



江苏海安商业地产开发项目

商业计划书

摘要

海安市，江苏省辖县级市，由南通市代管。地处江苏省中南部，江海平原，东临黄海，与如东县接壤，南和如皋市毗邻，西通泰兴市，并与泰州市姜堰区相交，北与东台市相连。海安市是长三角北翼重要的战略枢纽，宁启铁路、沪苏通铁路、盐通高铁，连申线、通扬线航道在海安交汇。海安市是全国著名的教育之乡、装备制造之乡、建筑之乡、茧丝绸之乡、河豚之乡、纺织之乡、花鼓之乡、紫菜之乡和长寿之乡。海安市主要景点有苏中七战七捷纪念馆、青墩遗址、江淮文化园等。

本项目属于征迁建设商业地产项目。本项目由商业、酒店、综合楼等各类功能组合为一体，建立具有高水平的经济效益、商务效益及舒适便捷人居环境的综合商业体，除满足周边居民以及项目酒店入住客户的商业需求以外，也将进一步满足住户生活便利性，商业服务同时向外辐射，打造综合商业中心地。**本次项目将努力推进招商业务，重点增加医养结合服务、商业配套服务、酒店，使之成为该区域的亮点，区域的商业服务中心，努力办成该区域商业及住宅综合小区标志性项目。**

项目公司原址拆迁，政府照顾新征土地 15 亩，目前大楼筹备了 3-4 年，预计于今年（2024 年）6 月完成建筑主体的搭建。项目方团队于 2019 年购入土地，土地投入为 1000 万，预计项目整体投入 1.5 亿，截至目前实际投入 8000 万。项目手续情况：土地证、用地规划许可证、工程规划许可证和施工许可证在均已办理妥当。

期待与有长远目光的投资人达成合作，共赢未来！

第一章 项目介绍

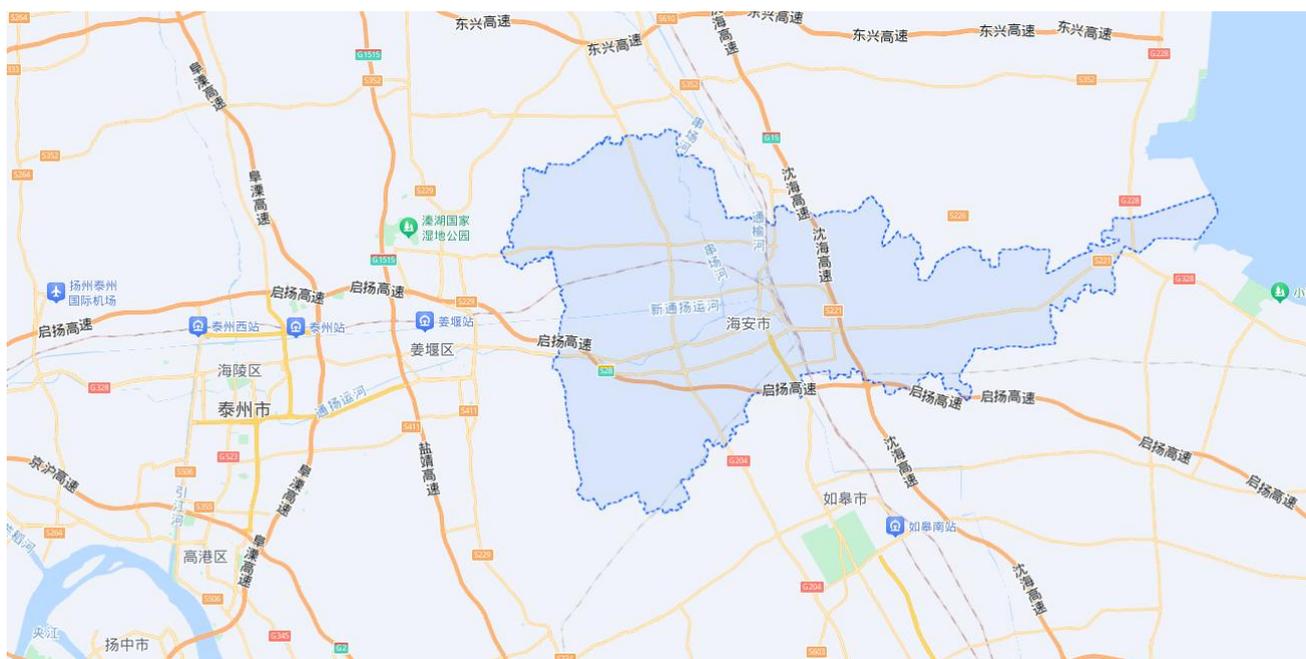
1.1 项目概况

- **项目名称：**江苏海安商业地产开发项目
- **建设地点：**项目位于江苏省南通市海安市。基地南侧毗邻日月路，西面临近通榆北路，道路完整，交通方便，周边多厂区，园区聚集地，聚集效应较好。
- **项目介绍：**本项目属于征迁建设商业地产项目。本项目由商业、酒店、综合楼等各类功能组合为一体，建立具有高水平的经济效益、商务效益及舒适便捷人居环境的综合商业体，除满足周边居民以及项目酒店入住客户的商业需求以外，也将进一步满足住户生活便利性，商业服务同时向外辐射，打造综合商业中心地。本次项目将努力推进招商业务，重点增加医养结合服务、商业配套服务、酒店，使之成为该区域的亮点，区域的商业服务中心，努力办成该区域商业及住宅综合小区标志性项目。
- **项目现状：**项目公司原址拆迁，政府照顾新征土地 15 亩，目前大楼筹备了 3-4 年，预计于今年（2024 年）6 月完成建筑主体的搭建。项目方团队于 2019 年购入土地，土地投入为 1000 万，预计项目整体投入 1.5 亿，截至目前实际投入 8000 万。项目手续情况：土地证、用地规划许可证、工程规划许可证和施工许可证在均已办理妥当。

