



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

Topstrong

顶固中国

2015年10月/第03期/总第46期

Topstrong

Living Innovation & Integration

顶固中国

创办于二零零六年五月
2015年10月/第03期
内部刊物/总第46期

小区推广三步走

“雷店”精神 是如何炼成的

专访林新达： 顶固与他的“家天下”哲学

封面人物：顶固集创家居董事长 林新达先生

顶固® 衣柜
高 端 衣 柜 顶 固 范

EUROPEAN 浪漫印象系列

ROMANTIC IMPRESSION SERIES

一如你绝美的容颜，令我魂牵梦萦，令我如痴如醉，
一生眷恋不够是你的美，牵起你的柔夷，揽入怀中
或许，让我带着我的城堡，来到你美丽的世界
此生无憾一浪漫印象

Queen
女王范





为爱同行

——顶固人的公益梦



与爱同行，人人公益 WALK WITH LOVE

2009-2015年，顶固手拉手爱心助学计划实施整整七年了。
七年来，在广袤中华大地，有六所顶固希望小学崛起；
七年，稚嫩的幼苗已经枝繁叶茂；
天真稚嫩已经成为意气少年；
昔日学童已经成为天之骄子……
七年，也许荆棘满路，也许弹指一挥。
七年时间，产生了很多改变，同时也改变了很多人和事；
七年的坚持，是爱心，是文化，更是公益梦。
作为家居行业公益文化的倡导者和践行者，顶固不余德力
履行公益文化建设，现诚挚邀请您加入我们，一起圆广大
学子的求学梦。

爱在顶固：www.dinggu.net
咨询热线：87顶固路公益
咨询电话：0760-22772692
咨询邮箱：2674129569@qq.com

GREAT LOVE 卷首语

爱的善念

顶固第七所希望小学即将落户湖南省美丽的竹木之乡会同县。随着施工图的完成，旧校舍即将被拆除。为记录旧校舍历史面貌，我们特意前往旧校舍进行取景拍摄。赶到盛燕联校已是黄昏，孩子们已经放学。夕阳西下，残旧的教学楼更显沧桑、孤寂，宛若迟暮老人，在最后的光景，依然傲然伫立。

第二天，我们按约定时间来到了学校。孩子们一窝蜂涌出来，围住了随行的老师们，纷纷说：“老师，给我们上课！”“老师你来了！”“我要上英语课，教我说英语。”孩子们领取礼品、跟读朗诵、唱歌跳舞……顿时，学校充满了各种欢笑声、读书声……热闹，如此非凡！

我们还在忙着取景拍摄，转眼间已到了晌午，孩子们个个端着饭碗出来了。碗里有瘦肉、豆角和白花花的米饭，“营养午餐”得到了贯彻落实，孩子们再也不用空着肚子上课了。“飞机起飞了！”一小男孩惊叫道，立即蹲下来，视线掠过校门，紧紧盯着天空，眼睛都不眨一下。那是多么好奇而渴望的眼神，在他的眼神里，许是日后要高飞的满满期待吧。

离别之际，孩子全部涌了出来，用力挥着小手，“姐姐，你还来吗？小强哥哥也还会再来吗？”“再见，再见！”孩子们用最大的热情与我们告别。“孩子们都很热情，每次离开，看着他们眼巴巴的，很不舍心！”代课老师邓丽萍说道。我又回头望了望孩子们，他们还站在路边不停挥手。多么瘦小的身影！想必他们已经习惯了这样的告别，挥手之后不再期待不久后大家还来看望他们，与他们玩耍……这些孩子们大多都是留守儿童，缺少陪伴，内心挺孤独的？想到这里，我心里感到难过。

沿路风光极美，大片大片的绿色包围着我们。路过涪溪，泉水从山涧流下。捧一手清冽冰凉的山泉水，水从我手上滑落，感觉无比柔和、丝滑、冰润。浅尝几口，清甜可口、沁人心脾。这时的我无比满足，仿佛这山泉水，洗涤了我所有的凡尘杂念，从此变得澄净与淡然。这时，我想起了日本江本胜的奇书《水知道答案》里引起轰动的科学观察：在显微镜下可以看到——喝水之前，若以感恩的心、爱心看它，一两分钟后水的结晶就会变得非常美，水本身也纯净、营养；如果反之以愤怒的心态对待，则被化验出带有毒素，水结晶看上去也非常难看。这项长达8年的科学试验，给人们一个震撼的警觉：心念可以改变一切。是啊，水能听，水能看，水知道生命的答案！我再次捧起一湾清泉，水是那么的纯净、柔软，这该是凝结了多少山民的善念，才成就了如此美丽的结晶！

我仿佛又听见了孩子们的欢声笑语，响彻山谷。大山的木屋、竹林、花草，可爱可敬的老师们，还有淳朴的孩子们，感谢一切的相遇！七年来，顶固走遍大江南北，每年捐建或修缮一所希望小学，集结了一个个素未谋面的人参与其中，所到之处，风景优美，山清水秀，仿佛由于大家的善念方汇成了如此美丽的画卷。

七年来，顶固手拉手爱心助学计划一直坚持的重点就是照顾乡村儿童，尤其是少数民族儿童和留守儿童，从学习环境、一对一帮扶到精神关怀，为他们提供一个健康、有爱、公平的成长环境。知识改变命运，善念点化人生。让孩子们接受好的教育，让他们有机会可以改变命运，让他们学会心存善念、用爱回报社会，他们才是祖国的未来。心心相印，聚沙成塔，如果人人都心存善念，让善意流动起来，并带动周围的人，久而久之，所有事物都会朝着美好的方向改变。

愿善念长存，祖国江河川流不息，永葆纯净、美好！①

文/本刊编辑部
编辑部邮箱：dsh3b2013@163.com
编辑部热线：0760-22772692

秋季

Autumn

2015 秋季刊

Cover Summary

封面精要

11 高端访谈 话题

专访林新达：
顶固与他的“家天下”哲学



“家天下”本是出自《礼记·礼运篇》，是对天下为公大同社会的传承。后来，成为了封建世袭制度的思想根源。而当下，顶固集团家居董事长林新达却由“小家”及“大家”，以家为内核，对“家天下”给予了全新的演绎。

29 商学之道

小区推广三步走

济南顶固智能锁小区推广案例分析

在智能锁产品的营销推广体系中，能够主动引导消费者认知，体验到智能锁产品的功能及便利的小区推广模式已无可非议的成为目前阶段智能锁产品推广的最为重要的模式。基于此种情况，顶固集团家居五金事业部制订了一系列的新政，将智能锁小区推广工作列入事业部下半年重点开展的工作，并在全国部分城市进行了试点。

49 顶级风范

回归自然，“富人农庄”盛行



近几年，有这样的一个现象：老百姓眼中的“富人”开始在郊区购地种菜，“富人农庄”盛行。高净值人群开始逐渐脱离繁忙、嘈杂、密集的都市生活，选择回归自然、宁静而舒缓的农场生活方式。于是，一个个私人专属的农庄开始盛行。在农场里，做一个幸福的人，喂马，劈柴，亲近自然，关心粮食和蔬菜……这种农场生活方式让人不自觉联想到世外桃源。



17 顶固名人

“雷店”精神是如何炼成的
专访成都顶固衣柜南富森店店长雷晓燕

2008年加入成都顶固衣柜，雷晓燕成为了一名家居顾问。在不断与客户沟通交流中，她重新认识了自己：爱热闹、爱交流、擅长销售。自此，她开始疯狂爱上这份工作，常常全身心投入其中，乐此不疲，短短几年时间，晋升为店长。在客户眼中，她真诚、细心；在同事眼中，她乐于助人、善解人意；在老板眼中，她积极向上、敢于承担。在认识她的人眼中，雷晓燕是名副其实的“雷电”：勇敢突围重重困难，不屈服、不妥协，拥有常人所能及的毅力。



封面人物：
林新达

65 范店有料

开扒范冰冰的绯闻“男友”标准

《大话西游》里紫霞仙子期待梦中情人有着七彩祥云来娶她。几乎所有女孩都有自己心目中的白马王子标准，女王范冰冰也不例外。俗话说萝卜白菜各有所爱，我们也不妨盘点下女王范冰冰喜欢什么样的男生。

Autumn

Contents

目录

知

09 顶固速览

登陆新三板，创顶固家居“新起点”
顶固牵手恒大，共筑家居盛世
顶固获颁“2015年度中国家居行业影响力品牌”
顶固衣柜打造“65示范市场”扬帆起航
2015年顶固五金智能锁专场培训圆满落幕

11 高端访谈

专访林新达：顶固与他的“家天下”哲学

15 独家视界

顶固方法论之情感传播与娱乐营销

17 顶固名人

“雷店”精神是如何炼成的

行

21 市场前线

顶固衣柜终端活动集锦
顶固五金市场掠影
顶固门店的终端营销

25 电子比拼

那些年，我们错过的奇特衣柜
亲，这款门铃有货吗？

29 商学之道

小区推广三步走

情

EMOTION

35 星星之火

拔地而起的，是梦想
1, 2, ……5, 6, 第7所，湖南！
最吸引人的老板长
最美山区代课老师

41 文化圆桌

手机充实了你，还是空虚了你？
今夜，我为你吟诵
写在清秋离别时
安顿好一颗心

45 高端谈

苹果中国论
菜鸟说股市

品

TASTING

49 顶级风范

回归自然，“富人农庄”盛行
小顶固人的耕读心经

53 柜族生活

顶固亲享季范冰冰专访：
未来我的家都用顶固衣柜

57 金相玉映

顶固智能·滑动门五金系统解决方案

61 豪门贵胄

23度空间，不一样的专属

趣

INTEREST

65 范店有料

开扒范冰冰的绯闻“男友”标准

69 装修日记

90平3室幸福小窝落成记

71 居家课堂

品质居家，不得不懂的门文化
三口之家的幸福生活

73 征集令



封面人物：
林新达

顾问：汪光武、曹岩、徐冬梅、胡萍、陈俊平、
陈有斌、刘兴旺

主编：郭政

责任编辑：梁秋燕、陈玉萍、钟淑贤、尹漫、
王倩、蔡丽娟、樊娜妮

校对发行：顾丽娟

投稿专线：0760-22772692

投稿邮箱：dgbjb2013@163.com

@ 顶固中国
@ 顶固微公益



本刊物仅供内部交流 部分图文源于网络。

顶固速览



NUMBER ONE

登陆新三板， 创“顶固家居”新起点

顶固家居于10月21日登陆新三板，在全国股转系统挂牌公开转让，股票代码为833958，主办券商为东海证券，交易方式为协议交易，本次向社会公开转让的总股本为8400.00万股。

顶固家居上市之梦萌芽于2008年，2011年完成了股权改革，2013年申请IPO。2015年，顶固家居成功登陆新三板进入资本市场。虽然好事多磨，但顶固家居董事长林新达每谈“上市”都信心满满：“顶固肯定还是得走上这条路，已经股改了，这条路肯定得走。”他认为，上市对于行业自身规范、扩大经营渠道、整合行业资源有莫大好处。

顶固家居是高新技术企业，具备国内领先的定制衣柜，生态门和精品五金生产制造能力，营销网络覆盖国内大陆地区除西藏外的30个省市自治区，建有标准化终端门店1000多家，产品远销全球六大洲数十个国家。顶固家居以五金配件起家，拥有核心技术产品，在行业内享有极高的声誉；最先提出“生态门”概念，引起了行业竞争者追捧与广大消费者的喜爱；2007年，顶固衣柜正式全面推向市场，开启了“家居”新概念，并为全球顾客提供高品质、时尚化的家居整体解决方案及无忧服务而奋斗。

此次新三板挂牌上市，是顶固家居重要的发展里程碑和新起点。不仅将进一步推动整体家居行业发展，塑造家居行业诚信体系，推动定制家居产业链优化整合，还给更多定制家居小伙伴们提供进入资本市场的新思路。



NUMBER TWO

顶固牵手恒大， 共创家居盛世

2015年9月29日，恒大集团与顶固集创家居等15家知名品牌家居企业建立合作联盟，在广州举行了签约仪式。据悉，参与此次联盟的家居品牌皆是家居行业龙头企业，定制家居仅有两家，顶固集创家居则是其一。

通过大型房企与知名品牌家居的强强联手，过硬的家居产品品质及优质的一站式服务，必将惠及每位新楼盘业主。顶固集创家居经过数月的不懈努力，与恒大地产正式签署战略合作关系，该活动将在恒大在售项目实施，覆盖全国140多个城市，超300个楼盘。此次顶固强势加入恒大“全精装+免费家居”核心战略合作圈，凡全国恒大地产精装楼盘的业主，根据成交面积不同，均可凭恒大赠送的家居券到顶固购买全屋定制家居系列，充抵现金用，最高可获赠价值20万的“品牌家居券”，让业主们享受最优质、最优惠、最快捷的顶固家居产品，真正实现拎包入住。

恒大是全国唯一一家实施全部精装修交付的房地产企业，而顶固集创家居更是以高品质的产品享誉海内外，倾力打造高端时尚的家居生活。此次顶固与恒大强强联手，不仅为业主们提供业内领先的家居服务，更与顶固集创家居“让您放心”的宗旨不谋而合，让消费者体验全屋定制家居的一站式服务和便捷、舒适、高品质的生活方式。



NUMBER THREE

顶固携范爷 将“亲亲”进行到底

在世界经济日益全球化的今天，人们沉溺于互联网的虚拟社交幻化中，逐渐钝化了对现实生活的感知，家人间面对面的情感沟通越来越少。对此，顶固衣柜倾力打造“亲亲季”，让中国家庭能够勇敢地表达爱，善于表达爱，让爱回归。

为了更好的推广本次“亲亲季”活动，顶固衣柜线上推出H5应用：国民家庭情商大调查，史上最炫亲亲，725范爷冰喊你来亲亲；并温暖上映了顶固亲亲季主题微电影《“亲”听你的“心声”》；线下更是携手国际巨星顶固集创家居代言人范冰冰小姐，与顶固集创家居董事长林新达先生，北京居然之家投资控股集团有限公司总裁汪林朋先生，全国工商联家具装饰业商会执行会长张传喜先生与北京居然之家投资控股集团有限公司副总裁任成等在北京居然之家丽泽店共同开启顶固“亲亲季”。

启动当天，范爷霸气巡店，盛赞顶固“有温度”，并与大家一起分享“家”心得。在范爷强大的影响力以及全体工作人员的共同努力下，北京创造一天1200单，2000万的销售额，成为行业的销售奇迹。同时，全国联动促销达到1.3亿销售额。“亲亲季”，是顶固全力打造有温度家居的一次实践，更是对其卓越家居哲学的一次生动阐释。



NUMBER FOUR

顶固衣柜打造 “6S示范市场”扬帆起航

为规划终端运作，建立系统化管理，顶固衣柜隆重打造“顶固衣柜终端6S示范市场”。6月31日，顶固衣柜针对西南部、东北部大区客户，在贵阳、连云港两地分别举办了“2015顶固衣柜打造终端6S示范市场启动会”，并特别邀请建众咨询公司的精英团队，以及顶固公司的营销团队担任讲师，共计500名经销商参与此次活动。通过“6S专卖店标准化管理系统，6S专卖店激励系统，6S专卖店销售工具，6S专卖店客户管理系统，6S专卖店精准促销系统，6S终端店面形象管理系统”6大系统的严格执行，以系统化运作促进销售，打造高效团队，提升市场竞争力！

作为6S示范市场的首启站，贵阳、连云港两地在短短20天时间的收获，不仅取得了傲人的销售业绩，更重要的是规范了店面及客户管理，打造了一支极具实战经验的销售团队。随后，顶固衣柜继续在成都、徐州两地打造“终端6S示范市场”，团队士气，店面形象、销售额等方面得了大幅提升。借此良机，衣柜事业部领导通过多地的实践经验，以目标达成情况、团队展示、人员分享等，向各地经销商诠释打造终端6S示范市场的重要性，各地经销商也纷纷纷纷表示希望尽快参与到团队6S运营管理系统中。

顶固衣柜将不断完善的新盈利模式及运营支持，重点打造顶固6S示范市场，培养锻炼顶固加盟商销售团队，将专卖店系统进行有效提升并促进销售，不断提升市场竞争力。相信，2016年顶固衣柜定能更加出彩。



