

HEGII VISION

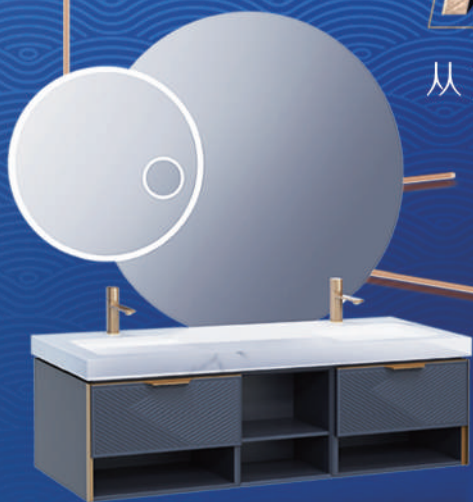
恒洁视界

季刊

2022 第三期
品牌读物(总第40期)

空间 这很中国

从卫浴空间 看见现代中国



恒洁 | 人民日报社品牌强国计划成员企业

善谋者行远，实干者乃成

在加快构建新发展格局、推动高质量发展的时代使命下，中国企业如何“聚力双循环，引领新消费”？

尽管面对百年变局和世纪疫情相互叠加等不确定性挑战，作为卫浴行业的领军企业和家居新国货品牌的代表，恒洁仍坚持以更高的市场占位，更严的自我要求，在压力下激发斗志，在冲击下显示韧劲，以长期主义的思维，聚焦用户需求，做“难而正确的事”，持续推动恒洁品牌的价值增长。

从联袂大咖设计师打造“质美中国”IP，到联合人民日报新媒体、新华书店打造“这空间很中国”IP，恒洁的目光不止于打造IP，而更着眼于推动从家庭卫浴空间到城市公共卫生空间的双重升级。

无论是在多个城市落地的“恒洁焕新城市计划”，还是恒洁与红星、居然等高端卖场举办的“智能焕新家”联合营销活动，不难发现，在其热烈反响和骄人业绩背后，是中国消费者对品质的追求，对焕新的渴望——而这，正在重塑卫浴行业的生态和产品、服务的边界。

这就要求恒洁，既要有不动如山的战略定力，同时也要有迅速迭代的市場敏感，以创新赋能，让恒洁的产品和服务始终保持引领和前瞻。“超低水压，劲冲无忧”的恒洁Q9X智能马桶，满足不同空间定制需求的奢适系列等浴室柜，多项前沿科技加持的T9PRO水净阻垢花洒……以及搭载了恒净除菌技术、防水防潮技术、水净技术的多款恒洁星品，已运用于恒洁全卫空间解决方案；同时，恒洁正在全国多个城市推进“恒洁闪装”服务，让更多国人的卫浴生活因恒洁的产品和服务而受益。

推动经济高质量发展，满足国人日益增长的品质生活需求，为家居新国货企业提供了更大的空间，更高的要求。志不求易者成，事不避难者进，困难越大，战胜困难后取得的成绩就越大；挑战越多，克服挑战后积蓄的实力就越强。

善谋者行远，实干者乃成。恒洁将站在更高起点上谋划未来发展，作为唯一连续两次入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货品牌，恒洁必以脚踏实地的态度和行动，攻坚克难，在新的征程上谱写卫浴新国货发展新篇章。

恒洁卫浴集团有限公司



恒洁 HEGII

恒洁 HEGII

CONT



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：詹楷煌
编委：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：2022年10月 总第40期



扫一扫，获取电子版

卷首语 | PREFACE

善谋者行远，实干者乃成

01 动态 | TRENDS

特别策划 | SPECIAL REPORT

07 恒洁实力打造中国式公共卫生空间 推动现代卫浴生活新升级



- 10 这个全新升级的公共卫生空间，藏着现代中国的理想生活！
- 12 恒洁卫浴公共空间改造计划开启，助力打造城市品质生活
- 14 这空间很中国！恒洁以跨界改造重塑中国式卫浴空间
- 17 何为“国民理想型”空间？恒洁首档综艺直播「这空间很中国」来揭秘

20 为美好生活赋能 恒洁“质美中国”城市设计之行持续开启

33 以高端品质打造宜居家园 恒洁“焕新城市计划”谱写发展新篇章



EVENTS



47

观点 | VIEWPOINT

47 发展进入深水区
卫浴行业靠什么打破增长天花板？



49

图说产品 | CAPTION PRODUCT

49 恒洁 2022 上半年度“沸腾质量奖”
获奖产品测评



57

设计之声 | THE VOICES OF DESIGN

57 八大关键词，解读家居空间新趋势



62

访谈 | INTERVIEW

62 逆风飞翔，争当无锡区域第一卫浴品牌
——专访恒洁集团无锡运营中心总经理 吴树松



HEGII

TRENDS

动态

01

行业首家！恒洁花洒获国家水效标识备案 001 号

近日，恒洁节水产品和技术实力再获重磅肯定：继恒洁普通坐便器和智能坐便器分获水效标识备案 001 号后，恒洁 T8 系列（HMF115-333A）花洒亦荣获国家水效标识备案中心颁发的淋浴器水效标识备案 001 号。据了解，淋浴器水效等级是依据国家标准《淋浴器水效限定值及水效等级》（GB 28378-2019）确定，国家发展改革委、水利部、市场监管总局发布的《淋浴器水效标识实施规则》规定，自 2022 年 7 月 1 日起出厂的产品必须施加水效标识。



获奖数量行业第一！ 恒洁领衔 2022 上半年度沸腾质量奖测评

02



7 月 9 日，2022 上半年度沸腾质量奖颁奖结果揭晓，恒洁从国内外知名家居品牌的 200 余款产品中脱颖而出，不但荣膺质量殿堂级荣誉——质量卓越品牌奖，恒洁智能马桶、普通马桶、浴室柜、花洒、淋浴房均有斩获，合计荣获 6 项沸腾质量奖，所获沸腾质量奖数量再度成为卫浴行业之冠。此外，恒洁还作为行业唯一代表入选家居质量科普与优质家居产品展览基地——沸腾家居优品馆 - 沸腾质量奖推荐空间，向参加中国建博会（广州）的专业观众展现卫浴行业“顶尖技术及性能优品”。

03

智能焕新家！红星美凯龙 & 恒洁举办第二季智能 Hi 购节

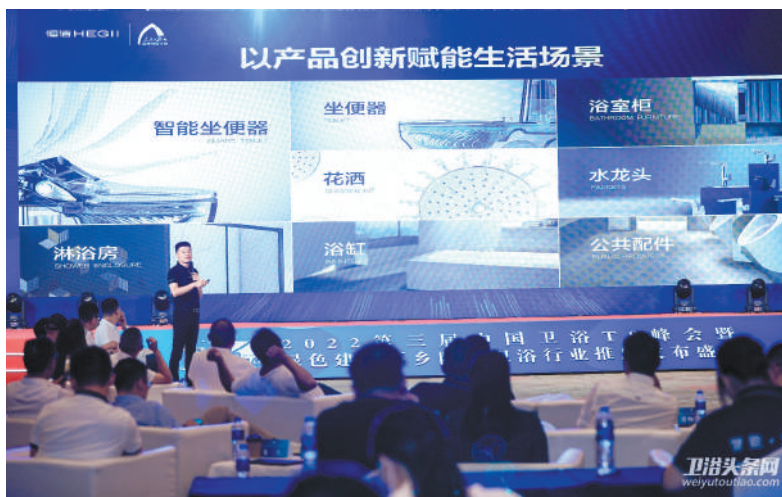
7 月 20 日，智能焕新家·红星美凯龙 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节第二季，在全国红星美凯龙门店举办。作为红星美凯龙家居集团与恒洁卫浴集团共同发起的年度大型联合营销活动，“智能焕新家”向消费者展现了众多恒洁新国货单品及创新技术，并通过升级智能焕新家活动 IP 的综合体验，让这个夏天成为消费者直通智能品质卫浴生活的最燃季节和最佳窗口。



04

恒洁在中国卫浴 T8 峰会发表专题演讲

8月14日，由中国建筑材料流通协会指导，中国建材流通协会陶瓷卫浴经销商委员会主办的2022第三届中国卫浴T8峰会在安徽黄山举行。恒洁应邀作主题演讲并参与卫浴高峰论坛，与行业同仁、家居建材商超代表、酒店及工程采购方代表共同探讨创新驱动下的高质量发展之道。本次T8峰会，恒洁还分别荣膺“卫浴头部品牌”、第一批“绿色建材下乡推荐品牌”；此外，西安、天津、北京、武汉、重庆、无锡等地恒洁经销商亦被授予“绿色建材下乡指定服务商”。



05

恒洁“质美中国”设计之行在多个城市落地

由恒洁 × 网易联合发起并全新升级的2022年“质美中国”城市设计之行继续在全国多个重点城市落地，继重庆、西安和广州后，第三季度“质美中国”继续在合肥、太原、青岛和宁波等城市落地，结合“元宇宙”、“国潮”、“自然可持续”、“未来科技”等四大前沿课题，邀请行业大咖与跨界大咖助阵、覆盖全国设计力量头部城市进行跨界分享，为中国设计与家居新国货发展带来新动能。



恒洁焕新城市计划持续开启，谱写发展新篇章



06

2022年7月到9月，恒洁焕新城市计划相继在南昌、西安、郑州和无锡等多个城市落地，为城市与消费者的品质生活贡献力量。依托恒洁焕新城市计划，恒洁一方面为用户提供Q9、Q9X等高品质卫浴产品，另一方面联合当地慈善会等机构，向弱势群体和困难群众捐赠卫浴物资、提供卫浴服务。同时，依托“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”、“恒洁闪装”等服务，做好适老改造、卫浴焕新等民生大事，充分满足人民对更高品质生活的需求。

07

近日，由中国电子商会呼叫中心与客户关系管理专业委员会（CNCCA）主办的第十八届呼叫中心产业发展峰会暨年度颁奖典礼在山西大同举行。本次大会，恒洁客户服务中心与飞利浦（中国）投资有限公司、黑龙江飞鹤乳业有限公司客户服务部、深圳安吉尔净水产业集团有限公司等优质企业一同斩获“2022年度十佳呼叫中心-卓越客户体验奖”，这已是恒洁服务连续两年获得此奖。

恒洁服务连续两年斩获十佳呼叫中心 - 卓越客户体验奖



08

8月30日，由奥维云网（AVC）主办，央视《大国品牌》战略合作的奥维云网2022数字生态大会在杭州召开。恒洁旗下Q9X智能一体机被评为“2022年度家电行业十大趋势新品”，恒洁也成为2022奥维云网数字生态大会唯一的获奖卫浴品牌。同时，恒洁Q9X智能一体机及“恒洁闪装”服务均作为卫浴行业唯一优秀案例，入选《2022年度智慧家庭全场景生态白皮书》。此外，在家电头部品牌参与的主峰会对话环节，恒洁集团高级销售副总裁张炳岩作为顶级嘉宾，与海尔、海信、松下等TOP企业代表一道，围绕“向前创造”主题，分享恒洁创新发展经验。

恒洁 Q9X 被评为“2022 年度家电行业十大趋势新品”



09

9月5日，由CIFF、红星美凯龙、DDS、创新设计联盟主办的第12届DDS家系先锋力开幕式暨年度颁奖仪式在上海虹桥国家会展中心举行。凭借在绿色智造、绿色技术及绿色产品上的全面领先实力，恒洁荣膺卫浴行业唯一的“家居环保标志性品牌”。作为“更绿色的环保家居品牌”，恒洁也成为DDS红星绿色领跑特展唯一入选品牌，由Q9X领衔的恒洁特展也被DDS授予“潮流态度奖”。

恒洁斩获第十二届 DDS 两项大奖



恒洁实力打造中国式公共卫生空间



10

近日，恒洁卫浴联合人民日报新媒体、新华书店共同发起的“这空间很中国”公共卫生空间改造升级项目启动，在全国多个重点城市的新华书店内打造一体化的卫浴整体解决方案。通过邀请赖旭东、温群等国内知名设计师对空间进行主题设计，并将恒洁的创新产品融入其中，带给读者全新的公共卫生空间使用体验，打造出中国式公共卫生空间，真正改善公共卫生问题，助力推进现代城市生活品质升级。

11

恒洁荣获高端家电品牌 G50 峰会两项大奖

9月19日，由中国家用电器商业协会主办的2022第三届中国高端家电品牌G50峰会在浙江宁波召开，恒洁作为唯一受邀的卫浴品牌，与索尼、卡萨帝等高端品牌共赴盛会。本次G50峰会，凭借雄厚技术实力和卓越用户体验，恒洁斩获“2022年高端家电品牌奖”、“2022年中国家电产业原创科技创新奖”两项大奖，并作为卫浴行业唯一代表，受邀发表主旨演讲。此外，恒洁还受邀参与全国绿色智能家电消费节暨2022年第三届中国高端家电品牌推广月启动仪式，共同助力开启品质生活新模式。



12

恒洁六度携手《梦想改造家》

9月21日，东方卫视王牌家装节目《梦想改造家》第九季正式开播，恒洁继续以《梦想改造家》唯一官方指定卫浴品牌的身份，携手节目中的设计大咖，为中国家庭筑造他们的梦想之家。这是恒洁第六次携手《梦想改造家》，这一季度的改造精心挑选了有代表性的委托人家庭，以更加多元化的形式表达，续写有关家的温暖故事。



13

恒洁入选“知识产权培优工程”等多份榜单

近日，2023年广东省级促进经济高质量发展专项资金（产业创新能力建设）入库项目，评出10个企业进入公示环节，由恒洁承担的“智能坐便器关键技术创新及其产业化平台建设”项目上榜。此外，佛山市市场监督管理局公布第三批知识产权培优工程入库名单，经申报、评选及公示工作，确定了第三批知识产权培优工程入库单位，获得入库的企业将可获得知识产权服务及资金扶持，恒洁卫浴被列入其中。



HEGII

SPECIAL REPORT

特别策划

恒洁实力打造中国式公共卫生空间 推动现代卫浴生活新升级。

图文 / 恒洁编辑部



近期，由恒洁卫浴联合人民日报新媒体、新华书店共同发起的“这空间很中国”公共卫生空间改造升级项目已经在全国各地陆续启动。公共空间是城市生活重要的场所，也是国民生活品质最直观的体现。而作为连续两年入选人民日报社“品牌强国计划”的卫浴新国货唯一代表品牌，恒洁始终致力于推动中国现代卫浴生活品质的升级，也深切关注到中国公共卫生空间待需解决的卫生和使用体验等问题，并通过此次升级改造项目再次展现了新国货智造科技硬核实力，打造出中国式的公共卫生空间新地标。

从公共卫生空间 看见中国卫浴生活品质升级

公共卫生间作为城市基础建设中的一个细节，折射出的是一座现代城市的文明水准和品味。如今，随着城市化的高速发展，许多公共空间中的卫生空间却无法匹配城市化发展的质量，面临环境昏暗、设施老化、便利性缺失等问题。随着国民对生活水平和环境质量的要求不断提升，公共卫生间作为公众生活必须的空间，其卫生、功能等需求也在不断更迭升级。

