

“十三五”，是我国高质量发展步履铿锵、高歌猛进的五年，人民生活水平大幅度提高，在不断攀升的幸福、获得感、满足感、安全感中，对美好生活有了更高的追求。

“十三五”，是我国房地产市场时代更迭、革故鼎新的五年，从高速到高质量，从“居者有其屋”到“居者优其屋”，精品成为居者越来越普遍的需求。

在“十三五”收官之年，有这么一家发轫于郑州、成长于郑州、声名鹊起于郑州又享誉全国的房地产开发企业，在近乎于偏执地坚守匠心，日复一日地坚持精品筑居、追求极致之中，步入了“舞象之年”，也迎来了多座堪称“艺术品”精品项目的交房大考。这家企业，便是被称作郑州房地产市场现象级存在的永威置业。

作为郑州人普遍印象中精细化的代名词，作为中原乃至全国精品地产的“教科书”和“样板间”，作为郑州本土房企争相追赶和效仿的标兵、外来房企竞相对标榜样的新标杆，永威置业提出了“做中国精品住区的领跑者，为客户缔造智慧美好生活家”的全新愿景。从关注产品本身到关心居者全生命周期的生活，“精细化”标签之外，永威正延伸、生长出更丰富、更立体、更多元的精品内涵。

“‘十三五’这五年，郑州发展日新月异，鹏程正举。永威希望竭尽所能为中原人民的幸福生活添砖加瓦，让更多的人体会到永威之美，享受到永威带来的精品生活。”永威置业集团总裁朱晖告诉记者。



“一个创始人、一个团队、一种追求”

若将永威拟人化，不少人脑海中会浮现一位老手工匠人，守着一家老店，倾注一生心血，专注于一件事。这位手艺人并不善于宣传自己，却慢慢被越来越多的人发现、欣赏、喜爱，变得颇有名气。但他并没有因此而改变，依然执着地守着这家店，心无旁骛地打磨着一个又一个传世精品。

这就是永威，一家有灵魂的房地产开发企业。“精华在笔端，咫尺匠心难。”砥砺前行十五年，服务超过10万业主，获得100多项行业荣誉，开发面积超过1000万平方米，年销售额接近200亿元，品牌价值实现90亿元，位列中部房地产品牌TOP10，进入全国地产品牌价值百强、产品力百强行列……而在骨子里，永威仍是那位手艺人，把每一个产品当成艺术品来精雕细琢，在追求完美与极致的道路上，从未有一丝一毫的懈怠。永威之所以成为永威，源于“一个创始人、一个团队、一种追求”。

永威置业集团董事长、创始人是一位追求极致的产品主义者。创始人的行事作风往往决定着企业的气质与发展方向。

永威的诞生，源自于公司创始人的购房故事。当年，永威创始人看遍郑州房地产市场，却找不到能够打动自己的品质好房，便萌生了自己建造高品质房子的想法，想让自己一样追求极致的人能有房选、有房住，并能舒适地住上几十年，甚至传承上百年。这个质朴的初心决定了永威的基因——精品质，而后，便是十五年如一日的坚持与坚守。

由于白天事务繁忙，永威创始人常常晚上奔赴工地，赶到施工现场，反复考量永威所建设的每一个项目。与人交谈之间，项目设计、细节研讨、作品呈现是公司创始人最爱的话题，小到一扇门窗，大到景观施工，他如数家珍，津津乐道。