NUMBER FIVE

2015年顶固五金智能锁 专场培训圆满落幕

随着智能家居的发展，抢占智能市场势在必行，2015年4月顶固五金智能锁专场培训在中山拉开帷幕，随后分别在长沙、杭州、济南三站陆续展开培训，直至8月才圆满落幕。来自四地附近共计的150多家经销商齐聚一堂，旨在共享智能锁发展方略，全方位超越自我。

智能锁专场培训团队特邀顶固五金事业部营销中心总监刘秋亮，智能锁高级讲师张荣德、在五金锁具研发领域工作十多年的高级工程师黄培强以及指导数十场小区推广实战的金牌市场推广邓志和组成最具实力培训团队。其内容包括：智能锁产品知识，售后安装服务知识，智能锁营销策略，小区推广与密集分销突破思路四大模块。从产品到市场再到经营策略，层层递进，现场通过图文对比、答疑等方式让学员系统的学习了智能锁产品。讲师们语言通俗易懂，授课技巧丰富，各种实战案例信手拈来，让参训学员赞不绝口。

本次培训的重点是为经销商们提供完善的智能锁分销渠道拓展知识及经营管理思路，以及开展智能锁项目提供参考。通过学习，经销商们信心大大提升，也更加坚信，未来的智能家居市场，顶固的智能锁，必定能够开创一片更广阔的天地。顶固五金事业部营销中心总监刘秋亮指出：顶固将采取多渠道经营的新运营模式，进行智能产品市场的战略规划，智能锁作为智能产品的敲门砖，是顶固今年的重点发展项目。



做企业：自成“家”

顶固从最初的做五金，到后来制作门和衣柜，自始至终都蕴含着一套家文化的体系。

“家居类的行业必须有思想，顶固就是要有一套卓越的家居哲学。”林新达坦言，“哲学就是一种富有智慧的思想，中国五千年的文化积淀，如果企业加以吸收，才能让企业有灵魂与情怀，单纯的做商品是很苍白的。当你从家文化的理念出发，你的产品生产制作与设计则是包蕴有关爱的，有人文关怀的产品，才不会给用户带来伤害，才会在品质、健康方面有极高的追求。”

如今，顶固对于林新达而言，成为了他“家文化”理念输出的一个端口，他的豪情早已不止于做产品，而是要将这种文化随着产品一同输出。从追求消费者对产品的认同，到希冀与消费者有理念上的共鸣，林新达在企业经营上可谓是“自成一家”，做出了许多民营企业家长所望尘莫及的一步。

而他也大刀阔斧地进行了统筹，对他的理念从三个层次进行了实践。

首先，他从员工层面着手，他希望顶固能够像一所学校，员工们能够在这里学到一技之长。同时，顶固还建立了“爱心互助基金”，去帮助贫困或者遇到突发事故的员工家庭，从2005年基金成立到现在，已经有数十个员工家庭受益。“还记得，在基金成立的第二年，顶固有一位会计的妈妈意外烧伤，全身有70%的烧伤面积，当时作为家里顶梁柱的他难以承担巨额医疗费用，我们便动用基金资助了8万左右，第二年，我们公司要在北京设立子公司，他便主动请缨去子公司工作。这其实就是家文化在企业中的一种体现，有关爱有互助有感恩。”

整个“家文化”体系的第二个层面，便是从合作伙伴入手。作为“家文化”体系建构关键的一环，他的眼光与胆识可谓是独到的。“很多人都在探讨，与代理商、经销商、合作者怎样的合作模式才是和谐的呢？仅仅是利益链条上的共赢吗？我觉得，也许，我们可以换个角度去考虑。”林新达所说的“换个角度”，便是把合作双方剥离单纯的产业链上下游、利益关系勾联者等身份，而是在精神方面做出碰撞，这样，在合作中，才能真正做到多一些理解少一些隔阂。为此，林新达不仅设置了供应商与经销商的评级制度，更重要的是，2008年，顶固发起了“手拉手爱心助学计划”，发动上游供应商、代理商和员工一起合作，一对一帮扶，让大家共同参与到顶固对于社会“大家庭”的“家文化”践行中去。

第三个层面，则是将“小家”延展到“大家”，从社会的层面进行更深刻地渗透“家文化”，践行“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”。他认为品牌的魅力就在于它的担当与社会影响力，于是，自2008年起，顶固每年都会捐助一所希望小学，将关爱进行到底。而他的善举“救”了300多位孩子的事，也被很多员工提及。位于四川龙门山地震带附近的绵竹县，多峭壁悬崖，地处云贵川三省交界处，被称为“鸡鸣三省”。在这里的山顶上有所破旧的小学，教室是昏暗的危房，裂缝长达十几公分，孩子们每天步行3小时来上学，没有食堂让他们午餐总是没有着落。来此考察的林新达备受触动，回京便立即募款筹资，为孩子们建校舍。而就在不久，5·12地震来袭，正是因为旧的危楼及时拆除了，孩子们才万幸逃过一劫。

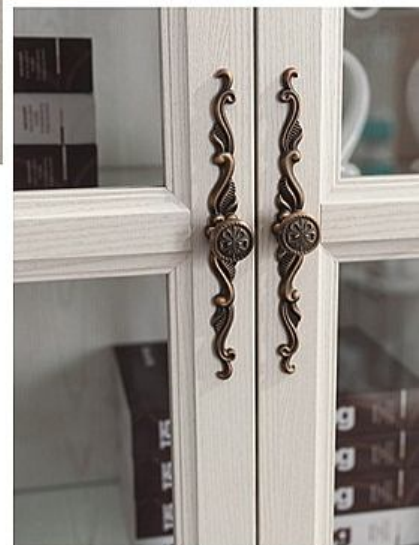
做文化：诗礼传“家”

林新达是一个传承与颠覆的矛盾体，曾四次创业的他，不断颠覆之前的自我，不断颠覆行业的旧框架，不断颠覆民营企业固有的经营路径，不断颠覆传统行业的营销理念，不断颠覆企业文化的构造手段……他在不断地颠覆，在不断地尝试，在不断地突破，在不断地创新，然而，他又在不断地传承，他是传统文化的拥趸者，他崇尚孝悌廉义，他在努力不断地将这种传统延续下去，从自己的家庭教育到整个社会的价值观塑造。

在家庭教育上，他笑言“孟母三迁”，而他则搬了15次家，搁置着好的住房不住，而是与孩子们一起租住在简单的住所，他希望给孩子们一个简单的环境，希望能够通过自己与妻子的言传身教，将中国文化中一些朴素而智慧的道理教会给孩子，他希望孩子们能够关注物质之外一些更难能可贵的真善美。

林新达还联合爱心人士发起筹建了“中山市明理传统文化交流中心”，这是他“诗礼传家”从企业延伸到社会的一次探索。“在这个物欲横流的社会，我们很多人心底缺失了一些东西，每个人都希望有幸福的家庭，但欲望的增长让我们淡漠了我们本应该珍视的一些东西，比如亲情，我们很多人的孝顺仅仅是孝身，而未曾孝心。希望建立明理传统文化交流平台，让大家从心灵上得到净化，在繁忙忙碌之后能够慢下来看看自己所疏忽的家庭，所疏离的亲人。”

“顶固，如果不赋予其生命，它就很苍白，就是两个字而已，如果赋予品牌灵魂，它就像有血有肉的‘人’一样。”而林新达所赋予顶固的灵魂，就是他大半生淬炼出来的那套“家天下”哲学，从产品的家传户颂、企业的自成一家到顶固理念输出“诗礼传家”。在群雄逐鹿的商海，“和而不同”的林新达在另一种境界中找到了为商的意义。



在林新达的“家”哲学掌舵下，顶固有些时候让业界有点无法捉摸。似乎是一个游离于传统与颠覆边缘的结合体，林新达的价值观很传统，很多的治企思路都源于儒家老祖宗的精髓，被他辩证地应用在管理之中；而顶固对外又是一个敢于颠覆的企业，无论是营销还是产品打造，都紧密结合最前卫的文化语境，矛盾却又在这个时代里显得恰如其分。我想，这正是顶固得以兴盛的独特基因！

TOPSTRONG 顶固方法论之 情感传播与娱乐营销

选自内部娱乐周刊



随着技术的发展，城市化进程的加速，现代人打破了地域空间的限制与隔离，从费孝通先生所言及的“生于斯，死于斯”的乡土社会中出走，成为了塞奇·莫斯科维奇书中“原子式的存在”，地缘的断裂带来了情感链的断裂。城市化、工业化、理性化、消费主义、流动性等成为现代人的表征，原初的家族关系随着空间距离而淡薄，而城市中奔走的个体，辗转于物欲之侧，奔走于身份焦虑之中，对“家”的关爱也越来越匮乏，“家”几乎仅成了安放疲惫身躯的寄居所。

不知从何时起，我们成为了“低头族”，明明与亲人爱人相对，却默默无言刷朋友圈；不知从何时起，我们成为了“穷忙族”，明明只是一顿饭，我们却总推脱太累没时间；不知从何时起，我们让父母成为了“空巢族”，他们总是不敢打扰，每次都强忍思念；不知从何时起，我们让孩子成为了“失陪族”，缺席了他们的每一次成长与每一次的小成就。当下，国人的“家庭情商”还好吗？

顶固“家庭情商”大调查

“家庭情商”，是指个人围绕家庭这一内核所彰显出来的情绪、情感、意志、担当力等，以及对情绪控制、情感表达、意志秉持、担当力践行的能力值。顶固针对当下家庭中普遍存在的问题，向用户发放一份H5形式的家庭情商问卷调查。

这次问卷调查主要是从父母、爱人、亲子三方面为主进行提问，主要围绕于与父母、爱人、孩子沟通、情感表达这一核心。

在这次“家庭情商”大调查中，有48.1%用户表示自从懂事以来，亲爸妈次数屈指可数，每年最多一两次，而34.5%的用户则直接表示因为不好意思，从来没亲过。假期回家，40%的用户表示在家时间很少，回去也是应付各种聚会与饭局，仅有9.3%的用户表示回家后100%的时间用来陪父母、听他们念叨。

我们总是羞于对亲人表达自己，总依仗着血缘之间割不断的情分而疏于费心打理。调查中，有44.81%的用户“家庭情商”为三颗星，他们内心明白应该如何与家人相处，但在实际过程中却总是事与愿违，他们偶尔能给人陪伴，但却缺乏走心的关怀。而只有21.6%的用户“家庭情商”达到了满五颗星，他们对待家人总有着超凡的耐心，并且拥有较强的沟通能力与情感表达能力，他们能够精准地表达自己的心意，很擅长处理与家人的关系，懂得设身处地为对方着想。

一句“亲爱的”，便能慰藉多少疲惫，一个亲吻，便能柔软多少坚强，但是，在中国的传统文化里，对于爱的表达，总是很含蓄，我们似乎从文化中就植根了“爱表达无能”的种子。这种表达的缺位，直接影响了家庭情感沟通，我们渐渐成了不会说“爱”的族群。



“做有温度的家居品牌”

顶固一直致力于做有温度的家居品牌，而温度无疑是要借打通品牌与情感来实现的。在互联网时代，顶固开始接近终端客户，通过在设计产品与品牌塑造中渗透“家文化”，来架构一套关于“家”的理念，最终，从产品功能与品牌倾向上满足客户的情感需求，最终完成用户群的集聚。

中国家居行业几十年的发展过程中，所形成的与消费者之间的关系，由最初的消费者没有发言权的卖方市场时代，发展到消费者成为上帝的服务时代，再到如今充满互动的情感时代。顶固对品牌的传播，也由最初的仅仅在工厂生产层面，转移到后来的市场层面，再到现在的顾客的情感心智空间层面。顶固的情感模式就是企业与消费者之间直接进行的互动，使消费者认同企业的价值观，并接受企业的文化内涵，对品牌产生忠诚认知。

情感附加值变成了最有效的传播能量，情感力的把控成为了顶固品牌传播的关键。而品牌的情感传播通道，在这个“无娱乐不营销”的时代，品牌要学会与消费者“玩起来”。

顶固紧随这一大潮，倾力打造了“顶固亲亲季”。一份H5形式的“家庭情商大调查”，充分利用了用户的碎片化时间，让用户在温情与娱乐互动中反思自我的“家庭情商”，从而将“家文化”渗透其中。当然，这只是一个预热。更有一个高潮迭起的娱乐链条紧随其后，在线上线下形成联动。

线上，顶固重磅推出《史上最炫亲亲，725亲冰冰喊你来亲亲》的互动轻游戏，H5画面中不仅有精美的顶固产品植入其间，更有范爷助阵，在设置的简易触屏互动中，用户对着手机屏幕亲冰冰，冰冰的脸上就会有一个唇印，在20秒内亲吻冰冰的数量会生成“亲亲指数”，辨别出用户是属于亲力和力得的“亲亲达人”还是需要增加亲力和力的“亲亲菜鸟”，在互动中，顶固“亲亲”的概念得到了娱乐化的呈现。线下，顶固邀请范冰冰作为“亲亲大使”亮相北京，将线上的“亲亲”热度蔓延至线下，而赠送有范冰冰亲吻签名礼品卡更是引爆了粉丝圈。

在这个消费时代，用户们早已过了消费产品的初级阶段，顶固凭借着敏锐的市场嗅觉，也迅速调整战略布局，在聚焦产品功能的同时，进一步积极进行精神输出与价值观的引导，赋予产品以“家”的灵魂，将企业的影响力延展得更深更远。①

“雷店”精神是如何炼成的

专访成都顶固衣柜南富森店店长雷晓燕



成都顶固衣柜南富森店店长雷晓燕（中），人称“雷店”，2005年进入家居行业，一直以专业知识、微笑服务和激情感染客户。

2008年加入成都顶固衣柜，雷晓燕成为了一名家居顾问。在不断与客户沟通交流中，她重新认识了自己：爱热闹、爱交流、擅长销售。自此，她开始疯狂爱上这份工作，常常全身心投入其中，乐此不疲，短短几年时间，晋升为店长。在客户眼中，她真诚、细心；在同事眼中，她乐于助人、善解人意；在老板眼中，她积极向上、敢于承担。在认识她的人眼中，雷晓燕是名副其实的“雷店”：勇敢突围重重困难，不屈服、不妥协，拥有常人所不能及的毅力。



为鼓舞士气，提高客流量，雷晓燕建立了高效晨会、夕会体系，利用例会分解目标、优秀经验分享、任务安排及考核……伴随雷店每天高分贝的加油声，店员们马上像充满了电一样士气大增。晨会一结束，所有店员便各司其职，拿着手机开始邀约客户，做好店面陈列，精心筹备礼品……雷晓燕全程一一指导跟进，力求完美。在店员的眼里，“雷店”一出现，正能量无穷大，正是这种“雷店”精神极大鼓舞了店员士气，带动了团队的积极性。这些不服输的“折腾”，把南富森店“折腾”得更上一层楼，在她走马上任的第一年，南富森店各项经营指标增幅25%以上。



THE ROAD TO SUCCESS

成功之路没有矫情

许多人评价80后、90后崇拜自我，不能扛、不能抬。但在成都顶固衣柜，80后、90后组成了青春活力团，正是这个团队敢于拼搏、勇于挑战，屡屡斩获大单，创下销售奇迹。接触这个团队后，你会发现所有的流言不攻自破，你会发现其拼搏程度令以吃苦耐劳著称的70后也惊叹不如。雷晓燕就是一个典型代表，她在成都顶固衣柜可以做到连续两个月不休假，也曾经加班到凌晨三点回去换洗后六点继续上班，还像打了鸡血一样精神。

在雷晓燕看来，成功之路没有矫情，努力到无能为力，拼搏到感动自己，方能体现出自我价值。因为这个信念，雷晓燕付出了大量的时间和精力。

“要么不做，要做就做到最好”雷晓燕看似执拗的性格背后，藏着一颗不达目标不罢休的毅力，正是这种毅力使得她成为了金牌店长，一路收获了认可，也收获了成功。》》

PERSONAL BRAND

“不管你卖什么，你卖的永远是自己”

