2024年1-4月中国房地产企业销售业绩排行榜

　　榜单解读

　　当月要点：

　　1、业绩：TOP100房企销售总额为12464.4元，同比降幅有所收窄

　　2、头部房企经营策略：轻重并举，聚焦深耕，优化提质，注重安全

　　3、展望：房地产环境将进一步优化，房企销售将有所改善

　　1、业绩：TOP100房企销售总额为12464.4亿元，同比降幅有所收窄

　　2024年0-4月，TOP100房企销售总额为12464.4亿元，同比下降但降幅较上月有所收窄。4月份，央国企如绿城中国、保利置业等销售更显韧性，武汉城建等区域深耕型企业表现突出。

　　2、阵营数量：百亿以上销售额企业28家，阵营调整还在持续

　　2024年1-4月，百亿以上阵营28家，销售额均值320.0亿元。第二阵营（50-100亿）企业29家，销售额均值69.7亿元。第三阵营（30-50亿）企业30家，销售额均值38.4亿元。第四阵营企业为13家，销售额均值27.0亿元。

　　3、头部房企经营策略：轻重并举，聚焦深耕，优化提质，注重安全

　　年报季已近尾声，通过梳理年报相关内容显示，轻重并举，聚焦深耕，优化提质，注重安全成为龙头企业2024年在业务、投资等发展方面的关键词。

　　业务策略方面：轻重并举，加强新旧动能的转换，推进多元业务协同发展，寻求新的增长曲线。其中，资产运营尤为受到龙头企业关注，将其视为公司发展模式从开发为主向开发与经营并重转变的重要转型业务板块。如中海、华润注重大资管模式，龙湖聚焦开发、运营、服务三大业务，金地加强布局非住业务。

　　投资策略方面：保持谨慎乐观态度，坚持“区域聚焦、城市深耕”的投资策略，持续深耕一线城市和重点二线城市，对高潜力城市进一步聚焦。同时，按月度、按季度以销定投、以销定产，实现产销共存动态的平衡，以效率质量为优先。如中海、华润、招商、越秀等，投资聚集一二线核心城市，以销定投。

　　产品策略方面：聚焦主流，优化提质，在产品力、服务力上持续做加法，用科技赋能产品品质，以产品力保障交付力，打造更优更好的美好人居。扎实做产品，是深耕型房企破局的关键，用硬核产品力针对性的匹配更加真实的用房需求。如中海坚持主流产品、打造好产品；绿城提出产品提质；金地坚持主流客户、主流产品。

　　财务策略方面：注重安全，以销定支。上市房企逐步降低对总对总融资模式的依赖，转向项目制融资，贯彻以销定支策略，力争降低融资成本。同时有序压降负债规模，持续优化债务结构，如绿城提出平衡现金流安全与利润，建发、金地紧抓现金流管理，龙湖把债务安全放在第一位，越秀确保“三道红线”绿档。