1.2 区位介绍

海安市，江苏省辖县级市，由南通市代管。地处江苏省中南部，江海平原，东临黄海，与如东县接壤，南和如皋市毗邻，西通泰兴市，并与泰州市姜堰区相交，北与东台市相连。总面积 1184 平方千米。截至 2023 年 10 月，海安市下辖 4 个街道、9 个镇，市政府驻海安街道长江中路 106 号。截至 2022 年，海安

市常住人口 86.81 万人。



海安市是长三角北翼重要的战略枢纽，宁启铁路、沪苏通铁路、盐通高铁，连申线、通扬线航道在海安交汇。海安市是全国著名的教育之乡、装备制造之乡、建筑之乡、茧丝绸之乡、河豚之乡、纺织之乡、花鼓之乡、紫菜之乡和长寿之乡。海安市主要景点有苏中七战七捷纪念馆、青墩遗址、江淮文化园等。

2022 年，海安市全年实现地区生产总值 1379.75 亿元，按不变价计算，比 2021 年增长 1.8%。

● 人口情况

截至 2022 年末，海安市户籍总人口 900920 人，比上年减少 6823 人。全年出生人口 3149 人，人口出生率为 3.68‰；死亡人口 10028 人，人口死亡率为 11.62‰，人口自然增长率为-7.94‰。全市人口密度每平方公里 761 人。年末常住人口 86.81 万人，同比下降 0.22%，城镇化率达 70.23%，比上年末提高 0.66 个百分点。

● 经济综述

2022 年，海安市全年实现地区生产总值 1379.75 亿元，按不变价计算，比

上年增长 1.8%。其中，第一产业增加值 79.71 亿元，增长 3.6%；第二产业增加值 753.31 亿元，增长 3.4%；第三产业增加值 546.74 亿元，下降 0.5%。三次产业结构由上年的 5.7:54.0:40.3 调整为 5.8:54.6:39.6。人均地区生产总值 158766 元，增长 2.2%。

2022 年，海安市全年实现一般公共预算收入 66.02 亿元（净入库），下降 5.01%，其中税收收入 44.86 亿元，下降 21.38%，非税收入 21.16 亿元，增长 70.11%。全年一般公共预算支出 140.46 亿元，增长 0.74%。



● 固定资产投资、房地产

2023 年全年新开工亿元以上工业项目 73 个，竣工 34 个，其中新开工 5 亿元以上项目 28 个，竣工 28 个，达产 10 个。3 个项目入选省级重大项目、21 个项目入选南通市级重大项目。全年完成固定资产投资 512.93 亿元，其中第一产业投资 5.73 亿元、第二产业投资 371.41 亿元、第三产业投资 135.79 亿元。完成高技术产业投资 172.78 亿元，基础设施投资 27.04 亿元，旅游业投资 10.74 亿元。

全年完成房地产投资 70.45 亿元，比上年增长 6.1%；商品房施工面积 708.89 万平方米，增长 19.1%；商品房竣工面积 96.49 万平方米，增长 13.8%。商品房待售面积 9.50 万平方米，比上年下降 42.1%，其中住宅待售面积 1.30 万平方米，下降 69.2%，商铺待售面积 7.54 万平方米，下降 28.8%。

● 交通运输

全年完成公路货运量 285.1 万吨，货物周转量 46118.2 万吨公里，分别上升 114.9%、54.9%；完成公路客运量 427.03 万人次，客运周转量 4642.4 万人公里，分别上升 30.7%、35.8%；完成水路货运量 1186.54 万吨，周转量 883564.2 万吨公里，分别下降 2%、15.1%。

● 人民生活、社会保障

全市居民人均可支配收入 47842 元，增长 6.0%。其中，工资性收入 27170 元，增长 6.1%；经营净收入 8274 元，增长 4.0%；财产净收入 3351 元，增长 6.6%；转移净收入 9047 元，增长 7.7%。全体居民人均生活消费支出 31838 元，增长 8.3%。城镇居民人均可支配收入 60012 元，增长 5.2%；人均生活消费支出 35577 元，增长 6.9%。农村居民人均可支配收入 31944 元，增长 7.1%；人均生活消费支出 26953 元，增长 10.5%。

● 旅游业

年末，全市共有国家 A 级景区 7 家，其中 4A 级 2 家、3A 级 5 家；共有星级饭店 5 家，其中四星级 1 家，三星级 4 家。

全年实现规模以上服务业营业收入 65.75 亿元，比上年下降 26.8%，实现服务业开票销售 1230 亿元。新增国家级服务型制造示范企业 1 家、省级现代服务业集聚示范区 1 个，获批省级两业融合试点企业 3 家、试点区域 1 个。精心开展各类购物节、文旅活动，成功举办魅力滨海半程马拉松、大运河自行车赛等体育赛事。

全年实现社会消费品零售总额 444.83 亿元，比上年增长 5.5%。实现批发业销售额 1051.65 亿元，增长 2.3%；零售业销售额 315.71 亿元，增长 6.4%；**住宿业营业额 5.48 亿元，增长 10.9%；餐饮业营业额 69.78 亿元，增长 11.5%。**



1.3 建设规划

1.3.1 建设概况

本案位于南通市海安市东洲国际商贸城旁边。基地南侧毗邻日月路，西面临近通榆北路，道路完整，交通方便，周边多厂区，园区聚集地，聚集效应较好。

地面现状：地块较为平整，地块呈长条状，南北长 153m。东西长 66m，基地占地面积 10098 m²。基地内绿化良好，但建筑占地面积较大，导致开放空间不足，并且基地内地面要求停车较多，总图布局具有一定难度。因此，总的设计策略为，南面新建一栋高层建筑，北侧基地新建，厂区办公与临街商业，均为 2 层，具体布局总图中进行辨析。



1.3.2 设计方案

本项目设计的核心概念有五个方面：健康、宜居、现代、自然、休闲，通过现代简洁的设计，营造健康自然的酒店、办公、商业环境，通过场地、屋顶

花园、裙房功能的组织，提供休闲适宜的场所。



本项目周边道路完整，交通方便，周边多厂区，园区聚集地，聚集效应较好，周边居民基础良好，自然环境优美，有利于酒店、办公、商业等产业。但同质化现象严重，鲜有丽质者跳脱。大部分建筑均在 50 米限高内，立面石材幕墙居多，设计手法杂糅，形态趋同，难以给人留下深刻的印象。为区别于周边

