顶固 Topstrong



# Exquisite Life

# 2022

THE MAN FROM EVERYWHERE IS GOING TO NOWHERE

心有山川湖海，却囿于居家与爱


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

网址：www.dinggu.net　　邮编：528425

全国客服热线：400-883-5858


# TOPSTRONG

顶固中国

MAGAZINE

## 谈新时代民营企业家

## 如何参与社会创新，推动社会进步

ENTREPRENEURSHIP

顶固集创家居股份有限公司常务副总裁 辛兆龙

## 新岁序开，共赴新程

顶固集创家居股份有限公司董事长 林新达


62

2022 1月刊

顶固全屋定制

**极炼系列** | 灵动的色彩、极简的线条，打造一个温暖和煦的家

顶固安全智能锁

人脸识别 + 可视对讲

# 看得见的更安全

T9 Pro | 人脸识别可视对讲智能锁



T9 PRO　T9 V　T9



**微韵系列** | 邂逅每一片开阔的视野，捕捉每一个美好的画面

A股上市企业
旗下控股公司

中国移动 智能门锁
China Mobile 战略合作品牌

YINTE因特®
— 家庭专用智能锁 —




V8 Pro

# 3D人脸识别对讲锁

人 脸 视 频 锁 选 因 特

FACE VIDEO LOCK SELECT YNTE

NEW YEAR

HAPPY
NEW YEAR

# 新年
# 美好共见

一元复始
万物生春

## 2022 年新年贺词
## 新岁序开 · 共赴新程



亲爱的顶固家人们：

新年伊始，万象更新。2022 年已经到来，我谨代表广东顶固集创家居股份有限公司和全体股东，向大家送上新年最美好的祝福。

2021 年是不平凡的一年，疫情的反复给我们的工作和生活带来了挑战，而顶固上下，万众一心，我们一起克服疫情影响和市场各种不利因素，公司的发展取得了不错的成绩，公司营收再创新高，创新业务布局稳步推进。

2021 年，我们不断发挥善于创新与变革的精神，深化战略部署，加速推进家居智能化进程，产品推陈出新，不断提升服务质量，一直为让消费者享受更加精致、便利、智能化的家居生活而努力奋斗。

在此，特别感谢所有的顶固家人们，是你们的努力和付出，让顶固这艘巨轮，披荆斩棘，勇往直前。

从过去到现在，人们对美好家居生活的追求是永远不会改变的，家居行业依然会大发展，未来可期而精彩。2022 年，是顶固发展的第 20 个年头，让我们立足新的起点、迈上新的征程、开创新的辉煌！

最后，祝大家元旦快乐！身体健康！家庭幸福！万事如意！

顶固集创家居股份有限公司董事长
林新达




顶固 Topstrong

顶 固 中 国

**出 品 人** 林新达

**发行单位** 广东顶固集创家居股份有限公司

**总　　编** 刘兴旺

**编 委 会** 辛兆龙、刘兴旺、陈有斌、徐冬梅、但咸熙、李吉祥、王洪亮

**执行编辑** 邓慧君、何嘉欣

**责任编辑** 郑淑兰、杨惠仪、黄健新、杜玮、庞丽英

**美术编辑** 梁康华

**官　　网** https://www.dinggu.net/

**刊　　期** 总 62 期 2022 年 1 月刊


## 《顶固中国》征集令

2006 年 5 月，《顶固中国》杂志正式创刊，至今已出刊 61 期。它记录了顶固这十几年的发展历程，承载了顶固的企业文化，展示了顶固的各种风采，伴随着顶固一起成长。

《顶固中国》作为企业内刊，受到了广大经销商甚至消费者的喜爱。在深感荣幸之时，我们诚挚地感谢每一个提供过文章及内容的朋友，感谢他们慷慨的分享。

在此，我们诚邀更多的朋友来投稿，分享你们的经验和知识。当然，也欢迎您向顶固编辑部提出更多建议，督促我们的进步。

### 投稿要求」

分享你在顶固经历的有爱的故事，或参与的有趣的活动、有料的培训、创意的体验。内容优质，体裁不限，图文皆可。

### 投稿方式」

请以邮件投稿，需附上姓名、所属部门、门店以及联系电话。

### 投稿邮箱」

3082433980@qq.com

### 编辑部微信号」

dingguquanwudz


本刊物仅供内部交流，部分图文源于网络


顶固集创家居
（官方微信公众号）

@ 顶固中国
（官方微博）

@ 顶固全屋定制
（官方抖音号）

# 目录 CONTENTS




营销洞见

■新时代民营企业家如何参与社会创新、推动社会进步？ 14

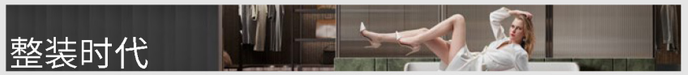


超级 IP

■打造品牌 IP“世界健康守护日”，顶固竹香板持续领跑健康家居 19

■冠军品质！顶固携手 8 大世界冠军助力健康守护 21

■亿万级曝光、数十家媒体报道！顶固点燃全网“守护”热潮 23



整装时代

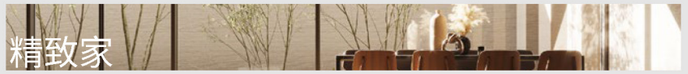
■整装新风口：唯改革者胜，唯创新者强 28

■纳尺高端整装，一体化高端整装系统，打造整装全案解决方案 30



纳见未来

■束光向往，探寻无限可能的美好 34



精致家

■家装案例 | 爆改 130 ㎡旧房，3 人 2 猫各有自在 41

■家装新品 | PARKER 帕克 3.0，轻奢于形，优雅于里 44

■“物联网”家居场景落地！ T9 PRO 智能锁满足多层次需求 48

■指静脉智能锁，让老太太也爱开门的一把锁！ 52

■星耀系列生态门 | 精致细腻，让居室更有范儿！ 54

■厨房门窗选对了，生活才有滋味 58



顶固名人

■重庆申朝庆：后疫情时代的破局而动 60

■安庆齐小芳：心有雄狮猛虎，亦能细嗅蔷薇 64

■武昌邓为军：着重细节、多管齐下，让客户放心 68



坚守家

■你的样子，就是顶固人的样子 72

■一路坚守，一路繁花 74

■平凡坚守，彰显不平凡担当 76

■全力以赴，追赶时代的步伐 80

■一边被骂，一边 oncall，就是顶固系统门窗的客服精神 84



顶固之家

■以“守护”为名，继续这场没有终点的公益之旅 86

■传中医之术，承健康之身 90

顶固 8-12 月大事记 92

顶固 8-12 月企业荣誉 96



# 弘扬优秀企业家精神 更好发挥企业家作用

## 谈新时代民营企业家 如何参与社会创新、推动社会进步

顶固常务副总裁 辛兆龙

引言：2021 年，中国全面实现小康，将扎实推动共同富裕。站在这一百年未有之大变局中，我们需要看清未来的形势，尽管存在诸多不确定性，但只要我们坚持做好自己，激发创新活力，那么时间必然是偏向我们的。



11 月 12 日，中共中央举行新闻发布会，介绍党的十九届六中全会精神，中财办副主任韩文秀提出，推动共同富裕，需要企业“办好自己的事”。

企业家为共同富裕做贡献有多种渠道和方式，最基本的就是要做到合法诚信经营，照章纳税，履行社会责任，善待员工和客户，保护劳动者和消费者合法权益，办好自己的企业，为社会创造财富，这是企业的“本分”，也是为共同富裕做贡献的“正道”。

与此同时，国家还鼓励支持企业和企业家在有意愿、有能力的情况下积极参与公益慈善事业。那么，新时代下的我们应当如何发挥企业家精神？作为民营企业的顶固又将如何参与社会创新、推动社会进步？



**在新形势下理解企业家精神，我认为需要把握以下几点：**

## 首先，新形势下的民营企业家应坚守信念之心。

法治意识、契约精神、守约观念是现代经济活动的重要意识规范，也是信用经济、法治经济的重要要求，这也是顶固素来的坚守——“顶中国企业之脊梁、固世界华人之尊严”便是顶固恒定的经营使命。

2021 年所有围绕小康的目标追求都已完成，接下来现代化道路上的重点便是共同富裕。实现共同富裕是中国现代化进程中重要的历史步骤，也是解决诸多当前现实问题的有效途径，归根结底是实现中华民族伟大复兴的必然要求。习近平总书记曾反复强调，在共同富裕的路上要“尽力而为、量力而行”。




2005 年，顶固爱心计划正式成立，2009 年，顶固正式启动手拉手爱心助学计划，同时承诺每年捐建或修缮一所希望小学。截止今日，顶固共捐建了 11 所希望小学。此外，顶固还积极响应国家指引，发起 919 世界健康守护日，并携手中华少年儿童慈善救助基金会成立了“顶固专项基金”，借助公益行动共同守护孩子们的健康成长。顶固由传统捐建学校的方式向持续关注和陪伴孩子们的方式转变，从单一的物质帮助向精神鼓励转变。

16 年来，在董事长林新达先生的带领下，顶固在公益慈善事业上累计投入上千万元。向上向善始终是顶固人的强大精神力量，顶固的初心是坚持做一个有温度的企业，在践行公益精神的同时，谋求为中国基础教育事业贡献力量，切身做到了“尽力而为、量力而行”。未来顶固将持续参与公益事业，并从直接捐赠走向深度参与，更加积极地承担社会责任，推动社会进步。

## 其次，新形势下的民营企业家应怀揣坚韧之心。

自 2020 年初新冠肺炎疫情爆发至今，经过全国上下共同努力，我国在疫情防控和经济恢复两条战线上都取得了居于世界前列的成绩，其中经济得以快速恢复的重要原因在于市场主体蓬勃的承载力和创造力。正如去年 7 月，习近平总书记主持召开企业家座谈会时提出的，保市场主体就是保社会生产力。

自疫情发生以来，无论道路有多颠簸和曲折，顶固全体人员始终保持定力及决心，在按照既定步骤前进的同时，不被外部因素牵着鼻子走，但不被牵着鼻子走，不代表可以不看、不听、不思考。随着“十四五规划”的正式出台，我国将进入到全面落实、全面实施的新进程中，这意味着一些大项目、大投资会带来很好的支撑力，同时也将面临大改革。

在变革之下，尽管有少数企业切中风口，三五年内能取得令人瞩目的成绩，但这只是特例，并非普遍规律，真正的企业家要有坚韧的长期作战准备，具备长远发展的计划。以“恒心办恒业”将是顶固从一而终的目标。

## 第三，新形势下的民营企业家应保持创新之心。

大疫当前，百业艰难，但危中有机，为创新者胜。

首先要认清，创新的发展格局绝不是封闭的国内循环，而是开放的国内国际双循环。在促进国内循环上，其中重要的一点便是国内市场的需求与生产主体之间的循环，每条产业链内在畅通很重要，但产业链之间发生关联也是促进国内循环的一部分，具体来说，就是企业更应该结合本地实际情况，把目光拓展到各个领域，打通各产业链、供应链的联通，举个例子，比如吉林省内的汽车产业链排第一，牛肉产业链排第二，当地的牛皮就被大量运用在汽车座椅的生产上，两条链条之间就发生了良性连接，这种优秀范例值得我们认真思考。

在十九届六中全会中，习近平总书记提到“坚持把创新作为引领发展的第一动力”。科技创新是顶固在国内循环中的根本，大力提升自主创新能力、尽快突破关键核心技术，这才能真正的保证企业在自我革新中不掉队。在这方面，顶固五期工厂的建设已进入收尾阶段，五期工厂智能化程度极高，全工厂 22 个人年产能可达 6.6 亿，人均产能更是比目前提升 15 倍。在上游原材料高位的现在，顶固在做出让客户放心产品的同时，努力做到了智能制造降本、科技创新降本。

---

另外，国际循环也是企业创新重要的一部分，因此新形势下的民营企业家也应具备国际视野。我国经济持续快速发展的重要动力之一就是对外开放，而我国自贸区、自贸港便是创新制度的高地，顶固总部位于“粤港澳大湾区”的中山，理应探索更多的创新举措，虽然顶固从事传统行业，但或许也可引入已广泛应用到各领域的跨境电商、大数据、区块链等方面内容，开展有效的国际循环。

在我国经济社会发展中，顶固努力成为新时代构建新发展格局、建设现代化经济体系、推动高质量发展的生力军，负担起“探路者”和“领跑者”的责任，坚守以信念、坚韧、创新为核心的企业家精神，努力在共同富裕的社会主义现代化进程中发挥更大作用，实现更大发展。




# 打造品牌 IP “世界健康守护日”
## 顶固竹香板持续领跑健康家居

文 / 顶固全屋定制 林丽施

近两年，消费升级叠加疫情影响，绿色、环保、健康的家居需求日益凸显，成为了未来社会发展的大方向。而家居环保、健康在“健康中国 2030 规划”这个社会发展大命题中扮演着愈加重要的角色。而顶固已走在了“家居健康”的潮头之列，不只局限于让消费者享受美好的健康家居生活，更注重健康生活方式的引领与倡导。



### ■ 竹香板倡导者，打造健康家居环境

一直以来，顶固秉承“健康家居”的环保理念——从广义来说，是保护生态、保护全人类的可持续发展。从狭义来说，是保护家庭与个人，全方位地考虑居家环境、产品对人体是否健康友好。

秉承这样健康、环保的理念，面对严峻的生态问题，顶固早于 2015 年就开始着手研究使用竹子替代木材作为原材料，来进行家具的生产与制造的课题。经过 2 年的不断研究开发，顶固于 2017 年率先行业推出竹香板，并以竹香板家具获得了国家专利，引领家居材质变革。顶固竹香板的诞生，是对日渐稀少的天然林资源的绝佳替代，既满足了人们环保、健康需求，又使得珍贵的森林资源得以延续。从源头上保障产品环保，为消费者营造真正环保、健康的居家环境。

顶固在产品升级的道路上永不止步，不断推陈出新，2021 年重磅推出第三代净纯竹香板，超 E0 级环保，提升板材的净化功效，纯竹香，鲜呼吸。以“净、纯、香”3 大核心优势，为千万家庭守护健康。在健康、环保深入人心的今天，越来越多家居企业也开始将竹香板加入产品战略中，而顶固已经从零迭代至第三代净纯竹香板，一直在领先，从未被超越。在这个质量为王的时代里，顶固早就以优越的环保、健康的基因赢得了广大消费者的认可。

■ **“世界健康守护日”全民 IP，释放守护健康正能量**

在环保、健康的大趋势下，家居企业如何顺应绿色发展理念并践行公益使命，为消费者带去环保、健康的居家环境的同时，用企业的力量掀起社会环保、健康的风潮？顶固作为绿色环保家居的领头羊，以“世界健康守护日”为契机，呼应健康中国 2030 大国之策，向行业交出了一份漂亮的健康答卷。

产品始终是企业硬实力， 而最能俘获人心且长久的是要靠品牌软实力。创立至今，“健康、环保”不只是刻进顶固骨子里的产品 DNA，更是顶固未来长久发展的品牌基因。为了更好地触达更多受众，倡导社会大众关注健康生活方式，守护健康、守护爱、守护家庭，2021 年顶固携手中华儿慈会发起“919 世界健康守护日”，向社会大众传递守护健康的理念，顶固先是携手奥运冠军张继科与众多体育明星、大咖嘉宾为活动发声，利用公众人物流量掀起，再而利用高铁广告、腾讯 APP 开屏广告、朋友圈广告、微博、抖音及小红书等各种传播形式助推活动出圈，把守护健康的理念传播到千家万户中，成功引发大众共鸣。同时，顶固在全国专卖店推出“爱心卡”订金转善款的慈善活动，让消费者购买产品的同时参与公益事业，活动至今中华儿慈救助基金会顶固慈善专项基金的捐赠额已达百万，为众多有需要儿童送去健康守护。顶固不再单是卖产品，而是通过产品传递出品牌的文化理念，让消费者产生更多黏性，感受品牌温度。














于顶固而言，“健康、环保”已不仅仅是一块环保板材，它更是可持续的发展战略。顶固对“世界健康守护日”的重视践行，彰显了一个品牌的责任与担当，把无形的健康环保倡导寓于有意义的公益实际行动中，把“守护健康”的品牌理念传播更加深远，让更多人在助力公益中感受温暖，获得健康与爱的正能量，同时让人们能更加主动陪伴、守护家人，拥抱健康生活方式。

未来是健康生活的时代，顶固用企业实力为消费者创造环保健康的家居环境之时，也担起了社会责任，打造“世界健康守护日”，为健康公益出一份力，将环保、健康风潮从家居行业带至全民之中，让守护健康的理念深入人心。顶固将持续迭代净纯竹香板、推广健康的生活方式，切实为消费者的健康家居生活保驾护航。



# 冠军品质！

## 顶固携手 8 大世界冠军助力健康守护

文 / 顶固全屋定制 林丽施

不知不觉间，亲亲季已悄然迎来了第六个年头，这场以呼吁人们重视爱与陪伴为初衷的品牌专属节日，已逐渐成为了一场“共筑美好生活”的全民狂欢盛典。

今年的活动中，顶固以“世界健康守护日”为主题，发起用爱守护希望小学大型公益行动，诚邀和呼吁爱心人士，一起用爱守护、为爱行动，持续关注和守护孩子们成长，让我们的公益行动为孩子们带来更多的关心和守护。同时，顶固也希望通过“世界健康守护日”让更多人在助力、参与公益中感受到温暖、看到希望，获得健康与爱的正能量。

### ◎八大体育世界冠军，助力健康守护

顶固邀请张继科、陈颖、火亮、宋妮娜、殷剑、张杨杨、王明娟、张雁全 8 位体育世界冠军助力健康守护，为活动宣传加码，同时携手优居研究院院长张永志和多位明星艺人为公益发声，在传达顶固“守护健康”品牌理念的同时，号召更多消费者积极参与爱心公益，合力为有需要帮助的儿童送上一份守护。顶固将公众人物作为流量入口，助力引爆话题热度，为“世界健康守护日”IP 的传播扩大声量。

### ◎亲亲季 6 品牌盛典落地，奥运冠军张继科亲临

2021 年 10 月 16 日，“世界健康守护日——顶固亲亲季第 6 季品牌盛典”在石家庄隆重举行。顶固邀请奥运冠军张继科助力盛典现场，与广大消费者共同见证冠军品质。




在活动现场，张继科不仅和观众们近距离接触互动，还带来了精彩的“竹香板”花式球技对打。张继科现场分享了个人对健康家居品质的见解，探讨顶固爱家文化，并对顶固做有温度的产品和健康理想家的理念表示了认可。



