

《2014 年上半年中国房地产企业销售 TOP50》排行榜发布

今年上半年，国内房市行情并未延续强劲走势。冷酷的行情加剧了企业竞争，行业进入了全新的大整合时期。上半年入榜 TOP50 中，集中度持续上升，从各梯队表现看，第一梯队业绩持续攀升，第二、三梯队业绩增长剧烈分化。

冷峻的行情中，还是有三类房企实现了业绩快增：一类是聚焦三四线城镇化的房企，如碧桂园、华夏幸福、恒大；一类是降价促销力度较大的房企，如万科、雅居乐；一类是“短平快”的快周转房企，如旭辉、阳光城、正荣、泰禾。这些房企为什么能穿透行情？或许值得众房企思考借鉴。

展望下半年，企业间预计将加剧竞争，行业或加快整合。在此背景下，房企应多管齐下加快去化，深化转型，以应对全新的市场环境。

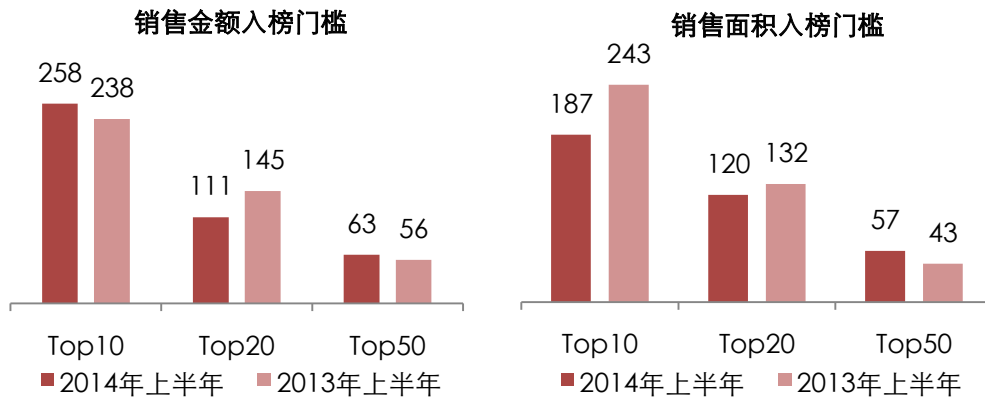
1、门槛：TOP50 企业金额门槛继续提升，面积门槛有所下降

2014 年上半年，市场环境的低迷状况持续，降价的范围、幅度进一步扩大。第二季度，企业在半年报的压力下加大了推盘量和折扣的力度，在市场依旧低迷的情况下，创造出不少佳绩。相对来说，TOP50 企业的销售状况强于大市，销售门槛相比去年有所提升。

金额门槛方面，TOP10 企业的入榜门槛从 238 亿元增加到了 258 亿元，同比上涨 8.4%。与此同时，TOP50 企业金额门槛从去年上半年的 56 亿元提升至今年的 63 亿元，提升了 12.5%。

而在面积门槛方面，TOP10 和 TOP20 企业有较大幅度的下滑。TOP10 企业的成交面积门槛为 187 万平方米，相比去年同期下降了 56 万平方米，幅度达 23%。TOP20 企业入榜门槛从 132 万平方米减少至 120 万平方米，同比下降 9.1%。

图 1、2014 年上半年房地产企业销售入榜门槛（单位：亿元、万平方米）



资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

2、集中度：龙头房企优势扩大，TOP50 企业集中度不断攀升

在低迷市场上，上榜龙头房企的表现强于中小房企，2014 年上半年，TOP50 企业金额、面积集中度继续提升。

金额集中度方面，2014 年上半年，上榜房企金额集中度较去年同期进一步提升。其中，TOP10 企业从去年的 14.6% 上升至 18.6%，增加了 4 个百分点，同时 TOP20 及 TOP50 企业同比分别增加 4 个百分点及 4.7 个百分点。从 2012 年至今的金额集中度数据中可以看出，TOP50 企业的总体提升趋势明显，从 2012 上半年的 27.7% 增加至了 2014 上半年的 33.2%。

表 1、2014 年上半年上榜企业销售金额集中度

	2012 年上半年	2012 年全年	2013 年上半年	2013 年全年	2014 年上半年
TOP10 企业	15.55%	12.76%	14.64%	13.72%	18.64%
TOP20 企业	20.62%	17.62%	20.33%	18.88%	24.30%
TOP50 企业	27.66%	24.56%	28.43%	26.23%	33.17%