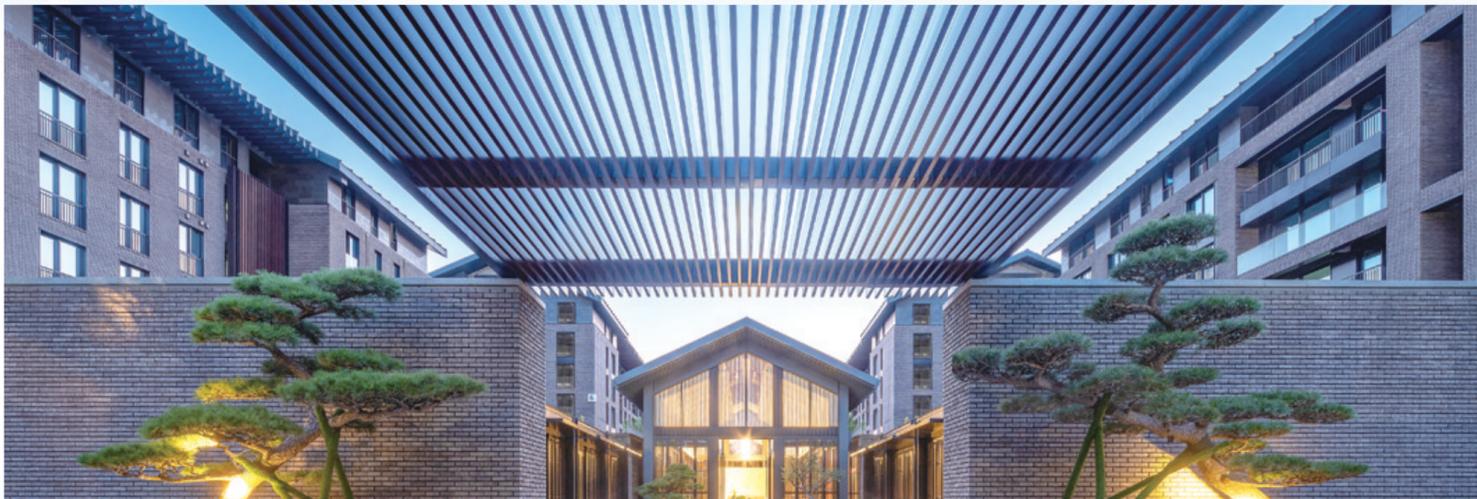
“有着这样的老板，永威的项目不可能建不好。”有业内人士如是评价。

对于一家房地产开发企业而言，“一个创始人”的执念与坚守固然重要，“一个团队”的戮力同心和持之以恒更为难得。永威的十五年，不仅仅是公司创始人一人倾注匠心的十五年，更是永威团队持续精益求精、水滴石穿，将精品品质住梦想一点一滴照进现实的十五年。

据悉，永威置业集团副总裁李红建曾爬上项目屋顶勘查金属屋面瓦片所呈现的实际效果；永威置业集团工程管理中心总经理兼北部片区总经理张炎新在永威·上和院的建设过程中研究一砖一瓦的砌筑，给工人示范手工陶艺砖的砌筑方法；在永威·上和院验收汇报时，多位项目负责人情绪激动到哽咽不能言，足见该项目团队倾注了多少感情与心血……此类琐碎却又感人至深的故事，永威团队每天都在上演。为了传承匠心，永威特别成立工程学院，被称为永威工程的“黄埔军校”。“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛。”正是团队的共同追求，造就了如今永威之名不胫而走。

那么，永威的追求到底是什么？它显然并非众多房企竞相追逐的规模、速度与利润，却也远不止于业内普遍认为的“精细化”三字。

“永威的理想与追求并不宏大，我们只想脚踏实地，把每一件眼前的事、把每一个永威项目做到极致，为业主提供精品质的房子、社区、服务乃至全生命周期的美好生活。”永威置业集团相关负责人表示，“在未来，我们希望让永威的工程标准成为行业标准，希望永威二字成为业内的一杆标尺、一座丰碑。这便是永威团队上下求索、始终不渝的孜孜以求。”



家在永威更美好

“在郑州，没有一套永威的房子是一件憾事”

常有购房者言：“在郑州，没有一套永威的房子，总是遗憾。”站在“十三五”收官之年的重要节点上，回望永威在这一年献礼郑州居者，交付的多个精品项目，如永威·上和院、永威·上和郡、永威·森林花语、永威·逸阳溪畔、永威·南樾、永威城，便能感知这句话所言非虚，亦无夸大，正是不少郑州居者真情实感的赞叹。永威笔下，一草一花、一石一木、一墙一砖、一缝一角都可谓神来之笔，让人叹为观止。

漫步于上和院，从巍峨大气、质感卓然的紫铜大门到雕刻时光、浑然天成的维纳博比利时手工陶土工艺砖；从步步生莲、处处成景的园林，到纤尘不染、舒阔明亮的地下车库……永威耗时五年打磨的人居巨作吸引参观、到访者纷至沓来，人们如同细细地鉴赏一件艺术作品，流连于上和院的园区之中，时而发出啧啧赞叹。

徜徉于上和郡，从穿越到光影艺术世界的光之殿堂到历久弥新、散发深厚底蕴的陶板外立面；从高大挺拔的银杏树阵到9处形式各异、丰姿绰约的水景景观；从入

户大堂的华美呈现到下沉式庭院美学社群空间……每一处都是对美学生活的卓然呈现。有业内人士评价其“入户大堂的精装细节，每一块石材的接缝、每一个踢脚的收口位置都做得精细平整。整个小区的动线、景观的层次感令人惊艳，对业主来说是有很好的居住体验”。

