



扫一扫尽览微报刊

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

Topstrong

顶固中国

2016年9-11月第03期/总第50期

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9-11月 / 第03期
内部刊物 / 总第50期

顶固邹文胜:
娱乐营销打造
“现象级”品牌盛宴

如何分享智能家居的蛋糕

TONY 谈顶固

封面人物: 亲亲大使 李晨



顶固® 全屋定制
WHOLE HOUSE CUSTOMIZATION

股票代码
833958

形象代言人
范冰冰

新中式系列 NEO-CHINESE STYLE SERIES

欣赏昆曲，闻香吃茶，繁复的仪式和形式固然让人觉得做作与矫情，但一味的不讲究却是粗糙与粗鄙。我们可以在新中式中找到最舒服的平和点，即“大写意”精神。

顶固
Topstrong



八年坚守，不忘初心

手牵手

八年了，我们坚守初心，履行承诺，每年一所希望小学，

初心——每个孩子都应有读书的权利。

八年了，我们蜕变了，孩子放飞读书梦，我们收获感恩与分享，

蜕变——从物质分享，到精神升华，

手牵手 让爱感染你我他，是一种自豪。

行善无迹，用爱坚守公益梦，顶固和你在一起！

爱在顶固 | www.dinggu.net
@顶固做公益 | 顶固做公益
咨询电话 | 0760-2272692
咨询邮箱 | 2674129569@qq.com

TOPSTRONG



SANSTYLE

上善若水

水是透明的，汇涓涓细流聚多成河，流动在这个世界，更流动在我们的心间。水变的是水、汽、冰外在的形态，而不变的是内在的本性，即水润万物的品质和汇聚前行的精神。

梦想的启航、奋斗，直至圆满，过程的坚守总是至真至诚而激情四射的。

始于4月，湖南、四川、甘肃，三站路，刻印了顶固的爱心里程。一站一故事，我们看到了许多人心向善的一面。每一次义工集结，总有一些熟悉的面孔让人心生感动，也有一些新鲜面孔让人簇拥阳光。我们感谢这些支持并投身爱心助学、慰藉同胞的中坚，他们身体力行，以心灵之光照亮爱心和尊严，让贫者自强、弱者自信。

暖心9月，从“爱”出发，顶固主题营销“亲亲，让家更顶固”，强化了人与人，人与家居之间的互动，讲究温情、温馨的人性关怀。“亲亲”成为了顶固国家最暖心的存在，它是每个家庭小单元中亲情、爱情、手足情等人类情感的有机叠加与紧密相联。

面对一个追逐“快利”的时代，当下企业不是谈流量就是谈变现，而顶固以“亲亲季”“公益”为载体，不断强化消费者对美好家居体验的定义和标准，传递的是生命的气息与美好。

一个品牌，是否重视文化，如何架构文化，决定了一个品牌的人文生态和价值取向。数年来，顶固不遗余力，一直致力于打造有温度的家居品牌，在产品设计和品牌塑造中渗透“家”文化，架构一

套关于“家”的理念，从产品功能与品牌倾向上满足客户的情感需求，实现优质的服务输出和正确的价值引导。

如今的商场，不仅是“战”场，还是“情”场，最终占领消费者心智的，才是最后的胜利者。顶固品牌的诞生，始于“顶起中国企业之脊梁 固华人立世界之尊严”的傲气，然而它的情怀其实很简单，就是在风起云涌的商业浪潮中，根植人性，服务人性，从消费者的心声出发，再回到消费者的心声，强调的就是一个品牌怀揣着的“顶固让您放心”的消费者情怀。

孟子曰：“上善若水。”水是透明的，汇涓涓细流聚多成河，流动在这个世界，更流动在我们的心头。水变的是水、汽、冰外在的形态。而不变的是内在的本性，即水润万物的品质和汇聚前行的精神。同理，当今在大变革时代的商业轮回中，变的应该是不断推崇出新的商业模式，而不变的应该是商业内在的本性，即服务客户的本质和汇聚为盟前行的精神。

顶固拥有高定家居核心五金，必然遵循高端理性诉求，引领年轻理性和成熟理性的高端人群，使消费者实现从简单的物理需求层面，发展到自我价值实现的层面，努力成为消费者的精神家园与心灵归宿。我们都希望看到一个不一样的顶固。只要形成背靠背的信任，汇聚前行，顶固力量必定绵延全国，实现高定制胜！

TOPSTRONG 04



顶固®五金

开门，
嘀一声就好了。

顶固智能门锁 |
3300 轩朗系列
Shiner Series

安·全·卫·士



Topstrong
Living Innovation & Integration

广东顶固集创家居股份有限公司
GUANGDONG TOPSTRONG CREATIVE HOME PRODUCTS 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

11 高端访谈 话题

顶固邹文胜：娱乐营销
打造“现象级”品牌盛宴



今年，顶固亲亲季II再度出击，特邀大黑牛李晨为爱接力，担任本次活动的特邀嘉宾，聚焦“伴侣”见证初心，现场探讨事业与家庭/爱情的平衡之道，延续顶固的亲亲“爱家”文化。2016顶固亲亲季，特别对话顶固衣柜事业部市场中心总监邹文胜，聊聊顶固如何用娱乐营销打造“现象级”品牌盛宴。

35 商学之道

如何分享智能家居的蛋糕

2016年的智能家居市场似乎异常火爆，以“服务”、“体验”、“跨界整合”、“互联互通”等关键词的企业战略像狂风一样猛烈吹来。“智能家居”的百度搜索指数更是自13年起，从1000点提高到现在接近4000点。据预测，2020年中国智能家居的整体产值将突破万亿元，其中智能硬件的产值将达到6000亿元。

24 顶固印象
TONY谈顶固



我认为打造一个品牌是需要时间来沉淀的，它与创立品牌本身的精神文化息息相关。一个品牌之所能成为品牌，背后必定是有强大的企业文化支撑。结缘顶固，始于顶固亲亲季。这两次的顶固亲亲季活动更是为顶固的企业文化添上了浓墨重彩的一笔。顶固的企业文化就是为家为爱而存在的，坚持打造幸福家的温馨感觉。



39 星星之火

爱是永恒的信仰

每年一个站点的坚守总是朴素单纯而又温情洋溢。2016年，公益第十个年头，我们怀抱温暖，感念生命的奇遇以及自我的成长，开启了一场心灵之旅。未曾经历，不成经验。回首来时路，我们发现，只有公益和责任，才能让自己不计得失、勇往直前。



封面人物
李晨

09 顶固速览

顶固亲亲季II：李晨火热来巡店
浪漫邂逅顶固家

2016年9月25日，这是一个特别温馨浪漫的日子，这一天，李晨接力顶固衣柜形象代言人范冰冰，化身顶固亲亲季II季的“亲亲大使”，在北京居然之家丽泽店玩转亲亲季，教你如何定制顶固的家！

Contents

目录

知 PERCEPTION

09 顶固速览

顶固亲亲季II
顶固五金斩获 天猫大奖
大凉山之行：时光不离心顶固
爱固恒爱，我们与你在了一起
顶固荣获“广东省十大书香企业”称号
顶固衣柜获奖经销商俄罗斯、挪威之旅

11 高端访谈

顶固邹文胜：娱乐营销打造“现象级”品牌盛宴

15 独家视界

“他山之石，可以攻玉”

18 顶固名人

顶固 未来我们一起奋斗
生命不止 奋斗不息
勇敢做自己

24 顶固印象

TONY谈顶固

行 BEHAVIOR

27 市场前线

顶固亲亲季II-李晨开启砸价大战 完美收官
新旅程，心相伴
双冠节2016完美落幕，并赠你们一个彩蛋！

31 电子血拼

顶固强势进驻天猫 火力全开玩转双11
8年一路走来，感谢有你

35 商学之道

如何分享智能家居的蛋糕

情 EMOTION

39 星星之火

爱是永恒的信仰
用心感悟，幸福将无处不在
不同视角的拍摄
献给希望小学二年级全体同学们的一封信
给马佳丽和熊萌萌的信

47 文化圆桌

行走在秋日
一场假释女犯和情场骗子的恋爱
从全世界路过的树叶

51 高谈阔论

寻管理之道，建幸福企业

品 TASTING

55 顶级风范

一见钟情靠颜值，日久生情靠内涵

59 柜族生活

冰冰系列：为爱筑巢 专属定制

63 金相玉映

你只需要2980元来改变生活，来吗？
礼遇金婚，顶固「龙韵」佳成

67 豪门贵胄

冬日花园 顶固门业新品上市-阳光房

趣 INTEREST

71 范店有料

女神范冰冰为什么选择李晨

73 装修日记

设计师分享：玄关装修实用技巧

75 居家课堂

小植物，大生活

78 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、刘旭、
邓慧君

美术编辑：李斯

校对发行：刘旭

投稿专线：0760-22772692

投稿邮箱：dgbjb2013@163.com



本刊物仅供内部交流 部分图文源于网络。

顶固速览



NUMBER ONE

顶固亲亲季 II：李晨火热来巡店 浪漫邂逅顶固家

2016年9月25日，这是一个特别温馨浪漫的日子，这一天，李晨接力顶固衣柜形象代言人范冰冰，化身顶固亲亲季第二季的“亲亲大使”，在北京居然之家丽泽店玩转亲亲季，教你如何定制顶固的家！

李晨现场也同主持人谈及自己对爱情、对家的看法：家应该是幸福、温馨、甜蜜和舒适的，同时李晨表示非常喜欢顶固浅色及简约的家居风格。

顶固作为一家家居企业，始终将家文化作为顶固企业文化的核心。一直以来，顶固将“爱家”文化充分融入到产品与品牌，致力于让每一个家庭都能感知到满满的顶固家的幸福。顶固亲亲季第二季圆满落幕，顶固将以负责任的态度不断将亲亲文化，家文化融入到产品中，为消费者打造更加健康，顶固的家！



NUMBER TWO

顶固五金荣获“2016年度十大最受天猫消费者欢迎智能锁品牌”

10月21日，以“如何加快智能锁产业发展与升级，推动智能锁与互联网产业合作”为主题的2016年中国智能锁产业与互联网双驱发展高峰论坛暨天猫双11全球购狂欢节“全民换锁”启动仪式在上海国家会展中心隆重召开。本次高峰论坛由天猫美家主办，顶固五金等品牌协办，来自业界专家学者、互联网企业代表、智能家居企业代表、各大新闻媒体共100多人参与，共同探讨了互联网及智能家居市场的未来。广东顶固集创家居股份有限公司常务副总经理汪光武先生出席了此次启动仪式。

本次高峰论坛上，顶固五金被评选为“2016年度十大最受天猫消费者欢迎智能锁品牌”，该奖项是由所有天猫买家评选得出的，含金量十足，是业界对顶固五金产品、品牌的认可，也是广大消费者对顶固五金品质和服务的信赖。

顶固公司将继续发挥自身在智能五金领域中的技术应用、市场、品牌、团队优势，实现创新突破，为实现中国五金行业走上智能发展的道路贡献力量。



NUMBER THREE

大凉山之行：时光不复 心顶固

9月8-10日，顶固义工团一行25人，驱车近五百公里，走进平均海拔近3000米之上的大凉山腹地地带——林木美姑，为顶固第八所希望小学培土奠基，共赴一场美好的心灵之约。

9月9日，顶固第八所希望小学四川站奠基典礼在美姑县巴古乡三岗村小学简单而隆重地举行。美姑县副县长潘林先生，教育局副局长杨春银先生，广东顶固集创家居股份有限公司董事长、顶固义工团团长林新达先生，成都顶固总经理郭清志先生，顶固核心经销商、供应商代表和社会爱心人士，以及巴古乡三岗村小学全体师生参加了本次奠基典礼。

八年了，时光不复，光阴不再，但是走过的足迹仍然分明而深刻。时至今日，依然可以看到一群老顶固人还在坚持做公益，这样的场面令人动容。时光不复，心顶固。未来，在这股力量的支持与鞭策下，顶固将会走得更远！



NUMBER FOUR

爱回临夏，我们与你在一起

10月14日，对甘肃临夏县榆林小学的孩子来说是一个喜悦的日子，他们迎来了一群远方的朋友——顶固义工团。“爱回临夏——顶固第六所希望小学甘肃站落成典礼”顺利的举行，看着孩子们梦想的新校区，从无到有，从奠基到落成，这份愉悦感，为公益出力的自豪感，顶固义工深有感触，渴望与孩子们相会，见证这历史性的一刻。

在孩子们的热烈欢迎和期盼中顶固义工团来到了榆林小学。伴随着昂扬的国歌，“爱回临夏-顶固第六所希望小学落成典礼”拉开序幕。临夏县教育局局长郑得荣先生，顶固常务副总经理汪光武先生，红星美凯龙兰州商场副总经理姚海健先生，兰州顶固总经理王伟峰先生以及社会各界爱心人士共同出席本次活动，参与爱心收获之旅。

顶固公益之路、感恩众多力量的参与和支持。带着这份祝福和期望，顶固定不忘初心，服务社会，甘肃站作为顶固2016年爱心活动的最后一站，是本年爱心活动的圆满收官，更寓意顶固爱心路开启新的征程。



NUMBER FIVE

书香岭南顶固荣获“广东省十大书香企业”称号

按照广东省2016年“书香岭南”全民阅读活动的统一部署，省总工会举办了第五届广东省十大书香企业评选表彰活动。广东顶固集创家居股份有限公司在本次活动中荣获“广东省十大书香企业”称号。

顶固深知阅读与学习的力量伟大，会再接再厉开展全员学习，不负殊荣。唯有孜孜不倦将学习型组织建设进行到底，企业才能拥有不断发展智慧源泉，顶固才会拥有生生不息的发展动力，企业的未来才会更美好。



NUMBER FIVE

顶固衣柜2016年金蝶奖获奖 经销商俄罗斯、塞班交流之旅

为表彰2015年业绩突出的优秀经销商，加强顶固与衣柜经销商家人们的沟通与交流，顶固衣柜特别策划组织了金蝶奖获奖经销商俄罗斯人文之旅和塞班岛阳光之旅。

俄罗斯这样一个历史悠久的国家，它的坚韧，创新，是值得学习的，顶固衣柜家人在异国的天空下回望过去，都是不悔的骄傲与坚毅。

在塞班，大自然的相辅相成是无私紧密的，就像顶固衣柜与经销商家人们的关系，因为有经销商们的支持，顶固衣柜才能更好的完成战略铺广，同时顶固衣柜也为经销商们提供了各种创新产品与服务体系，促进了经销商们的营业收入。

2016年顶固衣柜金蝶奖获奖经销商俄罗斯&塞班交流之旅圆满结束。激情八月，顶固在路上，以永不停歇的脚步迈向更美好的明天。

顶固邹文胜： 娱乐营销打造“现象级”品牌盛宴

文/衣柜品牌策划部 刘倩婷



KISS SEASON II

【摘要】2015年7月26日，由顶固衣柜主办的顶固亲亲季启幕盛典暨范冰冰见面会万众期待中于居然之家北京丽泽店璀璨登场。来自全国各地的顶固家人们、特邀嘉宾、供应商、媒体朋友以及冰冰邦粉丝们齐聚一堂，与顶固代言人范冰冰小姐，共同见证了顶固亲亲季的启幕仪式，掀起一股“全民亲亲大行动”的热潮，创造活动销售额达1.2亿的销售奇迹，在定制家居行业引起强大的品牌轰动效应。

今年，亲亲季II顶固再度出击，盛邀大黑牛李晨为爱接力，担任本次活动的特邀嘉宾，聚焦“伴侣”见证初心，现场探讨事业与家庭/爱情的平衡之道，延续顶固的亲亲“爱家”文化。2016顶固亲亲季，特别对话顶固衣柜事业部市场中心总监邹文胜，聊聊顶固如何用娱乐营销打造“现象级”品牌盛宴。”

邹文胜
顶固衣柜事业部市场中心总监



精确整合营销，打造顶固爱家品牌专属

《顶固中国》：本次亲亲季，顶固开启了全媒体、全员和全渠道“三全”整合营销，请问邹总能介绍一下这个具体的营销方式和手段吗？

邹总：我们在设计这个活动的时候，也考虑到营销活动靠单点或单个要素去做很难做成一个有影响力的事件。在整个筹划过程中我们希望全员、全渠道、包括全媒体都能参与进来，做成一种顶固独有特性和品牌个性的一种营销活动。亲亲季从去年范冰冰启动以后就备受关注，今年第二季我们也希望把亲亲季做成顶固品牌专属。所以我们每年会从这三个渠道方面去打造，希望做成一个有大规模影响力、在短时间内能创造巨量销售的营销活动。

最佳6S团队，驰骋家居市场

《顶固中国》：成功的品牌活动离不开精英团队和独特政策，顶固亲亲季在短短两年的时间内已然成为定制家居行业促活动风向标，请问邹总有什么秘诀可以分享一下吗？

邹总：的确，成功的品牌活动离不开精英团队和独特政策。亲亲季活动成功的背后拥有由顶固6S和广州建众组成的主动营销团队的辛勤奋斗，公司通过

《顶固中国》：刚刚您提到亲亲季是顶固的专属，在娱乐营销方面，顶固是如何将这种营销手法和自身的“家文化”进行结合？接下来，顶固还有哪些动作？

邹总：关于现在的营销还是要回到消费者本身的层面当中去。因为做一个品牌首先应该去关注消费者或者用户本身感兴趣的东西。我们作为家居的生产者和服务者，希望倡导的一种文化就是家庭成员之间能和谐相处。我们整个亲亲季也是在传递亲人之间爱的关系的一种活动。所以我们希望通过这种活动，把家文化基因输入到产品当中去，让用户在选择顶固产品时能感受到顶固关于产品在设计以及服务上这种浓浓的家文化的体现，这样顶固才能打造一个有温度的家居品牌。