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

备注：集中度=入榜企业销售金额/统计局公布的全国商品房销售金额

其中，今年 6 月全国商品房销售金额是根据前五月累计同比增幅推算 6 月同比增幅所得

相比于去年同期，2014 年上半年，上榜企业面积集中度同样稳步提升，其中 TOP10 和 TOP20 企业均增长了 2.3 个百分点；TOP50 企业则增长了 3.1 个百分点。同样，从 2012 年到 2014 年的上半年，TOP50 的面积集中度呈提升趋势，共增加了 4.1%。

表 2、2014 年上半年上榜企业销售面积集中度

	2012 年上半年	2013 年全年	2013 年上半年	2013 年全年	2014 年上半年
TOP10 企业	9.10%	8.62%	9.41%	8.62%	11.66%
TOP20 企业	12.02%	11.46%	12.50%	11.46%	14.76%
TOP50 企业	16.04%	15.88%	17.03%	15.88%	20.17%

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

备注：集中度=上榜企业销售面积/统计局公布的全国商品房销售面积

其中，今年 6 月全国商品房销售面积是根据前五月累计同比增幅推算 6 月同比增幅所得

3、价格：华侨城、金融街领衔销售均价榜，近 6 成房企售价上涨

2014 年上半年，50 强房企的销售均价为 10604 元/平方米，较 2013 年 50 强房企全年销售均价略有上浮，涨幅为 3%。

从均价分布上看，销售均价大于 15000 元/平米的上榜企业有 7 家。华侨城、金融街领衔销售均价榜，均价分别高达 33722 元/平米和 33000 元/平米。从定位看，高售价房企分三类：第一类是高端旅游、商办类比较多，以华侨城、金融街、方兴最为典型；第二类是综合商办和高端住宅协同发展的房企，如融信、泰禾；第三类是专注高端品质住宅的房企，如融创、绿城、方兴。

销售均价在 8000-15000 元/平米之间的有 38 家，占比近八成。落入该价格区间的房企定位以刚需和首改为主。其中，定位偏高端的九龙仓、富力、招商价格超过 14000 元/平米；定位中档的中海、万科、保利地产、阳光城、旭辉落在 12000 元/平米到 13000 元/平米之间；聚焦三四线的雅居乐和绿地、新城控股销售均价在万元左右。

销售均价低于 8000 元/平米的有 5 家。主要是专注于三四线城市和新型城镇化的房企，如恒大地产、碧桂园、世纪金源、荣盛发展。

从销售均价增幅来看，近 6 成房企的销售均价较去年上涨。其中，销售均价涨幅高于 20% 的有 5 家。涨幅最高的华侨城同比上升 58%，其后华夏幸福、泰禾、方兴、旭辉涨幅

都超过 2 成。这些房企涨幅较高的主要原因是城市结构和产品结构的调整。比如，今年上半年，泰禾的高端产品北京院子入市，并获得热销，带动企业销售均价上升。**销售均价涨幅在 5 至 20% 之间的房企有 17 家**，包括中海、绿城、保利及万科等企业。值得一提的是，上半年这些企业都有大幅降价行为，售价上升更多是因为商办销售比重上升。**销售均价升降在 -5% 至 5% 之间的房企有 14 家**，说明多数企业的销售价格较去年的变化不大。越秀地产、保利置业和碧桂园等企业的销售均价与去年年底基本持平。**降幅在 5% 以上的企业比较少。**

4、去化率：首月去化率基本在 40% 以上

2014 年上半年，行业进入深度调整，房企销售面临严峻考验，谁能在淡市背景下实现销售突围，谁便增加了胜算的砝码。去化率是衡量一个项目是否热销的重要标准。

首先，去化率在 60% 以上的房企有 14 家之多，从类型来看，可分为两种：其一，是高周转类型的企业，这类企业普遍对销售率的要求较高，如升龙和阳光城，上半年的去化率分别为 61% 和 62%；

其二，是对开盘率有严格要求的企业，比如万达和恒大。万达的产品主打小商铺和 SOHO，总体续销能力较差，开盘必须一炮而红，项目往往不计销售成本。营销操作上，一方面加大前期投入，开展各类活动，造势力足；一方面，灵活安排入市房源，推案量由蓄客情况决定，由此促成项目入市即遭抢，实现高去化率。