## ◎让您放心！顶固坚守冠军品质

在多年的发展中，顶固坚持自主原创和健康生态、智能安全的家居理念，不断创造出值得信赖的产品，为消费者营造健康、美好的居家环境，守护千万家庭，让消费者放心。

顶固以环保材料为核心，成立定制家居研发设计中心，与国内知名高校、科研院所等建立“产学研合作平台”，持续加大对基材材料、基础技术的研究和积累，并以材料驱动产品迭代和业务发展，不断深化研发创新能力，为消费者提供——净纯竹香板系列家具等更健康生态的放心产品。

顶固以家居五金起家，多年来一直致力于向客户提供家居五金系统整体解决方案。相对于同行设计定制家具产品时受限于固有的五金零件，顶固可以根据客户个性化需求，开发出更多与之相配套的智能化健康家居产品，如无接触的感应式滑动门、指静脉智能锁，以及带抗菌功能的电热毛巾架、智能晾衣机等。

在消费升级的趋势下，顶固关注用户在生活场景中的种种痛点，推出带有防止意外锁门、应急逃生、抗菌消毒、静音开合、语音控制等功能的系列产品，逐渐开辟出一条将“健康、安全”的融入家居产品的道路，满足人们以“家”为核心的需求和期待。



从创立至今，顶固以爱家文化充分融入产品和品牌，用产品传达品牌温度，以冠军品质、高度的企业责任感赢得消费者的认可与行业的信赖，并先后获得“消费者喜爱品牌”、“全屋定制行业影响力十大品牌”、“十大智能锁品牌”、“铝合金门窗十佳品牌”、“全国全屋定制行业质量领先品牌”等荣誉。

守护健康，守护爱，传递温暖。顶固公益 16 载，树立标杆榜样，带动社会各界爱心人士，为我国公益事业添砖加瓦；以智能与创新诠释冠军品质，倡导更健康、生态的消费方式，让消费者享受美好的家居生活。顶固，让您放心！



# 亿万级曝光
# 数十家媒体报道
# 顶固点燃全网“守护”热潮

文 / 顶固全屋定制 林丽施

今年 9 月，顶固携手中华少年儿童慈善救助基金会发起 919 世界健康守护日——用爱守护大型公益行动
以高铁广告、腾讯 APP 开屏广告、线上线下互动等多渠道扩散传播
亿万级曝光火爆出圈，相关话题刷爆微博，瞩目表现吸引数十家主流媒体报道，活动完美收官



## 多家主流媒体报道，热度持续升温

今年的顶固亲亲季，牵手奥运冠军，以冠军品质，打造“世界健康守护日”公益 IP，联合各方力量实现线上到线下的品牌高强度曝光，唤起社会各界参与公益的热情，释放守护健康的正能量，彰显中国品牌力量。

凤凰网、央视网、中华网、今日头条、网易家居、搜狐家居、新浪新闻、腾讯新闻等多家主流媒体纷纷对本次活动进行报道，引起社会各方高度关注。权威媒体的报道，不仅让更多人关注并了解顶固世界健康守护日的活动，亦向全社会传递了公益的有力声音，提升了公益的认可度和公益文化的普及度。







## 高铁广告：霸屏全国 69 个重点枢纽站，亿万级曝光

高铁广告受众群体大、传播范围广，是企业进行品牌传播的有效渠道。2021 年 9 月 23 日 -9 月 29 日以及 10 月 9 日 -10 月 13 日，顶固发起两波高铁广告投放，全面霸屏北京、上海、广州、郑州、武汉、成都、昆明等 69 大高铁核心枢纽站点，覆盖数亿出行人群，充分抢占品牌传播高地。投放位置主要集中于高铁站人流密集的进出口、检票口，富有设计感的广告画面高频次、全天候滚轮播放，给人以强大的视觉冲击，使得乘客们近距离深入感知顶固“守护健康”的品牌理念。







此外，顶固所投放的多个高铁站涵盖上海、深圳、广州、重庆等主力销售市场，为所在区域的经销商进行销售赋能，彰显顶固品牌实力的同时创造更优质销售氛围，切实将品牌广告投放效果与实际市场销售效果相结合，带动顶固全国门店“爱心卡”订金转善款的慈善活动销售，实现声量和销量的双增长。

顶固如此“大手笔”的高铁广告投入，正是借助高铁广告传播速度快、受众群体大、覆盖范围广的优势，让顶固“守护健康”的品牌理念以最快速度传入千家万户，同样释放顶固的品牌实力、关爱用户、关爱家庭的品牌魅力。



## 腾讯 APP 开屏广告 + 朋友圈广告助阵，扩大传播声量

在传播策略上，顶固选择多管齐下，除了线下高铁广告，顶固还将线上开屏广告、微信朋友圈广告作为活动传播重镇。开屏广告作为 APP 启动时全屏展现的优质资源，具有率先吸引用户视觉注意力的优势，帮助品牌增加热度。10 月 8 日顶固“世界健康守护日”品牌广告强势亮相 11 款热门 APP 的开屏广告，包括腾讯新闻、腾讯视频、腾讯体育、快报、QQ 音乐、QQ 浏览器、天天 P 图、酷狗音乐、全民 K 歌、企鹅 FM、QQ 空间，曝光量达 200w+，助推活动出圈。

朋友圈广告基于微信超过 12 亿的月活用户，以及强大的人群定向能力，可以帮助品牌在短时间内实现大曝光，并且触达符合品牌要求的目标用户。10 月 14 日顶固公益 TVC 亮相微信朋友圈，充分利用了微信移动端资源，精准投放用户，增加大量关注度，累计曝光量 166w+。高曝光的同时不仅唤起了社会对公益的广泛谈论，持续放大活动影响力，也很好地宣传了顶固为爱坚守公益，守护健康的品牌价值观，为品牌实现了大量增粉。




## 线上发起话题互动，点燃全网“守护”热潮

为实现更广泛的参与，进一步拉近与消费者的距离，顶固在小红书、微博等社交平台发起“世界健康守护日”话题有奖互动，邀请网友分享关于“守护”的故事。话题一出，瞬间击中网友，一时间引起了全网极大的关注与讨论，众多微博、小红书的粉丝纷纷讲述自己守护孩子、守护猫猫、守护舞蹈、守护社会等故事，分享温暖。相关微博话题也贯穿了整个活动期，热度不减。截止 10 月底，话题总阅读量高达 280w+，讨论 2000+。






## 激活线上视频流量，活动热度持续升高




为配合活动传播造势，顶固还在抖音、微信视频号、微博这三大年轻人高度聚集的社交平台，集结张继科、陈颖、火亮、宋妮娜、殷剑、张杨杨、王明娟、张雁全 8 位体育世界冠军、以及携手腾讯家居、多位明星艺人为公益发声，拍摄打 call 视频，进行连续性的传播，将公众人物作为流量入口，活动热度进一步发酵，视频平台累计播放量达 23.6w+。

顶固通过多众多优质资源的深度覆盖，多角度整合资源渠道，直面广大消费群体，形成巨大传播效应。从传播渠道层面，顶固深度了解时下大众的触媒习惯，结合奥运冠军、明星艺人助阵，从户外高铁广告到开屏广告、朋友圈广告，再到社交媒体微博、抖音、小红书等各种传播形式高频次地触达受众，让“世界健康守护日”的品牌理念触达到消费者群体的方方面面，扩大品牌传播圈层。从传播节奏层面，从 9 月 19 日品牌正式开始传播到 10 月传播收官，长线布局，持续性、层层递进的传播节奏合理有效，使得品牌的传播力与好感度达到效果最大化。

出色的品牌事件背后，往往离不开品牌的底层实力。既有高层次的品牌价值输出、也有贴合受众的传播内容与方式。本次顶固世界健康守护日的品牌活动，不仅构建起顶固与用户之间有效的价值衔接点，而且彰显了一个国民品牌践行守护健康的使命。顶固未来也将不断探索营销新姿势，持续拓展品牌价值影响力。







# NEW ERA

# 整装新风口

## 唯改革者胜，唯创新者强

2021 年建材家居市场规模持续扩大，在“四万亿”的家居市场热潮背后，市场与用户均在发生着巨大的变化。

在“存量 + 增量”市场的双重影响下，我国家装行业将仍显活力并保持长期稳定的增长，预计到 2026 年家装行业市场规模达到 3.76 万亿元左右。未来，在这片潜力蓝海面前，谁都想分一杯羹，定制家居企业也不例外。（数据来源：《2018~2023 年中国家装（家庭装饰）行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》）



### 市场：精装崛起与存量释放

43.7%，一个数字引发的思考。

2020 年中国商品住宅销售额中，二手房占比约达到 43.7%，二手房交易将成为一二线城市住宅交易的主要构成部分。这条数据引发了精装产业链的重要关注，精装行业红利依然强势。

随着我国进入城镇化进程的中后期，一线城市的新建住宅市场趋于饱和，房地产行业逐步迈入存量时代。2020 年，存量房在市场上占比达到了 39.1%，精装房占比 39%，毛坯房占比不断缩小，为 21.9%。二手房和存量房将成为家装行业未来的获客重心。



### 以用户需求为驱动的新增量时代

据《2021 年中国家装行业数字化转型研究报告》数据显示，2000-2007 年、2009-2014 年以及 2016-2020 年，中国商品房销售面积复合增长率分别为 22.9%、4.1%、3.0%，对应家装行业的快速爆发、全面发展和成熟发展三大阶段。近两年来，随着国家调控政策收紧，在“房住不炒”的大基调下，以地产为驱动的增长时代已经结束。未来，消费者的新需求与装修消费支出意愿，将成为家居企业发展的内生动力与关键要点。从“以房为本”到“以人为本”，这是一个以用户需求为驱动的新增量时代。

产业发展的本质，就是不断适应、满足消费者潜在需求的过程。随着代际消费演化和“懒经济”盛行，90 后逐渐成为家居行业主力消费人群，在选择家装建材或家居上，更青睐于量身定制产品。相较于父辈的货比三家，再单件购买拼凑，他们更偏向于省时省心省力地做“甩手掌柜”，优先选择一体化设计和一站式交付。面对这样的消费需求，市场对“整体家居空间解决方案”的呼声日渐强烈，推动着企业积极整合上下游资源并相互融合，一站式购物需求推动企业往大家居方向前进。

顶固深刻洞察趋势与变化，2021 年顺势推出高端整装品牌“纳尺 NACI”。“纳尺 NACI”将原有的“门墙橱柜”一体化”、“全屋集创门窗”、“安全智能五金”，结合具备施工能力的经销商，借助家装公司在前端获客优势，以及后端高质量施工安装交付优势，配合纳尺供应链产品的支撑，以及 BIM 技术的前后端信息打通，为中高端客户群体提供透明化、数字化、一体化的高端整装全案解决方案。

打铁还需自身硬。多年来高端定制、门类、五金的成功经验和上市公司的资源整合能力为顶固纳尺 NACI 整装带来了先天的基础优势。术业有专攻，顶固纳尺整装有机整合“橱柜、衣柜、木门、卫浴、家具、软装、家电”等全屋装修所需产品，联合国内一线家居品牌，集众家之所长于一身，从单一整装产品到“基装 + 建材主材 + 定制家居 + 成品家具 + 软装 + 家电”全产品线布局出发，同时通过数字化营销和高效的流量赋能经销商，旨在为用户提供一站式的整装产品解决方案。

顶固布局高端整装，从宏观层面看，是希望能够抓住旧房改造家装潮和拓展新渠道提升新业绩增长点；从微观层面看，目的是提高整装施工效率，提升整居定制交付满意度，满足消费者一站式的购物体验。

从五金到全屋定制再到高端整装，顶固展现出的，不仅仅是厚积薄发的底气，还有转型升级的决断与信心。纳尺高端整装的诞生，将持续引领家居行业高质量发展，为消费者创造更多的价值。

# 打造整装全案解决方案

## 纳尺高端整装，一体化高端整装系统

## INTEGRATED SYSTEM

2021 年 11 月 26 日，顶固集创家居举行“整装新风口 纳见大蓝海——顶固纳尺高端整装品牌发布暨财富合伙人峰会”，重磅推出旗下高端整装品牌“纳尺 NACI”。

顶固纳尺高端整装基于 BIM 技术，为中高端客户群体提供透明化、数字化、一体化服务。同时，通过“高质量”施工、“高端定制”经验、“高效”资源整合三大能力，提供“基装 + 建材主材 + 定制家居 + 成品家具 + 软装 + 家电”整装方案，满足高审美、高品味、高务实的中产人群的家装需求。



近年来，随着整装赛道争夺战愈发火热，头部定制家居企业纷纷加快布局整装市场。顶固此时入局，手持利剑直指高端整装，底气何在？在高端整装这片无人区，纳尺高端整装将如何“开荒扩土”？活动现场，腾讯家居·贝壳采访了顶固全屋定制营销总经理但咸熙，邀请他就纳尺高端整装的新品牌做进一步解读。



腾讯家居 贝壳

可以为我们简单介绍一下“纳尺高端整装”吗？为什么选择了高端整装这个细分，并为此布局了多久呢？



但咸熙

“纳尺 NACI”是顶固集创家居旗下高端整装品牌，以轻奢设计为统领，从原有优势的“门墙柜厨”一体化，“全屋系统门窗”、“安全智能五金”出发，联合多家一线家居大牌，打造一体化高端整装全案解决方案。

随着消费者升级的进阶，中高端的装修需求越来越多。同时，进入存量房时代，升级的改善性需求也越来越多。所以从市场需求而言，这种高端整装的定位，是顶固一直以来严格坚守的。此外，最重要的一点，顶固自创立起，就以“顶中国企业之脊梁，固世界华人之尊严”出发，立志做自己的民族品牌，“行业引领”也是刻在企业中的 DNA。

从定下战略到今天发布，我们花了将近一年的时间，用于 BIM 系统打造、供应链整合、产品开发等，并在全国十几家门店进行了试点运营。我们在整装上走了一条独特的线路：吸纳中小型家装公司并把他们培养转型成整装公司，通过系统赋能，整合施工能力、产品力以及供应链整合，最终达到转化的输出。

腾讯家居 贝壳

“整装风”吹得越来越猛了，在您看来，整装风起的背后，最大的驱动力是什么？



但成熙

首先是因为消费观点和消费的趋势的变化，导致这个行业发生了根本性的变化。老一辈是“自己动手”准则，家具电器等基本自己动手做、动手修；到我们 80 后这一辈，基本是“买买买”准则，瓷砖地板各个品类自己做功课自己买；而到了 90/95 后这一辈，“一站式”准则走遍天，装修就希望把整个家买回去。所以全案解决方案提供商是消费趋势变更下的产物。

第二是多品类集合之后“边际成本”的下降。整装的边际成本对比“单个品类组合”会下降很多，从这种价值上而言，整装的竞争力会更明显。

第三是目前的流量成本高企，如果客单值小、利润空间小，企业的经营将会愈加困难。整装的客单值则能够在愈加高企的成本面前留下足够的利润空间，助推企业良性发展。

从这三个方向来看，行业的整体趋势都在往整装方向进行发展。




腾讯家居 贝壳

您认为全屋定制企业入局整装存在怎样的痛点和难点？
纳尺高端整装是如何解决这些问题的？“纳尺模式”在高端整装领域的最大优势是什么呢？



但成熙

目前整装行业的核心痛点，是最终的装修效果达不到客户要求，且装修流程长、不确定性多。纳尺高端整装主要运用以下三大核心优势来解决这些痛点。

第一个是 BIM 技术。基于这个技术，能够在动工之前把整个装修过程预演一遍，而且预演的结果跟实际装修是同步的，包括施工图纸深化、水电线路、建材用料等，装修工期和效率将会有极大的提升。

第二个是供应链整合。因为有了 BIM 系统的支撑，都能清晰准确地预知各个流程的建材用量、材料入场时间等信息，能够将整个供应链提前插入工序流程中，真正做到工序无缝衔接，极大提升施工效率和用料精准度。

第三个是依托顶固集团在定制化服务方面，高端定制化的资源整合能力和营销经验。在这三个优势的支撑下，纳尺高端整装解决行业痛点，相对来说比其他品牌要轻松一点。

腾讯家居 贝壳

大家居整装时代，家居经销商面临诸多困境，优胜劣汰加速。传统经销商要怎么做才能更好抓住机遇而不至于被淘汰？对经销商的转型升级，您有什么样的建议？



但成熙

永远在趋势下，才能做强做大。如果不紧跟趋势，足够努力也能生存，但是会异常艰难。每个阶段有每个阶段的风口、趋势，现阶段的风口无疑就是整装，所以无论是家装公司，还是全屋定制的经销商也好，不往整装转型未来则极有可能被淘汰。整装的整合性以及边际成本更低等特性，注定会蚕食单品品类的市场份额。



腾讯家居 贝壳

纳尺高端整装的中长期目标是什么呢？接下来将会有哪些品牌营销动作以强化新品牌的消费认知呢？



但成熙

纳尺诞生的初衷与顶固成立的初衷和目标都是一样的：给消费者提供一个舒适温馨的家，让家装不再痛苦，要装修不再痛苦。因此，我们中长期目标是一个城市服务100+户中高端的家庭，稳步慢步小步向前走。

在品牌营销上，我们将会持续以数字化赋能，包括公域流量引流、私域流量留存、社群、在线旅游等一系列的数字化营销措施和工具去支撑纳尺整装的品牌发酵，更好地服务客户。

腾讯家居 贝壳

今天我们不仅发布了“纳尺高端整装”的新品牌，同时也是财富合伙人峰会，近期有哪些招商政策以及经销商扶持政策，可以跟我们分享一下吗？



但成熙

其实我们给经销商最大的支持是经营能力的提升。授人以鱼不如授人以渔，顶固的经销商盈利情况都相对比较理想，核心是我们不盲目扩张，实实在在地践行一座城一面旗的基本法则，通过线上线下赋能，为经销商存活、赚钱、发展全程保驾护航，我认为这也是经销商最需要的。



整装作为未来家装消费的必然趋势已成行业共识，庞大的整装市场红利，吸引了无数家居企业争相入局。但同时整装的“难”，也引得无数入局选手竞折腰。设计、生产、施工、服务、售后等各个环节的串联、供应链的整合、全流程的管理等，对任何企业而言都是高难度挑战。

目前赛道上的各个选手走法各有不同，没有绝对的正确答案。而顶固纳尺高端整装依托集团资源和供应链整合经验，打造差异化竞争优势，开垦“高端整装”无人区，让纳尺高端整装的未来，尤为值得期待！

# LATOP 纳朴

钠朴高端系统定制家居



Latop 钠朴高端系统定制家居，作为顶固集团旗下致力于服务高端市场的品牌
以精巧、朴实的现代主义经典设计享誉业界

建立了包括厨房、卧室、生活区在内的定制家居系统，凭着对顶级材料和工艺的深刻了解
将收纳功能与舒适体验的融合，空间结构感与艺术性视觉
作为我们奉行“精工、惊美、经典”最高之产品标准