建筑，树立项目特质，本方案将采用统一、简洁、大气的立面设计手法，形成鲜明的体量印象。

● 景观意向

景观意向结合园区规划与方案自身特点，通过跌落的体块处理、活动路径组织、树种四季搭配，营造四季皆景，舒适宜人的景观环境，同时景观环境与夜景灯光搭配，营造绚丽的夜景风光。



● 室内意向

大堂通高空间，其意向旨在营造高端大气的酒店形象，餐厅与套房等室内空间采用延展横向视野的方式，其空间通透，居住适宜。



大堂意向



餐厅意向



套房意向



1.3.3 效果图展示



鸟瞰效果展示



东南侧人视效果展示





1.3.4 功能划分

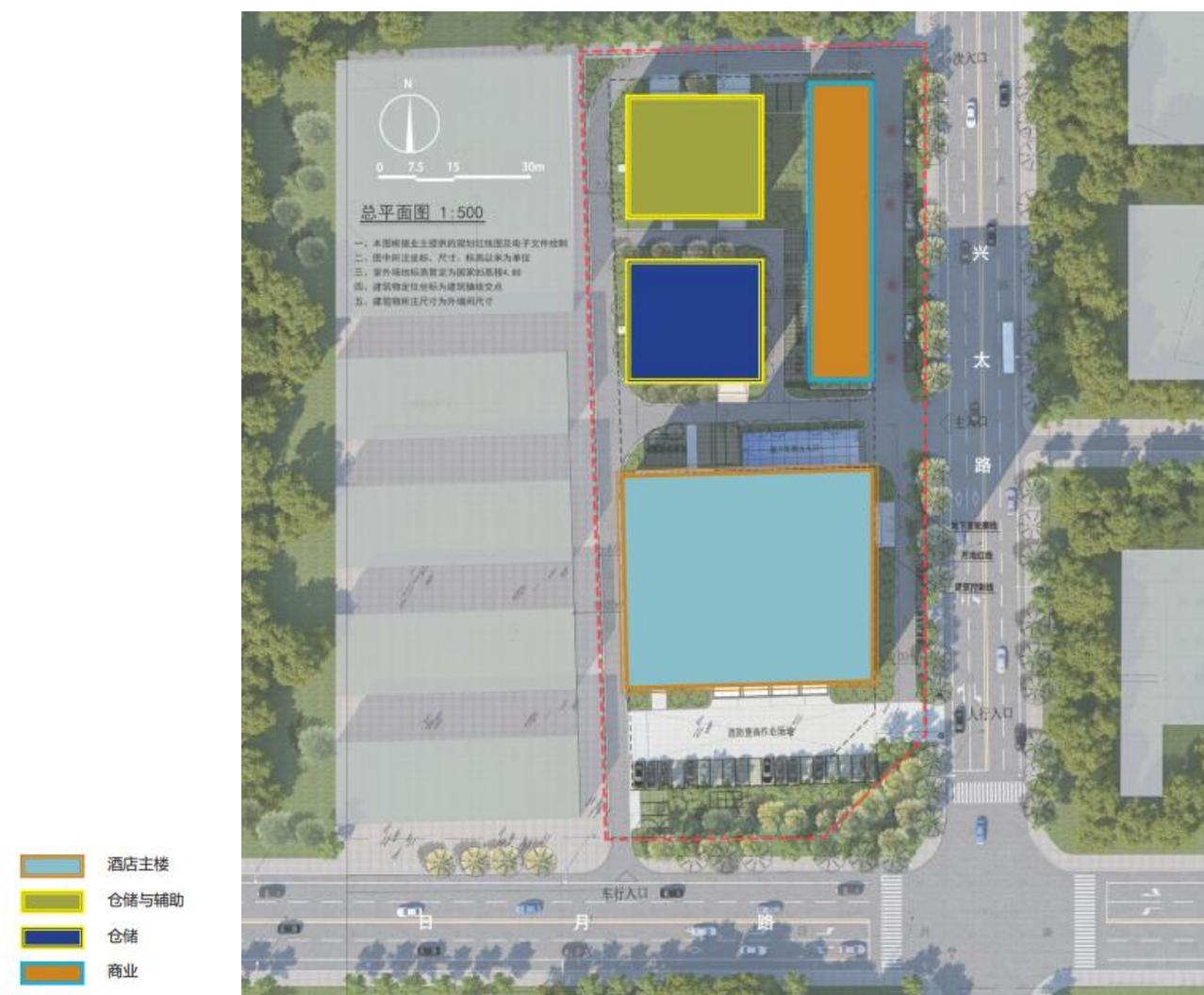
主要经济技术指标表								
序号	名称	单位	数量	计容面积	备注			
1	规划用地面积	m ²	9688					
2	总建筑面积	m ²	26652.4	21186.4				
	其中							
	地上建筑面积	m ²	21186.4	21186.4				
	酒店	m ²	15721.7	15721.7				
	商业	m ²	2142.3	2142.3				
	仓储	m ²	3041.4	3041.4				
	物管用房	m ²	107		总建筑面积的4%			
公厕	m ²	87						
垃圾房	m ²	87						
地下建筑面积	m ²	5466			其中人防面积1509m ²			
3	建筑占地总面积	m ²	3705.1					
4	绿地面积	m ²	2906.4					
5	容积率		2.19					
6	建筑密度	%	38.24%					
7	绿地率	%	30%					
9	机动车停车位	辆	135	酒店	104	酒店	1	辆/客房
				商业	13	商业	0.6	辆/100m ²
				仓储	16	仓储	0.5	辆/100m ²
				配套	2	配套	1.8	辆/100m ²
10	非机动车停车位	辆	175	酒店	52	酒店	0.5	辆/客房
				商业	107	商业	5	辆/100m ²
				仓储	12	仓储	0.4	辆/100m ²
				配套	4	配套	3	辆/100m ²

