

Topstrong

Living Innovation & Integration

顶固中国

股票代码：833958

创办于二零零六年五月
2017年1月-3月 / 第01期
内部刊物 / 总第51期

让精益
成为企业DNA

设计游学之旅
2017德国之行

专访刘红波：
匠心顶固欧洲品质

商学精英全线出击



封面人物 衣柜事业部制造运营副总经理 刘红波先生

顶固® 实木定制
SOLID WOOD CUSTOMIZATION

YODA 顶固清牧什兰系列·郁达

“我有一所房子，面朝大海，春暖花开。”—海子

郁达实木家具设计理念来自美式简约风尚，灵感源自著名青年诗人海子的诗作《面朝大海，春暖花开》。热爱生活的人懂得打造一个诗意怡然的家园，摒弃浮华，重拾纯粹。

顶固郁达实木家具以明朗、流畅的青黛蓝实木线条勾勒出宽广的蓝天大海，配以优雅、质朴的海沙白，宛如清风徐来，流云逸升，而淡泊灰的家具点缀，则像墨墨丘山，润泽自然，渗透出生活中的专注与一丝不苟。



顶固形象代言人 范冰冰

顶固[®]
Topstrong



寻找下一所 WELFARE
CHILDREN'S 顶固希望小学

爱心接力 传递希望



第九所希望小学征集二维码

CHINESE
CULTURAL EXCHANGE

合和

老子言：道法自然。观天地之水，动静相宜，变幻莫测。其变在外相，即气、水、冰之形与态；不变于内在本性，即水汇聚前行之精神，水润万物之品质，水能让万物需要水之智慧。大至沧海，微至细雨皆如是，故老子称其为上善若水。

善水汇聚必前行，深藏“合和”之道。滴水天降，或远隔千里，或近在咫尺，或清或浊，无一不入小溪、越山川、奔江河，汇湖入海。其间相合相融，你中有我，我中有你，你是我，我是你，和为一体。

水，遇高温气化于天，遇燥土渗透于地，遇严寒凝结于冰，一切依其境自然、自动呈现，其中无不深藏水润万物之慈悲，无不显化水能让万物需要水之智慧。

再观天下之水，无论身在何地、何方、何形、何态，终将因汇合而奔涌，因奔涌而渐进融和。其相清明，其理透彻，其意深远，故称其为“合和”之道。

“合和”之道其大无外，宇宙天地无不如是；其小无内，毫厘再分无尽，皆显其相，藏其理，含其义，乃真实不虚，玄妙无限。

水，与天合和，同天共孕云蒸霞蔚；与地合和，同地共孕沃土生机；与人、动物、植物合和，共孕生命无穷。

大千世界芸芸众生，若法于“合和”之道，行于“合和”之理，无论自然与人类，国策与民生，社会与家庭，个人与事业，必现莺歌燕舞，一派祥和。“合”乃物理过程，为相，为众心所向，向同一方向、目标、愿景、使命、梦想，汇合前行；“和”乃化学过程，为果，是“用”方向、目标、愿景、使命、梦想，现和为一体。

生命与自然、群体与组织、个人与家庭、精神与物质，世间百态，问题千种，矛盾难数，互为纠缠，难求其解。若能目标统一，同步前行，虽问题依旧，但矛盾、纷争、纠结、痛苦，却荡然无存，不化自溶。

善用以合求和，求和用合，用一切合和一切，天地必神往祥瑞，万众必亲和一体，世界必实现大同。

顶固® 智能锁



开门，
嘀一声就好了。

顶固智能门锁

3300

轩朗系列

Shiner Series

安·全·卫·士



Topstrong
Living Innovation & Integration

广东顶固集创家居股份有限公司
GUANGDONG TOPSTRONG HOME INTELLIGENCE & SECURITY CO., LTD.

www.dinggu.net

400-883-5858

顶固® 门业

— 品位家·顶固门 —



简约SIMPLE

简约而不简单

品位家 顶固门

TOPSTRONG DOOR
A TASTE OF HOME



全屋内门定制

www.dinggu.net | 400 883 5858



封面精华摘要

Cover the essence in this paper

高端访谈

匠心顶固 欧洲品质
衣柜事业部制造运营副总经理
刘红波专访



“顶固制造的标准向欧洲看齐，用品质稳健根基，用实力征服市场，实现顶固大家居品牌的构建。”2017年2月顶固全屋定制全国营销战略峰会上，衣柜事业部制造运营副总经理刘红波先生的一翻演讲，让现场顶固家人热血沸腾。本期《顶固中国》采访了刘总，谈谈在行业新形势下如何巧用信息化技术打造国际品质家居，赢战市场。



总编：林新达
顾问：陈有斌、刘兴旺、刘红波、李先群、钟勇、徐冬梅、胡萍
主编：汪光武
责任编辑：梁秋燕、杨敏、陈玉萍、朱凯、邓慧君、林树兴
美术编辑：陈立宇
校对发行：刘琪
投稿邮箱：dgjb2013@163.com
本刊物仅供内部交流 部分图文源于网络。

顶级风范

设计游学之旅-2017德国之行



这次德国科隆展、慕尼黑展的设计盛会让我们体会到“德国制造”的精髓，世界一流的设计、制造水平，精工精神的永恒追求，用材质、细节和科技颠覆传统。反观国内有些企业则一味地追求“又好又快”或者“一切通吃”我们应该在中外对比之下，理清思路、指明方向。从定制单品到定制家居的进化过程实现大家居发展趋势；惯以标准化、模块化、系统化的产品设计思路，打造完美空间体验感，注入精工精神，让产品拥有完整的血肉之躯。2017，我们在探索、精讲中一起前行！

顶固名人

积极拓展渠道，创新发展模式
——南京顶固五金 林桂萍



我们告别成绩斐然的2016，迎来了充满希望的2017。历经一年的风雨兼程，顶固再次与全国各地经销商欢聚一堂，畅谈成长经验，分享成功喜悦。一年的磨砺奋进，顶固与优秀经销商们书写了许多的成长故事，其中，刚加入顶固不过短短一年的合肥顶固吴定虎厚积薄发，凭借专业化销售、服务、安装等营销基石高垒顶固的口碑，使顶固在合肥地区的影响力蒸蒸日上，成功在区域市场占有一席之地，并超额完成公司下达任务量，跃然成为顶固新星。

商学之道

一场关于6S的战役



兵马未动粮草先行。2016年，数十场6S项目活动开展得如火如荼，全年订单数增长179.7%，销售额同比增长200.2%。厉兵秣马，一场关于6S的战役已然硝烟四起。

范店有料

顶固祝贺 | 冰冰获奖：
前路漫漫，来日方长



3月22日10:21，顶固形象代言人范冰冰女士更新微博，配文“前路漫漫，来日方长！”引用南宋词人文天祥《与洪瑞玥云岩书》：“某利郡后，颇与郡人相安，日米四处无虞，早收中熟，觉风雨如期，晚稻亦可望，惟量力绵求收，来日方长。”体现了冰冰女神的谦逊与务实。

知

顶固速览

当红冬季，顶固荣获多项殊荣	09
顶固门业年会特别报道	09
精益无处不在 改善时时皆有	09
顶固集创家居2016年总结表彰大会暨2017年会隆重举办	10
2017全国营销战略峰会闪耀中山大本营	10
共同开启“破局·突进”顶固五金新篇章	10
顶固7520+购满全屋设计大赛赛况火爆	11
315实力认证 顶固荣获“优质服务品牌”	11
国际建博会顶固与您共筑静享+	11
顶固集创家居2017年员工积分暨2017年会表彰盛典圆满落幕	12
2017广州定制家居展：来看顶固安科纳系列	12
315权威发布：顶固综合得分最高	12

高端访谈

匠心顶固欧洲品质	
衣柜事业部制造运营副总经理	
刘红波专访	13

独家视界

让精益成为企业DNA	17
------------	----

顶固名人

合肥顶固吴定虎：营销的一切都是为了提高业绩	19
积极拓展渠道，创新发展模式——南京顶固五金 林桂萍	21
用最坦诚的心，对待每一位客户	23

顶固印象

不忘初心，不畏将来 守住顶固人的文化自信	25
------------------------	----

行

商学院

商学精英 全线出击	28
-----------	----

电子血拼

顶固家居商城用户体验 定制，是为了让生活更好	31
顶固五金天猫旗舰店给你一个别致的家	33

商学之道

一场关于6S的战役	35
-----------	----

情

星星之火

41 做一个善良的人
43 顶固：怀着大爱前行
45 寻找下一所顶固希望小学

文化圆桌

47 《你好，2017》
49 你好，清浅的时光

高谈阔论

51 企业文化的“实”与“虚”

品

顶级风范

53 设计游学之旅——2017德国之行

柜族生活

57 清牧什兰系列

金相玉映

61 顶固I7系智能指纹锁用“芯”护家，聆听您的声音
63 中国风是一种态度，黑是一种格调

豪门贵胄

65 顶固生态门，简约时尚首选

趣

范店有料

67 顶固祝贺冰冰获奖：前路漫漫，来日方长

装修日记

69 小空间60㎡地下天堂

居家课堂

72 定制有“木”，还有“竹”

74 征集令



当红冬季 顶固荣获多项殊荣

2016年12月，由中国五金制品协会开展的“中国十大锁王”评选活动中，顶固名列其中，荣膺“中国十大锁王”称号。

“中国十大锁王”的评选，历经层层选拔，要求严格，同时考核质量指标和市场占有率指标，产品质量要处于国内领先地位，市场占有率、品牌知名度、产品开发能力等居锁具行业前列，能获选“中国十大锁王”，是对顶固在锁具行业的影响力、顶固锁具产品的综合实力的绝对认可。

当月，在中华全国工商业联合会家具装饰业商会举办的2016中国家居业重塑产业链价值体系大会暨中国家居业领军企业家年会的活动上顶固继续斩获“2016中国智能家居行业荣誉榜中国智能家居行业产品设计奖”、“定制家居领军品牌”，顶固公司董事长林新达先生荣获“2016中国智能家居行业荣誉榜中国智能家居行业‘协同、创新’杰出贡献人物奖”。

在互联网信息技术与传统制造业深度融合的趋势下，产业变革迫在眉睫。如何形成新的生产方式、产业形态、商业模式和经济增长点成为当下家居行业亟待解决的问题。会议引领了新形势下家居行业的发展潮流，深入探讨最值得关注的设计、定制、融资、电商、智能家居、大数据领域的核心问题和内在联系，推动企业间建立优势互补、协同创新的产业链合作共赢平台，集中展现传统家居企业在新时代下积极寻求转型之路，引领行业创新发展的良好态势。



“预见”2017年 顶固门业年会特别报道

佛山市顶固集创门业有限公司“预见”2017全国营销战略峰会暨2016年度颁奖典礼1月7号于佛山市富林朗悦酒店隆重举行，来自全国各地的经销商及顶固门业全体员工欢聚一堂，共度年欢。本次年会分为两个部分，白天的全国营销战略峰会和晚上的颁奖典礼暨积分制快乐会议。

2016年是顶固门业不平凡的一年，顶固门业成立了独立的分公司，在顶固家人们一年的辛勤付出下，实现了2016年业绩的人幅增加。不仅如此，顶固门业在产品线以及专卖店形象方面，都得到了进一步的完善和升级改造。顶固门业2017年的战略部署将围绕模式、产品、推广、运营、管理等方面进行改革升级，做出顶固风格，树立顶固门业的核心地位，用差异化和风格化的产品实现品牌形象的升级。

颁奖典礼暨积分制快乐会议在晚上19点开始，晚会上为优秀的经销商颁发了八项奖项。优秀的经销商是顶固门业快速发展的中流砥柱，在顶固门业的发展中发挥了不可替代的作用。衷心的感谢他们这一年的拼搏和努力。相信，只要公司和全体经销商共同携起手来，顶固门业的未来的蓝图会更加的光明。随着男女主持人同时上台，在《顶固梦想》的歌声中，顶固门业“预见”2017全国营销战略峰会暨2016年度颁奖典礼圆满的落下帷幕。



精益无处不在 改善时时皆有

2017年1月11日，2016年广东顶固五金事业部精益改善总结大会如期而至。这不是一场精益改善的盛会，更是一场无止境的追求，在一月的开端，总结一切。大会上不仅对2016年的精益管理做了详细的总结展示，还对在精益管理道路上劳苦功高的优秀提案者进行了颁奖。

对企业而言，精益生产方式在组织生产运作中有着无与伦比的优势。过去一年，顶固五金事业部打了一场硬仗，加大精益生产投资力度，从投资厂房搬迁、精益理念的培训，6S、工艺改进、流程优化、成本分析等方面开展工作，精益成果累累。2016年全年共收到改善提案293份，较2015年提升463%，节约金额近百万元，较2015年提升72.73%。同时，五金生产车间现场作业环境发生了翻天覆地的变化：硬件环境得到极大改善，保持现场生产操作标准化，物品放置规范化。随意走进五金车间，都可以见到现场货物码垛整齐，通道顺畅，整体给人感觉清爽、干净。

梁启超先生当年富有哲理博大精深论断少年强则中国强，现今也有人说质量强则中国强，而顶固五金却做到了精益强则中国强！春暖花开，遍地飘香，但愿顶固绣丝缕清香，精益之路必将飘香四溢，悠远而漫长。希望2017年能走向顶固人共同的精益改善之路。



顶固集创家居2016年总结表彰大会暨2017年会隆重举办

2017年1月16日，顶固集创家居2016年总结表彰大会暨2017年会于在顶固总部员工生活区文化广场隆重举办。顶固高层领导，经销商及供应商代表，兄弟企业代表及全体员工共计1500欢聚一堂，共享“顶固盛宴”。

与以往年会有所不同，今年在环节上面增加了国旗升旗仪式以及事业部团队展示。升旗仪式蕴含特殊的意义，迎风飘扬的国旗以及司旗在全场瞩目下一路向前。整齐的步伐、聚精会神的注目礼……那一刻油然而生的是浓浓的爱国情，是紧紧的团队凝聚力。事业部的团队风采展示亦如此，士气恢弘，展现了顶固强大的凝聚力。

过去一年无论是冲锋在前还是后劲支持的家人，都发挥了很大的作用，推动顶固2016年逆势增长，2017年是顶固的“质量年”，“以质取胜”的经营战略正式启动，号召全体家人朝着公司新的发展战略奋斗，实现“成就最受尊重的领军型家居企业”伟大愿景。

蜕变

那一场关于梦想的重生
 飞奔向往之处的奋不顾身
 精进

那一段关于生命的撬动
 行过进阶阶梯的不屈不挠
 2017

蜕变、精进
 质变之基
 量变点滴



2017全国营销战略峰会 闪耀中山大本营

2017，友目标，友态度，友力量，顶固进入友情年——感恩一路有你！一起前行！

2017年2月19-21日，顶固全屋定制2017全国营销战略峰会在中山利和希尔顿酒店震撼开启，顶固全国经销商齐聚顶固中山大本营共同商讨2017定制家居大趋势。2016是全屋定制的元年，2017则将是全屋定制大趋势全面发展的一年，顶固全国数百名经销商亦师亦友，齐聚一堂，携手共进，共同应对新的一年、新的挑战。

2016年是全屋定制家居行业的起跑年，顶固顺应时代发展，品牌打造，产品创新双提速，为顶固新一年的战略布局打下坚实基础。2017年，顶固面对新趋势，新发展，新机遇，顶固全屋定制将重新进行品牌定位，以高端、时尚、设计为主旋律，开辟新篇章。

在2016年激烈的市场竞争洪流中，跃出一批功盖显著，成绩傲人的优秀顶固人。他们凭借在市场份额上的显著提升和在服务质量运营方面的卓越表现，为了表彰他们在各方面取得的突出贡献，激励更多的顶固家人在新的一年里顺势而上，在2月21日晚的“顶固全屋定制2017年金奖颁奖典礼盛典”上对他们进行颁奖。晚会最后在大合唱《男人的柔情》中落下帷幕。

朋友，因为有你，给予了我们无尽的力量，我们才能创造奇迹、打造经典。在流转岁月中，把酒祝东风，一路“友”你，且歌且行且从容！



共同开启“破局·突进” 顶固五金新篇章

初春的江门，有春光，有春风，有春雨，还有我们一年一度的春天之约。2017年2月26-28日，“破局·突进”2017顶固五金事业部全国经销商年会在江门新会龙泉度假酒店震撼上演。千里逢迎，高朋满座，来自全国的400多名顶固经销商，欢聚一堂，共论2017年建材行业之局势，习破局，突进之术，全面开启顶固五金新篇章。

此次大会的主题为“破局·突进”，深入阐述了我们要打造什么样的局和顶固五金破局突进之路。2017，顶固五金破局突进，奋力向前，打开新的局面。回首2016，是顶固五金火力全开，万分精彩的一年；展望2017，品牌三驾马车之势，精益求精，供应链管理、生产管理模式的革新，“千城万点”渠道打造初显成效，已为2017年蓄势待发做好了这一切准备。

一边是干货大会，一边是工厂行。这是新加入顶固大家庭全国内销经销商们首次参观顶固中山总部。在现场解说员引导下，走展厅、看基地，下车间，加深了对顶固品牌的印象。

随着28日晚的“破局·突进”2016年度顶固五金事业部金象奖颁奖典礼的结束，我们在回顾中为此次营销峰会画上圆满句号。结束是为了更好的开始，分别是为了更好的启程。朋友们，来年再见！



顶固315： 7520+购满全屋设计大赛

315顶固推出特惠活动：顶固315“7520+ 机惠难得”感恩全屋购活动，在全国终端卖场如火如荼开展活动，“寻找最TOP设计家 我为顶固代言”7520+购满全屋首届设计大赛，全国顶固业主参赛户型火爆报名情况相当火热。

本次活动规则既简单又方便，消费者到店下单购买7520+购满全屋套餐，与店面设计师合作参与全屋设计大赛。参赛选手需要拥有一年以上终端设计经验，熟悉运用CAD、2020等制图软件，报名后通过公司电话认证，并提交至少一幅清晰的参赛作品，完成以上要求即可参赛。业主奖项设定，报名并下定金参与：除享下定红包外，另享进店礼及折上折优惠。奖品相当丰厚，如一等奖顶固50寸智能液晶电视，二等奖顶固智能晾衣机，三等奖空气净化器；设计师奖项设定：一等奖iPad Air2，二等奖华为平板电脑，三等奖希捷硬盘等。

此次顶固设计大赛分别以全国东、西、南、北四大区展开，开设十大分会场联动全国顶固终端门店进行角逐，顶固设计师与业主密切合作，踊跃参赛。参赛报名截止后赛程进入专业评审阶段，紧接着业主投票环节。赛程紧凑、紧张激烈，最终获奖作品对应获奖者获得了顶固丰厚大奖。



315实力认证 顶固荣获“优质服务品牌”

在315消费者权益日期间，顶固在网易“2017家居服务调查”活动中展现一片真诚服务之心，实力斩获“家居行业优质服务品牌”荣誉称号。

寻找家居服务榜样，为幸福家居助力，2017年已是网易家居发起315售后服务调查活动的第七年。为了更全面地反映当前家居建材企业的服务水平，2017年网易家居315服务调查采用了三位一体的综合调查模式，从电话服务、电商服务、微信公众号服务三大板块对全国家居企业的服务能力进行考验，是一次权威、全面、严谨、公平的行业大调查。

直面一年一度的家居服务大检阅，顶固在全国200余家知名家居品牌中脱颖而出，各项服务评分成绩均名列前茅，凭借优异综合服务成绩成为家居行业标杆，实力认证了顶固与时俱进、日益完善的服务体系。

此次家居服务“三科全考”，更注重全面、立体的呈现家居品牌为消费者提供的服务价值。考核的内容虽多，但评估标准主要是从服务速度、服务态度、服务结果三个方面进行系统评分。顾客满意是企业经营的底线，顶固致力于让广大消费者放心，向全国消费者提供24小时不间断的无忧贴心服务。因为广大消费者对顶固的支持，顶固才能不断向上成长，因为广大顾客对顶固的信任，顶固会不断自我鞭策，成就更好的产品与服务。

不忘初心，不负嘉奖，顶固将以更优质的产品，更贴心的服务，为消费者带来更多的惊喜。顶固，让您放心！



国际建博会 顶固与您共筑静享+

2017年3月22日-3月25日，第二十二届中国国际建筑贸易博览会在上海国际会展中心盛大开展，顶固全屋定制携创新产品惊喜亮相，与来自全国的行业精英、新老顾客朋友共享创意家居，共话发展。

