造家》唯一官方指定卫浴品牌身份，携手节目中的设计大咖，为有需求的家庭筑造他们的梦想之家。这是恒洁第四次携手《梦想改造家》，一路走来，恒洁与《梦想改造家》已联手为 39 个不同的家庭和项目提供了优质的设计及卫浴解决方案。今年，而恒洁将与《梦想改造家》再续征程，以一品的专业，为万千家庭，创造一品的守护。

# 一品守护 | 恒洁携手权威医者， 诠释“专业”内涵。

图文 / 恒洁编辑部

什么是专业？不同行业、不同企业都有专属定义。2020年，恒洁推出“万家一品”理念时，我们注意到，恒洁对专业的定义，不仅在产品和技术有所指，还包括了更多人文关怀色彩。换言之，在后疫情时代，恒洁的专业不仅体现在产品，更包括了恒洁要以一品专业和品质，守护万千家庭的责任感。为了践行责任，恒洁更通过跨界联合不同专业力量，共同诠释专业精神。

大半年前，面对突如其来的疫情，让恒洁迅速进入“驰援模式”的正是责任感。责任面前，恒洁面向全国所有家庭开通“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，并驰援武汉火神山医院在内的全国多所隔离医院。后疫情时期，恒洁行动没有按下暂停，而是把目光转向中国家庭。恒洁和权威健康平台丁香医生合作普及卫浴健康知识；针对中国家庭实际卫浴需求发布超百款卫浴新品，目标显然就是要持续守护中国家庭卫浴空间的安全与健康。

守护不停，随着“万家一品”守护行动的推进，更多专业平台和权威专家加入了该计划。



HEGII  
SPECIAL REPORT  
特别策划



## 携手网易健康，用专业守护中国家庭

谈专业，医护人员是最具代表性群体之一。在“万家一品”最新守护者行列中，就包括了网易健康频道和多位权威的医护专业人士。

近期，恒洁携手网易健康致敬专业，邀请北京协和医院妇产科主任医师谭先杰、北京市第一中西医结合医院妇科主治医师付虹、北京中日友好医院肛肠科主任医师王宴美、中国医师协会健康传播委员会顾问专家贾大成等四位来自医护领域的权威医者，共话他们各自领域对“专业”精神的理解与坚守。

谭先杰医师说：专业，源于严苛的训练，是精

确到毫米，甚至微米的一丝不苟；

付虹医师表示：专业，是关于卓越的素养，历经考验，专人专科，各尽其责；

王宴美医师认为：专业，不止于技术，更是对患者的关怀，和对生命的尊重；

专家贾大成说：用专业，守护每一位患者、每一个家庭，是万千医者所执着追求的医道所在。

卫浴与医学，虽各有专攻，但专业守护的追求却高度一致。正如医生对专业的执着，恒洁也

坚信唯有坚守专业精神，不断打磨产品和服务品质，才能给予万千家庭真正周全而妥帖的守护。成立22年的恒洁卫浴秉持“恒于心、专于质”的理念，不断用专业帮助用户解决在卫浴生活中遇到的问题。

而且，恒洁为中国家庭提供的守护，还以用户为中心，深刻洞察用户需求，用创新技术解决用户使用的痛点。例如后疫情时代，面对消费者对健康产品的需求，恒洁发布了包括智能马桶、浴室柜和水龙头等产品在内的100多款新品，并为产品注入了更多的健康、安全、舒适、便捷的功能，用专业和品质守护每一个家庭。

## 倾专业之力，再度携手丁香医生

卫浴空间是居于家庭防护的第一线，它是容易藏污纳垢、滋生细菌的地方，也是我们日常使用频繁却容易被忽视的空间。2020年5月

30日，恒洁卫浴举办“万家一品”新品发布会，并携手丁香医生医学总监田太医为中国家庭分享健康的卫浴生活理念。近期，恒洁

再次与老搭档丁香医生强强联合，邀请上海市同仁医院普外科主治医师姚乐老师、家居博主Msrning阿素，答疑解惑，联合派送“专家



级”卫浴生活指南。

家里的颜色、气味都藏着健康讯息。比如浴室柜的黑斑，瓷砖和墙角颜色发深，这些都在发出关于霉菌的危险信号。恒洁木合金系列浴室柜却能轻松化解隐患，它是如何做到的？专家现场介绍了木合金系列浴室柜“防潮耐用、抑菌防霉的创新材质”和其“舒适度、便捷性、全家适用性”的秘诀。

座圈上的细菌是马桶内壁的好几倍，许多人在座圈上装布套，以避免细菌感染，但其实马桶套的细菌远比座圈的细菌多。恒洁Q9智能一体机却能轻松应对，三种智能翻盖模式解放双手，阻挡细菌，SIAA认证银离子抗菌坐圈极尽呵护，更多专业除菌防护，专家也在现场为消费者一一呈现。



## 强大的研发力和硬核科技为“专业”护航

产品的全方位“专业”，背后是恒洁始终不变的初心和专业操守，将万千家庭的健康放在首位，以专业的态度，一丝不苟的精神，为万千家庭，带去一品的守护。

近年来，随着全世界制造业格局和消费市场的转变，粗加工式的生产由于无法满足消费者对专业领域需求的日益提升，正在逐渐失去市场份额。越来越多的“新国货”企业在政策推动、科技发展和新消费力崛起的推动下，向更为垂直、细分的“专业”领域推进，重塑品牌竞争

力。在这样的背景下，对企业而言，引领创新，并重视创新与研发的投入变得尤为重要。

作为卫浴新国货代表品牌，恒洁不仅建立了五大品类卫浴产品的生产智造基地，而且建立了超过4000平米的全品类产品研发中心实验室，研发中心实验室被批准为首批水效标识备案实验室，并获得CNAS国家级实验室认证；在人居环境与国民健康联系日益紧密的当下，恒洁五金龙头生产基地“达辉工厂”，在行业率先实现了电镀废水零排放环保水准，用绿色智造



守护消费者绿色人居的生活需求。而且，经过多年的研发与技术积累，恒洁已获得近千项卫浴核心专利技术。这些既是恒洁专业、专注的体现，也是恒洁为万千家庭提供一品守护的实力支撑。

在强大研发实力的驱动下，恒洁推出了多款高品质的卫浴产品，例如具备活水即热控温、全新电解水除菌、LED紫外线杀菌及“恒净除菌”系统的Q8i、Q6、Q3i等智能双Q系列产品；创新材质及工艺技术，抑菌防霉、防潮耐用的木合金系列浴室柜；以及具备大置物平台、水温精准恒定的新翼T系列平台花洒等一系列产品。这些带有恒洁核心专利技术的卫浴新国货产品，注入了更多健康、安全、舒适、便捷的技术和功能，将成为中国家庭的“守护者”，为他们的健康卫浴生活保驾护航。

从疫情期间的“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，到举办“万家一品”新品发布会，再到联合权威健康平台丁香医生普及卫浴健康知识，恒洁始终把“专业”转化为对中国家庭卫浴空间安全健康的守护。此番携手网易健康，二度联手丁香医生，恒洁与多位权威医者对“专业”的共鸣，不仅代表在卫浴领域的专业和坚守，更彰显着中国制造专业化引领“再出发”。



# SU ZHOU

第一站 | 苏州

7月29日,恒洁与网易家居联手打造的「质美中国·寻美一品」城市体验之行在苏州柏悦酒店拉开帷幕。金螳螂副总裁/金螳螂设计研究院执行院长季春华,金螳螂软装设计总监董晓谦,尼克设计事务所创始人/设计总监尼克及四十余位苏州设计精英,共启设计与美学对话。

柏悦酒店,是美国凯悦集团顶级的品牌,目前大中华区共有9家柏悦酒店。苏州柏悦酒店由金螳螂投资,也是全球第45家柏悦酒店。作为金螳螂第一家自主的酒店,其内部空间由金螳螂旗下美国HBA酒店设计公司负责,在活动现场,金螳螂副总裁季春华及金螳螂软装设计总监董晓谦带来了弥足珍贵的第一手分享。

超高层建筑向来是柏悦酒店的拿手好戏,但苏州柏悦

却因其低调的阶梯形状建筑,成为城市酒店中的“回归之作”。从建筑色调到空间体块的规划,处处体现苏式宅邸文化底蕴,并回归到人对“家”的真实需求。设计师用充满活力的当代设计语言诠释了苏州古城的文化底蕴,把空间尺度收缩到一个合理的状态,打造出一座历史与现代感并存的湖畔庄园。

在苏州柏悦酒店内部,苏式元素亦无处不在:杨明义老师为酒店大堂创作的《水乡朝晖》、苏州的缂丝、双面绣、雕刻等传统民间工艺,都在不经意间为客人带来家的感觉。作为传统苏州园林必不可少的拼花元素,海棠花也融进了苏州柏悦酒店的设计,如十字海棠花纹地毯,客房浴室内海棠花形状的镜子、中餐厅吉祥海棠的主题以及水疗区天花顶绽放的海棠花……

## 恒洁开启「质美中国·寻美一品」城市体验之行。

从弘扬国潮到质美中国,对恒洁来说,设计之路,也是追寻质美之途。

2019年,以“国潮范生活”之名,恒洁在行业内外及设计师圈层掀起思维交流风暴,展现家居新国货自信与魅力。2020上半年,恒洁联合网易家居,推出「质美中国·设计公开课」,大咖直播授课、云端互动,吸引千余设计师线上充电、追星。2020下半年,「质美中国」再次升级,「质美中国·寻美一品」城市体验之行正式启幕——最新设计地标实地参观,主理大咖亲临讲解,恒洁与城市先锋们汇聚一堂、共启当代美学对话,并以品质之优助力新国货发声,用中国质感、匠心之美彰显设计力量,实现至美生活,致敬大美中国。

图文 / 恒洁编辑部





# TIAN JIN

第二站 | 天 津



苏州柏悦酒店体现了质与美的完美融合。苏州装饰设计行业协会监事长，同时也是尼克设计事务所创始人/设计总监的尼克对恒洁提出的“质美中国”主题予以高度肯定。尼克表示，中国家居品牌依托传统美学底蕴，打造出了好用、好看、舒服的产品。在后疫情时代，有设计、有技术、有品质的中国品牌将拥有最好的发展机会。

在对苏州柏悦酒店实地体验和探访的过程中，设计师们深深感觉到，设计并不仅是对单一问题的解决，而是在整体中要给予每位项目的使用者品质守护与情感分量——这也是“寻美一品”所蕴含的真意。

让质与美结合得更紧密，这是“质美中国·寻美一品”活动的动力。作为卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁凭借近千项硬核专利，以专业和品质守护万千中国家庭，并通过优雅精致的东方美学赋予卫浴生活国潮范。恒洁集团苏州/无锡运营中心总经理吴树松表示，恒洁新国货已和众多地标项目结下不解之缘。通过“质美中国·寻美一品”这个平台，恒洁将与设计师紧密合作，为苏州打造更多项目标杆。



“设计并不仅是对单一问题的解决，而是在整体中要给予每位项目的使用者品质守护与情感分量——这也是“寻美一品”所蕴含的真意。”



8月14日，“质美中国·寻美一品”城市体验之行，来到天津世茂起云湾·浪花艺术馆。这座高人气地标建筑，设计者从海浪场景中抽取“水滴和浪花”概念，做到了“海中有景，岸上有浪”，形成了“人-海-景-建筑-城市”相融的整体地域特质。浪花艺术馆设计主理人，日清设计董事、北京日清总建筑师宋照方老师亲临现场，对浪花艺术馆的空间布局进行了整体解读。