在这样的背景下，恒洁 & 人民日报新媒体 & 新华书店三方携手推出“这空间很中国”项目，在全国多个重点城市的新华书店内打造一体化的卫浴整体解决方案。通过赖旭东、温群等国内知名设计师对空间进行主题设计，并将恒洁的

创新产品融入其中，带给读者全新的公共卫生间使用体验，打造出中国式公共卫生间，真正改善公共卫生问题，助力推进现代城市生活品质升级。

作为此次项目的首站改造地，“重庆书城—新华书店”几乎见证了这座“山城”近70年发展，更承载了几代“山城人”的美好回忆。为了让这个承载着记忆的公共空间重新焕发活力，在此次“重庆书城—新华书店”的改造中，恒洁和知名设计师赖旭东将“环保可持续”的理念巧妙糅合进设计中，除了通过定制瓷砖、影息设备、绿植墙等打造视觉上的“绿色空间”外，还使用了多款实力非凡的新国货卫浴产品，赋能环保可持续发展。

对于恒洁而言，除了关注城市“公共卫生间”的升级改造外，更希望通过“这空间很中国”新华书店公共卫生间改造项目的契机，展示



中国卫浴新国货品牌高品质卫浴空间解决方案，证明新国货产品能够满足中国家庭升级高品质

卫浴生活需求，让消费者看到现代中国卫浴新国货品牌的发展态势。

从卫浴空间，看新国货品牌的产品实力

随着“重庆书城—新华书店”改造项目的成功落地，不仅改善了重庆城市生活的细节，也让更多重庆消费者不止在家庭卫生间内，同时可以在开放式的公共卫生间内，体验到优质的产品、高品质的卫浴空间解决方案，并在使用过程中亲身体会到新国货产品的实力。

和家庭卫生间一样，真正好用的理想的卫生间都应该以“使用者”的需求为出发点。马桶，作为公共卫生间的核心设施，在水压不稳定或者过低的情况下很容易导致冲水不彻底，令人“难以下坐”。此外，其卫生安全问题最为引人关注，由于使用频率高，马桶表面极易滋生细菌，也非常容易吸附污物。

因此，在公共卫生间内，使用者对于马桶的最大需求就是“冲得干净、抗污抗菌”，而这些恰恰是恒洁全新Q9X智能马桶的优势所在。其中，“超漩能芯动力冲水系统”突破水压限制，不惧高楼层和老旧小区的低水压环境，强势破解公共卫生间冲水不彻底的尴尬。“恒洁水净技术全新釉面”和“恒净除菌系统”强



强联手，在保障干净整洁的同时，更能做到360度的健康卫生守护。

此外，公共卫生间一般长期处于潮湿状态，浴室柜等设施很容易因受潮而发生开裂、霉变等情况。为此，此次公共卫生间的改造选用了恒洁防水多层实木板材，防水防潮性

能优于国标4倍，以创新材质有效解决浴室柜受潮发霉开裂等问题，延长其使用寿命，构建了一个真正环保健康“会呼吸”的木质卫生空间环境。同时，为了让公共卫生间摆脱水垢和污渍的困扰，恒洁还在空间内应用了恒洁五金水净技术的龙头，高效疏水，不易留渍。



最后，恒洁还充分考虑到老人、孩子等特殊人群在公共卫生空间内的如厕体验，特别打造了第三卫生间，设置婴儿座椅、尿布台等母婴设备和行动不便人群的专属特殊设备。无论是孩子还是老人，都能轻松如厕，体验高品质、智能化的如厕升级。

过去，消费者对于卫浴空间的需求较为单一，功能固定。而如今，随着国人对美好生活追求不断升级，对卫浴空间的需求也变得更加多元化、智能化、定制化。作为卫浴新国货品牌代表，恒洁也将继续致力于为消费者提供高品质的卫浴空间解决方案，为中国式卫浴空间设计提供了多种可能性，适应不同人群的需求变化，让每个消费者都可以在卫浴空间，体验到现代中国美好生活的升级。



恒洁卫浴公共空间改造计划开启 助力打造城市品质生活。

文 / 人民日报客户端

9月1日，由恒洁卫浴集团有限公司（以下简称：恒洁）发起的“这空间很中国”公共空间改造计划正式拉开序幕，联合多家媒体及新华书店，以重庆、北京等城市为起点，陆续在全国新华书店展开公共卫生间的改造升级项目，通过融入现代中国文化、中国设计力量、国货产品等元素，打造富有本土特色、符合消费者需求的品质卫生空间。



本次改造以重庆新华书店（以下简称：重庆书城）为首发。这座占地面积1.4万平方米的综合性图书城，被称为“西南地区第一家新华书店”，是重庆著名的文化地标。近年来，面对高速发展的城市化进程，书店公共卫生间开始出现诸多问题，无法完全满足公共需求。本次改造，恒洁特邀全国知名设计大咖，以“环保可持续”为主题进行空间升级，践行绿色发展理念，展现现代中国特色，力争为广大消费者提供高品质的卫浴空间解决方案。

此次空间设计风格选用大面积绿色景观植物搭配原木板材，打造“绿色环保空间”概念；产品选材着重于环保、健康主题，将“可持续”理念落实到每一个细节，卫生空间板材皆来自恒洁创新研发的防水多层实木板材，基材防水防潮性能优于国标4倍，面对卫生空间潮湿环



境也能历久弥新；洗手台龙头选用恒洁全新净水技术产品，抗污易洁，长期使用光亮如新。

坐便器更配置了恒洁全新 Q9X 智能坐便器，搭载“超漩能芯动力冲水系统”，可实现超低水压，劲冲无忧；单次冲水仅 4.8L，相较于市面普通产品能节水 20%，多方面实现环保与使用的和谐统一；感应翻盖、自动冲水、360° 除菌抑菌防护功能等一系列智能便捷和卫生健康化的功能不仅大大降低与细菌接触机会，更提供了舒适且人性化的卫浴体验。

同时，该品牌从功能和产品等方面多方发力，通过空间格局的拓展和人性化的设施改造，推动公共卫生间功能的进一步完善，新增第三卫生间概念，为母婴、儿童、身

体不便者提供多样化的人性关怀。

“公共卫生间作为城市基础设施建设中的一个细节，能在一定程度上折射一座城市的文明水准和品味。随着公众对生活水平和环境质量的要求不断提升，公共卫生间的卫生、功能等需求也在不断更迭。”谈及开启“这空间很中国”项目的初衷，恒洁方面表示，作为卫浴行业的新国货品牌代表之一，其多年来始终致力于为大众消费者提供高品质的卫浴空间解决方案，希望通过这个项目，真正改善公共卫生问题，助力推动城市生活品质升级。

作为创立于 1998 年的专业新国货卫浴品牌，近年来，恒洁以实际行动展现新国货代表品牌的力量。2019 年，其创新联合多平台发起“新国货智造计划”，以创意化方式在国内外舞台展露现代家居新国货代表风采；面对突发公共

事件，其迅速响应，已连续驰援并完成深圳、香港、南京等全国多地方舱医院及防疫项目的卫生间改造，保障了特殊时期的卫生安全。同时，企业始终专注原创研发技术，不断驱动产品力提升，现已掌握过千项卫浴核心专利技术，力争通过产品和服务提升消费者的生活品质。

“卫浴改造，看似小事，实则关乎人们幸福指数的提升。它作为城市品质生活的重要组成部分，从细微处反映了人们生活水平的高低。”有业内人士表示，恒洁推出“这空间很中国”公共空间改造计划，不仅为公众呈现了高品质的卫生空间，让中国制造以别具特色的方式为更多人所熟知，更在丰富城市文化内涵、提升城市品质生活等方面起到了积极作用，从卫浴空间这城市“一瞥”着手，以较有影响力的新国货技术产品，助力消费者更好地迈向美好品质生活。



这个全新升级的公共卫生空间藏着现代中国的理想生活!

图文 / 凤凰家居网

公共卫生空间不仅承载着为公众提供便利服务的功能需求，更代表着一座城市的文明形象。随着中国城市现代化发展，公共场所的卫生空间的使用环境越来越难以满足人们的要求，继而成为发展进程中的“老大难”问题。

正是基于这样的社会洞察，作为卫浴新国货品牌代表，恒洁联合新华书店共同发起了“这空间很中国”公共空间改造升级项目，在全国多城的新华书店内，探索城市公共卫生空间更安全、更环保、更舒适的感受和体验，打造属于现代中国的品质公共卫生空间样板案例。

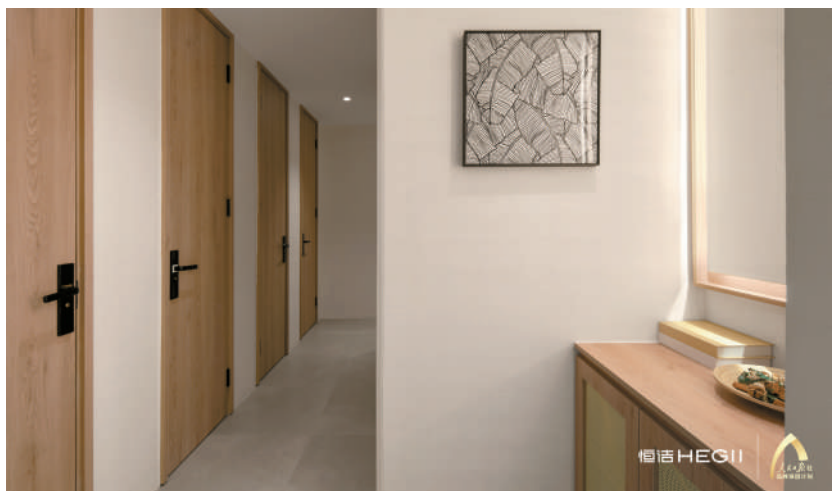


这空间很中国！属于现代中国的公共卫生空间新地标

作为几代中国人共同的文化记忆，新华书店成为了很多城市最具代表性、最具中国文化印记的文化公共场所，其中的公共卫生空间作为承担最频繁使用功能的空间之一，怎样才能满足新时代中国读者们对高品质的需求呢？

随着中国整体经济实力的提升，不少国货品牌凭借锐意进取的企业精神，支撑构建了现代中国居民的品质生活，也引领着新时代的全民国货风潮。近期，卫浴新国货品牌代表恒洁联合新华书店，在全国新华书店发起“这空间很中国”公共卫生间的改造升级项目。基于恒洁卫浴领先的技术产品和解决方案，“这空间很中国”项目所开展的品质卫浴空间升级改造实践，旨在通过公共卫生空间改造，升级国人品质卫浴生活新体验。

据了解，恒洁卫浴还邀请了赖旭东、温群等国



内知名设计师操刀设计。新国货品牌与中国设计力量强强联动，在最具中国文化印记的城市新华书店，共同打造满足现代城市居民品质需

求的中国式公共卫生空间新地标，后续改造项目值得期待！

这空间很高能！科技产品支撑绿色环保理念落地

重庆新华书店是西南地区第一家新华书店，然而历经时间发展，书店内老旧的公共卫生空间已经无法满足读者们对于公共卫生空间的品质需求。作为本次“这空间很中国”改造项目的首站，恒洁特别邀请了全国知名设计师赖旭东，选择恒洁卫浴的核心技术产品，以“环保可持续”为设计主题，对重庆新华书店公共卫生空间进行改

造升级。

完成改造升级的高品质、现代新华书店公共卫生空间里，选择了定制瓷砖、全息影像、绿色植物营造充满自然氛围的空间感受。“环保可持续”的概念随处可见，采用防水多层实木板材的恒洁定制浴室柜，防水防潮性能优越的同时，更构建了“会呼吸”的木质卫生空间环境。



对于公共卫生空间来说，卫生清洁也是最重要的品质指标。此次改造使用的恒洁五金水净技术龙头能够高效疏水抗污，轻松摆脱水垢和污渍的困扰；恒洁琉璃瓷系列台盆，时尚薄边设计纤薄优雅，超高密度也使其坚固耐用、耐污易清洁。

值得一提的是，改造卫生间均配备恒洁 Q9X 智能马桶，其超漩能芯动力冲水系统可以突破超低水压限制，破解公共卫生间冲水不彻底的尴尬，而智能马桶的恒净除菌技术更是能做到 360° 除菌抑菌，保证了公共卫生间的健康使用。

除此之外，恒洁卫浴还为新华书店打造了第三卫生间，为幼儿、老人、残障人士等特殊人群提供便利，此时恒洁 Q9X 智能马桶更突显其便捷性，落座双位置感应、智能翻盖、一键旋钮、多重 buff 叠加等智能化功能，都让读者感受到最贴心的人性化公共卫生空间体验。

这空间很硬核！国货品牌助推人居空间品质再升级

恒洁卫浴成立 24 年以来，始终如一地做好卫浴产品与服务，已然成为国民心中当之无愧的新国货品牌代表。此次新华书店改造升级项目，不仅展现了新国货品牌的科技实力和产品实力，更为城市公共卫生空间升级提供了一体化解决方案。

难能可贵的是，此次改造过程中，恒洁卫浴在满足功能性需求基础上，还将绿色环保落实到每个细节，更从人文关怀的角度考虑到特殊人群的使用需求，而这些的实现有赖于恒洁卫浴扎实的技术创新研发体系以及其对于产品品质的严格把控。

超漩能芯动力冲水、恒洁水净技术、落座双位置感应、恒净除菌技术、防水多层实木板材、长效阻垢技术……多项突破性技术切实解决了用户痛点和行业难题，扛起了新国货品牌在智能卫浴产品赛道上的实力大旗。

从舒适卫浴到理想生活，从品质空间到宜



居城市，人们对于美好生活的向往，需要更多像恒洁卫浴这样有实力的新国货品牌，为了满足人们对于空间高品质要求，不断探索为用户提供整体卫浴解决方案。多年来，恒洁卫浴坚

守家居行业新国货代表品牌的初心，深耕中国消费市场，创新研发智能卫浴产品，为中国家庭焕新智能品质卫浴生活不懈努力，致力打造满足国人需求的理想卫浴空间。

这空间很中国！ 恒洁以跨界改造重塑中国式卫浴空间

文 / 中洁网

新华书店，是每座繁华城市均有的标配，是无数国人心中的精神坐标，也是时代记忆中的“中国式空间”的典型代表之一。

9月，由家居新国货品牌恒洁联合人民日报新媒体、新华书店共同发起的【这空间很中国】公共空间改造升级项目首发站——重庆书城站隆重亮相。不仅让重庆新华书店公共卫生空间焕发全新风貌，同时也成为重庆“中国式卫浴

空间”的一大打卡之地。

此次【这空间很中国】公共空间改造升级项目，携手多名国内知名设计师，以恒洁领先技术产品及卫浴空间解决方案，在全国多城的新华书店内进行空间改造，打造中国式卫浴空间新地标。除首站重庆书城外，后续还将在北京等多地陆续开展新华书店的公共卫生空间改造。