6S样板市场团队将最新营销手段扑向市场，帮助经销商提高团队建设和经营能力，将精细化服务和顶固高端产品扩大受众面积，全面提升顶固品牌的市场影响力，从而为更多客户打造高端时尚的家居生活。为此，我们在亲亲季期间启动“李晨来撕价”的优惠政策，亲亲季活动期间推出的时尚新品“冰冰系列”全年最低789元/平米，让消费者享受到更实在的价格优惠。

亲亲营销互动，传递品牌心声

《顶固中国》：我们都知道，一直以来，顶固都将“爱家”文化充分融入到自身的产品中，邹总作为衣柜事业部市场中心总监，平时工作肯定也是比较繁忙，请问邹总是如何看待个人事业和家庭之间的平衡关系的？

邹总：说到这点我个人会比较惭愧。因为工作的关系我自己在家里的时间还是相对比较少的，可能要跟刚才晨哥讲的一样，我们要留出更多的时间来陪家里的人，所以我想后面我应该会合理安排自己的工作时间，挤出更多的时间跟家里人一起享受家庭生活的点点滴滴。

《顶固中国》：顶固继上半年入驻京东后，本月也在天猫设立旗舰店并成功运营，圆满实现线上线下全营销战略，并借势亲亲季，打造行业“现象级”的盛况。关于行业瞩目的顶固亲亲季“现象级”营销盛况，您是怎么看待的，在“现象级”的打造上，顶固有哪些具体的举措？

邹总：现象级是为了更通俗的理解活动而聚焦一种概念。我们刚才讲的除了全渠道、全员，以及全媒体的这种推广传播，可以在很短的时间内能产生一个巨量的信息的发布，这是品牌发声的非常好的机会。这种现象级也能让用户在这种活动当中全方位地了解顶固的信息。能为他的产品选择，决策做出一个非常客观的判断，这样也能让消费者买到既喜欢又实惠的一些产品，同时能享受顶固高品质又高价值的服务水平，这个是我们做这种活动的一个最主要目的。所以后面我们也会更多地利用这种方式来打造顶固的文化。说到底亲亲季这种活动是跟用户互动和沟通的一种方式，也是让品牌发出声音的一种方式。2016年顶固亲亲季第二季已圆满落幕，未来，顶固将以负责任的态度不断将亲亲文化、家文化融入到产品中，为消费者打造更加健康、顶固的家。❶



“他山之石，可以攻玉”

——顶固阿米巴经营之我见

文\企管中心 余运旺

提起相对论，我们自然会想起爱因斯坦；提起苹果手机的辉煌，我们会想起乔布斯；而在谈论阿米巴经营的时候，我们会自然而然地想到日本“经营之圣”稻盛和夫先生。

什么是阿米巴经营

原来阿米巴虫为一种原生单细胞生物（音译阿米巴），没有固定的外形，可以任意改变形体，在地球变迁的过程中，因为阿米巴虫机体简单，适应能力强，当强大的恐龙都灭绝的时候，弱小的阿米巴虫却因其适应性强，能通过牺牲个体，抱团进化，不断适应变化的恶劣环境，却生存了几十亿年，生生不息。京瓷的经营特征与阿米巴虫的生存方式非常类似，因此取名为“阿米巴”经营。在稻盛和夫先生的眼中，把企业划分成一个个被称作“阿米巴”的小集体，是有着和阿米巴虫一样的特征：**意志坚定、生命力强、整体协调性强、灵活应对市场变化、高效沟通、决策反应快速等。**

阿米巴经营的本质是什么？

阿米巴经营本质是一套量化赋权的经营管理体系：

表现	以各个阿米巴长为核心，组织划分、独立核算，内部交易，让其各自自行制定计划并依靠员工的智慧和努力来完成目标
强调	重视数据，重视经营，现场的活力和不断的循环改善
根基	共同的价值观和企业文化，如京瓷的“敬天爱人”
本质	以心为本的人心经营，在充分信任员工的基础上，激发全员活力，培养经营人才

阿米巴经营目标

根据稻盛和夫先生的《阿米巴经营》中的描述，阿米巴经营大致有三个目标：

- 第一，确立与市场挂钩的部门核算制度；
- 第二，培养具有经营者意识的人才；
- 第三，实现全体员工共同参与经营。

稻盛和夫先生经营过程中一再强调经营理念的重要性，并反复说明“**在考虑经营的战略、战术之前，更应遵循企业经营的原则**”。目的是让员工在坚持经营的理念和经营原则的基础上，充分发挥每一个员工的创造性，实现全员参与经营。此外，通过制定严格的经营计划，抓住过程中的数据监控、评价，把管理简单化，从而保障授权的风险控制和经营收益的实现。

阿米巴经营与承包经营的区别

阿米巴经营与承包经营之间存在很大的差别：

维度	阿米巴经营	承包经营
目的	在保持经营理念与战略统一的原则上，划小经营核算单位，改变责任中心、费用成本中心为利润中心，充分发挥每一个员工的创造性与积极性，实现全员参与经营，培养经营人才	划小经营核算单位并以承包，物质刺激代替管理与控制，实现局部效率优化
理念	以“利他”思想为指导，自上而下统一贯彻企业经营宗旨意志，强调理念统一	以“利己”思想为指导，以承包者意志为主，无需考虑理念统一
权利	量化赋权，有选择，有控制地授权	权利下放，弱化控制，简化决策流程
责任	阿米巴组织不仅对局部业绩与效率负责，还需对理念统一、战略统一负责，兼顾全局与长远利益	承包者只需对局部的短期业绩负责，无需考虑理念、战略统一，无需对全局于长远利益负责。
评价	强调以“经营会计”时刻反馈经营的动态情况，并通过“经营会计报表”来进行业绩评价、实现不断优化改善	强调以“财务会计”反馈经营结果，主要按局部利润来进行业绩评价与利益分配

通过上表的比较，我们更能看清阿米巴经营与承包经营之间的巨大差别，在企业的管理实践中，我们不可避免地会片面地理解阿米巴经营，所以，只有深入学习和理解阿米巴经营，才能以更有效的经营方式，来解决我们遇到的各种管理问题。》》



阿米巴经营给企业和员工带来的好处

阿米巴经营通过建立有效的自主经营机制，培养理念一致的经营人才，促进全体员工参与经营，提升核算意识，实现把企业由大化小，从而实现大企业的规模优势和小企业的灵活性兼备，给企业和员工带来好处是和谐统一的：

序号	对企业的好处	对员工的好处
1	自上而下有效贯彻企业经营意志、理念	充分了解企业经营理念、要求，以此为指引开展自主经营工作
2	将企业划分为多个阿米巴自主经营体，增强内部合作与竞争，从而促进外部竞争，实现整体提升	以“利他”思想为指导，通过阿米巴形式参与经营，发挥才能
3	建立量化赋权的经营机制，提升经营效率与活力	锻炼经营能力，时刻与市场接轨，获得更多授权，提升工作的自主性与效率
4	构建内部交易运作机制，传递市场压力	通过经营会计，独立核算，实现自我自我管理，分享企业的经营成果
5	搭建公平、公正、公开的赛马机制，有效发并培养经营人才	更多的锻炼与施展才华的机会
6	搭建更科学的业绩量化考评机制	通过阿米巴经营推动员工物质和精神双丰富，得到更多的物质和精神奖励

阿米巴经营模式的实践准备

- 1、组织公司高层深入学习和理解阿米巴经营模式，以统一思想和认识，自上而下的贯彻，才是阿米巴经营模式成功的保障。
- 2、推进阿米巴经营的前期培训：在正式导入阿米巴之前，必须对全员尤其是管理队伍进行前期的培训，统一思想，使之了解阿米巴经营模式；
- 3、“罗马不是一天建成的”，需确立清晰的顶固阿米巴经营的目标和实施规划；
- 4、成立阿米巴经营推行的负责机构，该机构不仅要技术层面处理推行方案的规划、体制的运作，而且要随时协调和处理伴随经营机制改革带来的一系列的问题；

需避免的误区：

- 1、盲目照搬稻盛和夫的“京瓷”哲学，忽视企业自己的独特性和发展阶段。
- 2、不系统实施阿米巴经营（只单独关注核算或哲学），最终无法落地。
- 3、仅仅从部门做试验，忽视从高层开始。
- 4、仅关注阿米巴核算体系而忽视问题解决。
- 5、仅关注数据而忽视数据反映的经营问题。
- 6、急于求成，变成整风运动。

阿米巴经营是被实践证明可行的经营模式，需要我们静心去学习、理解和运用，才能真正地利用阿米巴经营，建立起顶固阿米巴经营核算机制，培养出一批合格的经营管理人才，实现企业的大发展和员工的幸福。❶



顶固 未来我们一起奋斗

文/北京顶固 汝廷新

2013年6月24日（夜）——“微风轻拂人入梦，我却一夜未眠……”——题记

顶固，这样一个激情成就梦想的舞台，加入顶固，我看到的是定制家具行业的前瞻性。如今时尚，环保，个性化的特点，已成为了衣柜的发展趋势，特别是订制自己的专属衣柜，越来越被当今的消费者看重。随着人们生活水平的不断提高，定制衣柜也越来越成为现代家庭中必不可少的重要组成部分，我对订制衣柜行业的前景充满了希望。2013年6月24日，“北京顶固顶固家居用品有限公司”这颗新星正式从京城上空升起。就如同十多年前抱起我刚出生的儿子一般心情激动——我生命中的第二个孩子啊，未来的路我该如何引领着他走？

转眼间，迎冠顶固已经三岁了，三年时间过去，我们走过的路并不平坦，前进的每一步，都镌刻着顶固人艰苦创业的激情和迈向成功的喜悦。作为迎冠顶固的掌舵人，我常以“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”这句名言来自勉。即使我做不到为天地立心，能否为所有追随迎冠顶固的人担当起立心之责，同样，迎冠顶固的团队能否为迎冠顶固的发展担起立制之任呢？>>>



一、立顶固之心

民无信不立。在任何一项事业背后，必须存在一种无形的精神力量。所谓顶固立心就是构建顶固的精神价值体系。现在团队还存在着思想不统一、工作动力不强、责任不到位等现象。换言之，一个团队没有形成核心价值观，还没有形成渗透到人心的企业文化，这是制约所有企业发展的最大问题。那么多拳头不往一个地方打，是打不疼的。只有疼了，才会成长！我们现在把“认真、高效、不找借口，诚信、感恩、传递正能量”立为企业的价值观，将它作为我们工作的准绳，又有谁能真正做到这几条。我们要做的是不断地向这句话靠近、靠近、再靠近。我们必须给自己的团队“立心”，立创业之心、立发展之心、立奉献之心、立责任之心，实现由价值驱动向企业文化引导的转换，将工作变为使命，焕发出全员主动性和创造力，提升企业软实力。北京顶固，我们一直在前进。

二、立顶固之制

“圣王者不贵义而贵法，法必明，令必行，则已矣。”深刻阐述了制度、法规的重要性。这里提到的“法”和“规”就是我们所说的制。以目标为导向，以制度作保证，以文化为灵魂的管理组织系统的建立，将是走向辉煌的关键。在2014年，我们举全公司之力，建立了清晰的管理架构，明确了权责关系，制定了科学的选人、用人、育人、留人的人力资源管理机制，这些都是顶固以发展的视角因势利导，以制治全的重大布局。接下来，我们当务之急的工作便是将这种“制”严格贯彻、执行下去，为顶固持续发展提供源源不断的内在动力。**汪洋之势，乃容天地万物，无论是波瀾壮阔，还是风平浪静，其内部都是顺势而应的。**

三、为昌盛立人

人才是顶固的第一资本，是顶固发展的力量之源。我们发展的真正瓶颈正是人才的缺乏。随着顶固舞台不断扩大，人才困境日益明显。要解决这个问题，我现在正在从几方面着手：“一是深化以人为本的根本理念，强化以德为先的用人标准；二是合理地引进人才，增强顶固的“地头力”；三是提高员工的物质文化生活质量，将员工价值追求与企业愿景相结合；四是注重员工心态培养，顶固是一个年轻有活力的企业，我们应该具备积极乐观、坚定自信，认真负责、永不自满、知足感恩的心态，才能让顶固和个人走得更远、飞得更高。”唯有如此，我们才能走出平凡，走向卓越。**立鸿鹄之志，展宏图大业；立狼群团队，壮威武之师！**

四、为登高开先河

自公司成功牵手范冰冰以来，无论是从企业的形象还是产品的定位来说，都具有跨时代的意义。与国际女王的联姻，预示着顶固正开启高端品牌大家居时代。“高端衣柜顶固范”随着范冰冰荧屏超高曝光率和公司的大力宣传，引发的深入人心。总公司的亿元媒体投放计划更是全面覆盖了央视、高铁、高速户外媒体、机场、分众媒体、门户网站、杂志等权威媒体，使顶固范形象空降全国各地，使顶固的影响力撼动北京城。

风再大，夜再凉，我已安然入睡，迎冠顶固经得起风，破得了浪，未来的路又何须我去多想。我们是鲲鹏，展翅正此时，扶摇直上九万里。志存高远的顶固人将以“为顶固立心，为随者立命，为昌盛聚贤才，为登高开先河，”的博大胸怀，**用自己的智慧与勤奋支撑顶固展翅腾飞，创造属于迎冠顶固的辉煌篇章。**

以目标为导向，以制度作保证，
以文化为灵魂的管理组织系统的建立，
将是成就走向辉煌的关键
——汝延新

生命不止 奋斗不息

文/衣柜培训推广二部 李慧

区域：四川.乐山 人物：林莉



开过煤矿，卖过油漆，做过环保，做过定制橱柜，也给别的定制品牌做过店长，赚过钱也赔过钱，经历所有的起起落落，在我看来都是为了成就今天的四川乐山顶固衣柜。

一、良辰吉日，与你结缘

当我徘徊在十字街头迷茫、彷徨的时候，只身闯荡乐山，只为那一句：“乐山如果还没有加盟商，你就去把合同签了！”当我问为什么的时候，我听到的是：“哪有那么多为什么？顶固的五金是行业前列的，衣柜差得了吗？要做就赶快去做，等到别人加盟了，你再继续迷茫吗？”

2013年10月，一行三人去到公司总部考察，招商部的同事并无很多的夸夸其谈，只是把市场情况明明白白的分析了一遍，把公司的发展历程及产品系统结构跟我讲了讲。那一刻起，我被那朴实简单的表达而打动，被公司和諧又充满活力的氛围所吸引，毅然决然的把乐山

地区的经销权签了下来。2013年12月，乐天天星路顶固衣柜店着手装修，我所有的存款仅有20万，显然不够前期的投资，于是向银行、向亲人、向朋友，借！一个女人的奋斗从此拉开序幕！

二、亲力亲为，争取市场占有率

作为一个地级城市，第一年的任务目标不论是多少，心里都会有些没底，别的品牌已经在乐山进驻近十年，无论从品牌的沉淀还是从市场占有率，对于新进驻的顶固衣柜来说都是有着各种有形无形的压力。但无论怎样，既然已经上路，便只顾风雨兼程。一百多平的店面，三个人打天下：一个设计师，一个安装师加上我。扫楼，打电话，样样都亲力亲为。因为手里的存款都投入到这个店，所以出门要么搭公交车，要么骑车，但是在半年以后，咬咬牙，买了一辆四人座的车，算是店面第一辆车。我告诉跟我一起奋斗的伙伴，只要用心，只要努力，没有什么能够阻挡我们成功。》》

作为刚刚进入乐山市场的新品牌，我不求赚多少钱，只求快速把市场占有率提升，哪怕客户只订一个书桌，哪怕只有一两千块钱，都像对待VIP客户一样服务，都以最快的速度给客户出方案。刚开业不久的时候，有一个意向客户晚上散步经过店门口，因为是临街店，别的店面都已经打烊了，她看到店里还灯火通明，设计师还在加班为客户做方案。第二天她到店里，设计师把三个方案拿给她看，正巧前一天晚上设计师加班做设计的方案就是她的。她就二话没说，当即全额付款，虽然只是一个书房。离店时她说：“我尊重每一个尊重客户的商家，我愿意给一心为客户着想的品牌一个机会！”现在我们是好朋友，理所当然的她也为乐山顶固衣柜带来了几个订单，只要身边有朋友要做定制家具的，她都极力的推荐顶固。所以，订单无大小，小订单也蕴藏大订单和多订单的机会。

三、真诚服务，净化市场环境

还有一个客户是我印象最深的，都已经在对面店下订了1000元，到我们店里之后，店员热情的服务，真诚的讲解，打动了她。她让客户顾问陪她到另外两家定制品牌店去看一下。不知她何意，客户顾问就陪她去了。逛完之后，她立即下订了五万多的订单，而在之前下定的那家预算是三万多。更有意思的是，她还到那家说：“我在顶固订了五万多，你们看看这一千块买个斗柜或者鞋柜啥的吧。”只要真诚的为客户着想，把服务做到位，比别人多做一，将心比心，客户自然就会选择你。

记得有一次去客户家里量尺，由于设计师在赶一个设计方案，于是我自己跑去客户的别墅，一栋三层独立别墅小楼。在了解了客户的需求之后，我一个人开始量尺寸，画简图，一个人伸尺子。一不小心伸长的卷尺便会卷落下来，打到脑袋，便要重新来过：一次一次的方案更改，最终拿下来这个别墅订单，板木金额16万！小小的乐山，很快就传出了各种顶固奇闻，别的品牌也在畏惧我们，不断的派人到店面进行摸底。我告诉店里的人员：无论是哪个品牌的人来访，都要以诚相待，像对待客户一样对待他们。市场经济下没有绝对的敌人，只有在竞争中不断的前进，不断的创新，不断的完善对客户