# 束光向往
# 探索无限可能的美好
# BEAM OF LIGHT YEARNING

每一个时代，都有属于时代的印记

在现代极简风潮影响下，新潮流的家居风向发生变革，催生高消费市场的空档以及消费需求变化，使得越来越多的新产品、新技术、新材料不断涌现，成为了一片可待探索的蓝海。顶固集创在结合自身优势的基础之上推出 Latop 纳朴高端系统定制家居，致力于高消费市场的服务，以夯实顶固集创在行业中的领先地位。

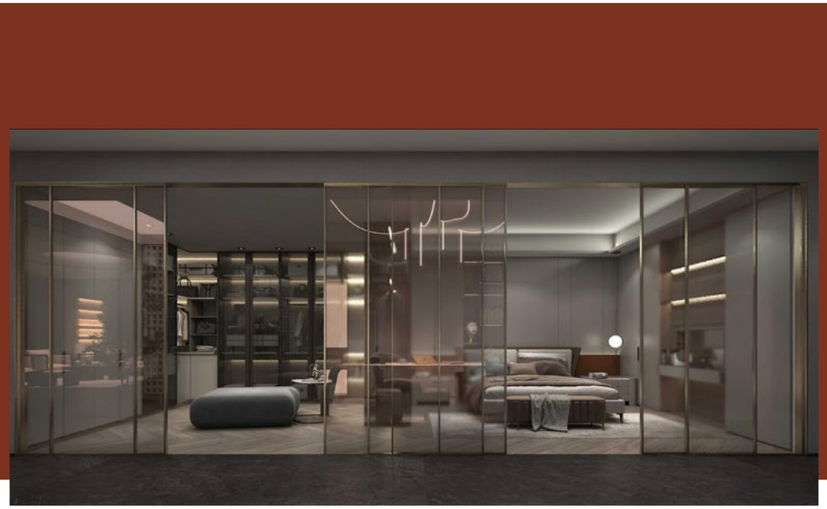
Latop 纳朴本身而言，品牌的推出是以高级、严谨的姿态呈现市场，以“简练精巧”为设计原则，“材质工艺”为高品原则，“功能适配”为居家原则，稳定、自信的交付顶级颜值产品，构建垂直服务体系，做好品牌与经销商及消费者互信关系。Latop 纳朴涉足高端定制行业稳步发展，为顶固集创创造效益同时也将对公司其他产业的产、研、销系统带来协同性发展效应，促进中高端定位的其他产业精品战略，在产品端的进步，保持领先市场。

Latop 纳朴高端系统定制家居，目前已经建立了包括厨房、卧室、生活区在内的定制家居系统，既有对新的生活场景的探索，对人居的思考，更是对自我的表达。Latop 纳朴的三大系列产品，从设计语言和材料运用，很庆幸找到了气韵。我们希望通过定制家具的连接，构建一个纯粹、有朝气的家居空间，把舒适和美妙更完美的实现。



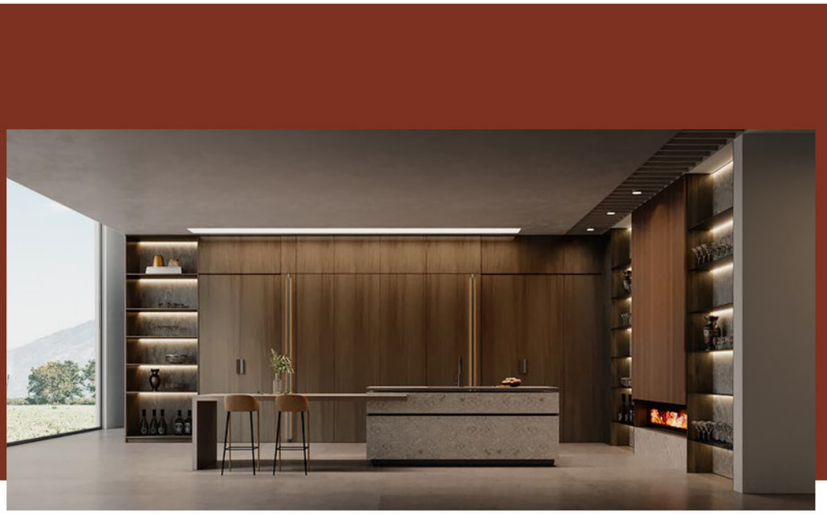
## 素问 SUWEN

系列以东方元素为基带，用前卫手法诠释当代东方气质。设计师大胆的打破多和少之间的平衡，以自然人文情怀，融入产品中木材的自然纹理、素雅的颜色搭配，精简而不忘塑型，东方气质国际化的表达轻约有力。哲思性的去繁归真，让我们在变幻时空的色彩斑斓，不断探求，不断冥想，不断“素问”我们自己的信条。



XIYIN
希音

系列产品设计师试图运用解构再造手法不打破、不贯彻极简主义，将流体融通几何线条，通过金属、木饰面、石材、皮革、面料、玻璃、光源、软饰的比例调整，使全系产品呈现后极简主义色彩，干练、精致、脱俗。流体设计的加入，使其与几何线条形成对仗火花，新形态和极简本源主旨明确，我们认为是对刻板和刻意的一次挑战，线条和流体的矛盾探索，设计师制造了冲突，又完美的解决了冲突，创造了独特的“希音”系列。“希音”的主张是不深明，不通达，留足空间，让人想象，倾听后极简主义的实验性表达。



IEKE
亦可

系列产品将“追求功能的实用性”与“简约形式”结合在一起，作为最高设计原则。本质上摒弃多余装饰，线条明朗，造型简洁利落，变化丰富。简洁突出材料的本色美，设计简约但不简单。设计师将各种辅材和装饰件的个性特征表现的创意十足，将兼容性风格发挥到极致。“亦可”主张精简繁华喧嚣后的静，领悟内心的真，去繁至简无需修饰，亦可直达人心。



Latop 钠朴，诚如其名，对产品形体、色彩、材质的融合有着近乎偏执的探索，相较突如其来的掌声，更希望是拙与慢的长期喝彩。设计师将“素朴纯粹外拓的东方心灵与凌厉单纯的西方根源性现代手法”交织在一起，形成鲜明的钠朴设计风格。在葆有极简手法基础上大胆的融入流行风格。Latop 钠朴希望超前意识与极具感染力的设计，让产品表达更有诚意、情感和惊美。

# 经典之上 | CLASSIC
# 生活之中 | FIRST IN LIFE

成为时代经典，是我们对产品水准最高的要求。我们寄希望于用“Latop 钠朴”品牌向人们传导一种像“钠”元素般的活泼自我，在我们每个人的“无垠空间”里挥洒光和热，同时愈发找到真我并克制，一起探寻“我”的意义，探究生活赋予我们的无限可能。我们会不断向上，赐予 Latop 钠朴这个品牌以力量与鲜明的个性，向人们诠释着当代高端美学家居的意境及透过最新产品表达有诚意，有格局，有惊美，更有基于信仰的思考与责任。

钠无界，以空间丈量空间
朴自华，令时间积淀时间
探究、觅己、无限
……



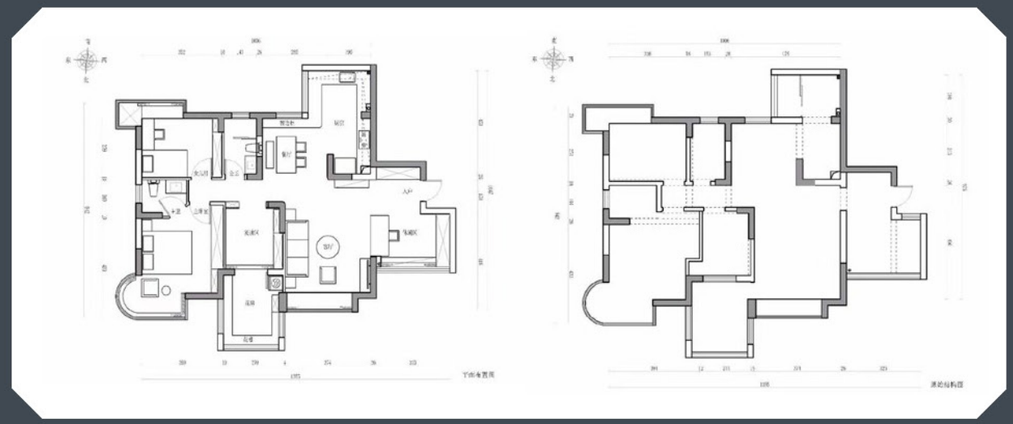
EXQUISITE HOME
精致家



# 爆改 130 ㎡旧房 3 人 2 猫各有自在

文 / 顶固全屋定制 何嘉欣

这是位于深圳·富通城的一套自住房，面积为 134m²。房子里住着一家三口 +2 只喵星人，男主人是一名企业主，对家装拥有较高的美学要求；女主人是一名全职主妇，热爱种植花草，日常生活中更追求实用性。设计师基于屋主的需求，打造了一个安全、舒适、健康环保的家，让一屋两喵三人都能拥有各自的惬意空间。

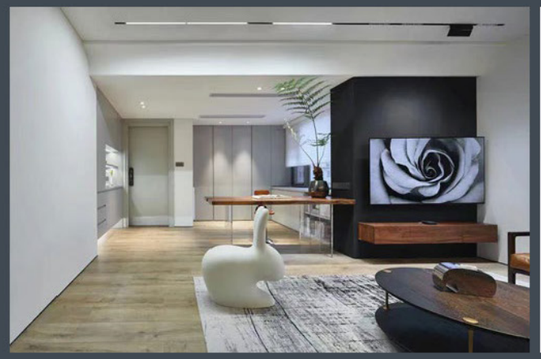


从原始图和拆墙图可以看出，房子原有的布局不合理，动线不顺畅，储物空间也不够。设计师将入户玄关、客厅、厨房打通，打破了门厅原来的压迫感，从视觉上扩大了空间，也让家人之间拥有了更多交流与互动的机会。

## 入户空间



〉入户柜嵌入到顶，与墙体形成了一个和谐的立面，底部镂空方便放置日常经常穿脱的鞋子，开放式与封闭式结合的设计，更显层次感。

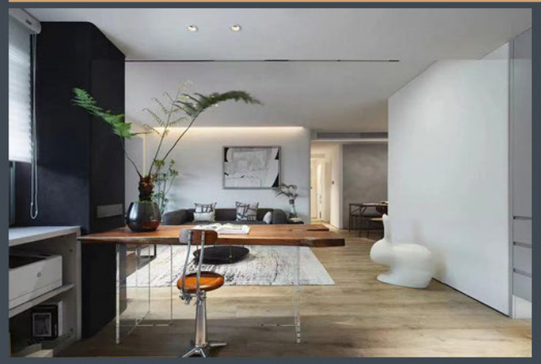


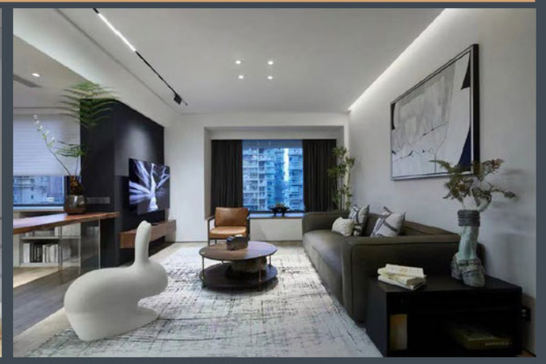
〉拆除入户花园和客厅之间的墙，换上亚克力 + 原木的书桌，让客厅的视野更加宽阔，设计感满满。



〉设计师贴合墙面和窗台打造了一组柜子，整体和谐统一，丰富的储物空间让所有零零碎碎都能妥善安置。储物柜的柜门上特意掏了一个洞，让猫咪也有了自己的专属空间。

## 客厅空间





简约是客厅的主旋律。黑色电视墙、隐藏踢脚线、无主灯设计、洁白的墙面，将黑与白的极简经典配色贯穿整个空间。大地色系的电视柜与单人休闲椅，并不显得突兀，反而让客厅增添了几分灵动。



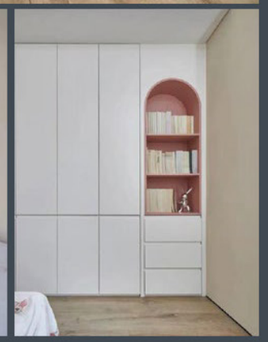
## 卧室空间





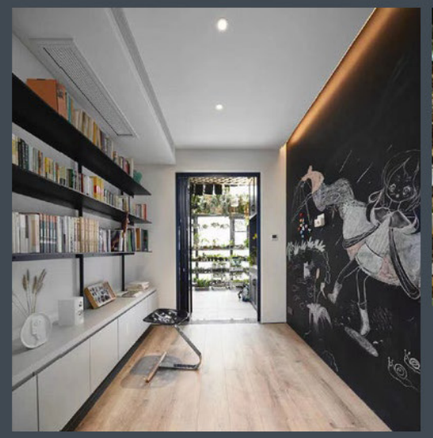
〉主卧打造了整墙融入式衣柜，隐藏式拉手 + 一门到顶的设计，让衣柜成为了墙面的一部分，小空间拥有了大收纳，同时也不会显得局促。

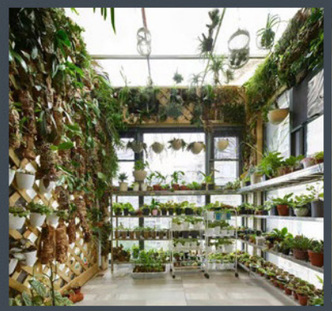


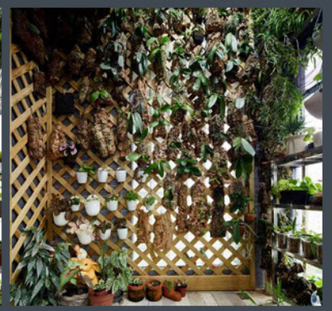


〉梦想中的家源于对美好生活的期许。儿童房空间虽小，但却通透明亮，简约而温馨。衣柜以白色为主，搭配粉色圆顶开放格，少女风的简约设计，温柔、纯净，让人欢喜。

## 多功能房和花园空间







多功能房储物柜继续将简约进行到底，自然、安静的设计风格，将内心的真实还原。多功能房和花房之间采用玻璃折叠门，消除了两个空间的边界感，将花房的生机勃勃引入其中。在多功能房里看书、喝茶，在黑板墙上涂鸦，都有植物相伴，舒适且惬意。

生活在喧闹的城市中，我们也许更希望自己的家是一个远离尘世的小岛——没有窗外汽车鸣笛的叨扰，也没有楼上楼下不绝的吵闹，有的只是优雅静谧、恬然自适。

家 装 新 品

# PARKER3.0 帕克

## 轻奢于形·优雅于里

文 / 顶固全屋定制 郑淑兰

建筑是一种艺术行为，一种情感现象，在营造问题之外，超乎营造之上。----- 柯布西耶

建筑的本质是空间美学，是人居不可忽视的精神追求。

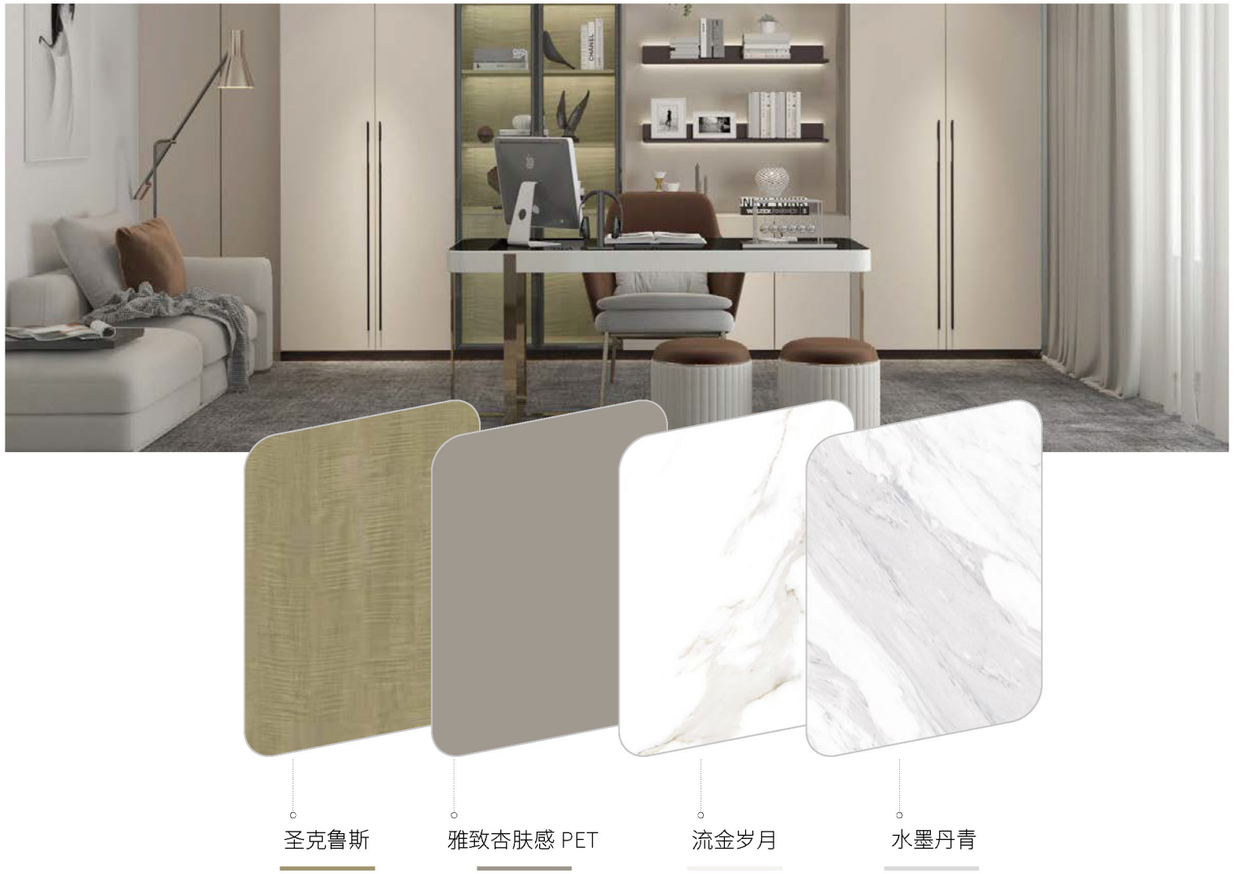
本期新品借鉴坐落于 New York City 的一家著名奢侈品酒店 Park Lane Hotel，