公共卫生空间大改造，重庆书城“焕新妆”

重庆新华书店，又名重庆书城，是西南地区第一家新华书店。作为重庆城里最老的“街坊”之一，它承载了一代又一代人的记忆。于初心坚守精神坐标，于使命中生发千钧力量。在时代的洪流中，重庆新华书店紧跟时代步伐不断进

行现代化与智能化升级改造，为国民营造更舒适更多元的体验。此次【这空间很中国】公共空间改造项目将始发站设在重庆书城，无疑将为重庆书城再添一抹“亮色”，为书城注入更多“活力”与“新鲜劲儿”。

如何在保留重庆书城文化与人文底蕴的前提下，凸显“中国”特色，是本次升级改造的重点。因此，恒洁此次邀请到了国内知名设计师赖旭东，以“环保可持续”为主题操刀本次空间改造。



以“绿色环保”为主题，打造“可持续”卫生间

“很中国”的公共空间，应当是美好生活的入口，不仅能让国民在体验过程中获得幸福感与精神满足，同时更应能体会到当代中国的科技进步与社会责任。

重庆书城此次改造的一大创新之处，便是为公共卫生间赋予相较以往“不一样”的全新印象：以“环保可持续”为主题，在空间中使用统一的原木色以及观景绿植、绿叶投影等天然质朴的设计，打造出一片“绿色空间”，不仅可以

让读者和消费者感受自然、回归自然，同时与书店的气质不谋而合，为身心放松、灵魂休憩与自我对话提供一个舒适的私密空间。

当然，“环保可持续”的诠释绝非仅停留在自然氛围的打造上，环保材料的应用方能真正实现空间环保与实际使用的和谐统一。

在重庆书城的公共卫生间，随处可见产品与选材的用心。整个空间的板材均选用恒洁防水多

层实木板，在天气潮湿的重庆地区，这无疑更为耐潮耐用；洗手盆搭配选用恒洁全新水净技术的龙头，在公共卫生间这种长期高频使用的地方，不仅更易清洁且寿命更长；智能马桶则选用恒洁 Q9X，搭载的超漩能芯动力冲水系统和恒洁水净技术全新釉面，即使面对重庆高楼层和老小区的超低水压也能轻松冲净，且冲力强劲的前提下每次冲水仅需 4.8L，相较于市面普通产品节水 20%。



调整布局，完善功能，拒绝“狭窄式”卫生间

“很中国”的公共空间，还应当是便利且具备人性化关怀的，能够满足不同人群的使用需求。重庆书城原有的公共卫生间，空间狭窄，使用局促，且功能较为单一。为此，设计师主要从空间布局和设施上进行升级，将完善功能与增强体验作为改造重点：

一方面，将男女厕内部的洗手台移动至公共区域，清洁间移动至走廊区域，让厕所的使用面积更为宽敞；另外还人性化增设“第三空间”，设置母婴、儿童友好及助残设备，不仅考虑到不同人群使用需求，还有效解决了异性家长带孩子上厕所的困扰。

另一方面，考虑到防疫常态化，卫生设施主要以“卫生”及“健康”为主。配备的恒洁 Q9X 智能马桶拥有恒净除菌系统，360° 抗菌除菌

功能适合公共卫生间的使用；而感应翻盖等人性化功能，也能极大减少使用者与细菌直接接触的机会。

改造后的重庆书城公共卫生间，集多功能、人性化设计、现代品质与绿色环保于一身，深刻诠释出中国式卫浴空间应有的新风貌。



从卫浴空间，看见现代中国， 恒洁中国式卫浴空间解决方案持续输出

城市公共空间，不仅是城市生活重要的场所，同时也是国民生活品质最直观的体现。尤其随着生活质量与人文素养的提高，除发挥功能性场所作用之外，公共空间也正不断延伸出舒适性、人性化等内涵。

作为连续两年入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货领军品牌，恒洁一直致力于为大众消费者提供高品质的卫浴空间解决方案，提高国人的卫浴生活品质，并不断探索着空间与美好生活的关系。此次与人民日报新媒体、新华书店联手，共同发起【这空间很中国】公共空间升级改造项目，在全国多城的“国民书店”、“精神坐标”新华书店内打造中国式卫浴空间新地标，意义巨大。

一方面，真正改善公共卫生问题，推进国民美好生活品质升级。

随着中国社会进入经济高速增长期，人民生活不仅得到改善，也出现了诸多重大变化。卫浴空间承载的不再只是简单的功能属性，同时更是提升生活舒适度与幸福感的重要载体。

作为中国式公共卫生空间解决方案提供者，恒洁洞察国民深层次需求，以集“智能、健康、环保、节能、颜值、品质”等优势于一体的高品质卫浴国货产品及空间，不仅真正改善城市公共卫生问题，同时也真正助力国民向美好生活品质升级。

另一方面，持续输出“中国式卫浴空间”解决方案，呈现现代中国品牌与中国技术的发展。

新华书店是每座繁华城市的标配，是国民级的城市精神文化代表，其所折射出的是一座城市的文明水准与品位。恒洁以重庆、北京等城市为起点，陆续在全国新华书店展开公共卫生空间改造，将



蕴含中国现代设计力量、中国现代卫浴品质、以及中国现代科技技术的新国货产品普及至国民书店，并以中国式卫浴空间的呈现方式，输

出中国式卫浴空间解决方案，让大家看到新国货品牌及中国技术的发展，体现了恒洁作为卫浴新国货领军品牌的社会责任担当。

/ 中洁观察 /

中国式卫浴，应是什么样的？它应是多元而包容的，能够综合服务到老人、孩子、年轻人、活动不便人群等不同群体；它应是便利且具备人性关怀的，能够让每个人体验到美好生活与品质升级；它还应是符合中国式国情，具有本土特色的，能够从公共卫生空间看到现代中国。

自品牌成立以来，恒洁在“中国式卫浴空间”的探索与实践从未停下脚步。不论是在产品的迭代升级，如打造双Q系列、R

系列等标杆智能产品；还是在服务的完善升级，如推出“智能坐便器整机六年质保”、“恒洁闪装”等服务先河；亦或是在公共卫生空间的改造升级，如城市焕新计划乃至【这空间很中国】公共空间升级改造项目，皆是恒洁对于“中国式卫浴空间”给出的答案。这其中折射出的，不仅是恒洁作为卫浴领军品牌在产品与服务上的综合实力，更彰显恒洁作为新国货代表品牌的担当与作为。

何为“国民理想型”空间？恒洁首档综艺直播「这空间很中国」来揭秘

图文 / 搜狐焦点家居

9月27日晚，恒洁卫浴首档综艺直播「这空间很中国」在微博、抖音、视频号等全网12大平台重磅首播。活动特邀知名辩手陈铭担任活动主持人，还有脱口秀演员张骏、科普博主安森垚、知名科技博主Eva、家居达人鬼马真等高人气嘉宾齐聚亮相，阐述心中的「理想空间」，共同探讨“中国式空间”究竟是什么样子？



勾勒心中的“理想空间”，每个人都有独一无二的答案

我们对理想空间的勾勒，都会有属于自己的独一无二的答案，但对美好生活的向往和品质生活的升级需求，与恒洁卫浴持续探索“理想空间”却是志同道合的。这场综艺直播间的嘉宾也纷纷从各自的生活经历出发，描述自己心中

的“理想空间”，他们分别给出了怎样的理想空间关键词呢？

家居达人鬼马真第一个表态，她认为理想空间一定是基于人的舒适感受来服务的，家就是她

的理想空间，里面必须要有高品质的产品、贴心的设计细节和对家人健康安全的守护。脱口秀演员张骏的回答关键词是“治愈”，在他看来，理想空间需要是治愈的，而治愈的环境当然少不了自



然植物的加入。

科技博主 Eva 最关注的是科技层面，她描述的理想空间是带着「科技范儿」的，通过科技创新带给生活全新的体验。科普博主安森焱则更加看重中国文化与空间设计的结合，他分享了他对国潮文化和设计美感的看法，表示他的理想空间里需要有文化属性。

听完其他嘉宾对理想空间的美好构想，主持人陈铭频频表示赞同，他选择着眼于大多数人的共性空间需求，希望理想空间能够做到有温度、有人文关怀，并且是平等的。

每个人对“理想空间”的期待皆由中国的文化、社会、生活共同造就，亦是现代中国的缩影。那究竟什么样的空间，更能满足现代中国人的生活方式？本次综艺直播过程中嘉宾们畅谈对理想空间的构想，并且一致认为：「中国式空



间」不应只存在于大家的想象之中。事实上，随着人们对生活水平要求的不断提升，城市理

想公共空间成为反映国民生活品质最直观的体现。

恒洁「这空间很中国」，探寻理想公共卫生空间的改造升级实践

以公共卫生空间的需求为例，恒洁卫浴为了探寻更具中国文化特色、更能满足国人生活需求的理想空间，联合人民日报新媒体、新华书店共同发起「这空间很中国」公共空间改造升级项目，为公共卫生空间提供高品质解决方案，旨在通过空间改造实践，升级现代公共空间的品质，提升国人公共卫生空间舒适体验。恒洁凭借其新国货品牌实力、高品质产品基础与多

年卫浴行业服务经验，对理想公共卫生空间改造升级有着独特的优势。

「这空间很中国」公共卫生空间改造的首站落地在“西南地区的第一家新华书店”重庆书城，恒洁邀请到了国内知名设计大咖赖旭东老师，以“环保可持续”为主题进行空间改造。

家居达人鬼马真在直播现场透露，她在第一时间就去到了改造升级后的重庆书城，感受到了设计师通过使用原木色以及观景绿植、绿叶投影等天然质朴的元素，打造出的一片“绿色空间”。改造升级的公共卫生空间也选用了恒洁具有强劲冲力的 Q9X 智能马桶、防霉防潮性能优越的防水多层实木定制浴室柜、易

洁耐污的恒洁全新水净技术龙头等产品，保障公共卫生空间的高品质体验。

重庆书城目前已对读者开放使用，并晋升成为重庆“中国式公共卫生空间”的热门网红打卡地。鬼马真评价说：“重庆书城的公共卫生空间是一个真正符合中国人审美、符合中国人使用习惯的高品质公共卫生空间。”

开展「这空间很中国」项目，恒洁表示这是基于大众对公共卫生间的设施、环境、人性化服务上的关注度提升，从而决定在全国多地卫生间展开改造升级。希望通过搭建一个现代中国式的品质卫浴空间，能够真正改善公共卫生问题，助力推动城市生活品质升级。



从家居空间到公共空间，恒洁坚定升级国人美好生活品质

中国式卫浴空间，应该是什么样的？

它应该是多元包容的，能够综合服务到不同群体；也应该是便利的、具备人性关怀的，能够让每个人体验到美好生活与品质升级；同时，它还应该是符合中国式国情、具有本土特色的，能够从公共卫生空间，看到现代中国发展。

恒洁从“焕新城市计划”到“这空间很中国”，从家居卫浴场景到公共卫浴空间，依托强大研发创新优势，凭借全场景卫浴空间解决方案、原创智能技术赋能改造升级的卫浴空间，满足大众对品质卫浴空间的要求，坚定提升国人美好生活品质。

在直播中，陈铭直言表达了他对恒洁“这空间很中国”项目的未来寄望：“希望有越来越多的中国设计，能够和空间做更好的结合，既融入生活，又改变生活，同时延续以人为本的精髓，让公共空间越变越好。”

面对陈铭的呼吁，恒洁也表示未来会持续打造优秀的公共卫生空间和家居卫浴



场景，打造更多现代中国式理想公共卫生空间的优秀范本，切实为大众消费者提供高品质的卫浴空间解决方案，让每一位国民都能享受到高品质卫浴体验。

作为连续两年入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货领军品牌，恒洁一直以来在卫浴空间内的探索与诠释，始终保持着独特的品牌

洞察。在「这空间很中国」公共卫生空间改造升级项目上，恒洁凭借高品质的卫浴产品、行业领先的原创技术以及整体卫浴空间解决方案的持续输出，从而打造出更多符合国人需求的现代公共卫生空间，这对于持续提升国人生活品质、推动公共空间品质升级同样有着重大意义。未来，也期待恒洁在“中国式理想空间”的更多探索实践与优秀成果。

为美好生活赋能，恒洁“质美中国”城市设计之行持续开启。

图文 / 恒洁编辑部

2022年，恒洁 × 网易联合推出的“质美中国”城市设计之行全新启航，结合“元宇宙”、“国潮”、“自然可持续”、“未来科技”等四大前沿课题，邀请行业大咖与跨界大咖助阵，在覆盖全国设计力量的头部城市进行跨界分享，为中国设计与家居新国货发展带来新动能。

活动启动后先后走进了重庆、西安、广州，从7月份到9月份，“质美中国”继续在合肥、太原、青岛等城市落地，而依托“质美中国”平台，网易与城市设计机构、恒洁合作推出的“网易城市设计精英榜”，也通过搭建包容、创新、多元的交流平台，凝聚设计力量，共筑品质未来。

第四站

合肥

与自然和谐共生，与合肥设计师共话可持续发展

7月13日，由恒洁 × 网易联合发起的2022“质美中国”城市设计之行第四站，在合肥中环艺术馆举办。中国建筑装饰协会设计分会副会长孙华锋、品物流形和融设计图书馆创始人/设计总监张雷、安徽无界设计联盟发起人刘雪丹、合肥市建筑装饰协会党支部书记兼副秘书长李春燕与合肥设计新锐济济一堂，以绿色治愈之名，探讨与自然共生之道。

中国建筑装饰协会设计分会副会长 / 鼎合建筑装饰设计工程有限公司首席设计总监孙华锋，作为东方卫视《梦想改造家》特邀设计师，

运用恒洁新国货，打造出“窑洞里的家”、“普普通通的家”等经典梦改案例。在主题分享中，孙华锋认为，设计师不要把自己标签化，而要随心而动，情真意切照顾他人也固守内心，设计不仅有美感还要有温度；做出好设计，最重要的是要拥有“热情”。

品物流形和融设计图书馆创始人/设计总监张雷带来“传统的未来”主题分享。张雷认为，只有尊重传统，才能去颠覆传统；从中国传统文化、传统手工艺中寻找设计的根，也是一种“自然可持续”，唯有抓住“根”的设计师，



才能真正思考和创造未来。

活动指导单位代表、合肥市建筑装饰协会党支部书记兼副秘书长李春燕肯定了恒洁“以匠心引领企业发展”、“持续构建区域设计共融平台”。李春燕指出，家装正成为最主要家庭大宗消费，设计行业和优秀品牌的合作，将为消费者创造更美好的生活。

推动家居生活品质升级，须凝聚本土原创设计力量。恒洁与网易设计共同启动的“网易城市设计精英榜”，是促成设计者破茧的契机。网易设计全国主管张金燕表示，“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——合肥榜”的发布，将助推合肥城市设计精英发声，提升合肥设计的影响力。