浪花艺术馆建筑面积约3563m<sup>2</sup>，耗资一个亿，历时一年精心打造。悬挑技术概念超前，意境独特，施工难度高，但浪花艺术馆令人惊艳之处恰恰就在于其三边向外延伸都采用了这种技术。而且，浪花艺术馆打造了“随海吟唱，与浪共舞”的意境，13790张不同规格“龙鳞”所组成的外立面，饱含对东方美学的致敬；而它们与富有线条感与动势的现代表现手法，更让浪花艺术馆建成即成打卡之地，也让实地体验的设计师们收获满满。

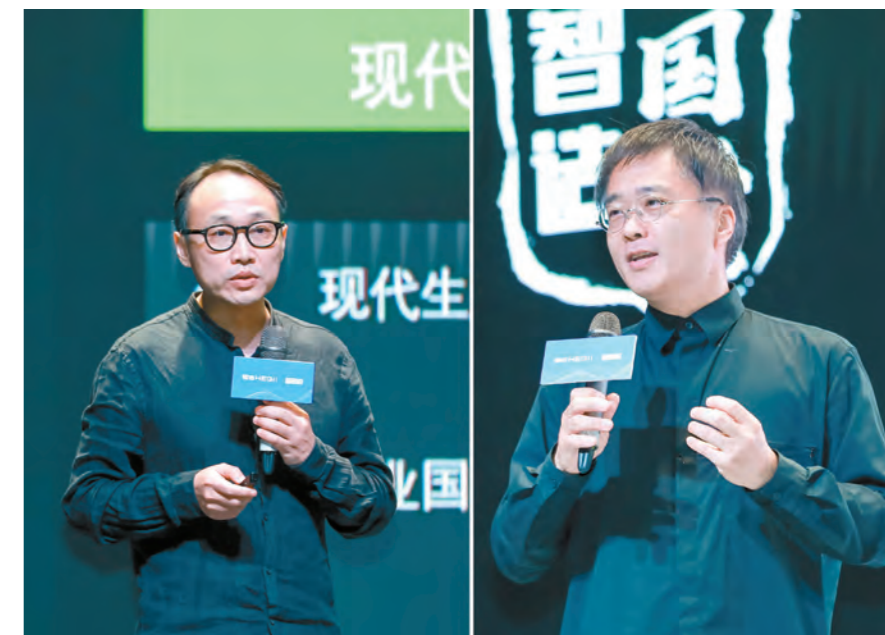
宋照方指出，从浪花艺术馆这个项目可以看出，国潮不是传统文化的复制，而是要从中传承和发扬东方美学。打造一品建筑之美，承载文化底蕴的前浪和运用创新的后浪不可或缺。参与现场交流的设计师们纷纷表示，浪花艺术馆之行，让他们更加笃信，设计的灵感来源于自然，温度来源于关爱，感动来源于传承，只有不忘设计本质与传统的关系，与地域性的关系，才能打造出一品好设计。

# CHANG SHA

第三站 | 长 沙



恒洁 HEGII | 新国货



9月15日，“质美中国·寻美一品”城市体验之行来到岳麓山下的梅溪湖畔，共品扎哈·哈迪德建筑师事务所代表作，世界上最大的“芙蓉花”建筑——梅溪湖国际文化艺术中心。扎哈·哈迪德建筑师事务所总监会大桥渝、CIID(长沙)室内建筑师中心主任胡磊，以及长沙五十余位设计师共聚，一起领略设计之美。



“国潮不是传统文化的复制，而是要从中传承和发扬东方美学。打造一品建筑之美，承载文化底蕴的前浪和运用创新的后浪不可或缺。”

活动现场，空间进化（北京）建筑设计创始人关天颀还带来了《好设计 合人性》主题分享。在关老师看来，设计无谓好坏，仅为适与不适；关老师还强调，真善美应该是每位设计师追求的目标。所谓真，即真实、自然、客观；善，是平和、亲近、友善；美，是拥有当代的美观，追求历久弥新。关天颀老师还认为，当下是新国货的时代，中国设计师理应对中国智造有充分的自信。

从底蕴深厚的庆王府到设计当潮的浪花艺术馆，恒洁两度将重磅设计师交流活动放在天津，以表达对天津设计的尊重与欣赏。在恒洁集团高级市场副总裁阮伟华看来，设计师拥有“发现

美”的眼睛，与恒洁新国货的智造、创新相结合，必能彼此成就；网易房产内容总监王颖认为，网易与恒洁通过这项活动，为中国设计和中国智造共同添砖加瓦，这是一件特别有意义的事；天津《瞰设计》主编殷玉梅则表示，这项活动助推天津设计界发展，天津设计界与恒洁将在新契机下，聚焦“一品”，深化合作。

恒洁集团天津运营中心总经理陈凯浩表示，因为质美，所以寻美，无论是好设计还是好产品，都要具备一品专业和品质。已连续在天津市场耕耘18年的天津恒洁团队，将持续助力津门设计师打造更多建筑地标。

扎哈的设计，拥有超乎现实的几何结构、梦幻般的空间效果，她的建筑风格为世人打开了新世界。在活动现场，大桥渝就该项目中的扎哈美学向中国设计界同仁进行了分享。梅溪湖国际文化艺术中心的建筑总面积约相当于28个足球场，由大剧场、小剧场以及艺术馆三部分组成，设计灵感源于长沙的城市肌理、山脉、水系和地貌。

扎哈标志性的行云流水线条、独具魅力的芙蓉花造型，为观者呈现出一幅“芙蓉花绽放”的美妙场景，三朵姿态迥异的芙蓉花，既能各自展现独特的魅力，又蜿蜒曲折相互连接成整体，极简的纯白色外立面与玻璃幕墙，营造出极富未来科技感的绝美建筑。交错如丝绸般的线条，在整个室内空间无限延伸，拉高了整体的视觉比例。虽然空间高挑空旷，却依旧存有温度。内部的灯光摒弃了传统筒型射灯，采用了飘逸的线性灯，蜿蜒流动的线条好似滑落在芙蓉花瓣上的水珠。

成就这所新地标的，除了扎哈的创新设计，还依托着强大的中国智造。扎哈把整座建筑设计



成三朵飘逸灵动的芙蓉花，而这芙蓉花的建筑造型也决定了施工难度。撑起芙蓉花的巨型钢结构，无论钢架的造型，还是安装精度，都堪比鸟巢。同时，它还被称为世界最大的芙蓉钢铁花。

一场现场寻美体验下来，参与活动的设计师们个个收获满满。针对本场设计师活动的项目背景，还特地邀请了CIID（长沙）室内建筑师中心主任胡翥作“设计的现代性”专题分享。设计发展史中的各种思潮，从现代主义、后现代主义设计、结构主义、解构主义，乃至扎哈建



筑作品中所体现的“参数化设计”，胡翥进行了简明扼要的梳理。胡翥认为，无论设计理念和设计手段如何升级，设计都应考虑到人与人、人与自然、人与空间之间的关系，这样才能更完整地满足各方的需求。

作为活动的东道主，恒洁长沙运营中心总经理谢礼川对设计大咖的莅临，对长沙设计师们参与“质美中国·寻美一品”城市体验之行活动表示热烈欢迎。谢礼川表示，作为恒洁在长沙最重要的战略合作伙伴之一，长沙设计师群体与恒洁并肩携手，已经共同打造了众多卫浴标

杆项目。今后恒洁将通过产品和服务，继续升级与长沙设计界合作力度，让长沙市民拥有更高品质的卫浴生活。

“无论设计理念和设计手段如何升级，设计都应考虑到人与人、人与自然、人与空间之间的关系，这样才能更完整地满足各方的需求。”

# XIAN

## 第四站 | 西安

9月23日，“质美中国·寻美一品”城市体验之行来到第四个站点城市西安，西安经开洲际酒店设计主理人——CCD香港郑中设计事务所合伙人/副总裁胡伟坚亲临现场，与西安设计师们分享西安经开洲际酒店的设计“密钥”，并展开实地体验之旅。



作为全球著名豪华酒店品牌，每个洲际酒店都是城市地标。由CCD操刀设计的西安经开洲际酒店，其长安府邸般典雅，都市秘境般的奢华体验如何而来？胡伟坚以《华夏神韵 洲际人生》为主题，现场为西安设计师们分享解答。

胡志坚分享说，西安是丝路的东方起点，也是西域文化传入中原的枢纽。因此，西安经开洲际酒店的设计，要体现开放、包容、交流无界的特质。事实上，西安经开洲际酒店，就是融汇了长安悠久的历史 and 当代设计之美。



地标建筑连接过去、当下和未来，而设计便是架设于不同时空的桥梁。西安本末/笨泥空间设计创始人赵云龙将“物有本末，事有终始”的理念融入设计。他关于“好设计，要能浅入深出”，以及通过“塔”这种建筑形态所阐释的设计语言和东方气度，为品鉴经开洲际酒店设计带来特别的角度和窗口。

西安青年设计师俱乐部秘书长王雪峰则表示：国内室内设计行业的发展，离不开家居新国货企业的助力和媒体朋友的支持。王雪峰冀望西安设计师和家居新国货品牌，不断发挥各自专业优势，共同打造更多杰作。而在2019西安“国潮范生活”设计师沙龙上，王雪峰就曾为家居新国货点赞。

诚然，设计之美，离不开家居新国货的助力。恒洁集团高级市场副总裁阮伟华表示，作为卫浴新国货代表，22年来，恒洁一直专注产品品质和创新，并致力打造新国货的硬实力和软实力。恒洁依托强大的研发和生产实力，将专业赋予产品之上，研发设计出智能双Q、木合金浴室柜等新国货精品，并屡获红点、iF、IDEA、GOOD DESIGN等国际顶尖设计大奖的肯定；同时，恒洁和消费者、设计师群体建立起有效链接——从2019年“国潮范生活”到2020年“质美中国”线上设计公开课，再到2020年下半年增添地标建筑深度体验项目，开启“质美中国·寻美一品”城市体验之行，恒洁从这种交流、分享中受益良多。



西安之行，也让设计师们从不同角度分享了对设计、新国货的感悟和期许：

西安华壹设计总监屈化鹏表示，新国货的创新、创意都非常不错，未来将在合适的项目里去运用这样的产品。

西安立衡中室内设计公司设计总监刘浩正连续

第二年参加恒洁设计师活动。他认为，这样的活动能够让设计师和新国货企业相聚一堂，分享交流，很有意义。

西安柒禾设计主案设计师韩信表示，通过活动的现场体验，真切感受到恒洁新国货产品既有国潮范，又有时尚感，“以后有用的地方我们都会去使用”。

从2019“国潮范生活”设计师沙龙，2019设计金腾奖，“空间魔法师”史南桥老师的分享，到与梦改设计大咖陈彬老师的“梦想智对话”，众多恒洁主办或助力的设计师活动在西安都留下脚印。恒洁集团西安运营中心总经理张林表示，凭借恒洁一品新国货及专业服务体系，恒洁与西安设计界的合作将进一步加强，双方拥有共同的广阔发展空间。

## 一品守护 | 恒洁“万家一品”新国货科技展完美收官。

图文 / 恒洁编辑部

随着消费需求不断升级，消费者对高品质的家居生活提出了更高要求。特别是疫情期后，更多人意识到了健康的重要性，也让更多人明白了家的意义，并对家居产品和家居生活有了全新的认识。

