

好房子 | 从 462 亿到 864 亿！这家房企用“4X4 产品矩阵”让年轻人抢着买单

01

“4×4 好产品理念”：以人为本的全生命周期产品

2025 年 3 月 31 日，越秀地产股份有限公司发布 2024 年业绩，越秀在 2024 年财务年报中提到：将进一步深化“好产品、好服务、好品牌和好团队”的“四好”企业的建设，加快构建以“产品力、服务力”为目标的系统开发能力和服务运营能力，支撑公司好品牌的市场地位。

就在业绩发布会之前的 3 月 27 日，越秀地产在上海中心举行了“越来越秀”好产品发布会，正式发布了“4×4 好产品理念”和 4+X 产品系。

越秀地产将“四好企业”战略中的“好产品”确立为核心引擎，构建适配“好房子”全生命周期的好产品标准，提炼出“品质、温度、智慧、成长”4 大关键词和 16 个产品主张，形成“4×4 好产品理念”的核心支撑。

“4×4 好产品理念”以人为本的理念和全生命周期的产品标准，具有鲜明的特征：

“品质”是越秀好产品的基石。越秀地产依托严苛的建造标准、持续的技术创新和品质坚守，打造具有长期价值的产品力。

“温度”是越秀好产品的内核。越秀地产通过打造“十项全能健康宅体系”、疗愈花园及酒店式服务体系等举措，构筑覆盖社区生态、城市界面、自然关系的温度场域。

“智慧”是越秀对未来趋势的思考。越秀地产突破智能家居单点技术的局限，聚焦

低碳节能与智慧运维的系统整合，形成面向未来的人居解决方案。

“成长”是越秀好产品的全景目标。越秀地产以进化式空间设计、跨界科研合作为抓手，建立产品全生命周期与客户、社区及城市发展的共生机制。

越秀地产好房子“4×4好产品理念”		
关键词	定位	特点
品质	好产品的基石	依托严苛建造标准、持续技术创新与品质坚守，打造具有长期价值的产品力
温度	好产品的内核	通过打造“十项全能健康宅体系”、疗愈花园及酒店式服务体系等举措，构筑覆盖社区生态、城市界面、自然关系的温度场域
智慧	对未来趋势的思考	突破智能家居单点技术局限，聚焦低碳节能与智慧运维的系统整合，形成面向未来的人居解决方案
成长	好产品的全景目标	以进化式空间设计、跨界科研合作为抓手，建立产品全生命周期与客户、社区及城市发展的共生机制

02

“4+X 产品系”：精准定位，满足多元需求

越秀地产近年来通过精细化产品定位，构建了“4+X”产品系，涵盖**高端改善、生态宜居、城市更新、青年品质**等多个细分市场，同时通过 X 系列延伸至人文温度与

功能适配性的产品体系等领域，满足多元化的居住需求。

越秀地产核心的“4”大产品系分别为：

1、“樾”系：主打高端改善市场，依托稀缺地段资源和人文底蕴，聚焦家族传承需求。代表项目如广州琶洲·樾、上海越秀·外滩樾等，不仅占据城市核心地段，更注重建筑设计与文化内涵的融合，为高端客群提供兼具品质与价值传承的居住选择。

2、“和樾”系：以生态宜居为核心，通过整合城市核心区生态资源，打造公园式住区。例如北京和樾望雲、北京和樾玉鸣等项目，将自然景观与社区生活紧密结合，为居住者提供绿色、健康、舒适的生活环境，满足现代人对生态居住的向往。

3、“天”系：专注城市更新赛道，致力于重构熟人社区生态。通过旧城改造和社区重建，越秀地产打造了一系列如越秀天悦江湾等项目，注重社区氛围的营造和邻里关系的维系，为城市居民提供更具归属感的居住空间。

4、“星汇”系：瞄准青年品质住宅市场，整合交通、教育、商业等优质资源，打造全能型社区。代表项目如深圳的星汇泷府、广州越秀·星汇海珠湾等，充分考虑到年轻群体对生活便利性和品质的追求，为他们提供高性价比的居住选择。

此外，越秀地产还通过 X 系列延伸产品线，进一步满足特定市场需求。**城市人文系**如上海悦麓居等，注重传统文化与现代功能的结合，打造兼具人文温度与功能适配性的产品体系。**先锋艺术系**则通过大胆的设计创新和艺术表达，满足对个性化居住空间的追求。

总体来看，越秀地产的“4+X”产品系通过精准定位和细分市场策略，覆盖了不

同年龄段、不同需求的客群，为市场提供多元化的优质居住解决方案。

越秀地产“4+X 产品系”			
分类	产品系名称	特点	代表项目
4大重要产品系	“樾”系	定位高端改善的产品线，依托稀缺地段资源打造人文大宅，聚焦家族传承需求	广州琶洲·樾、上海越秀·外滩樾、越秀铁建·樾樾、北京的香山樾、合肥观樾等
	“和樾”系	主攻生态宜居的产品线，通过城市核心区生态资源整合实现公园住区开发	北京和樾望雲、北京和樾玉鸣等
	“天”系	专注城市更新赛道，重构熟人社区生态	越秀天悦江湾等
	“星汇”系	瞄准青年品质住宅市场，整合交通、教育、商业配套资源打造全能社区	深圳的星汇泷府、广州越秀·星汇海珠湾等
X	城市人文系	打造兼具人文温度与功能适配性的产品体系	上海悦麓居等
	先锋艺术系		

03

营收情况：好产品驱动逆势增长

近年来房地产行业整体面临巨大挑战，越秀地产确凭借其“4×4 好产品理念”和“4+X”产品系，实现了营业收入的持续增长。

2020年至2024年，越秀地产的营业收入从462亿元稳步攀升至864亿元，年均复合增长率达到17%。

尤其是在2022年，营业收入同比增长26.2%，达到724亿元，成为行业中的亮眼表现。

这一成绩的背后，离不开越秀地产对“好房子”标准的坚持和对市场需求的精准把握。



数据来源：越秀地产历年年报。

然而，受行业下行压力和成本上升等因素影响，越秀地产的净利润率从2020年

的 8.7%逐年下滑至 2024 年的 1.8%。

尽管如此，越秀地产在 2024 年依然实现了 864 亿元的营业收入，同比增幅达 7.7%，在行业整体低迷的背景下，能够保持增长已属不易。

净利润率的下滑固然是挑战，但在当前行业背景下，越秀地产的表现依然可圈可点，展现了其在行业中的竞争力和韧性。

越秀地产的逆势而上，很大程度上得益于其对“好房子”标准的深度践行。

无论是“樾”系的高端改善定位，还是“星汇”系的青年品质住宅，越秀地产始终以用户需求为核心，注重产品品质和创新。

总体来看，越秀地产在行业寒冬中能够保持营业收入的稳步增长，已经体现了其强大的产品力和市场适应能力。



数据来源：越秀地产历年年报。