



权威 公正 客观

2022年3月31日

# 房地产200强

## 中国房地产200强企业 研究报告 2022

研究主持  
中指研究院

## 目录

一、研究背景与目的.....	1
二、研究方法体系.....	1
三、主要研究成果.....	3
(一) 2022 中国房地产 101-200 强企业.....	3
(二) 企业整体发展特点分析.....	5
1. 销售额同比增长 6.8%，市场份额上升 0.2 个百分点至 9.4%.....	5
2. 把握城镇化发展机遇，因城施策紧抓差异化需求.....	5
3. 聚焦重点城市持续深耕，凭借自身区域优势多元拓储.....	8
4. 土地成本高企压缩利润空间，强管控提效率保增长.....	10
5. 持续践行企业社会责任，抗疫救灾彰显企业担当.....	13
6. 打造小而美优质房企，适度推进规模化发展.....	14
四、结语.....	17

### 研究主持：

中指研究院

### 主要研究成员：

莫天全、黄瑜、刘水、古超、陶淑茹、陈星、王琳、彭澧丽、房金、陈兴邦、杨骁、蒋金丽、蔡佳良、居鑫源、赵磊磊、汪勇、张化学、丁晓、赵玉国、樊朋飞、薛建行、胡佳娜、李文运、李宁、黄雪、程宇、袁彬彬、石蕊、梁波涛、杨红霞、高院生、唐爽、唐轶、薛晴、朱丽芳、高小妹、朱柏润、杜垒、殷海军

## 一、研究背景与目的

中指研究院自 2004 年以来开展中国房地产百强企业研究，已连续进行了十九年。研究组把握行业发展脉搏，深入揭示房地产企业经营规律，为促进房地产行业健康发展发挥了重要作用，相关研究成果已成为评判房地产企业经营实力及行业地位的重要依据。

当前，统筹疫情防控和经济社会发展，宏观经济稳中向好。坚持“房住不炒”定位实现“三稳”目标，维护房地产市场平稳健康发展。在新形势下，房地产企业应增强风险意识，强化经营管理水平，实现企业高质量的发展。在此背景下，房地产行业发展面临新形势，房地产企业应增强风险意识，强化经营管理水平，实现企业高质量的发展。为此，中指研究院在百强研究的基础上拓展研究 101-200 强企业群体，从规模性、盈利性、成长性、稳健性、融资能力、运营效率和社会责任感等七个方面全面、客观地评价企业的综合实力，以更加宏大的视角延伸研究边界，扎实中国房地产百强企业研究。

在分析总结历年研究经验及房地产企业发展现状的基础上，中指研究院进一步完善了研究方法和评价指标体系，继续从规模性、盈利性、成长性、稳健性、融资能力、运营效率和社会责任感等七个方面全面、客观地评价企业的综合实力，引导企业不断优化发展模式，推动行业健康、良性运行。

### 中国房地产 101-200 强企业研究目的

- (1) 通过企业规模性、盈利性、成长性、稳健性、融资能力、运营效率和社会责任等指标的量化研究，发掘综合实力强、经营稳健以及具备较强社会责任感的优秀企业群体；
- (2) 通过系统研究，打造“中国房地产 101-200 强企业”品牌，提升企业知名度和影响力，推动房地产企业做强做好做大；
- (3) 通过企业评价，鼓励企业为社会多做贡献，以营造行业重视社会责任的氛围，发挥房地产业作为国民经济重要支柱产业和重要民生行业的作用。

## 二、研究方法体系

### (一) 标准和门槛值

中国房地产 101-200 强企业研究坚持以数据为依据，依照国际惯例设立如下筛选标准和门槛值：

- (1) 依法设立并登记注册的房地产开发经营企业作为本次的研究对象；
- (2) 按照国际惯例，对进入研究的企业给予一个门槛指标，确定近三年房地产业务销售额均值须达到 10 亿元或销售面积 10 万平方米为入选门槛值；
- (3) 为了引导房地产开发企业做强做好做大，研究院鼓励以集团的名义参与；
- (4) 符合上述 1~3 条，但是有严重拖欠工程款，或有重大偷漏税等违规行为问题的企业，取消评审资格。

### (二) 评价指标体系

#### 评价指标体系设立原则

2022 中国房地产 101-200 强企业研究以 2019-2021 年度为研究时间段，涵盖 7 个二级指标 35 个三级指标，全面考量企业的综合实力。

评价指标体系的设计主要把握以下几个基本原则：

**(1) 企业规模与运营效率相结合。**规模与效率是企业向前发展的双驱动力，规模经济的获取离不开高效率的经营管理，基于资金密集型特性，房地产企业只有在不断提高经营管理的运转效率，更好地实现资本的良性增值循环的基础上，才能稳健扩张规模。研究院采用销售额、销售回款率等指标，综合反映企业规模化发展与运营效率的情况。

**(2) 成长潜力与经营稳健相结合。**房地产是资金密集型行业，也是容易受政策影响的行业。企业的高杠杆运营在市场调整期往往带来资金链断裂的巨大压力；而一旦市场向好，企业为补偿资本所承受的风险，又容易诱发提高房价、盲目囤地，进一步推高行业不确定性风险，增加企业的经营难度。此次研究继续强调企业成长潜力的培育必须建立在稳健经营的前提下，注重短期财务风险的控制，处理好稳健经营与快速成长之间的关系，以维护整个行业的平稳健康发展。

