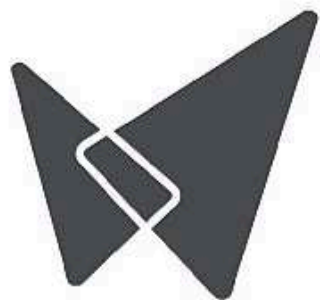


Topstrong



EXCELLRNT HOME FURNISHING PHILOSOPHY 顶固中国

2018年

03

● 米兰展2018前瞻：创意 装饰 生活 ● 访谈 | 德珪·雷诺丽特，让顶固品质与世界同步 ● 差异营销 精准突破 决胜广州



封面：图为“雪域圣猫”雪鸮，顶固首席营销官汪光武先生公益行摄

MINIMALIST STYLE



顶固®全屋定制
Topstrong 专注 高端 衣柜



大美至简

密斯系列

less is more。为生活做减法，为思想做加法
诠释伟大的建筑大师密斯·凡·德·罗的设计哲学，让意式与简约结合，让品质深达细节
纯粹无杂的极简卸去你内心的纷扰，让繁杂的生活变得简单，让社会中纷乱的情绪变得宁静

顶固
Topstrong



寻找 第十所 希望小学

践行希望 让爱远行

PRACTICE HOPE TO MAKE LOVE GO FAR



亲木而居，极致之美

森林，繁育了人类的祖先。

森林，是人们恒久的梦想伊甸园；木制品的自然与淳朴，是人类亘古不变的追求。

亲木而居，是人类源于祖先本能的渴望。

森林，也繁育了极致美丽的鸟类。

人类与鸟类，共同拥有地球上的美丽森林。

亲木而居，更是鸟儿们生息繁衍的必须！

然而，由于人类对大自然的无度索取，

已经使得地球上的原始森林大量萎缩消失，

生机盎然的原始森林变成了农田、钢筋水泥或物种单一、死气沉沉的速生林、经济林。

很多小鸟因此失去了家园甚至丢失性命，很多物种已经灭绝或濒临灭绝！

顶固，作为高新技术企业及中国驰名商标，本着“以自主原创的家居精品为中国制造争光，

顶中国企业之脊梁、固世界华人之尊严”的经营使命，

及“感恩自然、生态经营、适度消费”的经营理念，

创造性地开发性能卓越且自然储量丰富过剩的竹材，

替代导致物种单一化、土地贫瘠化且性能不佳的人工速生材，

制造出了无异味的环保竹香板定制家具；

首创使用稳态原木复合板及意核LSB高性能木质板材，利用纵横交错的复合结构，

结合木质高密度稳态平衡层，推出了性能卓越的“稳态原木复合柜”，

大大降低了传统实木家具的变形开裂隐患。

该新产品芯材采用储量丰富、生态友好的北美寒带多年生天然针叶木及意大利杨木，

仅在面材上使用珍贵稀缺木种，并创新使用了德国进口高光亚克力及水性PP膜等新型高端面材，

营造出更为时尚高雅的装饰效果，并从而使人们在享受竹木家具的自然淳朴与尊贵高雅的同时，

又大大减少了对稀缺木种及速生材的消耗、最大限度降低了对自然生态的伤害。

此外，顶固还革新了传统实木家具的老旧设计，

以当今国际最前沿的时尚设计笔触，推出了极简、高光等众多行业首创新产品，

开创出定制家具的极致之美。

顶固，款款生态友好新品，

让您在亲木而居、尊享定制家具的极致之美的同时，

又能保护好那一片片自然森林，留住并欣赏鸟儿们的极致之美！

VICOOL.

更酷的智能锁

Cool smart locks

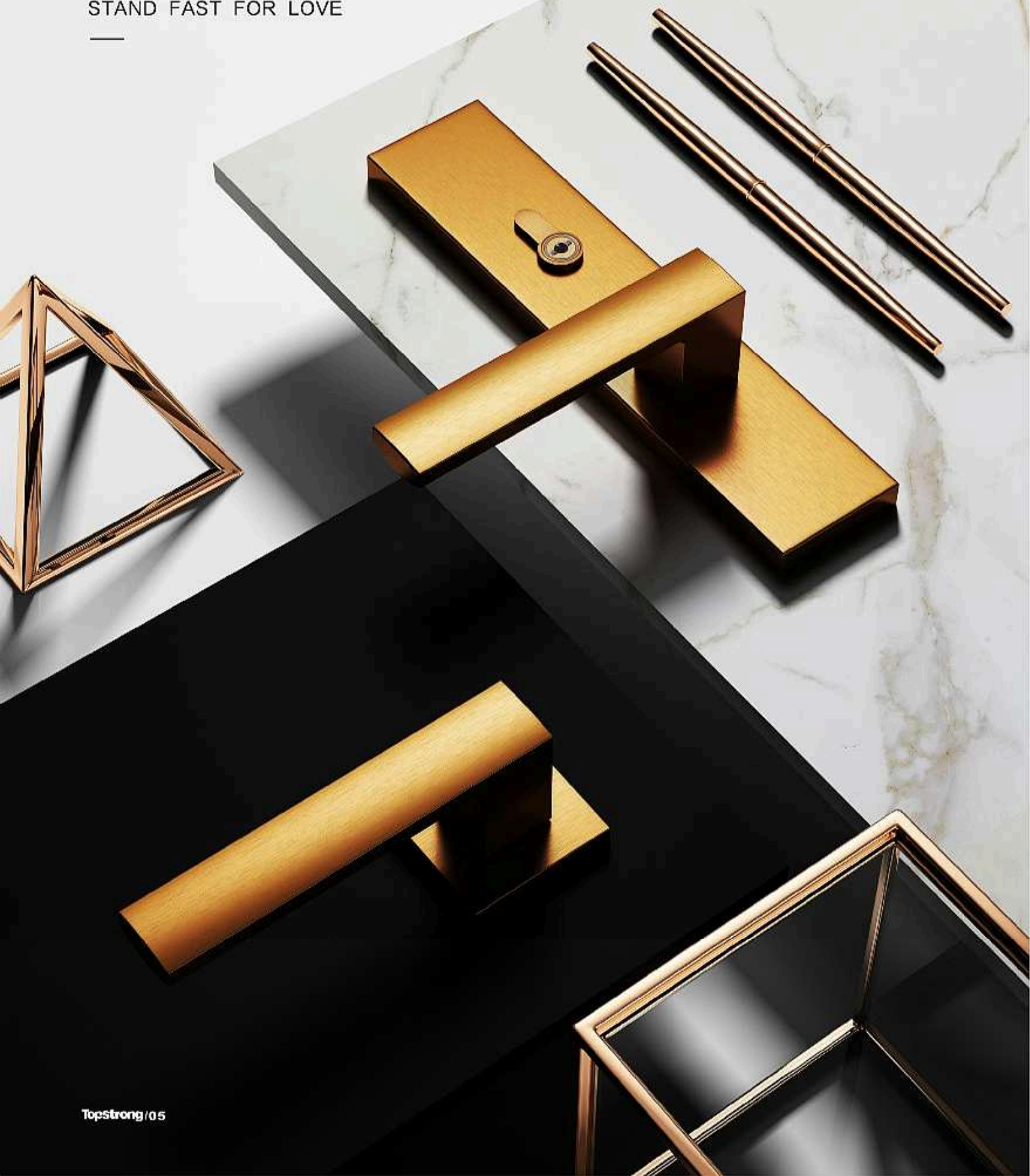


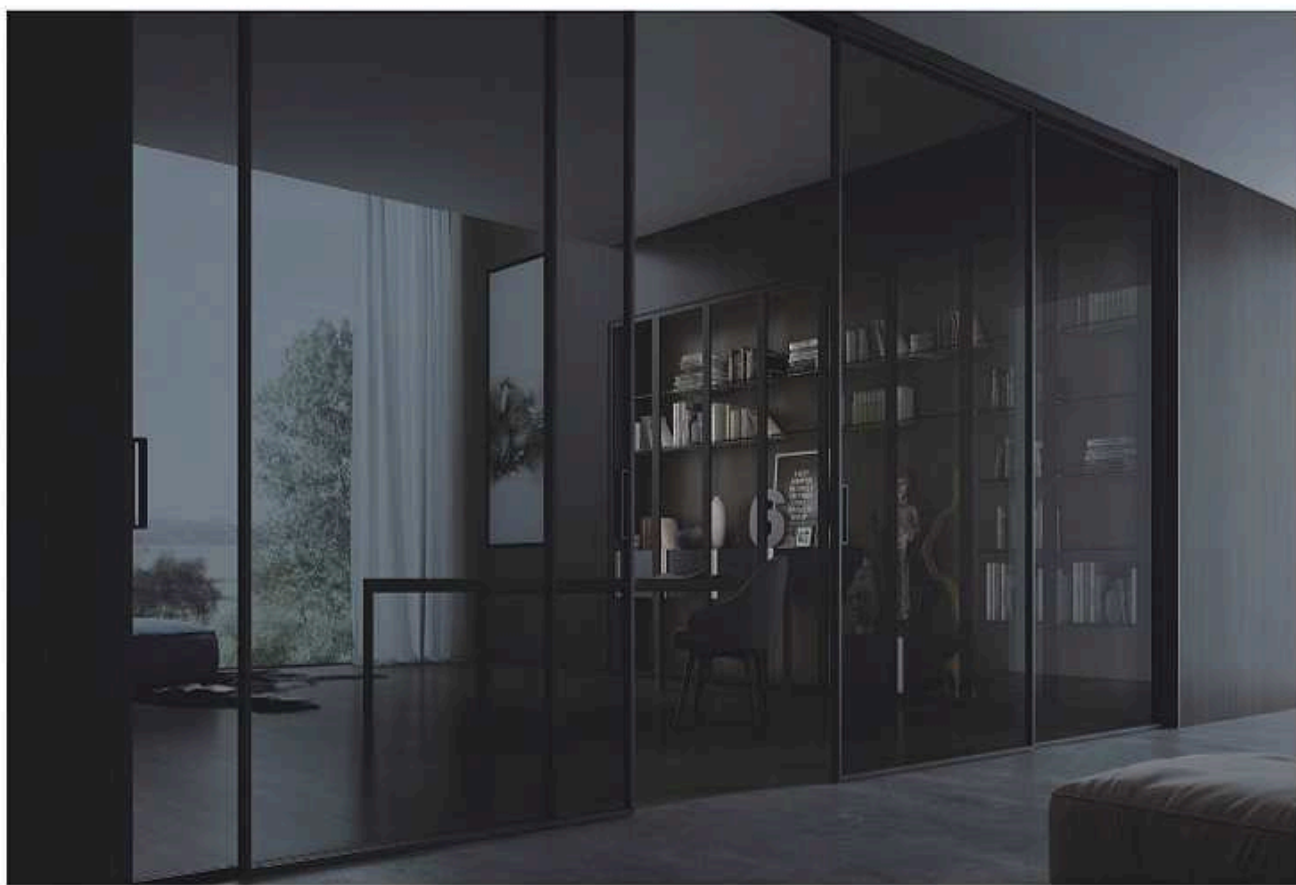
3D健康晾晒
梦想与太阳一起旋转
3D healthy sun,dream of rotating with the sun

顶固® 安全门锁

为爱坚守

STAND FAST FOR LOVE





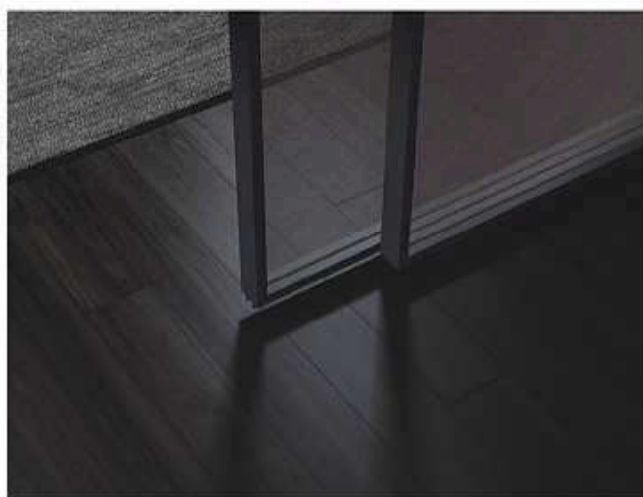
极简

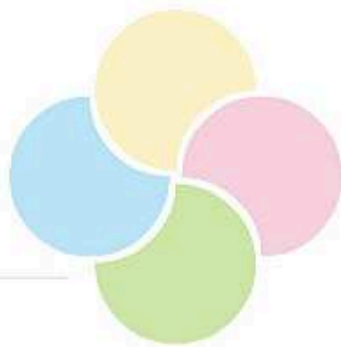
超窄边框，不过指尖的宽度

Extremely narrow frame, with the width of the fingertip

把门框从一个手机的宽度，变成一个指尖的宽度75mm到3.5mm的突破

Turn the width of the door frame from the width of a cell phone to the width of a fingertip Breakthrough from 75mm to 3.5mm





Cover Summary

封面精要

11 高端访谈

访谈|德珪·雷诺丽特
让顶固品质与世界同步



全屋定制行业逐渐进入下半场，2018“危”“机”并存，面临严峻的市场形势，顶固以新品价值重战未来，在“新品、新店、新策略”三新策略指导下，在行业率先实行材料变革，自主原创数大系列新品，致力于打造世界级产品。6月，顶固更与德国雷诺丽特、德珪集团在德国沃尔姆斯总部正式达成了战略合作，双方高层共同签定了战略合作协议。在“定制2.0时代”，面对新时代消费者与时俱进的高端需求，顶固将全力以赴，定义中国高端定制。

21 顶固名人

差异营销精准突破决胜广州



从2015年开始，广州顶固历经三年的商战拼杀，邓远平邓总一路披荆斩棘、过关斩将，一步步打开了繁盛的广州地区的定制家居市场，“差异化战略”经营模式是邓总的绝活，他用过硬的产品、贴心的服务赢得了新老客户的信任，在广州定制家居行业占得一席之地，令行内刮目相看。

27 星星之火

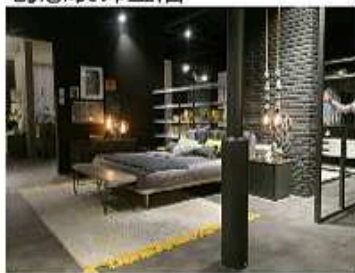
顶固集创：
公益永不止步 用爱赢得尊敬



熟悉商业史的人都认同一个观点，一位有责任感的企业家，不仅仅能经营好一家公司，更重要的是，能平衡社会责任与财富的关系。十年时间，顶固公司董事长、顶固义工团团长林新达先生带领顶固义工们为数千偏远地区的孩子点燃了求学之光，让大山里的凤凰有机会从这里展翅高飞。今日，顶固手拉手爱心助学计划将进行第十所希望小学的选址与捐建，秉承扶贫济困、爱心助学的原则，现在在全国范围内征集顶固第十所希望小学的站点。

40 顶级风范

米兰展2018前瞻：
创意装饰生活



全球家具业的“奥林匹克”盛会——米兰国际家具展，作为世界家具与家居设计的顶尖展会，是全世界设计专业人士每年一度“朝圣”。2018年4月17—22日，顶固首席营销官汪光武先生、设计研发中心副总经理钟勇先生、衣柜产品开发部总监罗兵先生等一行人共赴这场全球最顶尖的设计盛会。“设计即情感”，米兰这座城市摇身变为铸造所有新颖设计的熔炉，并将其每一个空间都变成米兰国际家具展的组成部分。



13 独家视界

森临竹境 大爱之美

在全球森林面积急剧下降的今日，竹林奇迹般地表现出旺盛的生命力，以每年3%的速度递增。作为生态经营与生态消费理念的倡导者，顶固集创家居汪总提出了“以竹代木”，用竹子为基材，配合环保型粘合剂形成的竹香板代替杂木颗粒板，将大大减少木材资源消耗。顶固竹香板以竹代木的产品研发思路和技术，如果能扩大到整个家居板材行业，将大幅减少树木的砍伐使用，相当于每5年为国家再造一个大兴安岭，是利国利民的重大产业发展方向。



Contents 目录

知 PERCEPTION

09 顶固速览

顶固动态新闻速览

11 高端访谈

顶固汪光武专访

13 独家视界

森雨竹境 大爱之美

15 顶固印象

田宗斌：90后的匠心精神|人物榜样

行 BEHAVIOR

17 顶固名人

优秀经销商专访

23 电子血拼

顶固天猫旗舰店十周年

25 商学之道

家装顾问：如何提升老客户转介绍率？

情 EMOTION

27 星星之火

公益永不止步 用爱赢得尊敬

朵朵索玛 童画六一

爱在顶固 圆梦索玛

33 文化圆桌

被您遗忘的温柔乡

这才是真的《起跑线》

《从0到1》：开启商业与未来的秘密

39 高谈阔论

“环保”或成家具行业未来发展主旋律

品 TASTING

41 顶级风范

米兰展：顶固预见居住的哲学

45 拒族生活

家居惊奇夜——品质生活的伊始

49 金相玉映

新品T1|顶固准拉智能锁，解放你的双手

53 豪门贵胄

顶固安全门锁，为爱坚守

趣 INTEREST

57 空间艺术

【顶固设计】在这里，遇见灵峰人士的精英生活

61 装修日记

最美的期待

63 居家课堂

一幅画、一束花，将边柜点亮餐厅气氛

65 征集令

《顶固中国》征稿

Topstrong

顶固中国 顶固微公益



总编：林新达

顾问：陈有斌、刘兴旺、刘红波、钟勇、梁风华、李先辉、徐冬梅、胡萍、赵衡

主编：汪光武

责任编辑：梁秋燕、陈佳振、朱凯、刘珊、邓慧君

美术编辑：彭广达

校对发行：刘昭

投稿专线：0760-22772692

投稿邮箱：dgbjb2013@163.com



@顶固中国

@顶固微公益



本刊物仅供内部交流 部分图文源于网络。

2018

立志建设行业标杆，顶固全屋定制入围2018典范家居品牌计划

3月30日，“重庆2018典范家居品牌计划”新闻发布会上，顶固全屋定制非常荣幸得到行业的认可，入围重庆2018典范家居品牌计划，参与到打造典范品牌，树立行业标杆的举措之中。顶固将一直秉承“顶中国企业之脊梁，固华人世界之尊严”的企业宗旨，做“让您放心”的定制家居领军品牌！做好行业标杆，为更多的消费者创造更舒适的居家生活环境。



顶固2018年安全责任状成功签署

4月2日，在公司首席营销官汪光武先生的带领下，总部与各事业部高管以及工业安全委员会组织架构下各安全委员共同签署了2018年安全责任状，安全责任状的签署意味着各安全委员将在签署之日担负起各负责部门的安全问题，“安全无小事、安全大于天”，未来，在与我们公司安委会一同配合下，将共同营造一个稳定、安全的生产环境。



顶固斩获中山市“科技进步奖”和“专利金奖”两项大奖

4月13日，中山市“全市科技创新大会”隆重召开，广东顶固集创家居股份有限公司凭借强大的研发实力和先进的科学设计理念，公司的发明专利《防盗双锁胆锁芯》被授予“专利金奖”，同时，旗下的《全屋定制化智能家具及其智造系统》荣获“科技进步奖一等奖”，这是知识产权界对顶固在建材家居领域多年创新成果的高度认可，标志着顶固的专利和技术创新工作正一步步向更高标准迈进。



顶固五金2018年精益生产项目启动大会圆满召开

4月17日，顶固五金“2018年精益生产项目启动大会”在公司领导及顶固五金事业部全体家人们的共同见证下顺利启动。五金事业部总经理陈有斌先生、五金运营中心总监邓万桢先生、五金工艺工程部经理孟凡辉先生出席并作重要讲话，新的一年，公司会坚定不移地继续推进精益生产，力争通过成果巩固和深化以及新项目的开展，促进企业生产效率提高、质量提升、成本降低，推动订单、销售额的增长。



“守护地球，始于竹下” 4·22全国大促成功响应世界地球日

4月22日，世界地球日，为响应世界地球日对环境的保护，顶固“4·22守护地球，始于竹下”主题促销活动在全国火热开展，在负责人的指导和全国经销商马不停蹄的配合下，此次活动迅速引爆全国，在市场上掀起一股“竹香”清风。