继2016年上势扬帆，顶固一路高歌远航，品牌营销战略逐年升级，誓要引领大家居品牌范。此次国际建博展，顶固再续“静享+”风潮，以时尚简约、科技高端的空间定制家居理念创引未来。生活的诗与远方，家居的品位与舒适，在顶固大数据扫描下一一呈现，聆听高端定制家居旋律，顶固全屋定制的大牌家居时代与您一起“静享+”创意生活。

本次展会，顶固携DIY系列亮相此次国际建博会，把现代极简主义与个性创意时尚家居风潮吹向全国。融合线条重复强调的设计手法，引入金属框架与木纹的材质搭配，顶固DIY系列由此更显时尚的气息，模块化的思维设计，让顾客可随意进行创意组合，顶固DIY系列更符合主人的生活品位。创意家居由你DIY，顶固全屋定制让你放心！

2017中国（上海）建博会，是顶固全面开展“友情岁月”整合营销推广策略的第一战。一路“友”你，不忘初心，打造高端定制大家居范，顶固不断铺广销售网络，以县为重，重磅推出“县在约你”合作计划，持续发力向全国区域招商，吸引了来自全国各地大批的意向客。展会现场顶固全屋定制馆人群涌动，对顶固产品、文化、营销等实力进行深入了解，争先加入到顶固全屋定制的大家庭行列，与顶固携手共创美好家居宏图！



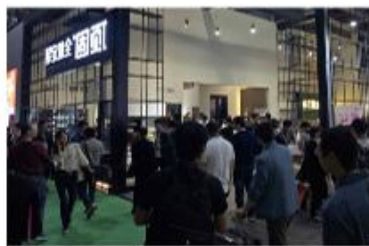
顶固集创家居 2017年员工积分暨 2017年会表彰盛典圆满落幕

2017年3月23日，顶固集创家居2017年员工积分暨2017年会表彰盛典在顶固公司员工生活区隆重举行。快乐会议上，有颁奖：对积分制标兵的认可，对年会工作人员的奖励……有节目：威风锣鼓，歌曲《茉莉花》，舞蹈《踩踩踩》……有抽奖：寿星奖，积分认可奖……

2016年度积分制管理成果展示：历经一年的大力推行及工作实践，积分制成功渗透到公司经营管理的方方面面，并取得了显著的工作成果。在积分的信号作用下，员工的个人能力提升、工作效率达成、内部团队协作等方面发生了巨大变化。2016年公司实现了业绩稳步增长30%，积分制发挥了重要的推动作用。

晚会另一项重要环节，“蜕变·精进——顶固集创家居2016年总结表彰大会暨2017年会”表彰。年会的成功举办，离不开幕后默默付出的顶固家人们，因此晚会现场表彰了获奖团队及获奖个人。证书与奖品是对工作人员最大的鼓励与肯定，而年会纪念光碟会让曾为这一场年会并肩作战过的工作人员们再次翻阅起人生经历也历历在目……经过这次年会，我们看到了“蜕变·精进”的个人、团队与公司。

顶固公司2016年的成果颇丰，通过积分制大家都提升了自己的工作积极性，学习了正确的工作态度，还拿到了很多奖金礼品等！积分制带给顶固家人们的一切，只能证明：好的总是留给你！



2017广州定制家居展： 来看顶固安科纳系列

2017年3月30日-4月1日，定制家居界的大咖们将齐聚广州，参与第七届中国（广州）定制家居/衣柜展览会。定制家居是此次大会的主题，广州这个城市拥有资源大融合的优势，与往年一样也是此届举办地，每一届定制家居展都带来不一样的规模成效，参展品牌500余个，展馆26770平方米，4020个展位而顶固此次展位面积达411.5平方米，是此次展会最大展馆。

静享+是顶固全屋定制的全年主题，无论是享受自由的小清新，抑或喜欢看书阅读的文艺范，融融乐乐的一家几口，谁不想住在一个安静舒适的家呢？静享意指享受静谧的未来生活，也代表安静地享受大数据带来的便捷生活方式。+可谈“加”或谐音“家”，顶固全屋定制的主题设计就是这么既有寓意又有范，毕竟是咱家冰冰代言的品牌。

此次展会，顶固全屋定制将主推两款系列：安科纳全屋系列新品，完美邂逅系列。其中安科纳全屋系列新品为主推新品，为现代简约风格，展出卧室、衣帽间、儿童房、客厅、书房等全屋空间，提供时尚空间体验、高端品质生活的全屋定制一站式家居整体解决方案，尽显大牌家居静享+。



315权威发布： 顶固综合得分最高

2017年3月，深圳市消费者委员会公布针对12个品牌的12款定制衣柜的比较试验结果：顶固综合得分最高，为86.5分。顶固衣柜样品在国内众多品牌中，无论是产品质量、板材环保度，交货周期、售后服务等主要环节，各项指标都处在行业中名列前茅地位。

据介绍，本次比较试验中，深圳市消委会工作人员模拟普通消费者从深圳各家家居卖场购买了12个品牌的12款衣柜（全部样品尺寸及内部结构一致），本次比较试验各样品柜体、门板均选用E1级三聚氰胺饰面板板（俗称“颗粒板”），安装地点由消委会模拟普通消费者指定。本次比较试验测试了消费者最关心的“有害物质、样品质量、安装评价、货期及售后服务”四大指标。其中顶固样品货期及售后服务质量测试结果显示：得分最高的是顶固衣柜，提供保修卡及纸质保修信息，保修时长1年，送货时间25天，电话服务一次接通。

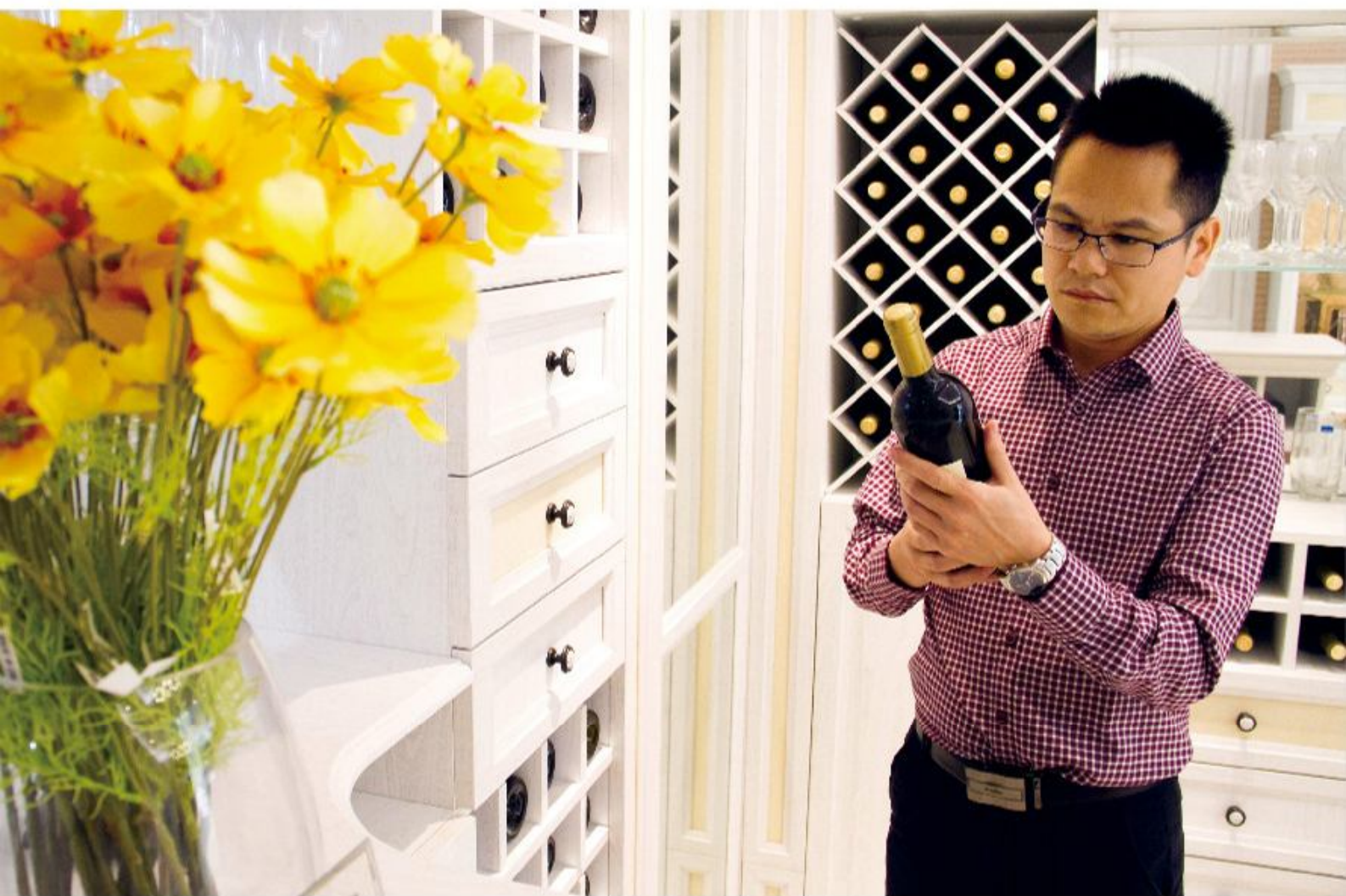
经过对各品牌衣柜样品四大指标的测评并进行权重综合评分（采用百分制计算），12个品牌的定制衣柜样品综合得分在51.5-86.5分之间，获得80分（含）以上的衣柜品牌有7个，占比较试验测评数量的58.3%，总体表现令人满意。其中，顶固衣柜样品得分最高，为86.5分，与最后一名差距明显。

匠心顶固 欧洲品质

Topstrong Rival European quality

衣柜事业部制造运营副总经理
刘红波专访

文/衣柜品牌策划部全金枝



这是一个风云际变的科技信息时代，随着市场经济格局的变迁，家居行业也在不断重组洗牌。新一代信息技术与制造业的深度融合，让产业变革迅速发酵扩张，形成新的生产方式、产业形态、商业模式和经济增长点。从定制家居到全屋定制浪潮的来袭，个性化、数据化、智能化空间定制已全面推广。

顶固全屋定制作为定制家居行业的佼佼者，不断顺应时代发展，时刻掌握行情把握先机，成功上市实现行业资源整合，并借势四期厂房的落成使用于行业率先进入工业4.0时代。同时顶固致力于将顶固制造的标准向欧洲看齐，用品质铸造稳健根基，用实力征服行业市场，实现顶固大家居品牌的构建。2017年顶固全屋定制全国营销战略峰会，《顶固中国》荣幸采访了衣柜事业部制造运营副总经理刘红波先生，谈谈顶固在行业新趋势下如何巧用信息化技术打造国际品质家居，赢战市场。

《顶固中国》：刘总你好，随着经济格局的变动，近年家居行业市场也困顿低迷，但顶固却依旧实现较高的出货增长与品牌提升，请问顶固是如何持续保持强劲的生命力？

刘总：顶固作为家居行业中的高端品牌

在激烈的行业竞争中一直立于不败之地，源于顶固孜孜不倦的品质追求。“品质”是顾客消费的第一需求21世纪是科技信息的时代，为构建稳固的品质根基，顶固不断优化制造生产，用领先行业的科技信息不断深耕顶固品质堡垒。如今，顶固已率先进入工业4.0，实现相关信息化科技生产运作，为顶固品牌再添鲜活活力。

《顶固中国》：刚刚您提到顶固已进入工业4.0时代，信息化科技提升顶固品质，这是否有什么标准可以衡量吗？

刘总：工业4.0变革是数据化信息企业的构建，这必须要有先进的技术、设备支持。顶固除了不断加强自身的研发，还高瞻远瞩放眼国际。因为顶固的文化核心是“顶中华企业之脊梁，圆世界华人之尊严”。做为定制家居企业的领头羊，顶固的品质标准一直都是向世界最前端看齐。在全球制造行业中，欧洲品质一直处于领先地位，主要体现在环保、安全、做工精良和注重细节等方面。顶固工业4.0制造，向欧洲品质标准看齐，立志于为消费者提供最顶级的品质保证。

《顶固中国》：“顶固制造，欧洲品质”，这是顶固提出的全新品质标杆，请问刘总您能详细的跟我们介绍顶固要如何实现这一目标吗？

刘总：2016年下半年我们提出了顶固制造2025的规划，今年我们将斥重金加大工厂自动化、智能化升级改造力度，从生产能力、质量管控能力、服务能力、物流运输能力，产品竞争力这“五大能力”提升，为顶固品质保驾护航。未文顶固工厂的制造规模可能不一定是行业最大的，但我们的制造水平、自动化与信息化程度一定是行业最高的。目前，顶固品质无论是从产品工艺、技术、质量还是材料都要高于其他竞争对手，已达欧洲标准。

《顶固中国》：优质的产品是品牌的强大根基，刘总在顶固制造新规划中的“五大能力”也涵盖了产品竞争力提升，那么顶固产品相比竞争对手有哪些品质上的优势呢？

刘总：顶固在2017年新产品导入上，会将板式门板封边工艺升级为激光封边工艺，封边材料升级为ABS材料，相比原先的PVC材料更环保，质量可靠性更强。同时，顶固将成为国内定制衣柜门板率先采用激光封边工艺的品牌之一。此外，我们还将导入德国进口的海蒂诗隐藏导轨、铰链等五金配件，与现有的顶固研发的五金配件，形成中高配置。定制家居这个行业现在还是处于茁壮发展的青春时期，许多同行都在炒作大家居，但



谁也不敢拍着胸口讲：“我就是行业的霸主”，所以我们还有机会。机会在哪里？大家都处在打价格战中，我觉得我们应该逆势而前行，就像我前面讲到的顶固无论是从产品工艺技术、质量，还是材料都要高于其他竞争对手。顶固就是要客户买得放心，享受顶固产品带来的高端品质生活。

《顶固中国》：高端品质制造需要完善的质量管控，行业中传统的人工质检不仅效率低还容易出现错漏，顶固在工业4.0构建下的质量管控是否有什么创新吗？

刘总：针对传统质量管控的问题，顶固从欧洲质管方面系统的进行了吸纳融合。工业4.0下的顶固智慧型工厂通过自动化和信息化系统建设，整合了欧洲重型通过式CNC加工设备、分拣机器人与制造管理系统，实现产品流水线式加工且减少人工介入，在数控自动加工铣型柔性生产模式下，顶固吸塑、包覆产品生产技术工艺以及生产能力已全面突破提升。信息化作业下，我们不仅能够追踪每块板件的生产信息，做到板件正确、及时的生产，还能利用机器设备扫描，对每块板件进行质量监控，确保板件的孔位正确、尺寸正确、品质精良！

《顶固中国》：除了产品，服务已成为消费者价值的另一重要体现，对于服务品质打造，顶固制造是否有一套快速有效的客户沟通平台呢？

刘总：“顶固让您放心”是我们一直遵循的企业宗旨，所以我们也一直在完善优质服务体系。今年顶固已全面升级了人工服务平台，针对设计工艺，生产进度，物流信息以及售后服务方面为客户提供全方位的管家式服务。与产品生产模块不同，顶固品质服务打造更倾向高科技下的人性化沟通，因为市场终端会出现各种变化，为贴心——满足消费者的需求，我们需要高效及时的服务沟通。不仅如此，对于一些紧急特殊的消费订单，我们还设置了一条绿色通道，实现特殊情况特殊处理，保证顶固服务品质。在优化与整合现有服务资源、流程，建立快速反应机制过程中，顶固客户满意度已大幅提升，有效营造良好口碑。

《顶固中国》：所谓“巧妇难为无米之炊”，定制家居行业中物流运输作为生产制造的最后一环，如何快速、低成本的将产品送至客户手中是一大难题，顶固品质高端在这一方面有什么秘诀吗？

刘总：对于物流运输，顶固采取多种运输模式相互配合的方式进行，已建立顶固智能制造与精益物流协同作业管理体系，以适应顶固全屋定制未来3~5年快速发展的需求。以生产基地为核心，顶固借鉴、引进物流信息化管理的先进经验，对物流运作过程中的各环节进行可视化管理。对于销售旺季的发货高峰期，能做到提前预测，提前沟通，制定高效、低成本的物流运作管理方案，从而提升物流运输效率，保证及时、快速交货，避免物流运输带来的服务问题，整体提升物流服务品质。

《顶固中国》：顶固用国际尖端技术制造高端品质的计划真的是信心、决心满满啊，相信定能捕获更多的消费者，任重而道远，顶固制造在未来还有什么规划吗？

刘总：随着顶固的快速发展，面对越来越海量的订单，2018年顶固将再筹建10万平米，年生产能力60万套的厂房，并全面采用第4代先进进口设备以及智能机器人，生产制造水平将赶超欧洲先进水平。这也是“顶固制造2025”计划，通过建设智能工厂，促进制造工艺的数字化控制、状态信息实时监测和自适应控制。在工厂智能管控下，生产现场每隔几秒就可以收集一次数据，并利用这些数据实现多形式的分析，一旦某个流程偏离了标准工艺，即可产生报警信号，让我们能更快速地发现错误或瓶颈所在，及时解决问题。

用匠人之心，打造至佳品质。顶固展望未来，顺应时代潮流借助欧洲先进科技工艺向高端品质企业迈进，又不忘中华民族的质朴真情，一路稳扎稳打，致力于为消费者提供最高端品质家居。让我们共同关注、见证、支持顶固的品质未来！

让精益成为企业DNA

DNA makes lean enterprise

结合工业4.0时代 讲述精益的重要性及意义

精

益无所不在。当打开思路，把精益思维无限延伸，会有更多的意外惊喜等待我们去发现。精益是什么？精益是一种意识，一种行为，一种文化。

对岗位而言，精益在于弄清楚工作的目标是什么？源头在哪里？怎么行动？对家庭而言，精益就是读懂彼此的需求，尊重对方，找寻家庭共同思想和行动。对企业而言，精益就是企业管理发展的过程，所呈现的就是企业文化落地的最终结果：基于尊重客户的需求，应用未来思维，化解当下的问题，形成精益文化，成为行为向导。

精益文化的建设首先是尊重员工的自主能动性，从相信员工开始，相信员工能够为精益文化实施带来意想不到的效果，相信员工能够通过努力提高他们的素质，相信员工可以为企业的发展贡献力量，这才是真正的“以人为本”。

精益文化的建设其次要以提高客户满意度为策略。“得民心者得天下”“顾客是衣食父母”，企业真正实现可持续发展，首要者是否以满足客户需求为第一准则。企业是服务者的角色清晰了，品牌利益点就能够无限延展，深入到客户生活的方方面面。以客户体验作为品牌最佳的发声，也是品牌实力最有力的佐证。缺乏这样的精益思维，品牌建设之路会偏离轨道，造成品牌推广资源的极大浪费。

目前各大媒体生存面临困境，核心原因在于一味售卖推广资源，并没有真正为消费者发声。当失去消费者拥护这条防线，一切为零。在当下趋于理性的消费环境下，谁能真正站在消费者角度深挖品质、品位体验，为消费者代言，谁就能够实现“得天下”。