的服务，把客户的需求当作我们不断的追求，方能在竞争激烈的市场里占有一席之地。

路对面品牌的导购到我的店里大声呵斥到：“我有一个客户又被你们给抢走了，搞什么鬼！”我说：“客户不是我的也不是你的，她选择什么品牌，是她遵从自己的心。既然看过你们的品牌也看过别的品牌，最终选择了我们，只能说明她在顶固衣柜得到了她想要的东西。”她低着头走了，从此便与我们打起价格战。可是她们不知，我们给予客户的是真诚的服务和过硬的产品品质，而非价格的让步。

四、团结一心，勇闯低迷市场

随着团队的成员逐步增加，我便给这个团队制定了一系列的制度。任何一个成员接待客户，别的成员一定全力配合，不存在你的单你自己搞定，我的单我自己搞定。如果出现恶劣竞争，背后说其他成员坏话的，对不起，请你离开，无条件可讲。我希望每个人都怀着感恩之心工作和相处，只有善良，才能让一个人、一个团队走的更久、更远。

2014年底，乐山顶固衣柜被总公司评为“新锐加盟商”，给我打了一针深入骨髓的强针剂，这一年，我的团队增加至12人，他们彼此爱护，彼此合作，团结一致，秉承做好自己，不打击竞品的做事风格，通力合作在2015年超额完成了公司制定的目标。同年底，被总公司评为五星级加盟商、VIP加盟商。在领奖的那一刻，情不自禁眼泪在眼睛里打转，那么多的努力都得到了回报。2016年，我正在规划第二家店。顶固全屋定制是我奋斗的事业，未来，我将投入全部的精力和最大的热情把乐山市场做强做大。请大家拭目以待。

任何的大人物都是从小人物走过来的，任何一家公司都需要一群团结快乐且执行力强的团队，我时刻提醒自己，生命不止，奋斗不息！



勇敢做自己

文/衣柜培训推广二部 李慧



李慧（衣柜培训推广二部经理）

音乐学、汉语言文学本科学历，先后从事外资企业总助、灯饰集团客服经理、某电器上市企业高级培训师，单独服务终端经销商客户近三十家，得到终端经销商的高度评价。

工作没有高低贵贱之分，不管做什么工作，我都在力求成为那个“最出色的人”。

大学兼职卖空调、食用油，大大泡泡糖都是业绩最好的那个，在海底捞餐馆也是那个把盘子刷的最干净的人，在咖啡馆做那个笑得最甜的人，在外资企业做那个最努力的总助，在上市企业做最优雅的培训师，我把工作做得那么认真，却也那么悲情，每日五六点钟起床，晚上七八点多才迈进家门，一出差不分日夜的工作，白天永远属于老板，黑夜也不能给我自

由。早上七点和晚上十一点后的时间里，我苦守着一盏灯，用咖啡抵住睡意，读书写作，闭上眼就能看见，过去那么多的悲壮剪影。

我从十几岁开始就有了成为作家的梦想，这梦想是个不能说的秘密。我有很多笔记本，里面零零散散的记录着我随笔文字，大多是诗句或者散文。曾经我一度认为自己如果生活在古代，一定是一个有才华的才女，哦，我不会做女红。

我的家乡在祖国版图的中原地带，那里人们的无情感的修饰，看不到一个像海子的人。土地赋予我们一种踏实，那或许也是一种悲凉，我们靠金钱行走，从不靠情怀吃饭，我的妈妈就曾在门口见我写字而忧心忡忡。她确定这世上的只有政府官员和教师一定比作家要活得幸福，她不敢想象自己的女儿，要用一双手写出令她谋生的字，那年头这种天真的想象近乎于疯狂。

我二十岁运行，厌倦了“梦想不能当饭吃”的环境，我要寻求一片土壤，给我安全给我信念给我以机会施展热忱，可是站在二十岁出头的节点，我的内心却一片苍凉，十几岁时心心念念张爱玲“出名要趁早”的话，终于在现实面前坍塌了。那个年代郭敬明、韩寒跟我一样的同龄人都已经把版权税进账，选秀节目张韶涵、李宇春、周笔畅等一批不到二十岁的同龄人如日冲天的红了不起来，哦，对了，张靓颖跟我一个年纪。

所有有才华的人早在二十岁前就有了属于自己的光荣，而我只能拿着十几岁时登在报纸犄角旮旯的文字对人怯怯地讲“我喜欢写字”，懂点音乐，人最难接受的现实大概就是这

样的了，“我终于成为那个一直不想成为的庸人了。”做了一个公司的总助，也算是跟文字沾了些边。

我没办法继续洒脱浪漫，但也不甘向命运妥协：在离家1500多公里的城市，我每周去图书馆看书籍，每晚如饥似渴地读着，做摘抄，写思考。每天下班后两个小时的外语培训，也让我接触了很多或为梦想或为生计打拼的路上的人们。迄今为止，他们大多数还在从事着当初的行业，有一小撮人打破了常规，迈进了自己梦想的大门里面。

二十岁出头的我，没有钱没有爱情没有能力，于是我那么地用尽全身心的努力去学习英语以求能在公司谋生存，以至于相信，这世界上的成功若有捷径，就是将那不喜欢日子熬穿，把眼前这份憎恶的工作做到可以养家糊口剩下结余，我才有资格去做自己喜欢的事。

我在网上开始写故事，这件事纯属偶然，但却成为我人生中一个巨大的转折点。

我清楚的记得，我的第一位上司Anthony跟我说的一句话：如果不是你的那篇文章，我不会录用你，但愿我们合作愉快Angel。

我在我的博客上敲下了自己的毕业后的第一篇文章，那时还没有“鸡汤”的说法，我只是个述说故事的人。

当这个大名鼎鼎的公司的工作证终于拿到手的时候，我继续为生活奔波，但我与自己有了认真的约定：每周写一篇文章。》



于是只要有时间就坐在那里写文字，把文章放到网站上再回复网友，三个月的时间里，一个在现实生活中被吆喝来吆喝去的姑娘，竟然也有了些Fans。

现实的骨感总是不如梦想来的丰满，当生活让你不得不去做一些事情的时候，你就成了那个圆滑的石头，但无论多圆，也请不要放弃心中的梦想。自从结婚生孩子后，很少有时间停下来仔细回忆来时的路，但有时看到或者听到一些朋友的境况一大多是在为了生活做一份不得不做的工作，我就想大声告诉他们：请看着你周围的人们，看看电视上的人们，看看报纸上的人们。

我经常看见或听到朋友说，“我恨死那份工作，我本应该去做xxx...”我懂得这样的情绪，你在拿你根本不擅长不喜欢做的事，去和那些人比较，这哪有早日成功的道理？

每个人都有最擅长的事情，但最初的时候，并不是每个人都能有经济实力和时间能把自己最擅长的事当作努力方向，在这里我把自己的几条经验写下来。

1，辞职要三思而后行。

你“擅长的事情”也许只是你“不想工作”的借口，静下心来问自己，你到底想要成为一个怎样的人？

2，如果确定想法先做好自己的本职工作

然后利用一切零碎时间去做自己最擅长的事，将其系统化，你的擅长才能转化成成功。

做最擅长的事情绝不是一件容易的事，若真的有一些成功的窍门，那必然就是坚持，在任何成功的道路上某些人绝非算得上具有天资的人，但

坚持无比重要，就像我的家里堆成山的书籍，这些是我所能赋予的全部热情。

3，最重要的一——你只需尽力，剩下的顺其自然。

你也许会经常看着路边那些粗俗的小老板们而露出鄙夷的神情，可那些你瞧不上的市井生意人，也许多年前也是喜爱吟诗的人，只不过暂且认了命，以为生命不会有别的出路。

认命是一门最坏的习惯，它带你到绝望的深渊，让你想不起自己原本可以成为谁。即使不靠文字吃饭，我也会坚持，万一……？你懂的。❶

顶固印象 TONY 谈顶固

文/世纪樱花 TONY



TONY

时尚教父TONY，中国时尚传播领军人物，国际时装周资深排客与特约评论员。

2005年，TONY以时尚作为核心创意创立了世纪樱花，成为内地时尚传播新势力的领军人物。

2014年8月成立TONY工作室以及个人生活全系时尚品牌，全面且深入拓展多维时尚领域。

我认为打造一个品牌是需要时间来沉淀的，它与创立品牌本身的精神文化息息相关。一个品牌之所以能成为品牌，背后必定是有强大的企业文化支撑。结缘顶固，始于顶固亲亲季。这两次的顶固亲亲季活动更是为顶固的企业文化添上了浓墨重彩的一笔。顶固的企业文化就是为家为爱而存在的，坚持打造幸福家的温馨感觉。温度是环境造成的，是用心感受的，舒适温暖的环境才是家的感觉。

我觉得顶固是一个温暖的品牌，能够站在消费者的角度去想去设计这是很难得的。不止是顶固的设计吸引人，内在的一种精神才是最打动人心的。像在深圳这样的大都市，可以说人心是很淡薄的，因为外界的各种东西都太多太缭乱，就使得人情味变得吝啬而缺少。所以当你一天工作结束回到家里，能真切感受到温暖是多么重要，在工作中紧绷的神经，在这一刻得到了放松。正是有顶固这样贴近人心的品牌的存在，才让家的距离更近。

我个人非常喜欢个性化的东西，不是说一定要彰显你的与众不同，也许只是想要一种随心的感觉，可以根据自己的性格或者爱好拥有自己喜欢的东西，自己认可的东西。顶固的私人定制就让我有一种专属感，它可以根据消费者的需求和空间大小去合理规划设计，它的绿色环保的材质让我更放心地去选择它，甚至推荐给更多的人使用。温馨的家一定少不了健康。有爱，温暖，健康才是家存在的意义。》》



最值得注意的是，贯穿一系列活动推广的，就是“亲亲，让家更顶固”。“亲亲”是一个很可爱的情感的表达方式，像是小BABY渴求亲亲和抱抱。可以是有关亲情的，也可以是有关爱情的。但我个人侧重于亲情，爱情到最后都是会转变成亲情的。“亲亲”包含了渴求爱、传递爱，就像小孩子渴望被关注和照顾。亲亲是一种爱的传递和延续，是一种非常非常直观的情感诉求。人在这世上可以没有钱，没有事业，没有其他的一些身外之物，但唯独爱是不可或缺的，有爱才有动力去得到想得到的一切，才能支持你一直走下去。

在我的脑海里想象不到衣柜还可以“亲亲”，顶固已经打破传统常规，传统的衣柜可能做不到那么有意思，有人情味。而且顶固经常能够想到客户的需求是什么，这一点很重要。顶固跟我们合作两次，一次是范冰冰，一次是李晨，也足够有“亲亲”的韵味了。我觉得“亲亲”这两个字是很多人眼里很亲昵的词语，谈恋爱中，父母对孩子的“亲亲”，八零九零后的流行词语“亲亲”，人与人之间越近的距离，都会用“亲亲”来形容。跟顶固合作，从上一季到这一季的亲亲，看到了一个企业的担当，亲亲更多是什么呢？有呵护的衣柜，有情怀的衣柜，更带着像冰冰一样时髦的衣柜，这已经足够说明了顶固把“亲亲”做的极致。追随顶固，追随亲亲季，我相信大家用了之后越来越“亲亲”。

作为一个前卫大胆创新的活动，顶固亲亲季最为接地气的是从家的概念出发，用产品传递家的温暖，传递爱家的理念。也许不了解顶固的人会说一个家居品牌凭什么做到现在的程度，但是只要你留意亲亲季的活动就会知道，这个品牌并不简单也不普通。一直以来，顶固将“爱家”文化充分融入到产品与品牌，致力于让每一个家庭都能感知到满满的顶固家的幸福。还不忘初心服务社会，十年如一日的履行“手拉手爱心计划”，每年捐建一所希望小学，传递着大爱的温暖，播洒下一个个希望的种子，这是非常难得的。这次亲亲季的活动让情侣互相表达爱意，让平时说不出的话借助这个平台表达出来，三行情书饱含深情，全是彼此间的眷恋。同时整合多家资源，融合多方渠道，借助“亲亲大使”李晨的影响力，通过电视台、电台、机场高铁、户外广告、网络广告、新媒体等全媒体软力量，伴随衣柜市场中心团队、营销中心团队、6S主动营销团队、培训团队等活动总动员，将品牌推广与促销紧密结合在一起，扩大品牌影响力，稳固顶固品牌行业领导地位，我觉得这个营销方式是OK的，是完全可行的，利用线上线下的资源和多种营销渠道，让更多人知道顶固的企业文化和内在精神，是一般企业做不到的。①

顶固亲亲季II-李晨开启撕价大战完美收官

文/衣柜品牌策划部 杨泽坚



2016年9月25日，顶固专属品牌IP钜制“亲亲季II——亲亲·为爱筑巢”在京完美落下帷幕。大黑牛李晨接棒代言人范冰冰担任“亲亲大使”，亲临现场开启撕价模式，完美奉献史无前例的冰点之价，全国联动掀起撕价狂潮。

首启1+4+20+N模式 全国联动掀起撕价狂潮

亲亲季当天，李晨帅气亮相在北京顶固居然之家丽泽店主场。大黑牛李晨玩转全场，开启全民亲亲大行动。在撕价环节更掀起重磅优惠浪潮，大黑牛拿出撕名牌时的魄力再送福利！以李晨来撕价为契机，全国首发顶固全屋定制冰冰系列新品，李晨携手顶固家居衣柜事业部总经理曹岩先生，现场再撕底价，衣柜低至188元/㎡，引起广大业主们极大的定制欲望，也让顶固为助力广大家庭“亲亲为爱筑巢”做出实际性的表达。

与此同时，广州、贵阳、石家庄、长春四大亲亲季分会场，也热烈响应，四城现场直播北京亲亲季李晨见面会主场活动盛况，将李晨亲亲大行动的声音传得更广、更远，以点带面掀起全国亲亲热潮，顶固还在全国列选20个重点区域市场形成全国联动的市场布局，开启“李晨来撕价”全国联动，极限开撕。借助大黑牛李晨强大的明星号召力，统一的亲亲文化衫，

一致的传播口号、同频同道共同发声，全国各大顶固专卖店纷纷超额完成目标，捷报频频。

四大次主场 热战亲亲季

广州顶固亲亲季次主场凭借地理优势，把亲亲季会场设在顶固总部，诚邀广大业主抵达顶固总部文化广场，开启尊贵业主礼遇，活动现场人头攒动，销售业绩爆棚。

长春顶固亲亲季现场活动氛围浓烈，经过25天的蓄水，直至9.25活动爆破，长春顶固冲入本季亲亲季销售业绩前十强。

石家庄顶固亲亲季次主场在红星美凯龙北方商场，经过前期的活动蓄水，6S管理，集中邀约，更有顶固衣柜事业部电商总监张红展先生抵达现场与广大业主进行签约仪式，石家庄顶固亲亲季活动也交出了令人满意的战绩，超额完成目标。

贵阳顶固亲亲季次主场设在贵阳红星美凯龙全球家居生活富源美店，活动现场温馨且具有节奏感，节目表演与现场促销有序进行，气氛活跃，现场业主情绪高涨，签单不断。



顶固亲亲季II——长春站
顶固亲亲季II——石家庄站
顶固亲亲季II——贵阳站
顶固亲亲季II——北京站

“全媒体、全员、全渠道” 打造行业“现象级”品促盛宴

顶固亲亲季II，李晨来撕价全国大促能取得如此出色的成绩，离不开全国顶固各经销商门店对亲亲季活动政策的积极响应及全力落地。从9月1日-25日，全体顶固家人身着亲亲文化衫，服务广大业主，带来顶固公司促销优惠政策。顶固总部通过全媒体、全员、全渠道“三全”整合营销，借助“亲亲大使”李晨的影响力，通过电视台、电台、机场高铁、户外广告、网络广告、新媒体等全媒体力量，伴随市场团队、营销团队、主动营销团队、培训团队等活动总动员，借力外协单位建众团队，将品牌推广与促销紧密结合在一起，扩大品牌影响力，稳固顶固品牌行业领导地位。同时，整合线上（商城、天猫、京东）及线下（居然之家，红星美凯龙等全国连锁卖场）全营销渠道，全国联动，打造行业“现象级”品促盛宴！

亲亲季完美收官 为年底奋战鼓舞士气

在家居行业竞争激烈的大环境下，顶固借亲亲季品牌活动之势，抢夺促销节点之先机，打赢年底促销之战，这无疑是全国顶固家人们鼓舞士气的一场壮举；也是顶固2016年度第四季度向市场发起全力冲刺的一次良好开端；更是顶固全屋定制专属品牌IP钜制一度完美的诠释。籍此之际，我们相信全国顶固家人会有信心，为顶固品牌的市场业绩的增长发起冲刺！

新礼程，心相伴

一顶固门业中秋国庆精彩不断

文/门业市场策划专员 范禹军



十年千万次回眸，成就了我们的相逢。还记得匆匆那年，初次相遇，一见倾心的场景吗？光阴荏苒，陪伴你的日子亦变得平淡如水，甚至我们还没有机会道一声“谢谢”，你的背影已经远去，然而数之不尽的真情，我们时刻铭记于心。

人生得意须尽欢，等待，才是真正的负担。2016年正值顶固门业10周年，在即将到来的新礼程，感恩有礼，顶固门业值此双节来临之际，准备了众多大礼，真情回馈倾心顶固的您。