高端品牌含金量，取决于产品和服务，能否为消费者打造出更有品质的卫浴空间解决方案。近年来，恒洁通过推出定制浴室柜，形成了为消费者提供全线产品、全卫空间的整体设计和安装服务能力。通过视频，恒洁集团高级销售副总裁张炳岩还特别分享了恒洁在“自然可持续”上的探索——从发展之初，恒洁就将“倡导环保”写入品牌使命，可以说，绿色、环保这些关键词贯穿了恒洁的发展历程。在恒洁累计获得的过千项核心专利技术当中，与绿色环保相关的国家专利就近 300 项。

在“智能”、“疫情”、“场景化”成为新时代三大消费关注点的今天，如何推动践行“自



然可持续”？恒洁集团品牌经理徐冉分享了恒洁新国货中的绿色环保材料和创新技术。运用于恒洁智能马桶的SIAA认证银离子抗菌座圈，0级防霉、有效减少细菌滋生的“木合金”创新材质及工艺，让水渍污渍不易黏附、难以渗透的五金水净技术涂层……恒洁通过这些新材料、新技术，聚焦解决国人在卫浴生活中的各种痛点，切实提升中国家庭的卫浴生活品质。

“质美中国”合肥站活动的成功举办，离不开战略支持单位的鼎力相助。安徽无界设计联盟发起人刘雪丹表示，恒洁和网易组织的“质美中国”城市设计之行，是有品质的、非常精彩的活动，无界设计联盟将继续致力于让“合肥的设计师走出去，把最优秀的设计师和设计资源引进来”，推动合肥设计质的提升。

好设计要追本溯源，好服务则要有实力支撑。从2008年进入合肥，恒洁合肥从三个人发展到超过二百人的团队，从独店经营到二十几个专卖店覆盖合肥，恒洁集团合肥运营中心总经理陈炎煌分享了恒洁在合肥的发展历程。陈总表示，通过恒洁专业家装服务团队的助力，恒洁与合肥设计师的合作将再上新台阶。

深耕卫浴、广纳群智、设计赋能，恒洁新国货与设计师群体的连接，并非朝夕之功，而是持之以恒，“质美中国”IP和恒洁新国货也得到合肥设计师朋友的一致首肯：

●安徽科图建筑设计研究院首席设计师 李裕瑶：通过大咖们的演讲，了解了很多中国传统文化在室内设计中的应用，也增进了对恒洁新国货的了解，有机会一定去恒洁展厅体验下。

●AAD艾艺国际设计总设计师 葛翰林：现在到哪里，我们都为中国制造而自豪；希望所有消费者朋友都能了解到国货品牌力量所在，祝福恒洁！

●华然装饰集团首席设计师 韩余节：聆听了大咖关于室内设计，还有恒洁关于国潮的分享，

收获很大；随着90、00后日益成为消费主力，我们也要不断接触他们的思想和想法，做出更多有亮点的设计。

作为集专业性、创造力于一身的设计师，作为新国货卫浴代表品牌，其所背负的责任和存在的价值，不仅是打造出实用、美观、能升级家居生活体验的作品和产品，也应深度关注自然，并通过新型设计材料和技术，引领绿色设计，共同建设更具生命力的城市和人居空间，打造绿色可持续的“质”与“美”。

第五站

|太原|

携手共“晋”，与太原设计师畅叙国潮



8月16日，由恒洁 × 网易联合发起并全新升级的2022年“质美中国”城市设计之行第五站来到太原。尚壹扬设计创始人兼设计总监谢柯，妙手回潮主理人吝凯，太原市室内装饰行业协会会长武智萍等行业大咖相聚太原中环禧悦酒店，畅谈国潮引领之道。

从广西玉林“五代同堂之家”到云南丽江“乘风破浪的家”，尚壹扬设计创始人兼设计总监谢柯在《梦想改造家》展现暖男特质的同时，也和恒洁结下不解之缘。谢柯以“时间沉淀的痕迹”为题，分享众多优秀案例。谢柯认为，好设计是业主、设计师、各项资源共同成就的，

对理想的生活方式有追求的业主，会帮助设计师提升；做设计，要在意现场直觉，关于设计的答案，在现场，而不在图纸上。

从“质美中国”广州站到太原站，以“持之以恒、质高行洁”点赞恒洁的妙手回潮主理人吝凯，



完成了从恒洁新朋友到老朋友的切换。咨凯通过衣食住行四大领域的文创产品，分享国潮文创的流量“密码”。文创和国潮，重点在“文”和“国”，国潮文化的诠释要深入浅出，国潮文化的覆盖要雅俗共赏，国潮内容的创造要与时俱进。

太原市室内装饰行业协会会长武智萍一直致力搭建山西设计从业者与家居新国货的交流平台。武会长表示，“质美中国”落地太原，让今天成为值得记忆的一天；武会长勉励山西设计师们，在网易媒体和恒洁新国货加持下，做出直击心灵、温暖人心的好作品。

为设计师提供学习、成长、交流的平台及打造设计师品牌的核心资源，恒洁与网易设计共同启动了网易城市设计精英榜。网易家居执行主编罗会俊表示，“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——太原榜”的发布，将进一步串联太原设计圈层，助推太原设计力量的多元发展。

国潮，既要“潮在外”，体现在精神层面和设计外观，也要“潮在内”，体现对用户需求和实用痛点的深入研究，以及原创技术所带来的更好体验。恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场 & 产品副总裁阮伟华以视频形式，分享了恒洁新国货在“内外兼修”上的探索与追求。

2019 年，恒洁就以“智造新国货”理念连接年轻消费群体，并通过与故宫宫廷文化合作，以“当潮一品”卫浴生活空间跨界亮相纽约国际时装周；24 年来，恒洁专注卫浴领域，先后建成五大生产智造基地、超过 6000 平方米的



国家级研发中心，并获得超过千项的专利技术以及包括德国红点在内的数百项国内外设计大奖。恒洁也成为唯一连续入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货品牌，成为卫浴新国货当之无愧的领军者。

在全国 TOP 100 装企中，与恒洁达成战略合作的就有 60 多家；恒洁还与全国两万多名设计师达成合作，与千家各地头部装企签约战略合作，恒洁集团全国家装总经理谢永成表示，恒洁的逆势高增长，说明设计师群体对恒洁品牌的青睐。恒洁将继续与装企和设计师朋友密切合作，通过高品质产品和服务、全卫空间解决方案去升级中国家庭的生活品质。

在年轻消费群体平视国际品牌，并愿意为品质和设计买单的时代，恒洁作为家居国潮引领者，面对智能、后疫情、场景化这三个消费关注点，不断推出高品质的产品和服务解决方案。恒净除菌、水净、防水防潮等原创技术和 Q9、R11、Q9X 等标杆智能产品的推出，让一个个卫浴产品使用痛点迎刃而解；“恒洁闪装”创新服务解决方案、“恒洁焕新城市计划”的推出，也以更高效的方式帮助设计师和消费者打造作品、焕新生活。

与设计师合作，要起到 1+1>2 的协同效应，必须有一支技能专业、待人真诚、得到信任、创造价值的家装团队。恒洁集团太原运营中心

总经理孙元龙携太原 & 晋城 & 晋中家装团队闪亮登场并表示，活动的圆满成功，有赖各界精英的鼎力支持；专业的恒洁家装团队，将与太原装企和设计师精诚合作，共同打造更美好的明天。

在文化底蕴深厚的三晋大地，太原设计师们如何看待“质美中国”IP和家居新国货？质朴的话语蕴含着真诚与期许：

- HOOOLDESIGN 事务所设计师 黄德斌：通过“质美中国活动”，让我们学到很多东西，有机会跟谢老师、吝老师有一个更接近的学习、交流机会。
- 旗人家居设计总监 祁济琛：今天是带着学习的心态来到这里，感谢恒洁组织的这一场活动，让我有幸认识大家。
- 北京今朝装饰公司全案设计师 白志国：感谢恒洁的邀请，让我们了解到新国货品牌的力量，



也感谢两位老师的分享。

国潮正在重塑市场格局，而文化自信，为家居国潮提供不竭动力。过硬的产品和服务品质、鲜明的品牌特性和日新月异的创新能力，是国

潮从“爆红”走向“长红”的必要条件；中国家居设计力量和中国家居头部企业的携手奋进，将持续赋能家居新国货，成为升级中国家庭生活品质的重要力量。

第六站

青岛

“青”谈未来科技，与青岛设计师共倡国货智造

8月30日，由恒洁 × 网易联合发起的2022年“质美中国”城市设计之行第六站，来到美丽的海滨城市青岛。上海高迪建筑工程设计有限公司创始人史南桥、未来太空 CEO 蔡韵、青岛市室内装饰行业协会常务副会长兼秘书长蔡涌涛、青岛星设荟设计师平台创办发起人李

树勇、青岛星设荟设计师平台秘书长史中洲等设计行业大咖，与青岛的城市设计精英，共聚于法国著名建筑师普利兹克奖得主让·努维尔（Jean Nouvel）、法国风景园林设计旗手/景观设计师吉尔·克莱芒（Gilles Clément）联袂打造的青岛西海美术馆，共同呈上一场关

于未来科技与品质人居的精神盛宴。

如果说《梦想改造家》是家装改造类节目人气之最，那享有“空间魔法师”美誉的史南桥就是该节目“顶流”。史南桥在上海的家，使用的全部是恒洁产品。史南桥分享了他的“空间、





风格、设计”设计三原则，对“设计与未来”的思考；透过所分享的梦改案例，听众们感受到专业设计师，在空间上的“毫厘必争”和人文关怀的“无微不至”。

奔赴宇宙的星辰大海，如何从遥不可及到触手可及？未来太空 CEO 蔡韵带来一场航天科技如何塑造未来概念生活的酣畅分享。航天科技与未来科幻的世界，即将打破次元壁，近在咫尺；中国设计和日新月异的科技结合，将在创新领域带来更丰富的想象力和成长空间。

“身处家装行业，能明显感到恒洁迅猛的发展势头”，青岛市室内装饰行业协会常务副会长兼秘书长蔡涌涛肯定恒洁对青岛家装产业带来

助力，也祝愿“质美中国”设计师交流活动越办越好。

设计事业需要扶持，设计师的声音需要被聆听，“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——青岛榜”的发布，是对青岛设计界的深度赋能，也将点燃青岛设计的创新星火。

恒洁与网易三年的携手努力，让“质美中国”成为家居设计师圈层的知名 IP。恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华表示，未来科技，意味着对设计的支持，以及超越期待地满足终端用户的需求。

恒净除菌技术、防水防潮技术、水净技术、长

效阻垢技术……长长的专利技术清单，展现的是恒洁的研发实力；通过推出超低水压也能劲冲无忧的 Q9X 智能马桶，和更多全场景卫浴空间解决方案，恒洁让消费者享有更多健康、舒适、安全、便捷的卫浴生活体验；恒洁还启动“焕新城市计划”，推出“恒洁闪装”创新服务，让智能卫浴的焕新又快又省心。

恒洁对设计师群体的重视，以及设计师的鼎力支持，构成了“质美中国”的口碑和影响力，网易传媒家居全行业总经理兼网易家居全国总编辑胡艳力表示，国潮之下，新国货智造、中国设计拥有更多合作发展机会。胡总还以亲身体会，点赞恒洁服务，“在最后一公里的交付下足了功夫”！



星设荟设计师平台，是山东最具影响力的美化建筑及生活空间应用领域服务融合平台，也是“质美中国”青岛站战略支持单位。青岛星设荟设计师平台秘书长史中洲表示，活动热烈开心！大咖的智慧分享和恒洁的品质赋能，让青岛设计师们的未来充满无限可能。

三个月前，青岛就开启了“恒洁焕新城市计划”，“恒洁闪装”也落地青岛，让青岛恒洁家装团队的服务如虎添翼。恒洁集团青岛运营中心总经理王晓表示，恒洁已经快速与青岛 100 + 装企、1000 + 设计师建立了合作，面对 2022 的各种挑战，家装领域的成绩依然实现了翻两番。随着青岛恒洁家装服务团队的持续壮大，必将为青岛设计师群体创造更大的价值。

第七站

/ 宁波 /

“甬”动国潮，与宁波设计师热议可持续发展

9月21日，“质美中国”城市设计之行第七站，来到宁波东钱湖康得思酒店。中国美术学院博士生导师宋建明、壹舍设计创始人方磊、《中国设计趋势报告》主编黄晓靖、宁波市建筑装饰行业协会设计分会执行秘书长叶建荣、宁波市室内设计师协会副会长兼秘书长金彦鸿携手宁波设计力量，围绕“自然可持续”主题，热议品质生活与绿色设计。

作为本次活动特邀致辞嘉宾，中国美术学院博士生导师宋建明教授首先为质美中国活动的氛围点赞。宋教授表示，“设计”的主题永远是围绕着人、事、物、场、境五个维度展开的。探究为谁服务、系统建构、营造和管理等方面的思考。要使一个地方能够形成某种具有吸引力的叙事，“境界”的追求是不可缺失的；宋教授希望无论是质美中国活动，还是设计师们的职业生涯，都越来越好。

同时兼有简约设计先行者和都市精英生活方式引导者这两重身份，壹舍设计创始人方磊带来名为“构建可持续发展的设计思维”的主题分享。方磊认为，自然可持续，不止于狭义概念的环保，而是一个宏大的设计系统，更关乎情感价值的凝聚与表达；在设计实践中，只有做到以人为本+克制平衡+化繁为简+自然可持续，才能真正做出“良善的设计”。



影响趋势的因素有哪些，哪些趋势适合中国市场的消费者？《中国设计趋势报告》主编黄晓靖带来关于“失衡感”的设计趋势分享。在后疫情时代，人们对健康生活的需求愈发迫切，我们需要与自然、与健康、与世界平衡发展的身份感，而利用全新技术将传统材料进行跨界应用，在对造型美感的追求之外，也是对可持

续发展的回应。

“特别感谢质美中国活动落地宁波”，宁波市建筑装饰行业协会设计分会执行秘书长叶建荣感谢诸位大咖老师的分享。叶建荣表示，“质美中国”设计师活动，不仅带来专业知识，也为宁波设计师和宁波设计师行业带来启发

和助力。

用设计的力量，唤起并满足人们内心深处对品质生活的向往。活动现场发布了“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——宁波榜”，网易家居执行主编罗会俊表示，这份榜单的发布，将激励更多的宁波设计精英，以优秀的设计作



品去回馈社会。

恒洁集团高级销售副总裁张炳岩表示，作为行业屈指可数具有全卫产品线 and 全场景卫浴空间解决方案提供能力的品牌，恒洁对品牌、品质、品位始终不懈追求，这也让恒洁成为消费者放心、合作伙伴安心的值得信赖品牌。恒洁集团全国家装总监谢永成表示，恒洁有近千人服务于全国装企，随着恒洁与宁波设计师合作的深入，恒洁产品和服务必将助力提升更多宁波家庭的卫浴生活水平。

