

HEGII VISION

恒洁视界

季刊

2022 第二期
品牌读物(总第39期)



恒洁 HEGII

恒洁闪装

2小时快速换装 + 8大免费服务

智能 焕新家

居然之家 恒洁卫浴 智能Hi购节



恒洁 | 人民日报社品牌强国计划成员企业

创新迎接未来

低迷逐渐散去，美好正在萌芽。随着疫情得到有效控制，上海进入了全面恢复正常生产生活秩序的新阶段，恒洁亦率先行动，以“第一棒”的姿态，与中国银联、上汽通用等企业同助力城市复苏，促进上海消费恢复，并荣获《人民日报》专题报道。

逆风飞翔，更显活力。虽然疫情反弹让经济和企业的发展，被动裹挟在压力中，但恒洁助力消费者升级品质生活的步伐，从未按下“暂停键”。新升级的“质美中国”城市设计之行全新起航，恒洁继续用设计为美好生活赋能；恒洁城市焕新计划与“恒洁闪装”等系统性的服务解决方案走进了全国多个城市；联合居然之家打造的“恒洁智能焕新家”活动，为全国消费者创造了一流的卫浴新国货购买和服务体验。而突破水压限制的 Q9X 智能一体机、防水防潮的定制浴室柜、以及水净恒温 T9 系列花洒、T9pro 水净阻垢花洒等新产品的加入，消费者打造品质生活有了更多选择。

砥砺前行，荣誉加冕。“家居新国货领军品牌”三连冠、2022 家居消费者口碑品牌，中国品牌日期间被《人民日报》点赞“技术赋能 引领国货发展”……一系列荣誉，充分展现了恒洁用创新技术的产品、创新体验的服务，回馈消费者的行动更加深入人心，也为家居行业的发展树立了新的范本。

当前，尽管疫情带来的影响还未完全消退，但中国经济韧性强、潜力大的内生特点没有变，经济复苏与消费回暖的势头已现。特别是伴随中央和地方重振经济、刺激消费政策加速落地，经济与消费的活力正被全面激发。机遇与挑战并存，当下经济增长正在转向以科技创新、消费升级、制造业向中高端转型等为驱动的高质量发展，以满足人民对美好生活的更高要求。同时，用户的消费需求、消费行为、对品牌的期待，也在继续发生变化，这些变化将会持续影响行业发展。

善谋者胜，创新者赢。在变幻莫测、市场加速的当下，按部就班意味着平庸，也意味着退步。作为卫浴新国货品牌，恒洁要继续坚持创新发展，不断推动技术、产品、质量、管理和服务的创新升级，创造出更多更好的优质产品，打造出更好的服务体验，最大限度地满足广大消费者日益增长的、不断升级的多样化、多层次的消费需求，增强发展动力。

奋进点亮梦想，创新迎接未来。在打造中国高端卫浴品牌的新征程上，恒洁将秉承“恒于心，专于质”的精神，以创新技术实现家居行业的高端引领，以高品质产品和服务助力大众品质生活，继续刷新家居新国货品牌的新高度！

恒洁卫浴集团有限公司



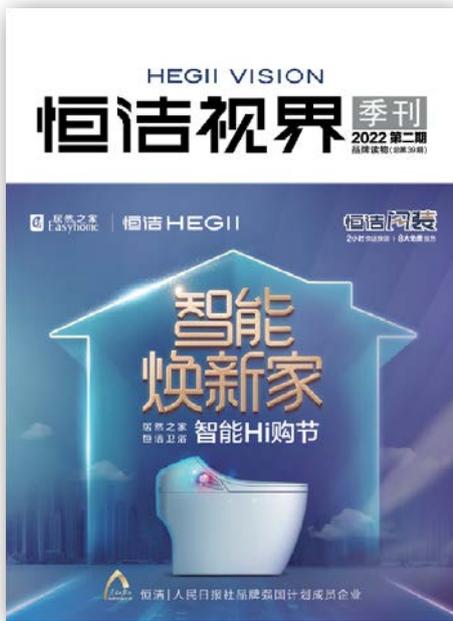
智能坐便器
整机质保升级



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7月 总第39期



扫一扫，获取电子版

卷首语 | PREFACE

创新迎接未来

03 动态 | TRENDS

特别策划 | SPECIAL REPORT

09 为美好生活赋能“恒洁 X 网易” 2022 质美中国全新起航



21 恒洁在津举办焕新城市计划
暨环渤海国际家居旗舰店开业盛典

25 恒洁智能焕新家！ 居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节圆满收官



EVENTS



35

观点 | VIEWPOINT

31 国货之光！恒洁荣膺卫浴行业
“家居新国货领军品牌”三连冠

34 引领高品质卫浴发展新征程
聚力创造美好生活

图说产品 | CAPTION PRODUCT

35 创新科技引领品质生活
恒洁 2022 新品鉴赏



45

设计之声 | THE VOICES OF DESIGN

45 从米兰国际家具展，看家居潮流的新风尚

访谈 | INTERVIEW

50 练好内功，以“阿甘精神”提高消费者的满意度
——专访恒洁集团重庆运营中心总经理 赵俊荣



HEGII

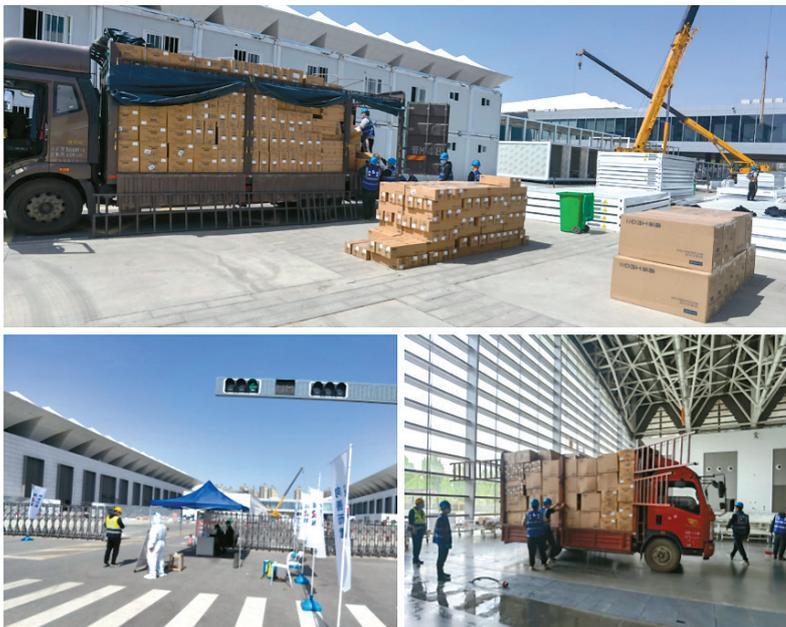
TRENDS

动态

01

恒洁三度驰援，支持多地方舱医院建设

自 2022 年春天，新冠疫情在全国多省市反弹以来，恒洁已连续助力并完成深圳、香港、长沙、南京、长春、上饶、瑞安、如皋等全国多地方舱医院及防疫项目的卫浴物资交付和安装任务。只要国家需要，抗疫项目需要，恒洁将持续以恒，“疫”路向前。近期，恒洁继续援建无锡、西安、邢台、合肥、淮北、宿州、蚌埠、湖州等全国多地方舱医院项目。



02

“质美中国” 2022 恒洁城市设计之行全新起航

4月29日，由恒洁 × 网易联合发起并全新升级的 2022 年“质美中国”城市设计之行全新起航。本年度的“质美中国”城市设计之行，结合“元宇宙”“国潮”“可持续”“未来科技”等四大前沿课题，特邀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。同时，依托“质美中国”平台，网易与城市设计机构、恒洁合作推出“网易城市设计精英榜”，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。



恒洁焕新城市计划 · 天津站暨环渤海国际家居旗舰店开业举办

03



4月30日，恒洁焕新城市计划暨天津环渤海国际家居旗舰店开业盛典举办，发布了升级后的“恒洁闪装”服务——“2小时快速换装+8大免费服务、当天装当天用”，并在现场给天津的售后服务工程师们授予“恒洁闪装服务工程师”，让更多业主享受到恒洁的品质服务体验。全新亮相的恒洁天津环渤海国际家居旗舰店，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，让沉浸其中的天津消费者都能找到理想的解决方案。

04

第六个中国品牌日期间，第三届家居新国货影响力品牌榜正式发布。在这份基于《2022年中国品牌日第三届家居新国货品牌指数研究报告》的榜单中，恒洁与华为、海尔、方太等共同成为“国货之光”，恒洁更以唯一身份连续三年荣膺“家居新国货卫浴行业领军品牌”。

恒洁荣膺卫浴行业“家居新国货领军品牌”三连冠



05

恒洁荣登「2022 家居消费者口碑品牌」

5月11日，由新浪家居、中国质量新闻网、CCTV品牌责任联合举办的「2022家居消费者口碑品牌」揭晓，恒洁卫浴强势入选，再现家居新国货品牌实力。据了解，「2022家居消费者口碑品牌」调查，卫浴行业共收集问卷近6万份，调查问卷涉及消费者对品牌的认知、销售过程评价、产品质量、安装交付、售后服务等6大维度。在众多品牌中，恒洁脱颖而出，用消费口碑引领家居新国货品牌发展。



06

《人民日报》中国品牌日特刊点赞恒洁

5月12日，第六个中国品牌日期间，《人民日报》中国品牌日特刊点赞恒洁“技术赋能 引领国货发展”。作为卫浴行业新国货代表品牌，恒洁坚持以技术引领发展，先后建成了卫浴产品五大品类生产智造基地，以及总面积超6000平方米的国家级全品类创新研发中心，累计获得近千项卫浴核心专利技术。围绕行业难题和消费难点，恒洁将继续以高品质为基石，坚持技术赋能，助力中国家居行业快速发展，彰显中国品牌力量。



07

5月28日，2022中国陶卫行业新锐榜出炉，恒洁包揽卫浴领军品牌、国潮榜样品牌、智能卫浴标杆企业、产品力领先企业、低碳发展先进企业、品牌专卖店金奖、抗菌卫浴产品金奖、年度产品卫浴类金奖等八项大奖。恒洁不但成为本届新锐榜卫浴行业获奖数量最多的品牌，也以强大的综合实力持续引领卫浴行业的高质量发展。

