HEGII VISION

恒洁视界

半年刊

2024 第一期
品牌读物（总第45期）




选品质
就是选生活
a home away from home
Interiors Atelier AM


恒洁HEGII
恒洁品牌代言人
宋佳

CONTE



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
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：2024 年 6 月 总第 45 期

扫一扫，获取电子版

01 **恒洁动态** | HEGII TRENDS

09 **恒洁荣誉** | HEGII HONOR

特别策划 | SPECIAL REPORT

14 **大美空间，向美而生！**
恒洁与中国国家地理官宣合作



17 恒洁与中国国家地理携手演绎高品质空间之美

22 “五一”火出圈！
恒洁联合中国国家地理探索“大美空间”

26 **总有美好在此间！**
2024 恒洁新品发布会成功举办！



ENTS



32 引领高品质卫浴生活，为什么要看恒洁？

38 **恒洁“品质生活”全卫空间解决方案惊艳绽放 2024 KBC**

46 恒洁探寻此间美好，引领品质卫浴生活新篇章

49 惊艳亮相！
恒洁首登广州设计周 与设计师共探品质生活



53 大咖云集，共话设计！
质美中国城市新人居论坛圆满举办

57 **恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼举行**

59 质美中国丨相聚长春
恒洁携手设计师共绘质美新篇



63 **品质生活，美好焕新丨恒洁焕新城市计划再谱新篇**

01

恒洁首登广州设计周，与设计师共探品质生活



2023 年 12 月 8 日，恒洁作为「超级品牌策源 IP 概念馆」唯一被臻选参展卫浴品牌，首次登陆广州设计周，为设计师和观众朋友带来一场空间与美学、场景与体验、品质与生活的思考与探索。恒洁 × 谢英凯老师精心打造的“恒洁 H-SPACE” 美学主题馆，将恒洁“专注品质、持续创新、倡导环保，致力于通过产品和服务，创造品质美好生活”的使命通过空间设计和产品创新展示形式，完美呈现和诠释。

02

恒洁质美中国城市新人居论坛圆满举办



2023 年 12 月 10 日，由恒洁 × 网易联合主办的“遇见质美 质美中国城市新人居论坛”于 2023 广州设计周圆满举办。现场回顾和总结了质美中国活动五年来的丰硕成果，重磅发布了《2023 品质人居城市样本蓝皮书》，并颁发了 2022-2023 网易城市设计影响力榜、2022-2023 网易城市设计影响力 - 战略支持机构获奖名单。活动还举办了 2024 质美中国 IP 升级启动仪式，恒洁将致力从“荣誉、价值、成长”等多维度助力设计师实现新的突破。

03

恒洁积极配合 2024“消费促进年”重点消费促进活动



2024 年初，商务部将 2024 年定为“消费促进年”，坚持“政策 + 活动”双轮驱动，营造良好的消费氛围。恒洁卫浴再度配合中国建筑材料流通协会关于开展 2024“消费促进年”的重点消费促进活动，满足中国家庭高质量生活的升级需求，再获国家层面认可。作为连续三次入选人民日报社“品牌强国计划”的卫浴新国货品牌代表，恒洁积极响应国家政策，以创新为动力，以品质为后盾，以服务为抓手，致力于提升消费者的生活品质。

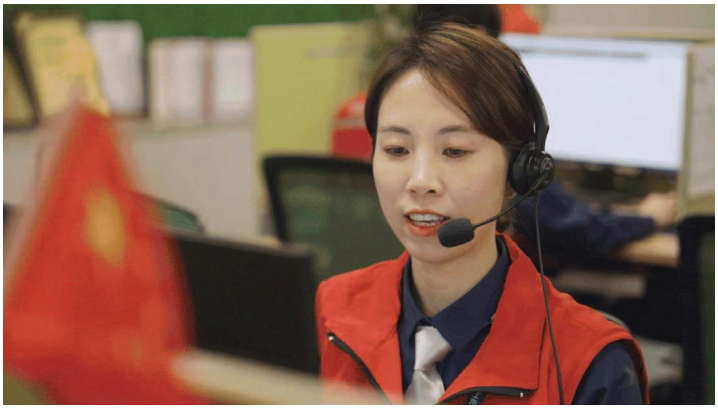
04

恒洁集团 2024 年度经销商大会圆满举行



2024 年 1 月 11 日 -12 日，以“立恒志·创未来”为主题的恒洁集团 2024 年度经销商大会在浙江宁波举行，恒洁集团董事长谢伟藩携管理团队，与恒洁经销商代表共同回顾过去一年的奋斗与成绩，共同擘画新一年的发展蓝图。谢伟藩董事长表示，2023 年对于恒洁是逆风飞扬的一年，恒洁能取得这样的成绩，离不开全体恒洁人的辛勤付出，更离不开经销商伙伴的坚定支持。面对未来的挑战，恒洁将坚守诚信务实、用户至上、以人为本、追求卓越的企业核心价值观，同时从产品、渠道、品牌、价值链、人才及应对变化的策略维度出发，向着更高的目标迈进。

恒洁 2024 春节服务不打烊获点赞



05

2024 春节期间，恒洁服务紧扣【品质服务，从“心”开始】这一活动主题，共守护了 20 万 + 家庭，获得“非常满意”评价近 7 万个，收到上万用户的表扬和认可。此外，2024 春节期间，恒洁公共卫浴巡检活动覆盖了上百个城市，涉及近 600 个重要区域。通过这一系列的巡检与维护工作，恒洁确保了春节期间公共卫生设施的正常使用，用专业能力为公共卫生安全贡献一份力量。

06

2024 深圳家居设计周，恒洁演绎美学与智能的先锋碰撞



2024 年 3 月 17-20 日，2024 深圳家居设计周拉开帷幕，恒洁惊艳亮相，为打造品质感与设计感的“中国新居”提供卫浴空间解决方案。作为全卫空间解决方案提供者，恒洁以 26 年精耕卫浴行业的品质基因，以及强大的全品类研发生产实力与服务优势，针对不同人群、不同空间，不同功能需求和场景体验，提供多元化、高品质的选择。现场恒洁现代极简、现代简约、现代轻奢产品，满足不同用户的个性化需求，更展现了恒洁的全品类引领的出众实力。

07

恒洁亮相 2024 上海国际酒店及商业空间博览会

2024 年 3 月 26-29 日，2024 上海国际酒店及商业空间博览会于上海浦东新国际博览中心举办。家居新国货领军品牌、华住优秀供应商恒洁携酒店空间卫浴产品及整体解决方案重磅亮相 E4 馆华住易购专馆，以多元化产品和服务为酒旅行业提供全面解决方案，为酒旅产业卫浴空间变革带来新的可能。



恒洁在中国建筑卫生陶瓷质量大会分享高质量发展经验



08

2024 年 3 月 27 日，第七届中国建筑卫生陶瓷质量大会在广东潮州召开。恒洁集团谢伟藩董事长应邀在本次大会发表致辞，谢董指出，中国建筑卫生陶瓷产业正处于转型升级的关键时期，需要行业同仁共同努力，推动产业向高质量、可持续发展方向迈进。作为行业一员，恒洁始终坚守“质量为本，创新驱动”的发展理念，并将质量管理视为企业生存和发展的核心，致力于提供高品质的建筑卫生陶瓷产品，不断引进先进技术和加强质量管理体系，以确保每一件产品达到甚至超越国家标准。

恒洁与中国国家地理官宣合作



09

2024 年 4 月，恒洁卫浴联合“权威旅行指南”《中国国家地理》发布「总有美好在此间」概念片，并携手品牌代言人宋佳领略与探索中国广袤大地的“大美山河”，共同诠释“大美空间”的品质内涵，开启了 2024 年恒洁卫浴品牌升级“向美而生”的进阶序章。恒洁与国民级文旅 IP 的这一跨界作品一经推出迅速收获广泛反响，话题热度不断升温，截止到 5 月 3 日，抖音话题播放量已超过 5.7 亿次，微博讨论量超过 4.5 万，火热出圈走进大众视野。

10

恒洁焕新城市计划·银川站盛大启动

2024 年 4 月 15 日，恒洁焕新城市计划银川站活动举行，恒洁集团西北大区销售总监熊伟鹏、恒洁集团银川、西安、太原运营中心董事长王可刚、宁夏室内装饰协会秘书长谯代彪、优创艺术生活主理人 / 苏州装饰设计行业协会常务副会长由伟壮、宁夏室内装饰协会副秘书长 / 广州设计周银川分站主理人高熠、优居新闻全国总编黄小容、恒洁集团银川运营中心总经理宋阿龙、恒洁集团品牌经理李润楷等共同出席活动。



恒洁焕新城市计划·宁波站盛大开幕



11

2024 年 4 月 19 日，恒洁焕新城市计划宁波站启动仪式举行，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华、中国建筑材料流通协会执委副会长兼经销商委主席李作奇等领导与嘉宾出席活动，共同开启了宁波新一轮家居焕新升级之旅。在宁波站活动上，相继发布了恒洁的最新品牌资讯和新品信息，包括恒洁携手中国最具收藏价值的顶级地理杂志——《中国国家地理》，恒洁“质美中国”与“亚洲青年设计之光”的 IP 联名，都充分展示了恒洁对于推动中国家居行业发展和提升消费者生活品质的坚定决心与不懈努力。

12

恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼圆满举行

2024 年 4 月 25 日，2024 恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼于西安当代设计周启幕。“亚洲青年设计之光”是由亚洲权威媒体共同发起的青年设计翘楚观察计划，宗旨是挖掘展示亚洲地区的杰出青年设计师。该活动一经在中国内地首次推出，就吸引了近万名青年设计师关注，近千人的报名参与，通过赛事权威媒体的持续报道，引发亚洲区域声量级事件传播。据了解，2024“亚洲青年设计之光”将与恒洁体系设计师渠道多 IP 活动联动，为青年设计师提供展示才华和实现梦想的舞台，推动亚洲设计文化的交流与融合。



恒洁联合中国国家地理发布“五一旅游指南”



13

2024 年 4 月 25 日，恒洁卫浴联合“权威旅行指南”——中国国家地理，重磅发布“五一旅游指南”，精心挑选 14 处国内标志性的自然与人文景点，从韶关丹霞山的绚丽色彩到恩施大峡谷的自然奇迹，从厦门鼓浪屿的浪漫风情到三亚蜈支洲岛的心形奇观，每一帧都是中国大美空间的极致展现。与此同时，恒洁联合中国国家地理 C 框“最美打卡点”也入驻全国各大 5A 热门景区，共同见证中国大美空间。

14

政企携手，恒洁助力！“五一”焕新消费嘉年华成功启动

2024 年 5 月 1 日，由中共佛山市三水区委宣传部、佛山市三水区住房城乡建设和水利局等部门联合主办，主题为“以旧换新，三水有礼”的三水区“五一”焕新消费嘉年华启动仪式在佛山三水举行。恒洁集团董事长，同时也兼任三水区工商联主席、区总商会会长的谢伟藩应邀出席，并作为企业代表发表致辞。此外，恒洁还得到“焕新消费嘉年华品牌合作单位”的授牌，同时在活动现场展示了恒洁“品质生活”全卫空间解决方案，以及引领行业潮流的 R9 智能一体机等创新产品。



15

恒洁亮相第三届全国绿色智能家居消费节启动会

2024 年 5 月 6 日，由中国建筑材料流通协会主办的“第三届全国绿色智能家居消费节启动会”在北京举行。本次活动的主题是“绿色智能，乐享盛惠”，旨在推动绿色智能家居产品的普及与发展。恒洁作为卫浴行业唯一受邀企业，在会议上发表主题演讲，助力“促进厨卫焕新行动方案”的发布，同时还参加了宣誓和启动仪式，表达对推动绿色智能家居消费的坚定支持。



16

2024 恒洁“总有美好在此间”新品发布会成功举办

2024 年 5 月 13 日，恒洁“总有美好在此间”新品发布会在上海豫园举行。众多行业大咖、权威主流媒体、天猫代表、经销商代表及恒洁集团管理层等多位重量级嘉宾齐聚一堂共同见证这一璀璨时刻。发布会上，恒洁携雅繁花全卫空间解决方案、悦羽枫全卫空间解决方案和恒洁·星空全卫空间解决方案三大全卫空间解决方案和多款新品惊艳亮相，开启了一场沉浸式的美好空间探索之旅。



17

恒洁“总有美好在此间”摄影展人气火爆

2024 年 5 月 11 日 -13 日，恒洁与中国国家地理联袂呈现的“总有美好在此间”摄影展，在上海豫园举行，现场人气火爆。借势持续升温的全民出游热度，新国货品牌恒洁卫浴今年携手中国国家地理这一国民级文旅 IP，以“创造品质美好生活”为核心，不断升级全域空间场所的卫浴品质，为国人创造品质美好生活。整个活动期间，吸引了超过 18 万人次游客驻足打卡，进一步增强了品质美好空间的体验感与参与感。



18

恒洁“品质生活”全卫空间解决方案惊艳绽放 2024 KBC

2024 年 5 月 14 日，第 28 届中国国际厨房、卫浴设施展览会 (KBC) 在上海新国际博览中心启幕。恒洁以“总有美好在此间”为主题，携恒洁“品质生活”全卫空间解决方案、卫浴全品类重磅新品惊艳亮相，以领先的技术设计，极致的美学体验，向观众展示了恒洁对于品质美好生活的执着追求和丰硕成果，得到行业内外的高度关注和认可。



19

恒洁天猫超级品牌日完美收官

2024 年 5 月，恒洁与天猫携手合作的国货卫浴品牌首个超级品牌日完美收官。活动期间，天猫恒洁卫浴官方旗舰店销售额超过 5000 万，智能一体机、花洒套装、普通坐便器、浴室柜组合等产品品类持续霸榜 TOP1，新会员同比增长 330%，百城焕新计划渠道销售额突破 3 亿。同时，恒洁天猫超级品牌日引起了巨大的网络轰动，微博平台累积了 2.3 亿阅读量，抖音话题播放量 6.4 亿，掀起了全民探索美好的热潮。此外，天猫超级品牌日期间，恒洁联合了爱奇艺、百度、高德地图等七大主流应用的开屏广告形成联动矩阵，合力增强品牌传播的广度与深度，并在北京、上海、广州等主要城市机场及近百家高铁枢纽站铺设广告，线上线下全域曝光，深化传播效率与影响力。



20

恒洁亮相全国消费品以旧换新行动—天津站

2024 年 5 月 16 日，由商务部、天津市人民政府主办的“全国消费品以旧换新行动—天津站暨 2024 家居焕新消费季启动仪式”在国家会展中心（天津）隆重举行。商务部、天津市政府、相关司局及中心负责人，各省市商务部门代表，金融机构、行业协会、头部企业和媒体代表等参加了此次活动。恒洁作为卫浴行业唯一代表受邀分享在“焕新”领域的探索与成果，积极助力以旧换新行动的推进与实施，展现了在家居领域的综合影响力。