顶固整体衣柜、锁具产品荣获“2017年度广东省名牌产品”

5月10日，广东质量品牌提升高峰论坛暨省名牌颁奖仪式在广州举行，顶固整体衣柜及锁具产品以高质量、高人气和高口碑荣获“2017年度广东省名牌产品”，彰显了顶固强大的品牌实力和业界对于顶固自成立以来，在家居产品的质量和品牌领域做出的突出成绩给予的肯定。





顶固首届健康定制节燃爆520

5月20日，顶固首届健康定制节“520，爱TA就给TA一个健康的家”全国促销活动完美落下帷幕，成就了实时10000人在线促销，接单8000单的辉煌战绩！未来，顶固会始终秉承“让您放心”的企业理念，将一如既往的为所有的终端业主带来更好的产品与服务！



广东质检院“一站式”服务走进顶固，高度评价顶固“三新”

5月21日，广东质检院“进企业、解难题、促发展”的“一站式”综合服务走进顶固。广东省质检院副院长唐穗平为首的专家访问团在顶固首席营销官汪光武先生的陪同下对顶固的质量工作进行深入了解，对于顶固在顺应行业发展大势，严格遵守并不断提升行业标准所做出的巨大贡献给予了充分的肯定，并对顶固提出的“新标准”“新技术”“新材料”做出高度评价。



合作·共赢，2018年度顶固供应商年会盛大召开

6月1日，以“合作·共赢”为主题的2018年度顶固供应商年会在阜沙国贸酒店盛大召开，顶固公司董事长林新达先生、首席营销官汪光武先生、五金事业部总经理陈有斌先生与来自全国各地的80多家供应商共120多名代表齐聚一堂，一起回顾2017、展望2018，并为2017年作出突出贡献的供应商颁奖。2018年，顶固人将不忘初心，携手共同开启新一年的征途，为顶固的未来再造辉煌！



强强联手顶固牵手德硅·雷诺丽特打造世界级产品

6月20日，顶固与世界环保装饰膜领导者德硅·雷诺丽特在德国沃尔姆斯总部正式就高品质环保装饰膜以及相关产品的研发和生产展开了全面深化战略合作，顶固集创家居首席营销官汪光武、德硅·雷诺丽特CEO米歇尔·坤德以及德硅集团股份有限公司总裁杨永峰分别代表三方签署战略合作协议。顶固与雷诺丽特的合作，必定能够促进、推动中国定制家具产品的升级与行业进步，打造全球健康定制生活方式。



顶固“6·23顶固健康定制——嗨购世界杯”全国热点营销活动圆满收官

6月23日，顶固“6·23顶固健康定制——嗨购世界杯”全国热点营销活动圆满收官，此次“6·23顶固健康定制节”抓住了世界杯的热点，在全国范围内掀起了轰轰烈烈的一场营销活动，嗨购世界杯火爆全国，让更多的人对顶固健康定制的理念有了更强烈的认同感！



“定义中国高端定制”顶固全屋定制品牌升级研讨会隆重召开

7月7日，顶固全屋定制品牌战略升级研讨会在中山温泉酒店隆重召开，顶固首席营销官汪光武先生携全体衣柜事业部高管莅临此次会议，与来自全国各地的经销商们欢聚一堂，凝聚共识，规划未来，为将来顶固全屋定制品牌再攀高峰去谋篇布局，以新品价值迎战未来，相信顶固在大家的努力下将再创辉煌与奇迹。



顶固携“三新”宝剑再站第二届中国建博会

7月8-11日，第二届中国建博会在广州琶洲火热开展，顶固携“三新”策略“新”势来袭，再站亚洲建材第一展，参展面积达600多平方米，重金打造的高光、极简系列产品一经亮相，便给观展人带来一种全新的视觉体验，五金智能产品也给客户提供了良好的体验感，这个夏天，顶固必将给行业带来一股“新”风。

顶固汪光武：

起步与世界同步

顶固定义中国高端定制



全屋定制行业逐渐进入下半场，各大品牌如何角逐市场？拼什么？价格、产能、设计……？2018，“危”“机”并存，面临严峻的市场形势，顶固以新品价值赢战未来，在“新品、新店、新策略”三新战略指导下，在行业率先实行材料变革，自主原创数大系列新品，致力于打造世界级产品。据顶固公司首席营销官汪光武先生介绍，这几年的顶固在定制家居方面依在不断夯实基础，往更高更好在发力。



国际合作，打造世界级产品

为打造世界级顶尖产品，顶固潜心研发新品，先后与德国瑞好REHAU（封边带与亚克力面板）、夏特schattdecor、百隆BLUM、萨丽奇SALICE、意胡ipan、卡西莫Cassimo等多家公司开展多方面的合作，引入德国、意大利的饰面纸、封边带、亚克力面板、LSB板材、多层实木复合板材等高端环保家具面材、板材，高端五金配件以及原创设计。

6月，顶固更与德国雷诺丽特、德硅集团在德国沃尔姆斯总部正式达成了战略合作，双方高层共同签定了战略合作协议。作为全球环保装饰膜的领导者，德国雷诺丽特PP膜被公认为当今国际顶尖的环保家具面材与装饰面材。顶固将PP膜与竹香板、稳态原木复合板等环保基材相结合，创造出了行业高品质环保家居精品。

专注高端衣柜
Focus on high-end wardrobe



定制2.0时代 定义中国高端定制

汪总在签约时提到，“定制2.0”升级时代，消费者的居住消费关键词将从“有房住”转变为“住得好”，将是居住环境的升级；定制家具最重要的是产品创新、品质提升而不是产量提升、成本控制，这为以创新、品质、环保作为主要竞争手段并领先行业，而不是以成本、价格领先行业的雷诺丽特与顶固，都意味着良好的市场环境；为双方今后的合作，提供了良好的市场环境。尤其是，在“定制2.0”时代，消费者开始不再一味关注低价，而把“环保安全”、“无异味”等放在了最重要的位置。

顶固领先一步，创造性地实现材料变革，研发出顶固竹香板衣柜、稳态原木复合柜，极大的发挥了环保基材优越的生态、环保特性。以竹代木，亲木而居，这将是定制家具基材的一次革命性升级。

顶固对标意大利顶级的家具设计与制造，率先在中国推出系列化的高光与轻奢极简风格定制家具，将雀眼、大红酸枝、黑檀、紫檀、树瘤、影木等名贵木皮及进口亚克力、水性PP膜等高档环保面材与极简风格相融合，结合意杨LSB板材、激光封边等高端基材与工艺，创造出了轻奢极简风格定制家具，视觉效果无与伦比，起步与世界同步。



自主原创精品 创健康环保新高度

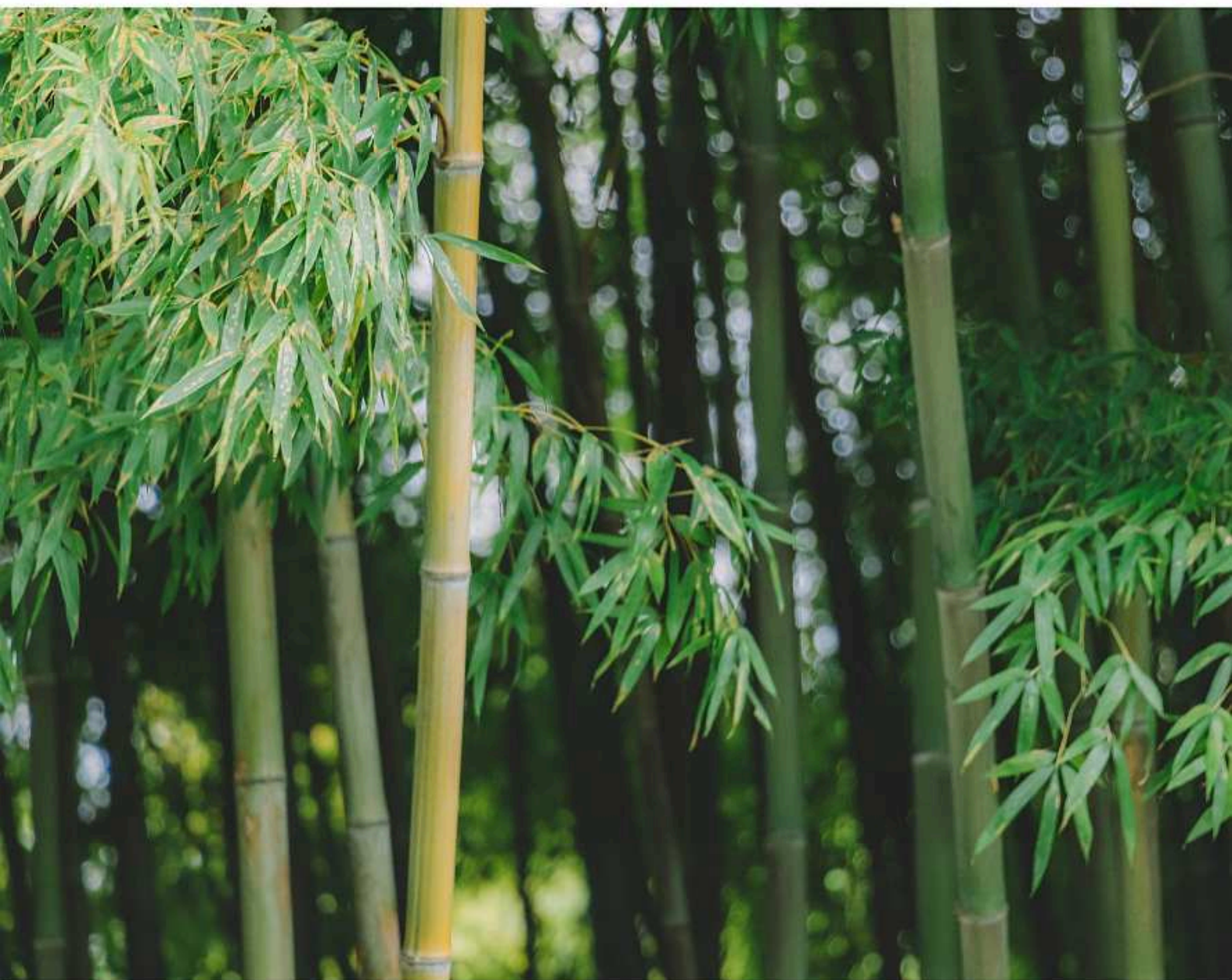
汪总介绍，顶固本着“原创精品”的产品与企业定位，还是一家在中国定制行业最具创新意识与创新能力的企业，拥有的专利数量远远领先所有竞争对手。截止目前拥有专利400多项，其中发明专利20多项，荣获国家高新技术企业、中国环境标志产品认证、衣柜十佳品牌、中国家居产品百强品牌、衣柜专委会执行会长单位等荣誉。

从制造到质造，顶固始终保持自主创新力和开放引流的精神，引进吸收国外一流的优质资源，将更多环保的家装材料和先进的设计理念引入中国，不断夯实研发实力，以创新、品质、环保作为主要竞争手段，共创行业健康环保新高度。

对于顶固而言，汪总表示会始终坚守董事长林新达先生的原则：我们可以不做行业第一，但是我们一定要做行业最优秀的产品、最有责任感的企业。“如果因为坚持这样一个信念，而不能让顶固成为规模最大，我们也不会在乎，因为我们心中有一种必须坚守的价值观。”汪总说。这是顶固在战略思想上异于大多数企业的地方，但也是一个优秀企业持续做强做大必须具备的核心要素。

森临竹境 大爱之美

The Beauty of Love



恩格斯说过：
我们不要过分陶醉于人类对自然界的胜利，
对于每一次这样的胜利，
自然界都要对我们进行报复。

追溯到帝禹山河图，距今四五千年前，包括黄河流域在内的大部分地区，森林茂密，绿浪滚滚。有史记载，那时中国的森林覆盖率是64%。尤其是东南半壁的丘陵地带，森林覆盖率高达80%以上。经过数千年民间樵采，国家砍伐，毁林耕种，战火频烧，到1949年，全国森林覆盖率只有8.6%。曾经分布均匀的森林，也仅集中到了东北大小兴安岭和长白山区，西南横断山区和喜马拉雅山南麓，以及东南部的丘陵地带这三大区域。

汪光武，广东顶固集创家居股份有限公司首席营销官，同时也是生态经营与生态消费理念的倡导者与狂热的野鸟生态摄影爱好者。他摄影足迹遍布中国大江南北及东南各地，自2010年来拍摄了上十万幅中国及东南亚地区的珍稀野鸟生态图片，也同时记录下了因为森林减少，许多珍稀鸟类面临无家可归的困境。

森林是万千物种的生命家园，也是地球所有生命的保护神。失去了森林的庇护，栖息在森林中的那些野生动物的命运不难想象，而人类也不可能不受到牵连。半个世纪以来，中国人口从6亿多增长到14亿，累计消耗森林资源，达86亿立方米。森林为国家建设和发展做出了难以估量的贡献，也为此付出了巨大的牺牲。

一场春雨过后，竹笋破土而出，让我们注目到它优越的存在。我们惊喜发现，三十天后，竹子就会长成一株十几米高婀娜多姿的新竹，竹子比其它植物能多释放35%的氧气。你不会想到，几十颗这样的竹子，就能满足我们每一个人一天所需要的氧气！据研究发现，竹子是绿色植物中吸收二氧化碳的高手，每公顷毛竹每年净固定二氧化碳量为24吨。相当于10个中国家庭一年生活释放的二氧化碳量。

竹子在世界森林资源中占有相当重要的地位，被誉为“第二森林”；全球森林面积急剧下降，而竹材由于其快速生长特性，竹林面积却以每年3%的速度递增。中国是人均森林面积的“贫林国”，人均只有世界平均水平的1/5，但却拥有全球最丰富的竹林资源，竹林面积占全球的1/4，是全球竹类资源的起源国与分布中心，被誉为“竹子王国”。

作为生态经营与生态消费理念的倡导者，顶固集创家居汪总提出了“以竹代木”，用竹子为基材，配合环保型粘合剂形成的竹香板代替杂木颗粒板，将可以大大减少木材资源消耗，减少速生林的种植，有效避免因天然木材过度砍伐、速生林的过度种植而导致的土地贫瘠、水土流失、物种单一与物种灭绝等生态灾难。

据国家林业局普查，近三十年来我国森林资源一直持续稳步增长，森林覆盖率从之前的16%增加到现有的21.63%，但仍低于全球的31%的平均水平。我国仍然是一个缺林少绿、生态脆弱的国家。广大群众期盼山更绿水更清，环境更宜居，造林绿化、改善生态，任重道远。

顶固竹香板以竹代木的产品研发思路和技术，如果能扩大到整个家居板材行业，将大幅减少树木的砍伐使用，相当于每5年为国家再造一个大兴安岭，是利国利民的重大产业发展方向。

以竹代木，走生态经营与生态消费的可持续发展的道路，让森林成为了人类生命的依托，不久的将来，森林通过休养生息，日益恢复它的生机与活力，将为我们呈现出一个物种多样，生态平衡的新家园。

田宗曦：90后的匠心精神 | 人物·榜样

After the 90 spirit of originality

文/衣柜市场营销中心 刘琳

编者按：一辈子，总是还得让一些善意执念推着往前，我们因此能愿意去听从内心的安排，专注做点东西，至少对得起光阴岁月，其他的就留给时间去说吧。





2018年顶固年会座无虚席，优秀员工是年会一大亮点，大屏幕上开始展示一系列优秀员工格言，有一条获奖格言引起了小编的注意：愿与公司同奋斗，共卓越。这就是顶固衣柜工艺部90后工程师田宗麟的座右铭。

今年是小田来顶固的第四个年头了，前两年干拆单，后来转职做了工艺工程师。“关于在顶固的四年里面，感觉自己是非常LUCK的”小田开玩笑说到。

从心出发，我的匠心精神1.0

小田刚来顶固做拆单的时候，由于工作刚刚上手，经常出错，“担心被骂而心里很心虚”小田一句话总结了当时的心情。但是顶固的前辈总是耐心的带他、帮助他，让他喜爱上了这份工作，喜欢上了顶固这个友爱的平台。抱着一颗感恩的心，小田更加努力地学习与工作，验证了：如今优秀的他，始于这颗谦卑、感恩的心。

下单组工作的两年里，是小田奠定基础的时期。两年间，下单组从原来的手工拆单到数据模型拆单、从原来一个人包揽所有拆单工序到将拆单分解几个步骤专人处理，小田作为第一批人员参与变革当中。“在变革中我学习到了很多东西：详尽的产品体系、完整的加工流程和初步的工艺变化规律。”

小编问到最让你记忆犹新的什么工作内容呢？小田回答道：最让我记忆犹新的是合格率，什么是合格率呢？是投诉？是制成异常？这些都属于但又不全是，因为合格率是核算的重要指标，我曾经为了提高指标想尽一切办法，有效果但还是达不到自己的预期目标，而且很累。我渐渐陷入了一个恶性循环，突然有一天，我看见小米手机的视频，小米手机的外壳为了一个圆弧角需要打磨多道才能满足产品的要求，真乃匠心品质。打磨、匠心、品质……我突然领悟了什么，我们的产品和小米手机其实没什么区别，打磨就是提高合格率最好的办法，

品质就是合格率。我之前的改进方法并没有错，唯独缺少了对匠心的领悟，如果说打磨是客观既定条件，那么匠心就是主观改善条件，品质就是结合二者而生输出的成果。

致匠心精神2.0，至未来

经过两年在拆单部的沉淀，为获取更多新的知识、并将原有知识进行升华，小田来到了衣柜工艺部。“工艺部里面前辈都是精英，在工艺部的工作中跟着各位前辈学习我开阔了视野，提高了对各方面工艺的认知，增强了对工艺研究的深度。”小田如是说。

工艺部工作最大的特点就是围绕产品而展开各部门协作，工艺部严格意义来说是一个严肃的立法部门，所制定出来的文件是现有人机物法环的最优妥协的产物。所以需要考虑的面、需要落实的点，都需要在与各个部门沟通、协作中完成。由于属于众多环节中的一环，所输出的“产品”关乎整个系统的运作情况。

小田说在工艺部工作中最大的感悟是对产品的理解，因为产品是大到所有销售的部件，小到工作中的任务，皆为产品。“顶固，让您放心！”是最让他有感触的一句话，放心是对产品的放心，我们卖出去的衣柜、五金是若干个工作环节输出“产品”聚合而来，想要总体质量达标，首要保证自己的输出的“产品”达标，能够理直气壮的说我可以让后端工序放心，流程中各环节放心聚合为一个放心。

采访的最后小田又提到了小米雷总的一句话，因为这句话让这位90后工程师沉寂的心再一次萌动，他将这称之为理想吧！“在探索的道路上，不断投入、不断努力、不断突破，哪怕只提高百分之一，我们愿意多投入百分之百。”这真实反映了顶固90后的想法，也展示出了每一位顶固人精益求精的永恒追求。

差异营销 精准突破 决胜广州

广州顶固邓远平先生专访

文 / 衣柜市场策略中心 洪伟



从2015年开始，广州顶固历经三年的商战拼杀，邓远平邓总一路披荆斩棘、过关斩将，一步步打开了繁盛的广州地区的定制家居市场，用过硬的产品、贴心的服务赢得了新老客户的信任，在广州定制家居行业占得一席之地，令行内刮目相看。今天，我们有幸请到了广州顶固邓总来进行营销策略分享的采访，让我们一起来听听他这一路走来的商战历程。



Q：邓总您好，很高兴您能接受我们的采访。从2015年开始，短短三年内您就创造了广州顶固营销新局面，让人敬佩不已，可以分享您与顶固之间的发展故事吗？

邓总：你好，其实说起与顶固的渊源可以从2012年开始，当时作为广州第一建材家居联盟执行会长的我就开始和广州顶固进行深入合作。2014年9月开始，经历了18轮的全方位沟通后，2015年5月1日正式接手顶固衣柜广州直营子公司，成为顶固衣柜大广州代理商。经过三年多的不懈努力和公司总部的大力支持，我们在努力发展成为公司核心经销商的同时，顶固全屋定制品牌在广州这个竞争惨烈的市场中也终于立稳了足。