2022 新锐榜发布，恒洁以 8 项大奖稳居卫浴行业第一



08

5月28-29日，恒洁智能焕新家居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节，在青岛、武汉、重庆、太原、广州、哈尔滨等全国多个城市举办落地活动。在疫情反弹带来挑战的背景下，恒洁智能焕新家活动的成功举办，充分体现了头部品牌强强携手的实力和家居新国货焕新中国家庭品质生活的信心。

智能焕新家！居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节圆满收官



09

6月1日，由中国建筑材料流通协会主办的2022“行业两会”（第十一届中国建筑卫生陶瓷品牌供需合作峰会暨第八届全国陶瓷卫浴经销商大会）在佛山举办。恒洁凭借专业实力，继2021年之后再度荣膺行业唯一的“中国建材家居-智能卫浴专家”殊荣。作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁集团高级销售副总裁张炳岩应邀在“行业两会”发表专题演讲并参与卫浴高层论坛，与陶卫产业同仁、工程采购方代表分享恒洁高质量发展之路。

恒洁蝉联行业唯一“智能卫浴专家”殊荣



10

恒洁以“第一棒”的姿态助力上海复工复产

6月1日起，上海宣布进入全面恢复正常生产生活秩序阶段。在上海政策的支持和鼓励下，恒洁率先行动，以“第一棒”的姿态，与中国银联、工商银行、上汽通用、饿了么等企业共同助力城市复苏，促进上海消费恢复，并荣获人民日报专题报道。作为家居行业新国货领军品牌，恒洁将持续以积极的精神面貌、热忱的态度，将全力重振消费信心，促进上海消费恢复，并一如既往为消费者提供着良好的服务。



11

恒洁助力“2022 米兰国际家具展”直播课程

6月7日至12日，2022 米兰国际家具展 / 米兰设计周在意大利米兰举行，吸引了全球关注。恒洁与创新设计联盟联合米兰理工大学 POLI.design 设计学院、朗道设计学院共同打造了“2022 米兰国际家具展与米兰设计周官方授权直播及同期课程”，打破时间与距离的隔阂，在直击现场的同时，通过大咖解说及专业研讨，为家居产业的同仁和设计师朋友搭建起一座别开生面的“在线逛展”桥梁。



12

恒洁集团与京东五星电器达成战略合作

6月11日，京东五星电器 & 恒洁卫浴战略合作发布会在京东五星电器南京总部隆重举行，恒洁集团高级销售副总裁张炳岩、京东五星电器高级总监张淑华等双方领导及团队成员共同出席并见证了京东五星电器 & 恒洁卫浴战略合作签约仪式。通过此次战略合作，京东五星电器、京东电器的消费者，可以选购到以智能马桶为核心品类的恒洁新国货，真切感受到恒洁制造的领先技术和各项人性化的使用体验。



13

恒洁连续九年蝉联“家居绿色环保领跑品牌”

6月13日，2022年首份红星美凯龙“家居绿色环保领跑品牌年度建材榜”重磅发布，恒洁凭借在品牌绿色、环保、低碳、正品四大核心价值上的优异表现，再度闪耀榜单：恒洁智能一体机、恒洁 T 系列花洒、恒洁超旋风系列坐便器、恒洁易至系列淋浴房均荣登“家居绿色环保领跑品牌”榜单，并在各榜单中排名第一，且获奖数量为卫浴行业第一。



HEGII

SPECIAL REPORT

特别策划



为美好生活赋能 “恒洁 X 网易” 2022 质美中国全新起航。

图文 / 恒洁编辑部

秉初心，育新机，让设计新潮澎湃。

2019年，恒洁携手网易启动“国潮范生活”系列沙龙，走进了12座城市，与500位设计师共话设计，引发1.6亿次媒体曝光；2020年，恒洁发起线上“质美中国”设计公开课、线下“寻美一品”城市体验之行，与近2000多位设计师展开线上、线下互动，“质美中国”IP在设计圈层引起巨大反响。

2022年，全新起航的“质美中国”城市设计之行，结合“元宇宙”“国潮”“可持续”“未来科技”等四大前沿课题，特邀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；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”，则通过搭建包容、创新、多元的交流平台，凝聚设计力量，共筑品质未来。

第一站

/重庆/

于重庆全新起航，与设计师一起相“渝”元宇宙



4月29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，在重庆麓悦江城公园会客厅启动。澳门室内设计协会名誉会长、TC Design 创思设计集团创始人覃思、重庆年代营创室内设计有限公司董事长 赖旭东、洛可可创新设计集团副总裁 & 合伙人、洛客设计联合创始人 & CEO 蔚江，携手重庆城市设计圈菁英探寻“数字化元宇宙”，赋能空间设计新活力。

澳门室内设计协会名誉会长 / TC Design 创

思设计集团创始人覃思在分享时介绍，设计师要追求创意和美学表现，也要关注设计的“战场”“军队”“战略”“战术”“武器”等立体设计管理要素，并形成闭环，这样才能从小到大，从精到强。覃思谈到，在为业主解决痛点时，像恒洁这样的专业卫浴品牌所研发的解决方案，同样也是设计公司必不可少的“武器”。

缘结“梦改”，恒洁与重庆年代营创室内设计有限公司董事长赖旭东老师在2019国潮范生活设计师沙龙、2021设计师口碑项目、人民

日报 & 恒洁重庆新华书店项目改造中合作无间。赖旭东老师特别感谢网易和恒洁对重庆设计界一如既往的支持。赖老师说，和恒洁已合作多年，希望设计师们珍惜在“质美中国”这个平台难得的交流、学习机会。

拥有“数字元宇宙”一线实战经验的洛可可创新设计集团副总裁蔚江，以“虚拟世界加速想象力时代”为题进行了分享。蔚江表示，数字元宇宙，不是单纯的技术追求，而是和年轻用户互动的一种语言和方式。正如恒洁，同样通



过许多数字化方式与主流年轻消费群体链接，而不是简单的“打广告”。

历经 30 年发展，中国设计原创力量迎来百花齐放。作为设计师的亲密伙伴，恒洁期待更多中国设计新星闪耀登场，并与网易设计、城市设计机构共同重磅启动了设计人才计划——网易城市设计精英榜。随着“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——重庆榜”的发布，将激励更多重庆设计师焕新城市和家园。

恒洁集团高级市场副总裁阮伟华通过视频，向出席活动的大咖和设计师们表达衷心问候。阮伟华表示，与网易携手打造“质美中国”IP 这三年，是恒洁设计师朋友圈持续扩大的三年，也是恒洁以“质与智”引领新国货发展，并得到更多设计师青睐和支持的三年。24 年来，在品质和创新上的持续投入，让恒洁专利技术突破千项，恒洁不仅是卫浴行业的技术流，更成为包括德国红点、德国 iF、美国 IDEA、日本 G-Mark 等国际顶尖工业设计奖项“大满贯”





的获得者。

万物互联时代，无智能不生活。恒洁集团全国家装总经理谢永成表示，让新国货品牌赋能设计，让设计点亮中国之美，一直是恒洁举办设计师活动的初心。

面对智能、后疫情、场景化这三大新时代消费关注点，恒洁已推出硬核原创技术产品和全场

景卫浴解决方案。以 Q9 智能马桶为代表的恒洁智造，满足不同人群使用，更人性化；恒洁恒净除菌技术、水净技术、防水防潮等技术，为中国家庭的健康生活提供专业守护；面对不同家庭的个性化场景需求，恒洁还通过全定制系列浴室柜，让高端品质与个性需求两不误。此外，恒洁还通过城市焕新计划、“恒洁闪装”等系统性的服务解决方案，主动助力城市更新，升级品质生活。

网易家居执行主编王傅蓉表示，设计正处在备受肯定的时代，优秀设计和家居新国货产业通过相互赋能和相互加持，将为用户创造更高层次的生活。

作为此次活动的战略支持机构代表，青年设计师俱乐部创始人 / DESIGNER 设计师杂志主编戴薇表示，恒洁和网易的忘我付出，让重庆站



活动成功落地，也让今天成为重庆设计界一个美好的日子。

家装消费的链条长、环节多，确保家装消费者全程无忧，必须要有素质过硬的家装服务团队。恒洁集团重庆运营中心总经理赵俊荣携恒洁重庆家装团队亮相并表示，恒洁在重庆市场已有56个专卖店，未来三年，还将发展至近87家专卖店，覆盖重庆各卖场。作为价值观驱动，同时也狠抓全服务流程细节控制的品质，恒洁与设计师的合作必定是双赢。

虚实相生的数字元宇宙，持质以恒的卫浴新国货，成为设计师们讨论碰撞的焦点。如果说新概念依托着人们对技术发展的憧憬，而

新国货则承载着设计师们对打造品质生活的信心与期待：

★重庆双壹设计创始人/设计总监 汤会：“质美中国”推动了重庆设计圈的交流；也感谢恒洁给我们带来这么好的产品，让重庆设计圈增添了卫浴新国货的力量。

★重庆兄弟装饰首席设计师 邹洪均：在“质美中国”活动度过了美好的夜晚，非常荣幸，也非常开心。也希望大家越做越好，真正用设计展现出“质美中国”！

★大磐石装饰创始人/设计总监 焦延东：听了大师讲的数字元宇宙，觉得格局瞬间打开了。

相信以后随着设计融入更多前沿的思考，会走得更好。

科技的进步正让人类冲破想象力的边界。这种科技的力量，不仅推动人们对元宇宙等新概念进行探讨，基于硬核原创技术的恒洁卫浴产品和全场景卫浴解决方案，同样赋予卫浴空间突破想象的力量，带给国人更加健康、舒适、便捷、安全的卫浴生活。作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁将在科技与人文，现实与虚拟的融合中让新国货变得更强大，恒洁也将继续推动“质美中国”IP成为国货智造与中国设计的交集。

第二站

/ 西安 /

探索未来科技，与西安设计师携手智领未来

5月24日，由恒洁 × 网易联合发起的2022年“质美中国”城市设计之行来到十三朝古都西安，庞喜设计事务所创始人庞喜、未来宇航研究院创始人牛旼、迪卡建筑设计中心创始人/设计总监王俊宝及众多西安设计先锋，相聚于西安国际会展中心，共同聚焦科技创新走向，预见未来设计新趋势。