诚如斯言，永威业主往往自发地成为永威的宣传大使，从口耳相传到家喻户晓再到声名远播，每一处产品乃至一砖一瓦都能成为永威精品质的代言和明证。目前，永威已累计开发36个精品项目，其中，永威·上和院在华北林立的北龙湖脱颖而出，该项目毛坯房价与区域内一线房企的成品房价不相上下；郑东·永威·翰林居、永威·东棠、郑北永威·迎宾府、郑西永威·西溪花园、郑南永威城……凡是永威出品，二手房价格普遍高于周边项目20%-50%。

在时间的检验之中愈发口碑载道、闻名遐迩、难掩华光，这便是市场为这家坚守产品品质、坚持匠筑精品的企业最丰厚的回馈。

“永威的精品质，难以模仿，更难超越”

“居高声自远，非是藉秋风。”作为郑州精品质筑居的代名词，作为郑州房地产市场现象级的存在，不仅业主对永威交口称赞，行业内亦有不少企业以永威为楷模。据悉，永威每年接待同行参观近万人次，其中，不仅包括郑州本土房企，更不乏全国一线房企前来参观学习。永威之美名不仅名扬中原，甚至远播至全国，永威的高管亦常常受邀前往全国性房地产开发企业分享产品打造的经验。

事实上，从选材用料到施工工艺，永威从不吝于分享，更十分乐于为推动行业进步尽永威之力，然而在郑州乃至全国，依然只有一个永威。

在深深了解永威的业内人士看来，永威的偏执和对极致的追求是别的企业学不来的。

这是因为，永威所拥有的，不仅仅是常人津津乐道的“精细化”，不仅仅是人们熟知的304不锈钢无锈社区、九缝归一的美学追求、人性化无障碍防撞设计、隐藏在角落的能解放双手的宠物绳子挂钩、被称为“网红”的地下车库和敢于请业主参观的设备用房……而是在永威项目所呈现的“精细化”表象背后，永威从创始人到团队，每个人毫不懈怠、追求极致的永威精神。

行走在永威的各个小区，一砖一瓦、一石一木的背后，尽是永威故事。

上和院为例，从围墙到外立面，小区内大量采用维纳博比利时手工陶土工艺砖，这种手工砖取材自然泥土，质朴浑厚，环保耐久，却不似流水线工厂出产的工业砖那样整齐划一，而是每块砖的尺寸、纹理都存在一定偏差，成为施工的一大难点。极致地追求“对缝”的永威只能迎难而上。项目组前后组织20多个专业砌筑班组，50多位经验丰富的砌筑师傅到现场样板施工，在反复几十次的实验后才确定了样板效果和工艺流程。为了保证所有的缝深缝宽的一致性，减少对于砖面的污染，在砖与砖之间增加了成品不锈钢条；为了使得建筑耐久性更强，每隔六皮砖就要采用铝合金龙骨固定，既砌又挂……就这样一点一滴，精工细作，才呈现出上和院如今的效果。

为了保证道闸机品质，上和院采用道

尔品牌道闸。但是，道尔品牌的任何产品都只做不锈钢银灰色，这与上和院紫铜大门色彩不甚协调。为此，永威将不锈钢道闸外壳发往上海镀色，再组装成如今与紫铜大门色泽协调、美观大气的深色系道闸机。但夜幕降临后，深色道闸容易让人看不清，项目团队历经五次开模实验，在道闸内部嵌入一排圆形LED灯，道闸开孔的位置、大小经过几十次的设计修改。上和院自行研发、刻模制作，带内置照明的道闸杆目前已经申请了专利。

而在森林花语的滨州青石材铺设中，为了呈现完美的对缝，永威工人要搬运800斤重的石材，反复微调调整角度，力求尽善尽美；听风轩雨檐的尺寸经过了十多次调整与实验，保证业主在任何天气都不受影响。上和郡，陶板外立面从材料封样到施工准备再到施工完成经历了15道工序；一株朴树令多名景观规划师遍访全国，往返奔波2000多公里；一个小小的玻璃固定件先后定制了5个样品进行强度测试……

“永威对每一个产品细节都追求极致。”永威置业集团相关负责人表示，“我们做的每一个产品都经历了无数种实验，不知道该怎么施工，我们就自己钻研；找不到想要的产品，我们就自己研发，为了达到令人满意的效果，会不厌其烦地尝试。”据悉，目