质美中国丨相聚长春，恒洁携手设计师共绘质美新篇



21

2024 年 5 月 29 日，2024 恒洁“质美中国”亚洲青年设计之光全国巡礼来到长春。赖旭东、刘家安、张雷等知名设计师与长春设计先锋们齐聚一堂，深入探讨城市人文底蕴，共同开启长春设计新篇章。活动上，恒洁与网易联合发布了长春站的“H+ 城市设计影响力榜”，该榜单的发布也将激发长春地区城市设计活力，发掘和培养更多设计人才，为城市的美好未来贡献心力。

恒洁HEGII

选品质 就是选生活

开创3D随心洗时代



恒洁R9智能一体机

- 3D 随心洗
- AI智导 巡航清洗
- 高效 全域烘干
- 超漩能 0压冲水
- 全链路 恒净除菌
- 水净技术 全新釉面

恒洁荣誉

2024 年，家居行业呈现稳定的发展态势，受益于消费升级、技术创新、消费提振等多重因素的推动，行业正朝着高端化、智能化、服务化的方向不断前进。紧跟国家发展“新质生产力”及“消费促进年”政策，依托强大的研发智造实力、品牌建设能力与综合服务能力，2024 年上半年恒洁斩获了多项重磅奖项，频频登上荣耀之巅，写就了新国货卫浴辉煌夺目的一页。

璀璨绽放新国货品牌荣光

在生产研发、品牌、产品、服务、营销渠道等全面加持下，恒洁先后斩获：新国货领军品牌、国潮品牌典范、卫浴领军品牌、CCTV 大国品牌 -2023 年度价值品牌、设计师首选卫浴品牌、设计师喜爱的新国货卫浴品牌、智能卫浴标杆品牌等众多重磅荣誉，并连续五年荣膺“家居新国货卫浴行业领军品牌”，以及成为年度业内唯一荣获由中国建筑材料流通协会颁发的“科技进步奖一等奖”和“高端智能卫浴领军品牌”，璀璨绽放新国货品牌荣光。









强大的智造实力，也让恒洁一举揽获了新质生产力标杆企业、卫浴行业典型样本企业、陶瓷卫浴行业高质量发展企业、年度影响力企业等荣誉，并被评为佛山市“中国制造 2025”试点示范企业、数字化智能化示范工厂等。





恒洁品质智造登顶荣耀殿堂

依托全品类生产智造基地和总面积达 6000 ㎡的三大国家级标准研发试验中心，恒洁持续以原创技术驱动产品力提升，2024 上半年度沸腾质量奖，恒洁 11 款产品全部斩获“沸腾质量奖”，并荣获行业唯一“智能卫浴高质量领军品牌”大奖，连续七年摘得“智能坐便器沸腾质量奖金奖品牌”殊荣。





同时，凭借技术创新和一流的品质，恒洁 R9 智能马桶、N8S 智能马桶、T7 琴键即停花洒以及恒洁淋浴房等产品，拿下了多项产品类大奖。特别是搭载 100 多项专利及创新的 R9 智能马桶，先后斩获了 2024 年家居新国货 - 国货之光、年度智能马桶金奖，以及获得了 5A 级质量水平证书的最高荣誉。





此外，恒洁的产品不论在功能性上，亦或是外观颜值设计和环保性能上，都引领着市场升级趋势。恒洁 R9 智能一体机斩获中装协住宅部品工业设计类最高奖红鼎综合金奖，恒洁云梦怡景系列定制浴室柜则荣膺中装协住宅住宅部品工业设计类红鼎技术银奖。





金钻级荣耀刷新行业服务标准

面对品质生活需求，恒洁不断精进，不断创新，持续推进服务升级。成为行业唯一斩获“金钻级服务品牌（十星）”荣誉的品牌，并获得“全国售后服务 TOP10”、“全国顾客满意度测评行业 TOP10”、“全国国标五星级售后服务企业”的荣誉，展现出企业在售后服务领域的强大实力。





与此同时，恒洁以稳定的服务品质和创新能力，在 2024 年度网易家居 315 服务调查结果中，连续第五年问鼎卫浴类综合得分 TOP 榜首位，荣膺 2024 年度家居行业服务榜样，并拿下 2024 年陶瓷卫浴新锐榜中的服务质量金奖。





跨界出圈成就品牌价值领跑者

品牌升级后，恒洁积极探索跨界出圈新模式，以年轻化的表达方式与当代消费者同频互动，斩获了年度品牌升级金奖、年度品牌生态建设银奖等荣誉嘉奖。





商务部定义 2024 年为“消费促进年”，恒洁再度配合相关部门开展重点消费促进活动，并获评中国建筑材料流通协会颁发的行业唯一促家居消费榜样企业、促家居消费优秀实践案例、绿色建材下乡优秀案例等重量级荣誉。此外，凭借恒洁「“焕新”双 IP 系列活动」，恒洁还揽获了家居焕新推荐品牌、焕新践行企业、全卫焕新领军品牌等多个奖项。





弘扬公益精神勇担企业社会责任

成立 26 年来，恒洁作为新国货领军品牌，始终关注行业发展，勇担社会责任。凭借在社会责任实践中的创新举措和显著成效，以及通过恒洁“焕新城市计划”等启动的多项公益行动，荣获 2023 年度责任品牌奖、2023 年度公益特别贡献奖，并收获了奥纳奖 -2023 年度责任优秀企业、奥纳奖 -2023 年度（十佳）影响力公益项目等荣誉。







人类对于空间的想象从未停止。
作为生存世界的场域，满足基础功能之外，空间还承载着人们对美好的感知力与创造力。特别是随着消费市场话语权向新生代转移，人们对于美好空间的需求已经不仅仅局限于家居空间，而是渗透到了衣食住行的方方面面，旅游也成了他们探寻美好生活的重要方式。

过去几年，全国各地“文旅热”陆续在不同城市燃烧。淄博、哈尔滨、天水、贵州榕江等城市相继出圈，走出家门、感受自然空间与人文之美，成为许多人在节假日的首选。在这场热度不减的全民出游热潮中，恒洁再次跨界，携手《中国国家地理》，以“总有美好在此间”为主题，开启了一系列线上线下联动活动。

从《总有美好在此间》概念片发布，到 “五一旅游指南”引发社交平台全网讨论，再到五一期间在 5A 景区设置的标志性红色 C 框吸引游客打卡，恒洁再度出圈。5 月 13 日恒洁《总有美好在此间》新品发布会上，恒洁品牌代言人宋佳与中国国家地理合作摄影师蔡石更是带领观众踏上了三段穿越“时空之旅”，让观众在感受大美山河风景的同时领略恒洁为旅途赋予的品质卫浴体验。

雅·繁花、悦·羽枫、恒洁·星空等“品质生活”全卫空间解决方案的发布，以及以 R10 为代表的众多智能新品的推出，也让人看到了恒洁打造高品质美好空间的硬核实力。此外，为给消费者提供完整、流畅的使用体验，恒洁同步推出闪装 3.0 服务、24 小时远程排忧服务及 1350 服务体系，为“品质生活”全卫空间解决方案提供坚实后盾，全方位保障消费者从选购到使用，从设计到维护全程无忧。

而第 28 届中国国际厨房、卫浴设施展览会上，恒洁展出的“品质生活”全卫空间解决方案，更是以领先的技术设计、极致的美学体验，向观众展示了恒洁对于品质美好生活的执着追求和丰硕成果，得到行业内外的高度关注和认可。

作为“品质生活”全卫空间解决方案的提供者，恒洁对美好空间的追求从未止步。基于强大的研发智造实力、品牌建设能力与综合服务能力，恒洁将继续以新时代群体消费需求为洞察，不断用高品质的全卫空间解决方案守护每一方空间的美好，夯实“选品质，就是选生活”的品牌主张，为守护国人品质卫浴生活持续发力。



大美空间，向美而生！
恒洁与中国国家地理官宣合作

文 / **恒洁编辑部**

2024 年 4 月，恒洁卫浴联合“权威旅行指南”《中国国家地理》发布「总有美好在此间」概念片，并携手品牌代言人宋佳领略与探索中国广袤大地的“大美山河”，共同诠释“大美空间”的品质内涵，也开启了 2024 年恒洁卫浴品牌升级“向美而生”的进阶序章。

2023 年，恒洁卫浴开启全新品牌升级之路，成功打造了“全卫空间定制解决方案专家”的品牌辨识度和创造高品质全卫空间消费认知度。如今，站在新高度的恒洁卫浴如何持续挖掘品牌势能，品牌升级之路如何持续向上，势必是恒洁卫浴今年的重要课题。而从此次与《中国国家地理》的合作官宣不难看出，围绕“选品质 就是选生活”的品牌主张，恒洁卫浴的品牌升级进阶之路正在持续的“进一步”。

扩展边界，“框”出大美中国的高品质卫浴空间

此次恒洁卫浴与《中国国家地理》的合作，不仅是两个“中国代表性”IP 的强强联合，强化了恒洁卫浴新国货的品牌荣誉感和责任感，更是从品牌内涵层面相互佐证与赋能，将恒洁卫浴以“选品质 就是选生活”的品牌主张内涵持续延伸与深化。

从 IP 形象契合度上考虑，《中国国家地理》作为中国权威性地理杂志和旅游指南，深受高端人群的青睐，多次被官方选为用于对外展示中国形象的“国家名片”，与恒洁卫浴新国货品牌实力代表的品牌形象相符合。

深入到品牌内涵层面，《中国国家地理》一直用地理科学讲述中华天地之大美背后的自然魅力和人文内涵，而恒洁卫浴不断以专业、专注的科技实力和品质保证，守护每一个家庭的品质空间。在此次联名合作中，《中国国家地理》标志性“C 框”框出最美自然风景和人文景观的同时，也框出了旅途中最美品质卫浴空间。



当我们探究两者的品牌内核时就会发现，从“大美山河”到“大美空间”，《中国国家地理》和恒洁卫浴讲述的都是关于中国的“大美”故事，关注的也是属于中国人的品质生活，而对于恒洁卫浴此次联名传播而言，其进一步诠释和深化了恒洁卫浴作为”全卫浴空间解决方案专家“，为中国人打造更多高品质生活空间的品牌价值。

搭乘“文旅热”东风，守护旅途中的每一方美好

不管是品牌联名的独立事件，还是品牌升级的整体顶层战略，能否与目标用户群体形成有效沟通，进而实现情感价值共鸣，是品牌沟通是否成功的重要因素。2024 年，恒洁卫浴对于当代消费者生活方式的洞察与沟通并未停下脚步。

选择与《中国国家地理》联名合作，其背后势必也是出于对当下全民旅游热潮兴起的洞察。从西安、成都等网红城市在社交媒体的走红，到淄博烧烤、“尔滨”旅游的现象级流量效应，都可以看出旅行已经成为当代消费者不可或缺的潮流生活方式。而恒洁卫浴通过此次的联名合作，与品牌代言人宋佳一起，参与和分享旅途中发现的中国山河景观、人文空间的多元美、差异美、极致美，也将进一步与用户群体在生活方式以及精神追求上寻得共鸣。

在创造理想生活方式和美好出行体验的过程中，



恒洁卫浴始终以高品质全卫空间守护旅途中的每一站，不断升级家庭、公共等场所的卫浴空间品质，为消费者创造品质美好生活。当品牌与用户在更深层次的情感价值上实现同频共振，品牌沟通便会自然而然地发生，品牌升级便进一步在用户心智中生根发芽。

以“品质”全卫空间解决方案，助力美好生活

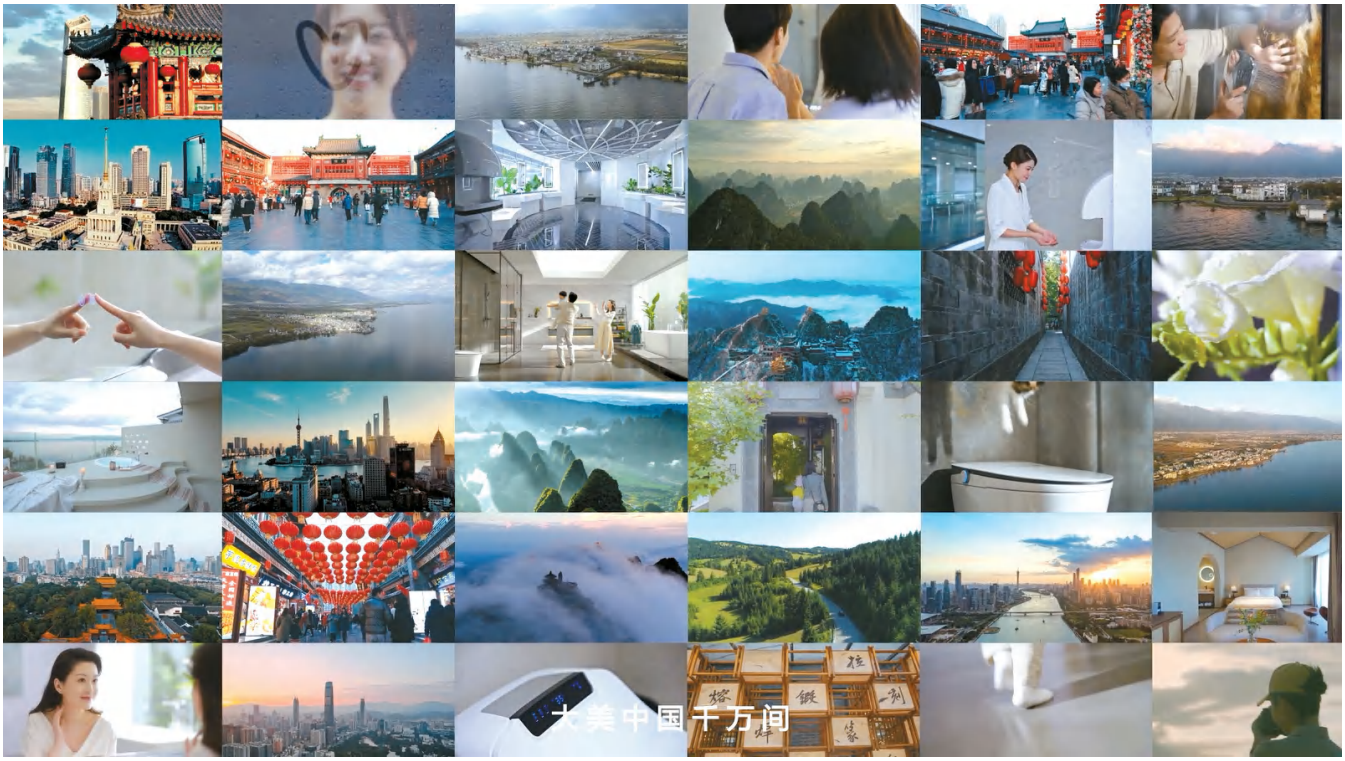
在狭义的品牌传播语境下，“品牌升级”更像是一场品牌故事的包装与传播，但在实际的品牌策略中，产品与服务的协同与支持，才能是品牌升级实现落地与闭环的关键。

在「总有美好在此间」概念片中，从云南大理的海景民宿到广州白云机场，从人居空间到公共空间，我们可以看到恒洁卫浴对于品质空间的焕新贯穿着每个人的每趟旅途、每次出行。此次与《中国国家地理》的合作，从品牌形象匹配到用户需求洞察，恒洁卫浴最终还是将落点回归到空间品质体验的本身。