传统与当代如何寻找优雅平衡点，产品和空间设计如何潇洒跨界，作为中式风雅慢生活文化的推广者，庞喜设计事务所创始人庞喜结合古

人推崇的生活雅事，从意境、格调、含蓄、内敛、气息等关键词予以解读。庞喜表示，从“玩物”到“造境”，审美才是关键。传统与当代的结合，不是某一个点，它还是一个综合的品质。

中国商业航天的布道者和推动者，未来宇航研究院创始人牛旼展望了小行星商业开发的未来，并分享了空间机器人、新一代推进系统、激光通信、区块链等重构地球价值体系的新技术。牛旼表示，科技的巨大力量以前所未有的方式改变了我们生产生活方式，“地球是人类的摇篮，

但人类不可能永远被束缚在摇篮里”。

有着“中国最美幼儿园设计师”美誉的迪卡建筑设计有限公司创始人王俊宝分享了自己的“白日梦”——从广袤宇宙到细微尘埃，都能从中捕获新鲜的创意和灵感并凝聚于笔尖，再一笔一划勾勒出“可实现的理想国”。

设计事业的发展，重在设计人才的成长。西安作为一个有历史和人文底蕴的城市，有才华有能力的青年设计师层出不穷，恒洁与网





易设计、城市设计机构共同重磅启动的网易城市设计精英榜，“2022 网易城市设计精英榜 TOP50——西安榜”的发布，将强力助推西安城市设计精英的成长。

三年来，恒洁率先提出“智造新国货”理念，到引领家居新国货发展，并作为家居行业唯一代表，连续两年入选人民日报社“品牌强国计划”，已成为中国消费者和中国设计师心目中“最中国”的卫浴品牌。

依托恒洁强大的智能制造和研发创新基建，以智能马桶为抓手的产品技术创新解决方案，以“恒洁闪装”为代表的创新服务解决方案，以恒洁“焕新城市计划”为代表的城市更新配套解决方案，陆续稳步推出并广受好评。恒洁集





团高级销售副总裁张炳岩表示，恒洁是为数不多具备全卫空间解决方案能力的品牌，在智能马桶和定制浴室柜这两大赛道上，新国货品牌更具优势。恒洁通过创新产品和服务解决方案，不断为B端和C端的客户创造价值、分享价值。

事实上，无论是科技与设计的融合，还是中国设计力量与家居新国货的连接，都得到了与会大咖们的高度肯定。

在网易家居新闻中心主编郑哲看来，网易与恒洁联手打造的“质美中国”IP三年来不断沉淀和突破，“质美中国”也推动着新国货品牌与城市设计力量在深度对话中，引领品质人居新方向。

“恒洁是在用一颗心为业主打造产品”，西安

市住宅装饰协会秘书长王建峰上台就为恒洁点赞。王建峰表示，从品质感、科技感、艺术感，恒洁都是领先的，“好牌子一定要推给三秦父老”。

连续三年助力恒洁设计师活动在西安落地，西安青年设计师俱乐部创始人王雪峰表示，中国室内设计发展三十多年来，除了设计师的努力，也离不开恒洁这样的品牌企业的支持，双方的携手，将创造出高端家居生活体验。

科技驱动智造高品质卫浴产品，科技的力量同样在赋能品质家装。入驻西安以来，恒洁已成为西安当之无愧的卫浴新国货第一品牌，恒洁集团西安运营中心总经理张林表示，持续三年

的深度交流，让恒洁与西安的头部装企、设计师群体走向熟悉和信赖。在恒洁西安安装团队的助力下，恒洁将为设计师们提供更到位的服务，打造更优的体验。

科技与设计如何融合，科技的尖端成果如何覆盖家居生活场景，科技发展潮与家居国货潮如何连接与共生？当活动来到“质美对话”环节，现场气氛热烈：

★九朝装饰首席设计师 贺衡峰：这次活动办得很用心，我的收获也非常多。在这里祝愿主办方各位老师，包括恒洁的发展越来越好。

★中核西北设计院设计总监 吴跃辉：这次活动

让我们思考，如何拿出更有格调的设计理念；也希望并相信恒洁会给我们提供更多工业设计的灵感和帮助。

★东威利装饰别墅设计中心设计总监 王昕：“质美中国”反映的是中国力量的提升。我之前一直用国外货，但我现在用国产，也希望国产品牌在“质美中国”加持下做得越来越好。

突破时代，才能突破局限，重要的不是谈论未来，而是创造未来。作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁将持续探索未来卫浴生活形态，并通过每一代产品的更新、每一次技术的迭代、每一次设计的升华，不断为中国家庭焕新更高品质卫浴生活。



第三站

/ 广州 /

领略粤韵风华，与广州设计师智造国潮





6月14日，由恒洁 × 网易联合发起并全新升级的2022年“质美中国”城市设计之行第三站落地广州，中国室内装饰协会副会长赵健、汤物臣·肯文创意集团执行董事 / 设计总监谢英凯、妙手回潮主理人吝凯与广州设计先锋，荟聚广州瑰丽酒店，共品粤韵风华，共叙国潮文化。

创办汤物臣·肯文创意集团20年来，谢英凯通过商业、文旅及旧改项目探索人与社会的关系，在“梦想改造家”中，更与恒洁有过多次成功合作。本次活动，谢英凯再度以“蜗居”

等梦改案例，分享在放眼世界后，设计师应如何思考自身国家文化。谢英凯认为，好设计，不仅包含时尚，更要让居住者在这个空间感觉到温度和被治愈。

本次活动城市召集人，同时也是当代中国设计艺术先驱人物之一，中国室内装饰协会副会长赵健教授表示，在中国城市化进程已达63%的今天，“旧改新”市场正成为设计师的“主战场”，而国潮也正在成为重塑设计的突破口，就像恒洁一样，国潮价值是应用的示范性、消费的引领性、文化的时尚性、商业的推动性。

文创领域，是妙手回潮联合创始人吝凯一直奔赴的世界，吝凯分享了众多文创精品和文创方法论。从传统文化到解构，到重组设计，到最终形成文化产品，做文创，就是做中国文化的输出。在分享中，吝凯特意以“质高行洁，持之以恒”来表达对恒洁新国货的肯定。

为帮助更多设计师建立学习、交流平台，恒洁与网易设计共同启动了设计人才计划——网易城市设计精英榜。在“2022网易城市设计精英榜TOP50——广州榜”发布环节，网易家居执行主编王傅蓉表示，该榜单的评审，以专

业设计力、圈层影响力与行业成长力为三大维度，榜单的发布，对城市设计力量的凝聚，对设计师的共同进步都将带来帮助。

通过视频形式，恒洁集团高级市场副总裁阮伟华分享了恒洁与国潮的渊源。早在2019年，恒洁就率先启动“新国货智造计划”，与故宫宫廷文化共同推出有国潮元素的卫浴空间，并跨界登陆国际时装周，让世界感受家居国潮魅力。阮总表示，推动家居国潮，既要吸收传统国粹，形成软实力，也要拥有打造高品质卫浴的硬实力。

消费者对高品质家装的需求正在发生变化。恒洁集团全国家装总经理谢永成表示，作为定位于大众高端的品牌，恒洁在产品匹配度、产品区隔化、网点服务有特有的优势，这些优势也支撑恒洁与家装伙伴的合作不断取得佳绩。以广州而论，单2022年一个月，恒洁新国货在家装渠道的销量就已超过2021全年。今后，恒洁将深化与广州家装伙伴的合作，不断提升广州业主的高品质卫浴生活。

恒洁新国货中的高端品质和技术，让恒洁在聚焦解决行业难题和消费痛点时，更能超越期待地满足消费者需求。恒洁集团品牌经理徐冉分享了智能技术、恒净除菌技术、水净技术、防水防潮技术等恒洁技术，满足个性需求的全场景卫浴解决方案，以及“焕新城市计划”“恒洁闪装”等最新推出的服务解决方案——它们为万千家庭升级品质生活的同时，也推动着家居产业的转型升级。

本次活动战略支持单位，广东省陈设艺术协会常务副会长兼秘书长梁欢表示，从C端发力到连接家装渠道，恒洁致力推动国潮，协会对恒洁的支持也责无旁贷。相信“质美中国”这个交流的平台，也会成为推广国潮，打造文化自信的平台。

本次活动的东道主代表，恒洁集团广州运营中心总经理廖开有向设计师朋友的支持表达感谢。廖总表示，恒洁与尚层、九艺等广州头部装企已展开积极合作，与设计师互动的窗口也近60个，今后，恒洁还将通过专业的产品和服务解

决方案，专业的团队将合作推向深入。

晚宴环节，交流温度依然不减。作为备受尊敬的设计前辈，中国室内装饰协会副会长赵健教授专业而热情地回答了年轻设计师们关于国潮和设计的诸多问题。赵健表示，国潮也要朝前看，朝前干，而不是复古看国潮。国潮的市场也不等同于旧阵地，今天国潮更多的是爱国的代表，这是非常重要的。聆听完大咖分享后，设计师们也纷纷表示对家居国潮和恒洁新国货的支持和祝福。

国潮因经济发展而起，因文化自信而生，它不仅是情怀，更依托着国人对带有文化底蕴生活的向往。在中国产品迈进中国品牌的时代，只有品牌强大，才能长期护航国潮的崛起。作为卫浴新国货品牌代表和智能卫浴专家，恒洁将继续以“恒于心，专于质”的品牌精神，将国潮打造为国风潮、品质潮和科技潮，让国潮成为推动中国家庭不断升级品质生活的强大助力。



恒洁在津举办焕新城市计划暨环渤海国际家居旗舰店开业盛典

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，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。2022年3月份，“恒洁焕新城市计划”先后在厦门和重庆启动，并继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。

4月30日，恒洁焕新城市计划暨天津环渤海国际家居旗舰店开业盛典同日举办，共创“津”喜，为天津城市品质生

活再添动力。

恒洁集团高级销售副总裁张炳岩、天津环渤海国际家居有限公司党支部书记/执行董事暴奉武、天津家居商会秘书长曹莉云、天津环渤海国际家居有限公司副总经理康颖、恒洁集团天津运营中心副总经理兼塘沽事业部总经理荣红敏、恒洁集团品牌经理元永义、恒洁天津环渤海国际家居体验店店面经理吕爽等领导与来宾共同见证了恒洁焕新城市计划·天津站的启动暨天津环渤海国际家居旗舰店开业仪式的举行。