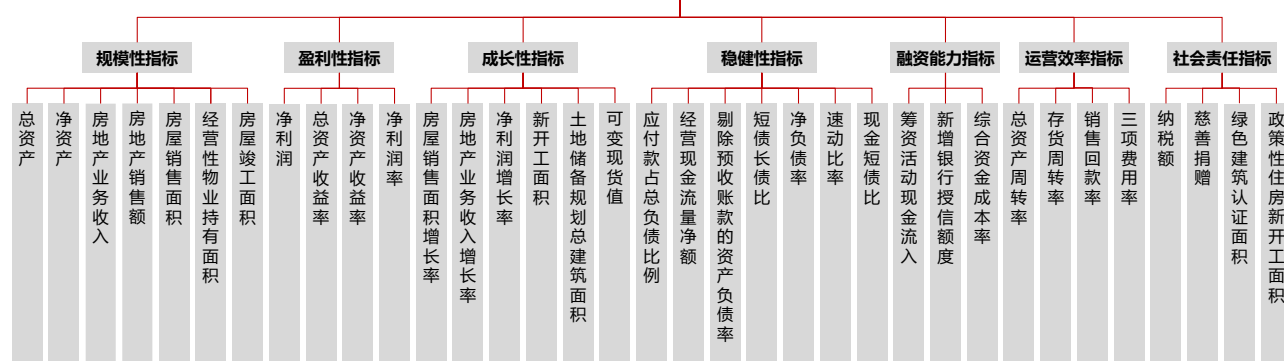
**(3) 盈利能力与社会责任相结合。**企业必须稳步盈利才能实现永续经营，研究院对房地产企业盈利能力的评价，将从净利润率等角度来进行，更全面地衡量企业在不同市场形势下的盈利状况及成本控制水平。同时引导企业重视社会责任，积极构建和谐社会，并将其作为企业综合实力评价的重要内容。

**(4) 融资能力与综合实力相结合。**融资能力对于房地产企业有着极其重要的意义，项目的获取、运营等环节都离不开强大的融资能力支持。本次研究通过筹资活动现金流入、本年新增银行授信额度及综合资金成本率三个指标来分析企业的融资实力，表现突出的企业其综合实力指数相应提高。

## 评价指标体系

在 2022 中国房地产 101-200 强企业研究中，研究院根据企业规模与运营效率相结合、成长潜力与经营稳健相结合、盈利能力与社会责任相结合、融资能力与综合实力相结合的原则，全面客观地评价企业的综合实力。

### 2022中国房地产101-200强企业 评价指标体系



### （三）数据来源和复核

#### 数据来源

- （1）房地产开发企业填报数据；
- （2）中房指数系统（CREIS）数据库；
- （3）房地产企业对外公布的信息（包括公司年报、企业网站公布的信息和对外派发的宣传资料）；
- （4）有关政府部门（包括建委、房管局和统计局等）的公开数据。

#### 数据复核

企业填报的数据须如实客观，同时研究院将对填报数据进行复核。

- （1）企业财务数据通过会计师事务所出具的报表进行复核；
- （2）通过税单复核企业经营收入及利润；
- （3）对收集的数据坚持交叉复核：通过各地房地产交易中心公开的项目交易情况复核企业提供的销售数据；通过统计局的企业直报数据进行交叉复核；对有疑问的数据研究院可要求进行现场复核。

企业填报数据经过复核存在疑义或未提供数据的企业未纳入本次研究范畴。

### （四）计量评价方法

（1）在研究方法上，为增加研究的严谨性，采用因子分析（Factor Analysis）的方法。因子分析是一种从变量方差——协方差结构入手，在尽可能多地保留原始信息的基础上，用少数新变量解释原始变量方差的多元统计分析方法。它将原始变量分解为公共因子和特殊因子之和，并通过因子旋转，得到符合现实意义的公共因子，然后用这些公共因子去解释原始变量的方差。计算中国房地产 101-200 强综合实力时，主要是计算各构成要素的相关矩阵，通过相关矩阵得到特征值、累计特征值及因子载荷。根据最初几个特征值在全部特征值的累计百分率大于或等于某百分比的原则，确定公共因子的具体个数。然后再根据因子载荷矩阵确定各个因子的现实意义并进行重新命名，最后根据不同企业各个因子的得分及载荷矩阵，通过加权累加构成 2022 中国房地产 101-200 强综合实力指数。

（2）企业按评价指标体系排序出现相同时，依照慈善捐赠数据确定排序；当上述累加计算又基本相同时，按西部、中部、东部排序确定。

## 三、主要研究成果

### （一）2022 中国房地产 101-200 强企业

中指研究院依据企业规模与运营效率相结合、成长潜力与经营稳健相结合、盈利能力与社会责任相结合、融资能力与综合实力相结合的原则，运用因子分析法及相关数学模型，对 500 家房地产企业（集团）的规模性、盈利性、成长性、稳健性、融资能力、运营效率和社会责任感等进行深入地分析研究，科学计算出房地产企业综合实力指数，研究产生 2022 中国房地产 101-200 强企业。