恒洁卫浴背后始终是以产品品质、服务体验为支撑。不管是以 R9 智能一体机等科技产品为支撑的卫浴空间定制解决方案，还是 3 小时快速全卫换装 +8 大免费服务的“恒洁闪装”服务，恒洁卫浴一直通过产品研发与创新，去诠释好品牌升级最重要的故事内核，而这也是新国货品牌的实力故事。

“大美中国千万间，总有美好在此间”，“美好”不仅在远方，也在身边，而恒洁卫浴始终相伴与守护。此次与《中国国家地理》合作，恒洁卫浴借力权威旅游杂志 IP 实现“大美”认证，更借势出游旅行的全民热潮，与当代消费者形成价值同频，进一步诠释其“品质生活”的价值主张。紧抓品牌价值核心，创新品牌传播方式，这次合作势必将成为恒洁卫浴品牌升级进阶之路上的重要节点，也让人更加期待恒洁卫浴接下来品牌发展的新阶段、新举措。





恒洁与中国国家地理
携手演绎高品质空间之美

文 / **恒洁编辑部**

2024 年清明小长假，全国有 1.19 亿人次选择以旅行出游的方式享受春日美好时光，按可比口径较 2019 年同期增长了 11.5%。在出游意愿不断增强的同时，人们在品质消费的驱动下对旅行的品质要求也越来越高，从宏观的旅途风光至微观的旅居细节，诸如卫浴空间等体验，正逐步成为衡量整体旅游品质的重要因素。

4 月 15 日，新国货品牌恒洁卫浴联合人文地理权威刊物《中国国家地理》，共同发布一支主题为“总有美好在此间”的概念片，这一卫浴品牌与国民级文旅 IP 的跨界作品一经推出迅速收获广泛反响。透过《中国国家地理》标志性的“红框”视角，在恒洁品牌代言人宋佳的娓娓道来中，大美中国的隽美画卷铺陈开来，进而延伸至“红框”认证下的高品质卫浴空间场景，使得人们对美好生活的追求在公共空间与人居空间之间产生强烈的共鸣，传递出时代下消费者对于品质生活的美好追求。

恰逢中国旅游市场热度攀升之际，恒洁卫浴凭借精准的洞察力，直击旅程中卫浴空间的痛点，携手《中国国家地理》以品质力量与智能科技实力，将高品质卫浴空间带进到机场、高铁、景区、商场、酒店、民宿等公共场景，守护旅途中每一方卫浴空间，也让更多用户深切体会到恒洁对“品质”的内涵的独到诠释与实践。



国内大型交通枢纽

从出发到目的地，恒洁卫浴致力于提升旅途全程的卫浴空间感知。在广州白云国际机场、北京大兴国际机场、青岛胶东国际机场、武汉机场等公共交通枢纽，恒洁卫浴通过卫生空间的改造，提升旅客出行期间体验，让旅程变得惬意且舒适。













国家 5A 级景区

在泰山、乌苏古镇、沈阳故宫、南京夫子庙、四川九寨沟风景小镇、内蒙古响沙湾旅游景区、中国国家博物馆等著名景区，恒洁将高品质卫浴产品引入卫生空间，使游客在每一次欣赏风景之余，也能在高品质卫生空间得到放松与舒缓。

城市人民特色民宿

而在大理洱海、都江堰无墅民宿、深圳圣托里尼民宿、浙江莫干山、苏州过云山居、上海云朵书院等酒店民宿，恒洁以专业定制打造出了与自然和谐共融的卫浴空间，令旅客在每一段旅程的休憩时光中也能尽享高品质的卫浴体验。







全国地标新华书店

在重庆书城、延安红色书店、北京图书大夏等全国多城的新华书店，恒洁用高品质的卫浴国货，打造出了一个更符合中国人使用习惯的公共卫浴空间，让读者在享受精神文化的同时也能体验到公共空间升级所带来的美好生活。







“五一”火出圈！

恒洁联合中国国家地理探索“大美空间”

文 / 家创 NEWS

五一黄金周，恒洁联合“权威旅行指南”——中国国家地理，推出“五一旅游指南”。并携品牌代言人宋佳带消费者一起领略与探索中国广袤大地的“大美山河”，引发了热烈的讨论和广泛的共鸣。恒洁正以其独有的方式，与亿万国人一同，探索、体验、创造着新时代的生活，诠释从“大美空间”到“生活空间”的品质内涵。









五一再造新地标
恒洁全新 IP 火热出圈

这个五一假日，高喊“身体和心灵，总有一个在路上”的国人奔赴不同的景点。此次，恒洁联合权威旅行 IP 中国国家地理推出“五一旅游指南”，打卡中国 15 个最美景点——纵马喀拉峻景区，去见见自由的形状，草原、峡谷、雪峰、森林各色美景交织，在繁花似锦的人间仙境里流淌；推开 2800 年历史的大门，行走于平遥古城，沿着巍峨壮观的城墙漫步，感受历史的厚重与沧桑；穿越异域星球，探寻万盛石林，在中国最古老的石林里，邂逅 6 亿年前的深海，见证大自然的鬼斧神工……

活动引发了行业内外的高度关注与深度联动。不仅引发了旅行 IP 的高度关注与共创，各大家居品牌和媒体纷纷加入微博互动，全网热搜量不断刷新，更引发跨界品牌与恒洁破圈互动，共同探索大美山河与生活空间的美好。触动人心的主题，总能激发更高的话题度与参与度。

今年 4 月中旬，恒洁携手中国国家地理，发布“总有美好在此间”话题，活跃度不断升级。此次“总有美好在此间”话题更是引发共鸣和分享欲，纷纷表达自己心仪的旅行目的地，话题热度不断升温，截止到 5 月 3 日，抖音话题播放量已超过 5.7 亿次，微博讨论量超过 4.5 万，火热出圈走进大众视野。

新语境下：
与用户共鸣，让美好共振

旅行，承载着人们对美好生活的向往和追求。数据显示，2024 年春节期间，国内旅游出游人次达到了 4.74 亿，同比增长 34.3%，根据澎湃新闻的报道，预计 2024 全年国内旅游人数将突破 60 亿人次。去有风的地方，已经成为一种追求探索、放松和体验的生活方式。

无独有偶，新榜研究院推出的《2024 消费趋势报告》显示，随着消费者生活观念的转变，户外成为了生活的重要组成部分，Citywalk（城市漫步）、Cityride（城市骑行）逐渐流行，越来越多的人用自己的方式丈量城市、丈量脚下的土地，在生活中寻找松弛感。

恒洁与国家地理的合作，正是在这样的语境下诞生的，两者可谓“志趣相投”，一个是用地理科学讲述中华天地之大美背后的自然魅力和人文内涵的文旅超级 IP，一个是以高质量产品和服务创建高品质全卫空间解决方案的新国货卫浴品牌；一个是大美中国的见证者，一个是美好空间的缔造者，两者以“美”为媒，美美与共，让自然之美与空间之美相得益彰。

纵观恒洁的品牌升级之路，一直紧随消费方式的变化，与用户同频共振。近年，恒洁对品牌进行全面升级，多维度诠释“选品质就是选生活”的品牌态度，邀请知名演员宋佳作为品牌代言人，足见恒洁作为生活方式品牌，与消费者共鉴品质美好生活的深刻洞察。这次携手中国国家地理诠释品质空间，正是以文旅为纽带，在全新的消费语境下与用户产生“创造品质美好生活”的情感共鸣。





这很中国！
探索当代中国新生活方式

随着生活水平的提升，人们在不断探索当代中国新生活方式。从“能住就好”到“品质化、个性化”的人居空间需求，从“看见美好”到“体验美好”的出行需求，都见证了当代中国新生活方式的变化。

恒洁也在大美空间上下足功夫，不断洞察不同消费群体的卫浴场景体验和风格需求，携“开创 3D 随心洗时代”的恒洁 R9 智能一体机，突破性内置水箱的 N8S 壁挂智能一体机、即关即停专利技术的 T7 花洒等系列王牌产品，通过定制化、集成式、风格化的“品质生活”全卫空间解决方案，以及恒洁闪装等一站式服务，为用户打造“品质生活”全新体验。

旅途中的每一站，都有恒洁带来的品质守护。在广州白云国际机场等公共交通枢纽，恒洁全新改造的卫浴空间提升了旅客的出行体验，让旅途更惬意且舒适；在泰山、乌镇、九华山等国家级景区，恒洁以高品质的公共卫浴解决方案，让游客在欣赏大美风光之余，体验高品质卫生空间带来的洁净与愉悦；在五星级酒店及大理洱海民宿，恒洁以专业定制打造出与自然和谐共融的品质卫浴空间，令旅客在每一段旅程的休憩时光中尽享高品质的卫浴体验，添色美丽中国。

而通过此次跨界合作与话题互动，恒洁成功与消费者深度链接，层层推进，不仅共同感受到自然人文景点中的“大美空间”，也体现于恒洁为用户打造的高品质卫浴空间中。无论是在大自然的探索，还是出行途中的细节，或是无数个家居空间，恒洁和中国国家地理都致力于寻找和创造“差异美、极致美”，恒洁更不断焕新旅途中的高品质公共空间，以科技、专注、专业守护每一方空间的美好。

此次恒洁联合中国国家地理探寻“大美空间”，不仅在地图上标记了一个个“大美山河”，更在亿万国人心中种下了探索与发现的种子。恒洁以其专业与品质，守护旅途中的每一个“家”。总有美好在此间，总有恒洁在身旁。





总有美好在此间！2024 恒洁新品发布会成功举办！

文 / **恒洁编辑部**

5 月 13 日，恒洁“总有美好在此间”新品发布会在上海五大古典名园之首的上海豫园隆重举行，恒洁品牌代言人宋佳女士、中国国家地理合作摄影师蔡石老师、知名设计师梁景华先生齐齐亮相发布会，还有众多行业大咖、权威主流媒体、天猫代表、经销商代表及恒洁集团管理层等多位重量级嘉宾齐聚一堂，共同见证了这一璀璨时刻。

发布会在抖音、新浪微博、一直播、视频号等平台同步直播获得了 1469 万次直播观看量。此外，恒洁与中国国家地理联袂呈现的“总有美好在此间”摄影展也于 5 月 11 日至 13 日在上海豫园同期举行，活动现场人气火爆，众多游人驻足打卡。

【第一篇章】际遇·美好启程

从大美空间到公共空间到人居空间，消费者对每一方空间都拥有美好体验的需求在不断升级。发布会现场，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华女士和中国国家地理杂志社副社长孙樱女士一同畅谈了此次合作。恒洁与中国国家地理的携手，是基于对美好空间的共同追求。恒洁以科技、专注、专业守护每一方卫浴空间的品质体验，守护不止于家，还行至远方，陪伴消费者的每一段旅途。

合作期间，恒洁还携手中国国家地理在抖音、微博开启了“总有美好在此间”合作话题活动，获得无数网友的刷屏点赞！阮伟华在活动现场也分享了新鲜出炉的好消息——合作话题截止目前在抖音平台获得5.9亿播放量；在微博冲上自然热搜，获得 2.1 亿话题阅读量。这次的合作还成功落地了天猫，开启了卫浴行业首个国产品牌的超级品牌日活动。



【第二篇章】探索·美好旅程

发布会现场，恒洁大美空间推荐官宋佳和大美空间发现官蔡石，带领现场观众们奔赴了一场美好的旅途。早上在东极岛看晨光，中午漫步在洛阳古都街巷，晚上在雨崩的星空下放空，开启了一场沉浸式的美好空间探索之旅。

不管身处大美空间、公共空间还是人居空间，我们都期待更美好的体验。发布会现场，恒洁为了满足当代消费者多样化、个性化的需求，携品质格调的繁花、雅韵舒适的羽枫、智能洁净的星空三大全卫空间解决方案惊艳亮相。



雅·繁花全卫空间

在融合古典和现代设计的繁花空间中迎接新的一天，集美感与收纳为一身。搭载强大的美妆功能，提供三种功能的美妆镜，在家也能得到专业妆造灯光的加持；超强收纳能力，科学分区美妆收纳；如厕区搭配恒洁 N8S 超薄壁挂智能马桶，外观时尚更省空间满足品质与美感的需求。人性化的设计为消费者提供了舒适感与实用性兼得的品质卫浴体验。



悦·羽枫全卫空间

在充满细节和生活品质的羽枫空间中享受舒适与松弛，干湿分离的设计，兼具美学与舒适，多口之家使用更从容。淋浴区搭载恒洁 T7 琴键即停花洒，钢琴独立按键设计，操作简单一目了然，精准显示水温，无需反复调试，在此间享受惬意与从容。



恒洁·星空全卫空间

将山河美景带到卫浴空间为旅途提供了卫生健康、智能化的品质卫浴体验。星空外观设计的 R10 智能马桶，搭载行业首创双 0 压技术平台，一方面冲水声音更小，一方面又能外接水源，可以选择净水或其他药用洗剂，让清洗更洁净、更安心；搭配双控冷水预排的 T11 智臻系列花洒，蓝牙远程智控预排冷水，智能感温数显，快速响应精准显温，为旅途增添了无尽的舒适与美好。

恒洁以“总有美好在此间”为主题举办的发布会，以及一系列高品质全卫空间解决方案的发布，“踩”中了当下消费者对美好生活的需求。在发布会的分享中，嘉宾们也纷纷表示“美好生活”正日益成为中国消费市场的显著趋势，并为恒洁助力美好生活的行动点赞。

恒洁品牌代言人宋佳



作为大美空间的推荐官，宋佳现场分享了她对美好空间体验的理解。宋佳表示：每一方空间都值得更美好的体验，应该充满诗意、美感、特别的感受。自己对生活品质的重视更与恒洁「选品质就是选生活」的品牌主张不谋而合，正因为有恒洁品质生活全卫空间解决方案，才能让她更自由地去探索新的品质生活可能。

中国国家地理合作摄影师蔡石



《中国国家地理》一直用地理科学讲述中华天地之大美背后的自然魅力和人文内涵，而恒洁卫浴不断以专业、专注的科技实力和品质保证，守护每一个家庭的品质空间，这正是恒洁与《中国国家地理》跨界合作的巧妙之处。

知名设计师梁景华



“恒洁的产品，除了外观非常好看之外，产品功能和技术也非常先进，已经超越很多美国、欧洲的产品。”在设计大咖梁景华老师的眼中，“恒洁产品已经超越许多国外品牌”，同时，恒洁所倡导的“选品质，就是选生活”的理念也得到梁老师的高度认同。正是基于对高品质生活方式的共同理解和不懈追求，恒洁与梁老师跨界联名合作，共同推出了“探美寻净·智控暗装全卫空间”解决方案。

中国国家地理杂志社副社长孙樱



无论我们的摄影师和专家，还是这些被大美空间吸引的游人，他们在旅行、探寻美好的旅程当中，大家都渴望遇见一个体验感好的空间。而在中国大美自然人文风光的探索旅途中，恒洁品质卫浴生活落地全国枢纽中心（机场）、地标人文景区、国民书店、城市人文特色民宿……贯穿了公共空间和人居空间，守护了每一站旅途的美好。