注：酒店客房间数共计104间

分栋建筑指标表							
序号	名称	功能分区	占地面积(m ²)	建筑面积(m ²)	计容面积(m ²)	高度(m)	层数
2	地上建筑	1#商业	714.1	2142.3	2142.3	13.8	地上 3层
3		2#仓储及配套服务	543	1661.2	1661.2	13.8	地上 3层
4		3#仓储	543	1661.2	1661.2	13.8	地上 3层
5							
6		5#酒店	1905	15721.7	15721.7	70.1	地上 16层
7	地下建筑	地下车库		5466			地下 1层
8							
9							
10							
11							
12							
12							
	合计		3705.1	26652.4	21186.4		



功能分区主要分成四个部分：位于场地最南侧的酒店主楼，场地东北侧的商业部分，西北侧的仓储与辅助部分。



1.3.5 医养结合

本项目核心团队也将考虑医养结合板块，诚邀相关企业入驻运营。

● 建设内容

项目定位为提供专业疗养护、服务的康养中心项目业态包括疗养建筑、疗养配套建筑和疗养配套综合服务中心等。建成后将是全民医疗康复和活力养老为核心，集持续关爱社区、活力公寓、商业、文化、休闲娱乐为一体的全民医疗健康综合体。可为居民提供集娱乐、照料、护理等综合服务为一体的全日制式付费养老社区。采用 CCRC 模式，分三种类型：生活能够自理且有独立住所

的自理型老人，日常生活需要他人帮助的介助型老人和完全不能自理的介护型老人，分型个性化照护的苏中地区县（市）级城市首个综合康养中心，借助周边的自然环境与文化交通资源，打造海安的养老天堂和全民的医疗健康中心。力图打造医为核心，养为突破，整合链条产业服务的大型康养中心。

● 服务板块

(1) **护理类服务**：日常照护、术后护理、认知照料、短期托养。

(2) **健康类服务**：健康管理、康复护理、认知干预、文化娱乐、精神慰藉、心理疏导。

(3) **生活类服务**：长者食堂、家政保洁、助浴助行、老年超市、代买代办、适老化改造。

(4) **智慧化服务**：互联网+居家养老、智慧信息平台、智慧养老用品、智能居家适老化改造、家庭智能照护服务。

1.4 商业模式

1.4.1 开发销售模式

本项目运用“开发—销售”模式。项目方拿到土地使用权后进行开发和销售，并以此为主要盈利手段。酒店项目开发流程主要包含：项目可行性研究、项目选址及物业租赁、项目策划、项目方案设计、设计方案论证审核、项目实施及建设、筹备开业、开业试运营等。

1.4.2 租赁模式

酒店地皮全部自持，一部分为自己运营，一部分合作运营或招商出租给其他物业。

1.4.3 定价模式

项目将采取正确的定价策略，控制客房库存，提高入住率，重视效益管理。

酒店经营具有淡旺季特征，和诸多因素有关，如旅游资源、气候条件、经济活动以及公共假期情况等。因此本项目的战略目标就是在市场需求的淡季尽量多吸引客人入住。在此种情况下，房型、价格以及客户所感受到的价值（性价比）就成为具有决定意义的指标。

项目团队会综合淡旺季、行业平均价格及客户订房渠道等多方面因素制定对应的价格体系，进行差异化定价，以吸引不同的消费群体。

1.4.4 销售模式

酒店采用“**直接销售+渠道销售**”结合的销售模式，主要目标人群是游客和商务人士。直接销售主要是通过项目公司以及合作集团的销售部门、官方微信、官方网站、自媒体平台、合作营销推广平台等销售网络面向大众消费者、企业客户、旅行社客户等直接销售。渠道销售主要是项目公司通过第三方渠道代理销售。项目公司会与国内外知名的在线旅行社建立业务关系，如携程、去哪儿和飞猪等。在线旅行社可以通过项目公司的中央预订系统获取实时酒店信息及进行酒店预订。

1.4.5 推广渠道

1. 效应营销：以优惠的条件或联营方式引进目标主力店，以主力店品牌效应吸引其它店/品牌进驻从而带动销售进度。

2. 阶段营销：在不同的阶段运用不同的优惠条件，吸引客户。

3. 放水养鱼：以短期优惠条件吸引部分客户，形成良好的开端，从而推动销售进度。

4. 特色为先：寻找特色客户，营造独特氛围，吸引其它客户。

5. 媒体推广：利用媒体如电视、户外路牌、宣传条幅广告、社交媒体等形式推广项目。

1.4.6 盈利模式

项目以楼盘销售和招商出租为主要盈利来源。

1.5 项目优势

1.5.1 区位优势

南通，简称“通”，古称通州，别称静海、崇州、崇川、紫琅，江苏省地级市，长江三角洲中心区 27 城之一，国务院批复确定的中国长三角北翼经济中心、现代化港口城市。地处中国华东地区、江苏东南部，东抵黄海、南濒长江，是扬子江城市群的重要组成部分、上海大都市圈北翼门户城市、中国首批对外开放的 14 个沿海城市之一，集“黄金海岸”与“黄金水道”优势于一身，拥有长江岸线 226 千米，“据江海之会、扼南北之喉”，被誉为“北上海”。



南通海安，是投资兴业的福地，生活环境生态宜居。海安曾先后获得国家生态城市、全国绿化模范城市、全国文明城市、平安中国建设示范县等数十项国家级荣誉，入选“中国最具幸福感城市”，社会公众安全感和群众满意度名列全省前茅，百岁老人比例超过联合国确定“长寿之乡”标准的两倍。海安教育蜚声全国，高考高分段人数、清华北大等一流名校录取人数稳居全省前列，越来越多企业家、人才选择来海投资兴业、安家置业，让子女享受高质量的教育资源。同时海安政务服务全省一流，项目服务专人负责、全程代办，建设工程

手续“六证齐发”，“拿地即开工”。政策支持贴心入微，制定了工业、现代服务业、上市挂牌等激励扶持政策，集成创新持续提升营商环境举措“88条”，惠企政策“免申即享”、快速兑现。这里要素供给支撑有力。