本次活动盛况空前，购买门窗三座大山（高价格、高限制、高能耗）统统为消费者掀翻，配以大气的店面布置在竞争激烈的建材市场夺得先机，让倾心顶固的消费者真正地享受到特惠快抢、特价快感、特礼快送等购物享受。从前线人员传来的捷报看，此次活动顶固门业可谓真正的“搭”显身手，根据系列来逐级加大优惠力度，不断刺激消费者进行一站式消费，进而实现了真正的全屋门窗定制。出色的品牌体验不仅来自产品本身，背后的服务更为重要。在收获重重惊喜后，顶固门业更为消费者送心意好礼——现场下单即可享额外售后保障特权，在延续购物喜悦的同时，为家添一份保障。部分经销商更是结合当地情况开展持续有效的促销活动，将活动推向一个又一个高

潮，在增加销量的同时，有力提升顶固门业的美誉度。

此外，活动期间，公司更是特派区域经理及ARS小组直达市场前线进行现场指导、产品培训。鉴于各经销商个体间水平存在差异，为了使其能够更高效地吸收知识，达成所学内容与日常工作、活动开展直接转化，培训师更是有针对性地进行了优化升级。在全民皆兵、全民营销的声势下，店内气氛火热，配合店内吊旗、地贴、展架等宣传布置，为活动的顺利开展提供了有力的保障。

这也充分说明，顶固门业悦心服务的初衷得到了很好的体现。一直以来，顶固门业已经在国内连续开展了多项品牌活动，例如“出彩中国门”、“活动不怕搞得大”、“我为顶固代言”等众多主题活动，在此基础上，顶固门业还将继续拓展和完善与经销商及用户沟通交流与学习的平台，为广大用户带来更丰富、精彩的产品及活动体验，真正让利于用户，实现用户价值最大化，提升用户忠诚度。

这些也正是顶固品牌能够成为行业领军者的重要原因之一。品牌建设、产品优势以及对消费者的重视与关注，也让人们对顶固在国内市场的进一步发展充满了期待。①

双抢节

抢免单大奖 抢免费晾衣机

2016
9月10日-10月9日

双抢节2016完美落幕 并向你扔了一个彩蛋

文/五金市场策划专员 钟淑霞

在过去的中秋国庆节，你宅在家原地旅行，还是身在汹涌的人海，游长长的车河？而彼时此刻的顶固五金，身在哪里，在做什么呢？

9月10日-10月9日，顶固五金双抢节在全国34个省市自治区同步召开，数以万计的业主们参与本次促销活动。四大活动抢占中秋国庆节促销档，使出洪荒之力，赢取顾客的心，下面即将呈上四大活动的双节战绩。

晾衣机20台+猫眼40个，免费送



在接近1个月的活动时间里，技术高超的玩家们为了智能晾衣机和智能猫眼，力争上游，分数频频刷新出新高，后台着实热闹了一番。截止10月9日，互动游戏排名1-20，得价值1980元的智能晾衣机水晶之恋系列1台；排名21-60名，获价值688元的智能猫眼1个，奖品将快马加鞭地运送到这60位幸运儿手上。

你买五金，我买单



本次免单活动，一呼百应，来自全国各地的免单每日源源不断地往服务器塞，其中广东佛山、江西抚州、安徽阜阳的小伙伴最为积极，最终一共产生30名免单客户，最高免单金额达3999元，由广东佛山的麦大荣先生斩获。

2980买智能锁送猫眼



本次促销活动，顶固五金借此机会向全国经销商和消费者，隆重推介

7月上市智能锁新品轩朗系列，颜值、功能兼备，首次使用云锁芯，拥有指纹、密码、卡片、机械钥匙4种开门方式，安全性、便利性全新升级，双抢节尝鲜价2980元，搭配智能猫眼一起销售。从上传的免单数据上看，轩朗系列受欢迎程度非同一般，帮助经销商刷出业绩新高度。

明星产品，岂是浪得虚名

艺术门锁伯爵系列、英伦系列，他们的美不分地域、不分文化、不分性别，一直稳坐顶固五金销量no.1和no.2。本次促销活动，放大招，让顾客更省事，两个系列的房门锁搭配门吸、合页，以优惠价销售，套餐火得不要不要的，以明星产品的名义，坐稳了本次促销活动的销量冠军宝座。

2016年中秋国庆节双抢节，兼顾艺术五金、集创五金、智能五金3个项目，各具特色，主推以智能晾衣机、智能锁、智能猫眼为主的智能五金产品，逐步向客户普及顶固智慧生活主张，测试经销商和消费者对顶固智能五金产品的接受程度，也对一些智能五金的促销模式和推广模式进行试水，为日后智能五金项目的发展奠定基础。①

双11 来啦

2016.11.11 COMING SOON

双十一大告白 充分准备只为追到你



顶固全屋定制强势进驻天猫 火力全开玩转双11

文/衣柜电商组 袁思怡

在万众期待中，天猫【顶固全屋定制旗舰店】于今年9月重磅上线并开始投入运营，继上半年成功入驻京东后，顶固全屋定制再度联合天猫终端合作伙伴运营线上品牌旗舰店，进一步打造顶固全屋定制电商产业链的完整闭环。作为今年首次参战天猫双11狂欢的顶固全屋定制，将以“嗨爆双11”的姿态亮相天猫专场，以史无前例的优惠力度回馈众多的消费者，给消费者带来一场盛大的购物体验！

一、血拼双11 优惠力度空前

顶固全屋定制首次参战天猫双11，给出了史上最大的一次优惠力度。通过天猫这一网上购物商城平台，以更直观、快捷、互动的购物体验，将环保、安全、高品质的家居产品带给更多的消费者，通过“双11”价格优惠、品质不打折的促销活动，让不少刚刚步入社会的年轻人用相对较低的成本，搭建一个属于自己的家居梦，满足他们对高品质个性化生活的追求。

针对双十一大促，顶固全屋定制快速举起“挑战天猫裸价大战”的大旗，满足消费者享受优惠的欲望。对进店的消费者，免费提供200元优惠券和500元的新品券，享受折上折、满额即减的优惠活动。抢先预约报名的客户，即可免费获得价值2000元的设计大礼包，让消费者尽情享受双11的钜惠风暴。针对此次双11，顶固全屋定制更推出789元/m²的品质衣柜，以真正实惠的价格让利给消费者。

双11当天，1元抵599元整点秒杀活动压轴出场，给消费者打造疯狂的家装盛宴。整点秒杀将会引起新一轮的爆破式的交易狂潮，掀起天猫双11的狂欢。期间，每天还会进行多次的抽奖活动，消费者可抽取iPhone7等奖品，更多豪礼任意选。



二、天猫不仅仅是一个销售渠道

天猫作为具有中国地标性的综合购物平台，不仅提供了一个强有力的销售渠道，更给顶固近距离接触消费者的机会，大力推动了顶固全屋定制的O2O模式。天猫作为巨大的互联网平台，除了为线下引流，还有一个重要的利益点就是让更多的消费人群了解品牌，把终端的服务口碑、品牌形象和理念传递给千万家，培养和塑造消费对顶固全屋定制品牌信赖感。

除此之外，天猫平台的大数据让产品营销更精准，口碑传播效果更显著，品牌整体曝光也更迅速。这也是顶固全屋定制致力于进驻天猫商城，打通线上线下任督二脉的重要原因。

三、打通线上线下的“任督二脉”

天猫商城消费具有价格优惠、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。过去，定制行业是传统的实体店销售模式，而今随着互联网的快速发展，80后作为逐渐成长起来的主流消费者，越来越倾向网购，通过互联网认识品牌，足不出户达成购买交易。为了迎合客户需求，最近几年家居产品的电商成爆发式发展，顶固也在这个浪潮中寻求突破，适应市场。

四、双11节后应对物流 做好售后服务

尽管对于消费者来说，只要过了11月11日，双11购物季就算过去了，但对于家具电商来说，双11其实才刚刚开始。因为接下来即将面临规模庞大的物流和售后服务问题。顶固全屋定制通过加强和提升客服的服务质量，密切关注从预约报名、上门量尺、预定下单，到最后的上门安装的每一个环节，保障售后服务质量，致力解决节后的系列问题，给消费者提供省心省力舒心的家居购物体验。

双11的袭来，掀起了全民购物的狂潮，同时也检验着品牌的信誉和品质。在空前的钜惠力度和高品质产品保障之下，顶固必将又创造一个新的销售记录。借用线上线下双向导向的经验的基础，结合天猫服务的新模式，顶固必将给消费者带来“互联网+”完美的家居体验，赢得消费者的青睐！

另外，欢迎广大消费者朋友关注天猫【顶固全屋定制旗舰店】，更多的惊喜等着你们哦！

八年一路走来，感谢有你

——顶固五金天猫八周年庆

文/顶固五金市场部 钟淑贤



在2008年一个风和日丽的日子，经过前期精心的筹备，顶固五金天猫旗舰店正式上线，晚上8点，整个电子商务团队聚在一台电脑前欢呼，因为我们迎来了第一张网上订单，这也拉开了顶固五金的电子商务业务。2016年，顶固五金天猫走过8个年头，8周年庆，小编怀着激动万分的心情前去采访电子商务部的王茜经理，一谈起顶固五金天猫旗舰店的8年，王经理眼神显得特温柔，带着小编开启回忆杀。

那些年追过的明星单品



顶固五金一直定位在中高端，在天猫以低价取胜的往年，生意远远比不上线下门店，为扭转这种困境，电商团队决定开始打造爆款，即我们常说的明星产品，带动了其他五金产品的销售，帮助顶固五金在家装五金品类里站稳了脚跟。液压锁锁月销量突破一万件，8年内卖出的软锁能围绕足球场几圈了；布鲁斯欧式门锁套餐，质量好、颜值高，以8大精湛细节圈粉无数，有着2135的收藏人气……12.9元的液压锁、218元欧式门锁套餐、239元房门锁套餐、2680智能指纹锁等，那些年追过的明星单品，现仍星光闪闪，心动的话，就马上前往顶固五金天猫旗舰店一睹为快吧。



携7大产品体系，全网首推五金系统配套方案服务

8周年了，虽然在天猫家装频道内小有名气，但顶固电商团队想方设法更上一层楼，前有轰动一时的“换锁行动”，现推出“一家一方”销售策略，依托完善的产品体系，携7大产品体系，全网首推ST五金系统配套方案服务。根据户型、面积、装修风格、预算等要求，我们可以为您专属定制一份五金系统配套方案服务，里面涵盖各个装修阶段需用五金的种类、数量、价格等信息，全国各地免费上门服务，力求让顾客以最短的时间、最省力的方法找到性价比最高、使用体验最好的五金产品。

8周年粉丝福利月

都8周年了，“顶固五金·贵在细节”除了特别贵以外，细节都体现在哪儿了呢？都8周年了，电商团队是否有“放血”的准备，以顾客喜闻乐见的方式去庆祝这个特别的节日，发放粉丝福利呢？都8周年了，顶固五金即将有什么大动作呢？顶固五金借着8周年庆的势头，强势推出品牌文化专栏，与粉丝们一起解读顶固五金8道工艺流程，近距离接触顶固五金的生产工艺，对“顶固五金·贵在细节”有着更直观的感受。至于粉丝福利嘛，优惠券翻一翻，400、600、1000优惠券动心了吗？2680智能指纹锁，用了优惠券，1680元就能收入囊中了咯，更有N多的优惠门锁套餐、卫浴五金套餐、明星单品哦。

11月新房装修旺季，新业主们忙得焦头烂额之际，总有顶固五金在旁，为您排忧解难。8年一路走来，感谢有你！





如何分享智能家居的蛋糕

文/五金市场部 杨敏

2016年的智能家居市场似乎异常火爆,以“服务”、“体验”、“跨界整合”、“互联互通”等关键词的企业战略像狂风一样猛然吹来。“智能家居”的百度搜索指数更是自13年起,从1000点提高到现在接近4000点。据奥维咨询预测,2020年中国智能家居的整体产值将突破万亿元,其中智能硬件的产值将达到6000亿元。



“智能家居”百度指数逐年提升

● 智能家居覆盖多个行业

从谷歌Home、苹果HomeKit、亚马逊Echo到海尔U+、美的的M-Smart,再到微信、华为HiLink、中兴VOICE等,今年都宣布了智能家居方面的大战略,国家也把智能家居加入了政府报告,一切都显得那样的热火朝天!那么我国智能家居市场现状到底如何呢?



中国智能家居市场刚越过互联网时代

智能家居市场覆盖多个传统行业,尽管现在智能家居新品层出不穷,可谓概念很热、产品很炫,但还没有能推出完整的智能家居系统方案,远还没有到重塑人们的家居生活形态的时候。行业发展仍然任重而道远!智能概念的火爆一方面赢得了资本和行业巨头们的青睐,技术和资本的投入加快了产业链的整合、技术攻关以及产品普及,智能家居市场的蛋糕在这几年得以快速做大;另一方面许多缺乏技术与专利积累的小企业打着智能家居的“牌”期望分得一杯羹,导致智能家居市场产品良莠不齐。

以“智能插座”为例,2015年淘宝上“智能插座”搜索结果显示出有2.37万件,涉及多个厂家。“中关村”专业人士对普通插座和智能插座对比测评结果显示:部分智能插座标识不清、混淆安全认证标志概念,并不属真正意义上的质量合格;部分智能插座甚至在结构上存在缺陷,有很大的安全隐患。))

SMART HOME

那么在产业交织的智能行业面前，想进入智能家居市场的创业者们要如何才能打破在智能家居大门外干着急的局面，分享到智能家居这块蛋糕呢？



● 选择系统还是单品进行突破

智能家居是一个综合了多行业技术的系统，由于现阶段没有统一的国家和行业标准，特别是通讯标准的不匹配，让企业在智能家居产品系统开发和整合方面的成本高企，产品价格和服务成本居高不下，也掣肘了智能家居的快速普及和发展。

对于初入智能家居行业的创业者，不妨选择在细分领域有影响力的品牌加盟，可以集中有限资源、依托品牌影响力将智能单品的市场做大做强，显于优势单品积累的用户和品牌影响力整合关联品类智能产品，待时机成熟再逐步为用户提供完善的智能家居整体解决方案。

● 选择什么行业进入？

智能门锁！智能门锁拥有海量的市场用户。数据显示，日本入户智能门锁普及率50%以上，韩国70%，中国不到5%。按智能入户门锁10年普及50%，每户消费3000元计算，市场总容量4500亿元，年均450亿元；20年普及50%，年均也将达到225亿元。而目前中国每年的家居五金零售额也才只有200亿元左右。也就是说仅仅智能门锁及其附属产品如智能猫眼等，可再造1-2个五金行业。

安全是每个家庭最原始的基本需要，百姓的收入水平不断提高，私有财产的迅速积累，使得安全成为富裕起来的人们最为关注的热点。智能门锁属于家庭耐用消费品，人们往往不会轻易更换门锁等安防设备，使用周期可达5至8年之久。门锁的高频使用，对家人人身和财产安全的关切，对安防设备的安全级别以及便捷使用，都让客户愿意出更多的钱去消费这个产品。

● 商业模式很重要

“方向比努力更重要，好比打太极。如果方向错了，越是努力反而可能与原目标背道而行”。

顶固作为国内五金行业的领导品牌，早已确立了以智能家居产业作为未来发展核心的战略，而作为智能家居产业的排头兵，以智能锁、智能晾衣机为主导的智能五金品类则当仁不让的成为目前推广的重点。针对现有智能五金行业中竞争品牌普遍弱品牌、弱营销的特点，顶固携品牌优势和营销优势强势进入智能五金行业，并结合电子、家电、家居、建材等多个行业的先进营销理念，创造性的推出了智能五金“智+521业绩快速提升系统”，打造以“顶固智慧生活”为主题的全新概念体验终端，已开始在全国部分城市推行。这套系统对于智能五金尤其是智能锁的营销创造性的提出了一套全新的发展模式，几乎形成了对智能锁产品传统营销思想的一种颠覆，且辅以先进的营销理念和各类终端营销实操工具，深得一批具备远见卓识的经销商的推崇。在智+521业绩快速提升系统的推广工作中，顶固已经着手将顶固智慧生活体验终端全面进驻商业区、家电或3C卖场、大型成熟社区这类能够贴近更多消费者的地方，让更多的顾客体验到顶固智能五金产品带来的人性化和便利化，并为经销商提供一套完善的门店经营管理方案，让经销商能够以最快的速度抢占终端市场。



智能五金项目尤其是智能锁是严重被低估的蓝海市场，而随着市场的发展，尤其是例如顶固这样的既有品牌优势又具备先进营销理念的企业进入，这个品类将距离其爆发的时机越来越近，同时，也需要更多的具备创业精神、认同行业发展方向的有识之士加入进来，顺应智能家居发展潮流，一起谋求广阔智能家居市场。①

LOVE IS A BELIEF 爱是永恒の信仰

文/品牌管理中心 梁秋燕



一叶知秋，秋天收获的季节，带来喜悦。在这圆满收官、盘点成果的季节，我们向所有关心和支持顶固公益事业的朋友致以衷心的感谢！

每年一个站点的坚守总是朴素单纯而又温情洋溢。2016年，公益第十个年头，我们怀抱温暖，感念生命的奇遇以及自我的成长，开启了一场场心灵之旅。未曾经历，不成经验。回首来时路，我们发现，只有公益和责任，才能让自己不计得失、勇往直前。

一站一故事，我们看到了许多人心向善的一面。每一次义工集结，总有一些熟悉的面孔让人心生感动，也有一些新鲜面孔让人簇拥阳光。我们感谢这些支持并投身爱心助学、慰藉同胞的中坚，他们身体力行，以心灵之光照亮爱心和尊严，让贫者自强、弱者自信。