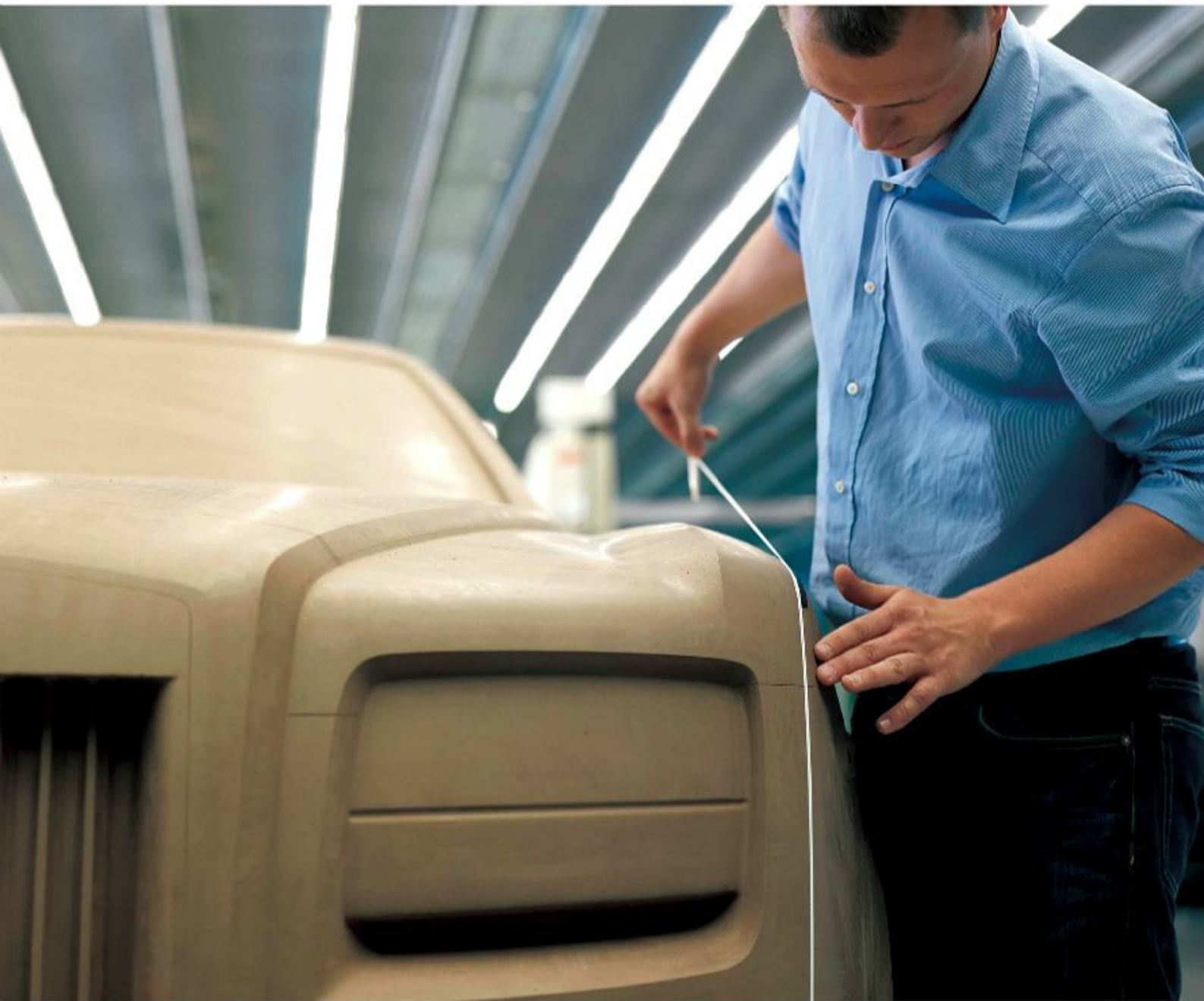
精益是一种意识，它对外是创造顾客价值体验，对内是拉动员工的智慧与激情。

精益是一种行为，它不是“减人”，不是“节约成本”，而是追求客户和企业都满意的质量，追求成本与质量的最佳配置，追求产品性能价格的最优比。

精益是一种文化，借助企业文化的通道使得精益由企业表面的管理活动逐渐变成行为习惯，融入企业的血液，注入企业的骨髓，从而形成精益DNA。

按照结果导向原则，精益的结果就是创造客户的满意，精益过程就是产供销等各个环节精益求精，追求可刻达到极致，用统一且唯一的共同目标（创造客户满意）指导全员的工作行为，如此，精益文化才能有效落地，推动企业可持续发展。





庐阳猛虎，定势立局

LuYang tiger Set the snobbish bureau

文/衣柜品牌策划部：刘倩婷

合肥顶固吴定虎：营销的一切都是为了提高业绩

摘要：

时光流转，又是一年收获季，岁月更迭，恰是好友重逢时！

我们告别成绩斐然的2016，迎来了充满希望的2017。历经一年的风雨兼程，顶固再次与全国各地经销商欢聚一堂，畅谈成长经验，分享成功喜悦。一年的砥砺前行，顶固与优秀经销商们书写了许多的成长故事，其中，刚加入顶固不过短短一年的“后起者”合肥顶固吴定虎厚积薄发，凭借专业化销售、服务、安装等营销基石高垒顶固的口碑，使顶固在合肥地区的影响力蒸蒸日上，成功在区域市场占有一席之地，并超额完成公司下达任务量，跃然成为顶固新星。顶固全屋定制2017全国战略峰会现场，《顶固中国》温情对话“好友”合肥顶固吴定虎先生，聊聊他与顶固的不解之缘……

Q1、首先，可以请您介绍一下合肥顶固区域市场概况吗？

吴总：加盟顶固这个大家庭已经一年多时间了，一路走来感慨颇多！从最初的一个店待到滨湖到如今的三个店多点爆破，倾注了合肥顶固人无尽的心血和付出。滨湖作为合肥大湖名城的前沿阵地，周边住宅层出不穷，是我们盘踞合肥的大本营。二店环宇店立足合肥东边门户，靠近市区，市场区位也是合肥地铁二号线重点枢纽。三店所在的红星四里河店是红星系统内安徽唯一的直营店，顶固入驻四里河店目的就是镇守合肥西北高端市场，门店从定位到出样大部分以实木为主，直击高端消费群体。

Q2、促销是开拓市场利器，在今天的超级品牌活动《顶固亲亲季II》中，您是如何利用这些区域特点和资源来促进有效销售的？

吴总：顶固亲亲季是顶固亮剑定制家居有效的核心品牌营销活动。合肥顶固通过上半年参加公司5A项目对团队的提升打下了良好的基础，在亲亲季活动中积极响应总部的号召，在总部的大力支持下，结合本地实际情况，全面部署亲亲季活动，与居然市场达成共识，取得良好

的市场资源并落地爆破，在市场和同行业中取得了良好的口碑。

Q3、成功的市场活动离不开精英团队，在团队管理上，吴总您有什么心得体会吗？

吴总：没有完美的个人，只有完美的团队。合肥顶固自加盟顶固以来，始终秉承人心齐，泰山移的合作理念招兵买马，本着人品第一、态度第二、能力第三这样的面试标准，本若不放弃不放弃的用人原则一起前行。在团队刚开始磨合阶段主动暴露问题，引导团队找到解决问题的方法。在活动中不断锤炼团队，在培训中逐渐统一思想，在日常工作中不断挖掘不同性格同事的优点和长处，允许员工犯错，给机会让员工成长，这样日积月累就能形成一支强有力雄踞一方的顶固军团。

Q2、促销是开拓市场利器，在今天的超级品牌活动《顶固亲亲季II》中，您是如何利用这些区域特点和资源来促进有效销售的？

吴总：顶固亲亲季是顶固亮剑定制家居有效的核心品牌营销活动。合肥顶固通过上半年参加公司5A项目对团队的提升打下了良好的基础，在亲亲季活动中积极响应总部的号召，在总部的大力支持下，结合本地实际情况，全面部署亲亲季活动，与居然市场达成共识，取得良好的市场资源并落地爆破，在市场和同行业中取得了良好的口碑。

Q4、合肥顶固2016年超额完成公司下达任务量，能用短短一年时间在区域市场脱颖而出，请问吴总您有什么秘诀可以和大家分享一下吗？

吴总：2016年对于合肥顶固来说是战战兢兢如履薄冰的一年，是初生牛犊不怕虎的一年。我们从地板跨步到定制，在前大半年走了不少弯路，也汲取了不少教训。2016年任务的完成得益于总部对我们的大力帮扶，同时也得益于我们合肥顶固军团每一位战友全身心的付出和努力。



力！我的经验理念是一群人，一条心，一班子，一件事，我坚信合肥顶固军团脚踏实地，一定可以把顶固这面旗帜在安徽合肥这方热土上牢牢守好！

Q5、今年年会主题是“友情岁月”，与顶固“好友”相交以来，从最初的陌生到现在的风雨相伴，相信内心有许多感触，方便谈一谈您的感悟和收获吗？

吴总：刚开始进入定制行业，什么都不懂，总部各级领导、培训部等对我们全力支持，从建店、上样、人员培训、促销支持等各个方面全力帮扶，帮扶人员的实干精神深深影响着合肥顶固团队。我相信，只要相互信任、理解、沟通、支持，在充满挑战的2017，我们一定可以携手共进再攀高峰！

齐心奋进的合肥顶固军团有了顶固总部政策大力支持犹如画龙点睛，如虎添翼。即使市场波谲云诡，我们相信庐阳猛虎依旧威吼四方！

面对市场风云变幻，发展机遇丛生，我们满怀憧憬、激情澎湃；纵使时光推移，身处各地，我们在风中，在雨中，我们一起哭，一起笑，一起嬉闹，一起拼搏……，因为我们有一个共同的名字——顶固家人。虽然前方路漫漫，我们互诚互暖初心依旧，一路“友”你，相信下一个路口会收获更多的精彩。真诚期待携手广大经销商，合作伙伴一起用信心和勇气筑梦启航，翱翔共享！

积极拓展渠道，创新发展模式

Actively expand channels, innovation and development mode

—专访南京顶固五金林桂萍

文/五金市场部 采访

顶固五金以“破局·突进”开启2017年的新征程，在一年一度的“金象奖”颁奖盛宴上，南京顶固五金林桂萍女士以优秀的表现荣获2016年度“金象奖”。在经销商队伍中，林桂萍的经营思路活跃，发力拓展各种销售渠道，不断提升团队的执行力，激发他们的战斗力，在激烈的市场竞争中占据一席之地，并为顶固在当地市场赢得了良好的声誉。2017年又是一个新的起点，面对新的挑战，她是否又有一些新的想法和创新的举动呢？为此，我们采访了南京顶固五金林桂萍女士。

Q1: 随着行业的发展，竞争不断加剧，市场份额缩小，价格几近透明，经销商利润微薄。“优胜劣汰，适者生存”，这是市场经济环境下的自然法则，顶固五金经销商也不例外。那么在五金营销如何才能做到摒弃不正当的、恶性的、非人性化的竞争，将竞争变得理性而从容，让市场变得宽松而洁净，在瞬息万变的市场竞争中始终拥有主动权？

答：随着竞争局势的加剧，整体来看五金行业的利润率逐年拉低。但从行业发展趋势来看，产品走向个性化、差异化、精品化，以及随着中产阶级消费崛起，为这部分主力人群提供高性价比、又能满足他们各种审美需求的精致产品，是目前市场的主要增长点。我认为我们把握好这个方向就可以谋求更大的市场空间。顶固五金是专业五金系统方案解决专家，在产品品类和产品设计风格上，顶固有着很大优势。因此，我们应该从传统的价格拼杀，拉低产品层次的恶性循环中抽身出来，把目光集中到更大的市场增量上，着眼更长远的发展。

Q2: 从经销商的角度来看，不仅产品需要品牌，服务更需要品牌。对于经销商来说，谁掌握了客户，谁的销售模式更容易被客户接受，谁就赢更多的客户。所有经销商的注意力开始从“产品”向市场的真正主人“客户”转移。您是如何更深刻地认识和了解顾客，使产品

和服务完全适合顾客的需要，从而形成产品的自我销售？您作为品牌运作的优秀代表，你觉得要在当地把品牌做起来要把握那几点？

答：产品和品牌相辅相成，缺一不可。在品牌运作上，首先我们需要良好的店面形象，让顾客的每次购买都是愉快的购物体验，其次，销售人员的表现也会影响到品牌在消费者心里的预期。在终端店面，销售人员就是品牌服务代言人。因此前端销售渠道的软硬件方面建设都要达到甚至超越消费者的预期，这样才能经营好品牌形象。

良好的品牌形象，是产品销售的敲门砖。但同时，产品不能只是卖出去就觉得已经完成使命了，这只是万里长征第一步，真正让产品自己会说话产生口碑效果的是服务，我们应该为产品提供涵盖整个生命周期的优质服务，都说好的产品自己会说话，及时、优质的服务能让产品焕发更大的能量。我们一直秉承“服务创造价值”的理念，赢得了很多顾客的信赖，也为我们带来了更多忠实的客户。

Q3: 公司的产品在您所代理的区域是怎样的一个市场状况？

答：南京是省会城市，同时在区域市场中有一定的影响力，竞争的激烈程度可想而知。总的来说，十几年不断努力和坚持，十几年艰辛和奋斗，顶固产品在当地销量一直名列前茅。我们提供的优质服务也为顶固品牌在当地的市场赢得了相当高的美誉度。

Q4: 在与公司合作的过程中，从最初的陌生到现在的风雨相伴，相信内心当中有许多感触，请您谈谈这么多年合作过程中的一些感受。

答：从代理顶固品牌到现在，风雨同舟走过了十几年，一步一个脚印的与顶固公司共同成长。刚开始市场也没有今天发展的这么成熟，大家都是在摸索中前进，但是经历的任何坎坷都阻挡不了我们的步伐，因为有一个共



专访南京顶固五金 林桂萍

同的信念“把顶固做大做强”。时至今日，顶固在行业内应该说是已经成长为一个领导品牌，我们也发自内心的感到自豪，后面的路挑战与机遇并存，希望和大家一起把顶固做的更好。

Q5: 这次在江门召开的经销商大会主题为“破局、突进”，您从中体会到公司有什么样的变化？

答：这次参加年会感触颇深，年会上公司分析了整体的行业环境和趋势，并为大家提出了解决的办法和执行的方向。以前的销售模式可能是直营店重、分销、装修公司等传统渠道，这些渠道目前面临增长乏力甚至是逐年下滑的状态，现在要跳出这个局限，拓展更多的营销渠道、尝试更多方法，学习金牛、日丰等厂家采用的密集式分销的方式，把业务拓展到更宽的市场，让消费者更方便的能接触到我们的产品，产品的销量自然而然的会增长。

Q6: 请谈谈您目前的工作和生活状态，比如，您对目前的状态满意吗？每天工作多长时间？每年是否会有一段休闲旅游时间？您理想中的状态是怎样的？

答：整体业务运转良好，我的工作相对以前来说比较轻松，工作的时间也比以前大大缩短，每年也能够安排一段时间出来度假旅游。当然，理想中的生活状态希望有更多时间休息，静下心来多陪陪家人。

Q7: 您对未来发展有何展望？对公司有何期望？

答：希望顶固五金能在南京市场继续占据优势地位，能发展的更好，期望公司不断开拓，从产品和市场两方面同时发力，做行业的领导者。

把握行业发展，市场脉动，积极拓展渠道，创新业务发展模式，相信南京顶固五金的家人们在林桂萍的带领下一定能勇攀高峰，再创辉煌！

用最坦诚的心，对待每一位客户

In the most honest heart, treat every customer

文/门业市场部 郑基君



经销商：方韦（江苏/连云港）

《2016年度顶固门业优秀经销商获得者》

加盟顶固时间：2016年6月正式开业

经营理念：用最坦诚的心，对待每一位客户

2016年6月，连云港顶固门店正式开业，短短半年时间连云港店出色的完成了当月的销售任务，并于所有新加盟店中脱颖而出，荣获2016年度优秀经销商——新锐奖。

本期，我们特高采访了方韦先生，他所经营的顶固衣柜和顶固门业两个品牌在销售业绩和经营管理上都是优秀而出色的。因顶固的品牌知名度，他慕名而来，从此把顶固当做自己的事业去用心经营，同时他还有一个小目标，把顶固打造成当地建材行业大品牌，做到行业前茅。这次采访中，他与大家分享了他的经营理念和方法。

营销有道，做好规划

据不完全统计，连云港顶固门业的订单来源主要有四个方面：35%源于活动订单，30%源于各种资源带单，10%源于电话咨询上门，剩余的25%源于自然进店成交。从

数据看来，连云港顶固门店的各渠道订单占比情况良好，而且销售渠道比较全面，可以看出连云港方总在团队建设，各种销售渠道上都做得不错，是全才型的人才，那么他的主要经营方法是什么呢？方韦坦言，在他的经营管理中，最核心理念是制定合理完善的计划和目标。首先，制定全年的营销活动规划，根据设定目标组建团队，并设立职能分工，人员分配。其次，要在市场上保持活跃度，活动多做，人员多动，品牌传播也就多了。最后，提升团队伙伴的配合和销售能力，提高销售业绩和品牌知名度。

有目标才有动力，有动力才有进步。2017年，方韦对连云港顶固所定下的总销售目标是：2017年销售目标比上年增长50%，店面样品新品更换，而最大目标是做到连云港建材行业销量和服务口碑第一。



管理有方，做好分工

走进连云港顶固门业，首先惊讶的是这里的店员素质，彬彬有礼的待客，熟练的产品介绍，真正做到服务一流。经过了解，方才知道连云港顶固的店员都是“老”店员，至少在顶固工作了2年以上，甚至有5年工龄的店员，从建店以来一直跟随着连云港顶固至今。

在方韦的团队中，我们发现一个很明显的特征，就是稳定性。方韦是个精明的伯乐，在选择团队成员时，基于稳定和积极性进行双重评估。

合理的管理机制和稳定的收入是留住店员的根本因素，很显然方韦在这方面做的很好。方总分享经验说，首先要针对销售目标，分解到个人完成。每个人都要求自己制定目标，每天打几个电话，每周访问几个客户，每个月成交几户等。人员分工明确，制定激励政策，奖惩分明！

分享生意心得

成功的人总是各有优点，他们身上总有一些品质是值得我们学习借鉴的。采访最后，我们请方总谈一谈他的生意体验。他说道自己做生意主要基于两点：客户是业绩的源泉，员工是销售的根本。

做事业，做品牌，做生意，诚信最重要，一切以客户为中心，积极做好售前、售中、售后服务工作，以服务好客户为最基本宗旨。员工是销售的根本，作为老板怎样让员工赚到钱很重要，员工有钱赚，自己才能有钱赚！秉承这样的生意原则，方韦带领着连云港顶固门业一路越走越远，我们也相信2017年他们的目标一定能实现！

不忘初心，不畏将来

Don't forget to beginner's mind, not afraid of the future

不忘初心 不畏将来

顶固每一步坚实的跨越，都铭记最初的品牌梦：

成为一个带给家庭幸福感的品牌。

在未来的资本道路上，顶固将不忘初心，回归本质，

让员工幸福，让客户满意，真正实现“顶固让您放心”。



1. 关于文化

古语有云，文以载道，道以化人，故为文化。在这个日新月异的新商业社会，几乎每天都会听到“文化”。文化，是什么？有个前辈曾经说过：“一个人没有文化，狭义上指的是没有掌握多少技能、文字识别等能力，这就有高低之分，可以后天弥补；一个组织没有文化，是广义的，说明这个组织缺乏一种精神意识，这就好坏之别。一个不好和好的文化，都会在组织中形成一种形象，继而，形成潜规则。”

我认为这是非常有内涵的解读了。首先，在公司内部，企业文化是指员工与员工之间的相处方式，对外展现出来的就是员工的精神面貌，企业形象。其次，“形成潜规则”这样的说辞其实很接地气。文化是一种习得的行为，改变企业文化很难，因为意味着改变行为方式。如果一家企业按照某种方式做事，而且持续了很长时间，就很难说服大家改变，这也包括公司的领导者，这就形成了潜规则。这也侧面说明了，构建企业文化是自上而下的，培养和强化文化的最好方式，就是领导层从实际行动层面强调其重要性。

在企业文化的升级过程中，很多人建议去寻找一些标杆。但我认为，从业务到管理，都可以借鉴他人，唯独文化没法借鉴。毕竟，企业文化是通过具体的行为形成的，而不是先有文化后有行为。

2. 关于服务

服务首先不是基层员工的专利，它必然从上至下存活于一个组织中。

设想如下场景，一群管理者决定要把企业文化变得“更关注客户”。但看看会议日程，根本没有时间讨论如何改进客户体验。在这样的情况下，他们又能抽出多少时间实地探访一线、拜访客户，哪怕给客户打几个电话呢？如果从管理层开始就把客户放

在其他事后面，又能指望企业其他部门有多重视客户呢？在顶固全屋定制2017年会上，首席营销官汪光武先生强调一切以品质及客户满意为主导，质量与客户满意第一原则，这需要顶固上下一心，回归商业零售的本质，研究消费者，做C端的消费者品牌，从经营策略，到营销策略，到营销策略，到品牌与市场推广，到产品研发和空间设计，乃至渠道建设，都必须把关注点、落脚点都放在了用户身上。

