

HEGII VISION

恒洁视界

季刊

2023 第三期
品牌读物(总第44期)

恒洁HEGII

选品质 就是选生活

恒洁智能 R9
较真体验官
李响



没什么了不起
只不过更较真



恒洁 R9
智能一体机

向新而行，共创品质美好生活

2023年，中国经济持续恢复。国家统计局数据显示，前三季度国内生产总值同比增长5.2%，消费对经济增长贡献率高达83.2%，数据展示了中国经济的强大韧性和消费市场的稳定复苏。恒洁也在与时代同频共振中展示了不断向上生长的新力量，从“选品质，就是选生活”的品牌升级，到升级为“全卫空间解决方案提供者”，再到迈向品质生活方式的引领品牌，在创造品质美好生活的征程上，恒洁正在向新而行。

向新而行，恒洁持续为品质美好生活注入新活力。品质美好生活的发生，需要创新与创造，而实现这一切的动力，来自持续不断地对用户需求的深刻洞察和回应。恒洁联手宋佳和李响发起的“较真”讨论，不仅引发了消费者对品质生活的新思考，也让消费者更好地感知了恒洁对生活的态度和价值观。而联手知乎实验室，释放R9智能马桶背后的新科技，更是印证了恒洁“选品质，就是选生活”的品牌主张，不是口号，更不是形式，是对产品近乎极致追求的“较真”，是不断用新科技和新行动，回应消费需求的初心与坚守。

向新而行，恒洁不错过每一个品质美好生活场景。席卷全国的“恒洁智能焕新家—品智燃GO节”、持续在多个重点城市绽放的[恒洁焕新城市计划]、全新升级的「质美中国」“品质人居”样本城市巡礼活动、七度携手东方卫视为不同家庭构筑“梦想之家”……恒洁用一以贯之的初心，与万千家庭共启品质美好生活新篇章。美好生活场景，不止一种，恒洁还积极探索“家”以外的公共空间——“这空间很中国”公共空间改造升级项目落地北京图书大厦，恒洁再为城市发展提供助力，让美好

生长在城市的每一个角落。

向新而行，恒洁还让品质美好生活更近一步。品质美好生活不仅是空间的构建，更要依靠服务来实现。新升级的“恒洁闪装”2.0服务，已在全国多个城市的落地，不但成为恒洁极致服务新亮点，也是恒洁为更多消费群体创造品质美好生活的重要途径。

当前，中国经济正在加速复苏，庞大的中产人群，持续壮大的年轻消费群体，家居市场巨大的潜力正在释放。此外，商务部在全国组织开展的“家居焕新消费季”更是明确指出，要采取针对性措施，进一步激发家居行业的市场活力，家居市场正在迎来新的生机。但机遇与挑战并存，随着消费升级的深入，家居消费也呈现出提质升级的新趋势，特别是随着Y世代、Z世代成为主流消费群体，他们的生活理念、消费态度、对品质的追求、对卫浴产品的选择考量等各个方面都发生了很大的变化，这些变化将会持续影响行业发展。

时代向前，恒洁向新。面对新机遇、新需求、新变化，作为三度入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货领军品牌，恒洁将坚持以消费需求为导向，依托卫浴全品类生产智造与研发的积淀，不断推动技术、产品和服务的升级，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、不断升级的多元化消费需求，共创品质美好生活。

恒洁 HEGII

选品质 就是选生活



恒洁品牌代言人
宋佳



恒洁 | 人民日报社品牌强国计划成员企业

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
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：2023 年 11 月 总第 44 期



扫一扫，获取电子版

卷首语 | PREFACE

向新而行，共创品质美好生活

01 动态 | TRENDS

特别策划 | SPECIAL REPORT

07 引领品质生活新方式，恒洁 x 宋佳 x 李响诠释 R9 “较真”科技



09 “较真”话题引发全网共鸣，恒洁以“品质生活”引领品牌升级

11 从恒洁 R9 的“较真”科技，看国货卫浴品牌的进阶之路

14 走在十字路口，恒洁 R9 为什么如此“较真”？

17 助推城市生活品质再升级，恒洁「这空间很中国」改造项目再下一城

20 恒洁卫浴创新公共空间改造，打造国民人居品质生活样本

22 恒洁「这空间很中国」X 温群 | 把宋式美学搬进公共卫生间

24 品质设计，寻美中国！恒洁“质美中国”持续开启



34 家居存量时代，恒洁以品质卫浴“焕新”国人美好生活

ENTS



37 持续引领，品质焕新 |
恒洁焕新城市计划在全国绽放

45 筑梦品质美好生活，恒洁第七次携手《梦想改造家》



图说产品 | CAPTION PRODUCT

52 恒洁星品 | Get 宋佳理想卫浴空间
轻松拥享雅致生活

设计之声 | THE VOICES OF DESIGN

61 年轻人的六大「家生活」趋势



恒洁亮相首届广州国际卫浴博览会



01

7月8日，200多家国内外知名卫浴企业共同参加的2023年广州国际卫浴展览会在广州琶洲保利世贸博览馆举办。作为卫浴新国货领军品牌，也是智能卫浴的先行者与领跑者，品牌升级后的恒洁以“品质点亮生活”为主题，携超凡 R9 智能一体机、全卫定制套间等全品类星品亮相广州卫博会，不仅以崭新的品牌形象和产品美学构建了多元化的沉浸式体验场景，更为用户的品质美好生活提供助力，成为全场人气顶流。

02

7月10日，恒洁集团副董事长谢旭藩及高管团队与来访的红星美凯龙家居集团执行总裁朱家桂及全国商场核心管理团队进行了深度交流。双方共同探讨开启战略合作新规划，全面深化合作。在恒洁考察期间，朱家桂一行先后参观考察了恒洁位于佛山的陶瓷洁具、五金龙头生产基地、国家级创新研发中心以及客户服务中心，并对恒洁坚持高质量发展的理念和表现予以高度评价。

恒洁与红星美凯龙开启战略合作新模式



03

由恒洁联手人民日报新媒体、新华书店共同发起的全国性公共空间改造计划「这空间很中国」，继2022年首站落地重庆书城后，2023年7月，这一探寻国人理想生活空间的改造计划迎来了第二站的实景落地——北京图书大厦新华书店公共卫生间焕新升级。以“国潮艺术”为主题，恒洁特邀知名建筑师、aoe建筑创始人温群操刀设计，并通过高品质的卫浴产品，践行“选品质，就是选生活”的品牌主张，提升公共卫生空间的卫浴体验，助推城市生活品质再升级。

恒洁「这空间很中国」改造项目再下一城



04

2023年7月到9月，由恒洁与网易焕新发布的「质美中国」2023“品质人居”样本城市巡礼继续在全国多个重点城市落地。从7月份到9月份，“质美中国”相继在武汉、沈阳、银川、烟台等城市落地，深度聚焦“品质人居样本”新话题，邀请设计圈重磅大咖与设计新势力同台分享，焕发城市深层设计力量，更有「2023 网易城市设计精英榜」持续助力，搭建青年设计新势力成长平台，为中国设计与家居新国货发展带来新动能。

恒洁“质美中国”样本城市巡礼活动在多个城市落地



05

2023年7月到9月，恒洁焕新城市计划相继在天津、贵阳、福州等多个城市落地，为城市与消费者的品质生活贡献力量。借着“焕新城市计划”落地的契机，《“不止所见”2023 恒洁品牌升级暨卫浴空间解决方案》和《服务至上-2023 家居服务榜单发布暨恒洁闪装 2.0》等也在多个城市发布。同时，在现场，消费者不仅可以了解恒洁的全新星品、原创专利技术，也能在场景化的空间中，通过沉浸式的体验，感受恒洁全卫空间的美学风格。

恒洁焕新城市计划持续开启，谱写发展新篇章



06

8月22日，以“数智低碳 打造中国卫浴世界品牌”为主题，由中国建筑材料流通协会指导，中国建材流通协会陶瓷卫浴经销商委员会主办的2023第四届中国卫浴T8峰会在北戴河举行。本次峰会，作为唯一连续三次入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货品牌，恒洁连续获得中国建筑材料流通协会扶持品牌、2023卫浴头部品牌殊荣。恒洁集团高级商业市场副总裁陈冬亦应邀发表主题演讲，与行业同仁、家居建材商超代表、酒店及工程采购方代表共同分享恒洁在商业渠道的高质量发展实践。

荣膺双奖，应邀演讲！恒洁载誉2023中国卫浴T8峰会



以“数”赋能，共创美好！恒洁闪耀 2023 数字生态大会

07



8月24日，以“聚变·有数”为主题，奥维云网 2023 数字生态大会在杭州召开。本届大会颁布了智慧家庭领域的权威奖项“云鼎奖”，作为智能卫浴专家，同时也是家居新国货品牌的代表，恒洁在云鼎奖表现出色，成为 2023 年度奥维云网数字生态品牌、2023 年度趋势创造品牌、2023 年度科技智上趋势产品奖的唯一获奖卫浴品牌。此外，恒洁还荣获了 2023 年 H1 中国地产精装住宅部品配套精龙奖 TOP10 卫浴品牌奖。恒洁集团轮值首席执行官兼高级市场副总裁阮伟华应邀通过在主峰会发表演讲、接受媒体访谈等形式，多维度地分享恒洁在数字化发展中的探索与实践。

08

恒洁在智能卫浴论坛分享高质量发展之道



8月26日，以“优势互补 高质发展”为主题的第六届智能卫浴论坛在瓷都潮州开幕，旨在表彰智能卫浴领域高质量发展成果的智净杯颁奖仪式同场举行。凭借强大实力，恒洁不但独家荣获高端智能卫浴领军品牌，亦包揽智能卫浴领军品牌、智能卫浴技术创新奖、智能坐便器品质金奖、智能坐便器舒适金奖、值得消费者信赖智能坐便器金奖、年度热门型号智能坐便器金奖等大奖，恒洁以七项大奖成为本届智净杯获奖数量最多的智能卫浴品牌。会上，恒洁集团董事长谢伟藩在论坛上发表了致辞，恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华就恒洁的发展理念及发展历程做了分享。

09

恒洁三度蝉联十佳呼叫中心 - 卓越客户体验奖

近日，由中国电子商会呼叫中心与客户关系管理专业委员会（CNCCA）主办的第十九届呼叫中心产业发展峰会暨年度颁奖典礼在山西大同举行，恒洁与中国联通、京东、滴滴出行、海信集团有限公司等企业一同参会，并三度蝉联“十佳呼叫中心 - 卓越客户体验奖”。本次奖项评选旨在表彰在服务呼叫中心领域成就超卓、贡献突出的企事业单位及个人，而恒洁在“用户至上”的价值观驱动下，致力为用户提供超越期望的极致服务体验，荣膺“卓越客户体验奖”，是恒洁责任所在，更是实至名归。



10

恒洁七度携手《梦想改造家》

8月30日，东方卫视王牌家装节目《梦想改造家》第十季正式开播，新一季的《梦想改造家》延续一贯的温情路线，回归家庭、回归初心，为普通人打造梦想之家。新国货卫浴品牌恒洁继续以《梦想改造家》唯一官方指定卫浴品牌的身份，携手节目主创以及设计师大咖们，一起直击社会民生热点，紧跟栏目中用户需求，为不同年龄、不同地域、不同需求的用户实现自己的居住梦想。



11

恒洁智能焕新家 - 品智燃 GO 节震撼来袭

9月1日，国家商务部发布《关于组织开展“家居焕新消费季”活动》的通知，强调“激发家居行业市场活力释放家居消费潜力”并鼓励企业“推出价格实惠的产品和服务套餐，满足多样化消费需求”。作为行业领军品牌，恒洁积极响应国家号召，重磅推出恒洁智能焕新家 - 品智燃 GO 节，由集团总部统筹并在全国联动，活动期间，恒洁强势亮相全国 100+ 机场高铁、2500+ 户外大屏。不仅全国 400+ 城市 3000+ 恒洁门店共同参与并推出亿元钜惠补贴，而且带来开创 3D 随心洗时代的超凡 R9 智能一体机及全品类的标杆星品，助力消费者升级品质生活。



12

恒洁与装企相聚家装两会，共筑品质美好生活



9月16日，由中国建筑装饰协会指导，中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会主办的第六届住宅装饰装修行业 T20 大会和第四届家装产业供需链大会在湖南长沙召开。本次大会以“守正创新，跨越周期”为主题，汇集了政府协会代表、行业专家、头部家装、部品材料企业等，共话行业高质量发展。恒洁作为家居新国货品牌的代表，通过进行主题分享、助力发布《2023 中国家装消费行为研究报告》、现场产品展示与交流等多种形式积极参与大会活动，与行业同仁共同促进家装消费，共筑品质美好生活。



恒洁居行业首位入选 “2022 福布斯中国客户服务企业 TOP100”

近日，由中国电子商会联合福布斯中国举办的“2022 福布斯中国客户服务企业 Top 100 评选”活动在河北保定举办，恒洁与海尔集团、美的集团、京东集团等企业一同参会，并居行业首位入选“2022 福布斯中国客户服务企业 TOP100”。本次奖项评选旨在通过对企业的服务能力、客服运营能力、客户满意度、品牌影响力等指标进行评估，并在 20 个行业领域内选出 100 家企业上榜，为各行业树立起衡量企业客服水平的标杆。恒洁凭借用户认可的服务能力与品牌影响力在众多企业中脱颖而出，展现出企业在服务领域的非凡实力。

14

近日，2023 年日本 G-Mark 设计奖获奖名单公布，恒洁 M3 智能坐便器、HC190PN 隐藏式水箱坐便器凭借人性化体验、智能化关怀、绿色环保等方面的优势脱颖而出，双双荣膺该项权威设计大奖。日本优良设计奖（Good Design Award）创立于 1957 年，是世界上最著名的设计奖之一，获奖作品被授予 G-Mark 标志，代表卓越设计和优良品质。带着对设计的坚持，恒洁已荣膺包括德国红点设计奖、德国 iF 设计奖、美国 IDEA 设计奖、日本 G-Mark 设计奖等知名国际工业设计奖项的肯定。未来，恒洁将继续以设计点亮生活，为消费者创造更多打动人心的生活方式。

恒洁荣获 2023 年日本 G-Mark 设计奖



15

10 月 14 日，以“智竞卫来·行稳致远”为主题的 2023 中国民族卫浴发展峰会在广东佛山召开，恒洁凭借引领性的技术创新和卓越的用户体验，荣获行业唯一的“高端智能卫浴领军品牌”。恒洁作为参编单位助力《2023 中国卫浴行业发展白皮书》发布，尤其是恒洁自 2023 年实施第二次品牌全面升级以来在品牌、产品、服务等各个维度的表现均作为优秀案例经验入选“白皮书”，为整个行业的转型升级提供了有力的借鉴和启示。

恒洁载誉 2023 中国民族卫浴发展峰会



16

10月23日，首届中外卫浴行业领袖峰会在上海开幕。该峰会由中国建筑卫生陶瓷协会发起，联合全球卫浴行业的领军企业共同举办。峰会以“共同讨论、分享经验”为主要形式，旨在探讨卫浴行业的全球性热点问题，了解世界卫浴行业的新成就、新方向与新趋势。作为唯一连续三次入选人民日报社“品牌强国计划”家居新国货代表，恒洁集团董事长谢伟藩受邀在峰会上致辞，恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华受邀进行主题分享。恒洁通过积极参与峰会深度交流，与同仁共同助力将峰会建设为凝心汇智，共谋发展的高端行业交流平台。

恒洁在中外卫浴行业领袖峰会分享创新发展



17

近日，广州白云国际机场 T1 航站楼旧貌换新颜，对多个公共卫生间进行系统化的升级改造，卫浴新国货领军品牌恒洁助力其中。为了给来往旅客留下美好独特的第一印象，广州白云国际机场通过现代化、人性化的改造建设，展现“靓丽空港”的形象。此次联合恒洁卫浴焕新改造的多个卫浴空间，将国际视野、中国视角以及岭南视觉融入其中，雅致的新岭南意境与现代园林画廊相结合，通过室内设计美学和沉浸式表现手法，打造国潮美学品质卫浴空间。

恒洁入驻广州白云国际机场，焕新品质卫浴公共空间



18

近日，在携手品牌代言人宋佳和恒洁 R9 智能马桶较真体验官李响，共同发起“没什么了不起，只是更较真”的话题讨论，引发巨大共鸣和热议后，恒洁再度携手知乎 | 值乎实验室，通过脑洞大开的较真实验，探索 R9 智能马桶背后的黑科技。在挑战实验中，挑战者用了多个脑洞大开的实验，对 R9 的恒流技术、高效全域烘、AI 智导巡航清洗等创新技术进行挑战，不仅让消费者见证了恒洁 R9 背后的科技真功夫，也在满足消费者求知欲的同时，重新建构了他们对国货卫浴品牌实力的认知。

恒洁携手知乎实验室开启 R9 智能马桶挑战实验



引领品质生活新方式 恒洁 x 宋佳 x 李响诠释 R9 “较真” 科技

新国货正在引领一种新潮的中国生活方式。这些国货品牌，以新概念、新审美和新模式，改变着早已形成的市场格局和行业惯例，唤醒消费者新的需求及生活方式，引领一个新的消费时代。而在这“了不起”的国货崛起背后，离不开国货品牌们对于技术、设计、品质、服务等精益求精的“较真”态度。作为卫浴新国货领军品牌，恒洁，正是“较真”的典型代表。