【第三篇章】回归·美好空间

作为国货卫浴代表品牌，恒洁不仅专注技术创新满足消费者对产品功能的实际需求，更深入洞察消费者自身需要和审美兼顾功能和颜值的综合要求，致力于打造既实用又美观的卫浴空间。现场，恒洁高级产品总监卢嘉先生重磅发布了恒洁“品质生活”全卫空间解决方案！全卫空间解决方案打破原来由单一产品满足单一需求或几个需求的传统做法，打造了一个多产品矩阵满足多元需求的解决方案集群。

该方案基于充分理解国人全卫空间的实际需求上，以专业的设计、服务和产品带给广大消费者更多的可能。恒洁以强有力的智造和供应链保障，为该方案的落地提供了支持。

正如恒洁一直认为的，真正适合国人的全卫空间解决方案一定是设计、产品和服务的三维一体。好的产品绝对是构建全卫空间解决方案的基石，发布会现场，恒洁多款新品同步首发。“双 0 压，3D 随心洗，全场景，更健康”，突破性外接水源的 R10 智能马桶、采用突破性内置水箱的 N8S 超薄壁挂智能马桶、搭载双控冷水预排功能的 T11 智臻系列花洒等智能新品齐齐亮相，满足消费者更多元的需求。

空间设计和产品之外，完整的解决方案同样无法忽略服务的重要性，从空间的交付出发，提供贴心、省心、安心的服务是“品质生活”全卫空间解决方案的重要支撑。恒洁首创的闪装服务等 11 个服务 IP，打造了更快的响应速度和更优的品质体验。超 3000 个的服务网络和超 10000 名的服务工程师等配置，强化了服务能力建设。全新升级的“一站式全卫焕新”闪装 3.0 服务、24 小时远程排忧服务和 1350 服务体系持续守候，致力于为消费者带来更智能、更便捷、更洁净的品质卫浴体验。

依托于恒洁“品质生活”全卫空间解决方案，恒洁与知名设计师梁景华老师的联名款卫浴空间也在现场亮相。结合当代人居美学，通过每一款产品、每一个细节去捕捉并诠释“品质”的真谛，发布会现场，梁景华老师分享了以恒洁与中国国家地理跨界合作为设计灵感的全暗装卫浴解决方案。该空间以探美寻净为主题，“境”、“静”“净”为核心关键词，通过对空间的打造实现在自然间、在精神间、在体验间都能感受恒洁卫浴空间带来的美好。







【第四篇章】新启·美好可期

旅游市场强劲复苏的背后，实质是用户对生活品质需求的攀升，“2024年家居美好生活新趋势”主题论坛围绕如何更好的与新时代消费者同频共振展开。《中国国家地理》杂志社副社长孙樱、知名设计师梁景华、淘天集团家享生活营销及用户运营总经理露申、中国建筑装饰协会住宅产业分会秘书长胡亚南及恒洁集团高级市场副总裁阮伟华等一众大咖集思广益，围绕旅游新热背后消费者对更高品质追求的消费转向，对美好空间体验的追求，以及品牌、产品、设计、服务等如何与品质消费时代共进等话题共话新趋势。

面对现代消费者观念和需求的转变，胡秘书长表示受民族自信崛起观念的影响，如恒洁这样的新国货品牌越来越受消费者的喜爱。作为家居新国货的领军品牌，恒洁积极创新，构建多元消费场景，凭借过硬的品质与智能科技实力，满足消费者个性化、多元化的需求。

活动现场，恒洁联合天猫同步发布了《2024 家居美好生活白皮书》，露申女士针对当今时代消费者的需求痛点，准解读家装卫浴行业趋势，同时表达了与不断创新研发满足新世代需求的恒洁持续合作的期待。







引领高品质卫浴生活，为什么要看恒洁？

文 / **李可飞**

在新时代的大背景下，家居生活正在以前所未见的速度变化着，技术的发展、消费需求的转变以及各种趋势的流行都在重塑着这个领域。2023 年，基于对中国家庭需求的深刻洞察，新国货卫浴领军品牌恒洁进行了全新的品牌升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张，同时升级为全卫空间解决方案的提供者。此后，恒洁的一举一动都备受瞩目。

时隔一年，面对持续变化的市场环境和消费需求，恒洁又有哪些新的动作？如何持续带领行业整体向上？5 月 13 日，恒洁在上海举办了主题为“总有美好在此间”的新品发布会，并联合中国国家地理共同开启了别开生面的“大美空间”探寻之旅。从此次发布会上恒洁新品的布局、新技术的展示、品牌新动作等，足以看出，恒洁不仅有了答案，并正以崭新的姿态迈向了新的发展阶段。

洞察需求，全卫空间解决方案及多款新品重磅发布

近几年，随着消费市场的话语权向新生代转移，新一代消费者对“个性化定制”和“一站式购齐”需求与日俱增，不仅要求家居企业能够提供多元化的整体解决方案，而且还要融入当下主流的生活方式，体验其消费新主张。

正是洞见了这一趋势，本次发布会，如同主题“总有美好在此间”所强调的，恒洁重点发布了多个“品质生活”全卫空间解决方案。与简单地“用产品填满空间”不同的是，恒洁发布的每一个空间，都是基于在不同消费群体的卫浴使用体验和风格多样性的需求下，精心打造的真正适合当代人生活方式的卫浴空间。

例如针对精致悦己的年轻中高收入独立女性推出的“雅·繁花”空间，针对 80-95 后上有老下有小的新中产推出的“悦·羽枫”空间，针对“压力大、精致懒”职场年轻白领推出的“恒洁·星空”空间。

从发布会现场可以看到，这些适合不同消费群体和家庭类型各具特色的空间方案，以“当代品质生活方式”为方向，解构、突破、重组，色彩风格精心搭配、功能配置合理选择，而且每个空间均有独到之处，既满足了消费者多元化的品质生活需求，也体现了恒洁在卫浴全品类研发、设计、智造上的整体优势。

而本次新品的另一个大亮点，则是恒洁与知名设计大咖梁景华联名款卫浴空间——“探美寻净·智控暗装全卫空间”解决方案，整个空间以全套暗装设计为亮点，设计美学结合恒洁“品质生活”全卫空间解决方案，将功能美学融入品牌价值与居者的精神境地，彰显了恒洁对高品质生活体验的极致追求。

“全卫空间解决方案”之外，恒洁还发布了包括实现“双 0 压，3D 随心洗”的 R10 智能马桶、采用突破性内置水箱的 N8S 壁挂智能马桶、TK11 智臻系列花洒等多款新品，每款产品都兼具功能性与创新科技。特别是全新推出的 R10 智能马桶，采用行业首创的“双 0 压”系统，革新升级的恒流双驱技术，完全突破 0 水压限制，实现全场景 0 压 3D 随心洗，不仅不受水压限制，还可以有生理盐水、纯净水等自定义水源接入，任何场景下清洗无忧。此外，搭载的超漩能 0 压智慧静冲，可以自适应场景变化智控进水流量，实现夜晚静音劲冲。





科技引领，以创新技术和品质服务赋能行业发展

一系列高品质的全卫空间解决方案以及重磅新品的发布，不仅展现了恒洁在卫浴领域的技术实力和创新能力，更向市场和消费者传达了其对提升用户体验、引领行业发展方向的坚定承诺。每一项技术创新和产品优化，都充分体现了恒洁对用户多元需求的深刻理解与全面满足。

从本质上来看，想要做到产品领先，必须要有技术支撑，而技术创新正是过去 26 年来贯穿恒洁发展的灵魂，流淌在血液中的 DNA。目前，在产品研发端，恒洁构建了超 6000 平米的全品类创新研发中心，并收获国家 CNAS 实验室、国家水效实验室等诸多权威资质认可。而依托强大的创新研发平台，恒洁掌握了包括恒流技术、AI 智导巡航清洗等两千多项核心专利技术。

生产端，恒洁不仅构建了先进的全品类生产基地，在“智能智造”的加持下，各个生产基地正在向高端化、智能化、绿色化持续升级。例如恒洁行业首创的“工业上楼＋数字化工厂”模式、互联互通的工业大数据平台、实现电镀废水零排放标准的五金工厂、行业最大的自动化智能立库、全长 149 米的脉冲式隧道窑等确保了恒洁生产效率和品质控制的领先地位，满足了恒洁对高品质发展的需求。

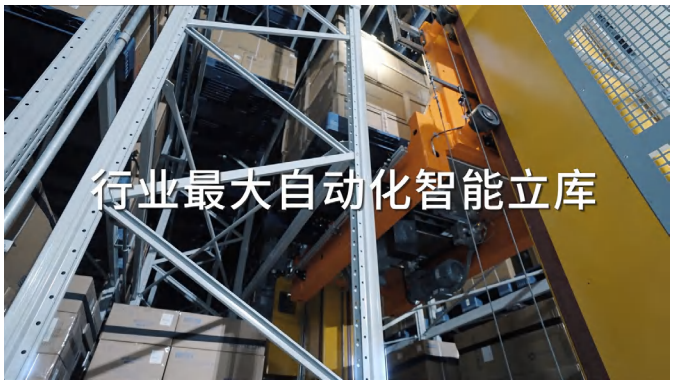
特别值得一提的是恒洁打造的行业最大自动化智能立库，可同时存储 11 万托产品，入库每小时达 250 托，分拣可达 300 托每小时，达到行业第一。超大的自动化仓储设备，实现了恒洁佛山地区生产的卫浴产品集中分拣、自动化仓储，按采购单调配发往全国经销网点，确保规模化效益，降低仓储成本。也让产品更快到达消费者手中，更好满足消费者对健康、安全、舒适、便捷的居家生活需求。

面对不断升级的消费需求，走在行业前列的恒洁，不仅在产品研发和生产智造上下功夫，更着眼于在服务体验上发力，恒洁首创的闪装服务等 11 个服务 IP，打造了更快的响应速度和更优的品质体验。特别是全新升级的“一站式全卫焕新”闪装 3.0 服务，可实现 3 小时全卫焕新，2 天旧卫微改，10 天旧卫改造，让焕新变得更简单。











探研新趋势，为消费者链接美好生活

当下，人们对于美好生活的需求已经不仅仅局限于家居生活，而是渗透到了衣食住行的方方面面，特别是年轻人成为消费主力军后，旅游成了他们探寻美好生活的重要方式。在这样的背景下，城市公共空间、旅游景区空间等就成了人们美好生活新的承载空间，消费者对旅游的核心诉求，也在从美丽风景转向美好生活。家居企业要如何以前瞻性的眼光，为消费者创造“美好在此间”的旅途体验？近期，恒洁联合“权威旅行指南”中国国家地理，并携品牌代言人宋佳展开了“总有美好在此间”的探索。

一个是持续探寻自然与人文景观空间之美超级文旅 IP，一个是美好空间的缔造者，两者的联合碰撞出了什么火花？发布会上，《中国国家地理》杂志社副社长孙樱女士表示：和恒洁的合作，一方面希望从自然山水到日常生活，让更多人看到中国山河大美的景观空间、人文空间，另一方面希望能够让每一方中国空间都被赋予更高品质的体验。

恒洁集团高级市场副总裁阮伟华则表示：一直以来，恒洁对于美好空间的追求从未止步，不断以实际行动用高品质的全卫空间解决方案守护每一方空间的美好。面对消费者旅途中对公共卫生空间品质升级的迫切需求，2022 年起恒洁就率先聚焦公共空间改造焕新，将高品质卫浴空间带进到机场、高铁、景区、商场、酒店、民宿等公共场景。这次与中国国家地理的合作，是更好地把品牌主张“选品质，就是选生活”的内涵持续延伸与深化，一起“定格中国最美空间”的跨界之旅。

随后，恒洁品牌代言人、大美空间推荐官宋佳，中国国家地理特邀摄影师、大美空间发现官蔡石，一起进行了一场美好空间的探索之旅。此外，就如何聚焦国人的生活痛点，找到真正切合大家需求的全套解决方案，中国国家地理杂志社副社长孙樱、知名设计师梁景华、淘天集团家享生活营销及用户运营总经理露申、中国建筑装饰协会住宅产业分会秘书长胡亚南、恒洁集团高级市场副总裁阮伟华，在同场举办的“2024 家居美好生活新趋势”论坛上展开了探讨，并发布了《总有美好在此间·焕新计划》。

探寻美好，“总有美好在此间”摄影展呈现品质生活

就在发布会举办的期间，恒洁与中国国家地理联袂呈现的“总有美好在此间”摄影展，也于5月11日—13日在上海豫园举行。展览以“创造品质美好生活”为核心，展现恒洁不断升级全域空间场所的卫浴品质，为国人创造品质美好生活，吸引了超过18万人次游客驻足打卡，进一步增强了品质美好空间的体验感与参与感。

在展览现场，不仅能观赏到东方韵味的自然人文摄影作品，还有最新的恒洁卫浴产品与最美空间打卡点。从叹为观止的大美山河空间，到人间烟火，再回归到家的细微浓情……恒洁与中国国家地理共同打造了一场探寻中国大美空间的视觉盛宴。

可以看到，承载着一幅幅的山河图景的照片，记录的是一处处人间烟火。不管是自然景观，抑或是人文景点，每一张照片，都是“生活在他处”的一种投射。仿佛让人置身在广阔的天地中，观察自然、探索未知的生活，重新整理心绪，再重新回到属于自己的小天地中。而巧妙的是，在展览中，恒洁以“家的空间”为重点，呈现出自然、舒适的卫浴空间，就像对美好生活向往和期待的一个缩影，传递出对每一方寸空间的美好追求，也传递出恒洁提供的“品质生活”全卫空间解决方案，可以轻松满足消费者多元化的需求，为美好生活助力。







恒洁与中国国家地理联袂举办“总有美好在此间”摄影展

持续进阶，不断与时代同频共振引领全新生活方式

今年是恒洁成立的 26 年，回顾过去的二十多年，任凭市场不断变化，恒洁的发展始终稳健。稳健的背后则是恒洁在每一次消费升级、行业变迁中，总能抓住到符合时代的发展脉络，将品牌自身和当代消费需求紧密地捆绑在一起，并不断以创新满足消费需求，始终走在行业前端。

正如恒洁集团董事长谢伟藩曾在接受《厨卫头条》采访时所说——恒洁并非是爆发式成长，而是经历了多次的转型和升级，而且每次都抓住了市场趋势。具体来说就是，恒洁一直都跟随着时代发展步伐，以产品和服务为支点，去和不同的时代产生回响，为不同时期不同需求的用户造品质生活。

例如产品层面，从 3.5L 超旋风超节水坐便器到 R9、R10 等标杆智能马桶再到全卫空间解决方案，不断创新技术，丰富产品矩阵，为用户带来触手可及的高品质卫浴生活体验；在服务层面，从 1350 服务体系到智能马桶整机六年质保服务，再到“恒洁闪装 2.0”服务等，持续升级优化，树立家居服务新标杆。在品牌层面，则与时俱进历经多次品牌升级，从引领行业到引领品质生活方式，选品质就是选生活！