## “2022 中国房地产 101-200 强企业”名单

汇景控股有限公司	同信地产集团有限公司	北京首钢房地产开发有限公司
湖北省交通投资集团有限公司	重庆世纪金马实业（集团）有限公司	广东珠光集团有限公司
浙江国鸿新瑞房地产集团有限公司	景业名邦集团控股有限公司	上海永业企业（集团）有限公司
港龙（中国）地产集团有限公司	广州珠江实业集团有限公司	郑州地产集团有限公司
湖北省房地产投资集团有限公司	厦门轨道建设发展集团有限公司	民发实业集团有限公司
安徽中丞控股集团有限公司	重庆尚赏居地产集团有限公司	北京东亚新华投资集团有限公司
广东珑远投资集团有限公司	重庆贝蒙置地有限责任公司	北京科技园建设（集团）股份有限公司
信达地产股份有限公司	江苏龙信置业有限公司	武汉东湖高新集团股份有限公司
长春新星宇房地产开发有限责任公司	四川省景茂置业集团有限公司	上海浦东开发(集团)有限公司
上海大名城企业股份有限公司	成都万华房地产开发有限公司	重庆康田置业（集团）有限公司
中山市大信置业有限公司	深圳市中洲投资控股股份有限公司	上海升龙投资集团有限公司
上海宝华企业集团有限公司	中锐投资集团	湖南润和城实业有限公司
九颂山河集团有限公司	河北润江房地产开发有限公司	重庆两江新区置业发展有限公司
湖北省鄂旅投置业集团有限公司	郑州航空港兴港投资集团有限公司	贵州麒龙房地产开发集团有限公司
上海城投置地（集团）有限公司	鸿荣源集团有限公司	重庆国瑞控股集团有限公司
广西云星集团有限公司	华远地产股份有限公司	上海新长宁（集团）有限公司
贵州宏立城集团有限公司	福州天福集团有限公司	恒达集团（控股）有限公司
复地（集团）股份有限公司	天誉置业（控股）有限公司	广西大都投资有限公司
河南东方今典房地产集团有限公司	安徽华地置业有限公司	四川万景融汇集团
广西荣和企业集团有限责任公司	威海威高房地产开发有限公司	深圳市天健房地产开发实业有限公司
北京中瑞恒基投资发展（集团）有限公司	天润控股有限责任公司	澳海集团
西安紫薇地产	中电光谷联合控股有限公司	上海华晟基业实业有限公司
重庆昕晖房地产开发（集团）有限公司	上海实业城市开发集团有限公司	山湖海集团有限公司
广西中鼎文华实业集团有限公司	厦门安居控股集团有限公司	吉安浩城房地产有限公司
北京北方国建控股集团有限公司	上海港城开发(集团)有限公司	河南振兴房地产（集团）有限公司
中信泰富（中国）投资有限公司	山西建设投资集团有限公司	广西兴进实业集团有限责任公司
京能置业股份有限公司	百丰房地产开发集团有限公司	同昇集团
重庆飞洋控股（集团）有限公司	陕西金泰恒业房地产有限公司	大汉城镇建设有限公司
安徽置地集团有限公司	深圳市京基房地产股份有限公司	湖北三峡华翔集团有限公司
中奥地产	华安控股	泽科集团有限公司
鸿升新置业集团有限公司	长沙房产（集团）有限公司	润达集团有限公司
武汉城投联合开发集团有限公司	河北中都房地产开发有限公司	金成房地产集团有限公司
北京泽信控股集团有限公司	四川和喜安筑置业集团有限公司	
武汉恺德控股集团有限公司	上海金桥出口加工区开发股份有限公司	

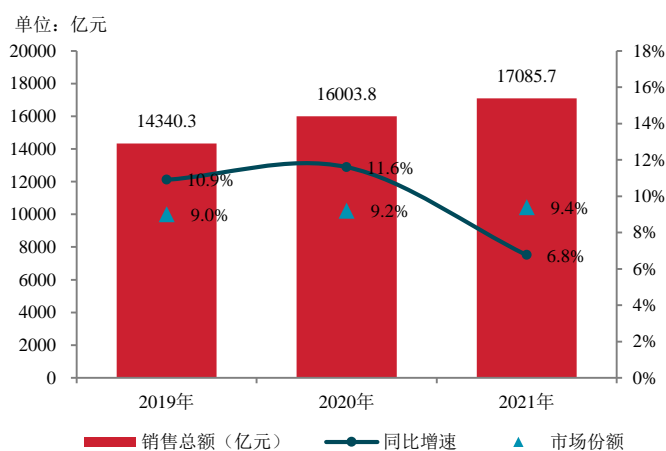


## （二）企业整体发展特点分析

### 1. 销售额同比增长 6.8%，市场份额上升 0.2 个百分点至 9.4%

2021 年，全国商品房销售额为 18.2 万亿元，同比增长 4.8%，销售面积为 17.9 亿平方米，同比增长 1.9%。销售额与销售面积均创历史新高，实现了销售业绩的增长。2021 年全国商品房销售呈现出先扬后抑的走势，上半年延续 2020 年末以来的市场热度，下半年政策效果显现，叠加部分企业债务违约导致购房者置业情绪回落，市场降温明显。

图 1 中国房地产 101-200 强企业 2019-2021 年销售增长及市场份额情况



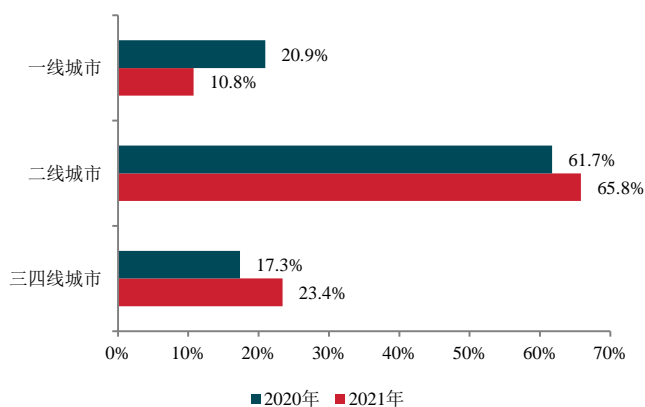
2021 年，中国房地产 101-200 强企业紧跟市场节奏变化，顺势而为主动调整战略把握主流需求，实现了销售业绩的稳定增长，销售总额 17085.7 亿元，同比增长 6.8%，较全国增速高 2.0 个百分点；市场份额为 9.4%，较上年上升了 0.2 个百分点。当前房地产市场调整态势仍在深化，随着全国市场情绪趋于稳定，部分基本面较强的城市逐渐企稳，企业通过高杠杆、高负债实现高速发展、快速扩张的模式已接近尾声。从 2021 年 101-200 强代表房企的表现来看，区域深耕型房企实现了销售业绩的逆势增长。未来企业需要顺势而为，业务层面持续拓展新模式、产品层面持续强化硬实力，从而实现高质量发展。

### 2. 把握城镇化发展机遇，因城施策紧抓差异化需求

2021 年，101-200 强企业以二线、三四线为布局主战场，布局重心逐渐向高能级城市周边延伸，实现了销售业绩稳步增长。一方面，101-200 强代表企业销售额近九成来自二线与三四线城市，其中三四线城市与去年同期相比增幅最大。另一方面，居民收入提高与消费持续升级促进城镇居住需求的增长，首置、首改类产品需求持续释放，100-200 强企业紧跟机遇升级产品线推出适销产品，销售规模再创新高。

