

Topstrong

Living Innovation & Integration

顶固中国

股票代码: 833958

创办于二零零六年五月
2016年6-8月 / 第02期
内部刊物 / 总第49期

万·分工程

开创顶固五金新格局

门业子公司腾飞开业
顶固事业版图再添璀璨

构建技术创新体系,
发力智能家居4.0

十年轮回 凤凰涅槃
《顶固中国》十周年寄语



封面人物: 顶固五金事业部总经理 陈有斌



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东阜三路429号
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

顶固® 全屋定制
WHOLE HOUSE CUSTOMIZATION

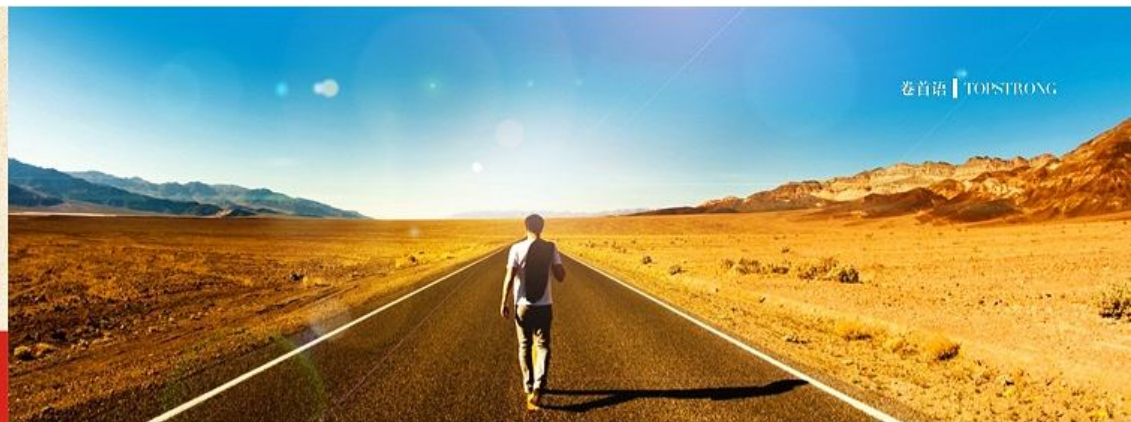
形象代言人

范冰冰



安科纳系列
ANCONA SERIES
安科纳胡桃木&哥尼白

色泽醇深的胡桃木空间，带有经过时光洗礼沉淀而成的经典气息，给人一种深厚朴实的感受，恍若一位人生阅历丰富的智者，充满思想和智慧。



行走在坚守的路上

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。自创立以来,《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,成为展现顶固优秀企业文化一面飘扬的旗帜。

2006-2016年,创刊十载,《顶固中国》的步步探索,如同顶固前进的脚步,一步一个脚印,是顶固品牌发展的见证,是顶固企业文化的传承。对于每个顶固人而言,十年间的伴随,《顶固中国》记录了几许欢笑,几多泪水,都是一份份不可磨灭的印记。

《顶固中国》2006年5月创办时,栏目简单、篇幅不大、印刷简陋。为了增大容量,反映更丰富、立体的信息,《顶固中国》几经改版,不断改进,逐渐形成相对丰富的企业刊物风格,成为了顶固企业文化的一面飘扬的旗帜。

漫步十年时光长廊,《顶固中国》论调或平和,或激昂,或诙谐,或庄重,却总能保持浓淡抹息相宜。对企业杂志人来说,从每一次开选题会的苦思冥想,到最后看到印刷好的纸书,常常感觉到从无到有的奇妙感。尤其得到读者的肯定,这无疑是对沉浸于其中努力的人的最高肯定和回报。

在顶固编辑部眼中,《顶固中国》的可贵之处在于内刊几乎所有文章都是顶固家人撰写的,而且这些文章都是与顶固的实践有

关,《顶固中国》的编辑思路始终站在“顶固家”的视角,展现人文情怀和家居品牌风采。资讯传递、营销互动、情感交流……字里行间,折射出“顶固家”带来的心安的柔和、坚定。

曾有一位顾客,通过店面导购员联系到我们,说她在店面,无意间翻着我们杂志,觉得很喜欢,表示她本人很喜欢家装类文章,希望能够在《装修日记》栏目投稿与大家分享装修知识。另外,据导购员介绍,有位顾客原本约好爱人一起去看定制家具,孰料爱人临时要出差,这让她心情非常失落。在店里,她随手拿起一本《顶固中国》翻阅《男人的柔情》栏目,并听导购介绍了顶固品牌之歌《男人的柔情》,细读“就像迁徙的候鸟,历经风雨磨难,也要对自己爱的人好!”“男人的柔情,你不能不懂,只有他最深爱的人能看得到”的歌词,非常欣赏顶固品牌鲜明的人格化形象。

每一位读者都存在阅读时空差,您刚好需要,《顶固中国》能荣幸地被翻阅并引发思考,这就是阅读的力量。站在企业视角,《顶固中国》坚定不移传承和渗透的是“同心同德”的治企理念,以期形成股东和员工,员工和员工之间手牵手、背靠背的信任。站在消费者视角,《顶固中国》需要不断强化消费者对优质家居体验的定义和标准,以期带给消费者更多感动。

十年如一日,《顶固中国》始终行走在坚守的路上,带着与生俱来的责任和使命,期冀与您风雨兼程。❶

四川大凉山

顶固第八所希望小学落户四川省

大凉山现状的改变,需要无数公益元素组成,以期给这个原始落后地区的发展和精神文明进步带去坚定前行的力量 and 互帮互助的温暖。

回首顶固八年公益路,我们一路走来,庆幸可以携手与共,一步一个脚印,传递爱心和希望。

只有走在公益和责任的路上,才能让自己勇往直前;只有持续捐资助学、扶贫济困,才能体会和谐共荣带来的充实和欢愉。



活动预告

顶固第八所希望小学奠基活动,2016年9月
顶固第六所希望小学回访之旅,2016年9月

活动咨询

爱在顶固: www.dinggu.com

@顶固微公益

咨询电话: 0760-82772602

咨询邮箱: 267442956@qq.com

顶固®五金

顶固五金·贵在细节



奢华24K金，
门锁贵族。
续写「巴洛克」风尚……



Topstrong

Living Innovation & Integration

广东顶固集创家居股份有限公司
GUANGDONG TOPSTRONG LIVING INNOVATION & INTEGRATION CO., LTD.

www.dinggu.net
400-883-5858

开 / 启 / 全 / 屋 / 门 / 窗 / 定 / 制 / 时 / 代

顶固®门业

— 品位家·顶固门 —



大产品系列 包揽全屋门窗定制

生态门 / 中空推拉门 / 隔断门 / 卫浴门 / 窗 / 阳光房



关注顶固门业微信

招商加盟热线：18028340811（王先生）

品牌官网：www.dinggu.net

全球服务热线：400-883-5858

Cover Summary

封面精要

12 高端访谈 话题

万·分工程，
开创顶固五金新格局



顶固五金以“万·分精彩”为主题拉开了2016年工作的序幕。另外，在“互联网+”时代，顶固集创家居把智能家居项目列入企业发展战略，而作为智能家居的排头兵——智能五金项目将肩负重大使命。顶固五金改变思路，改变模式，动员全体员工和经销商以“变”来应对市场，用万·分工程打开顶固五金销售渠道的新局面，顶固五金的未来必定精彩不断，成就万分精彩的2016年！

35 商学之道
构建技术创新体系，
发力智能家居4.0

顶固只要拥有具有数据所有权与通讯协议开放的控制平台，再整合一些其它非刚需类的智能单品，给消费者提供一个完整的智能家居整体解决方案，必然能发力智能家居4.0，引领家居行业新方向！

24 顶固印象
浙商赋



浙商是有文化的商业航船，是上百年文化精髓的成就。这是历史的沉淀，是独一无二的！浙商和顶固有一个共同的点，那就是道法自然。像老子所说经营有术，商战有法。浙商之所以发展这么快，享誉世界，是道法术全兼备，既有战略又有具体运用，是一个整体的作战方略。



39 星星之火
另一种存在

顶固第八所希望小学落户四川省凉山州美姑县。在成都顶固郭总的带领下，顶固义工从成都出发，在极十六小时，约1600公里深入大凉山进行实地考察。大凉山气候宜人、物产丰富、资源富集，在这么一片美丽富饶的土地上，却有着另一种生存光景。



封面人物：
陈有斌

09 顶固速览

门业子公司腾飞开业， 顶固事业版图再添璀璨

佛山顶固子公司正式开业，顶固门业奏响了快步向前的交响乐，自此顶固完成了中山、昆山、北京东燕郊、成都、佛山五大生产基地布局，开创了顶固逾加广阔的事业版图。我们继续以饱满的工作热情，高昂的精神斗志，共同谱写顶固大家庭美好的新篇章。我们有理由相信，顶固门业的明天必将“腾”飞，为顶固事业版图的快速扩张注入强劲的推动力。

Contents

目录

知 PERCEPTION

09 顶固速览
门业子公司腾飞开业
各大名企中心树行标
顶固五金优秀经销商拜拜、越南之旅
米兰国际家具展朝圣邀约奢华风展顶固
恒大&顶固强强联合 打造最大家居产业园
互联网家装及智能家居峰会，顶固造智能
主动出击建博会，顶固完美征途

12 高端访谈
万·分工程，开创顶固五金新格局

16 独家视界
十年轮回 凤凰涅槃

18 顶固名人
用心缔造「销冠精英」
稳步扎根市场，全方位拓宽渠道
专业知识是指导市场的“挖掘机”

24 顶固印象
浙商赋
《浙商赋》创作得

行 BEHAVIOR

28 市场前线
顶固衣柜5A 1+N，无数实力彰显荣耀
“S”以伦比，“1”峰刺破
火热五月天，奋斗与成长

31 电子血拼
顶固衣柜强势进驻京东
看顶固五金如何玩转电商市场

35 商学之道
构建技术创新体系，发力智能家居4.0

情 EMOTION

39 星星之火
义工日记：一次特别的“旅行”
远行的方向—今夜转世
愿你的眼睛只看得到笑容
另一种存在

45 文化圆桌
回味端午
东西方节日说
我的实习日记

49 高谈阔论
话题一 | 从文化自信到个体自信
话题二 | 如何找寻通往人生珠峰的路

品 TASTING

53 顶级风范
匠心，筑梦之路

57 相族生活
“情绪”模式下，顶固家居避暑宝典

61 金相玉映
生活有了阳光，该是何等美妙
不能任性地孩童，但愿无“耻”无虑地生活

65 豪门贵胄
推开“窗”世界

趣 INTEREST

69 范店有料
范冰水近期Lock标签大曝光，你准备好了吗？

71 装修日记
巧用空间美学，让你的家瞬间大一倍

73 居家课堂
生活没有欺骗你，假如你懂得这些旧物改造

75 征集令



总编：林新达

顾问：曹岩、陈有斌、刘兴旺、徐冬梅、
胡萍、陈俊平

主编：汪光武

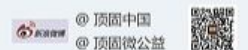
责任编辑：梁秋燕、陈玉萍、钟淑霞、王倩、
邓慧君、叶小红

美术编辑：李斯

校对发行：叶小红

投稿专线：0760-22772692

投稿邮箱：dgjb2013@163.com



本刊物仅供内部交流 部分图文源于网络。



NUMBER ONE

门业子公司腾飞开业 顶固事业版图再添璀璨

7月20日,是顶固门业历史性的时刻,顶固门业迎来发展的重要时期,有机遇,也有挑战;有压力,更有动力。今年,顶固门业喜迁佛山南海,作为珠江三角洲腹地,佛山南海无论是原材料,还是信息、人才流,都具备集群优势,对企业发展极为有利。

“天时地利人和”,上半年,顶固门业一鼓作气,实现了业绩的连番攀升,仅仅三年的时间,顶固生态门事业部完成了战略布局,产品规划,产品研发等基础工作,吹响了渠道变革的号角,开发了一大批新的顶固门业专卖店,后台运营调整到位,完成了顶固门业升级和大跨步发展的所有前奏工作。

随着佛山顶固子公司正式开业,顶固门业奏响了快步向前的交响乐,自此顶固完成了中山、昆山、北京东燕郊、成都、佛山五大生产基地布局,开创了顶固愈加广阔的事业版图。我们继续以昂扬的精神状态,饱满的工作热情,高昂的斗志和务实创新的工作态度,共同谱写顶固大家居美好的新篇章。我们有理由相信,顶固门业的明天必将“腾”飞,为顶固事业版图的快速扩张注入强劲的推动力。



NUMBER TWO

各大名企聚中山树行标 顶固不忘初心勇担社会责任

7月15日,顶固社群精英荟萃。上海市质检院主任唐敏俊先生、劳伦斯、汇泰龙等五金行业精英济济一堂,与全国建筑五金标准化中心一同探讨《室内感应移动门》等三项行业标准的启动和建立。顶固坚持与各大名企携手探索行业标准,推动行业可持续发展,此举指引起各方高度关注。

作为五金行业的标杆会议,行标启动会重点聚焦于《室内感应移动门》、《铝合金门窗锁》及《玻璃门铰链》等热门领域,本着以用户安全,便利为出发点,致力于打造行业高标准。作为此领域的杰出代表,顶固展示了其在智能家用门的领先优势。截至目前,顶固智能家用门共取得发明专利5个,实用新型专利26个,外观专利46个。

顶固2016年继续发力,发挥一流企业的力量,推动行业标准化发展,承担起自己的一份社会责任,让责任感成为鞭策、激励,监督自己的力量,创造更多经济价值、社会价值,回报股东与社会!



NUMBER THREE

顶固五金优秀经销商 迪拜、越南之旅

年初“2016万·分精彩”——顶固五金全国经销商年会上,顶固五金对2015年度表现突出的经销商进行了隆重的表彰,并公布了获得年度优秀经销商的奖励情况(其中“银象奖”的优秀经销商获得越南风情游1次,“金象奖”的优秀经销商获得迪拜奢华游1次)。7月12日,优秀经销商们从全国各地齐聚广州机场,开启了他们风情、奢华的跨国之旅。

放下压力,放空自己,这是此次顶固优秀经销商的跨国之旅的目的,也是他们为了更好业绩着力,我们希望借这次跨国之旅为契机,在年中发力之时,继续全力以赴,完成全年的既定目标,争取在来年涌现更多获奖的优秀经销商!

旅行归来,回味这段丰富而又喜悦的旅程,同时我们又开始新一轮的冲刺,相信每个顶固经销商都会以更充沛的精力,更高涨的热情投入到下半年的工作中,为顶固五金更美好的明天贡献自己的力量。



NUMBER FOUR

米兰国际家具展 朝圣简约奢华风靡顶固

2016年4月12日—17日,米兰国际家具展在世界时尚之都意大利米兰盛大举行。作为世界家具与家居设计顶尖展会的米兰国际家具展,其时尚的设计、优秀的布局、汹涌的人流标志,使其被誉为全球第一的家具、装饰盛会,是全世界家具、家居、建筑、服装、配饰、灯具,设计行业专业人士每年欣然前往的朝圣圣地。

身临其境,在偌大的展馆里观摩家居潮流的最新动向,顶固衣柜家人们彻底感受到了时尚家居的最高艺术品位。2016年,以卓越的家哲学为导向的顶固衣柜,率先走在了现代家具时尚设计的前沿,新品冰冰系列衣柜以简约风格为设计原点,爵士灰独特皮纹材质加莱茵白橡细腻纹理,既华贵典雅又简约舒适,体现出居住人视生活为艺术的人生态度!

借势而上,顶固衣柜事业部对高端全屋定制的追求乐此不疲,参加完米兰国际家具展,顶固衣柜家人们还应注意意大利高端品牌POLIFORM之约,前往其公司参观学习,并进入米兰大学感受设计之都的魅力。相信此次游学之旅将让顶固人越走越远,让我们共同期许顶固衣柜更美好的明天。



NUMBER FIVE

恒大&顶固等七大家居齐聚 百亿打造最大家居产业园

2016年5月12日上午,河南省委书记、省人大常委会主任谢伏瞻,省委副书记、省长陈润儿,省委常委、秘书长李文慧,省人大常委会副主任段喜中,副省长赵建才等省领导接见了恒大集团董事长许家印和包括顶固在内的七大家居企业巨头。随后,恒大集团与兰考县政府举行恒大家居联盟产业园签约,该产业园投资100亿元,建成后,将成为亚洲最大的家居产业园。

据悉,恒大集团联合顶固等7家全国知名品牌家居企业,在兰考投资建设恒大家居联盟产业园,产业园首期投资超过40亿元。作为房地产的关联产业,家居与房地产业的发展息息相关。此次顶固参与跨行业联盟,将是顶固上市之后的首个大型联盟行动,也体现了顶固合纵连横的大家居发展理念。

作为首期确定进驻7家企业中的上市企业之一,顶固集创家居董事长林新达先生表示:“看了兰考整体发展方式,整个平台还是不错的,在这里投资非常有信心。七个巨头能够在—个区域进行投资非常罕见,一旦聚集起来,兰考的区域效应就起来了。”此后,顶固将与恒大及其他各家企业共同出资,群策群力,发力将家居联盟产业园打造成为中部家居产业集聚区,为消费者提供更加优质的家居产品及服务!