Q：现在的定制家居市场竞争可谓是非常激烈，可以说说广州顶固全屋定制在广州这个市场目前的状况是如何的吗？

邓总：广州市场是全屋定制行业的品牌总部地，行业排名靠前的品牌绝大多数以公司直营的形式在广州设立营销总部，投入了大量的资源发展，竞争优势明显。作为为数不多经销商运营的广州顶固，凭借差异化的产品和营销定位，现在成功在激烈的市场竞争中占得了一席之地、树立了顶固高端品牌的形象和口碑。

Q：说到市场，听说邓总您提倡产品差异化的经营理念，那么在激烈的市场竞争中您是怎样去把控的呢？

邓总：产品的差异化是差异化战略的核心，我们广州顶固重点将产品差异化体现在：

- 1、产品材质的差异化，顶固独有的高性能环保产品竹香板以及稳态原木复合板材材质上乘，让我们在材质差异化方面全面超越竞争对手。
- 2、柜体结构以及五金的差异化，竹香板和稳态原木复合产品全面采用18MM背板，在产品品质上奠定了顶固作为高端品牌的基础。
- 3、设计和服务的差异化，推行有价值的而非免费的设计，有效区别了其他大众化品牌，增强了客户的高端体验。

Q：从2015年开始，这三年里您的优异成绩有目共睹，可以分享一下您在广州开拓市场的经验与事迹吗？

邓总：我认为高端品牌的营销应区别于大众化品牌，广州顶固在明确高端定制的品牌定位之后，采用了口碑营销和圈子营销的方法，对于符合顶固品牌定位的重点楼盘实行精准突破，例如这两年针对重点楼盘群居乐的高春山居就取得了非常好的效果，销售的主要产品均为稳态原木复合和竹香板，客单值都在10万元以上。

Q：据了解你们近两年取得非常好的销售业绩，这其中和你们的团队有怎样的关联呢？这样的团队，你们又是如何打造出来的呢？

邓总：差异化战略也离不开团队的差异化。从销售一线到设计团队再到售后安装团队，我们根据顶固产品的差异化重建销售思维，让团队的每一个成员从骨子里认可顶固作为高端品牌的价值，强调不和竞争对手比价格，敢于告诉客户我们的价格就是比竞争对手要略高的。经过一次次和客户的博弈，让团队建立了自信，从不敢向客户报高价到不愿意向客户报低价，让整个团队初步建立了作为高端定制品牌的底气和信心。

非常感谢邓总您的分享，让我们受益良多。相信在您的带领下广州顶固肯定会越来越好，在您和顶固众多经销商一起的努力之下，顶固也会越来越好。

产品、设计、服务的差异化加上精准突破，广州顶固邓远平先生的成功经验分享让我们知道了成功不是偶然，缜密规划、勇猛前进缺一不可。商场如战场，广州顶固能在短短三年里在众多大牌云集的品牌大本营广州站稳脚跟、开拓市场，离不开邓总的睿智领导、优秀团队的打造和高端产品的支撑，以及顶固总部对其产品设计和销售方案的支持和保障。相信在邓总的带领及总部对经销商的支持指导下，广州顶固能勇往直前、再创佳绩！

一路耕耘，一路收获

专访顶固安全门锁经销商 郭仲年先生

文 / 五金品牌管理部 卢德芳



这样一个人，他自2005年，就紧紧追随着顶固集创家居发展的步伐，历经13年的风霜雨雪，一路披荆斩棘，使顶固品牌在常德市场深入人心。他是顶固集创家居在外开疆拓土的猛将，顶固集创家居优秀经销商“2017年度银象奖”得主，众人眼中的人生赢家，他就是顶固安全门锁在常德的总代理郭仲年先生。今天，就让我们一起来聆听他的故事，探寻他成功背后的秘诀。

加盟顶固，梦想的起点

时光的镜头拉到了2005年，顶固集创家居作为一股中坚力量在五金行业冉冉升起。那时的郭仲年先生看中了五金行业巨大的市场前景，立志要在五金这个领域里闯出一片属于自己的天地。经过长时间的市场走访和调研，多方面因素的综合考虑，当郭仲年先生接触到顶固这个品牌时，不由得眼前一亮，其“以细节成就品质”的理念，以及“顶固，让您放心”的宗旨，不正是消费者所追求的好产品与好服务的“双剑合璧”吗？于是，郭仲年先生选择了加盟顶固，并把它当成一项事业来做。

多渠道建设，品牌化服务

在湖南常德，行业竞争对手可谓是藏龙卧虎，郭仲年先生是如何

把顶固品牌在当地市场做到深入人心的呢？

郭仲年先生回忆道：“当时抱着一颗‘一定要做出点成绩来’的决心，慢慢地一步一个脚印，默默耕耘，一个个工地去推销，在和装修师傅的沟通中不断地学习、总结，让自己的业务范围和产品知识更加的广泛。经过长时间的积累，凡是装修方面有关五金的疑难杂症，很多装修师傅都会找上门来请教，就这样慢慢地让自己在这个行业有了一定的知名度，同时也让‘顶固’这个品牌深入到每一位装修师傅的心中。这其中虽然有辛酸，但是看到顶固这个品牌被整个行业所认可的时候，觉得所有的付出都是值得的”。

随着产品的同质化越来越严重，竞争异常激烈，除了做好产品外，郭仲年先生的注意力开始向市场的真正主人——客户转移，以服务取胜。“凡是进店的客户，不管消费多少，我们都会建立详细的‘客户档案’，所以不管过了多久，只要他再次来到门店，我们都可以查询到有关他的信息，进而给他推荐合适的产品”，郭仲年先生分享道，他正是用这种方式去深刻地认识和了解顾客，在后续的客户维护中做到更有个性化的服务，所以老客户越来越多，而且很多老客户都主动为顶固品牌的产品做代言，形成口碑传播，完成产品的自我销售。



“这是一个合作共赢的时代，单靠一个人单打独斗是很难成气候的，所以我们经常会参加当地市场的异业联盟活动”，郭仲年先生介绍道，除了做好服务，维护好客户，郭仲年先生的品牌建设还延伸到异业联盟。“考虑到我们现在的产品多元化，我们可以利用顶固五金多年来的影响，去做好我们的智能五金，让更多的同行和装修师傅、设计师等相关人士都能了解到顶固这个品牌除了五金外，智能产品也做得很好。我们要把智能产品也做到家喻户晓，让每一位装上顶固智能锁、晾衣机的客户都觉得自己特有面子，这是我们常德顶固每位家人的共同使命。”也正是这样的强强联手，使得顶固品牌在常德当地的名气越来越大。

卓越团队管理，致胜的秘诀

在激烈的市场竞争下，郭仲年先生在常德市场的成绩有目共睹，更荣获了“2017年度银象奖”，成绩的背后，除了顶固品牌自身的竞争优势外，更离不开他团队的努力。

“我本着人性化的亲情式管理对待每位团队成员，但是没有规矩不成方圆，同时我也制定了严格的规章制度，每位团队成员都采用绩效考核制，成员之间的PK制，以促进每位家人的工作积极性和创造性。”说起团队建设，郭仲年先生脸上满是骄傲，这是他

事业成功背后的坚强后盾。

所谓“活到老学到老”，据悉，郭仲年先生经常参加各种培训课程，长期带领团队不断地学习，只要有好的培训课程，郭仲年先生都会安排团队成员进行有针对性的学习，并在学习的过程中不断地进行总结分享，凡是外出学习的团队成员，回来后也都会要求进行学习复训，不断地促进团队的共同成长，从而提升品牌的运营成果，助力攀登销售高峰。

一路耕耘，一路收获！郭仲年先生每年都带领团队冲锋陷阵，业绩名列前茅，令人称赞。我们知道，在常德这个市场，以郭仲年先生为代表的顶固安全门锁经销商，为了把顶固这个品牌做到深入人心，真的是付出了很多的时间和心血。尤其今年“顶固五金”重新定位“顶固安全门锁”，全新的品牌定位将迎来新的机遇和挑战，郭仲年先生表示会一如既往地跟着公司的步伐走，而对于未来，他也有着更宏伟的规划。在这里，我们祝愿郭仲年先生的事业越做越大，同时也祝愿常德顶固在未来的发展越来越好，创造更辉煌的成绩！

十年坚守， 初心依旧

文 | 门业市场部 郑慧君



采访对象：顶固门业溧阳店店长——张琴（江苏溧阳）

她在2008年加入溧阳顶固门业专卖店，入职成为一名顶固专卖店销售，一直工作至今已有十年，凭借优秀的销售能力，从店员到店长，从销售到独当一面的全能型人才，她就像盛开在一线市场上的玫瑰，绽放华彩。

本期，我们采访了溧阳顶固门业店店长张琴女士，讲述她与顶固十年的故事。

相遇即缘分，十年坚持下来并没有那么难

问：您在顶固工作有十年了，这非常不容易！人生能有几个十年，能在一个店里坚持十年之久，我相信您对顶固是有深刻的感情。那么能谈一谈您对顶固的这份感情，以及在这十年中是怎么坚持下来的？

我是在08年进入顶固工作，做一名普通的销售员。当时，整个装修市场客户还只认可木门，顶固生态门绝对是超前意识的室内门，但我从第一眼看到生态门，就喜欢上它了。不管是它极简的外观，材料品质，还是这种个性化的设计，生态门与实木门之间有着明显的区别和突出的优势。因为喜欢，所以我相信自己能卖好它。

当时，顶固在溧阳新建立门店，我一入职就是个新店，要打开一个新的市场，是需要付出很多努力，虽然市场上不缺乏意识超前的消费者，但如何让他们放心去使用和尝试，是我们突破的挑战。所以，起初我们做好每个订单，服务好每个客户，让他们在使用过程中亲身体会生态门的好处，同时我们会引导客户向身边的朋友推荐顶固。到现在为止，我们店里很多客户都是老客户返回来选购的，比如第二套房，还有老客户带单的，比如亲戚朋友家。我就觉得非常有成就感，有成就感才能坚持下去。

我始终相信，我对生态门的喜爱是有感染力的

问：多年来顶固门业溧阳店的年销量在全国一直位列前茅，作为溧阳店店长，您可以跟我们分享一下，您的一些销售技巧吗？

首先，我自己是顶固的销售人员，但同时也是顶固的用户。我家里面用的就是顶固生态门，对于这个产品，我有着最亲身的体验，以及来自心底的喜爱，那么在销售过程中，我把自己的亲身体会告诉客户。一些事情，亲身经历过说出来的感觉会不一样的，那是带着感情的，我相信我这份喜爱，也是一份感染力。

其实，生态门是一个比较前卫的产品，很多客户几乎没办法想象，它安装后的效果是什么样的，所以他们心里有一道坎，不愿意迈过去就继续选回普通的木门款式。那么，我们会在平常收集积累一些好的家装效果图，设计师设计的带有生态门的图片，或者是一些优秀的家装案例实拍图，打开给客户看，让客户更直观的去感受到。当然，有必要的时候也会带客户去实际工地上看，这样更能感受到产品的效果。

最重要的是，我们会把服务做到位，因为生态门对墙体、尺寸各方面要求都比较高，而且前期量尺工作做到



位，后期可以省去很多产品售后问题，可以提升客户满意度。所以，我会花更多时间在前期，到客户家再三确认尺寸，做到不放过一个细节问题，然后才下单给工厂。亡羊补牢，不如防患未然，万无一失，对吧？

问：现在溧阳店正根据最新的SI进行专卖店重装，对于新的店面，有没有很期待呢？那么，未来自己有计划在哪些方面进行自我提升吗？

随着市场的风格变化，近几年开始，逐渐进入70/80，甚至90后为目标的装修主体，他们更喜欢简洁的装修风格。这一个发展趋势是非常有利于我们的，而且在溧阳这个市场，我们有前几年在业主那里打下的良好口碑，所以，我非常有信心能够做的更好。现在，我们溧阳店也在进行店面装修升级，新的店面不再仅仅是生态门，而是全屋内门定制的设计概念，原先老式的店面样品已经满足不了当前客户对新颖事物的追求。我相信新店会更好，因为门墙一体装出来的家装效果，是真的很好看，很大气。

而我对自己的要求是，多关注、多学习全屋搭配的方案，找到这种全屋的感觉，结合公司现在的门墙一体化进行销售，这样我们的单值就增加很多了，同时也能给客户提供更专业、更专业的全屋方案。



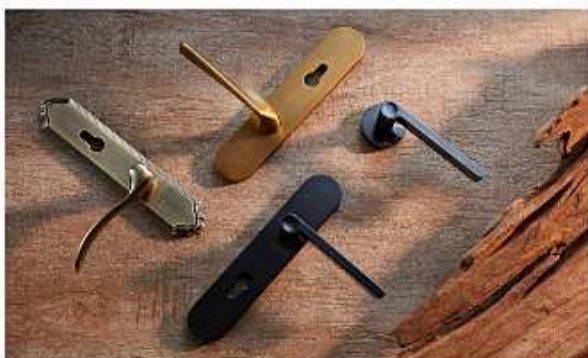
【十周年焕新，以爱之名，携手同行】

顶固天猫旗舰店十周年：以爱之名，携手同行

Tenth Anniversary of Tmall Flagship Store

文 / 五金品牌管理部 朱凯

不知不觉，2018年已过半，光阴似箭，岁月如梭，时间被完整分割，一半已留在618年中大促，一半还期望在双11猫晚狂欢。2018年，顶固五金天猫旗舰店迎来了十周年店庆，日日夜夜，一路走来，感谢数万忠实粉丝给予的黄金十年。十年前，顶固五金以敏锐的市场眼光和果然的魄力，进入高速发展的电商领域，并成长迅速。十年之间，顶固五金以优质的产品品质和完善的购物体验，赢得广大新老顾客的无数赞誉。



【一站式购物，洞悉消费者选购门锁的驱动】



【十周年，粉丝福利季】

十周年焕新，以爱之名，携手同行

7月6日，中国·中山利和希尔顿酒店，在行业人士、权威专家、安全检测机构，地产商、酒店、门厂配套企业以及广大终端消费者的见证和关注下，顶固集创家居对外隆重发布了“顶固安全门锁”这一品牌形象，正式从顶固五金转变为顶固安全门锁，全面换上新LOGO和“为爱坚守”的新宣传语。此次，重新定位为顶固安全门锁的战略转变，顶固安全门锁从市场和用户角度出发，对品牌未来发展的关键命题给出了答案，也给客户带来更高端的服务体验。

通过线上全网调查、线下实地调研，受访者普遍将“防盗”作为他们对门锁及家居安全首要功能需求。深入调研后发现，受访者对理想家的构想上，门锁越来越受到消费者的关注，对门锁需求也不仅仅限于防盗的功能。随着消费者对品质家居生活更高的要求，智能便利开启、应急逃生、防火、静音等需求体验受到了越来越多受访者的关注。

以重新定位为起点，聚焦于消费者在购买门锁上需求的升级，顶固安全门锁为消费者提供一站式线上线下购物体验，为消费者布置出理想的家。

一站式购物，洞悉消费者选购门锁的驱动

重新定位于顶固安全门锁，顶固集创家居在原有产品线不变、品质升级的基础上，聚焦门锁，针对门锁在家居生活上不同功能需求，顶固安全门锁拥有多功能、风格不一的产品，满足不同消费者在家居生活对门锁的需求。在产品设计上，围绕年轻消费者的风格喜好推出了多款简约、中式和静音系列的门锁，在功能设计上，以便利开启、防夹防撞、抗菌、防火、超强防盗等满足居家生活中不同人群的个性化需求。

从选购到安装，每一个环节的体验，顶固安全门锁都贴

心为消费者考虑，让消费者能以轻松便捷的方式，营造自己理想的家。浏览顶固旗舰店，你会发现在顶固旗舰店完全能够实现一站式购买所有家装五金产品。而就单一产品品类来说，科技时尚的智能锁、智能晾衣机，欧式、新中式、简约门锁应有尽有，满足了年轻人的个性化的需求，真正做到“买五金产品上顶固五金就够了”。

顶固安全门锁在探索新的品牌定位过程中，从市场和消费者角度出发，立足自身优势，抢占行业竞争的制高点。过去十年，顶固与消费者一起实现了门锁产品购买方式的改变，未来，顶固将以安全、品质、科技的形象，为新一代人提供更加安全时尚的家居生活方式。

十周年，粉丝福利季

正逢十周年店庆之际，顶固五金重新定位顶固安全门锁，品牌焕新邀请钜惠品鉴。顶固安全门锁与粉丝们一起以爱之名，携手同行，体验匠心之作的顶固产品，感受全新购物体验。

十周年，顶固天猫旗舰店在此为新老粉丝准备了一波接一波的超级福利季，从618年中大促，到“狂暑季，夏日大放价”，从中秋国庆双抢节，到双十一狂欢、年终大促，顶固陪你狂嗨下半年。

十周年粉丝福利季期间，顶固天猫旗舰店陆续上样多款顶固安全门锁产品、优惠安全门锁套餐、卫浴五金套餐、家具五金套餐等，同时十周年福利季活动也同步开启，20至1000元额度不等的门店优惠券，领券下单即用。十周年，来顶固天猫旗舰店，定不会让你无功而返。顶固天猫旗舰店十周年，我们不仅期望于用一轮轮实惠到家福利回馈新老消费者，更期望于与所有的新老消费者一起焕新出发，以爱之名，携手同行，为爱坚守，回家安全。

家装顾问： 如何提升 老客户转介绍率？

Home
Improvement
Consultant

“开发十个新客户，不如维护一个老客户”。老顾客的转介绍率对企业业绩提升具有非常重要的作用，因为口碑的力量，往往会带来连锁反应与利润成倍数的增加。所以我们要重视老客户服务与维护，并提升老客户转介绍率。

一、让客户转介绍的3个最佳时机

1. 当客户作出购买你的产品的时候。
2. 你为客户做了一些事情，客户对此表示感谢或赞赏之时。
3. 你的产品和服务得到客户认可之时，就可以向顾客提出转介绍要求。

【经典话术】

感谢您信任本店，像您这样的成功人士，周围一定有不少的朋友，也需要我们的产品，如果有请您帮我做引荐，您放心，如果他不愿意买，我一定不会勉强他的，您看怎么样？

二、做好客户转介绍的4个注意事项

1. 服务比客户预期的还要好一点，诚挚地为顾客服务，顾客满意了才愿意给你介绍。
2. 要让客户对你的产品和服务价值了解多一点，这样客户转介绍出去的价值也会更多，成功率也会高很多。
3. 让客户在转介绍中得到的利益多一点，拟订顾客服务计划。设计一个回馈客户的方案，是吸引更多客户转介绍的好方法。
4. 不要轻视顾客人脉的力量，不以顾客消费多少论价值。诚挚地为顾客服务，并且坚信得到转介绍是理所当然的事。

三、4种不同类型客户的应对策略

第一种客户：不要任何好处，就给你转介绍

这种客户很喜欢出风头，好表现自己，喜欢荣誉，那我们就抓住每次机会让他好好的表现一下自己，比如公司开产品说明会的时候，让他上台讲几句话，然后给他颁个荣誉奖等等，多给他表现的机会，让他尽兴。但这种很忘我的客户是很少的，你如果遇到这种客户就太幸运了，这就是所谓的黄金客户。

第二种客户：很现实，要金钱上的好处

很直接的跟他谈怎么给他好处，只要你的条件让他满意，他在利益的诱惑下是很卖力的给你转介绍，同质量不比第一类客户差。其实现实中这类人很多，就怕他不和你明确提出来要好处，也不给你介绍新客户，有一部分人会主动跟你提出要好处，那就好好的把握好，让他满意，这样你的工作就轻松多了。

第三种客户：既不要荣誉也不要金钱

这类客户给你介绍量不大，不是很用心给你介绍新客户的，他一定有事需要你帮忙，可能成功介绍几个客户后，就会婉转告诉你，他有什么困难一直没解决，希望你能帮他个忙。你如果拒绝或者说你办不了这件事，他可能就跟你翻脸，你如果把他要你帮他做的事做的令他很满意，那么他会记住你、感激你，他以后会一直跟你保持这种关系，只要你维持好这种关系，他会一直给你转介绍的，尽管量不大。

第四种客户：什么要求都没有，单纯和你交朋友

他给你转介绍，纯粹是出于朋友之间的关系给你帮忙，他不会专门给你转介绍，他就是遇到了看合适了才把这个人转介绍给你，遇到了就介绍，遇不到了就算了。这类客户你要好好的跟他处好关系，不要把他当客户，要把他当朋友。

