

HEGII VISION

恒洁视界

季刊
2022 第一期
品牌读物(总第38期)

恒者行远
智者常新

恒洁 HEGII
恒于心 专于质

恒洁 HEGII



人民日报社
品牌强国计划

恒于心 专于质

品质来自每一天的坚持



PREFACE

卷首语

恒者行远，智者常新

2022年中国经济，首季表现不俗。全国规模以上工业增加值、社会消费品零售总额增长等核心经济指标显示，2022年的中国经济发展，正在中央“稳字当头、稳中求进”的擘画中稳健推进。

与时代同频共振，恒洁在变局中谋新局，通过创新驱动，在技术研发、智能智造、品牌建设等全面推进高质量发展。在红星、居然等高端卖场，恒洁频频斩获销量冠军；在多家国字号权威机构的联合质量测评中，恒洁赢得最多奖项并登顶多个家居服务消费口碑榜；已启动的恒洁焕新城市计划、对深港等全国多地抗疫项目的驰援、蓬勃发展的商业和家装渠道……，无论从行业还是市场，在用户层还是社会层，恒洁作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家的综合影响力都在稳步提升。

当前，中国经济韧性强、潜力足，长期向好的基本面没有改变，全国两会更释放出扩大内需、促进消费的强烈信号。机遇与挑战并存，在消费升级的推动下，消费者对产品和服务提出了更高要求，能抓住机遇的新国货品牌正走向舞台中央。同时，疫情给企业正常生产和经营带来的影响还在持续，恒洁将因应变化并及时调整策略，

以更好满足消费者的需求。

恒者行远，智者常新。面对新需求和新挑战，好产品和好服务永远是答案。产品上，恒洁围绕行业难题和消费痛点，以原创技术赋能卫浴新国货，升级卫浴新国货的使用体验，特别是随着搭载恒洁水净技术、防水防潮技术等新品的上市，恒洁产品矩阵将更加丰富；服务上，随着“恒洁闪装”服务在全国多个城市的陆续落地，不但成为恒洁极致服务新亮点，亦将加速恒洁智造在中国家庭的普及。

人勤春来早，功到秋华实。每一次沉淀，都是恒洁厚积薄发的基础；每一次攀越，都在锤炼更有战斗力的恒洁团队。恒洁必须以“恒于心，专于质”的品牌精神，为中国消费者提供超越期待的品牌体验。作为唯一两次入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货品牌，恒洁有志气，有能力继续在智能智造和研发创新体系的支撑下，书写中国卫浴品牌发展的新篇章。

恒洁卫浴集团有限公司



智能坐便器
整机质保升级



◎ 上海恒洁大厦

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4月 总第38期



扫一扫，获取电子版

卷首语 | PREFACE

恒者行远，智者常新

01 动态 | TRENDS

特别策划 | SPECIAL REPORT

09 获奖数量行业 NO.1！
恒洁领衔 2021 沸腾质量奖评测



13 助力品质生活——
恒洁“焕新城市计划”和“闪装服务”持续在全国展开



17 恒洁再度蝉联卫浴类“家居行业服务榜样”榜首

19 同心战疫！
恒洁驰援深圳、香港等地隔离酒店及方舱医院建设

ENTS

图说产品 | CAPTION PRODUCT

23 打造品质生活
恒洁浴室柜新品引领家居新趋势

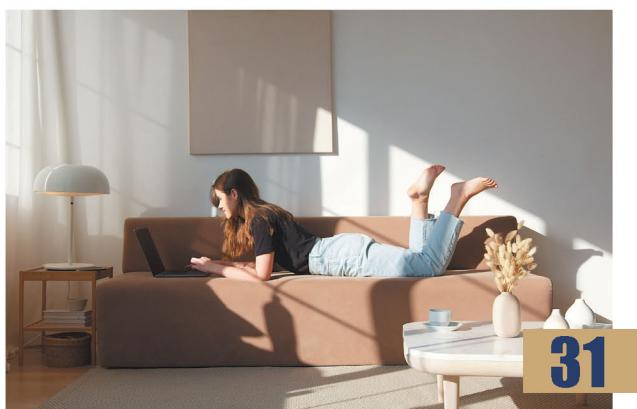


设计之声 | THE VOICES OF DESIGN

31 潮流分享
——2022年家居设计的流行元素

访谈 | INTERVIEW

39 恒者行远！
他们在新挑战中坚定前行





HEGII

TRENDS

动态

01

2022年1月13日，由数央网、数央公益主办的“第十一届中国公益节”在上海举行，恒洁因“在履行企业社会责任方面的杰出表现”，与中石化、海尔、京东一道，荣膺2021年度责任品牌奖。作为以价值观驱动发展的企业，恒洁始终相信公益的力量与温度——从抗震救灾到教育助学，从扶贫济困到绿色发展，恒洁用责任和担当书写大爱，已连续多年得到包括中国公益节在内的年度绿色典范奖、2020抗疫杰出贡献企业、年度责任品牌奖等多项大奖的肯定。

恒洁荣获“2021年度责任品牌奖”



02

恒洁总部建设项目列入广东2022年重点建设项目计划

近日，广东省发展改革委下达广东省2022年重点建设项目计划的通知，通知显示2022年广东省共安排省重点项目1570个项目，总投资7.67万亿元，年度计划投资9000亿元，安排开展前期工作的省重点建设前期预备项目1152个，估算总投资5.88万亿元。其中恒洁卫浴集团总部建设项目成功入列，该项目总投资14亿，建设起止年限为2021-2023年，总建筑面积约60万平方米，建设厂房、仓库、宿舍、办公楼、研发大楼及配套设施。

03

恒洁获批投资4亿元建设总部数字化工厂

2月23日，广东省投资项目在线审批监管平台显示，恒洁卫浴集团总部数字化工厂建设项目获批，项目总投资4亿元，项目起止年限为2022年3月1日-2025年2月1日。公告显示，项目专线生产卫浴产品，计划年产卫生陶瓷140万套，其他卫浴配套产品102万套，将分两期建设生产车间、原料车间、综合楼等，配套建设卫浴产品生产线。

项目信息	
备案项目编号	2202-440607-04-01-488856
项目名称	恒洁卫浴集团总部数字化工厂建设项目
项目所在地	佛山市三水区乐平镇三水工业园区电商园3号
项目总投资	40000.0万元
项目规模及内容	项目专线生产卫浴产品，计划年产卫生陶瓷140万套，其他卫浴配套产品102万套。建设生产车间、原料车间、综合楼等，配套建设卫浴产品生产线。项目宗地面积199737.75平方米（分两期建设，其中本项目建设占地面积约133300平方米），建筑面积252000平方米。
建设单位	恒洁卫浴集团有限公司
备案机关	佛山市三水区乐平镇经济发展办公室
备案申报日期	2022年02月22日
复核通过日期	2022年02月23日
项目起止年限	2022年03月01日 - 2025年02月01日
项目当前状态	办结（通过）

2022 恒洁集团经销商大会隆重召开



04

3月份，以「恒行远，智无界」为主题的2022恒洁集团经销商大会召开。恒洁集团董事长谢伟藩、恒洁集团首席执行官丁威等恒洁管理团队，与全国经销商代表一起，全面总结恒洁2021年取得的骄人业绩和品牌成长背后的经验，并围绕2022年目标，从产品、品牌、渠道、服务、供应链、生产运营、企业管理等各方面明确了具体策略和实施计划。

05

近日，网易家居315专题策划“寻找家居服务榜样”公布结果，恒洁卫浴因“在家居服务方面做出突出贡献、起到示范引领作用”而荣获“2022年度家居行业服务榜样”这一重磅奖项。此前，恒洁已连续两年蝉联网易家居315服务调查“双料冠军”。而在“优居3.15家居消费品质服务榜”调查中，通过两大维度14个细分考核项的分数累计，恒洁同样荣登卫浴行业TOP10排行榜，成为品质服务典范。

恒洁再度蝉联卫浴类“家居行业服务榜样”榜首



恒洁焕新城市计划·厦门站启动暨恒洁喜盈门旗舰店开业



06

3月13日，恒洁焕新城市计划·厦门站启动暨恒洁喜盈门旗舰店开业盛典同日举办。全新亮相的恒洁喜盈门旗舰店，风格简约大气，功能布局完备，从每处细致入微的体验场景到每个解决痛点的专业技术，沉浸其中的厦门消费者都能找到理想的解决方案。以恒洁焕新城市计划·厦门站启动和恒洁喜盈门旗舰店开业为契机，恒洁将持质以恒，为厦门城市的焕新，为厦门消费者的品质生活继续贡献力量。

07

3月14日，恒洁焕新城市计划·重庆站启动会在重庆来福士洲际酒店举行。恒洁集团重庆运营中心副总经理赵炜武表示，重庆恒洁将联合重庆市乡村振兴基金会、试点推进重庆市乡村教育改造的公益活动，让更多重庆乡村学校拥有品质卫浴生活；也将重点针对重庆老旧社区开展“恒洁在线·免费检修”试点活动；此外，重庆恒洁及头部家居品牌将面向重庆所有社区开展“社区焕新试点”，并提供“恒洁闪装”服务，帮助重庆消费者以最便捷的方式拥有极致产品和服务体验。

