

《2012 年度前三季度中国房地产企业销售 TOP50》

排行榜分析（媒体稿）

引言：

2012 年房地产市场风云诡谲、变幻莫测，持续的调控、经济的不确定性、市场走势的不明朗等多方面的因素，使得企业对未来市场走势预期出现了较大的分歧。在这样的形势下，我们看到规模房企却能积极抓住市场窗口期，在“淡季不淡”的三季度市场，通过调整推案策略、积极营销、调整集团管控模式等策略从而实现主动增长。保利、中海、绿地等央企、国企更是爆发出扩张激情，销售规模奋起直追，已大大缩小了与万科、恒大这两个市场领头羊的差距。

2012 年前三季度中国房地产企业销售金额 TOP50 榜单

排名	简称	销售金额 (亿元)
1	万科地产	959.0
2	保利地产	764.0
3	中海地产	757.0
4	绿地集团	725.0
5	恒大地产	615.0
6	万达集团	470.0
7	华润置地	382.0
8	世茂房地产	355.0
9	绿城中国	328.0
10	碧桂园	300.0
11	龙湖地产	279.0
12	远洋地产	240.0
13	富力地产	221.0
14	金地集团	218.0
15	融创中国	212.0
16	招商地产	210.0
17	雅居乐	207.0
18	保利香港	172.0
19	中信地产	158.0
20	中国铁建	140.0
21	和记黄埔	129.1
22	金融街	127.0
23	长江实业	121.3
24	荣盛发展	121.0
25	中国中铁	120.7
26	九龙仓	117.7
27	新城控股	115.0
28	越秀地产	110.0
28	首开股份	110.0
30	佳兆业	107.0
31	北京城建	106.6
32	合景泰富	106.0
33	金科集团	105.0
34	新世界中国	101.4
35	首创置业	86.1
36	中南建设	83.0

37	恒盛地产	82.0
38	大华集团	81.0
39	中粮集团	80.5
40	卓越置业	80.0
41	建业地产	79.0
42	仁恒置地	78.0
43	复地集团	77.0
44	路劲基建	75.0
45	厦门建发	72.8
46	soho 中国	70.7
47	金隅股份	70.6
48	旭辉集团	70.0
49	金辉集团	68.0
50	滨江集团	65.0

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

2012 年前三季度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	996.0
2	万科地产	917.0
3	绿地集团	778.0
4	保利地产	666.0
5	中海地产	585.0
6	碧桂园	493.0
7	万达集团	390.0
8	华润置地	344.0
9	世茂房地产	296.0
10	龙湖地产	276.0
11	远洋地产	251.0
12	雅居乐	231.0
13	荣盛发展	218.0
14	富力地产	188.0
15	招商地产	187.0
16	金地集团	186.0
16	保利香港	186.0
18	佳兆业	178.0
19	绿城中国	174.0
20	中信地产	156.0
21	中国中铁	141.1
22	中国铁建	139.0
23	新城控股	128.0
24	融创中国	127.0
25	建业地产	121.7
26	首创置业	117.4
27	中南建设	106.0
28	九龙仓	103.0
29	恒盛地产	97.0
30	中天城投	92.2
31	越秀地产	90.0
32	和记黄埔	86.0
33	路劲基建	85.0
34	长江实业	82.3
35	金融街	80.0
36	金科集团	79.0
37	合景泰富	77.0
37	金辉集团	77.0

39	旭辉集团	76.5
40	新世界中国	75.7
41	首开股份	74.0
42	苏宁环球	73.6
43	复地集团	67.0
44	金隅股份	63.3
45	卓越置业	63.0
46	花样年	61.0
47	广汇股份	60.3
48	厦门建发	54.7
49	大华集团	54.0
50	北京城建	52.2

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。同时，不考虑项目权益划分问题。
- 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 2012 年 1 月至 2012 年 9 月。

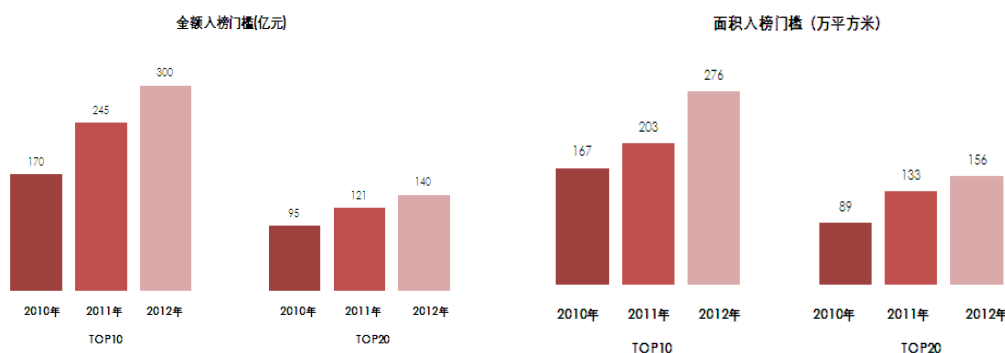
1、门槛：企业紧抓窗口期，金额面积入榜门槛双双上升

2012 年三季度以来，由于经济的不确定，政策调控预期多空交替上演，市场房价博弈转向地价博弈，给 6、7、8 三月带来一波向好行情，但受政策、经济因素影响，整体市场趋势仍不明朗，9-12 月市场将再度进入震荡期。而标杆房企则紧紧抓这个有利的“窗口期”去存化，从而使得今年前三季度标杆房企整体销售表现优于去年同期。