经过多年的高关注及各个品牌抢做定制、整体家居、定制家居等概念的头牌后，衣柜成为定制的一个代名词，衣柜即要定制。诸多品牌都在火拼材质、环保、价格……定制品牌进入有鲜明个性发展的时期，不差异不品牌。在成都顶固衣柜，品牌差异优势则体现在团队的细节服务营销。雷晓燕及其团队擅长紧密结合顾客需求推介好的产品，同时还在与顾客沟通过程中找到共鸣点，用真诚服务及专业知识打动顾客，促成购买行为。



SMILING SERVICE

2014年，有一个客户，初到店面，走马观花般看完店内产品，购买欲望极低。雷晓燕当即承诺先免费测量、出整套设计方案，客户半推半就答应了店面的测量设计请求。带着设计方案，雷晓燕及其团队多次走访客户，耐心讲解方案，认真听取了客户的需求及建议，从衣柜到入户柜，从家居产品布局到空间利用率的把控，从家装风格到软装搭配，设计师不厌其烦一遍一遍修改方案细节。最后一次走访时，雷晓燕及其团队在大冬天，冒着冷雨，在饥寒交迫的情况下依然坚持送来完美的全屋定制设计方案，让客户内心备受感动。最后，客户终于签下59万订单，放心地选择了顶固。

无独有偶，2014年9月，客户慕名前来，雷晓燕及其团队依然用心提供服务。从最初拿到户型图开始做方案，现场测量10次以上，从成都到广州确认柜体结构2次，到最后细节的一而再，再而三确认，直到2015年5月15日150万货款汇入账户，长达9个月的用心服务，终于促使大单尘埃落定。功夫不负有心人，正是用心、真诚、细致的服务，让客户感受到了顶固人的专业和诚信，让客户切身体会“顶固，让您放心”的理念。

在雷晓燕看来，对细节的关注就是对顾客的至诚关怀，服务的核心在于细节，于细微处见真章。对广大消费者而言，细节服务是一种至尊的体验，更是一种内在文化，是真心、真诚的和谐呈现。正是拥有此特质，才得以让成都顶固衣柜业绩节节攀升，领跑于同行。雷晓燕及其团队的用心付出带来了源源不断的客流，客户介绍率达30%，更有客户在微信群里称赞道：“用心服务是顶固的灵魂，感谢顶固的工作人员给我们的生活带来舒适和美感。”这无疑是最的激励和肯定。

PERFECT TEAM

没有完美的个人，只有完美的团队

“细节决定成败”，这是雷晓燕经常对团队说的一句话。成都衣柜团队活力四射，青春无限，但是却丝毫不随意，言行举止中，分寸得当，这离不开雷晓燕对店员的严格要求。每天晨会之前，所有店员必须按照要求，统一形象，包括导购服装、丝袜搭配、工牌佩戴等。此外，雷晓燕还要求所有店员做到来有迎声、去有送声，尽可能提供舒适的体验和体贴服务等。

在雷晓燕看来，店长是示范者、带头人，不仅要有胸怀，还得有情怀。这样“有情怀”的事例不胜枚举：有的店员感冒了，病情比较严重，雷晓燕当即让他回去休息，由她自己帮着顶班；即使碰上店里最忙的时候，有的店员有急事需要请假，雷晓燕也会主动

帮着顶班……有的人觉得这是纵容，但是在他们的团队里，雷晓燕的行为反而促使他们更自觉、更具有责任心。在雷晓燕的影响下，有的店员不好意思让雷店顶班，往往带病工作；即使遇到突发状况，员工依然先尽力自己解决而不是轻易请假。还有一次，有位店员面临刚需购房压力，同时还要养育两个小孩，经济压力非常大。雷晓燕得知情况后，毫不犹豫借了几万元给他，解其燃眉之急。店员感动不已，从此把她当作亲大姐般对待。

雷晓燕强调，没有完美的个人，只有完美的团队。有了完美的团队，才有了自我价值的存在。这种相互依存的关系让雷晓燕始终坚持做到“先人后己”，因为她坚信：有付出，必定有回报，工作如此，友情亦如是。



在九月初的成都顶固衣柜6S项目中，仅仅五天时间，雷晓燕及其团队再次斩获订单超40单，销售业绩超160万，展现了团队的激情与活力。在顶固，一种象征活力与激情的“雷店”精神正在形成，凭借这种精神和韧劲，业绩不断被刷新记录。在全国，这样的团队在不断地被模仿、复制，形成了顶固强大的终端力量，造就了顶固品牌欣欣向荣的繁荣景象。

【“雷店”精彩语录】

▶ “当失败再一次对我拳打脚踢，当我再一次被打击得遍体鳞伤，当一切困难向我席卷而来时，我擦干了流出眼角的泪，拍拍身上的尘土，告诉自己我不能认输。”

▶ “大的事业不是靠力气速度和身体的敏捷完成的，而是靠性格意志和知识的力量完成的。”

▶ “成功就是把复杂的问题简单化，然后狠狠去做。”



DOUBLE FESTIVAL 顶固开门送柜

<重要的事情说三遍>

今年中秋国庆挨着过，顶固“柜花”在店恭候，中秋国庆开门送柜！送柜，送柜，送柜！全国众多业主，喜大普奔，奔着顶固“柜花”而来，赏月吃饼看柜花，关键是省钱呐。众看官，且看各地发来喜报！



别样会展，轰动全城——深圳9.25会展中心展销会，有歌有舞更有小提琴

9月25日-27日，深圳顶固在深圳会展中心举行了为期3天的大型展销活动，行业的大品牌悉数到场。我们有热情的服务，更有多才多艺的礼仪小姐，她们会拉小提琴，会唱歌，会跳舞，就像我们顶固衣柜一样内外兼修。现场客户对顶固衣柜赞不绝口，加上优惠的价格，业主纷纷的露出满意的微笑。

激情砍价，大获全胜——进贤滨湖大酒店砍价会精彩回顾

9月26日，进贤顶固联盟专场团购砍价会在滨湖大酒店火热进行，到场将近500人，顶固家人们提前一个多月准备，广结网络、店内外、小区以及家居城周边等地客源。为保证活动效果，进贤顶固还请了大量临促人员在繁华的路段进行活动宣传。活动中进贤顶固卖卡近70张，高居联盟卖卡榜首，经过区域经理与砍价师的博弈，最终成交近四十单，活动大获全胜！

临场比价，斩获惊喜——9·13延安比价日

延安顶固携手德尔地板等十多家国内一线家居品牌，在延安宾馆举行“比价日”主题促销砍价会，现场签到150户。虽然是临时决定参加本次活动，缺乏客户蓄水，但家人们抓住顶固衣柜的主要卖点，发掘客户关注点，配上全屋定制实景图，再加上十一“开门送柜”的优惠政策，现场斩获55单。

顶固衣柜盛夏绽放连云港 GRAND OPENING

近期，顶固衣柜连云港新浦区红星美凯龙店盛大开业，2015年衣柜新品发布会同时启幕，顶固定制家居新品七大系列如一颗璀璨的明珠，绽放连云港建材圈。从早上10点开始，一直到晚上结束，庆典晚会都紧张而有序进行，业主朋友们既享受到了工厂开业优惠，又感受了顶固6D阳光服务，乘兴而来，满载而归。

为更好服务广大业主朋友，本次开业活动分三阶段：第一阶段，针对已量尺的业主朋友，主要以确认方案、参观新店展品和2015新品，抽奖、享优惠为主；第二阶段，针对意向客户，重点介绍顶固衣柜第五代全新店面以及2015年新品发布图



顶固衣柜连云港新浦区红星美凯龙店盛大开业

片；第三阶段，邀约所有下单客户、意向客户、建材商圈朋友等其他合作伙伴，感恩答谢。活动全天签单近100户，定金达150多万，晚宴人数300多人，创下行业商圈销售神话。

高颜值，多优惠，优服务，真心意，大牌，大场面，彻底震撼了“海港山城”连云港这座城市。晚会最后，全体顶固家人以《谢谢你》手语舞蹈，感谢现场客户对顶固的认可与支持，全场掌声不断，欢呼不断，顶固衣柜在连云港新浦区红星美凯龙华丽登场！



长春顶固:借东风 战“双节” PROMOTION

今年9月底，顶固公司经过数月的不懈努力，与恒大地产正式签署战略合作关系，为广大消费者提供高品质的家居生活。长春顶固在获悉这一喜讯后，第一时间提前作战略布局，与恒大长春分公司开展合作，率先在长春的各个恒大楼盘营造良好的氛围。

借着这阵“东风”，长春顶固的小伙伴们每天积极奔走各小区，热情洋溢地向广大的业主介绍我们顶固衣柜的产品，为消费者提供“精英顾问、精致设计、精准安装、精心维护、精良品质、精诚物流”的金象6D服务，以及传递“高端衣柜顶固范”的高品质生活理念。在小区宣传过程中，我们的金象6D服务理念也日益被消费者所支持和肯定，也为我们顶固衣柜在中秋国庆双节的促销活动中提供了强有力的支持。

当全国各地深陷满城尽堵、卖场冷清“十一”假期时，长春顶固逆势而上，在短短的七天时间里收获了50多位业主家庭的满意答卷，同时更是收获了超过200万元的销售业绩。①



Store promotional hot highlights 顶固五金市场掠影

顶固五金智能锁 专场培训(济南站)圆满落幕

8月12日-14日, 2015年第四期顶固五金智能锁专场培训(济南站)在山东济南圆满落幕, 来自济南附近的20多家经销商参与了此次培训, 本次培训历时三天, 旨在培训经销商队伍, 学习智能锁产品知识、售后安装服务知识, 并与经销商深入探讨智能锁经营策略, 小区推广与密集分销突破思路, 大家齐聚一堂, 勤练内功, 共享智能锁发展方略, 全方位超越自我。



顶固五金智能锁小区推广活动火热进行中

顶固五金智能锁小区推广活动先后在长沙、济南等地火爆, 好消息源源不断地从全国各地传到总部, 济南站的销售业绩如芝麻开花节节高, 光是周日一早上就卖出了10把智能锁。买门锁何必舍近求远, 小区楼下就有“中国智能锁十大品牌”——顶固智能门锁, 安全、便利, 免费试用还送大礼, 这周末就去买了把!



(长沙站)



(济南站)



顶固五金首届双抢节, 抢现金红包, 抢免单大奖!



9月10日到10月7日, 顶固五金中秋国庆双抢节, 整整一个月的活动时间, 除了爆款工厂价、双节折上折, 还有精彩纷呈、诱人的抢红包、抢免单线上活动, 估计正忙着装修的准业主们都忍不住去建材市场逛一逛, 粉丝们纷纷掏出手机查看活动详情, 摩拳擦掌, 准备在双抢节大显身手!



顶固门业的终端奔跑

7-9月是建材市场休整与调整的重要时期, 马上将会迎来建材市场的鼎盛时期“金九银十”, 由于天气炎热, 客户装修进入了疲软期, 再加上没有重要节日出现, 所以很多的建材终端门店都会选择在这个时候进行内部调整, 然顶固门业终端门店依旧没有放过, 在重视店面内部调整的同时, 市场活动依旧在如火如荼地开展, 顶固门业终端市场依旧活跃!

七夕, 随着中国人民对于中国传统文化的重视, 逐渐衍升为一大热点促销时期, 顶固门业借此推出七夕有约之“相遇一刻、相伴一生”的终端促销活动, 一改往日劲爆降价的路线, 走温情品牌传播路线, 得到了广大终端经销商的积极响应。这也是全新升级的顶固门业第一场促销活动, 取得了不错的成绩。



8月22日, 江西贵溪展开了一场盛况空前的联盟砍价会, 本次活动集合了贵溪众多大品牌联合行动, 顶固门业等12家一线品牌参与其中, 本次活动集结了当地200多户业主, 现场活动异常火爆, 现场签单259单, 顶固门业作为贵溪新晋品牌, 也取得了不错的成绩。

9月13日, 一场主题为“中国建材直销博览会”的大型联盟团购活动在江苏射阳举行, 顶固门业等21家国内高端建材品牌参与其中。一线品牌联盟、超低价格, 应该能够吸引众多射阳消费者的广泛关注, 然而小编得到的反馈消息是“然并卵”, 所到业主不多, 人气萧条, 那小编为毛还要报道呢? 哈哈~其实不然, 顶固门业作为射阳新入驻品牌, 可以说是这场活动最大的赢家, 把本次联盟其余几大门类企业远远抛诸脑后, 小编不赞, 谁赞呢? 射阳顶固是新加盟的门店, 还处于上样阶段, 本次活动完全是处于试水阶段, 只用了顶固中空门作为活动产品。在射阳团队的不懈努力之下, 在员工一个个积极主动拉单的行动下, 射阳顶固门业取得了瞩目的成绩, 签订订单20单以上, 顶固门业的产品品质、款式得到了射阳消费者的广泛喜爱, 相信未来一定会做得更好!

那些年，我们碰到过的 奇特衣柜 STRANGE WARDROBE

hello, 大家好, 我是顶固衣柜电子商城的小固, 很高兴又和大家见面了~时间过得好好快啊, 一眨眼我从诞生到现在已经9个多月了。在这几个月的时间里, 我的变化可是很大的哟, 除了“内涵”不断完善和丰富之外, 最大的收获就是满足了很多喜爱顶固衣柜业主们的需求, 为他们提供了很多各式各样符合心意的定制衣柜。每次看到他们流露出对定制衣柜的喜爱之情, 表示以后如果定制衣柜一定会再上小固这里预约的时候, 小固就觉得之前做的所有努力都是值得的了。



我接受5到咯!!

而且, 小固还从其他方面收获了很多快乐, 其中不得不提的就是有时候有些客户的设计要求真的是让人看到都忍不住吐槽, 连设计师设计完后都表示确实与众不同。

不多说, 现在让我们来看看这些连设计师自己都觉得很奇特的定制衣柜究竟是什么样的吧~

一、衣柜神马的还是宽点好, 反正放得下, 还能装多点东西不是?

每次看到这个衣柜的时候, 我脑海里总是不自觉地模拟设计师和客户之间的对话:



客户: 设计师, 我比较喜欢这个类型的衣柜, 能帮我换下颜色, 两个同样的组合起来, 原来两层做成三层的, 最下面一层再加宽一点可以吗?

设计师: 可以, 那我在最下面一层旁边再帮你加一个矮柜吧, 这样行吗?

客户: 加一个感觉还差点, 能再加宽一点吗?

设计师: 额, 那在最下面一层帮你加两个柜子吧, 这样可以了吗?

客户: 我要放的东西比较多, 两个可能还差点, 能再加宽点吗?

设计师:三个够了吧。

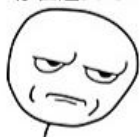
客户: 我仔细想了想, 感觉可能还要宽一点。

设计师:



最后实物豪华加长特别版十二开门柜....

你在逗我吗?



在这里小固很想知道, 如果这个客户的阳台再长一点的话, 会不会把柜子设计成, 十六, 十八, 甚至二十开门柜?



二、谁说衣柜里面就一定要收纳衣服的, 我收个热水器不行?



热水器君表示, 有个地方住真好, 冬暖夏凉的好舒服呀~不过在这里小固有个问题想问, 你把热水器藏得这么严实, 洗澡的时候方便吗?

可能有些人看到这个设计只是觉得有点奇葩, 仔细想想好像也并不是不能接受嘛。那小固只能说, 下面这个设计绝对会让你对其主人的奇思妙想进行膜拜了。



看到上面这张图时, 我想有很多人会有疑问了, 咦, 这不就是一个普普通通的漂亮的柜子吗, 有什么好奇怪的?

哎, 如果有人这样想的话, 那小固只能表示各位还是too young too simple呀, 有些东西不能单看外表就下结论的。说那么多可能大家还是有点不太明白, 那下面还是让事实来说话吧~



对, 你没看错, 不用怀疑自己的眼睛, 这衣柜柜门后面就是一个厕所.....小固无法想象这个客户当初要求这样设计的初衷是什么, 如果衣柜后有厕所那衣柜中间部分就可以直接不要嘛, 这样拿衣柜门当厕所门, 容易误导别人的行为, 真的好吗?