在 90、95 后主导的新消费时代，如何满足他们更高的生活期待？恒洁品牌经理徐冉分享了

恒洁的恒净除菌、防水防潮、水净涂层、长效阻垢等聚焦解决消费痛点的原创技术；“恒洁焕新城市计划”的推出，“恒洁闪装”创新服务解决方案的落地，正在推进品质生活进程。面对蓬勃的智能焕新市场，恒洁还推出升级之作 Q9X 智能马桶，TA 的超旋能“芯”动力冲水系统，超低水压也能劲冲无忧；水净技术全新釉面，一冲即净；落座双位置感应，精准识别。

“我一直是恒洁的粉丝”，本次活动的学术支持单位代表，宁波市室内设计师协会副会长兼秘书长金彦鸿表示，新国货品牌正变得更强大，新国货产品的迭代速度也比国外产品更快，这对设计师的工作带来很大的帮助。

从 2004 年发展至今，恒洁在宁波的专卖店已遍布所有市场，宁波恒洁与设计师也走得越来越远。尤其在服务上，宁波恒洁团队所有市区的的服务资源均为自持，为打造强大专业的家装服务能力奠定了基础。恒洁集团宁波运营中心总经理邱学斌表示，宁波恒洁团队将与设计师朋友凝心聚力，共同服务好宁波消费者。

书藏古今，墨香甬城，成就了宁波的文化自信。对家居国潮，对“质美中国”IP，宁波的设计师也更有感悟：

●尚层装饰设计总监 方国强：“质美中国”，是中国青年设计师的一个平台，也是一个在中国发现美的过程；新国货品牌已经在中国取得了非常好的地位，作为设计师，就是要用心做设计，在设计中持续运用新国货。

●圣都装饰设计总监 林海辉：恒洁和网易举办的质美中国活动举办得非常好！自然可持续是设计的大方向、大趋势，从这次活动吸收到的营养，将更好地引领我们的设计事业发展。

●莱克 J.28 美学空间设计总监 俞杰：三位老师的分享都非常精彩，受益匪浅；新国货正在崛起，我的第一套房子，全都使用了恒洁产品，无论是设计感还是实用性，卫浴新国货都值得我们信赖。

恒洁 HEGII



口碑王牌 Q9X 芯突破

恒洁 Q9X 智能一体机



PLUS

超漩能芯动力冲水系统升级

超低水压*劲冲无忧，无惧高楼层&老小区，
洁净不妥协



恒洁水净技术全新釉面

微晶煅烧坚固耐磨，致密无隙不挂污，亲水易洁冲得净



落座双位置感应

精准识别落座&离座状态，
更方便有儿童家庭使用



*超低水压：指的是静态进水压力在0.1MPa-0.6MPa的情况下。
另外，关闭进水阀门水箱满水的情况下，可以冲水一次。

以高端品质打造宜居家园 恒洁“焕新城市计划”谱写发展新篇章

图文 / 恒洁编辑部

城市更新，对满足人民群众日益增长的品质生活具有重要意义。随着全国多地有序推进，城市更新也逐渐步入新发展阶段——从规模扩张转为品质升级，更新的不仅是实体空间，更是以人为本的城市精神。作为城市更新战略在家居领域的重要配套，恒洁焕新城市计划，深度把握城市更新要素，通过全场景卫

浴空间解决方案的普及，让城市和卫浴空间的主人，在每一个焕新后的场景，都能拥有健康、安全、舒适、便捷的品质生活体验。近期，恒洁焕新城市计划相继在南昌、西安、郑州和无锡等多个城市落地，为城市与消费者的品质生活贡献力量。



8月3日，恒洁焕新城市计划—西安站启动会在西安举行。众多重磅举措亦在启动会平台同步亮相：“恒洁闪装服务”落地西安，国字号行业协会加持恒洁新国货，恒洁与西安大明宫、头部装企、设计师群体携手，都将推进恒洁焕新城市计划西安站进程，为西安市民带来高品质的生活。

焕新城市，是品质和品位的双重追求，焕新城市，也要同时具备产品和服务的保障。恒洁集团高级销售副总裁张炳岩表示，创立24年来，恒洁已拥有过千项卫浴专利技术，建成包括智能产品在内五大品类生产智造基地及总面积超过6000平方米的国家级创新研发中心，并通过遍布全国400多个城市3000多家品牌专卖店，为从C端到B端的广大客户提供全场景卫浴空间解决方案。



2022年，恒洁推出“超低水压也能冲”Q9X智能马桶，满足不同空间定制需求的奢适系列浴室柜，多项前沿科技加持的T9PRO水净阻垢花洒；全新登陆西安的“恒洁闪装”创新服务解决方案，让消费者在购买和使用智能卫浴产品更安心。

恒洁在西安的发展，离不开战略级盟友——西安大明宫建材家居的长期支持。大明宫实业集团总裁任恋动情分享“我和恒洁的故事”，对恒洁品牌、恒洁人予以高度肯定，也希望双方依托恒洁焕新城市计划，继续为消费者打造更高品质的卫浴生活体验。



中国建筑材料流通协会执委会副会长兼经销商委员会主席李作奇指出，旧改、二次装修、市政公共设施改造提供了巨大体量的市场空间，恒洁率先提出焕新城市计划，为城市更新国家战

略的落地提供了良好示范，受到全行业的广泛关注，相信恒洁焕新城市计划一定能落在实处，做出实效。

恒洁焕新城市计划带来关于品质生活的思考，也助力把好品牌、好品质带到西安千家万户。西安市住宅装饰协会秘书长王建峰表示，恒洁有一颗真诚做公益、认真为客户着想的心，这





样的恒洁，一定会扎扎实实、勇往直前。

如何去焕新？陕西省室内装饰协会副会长孙林，通过多个设计案例分享观念并鼓励大家，既要焕然一新，也要历久弥新。孙林表示，以恒洁的雄厚实力，一定能为西安焕新城市作出更多贡献。

恒洁自入驻西安以来，从零售到家装，从家装到商业，恒洁已在西安生根、开花、结果。恒洁集团西安、银川、太原运营中心董事长

王可刚表示，大明宫等西安各界伙伴的支持，西安消费者的信赖，让恒洁成为西安卫浴新国货品牌的领军者和智能卫浴专家。知恩反哺，不忘初心，依托恒洁焕新城市计划，西安恒洁将联合西安市慈善会，向弱势群体和困难群众捐赠卫浴物资、提供卫浴服务，彰显慈善力量；西安恒洁还将依托“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”、“恒洁闪装”等服务，联合西安优质资源，做好适老改造、卫浴焕新等民生大事，充分满足西安人民对更高品质生活的需求。

网易家居执行主编罗会俊分享了《城市更新与生活焕新：2022家居生活及消费趋势报告》，并通过恒洁智能、定制产品和“恒洁闪装”等创新服务举例阐释，中国家庭如何从居者有其屋到居者优其屋，如何不断在“焕新”中实现宜居生活。

专注、品质、创新，是认识恒洁的三个关键词。恒洁集团品牌经理元永义分享了恒洁引领卫浴新国货发展之路。作为新国货品牌，助力焕新城市，支持国家战略，恒洁责无旁贷；恒洁与

恒洁 HEGII

装什么装 不如恒洁闪装

2小时快速换装 + 8大免费服务

免费测量 免费设计 免费送货到家 免费安装 免费电路改造 免费拆旧 免费旧品处理 免费通检

设计大咖们在《梦想改造家》中教科书级别的改造案例，也将进入西安寻常百姓家。改造一方空间，受益一个家庭，焕新千家万户，受益的则是一个城市。

伴随恒洁焕新城市计划在西安落地，包括2小时快速换装+8大免费服务的“恒洁闪装服务”也将随之在西安推行，更多焕新改造案例呼之欲出，更多西安社区和家庭将得以受惠。

恒洁焕新城市计划的重要支柱之一，是践行公益的责任担当。在启动会上，特地举办了焕新城市公益行动，并由西安市慈善会代表宣读《焕新城市计划捐赠物资实施方案》。恒洁集团西安运营中心将向西安市慈善会捐赠总价值50余万元的卫浴产品及服务；恒洁集团西安运营中心还将与西安市慈善会共同开展“焕新城市计划”助老活动，为西安城六区老党员、老劳模、

老退役军人、困难残障老人提供免费上门更换、安装坐便器及无障碍扶手服务。

焕新城市，使用绿色建材是健康生活的保障。2022上半年举办的“行业两会”，恒洁西安团队就荣获“卫浴经销商特别贡献奖”，本次启动会，西安恒洁团队再度被中国建筑材料流通协会授予全国首个“全国绿色建材下乡推进活动指定服务商”——这支团队也必将成为西安实施焕新城市计划的精锐之师。

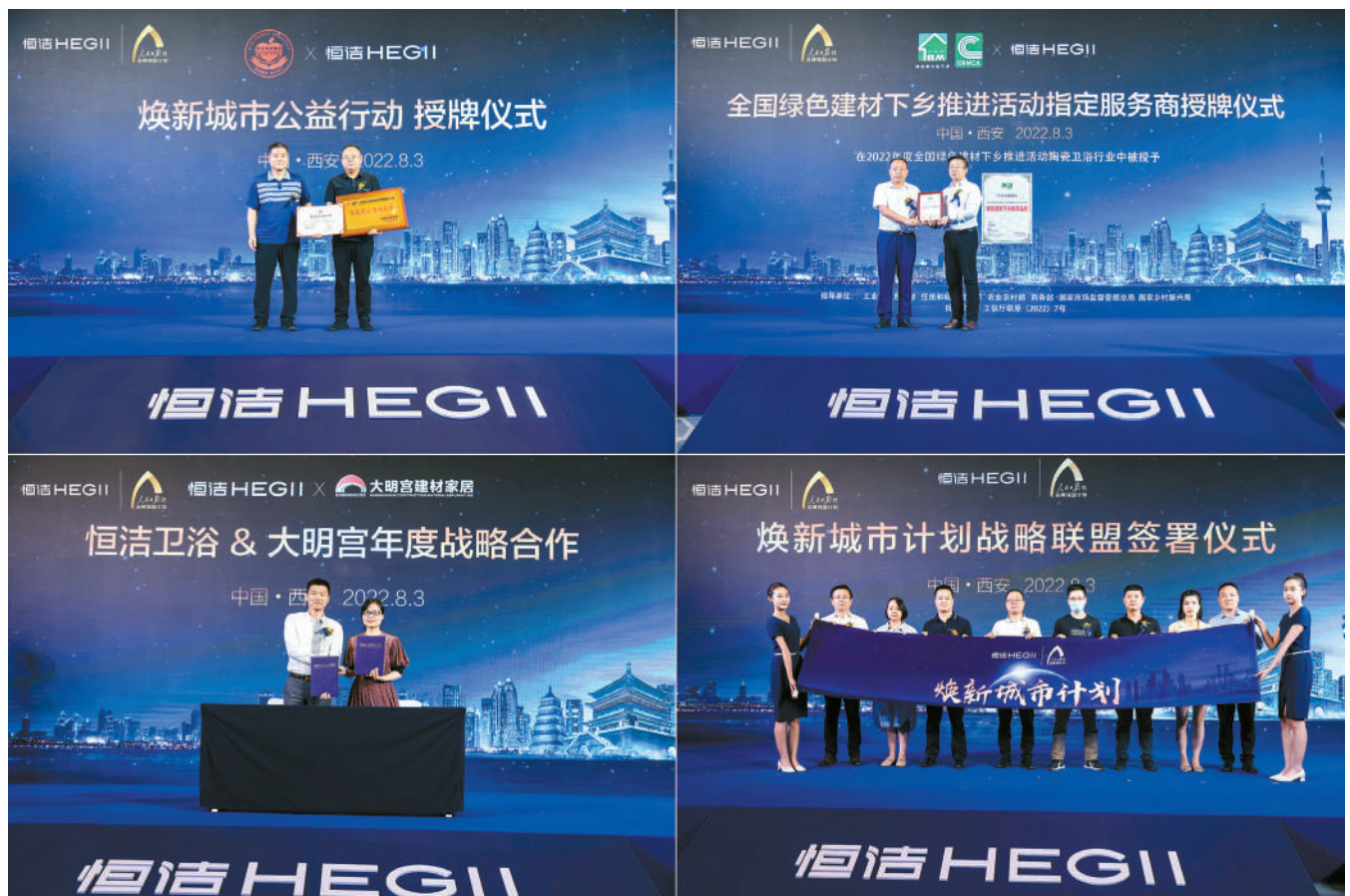
十年携手，恒洁西安与大明宫建材家居创造出家居新国货品牌与商超龙头的合作典范。在恒洁焕新城市平台，双方在战略、产品、服务、渠道等多个层面将继续进行深度融合，进一步优化西安消费者在卫浴产品和购买上的各项体验。

为加速推进焕新城市计划，恒洁与西安家装公

司龙头企业西安华杰城市人家装饰有限公司签订战略合作协议，展开深度合作，共同提升西安万千家庭品质生活。

焕新城市计划的成功，离不开头部装企和商业渠道合作伙伴的鼎力相助。恒洁与东易日盛装饰集团西安分公司、陕西今朝建筑装饰设计工程有限公司、陕西鲁班装饰工程有限公司、西安建工绿色建筑集团有限公司地产公司、西安鑫龙锦城装饰工程有限公司、陕西逸辉饰佳装饰工程有限公司等合作伙伴签订战略合作协议，共铸品质家装，共创美丽家园。

在焕新城市计划这个大舞台，设计师不仅是空间的魔法师，也是品质生活的推进器。众多西安设计力量成为“焕新生活改造官”，而西安城市面貌和西安市民家居生活的焕新，也将更加可期。





9月6日，恒洁焕新城市计划－无锡站启动会在无锡鲁能万豪酒店举行。活动亮点纷呈：“恒洁闪装服务”登陆无锡，无锡恒洁与居然之家、红星美凯龙、京东五星电器、华厦家居港签订年度战略合作，众多无锡城市设计精英成为“焕新生活改造官”……集众智，聚合力，焕新无锡。

焕新城市计划无锡站，恒洁把对无锡困难群众家庭居家改造作为重点；同时，恒洁也将联合其他服务单位，为无锡困难群众家庭提供免费卫生间改造焕新服务，并为有需求的老年人家庭实施居家适老改造优惠服务。

“恒洁是有社会责任感的企业”，无锡市慈善总会常务副会长蔡大钢为恒洁的善举点赞。蔡大钢期待无锡涌现更多像恒洁一样的爱心企业，回馈城市，提升城市内涵，让无锡的城市生活更有温度。

庞大的家居焕新升级需求，崛起的家居新国货产业，形成了城市更新两大坚实基础，也为家居新国货品牌提供了发挥专业所长的空间。恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华表示，恒洁在无锡开展“焕新城市计划”，将助