体现在企业入榜门槛上，相较于 2011 年前三季度，今年金额与面积的入榜门槛均有较大幅度上扬，其中 TOP10 入榜企业销售面积同比涨幅最大，从 2011 年的 203 万平方米上升至 276 万平方米，同比增长 36%，金额入榜门槛也同比增长 22%，达到 300 亿元。

TOP20 企业面积入榜门槛为 140 万平方米 略高于 2011 年前三季度的 133 万平方米，金额方面，TOP20 企业的入榜门槛为 158 亿元，同比增长 31%。

图 4-1：2012 年前三季度房地产企业销售排行榜门槛对比图（单位：亿元、万平方米）



资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

2、格局：各梯队差距拉大，央企表现抢眼

房地产开发企业强者恒强的竞争格局更趋明显。超大型房企在复杂的市场环境中越战越勇，逐渐甩开跟进的大中型房企，以本次榜单为例，500 亿以上的房企与 300-500 亿的房企金额均值差距达 397 亿元。超大型房企的绝对优势主要有赖于央企的强势表现，拥有央企背景的房企竞争优势凸显，保利、中海、绿地等央企表现优异，前三季度销售业绩已与

万科、恒大相差无几。

在销售金额上，从梯队分布来看，今年前三季度，第一梯队的房企数量大幅增加，总数达到 10 个，比去年三季度多 3 个，第二梯队数量减少一个，可以看出，随着市场情况转好，大型房企的竞争优势逐渐显现，市场把控力较强；从销售均值来看，第一梯队 500 亿以上房企金额均值突破 700 亿元，与 2011 年同期相比，增长了 14%；从标杆企业表现来看，500 亿元以上房企依然是万科、恒大、中海、保利与绿地。

在销售面积上，梯队分布出现明显变化，与去年前三季度相比，今年前三季度，第一梯队数量保持不变，第二梯队数量增加了 6 个；从销售均值来看，前两个梯队同比分别增长了 14%与 13%；从标杆企业表现来看，销售面积突破 400 万方的房企有 6 家，恒大再度位居榜首。

表 4-1：2012 年前三季度房地产企业销售业绩梯队格局表

级别	2012 年前三季度销售金额 TOP50 榜单 (亿元)			2011 年前三季度销售金额 TOP30 榜单 (亿元)			
	范围	企业个数	均值	范围	企业个数	均值	
第一梯队	500 亿以上	5	764	500 亿以上	5	673	592
	300-500 亿	5	367	300-500 亿	2	390	
第二梯队	150-300 亿	9	213	150-300 亿	10	220	
第三梯队	50-150 亿	31	95	50-150 亿	13	109	
级别	2012 年前三季度销售面积 TOP50 榜单 (万平方米)			2011 年前三季度销售面积 TOP30 榜单 (万平方米)			
	范围	企业个数	均值	范围	企业个数	均值	
第一梯队	400 万以上	6	739	400 万以上	6	650	
第二梯队	150-400 万	14	233	150-400 万	8	206	
第三梯队	50-150 万	30	87	50-150 万	16	118	

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心

3、集中度：调控下行业分化加剧，企业集中度继续提升

这一轮调控的长期化，促使行业内部分化加剧，大型龙头企业逆市下持续增长，从而推动标杆房企市场份额的不断提升。

数据显示，2012 年前三季度销售金额全国 TOP10 企业市场份额达到 14.06%，较 2011 年前三季度的 12.58%增加了 1.48 个百分点；TOP20 企业，2012 年前三季度其市场份额

为 19.25%，高出 2011 年前三季度 17.11% 的市场份额 2.14 个百分点。此外从近年来数据变化也可以发现，2010 年三季度至今，TOP10 与 TOP20 的市场份额在逐年增加，表明房企的集中度在逐渐增强。

表 4-2：上榜企业销售金额集中度

	2012 年前三季度	2011 年前三季度	2010 年前三季度
TOP10 企业	14.06%	12.58%	10.48%
TOP20 企业	19.25%	17.11%	14.46%

资料来源：国家统计局，CRIC，中国房地产测评中心

销售面积方面，相比于 2011 年三季度，2012 年前三季度 TOP10 企业及 TOP20 企业市场份额分别增加 1.49 与 2.3 个百分点。结合销售金额，房企在销售面积上的表现进一步证实企业业绩稳步提高，综合实力加强。

表 4-3：上榜企业销售面积集中度

	2012 年前三季度	2011 年前三季度	2010 年前三季度
TOP10 企业	8.39%	6.90%	5.74%
TOP20 企业	11.25%	8.95%	7.65%