恒洁焕新城市计划·重庆站盛大开启



08

助力城市更新和品质生活，服务是其中重要的一环。智能马桶的上门安装一直是消费痛点，在恒洁焕新城市计划·重庆站开启之际，恒洁率先在18个城市落地“恒洁闪装”服务——从拆除旧品到换上恒洁智能马桶，仅需2小时。这种专业、省心、快速的安装服务，将是保障焕新城市计划成功的关键。

“恒洁闪装”服务率先在18个城市落地



获奖数量行业NO.1！恒洁领衔2021沸腾质量奖评测



09

3月15日，由沸腾质量数据、红星美凯龙联合主办的2021沸腾质量奖测评结果重磅揭晓，在长达一年的权威质检与专业测评之后，恒洁在200+家居品牌、500+款家居产品的PK中，以8项沸腾质量金奖在内的25项大奖（数量居行业第一）领衔，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华作为新国货品牌代表，受邀于高峰论坛分享恒洁“数据赋能 质赢市场”上的探索。

10

2022年，全国多地出现突发疫情。恒洁继续助力全国抗疫，从2月就开始向香港方舱医院项目供应近3000套卫浴产品，全面保障香港方舱医院的各项卫浴设施建设。3月14日，恒洁香港方舱医院项目组再次接到临时紧急通知，要求立即把520套墙排马桶送到方舱医院施工现场，恒洁全力以赴，耗时不到24小时完成任务。除了香港，恒洁还驰援了深圳、长春、四平、淄博等地隔离酒店及方舱医院建设，为全国各地的抗疫事业提供专业的卫浴守护。

恒洁驰援多地隔离酒店及方舱医院建设



11

恒洁亮相中消会家工委成立大会

3月23日，中国消费品质量安全促进会家居生活工作委员会（以下简称“中消会家工委”）成立大会暨第一届委员会第一次会议以线上形式召开。中消会家工委委员单位代表恒洁卫浴集团首席执行官丁威在致辞中表示，消费品质量安全是制造大国向强国迈进的重要基石，也是对人民品质生活需求的基本保障。以中消会家工委的成立为新的起点，恒洁将在协会的统筹引领下，与各优秀的成员企业紧密交流、分享，为消费者打造更高家居产品质量安全和更高家居产品使用体验而继续努力。

大型央视电视纪录片《非凡匠人》走进恒洁



13

解密产品创新生命力，见证企业硬核品质——2022年3月份，大型央视电视纪录片《非凡匠人》，在建党100周年之际走进恒洁，专访恒洁卫浴董事长谢伟藩，用镜头记录24年来恒洁对“质”与“智”的坚守。作为国货品牌，恒洁始终不忘初心，坚持用大国工匠精神打造大国品牌，自觉担当品牌强国战略责任，赋能中国品牌影响世界，在2020年、2021年两度入选人民日报社“品牌强国计划”。

12

恒洁入选“高新技术企业”等多份榜单

2022年1-2月，广东省政府相关部门以及佛山市政府相关部门公布了多份企业榜单。其中，在广东省2021年高新技术企业名单、2021年国家企业标准“领跑者”名单、佛山市生态环境监督执法正面清单2022年度第一批企业名单，恒洁卫浴全部入选。此外，在佛山市工业和信息化局公示的2022年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金项目资金的安排计划中，恒洁拟获2022年省级技术改造资金项目资金。

恒洁“一品之旅”再启新程

2022年，恒洁一品之旅再启新程，为国内旅游业带去高品质的卫浴解决方案。“一品之旅”是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的项目，为全国多地民宿提供高品质的卫浴产品，创造舒适的卫浴体验。近期，“一品之旅”走进了北京龙庆峡风景区、云南苍山洱海等地，并带来了恒洁Q9智能马桶、水净恒温系列花洒、悦颜智能镜等产品，为旅居者们守护每一段美好的旅程。





HEGII

SPECIAL REPORT

特别策划

恒行远，智无界—— 恒洁以奋进之态开启新征程

2022年，新的征程正在开启。新征程带来了新的挑战和新的机遇，一方面对消费者消费需求、消费行为的变化，以及疫情常态化的影响，企业的发展面临着更多挑战；另一方面，随着中国经济的稳步发展，中国不仅形成了超大规模的消费市场，而且形成了更加追求品质和创新、更加注重服务和体验的消费文化，这对于最求极致产品和极致服务的企业来说，是进一步发展的机遇。

起跑的姿态，决定开局的速度。在新的征途上，恒洁正以昂扬的奋斗姿态，为新的目标接续奋斗——沸腾质量奖中，恒洁以8项沸腾质量金奖在内的25项大奖领衔；“恒洁焕新城市计划”和“恒洁闪装服务”陆续在全国多个城市启动；蝉联“2022年度家居行业服务榜样”卫浴类榜首；驰援香港、深圳、长春、四平市、淄博等地隔离酒店及方舱医院建设等，一系列动作，为恒洁新征程奠定了坚实的基础。

NO.1 ! 获奖数量行业 恒洁领衔 2021 沸腾质量奖评测。

图文 / 恒洁编辑部

服务大众的情怀，引领高端的品质，在品质消费成为主流的今天，在国家级权威质检机构眼里，哪个家居品牌能当此重任？

3月15日，由沸腾质量数据、红星美凯龙联合主办的2021沸腾质量奖测评结果重磅揭晓，在长达一年的权威质检与专业测评之后，恒洁在200+家居品牌、500+款家居产品的PK中，以8项沸腾质量金奖在内的25项大奖（数量居行业第一）领衔，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华作为新国货品牌代表，受邀于高峰论坛分享恒洁“数据赋能 质赢市场”上的探索！

自2017年参评首届沸腾质量奖至今，恒洁共有62款产品获沸腾质量金奖及各单项奖，是所有参评品牌中获奖数量最多的品牌，恒洁也成为家居质量“奥斯卡”上最受瞩目的质造者！

家居行业沸腾质量奖测评由沸腾质量数据联合红星美凯龙家居集团、相关行业协会、质检认证机构、居家家装平台、电商平台、主流媒体，以及国际、国内主流家居品牌共同举办，旨在响应“质量强国”政策，推动家居行业高质量发展。沸腾质量奖测评已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。



智领净界，只为极致体验

打造品质生活，智能马桶是重要抓手。Q10所代表的恒洁双Q系列智能马桶，通过技术创新将健康、便捷、舒适、安全做到极致：水漩能冲水系统，融合三大核心专利技术，能快速稳定冲洗干净；恒净除菌系统，可实现最高达99.99%的除菌率，确保如厕安全；一键旋钮设计，更加人性化，老人、小孩也可轻松操控；此外，Q10独有的智感即冲系统，能感知并满足男士和女士不同使用需求——这些特质让Q10智能马桶斩获“沸腾质量金奖”。

恒洁R11、恒洁Q3PLUS、恒洁Q3亦分别凭其在功能体验与安全、环保上的出色表现，分别荣膺“沸腾质量奖”、“节能智能马桶奖”、“节能智能马桶标杆奖”等重磅荣誉。

设计和工艺如何为普通陶瓷马桶赋能？恒洁超薄水箱马桶HC0170PT的答案是减少空间，不减舒适，再加上其不返流、不溅水、冲力强的科学管道设计，让恒洁HC0170PT超薄水箱马桶喜获“沸腾质量金奖”。

超旋风，曾是3.5L节水马桶代名词，本届沸腾质量测评，在便捷、舒适上实现全新升级的恒洁C9超旋风得到“沸腾质量奖”肯定。

怕水、怕潮、怕变形是浴室柜的“三怕”，依托恒洁原创浴室柜防水防潮技术，浴室柜从此



恒洁HEGII



FT Quality
Award
沸腾质量金奖

恒洁智能马桶
Q10



恒洁HEGII



FT Quality
Award
沸腾质量金奖

恒洁超薄水箱马桶
HC0170PT



恒洁HEGII



FT Quality
Award
沸腾质量金奖

恒洁T6S系列花洒 HMF156-333
恒洁T8S系列花洒 HMF157-333

可随心安放。恒洁配趣系列浴室柜BC6071、恒洁配趣系列浴室柜BC6098同时斩获“耐用浴室柜标杆奖”；恒洁配趣系列浴室柜BC6072则斩获“防潮浴室柜标杆奖”。

好花洒不仅要满足洗净需要，更要在舒适和健康上触及灵魂。恒洁T系列平台花洒，乐氧技术舒适节水，取置方便的大置物平台，配合恒洁全新阻垢技术加持，让恒洁T6S系列花洒HMF156-333、恒洁T8S系列花洒HMF157-333双双荣获“沸腾质量金奖”。

此次测评结果，恒洁花洒家族开启奖项收割模



式：恒洁T3S系列花洒HMF155-333-BC、恒洁淋浴花洒HMF920-333、恒洁淋浴花洒HMF139-333、恒洁T9系列花洒HMF119-333B、恒洁T8系列花洒HMF115-333B、恒洁恒温花洒HMF2000-88同样因为在精准控温、便捷操作、舒适用水等方面的特长，而分别斩获“沸腾质量奖”。