四、加强后期维护，激活老客户

1、专人专岗，定期联络

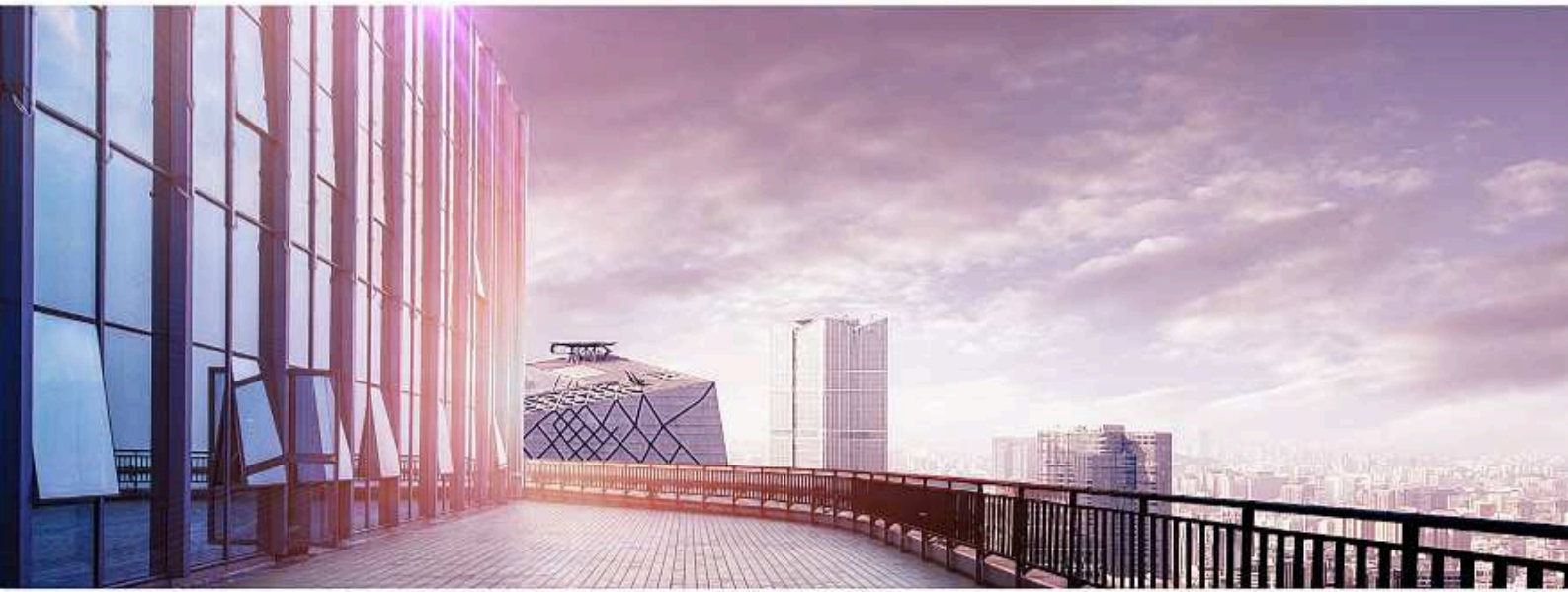
企业满意度是转介绍率的关键，因此需要专门的客服人员，但是在不少企业中客户服务“未尽其才”。

每位客户招聘进来，需要设置岗位责任书，将服务内容一一罗列出来，定期维护。主要职责内容如下：

(1) 建立好顾客档案

为了提升转介绍效果，分类是重要一环，这也是企业客户建档水平的高下区别。

●顾客档案内容：顾客的姓名、性别、爱好、性格、年龄、生日、家庭情况、职业、收入情况、联系电话。



●成交档案内容：装修物业地址、面积、结构、户型、楼龄、物业情况、装修价格、把这些资料建立好后，定期跟踪，一定很好用，而且一定非常有效。

(2) 保持联络

经常主动联络客户，让客户感觉到被尊重，同时让客户记住公司，并成为朋友，常见方法：

●赠送生日、节假日礼物。在顾客生日时候送上祝福，给客户意外惊喜。对于做中高端客户群的家居公司需要更细致的服务，比如在顾客生日同时也赠与其家人礼物，超出期望。对于大客户来说，其背后的人脉圈子广泛，业务量也惊人。所以，前期的客户建档一定要详细，分档也非常关键。

●邀请参加公司各种活动，如感恩年会、顾客联谊会、组织旅游等方式，赠送礼物同时巧妙让客户提供帮助转介绍，都不失为非常有效的方式。

●刊物赠送。定期赠送企业刊物，让客户见证企业的成长，不断增强对企业的信赖感，无形中增加了对公司的持续关注度，让客户人际圈有业务需求时候，第一个想到的就是自己。所以转介绍最高境界就是：让客户习惯我们的服务。

2、持续关注，跟踪服务

售后服务是老顾客转介绍重要因素，我们除了提供常规的日常维护，更需要增加“超值”回报。比如装修完工后，每年为客户提供定期的“体检”，提供免费相关服务，如整体家居的卫生服务、免费安装检测仪等等。

在目前市场情况下，在部分客户中重复置业情况比较普遍，所以客服专员一定要定期跟踪，了解客户

的一些进展，通过电话哦、上门拜访、活动邀约等形式主动询问客户情况，并做好相应跟进。

五、成功案例分享

【案例1】某家居品牌门店顾客回头率达到79%

该企业不仅家居产品好，销售人员态度也很好，更重要的是凡是在该家居门店购买产品的顾客都会得到一张精美的卡片，卡片上有一句祝福的话，员工会在卡片台头处签上顾客的名字，落款处签上员工自己的名字和联系电话，那么顾客下一次来店里购买家具时，只要拿出卡片就可以获得折扣优惠。

【案例2】XX家居品牌门店老客户转介绍享3重礼

你是XX家居的忠实客户吗？你是否始终如一相信XX家居的品质？你是否每日都享受XX家居为您营造优雅、舒适的温馨生活。那么请您邀请您的朋友，感受XX家居与众不同的之处。为了感谢您长久以来对我们的支持，凡XX家居的老客户介绍新客户成功购买，均有好礼相送！一重礼：200元礼品券；二重礼：6折购家具一套；三重礼：赠送一日游一次。

【案例3】交换客户的短信范例

尊敬的吴总：您好！由于您是A品牌家居的老客户，我们B品牌为您推出购B品牌特别优惠活动（仅限A品牌老客户），因为这是我和A品牌的联合营销。若您有意向可致电：XXXXXX，B品牌期待您的光临！

（免责声明：本文为转载，对于本文内容我们致力于保护原作者版权，转载仅为更好地传播信息，如涉及侵权，请尽快与我们联系删除）

顶固集创：公益永不止步 用爱赢得尊敬

Public welfare never stops winning respect with love

文 / 衣柜市场策略中心 刘珺

熟悉商业史的人都认同一个观点，一位有责任感的企业家，不仅仅能经营好一家公司，更重要的是，能平衡社会责任与财富的关系。



顶固以新品价值赢战未来，在“新品、新店、新策略”三新战略指导下，在行业率先实行材料变革，自主原创数大系列新品，致力于打造世界级产品，在市场上成为一家受欢迎的企业。

并且持续对社会公益以及扶贫投入，践行“每年捐建或修葺一所学校”的承诺。十年时间，顶固公司董事长、顶固义工团团长林新达先生带领顶固义工们为数千偏远地区的孩子点燃了求学之光，让大山里的凤凰有机会从这里展翅高飞。正是因为这种承诺和不计回报的投入，则让顶固公司成为一家受尊敬的企业。

一步一脚印 用爱赢得尊敬

赢得尊敬并不容易。特别是那一段段不好走的山路，那一份份孩子们炽热的真情。

2008年初，顶固创始人林新达在一次考察时来到云南镇雄一间名为“齐心院子”的小学，当他看到摇摇欲坠的校舍，看到孩子们淳朴的目光时陷入了沉思。于是，林新达决定动员各方力量，牵头为孩子们建一所新的学校，让孩子们和老师们能够在更安全、更良好的环境中学习和工作。当地政府部门当即表示愿意支持。随后，林新达立即联合顶固全国经销商的力量，发起了手拉手献爱心活动，募集资金。2008年汶川大地震之前，新学校已经竣工。5月12号当天下午，林新达接到了学校校长和当地教育局局长的电话，他们代表学校师生表示感激，表示如果没有顶固的希望小学，300多个师生的安全难以得到保障。自此，顶固人开始坚定的执行“感恩、利他”的公益理念，在公益路上一直向前。

“这样的环境下，孩子们连最基本的安全都难以得到保障。”林新达在一次义工活动中说。但即便在这样的环境下，孩子们那种对知识的渴望却丝毫未减，这对他触动很深。

从云南到陕西 顶固践行公益

林新达表示公益是顶固集创新时期的重要工作，要像做产品一样做公益。从2008年开始，顶固集创先后在医疗服务、体育事业、养老托幼、捐资助学等领域展开公益事业。尤其在公益助学方面，顶固集创更为关心贫困地区孩子们的学习和成长，2008年至今的十年间，公司在云南、贵州、青海、河南、江西、甘肃、湖南、四川、陕西共计捐建了9所希望小学，为家居建材行业乃至中国民营企业树立了典范。

这些亮眼的成果，无不折射出顶固在扶贫工作中的实干精神。而有温度的实干，林新达说到“我希望顶固的爱心捐赠能够成为一个触发点，通过顶固的每次行动，能有更多的相关部门及爱心人士参与进来，让每一个孩子的受教育机会得到保障，让他们感受到来自社会各界的关爱。”

未来爱心路期待你加入

未来顶固的爱心之路还很长。在全社会范围内，顶固希望能够集结更多的力量，把这项爱心公益推广至更大范围。林总始终认为，无论何时何地，爱心都不应缺席，顶固公益将一路前行，永不止步。

2018年，顶固手拉手爱心助学计划将进行第十所希望小学的选址与捐建，秉承扶贫济困、爱心助学的原则，现在全国范围内征集顶固第十所希望小学的站点，让我们一起手拉手、心连心，将爱心进行到底。

“现代管理学之父”彼得·德鲁克说，组织的本质是利他，是激发和释放每个个体的善意，是创造价值和为他人谋福祉。这和林总倡导的顶固核心价值观的精髓一脉相承。

英雄所见略同！

希 望

H O P E



顶固第八所希望小学落成典礼暨庆六一圆梦行圆满成功

Topstrong eighth hope primary school inauguration ceremony

文 / 衣柜市场策略中心 方宗彬

爱之花开放的地方，生命便能欣欣向荣。适逢六一即将来临之际，顶固义工团一行近50人，带着对孩子们满满的关怀走进大凉山。5月30日，顶固第八所希望小学落成典礼暨庆六一圆梦行在凉山州美姑县顺利举行。一座校区的从无到有，承载着的不仅仅是过去的努力，更多的是未来的希望，望着新教学楼前追逐打闹的稚嫩身影，还洋溢着朗朗笑声，在顶固义工暖心浇灌下，爱心之花化作朵朵索玛，扎根在大凉山上，迎风绽放。



人生是花，而爱是花蜜。5月30日，索玛绽放的大凉山中，随着飘飘细雨，顶固第八所希望小学落成典礼拉开了序幕。此次活动得到了社会各界的大力帮助与支持，四川省投资促进局党组成员、副局长易军先生、美姑县宣传部部长赫勇先生、美姑县教育和科技知识产权局副局长杨春云先生、广东顶固集创家居股份有限公司董事长林新达先生、顶固爱心大使郭清志先生、中山市浙江商会领导、顶固优秀经销商代表、顶固优秀供应商代表以及顶固子公司员工代表共同出席了此次盛典。

在三岗村乡亲父老及全体师生的期盼下，顶固第八所希望小学正式落成剪彩，顶固又一所学校满载希望，在热烈的剪彩仪式中扬帆起航。

自创立以来，顶固一直号召社会各界为了孩子们的未来捐资助学，此次落成典礼，中山市浙江商会也受到顶固邀请，为孩子们送来了进步的阶梯——书籍。赠的是图书，育的是希望，商会代表与学生代表共同上台完成了此次“书送希望”的捐赠仪式。

随后，在各队队长的带领下，顶固义工们将文具、本子、小象、保温杯等六一礼物分发给孩子们，孩子们井然有序的领取着自己的礼物。送出的是爱心，托起的是希望；看着孩子们拿到礼物后开心的笑容，义工们感到内心的充实。

六一是孩子们的节日，在主持人和老师们的组织下，顶固义工陪伴孩子们在爱心课堂中与孩子们积极互动，陪伴孩子们度过愉快的欢乐时光。分享是一座天平，你给予他人多少，他人便回报你多少。在陪伴孩子们的过程中，义工们也收获了满满的回忆和快乐。

会上，美姑县宣传部赫部长，顶固公司董事长，顶固爱心大使，四川省投资促进局副局长易军先生先后致

辞。随后四川省投资促进局易局长向顶固林新达董事长赠匾，同时感谢顶固对美姑县乃至四川省教育事业的贡献。

接着，台上领导嘉宾为孩子们颁发“圆梦索玛”励志奖学金，希望孩子们以后能够认真学习，努力拼搏，并在将来将顶固的这份爱心薪火相传，帮助更多需要帮助的人。

孩子的心敏感而纯真，对于叔叔阿姨对他们的爱，他们也以自己的实际行动去回馈，为叔叔阿姨呈现了几个精彩的小节目来感谢叔叔阿姨对他们无微不至的付出与关怀。

节目之余，各队队长带领着自己的队员们进行爱心走访，深入了解孩子们的生活环境和家庭状况。将顶固的爱心传递到孩子心里，把顶固的温暖送到贫困家庭中，不仅给贫困家庭带来了物质上的关怀，更给予了精神上的慰藉和鼓励，鼓励孩子们为梦想拼搏，走出大山，放飞梦想。

在顶固义工团最终的义工分享会上，义工们畅谈自己的收获与感悟，对与顶固“感恩、利他”的企业文化和爱心文化有了更深的认识和别样的体会，是他们人生道路上一笔宝贵的精神财富。

新公益时代正在到来。公益行为不只是捐点钱那么简单，不只是“创口贴”，也不只是一个企业的个体行为。它应该是能唤起公众的共同参与的行为。第八所希望小学的建成离不开社会各界的支持，顶固作为公益企业的代表在公益路上又迈出了新的一步。未来，顶固将不改初心，带着大家的希望与祝福，不断前行。

下一站，我们再见！

花絮 | 爱在顶固圆梦索玛

Anecdotes Love in Topstrong

文 / 衣柜市场营销中心 刘璐



1

“我们不能眼里只有钱，精神层面也应当有所提升，只有精神得到提升了，物质水平也才能随之得到提升。希望这场心灵之旅能够给大家的精神带来一定提升。”2016年9月8—10日，顶固义工团团长林新达先生在前往四川美姑为顶固第八所希望小学培土奠基时说到。时隔两年，2018年5月28—31日，顶固义工团一行近50人带着爱，长途跋涉，穿过泥泞、穿过云雾，再回到平均海拔3000米之上的大凉山腹地地带——美姑县，进行第八所三岗村顶固希望小学落成典礼暨庆六一圆梦行。

2

雨伞、儿童大礼包、文具、体育用品等已备齐，义工们早早开始装车，期待的爱心之旅即将启程。

3

顶固义工们在喊口号，这不仅仅是一次加油打气，这承载了一份沉甸甸的爱。

4

“家有三间大瓦房 不如一个成才郎”，可见村里对孩子教育的重视程度。

5

顶固义工团团长林新达先生陪孩子们一起度过欢乐的六一，童年本该如此无忧无虑。就像林总在落成典礼讲话中说到：爱心的本质永恒，孩子们心中最美好的记忆，一定是你给予的那份守护。

6

为了这个六一儿童节，孩子们很是期待，早早的起床化好了妆迎接顶固义工叔叔阿姨们的到来。活动当天，3000米的高山上下若滴管小雨，带着几分寒意。一不小心，孩子们的妆就花了，顶固义工团的阿姨们帮孩子们补妆，让每一名孩子带着美美的梦想度过愉快的六一。

坚持弘扬着“感恩、利他”的公益精神，
顶固义工团全员在顶固第八所希望小学落成典礼暨庆六一圆梦行过程中，
与孩子们融成集体，共同学习、共同玩耍、共同拥抱！
在这个过程中发生了一系列快乐、温暖的事情，
请跟随小小固的步伐往下看。



7

顶固义工袁家伶老师正在为孩子们进行的爱心课堂：《劝学》唐·颜真卿三更灯火五更鸡，正是男儿读书时。黑发不知勤学早，白首方悔读书迟。声声入耳的读书声，在大山里回荡，这首鼓励的诗词，鼓励着孩子们向上的心，更坚定了顶固义工团们的爱心步伐。



8

仅靠企业一方的力量是有限的；只有将社会最广泛的点滴之水汇聚才能真正形成浩荡的公益长河，公益只有融入各方力量，才能激发最大的能量。十年来，顶固依然坚持初心与经销商、供应商、消费者、媒体朋友们以及社会各界爱心人士同心而行、并肩努力，共同推动顶固手拉手爱心助学计划健康、可持续地发展。为更多的孩子带来帮助，我们也希望孩子们能在充满爱与希望的日子里，健康快乐的成长！



9

活动现场，义工们担心天气太冷让孩子们不要穿着演出服表演了，但孩子们渴望站上舞台，为大家表演排练已久的节目。那一刻，顶固义工们悄然泪下.....