犹记得一位企业家义工，对走访的单身女孩心生怜爱，用父亲般强劲的臂膀抱起女孩，告诉她：“你要相信，妈妈是很爱你的！”行走之间，留下的背影高大无比。我们感谢这些有责任心的以公民自诩的企业家义工，他们挺立潮头，勇担重任，引导企业社会责任发展的航向。

还有这样的义工朋友，他们亲身实践、影响他人，以记录者之身行走在路上，面对泥泞坎坷的道路，艰难前行，屡次摔倒，仍坚持深入贫困学童家庭，为孩子们打开心灵之窗。他们都是对社会怀有强烈责任感和使命感的优秀公民。

更有这样的义工，虽然“居庙堂之高”，仍不辞劳苦奔走各地，为贫困山区的扶贫助学工作尽心尽力。他们积极推进基础教育向好发展，一手携社会爱心，一手牵基础教育，为广大山区学童带去福音。

公元755年的冬天，杜甫行走在骊山行宫脚下，“默思失业徒，因念远戍卒。忧端齐终南，澹澹不可掇。”

1895年，康有为发动“公车上书”，主张维新变法，走民主道路，写了一本《大同书》；

1905年，一代伟人孙中山，提出“三民主义”，处处强调“天下为公”；

改革开放时期，邓小平提出建设“小康社会”；

如今，中共中央总书记习主席提出“中国梦”……

我们何其幸运看到：古圣先贤孔老夫子提出的“天下为公、世界大同”这个理想崇高而远大，华夏子孙，代代相传，高山仰止，景行行之。在这个浮躁的年代，默默荷锄耕耘一方公益田地，不正是义工“心怀天下”的真实践么？

子曰：“笃信好学，守死善道”。一棵枯朽而不倒的树，它的苍干虬枝仍指向穹天的姿势，就是本质的坚持。坚守，不是做给别人看的，那是一种可穿越时空而恪信的执着。数年来，顶固履行“一年一所希望小学”的承诺，义工坚持以双手之温传递爱心和尊严……这种对公益的执着，难能可贵，使人肃敬！

爱是一种信仰，让我们一起随暖风启程，笃定前行，有始无终。①



手拉手

用心感悟，幸福将无处不在

文/品牌管理中心 叶小红

9月7-10日，由工作原因，我有机会跟随顶固义工团从成都出发，来到四川大凉山进行一场心灵之旅。这场旅行也让我对幸福有了重新定义——“用心感悟，幸福就会无处不在”。有人曾说：“感受是一种能力，幸福就是感受，有时我们拥有太多，欲望太多，把关注放在失去上，却没有去感知幸福，渐渐地，爱的能力也就退化了。”

从大凉山美姑县回来后，回归原来的生活轨迹，打开电脑，伏案写字，咔咔的键盘声，好像一切都还是原来的样子，但一切又已悄然改变了。美姑县的轮廓还会时常浮现，那里自然而然的美，乡里村民之间淳朴的关系，慢下来的生活节奏：小孩带点高原红的脸庞，洋溢着知足幸福的表情；人与景和谐的画面，宛如天地间联手绘制的一幅油画，在自然的色彩中透着平凡世界的美。

慢下来，眼前即是云端的仙境与幸福

一路驱车从城市到山区，从平原到高山，陡峭的悬崖，任由岁月沧桑，兀自姿态巍峨，清澈美丽的溪流；绿草苍苍，白露茫茫，犹如云端仙境。



“一卷烟，一片山，几点云；
一道水，一条桥，一支铃声；
一林松，一簇竹，红叶纷纷”

大自然的风光总有神奇的力量，你是不是也走走，接触大自然后，会有别样的收获，内心会踏实些？相比大城市的水泥森林，大自然真实而坦然。我们每个人的内心渴望着真实感，安全感，渴望简单、快乐。慢下来感受大自然的本色，比如大海，山峰，日出日落等。慢下来，感受脚下的一朵花，眼前的一棵草，才发现原来幸福是那么的简单和美妙。

其实诗与远方就在你心里

沿途中，我们会路过一些小村庄，常看到这样的画面：一群采笋的山羊在后面屁颠屁颠地挪动着，一条活泼的小狗在前面奔跑着，主人家倚在石头边闲闲地盘坐，端着一支土烟杆，偶尔咳嗽几声，缕缕的青烟，似乎对来自远方的朋友说：“何必如此着急赶路，停下来坐一会吧！”



“路边三两只野马，
山腰一群白羊，
远处散落一户人家，
门口一个背竹篓的小孩儿”

美姑县当地人们的生活节奏很慢，很悠闲，这种生活方式对我来说很有吸引力。小时候，学习分析文章时，老师会教我们，什么是“情景交融，融情于景”。原来人与景是真的可以相互影响的，当地村民淳朴、积极、享受生活的态度，可以说也是一种回归



自然的态度，这是自然风光画中最奇妙的主角，以前自己习惯了通过旅游去寻找“诗和远方的田野”希望能让自己的心灵得以慰藉。反过来想想，最美的风景不就在眼前吗？又何必远行呢？如果内心有原则，有追求，时机到了有勇气“快”，亦有能力享受慢下来的生活，不茫然，不随波逐流，“诗与远方”就在你心里。

只要热爱生活，一切都在意料之中

这次活动顶固义工团走进了当地一所小学，学校只有两间教室，全是泥砖砌成的房子；两个年级，共一百多人。孩子们每天上学需要走一个多小时的路程，房子基本上都建在半山腰上，一家十几口人和牲畜住在不到30平米的土房，泥泞的土墙边叠着几袋土豆，“这是他们一年的食物”，有些家庭平均年收入还达不到到两千元……

心想在物质条件相对匮乏的地区，当地的村民们会埋怨，会有很多留守儿童，但出乎我意料的是基本上每个家庭的父母都选择了陪伴在孩子身边，一家人其乐融融。这种惬意的生活氛围充满着生活的每个角落，彝族村民的门牌、房子，服饰都以精美的纹饰装饰着，散发着悠久的历史 and 浓郁的文化气息。

在高原地带，自然资源不那么丰富的条件下，当地的村民为创造更幸福的生活而努力本身就是一种美，也许生活在哪里不能选择，但选择怎样的生活可以由自己决定。反观城市，物质条件好了，内心却烦躁起来。

当然每个人对幸福的定义不一样，汪国真先生曾说：“我不去想，未来是平坦还是泥泞，只要热爱生活，一切都在意料之中。”

加入顶固义工团，自己对公益的理解从字面的理解到了切身的体会，体会到顶固义工们真心、用心、耐心去做公益的精神，我们希望把拥有的给予当地的孩子们、朋友们的，在付出的过程中，通过与他们的交流，通过感受当地的生活，反思自身，潜移默化中自己也收获了对生活的态度——珍惜眼前，热爱生活，用心感悟，幸福就会无处不在。①

不同视角拍临夏

文/品牌管理中心 刘珺

十月的果园笑声一片，苹果摘满筐、梨子装满袋，大枣红红演绎着崭新的未来，卡车、货车满满当当险超载，农民的脸上洋溢着笑脸，大家纷纷拿起相机来把丰收的临夏连连拍。



第一拍：收获新教学楼

秋收的季节，果实的丰收。顶固第六所希望小学甘肃站落成了，看到孩子们在新落成的希望小学里奔跑，我们就看到了自己的倒影：谁不是因为奔跑，才成就了今天的自己；谁不是现在还在奔跑，为了更好的明天？奔跑也是孩子们的天性，但教育的不公让贫困地区的孩子们无处可跑。

顶固公司本着“利他”的思想，在这里播下了爱心的种子。少年智则国智，少年强则国强。春种一粒粟，秋收万颗子。相信明天我们的国家会更加富强。



第二拍：奔跑的人生

爱心的礼品，温暖了十月的甘肃；纯真的笑脸，融化了我们的心。顶固手拉手爱心助学计划一直在路上，陪伴孩子们为美好的明天而奔跑。



第三拍：义工风采



王伟峰：历时两年甘肃榆林顶固希望小学落成了，借于顶固公司也算我本人来甘肃16年给甘肃做了一件意义的事情，大爱播撒。感谢我兰州义工朋友伙伴们，也感谢各界媒体朋友和红星美凯龙兰州商场领导，更感谢不远千里的顶固总公司领导！因为爱，一群不相识的人为了一个目的聚到了一起。还有更多的人需要我们伸出援手，一起为顶固公益事业努力付出。



陈国华：通过参加两次顶固爱心义工活动，感悟到“爱”永远是人类社会的主题，人类文明进步的标志。通过顶固爱心活动提高自己，也温暖别人，把爱的种子种在缺爱的贫困山区小朋友的心田，并把爱心应用在日常生活之中。感恩顶固，感谢义工同仁！



王倩：顶固，一个非常有爱的企业，做顶固这么大的企业有很多，但像顶固一样将公益事业落到实处的企业有多少？希望小学的硬件设施已建设完成，但对于孩子，更重要的还是软件设施，而这软件就来自于孩子的教育，播种行为，收获习惯，播种习惯，收获性格，播种性格，收获命运！让我们一起顶起教育的精神，固化孩子的灵魂！孩子，伴着梦想勇敢飞翔吧！



容健强：我们总是习惯争第一，或许是从小接受的教育潜移默化影响。这一次，有一位义工的做法让我记忆深刻，她把最后一个领奖的机会留给了整节课下来一声不吭，只是羞涩地看着其他小伙伴举手，回答、领奖小女孩，并鼓励大家要多些礼让，并关心身边的同学们。正如汪老师（顶固汪总）对她资助的小女孩的期望一样：“你成绩虽然是全年级的第五名，但你的综合素质一定会更

好，因为你的家境的特殊性，你比其他小孩更独立、更顽强、更能适应不同的环境”。相信这两位小女孩会慢慢变得开朗，自信起来，从容面对人生路。不争“第一”的人生或许更美！一直记得林总曾经说过：对留守儿童和单亲家庭来说，我们除了给他们一些物质上面的支援，更多的是要给他们精神上的鼓励，让他们有勇气面对自己、面对生活。走访临前，我们将一封信当做寄托一并交到小女孩手上，希望这更多的成为她的精神食粮，长大后把爱心的链条传递下去。



李家燕：第二次跟随顶固义工团走进大山，比起第一次的伤感与沉重，这次更多的是欢笑与感动。榆林小学的孩子总在带着独特“高原红”的脸上绽放着灿烂笑容，每一个经过的学生都会欢快地喊我“老师”，然后笑着跑开。给五年级的孩子上了一节英语课，讲的是《白雪公主和七个小矮人》的故事，可惜还没讲完下课铃声就响了，孩子们听得很认真，还拿出用心记录的笔记给我看，期待我的表扬。让我感动的是，在走访回来后收到了很多孩子们的亲笔信，每一封都写满了真挚的文字，画上可爱的图案，还配了他们亲自做的信封。一封一封读下来，忍不住被他们细腻的内心理动，也许一节课不能给他们带来多大的变化，但或许未来他们还能记得有一个叫做李老师的姐姐来到这个地方。还有一个没讲完的白雪公主的故事。而我在翻起这些信时，还能想起他们那挂着灿烂笑容的可爱的高原红脸蛋。

第四拍：围观的乡亲们

活动现场门口围满了围观的乡亲们，他们也深知教育对子女的影响，看到他们脸上欣慰的表情，顶固所做的一切都是值得的。

小朋友的愿望得以实现，理想的道路越来越清晰……榆林顶固希望小学会一直坐落在希望的田野上，静静的陪伴孩子们成长。

丰收的临夏，享受拍摄的过程。大家都目不暇接，放下手中的相机。那就让我们在接下来的日子里，跟顶固一起拍更多的“丰收”吧！

献给甘肃榆林希望小学二年级全体同学们的一封信

亲爱的同学们：

你们还好吗！我是在2016年10月14日颁奖典礼时你们的代课老师王倩老师，还记得我吗？这是一堂让王老师终身难忘的课堂。同学们，你们天真的笑脸还有课堂活跃的表现深深的印在了老师的脑海里。王老师每提一个问题，你们都非常踊跃的举手回答。老师为你们的积极踊跃登上台的勇气而感动高兴。孩子们，一定要有敢于上台的勇气，不管自己回答的问题错误还是回答不上来，但是一定要敢于上台，因为只有你勇敢的迈出了第一步，你们才会有勇气登上更高更大的舞台。

亲爱的同学们，课堂上你们的表现都非常棒，每一个都敢于举手，而且同学之间都相互帮助，相互关爱，当看到其他小朋友没有奖品的时候，你们都主动的将机会给了那些没有奖品的同学，这一点也让王老师非常的欣慰，所以要保持这种相互关爱的精神哟，因为现在做到相互关爱，将来走出大山，走向社会的时候，你们在帮助别人的同时，自己也会得到别人的帮助，这是一种连续美德。还记得老师带领你们朗诵的弟子规吗？这本经典，就是一套很好的行为规范，一定要好好的读。老师希望将来以后同学们都能将弟子规不仅能背下来，还要了解经典的意思，这样的话，你们就懂得了真正的做人做事道理。

老师非常感谢你们给老师写的信，老师非常的感动，谢谢你们！佳丽同学，老师一直记得你给老师写的信里，画的那只你给取的叫“幸运鸟”的鸟管，佳丽真棒，你和这些小朋友就像这些幸运鸟一样，你们是幸运的，因为我们有你和你在，困难中，让我们携手共进！老师还记得萌萌同学，每次下课后都会着急的跑到老师的身边，给老师温暖，要让老师有种回到童年的感觉，老师就更想把更多的爱给你们！

同学们，不要害怕困难，不要着急，更不能自暴自弃。你们要学会预习，就算在家里没有时间，也可以到了学校上课之前把今天老师要讲的看一看，带着疑问去听课，然后上课时好好听老师讲课，用心记笔记，要珍惜带过去的笔记本，下课之后呢要及时做完老师布置的作业，养成这样的好习惯，这样就不会遇到不会做的题啦。因为你们将来都是能考上大学到大城市，你们现在要好好努力，听爸爸妈妈和老师的话，就一定考上大学。

希望你们都能珍惜读书的机会，好好学习，长大为社会，为祖国作贡献。

最后老师祝你们学业顺利！

想你们的：王老师
2016年10月18日

给马佳丽和焦萌萌的信

亲爱的马佳丽和焦萌萌小朋友：

你们好！我是顶国的刘老师。随这封信寄来的还有老师走的时候答应要买给你们的草莓味糖果！糖果有点多，所以你们要慢慢吃，也要分享一些给其他小朋友哦。第一因为糖吃多了会长蛀牙的，第二因为懂得分享才会更加快乐，糖果吃进嘴里的快乐与分享的快乐是不同的，一种是嘴巴的喜爱，一种是心灵的感受。好吗小朋友？

这是我第一次给你们写信，这封信还有一个目的还是像我走的时候跟你们说的一样：一定要好好学习。老师知道你们平时在班里都是成绩优异，表现好的乖孩子。现在你们已经是二年级了，随着学习任务越来越重，学习可能会占据你们更多玩游戏的时间，但是你们不可以怠慢，要继续像现在这样优异。要做学习态度良好的小朋友，不要让家长担心。

我在给大班小朋友代课的时候教了他们一首诗，并鼓励他们学会以后踊跃上台来背诵。但是很多小朋友因为胆怯就是因为背诵还不够流利就不敢上台，我告诉他们背诵情况怎么样都没关系，因为最关键的是勇气。你们在学校上台面对的只是一个小小的舞台，人生还有更大的舞台等着你们。所以在你们以后面对更大的舞台的时候，记住我说的话，一定要有勇气。

如果你们在学习上有什么问题，你们就拨打一下我留给你们的电话，响一声就可以了，我看到你们打给我电话会回拨过去的。到了三年级你们要慢慢开始接触作文，老师也是从小就非常喜欢写作，以后可以教你们写作文。以后你们还会开始学英语，如果开设英语课，你们要从一开始就认真听讲，打下基础，不然到后面就会学习跟不上，我们给每个年级都买的有英语字典，你们有不懂了就要及时查阅，并且一定要背单词，因为没有单词的积累的话怎么学都学不好的。这是老师在学习上的一点点经验，教给你们。

老师觉得你们两个都是很天真快乐积极向上的好孩子，老师也很开心跟你们成为朋友。请你们代老师向你们家长问好，你们在家也要多帮助家长，成为他们的小帮手，做一个孝顺的好孩子。

今天就聊到这里吧，你们要记得老师说的话，老师下次会再给你们写信的！

祝你们
健康成长，天天开心！

顶国刘老师
2016年10月17日

走过春之明媚娇艳，夏之茂林浓深，秋意已到。收获漫山的金黄、火红是秋的永恒！于自然，观四季之风景，于人生，观四时之岁月。不同的时节，不同的人事，风光不同，但都是应时之最美。以自然之心，尊自然之事，心中豁达，一切豁然！

秋思

Autumn Thoughts

行走 在 秋日

文/衣柜市场中心 樊妮妮

写在前面的话：秋天存在的意义，大抵是为了涤荡夏日的烦闷与燥热，迎接冬日的宁静与淡然。

近来俗事缠身，昨日忽而大风起，才想起已身在秋天。正是秋高气爽的好时节，然而我却是行走 在 秋日里的异乡人。

家在北方，记忆中的秋天像一杯酒，入口很烈过喉很凉，到胃里又偏偏有些暖……酒里有麦子的暖黄和拂晓的明朗；有阶上的青苔绿和冷风的清香；有夏末的萤火和星空的疏朗寂寥。

来广州已有一年半，对秋天的感触也随着季节界限的模糊而渐渐稀薄。想起曾有人说过，当季节对你的情绪影响渐微，你便能披坚执锐，刀枪不入。于我，我并未觉得自己已经坚不可摧，只觉得自己已经在不知不觉中，变成了一个麻木不仁的“成年人”。