运用了恒洁水净技术的淋浴房，经20万次摩擦测试及耐酸碱性测试，疏水、抗污性能依然卓越；此外，行业创新的可调距专利技

术，在100mm距离内可实现的淋浴房标准化定制功能，全面助力恒洁全定制系列淋浴房HLG70Y22、恒洁易至淋浴房HLG66Y22-1500-BS双双斩获“沸腾质量金奖”；恒洁全定制系列淋浴房HLG71Y22、HLG70PZ31则分别获得“安全淋浴房标杆奖”、“耐用淋浴房标杆奖”。

担心家庭五金件易染油污、水渍？在恒洁原创水净技术助力下，卫浴五金件表面水滴角>110°，更高效疏水、更易清洁——如此超强能

力，当然让恒洁臻艺系列龙头HMF161-111、恒洁臻贵系列龙头HMF128-111双双喜摘“沸腾质量金奖”。

净源健康技术，空气注入防溅设计，符合国家1级水效标准，让恒洁百变Pro系列龙头HMF156-111荣获“恒洁质量奖”；更强的表面耐腐蚀性，唯美的瀑布型出水，更畅快的使用体验，让恒洁真檐系列龙头HMF121-111荣获“沸腾质量奖”。

数据赋能，恒洁质赢市场

如何利用质量数据、产品性能数据、服务数据等各方面来为市场赋能？恒洁集团高级市场副总裁阮伟华与中国标准化研究院资源与环境分院院长林翎、上海市质量监督检验技术研究院建材所所长程云斌、红星美凯龙集团营运管理中心总经理兼装修产业集团副总裁李晓宁、沸腾质量数据总裁刘伟艺等嘉宾共同参与质量数据论坛，并分享了恒洁在“数据赋能，质赢市场”上的实践。

阮总表示，从家居新国货，尤其是智能马桶品类的迅猛发展可以清晰感知，“品质消费”已经是市场主流。以恒洁Q9智能马桶为例，在40多项专利技术和极致使用体验的口碑下，让

Q9能同时集爆品和优品于一身；事实上，根据普华永道《2021年全球消费者洞察调研中国报告》，现在有76%的消费者更倾向于国产品牌，因此不论是外资还是国货，真正能满足消费需求的品牌正越来越受到青睐。

以数据和数字化技术赋能，恒洁打造出更有竞争力的先进智能智造。如今，数字化管控的恒洁智能洁具全新自动化生产线，已经实现了产品生产全程不落地，产品可追溯；恒洁各工厂已全面引进MES（生产信息化管理系统）系统，其中质量模块对于生产过程的关键控制参数实施了实时在线管理。

产品研发方向往往蕴含在调研大数据中。针对卫浴空间要能清洁抗污的需求，恒洁开发出原创的水净技术，让产品表面高效疏水、更易清

洁，广泛运用于陶瓷洁具、卫浴五金乃至淋浴房；针对中国浴室干湿分离不足三成的现状，恒洁开发出原创的防水防潮技术。采用该技术的恒洁浴室柜，在80℃的水浸泡109小时干燥24小时后，完好无损；在浸渍剥离耐水性国标测试中，其浸渍剥离性能为其他市场基材4倍以上。

在服务端，数据也成为恒洁打造极致服务体系的重要支撑。通过数字化应用，不但实现终端信息的准确获取，还能助力质量部门明确改善方向并监控改善结果。

数字化不是单个系统或部门的应用，而是打通企业运营的各个模块和端口。恒洁不仅先后建立包括智能产品在内五大品类生产智造基地和总面积达6000平方米的国家级研发实验中心，

更特别重视数据在生产智造、研发创新、运营管理上的协同一体化，让数据在协同的过程当中产生价值。

因为在高质量引领行业转型升级的贡献，和在消费终端的品质口碑，2020年，恒洁作为整个家居行业唯一代表，入选人民日报社“品牌强国计划”；2021年11月，恒洁再度与华为、伊利、茅台等各行业中国领军品牌共同入选，不断引领卫浴新国货发展。

以数据赋能，树立先进质量标杆，不断提高新国货质量水平，全力推动质量强国建设，是恒洁作为卫浴新国货代表品牌和智能卫浴专家的应有之义。未来，恒洁将继续聚焦解决行业难题和消费痛点，继续与质同行！



恒洁技术创新研发中心

助力品质生活——

恒洁“焕新城市计划”和“闪装服务”
持续在全国展开。



图文 / 恒洁编辑部

城市更新计划，对满足人民群众日益增长的品质生活需要具有重要意义，2021年“城市更新”更是被正式写入了“十四五”规划和《政府年度工作报告》。恒洁前瞻这一未来趋势，去年率先推出了“恒洁焕新城市计划”，为城市更新战略在城市公共空间和人居空间的“落地”实施创造良好条件。自去年在天津启动后，2022年“恒洁焕新城市计划”先后在厦门和重庆启动，并将陆续在全国更多城市展开，为城市与消费者的品质生活贡献力量。

助力城市更新和品质生活，服务是其中重要的一环。在恒洁焕新城市计划 - 重庆站开启之际，恒洁以重庆为始发站，率先在18个城市落地恒洁智能马桶2小时快速闪装服务。通过“恒洁闪装”服务，消费者从旧品拆除到智能换新，升级品质生活仅需2小时，真正解决了制约智能马桶普及的一大痛点，做到让产品服务于人，服务沟通于人。



恒洁焕新城市计划·厦门站启动暨恒洁喜盈门旗舰店开业

3月13日，恒洁焕新城市计划·厦门站启动暨恒洁喜盈门旗舰店开业盛典同日举办，相互加持，为厦门城市品质生活再添动力。全新亮相的恒洁喜盈门旗舰店，风格简约大气，功能布局完备，从每处细致入微的体验场景到每个解决痛点的专业技术，沉浸其中的厦门消费者都能找到理想的解决方案。

恒洁集团高级销售副总裁张炳岩表示，作为卫浴新国货品牌代表，同时也是智能卫浴专家，恒洁24年来以“恒于心，专于质”的理念，陆续建成包括智能产品在内的全品类生产智造基地和总面积达6000m²的全品类国家级研发中心，持质围绕行业难题和消费痛点，打造极致产品和服务体验。

厦门是全国闻名的文明城市和宜居城市，随着恒洁喜盈门旗舰店的开业，恒洁将进一步融入

到厦门人的日常，成为厦门城市品质生活的一部分。厦门建筑装饰协会副会长/总全设计装饰董事长黄进发表示，两项盛事同日启动，让厦门各界看到了恒洁的实力和气魄，也为厦门装饰家居建材行业带来新活力；厦门市室内装饰协会秘书长黄剑瑶则对恒洁打造品质卫浴的初心予以肯定，并鼓励厦门恒洁团队为消费者打造高品质的卫浴生活。

高颜值、宜居、文艺范是厦门的标签，在保护厦门历史文化和城市风貌的前提下，如何积极响应城市更新的国家战略，将旧城改造和品质人居推向更高层次？

恒洁焕新城市计划，蕴含着情怀，也以恒洁品质产品和品质服务为支撑。近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系列等智能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；在2022年刚公布的网易“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，再度成就恒洁极致服务的口碑。

恒洁焕新城市计划的成功施行，并非靠恒洁一个品牌的单打独斗，而是在共同使命的感召下，恒洁与厦门众多商超、家居装饰、设计师等各界资源的协作奋斗。

城市的核心是人，宜居城市的创建，不仅要看到地标建筑撑起的天际线，更要看到万家灯火下的地平线，归根到底是为了人民群众的幸福感、归属感。以恒洁焕新城市计划·厦门站启动和恒洁喜盈门旗舰店开业为契机，恒洁将持质以恒，为厦门城市的焕新，为厦门消费者的品质生活继续贡献力量。

品质生活，共同渝见！恒洁焕新城市计划·重庆站开启

3月14日，恒洁焕新城市计划·重庆站启动会在重庆来福士洲际酒店举行。恒洁集团重庆运营中心副总经理赵炜武表示，实施焕新城市计划，旨在回馈重庆市民对恒洁的厚爱。重庆恒洁将联合重庆市乡村振兴基金会、试点推进重庆市乡村教育改造的公益活动，让更多重庆乡村学校拥有品质卫浴生活；重庆恒洁也将依托“恒洁在线·卫浴24小时远程排忧服务”，重点针对重庆老旧社区开展“恒洁在线·免费检修”试点活动。此外，重庆恒洁及头部家居品牌将面向重庆所有社区开展“社区焕新试点”，并提供“恒洁闪装”服务，帮助重庆消费者以最便捷的方式拥有极致产品和服务体验。

国人生活正从“居者有其屋”转至“居者优其屋”，城市焕新已不仅是建筑焕新，更是家居空间和生活方式的焕新。网易家居新闻中心主编郑哲带来《2022城市生活与焕新家居生活及消费趋势报告》。郑哲指出，家居焕新，服务先行，恒洁作为网易家居315调查的“常青树”，其综合服务质量排名自2020年连续3年蝉联榜