以低调奢华的建筑设计作为切入点，用细节打动居者，打造轻奢优雅，

同时又不失大都会精致质感的家居空间。



## 潮色碰撞
## COLOR MATCHING




**建筑设计和空间美学的融合，化繁为简，打造出极简轻奢风**

•

产品整体，看起来纯粹、大方，也是所有大牌设计中长盛不衰的经典，配合晶莹剔透的烤漆表面，搭配铝框玻璃门，
从而使得产品奢华而不浮夸，轻盈而不单薄，简而奢，轻而美。



## 客厅空间

整体空间主打雅致杏 + 流金岁月，简洁而不将就，有着现代时尚的气派又有后现代轻奢的风范，如流金岁月繁华后的宁静。以发光铝层板存放书籍与饰品，具有展示和放置的功能，赋予空间丰富而立体的质感。



## 衣帽空间

一门到顶双开衣柜门、天然的净纯竹香板柜身与大面积铝框玻璃门的运用，让整个衣帽间虚实有致。内置 45 度倾斜鞋架，存放与试穿一目了然，上柜可存放不常用物品收纳盒，摆放干净整洁；柜子中间可挂衬衫、外套等短款上衣，小隔层收纳围巾等轻薄衣物，下柜将裤子对折挂在衣杆上，空间分区明确，满满高级质感扑面而来。

## 厨房空间

开放式厨房，一字型橱柜 + 中岛台设计，简约而高级；带发光灯带的铝框玻璃门酒柜可同时满足收纳和展示。流金岁月花色，搭配双饰板的护墙，无限连纹肌理释放温煦自然美感；雅致杏 PET 肤感膜，享受肌肤般柔软触感，让厨房不止有烟火更有温度。

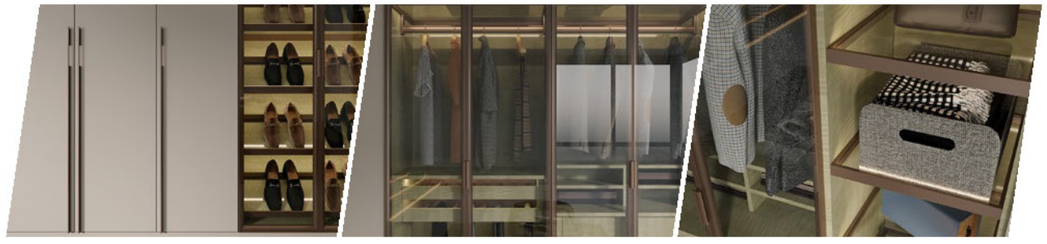




## 卧室空间

床头背景墙大面积使用雅致杏面板，让整个空间柔和而细腻。卧室靠窗位置设计了榻榻米地台，既可倚窗而坐，又具有强大的收纳功能。一旁的玻璃门隔断，让空间更透亮舒适，梳妆台衣柜一体化设计，满足化妆更衣的需求，起居动线合理，卧室整洁不杂乱，让人更加心情舒畅。

## 设计亮点
## DESIGN HIGHLIGHTS



1. 带灯铝框玻璃层板，简约不失高级，尽显主人的从容和个性
2. 四角用锌合金衔接，使其更为牢固，经久耐用
3. 雅致杏肤感 PET 柜门，用手触摸感受自然肌理
4. 智能带灯铝框门，拥有节电、环保、不易变形的特点

轻奢，无需一掷千金，是一种对高品质细节追求的生活态度。
PARKER 帕克 3.0 系列，着力于表现一种简约舒适、低调而理性，同时又不失高贵与奢华的家居空间。

## "物联网"家居场景落地！

# T9 PRO智能锁 满足多层次需求

文 / 顶固安全智能锁 杨惠仪




近年来，网关、智能手机、影视机顶盒等众多智能家居产品前仆后继地涌入了家居化场景，智能化家居呈现了爆发式增长。这源于人们对品质生活的追求日益提高，从以往单纯地解决温饱问题，到如今更注重时间与空间的智能联动及高效管理——出门在外，却能够通过智能产品掌控家居动态；忙碌的生活，可以依赖智能产品为自己多腾“一只手”解决家务活。智能家居的出现，不仅仅是带来便捷性，更引领消费者迈向更美好的生活。

而门锁，这种传统安全设备，正在被时代赋予新的属性。随着 5G、AI 等技术的飞速发展，在智能家居的浪潮下，智能门锁作为智能家居生态系统的入口，在近几年成为一个快速崛起的“超新星”，不仅承担着日常安防的基础功能，还承担为消费者分担生活烦恼的重任。

为了满足新生代消费者的需求，智能锁市场在不断地“内卷”，其开锁方式不仅仅是局限于最初的指纹解锁，更衍生出了指静脉解锁、3D 人脸识别等方式。除此以外，在科技的高速发展下，智能锁更实现了网络及手机互联互通、完成了“物联网”家居场景落地的深层价值。这意味着，门锁在科技的进步下，能够越来越完美地覆盖更多消费群体并满足多种生活需求。

智能化是家居消费市场渠道变化、消费升级、企业分层的综合产物，是大势所趋。作为家居行业领导者，近年来，顶固便敏锐洞察到需求端消费习惯的变化，把目光聚焦到家居产品的智能化升级上，以强大的科技力量为用户打开智能的大门。2021 年，顶固更是推出 T9 系列智能锁，以 T9 全自动推拉智能锁、T9V 猫眼智能锁、T9 PRO 智能猫眼 +3D 人脸识别智能锁打造覆盖面更广的产品矩阵。其中，T9 PRO 功能之强大，不仅领先于市场，更助推消费者享受更安全、更便捷、更美好的家居生活。






拒绝假面开锁　黑夜智能补光

人体热能感应　广角识别覆盖

### 1.3D 人脸识别，更高安全级别的解锁方式

自苹果手机率先将人脸识别融入我们的日常生活场景中，支付宝、微信等众多支付平台及 APP 也陆续地采用人脸识别功能，紧接着，更多智能产品也跟上了时代的步伐，将 3D 人脸识别应用于智能锁上，为消费者带来更大的安全性与便捷性。

以往人们诟病指纹解锁存在通过复制窃取指纹进行开锁的时候，3D 人脸识别可以很好的解决这一问题。3D 人脸识别是一种通过人们的脸部分析，面部特征多点提取，以及记录五官的几何形状，结合多种信息而进行识别解锁的一种方式，因此相较于其他开锁方式，3D 结构光人脸识别的安全性更高。

## 2. “物联网”的实现，随时掌控门锁状态

智能门锁与手机相连，是消费市场对“物联网”的迫切需求。顶固 T9 系列实现了门锁 WIFI 联网，消费者可以通过手机端，随时随地查阅门锁状态，设置门锁信息，甚至有亲戚朋友来访而家里又没人的时候，可以分享临时密码给亲友开门。

除此之外，T9V 及 T9 PRO 均配置了智能猫眼，可随时抓拍门前状态（如来访者按门铃、门锁被撬动等），并发送到用户手机上，用户可随时掌握家门情况，为用户打造可视化、可远程操控的家居使用场景。



**小猫眼大作用，清晰可见门前动态**
**守卫精准更安全**

- 超高清摄像头
- 实时视频对讲
- 防撬抓拍&逗留抓拍

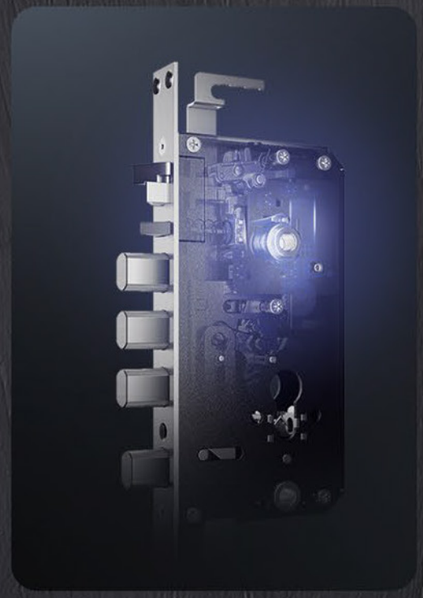
**手机端远程查看门锁消息**
**解不解锁你决定**

- 开门记录查询
- 操作记录查询
- 远程手机开锁
- 实时监控门前动态



## 3. 功能强大，尽享美好家居生活

除了 3D 人脸识、WIFI 联网、猫眼监控等硬核黑科技，T9 系列智能锁还拥有其他多种实用功能。采用全自动电子锁体，不仅可以实现门锁解锁后一推即开，更能够在关门后自动反锁，不仅便捷，更巧妙地消除了人们在离家后总是怀疑门锁是否上锁的焦虑感。另外，这款锁还有贴心的真人语音引导，防撬报警提醒、低电量报警提醒等功能，为消费者关注门锁的状态，让消费者享受美好家居生活。



- 关门自动反锁
- 解锁推门即开

未来，随着更多高科技的诞生，消费者对产品的安全性、智能程度、便捷性等需求也将不断提高，门锁将不单单是简单含义的“门锁”，不仅仅是家居安全的一道防线，它将承载着与家居、网络互通互联的联动功能，成为消费者通往更美好家居的生活的一道桥梁。未来，顶固也将在智能产品的道路上不断精进，为消费者带来更多智能化的家居产品，用智能科技让生活变得更便捷，家庭生活变得更幸福。





# 指静脉智能锁

## 让老太太<br>也爱开门的一把锁！

文 / 顶固安全智能锁 杨惠仪





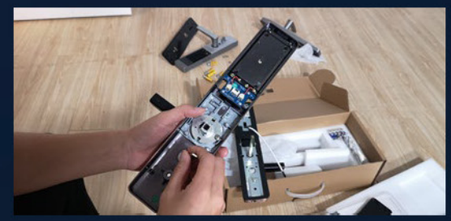


俗话说得好，家有一老如有一宝，有时候爸妈也会突然给我意想不到的惊喜。这不，这天我妈一看到我回家，就讳莫如深地把我拉着坐下，一副炫耀的样子问我：“你猜我买了什么？”

我一脸懵逼了，脑海里翻转了千百个可能性。最近花言巧语哄骗老太太的事件层出不穷，我妈该不会被骗着买了什么吧？这一下子轮到我紧张地吞了下口水，“你买了什么？”

我妈先是一通抱怨，抱怨了一下家里原本的指纹锁不灵敏，她每次买菜回家都要开好半天的锁，有时候开不了还需要动用到钥匙，她用着实在不方便。然后再来一顿炫耀和夸赞，说她新买的东西怎么酷炫，还有一项很厉害的黑科技，我听得一头雾水，好半天才听出来她买了一把入户智能锁。

我心想：“您老人家年纪大了指纹有磨损，指纹锁难识别很正常，哪怕换了不也一样？”所幸新买的这把锁在搞促销活动，价格也很优惠，换了就换了吧，她老人家高兴就好。



然而第二天安装师傅过来，在他的讲解之下，这把锁，真香！经过安装师傅的耐心讲解之下，我才知道这把锁是顶固 Z1 指静脉智能锁，我妈昨天说的黑科技原来是指静脉识别技术，通过采集深藏于皮下的指静脉信息，血液中的血红蛋白吸收红光，从而采集到指静脉的分布流动信息，然后进行精准的校对识别。指静脉识别技术不受指纹限制，无论是指纹浅、有磨损、有脏污或者其他情况，指静脉识别都能轻松解决这些问题。怪不得我妈会买这把锁，我听着也喜欢。有了这把锁，我爸妈也可以轻松开门，出门不用带钥匙了。

除此以外，这把锁可以进行防撬报警、门锁不正常报警等等，还有多种开锁方式，以备不时之需。总之，这把锁我觉得是买对了，老太太宝刀未老，买东西还是花在刀刃上。

现在锁已经用了好几天了，我妈每天都沉浸在她的“成果上”，逢人就夸她新买的顶固 Z1- 指静脉智能锁。这把老妈选的智能锁，有时候也不得不让我感叹确实选得好！

# Delicate

# 精致细腻，让居室更有范儿！

## 星耀系列生态门

文 / 顶固集创门窗 黄健新

**家是内心的温暖港湾，治愈我们疲乏与失意的心灵，重获宁静与自信的能量**

**顶固生态门重新诠释流行的艺术，用时尚笔触勾勒家的新形态，赋予家别样的质感**

**不负温暖时光的怜爱**

**◎强健内芯·品质万里挑一**

星耀系列生态门门扇由 6 级材料层，经过 56 道生产制造工序外合内压精制而成。其中，铝边框、生态面板、六角铝蜂窝的研发升级，更是将出现在木门的顽固问题进行彻底性解放。每一处臻于细节，整体之处细致入微，贴合之处精心巧妙，每一处纯粹，都是对家的眷恋。

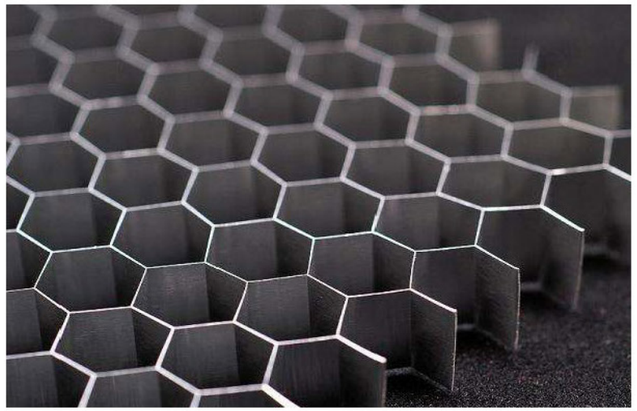
简约的格调，力求完美的设计融入无限妙想巧思，经过匠人的精心制造，块块材料幻化为一扇扇令人赏心悦目的时尚之门，为您的居家生活增添一份轻奢的气息。



**◎ 颜值·诠释高端品位**

颜值是家的外在表达，也是家的内涵展现，时光的变幻、交错、重叠，而相互追逐构架而成的颜值折射着居者的自我情感与独特品位。星耀系列以严谨的技术将自然纹理嵌入每扇门，将大自然搬入家中，用产品演绎极致美学，为家人提供充满质感的生活空间。

同时，通过流畅线条、极窄门框与大面积纯色的设计，营造大气、自然的视觉效果，给居家环境增添简洁、现代之美。



**◎ 坚固抗变形·精选铝蜂窝**

传统木门门芯板仅靠胶水粘合碎木，无法承受日积月累的强冲击，内材会变得日益松散，门扇四周受力不均导致歪斜变形，顶固生态门精选六角铝蜂窝填充、实木轮毂巩固加强。

巢式的六角形结构在建筑、航天设计上被广泛运用，结构强度高的同时重量轻盈。顶固生态门则是看准这一关键性能，将其融入产品中，提升门扇稳固性。

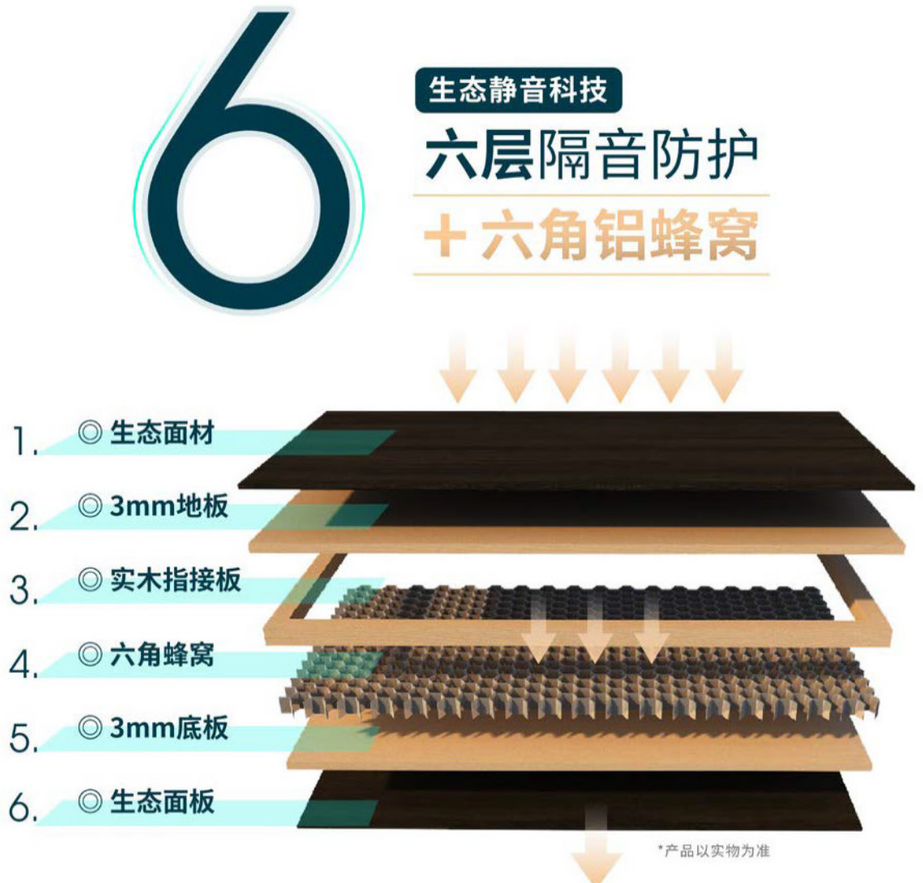
六角铝蜂窝以周期性排列塑造稳定性结构，无论哪一个角度受到强冲击力，剩下5个角度共同平衡卸力，把以往的点接触受力拓宽成宽面受力承压，减缓冲击。



**◎ 重构·静享好时光**

家人之间再亲密，也需要安静的独立空间，而家中的噪音其实是声音在某一空间中的多次反射、混响加强形成的。星耀系列生态房门，甄选铝蜂窝、5mm门缝优化处理，让噪音无处可钻。同时，选取铝镁钛合金，经过智能化数控生产设备精细化加工，优于市面上普遍的8mm门缝，不仅能提升颜值，还能给你构造安静美好时光。

其次，顶固生态门从不同材质对于声波的传递性能着手优化降噪，门扇6层材料逐层过滤声波；被削弱后的声波传递到六角铝蜂窝材料层时，网状内气体形成天然缓冲带，减缓声波传递、减少声音反射形成的噪音，达到舒适睡眠的效果。




一灯一门一室，一人两人三人，从门纵目到家，从空间延伸到情感，家永远是我们内心最安稳的那个港湾，星耀系列以现代前瞻的设计解构时尚家的定义，将从岁月时光中提取的灵感应用于设计中，以重构更新对家的思索，赋予家新的时尚温暖体验。