文 / 中洁网



品质话题营销传递品牌价值观 恒洁 x 李响深度诠释“较真”的力量

新消费浪潮下，年轻消费者的消费观念和消费偏好早就发生了变化，相对产品单一的功能属性，他们愈发开始向着情感与精神价值的消费进行迭代。于品牌而言，“学会与消费者对话”，不应只是期待大力出奇迹去拨动用户心弦，而是需要将目光拉远到品牌边界拓宽、价值共鸣、品牌符号等多维度的立体化构建，以润物细无声的方式抢占用户心智高地。

作为智能卫浴行业领军品牌，恒洁以多元营销传递品牌价值观的最新实践或许能够为行业建立长期价值提供有益参照。

近期，恒洁联手宋佳及新浪发起 # 没啥了不起只是更较真 # 话题，征集 100 个“了不起”背后的较真故事。作为许多追求品质者的共性特质，“较真”成为越来越多人推崇的品质，话

题一经上线便迅速在社交媒体上引发广泛传播和讨论，话题阅读量达 1.1 亿，单日讨论量近 2 万，并一举冲上热搜榜单，主流媒体也纷纷转发讨论，越来越多人加入到较真生活的分享中。

而全满贯青年舞者李响的倾情加入更是让 # 没啥了不起只是更较真 # 话题再度引发讨论热潮，同时也将大众对“较真”“品质生活”的关注

度引向高峰。

近日，恒洁 X 恒洁智能 R9 较真体验官李响全新大片隆重上线。作为囊括桃李杯、荷花奖、春晚领舞的“全满贯舞蹈家”，李响利落的身姿、行云流水的动作，完美演绎何为“翩若惊鸿，矫若游龙”；与此同时，他更以舞者专业态度呼应 R9 较真态度，让网友在为其舞姿惊叹震撼的同时，更为其“和自己较真，和舞蹈较真，也和生活较真”的态度而敬佩。而李响

25 年如一日的较真态度，也正如恒洁从一而终对品质的坚持，与以“较真科技”著称的智能 R9 不谋而合。

“较真”，是恒洁想要践行的品牌追求和品牌精神。这也是恒洁自 2023 年品牌全面升级以来一直所要倡导的品牌态度。正如李响所言，“只不过对每个动作较真，只不过身体想感受自由，只不过不想留下任何遗憾。”没什么了不起，只不过更较真！

于恒洁而言，也没啥了不起，只不过是技术创新、产品设计、品质服务等多维度持续发展，只不过是深入把握消费者的实际需求，并通过研发、技术等创新让产品和服务做到更匹配消费者所需。

李响大片的全新推出，也让恒洁较真的品牌态度在无形之中渗透进消费者的脑海之中，不断强化用户心智，树立品牌大旗。

用“较真的产品”回应“较真的用户” 恒洁 R9 竖起智能马桶价值新标杆

品牌的塑造和品牌形象的树立并非空中楼阁，归根到底需要有极致产品的支撑才能获得“形神兼备”的用户渗透。纵观恒洁多年来的发展路径，产品力始终是第一发展动力，用“较真的产品”回应“较真的用户”，是恒洁的初心与坚守。

除了在品牌传播层面，通过官宣品质代言人、互动话题热议、明星及群像大片等方式不断传递“选品质，就是选生活”主张并逐步占领消费者心智；在产品层面，恒洁也在持续发力，不断升级高品质实力，去回应消费者的青睐和喜爱。

全机搭载了 100 多项创新及专利，引领智能马桶进入 3D 随心洗新时代的超凡 R9 智能马桶便是恒洁“较真科技”的最新代表作。

R9 智能马桶，以行业创新的 AI 智导巡航清洗技术，历经数千次的落座点测试，实现每一次落座都能精准定位，清洗触点自动定位调节，

为用户带来前所未有的舒适洗护体验；突破传统的创新恒流技术，打破固定水型清洗限制，自由实现 5 种水型恒温无缝切换，让用户畅享全流程舒适清洗新体验；而其所打造的高效全域烘干，则实现了行业创新升降技术，上下移动扫风均能全面覆盖此外，迭代升级的超漩能 0 压冲水，则革新突破 0 水压限制，即使面对高楼层及老小区，也能随时随地畅冲无阻。

毋庸置疑，恒洁早已将“较真”精神注入其品牌内核，R9 也为恒洁树立起了“较真科技”的价值标杆。正是基于对用户较真生活品质的洞察，恒洁推出“选品质，就是选生活”的品牌主张，引领消费者从选择“卫浴好物”向享受“品质生活”转变，并以 R9 的专业实力诠释品牌新主张，以较真精神传递鲜明的品质生活态度。



品质生活需要“较真” 国货品牌更应自我“较真”

天下大事必作于细。所谓较真，并非事事斤斤计较，也不是处处吹毛求疵，而是对自己在意的事物定下高标准与严要求，并用这些高品质的事物来回馈自己的身心。甚至可以说，所有美好的细节，都藏在对生活的较真里，坚持对高标准的追求，才能拥有高品质的生活。

本质上，较真是一种“悦己”的人生态度，是用一种“不将就”的心态来努力提高自己的生

活品质。这才是当下年轻人的价值观与消费观。

而当我们深度思考恒洁此次的品牌升级以及较真话题营销，也能够领悟到恒洁借此想要表达的品牌态度：面对较真的消费者，恒洁也在积极顺应这种消费趋势，并积极革新自我，以较真的态度、较真的产品、较真的服务来守护和回应每一位消费者。

于恒洁而言，较真是一种坚持不懈的决心，是精益求精的精神，也是多一些纯粹少一些浮躁的品格。在追求效率的时代，值得让我们为恒洁这样的较真态度拍手称赞。

消费者对生活品质需要较真，国货品牌对产品质量更需要较真。这才是国货品牌能够崛起并满足消费者对美好生活的追求，同时能够在世界舞台上绽放光芒的底气 and 支撑。

“较真”话题引发全网共鸣 恒洁以“品质生活”引领品牌升级

近日，恒洁卫浴联合品牌代言人宋佳在新浪微博上发起“没什么了不起，只是更较真”话题讨论，向网友征集“了不起”背后的“较真”故事，引发了众多网友对于工作和生活态度的讨论。其中，曾参加《披荆斩棘的哥哥》的舞者李响作为恒洁 R9 较真体验官，也分享了自己的全满贯舞者炼成之道。

这已是恒洁第二次在社交平台上发起关于“较真”态度的讨论。而话题和事件的背后，其实是恒洁品牌内核中与生俱来的“较真”基因。正是凭借这股“较真”，恒洁一路发展成为了如今的实力新国货代表之一。这值得我们进一步探究，以恒洁“较真”态度的品牌动作为切入点，新时代品牌升级究竟升的是什么？

文 / 凤凰网家居



从营销事件到品牌主张 “较真”态度成为沟通桥梁

现实生活中，很多人都为了理想的生活努力工作、认真生活，因此恒洁联合宋佳、李响发起的“较真”话题，才在社交平台上得到了那么多的共鸣、回应和讨论。“没什么了不起，只是更较真”成为大众普遍认同的生活态度，也成为了恒洁与消费者沟通的价值话题，这是恒洁想要传达给消费者的品牌自身态度。

2023年3月，恒洁品牌升级后推出的“选品质，就是选生活”的全新品牌主张，是基于对当代消费者生活方式和消费方式的深刻洞察，并转化为“较真”的生活态度对外释放和传导。当

全新品牌主张与消费者对于生活品质的追求高度契合，恒洁便完成了品牌升级的重要一步，而“较真”态度便是与消费者沟通的桥梁。

与消费者沟通为什么重要？我们会发现，对于年轻一代消费者而言，情感共鸣和价值同频是他们筛选和选择品牌的重要考量之一，而恒洁通过“较真”态度，让其坚持高标准的专业与专注、致力于为消费者创造美好品质生活的主张，成为了品牌的记忆点和竞争力，当消费者从价值层面认可品牌，品牌的用户粘性便自然而然提高了。

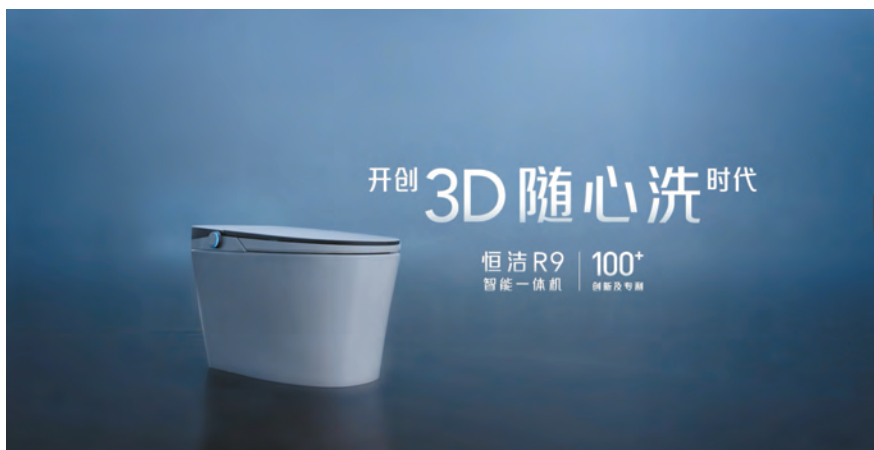
从前端认知到后端体验 以产品服务内化“较真”基因

在很多人的概念里，品牌升级还仅仅停留在视觉系统更新、热点事件营销，但品牌升级实则是全方位、全维度的消费者体验升级，让消费

者形成价值认可，不仅要从品牌形象层面入手，更要实实在在地通过产品和服务，在体验层面也赢得消费者的口碑。

所以，当恒洁以“较真”态度与消费者同频沟通时，其全新推出的 R9 智能一体机就成了恒洁自身“较真”的最好呈现载体。R9 智能一体机搭载多项行业首创前沿技术，让智能马桶正式进入“3D 随心洗时代”。当然，这对于恒洁而言其实“没什么了不起”，从超旋风马桶到超薄水箱马桶，从 Q9 智能一体机到 R9 智能一体机，恒洁对于产品品质和体验的追求始终如一。除此之外，新推出的“全卫空间解决方案”更是从整体空间出发，为消费者提供了更加高品质的卫浴体验。

服务体验方面，恒洁也做到了不断引领行业趋势，全新推出的“恒洁闪装”服务，能做到 3 小时快速全卫换装+8 大免费服务，满足了近几年不断涌现的卫浴局改，快改需求，引发业内纷纷效仿与跟进。



正如恒洁所认为的：“要做好一个品牌并不是一件容易的事情，不是标榜自己怎么样好就可以了，而是要真正深入体察我们的消费人群的

生活方式，让我们的产品和服务，真正融入到消费者的生活当中去。”

从阶段话题到长期价值 “较真”背后的新国货品牌实力

品牌升级不仅仅要通过理念、产品、服务横向扩大品牌影响力，更要纵向挖掘品牌在市场竞争中长期存在的核心竞争力，这才是品牌升级长期价值所在。恒洁的品牌升级之所以在短时间内获得认可和成效，同时也成为国货品牌在新时代的担当者和领军者，正是因为其在品牌综合实力方面的“较真”投入和积累。

超 6000 平米的全品类创新研发中心成为恒洁实现技术突破和产品升级的创新基地，破千项卫浴核心专利技术更是恒洁创新研发实力的展现，仅仅 R9 智能一体机便搭载了 100 多项先进技术，而五大生产智造基地更是通过智能化、数字化赋能生产制造，为产品品质保驾护航。

正是恒洁在顶层发展战略上的成熟思考，使其在积累了足以形成核心竞争力的优势，也让恒洁赢得了权威媒体的关注与认可，成为了唯一连续三度入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货品牌。

而为了让更多国民可以享受高品质的卫浴生活体验，恒洁始终是站在最前端的倡导者和践行者，积极履行新国货品牌的责任和担当。今年，恒洁与人民日报新媒体、新华书店共同发起的

「这空间很中国」公共卫生空间改造升级项目，打造“中国式卫浴空间新标杆”；而“焕新城市计划”也先后在全国数十个城市里服务居家适老化改造、城镇老旧小区改造。

有效的品牌沟通，是在目标用户心目中形成认可和信赖，这也要求企业不断洞察消费者的关注点，并以此出发让受众从品牌感官、行动上感知形象、产品、服务和体验的品质。此次，恒洁联动宋佳、李响，以“没什么了不起，只

是更较真”态度发起讨论，抓住了当下消费者实实在在关注、并且每个人都有发言权的话题，同时也与“选品质，就是选生活”一脉相承，很好地诠释了升级后的全新品牌主张，更具话题性及讨论性，获得了广泛的回应与共鸣。相信通过这次传播，恒洁的“较真”形象将更加深入人心，也将有越来越多的消费者关注并理解全新升级的恒洁，认可“较真”的恒洁能为他们带来“品质美好生活”。



从恒洁 R9 的“较真”科技 看国货卫浴品牌的进阶之路



恒洁R9智能一体机 较真挑战实验

基于对消费需求的深度洞察，2023 年恒洁进行了全新的品牌升级。近日，品牌升级后的恒洁再度携手品牌代言人宋佳和恒洁 R9 智能马桶较真体验官李响发起“没什么了不起，只不过更较真”话题讨论，分享两人在各自领域中的较真经历，李响更是以超凡的舞姿演绎了 R9 的较真科技，在全网引起巨大共鸣。

就在全网热议之际，恒洁与宋佳邀约知乎 | 值乎实验室对 R9 进行了“较真”挑战。在这场新奇的挑战实验中，不仅揭秘了恒洁让智能清洗更舒适背后的硬核实力，也印证了恒洁“选品质，就是选生活”的品牌主张，不是口号，更不是形式，它是对产品近乎极致追求的“理想主义”，是用较真科技和较真行动，回应消费需求的初心与坚守。

文 / 李可飞

一场新奇的较真实验， 释放产品背后的科技真功夫

当下，随着消费升级的深入，消费者对品质生活的定义、需求和态度，持续迭代，构筑品质生活的产品也前所未有的地被消费者关注和较真。以智能马桶为例，不仅要有极高的颜值，而且要充满实用科技，还要“洗得更舒适”。而智能马桶究竟要如何才能“洗得更舒适”？与其通过图文与数字的理论解释，不如一场眼见为实的实验来得震撼直观。于是，恒洁联合知乎用一场新奇的实验，揭秘了 R9 智能马桶“洗得更舒适”背后的科技真功夫。

作为恒洁为品质生活而打造的新一代标杆智能马桶，R9 搭载了 100 多项创新及专利，特别是恒流技术、高效全域烘、AI 智导巡航清洗等，属于行业

首创的前沿技术。在值乎实验室的挑战实验中，挑战者用了多个脑洞大开的实验，将 R9 这些领先的技术可视化呈现。

例如，在“恒流技术”的挑战中，实验将唱片机热感应开关，与 R9 智能马桶喷枪水流相连，虽然 R9 喷枪多种水型不断变化，但出水恒温不断，温度始终保持在预设的 38°C，唱片机乐章延绵不绝；在“高效全域烘干”的挑战中，R9 的行业创新升降技术，上下移动扫风全面覆盖，高效柔烘，让对温度噪音超敏感的猫咪也倍感舒适；而在“AI 智导巡航清洗”的挑战中，R9 更是变身灵活的画家，通过触点道具辅助模拟不同的落座位置，在纸上画出了一个爱心。

让智能马桶演奏交响乐、为洗澡后的猫咪烘干、变身灵活“画家”作画……没人想到，智能马桶还有这样的功能，生活中应该也很少有人与这样的使用场景“较真”。但这场“看似脑洞大开，实则硬核”的挑战，不仅带领消费者亲眼见证了恒洁 R9 背后的科技真功夫，也在满足用户求知欲的同时，重新建构了消费者对国货卫浴品牌实力的认知。

显然，较真，特别是“极限式”的较真，需要有强大的实力支撑。而恒洁 R9 敢于接受多维度的较真挑战，底气正是恒洁在智能卫浴领域的雄厚底蕴和强大实力——超 6000 平米的全品类创新研发中心、超千项的卫浴核心专利技术积累，这都是 R9“洗得更舒适”的动力来源。实际上，作为恒洁开创“3D 随心洗时代”的产品，



显示的温度



完成猫咪烘干挑战实验成功

R9 除了恒流技术、高效全域烘干、AI 智导巡航清洗等创新技术，还搭载了恒洁超漩能 0 压

冲水、恒净除菌 3.0 系统等多项科技，是恒洁助力品质生活的最新代表作。

一场共鸣的“较真”讨论 引发消费者对品质生活的新思考

较真，意味着全力以赴、精益求精。恒洁的较真，不仅仅体现在产品和科技上，更植根于其一以贯之的品牌态度，体现在对消费需求的洞察和回应之中。2023 年，基于对消费需求变化的深度洞察，恒洁品牌全新升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张，并通过多种方式，向消费者传达其“较真品质”的生活态度，建立与主流消费群体价值观的共鸣。

日前，恒洁再度与品牌代言人宋佳、知名青年舞蹈家李响联袂发起“没什么了不起，只不过更较真”话题讨论，全网征集生活中“较真”的故事，呼吁更多人一起感受较真品质的力量。话题一经上线便迅速引发了广泛传播和讨论，众多鲜活的较真故事引发广大网友共鸣。