NUMBER SIX

互联网家装及智能家居峰会 顶固话智能

智能家居经过了20多年的发展，从智能家居1.0时代到现今物联网时代下的互联互通、自动操作，其使用场景不断扩充，整天市场规模也随之快速增长。那么，如何在这股热浪中谋求发展，获取最大的市场利润呢？

针对这个问题，在第二届中国（广州）互联网家装及智能家居高峰论坛会上，顶固集创家居常务副总经理汪光武先生表示，“现阶段，相比智能家居被行业捧高的情况，整个行业的市场需求却处于未成熟的阶段。客观地说，目前大部分的用户都处于有需求但不知该如何选择的阶段！”

汪总对此作进一步的说明，“只有被更多的用户体验过了，使用过智能家居，认可了，相信了，才能真正打开市场的大门！作为企业，除了创新技术，更不可忽视的是以匠心的精神对待用户，把产品和服务做到最好，最可靠！企业的智能家居发展离不开行业的协同发展，需要整个行业的融合创新，共同发展，共同去“破局”，从用户体验方向做进一步的市场培育！”



NUMBER SEVEN

主动出击建博会 顶固完美征途

7月8-11日，为期4天，参观人数达820515的中国（广州）建博会隆重举行！本次展会紧扣四大主题，打造冠军企业首秀平台，引爆建筑装饰行业，而顶固作为建博会的合作伙伴，六大展区，面积逾1000平方米，顶固衣柜、五金、门业、智能研究院四大精英阵营团队，全力狙击，博奔出赛，同台竞彩，彰显顶固人风采，与大家一同见证中国建筑装饰领域的年度盛会。

全屋智能家居，匠心彰显“未来+”

以白色云为造型的顶固智能家居馆，在中国建博会（广州）现场燃起了一股全屋智能旋风。从一进门指纹识别开始，整个傻瓜式一键控制的智能系统随即开启，其中具备翻转晾晒、烘干、杀菌、照明等功能的智能晾衣架和高科技范的智能睡眠系统成为焦点，主打简洁舒适、安全智能的设计理念，以“工匠精神”，带给用户真正的全屋智能体验！

大牌全屋定制，“静享+”生活

顶固全屋定制主打快节奏城市下的“静享+”生活方式，大牌霸气登陆本届广州建博会。全面升级为高端全屋定制，惊喜“晒”出与国际设计大师联手定制的安科纳系列创意新品，VR数字虚拟现实体验让人流连忘返……现场群新荟萃，琳琅满目，观展商们纷纷驻足凝望，“静享”顶固创意盛宴。

“系统+”，五金方案解决专家

形似船机的顶固五金馆，带着“系统+”的主题迎风起航。在展馆布局上，采用区域功能产品系统布局，主题鲜明，整齐有序，让参观者一目了然，满满都是五金系统方案解决专家的即视感。

3D晾衣“闪晾”登场，引爆健康晾晒热潮

闪晾“3D自动旋转”系列晾衣，把它运用在家里，不仅让我们的阳台晾衣体验提升到一个档次，高端智能也是不言而喻。灵感来源于自然生活，旨在倡导自然、舒适的高品质生活方式。①



五金事业部总经理 陈有斌先生

现任广东顶固集创家居股份有限公司五金事业部总经理，曾在德国BOSCH（博世）等外资公司任中高管多年，于2009年加入顶固公司，主张务实的管理风格，提倡中西结合，注重体系建设与系统管理，积极探索中式人文与西方绩效导向在企业管理中的运用。

2016年顶固五金“万·分工程”正式启动!



万·分工程, 开创顶固五金新格局

CONTINUOUS EFFORTS TO PROMOTE PROGRESS

顶固五金以“万·分精彩”的主题拉开了2016年工作的序幕, 如何实现“万·分精彩”成为了今年事业部工作的亮点之一。在今年2月份的全国经销商大会上, 顶固五金正式启动“万·分工程”, 6个月的时间过去了, 如今取得了什么样的成果呢?

另外, 在“互联网+”时代, 顶固集创家居已经把智能家居项目列入企业发展战略, 而作为智能家居的排头兵——智能五金项目将肩负重大使命, 顶固五金对于即将推出的智能五金新型发展模式又有着什么样的期望呢?

带着这些疑问, 《顶固中国》采访了五金事业部总经理陈有斌先生。

Q=《顶固中国》, A=陈有斌先生

Q: 2016年, 顶固五金正式启动万·分工程, 铺就了更广更宽的销售渠道以及建立更有效的经销商管理方法, 相应地我们都采取了那些措施呢?

A: 万·分工程, “万”是指万点工程, 这是五金事业部在营销方面未来三年的发展战略, 我们将用3年的时间在全国范围内发展10000家零售店, 增加网点的密度, 方便不同类型的消费者进行产品体验与购买; 为了配合万点工程, 今年五金事业部全面升级终端店面形象SI, 推出尊享店, 标准店两种专卖店概念, 进一步统一店面形象, 规范产品陈列, 强化品牌形象输出力度, 为接下来万点工程的推进奠定坚实的基础。

而“分”是指经销商积分制管理, 以往的经销商管理手段较单一, 考核主要是看经销商的年度任务和进货量, 不考虑前期的经验水平、人员管理以及市场拓展水平, 这必然会导致对经销商的评价不全面。经销商积分制管理, 建立全方位的管理手段, 改变经销商的评估维度, 评价标准将覆盖店面管理、人员培训、新品上市、促销活动开展、网点建设等, 提高经销商的经营水平!

陈有斌
顶固五金事业部总经理专访

Q: 2016年也过去了一半, 目前万点工程和经销商积分制管理两大工程的进展如何呢?

A: 万点工程方面, 上半年我们在做配套物料, 政策文件等准备工作, 比如: 开发产品陈列三角架, 研发和上市相应的产品, 配合分销网点、小区推广使用; 公司内部制定相关的网点建设政策、奖励措施等。而随着7月份的到来, 这些前期准备工作也进入了验收阶段, 虽然目前的进度有点缓慢, 但网点建设还是取得了一定的成效, 上半年, 预备会有四五百家新增网点, 目前也和经销商签订了网点销售任务, 提前完成任务的经销商将会得到相应的奖励, 有机会入选我们的五星级客户。相反, 若没有完成任务, 积分排名靠后的则会受到对应的惩罚, 无法参与经销商的奖励评比甚至面临淘汰。

经销商积分制管理即将上线, 积分制管理相关的制度、奖惩方式已准备妥当。将由销售人员、商务订单、市场人员、市场督导组成考核对象。针对经销商的销售、商务、市场等方面进行考核, 每个月月底公示积分排名, 年度总结, 前10名能获得相应的奖励, 帮助经销商养成正确的经营理念, 调动主观能动性, 让经销商和公司共同成长。

为了全力开展两项工程, 提高全体营销人员的综合素质, 营销中心于5月组织内部培训, 并面向经销商开展微课堂, 旨在保证两项工程有效地落地执行。

Q: 在万·分工程推进的过程遇到哪些难点? 在接下来半年中, 对万·分工程的建设团队有怎样的要求?

A: 我们部分的经销商以个体户为主, 大公司化的管理较少, 有小部分人不愿意去进行二次创业, 小富即安, 对“万·分工程”的执行不够积极; 对于一些愿意去尝试的经销商, 也会面临人员和资源不足等困难, 急需公司的实际性的帮助。

面临以上这些问题, 要求我们的团队做好三方面的的工作。一是: 建立切实可行的奖惩机制, 给每个经销商制定网点建设任务, 按照积分制管理的相关规定和任务的完成效果, 去进行加减分, 年末总结时接受相应的奖励和惩罚。二是: 建立一支专业的销售队伍, 到有潜力的市场, 协助那些能力薄弱的经销商进行网点建设, 在网点选址、团队建设, 促销活动等方面进行全方位的支持。三是: 打造样板市场, 选择一些有意愿、分销做得好、网点多的经销商, 进行合作, 开发更多更好的分销网点, 树立榜样, 起到正面的示范作用。

而经销商积分制管理是一个比较新的项目, 没有过往的案例去参考, 政策文件和实施方法都要靠我们去摸索、实践, 而执行主力军销售人员的工作核心还是放在完成销售任务和市场推广工作上, 对经销商的监控不够, 经销商积分制管理实际上加大了对经销商的管理力度, 改变他们原来的习惯, 打破固定的思维, 因此经销商难免会有抵触的思想, 缺乏主动配合性, 这是整个工作推进遇到的困难之一。所以, 在下半年工作中, 我们需要加强宣传力度, 推出更多的落地措施, 增强销售、订单人员的执行能力。》

TENS OF THOUSANDS OF
SALES OUTLETS PROJECT





Q: 万·分工程推进半年来,对顶固五金市场空间的拓宽和利润提升起到怎样的促进作用?

A:上半年,五金事业部的销量达成率为96%,相比2015年上半年,同比增长率达到20%以上,面临这不景气的市场,我们能有这样的成绩,这必然与万·分工程的实施是分不开的。每建立一个网点,都有相应的进货任务和样品上市要求,如产品陈列道具和常备货品,这些都会直接地促进销售。而网点多了,接触消费者的机会增加,销量肯定也会提升。

如果说“万点工程”与市场销售量的提升起到直接的作用,那么经销商积分制作为管理工具,则对市场的拓宽起到了侧面辅助的效力,向经销商表明了顶固五金的发展方向以及对经销商的要求,这有利于引领经销商,从而提升经销商的管理素质和经营能力!

Q: 2016年,新品智能晾衣机、智能门锁轩朗系列、智能保险箱等多款智能五金新品将先后上市,刚过去的广州建博会也能看出公司对智能五金项目的重视。您可以和我们谈一下对智能五金项目的规划吗?

A:近些年来,传统五金的下滑较明显,而智能五金的市场仍处于成长初期,整个市场增长速度是非常快,智能锁的年市场增长率在30%以上,智能晾衣机年市场增长率达到40%以上;另一方面智能五金会提升我们五金品牌

的形象,增加经销商的产品销售种类,从而进一步提升我们的销售业绩;公司也将智能家居列入企业发展战略规划,而智能五金是智能家居发展的重点,所以智能五金项目是顶固五金的重中之重。

在智能五金项目上,我们有三大发展方向,第一是单品智能,我们倾向为智能家居提供智能硬件,除了现有的智能门锁、智能晾衣机产品,我们还会陆续地推出智能猫眼、磁悬浮门产品等。第二是系统化,引入我们传统五金的五金系统方案解决专家的概念,不单单是一件单品,更倾向于提供智能五金配套方案,例如,在智能家居的防盗问题上,除了有智能门锁,我们还会智能猫眼、窗户防盗设备等一系列智能五金产品。

因为智能五金和传统五金有着很大的区别,未来的网点建设,市场推广等,我们也会采取一整套完全不一样的商业模式,主要概括成:1个中心,4个基本点,以智能五金体验馆为主,加上小区推广、分销、专卖店、工程4种销售方式,让更多的顾客体验到智能五金带来的人性化和便利化,把智能五金体验馆开在商业区,大型社区这类能够贴近更多消费者的地方。考虑到智能五金产品既属于建材产品的范畴,又有电子产品的属性,我们在网点建设时,也不会局限在现有的渠道,会进军国美、苏宁等3C市场。①

十年轮回 凤凰涅槃

——《顶固中国》10周年寄语

文/顶固集创家居常务副总经理 汪光武

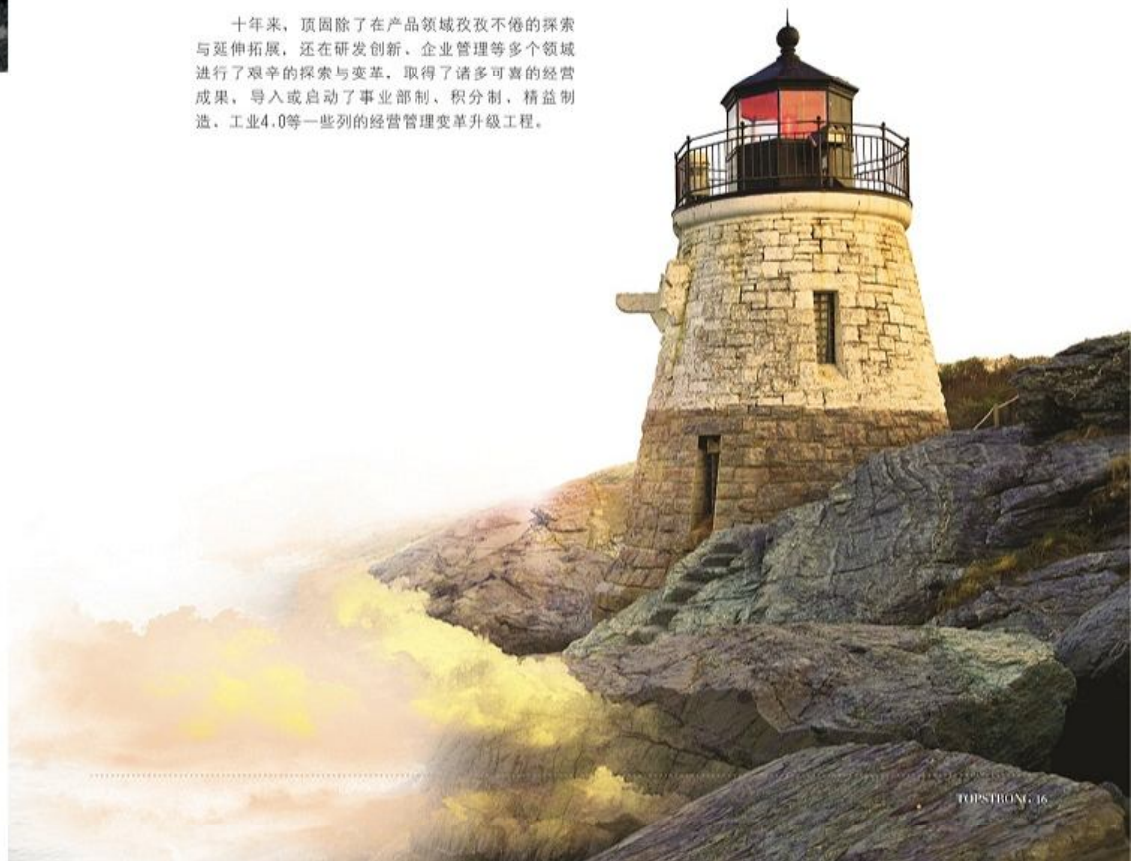
转眼间,《顶固中国》陪伴全体顶固人走过了三千多个日日夜夜,迎来了创刊10周年。

十年来,顶固已从当初只生产经营“小五金”的小微民营企业,一跃成为如今横跨门业、全屋定制、五金及智能家居等多个领域,拥有三个事业部、四个子公司、六家工厂的集团化上市公司。当初的“丑小鸭”,现如今已经快蜕变成美丽的“白天鹅”。

在这三千多个日日夜夜里,顶固人前赴后继,很多人为了公司的发展献出了自己最宝贵的青春岁月,但同时也收获了成就,收获了荣誉;为企业,也为自己赢得了的尊重。

十年来,顶固除了在产品领域孜孜不倦的探索与延伸拓展,还在研发创新、企业管理等多个领域进行了艰辛的探索与变革,取得了诸多可喜的经营成果,导入或启动了事业部制、积分制,精益制造、工业4.0等一些列的经营管理变革升级工程。

顶固昔日的成就,既是全体顶固人辛勤付出、积极进取的结果,同时也是近10年来中国房地产业及中国经济蓬勃发展的大好环境所赐。然而,伴随着中国户均住房拥有量的不断提升,顶固所处的家居行业上游的房地产行业如今已出现拐点。可以预言,今后10年,房地产业不再具有过往10年的井喷式发展机会,而将进入总量相对稳定的震荡发展年代。在这样一种环境下,对于生产供给总量普遍过剩的家居行业,优胜劣汰的市场竞争势必进一步加剧,那么,顶固公司又该如何在这样一种环境下,谋求下一个十年的更大发展呢?答案只有8个字,那就是:积极进取,大胆创新。下一个十年,将是全体顶固人积极进取,大胆创新以求浴火重生、凤凰涅槃的十年!》





《顶固中国》创刊十周年

其一，未来10年是积极进取的10年。

这里的积极进取，讲的是既不因为过往的成就而骄傲自满、止步不前，时时保持谦虚谨慎的心态与危机感，不断地积极进取，打造出顶固在产品创新、市场营销、经营管理等各方面都领先于行业的坚实基础；又不会被各种环境的压力、困难所吓倒，时时保持勇者无畏、狭路相逢勇者胜的必胜自信心。

其二，未来10年是大胆创新的10年。

虽然上游的房地产行业未来10年将是震荡发展的10年，更多的下游家居行业竞争也将更为激烈。但是我们也应该看到家居建材行业所蕴含的历史性巨大市场机会。这种历史性的市场机会，突出体现在以下两方面：

首先是定制家居领域。

定制家居如定制橱柜、定制衣柜等出现短短十多年来，其个性化定制、极致的空间利用等诸多优点获得了消费者的热捧，成功抢占了成品家具、现场装修等行业的大量市场份额，现如今定制家居行业已经具备了上千亿的市场规模。即使如此，定制衣柜在新房装修的占有量如今也还只有40%左右，而导入市场较早的定制橱柜的占有率已经达到75%左

右。仅是定制衣柜未来的成长空间已是非常巨大，更何况还有成长空间更大的其它定制家具领域与全屋定制。行业的极速发展与巨大的成长空间，催生成就了众多的家居领域的耀眼“成长明星”，凭借未来数亿计的市场容量，今后还将成就更多的明星企业。相信不久的将来，定制家居领域将诞生百亿级的航母型企业。顶固在定制家居领域起步虽然比竞争对手晚了几年，但本着“高标准、严要求”的经营宗旨，短短几年间已经取得了可喜成果，备受行业关注认可与尊重，尤其是近一两年来，在定制家居领域进行了设备、信息化、人才等全方面的重金投入，为未来在这一领域的发展打下了坚实的基础。鉴于定制家居领域良好的成长前景与市场机遇，今后10年顶固将继续在定制家居领域永不止步、不断创新，积极延伸拓展更多的定制家居产品，并将把智能家居与定制家居相结合，促进企业的更大发展并成就行业的新高度！

其次为智能家居领域。

家居智能化是未来的必然方向。家居智能化，将成就很多新兴行业与耀眼明星。即使是现有的传统行业，智能化也将使企业面临革命性的发展机会。例如，一把入户智能门锁，市场规模（销售额）超过以往所有五金产品的总和，再考虑以旧换新智能化升级，五金行业的市场规模将因入户门锁的智能化升级而数倍增长；智能晾衣机代替手摇晾衣架，原有产品的市场规模也将扩大几倍，衣柜等“大家居”产品的智能化及智能家居整体解决方案方面，潜力将更加不可估量，将可能催生万亿级市场、百亿甚至千亿级的企业。

在如此大好的历史机遇面前，顶固人没有理由满足于现状不思进取，而必须顺应未来的市场与产品发展方向，积极实施产品延伸与创新升级，在未来十年获得凤凰涅槃，成就更大的辉煌！

过往十年，顶固从“丑小鸭”发展成了如今的“白天鹅”；未来十年，有了全体顶固人的共同努力，顶固将涅槃成为备受整个家居行业关注的金凤凰！

十年轮回。期待下一个十年，我们乘着定制家居与智能家居蓬勃发展的东风，再创新的历史辉煌！



用心谱写「销冠秘笈」

——成都顶固衣柜李英专访

文/衣柜品牌策划部 杨泽坚



李英
“成都顶固衣柜销售冠军”

销售需要吃苦耐劳，持之以恒的精神。做到对外真心实意，对内精诚协作，这是对事业、对人生的一种态度。

“天道酬勤，善于思考”成都顶固衣柜李英从事装修行业5年，一直在不断地摸索，积累经验，不断地学习、总结、进步。2015年，她以个人销售额867余万的优异成绩夺得成都顶固衣柜销售冠军。