小固只是想就觉得有些画面太美我不敢看: 当亲戚朋友到家里面来玩的时候, 看到这个柜子, 都会称赞一下: 好漂亮的衣柜呀, 我能打开看一下吗。接着打开一看, 呃.....这怎么是个厕所, 难道是我的打开方式不对吗? 然后进入痴呆状态,



开始怀疑自己的眼睛进而怀疑自己的精神是不是出现了幻觉.....你只能亡羊补牢: 这只是你的打开方式不对, 要打开另一边。好不容易才把他们崩溃的思维给拉回来。



又或者, 当家里有孩子来玩的时候, 如果他们听过纳尼亚传奇的故事, 忽然有一天突发奇想, 这里的衣柜里面会不会也有一条路通往纳尼亚世界呢, 然后就开始翻找衣柜。当他们找到这个衣柜的时候, 打开柜门一看, 哇, 真的有一条路耶, 难道我们也能到纳尼亚世界吗? 接着进去一看, 额, 怎么是个厕所.....现实又给小朋友们上了一课, 衣柜里的不一定都是童话世界, 或许只是个厕所.....



撇开这些不提, 其实有一点小固很想知道, 虽然顶固衣柜的密封性能很好, 但这样厕所中的气味被封在衣柜中, 对其他空间内的衣服真的没影响吗?

哈哈, 看到上面这几个奇特的定制衣柜, 大家是不是觉得很有意思呢? 其实不管正常柜还是独特柜, 适合的就是好柜, 这才是定制衣柜的意义所在。上面吐槽大家权当一笑就好了, 如果家里有需要定制衣柜时, 还是请上小固这里多看看, 小固在等着你们哈! ①

更多详情请登录顶固衣柜官方商城: www.dinggu.com.cn



亲,这款门锁有货吗?

PURCHASE GUIDE

科技达人:亲,刚上市智能锁天锐系列,我家木门可以装吗?

顶固五金:亲,您好!可以装的哟,智能锁天锐系列适用于木门、防盗门。

科技达人:半导体指纹传感器有什么厉害之处吗?

顶固五金:相比现在常用的光学指纹传感器,它的指纹识别速度快、杜绝假指纹更加出色。

科技达人:从你家买锁,包安装吗?

顶固五金:亲,这个可以放心,顶固五金一直推崇“无忧服务”,等您收到货后,和我联系,我就会给您安排安装师傅上门服务。

科技达人:亲,这款门锁有货吗?包邮吗?

顶固五金:亲,因为智能锁天锐系列是新品,货源相对没那么充足,如果亲看上了,就赶快下单哟,我们是全国包邮的,运费的事完全不用担心。

盼星星盼月亮,终于等到顶固五金天猫旗舰店的2015年新品发布会,不负众望,有科技达人们最期待的顶固智能指纹锁天锐系列。自从天锐系列上市后,旺旺咨询直线上升,类似以上的旺旺对话应接不暇,想把天锐系列带回家,得拼网速拼人品拼速度的!

为什么智能锁天锐系列会如此受欢迎呢?它是居家门神,可以防小偷、防坏人,护宅安全;它是钢铁侠,具备防锯、防撬、防冲撞三防不锈钢锁体,小偷难以攻克;它是大白,温暖、贴心,科技感十足,给你妥妥的安全感。顶固智能锁天锐系列,8月震撼上市,顶固五金天猫旗舰店独家有售!

九大优势,颠覆行业的指纹锁

① 半导体指纹传感器

采用国际领先的半导体指纹传感器,先进的活体指纹识别验证算法技术,手指适应性强,全面杜绝假指纹。



② 高强度钻石触摸屏

高强度钻石触摸屏,智能高灵敏触控体验,尖端科技,触手可及。



③ 全方位安全体验

支持伪密码防窥视保护、防撬报警、非正常开门报警、低电压报警、安全开门模式、应急电源等,以细节设计带来全方位智能安全体验。



④ 真人语音引导

温馨细致的真人语音引导,便捷的操作体验,人机互动简易,人性科技更贴心。



⑤ 智能安全开启模式

开启安全管理模式,指纹+密码,双重身份验证,倍增进入条件。



⑥ 304不锈钢一体成型

采用不锈钢一体成型技术,优越的防腐性能,镜光与拉丝两种表面处理设计于一体,互相映衬,历久弥新,质感十足。



⑦ 精铸不锈钢锁体+三防设计

锁体传动及锁舌部分全部使用不锈钢精铸,离合器采用金属齿轮与外壳,具有防锯、防撬、防冲撞三防功能。

锁体根据国家防盗标准设计,关键核心部件采用304精铸不锈钢:一锁四向调节,左右内外可任意调节;上调式三叉锁舌设计,具有防锯、防撬、防冲撞三防功能;标配带天地钩的铁门锁体,可选配无天地钩的木门锁体。



⑧ 特殊把手结构

双轴承零间隙配合游离式把手结构,可有效防止暴力破坏,避免出现把手下垂现象。



⑨ 超B级防盗性能

天锐系列/铜显本色
以绝对优势,领跑五金行业
Intelligent hardware leader

⑨ 超B级防盗性能

采用超B级防盗锁芯,确保卓越的防盗性能,全方位保护家居安全。

亲,顶固智能指纹锁天锐系列,304不锈钢本色之作,不锈钢拉丝、红古铜两种表面处理,顶固五金天猫旗舰店(<https://dingguzs.tmall.com/>)独家有售哦!新品首批订货数量有限,欲购从速!⑩

DISTRICT PROMOTION

小区推广三步走

济南顶固智能锁小区推广案例分析

第一步 小区推广前期准备

第二步 小区推广活动执行

第三步 小区推广总结与延伸



在智能锁产品的营销推广体系中，能够主动引导消费者认知、体验到智能锁产品功能及便利性的小区推广模式已无可非议地成为目前阶段智能锁产品推广的最为有效的模式。基于此种情况，顶固集创家居五金事业部推行了一系列的新政，将智能锁小区推广工作列入事业部下半年重点开展的工作，并在全国部分城市进行了试点。根据公司安排，笔者全程参与了8月份举办的智能锁小区推广济南站活动，现对整个活动的策划、组织、执行全过程进行回顾，并据此总结了部分经验及教训，以求与大家共勉。

第一步 小区推广前期准备

智能锁小区推广济南站前期准备工作共花了六天时间，经销商在前期已经选定了两个条件合适的备选小区，并做过前期调查与沟通，因此小区实地考察及物业公关只用了三天时间，其余时间就是促销方案的制定及物料的制作。不可否认的是，由于对各环节工作进度把握不到位，济南站的前期准备工作较为仓促，其中包括团队组建工作迟缓、从总部采购的物料没有及时到位、小区调研工作进行的较为粗略等。据此，我总结了如下几点：

一 团队组建——打造精锐虎狼之师

经销商要开展小区推广工作，组建专业团队是首要工作。经销商可根据所在城市常住人口数量以及经济发展水平，组建3-15人规模不等的专职小区推广团队，其中3人是基础配置，城市人口数量越多，人员数量就要越多。例如济南这种常住人口数量在500万以上的城市，至少需要12人的专职小区推广团队。而目前济南的小区推广团队仅有2名成员，独立开展一场小区推广活动都稍显不足，好在本次活动事业部派出四名专职人员全程参与、协助，保证了本次活动对人员的需求。

其次，小区推广团队要健康成长，必须要制定合理的薪酬及激励体制，建议底薪加高提成，激发团队成员的积极性。只有团队的每一个成员都能积极地、全身心地投入到小区推广活动中，小区推广活动才能成功。



(小区推广人员组织架构)

岗 位	基本工资	月度或季度 绩效评工资	提 成
负责人（经理）	4000元/月	每月或季度 队工作表现 进行绩效考核	总销售金额的10%以 内团队计提，由负责 人制定每次分配方案
专职销售	2000元/月		
临促人员	按天计算，每次活动结束后结算工资		根据表现及销售总额 适当奖励

(小区推广人员薪资参考)

三 前期调研——知己知彼，百战不殆

智能锁产品小区推广，对于小区的选择尤为重要，甚至可以说小区的选择直接决定了小区推广活动效果的好坏，必须要根据我们智能锁产品的定位及消费群体进行小区的调研及筛选。小区调研的内容主要包括以下几点：

- **小区的档次：**济南小区推广所选择的小区是目前济南定位最高端的小区，客户的购买力都是毋庸置疑的。我们的智能锁产品是高端定位产品，要求客户有较高的购买力和消费水平，因而中高端小区是我们进行智能锁小区推广的首选。
- **品牌接受度和知名度高的小区：**在济南的小区推广活动中，我们选择的小区——海尔绿城，这里每期工程都同顶固有合作，其中即将交房的高档别墅区内部精装修就选用了顶固衣柜及顶固五金，因而这里的业主对顶固的品牌都有一定的认知，这为后期小区推广活动的开展奠定了良好的基础。
- **小区的开盘、交房时间及入住率：**一般情况下，智能锁小区推广选择的小区在三到十年、入住率在80%以上的高档成熟小区。这类小区的入户门锁相对来说比较老旧，安全性有所下降，对智能锁的接受度和需求度较高。
- **竞品活动情况：**在济南的小区推广前期的调研过程中，我们也遇到过这种情况，有个小区已经进驻了其他品牌智能锁进行长期的宣传推广，物业拒绝其他智能锁品牌入驻，因而我们最好挑选没有其他品牌智能锁入驻的小区。
- **物业公司：**因为顶固之前与海尔绿城有过工程项目的合作，同物业的关系也非常良好，因此物业公关阶段非常顺利，并且免除了初次活动的场地费用。
- **小区原有入户门的规格及锁型：**济南顶固的安装师傅反映，他们之前在海尔绿城安装过几户智能锁，因此在安装扩孔方面都非常熟练，这为后期安装节省了时间，同时也体现了顶固的专业。

楼盘基本信息调查表			
楼盘名称		地 址	
开 发 商		物业公司	
房 价		楼盘档次	
工程期数		开盘时间	
交房时间		入住时间	
入 住 率		户 数	
门锁互换性			
防盗门品牌及锁互换性			
顶固品牌知名度			
竞品活动信息			
小区推广广告条件调查			
同物业有无合作		场地费用	
广告投放费用		广告投放周期	
可用广告位状况及广告投放效果评估			
活动场地条件（有无灯光、是否提供电源、人流量状况等）			

（楼盘信息调研参考表）

三 制定方案——周密部署，掌控全局

选定要进行智能锁小区推广的小区后，我们要根据考察所得的信息，确定智能锁小区推广的一个具体可执行的方案。这份方案需要包含以下几个方面：

- **活动的主题：**原定的活动主题是“免费试用”，但由于海尔绿城小区原本的入户门锁是普通的机械锁，如果免费试用，需要大面积扩孔，将来旧锁装回去后锁孔会堵不上，这样难免有强买强卖的嫌疑，因此最后济南小区推广选择了“以旧换新”的主题。
- **广告推广：**主要是前期的预热，最少提前3天在小区内发布广告（电梯、宣传栏、车闸广告、条幅等），散发单页（报纸夹页、信箱、车库出入口等）。此外，还可利用网络进行前期的宣传及蓄水，如潜入小区的业主群，同群主建立客情关系，让群主协助进行宣传和引导等，但是这种方法也要视情况使用。此次济南小区推广活动，由于各种原因，前期线上线下宣传都基本没有，如果能够加以完善，相信活动效果会更好。
- **活动场地：**最好选择小区入口的位置或小区内的广场，以保证人流量，这需要前期细致认真地考察小区的人流情况。济南海尔绿城这个楼盘分为好几个园区，每个园区又分别有两个入口，因此人流量很难集中。综合考虑，我们在做活动的时候选择了小区内一条相对较为热闹的小型商业街旁边的入口作为活动地点。其他经销商在进行活动时，若遇到这种情况，可安排临促人员去其他入口处派发宣传单张进行集客。
- **小区推广具体政策：**如免费试用顶固智能锁，需要哪些流程、后期对试用的客户如何进行回访、当客户试用后如果拒绝购买如何应对等等。
- **有效的产品和价格组合方案：**顶固智能锁是高端定位产品，价格太低会影响店面销售，太高又会影响小区推广的效果，因此需要经销商综合各方面因素以确定合理的产品和价格组合。在济南小区推广过程中，定价远低于店面销售水平，也有客户打电话去店面进行咨询，在这种情况下，首先店面要抗拒住压力；其次，在同一个小区的活动时间不能持续太长、间隔太短。
- **活动具体时间及人员安排：**确定好时间有利于活动进程的控制安排，最好能够有专门的团队来进行整个小区推广活动流程的跟进和完成，包括人员的分工和计划安排。济南站小区推广活动中，人员虽有分工，但是并没有做到每个人分工细致明确，这一点其他经销商在做活动的过程中需要特别注意，人员分工一定要细化。
- **活动售后及回访方案确定：**小区推广活动的售后服务非常重要，它关系着下一场小区推广活动的成败，而有效的回访工作也可以促成意向客户成交或为后续的小区推广工作蓄水。小区推广不同于店面销售，因此在活动前一定要做好安排，保证在小区推广活动中提供给客户有效的售后服务联系方式等信息。

四 物业公关——搭桥铺路是关键

确定好具体的推广方案后，需要从方案中提炼出另外一份简化的方案，用于同物业方面进行沟通和协商，这是智能锁小区推广能否顺利开展的关键步骤。物业经理一般能决定是否允许我们入驻，并在场地费用、场地选择及广告宣传选择、物业支持配合等工作方面有决定权，因此对小区物业管理决策人员的公关工作十分重要。如果能够同小区物业建立良好的客情关系，将给今后在该小区进行后续的推广活动减少许多麻烦，甚至节省不少的人力物力。在小区物业公关过程中，除了要与小区物业打好关系，最重要的还是要确定以下几个方面的细节：

- **费用问题：**包括场地租用、各类广告位等方面的费用问题。
- **场地布置：**包括电视音响的使用、广告单页的散发、活动现场场地占用的细则等。
- **同物业的合作方式：**可以考虑将物业发展为一个分销渠道等。

济南小区推广的物业公关环节非常顺利，究其原因，主要是以下几点：第一，济南顶固曾与该小区有过工程项目方面的合作，在前期已经与物业建立了良好的客情关系。第二，顶固五金产品在该小区，乃至济南都有着非常不错的口碑。第三，济南顶固在售后服务方面做得好，因此小区物业及业主方面对顶固的售后及品质非常放心。

五 物料准备——兵马未动，粮草先行

在同物业沟通好细节之后，要对活动方案进行细节上的调整，并开始准备相应的物料。其中部分物料如帐篷、抽奖箱、横幅等可以在方案出来的时候就开始着手准备，其他物料可以在同物业沟通后在进行制作，但活动主画面设计稿必须提前确定好。

小区推广的必备物料包括：帐篷*2、背景喷绘*1、桌子*2、一体机、宣传单页、龙门展架*6、赠品贴、价签、赠品堆头、统一的促销服装等。》

六 广告预热及客户邀约

至少提前三天开始进行广告预热及活动蓄水，安排相关人员布置横幅等小区内相关广告位、发放单页广告。此外，可以通过以前店面积累的客户信息对该小区的客户或附近小区客户进行邀约，但是在这个过程中一定要注意话术，否则很容易引起客户的反感。

济南站小区推广活动在进行之前，济南顶固智能锁小区推广项目负责人张经理整理出一份海尔绿城顶固老客户（衣柜及五金）信息表，但是由于活动时间安排太过紧凑，因此老客户邀约蓄水这一环节被搁置。其他经销商如果要进行这一环节，话术是非常重要的，最好是以回馈老客户、提供增值售后服务为噱头进行邀约，效果会更好。

第二步 小区推广活动执行

俗话说得好：“三分策划，七分执行。”在济南站小区推广活动的执行过程中，我们也遇到了一系列的问题，比如：现场工作人员太集中、分工不明确，导致很大一部分客流都是靠近活动场地的两栋楼的住户；第二就是提前没注意天气，这样原本计划进行两天的活动因为暴雨事实上只进行了一天半，而且还报废了一部分宣传物料；另外在物料的布置及网络营销的运用方面也存在缺陷。

在这里总结为以下几个要点供大家参考：

一 人员分工——细化合理

在小区推广活动中，人员分工一定要细化到可执行，比如：可安排两到三名临促人员，最好是女孩子，进行派发单页、集客，以保证客流量。其余销售人员（男性），约两到三名，为顾客进行讲解、演示。