要想做好服务，这真的没那么简单，绝对不是对公司大吼一声“快点去服务客户”就能做到的。在用户至上的今天，我们每个人都扮演服务者与被服务者。服务的本质在于利他，利他是站在他人立场去思考与判断一切，用自我的语言和行为给他人带来利益。这就必须通过各种途径，不断强化服务思维，思维转变了，行为方式自然而然就改变了。

3. 关于问题

在内部，我们往往在面对很多问题的時候总有诸多争议和推诿，每每遇到挑战，总会不自觉的寄希望于强势管理的效率。效率在任何时候都是有吸引力的词汇，但是，一个组织的强大和长盛不衰，在于对每个人的尊重，以及让每个人找到自己的发挥空间。

令我深刻的是民主决策会，民主决策会是用民主的方式，借助问题，找寻出解决问题的方法与机制的专题会议。其目的在于借助会议激发出员工潜能与激情，提升员工个人的价值与尊严。在这样的会议上，你可以畅所欲言，各抒己见。你不再惧怕问题，反而爱上问题，因为这意味着找到了自我提升的空间。试想一下，一个问题就是一个台阶，那么每解决一个问题就上升一个台阶，如此类推，每个人都会稳稳扎下成长的根基，长成参天大树。

在董事长新林达先生的带领下，顶固企业文化得以升级。新版企业文化理念是基于顶固过去十四年的成功体验，立足于未来二十年的社会与市场所创作的一套文化系统。全新的企业文化系统出发点和落脚点都是生命与人性，重员工成长，轻企业展量。企业关注人的成长，人的成长必须借助于企业这个平台，人都成长了，企业自然而然得以成长！附上顶固新版企业文化摘录部分：

顶固宗旨

顶固，让您放心。

释义：顶固公司自成立伊始，就始终秉承“让您放心”的企业宗旨。“您”指以顶固为核心的全产业链，包括顾客、经销商、股东、员工、供应商、社会等一切与顶固息息相关的群体。

顶固使命

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。

释义：企业的原动力来源于创造，企业的最大价值在于为社会提供精品。顶固将始终依托自我原创精品成就中国原创精品在世界舞台崛起，为中国制造争光，顶起中国企业之脊梁，固世界华人之尊严。

顶固愿景

成就受人尊敬的标杆型家居企业。

释义：立足家居行业，聚焦全屋高端定制主营业务，通过不断强化管理质量、工作质量、服务质量、客户质量、产品质量，向顾客提供满足其需要的全屋高端定制产品和服务，成就领军型家居企业品牌。

顶固核心价值观

自信、感恩、诚信、利他，艰苦奋斗，精益求精。



十五载·蝶变

十五载风云变幻，顶固立足本土文化，从十几人的小工厂一步步成为集成家居的领军企业。如今，顶固相继提出“线下体验，线上交易”、“智能家居”等理念，紧握手时代发展脉搏，不断加强自身的创新，为家居行业注入生生不息的活力。下一站，顶固的目标是在资本池里驾驭未来。

商学精英 全线出击

All business elite

2017年开年大战吹响号角，
顶固商学院团队秉承
“专业、敬业、实干、实战、高颜值”的精神，
纷纷奔赴全国，
为全国加盟商提供最实战的终端辅导和培训。
五天内开设15个培训专场，为品牌提升和业绩增长做不懈的努力。

走进商学院

顶固商学院是广东顶固集创家居股份有限公司衣柜事业部营销中心培训部为顺应市场发展需要组建的顶固全屋定制商学院，负责衣柜事业部各项培训课件开发、组织培训及考核等工作，帮扶加盟商提升设计、销售、安装能力（3个1工程）及帮扶新加盟商三个月学会运营（90工程），提高终端加盟商团队专业技能，实现业绩倍增。

顶固商学院坚持实干、实战、实用的“三实”原则，以标准化、专业化、系统化、持续化的“四化”目标为导向，为顶固终端门店提供及时、有效的产品知识、销售、设计、安装、团队打造、经营管理、活动策划、业绩提升等一系列培训，助推终端团队成长与业绩增长。服务项目涵盖：

系统培训班ST+培训实践化TP

对新经销商提供顶固全屋定制产品、销售、

设计、安装等一系列培训，采用90天成长计划，分阶段进行，帮助新经销商快速上手；第二、三阶段，白天分基地和本店实践训练，晚上进行针对性培训，帮助新商实现团队与业绩快速同步增长！

三个一计划 3&1

加强终端团队建设，提高终端新老加盟商团队人员专业技能，实现业绩倍增，其目的是为终端销售、设计、安装3个1能力的提升！

点对点辅导PTP

对于门店经营管理中出现的的问题，提供专项或多项驻店辅导，全面系统打造团队，迅速提升门店综合能力！

Q1 顶固商学院的使命，工作职责是什么？

答：顶固商学院是顶固品牌衣柜事业部营销中心为顺应市场发展需要组建的，主要

使命致力于为顶固衣柜全国加盟商和加盟商团队提供全方位培训的机会，创造一个增强销售业务技能的学习环境，塑造并宣传顶固精神与顶固产品，帮助加盟商团队提升，实现业绩倍增。

工作职责是负责衣柜事业部终端各种课程开发及培训工作，帮扶加盟商提升销售、设计、安装能力（3个1工程）及帮助新加盟商团队三个月学会（90工程），提高终端加盟商团队的专业技能，实现业绩倍增。

Q2为完成上述使命，顶固商学院的老师需要怎样做？

答：为完成使命商学院老师要坚持着实干、实用、实战的三实原则，以标准化、专业化、系统化、持续化四化目标为导向，为终端门店提供及时有效的产品、设计、销售、安装、团队打造、经营管理、活动策划等培训辅导。



Q3 工作中常常遇到难题有哪些？最大的难题是什么？如何排解？

答：前期工作遇到的难题主要是如何让加盟商高效快速的参加学习及培训成本如何管控问题，因此培训地点及培训会场是我们这次培训中非常重要的问题，关于地点第一要能够方便加盟商，第二要能够节约培训成本；针对这两个问题这次培训为了方便全国加盟商，我们在全国东南西北15个省会及地点设计培训会场，为了节约培训成本，我们前期与当地加盟商做了充分的沟通，借用加盟商会议室等争取到多个免费培训场地，为本次培训节约了资源。

Q4 工作需要顶固商学院的老师们需要经常出差，面对这些苦和累，你们是如何平衡工作与生活的？

答：在平常工作中商学院的老师们常期在外出差，为了能让终端店面快速成长，老

师们会加班加点做培训及辅导，白天带着店员销售及签单，晚上加班进行专业培训，每天的工作强度很高，经常一忙就是晚上十二点，但商学院老师并没有任何抱怨，因为这就是商学院的工作精神，以服务好每个客户为宗旨，让每个客户团队快速成长为服务目标，所以大家都是快乐的在工作；我们老师经营的口头禅就是“累并快乐着”“我爱工作，工作使用快乐”“快乐的做应该做的事情，我们会更加的幸福快乐”，工作中大家遇到困难的时候，所有老师都会出主意共同解决，就像一家人一样，团队的精神给每个老师很大的鼓励，让我感受最深的是今年过完年后所有老师没有回公司就直接出差到外地开展315培训，3月底大家全部回来公司时，老师们年后第一次见面，相互之间紧紧的拥抱，这种拥抱有一种说不出的情感；除了老师们之间的感情，在商学院有一个规定就是

在外出差的老师必须要做到让家人放心，周末老师们必须要给家人打电话，过节在外出差必须要给家人买礼物，所以现在老师们的家属对大家的工作都非常的支持。

Q5 展望未来，顶固商学院希望如何？有什么更远的目标和方向？

答：秉承积极、敏锐和不断创新的精神，塑造并保持顶固商学院的品牌形象，为全国加盟商提供高质量、不断革新的学习环境，成为家居行业标杆具有影响力的商学院，为顶固全国加盟商及顶固公司培养出优秀的职业经理人及员工。



系统培训班ST + 培训实践化TP：

对新经销商提供顶固全屋定制产品、销售、设计、安装等一系列培训，采用 天成长计划，分阶段进行，帮助新经销商快速上手；第二、三阶段，白天分基地和本店实践训练，晚上进行针对性培训，帮助新商实现团队与业绩同步增长！

三个一计划 3&1：

加强终端团队建设，提高终端新老加盟商团队人员专业技能，实现业绩倍增，其目的是为终端销售、设计、安装3个1能力的提升！

点对点辅导PTP：

对于门店经营管理中出现的问题，提供专项或多项驻店辅导，全面系统打造团队，迅速提升门店综合能力！

申请步骤及收费标准：

- 1、终端如实填写《顶固终端培训申请表》，交区域经理批准及付款；
- 2、培训部受理后，将根据申请要求安排相应讲师前往实施；
- 3、收到批复后，积极按照指引文件做好相应准备；
- 4、具体收费标准以公司文件或培训部批复为准。

● “新商90成长计划” 系统培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	系统培训班	中山	3月	讲师团	15天
2	系统培训班	中山	4月	讲师团	15天
3	系统培训班	中山	6月	讲师团	15天
4	系统培训班	中山	8月	讲师团	15天
5	系统培训班	中山	10月	讲师团	15天
6	系统培训班	中山	12月	讲师团	15天
7	实战基地	各区	全年	讲师团	15天
8	驻点辅导	终端	全年	讲师团	15天

● “3个1” 计划—设计力—精英设计师培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	精英设计培训	各区	5月	讲师团	7天
2	精英设计培训	各区	7月	讲师团	7天
3	精英设计培训	各区	9月	讲师团	7天
4	精英设计培训	各区	11月	讲师团	7天

● “3个1” 计划—销售力—精英家居顾问培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	家居顾问培训	各区	4月	讲师团	3天
2	家居顾问培训	各区	6月	讲师团	3天
3	家居顾问培训	各区	8月	讲师团	3天
4	家居顾问培训	各区	11月	讲师团	3天

● “3个1” 计划—安装力—安装师培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	安装师培训	各区	5月	讲师团	3天
2	安装师培训	各区	11月	讲师团	3天

● 全国卓越店长培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	店长培训	待定	7月	待定	2天

● 总裁培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	全国加盟商培训	待定	8月	待定	2天

● 点将培训

序号	主题	地点	时间	主讲老师	时长
1	点将驻店培训	全国	不限	申请或指派	5天以上

*以上培训开课时间以具体通知为准



定制，是为了让生活更好

Customization, in order to make life better

文/衣柜电商部：袁思怡

“设计师能否满足我对家具设计的个性需求，设计出好住又好看的家？”

“我可以在装修前提前看到我未来家的模样么？”

“设计效果图那种好看的家，真的可以实现吗？”

“小户型可以实现大户型那样的组合功能吗？”

“你家产品的质量如何，是环保材质吗？”

“你家产品的售后服务有什么样的保障？”

在有关家具定制、装修与生活中的疑问中，绝大部分的客户在定制前总会给我们的客服留下诸如此类的问题，这其实是用户对未来理想家的殷殷期盼，也是对品质生活的不懈追求。对家居用户而言，定制，是为了让生活更好。

买家线上体验的便利性以及个性化

对线上预约定制而言，最大的特点莫过于就是便捷性了，足不出户就可以获取大量的信息，而且可以根据个人的喜好、空间细节，定制个性化的家具配置，让每件定制产品都可以独一无二。线上商城用户在决定自身的家居风格之前，都会先仔细与我们的设计师沟通，确定自己的需求，特别是在款式、尺寸和颜色方面，在沟通之后，我们的设计师会根据客

户的具体需求出具效果图，让客户提前看到自己未来家的样子，这种一对一的互动与沟通方式让客户构建自己对未来家的样子，这种一对一的互动与沟通方式让客户构建自己对未来家居蓝图的设想，并在构想中理清思路，进一步提升了用户定制家居的个性化体验。

把梦想搬进现实，实现不可能为可能

在现在高房价的重压下，小户型是很多家庭最理想的购房需求，但是在小户型装修上往往是最让人头疼的，因为面积越小的户型，就越需要在装修中合理布局，将空间变大，这些可以在定制中完美实现。在我们的客户中，不管是对于一个年轻的家庭或是单身一族来说，家里的各种功能还是要具备。比如说，看电视、习读、吃饭、休闲娱乐都要有各自的空间，如果是一个大家庭，更需要对空间进行合理的规划与布局。这些通过我们的设计师上门测量和了解后，会有针对性地给客户提供几个备选方案，客户确定方案后则可以对空间进行设计、组合，比如组合家具的“分割”：玄关柜+酒柜、衣柜+书柜、客厅柜+餐边柜等，不需要硬性的装修即能为你有效实现小户型的大户型享有的多种功能。

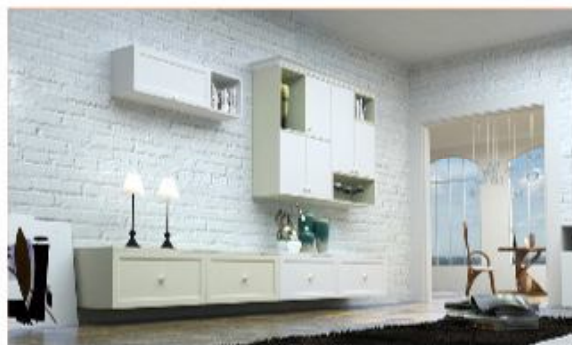


三、线下实体店真实体验 定制适合自身品味的家

调查指出，不同渠道购买家具的消费者最看重的还是产品质量，其次才是价格。线下消费者主要以实体店作为了解产品信息的主要渠道，而线上消费者则选择互联网。线下消费者中有44%的人会同时在网上了解产品，而线上消费者中则有高达60%的人会同时到实体店去了解。这表明实体店始终是消费者了解产品信息的主要渠道。顶固全屋定制实体店，体验店分布全国，以不同风格的家装实景分别展示了当前备受高端业主青睐的全屋定制家居产品，如衣柜、书柜、电视柜、酒柜、榻榻米等产品，生活情景式展示将家的概念尽情展现，让消费者有一个更直观的视觉感受。这就是让消费者获取到的最直接和最真实的体验，先体验再购买，而后根据自身喜好再定制最适合自己品味的家居产品。这些，也是线上线下有效结合的的必要之路，是“互联网+家居”发展的首要问题。在这方面，顶固全屋定制有效解决了这类问题，通过实体店、体验店的展示，给消费者朋友通过面对面的实质性的接触、了解，提供了什么是客户真正需要的家居产品的有效渠道，让消费者在体验之后再确定什么类型的家居才适合自己品味，结合自己的个性。热爱生活的人总喜欢细心打理自己的家居生活，因为家的模样，决定你生活的模样。把家观

为生活的容器，起居坐卧，工作阅读，煮饭品茶，墨迹休憩而定制家，就是实现您这样“安逸舒适”的居家理想状态。

顶固全屋定制致力于为客户提供差异化的服务，而线上商城更是为了有需求的客户定制更加便利、实惠一个梦想家，满足“柜友”们对品质生活的无限追求。无论线上还是线下，顶固全屋定制都以用户的极致体验为目的，持续向顾客提供高品质、时尚化的家居整体解决方案及无忧服务，如此至今才赢得了广大消费者满满的支持和喝彩，用实力证明，顶固，让您放心！



风格至上，“金”彩纷呈 顶固五金天猫旗舰店给你一个别致的家

Customization, in order to make life better

文/五金市场部:朱凯

形象经典，主题鲜明，这是中式给人的符号。它不仅仅是一种形态，更是一种生活的态度。它是中式家居风的不二之选，锌合金材质坚若磐石，棕古铜，坚韧与豪气并存；它是时尚复古碰撞东方神韵的巧夺天工，凝重之中，折射出古韵的典雅，直抵人心，搭配中式家装风格，呈现复古之最。



顶固艺术五金 - 盘古系列

每个人在选择自己的服饰时，都会非常看重风格与自己是否融洽，无论是高贵的王妃，还是时尚女王，只要是适合自己的，她们总能成为最耀眼的那个明星。同样在家装上，选购什么样风格的五金件，直接关系到你家装的成败。五金是家装中不可缺少的一部分，选对了五金件往往有点睛之笔的效果。

家居中霸气侧漏的是高贵典雅，但不是每个五金都能配上你家的家装风格的。随着家装行业深入发展，我们对家装五金产品的风格、品质都上升到了一个新的阶段。五金在家装中扮演的角色不单单只是一款耐用的生活必需品，更是一件装饰你家里的艺术品。

家装风格不同，自然对五金产品风格也有不同的要求。一般来说，家装可分为“中式”、“美式”“欧式”等风格，因此在选购配套的五金产品就要按照你家装的风格去搭配。顶固五金天猫旗舰店新春“金”彩纷呈，风格多样，给你一个精致别样的家。

你是欧式范



顶固艺术五金 - 布鲁斯系列

老城的沧桑，古老的街巷，你喜欢典藏这欧罗巴的风情；抚摸它，感受夕阳西下莱茵河畔的晚霞，感受迷人的欧洲风情。孤寂的城堡、华美的教堂，你喜欢追逐这欧罗巴的妍静；抚摸它，感受现代和古典交融，感受经典欧式韵味。

你是美式范



顶固艺术五金 - 伯爵系列

形象经典，主题鲜明，这是中式给人的符号。它不仅仅是一种形态，更多是一种生活的态度。它是中式家居风的不二之选，纯合金材质坚若磐石，棕古铜，坚韧与豪气并存；它是时尚复古碰撞东方神韵的巧夺天工，凝重之中，折射出古韵的典雅，直抵人心，搭配中式家装风格，呈现复古之景。

你是简约范



简约是一种风格，更是一种格调，但并不是意味着它就不考究品位了，恰恰相反，现代简约风格往往注重设计上细节，工艺上更是追求精工细作。对那种喜欢用简洁的形式来表达自己的生活态度的人来说，简约范就是他们的菜。

风格至上，卓尔不群，这样的家才是不一样的存在，也是与众不同的精髓所在。为了你新颖别致的家，顶固五金时刻保持有逼格的态度，始终如一，与时俱进，为你带来更多风格的五金产品。在此也欢迎你亲临顶固五金天猫旗舰店，我们将秉承风格，时刻为你的家装Hold住气场，撑足你的门面。

一场关于6S的战役

A campaign for the 6S



前言：

兵马未动粮草先行。2016年，数十场6S项目活动开展得如火如荼，全年订单数增长179.7%，销售额同比增长200.2%。厉兵秣马，2017年虽然才刚开始，但一场关于6S的战役已然硝烟四起。

顶固6S战队成立于2015年7月。从成立之初，就以“实战培训，终端为王”的执行理念，以“经销商的需求就是我们的价值”为服务宗旨，以为经销商打造系统化、标准化、可复制化的终端店面系统；打造一支训则能战，战则能胜的终端狼性团队为己任的严格要求而成立的职能机构。

未来，为了满足更多的经销商对终端活动的需求，活动形式将不断更新化，多样化，主动营销队伍也将不断的壮大。

6S项目之标准版

根据服务周期的不同，推出加强版（服务周期3周，共24天）、提升版（服务周期2周，共17天）、精华版（服务周期1周，共10天）。此服务周期包含前期准备时间和结束总结时间，从带队老师到达之日起算。

标准版主要针对单店开展，原则上不超过两个店，单店驻店老师2名，另外店指派1名驻店老师。

项目开展一般上分三个阶段进行，跨3个周末，以一周为一个阶段。总任务也从三阶段进行分解，每个阶段进行总结表彰。项目开展期间，进行分组PK，从每日过程、阶段签单任务上进行考核PK。前两个阶段有未完成的团队，在下一阶段开始之前，可进行团队破产、重新组队PK。

6S项目之1+N版

为满足不同省份不同城市经销商老板跨区域联动活动的

需求，将推出6S之1+N版，服务周期分3周和2周。此服务周期不包含前期准备时间和结束总结时间。

各城市分主会场和辅会场，主会场确保2名驻店老师，辅会场1名驻店老师。

是项目开展分阶段进行，一般分3阶段或者2个阶段，跨3或2个周末，一周时间为一阶段。项目期间，会有各类荣誉榜PK。主要以签单任务需求，特推出6S之1+N版，服务周期分3周和2周。此服务周期不包含前期准备时间和结束总结时间。