作为卫浴新国货的领导品牌，恒洁在特殊时期一直成为中国家庭居家抗“疫”的守护者。后疫情时代，恒洁则持续在线上线下同步发力，坚持“守护中国家庭”的品牌承诺。2020年5月，恒洁通过线上直播的方式“在家”发布百款新品。2020年7月，恒洁“万家一品”新国货科技展在线下火热开启，走入全国400多个城市、3000多家恒洁品牌专卖店，将蕴含着恒洁领先技术的品质卫浴产品，分享和展示给消费者，守护国人的健康生活，并促进卫浴行业线下经济复苏。



### 线上线下融合，以“一品国货”守护中国家庭

在消费升级叠加疫情影响的语境下，健康成了全民关注的焦点，不管是富裕家庭还是普通百姓家，每个人都在探索更健康、更舒适的生活方式。如何为更多的中国家庭，打造“安全、便捷、舒适”的生活，是各行各业共同关注的课题。

在此大背景下，5月份恒洁在卫浴行业首次借助3D虚拟技术，在不同人的“家里”开起了新品发布会，为千家万户带来了一场前所未有的“云体验”，也为卫浴行业吹来经济复苏的春风。从温润如木的木合金浴室柜，到带来“便捷、舒适、安全”如厕体验的Q8i智能马桶，再到全新升级的恒洁新翼T系列平台花洒、RICO多功能系列龙头和恒洁百变系列龙头，都展现了恒洁卫浴聚焦精品的能力和实力，并让消费者在实际使用场景中，感受到卫浴产品更多元化的选择、更高的品质、更人性化的智能。

而随着国内疫情逐渐得到控制，沉寂了几个月的线下市场迎来了后疫情时代的经济复苏。7月13日起，恒洁“万家一品”新国货科技展带着的百余款卫浴新国货在全国恒洁品牌专卖店同步展开，期待已久的“一品守护”系列新品也终于在线下与消费者们见面，诠释卫浴新国货魅力。

从大同、运城、宁波、烟台、无锡、贵阳再到唐山、天津等全国大中城市，新国货科技展覆盖全国400多个城市、3000多家恒洁品牌专卖店，消费者只需到店注册成为“恒洁一品推荐官”，便能在充分体验卫浴新国货守护的同时，获得多重福利。活动所到之处不仅吸引了众多消费者，各地行业协会、建材及家装业界领导和媒体朋友也纷纷加持，恒洁新国货科技展也成为这个夏天人们体验、购买、交流、分享卫浴新国货的理想途径。

8月30日，恒洁新国货科技展在天津完美收官。天津站作为恒洁新国货科技展的全国收官之战，以“双会场”形式呈现——华北陶瓷城滨海恒洁旗舰店主会场，及天津市环渤海家居中心恒洁旗舰店分会场，给津门消费者朋友带来更便捷、更舒适的购物体验。恒洁集团天津运营中心总经理陈凯浩、恒洁集团高级市场副总裁阮伟华、华北陶瓷市场总经理吴鸿桥、天津市环境装饰协会会长徐林晔、天津家居商会秘书长曹莉云、恒洁集团投资运营事业部总经理陈灿燃及天津建材家装业界、天津地区消费者纷纷对“万家一品”新国货科技展予以点赞。

恒洁集团高级市场副总裁阮伟华表示，对恒洁而言，智造一品国货守护中国家庭，是一项长期事业，恒洁将一以贯之地把专业和品质带给千家万户。作为有使命感的企業，恒洁不仅专注在品质领域的持续探索，寻求突破，更与时俱进，不断满足中国消费者的更高需求。





### 新国货创新 + 硬实力为恒洁科技展加码

“万家一品”新国货科技展活动期间，所到之处人气持续火爆，其背后是消费者对恒洁技术创新的认可。目前，恒洁已拥有超过4000平米的全品类研发中心实验室、五大品类生产智造基地、获得国家水效实验室认定、国家CNAS实验室认可的实验室，近千项卫浴专利技术。今年6月，智能洁具全自动生产线正式投产，让恒洁卫生洁具窑炉的数量、产能、自动化程度大幅度提升，并再次引领行业。正是不断的创新研发突破和科技实力积累，才让恒洁有底气以“新国货科技展”让消费者能近距离体验卫浴新国货。

事实上，亮相新国货科技展的产品都是不折不扣的“技术流”：

以Q9智能一体机而论，一款产品就集合了47项国家专利：其中一键旋钮、活水即热、水流能冲水、智能翻盖、恒净除菌系统等多项核心技术，引领行业发展，给用户带来健康、安全、舒适、便捷的使用体验。而智能双Q家族新成员Q8i、Q6等新品的技能同样不可小觑——它们和Q9一起为用户提供多重抗菌保障，抗菌率高达99.99%。

谈技术，恒洁木合金系列浴室柜同样堪称“硬核”：独特的“木合金”创新材质及工艺技术，采用加厚航空铝合金面板，高强度铝蜂窝复合材料填充，抑菌防霉，防潮耐用；而独特的表面覆膜技术带来如木般温润细腻的3D触感，称得上“温润如木，坚韧如金”。

恒洁新翼T系列平台花洒采用乐氧技术，将空气注入水流，节水同时让淋浴更加舒适；而按键式一键切换技术，轻松切换不同出水模式，使用更加便捷、舒心。

想即刻拥有完美浴室真这么难？恒洁易至淋浴房的可调距技术能完美解决这一问题，免量免等，即买即装，轻松收获你的“定制款”。

恒洁新国货科技展，为消费者带去的不仅是年度钜惠，更满足了万千家庭对更高品质生活的追求。一直以来，恒洁始终关注消费者的卫浴生活体验。年初疫情期间，恒洁第一时间整合资源开通不限品牌的“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，为消费者解决卫浴产品使用中发生的各种问题；疫情逐渐趋于平稳后，恒洁迅速感知消费者的需求，推出“一品守护”系列新品，并打造线上新零售店、恒洁云购小程序，拉近与消费者的距离。

进而有为，厚积薄发。恒洁“万家一品”新国货科技展暨新品发布活动虽然圆满落幕，但恒洁将继续为国人的品质卫浴生活保驾护航。作为卫浴新国货唯一代表品牌，未来恒洁将继续发挥新国货的品牌魅力和科技实力，引领中国卫浴行业发展，提升中国消费者的卫浴生活体验，为中国家庭带来一品守护。

# 恒洁 HEGII

## 更多体验 随心应变

### RICO 系列龙头





# 一品守护 |

## 恒洁助力全国多个品质工程建设

图文 / 恒洁编辑部



随着精装房政策推广普及、工装大型集采的兴起，商业渠道的重要性越发凸显。作为卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁依托强大实力，在商业市场一直保持着高速增长。目前，恒洁与碧桂园、融创、恒大、保利等 30 多家百强房企达成战略合作，同时恒洁还与多地区域龙头地产公司展开合作，并且在各地拿下城市标杆建筑、教育、医院、旅游、商业集团总部、酒店等大型项目。其中的一些项目，无论规模还是项目本身，都已在国内品牌工程领域形成较大影响力。

后疫情时代，“专业守护”已成新标配。与商业伙伴携手并进，恒洁不但以硬核产品助力，更集恒洁专业所长，成为产品和服务解决方案的提供者。无论是精装住宅、公共建筑，还是各种类型的商业地产，恒洁都能针对不同项目属性及其对卫浴空间的不同需求，制定出专业的产品解决方案，以一品国货守护万千中国家庭。



### 关注民生 助力全国最大扶贫安置项目

2020 年，是全面建成小康社会和打赢脱贫攻坚战收官之年。国家“十三五”脱贫攻坚重点项目——云南省昭通市“靖安新区”在各方全力配合下，于年初顺利建成。作为该项超大型民生工程的卫浴产品供应服务商，恒洁以卓越产品品质和专业服务，为项目如期交付提供了强有力的保障。

作为全国最大的跨县易地扶贫搬迁安置区，昭通市“靖安新区”占地 2176 亩，总建筑面积达 130 万平方米，其中住宅部分 91 万平方米，配套商业 6.1 万平方米，建设安置房 9256 套，以及幼儿园、中小学、医院等公共基础设施。建成后可安置昭通市大关县、永善、镇雄、彝良及其他贫困地区的 11720 户、近 50000 名村民，将成为广大搬迁群众幸福生活的新家园。



工程建设事关百姓安居乐业、民生福祉，自 2018 年 10 月正式立项，政府就明确要求必须在 2019 年底前完成竣工验收，2020 年春节前后全部群众搬迁入住。面对“工期紧、任务重、要求严”的形势，恒洁通力协作，提供专业高效的产品和服务解决方案，从前期方案提交到项目圆满交付，再到后期维护，每个环节都有专业人员跟进指导服务。凭借完善的工程标准服务系统，细致及时的工作效率，过硬的技术支持，恒洁助力打赢了这场脱贫攻坚战，展现民族卫浴品牌的责任与担当，得到合作方的高度肯定。

产品上，恒洁充分考虑了“靖安新区”对功能及品质上的需求，为其提供“节水坐便器、面盆龙头、淋浴龙头、艺术盆、蹲便器、小便斗、柱盆”等卫生间洁具配套产品及卫生间整体解决方案。恒洁领先的产品技术和品质为“靖安新区”人民带来健康、安全、舒适、便捷的卫浴生活。群众居家生活品质的极大提升，也让央视新闻报道时将镜头更多聚焦卫浴间、聚焦恒洁产品，展示恒洁一品国货给用户带来的全新体验。



## 唯一洁具供应商 助力第十届中国花卉博览会

第十届中国花卉博览会将于2021年5月在上海举行。凭借卓越产品品质和优秀配套服务，恒洁脱颖而出，成为第十届中国花卉博览会唯一洁具供应商。

中国花卉博览会（简称花博会），是中国规模最大、档次最高、影响最广的国家级花事盛会。将于2021年在上海举办的第十届花博会，是上海市重点工程，除集中展示中国花卉产业丰硕成果外，更提出“生态办花博”理念，把绿色、低碳、节能、环保融入到花博会全程。因此，具备高品质同时又能兼顾健康、绿色、环保的恒洁新国货成为花博会项目方首选。

公共性建筑，普遍具有人流量大、长时间停留、集中使用的特性，这对卫浴环境的使用也带来诸多挑战。因此，针对本届花博会项目，恒洁在基于品质的基础上，从健康、安全、环保等着眼，在专业产品解决方案和高效服务执行能力上，均做好了充分准备。

花博会所使用的恒洁坐便器，不仅具备节水功能，还采用了不黏污的科学管道设计，不返流、不溅水。坐便器、立柱盆等陶瓷洁具，均通过1260℃高温烧制而成，釉面光滑不黏污。此外，这些陶瓷洁具都采用了恒洁特有的微晶抗污釉面技术，让产品更易于清洁且历久弥新。

使用的恒洁手持花洒，通过快捷切换不同出水方式，可以为使用者带来不同淋浴体验；使用的健康水龙头产品，由优质超低铅健康铜质制造，从根本上就解决了重金属对人体的危害。此外，恒洁水龙头所采用的真空电