推无锡的城市更新走在全国前列。

“恒洁的焕新城市计划，已经在政府机构和家居行业内产生了很大影响”，中国建筑材料流通协会执委副会长兼经销商委员会主席李作奇表示，恒洁作为卫浴头部企业和家居新国货品牌代表，所开展的焕新城市计划，符合国家战略方向和高质量发展的时代要求。

无锡是恒洁发展的热土，20年深耕，让恒洁成为深受无锡消费者青睐的卫浴新国货品牌和智能卫浴专家。恒洁集团无锡运营中心常务副总经理陈小滢表示，在无锡启动“焕新城市计划”，在商业效益之外，更注重创造社会效益。为此，无锡恒洁联合无锡市慈善总会，向无锡困难群众捐赠卫浴物资、提供卫浴服务，彰显恒洁作为领军品牌的社会责任担当；无锡恒洁还将依托“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”、“恒洁闪装”等服务，联合无锡各界优质资源，做好适老改造、卫浴焕新等民生大事，全面焕新无锡人民的卫浴生活。

如何形成好生产、好生活的城市有机生态再循环？知名设计师吕邵苍厘清了一系列与城市更新相关的重要概念；好设计是“古艺新创，新旧交融”最好的解药；通过云隐东方-莫宅这一设计案例的分享，再现了理想的“锡”式生活——人们可以感受到，看得见的美好，是看不见的匠心，是人与人之间美好关系的连接。

“焕新服务不仅是未来几十年里，中国大家居建筑市场的动力来源，而且也是众多家居企业的支撑点”，优居品牌营销中心全国执行主编





黄小容以恒洁全场卫浴空间解决方案和创新服务为例说明，焕新潮的核心，是健康舒适，内外兼修；同时，焕新潮，也对场景化提出更高要求，以恒洁智能、定制产品为代表的新一代国货，将成为卫浴场景空间的主角。

以本次活动启动为契机，恒洁集团无锡运营中心决定向无锡市慈善总会捐赠价值 50 万元的卫浴物资及服务，用于推进无锡的居家适老化改造及居家焕新改造服务。

焕新后的生活，必然是绿色的生活。2022 “行

业两会”，无锡恒洁团队就荣获“卫浴行业十大经销商”，本次启动会，无锡恒洁团队再度被中国建筑材料流通协会授予“全国绿色建材下乡推进活动指定服务商”。

在启动会上，无锡恒洁与居然之家、红星美凯龙、华夏家居港、京东五星电器签订战略合作协议，充分发挥各自在行业中长期积淀的优势，实现强强联合，相互赋能，为无锡消费者创造出更优质的卫浴新国货购买和服务体验。

实施城市更新，为设计师提供了一展才华的大

舞台。热爱城市的具体表现，就是投入时间、精力、才华，站在焕新城市生活的第一线，这正是众多无锡精英设计师纷纷加入成为“焕新生活改造官”的理由。

城市更新，既要保留城市独有的气味和记忆，也要关注城市居民的实际需求，通过品质提升和设计创新，让“质”与“美”在城市里充分涌流；焕新城市，归根结底，就是坚持以人民的切身需求为中心，让城市为人们创造与时俱进的品质生活空间。

南昌站

6月28日，恒洁焕新城市计划·南昌站启动会在南昌喜来登酒店举行。城市更新关系民生，有温度的城市更新，不仅能改善市民生活居住条件，更体现人文关怀。江西省民政厅社会组织管理局高度肯定恒洁在“焕新城市计划”中所体现的社会责任担当，并勉励恒洁在南昌家庭卫浴空间及公共卫生设施的提升和更新上发挥引领作用。



恒洁集团中南大区销售总监刘亦刘表示，在“城市更新”成为国策前提下，作为消费者信赖的家居新国货品牌代表，携手产业同仁一起提升南昌市民生活品质，恒洁责无旁贷。恒洁焕新城市计划·南昌站的启动，让南昌各界看到了恒洁的实力和气魄。江西省潮汕商会执行会长吴林彬相信，更多南昌装饰家居建材行业的朋友将加入该计划，为建设美丽南昌贡献力量。

连续六年耕耘，恒洁在南昌已实现从零售到家装再到商业的全渠道覆盖。恒洁集团南昌运营中心总经理陆培浩表示，恒洁实施“焕新城市计划”，包括联合江西省民政厅社会组织管理局试点推进南昌部分小区卫浴生活改造，凭借“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难”，



对南昌老旧社区开展“恒洁在线·免费检修”试点活动，以及为南昌消费者提供“恒洁闪装”服务等举措，助力南昌家居生活品质的焕新升级。江西省潮汕商会执行会长吴林彬相信，更多南昌装饰家居建材行业的朋友将加入该计划，为建设美丽南昌贡献力量。

焕新，不止于外观上的焕新，更是家居空间和生活方式的焕新。恒洁集团品牌经理元永义为大家分享了恒洁发起“焕新城市计划”的初心。作为城市更新战略在家居领域的专业配套解决方案，“焕新城市计划”的底气是家居新国货多年在产品、服务上的硬核实力；恒洁实施“焕新城市计划”的“队友”，则是头部商超、头部装企、设计师群体，而“焕新城市计划”追

求的成效，则是通过老旧房屋的改造、卫浴空间功能的升级，让万千城市居民的生活品质都得到普遍提升。

专业支撑品质，关爱传递温度。活动当天还举办了焕新城市公益行动 - 赠予仪式，恒洁集团南昌运营中心将为南昌市老年人居家适老改造惠老活动捐赠价值10万元恒洁产品物资，为南昌市困难老年人家庭提供免费卫生间改造焕新服务及为有需求的老年人家庭实施居家适老改造服务。

多方携手，方能众志成城。南昌恒洁与红星美凯龙、香江家居、巨汇建材家居、喜盈门国际建材家具等商超巨头强强携手，达成战略合作，

共同为南昌消费者购买恒洁新国货，打造出更高端、便捷的综合服务体验。此外，南昌恒洁亦与南昌头部装企推进深度合作，康之居装饰、雅美居装饰、创美乐居装饰、星艺装饰、丛一楼等南昌当地头部装企成为恒洁焕新城市计划的“紧密合作伙伴”。

智能马桶是品质生活的重要抓手。恒洁聚焦消费者购买智能马桶的痛点，推出“恒洁闪装”创新服务解决方案，具体包括2小时快速换装+8大免费服务，一键解决消费者烦恼。在现场，伴随“恒洁闪装”服务的发布升级，经过专业培训并取得相关资质认证的“恒洁闪装服务工程师”代表闪亮登场，他们将为南昌市民的智能品质卫浴生活保驾护航。



8月21日，“恒洁焕新城市计划·郑州站暨恒洁郑州红星美凯龙1号店开业盛典”举行，受益于恒洁品牌在郑州市场强大的基础以及郑州各界对恒洁新国货的鼎力支持，本次活动气氛活跃，恒洁集团与红星美凯龙商场、权威协会、家装企业、设计师等多方资源，助力消费升级。同时，活动也进一步连接郑州各界优质资源，让恒洁“焕新城市计划”IP更获人心。





全新亮相的恒洁郑州红星美凯龙1号店，风格简约大气，功能布局完备，从细致入微的体验场景到解决痛点的专业技术，沉浸其中的郑州消费者都能找到理想解决方案。随着恒洁郑州红星美凯龙1号店的开业，恒洁将进一步融入郑州市民的日常，成为郑州城市品质生活的一部分。恒洁集团全国KA总监刘良雄表示，作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁将持续围绕行业难题和消费痛点，打造超越消费者期待的产品和服务体验。

新开业的恒洁郑州红星美凯龙1号店，也是恒洁与郑州各界优质资源协作的平台。中国国家建筑材料质量监督检验中心副主任/河南省家居建材质量检验协会秘书长张自端表示，两项盛事在同日启动，让郑州看到了恒洁大品牌的气魄，也为河南家居建材行业带来新活力。

郑州红星美凯龙总经理孟昌表示，恒洁以专注和创新，铸就新国货荣光，红星美凯龙自进入郑州市场以来，以提升人居家居品位为己任，双方志同道合，共同带动行业发展方向。恒洁集团郑州运营中心零售渠道总监倪蓬勃表示，郑州是发展民族品牌事业的沃土，恒洁将与家装、地产、设计师等郑州社会各界广泛合作，为消费者提供高品质卫浴生活体验。

郑州地处中华腹地，是全国交通枢纽城市，也是华夏文明的重要发祥地，在保护郑州历史文化和城市风貌的前提下，如何积极响应城市更新战略，将品质人居推向更高层次？

恒洁集团高级品牌主管李润楷分享了恒洁焕新城市计划。恒洁焕新城市计划，蕴含情怀，也以恒洁品质产品和品质服务为支撑。破千项卫浴专利技术的积淀，让恒洁以技术智造潮流；以双Q系列、R系列、定制浴室柜等产品为抓手的全场景卫浴解决方案，让消费者圆梦品质卫浴生活；而恒洁各项创新服务方案，为消费者升级卫浴生活提供专业支持；在2022年网易“寻找家居服务榜样”活动中，恒洁蝉联卫浴类“家居行业服务榜样”榜首，再度成就恒洁品质服务的口碑。

携手共进，恒洁与红星美凯龙创造出家居新国货品牌与家居商超龙头的合作典范。恒洁集团郑州运营中心与郑州红星美凯龙举行了战略签约仪式，双方在战略、产品、服务、渠道等多个层面深度融合，进一步优化郑州消费者在卫浴产品和服务上的各项体验。

在焕新城市计划这个大舞台，设计师不仅是空间的魔法师，也是品质生活的推进器。众多郑州设计力量成为“焕新生活改造官”，而郑州城市面貌和郑州市民家居生活的焕新，也将更加可期。



发展进入深水区 卫浴行业靠什么打破增长天花板？

文 / 李可飞

2022 年已过大半，在经济增长承压的背景下，卫浴行业也在负重前行，仿佛触达了增长的天花板。但优秀的企业依然逆势上扬，例如恒洁，不仅保持着持续向上的发展动力，而且 1-6 月份，更是占据了红星美凯龙、居然之家等大型卖场的销量榜首。

一个企业持续成长，必然来源于方方面面的布局。对恒洁来说，持续向上发展离不开其自身在产品技术和使用场景上的深耕，而这些技术和场景的诞生却源于用户。因为洞察到用户家居生活中的痛点，恒洁不断升级产品和场景为用户解决困扰，也以此打开了企业持续上升的空间。

识痛点、破痛点，实用科技升级品质生活

以用户需求为核心探索增长空间，就要深入识别消费痛点、破解痛点，而这些痛点就藏在用户的衣、食、住、行中。对卫浴行业而言，在消费升级的驱动下，用户对卫浴产品的功能、卫浴空间的体验有了新的要求，也面临着新的痛点。

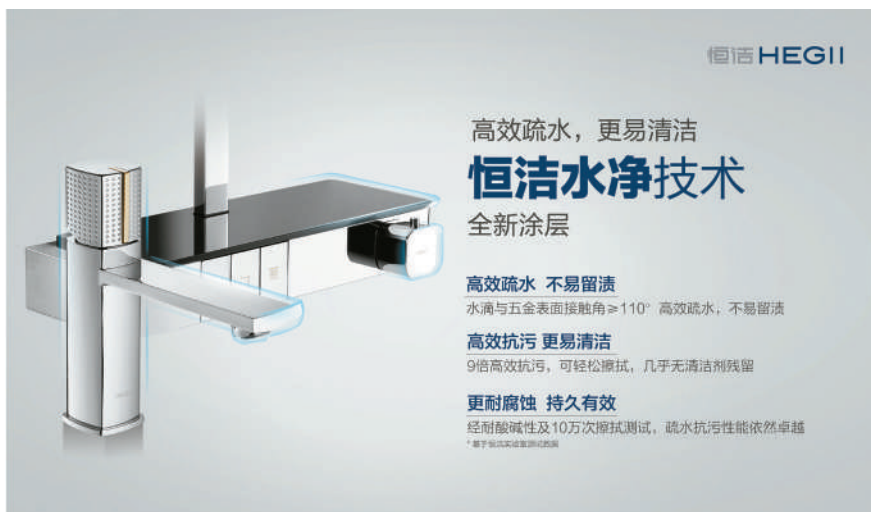
例如智能坐便器的水压问题。作为更舒适、更智能、更卫生的卫浴产品，智能坐便器已经被越来越多的消费者认知并接受，很多人都想感受智能科技带来的方便与舒适。然而居住老旧小区、高层住宅或者是农村的用户，经常会遇到水压不足的现象，导致智能马桶冲洗力度不够，体验感极差。在微博和抖音等平台上，关于水压不足如何使用智能马桶的求助，随处可见，不少用户甚至研究出了添加“增压泵”等解决方法。

这个痛点，恒洁率先洞察到，并通过技术创新解决了。恒洁近期推出的 Q9X 智能坐便器，

搭载“超漩能芯动力冲水系统、水净技术全新釉面、落座双位置感应”等功能和技术于一体，特别是全新升级的“超漩能芯动力冲水系统”，冲力远超国标 4 倍，突破性实现超水压冲无忧，高层层和老小区从此无惧水压限制。而且，为了让用户更方便体验智能马桶带来的舒适生活，恒洁推出了“闪装”智能马桶换新服务，最快 2 小时就可以实现卫浴空间智能马桶的升级。

再如，卫浴生活中长期存在的痛点——水垢和污渍。水龙头、花洒等卫浴五金，使用过后一旦清洁不及时就容易水渍斑斑，甚至生锈，不仅会让卫浴五金失去光泽，还容易滋生细菌。虽然网上针对水垢的清除，有各种各样的方法，但大多治标不治本。恒洁创新推出的水净技术，直击水垢、污渍等痛点，从源头上解决卫浴产品的清洁难题。目前，恒洁水净技术已经应用在恒洁坐便器、花洒和水龙头等多种产品上，以实用科技助力用户升级品质生活。





配趣系列等多个系列的定制浴室柜，不仅外观风格、柜体、尺寸和收纳等可以自由定制及组合搭配，而且还有LED氛围镜、椭圆形把手、窄边开放柜等多个功能模块，满足不同用户的个性需求以及审美。

在兼顾消费者个性定制需求的同时，恒洁也忘了为浴室柜产品注入核心技术。对于浴室柜而言，防水防潮是直接影响使用效果及耐用性最为关键的一环，因为卫生间容易积聚潮气，普通浴室柜容易发霉，甚至开裂变形，使用寿命大打折扣。恒洁浴室柜基材升级，采用恒洁防水多层实木，基材防水防潮性能优于国标4倍，防潮防霉，坚固耐用。个性定制与技术创新相互碰撞，让恒洁推出的定制浴室柜一举收获了年轻用户的青睐，成为今年卫浴市场中的畅销产品。

不止技术，还有兼顾个性需求的产品方案

以创新技术解决用户痛点，为用户带来更高品质的生活体验，是恒洁持续发展路径中的重要一步。然而，恒洁对用户需求的回应并不止步于技术，还有用户升级家居生活的个性需求。近年来，随着消费主力军越来越年轻化，追求