10

领取到礼品的小朋友们很开心^_^



11

顶固义工陈涛老师写出如下感触：

喜闻校区落成礼，汇聚川蜀行千里。 感恩伴随人生路，点滴成河永相依。 车龙入山白云飞，牛羊闲步野草肥。 林深雨润路泥泞，望尽寒山无犬吠。 晕睡忽闻雅盘声，远来见客显拘谨。	身无彩服眸清澈，犹如璞玉觅知音。 家徒四壁心存善，鸡鸣耕犁暮牵牛。 不见山外与世绝，贫寒全国心无求。 高山明月照土房，男儿勤学志四方。 知足耽误少年梦，应逐雄鹰击皓苍。
--	--



12

“咔嚓”，时间定格在这一刻，希望小学师生以及顶固义工们同框。愿时光多做停留，因为在这里的每一个瞬间都将成为纪念，而顶固义工团也在每一所希望小学带爱前行、圆梦希望！

被您揍大的温柔乡

文 / 衣柜市场策略中心 李慧

小作便笺：有一种爱，不用表达便生根发芽

也许在大多数人的文字里或者描述里，妈妈都是一个温柔的、贤惠的样子。也有很多很温暖的歌曲歌颂着母亲，冷了，拥抱你给你温暖，饿了，给你做好吃的食物……这些好像在我的印象里都不曾发生过。惊讶，是吗？

我的母亲，他父亲是个军人，出生在西藏，据我母亲说，小时候几次都要被老天爷收走，在那个高原地带，物质缺乏的年代，能活下来，着实不容易！在这里感谢老天爷的大慈大悲，不然就没有我今天在这里来唠嗑我那凶巴巴的母亲了！很多人看到我就会误认为：“哎呀，慧姐，你好温柔哦，说话声音那么好听，怎么可以那么温柔？”这个时候，我只能在心里默念：“请注意，保持你的形象。”

之所以称我母亲的父亲为“他”，是因为没有在我记事的时候见到过他，据我母亲说，我生下来不到一岁的时候，他父亲去我的老家看过她，而她硬生生的把他赶走了，而且是哭着走的。想象一下，我母亲有多么的“厉害”，亲生父亲都被他骂走了！是的，在我母亲一两岁的时候，他父亲退伍要回广东老家，而我外婆在跟着来到广东不到一年，就被她母亲给叫回家了，说太远，实在牵挂！因此，外婆就带着我母亲回到了她老家，给我母亲又找了一个后爸。但，母亲的童年是在她姥姥家度过的，她舅舅是搞教育的，基本都在他家度过，也一路考上了高中，并读完毕业！那个年代，能读完高中，应该比我们现在读完大学还要牛逼的一件事情。

无奈，外婆跟后外公又生了很多孩子，母亲可能是与生俱来的强势，对她的弟弟妹妹从来都不带客气的，要我带可以，但必须听话，不听话，对不起，揍你没商量！我三姨说，小时候被她大姐一拳打死过去过！我小姨说，我大姐最讨厌我真涕泪横流的样子。不过我母亲为那个家做了很多贡献，因为他爹邮寄了很多粮票给她，都被截留下来做贡献了，也在我母亲高中毕业之后，才看到他爹给她写的那一封封父亲思念女儿的信件。母亲说，那一封封信件，仿佛是用刀刀刻在心里的伤疤，疼啊！

母亲18岁时回去了原本应该是她老家的广东，他爹也再娶了老婆，生了两个儿子，母亲说实在想念外婆就毅然决然的回去了河南。后来参加剧团，她唱戏遇到了剧团里拉二胡的我父亲，我父亲和母亲的京剧和豫剧都唱的非常好。我小时候，一放学，父亲就会在教完我写作业之后，拿出二胡边拉边唱，可惜他不识谱。他俩的故事也很长，而且很曲折。据我母亲说，是因为我父亲的眼泪才把她娶到手的。而且我父亲貌似有很多姑娘喜欢，母亲为了某些什么不好说的理由（据说争口气），就嫁给了他。

然而我的爷爷，也是一个老红军，生出的孩子，也“好不到”哪里去。大伯、二伯都被我爷爷赶去当兵去了，唯独到了我父亲这里因为身高的原因没被征上，为此，爷爷还去骂了人家武装部的领导，也把公安局的领导骂了。爷爷的耳朵因为打仗的原因，震聋了，跟他说话得喊，而且还不一定能听清楚，所以，不管如何回话他都只管说自己的。我父亲说，原本我爷爷退伍回来是在公安局工作，因为一听到有责任田什么的，就辞职不干了！结果是，地里的活儿他基本没干过，都是我那瘦小的奶奶干的。哦，打住，我是写我母亲的。

母亲跟父亲结完婚，分了两间茅草屋，一旺而，一破。我记事的时候还是在茅草屋里住的，后来我奶奶的坚持买了宅基地建了新瓦房，但也还是两间房外加了一间小厨房，我就住在外面一间用房用帘子隔起来的地方，床旁边还放在屯起来的粮食。从小，我母亲说让我坐在门口看家，我就坐在那里哪儿都不去，因为只要她找不到我，是被喊回家的，一定会看到那双吓人的眼睛，和旁边随手都能拿到的劈柴棒子！先不问理由，揍完，她才会说：“说吧，你去哪儿了？”顿滴神啊，打都打完了，还说有啥用？

从小到大，没有我母亲的允许，我从来不敢在任何人家里吃东西，实在是很想吃很想吃，也不敢拿，记得有一次在邻居家玩，她家刚蒸完一锅红薯，热腾腾的，红心的，好甜的啊！邻居好热情的，也没忍住，刚接到手里，耳边神奇的响起了母亲的声音，在喊我啊！！于是，我扔下红薯就往外跑！这件事情，被邻居们传的我好“懂事”——全镇了最懂事的孩子！然而，这个名号好似被硬扣上来了



了，因为那都是怕我母亲所表现出来的，于是，我也就成了邻居嘴里“别人家的孩子”，可是我最羡慕的是“别人家的孩子”——有元兄弟姐妹、没有被自己的妈妈打骂。后来，妹妹的出生，母亲将注意力慢慢转移出去了一些。但是，成绩不好，照样打！跟别的小朋友闹别扭，先打了再问为什么闹别扭了，我现在也还是没有搞清楚，为啥总是先不问原因，先揍一顿再说！

也因为母亲的影响，从中学开始，我就开始不停的看各种书，高中三年不停的投稿，虽然大多数都是石沉大海，但还是有收获，那些年的《青年时代》《文摘》《读者》基本陪伴了我三年的高中生活。也因为看了很多书的原因，让我觉得离开才能飞的更高更远。后来考大学，我原本是报考了海南的一所大学，就是为了离家远点儿再远点儿！无奈还是在老家省会度过了大学时光。大学期间，给家里写信，母亲竟然会回信给我，也就是那个时候开始我才慢慢跟母亲有了些沟通。我清楚的记得，在我奶奶生病期间，在医院陪护，母亲第一次紧紧的搂住我跟我说：“人生无常，你奶奶该享福了却又生了病。”她眼圈泛红。

大学毕业，我又选择了离家较远的广东工作，在深圳一个月没有找到合适的工作，母亲说：回来吧，在老家也挺好。我明显感觉到了一种“爱”在我身体里流淌，也就是我正要去买火车票回家的时候，用人单位给了我录取电话的通知。后来遇到我现在的先生，母亲很不满意，当着我先生的面就用老家话说他的种种不是。我告诉她：“您女儿不是仙女，也不是富二代、官二代，凭什么一定会找您口中的十全十美的丈夫呢？”

“在我眼里，你就是最好的，我也要你找到最好的另一半！”说完她头也不回的夺门而出。

我还是跟我的先生结婚了，那天母亲跟着我们去到我先生的老家，真实的体验了一把“蜀道难”，在婚礼上，我还没有出声，她便泣不成声，哪怕是在舞台上，她也还是告诉我：“不能跟着回来四川啊，一定不要。”我也没忍住，哭的稀里哗啦。

我家宝宝出生之后一个月，爷爷奶奶便返程回了老家，我母亲便放弃工作风尘仆仆的过来跟我一起带了半年的孩子，宝宝一岁半的时候，从老家接回来，母亲又一次放弃工作在这里给我带了一年的孩子。宝宝三岁，母亲在中山给我带了一年半的孩子，由于父亲身体不太好，要在家盯着，无奈回了河南，我也不放心父亲一个人在家。

哪怕我现在已经成家，但我母亲只要一生气，我还是会大气都不敢出，还像当初的小女孩一样胆怯的不敢出声。可是，我却可以大胆向母亲表达我对她的爱，无论母亲节还是她的生日，我都会送去惊喜给她。时不时我还可以搂着母亲，撒个娇，母亲学会用微信之后，给我发微信都是用“宝贝”来称呼我，说看到我们长大成才了，她很开心。

影评 | 这才是真的《起跑线》

文 / 衣柜市场策略中心 刘川

人如果能一直抱着信仰而生活，就会对生活中的挫折一笑而过，这也是印度电影中特有的出现治愈的风格，使人们相信善良，去选择善良。

——题记



即使变成自己讨厌的人
也要让孩子获得最好的教育

对于影迷来说，印度电影一直是迷一般的存在。印度是一个神奇的国家，它有着极为丰厚的历史和宗教信仰，受到价值观的冲击，他的电影反映社会现状，容易让人产生共鸣和同情，并产生震撼的效果。

起跑线故事的主人公拉吉，年轻时候是裁缝店的学徒，后来凭借自己的努力，开了服装工作室，成为了事业有成的富商，他还有一个真心相爱的美貌妻子。他们的女儿到了该入学的年龄，这成了妻子心中的头等大事。尽管拉吉很舍不得一起生活的街坊四邻，但为了满足妻子的心愿，拉吉买了新房，一家人搬到了上层人士聚集的小区。初来乍到，拉吉夫妇知道融入“圈子”的重要性，所以他们常常邀请周边新邻居朋友聚会，看上去一团和气，但餐桌上夫妇二人不知道那些所谓的贵族就餐礼仪由此暴露了出身。周围来宾看似无意，脸上笑容却多了几分嘲讽。

搬家只是入学这场硬仗才刚刚开始。正如新闻所说，这不仅仅是孩子之间的竞争，更是家长们的比赛。因此夫妻俩带着孩子参加了专门的培训机构，进行从内到外的改造。尽管如此，他们依旧落榜了。原因很简单，不是因为他们的孩子不够优秀，而仅仅是学校认为孩子的父母没有受过良好的教育。看来想要跨越阶级只靠孩子的努力是不够的，因为这在出生就已注定。

学这场硬仗才刚刚开始。正如新闻所说，这不仅仅是孩子之间的竞争，更是家长们的比赛。因此夫妻俩带着孩子参加了专门的培训机构，进行从内到外的改造。尽管如此，他们依旧落榜了。原因很简单，不是因为他们的孩子不够优秀，而仅仅是学校认为孩子的父母没有受过良好的教育。看来想要跨越阶级只靠孩子的努力是不够的，因为这在出生就已注定。

主流的录取方式失败后，拉吉钻了空子，花钱投了假的贫困资料占用政府给贫困生的入学名额。可天不遂人愿，占用贫困生名额的事件被媒体曝光，今年招生的审核力度比以往更加严苛，为此拉吉一家只能真的搬到贫民窟，装成穷人，挨过考核期。

这期间，一对热心的邻居给了拉吉一家很大的帮助，他们单纯地以为拉吉一家是经历破产的“新贫”一代，不得已沦落至此。在欺骗过后，拉吉的孩子总算是录取

上了，而邻居家的孩子也报了贫困生却没有被录取，只能读设施破烂的公立学校。

内心的煎熬，让拉吉向校长坦白，要把他通过欺骗所占的名额还回去。可校长却更希望保持现状，让这件事情不了了之。拉吉知道自己没办法改变现状，于是在女儿的入学典礼上慷慨陈词，当众退学，并把孩子送进公立学校。

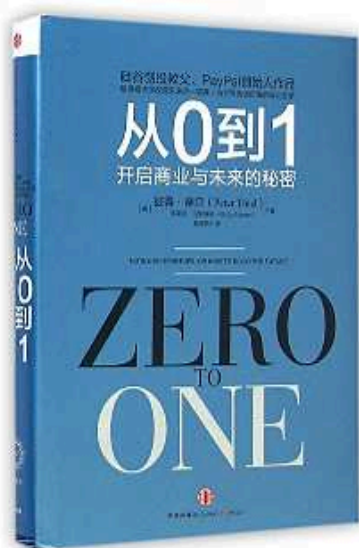
拉吉一家像是在进行一次阶级穿越之旅。但奇怪的是，无论是向上走还是向下流，他们一家都没办法真正融入别的阶级。这是一个很残酷的社会现状——阶级固化。精英的孩子是精英，穷人的孩子还是穷人。

想要打破这个桎梏，最有效的途径，就是通过教育。虽然在印度，每个人都有受教育的权利。可是能受到怎样的教育，却从一出生就决定了。上层人读精英学校，中等阶级读次一等的私立学校，下层人读公立学校。贫困生政策成了教育分化之间唯一的桥梁，但事实上呢，黑暗的教育产业链，让真正能享受到政策的孩子少之又少。而入学后高昂的附加费，又让想“幸运”入选的学生望而却步。就算顺利进入了学校，贫困生将面临的又是什么呢？无法融入同学们的圈子，被孤立，甚至被欺负。

种种的不公，使得社会的竞争机制形同虚设，进一步导致阶级固化，富者更富，穷者更穷，已然陷入了死循环……

一部电影的力量是有限的，《起跑线》所做的只能是呈现问题，却不可能去解决这一系列的社会矛盾。但这部电影的深度却并非仅仅是对印度现实社会问题的侃侃而谈，随着最后拉吉与米塔放弃了凭借欺骗所获得的学位，电影也发出了最为铿锵有力的声音！用不正当手段所获得的一切，最终也会影响孩子的行为，一流学府并不见得能教育出一流的人。对人性真善之美的回归，使电影营造了属于自己的内在纵深。

每一个孩子都需要有一条自己人生的起跑线，这条线的原点应该是每个孩子心中那弥足珍贵的真善，而作为大人所真正应该去做的，便是用自己的力量守护住这条真正的“起跑线”。



从 0 到 1： 开启商业与未来的秘密

文 / 衣恒市场策略中心 方景彬

《从0到1》对我来说是一个比较难读的读物，但这本书其实不算厚，260多页，若是耐着性子看的话大概2—4个小时应该就可以看完，之所以看这本书，是因为读到徐小平的一句人物评论：如果你发现路上所有的车都在违规逆行，那大概就是你自己开反了。而有一个人，他不仅一往无前、无所畏惧地逆向而行，还让路上所有其他车都困惑和怀疑是不是自己开反了，这个人就是：彼得·蒂尔。

《从0到1》的作者，彼得·蒂尔，他被誉为硅谷的天使，投资界的思想家。1998年创办PayPal并担任CEO，把电子商务带向一个全新的纪元。而“中国的PayPal——马云支付宝的创办还要在此之后等上6年。当然中国的支付宝无

佩服一个人的关键点就是他做到了你想要做到却无法做到的事，我是一个遵循常理的人，“叛逆”这种“高大上”的冠名词从未出现在我的生活，但正是因为这样的不同，我才极其欣赏诸如彼得这类人。正如彼得自己所说：两个阶级并不是因为差异而斗争，相反却是因为相似。《罗密欧与朱丽叶》悲剧诱因不正是因为开篇谈到的“两家人，同样的尊贵体面”我们可以看到的一个现象是：在班上第一名和第二名永远是敌人，但倒数第一名和第一名绝对可以畅聊一天。可见，真正引起冲突不是差异过大，而是太过于相似，对比实力悬殊的双方是不可能摩擦起战火的，只有力量均衡的彼此才是战争的导火索。

这是个很抽象的事实，而我想说的是从0到1也许像数学悖论一样复杂，也许就是你迈出那一步这么简单。

首先，我们都必须明白一个问题：

Chapter.01 从1到N和从0到1的区别？

彼得蒂尔说：人类历史的发展分成两种，一种叫做水平进步，一种叫做垂直进步。

什么是水平进步呢？水平进步就是从1到N，就好像我开了1家店，然后把它复制到100+，或者1000+。

什么是垂直进步呢？就是你以前没有店，你现在开了一家店，这是从无到有的过程，这个过程就叫做从0到1、垂直进步。

传统时代，成功企业的商业模式是一个从1到N的过程，也就是在现有的基础上，复制之前的经验，通过竞争不断扩大自己的市场影响力。而在互联网时代，成功的企业却是一个从无到有、从0到1创造市场的过程，要实现这个过程，必须规避竞争、建立垄断，可是，你了解垄断吗？

Chapter.02 垄断企业的谎言

作为搜索领域占比68%、年营业额500亿、净利润21%的谷歌，他经常跟别人说“我不是垄断企业，我赚的真的不多，我和索尼西门子苹果一样，都是科技公司，在这个行业里我只占0.24%，你不要来分割我。”

我们生活早已被微信、支付宝所垄断，但我们却并没有产生一种被剥削的反感，与之相反的，国内两大巨头“中石化和中石油”，却经常引得“民怨沸腾”，这是因为，

我们对垄断的理解，在逐渐发生变化。

静态社会，就是接近零和博弈的社会：这个社会资

源就这么多，你拿走了别人就没有了（比如石油和矿产资源），在这种情况下，你会发现零和博弈非常重要。动态社会是什么？动态社会的价值在于创造，当BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）在现有社会创造出巨大价值时，你会发现，他不仅赚到了自己应得的那部分，其他人也并没有因此损失什么。

当下的社会是动态的社会，在这个动态社会中，创造才是最重要的事，用资源去达成垄断，还是用客户达成垄断，这是一个分界线。

从0到1核心理念：我们要想做公司，就要做一家能达到垄断的公司，只有你有垄断的条件，你才有足够的利润空间，你才能保证足够的研发和创新，然后才能带来更多的竞争优势。或许有人会问如何打造垄断企业，孙子兵法有云：“知己知彼，百战不殆”，首先，你必须要了解垄断企业的特征，我称之为——垄断企业的四大法则。

Chapter.03 垄断企业四大法则

专利技术：你所创造的产品，相比过去的产品，至少应该有十倍以上的优势——支付宝微信和购物网站；

网络效应：可以通过互联网人带人的方式不断增加——FACEBOOK；

规模经济：如果只有两万人用谷歌，那谷歌将资不抵债、申请破产，但当全球一半的人都在用的时候，谷歌也就赚得盆满钵满，因为他的边际成本为0，也就是说，每增加一个用户或者减少一个用户，对成本是没有影响的，BAT全是这样；

品牌优势：迪士尼作为最具价值全球品牌之一，全年营收超500亿，电影却只占70亿，可正是这70亿创造出来的人物形象却为他们带来了无数的效益，当这些人形象再被使用的时候，他们的边际成本为0，所以迪士尼能够不断的扩大，成本越来越低。不仅迪士尼，其他包括苹果、谷歌、华为，这些品牌一定都会努力的打造自己的品牌。对他们来说，品牌才是一个边际成本为0的东西，未来的顶固同样如此。

这个世界上，没有品牌就没有定价权，没有品牌的人就只能永远面临挑战，直到你在竞争中将产品做到又好又便宜的时候，而将一个公司的产品做到又好又便宜的时候我们其实就离倒闭不远了，因为，我们根本没有利润空间了。

你没有垄断能力，你没有品牌，所以，注定要死掉。

符合这四个特征的，才能被称为垄断企业，垄断并不是一个可怕的词儿，而是我们追求的方向。

因此，在品牌为王的时代，打造边际成本为0的高端品牌经济，才是顶固的未来，也正是顶固一直以来的追求。

Chapter.04 延伸：从0到0.1

成功到底是靠运气，还是靠能力？只有浅薄的人相信运气和机遇，强者只相信因果。

这个世界上有两种法则，一种叫社会法则（我找关系，把事儿办了），一种叫做自然法则（我春天播种，不断呵护，秋天收获），人的一生当中社会法则偶尔会起到作用，但当我们的时间线足够长，我们会发现，起作用的永远是自然法则。

存其因必得其果，一个卓越企业的孕育在于这个企业的创新价值，创新的第一步是最困难的，

对于使命愿景驱动的企业，有两类典型：

一个是机会导向，知道客户在哪里，知道怎么切入，企业很快可以滚动起来，起步不难，挑战在于如何继续在浪尖领跑，未来长远的持续发展在哪里；

一个是能够找到想象未来，最大的困难是找不到切入点，当下怎么给用户创造价值，到底要不要聚焦，从哪里切入，这些是很困难的问题。

如何找到切入点做到从0到0.1，找准自身的核心客户价值是企业DNA形成的关键，越是愿景导向的企业，其孕育期也就越长，需要企业依靠时间去沉淀。

竞争会让你把注意力都放在竞争对手身上，忽视了自己的发展。

不存在完美的市场均衡，在经济理论之外的现实世界里，每个企业的成功，恰恰是因为它打破了均衡，它做到了其他企业不能做的事情，也就是从0到1的事情，而不是它跟其他企业做一样的事儿。

谷歌把自己定义成什么，取决于什么能给它省去麻烦，不被人攻击是垄断。你觉得它不垄断，是因为它成功转移开了你的注意力。

如果你不处于垄断地位，你就只能着眼于短期的利益，不可能对未来进行长期规划，所以你每天都是在苟延残喘。

而不管是哪种创新模式，差异化和核心竞争力才是铸就垄断的王道；品牌和规模经济才能助推垄断的持久性和生命力。

垄断企业之所以垄断，最核心的特征，在于这些企业做到了“与众不同”。当然，与众不同关键在于技术创新和产品的更新换代，以此来不断赢取顾客的“忠诚度”。

人无我有，人有我新，人新我创。我们当下的任务就是要找到创新的独特方式，独立思考，不断探索，从0到1。我也坚信我们能使未来不仅与众不同，而且世界必然也会变得不同，但变化必须基于当今的世界。

从0到1，是一条漫长的登山路，要想守住繁华必须忍住寂寞，未来的一切，顶固都要安静以对。

低碳环保深入人心

“环保”或成家居行业未来发展主旋律

Low Carbon Environmental Protection



随着家庭装修热潮的来临，业主对家居产品的选购也进入了高峰期。根据亚马逊中国发布的互联网家装消费趋势大数据，从消费者选购家居产品的数据分析中得知，带有健康、环保性能的家居产品备受消费者青睐。由此可见，健康环保的家居生活观念已经深入人心。而在未来，环保家居类产品将成家居市场“宠儿”。

健康环保生活普及化环保成选购家居产品的重要考虑要素

何为常识化，在笔者看来，就是在对某件事情做出选择的时候会从常识的角度去考虑问题，所以，随着人们的健康环保观念越来越深厚，健康生活常识化就成为当下业主在选购家居产品时考虑的首要因素。举个更加简单的例子，以前，小孩喜欢吃五彩缤纷的糖果，但随着健康生活方式的常识化，现在的家长基本不会再给小孩买这种带有染剂成分的糖果，同理，在选购家居产品的时候，业主同意会出于家人健康生活方式考虑，会更青睐带有环保性能的家居产品。