而当下，面对消费者对品质生活的需求从家居空间延伸到范围更广的公共空间、景区空间等，恒洁再次率先行动，从人居空间、公共空间到大美空间，不断提升用户的卫浴空间品质体验。实际上，在与《中国国家地理》合作之前，恒洁已经持续通过“这空间很中国”、“城市焕新计划”、梦想改造家等行动为多个公共空间的卫浴空间改造升级。而此次，与《中国国家地理》合作则是恒洁对“选品质，就是选生活”品牌主张的进一步丰富和扩展。

从产品使用到生活方式、从物质追求到精神满足，过去十多年，家居生活发生了翻天覆地的变化，这种变化折射出的也是产业未来发展的方向。作为与家居生活密切联系的卫浴企业，唯有在变化中迭代，在迭代中升级，品牌才能保持生机。从这个角度看，恒洁“总有美好在此间”的发布会，不仅展示了其在产品创新方面的实力，更展现了其在引领品质生活的前瞻思维。随着恒洁不断探索和创新，我们有理由相信，未来恒洁将继续引领行业发展，为用户带来更多超越期待的高品质生活。



恒洁“品质生活”全卫空间解决方案惊艳绽放 2024 KBC

文 / **恒洁编辑部**

5 月 14 日，第 28 届中国国际厨房、卫浴设施展览会（KBC）在上海新国际博览中心隆重启幕。恒洁以“总有美好在此间”为主题，携“品质生活”全卫空间解决方案、卫浴全品类重磅新品惊艳亮相，以领先的技术设计，极致的美学体验，向观众展示了恒洁对于品质美好生活的执着追求和丰硕成果，得到行业内外的高度关注和认可。

800 ㎡沉浸式品牌体验“总有美好在此间”

2024 KBC 恒洁品牌体验馆融合了感受、无界与情绪三大元素，打破传统界限，营造出独特的空间氛围。精致的圆序展区和沉浸式体验不仅全面展示了产品功能，更致力于引发观众的愉悦感和幸福感，实现品牌与观众的情感连接。场馆空间还完美呈现了恒洁与《中国国家地理》的跨界合作成果，自然与人文和谐交融，让观众纷纷停步品鉴，沉浸其中。

产品上，恒洁今年重点展示了多个“品质生活”全卫空间解决方案，恒洁雅·繁花全卫空间、恒洁悦·羽枫全卫空间、恒洁瑾然全卫空间，以及恒洁“探美寻净·智控暗装全卫空间”解决方案等悉数亮相。此外，恒洁今年全新升级的实现全场景健康清洗的 R10、开创 3D 随心洗的 R9、无惧水压限制的 Q7、颠覆传统壁挂预埋水箱常态的 N8S、T11 智臻系列花洒、T7 琴键即停花洒等多款明星智能产品也同步亮相，吸引了众多人的关注



“品质生活”全卫空间解决方案惊艳亮相

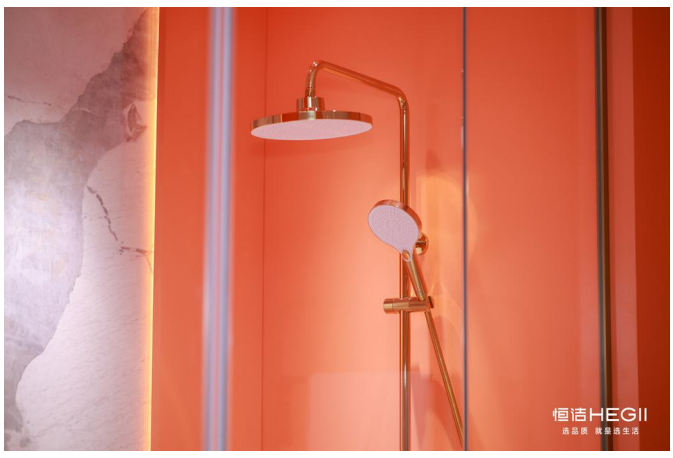
每一个卫浴空间都应有其特色，而每户家庭对个性和品位的追求也值得被尊重。在 2024 KBC，恒洁“品质生活”全卫空间解决方案全面绽放，以简约唯美的设计和便捷舒适的功能，打造个性化的卫浴生活体验。

恒洁雅·繁花全卫空间

主要面向精致悦己的年轻中高收入独立女性推出。解决方案在融合古典和现代设计的繁花空间中迎接新的一天，集美感与收纳为一身。搭载强大的美妆功能，提供三种功能的美妆镜，在家也能得到专业妆造灯光的加持；超强收纳能力，科学分区美妆收纳；如厕区搭配恒洁 N8S 超薄壁挂智能马桶，外观时尚更省空间满足品质与美感的需求，人性化的设计为消费者提供了舒适感与实用性兼得的品质卫浴体验。







恒洁悦·羽枫全卫空间

对应 80-95 后的新中产群体推出，不仅在空间布局上融合不同的需求，而且增加了收纳空间和合理分区，解决每个家庭成员物品的安置；干湿分离的设计，兼具美学与舒适，多口之家使用更从容。淋浴区搭载恒洁 T7 琴键即停花洒，钢琴独立按键设计，操作简单一目了然，精准显示水温，无需反复调试，在此间享受惬意与从容。







恒洁 × 梁景华“探美寻净·智控暗装全卫空间”解决方案

恒洁与设计大咖梁景华老师联名的卫浴空间——探美寻净·智控暗装全卫空间解决方案，以“境”“静”“净”为核心关键词，兼具设计美感，满足人居智能科技需求。







该空间配置的恒洁 N8S 壁挂智能一体机，无水箱超薄挂架设计优化了空间布局，还提供便捷的安装方式，更引入了自发电随心贴，实现一键智控翻盖翻圈和冲水，无需弯腰操作，且通过按压发电，无需电池，环保又省心。

而 TK11 智臻系列暗装花洒，则拥有双控冷水预排功能，支持遥控和按键双模控制，让用户无需等待即可享受热水的即时沐浴。智臻系列净护龙头也颇具亮点，具备旋钮记忆调温功能，水温可以自动记忆，免去了反复调温的麻烦，而且其双水路出水设计，让用户可以在电解除菌水和气泡水之间自由切换，满足不同的用水需求。梅里天韵定制浴室柜，作为空间主体家居，充分展现了卓越的产品定制和功能细节。





恒洁悦·瑾然全卫空间

恒洁悦·瑾然全卫空间解决方案，灵活搭配动线简单，让小空间也能井然有序精致便捷。搭配静音冲水的 Q5p 智能马桶、智能数显的 T7 琴键即停花洒与恒洁 502 系列水净技术淋浴房，以设计让生活更美好。



恒洁无障碍空间解决方案

近年来，中国老龄化日益严重，卫浴空间的设计也要考虑适老化设计，为残疾人、老人、病弱等特殊群体提供便利、实用的卫浴空间。恒洁推出的无障碍空间解决方案，内置可升降浴室柜、坐式淋浴花洒及扶手款智能马桶等产品，方便特殊群体使用。特别是在安全性上，产品搭配安全扶手，为老年人或行动不便人士设计的卫生间辅助用品，可以帮助老人或行动不便人士站起或坐下，使用卫生间时更加安全和舒适。



恒洁商业空间解决方案

从人居空间到公共空间，再到大美空间，恒洁的守护不止于家，更伴随人们走向远方，悉心守护每一段旅程。在交通枢纽、景区、民宿、书店等各类公共空间，恒洁都凭借精选材质、人性化功能及独特设计，为人们创造出既洁净又舒适的全新卫浴体验，而这种体验正是品质生活的写照。



智造未来，恒洁全系列智能重磅新品集结登场

继智能 R9 在 2023KBC 开创“3D 随心洗”时代之后，恒洁 R 系列再次推出智能标杆——恒洁智能 R10 一体机。星空外观设计的智能 R10 融合了全场景 0 压 3D 舒适洗、超漩能 0 压智慧静冲以及恒流双驱技术，再次展现了恒洁在智能技术上的技术创新能力。其独特的腿感翻盖设计、星空数显界面以及智慧旋钮，都为用户提供了一种全新的便捷操作和舒适体验，重新定义了智能卫浴的体验标准。











此外，恒洁智能家族的其他产品也同样引人注目。恒洁 N 系列壁挂智能一体机，配备了行业创新的无水箱超薄挂架和专利墙排虹吸 0 压静冲技术；而 Q7 智能一体机，则具有超漩能 0 压、调距智感翻盖、自发电随心贴等便捷功能。这些创新产品同样为用户带来了智能、舒适、便捷的卫浴体验。

在本届 KBC 上，恒洁浴室柜以“收纳井然、智配新生”为核心理念，成功吸引了众多观众的目光。其亮点包括适配用户需求的 3 种智能灯型，可灵活定制的 5 款主推尺寸。此外，浴室柜还特别增设了 6 处专为美妆收纳等设计的贴心细节，实用且周到。材料方面，浴室柜选用生态木与铝合金两种环保材料，耐用又防潮。更值得一提的是，恒洁打破传统定制边界，创新性提供同款式下的标准品、简单定制和非标定制三种定制模式，拒绝过度定制和高价定制，摒弃无效设计，为消费者带来更高效的全卫空间解决方案。

首次亮相 KBC 的恒洁 TK11 智臻暗装花洒、T11 智臻系列花洒等同样备受瞩目。特别是 TK11 智臻暗装花洒，全水路阻垢率＞ 99%，确保水路洁净。同时，智能感温数显精准显示水温，智控恒温技术调温秒速响应，持久恒温，水温波动低至 ±0.5°C。此外，配备独立钢琴按键和 350mm 大平台的 T7 琴键即停花洒、以及应用水净技术的淋浴房等新品，也都在 KBC 一一亮相，展示了恒洁全品类创新设计实力。

KBC 是全球厨卫领域的专业盛会。对恒洁而言，这既是一个展示前沿产品技术的平台，也是一个传递和分享生活价值观念的重要舞台。我们深知，消费者所追求的，不仅是产品的精湛工艺，更是那份蕴藏在产品背后对美好生活的向往。

恒洁，作为全卫空间解决方案提供者，同时也是代表品质生活方式的家居新国货品牌，将继续分享传递“选品质，就是选生活”的品牌主张，以智能化的产品引领未来，以贴心的场景设计融入生活。我们相信，通过与行业同仁的共同努力，定能继续为中国家庭带来更多高品质的生活体验，将“总有美好在此间”的愿景和感动，变为触手可及的温馨与现实。









恒洁探寻此间美好 引领品质卫浴生活新篇章

文 / **优居视界**

在经济发展与科技进步的双重驱动下，人们对美好生活的向往与追求达到了前有未有的高度，习惯了快节奏生活的现代人开始审视一成不变的生活模式，转而去寻找一种舒缓、简约的生活方式。从淄博烧烤、天水麻辣烫到哈尔滨冰雪热，一个个旅行圣地火爆出圈，公众对休闲娱乐和旅行体验日益重视，折射的是人们对生活品质提升的渴望。

源于对品质匠心的追求，恒洁 2024 年携手中国国家地理诠释“品质空间”，在《中国国家地理》标志性的“红框”视角下，于大美中国的隽美画卷中探索公共空间的品质卫浴体验。5 月 13 日，2024 恒洁“总有美好在此间”新品发布会隆重举行，恒洁“品质生活”全卫空间解决方案和多款新品同步首发，恒洁再一次以对卓越和完美的不懈追求吸引了行业眼球。在各界炙热目光的热切期盼中，恒洁这些新品于 5 月 14 日 -17 日的第 28 届中国国际厨房、卫浴设施展览会（KBC）上重磅亮相。

跨界联名，以品质成就大美空间

空间是生活的载体，中国国家地理以其对大自然无尽探索的精神，用地理科学讲述中华大地山川湖海背后的无限魅力与人文内涵，激发人们对美好空间的无限向往。而恒洁专注打造美好卫浴空间，主张每一方中国空间都应该被赋予更高品质、更舒适、更有温度的体验。

从大美空间到公共空间到人居空间，消费者对每一方空间都拥有美好体验的需求在不断升级。恒洁与中国国家地理在对“美好空间”上有着殊途同归的汲汲追求，二者的跨界合作，为更多人提供机会一览中国自然景观与人文空间的多元之美。

合作期间，恒洁还携手中国国家地理在抖音、微博开启了“总有美好在此间”合作话题活动，获得无数网友的刷屏点赞。五一期间，恒洁与中国国家地理还在全国各大 5A 热门景区精心设置 C 框“最美打卡点”，守护高品质公共卫生空间，与消费者实现深度链接。



新品发布会上，恒洁更以让人耳目一新的新颖形式呈现了一场别开生面的时空之旅，恒洁大美空间推荐官宋佳、大美空间发现官蔡石带领现场观众们奔赴了一场美好旅途。三张精彩纷呈的大美河山照片，给人以视觉与心灵的双重震撼。在中国国家地理合作摄影师蔡石的镜头下，晨曦、午后、星夜，三个不同意象绘就祖国锦绣山河，一场沉浸式的美好空间探索之旅就此展开。

在宋佳口中，当东极岛清晨第一缕阳光沐浴在大地，美好的一天将由一场轻松惬意的洗漱开始，恒洁惊艳亮相的雅·繁花全卫空间解决方案完美满足了她的需求。融合古典和现代设计的繁花空间，集美感与收纳为一身，搭载强大的美妆功能，伴着晨曦带来品质卫浴体验。

当午后的时光来临，蔡石将第二站选在了底蕴深厚的洛阳古都，与穿越千年的龙门石窟佛光撞个满怀，在洛阳城未散尽的辉煌中品味历史余韵。这样的午后，在充满细节和生活品质的悦·羽枫空间中享受舒适与松弛，在此间享受惬意与从容，宋佳的理想空间有了具象化模样。

夜晚降临，蔡石尽情分享了云南雨崩的星空，在这片纯净之土，星空不再是遥不可及的梦，而是触手可及的现实。这样的场景亦让宋佳神往，恒洁·星空全卫空间解决方案将山河美景带到卫浴空间为旅途提供了卫生健康、智能化的品质卫浴体验，沐浴在雪山星空下，享受宁静和全方位与众不同的生活体验。

不管身处大美空间、公共空间还是人居空间，人们都期待更美好的体验。恒洁品质格调的雅·繁花、雅韵舒适的悦·羽枫、智能洁净的恒洁·星空三大全卫空间解决方案，不仅满足了旅途中的实用需求，更让每一次洗漱、每一次放松都成为了一场极致品质体验，完美诠释了“总有美好在此间”理念。

不止如此，依托于恒洁“品质生活”全卫空间解决方案，恒洁与知名设计师梁景华老师的联名款卫浴空间也在发布会现场亮相，以探美寻净为主题的空间通过每一款产品、每一个细节去捕捉并诠释“品质”的真谛，在探索美的沉浸式体验中实现身心净化，在自然间、在精神间、在体验间感受恒洁卫浴空间带来的美好。

匠心独具，重新定义家居品质卫浴体验

家居消费是消费者对美好生活向往的重要载体，得益于技术创新与对品质生活的追求，消费者对家居产品智能化也不断提出新的需求。而恒洁，正以实际行动回应着消费者的渴望，引领行业迈入更高境界的智能生活体验。

凭借强大的产品力与独特魅力，恒洁新品首次公开亮相在 KBC 国际厨卫展览会上便成为全场焦点，“雅·繁花”、“悦·羽枫”与“悦·瑾然”以及联合梁景华打造的奢宅解决方案在展会期间吸引了众多目光。观众纷纷驻足观看了解，与工作人员进行深入洽谈交流，对恒洁品牌实力给予了高度评价。