谈起销售冠军的称号，这不仅仅是一个响亮的荣誉，其背后更饱含全体销售人员的用心付出，诚心投入，全心服务。其中的艰辛，大家有目共睹。李英认为：销售需要吃苦耐劳，持之以恒的精神。做到对外真心实意，对内精诚协作，这是对事业、对人生的一种态度。当然，做好销售，自有她的一套方法秘籍：首先，练好内功，为销售打下坚实基础；再者，根据市场变化，悟出各种招式，奋战家居市场。

内功篇

多方激励 励己励他

李英的成功首先离不开顶固企业文化，在成都顶固这个大家庭同事之间相亲相爱，共同进步，不落下任何一个。

其次是源于老板的信任，成都顶固郭总经常鼓励员工放手大胆拼搏，并对我们的销售工作给予大力支持与帮助。正是有了郭总的激励，有了团队的支持，才能团结最大的力量去打破销售纪录。

最后还是有着赖于李英自身拥有一股拼劲。想要自己的生活更上一层楼，只有卯足干劲，力争上游，凭着不达目的不罢休的冲劲，方能通往成功之路。》》

专业过关 素质过硬

处于终端销售环节，首先要了解顶固的产品，认同顶固的文化。其次要有超强的服务意识。

成都顶固衣柜李英在接受小编采访时表示：“作为一线销售人员，我们得要时刻站在客户立场想问题，抓住客户需求，用顶固“3QU服务”打动客户，然后注重多学习，常总结才能进步。做衣柜销售仅仅了解自己公司的产品是远远不够的，还要对整个销售流程要了如指掌，对异业乃至整个家装行业都必须信手拈来，足够专业才能打动客户，无论最终成单与否，都需要详细总结，了解方方面面的原因，保持一颗坚持不懈的心。”

招式篇

销冠秘笈 五招破敌

在家居行业从业6年，悟出家居销售5招式，下面让成都顶固衣柜店李英来给小伙伴们分享一下销售秘笈：

招式一：对第一次进店客户，尽最大努力完成签单或者设法索取客户的联系方式，通过微信等通讯工具，后期不断进行跟进，持续保持联系。

招式二：对意向客户，想办法跟踪项目，预约测量，设计初步方案，争取最大机会。

招式三：精心维护老客户，每逢节假日，天气变化等时节，坚持通过短信或微信问候，加强老客户对顶固品牌及服务的好印象，促进以老带新。

招式四：让小单变大单，如果只做衣柜的，想办法把酒柜鞋柜等一起测量，变成顶固全屋定制。

招式五：异业带单，多与异业店面的店长、店员们打好关系，通过异业渠道介绍客户。

聚焦2016 续写战绩

李英今年的目标任务是900万，目前已经完成420万。由于2016年自然进店客户数量明显下降，市场竞争比

2015更加惨烈，客户甚至会邀请4-5家商家进行测量出方案。面对此类情况，李英信心十足地回答道，“我会通过强力沟通跟进，通过微信等即时通讯方式与客户保持紧密互动。多出方案给客户选择。这样做，成交率比去年有所增加。下半年将会重点跟踪与我们合作的装饰公司排名前十的设计师，通过与装饰公司设计师的紧密合作提升业绩。争取超标完成销售任务，不辜负公司的厚望。”



【销冠语录】

销售没有捷径，靠的是真诚，用心服务好我们的每一位客户。——成都顶固衣柜李英

稳步扎根市场，全方位拓宽渠道

——海口顶固智能五金李海峰

顶固五金以“万分精彩”拉开了2016年的帷幕，在一年一度的“金象奖”颁奖盛宴上，海口顶固智能五金经销商李海峰先生以优秀的表现荣获2015年度“渠道建设奖”。在经销商队伍中，李海峰的经营思路超前，销售渠道的铺设不局限在常规的建材市场，尝试在大润发等商场铺设网点，“渠道建设奖”实至名归。2016年的大半年过去了，他是否在渠道建设上又有一些新的想法和创新的举动呢？为此，《顶固中国》采访了海口顶固智能五金经销商李海峰先生。



经销商：李海峰（海南/海口）
荣获顶固五金2015年度“渠道建设奖”

Q1:近年来，智能家居成为关注的焦点，智能门锁、智能晾衣机等智能五金逐渐得到消费者的认同和喜爱。在您看来，智能五金有着怎样的发展前景，在您所代理的区域是怎样的市场状况呢？

答：智能五金的发展只会越来越好，销售量也会随之增长。现阶段，在海南做智能锁和晾衣机的人也比较多，属于品牌的推广期，还未出现垄断品牌，行业洗牌还在继续。消费者对智能五金的关注度增加，越来越多客户上店面咨询。销量方面，现在虽然还不小，但近几年的增长速度很快，所以我很喜欢智能产品的发展，这是朝阳产业。

Q2：虽然李总与顶固五金仅仅合作了1年，但是已取得很不错的成绩，获得2015年度“渠道建设奖”称号。在智能五金渠道建设方面，您有着怎样的见解和做法呢？它与传统五金渠道有着怎样的区别？

答：最本质的区别就是服务意识需要加强，不单单是卖产品，更要花费时间、金钱和精力去做售前、售后服务。在找合作商时，不能局限于做门和五金，因为很大一部分客户在购买智能门锁时并不换门。还有一点，就是要注重品牌形象，从中选择口碑好的产品作为主推产品来做，橱窗海报，X展架，产品标签等广告不能少，提升店面形象！

Q3:优秀的业绩需要依靠一个优秀的团队，请简要介绍一下您目前智能五金销售团队结构，并谈一下您是如何管理销售团队的。》》

Team operations

答：主要围绕是店面和外国市场两个方向，首先所有员工都要对产品非常熟悉，同行对比，进行卖点分析，统一口径。把这些运用到销售过程中；实行客户终身服务制，也就是谁成交的单，谁负责后续的安装预约，回访和维护。外国市场人员要求更高一些，除熟悉产品的卖点外，还要熟悉安装，分析行业发展前景和我们品牌的优劣势来促成合作。

团队的管理个人认为，要让每个员工有归属感，有家的感觉。每个人在工作的过程中能体现出自我价值，团队当中一定要有PK机制，来提高大家的积极性，还要奖罚分明，不能因为前期没有利润而不去奖励，要有长远的一个奖励与处罚制度。现在员工大部分都是九零后，所以尽量多组织一些活动，让他们融入团队，增加集体氛围。

Q4:作为新一期的顶固名人，在经营智能五金方面，请与经销商朋友分享自己的看法、经验，以及给予一些建议。

答：智能五金发展方向就是把专卖店做成形象墙，自己开一家专卖店，成功后多个复制，但一定要统一管理，也可以和员工采用股份制来经营，外国市场的分销

商尽量做到有店面形象，这对品牌在当地的发展很重要，也会提升成交率。

还有一点比较重要，建议大家培养自己的安装队伍。如果前期量不大，可以让外国销售兼安装，这样既可以提高自己员工的能力，也可以提高我们的服务质量，因为在和门厂谈合作的过程中，往往也需要一些安装的专业知识，再者我们的售后也可以保证，尤其是智能门锁，如果出了故障，外边的安装人员未必可以第一时间做出处理，但自己的员工就可以做出保障。

Q5:您对未来发展有何展望？对公司有何期望？

答：希望顶固智能五金能在海南闯出一片天地，力争在行业中做到最好，期望公司有更多更好的产品投放到市场，多做一些有竞争力的产品，加大智能产品广告和活动物料的支持力度。

扎根市场，立足于渠道建设，创新销售网点铺设思路，寻找业务突破口，建立模范专卖店，树立行业口碑，“以点带面”引爆区域市场。相信，海口顶固智能五金在李海峰的带领下，定能越做越大，越做越好！



专业知识是抢夺市场的“挖掘机”

导读：门窗市场竞争日益激烈，经销商之间的拼抢更是趋向白热化，而专业的产品知识对经销而言更像是“市场挖掘机”，是市场争夺战中的重要武器。



杜善涛之前是做中空门出身的，曾经做过加工，对铝门行业比较熟悉。在加盟顶固门业之后，他依旧注重技术，重新学起产品知识，了解具体产品的功能与性能。从产品介绍、安装到维护，他都亲身上场，带领团队动手操作。通过一段时间的学习磨砺，掌握顶固产品知识的同时，还会融会贯通在安装、销售与维护中。

这一期，我们有幸采访了杜善涛先生，与大家分享他的经营理念和方法。

Q:杜总，您好！感谢您在百忙之中接受我们的采访，尤其6-7月正是装修的旺季。据了解近1个月您已带领团队参加过2场活动，同时团队人员每天都去小区做安装和服务。那么，您认为做门窗营销最重要的是什么，同时你又是如何运用在营销当中的呢？

A:对公司来说，最重要的是产品，而对我们经销商来说，我认为最重要的是产品专业知识。

在做顶固品牌之后，我发现产品知识的精通不仅可以帮助解决安装和售后问题，更大的作用体现在销售上。当客户不是很懂装修知识时，你的专业会让他更加地信任你，这对于谈单会带来很大的好处。同时业务团队，也要熟知顶固公司的文化，产品的专业知识和竞争对手的产品性能。

之前在一个小区交房初期，很多业主并不知道咱们顶固的品牌。通过我们业务员逐渐了解渗透，在装修前还去到现场和业主沟通并给他们提出了一些建议，比如：正确的装修流程、水电的布局、木地板与瓷砖的区别，哪些垭口需要加垛，哪种装修风格应该怎么搭配产品颜色和款式等。如果业务员的专业知识掌握得比较好，业主逐渐对我们产生依赖，只要遇到问题都会主动找我们咨询，从而建立了信任，这个过程中进店的选购我们产品的几率就越来越大。

Q:产品专业知识对于营销和安装维护很重要，那么除了营销，您还有在哪些方面运用到呢？

A:运用在细节处理上，可以解决很多问题。比如：一单客诉问题，处理得好皆大欢喜，处理不好要退货赔偿就得不偿失了，那么能把客诉提前解决，就是一门诀窍了。》》

经销商：杜善涛（山东/郯城） 《2015年度顶固门业优秀经销商获得者》

座右铭：以诚感人者，人亦诚而应

人物简介：2016上半年，山东郯城店以150%以上的达成率排名全国前列，同时郯城店经销商杜善涛也是2015年优秀经销商的获得者，在郯城这个小县城，杜善涛带领他的团队勤恳奔波在市场上，力争上游。

《浙商赋》

文/顶固企业文化导师 胡贵福

做门这一行很多年了，我自己也做过加工。说实话，我没有看到哪个厂家是完全没有问题的，也包括我自己做的。我们是定制化行业，人工的因素确实比较多，这就要求我们经销商解决问题的能力也要强，遇到问题，能解决好，不仅提高客户满意度，也降低了成本，当然这就需要我们前面所介绍的产品知识水平要过硬。

在这里，和大家分享一个小窍门吧，比如：门扇接口有瑕疵，整个运输过程会导致对接口不平整或者铝材有一点小划伤，我们是选择忽略后继续安装，还是选择进行客诉补货之类的呢？可能很多人会选择前者，但我选择用第三种方法。安装时可以用工具加以调节，安装师傅都应该现场解决；如果是划伤且不大，用油画漆进行调色，几乎可以修到相同的颜色。当然，在修色前必须征得业主同意。

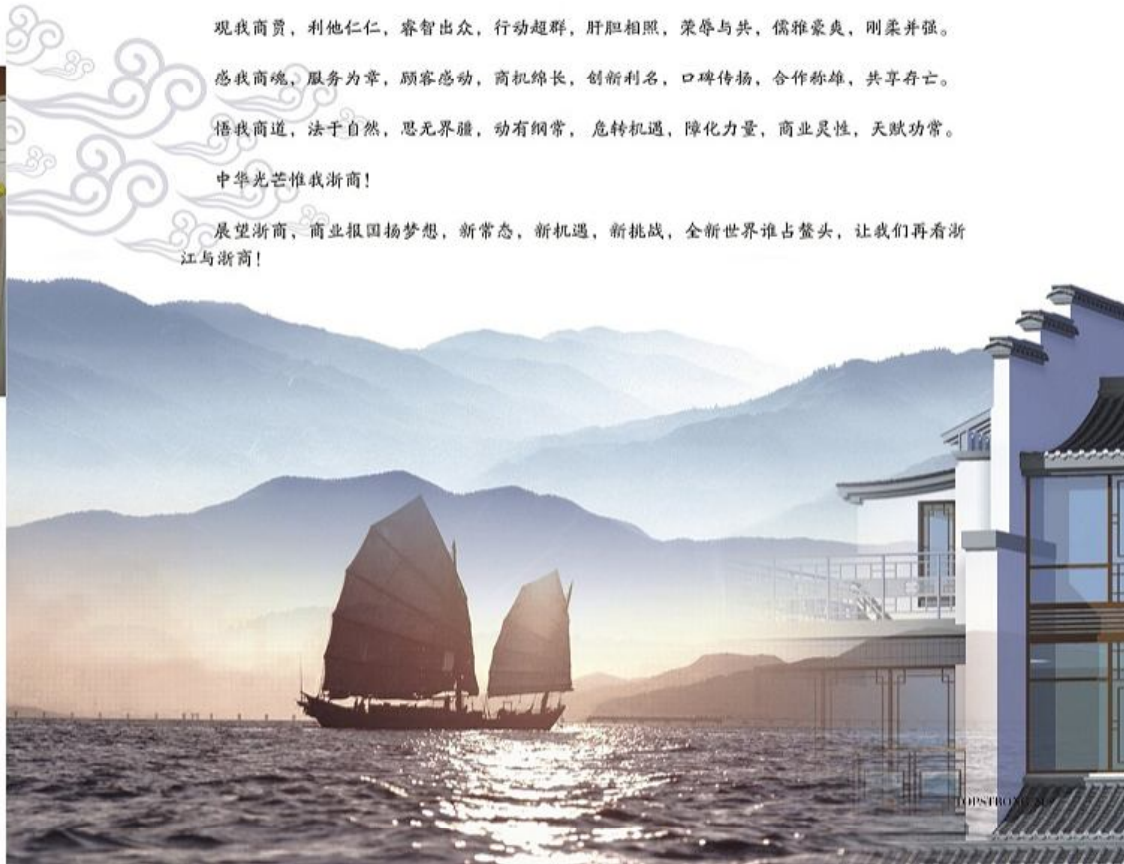
Q：在郊城店，新老客户的维护都做得非常好，您是否可以跟我们分享一下，您的服务细节呢？

A：我们的维护从安装做起，要求团队人员在安装之后必须仔细检查细节。比如：玻璃是否洁净，一般我们的师傅都带着工具，做到玻璃无指纹材料无污渍，安装完毕后把现场打扫得干净整洁。出门顺手把垃圾都收拾走，给客户留下一个非常好的印象。去年在公司培训会上，我也学到很多东西，比如：售后服务，业主买了我们产品后，我们做到客户一个电话不管大事小事随叫随到。

2015年我们做了两次主动上门清理调试服务，带上一些小礼品和清洁用品，把材料玻璃擦

干净，逐一检查五金件是否有松动和噪音。第一次上门的时候业主还没啥感觉，因为这是咱们应该做的，隔了不到半年，第二次登门服务时，有业主感动地拉着我们的手非要留下来吃饭，表示有亲朋好友需要装修肯定用咱们顶固的产品。还有一部分非常熟悉的客户经常路过门店，我们都请进来喝茶聊天甚至给带点礼物。

有付出就会有回报，有一件事让我们很感动，年后那阵子我们的队员穿着比较单薄在小区跑业务，一位业主客户跑去为她送了大衣。我想只要我们肯付出，把客户当作亲人朋友来对待，让客户真正感受到我们在用心地为他们服务，客户也一定会喜欢上顶固。用我们的行动去证明我们的信誉，我深信细节决定成败，付出肯定有回报的！



巍峨雁荡山，碧波西子湖；烟霞映普陀，银河落千岛；天台揽初日，乌镇闻月光；人间天堂惟我浙江！

微微浙江，泱泱浙商；足遍五洲，业跨千行；品入万户，世人称扬；天下独尊惟我浙商！

忆我浙江，人杰地灵，盖世无双，阳明勾践，沈括毕升，羲之孙叔，鲁迅元培，恩来学森，逸夫建华。忠君橘篮，文武技场。艺术圣殿，院士故乡。华夏智库唯我浙江！

文载商舟，代代弘扬。文化底蕴惟我浙商！

颂我浙商，自信敢当，无中生有，百业互强，乐善好施，爱国爱乡，勤勉务实，驰骋疆场。

赞我商帮，诚信至上，承诺问鼎，兑现称王，义利兼容，工商皆旺，运筹帷幄，器宇轩昂。

观我商贾，利他仁仁，睿智出众，行动超群，肝胆相照，荣辱与共，儒雅豪爽，刚柔并强。

感我商魂，服务为章，顾客感动，商机绵长，创新利名，口碑传扬，合作称雄，共享存亡。

悟我商道，法于自然，思无界限，动有纲常，危转机遇，障化力量，商业灵性，天赋功常。

中华光芒惟我浙商！

展望浙商，商业报国扬梦想，新常态，新机遇，新挑战，全新世界谁占鳌头，让我们再看浙江与浙商！

总而言之，服务很重要，人人都喜欢有礼貌、周到的服务，做好了服务，很多事情都容易起来。总结我做顶固这一年多的经验就是选对品牌，宣传品牌，扎实产品基本功，服务好客户以及打造一个好的技术服务团队。



林新达 (浙商代表)

顶固集创家居董事长

80年代的中国社会，商业刚刚兴起，林新达的高商生涯，刚好起伏于其中，成为中国商业发展的典型代表之一。从赚取糊口到几千万身家的成功商人，再到成为家居知名品牌的企业家，凭借着对市场的敏锐嗅觉、不断开闢的眼界，林新达的创业之路是又一个白手起家的创业传奇。

- 1967年，出生于浙江一个普通人家里；
- 1984年，涉足装饰家居行业；进入太原一家家具厂打工；
- 1985年，年仅18岁出任太原市新镇家具厂厂长；
- 1988年，尝试板材生意，囿于资金不足，放弃巨额利润空间的板材市场；
- 1989年，进入家具配件行业，赚取人生的第一桶金50多万元；
- 1996年，身价超过千万元；
- 1996年，转战北京家具配件市场；
- 2002年，创办顶固；
- 2005年，顶固五金做到行业前三甲；
- 2011年，顶固股改，为上市做准备；
- 2015年，顶固正式挂牌上市。

十四载风云变幻，在董事长林新达先生的带领下，顶固立足本土文化，从十几人的小工厂一步步迈入集成家居的领军企业。随着新三板钟声的敲响，顶固迎着资本浪潮驶向了更广阔的天地。

《浙商赋》创作缘

文/顶固企业文化导师 胡贵福

今年3月份，本人受邀担任第13届浙商大会和晚宴的总策划兼总导演，在构思这场活动的过程中，我思考了很多，翻阅了很多浙商资料，发现伟大的浙商居然没有一首诗赋来歌颂。所以，我初步有一个想法，写一首诗赋来赞美如此伟大的浙商。