# 厨房门窗选对了 生活才有滋味

文 / 顶固集创门窗 黄健新

**四方食事，不过是一碗人间烟火。烟火是什么？是楼下的早餐店的豆浆油条，是街巷市井的嘈杂喧闹，是平凡生活的一蔬一饭，是红泥火炉的把酒言欢 …… 我们寄托在美食上的不仅仅是味蕾的享受，有时候更多的是味道带来的关于家的记忆。**

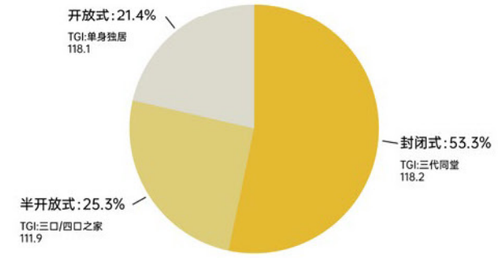
如果问家的哪里最有烟火气，无疑是厨房和餐厅，一日三餐都围绕于此，让所有人回归生活本身。厨房烟火气，正是最能体现生活气息之处；一扇推拉门，在自然光中展现出舒缓、安静的氛围，精致而富有质感，驾驭起空间与生活的衔接。

在家庭的多个功能区间里，厨房无疑是家居生活的重要场所，也是室内设计的重中之重。对于现代年轻人来说，厨房已不再是传统意义上的厨房了，是一个可以休闲、娱乐、情感沟通、让人放松的美好地方。如果想升级自己厨房的颜值与品位，那么这些有关厨房生活与消费的新趋势一定要提前知晓的。



## 餐厨融合，关系和厨房一起被打开

近年来，国内越来越多的年轻消费者倾向于做开放式厨房，因为这样能让人享受烹饪带来的乐趣和仪式感。根据调查显示，有 46% 的家庭会选择开放 / 半开放厨房，使得原本封闭的空间变得更加开阔。

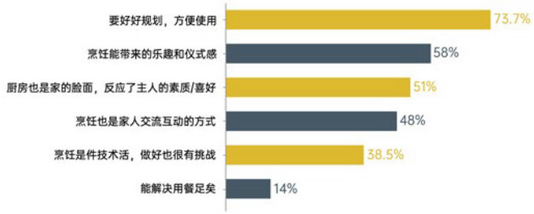



相较于传统的封闭式厨房，开放式厨房的视野更为通透，功能兼容性更大。从厨房面向餐厅侧面开一个窗，即使是父母在厨房内洗菜做饭，也能时刻关注到在客厅玩耍的孩子，这也更符合当前社会人们对情感互通与交流的需求，尤其是在一二线城市，出于对家庭整体布局与环境布置的考虑，开放式厨房整逐渐成为绝大部分中小户型的优选。

## 颜值为上，隔绝油烟不隔绝爱

厨房不仅是家中女主人的专属领地，也是家人情感互动的场所。和亲朋好友一起制作美食，谈笑风生间一桌佳肴出炉，让平淡的生活多了几分满足与惬意。厨房成为话题中心，大多数家庭的厨房基础功能已趋同，比的是差异化创新和精细化的设计能力。厨房的颜值亮点更具社交潜力，根据调查显示，51% 的屋主都认同厨房也是家的脸面，反映了主人的素质与喜好。

**对厨房和烹饪看法**




基于颜值的需求，餐厨空间玻璃推拉门的设计受到了越来越多家庭的喜爱。它让餐厨空间隔而不断，在空间视觉上更加开阔通透，半开放式与互动式的设计减少了独自在厨房备餐时的孤独感。同时厨房和餐厅的分隔，有效隔绝油烟，保持了用餐环境的干净整洁。







顶固集创门窗铝合金推拉门，采用航空级铝型材与安全中空钢化玻璃，具备优越的耐腐蚀性和气密性，应用在油渍、油烟污染多的厨房环境中，能有效隔绝油烟、密封防水、隔音隔热。

顶固集创门窗秉承极简轻奢的门窗设计理念，简约的设计，流畅的线条，不仅拥有高颜值，还具有强大的采光性和通透感，分隔空间、优化采光、空间扩容，营造视野通透、明朗宽敞的空间，让封闭式厨房也有开放式的存在感。

推拉门选择吊轨设计，既能避免踢脚，降低摔倒的安全隐患，同时也能减少清洁的困扰。尤其是近些年，随着技术进步，推拉门可以一扇到顶，更显大气和时尚。实际上，在厨房中融入推拉门的设计，能极大提升厨房的颜值。因为推拉门能柔化空间，减少墙面带来的生硬与单一，也与硬质材质形成对比，韵味十足。

同时，厨房如果做单扇推拉门，占用的空间较少，很好地实现区域分割。而双扇推拉门的设计，更是能起到隔音、保温、阻隔油烟等作用，使得整个厨房和餐厅透光性更强。

走过风花雪月的浪漫，到达柴米油盐的现实。厨房里的每一次锅碗瓢盆的叮当作响、每一勺一羹的暖汤热饭，都是对自己、对家人无声却细致的爱。一门一窗，隔绝外界风霜、隔绝厨房油烟，却不隔绝对生活的热爱与对品质的追求。



## 总结经验，迎难而上！

# 后疫情时代的破局而动

文 / 顶固全屋定制 郑淑兰

**自去年以来，新冠疫情让各行各业都受到了不同程度的影响，尤其在家居建材领域，人们居家隔离，线下门店因反复的疫情而变得冷清。诸多因素，使得家居建材行业陷入了发展停滞期。面对困境，顶固全屋定制重庆经销商申朝庆积极应对，迎难而上、不畏艰险，在疫情的影响下仍取得极佳的业绩。本期《顶固中国》采访了顶固全屋定制优秀经销商代表——重庆地区的申朝庆申总，就让我们通过他的经营故事，揭秘重庆地区的成功密码。**

**在机缘巧合下，申总进入了重庆顶固工作。从最初的中层管理，到后面做到总经理级别，再到独立接管重庆区域的顶固全屋定制。正是这人生第一份关于家居的工作，使得申总与顶固结缘，一做便是十余载，当中经历了不少的困境和挑战，从一个个瓶颈中反思与复盘，坚固的基石，丰厚的经验，让申总逐渐领悟到整个家居行业的营销管理方式，以清晰的思路，严谨的管理带领团队取得佳绩。**



申总，您好！很高兴您接受我们的采访。请问您最初是从哪里了解到顶固这个品牌的呢？是什么时候加入顶固这个大家庭的？是哪方面吸引了您，最终选择加盟呢？

与顶固结缘是在 2005 年 10 月，我从老家来到重庆主城找工作，刚好遇见重庆顶固在招聘管理人员，我就加入了顶固这个大家庭，从中层管理人员做到总经理职位。2016 年，我把重庆顶固接了过来，一直经营至今。

顶固是我的第二个“家”，因为我已经在这个顶固大家庭中工作和生活了 16 年，可以说与顶固共同成长，共同进步，最青春的年华都是在顶固度过的。我的一切与顶固密不可分，有非常深厚的顶固情结，忠诚顶固、热爱顶固，也愿意为顶固继续开疆拓土，继续传承顶固核心经营理念和顶固企业精神。

听说今年，重庆团队迎难而上、勇创佳绩，各方面都非常出彩，销售业绩强势增长，对于重庆市场的表现是否已经达到预期了？疫情对重庆地区的影响是否消退？

2020 年，疫情对重庆家居行业影响比较大，因为我们的主流客户是中高端和高端群体，绝大多数都是私营企业主或企业高管，第一波疫情对他们企业的发展造成了直接伤害，客户的消费实力和消费信心均有不同程度的下降。“控制预算”成为 2021 年装修行业的关键词，客户反复比价、多次压价，使得装饰公司和建材两大行业都在血拼价格，出现了“见单就抢、见钱就做”的自杀式销售坏象，目前整个重庆家居市场笼罩着低价竞争的阴影，没有最低，只有更低。

在后疫情时代之下，重庆顶固也不能独善其身，同样面临残酷的价格战，但我们没有盲目跟随，把目光瞄准了高品质客户，毕竟瘦死的骆驼比马大，高端客户消费实力还是比较坚挺的。我们今年消化了去年下半年的部分大客户，同时又开拓了一批优质的大客户，50 万甚至上百万的订单比较集中，对 2021 年的业绩稳定起到了重要贡献。



在疫情的影响下，重庆团队团结一心、众志成城、积极面对，这背后离不开申总的经营经验和专业指导意见，可以和我们分享下今年是如何突破重围，取得了不菲的成绩？

2021 年，重庆顶固加大了渠道开拓力度，比如与设计公司和设计工作室的合作，还有针对精装房开展拎包入住团购活动，前者引流的客户非常有质量，客单值比较大，约在 50 万左右；后者引流的客户有数量优势，我们推出了一系列爆款套餐，同时又与成品家具和软装品牌合作，共同消化具有一定品质的精装楼盘及终端客户。

后疫情时代，重庆顶固全屋定制将迎来哪些新机遇和挑战？对此，有哪些布局呢？

后疫情时代，重庆地区精装房开发速度加快，这块蛋糕非常大，想办法多吃一点就能吃饱！高端的设计公司和工作室越来越受高品质客户的青睐，因为后者非常注重设计感和生活品味，我们也需要加强和高端设计公司和工作室的合作，目前渠道部已经着手在开拓和洽谈。

综合过往，重庆顶固全屋定制在做产品覆盖市场的推广策略中，哪款产品是最受消费者欢迎呢，原因是？

顶固有两款产品最受重庆消费者的喜爱和欢迎，一个是竹香板，一个是实木。前者主打环保，100% 五年生天然楠竹，健康无异味，让消费者放心；后者是天然实木，亲近自然、返朴归真，可以传承，让居家更温馨和更有品味，深受高端客户群体的青睐。

在和顶固接触中，相信您也知道竹香板一直是顶固主推的大热产品，加上今年 6 月第三代净纯竹香板的推出，备受外界关注和热议，在平时门店的运营中，您有哪些针对竹香板推广销售的策略和技巧可以给我们分享一下吗？

竹香板已经上市好几年了，重庆地区的设计师和部分高端客户都比较认可，只要我们的竹香板产品把环保指标和气味指标做到极致，即达到 F4 星标准和无异味，则销售是水到渠成的事情。



在面对消费者的时候，服务体验影响到客户对门店、产品、品牌形象等方面的口碑，可以说是至关重要的一环。那么在服务这方面，重庆顶固有没有自己的心得？为了做好售前售后这块，您这边都做了哪些努力呢？

服务和品质对消费者来说，是同等重要的两极，尤其是今天的这个时代，客户拥有较高的学历、丰富的阅历、较高的审美能力和较强的判断力，你的产品和服务做得好不好，客户心里会有很清晰的评价。因此，重庆顶固专门制定了 VIP 客户项目责任制服务模式，即为每一位 VIP 客户指派一位专业、服务意识强的客服经理，全程督导设计、安装、售后处理等工作；另外，公司还专门成立了巡检部门，在安装过程中，由巡检人员赶赴安装现场，根据公司《安装标准》和《服务标准》进行检查验收，同时给予奖惩考核。这一系列的服务举措，获得了多数客户的高度认可和肯定。

在产品推广、渠道建设，品牌塑造、队伍打造等方面就重庆市场的情况来说，您对未来有着怎样的规划？依照着怎么样的蓝图去继续创造更多的发展机遇？

目前市场竞争日趋激烈，重庆顶固也需要与时俱进、不断创新，才能一直领先对手一步。2022 年，重庆顶固将在重庆高端客户销售最好的商场——江北红星美凯龙，开设顶固旗下高端子品牌 --- 钠朴旗舰店，以更高品质和更优设计感的产品，去服务好重庆地区的广大高端客户。另外，精装房拎包入住也是一块很大的蛋糕，我们准备引进顶固旗下整装品牌——纳尺，以高性价比的产品去占领精装房市场。




感谢申总的分享，在采访的最后，您有什么话想对全国的顶固经销商家人们说？

2022 年，是顶固进入重庆市场的二十周年，这将是重庆顶固发展史上的一次重大事件，我们将满怀信心，在顶固总部各级领导的支持帮助下，不断开拓进取、锐意创新，继续把顶固这面旗帜牢牢地高高地飘扬在重庆的上空，以更加优异的成绩来献礼重庆顶固二十周年！再接再厉、砥砺前行，我们和全国顶固家人一起努力！把顶固建设得越来越美好！



# 心有雄狮猛虎 亦能细嗅蔷薇

## 安庆花木兰的经销传奇

文 / 顶固安全智能锁 程宝怡

*心有雄狮猛虎，亦能细嗅蔷薇。作为一名事业女性，同时也是一名母亲，安庆顶固五金经销商齐小芳拥有征战商场的雄心壮志，也拥有女性的柔情感性。2016 年成为顶固的一份子，她以强大的毅力带领团队一次次主动出击，迎难而上，让顶固品牌在安庆地区的业绩实现逆势增长，店面从最初的 20 ㎡发展壮大到现在 200 ㎡，把顶固品牌在当地做到了家喻户晓，她用实际行动告诉我们——女儿身亦可撑起一片天，这就是安庆花木兰的经销传奇！*

### 源于信任·开启新征途

齐小芳最开始从仅为 20 ㎡的小店起家，在经营的过程中，不断有客户咨询门店是否有售卖顶固品牌的产品，这让齐小芳幡然醒悟：要想把生意做大做强，就必须要代理一个享有知名度，而且老百姓信赖的品牌。恰逢顶固举办年会，齐小芳慕名而来，了解到顶固的雄厚实力——自 2002 年成立以来，顶固始终坚持自主原创的家居精品，为“中国制造”争光，拥有中山、佛山、成都 3 大生产基地，丰富的产品线、强大的研发团队，多项核心专利技术，在行业内享有极高的知名度和美誉度。而顶固“顶中国企业之脊梁，固世界华人之尊严”的企业使命也深深打动了齐小芳，从此便与顶固结下不解之缘。

“顶固的经销制度极具人性化，扶持力度很大，企业为帮助经销商更好地巩固市场，采取了许多关键措施，这点让经销商很放心。”凭借敏锐的商业嗅觉，齐小芳义无反顾地投身顶固，开启了事业的新征途。




### 众志成城·打造高效团队

众人拾柴火焰高，任何一项伟大事业的胜利，都离不开团队的共同协作与努力。加盟顶固后，为了打造超强战斗力的团队，促进团队蓬勃发展，攀登销售高峰，齐小芳制定了一系列激励政策，每周召开一次复盘会议，不断探讨、不断改善、共同进步，带领员工达成每个月的目标，共同把顶固事业做大做强。除此之外，齐小芳还时刻叮嘱员工代表的是顶固品牌，注意自身一言一行，以大姐姐的角色指导员工提升职业素养，低调做人、高调做事，不骄不躁。从做事到做人，齐小芳都以身作则，赢得了员工们的尊敬和爱戴。

“我们团队现在总共有 6 个人，都是从我创业之初就跟着我打拼的老员工，大家就像家人一样，看到我的员工因为实现自身价值而开心，我会比赚钱还开心。”说到团队，齐小芳满是柔情，经过多年的共同拼搏及朝夕相处，齐小芳与员工之间不仅是上下级关系，更多的是家人，是朋友，是可靠的事业合作伙伴。

## 不畏艰难险阻·磨砺方使玉成




谈起 5 年经销之路，齐小芳表示遇到过许多的困难，面对激烈的市场竞争，齐小芳制定了三部曲战略。

一、主动出击，广告先行：为了进一步扩大顶固的知名度，齐小芳选择在安庆人流量较大的建材市场，大批量投放广告，进行宣传网络全覆盖，把“顶固”品牌潜移默化地“种”在消费者脑海里，形成名片效应。

二、开展联盟活动，制定销售策略：2017 年，齐小芳开始开展市场联盟活动，定时联合多家本地企业举办展会，与各大建材品牌达成深度交流、合作及宣传互助，让当地消费者逐渐加深对顶固的了解，打响顶固的知名度。

除此之外，齐小芳深挖消费需求及洞察消费心理，关注安庆市场行情和竞品销售情况，对建材城内的同类型产品进行深度剖析，制定“存积分送大礼”等销售策略，实现持续性吸引客户消费下单的复购效应。

三、强抓服务细节，提供强有力保障：“刚开始店面有一个安装工，培养成才却辞职了，后来我和先生决定夫妻同心其利断金，由我先生亲自上阵担任安装与售后的重担，最大程度避免出现由于产品安装失误而产生的售后问题，给客户提供更有保障的安装和售后服务，极大地提高顾客的使用体验”，齐小芳说道。

售后方面，在产品安装完成后，齐小芳会亲自发信息告知客户产品日常保养注意事项，并承诺客户后期少了任何零配件都可以送货上门，只要家在安庆市内，产品出现任何问题都做到 24 小时内上门解决，而且全程采取一名导购从一而终服务一位客户 3 年时间，从而更好地服务客户，让客户放心。

也正是这种强抓细节，雷厉风行的领导力，不到两年时间，齐小芳就把安庆顶固的店面从原本 20 ㎡扩充到现在 200 ㎡，成为安庆地区五金行业中的领头羊。





## 锐意创新·未来可期

识时务者为俊杰，通机变者为英豪。在疫情的冲击下，许多同行相继以结业告终，大型商场出现人流量偏低的情况，而齐小芳早已想好应对之策，走出了独树一帜的道路——亲自上阵化身顶固品牌安庆地区“网红”，开通个人抖音账号，进一步提高顶固知名度，吸引不少同城用户关注并购买，实现了品效合一的效果。齐小芳表示，时代日新月异，市场瞬息万变，要想不被时代淘汰，就必须紧随时代的步伐，锐意创新，线上线下全面赋能，打造良性循环的可持续发展模式。



以梦为马，不负韶华；流年笑掷，未来可期。今年是齐小芳加入顶固的第五个年头，她在成就了客户的同时也成就了自己。“努力前行，不忘初心，继续耕耘，直到退休。”这是齐小芳的目标，感谢千千万万像齐小芳这样的顶固人，用顽强的意志和不懈的努力，与顶固并肩作战，勠力同心，创造更多属于顶固人的新辉煌！

# 武昌邓为军：
# 着重细节、多管齐下 让客户放心

文 / 顶固集创门窗 黄建新

2021年8、9、10月，顶固集创门窗湖北武昌店的业绩完成率分别以156%、178%、230%稳列前茅，其负责人邓为军拥有多年的门窗经验，凭借独特的个人魅力与专业高效、务实笃定的态度，悉心服务客户，踏实开拓市场，实现一次又一次的突破，一直是顶固家人中的佼佼者。