在去化率方面，恒大不仅提出开盘销售 60% 才达到及格线，而且对单项目总推案货值和总销金额均有一定要求，由此在淡市中依然达成新推项目 65% 的去化率。典型项目如重庆恒大照母山，项目首开便推出近 1500 套房源，当日去化超 8 成，揽金 7 个亿。

方兴、金融街亦有抢眼表现。前者结合“三轮装户”内部系统，统计有效意向客户，然后拿出低于预期的房源入市，以小盘操作模式出击市场，实现 85% 的去化率；而后者则

因为旗下项目 7 成为商业，在办公楼整售的同时，新推住宅产品北京金融街融汇去化率高达 98%，特殊产品结构及销售模式促成金融街以 92% 的高去化率领跑。

其次，去化率处于 50%-60% 之间的房企，以老牌企业万科、保利地产为代表。这类企业新盘去化率都能保证在 70% 以上，老盘新推的项目在 40%-50% 左右，在当前市场环境下，这样的去化率还是很不错的。

此外，去化率在 40%-50% 的房企数量多达 19 家。在逆势环境中，企业销售可保证 40% 及以上的去化率实属不易，虽然表现不及以上涉及的房企，但依然值得肯定。值得一提的是，由于推案量依据预售许可证来安排，没有分期实施，融创所推房源往往体量较大，在这种情况下，企业在算新推房源一个月内去化率的时候显然比较吃亏。

5、领军：万科上半年度首破千亿，恒大、中海、万科完成率过半

上半年，去年 7 家千亿阵营领军房企的业绩均突破 400 亿元。相比之下，去年同期超 400 亿元的只有 5 家 第一梯队门槛又有显著提高。7 家领军房企中，有 5 家实现业绩快增：最快的是碧桂园，业绩同比增长 74%，其次是恒大 58%，万达 37%，排名第四、五的绿地和万科分别为 27%、22%；目标完成率也较好：恒大以 64% 完成率领衔 TOP50 榜，中海、万科都过半，碧桂园、保利地产也超过 4 成。

龙头万科达成销售额 1018 亿元，在上半年就突破千亿。企业销售金额同比增长 22%，目标完成率 51%。依赖品牌品质、刚需定位和大幅降价，上半年万科业绩继续攀升。今年以来，万科聚焦互联网思维进行战略转型，在项目运营方式和管理组织架构方面进行了大胆尝试，积极引入事业合伙人制度、项目跟投、小股操盘，并与百度建立战略合作，开启了商业地产运营大数据智能平台。

恒大销售 997 万平米，重夺面积榜桂冠。企业销售金额 714 亿元，同比增长 60%，排

名第三,目标完成率 65% ,是 TOP50 中完成度最高的房企。通过一线和三四线双保险布局,恒大经受住了冷行情考验,实现了业绩快增。上半年,除了房地产主业,恒大冰泉、恒大足球经营也臻入佳境,前者今年预计将销售 100 亿元,后者于 6 月牵手阿里巴巴,未来双方或进一步合作打造智能化社区电商。

碧桂园一二季度倒挂,持续增长能力堪忧。上半年,企业销售 904 万平米、588 亿元,分别位居面积榜和金额榜的第 2 位和第 5 位,同比增长 74%,业绩快增主要是因为去年同期基数较低。与绝大部分房企二季度开始发力相反,碧桂园一、二季度业绩比为 1 : 0.7,一季度中 1 月份比重占半。显然,随着业绩增速明显减弱,下半年能否持续发力仍待检验。

表 3 : 2014 年上半年领军房企业绩增速及完成率情况 (单位 : 亿元)

企业名称	13 年销售额	14 年上半年 销售额	上半年业绩同 比增幅	14 年销售目标	2014 年上半 年目标完成率
万科地产	1709	1018	22%	2000	51%
绿地集团	1625	830	27%	2400	35%
恒大地产	1004	714	60%	1100	65%
保利地产	1251	627	-1%	1500	42%
碧桂园	1060	588	74%	1280	46%
中海地产	1108	575	-10%	1120	51%
万达集团	1301	507	44%	2400	21%