首，为家居焕新做出积极贡献。

城市更新，以人为本，恒洁依托城市更新大平台，同样着眼于每一位家庭成员卫浴生活水平的提升。恒洁集团品牌经理元永义表示，通过与东方卫视顶流家装栏目《梦想改造家》的合作，恒洁向亿万国人展现了众多教科书级别的卫浴焕新案例；恒洁将通过焕新城市计划，与各界优质资源、机构、伙伴密切配合，助力老旧房屋的改造、卫浴空间功能的升级，让更多的人受益。恒洁始终认为，卫浴不将就，生活更讲究。

作为有担当的新国货品牌，恒洁为焕新城市计划赋予了公益属性。为试点推进重庆市乡村教育改造的公益活动，同时针对有需求的家庭实施居家改造优惠服务，恒洁集团重庆运营中心向重庆市乡村振兴基金会捐赠100万恒洁产品物资/服务。

恒洁要传递的，不仅是一次公益活动带来的影

响，更是以知恩反哺的态度，唤起更多的人在忙碌的城市生活中，将目光投向那些需要被看到的人群，让城市生活更美好。

如何利用焕新设计来保留城市印记，提升城市居民的健康水平与生活指数？DESIGNER设计师杂志主编 & 青年设计师俱乐部创始人戴薇通过“小曼谷”紫薇路一条街等城市焕新案例表明，城市更新是存续与创新并存、物质与精神并进、整体与局部并重的可持续发展过程，而重庆会成为中国城市更新的特色样本。

引导城市生活焕新，永远可以相信设计师的力量。通过加入“焕新生活改造官”行列，重庆设计师们的付出必将让重庆市民的家居生活更有温度。集众之力，兴众之事，在焕新城市的道路上，更多商超伙伴加入了恒洁“朋友圈”。恒洁与居然之家、苏宁易购、红星美凯龙、海尔智家的战略合作，让新国货代表品牌与商超巨头、头部家居品牌结成共同体，共同为重庆市民的品质生活而奋斗。



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

A service worker in a blue uniform stands next to a white smart toilet. The background shows a modern bathroom interior.

“恒洁闪装”服务率先在 18 个城市落地

助力城市更新和品质生活，服务是其中重要的一环。智能马桶的上门安装一直是消费痛点，在恒洁焕新城市计划 - 重庆站开启之际，恒洁率先在 18 个城市落地“恒洁闪装”服务——从拆除旧品到换上恒洁智能马桶，仅需 2 小时。这种专业、省心、快速的安装服务，将是保障焕新城市计划成功的关键。

恒洁一直致力于为消费者提供极致的服务，不仅依托覆盖全国 400 多个城市的 3000 多服务网点，致力于解决服务过程中的难点和痛点，并针对消费者关心的服务顾虑和痛点，推出多种服务举措。比如在行业首批推出并不断夯实 1350（一生为您）服务体系，让消费者享受全程无忧的购物体验；早在 2016 年起就以开行业先河的“智能坐便器整机六年质保”服务，让消费者从此对购买和使用智能马桶更安心；为了扫除用户关于“卫生间因条件限制，不适合安装智能马桶”的顾虑，推出了“卫浴空间免费电路改造服务”；担心卫浴服务受疫情影响没保障？担心卫浴服务受疫情影响没保障？恒洁自 2020 年 2 月 2 日起，面向全国所有家庭开通免费并不限品牌的“恒洁在线 - 卫

浴 24 小时远程排忧服务等。

为了向消费者提供极致的服务，恒洁组建了一支包括 10000 多名恒洁专业服务工程师在内的恒洁服务团队，并且所有服务工程师都必须参与从上门服务规范到实操考试等培训认证，并且要求必须 100% 实现上岗认证；同时，恒洁探索金牌工程师运营制度，通过培育和留住专业服务工程师，让服务满意度节节攀升。以恒洁电

路改造服务工程师为例，为确保服务专业、合规，恒洁对上门服务的工程师进行重重考核，工程师们需取得恒洁智能上岗证、恒洁电路改造证、国家低压电工证三个证件，才能上门服务。

在恒洁专业服务团队的保障下，“恒洁闪装”服务不仅将成为恒洁极致服务新亮点，也将为恒洁焕新城市计划提供有力保障，助力更多中国家庭开启助力品质生活。

恒洁HEGII

恒洁 | 智能卫浴专家

A white smart toilet is shown in a modern bathroom setting, with a city skyline at night reflected in the water in the background.

恒洁再度蝉联卫浴类 “家居行业服务榜样”榜首。

文 / 网易家居

近日，网易家居315专题报道策划“寻找家居服务榜样”如期而至，重磅奖项“2022年度家居行业服务榜样”揭晓，其中，恒洁卫浴因“在家居服务方面做出突出贡献、起到示范引领作用”而荣获“2022年度家居行业服务榜样”这一重磅奖项。

伴随市场和企业自身发展所驱动，中国家居企业的核心竞争力正从侧重产品力向产品力、服务力并重。在2022国际消费者权益日到来之际，网易家居发起“寻找家居服务榜样”315报道策划，以推动家居企业服务新风范，共启行业发展新使命。

2022年，网易家居“寻找家居服务榜样”315服务调查走到第十二年，值此特殊时间，网易家居整合过去11年线上、线下调查中表现优异的家居品牌，综合网易用户数据、联动专业媒体、协会力量，甄选并表彰服务模式领先、具备行业代表性、符合时代发展潮流的家居服务榜样企业。

2022年度家居行业服务榜样 ——恒洁卫浴

本奖项授予在服务创新升级方面有突出贡献、对行业服务水平进阶起到积极引领作用的优秀企业品牌。此前，恒洁已连续两年蝉联网易家居315服务调查“双料冠军”：2020年、2021年均蝉联网易家居“315调查卫浴类综合得分TOP榜”、“315调查卫浴类门店服务TOP榜”的榜首。

恒洁服务实力强在哪里？回望中可以发现，作为产品主义和长期主义的坚守者，恒洁一如既往践行企业使命，始终如一坚持客户本位，用温暖服务引起共鸣，用细节品质守望信任，从而在消费者心中筑牢坚实口碑。



坚持长期主义，铸就行业服务标杆

消费升级时代，以消费者需求为中心的产品与服务成为突围关键。从品质竞争、服务竞争乃至更高阶的品牌文化竞争，在卫浴行业，恒洁始终走在前端。

恒洁完善的客户关怀系统为用户提供卫浴行业独家的365天7×24小时人工在线服务，保障用户后顾无忧；遍布全国的3000多个服务网点，让便捷服务就在身边；智能坐便器6年质保等超长服务周期，给用户一剂定心丸；热线24小时一键人工接听，及时响应用户的燃眉之急；卫浴空间免费电路改造服务，解决用户升级痛点……以上种种，都展现出恒洁将服务体验做到极致，用实际行动向用户诠释“恒洁服务，一生为您”的坚定承诺。

从系统上发力，恒洁打造出了独有的“1350服务体系”，并在此基础上不断充实与创新。今年，恒洁将“按约上门”作为服务提质升级的重点，严格要求在与用户约定的时间范围内完成上门服务，避免由于提前上门打乱用户时间安排，以及延后上门造成拖期处理、影响产品使用。作为服务质量的支撑，恒洁在全国建设八大培



训基地，持续为服务团队输送人才，打造金牌服务工程师队伍，精益求精传递“极致服务”理念。

此外，对社会责任的担当，是赋予企业内生动力的重要因素。从海南三亚的天涯海角，到中

国最西北方的油城克拉玛依，今年恒洁发起的“春节不打烊”活动不仅继续落实家庭卫浴保障，还再次将各类公共场所全面纳入服务范围，为1165个公共区域提供主动检修服务。真正做到及时响应，用实干服务回馈社会公众。

存量时代逆风飞扬，“恒洁闪装”服务破茧而出

在存量房更新、用户智能化升级需求迫切的当下，闪装成为解决消费痛点的关键所在。如何抓住风口，将消费痛点变成服务满意度，是企业必须要考虑的问题。

作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁洞察到这一趋势，加速布局“闪装”领域，以快速、便捷、安心为核心，在天津率先推行“恒洁闪装”服务（包含“2小时快速换装+8大免费服务”）并将在北京、上海、重庆、南京、杭州、西安、佛山等18座城市陆续落地，成为恒洁极致服务体验的新亮点。

从旧品拆除到智能换新，升级品质生活仅需2小时，当天完成拆旧、旧品处理、其他品牌产品免费通检等日常需求，为焕新人群提供一站式解决方案。全天候的卫浴产品售后免费咨询及远程“排忧”服务，从一户到千家万户，让温暖与关怀在城市中延续，也引领行业服务品

质保障再上新台阶。

数年来，恒洁产品与服务的精进有目共睹：2019年与海尔、格力、美的等各行业领军品牌一道，赢得“全国售后服务十佳单位”荣誉；而后凭借责任与担当，荣获2020年中国客户服务节“最佳服务案例”奖；又从众多国内外知名卫浴品牌中脱颖而出，蝉联网易家居315服务调查“双料冠军”；2021年，作为卫浴行业唯一品牌，斩获“CTEAS-顾客满意度十星级认证”（全国卓越十佳）……