另外促销人员的积极性和耐心也很重要，很多顾客在咨询的时候，会一遍又一遍的重复同样的问题，这时候就需要促销人员耐心地做讲解，因为很多顾客可能就冲着促销、导购人员的耐心和态度直接下单。还有一点需要注意的就是促销人员的服装，要统一，否则会在视觉上给别人一种不规范的感觉。

二 导购话术——围绕关键点

在小区推广过程中，我们会遇到各种各样的顾客，但是我们的导购话术要一直围绕着产品的卖点来，所有人员均使用统一的话术也是促进顾客成交的关键要素。

三 关注天气——规避突发状况

根据天气安排小区推广具体日程及突发状况应对措施，避免因天气原因影响正常活动。在济南小区推广的第一天，中午下了暴雨和冰雹，虽然抢救及时，但是仍然有一半的龙门展架被损毁，导致第二天的小区推广活动整体展示效果有所欠缺。

四 现场物料——活动效果展现

现场最好配备一台一体机进行家庭安全防护知识、锡纸开锁等视频的播放，据了解，不仅仅是济南，其他几个城市在小区推广过程中，均没有用到一体机，因此活动宣传在听觉与视觉效果上就打了折扣。



此外，此次活动的赠品堆头做得并不显眼，其他经销商在做小区推广的时候一定要注意这一点，并且在赠品的选择上必须要有技巧，不要太贵，但是要是足够实用、吸引人，最好是一些小家电如豆浆机等，每个小区情况有所不同，可视具体情况进行具体安排。济南小区推广过程中，原本方案定的是成交后有一次抽奖机会，一等奖是1500系列的磁卡锁（可补差价换指纹锁），二等奖是高档不锈钢密封罐，三等奖是顶固的三号大猫眼（包安装）。在活动过程中，抽奖环节没有进行，但是猫眼却非常受欢迎，到后来甚至有人直接来购买猫眼，因为这个小区的入户门上原本是没有猫眼的，而一般情况下去购买猫眼商家都不包安装，因此在济南的这次小区推广活动中，作为礼品的猫眼起到了很大的集客作用。由此可见，礼品的选择也非常重要。

五 线上线下结合

在现场小区推广活动中，很多顾客有意向购买，但却不能立即做出购买决定，在这个时候，微信推广就非常必要了。顶固五金事业部围绕此项工作已策划出了小区微众营销方案，将在全国范围内小区推广工作中进行应用。

第三步 小区推广总结与延伸

智能锁小区推广是一项需要长期坚持的工作，半途而废的话不但浪费传播资源，而且为别的品牌做了“嫁衣”，也伤害团队积极性。在每一次的小区推广活动结束后，经验和教训的总结是必不可少的。此外，小区推广团队也需要通过一次又一次的实践与总结来不断成长、进步。小区推广的后续与延伸基本可以分为以下几个方面：

一 后续推广

小区推广的后续推广活动可分为线上和线下两种，线下活动主要是在除此活动后间隔一定的时间再次进行的小区推广活动。

线下的后续与延伸，原则上以（1-2）个月为间隔周期，每年在选定的一个小区间隔性地安排4-6次，初次活动时间以十天左右为宜，之后每次五天左右。



小区推广活动	第一次	第二次	第三次	第四次
间隔周期	——	第一次1个月后	第二次1-2个月后	第三次1-2个月后
为期天数	10天	5-7天	5天	5天

（小区推广活动间隔时间安排表）

线上主要是指通过活动中积累的意向客户资源来进行后续的推广与销售工作，主要包括电话回访和微信群营销。

二 与物业的后续合作

济南小区推广活动前期在物业公关环节，同物业达成协议，活动结束后在物业办公处放置两个X展架做后续宣传，卖出的智能锁给物业抽取一定的提成。这个形式非常值得借鉴，其他经销商在进行小区推广的后续工作时也可参考这种形式。值得注意的是，前期一定要把方案做好，在产品定价、活动策略方面一定要和小区推广相结合。

三 客户回访与维护

在成交后一到两个月对客户进行回访，为老客户答疑解惑。安装师傅在安装完成后，要主动留下售后服务电话，方便客户遇到问题时进行咨询。此外，还可以以返现、礼品、质保的形式鼓励老客户介绍新客户，作为小区推广后续工作的延伸。

智能锁小区推广活动任重而道远，然而它的前景也是非常可观的。顶固智能锁要想在今后的智能锁市场上占据有利地位，小区推广必定是最为便捷、低投入的途径。小区推广三步走，只要用心一定能够成功。❶

开学到现在已有数日，我们从广州培训时的信誓旦旦，热血沸腾，逐渐恢复到平静当中。思绪也由繁华的大都市，拉扯回到大西北荒凉的山村小学。经过简单的收拾，我们又投入到繁忙的工作当中。

MAKE A DREAM COME TRUE 拔地而起的，是梦想

文/甘肃临夏县榆林镇固希望小学校长 常启虎

开学了，又和孩子们见面了，感觉一切都那么美好。看到孩子们天真的笑脸，我很欣慰。走进教室的那一刻，我们告诉自己一定要做一位明师，因为在这个暑假里我们参加了广东顶固集创家居主办的《师道人生》培训，这次培训对我们产生了极大的影响，李显锋老师让我们明白了教师的使命：让孩子们懂得敬畏生命，珍爱生命，用我们教师的心火点亮孩子的人生。尤其在明理学院的三天让我们感触颇深，我们在教学生涯中遇到了很多困惑，这些困惑一直解不开，直到本次培训，李老師解答了我们的困惑并给我们指明了方向。我们会用心培养每一个孩子，让他们找到生命的真谛。开心，快乐，幸福的成长！

由于我校地处偏远山区，是回汉杂居的地方，生活条件艰苦，学校占地面积狭小，教学资源缺乏，难以适应现代教育的发展。就在困难之际，一双运动鞋，寄托着所有顶固人对山村孩子的关爱；一所希望小学，托起了无数山村孩子的求学梦。有爱就有希望，是顶固人的大爱，才有了榆林镇固希望小学，一个美丽的微笑，一句温暖的问候，成就了山区孩子们生命中梦想花开。一曲高山流水，感动古今，世间因有了伯牙，子期的生命才会无憾，而与顶固为友，今生也无遗憾。

2015年，有了顶固人的帮助和临夏县各部门的大力支持，我们的新学校开工了。项目估算总投资459.02万元，规划占地面积10亩，建筑总面积1376平方米。其中广东顶固集创家居捐款50万元，其余资金县上筹措解决。新校区的门卫室、厕所、学生食堂已完成主体工程。教学楼一半已封顶，另一半正在紧张的施工中。孩子们见到拔地而起的新校区，很高兴也很向往。看到焕然一新的新校园，我仿佛听到了梦想花开的声音。❶



每人都应有属于自己的梦想，不分好坏高低贵贱。如果孩子们能够脚踏实地、坚定不移地朝着梦想出发，我相信终能听到梦想开花的声音。不求每个孩子都做栋梁，但求他们能各尽其能，为社会做出应有的贡献，为此，我们作为教育工作者，矢志不渝。



新学校规划效果图



新学校规划效果图

2009年，顶固正式启动手拉手爱心助学计划，并作出承诺：每年捐建或修缮一所希望小学。截止目前，顶固先后于云南、贵州、青海、河南、江西、甘肃捐建了六所希望小学。顶固第七所希望小学落户湖南，将惠及周边数百名贫困学子，为顶固人爱心之旅上增添了浓墨重彩的一笔。①

1, 2, ……5, 6, 第7所, 湖南!

2015年上半年，顶固第七所希望小学选址和捐建工作如火如荼进行着。收集信息，现场考察，开会讨论……经过严格评选，顶固第七所希望小学最终选定湖南会同盛燕联校。

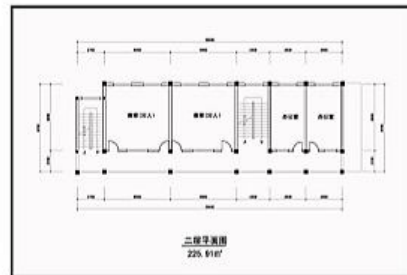
据悉，顶固评选小组在实地考察中发现，该小学的教学环境、操场绿化及配套设施都亟需改善。加之当地村民均为少数民族（苗族、侗族），以山林资源为生，普遍贫困落后。“再穷不能穷教育”，为了给孩子们创造一个安全、舒适的学习和生活环境，经过与会同县民政局、教育局几番商定，顶固第七所希望小学最终捐助对象确定为盛燕联校，顶固将捐赠50万元，用于盛燕联校新校舍的重建及旧综合楼的整体修缮项目。



▲ 老旧的盛燕联校

落后的教学环境 ▶

▼ 新学校规划图





OLD HEADMASTER 最吸引人的老校长

文/品牌管理中心 蔡丽娟

是他的笑容吸引了我；是他的细心和真诚吸引了我；是他的淳朴吸引了我；我忍不住靠近他。

在《师道人生》培训活动中，我作为一名工作人员，全程参与了活动。来自湖南盛燕顶固希望小学54岁的老校长罗胜春给我留下了深刻的印象：他穿着朴素，岁月的皱纹爬满了他的脸，他总是默默的跟在队伍后面。每当我与他对视时，他总是露出灿烂的笑容并说道：“后面没人啦，放心，我不会掉队的！”

是他的笑容吸引了我；是他的细心和真诚吸引了我；是他的淳朴吸引了我；我忍不住靠近他。送别的那天，他坐在大巴车的最后面，与大家不同的是他还穿着我们统一发的培训主题服装，我还没走到后面他就热情的招呼我在他旁边坐下，他告诉我，这几天的旅程令他大开眼界：世界很大，很美！

百事孝为大，百善孝为先

罗校长家有四兄弟，他排老三，家中的老母亲是他心中最大的牵挂。由于工作的需要，他母亲平时是由老四照顾的，但他只要有时间都会去探望。他告诉我：“明天就是我妈妈88岁的生日，刚好赶回去给她过生日，虽然我平常很节省，但是对我的老母亲不管花多少钱我都愿意。”

罗校长说起自己的老母亲，心中的喜悦更是涌上脸庞，眼角的皱纹堆成了一座小山。他的母亲虽然目不识丁，但是却很“聪明”，一般简单的数学题根本难不住他，他说自己也是遗传了母亲的数学细胞，对数学是情有独钟，总会不自觉的去钻研一些数学难题。

做每一位孩子的“父亲”

湖南盛燕顶固师资缺乏，学校只有3个老师，还有一个老师即将退休，只能依靠中心小学老师轮流代课完成教学课程。作为盛燕顶固的老一辈，他身兼多职，既做数学老师又做校园的工作人员，还要照顾孩子们，是每一位孩子的“父亲”。

“山区的孩子很可怜的，记得有一个孩子他发高烧了还来上学，后来我把他送去了医院。那孩子家里很穷，根本看不起医生，孩子们的一些小病小痛经常都是我给他们买药，虽然我也没钱，但是我用的也不多，每个月的工资能省就省，尽自己的能力帮一点是一点吧！”

乐观的面对一切

几天的相处虽然短暂，但是面临“离别”，我还是很感伤，从前期互相的磨合到大家彼此敞开心胸再到离别时的依依不舍，离别的第一站就是将江西和河南的老师送到了广州南站，送别后我难过的望着窗外。罗校长轻轻的拍了一下我，细声的跟我说：“人生会有很多离别，每一次离别都是一次成长，不要害怕它，有缘自会再相见。”

他乐观的心态感染了我，原来山区的孩子只要受了什么委屈都会来找他倾诉，我想做他的学生是很幸福的。在山区教书几十年，他从不抱怨，他说：“有很多老师受不了山区的学校都走啦，但是我不怕，我觉得不管在哪里，不管什么事，我都是开心的，因为只有乐观的面对，事情才会越来越好。”

对于未来，罗校长告诉我：“我还有几年就要退休了，但如果孩子们需要我，我晚几年再退休也没关系，我最大的愿望是希望老母亲长命百岁，山区的孩子们能够走出大山，看看外面的世界！”短短三个小时的谈话，他让我看到了他乐观的心态，对山区孩子无微不至的照顾还有对家中老母亲的孝顺，这三点不正是“师道人生”所倡导的精神内核吗？①



SUBSTITUTE TEACHER 最美山区代课老师

——盛燕顶固希望小学代课老师邓丽萍专访

引言：盛燕顶固位于湖南省会同县正东方向的山区，偌大的校园里只有近50名小学生，目前仅开办有学前班以及1-3年级等四个班。随着学校教学条件日益恶劣，生源也急剧流失。盛燕顶固响应国家号召，大力推动农村义务教育，却面临诸多困难，首要难题便是山村教师的缺乏，盛燕顶固目前仅有三名教师，其中一名老教师即将退休。为维持教学，团河镇中心小学教师纷纷到村代课。

Q=《顶固中国》 A=邓丽萍

Q：您是何时开始代课历程的？因何与山区学堂结缘？

A：我是2014年9月开始不定期到盛燕顶固代课的，我属于团河中心小学的教师，由于盛燕顶固师资条件有限，一个偶然的机会来到了盛燕顶固，自此，总与山区的小朋友有割舍不断的感情，每每想到他们渴望而又期盼的眼神，我很难过。只要团河小学的教学任务完成，我都会尽可能多的时间到盛燕顶固代课，我喜欢和他们待在一起。

Q：选择当代课教师的原因是什么？

A：第一，从小就想当老师，觉得老师是世界上最伟大的职业；第二，想把自己学到的东西传授给学生，学生有了收获，学到了知识，学会了做人，我觉得很幸福；第三，想磨练自己以及帮助更多需要帮助的孩子。

Q：您这两年来当代课老师的心路历程是怎样的？

A：工作一年多来，有过喜悦，有过烦恼，有过绝望，但更多的是幸福和欢乐。盛燕顶固小学大多数是留守儿童，他们对知识的渴望，对外面世界的好奇，让我意识到：原来，孩子们需要我们这样的老师，用我所学，尽我所能，我可以为了孩子们做一些力所能及的事。虽然我不一定有很大能力直接去改变他们的命运，但我们用爱心传递，总会召唤到有爱心并有能力的人加入其中，就像顶固家人一样，他们会伸出爱心之手，帮助需要帮助的人。

Q：到贫困地区代课，您认为最大的困难是什么？

A：盛燕顶固校舍残旧不堪，教学资源匮乏，设施匮乏，师资力量严重不足，条件极其艰苦，导致许多生源流失，或辍学，或转学。代课过程中，我觉得最大的困难是无法深入内心去关怀留守儿童，在他们幼小的心灵深处，他们被迫背上家庭经济困难重担，忍受与父母分居两地的思念，无法好好享受童年的乐趣。

Q：从贫困孩子身上，您收获到了什么？

A：在这工作一年的时间里，我对山区的基础教育有了更深刻的认识。现在是信息时代，如果孩子们小学都不能上的话，他们的人生也许就会非常麻烦。改变一个人，也许不需要太多，一个微笑，一双援助之手，一个关心的举止，一句友善的话语，无不传达爱，让孩子们感受到被爱，这也许会改变其一生。每天面对一些懵懵懂懂的孩子，他们大多数都是一些留守儿童，他们并不笨，很聪明，只是他们成长的环境不同。每天只要看见他们天真的笑脸，我很幸福，课间我看见玩的热火朝天的孩子们，伴随上课铃响一窝蜂的拥进教室，我也能感觉到幸福。

Q：您对盛燕顶固的孩子们有怎样的期望？

A：希望孩子们懂得感恩，做一个善良，有修养，利他的人。最后很想告诉孩子们：学习能改变人的命运，一定要努力学习，山里的孩子要走出大山，再改变大山，真心希望孩子们因为自我的不懈努力，拥有幸福的人生。②



FULL OR EMPTY

FULL OR EMPTY

手机充实了你，还是空虚了你？

文/门业事业部 邓慧君

每天花至少一个小时的时间，刷朋友圈、微博、空间动态和聊微信、QQ，渐渐的我们越来越离不开手机……

和朋友聚会外出用餐，所有人都忙着先拍到一张完美的照片，上传朋友圈之后才开动，紧接着一手用餐，一手拿着手机回复评论，一顿饭下来，不知吃出了什么味道……

每天手机上都充斥着堆等待你去点开的红色数字提示，我们忙碌的点开一个个APP推送，以免错过一条具备八卦槽点的资讯。我们关注着每一个热点，充实着自己的视野和知识，保持有新鲜的谈资。