1.5.2 设计优势

● 简约大方

整体建筑设计风格简约大方符合时代发展潮流，在总的形体关系与场地布局的基础上，适当增加建筑空间内部的景观视野面积，舒适宜居。简约通过虚实对比的设计手法，从功能的匹配性原则出发，增加局部格栅、线脚否认增加建筑形象的层次性在不影响整体的前提下，勾勒细节，凸显设计元素的精致性与设计感，在一定程度上有助于提升场地周边的城市形象与建筑自身的吸引力。

● 立体绿化

设计连接原有生态基底，打造包含入口景观大道，地面层共享花园，屋顶休闲花园等，将生态资源作为重要的设计元素，引绿色覆盖全域，不仅构建立体的绿色公园系统，更重要创造城绿共融的公园城市景观系统。

● 功能复合

从场地规划伊始，酒店主体、商业、办公辅助设施，预留后续发展空间，在酒店房间布局当中，根据柱网进行有组织的空间布局，大堂空间通高布局，需要时可做展览，场地街角广场为市民提供了日常休闲场地，功能的复合利用有助于提升场所活力与城市生活品质。

1.5.3 团队优势

项目创始人以及团队在相关行业拥有丰富的工作经验，人脉资源充足，能够及时把握行业的发展趋势，抓住业务拓展机会。同时，创始团队对本项目的市场把握非常清晰，对项目的发展契机、目标市场定位、营销策略、运营模式、

盈利模式、发展战略以及相关的风险等已有深入的思考与清晰的规划。项目方团队积累了深厚的人脉与市场资源，在项目开展过程中，能够根据自身需求，与外部机构或个人开展合作，助力公司发展。

1.5.4 社会效益优势

该项目地块规划指标可提高城市的品质，带动周边设施的完善，改善片区舒适度，提高居民生活品位。项目的建设有利于拉动投资和消费，有利于加速房地产业发展，进而促进经济增长。

1.5.5 酒店项目优势

酒店项目具有一次投资、长期受益、收益稳定、经营风险小等特点，随着酒店服务设施的不断完善和服务档次的不断提升，入住率会逐年提高，经济效益会越来越明显。项目将打造一支有事业心、责任心、服务能力及高效执行力的团队，并建立标准化的管理和运营模式。项目开发思路清晰，后备资源丰富，发展前景广阔，后续潜力巨大，是酒店项目中的蓝海项目。

第二章 投资环境分析

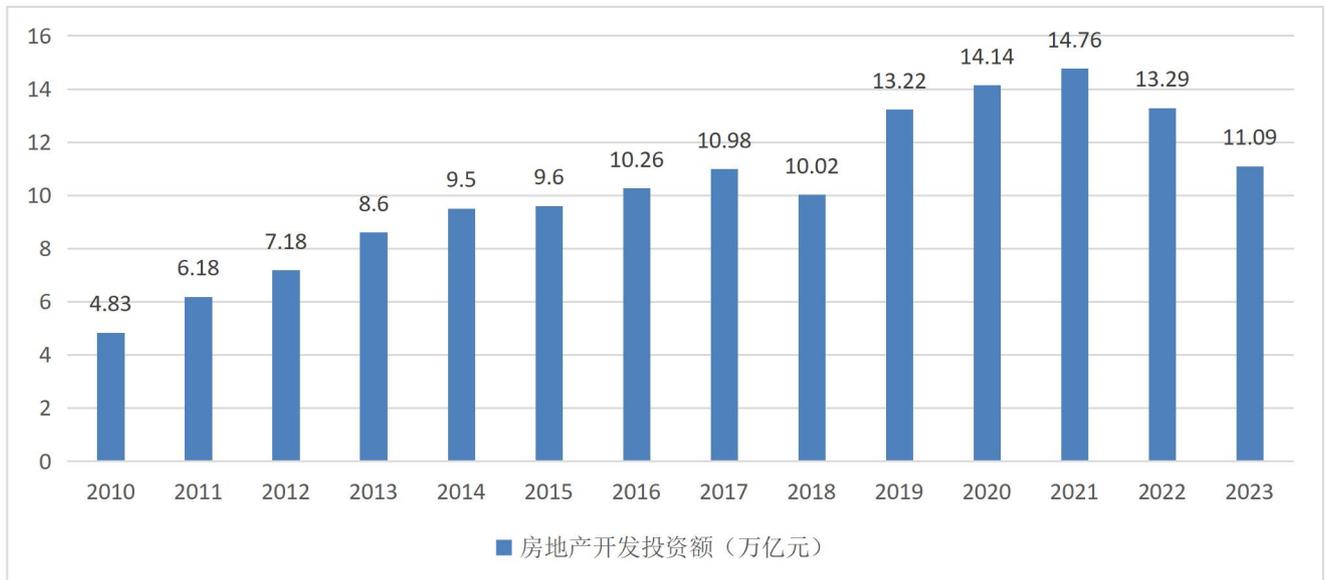
2.1 我国房地产开发行业现状

近年来，随着经济的快速发展，人民的生活水平不断提高，与我国人民生活息息相关的房地产经济成为了中国经济发展的重要组成部分。房地产经济是中国经济发展的驱动力，对带动整个经济的飞速发展起重要作用。

2.1.1 开发投资情况

从上世纪 90 年代中国开始房地产的市场化，商品房的出现让房地产行业得以迅速发展且带动其他配套行业例如建筑建材，家电等行业迅速发展。城镇化进程加快产生大量住房需求。2021 年全国房地产开发投资 14.7602 万亿元，同比增长 4.4%；2022 年，全国房地产开发投资 13.2895 万亿元，比上年下降 10.0%；2023 年，全国房地产开发投资 110913 亿元，比上年下降 9.6%。