资料来源 : CRIC , 中国房地产测评中心

6、中坚：第二梯队房企业绩普遍下滑，富力表现可圈可点

上半年,去年销售规模 300-700 亿元的第二阵营房企增长明显分化:大部分房企业绩出现下滑,个别房企甚至跌出 TOP50 排行榜。业绩下滑主要是因为产品定位偏高端,在供过于求的城市布局过于集中。在整个行业不景气下,市场观望情绪较重,业绩下滑是一个正常现象。

部分房企业绩继续攀升:富力地产同比增长 39%,领涨第二梯队;其后华夏幸福、雅居乐同比分别增长 26%和 22%,目标完成率也均超过 40%。

富力业绩快增归因于商业地产发力。上半年实现销售额 258 亿元,位列金额榜第 9 位,完成目标 37%。近年来企业加大商业地产转向,上半年业绩快增很大程度上受益于广州商办项目的热销。今年企业可售货值高达 1410 亿元,企业原计划上、下半年分别销售 300 亿、400 亿。在上半年实际销售低于计划进度下,下半年企业将加大推案和营销力度。

表 4：2014 年上半年部分第二梯队房企业绩增速及完成率情况（单位：亿元）

企业名称	13 年销售额	14 年上半年 销售额	上半年业绩 同比增幅	14 年销售目标	2014 年上半 年目标完成 率
富力地产	422	258	39%	700	37%
龙湖地产	401	202	-10%	570	35%
雅居乐	403	197	22%	480	41%
招商地产	432	172	-14%	500	34%

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

7、潜力：“短平快”中型房企维持明星增长，闽企持续发力

第三梯队中，“高增长、快周转、强扩张”、开发周期“短平快”中型房企，如阳光城、旭辉集团、泰禾集团、敏捷地产、正荣集团、融信集团在上半年保持明显增长态势。

旭辉追求均衡发展，拿地积极。上半年以 111 亿元跻身 TOP50 第 21 名，同比快增 55%。近三年，企业平均复合增长率超 40%，是成长型明星企业。企业追求均衡发展，即以更低的稳健负债率，实现更好的盈利能力、更高的产品品质和服务。上市以来，企业拿地积极，实现了以长三角为核心的全国化布局。

泰禾、正荣、融信等 3 家闽系新秀持续强劲增长，稳居 TOP50 榜，表明在不景气的行情中，闽企并没有把高周转变成高库存，但由于闽企去年大量拿地，今年可能仍要承受一定的财务压力。闽系新秀的逆行情快增能力源于“短平快”的扩张模式，也与有效多元化带来的资金优势和销售优势有关。**以最典型的泰禾集团为例，通过高端住宅、商业双轮驱动，上**

半年以 90.1 亿元跻身 TOP50 第 37 名。通过坚持高品质、高周转驱动高成长，住宅、商业、旅游地产齐头并进，实现高端住宅和大型综合体双轨驱动跨越发展。正荣集团走高端多业态复合发展路线，上半年以 87.5 亿元跻身 TOP50 第 39 名，福州正荣财富中心，莆田正荣财富中心，5 月中旬开盘去化率分别为 85%和 90%。再比如融信集团，在高速扩张时始终坚持高品质，上半年以 73.9 亿元销售额跻身 TOP50 第 43 名。旗下融信·海上城、融信·白宫多个新盘成为区域品质新标杆。2014 年，所布局的上海、杭州、福州、厦门、漳州、平潭 6 城发力，像平潭融信·大卫城 1 月认筹创 3000 人抢房记录，2 月再认筹，百套房源被抢空。

表 5：2014 年上半年第三梯队潜力房企业绩增速及完成率情况（单位：亿元）

企业名称	14 年上半年销售额	14 年销售目标	2014 年上半年目标完成率
旭辉集团	111	220	50%
阳光城	105	300	35%
敏捷地产	94	—	—
泰禾集团	90	250	36%
正荣集团	88	—	—
融信集团	74	—	—

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

8：关注：区域型房企表现亮眼，推盘首月去化率高

今年上半年，区域型房企表现亮眼，推盘首月去化率很高。由于区域型房企在大本营及周边城市树立品牌，能够锁住本地客户需求，因此能取得较高的去化率。代表企业包括建业地产、蓝光实业和文一地产。