各城市分主会场和辅会场，主会场确保2名驻店老师，辅会场1名驻店老师。

是项目开展分阶段进行，一般分3阶段或者2个阶段，跨3或2个周末，一周时间为一阶段。项目期间，会有各类荣誉榜PK。主要以签单任务得分（占比50%）和过程指标得分（占比50%）为考核标准。过程指标每日会在作战群内进行公布，各城市按指令执行，执行合格获得相应得分。

考核公式：最终积分=实际完成订单/签单目标任务*50%+过程实际得分/过程总指标*50%

PK以两两城市及最终荣誉榜PK为主要方式，收取一定的PK金，以某城市最终积分高者为胜。

6S项目之smart版

针对同省份不同城市及大城市多店（3个店及3个店以上）的经销商，适用6S项目Smart版。

Smart联动模式标准：

此模式服务周期分2周和1周两种，不包含前期准备时间和结束总结时间。

各城市和单个城市分主会场/主力店、辅会场/一般店。主会场/主力店确保1名项目老师，辅会场/一般店卫星掌控，原则上是没有项目老师驻店，多城市店面总数不得低于10个，单城市不得低于3个。

项目开展根据服务周期的不同分阶段进行。

考核方式采用积分制，签单积分+过程指标积分各占50%。过程指标每日会在作战群内公布，各城市/各店按照公布指令执行，执行合格者获得相应得分。

PK方式，采取两两城市PK及综合积分排名方式。

Smart单点模式标准：

此模式适用于单店短期，服务周期为2周和1周且项目老师1名。



6S之“亲亲季”主题营销版

鉴于2015年“亲亲季”和2016年“亲亲季II”获得的空前成功，特此推出“亲亲季”主题营销版。

该模式周期为3周，分3个阶段进行。

全国分1个主会场，N个分会场（一般不多于10个），多个城市外围参与的分配方式。以大区为单位进行战区划分，如东、南、西、北战区，设战区司令1名，监督战区每日完成情况；各战区划省划分军区，设军区军长1名，监督军区每日完成情况。主、分会不划分至军区，成立独立战区，设独立战区司令1名，主会场多名项目老师驻店，分会场1名项目老师，即总参。

PK方式主要是：各经销商老板收取一定的PK金

- 1、主会场不参与PK，各分会场按照城市级别两两之间PK及相同级别城市排名PK
- 2、各战区，军区相互PK
- 3、各外围城市可选择PK对手

PK标准采用“3+1”模式

PK及排名标准：订单任务积分（70分）+过程积分（30分）

“3+1”模式：订单任务完成率*100分+过程积分

阶段	x月x日 x月x日	x月x日 x月x日	x月x日 x月x日	总任务
PK金占比	20%	20%	20%	40%

6S项目之日常活动版

日常活动主要包含日常单店活动，如开业、店庆、节庆、夜宴等；还包括联盟活动，主要是保价、砍价、总裁签售、展览、团购等活动。

P在单店活动中，除开业、店庆等活动周期可以为3周左右，在最后进行集中爆破外，其余单店活动均可一周一爆破，周周主题爆破是主流趋势。当然店庆、开业等活动是可以与夜宴等同爆破小活动相结合同时操作。如在店庆期间，每周可以穿插客户答谢会、样板房征集等此类周爆破活动。

对于店庆、开业等活动蓄客方式主要为：小区驻点推广、卖卡、电话营销、商场拦截等。

对于日常单店活动，蓄客方式需要短平快，为：有效电话营销、商场拦截为主。

联盟活动主要介绍下砍价及团购活动形式。

（一）砍价会主要从厂家和导购人员方面说下注意点：

1、作为厂家来说，

（1）、在介绍企业时能利用简短的几句话，讲出顶国品牌或企业的最大优势，以差异化的区别竞争对手，给顾客一个选择顶国的理由，这要求上台的代表需用精简言语对顶国产品进行系统概况，有力度的讲出优势。

（2）、在砍价中必须委正言辞的与砍价师唱对台戏，时刻维持价格同时又给出顾客优惠，而不是一味的降价再降价；

（3）、一定要表现得痛苦，非常痛苦，最后是无奈和垂头丧气，记住：你越痛苦顾客就越高兴，他们一高兴就有可能下单；

（4）、这是一个前提性的工作，即在前期与砍价师沟通价格是不能让到最后的底价，必须保留2-3个点的余地，以防砍价师来个突然袭击；

（5）、必须是厂家或经销商高景登台砍价，如果顾客认出你就是店长或店面经理，则信任度大打折扣，同时对你的优惠政策也不会相信。

2、作为导购来说

砍价师砍完价格会将价格写在牌上进行公示，此时必会有大量客户过去拍照和咨询，这就要求必须有4-6名了解促销内容的导购在现场提供讲解，以解开客户疑虑，打消客户的怀疑态度，趁热打铁完成下单。但是切记现场与客户进行长时间的纠缠，一般一个客户不超过10分钟，如果客户过于纠缠则立马进行下一个客户。当然你不能直接转身不理，客户跟前一个客户说“不好意思，你这边自己先看看，我这边有点忙，稍后你有需要再叫我可以了”

（二）团购会

这类专场团购由于目标群体非常分散，最大的难题是如何聚集到足够多的有效客户和让客户在一个相对集中的时间参加。从这点上来说，这类团购活动能否成功，基本由活动开展三天前的准备工作的充分与否决定。这里主要阐述活动的方案设定要点和推广。

1、活动主题

活动主题非常关键，在选用主题时最好有一定社会意义，有一定的社会意义才容易引起消费者的关注，例如以中秋节等传统节日或有特殊意义的日子如“3.15”等为主题；活动主题应该通俗易懂，简单易记，如“8888、整体卧室搬回家”等。

2、活动地点

活动地点最好在建材商场门口的广场或街边专卖店的门口，当然如果店够大但活动规模不大也可以在店内举行。如果活动地点在室外必须考虑天气因素，天气热还好些，碰到大雨这种天气就很麻烦。

3、方案设定

（1）时间设定

团购的时效性一定要强，一般2-3个小时比较合适，时间太散造成顾客不集中，没有人气。

（2）价格优惠

团购一般不做全场特价，选定1-2款比较实惠，价格差中的产品做成套餐形式。

（3）其他优惠

A、进店有礼。这是比较普遍的做法，进店并进行登记留下联系方式的客户都可获得一份小礼品，礼品一般都是带有品牌标志的环保袋，袋内可装一点纸杯、钥匙扣和宣传资料，成本较低，还可以起到宣传作用。

B、订金增值。所谓的订金增值是指客户交一定金额订金可以抵消大于所交订金金额的货款，例如交1 000元订金可以当2 000元货款。

C、抢先签单优惠。可以设定活动开始后5位或者前10位签单的客户有额外优惠，鼓励客户抢着签单，营造氛围，同时暗示客户准时来到团购现场，增加人气。

D、抽奖。传统的用一个小纸箱来抽奖的做法应该摒弃，抽奖一定要让客户参与进去形成互动，最好具有一定趣味性，比如捧金币、射飞镖、砸金蛋、玩转盘等。

4、物料准备

（1）布展物料。形象帐篷，太阳伞，展架，易拉宝，



咨询台、混合背景、名片箱、抽奖道具、宣传架。

(2) 宣传物料。产品图册、宣传图册、宣传单张、手提袋、邀请函、条幅、灯箱、报纸文案、荣誉证书、检测报告、工程案例、电视机、电脑、DVD。

(3) 小礼品。钥匙扣、钥匙袋、纸杯、广告笔、品牌纸袋、广告伞、咖啡杯、旅行杯、围裙等。小礼品应该提前放在手提袋里并摆放整齐。

(4) 抽奖礼品。机器人、电磁炉、电烫斗等。抽奖礼品一定要有实物展示，体现诚意，增加气氛，减少纠纷。

(5) 签单工具。笔、团购合同、计算器、文件夹。

5、发布信息

有很多经销商，活动准备充分，促销力度强，人员场地礼品等投入都很到位，唯独不注重团购活动的信息发布与预告，结果场面冷冷清清，效果很差。对于团购活动，应该在活动前3-7天，对目标消费群体最少预告三次。二次可以提高到达率，让尽可能多的目标消费群体知道促销活动信息。同时三次预告的作用是：第一次引起他

们注意；第二次让他们产生兴趣；第三次让他们产生购买欲望。

三次预告尽量采用不同媒体，且三种媒体相互呼应，广播、电视预告与报纸广告相互提醒。特别注意的是，如果电视费用太贵可以采用打滚动字幕的方式。

可以针对一些目标小区发放宣传单页和邀请函，进行临时宣传，同时在活动前3天用短信再进行提醒。

6、积累客户

(1) 在活动前的半个月就应该有意识地积累客户，积攒一定数量的订单暂时不予签约，通过团购活动的优惠诱使们到现场签约，提高人气，打造热销场景，给犹豫的客户树立信心。

(2) 对之前到店但没有成交也没购买其他衣柜的客户要重点跟进。

(3) 透过家装公司的设计师积累一批潜在的客户。

7、现场接待、签单

安排好工作人员，进行现场的接待及签单工作。



1+N分享回顾

本项目历时21天，以深圳为主会场，全国25个城市，总共参与店面32个。共收获1090单，订单销售金额3062万元。

9.25余余季分享回顾

此项目历时25天，以北京为主会场，以南京、广州、长春、石家庄、贵阳为次主场，20个分会场城市参与。全国完成订单7614单，销售金额22541万元。其中5+20城市共斩获2892单，销售金额9184万元。

如何才能做好终端6S

终端专卖店要想做好6S必须要严格按照6S体系整改要求执行操作，团队在做6S期间日常性的工作事项需要坚持的做下去。

如何才能做好终端6S

终端专卖店要想做好6S必须要严格按照6S体系整改要求执行操作，团队在做6S期间日常性的工作事项需要坚持的做下去。

终端五觉系统是店面精细化管理的核心部分，店面销售时要充分考虑到消费者的五觉感受，通过五觉最终延伸到消费者的购买。

终端人的管理是6S项目中最核心的部分，打造高效的销售团队是终端实现业绩翻番的重中之重，从队员的归属感到斗志的激发，管理者都应月心的去经营。

对做好6S工作的要求

为了提升终端战斗力，加强终端专业化管理，顶固衣柜事业部全面引进与开展6S系统运作，终端经销商需认真学习6S操作手册，并按照手册指引开展各项专业化提升。



做营销，我们是认真的

Do marketing, we are serious.

6S，深入来说，是一个可持续、可复制、可监督的店面管理系统。导入6S系统，能快速提高导购人员的整体专业能力，完善各方面细节，提高整体的签单成交率。

——南昌顶固总经理 张文欣

6S项目让我们团队更加团结，更加专业，打造了一支优秀的销售团队。

——亳州顶固总经理 胡晓洁

对于6S开展之后，整体来说，店面员工不仅从状态上、签单能力上都得到了不错的提升，员工的自主性、积极性也有很大的提升。

——上海顶固总经理 倪彩虹

兰州顶固在2016年做了两场6S项目，增加销量的同时，也让团队有了很大的变化，更加具有凝聚力、执行力。

——兰州顶固总经理 王伟锋

了团队的改变，6S模式让我的团队顺应市场改变，做到高标准、高效率，成为当地建材市场的销售经营，同时也扩大了品牌影响力。

——余姚顶固总经理 袁安娜

通过6S系统的培训使我们的团队销售技巧、产品知识等方面得到非常大的提升，客单值也从原来的2.6万提升到3.6万。整个执行卖场，得到我们团队的高度认可。

——武汉顶固总经理 陈立球

今年8月份导入6S系统，期间让我看到了团队的进步，无论是新员工还是老员工都有很大的提升。我经营顶固9年了，虽然顶固品牌在当地市场有一定的基础，但是对于市场环境的不改变，我们也一直在努力探索。6S模式让我的团队及时蜕变，顺应市场。销售模式、技巧、流程等都有很大的完善和提升。

——宿州顶固总经理 姚人鹏

做一个善良的人

You should be kind.

文/衣柜信息化项目 李慧

做一个善良的人，远比任何奢华都来的重要

人 生不一定人人都很成功，不一定人人都能成为英雄豪杰，但善是本意，良是品行。所以，有善良仁慈之德，这是天经地义的道理，也是做人的基本准则。

记得曾经有一个朋友小苹跟我讲述她叛逆期的故事，她一个人在那个雨季，独自踏上火车去到了陌生的城市，她说她要在外面闯出一片天，而不要天天枯燥的对课本。没有认识的人，没有多少钱，何以立足？那晚，她在一个楼顶徘徊，她说她总觉得一定会有人帮助自己。果然在临近的楼顶有一个人出现，她说她心里有很强的感觉，这个人就是自己的福星。这么天真的想法，也许只有在那个年纪纯洁的季节才会有。我说：

“你好天真，”她回：“本来就是天真的年纪。”于是，他们开始聊天，各种聊，天南海北，神侃！最后那个人说：“我送你回家吧，学校才是你现在该呆的地方。”第二天，他亲自买票送她上了回家的火车。她如愿考上自己想上的大学，如愿在毕业后能够有一份自己想要的工作。她跟我讲，当她听到她说要送她回家的时候，她竟然有些犹豫，也许是他看出了她的叛逆，所以亲自送她上车。在那个只有传呼机的年代，他给她写了无数的信，鼓励她好好学习。小苹说，如果不是他，不知道今天的自己会是怎样的，他是我的人生道路上的恩人，现在想想如果当初遇到是坏人呢？还好，感谢上帝，他是个善良的人。我看到她眼睛里闪烁着泪光。

在这个信息爆炸的时代，几乎每天都在发生着失联、失踪、抢劫等恶性事件，人与人之间的信任都被这些爆炸的信息给一点一点的磨灭了一——不要与陌生人说话。当我在小区里，听到一个小朋友跟另外一个小朋友说：“不要跟陌生人说话！”而这个小朋友

正在跟我聊天。我心里咯噔一下，因为我看上去不像坏人啊，而且我实际上本来就不是坏人，并且是在自己个儿住的社区里面。但同时我又为这个孩子的警惕性竖起大拇指。那么，如果当初小苹没有跟陌生人说话，或许她的人生将会有其他的变化，或好或坏，但当变成单项选择而且又是对的时候，人生会将无限美好发生在你身上，至少不会那么糟糕。

2015年，我完成了人生其中的一件大事，有了BB。当这个可爱的天使降临到我的家庭，每天都有数不完的快乐，但工作对于我来讲是必不可少的。于是，在8月的一天，我和BB在广州南站离别，他回老家，我踏上去QZ的列车，亲吻他时竟然看到这个7个月大的孩子流下了一行眼泪，而没有哭出声，我能听到我的心碎裂的声音！忍住，便头也不回的走了。在QZ的日子，整天忙碌的工作，早上九点到晚上十一点，脑袋一刻都没有停下来过，太过紧急的项目，每天大量的开发前的工作，一次又一次的开会，一次又一次的修改方案，一次又一次的更改工艺……记得第一天到达QZ的时候，就被紧急召开会议，直到凌晨两点！忙碌完之后的时间，开始疯狂的想念BB，想念在中山的朋友，甚至想念被广东化了的桂林米粉，好好的体验了一把独在异乡为异客的滋味！

在一个温暖的午后MR.CHEN打来电话，问我现在的工作情况，他得知我只身一人跑到QZ之后，便跟我说现在Topstrong需要的一个职位比较合适我，问是否愿意回来中山工作。在这个时候有一个离家近的工作的机会，我犹豫再三，没有立即回复，因为不能就QZ的项目半途而废。我跟MR.CHEN说很遗憾的时候，他发来一句话：“任何一件事情，只要赋予它足够的热情，没有不成功的道理，即使失败了也问心



无愧。”

进入Topstrong的那天，MR.CHEN给了我一张欢迎卡，上面有一些同事的签名和欢迎词，多么可爱的一群人。人是随缘来到世上的，从你诞生的那一天起，谁是你的父母，谁是你的兄弟姐妹，这种亲缘，是先天注定的，也是无法选择的。你的老师，你的同学，你的邻居，你的同事，这都是缘。大家是随缘而聚在一起。比如，在Topstrong最先认识也是最先接触的是乐于助人的阿莲和阿晴，后来得知跟我是邻居的贤妻良母的月玲，那个指挥着威风锣鼓队浑身细胞都散发着热情的倩，在我不知道如何报销的时候，无私的秋燕一次又一次的帮助我……还有部门的那群可爱的小伙子、小美女们，每天的一声“早”都觉得神清气爽！

由于天生的骨子里透出的那份所谓“高傲”，让许多同事认为我不好接触，同事之间在一起工作是缘分。在一起工作是一种快乐的相聚，是缘分让我们快乐的工作在一起。同事之间的相互帮助，相互关心，相互理解，相互体贴，会让人感受到世上人与人之间真情的存在。也有同事在熟悉了之后跟我讲：“你原本看起来那么不好接触，一副高傲的样子，但是现在觉得你好温暖。”有许多的时候，人的外表与它的心里和行为是看上去不那么一致的。08年5月，汶川的大地震捐款，我全部的家当只有300块，毫不犹豫的捐了出去！每看一次新闻报道哭一次，以至于那段时间电视里的黑白画面让我觉得有一种超强的恐惧感！新闻播音员的泣不成声，让我在我的单间出租屋里哭了个透彻！现在微信里的轻松筹，有太多的不幸降临到一个原本幸福或者原本就不那么富有的家庭，我都会伸出援助之手，绵薄之力汇聚成海洋之力。不是标榜我多么善良，只是想解释一下我表面的“高傲”并非我故意为之。

MR.LIN的善良，让我对Topstrong有

了更多的了解，无论是每年的一所希望MR.LIN的善良，让我对Topstrong有了更多的了解，无论是每年的一所希望小学的建立，还是对社会及公司内部员工的帮助，都让我对这个企业产生了并不仅仅是为了拿那点工资而在这里工作的自豪感，我也用实际行动为这份善良添砖加瓦，哪怕是蜻蜓点水的力量，也让我原本柔软的内心在这里得到了温暖的寄托。公司内部的爱基金会，在我最早的第一份工作的公司就有这样的设立，在Topstrong能看到这样的组织设立，着实让我感觉很亲切，希望这个基金的数额能越来越多，能帮助到更多的人走出困境。其实多么不希望动用这个基金，因为每次的动用，就意味着又有人陷入了困境。当我拿着爱心基金自愿申请表填写金额的时候，心中的数字是模糊的，当填下数字递给HR的时候，心中是愉悦而清晰的，因为心中的爱得到了传递。

记得Topstrong高层及义工团在为湖南怀化会同顶固希望小学奠基完，顶固义工团走访盛燕顶固希望小学贫困学生时，意外听闻噩耗：盘旋在半山上的湖南会同盛储村，有一个4岁的小罗方，在本该享受美好童年的年纪，却因突如其来白血病击碎了原本无忧无虑的金色童年。他小小的身体遭受着病痛折磨，却用顽强的意志与病魔做着斗争，用自己微弱的力量与死亡抗争着。小罗方的病，对于这个普通的农民之家来说，无疑于晴天霹雳。这样上有老下有小的家庭，在花光了家里所有积蓄的时候，巨额的医药费，让他们一家束手无策！

MR.LIN当即决定为其筹集善款。总部紧急发出“救助患白血病孩子的倡议书”，Topstrong上下都努力的为那个还未体验人间美好的孩子祈祷着。短短几天的时间，公司筹集数万余元交到小罗方父母的手中。我加了孩子妈妈的微信，她每天的朋友圈里都是在祈祷，也在为自己孩子同病房的孩子祈祷着，感谢着每一位帮助他们的

社会上的好心人。有时还发出为别的小朋友“轻松筹”的微信，当一个人得到爱的帮助，她一定也会变的更加善良，上帝保佑，让小罗方尽快恢复健康。

有这样善良温暖的企业家默默的为社会做着慈善和贡献，他已经并不仅仅是在为自己而继续经营着企业。秉承“顶中国企业之脊梁，固华人世界之尊严”的经营理念，Topstrong将高精尖的五金献给了世界各地，将最环保的生态门开遍祖国大地，将走在时代前沿的全屋定制装进千家万户，这也让每一个顶固人都在为之奋斗着，为在Topstrong工作而感到荣耀和自豪。

有这样一个哲学故事。有一个农夫的玉米品种，每年都荣获最佳产品奖，而他也总是将自己的冠军种子，毫不吝惜的赠给其他农户。有人问他为什么这么大方？他说：“我对别人好，其实是为自己好。风吹着花粉四处飞散，如果邻居播种的是次等种子，在传粉的过程中，自然会影响到我的玉米质量。因此，我很乐意其他邻居都播种同一优良品种。”他的话看似简单却深富哲理，凡你对别人所做的，就是对自己所做的。所以，凡是你希望自己得到的，你必须先让别人得到。

