

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。夙