作为一家河南本土化房企，建业地产将区域深耕做到极致，2014 年的上半年销售面积 95.7 万方，位列销售面积榜 29 位。近年来，企业凭借一省之力提升行业排名，且在外界唱空三四线城市房地产时依然保证省内项目较高的去化率。2014 年上半年，建业新推案项目

首月去化率达到 70%，尤其在缺乏知名房企进驻的县级城市，建业一旦落户即树立标杆效应，开盘当日普遍热销 7 成以上，去化效果好。我们认为，河南省内较为旺盛的客户购买力是维系建业区域深耕的关键因素，而且企业在土地方面占据成本优势，项目以平价策略入市即可保证不错的利润。

成都起家的蓝光实业同样注重区域内的深入布局，在成都当地占据龙头地位以外，形成了以成、渝、昆为核心的西南经济圈发展为核心，拓展北、上、广等一线城市的战略，2014 年上半年的业绩为 90.5 亿元。除了“进驻一座城，深耕一座城”的理念，蓝光实业的产品也十分符合其刚需、民生的定位，在所有住宅项目中，90 平米以下的房屋占比超过 85%，使其项目在西南市场开盘后均能获得较好的反响，首月去化率达 63%。我们认为，蓝光实业以大本营为核心，逐步外扩至周边省市，在西南地区确立了品牌地位，保障了其业绩的稳健增长。

于 2004 年成立于合肥的文一地产历史不长，其项目也大多集中于安徽省内，但深耕合肥的战略也使其 2014 年上半年取得了 63.5 亿元的销售业绩，首次进入 TOP50 榜单。文一地产的布局并不广阔，包括合肥市内和周围的新站、政务、庐阳、肥东、肥西、滁州、六安等城市和县城，但在安徽省内尤其是肥西，其品牌受到购房者的认可，2014 上半年项目的首月去化率高达 71%，在房企中位列第四。

9、展望：下半年行情预计改观，三大举措增强风险抵抗力

随着下半年更多房企集中推案，微刺激下银根松动和更多城市限购放松，下半年市场形势或有所好转。但预计行业加快调整的态势不会改变，考验期仍在持续，房企应调节好产品结构，掌控推案节奏，采取更大力度的价格策略。

下半年销售进度加快，部分房企完成全年目标较难。今年下半年，典型房企销售进度有望加快。今年典型房企的可售货量非常充足，像万科、碧桂园分别高达 3000 亿元、2500

亿元；第二梯队的富力、华润、世茂、绿城、融创可售货值均超过 1000 亿元，龙湖、雅居乐也接近千亿。其实，上半年典型房企推案还没有发力，影响了业绩完成度。而根据房企年初公布的计划，大部分房企下半年推案比例都在 6 成以上，随着新推案加快，下半年的销售进度有望加快。

典型房企基本能完成全年目标，但部分企业很困难。上半年，恒大、中海、万科、旭辉、越秀的目标完成率均过半，预期全年会超额完成目标。华夏幸福如果计入一级土地开发 40 亿元收入，上半年销售额将达 240 亿元，目标完成率也将近半。此外，合景泰富、碧桂园、新城控股、保利置业、保利地产、雅居乐、世茂、金科、融创完成度都在 4 成以上，这些房企预计能顺利完成目标。但个别远低于 40% 的房企，下半年销售压力较大，完成全年目标估计很困难，需要加把力。

表 6：2014 年典型房企可售货值及上半年目标完成率情况

企业名称	14 年计划可售货值 (亿元)	2014 年上半年销售金额 (亿元)	14 年销售目标 (亿元)	2014 年上半年目标完成率
恒大地产	—	714	1100	65%
中海地产	—	575	1120	51%
万科地产	3000	1018	2000	51%
旭辉集团	—	111	220	50%
越秀地产	—	110	220	50%
合景泰富	—	98	210	47%
碧桂园	2500	588	1280	46%
新城控股	474	105	240	44%
保利置业	500	122	280	44%
保利地产	2000	627	1500	42%
雅居乐	930	197	480	41%
华夏幸福	—	200 (240)	500	40% (48%)
世茂房地产	1350	320	800	40%
金科集团	—	111	280	40%
融创中国	1235	258	650	40%
佳兆业	—	112	300	37%
富力地产	1410	258	700	37%
泰禾集团	—	90	250	36%

