

表示,新力2021年上半年整体去化,较去年同期有进步,“一方面是疫情之后购房者信心的回升,另一方面是新力长期坚持的深耕战略和坚持产品主义的落地。整个上半年销售的推盘去化率大概在65%。”

业绩持续稳步增长的同时,新力控股也在不断提升企业发展的安全边际。截至报告期末,新力控股已连续三期经营现金流为正,现金短债比达到1.4,净负债比率进一步降至50.5%。按照“三道红线”的标准,新力控股目前处于黄档,公司管理层表示,目标通过优化管理与债务结构,在一年内实现全线“绿档”。

对下半年充满信心

就下半年销售情况,刘翔表示,下半年新力控股将有近20个新项目入市,这些项目分布在较优质的核心城市,其中南昌、武汉、苏州、无锡、惠州等新力已经深耕布局多年,且大多数拿地的价格不高,可以说是供货充足,去化有保障。基于这样的布局,新力控股管理层对下半年的销售充满信心。

新力控股执行董事兼运营管理中心副总经理涂菁表示:“2021年下半年,新力控股预计可售货值充足,可售货值权益总额为440亿元,区域布局更加多元化,一二线城市占比92%,有信心完成全年销售目标。”

对于下半年即将到期的债务偿还安排,管理层表示,公司已经做好应对融资安排,利用销售回款、开发贷或循环滚动融资做好到期债务偿还工作,或会用自有资金或者视市场情况申请新的美元债额度对

在面临疫情反复和楼市调控政策双重冲击的2021年上半年,新力体现了不错的抗压能力。

接下来到期的三笔美元债进行覆盖。

新力控股管理层表示,下半年公司将会继续加强现金流管理,紧抓回款的同时,积极扩展融资管道及优化债务结构,保持财务状况稳定健康。正如张园林所说:“总体策略还是以稳健发展为主。下半年还是抓销售,抓回款,保现金流,稳健的拿地策略,包括拿地多元化的一些方式去推进公司平稳的发展。”

以质取胜,路径坚定

作为首家登陆港交所的赣系房企,新力从成立到上市只用了9年时间。2016年,新力销售额跨进百亿元,2017年超过400亿元;2020年是其上市后的第一个完整财年,销售额首破千亿元,达到1137亿元。

上市之后的新力控股努力转变“千亿黑马”的形象,总体策略以稳健发展为主。正如公司管理层在此次中期业绩报告会上的判断,随着房地产金融监管仍将继续强化,房价涨幅趋于稳定,市场逐渐从“以量取胜”向“以质取胜”转变。

“以质取胜”便是新力的强项。一直以来,新力控股十分注重人居理念,追求质效均衡,践行品质服务承诺。2021年,新力控股3.0产品研发标准化即将落地,产品力再度全维升级。在保证产品质量方面,

集团从前端管理、产品策略到质量落地严格把控,高效应用标准产品体系,保障项目高质量落地,并搭建了以工程管理中心、各城市公司、各项目部以及独立第三方构成的“3+1”质量管控体系,保证高质量项目产出。

2021年上半年,新力控股荣获包括2020—2021年美尚奖在内的20项产品大奖,集团第三方客户满意度总得分89.8分,连续六年持续提升,其中物业服务、设计等多项指标排名前列。

公司管理层透露,如今的新力,还将从以下几点自我革新——

首先,区域布局将继续坚持以一二线城市为主,发挥江西大本营的优势。加大长三角地区和大湾区的布局力度,布局中西部核心城市及高增长的潜力地区,形成明确的四大区域的战略布局。

在拿地政策方面,四大区域均衡发展,适当的多元化的合作模式,招拍挂、勾地等等,鼓励合作,推动更多的合作项目落地。确保单项目的盈利能力,控制好地价,提升利润,控制拿地规模,实现快速周转。另外,在不断提升产品力的同时,也会不断升级营销服务体系,积极去化提速。

随着精细化运营时代的到来,只有稳健发展的房企才更具能力去应对挑战。“面对未来的不确定,我们内心是坚定的,我们的路径也是坚定的。”刘翔坚定地表示。