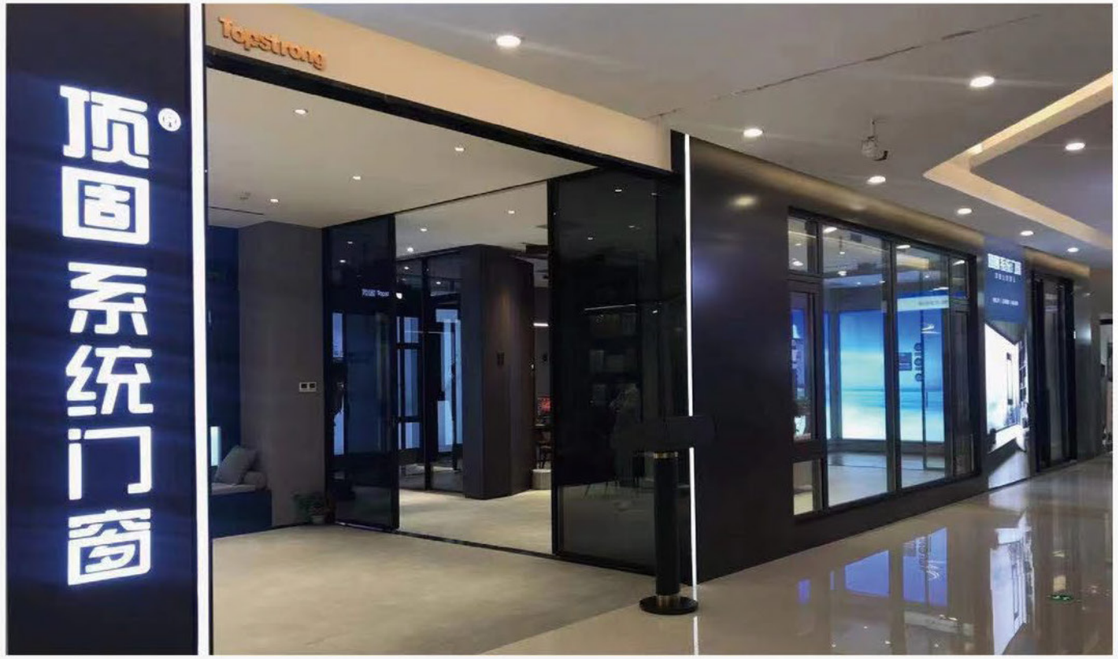




机遇不会是时时都有的，每个行业的红利期、每个时代的机遇都是可遇不可求的，我们要有敏锐的意识，善于抓住机遇，看准了机会就要敢想敢做敢拼，尽自己最大的的努力去争取。

在与湖北武昌顶固集创门窗专卖店邓为军邓总的访谈中，总是被他的诚心与魄力所感动。邓总很多事情都亲力亲为，在他眼中并没有“老板”这个概念。对于做门窗，他不断研究门窗的产品和安装技能，提升自己的专业实力，善于发现用户需求，并提出专业性的解决方案。

加盟顶固后，邓总表示自己收获了一份能够实现自我价值的事业，他说：“从事门窗已经有二十几年了，我们最愿意看到用户通过顶固高品质、高标准的产品享受居家的安全与生活的舒适。”




## 善于捉住机遇，与之共进

俗话说“没有做不成的生意，只有做不成生意的人”。邓总是这样认为的，门窗生意是一直存在，就看你怎么做。邓总在门窗行业摸爬滚打20多年，他前后也接触到很多门窗品牌，发现门店发展得好坏，产品是关键。邓总原来在经营一些三四线品牌的门窗产品，发现其产品创新与生产实力远远跟不上市场的变化，只看中了生存的利润，忽视了长远的发展。

他深知一个品牌想做大做强，就务必在增强创新潜力的基础上，努力提高产品质量和服务水平，这样对比下就发现只有一线品牌才能有更远的发展。邓总说到，他一直在寻找合适自己的品牌拓宽自己的事业版图，后来经过多方的考察后，发现顶固实力雄厚，不仅是一家A股上市企业，拥有10多年的发展经历、多项核心专利技术，而且在行业内同样拥有极高的知名度和影响力。

在邓总看来，顶固是一家真正脚踏实地，认真做产品的企业。于是他毅然加盟顶固，开启了他的事业征途。

## 服务到位，打造口碑

邓总对门窗行业是有使命感的，自入行以来，对产品质量负责，对用户负责，赢得用户一致认可和好评。他说专卖店目前60-70%的新客户都是老客户介绍的，所以他十分注重口碑，也清楚口碑传播的重要性。邓总在访谈中分享了他在经营过程中，如何在用户中得到良好口碑的经验。首先从细节处可以感知到用户的消费意识以及对品质的要求，根据精准把握用户的需求，推荐适合客户自身的产品系列和更实用、舒适的产品设计体验。从客户的角度出发，对细节要求苛刻，从而赢得客户的满意度。

其次除了硬核产品，品牌专卖店需要从用户需求出发，切实落实“金管家服务”，快速响应客户的售后问题，为用户提供购买无忧体验、产品享乐体验，用热情、专业、高效的服务态度，正强化用户的消费体验，提升顶固集创门窗门店的服务水平，形成良好的口碑，才能让顶固这个品牌在当地市场走得更远。

邓总还说到，目前他们两夫妻的分工是比较明确的，邹总是负责营销的方面，邓总他自己就是消化订单。目前他们的渠道主要有老客户转介绍、异业联盟、设计师渠道等，另外，他们专门安排人去做社群营销这个版块，以小区为单位做社群种草和爆破，不断进行裂变传播。把异业联盟从线下转移到线上的社群营销中，实现客户资源共享，共同把最优质的产品和优惠政策提供给客户，最后实现共赢。



## 三分产品，七分安装

门窗在现代建筑中的作用已不再是原来的采光、通风、瞭望等基本功能，它不仅兼顾建筑的美观，同时对建筑节能起到了至关重要的作用。而安装是实现具体门窗产品功能化的重要环节，其最终将影响门窗的使用效果及使用寿命，更会影响人们生活和人身安全。



邓总深知三分产品，七分安装——产品品质再怎么过硬，没有安装到位，对终端消费者来说你这个品牌就是不行。所以他组建了一个10人安装团队，严格要求每一位安装师傅都熟悉全屋内门产品的安装流程，并把他们一起送到公司总部学习产品安装技术，全部通关才能回来。对于每一次的安装都要保证安全第一，他说只有这样才能保证终端的消费者相信我们团队是专业的，是一个有保障的团队，是一个值得信赖的品牌。

## 循序渐进，多管齐下

武昌专卖店以门窗融入使用场景的生态家居模式为创意出发点，运用统一鲜明的SI设计和美轮美奂的视觉呈现，体现“顶固，让您放心”的品牌核心信息点，并根据时下流行元素，把集创门窗五金、色卡箱、样角等各种工具有序地摆放于专卖店里，打造简尚风格，彰显了顶固集创门窗重视用户，看重高品质的品牌态度。

另外，邓总认为除了店面装修须贴合当下用户的需求外，广告的投放也是必不可少的。通过高端小区、卖场的广告投放，形成点阵覆盖，使户外广告更加循序渐进、多维立体地向受众推出。而且邓总表示，卖场的广告他会持续进行投放，要长期占领消费者心智，让目标用户在多个地方重复接触加深影响，提高了目标用户的接收率，增强了传播效果。

在这次访谈当中，我们向邓总请教如何才能做好顶固集创门窗，邓总表示，经销商与品牌之间是一种战略的合作关系，在选择品牌的时候一定要慎重，品牌和经销商之间是互相吸引的，想要把顶固集创门窗做好，前提一定要认可顶固集创门窗这个品牌，认可高端门窗这个行业，才能跟着品牌不断提升，共同成长，才能一起走得更远！






# 你的样子，就是顶固人的样子

文/顶固学院 庞丽英

跟随时代的方向
创造共同的辉煌
精益求精的工匠
振兴民族企业而绽放

正如《顶固梦》中所吟唱的那样，顶固成立19载，在家居行业成为大有名气的民族企业，少不了背后顶固工匠们的艰苦奋斗和精益求精。其中一位就是顶固的五金包装设计工程师——刘宏钟，他来顶固已经将近8年了，今天小编就来说一下他在顶固追梦的故事。

2016年对家居行业来说，注定是不平凡的一年。建材家居行业的原材料出现大幅度上涨。对于刘宏钟来说，这是他进入顶固的第4年，也是他自我实现突破的一年。2016年年底，在公司五金事业部年终总结会的现场，针对当时的局势，五金事业部总经理陈有斌陈总宣布2017年的行动要求："破局，突进！创造价值·分享价值·成就自我"。




▲ 顶固五金包装设计工程师——刘宏钟



参加完2017年年度总结会的那几天，如何破局这句话一直在刘宏钟脑海里闪烁回旋，刘宏钟在心里不停地问：新的一年创造价值的方向、方法以及价值目标是什么？应如何去实现？经过几天的思索后，刘宏钟与上司钟雄伟钟总进行沟通后，决定在保质保量完成常规项目的同时，包装部分从包装技术革新和包材降本两方面入手，确保质量的同时，从内部寻找突破。而刘宏钟给自己设定的目标是今年给公司创造"50万净利"。

目标已定，那就要付诸行动！刘宏钟利用春节假期的时间，对财务导出的2016年包材采购数据进行了分析，设法对采购量多的物料寻找技术突破，进行包装优化；对部分包装物料制定工艺改进、采购优化方案。从数据分析统计中得知，L57假插芯锁包装年用量近37万套，如能设法采用新材料、新结构或新工艺等方式来实现成本降低，将会离实现x目标更近了一步。

春节假期一结束，刘宏钟便赶回公司制作出新的手板——将纸卡改为内盒自带结构，以确保支撑强度及边角抛跌满足跌落和堆码要求。但经过测试后，宏钟又发现内盒底部容易松脱，成型较复杂，需设法改善。后来刘宏钟再制作了几套手板，但依然不理想。优化过程中出现的问题使他闷闷不乐，夜不能寐。但刘宏钟从没想过放弃，他上网搜寻、咨询同行，不断改良不断试验，在经历了数个不眠之夜后，他终于找到了新办法。刘宏钟发现，通过尺寸精算，使内盒底部相互咬位、自锁自扣，在反复跌落及随意抛跌后效果让人满意。

星光不问赶路人，功夫不负有心人。公司认可了刘宏钟的成事及兄弟部门的共同努力下，新包装不到10天就上线试产。经过1个月的试销，销售部反馈无异常，经销商反馈良好，可进入量产阶段。整个项目从研发到落地不到60天，过程衔接顺畅，配合完美。在此款L57的优化包装销售半年后，公司又将其延展到卫浴锁、移门锁、331302插芯锁中；它的实用新型专利及发明专利也完成了申请并进入公示阶段。经核算，到年底时它已为公司节省近45.3万元。




▲ 中山市第十届劳动模范先进工作者和先进集体表彰大会

2021年中山市举行劳动模范的选举，刘宏钟抱着试一下的心态报名参加，最后经过层层筛选，荣获中山市授予的"劳动模范"称号！

精诚协作，团结奋进，刘宏钟的追梦之旅，展示了我们顶固人身上精益求精的精神。更是我们每一位顶固人学习的榜样！刘宏钟的样子，就是我们顶固人的样子。只要我们奋发进取，努力拼搏，以主人翁意识做好每一个项目，以精益求精的精神打磨好每一款产品，不断寻找突破，不断去追逐去实现自己的梦想，勤者将有所获，恒者定有所成。

# 一路坚守·一路繁花

stick to it and blossom




文/顶固工程 杜玮

一份职业，一个工作岗位，是一个人赖以生存和发展的基本保障。只有爱岗敬业的人，才会在自己的工作岗位上勤勤恳恳，不断钻研学习、一丝不苟、精益求精，才会为社会、为企业作出贡献。

常说“万丈高楼平地起”，大众看到的大多是高堂广厦，但在背后是一批又一批工人的夜以继日。在顶固工程就有这样的一群“顶固人”。

他们的身影穿梭在春光明媚时、在骄阳似火时、在秋高气爽时、在岁暮天寒时，只为了工程项目产品的顺利安装。

他们用工匠精神对待每一个工程项目、每一个楼盘、每一个定制产品。遇到紧急项目，为了按时交付，他们经常在工地现场忙到深夜。



▲ 坚持守岗的“顶固人”



疫情的反复牵动着国民的心，其中提升对密切接触者的集中隔离能力也是重要的一环，国家也在持续修建防疫酒店。工程项目管理部也接到这一光荣的任务——建设深圳防疫酒店。这可以说是公司目前遇到过的最艰难的项目，由于任务急，好多工序是同时进行的，安装现场会显得较为混乱。但为了及时完成项目，工程项目管理部以及相关的业务人员都到了项目地现场，遇到问题及时应对、解决。面对任务，他们迎难而上、任劳任怨、兢兢业业。从早到晚，每次工作结束都接近凌晨，面对各种苦难及突发情况，他们没有却任何退缩。

工程现场安装，也会遇到一些售后问题，工程管理部在项目售后上，一直秉承以解决客户诉求为首要目标，快速反应、立即解决。时代田埂花开是时代基金会帮扶项目，学校的家具选择了顶固，并于2020年9月正式投入使用。2021年中，产品出现个别拉手脱落的情况，在5月18日收到反馈后，顶固工程在5月21日即完成了所有的售后维修工作。从反应到回馈信息，到材料采购，到最终完成售后，仅仅使用了2天多时间。工程管理部的各位同事用实际行动向客户展现了我们的售后服务能力，给客户强有力的保障。

顶固工程在总公司的培育下应运而生，因为有了总公司的帮助与支持，也因为有这一群始终坚守的“顶固人”，顶固工程在前进的道路上才会一路繁花。这是事业部的新起点，也是顶固人的新征程。

未来，机遇蕴含精彩，发展充满信心，号角催人奋进！

# PERSISTENCE
# 平凡坚守，点亮不平凡担当

文/顶固全屋定制 郑淑兰

**“一个人，一辈子做好一件事，就足够了。”——戴想**



▲ 顶固简约车间封边小组组长　戴想

在顶固全屋定制生产制造二部的简约车间，有一个小组正忙碌地工作着，他们进行的是产品板材的封边工序。在他们之中，有一个人冷静从容地下着指令，他就是简约车间封边小组组长——戴想。

11年前，戴想来到中山顶固，成为了一名普工。工作中的他尽职尽责，积极完成岗位所负责的各项工作，在这个过程中，他的工作能力得到了提升，也获得了全体车间人员的认可，顺利晋升为生产管理组长。当问到这11年来最大的收获时，戴想笑着回答：“那应该是责任意识了。刚进来顶固时只想打好这份工。后面自己开始组织生产工作，慢慢地就培养起了责任意识，会关心车间的大小事，并定期计划进行流程优化。”

戴想11年坚守初心，只为做好全屋定制产品生产这一件事。于是我带着敬佩之心走进二部车间，采访了这位默默坚守的工作者，让我们一起来了解一下他的故事。

---

Q:
您好！戴工，请问您是什么时候加入顶固的？请您简单介绍一下来顶固的经历。

戴：
我从2010年3月6日入职顶固，现在已经11年了。记得2010年，我刚来广东找工作，看到顶固二期门口的招聘启事就申请进了顶固，并一直工作至今。

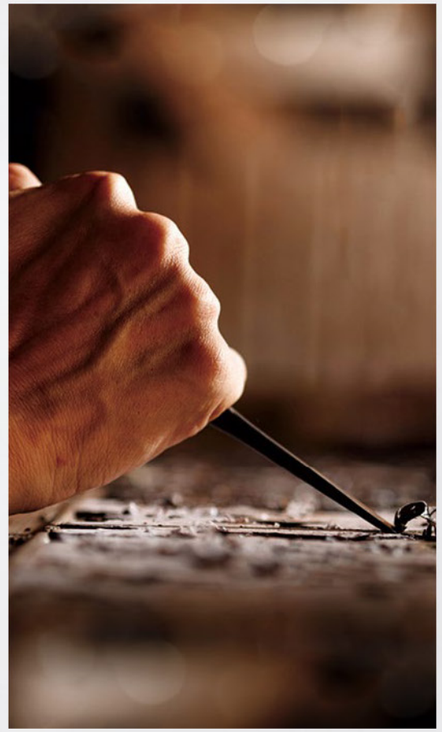
Q:
在简约车间，您的主要工作职责是什么？对工作有什么看法？

戴：

在车间，我主要担任着封边机调试与现场改善的工作，封边是最重要的一个步骤，也是最复杂的一道工序，关乎着最终成品的优劣，如果现场机器出问题，个人忙碌是小事，影响到其他人乃至正常出货那是大事，所以要仔细调试机器正常运作，预防胜于一切。

来到顶固11年，从普工到技工再到现在的生产管理，个人认为做什么岗位不是关键，关键是我们无论在什么岗位上，做事都要有一种平稳的心态，一颗积极向上的心，用心把工作安排做好，在本职岗位上做出成绩。



Q:
作为封边工序的老师傅了，您遇到过最大的困难（挑战）是什么呢？是如何克服呢？

戴：

从事封边工作已3年多了，从刚开始的一无所知走到今天，经历了许多的坎坷，记得18年7月份简约车间订单量突增，延期近2000多单，领导突然让我去开激光封边机。收到通知时我也是一无所措，因为我都没有接触过封边机，更别说开机了，但我想领导这样安排肯定是对我的一种信任，突然面对一种新的设备心里压力真的很大，因为对设备不熟，技能不足，生产效率严重跟不上。

这只能通过不断学习来解决。当别人中午休息，我就把设备说明书一点一点翻阅，了解设备各个部件的功能，不断的去摸索，晚上下班上网搜索关于封边机的调试技巧。为了能让效率提升尽快把延期单赶完，我接近半个月没有好好的休息。终于功夫不付有心人，经过半个月的努力，我对封边机的操作有了进一步的了解，从对设备一无所知到出现异常能快速地判断出是哪里出了问题，产能也从每天70单增加到120单。经过2个多月的努力车间的延期订单终于赶完了，心里大大的松了一口气，也给领导交了一份满意的答卷。

Q:
是什么原因让您一直坚守着车间管理这个岗位呢?

戴:

不断重复的调试和处理现场问题并不是一件有趣的事情，而之所以一直坚守岗位，是因为我始终相信：坚持就是胜利。自从进入顶固，公司给了我很多的成长机会，从普通员工到中层管理者，不断提升个人工作能力，明确自身价值所在，让我很有归属感，非常感谢公司领导对自己的关心，还有大力支持，让我放开去做。

---

Q:
公司倡导工匠精神，您是如何理解的？如何在自己岗位上坚持和体现工匠精神?