作为“全满贯舞蹈家”，李响分享了自己的全

满贯炼成之道——“没什么了不起，只不过对每个动作较真”，正是一次的较真，才让李响用精湛的舞蹈技艺与艺术表达征服了观众。而双料影后宋佳，更是凭借一次次的较真，演绎了无数的经典角色，让观众记忆犹新。可以说，宋佳和李响，都在各自的领域中凭借对“较真”的执着和坚持，最终达到了别人眼中的“了不起”境界，他们的经历和成就，与恒洁的品牌发展

和品牌内涵完美呼应。

作为中国卫浴行业的标杆，创立 25 年的恒洁已经成为国货卫浴品牌的代表，也是消费者高度信赖的品牌，这样的成绩，既离不开恒洁以“较真”态度实现对高品质产品的坚守，也离不开恒洁以“较真”行动回应当下消费需求的变化。譬如，在产品上，正是无数次的研发较真，才让恒洁研发出集 100 多项创新及专利的 R9 智能马桶，成为恒洁划时代的创新产品。而对消费需求的较真，让恒洁不仅进行了全新的品牌升级，而且从智能卫浴专家升级为全卫空间解决方案的提供者，迈向品质生活方式的引领品牌。

在这一波“没什么了不起，只不过更较真”的讨论中，可以看到，对品质生活的追求和较真，每个人都会有不同的答案，但他们对美好生活的向往和品质生活的升级需求，与恒洁持续探索“品质生活”却是不谋而合的。此外，这一波话题探讨，也让消费者更好地感知了恒洁对生活的态度和价值观，看到了恒洁的较真是源自用户需求，围绕用户对生活的关切而较真。



国货卫浴的进阶 需要更多品牌进行“较真”

恒洁与知乎的实验挑战，与宋佳、李响发起的“较真”讨论，在微博、知乎等平台上引发了热烈讨论，讨论的话题也从智能马桶的科技，延伸到品质生活，甚至延伸到中国品牌的发展和成就。翻看网友的留言，可以看到，既有为中国品牌取得的成就点赞的，也有为中国品牌的发展表达期许、出谋划策的。

诚然，改革开放四十多年，靠着埋头苦干的精神，中国家电、手机和汽车等领域的品牌已走向世界前列。与它们一样，中国卫浴经过多年的厚积薄发，同样取得了辉煌的成就，无论是线上平台还是线下卖场，国货卫浴品牌都成了消费

者的首选，产品品质、功能等备受推崇，服务更是遥遥领先。

但如今，中国卫浴正走向一个新的发展阶段。如果说过往的成就源自兢兢业业的实干，那么国货卫浴品牌如何突破自我，实现更大的进阶？这个问题的答案，还要从对消费升级、消费需求的洞察中寻找。当下，随着 Y 世代、Z 世代逐渐成为主流消费群体，他们的生活理念、消费态度、对品质的追求等各个方面都发生了很大的变化，他们要寻找能够和他们的价值观产生共鸣的品牌。

对于正处于超越之路的国货卫浴品牌来说，要继续在市场上取得领先优势，关键在于企业如何在产品研发上坚持投入，并在以“用户需求”为底层逻辑的基础上，把握市场变化、洞察消费趋势，以“较真”的态度蓄势前行，对产品较真、对服务较真，以满足消费者对美好品质生活的追求。

“一家强，百家兴。”较真的恒洁，为国货卫浴品牌的发展壮大开了个好头，以此为榜样，期望越来越多的卫浴品牌以“较真”的精神，不断超越自我，为消费者提供真正高品质的产品和服务，引领中国卫浴取得更大的成就。

走在十字路口 恒洁 R9 为什么如此“较真”？

“十字路口”的抉择，已经到了不得不作出取舍的时候。

最近刘润年度演讲“进化的力量”中，有一个观点深入人心：在“高速区间”，时代奖励“机会”；在“中速区间”，时代奖励“竞争力”。

无可回避的是，从家居企业发布的年报数据来看，不少企业面临增速放缓乃至下滑的压力，房地产红利驱动下高歌猛进的时代不再，随之而来的是刺刀见红的竞争。

中国制造的窘迫露出了水面，数据显示，2022年，我国制造业增加值占全球比重近30%，制造业规模已经连续13年居世界首位。然而，赛迪顾问数据指出，2020年中国拥有世界500强制造业企业61个，排名世界第一，但平均利润率仅2.0%，相比之下，美国、英国、瑞士分别达到8.3%、12.3%、11.7%。利润率不及欧美国家的背后，反映的是中国品牌由于品牌力不足、核心技术不强、产品附加值低所带来的集体困境。

要打破原有困境，卫浴企业也走到了十字路口，向哪走，怎么走，非常考验企业的战略选择及定力。

可以预见的是，卫浴行业的下一步，不再是单纯地规模化发展，在“量”的层面做提升，而是从“质”的层面狠下功夫，向产业价值链的高端进阶，提升竞争力。这意味着聚焦质量、创新、品牌等关键词，也意味着占领用户的心智，而新国货卫浴领军品牌恒洁便是“高质量发展”坚定的践行者。

近期，恒洁用层层递进的品牌动作，联动宋佳、李响等品牌挚友，为品牌打出了生动有力的“组合拳”，焕新消费者对品质卫浴生活的想象，恒洁 R9 智能一体机更成为消费者的“较真之选”。复盘整个系列传播，不难发现恒洁从营销内卷中脱颖而出，抢占心智，用户洞察、硬核实力和长期主义缺一不可。

文 / 张翠敏



“较真”有故事 触达心智

“竞争力”，既是品牌的综合实力，也代表着品牌在用户心智中的认知度。近日恒洁关于“较真”的系列故事，以润物无声的方式触达用户的心智。

确实，恒洁近期的话题热度不断攀升，从品牌代言人宋佳的较真秘诀分享，到“较真体验官”李响的态度大片出炉，紧接着知乎的“值乎实

验室”来了一次脑洞大开的超凡 R9 智能一体机评测，将“较真”与恒洁品牌形成强关联，更打造了 R9 为“较真之选”的烙印，通过不断强化品牌在用户心智中的关键词，实现品牌的心智占位。

恒洁品牌代言人宋佳，用经得起推敲的荧幕作品来表达作为演员的自我修养。她在《较真快

访》中表示，演技秘诀在于“足够较真”，角色不同，需要反复斟酌及演绎的细节也不尽相同，正是“较真”驱使她打磨出一个个活灵活现的角色。她对演艺事业的较真，与恒洁的品牌理念不谋而合。

恒洁“较真体验官”李响，四岁练舞，十四岁赢得人生第一个奖杯，从桃李杯、荷花奖、春晚领舞到“全满贯舞蹈家”，这些别人眼中的“了不起”，在他看来只不过对每个动作、眼神、乃至呼吸的较真，专注在自己的领域里，只为呈现最好的状态，与恒洁的产品执着有异曲同工之妙。

从双料影后宋佳到青年舞蹈家李响，“较真精神”成就了每一个了不起。日前，恒洁更与宋佳、李响联袂启动“没什么了不起，只不过更较真”的社交话题互动，呼吁更多人一起感受较真品质的力量，吸引了广大消费者的关注与参与，形成了一波又一波的品牌声浪。

由此可见，要抢占用户心智，更优的选择是让他们认可的榜样同频共振，恒洁与两位品牌挚友的每一个互动细节，都形成被大众记住并传播的品牌相关记忆点，让品牌与之紧密相连，“品质较真”、死磕细节的品牌态度跃然纸上。



以产品构筑核心竞争力

产品力永远是企业的核心竞争力，产品战略永远是企业的核心战略，是其他战略的“抓手”，恒洁深谙此道，对产品研发与生产从不松懈。

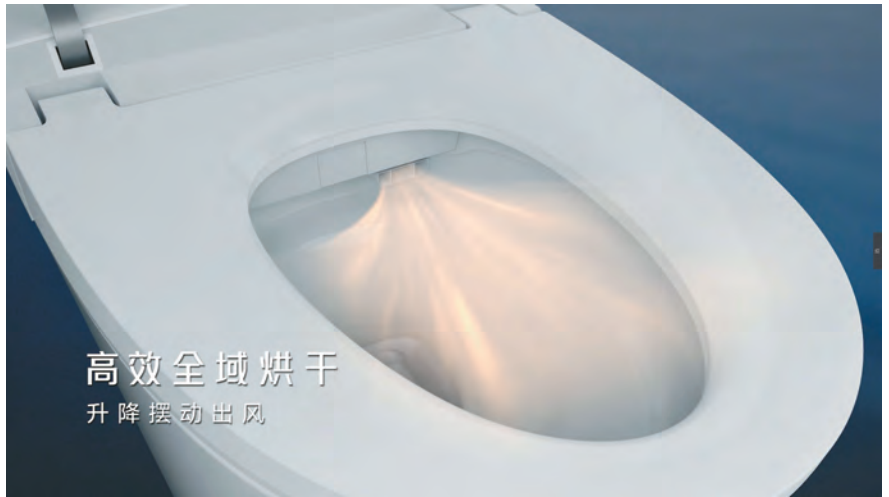
此次，恒洁邀请了品牌代言人宋佳担任“较真探秘官”，携手知乎“值乎实验室”，用有趣有料的形式进行一场智能 R9 较真挑战实验，验证了超凡 R9 背后的科技实力。实验中展现了恒洁 R9 的多项硬核技术，像创新恒流技术，喷枪中的不同出水方式维持美妙音乐不间断，实现全程“0”冷水、“0”等待；R9 的 AI 智导巡航清洗，多点落座智能感应，清洗触点与

范围更灵活，轻松完成用水流画爱心的有趣绘画；高效全域烘干，升降移动扫风，吹出的暖风连猫咪也能舒服到睡着，快速恢复干爽自如，综合产品性能得到知乎实验室的一致好评。

从创办企业以来，恒洁正是用一款又一款好品，一次又一次的较真，构筑属于自己的“竞争力”。从国货智能马桶超级爆品 Q9，到拥有 100 多项创新及专利技术加持的 R9，恒洁的产品研发绝不将就。

这样较真的产品与品牌精神，正呼应国家质量强国的纲要。今年年初，国家层面发布的《质量强国建设纲要》中提到，必须把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来，培育以技术、标准、品牌、质量、服务等为核心的经济发展新优势，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。

如今，破解行业困局，摆脱内卷的漩涡，必须要通过创新来解决。行业亟待涌现更多诸如 R9 的较真之选，以价值战取代“价格战”。



高效全域烘干
升降摆动出风



AI智导巡航清洗
每次落座都精准感应

较真背后的品牌战略思考

今年，恒洁提出了全新品牌主张——“选品质，就是选生活”，从消费者的视角再度定义恒洁品质，并将坚持产品和服至上作为“两张王牌”，同时恒洁 3.0 旗舰店全新升级，让焕新“不止所见”。恒洁之所以动作连连，一方面是企业的生存环境发生变化，另一方面则是消费者对家居生活方式的改变。随着生活品质的提高，家居空间也越来越需要品质提升，Z 世代消费者不仅关注产品本身的价值，也关注品牌所带

来的情绪价值。

选品质就是选生活的背后，是恒洁对消费者的深刻洞察，也是恒洁坚持经营品牌心智的长期主义。纵观恒洁 25 年的发展之路，品牌没有卷入低价竞争的红海市场，而是一路蝶变创新，以研发、生产、品牌、文化等影响力打造品牌核心竞争力。可见此次系列动作不是一场讨巧的营销，而是基于品牌基因做出的必然选择。

有人会问，恒洁凭什么在市场变局中风头正劲、依然如此“较真”？恒洁集团董事长谢伟藩的战略思考一直没变：“不想当元帅的士兵不是好士兵。对品牌而言也是如此。”恒洁一直坚持新国货代表品牌的“较真”，不断加码研发、生产与服务能力，同时开辟植根消费者心智之路，引领中国卫浴的高质量发展。

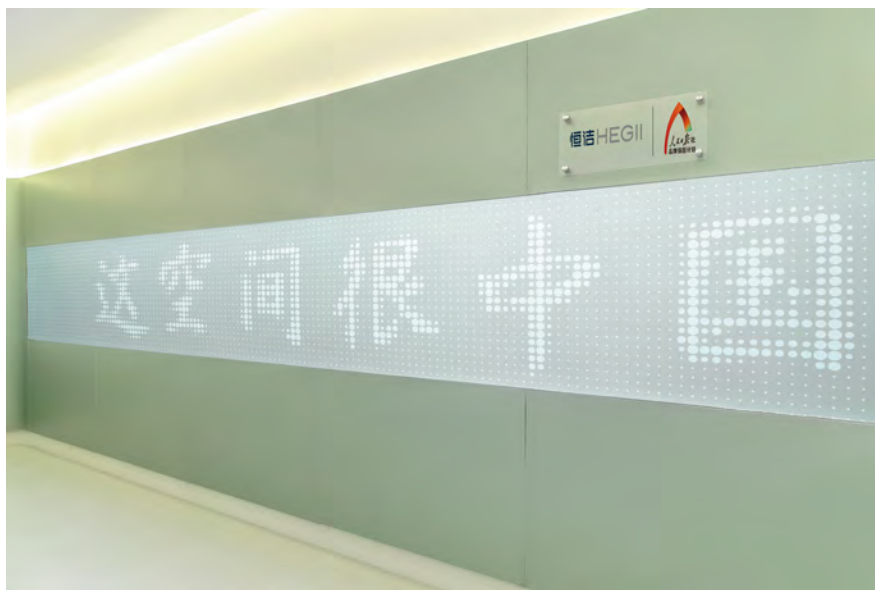
唯有较真，才可能让品牌梦想成真。

助推城市生活品质再升级 恒洁「这空间很中国」改造项目再下一城

每个人心中都有对于理想空间的独到定义，其中包含的不仅是个人的生活经历和人生态度，更蕴藏着独特的文化审美和独有的生活需求。也因此，真正理想的空间，是由文化、社会与生活三者共同造就的。2022年，新国货卫浴品牌恒洁，凭借其领先智造实力联合人民日报新媒体、新华书店共同发起「这空间很中国」公共卫生空间改造升级项目，探寻当代理想中的「中国式空间」。

2023年7月，这一探寻国人理想生活空间的改造计划迎来了第二站的实景落地——北京图书大厦新华书店公共卫生空间的焕新升级。以“国潮艺术”为主题，恒洁特邀知名建筑师、aoe建筑创始人温群操刀设计，并通过高品质的卫浴产品，践行“选品质，就是选生活”的品牌主张，提升公共卫生空间的卫浴体验，助推城市生活品质再升级。

图文 / 恒洁编辑部



宋代美学重塑公共卫生空间， 打造中国式公共卫生空间新地标

继2022年「这空间很中国」公共卫生空间改造升级项目的首站落地重庆书城，近日，这一由恒洁联手人民日报新媒体、新华书店共同发起的全国性公共空间改造计划再下一城，将公众心目中理想的「中国式空间」“移”到了北京图书大厦新华书店公共卫生空间内。

北京图书大厦位于北京西单商圈长安街核心地标区，堪称全国“第一书城”，开业20多年来已接待读者破亿人。但同时，其老旧的公共卫生空间已无法满足大众日益增长的对城市生活品质的诉求。此次，恒洁携手知名建筑设计师温群，以穿越时空、连贯古今的“中国美学”为主题，对国民书店卫生空

间进行整体改造升级。

「古代美学，造极于宋」。作为中国古代美学的巅峰，宋代美学尤以建筑景观与空间设计的造诣见长。在本次改造设计美学的呈现上，设计师温群以“宋代艺术”为理念，整体空间展陈从宋代美学的清雅别致和悠远意境中汲取灵感，以柔和典雅的“青绿色”为空间主色调，通过一幅缓缓展开的古典画卷轴，将空间动线由走廊牵引至卫生间内部，令读者在行走中感受从东方到西方、由古典至当代的时空穿梭之美。

在空间布局的打造上，设计师对早前老旧空间



设置进行了重新规划，体现出其对于人与空间新型连接方式的思考。通过重构空间格局，让空间功能与使用更为全面与合理，还增设了第三卫生间，进一步提升便利性和可及性。与此同时，在功能空间的衔接处引入“过渡空间”这一概念，墙面的弧角处理为空间增添了围合属性，令读者在进出空间时更具仪式感。

针对公共卫生场景下的特殊环境考量，健康和安全的卫浴产品是带给读者良好体验的重要保

障。在坐便器的选择上，北京图书大厦配置有恒洁全新 Q9X 智能马桶，搭载超漩能芯动力冲水系统，无惧超低水压，实现劲冲无忧；配备水净技术全新釉面和恒净除菌系统，可持久抗污，在公共环境下也可有效阻止细菌滋生传播；而一键旋钮、自动翻盖、落座双位置感应等人性化功能，可精准识别匹配不同人群的如厕需求，为成人和儿童读者提供舒适贴心的卫浴体验。

而在智能马桶这一核心功能性卫浴产品之外，恒洁强大的全卫空间场景定制解决方案，也是北京图书大厦新华书店公共卫生间改造的另一大亮点。以恒洁奢适定制柜为基础，恒洁通过柜体、台面、镜面等自由模块组合，实现公共空间的灵活定制。岩板台面耐刮擦，不易挂污，应对公共空间日常高频使用考验；悦颜智能镜一键除雾，照亮女性读者精致妆容；薄边艺术盆与“宋代美学艺术”氛围相呼应，为书店读者在休憩间营造空间意境沉浸之感。