镀工艺，让它和恒洁花洒一样，表面同样也具备超强耐腐蚀性能。

能成为第十届中国花卉博览会唯一洁具供应商，



项目方看中的不仅是恒洁的品质底蕴和环保健康担当所带来的一品守护，恒洁在工程项目中体现出的完善配套服务也是重要的加分项。

## 助力新国货品牌总部项目建设

企业总部往往是行业地标，对于总部项目的建设验收，企业也往往秉持高标准、高质量，以达到舒适、安全、环保、便捷的全方位要求。面对“总部项目”的高标准、严要求，恒洁凭

借卓越的产品品质和无忧的配套服务，从众多品牌中脱颖而出，先后为大疆、VIVO手机、方太厨电等国内外领军品牌总部项目提供卫浴解决方案。

天空之城，大疆深圳总部。总投资约16亿元，总建筑面积约24.17万平方米，由两栋约200米高的装配式钢结构超高层组成，建成后的天空之城，将是展示全球领军形象的魅力名



片。天空之城项目所使用的恒洁龙头，使用优质超低铅健康铜质，从根本上解决重金属对人体的危害；水龙头的出水管，还可360°旋转，满足天空之城用户的日常用水需求。守护大疆天空之城用户健康的不锈钢水槽，采用防堵、防臭、防虫菌“三防”设计，让健康、安全更有保障；经典的双盆设计，实现餐、厨具和蔬菜的清洗分离。

VIVO东莞、重庆项目，均选用恒洁卫浴产品。位于东莞长安的VIVO制造中心，占地900亩，包括了VIVO总部、VIVO制造中心和VIVO制造中心B项目，总投资约12亿元；而位于重庆的VIVO生产基地，占地约258亩，总投资10亿元。VIVO项目所使用的恒洁坐便器，看颜值，全裙设计，易清洁、更美观；看能力，科学管道设计，不返流、不溅水、冲力强，高硬度的PP盖板，更可使用10万次以上；看健康，1260℃高温烧制，釉面光滑不黏污，配合恒洁特有的微晶抗污釉面技术，让坐便器持久洁净，光洁如新；看体验，恒洁坐便器加长、加宽的设计，让坐感更加舒适。

方太总部基地（方太理想城）。占地450亩，规划建筑面积约56万平方米，项目总投资达30亿元，该项目为方太“形象总部、文化总部、智慧总部、绿色总部”。入驻方太各项目的恒



### 助力众多知名三甲医院项目建设

经济与科技水平的提升，中国医疗行业步入发展快车道。以三甲医院为标杆的医疗行业，在守护国民健康大事业中，担当着举足轻重的角色。作为卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁所倡

导的“万家一品”行动理念，不但服务中国万千家庭，也惠及众多三甲医院的卫浴空间。迄今为止，恒洁产品凭借专业和品质，不但已入驻享誉全国的上海华山医院，更在上海、江

苏、浙江、广东、湖北、辽宁、重庆等省市的三甲医院，为医务人员与前来就诊的广大群众，提供健康、安全、舒适、便捷的卫浴配套解决方案。



#### 医院 配套解决方案



**新疆医科大学第二附属医院 /** 除了陶瓷洁具，还广泛使用了恒洁优质超低铅健康水龙头。这种水龙头，不但从根本上解决重金属对人体的危害，还采用了真空电镀工艺，表面的耐腐蚀性更强。



**上海华山医院 /**

从洗手盆到陶瓷坐便器，使用的恒洁陶瓷洁具都经过 1260℃ 的高温烧制，而且还采用了微晶抗污釉面技术，釉面光滑而不黏污，能让陶瓷体持久洁净、光洁如新。



**重庆儿童医疗中心项目 /**

除大量采用恒洁各品类产品外，考虑到对小朋友守护健康的特殊需要，恒洁在该项目中特别使用了感应龙头。这种龙头产品除了有精致镀层、持久耐用外，更重要的是，它具有灵敏感应，可随手势随开随关，有效避免了使用过程中的交叉感染。



### 南京鼓楼医院江北国际医院 /

众多恒洁产品的使用，共同构成卫浴安全的屏障，以卫浴空间常用的角阀产品来说，普通的角阀产品易锈蚀并导致破裂、漏水，而南京鼓楼医院所采用的恒洁铜质角阀，却经久耐用，角阀的表面甚至还经过电镀处理，防腐蚀性更强。



### 锦州医科大学附属第一医院 /

在锦州医科大学附属第一医院，各类恒洁卫浴新国货带来的安心也无处不在。采用不锈钢+ABS的恒洁地漏产品，从高效防臭到极速排水，彰显强大功能。



湖北省天门市第一人民医院、天津医科大学肿瘤医院等项目中，恒洁淋浴大花洒成为了白衣战士们的助力者。恒洁花洒独特的乐氧技术，能有效增大水珠与身体的接触面积，避免水压过大造成的刺痛感，让肌肤倍感舒爽；水与氧的完美融合，让水珠代替传统水柱的出水方式，带来律动般的韵律水流，有节奏地拍打肌肤，让每一寸肌肤都得到淋漓尽致的净爽体验。



### 山西大同市三医院怀仁分院、广东中山大学附属松山湖东华医院等项目中，

C位登场的恒洁智能卫浴产品，是“便捷”理念的践行者。恒洁智能马桶的活水即热技术，无需等待，即开即用；一键旋钮设计，让清洗——冲水——烘干，只需一键，即可轻松完成。此外，恒洁智能马桶的喷嘴位置、水温、风温，均可自由调节，最大程度地保障了医院中各类人群的使用需求。

守护健康，是所有医疗机构的首要责任，作为三甲医院，遴选卫浴产品的健康标准也更加严苛。恒洁在合作的三甲医院工程项目中，以一品专业和品质为依托，将卫浴新国货的健康特性展现得淋漓尽致。

## 为众多一流高校保驾护航

开学季来袭，全国学子陆续奔赴校园。在宝贵的求学时光，健康、安全的卫浴环境必不可少。作为卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁通过与上海交通大学、中国科技大学等众多知名高校展开项目合作，为莘莘学子和广大教职员工带去恒洁一品新国货的守护。

在中科院所属的中国科技大学专家楼项目，众多恒洁智造纷纷亮相。例如拥有47项专利技术恒洁Q9智能一体机——它的银离子抗菌坐圈、紫外线杀菌及电解水除菌三大恒净除菌技术，五重安全防护和水电分离技术，体感座圈、水旋能系统、活水即热技术等一键旋钮智慧翼设计、智能翻盖功能等，给使用者带来健康、安全、舒适、便捷的品质体验。

上海交通大学剑川学生创新基地项目，由留学生公寓和博士后公寓组成，同样使用恒洁各种卫浴产品。为满足高校年轻人群对现代卫浴空间风格的追求，项目方特地选用了恒洁生态浴室柜：简约年轻化风格设计搭配金色把手，美感更强；生态实木与油漆工艺的完美结合，工艺创新，突显质感；主柜和镜柜的置物收纳功能丰富，美观又实用。

在中南大学、西北大学、山东财经大学等高校卫浴项目中，环保是各种恒洁产品的标配。以作为节水担当的“超旋风”来说，这款坐便器具有超导水圈，一次冲净只需3.5L，达到国家一级节水效能。高校人流量大，卫浴设施使用频率高，要保障使用者的安全健康，对卫浴产品有更高的品质要求。

恒洁通过1260°的高温烧制，让陶瓷洁具的釉面光滑而不黏污；通过微晶抗污釉面技术的



使用，恒洁陶瓷洁具能保持洁净、光洁如新。在中国药科大学、宁波大学等高校，守护健康的除了各种恒洁陶瓷洁具，还包括大量的恒洁感应水龙头产品。它们具有灵敏感应，可随手势随开随关，有效避免使用过程中的交叉感染。

在武汉大学、兰州大学、安徽大学、云南大学、上海戏剧学院等高校的师生和学生宿舍楼项目中，恒洁陶瓷洁具、水龙头等各类产品为广大师生守护健康，恒洁淋浴大花洒更扮演着“创享舒适”的角色。通过恒洁创新乐氧技术，恒洁淋浴大花洒在进水的同时可吸入更多空气，

水与空气以70%和30%的比例充分融合，花洒的出水更轻柔，出水也由水线状变成水珠状，让肌肤产生按摩般的舒适感。

高校，在推进文化强国事业中具有重要地位，也是国家创新体系中举足轻重的力量。作为卫浴新国货唯一代表，恒洁以专业和品质为学子和教育工作者打造健康、安全、舒适、便捷的卫浴使用环境。展望未来，恒洁将持续创新，通过更多卫浴精品和卫浴解决方案，为更多高校创造一流卫浴环境，助力我国教育行业的蓬勃发展。

从服务家庭用户、为用户带来心动体验，到整体方案为工程质量带来的全面提升；从一个个温馨的小家，到处处品质公共空间所组成的“大家”；恒洁品质新国货的身影，无处不在。承载品质新国货信心，恒洁将以一品的专业和品质，为全国优秀工程项目保驾护航，为用户打造健康、安全、舒适、便捷的卫浴生活。

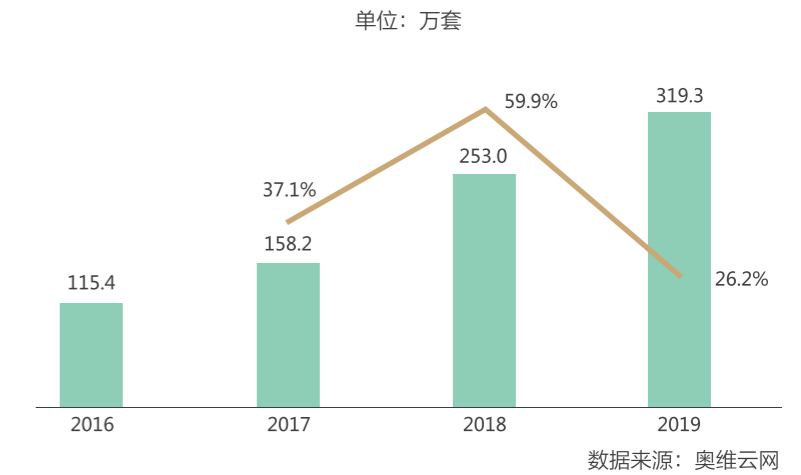
# 从恒洁助力多个高端工程看新国货崛起的逻辑

图文 / 恒洁编辑部

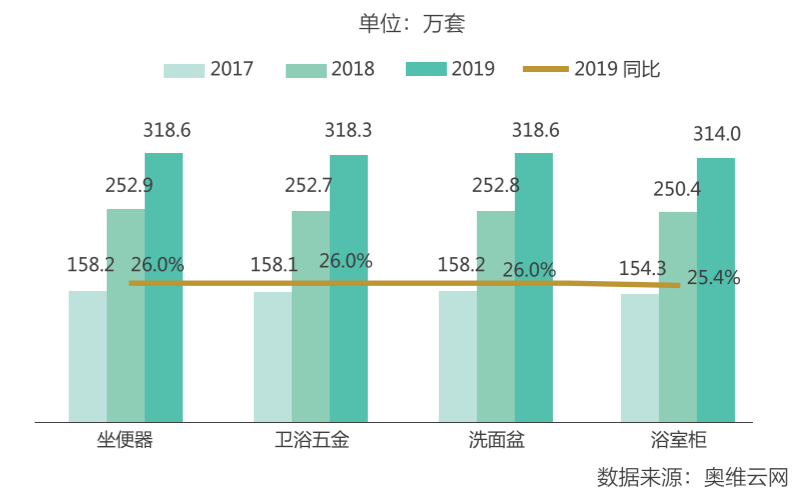
## 卫浴新国货助力多个高品质工程建设

近年来，随着房地产精装修、精装修政策的落地，精装修卫浴市场的规模不断扩大。奥维云网发布的数据显示，2019年精装修市场规模高达319万套，同比增长26.1%，配套的卫浴产品也在不断增加。在渠道不断裂变的当下，工程市场已经成为一块极大的“蛋糕”，它不仅涵盖大型房地产公司的精装房项目，还囊括区域性房地产公司、商业中心、机场、地铁、学校、医院和酒店等项目的集采。