恒洁服务的愿景是“成为中国卫浴行业服务标杆和服务标准制定者”，此番荣膺“网易家居2022年度家居行业服务榜样”，既是对恒洁过往努力与实力的肯定，也是对恒洁铸就服务标杆的荣誉加冕。相信在未来，恒洁仍将以榜样精神持续深化企业服务，引领行业服务升级，创造家居行业的璀璨明天！



同心战疫

恒洁驰援深圳、香港等地
隔离酒店及方舱医院建设。



图文 / 恒洁编辑部

2022年3月份，全国多地出现突发疫情，再次打乱了大家原本的生活节奏和状态。因为疫情，以速度闻名的深圳按下暂停键；因为疫情，东方之珠香港承受极大压力。面对这场疫情“倒春寒”，恒洁继续助力全国抗疫，帮助受影响的城市和消费者解后顾之忧、破燃眉之急。从火速改装应急隔离酒店，到彻夜不眠援建方舱医院，哪里的抗疫一线有需求，哪里就有恒洁新国货的守护。

极致服务为用户提供 24 小时守护

以专业服务助力宅家抗疫，不分你我他。疫情自今年“倒春寒”以来，从东北长春到华南深圳，哪里有卫浴服务的需求，哪里就会有恒洁的专业在线服务。在本轮疫情中，全国卫浴产品用户均可随时致电恒洁，得到“恒洁在线 - 卫浴 24 小时远程排忧服务”。而恒洁在卫浴行业独有的 365 天 7×24 小时人工在线服务，也确保了疫情期间恒洁服务的“零中断”，赢得了实实在在的口碑。

“恒洁在线 - 卫浴 24 小时远程排忧服务”是恒洁在2020年疫情期间推出的面向所有用户、不分品牌的 24 小时在线服务。为了将服务做得更好，恒洁集合了 10000 多名专业服务工程师与客服人员，疫情期间不分日夜，24 小时在线为用户服务。服务推出至今的近三年时间内，累计收到来自各地大量用户的求助信息，恒洁及时通过电话、视频、语音和文字等为用户提供服务。

以专业服务助力宅家抗疫，连线更连心。在

“2022 春节服务不打烊”行动中，恒洁化寒冬为暖冬，而面对这场“倒春寒”抗疫遭遇战，面对陡然升高的服务工单量，恒洁客服团队依然选择与用户共克时艰。恒洁服务工程师们，

通过视频连线的方式，以精湛技术为用户解决难题，以暖心服务创造用户感动。每一次隔屏相庆，不仅在诠释何为使命必达，也在向全国卫浴产品用户传递抗疫必胜的信心和希望。



驰援深圳、香港等地隔离酒店及方舱医院建设

在“恒洁在线 - 卫浴 24 小时远程排忧服务”筑牢卫浴生活保障同时，恒洁也以拳拳之心，积极助力全国多所方舱医院卫浴设施建设。

早在 2021 年 9 月，恒洁接到紧急电话：为抗

击疫情，深圳市政府决定紧急改装应急隔离酒店，项目施工方期望恒洁保质保量按时完成配合。需求就是指令！本着“生命至上”原则，恒洁在研究应急隔离酒店项目各种实际需求后，迅速行动、统筹安排，连续向深圳项目发送包

括墙排马桶、面盆龙头、淋浴花洒、立柱盆等 3000 多套恒洁卫浴产品，并组织服务工程师，全力以赴圆满完成现场安装任务。

进入 2022 年，与深圳一河之隔的香港，严峻复杂的疫情同样牵动全国人民的心。为确保香港同胞的生命健康安全，中央决定向香港援建多所方舱医院。关键时刻，作为国人信赖的卫浴新国货品牌，恒洁从 2022 年 2 月就开始与时间赛跑，全力配合项目方需求，向香港方舱医院项目供应近 3000 套卫浴产品，全面保障香港方舱医院的各项卫浴设施建设。



3 月 14 日，恒洁香港方舱医院项目组再次接到临时紧急通知，要求立即把 520 套墙排马桶送到方舱医院施工现场。面对这个时间上“不可能的任务”，恒洁人发扬“没有条件创造条件也要上”的精神，恒洁香港项目团队立即协调恒洁集团安排发货，同时与深圳市相关部门展开密切沟通，通过援港抗疫物资专设通道高效

通关，于3月15日凌晨5点将这批重要卫浴物资送达——从接到需求到紧急协调发运，再到最终交付，耗时不到24小时。

在防疫工作处在最吃紧阶段的吉林长春，恒洁服务工程师们顶着茫茫大雪，冲到抗疫最前沿；他们对方舱医院的卫浴设施进行安装、调试、逐一试水，确保万无一失。

距长春100公里外的四平市，恒洁服务工程师加入到检测核酸服务队，每天持续服务10多个小时，聚沙成塔、汇聚微光。

当得知山东淄博为积极应对疫情，决定建设方舱医院，恒洁三位服务工程师主动请缨，关键时刻显担当；同样在山东烟台，恒洁服务工程师不辞辛劳，积极参与到当地1500个隔离点的整体浴室安装工作中。

惊人的速度背后，是恒洁践行习近平总书记就支援香港抗疫作出的“三个一切”和“两个确保”重要指示精神，肩负责任，履行社会责任的生动体现。从2020年春节期间驰援武汉火神山医院，到陆续为西安、南宁、重庆、银川、徐州、安康等地隔离医院的建设捐赠卫浴物资，再到今年驰援深圳、香港等地隔离酒店及方舱医院建设，恒洁始终与逆行者同行，通过产销端的快速行动与高效协同，为全国各地的抗疫事业提供专业的卫浴守护。

作为卫浴新国货代表品牌，恒洁无惧疫情“倒春寒”，冲在以专业守护卫浴健康的最前线，也承担中国企业应有的社会责任；在刚刚结束的网易家居卫浴类“家居行业服务榜样”榜单和优居3.15家居消费品质服务榜单上，恒洁均占据首位——荣誉的背后，是倾力守护的恒洁群像和社会给予恒洁的高度肯定。



城市虽然放慢节奏，但放慢不是躺平。无论是在抗疫一线还是留守在家，每个人都能在自己的岗位付出努力。春寒犹在，但没有越不过的

料峭。每一次驰援，每一份助力，都在传递爱和希望。恒洁将继续与全国人民共同努力，将涓涓细流汇聚成打赢战疫的磅礴力量。



恒洁 HEGII



智能科技 | 6 大核心科技 感质于内



水劲能冲水系统

冲力强劲，冲净无忧



恒净除菌 2.0

三大抗菌杀菌技术，
360° 除菌抑菌，健康守护



清洗智能定位

落座双位置感应，19 厘米超大
感应区域，精准自动定位清洗，
更方便有儿童家庭使用



感应翻盖

雷达微波感应技术，免触感
应开启，翻盖无需弯腰



高频脉冲按摩

60Hz 强弱律动清洗，
按摩肌肤



一键旋钮

化繁为简，随心操控

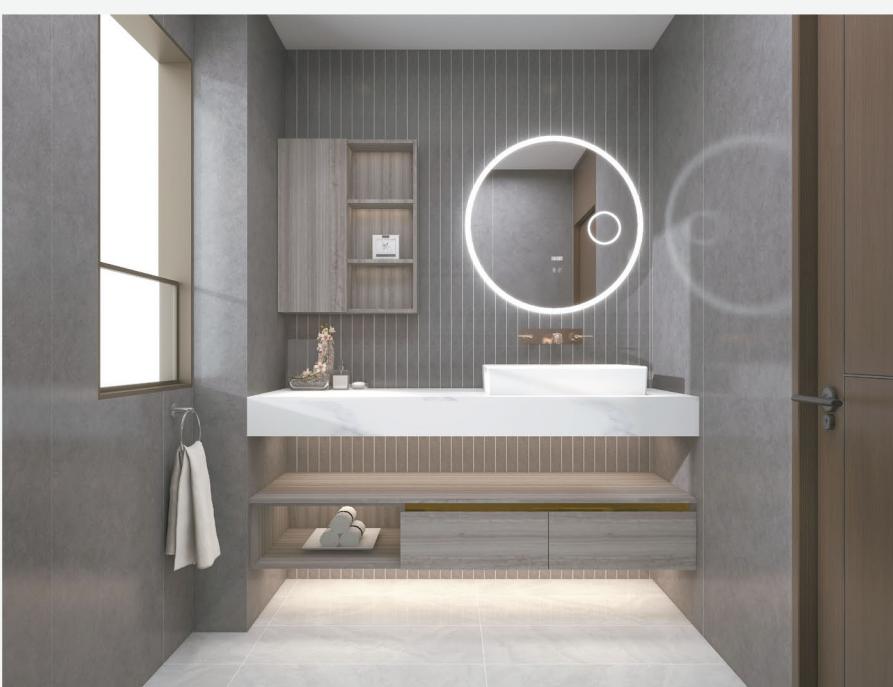
打造品质生活 恒洁浴室柜新品引领家居新趋势

图文 / 恒洁编辑部

近年来，消费主力军越来越年轻化，追求品质和个性的他们已经逐渐成为市场消费的主力群体，整个市场都呈现一种“品质化”、“个性化”的趋势。以年轻人的心态来决定装修风格和浴室柜款式，消费趋势则更加偏向于个性时尚的现代风格设计，市场也刮起一阵“定制风”。