据相关调查显示，在影响消费者家居消费的因素中，环保占30%，质量占20%，功能占15%，风格样式占14%，价格占11%，色彩占6%，品牌占4%。充满环保理念的时尚家居产品会更加受到消费者欢迎，健康环保和绿色低碳将长期贯穿于家居产品生产及设计理念之中。

“绿色环保”将成家居行业未来发展主旋律

这几年生态恶化、雾霾等环境问题日益严重，环保已然成为大家热议的话题，该话题自然也成为大家健康生活方式常识化的主导因素。有研究表明，中国53.8%的

消费者在选购时很注重产品的环保性，特别是对于家居产品，更有36%的消费者将环保作为首要标准。

另外，据不完全统计，在去年家居销售情况中，环保型家居产品占总销售额一半以上。可见，消费者格外注重家居环保性能，说明环保性已经成为建材家居行业的消费主流，这一主流也延续到2018年。

对家居企业来说，绿色环保家居不仅蕴含着大量商机，还将成为家居行业未来发展的主旋律。从社会责任和企业诚信的角度考虑，家居企业在主打环保家居产品时，不能只是表面说说，要真正把环保融入产品生产，从源头上保障产品环保、无污染，为消费者营造一个自然、原生态的生活环境将是每个家居企业义不容辞的责任。

当然，在目前的家居市场，绿色环保类家居产品不乏。家居消费者在选购环保家居产品的时候，建议除了看家居产品的品牌和材质外，还要向商家提供国家的环境标志认证，以此保证自己所消费的家居产品是真正的环保产品。

时下，随着金九银十的到来，很多有家装需求的新业主都纷纷进入到对衣柜等家居建材产品的选购当中，这或将促成2018年的衣柜产品购买进入小高峰，在此形势下，衣柜品牌企业唯有满足消费者对健康环保衣柜的需求，才能获得更多的市场认可。

免责声明：本文为转载。对于本文内容我们致力于保护原作者版权，转载仅为更好地传播信息，如涉及侵权，请尽快与我们联系删除。

米兰展，顶固预见居住的哲学

“设计即情感。
米兰正是这种情感的萌芽之处，
联系设计与情感的则是米兰国际家具展，
每届家具展都创造出了
新的设计架构和流行趋势。”

——米兰国际家具展主席Claudio Luti

全球家具业的“奥林匹克”盛会——米兰国际家具展，作为世界家具与家居设计的顶尖展会的米兰国际家具展与“米兰设计周”，是全世界家具、家居、建筑、服装、配饰、灯具、设计专业人士每年一度“朝圣”的设计圣地。2018年4月17—22日，顶固首席营销官江光武先生、设计研发中心副总经理钟勇先生、衣柜产品开发部总监罗兵先生等一行人共赴这场全球最顶尖的设计盛会。2000多家参展商展示为当代生活方式服务的杰出产品与设计方案，并将着眼未来，同时又结合设计、技术、灵活性及可持续性，米兰这座城市摇身变为铸造所有新颖设计的熔炉，并将其每一个空间都变成米兰国际家具展的组成部分。这，就是2018米兰国际家具展的热点所在。



轻奢 米兰，成就最好的时代

文 / 衣柜产品开发部 罗兵



连续多年观展让我从初次的惊喜狂热逐渐变成理智分析有针对性看展。米兰家居展是欧洲家居品牌全方位的展示。来观展的也是各领域的设计时尚代表，其中有专注展厅室内设计师、有专注某个家居品类的产品设计师、有专注五金结构工艺的工程师、有专注软装陈列方面设计师、还有关注品牌展示的策划师。除了专业设计领域的人群，国内商业群体也在逐年增加。在这4年观展其中，我的感受变化也是很大。从几年前很多针对中国人限制拍照到现在很多展馆专门请中文客服接待——欧洲对中国市场观念在发生变化。从之前绝大多数欧美中东观展人员到现在随处可见的亚洲中国组队观展团——中国市场在欧洲影响力在强化。从之前展会风格分区：现代、古典、奢华等展馆布局到现在现代轻奢为主古典几乎萎缩完——世界流行趋势节奏再加快。

往细里说对标国内蓬勃发展的全屋定制家居行业，代表欧洲风向标的米兰展也在快速变化。橱柜市场欧洲最为成熟，体量也十分大，与定制行业密切度很高。两年一次的橱柜展区，新品推出率是在加快的。橱柜行业产品，在风格表现、材料运用、智能五金等方面作为重要的变化因素引领行业的变化。早年米兰出的新产品外观，第二年国内展会马上就有几乎一模一样的产品出现。而现在更多的是米兰展新推的材料新工艺第二年国内就有推出，可见中国的学习借鉴阶段再升级。国内企业从简单的产品外观形似抄袭到产品更复杂的核心力关注，已然在转变。

国内企业从简单的产品外观形似抄袭到产品更复杂的核心力关注，已然在转变。

米兰家居展呈现的是意大利及整个欧洲家居的资源配合水准。家具品牌、设计公司、材料供应厂商、展会平台等多方力量构筑了欧洲现代家居行业的高技术水平高产业壁垒。但这个壁垒在中国观展人士的心中发生变化，从高不可及到而今就在眼前。在米兰展会出现的新材料马上会在中国市场销售。高大上的设计公司也开始同中国企业合作，做出高水准的设计方案。越来越多的米兰展的家居品牌找到了中国市场的代理，产品在国内直接销售。在这种大背景下，国内的家居品牌挑战与机遇并存。之前高不可攀的米兰展家居，正逐步成为中国定制行业可以整合的资源。现在不存在米兰展信息资源先机情况，每年大量的国内家居专业从业人员奔赴米兰展等世界级展会。

在打开自身眼界、吸收国际家具行业信息的同时，我们需要找到一个支点，一个突破口。一个支点是我是谁，一个突破口是我要成为谁。基于顶固公司自身特征：品牌市场定位、工艺生产基础，以及国内供应链配套资源。我们需要针对性全方位找到对标的品牌、对标的产品，持续的关注对标品牌的新发展。公司产品研发可以从中直接间接的学习到短期见效的方法，以及中长期品牌发展、产品持续的发展思路。我们在“抬头看路，低头做事”中摸索出自身企业品牌之道、产品发展之路。中国定制行业良性发展的品牌，一定是具有国际视野，了解国内本土市场消费文化，最大程度整合资源的品牌。

这是一个最好的时代，也是最坏的时代，因为机遇与挑战并存。中国融入了世界，我们收获了最新的信息和资源，也敞开了消费市场。祝愿在定制家居行业，我们顶固人乘势而上、共创伟业！

2018米兰展，色彩与产品的碰撞

文 / 衣相店面创意组 高晓涛



这一次米兰展上各公司展出的家具产品空间运用了颜色的搭配、灯光氛围的营造、工艺细节的收口，体现了当代设计的工匠精神，让每件产品展示出最完美的一面，让人赞叹不已。今年米兰展产品大多以轻奢、现代风格为主流，对于轻奢产品的体现基本以玻璃发光层板、高光亚克力、金属框架为主体，在软装的搭配上沙发、凳子它们的材质大多以丝绒、皮革应用的比较多，且丝绒一种很神奇的材质，轻而易举地让任何颜色都呈现出本身的低调奢华感。除了丝绒材质高贵得格外想让人想靠近之外，“皮革当道”的软装搭配也令人印象深刻，比木质更光滑，比金属更温暖，比棉麻更坚硬，皮革在介于三者之间的属性里，游刃有余地把控着。对于简约现代系列的产品更多体现在收口的细节之处，软装摆件选用的色彩与产品融合在一起，与硬装结合，跳跃的颜色，让人眼前一亮。例如在本次2018米兰家具展上，来自瑞士的家具大厂Vitra，对Charles和Ray Eames、Jasper Morrison、Maarten Van Severen和Hella Jongerius的经典家具进行再版，分四个展区，推出了5件新品，以宁静简约的质感，赋予观者全新的居家情调。其他厂家的产品他们的整体搭配效果也别具一格，各有千秋。

同时在硬装方面的设计与做工也不逊于主角产品，例如每家公司的外立面形象，做工精细，设计风格与室内产品相互呼应融为一体，体现自家公司独特的形象与个性，收口细节堪称完美，做出精装样板房的效果，体现出对于工艺的高标准。室内硬装部分设计不需要太过于繁琐，简单的装饰也能体现好的效果，需要注重产品、软装的相互搭配即可呈现该有的氛围与美感。灯光方面的搭配也是重中之重，轻奢空间使用暖色、暗色调，使人感觉沉稳、大气，体现产品的高贵、奢华感，现代产品灯光大多使用白光，让人感受自然、清新、明亮。

感谢公司给予自己此次的米兰之行，通过此次的米兰展让自己认识许多、学会许多，对于整体空间效果的搭配，气氛的营造，对于细节的处理。同时认识到自己未来的设计之路还需继续努力学习，借鉴他人优秀作品，随之理解并且应用其中。

匠心·传承

文 / 衣柜板式工艺组 陈小娟

此次米兰展，各家家居公司的展示品种五花八门，但大多都是以极简加轻奢风格为主，同时也体现出现代奢侈生活风格，再加上奢侈的装饰品，每个产品的独特性与完美性，产生强烈的视觉冲击，让人赞叹不已。正是出于严谨的态度，本次展品以复杂的手工技艺、对材料的悉心研究和创新技术的综合运用体现出手工产品呈现独特性和完美性。每件产品的独特设计与精湛的工艺，让人目不暇接。

我作为一名工艺结构设计师，关注于产品的结构工艺的同时也格外注意外观细节。此次家具展，让我印象最深的是柜体板的连接工艺，特别是柜体的层板与中竖板连接方式，连三合一的连接件都看不到。此次家具展，让我印象特别深刻的是完美的板件封边带，竟然一点色差都看不出，并且也看不到密封胶缝。刚开始我们以为只是做了油漆或是包覆的，但后来看了边缘倒的圆角才知道是PVC塑料封边的。还有一个细节让我颇有想法，我认为抽箱同抽面的连接方式也是非常值得研究的，同样



也是看不到连接件。最后，他们的产品维护与服务方面是最值得我们学习的，他们不会阻止客户触摸产品，因为他们想展示产品最好的一面给消费者，每一个展区都会站着二个人，专门负责解说与维护产品的，他们现场演示完毕后或是有客户体验完后，都会用干布擦干产品上的手印，这种服务精神非常值得我们学习。

这次展会的家居公司大部分都是传承企业，他们都是有着几十年的历史，甚至是上百年。如今在我国国内这种企业是很难找到，难怪他们工艺与技术如此超群，毕竟人家有几十年的研究经验，这个也是非常值得我们深思的地方。

这次展会给我的感受是首先是震撼，然后是惊叹再加上惭愧。震撼的是人家产品及工艺，竟然有这股工艺，这股工艺能否适合量产？这个值得我们探究。惊叹的就是人家做出来的产品是那么地漂亮、完美，几乎是找不到任何瑕疵，而惭愧的就是我们的工艺没有达到人家一半的水平。

我相信，通过这次展会，我们学习了很多，也明白我们其中不足之处，在往后的日子里，我一定要用在米兰学习到的东西，好好地努力，为顶固公司的未来发展努力奉献。





意大利皮革—蜚声世界

文 / 衣柜产品设计组 罗匡胜

时尚、设计、新潮、经典……一直都是米兰家具展的象征，米兰展让我印象最深刻的是皮革在家具中的运用。

意大利皮革工艺源远流长，在皮革设计上更是别出心裁、出人意料、眼花缭乱，享誉世界。米兰家具展上的部分产品也继承了意大利人对皮革的向往，意大利半岛的居民就是闻名遐迩的皮革匠，他们将传统的工艺一直流传下来，设计师继承了这一优良传统并且一次次的用新的创意惊艳世界。精心的设计让观者心生敬佩，从仿皮革的柜身饰面到门板的亲切质感，它那精致的车缝线与产品造型的碰撞，它那柔软的质感与天然木材的结合，它那温情华贵的品质与金属的碰撞；皮革制品拉手也各式各样，精妙绝伦。设计师对传统单一的元素重复运用通过它的排列组合，很单一的材料一个简单重复的组合，就可以营造出很巧妙的设计，同时对新的加工工具及生产工艺都有着自己独特的见解。我深深的体会到了设计师对产品的执着追求与对传统手工艺继承的工匠精神。

虽然皮革在家具设计中多以配角的角色出现，米兰家具展上的产品运用了很多各式各样的皮革，它让我开阔了眼界，对皮革与家具的关系有了新的认识。在对传统的认识上也有新的想法，对待我们的传统元素要好好利用，精心设计，为求设计出精致的产品奋斗。

家居惊奇夜 生活品质的伊始

文 / 衣柜市场策略中心 陈佳振



黑夜，悄然降临，城市的美好与丑陋都得到夜幕的温柔以待，披上神秘的面纱静待黎明的第一缕光，只是城市总是一个不甘寂寞的地方，披星戴月不是她的美，华灯初上时才是她魅力开始绽放的时刻。车水马龙不再是钢铁猛兽的怒吼，已化身飘逸的披帛，化身一明一暗的斑斓星河。街角小巷的霓虹灯俨然成为一个个或圆或方的现代主义工艺品，一幢幢灯火通明的写字楼宛若人类文明的灯塔驻扎十字路口。

华灯下，街道上来往的人群，那点点斑斑凝成他们脸上最迷人的妆，他们说，这纸醉金迷，万紫千红的城市就是生活的品质所在，殊不知，他们低头的时候，手机映出的脸尽是苍白无神；殊不知，自己在黑夜里安睡的脸容最是感人，自己打开衣柜穿上阳光温暖过的衣裳才最是惬意。

“唉，愚蠢的人类。你知道什么是生活品质吗？新来的。”

“我……”我支支吾吾不知该如何作答。

我是一个来自顶固的儿童房衣柜，今天才刚搬进这个房子里面。刚刚问出那个关于品质生活问题的是就是来自这个房子的。看来今晚的迎新仪式有点漫长呀，唉，只是想好好地安静收纳好小主人的衣物，谁知道摊上一个追求品质生活的房子。

书柜“博士”：生活品质不是某一阶段，某一地区，甚至某一时代的专利

“年轻人，不追求品质生活的衣柜不是好衣柜哦~博士，给新来的说一下什么是品质生活吧”

我身后的墙那边传来：

“咳...咳...”清喉咙的声音。房子悄悄地对我说：“读书人说话之前都喜欢摆摆谱，清嗓子。”

“老大别以为我没听见啊，咳...咳...你好，欢迎来到我们这个品质之家。我是这个家的书柜，跟你一样来自顶固，有幸读了几本书，下面就用作家林清玄的一段话来解释一下什么是生活品质吧。”

“咳...咳...如果说有钱满足就叫生活品质，是不是所有富人都有生活品质，而穷人就没有生活品质呢？如果说受教育就会有生活品质，是不是所有的大学生都会有生活品质，而没受教育的人，就没有生活品质呢？如果说都市生活才有生活品质，是不是所有都市人都有生活品质，而乡下人就没有生活品质呢？答案肯定是否定的。那什么是生活品质呢？咳...咳...工匠把一把椅子做到无懈可击，是生活品质；农夫把稻田种出最好的收成，是生活品质，穷人把最少的钱买到了最好吃的豆腐，是生活品质。可见生活品质并不是某一阶段，某一地区，甚至某一时代的专利。”

书桌：生活品质是在有限的条件下，追求当下的最好的。

在博士的声音刚结束他旁边另外一个声音立马响起：

“是的，人呐，大多数都成不了王健林，也没有那么好的运气成为王思聪，当我们可以自己有限的条件下，追求当下最好的事物与生活，这个追求就是品质生活。”

房子“老大”又给我介绍说：“刚刚说话的就是博士旁边的书桌，托主人的福他没少逛微博。怎么样？觉得他们说的怎么样？”

我略加思索：“就如，我来自的地方——顶固，对每一件产品都精益求精，用心去追求他们当下最好的事物，给主人打造最好的家居，这种就是生活品质，是吗？”

“哈哈，小伙子可以哦，拐个弯赞自己是最好的事物，有趣！”

电视柜“四眼”：生活品质就是不去比较。

“老大，我也来说说什么是生活品质吧？”

“好的。”老大转身给我介绍说：“这个是我们的四





眼，客厅的电视柜，很多生活剧都是他跟我们说的，生活没有电视剧可不行呀……”

“哈哈，在很多剧情里面，很多生活矛盾都来自人的妒忌心。举个例子别人吃米其林，你吃阳春面。阳春面这么没面子，所以你郁闷。别人用IPHONE，你用小米。小米这么没面子，所以你郁闷。很多人之所以觉得生活没品质，往往源于喜欢比较。于是生活俨然成了竞技场。别人有豪车，我也想要；别人有了别墅，我也要；别人孩子读名校我孩子也要。我们以为这样就可以获得生活品质，但没想到恰恰因此弄丢了生活品质。这样，一辈子都是过着别人家的生活，又谈何生活品质呢？”

“是的，生活品质其实就是如此简单，它从来不是与别人比较中来的，而是不被各种‘流行’所干扰，回来做自己，知道自己要什么，知道生命应该用什么方式活着，一去比较，你也就离生活品质越来越远了。”

酒柜“老杜”：今朝有酒，今朝醉，珍惜当下，就是生活品质。

“哈哈，今天真是高兴的日子。”老大转身和我说：“这就是我们家的酒柜，洒脱个性的‘老杜’。杜，你继续。”

“正所谓今朝有酒，今朝醉，我认为，珍惜当下，就是生活品质。每一个当下都是美好到极点的。生活中，很多人总是说‘等我有了XX后，就有生活品质了’但时间对谁都是公平的，如果当下没有改变，五年后也不会变得更好，享受生活就从享受当下开始。所多几句，所以我们一定要拥有放下的能力，放假的时候不要想着工作没完成；恋爱的时候不要想着哪天会被甩；和朋友吃烧烤的时候，不要想着有害健康；困了要睡觉了就不要再把手机打开。这样生活就会有更多不亦快哉的生活品质。细雨中漫步，不亦快哉；遇一好书，一如知己，不亦快哉；静日，听虫鸣鸟语，不亦快哉；清晨，于庭前扫落叶，不亦快哉。”

“老杜，你是不是又偷喝酒了，说话这么文艺。”

“哈哈，今朝有酒今朝醉……”

衣柜“小伊”：生活就是创造“难忘时刻”

“杜哥还是这么洒脱，好一个今朝有酒今朝醉。老大，我也来说说”

“哈哈，好。新来的，这个算是你前辈哦，小伊，跟你一样来自顶固，她是主人的衣柜。”

“你好。什么是生活品质呢？生活品质就是创造‘难忘时刻’。主人给了我好几个难忘时刻，我给你们说说。我记得那天是女主的生日。主人在衣柜前装扮自己，装扮了很久，然后打电话订餐厅，订花，想给女主一个惊喜。但其实那个时间，主人刚升职，平常都忙得很，很晚才回来，果然后来接了一个电话说公司有什么急事。

只是主人对着电话很坚定地说了一句话：“不好意思啊，今天我要陪我老婆过生日，所以事情要放一放。”然后就挂了电话，那晚女主很高兴，看了泰坦尼克号的电影，男主还亲自弹唱一首歌送给女主。女主经常说起那天晚上的事情”

“你们知道吗？在我的身体里面，一直挂着一件衣服，主人一直很喜欢，他说，这是他最喜欢的生日礼物。当初他们收入不高的时候，和女主去逛商场，主人看上了这件衣服，但是实在太贵了，没舍得买，后来在他生日的时候，打开衣柜，衣服就在里面，原来女主偷偷回去买了下来。生活品质就是‘创造难忘时刻’就应该像主人那样升职了，买个礼物犒赏自己。结婚纪念日，办一个浪漫的烛光晚餐。工作疲惫了，来一场说走就走的旅行。有了孩子，就买一个环保健康的顶固衣柜，哈哈，新来的，你知道吗？你就是主人和女主最最难忘时刻的体现哦，他们的爱情结晶就快要来到这个世界上了。”

“是啊是啊是啊，我们的家又将迎来一个新的生命了。哈哈！”

“喝酒，喝酒，庆祝，庆祝！”