戴:

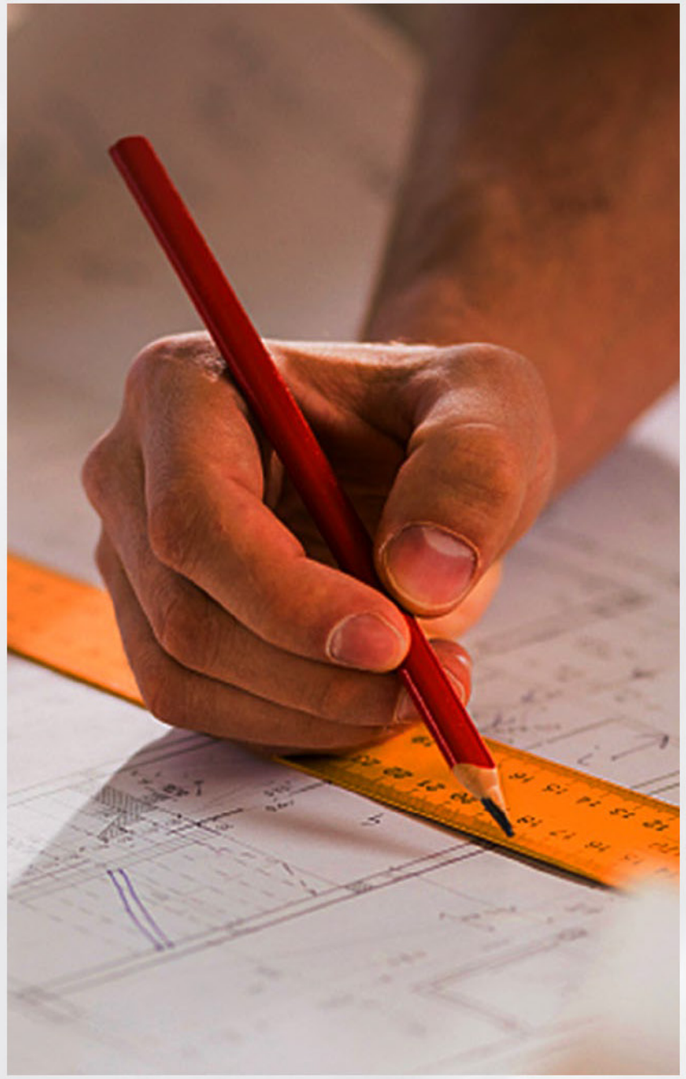
好的工作成绩不一定来自优秀的人，无论多平凡多艰苦多困难的工作只要用心去做我们就一定能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩。将饱满的热情投入到自己的工作上，细心做好每一个细节，用行动诠释工匠精神。

---

Q:
身为封边调试和现场管理人员，您是如何让自己和小组的小伙伴快速提升和成长呢?

戴:

作为车间管理员，我们就是一个带头兵，要把兵带好我们就得去了解下面的员工，多找员工谈心，了解他们的需求，事实求是的去帮员工解决困难，让他们在工作上没有后顾之忧，员工才能更安稳更踏实的去工作。






Q:
从事车间事务这些年里，您最大的收获是什么?

戴:

工作不仅仅是为了拿份薪水，还为了成长和欢乐，不要仅仅为了薪水而工作，还应当为梦想而工作，为自我的前途而工作，在以后的工作中只有踏踏实实的干，用心去干，有责任感，才能把工作做得更好。

加入顶固这么多年，跟随着顶固一步步成长，我也见证着顶固的日益强大——工作环境从原来的二期厂房、三期厂房搬到现在的四期厂房，并即将搬到年底竣工的总面积8万方，年产值35亿，拥有全球最高的32米智能立体仓库的全自动化五期工厂，这些都见证了顶固的实力。

---

Q:
您对于未来的工作规划是？有想过自己要成为什么样的人吗?

戴:

我对于这份工作从没感到过厌倦，工作和自己刚入职时一样充满挑战和趣味。封边工作是需要与时俱进的，以前自动化没有普及的时候，都是人工生产。当封边工作智能化时，自己能力也在不断提升。生产力进步，时代不断发展，未来自己还是钟情于这份工作，跟随顶固这个大平台，一同发展和进步。在成长的路上要学习的东西还有很多，不断的学习才能使自己不断的进步，希望自己在生活上不断的扩充知识，一直正面乐观做好每件事，监管好每位生产产品的人。

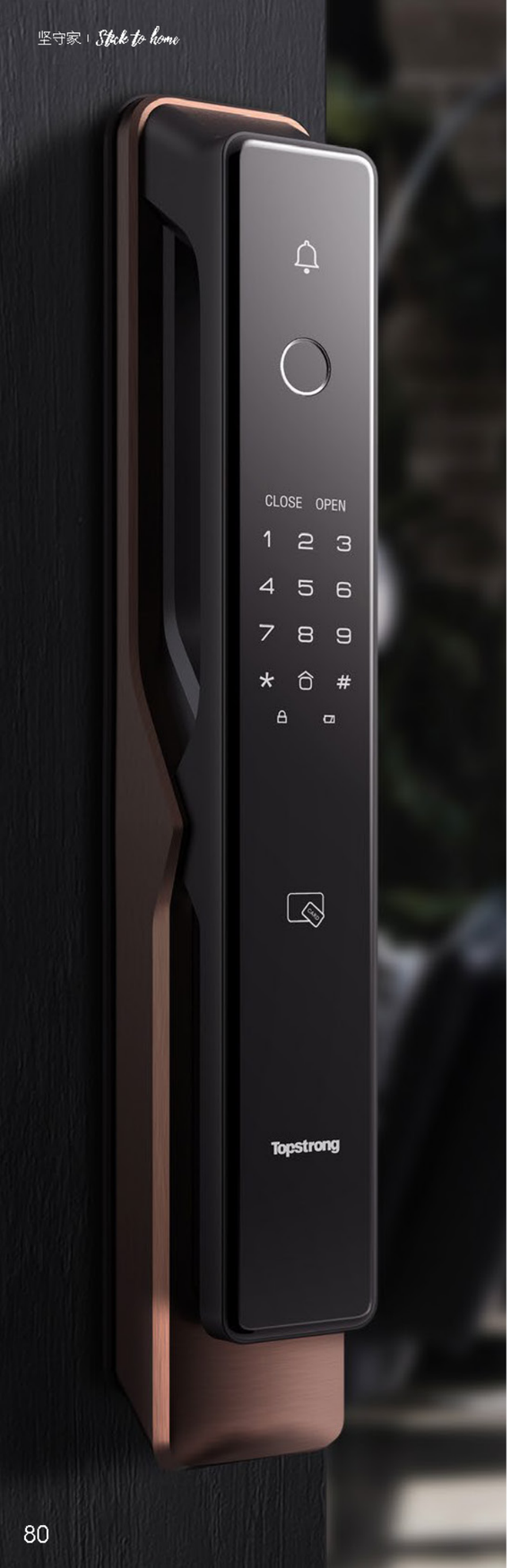
---

Q:
感谢戴工带来的工作分享，在采访的最后，您有什么话想对奋斗中的顶固家人们说呢?

戴:

付出不一定马上有收获，想要收获就一定要付出努力。不论大家在多平凡的岗位做着多平凡的事，我们只要用心去做一定能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩。

面对机遇和挑战，戴想用自己的故事证明了，坚守平凡岗位，努力奋斗——成功就是不断地自我提升、不懈努力，才能把握住遇到的每一次机会。努力是乘法，机会是加法，两者具备就会得到最好的结果!




# 全力以赴 | Go To All Lengths
# 追赶时代的步伐

## 专访智能时代的耕耘者黄培强

文 / 顶固安全智能锁 杨惠仪



*一年有 365 天，一天有 24 个小时，人的大多数时候，每一天都在重复着昨天的动作。然而消费市场是快速更迭的，面对 5G 与 AI 智能双赋能浪潮的汹涌而至，一位智能时代的耕耘者——顶固五金事业部产品策略管理部高级经理黄培强，在看似重复的工作里，带领着团队全力以赴、奋力奔跑，不断地追赶着时代的步伐。*

### 出于专业，忠于使命

“他是一个认真的人。”说起黄培强，这是顶固人对他的第一印象。

黄培强从 2012 年开始加入顶固这个大家庭，那一年随着移动互联网的普及，家居智能化正悄然发展。在从事了一段时间的电子电控研发工作以后，黄培强敏锐地捕捉到家居智能化的苗头。而当时的顶固正在开展智能化布局，正缺乏这一方面的新鲜血液。在机缘巧合之下，顶固向黄培强抛出了橄榄枝，而黄培强对顶固“让消费者享受美好的家居生活”的企业使命深表认同，双方一拍即合，黄培强果断地加入了顶固，从此开启了他“智能产品人”的职业生涯。

### 心无旁骛，站得更高

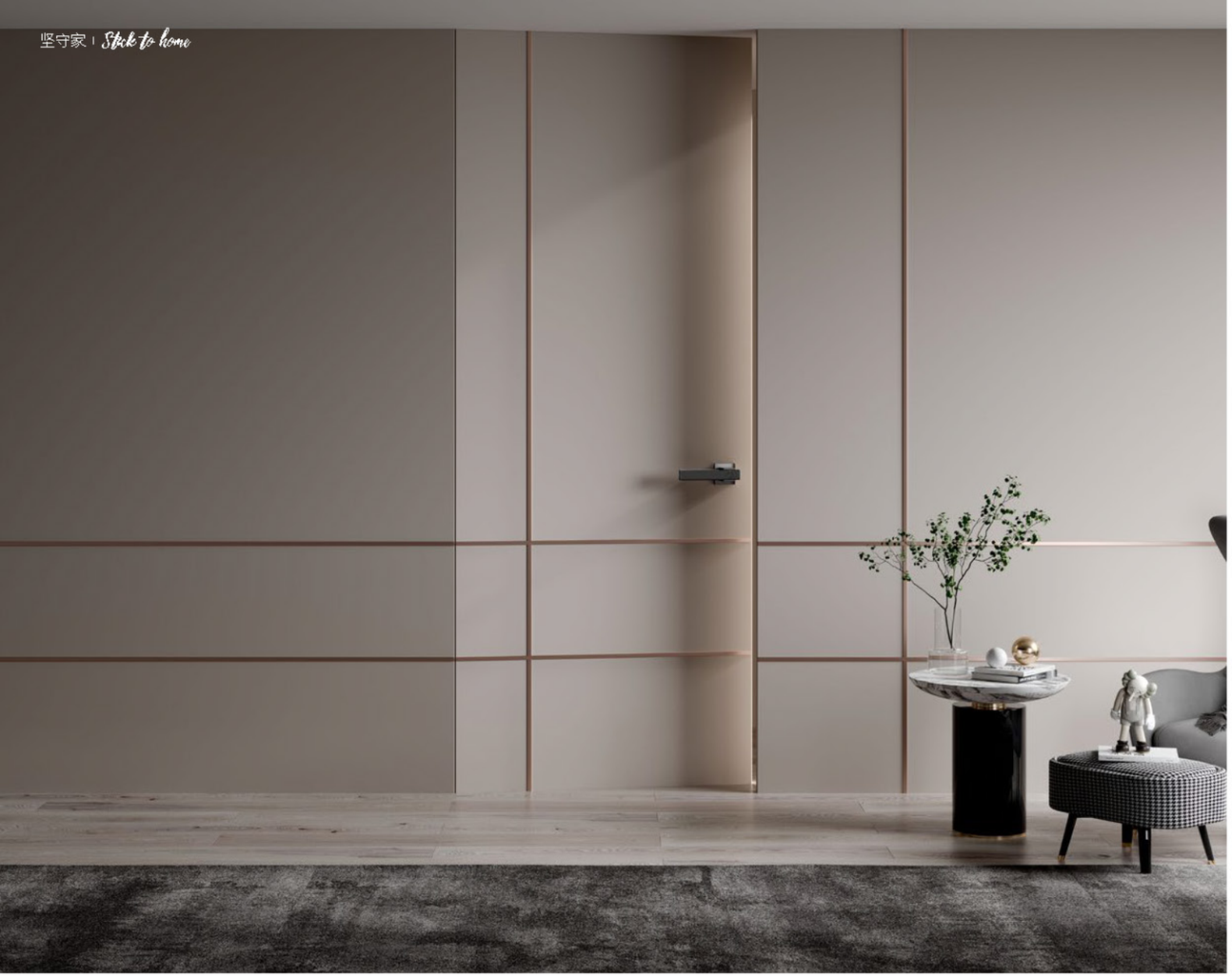
作为一个产品人，黄培强只有一个想法：“把产品做好”。在黄培强看来，产品是企业的第一生命力，是企业安身立命的根基，把所负责的产品、项目做好，让它们得到市场的认可，是他身为一个产品人的最大成就。

黄培强刚加入顶固的时候，顶固的智能化布局逐渐起步。毫无疑问，在这样的环境下，他将面临的不仅是技术的挑战，更是市场的考验。作为顶固第一代电子研发人员，面对薄弱的产业基础，黄培强迎难而上，毫无保留地把以往的研发经验投入到新项目的开发中，从项目管理、技术支持、研发流程等多个方面着手，一步一步地推进顶固智能产业的发展。

智能化产业发展到现在，已经有十数年时间。从智能锁刚刚起步，到如今成为行业的蓝海市场，始终有一个问题萦绕在黄培强的心头：“什么是好的产品模式？”在 10 年与科技赛跑的时间里，他不仅花费大量的时间与精力在产品研发之上，更是不断钻研市场需求，在闲余的时间里进行大量的竞品分析。在多年的精心研究下，黄经理渐渐摸索出一个规律：智能化产品是基于消费升级的市场大环境，好的产品立足于企业战略与品牌定位，不仅仅需要满足消费者与市场的需求，更需要满足消费者的体验爽点。

那么如何满足消费者的体验爽点？“三分靠产品，七分靠服务”这是黄培强对智能锁市场的评价。智能锁作为一个智能化产品的特殊品类，能获得市场的认可不仅仅依靠过硬的产品质量与美好的用户体验，涉及的还有繁琐杂陈的安装服务以及体贴入微的售后服务。

“消费者回家看到的第一件产品就是智能锁，连消费者回家的第一步都无法服务好，又何来的美好的家居生活？”在这样的反复提问下，黄经理紧抓市场隐藏的关键词，在与团队的通力协作下，不仅造就了顶固安全智能锁卓越的市场口碑，还与其他部门共同为顶固打造了一套完善的服务流程。



## 从 0 到 1，质的飞越

从 0 到 1，在黄培强入职顶固的时间里，顶固的智能产品体系实现了一个质的飞越。自顶固第一款智能锁 KA1130 横空出世，顶固的产品体系便不断刷新市场高度，以领导者的姿态在行业里占据了重要的位置。

2015 年，顶固打造了全行业顶尖的智能锁——巴洛克系列。当年的智能锁市场蓬勃发展，众多智能锁品牌如雨后春笋般喷涌而出，产品质量参差不齐。顶固极为注重产品品质，率先采用了当时业内先进的金融级别的 FPC 半导体指纹传感器，整把锁创新式地采用纯铜锻造和表面纯 24K 镀金，这在当时的智能锁市场投下了一枚重磅炸弹，不仅在业内得到了极大的反响，更迎来了高端市场的热烈追捧。

在黄培强及其团队的共同努力下，2017 年顶固再次推出了轰动行业的灵动 D1 系列智能锁。这是业内首款采用全自动滑盖的智能锁，在 2017 年获得天猫众筹金额高达 600 万的智能锁产品。这款智能锁自上市以来，便广受消费者喜爱，迅速引领行业风潮，成为真正意义上的爆款产品。

此后在黄培强带领的产品团队的不断推进下，顶固围绕新消费需求，不断推陈出新，打造了多款既具颜值又高性价比的产品，如 DX 系列 NB-IoT 物联锁、W1 系列、TXa 系列、T3 系列、房门指纹锁、晾衣机、电热毛巾架等。2021 年，顶固更是推出业内高端产品 T9 PRO 智能锁，不仅实现将物联网场景落地，还配备 3D 结构光人脸识别与可视对讲猫眼，用科技满足了消费者的多种需求。同年，顶固还推出了业内极具硬核高科技的 Z1- 指静脉智能锁，率先将显性指纹特征转换为隐性指静脉深层次识别，将智能锁推向更广泛的适用人群，而安全性也更高。

在这十年的智能产品市场变迁里，黄培强始终关注科技的发展，以专注的“产品缔造者”的角色追逐着一波又一波的科技浪潮，将新消费需求与产品结合起来，为企业、为消费者不断带来惊喜。





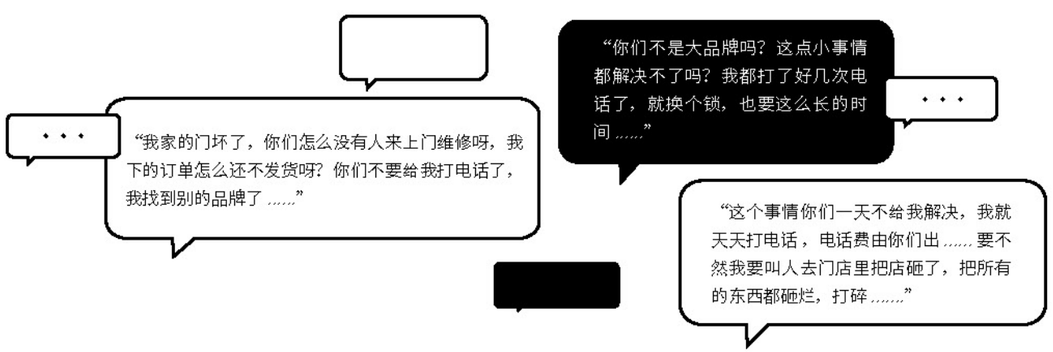


“全力以赴，不找借口。”这是黄培强一直秉承的信条。十年时间里，黄经理年复一年，日复一日地在岗位上持续地追逐着时代的步伐。在产品智能化的征途中，他用毅力完美地演绎了“产品人”的角色。

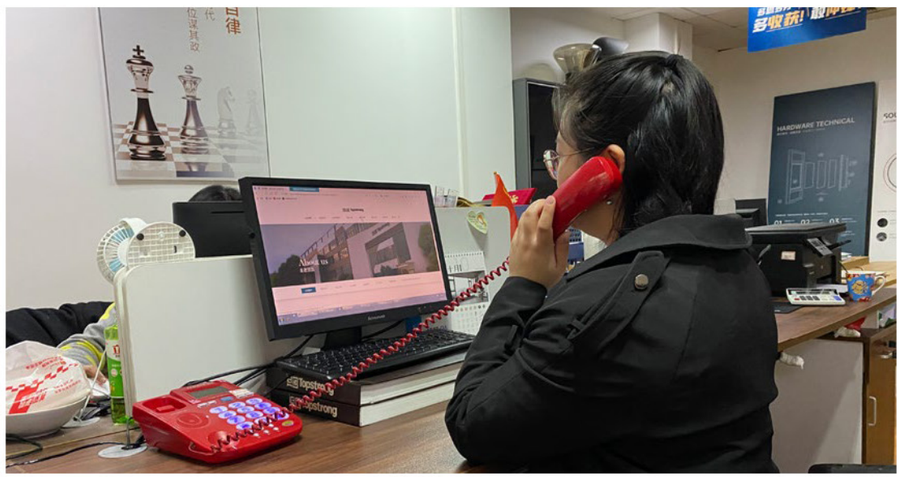
以黄培强为代表，顶固还隐藏着无数个这样脚踏实地、全力以赴的产品人。未来，家居产品会朝着怎样的方向发展？我们不确定。但唯一肯定的是，在无数个“黄培强”的共同努力下，顶固将会研发更多符合消费者需求的好产品，不断践行“让消费者享受美好的家居生活”的伟大使命。