闲着无聊的时候，拿出手机阅读或游戏，随随便便即可打发好几个小时，手机充实了我们每一分钟的空余时间，即便短短十来分钟的周所时间，离了手机都觉得空虚。

审视一番，无论吃饭、走路，还是睡觉，每一个空隙时间都掌控着手机，不知是你掌控了手机，还是手机掌控了你？到底是手机充实了你，还是空虚了你？

很大一部分人，不是不想脱离手机，只是无法克制自己——每次一放下手机，空虚感袭来，下一刻忍不住再次拿起手机。我们都害怕空虚寂寞，这种由内心深处传来的空落感，精神无从着落的漂浮，需要新鲜刺激来排遣这种心情。这一刻，我们已经面临选择。

如果选择了回到手机打发时间，那么生活将继续下一轮进入空虚状态的循环。而那些没有生活目标，没有精神寄托，比较闲散的人，正是最容易坠入这个循环的人。如果选择跳出这个空虚的圈子，我们需要保持清醒，寻找有意义的、积极向上的事情来充实正能量的自己。

我们可以寻找一项有趣的爱好，摄影、跑步、读书、烹饪，或者去学习瑜伽、有兴趣给自己报个班学点知识，也是一番自我进修，亦或攒点钱抽个小长假旅游去看看世界。每一个过程，不要急于透过镜头拍下来，换手机的时候很多照片都不会被保留的，用心感受，全身心投入才能感受到这份快乐与充实。

我们可以让自己忙起来，到了周末空闲的时候，陪陪朋友或家人，或者在家看看书，坐下来与人谈谈心，语言沟通和笑容传递，最能感染人心。用心去让自己的生活忙起来，精彩起来，生活会变得更丰富有趣。

或许听起来很美好，却感觉有点遥远。但，当你愿意踏出第一步的时候，从那个慵懒无趣的自己脱离出来，真正开始实践的时候，慢慢的坚持下去，你会发现开始已不再浑浑噩噩的空虚寂寞，而是变得越来越积极向上，越来越有亲和力。❶



今夜，我为你吟诵

文/青海城台乡顶固希望学校老师 巨克治

今夜我裹着明月望着遥远的故乡
今夜我带着眼泪望着故乡的孩子
今夜我用无限的深情踏上中山这块厚重的土地
今夜我再也无法宁静自己的心

中山，顶固

今夜

我为我的孩子

今夜

我为我的父老乡亲

双手合十

深深地给你鞠上一躬

今夜我再也无法宁静自己的心

双手合十

为你为我

为天下苍生深深地鞠上一躬

我知道，高原的雄鹰总有搏击长空的那天

我知道，鲜花的芳香总会有那么一天抵达永恒的心田

我更加知道，你总有一天会将这大爱波及千山万水的人间

穿过了平原

跃过了高山

流过了万水

从此你们的爱心

绵绵悠长

万古流芳



大爱无疆大爱稀音

当雄鹰展翅蔚蓝的天际

当小树长成参天的大树

当青海的小溪最终汇成滔滔的江河

我知道，高空的翱翔里有你的期盼

我知道，大树的阴凉下就是你万世的子孙

还有 还有

还有在这珠江的涛声里

我和我的孩子一起将你

长久长久的

吟诵传唱

我的青海

我的中山

我的顶固

还有我深深切切的爱着的祖国

双手高高地举起圣洁的哈达

在经幡木鱼的虔诚里

我用浸透心扉的语言

为你诵读上来自佛祖的六字真言

愿天下的慈悲润泽万物

愿天下的好人一生平安！❷

LATE AUTUMN 写在清秋离别时

文/总经办 黄理玲

这里有山、有水，有乡间小路、有小黄花，小黄花上有黄的、白的蝴蝶。

这里有一所房子，房子里有院落，院落里有正在玩耍的老人和小孩，还有从别家过来“窜门”的老母鸡和小狗。小孩每见到老母鸡和小狗都兴奋地“嗷嗷”叫，同时手舞足蹈，让你抱都抱不住。

傍晚时刻，站在顶楼的楼间是可以看到夕阳的，直到最后一抹余晖慢慢褪去。

这里夜间清幽，许你一觉到天明。清晨时分，叽叽喳喳的小鸟已经歌唱多时，睁开惺忪的睡眼，映入眼帘的是那透过窗帘缝隙折射进来的晨光，柔和的光线照得人心暖，好想就这么一直赖在床上，直到天荒地老。

打开大门，院里的雾水大部分已散去，几缕晨风轻拂脸庞，撩起额头的刘海，我赶紧闭上眼睛张大嘴巴猛吸几口新鲜空气，很是满足。

这就是我的家乡，这里有我爱的人和爱我的人。因为父母要回家处理一些事情，我不得不把孩子暂时地送回了家，也难得在家里小住了几日，每一天，都觉得时间如弹指，以至于眨眼的功夫又到了离别时刻。离家的时刻，我把女儿抱了又抱，亲了又亲，搓了又搓，看了又看……小家伙似乎也感受到了离别的氛围，一个劲地往我怀里钻，头趴在我肩膀上，两只小手也紧紧地搂着我，小身体趴在我身上，搅动了内心里深处的酸楚，眼泪不争气地湿润了眼眶。

有人说，离别是为了更好的相聚。我说，那何尝不是呢？！为了工作，为了生活，有多少像我一样的离别每天都在不同的人身上上演，我们忍受着骨肉分离的伤痛，奋斗在他乡，为的就是重逢时重新遇见更美好的时光。

于是乎，我们独在异乡为异客，把所有的兴趣爱好埋在了箱底，省下能省的每一块钱，终于有一天，我们在他乡也有了属于自己的房子。我们积极努力地融入本土文化，希望成为“本地人”。然而，诸多赤裸裸的医疗、随迁子女入学门槛等犀利地提醒着我们：即使有房产，但我们终究还是外地人！好吧，融入不了这里，换个地，然，没多久又厌倦了那个地方，总想着创一个起点，寻一个归处。然而心灵的归宿，又在何处？流浪千里，终须归家，可总在一种莫名的好强心理作祟下，不愿承认自己心中柔弱的一面，于是，奋斗、挣扎、摸爬打滚……

夜街明亮，城市的夜并不需要月光的点缀，往往那些灯火通明的地方，即使热闹非凡，却掩盖不了一个个孤寂的灵魂。都说月是故乡明，我是多么想念家乡那一弯弯的月牙啊！夜深人静，辗转、难眠，一阖瘦削的眉端。夜深了，城市中的喧闹终于停歇了下来。此时，穿过窗台的帘子，隐约有微风细语，这，是不是孩子你给的梦的呢喃？

罢了，罢了。放首喜欢的歌，听一曲离歌如水一样漫过心田，凉意渐起，我向着清风许下愿望：让我的孩子一夜好梦到天明吧！

睡吧 睡吧 我亲爱的宝贝
妈妈的手臂永远保护你
世上一切 幸福愿望
一切温暖 全都属于你
…… ❶

SETTLE FOR A HESRT 安顿好一颗心

浮躁是一种社会病，我们需要安顿好自己的心，
才不会飘在半空，处事浮躁。

文/品牌管理中心 樊妮妮

前段时间，我写的一篇稿子被打回来N多遍，改来改去改得没了脾气，心情愈加烦躁。同事一语惊醒我，近来心浮气躁，如何作出好文章？生活中总有好人好物好风景，然而我一颗心浮在半空中，整日汲汲营营，失了一份宁静，做人做事便多了一份功利，又如何能够淡泊致远、体悟生活？

仔细想想，这样的状况又何止发生在我一个人的身上，我幸而能被人一语点醒，迷途知返。然而在当下这浮华尘世，令人浮躁的因子实在太多太多：股票又跌了，房价又涨了，适婚年龄却还单身，年龄渐长却还庸碌无为……除此之外，还有各种纷扰烦恼，无时无刻不在蚕食着我们为数不多的宁静与平和。浮躁是一种社会病，我们需要安顿好自己的心，才不会飘在半空，处事浮躁。

我有一位挚友，心性坚韧，我一直觉得她是个能真正沉下心来认真生活的人：她会花很多时间精心装扮自己，做更好的自己；用心去结交每一个值得结交的益友，从他们身上获得正能量；当我们在毕业季心浮气躁地投简历、找工作的时候，她也并没有因为自己考研失败而加入就业大军，依旧沉心静气地制定考研二战的复习计划，坚持做自己想做的事，走自己想走的路……她说，“反正年轻，总要拼一把、任性一次，将来才不会后悔，我已心有所属，外物岂能随意干扰到我？”



听她一番话，我真真感到由衷敬佩，我的友人知道自己想要的是什么，心定了，所以能够淡定的做自己。《大学》里有一段话：“知止而后有定，定而后能静，静而后能安，安而后能虑，虑而后能得”。大意是说：知道应达到的境界才能够志向坚定；志向坚定才能够镇静不躁；镇静不躁才能够心安理得；心安理得才能够思虑周详；思虑周详才能够有所收获。我觉得，这段话说的，大概就是她这样的处世之道。

现在我们正处在一个信息大爆炸的时代，各种信息碎片充斥在我们周围，我们注意力很难集中，心也漂在半空中，整日里东奔西顾，心下茫然，浮躁是必然的。花花世界，诱惑太多，我们每个都想要，什么都想尝试，于是每天都在徘徊……其实人心更像风筝，要有一根线扯着，才能飞得更高更远而不会迷失方向。

这个世界太过于慌张，我们总是步履匆忙，一颗心漂浮不定，但是最近在一篇文章中看到一段话，让我感悟颇深：“你所急的事，一定是最不需要快速解决的，你所不在乎的事，恰恰需要你马上行动。因为一粒种子，就是要慢慢成熟，谁也决定不了它成长的速度，而你手里的苹果，耽误了时间，就不再好吃了，还原世界本来的面目，一切慢慢来”。

我想慢一点，再慢一点，先安顿好一颗心，戒骄戒躁，前面的风景想必更加怡人，酿出的酒也必定更加香醇。❶



苹果中国论

我们可以这样认为，国人的强大购买力推动了苹果公司对中国大陆改变营销策略：从「饥饿营销」到「土豪金攻势」，再到今日的「玫瑰金诱惑」，苹果对中国大陆的态度已由前期的高冷转向了迎合。而类似于苹果的这种前倨后恭，在世界范围并不鲜见。



从“饥饿营销”到“土豪金攻势”，再到今日的“玫瑰金诱惑”

7月22日，香港女明星李嘉欣在微博上晒出她的豪门老公送给她的45岁生日礼物：特别定制的苹果手机：6S，玫瑰金。

这条微博迅速击中了广大的少妇少女心，不过比豪门阔太秀恩爱更夺人眼球的，是苹果。

大军未动，舆论先行。

北京时间2015年9月10日凌晨1:00，苹果召开2015秋季新品发布会，首发12个国家地区，中国大陆赫然在列。

中国最权威的IT门户网站之一赛迪网有数据显示：2007年，第一代iPhone在美国首发。此后直到2012年的iPhone5，中国大陆均没有进入过首发名单。iPhone5s即将上市时，中国大陆首次进入首发国家行列，但到iPhone6发布时又被排除在外。而这次的iPhone6s，中国大陆再次获得首发机会。



我们可以这样认为，国人的强大购买力推动了苹果公司对中国大陆改变营销策略：从“饥饿营销”到“土豪金攻势”，再到今日的“玫瑰金诱惑”，苹果对中国大陆的态度已由前期的高冷转向了迎合。而类似于苹果的这种前倨后恭，在世界范围并不鲜见。

随着国人消费能力水平的提高（有眼皆知中国大陆人民的购买力已经走出亚洲快要攻克世界了），买金中国大妈是主力，买马桶中国土豪打头阵，买奢侈品中国女性撑起半边天……在国外许多主要城市，中文标识随处可见。无论是“不要乱丢垃圾”或是“此处有特价”，“中国”二字，对世界来讲已不仅仅代表神秘遥远的东方，他代表了繁荣、发展、前进。

由韩国KBS播出的纪录片“超级中国”，用恢宏的描写手法从政治、经济、军事等各个领域对中国进行了全方位的剖析解读，他们走访了多个国家地区，征求了不同肤色不同语言的人类意见，采访了各个领域的专家，总结出了“中国不好惹，中国龙已苏醒腾飞，愚蠢的人类你们都在中国脚下匍匐颤抖吧”这种混帐理论。不管他们是否想用这种捧杀的方式唤醒世界对中国的忌惮，把中国塑造成即将用实力征服世界的东方霸主，这种方式都恰恰表明了他们内心对中国的恐惧。而他们在节目当中所给出的数据、所考究的范围，虽然暂不可考是否正确，但也确实能帮助国人更清晰了解我们在外国人眼中、在世界眼中是以何等姿态存在。最了解你的当然是你的敌人，这句话亘古不变。

9月3日中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年大阅兵，相信能让世界更深刻认识中国。当国歌奏响国旗升起的那一刻，不管你是否饱含深情眼含热泪，不管你是身处异国还是漂泊他乡，不管你是孤身一人还是阖家团圆，不管你是在阅兵现场还是在电视机前……相信你都不会因为你身为中国人而感到无颜。

就像宣传片“你好，中国”所讲的：这是最好的时期，也是最坏的时期。这是最好的中国，也是最坏的中国。我们谨以此共勉，期待更好的中国！



THE STOCK MARKET 菜鸟说股市

文/门业事业部 尹漫

作为一名股市新鲜人，经历了这几个月股市大起大落的洗礼，我只想用几个字形容我现在的感想：吓死宝宝了！以下观点，纯属个人感性碎谈，如有雷区，请自备避雷针！（弱弱的说一句，我真的啥都不懂……）

回想起来，本人是在一学妹的介绍下（为了帮助学妹完成开户任务），于4月9日在方正证券网上开户成功的。但苦于对股票一窍不通，且存在资金问题，一直没有进入，只是默默的潜水，并且根据女人的第六感选择了几支看起来比较顺眼的股票进入了“自选股”的行列。随着大牛市的到来，沪指直冲5000点，时不时就能听到有人谈论股市大赚。出于一直以来的好奇和兴趣，在一个无聊又空闲的时间，我一头冲进了股市，从此踏上了不归路……

面对当时的牛市，据说买什么股票都是赚钱的，果然只是“据说”，当时的我懵懂无知，随便找了两只价格较低的股票（中国联通和金健米业），每支股票买了100股，抱着侥幸心理，想试试水。万万没想到这两支股票一路下跌，虽然跌幅不大，但是基本上都在跌，这对于股市菜鸟的我来说，积极性被严重挫伤！我自我安慰，就当作存在银行吧！总有一天会上涨的！

一天聚餐，一同事（资深股民）听说我在玩股票，询问过后，狠狠嘲笑了我一通。他说这两支股没戏，一般这种有中国开头的股票即便能涨也不会涨太多。听完同事的话，我便果断撤退了。然而股票这东西，简直是“一入侯门深似海，从此淡定是路人”。这两支股票在我抛出以后竟然在短短几天内涨了好几块钱，我顿时淡定不能了……

在股市打滚了4个月，我渐渐的习惯了去关注财经版，对国家政策关注也多了，偶尔也会和同事聊聊股市话题，无形中也是一种积累！针对前段时间的股市，我也进行了总结和反思，大致也有了一点浅显感触与收获。

虽然经过几个月的大跌，以沪指为代表的三大股市几乎已经见底，且中国银行行长周小川于9月5日发表言论：中国股市调整已大致到位，金融市场有望更加稳定。然小编结合这段时间的研究以及相关言论、政策的查阅，发现中国股市依旧存在很多不稳定的因素：

- 1、养老金虽已入市，但是短期之内并不能起到很大的拉升作用，养老金入市也需要循序渐进，而非一蹴而就；
- 2、美国加息，中国降准，影响中美汇率，人民币贬值。虽然周小川已强调人民币兑美元汇率已经趋于稳定，人民币并不存在长期贬值基础，但国内资金仍会受影响而外流；
- 3、金融市场动荡不断，前段时间的大跌严重影响市场信心，且存在券商恶意做空现象，股民信心严重受挫，可能在短期之内宁愿作壁上观，降低亏损风险；
- 4、国家一系列的救市政策虽然不断出台，但是每次拉升不大且时间较短如昙花一现，很难长期影响股市。