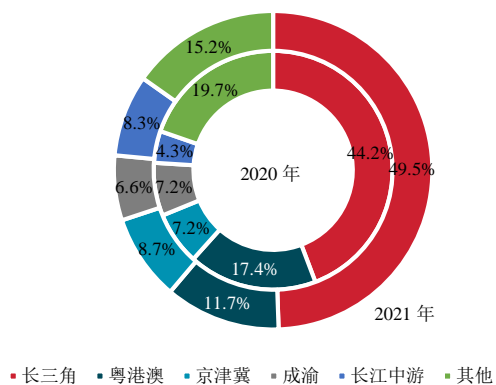
(1) 紧跟城镇化推进步伐，聚焦城市群持续深耕

图 2 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年各等级城市销售额分布



从城市等级分布来看，中国房地产 101-200 强企业销售主要集中在二线与三四线城市。从 30 家代表企业重点项目销售情况来看，近九成销售来源于二线与三四线城市，其中二线城市占比 65.8%，与去年同期相比增长 4.1 个百分点，三四线城市占比 23.4%，与去年同期相比增长 6.1 个百分点。

图 3 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年各城市群销售额分布



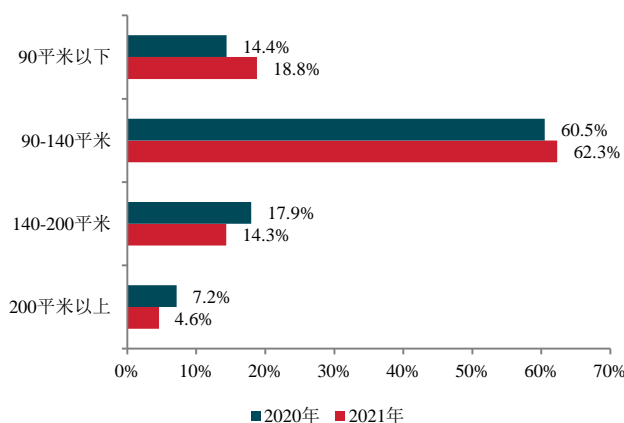
从区域分布来看，中国房地产 101-200 强企业聚焦深耕城市群，持续扩大市场占有率，实现了销售业绩的稳步增长。从 30 家代表企业重点项目销售情况来看，长三角、粤港澳、京津冀、成渝和长江中游五大城市群是其销售额主要来源区域，贡献占比总计达 84.8%，占比较 2020 年增长 4.5 个百分点。其中，长三角地区受益于疫情后供需两端支持性政策落地更早、区域内需求旺盛、市场复苏早，销售额依然占比最高，达到 49.5%；粤港澳地区中广州、深圳等地接连发布楼市调控新政，在调控政策影响下，虽然占比有所下降但仍是销售热点地区，2021 年销售额贡献率为 11.7%；京津冀地区城市群销售贡献率增长 1.5 个百分点至 8.7%。



## (2) 紧抓市场主流需求，打造具有当地特色的个性化产品

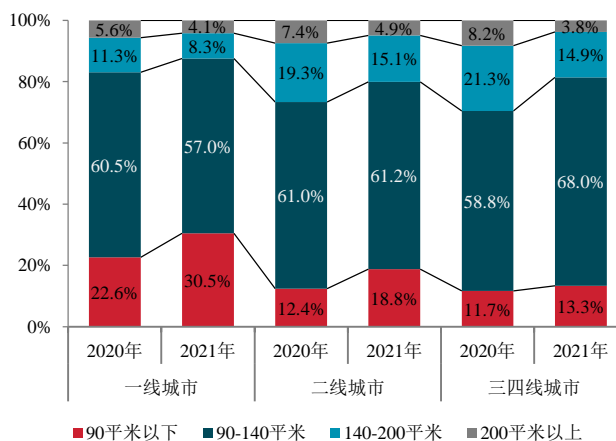
中国房地产 101-200 强企业加大首置类、首改类产品的推出比例，紧跟市场主流需求加速项目去化，保证销售业绩稳步增长。一方面，当前我国仍处在快速城镇化阶段，每年城镇新增就业人口 1100 万以上，随着刚需的逐渐释放，首置类产品占比提升最大。另一方面，居民收入提高与消费持续升级促进改善型需求释放，首改类产品占比最高。

图 4 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年代表企业项目各面积段销售占比



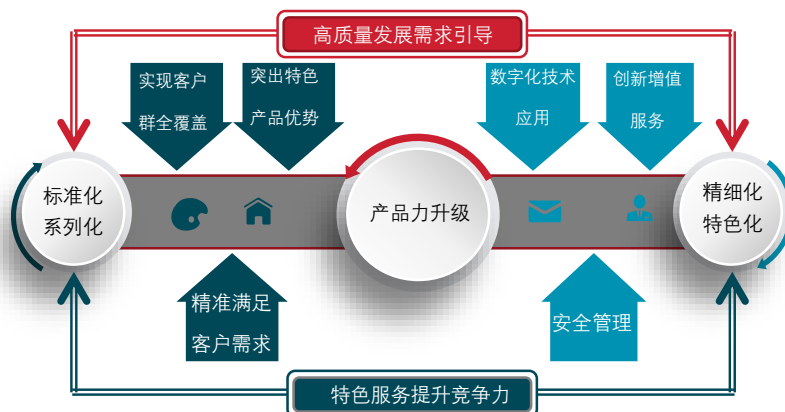
2021 年，101-200 强企业把握市场主流需求，顺应需求变化加推首置类和首改类产品，助力项目的快速去化。从代表企业重点项目各面积段产品的销售占比情况来看，90 平方米以下的首置类产品销售占比为 18.8%，较上年增长 4.4 个百分点；90-140 平方米的首改类产品占比高达 62.3%，较去年增长 1.8 个百分点；140-200 平方米的改善类产品和 200 平方米以上的改善类分别下降 3.6 个百分点和 2.6 个百分点，占比为 14.3%和 4.6%。

图 5 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年分城市等级各面积段销售占比



具体结合城市等级来看，101-200 强企业在一线城市加大首置类产品的供应力度，其中首置类产品占比较上年显著增长 7.9 个百分点至 30.5%。在二线城市中，首置类产品占比提升 6.4 个百分点至 18.8%，90-140 平米首改类产品占比提升 0.2 个百分点至 61.2%。三四线城市首改类产品是最大需求，90-140 平米的首改类产品增长 9.8 个百分点至 68.0%。