选品质就是选生活， 恒洁助推城市生活品质再升级

为应对市场环境与消费者生活态度理念的快速迭代，2023年，恒洁迎来了自2017年后的再次品牌升级，推出全新品牌主张“选品质，就是选生活”，以大众视角重新定义对“品质”的理解，致力于将旗下产品和服务转化为对于品质生活态度的鲜明表达。而这也和「这空间很中国」公共卫生空间改造升级项目的价值理念不谋而合——以新国货智造实力重塑对于理想空间的定义，推进国民美好生活品质再升级。

品质生活并不单指家庭卫生间空间，公共卫生空间也是城市生活中不可缺少的重要组成部分，商场和楼宇已经成为城市生活的第二、第三空间。近年来，随着“中国城镇化进程”的推进，消费者对卫生间的标准随着人居环境的提升而

增强，而公共卫生空间质量则成为国民生活品质最直观的体现。但目前，我国仍有许多公共场所的卫生空间难以匹配城市化发展的进度，面临环境昏暗、设施老化、便利性缺失等亟待解决的问题。为此，恒洁以「这空间很中国」改造项目为契机，从以往简单粗暴的卫浴单品改造，变成涵盖全场景应用的公共卫生空间设计，针对“公共”使用的需求，从健康，洁净，无接触这三方面入手，以保护公共区域的长久洁净。

卫浴空间看似事小，实则与人们的生活品质和幸福指数提升息息相关。恒洁的「这空间很中国」公共空间改造升级项目，此次在北京图书大厦这一国民级的城市精神文化代表场所，打

造出了一处融合当代东方思维和现代艺术表达的全新沉浸式公共卫生空间，让消费者切身感受新国货领先的技术产品实力和品质卫浴空间解决方案，也是对“选品质，就是选生活”品牌主张的理论实践。

通过融汇古典中国空间美学和现代中国设计力量，在为大众呈现高品质公共卫生空间新范式的同时，也能让赋予了城市文化内涵的中国智造被更多人所熟知，并最终助推国人城市生活品质再升级，更彰显出家居新国货代表品牌恒洁致力于提升国民生活品质的责任、担当和决心。从城市的“卫浴空间”这一隅出发，恒洁也将持续发力，推动国人迈向更美好的品质生活。



恒洁卫浴创新公共空间改造 打造国民人居品质生活样本

日前，继首站重庆书城改造之后，由恒洁卫浴集团有限公司（以下简称：恒洁）发起的“这空间很中国”公共空间改造项目第二站北京图书大厦空间改造正式对外开放。通过将公共卫生空间打造为兼具舒适体验与审美价值的便民综合体，践行“选品质，就是选生活”的全新品牌主张，呈现品牌以国货品质为依托、打造富有本土特色、超越功能属性的卫浴空间的全新探索，展现其着力打造生活方式品牌、助力国民向美好品质生活升级的创新成果。

文 / 人民日报客户端

当下，随着人们生活水平的日趋提高，公共卫生空间所承载的已不再只是简单的功能属性，而更多地，是体验的舒适度与满足感。此次恒洁卫浴改造北京图书大厦公共卫生空间，融合“国潮艺术”的设计理念，聚焦美好生活品质升级场景，对卫浴空间的多元属性进行了全新的探索。

此次改造设计融入“天圆地方”的传统文化元素，整体空间以一幅展开的画卷，从走廊延伸进内部。在色调的处理上，选用宋式美学的代表色——青绿色彩为主色调，在进入空间时就能够拥有沉浸式的体验感，在氛围里感受中式文化与艺术的美。

在空间布局上，男女卫生间位置互换，让女卫面积变大，使用上也更加合理；在人性化设计上，打造具有母婴、儿童友好等设备的关怀空间，这种人性化的设计不仅提供了便利，亦延伸了公共卫浴空间的价值属性——不止于功能属性，

更是人文属性、公益属性的重要载体。

卫生产品在选材和选品方面，同样将便捷、舒适、健康的品质体验落入细节。空间产品皆结合恒洁推出“全卫空间定制服务”进行定制化设计，选用恒洁奢适定制浴室柜，搭配智能圆镜、圆形艺术台盆，与整体设计理念相呼应外，洗手盆搭配选用恒洁全新水净技术的龙头，在公共卫生间这种长期高频使用的地方，不仅更易清洁且寿命更长。

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

“「这空间很中国」公共空间改造计划在重庆、北京等城市的陆续落地，是国货领军品牌以中国智造实力切实推动国人品质生活道路上所迈





出的坚实一步。这一项目的实施，不仅提升了公共卫生空间整体品质外，更为市民提供了一个兼具人文属性、公益属性、且舒适便捷的公共卫生空间。”有业内人士表示。

多年来，恒洁作为中国卫浴行业的领军品牌，长期洞察公众深层次需求，提供集“智能、健康、环保、品质”等优势于一体的高品质卫浴体验。目前，其已拥有智能产品、陶瓷洁具、浴室柜、五金龙头、淋浴房及浴缸五大品类生产基地；同时，掌握破干项卫浴核心专利技术、拥有超过 6000 平米的全品类创新研发中心，以及获得国家水效实验室认定、国家 CNAS 实验室认可的实验室，以较强的技术创新和研发实力为消费者提供高品质的全卫空间解决方案。

通过“这空间很中国”公共空间改造计划，恒洁卫浴正在向大众展示其对于品质产品的坚持和中国文化的深刻理解，通过持续的产品创新探索中国式卫浴空间的更多元属性，为消费者带来更加富有品质的生活体验。这一公共空间改造计划在各地的陆续推行，是品牌“选品质，就是选生活”全新品牌主张的创新落地，体现了其“创造品质美好生活”的核心主张和对品质生活方式的持续探索。

未来，其将以此为契机，继续发挥自身优势，输出更多中国式卫浴空间解决方案，助力打造人居高品质的生活空间、创造更加美好的品质生活。

16
2023年7月27日 星期四
人民日报

恒洁卫浴 公共卫生空间改造升级 提升城市公共空间品质

作为建筑环境领域的中高端品牌，恒洁坚守品质、践行责任，不仅打造了全品类产品和全场景品质空间解决方案，还推出了城市公共空间改造升级计划，持续提升公共空间品质。自2022年起，恒洁卫浴携手品牌战略合作伙伴，联合多家品牌共同发起“这空间很中国”全水空间改造项目，打造多个品质人文空间，以设计驱动全水空间改造升级，以品质引领城市公共空间品质，改造项目现已落地，在多地城市公共空间改造升级中发挥着引领作用。

多样风格设计 打造区域特色空间美学

恒洁卫浴“这空间很中国”公共空间改造升级计划，旨在打造具有区域特色的公共空间。通过引入多样化的设计风格，满足不同地区、不同场景的需求，提升公共空间的美学品质。恒洁卫浴在设计中融入了中国元素，将传统与现代相结合，打造出具有中国特色的公共空间。同时，恒洁卫浴还注重空间的实用性，通过引入智能产品、陶瓷洁具等高品质产品，提升公共空间的品质。恒洁卫浴的设计理念是“以人为本”，通过打造舒适、便捷、高品质的公共空间，提升市民的生活品质。

品质卫浴产品 赋能品质生活

恒洁卫浴作为中国卫浴行业的领军品牌，拥有全品类产品和全场景品质空间解决方案。恒洁卫浴的产品涵盖了智能产品、陶瓷洁具、浴室柜、五金龙头、淋浴房及浴缸等五大品类。恒洁卫浴的产品具有高品质、高性价比、节能环保等特点，深受消费者的喜爱。恒洁卫浴还注重产品的创新和研发，通过引入先进技术，不断提升产品的品质。恒洁卫浴的产品已经广泛应用于家庭、酒店、医院、学校等场景，为人们的生活带来了便利和舒适。

持续输出智慧卫浴空间解决方案

恒洁卫浴作为建筑环境领域的中高端品牌，不仅打造了全品类产品和全场景品质空间解决方案，还推出了城市公共空间改造升级计划。恒洁卫浴通过引入智能产品、陶瓷洁具等高品质产品，提升公共空间的品质。恒洁卫浴还注重空间的实用性，通过引入先进技术，不断提升产品的品质。恒洁卫浴的产品已经广泛应用于家庭、酒店、医院、学校等场景，为人们的生活带来了便利和舒适。恒洁卫浴的设计理念是“以人为本”，通过打造舒适、便捷、高品质的公共空间，提升市民的生活品质。

恒洁「这空间很中国」X 温群 | 把宋式美学搬进公共卫生间

继首站“重庆书城”改造焕新后,2023年7月,恒洁「这空间很中国」第二站来到堪称全国“第一书城”的北京图书大厦。特邀知名建筑师、aoe 建筑创始人温群操刀设计,以“国潮艺术”为主题,开启“中国式卫生空间”新地标美学探索。

自2022年起,恒洁卫浴联合人民日报新媒体、新华书店发起「这空间很中国」公共卫生间改造计划,携手网易家居邀请赖旭东等知名设计师打造多个中国式品质人文空间,以设计推动公共空间改善升级,以品质引领城市美好生活。

文 / 网易新闻



国潮艺术，文化重塑场域精神

走进由设计师温群改造的「这空间很中国」第二站,沿着走廊入内,黛色远山,流水潺潺,一幅东方水墨画卷徐徐展开。

重重如画,曲曲如屏。如青翠山峦,如幽静深潭,提取宋式美学中“方、圆、素、雅”等质感元素,在云烟蒙蒙里勾勒出线条的流动与空灵。

设计师围绕“国潮艺术”开启主题构思,在设

计中融入“天圆地方”的传统文化元素,以一种自然、平衡之美构筑出空间的有序,由内到外,从建筑到城市,循序扩展延伸,以文化重塑场域精神。

青山远黛多妩媚,近水含烟意朦胧。利用线的纤细感,从视觉上来弱化传统文化所带来的厚重感,使得整体空间以轻盈的姿态,给人一种清爽、纯净之感。

在色调的处理上,设计师选用青绿之含蓄宁静,水墨之清淡湿润,并辅以恒洁奢适系列定制浴室柜,适当留白,移步异景,引人入胜,“采用宋式美学的代表色——青绿色彩为主色调,使得来者在进入到空间时,能够拥有沉浸式的体验感,在氛围里细细品味文化与艺术的美。”

以线条构筑出空间的礼序,选用恒洁智能圆镜、硫晶瓷系列艺术台盆,平添一丝清雅的禅意,

与整体设计理念相呼应，打破公共卫生间刻板印象。

基于传承与创新，设计师通过对传统文化符号的解构、再造，用设计诠释文化内核，透过空间、产品元素来构建出“国潮”整体表达语境，选用新国货代表品牌恒洁卫浴及其系列产品，从而由内至外向来者传达国潮艺术。

除考虑空间的美学意义之外，对于公共卫生间而言，最终仍需回归到使用，让空间真正服务于人。设计师充分考虑人在使用中的人性化部分，结合恒洁推出“全卫空间定制服务”进行定制化设计，设计师设置第三卫生间、增添母婴、儿童友好设备等，为大众提供安心与品质的公共服务保障。

与此同时，设计师在卫生间产品均选用恒洁Q9X智能马桶，其超漩能芯动力冲水系统可以突破超低水压限制，破解公共卫生间冲水不彻



底的尴尬，而智能马桶的恒净除菌技术更是能做到360°除菌抑菌，保证了公共卫生间的健康使用。在洗手台龙头的选择上，使用恒洁全

新水净技术产品，抗污易洁，可保持空间长期如新。

「这空间很中国」设计助力品质生活

空间情绪是一种设计表达，当空间被赋予文化意识，它所承载的更是综合精神层面的空间感知力。身处空间，领略场域精神引发的情感共鸣，在中国传统与当代美学的碰撞中激荡，感知现代文明的魅力，从而产生对美好生活的想象与向往。而恒洁「这空间很中国」，正是为大众追求品质生活提供了样本。

近年来，在打造高品质生活方式品牌之路上，恒洁卫浴始终在践行。以“专注品质、持续创新、倡导环保，致力于通过产品与服务，创造品质美好生活”为品牌使命，以实际行动引领当代国人对品质生活、品质空间的升级。

而「这空间很中国」公共卫生间改造计划，集合设计师之力，创新升级城市文化地标，以潮流设计、品质产品推动城市公共空间改善升级，正是对恒洁“选品质，就是选生活”全新品牌主张的最好诠释。

未来，恒洁「这空间很中国」公共空间改造计

划还将继续携手更多知名设计师，以设计之力为城市美学注入新的生命力；而恒洁作为家居新国货领军品牌、全卫空间解决方案提供者，也将继续把握时代脉动和市场趋势，以高品质、

全品类的卫浴产品，为消费者提供专业、丰富的场景解决方案，以中国式品质卫生空间为国人带来更美好的生活体验。



品质设计，寻美中国！ 恒洁“质美中国”持续开启

图文 / 恒洁编辑部

2023年，家居新国货代表品牌恒洁，品牌升级后提出了全新品牌主张——“选品质，就是选生活”，以高品质的产品和服务为依托，为中国家庭造就更有品质的生活体验。品牌升级之际，恒洁与网易焕新发布「质美中国」2023，深度聚焦“品质人居样本”新话题，聚集设计圈重磅大咖与设计新势力同台分享，焕发城市深层设计力量，更有「2023 网易城市设计精英榜」持续助力，搭建青年设计新势力成长平台。

活动启动后先后走进了北京、大理、天津，从7月份到9月份，“质美中国”继续在武汉、沈阳、银川、烟台等城市落地，邀请行业大咖与跨界大咖助阵，在覆盖全国设计力量的头部城市进行跨界分享，为中国设计与家居新国货发展带来新动能。

同品“汉”韵， 与武汉设计师共鉴品质人居样本

“

6月29日，全新升级的2023“质美中国”来到武汉，汤物臣·肯文创意集团执行董事/设计总监谢英凯，HOWONE MAX STUDIO设计主持人、武汉设计联盟学会秘书长沈劲夫，湖北省室内装饰协会副秘书长廖阳，武汉道成空间设计主理人高飞，合合one悟主理人伍剑侠，尚映studio合伙人设计师魏兴宇，网易家居 & 网易设计全国总编辑胡艳力与武汉城市设计精英共赴品质国货之约，共鉴品质人居之美。

”

作为六度登上“梦想改造家”栏目的明星设计师，谢英凯携手恒洁通过“种光计划”，打造了“漂洋过海的家”“无界之居”“宅内之居”等众多经典焕新改造案例，在“设计治愈生活”的主题分享中，谢英凯认为，设计是实现理想人居的一种技能、方式、手段，是带有温度并能治愈生活的。作为设计师，不应有太多的固有边界，应跨越多个领域进行创作。

“当谈到国货精品时，我只记得恒洁这两个字”“很高兴大家能聚在一起品味恒洁”，HOWONE MAX STUDIO设计主持人、武汉设计联盟学会秘书长沈劲夫话里行间体现对恒洁的欣赏。沈劲夫表示，恒洁不光是代表着一个品牌的态度，更代表持之以恒，给世界带来洁净的空间。

“恒洁是民族卫浴的绝对领跑者，是卫浴

行业民族品牌的骄傲”，网易家居 & 网易设计全国总编辑胡艳力高度肯定了恒洁的成绩和行业影响力。胡艳力表示，优秀的品牌都在引领品质生活方式，作为掌握商业世界流量入口的设计师，应通过自身的设计语言与新国货品牌共创更多品质人居样本。

“恒洁「质美中国」武汉站活动的举办，既顺应消费发展趋势，更来源于恒洁多年实力的积累，也是对发展战略的精准把控”，湖北省室内装饰协会副秘书长廖阳站在战略高度提炼“质美中国”IP的意义。廖阳指出，通过“质美中国”活动，恒洁重塑消费者对品质的定义、理解与期待，为行业和城市的发展注入新的活力，为更多消费者提供品质美好生活体验，是行业之幸，也是消费者之幸。

人与城市之间的关系，体现在高品质的城



市人居范例。武汉道成空间设计主理人高飞、合合 one 悟主理人伍剑侠、尚映 studio 合伙人设计师魏兴宇，三位共创样本精英设计师通过有代表性的设计案例，展现出品质人居如何因地、因人而拥有各自精彩的理念和实践。

活动现场颁出了网易城市设计精英榜的影响力榜与先锋榜。这两份榜单承载着荣誉，也是对武汉卓越设计的推崇。网易家居执行主编罗会俊表示，随着榜单走入更多城市的设计师圈层，榜单也越来越受认可。网易将与恒洁、以及当地的设计机构共同合作，把设计师推广到全中国和全世界。

作为中国中部暨长江中游地区第一大城市，对于恒洁乃至整个家居行业来说，武汉都是一个极其重要、富有活力的战略市场。恒洁集团轮



值首席执行官兼高级市场副总裁阮伟华肯定了陈总引领下武汉恒洁团队多年深耕所取得的成绩。阮总表示，2020年，“质美中国”IP应运而生，经过连续三年的精心打磨，“质美中国”活动已走过20多个城市，联结2600多名设计师朋友。在包括设计师朋友的共同助力下，恒洁作为大家居产业唯一品牌，已经连续三次