资料来源：国家统计局，CRIC，中国房地产测评中心

备注：集中度=企业销售金额（或面积）/全国商品房销售金额（或面积），其中 2012 前三季度全国商品房销售金额（面积）是根据 2012 年 1-8 月数据及增长速度估算而出。

4、标杆：保利、中海扩张迅猛，万科、恒大地位不变

标杆企业中，保利、中海凭借其央企的优势，第三季度的销售业绩呈现迅猛的增长势头。而万科、恒大作为行业两大领袖的地位仍然没有更改。

保利今年前三季度的销售额已经与去年全年销售额基本持平，部分地方公司已提前完成全年目标。与其他以价跑量的企业不同的是，保利今年的平均销售均价与去年同期没有明显下降，我们认为企业雄厚的资金实力、适当的产品结构以及对政策环境的准确把控等因素共同造就了保利引以为傲的销售业绩。

中海在 8 月份将企业全年销售目标由 800 亿港元提升至 1000 亿港元，而前三季度中

海已经完成新的销售目标的九成，随着“金九银十”以及“双节”的到来，中海超额完成新定的全年销售目标已板上钉钉，极有可能成为“千亿俱乐部”的又一成员。

万科、恒大两家的行业领先地位依旧没有动摇，继续领跑三季度房地产市场。万科今年的表现较为稳定，5月以来连续四个月销售破百亿。值得关注的是，第三季度万科在土地市场上表现较为突出，成为近期拿地的主力企业，可见万科对今年销售业绩胸有成足，对于市场政策走向和推案节奏的控制游刃有余。

恒大对于形势的把控同样具备充分自信，年初主动减速、降低推案量，二季度抓市场时机加紧推货，三季度则乘胜追击、迎战“金九银十”，由于企业年初目标制定较为谨慎，恒大超额完成全年 800 亿元的销售目标应该没有压力。

5、焦点：世茂、龙湖逆市攀升，融创借势发力

在行业背景持续紧缩的情况下，世茂、龙湖、融创等企业以其优异的业绩表现成为了今年众所关注的焦点。

其中，世茂房地产前三季度实现了同比 63% 的增长，在“价值服务年”战略的推动下，世茂从城市能级布局深化、产品结构调整、营销体系提升等方面强化企业核心实力，同时加大推案量、适当调整产品价格以触动市场需求。龙湖今年回款率、利润率、单城市产能、周转速度四个方面在行业内无一不是名列前茅：92% 的回款率高于行业 80% 的一般水平；上半年 28.3% 的净利润率也远超过普通房企 20% 不到的平均水平；同时，单城市产能达到 23 亿，上半年总资产周转率为 0.14 次，表现均相当优异。我们认为，通过今年调整土储结构和供货节奏，龙湖的业绩前景值得看好。

在逆市下，行业洗牌加剧，竞争之中也存在机遇，通过合作能够、使企业获得更快的发展，融创就是这方面的佼佼者。融创通过与绿城项目合营，从而借助绿城的品牌打入上海市场，不仅企业品牌价值进一步提升，销售业绩也出现了飞跃。今年前三季度，融创录得金额

同比增长四成左右，可以想见，融创全年的业绩必将交出一份满意的答卷。

6、潜力：佳兆业、新城稳步上升，路劲、旭辉成长翻倍

在潜力企业中，新城控股、佳兆业、路劲、旭辉等企业逆流而上，销售业绩持续增长。

此外，在弱市的环境下，这些企业在经营策略方面也适时根据市场形势谋求转变。

新城控股前三季度销售额达到 115 亿元，同比增长 53%。企业在深耕长三角的同时，先后进入了长沙和武汉等中部区域，积极拓展了版图，为进一步做大做强打下了基础。佳兆业则在“快速周转、抢占刚需和城市更新的双轨制战略”下，前三季度销售额达 107 亿元，较去年同期继续增长。下半年，佳兆业将在深圳区域推出四大项目，在继续保持三四线城市项目快速周转的同时，兼顾了企业对利润的诉求。随着这些项目的入市，佳兆业全年的业绩更值得我们期待。

此外，路劲基建、旭辉集团今年前三季度销售表现优异，同比增长超过 100%。路劲基建销售金额同比增长 117%，公司采用“分散地域及业务模式”已完成在华东、华北、华南、华中的布局。整体销售稳中有升，其中路劲屿东城和隼御凤凰城二期等项目受到购房者的青睐。旭辉集团则一直坚持以客户为导向，在今年调控持续下，加大刚需产品的比重来满足当前的市场需求，并以高周转、轻资产发展所需的地块。今年北京旭辉御府项目销售异常火爆，在开盘初始就多次创造了市场传奇，为旭辉集团的销售添上华丽一笔。另外，在目前的市场环境下，旭辉集团坚守为客户创造价值的经营理念，坚持走高品质产品路线，品牌价值得到提升，获得了客户的一致认可。

潜力企业 2012 年前三季度销售金额和销售面积表现

企业名称	2012 前三季度			
	销售金额（亿元）	同比增幅	销售面积（万平方米）	同比增幅
路劲基建	75.0	117%	85.0	151%
旭辉集团	70.0	102%	76.5	132%

资料来源：CRIC，中国房地产测评中心