图 6 中国房地产 101-200 强企业产品力升级示意图



一方面，推行系列化、标准化产品线。为提高运营效率，降低企业成本，企业推进产品线的标准化和系列化，使产品在市场优化和反复雕琢中日趋成熟，形成可复制的标准化系列产品，从而使企业在规模扩张的过程中实现快速布局、节约成本。

另一方面，以市场需求为标准，打造精细化、特色化产品线。根据各区域购房者生活习惯不同，打造本地化特色产品线，紧跟客户需求，符合本地居民特有需求的品质人居，按风俗习惯升级增值服务以增强客户粘性。

### 3. 聚焦重点城市持续深耕，凭借自身区域优势多元拓储

2021 年，101-200 强企业一方面以二线及核心城市周边三四线为重点投资区域，加大长三角布局力度；另一方面在深耕区域依靠自身资源优势，通过旧改、城市更新、产业以及文旅等方式获得低成本土地储备。

#### (1) 投资力度有所加强，重点布局二线城市

2021 年受重点城市供地“两集中”政策影响，全国 300 城住宅用地供求规模同比缩量，而中国房地产 101-200 强企业拿地规模却有所提升。2021 年，101-200 强代表企业拿地金额总量为 1521.1 亿元，同比增长 6.4%。

中国房地产 101-200 强企业继续强化重点城市的投资力度。从权益拿地面积来看，30 家代表企业的新增土储权益面积中超五成位于二线城市，占比为 54.4%，增长 9.3 个百分点。热点区域的核心二线城市有深厚的经济基础、常住人口的财富水平较高、对周边人口有虹吸效应、刚需及改善型需求都有

充足的支撑，能够充分保障房企项目的去化。

图 7 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年拿地面积城市等级

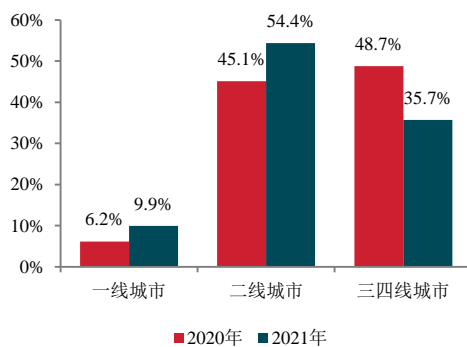
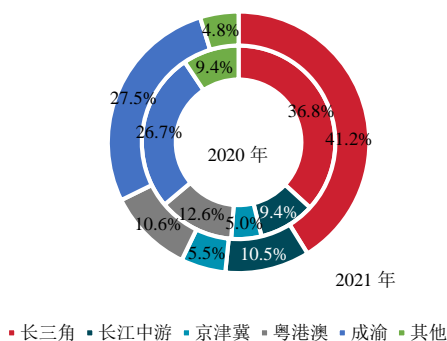


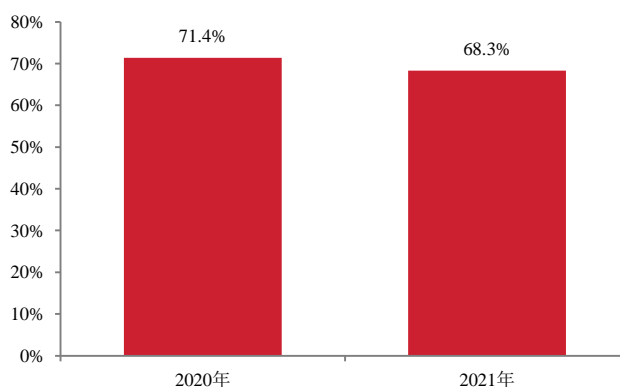
图 8 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年拿地面积城市群分布



长三角、珠三角热点区域的三四线城市投资热度上涨。总体来看，2021 年 101-200 强企业在三四线城市拿地面积比例有所下降，占比为 35.7%。其中，长三角地区的池州、金华、芜湖，珠三角地区的汕尾、阳江，京津冀地区的保定，拿地面积同比增长均高于 50%。

## (2) 借助深耕区域的资源优势多元扩储，谨慎选择合作伙伴

图 9 中国房地产 101-200 强代表企业 2020、2021 年拿地权益金额占比



2021 年中国房地产 101-200 强代表房企拿地权益金额占比均值为 68.3%，与 2020 年相比下降了 3.1 个百分点，合作拿地力度明显增强。在金融监管和“两集中”等政策的影响下，101-200 强企业增加合作力度，以期降低风险、分摊资金成本。

图 10 中国房地产 101-200 强企业多元化拿地方式



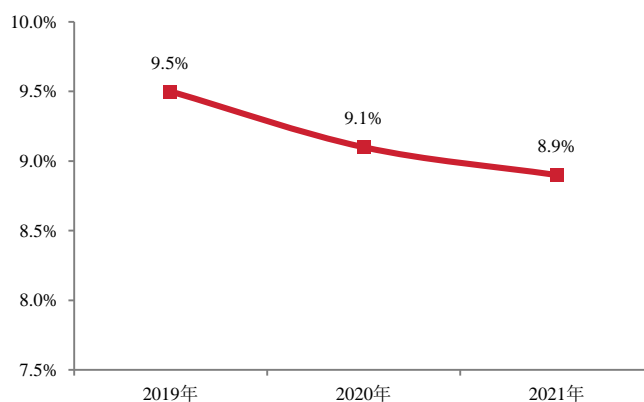
此外，101-200 强企业借助自身在深耕区域的品牌和资源优势，采用旧改、城市更新、产业地产、文旅地产等方式积极扩充土地储备。当前，房企拿地方式呈现多元化，这和“招拍挂”出让规则要求增多、房企资金普遍紧张等有关。如珠光集团深耕粤港澳大湾区，紧抓建设发展机遇、拥有三旧改造先发布局优势、并在多元化产业布局上成果颇多。