品质和个性的他们已经成为市场消费的主力，卫浴消费市场也呈现出“品质化”、“个性化”的趋势。

恒洁推出的奢适系列、观岩系列、乐享系列、

当前，在黑天鹅事件频发的宏观经济环境下，卫浴行业正在走入发展的深水区，看似是增长触达了天花板，实际上是市场供给与用户需求的脱节，而背后的本质原因则是对用户需求的理解不足。而恒洁逆势上扬的案例，也为行业带来启示——要走出深水区，就要以用户为中心，打造出更加符合用户需求的产品、服务和解决方案，推动行业迈向可持续的高质量发展。



恒洁 2022 上半年度 “沸腾质量奖” 获奖产品测评



图文 / 恒洁编辑部

7月9日，“2022上半年度沸腾质量奖”获奖结果揭晓，恒洁从国内外知名家居品牌的200余款产品中脱颖而出，不但荣膺质量殿堂级荣誉——质量卓越品牌奖，恒洁智能马桶、普通马桶、浴室柜、花洒、淋浴房均有斩获，合计荣获6项沸腾质量奖。从2017年第一届沸腾质量奖测评至今，恒洁共有68款产品获奖，是所有参评品牌中获奖数量最多的品牌，不仅印证了恒洁在产品综合质量上的硬核实力，同时也再次证明，高端品牌的根基，就在于高端的品质。

2022年度沸腾质量奖由中国质量认证中心指导，沸腾质量数据主办，红星美凯龙协办，12家第三方质检机构提供检测技术支持。沸腾质量奖项已发展成为家居行业含金量最高、影响力最大的质量测评活动之一。

Q9X 智能马桶

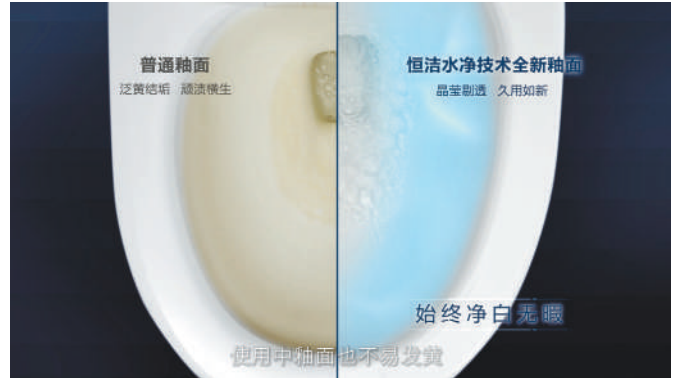
在本次沸腾质量奖测评中，众多全新亮相的恒洁新国货，以其解决使用痛点的硬核技术、焕新生活品质的强大能力，成为闪耀全场的质量之星。作为恒洁智能家族升级之作，Q9X 智能马桶搭载的超旋能“芯”动力冲水系统、水净技术全新釉面、落座双位置感应等功能和技术，为使用者带来更加健康、舒适的使用体验。这些特质，既让 Q9X 智能马桶上市便成口碑王牌，也让 Q9X 智能马桶收获“沸腾质量奖”。



Q9X 智能马桶的超旋能“芯”动力冲水系统，冲力远超国标 4 倍，突破性实现超低压冲水无忧，真正实现洁净力全新升级。即使关闭水阀，单靠水箱存水，也能实现优越性能远超国标水平的强劲冲力，开启高层和老小区智能马桶“芯”时代，从此不惧水压限制，随时随地尽享畅冲。



Q9X 智能马桶采用的水净技术全新釉面，马桶釉面持久抗污更坚固，放置于 5000 倍电镜下依然平整光滑，不易挂污。亲水角 $<23^{\circ}\text{C}$ ，优于普通釉面，更易清洁无残留。

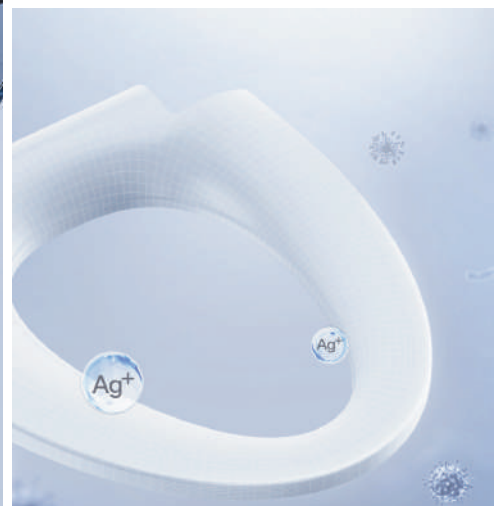


Q9X 智能马桶的落座双位置感应，首创左右双侧感应设计，智能匹配成人和儿童的如厕需求，精准识别落座和离座状态，营造舒适体验。



超旋风系列坐便器 C9

独有的超旋风冲水平台，能实现 3.5L 的超低用水量；厚度减少 40mm 的超薄水箱，不减舒适，更省空间；银离子抗菌座圈，SIAA 权威认证，抗菌率高达 99.99%……一系列环保、舒适、健康上的卓越表现，让恒洁超旋风系列坐便器 C9 荣获“沸腾质量奖”。



奢适系列定制浴室柜

满足个性生活所需,是好浴室柜的必备修养。恒洁定制浴室柜,其多样的颜色款式,灵活的功能组合,自由的产品搭配,满足不同空间定制需求;创新材质防水多层实木,不畏潮湿,历久常新;让消费者尽情探索卫浴生活乐趣,也让恒洁奢适系列定制浴室柜摘得“沸腾质量奖”。



测试1 浸渍剥离耐水性国标测试



恒洁防水多层实木基材

市面上其它基材

4个 循环测试

恒洁防水多层实木基材可通过

1个 循环测试

市面上其它基材仅通过

测试结果来源于佛山海关综合技术中心, 报告编号: 24202100441

测试2 80℃热水极限浸泡测试



恒洁防水多层实木基材

市面上其它基材

109 小时后

无分层翘曲

11 小时后

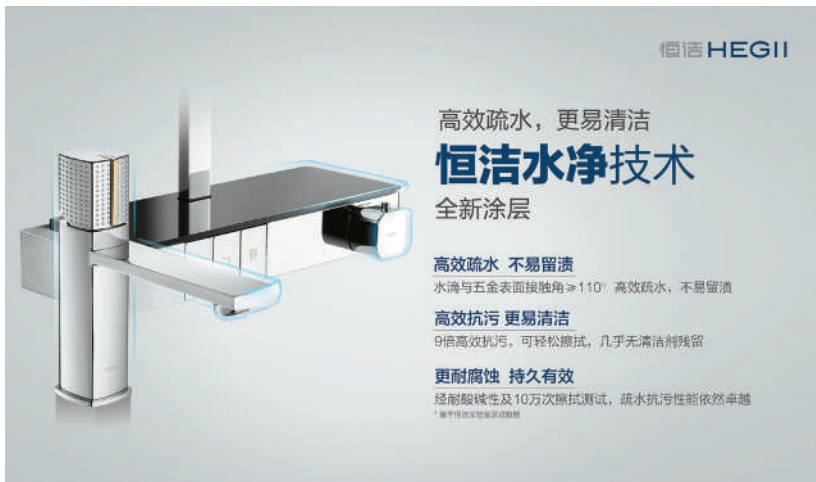
出现翘曲, 分层严重

测试结果来源于佛山海关综合技术中心, 报告编号: 24202100445



T9PRO 水净阻垢花洒

阻垢技术、水净技术、镀层技术、恒温技术，众多前沿卫浴科技的加持，让恒洁 T9PRO 水净阻垢花洒为使用者带来更全面的舒适与守护，也让恒洁 T9PRO 水净阻垢花洒喜摘“沸腾质量奖”。

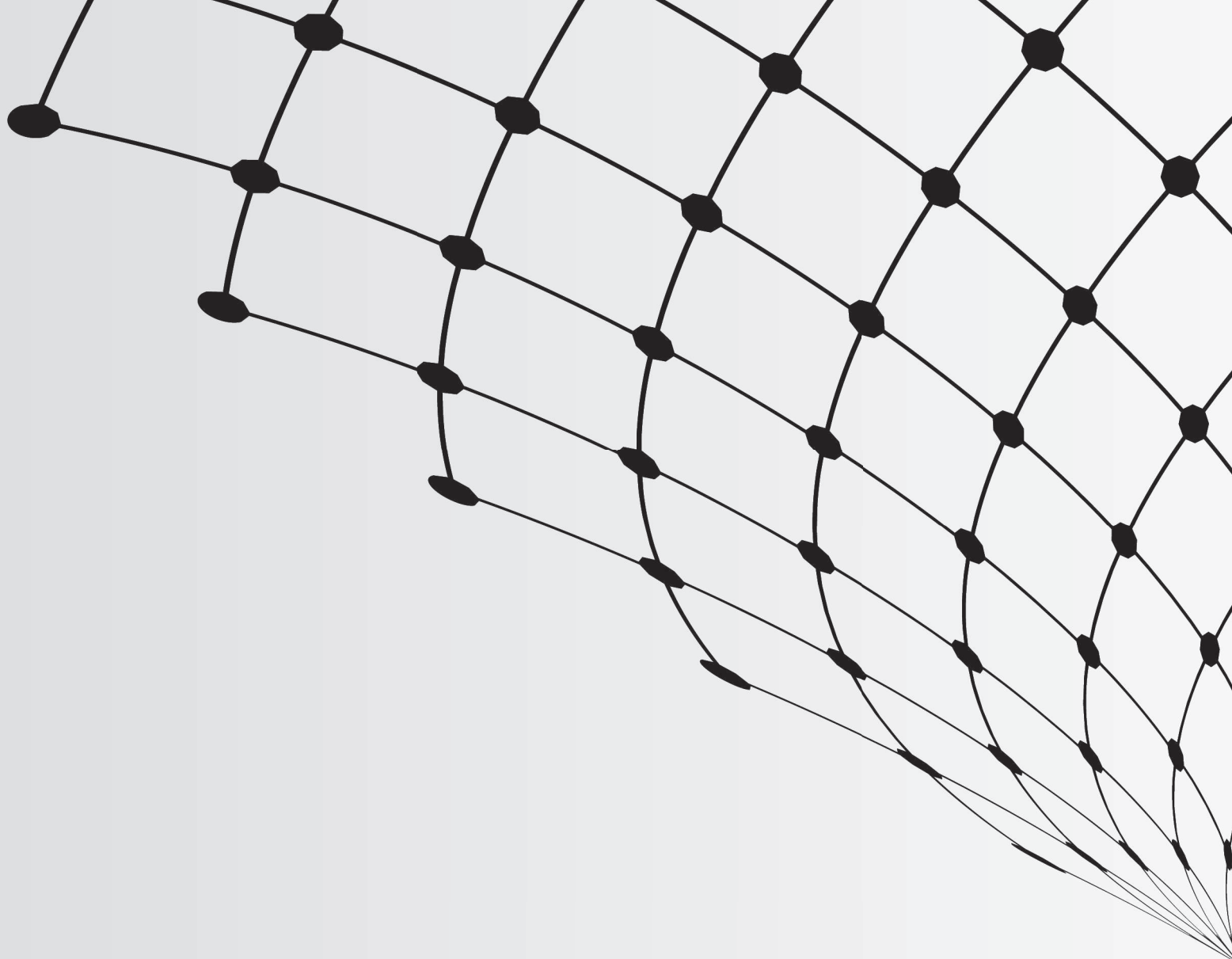


全定制 HLG73 系列、HLG80 系列淋浴房

运用恒洁水净技术的淋浴房，独具持久抗污、高效疏水的特性；创新淋浴房无边框设计，更显空间通透；10万次开合测试防下坠，安全耐用；恒洁全定制 HLG73 系列、HLG80 系列淋浴房亦在本次测评中联袂斩获“沸腾质量奖”。

沸腾质量测评活动创办至今，恒洁品牌和产品屡屡成为该项权威质量测评活动的“顶流”，依托的就是高质量发展——而坚持高质量发展，就是要始终不懈地聚焦解决行业难题和消费痛点，在生产智造和研发创新上做到厚积薄发。

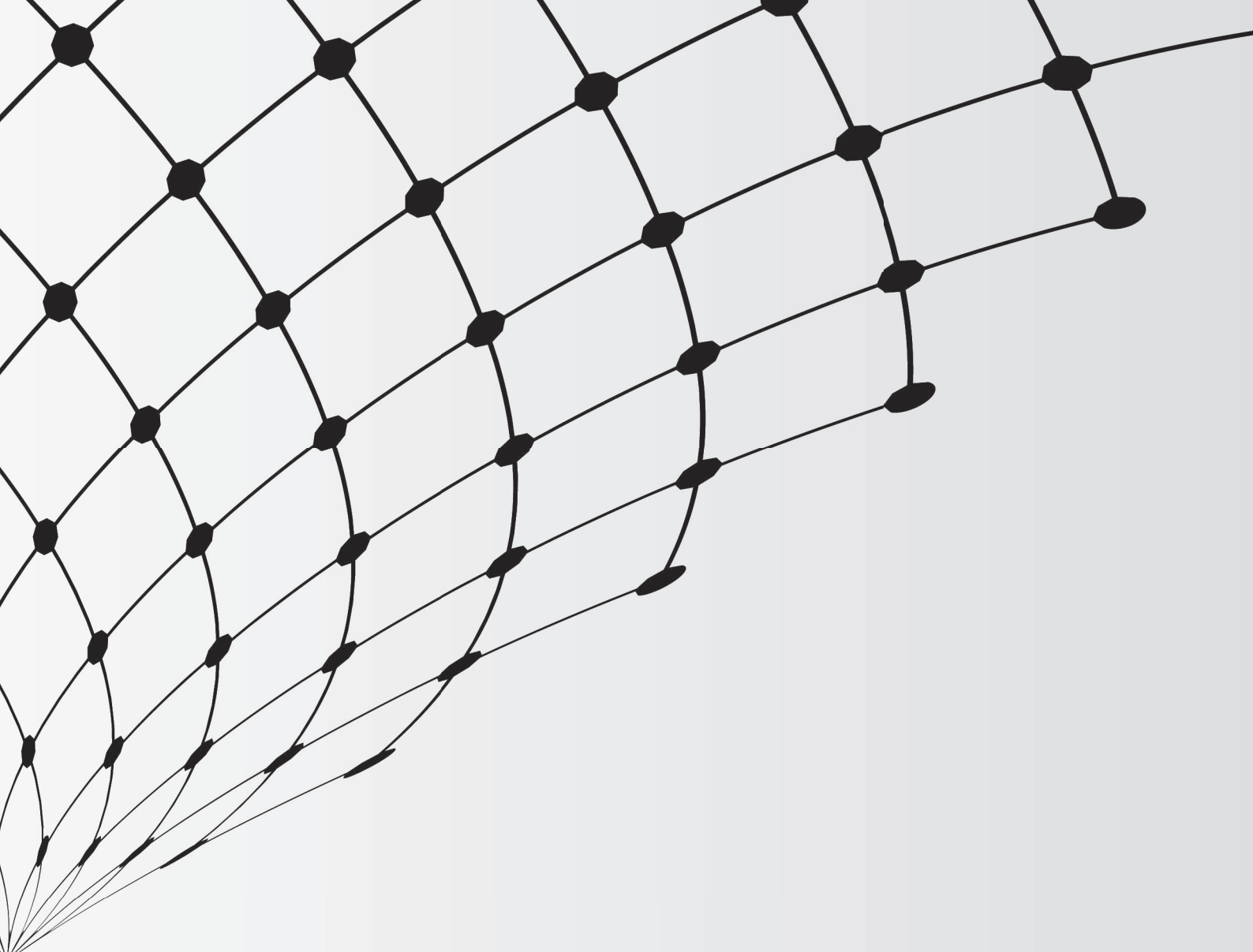




D

E

S



I G N

THE VOICES OF DESIGN
设计之声



八大关键词 解读家居空间 新趋势



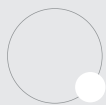
文 / 吕伟华

如今的居住方式,已经没有严格意义上的风格界定,它似乎更像是个多面结合体,可以有中式的素朴与写意,也可以是大胆热烈的时髦波普……越来越丰富的潮流文化,让年轻一代不再拘束于“风格”,开始无拘无束地装扮自己的家。近日,淘宝极有家和矩阵纵横共同发布了《家居空间新趋势》,这份报告基于家居风向与消费趋势,对年轻化浪潮下的生活需求、消费偏好等变化因素进行专业分析研究,探究当下家居空间的新风向。