除了以上因素，中国股市的不健全、券商非法操作等不稳定因素较多，以个人拙见，近期的股市依旧会存在大的动荡，国内股市五大股指下跌机率较大。同时我也有咨询过几位资深股民，他们一人称：沪指的底应该在2500点左右，年底才会完成股市的调整，建议依旧空仓操作；另一人则称：股市基本见底，中国股市又一次进入了“慢牛”期，有部分个股潜力较大，如资金允许，可进行短线操作，将获得较大效益，如迪士尼概念股、国有企业类型股票等。

然而作为股市菜鸟，我只想弱弱地说一句：股市有风险，投资需谨慎，大家有余钱丢个几千块钱玩玩就好，切勿大投，近期股市依旧将动荡不断，太恐怖，心脏不好玩不起啊！

再次说明，我只是股市“菜鸟”，以上言论没有任何权威依据，仅供大家娱乐，不供参考！❶



RETURN TO NATURE 回归自然，“富人农庄”盛行

在银行的报告中，拥有600万以上人民币资产的人群被称作“高净值人士”；在老百姓的眼里，他们叫“富人”。

近几年，有这样的一个现象：老百姓眼中的“富人”开始在郊区购地种菜，“富人农庄”盛行。高净值人群开始逐渐脱离繁忙、嘈杂、密集的城市生活，选择回归自然、宁静而舒畅的农场生活方式。于是，一个个私人专属的农庄开始盛行。在农场里，做一个幸福的人，喂马，劈柴，亲近自然，关心粮食和蔬菜……这种农场生活方式让人不自觉联想到世外桃源。

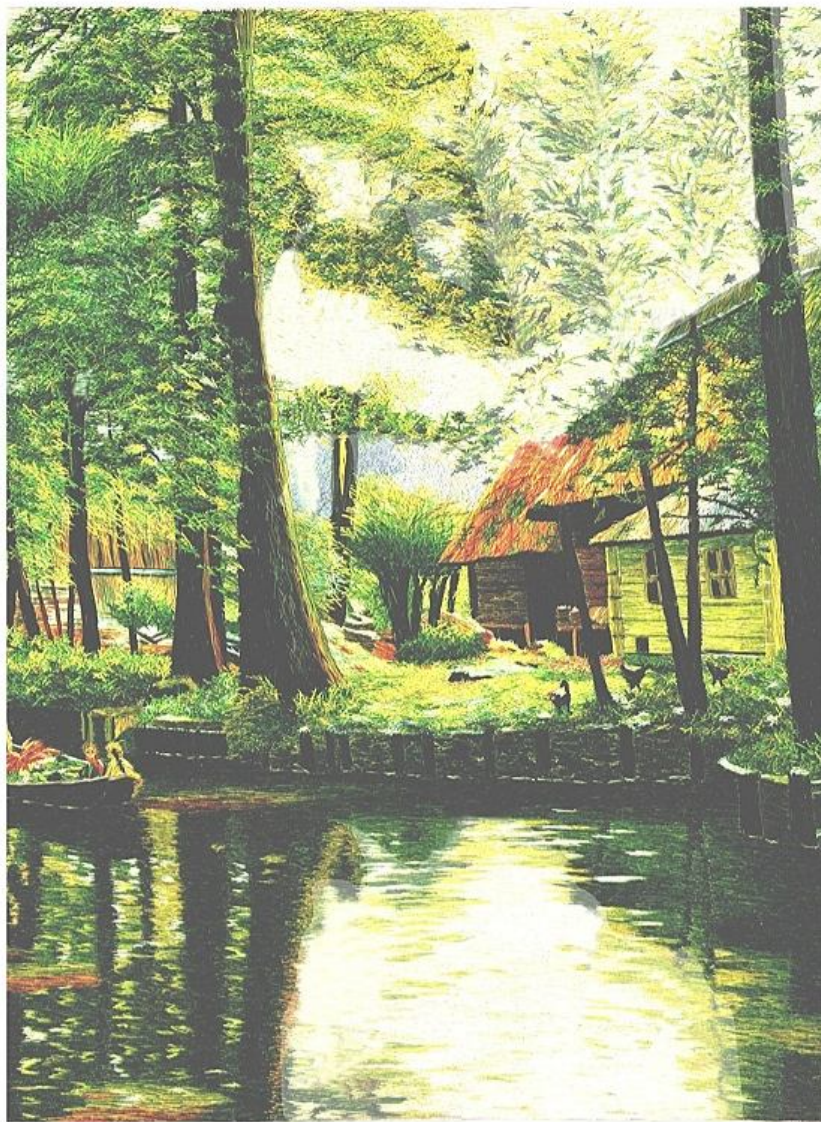
根据胡润研究院与兴业银行联合发布的《2014中国高净值人群心灵投资白皮书》指出：选择环保体现社会责任的比例大幅上升，由去年的17%上升至33%，甚至有31%的高净值人群把环保作为一种业余爱好。为了选择环保，远离“转基因”时代，“富人农庄”中不乏这样的一种建设：坚持有机、环保的理念，建设一个带围墙的菜园，种上最爱的玉米、大豆和各种蔬菜，这样的有机农场，找不到化肥的踪影，取而代之的是从紫草科植物和海草提炼出的混合肥料和天然肥；包括雨水收集、污水净化、太阳能的运用装置……这些都是“富人农庄”最基本的装备。

招商银行和贝恩公司联合发布《2015中国私人财富报告》，报告指出，2015年中国个人可投资资产1千万人民币以上的高净值人群规模已超过100万人，全国个人总体持有的可投资资产规模达到112万亿人民币。报告分析，“传承”如今已成为高净值人群普遍考虑的重要命题，其内涵也在不断丰富发展。高净值人群希望精神财富伴随物质财富一并传

承，在调研中，“脚踏实地”、“勤奋”、“拼搏”等个人品质和素质的传承被反复提及。许多受访者期待子女培养独立自主的品格和能力。

高净值人群重磅打造特色的农场，也给子女留下了一片自然教育的广阔天地。富家子弟，虽然含着金钥匙出生，却不是真正的“富有”。生活在一片宁静的田园里，斗蟋蟀，捉蝴蝶，追蜻蜓，荡秋千，种植采摘，感受春华秋实的更替……在自然环境包围的世界里，捕捉身边大自然的细微变化，发现大自然的美妙和神奇，激发无限探索欲望和大脑潜能，在生活中自然形成热爱劳作、勤俭节约的品格。这样的童年充满快乐、学会与自然友好相处，善良、勤俭，可谓真正的“富有”，这也是近几年兴起的“自然教育”最大的意义。

圣经《以赛亚书》里，上帝耶和华说：And my people shall dwell in a peaceable habitation, and in sure dwellings, and in quiet resting places.（我的百姓应当住在平安的居所里，一个安全且真正令人放松的地方。）这里的“安全”，除却和平的寓意，在新时代的农场生活方式中，更多的是寓意食品安全、环境安全；而“放松”，不外乎轻松、愉悦、和谐的身心理验。“富人农庄”仿若不由自主地按照和的话描述建造而成，颇有现实意义，令人欣然向往。当然，随着农场生活方式的推广，“自然教育”将会越来越受到关注。①



LAND OF IDYLIC BEAUTY



GROWTH EXPERIENCE

小顶固人的耕读心园

2015年的暑假，火辣辣地来了，大小顶固人开始忙碌起来。忙啥？不用猜，答案就是：夏令营。

考虑到现在家庭多是双职工家庭，父母平常都忙于工作，疏于与孩子沟通和交流，加之大多孩子从小在钢筋水泥筑成的小区里长大，缺少与大自然的接触，于是，一场精心策划的小顶固人夏令营火热来袭，由8岁至16岁顶固职工子女组团，共同度过为期七天的精彩农场生活。

此次夏令营，小顶固人被带到一个农场里，孩子们可以在广阔天地里，随心所欲地玩耍，在田野间、在阳光下，感受到大自然的魔力。活动最大的特色在于通过亲近自然、亲身劳作、协同成长，营造人与人之间、人与自然之间和谐的氛围。一朵花，一棵树，一片云，一颗果子，启发孩子的好奇心，锻炼他们的注意力，激发他们的创造性思维，培养他们的情商。河边就能看到水牛，鸡鸭随处可见，田边的果实剥下来直接就能听……这种不受约束的自然生活让孩子们在不知不觉中得到成长。

报到第一天，为了让孩子们很快融入团队，义工老师们带领大家开展一个有趣的团队游戏：队员与队员之间相互用头夹住气球，在气球不掉的情况下，哪个队最先到达终点哪个队胜出。随着一声令下，孩子们聚精会神的夹住气球，每个人都绷着一张“严肃”的脸，生怕气球跌落。寓教于乐，通过游戏，孩子们明白了相互信任、相互协作的重要性，也拉近了孩子们之间的距离。



活动中，义工老师还注重把传统教育融入到自然当中，激发孩子们的主观能动性，使之学会观察，主动去观察和发现一些问题，让孩子们回归到自然当中，开发其潜能。开心农场中，孩子们感受到了劳作和耕种的乐趣；日常起居生活中，孩子们不再依赖父母，自主叠被子、穿衣洗漱，主动早间问候；饮食过程中，孩子们尝到了原生态食物的鲜美，懂得了一饭一蔬来之不易，同时学会了谦让和分享；最重要的是，孩子们远离电子产品，不看电视，不玩手机，七天的宁静生活洗涤心灵，身心舒畅。

调查表明，跟大自然接触比较长的时间的孩子的心态会更平和，更容易与人相处；经常在大自然里玩耍的孩子肥胖率也会比较少。让孩子们亲近大自然，在大自然中寻找生态智慧，学会做生活的主人，七天的夏令营，仅仅是个开始，孩子们的成长仍在继续，与大自然的美好约定仍在欢快赴约中……

KISS SEASON

顶固亲亲季 范冰冰专访： 未来我的家都用顶固全屋定制



【前言】炎炎夏日，美美哒的女神范冰冰来啦！近期，国际巨星范冰冰以代言人的身份空降顶固“亲亲季”全民亲亲大行动，开启亲亲季之旅。深圳卫视的主持人Tina和香港凤凰的主持人谭震有幸采访到了我们亲爱的冰冰，精彩的采访瞬间，你怎能错过？



记者：非常荣幸能采访到我们最美的女神——顶固衣柜代言人范冰冰。请冰冰跟大家问好。

范冰冰：大家好！非常开心，今天能够来到顶固衣柜举办的充满爱的亲亲季活动。因为这是我代言的家居品牌，而且其实我对家具、对家居、对家庭概念还是蛮深的。平时在不忙的时候，我也非常喜欢逛家居城，然后去找寻自己喜欢的家具进行搭配，把家居打扮得很时尚。

记者：除了爱逛家居城，爱把自己的家打扮得更加美好等硬件之外，对于软件，请问冰冰您是如何与自己的家人相处得更融合？

范冰冰：大家都说“时间是最长情的陪伴”。时间真的是一个很重要的因素，因为在现在这个社会里面，最宝贵的还是时间。如果你在工作之余，多拿出一点时间来陪伴自己的爸爸妈妈，自己的家人，还是非常重要的。



范冰冰与顶固集创家居董事长林新达先生合影



“More love for family”
Fan Bingbing interview



记者：那么冰冰你有没有什么实际的、亲密的动作去关爱家人？比如每天早上醒来睁开眼睛，就可以与爱的人亲亲，每天晚上睡觉之前亲亲完后再入睡。

范冰冰：嗯.....有的（害羞的冰冰，么么哒）

记者：对于女人来说，除了对家庭的渴望之外，对家居、对衣柜是否更加渴望？我们都想知道冰冰您的衣柜是不是特别大？

范冰冰：其实我现在的家比较小，所以我的衣柜也不算大。如果以后我有了一个家，我会好好规划我们的衣柜、衣帽间、鞋柜、书柜等等。



记者：那冰冰到时您家的全屋定制都可以全部交给顶固了？

范冰冰：嗯，其实和顶固衣柜合作已经很长时间了。从一开始的拍平面广告、影视广告片，我就非常喜欢顶固衣柜，非常的漂亮。到后来和顶固的同事像家人一样相处，顶固的同事也跟我说：“冰冰到时你家所有的定制都可以是顶固衣柜”，我也很开心。因为顶固衣柜总会用最热情的服务、最用心的设计、最真诚的态度去帮我定制到我想要的衣柜。正如顶固衣柜的品牌名字——让我们的家变得更顶级、牢固，让我们的生活变得充满爱、充满幸福，一个非常有寓意的品牌。①



记者：大家都知道冰冰十几岁就出道拍戏，平时非常忙，经常在各地奔波，您是怎样处理与家人之间的关系？

范冰冰：对于我来说，虽然平时很忙，但是我会尽量抽出时间，与家人一起吃饭、一起看电影等，珍惜每一刻与家人相处的时间。

记者：我们也知道现在的冰冰长大了，作品越来越多了，冰冰您也希望有自己的小家。请问您对自己未来家的憧憬是怎么的呢？

范冰冰：我们努力工作就是为了能让家人生活变得更好，好好地以后的人生中享受生活。所以我觉得“未来的家”应该是在一个非常美妙的环境里，家是温馨的、有爸爸妈妈、有自己的爱人、有小孩、有狗，在一个地方居住，大家互相关心照顾。



滑动在指尖的时光

——顶固智能·滑动门五金系统解决方案 SLIDING AT THE FINGERTIPS OF TIME

我们喜爱滑动门，因为它是空间魔术师，随着它的滑动，空间被重新组合。这是单扇室内门在功能上所不能及的，因为它们只是实现了单一空间阻隔。

We like sliding doors, because it is a space magician, along with its sliding, the space is re-combination. This is a single door in the function can not get, because they only achieve a single space barrier.



2002年底，顶固五金经过多重准备，突破欧洲技术壁垒，从德国引进先进的五金生产设备，组建专业技术班子，斥巨资建成吊轮生产线，创立了自己的吊轮品牌，成为行业第一个“吃螃蟹的人”。作为国内第一家专业生产吊轮的企业，顶固一直坚持吊轮的研发与生产，先后推出了7代吊轮产品。



第一、二代：硬质尼龙轮吊轮

采用精密轴承，承重能力出色；门体轻松滑动，滑动顺畅。

智能·滑动门五金系统 方案解决专家



第三代：超静音吊轮

采用三层结构蓝轮，让门在滑动运行中更加安静；顶部增加导向平衡轮，最大程度减少门的晃动。



第四代：防尘吊轮

使用改良赛钢材质，让吊轮的耐磨能力升级，轮子前端V形坡面的设计，解决了吊轨处易积累灰尘、阻碍滑动效果的问题；行业首创11针滚针轴承，让吊轮的最大承重达到150Kg，完美地解决了重型滑动门的安装使用。



第五代：豪华吊轮

运用超前、超豪华的法拉利外观专利造型，实现吊轮外观从普通到时尚、高端的演变，一体式高负荷轴承，吊轮承重能力再次升级；特配实心POM耐磨材料，让吊轮更具稳定性与抗冲击性；拥有多种安装方式，让操作更加方便快捷。



第六代：静音缓冲吊轮

导轮特配PU材料，让静音成为一种新的生活时尚；液压缓冲关门，防夹手、防撞击；四轮动态自动调节，温柔开合、滑动轻松；极为简单、便捷的安装方式，让产品应用更加广泛。

第七代：智能吊轮

完美实现了滑动门开合的自动化、智能化。触摸式感应开关，让门体的开合更加轻松自如；精密超静音电机驱动，让滑动门运行安全稳定，缓慢开启和关闭功能，让门体在滑动过程中更加顺畅，实现了静音滑动；断电手动开启功能，让智能开合在手动与自动间自由实现。

智能开合的实现，缔造了滑动门行业佳话，顶固吊轮产品的持续升级与更迭，让顶尖的滑动，向更加智慧的未来发展。①



未来·触手可及，出现即与众不同
顶固五金智能·滑动门五金系统解决方案





23度空间不一样的专属

——顶固生态房门23度空间设计理念解读

【导语】近期，由中国木门技术联盟、网易家居、搜房网、广州建博会等行业权威机构联合组织并发起了“2015年中国木门设计力量”大型网络活动结束，通过评选，顶固门业生态房门23度空间，以高颜值、独家原创设计获得广大消费者的关注与喜爱，荣获“2015中国木门原创设计奖”。