#### 4. 土地成本高企压缩利润空间，强管控提效率保增长

随着房地产长效机制的建立，行业将较长时间内处于下行周期，地价高企和房地产去金融化限制了房企盈利空间，行业长期处于低利润时代。考虑到地价是城市基础设施和城市配套服务等城市资源的体现，具有较强的刚性，因此，营业利润改善十分有限。长期来看，房地产行业长效机制逐步建立，房地产金融审慎监管框架下，房地产逐步进入去金融化通道，行业利润率可能保持在更低的水平。中国房地产 101-200 强代表企业应强化运营管控能力，向管理要效益，实现长足稳健发展。

##### (1) 地价高企挤压利润空间，盈利下行压力较大

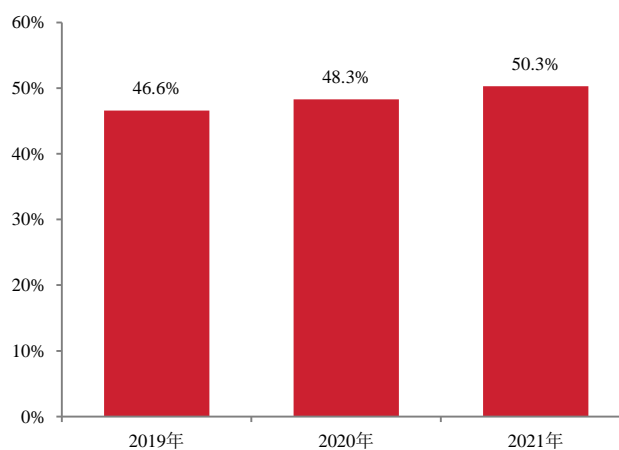
图 11 中国房地产 101-200 强企业 2019-2021 年净利润率均值



受新冠疫情、房地产调控政策持续、各类成本居高不下等因素影响，企业盈利空间被进一步压缩。

2021 年，中国房地产 101-200 强企业净利润率均值为 8.9%，较上年下降 0.2 个百分点。

图 12 中国房地产 101-200 强代表企业 2019-2021 年新增土地楼面均价占销售均价比值



随着房地产市场竞争日益激烈，土地成本居高不下侵蚀企业利润空间。101-200 强代表企业 2021 年新增土地楼面均价占销售均价比重的均值为 50.3%，同比增长了 2.0 个百分点。土地成本高企一定程度上挤占了企业的利润空间。

## (2) 推进数字化转型提升运营效率，简化组织结构强化管理能力

图 13 中国房地产 101-200 强企业强化管理效能示意图



升级管理能效，降低成本提升管理效率。101-200 强企业可适度尝试“数字化”转型，构建精细化管控体系，将业务在线化、数据可视化、管控精细化切实落地，可以提升决策的有效性、安全性；建设财务系统、成本系统、费用系统等信息化工具和平台，可以实现精细化管控，降低销售费用和管理费用，以科技化、系统化的服务模式降低运营成本，同时提升客户体验和经营效率。

图 14 中国房地产 101-200 强企业强化管理能力提升管理效率示意图



简化结构、深耕区域打造区域优势。101-200 强企业可在市场竞争中做出快速反应，发挥灵活机动优势。总部层面，101-200 强企业实行精简化区域管理结构。房企组织架构调整的倾向于平台化发展，通过数字化技术平台赋能，在精简总部的同时，进一步明确部门职能，简化结构，实现信息、管理扁平化，提升管理效能。

区域层面，优化区域管理结构。101-200 强企业打通各部门管理路径，加强跨部门跨专业沟通协调、信息交互、决策落地，通过总部统一协调，合理配置资源区域布局，从而达到强化区域深耕目标。通过地区公司精简合并区域公司，简化内部流程，提高组织效率和运营效率。



业务层面，从战略层面统筹各多元业务发展，实现资源配置优化。一方面，房企优化业务板块，裁撤或者合并部分业务。另一方面，新设部分业务事业部，加大业务发展力度，使业务适配总体战略发展。如中信泰富对未来地产业务的管理将以新成立的中信城市投资发展有限公司作为平台。

## 5. 持续践行企业社会责任，抗疫救灾彰显企业担当

2021 年是我国脱贫攻坚和乡村振兴战略实施交汇的特殊时期，是接续推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接得一年，同时又面临疫情、灾情挑战。在这种背景下，101-200 强企业作为各地区经济增长的重要推动力和劳动就业稳定器，持续践行企业社会责任，一方面投身到公益活动中去；另一方面，面对疫情挑战企业出资出力，与社会各界共渡难关。

### (1) 出资献力，积极参与抗疫抗灾活动

面对疫情，101-200 强企业快速反应，积极捐资捐物。如北京泽信控股集团自成立，始终履行企业公民义务，践行企业社会责任，2021 年面对内蒙古自治区通辽市突发的 70 年一遇的特大暴雪，泽信人勇担社会责任，为当地政府有关部门捐赠价值 20 万元的物资。东方今典集团累计向信阳市定向捐赠 300 万元和 10 吨防疫物资，助力前线疫情防控。

### (2) 按约交付是刚性需求，政策指引助稳定市场信心

在以“保交楼、保民生、保稳定”为首要目标的政策要求下，交付是刚性需求。房地产业规模大、关联上下游产业链条长、社会影响涉及面广。房地产业为了实现良性循环和健康发展，开发企业保竣工、保交付都势在必行。为了稳定市场情绪、修复市场信心，各家房企不约而同聚焦保项目交付事项。如同信地产集团牢记对业主的承诺，严把工程节点及品质，并在 2021 年正式将“保交付”确立为集团战略之一，全力确保交付目标。