前，永威的项目已申请专利62项。

在寻求标准化快速复制的路径成为业内常态时，永威却以打磨手工艺品的精神对待每一个项目；在购房者常常感慨项目实景呈现效果总是不如效果图时，永威的项目却能呈现出比效果图更美更令人惊艳的实景。匠心打磨，绝不懈怠。正因如此，永威才成为了永威，永威的施工工艺才成为了行业标杆。

更难能可贵的是，在追求精品质的道路上，永威不仅拥有一颗匠心，更有自己的“舍得”之道，倾情投入，不吝付出，以高成本、高投入之“舍”，换取业主居住舒适度之“得”。

这之中最鲜明的例子便是永威常为人称道的地下车库。如果说下水道是一个城市的良心，那么地下车库就是一个房地产开发企业的良心所在。因为地下车库一经建成，便再难改建，车库的舒适度也是永威打造项目的重要考量。永威的“网红车库”受到来自全国业界同行的追捧，参观团队络绎不绝，好评如潮。

为了让项目呈现更好的效果，不少永威项目都主动承担起红线外绿化的建设，从设计到施工，市政绿化也按照永威项目的标准精工细作，这才有了上和院周边美丽的银杏树阵。

这样的永威，确实难以模仿，更难以超越。



“永威，不只是‘精细化’”

在郑州房地产市场上，提起永威，人们脑海中往往会浮现“精细化”三个字。这是永威业主自发地为其贴上的标签，在业内广为传颂。

然而对永威而言，很多事情做到了极致就会成为别人眼中的“精细化”。“精细化”是永威持之以恒坚持下去的做法，但它并不足以代表永威。作为一个企业，永威能做的，还有很多。

2020年，永威提出“做中国精品住区的领跑者，为客户缔造智慧美好生活家”的全新愿景，将目光从建筑扩展至住区，从产品扩展至生活。新愿景的提出为永威赋予了更丰富的内涵，永威的未来战略正愈发明晰。

在战略上，永威坚持“适度规模增长，保持核心竞争力，提升全周期的竞争力”，进一步提升产品力、服务力、成本力、科技力。永威一方面深耕郑州大本营，另一方面布局省内地市，择机拓展新的省外发展机会，致力于形成郑州、地市、省外城市均衡投资，多翼驱动的良好格局。目前，永威业已入驻苏州、西安、石家庄，在周口、南阳已有项目落子，永威，正致力于满足更多人的居住理想。

永威不敢走得过快，因为选择负重而行。其核心竞争力——精品质是永威永远不会舍弃的灵魄所在。因而，永威选择适当地加快步伐、丰富内涵，审慎地将永威的精品质带到更多的地区，致力于服务更多的居民。

在产品上，永威不仅营造精细产品，更要营造“家在永威更美好”的美学社区，升级景观理念，让社区景观变得更具互动性、更关爱儿童、更促进邻里交流。

在服务上，永客会2.0美好启幕，带来“极致、精致、美致”的价值观，为永威业主打造“一次永威，终身享受”的精致服务体系，致力于让业主“乐享精致美好生活”。据悉，永客会2.0包含“和聚”“和定制”“和亲达”“和尊享”等内容，正形成“团圆、趣、成长、乐、健康、和、邻里”的美学聚合，延伸出田园教育、社区健身房、和·生活融合书店、山悦都市共享农庄等涵盖教育、健康、社区书店、休闲农业的多色彩配套服务体系，让生活在永威项目中的业主有所成、中有所乐、老有所享。此外，根据客户的需求，永客会还将提供私宴私享、私人康养、理财顾问、旅游顾问等定制化服务。值得一提的是，永威线上平台App亦呼之欲出，将嵌入物业缴费、智能访客、人脸识别、积分兑换、买房推荐等功能，提供完整的线上、线下服务链条，让永威业主的生活更加美好多彩。

与此同时，永威正根据客户需求丰富各类生活场景，打造“全生命周期”的美好生活服务体系。去年，永威旗下首家购物中心永威木色开业，将精品生活与绿色生态融合，为郑州人带来富有艺术气息的“永威范儿”新潮商业体验。今年12月5日，永威旗下郑州CROSSING此拾酒店绽放，让人们看到永威不仅在建造精品化、可传承的房产，更用厚积十五年的精品生活美学，向城市和人们传递着更多元的生活方式，塑造更多丰盛、美好的生活体验。

如今的永威，正深耕河南、致远全国、多元绽放，将精品质渗入业主生活的方方面面，用美好生活献礼郑州，从“十三五”到“十四五”，坚守初心，笃行致远。

刘文良 龙雨晴