入选人民日报社“品牌强国计划”，全面引领家居新国货品牌事业的发展。

深耕武汉市场多年，恒洁无论是品牌影响力、市场份额、服务口碑、门店数量、标杆工程都在武汉乃至湖北处于强势引领地位。在居然之家湖北省5月份家博会表彰活动中，武汉恒洁

更凭借绝对实力荣膺“综合得分第一名”佳绩。恒洁集团湖北运营中心副总经理邱利琴向设计师朋友们介绍了武汉恒洁在智能和定制领域的强大服务和交付能力，并期待与武汉设计师朋友们携手合作，为武汉市民创造出更多品质人居范例。

相聚辽沈， 与沈阳设计师共话新人居议题

“

7月26日，2023“质美中国”品质人居样本城市巡礼来到辽宁沈阳，上海高迪建筑工程设计有限公司创始人史南桥，沈阳市室内设计师协会会长吴坤，质造共合设计主理人赵岩，与间设计机构设计总监/创始人尹禹鉴，意设计创始人/设计总监赵晨与辽沈设计师共话新人居议题，共品新国货之美。

”

史南桥在设计生涯一直倡导“小空间，大利用；大空间，大作为”设计准则，他与恒洁品牌也结下不解之缘——在“梦想改造家”与恒洁数度携手，支持恒洁“质美中国”IP打造，助力恒洁设计师口碑项目，就连史南桥在上海的家也全部使用了恒洁产品。史南桥通过“施展不开的家”等经典梦改案例，分享如何基于空间、风格、技巧等原则，让空间的使用更有效率。史南桥语重心长地强调，“设计不是变魔术，所有的设计，都是逻辑的思考以及深思熟虑的推演”。

沈阳市室内设计师协会会长吴坤表示，质美中国活动对推动沈阳设计力量走向全国有着重要意义。恒洁作为卫浴新国货品牌中最具影响力

的一员，也必然成为设计师首选品牌。

品质人居的出发点，源于新国货的初心。2023年，恒洁因应市场趋势和消费需求的变化，再度对品牌进行全面升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张，并通过南海帆影、云梦怡景、栖霞藏秋、洱苍旭升、秦淮月照等全卫空间解决方案，搭载恒洁100多项创新及专利的超凡R9智能一体机等星品，以及带来全新体验的3.0终端门店，全面满足消费者的品质美好生活需求。

经历25年持续发展，沈阳恒洁已拥有近百人的专业团队和遍布全城的几十家销售门店，其中包括了在东北三省面积最大、装修档次最高





的沈阳恒洁东北一号店，恒洁新国货也入驻沈阳故宫、张氏帅府等多个标志性项目。恒洁集团沈阳运营中心总经理郑哲楷表示，沈阳恒洁将以“质美中国”活动的举办为契机，深化与优秀设计师的合作，致力于为沈阳消费者创造更多价值。

结合城市特质打造品质人居样本，既要各美其美，以个性化为出发点，也要美美与共，注重协调性和整体性，实现功能与美学的完美融合。三位沈阳精英设计师所分享的设计案例，为打造品质人居样本提供了宝贵的启示和参考。

赵岩分享的案例是家居博主为父母精心打造的家，案例融合了两代人的审美观，创造出个既符合老一辈喜好又不乏年轻活力的家居环境。赵岩肯定了恒洁奢适系列套系——他心中的“国产卫浴顶级产品”，其灵活的功能组合与强大的收纳能力，让两代人都可以在卫浴生活中畅享乐趣。

尹禹鉴分享的案例，无论是学区房这种刚需房，还是母亲留下的，北京外企管理人员在沈阳的“情怀房”，都坚持“设计逻辑优于设计技巧”的原则。在这些案例中，对老小区住宅空间的改造，如面对水压不足等老房子常见问题，恒洁智能马桶等全品类星品轻松应对，极大提升了业主的生活品质。

赵晨将沈阳形象地描述为“宜居城市的天花板”，

沈阳人性格豪爽、精神世界丰富、生活精致。他注意到，当前沈阳 60% 的装修客户是 85、90 后的年轻业主，因此赵晨聚焦分享了恒洁奢适系列套系在其设计方案中的应用，并赞赏该套系能充分满足时尚年轻家庭对舒适卫浴生活的需求。

借活动举办的契机，还颁发了网易城市设计精英榜的影响力榜与先锋榜。网易家居华东总经理李莎表示，精英榜旨在将全国的优秀设计力量凝聚起来，通过全方位报道，分享更多美好

生活案例，展现设计师的专业魅力。

活动现场互动热烈。其间设计联合创始人 / 设计总监顾芳瑜、王充夷设计工作室创始人 / 设计总监王充夷、奉天久舍设计总监逯书堂分别就设计方法论、设计项目的质感体现以及新人居的“新”等课题，向史南桥请教并展开交流。史南桥表示，设计应源于生活的观察与积累，设计师应多关注居住者的实际需求，再用创新思维帮助居住者解决问题。



相聚银川， 与设计师分享品质人居新范式

“

8月31日，质美中国品质人居样本城市巡礼来到宁夏银川。鼎合建筑装饰设计工程有限公司首席设计总监孙华锋、宁夏室内装饰协会秘书长谯代彪、宁夏止间设计有限公司创始人/设计总监虞博阳、宁夏DDC大成设计事务所创始人周方成、宁夏绽放空间装饰设计有限公司创始人黄春、网易家居执行主编王傅蓉与银川设计菁英共话人居新议题，分享品质人居新范式。

”

多次参与《梦想改造家》项目改造的孙华锋，分享了在后疫情时代对设计的深入思考和沉淀。孙华锋认为，对于设计师来说，只有认知距离才能让人跨越。在一个日新月异的社会里，不要被“创新”、“风格”等概念所限制，而是要找到最适合、最原始的东西。设计师只有拉开距离看自己，并通过持续地认知、学习和提升自我修养，才能真正与时俱进，持续进步。

深耕宁夏市场多年，恒洁通过硬核的产品品质和无微不至的服务体验，在当地赢得了社会各界的信赖和青睐，成为宁夏市场当之无愧的领军者。恒洁集团轮值首席执行官兼高级市场副总裁阮伟华对恒洁银川团队的卓越表现予以高

度肯定。阮总表示，随着经济发展，消费趋势和格局发生变化，主流消费群体对卫浴空间的需求越来越个性化，更加注重提升生活品质。为了满足不断增长的需求，恒洁不断优化卫浴产品的设计和开发。2023年，恒洁进行了第二次品牌升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张，并推出了超凡R9智能马桶以及多个定制卫浴空间，恒洁也从智能卫浴专家升级为全卫空间解决方案提供者，随着恒洁未来的持续发展，恒洁将继续向品质生活方式品牌迈进。

“恒洁不仅是中国卫浴品牌的领跑者，更是中国民族卫浴品牌的骄傲”，宁夏室内装饰协会





秘书长谯代彪肯定了恒洁的努力和成绩，同时特别指出，卫浴的变迁反映了时代的变迁，在国力日益强大、文化自信的时代，消费者使用新国货已经是水到渠成的事情，期待以恒洁为代表的家居新国货品牌，去帮助更多业主实现他们的品质人居梦想。

恒洁已经连续多年在宁夏市场保持卫浴行业销售第一和市场占有率第一的出色表现。恒洁集团西安、银川、太原运营中心的董事长王可刚表示，自2008年开始，恒洁一直在宁夏市场深耕，并以银川为主要发展基地，不断扩大在西部市场的影响力。恒洁通过参与重要项目，如河东机场 T3 航站楼和宁夏剧院等，成功地将恒洁新国货的高品质形象深入人心。银川恒洁将继续打造恒洁品牌的“知名度”和“美誉度”，坚持“用户至上”的价值观，全心全意服务好银川的设计师和广大消费者。

银川是一个充满活力的城市，优秀的设计师与银川的业主共同创造了多元的生活样本案例，展示了他们对生活的热爱和追求。

宁夏止间设计有限公司创始人兼设计总监虞博阳认为，银川人注重生活细节，对舒适度有较高的要求。在位于银川高端改善类社区的“塞上湖城的云上生活”案例中，恒洁奢适套系将轻奢质感与舒适有序的双重体验融为一体，超越期待地满足了业主的需求，为他们的生活带来了更多的舒适和享受。

宁夏 DDC 大成设计事务所创始人周方成认为，



在“居者优其屋”的时代，每个业主的房子都是经过用心设计、充满生活热情的“心居”。他分享的案例，业主是一位企业家，与母亲一起生活。恒洁栖霞藏秋套系，崇尚原木自然，回归纯粹本真，同时满足了两代人对品质卫浴生活的需求。

宁夏绽放空间装饰设计有限公司创始人黄春认为，设计是一群热爱自由和生活的人将快乐传递给更多的人。她对恒洁全新品牌主张“选品质，就是选生活”深表认同，认为选择恒洁的产品就是选择高品质的生活体验。

此外，在质美对话环节，城市人家装饰的总监设计师李聪、集壹设计事务所的联合创始人王大宇、以及宁夏中樾室内建筑装饰设计有限公司的邱玉琼等设计师，与两位大咖就设计与品质人居、设计师与设计行业发展方向等问题进行了深入探讨。

在活动现场，设计师们不仅对质美中国 IP 和恒洁的产品、服务给予肯定，嘉宾和设计师们同时还在交流中互鉴互学，彼此激发出更多创意和灵感，现场气氛非常热烈。

相聚烟台， 与设计师共创品质人居新风尚

“

9月19日，质美中国品质人居样本城市巡礼来到山东烟台。PAL Design Group 设计董事何宗宪、烟台室内设计师协会会长刘照博、广东帝豪装饰烟台分公司总设计师陈艺、HA 艺墅设计院设计总监石鹏、壹段空间设计设计总监段佳男与烟台先锋设计师共同探讨当代生活新诉求，解码居住空间设计新方法。

”

作为恒洁老朋友，何宗宪从2019年恒洁国潮范生活设计师沙龙就和恒洁结下深厚缘分，近年来又助力恒洁打造的在线学习交流栏目“H·设计大师课”。何宗宪分享了在深圳、悉尼、新加坡等地的设计案例并表示，设计师不仅需要注重技巧，还应该成为生活家，将幸福感融入到设计中，展现美的多个层面。在资讯发达的今天，装饰本身已不再是秘密，设计师需要找到自己真正价值所在，而艺术则是最重要的答案之一。



恒洁集团零售大区总监张雷表示，为顺应和满足主流消费群体的变化，2023年，恒洁再次对品牌进行全面升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张。同时，恒洁推出超凡R9智能马桶，并迅速成为卫浴市场上的新宠和爆款，它搭载了创新恒流技术、AI智导巡航清洗和高效全域烘干

等100+创新及专利技术，引领卫浴迈入3D随心洗时代。恒洁还推出奢适、栖霞藏秋、秦淮月照等套系，满足不同人群和家庭对个性化品质生活的需求，恒洁也从智能卫浴专家升级为全卫空间解决方案提供者。对于广大消费者来说，今天的恒洁已经不仅仅是行业领军品牌，更是一个品

质生活方式品牌。

“烟台的家居装修，历经野蛮生长、争奇斗艳阶段之后，逐步迎来体现服务、专业、价值的时代”，烟台室内设计师协会会长刘照博认为，烟台是兼有情怀和现实的城市，烟台入选山东省青年发展



友好型城市创建名单，也表明，打造品质人居，烟台大有可为。

产品，不止技术的突破，更是生活方式的重塑；居住，不只是空间，还有品质生活方式及体验。恒洁品牌经理徐冉向设计师们介绍恒洁一路走来，通过设计师口碑项目、连续七年助力王牌家装栏目“梦想改造家”、打造“这空间很中国”IP等与设计圈层形成的紧密连接，恒洁将与设计师一起，为业主继续创造打动人心的生活方式。

“质美中国 IP 的内涵和恒洁全新的品牌主张‘选品质，就是选生活’异曲同工”，恒洁集团烟台运营中心总经理曾树达携恒洁烟台团队亮相，对烟台设计师对恒洁品牌的认可和支持表示感谢并相信，恒洁与烟台设计师将共创更美好的未来。

在“质美对话”中，烟台设计师们就设计如何保留城市文化特色、烟台设计圈未来发展趋势等问题向何宗宪老师和刘照博会长请教。何宗宪认为，在设计住宅时，要将生活环境与城市结合起来，在美化空间之外，还要为家庭赋能。对包括幼儿园在内的设计，应以人为本，考虑使用者的需求并从他们的角度去思考，重点是情感投入。刘照博则非常看好烟台设计的未来，号召每位设计师也要把自己的职业生涯规划视为设计。

晚宴时分，精彩的交流仍在继续。显见空间设计总监陈昱凤、如亦空间设计设计总监戈媛媛分别分享了代表案例，无论是中式风格婚房，还是丝绸旗舰店空间，设计，用心更要用心。而主一空间创始人樊居敬、华浔品味装饰设计总监蒋华永则对质美中国活动带来的激励、参加质美中国活动的收获分享了感受。



共话质美，三城共振！ 恒洁与天津、无锡、广州设计师探寻品质设计

“

10月16日，2023“质美中国”探寻品质设计之行第二站走进浙江安吉。由两位地标设计主理人，尚壹扬设计创始人 & 设计总监谢柯、赵扬建筑工作室创始人 & 主持建筑师赵扬深度解读地标建筑设计理念，大宅设计实战课程导师，壹舍设计创始人方磊带来干货满满的设计方法论，天津大学建筑设计规划研究总院室内设计院院长韩帅作为特邀嘉宾莅临现场，天津、无锡、广州三城的设计菁英们在山川美景中探寻品质设计，碰撞设计思想，共同探索品质设计的无限可能。

”

“和恒洁、网易都是老朋友了”，作为安吉 YAZA 野在山川项目的地标设计大咖，谢柯强调和谐共生、自然生长的美学以及人性化的空间体验。设计所表现的，不仅仅是建筑形态，而是追求文化和生活方式的延续与再现，关注于如何在设计中表达地域特色和历史记忆。真正的设计不仅仅局限于视觉呈现，还需要关注使用者的实际体验，让人们回归生活的本真，享受非传统的度假。

安吉 YAZA 野在山川项目的设计理念中，除了建



筑与自然的和谐共生，也包括了设计师对场地微地形和气候的敏感和尊重。赵扬认为，通过减少人为痕迹，让建筑形态仿若自然生成，更能创造出无压迫感的空间。通过细致调整院落尺度和屋顶结构，实现真正的空间舒适和内外和谐统一。

“质美中国”设计师活动已经成为家居设计师和恒洁品牌交流、分享的重要平台。恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华表示，正是因为得到众多设计大咖和全国设计师朋友的鼎力支持，让“质美中国”IP 的影响力与日俱增，恒洁也在

这种交流互动中受益匪浅。“感谢三城设计师对恒洁的支持”，恒洁集团国家家装总经理谢永成则表示，随着恒洁品牌、产品和服务的升级以及“质美中国”等多元丰富的活动赋能，恒洁将为设计师提供更多、更好的服务。

壹舍设计创始人方磊为众多知名精品酒店、大宅、售楼处、样板间等提供至高水准的个性化定制服务，他受邀主持安吉站的大师设计实战营，带来满满的豪宅设计方法论干货。方磊的设计方法论体现在其对空间的深入解读和对宏观与微观视角的完美融合。他从室内到建筑景观进行全方位考量，关注从平面布局到使用材质再到细节处理的一致性和流畅性。空间设计不应只满足于表面的华丽，而要深入挖掘使用者的生活习惯和精神追求，体现设计的人性化和实用性。

三城的设计师们通过实战营，有机会直接向大咖学习，深入探讨豪宅设计方法论和实践技巧，这种零距离的学习互动，将对年轻设计师们今后的



设计生涯产生积极的影响。

过去五年，“国潮范生活”与“质美中国”设计师活动相继走进无锡、广州、天津，助推培育了各具特色的城市设计力量。此次相聚安吉，三城的恒洁代表分享了各个城市的设计韵味、设计态

度和设计腔调，展望未来更加紧密的合作。

恒洁集团无锡运营中心常务副总经理陈小滢表示，展现无锡的设计韵味，是无锡恒洁团队服务设计师、参与城市建设责任；恒洁集团广州运营中心总经理廖开有认为，广州的设计态度反映了城

市的底蕴和创新，并诚邀设计师朋友体验广州丰富的在地文化；恒洁集团天津运营中心副总经理兼滨海事业部总经理荣红敏强调，天津的设计腔调是融汇传统与现代、东方与西方的产物，也寄望新一代设计师继续对传统与现代设计元素进行融合创新。



天津大学建筑设计规划研究总院室内设计院院长韩帅是本次活动的特邀嘉宾，他表示，能够亲临现场，围绕共同的目标交流，让人感到特别的温暖。

在质美·风尚 talk 环节，设计师们与嘉宾老师展开设计思维碰撞。设计师们提出的问题，引导嘉宾老师分享其真知灼见。这样的互动，让设计师们收获了丰富的知识和技能，更加深了对设计的热爱。质与美，不仅是功能与感官的体验，更是情感与文化的交融。安吉之行，天津、无锡、广州三城的设计师在山川竹海之间互相启发，融汇创意，共同追寻设计的真谛。

家居存量时代 恒洁以品质卫浴“焕新”国人美好生活



图文 / 恒洁编辑部

历经过去 10 年的高速发展，中国住房需求目前已整体处于静态平衡，而在二手房远超新房交易的当下，中国住房市场正加速迎来存量时代。二次、三次装修及局部翻新改造需求密集，撬动消费市场，或将成为家居行业发展新引擎。