### (3) 紧跟碳中和脚步，推进高质量发展

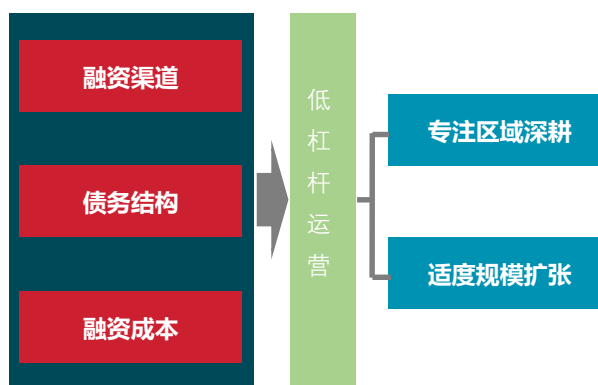
“实现碳中和”是我国贯彻“十四五”发展规划，推动高质量发展的必然要求。房地产企业未来不仅本身积极尝试减少碳排，更能够带动上游节能减排，整体价值链实现“碳达峰”、“碳中和”。2021 年，国务院出台《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》和《2030 年前碳达峰行动方案》建立“1+N”的核心指导体系，“双碳”工作有序推进。在 2022 年全国住房和城乡建设工作会议中提出要深入推进美丽宜居乡村建设，完善智能建造政策和产业体系，推动建筑业转型升级，大力发展装配式建筑，落实碳达峰碳中和等目标任务。随着“碳达峰”、“碳中和”战略决策的深入实施，促使能源结构、产业结构和相关技术的深刻变革，推动传统产业转型升级，优化产业结构。房地产企业首先要评估自身碳排放量，其次是设定科学合理的减碳目标，最后需要匹配相应的减碳路径和措施。

## 6. 打造小而美优质房企，适度推进规模化发展

中国房地产 101-200 强企业应强基固本，提升自身经营能力，通过谨慎投资，开发核心产品、提升能力，制定符合自身特点的发展战略，借鉴百强企业发展经验，形成有特色的专属发展路径。101-200 强企业应响应国家战略发展需要，强化区域深耕、提升产品品质，并尝试在城市更新、乡村振兴等领域的探索，把握发展机遇构建自身综合实力壁垒。

### (1) 拓展融资渠道寻求合作模式，适度谨慎推进规模化

图 15 中国房地产 101-200 强企业稳健发展策略示意图



以史为鉴，方能行稳致远。101-200 强企业在未来的发展过程中，可在保持杠杆率、优化债务的基础上，寻求适度的规模扩张。当前，多家高存货、高周转、高杠杆模式房企面临流动性危机，此种模式的弊端已经显现，房企需逐步改变经营模式，以适度杠杆、适量存货、高效运营维持业务高弹性，以适应极速分化的市场。

### (2) 以人居需求为本，全方位提升产品品质

**产品定位需要解析目标客户或目标市场需求。**锁定、细分目标市场，进行明确的产品定位是企业发展的基本内容。在核心业务的基础上，通过市场调查、研究分析以及创新构思，结合不同地区的人文风俗习惯，明确企业产品特色、功能，区别其他产品，形成差异化竞争优势。长春新星宇地产以“引领时代的产品力”为设计目标，设计理念上坚持以人为本、不断创新，让建筑设计回归到客户需求的本质，每个产品系都有自己相对独立的产品基因和品牌识别，以满足各类人群对现代生活的要求。

**产品结构应适应市场需求与自身规模。**前瞻市场趋势，调整产品结构，及时推出满足市场需求的适销产品，是保证业绩增长的保障。当行业深度调整时，企业能够及时调整产品对策及产品模块标准化配置，应对限价及行业下行等带来的成本压力，通过加强客研，细分客户群体，逐步适度拉开不同等级产品档次。

### (3) 形成区域性特色专注力，实现规模与效益的稳定增长

图 16 中国房地产 101-200 强企业区域性特色专注力示意图



不同城市的产业结构、基础设施、人口人才、调控政策和房地产市场发展阶段以及市场轮动周期存在差异，房地产的区域性特征日趋明显，城市间的分化仍在继续，这给房地产企业跨区域规模化发展带来新的挑战。**逆势增长依靠区域的专注力**，企业在对城市深入调研实践后，使每一步策略能精准落子，并推出抵御行情风险的优质产品，获得市场的认可。

首先，**依托在区域专注经营的经验，加深对政策的理解**，有利于抓住市场机遇，前瞻性研判未来发展方向。其次，**专注区域的企业具有资源优势**，在融资新规及集中供地政策出台的背景下，通过区域优势和资源，地方企业更受本地政府和金融机构的青睐，从而获取更多发展资源。再次，**专注区域深耕为企业积累了品牌口碑与客源群体信息**，在市场竞争中帮助企业获取溢价能力与品牌价值，助力产品去化和销售增长。最后，**通过长期专注地区深耕所形成的成熟、具有本地特色的产品线**，当前房地产行业已度过高标准化的产品时代，由于各地购房者固有生活习惯、文化风俗不同，具有本地化特色的产品才能满足当地人个性化的人居需求，使该类企业具备了区域市场竞争的先天优势。

### (4) 充分借助自身资源优势，可适度拓展延伸服务

中国房地产 101-200 强企业可依靠在深耕区域建立的品牌优势和政商关系介入城市更新、乡村振兴等领域，强化业务运营能力，拓展服务边界，打造新的盈利增长点。

中国房地产 101-200 强企业可通过承接地方政府项目助力乡村振兴，提升产品的市场竞争力，提高项目盈利水平。实施乡村振兴战略，对于全面建设社会主义现代化国家具有全局性和历史性意义。2021 年 2 月，国务院直属机构国家乡村振兴局正式挂牌；十三届全国人大常委会通过《中华人民共和国乡村振兴促进法》；中央一号文件 2021 年与 2022 年连续两年发布乡村振兴工作意见。房企参与乡

乡村振兴事业，以发展乡村产业为主要抓手，发挥自身技术和平台优势，充分调动产业资源，补齐乡村人才培养与基础设施短板，促进乡村可持续发展。全面实施乡村振兴战略需要完善顶层得设计，以更有力得举措、汇聚更强大得力量来推进，同时也需要多方得努力，共同摸索乡村振兴道路。房企经过多年探索与发展，在商业、产业等领域已有所积累，房企对比其他行业，在资本、规划、营销、建设等层面拥有优势，能够更大限度地将市场、技术、信息等要素与贫困地区得资源优势相结合，比如特色小镇建设、乡村旅游、教育研学示范基地、现代农业项目、民俗产业等。同时，房企可在国家政策支持得城市更新与乡村振兴等领域加大投入，开辟新得增长方向。