华润置地	1400	249	700	36%
龙湖地产	970	202	570	35%
阳光城	—	105	300	35%
绿地集团	—	830	2400	35%
招商地产	—	172	500	34%
绿城中国	1300	198	650	31%
金地集团	—	165	600	28%
远洋地产	—	109	400	27%
万达集团	—	507	2400	21%

注：*华夏幸福如计入一级土地开发 40 亿元收入，上半年销售额将达 240 亿元，目标完成率高达 48%。

资料来源：企业年报、中国房地产决策咨询系统（CRIC）

对房企而言，下半年仍将处于考验期，为了增强自身的风险抵抗能力，至少可从三方面入手：

产品上，适当提升刚需、首改产品比重，这有助更快去化。行情越是低迷，刚需和首改产品越是受到市场欢迎。下半年，企业应该加大这两类产品的配比，积极把握下半年去化窗口期，快速收割各个区域的刚性和首改需求。

推案上，以销定产、控制节奏，四季度集中入市较佳。当前市场环境下，房企不要为完成目标而盲目加大推案，一旦卖不掉就会积压库存，影响资金周转。最好的策略是“以销定产”控制推案节奏。

定价上，降价走量是上策，多管齐下加快去化。三季度开始，是房企降价销售回笼资金的大好时机。如要降价，房企应讲究策略：如果是在比较平稳的城市，争取率先降价的效果较好；降价要一步到位；前期去化较大的楼盘不宜直接降价，可采用暗折/特价房形式促销。

在冷行情的刺激下，今年房企转型节奏明显加快。尤其是行业龙头万科，不遗余力借助互联网思维推动新型城市运营商转型，实践小股操盘、事业合伙人制度。

当市场加快调整的时候，越来越多的房企不止步于削价促销被动适应，而是主动寻求战略转型，积极探索新蓝海，迎接全新的竞争格局。

附件一、2014 年上半年中国房地产企业销售金额 TOP50 榜单

排名	简称	金额
1	万科地产	1018.0
2	绿地集团	830.0
3	恒大地产	714.0
4	保利地产	627.2
5	碧桂园	588.0
6	中海地产	575.0
7	万达集团	507.0
8	世茂房地产	320.0
9	富力地产	258.0
	融创中国	258.0
11	华润置地	249.0
12	龙湖地产	202.0
13	华夏幸福	200.0
14	绿城中国	198.3
15	雅居乐	197.5
16	招商地产	171.9
17	金地集团	165.0
18	保利置业	122.0
19	佳兆业	112.0
20	金科集团	111.2
21	旭辉集团	110.8
22	越秀地产	110.3
23	中国铁建	110.0
24	远洋地产	108.7
25	金融街	108.4
26	中信地产	106.0
27	新城控股	105.2
28	阳光城	104.7
29	荣盛发展	104.6
30	融侨集团	104.1
	中国中铁	104.1
32	中南建设	98.8
33	合景泰富	98.0
34	九龙仓	96.0
35	敏捷地产	93.5
36	蓝光实业	90.5
37	泰禾集团	90.1
38	复地集团	87.8
39	正荣集团	87.5

40	世纪金源	86.9
41	电建地产	80.7
42	华侨城	78.0
43	融信集团	73.9
44	升龙集团	71.6
45	首开股份	71.0
46	金辉地产	70.0
47	海航地产	65.3
48	方兴地产	64.0
49	文一地产	63.5
50	路劲基建	63.2

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

附件二、2014 年上半年中国房地产企业销售面积 TOP50 榜单

排名	简称	销售面积 (万平方米)
1	恒大地产	997.0
2	碧桂园	903.7
3	绿地集团	836.0
4	万科地产	808.3
5	保利地产	492.8
6	中海地产	417.8
7	万达集团	391.9
8	世茂房地产	263.6
9	华润置地	221.1
10	雅居乐	187.2
11	富力地产	181.7
12	龙湖地产	179.3
13	荣盛发展	172.0
14	华夏幸福	160.6
15	世纪金源	154.2
16	金科集团	130.7
17	金地集团	124.6
18	招商地产	121.3
19	中国铁建	121.0
20	保利置业	120.0
21	融创中国	113.7
22	中国中铁	112.8
	中南建设	112.8
24	蓝光实业	110.9
25	新城控股	109.4
26	宏立城	106.5
27	佳兆业	97.2
	中信地产	97.2
29	建业地产	95.7
30	敏捷地产	94.0
31	海亮地产	91.3
32	文一地产	90.7
33	绿城中国	88.6
34	越秀地产	86.3
35	旭辉集团	86.0
36	远洋地产	83.6
37	融侨集团	82.5
38	阳光城	78.9
39	金辉地产	75.0