紧扣消费者不断追求品质生活的需求，恒洁推出了多款定制浴室柜，不仅主柜、柜体、面板和尺寸等可以个性化定制，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，给消费者不同的选择。这些产品不仅颜值高，而且应用了多项恒洁研发的技术，助力消费者的品质生活。

◆ 观岩系列



在追求个性的时代，传统浴室柜的通用设计难以满足消费者个性需求，定制成了趋势。恒洁观岩系列浴室柜，风格现代潮流，不仅通过高级石材元素和枪灰色金属的点缀，提升卫浴空间的品味和格调，而且主柜、台面、吊柜、面板、陶瓷盆和镜子 / 镜柜可以为消费提供多种定制选择。例如主柜可以提供 23 种类型、35 种柜体花色和 10 种把手可选，尺寸可柔性定制；面板则提供了 7 个系列，供消费者选择。

观岩系列浴室柜采用的岩板台面，达到 6HM 级莫氏硬度，防火耐高温、无辐射物质且易清洁。柜体板材基材防水防潮性能优于国标 4 倍，不惧卫浴空间潮湿的环境。

◆ 乐享系列



流畅的线条设计，不仅代表了一种时尚，而且简洁实用，体现对自然材料的欣赏，对形式和装饰的克制，以及力求在形式和功能的统一，主柜、台面、吊柜、面板、陶瓷盆和镜子 / 镜柜，在尺寸和样式上都为消费提供了多种定制选择。



乐享系列采用防水多层实木柜体，五层漆工艺，精选不同功能的环保油漆，有效兼顾防潮、防黄、防裂等功能，为消费者提供更加环保、舒适、健康的卫浴生活。此外，还新增了 LED 氛围镜、椭圆形把手、窄边开放柜等多个功能模块，满足个性化需求。

◆ 配趣系列



浴室柜在家庭生活中越来越重要，用户对浴室柜的要求也越来越高，不仅要收纳空间齐全，还要与整体装饰搭配协调。恒洁配趣系列，立足现代轻奢风格，经典的线条设计、精致的拉手造型、整体干净素雅，与当下主流的装饰风格相呼应，满足消费者不迁就的生活主张。

浴室柜是卫生间的收纳主力，它承载了浴室大部分的收纳。恒洁配趣系列除了大容量主柜收纳，还有镜柜、侧柜可以供消费者定制选择，而且主柜、柜体、面板和尺寸等都可以个性化定制。





◆ 奢适系列

奢适系列是为追求品质生活的而设计的浴室家具，精致排列的线条细节，经典的颜色搭配，别具一格的镜面及抽屉灯光，处处彰显现代轻奢风格。此外，增加了收纳挂柜，专业美妆镜等功能解决方案，并提供多种适合美妆，休闲，储物等个性化的柜体搭配方案。柜体采用创新材料，防潮环保，表面创新覆膜工艺，拥有肌肤般质感，带来视觉和触觉的双重体验。



◆ 艺享系列

艺享系列是一款专为女性设计的浴室家具，旨在为女性打造一个健康、舒适、温馨的浴室空间。为了满足不同用户的需求，还可以自选搭配洗衣功能区及多功能储物区，帮助女性减轻家务负担，引导女性整理物品分类有序；柜体采用全新环保材料“树脂合金”，抗菌防潮，坚固耐用，环保健康。

◆ 纯享系列

纯享系列定制浴室柜，集古典与现代为一体，追求艺术与功能的理想融合，冷灰色调精美的银灰色五金点缀散发出浓郁的艺术气息。主柜体和侧柜均可收纳，格层设计存取有序；柜体采用的是木合金材质，触感温润，防水防潮性能优异，还可以很好地应对日常用水导致环境潮湿，而带来的细菌滋生问题。





◆ 定制阳台柜

阳台是生活的延伸之地，虽然不是最受重视的空间，但它作为室内和室外的交界点，却是收纳杂物的主力军，一款合适的定制阳台柜，不仅实用功能强大，更能拉满阳台颜值分。恒洁定制阳台柜，造型简洁，反对多余装饰，尊重材料的性能，讲究材料自身的质地和色彩的配置效果。

此外，恒洁定制阳台柜注重居室空间的布局与使用功能的完美结合，可以提供23个主柜模块、7个高柜模块和15个吊柜模块供消费者选择，以满足不同户型不同尺寸的阳台空间。



恒洁 HEGII



浴室柜科技 | 全方位防水防潮 持久守护



木合金

温润如木，坚韧如金



防水多层实木

防水升级，不惧“芯”潮
基材防水防潮性能优于国际 4 倍 *



5 层防护漆

有效防潮、防黄、防裂，全方位防护，
历久常新

* 恒洁防水多层实木基材可以通过国标浸渍剥离测试 4 个循环，高于国标 1 个循环的要求

**DE
SIGN**



设计之声

THE VOICES OF
DESIGN

潮流分享

2022年 家居设计的流行元素

文 / 吕伟华

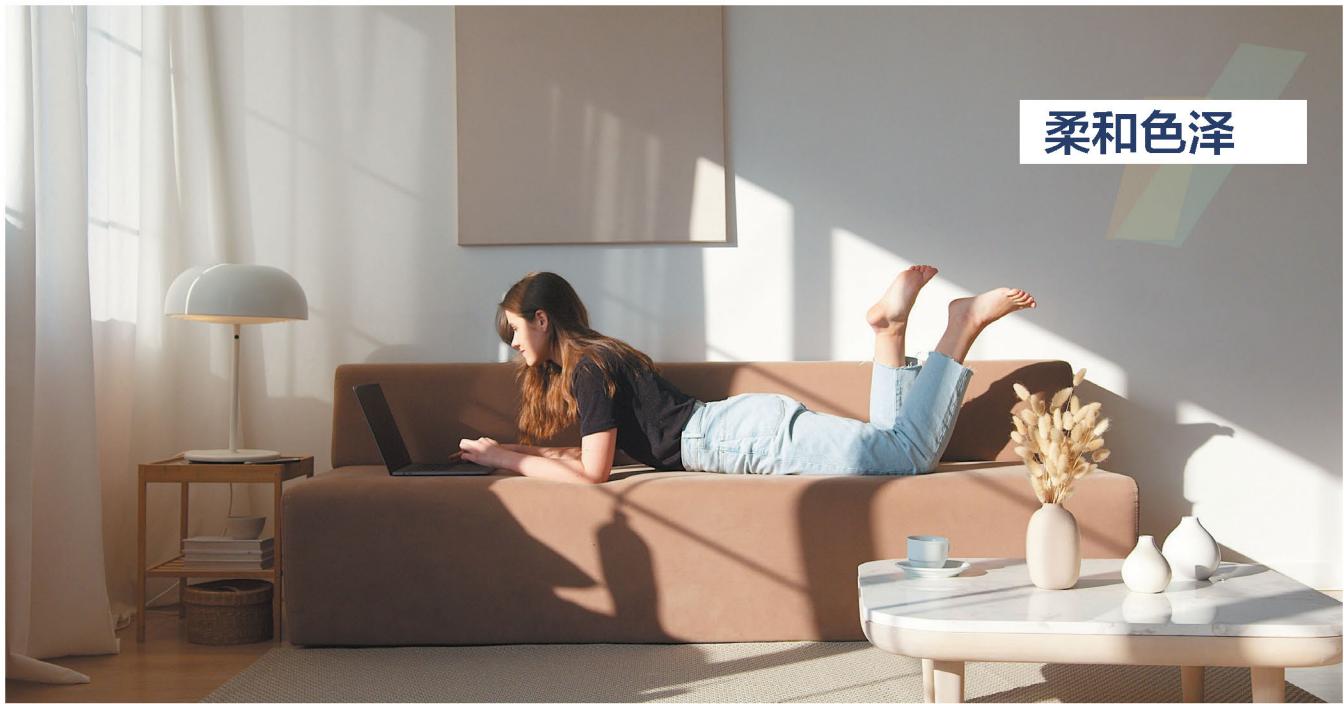
步履不停，时间已跨入2022年，家依旧是我们生活的核心。在疫情反复的背景下，人们有了更多关于生活、生命和健康的思考，一波新的室内设计浪潮随之出现。无论在色彩的运用、材质的选择乃至风格的把握上，今年室内设计的流行元素都流露出一股健康、乐居、环保的意味——让家成为“家”，俨然成为2022年家居行业最广泛、最普适的设计思潮。

绿色流行




绿色是代表生命的颜色，勃勃生机的色彩总能令人心旷神怡，它寓意新生与希望，是大自然中最常见的色彩之一。它纯净到脆弱，它又深沉到如梦如幻，在家居中加入一抹绿色，可以创造出一种精致的低调。

柔和色泽

近期，不少专业设计机构都公布了 2022 年的家居流行颜色。Benjamin Moore 选择了柔和的灰绿色，Sherwin-Williams 选择了鼠尾草，而 Glidden 则选择了浅橄榄绿。这些颜色都有一个共同特点，即柔和、细腻。后疫情时代，人们更加需要一个空间来治愈心灵的创伤，柔和的家居色泽由此成为了家居的首选。