整个空间充斥着叽叽喳喳，开心兴奋的讨论声。

突然，钥匙碰撞的声音，传来了，两个人开心的对话，然后是“砰”的一声。灯亮了，老大，博士，小桌子，四眼，老杜，小伊，我们都安静了下来。我能深深地感受到，这个家的活力，这个家居想要给主人带来以及主人自己想要过的生活品质。

生活品质，大概就是一种求好的精神吧，是在一定条件下寻求最好的生活方式，是即使处于糟糕的生存状态下，依然竭力要把生活过出诗意的生活态度，就像选择了顶固衣柜的主人那样。

生活的品质，不是城市的纸醉金迷，万紫千红而是：

睡的时候，不辜负床
忙得时候，不辜负路
饿的时候，不辜负胃
爱的时候，不辜负人
思念的时候，不辜负你

这一夜，我知道，我不再简单了，不再只是一个负责收纳的儿童房衣柜，我还肩负着给主人和未来的小主人健康环保的责任，我清楚，我是主人想要给小主人的最好的事物——顶固衣柜。



新品T1 顶固推拉智能锁，解放你的双手

文 / VICOOL品牌管理部 陈咏燕

美，除了外在的气质、风度，还有内在美。而内在美又可以有很多种：纯洁善良的美、体贴入微的美、真诚耿直的美……在对“美”的内涵的深刻理解和膜拜之后，一款以“解放你的双手”的名义，经过无数次涅槃之后诞生的顶固安全门锁——推拉款指纹锁T1，终于华丽上市！

推拉设计 解放你的双手

这是一种简约大气的外在美，更是一种体贴入微的美。推拉指纹锁T1，解放你的双手！在日常生活里，任何作业，基本离不开双手，解放双手，成了很多人的诉求，而归家的时候，当这样那样的战利品成了双手的负担以后，这款用身体任何部位就可以推开的门锁，成了你的左手右臂；在离家锁上门的时候，自动上锁的功能不仅便捷，而且解决了很多繁忙人士易犯的“健忘症”。

猫眼模式 防止技术开启

还记得那个7字型金属杆利用猫眼开锁的新闻吗？着实令人触目惊心，为此，主张安全门锁的顶固智能锁T1研发出新的功能，使指纹锁本身自带猫眼模式，成功规避了这个风险，出门切换防猫眼开启模式，即可无忧出行，安全省心！

智控CLOSE键 实现反锁

一键拥有私密空间，这个巧妙的设计为安全保障又增加多一道防线！短按(5s内)反锁；长按锁死，室外面板不再接受普通用户级别验证，这就对识别用户的门槛又提高了，你不用担心受其他人的干扰，并且这种操作方便、高效，令你爱不释手！

304#不锈钢锁体 防冲撞

指纹锁T1采用的是2.0国际防盗自动锁体，304#不锈钢铸造，精钢三防，防撞、防撬、防盗，从根本，去提高安全性，给用户提供更多的安全保障。翻形锁舌也是采用304#不锈钢锻造而成，防撞防撬设计，再加上贴心双向设计，任何方向的门设计，都可以满足。

它的美，来自于给人实实在在的安全感，为安全门锁而生；它蕴含的能量，也不止于眼前所见。它的使命，是给用户更好的体验；给生活，更多的安全感；给明天，更多的可能……



顶固安全门锁，为爱坚守

文 / 五金品牌管理部 卢艳芳



安全，从来都是社会大众最为关心的问题，也是我们在这个世界上生存的最基本的需求。在当代，除了食品安全，当属家居安全最为引人注目。而作为家居安全的重要组成部分——门锁安全，与我们每位家庭成员的生活息息相关，门锁的作用不仅仅在于守护我们家庭财产的安全，还在于守护我们人身的安全，守护生活中每一个小细节的安全。

顶固安全门锁欧标系列、静音系列为家居门锁安全而生，给您提供全方位的安全守护，让您轻松享受安全、便捷、健康的家居生活。

1.省心省力更方便

对于门锁，我们或多或少都有些使用不便的经历，小孩子力气小，家里的老人年纪大了，开门都很费劲；钥匙孔只有一个方向，买菜回来提着大袋小袋还要弯下腰去对找准钥匙孔才能插入，拧好几圈才能开门；夜晚回家，半天找不到钥匙孔在哪里……

顶固安全门锁，这些细节都为你考虑到了。人性化的小角度开启设计，只需要轻轻压一下把手，20°左右就可以

轻松开门，既省力又省心，方便孕妇、小孩、老人、行动不便的人群使用；贴心的专利圆形钥匙，可以360°任意角度插入钥匙孔，全新升级的双边弹珠槽，最多旋转180°即可轻松开门；为了方便夜间开启，我们还设计了独特的荧光微圈，在黑夜里给你指引方向，让你黑夜也能快速插入钥匙，让开门成为一件便捷、安全又舒心的事。

2.防夹防撞贴心防护

小孩子在家里追赶玩耍时，容易被房门夹伤手指，或者撞到门把手上划伤身体，大人们做家务时，也数不清多少次被门把手撞伤了腰。顶固关爱每一个家庭的安全，贴心的防夹手门卡、门把手防撞套设计，高密度高弹性EVA材料，有效防止夹手、刮伤、撞击身体等意外伤害，守护多一点，安心多一点。

3.Ag+离子抗菌防感染，呵护家人健康

门锁是我们每天都用手去触碰的物品，想到门锁里的细菌正滋生蔓延，再想想小宝宝接触了门锁，还把手放嘴里或者直接拿食物吃，实在是很不安全、很不健康的事情。顶

固安全门锁在执手表面涂层加入特殊抗菌Ag+离子，抗菌率高达99.9%，有效抑制各类病菌在门把手的繁殖与传播，呵护家人健康。多一重保护，多一分踏实安心，生活便安全无忧。

4.防意外反锁安全设计

爱玩，是小孩子的天性，门锁上的反锁旋钮也是他们的玩具之一，一不小心很容易就把自己反锁在门里不知道怎么办，或者有时候扭动了反锁旋钮，一阵大风就把门反锁了怎么都开不了。顶固懂你的担忧，进行了贴心的防意外反锁安全设计——当斜舌锁死，外力突然关门时，斜舌就会自动解锁，有效防止大风、小孩意外锁门。有了它，就算小孩子调皮把自己反锁在门里面，大人在门外依然可以打开房门，再也不用担心小孩子在房间里发生意外而无法获救了，安全更安心。

5.防火功能，保障家人安全

顶固安全门锁怀着对生命最崇高的敬意，把最基本的防火逃生功能融入其中，锁体斜舌、方舌、衬板、拨块等主要外露零件全部采用不锈钢304材料，耐800°C高温，符合防火及欧标测试要求，避免火灾时门锁融化、无法开门等危险困境，关键时刻，快速逃生，保障家人的安全。

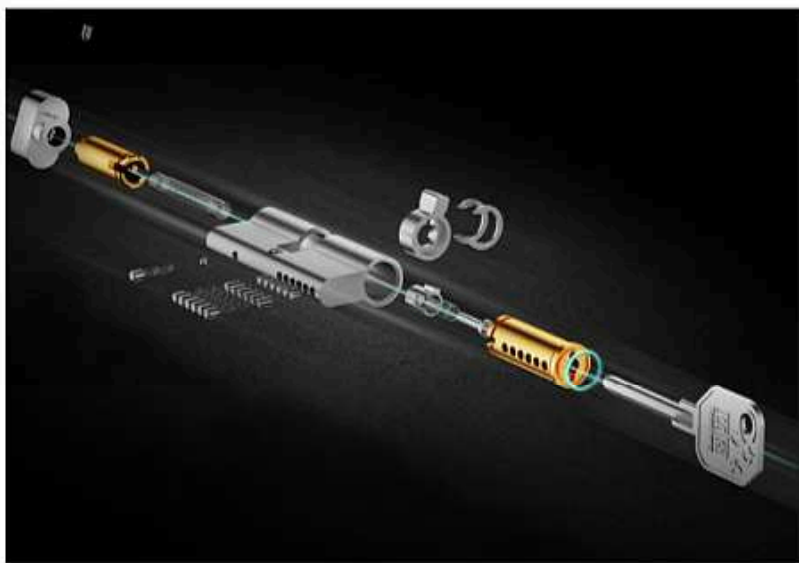
6.更安全、更耐用的静音

忙碌了一天，有什么能比安安静静地躺在被窝里睡一觉更能解乏的呢？但每一次开门、关门产生的噪音，总是让人心烦意乱。开门关门的声音大小，很大程度上是受房门锁体的影响，这时候，锁体的材料就特别的重要，顶固安全门锁采用304不锈钢三叉静音锁体，关门顺畅静音，更安全、耐用。

7.超强防盗，安全固家

作为家居安全的第一道防线，门锁起着举足轻重的作用，它守护我们的生活安全、人身安全，同时也守护着我们的财产安全。顶固安全门锁全新升级的6珠弹珠防盗锁芯，与常规门锁的5珠弹珠相比，互开率低，安全性能大大增强，成就完美的防线，全方位守护家居安全，让家多一重守护，多一分踏实安心。

我们追求大房子，我们追求高收入，我们追求光明的前途，都是为了让生活拥有安全感，提高生活的品质，而作为家居生活基本组成部分的门锁，更应该是这一切的基石。门外是世界，门内是家，家里这个温馨的港湾安全了，生活品质才能提高。顶固安全门锁，为爱坚守，固家安全，让您放心！



新品上市：窈窕屏风、窈窕平开门

文 / 门业市场部 邓慧君



顶固门业窈窕系列推拉门上市，
斩获了一群年轻消费者的心，取得了良好的市场反馈，
无论从品质到颜值，窈窕产品都赢得了客户的推崇和喜爱。
在消费者的翘首以盼中，顶固门业延续窈窕推拉门的结构和风格，
再次研发推广出窈窕平开门、屏风产品，
这一系列窈窕新品已经隆重上市。



窈窕平开门

窈窕平开门延续了推拉门的窄边框特性，
凭借干净的线条、纯粹的色彩，呈现出结构本身隽永的美感。
尊崇极简设计风格，去除那些不必要的繁琐设计和干扰项，留下来的才是真正的高品质好物。

窈窕平开门可以用作厨房、阳台平开，选用通透的玻璃让室内采光更好。

或可换上卫浴玻璃，玉砂或油砂的工艺，砂面细腻，做工上乘，用在浴室也是简约大气。

窈窕所选用的玻璃都是经过国家认证的钢化处理，保证硬度更强，即使破损也不易伤人。
暗藏式铰链，不管是开门还是关门，你都看不到它，而且经过开关试验可开启十万次无损，用的更放心。

窈窕屏风

屏风是中国传统建筑流传下来的家具，从古代的防风遮隐用途，演化到现代点缀环境和美化空间的功效。

窈窕屏风，最高可做到3.5m，每一根线条直通天花，浑然天成。

既保证了良好的美观外形，又起到隔断作用，使整个空间布局更舒适，线条利落简单，带着一种清风拂面的气质。

竖条中间相隔75mm，视觉感刚刚好，不会太宽，也不拥挤压迫。

型材表面经过多层打磨喷砂处理，耐腐蚀性强，不褪色不生锈。

所用的铝材厚度2.0~2.5mm，一般的门窗都难以达到这个厚度，可见这套屏风的牢固耐用。





生活的羁绊从来都是自己的生活方式造成的，
 摒弃一切无用的细节，
 保留生活最本真、最纯粹部分，一类一品，
 追求低调质感的物质享受。
 简约的生活环境，逐渐成为人们家装的主基调，
 反映了人们对生活品质的要求已经从富丽堂皇的表象，
 改变为精致的内在需求。
 外在简单一点，内在丰满坚实一点，让生活精致起来。
 顶固门业致力于研发窈窕系列极简产品，简单大方，
 让人倍感轻松，不为世间纷扰所乱，才能听到心的声音。

案例 【顶固设计】在这里，遇见层峰人士的精粹生活

Meeting the Sophisticated Life of High-end People

文 / 衣柜市场策略中心 方宗彬

【户型】：四室两厅

【风格】：新中式

【面积】：140m²

【客户需求】：

而立之年的王先生，年轻有为，娶一娇妻。

生活上有一定的经济基础，追求轻松、自然的高品质生活，妻子是企业高管，爱好旅游、插花和素描。

他们近期正在装修新家，希望做成中式与现代简约混搭的新中式风格。

【设计师硬装改造说明】：

增加玄关、鞋柜、展示柜，满足居住者的功能要求；

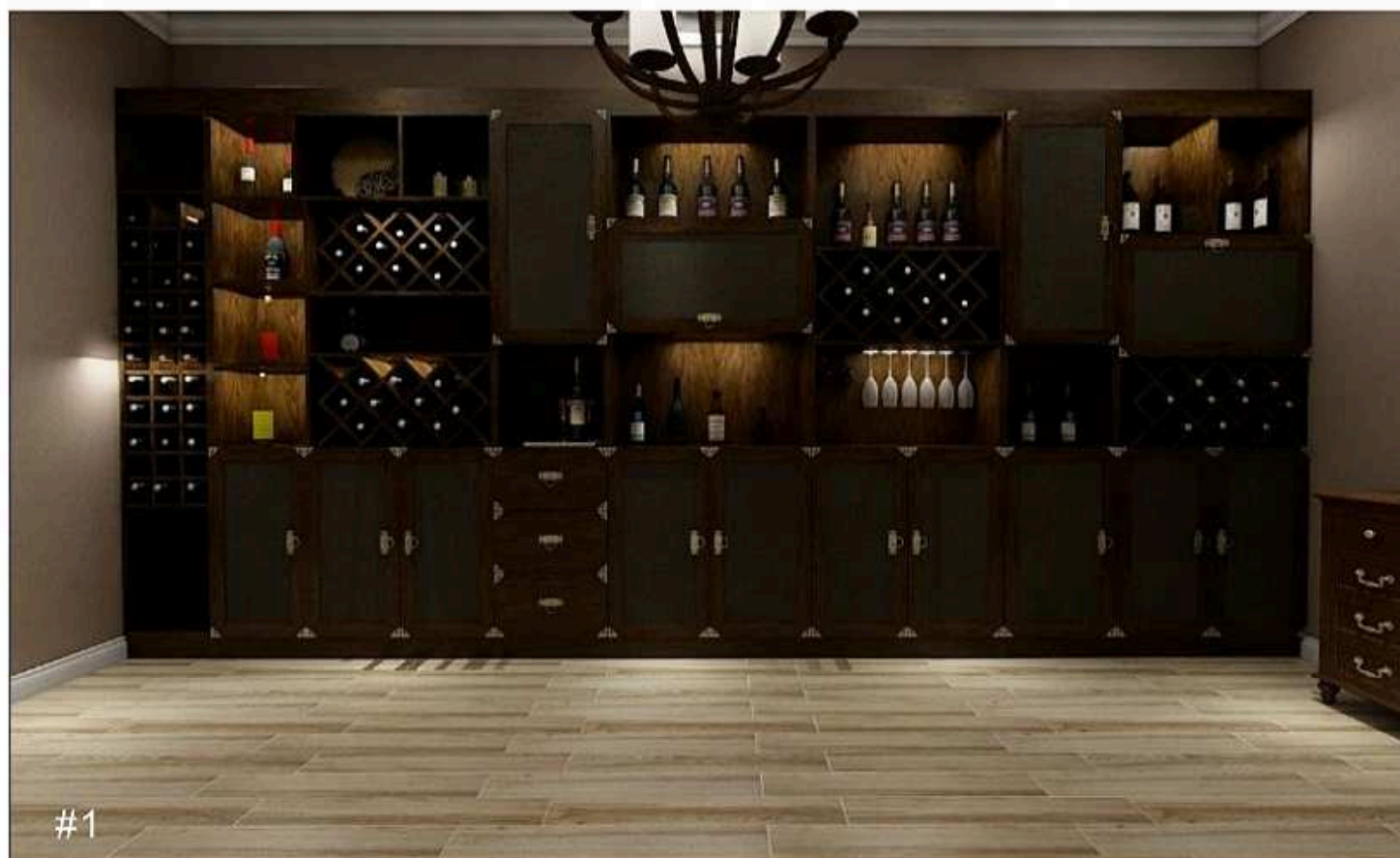
运用传统漏景的设计手法处理玄关与书房的隔断，丰富了空间的视觉延伸和艺术感；

将传统中式壁挂加以简化后，运用到主卧，规避风水问题的同时，增强主卧文化氛围；

画室与书房间采用花格处理，融入中式元素的同时，提升空间的通透性；

将原有空间错层部分延伸至茶室，保证茶室规整性的前提下，提升空间的层次感；

酒柜整墙设计，提升客厅空间延展性和观赏性的同时，方便家人和客人的使用。



#1

#1 客厅

推开大门，入眼即是客厅那整墙设计的酒柜，若隐若现的酒格不仅增加了整个空间的神秘感，还散发出亦古亦今的层次之美。表达现代主义与东方文化的结合，没有沉闷，有的只是岁月的沉淀和对返璞归真的追求。

#2 玄关

“玄之又玄，众妙之门”，与过道相辅相成的玄关柜上摆放瓷白花瓶和白色蜡烛，插上粉色鲜花，集静谧与清雅为一体，宛如一首凝练的诗歌，处处流露出恬高雅、我自芬芳的气息。展示柜和鞋柜融为一体，在视觉上弱化过道狭长的不足，带古铜把手的中式简约造型家具、搭配富有艺术品位的艺术画，使该区域既有储物功能又能彰显家的氛围。

#3 书房

“一步一风景”深沉的木色家具，造型独特对称的镂空壁纹，高雅又端庄。而俏皮的蓝布沙发椅是要点破这份安静沉稳，增添了不少儒雅气质。无论你站在哪里，哪里霎时就会变成风景，无关相貌，气质使然尔！

#4 画室

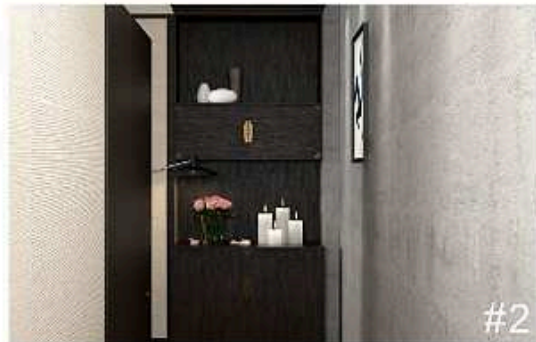
镂空隔断配合灰色墙面自然地将书房和画室分隔开来，很好的创造了私密性和安全性。与地面同色的原木色画板上，一幅素描映入眼帘，使得整个空间呈现出典雅又不缺乏时尚的特色。让我们放下身心享受生活的慢节奏。素色沙发和浅灰地毯的组合让整个空间一步一风景。世间最美好的事情是……我们在各自的世界却都能看见相爱的彼此。

#05 茶室

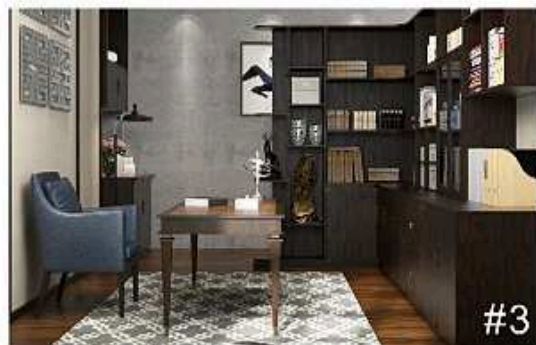
方桌圆椅，代表着中国人为人处世方圆有度，原木质感的家具给人更多的是温暖与舒适的生活感，即使选用了深咖色，不仅没有厚重感，反而能带来一种沉稳、安静的氛围。都说喜欢古陶的人必然是个有情怀的人，你说花下饮茶，镜前白发；红线千匝，执手天涯；你说庐州月下，枫桥佛刹；半城烟沙，执手蒹葭。诗如其境，境如其诗。

#6 主卧

古朴且不失现代化格调，传统与现代的完美契合，平添几分宁静与祥和，主卧也是以现代舒适的格调装修。精致的家具，高档的装饰，将主人的高品质生活诠释的淋漓尽致。在这里，遇见层峰人士的精粹生活！