正好碰巧，我们去湖南怀化参加顶固第七希望小学的奠基。那天晚上我有幸和董事长林新达先生进行了有关《浙商赋》创作的沟通。先前我查阅了很多资料，但当我跟林总深谈的时候，才知道资料就在眼前。因为林总就是浙商的缩影，是浙商的一个细胞。林总把浙商精神贯彻到顶固的经营管理中，当把顶固研究透了，也就知道了浙商的精神、浙商的战略和品质。林总给了我很多的启示，这为《浙商赋》奠定了基本的构架。

浙商具备很多中华子孙优秀的高质，在这个商业文明的体验过程当中，他们都有着共同的特点——强大的自信力。他们以自信为基点，白手起家，相互支撑、相互帮助，群体互助。几十年的自信，渐渐支撑了他们的诚信。诚信不是一开始就有的，是靠自信在商业体验当中，慢慢地不断积累，不断修炼行为而形成的，逐渐成为了浙江精神的支撑点！

再者，就是利他精神。我们常言要以客户为中心，我发现浙商们了解的是消费者的内心，而不是表面，不是商品而是商品的内在，他们经营的是人心。他们是靠商品去赢得消费者的内心，与消费者内心产生链接，产生情感。浙商就是靠与客户的情感链接支撑起来的。浙商之间在遇到困难时更是如此，取得成就时更促进了彼此相互支撑，相互帮助，共同成

长。此外，浙商还具有感恩的精神。每当有收获，他们会和身边的老乡互相感恩，感恩顾客和感恩社会，越感恩越有动力，感恩给他们带来幸福感，越感恩越幸福，超越自我的内在动力越足。形成感恩文化，这种感恩的品质支持着他们勇于不断地超越自己和对手。

正是这种浙商精神，使他们敢于面对一切，不逃避不回避！近几年，历次金融危机给了浙商一个又一个的成长机会，使得浙商越来越强大。浙商最重要的品质是他不管遇到什么样的问题都敢于面对，把危机化成转机。他们有这样的信念，一个人不行，两个人合作；两个人不行，就群体作战。因为浙商不是一个人，而是一个巨大的商帮，他们相互帮助，

共同面对困难。正由于他们共同面对，才成就了伟大的浙商，震撼世界的浙商。凡是有商人的地方，一定有浙商。浙商产品跨越千行，进入千家万户，让世人无比颂扬，这是浙商的骄傲，同时也是伟大中华民族的骄傲！

顶固董事长林新达先生作为浙商优秀代表，很好地吧浙商的精神融于顶固经营管理中。那浙商精神和顶固精神在哪些方面是相通的？浙商和顶固有一个共同的点，那就是道法自然。像老子所说经营有术，商战有法。浙商之所以发展这么快，享誉世界，是道法技术全具备，既有战略又有具体运用，是一个整体的作战方略。

对于顶固而言，我们把沉淀下来成功的经验化成“文”，用这个“文”化作明天顶固所有员工的行为，这个行为体验再不断化成“文”，然后再去体验，不断前行，顶固与浙商一样不断发展，与时俱进，超越他人，超越自我。那浙商真正的作用是什么？浙商与顶固都要与时俱进，保持原有的精神、品质和力量，去面对未来，在超越对手的同时超越自己，让自己的神采更加飞扬，然后超越一切。

当我研究透彻浙商的时候，我就更理解顶固；当我读懂顶固的时候，也就更理解了浙商。把顶固作为一个细胞，开始研究浙商，然后用浙商的视野高度概括了顶固文化。这是对浙商、对顶固过去的回顾与总结。在这里，我对顶固给予极大的希望，那就是保持原有的精神，充分地利用过去20年成功的体验，去创造一个更加辉煌的20年！这个过程当中不断地前行，不断地去化解阻力，把一切问题化成脚下的基石，这样顶固的路会越来越长，越走越宽！

浙商所具有的商业灵性是无法复制的，那是几十代浙商沉淀下来的文化精髓！在浙江这片沃土上，养育出浙商人的商业天赋。历史上名层出不穷，《浙商赋》中提到了一些。举个简单的例子，有一届，中科院的院士530多名，浙江就占了93名。上海外滩的银行最早是宁波人开的，世界上最大的船王包玉刚是宁波人，历史上的名人如王羲之、越王勾践这些人不胜枚举，他是怎么产生的？是这片沃土了，一代又一代积淀的优秀文化，养育了这样的豪杰。

浙商是有文化的商业航母，是上百年的文化精髓的成就。这是历史的沉淀，所以浙商无可比拟的，是独一无二的！

顶固衣柜5A 1+N, 无敌实力彰显荣耀



文/衣柜培训推广一部 罗军

作为顶固衣柜市场战略之一，顶固衣柜事业部3Q YOU服务年重要组成部分——顶固衣柜5A 1+N项目，历时21天，以深圳为主会场，全国25个城市为分会场，共斩获1090单，订单金额达30,620,000元，胜利超额完成预期目标1000单，20,000,000元的任务，项目取得圆满成功，顶固衣柜无敌实力彰显荣耀风范！

5A项目是一个以系统导入为主，以统一门店管理，形成标准的运营标准；以活动为契机，养成主动营销习惯，提高业绩能力；通过执行力的锻炼，打造高效的销售团队。其实，早在去年，顶固衣柜就开始着手5A项目，以贵阳、连云港顶固两个城市为试点，通过现场5A指导，实现了团队打造与单店业绩倍增双赢，这不仅给了经销商信心，同时，也让公司看到了市场潜力和5A的魅力！

本次5A项目是携手建众公司一起推进5A项目，挑选出色的种子选手驻点终端店面督导实施；为保证项目质量，在前期对种子选手进行了系统培训，共有主动营销部、招商大区及培训部60多人参加，通过一天一夜专业的培训，严格的考核，共选拔出29名种子选手，最终，他们全力以赴，不辱使命与重托，坚决完成了任务！

本次顶固衣柜&广州建众5A 1+N项目以超预期目标圆满结束了，但通过21天打造出来的5A团队，将运用5A系统的模式持续为终端店面带来长久的业绩增长，将顶固全屋定制的专业水平与高品质带给千家万户，让更多消费者喜爱，选择顶固全屋定制。



顶固五金 五一全国大放价

“5”以伦比 “1”降到底

全城竞抢 巨惠无比
钜惠套餐 无以伦比
超值换购 惊喜无比
全民集赞 满赞有礼

五一假期将至，在顶固五金五一全国大放价活动中，参与品牌中排名前列。

顶固五金五一钜惠套餐，惊喜连连，更有超值大礼包。

顶固五金五一钜惠套餐，惊喜连连，更有超值大礼包。

顶固五金五一钜惠套餐，惊喜连连，更有超值大礼包。

“5”以伦比，“1”降到底

——顶固五金五一全国精彩大放送

繁花似锦五月天，欢乐假期乐无限。美丽的五一假期将至，有什么最值得关注？是感受那“只闻人不见景”的旅游？是宅家在电脑旁虚度？还是放空身心睡它个昏天黑地？……

2016年的劳动节，顶固五金给出不一样的度假方式，与消费者一起装修家，不用和人拥挤，也能享受旅途中的美人美景美食。顶固五金倾城特惠，“5”以伦比，“1”降到底，全国顶固五金专卖店约定新老顾客，乐享假期，趁着休息为家添置五金，来，随小编去看看各地的促销情报。

团结就是力量，张家界16个一线品牌一起来

张家界顶固与16个一线建材大牌联手，锁定4月9日到30日，发挥团结的力量，用五大优惠引爆五一促销季，100元VIP卡能合设计升值成

3200元，光顾3家品牌以上就有机会获赠名牌商品。张家界顶固在最后一周内发挥狼性精神，突破种种障碍，完成6万多的销售额，在参与品牌中排名前列。

五一小长假，恰逢上虞店庆

世界上最巧的事情莫过于，五一我正准备买五金装修新家时，正好遇上你的店庆。店庆如此大日子，当然不能掉以轻心，促销方案制定，店面布置，人气活动等方面，老板亲力亲为，免费红包、砸金蛋等噱头活动，也确实为上虞带来不少的人气。

买五金到信发，7.6折带回家

临近五一促销，小编刚好在网上遇见海口信发五金的负责人，他说：从家居设计到生活方式，我们都越来越推崇简约设计，所以五一促销，我打算任性一回，没有那么多促销礼品、促销政策，也不限



定产品类型，全场7.6折，就用货真价实的让利来表现信发的诚意吧。

当全国各地深陷满减堵、卖场冷清的“五一”假期，全国经销商逆势而上，用创新的促销活动，心意十足的促销礼品，真诚的服务，收到了一张满意的业绩答卷。

火热五月天，奋斗与成长



—— 奋斗：活动不怕·搞得大 ——

随着五一假期的悄然而至，一年的装修旺季来临啦！本次五一活动中，顶固门业以极其接地气的主题——“活动不怕，搞得大”，将终端市场氛围点燃，开启火热宣传“大”促模式。

五一活动，顶固门业全程围绕一个字：大！大！大！送大礼，大阵营，让利大，大套餐！在竞争激烈的建材市

场，顶固门业赚足消费者的眼球！以气派的大场面抢占市场先机，奋斗在这个火热的五月天。比如：山西太原连续两场大型促销活动贯穿始终，气势磅礴。此外，公司特派资深区域经理前往活动现场指导、培训。活动期间，全员营销，店内氛围活跃，从升旗、彩页到展架、地贴，全副装备打造一场点燃五月激情的市场盛宴！

—— 成长：人才是企业之本 ——

人才是企业之本，也是企业未来发展的最重要的核心资源之一。真正的人才可是遇而不可求的，被企业需求的人才企业必须给与重视和重点培养的。那么如何把企业普通员工培养成精英员工并留住他们呢？

人才建设已成为众多企业的共识。而人才的建设关键是做好人才梯队的建设，建立完善的企业内部人才培养机制。5月23日，顶固门业“追激·2016”精英导购训练营正式开班，来自全国各地的顶固门业精英导购带着激动和期待的心情来到顶固大本营，开始为期一周的培训历程。培训结合安装实战演练、导购实战PK，团队才艺表演等内容，全方位打造终端营销精英团队。

本次培训讲师阵容强大，顶固门业总经理刘兴旺先生亲自讲授专卖店管理技巧，衣柜培训师杨敏女士讲授金牌导购培训，深入浅出的讲授方式博得学员的阵阵掌声；终端活动篇由经验丰富的区域经理汤锦煌讲授，从前期集客到后期成交的各个环节都阐述到位，结合终端实例声音并茂，令课堂氛围积极活跃。

不仅公司总部组织培训，在终端市场，主动营销团队



也进行着一场又一场的培训与营销指导。6月5日，公司派出一组主动营销队伍前往长垣门店培训指导，并针对长垣店面人员都换成新员工，对顶固文化及产品知识都不甚了解的情况，主动营销小组对其进行了为期三周的培训工作，并精心策划了一场围绕端午节与父亲节两个特别节日的促销盛典“双节同行，大牌价到”，取得了非常大的进展。

阅尽征程好风光，更有胜景在前方。火热的五月天，顶固门业家人们以更加饱满的工作热情，脚踏实地、奋勇向前，开创一片新天地！

顶固衣柜强势进驻京东 TOPSTRONG STRONG SETTLED JINGDONG MALL

线上线下一体化构建网购新体验

文/衣柜电子商务部 袁思怡

随着生活节奏的加快,越来越多的消费者迫于时间压力,更愿意选择线上定制家具配送到家或直接在家里安装,轻松实现舒适家居的梦想,这样的定制方式也进一步加快了家居互联网发展的步伐。

今年的6月6日,顶固家居开始与京东签订战略合作,成功进驻京东商城平台,开启了线上线下一体化模式的新篇章,通过线上、线下的资源整合,为消费者带来了全新、完整的家居购物体验,从而提升了消费者对线上消费的热度。



顶固家居京东旗舰店的正式入驻,将会利用京东平台打通线上店铺和线下门店的流量和交易通路,实现线下门店流量的引入,提升消费者的购物体验。针对消费者线上购物的特点,顶固家居开始推行方案满足线上线下O2O模式提出的核心需求:第一,把好质量关;第二,线上线下一体化,让消费者既能享受线上折扣,又能有线下体验。第三,保姆式服务,给顾客享受一站式家装服务。



一、顶固家居京东旗舰店三重惊喜

自顶固家居京东旗舰店正式上线后,顶固家居已隆重推出特价衣柜799元/m²、满即送,抢先报名家装好礼赠送三重惊喜活动,活动优惠得到广大消费者的热烈支持和积极响应,对消费者而言,顶固家居京东旗舰店给广大的消费者提供了丰富、全面、及时的商家折扣信息,提供了快速筛选并订购合适的商品和服务,为消费者带来更加便利、更加优惠的购物体验。

二、一站式服务吸引线上消费

从推广到在线导购、客服,再到设计师上门量尺,进店看方案,然后到工厂生产、上门安装等,顶固家居给消费者提供了“一体化家居解决方案”,给消费者带来更加便捷、完美的全新消费体验。在信息化时代,顶固家居利用线上这种最了解消费者的方式,通过数据分析了解用户的搜索习惯、购买方式,进而了解他们的喜好,从而根据客户的需求提供合适的家居定制方案。



三、顶固布局家居O2O 线下体验线上选购

线上消费具有价格优惠、体验整合、个性购物的三大优势。消费者不仅可以享受顶固家居商城带来的活动价格优惠,还可以通过网站商品的展示,引导消费者进实体店体验,再到线上下单,达到线上流量变成了家居品牌线下实体店的上游流量,实现了线上促进线下的引流效果。

四、顶固衣柜京东商城定制亮点

- 1、O2O是立足线下的,是借助本土化的O2O平台,消费者在想要购买家具时,可以通过咨询顶固家居京东商城的在线客服,由客服筛选离客户最近的门店的设计师预约量尺,设计师根据客户需求出图纸方案,客户通过线下门店的体验后,再通过线上购买,最后给客户享受便捷的送货、安装和售后服务。
- 2、通过顶固京东商城的产品展示,用户可以轻松浏览最全面的产品信息、新品上市动态、大型促销活动优惠,给消费者一个方便、实惠、轻松的购物体验。
- 3、当消费者对商城上所选的产品比较满意后,可以到线下的顶固家居体验馆进行现场体验,看产品的材质、工艺和实际装饰效果,如果觉得合适,就可以联系顶固家居设计师,设计师根据你的需求上门量尺,设计全屋定制家具效果图,然后再提供含有实际报价的全屋家居设计方案。
- 4、除了一站式解决装修、选材、采购家具等问题外,顶固家居还提供一站式售后服务,不仅会有资深设计师一对一提供设计服务,售前、售中、售后每一个环节都有人专门负责,以专业角度实现家居设计装修等各环节的有效控制,减少客户不必要的负担,轻松实现舒适家居的梦想。



从传统的实体店销售模式逐渐向线上线下结合的O2O模式转型,顶固家居又迈出了具有突破性的一大步,而且顶固家居还会继续深化互联网的渠道,构建定制家居网上购物的完善流程,给用户更加完美的服务。通过顶固家居京东商城品牌自供的品质保障、线上线下的资源整合,上门送装的贴心服务,相信顶固家居会有更大的发展目标和方向,给消费者更多落地的诸多实惠。同时也欢迎广大消费者登陆顶固家居京东旗舰店享受更多的服务!

顶固家居京东旗舰店的网址: <http://mall.jd.com/index-216417.html>

叱咤风云的电商时代， 看顶固五金如何玩转市场

ONLINE RETAILERS



网购早已成为我们生活的一种方式，除了在淘宝、京东等网上商城挑选产品的交易型电商，越来越多的消费者享受着直播、自媒体文章、帖子的过程中购买商品。不少网红也开始投身电商，发布粉丝喜闻乐见的內容，积累人气、口碑和公信力，然后给粉丝间接推销产品，这就是一种新型电商模式被称为内容电商。

在此叱咤风云的电商时代，从线下转到线上，市场的游戏规则变了，现在从交易型电商转到内容电商，游戏规则也会发生变化。淘宝也开始大张旗鼓地做起了内容，正在建立一个聚拢广大创作者的生态体系，拥有1.1亿日活跃用户的手机淘宝，已成为全球最大的移动购物APP。基于此用户基数，手淘全面开放“淘宝宝头条”、“有好货”、“红人圈”、“逛逛街”等板块，让有媒体态度、有消费主张的各类媒体、自媒体、编辑、社区、导购app等入驻平台。



但不管是交易型电商或内容电商，消费者之所以窝蜂地跑到电商的现场，必然符合市场运作的基本原则，企业要玩转这个电商市场，必须抚平了消费者的“痛点”，全天候满足得了消费者的需求！

电商兴起，顶固五金顺势而起，成立天猫旗舰店，进驻淘模块，为粉丝们提供全面实用的五金资讯。

如果您想在淘宝货京东购买顶固“智能门锁”，直接上手机APP，搜索“顶固智能门锁”，马上开始挑选款式、对比价格、了解功能等，一键完成购买，隔天即可签收货物。如果是内容电商，形式就会有所不同，其本质是通过文字、图片及视频唤起消

费者的潜在需求。比如，您未必会特意上淘宝搜索顶固智能锁，但是偶然间在微信公众号上阅读了一篇名为《欢乐颂里满满都是TA的戏》文章，顿时有了购买智能门锁的欲望，感觉到增加一个顶固智能门锁带来的生活改变、它整体的设计感、功能之强大等，从而做出立马购买顶固智能门锁的决定。电商不仅仅卖货，还有一个功能，就是用电商的方式可以和用户来进行沟通、交互和互动。

顶固五金的电商团队，在解答消费者疑问、浏览评价时，对消费者的需求、期望进行总结，并形成一些生动有趣的内容，放在微淘、微信等平台上，供粉丝们阅读。既有常规的五金选购技巧，还有家居空间配套五金方案，帮助装修新手们一次性配齐家里的五金，并提供一些五金的功能、安装知识等，吸引一些技术控前来切磋。除了内容，顶固五金在产品介绍、产品搭配组合、促销活动中，也采取了电商的买家思维，对一些联系较紧密的产品进行搭配销售，产品介绍内容专业并通俗易懂……

小编看来，如今要想玩转电商市场，无论是交易型电商还是内容电商，都必须要有品牌的意识，把品牌当做明星一样去培养，除了提供合乎用户口味的內容，还要有自己的个性，才能留住客户。顶固五金能有一大批迷弟迷妹们，也是付出很多努力的。叱咤风云的电商时代，想看顶固五金如何玩转市场，请直接登录<https://dingguzs.tmall.com>