善良是个人的修养，也是环境影响或者与生俱来做人的品德。在孔子的《论语·宪问》中有这么一段话：“君子道者三，我无能焉：仁者不忧，知者不惑，勇者不惧。”如果一个人有了一种仁义的胸怀，也许才能真正做到内心的坦然与平静，这样的人才能算是仁者吧。个人最基本的品德，是内在修养的最好体现。善良的语言和行为会像和煦的春风温暖着对方的心灵，让在迷茫或绝望中的人儿看到希望和未来。

做一个善良的人，远比任何奢华都来的重要；一直善良下去，总会离幸福更近。

顶固：怀着大爱前行

Topstrong: With great love

文/顶固义工 徐少芬



认识顶固，缘于2016年4月首次参加顶固怀化希望小学的奠基仪式。那是我第一次以一名记者同时也是义工的身份走进湘西，也正是由那一次起，我开始对“顶固”这个名字留下深刻印象。于我而言，“顶固”不只是一个品牌、一个标签，而是一个有温度的名字，一段充满爱的回忆。

第一次听闻这样一个家居企业也在做公益的时候，我心底是持怀疑态度的。多少企业打着“公益”的旗号，行营销之实。然而，当我得知顶固“每年捐建一所希望小学”的承诺已经坚守了八年的时候，深感不可思议。因为工作的缘故，我在半年时间里，先后两次跟随顶固义工团前往湖南、四川参与了顶固的义工活动，才真真切切明白，这八年坚守背后凝聚的爱与力量。

还记得我代表网易家居采访顶固集团董事长也是顶固义工二团团团长林新达先生的时候，他说，坚持做公益是习惯的力量，他希望通过这种力量去影响更多的人。

在面对我“假设公益基金出现困难”的看似“刁钻”的提问时，他没有片刻犹豫，淡淡地说道，即便变卖股权也要将公益坚持下去。没有任何造作或故意在媒体面前作秀的姿态，他那平淡的表情，一瞬间令我十分感动。

而在两次亲身参与到顶固义工活动的过程中，我也切切实实地感受到，林先生对于公益的专注与坚持。日理万机的“大老板”，却愿意带着正在上小学的儿子，驱车十几个小时前往山区，没有半点领导架子，穿着雨靴走着泥泞的山路一家家地去探访。身为团长的他从不摆架子，而是跟着其他义工们一起搬搬抬抬，在泥泞的山路中像父亲般背起山区的孩童。仅此一点，已足以叫人钦佩。在出发前往大凉山之前，林新达先生说的这样一段话令我印象深刻，他说：“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。在这里，大家都是义工，要放下你们平日大老板的架子，真正地投入到义工行动当中来。”他不仅从自身做起，也在用自己的力量去感染、影响周围每一个人。



从林新达先生身上，我看到的是一个企业家胸怀天下的担当。而他，便是顶固最好的名片。苏轼有诗云：凡人善，不自善而人善之。在我看来，一个心怀大爱的企业家，带着同样一群心怀慈善的人，做出来的产品必定也足够叫人放心。

顶固义工团的团员们互称为“顶固家人”，而在这样一个团队中，我也切切实实地感受到了一种来自家人般的温暖。大家怀着像对待家人一样的心情行走到全国各地，将爱心送到每一个角落。

犹记得湘西之行，同行的队伍一共30余人，有年龄高达75岁的台湾老爷爷，独自驱车从中山又到怀化；有小至7岁，正在上一年级特地请了假过来的小蓉蓉。三个年仅12岁的小男孩，都来自条件优越的家庭，可是他们在活动中却没有半点娇气，跟着一路撒撒拍拍，就有小男子汉的气概。许许多多的人，都以美好的面貌深深印刻在我的脑海里。

来自五湖四海的不同年龄、不同身份的一群人，为着同一份爱心而相聚在一起。一起吃饭，一起给孩子们上课，一

起走过泥泞的山路，为践行一句承诺而放下所有戒备与距离感，相互扶持相互帮助。如同他们在义工培训中所说过的：“助人自助”，这是顶固的理念，而他们也的确确实做到了。

我信奉日本生活美学家松浦弥太郎说的这样一句话：“寻常小事用心做好，也将成为特别的事。”也许，顶固的每年一所希望小学，于万千需要帮助的人来说，还显得微不足道。身为顶固义工的我们，所能奉献的力量也过分渺小。但是，我想，也正是这种如同对待家人般的用心与善意，才使得每分付出都变得更为沉甸甸。爱与善意是链条式的，可以通过不断的传递而连绵不绝。愿每一个做慈善的人，每一分付出都是出自真心，每一分真诚都被欣然接纳。

如今的我，在东方宝泰的顶固门店，抑或机场广告中，看到“顶固”二字总觉得莫名亲切。开始一件事或许并不难，但长久坚持一件事却并非易事，顶固义工团已经走过八个年头，希望在以后更长的岁月里，还能一如既往地坚持把阳光带到更多角落。

寻找下一所 顶固希望小学

Search Topstrong Hope Primary School





每一个站点的坚守总是朴素单纯而又温情洋溢。2016年，我们怀抱温暖，感念生命的奇遇以及自我的成长，开启了一场心灵之旅。未曾经历，不成经验。回首来时路，我们发现，只有公益和责任，才能让自己不计得失、勇往直前。

2016年4月，顶固义工团一行三十余人走进美丽的竹木之乡——湖南会同县，开启了一场爱心之旅。一年一所希望小学，顶固义工团用行动，践行“助人自助”的慈善理念，在帮助别人获得希望的同时，顶固义工也在凉朴山区得到心灵净化及自我提升。

2016年9月，随着爱心旗帜迎风飘扬，顶固义工团一行25人，驱车近五百公里，长途跋涉，路过泥泞，穿过云雾，走进平均海拔近3000米之上的大凉山腹心地带——林木美姑，为顶固第八所希望小学培土奠基，共赴一场美好的心灵之约。

2016年10月，“爱回临夏——顶固第六所希望小学甘肃站落成典礼”顺利举行，看着孩子们梦想的新校区，从无到有，从奠基到落成，这份愉悦感，为公益出力的自豪感，顶固义工深有感触。

一年一站点，我们看到了许多人心向善的一面。每一次义工集结，总有一些熟

悉的面孔让人心生感动，也有一些新鲜面孔让人簇拥阳光。我们感谢这些支持并投身爱心助学，慰藉同胞的中坚，他们身体力行，以心灵之光照亮爱心和尊严，让贫者自强，弱者自信。

了口：“笃信好学，守死善道”。一棵枯朽而不倒的树，它的苍干虬枝仍指向穹天的姿势，就是本质的坚持。

慈善的本质，是人性的光辉；顶固的公益，是传递人性中最本质的真诚与爱心。自2009年以来，顶固践行“一年一所希望小学”的坚守，先后在云南、贵州、青海、河南、江西、甘肃、湖南、四川共捐建了八所希望小学。

顶固自正式启动千拉千爱心助学计划以来，以每年建造或修缮一所希望小学为目标，帮助山区孩子重建美丽校园。为推进2017年顶固千拉千爱心助学计划实施，让最需要帮助的贫困学校得到及时的帮扶，顶固已向全国启动了“寻找下一所顶固希望学校”征集活动。

爱心接力，希望传递你我他！让我们为爱行动起来，与顶固一起，用我们的力量呼吁更多的人关注贫困山区儿童的教育和生活，让希望之苗在祖国的每一寸土地上茁壮成长！

你好 2017

Hello 2017



“你好”，一语双关
礼赞过去一年人们对生活的热爱
也用“你好”向未来打招呼
展现顶固人对新年的美好期望

你好，2017！

Hello, 2017!

文/五金电商销售部 廖彦妮

一场春雨让大地悄无声息的苏醒了，春天也在不经意间绿了满陌，鸟语花香醉了山河。整个大地都已经辞旧迎新，迎来了崭新的一年。

2016年悄无声息在烟花爆竹声中落下帷幕，紧接着拉开了2017年的序幕。

2016年是一个硕果累累的一年。润物无声，顶固如春雨般滋润着每一个顶固人，让我们跟着他的步伐如雨后春笋生根发芽，茁壮成长。过去的这一年，他一步一个脚印，登录新三板，跨界融合迈入资本市场，成为定制家居行业首家新三板上市公司；这一年，他的第七所希望小学奠基仪式在湖南会同县圆满落幕，实现了他一年一所希望小学的承诺；这一年，他的招商阵营主动出击建博会，出色完成招商任务，为顶固新的业绩攀升夯实了基础；这一年，他推出了积分制改革，极大的带动了顶固人的积极性，让管理者变得轻松，请顶固人变得积极向上……细数种种，硕果累累，这些成果都给16年画上了一个圆满的句号。

2017年，如期而至，这是让人满怀期待和充满希望的一年。

光阴如流水，这已是我加入顶固这个大家庭的第五个年头。从最初的那个刚从学校出来懵懵懂懂的职场菜鸟，变成了一个能在工作生活中遇事不慌，沉着从容的老员工。这5年，我见证了顶固的快速发展，顶固也为我提供了成长的平台。

在这新的一年，我们的工作和生活还会一如既往的

进行。依旧会有忙得不可开交的工作，甚至要牺牲我们下班休息的时间来办公室继续挑灯奋斗；和同事相处时也总避免不了一些磕磕碰碰，不被理解与帮助；和上级打交道时总也少不了被批评或不理解；甚至与家里人生活中都会因为柴米油盐各种问题发生分歧与争执。但请相信，只要怀着一颗积极向上的心，一定会被生活温柔相待。正因为忙碌，我们工作变得充实，我们收入也变得可观；因为和同事、家人的磕磕碰碰，我们才能发现彼此存在的问题，才能更好的去改善自己；因为上司的批评，我们才能不断的进步。

和同事相处时也总避免不了一些磕磕碰碰，不被理解与帮助；和上级打交道时总也少不了被批评或不理解；甚至与家里人生活中都会因为柴米油盐各种问题发生分歧与争执。但请相信，只要怀着一颗积极向上的心，一定会被生活温柔相待。正因为忙碌，我们工作变得充实，我们收入也变得可观；因为和同事、家人的磕磕碰碰，我们才能发现彼此存在的问题，才能更好的去改善自己；因为上司的批评，我们才能不断的进步。

2016，我不想说再见，因为逝去的时光不会再来。

2017，有太多的未知，愿我们每个人都怀着积极向上的心去迎接。希望在接下来的这一年里，跟所有的不愉快握手言和，把自己活成原本想要的模样！让我们拥抱这充满希望的2017，并充满信心、充满力量的大声对我们自己说：

“你好，2017”

你好，清浅的时光

Hello, Qingjian time

文/衣柜信息化项目组 李慧

所有的经历都是生命的馈赠，
生命中相遇的人儿都是冥冥中派来给予你在人世间或浓或浅的色彩，
不排斥不反感，坦然接受所有的美好，自动删除那些不开心。

题记：

世上有很多东西是可以挽回的，譬如良知，譬如体重，
但是不可挽回的东西更多，譬如旧梦，譬如岁月。

流光容易把人抛，红了樱桃，绿了芭蕉。岁月在春去秋来中悄然流逝，时光在花开花落中渐行渐远。可是，我依旧感谢过往的时光为我带来一季又一季的美好，依旧珍惜流年中洒落的点点滴滴的记忆。因为，人生的每一个阶段都有独特的美丽和魅力。青春美丽而富有朝气，中年人用多少钱都买不回青春岁月的纯真和美丽。同样，中年人成熟稳重，年轻人用多少钱也无法买到中年人生的沉稳和气质，因为这些都是岁月沉淀的智慧。

2016年3月，得知你走了，竟一时记不起你的名字。我用了很长很长的回忆拼凑出你的模样。那时我们顶着凉凉的清晨一直跑到太阳慵懒的腿出被窝，呼吸着骄傲的月光从拥挤的教室走向人人的操场，疯跑几圈人叫几声，竟然就这样释放了学业的压力。或者一个棒棒糖或者一个鬼脸都能像孩童一样甜蜜，瞬间，那么多你的面容都浮现在脑海里。你时常会捧着一本作业忽闪着大眼睛说：“慧慧，不会做！”我竟然无法拒绝你那双睫毛弯弯的清泉，一点一滴一丝一丝的全部教于你。看着你似懂非懂的样子，抱着作业本离开，我把作业扔过去：“拿去，抄！”那坐在最后一排的心情，到现在我都无法理解。随着我的转学，似乎中断了很多联系，期间只是会让同学帮忙带一封信，但你的照片和你送的礼物我一直保存着。那一颗翠绿的石头球，好似你留给我最美好的东西，我将它与我最重要的东西放在一起锁在里面。就在我大学毕业十年后，亲爱的你悄然走向了另一个世界，再次拿出那颗石头球，看到你在里面向我微笑。凡世的喧嚣和热闹，世俗的欢乐和幸福，如同清亮的溪涧，在风里，在我眼前，汨汨而过，温暖如泉水一样涌出来，我没有奢望，我只愿你在另一端快乐，不要哀伤。

逝者如斯，那些美好的曾经，如今都只能在回忆中细细品味了。现在，摆在眼前的，更多的是工作的繁忙和家庭的责任。是的，家庭和工作，哪一样都不能懈怠。人都说，生活如棋，无论懈怠哪一样，生活都会将你的军。

春未，从“I AM ONLY”到“WE ARE ONE”，经历的所有都历历在目。依然清晰的记得，当我拿起电话拨打给C老师，从以前的公司聊到以前的同事，最后我才说我想你这一起工作。你迟疑都没有迟疑的来公司面试，一天之内从SZ到ZS又到GZ面试。感谢C老师在最需要你的时候毫无迟疑的来共同努力。C老师用了半个月把公司产品的基本掌握，设计软件的使用已基本熟练，日以继夜的把公司产品归类 and 归纳出更简单的教授方法。然后Y姑娘的加入，让这个外表看起来闷闷的内心却很汉子的女生狠狠的改变了一把！把产品手册从头背到尾，晚上的办公室及周末的办公室都能看到她努力的身影。直到L老师亲自来带她，让她又一次突破自己的壳子，从门店的销售的第一步开始学习和实践，让她直接在九月份的亲亲季里单独负责一线城市，可知她还是实习生！L老师的严谨和对工作的严苛也使得Y姑娘迅速适应市场和即时做出反应。姑娘，无论你走到哪里，在什么样的团队，都希望你是最努力最出色的那个。

还记得L老师来Topstrong的时候跟我说：“慧，因你而来。”没有过多言语，多少个夜里，讨论着课程的设置，多少次演练着每一个培训环节，即使争吵即便红脸，一顿麻辣烫便可烟消云散。那张老师的血液里蕴藏着对每一次培训的一丝不苟，一定要做到笔尖朝一个方向且放在桌子的同一个地方，什么时候放什么音乐，什么课程做什么解惑游戏，都事先一项一项掐时间做好计划。在每一次的培训期间，你都在创造和改变着培训的模式，让成人的训练变得更加有趣，让枯燥无味变得更加丰富多彩。那段岁月，体重从120斤下降到90斤，术后马上



投入工作，那种心情和激情是在共同的一个目标的激励下直奔向前的。公司伙伴问我减肥秘诀，我说：

“去市场上锻炼几个月，顶着目标去，而且一定要带着必定完成和超越的想法！”原本是句玩笑话，但市场的确是锻炼人的好地方。

谢谢你们在那段日子里那么拼命的往前奔跑，顶着月亮出门，陪着月亮回来，连星星都不忍心闭上眼睛只为路途奉献一点光亮。时光如风，拂过每季思念，遥想昨夜清风来过，总会留下或深或浅的痕迹；树木萧萧，拾起脚下落叶，那一抹弱绿清风中摇曳，总会勾起心中或浓或淡的思绪。执手相看泪眼的凝望，杨柳岸晓风残月的伤情，时上心头，不下眉弯。

接下CRM的项目开发，让我从原本的“业务思维”慢慢转变成“系统思维”。短短几个月的时间，脑袋里转的都是那么多的需求能否流转顺畅，多少个夜里突然

醒来无法入睡，以至于李先生说我看疯了，于是跑到洗手间里坐在马桶上“想”！一抬头，该洗洗上班了。千回百转的更改，多次的讨论都会跳出更加好的Idea，大雁或排着一字形或排着人字形在有条不紊的往前飞着。关于这个系统所有的“美”的东西，都是小Q姑娘在努力的设计和把关，势必让这个管理软件变的实用又不失色彩的难题。期待着系统上线，一定能给市场营销带来深入的帮助，必定会给经销商朋友们带去清泉般的甘甜。

时光清浅，岁月几度？那年，已走过寂凉，悄然远去。这段菲薄的光阴，翠绿纤瘦，青葱满怀，浓墨了浅淡的时光。

你好，2017！时光清浅，岁月留痕。只愿未来来时不忘初心，只愿过往过去不悔当初。

企业文化的“实”与“虚”

The real and virtual enterprise culture

注意你的思想，因为它将变成言辞；注意你的言辞，因为它将变成行动；注意你的行动，因为它将变成习惯；注意你的习惯，因为它将变成性格；注意你的性格，因为它将决定你的命运——撒切尔夫人的名言



我们坚信文化的力量

2000多年前，罗马军队入侵希腊，大军被城时，75岁的阿基米德正在地上画几何图形做研究。见罗马士兵要下手，阿基米德说：你们等一等，我不能给世人留下不完整的公式！罗马士兵根本不听，一剑把阿基米德刺死。

这个故事有很多版本，大意差不多。最初听到这个故事，觉得阿基米德迂腐，他能研究出浮力定律，还想抱起地球，为什么不化装逃走？为什么不向罗马人投降？

阿基米德被自己一生的使命感而非求生的本能驱使，笃信希腊的群星常在，而罗马的刀剑很快锈蚀。阿基米德在剑下画圈，与拉瓦锡上新头台、笛卡尔给瑞典公主送出心形爱情书，是科学史上最闪亮的三个瞬间。在生与死的时刻，他们不约而同回归了自己的使命。

使命是什么？是不给你发薪水你也执意会去做的事，是即便明天世界毁灭你也会心无旁骛去做的事，是即便遭遇所有人反对你也会坚持去做的事。阿基

米德的使命是画几何图，马丁·路德的使命是种一棵葡萄树。

新的问题又来了：阿基米德这个故事是谁写下来的呢？由于现场只有他和罗马士兵，所以把这个事记下来的只可能是罗马人。

可罗马人为何要去记这个故事呢？那个罗马士兵后来怎样了呢？再一查资料，才知道罗马军队统帅得知手下士兵杀了阿基米德，非常难过，下令把那士兵当做杀人犯处决，并厚葬阿基米德。

今天谁还记得罗马军队统帅的名字？我们却都记住了一个手无寸铁的数学家。这就是文化的力量，希腊的文化赋予了阿基米德使命感，希腊的文化让罗马人敬畏，希腊的文化让这个故事的书写。有形的速朽，无形的长存。从外部视角观察，企业文化就是一个组织对社会、历史无形影响的总和。

罗马人可以征服希腊，希腊却征服了人心。

文化体现在行为

美国强盛是因为美国有很好的制度。美国的强盛离不开他的基督教文化，他是有文化有宗教信仰，整个法制是基于完善和补充整个基督教体系。

文化，无非就是什么是你的使命，为什么做？怎么做，价值观体系，还有考核。文化一定是考核出来的，文化不是贴在墙上。一个企业是否可持续发展，员工是否幸福，客户是否满意，取决于是否有优秀强大的文化、制度。

有个故事就是说，丰田是如何打败美国汽车的？在美国芝加哥，有一天晚上，下了大雨，有一个司机开了一辆车，刮雨器坏了，这个时候前中来了一个老人，这个人跑到车上把这个刮雨器修好。问他是谁？他说我是丰田公司的汽车的工人，我看到我公司的产品受到伤害，我有责任把这个修好。制度上不会让你去看到坏车就修理，是文化，让他做到这一点。说到底，企业文化就是一个特定氛围中员工习焉不察，自然而然的行为模式。