图：2010-2022 年上半年中国房地产开发投资额

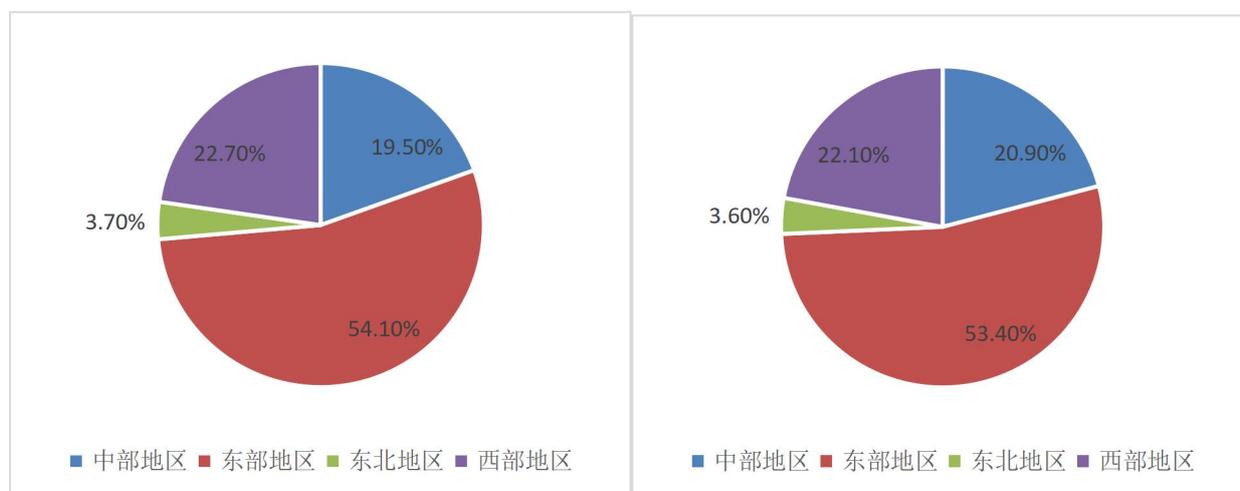


资料来源：国家统计局、智研咨询整理

其中中部地区增速最高，中部地区投资额为 15053 亿元，同比增长 22.7%；东部地区投资额为 38544 亿元，同比增长 13.6%；西部地区投资额为 15981 亿元，

同比增长 12.2%；东北地区投资额为 2601 亿元，同比增长 11.8%。

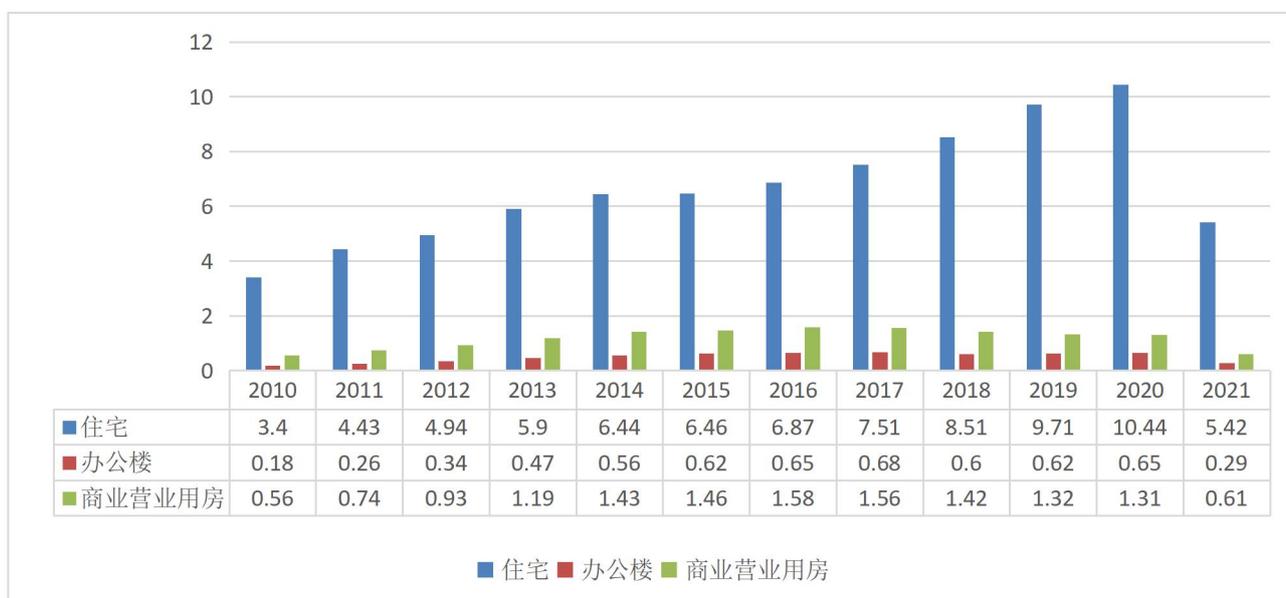
图：2020-2021 年上半年中国房地产开发投资额地区分布（亿元）



资料来源：国家统计局、智研咨询整理

2020 年住宅投资额为 10.44 万亿元，办公楼投资额为 0.65 万亿元，商业营业用房投资额为 1.31 万亿元；2021 年上半年住宅投资额为 5.42 万亿元，办公楼投资额为 0.29 万亿元，商业营业用房投资额为 0.61 万亿元。