一时间，展位前人头攒动，交谈声、赞叹声此起彼伏，形成了展会中一道独特的风景线。值得一提的是，此次展会还吸引了众多网络达人的关注，抖音百万粉丝博主现场打卡、直播，引发线上线下互动热潮，进一步扩大了恒洁品牌影响力。

此次参展，恒洁不仅展示了其在智能马桶领域的最新力作 R 系列产品，还公开了备受期待的 T 系列家族花洒，全面展现了品牌升级后的强大实力。紧扣“品质”和“焕新”两大时代关键词，恒洁在智能产品及专业服务上均展现了与时俱进的创新追求。

恒洁全新推出的 R10 智能马桶采用行业首创的双 0 压系统，革新升级的恒流双驱技术完全突破 0 水压限制，全场景 0 压 3D 随心洗，还有突破性外接水源，生理盐水、纯净水等自定义水源接入，任何场景下清洗无忧。此外，还有恒流双驱技术、AI 智导巡航清洗、高效全域烘干、专利腿感翻盖翻圈等行业前沿技术的加持，为所有家庭成员带来更健康的智能卫浴生活体验。



恒洁以创新锻造品牌智造硬实力，持续夯实智造基础，用心守护消费者美好生活。采用突破性内置水箱的恒洁 N8S 超薄壁挂智能马桶、搭载双控冷水预排功能的 T11 智臻系列花洒等智能新品则是恒洁革新家居品质卫浴体验的又一力作。N8S 壁挂智能坐便器采用无水箱超薄挂架设计，打破空间安装限制，专利墙排虹吸方案，实现 0 压降噪静冲，无惧噪音困扰。

一直以来，恒洁将技术创新作为企业高质量发展的重要内容。不断推陈出新的升级产品，既是恒洁在智能科技应用上硬核实力的全方位体现，更凸显了其对于生活品质的深刻理解和不懈追求。

伴随消费者对家居产品基础需求与进阶需求的持续关注与偏好变化，越来越多企业不断强化技术突破能力，以期提高行业竞争力。在复杂多变的市场环境中，恒洁始终独树一帜，以过硬的产品研发实力与行稳致远的长久耐性踽踽前行，不断为消费者呈现提升生活质量的优质产品，满足其对美好生活的品质追求。

恒洁的每一步，都是对高品质生活方式的不懈追求，携手中国国家地理、2024 新品发布会与 KBC 展会上的精彩亮相，不仅展示了恒洁在技术创新、设计美学及整体解决方案方面的综合实力，更体现了恒洁将品质生活体验带到每一方空间的美好初衷，为卫浴生活的发展注入了生机与活力，探索着更多美好生活的样板。

与设计同行

DESIGN

以先锋设计开启未来美好人居，以品质力量助推中国设计前行。
为探寻美好人居空间更多的可能性，2019 年，新国货卫浴品牌恒洁联手网易家居，共同推出了「质美中国」设计师系列活动，联结行业设计力量，孵化国内家居设计圈层的顶级 IP，受到了行业内外的广泛关注与好评。

历经六年发展，「质美中国」已成为中国最具影响力的设计师活动 IP 之一，为推进中国城市设计交流与发展发挥了重要纽带作用。2024 年，「质美中国」迎来了崭新面貌，除从城市巡礼、跨城游学、样本共创等维度推进城市设计交流与合作外，还将全新升级「H+ 城市设计影响力榜」榜单评选，搭建设计新势力的成长平台。

同时，为了更好地探讨设计的当下与未来，2024 年恒洁与广州设计周首度携手，联合发起了 2024「亚洲青年设计之光」活动，助力新兴设计力量的成长。在「质美中国」IP 的坚实基础上，正式推出恒洁「超级 H+ 计划」，围绕“重磅奖项荣誉”、“大师实战课程”、“设计之行”、“精品研学”、“个人案例打造”、“C 端流量助推”等多方面，全面开启 2024 品质升级之路，为中国乃至亚洲设计师们深度赋能。

从「质美中国」设计师系列活动升级到「亚洲青年设计之光」，恒洁将继续与设计同行，与设计师们继续发现美好、定义美好。

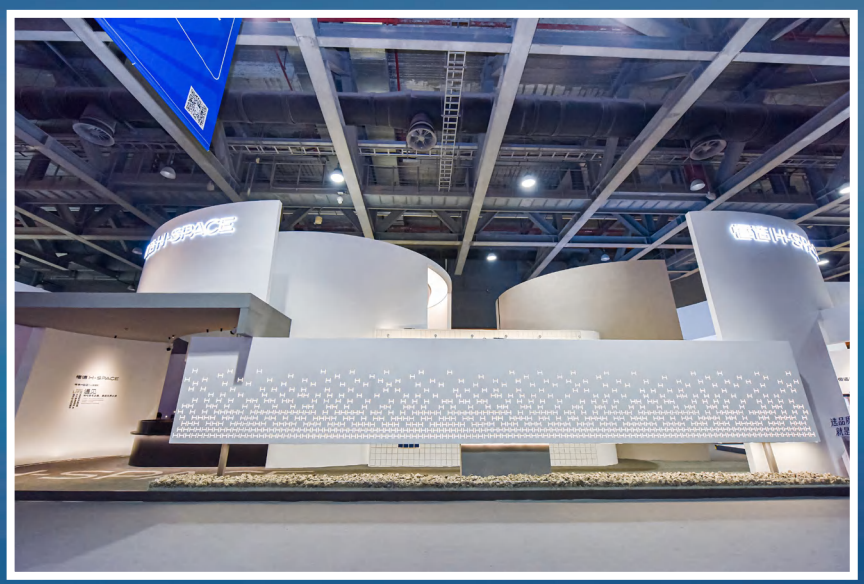


惊艳亮相！恒洁首登广州设计周 与设计师共探品质生活

文 / **恒洁编辑部**

2023 年 12 月 8 日，2023 广州设计周拉开帷幕，恒洁惊艳亮相。恒洁作为「超级品牌策源 IP 概念馆」唯一被臻选参展卫浴品牌，首次登陆广州设计周，为设计师和观众朋友带来一场空间与美学、场景与体验、品质与生活的思考与探索。

恒洁 × 谢英凯老师精心打造的“恒洁 H-SPACE” 美学主题馆，将恒洁“专注品质、持续创新、倡导环保，致力于通过产品和服务，创造品质美好生活”的使命通过空间设计和产品创新展示形式，完美呈现和诠释。





专注品质，追本溯源，较真于细微

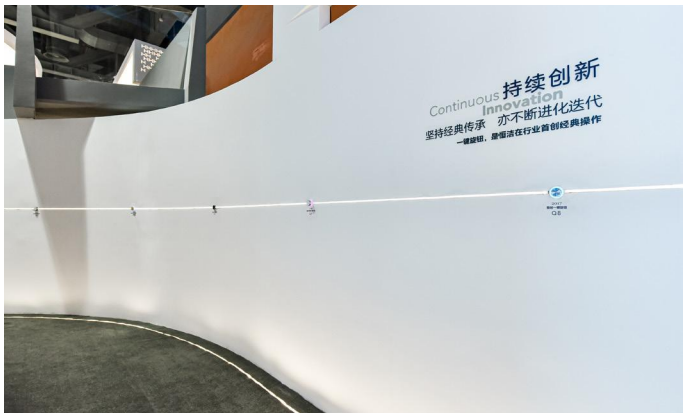
品质是恒洁的基因和生命线，品质不仅来自对产品工艺和品控的严苛把关，更源自对产品原材料的臻选应用，现场通过橱窗将恒洁产品选用的优质土、木、石、金属等进行一一展示，恒洁的超级符号H也通过釉片墙、艺术漆进行艺术化展示，引发观众思考品质之源。













持续创新
在经典传承中进化迭代升级卫浴科技

作为智能卫浴的引领创新者，恒洁打造出诸多兼具设计美感与科技创新的智能马桶，其中，“一键旋钮”是恒洁在业内的首创技术现已成为行业的标配，年份不同外表各异的“一键旋钮”是恒洁在智能马桶领域的持续创新、不断探索的缩影。

以“一键旋钮”为代表的恒洁智能马桶升级之路通过时光长廊的形式，巧妙融入到参观动线中，设计师在时光向前与产品迭代升级的隧道穿梭中，感受到恒洁在智能马桶领域为行业带来的引领性价值沉淀。

搭载 100 余项创新及专利技术，开创 3D 随心洗时代的恒洁超凡 R9 智能一体机，在“恒洁智能实验室”展区，通过道具化与艺术化手法展示 AI 智导巡航清洗技术、恒流技术、高效全域烘干技术、超漩能 0 压冲水技术等，以科技之美吸睛无数。





倡导环保，坚持绿色可持续与自然和谐共生

广州设计周开幕首日被设立为“可持续日”，与恒洁“倡导环保”的使命不谋而合。在恒洁可持续发展展示区，通过道具模型生动形象的展示出恒洁使用绿色环保能源、进行生产废料及热能回收再利用、工厂电镀废水 0 排放等；而在漏斗艺术空间里，恒洁五金龙头与瀑布水流装置相得益彰，共同奏响产品与自然的和谐乐章。恒洁不论在生产智造上还是在产品出品使用上，始终保持对社会、自然的友善与回馈。

解构空间之美，遇见生活灵感

恒洁作为品质生活方式品牌，在“选品质，就是选生活”的品牌主张指引下，从消费者角度重新定义品质，让观众在卫浴场景化套间中邂逅生活的美妙灵感。

恒洁为品牌代言人、实力派演员宋佳女士量身打造的“奢适理想卫浴套间”，糅合艺术美学与实用舒适体验，以定制解决方案诠释卫浴生活新方式，在艺术中尽享静奢之美。在“元宇宙”数字化全卫解决方案展示区，则可见更多恒洁基于不同人群、不同需求打造出的全卫空间解决方案，设计师和观众们可以现场交互体验、肆意挥洒设计灵感和畅享美好卫浴生活。





大咖云集，共话设计！
质美中国城市新人居论坛圆满举办

文 / **恒洁编辑部**

2023 年 12 月 10 日，由恒洁 × 网易联合主办的“遇见质美 质美中国城市新人居论坛”于 2023 广州设计周圆满举办。8 位设计大咖史南桥、谢英凯、谢柯、何宗宪、孙华锋、张灿、庄瑞安、方磊，广州设计周 CEO 贺文广，4 位城市青年设计师尹禹鉴、高飞、王博、虞博阳，以及作为恒洁战略支持机构的全国 11 个设计协会的代表，全国数十个城市的设计精英代表，以沉浸式论坛形式分享设计热点，共同解锁城市人居新可能。

现场回顾和总结了质美中国活动五年来的丰硕成果，重磅发布了《2023 品质人居城市样本蓝皮书》，并颁发了 2022-2023 网易城市设计影响力榜、2022-2023 网易城市设计影响力 - 战略支持机构获奖名单。活动还举办了 2024 质美中国 IP 升级启动仪式，恒洁将致力从“荣誉、价值、成长”等多维度助力设计师实现新的突破。

恒洁引领品质生活方式
持续升级“质美”领潮未来

广州设计周作为亚洲最具影响力的设计产业盛会之一，已成为设计师、材料企业、创新品牌以及行业领袖竞相参与的重要平台，恒洁携手谢英凯老师打造“恒洁 H-SPACE”，旨在与全国设计师朋友更好地交流互动，探寻品质人居。

为适应行业和消费趋势，2023 年恒洁进行了全面品牌升级，从消费者视角重新定义“品质”，提出新的品牌主张：“选品质，就是选生活”，从智能卫浴专家转型升级为全卫空间解决方案提供者。在这一品牌升级的背景下，恒洁推出了搭载 100 多项专利及创新的超凡 R9 智能一体机，3 小时全卫换装＋ 8 大免费服务的恒洁闪装 2.0，多款定制卫浴套间，满足消费者对高品质、个性化卫浴生活的需求，塑造行业领先的“品质生活方式品牌”。

恒洁集团高级市场副总裁阮伟华作《遇见质美》主题分享。多年来，恒洁始终重视与设计圈层的交流和合作，阮总回顾恒洁与设计师圈层源于“梦改”的结缘，与 50 多位设计师共同打造的 100 多个经典案例；回首质美中国 5 年、24 个城市、47 个地标之约，向一路支持恒洁的设计大咖、战略支持单位、设计师伙伴们表达最衷心的感谢！

展望 2024，阮总表示，恒洁将通过推出“超级 H ＋计划”，持续去增强和丰富恒洁与设计师在更多维度的合作。恒洁作为整个大家居产业唯一连续三次入选人民日报社“品牌强国计划”的品牌，也将继续与设计师伙伴们共同努力，助力更多中国家庭实现对品质人居的梦想。



谢英凯分享“恒洁 H-SPACE”设计理念
超级品牌策源 IP 的灵感打造

首度亮相广州设计周，由恒洁与设计名师谢英凯联袂打造的恒洁美学主题馆——“恒洁 H-SPACE”即被臻选入驻「超级品牌策源 IP 概念馆」特别展出单元，引发瞩目。

作为“恒洁 H-SPACE”的设计主理人，谢英凯提炼出“遇见设计”的理念，让设计与品牌深度互动。他指出，恒洁的超级符号“H”不仅代表品牌身份，也象征着智能科技与高品质的融合。“恒洁 H-SPACE”通过创新展示方式和艺术化的产品元素来增强品牌记忆，以及利用了极致产品化的概念，实现用最少元素展示最多内容的目的。已成为广州设计周热门打卡点的“恒洁 H-SPACE”，真正体现了恒洁对科技、环保、与生活的深刻理解和承诺，对品牌使命的承载。



设计大咖＆青年设计师燃情开麦
共创城市新人居样本案例

论坛“城市设计开放麦”环节精彩纷呈。参与样本共创的四位设计师分别以文化共融、老城新生、江城人居、津品腔调为关键词，表达自己的城市人居设计态度，由 8 位设计大咖所组成的点评团也进行了精准点评，为论坛增添了专业视角。

来自银川的虞博阳在分享中突出卫浴设计的重要性，特别是在项目中使用的恒洁奢适套系，为业主提供了高品质和舒适的使用体验。他的设计理念结合银川的文化多样性和自然景观，注重空间的舒适度和对细节的把控。孙华锋对虞博阳的作品表示肯定，建议虞博阳在作品中增加“松弛感”，使作品更完美；谢柯赞赏设计中的地域特色和多元表达，认为当下年轻设计师们的作品已非常成熟，具有感性和理性的平衡。

尹禹鉴分享了沈阳的城市特色和文化，特别是工业遗产与艺术元素的融合。他探讨了沈阳人口和房产市场的变化，以及在旧房改造方面的经验，特别是在预算有限的情况下使用恒洁卫浴产品，依然为业主创造出高品质的居住空间。史南桥认为尹禹鉴在业主有众多要求的前提下，依然能够完成并高水准交付项目，非常值得赞许；何宗宪肯定了尹禹鉴在室外景观与室内空间结合上的努力。