从前的秋天，会生出无限的秋思，那时我还是个自以为活在诗情画意，清风朗月中的文艺青年。然而，这个秋季，我已然蜕变成了一个每日烦躁不堪，从心理到生理都颓废不堪的社会人。

如今秋高气爽，看秋风裹挟着落叶，吹散了满城的杂乱与嘈杂，心绪渐宁……若我一味纠结于秋日的萧索，而忽略了秋天累累的硕果，莫说辜负了大好时节，人也变得愈发烦躁而狭隘。

思及此，我不禁想起年少时的天真无忧——小学时校园里有一颗大杨树，秋日里，做早操的时候常常被大树下的斑驳树影吸引着，和小伙伴看谁踩的树影多，那会儿一下早操，一群小伙伴们就在树下寻宝，收集飘落树叶……

闻着从枯黄树叶里散发的味道，从空气里都能感受到一股甜味，我好像能够感受到一片绿叶从青嫩到枯黄的整个生命历程，那些树叶传递着一种安稳而亲切的感觉，那是独属于秋天的味道——夹杂着阳光的暖黄以及即将到来的冬日的清凉。

我仿佛明了了秋天存在的意义——回首昨天，我仿佛置身炎炎夏日，被高温炙烤出挤压已久的烦闷与浮躁；然而秋天一来，秋风中裹着清凉，迅速吹散了俗事纷扰……

行走 在 秋日，内心一片宁静。须知人生即使如此，潮起潮落，起承转合，无外如是。修改一下尼采的句子，与诸君共勉：当你一直纠结于纷争与烦恼，纷争与烦恼也会一直纠缠于你……

我们的生活，远不止于眼前的苟且，还有诗和远方的田野；更不止于当下的纷繁俗事，还有青山郁郁和锦水汤汤；还有旧情绵绵和麻痺思量；还有朝露晨曦和烟雨斜阳；还有春花秋月，夏风冬雪……

行走 在 秋日，天朗气清，不如放歌归去……①



一场假释女犯和情场骗子的恋爱

文/品牌管理中心 叶小红

《晚秋》是一部爱情电影，故事发生在美国西雅图，女主角安娜（汤唯饰），因错杀丈夫被判入狱，七年后因母亲过世获准外出的许可，途中遇上男主角勋（玄彬饰）。一个是狱夫假释的女犯，一个是专门“吃软饭”的情场骗子，两个互相隐瞒了身份，在邂逅中渐生情愫，在短短三天内谈了一场浪漫恋爱。

爱情的开始，总是找不到理由的。

在监狱里，靠数刷牙次数过日的安娜从没想过有被保释出狱的一天，虽然只有“72个小时的自由”但从刷着白色油漆的监狱门走出去，温暖阳光打在脸上的那一刻，安娜的眼神是怀疑，是喜悦。坐上一辆赶往西雅图的汽车，就像那辆载着安娜和勋的大巴在高速公路上一急转弯一样，他们两个人的命运也由此开始了转变。

勋的职业是颇有争议的“男妓”，亡命天涯的勋享受活在当下，他的任务是“让女人快乐”。从大巴车上向安娜借三美元，到将手表套在安娜的手腕上，他们的故事也开始有了时间的流淌。在到达车站时，勋（出于招揽客人）给了安娜一张名片，他问：“你的电话号码是？”她说：“没有”，他接着说：“这是我的电话号码，记得给我电话。”她接过名片，一转身就把名片扔到垃圾箱，看似就此别过。

但爱情的过程，会让一切变得有理有据。

如果是在七年前，安娜是不会理会勋这种男人的，但相遇本身很奇妙。命运安排两个人在车站又一次的相遇了，在这个看似没心没肺，有些帅气的陌生男人一连串的专业攻势面前，安娜慢慢地释放了自己压抑——掩藏了九年的欲望和不解。“人生在世，美好只是一瞬

间，珍惜享受吧！”游乐场二人的配音，幽灵集市“好”与“坏”的对话，是信任的初始，开始走进彼此的内心。当勋巧聪明地借一个点“他用了我的叉子，还道歉。”揭穿水晶（安娜的初恋）的虚伪，并逼他道歉，一直隐藏内心所想的安娜终于找到了一个情绪爆发点。“你为什么用他的叉子，即使不是故意的也应该道歉。”这是安娜第一次，也是唯一的一次质问初恋九年前的逃脱。

爱情的结局，谁也猜不到。

浪漫的开始，相知相惜的过程，但我们也只猜到了开始，猜不到结局。在归去的途中，安娜和勋再一次相逢了，彼此用着理想的身份向对方介绍自己，这或许是他们对于美好生活的一种向往的表达，或许希望已然在两个人心中燃起。可生活，怎会如此轻而易举地被推倒呢？两年之后，安娜出狱了，她去了和勋吃饭的那家咖啡厅，带着希望在等待，可惜再也等不到勋。有可能勋会因为玉子（女嫖客）的死而坐牢，又或者勋已经死了，消失了……但勋给了她希望，虽然虚无渺小但也是够点燃她生命里的蜡烛。她的一句“好久不见”，安娜说给勋，也说给自己的新生。“死怎能不，从容不迫；爱又怎能，无动于衷，只要彼此爱过一次，就是无憾的人生！”

电影总是喜欢把一些意外的故事，合理地安排在一起，然后把我们在乎的人和物放大，放大到我们的心里，让你揪着心去反思，学会珍惜。爱情本身应是美好而浪漫，即使是一场假释女犯和情场骗子的恋爱，两颗坦诚相悦的心，都值得祝福！

从全世界路过的秋叶

文/品牌管理中心 刘翔

遇见只是一个开始，
离开却是为了遇见下一个离开；
这是一个流行离开的世界，但是我们都不擅长告别。

——顾城

秋高气爽的时节里，秋叶在树枝上摇摇欲坠，秋风轻轻地吹过大地，秋叶抓住树枝的力量越来越弱，直到飘落。

秋天是一个让心灵去旅行的季节。小孩子踏着飘零的秋叶，就像踏着一张金黄的地毯；恋人们在林荫道下相互依偎，落下的秋叶就像气氛的使者；游人们纷纷对着秋景合影留念：照片里仿佛时间都停止了，美的叹为观止。

但秋叶的落下并不是为了取悦人们，也不是为了得到赞美，更甚至他们的初衷并不是化作春泥来护花，而仅仅是生命回归的必然过程。静静的离开赖以生存的枝头，或许少了折磨，或许是种解脱，但还是要以最美的姿态跳着旋转的舞蹈优美的落下，这是对生命最后的致敬。

我站在秋天里与秋叶挥手告别，因为这个季节里的秋叶是不会有第二次跟我见面的机会，我珍惜这世间所有生命的擦肩。是他从我的生命里路过，抑或是我从他的生命里路过，都不得而知。但他并不在意有没有从我的生命里路过，他只在意从全世界路过，而我猜他的全世界也就仅仅是一个枝头罢了。

我轻笑树叶的无知，他并不知道世界很大，而自己的圈子太小。不知道他有没有轻笑我们人类：因为圈子太大，反而绕了一圈也不知道自己要什么。人们已经用“生如夏花之绚烂，死如秋叶之静美”来形容秋叶了，但他还是不以以为然，这是奋不顾身，还是大智若愚？

突然一只蝴蝶围绕着我，我屏住呼吸，小心翼翼，想让这个小家伙多陪我一会儿，但他好像不知道我的用意，很快就飞走了，秋叶麻木的看着这一切，也许是他已经感受过分离，知道自由的可贵；与其怀念，不如向往，与其向往，不如该放就放去远方。

我捡起了一片树叶，大概是因为缘分。拿他做我最新的书签，证明我“到此一游”，如果在回家之前我还记得他的话。

路过树枝的秋叶啊，你路过了你的全世界，殊不知明年又会长出新的绿叶，直到又变成秋叶。无论是受不了树枝的不挽留，还是受不了秋风的折磨，往事都如烟。因为下一季的秋天，小孩子踏着飘零的秋叶，就像踏着一张金黄的地毯；恋人们在林荫道下相互依偎，落下的秋叶就像气氛的使者；游人们纷纷对着秋景合影留念：照片里仿佛时间都停止了，美的叹为观止。你看，一切就像上一季一模一样，没有人记得，没有人对比，也没有人去怀念上一季的秋天。

你，只不过是一片从全世界路过的秋叶，而已嘛！

寻管理之道，MANAGEMENTWAY HAPPY ENTERPRISE 建幸福企业

企业的本质与经营目的是什么？是对利润最大化的无休止追求还是其它？企业应该为谁谋福祉？具备何种动机、愿景、价值观、使命感的企业才能永葆生命力？顶固应该致力于成为一家什么样的企业？以上种种问题，西方主流的企业经营管理理论并没有给出令人满意的答案。

2016年9月18-20日，顶固中高层管理人员一行共计二十余人，参加了顺德博益书院3天3夜的《管理治要》封闭培训。顶固中高层管理人员与众企业家汇聚一堂，大谈企业管理之道，探寻现代管理中的根本规律，或是倡导管理以利他、为实现员工幸福为共同使命与价值观，或是倡导以管理者的自我修养“悟道”及教化人心为管理的重点，亦是注重培养企业上下共同的利他价值观……仁者见仁智者见智，各方之言始终以打造“幸福企业”为终极方向与目标。让我们共同期待，一个让人放心、受人尊重，以“共同幸福”作为毕生追求的全新顶固即将出现在世人面前。

快乐每一天，健康一百年

文/董事会秘书 徐冬梅

什么是企业经营？对于我来说，经营就是日益提高自己的哲学理念！稻盛和夫先生的经营理念概括为京瓷哲学，京瓷哲学的核心可以概括为这样的方程式：工作结果=思维方式*热情*能力。自怨自艾，生活没有热情和动力，没有真诚人生理念的人，他们的思维方式是负值，尽管能力得分高，热情分数也不低，但是其人生和工作结果反而会更低，所以思维方式对人生成就起着决定性作用。一个心地慈善和心胸宽广才能将员工团结在自己周围，才能建立一种牢固的相互信任的人与人之间的关系，以“爱”、“诚”和“谦”之心为基础，用“关怀同情他人之心”与人进行心灵相交，就能打动他人之心，从而确立人与人之间无比坚固的信赖关系，相信信任的同仁共同携手，勿以任何困难都是可以战胜的。

人的一生就是一个不断追寻人生幸福的过程，但是，对幸福的理解更是众说纷纭，仁者见仁，智者见智。我认为幸福源于成功体验，源于不断成长，源于享受教育，源于与我同行伙伴们的幸福。

要想追寻到人生的幸福，就必须努力做到让自己的人生价值得以在热情的工作中实现，使自己的价值在伙伴们的成长中得以体现，使自己的人生价值得到社会的认同，更难能可贵的要自己认清自己的价值取向，以一颗平和、豁达的心态去积极热情地参与工作。

快乐每一天，健康一百年！

企业管理者的人格修炼是决定公司效率执行力的关键，“说时似悟，对境似迷”，希望我们能够一起修心，以自己的行动感染身边的人，化人先化己。以心为本！





正己才能化人

文/总部人力资源中心 彭渤

《论真理》里中有一句哲学名言：“人是万物的尺度，人存在时万物存在，人不存在时万物不存在。”这说明未来万物唯一的标准就是“人”。

人与人之间关爱和利他是永恒的主旋律，中华古圣先贤的商业因果论调是“爱出者爱返，福往者福来”。书院义工团队以弯腰90度9秒钟的深鞠躬施予爱，同时收获同修的敬爱。普天之下无我不爱之人，普天之下无我不信任之人，普天之下无我不原谅之人。每个人都需要关爱，生活上也少不了关爱，别人给予我们关爱，那我们更应该去关心爱护他人。做企业的人必须认识到是给别人满足，让别人有所得，自己才获其利。所谓生意？“生”就是陌生，“意”就是满意，把陌生的人服务到满意，就能达到“生意”。让别人满意，我们就必须要给予对方急需的价值！做人、做事都靠谱，生意自然长长久久。我有利，客无利，则客不存；我利大，客利小，则客不久；客有利，我无利，皮之不存，毛将安附？客我利相当，则客久存，我则久利！然双赢。

后生常念叨“我一定要幸福”。想幸福，先要放下对幸福的执念。中式婚礼新郎挑新娘子红盖头为什么用的都是秤杆？暗喻的是不管新娘子颜值美丑，新郎一定要称心称意。

前世的你塑造了今生的你，当你出生后模子就碎了，然而，人们忍受不了这个失去了模子的自己，也不知道该如何重塑自己。于是，只好用公共的模子把塑造自己，结果彼此变得如此相似：贪婪、傲慢、易怒、痴迷……

作于春秋时期的《礼记·大学篇》里描述降服解脱三毒心魔的修身安心之道。“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。物有本末，事有终始，知所先后，则近道矣。物格而后智生，智生而后意诚，意诚而后心正，心正而后身修，身修而后家齐，家齐而后国治，国治而后天下平。自天子以至于庶人，一是皆以修身为本。”

反思管理实践活动中，正己才能化人。正己需要戒除“贪、嗔、痴”三毒，正心、正语，正行，以此实现管理目的，推动实现多方利益的共赢！

学为先，习为重

文/佛山顶固门业子公司 周洁

夫欲成其事，必先明其道，做人做事必须有明确自己的目标方向，然后去完成。文以载道，化成天下，因此解决问题少不了学习中华文化。

企业是一群志同道合的人，在一起干了一件利益大众的事。由此可见，企业经营管理的条件是：管理人要树立光明正大的、符合大义名分的和崇高的事业目的。

管理者的使命是推动实现多方利益的共赢，从而让员工幸福，顾客满意！企业的利润来自员工的幸福和客

户的感动。我为人人，人人为我，所以利他才能利己。管理是爱的智慧，爱是用心感受他人的需要。严以律己，宽以待人，时时停下来反省自己，有反省必有成长。因此管理是理性与习性的较量。决定人的根本是制度、思想和人心。相由心生，过由心造，亦有心改。真正好的管理是关注人心，关注未来。遇到问题深入思维：事相，人心，转心和立法。因此企业管理核心重点是：人；决定人的行为在于根本——人心。

学为先，习为重。建立教育的思维模式，规范自己的行为举止，让“爱”的智慧传承！





< 一见钟情靠颜值 日久生情靠内涵 >

引语：爱上一个品牌，像找到一个终身伴侣。一见钟情有可能始于他的高颜值，比如独具艺术感的品牌名，创意爆表的宣传片，又或者是一句戳中心窝的广告语，但后来的日久生情必然是因为他的深内涵，比如高品质，创新技术，贴心服务……

在商品琳琅满目的经济时代，可供选择的品牌各式各样，但似乎有种感觉：“能选择的对象很多，真正走进心里的也就那么几家”，比如说到手机，你会想到Apple；谈到科技大咖，少不了英特尔的身影……这些著名品牌仿佛于悄无声息中在消费者心里打上深深的烙印，品牌（brand）一词源于古挪威语的“brandr”，意思是“打上烙印”，品牌影响力本质上也是一种内外兼修的艺术，这一点可以从很多成功品牌身上找到印证。

“以最outside”的方式表现出了最“inside”的魔力”



众所周知，一个品牌的营销，往往需要良好的“outside”表现，才能产生利于传播的内容。英特尔作为一家以“inside”而家喻户晓的科技公司，性格却一点儿也不“内向”，而是通过品牌的创新方式去表现自己“外向”的一面。

正如，英特尔全球市场传播事业部副总裁、企业品牌推广部总经理Penny Baldwin（鲍德温）女士表示：“放眼过去，英特尔对于消费者来说，几乎是无形的，看不见的。但现在我们不打算再继续这样做了，我们要将内在的能力和外部的消费者世界更好的联系起来，让人们能够真正地体会到英特尔内在的强大，传导到外部的精彩。”

从内至外，诠释品牌内涵。英特尔表现的外部精彩，常能感受到。去年12月，一场名为“科技唤醒历史”的大型活动在古城西安惊艳亮相。活灵活现的3D动画“荆轲刺秦”投射到古老的城墙上，同时通过36个Realsense实感技术的3D摄像头扫描参与者面部来获取数据，让在场的每个人都能成为视频的主角，引发古城西安的轰动。此外英特尔还联动国内诸多综艺节目，开展深度的内容合作，紧跟流行文化结合，体现的方式方法有很多——电影，书籍，故事，零零总总，包括和《跑男》、《天天向上》、《唐人街探案》的合作，这不仅仅是简单地加入一个英特尔标志，更多的是对90后、00后年轻一代的一种深入的结合。”

英特尔用非常outside的方式成功地展示了品牌内在价值的魅力，在消费者的心目中树立一个印象——“英特尔很创新”。但在这些高颜值的背后有多少英特尔的高科技作为支撑呢？答案不言而喻！营销领域的有句名言，叫做：“好的内容，自己会说话。”深内涵、高科技、高品质配上创新的外在表现形式，一定会助品牌散发最迷人的魅力。

“Apple 始终是一团迷，你能感知它，却无法走进它。”