## 四、结语

2021 年全国房地产市场总体表现为超预期增长，未来房地产市场仍存在发展空间。101-200 强企业在疫情与政策的双重压力下，通过区域深耕战略，重点布局，结合各地市场需求加推适销产品，设计开发符合区域特点的特色化产品，从而实现销售额稳步增长。

2021 年底的中央经济会议工作会议明确提出房地产业要“探索新的发展模式”。房地产行业进入调整通道，过去“高周转、短平快”的发展模式急需改变，未来房地产企业低负债、低杠杆的经营模式将会受到鼓励，将是新发展模式的重要方向。101-200 强企业要专注于提升运营能力，培育新动能，实现高质量发展。

一方面，101-200 强企业制定合理的战略规划，提升企业的专业化和品牌能力。101-200 强房企坚持优势区域深耕，采用多元化手段获取土地资源与资金，顺应市场形势紧抓主流需求，产品上，开发区域特色化产品，提升产品质量，完善服务体系，做强品牌。管理上，提高数字化运营能力，完善管理体系，引进优秀人才，增强企业综合运营管理能力。另一方面，发挥自身资源优势，推进服务延伸，提高业务协同效应。



房地产数据和报告  
中指研究院官方微信

## 联系方式

地址：北京市丰台区郭公庄中街20号院A座  
邮编：100070  
电话：010-56319100 传真：010-56319191

**北京** 地址：北京市丰台区郭公庄中街20号院A座  
邮编：100070  
电话：010-56319100 传真：010-56319191

**上海** 地址：上海市浦东新区东方路800号宝安大厦2楼  
邮编：200122  
电话：021-80136789 传真：021-80136696

**广州** 地址：广州市海珠区琶洲大道79号宝地广场605-606  
邮编：510308  
电话：020-85025888 传真：020-85025999

**深圳** 地址：深圳市南山区文化中心区海德二路茂业时代广场19A  
邮编：518040  
电话：0755-86607799 传真：0755-86607966

**天津** 地址：天津市和平区赤峰道136号国际金融中心大厦15层  
邮编：300041  
电话：022-89268866 传真：022-89268998

**杭州** 地址：杭州市滨江区长河街道越达巷82号房天下大厦16层  
邮编：310000  
电话：0571-56269401 传真：0571-56269001

**重庆** 地址：重庆市江北区江北嘴力帆中心2号楼25层  
邮编：400020  
电话：023-88952599 传真：023-88952138

**南京** 地址：南京市秦淮区太平南路305号江苏饭店5楼  
邮编：210001  
电话：025-86910268 传真：025-86910200

**成都** 地址：成都市高新区天府二街368号房天下大厦23楼  
邮编：610017  
电话：028-86053600 传真：028-86053000

**武汉** 地址：武汉市江汉区金家墩特1号武汉天街6号楼20层  
邮编：430013  
电话：027-59743062 传真：027-59600145

**苏州** 地址：苏州工业园区苏州大道西205号尼盛广场16楼1601-2室  
邮编：215021  
电话：0512-67905729 传真：0512-67627290

**宁波** 地址：宁波鄞州区天童北路933号和邦大厦A座6F  
邮编：315100  
电话：0574-28838666 传真：010-56319191

**合肥** 地址：安徽省合肥市蜀山区望江西路与合作化路交口五彩国际25楼2510室  
邮编：230031  
电话：0551-64903210 传真：010-56319191

**长沙** 地址：湖南省长沙市岳麓区麓云路梅溪湖创新中心23层  
邮编：410000  
电话：0731-89946366 传真：0731-89946299

**南昌** 地址：南昌市红谷滩新区红谷中大道1368号鼎峰中央BC座24层  
邮编：330038  
电话：0791-88611602 传真：0791-88611391

**郑州** 地址：郑州市郑东新区金水东路心怡路楷林IFC-A座20层  
邮编：450000  
电话：0371-86560083 传真：010-56319191

**石家庄** 地址：河北省石家庄市桥西区建设南大街6号西美大厦1513室  
邮编：050000  
电话：0311-66765267 传真：0311-66765201

**沈阳** 地址：沈阳市沈河区友好街10号新地中心一号楼905室  
邮编：110000  
电话：024-22559187 传真：024-22559187

**西安** 地址：西安市高新区沣惠南路34号摩尔中心A座2502室  
邮编：710077  
电话：029-87237100 传真：029-87237100

**济南** 地址：济南市市中区中海广场1107  
邮编：250000  
电话：0532-58555306 传真：010-56319191

**青岛** 地址：青岛市市北区龙城路31号卓越世纪中心2号楼909  
邮编：266100  
电话：0532-58555306 传真：0532-58555302

**昆明** 地址：云南省昆明市盘龙区金尚壹号大厦2402室  
邮编：650000  
电话：0871-63803327 传真：023-88952138

**南宁** 地址：南宁市良庆区五象航洋城2号写字楼3901  
邮编：530000  
电话：0771-2099960 传真：023-88952138

**太原** 地址：山西省太原市迎泽区双塔西街38号金广大厦627  
邮编：030012  
电话：0351-5289965 传真：010-56319191

**海口** 地址：海南省海口市龙华区金龙路19号兴业银行大厦8C  
邮编：570125  
电话：0898-68525080 传真：0898-68570510

**佛山** 地址：佛山市禅城区季华四路创意产业园1号楼  
邮编：528000  
电话：0757-82263001 传真：020-85025999

**东莞** 地址：广东省东莞市南城街道东莞大道南城段430号浙商大厦1栋1907室  
邮编：523076  
电话：0769-89924301 传真：010-56319191

**珠海** 地址：广东省珠海市香洲区前山明珠南路翠珠四街51号蓝海金融中心1104室  
邮编：510900  
电话：0756-6317477 传真：010-56319191