新材料



在家居设计潮流圈，“混搭”已经成为一个司空见惯的名词，随着新材质的发明，越来越多的设计师把设计作品的重点从外形转到材质上来。新材料的应用背后，有木材短缺、审美转变等多方面的影响，尤其时下年轻人对个性化的追求催生了多种“混搭”家具，例如亚克力材质的雕塑椅、钢铁材质的玫瑰椅、由玻璃和金属打造的圆桌、底部是竹藤的收纳桌等。

智能产品

智能家居受到愈来愈多年轻人的喜爱，作为其中的细分产品，智能卫浴也同样受捧。根据市场调研机构 GLOBE NEWSWIRE 预测，2021 至 2027 年的美国市场，智能卫浴的年复合增长率就达到 10.48%，更多消费者偏爱带有智能特性的水龙头、马桶和皂液器。中国智能卫浴市场近年也在快速兴起，在新建楼盘中，智能马桶等产品已成交房标配，智能卫浴对家庭的渗透正在加速。

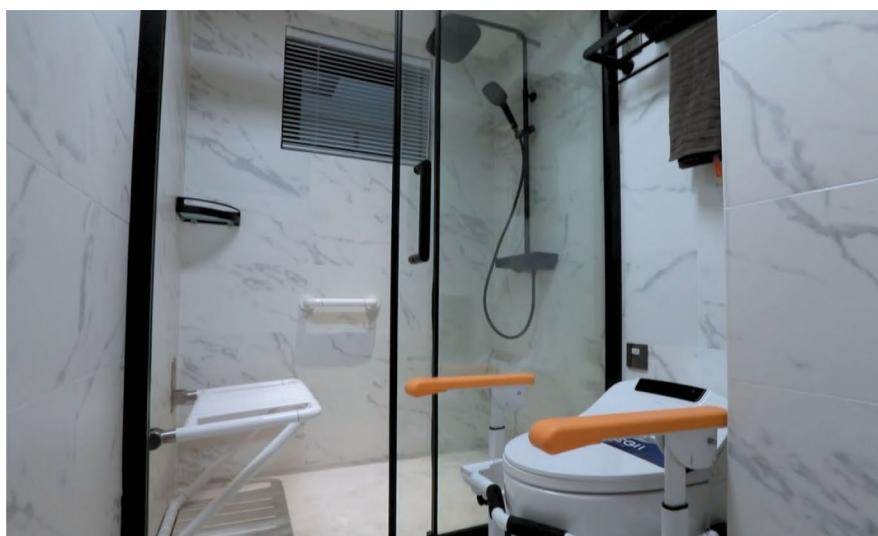
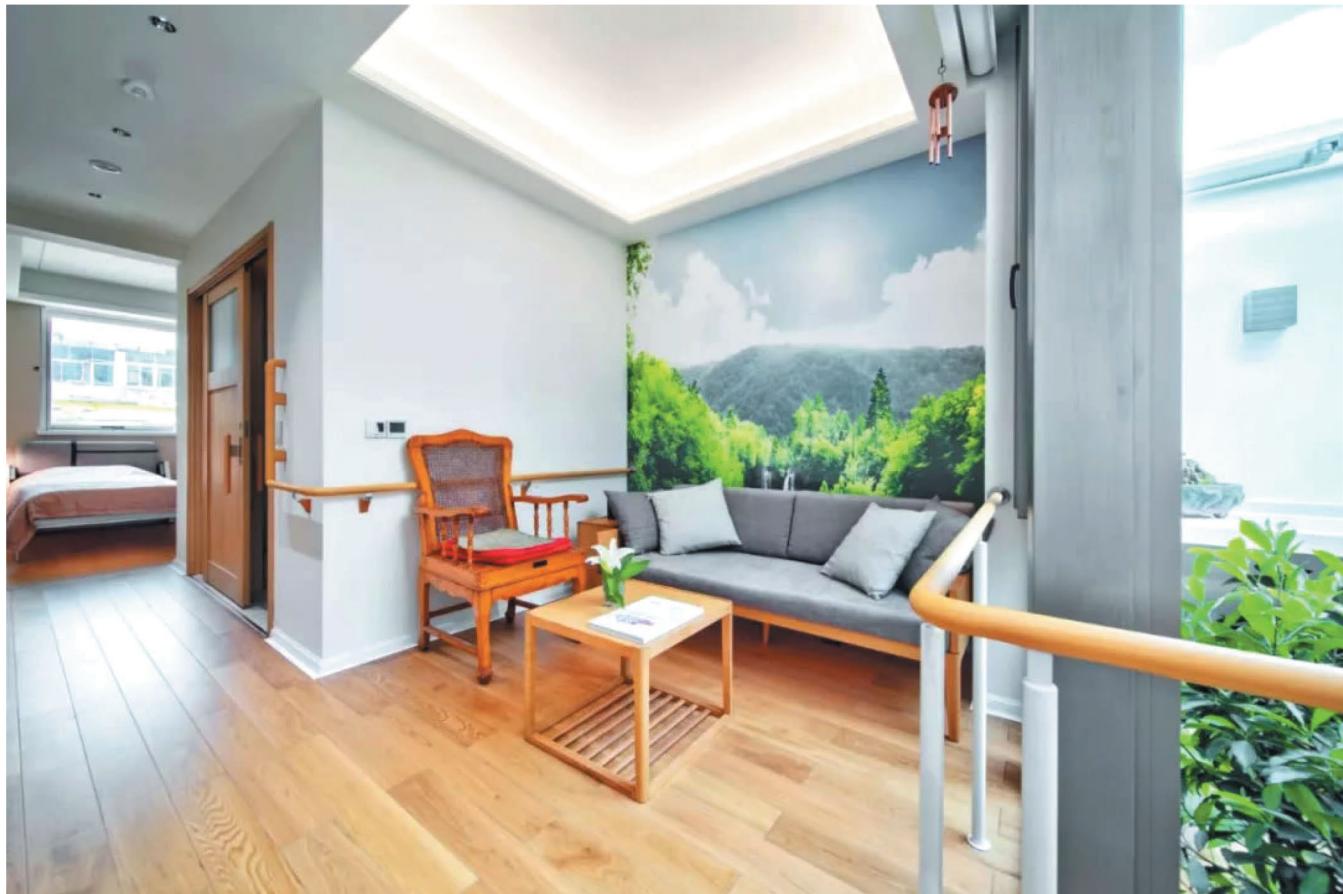




抗菌产品

在疫情的影响下，环境卫生被提到比以往更高的高度，消费者对抗菌、杀菌的需求日益提高，这成为了众多家居、卫浴企业相继推出抗菌产品的背景。作为长期专注抗菌科技的企业，恒洁早于 2020 年就发布了《卫浴空间抗菌白皮书》，为中国家庭带来“标准”守护。产品上，恒洁相继推出了达到最高防霉等级的浴室柜、采用微晶抗污釉技术的陶瓷坐便器、采用 FFC 材料的卫浴台盆等抗菌产品，为消费者的健康生活保驾护航。





适老产品

中国的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，马桶区和淋浴区是老人使用最频繁的地方，通过增加扶手设计，可以起到助力和支撑的作用，确保老人在使用时的安全性；若老人体力欠佳，不适宜长时间淋浴，可以在淋浴处增加淋浴凳或壁挂椅，来解决久站不适等问题。



毛绒纺织品

毛绒纺织品在空间舒适度方面起着关键作用，因此有设计师预测 2022 年会出现大量这类产品。外面毛绒的软体家具、柔的地毯是这类产品中的主角，它们起伏的纹理能改变传统家居风格中冰冷的一面，带来温暖、舒适的感觉，简单来说就是家的感觉。

水磨石瓷砖



水磨石瓷砖由于纹理自然，极富天然光泽，在空间展示上更显沉稳、优雅、经典又彰显格调，成为近年业主们翻新浴室时的优先选择。今年初，国外媒体针对 2021 年卫浴产品网上搜索情况进行了统计，发现水磨石瓷砖的搜索量排在第三，仅次于坐浴盆和墙纸，这种产品的受关注程度可见一斑。



全屋中枢

智能家居快速普及的今天，围绕如何利用智能中枢控制全屋智能家居这一问题，催生了智能开关行业。以该行业的领导品牌欧瑞博为例，其产智能开关产品除了搭载多功能按键，还配备了超大触摸屏，产品整合了 WiFi 网关、照明控制、红外遥控器、智能音箱、闹钟等多重功能，堪称一块挂在墙上的平板电脑。

恒者行远！

他们在新挑战中坚定前行

文 / 网易家居

2021年，是恒洁攻坚克难、逆风飞扬的一年。在行业和一些品牌出现种种困难的情况下，善于创造奇迹的恒洁人，把困难和挑战锤炼为进步的阶梯，不但锁定经营目标，实现了业绩增长，而且在渠道建设、服务提升等各方面都取得了全方位的进步。