# 一边被骂一边 oncall
# 就是顶固集创门窗的客服精神

文 / 顶固集创门窗 黄健新





我一直对客服这个领域是抱有一份好奇心的，她们每天都是在处理琐碎而负面的事情，而且因为情绪容易波动，很多人都会受不了。而顶固系统门窗就有一个时刻坚守在电话跟前，古灵精怪的小姐姐，是一个笑起来有酒窝的 97 年女生——莫艺文。

小莫平时看起来大大咧咧的，但接起电话，她的声音会瞬间变得平稳而坚定。她的工作内容，比我想象的复杂得多。首先，她要从后台支离破碎的信息和无数窗口中收集准客户的电话，然后逐一的打过去询问是否在寻找合作品牌，并筛选出有意向的客户。据统计，100 个电话里面可能只有 2 个是真实的意向客户信息。对于招商的电话，小莫强调只有一个目的，就是要快速让他们了解到我们的品牌，引起他的好奇心，然后再转给招商经理进行下一步的洽谈。

除了日常的招商信息电话，工作中更多的就是接到售后电话了。小莫说：“别人正常的上班时间 8 小时，对我来说 12 小时是家常便饭，或者更长的一段时间。有电话就要时刻响应，第一时间记录下客户问题，反馈、追踪、再追踪。”她还透露到，她的随身公司客服的号码突然被封了，一度被领导怀疑是谈恋爱聊电话把话费聊完了。最终查实是因为新的客服账号，突然间打了太多的电话，被怀疑是诈骗账号而被封号了。

更加令人哭笑不得的是，恶意骚扰、投诉都是家常便饭。曾经有用户打过 100 多次的电话，却不提供任何资料，只是不断地打来投诉，发泄，恶语相对 ..... 对于这些电话，目前却没有任何机制或技术能直接屏蔽掉，只能是用血肉之躯，面对错综复杂的问题，接住并消化掉各种各样的情绪。

很多时候这个岗位需要处理的问题给小莫带来了庞大的情绪压力，她跟我分享了至少 5 种疏导负面情绪的技巧：听音乐、散步、用舌头轻抵下齿、深呼吸……如果最后问题真的没被解决，她会告诉自己：“你已经提出了你的建议，你真的尽力了。”

其实现在很多年轻人都不喜欢客服这份工作，虽然是人与人之间的沟通，但莫大的负面情绪，让人受不了。但对于小莫来讲，这反而是最大的魅力。小莫说到：“我喜欢它蕴含的那种人情味。银行柜员，机场的值机人员……很多岗位都在被机器人替代，但我们每个人都有情感需要。这个世界本来就不应该是冷冰冰的。那一份真实的情绪，人与人之间的沟通，最后问题得到解决的那一句谢谢，就是我坚守这个岗位的信念，它让我知道付出没有白费，一切都是值得的。”

# GUARDIAN

# 以“守护”为名

## 继续这场没有终点的公益之旅

文 / 顶固学院 庞丽英

顶固爱心公益的种子播散 16 年至今从未间断。谁也抵挡不住那一腔热情，对爱心公益的一份坚持！

时至今日，顶固满怀守护走过祖国的大江南北，以“爱”的名义：栉风沐雨，不离不弃

现如今，顶固以“守护”为名

表达爱、传递爱，援助各地贫困小学生，将守护公益进行到底

……





### “守护”的定义是什么？

有人会说：守护是雨，滋润大地万物，守护是树，遮挡炽热夏阳；

**守护**是一片冬日的阳光，使饥寒交迫的人感到人间的温暖；

**守护**是沙漠中的一泓清泉，使濒临绝境的人重新看到生活的希望；

**守护**是一首飘荡在夜空里的歌谣，使孤苦无依的人获得心灵的慰藉；

**守护**是一场洒落在久旱土地上的甘霖，使心灵枯萎的人感到情感的滋润；

**而顶固会说，守护是一种对社会的回馈，是一个有责任有担当的企业，表达爱的方式。**

如果你问我，“守护”是什么？也许这场以“守护”为名的公益之旅会给你答案。




顶固是一家心怀大爱、有温度的企业。做公益这十六年以来，顶固累计投入上千万元捐资助学、社会救助和互助救助。

自 2009 年，顶固正式启动“手拉手守护助学计划”，坚守“每年捐建或修缮一所希望小学”的承诺，先后在

**◎云南 ◎贵州 ◎青海 ◎河南 ◎江西 ◎甘肃 ◎湖南 ◎四川 ◎陕西 ◎新疆 ◎云南（大关）**

共捐建了 11 所希望小学，将大爱的种子播洒到全国各地。

顶固一直用实际行动将顶固的公益守护理念落到实处。今年 7 月河南遭遇大暴雨，顶固修建的第四所河南劝门希望小学新校舍也难于幸免，学校设施设备损失巨大，昔日菁菁校园变得一片狼藉。

顶固密切关注灾情情况，第一时间通过新密市慈善总会捐款 30 万元用于苟堂镇的灾后重建，同时捐赠 30 万元用于河南劝门希望小学灾后重建工作，帮助学校尽快恢复教学秩序，为当地希望小学的孩子们提供爱的港湾。在修缮之后，顶固第一时间组织顶固义工团奔赴现场，为希望小学里的孩子们送去学习用品、运动物品、零食等物品，与孩子们共享“守护课堂”，传递温暖、传递爱。







重建前的校区




重建后的校区

随着顶固公益事业的发展壮大，顶固的公益活动模式也随之发生变化，为凝聚更多慈善爱心人士的力量，依法依规运作，顶固携手中华少年儿童慈善救助基金会成立“顶固专项基金”，以公募基金运作企业基金，更加专业可信、更公开透明。

同时，顶固还在全国专卖店推出了“顶固爱心卡”认捐活动。活动至今，通过线上线下以及多方联动，中华儿慈救助基金会顶固慈善专项基金的捐赠额已达百万。在活动中，顶固邀请并呼吁更多爱心人士加入顶固的慈善道路，一起用爱守护、为爱行动，持续关注和守护孩子们成长，合力为有需要帮助的儿童送上一份爱心。此活动发起后便在社会上收到强烈反响，得到社会各界的广泛关注及好评。顶固作为具有高度责任感的民族企业，义不容辞地关注着社会公益事业，以守护健康作为企业责任。

此外，顶固与中华儿慈会、腾讯公益共同发起了“固爱计划”的慈善项目。其中包括“益起走·为爱行动”和“9·9 公益日：一块做好事儿”。“益起走·为爱行动”活动，号召大家一起用爱燃烧卡路里——每天所走步数可以在腾讯公益的“固爱计划”进行捐步，所捐步数可获得相应的善款用于河南受灾的顶固希望小学。“9·9 公益日：一块做好事儿”——每人每天乐捐 1 块钱并进行助力和分享，就可以随机获得腾讯公益的配捐，一起奉献关爱。活动发出后，得到公司内部员工的广泛参与，上至公司领导层，下至车间一线员工，公司各事业部及中心的员工踊跃参与其中。# 固爱计划 # 微博话题讨论迅速上涨，许多网民加入“益起走·为爱行动”阵营。大家只要在腾讯公益搜索“固爱计划”即可一起参与，也可以进行分享转发，一起传递温暖，传递爱，让爱与守护永不停歇！







顶固集创家居作为定制家居行业的代表企业，勇于担当社会责任，践行社会公益，将企业的关爱洒满人间，彰显出一个民族企业的责任与担当。未来，顶固将继续以“守护”之名，继续这场没有终点的公益之旅。

# 传中医之术 承健康之身

——记中医走进顶固坐诊服务——

文 / 顶固学院 王一晴

## 顶固是行业内首家引进中医坐诊服务的企业

2020 年受全球疫情影响，人们越来越关注身心健康问题。而今，我们庆幸在顶固这个大家庭，股东林洁女士（即顶固董事长夫人）为关爱顶固员工身心健康，个人出资特聘任古中医作为健康顾问为顶固家人的身体保驾护航。顶固一直秉承着“让员工受人尊敬，生活更加幸福”的使命对员工进行守护。守护员工从来不是一件轻松的事，顶固一直致力于为员工打造幸福型企业，企业可持续健康发展的重要途径是“以人为本”的核心理念，在共同服务、共同前行的同时，更加关注员工的身心健康，故引进了中医走进企业问诊服务，将员工关怀落到实处。






## 传中医之术 承健康之身



顶固在将中医坐诊服务引进公司的过程当中，一方面是让“重症、急症”的顶固家人得到治疗，另一方面是引导顶固家人意识到养生、保持良好的生活习惯的重要性，了解中医观念和辩证论治的方法，预防为主，让员工真正感受到生活更加幸福。而顶固家人们也是十分接纳中医的治疗手法和养生观念的。

顶固问诊人刘立刚：中医虽然见效慢，但是对人基本没有副作用，对人身体肯定就好一些，精神面貌就要好一点，人也会感觉舒服一点，所以说我一直选择中医。

顶固问诊人梁妹香：先说西医，像治疗一般的感冒去医院都会给我们打吊针，开一些西药，见效快，但是会有一些比如激素类的成分会对身体很不好；中医虽然不是马上见效，但是确实在慢慢调理我们的身体。

顶固问诊人钟艳丹：在我小时候，我们家看病基本上都是看中医，很少看西医，对中医是有一定了解的，对中医也是非常信任的，对中医和西医，我肯定是首选中医的，中医治的是本，西医治的是标。

## 健康守护 为爱坚守

自从中医走进顶固，已经有不少顶固家人从中收益，近一年半的时间里，共坐诊服务 858 人次，服务覆盖公司 255 人，让家人们以更加健康的身体，更加饱满的热情投入到工作和生活中去。职工可以在上班期间按照已经预约好了的时间进行问诊，这个是对员工最大的一个福利。



顶固问诊人梁妹香

非常感谢公司给我们这么好的一个福利，这个可以节约我们的时间，不用请假去看医生，也少花钱，公司很为员工考虑，我觉得这个福利挺好的。

顶固问诊人唐政周

这个肯定是给顶固职员一种福利的表现，不管你喜欢中医还是西医，你去问诊都要请假，请假有的时候你也未必能排到队。这项福利方便了职工，职工可以在上班期间按照已经安排好了的精准时间来问诊，这个是对员工的一个最大福利。





顶固问诊人钟艳丹

在公司内就可以轻松免费坐诊，让我们上班能够更安心。

顶固问诊人梁翠

第一个的话我们身体有小毛病或者是有小疑问，最起码可以找到一个人问，医生虽然不是天天来公司坐诊，但是他微信在线的，我们有一些小问题直接问到李医生，李医生马上就回答我们了，如果有时候他没时间，他看到信息后就会迅速回复我们，对我们员工的身体情况更清楚一点，再加上我们是上班一族，往往很多时候都是小病就熬，大病才去看，很多时候小病直接熬成大病，我们公司自己有老中医来问诊，这样就很好。





顶固问诊人唐政周

看完中医之后，不仅是我的工作效率，还是我的工作产出，都有非常明显的提升，我上级领导对我的评价是最客观最真实的，比如说一份数据报告，按过往的话我思考可能也要花到一天的时间，但是现在我基本上花一到两个小时左右，我就可以把思路完全理清，然后接下来我就可以花一天的时间把报告整理出来，过往我可能需要两到三天，所以这个对我的工作效率提升，以及精神面貌的改善，都是有很大的改变。

未来顶固中医坐诊服务的福利将覆盖更多的顶固人，
用爱守护顶固家人，坚守“让员工受人尊敬，生活更加幸福”的使命，将员工关怀落到实处。




09 SEPT
14-15

## 雄关漫道，百舸争先
## 顶固全屋定制红色之旅暨亲亲季 6 誓师大会顺利举行

顶固全屋定制与全国经销商一同会师井冈山，召开“雄关漫道 百舸争先——顶固全屋定制红色之旅暨亲亲季 6 誓师大会”。顶固铁军壮志凌云，重走长征路，学习红色革命精神，延续上半年的增长态势，再造下半年的辉煌佳绩。







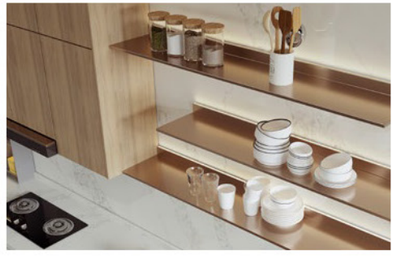


10 OCT
28

## 强强联手·品质筑家
## 顶固与融创集团达成战略合作

顶固凭借高端的品牌形象、过硬的产品品质以及完善的工程服务体系，成功中标融创集团 CD 档橱柜、收纳（浴室柜、玄关柜、衣柜等）2021 至 2023 年集中采购项目，双方签署了战略合作协议，这是顶固与融创集团继融创华南集团、华北集团、华中集团、北京集团、西南集团年度战略合作取得圆满成功后，再度携手共谋深度发展的重大举措。

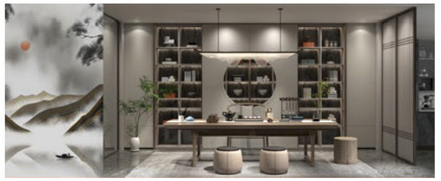
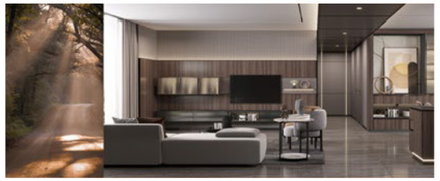




## 11 NOV 26
## 顶固纳尺高端整装发布
## 多赛道超车，持续提升企业核心竞争力

顶固在中山总部举办了旗下高端整装品牌——“纳尺 NACI”的发布暨财富合伙人峰会。发布会上，顶固宣布开辟新赛道，启动顶固纳尺高端整装业务，打造真正的一站式高端整装全屋解决方案。





## 11 NOV 29
## 新模式执掌天下
## 顶固“掌门人”计划发布会圆满收官

顶固安全智能锁“掌门人”计划发布会在中山保利艾美大酒店盛大召开。顶固协同中山市智能产品公共服务平台推出的“掌门人”计划，是将上市企业的品牌、资本优势与公共服务平台的数字化、大数据分析的优势相结合，从而打造产品全生命周期的服务平台，以智造布局发力，共同书写新篇章。





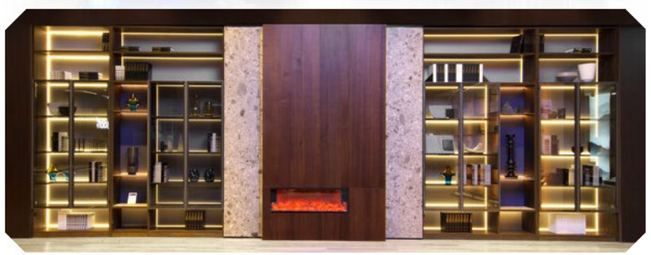



## 12 DEC 09-12
## 惊艳首发 | 感受归真极简设计
## 顶固旗下高定品牌 Latop 钠朴 X 广州设计周









12 月 12 日，为期 4 天的 2021 广州设计周圆满落幕。顶固集创旗下高端系统定制家居品牌 Latop 钠朴，举办了“纯净的都亦可”设计主题展，首发「亦可 IEKE」系列新品，从多维度进行演绎，吸引了众多设计师及业内人士观展。




### ISO45001 职业健康安全管理体系认证

8 月，顶固荣获 ISO45001 职业健康安全管理体系认证证书。获得职业健康管理，与此前获得的质量管理、环境管理体系认证，是业界和权威机构对顶固企业综合实力的肯定，也是顶固发展过程中重要的里程碑，标志着顶固已经全面进入更人性化、更科学、更标准、更生态环保的现代企业管理。

### 全屋定制十佳品牌 & 影响力十大品牌

9 月 1 日，由中华建材网独家创办的 2021 年“华腾杯”家居建材行业品牌力综合指数大数据榜正式揭晓。顶固全屋定制凭借强大的综合实力和硬核的品牌影响力在本次评选中脱颖而出，以实力问鼎“全屋定制十佳品牌”和“全屋定制影响力十大品牌”两大称号。







# ENTERPRISE

### 标准化工作先进企业 & 标准化工作先进个人

9 月，由全国工商联家具装饰业商会主办的 2021 年全国家居行业标准化工作会议成功举行。会议上，顶固及其董事长林新达先生双获殊荣，被全国工商联家具装饰业商会分别授予“标准化工作先进企业”与“标准化工作先进个人”的荣誉称号。









### 2021 年度门墙柜行业·供应链类“工艺技术金智奖”

12月3日，顶固安全智能锁“和”、“界”、“隐”系列室内指纹锁凭借硬核科技及技术创新，在众多参赛产品中脱颖而出，荣获 2021 年度门墙柜行业·供应链类“工艺技术金智奖”，以高质量产品助推门墙柜一体化产品矩阵加速转变，为消费者打造更安全舒适的家居生活。



### 年度公益榜样品牌、消费者喜爱品牌 & 环保先锋奖

11 月，以“数智助力，全域增长”为主题的 2022 家居产业数字化营销峰会以云直播方式顺利举行。顶固秉承“让您放心”的企业宗旨，积极探索与创新，持续为用户提供值得信赖的系列产品和个性化的系统空间解决方案，赢得了业界的一致认可，在大会上斩获“年度公益榜样品牌”、“消费者喜爱品牌”、“环保先锋奖”3 项大奖，再一次彰显顶固强大的品牌实力。







### 智能锁十大品牌

12 月，由中国智能锁网主办的 2021 年度“智能锁十大品牌”网络评选活动最终结果揭晓，顶固安全智能锁以广泛的市场影响力与品牌口碑，获得广大网友的认同，荣获“智能锁十大品牌”奖项。

# HONER2021

## 8-12 月 顶固荣誉榜




### 十大智能锁品牌

12 月 8 日，以“物联芯生，数智世界”为主题的 2021（第十八届）中国物联网产业大会暨品牌盛会在深圳宝安希尔顿逸林酒店盛大召开。顶固安全智能锁凭借硬核企业实力与科技创新能力，荣获“十大智能锁品牌”。

### 最具投资价值企业

12 月 16 日，由广东省中小企业发展促进会主办的“2021 年度岭南好企业”征集活动结果正式出炉，顶固凭借光明的发展前景及潜在的巨大的投资价值荣获“最具投资价值企业”，向市场证明了顶固高质量发展趋势及硬核的企业实力。