受益于恒洁品牌在天津市场强大的基础以及天津各界对恒洁新国货品牌的鼎力

支持，本次活动气氛超燃，现场超30家异业联盟品牌联合参与，20+家装企业携手共进，不但让深受天津人民青睐的恒洁新国货在五一期间再掀品质消费高潮，超额实现活动目标；本次活动还更加紧密连接了天津各界优质资源，让恒洁“焕新城市计划”IP更获人心。

开业至今，天津环渤海国际家居就以其五星级购物环境和诚信经营深受天津消费者喜爱，作为同样受到天津消费者青睐的卫浴新国货品牌，恒洁也在此次活动上被天津环渤海国际家居授予“最受消费者喜爱的品牌”奖牌，以示对恒洁品质与服务的高度肯定。



01 / “津”彩纷呈，升级品质生活

全新亮相的恒洁天津环渤海国际家居旗舰店，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，沉浸其中的天津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。

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。天津是全国中心城市和宜居城市。随着天津环渤海国际家居旗舰店的开业，恒洁将进一步融入到天津人的日常，成为天津

城市品质生活的一部分。

新开业的恒洁天津环渤海国际家居旗舰店，也将是恒洁与天津各界优质资源协作的平台。天津家居商会秘书长曹莉云



表示，两项盛事同日启动，让天津各界看到了恒洁的实力和气魄，也为天津装饰家居建材行业带来新活力；天津家居商会秘书长曹莉云则对恒洁打造品质卫浴的初心予以肯定，并鼓励天津恒洁团队为消费者打造高品质的卫浴生活。

唯有打造消费者口碑，才能打造最好的新国货品牌。天津环渤海国际家居党支部书记 / 执行董事暴奉武将“最受消费者喜爱的品牌”授予恒洁。暴总表示，恒洁以专注和创新，铸就卫浴新国货品牌荣光，天津环渤海国际家居则致力打造中国建材家居流通行业最佳销售展示平台，双方志同道合，共同助力品质家居体验。

恒洁天津环渤海国际家居旗舰店的开业，让恒洁在天津的事业迎来新起点。恒洁集团天津运营中心副总经理兼塘沽事业部总经理荣红敏表示，天津是发展民族品牌事业的沃土，恒洁将与家装、地产、设计师等天津社会各界广泛合作，为天津消费者提供高品质卫浴生活体验。



02 / “津”喜焕新，助力宜居城市

包容、宜居、文艺范是天津的标签，在保护天津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？

恒洁集团品牌经理元永义分享了恒洁焕新城市计划及升级后的“恒洁闪装”服务。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。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“恒洁闪装”等创新服务方案，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，再度成就恒洁品质服务的口碑。

为快速推进焕新城市计划，天津恒洁也与各大家装公司达成紧密合作，并在活动日颁授“恒洁紧密合作伙伴”，随着各大家装公司的加入，也将加速提升天津市民的品质生活指数。

活动现场发布了升级后的“恒洁闪装”服务——“2小时快速换装+8大免费服务、当天装当天用”；并在现场给天津的售后服务工程师们授予“恒洁闪装服务工程师”，让更多业主享受到恒洁的品质服务体验。

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，恒洁与天津众多商超、家居装饰、设计师等各界资源的协作奋斗。

通过实施焕新城市计划，恒洁更及时回

应消费者对品质生活的关切，也和各界伙伴共同助力建设更宜居的城市。以举办恒洁焕新城市计划暨天津环渤海国际家居旗舰店开业盛典为契机，恒洁将以超越期待的产品和服务品质，继续为天津消费者带来更多“津喜”！



恒洁智能焕新家!

居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节圆满收官

图文 / 恒洁编辑部

5月28-29日，恒洁智能焕新家居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节在青岛、武汉、重庆、太原、广州、哈尔滨等全国多个城市举办落地活动，在疫情反弹带来挑战的背景下，恒洁智能焕新家活动的成功举办，充分体现了头部品牌强强携手的实力和家居新国货焕新中国家庭品质生活的信心。

从5月4日开始，居然之家与恒洁集团联合打造这场业内规模最大、规格最高的联合营销活动——以居然之家全国280个门店为载体，双方从集团到集团、

区域到区域、门店到门店进行深度融合，从策略统一到执行步调一致。

本次联合营销活动的成功举办，得到各界鼎力支持，尤其获得居然之家集团执行总裁王宁及全国核心管理团队大力支持，其中山西、湖北、重庆、山东、辽宁、安徽、湖南等省份分公司高层亲临直播间带货，不但以视频等多种传播方式助力，更亲临现场力挺恒洁新国货。正是他们的全力支持，将“智能焕新家”活动打造成品牌发声最强、广告覆盖最强、居然门店覆盖最强、落地最强、流

量运营最强的业内首个“5强IP”，真正在全国各地为消费者创造出一流的卫浴新国货购买和服务体验。

本次联合营销活动，亦带来智能卫浴消费的一场饕餮盛宴。除众多恒洁星品外，已覆盖32城的恒洁闪装服务同样大放异彩：在青岛，恒洁闪装服务与小社区团购、家装渠道无缝连接；已启动恒洁焕新城市计划的重庆，结合恒洁闪装老客户回馈、邀请小红书40+家居博主到店体验等形式，让恒洁闪装服务的影响力进一步强化。



品质长“青” 恒洁智能焕新家 - 青岛站

线上联合营销直播，居然之家洞窝 APP 首页推广，与小区团长联合并签订团购协议，居然之家市北店与恒洁集团青岛运营中心成为战略合作伙伴，借助商场平台联合青岛 TOP5 家装公司进行恒洁闪装项目的推动，恒洁在青岛的智能焕新之旅停不下来……





在青岛，恒洁智能焕新家开展的活动丰富而立体，每个项目都实实在在聚焦于青岛消费者品质卫浴生活的普及与提升。

“汉”动人心 恒洁智能焕新家 – 武汉站

大武汉是打造大品牌的沃土。从2000年进入武汉，恒洁产品和服务的口碑，造就出恒洁在武汉消费者心目中不可撼动的地位。

居然之家湖北分公司为恒洁集团武汉运营中心专门授予“最受消费者喜欢的品牌”荣誉称号。在遍布武汉三镇的恒洁门店之外，消费者通过微信视频号、居

然之家朋友圈信息分享、淘宝平台直播等多种形式，与恒洁新国货的连接更趋紧密。



持质不“渝” 恒洁智能焕新家 - 重庆站

11年的深耕，40倍的销售体量增长，产品和服务，始终是恒洁集团重庆运营中心赢得消费者人心的两大“法宝”。通过智能焕新家活动，重庆消费者不仅可以便捷地购买众多带有恒洁原创技术的卫浴星品，也充分享受到了众多Hi购节带来的超值福利。



携手共“晋” 恒洁智能焕新家 - 太原站

在太原，智能焕新家活动的落地，除了通过场景化的门店体验，直播、短视频、大图文同样成为全新的“内容消费场”，不仅增进了恒洁与消费者的沟通，也为太原消费者创造出统一、便捷的整体服务体验。



凝智聚力，打造最强“五月红”

知痛点，才能解痛点。在全国各地的居然之家 & 恒洁卫浴智能 Hi 购节活动中，一幕幕消费者信赖和选择恒洁新国货的画面，正是恒洁聚焦解决行业难题和消费痛点的动力源泉。

带来健康、便捷、舒适、安全体验的恒洁双 Q、R 系列等明星智能马桶、搭载恒洁防水防潮技术的浴室柜，拥有恒洁水净技术全新涂层和恒温技术的恒洁花洒等全品类卫浴星品，都成为本次活动的高人气产品。

24 年来，恒洁先后建成包括卫浴全品类生产智造基地，总面积达 6000m² 的三大国家级标准研发实验中心；恒洁还掌握国家专利过千项，是智能坐便器行业标准第一起草单位，60 多项国家和行业标准的参与制定者。在 2021 年 11 月，恒洁更成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。

强大的智能制造基础，厚积薄发的原创技术，真诚走心的全渠道市场活动，共同打造出“恒洁智能焕新家”的超人气与好口碑，而为消费者提供超越期待的

产品和服务体验，是恒洁永远不变的追求。未来，恒洁将以“恒于心，专于质”的品牌精神，不断以创新赋能产品与服务，将科技与设计真正融入到全场景卫浴空间解决方案中，为万千中国家庭带来更高品质的卫浴生活新体验。



国货之光！恒洁荣膺卫浴行业 “家居新国货领军品牌”三连冠

图文 / 恒洁编辑部

第六个中国品牌日期间，第三届家居新国货影响力品牌榜正式发布，在这份基于《2022年中国品牌日第三届家居新国货品牌指数研究报告》的榜单中，恒洁与华为、海尔、方太等共同成为“国货之光”，恒洁更以唯一身份连续三年荣膺“家居新国货卫浴行业领军品牌”。

“2022 中国品牌日第三届家居新国货品牌指数研究”活动，由中国建筑材料流通协会、China Hadoop 大数据、HOME 家居界家居研究中心共同启动。该活动所发布的“第三届家居新国货影响力品牌”榜单，从品牌增长力、品牌网络影响力、科技创新、家居新国货行业国货之光、消费者满意度、企业社会责任等维度进行研究评选，旨在传递中国家居新国货品牌正能量，奏响民族品牌最强音。

《2022 年中国品牌日第三届家居新国货品牌指数研究报告》(以下简称“报告”)指出，“在科技创新的时代背景下，国货也在全面进化，家居新国货品牌迎来黄金时代”。从2019年恒洁联合优秀平台推出“新国货智造计划”以来，恒洁便始终以“质与智”引领家居新国货发展，将恒洁智造锻造为当之无愧的国货之光。

品牌增长力和网络影响力，是这份研究报告极为看重的两大维度，前者反映企业综合实力和未来增长潜力，而后者依托 China Hadoop 大数据，真实反映网民对家居新国货品牌的关注度。恒洁品牌的力量，正是得益于稳健的增长，并造就出强势的网络影响力。