2016-2019年中国房地产商品住宅精装修市场规模走势



2017-2019年中国房地产商品住宅精装修市场卫浴各部品规模走势



近期，恒洁在医院、高校、房地产项目等多个高品质工程项目上频频“刷屏”，让人在向恒洁投以“羡慕”目光的同时，也为中国卫浴的突围感到兴奋。毋庸置疑，如果在十年之前，这些高端工程项目，几乎都会被国外品牌占据，提起高端卫浴品牌，不少人第一时间也会想到欧、美、日的卫浴品牌。

因为起点晚和技术差距等种种原因，在高端市场和工程项目中，中国卫浴一度缺乏话语权，“国货崛起”更无从谈起。但随着恒洁等国内品牌的发力，中国卫浴不但在规模上有了跟国际品牌竞争的实力，而且在品质、功能和服务上，也具备了极强的竞争力，为“卫浴新国货”诠释新的风采。

# HEGII

VIEWPOINT

观点

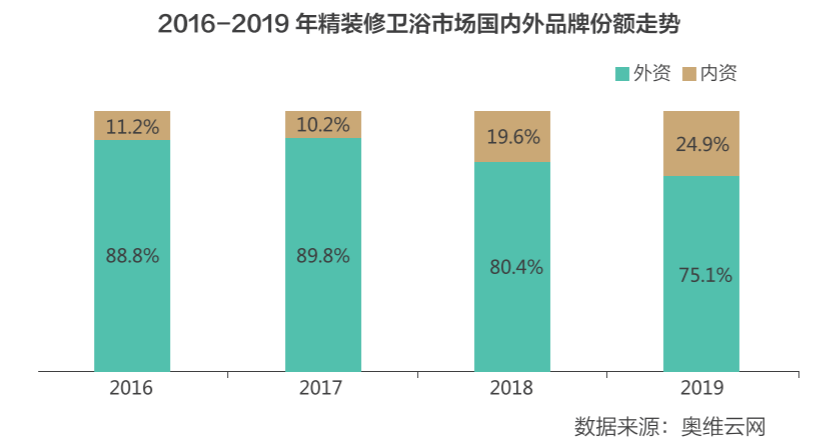
虽然市场“蛋糕”巨大，但房地产企业特别是头部房企对各品类产品供应商的选择十分严格，例如恒大就在其采购管理制度上明确指出，原则上合作供应商必须是“品牌和综合实力全国前10强或国际著名品牌和企业”。源于此，过去很长一段时间，房地产企业在选择配套产品时往往优先国外品牌。不过，随着国内品牌在品质和服务等方面的综合提升，这一局面正在被快速打破。

奥维云网发布的“地产大数据调研300+城的数据”显示：目前精装房配套的厨电产品中，方太、美的、老板电器、华帝等品牌已经占据绝对的市场份额；定制产品中，欧派、索菲亚等国内品牌则占据了大部分的市场份额；卫浴品类中，从2016-2019年，国产卫浴品牌的市场份额已经从2016年的11.2%增长到2019年的24.9%，而且增长势头强劲，并且从房地产延伸到医院、酒店等领域。

数据正是当前国货崛起背景下国产品牌的真实反映，在卫浴行业恒洁就是典型的案例——为上海华山医院、广东中山大学附属松山湖东华医院等全国多个三甲医院，提供卫浴配套解决方案；向大疆、VIVO、方太等国内领军品牌总部项目提供卫浴解决方案；与

上海交通大学、中国科技大学等众多知名高校展开项目合作；助力云南省昭通市靖安新区建设全国最大扶贫安置项目；成为第十届中国花卉博览会唯一洁具供应商；西安中南·漫悦湾3000户大盘全系选择恒洁产品，Q3智能马桶成为交付标准……

这仅仅是恒洁众多工程项目中的一部分案例。作为卫浴新国货的代表品牌，依托强大的实力，恒洁在商业市场上一直保持着高速增长，目前与碧桂园、融创、恒大、保利等30多家百强房企达成战略合作，同时还与多地区域龙头地产公司展开合作，并且在各地拿下城市标杆建筑、教育、医院、旅游、商业集团总部、酒店等大型项目。其中的一些项目，无论规模还是项目本身，都已在国内品牌工程领域形成较大影响力。



### 卫浴新国货崛起的实力支撑

“在过去，星级酒店、别墅等高端市场上，民族卫浴的应用率不足5%，95%的市场占有率被不超过五家国际品牌垄断。但经过30年的发展，中国卫浴的整体实力发生了翻天覆地的变化，品质、设计、品牌内涵均稳步提升，在大型房地产的战略合作中，出现越来越多中国品牌的身影，国货崛起是历史的必然。”中装协住宅装饰装修和部品产业分会秘书长胡亚南在一场论坛上谈到卫浴国货崛起时说。

诚然，卫浴新国货的崛起正是中国制造综合实力的整体提升和中国品牌厚积薄发的成果。从产品和生产角度看，新国货的重要内涵是“品质升级”，企业主动投入精力和财力提升产品品质。以恒洁为例，自成立以来，恒洁就一直注重研发和生产的投入，研发的超旋节水坐便器，用水量仅3.5L，是行业首家通过水效标识备案中心备案的“普通坐便器水效标识备案001号”产品，引领行业进入了坐便器超节水时代；而汇集多项专利技术的恒洁双Q系列马桶，更是推动了国内智能马桶整体质量水平的快速提升。

从销售和使用角度看，新国货的驱动引擎是“需求迭变”，在消费不断多元化的情景下，如何满足消费者



不同的需求成为摆在企业面前的难题。恒洁的每一次创新与升级，都立足于国人真正的需求，例如，基于后疫情时代人们对健康产品的追求，恒洁再次加码产品的健康特性，推出带有“恒净除菌”等功能的智能一体机，发布一百多款新产品，并提出“万千家庭，一品守护”的理念——以专业和品质，为万千家庭提供守护。



设计和审美同样重要，随着消费者审美水平的提高，市场对消费品“颜值”的要求也越来越高。近年，中国卫浴产品相继走出国门接受国外同行及消费者“评选”，在红点设计奖、iF设计奖、IDEA奖等

重磅奖项上获奖的机会越来越多，如恒洁最近就凭借Q8i智能一体机及Q3i智能一体机斩获两项IEDA大奖，连续5年登上这个美国工业设计领域权威的颁奖舞台，受到行业内外外的广泛关注。

服务也是卫浴新国货沟通消费者、开拓工程渠道的有力武器。作为卫浴行业中最早推出智能马桶整机6年质保的品牌，恒洁今年连发新举措提升服务，例如二月份推出“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，保障疫情期间卫浴产品的使用，受到消费者的广泛好评。凭借在服务领域多项先行举措，恒洁还在网易家居发起的“2020年315调查卫浴洁具类综合性评分TOP榜”、“2020年315调查卫浴洁具类店铺服务TOP榜”两大排行榜均占领第一位，成为网易家居315服务调查10年大考的“双料冠军”。

### 新国货品牌正在全方位崛起

“民族工业是国家经济实力的反映，从中可窥见中国制造发展的脉络”。正如中装协住宅装饰装修和部品产业分会秘书长胡亚南所说，民族工业可映照一个国家的制造业乃至经济实力，是一个国家实现可持续发展的前提。从这一点来看，中国品牌在各个领域逐渐夺得话语权，不仅反映这家企业在所属领域的制造实力已经追上甚至超越国际品牌，更是中国制造摆脱“世界工厂”、向中国智造转型的必然结果。

改革开放四十多年来，中国经济和国家整体实力有了大踏步的飞跃，成为世界第二大经济体和第一制造业大国，并且许多领域的成就和创新都处于世界领先水平。例如包括海尔、华为、OPPO等一批中国品牌已然随着他们的产品出海而蜚声世界；以阿里、腾讯、京东为代表的互联网企业正在成为世界互联网发展的重要引领者；一批新消费与高科技公司们也在通过其卓越表现实现自己的抱负。

作为家居行业下的细分领域，在卫浴行业，国内品牌和国外品牌近年也经历了一个此消



彼长的过程，国外品牌占据市场主导地位的历史一去不返。关于这点，多家国外上市企业财务报告中的数据最能说明情况。根据相关财报，某知名国外品牌在中国市场的智能马桶销量增幅，从2015年至2019年依次是50%、47%、16%、-10%、4%，基本呈现逐年下滑的趋势。相对的是，2015年至2019年正是中国智能马桶行业快速发展的5年，以恒洁为代表的中国卫浴品牌对国外品牌市场份额的抢占已不言而喻。

国货强则中国强。在国货崛起的大背景下，更多的国货品牌正在用实实在在的品质硬实力和科技创新，打破过去“国外品牌强势、本土品牌势能不足”的局面，让中国制造以全新的姿态出现在世人的眼前。

# 恒洁 Q8i 智能坐便器 颜品合一的“健康智慧”担当。

图文 / 恒洁编辑部

随着生活品质的提升，人们对“健康”的追求也愈发强烈。控制饮食，注重运动，大多数人都会以此来证明自己健康的重视，但不可忽视的是，个人卫生也是保持“健康”的一项重要环节。今天，小编为大家安利一款能为个人卫生添加可靠防护的产品——恒洁 Q8i 智能坐便器，它不仅能为你解锁健康生活，更能带来非凡的如厕体验。



HEGII 39



品牌  
恒洁卫浴

产品  
恒洁 Q8i 智能坐便器

## Part 1

新国货缔造新流行：  
恒洁 Q8i 一体式智能坐便器

与恒洁双 Q 系列设计理念一脉相承，恒洁 Q8i 智能坐便器依旧延续简约设计风格，流畅自然的线条与简洁大方的白色机身，隐藏式储水箱设计，更令机身造型显得小巧精致。



机身左侧，是此系列极具特色的创新回弹式一键旋钮，倾斜 5° 设计令其与盖板更为贴合，高级电光灰表面，采用真空电镀工艺带来的金属质感，使用手感好，在功能运行时闪现彩色光环，科技感满满。



坐便器盖板平整纤薄，上方设置柔光护眼 ICON 灯设计，柔和光线带来夜晚的贴心守护，使用时，也便于直观清晰地查看机器运行状态。

从整体观感来说，恒洁新品 Q8i 智能坐便器特别突出“至纯至简”的现代美学特点，静处卫浴间一隅，虽不夺目，却于无形中提升空间质感，亦不失现代时尚气质，是提升生活格调的不二之选。