构建技术创新体系, 发力智能家居4.0

文/智能研究所 张月明

自从1984世界第一个智能家居系统的问世, 智能家居就在我们的生活中一直保持更新的态势。进入21世纪以来, 智能家居在系统和功能上有了质的飞跃。比尔盖茨是国外第一个使用智能家居的, 至今快有三十年的历史了, 智能家居控制系统也逐渐走进大家的视野。



这两年随着WiFi的普及, 无线智能家居逐渐取代了有线产品。智能家居的市场发展前景诱人, 因此和其产业相关的各路品牌企业不约而同地加大力度争夺这块蛋糕, 智能家居渐成春秋争霸之势。

随着智能家居的迅猛发展, 越来越多的传统家居开始引进智能化系统和设备。智能化系统涵盖的内容也从单一方向向多种方式相结合发展。但较之于欧美发达国家, 我国智能家居系统起步稍晚, 所以目前市场主流的产品(系统)还无法很好地解决产品本身与市场需求的矛盾, 使得智能家居市场的僵冰没有被完全打破, 所以很大程度上阻碍了智能家居产业的发展。在此情形之下, 从产品(系统)的技术角度上看什么才是破冰之法? 据市场调研显示, 只有智能家居交互平台才是最好的手段之一。

智能家居交互平台是一个具有交互能力平台, 并且通过平台能够把各种不同的系统、协议、信息、内容、控制在不同的子系统中进行交互、交换。它具有如下特点:

每个子系统都可以脱离交互平台独立运行

智能家居交互平台中, 各个子系统在脱离交互平台时能够独立运行, 如楼宇对讲、家庭报警、各种电器控制、门禁、家庭娱乐等等。每个子系统在交互平台管理下运行, 平台能采集各子系统的运行数据, 系统的联动。

不同品牌的产品、不同的控制传输协议能通过这个平台进行交互

由于有了交互平台, 不同子系统在交互平台的统一管理下, 可以协同工作和运行数据交换、共享, 给用户最大限度的选择权, 充分体现智能家居的个性化。同时, 它还具有网关的功能, 通过交互平台, 能与广域网连接, 实现远程控制、远程管理。具有多种主流的控制接口, 如RS485、RS232、TCP、IP等, 同时可以扩充添加国内外流行的控制接口, 如EIB、Lonwork、CE-bus、Canbus以及无线网络如: WiFi、GPRS、蓝牙等。根据客户及市场的变化不断增加各种总线、系统的驱动软件和硬件接口, 丰富多样的通讯、控制接口, 为子系统的多样选择提供的基础保障, 智能家居有了最大限度兼容性, 用户有了更大的选择余地。



SMART HOME 4.0



智能终端（触摸屏）仅作为各子系统的显示、操作界面

整个系统在平台的控制、管理下运行，智能终端（触摸屏）仅作为各子系统的显示、操作界面，多智能终端配置容易可行。同时，记录各子系统的运行数据、为系统运行优化、自学习提供依据。交互平台，平台记录存储各系

统的运行数据，对系统的运行提供有效的历史数据，同时根据历史的运行数据，总结出主人的使用习惯和某种规律，让系统能够自学习。

控制软件可编程（DIY），提供信息服务

此系统方便用户改变控制逻辑、控制方式、操作界面，用户的控制逻辑、操作界面自定义、可以DIY。在现代智能家居系统中，信息服务是不可或缺的部分，有了信息服务，它给智能家居更多的“智慧”，给我们的生活提供更多的信息和资讯、给智能家居赋予更生动的生命，它是智能家居更高的境界。信息服务内容包括：健康、烹饪、交通信息、生活常识、婴幼儿哺育、儿童教育、日常购物、社区信息、家居控制专家等等，智能家居已不仅仅

是面向控制的系统而是信息服务与控制有机结合的系统。

从系统的视角来看，不难发现整个智能家居系统犹如庞大的战区。只有具有侦查职能的传感子系统、具有信号传输职能的布线子系统（或网络系统）、具有指挥功能的控制子系统与具有作战职能的执行子系统在一起协同工作才能构成一个完整的智能家居系统。

顶固属于传统制造业，专业从事家装五金、门控与家具的研发、生产与制造。基于顶固历史原因，我们在机电一体化技术领域通过近十年的研发投入，积累了相当丰富的经验与知识积累，并将部分研发成果通过转化，产生了很多涉及门锁、门窗及家具类的智能产品即执行终端。而顶固经营的大部分产品，特别是门锁五金、门类产品与家具产品都是构成家居环境的基本要素之一。实际上门锁、门窗及家具是室内环境不可缺少的组成部分。因此，家庭的智能化理所应当将门锁、门窗和家具包括在内，有了智能化门锁、衣柜、家具才能构成一个完整的智能家居系统。门锁、门窗、家具实现智能化，即可与家居内其它家电或设之间进行信息传输、智能处理、反馈控制等功能，最终实现智能化家庭系统的管理与控制。

如果顶固在未来几年以智能单品供应商的角色在市场中出现，通过利用高新技术对顶固三大事业部传统产品的技术改造与升级，形成了顶固三大事业部在行业中区别于它同类企业的技术和产品竞争优势，有效促进顶固传统产

品销售的增长与附加值的提高。墙体、门窗（包括门锁）与家具（包括床）是构成家庭安全环境的基本要素，而随着近十年的发展，门窗及家具产品的定制化消费逐渐被广大消费者所接受，而恰恰顶固是从事门锁、门窗、家具产品研发、生产及销售的复合型企业，这是顶固未来在整体智能家居领域所具有的绝对优势。



顶固只要拥有具有数据所有权与通讯协议开放的控制平台，再整合一些其它非刚需类的智能单品，给消费者提供一个完整的智能家居整体解决方案，必然能发力智能家居4.0，引领家居行业新方向！



义工日记：一次特别的“旅行”

文/腾讯家居 李家燕

在出发之前，我以为这会是一个简单的“乡间之旅”。

手拉手

4月21日早上7点，我从家里出发去车站的路上，广州的雾霾已经让小蛮腰、天河城等地标笼罩在烟雨朦胧中。看着行色匆匆的来往行人，看着车水马龙的拥堵车道，我想，跟随顶固走进湖南山区，是一个远离城市喧嚣和浮躁，亲近自然回归原始的机会，我在心里默默把这次助学公益活动定位为“旅行”，是对城市的逃离。

一路向前，汽车不断经过一弯又一弯盘旋的山路，沿途有零落的破败小屋分布在错落的田地里，偶尔会经过一两个山体滑坡的警示牌。我忽然意识到，这仿若遗世独立的世外桃源。这纯净清明的美景，同时带着致命的危险。住在这里的孩子，享受着最珍贵的资源，却也面临着贫穷落后的现状。

到达目的地盛蒸联校之前，村里的“仪仗队”早已张罗打鼓欢快地迎接我们，学生们在校门口前列队敬礼，热情的村民嘴里不停重复着“感谢你们，感谢你们。”那一刻，心里有莫名的酸楚。

“以前我只在电视上看过那些宽敞明亮的教室，老师和我说话，考上大学就可以看到这样的教室。我总是幻想自己能坐在这样的教室里上课学习。”奠基仪式上，小女孩的一段朴实的话一个朴实的举动，竟然让我热泪盈眶。那一刻，我才明白，原来宽敞明亮的教室就是他们最大的憧憬，而坐在这样的教室里学习是他们追求梦想的原动力，而这样的梦想原来是需要勇气的。

奠基仪式之后，义工团给每个小孩分发了书包、文具和小玩偶，这些小孩听话地排起队，一个接一个地领过礼物让我有些意外。在城市的很多小孩此刻也许一哄而上争先恐后地抢着要礼物，何况我认为，这是对于他们而言特别珍贵而难得的礼物。他们的小心翼翼让我有些心疼。

下午是爱心课堂时间，我给一、二年级的孩子上了一节音乐课，为了让课堂气氛更活跃，我选择了可以手脚并用的《幸福拍手歌》。台下的孩子大声地跟着我一句一句地唱，配合地一边拍手，一边跺脚。

下课铃声响起后，一个小胖子率先冲出课堂，被门外的义工拦住，他又灰溜溜地进来，考虑到已经下课，我让孩子们再一起唱一遍然后领礼物就可以下课。听到有礼物，大家居然唱得格外整齐熟练，我诧异，孩子们这才说他们早就学会这首歌了。心里有莫名的感动，哪怕已经会唱这首歌，他们依然跟着我一句一句地唱，这样小小的年纪，他们就学会了照顾他人感受，也许也是因为自己的心灵比较敏感，更加懂得站在别人的立场为别人考虑吧。

跟我一同上课的还有顶固企业文化导师胡贵福，他认为，我们这样的公益活动不是为了政府，也不是为了作秀，而是为了孩子的未来，如果我们站在更高的高度看待，那么我们现在就是为了未来的科学家而奉献。

4月22日，顶固义工团一行30余人兵分四路，分别探访8个贫困家庭。我所在的团队去的是小龙和小婷的家。盛蒸联校的很多孩子除了家庭贫困，很多都是单亲家庭或者留守儿童。小龙和小婷就是其中的两个。

小龙的爸爸李先生4年多前患有骨头坏死病，而小龙的妈妈在小龙出生后不久就跟李先生提出离婚。因为双腿瘫痪，

李先生无法进行工作也无法照顾小龙，小龙一直由70多岁的奶奶抚养。为了治病，李先生变卖了自己的房子和田地，一家三口只能寄居在弟弟家里。

“想不想妈妈？”林总听得心疼地皱起了眉头，轻轻抚摸着小龙的头，低声问。

这个安静腼腆的小男孩抿着嘴摇了摇头。他的动作说他不想妈妈，但是透过他的眼神我知道，他很想。

“妈妈很想你。”小龙妈妈的声音从电话那头传过来，但小龙不愿意和妈妈说一句，只是低头摆弄着义工团带来的新文具，看不到任何表情。林总又试图通过微信视频，让小龙和妈妈见一面，此时我似乎看到小龙的嘴巴动了动。但是由于山区信号问题，最终无法实现。

小婷是义工团走访的第二个单亲家庭的小孩，妈妈在她三个月时就抛弃了她改嫁他人，六年来杳无音讯，而爸爸常年离开家在东莞打工，小婷由爷爷奶奶抚养，每天上课都是爷爷带着她翻过长长的泥泞的黄土山路走上一个小时才能到达。

“我没有妈妈。”小婷对于素未谋面的妈妈表示出十分抗拒的态度。

“小婷妈妈在她3个月时就扔下她跑了。”小婷在奶奶不断灌输的妈妈抛弃自己的阴影中，渐渐形成对妈妈的恨意。提起妈妈，小婷总是坚决地摇头说不想妈妈，讨厌妈妈，眼眶里有泪水，但一直忍住没有留下来。

林总给在东莞务工的小婷爸爸打电话，劝他将小婷妈妈的照片给小婷，让小婷妈妈多跟她联系。也劝小婷奶奶不要再给小婷传递母亲的坏形象，让小婷总在内心认定自己是一个没有妈妈的小孩。在我们准备离开的时候，小婷终于低声说了句很想妈妈，放声哭了出来。

“当我拥抱她的时候，我感受到了她对母爱的渴望。我是一个母亲，我很明白母爱对于孩子的重要性，以后他们也是我的小孩。”同行的梁姐抱起小婷，想让小婷感受来自母亲的怀抱，并决定资助小婷和小龙，每个月带他们县城里玩，给予他们缺失的母爱。

离开小婷的家，走了一段路，我下意识地回头，发现小婷还站在山坡上望着我们的方向，直到我们消失在尽头的拐角。

而往回走经过小婷家时，在我们走访过程中没有说过一句话没有任何表情的小龙，居然在门口迎接我们，开心地笑着，朝我们挥手。

也许这就是公益的意义吧。

短暂的三天两夜助学活动落下帷幕，这一路经历了太多，感触得太深。我以腾讯家居记者的身份受邀参加，但最后我发现，相比起一个记录者，我更像是一个参与者。这里的孩子除了贫困，除了需要宽敞明亮的学习，除了需要物质上的资助，他们还需要爱。他们很多从小失去父母，或者从小就是空巢的孩子，对于他们来说，精神上的关爱是超过一切物质的重要支撑。

我改变了出发前的想法，这的确是一场“旅行”，但并不是一场逃离城市的乡间之旅，而是一场刻骨铭心的精神之旅。①

远行的方向—今夜转世

文/青海顶固希望小学 巨克治

我用飞鸟的羽毛

为你插上别离的悲歌

在山的那边

有一种思念我用麻绳尘封

站台的边上

往事如风，一节节一列列

在刺骨里远逝

去年的，说好的杜鹃又回来了

而今年的庄稼早已面目全非

我用那根坚贞的经幡

一次次吟诵前世的约定

梵歌香雾里，我突然看清了

这世间一切的慈悲与众生

我用双手拽住了天地

又怎能拒绝孟婆的汤碗

忘记前生今世

今夜换骨转世

母亲说过，这就是命



愿你的眼睛只看得见笑容

文/网易家医 徐少芬

4月21日，我第一次以一名记者同时也是顶固义工的身份走进遥远的湘西大山，出发之前，从未想过此行会给我带来如此之多的感触与震撼。一开始，我怀着几分期待又有几分担忧。期待的是，我希望有机会地接近那些山区的孩子们，去倾听他们的心声，给予他们温暖。但与此同时，我又怕极了那些打着爱的名义与旗号却只流于形式的所谓公益。在我看来，那种带着“作秀”性质的爱心，本质上是对这些贫苦山村孩子最大的打扰甚至是侮辱。而等到我真真正正地走进大山，以一名义工的身份参与其中时，这一路带给我的感动让我深感不虚此行。

一下车，远远地看见村民们组织的鼓乐欢迎队在向我们走进，舞龙的，打鼓的，鲜艳的红的黄的衣服，给这青山绿水的小山村增添了几分别样的热闹。孩子们一个个小小的，穿着沾了土灰的旧旧的衣服，排着整齐的队伍，拘谨而又略带兴奋地拍着小手，用好奇而期待的目光打量着我们，看着他们纯真的笑脸，突然有种庄严和神圣感。在这些淳朴的村民眼中，我们的到来仿佛是一场盛大的仪式，看得出他们为此用心筹备了许久，我的心里莫名地有些难过。

“阿姨”有个小姑娘，远远看着我，冲我咧了咧嘴，有些紧张地叫了一声。我赶紧按快门，想记录每个纯真无邪的笑容。

“你长得好看亮啊。”我看到一个长得十分好看的小女孩，忍不住走近摸摸她的头。

“你怎么不上去呀？”

“我只是记者，负责拍照的，不用上去的。”我指着自己的相机说，她的眼眸，清澈得像溢满了山泉水，我一瞬间便深深地记住了这个美丽的小姑娘。

长时间居住在拥挤的大城市里，小心翼翼地处理着各种学习、工作和人际关系，宛若游走在刀刃之上。接近这些纯净的小心灵时，感受着他们的朴素与天真，感觉自己完全放下了所有的防备、自私与狭隘，想要和他们心贴心地交流。

当天下午，我同林总的儿子小柏和他的小伙伴小宇给三年级的孩子们上了一节语文课。没有任何事先的准备，连课文都是在课堂上临时选择的，但这样一堂或许不太成功的课，却让我铭记一生。》》



《《

“老师一直的梦想是考上大学，所以我以前给自己写的座右铭是：‘坚持最初的梦想，就算明日天寒地冻，路远马亡。’孩子们你们有自己的梦想吗？可不可以按照你们自己的梦想给老师写一句座右铭？”

“我想要好好学习，考上大学。”

“我希望成为一个画家。”从那些歪歪扭扭的文字里，我看到了那些在萌芽着的梦想，看到了那些藏在小小心灵中的渴望。

40分钟的课程太短暂，我想，短短四十分钟，我也许没法给孩子们带来多少知识，但是，我希望带给他们的，是追求梦想的勇气和信心。

我们都生活在同一片天地，但是命运却如此不相同。接下来的走访更是让人不由唏嘘感叹，到达他们的家，要经过蜿蜒泥泞的山路，是汽车无法直达的。

“叔叔阿姨来了！”屋里头的男孩子远远看见我们便赶忙跑进屋，大声喊道。

“你们叫什么名字呀？读几年级啦？”孩子们或是沉默，或是以低得听不见的声音回答我。

“就是她的妈妈跟人跑掉了，这孩子还是拣来的。”我看见孩子的奶奶，指着穿白色毛衣的女孩子说道，我听得心里有些隐隐地发疼。我抬头望向女孩，她的眼神有些木然，看不清表情，一瞬间我怀疑我们的到来是否是一个错误，那一声声“她妈妈跟人跑掉了”如针一般刺在我心头。这等同于把孩子的伤口撕开赤裸裸地呈现在世人面前啊。看似无意的抱怨，给幼小的心灵带来了的是又一重伤害。

“你带姐姐去一下洗手间吧。”小女孩一声不吭，只是抬头望了望我，然后领着我走过摇摇晃晃的竹梯，去洗手间需要走一小段泥泞的山路。

“姐姐，你是从哪里来的呀？”上完洗手间，他们没有像刚才那样拘谨，开始愿意慢慢跟我说话。

“姐姐在广州读大学，你们以后也努力考上大学，来广州找姐姐玩儿，好吗？”

“好啊！”眼神是少有的坚定和期待。

“姐姐，昨天那两个哥哥怎么没来呀？”我霎时间有点震惊，其实我已经忘了自己前一天上课的班上有这样一个小女孩，没想到一节课却让他们深深地记住了我们。

原本不怎么会跟小孩子打交道的我，看到这些孩子，却总想走近他们，抱抱他们，摸摸他们的头，听他们的故



事，我想起了《偷影子的人》里头这样的一句话：“只要用心，你就能听见别人内心的声音。”令我欣慰的是，短短不到一小时的相处，让这些孩子对我从抵触、不敢接近到愿意对我敞开心扉，和我交流。

要离开的时候，我心里有很深很深的不舍，我还想和他们聊聊广阔的山外面的世界，还想听听他们的故事，帮他们抚平那些因为贫穷，因为伤害所造成的伤痕。可是，我们只是彼此生命中的过客，也许日后，他们会见到一批又一批新的志愿者或义工，看见很多很多新的人。但无论如何，我希望每个走近他们的人，都能以真诚、以爱心去温暖他们。而不是为了拿相机记录下这些面孔，为自己在朋友圈中塑造一个充满爱心的慈善家形象。就像董姐所说的：助人自助，助人自尊。

我代表网易家居采访林新达先生的时候，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。我想，这次湘西之行，我感受到了这股力量。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，更愿在这样的人间四月天，阳光可以普照在原本照耀不到的地方，驱散阴暗角落里的点点阴霾。

“你是一树一树的花开，是燕

在梁间呢喃，你是爱，是暖，

是希望，你是人间的四月天！”