高飞在武汉的设计案例，或将自然景观融入室内，或运用带有儿时记忆的游戏元素，或通过水墨画 IP 创造具有层次感的空间。在这些案例中，高飞通过恒洁产品，同时满足了业主对功能性和美观性的需求。谢英凯在肯定项目思路的同时，建议设计师更多聚焦于建筑和环境的关系，更深入地探讨从公共空间到私密空间的过渡；庄瑞安则被高飞对项目的热情打动，认为要打造出好设计作品，就是需要这样的感动和用心。


虞博阳


尹禹鉴


孙华锋


史南桥


高飞


王博


何宗宪


张灿

王博特别强调“探索、创新、验证、实现”四个关键词在他的设计实践中的应用。在他的案例作品中，充分考虑到功能性和模块化的空间规划，特别是卫生间设计中，通过使用恒洁南海帆影套系，让卫浴空间的整体体验与整体的设计风格保持了一致性。

张灿点赞王博的设计控制力和节奏，特别是对恒洁产品的运用。他建议王博在设计中增加“柔软度”，融入对人的情感和生活场景的关注。方磊表示王博在处理空间体块和面的关系上做得很好，同时可以适当减少对视觉的过度关注，让空间更有场域感。

“蓝皮书”＋“影响力榜”展现新人居面貌，见证创新光芒

过去一年，恒洁与网易家居联同设计界领袖和新兴力量，发起全国品质人居样本城市巡礼，打造全面城市生活图鉴。网易设计全国执行主编张金燕发布了《2023 品质人居城市样本蓝皮书》，特别提到卫浴行业的未来趋势，包括互动智能化、AI 的人性化应用、全卫焕新和品质需求升级。



城市人居的发展离不开设计师和设计机构的倾情助力，借本次论坛契机，举办了 2022-2023 网易城市设计影响力榜及战略支持机构颁奖活动，以激励创新思维和协作精神，共同塑造更宜居的城市未来。





恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼举行

文 / **恒洁编辑部**

聚焦亚洲设计新锐，挖掘原创设计力量！ 2024 年 4 月 25 日，2024 恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼于西安当代设计周隆重启幕。

RWD 创始人及董事长黄志达、汤物臣·肯文创意集团执行董事 / 设计总监谢英凯、广州设计周 CEO 贺文广、网易设计全国执行主编张金燕、中国原点新城亿达商业运营有限公司总经理刘鹏、西安市装饰业协会常务副会长兼秘书长黄国瑞、西安市装饰业协会住宅装饰装修专业委员会秘书长王建峰、西安市建筑装饰材料协会常务副会长兼秘书长任宏敏、西安青年设计师俱乐部创始人王雪峰、Dewan Architects+Engineers 高级建筑师 Bruno Gomes、西安东威利别墅设计中心设计总监尹维凤以及两百余位先锋设计师共同参与见证了这场亚洲设计领先者的思想碰撞盛宴。

本次活动还发布了 2024“亚洲青年设计之光”发展规划。同时，分享了恒洁“超级 H+ 计划”。该计划致力于为亚洲青年设计师提供全方位的成长赋能与发展平台。

在当日上午，恒洁集团西安、银川、太原运营中心董事长王可刚受邀出席了“一带一路”智能家居产业大会暨 2024 西安当代设计周开幕式，并作为卫浴行业唯一代表参加“智能家居消费品聚集地”授牌仪式，助力智能家居和设计产业发展。

黄志达 × 谢英凯
特约观察团分享设计洞见

黄志达认为，设计师应独具匠心，洞察并紧跟健康、智能、绿色等多元化趋势。他借助案例，展示了设计与生活之间的紧密联系。通过这种联系，设计师能创造出多元且具包容性的空间，满足不同人群的需求。同时，设计师必须对环境变化和业主的需求保持敏锐性。设计师还应聚焦于未来消费者的需求，以前瞻性的视角与使用者建立紧密联系，同时也要不懈创作，并充分享受设计所带来的乐趣和成就感。

谢英凯指出，设计不仅要追求美观和实用性，更要思考对社区产生的影响。他通过项目案例，生动展示了如何将公共性、开放性和趣味性融入设计中，从而塑造出一种开放且富活力的社区环境，促进人与人之间的交流与互动。值得一提的是，在 2023 年广州设计周，谢英凯与恒洁携手，呈现了一处引人入胜的美学主题空间——“恒洁 H-SPACE”。这个空间以“H”为超级符号，巧妙将恒洁品牌使命与创意设计相结合，赢得了广泛关注和赞誉。





与设计同行 共创品质美好生活

设计事业的未来在于青年一代。广州设计周 CEO 贺文广详细阐述了“亚洲青年设计之光”2024 年度运营规划。这是一项由亚洲权威媒体共同发起的青年设计翘楚观察计划，以媒体视角去发掘亚洲青年设计师。贺文广非常认同恒洁所倡导的“质美”理念，强调设计之美既在于外观，也在于那些看不见却可深切感受到的匠心与品质。

贺文广还特别感谢“亚洲青年设计之光”战略合作伙伴恒洁的大力支持，并深入介绍了项目的实施细节，包括推选委员会、特约观察团的构建，以及获奖设计师的权益。他呼吁更多设计师加入该项目，共同为中国设计发声。

让中国品质与中国设计同行，恒洁推出了“超级 H+ 计划”。恒洁集团品牌副总监詹楷煌介绍，该计划以恒洁超级符号“H”为标志，代表着高科技与高品质、极致体验、新国货的荣光，并在“质美中国”IP 的坚实基础上，以 H+ 为原点，高效地整合各方优质资源，为设计师们提供包括个人案例塑造、大师级实战课程、高端深度游学、重量级奖项评选、精品沙龙研学、C 端流量助推以及品牌联名合作等多元化的成长支持。同时，恒洁不断创新，推出 R9 智能一体机、N8 系列壁挂智能一体机、T7 系列花洒及众多全卫空间解决方案，不仅支撑大美空间的创造，也助力设计师实现职业生涯的更大价值。





品质之光 TALK：设计与品质的交织

三位与设计领域相关的代表，从不同视角解读“品质”，分享了他们的设计态度。

2022 年“亚洲青年设计之光”阿联酋 TOP 1 获奖者，Dewan Architects + Engineers 高级建筑师 Bruno Gomes，深入探讨了“创意”在设计中的重要性。他通过分享葡萄牙吉马良斯的农业创意项目、沙特阿拉伯利雅得的滚石学院设计，以及与元宇宙相关的通天塔 4.0 项目，展示了设计师应如何借助技术和人工智能的帮助，超越传统界限，把想象变为现实。

西安东威利别墅设计中心设计总监尹维凤结合刚需小户型与法式浪漫别墅案例，从“生活”角度分享了设计理念：实用、美观、创新，满足业主的个性化需求。她表示，过去一些业主偏好进口卫浴产品，但自从接触恒洁后，其品质和设计赢得了包括她在内的设计师群体和越来越多业主的青睐。与设计同行，网易设计全国执行主编张金燕介绍了 2024 H+ 城市设计影响力榜，并现场发布了“2024 H+ 城市设计影响力榜—西安榜”的入围名单。2024 年，网易将继续联合恒洁，致力发掘每个城市优秀的设计力量，为他们打造推广的平台。

2024 恒洁“质美中国”×“亚洲青年设计之光”全球启动礼，是一场集传承、创新和联结于一体的盛会。设计大咖们毫无保留分享经验与智慧，为青年设计师们的成长与发展提供有力支持，而青年设计师们也展现出卓越的才华与创造力，引领设计界探索新的高度。

同时，中国品质与中国设计的紧密结合，正在汇聚成一股强大的推动力，不仅促进社会的持续进步，也将为更多中国家庭带来更高品质的生活体验，开启更加美好的未来。



助力青年设计师在亚洲绽放光芒

“亚洲青年设计之光”是由亚洲权威媒体共同发起的青年设计翘楚观察计划，宗旨是挖掘展示亚洲地区的杰出青年设计师。该活动一经在中国内地首次推出，就吸引了近万名青年设计师关注，近千人的报名参与，通过赛事权威媒体的持续报道，引发亚洲区域声量级事件传播，

迈入 2024 年，“亚洲青年设计之光”携手战略合作伙伴恒洁及广州设计周媒体联盟联合国内外顶尖专业媒体成员、设计协会与组织、国家使领馆共同发起与执行，计划将中国内地、中国香港、中国台湾、迪拜、新加坡、日本、马来西亚、韩国、越南、泰国等亚洲 10 个国家 (或地区) 的青年设计师列为观察对象，每年度各国家 (地区) 评选出一位青年设计翘楚，是年度亚洲设计新生力量的标杆与缩影，被视为“亚洲青年设计之光”受世界瞩目。

为确保评选的公正性和权威性，“亚洲青年设计之光”特地组建了由中国内地各大权威媒体机构、设计协会与组织代表组成的推选委员会。同时，活动还邀请全球建筑、室内设计的权威专家担任特约观察员，他们以独立身份对评选工作和流程进行观察与监督，确保整个评选过程的公平、公正和公开。

在恒洁助力下，2024“亚洲青年设计之光”将创新赛制：以 100 进 10 再进 1 的模式，选出中国内地 TOP1，与其他 9 个国家及地区的 TOP1 共同组成 2024“亚洲青年设计之光”的精英团队。评选期间，“亚洲青年设计之光”将与恒洁体系设计师渠道多 IP 活动联动，不仅将为青年设计师提供展示才华和实现梦想的舞台，更将推动亚洲设计文化的交流与融合。我们坚信，这样的合作将激发出更多的创意火花，推动亚洲设计走向新的高度。期待在这场设计盛宴中，见证青年设计师们的才华与创意，共同书写亚洲设计的新篇章。



质美中国丨相聚长春
恒洁携手设计师共绘质美新篇

文 / **恒洁编辑部**

5 月 29 日，2024 恒洁“质美中国”亚洲青年设计之光全国巡礼来到长春。重庆年代营创室内设计有限公司董事长 / 设计总监赖旭东、吉林省室内装饰协会执行会长刘家安、方林集团长春分公司设计总监张雷、网易设计全国执行主编张金燕、广州设计周商务总监邓启钊以及长春城市设计先锋们齐聚一堂，深入探讨城市人文底蕴，共同开启长春设计新篇章！

从“网易城市设计精英榜”到全新的“H+ 城市设计影响力榜”，此次长春榜单的发布，不仅代表了长春设计的新高度，更是对长春设计影响力和潜力的一次集中展示，凸显了长春设计师的蓬勃活力。

2024 年，恒洁首度携手广州设计周共同发起“亚洲青年设计之光”。作为亚洲青年设计之光的“战略合作伙伴”，也将挖掘和见证东北设计力量的崛起，推动地区设计的创新发展，为青年设计师搭建更广阔的舞台。



赖旭东：设计不仅是物质的创造，更是精神的追求

恒洁与《梦想改造家》将迎来第 8 年合作，赖旭东老师作为恒洁的老朋友，不仅与恒洁携手打造了多个精彩梦改案例，也深度参与了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。

在演讲中，赖旭东老师还深入探讨了他所坚持的设计核心理念：设计应回归其本质，并为大众服务。设计不仅是物质的创造，更是精神的追求。设计师应倡导简约而温馨的设计风格，推崇“轻装修、重装饰”的原则，关注生活细节，用艺术赋能生活，让美好持续绽放。赖老师还回顾了与恒洁的合作历程，赞赏“恒洁的产品在科技进步、外观设计和功能实现等各方面，都已达到甚至超越了国际大牌的水准”。



持质以恒，全方位赋能设计师伙伴发展

2023 年，恒洁全面升级品牌，并提出“选品质，就是选生活”的全新品牌主张。2024 年，恒洁联合权威旅行指南——《中国国家地理》，携品牌代言人宋佳，与国人共同探索中国的“大美山河”，深入诠释从“大美空间”到“生活空间”的品质内涵，恒洁品牌亦再度进阶。在最近出炉的第三方独立《KBC 经销商观展问卷调研报告》中，恒洁荣获印象最深刻的国内卫浴品牌 No.1 以及智能马桶并列 No.1 的好成绩，其引领地位再次得到印证。

在设计大咖梁景华老师眼中，“恒洁产品已经超越许多国外品牌”，同时，恒洁所倡导的“选品质，就是选生活”的理念也得到梁老师的高度认同。

正是基于对高品质生活方式的共同理解和不懈追求，恒洁与梁老师跨界联名合作，共同推出了“探美寻净·智控暗装全卫空间”解决方案。

恒洁集团家装事业部总经理谢永成表示，极致的服务体验口碑、规范统一的价格体系、持续创新的标杆产品为设计师们提供了强大后盾，恒洁也将继续与设计师们深度合作，共同打造更多高品质的卫浴空间解决方案。

“恒洁把国货做到世界领先的品质和地位，很不容易”，吉林省室内装饰协会执行会长刘家安为恒洁点赞，并对恒洁长期对设计行业和设计师的支持表达了衷心感谢。









恒洁与网易共同打造的“质美中国”IP 已经过多年积累，成为中国最具影响力的设计师活动 IP 之一。同时恒洁也与广州设计周首度携手，联合发起 2024“亚洲青年设计之光”活动，助力新兴设计力量的成长，恒洁在“质美中国”IP 的坚实基础上，以代表高科技、高品质、极致体验以及新国货荣光的恒洁超级符号“H”为标志，特别策划推出“恒洁超级 H+ 计划”。恒洁“质美中国”项目负责人徐冉分享了“恒洁超级 H+ 计划”的内容，该计划将为设计师们提供包括个人案例塑造、大师级实战课程、高端深度游学、重量级奖项评选、精品沙龙研学、C 端流量助推以及品牌联名合作等在内的全方位支持，恒洁将与设计同行，与设计师们继续发现美好、定义美好。



“亚洲青年设计之光”是由亚洲权威媒体共同发起的青年设计翘楚观察计划，广州设计周商务总监邓启钊介绍了该计划 2024 年的运营内容，并表示，恒洁作为国货之光品牌，将在该项目深度参与和支持，为青年设计师提供更多资源和空间。

经过恒洁长春团队 18 年的不懈努力，恒洁已经赢得了长春消费者和设计师群体的广泛认可。多年来，恒洁成功服务于长春一汽大众、一汽解放、一汽红旗，以及吉林省医院、吉林大学等多个标杆项目。恒洁集团长春运营中心总经理孙亚均对社会各界给予恒洁的支持和厚爱表示衷心感谢，并期望以本次活动为契机，与大家携手合作，共同为消费者带来更多惊喜和价值。



还设计于本质，把美好装进生活

恒洁“质美中国”一直致力在设计中探寻人与城市之间的联系，并努力打造高品质的城市人居环境范例。方林集团长春分公司设计总监张雷，深入分享了长春这座城市的文化底蕴和自然美景。他强调，设计师应当细心观察并捕捉身边的美好元素，巧妙地将它们融入自己的设计作品中。在张雷的设计方案中，选用了具备人性化智控功能的 N8S 壁挂智能一体机、能提供高度定制化服务的恒洁浴室柜，升级了业主的卫浴生活体验。