HEGII 40

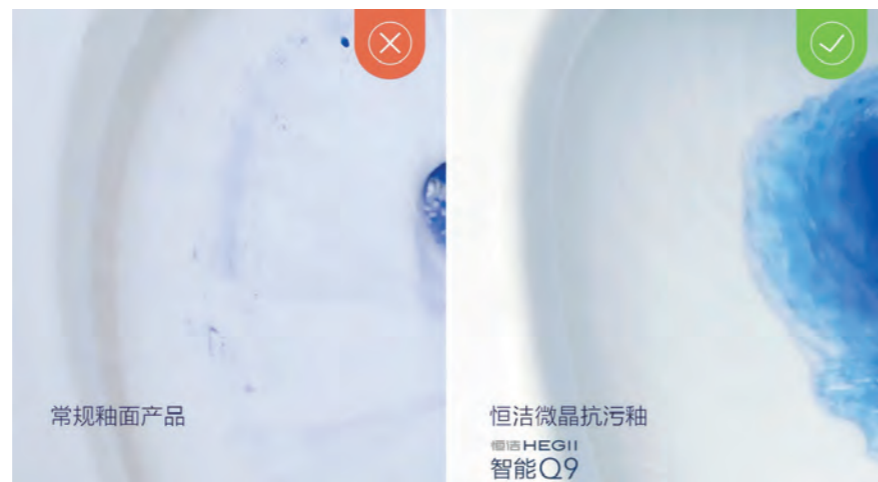




很多家庭选购时，会考虑到智能坐便器安装水压门槛问题。搭载文氏增压、水能倍增、速排劲冲三大专利技术，恒洁 Q8i 智能坐便器具备强劲冲力，断电也可冲水。这不仅让老小区、高层的用户不惧低水压，顺利在家中享受智能，更让坐便器本身具备了优异排污能力，仅需 4.8L，却可彻底清除污物，节能更洁净。



为了方便后期清理，保持持久洁净，恒洁 Q8i 智能坐便器还自带“抗污易清洁”buff：内壁采用微晶抗污釉陶瓷体材质，经由 1260℃ 高温烧制，一体成型、密度高、吸水率低，平整光洁的表面，使其具有细腻光滑不易挂污的优势，再不必马桶刷、消毒液齐上阵，轻轻松松，一冲即净。

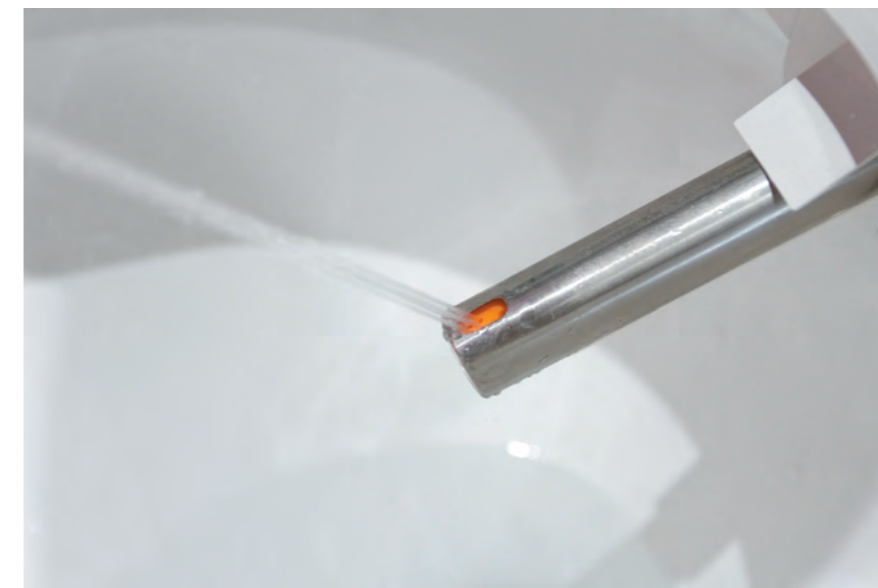


采用阻尼缓降设计的坐便器盖板，能够避免直接落盖产生的噪音。如厕结束后，缓缓降下，予家人一份宁静安心。

## Part 4 智能融入日常 带来默契满分的舒适体验

坐感、清洗体验、温度、烘干...每一个细节都考量着坐便器与人的默契感。恒洁 Q8i 智能坐便器以多重细致入微的人性化产品设计，带来恰到好处的惬意体验，营造智能时代的“满分默契”。

恒洁 Q8i 智能坐便器的座圈，致力于从坐感及触感上提升使用体验。针对传统坐便器容易压腿不适的坐感，Q8i 智能坐便器深研人体工程学，调整座圈大小、宽窄和曲率，使其更加贴合人体。可随心调节温度的座圈加热功能，让用户能够依据个人使用习惯调节座圈温度，一接触便感受到细致暖心的关怀。



在水洗清洁体验上，恒洁 Q8i 智能坐便器的功能体验升级也非常显著。活水即热技术，保证了清洗水流的鲜活与清洁，恒定舒适的水温，即开即热，也让用户每次清洁都无需等待，更加舒适。带有混气技术的妇洗/臀洗功能，将空气与水流以 1:3 比例完美揉合，形成充盈柔和的无飞溅富氧水洗，清洁时，力道柔和，呵护肌肤，搭配移动清洗功能，不仅刷新舒适清洗体验的上限，更能提高清洁效率，带来全面洁净升级。



清洁之后，开启暖风烘干功能，温和暖风即可代替双手优雅地完成“收尾”工作，贯穿全程的智能除臭，让整个如厕时光变得愉悦清新。



### 测评总结

便捷智能的功能设计、舒适惬意的使用感受，高标准的健康安全防护技术、恒洁 Q8i 智能坐便器，再次贯彻“品质智造”的产品理念，以便捷、舒适体验为突破口，将科技真正融入万千家庭的生活中，带来智能时代的全方位守护。想提升卫浴生活的健康安心体验吗？恒洁 Q8i 智能坐便器，绝对是款超越期待的产品。

DESIGN

# 设计之声

THE VOICES OF DESIGN

# 回归设计的本质

## ——2020 美国 IDEA 获奖家居产品鉴赏

图文 / 恒洁编辑部

随着社会经济的发展和消费需求升级，现代设计越来越关注人的本质需求，设计是否“人性化”成为了评价一款产品好坏的重要准则，国际上多个设计奖项的评选也将“人性化”作为重要的评判标准。例如被称为“世界三大工业设计奖”之一的美国 IDEA 设计奖，评判标准除了美观性、创新性、环保性之外，还包括了一个重要维度——对用户的价值。这种价值判断也推动了家居设计回归本质，设计师通过对人性化设计的探索，使家居产品脱下工业品的外壳，进化成一种能够与人沟通的空间艺术。

近期，美国 IDEA 设计奖公布了今年的获奖名单，三星、美的、星巴克、小米、恒洁卫浴、老板电器等全球知名品牌成功登上领奖台，以超一流的产品设计实力，对各自领域内的人性化设计，作出了理想的诠释。我们一起来看看那些获奖的家居产品。

# IDEA

### 获奖产品

## Triple Care Dishwasher

这款洗碗机不仅可以洗碗和烘干，也能作为消毒碗柜发挥作用。它采用双热空气技术，在洗碗结束时会自动排出残余气味，让干燥更加彻底。紫外线消毒和通风功能可定期运行，确保碗碟清洁。柜门采用轻触技术，底部还有红、蓝双色的安全照明提示用户，避免烫手。



### 获奖产品

## “Z” Multi-functional foldable Oven

现代人对厨房摆放多种炊具习以为常，但不是每户家庭都拥有足够大的厨房空间。美的新推出的这款多功能炊具，可通过更换上方的盘子从而达到不同的烹饪效果，是一款“N合一”产品。



### 获奖产品

## BESPOKE refrigerator

三星打造的定制冰箱，可根据家庭规模、饮食习惯、生活模式和厨房布局来定制颜色和材料，可随意组合成一门到七门的冰箱，所有组件的深度和高度经统一设计，以便组合时更加和谐。冰箱门板可拆卸和更换，并提供了多种颜色和材质，满足人们多样化的生活方式和个性喜好。



获奖产品

## Lift Downdraft

这款抽油烟机产品，能够直接安装在灶具后侧，只需按下按钮就可以上升到特定高度，设计上不仅人性化，还有效节省空间。此外，这款产品还配备了诸多功能特性，包括双层LED照明、三大捕捉区和四向管道等。



获奖产品

## Eureka Polaris-D8 Robotic Vacuum Cleaner

生活垃圾是家居生活躲不过的一道“坎”，也是如今吸尘器、清洁机器人代大行其道的背景。与这些产品不同，这款产品将居家清洁体验提升到一个新的高度，它能自动清空垃圾箱，用户还可以通过语音对其“发号施令”。



获奖产品

## Infinite Line Built-in Oven package

三星出品的嵌入式烤箱，提供了上下两个烹饪区，引入微波技术，可将烹饪时间缩短。烤箱可以堆叠或水平放置，适合不同规模和风格的厨房空间。

获奖产品

## Fellow Ode Brew Grinder

这款家用研磨机专门设计用于日常的咖啡冲泡（倒咖啡、法式压榨、冷泡等），同时也在清洁度和安静度上高于竞争对手。它的64毫米专业级平毛刺、31种研磨设置以及独特的单剂量装载仓，能够最大限度地保证咖啡豆的新鲜度。



获奖产品

## Midea Wall-Mounted Mini Washing Machine

随着人们对个人卫生要求不断提高，不少人开始考虑以更合理的方式洗涤衣物。迷你洗衣机是这一趋势下的理想选择，它可以快速洗涤婴儿服、内衣等小件衣物。由于采用壁挂式设计，能够与人的视线保持水平一致，这也让放取衣物更加方便。





获奖产品

## SMART 360 Air Purifier Series

SMART 360 空气净化器设计简约，双色调配色方案与金属相结合，营造出与各种室内环境相协调的奢华感。通过内部物联网芯片，用户可以随时随地使用智能手机使用和管理产品。过滤器采用 RFID 技术，当需要更换时，便会自动通知用户。



获奖产品

## 恒洁 Q8i 智能一体机

外观采用饱满而富有弹性的穹顶弧面设计，线条简洁流畅；隐藏式水箱搭载独有的水流能系统，实现强劲冲水。行业首创一键旋钮设计，操作简单便捷，让使用体验更人性化。在卫生抗菌方面，强大的“恒净除菌”系统蕴含 SIAA 认证银离子抗菌座圈、电解水除菌、喷嘴抗菌、LED 紫外线杀菌等技术，从内到外保障用户的如厕健康，给用户极致的守护。



HEGII 51

获奖产品

## 恒洁 Q3i 智能一体机

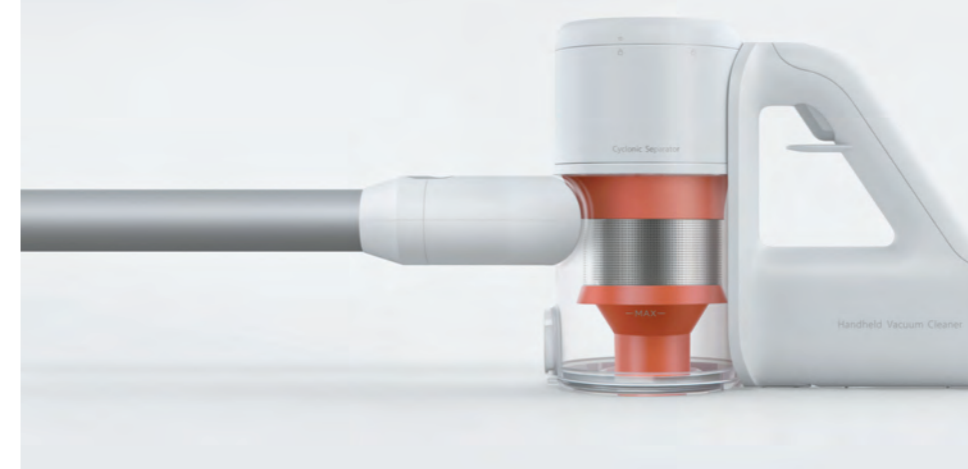
外观设计采用小巧圆润的现代几何造型，传递出极简主义美学的纯粹。在功能设计上：创新的一键旋钮技术，化繁为简，让操作更简单方便；强大的无水净漩冲功能，高效冲水，干净又安静；领先的活水即热技术，瞬间加热，持久恒温；基于人体工学，贴合臀部曲线的座圈设计，久坐不麻，让如厕更加舒适。