LDK 一体化、灵活化

LDK 一体化,即客厅(Living Room)+餐厅(Dining Room)+厨房(Kitchen)一体化,各个功能区之间相互独立又相互贯通,不仅能够实现空间的最大化利用,更是兼备居住功能和美观体验。同时,还能促进家人之间的互动,当全家在一起或来客人时,做饭、聊天、照看孩子,皆不耽误,都能拥有更好的互动体验。





DESIGN



色彩多元化

拒绝平庸，拒绝雷同，这就是当下年轻人的生活态度。在全民审美飞速上升的时代，每个人有自己的艺术宣言，家居生活中，利用色彩的巧妙搭配可以让家变得更加多样化、个性化和舒适化，并营造出温馨的空间氛围。

家居智能化

智能化正在潜移默化改变人们的生活习惯。在客厅，智能窗帘、扫地机器人、空气净化器是构建乐居环境的不二之选，可让住居生活变得简单轻松；在厨房，智能冰箱、智能厨具有助让繁琐的烹饪过程变得便捷和快乐，也可使不擅下厨的居住者轻松烹饪；而在卫生间，智能马桶、智能淋浴、智能水龙头不仅方便舒适，还让人们能享受科技带来的美好生活。



个性定制化

在消费升级的大趋势下，用户不再满足于简单的生活需求，而是更倾向于能够提升生活品质、符合自身审美的高端化、个性化产品，定制家居也因此大受欢迎，每件产品都可以根据个人喜好定制，都可以独一无二。以定制浴室柜为例，尺寸、配色、材质、面板等都可按需定制，模块化功能亦允许用户自由组合，让产品100% 适配用户需求和个性喜好。



绿色与环保

绿植不再仅仅是家居的延伸，而是成为了家居本身。在阳台摆放精致的盆栽或种植艳丽的鲜花，坐在自然素材制作的休闲椅上，是午后的休憩时光；也可以将绿植置于客厅、卧室或卫生间，让家居环境充斥绿意，在现代住居中独享自然气息。



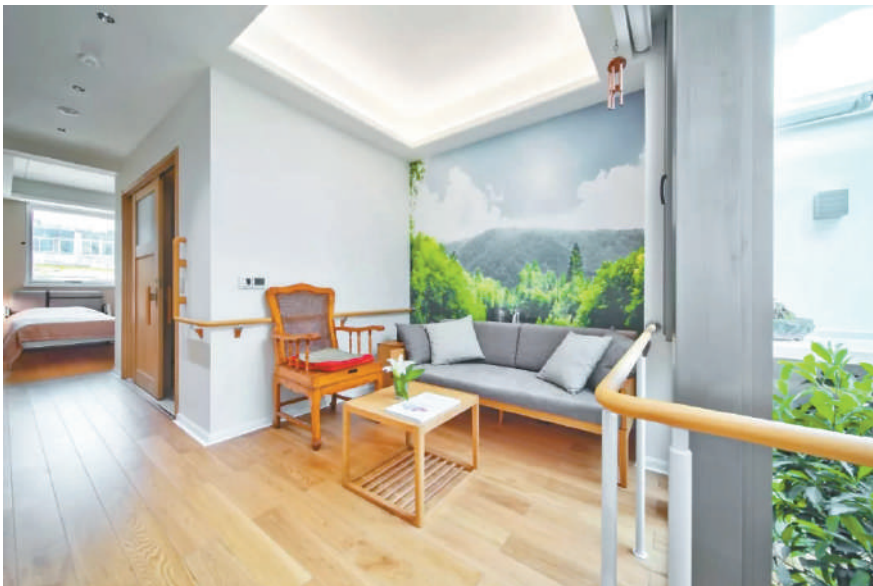
无限可能的 X 空间

随着居住观念的变化，个性化的兴趣房或多功能房的需求不断增加，不同的兴趣房或多功能房恰到好处地满足着人们的生活需要，满足着人们对美好家的所有期待。所谓 X 空间，就是打破常规家庭的固定场景模式，可以是电竞房、阅读角、健身房、茶室……根据个人喜好和家庭需求灵活配置的个性空间。



极致阳台收纳

装修不精致，看起来过于朴素；收纳不足杂物太多，无处安放；功能缺失，仅限于用来晾晒衣服……是当下阳台空间的真实写照，为满足日益增加的生活需求，越来越多人开始探索阳台空间的最大化利用，实现窗景、收纳等附加功能的增值，阳台定制柜开始流行。



适老化

中国老龄人口已超过两亿六千万，合理运用家居空间的适老化设计以及选择适合老年人使用的家居产品，也是近年家居设计和装修的重点。例如家居生活中，通过增加扶手设计，可以起到助力和支撑的作用，确保行动不便的老人在行走时的安全性。

逆风飞翔 争当无锡区域第一卫浴品牌

——专访恒洁集团无锡运营中心总经理 吴树松

文 / 吕伟华



2022年已过去九个月，回顾前三季度，家居行业经历了很多艰难时刻，疫情反弹、楼市低迷、消费需求迭代等，让家居经销商面临着巨大的挑战。在这样的背景下，稳住基本盘的同时搭建迈向高增长的跳板，成为了经销商生存和发展的理想途径。今年，恒洁集团无锡运营中心便在“先安内后攘外”的经营策略下，在服务优化、渠道开拓与品牌推广等方面持续发力，不仅实现了逆风下稳健发展，更为打造当地第一卫浴品牌的目标打下了牢固的软硬件基础。

“先安内后攘外”，前三季度稳健发展

无锡位于江苏省南部，素有“太湖明珠”的美誉，2021年以748万的人口创造了1.4万亿元的GDP，经济发展水平领先全国平均水平。无锡的文化底蕴以及近年来进行的基础设施建设以及老旧小区改造等，都让无锡的环境从“安居”迈向“宜居”，也为当地家居市场的发展提供了肥沃土壤。

作为深耕无锡市场多年的卫浴企业，恒洁对无锡城市的发展以及家居环境的宜居建设起到了助力作用。恒洁集团无锡运营中心总经理吴树松介绍，2022年前三季度，尽管疫情反弹对建材物流、建筑施工及消费意愿带来了负面影响，但无锡恒洁的销售额与去年相比仍然稳中有升，体现出了恒洁作为行业领军品牌的发展韧性和强大的品牌活力，同时也反映了无锡恒洁在重要区域市场的应变能力。

吴树松介绍，在外部环境不确定性加剧的前三季度，无锡恒洁以“先安内后攘外”的经营策略稳固发展基本盘。对内，无锡恒洁发力基础建设，对人才储备与培养机制进行持续优化；对外，无锡恒洁秉承以消费者为导向的经营法则，在既有渠道的基础上大力拓展家装渠道和分销体系，取得了较好发展。

正是能够根据市场形势及时调整经营方针，让无锡恒洁在不确定性持续增大的市场环境下，确立了作为区域领导品牌的内部确定性。在恒洁优质产品和品牌的基础上，无锡恒洁配合终端销售、服务体系及营销手段上的积极优化，稳住企业发展基本盘的同时，为恒洁品牌扩大区域市场的优势打好了坚实基础。



以用户为中心，提供超越期待的服务体验

随着消费升级的推进，人们的消费模式正在发生转变，对以实体经营为主的家居经销商提出了更大挑战。吴树松对此深有体会，他表示，在传统的消费模式下，门店透过介绍产品与消费者建立联系，用户也成为门店的私域客户；而在如今的消费模式下，消费者更倾向在线上深入了解产品品质、特点及适用性，再通过不同渠道有针对性地购买，并非只注重品牌知名度。



针对这种变化，无锡恒洁在保持产品与服务的高标准的同时，通过企业微信、直播平台等线上平台，将消费者转化为粉丝，让用户更多地了解产品、了解服务并建立信任链，并以此将信息送达更多的潜在用户，最终促成交易。

吴树松透露，恒洁今年推出的 Q9X 智能马桶和 T9PRO 水净阻垢花洒等产品，在无锡市场受到了众多消费者的关注，从产品力来说是名副其实的拳头产品，无锡恒洁也在通过多种途径让更多消费者了解恒洁的新产品。

“恒洁推出的 Q9X 智能马桶，不仅具有强劲的冲力，而且搭载的水净技术全新釉面和恒净除菌系统，也能有效阻止了细菌滋生传播，是一款受消费者欢迎的健康产品。”吴树松表示，后疫情时代消费者更加关注居家健康，具备健康、环保属性的产品成了消费者的选购重点，这也在倒逼卫浴行业完善环保与健康产品的需求。

变化不仅在产品本身，围绕产品的一系列配套服务，也是消费者选择一个品牌的重要考量。今年，恒洁集团推出了“恒洁闪装”服务，无锡恒洁也紧跟集团步伐，将“恒洁闪装”作为服务板块的创新点全力执行。“以前的老房子没有留电路，拆旧麻烦、耗时等问题，都是客户老换新的难点与痛点，而‘恒洁闪装’恰好解决了这部分客户的顾虑，为恒洁在无锡市场的口碑提升奠定了更加坚实的基础。”

同时，无锡恒洁还在服务方面作出适当调整以适应自身发展和市场特点。据吴树松介绍，今年无锡恒洁在终端门店及售后模块都进行了梳理及提升：在终端店面，通过人员礼仪培训提升门店服务意识及服务形象；在售后运营中心，以“匠心、省心、舒心、放心、贴心”为服务宗旨，为无锡城市的业主提供五“星”售后体验，真正做到了“急客户之所急”。

针对服务的持续优化，让无锡恒洁获得了当地行业及市场的广泛好评，提升了恒洁品牌在当地的知名度和美誉度。“无锡恒洁今年通过在售前、售中、售后的优化及终端品牌的不断输出，在提升对用户触及面的同时还让用户产生了更强的信任感，在圈内圈外都获得了较高评价。”吴树松说。

零售、家装、工程全面发力 多管齐下扩大品牌影响力

渠道变革是近几年家居行业最牵动人心的话题，作为无锡地区最知名的卫浴品牌之一，无锡恒洁在渠道开拓方面也走在市场前列，目前已形成了零售、分销、家装、工程四驾马车齐头并进的发展态势。并且各渠道之间相互协作，打造可持续化资源共享平台，赋能区域品牌及渠道建设。

据吴树松介绍，无锡恒洁目前在零售渠道已经做得比较成熟，覆盖了无锡的大部分区域，而且和无锡地区多个大型卖场建立了合作关系，今年更是



和居然之家、红星美凯龙、华厦家居港、京东五星电器签订了战略合作协议，并计划实现多场大型营销活动的落地，提升终端品牌影响力。吴树松称，这些动作的目的是希望通过多渠道发声，植入品牌、产品、服务，辐射更多人群，将恒洁品牌打造成行业标杆。他认为，零售渠道面对的是产品的直接使用者，如何为用户创造价值，满足他们的需求是做好零售渠道的关键。

除了零售渠道，家装渠道也是无锡恒洁重点发展的渠道。近年来，无锡恒洁和当地多个头部家装公司、设计公司建立了良好的合作关系。吴树松表

示，在“恒洁焕新城市计划”的推进中，今年无锡恒洁还积极为无锡多个重点家装公司进行了“焕新计划改造官”授牌仪式，并计划与家装公司、设计师举行多场设计沙龙活动，为后续项目转化进行铺垫。

此外，无锡恒洁还积极参与公益项目。吴树松透露，在“恒洁焕新城市计划”执行的过程中，无锡恒洁还联合无锡慈善协会进行捐赠项目改造，针对无锡市区独居老人、贫困家庭或无锡慈善总会指定服务主体等，提供了价值 50 万元的产品以及一站式服务。这些举措受到了无锡各界的广泛好评，也将恒洁在无锡市场的品牌口碑提升到新的高度。

紧抓市场机遇，打造无锡第一卫浴品牌

近两年，家居行业面临一系列困境，同时也迎来一系列变化。在消费层面，伴随疫情而来的经济下行让消费者置业、装修时更加谨慎；在品类层面，居家时间的增加让消费者选择家居产品时更加偏向于智能和健康产品。

从市场一线的角度出发，吴树松也有同样的感悟，但他更多地认为变化中存在机遇。他表示，健康意识的增强无形中推动了卫浴行业的发展，企业也迎来越来越多的发展机遇。同时，面对被“996”、“内卷”、“内耗”等不断挤压的生活，越来越多的人把卫浴空间当作压力的释放场、情绪的补给站以及心灵的自由空间，个性化、定制化的产品受到了更多消费者的关注，这部分市场的快速成长对企业来说也是一个极大的机会。

吴树松认为，要把握这些市场趋势的变化，卫浴企业和经销商需要不断优

化、升级和转型。在线下，企业需要把更多高质量、更符合用户需求的产品送到消费者的面前，同时将高标准、超预期的服务标准与商品相结合，为用户的家居焕新需求提供完整的解决方案。在线上，企业可通过大数据搭建智能信息推送系统，改善用户的购物体验，以此打通从线上平台到线下的全局链路。

“未来的消费潜力和消费需求依然巨大，关键是企业要有好的产品和服务，不断提升自己，用创新的方式满足消费者的需求，并探索出健康、稳健的经营模式。”对于未来的发展，吴树松为无锡恒洁定下了“三到五年成为无锡市场第一卫浴品牌”的目标，而从 2022 年前三季度的成绩来看，无锡恒洁离这个目标正越来越接近。



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！

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

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



智能坐便器
整机质保升级

恒洁 HEGII



恒于心 专于质

品质来自每一天的坚持