以林徽因的小诗《你是人间的四月天》结尾，愿在这样一个人间四月天，我们给湘西孩子们带去的是爱，是暖，是希望。在最美的人间四月天，愿你们的眼睛里，只看得见笑容。①

另一种存在

文/品牌管理中心 梁秋燕

顶固第八所希望小学落户四川省凉山州美姑县。在成都顶固郭总的带领下，顶固义工从成都出发，往返十六小时，约1600公里深入大凉山进行实地考察。大凉山气候宜人，物产丰富，资源富集，在这么一片美丽富饶的土地上，却有着另一种生存光景。

沿路山势险峻，路途遥远。途经学校路上，我们偶遇一对母子，他们一边走一边啃着苹果。母亲手里还拎着一袋廉价苹果，面对我的问候，也许是听不懂，母亲笑而不语，礼貌地点点头。小孩大约三四岁，尾随母亲，流着鼻涕，胆怯地躲在母亲身后。没有鲜艳的童装，没有美味的零食，只拿着一个熟透的苹果也吃得很满足。在孩童脏脏的脸蛋上面，那一双大眼睛透彻分明，却被大山阻挡了双眸的穿越。我们才真切体会到，距离是一种鸿沟，阻隔了许多梦想的飞翔！

途径一座大山，在斜坡上，我们看到大人小孩都在挖石头，老人和婴幼儿就在山路边坐着。走进一看，原来她们在细细找寻南红玛瑙原石。路边有一位妇人，摸着幼儿在称量。幼儿一岁左右，脸蛋脏脏，但是却瞪着一双精灵的大眼睛，手上拿着剩有一半奶的奶瓶（奶瓶嘴沾了点泥土）。听了我的询问，大家都疑惑的看着我。我想起，村民大多是彝族人民，听不懂汉语。这时妇人刚称好石头，回过头跟我搭话了。原来她卖石为生，暗暗听得懂汉语。妇人告诉我碎小的南红玛瑙原石20元一斤，山头随处都可以挖到。男人在外打工，女人就拖家带口出来挖原石，赚取点家用。这时幼儿大哭起来，躲到妇人怀里，用脏

脏的小手揉着眼睛，流露出浓浓的困意。看到这里，我鼻子一酸，同样是纯真的天使，山里山外，却有着与众不同的境遇！

在路上，随处可以看到家家户户的啤酒瓶堆积成小山，裹着被毡随处可见的村民，三五成群的兄弟姐妹，“空谈谈不来小康，抱怨怨不去贫困”等脱贫标语……美姑县曾副县长介绍，作为中国最后消除奴隶制的地区，凉山州以醉为乐、重农轻商、多子多福的落后观念，是一个莫大的禁锢。

有一种贫困，是经济生活上的拮据；有一种贫穷，是精神食粮的缺失。亲眼目睹仅有一层平房的山村小位于险要的山上，仅两间破旧的教室里，设施简陋，没有操场和食堂……我们顿悟，大凉山现状的改变，需要无数公益元素组成，以期给这个原始落后社会的发展和精神文明进步带去坚定前行的力量和互帮互助的温暖。

回首顶固八年公益路，顶固坚持每年捐建或修缮一所希望小学，踏踏实实致力于中国贫困地区爱心助学工作。在每一年的顶固慈善榜上，总有一些熟悉的面孔让人心生感动。一路走来，我们庆幸可以携手与共，一步一个脚印，传递爱心和希望。只有走在公益和责任的路上，才能让自己不计得失、勇往直前；只有持续捐资助学、扶贫济困，才能体会和赠人玫瑰带来的充实和双倍。

顶固第八所希望小学奠基在即，金秋九月，让我们携手走进大凉山，尽己所能让贫者自强、弱者自信。让我们一起将爱心进行到底！①

回味端午

DRAGON BOAT FESTIVAL

文/五金事业部 肖娟娜

五月的第二个星期天是母亲节、六月的第三个星期是父亲节。各大网商纷纷造势，除了外援引进的洋节，各式各样闻所未闻的新式节日更是如雨后春笋层出不穷。节过多了也觉得乏味，母亲节陪妈妈吃饭逛街，心里盘算着父亲节要给老爸买烟买酒，夹在中间的端午节本是土生土长根正苗红的长子嫡孙，硬是被忽略的如路边捡来的放牛娃。

幸好我们家都是喜欢吃粽子的人，满满一盆的粽子上桌，再没有过节的心思也有了两三分过节的样子，不至于太过简陋。

然而从前不是这样子的……

从前日子没现在这么好，过个节既是传承传统也是犒赏自己。平时不舍得吃的菜摆满一桌子，平时皮实的孩子老老实实坐在澡盆里用艾叶水洗澡，奶奶外婆们凌晨三四点就爬到屋顶上叫小名：“朵朵，快回来啊，池塘里有落水鬼啊”——以希望从小长在水边的孩子们能平平安安长大成人。

女儿女婿也是要提着猪肉烧酒黄糖回外家的，里里外外一大家子人，大人忙着在门口挂艾条，小孩子一个个排队等年纪最长的老人给自己挂上一串五福手绳，再在额心点上一点朱红，不喜欢吃饭的小孩子要被拉去用针扎手指放血，然后放在浸有桃叶的淘米水中，说是可以辟邪……

那时过端午节，对我们这群小孩子来讲是仅次于过年，第二让人兴奋的日子。那时候的小孩子，现在的我们，估计从未想到曾经“粽味香浓”的端午节，到今天竟变了味，像一颗半溶于水的糖果，虽然还是那个样子但味淡了，甚至乎我们的端午节，竟然会被棒子国捷足先登申遗成功。

中华文化源远流长，无远弗届，从唐朝起外交文化就已灿烂异常。经过千百年的流传与沉淀，各种优秀文化飘洋过海后因地制宜因时顺势，在当地发展成为新物种并与当地本土文化相融合——这种现象当然是令人欣慰的，百花争鸣才是春，一枝独秀不成林。

但《庄子》早有云：窃钩者诛，窃国者侯——当意识到起源于自己的传统节日竟然已经被世界承认为他国所有，再多不平再多抱怨再多愤怒也是徒然。

这又能怪谁呢？

怪别人，捷足先登？还是怪我们自己？接受新事物，随大流过洋节有什么不对？传统节日一年淡似一年又岂是一人之过？

社会是共同生活的人们通过各种各样社会关系联合起来的集合，其中形成社会最主要的社会关系包括家庭关系、共同文化以及传统习俗。城市由人来组成，文化也是由人来传承。民族文化的延续与创新最终还是回到每个人身上，每个小家的教育是文化传承关键。

当年走马锦城西，曾为梅花醉似泥，二十里中香不断，青羊官到浣花溪——公元1175年二月，大诗人陆游打马走过锦官城，延绵数十里的花朝节正如火如荼，各类繁花争相盛开。

而我们有没想过一千年后，能否依旧得到旧时花香留下的芬芳？❶

东西方节日说

——于东西方节日差异之随感

文/衣柜网络策划部 樊媛媛

说起东西方的节日差异，我首先想到现如今有一个有趣的现状：好多人都觉得如今西方节日在国内大行其道，传统节日日渐式微，然而事实当真如此吗？

表面看来，似乎确实如此，西方节日充斥在我们周围：情人节、愚人节、父亲节、母亲节、感恩节、圣诞节……然而细想一下，这些所谓的外来节日，是不是更具人情味、更有趣一些？

这些“舶来”的节日毕竟是外来的，对于大多数人来说其实根本也算不上节日，不过是寻个由头，或携二三好友聚会，或携恋人过个甜蜜的二人世界，或是撒娇打滚卖萌求礼物求红包。西方节日，对我们来说，横竖不过是枯燥生活中的一点情趣和调剂品罢了。当然，更多的，是商家拿来促销的噱头。

相对的，对于中国传统节日的态度，相信多数人都还是很郑重的，比如元宵、清明、端午、中秋、春节……谈起这些节日，娱乐的成分相对就少了许多，更多的是表达对家庭、对亲人的情感，对于节日的庆祝，也通常以家庭团聚为主。然而随着时代的发展及变迁，传统节日的家庭聚会，逐渐演变成了亲戚们对适婚年龄而未婚的晚辈们的“压迫”。

如笔者，前两年大学没毕业的时候，年结回家，常被亲戚拉去比较：那个谁家的孩子没读大学，现如今也

开上小汽车了；当年跟你一个班的小学同学，现在孩子都能打酱油了；那个谁大学毕业两年了，现在还没找到工作……而毕业之后，亲戚们的话题也随之转变：哎呀，该结婚了吧？一个月工资多少啊？那个谁谁谁跟你一起毕业的，现在都结婚了，老公买房有车呢，你有对象了没……

相信有同样遭遇的人不在少数，原本该是和睦温馨的节日团聚，到现在，往往带给我们的只有压力和烦恼。每次过节家庭聚会完毕，我都会感到深深地无力和疲惫。传统节日的意义早已缺失，成为七大姑八大姨们是一起评论我们私生活的平台，长此以往，年轻人自然对传统节日敬谢不敏，毕竟不是每个人都能对别人的评头论足无动于衷的。

笔者认为，当下社会，对于传统节日和外来节日的对比和品评，其实并没有太多的意义。追溯各个节日的起源，无论国内还是国外，节日的意义，原本在于纪念、团聚和欢乐。

时代在变，节日对于每个人的意义又有不同，传统是需要保留，然而我更期待保留那些充满欢乐的部分，说起来略显贪心，但这不正是节日的意义所在吗？❷



我的实习日记

——这里是家的延伸，梦的开始

不知不觉四年大学转眼即逝，匆匆步入社会，走进职场。

回想，从端午节前夕，正式成为顶固的一员，到如今，于顶固的实习已经一个多月了。

对我而言，“顶固”，早已不再是简单的词语，

而是家的延伸，梦的开始。



端午节的前一天，带着满满的期待与丝丝紧张的心情，第一天的上班开始了。“以后，你就跟着我混吧！我会带你……”踏进部门的那刻，部门一位90后小女孩带着萌妹般的微笑，御姐范的口吻对我说了这句话。心里突然一颤，就像一束阳光一下子照到心里，即使它不是在下雨天也与温暖很配。

当天，她帮我申请电脑，安装设备，教我如何使用OA，带我去领端午节粽子等等。虽然，那时对新工作早已没有面对第一份工作时神经兮兮的感觉。但有个人这样对你说，为你做，一种归属感与安全油然而生！在顶固过的第一个端午节，特别暖心！

而后，我参与了公司举办的父亲节微信福利活动，在活动期间有个细节很特别，有三分之二的员工在活动留言里基本上都表达了：“父亲，我在顶固工作很好，您放心”。我不知道这里面有多少人是为了得到礼品，而演的一场感情戏。后来，又进行了一次主题为“父亲，我想对你说”的员工采访活动，一大部分员工在采访后不约而同地说了同样的话语：“父亲，我在顶固很好！”

这让我想起了一个故事，在美国芝加哥，有一天晚上下起了大雨，一个司机开着车，遇上雨刮坏了。这个时候，雨中来的一位老人走过来把雨刮修好了。司机问老人“你是？”老人从善地说“我是丰田公司的汽车维修工人，我看到我公司的产品受到伤害，我有责任把这个修好。”

“制度不会让你看到坏车就要去修理，是文化，让他做到这一点”。一家企业的凝聚力，不是靠说出来的，而是月集日累，潜移默化地影响形成的。不管活动中有多少人真心或是假意，起码在潜意识里他们认同了，想把在顶固工作的荣誉感分享给家人。

在顶固策划的第一个父亲节活动，感觉特别意味深长。

众所周知，公司围绕的中心是工作，目标是收益，如何把个人的职业发展目标与公司发展规划有效结合，是作为一位新人必须考虑的问题，希望把公司做梦起航的平台。

之前面对这些问题时，都是自己去摸索着过河，难免一不小心就被石头绊倒；现在一筹莫展的时候，更多的是交流与沟通，就算是上司提出的观点，你也可以充分表达自己观点。比如，在国际父亲节那天，我们团队为一家新公司进行命名。在群中引发热烈讨论，各种点子的碰撞，每个人都提供了几十条的创意，最终一天内我们成功拿下了这个项目。但在整个过程中，我们并未因职位不同，而产生任何歧义。

实习的一个多月里，也许是缘分，我的工作刚好与每一个重要节日恰逢。节日的意义是幸福与分享，而这也是我在顶固工作的收获与成长，这里有家温暖的延伸，也是梦想实现的开始！

话题一 | 从文化自信到个体自信

中国人找回文化自信，始于新中国成立之时：1949年，毛泽东充满激情地预言：“随着经济建设高潮的到来，不可避免地将要出现一个文化建设的高潮。中国人被认为不文明的时代已经过去了，我们将以一个具有高度文化的民族形象出现于世界。”

对于中国人增强文化自信，成于民族复兴进程之中：党的十七大报告指出，“文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素，丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。要在时代的高起点上解放和发展文化生产力，推动社会主义文化大发展大繁荣。”党的十八大报告重申，“全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴，必须推动社会主义文化大发展大繁荣，兴起社会主义文化建设新高潮，文化是民族的血脉，是人民的精神家园。”习近平总书记强调，“中华民族创造了源远流长的中华文化，中华民族也一定能够创造出中华文化新的辉煌。”

在庆祝中国共产党成立95周年大会上，习近平总书记首次把“文化自信”与“道路自信、理论自信、制度自信”并提，将文化自信与“四个自信”有机一体，既体现习近平总书记对文化自信的高度重视，又极大拓展了“四个自信”的广度和深度。

立足文化才能登高望远

中国的文化内涵博大而深厚，是五千年不间断的积累与延续，更是世界上无与伦比的智慧宝库！这一点国人自信要有的。日本是深受中国传统文化影响较深的一个国家，就某方面而言，他们的文化方面比我们还应用得好！这是值得我们国人反省的地方。但他们当然也有没学好的地方，例如“与邻为善”！

当今，全民重新认识文化存在价值时，是因为大家走过了很多别的路都走不通后才回头的，例如：文化大革命。这说明了什么？说明了我们以前没有正确认知民族文化，没有审视文化价值，没有发挥文化的力量，导致文化认同的缺失以及文化传承创新的缺失！

当前，谈爱国、谈民族文化很大众，但比“言”更重要的是“行”。比如，近来热议的“工匠精神”，中国瓷器、国画、京剧无不用体现着民族匠心的精神源远流长。换一个角度，再看看同样高举“工匠制造”这面旗帜的德国和日本，除了艺术层面，他们更把这种精神融会贯通的使用，融入到国家治理，民众素质培养和精益制造。相比之下，我们需要的不是当别人都去研究中国文化的时候，才恍然大悟！而是，时刻传承优秀传统文化，走在创新的前沿！国家没有文化不能强大，企业没有文化不能发展，个人没有文化无以立足。我们只有立足于文化，不断践行，不断总结，不断探索创新，才能比别人站得更高，走得更远！

文化在于践行

在庆祝中国共产党成立95周年大会上，习近平总书记首次把“文化自信”与“道路自信、理论自信、制度自信”并提。面对日益变化的政治形势，中国要得到国际尊重，必须通过建立“文化自信”发展成为世界秩序的制定和维护者，此为真正意义上的强国。

文化自信，包含认知民族文化、肯定民族文化价值、积极践行民族文化、坚守和坚定民族文化、创新并激发民族文化活力。文化的价值在于践行，使文化永葆生命力也在于践行。

就企业而言，文化自信体现在对企业文化的自信。企业的核心竞争力不在于其它，而在于通过用“企业文化自信”，构建企业自身运营标准的内力驱动及创新市场标准的外力驱动。

就个体而言，每个人都需要建立更强大的自信，做到真信、真懂、真干，通过文化自信的显现，实现中华民族的伟大复兴。而自信需要不断地成功体验积累而成的，此为“真信”；不断学习，充实自己的知识架构，使自己变得睿智和博学，对问题有深刻独特的见解，此为“真懂”；确定方向和目标方法，就强调执行力，用高度的执行力实干，此为“真干”！

话题二 | 如何找寻通向人生珠峰的路

北京时间2015年5月13日，65岁无腿老人夏伯渝，登至珠峰8750米，因风大受阻，距顶峰仅94米被迫下撤回到珠峰大本营。41年前，他在珠峰之巅，把睡袋让给队友，失去最珍贵双脚。41年来，一万五千个日日夜夜，他一天不曾停止铁人般的训练。截肢、癌症，雪崩、地震……命运一次次把他击倒，他却坚持着，无腿也要登上珠峰。梦想照亮一生，一生执着于梦。对于一个无腿攀登的老人，登至8750米已是不可思议奇迹。人生的珠峰，他早已登顶。

登顶珠峰，他为此41年未改，始终如一。41年前，他在珠峰之巅，把睡袋让给队友，失去最珍贵双脚。“珠峰，你把我脚冻掉，是不让我再登吗？我是一个很倔强的人，越是如此，我越要登山。我一定要再登珠峰。没有脚，也要登。”他迅速开始魔鬼式康复训练。还倒在病床上，就给残腿绑上5公斤沙袋，各种蹬腿抬腿，一天不曾停止。41年来，一万五千个日日夜夜，他一天不曾停止铁人般的训练。截肢、癌症，雪崩、地震……命运一次次把他击倒，他却坚持着，用假肢也要登上珠峰。

麦兜猪猪：如果把他的经历看成是一棵大树，常人看到的都是“树冠”，就是登顶珠峰的精彩瞬间，但我们更要看到“根”，他问鼎珠峰用了41年，这41年的人生经历对比攀登珠峰虽然很平常，但更值得我们学习与借鉴。

Bink：他用假肢都能攀登珠峰，那么我们健全人只要通过训练也都能够具备登顶的条件。如果此假设成立，那我们将无所不能，因为世间没有多少事比攀登珠峰更难的了！

半个春秋：夏先生的腿和脚是残疾的，与他相比，我们自己的意志却是残疾的，只要我们补足自己的意志与信念，我们一定会获得同他一样的精彩！

风轻云淡：人之初，性本善，夏先生两次登珠峰都因心系他人而选择了伤害自己和改变目标。关键时刻没有迟疑，一定是人性使然！

偶是淡淡后：目标不是一成不变的，而是经常随着时空的转变而变化的，不变是坚持，转变是智慧，二者有时要相互博弈。他虽没有登顶，但是却问鼎了他自己内心的最高处，这是他最大的成功。他虽没有成为人类问鼎最高高度的那一批人，但他是问鼎人类精神境界顶峰的人，同样堪称人类的楷模。