获奖产品

## Mi Handheld Vacuum Cleaner

小米出品的手持式吸尘器，外观方面维持了小米家居产品一贯的简约风格，并在强大功能与纤细体积之间取得了平衡。吸尘器采用旋风分离技术，可提供超强吸力，有效吸取细微灰尘和垃圾。



HEGII 52

获奖产品

## Midea D8v2 Robotic Vacuum Cleaner

清洁机器人在欧美韩日都有较高的普及度，在中国最近几年也以每年倍增的速度在普及。这款清洁机器人利用视觉识别和激光雷达对障碍物进行智能识别和导航，使清洁更专业、智能和全面。



获奖产品

## High-end foldable baseboard electric heater

格力出品的暖风机产品，遵循化繁为简的理念，外观简约而优雅，摆脱了人们对电暖器廉价又笨拙的印象。采用双主轴运动结构，可180度旋转，无论坐在何处都能保持温暖。除了在寒冷天气取暖外，这款产品还可作干衣机之用。

获奖产品

## Concealed Air Conditioner

奥克斯隐藏式空调，可直接安装在壁橱里，前出风口调节室内温度，底部出风口可以烘干衣柜内的衣物。



恒洁 HEGII

# 智商高 情商更高

## 双Q系列智能坐便器



# 只有持续满足用户更高的要求才能走得更稳、更远

——访恒洁卫浴天津运营中心总经理陈凯浩

图文 / 恒洁编辑部

2020年将成为家居行业分水岭式的一年。疫情叠加市场环境变化带来的影响，不仅给家居市场带来了巨大挑战，更引起了消费需求、消费模式的变化，身处第一线的卫浴经销商，也面临着前所未有的严重考验。在市场环境日益变化的当下，卫浴经销商如何破局而出？恒洁卫浴天津运营中心交出了一份让人振奋的答卷：不仅在主营业务上业绩稳步增加，在零售、家装和工程等各个渠道的销售同样取得了稳步的增长。

从2002年入驻津门至今，天津恒洁已经由最初的一家直营店发展到零售、家装、商业渠道等全覆盖，成为了津门地区最知名的家居品牌之一。2020年突如其来的新冠疫情，家居市场经历了严峻的考验，天津恒洁表现出了强劲的韧性，并通过多种营销方式的结合满足特殊时期用户的消费需求。进入下半年，随着经济的恢复，天津恒洁更是表现出了强大的活力。面对未来的挑战，恒洁卫浴天津运营中心总经理陈凯浩信心满满：“我们相信2020年恒洁依然能够保持较好的增长。”



## 创新营销和服务，用以健康为理念的产品满足用户需求

天津，毗邻首都北京，是国家中心城市也是环渤海地区的经济中心，全市下辖16个区，常住人口超过1500万。疫情紧张的时期，天津也曾被短暂按下了“暂停键”，家居建材的销售跟着受到影响，直到4月30日，天津降为二级响应，情况才逐渐得到缓解。

疫情期间，为了帮助天津区域的每个家庭足不出户也能正常使用家居卫浴产品，恒洁卫浴天津运营中心响应恒洁卫浴总部的要求，快速调整策略，从营销、沟通体验、服务等多个维度守护用户的健康家居生活。采取的措施包括发力线上营销、推出健康卫浴产品、升级服务等，满足特殊时期消费者的产品使用需求。

“一方面，我们通过联合红星美凯龙、居然之家、天津环渤海等大型商超展开系列的线上直播的营销方式，通过在线互动、智能体验等创新的线上交流方式，为消费者提供专业、有趣的卫浴知识，帮助消费者选择适宜的卫浴产品。另一方面，响应恒洁卫浴总部推出的‘恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务’，为所有用户提供不限于恒洁品牌的卫浴产品售后免费咨询及远程排忧解难服务。”在回顾疫情期间，天津恒洁如何服务用户时，陈凯浩说。

疫情的发生，不仅对家居行业的销售带来了冲击，也为整个家居市场带来了一场“健康革命”。有报告指出，疫情期间消费者对智能马桶、智能门锁、新风系统等健康产品的消费欲望持续



攀升。对此，陈凯浩颇有体会：“疫情后，消费者对健康理念的认知更加深刻，对自身的健康状况更加关注。反映在卫浴生活中就是，对卫浴空间和卫浴产品的健康需求在不断增加，具有抗菌、抑菌功能的智能马桶更加受到消费者的追捧。”

面对市场需求的变化，天津恒洁迅速为用户推荐恒洁的健康卫浴产品，而带有“恒净除菌”等技术的恒洁智能马桶受到了天津消费者的欢迎。陈凯浩介绍，在天津恒洁河东区红星美凯龙店，疫情后用户更换或选购智能马桶的比例占到了将近80%。“就是说如果十个消费者更换或选购马桶，其中八个会选购智能产品，今年智能马桶占据我们的销售比例会比往年高。”

毋庸置疑的是，当前消费者对于健康家居生活的关注和需求空前高涨，丁香医生发布的《2020国民健康洞察报告》显示，超过七成用户对健康产品的需求激增。2020年5月份，恒洁卫浴举办了“万千家庭 一品守护”系列新品发布会，发布了100多款新品，为产品注入更多的健康、安全、舒适、便捷的功能，其中包括多款智能马桶新品。

陈凯浩介绍，新品发布后，天津恒洁不仅通过“恒洁新国货科技展”等活动，让更多消费者了解恒洁的健康产品，而且还适时推出了“万套智能马桶入津城”等活动，为天津消费者的健康卫浴生活保驾护航。

## 以品质为导向，深化零售、家装和工程渠道建设

渠道变革是近几年家居行业最牵动人心的话题，作为津门地区最知名的家居品牌之一，天津恒洁在渠道端一直筹划着适应市场的布局。也正是因为这样的布局，让天津恒洁在面对疫情的挑战，依然逆势而上——2020年6月底已经追平2019年上半年销售额，截止8月底，同比销售额更是增加了20%。良好的成绩固然与恒洁一流的产品和服务品质脱不了关系，但也离不开天津恒洁在销售渠道上的深挖。2020年至今，天津恒洁在零售、家装和工程渠道上的销售都有着不同幅度的增长。







疫情之下，零售渠道受到的影响尤为严重，甚至不少从业者也看衰零售渠道未来的发展，但陈凯浩总经理显然不这样认为。“只要消费者的需求没有被完全满足，只要还有区域未覆盖，那就证明市场还有拓展的空间。”他介绍，天津恒洁在零售渠道已经做得比较成熟，目前天津市场共有 26 家门店，覆盖了大部分区域。

陈凯浩总经理认为零售依然大有可为。“零售渠道面对的是产品的直接使用者，如何为用户

创造更高的品质，满足他们的更高的需求是做好零售渠道的关键。最根本的是要花更多心思去了解客户，满足客户的不同需求，为客户创造更高的品质生活。”陈凯浩说，为此天津恒洁在零售上做好了功课，在售前、售中和售后环节上将服务做得更细致。例如选购智能马桶的客户越来越多，除了给客户推荐合适的产品外，天津恒洁还会给客户提水电整改方案，以满足客户所需。

除了继续做好、做强零售渠道外，天津恒洁还在大力深化家装和工程等 B 端渠道的建设，并且取得了不错的成绩。比如在家装渠道，天津聚集了大量的家装公司及国内顶尖的设计机构，为各大家居建材品牌开拓家装渠道的提供了有利条件。天津恒洁也通过积累及开拓的思维和力天装饰、业之峰、东易日盛等公司建立了合作关系，并且当地的装饰协会始终保持着良好的关系。在八月份天津恒洁举办的“恒洁新国货科技展”上，天津市环境装饰协会会长徐林晞、家居商会曹莉云秘书长等行业协会领导莅临现场，为恒洁助力。

此外，房地产工程渠道的合作也在稳步推进。“和 B 端的合作，需要做好多方面的工作。如同盖房子，如果是一个小房子，我们很快就可以盖好，但要建一个摩天大厦，则需要一个成熟的体系来支撑。和房地产工程的合作，就需要搭建一个完整的体系来支撑。”陈总经理说。他介绍，天津恒洁在产品、品牌和服务上不断优化，以满足工程客户的需求。

虽然天津恒洁在零售、家装和工程渠道上都取得了傲娇的成绩，但陈凯浩依然谦虚地说：“就像飞机起飞前要助跑一样，我们现在做的所有工作都是助跑，我们在各个渠道上的工作做到更加扎实的时候，才是我们真正起飞的时刻。”



HEGII 57

## 市场消费潜力依然大，对未来发展充满信心

随着国内疫情逐步减弱，中国经济正逐步回归正轨，各项经济指标均出现稳步提升。经济指标的回暖带动了家居市场的复苏，卫浴市场在经历了第一季度的低谷之后，在第二季度开始逐步回暖，而进入第三季度后，终端市场更是恢复了往年旺季的状态。从第三季度开始，天津恒洁举办了多场市场营销活动，并取得了良好的效果，表现出强大的市场竞争力。

8月14日，恒洁卫浴策划了下半年的大型设计师活动——「质美中国·寻美一品」城市体验之行第二站走进天津，多位知名设计大咖齐聚天津共同分享了“一品设计”，并集体在同一时刻为恒洁的一品国货点赞；8月30日，恒洁卫浴策划的2020年度全国性大型营销活动“万家一品”新国货科技展在天津收官。作为年度新国货科技展的收官之战，天津恒洁设立了双会场——华北陶瓷城滨海恒洁旗舰店主会场及天津市区环渤海家居中心恒洁旗舰店分会场，现场人气爆棚，天津建材、家居等业界领导及消费者共同为恒洁“万家一品”新国货科技展推波助澜。

“未来的消费者的潜力及消费需求依然存在着巨大空间。关键是企业要有好的产品和服务，不断提升自己，用创新的方式满足后疫情时期消费者的更高需求，为用户创造品质生活，同时探索出自身的健康、稳健的经营模式。”对于2020年和未来的发展，陈凯浩充满了信心，并反复强调要为用户创造品质生活。

他以策划营销活动为例子说明：“以前策划营销



活动，通常以产品销售为主，以价格为导向。现在举办活动既要有产品销售又要有内涵，要以品质为导向。不仅要通过活动向用户提供好的产品，还要在活动中传播公司的理念，让消

费者明白我们能为他们提供什么品质，能为行业的发展做哪些贡献。”陈凯浩说。

虽然对未来抱着乐观的态度，但陈总经理也清醒地认识到未来的挑战。“河面平静，并不代表危机就已经离开”，在交流中，陈总经理多次强调这句话。他认为，天津恒洁从初始只有一个店、几个人，到有了今天的成绩，很重要的一个原因就是时刻保有危机意识，并根据环境的变化快速做出营销方式的调整。

“疫情虽然给我们带来了许许多多的困难，但也给我们团队带来了新的认知——未来我们还会面对更多不确定性，唯有苦练内功，做好充足的准备，才能及时调整策略从容应对。”陈凯浩说。他表示，面对未来，天津恒洁要保持为用户创造品质生活的初心，对产品精益求精、对服务做到更细致、并吸纳培养更多的人才，为公司创造更高的价值。