7 月，商务部等 13 部门联合印发《关于促进家居消费若干措施的通知》（以下简称“通知”），从提升供给质量、创新消费场景、改善消费条件、优化消费环境四方面提出 11 条政策，涉及“开展家居焕新促销费活动”、“创新培育智能消费”、“支持旧房装

修”、“完善废旧物资源回收”等多项举措。

针对家居焕新这一特殊市场需求的挖掘，各大家居品牌都在积极探索优势产品与服务策略，不仅致力于提供更加高效的一站式整体家装解决方案，更着眼于满足消费者日益增长的品质生活升级需求。家居新国货代表品牌恒洁谋定而后动，于 2023 年上半年正式完成品牌的跨越式升级，通过推出全新品牌主张“选品质，就是选生活”，以大众视角重新勾勒品质生活的蓝本，持续助力国人质美生活消费升级。

品牌向上，精准把脉趋势需求

当前，中国城市化进程放缓，二手房交易量持续攀升，我国住房市场正逐步迈入存量时代。近年来，伴随上游地产行业走势的改变，中国家居行业的发展逻辑和路径也在经历着深刻变化。一方面，全屋定制整装等一站式业态浪潮兴起，是未来家居行业发展的大势所趋。另一方面，如今越来越多掌握消费市场话语权的新生代们已将人居空间视作生活品质的重要组成部分，品质化、多元化、个性化家居需求正在成为主流。

在家居存量市场竞争日趋激烈的背景下，能否精准把脉市场环境与消费者需求变化，是决定企业能否实现自我迭代、突出重围的关键所在。作为家居新国货代表品牌，恒洁始终从中国家庭的实际需求出发，继 2017 年品牌全方位升级之后又于 2023 年迎来再度焕新。通过从消费者视角重新定义对“品质”的理解，恒洁正式推出全新品牌主张“选品质，就是选生活”，将旗下产品和服务转化为对于品质生活态度的鲜明表达，致力于以更有品质的翻新灵感切实升级中国家庭的卫浴生活。



在家庭人居空间的翻新改造之外，恒洁也尤为关注城市公共空间的提质升级。2022 年，恒洁联合人民日报新媒体、新华书店，共同发起「这空间很中国」公共空间改造升级项目。依托恒洁领先智造实力，「这空间很中国」全国性公共空间改造计划已相继落地于重庆书城和北京图书大厦的新华书店内，通过空间功能

和设计美学的焕新，推动公共卫生空间成为兼备实用与审美价值的便民综合体。而早在 2021 年，恒洁便积极助力我国城市更新战略，发布“焕新城市计划”，通过老旧社区焕新、特困适老居家改造等民生公益举措，在全国多城持续推进城市生活方式进步和市民品质生活升级。

产品突围，攀升跨越全场景阶梯

随着中国住房市场存量时代的到来，以二次装修、局部改造为代表的存量房翻新已日渐成为中国家居市场的主要驱动力量，同时也正成为各大家居品牌的重点布局领域。商务部就在《通知》中强调，积极推动家居行业的创新发展模式，鼓励构建“大家居”生态体系，为消费者提供一站式、一体化、全场景家居消费解决方案，同时，也将通过政府支持、企业促销等多种方式，支持居民开展旧房装修和局部升级改造。

局改翻新与新房装修不同，是在原有空间更为复杂的现状基础上的二次升级，对于家居企业的设计多元化和产品适配性都将提出更高要求。与此同时，近年来家电消费套系化、全品类的发展趋势愈发显著，用户需求也从单一的品质好物朝向套系化的场景解决方案加速转变。



作为恒洁在智能马桶这一品质生活代表品类的最新力作，全新 R9 智能一体机通过搭载多项行业前沿技术，开创 3D 随心洗时代。R9 的 3D 随心洗拥有专利恒流技术，突破创新实现单孔多水型恒温瞬时切换，喷枪无需回枪，实现清洗恒温恒流，真正做到全程“0”冷水、“0”等待；其 AI 智导巡航清洗技术，创新多点落座智能感应，清洗触点可自动定位调节，精准精洗，清洗面积增大 3 倍；清洗完毕后，启动升降吹风功能，高效全域烘干解决了市面上其他产品烘不到、烘不干的问题，创新升降摆风，覆盖范围更全面，还有 5 档暖风随心调节，提供了舒适干爽的用户体验。

而为切实回应和满足消费者对于翻新局改后家居生活质量较从前能够实现提升的迫切期待，现如今，恒洁已完成从马桶单品类，到为消费者提供“全卫空间解决方案”的进阶式跨越。针对空间布局、使用需求、以及不同消费人群的风格偏好，恒洁可提供全卫空间场景与系列延伸产品的定制化设计。



就在今年，品质生活设计师孟也携手恒洁一同打破传统卫浴空间的模块化桎梏，使“建筑、艺术、自然”三种魅力融为一体，与品牌代言人实力派女演员宋佳联名呈现一隅别具特色的

理想卫浴空间。与此同时，恒洁也已全新推出南海帆影、云梦怡景、栖霞藏秋、洱苍旭升、秦淮月照等多个独具特色的全卫空间解决方案，成功满足消费者焕新品质卫浴生活的需求。

服务焕新，全方位发力极致体验

在入户局改翻新的过程中，卫生间因其水电排布的复杂性和隐蔽性，常常被视为重点和难点区域。简单的卫生间翻新预计需要一至两天，复杂的翻新或需花费一周甚至更长时间。而在卫生间改造的同时，通常还需要进行卫浴设施安装并同步开展其他施工，费时费力，往往令人望而却步。因此，在《通知》中尤其强调了旧房装修的相关服务和废旧资源回收工作，以满足多样化的消费需求。

为应对时下中国家居市场的存量挑战，恒洁不仅在产品技术和场景方案上下功夫，更着眼于在全流程极致服务体验上发力，为消费者提供便捷周到的全生命周期服务保障。依托“恒洁闪装”2.0 服务全面升级，工程师从进门到旧品拆除再到新品安装到位，最快仅需 3 小时即可实现产品“焕新”，外加提供测量、设计、送货、安装、电路改造、拆旧、旧品处理、通检的 8 大免费增值服务，不仅可解消费者焕新燃眉之急，更是一扫消费者品质卫浴改造升级的后顾之忧。

家居消费是居民消费的重要组成部分，与国人对美好生活的需求和向往息息相关。当前，消费和服务已经成为推动我国经济强劲复苏的关键力量，而“焕新”也势必将成为国人追求品

质美好生活的重要抓手。以家居焕新为方向指引，恒洁将继续与家居行业新时代发展需求同频共振，积极推动产品、服务与业态模式的创新发展，携手消费者共创品质美好生活。

恒洁 HEGII

3 小时全卫换装

8大免费服务

400-833-1350

- 免费测量
- 免费设计
- 免费上门勘测
- 免费安装
- 免费电路改造
- 免费拆旧
- 免费旧品处理
- 免费通检

持续引领，品质焕新 | 恒洁焕新城市计划在全国绽放

图文 / 恒洁编辑部

提振家居消费，焕新品质人居。今年7月份，商务部、国家发改委等13部门印发了《关于促进家居消费若干措施的通知》，进一步在全国范围推动家居焕新消费。9月2日，商务部办公厅印发了《关于组织开展“家居焕新消费季”活动的通知》，于2023年9至12月在全国范围内组织开展“家居焕新消费季”活动，激发家居行业市场活力，释放家居消费潜力。而作为唯一连续三次入选人民日报社“品牌强国计划”的家居国货品牌，恒洁早在2021年就率先在行业推动家居焕新消费，推出恒洁“焕新城市计划”。

自2021年12月发起以来，恒洁“焕新城市计划”已走过全国三十多个重点城市，得到社会各界的倾力支持和广大消费者热烈欢迎。2023年，恒洁“焕新城市计划”相继在北京、沈阳、重庆、长春、广州、天津、深圳、贵阳、福州、成都、太原、银川和佛山等多个城市落地，借着“焕新城市计划”落地的契机，《“不止所见”2023恒洁品牌升级暨卫浴空间解决方案》和《服务至上-2023家居服务榜单发布暨恒洁闪装2.0》等也在多个城市发布。同时，在活动现场，消费者不仅可以了解恒洁的原创专利技术，也能在场景化的空间中，通过沉浸式的体验，感受恒洁全卫空间的美学风格。





京津站

双城焕新，共鉴美好

8月15日，恒洁焕新城市计划京津站启动仪式隆重举行，恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华、天津市商务局二级巡视员徐凤成、居然之家集团副总裁兼天津河北分公司总经理文琳君、居然之家新零售集团副总裁兼十里河商场总经理曹晓龙、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、天津市家居装饰材料协会会长吴洋、环渤海国际家居副总经理康颖、天津大学建筑设计规划研究总院室内设计院长韩帅、网易家居执行主编罗会俊、恒洁集团天津运营中心总经理陈凯浩等共同出席活动。

在京津站的开幕活动上，《“不止所见”2023 恒洁品牌升级暨卫浴空间解决方案》《服务至上-2023 家居服务榜单发布暨恒洁闪装 2.0》相继发布，京津恒洁 × 头部商超“焕新城市焕新家活动”也正式启动，众多京津地区优秀家装设计师也被授牌成为“恒洁焕新城市计划星推官”，这些重磅发布和合作举措也是恒洁品牌在京津地区深度布局的体现。

恒洁集团轮值 CEO 兼高级市场副总裁阮伟华表示，在国家重磅政策利好的加持下，家居消费更加成为提振消费的重要力量，无论是城市面貌焕新还是家居生活方式焕新，家居新国货都大有可为。天津市商务局二级巡视员徐凤成表示，恒洁连续在京津地区开展焕新城市计划，不仅体现了其作为新国货品牌的社会责任担当，更展现了其融入京津市民生活的决心和实力。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则认为恒洁焕新城市计划在行业率先做出了标杆，为消费提振年做出了很大的示范效应，也代表着家居行业发展的一种方向。



恒洁在京津地区深耕多年，已建成七十余家卫浴体验店，实现了全渠道全覆盖，市场表现始终稳居第一梯队，恒洁产品和服务已成为近 50 万京津家庭的一部分。恒洁集团天津运营中心

总经理陈凯浩感谢来自集团、伙伴和团队的鼎力支持，并通过“聚心、聚智、聚才”这三个关键词来表达，期盼与大家共同创造更美好的未来。



2023年，恒洁提出全新品牌主张“选品质，就是选生活”，并邀请实力派演员代表宋佳作为品牌代言人，将恒洁的产品和服务转化成为对于品质生活态度的鲜明表达。恒洁集团高级品牌经理元永义为来宾分享了《“不止所见”2023恒洁品牌升级暨卫浴空间解决方案》。品质人居不仅是空间的构建，更要依靠服务来实现。网易家居执行主编罗会俊分享了《服务至上-2023家居服务榜单发布暨恒洁闪装2.0》，恒洁闪装2.0服务，服务工程师从进门到旧品拆除再到新品安装到位，仅需3小时并包括了8大免费增值服务，这种极致服务体验，也是恒洁能四度蝉联315家居服务调查卫浴榜榜首的原因。

恒洁焕新城市计划之所以在京津地区规格高、规模大，离不开居然之家、红星美凯龙、环渤海家居等京津地区头部建材商超的鼎力支持。在恒洁品牌、产品、服务再度升级之际，恒洁携手京津区域头部商超平台，启动恒洁焕新城市计划暨焕新城市焕新家·京津站联合营销，为京津地区消费者提供一场焕新家居品质的消费盛宴。

与此同时，恒洁“焕新服务”再升级。京津恒洁携手京津区域头部家居品牌共同推出“3天全卫空间焕新”，无需搬家，即装即住；通过恒洁及更多家居高品质的产品和京津全面升级的十大五星免费服务，定制专属卫浴空间，深度优化全卫空间体验感及舒适感，进一步打造京津家居品质美好生活。

开展城市焕新，设计师是值得信赖的中坚力量。恒洁与京津本土设计大咖升级合作，赋予大伽们“恒洁焕新城市计划星推官”称号，通过这种紧密合作，共同为京津城市更新和居民生活品质提升贡献智慧和力量。

北京和天津，作为中国直辖市，环渤海地区重要中心城市，同时也是城市更新行动和打造品质人居的重点区域。在这样的关键地带持续展开恒洁焕新城市计划，不仅体现了恒洁对于城市美好生活的深度追求，更是对国家战略的积极响应。





深圳站

品质领航，点亮魅力深圳

8月26日，“恒洁焕新 不止所见”暨恒洁深圳欧洲城香江家居旗舰店开业盛典盛大开启，香江家居·欧洲城世界名牌MALL 总经理周红宾、太平洋家居网执行总编葛丽丽、杭州老板电器深圳营销中心销售总监李双文、好莱客创意家居深圳中心销售总监蔡欣鹏、蒙娜丽莎瓷砖深圳分公司副总经理曾国桩、TATA 销售分公司总经理程海、日立中央空调深圳区域经理许军鹏、恒洁集团中南大区销售总监刘亦刘、恒洁集团品牌经理李润楷、恒洁集团深圳运营中心总经理苏雪蓉等领导与嘉宾共赴盛会，共筑未来。

恒洁集团中南大区销售总监刘亦刘表示，恒洁“焕新城市计划”、“恒洁焕新 不止所见”这两项IP活动已经被推荐进入国家商务部“2023消费提振年”系列活动，这是国家层面的认可。香江家居·欧洲城世界名牌MALL 总经理周红宾表示，恒洁不仅深受深圳消费者青睐，且在深圳欧洲城香江家居商场的服务体系、门店位置、品牌形象等方面都占据了卫浴品类的首位，以恒洁旗舰店开业为契机，双方将优化合作，携手同行。

深耕深圳市场多年，实现了从零售到家装，从家装到商业的全渠道覆盖。目前深圳恒洁零售门店40多家，覆盖各大建材卖场。恒洁集团深圳运营中心总经理苏雪蓉表示，深圳恒洁将继续与深圳各大战略合作伙伴、产生联动效应，为深圳城市和家居生活掀开品质生活新篇章。了解当下，才能洞悉未来。活动上，太平洋家居网执行总编葛丽丽所分享了《2023家居消费趋势洞察》。在消费人群迎来代际更替，新

消费主义崛起的新时代，恒洁把握焕新趋势，从“品牌侧、产品侧、服务侧”的全新升级为消费者提供卫浴空间解决方案。

“恒洁焕新 不止所见”暨恒洁深圳欧洲城香江家居旗舰店开业盛典的成功开启，并非靠恒洁一个品牌的单打独斗。深圳恒洁与筑家联盟品

牌合作发布，进一步深化高端卫浴新国货，共同为广大消费者带来更多的优质产品和优质服务。此外，深圳欧洲城香江家居商场授予深圳恒洁“商场推荐品牌”牌匾，在肯定“恒洁品质”的同时，也期待双方再接再厉，共同助力深圳市民打造品质人居。





贵阳站

品质领航，共创美好未来

8月19日，“恒洁焕新 不止所见”暨恒洁贵阳红星美凯龙全球家居1号旗舰店开业盛典盛大开启，贵阳红星美凯龙贵州全球1号店常务副总经理张伟、贵州省装饰设计行业协会会长陆春宝、佳园装饰创始人向歌、优居新闻全国总编黄小容、贵州新浪家居总经理张建刚、恒洁集团渝贵管理中心负责人何兵、恒洁集团昆明、贵阳运营中心总经理张杰、恒洁集团贵阳运营中心总经理熊开红等领导与嘉宾共赴盛会，共筑未来。

作为恒洁体系的门店标杆，恒洁贵阳红星美凯龙全球家居1号旗舰店除了提供全品类恒洁星品以外，还设置了各类富有感染力的全卫空间场景和商业洽谈空间，配合店面服务人员专业的建议和服务，为贵阳消费者和新老客户带来宾至如归之感。

恒洁集团渝贵管理中心负责人何兵表示，恒洁“焕新”系列活动也将通过智能化、健康化、场景化解决方案以及极致服务体验等方面的升级真正解决用户痛点，助力广大消费者实现品质美好生活。贵阳红星美凯龙贵州全球1号店常务副总经理张伟表示，恒洁不仅深受贵阳消费者青睐，且在贵阳红星美凯龙全球1号店商场的服务体系、门店位置、品牌形象等方面都占据了卫浴品类的首位，以恒洁旗舰店开业为契机，双方将优化合作，携手同行。

深耕贵阳市场多年，实现了从零售到家装，从家装到商业的全渠道覆盖。目前贵阳恒洁拥有零售门店15家，覆盖各大建材卖场。恒洁集团贵阳运营中心总经理熊开红表示，贵阳恒洁将继续与贵阳各大战略合作伙伴产生联动效应，



为贵阳城市和家居生活掀开品质生活新篇章。活动当天，贵阳红星美凯龙贵州全球1号店商场授予贵阳恒洁“红星美凯龙贵阳全球1号店五星门店奖”牌匾，在肯定“恒洁品质”的同时，也期待双方再接再厉，共同助力贵阳市民打造品质人居。

在开业盛典现场，恒洁还展示了众多新产品和新技术，这些产品不仅功能更加强大，而且设计之美更为突出，让人眼前一亮。此外，恒洁所提供的一站式全卫空间解决方案，满足了贵阳消费者对品质卫浴空间的各种需求，受到消费者的青睐。