令人骄傲的成绩，离不开恒洁每一位经销商伙伴的开拓进取和辛勤耕耘。回顾过去一年，围绕消费者生活方式与行业发展趋势的变化，经销商伙伴们加大了转型升级的力度，从大型终端营销活动落地、数字化营销能力提升，到包括家装、设计师、商业等全渠道的开拓，经销商伙伴们的表现在可圈可点。作为冲在市场一线的经销商，组织升级、品牌建设、家装渠道建设、店效提升、商业渠道拓展、市场拓局等方面应该如何布局？恒洁集团上海运营中心总经理陈雪波、恒洁集团京津运营中心总经理陈凯浩、恒洁集团佛山运营中心总经理冯奎、恒洁集团无锡运营中心副总经理陈小滢、恒洁集团深圳运营中心总经理苏雪蓉、恒洁集团太原运营中心总经理王可刚分享了他们的经验。

上海 陈雪波

组织建设是企业发展的根基



组织建设是企业发展的根基，如何完成组织升级，进而助力品牌、渠道、服务等各个版块的系统升级，最终实现企业良性快速发展，是当下企业和商家都在探索的重点内容。在企业组织中，人才又是发展的前提，如何聚拢优秀的人才？

首先是愿景。恒洁是一家什么样的公司？恒洁的使命和未来的发展目标是什么？我们要有深刻的认识，并形成全体人员的共识，再通过共同的愿景把更多人才吸引过来。其次，在对发展愿景有深刻认识的基础上，分阶段落实具体的企业愿景、制定目标——包括不同阶段恒洁的发展目标，例如门店数量、市场占有率、服务评价等，每一个目标都要清晰明确，再根据目标去寻找合适的人才，建立组织的人才密度。

第三，完善组织的管理机制。一方面要重视员工的成长，以培训、赋能、激励等方式帮助员工进行技能上的提升；另一方面，要提供充满竞争力的福利以及广阔的晋升空间，上下齐心，将企业的规模做大，吸引更多人才加盟。第四是及时鼓励、分享成果，除了技能提升还要关注员工的心灵成长，对员工发展过程中遇到的瓶颈以及生活上遇到的困难，给予帮助。

面对快速变化的外部环境，过去一年上海恒洁把组织建设和人才战略放在了发展的第一位，希望通过组织升级，助力恒洁成为上海卫浴第一品牌的愿景。

天津 陈凯浩

品牌升级要以用户为中心



品牌是产品与服务的识别，它是一种标识、一种认知，代表着消费者对我们产品和服务等方面的综合认知。品牌有了良好的知名度和美誉度，就有了凝聚力与扩散力，就能成为了业绩增长的动力。那么，如何进行终端品牌建设，提升品牌美誉度，

为销售助力？

一定要思考用户的需求与痛点，并以用户为中心，用极致的产品和服务满足消费需求。当下的消费市场，正在发生深刻变化，消费多样性带来的个性化需求、渠道变革引起的消费方式变化，以及消费者对服务体验要求的提升，让家居企业和商家面临着新的挑战。只有看清市场中消费者不断变化的需求，并为消费者提供极致的产品和服务，才不会被市场淘汰，品牌的发展也才能更加稳健。

把极致的产品、极致的服务交付给消费者，需要我们全力以赴，全方位考虑与付出。例如每个城市、每个区域消费者的消费行为、使用习惯是不一样的，他们需要什么样的产品和服务？零售、工程、家装等不同渠道对产品和服务的要求不一样，如何满足这些不同的需求？不同年龄层次的消费者，对产品的需求和服务体验也不同，品牌如何对他们进行传播和沟通？我们要不断从产品、营销、沟通、体验、服务等多个维度进行提升，用创新的方式满足消费者的需求，为用户创造价值。

佛山 冯奎

家装渠道的发展大有可为



近年来，家居行业发生了巨大变化，卫浴企业的赛道也发生了改变，正在迈向多渠道发展的变革期，以家装等为代表的渠道在销售中的占比越来越大，成了很多企业和商家的增量渠道。

佛山恒洁 2018 年开始布局家装渠道，目前和佛山当地主要的家装公司都建立了深度合作，家装渠道已经是佛山恒洁主要的渠道之一，而且我们认为家装渠道未来的发展大有可为。

家装渠道的建设首先要搭建合适的合作模式，以适应不同家装公司的需求，比如“半包”和“全包”等不同模式，在产品上应该要如何搭配才能更好满足家装公司和客户的需求。其次是优势的产品，在消费升级的背景下，家装企业的产品组合也在升级，并非是价格便宜的产品就能打动家装企业。特别是近年来越来越多家装企业开始主推智能马桶，而智能马桶恰好是恒洁的优势产品，目前佛山恒洁已经将智能马桶作为和家装企业合作的主打产品之一。

第三是要搭建专业的团队，和装修公司保持密切的沟通，做好服务工作。装修公司面对消费者客户强调的是“一站式服务”，如何和家装公司一起做好服务在家装渠道的建设中是非常重要的一环，包括相关产品知识的介绍、联合制定营销方案、及时跟进售后服务等，必须全方位确保售前、售中、售后高度的专业性。

无锡 陈小滢

为消费者创造更加舒适的体验



终端竞争日趋激烈，如何提升门店业绩赢取市场，并在竞争中占得先机成为商家们需要迫切思考的问题。门店店效提升涉及到多个方面，过去几年中我们尝试了很多方法，有的收益比较大，有的不尽人意，重新复盘后，我们认为有三个方面在店效

提升中是比较关键的。

第一、门店组织的建设。组织和人员是为完成一定的目标而服务的，没有优秀的人才，没有强力的团队，再多的努力也只能是“事倍功半”，因此门店首先要根据自身的发展目标搭建合理的组织架构及人员配置，并且让每个人在不同的岗位上充分发挥其技能。此外，门店的目标也会随着不同发展阶段的需要而动态变化，组织和组织人员也应随着门店目标的变动而进行同步调整适应发展的需求。

第二、开拓新渠道、尝试新模式。门店过去的销售模式主要是以零售为主，但近年来家装、工程等渠道在门店的销售中占比不断提升，因此除了加强传统的零售渠道外，门店也要进行多渠道布局。此外，如今是用户主导市场的时代，门店还要与时俱进，尝试直播等新的销售模式，适应年轻用户的消费习惯。

第三、为用户创造更加舒适的消费体验。当前的家居消费正从物质消费转向“物质+精神”消费，消费者更加注重体验与个性，门店作为线下体验的主要场景，要从品牌沟通、产品体验、营销活动、服务支持等多个维度为消费者创造更加舒适的消费体验。

深圳 苏雪蓉

极致的服务是商业渠道的底气

恒洁 HEGII
恒于心 专于质

商业渠道是近年家居企业重点深耕的渠道，而且公建类的商业项目更加青睐国货品牌，这是商业渠道巨大的机遇。在商业渠道尤其是公装领域，凭借着一流的产品、服务及口碑，深圳恒

洁和深圳的政府项目、知名企总部大楼、公共设施、交通场所等都建立了合作，同时越来越多的民生项目也选择了恒洁的产品。

由于深圳的区域特性，深圳的公建项目对产品的设计及创新方面要求较高，而且除了产品、质量、价格等因素外，在交付上也有严格的标准。作为卫浴领军品牌，恒洁无论是在产品设计、还是功能和技术创新都走在行业前沿，深圳恒洁更多的是做好商业渠道的落地服务，并且持续优化服务流程。深圳恒洁组建了专业的服务团队，以专业的知识为客户提供更好的服务，比如在对接商业项目时，深圳恒洁除了按时完成供货任务，还会派专业人员免费对使用环境可能存在的问题进行前期排查，并提供安装指导服务。

当前，粤港澳大湾区是中国区域发展规划中最受关注和看好的地区，深圳作为大湾区的核心地带，不仅深圳当地的商业渠道蕴含着巨大机遇，而且会辐射到周边区域，市场空间巨大。虽然可以预见，未来深圳商业渠道的竞争肯定会更加激烈，但高品质的产品、极致的服务和专业的团队，就是深圳恒洁面对未来的底气支撑。

太原 王可刚

价值创新才能更好实现战略目标

恒洁 HEGII
恒于心 专于质

竞争是企业发展的主旋律，任何企业想要发展，就必须面对市场竞争。特别是每到一个新市场，我们都要面临新的环境、新的竞争对手和新的挑战，如何制定发展的策略、路径和方法，

在竞争中突围？

首先要有清晰的发展目标，例如多长时间内成为当地卫浴市场第一品牌，这个目标必须是明确、而且有时间节点的。目标明确后，再确定我们要从哪里出发，选择什么战略路径达到目标，比如成本领先战略，跟随策略等。但战略的选择，必须建立在对市场、对自身定位了解的基础上，熟悉自己的发展基因，才能做出正确选择，对太原恒洁来说，只有价值创新这条路径才有可能实现我们制定的战略目标。

价值创新，说到底是从消费者的需求出发进行的创新，企业投入的资源、耗费的精力、耗费的时间都会比较大，因为只有真正用心付出才有可能解决消费者的需求和痛点。但既然选择了这条路，一切的付出都是值得的，剩下的事情就靠我们组织和团队一起努力完成。价值创新不可能一蹴而就，需要我们坚守“长期主义”，一步一个脚印，把最基础的工作做扎实，把服务做好，把口碑做好，积累发展势能，只有这样，我们才能紧扣不断变化的消费需求，为消费者提供极致的卫浴体验，成为当地卫浴的第一品牌。

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！

征稿启事

欢迎
订阅

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。

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