HEGII 58

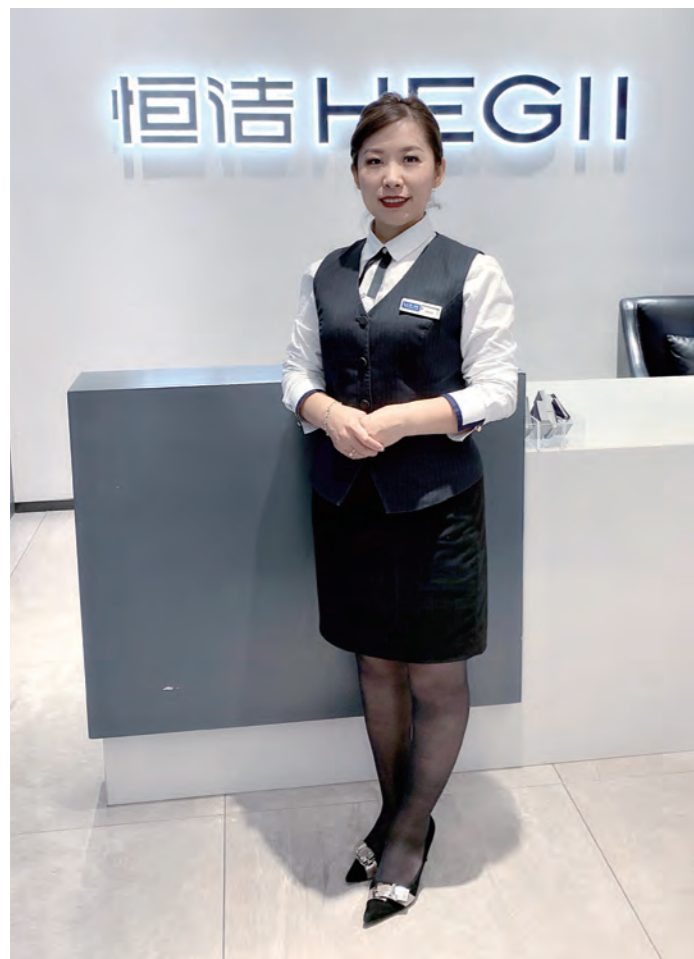
## 店长风采

# 入职三个月出任店长 她认为这六点至关重要

——访天津恒洁河东区红星美凯龙店长安珊珊

图文 / 恒洁编辑部

入职三个月后便出任店长，责任和压力一并袭来。进入 2020 年后又遇到“黑天鹅”事件——新冠疫情的发生，在这个过程中，店长更要承担起一店的经营销售、鼓舞士气等全盘工作。安珊珊自 2019 年 4 月入职天津恒洁，2019 年 7 月出任天津恒洁河东区红星美凯龙店长，她认为作为一个店长，至少要有六方面的担当。



HEGII 59

## 01 组织协调

从运营角度看，市面上大多数店长都是以“店内”的工作为主，基本方面围绕店面管理、商品管理、员工管理等方面进行。经过 2020 年新冠疫情的“黑天鹅”事件后，传统门店坐店迎客模式需要迅速转型为主动出击，这对店长组织协调能力提出了新的挑战。

“疫情刚开始，门店就与天津恒洁总部积极协调，并与卖场协调配合一些新的零售方式，比如网络直播、微信小程序等。在这个过程中组织门店同事挖掘有需求的客户，为直播做蓄水，经过一系列的筹备和努力，直接促成了比较理想的成绩。”据安珊珊介绍，疫情期间的三月份该门店第一场直播带货成交了多台 Q9 智能马桶，四月份直播线上下单成交更是大幅提升。她认为，作为店长不仅要协调内部的工作，也要协调外部资源，更好地挖掘、满足消费者的需求，同时帮助团队中的每一个人成长，只有这样，整个团队才会有凝聚力，作战能力才会更强。

## 02 经营管理

安珊珊认为，既然承担了店长的角色，就要负起店长的职责，站在公司的立场和角度思考问题，而不只是单纯、被动地借助总部资源支持提升业绩，完成目标。店长在经营管理上每天都有一些“例行公事”，比如检查、激励、服务、观察、总结等，虽然都是常规的工作，但是否做到位，对团队的成长、门店的销售都有影响。

同时，安珊珊认为虽然经营管理是大系统，但能否做好的关键在于工作的细节能否做好。比如，每个人都有不同的优点，要细心观察，才能在工作中发掘每位同事的特点和长处。“有些同事善于与设计师沟通，有些同事特别擅长工程渠道的协调，在人尽其才的理念下，每位同事可以更好地发挥个人的特长，同时能为公司创造更多的价值。”

## 03 沟通辅助

门店主要以零售业务为主，在这个背景下，沟通辅助就显得非常重要。

安珊珊提到，沟通包括两方面，一是与顾客沟通，有效的沟通既有利于维系客情关系，同时更能深入了解顾客的需求，从而更有针对性地为顾客服务。二是与同事沟通学习，如今企业提倡学习型组织，与不同的同事一起学习，吸收他人的优点，学习同事身上的成功特质，是促进自己进步的最好学习方式。“当然与同事一起学习的方式有很多种：如共同研究新产品的卖点，共同探讨一个渠道的开发，在学习中获得知识和友谊。”安珊珊说道。

在辅助方面，安珊珊认为是在日常的销售过程中推进，及时发现各位同事的需求，做到互帮互助，互相协调，一来促进公司业绩，二来有利于加强团队凝聚力。

## 04 专业素养

作为店长，专业素养应该是最基础、也是最强的。安珊珊认为，专业素养主要包括三方面，一是产品知识，二是销售知识，三是店长知识。

第一、要比任何人都了解、清楚门店所有马桶、花洒、淋浴房、浴室柜等产品的功能、价位、卖点和话术等，只有真正了解自家产品的优势，才能为客户推荐合适的产品，正如“打动自己的产品，才能打动客户。”

第二、扎实销售素养，比如通过与客户的沟通，了解并满足客户的诉求。“沟通中了解，客户是回迁房还是新房，或者是二手房装修，在这个过程中，不断判断客户的心理预期，再根据这些预期进行相应产品的销售。”

第三、与同事相处的技巧。“店长是公司员工的纽带，既要为公司负责，对公司忠诚、做事勤奋、积极进取，还要在这个过程中维护每一位同事的核心利益，像老师一样教导同事，像兄长一样爱护同事，而且店长要以身作则，乐观进取，为门店所有同事做好榜样。”

## 05 诚信、担当

长期以来，安珊珊始终保持着诚信做人的标准，把“小胜凭智，大胜靠德，踏实做事，诚信做人”作为自己座右铭。诚信担当在在日常销售服务中表现为，以诚待人，以诚感人，以诚动人。靠着这样诚信经营的标准，安珊珊所在的专卖店不仅迎来了更多消费者，而且也为公司赢得了品牌口碑。截至到今年 9 月底，天津恒洁红星美凯龙店已完成去年的全年业绩。

安珊珊认为，恒洁本身就诚信担当屹立于卫浴行业大局之中。恒洁作为新国货品牌的代表，

不仅是品质担当，还相应承担了社会责任，比如 2020 年新冠疫情发生后，对火神山医院进行捐助，以及平时山区希望小学、各大医院的捐赠等；二是企业以诚信、以担当作为发展准则，恒洁专注品质，持续创新，倡导环保，秉持“恒于心·专于质”的理念，率先提出整机质保 6 年，拥有自己的国家级 CNAS 研发基地等，这些都是担当的表现。

“店长的职能就是将诚信担当践行于日常工作当中，并把这种理念向外界传播。”安珊珊说。



## 06 开拓能力

作为店长，出色的开拓能力也是日常工作必不可少的技能。安珊珊提到，今年年初新冠疫情突然来袭，门店在微信小程序、直播等新模式、新渠道的开拓上，需要与各方面有利资源的进行协调，从而为门店创造更多的价值。只有具备优秀的开拓能力，才能调动更多的资源为门店所用，促进销售。

开拓能力不是一天练成的，需要慢慢锻炼、积累。安珊珊认为在天津恒洁更有助于个人业务开拓能力的打造，“恒洁是新国货的代表，无论产品品质、研发实力、服务能力，还是品牌

影响力都是值得行业尊敬的品牌，在这里我们觉得作为恒洁人是自豪的，这种自豪直接激发了自信，为我们对外的业务开拓提供了内在基础和动力。”

记者了解到，截止到 9 月底天津恒洁河东区红星美凯龙店已完成 2019 年的整体目标。安珊珊认为，过去以往皆为序章，她的目标是完成门店 600 万营业额，“我相信这个目标是可以实现的，疫情之后，消费者更注重整体家居，也更加注重私密空间的卫生安全，这对恒洁都是非常好的契机和机会。”

HEGII 60



# 关于《恒洁视界》

## 杂志介绍

《恒洁视界》是恒洁卫浴面向企业员工、全国经销商客户、消费者、行业高管、媒体大V等群体的品牌文化宣传刊物,展示恒洁的企业文化魅力,丰富品牌深度内涵。

刊物设置有多个栏目,例如《观点言论》栏目,主要是对行业发展趋势、恒洁卫浴相关动态进行解读,旨在与业内人士进行深度的思想交流;《设计之声》版块从设计作品、大型 SHOW 展、设计理念、设计趋势、用户研究等多角度展示设计魅力,给读者带来美好的视觉享受;《图说产品》是拥有新品推荐、产品介绍、技术卖点等丰富信息的产品库;《特别策划》主要针对大型活动,如企业年会、上海厨卫展、欢乐购、节水中国行、智信中国、周年庆等活动进行全方位报道和盘点,根据内容细分为《节水》和《智能》等小栏目;《访谈》对恒洁卫浴企业高管、终端经销商和合作伙伴等进行报道,从不同的角度解读恒洁的文化;《文化》栏目,是来自恒洁人的一个个真挚的故事,是深含温暖人情和生活哲学的人文栏目。

本刊物以全新视界融入公司的理念、精神、文化、产品、设计,让更多的人进一步感受恒洁,了解恒洁人的一些事一些情!

## 刊物使用说明

1、本刊物可以作为终端店面销售人员学习、熟悉恒洁文化的工具书;用于与消费者沟通、交流;作为礼物赠予消费者,为消费者深入了解恒洁提供渠道。

2、如需要索取杂志,请联系恒洁店面人员。



店员工具书,用于学习培训



合作伙伴赠阅物,了解恒洁产品品牌



消费者阅读物,更多了解恒洁

## 征稿启事

### 征稿栏目:

《观点言论》《图说产品》《文化》《设计之声》

### 征稿对象:

公司所有员工,包括营销中心、工厂、经销商办事处所有人员。

### 征稿说明:

1、投稿形式不限,内容积极向上,体现恒洁人文精神、公司的经营管理理念等。稿件的内容可以包括行业调研、工作感悟、心路历程、人物的专访、企业文化等。题材不限制,字数要求1000字以上。

2、《恒洁视界》编辑部优选原创稿件,稿件要做到观点鲜明、语言严谨、数据准确,图片要高清原图。

### 投稿报酬:

一经录用,将会有200元稿酬奖励;被评为优秀稿件将额外有300元奖金。

### 投稿方式:

请作者在投稿作品内注明个人姓名、联系方式、投稿栏目、所属城市和工作岗位,并附上相关照片或图片,以电子邮件的方式发送到 hjsj@hegii.com,与《恒洁视界》编辑部联系告知。

欢迎  
订阅