涛声依旧：要向夏先生学习勇于面对大困难大挫折大挑战，将这一切变成我们成长过程中脚下的基石，人生必将精彩。

哈密瓜：他的成功不在于登珠峰而是生命的成功，他是用生命践行梦想，登珠峰的人生经历展现了他伟大的生命价值！人真正的成功是生命的成功，其他一切都是成功的媒介。他最大的智慧在于用他的人生经历让世界所有人都感受到了自己的希望。①



致匠心

木为本，心为媒

ORIGINALITY, DREAM ROAD

匠心，筑梦之路

“ 很多人认为匠人是一种机械重复的工作者，其实匠人有着更深的意义。它所包涵的“匠心”代表着一个时代的气质、踏实和精益求精的精神。匠人不一定是著名企业家，但绝大多数成功企业家身上都有这种匠人精神。 ”

◎ 什么才是真正的“匠心”？

谈到“匠心”，想起了两年New Balance的广告片《致匠心》。片中，著名音乐人李宗盛，和来自New Balance工厂的工匠，两者交替出现，各自聚精会神地完成手中的作品：吉他，和一双New Balance鞋。手艺人往往意味着：固执、缓慢、少量，劳作…但是这些背后所隐含的是：专注，技艺，对完美的追求”透过这样的画面，来向消费者进行情感诉求，传递心中的工匠精神：专注与坚持，具有坚定的目标，并且愿意为目标不断的奋斗！



一段简单，直白的旁白，呈现两个不同人物的故事。李宗盛的语音平和舒缓，从自身经历出发，讲述为人处世的人生哲学：

人生很多事急不得，你得等它自己熟
我20出头入行，30年写了不到300首歌
当然算是量少的

我想

一个人有多少天份，跟他出什么样的作品
并无太大关联，天分我还是有的
我有能耐住性子的天份

人不能孤独的活着

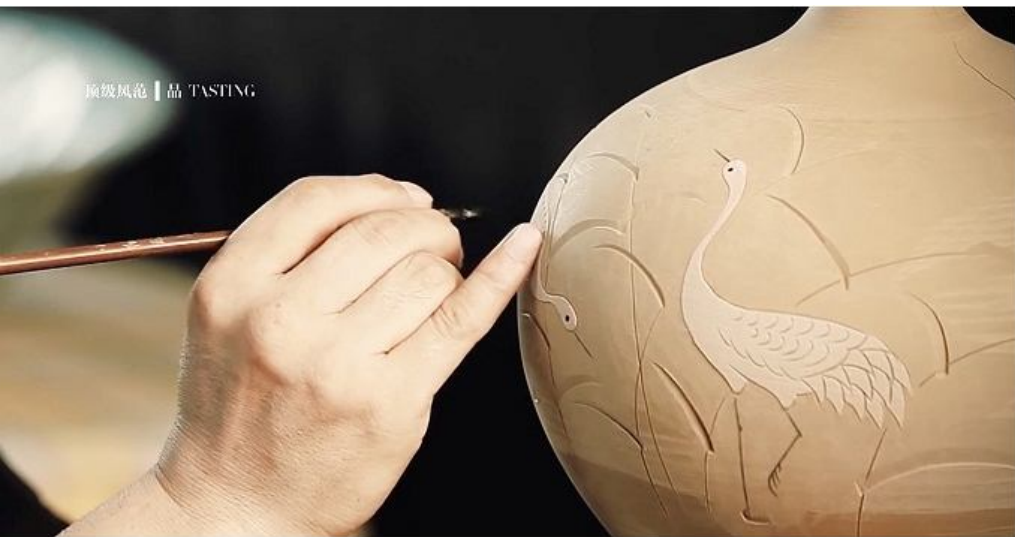
之所以有作品，是为了沟通
透过作品去告诉人家你心里的想法
眼中看世界的样子

所以，作品就是自己
所有精工制作的对象

最珍贵，不能替代的就只有一个人
人有情怀，有信念，有态度
世界再吵杂

匠人的内心绝对必须是安静安定的
手艺人往往意味着

固执，缓慢，少量，劳作
但是这些背后所隐含的是
专注，技艺，对完美的追求



这也许就是工匠人为之执着的匠心理念，“匠心”是指手艺人对品质的精益求精，它至少包含以下三点：

第一，坚持、专注。这一点指的是，无论外界环境如何变化，“匠人”对自己做的事情，有着高度的坚守。把一件事情做到60分，并不能体现一个人的价值，把一件事情专注的做到90分甚至更高，才是凸显价值的方式。

第二，谦恭、自省。指的是，“匠人”对做的事情并不吹嘘，实事求是。一个具有匠人精神的学生，会精益求精地把专业技能学好，而不是浅尝辄止；一个具有匠人精神的互联网装修者，会对产品的任何细节都充满无限的爱，甚至是一个偏执狂。

第三，敬畏、入魂。这一点指的是，“匠人”在工作时，将自己的“心意”和“魂魄”注入作品之中。从这三点来看，如果说一个人有“匠人”精神，可能是指他对制作工艺有很高的要求，或者很用心在做事。但如果一个人或企业说自己是“匠人”，那么上述三点缺一不可。从某种程度上说，“连续创业者”绝对不可能是“匠人”：比如你今天办网站，明天教英语，后天又做手机，什么领域热就干什么，这不是“匠人”。



从尧舜洪荒，到唐宋明清，它就在岁月里静默如谜。泥土、火焰、釉彩，何种组合才是自然的初衷？拉出一个泥坯，便是孕育上千年的心手相依。曾经有一条路，承担着民族的温润和张力；曾经有一群人，在火种萃取俊俏清新；曾经有一双手，摩挲过盛世的传奇。摆上转盘的一捧泥土，修袪凉水，加上工匠们的铁画银钩，最后烈火成瓷。

同样的，一个红木衣柜，一扇门，一个家，精雕细琢，细细打磨之间透露着手艺人的匠心的灵魂！

◎“匠心”的魂：什么才是不可替代的？

把事情做到极致，精益求精，只是“匠人”的最低标准。在大规模工业化生产的时代，“匠人”的手艺仍旧独一无二。那么除了精湛的手艺之外，机器生产无法取代“匠人”的，是什么？

无法取代的是那份独有的“匠心”之魂，比如，景德镇，一座有着近两千年制瓷历史城市，它的起源、生存、发展靠的不是机械般的流水线生产而是凭借一代接一代手工艺人的不懈努力、传承！

◎工业4.0时代的“匠心”：东方文化主导世界之道？

中国菜之所以能闻名海内外，关键在于厨师的技艺精湛：物料要切得长短划一、厚薄一致、纹理顺畅；另外锅气也是重要组成部分，这就好比武侠小说里描叙的剑气一样，指菜肴上桌时飘散的热香气。

每一道工序都考究着厨师的掌上功夫，正是这种匠心的精神，才使得博大精深的中华饮食文化享誉世界。相比之下，英美等国的快餐文化，同样受到热捧。英美文化孕育了工业，食品工业，电影工业，汽车工业，一切可以大规模制造的产品，似乎都有了工业。但是东西方文化的差异，也让彼此的工业发生了不同。

不管是发展经济，还是文化创造事业，一味地追求“快”，很显然已过时。我们现在要做的是，保持快节奏的背景下，保留一些东西——“匠心”，这是对中国传统文化中的运用。每一个产品就是一个品牌，我们要对消费者建立起联系，而不是销售出去，就结束了。从产品被印上企业标志的那一刻，就要负责到底，从另外一个角度而言也是所谓的服务体系，这层含义与行为是不是比英美等国单纯地倡导的“快”更耐人寻味？



◎匠心筑梦，铸就民族品牌

国际上，“中国制造”的身影很常见，尤其是在非洲等地区，但在一些高科技产品领域，中国民族品牌却寥寥无几，就连国人也忍不住地嘲笑自己山寨水平的强大。仿佛自从我们被西方打开了国门，就不再坚持中国文化很多传统的东西，宁愿模仿他人。

复兴中华民族伟大的梦想，要融百家之长，但最终能支撑民族走得更远的是以自身的优秀文化为基点。“中国无论是互联网还是传统企业都不能缺少一种东西，就是匠心精神。”在这个科技变化日新月异的时代，企业的“匠心”精神，从某种意义上讲，要比利润率、估值和营收，都更加重要。

面向未来，坚持自主创新，不断关注发现并超越客户的体验满足需求，是每个有中华情的企业要做的，更是顶固实现“顶中国企业之脊梁，固华人世界之尊严”，铸就民族品牌的梦想必经之路！^①





Topstrong home exhibition hall



“高烤”模式下，顶固家居避暑宝典

近日，包括长江中下游和江南大部在内的地区出现今年来最强高温天，全国多地开启高温“烧烤”模式。截至7月24日，受高温影响的地区波及人口约7亿人左右，部分地区体感温度超50℃。

应对高温酷热天气，我们不仅要注意饮食养生，户外需备足防晒工具，同时，也要注意给家居“降温”消暑，在这里，小固带亲们领略顶固全屋定制安科纳系列，静享清凉舒爽家。

外面太“火辣”，快回家里来。别眨眼，映入眼帘的正是顶固全新推出的简约风格——安科纳系列，胡桃木的纹路古朴自然，不动声色，一派从容淡定，配以特质生态玻璃，为酷热夏天带来清凉的即享感，满满的都是温馨、宁静的画面。满屋恰到好处绿植分布，回归自然的生态空间。褪去燥热与疲惫，回归家的舒适，心静自生凉意，在顶固全屋定制，静享家。



绿意盎然，冰凉一夏。根据色彩心理学的原理，冷色可以使人对环境的心理温度降低3℃。在安科纳客厅空间用绿植点缀，能给人清凉的感觉，它不造作，因为它是来自自然的颜色。炎炎夏日，坐于沙发之上，面对绿色的植物，整个空间顿时清爽起来。



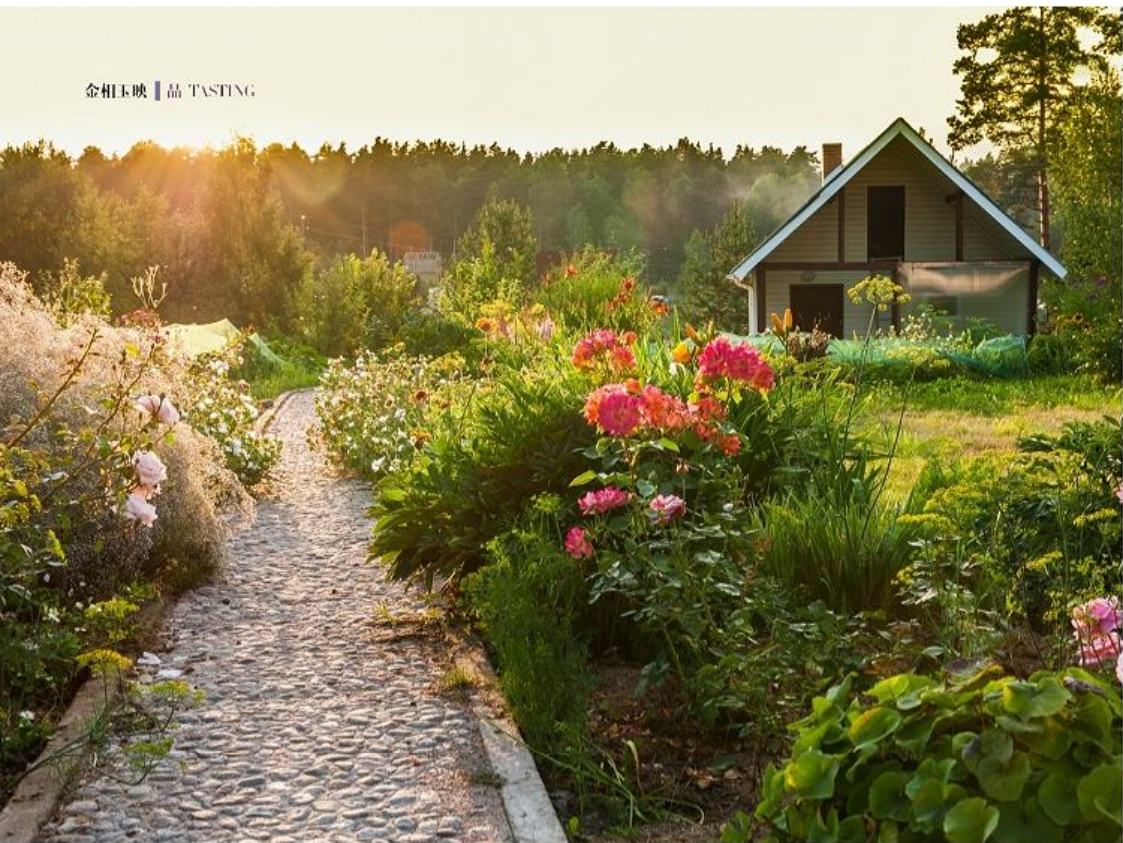
变装神器，冷热自由切换。安科纳U型智能衣帽间，胡桃木+高级皮具饰面，极具国际时尚感。智能升降吊柜，随心调控，在如此科技空间下，褪去拘束的职业装，换上居家舒适清凉装，开启全身降温模式。

静心午睡，全天清爽。拿什么拯救你，我的午觉。“高烤”的中午，艳阳高照，最易使人伤暑，在安科纳系列卧室空间里，一墙原态玻璃柜面，可折射出主人的安睡状态，加之夏日夜短，更需要白昼午睡补充，在这静心床垫上，消除疲劳，补充精力。午睡以半小时以内为宜。防暑、养神二合一。

安坐书海，读书与品茗。定制一个顶固安科纳书房，小歇、阅读，你值得拥有。午后的夏天，这里会是个好去处，避开酷暑烈日，减少多余的动作，静下来，看一本书，品一杯茶，自然暑意全消。打造清凉家居，营造出“内外两重天”的惬意感受。



俗话说，“冬病夏治”，炎热夏季是人体静养、调理的最佳时期。顶固为您全屋定制静享家，身心静享清凉之家。多一份自然清爽，少一些空调带来的伤风感冒，关掉空调按钮，环保、养生、静心、享夏日清爽家！



生活有了阳光，该是何等美妙

每年的3到4月份，中国南海吹来的暖湿气流，与中国北方南下的冷空气相遇，形成准静止锋，使华南地区的天气阴晴不定、非常潮湿，期间有小雨或大雾。这就是传说中的“回南天”，积极乐观的南方人民还给他取了一个洋气的名字：伊夫·布德干·内库·毛德川。所见之处均是湿哒哒，镜子、墙壁、天花板经常水流如注，这并不是齐天大圣的“水帘洞”，纯粹是回南天每天的生活现状。

下雨天，回南天，潮湿的空气含氧量低，容易让人提不起精神，加上皮肤接触潮湿的空气也会让人有心烦的感觉，晒不干的衣服更是让人烦上加烦。洗了衣服担心晒不干，衣服晒干了又会担心有异味。每逢下雨天，回南天，我们对阳光的思念就如那滔滔江水连绵不绝，又如黄河泛滥一发不可收拾。



太阳和雨水是不共戴天的“朋友”，每逢回南天，下雨天，不能沐浴阳光，还要收拾永远晒不干的衣服，土豪地进商场入货，机智地卖萌，日常地买一台烘干机，都不是上策。但是顶固五金有妙招，即使身处雨天季节，让你依然能享用散发着阳光味道的衣物。6月上市的顶固智能晾衣机，能让衣物得到健康的晾晒。



顶固智能晾衣机传承顶固五金经典，采用顶固五金核心工艺打造而成，解决了老人及孕妇高空晾衣，衣服发霉、梅雨回南天衣服晒不干等困扰，为每个家庭带来健康的晾晒体验。



顶固智能晾衣机传承顶固五金经典

智能晾衣机宝马系列，设计理念源于宝马轿车X5，主机沿用了X5车头的上下层次设计，加上时下最热的iPhone 6s玫瑰金表面处理，刚柔并济，整体造型年轻、时尚。

行业领先的全包围紧致压线卷线器，使钢丝绳各谋其位、永不跳槽，采用交流管状电机，10万小时超长使用寿命，持久耐用。

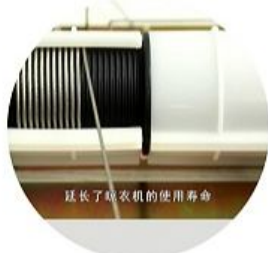
无线遥控，电动升降，不受方向和障碍物限制，随时随地，轻松掌控，从此告别踮脚晾衣的时代，解决孕妇、儿童、老年人的晾衣难题。

被杆、衣杆遇到障碍物，自动刹车，确保安全，还有过流、过压、过热、过载保护，安全可靠。

智能晾衣机的世界里，也需要安静的美男子，顶固采用减震降噪设计，运行平稳静音。

除了晾衣，宝马系列还能承担阳台的照明功能，实现阳台空间照明一体化。

遇上回南天、梅雨季节等衣物霉烂期，即可开启风干、烘干功能，全效360°立体冷暖风交替，杜绝衣服产生异味甚至发霉。智能光波，高位开启，定时关闭，更能有效的杀菌消毒，解决细菌烦恼。



延长了晾衣机的使用寿命

衣物有了阳光，该是何等美妙。生活有了顶固智能晾衣机，便能笑看下雨天。❶

不能任性如孩童 但愿无“油”无虑地生活



锁，一直是门比较重要的朋友，再普通的门也会有锁的陪伴，门的作用因锁而改变；一把门锁，两个合页，一个门吸，实用、普通、常规的搭配，商家和消费者给这个组合取了个名字，亲切地唤之“门锁套餐”。在“门锁套餐”里，门锁是主角，只要对门锁的外观设计、防盗性、材质满意，合页、门吸无需细究，差不多，也就没理由拒绝下单了。

一两年过去了，门依旧豪华大方，锁依旧光彩照人，合页却衰老了，先后出现形形式式的问题，表面黑乎乎的油渍、生锈的螺钉，开门吱呀，吱呀的声响，突然脱落的封头……开门体验慢慢变得糟糕，请问这是谁的责任呢？不是门的责任，只是当年的“差不多”遗留下来的历史问题，是时候好好地重视家里的合页们了，然而什么样的合页才能真正地做到无“油”无虑，给我们一个居家新体验呢？

众所周知
普通合页长期使用
就会出现以下问题：



无“油”无虑，居家新体验

门、锁与合页，好比鱼与水的关系，两者的搭配效果成为消费者在购买锁具时最关心的问题之一。顶固五金研发团队为了解决现有合页产品漏油、生锈等问题，行业首创自润滑消音合页（发明专利号：ZL201520385265.8）。专利结构设计，采用双层自润滑消音轴承，使用双层铜基粉末冶金，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，零添加阻尼油，告别漏油时代，真正地做到无“油”无虑！

尼龙轴套，缓冲静音

流畅静音的开门体验，门和五金一样重要。如何杜绝一推一拉时吱呀，吱呀的推门声？顶固五金给出了这样的答案，页片轴孔内特制尼龙轴套和尼龙介子，轴芯转动流畅无卡滞，手感舒适，缓冲静音。



