

好房子 | 营业额连年正增长首降 9.8%，这家房企以“好房子”战略锚定新程

01

好房子，藏于“三好”，现于“十五力”

2023 年，保利发展立足品质时代，提出了“人文社区”的产品理念，将“人”作为核心，构建了具有保利特色的“天悦人和”产品品牌。基于这一理念，保利发展华南公司深研华南七城的人居需求，提出了“三好五力”价值体系。

2024 年，保利发展华南公司在产品打造上不断追求卓越，以“三好五力”价值体系为基础，升级至 2.0 版本即“三好十五力”。

具体来看，“三好”，即好产品、好服务、好生活，是保利发展华南区域对“好房子”的核心理念。

好产品，是“好房子”的坚实基础。保利发展从用户实际生活需求出发，以五大产品力精雕细琢每一处细节，包括户型力、美学力、功能力、质量力、智能力。

好服务，是“好房子”的灵魂所在。保利发展致力于为业主提供全方位、高品质的物业服务，让每一位业主都能安心享受美好生活。包括安全力、便捷力、舒适力、社群力、焕新力。

好生活，是“好房子”的最终目标。保利致力于为业主打造便利、舒适、健康的理想居所，让每一个人都能在社区里享受美好生活。包括**交通力、教育力、商业力、运动力、医疗力。**

保利发展华南区域，始终秉持“三好十五力”的产品标准，以匠心精工打造每一座社区，为每一位业主构筑理想人居，开启美好生活新篇章。

保利发展华南公司“三好五力”产品价值体系		
好产品	好服务	好生活
户型力	安全力	交通力
美学力	便捷力	教育力
功能力	舒适力	商业力
质量力	社群力	运动力
智能力	焕新力	医疗力

02

“天悦人和”，匠心筑就理想人居 —— 保利发展产品系解读

保利发展根据不同的居住需求，自 2023 年至 2024 年，新获取项目中，有超过 75% 的项目打造为“天悦人和”四大系列。

这四大产品系项目以“**所见即所得**”全维实景呈现，打造了保利的产品品牌标识，

产品品牌势能逐步显现。

1、“天”系列：城市之巅，精英生活

“天”系列定位顶级豪宅，聚焦稀缺资源和高端品质，多位于城市核心地段或拥有稀缺景观资源。例如，深圳保利天玺、广州保利天悦，以其卓越的设计和极致的生活体验，成为城市精英的理想之选。

2、“悦”系列：品质生活，优雅栖居

“悦”系列主打高端改善型住宅，将现代美学与实用性结合，注重空间的舒适体验。像北京保利和光尘樾、成都保利·天府臻悦，用精致的细节和优雅的设计，为追求品质生活的人群提供理想居所。

3、“人”系列：高性价比，年轻选择

“人”系列专为年轻家庭和首次置业者设计，注重高性价比和实用性。佛山保利时光印象、青岛保利天汇等项目，以合理的空间布局和贴心的功能设计，帮助年轻人在城市中安家。

4、“和”系列：城市精英，功能至上

“和”系列定位城市精英住宅，强调宜居性和实用性，适合中产家庭。广州保利和悦滨江、杭州保利和光尘樾等项目，通过优化功能分区和提升空间使用率，为居住者带来舒适与便利。

03

逆境突围：以“好房子”与架构优化应对行业承压

近年来，房地产行业整体下行，保利发展也未能独善其身。

从营收数据来看，2020年至2023年，保利发展营业收入保持稳步增长，从2431亿元增长至3468亿元，年均增长率超过10%。

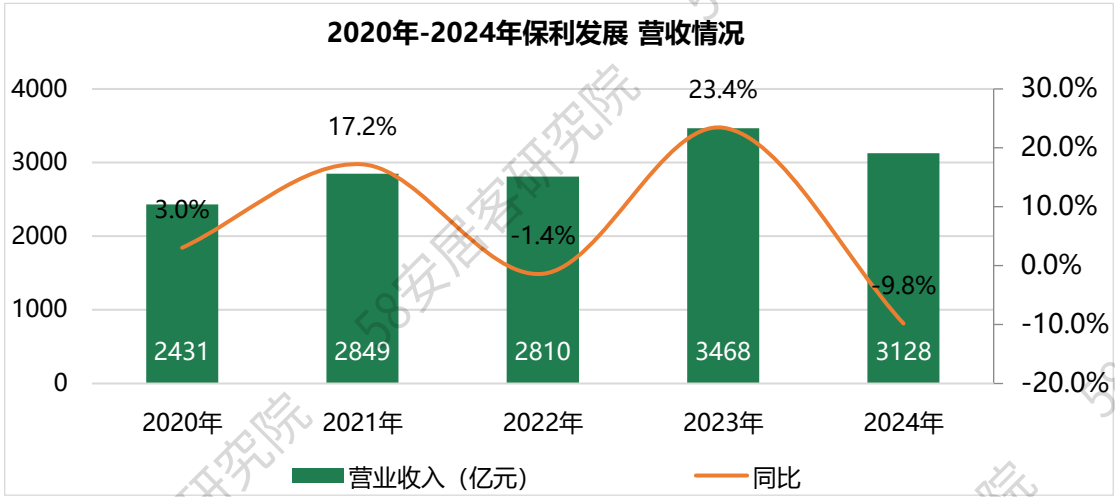
然而，2024年，受宏观经济环境和行业调整影响，保利发展营业收入出现9.8%的下滑，至3128亿元，业绩压力凸显。

然而，保利发展并未被市场低迷所困，而是积极进行内部调整，**在产品品质和人员架构上发力，以应对行业挑战。**

在产品品质方面，保利发展始终坚持以“**好产品、好服务、好生活**”为核心，持续提升产品力。

2025年，保利发展将进一步优化产品结构，聚焦“天悦人和”四大产品系，针对不同客户群体打造差异化产品。

同时，保利发展将加大科技研发投入，将智能科技融入住宅产品，打造更加绿色、舒适、智慧、安全的居住空间，提升产品核心竞争力。



数据来源：保利发展历年年报；2024 年数据为 2025 年 1 月公布的预计营业额。

在人员架构方面，保利发展也在积极优化调整，以提升运营效率和管理水平。

2025 年 1 月初，保利发展公司进行了区域公司整合。

将江苏与淮海、浙江与浙南、山东与齐鲁、辽宁与大连共 8 个区域公司合并为 4 个区域公司。

此次整合主要针对规模较小、管理半径重叠的区域公司，整合后将实现资源优化配置，提升区域公司管理效率和市场竞争力。

2025 年 1 月保利发展 架构调整情况	
合并前	合并后
江苏公司	江苏公司
淮海公司	
浙江公司	浙江公司
浙南公司	

山东公司	山东公司
齐鲁公司	
辽宁公司	辽宁公司
大连公司	