图：2010-2021 年上半年中国房地产开发投资额分布（万亿元）

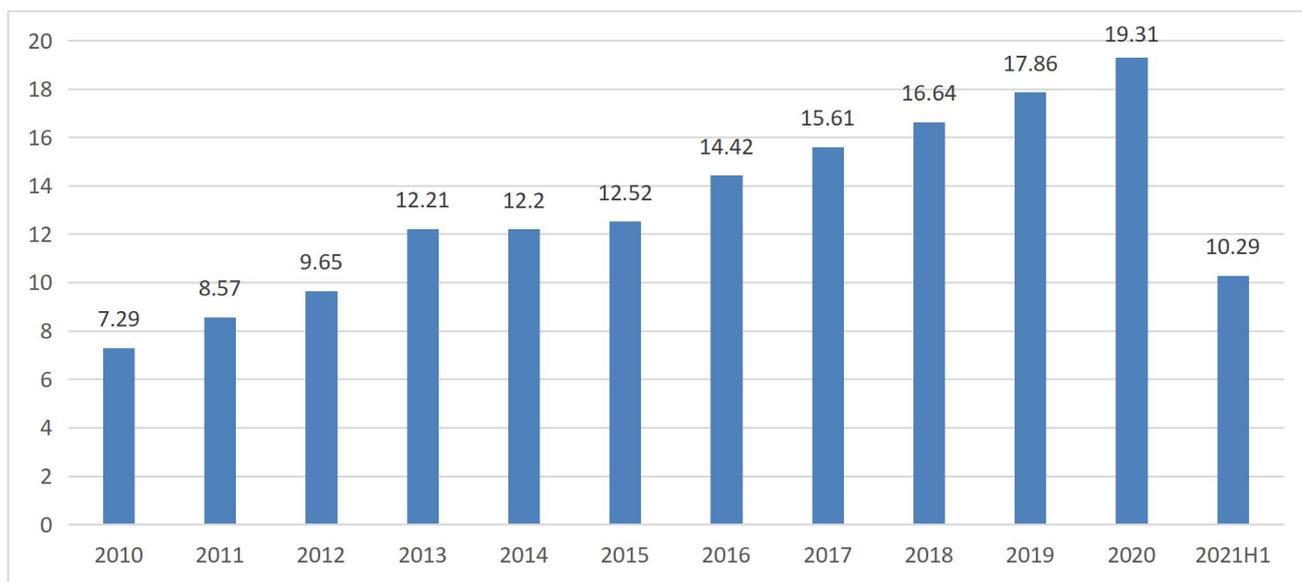


资料来源：国家统计局、智研咨询整理

中国房地产开发企业本年实际到位资金不断增长，2020 年中国房地产开发

企业本年实际到位资金为 19.31 万亿元，2021 年上半年中国房地产开发企业本年实际到位资金为 10.29 万亿元，同比增长 23.5%。

图：2010-2021 年上半年中国房地产开发企业本年实际到位资金



资料来源：国家统计局、智研咨询整理

2.1.2 施工情况

2021 年中国房地产开发企业新开工房屋面积为 10.13 亿平方米，较上年同比增长 3.8%，较 2019 年下降 4.0%；竣工房屋面积为 3.65 亿平方米，较上年同比增长 25.7%，较 2019 年增长 12.5%。

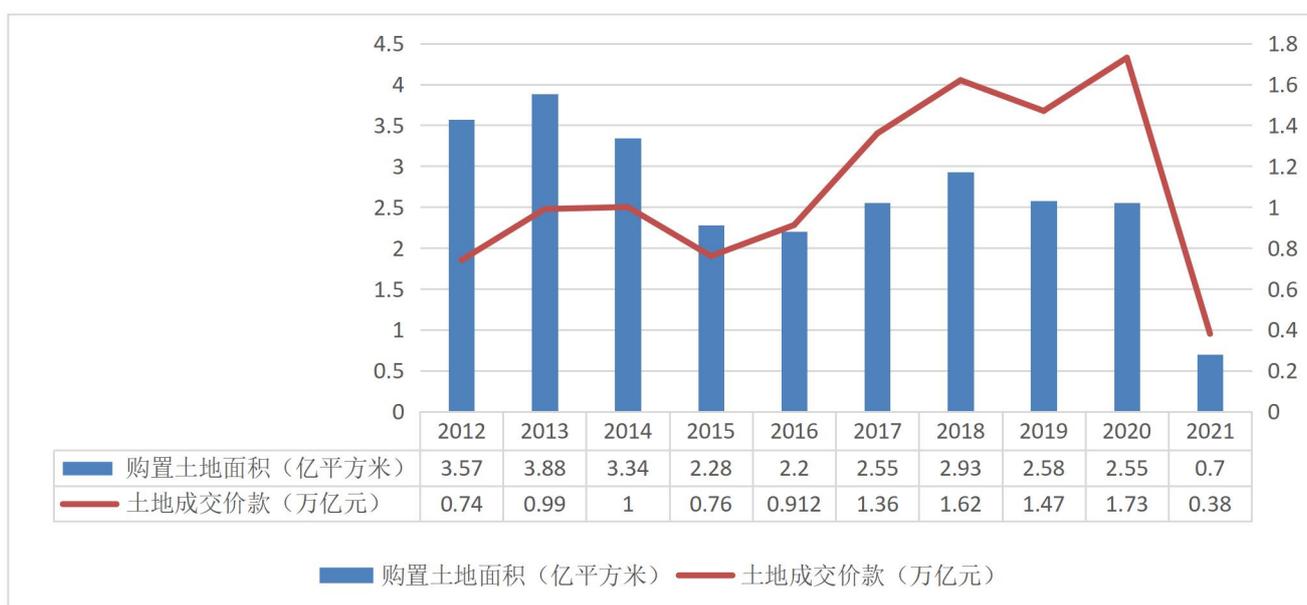
图：2013-2021 年上半年中国房地产开发企业新开工房屋面积及竣工房屋面积



2021年上半年中国房地产开发企业房屋总施工面积为87.33亿平方米，其中住宅施工面积为61.75亿平方米，办公楼施工面积为3.43亿平方米，商业营业用房施工面积为8.33亿平方米。

2021年上半年中国房地产开发企业购置土地面积及土地成交价款同比均有所下降，2021年上半年中国房地产开发企业购置土地面积为0.70亿平方米，同比下降11.8%；土地成交价款为0.38万亿元，同比下降5.7%。