螺纹封头，永不脱落

说了那么多，也许还是觉得漏油、有声响等问题都可以默默地忍受，但是安全问题绝不能大意，万一某一天，封头脱落，合页掉下来了，而最爱的人刚好在门的附近……顶固五金合页封头与主体采用螺纹连接，外加锥端紧固螺钉固定，保证封头长期使用永不脱落，真正地保障用门安全。



款式多样，经久耐用

采用优质不锈钢和铜材质，表面不生锈，耐腐蚀性强；3只合页能最大承受80KG的门；风格多样，涵盖现代简约，欧式、中式等家居风格，有不锈钢拉丝、PVD镀金、24K金、铜抛光、铜拉丝、棕古铜、青古铜等多种颜色，凡尔赛系列和巴洛克系列有专属的配套合页，满足多样化家装需求。

每一件家居，都有自己的表情，动静之间，刚柔融合，清晰明快的交互界面，即使它不能任性如孩童，但愿无“油”无虑地生活。顶固五金自润滑消音合页，彻底解决“漏油”问题，从产品体验到品牌实力，再次掀起合页革命。



你裝飾了別人的夢
明月裝飾了你的窗子

推開“窗”世界

顶固门业 2016 铝镁合金窗新品上市

近年来，随着房地产行业和建筑装饰行业的快速发展，门窗行业也迅速成长为一个竞争激烈的行业。据前瞻产业研究院发布的《2015-2020年中国金属门窗行业发展前景与投资预测分析报告》数据显示，截至2013年，我国门窗行业规模以上企业有3494家。近五年来，行业销售增长率均在10%以上，2012年和2013年的行业销售增长率分别为12.78%和21.52%。预计，至2017年我国金属门窗行业工业总产值将达到5000亿元以上。



活在大城市，早出晚归
你多久没静静地看过星空了
是否还记得儿时那颗星星的那份浪漫天真
透过窗，静看世界悄然运转

2016年，顶固门业正式引入铝镁合金窗，拓宽自身产品体系，进一步完善全屋门窗定制系统。新品铝镁合金窗继承了顶固中空推拉门的色系与风格，旨在让窗户的风格与阳台、隔断类的铝镁合金推拉门相呼应，达到全屋家装风格统一的完美效果。顶固中空推拉门一直广受终端消费者喜爱，而顶固铝镁合金窗新品调研的结果显示，消费者更愿意在同一商家购买相同色系的推拉门及窗，以节省时间和精力。

顶固门业以“全屋门窗定制”为最新的营销概念，提升服务面，为消费者提供更多的产品品类选择，只需来到顶固门业一家门店，便完成了全屋门窗的选购，搭配出更完美的家装风格。

顶固之窗，引入光与自然

有人说，眼睛是心灵的窗户，那么窗户呢？窗是建筑的眼睛，引一米阳光入室，给昏暗的室内带来明亮，窗是房屋的呼吸口，吸纳新鲜空气，换得一室清新活力。窗是世界的取景框，外来之景如画一般镶嵌“画框”之中，随四季风景变幻。无论倚窗凭栏，还是临窗听雨，都给人宁静和悠远的无尽遐思。

顶固门业2016年新品铝镁合金窗，采用高强度双层钢化玻璃结构，充惰性气体——氩气，隔音隔热。当自然的光线穿透玻璃照进室内，刺眼而炙热的光转而柔和静美，成为空间最唯美、最文艺的装饰。窗，既保证充足的通风，又能为室内提供舒适的环境，足不出户，让您与自然亲密接触。



关上窗，逃离尘间喧嚣
带给你不一样的宁静空间
是真切切的纯净归真
得以纯粹的放空心灵

顶固之窗，留一片宁静

当下班卡滴的一声之后，我们由工作状态转入生活，回到属于自己的生活。总能听到楼下遛狗的人刚出门，快递车来了一趟，外面开始下起雨，吹得窗户嗡嗡响。这一刻，渴望安静，让全世界静止，方能卸下一身疲惫。

顶固门业2016年新品铝镁合金窗，隔音隔热效果极佳，尤其平开窗采用断桥结构，以尼龙加纤穿条连接在铝镁合金型材中间形成屏障，隔音隔热效果更佳。同时，可装上磁控百叶，一开一关，一明一暗，世间美合竟在手中。

顶固之窗，品质解析

顶固门业新品窗分平开窗、推拉窗两大类，根据结构不同，平开窗分为：艾丽斯系列、伯尔尼系列、菲雅克系列，推拉窗有米约系列。玻璃统一采用5+20A+5mm结构，20mm的中空铝条宽度让窗整体高端大气，双层钢化玻璃强度高，密封性及安全性能更佳，内充惰性气体氩气，隔音效果立竿见影，且不起雾。

环保，是顶固门业不变的主题。节能是新品铝镁合金窗的又一大亮点，采用断桥节能结构，大量节省采暖和制冷费用。以尼龙加纤穿条连接在铝镁合金型材中间形成屏障，在冬天热量不向外流失，夏天外部热量不流向室内，断桥结构与中空玻璃和密封材料相结合，节能效果更显著。

方型的窗带来稳重的视觉感，拱形的窗给人以宁静安详的优雅感。窗内外颜色不同，可自由组合，鉴于窗外部分常年经风吹日晒，选用不易褪色与建筑墙体颜色相配的色系，保持窗的外观和谐。纱窗和百叶是可选择的配件，随心所欲地个性化定制，让家更接近你梦想中的模样。

窗，让家更有温度与气息，在简单而平凡的生活中，和谐地融入光和影，阳光与美满同行。顶固门业2016年新品铝镁合金窗，家，更温暖！



凭栏倚窗
一杯红酒，一本书
朝起夕落，近在咫尺
不需远行，诗意、远方皆唾手可得

顶固之窗，参数概览

平开窗特点：

- 1、断桥窗型，隔音隔热、节能保温。
- 2、型材中间的隔热条为PA66+FB25，即尼龙加纤，经久耐用，强度高。
- 3、使用中空双钢化玻璃，强度高，玻璃为5+20A+5，高端大气。
- 4、中空玻璃内充惰性气体氩气，隔音隔热，不起雾，保质长期。
- 5、金刚纱网为不锈钢304材质，永不生锈。
- 6、窗型齐全，内外开窗纱一体，门窗一体等都能满足。
- 7、所有固定位玻璃安装全部为内装，解决高层安装的安全问题。
- 8、玻璃扇用铰链安装，安全性高，密封性能好。

艾丽斯系列（75断桥平开窗）

边框外侧：闪银灰、砂咖啡
边框内侧：越南黄花梨、黄檀木、红檀香、白橡木
可做窗型：内开窗、外开窗、上悬窗、内开内倒窗、外开上悬窗、内外开窗纱一体、门窗一体。

伯尔尼系列（108断桥平开窗）

型材：窗外框宽度为108mm，型材厚度1.5mm；
边框外侧：闪银灰、砂咖啡
边框内侧：越南黄花梨、黄檀木、红檀香、白橡木

可做窗型：外开窗、上悬窗、外开上悬窗、内外开窗纱一体。

菲雅克系列（130断桥）平开窗

型材：窗外框宽度为130mm，型材厚度2.1mm；
边框外侧：闪银灰、砂咖啡
边框内侧：黄檀木、白橡木
可做窗型：外开窗、上悬窗、外开上悬窗、内外开窗纱一体。

推拉窗特点：

- 1、整体高防水轨，防水性能好于其它同类产品，抗风压性能好；
- 2、使用中空双钢化玻璃，强度高，玻璃结构为5+12A+5；
- 3、中空玻璃内充惰性气体氩气，隔音隔热，不起雾，保质长期；
- 4、金刚纱网为正宗不锈钢304材质，永不生锈；
- 5、可加装防误装置，使用过程锁具保护更具人性化。

米约系列（80非断桥推拉窗）

型材：二轨边框宽80mm，三轨边框宽128mm，光企宽80mm，厚度1.4mm；
颜色：闪银灰、砂咖啡、黄檀木、红檀香、越南黄花梨。



范冰冰近期Look标签大曝光： 你属哪一派？

文/衣柜品牌策划部 刘德坤

冰冰最近有点忙，6月11日上海国际电影节红毯一个人走了三回，遗憾的是时间紧迫没有给我们冰冰换服装的机会，但一身造型Hold住三回红毯估计也只有范爷能做到了。除了电影节还有各种发布会，冰冰近期的经典LOOK数不胜数，迥异风格各成一派，颜值气质佳的你属于哪一种呢？

Look标签之女王范



2016第19届上海电影节开幕式

2016年6月11日，顶固衣柜代言人范冰冰携《爵迹》、《绝地逃亡》、《封神传奇》三部电影震撼亮相电影节，一袭Delpozo 2016春夏系列裸色花朵刺绣亮片礼服造型美轮美奂，蓬松丰盈的大裙摆完美地彰显了冰冰高贵优雅的气质，自然靓丽的中分黑发和精致绝美的妆容无可挑剔，女王范十足。对于此类自带光环的女王型人群来说，“家”不单只是休息场所，更是欢聚娱乐，分享快乐时光的绝佳之地。顶固全屋定制的巨星家居空间——冰冰系列便由此而生。采用优雅莱茵白的美丽山形水纹理和光滑细腻的质感，点缀独特皮纹材质且简约干练的爵士灰，无论在衣帽间或客厅，您都可以通过“旋转”获取所需，让家居生活便捷，时尚与舒适，将冰冰女王的华贵与美丽深入人心。

Look标签之清贵派

范冰冰身着LOUIS VUITTON 2016早秋系列再登《时装L'OFFICIEL》七月刊封面大片，秀发如云，眼波如水，雪白的肌肤配以鲜红的唇色魅惑而唯美，黑色蕾丝搭上慵懒湿发性感又神秘。这般的气魄和态度已不止用美和霸气来形容，不跟随，自己是标杆，将特立独行、清微淡远的独特气质演绎得淋漓尽致，成功美出新高度。对于生活品味颇高的清贵派而言，“家”是栖息之所，更是心灵的归宿。恰如顶固安科纳系的极简时尚空间理念，色泽醇深的小U型衣帽间，带有时光洗礼沉淀而成的经典气息；胡桃木的纹路古朴自然，不动声色，一派从容淡定，尽显清贵派清微淡远的生活态度、沉稳、尊贵的品质享受。



范冰冰拍摄《时装L'OFFICIEL》七月刊封面大片



范冰冰现身电影《魔宫魅影》首映礼

Look标签之精英范

范爷不只玩得转帅气女王范，精致女人味也是演绎得毫不费力。在《魔宫魅影》的首映礼上，冰冰身着设计师品牌ZHANGSHUAI粉蓝色系带露背风衣简约亮相，浅色系带风衣搭配蕾丝打底曼妙轻柔而不失优雅干练；手拎Louis Vuitton “Capucines”系列手袋，搭配Christian Louboutin金色高跟鞋，一位内外兼修、健康乐活的白领精英的形象跃然而出！恰如顶固新中式诠释的生活方式是多元而交融的，分纲择目，变化融合。用简单的线形勾勒，古朴的传统锁扣，流淌在肌理中熠熠的鎏金，充分演绎着时尚与古典的相交相融，白领精英们可以考虑寻这一方惬意、闻香吃茶、静好时光。

Look标签之淑媛范

冰冰总是敢于挑战，就算是显胖的全白Look也勇于尝试，不过这一身Ralph & Russo蝙蝠袖刺绣鱼尾连身裙，不仅没有显胖，还衬出了知性优雅的气质；搭配斜梳大波浪卷发，温柔可人，淑媛范十足。当淑媛们轻奢慢调的生活品味与现代时尚的家具设计相遇，就有了顶固匠心独运的全新油画系列诚意之作。这是创意灵感与极致工艺的完美结合，用绘画艺术的色彩打造出突破传统家居制造工艺的健康环保家居产品，加强空间利用与功能布局相协调，环保健康与时尚美观相结合，实现淑媛们如诗如画的生活理想。①



范冰冰亮相《绝地逃亡》电影发布会



CLEVER USE OF SPACE AESTHETICS

巧用空间美学，让你家瞬间大一倍

文/品牌管理中心 叶小红

提起中国传统宅院，我们脑袋里最先蹦出来的有可能是“留园”、“耦园”或者是传统四合院。在古代，宅院是居家之所，同样也代表着主人的身份与地位；如今，它们的作用更多地体现于鉴赏，超越最初住所的功能。中国传统宅院的美，是一种家居空间美学，在亭台楼阁、假山流水之间，拓展生活空间，营造出质感舒适的空间氛围。

同样的，如果我们将空间美学恰当地运用于家居设计中，依据居室的形状、朝向、相关功能区间的布局来进行个性化设计，巧妙地利用空间，放大家庭的空间，让空间更有生命力！

隔断

partition

有限的空间内使得居室的功能即有分隔，又有内在联系，不产生拥挤感，还要有一定的空间美感，隔断是常用的方法，但隔断，不一定要使用固定的墙体，隔断要“活”，才能美观实用两不误。不影响功能使用及隔断效果，可以使用拉门、屏风、门帘，甚至是移动的家具。若说要追求情调，那么在房间与客厅之间用顶面推拉门做个隔断，对爱好小资生活的人来说，绝对是个有吸引力的家居设计。



飘窗

Bay window

窗户向外凸出，成了飘窗，装上大块的采光玻璃，除了扩大视野范围之外，还可以将其打造成小小的睡“巢”，放点软包、碎花垫子和抱枕，中午美美地在哪里睡上一觉。阳台飘窗利用好，家里多个睡意“巢”，还可以将它改造成一个小的书吧，很受家中有小学生和中学生家庭的青睐，不仅采光充足，而且在眼睛疲劳的时候，还可以直接眺望远方，缓解疲劳，防止近视。



多功能收纳家居

Multifunctional storage furniture

要想空间大，若用常规性的家具，它们往往占据一面墙甚至更多的面积，高矮不一的情况也容易发生。利用多功能家具的内置储物空间，外部没有太多痕迹是个高明的选择。选择可以组合、活动、折叠的家具来增加弹性空间。比如，这款智能榻榻米最大的优势在于其的灵活性和多用途，依床而设的榻榻米，具有自动伸缩的设计，简单加几个抱枕，无论是想休息还是接待客人，它都能给人一种舒适感。在闲暇的时候叫上几个朋友在这里度过一个美好的下午。



家具色彩搭配

Furniture color matching

以上所涉及到的阳台飘窗设计，隔断的利用以及多功能收纳家居的安置基本上都属于局部家居设计的范畴，除此之外，家具色彩搭配也至关重要。在较小的空间里由于布局安排的比较紧密，不妨选用冷色调的家具和装饰物，具体冷感的色调通常会让人产生后退的视觉效果，能够有效避免布局造成的拥挤感。❶

生活没有欺骗你， 假如你懂得这些旧物改造

文/品牌管理中心 叶小红

假如生活欺骗了你，
不要悲伤，不要心急！
忧郁的日子里须要镇静：
相信吧，
快乐的日子将会来临！

**生活没有欺骗你，假如你懂一点旧物改造；
亲自制家居小饰品，摇身变家居DIY设计大师！**

家中摔坏了的地球仪，改造一下也是一副世界名景哟，将半个地球仪放在玻璃杯上托着，空空的壳里堆满了各种各样的干花，大伙儿齐齐散发着甘香的味道，家里盛满了香气，从北半球到南半球，从鲜花到干花，每一朵都是一方寸土的珍珠，缕缕花香诉说着屋主对生活的态度。

把这地球仪花瓶，置于客厅，为家打造一道靓丽的风景线！

众所周知，书是人类的阶梯。假如我们不曾垫高脚尖偷瞄外头的世界，亦可拥有一梯子的书籍，拥抱偌大的世界。家中木质的阶梯坏了先别急着把它扔掉，“垃圾是未被开发的黄金”，每一样东西的存着必将有它存在的理由。将一个梯子展开来，原本踏脚的地方变成书格，不可思议吧！没想到平日里踏脚的工具居然是个另类的书柜。



生活总需要一点浪漫因子，枯枝与透明玻璃杯还能组合成浪漫风情的物品，你知道吗？将野外捡到的枯枝折断，粘在杯子外圈，待到晚上在杯子里面放上蜡烛。如果在外野餐的话，带上它，一个浪漫唯美的烛光晚餐即刻触手可及；或者你还可以放在床头柜旁，以温暖的烛光相伴，甜美地在睡梦里潜游。



吃过的薯片罐子可以改造成艺术感十足的插花花瓶，公园里散步时捡到的一些可爱的小石子，再找点胶水，将这些可爱的小石子一颗颗固定粘贴在薯片罐外围，再插上鲜花，大功告成！在草地上摆上白色餐桌，倒上两杯红酒，惬意地躺在椅子上，闻着青草的甘香，鲜花的清香，真是一个令人愉悦的周末。

看看家的厨房，肯定都有很多空余的杯子，只需要红豆、双面胶、白乳胶、毛线等就可把空杯变出独一无二的田园风格笔筒。双面胶粘贴在杯子上半部分，以毛线做圆形缠绕，下半部分用白乳胶，稍干后铺上红豆，再在杯子上半部分毛线那里贴上南瓜籽，这样一个漂亮的笔筒就诞生了！

羽毛球拍用久了，不好用了。换新球拍，旧的球拍照样能焕发新光彩——改造成独特的镜子，将中间的羽毛球线扯空，装上大小差不多的镜子，再将羽毛球拍固定于门上或墙上，一面有趣风味的镜子就生成了，不再是传统的椭圆镜子或是长方形的镜子，而是象征着运动细胞爆棚的你对时尚家居的践行。

童年的伴侣——磁带，无论是听英语单词还是听流行歌曲，我们都离不开它。但随着科技的发展，录音带已然成为一种不常见的物品，如果某一天扒拉出这样几块磁带，可以用胶水把它们粘在一起，做成一个笔筒，每次拿笔插笔的时候，看着这样一个笔筒，不知不觉地想起年少的青春岁月……

废弃纸筒是个十分好用的东西，可以利用各种物料将它装饰，贴上彩色卡纸，剪一个脸部表情贴在最上面，再剪一小截报纸内容，粘在两手之间，把袜子套在纸筒上面，俨然成为一个个可爱漂亮的娃娃。还可以画表情不同的猫头鹰，颜色不一样的小鸟，甚至做一只青蛙，装饰一下墙壁，为家增添一份童趣！

无可否认，DIY反映了对居家生活的另一种追求，喜欢DIY的人生一般都不会不如意到哪里去，因为他们时时刻刻都在生活中主动找乐趣。①

指尖上的 打破传统的阅读习惯， 顺应新媒体时代发展

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。

“微报刊”

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，讲述自己的生活和故事，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，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