40	复地集团	74.3
41	电建地产	73.1
42	海航地产	72.9
43	合景泰富	72.6
44	升龙集团	71.7
45	中天城投	66.5
46	正荣集团	66.3
47	九龙仓	66.0
48	中骏置业	64.8
49	首创置业	63.1
50	路劲基建	57.3

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

附件三、2014 年上半年 TOP50 房企销售均价排行榜

排名	简称	销售均价 (元/平方米)
1	华侨城	33722
2	金融街	33000
3	方兴地产	28686
4	融信集团	23610
5	融创中国	22687
6	绿城中国	22371
7	泰禾集团	17905
8	九龙仓	14545
9	富力地产	14198
10	招商地产	14172
11	中海地产	13764
12	合景泰富	13499
13	阳光城	13270
14	金地集团	13243
15	正荣集团	13203
16	首开股份	13026
17	远洋地产	12999
18	万达集团	12937
19	旭辉集团	12884
20	越秀地产	12780
21	保利地产	12727
22	融侨集团	12614
23	万科地产	12594
24	华夏幸福	12456
25	世茂房地产	12141
26	复地集团	11817
27	佳兆业	11527
28	龙湖地产	11264
29	华润置地	11263
30	电建地产	11043
31	路劲基建	11030
32	中信地产	10905
33	雅居乐	10547
34	保利置业	10167
35	升龙集团	9994
36	敏捷地产	9950
37	绿地集团	9928
38	新城控股	9616
39	金辉地产	9333

40	中国中铁	9229
41	中国铁建	9091
42	海航地产	8952
43	中南建设	8759
44	金科集团	8509
45	蓝光实业	8133
46	文一地产	7000
47	恒大地产	7161
48	碧桂园	6506
49	荣盛发展	6081
50	世纪金源	5638

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

附件四、2014 年上半年 TOP50 房企销售去化率排行榜

排名	简称	销售均价 (元/平方米)
1	金融街	92%
2	方兴地产	85%
3	文一地产	71%
4	中南建设	70%
5	万达集团	69%
6	保利置业	68%
	正荣集团	68%
8	恒大地产	65%
	旭辉集团	65%
10	世纪金源	64%
11	蓝光实业	63%
12	阳光城	62%
	中海地产	62%
14	升龙集团	61%
15	保利地产	60%
	复地集团	60%
17	融侨集团	57%
18	万科地产	56%
19	敏捷地产	55%
20	华侨城	53%
21	海航地产	52%
22	碧桂园	51%
	龙湖地产	51%
	越秀地产	51%
25	华润置地	49%
26	绿城中国	48%
	中国中铁	48%
28	电建地产	47%
	绿地集团	47%
30	金地集团	46%
31	世茂房地产	45%
	金辉地产	45%
33	远洋地产	44%
34	新城控股	43%
	富力地产	43%
	路劲基建	43%
37	合景泰富	42%
	融创中国	42%
	九龙仓	42%

40	华夏幸福	41%
	招商地产	41%
42	金科集团	40%
	融信集团	40%
44	佳兆业	39%
45	荣盛发展	38%
	中信地产	38%
47	泰禾集团	35%
	中国铁建	35%
49	雅居乐	31%
50	首开股份	29%

备注：统计数据范围为 TOP50 房企在 21 个重点城市 2014 年 1-6 月份有新推案的项目；去化率=项目当批次推案在一个月内的成交套数/项目当批次推案套数。

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

数据说明：

- 1、企业范畴：**主营业务在中国内地的房地产开发企业。
- 2、项目属性：**本榜单成交数据为商品房数据。为了榜单的公正性，从 2013 年四季度开始，合作项目不做重复计算。
- 3、数据来源：**涉及的销售金额及销售面积均为合同签约备案数据。
- 4、时间跨度：**此次榜单各项数据若不作特殊说明，其统计时间段均为 2014 年 1 月至 2014 年 6 月。