图：2012-2021年上半年中国房地产开发企业购置土地面积及土地成交价款



资料来源：国家统计局、智研咨询整理

2.1.3 销售情况

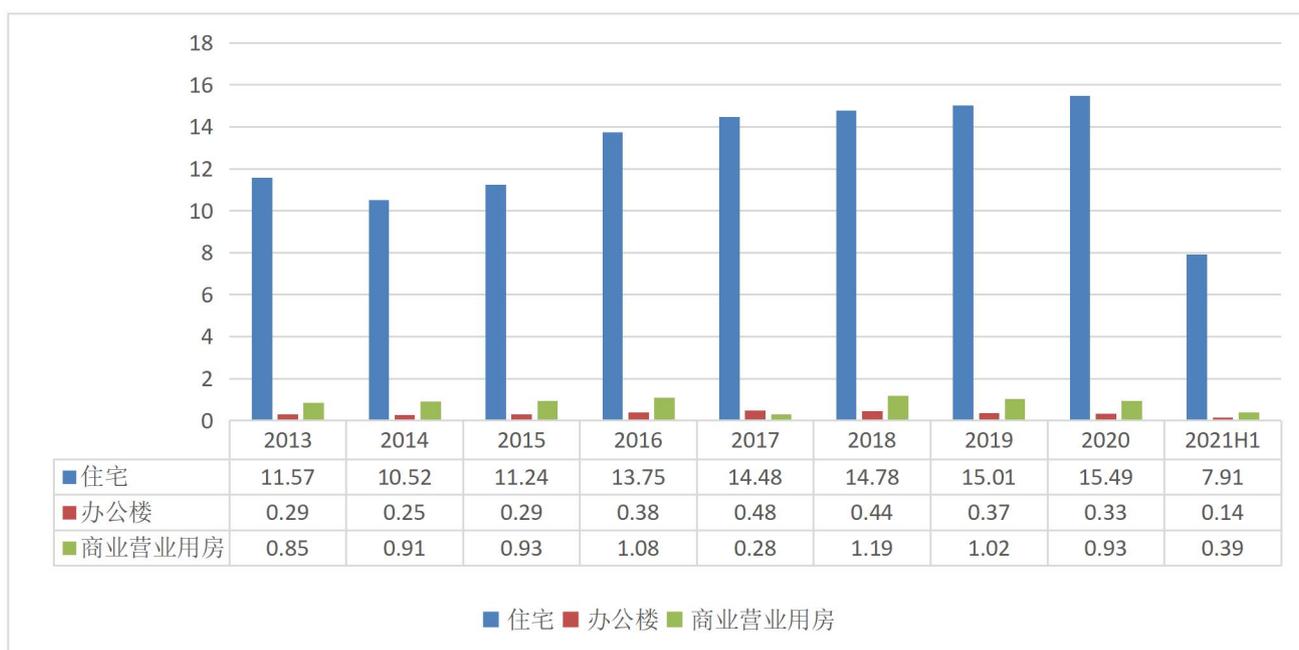
2021年上半年，中国房地产市场表现整体平稳。年初部分热点城市延续了去年末的市场热度，叠加春节期间一线、二线城市购房情绪升温，一季度淡季不淡。二季度以来，市场热度持续。2021年上半年中国商品房销售面积为8.86亿平方米，同比增长27.7%；销售金额为9.29万亿元，同比增长38.9%。

其中东部地区商品房销售面积28511万平方米，销售金额为37119亿元；中部地区商品房销售面积18450万平方米，销售金额为13147亿元；西部地区商品房销售面积19908万平方米，销售金额为14484亿元；东北地区商品房销

售面积 2534 万平方米，销售金额为 2144 亿元。

2020 年住宅销售面积为 15.49 亿平方米，办公楼销售面积为 0.33 亿平方米，商业营业用房销售面积为 0.93 亿平方米；2021 年上半年住宅销售面积为 7.91 亿平方米，办公楼销售面积为 0.14 亿平方米，商业营业用房销售面积为 0.39 亿平方米。

图：2013-2021 年上半年中国商品房销售面积(亿平方米)



资料来源：国家统计局、智研咨询整理

目前，在行业增速放缓叠加“三道红线”压力下，规模房企投资和扩张动能承压，目标增速趋缓。长期来看，在“房住不炒”长效机制以及整体政策环境边际收紧的主旋律下，行业发展方向更为清晰，预计未来行业整体销售面积规模将步入无增长时代。

2.2 我国房地产行业未来展望

2.2.1 市场超预期复苏

相关数据显示 2022 年全国房地产市场将呈现“销售面积增速平稳回落，销售均价小幅上涨，新开工面积持续下降，投资增速明显回落”的特点。

为更好发挥房地产稳经济作用，中国社会科学院国家未来城市实验室理事长杨开忠在研讨会上提出三点建议：降低存量房交易成本，加大高质量新房供给，加大新中心房地产供给。

数据统计发现，2021年全国商品房销售面积为17.94亿平方米，比上年小幅增加了1.9%，增幅进一步收窄，其中住宅销售面积为15.65亿平方米，比上年增长1.1%。

2.2.2 房产企业不可替代

房地产企业对房地产业的发展和市场发育起着不可替代的作用。2019年，全球经济发展放缓，经济贸易增长压力较大，世界经济增速已降至国际金融危机以来的最低点，发达国家增速普遍回落，新兴经济体的增速也明显放缓，全球制造业也呈现低迷状态。与此同时，国际政治经济形势复杂，大国战略博弈加剧，中美贸易摩擦为我国经济发展带来较大负面影响。

2019年，面对国内外风险挑战明显上升的复杂局面，中央统一部署“六稳”工作，即稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期，三大攻坚战取得关键进展，国民经济运行总体平稳，全年国内生产总值99万亿元，比上年增长6.1%，经济总量稳居世界第二位。中国对全球经济增长贡献约30%，持续成为推动世界经济增长的主要动力源。

2020年受到疫情的影响，中国与全球经济下行压力加大。短期内，相当一部分国家的经济将出现较严重的衰退，无论是国内还是国外的需求将面临萎缩的压力。在各项调控政策的刺激下，疫情对于中国的影响预计在年末将得到修复。从中长期视角来看，中国经济长期向好的格局并未发生变化。

商业地产行业受到疫情的影响，虽然在短期内受到较大挑战，但是对具有充足现金流、注重产品品质、运营经验丰富的企业也带来了较好的发展机会，行业将进入存量项目并购窗口期，行业整合加速。

随着房地产整个产业的升温，各界对它的关注也越来越多，认识上趋向于成熟和理性。人们逐渐认识到，房地产除了直接可以感受到的房屋和决定房屋价格的市场外，还有一种潜伏住宅和市场之下的力量——房地产企业。房地产企业是房地产产品的直接供应者，是市场的主体，对房地产业的发展 and 市场的发育起着不可替代的作用。

2022年5月31日，《扎实稳住经济的一揽子政策措施》发布，提出6方面共33项措施，高效统筹疫情防控和经济社会发展。房地产是国民经济的支柱产业，稳房地产也是稳经济的重要组成部分。