执行是关键

一个好的企业是“铁打的营盘、流水的兵”，所谓的“铁打的营盘”就是企业文化，是在经营管理过程中，根据企业经营特点和发展需要，受外部竞争环境、一定的社会文化背景、意识形态的影响，经过企业有意识地进行凝练、修正、升华，并通过长期努力培养形成的一种文化观念和精神成果，促使企业全体员工逐步形成认识一致的，引起彼此共鸣的内心态度、意识形态、人生价值观、思想境界和理想信念的共同追求。

企业文化建设就是对人的持续建设，是一个长期坚持努力积累的过程，这就需要系统、专业的人力资源管理工作为支撑，从导向、凝聚、激励、约束、辐射、稳定六大方面持续对员工进行从理念到动作的反复导入、修正、培训，通过共同价值的不断引导来塑造员工，潜移默化地使员工接受本企业的文化。

企业文化建设是一个从“虚”到“实”的贯彻、执行过程。要真正落实企业文化，必须重视三方面的工作：

首先，企业要找准文化定位。所谓文化定位，就是根据企业的中长期发展战略来设计好企业文化的核心内容，包括企业愿景、企业使命和企业核心价值观。愿景、使命、价值观构成了企业的核心理念，它是企业文化中最核心而且是经久不变的东西。因为有了核心理念，企业文化才具有生命力。一句

话，企业文化因理念而生。

其次，按企业文化运作规律推进企业文化建设。企业文化运作规律是什么？简单地说，就是“三化”：一是内化于心，就是企业要通过种种教育手段如培训、灌输、宣传等，让全体员工从内心深处认知、认同、认行（即认真执行）企业文化，使企业与员工之间通过文化纽带从精神上达成某种特殊的默契，让员工切身感到有如此文化的企业令人敬重，令人为之付出，二是外化于行，企业文化既是企业未来生存的战略指针，也是全体员工必须遵守的行动指南，一般来说，有什么样的企业文化就有什么样的企业行为，所以，员工一旦从心理上与企业达成了契约，企业就要不断激励全体员工从行动上把企业文化的内涵充分表现出来，这就是文化外显，集中到一起就是企业形象。三是固化于制，企业文化通过“内化”和“外化”，形成一定的气候或者变成企业习惯，企业就要不失时机地将企业文化内容形成相关的企业管理制度，这就是变无形为有形，变柔性为刚性，为企业文化的持续推进提供有力的制度保证。

第三，强化企业文化执行力。战略确定之后，执行是关键。企业文化责任建设就是要保证企业战略目标的实现，千方百计使企业文化“落地”，变成全体员工的具体行动。

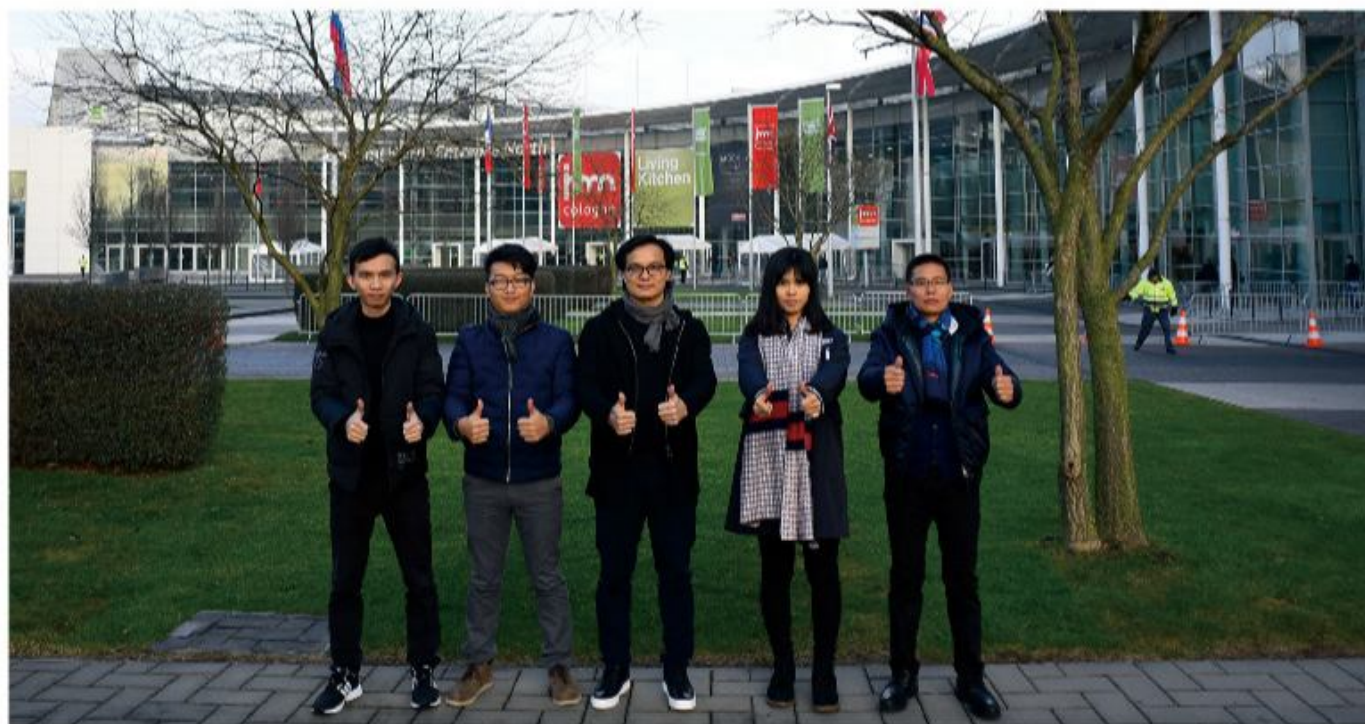
设计游学之旅——2017德国之行

Design study tour 2017 trip to Germany

文/衣相产品开发部 余林强

初次遇见冬日的德国，对于地道道的南方人来说是一件非常激动的事情。赶路途中一个小站点的停歇，伴随呼吸的白色雾气，耳朵初次感受到了冰冷的刺痛，但我们依然充满着满腔的热情和求知的渴望。

露天的一块休闲小区域，只摆了一套户外桌椅，堆满了积雪的画面简直美的无与伦比！细节展现出来的是对美好生活的追求，德国对设计的认真态度更是令人心悦诚服。



迈入2017，伴随新年的脚步，我们一行满怀期待和热情，
赶赴一场世界顶级家具的盛宴——
当今世界最负盛名的家具展览，德国科隆。



图/余林强

几个小时的车程到达目的地—德国科隆国际博览中心。Yeah! 我们是最棒的! 停留片刻，合照一张，就开始进入暴走模式（半天时间手机记录已暴走两万多步…）。科隆国际家具展

(imm cologne) 始建于1949年，是当今国际最负盛名的家具展览会。每年一月份在德国科隆国际展览中心举行。无以伦比的内容的广度和深度使科隆国际家具展作为全球第一家具展示平台。观众在此能领略到来自世界范围的包罗万象的家居用品及家具新设计，同期的配套活动也为科隆国际家具展增色不少。2017年，科隆国际家具展immcologn和两年一届的国际厨房用品展Living Kitchen同期开展，无疑成为一次可遇不可求的设计盛宴。接下来让我们一同去感受来自德国的设计美学、震撼的视觉冲击，也许能带给你不一样的美好生活灵感……

TEAM7

自1980年奥地利和德国快速发展以来，TEAM7便是生态环保家具系列的领军品牌。它们专注于生态环保，以生产健康、灵活、高度耐用的室内家居著称，采用创新设计和实木材料，树立差异化产品特性。之前给到大家的产品印象是高端实木橱柜、高端实木卧室、客厅空间

等TEAM7任何一件产品的功能、细节都是值得去考究的。TEAM7这次在科隆展上说展现出来一部分的产品让人多了一丝想象，那就是有床垫类产品展示的专区。由此可见，往后展会趋势将是产品延伸的大家居趋势!



STRING

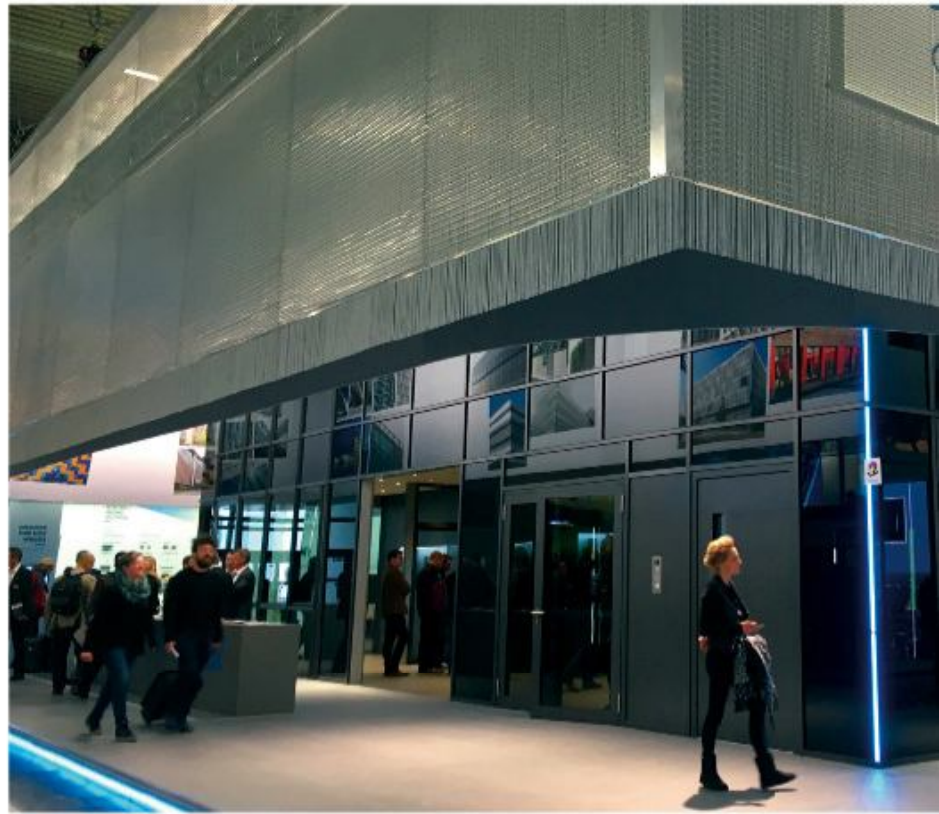
在很多北欧风格的装潢中，我们可以见到是两侧铁板、中间夹住几块木板的置物架设计，它可以当作书架，也可以放在厨房做调味罐。它就是瑞典品牌——String的经典产品。高度标准化、模块设计的系统化设计理念在产品中体现的淋漓尽致。标准的模块部件在前面的展示，组合的无限可以让人脑洞大开。本届科隆展有别于2016年米兰展黑色

系的展示，以白色为主的展示效果吸引不少了观展人群。现场强准的现代家庭办公室，可以任意调节高度的办公桌、办公收纳、照明配套……更见人性化设计，似乎在隐隐暗示着未来人们办公室新形态的转变方向。String产品的完全标准化、模块化、系统化设计思路，同样也是值得我们走在全屋定制大家居道路上应深入思考和学习的。



科 隆展值得我们学习的品牌很多很多，精彩之处不胜枚举，只言片语无法表达，就不一一罗列，下面再来一波冲击设计灵感的小分享。

产品悬挂空中，黑色纱帘围绕…这就是拥有一百五十多年历史的意大利品牌家具Thonet的展位，与众不同的展示形式，让我们来了解其中奥妙



Vitra品牌的书架，产品部件标准化设计，细节极致到位。



温馨体贴的人性化设计



DIESEL LIVING材质、灯光的设计搭配运用大胆，流露出的是骨子里的高尚。DIESEL对于家的想像仍是不脱高尚灵魂的奢华品味，以及对艺术与工业风格的喜爱。DIESEL LIVING就是懂得享乐生活的时尚潮人的居家样貌!

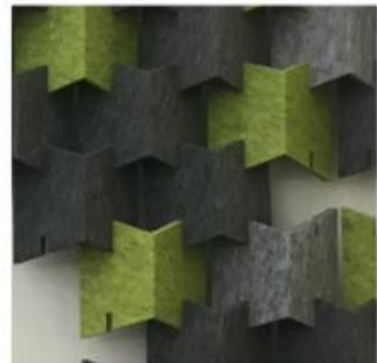
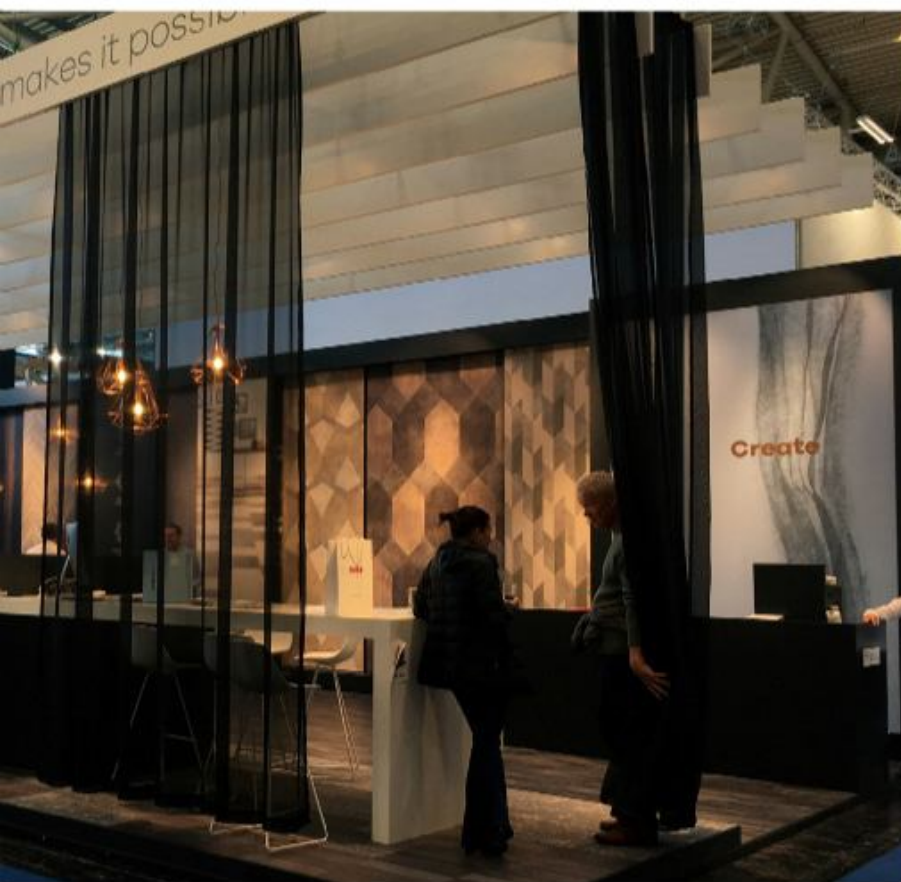




初观科隆展的短短几天行程令人流连忘返，结束后便立刻奔向慕尼黑展览中心，开启2017年德国建筑建材展览会的参观行程。作为行程的最后一站，虽然天气骤变又一波寒冷来袭，然而我们的内心却是火热的！Yeah！加油继续前行！

德国慕尼黑建筑材料、建筑系统、建筑国际贸易展览会(BAU)是世界优秀的建筑、材料、系统的贸易展

览会，从1975年开始举办，每两年一届，在慕尼黑新国际展览中心举行。本届慕尼黑建材展主要体现建筑、室内空间和材料三者之间的关系，同时也展出很多先进的加工设备与更加安全牢固的工艺；更加环保的建筑材料；更加智能的建筑系统。建筑材料的展示设计非常时尚前卫，融入很多的设计灵感元素，完全脱离了建筑材料给人的冰冷印象。



思考定制家居之路

这次德国科隆展，慕尼黑展的设计盛会让我们体会到“德国制造”的精髓，世界一流的设计，制造水平，精工精神的永恒追求，用材质、细节和科技颠覆传统。反观国内有些企业则一味地追求“又好又快”或者“一切通吃”，我们应该在中外对比之下，理清思路，指明方向。从定制单品到定制家居的进化过程实现大家居发展趋势；惯以标准化、模块化、系统化的产品设计思路，打造完美空间体验感；注入精工精神，让产品拥有完整的血肉之躯。2017，我们在探索、精进中一起前行！

清牧什兰

QING DYNASTY HUSBANDRY

文/衣柜品牌策划部 全金枝

在加利福尼亚交界以北洛格河山谷之地阿什兰这座静谧的小城就像人世间的世外桃源，时间在这里如同分流的溪水，缓缓流淌。日光倾城，笃笃的马蹄声踏醒沉醉的早晨，懒理或是早起都没有关系，总有一杯醇香的咖啡和一份丰盛的早餐等着你慢慢品味。惬意的生活在书写这座小城的故事，让我们随着悠然时光探寻那一份难得的家居梦想。

不管是去朋友家啤酒加香肠，还是在家与老小玩笑开饭，都是一天里必备的生活维他命。不会忘记周末的河边垂钓，草地野餐，那是人生中无可复制，不能错过的美好图案。因为莎士比亚戏剧节的举办，全世界的目光聚焦到这片血液里流淌着文艺气息的一方优雅净土。一年中有六个月，这里被艺术充盈，嬉戏热闹，余下半年则在宁静悠然的风景里安然度过。

俄勒冈莎士比亚戏剧节是美国持续时间最长，也是规模最大的戏剧节。来自世界的戏剧迷们漫游在这个气氛高涨的节日城市里，随意观看自己中意的剧目，将喜欢的戏剧一次看个过瘾。微软联合创始人保罗·艾伦说：“阿什兰是一个迷人的山城，有着美国西海岸最好的剧院。”

在这个美丽的小镇上，实木家具秉承着沉稳大气的基调，一如既往地呈现出自己独特的家居质感。简洁、明晰、线条、花纹，不同木材和不同部位的各式各样的稀有纹理，乃至树木生长期中由于病虫变化产生的特殊纹理都是人们的最爱，耐人寻味处透露亘古而久远的芬芳。各种实木元素得体有度地搭配出一个经典而温馨的家的模样。

顶固清牧什兰系列实木家具浓缩西方建筑元素与精髓，摒弃其繁复和浮躁，传承并沉淀其精华，锻造出与时间持续抗衡的传世经典新实木家具。采撷阿什兰静谧小城的点滴美好，以至诚开心和精湛的工艺，展开一次穿越时空的对谈，只为心中的生活梦想，打造一片叫做清牧什兰的悠仙美地。顶固清牧什兰系列实木家具强调舒适、气派、实用和多功能，线条富有张力，细节华丽精美，这与其简单的外形、功能化的结构相得益彰，木材身上的自然纹理有着灵魂老旧的印记，似乎能让时光倒流，让生活慢下来。







清牧什兰系列·棠贝

除了她的快乐和我的快乐
其他一切都不重要
——温莎公爵

历史悠久的温莎城堡是英国皇室高贵而庄严的象征，高高的城墙后面隐藏着一些精彩动人的故事，既气势恢宏又优美浪漫。揭开城堡的神秘面纱，重返温莎王朝的繁华盛世，一段缠绵浪漫的爱情在娓娓诉说，他生于皇室，长于城堡，身份尊贵而个性直率明朗；她身份低下却性情温婉，坚强而魅力焕发，就像王子与灰姑娘的故事一般，两人的一见钟情触动了时代的神经。为爱情，他毅然放弃了皇位，由一国之君沦为温莎公爵，带着那不离不弃的爱，与她相守一生。既不辜负一片情深，又保住了身为皇室的尊严与责任，他以淡泊低调的心智成就高贵华丽的人生，让温莎城堡平添了几分悠然缠绵的浪漫气氛。

顶固清牧什兰系列·棠贝实木家具设计理念来自欧式复古风尚，灵感则源自温莎公爵的城堡与爱情。摒弃繁复浮华的装饰，用华丽端庄的设计，营造一个自然浓郁的贵族氛围。以简单的线、面勾勒出自然的简欧风情，淡泊灰的情调纹理搭配柠檬黄细节点缀，宛如坚硬与柔软的完美邂逅，融成一个惬意的灵动空间，就像生于皇权城堡，身份尊贵的爱德华八世遇上温婉娇柔的爱情时怦然心动；而经典优雅的温莎蓝装饰，则演绎出“倾城之恋”的绝美浪漫，华灯初上，思绪浮动，置身于此仿佛穿越于蜿蜒曲折的泰晤士河旁，清风吹拂，庄严古朴的城堡，纯洁娇媚的天鹅，便犹如一幅优雅传神的油画跃然眼前，宛若天地之间都洋溢着温莎公爵与她的快乐……