现在，很多企业都坚持着修炼品牌的内在涵养，由乔布斯创办的“Apple”绝对是其中杰出的代表之一。苹果给人一贯简单，霸气的品牌调性，永远是神秘的存在，就像你有可能每天都在使用 iPhone，但对你来说，Apple 始终是一团迷。你能感知它，却无法走进它。前些日子，iPhone7震撼面世，掀起了又一波“卖肾”热潮。翘首以待的广告语是“7. 在此”，看似简单，实为经过千锤百炼。曾经看过一篇文章，题为“给Apple写文案是一种什么样的体验？”文章作者以自身为Apple写文案的经历，展现了Apple对细节处理的态度

作者的工作是翻译产品屏幕里的示意文案，用作者的话说，“在任何一个人看来，根本就是无足轻重的，有多少人会低下头来盯着广告里的 iPhone 屏幕，一字一句地读一封邮件，看看短信对话的内容呢？但 Apple 真的就是花钱雇了专门的人来做这些完全不必要做的事。”还有 Apple 广告里面出现的人名，比如接听电话界面的来电显示名字，邮件发件人收件人的名字，就真的是用了一些真人的姓名。这些名字也许来自于员工，也许来自于员工的朋友和家人，而且 Apple 还会专门与他们每个人签署一份姓名使用权协议。

Apple 对待细节的态度，就像 Apple 的产品，外表上看起来平淡无奇，但拆解开看，内部零部件的组装全是精工细作，如果不经过精密的设计、推敲和反复的测试、打磨、重建，是绝对做不出来的。踏踏实实地做产品，是品牌高端的底气。有时候，我们往往感觉大牌就站在那里，自有霸气侧漏。大概就是这个原因吧！



大品牌展现自己个性的方式，各有千秋，不管是高冷调，还是温暖牌，只有产品好，服务好，有内涵有颜值，必然能俘获消费者的心。品牌的内外兼修换句话说，可以说是“内烙印”和“外烙印”结合，或者是“内品牌”与“外品牌”的统一。

品牌内在是相对于公司或企业的产品或服务来说的，品牌的外在表现是相对于消费者对企业提供的产品或服务的体验认同而言的。在这里，品牌内在是品牌外在展现颜值的前提和基础，没有内在根本就谈不上外品牌。品牌外在表现是内品牌的延伸、升华、认同和真正实现，没有外品牌、内品牌就缺乏活力。



结语

作为家居行业的著名品牌，顶固重视经营品牌，做到品牌内外兼修，内外统一。

于产品，顶固全屋定制，实施了全品牌营销策略，主张用爱打造幸福家：顶固五金，贵在细节，细节在于产品安全。品位家·顶固门，整合资源打造顶固全屋室内定制领导者。

于品牌的外在表现，顶固连续举办两季“亲亲季”大型促销活动，用亲拉近你我距离，为千万家庭打造有温度的家居。顶固投身公益，坚持承诺，每年捐献一所希望小学，播种希望的种子。

未来，顶固用实际行动诠释“顶固”有温度的品牌内涵和展示品牌的高颜值。①



冰冰系列：为爱筑巢 专属定制

——大黑牛携手冰冰系列全国首发

文/衣柜品牌策划部 樊媛媛

2016年9月25日，大黑牛李晨帅气亮相北京居然之家丽泽店，应邀出席顶固亲亲季II活动。这一天，大黑牛携手顶固全屋定制冰冰系列衣柜惊艳亮相！与此同时，顶固全屋定制冰冰系列新品上市，正式向全国首发！

顶固全屋定制冰冰系列衣柜，是以顶固品牌形象代言人范冰冰命名的简欧风格全屋定制产品。冰冰系列的设计灵感源自女神范冰冰，在设计的过程充分融合了冰冰和顶固品牌DNA，充分体现范冰冰华贵、优雅与美丽的风范。

冰冰系列属于顶固中高端走量型产品，与同行相比，通过提高空间利用率和独占性价比，拉开了外观、组合空间功能的全面优势。从风格上，简欧&简约两种风格的无缝切换，“去线条即简约”的设计哲学。从空间、色彩搭配，打造属于当下时尚年轻人的品位生活。



冰冰系列产品既保留了范冰冰华贵与美丽，又更适应现代生活的休闲与舒适，追求深沉里显露尊贵、典雅中浸透豪华的设计表现，并希望这种表现能够完整地体现出居住人对品质、典雅生活的追求，视生活为艺术的人生态度。

当主持人问起大黑牛李晨中意的全屋定制款式，大黑牛一脸甜蜜地告诉大家：“我觉得家应该是幸福的、温馨的、甜蜜的，更应该是舒适的。衣柜，我比较喜欢简约的、浅色系色的，这种看起来会让人更轻松~”顶固全屋定制冰冰系列，以浅色系为主，大方典雅，无论是风格，还是颜色，甚至连命名都无比契合大黑牛的理想型，简直是为大黑牛和冰冰量身设计的一款全屋定制家具呢~



顶固全屋定制冰冰系列，主打色为莱茵白+爵士灰——优雅的莱茵白拥有美丽的山形水纹肌理和光滑细腻的触感，抚摸上去使人倍觉亲近大自然；点缀独特皮纹感且简约干练的爵士灰，使整个空间显得更加轻快灵动，质感立现。整个家营造出清新、轻快愉悦的家居生活，烘托出一股悠闲自在的家居氛围。

顶固全屋定制冰冰系列——轻松简约客厅空间



顶固全屋定制冰冰系列客厅组合空间，包括客厅综合柜、客厅电视柜、茶几三套产品，一整套组合色彩明亮，营造出一种轻松简约的空间氛围。大黑牛和冰冰在一起的日常，最常做的事情就是看看片儿、做做瑜伽~这样一个简约明快的客厅，完全能够满足他们的甜蜜日常生活啦。

冰冰系列客厅综合柜，除了内置的旋转置物架，增强了收纳功能外，还有一个红酒架——大黑牛与冰冰闲暇的二人时光，做完瑜伽，品一品红酒，浪漫而不失温馨。

冰冰系列整体风格为简欧风格，又植入拼接撞色元素，客厅空间的设计完美平衡了视觉上的简约与多功能的收纳。简简单单的茶几可是花了不少心思融入了一点小心机哦——升降茶几配件，若是聊天大黑牛想给冰冰准备一个惊喜，他也可以充当一个不错的道具哦~至于具体怎么，晨哥定然已经心中有数。

顶固全屋定制冰冰系列——浪漫时尚主卧空间



冰冰系列主卧空间，充分考虑到李晨和冰冰的职业特质，在主卧内除了标配的衣柜，还贴心的另外为他们配备了衣帽间。

床与衣帽间用简约的电视柜隔开，功能分区明确，又增加了收纳空间，简约大气的卧室空间，也是冰冰女神的时尚秀场，更是专属于冰冰和李晨的私享空间，或许只有“我们”的猫猫，才能与冰冰和晨哥共享这温馨的场面。

更有一左一右两个梳妆台——一个智能升降，一个简约时尚~既满足冰冰女神范的优雅精致，又能满足大黑牛的硬汉时尚，不知道私下里，冰冰有没有为大黑牛做美容护理，晨哥有没有为冰冰画眉点痣呢？

顶固全屋定制冰冰系列——平和宁静榻榻米空间



尽管众人眼中的明星光鲜亮丽，但是繁华背后，明星也需要一个平和宁静的空间来放松身心。冰冰系列榻榻米，色调轻快明亮，待在这里很容易放松心情、缓解压力哦~除了休闲放松，这里也可以用作学习工作的书房，小柜子里藏乾坤，拉开有惊喜哦！

顶固全屋定制冰冰系列——为爱筑巢，专属定制

顶固亲亲季第二季，主题“亲亲，为爱筑巢”，希望为每一对有情人，定制专属的爱巢，让每一个家更有爱、更顶固。2016年，顶固全屋定制冰冰系列全国首发，为爱筑巢，让家、让爱更顶固。❶



你只需要2980元来改变生活，来吗？

文/五金市场策划专员 钟淑霞

加班日，华灯初上，拖着身心俱疲之躯，走出办公大楼，打开通话记录才发现：远道而来的爸妈又吃了闭门羹。工作日清晨，出门总是慌慌张张，丢三落四的人儿，不是忘了手机就是忘了钱包，如果丢的是钥匙，更是悲剧，无家可归可不是闹着玩。

周末，信誓旦旦地说：要出门跑圈，才刚开跑，运动裤兜经不住钥匙的承重，报废了，跑步的兴致早就跑到九重云霄之外。

生活波澜不惊，但是却充满不顺畅和小挫折，想给生活来一次“野猪大变身”？奈何变的成本太高、要思虑的东西太多、行动的机会太小。如果现在告诉你：你只需要2980元来改变生活，来吗？

2980元，不到iPhone 7的一半价钱，能去一趟省外5天游，可淘宝一套简约的布艺沙发，还能用来为家添一位门面担当，买一把顶固新品智能门锁轩朗系列，为生活带来显著的变化。



▶ 门面担当



顶固，国内五金品牌前三甲，专业生产安全智能锁，2016年智能锁最新力作—轩朗系列，师从北欧简约家居风，黑金搭配，神秘黑色，加之香槟金、红古铜、不锈钢拉丝3种表面处理，极尽轻奢品味。

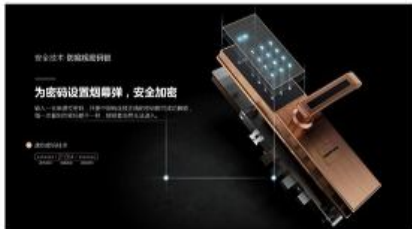
▶ “锁”事有我



换锁就能解决的生活难题，何乐而不为？

开门，“滴”一声就好了，何必苦苦找钥匙。指纹、一卡通、密码、应急锁4种开门方式，省掉找钥匙、匹配、旋转、拔出钥匙4个步骤，只需一提，轻松上锁，你值得更好的。

▶ 门锁安全卫士



颜值重要，安全稳定是首要。

半导体活体识别指纹，区别于常规光学感应，活体感应通过感应人体真皮层的电特性，增加指纹识别度，仿真手指、指纹套等指纹复制术骤然失效；

使用电子防盗锁芯，情况不对，自动报警；还有密码防窥视技术，真实密码前后可任意增加30个数字，为密码设置

烟雾弹，安全加密；国标不锈钢加强防撬锁，超C级防盗性能，不锈钢加强材质，硬度大，耐磨损，防撬防冲撞，抵御入侵，撬不动，进不来。

▶ 云锁芯—科技小达人



安全防盗性能升级，和江洋大盗们斗智斗勇！

轩朗系列采用的电子防盗锁芯，昵称云锁芯，超C级防盗性能。根据相应国家标准，A级锁的互开率应该 $\leq 0.03\%$ ，一万把锁有三把钥匙是一样的；B级锁的互开率为 $\leq 0.01\%$ ；超B级锁的互开率更低，约为 $\leq 0.0004\%$ ，也就是一百万把锁之中有4把钥匙是相同的，而顶固超C级云锁芯没有互开率，技术开启自动报警，机电双重锁定，防盗性能卓越，全方位保护家居安全。

▶ 贴心伙伴



优质生活，就在一念之间！

静音锁，防风，防撞，开启静音礼仪模式，静静地把门关上，不惊扰家人；一卡通功能，交通卡、小区卡秒变开门钥匙；详细的真人语音引导、人机互动，以及广角OLED显示指引，一分钟轻松学会操作，老人、小孩开门更简易。

▶ 换锁很简单

适用市面90%的门，木门，防盗门，不锈钢门，铜门都可以用；免费上门安装，定期维护，大牌就是让您放心！智能门锁轩朗系列，你的智能安全管家，开始全新的美好生活，遇见更幸福的自己。①



礼遇金属，顶固『龙韵』佳成

——新中式五金龙韵系列轻奢上市

文/五金市场策划专员 钟淑贤

凤箫声动，玉壶光转，清韵初调双龙随，一龙矫健，双龙戏珠，礼遇金属，顶固『龙韵』佳成，新中式五金龙韵系列2016年震撼上市。

以中国龙文化为设计理念，线条曲直分明，对称方正，外形成熟稳重、大方得体，有着简约而不简单的“新中式”格调。红古铜优雅光亮，红黑古沉稳而不缺灵动，凸显中式优雅。门锁+合页+门吸，风格一致，百搭又贴心，是中式装修风格的不二之选。

□ 自主研发，专利设计

新中式五金龙韵系列拥有中国龙外观设计专利；配套的无油自润滑合页，专利号为：ZL201520385265.8。自主研发，专利设计，有态度有能力，更有看点。

□ 开门顺畅静音

门锁均配顶固三叉静音锁体；特制合页尼龙轴套和尼龙介子，轴芯转动顺畅无卡滞，门扇开启顺畅，静音的尊贵之享。

□ 安全锁体锁芯

搭配纯铜锁芯，防撞防破坏；锁体中斜舌具有减震，保险装置，方舌防撬，防锯，安全有保障。

□ 无“油”无虑合页

行业首创自润滑消音合页，零添加阻机油，轴承采用双层铜基粉末冶金，合页具有承载能力强、摩擦系数小、耐冲击、耐高温、无油自润滑等特点；

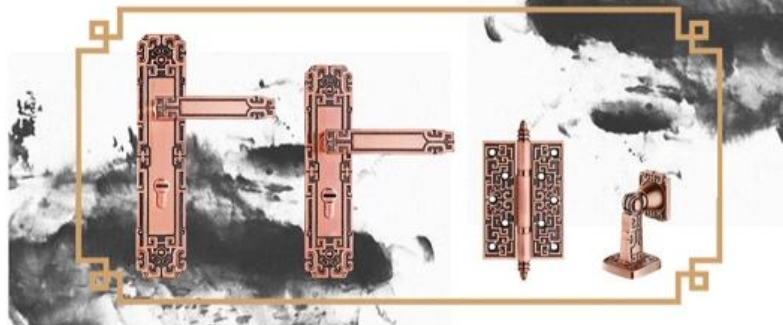
□ 杀菌耐用铜材

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



系列化配置

全系列产品拥有红古铜和红黑古双色，适用于多种家装风格需求，对称执手可实现左右快捷换向；



□ 适用90%的门，配套性强

适用于木门、塑钢门、铝合金门等，执手可左右快捷换向，大厅、卧室、办公室等均能使用。全系列产品拥有红古铜和红黑古双色，适用于多种家装风格需求。

帝王之家的大气，现代家居的优雅，新中式五金龙韵系列一次满足你两个愿望，金秋11月与君相约。



他、具備與生俱來的獨到眼光，
TA、具備簡潔明了的線條設計，
他、能夠洞悉世間的高雅，
TA、能夠展現世界的瑰麗，
他、可隨心造景百變，
TA、可隨心造景百變，
他、尊重人文包容天下，
TA、尊重自然環保為先，
他、掌控一切，
TA、品味非凡，
他、就是卓越不凡的傑作，
而TA、則是頂固門業新屋陽光房。



冬日花園

頂固門業2016年陽光房新品上市

文/門業市場部 范勇軍

陽光房是采用玻璃與金屬框架搭建的全明非傳統建築，陽光房有一口很好聽的英文名字——winter garden，直譯就是冬日花園的意思。冬日花園有兩層含義：一是它實現了居室和陽光的親密接觸，即使在寒冷的冬日，也能夠享受到陽光的溫暖，二是由於陽光房獨特的保溫效果，即使在寒冷的冬天，也為家人營造一口溫暖的居室環境。

隨着房地產行業及建築裝飾行業的快速發展，陽光房逐漸成為了家居裝修的流行趨勢。鋁合金陽光房無論在物理性能上還是在裝飾性能上都表現出了過人之處，通過透明的玻璃近距離接觸到溫暖的陽光，以達到享受陽光，親近自然的目的是，是國內外追求自然、時尚人士推崇的建築。

透光均勻，通透大方

智者樂水，仁者乐山。智者動，仁者靜。智者樂，仁者壽。自然界的鬼斧神工永遠令我們驚艷。緬緬鳴雁，旭日始旦，在日出日落間感受大自然的奧妙壯觀；日月之行，若出其中；星漢燦爛，若出其里，在星辰大海中探索無窮盡的世界。自然之美就是升華一切美的源泉。

曾幾何時，我們與大自然的親密接觸，猶如《愛蓮說》中說到的“可遠觀而不可褻玩焉”，然而對美景、對生活的追求，讓頂固陽光房应运而生。頂固陽光房採用高強度雙層鋼化玻璃，合理的透光率，同時內部充入惰性氣體——氬氣，滿足我們接觸陽光的最大需要，讓您像向日葵般擁抱陽光。

舉手，可觸浩瀚星空；抬頭，可賞碧空雲霞。

隔绝喧哗，无丝竹乱耳

在一览无余的自然里纵情享乐，乐山、乐水、乐人生。然而世间嘈杂，此刻的您想必更需要那一刻久远的宁静，让耳朵与心灵获得难得的休息，无丝竹之乱耳，无案牍之劳形，将喧嚣抛诸耳外，让时间在这一刻静止，在宁静中，感受人生旅程中的每一份神奇与绝美。

你无法逾越的难题是我展现的地方！顶部5+0.76PVB+5/6+0.76PVB+6夹胶玻璃，配合里面5+12A+5中空玻璃，内充氩气惰性气体，营造出绝佳的隔音效果。宁静之中，激发渴望刺激的内心，释放内心沉睡许久梦想，踏进全新的征途。

坚固耐用，优雅呈现

世间瞬息万变，唯有掌控核心，方可从容不迫。阳光房的主体结构是阳光房的生命力，承受着最大的力量支撑，所以主体结构材料不容忽视。顶固阳光房采用2.5或3MM铝材厚度，高强度双层钢化玻璃结构，立面5+12A+5MM中空玻璃，配合科学的框架搭建，展现出优异的密封性及安全性，确保每个阳光房安全、耐用。

在顶固门业的设计美学中，随处可见向自然至美的憧憬，线条与轮廓的碰撞，点与面的对话，让每一处细节都仿若大器天成，去除繁复的装饰，用刚直的线条搭配雅致的刚性装饰，让阳光穿透玻璃，让浪漫在我们身边绽放，在美学与自然中达到和谐统一。

百变造型，随心定制

当百变造型与全屋定制成为潮流之时，我们已将它们运用到了极致。利用点线面的立体几何基础，传承法国严谨工艺，于寸斗的空地搭建诱人的透明视觉空间，可任意组合发挥出多种组合的创意造型，如：平顶/平斜顶、八角/六角/四角尖顶、宝石顶、人字顶、弧形顶、半斜顶及多项组合顶，运用组合式配套，注入稳固与高端的设计美感，无论在透明度、优美、结构中呈现出独具一格的审美理念。周围是花木扶疏和流动的光影，视野里满溢着明亮的绿意，和三五知己细品慢饮，是的，这是一次不错的下午茶。



WINTER GARDEN



比出“色”，更出色

好“色”之心，人皆有之。性感迷人的潮流舞台上，令人过不忘的唯有迷人的色彩。无论你是成熟稳重的复古派，还是独领风骚的潮流派，你都能在这里找到属于你的好“色”之道。色彩诱惑，小心上瘾。闪银灰的稳重、砂咖啡的时尚、黄檀木的古香、白橡木的跃动……每一种色彩都将让你拥有不一样的心情。这一切已然超越了产品所带来奢华享受的范畴，更多的是一种灵魂上的共鸣，在色彩构筑的阳光房下相遇、融合。

触碰之间，掌控一切

世界是风云变化的，时代的脚步不会停下。在日新月异的时局中把握大势，才能稳操胜券；在变幻莫测的征程中驾驭全局，方能成竹在胸。作为社会中坚力量的智者，坚持进取之心向着更高的人生阶段迈进。智同，必道合。顶固阳光房搭配智能磁控百叶，一开一关、一明一暗，给进取人生带来多一份从容，无论舒适安逸的私人空间，还是追求心动的激情时刻，阳光房都能满足你的心境追求，触碰之间，让每一次相遇都成为久别重逢。

无论是一个人的狂欢之旅，还是两个人的浪漫旅程，亦或是亲友们的结伴享乐，顶固阳光房皆可尽迎所想。❶

女神范冰冰为什么选择李晨?