福州站

聚焦福州，引领消费新体验

7月8日，“恒洁焕新 不止所见”暨恒洁福州金山红星美凯龙旗舰店开业盛典隆重举行，红星美凯龙福州金山商场总经理贾宝清、搜狐焦点家居全国主编刘耀儒、恒洁集团福建省管中心总经理李卫、恒洁集团福州运营中心总经理郭江成等领导与来宾共同见证盛典隆重举行。

恒洁福州金山红星美凯龙旗舰店是在当地市场位置佳、体验优的恒洁旗舰店，致力于为福州消费者提供多种高品质的全卫空间解决方案。在举办开业盛典的同时，《“不止所见”2023恒洁品牌升级暨卫浴空间解决方案》也在福州成功发布。本次盛会还举办了红星美凯龙金山商场 & 福州恒洁“优质合作品牌”授牌仪式，这一重磅举措，进一步巩固了恒洁品牌在福州的领导地位，也为恒洁在福州地区的发展提供了更加坚实的支撑。

恒洁集团福建省管中心总经理李卫表示，中国经济和家居产业的发展已经迎来春天，从当前各项经济数据来看，中国的家庭消费和经济活动正在全面复苏，这对于家居产业进一步推动高质量发展，对于整个家居产业的消费提振都具有重大的意义。恒洁福州金山红星美凯龙旗舰店的开业，也将成为福州市民品质美好生活的一部分。红星美凯龙福州金山商场企划经理刘妍表示，红星美凯龙与恒洁卫浴，分别作为家居流通领域和家居新国货领域的头部品牌，在应对行业和市场变革的过程中，双方将继续探索创新营销模式，提升消费者满意度。

恒洁福州金山红星美凯龙旗舰店的隆重开业，向福州消费者展示了恒洁在提振家居消费和创造高品质生活方面的信心和担当，也标志着恒洁在福州市场迎来新起点。得益于恒洁品牌在

福州深厚的市场根基和社会各界的热情支持，在旗舰店正式开业之前，建材商超、合作伙伴和媒体朋友们通过视频等多种方式送上祝福和期待。





成都站

提振消费，让焕新不止所见

11月4日，“恒洁焕新 不止所见”暨恒洁成都北门富森美建材馆旗舰店开业盛典盛大开启，恒洁集团西南大区销售总监周涛先生、富森美家居成华店建材馆 & 名品街总经理熊维先生、四川省政协常委、港澳专委会副主任刘烈雄先生、四川省广东商会常务副会长兼秘书长周鑫鹏先生、成都市建筑装饰协会常务副秘书长谢题檐先生、恒洁集团投资运营事业部三部总经理钱智先生、网易设计执行主编张金燕女士、恒洁集团四川省管中心总经理刘波先生、恒洁集团品牌经理李润楷先生、恒洁集团成都运营中心总经理吴浩东先生等领导与嘉宾共赴盛会，共筑未来。

恒洁集团西南大区销售总监周涛先生表示，恒洁“焕新”系列活动将通过智能化、健康化、场景化解决方案以及极致服务体验等方面的升级真正解决用户痛点，助力广大消费者实现品质美好生活。周总特别向富森美家居表示感谢，依托商场所提供的优质卖场平台，使恒洁卫浴能更好地服务于成都千万消费者。

富森美家居与恒洁建立了长期的战略合作关系，富森美家居成华店建材馆 & 名品街总经理熊维先生表示，恒洁不仅深受成都消费者青睐，且在富森美家居的服务体系、门店位置、品牌形象等方面都占据了卫浴品类的首位，以恒洁旗舰店开业为契机，双方将优化合作，携手同行。

成都市建筑装饰协会常务副秘书长谢题檐先生高度肯定了恒洁为协会发展所注入的活力，为成都消费者打造高品质卫浴生活所作的贡献。深耕成都市场多年，实现了从零售到家装，



从家装到商业的全渠道覆盖。恒洁集团成都运营中心总经理吴浩东先生表示，成都恒洁将继续

与成都各大战略合作伙伴、产生联动效应，为成都城市和家居生活掀开品质生活新篇章。





银川站

共筑未来，掀开品质生活新篇章

11月10日，恒洁焕新城市计划·银川站启动仪式隆重举行，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、宁夏桃李健康发展集团品牌中心副总监崔媛媛女士、老板电器银川分公司总经理朱永良、TATA木门银川分公司总经理郭会友、夏·明工作室创始人高明亮、DDC大成设计工作室创始人周方成、宁夏和筑空间设计咨询有限公司设计总监李赫、昌禾同盛科技有限公司设计总监谭宝军、恒洁集团陕宁省管中心总经理熊伟鹏、网易家居执行主编罗会俊、恒洁集团银川运营中心总经理宋阿龙等领导共同出席活动。

恒洁焕新城市计划自2021年12月发起以来，已走过全国三十多个重点城市，得到社会各界的倾力支持和广大消费者热烈欢迎。恒洁集团陕宁省管中心总经理熊伟鹏表示，在国家多项重磅政策利好的加持下，家居消费更加成为提振消费的重要力量，无论是城市面貌焕新还是家居生活方式焕新，家居新国货都大有可为。宁夏室内装饰协会秘书长谯代彪、宁夏桃李健康发展集团品牌中心副总监崔媛媛女士都对恒洁城市焕新计划的举行表示祝贺，并高度肯定了恒洁为广大银川消费者打造高品质卫浴生活所作的贡献。

恒洁在银川地区深耕多年，已建成31家卫浴体验店，实现了全渠道全覆盖，市场表现始终稳居第一梯队，恒洁产品和服务已成为银川家庭的一部分。恒洁集团银川、西安、太原运营中心董事长王可刚表示，依托“恒洁焕新城市计划”这个平台，恒洁将继续与银川各大战略合作伙伴、优质资源发挥各自专业优势，产生

联动效应，为银川城市和家居生活掀开品质生活新篇章。

在银川站的开幕活动上，恒洁还借助焕新城市计划的落地，联合桃李健康·阅海湾壹号、宁夏室内装饰协会共同开启了阅海湾壹号杯设计

师大赛，汇聚宁夏室内设计中坚力量，共同探索设计前沿将为银川市民呈现焕然一新的居家美学。本次设计大赛以“非凡生活再设计”为理念，通过阅海湾壹号热销户型为设计内容，共同为银川城市更新和居民生活品质提升贡献智慧和力量。



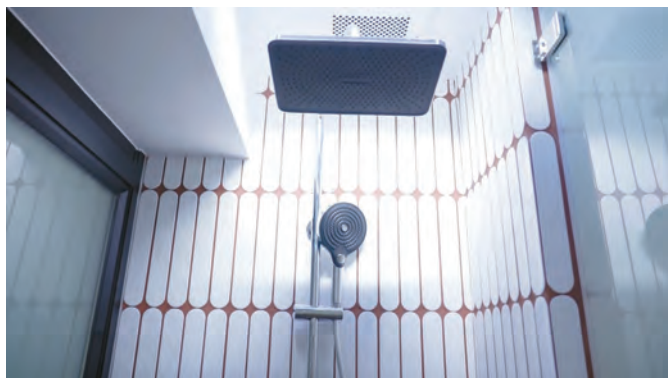
恒洁焕新城市计划的落地，既是恒洁推进当地市民品质人居的一小步，也是恒洁耕耘当地市场的新起点。作为三度入选人民日报社“品牌强国计划”的家居新国货领军品牌，恒洁将在政府的指引下，继续与各方资源深度合作，一步一步往前迈进，以更加优质的产品和服务，为广大消费者带来更加健康、舒适、安全、便捷的卫浴生活体验。

筑梦品质美好生活 恒洁第七次携手《梦想改造家》。

图文 / 恒洁编辑部



“家”不仅仅是一个温暖舒适的空间，更是维系亲情的纽带、扬帆梦想的港湾。8月30日，东方卫视王牌家装节目《梦想改造家》第十季正式开播，新一季的《梦想改造家》延续一贯的温情路线，回归家庭、回归初心，为普通人打造梦想之家。新国货卫浴品牌恒洁继续以《梦想改造家》唯一官方指定卫浴品牌的身份，携手节目主创以及设计师大咖们，一起直击社会民生热点，紧跟栏目中用户需求，为不同年龄、不同地域、不同需求的用户实现自己的居住梦想。



《梦想改造家》第十季第一期，来到中国香港油尖旺区旺角，为「狮子山下的家」进行改造，委托人是一户生活温馨、相亲相爱的跨境家庭。男主人郑先生的家位于香港最热闹的旺角街区，是典型的香港老式大厦公寓。面积不到48平米，包含两室两厅和一卫的布局，但房间的层高偏低，卫厨空间狭窄，设备陈旧，且存在潮湿问题，这些都影响了他一家的生活品质。

[01]

内心柔软的栖息地 暖心改造「狮子山下的家」

本期改造特邀首席设计师梁穗明和著名设计师柴弘联手改造「狮子山下的家」。他们根据每位家庭成员的需求和房屋结构，重新布局，并增加储物空间和防潮措施。鉴于郑先生的房屋年代久远且卫生间空间狭小，干湿不分离，使用设备困难，对年纪渐长的男女主人存在安全隐患。因此，经过设计师的精心考虑，决定选择恒洁品牌来解决老房子的卫浴问题。

设计师为夫妇二人特别选择了恒洁 QH8 智能挂墙马桶，这款马桶采用隐藏式水箱设计，节省空间，非常适合小户型家庭使用。悬空挂360°全方位无死角，日常清洁非常方便。此外，这款马桶还具有瞬时加热恒温功能，搭配多种洗净模式，满足全家人不同的需求。恒洁 QH8

智能挂墙马桶的智能化体验既能够满足全家人的如厕需求，使用起来也更加安心。

此外，设计师在卫生间设置了恒洁淋浴房，实现了干湿分离并便于淋浴。精选了恒洁 T8P 水净阻垢花洒，它具有双倍增压功能，告别花洒出水绵软无力，完美解决老小区水压不够的问题。其阀芯阻垢技术，高效阻垢，阻垢效率>99%，10年免维护，并且能提供长效恒温保护。搭载 JOY+ 恒洁悦享手持花洒，集密雨水、增压水、柱状水三大场景水型，双倍水量，满足全家沐浴需求；针对高楼层在用水高峰时可能出现的水压不足问题，其增压水模式通过减小出水面积来提高水压，确保在香港的高层住宅中，委托人一家都能享受到舒适的淋浴。

[02]

智改「相互依偎的家」 传递家庭治愈力量



《梦想改造家》第十季第二期，来到上海黄浦老城区，为唇齿相依的一家三口改造「相互依偎的家」。委托人殷女士父女饱受渐冻症折磨，生活起居的重任都担在了70岁的母亲身上。因为生病，家成为了父女二人主要的活动场所，但早年装修的房屋，适老化需求和无障碍设施考虑并不完善，加上房屋因为岁月侵蚀已经破损不堪，让年纪愈渐的母亲在照顾时更加费心。为了提高父女二人的生活质量，并减轻母亲护理难度，改造需求日益迫切。

本期节目特别邀请到有“神之手”之称的著名设计师本间贵史，为这户充满爱的家庭出谋划策。设计师考虑到家中病患的使用需求和母亲的护理难点，增设了无障碍和适老化的配套设施，为更贴合女儿对卫浴空间的使用需求，设计师邀请女儿进行现场实际试用，根据女儿的实际使用需求，对各项设施的高度、角度等量身定制。



HEGII 恒洁 Q9X智能一体机 冲力芯升级不惧低水压
这款恒洁Q9X智能一体机

本次改造，设计师在卫浴产品的选择上细心考究，考虑到业主的房屋位于高楼24层，存在水压不足的问题，设计师特别选用恒洁Q9X智能一体机，搭载超漩能芯动力冲水系统，在超低水压下状况下，拥有强大的冲力，即便是高楼层使用，也能确保冲水稳定。恒洁Q9X智能一体机采用水净技术全新釉面，持久抗污，不易挂污，减轻了母亲的清洁压力；落座双位置感应，精准识别落座 & 离座状态，自动感应，自动调节，更方便父母日常使用；智能翻盖、一键旋钮、自动冲洗等人性化设计，无需复杂的操作，父女二人使用更便捷；还有恒净除菌功能，360度抗菌杀菌守护，有效保障使用者的健康。



它有三种不同出水模式

在浴室的淋浴房中搭配恒洁T8P水净阻垢花洒，水净技术，高效疏水，9倍抗污，减轻女主人日常清洁压力；长效阻垢技术，高效阻垢，阻垢效率>99%，10年免维护；恒温防烫技术，控温快准稳，解决了日常洗澡家中多人用水，水温忽冷忽热的烦恼。同时搭载JOY+恒洁悦享手持花洒，双倍强劲增压，集密雨水、增压水、柱状水三大场景水型，一键切换，使用方便随心。同时具有中心出水，力度适中，冲洗更精准的特点。

[03]

暖改上海“老破小”
品质焕新「迷宫一样的家」

上海高桥镇的委托人王小姐，一家六口居住在妈妈单位分配的 24 平米的房屋里。年深日久，房子因实际面积和搭建材料的影响，已经不能满足一家人的居住需求，尤其是王爸爸已年过八十，依旧每天不得不通过一个活动的、角度接近垂直的木楼梯上到二楼休息，上下难度大，安全隐患高。一家六口拥挤在如此狭小的居住环境中，改造迫在眉睫。

本期改造请来了有“空间魔术师”美誉的设计名家史南桥。设计师根据一家六口的不同年龄层以及各自的身体数据，在保障空间的安全性、隐私性和采光需求的同时，对居住环境做出了合理规划和设计，铺设防水防潮系统，充分扩充储物空间，打造超强隔音效果，并很好地保护了百年房屋的历史风貌。

对于卫浴改造方面，由于委托人的卫浴空间比较狭小，史南桥特别挑选了恒洁 Q3 智能马桶，机身小巧，功能强大，使用简单。一键按钮设计，抛开复杂设置，一旋一按轻松搞定，老人小孩也能轻松上手；超导冲水系统，冲洗更干净，冲力强劲，即使是老房子水压不够也能解决冲洗问题；内置减压阀，防止冲水飞溅，带来智净新体验；此外，还有活水即热、富氧水洗、暖风烘干等功能，带来健康、便捷、舒适、安全的使用体验。

浴室柜选用了恒洁配趣系列定制浴室柜，整体线条造型简洁大方，拥有强大定制功能，可根据空间布局、功能分区、风格喜好进行产品定制；同时多柜体置物模块，可提供充足的收纳空间，特别适合大家庭的储物需求。此外，由于配趣系列浴室柜采用了防水多层实木板，能有效防止受潮、发霉、开裂。而在卫生间的淋浴区域，设计师贴心地实现了干湿分离的设计，同时搭配恒洁 X7 系列花洒，搭载 T 型肩喷 / 背喷淋浴系统，宽幅劲冲，舒压水疗，超大角度，可上下调节，老人坐着也能轻松使用；搭载 JOY+ 悦享手持花洒，智能感温数显技术，温度精准显示，老人孩子也能放心使用。

[04]

妙手化整为零 重塑「被分割的家」

《梦想改造家》第十季第四期来到北京，为一户“北漂”家庭进行改造。男主人杜磊和女主人王珊，两人婚后再北京西五环买了一套120平带露台的复式婚房。房子不算小，但被原业主分割成七个大小不等的房间作为群租房，屋内存在墙体多、门多、房间面积小问题，而且墙体都是功能墙无法拆除；上下楼梯狭窄陡峭，屋内动线凌乱，日常起居不流畅；房屋年代久远，还存在漏电渗水问题。

本期改造特别邀请著名设计师刘姮出征，帮他们重塑幸福暖居。刘姮在接到改造需求后，对房屋进行实地考察，根据房屋的使用要求及特点，以私人定制的理念，将动线、主人、未来儿童成长等都考虑其中，力求以科学合理的布局构筑完整的居住环境，更大限度地满足每一位家庭成员的生活观念和居住模式。

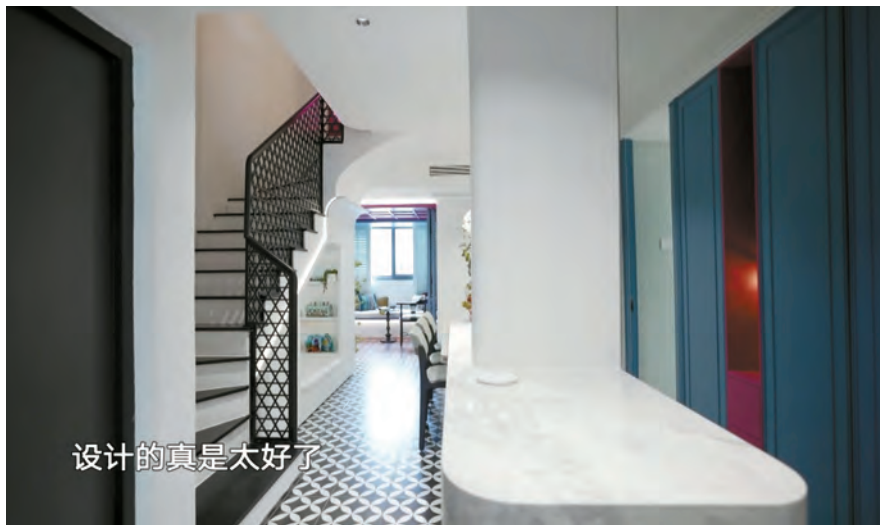
在卫浴产品的选择上，设计师精心挑选了恒洁品牌，为业主的品质卫浴生活助力。为了提升业主的智能卫浴体验，设计师挑选了恒洁全新