2020年-2021年，恒洁两度与华为、茅台、京东等共同入选人民日报社“品牌强国计划”，展现“中国品牌国家队”的领军风采。仅在2021年，恒洁品牌就得到社会各界130多个奖项和荣誉肯定，涵盖各个维度，线上线下频



频展现高光时刻，表现堪称“现象级”。

AWE 十年来唯一且首个受邀参展的专业卫浴品牌，唯一入选《中国智能坐便器行业发展白皮书》，唯一登顶中国高端家电红顶奖智能马桶品类，（卫浴行业中）唯一被中国轻工业联合会授予“十三五”轻工业科技创新先进集体荣誉称号……

恒洁所拥有的这众多“唯一”时刻，在为新国货发声的同时，也夯实了恒洁作为家居新国货领军者和智能卫浴专家的地位。

消费者愿意为新国货买单，自主研发能力和科技创新是重要原因。从 HOME 家饰界家居研究中心调查数据可以看出，国人近十年来，对国潮核心科技的关注度上涨了 7 倍，近一年更上涨了 68%。对恒洁来说，品牌的底蕴，就是要筑基于持续的技术创新，承载于内外兼修的恒洁星品。

研究报告认为，家居企业要加快智能制造的进程，应“将研发、生产、经营、管理等全过程融入信息化系统中”。对恒洁建成全品类生产智造基地和总面积达 6000m² 的三大国家级标准研发试验中心并实现协同一体化，研究报告也予以高度肯定。

产品全程不落地的智能洁具全自动生产线，实现电镀废水零排放环保水准的五金龙头生产基地，均是恒洁高质量发展的里程碑；作为智能坐便器行业标准第一起草单位，60 多项国家和行业标准的参与制定者，恒洁为新国货赢得技术“话语权”。

在此基础上，恒洁连续推出智能技术、水净技术、防水防潮技术、阻垢技术等多种原创技术，并广泛搭载于恒洁多品类产品，让国人的卫浴生活更加健康而舒适。

值得一提的是，研究报告中关于消费者满意度的信息和数据来源，并不限于普通消费者，还包括了行业协会、设计师群体、房地产开发商等。这让报告得出的结论更具全面性。研究报告也指出，恒洁品牌的口碑，来自和消费者的零距离，来自超越期待地满足用户的需求。

从点至面，最终沉淀形成系统性创新服务解决方案，创立 24 年来，恒洁为消费者打造更高

家居新国货 指数

2022年 中国品牌日

CHINA BRAND DAY

第三届家居新国货品牌指数研究

中国品牌 世界共享 聚力双循环 引领新消费

卫浴行业领军品牌

恒洁 HEGII

CHINA BRAND DAY

主办单位：HOME[®]家饰界家居研究中心
China Hadoop 大数据

承办单位：北京家饰界科技有限公司
战略媒体：百度、房天下

指导单位：中国建筑材料流通协会



恒洁技术创新研发中心



品质的服务体验不遗余力。400 + 城市，3000 + 服务网点，10000 + 专业服务工程师，1350(一生为您)阳光服务通道，开行业先河的“智能坐便器整机六年质保”服务，让消费者在享受全程无忧服务体验的同时，对购买和使用智能马桶更加放心和安心。

2021年底，为焕新智能品质生活，恒洁推出“恒洁闪装”服务，包括了2小时快速换装+8大免费服务等多项创新性服务举措，一键即解决消费者的烦恼，再度极大促进了智能卫浴行业的整体服务水准。

在全民抗“疫”的特殊时期，恒洁想用户所想，

面向全国家庭用户、不限品牌推出“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，为抗“疫”而宅家的人们解决卫浴使用的各种问题，受到消费者一致好评。

研究报告强调，要“超越把利润作为唯一目标的传统理念”，并要对社会有所贡献。恒洁品牌的担当，正是体现于对社会责任快速响应和主动作为。面对疫情反弹，恒洁关键时刻顶上去，连续驰援并完成深圳、香港、长沙、南京、长春、西安等全国多地方舱医院及防疫项目的卫浴物资交付和安装任务，恒洁也成为抗疫一线逆行者们信赖的卫浴合作伙伴；本轮疫情中，恒洁在卫浴行业独有的365天7×24小时人工在线服务，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。

为助力城市更新和生活焕新，恒洁于2021年发布“焕新城市计划”，为升级品质人居提供全场景解决方案，更为特困家庭提供居家改造公益活动，针对老旧社区的焕新服务活动，让困难群众也能享受卫浴新国货带来的便利与进步。

恒洁24年的发展历程证明，不走捷径，才是最快的捷径，唯有在产品、技术、服务、社会责任等领域深耕不辍，厚积薄发，才能成为消费者心中真正的国货之光。品牌建设是长期而艰巨的任务，需要把每一天都当作“中国品牌日”。恒洁将持质以恒，扎实推进各项“基建”，在为消费者打造更高品牌体验的同时，引领家居新国货品牌走出高质量发展之路。



引领高品质卫浴发展新征程 聚力创造美好生活

——《人民日报》整版报道恒洁卫浴

图文 / 恒洁编辑部

编者按：

2022年7月1日，中国共产党成立101年。百年来，在中国共产党的领导下，经过艰苦卓绝的奋斗，中国经济由小到大，由弱到强，经历了沧桑巨变，不断发展壮大。百年风雨兼程，中国各个行业中也诞生了一批知名的企业，在中国经济发展中留下浓墨重彩的一笔。当下，中国的经济和企业发展正在由规模速度型向质量效益型持续转变，向高质量发展的新征程阔步迈进，在卫浴行业，恒洁集团就是典型的代表。在建党101周年之际，《人民日报》刊登整版报道，点赞恒洁引领高品质卫浴发展新征程，聚力创造美好生活。

恒洁集团作为卫浴行业新国货的代表企业之一，创立24年以来，秉承“恒于心，专于质”的品牌精神，不断为中国家庭打造更高品质的卫浴生活体验。如今，恒洁不但以智能双Q一体机、超旋风节水坐便器等产品升级中国家庭卫浴生活品质，也依托遍布全国的3000多家品牌专卖店及立体渠道，为消费者提供全方位的品质服务。

2022年7月1日 星期五

人民日报

中国品牌正当红

恒洁卫浴 聚力创造美好生活 推动卫浴行业高质量发展

恒洁集团作为卫浴行业新国货的代表企业之一，创立24年来，秉承“恒于心，专于质”的品牌精神，不断为中国家庭打造更高品质的卫浴生活体验。如今，恒洁不但以智能双Q一体机、超旋风节水坐便器等产品升级中国家庭卫浴生活品质，也依托遍布全国的3000多家品牌专卖店及立体渠道，为消费者提供全方位的品质服务。

以何创新 引领中国卫浴“质造”

恒洁集团作为卫浴行业新国货的代表企业之一，创立24年来，秉承“恒于心，专于质”的品牌精神，不断为中国家庭打造更高品质的卫浴生活体验。如今，恒洁不但以智能双Q一体机、超旋风节水坐便器等产品升级中国家庭卫浴生活品质，也依托遍布全国的3000多家品牌专卖店及立体渠道，为消费者提供全方位的品质服务。

以品质服务 拉近与消费者的距离

恒洁集团作为卫浴行业新国货的代表企业之一，创立24年来，秉承“恒于心，专于质”的品牌精神，不断为中国家庭打造更高品质的卫浴生活体验。如今，恒洁不但以智能双Q一体机、超旋风节水坐便器等产品升级中国家庭卫浴生活品质，也依托遍布全国的3000多家品牌专卖店及立体渠道，为消费者提供全方位的品质服务。

以实干行动 展现社会责任担当

恒洁集团作为卫浴行业新国货的代表企业之一，创立24年来，秉承“恒于心，专于质”的品牌精神，不断为中国家庭打造更高品质的卫浴生活体验。如今，恒洁不但以智能双Q一体机、超旋风节水坐便器等产品升级中国家庭卫浴生活品质，也依托遍布全国的3000多家品牌专卖店及立体渠道，为消费者提供全方位的品质服务。



人民日报

2022.07.01 星期五
有品质的新闻



以创新品质，打造中国式卫浴星品

消费者愿意为家居新国货买单，归根结底还是家居新国货能否助力拥有高品质生活，因而对恒洁来说，品牌能否赢得消费者信赖的关键，同样也视其能否拥有帮助中国家庭持续升级高品质生活的综合实力。

技术赋能，引领卫浴行业高品质发展。恒洁拥有包括智能产品在內五大品类生产智造基地和总面积达6000m²的三大国家级创新研发中心，并实现了智造、研发一体化；通过这个一体化平台，已诞生破千项的核心专利技术，恒洁也成为智能坐便器行业标准第一起草单位，60多项国家和行业标准的参与制定者。

作为高品质卫浴代表品牌，恒洁始终坚持高品质发展方向，聚焦消费痛点，打造中国式卫浴星品，为中国家庭提供卫浴空间解决方案。

恒洁连续推出智能技术、水净技术、防水防潮技术、阻垢技术等原创技术，并广泛搭载于恒洁智能马桶、定制浴室柜、花洒五金、易至淋浴房等多品类产品，让国人的卫浴生活更加健康而舒适。

恒洁 Q9 系列智能马桶，集合了 40 多项国家专利，恒洁全新 R 系列，极简美学颜值，清洗智能定位，未经上市就获得 2021 年德国红点设计大奖；恒洁 C9PRO 电热马桶，集超旋风强大冲力及舒适、安全的如厕体验于一身，超便捷，超省心。

恒洁防水多层实木浴室柜，基材通过多项严苛的防潮测试，不但是基材中的实力派，坚固耐

用，并且防水防潮性能优于国际 4 倍；恒洁木合金浴室柜，温润如木，坚韧如金，健康抑菌、0 级防霉。

恒洁 T9 系列水净恒温花洒，拥有恒洁水净技术全新涂层，其 10 级耐腐蚀镀层，不惧潮湿环境，更耐腐蚀刮擦，历久弥新；恒洁易至系列淋浴房，运用行业创新可调距专利技术，免等待，免测量，完美浴室，即刻拥有。



以温暖服务，破解行业痛点

引领家居新国货发展，除了产品品质，也要注重服务品质。恒洁通过塑造“1350（1个准则、3个满意、5个管控和0抱怨）”服务体系，已在全国400多个城市设立3000多个服务网点，提供高品质产品和全方位的服务。