在“质美对话”中，有个设计工作室创始人于海彬、百合装饰首席设计师曲相元、居之杰装饰创始人张杰、观棠设计创始人路罡等人与嘉宾老师和协会领导进行了交流。赖旭东老师着重强调了专业设计师在设计审美上的坚持、与业主之间的有效沟通，以及坚持自我风格和充分利用媒体平台展示作品的重要性。对于小户型设计，他特别指出应重视收纳功能的规划和形体关系的美化。刘家安会长则表示，协会将持续致力于挖掘和推广长春的原创设计，努力为本土设计师创造更多的交流和发展机会。



继 2022-2023 年恒洁与网易推出“城市设计精英榜”后，2024 年这项榜单再度升级为“H+ 城市设计影响力榜”。网易设计全国执行主编张金燕表示，该榜单让好设计被更多人看见。长春榜单的发布也将激发长春地区城市设计活力，发掘和培养更多设计人才，为城市的美好未来贡献心力。

品质生活，美好焕新 | 恒洁焕新城市计划再谱新篇

文 / **恒洁编辑部**

焕新城市之美，升级品质人居。近年来，以“提振家居消费，助力美好生活”为导向，国家相关部门出台了多项措施促进家居领域的焕新行动。2024 年更是被定义为“消费促进年”，家居领域成为恢复和扩大消费的重点领域，恒洁再度配合商务部 2024 消费促进年重点消费促进活动。

作为家居新国货品牌，恒洁早在 2021 年就率先在行业推动家居焕新消费，并推出了恒洁“焕新城市计划”、“恒洁焕新 不止所见”双 IP 活动，助力焕新品质人居，并通过智能化、健康化、空间化解决方案以及完善服务体验等方面的升级，助力老旧小区改造。自 2021 年起，恒洁焕新城市计划已经覆盖全国超 40 城，备受社会各界及广大消费者认可。

家居焕新，体现了人民对美好生活的向往。2024 年，恒洁联合权威旅行指南《中国国家地理》，携品牌代言人宋佳与国人共同领略与探索中国的“大美山河”，诠释从“大美空间”到“生活空间”的品质内涵。从人居空间到公共空间到大美空间，恒洁“品质生活”全卫空间解决方案，以及重磅升级的恒洁闪装 3.0 服务，将助推恒洁“焕新城市计划”继续在全国绽放，守护每一方空间的美好。





商务部启动家居焕新消费季，恒洁作为卫浴行业唯一代表分享“焕新”经验

> 5 月 16 日，由商务部、天津市人民政府主办的“全国消费品以旧换新行动—天津站暨 2024 家居焕新消费季启动仪式”在国家会展中心（天津）隆重举行。商务部、天津市政府、相关司局及中心负责人，各省市商务部门代表，金融机构、行业协会、头部企业和媒体代表等参加了此次活动。恒洁作为卫浴行业唯一代表受邀分享在“焕新”领域的探索与成果，积极助力以旧换新行动的推进与实施，展现了在家居领域的综合影响力。

商务部党组成员、副部长盛秋平在致辞中强调了消费品以旧换新行动的重要性。他表示，商务部将坚决贯彻落实党中央国务院的决策部署，把推动消费品以旧换新作为重点，通过政策和活动双管齐下，稳定和扩大消费，进一步巩固和增强经济回升向好的态势。天津市副市长李文海在致辞中提到，天津积极响应并落实商务部关于推动消费品以旧换新的部署，旨在进一步刺激消费需求，推动换新消费的发展。天津市商务局局长孙剑楠则介绍了天津如何积极落实国家以旧换新政策，并不断完善再生资源回收体系，以进一步激发市场潜能，着力提升居民生活品质。

恒洁如何推动焕新消费？恒洁集团公关负责人元永义从多个维度介绍了恒洁的布局和践行。高品质的产品和服务是推动焕新消费的基石，恒洁以强大的创新研发和生产智造实力，持续打造标杆产品和服务，为品质人居注入新动力。恒洁智能 R9，一款产品就搭载 100 多项创新和专利，开创“3D 随心洗”时代；恒洁 N8 壁挂智能一体机，无水箱超薄挂架设计优化了空间布局，提供便捷安装方式；恒洁闪装，3 小时实现全卫快速换装并包括电路改造、拆旧处理等 8 大免费增值服务，同时不断探索微改和局改服务，致力为消费者带来一站式全卫焕新体验。

从家庭到公共卫浴空间，恒洁在焕新领域从未止步。恒洁连续七年与《梦想改造家》携手进行公益改造，联合人民日报新媒体、新华书店共同推出“这空间很中国”公共空间改造计划，成功打造出中国国家博物馆、广州白云国际机场等地标焕新工程，让更多人享受到焕新成果。

恒洁以长期主义推动焕新消费，通过焕新营销 IP 加强与消费者的联结。恒洁“焕新”双 IP 系



列活动作为业内率先发起、覆盖全国的大型焕新市场活动，聚焦城市更新和存量住房改造提升，成为业内行业极具品牌影响力的权威 IP，多次受到商务部肯定。

伴随启动仪式的举行，家居产业的焕新消费迎来了新的契机。作为以旧换新行动和焕新消费的先行者和推动者，恒洁将与业界同仁携手，积极响应国家政策，深化落实以旧换新和焕新消费的理念，以更加优质的产品和服务，满足消费者对美好生活的追求，为家居产业的繁荣与进步贡献力量。





美好焕新！恒洁焕新城市计划·宁波站盛大开幕

2024 年 4 月 19 日，恒洁焕新城市计划宁波站启动仪式举行。恒洁集团高级市场副总裁阮伟华、中国建筑材料流通协会执委副会长兼经销商委主席李作奇、宁波市装饰材料商会会长陈建平、宁波市家居产业研究院院长杨君渊、宁波室内设计协会副会长、JYM 金元门设计创始人 / 艺术总监葛晓彪、广州设计周商务总监邓启钊、红星美凯龙宁波鄞州商场总经理林聪元、《DESIGN FOCUS》国际中文版主编、宁波市室内设计师协会秘书长金彦鸿、宁波市建筑装饰行业协会设计分会执行秘书长叶建荣、网易家居执行主编罗会俊、恒洁集团宁波运营中心总经理邱学斌等领导与嘉宾出席活动，共同开启宁波新一轮家居焕新升级之旅。

在宁波站活动上，相继发布了恒洁的最新品牌资讯和新品信息，包括恒洁携手中国最具收藏价值的顶级地理杂志——《中国国家地理》，恒洁“质美中国”与“亚洲青年设计之光”的 IP 联名，都充分展示了恒洁对于推动中国家居行业发展和提升消费者生活品质的坚定决心与不懈努力。

在致辞中，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华分享了“焕新”趋势为行业带来的深刻变化，并表示，恒洁将依托并发挥焕新 IP 系列的影响力，积极响应助力商务部“2024 消费促进年”系列活动。中国建筑材料流通协会执委副会长兼经销商委主席李作奇对当前市场形势进行了深入分析。他指出，旧改、二次装修等领域将释放大量需求，企业应把握商机。他特别提到，恒洁作为行业代表，积极响应商务部“以旧换新”政策，展现了企业的整体实力和社会责任感。他对恒洁在“焕新”市场中的表现给予高度评价，并期待恒洁深化焕新系列 IP，继续成为全国消









费促进年的标杆和经典案例。

恒洁进入宁波市场二十余载，实现了全渠道布局。如今，宁波已有 36 家恒洁专卖店，同时与 100 余家知名装企保持紧密合作。此外，众多标杆项目，如宁波大学、岱山君澜酒店、奥克斯集团以及宁波市第一医院等，都见证了恒洁的专业实力。恒洁集团宁波运营中心总经理邱学斌感谢宁波各界合作伙伴给予的支持和帮助。

紧扣“品质”和“焕新”两大时代关键词，恒洁在品牌形象、产品及服务上均展现了与时俱进的创新追求。恒洁集团高级品牌经理元永义，分享了恒洁与权威旅行指南 ——《中国国家地理》的合作，共同追求“总有美好在此间”的愿景。

恒洁全卫空间解决方案，充分考虑空间利用、功能布局以及风格搭配，满足不同家庭、不同使用人群的个性化品质生活需求。同时，行业首创突破性内置水箱的恒洁 N8 壁挂智能一体机，四功能琴键切换的 T7 琴键即停花洒，让卫浴生活更有品质。恒洁闪装，也在持续升级，为消费者带来一站式全卫焕新体验。

“以旧换新”是城市生活品质的一部分，在“以旧换新”的政策背景和市场趋势下，家居行业正在经历从渠道时代向服务时代的转变。网易家居执行主编罗会俊以《家居消费趋势之以旧换新》为主题进行了分享，并对恒洁的表现给予了积极评价。恒洁通过持续夯实服务基础，推动“焕新城市计划”品牌 IP 和“恒洁闪装”服务 IP 并行发展，相互加持，不仅是焕新市场的行业先行者，更已经成为了家居焕新消费市场中用户的首选。

设计驱动产业升级，产业成就美好生活。广州设计周商务总监邓启钊表示，恒洁是广州设计周唯一被臻选进入「超级品牌策源 IP 概念馆」的卫浴品牌，广州设计周与恒洁携手启动“亚洲青年设计之光”项目，将深入挖掘亚洲具有创新精神的青年设计才俊，进一步推动设计和产业的蓬勃发展。

早在 2019 年，JYM 金元门设计的创始人兼艺术总监葛晓彪就曾参与恒洁举办的设计师交流活动。在此次活动中，他再次受邀分享了其代表案例——“叠墅改造”项目。通过巧妙的设计和布局，他成功地为业主精心打造了一个集美丽、优雅、舒适为一体的品质生活空间，充分体现了其深厚的设计功底和创新的设计理念。

藉此次活动举办契机，宁波恒洁与红星美凯龙宁波鄞州商场签署了 2024 年度大型营销活动战略合作协议，以进一步深化高端卫浴新国货品牌与高端家居卖场的强强联合。双方于 5 月 5 日联合启动焕新城市计划营销落地活动，以此助力“五一”大促，为消费者带来更多惊喜。



再谱新篇！恒洁焕新城市计划·银川站盛大启动

> 4 月 15 日，恒洁焕新城市计划银川站活动隆重举行，恒洁集团西北大区销售总监熊伟鹏、恒洁集团银川、西安、太原运营中心董事长王可刚、宁夏室内装饰协会秘书长谯代彪、优创艺术生活主理人 / 苏州装饰设计行业协会常务副会长由伟壮、宁夏室内装饰协会副秘书长 / 广州设计周银川分站主理人高焰、优居新闻全国总编黄小容、恒洁集团银川运营中心总经理宋阿龙、恒洁集团品牌经理李润楷等共同出席活动。

作为宁夏黄河经济带的核心城市，银川是带动整个区域发展的重要引擎。银川站是恒洁焕新城市计划版图扩张的又一重要布局，将开启银川城市和家居生活品质新篇。恒洁集团西北大区销售总监熊伟鹏表示，恒洁深耕银川市场多年，在零售、家装和工程等渠道实现了全面覆盖。焕新城市计划银川站的落地，将助力银川城市建设和家居生活品质提升。

自 2021 年起，恒洁焕新城市计划覆盖全国超 40 城，备受社会各界及广大消费者认可。宁夏室内装饰协会秘书长谯代彪表示，作为卫浴新国货领军品牌，恒洁焕新 IP 系列活动连续两年获得国家商务部的肯定与支持，为行业探索焕新市场、激发消费新动能树立了典范。

恒洁在银川拥有超 31 家旗舰店及专卖店，与超 200 家知名装饰公司及设计师工作室建立了牢固的合作关系，并入驻银川中医院、农业大学、北方民族大学、青银高速服务区、中环大厦在内的多个标杆。恒洁集团银川、西安、太原运营中心董事长王可刚表示，恒洁将以更加开放的心态和更加务实的态度，探索城市更新的新路径和新模式，同时承诺以高品质的产品和服务，为银川家庭和公共空间带来全卫空间解决方案。







大美中国千万间，总有美好在此间！今年，恒洁将联合中国国家地理，携手品牌代言人宋佳，一起在旅途中寻找中国山河景观、人文空间的多元美、差异美、极致美，以“C 框”标识定格最美空间，恒洁作为卫浴新国货代表品牌，不断以品质力量与智能科技实力，守护每一方空间的美好。

在“选品质，就是选生活”品牌主张指引下，恒洁助力更多家庭和公共空间品质生活提升。2024 恒洁全卫空间解决方案 - 生活家，基于在不同消费群体的卫浴使用体验和风格多样性的需求下，提供定制化、集成式、风格化的整体解决方案。通过材质、功能配置、风格等有机组合，打造专属于特定人群的品质全卫定制空间；N8S 壁挂智能马桶，无水箱超薄挂架设计打破空间限制；Q5 智能一体机，静音冲水、恒温畅洗、泡沫云盾三大亮点，舒适领航洁净进阶；T7 琴键即停花洒，四功能琴键优雅设计创新舒沐体验。

今年，恒洁闪装 3.0 重磅升级，在闪装 2.0 服务 3 小时全卫换装的基础上，新增 2 天旧卫微改和 10 天旧卫改造服务，为消费者带来超越期待的一站式全卫换新体验。优居新闻全国总编黄小容认为，专业的产品与技术是卫浴企业的护城河，高品质、超预期的服务则是赢得口碑、树立品牌的关键。这也是坚持“品牌向尚、产品向上、服务向善”升级战略的恒洁能够俘获各界认可的重要原因。

城市焕新为设计师提供了一展才华的大舞台。多年来，恒洁携手多位设计大咖，深入探讨城市更新的更多可能，探寻焕新改造的品质与创新设计之路。优创艺术生活主理人 / 苏州装饰设计行业协会常务副会长由伟壮现场分享山前坊文旅创意街区案例，阐述了对于城市更新与旧城复创的设计理念与改造故事。

此外，恒洁将与广州设计周强强联手，共同启动“亚洲青年设计之光”项目。宁夏室内装饰协会副秘书长 / 广州设计周银川分站主理人高焱表示，项目旨在发掘亚洲各国和地区最具创新力的青年设计才俊，共同描绘亚洲青年设计的壮丽蓝图。





焕新城市计划，不仅是对国家政策的积极响应，更是助力国人实现美好生活的有效举措。对恒洁而言，“焕新”不仅是一个口号，更体现了恒洁打造品质美好生活的坚定承诺与决心。2024 年，恒洁将继续以“焕新”双 IP 系列活动为平台，携手各界合作伙伴，共同整合优质资源，推动家居行业的持续创新与发展。我们深信，通过提供更优质的产品与服务，“焕新”的理念将更加深入人心，而“焕新”的美好也必将走进更多城市，更多中国家庭的生活。

恒洁HEGII

选品质 就是选生活

恒洁闪装3.0

1站式全卫焕新

3小时 全卫换装　2天 旧卫微改　10天 旧卫改造



注：具体服务详情可咨询当地门店。

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

恒洁服务 一生为您

400-833-1350

恒洁HEGII

选品质 就是选生活

至简美学 智净舒享

恒洁N8系列 壁挂智能一体机

创新无水箱
超薄挂架

专利墙排
虹吸0压静冲

调距
智感翻盖

随心贴
翻盖翻圈







中国发明专利,申请号202311728596.2

后两功能仅N8S款配备


恒洁HEGII