上市的 R9 智能马桶，它拥有超过 100 项的创新专利，开创了 3D 随心洗时代。R9 的创新恒流技术，能够在恒温状态下单孔瞬时切换多

种水型不回枪，提供宽幅水、花型水、三柱水、柱状水、喷泉水五种清洗水型，畅享零等待舒适清洗体验。AI 智导巡航清洗技术，创新多点落座智能感应，自动定位调节清洗触点，精准清洗；搭载高效全域烘干功能，变频暖风极速烘干，升级摆风全面干爽，全包裹洗烘一体，给业主带来 SPA 级舒沐体验。同时 R9 还有超漩能 0 压冲水、三大抗菌技术全新升级等特点，给业主带来更干净、更舒适的如厕体验。

在淋浴间细心配备了恒洁最新款的 X7 花洒，搭载 T 型肩 / 背喷淋浴系统，宽幅劲冲，舒压水疗，提供沉浸式的舒缓淋浴体验。同时还有 JOY+ 悦享增压花洒，拥有三大场景水型，密雨水柔和细密，享受 SPA 般沐浴体验；增压水强力喷淋，缓解肌肉紧张，身心皆舒畅；柱状水集中水流包裹全身，减少水花飞溅，适合给宝宝淋浴 / 洗头使用。



[05]

以爱筑暖居
见证「三向奔赴的家」大变身

本期《梦想改造家》来到杭州为“三向奔赴”的家，进行改造。委托人夫妻二人都是独生子女，随着父母年龄的增长，两个家庭四位父母，养老问题该如何解决？夫妻俩在杭州贷款买下了一栋 200 平米的叠墅，让双方父母开启“抱团养老”的诗意生活。虽然是新交付的房屋，但在结构上却存在安全隐患，房屋的布局也有一定的问题；厨房面积狭小，没有宽敞舒适的就餐空间容纳多人用餐；一楼和地下室潮湿，同时地下室采光受限，还可能存在渗水问题。

本期设计师朱晓鸣大施空间魔法，为温馨有爱的一家人打造了一个舒心健康、其乐融融的“抱团养老”的居住范本。在卫浴细节方面，设计师考虑到多口人同住的生活使用需求，为了确保业主的卫浴体验，贴心选择了恒洁卫浴品牌来帮助实现业主的高品质卫浴生活。

为了满足业主一家三代同堂的使用需求，设计师拓展了 5 间卫生间，并且在如厕区域特意挑选了恒洁 R9 智能马桶。搭载 AI 智导巡航清洗技术，创新多点落座智能感应，喷枪自动定位清洗部位，喷头前后左右巡航清洗，洗净范围更广，可以满足全家不同落座位置的精准清洗；拥有突破性创新恒流技术，颠覆传统固定水型清洗，实现单孔多水型组合立体包裹，全程清洗“0”冷水、“0”等待；在清洗结束后高效全域烘干模块启动，变频暖风、升降摆风双管文下，全面覆盖，高效柔烘，舒心干爽；7 大洗护模式智能匹配全家的使用需求，一键启动，操作便捷，轻松畅享全流程舒适如厕体验。

在改造过程中，得知业主有了小宝宝，设计师更是加大了对设施的健康环保标准，特别配置了恒洁乐享系列定制浴室柜。柜体板材选择 E1 级环保标准多层实木，结构稳定，抗压不变形、不开裂；巧妙定制收纳空间，主柜体开放格与抽屉相结合，满足了多口之家的储物及使用需求；开放式置物格，适合收纳日常高频使用的生活物品，取用方便；抽屉柜型，拉开直接取用，搭配镜柜设计，完美实现科学分区收纳，轻松归置各类物品；岩板台面耐刮擦，清洁打理方便采用双盆设计，使用不拥挤，特别适合业主这种大家庭使用。

[06]

百年洋房华丽变身 焕新「携手并肩的家」

本期《梦想改造家》来到上海复兴西路庄俊故居为“携手并肩”的家，筑梦想乌托邦。这一幢承载着百年记忆的老洋房，曾是中国建筑学会“建筑泰斗”、中国第一代建筑师庄俊的旧居。历经百年风雨，虽然老洋房的外观依然保持原来的风貌，然而内部却问题重重。房屋昏暗、白蚁侵蚀屋顶漏水、卫生间逼仄、厨房坍塌无法使用等问题叠加，给委托人芳芳母子生活带来了诸多不便和困难；且老格局内客餐厅面积欠缺，收纳空间严重不足。



本期特别邀请法国著名设计师小贝为“携手并肩”的家改造重生，在保留原有经典的基础上，经由深思熟虑的改造与设计方案，让历史与潮流交融，让破旧百年洋房华丽变身与文艺且独立的女性审美融合碰撞，为业主打造了超出想象之外的理想栖居。

在卫浴空间改造上，为了能让业主拥有更为舒适的生活体验，设计师特别设计了三个独立卫生间，并选取恒洁卫浴为委托人一家打造品质卫浴生活。老房子原先狭小的如厕区是家里唯一能正常出水的地方，集合了洗漱、厨房用水等多重功能，但设施老旧及漏水等问题严重影

响了委托人的日常生活，亟待改造。本次设计师特别选用了恒洁最新上市的 R9 智能马桶，它拥有 100 多项创新及专利技术，开创了 3D 随心洗时代。R9 搭载专利恒流阀技术，自适应流量变化调节水温，恒温洗护，专利喷枪技术，颠覆传统固定水型清洗，拥有宽幅水、花型水、三柱水、柱状水、喷泉水五种清洗水型单孔多水型瞬时切换，全程“0”冷水、“0”等待。

在卫浴空间内，设计师还细心选用了恒洁纯享系列定制浴室柜。它具有强大的定制功能，业主和设计师可以根据自身的格局、功能、喜好定制，自由适配多种风格，柜体模块化组合，兼顾艺术与功能的双重需求。基材采用生态木，抗压不变形防开裂，符合国家 E1 级环保标准，使用放心；配备的镜柜和主柜拥有超大收纳空间，轻松满足业主一家的收纳需求；挂柜式设计方便业主清洁打理；岩板台面耐刮擦，不积污不发黄，久用如新，打理省心。

恒洁星品 | Get 宋佳理想卫浴空间 轻松拥享雅致生活

图文 / 恒洁编辑部

2023年，恒洁开启了全新的品牌升级，提出“选品质，就是选生活”的品牌主张，踏上了打造引领“品质生活方式品牌”的进阶之路。同时，恒洁重磅推出拥有100+创新及专利的超凡R9智能马桶，以及推出包括“宋佳理想卫浴空间”在内的多个卫浴空间定制解决方案，由智能卫浴专家升级为全卫浴空间解决方案提供者，以满足多元化的品质生活需求。

恒洁联合宋佳、孟也推出的“宋佳理想卫浴空间”，以品质生活为灵感，糅合艺术美学与实用舒适的奢适定制理想卫浴空间。全定制模式打破传统卫浴空间的模块化桎梏，感知卫浴空间多重维度，享受艺术带来的静奢之美。



奢适定制系列浴室柜

GET 明星理想空间同款，定制个性优雅生活。在“宋佳理想卫浴空间”中，恒洁奢适定制浴室柜的加入，成为整个空间的点睛之笔。奢适定制系列浴室柜，精选优雅门板造型，搭配雅致柔和色彩，同时针对明星的个性需求，打造别具一格的美妆功能定制区域，低调奢华，尽显生活品质。用户及设计师可根据空间布局、功能分区、风格喜好进行产品定制化，三种面板色彩及不同模块的自由组合切换，高效随心定制专属于你的雅致生活。



悦颜智能镜，还原你的美。无铜工艺高清镜面搭配 LED 柔光灯带，增加照明补光及放大镜功能，打造明亮化妆空间，让精致妆容清晰可见，真实还原你的美。智能一键除雾功能，快速带走浴后镜面湿气，搭配时间温度显示，从容上妆不忙乱，还有更多艺术造型镜片选择，装点空间更「妆」点你。



藏露有序，优雅收纳。封闭式抽屉设计，隔绝水汽，内装抽屉分区收纳，物品收放自如。搭配玻璃防尘边柜，视野通透，内置物品一目了然，还可搭配定制高柜，提高空间利用率。



烤漆面板，轻奢雅致。面板采用烤漆面板，光滑透亮，耐刮防污，历久如新，防潮防腐，不易锈蚀。



时尚轻奢岩板天然典雅，抗污耐磨，易洁易打理。纹理自然清晰的阿玛尼中灰岩板台面，坚固致密，光滑细腻，防刮耐摩擦。而且岩板无缝拼接陶瓷台盆工艺，衔接无缝隙，清洁无死角，贴心防溅水设计，水流不易外溅，轻松打理台面。台盆高温易洁釉面，坚固耐用，久用如新，贴心导流溢水孔设计，忘关龙头水流也不用担心溢出，更有多种款式龙头，轻松适配不同风格空间。



超凡 R9 智能马桶



开创 3D 随心洗时代。恒洁新一代标杆智能马桶，搭载了恒洁 100+ 创新及专利，是开创智能马桶“3D 随心洗时代”的产品，把“洗得更舒服”这个问题解决得异常出色。从颜值上看，R9 拥有简洁大气的外观设计、纤薄的机身和优雅的曲线，完美命中当下年轻消费群体的审美需求。

恒流技术：可以保证整个清洗过程多种水型切换瞬时完成，喷管不回腔，真正做到全程清洗“0”冷水、“0”等待。



单孔最多水型组合切换技术：通过单孔随心切换 5 种基础水型，辅以脉冲和混气功能，多种水型还可以自由组合，最大化的提升了洗护的舒适度。



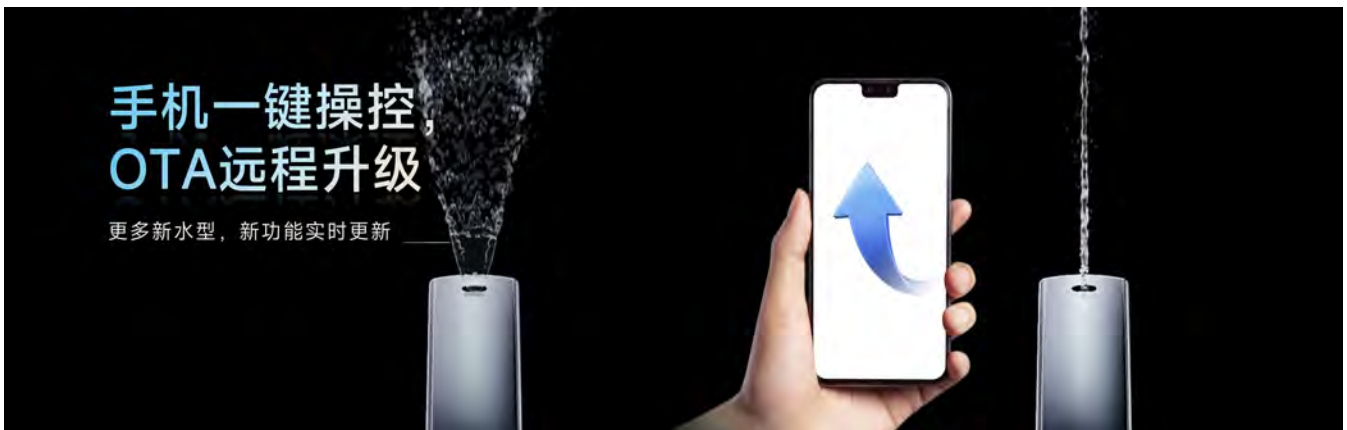
“AI智导巡航清洗”技术：通过多点落座、智能感应，可自动定位清洗部位，喷头自动前后左右摆动清洗，清洗面积增大三倍。



高效全域烘干：在清洗完毕后，高达 550L（升）的风量，可以快速吹掉附着在身上的水珠，可升降的吹风口因为出风位置更低，可以带来更大的烘干面积，带给使用者一次堪称 spa 级的舒沐体验。



OTA 平台技术：让产品远程在线升级成为可能，持续提升用户体验。这一产品的面世，也标志着智能马桶 3D 随心洗时代正式到来！



超洁净淋浴房

技术精进，打造精致生活美学。轻奢艺术与精雕美学的完美结合，全新双重升级。革新防水技术——三重防水工艺革新，防水性能提升 2 倍；重塑安全防线——浴室安全标准三重提升，带来淋浴品质新空间。



T9PRo 花洒

多重创新科技, 开启全新净界。恒洁 T9 PRO 水净阻垢花洒, 拥有多重创新科技, 开启全新净界——水净技术全新涂层, 高效梳水、更易清洁; 长效阻垢技术, 阻垢效率 > 99%, 有效防止水垢堵塞影响恒温阀芯性能; 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。



一体式浴缸

悦然心境, 奢宠享受。外观独特美观, 尽显艺术质感内部人体工程学曲线设计, 舒适享受一体式沐浴; 无缝对接工艺无卫生死角, 清洁省心。

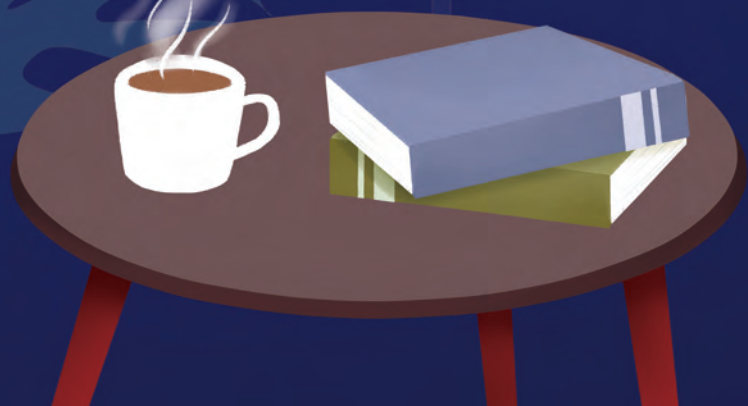


DE
SIGN
—

THE VOICES OF DESIGN
设计之声

D E S

I G N



年轻人的六大 「家生活」趋势

文 / 吕伟华

随着社会的发展和生活方式的变化，「家」不再是一蹴而就的规划，而是基于长时间与空间相处、磨合，去一步步打造最适合自己的港湾；也不再是模式化的装修、流行风格/元素的挪用，而是去创造自己与家中物品的连结，投射自身的品味、兴趣、生活习惯，获得独一无二的居住体验。

近日，小红书、奥维云网（AVC）、青年志与安邸 AD 联合发布《2023 年“家生活”趋势白皮书》，全面梳理出「家」场景下的消费市场的趋势变化，以及其蕴含的消费者生活方式的变迁。在这份结合了文化洞察与行业研究的报告中，不仅能看到年轻人围绕「家」生活的丰富实践和各领域专家学者对趋势变化鞭辟入里的解读；更能从围绕“家生活”的各行业详实解读中，看到品牌在全新生活方式下的顺势应变。

趋势一

“随心流动”的家

从一成不变，到随心流动。不同于以往生活方式的稳定与确定，越来越多的年轻人意识到自己的生活方式与居住需求是在不断变化的。因而在居住空间中，选择保有更多的留白与可能，以应对生活的变化；或者通过可移动家具/家电，在创造生活新鲜感的同时，也能适应自身不断变化的居住新需求。



趋势二

潮流的“打卡地”

拒绝平庸，拒绝雷同，这就是当下年轻人的生活态度。在家生活领域中，人们也开始寻求高适配性的好物来适应与追赶审美潮流，或者利用色彩的巧妙搭配，让家变得更加多样化、个性化，为自己不断塑造更新、更美、更好的居住体验。



趋势三

个性的定制空间

在物质充沛的今天，年轻一代从审美到生活方式都愈发倾向于“个性”，他们偏向能够根据自己的喜好和需求进行设计，以满足他们与众不同的追求。从卫浴空间到厨房空间，再到卧室空间，年轻的消费群体们愈发乐于从风格、布局、颜色、材质等方面，打造出独一无二的家居空间。



趋势四

舒适的智能科技

科技让生活变得更加便捷。智能家居产品的快速发展，与年轻人追求舒适、快捷的生活理念不谋而合，年轻人也成了智能家居产品的主要消费群体。智能窗帘、扫地机器人、智能马桶……家居生活智能化已从单品“扩散”至全屋，年轻一代对于智能家居产品的依赖度和信赖度正在不断提高。



趋势五

精致的收纳空间

从压缩物品的占用空间，到展示日常用品，收纳成了年轻人保有生活秩序的重要途径。过去的收纳往往是为了追求极简美学，强调“少即美”和对空间高效利用的极致追求；今天，年轻人不再为了“收”而收纳，而是将其作为生活管理的重要手段，“为我所用”，用可见的收纳真正服务于日常的有序生活。



趋势六

去风格化的审美

当下年轻人愈发意识到，家装风格的流行是轮回变化的。因而开始在家装风格上，不再局限于某种特定风格，而是更多去追求质朴、干净的感受，更多选择诸如极简风、原木风一类风格，以期留有更多承载更个人色彩的空间。



恒洁 HEGII

恒洁闪装2.0 3小时全卫换装

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

即刻扫码或拨打电话



400-833-1350



恒洁HEGII

开创 **3D随心洗** 时代



恒洁R9智能一体机



3D
随心洗



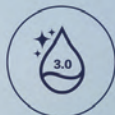
AI智导
巡航清洗



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