针对消费者对智能马桶“不敢买”的心理，恒洁早在2016年即推出“恒洁智能坐便器整机六年质保”服务，让消费者“放心买”；针对消费者担心卫浴服务受疫情影响没保障的问题，恒洁自2020年2月2日起，面向全国所有家庭开通免费并无限品牌的“恒洁在线-卫浴24小时远程排忧解难服务”，助力中国家庭宅家抗疫。

针对消费者对卫生间升级改造的顾虑，恒洁还在2021年率先推行“恒洁闪装”创新服务解决方案，其中所包含的“2小时快速换装+8大免费服务”，成为恒洁高品质服务的新亮点。



以实际行动，展现社会责任担当

要引领卫浴新国货高品质发展，环保和社会责任是必答题。

通过“工业上楼”，恒洁让“智造”立体，也更能高效利用宝贵的工业用地；从原材料、生产工艺选择，到生产过程及产品使用全程，恒洁始终坚持环保承诺，使用清洁能源、实行零排放标准，或将废水、废气、废料无害化循环利用。

恒洁旗下五金龙头生产基地，实现电镀废水零排放环保水准，恒洁智能洁具全自动生产线，采用创新技术收集窑炉余热对产品进行快速干燥，让能源得以最大化利用，实现环保与发展的双赢。

担当，还体现于对社会责任的快速响应。面对

疫情全国多点反弹，恒洁连续驰援并完成深圳、香港、长沙、南京、长春、西安等全国多地方舱医院及防疫项目的卫浴物资交付和安装任务，恒洁也成为抗疫一线逆行者们信赖的卫浴合作伙伴。

为助力城市更新，恒洁于2021发布“焕新城市计划”，为升级品质人居提供全场景卫浴空间解决方案，更为特困家庭提供居家改造公益活动，针对老旧社区的焕新服务活动，让困难群众也能享受卫浴新国货带来的便利与进步。

卫浴新国货品牌的力量，既来自产品、技术等“硬实力”，也要注重“软实力”的打造。

在文化和消费自信背景下，恒洁以数字营销助力，拉近国人与家居新国货之间的距离：故宫

宫廷文化等优质平台共同发起“新国货智造计划”，并作为家居行业唯一代表跨界亮相国际时装周，发起打造“国潮范生活”、“质美中国”等有影响力的设计师活动IP、四度携手东方卫视《梦想改造家》……这些创新营销让恒洁成为消费者心中“最出圈”的卫浴品牌。

“骐骥一跃，不能十步；弩马十驾，功在不舍”。品牌建设是长期而艰巨的任务，作为高品质卫浴国货的代表品牌，恒洁将持续聚焦大众消费需求，不断体现高端品牌的产品与服务价值，助力美好生活。同时，坚守高品质发展之路，引领卫浴行业发展新征程，树立卫浴行业高品质新标杆，让恒洁新国货成为高品质卫浴生活追求者的不二之选。

创新科技引领品质生活 恒洁 2022 新品鉴赏

图文 / 恒洁编辑部

在追求“品质生活”的背景下，越来越多消费者为高端、高品质的产品买单。高品质产品更加注重用户的体验感，既能从产品层面增强用户的幸福感和获得感，又能从设计层面满足用户在新生活场景下的需求，受到消费者的青睐。紧扣消费者不断追求品质生活的需求，恒洁卫浴推出了多款新品，包括智能卫浴产品、浴室柜产品、花洒产品等，这些产品不仅颜值高，而且应用了多项恒洁研发的新技术，助力消费者的品质生活。

1 恒洁 Q9X 智能一体机



创新科技引领智净生活。为了满足不同用户的需求，智能卫浴专家恒洁不断挑战智能马桶的智造极限，推出了多款智能新品，恒洁 Q9X 就是恒洁最近推出的新品。其造型简约大气，外观时尚大方，可以搭配多种卫浴风格，搭载的超漩能芯动力冲水系统、恒洁水净技术全新釉面、落座双位置感应等功能和技术，可以为用户提供更舒适的使用体验。

超漩能芯动力冲水全新升级

恒洁 Q9X 智能一体机的“超漩能芯动力冲水系统”，全新升级，冲力远超国标 4 倍，突破性实现 0 水压劲冲无忧，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，开启高楼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！



● 水净技术全新釉面

智能马桶如果采用普通釉面，釉面密度较小，表面凹凸不平，产生的污渍都容易渗入釉面，长期下去马桶坑洼处会藏满污垢，泛黄结垢，顽渍横生，清洁起来十分麻烦，不仅影响使用体验，而且容易滋生细菌，对身体健康造成影响。



恒洁 Q9X 智能一体机融入水净技术全新釉料，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。



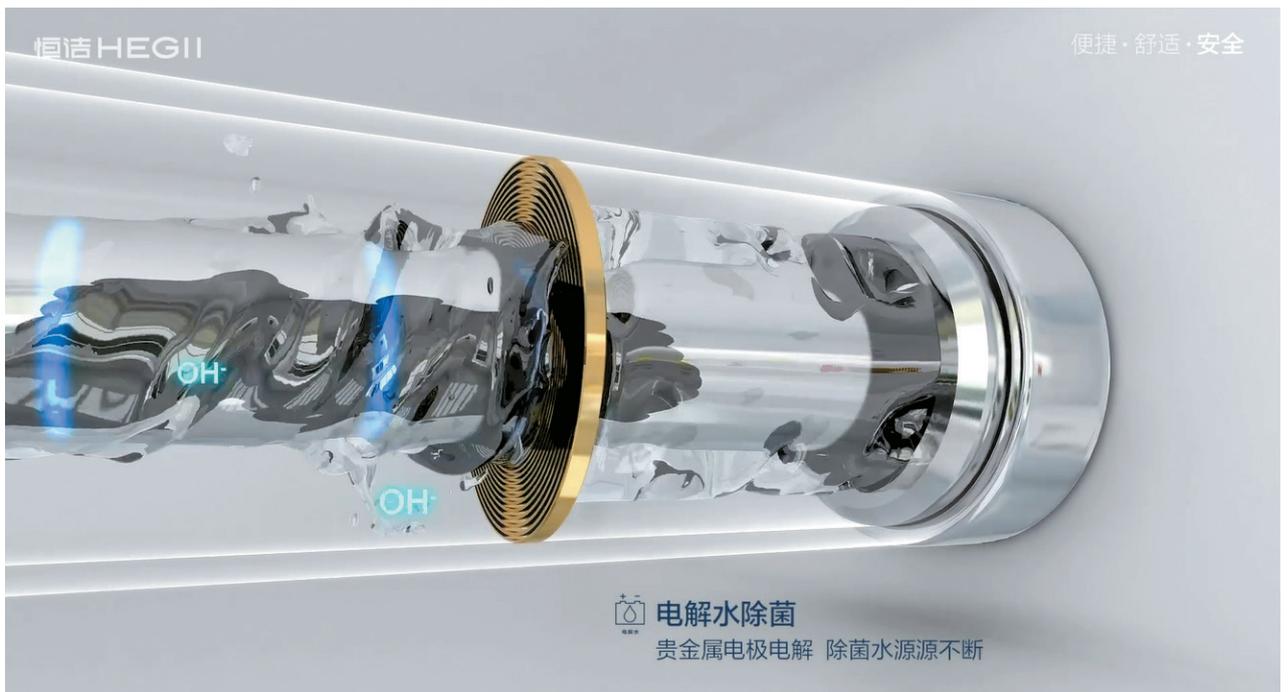
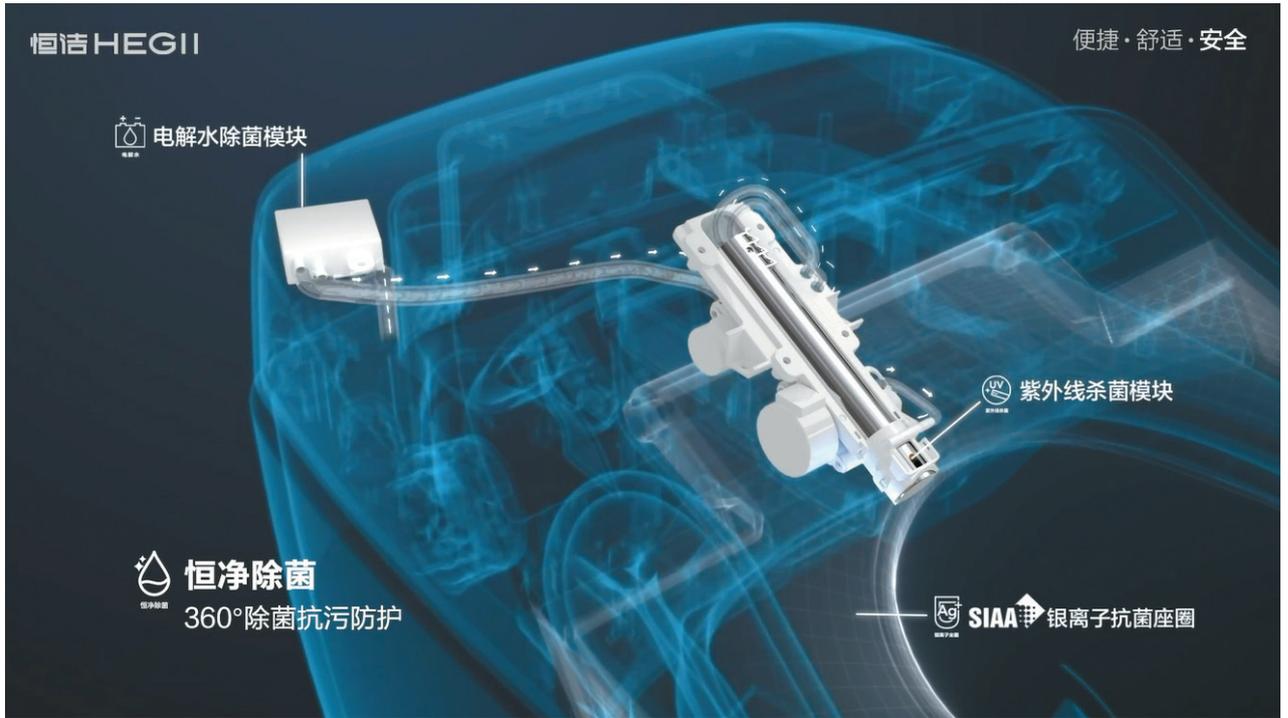
● 落座双位置感应

