附件1

参与卫生洁具坐便器产品测评及调研活动说明

中国建筑装饰协会各会员装饰企业：

2013年，发展绿色建筑已被正式纳入国家“十二五”规划，《“十二五”绿色建筑和绿色生态城区发展规划》等一系列国家政策和标准的相继出台，将实质性地推动建筑及相关产业全面实施绿色建筑标准。节能环保建材是支撑绿色建筑的基础和根本，也是我们广大装饰会员企业必须了解与掌握的。由中国建筑装饰协会主办、厨卫委承办、水利部综合事业局——北京新华节水产品认证有限公司协办、国家建筑卫生陶瓷质量监督检验中心提供全程技术支持的，2014年卫生洁具坐便器产品测评及调研活动将为装饰会员企业提供权威可靠的采购指导和客观准确的参考依据。为了保证此次活动的真实、客观，特邀请中国建筑装饰协会的优秀装饰会员企业共同参与调研并组成专业评审委员会。

参与卫生洁具坐便器产品测评及调研活动回执

|  |
| --- |
| **1.是否自愿参与本次测评及调研活动** |
|  是 |  否 |
| **2.参与企业常用信息** |
| 企业名称 | 联系人 |
|  |  |
| 联系方式 | 邮箱 |
|  |  |
| **3.本次测评及调研中您最想了解的洁具坐便器品牌**□**TOTO** □**科勒** □**乐家** □**箭牌** □**法恩莎** □**杜拉维特** □**恒洁** □**汉斯格雅** □**奥斯曼** □**唯宝** □**浪鲸** □**中宇** □**九牧 其他品牌** **4.对本次测评及调研活动的建议和需求** |

2013年卫生洁具座便器产品装饰设计企业调研表

| **工程****类型** | **品牌选择（可多选，排名不分先后）** | **采购均价** | **对产品****的关注** | **对材料企业的重点需求****（可多选）** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 公共空间 | 会所高档酒店 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 快捷经济酒店 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 交通空间机场火车站等 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 医疗 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 商业中心 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 住宅空间 | 别墅 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 高档住宅 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 普通住宅 | □美标 □科勒 □唯宝 □乐家 □凯乐玛 □和成 □ToTo □箭牌 □恒洁 □得而达 □中宇 □东鹏 □航标 □浪鲸 □澳斯曼 □辉煌 □九牧 □安华 □惠达 □法恩莎 □金牌 □汉斯格雅 □杜拉维特□鹰卫浴□ 其他 | □4000——8000□3000——4000□2000——3000□1000——2000□600——1000□600以下（单位：元） | □品牌□质量□设计□价格□功能 | □企业规模 □品牌沉淀□设备技术 □企业声誉□分销网络 □质量控制□售后服务 □设计能力 |
| 备注 |  |