◀ 荣获“2015中国木门原创设计奖”
Won "2015 Chinese wooden doors original design award"



一扇门，不仅可以将个人空间与喧嚣世界隔离开来，更可以起到装饰家居空间，营造温馨氛围的效果。从古至今，市面上各种各样的门，大多数都是木质，虽然款式千变万化，但还是很容易让人产生审美疲劳，不能达到眼前一亮的装饰效果。顶固23度空间生态房门，采用新型材质制作，设计更新颖，结构更稳定，让人过目难忘。

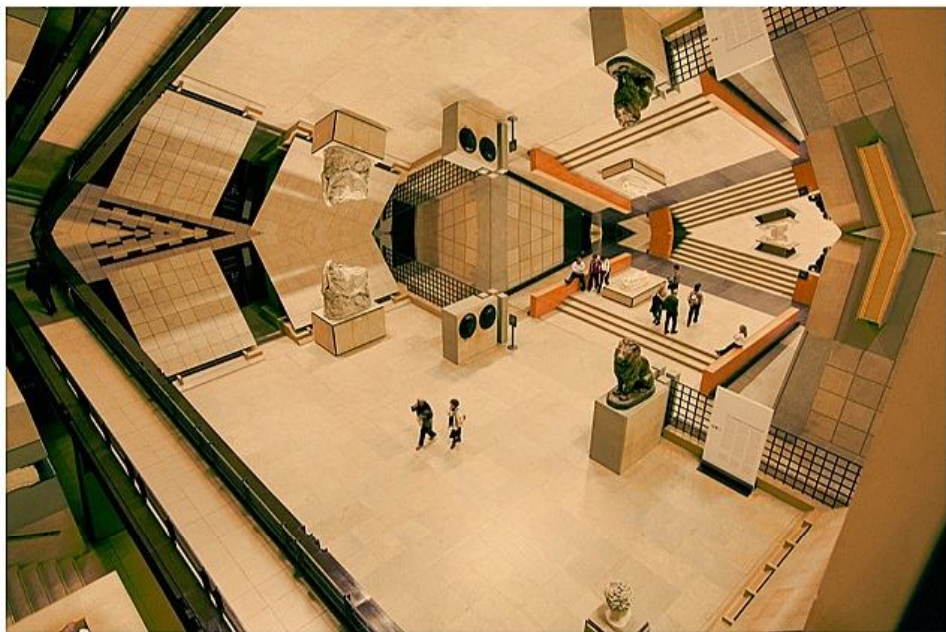
23度空间高颜值的外表，不是闪亮耀眼的惊艳型，而是耐着长久的暖男型。光滑细腻的纹理，温润自然的触感，给人温和如大自然的感觉。身在其中，如同呼吸般自然；置身其外，它的温度却还能让你魂牵梦萦。柔和木质感的色板与闪亮的铝镁钛合金材质边框，极具设计感的艺术搭配，个性独特又不失温馨。

23度空间可以称得上是顶固门业生态房门系列产品中的经典之作，自上市以来，受到了广大消费者的喜爱与青睐，从每年的销售数据中可以看到，即便价格较高，销量依旧每年排在前列。那到底它的设计思路从何而来呢？又赋予了什么设计意义呢？她又有拥有怎样的故事呢？今天小编将带大家一起走进她的世界，为大家解读不一样的23度空间！

► 23度空间的故事

北纬23° 26'，人们叫它北回归线(Tropic of Cancer)。这是太阳光直射到地球最北的界线。听说，北回归线（即北纬23度半）附近的地方，年平均气温大约在21-22摄氏度，四季如春。北纬23度半地区的温度，如同家的感觉：给不了你太炽热的爱，那样的爱容易烧成灰烬；能给你的只有北纬23度半的温度——不张扬、不浓烈，但却是持久的、不变的温度。身在其中，如同呼吸般自然；置身其外，便魂牵梦萦、相思入骨。

TROPIC OF CANCER



电影《盗梦空间》的上映，给世人带来的不仅是一场视觉盛宴，也是思想的启迪。梦境中，可以自由的铸造属于自己的梦空间，或精致，或雄壮，或严肃，或活泼……犹如这道充满神秘色彩的门，门后可能是休闲的客房，可能是精致的睡房，可能是功能齐备的厨房，可能是大气豪华的客厅……打开门扉，总会呈现不同场景，一扇门，一个空间惊喜！23度空间，带你感受空间的无限魅力。

► 设计解读：独家原创

23度空间是顶固门业最早一批设计出来的产品，由当时顶固生态门（顶固门业的前身）项目的总负责人古总亲自牵头，高薪聘用国内资深专业设计大师全程参与，整个研发团队不分昼夜、不断研讨，充分结合国内门类市场趋势以及市场当前热销产品的特点，更将意大利流行设计理念融入产品设计，终于研发出了这一款经典之作。

23度空间的设计理念来源于对家居生活的哲学思考，集传统木门的木质纹理和现代简约的时尚元素于一体，既承接了传统木门元素，又结合了时代发展的潮流，走在了时代前沿。她的外观是从大自然中汲取的艺术灵感，把自然界中的原生态美感印象融入设计当中，赋予产品生命和灵性。再发挥顶固强大的企业实力，打造出精致的外形，结合精细的做工，给消费者带来非凡的视觉冲击和使用体验。

新旧元素的结合，独创的设计，无论是搭配在中式风格的装饰中还是西化欧式风格的装修中都是那么的相得益彰，也是因为这个，创造了顶固门业生态房门系列产品经久不衰的销售奇迹，也相信这款“明星产品”一定能够持续发光发热，继续延续她的神话！

► 品质解读：高颜值，但不是花瓶

高颜值的外表下，23度空间还拥有卓越坚固的品质。一扇门的生经过65道工序，门套的制作经过69道工序，每道工序都经过严格的工艺、质量把关，为您开启空间之门，感受家的温馨。顶固生态房门8系列之23度空间，不仅仅是一扇门，更是一门生态艺术。

23度空间生态房门，给家如空气般的呵护。它的面材是选用德国进口强化耐磨板，通过350r耐磨测试，表面的颜色将如同北纬23度半的温度般永恒不变。高强铝蜂窝结构的门芯，结构稳定，抗冲击性强，给你一个顶级坚固的家！门套则采用航空铝型材，表面抗氧化，耐腐蚀性高达10级（级别远远超过其它品牌门类产品），用最牢固的材料打造最坚固的门，为您守护温馨的家。此外，顶固生态房门配备全国前三项固自产五金，三项专利，唯门独享：专利门锁、专利气动锁头、独特夜光圈。三项专利便门锁插按钮轻松、顺畅，开启顺利，夜间开门毫无障碍，且锁头拨动件采用不锈钢精铸而成。锁体关键部件采用高强不锈钢材料。款式新颖时尚、坚固、耐用。

23度空间生态房门，用最牢固的材料打造最坚固的门，为您守护温馨的家。

顶固门业产品款式众多，产品线逐渐得到完善，质量稳定，非常符合现代装修需求以及迎合未来的发展趋势，23度空间就是其中的佼佼者，但并不是独有她。如狂野前卫的9系桔色狂想，引进国外较为新奇的设计理念蒙太奇手法，独特、个性；如现代简约的8系飘璃，洁白如雪、纯净如水，简单又不失格调；如庄重喜庆的6系卡拉拉，喜庆红点缀木质纹理，装饰家中，中式风格一览无余……



顶固门业，坚持原创设计、精铸品质，每一款产品都是精心设计、千锤百炼而成。顶级品质，固而卓越！

【结语】在竞争日益严峻、产品同质化日益严重的今天，产品的研发面临着巨大的考验，然顶固门业研发团队一直在不断学习，不断进步，本着谦逊的态度、创新的精神持续创作。相信，不久的将来，我们将会拥有更多如23度空间样的明星产品面市，让我们一起期待下一樘“23度空间”的出现！



开扒范冰冰的 **GOSSIP?** 绯闻“男友”标准

《大话西游》里紫霞仙子期待着梦中情人驾着七彩祥云来娶她，几乎所有女孩都有自己心目中的白马王子标准，女王范冰冰也不例外。虽然冰冰已有“黑牛”哥，祝福他们的同时，我们也不妨盘点下女王范冰冰都喜欢什么样的男生，俗话说萝卜白菜各有所爱，哪种类型标准才是她的菜呢？

Broke the news?



冰冰男友标准一：

高。



高于思想，坚韧不拔，
苍劲有力是为高。

想成为冰冰的男友，首先，必须像晨哥一样高大威猛、器宇不凡。但如果你认为仅仅是身材高大就能俘获女王的芳心，那你就错了，女王也有疲惫柔软的时刻，从忙碌的工作中回到家里的女王，抛去白天的干练，卸去倦怠的妆容，此刻，她期待着有个坚强的臂膀，让她相依相偎，为她遮挡外界的嘈杂与纷扰。正如顶固TOP系列衣柜，起伏的百叶，柔韧百转，为你阻挡尘世喧嚣，交集凝聚的是顶固衣柜至真至善的初心；挺拔的立柱，矢志不渝，为你撑起一个爱的小家，挥之不去的是顶固衣柜相依相守的牵挂。

冰冰男友标准二：

富

富于胸怀，大气沉稳，
虚怀若谷是为富。



真爱永恒

ETERNAL LOVE



范冰冰曾在“给男人的一封信”中给男人提出了如下期许：“我理想中的你们，是胸怀宽广的，具有字典或百度知道一样的学识和不多说话的幽默感。”由此可见，心胸开阔、沉稳大气的男人比较受冰冰的青睐。这种男人会无形中就给一种震撼，这是对自我的一种把握，是对社会的一种责任和考量，更能给女人一种安全感。这种经由岁月沉淀的丰厚气质与顶固拉斐尔庄园系列衣柜所散发的独特魅力不谋而合。低调的奢华锻造内敛的气质，展示与收纳兼收的功能布局，收得住的是喧嚣浮华，藏不住的是醉人情愫。



冰冰男友标准三：

帅

帅在涵养，卓尔不凡，
才貌双全是为帅。



ETERNAL LOVE



身为女王的男人，不仅要有帅气的脸蛋，更要有生活积累下来的睿智与涵养。舒心的外在是一种魅力，也是一种旷日持久的坚持；而内在涵养则是一个人品德、学识、风度和境界的丰富体现。这种唯美智慧的独特气质，在顶固布鲁塞尔系列衣柜中得以完美诠释，端庄的设计，舒适的体验，让你沉浸在布鲁塞尔般奢华的美丽故事。①

90平3室幸福小窝落成记

家对于我们是一个很神圣的地方，不管多累，每天工作多忙，那是一个港湾，一个想着就是幸福的地方。

幸福小窝

FELICITY

房 型：三室一卫一厨

建筑面积：90平方

装修预算：10万左右

包工方式：半包

设计 师：自己

经验箴言：幸福小窝是勤劳和汗水的结晶！



卧室

Bedroom

房间最重要就是衣柜，我是比了又比，选了又选，最终选择了顶固衣柜的。他们的设计师经验很丰富，设计的柜子都很让我满意，给我提供了很多好点子，为我家增色不少。



阳台

The balcony

为了充分利用空间，我们特意在阳台打了一个大大的储物柜，还有一个是门厅柜，感觉不错，特别是门厅柜，样式美观，储物空间设计合理。



经验之谈

过来人呕心沥血的建议：

1、对于家里的柜体，一直令我很纠结，木工定制和定制家具两者之间徘徊不定，我最终选择了定制家具。客观来说木工制作价格便宜 但是工艺材质都难以保证，并且一般都是只有一块背板，细节功能都难以达到效果。而定制家具价格略高一些，但是做工板材售后都更有保障。

2、提醒选择定制衣柜的网友，内部结构的设计很重要，不能光听设计师的，一定要根据自己的实际需求来定制。

3、关于硬装方面，特别是贴瓷砖方面，这是一个技术性较强的工序。如果工人们偷工减料的话，最容易出现瓷砖空鼓、对缝不齐等问题，另外铺贴瓷砖用的水泥和粘接剂也有讲究，如果配比不合理也会出现脱落等问题。贴瓷砖时最好自己能在现场，工人才不会太浪费瓷砖。❶



客厅

A living room

首先是客厅，我认为客厅的搭配很重要，从色调到风格都需要统一，电视背景墙是客厅的一个最大的亮点，我选择用柜体来做背景，将电视嵌入其中，让柜体与家电融为一体。

品质居家， 不得不懂的门文化

装修房子，真的只是堆砌装修物料那么简单么？没有内涵，没有风格调性，无从呈现居家者的精气神，更无从体现主人的文化底蕴。苍白的居家底色，怎能不可怕？

① 出必经之，入必由之

没错，说的就是经常被忽视的门。

自人类学会筑巢而居并为自己的进出留下一个出入口开始，门就产生了。从那时起，人类的生息繁衍和文明演进都是在门的进进出出中发生的。

门以居住进出而生，又以开闭方式而存。门是人类生存生活方式封闭与开放的最古老而又最现实的见证。开门使自己走向世界，与其他群体共同依存活动；闭门则使自己休养生息，维护自身的安全生存。

门从诞生以后就同时兼具两种功能，一是以实用为主的安防功能，二是以象征为主的文化功能。门的演变总体上都是沿着这两个方向进行的，展现的是门与建筑、门与人的关系，但其本质则折射的是由人与人之间、群体与群体之间的社会关系。千百年来，门的发展变化就不只是一个建筑或技术问题，而是一个社会和文化问题。

② 中国门文化

中国的门在东方和世界上都很有代表性，开始就形成了独特的存在方式和文化取向。在中国的任何建筑中，最突出的位置总是门，给人最强烈感受的还是门。寒舍之门体现的是平民百姓的生活方式；大宅之门体现着主人优裕尊贵的经济；而皇宫之门则体现着国家最高权力和权威。

门的功能双重性，使人对门的利用和尊崇超过了建筑的任何一个部分，因而也就孕育和凸显出了更丰富、更深刻的门文化。由于有门，便形成了门的品级，门的信仰，门的习俗；门自古就充当着社会等级的代表；门历来承载了人们精神信仰的象征。

门的灵魂是文化，是它所承载和延伸的一切社会生活。门的文化与门的性质、规模、历史、地域以及它的艺术有关，更多的则是发生在门内门外的故事。接近门是一种感觉，走进门是一种感受，观赏门是一种享受，解读门是一种思考……这就是门建筑所承载和延伸的门文化，这就是门文化所具有的强大生命。①



HAPPY HOME 85后幸福的三口之家

这是一套充满现代简约气息风格的居室，以白色系为主，北京海淀区的小敏（女）和小王（男），是一对85后小夫妻，结婚2年，有一个可爱的宝宝，向往清新自然、自由轻松的居室环境。今年入新家居住，下面就和小编一起走进这对85后幸福的三口之家吧。

每天清晨起来，透过床边窗户，仿佛连阳光都格外柔和，简约的卧室也显得更加温馨动人。此时此地，天地万物皆空，唯有爱人在怀。生活的美好，就在当下。

此款衣柜颜色简约、自然，设计上设计师考虑到设计师考虑到家中有小孩儿，在尖锐处选用了圆角处理，转角柜可以摆一些好看的饰品用来装饰居室，美观又实用。



儿童房的榻榻米设计，给宝宝制造了一个独立休闲玩耍的区域，方便了玩具的放置，还可以当床使用，白色区域的柜门具有上翻的功能，可防止宝宝摔落，还可以在床下储物，功能多用，简约大方，表现出爸爸妈妈对宝宝浓浓的爱。

三口之家的温暖小窝就是这样造出来的。看完有木有丝丝温馨甜蜜的感觉划过心头？稳稳的幸福，顶固的家，为85后幸福的三口之家点赞！

《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46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。

这里有顶固十余载的荣耀与光芒,
这里有挥洒汗与泪的奋斗人生,
这里有前卫的生活方式、文艺情调和言论自由

.....

这是属于你我的《顶固中国》,愿意常伴你左右,
和你一起分享属于顶固人的点点滴滴。
如果你很文艺、爱思考、会生活、愿分享,
欢迎毛遂自荐、对号入座,也欢迎打各类小报告。

【十载成长十年灌溉】
期待有您!

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