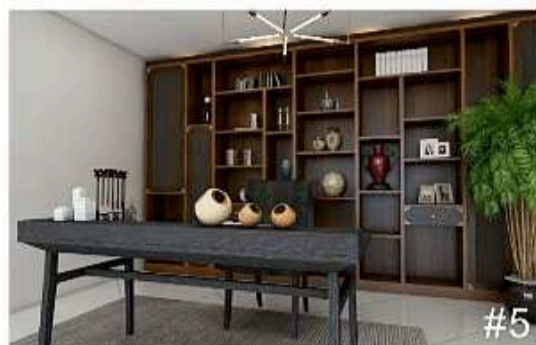
#2



#3



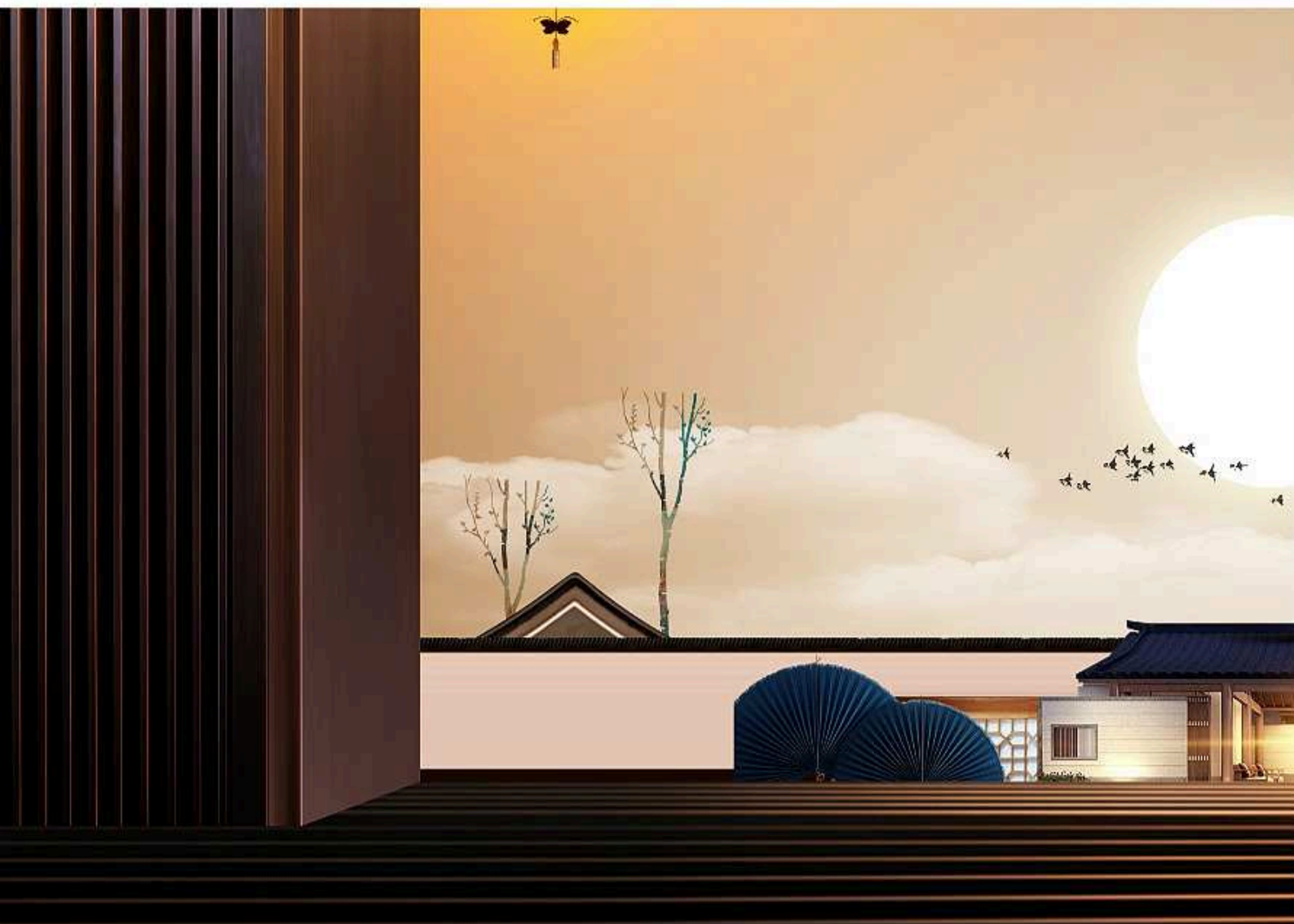
#4



#5

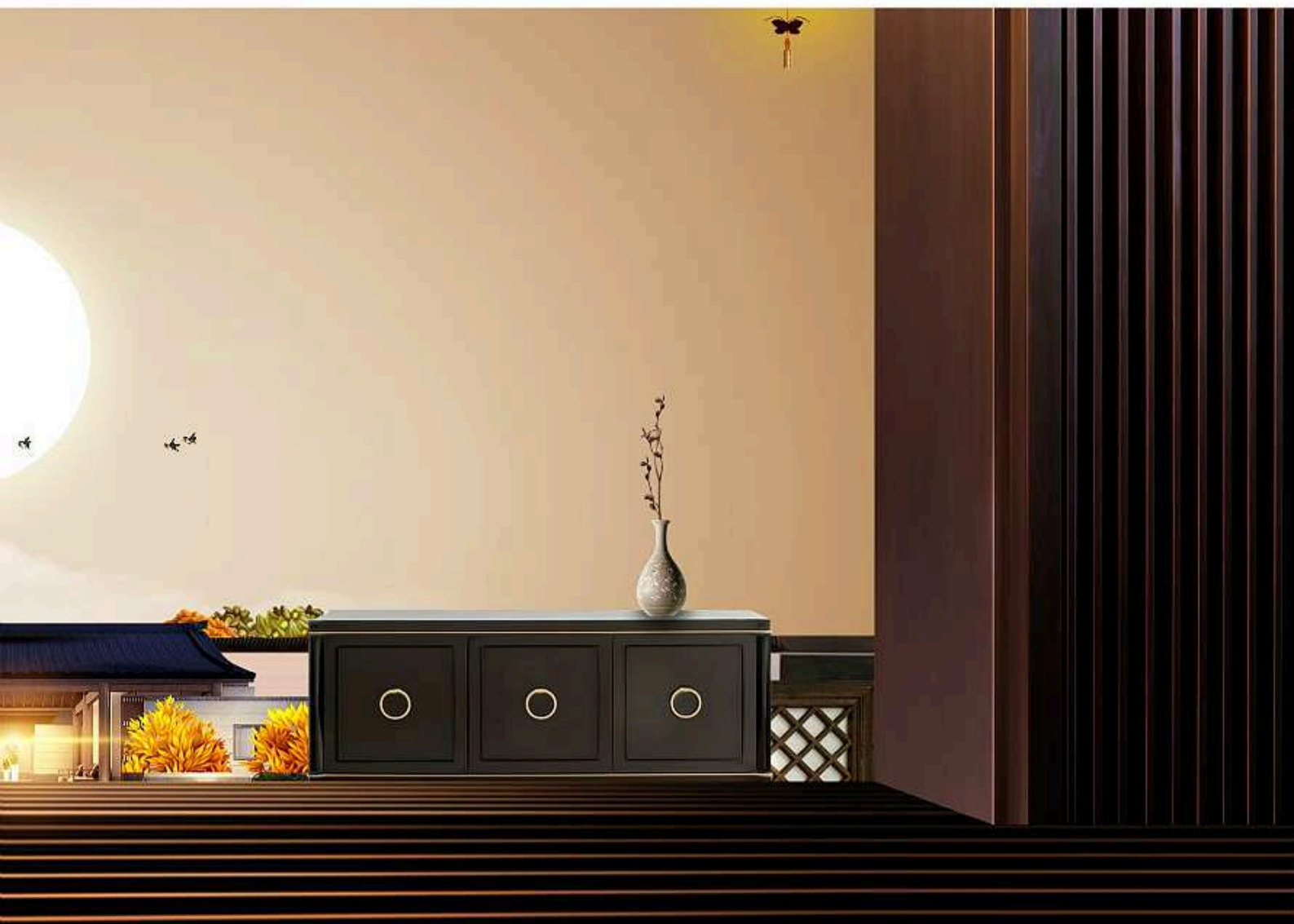


#6



客户的感言：

与顶固结缘，既是一种缘分、又是一种契机、还是一种福气。
源于对于品牌的信赖，所有服务人员都会拼尽全力的满足我的条件；
送货上门服务和售后服务，都让我感受到了大牌风范，为顶固点赞！



设计师のIdea:

设计的本质是利用空间并赋予其美感和意义。
根据屋主的需求，我们通过现代简约与中式禅风混搭的方法，
为新居设计出颇具个性的新中式风格装修，
最后新家呈现出朴实、简约、安然的居家氛围。

最美的期待

The Most Beautiful Expectation



屋主：贾先生一家

家庭组成：两口之家

坐标：深圳-龙岗

楼盘名称：华策中心城

房屋户型：平层3室2厅2卫

房屋面积：161.00 m²

项目类型：私宅

装修风格：极简

装饰色调：莱茵白、青影、靛蓝、公主粉

项目造价：60.00万

“我有一所房子，面朝大海，春暖花开。”

在熙熙攘攘、纷乱不已的喧嚣世间，每个人心中都有那么一片落英缤纷的桃花源地。

有人将这个梦留在心间；有人很幸运地实现了这个梦。而本文的主人公，也就是我，就是这样一个幸运儿！

对颜值和使用感耿直的痴迷，大概说的就是我对家装设计的要求吧，因为是一家人未来生活的港湾，所以我特别上心，头尾花了60万装修费用，虽然钱花了不少，但最后的效果还是满足了我对家的所有畅想。

客厅的装修，非常的简约舒适，布沙发搭配小袁茶几，很有创意，后面青色的背景墙用了几幅画来装饰，既有底蕴又显得不单调，天然石材的瓷砖搭配着亚光白的电视柜装饰面板，使空间得以延伸，使视觉得以放松。一切看起来很温馨的样子，阳台和客厅之间用了推拉门作为隔断，隔音还隔热，关键是还很漂亮环保，整体营造出一种温馨和谐的居室氛围，给人以动态之美。黑白、曲直、动静，恰到好处。超级赞是不是，这样才是居家过日子。



家不是一座房子，
而是你的生活。
家的意义
在我们心中，
不被尘世所扰，
远离渊薮，
如源源清流，
卷流不息。

作为一个勤勤恳恳的上班族，入户门那怎么可以没有玄关柜呢，一个上下组合的白色玄关柜，在平时我可以放些红酒，闲暇之余坐在客厅的沙发上，品一杯红酒，看着戏如人生的电视荧屏，上班时，这个小巧的组合玄关柜还能放些时常要用的小物件，随拿随用，慵懒随性的生活是我最喜欢的生活方式了。精心设计的玄关加上挑选的美物，让玄关换鞋也有了一种仪式感。

我一直想打扮好家里的样貌，
让我在工作之余，
能感受到呵护。
只有在家的感化下，
才能散发出微曦的光。

玄关附近就是餐厅，以玄关为连接点，餐厅被这样“糅”进了客厅，厨房和餐厅间的隔断门用了现在很流行的谷仓门，之前在网上看攻略的时候人家说轨道在下面的容易积灰垃圾，很难清理，所以直接选择了轨道在上面的，餐厅也没什么装饰，真的是极简风了！

用餐能有多浪漫？爵士白大理石、高光白装饰板，搭配上一丝“烟火气息”的餐具，简单却又极具品质的元素巧妙的组合，打造出了意想不到的精致与空间质感，时尚、华丽，却不过于奢华，合理放大精美的细节，忙碌了

一天的我在推门的那一刹那不会感觉家的凌乱，简约而不失简单，小资却不失精致。每天在这里烛光晚餐，会像小仙女一样，眼睛里会闪出星星。嵌入式的餐边柜在满足收纳的同时却又不会影响我的日常活动，对于这个柜子我是爱的不要不要的。

人一生中至少有三分之一的时光都在卧室度过，但在装修时，却很少有人将卧室作为重点。许多人往往愿意把钱砸在别人看得见的地方——比如客厅。但我和我老婆都是资深“睡眠党”，对于卧室要求极高，所以这也是我们花费最多的地方，当然，为了配合整体风格，卧室的风格也是一如既往地简单，好在软装比较丰富，这样白色也不会让空间显得单调了。整墙的电视柜和衣柜设计在满足我平时收纳习惯的同时，也具有很强的观赏性，特别符合我这种“外貌党”的审美。简约的设计看上去干净、温馨。一种颜色，一种心情。休息、办公或者阅读，这个卧室能满足我们夫妻生活中所有的需求。

当城市在纷繁中失去方向，黑白才是描绘生活的最好色调。这城市那么繁华、那么动感，而在享受生活快节奏的同时，我们更是渴求品味一种优雅、一种时尚、一种气质。生活的真谛、都市的情怀，原来就是黑白这么纯粹，而我们枕着梦想，却可以过得五彩斑斓。

家
是人的根基情感的根基
是风雨飘摇之中的依靠
是凄寒冬夜的炉火
是夜来幽梦的温馨与感怀
也是巴山夜雨时窗前摇晃的烛影

新家或许不完美，但却是最适合我的那一方天空，感谢遇见顶固，让我实现了对家的所有愿景和畅想。

一幅画、一束花，餐边柜点亮餐厅气氛

The dining room cabinets lit the restaurant atmosphere.

文 / 衣柜市场策略中心 郑艳

在顶国家享受闲暇周末，黄昏浅浅，向阳花的光影里，从窗户透出的灯盏最为温馨。

在那束暖光里，美味佳肴已经摆上了桌，父母亲在餐边柜旁忙着摆弄甜点，姐弟俩配合着把桌上的杂物摆回餐边柜里。

“这餐边柜买得真值，收纳能力强，还气派，摆上女儿上次买的艺术摆件更时尚了。”

“顶固设计的产品我当然放心，所以当时我才那么坚持买下来，不然餐桌早被杂物占领了。”

“哈哈，姜还是老的辣，还是老妈有远见。”

一家人你一言我一语地打闹着，期待着这难得的周末聚餐。

|餐边柜是什么|

餐边柜作为餐厅的组成部分，最原始是作为具有收纳功能的储物柜，可供放置碗筷、酒类等物品，柜门还能阻挡灰尘落尽碗筷中。

在室内装修逐渐发展成熟、人们提高对家居审美要求的今天，餐边柜已不再只是储藏杂物的简单柜子，还可作为搭配整体装修风格以提升空间装修效果的载体。

|餐边柜尺寸|

餐边柜的尺寸最主要是由餐厅的空间大小决定的，而空间的整体装修也对其有间接影响。

如若餐厅空间宽敞，且房屋整体装修风格大气奢华，可以依据餐厅的高度定制一套整体复合餐边柜，让空间风格看上去和谐统一，还可以增强收纳功能。

反之如果空间位置相对较小，或是不太喜欢高度太高的餐边柜，则可以根据自身的喜好购买结构较为简约的餐边柜。一般来说餐边柜的高度在80厘米左右，这个高度方便大多数成年人拿取物品；柜体深度一般在40-60厘米之间，深度太深的餐边柜既占空间也不方便取用物品，应当尽量避免购买此类餐边柜。

|餐边柜款式|

挑选自身喜欢的餐边柜款式能够提升居家幸福感，而

款式如果能与餐厅整体风格相融合，则能成为餐厅里一道赏心悦目的风景。

1、开放式餐边柜

在开放式餐边柜中放置漂亮独特的碗碟和摆件，立刻就能让整个餐厅活泼起来，也能体现房间主人的敏锐艺术感；开放式的设计也省去了拿取物品时开关柜门的麻烦，当拿取物品较多时也不会有开柜门时会跌落物品的担心。但开放式的餐边柜无柜门遮挡，容易积灰落尘，且物品太多时会给人一种杂乱的感觉，因此需要经常打扫整理。

2、玻璃柜门餐边柜

越来越多的家庭更倾向于选择带有玻璃柜门的餐边柜，相当于展示架的玻璃柜门餐边柜既能向客人展示自己心爱的摆件，又能避免灰尘落在柜内碗碟上，免去了需要经常打扫的麻烦。但此类餐边柜同样需要房间主人有一定的审美能力，能让展示出来的碗碟、摆件在点缀整体装修风格的同时不落入俗套。

3、封闭式餐边柜

如果不想让来客看到自己收纳在餐边柜内的物品，或是不想在展品上花费心思，则可以选择不透明的板材作为餐边柜的柜门，这样可以极大程度上隐秘餐厅杂物，让收纳变得省心随意。

现在的餐边柜多数是以上的几种款式的组合柜，既能让主人展示引以为傲的收藏品，又能让收纳变得更加隐蔽随意，不用担心杂物太多显得杂乱无章。

|餐边柜的摆放|

餐边柜的空间布局影响着餐厅的空间利用率，餐边柜的摆放位置决定着就餐人员的用餐舒适性。

1、垂直抵住餐桌

餐边柜和餐桌垂直相抵，用餐时能够方便用餐者从餐边柜上拿取所需物品；但同时由于餐桌与餐边柜之间的距离过近，会导致一些柜格被桌子遮挡，影响收纳效果，此种摆放方式需要房屋主人注意将餐边柜柜门设计成开放式



或推拉门式，以方便拿取餐具和摆件。

2、垂直远离餐桌

与垂直抵住不同，此种摆放方式令餐边柜和餐桌之间空出一段距离，保证了餐边柜功能的正常使用。正常情况下可供成年人通过的过道宽度为60 cm，则开放式或推拉门餐边柜所需预留的距离为60cm即可；而平开门式或抽屉式餐边柜则需要预留100-120cm的距离才能保证取物的方便性。

3、平行餐桌

餐边柜与餐桌平行也是常见的摆放形式，这种摆放方式更适合餐厅宽度不够的家庭。一般来说，在不打扰到坐在座位上的就餐者的前提下保证一个成年人顺利通过，需要预留至少120cm的距离。

繁星闪烁着深蓝色的夜空
 夏蝉在枝头吟唱
 晚风拂过窗前
 听雨看花闻香
 是家和万事兴的花好月圆
 设计独特的顶固餐边柜
 一幅画、一束花、一瓶酒
 仿佛置身于梵高的画作中
 品味美味佳肴
 尽享和美的天伦之乐

Topstrong

Living Innovation & Integration

指尖上的

打破传统的阅读习惯，
顺应新媒体时代发展

“微报刊”

顶固官方微信公众号
“顶固集创家居”上重磅推
出“微报刊”电子刊物，打破传统
的阅读习惯，无需下载任何阅读器，
只需一点，就能轻松浏览。

阅读方式：

顶固集创家居官方微信



扫二维码关注官方微信公众号
“顶固集创家居”



进入顶固官方微信的主页



点击页面右下角“顶固之家”中的
“微报刊”



进入到《微报刊》封面

《顶固中国》 季刊征集令

2006年5月，《顶固中国》杂志正式创刊，最早是双月刊，后发展成季刊，至今已出刊56期。十载历程，《顶固中国》旨在展现品牌文化特色，传播高端、有料的资讯，探索奋斗背后的故事，发现生活的美好，一直致力于打造成服务全国顶固人的精神文化读本。

现向全体顶固人（顶固员工、经销商、店长、导购员等）公开征稿，征稿板块与要求如下：

▣文化圆桌

文化是圆桌，圆中有方，方中有圆。这是文字控的一席之地，讲述自己的生活 and 故事，文体不限，字数有限，800字以内。

▣高谈阔论

话题控，针对热门人物、热门话题以及经济生活等领域高谈阔论，各抒己见，折射家居行业的最新动向和潮流，字数不限。

▣装修日记

分享你我他新房装修过程的点点滴滴，酸甜苦辣皆有味，字数不限。

▣居家课堂

居家是一门学问。实践出真知，居家君炼成记在这里可以更好体现出来。

投稿邮箱：dgbjb2013@163.com，请注明参与栏目和个人信息
投稿热线：0760-22772692



顶固集创家居官方微信

顶固® Topstrong

广东顶固集创家居股份有限公司

GUANGDONG TOPSTRONG LIVING INNOVATION & INTEGRATION CO., LTD.

地址：广东省中山市东凤镇和穗工业园

HeSui Industry Zone, DongFeng Town, ZhongShan City,

GuangDong, P.R. China 邮编Code: 528425

电话Tel: 0760-22772555

网址: www.dinggu.net

全国客服热线Series Line: 400 883 5858