恒洁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。



恒净除菌

银离子抗菌座圈，SIAA 权威认证，抗菌效率高达 99.99%，有效避免交叉感染。LED 紫外线喷嘴，杀菌率高达 99%，寿命长，有效阻止细菌滋生传播。电解水除菌，从管路到喷嘴，细菌无处可藏，从源头带来洁净享受。



感应翻盖

感应、触摸、轻抬三种智能翻盖模式，满足不同翻盖需求。轻触盖板前沿，即可分别选择男用、女用两种翻盖翻圈模式，无需弯腰，老人孕妇，轻松自如。



一键旋钮 & 智慧翼

化繁为简超方便。轻旋按钮，臀洗、妇洗、烘干多种功能一键完成；自动回弹式设计，旋后自动归位，简单轻松操控，自在随心。水温、风温、圈温可按用户习惯制定并预设，一键纵享“专属”体验。



集合多功能简单操作的一键旋钮

2 恒洁奢适系列浴室柜

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、整洁优雅。恒洁奢适系列浴室柜是为追求品质生活的消费者而设计的浴室家具，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。



个性化定制已是当下家居的潮流之一，恒洁奢适系列不仅主柜、柜体、面板和尺寸等可以个性化定制，而且还有智能镜、侧边柜、收纳柜等多个功能模块，给消费者不同的选择。



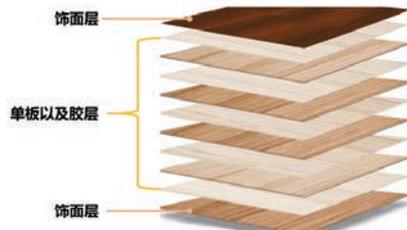
3 恒洁观岩系列浴室柜



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。

卫生间因用水容易积聚潮气，浴室柜需要面对的最大问题就是潮湿的环境。恒洁浴室柜基材升级，采用恒洁防水多层实木，与常规三聚氰胺多层板相比，恒洁防水多层实木主要采用防水剂制备三聚氰胺多层板，基材防水剂具有“柔性高、抗变形能力好”，“透气不透水、防水防潮性能强”，“抗开裂、单板粘结力强”等性能优点，基材防水防潮性能优于国标 4 倍，防潮防霉，坚固耐用。

恒洁防水多层实木 基材升级

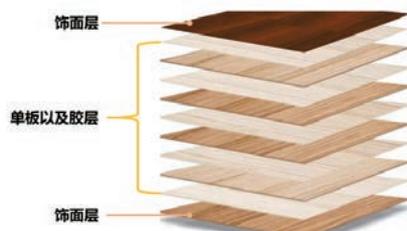


与常规三聚氰胺多层板相比，恒洁防水多层实木主要采用防水剂制备三聚氰胺多层板：

★ 基材防水剂性能优点

1. 柔性高，抗变形能力好
2. 透气不透水，防水防潮性能强
3. 抗开裂，单板粘结力强

恒洁防水多层实木 基材升级



与常规三聚氰胺多层板相比，恒洁防水多层实木主要采用防水剂制备三聚氰胺多层板：

★ 基材防水剂性能优点

1. 柔性高，抗变形能力好
2. 透气不透水，防水防潮性能强
3. 抗开裂，单板粘结力强



4 恒洁水净恒温 T9 系列花洒



花洒可以说是卫浴间使用频率最高的产品之一，一款好的花洒不仅拥有长久的使用寿命，还能给人带来畅快淋漓的沐浴体验，从而使身心愉悦。恒洁新推出的水净恒温 T9 系列花洒，拥有多重创新科技，开启全新净界——恒洁水净技术全新涂层，高效梳水、更易清洁；10 级镀层，持久光亮；恒温防烫技术，控温快准稳。更有超大的置物平台，任你放置各种沐浴用品，便捷易取，节省空间。

**DE
SIGN
—**



THE VOICES OF DESIGN
设计之声



从米兰国际家具展，看家居潮流的新风尚

文 / 吕伟华



2022年6月，米兰国际家具展时隔三年后重新亮相，吸引了众多设计迷、家居迷的目光。作为设计界的“风向标”，全球家居行业的“奥林匹克”盛会，虽然盛事已过，但余韵悠长。其所展出的设计理念、设计元素、空间表达以及最新产品，将在接下来的时间中，引领着国际家居潮流的新风尚。

作为引领卫浴设计潮流的新国货品牌，今年恒洁与创新设计联盟联合米兰理工大学 POLI.design 设计学院、朗道设计学院共同打造了“2022 米兰国际家具展与米兰设计周官方授权直播及同期课程”，打破时间与距离的隔阂，在直击现场的同时，通过大咖解说及专业研讨，为家居产业的同仁和设计师朋友搭建起一座别开生面的“在线逛展”桥梁。那么，这一次展会透露了哪些流行趋势、与中国家居行业的发展有哪些相似之处？

可持续发展

保护自然生态，善用可回收、可持续利用的材料，与自然和谐相处，是每一个家居人需要思考的命题。在今天的展会上，经久耐用、健康环保、生态可持续的材料运用越来越多，例如以回收材料制成的椅子、地毯、沙发等，通过材质的主张和定义去改善人与环境的关系，重新思考未来人类与生态的命运。





多元色彩的呈现

在个性化的消费趋势下，人们渴望更加自由、活力的生活状态，米兰家具展上各大品牌的作品也体现了这一色彩趋势——产品的色彩不再拘泥于黑、白、灰这些经典色系，而是大胆应用红色、粉红色、蓝色、绿色等色彩，表现得更具冲击力。

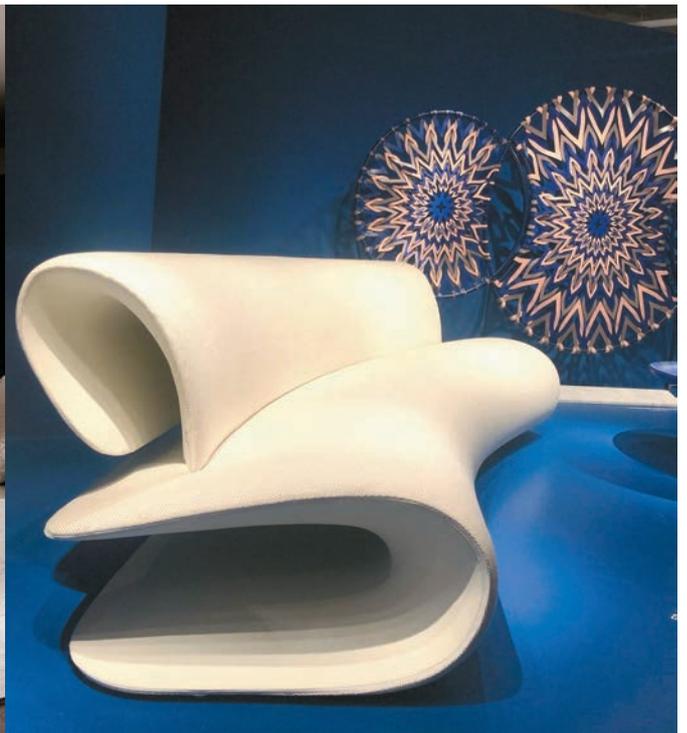


作为紧跟设计潮流的新国货卫浴品牌，恒洁也推出了多款色彩丰富的卫浴产品，例如恒洁艺享系列浴室柜，拥有多种柜体颜色、多种组合搭配方式，让空间更富层次，满足消费者多样性的需求。



自然与绿色

后疫情时代，人们更渴望与天地万物间形成一种和谐共生的关系，同时能够通过这种自然的力量让人静下心来，与大自然交融，给予生命充分的尊重。本届米兰国际家具展，令人舒适安心的自然色系、活力振奋的亮色调成为焦点，与展会“可持续性”的主题相呼应，体现出人们对人与自然关系的重新思考。



有机形态的使用

所谓“有机形态”，即源于自然界的各种线条，往往表现为融合感，过渡衔接十分均匀流畅，不仅能让产品外形保持多样化，更能带来多样的使用体验和情感价值。设计离不开社会形态的变化，后疫情时代下设计越来越弧线化，去除棱角，变得更加柔和、轻盈，传递出了更多关怀与温暖。



模块化与定制

当人们居家的时间变长，不仅越来越追求舒适度，也渴望更多的变化和新鲜感。模块化的设计似乎是一种优质解法，可以让居住者自由地组合，轻松改变空间布局。这也与当下流行的定制化相呼应，可以根据不同的需求、不同的审美进行个性化定制。



近年来，卫浴空间也在向着“定制化”的趋势演进，以满足消费者个性化的需求。2022年，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。



练好内功

以“阿甘精神”提高消费者的满意度

——专访恒洁集团重庆运营中心总经理 赵俊荣

2022 年至今，家居行业面临着许多新的挑战。疫情反弹、市场环境变化、消费需求迭代等因素，让家居企业以及家居行业的经销商、代理商等，要想活下来并赢得更好的发展，都要不断地突破、改变。从上半年看，一些企业面临着较大的发展压力，甚至出现经营上的下滑，但也有很多优秀的企业和经销商，在多重压力下，依然保持着稳健的发展。恒洁集团重庆运营中心（下称：重庆恒洁）就是逆势上扬的典型，不仅实现了营收的增长，而且在品牌、营销、服务等多个方面都取得了不俗成绩。

逆势上扬，品牌、服务、销售全面发力

重庆地处中国西南部，是长江上游地区经济中心，常住人口超过3000万，对家居行业来说是一个消费力非常大的区域。但受疫情等因素的影响，上半年重庆家装行业的发展也面临着较大压力，此外房地产市场的下行更是让很多商家面临着严峻的挑战，部分商家甚至采取收缩的策略，以降低经营上的压力。

但重庆恒洁却动作连连，举办了多场线上线下活动，释放出强大的品牌活力。3月14日，恒洁焕新城市计划-重庆站启动，包含八免服务的恒洁“恒洁闪装”服务也同步在重庆落地，从拆除旧品到换上恒洁智能马桶，仅需2小时，当天装当天使用；4月29日，由恒洁×网易联合发起并全新升级的2022年“质美中国”城市设计之行首站也在重庆启动，覃思、赖旭东、蔚江等知名设计师以及重庆当地的设计师、家装公司代表等共同出席见证。