文/衣柜品牌策划部 全金枝



中国有句俗话说“男怕入错行，女怕嫁错郎”，虽然现代女性个性越来越独立精明、奋发自强，但这句话放到现在一点也不过时，因为，家的依靠永远是女人最温暖的港湾。选择一个好的男人作为终身伴侣何尝不是一种投资？只有将爱情婚姻当做事业来经营的女人，才能成为真正的人生赢家。

影星范冰冰自1996年出道以来，因其出众的外表、鲜明的个性、大气的形象一路星途坦荡，步步飙升为国际巨星，贵为女神级人物的她，感情生活也一直备受世人关注。虽然人气女王范冰冰话题不断，但是出道多年来情感绯闻却很少，扑朔迷离的情感动态让人宛如雾里看花。直至2015年5月，一句“我们”在娱乐圈炸开了花，更是给敏捷灵动的狗仔们打了个措手不及。

自从高调公布恋情后，范冰冰和李晨的一举一动都成为了各大媒体的焦点，两人的交往过程和动态发展让外界好奇，坚毅自立、美丽霸气的女神范冰冰为什么会选择李晨呢？这其实是一门幸福女人的投资学问。

论颜值：阳光李晨和美艳范冰冰很有夫妻相

女神范冰冰的纯天然高颜值毋庸置疑，但李晨的英俊、阳光、帅气也是娱乐圈的公认，在真人秀节目《奔跑吧！兄弟》中，李晨外表优异，内里稳重，他在节目中对他贴心、对队友暖心、强劲有力的撕名牌表现捕获了万千粉丝的心，被粉丝们亲切的称为“暖男大黑牛”。

身高180、体重的76kg的李晨，不仅脸蛋俊秀，更体格健美，是穿衣显瘦，脱衣有肉的力量型美男，与身高168cm，体态稍有丰满的女神范冰冰站在一起绝对般配。毕竟范冰冰的强大气场不是什么人都能HOLD的住的，但是李晨和范冰冰一起，却宛若佳偶天成，再将两人五官放到一起来看，阳光帅气的李晨和美艳动人的范冰冰是很有夫妻相的。



阳光李晨和美艳范冰冰很有夫妻相

论财产：你所不知的大黑牛投资有道



范冰冰是演艺圈中有名的富豪，2016年福布斯全球十大最高收入女演员排行榜中，国际巨星范冰冰以总收入1700美元位列榜单第五名，成为唯一上榜的中国女星。面对如此独立自强的范冰冰，李晨与之为牵手公布恋情后，人们不禁怀疑是李晨嫁入范冰冰的豪门了。

其实，李晨的背景财力并不逊色。出生荣养军人家庭的李晨，在娱乐圈子里不仅有名气，更有深厚的财力。据悉李晨每隔半年就会换掉一部跑车，家中价值千万的劳斯莱斯，兰博基尼，阿斯顿马丁等豪车应有尽有，李晨对豪车的喜爱程度可以用痴迷来概括，甚至把爱好变成事业，在北京开设名车馆。此外，李晨还投资房地产，其名下有多套房产物业出售，身家达十几个亿，如此，范冰冰牵手李晨，没有一丝委身下嫁的意味。

虽然李晨的身家没有范冰冰丰厚，但从以往范冰冰的霸气豪言“我不需要嫁入豪门，我自己就是豪门”中我们不难发现，当他人前仆后继的想嫁入豪门时，睿智的范冰冰更懂得互助共勉，扶持相守的爱情更长久，更能让他珍惜。

论才华：是演员更是监制，李晨的台前幕后都是奋进标兵

单看脸就选择一个男人，这个决定未免显得太过轻率；单靠财富就能征服一个女强人，这个想法未免显得过于肤浅。显而易见，能让女神范冰冰失去免疫力的男性，用三个字概括就是“有才华”。范冰冰曾在采访中表示，“我喜欢像百科全书一样的男人”，而李晨也曾表示“我特别喜欢看一些科技类型的节目，从小就喜欢《十万个为什么》”。积极上进且才华满溢的男人终会事业辉煌，而李晨就是有名的演艺圈才子。



外形俊美的李晨，在出道前其实是一个热衷速度与激情的专业赛车手，但由于顾虑家人，最终选择了演艺之路。但刚刚考入艺术学院的李晨，还没有开始系统的表演学习，便在数千人的竞争中脱颖而出，出演《十七岁不哭》男主角。此后在兼顾学业和演戏的生活中，李晨还进行了创作，这都为后来李晨的文学著作出版，监制并主演以自己小说为剧本雏形热播剧《北京爱情故事》，以及编剧并主演电影《奋斗》，出品制作多部电视剧、纪录片打下了深厚基石。无论是台前还是在幕后，李晨都孜孜不倦地勤奋耕耘着自己的演艺事业，如此奋进又实力深厚的李晨，与“话题女王”范冰冰合体，事业发展只会越加迅猛。

论品性：专情暖男大黑牛把冰冰宠上天

相爱是缘，相守是份。能遇上的人多，但最终能开花结果的却很少，更何况在纸醉金迷的贵圈，一番容貌金钱较量后，就看品性能否相得益彰、互相包容妥协。毕竟脱下了明星的外衣，回家后还是如普通老百姓过日子，如果性格不合，即使对方财产多丰厚，才华多横溢，也难免分道扬镳。

对于个性独立坚强的“范爷”冰冰而言，“豪不豪门不重要，要看那个门里边的那个人，他到底够不够爱你，够不够宠你，够不够疼你，他会一辈子对你好，这才是最重要的”。为此，那个与她性格协和，能互相包容的伴侣值得等待，而李晨就是她等到的那个人。

李晨的品性修养是受到圈内人一致肯定的，与其合作过的马伊琍曾在采访中大方赞美李晨“他待人很真诚，又有责任感，很体贴会很照顾人，是一个有担当的人”。而沉稳、耿直的李晨，对感情也是专注用心。和他人迅猛的追求攻势不同，李晨用持久足够的关心，细致呵护的贴心，专一踏实的安心来追求心仪的人。

据悉，李晨花了约一年时间才成功俘获范冰冰的芳心。“能力越强（的女人），才越是一有一颗想要被保护的心，不要让她独立到让人心疼。”最重要的是，“别人欺负她的时候，我在她身边；她寂寞时，我陪着她。”为此，李晨在范冰冰34岁生日时，花六位数的金额给范冰冰策划了一场Hello Kitty主题生日趴，将一向御姐范、女王范的范冰冰宠成小公主，看到一脸幸福小女人模样的范冰冰，连范爸爸范妈妈到场都不能阻止冰晨两人的秀恩爱行为，多次相拥、热吻。如此成熟、稳重、专情的暖男大黑牛，怎能不让人动情，为此范冰冰选择高调公布恋情，甚至声称李晨为最后一个男朋友，因为范冰冰认为“我觉得就是时间到了，我觉得他人品很好，也是一个有态度、很认真好好生活的人。”



冰冰说，“不管外面的的世界如何狂风暴雨，但我们的日子依然细水长流。”在烟花盛开时，能与TA看尽人间繁华，在繁华落幕后，能与TA携手围坐旋转木马，这就是女神范冰冰选择的爱情，当褪去身上的光华，真挚的人心才是最幸福的相伴。让我们祝福暖男大黑牛李晨和女神范冰冰有情人终成眷属，祝天下速爱的赶路人找到对的TA，顶固的家，始终与你温情相伴。❶



设计师分享：玄关装修实用技巧

文/衣柜产品部 彭佳

玄关作为入门后的第一道人为屏障，虽其面积不大，却是房屋装修的一块重要区域，它是迎客的第一道风景线，是进入室内对居室设计装修的第一感官，玄关设计更是设计师整体设计思想的浓缩，它在房间装饰中起到画龙点睛的作用，玄关设计的意义重大。

PRACTICAL SKILLS :

Part 1

一般的玄关难免会成为鸡肋之地，可要是能利用得当，绝对会为整体家居增分。转过玄关看清客厅的全貌，给人一种“柳暗花明又一村”的视觉享受。

简单几何堆砌打造不简单的组合，简约的几何线条渐显清晰，设计的筋脉渐渐清晰，实用性的上下分层设计，采用卡布诺加哥尼白的颜色搭配，原木色彩配上天然的木质肌理，对比强烈的碰撞，勾勒出一席魅力的时尚生活。并且将实木地板运用在玄关门口，具个人风格的质感呈现，而活动式的穿鞋椅，在不破坏整体氛围的前提之下，让机能需求获得充分满足。

Part 2

室外的喧嚣浮华与室内的宁静自在，是两种截然不同的空间感受。精致的生活态度，灵活布置具有收纳功能的家具，会使玄关处整体更来整洁通透。钥匙、门卡等杂物，在这里找到“收容所”，鞋、包、雨具等统统可以隐藏在柜中。将衣柜和鞋柜合二为一，安置于入门处，节省空间，简洁实用。

而一旁的穿衣镜除了为 主人提供方便外，还有延展空间的视觉效果，宽敞明亮的玄关处，带给每天入户的愉悦心情。

采用摩卡胡桃的干练纹理，柜门百叶窗式的装饰处理，成为物品展示平台，美化玄关空间，提升了空间的立体感和美感。时尚的摩卡胡桃色柜为玄关提供了收纳的同时也活跃了空间氛围。

时尚大方的设计更方便储物，简约流线的线条造型，展示与收纳兼具的功能布局，清新淡雅的色彩，优雅曲线的造型装饰玄关，拉斐红酒般的花色与玻璃的清透，让视觉更加的开阔，凸显出了主人高品质的生活追求，呈现出优美的艺术品位。



Part 3

设计师采用对称的散光灯设计，成功修饰了墙壁，体现空间对称美。使空间在散光灯和镜子的助阵下，延伸了空间视觉效果。用门隔断玄关和客厅有效地保障了户型开放式空间的隐私。较高的落地式收纳柜存储功能强大，而低矮的抽屉柜同时还兼具了坐卧的休息功能，不仅可以节省空间，还可保持整洁，以保证给家人或者访客一个整洁的视觉印象。

L型的高低结合，象牙白的色彩，柜内配有LED灯光的照明，这种隔板并不是完全隔断，有点像半边墙，这种区分方式用的不是很多，但很适合户型居室用，既可以把客厅和餐厅区分开来，但不完全区分，从空间利用角度来说，占用空间不是很多，但给人一种很实用，很充实的感觉。

玄关的造型设计很多样，用途较广泛，在设计时应注重以人为本，认真对待每一处细节，设计出适合屋主个性的玄关，使玄关真正融入居住者的生活，体现居住者的品味与空间的整体价值。在不经意间为生活增加一丝色彩，一笔一画的细节刻画，让整个房间显得更加灵动而具有活力。①

小植物，大生活

文/品牌管理中心 叶小红

泥土高涨
扑打面颊
活在这珍贵的人间
人类和植物一样幸福
爱情和雨水一样幸福

以上的诗句来自海子的诗《活在这珍贵的人间》，
一直感觉植物是一种温馨、浪漫的存在。办工桌前，一小盆绿植；
回到家，植物的身影更随处可见，苍翠的绿色，旺盛的生命力，
有它们点缀的家，会多一份活力，有植物装扮的家，每一天会过得像诗一样浪漫。



客厅，怎能少得了绿植的点缀呢？客厅空间大，怎么摆放绿植才会井然有序，成为客厅一道风景线呢？不如就选择在沙发的后面搭建一个小小秘密花园吧。从左到右，高低有致地选一些小盆栽和一些藤蔓，呈L形状，错落有致地摆放。假如刚好你家的沙发后面有一扇窗，傍晚夏日清风徐徐吹来，满屋的浪漫绿色，此刻请闭上眼，尽情享受清爽轻盈的时光！

若有朋友自远方来，坐在客厅聊聊天，怎么也得留有人下来喝下午茶或是吃顿晚餐，这时如果想让饭厅文雅、高贵，装修时不妨选择耐看的古铜色系瓷砖，配红木座椅，镶白色的大飘窗，还有一点，千万别遗漏了，在窗边摆上几盆绿植，与瓷砖、红木家具温相呼应。下面的瓷砖是大地的本色出演，上面的绿植仿佛大地上带来的一抹绿，不仅装饰了自家的窗户、饭厅。待到周末，亦可和孩子们一起动手为植物们松松土，除除草，浇浇水，说不定下周末一棵看似是树的植物，却开出了粉红的小花，巧妙地 and 桌布凑成一对。



植物除了为您制造、见证与家人、朋友的美好时光外，您的个人空间也会因加入它们的陪伴而更与众不同。在阳台，置一个一米左右的壁架，往墙上挂几盆常春藤，从地上挪到空中，形成一个小“鸟巢”。在“鸟巢”的下面，置一张长形的桌子，方便摆放一些杂七杂八的小物品，也使“鸟巢”不至于太唐突，更有别于一般的室内植物摆放。一个宁静的下午，坐在这样一个阳台上，看一本书，眺望远方的风景，实在是生活仪式感爆棚的节奏。



书房也是个个人的空间，在书桌上方，挂上两三幅简约，极具欧美风格的画，动静结合、黑白搭配，让整个空间充满了时尚感，想营造时尚感，回归简单就离成功不远了，想冲淡单挂图片的生硬感，在书桌上摆一两盆绿植会有意想不到的效果。小小的植物，花点小心思，设计摆放的位置、形式，装饰出一个美美的家，这何尝不是一种生活的智慧呢？❶

指尖上的“微报刊”

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。

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

顶固有奖 征文大赛

结缘顶固，我们的故事

顶固品牌创始于2002年，一路走来即将15个春秋了。无论您是在顶固成长的什么阶段认识顶固、结缘顶固，都有一段顶固情。您与顶固的故事，您对顶固的品牌印象，顶固为您带来什么，顶固改变了您的生活方式，您对顶固的期许……每一个场景、每一段情都值得被珍惜与分享。

征文时间：

2016年11月10日~2016年12月10日

征文要求：

- 1、体裁：文体不限；
- 2、征文标题：自拟；
- 3、征文主题：结缘顶固，我们的故事；
- 4、字数不限；
- 5、每人只能投1篇稿，超过则以最早投稿的1篇为准。

奖项设置：

- 1、一等奖1名，奖励2000元+2017年台历+荣誉证书；
- 2、二等奖2名，奖励700元+2017年台历+荣誉证书；
- 3、三等奖3名，奖励300元+2017年台历+荣誉证书；
- 4、最佳人气奖1名，奖励400元+电子称+2017年台历+荣誉证书；
- 5、优秀奖5名，奖励毛巾礼盒套装+2017年台历+荣誉证书。

【备注】：最佳人气奖将以投票形式在“顶固集创家居”微信公众号上选出，参赛者可以通过转发的形式为自己投票，一共3天的投票时间，投票时间为12月12日至12月15日，详细情况请密切关注“顶固集创家居”微信公众号。

投稿方式：

投稿邮箱：dgbjb2013@163.com；

投稿热线：0760-22772692；

投稿请在文章末尾注明联系电话，以便于奖项联系通知。

版权声明：

- 1、文章必须是原创首发（原创首发指作者本人原创且作品没有通过任何纸质媒体或网络媒体发表过），参赛期间，参与有奖征文的作品不可发往其它机构。未按此规定投稿的作品，将取消其参赛资格；
- 2、本次征文活动最终解释权归广东顶固集创家居股份有限公司所有。