清牧什兰系列·郁达

面朝大海，春暖花开
从明天起，做一个幸福的人
喂马、劈柴，周游世界
从明天起，关心粮食和蔬菜
我有一所房子，面朝大海，
春暖花开——海子

一首朴素明朗而又隽永清新的诗词，歌唱出人的真诚与善良。带着纯真欢快的脚步去寻找尘世中的幸福时光，著名青年诗人海子如此表达质朴、单纯而自由幸福的人生向往。远离喧嚣繁乱，来到宽广的大海故乡，沿着长长的堤岸，背靠郁郁葱葱，修建一所房子，开拓一方荒田，种上一丛芬芳花草，每天迎着阳光晨起而作，暮色而归。从对“幸福”未知世界的探寻，到珍惜时光，积极昂扬的生活，再到对他人、对世界的祈愿、祝福。悠悠的赤子之心宛如大海般开阔而包容，折射在生活上。



清牧什兰系列·明尼

人的富有来自他的苦难与艰难，也来自他对简单生活的接纳
 比如此时此刻，从这扇窗户静静地眺望着外面的风景。
 ——安东尼

顶固清牧什兰系列·都达实木家具设计理念来自美式简约风尚，灵感源自著名青年诗人海子的诗作《面朝大海，春暖花开》。热爱生活的人懂得打造一个诗意怡然的家园，就像海子的“从明天起做一个幸福的人，喂马、劈柴，周游世界……给每一条河每一座山取一个温暖的名字，愿你有一个灿烂的前程……”摒弃浮华，重拾纯净，顶固都达实木家具以明朗、流畅的背黛蓝实木线条勾勒出宽广的蓝天大海，配以优雅、质朴的海沙白，宛如清风徐来，流云逸升，弹指间心情自由而舒畅，而淡泊灰的家具点缀，则像墨墨丘山，汪洋自然，渗透出生活中的专注与一丝不苟。为青葱岁月添彩，一呼一吸间都更加馥郁芬芳，通达舒畅。

有一种成长，特立独行；有一种力量，积极向上；有一种温暖，简单而舒畅。随着安东尼的步伐，我们似乎看到了不一样的90后青春时光。“治愈系小王子”安东尼笔下的温暖文字触动了许多当代年轻男女的心扉。没有斗殴刻板的学生时代，除了冲动张扬的青春，我们也是积极奋进的90后，而不是被贴上标签垮掉的一代，捕捉生活的小乐趣，对未来充满愿景，不管昨夜经历了怎样的泣不成声，早晨醒来依旧振奋重来，我们努力着，奋斗中，只为那不期而遇的温暖和成就一方舒适简单的家园。生活不仅有眼前的苟且，还有诗和远方，生生不息的活力与希望才是我们应有的风范。

顶固清牧什兰系列·明尼实木家具迎合当代年轻一族的品位与需求，摒弃了传统实木家具的复杂与繁琐，将现代自由生活方式表现得尤为轻巧而自然。通过简单的横与竖，点与面，堆砌打造不简单的实用性组合；而白色与橙色调的相互映衬，则交叠出一个轻松明媚的处世空间。穿越衣帽间，仿佛行走于T台秀场般放飞自我，恣意洒脱；静坐窗台下，便如置身咖啡厅般温馨浪漫，自在惬意。暖暖的阳光透过帘子细密缠绵，洒满房间每个角落，透过窗台眺望远方，此时此刻，便觉生活如此简单，岁月这般静好……以匠人之心，打造传世经典，顶固清牧什兰系列实木家具用时尚手法，给你不一样的典雅品位生活。

顶固17系智能指纹锁 用“芯”护家，聆听您的声音

义/五金市场部 朱斌



自古以来，人类一直在更好的安防工具上进行顽强的探索。从最开始的本锁，青铜锁，铁锁再到后来的电子锁，指纹锁，功能越来越强大的锁具免去了人们外出远行后顾之忧，但同时也给我们带来了诸多的烦恼。比如一些电子锁没有异常的报警提示，比如机械锁意外的反锁，出门忘带钥匙被锁门外，家中被小偷光顾等问题时刻困扰着你，没关系，有它！

顶固17系智能指纹锁
智能护“家”，智感互联
用“芯”聆听您的声音



顶固17系智能指纹锁智能护“家”，智感互联，用“芯”聆听你的声音！顶固17系智能指纹锁能够随时为你的居家提供安全的呵护，及时发现居家安全隐患，具备异常情况警示功能，让你远离出门“强迫症”之苦。

“芯”有灵犀一点通
既有默契更善解人意
更智能更灵敏做更多



顶固17系智能指纹锁内含智能护“家”芯片——半导体指纹传感器，采用的活体指纹识别验证算法，不仅手指适应性强，指纹识别更灵敏，还能够全面杜绝假指纹。伪密码防窥视保

钢筋铁骨 坚若磐石
尽享无忧居家生活
让您的家放肆地任性



顶固17系智能指纹锁采用优质304不锈钢材质铸造，独特的三防设计，不仅能够有效地防卡片开启，还能防撞，防撬，防锯！超B级防撬锁芯，隐藏式钥匙孔的设计，既安全防窃，又时尚美观。

匠心营造细节之美
黑魅绅士风度翩翩
用质感怒刷你的触碰体验



顶固17系智能指纹锁表面采用镜光和拉丝两种处理，一体设计，相互映衬，历久弥新，质感十足。高强度钢化触摸面板，智能高灵敏触碰体验，尖端科技，触手可及。

中国风是一种态度,黑是一种格调

文/五金市场创 朱斌





中国风，取自中国传统文化，既有“采菊东篱下，悠然见南山”的舒适自然，又有“凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞”的大气奢华。它，代表着一种态度，龙的传人传承了5000年的勇敢，大气，谦虚，奋斗等民族精神。



而黑，它是一种格调，神秘、酷炫、优雅、深邃。在时尚界，黑色就是时尚密码，它是设计师最爱的颜色，越来越多的服装、产品设计，开始融入大量的黑色元素。中国风里，文人骚客用一副副书法、水墨作品，抒发着对黑色的爱。



中国风，“太阳王”路易一四也爱。1700年，为庆祝新世纪的到来，他身着中国式服装，坐中国式八抬大轿，出现在金碧辉煌的法国凡尔赛宫。此后，中国风吹向世界各地，你，不来一把龙韵系列，聊表态度和格调吗？



中国龙遇上时尚黑，顶固五金为你呈上新中式五金龙的系列，研墨黑表面处理，诗意盎然，书香门第必选单品。

一扇门中国风，简欧，宫廷风全有，风格不一致，不能忍。龙韵系列，门锁+门吸+合页整套上市，出售之前，就替你选好风格搭配问题。

开门顺畅静音，不惊扰家人。门锁均配顶固三叉静音锁体；特制合页尼龙轴套和尼龙介子，轴芯转动顺畅无卡滞。



行业首创自润滑静音合页，零添加阻尼油，轴承采用双层铜基粉末冶金，合页具有承载能力强、摩擦系数小、耐冲击、耐高温、无油自润滑等特点，无“油”无虑。

铜锁更霸气、更显高贵，采用优质黄铜精密锻造成型，加上多道纯手工精密抛光和台湾电镀表面工艺，表面光泽持久，抗腐蚀能力强。另外，铜材具有很强的抗菌杀菌能力，保证家人的健康。



顶固生态门，简约时尚首选

Topstrong Ecological door, contracted fashion choice

文/门业市场部 郑慧君

设计师：沈健

国家注册高级室内设计师

2014年年荣获张家港市十佳优秀设计师

2015年荣获国家级“鸟巢奖”金奖

2015年中国国际建筑及室内设计节“金外滩”入围奖

本文刊登项目，由高级室内设计师沈健设计，
其中选用顶固生态门、哑口套、窗套、中空门。



极简主义，看似简单的设计，却是最具灵感的演绎，以黑白灰几种纯粹的色调，搭配现代家居，凸显前卫与时尚。

当顶固生态门放在极简家装中，就如同鹰击长空，鱼翔浅底，象驰平原，駝走大漠，能发挥其最大作用，演绎其独特品位。黑灰色的墙纸呼应着复古木地板，白色的衣柜让整个空间更加鲜活。门框上银色铝镁钛合金边框在射灯下熠熠发光，隐约还能看到门板的树木纹理，整个空间是水到渠成的感觉。

极简是一种生活态度，越简单越考验功力，每一笔线条都需要恰到好处，每一点装饰都正好锦上添花。餐厅空间中，暖黄色吊灯给整个冷色调空间添上一抹温暖，照在入质餐桌上，分外宁静祥和。

磨砂银色的中空门，将厨房和餐厅分隔开，透明白玻上没有任何一点装饰，让两个空间更好的连接成一个整体，即隔开了油烟又放开了视野。极简，每一款门都服务于整个空间的功能和视觉效果。

极简是一种意境，真正的奢华是源自心灵的诗意生活。大理石电视背景墙给整个空间带来大气奢华感，而生态门面板做

出的背景墙造型，点缀了空白的墙面，又与房门呼应配合的相得益彰。阳台壁口采用与生态方面同款铝合金插板边框，色调正好与房门一致。

一盆小植物放在圆桌上，旁边再摆个绿色的小凳墩，柔和了整个素雅奢华的环境，为客厅融入了一片诗意和情怀。

极简，不仅仅是一种设计风格，更是一种生活体验。它以简单到极致为追求，给人带来清新的感官享受，更反映出主人优雅思想和品位。用最原始的黑白灰色调，设计出的这一套简约现代化风格之家，巧妙运用顶固生态门的特性，从门套到垭口都采用插板式的边框，极大的调和了墙与门之间的过度。过道采用白色护墙板，客厅与房间采用黑色生态门同款墙板或灰色墙纸墙砖等，黑白分明带来直观的分区分区体验。

少即是多，化纷繁为简洁，亦是一种美。家装无需繁杂，整齐规划，物尽其用，简约而不简陋即可。顶固生态门，以其简约而大气的风格一直在市场屹立不倒，广受高品位人士欢迎。如何让家看起来高端大气上档次？很简单，选择顶固，选择顶固门业。

顶固生态门，轻奢主义，简约首选。

顶固祝贺

冰冰获奖：前路漫漫，来日方长

A long way to go, before have longer





3月22日10:21, 顶固形象代言人范冰冰女士更新微博, 配文“前路漫漫, 来日方长!”引用南宋词人文天祥《与洪瑞明云岩书》:“某列郡后, 颇与鄙人相安, 日灾到处无虞, 早收中熟, 觉风雨如期, 晚稻亦可望, 窃是力谏求收, 来日方长。”体现了冰冰女神的谦逊与务实。

配文的缘由是3月21日, 第十一届亚洲电影大奖在香港开奖, 范冰冰凭借在电影《我不是潘金莲》中的精湛表演, 荣获最佳女主角桂冠, 恭喜“李雪莲”再摘影后桂冠!

《我不是潘金莲》上映期间, 为力挺顶固形象代言人范冰冰和优质国产影片, 顶固全屋定制号召全国顶固人及冰冰棒, 23城包场观看《我不是潘金莲》, 全力支持范冰冰“烧钱冷档期”, 受到广大消费者的热烈响应。

吃水不忘挖井人。懂得感恩的冰冰上台领取影后奖杯时, 感谢了冯小刚导演对自己的栽培, 她称冯小刚“是我的伯乐也是我的恩师”, 十二年前是他第一次将自己带入了电影的世界, 拍摄了电影处女作《手机》, 打开了自己对电影的认知, 这次冯小刚导演邀请自己拍摄《我不是潘金莲》, 读了剧本之后认真地想了一个晚上, 面对李雪莲这个难度很大的角色, 觉得“没有什么可以比坚持跟努力更重要”, 所以当时就跟冯导说愿意演这个角色, 希望通过自己的努力, 让

李雪莲这个角色“在银幕上发光发亮”。随后, 范冰冰表示要把这个奖献给冯小刚导演, 因为他总说“我是他的福将”, “谢谢他带给我这么好的运气”。

范冰冰凭借着自己的实力, 在娱乐圈大频道现在的地步, 实属不易! 顶固公司的核心价值观为“自信、感恩、诚信、利他、艰苦奋斗、精益求精”, 其中感恩的核心是感于外在, 恩于内心。从“一年一所希望小学”踏踏实实做起, 顶固公司除了自身践行感恩精神, 还非常欣赏冰冰女神获奖后的谦逊与感恩……顶固公司衷心祝福代言人冰冰: 希望她在自己的事业上, 能够越走越远! 和大黑牛李晨幸福恩爱!

附范冰冰获奖感言:

“首先要感谢冯小刚导演, 因为他是我的伯乐, 也是我的恩师。在十二年前, 他找我拍了第一部电影叫《手机》, 我在里面演了一个角色叫武月, 那个时候是冯小刚导演第一次把我带进了一个电影的世界, 打开了我对电影的感知。在中间很多年冯小刚都在拍戏, 我也一直特别想演他的电影, 但一直都没有这样的机会。还要感谢身边的好朋友、家人和我的影迷, 因为我知道在我的工作当中只要我有一点点非常微小的进步, 一点点非常微小的努力, 他们都会比我更开心百倍、千倍、万倍, 所以这个奖我愿意与你们一起分享, 谢谢你们, 谢谢大家。”

小空间·60 m² 地下天堂

Little space 60 underground paradise

家居创意装修摘记



对于现代许多创业者来说，把工作室跟家混在一起生活是经常的事，并且工作室的条件有时也并不是很好，因此，有时你必须知道一些关于它的改造知识，让你的工作与生活更好的融合！

采光不足的地下室、紧巴巴的改装预算、工作室和居家二合一的空间需求，是这次设计师改造的难点。和很多大城市的郊区一样，这里聚集着众多移民，各种文化交错交汇，充满着混乱的活力。当设计师第一次见到这个225平方米的半地下室时，建筑本身的外表很糟，地下室的采光、通风、结构都存在问题。但是设计师还是有信心把这里改造成“深泽地里的天堂岛”需求者预算不多，对空间的要求却不少！他希望这里同时兼具制片工作室和家的功能。制作公司的拍摄、监制、后期都需要在此完成，因此空间里得有摄影棚和后期剪辑室。此外，作为一位资深电影工作者和影迷，需求者收集了大量老式相机和电影录影带，他也希望能在新家里为这些老物件安个窝。

这一切并没有难倒设计师，她将空间一分为二，其中

60平方米作为居住空间，更多面积则留给了工作空间。地下室原本的入口成了前台，制片工作室往右，生活空间向左，互不干扰。大部分预算都被用于地下室基础设施的改建，没有剩下多少来添置家具，设计师干脆通过旧物利用、变废为宝，为需求者“变”出了新家具。她甚至把自己家的旧坐便器都搬了过来，成为伞架，不下雨时，放下马桶盖，还能坐着聊天。需求者收集的老式录影带则在工作空间入口门后齐刷刷地罗列开来，不仅解决了收纳问题，还如艺术装置般为空间增色。此外，只要推开工作室大门，就能立刻切换至电影制片的工作状态和情绪！

左边的生活空间位于地下室的临街入口处，因此仍有充足的光照。60平方米的空间五脏俱全，厨房、卧室、起居室、卫生间一个不少。设计师没有设置一扇物理意义上的门，而是借用承重柱和地面装饰的变化来分割室内空间，开放的设计令空间感觉大了不少，还有那么一点儿中国园林中常用的“借景”的意思。这里的一切都是为狭小的空间量身打造、精心挑选的。客厅承重墙上安装了一台可以自由旋转的电视机，在没有门的空间里，360°观影无死角。卧室的床被抬高，从而获得更多储物空间。设计师还为需求者制作了两张大长桌，桌面逼真的眼部特写显示了主人的热情和大胆。长桌平时分开摆放，既节省空间，也带来实用功能，而当两张桌子合在一起时，就可以同时容纳14人用餐或开会。需求者还有收藏可乐罐的癖好，设计师突发奇想，将这些罐子压扁，变成了独一无二的门框，也为空间增添了一点儿红色！至于屋顶上原本裸露着的各种水管，设计师给它们加上了LED灯，变成了富有工业感的装置。她还请朋友特别创作了一幅抽象画，画中的彩色线条从画面延展至墙面，与原本碍眼的电线连在一起，反倒成为家里独特的装饰。

改造后的地下室，用色大胆，空间灵活、功能完备，主人本人的趣味与个性也随处可见，令人不禁想到了著名西班牙导演阿莫多瓦的电影：洋溢着西班牙人热情大胆的天性，富有戏剧性，又蕴含着细腻的情感。

本文部分内容来源《安邸AD》

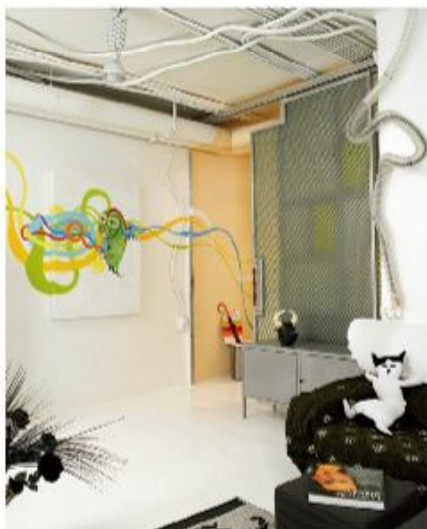


这扇门分隔开了工作与生活空间。设计师将自己的旧马桶改造成伞架，把盖子合上，它又可以变成一个座位。



设计师为普通的塑料水管加上LED灯带，将原木无法隐藏的管线升级为家里的吸睛装置。

设计师请采艺术家为家里特别创作了画作，无限延伸的线条与墙上本来杂乱的电线融为一体，巧妙地成为居室内的装饰。



特别定制的长条餐桌，平时分成两张摆放，合在一起时可以变成一张同时可容纳6人的会议室或餐桌，满足了主人开头脑风暴会议的需求，也能让朋友欢聚一堂。



用黄黑对比色块包裹起柱子，不仅提高了整个半地下室空间，更巧妙地将通常被视作障碍的柱子升级为精彩的空间隔断！



将床往上抬高，床底下就成为新的储藏空间，床的高度正好对着客厅的可旋转电视机，可以轻松躺着看一场电影！

居家课堂 | 趣 INTEREST



BAMBOO

定制有木

还有竹

顶固领先一步



顶固竹香板正式上市，
“竹”已改变您的生活



定制有“木”，还有“竹” 顶固领先一步

Custom wood and bamboo, Topstrong steps and Plateaus

顶固竹香板正式上市，“竹”已改变您的生活



竹，与“梅、兰、菊”并称“植物四君子”；虽不粗壮却坚韧挺拔、高风亮节，不惧严寒酷暑、万古长青。“宁可食无肉、不可居无竹”，足以表达自古以来人们对竹的挚爱。无独有偶，就连国宝熊猫都以竹为食。

竹板材的诞生，瞬间打破传统定制家居材料的使用，印证了定制有“木”，还有“竹”。顶固率先将这种绿色环保的高性能竹板材应用在产品上，打造出“竹”够高端的顶固衣柜。

竹香板优势

【天然抗菌，防潮防霉防虫蛀】

竹子在大自然的环境中能保持无虫蛀、不霉烂，是因为竹子中存在天然抗菌的成分“竹醌”。竹板材经高温高压炭化处理，除去了糖份和脂肪、破坏了蛋白质，不仅自身环保无毒，而且还能有效防止虫蛀与发霉。

【植物钢铁，不易变形】

竹香板弹性、韧性极强，不易变形。竹子具有优异的力学性能，享有“植物钢铁”的美称。竹纤维具有极强的弹性与韧性，狂风能轻易吹断大树，但却极难令竹子折腰。竹板材经先进的干燥工艺处理后含水稳定，在不同温度、湿度条件下均能达到内应力平衡，强度、硬度、握钉力等远胜普通的实木颗粒板（刨花板）。

【健康竹材，E0级安全】

得益于竹纤维自身的优异性能，竹板材生产过程中可以使用高环保级别的胶水且胶水用量低，无需过多借助胶水等化学物质使其达到理想的物理性能，因此甲醛释放量低于国际最高级别的E0级别要求，“竹”让您生活无虑！



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“固迷之家”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49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

全国免费客服热线Series Line: 400 883 5858