两场大型活动的举办，不仅为重庆家居市场的发展带来了一抹亮丽的色彩，也为当地用户带来了更好的产品和服务。恒洁集团重庆运营中心总经理赵俊荣介绍，2022年重庆恒洁预计将举办7场大型全域联动活动以及30多场中小型活动。他透露，重庆恒洁今年启动了在齐家网、抖音、小红书等线上平台的推广活动。就在不久前，重庆恒洁在小红书平台邀请了30多名知名主播为恒洁“打Call”，让更多消费者了解恒洁的产品和品牌。

重庆恒洁不仅在当地积累了良好的品牌口碑，而且其品牌推广动作也备受好评。在赵俊荣看来，持续推进的线下及线上推广活动，不仅推广了恒洁作为民族卫浴品牌的品牌形象、恒洁优质的产品，而且还向消费者介绍了恒洁的售后服务，提高了品牌的知名度和美誉度。因此，重庆恒洁将品牌推广视为长期性战略工程。“虽然很难说清一场活动的具体作用，但我们要先去做，我相信这些



活动的作用会越来越集中，势能也会越来越大。”

赵俊荣介绍，早在 2018 年，重庆恒洁的终端布局就已经实现了 29 个区县全面覆盖。从 2018 年到 2022 年，重庆恒洁持续扩大终端网络，部分主要区县已实现多店面布局，极大地提升了恒洁的市场触面。而对于主要区县的店面选择，赵俊荣都积极参与其中，因为店面选址关系到店铺销售、成本、绩效、未来发展等。“经销商投资也很不容易，我们一定要对他负责，一起经营好恒洁这个品牌”。

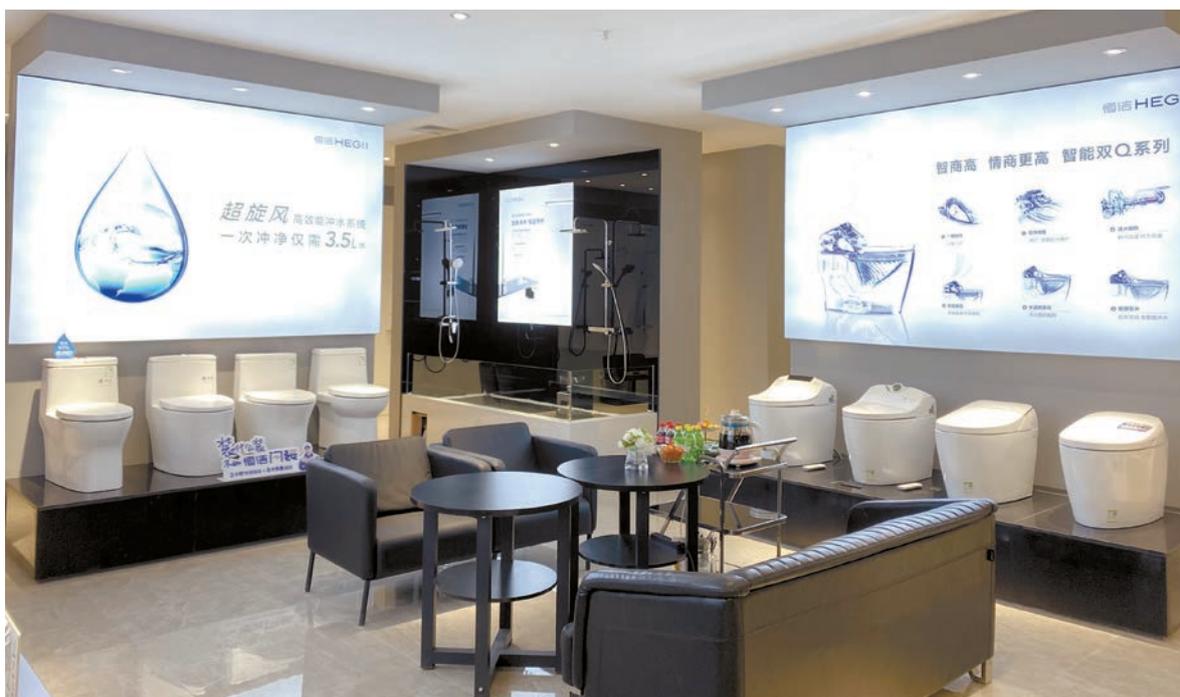
完善的网络覆盖，优质的产品和服务，再加上持续的品牌推广活动，2022 年上半年重庆恒洁顶住市场压力，业绩也实现了飘红，赵俊荣介绍，2022 年上半年重庆恒洁实现了超过 20% 的增长。



以优质产品与专业服务，适应消费需求及市场变化

近年来，家居行业的消费趋势发生了深刻改变。一方面，房地产下行的压力让消费在购房置业、装修时更加谨慎也更加理性；另一方面，在消费升级的推动下，越来越多的消费者追求品质生活，特别是后疫情时代，居家时间增加让消费者选择家居产品时更加偏向于健康产品。

作为长期深耕市场一线的商家，赵俊荣认可这样的观点。他认为，虽然外部环境的变化对消费者的收入带来某些不确定性，但消费者整体上更加注重居家环境的改善。因此，具备抗菌、智能、舒适等特性的智能卫浴产品受到越来越大的关注。近两年，重庆恒洁智能马桶产品的销售一直呈现增长趋势，每 100 个购买马桶





的消费者当中，就有接近一半选购了智能马桶。

在赵俊荣看来，恒洁对智能卫浴产品研发及设计上的不断精进，直接推动了这类产品的进一步普及。今年，恒洁在既有智能产品线的基础上，新推出了 Q9X、Q3Plus、Qe80 等新品，进一步丰富了智能卫浴产品矩阵，以优质产品适应日新月异的消费需求。特别是新推出的 Q9X 智能一体机，搭载的超漩能芯动力冲水系统，突破性实现 0 水压劲冲，冲力远超国标 4 倍，即使是高楼层和老小区的用户也无需担心水压过低而影响冲力的问题。

除了智能马桶新品外，针对年轻消费者对定制卫浴产品的需求，今年恒洁也推出了观岩系列、奢适系列等多款定制浴室柜，浴室柜的主柜、台面、吊柜、面板、陶瓷盆和镜子，以及尺寸和样式上都为消费者提供了多种定制选择，以满足消费者不同的个性化需求。

服务也是恒洁的强项。当下房地产市场的发展进入了存量时代，来自存量市场的更新换代，对智能马桶等产品释放出了巨大的需

求，但存量房市场卫生间格局较为固定，电路、水路、坑距以及废弃的旧马桶如何处理等，成了消费者更换智能马桶最大的阻碍。为此，恒洁推出了“恒洁闪装”服务，重庆恒洁也是首批落地“恒洁闪装”服务的城市，通过“恒洁闪装”的八免服务（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），重庆消费者从旧品拆除到智能换新，升级品质生活仅需 2 小时。

除了“恒洁闪装”服务，重庆恒洁还向客户提供为期 2 年的增值服务。赵俊荣介绍，这项服务从 2011 年恒洁进入重庆市场后就一直在执行，重庆恒洁服务团队会在用户购买产品后定期回访消费者，为其提供免费检测及保养服务，产品出现问题可免费维修。同时，重庆恒洁还通过后台系统对维保流程进行全程跟踪，确保服务品质达到高标准。

通过优质产品与专业服务，重庆恒洁过去十多年中在重庆市场打下扎实的发展根基，这也是重庆恒洁在面临疫情反复、市场下行的情况下，仍保持勃勃生机、实现逆势增长的主要原因。

练好内功，以“阿甘精神”提高消费者的满意度

2022年上半年，受疫情等因素的影响，国内经济发展受到了较为严峻的挑战，即使目前经济正在快速复苏，但展望下半年，对家居行业面临的压力也不容过于乐观。虽然如此，但赵俊荣和重庆恒洁仍为未来3至5年定下了较高的年复合增长率，并对此充满信心。

在赵俊荣看来，外部环境的变化，除了让消费者在消费时变得更加理性和谨慎，还加速了行业的洗牌。“相信行业洗牌会一直持续，在市场环境不断变化以及消费不断升级的推动下，一些产品品质不好、服务不好的品牌会被加速淘汰。”然而，赵俊荣没有将行业洗牌视为严峻的挑战，反而视其作为一种机遇。在这样的市场背景下，恒洁等注重品质和服务，以及综合实力雄厚的企业反而会迎来发展良机。他认为，随着行业洗牌加速，市场份额会更多地向优质品牌倾斜，这些品牌需要做的就是“练好内功”，密切关注市场趋势和消费者的核心需求，迎接行业洗牌后的市场增量。

对于如何获得更加广阔的市场，赵俊荣概括为“得民心者得天下”，要不断以产品、服务和品牌打动消费者。以产品为例，赵俊荣认为每款产品都会展现出一定的技术特点、设计款式，但不能说技术越超前产品就越好，“因为技术的核心最终要回归本质，即满

足消费者本身的需求。”他表示，恒洁在产品研发过程中时刻关注消费者核心需求，将消费者的痛点作为产品研发的方向和准绳。同时，作为直接与消费者沟通的一线商家，重庆恒洁也时刻关注消费潮流，并将消费者的诉求反馈给恒洁集团，协助集团研发出满足消费者需求的产品。

产品和服务是家居企业运作的一体两面，产品做好了，还需要向消费者提供一流的服务，特别是在追求品质生活的大潮下，用户需要的不仅仅是产品，还有产品背后所承载的服务体验和服务价值。对此，赵俊荣表示，重庆恒洁将以“阿甘精神”去服务客户，夯实服务过程中的每一个环节，不断提高消费者的满意度。“消费者信任恒洁、选择恒洁，我们就要用最优质的产品和服务来回馈他们，这是重庆恒洁永远的核心”。

“未来的消费潜力和消费需求依然巨大，关键是我们要有好的产品和服务。”面对未来的发展，赵俊荣充满信心，他表示，重庆恒洁要继续练好内功，并探索新的策略和方法，不断提升自己，用创新的方式满足消费者的满意度，助力消费者构建高品质的生活。



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

恒洁 HEGII



恒于心 专于质

品质来自每一天的坚持

