

中国工程造价咨询行业发展趋势分析及行业发展前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

工程造价咨询是指面向社会接受委托、承担建设项目的全过程、动态的造价管理，包括可行性研究、投资估算、项目经济评价、工程概算、预算、工程结算、工程竣工结算、工程招标标底、投标报价的编制和审核、对工程造价进行监控以及提供有关工程造价信息资料等业务。

工程造价咨询研究报告对行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。报告如实地反映客观情况，一切叙述、说明、推断、引用恰如其分，文字、用词表达准确，概念表述科学化。报告对行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，洞察行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在，评估行业投资价值、效果效益程度，提出建设性意见建议，为行业投资决策者和企业经营者提供参考依据。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国工程造价咨询市场进行了分析研究。报告在总结中国工程造价咨询行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国工程造价咨询行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为工程造价咨询企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 工程造价咨询行业发展环境

1.1 工程造价咨询行业发展概述

1.1.1工程造价咨询定义

1.1.2工程造价咨询特征

1.1.3工程造价咨询分类

(1)按所涉及专业划分

(2)按工程建设的阶段划分

1.1.4工程造价咨询机构类型

1.1.5工程造价咨询业务类型

1.2工程造价咨询行业政策环境分析

1.2.1工程造价咨询行业相关政策

(1)国家发布的相关政策

(2)政策环境变化对行业发展的影响

1.2.2工程造价咨询行业相关规划

1.3工程造价咨询行业经济环境分析

1.3.1国内宏观经济发展分析

1.3.2固定资产投资规模分析

1.3.3宏观经济对行业发展的影响

1.4工程造价咨询行业社会环境分析

1.4.1中国城镇化发展进程分析

(1)我国城镇化现状分析

(2)我国城镇化趋势展望

1.4.2中国城镇化推进政策汇总

1.4.3中国社会信用体系建设

(1)我国工程造价咨询行业存在信用问题

1)需求市场的信用问题

2)工程造价咨询企业内部诚信问题

3)行政干预，利益分割

(2)社会诚信体系建设利于行业诚信度的提升

1.5工程造价咨询行业技术环境分析

1.5.1产业技术环境对行业的影响

(1)产业相关技术环境变化

(2)促使工程造价咨询企业业务结构调整

(3)促使工程造价咨询企业人才结构变化

1.5.2工程造价行业的信息化建设

第二章 中国工程造价咨询行业竞争现状分析

2.1中国工程造价咨询行业发展现状

2.1.1中国工程造价咨询行业企业分布

2.1.2中国工程造价咨询行业从业人员

2.1.3中国工程造价咨询行业营业收入

2.1.4中国工程造价咨询行业营收排名

2.1.5中国工程造价咨询业务收费现状

2.1.6中国工程造价咨询行业协会现状

2.2工程造价咨询行业波特五力模型分析

2.2.1工程造价咨询行业现有企业间的竞争

(1)企业间的竞争对手势均力敌

(2)企业间的差异性小

(3)委托方转换成本低

(4)退出行业的障碍小

2.2.2工程造价咨询行业新进入者威胁分析

(1)对潜在的竞争者威胁小的方面

(2)对潜在的竞争者威胁大的方面

2.2.3工程造价咨询行业供应商议价能力分析

2.2.4工程造价咨询行业客户议价能力分析

2.2.5工程造价咨询行业替代性威胁分析

(1)主要替代性服务

(2)其它替代性服务

2.3工程造价咨询企业发展战略分析

2.3.1工程造价咨询企业人才战略分析

(1)人才是工程造价咨询企业的核心资源

(2)企业获取人才基本措施

1)引进，导入外部的优秀人才

2)再教育，发展业务骨干

3)在企业内部建立学习型组织，提高整体人才素质

4)建立业内企业与从业人员的信用评价体系

5)建立全面的绩效考核与激励机制

2.3.2工程造价咨询企业品牌战略分析

(1)品牌是工程造价咨询企业的突破性资源

(2)工程造价咨询企业品牌战略基本措施

- 1)企业必须建立品牌的理念，提高品牌意识
- 2)提高企业的资质等级
- 3)发表论文、参加学术研讨
- 4)工程造价咨询企业，品牌建设三层次理念
- 5)服务质量是品牌基础

2.3.3工程造价咨询企业战略联盟分析

(1)工程造价咨询企业为什么实施联盟战略

(2)联盟战略实施常用手段

- 1)以造价协会为平台，建立行业大联盟
- 2)横向联盟
- 3)纵向联盟
- 4)无关性异业联盟

2.3.4工程造价咨询企业差异化战略分析

(1)差异化战略是工程造价行业发展下阶段显著性特征

(2)行业企业差异战略的主要方式

- 1)产品差异化
- 2)服务差异化
- 3)企业品牌差异化

2.3.5工程造价咨询企业新业务开发战略分析

- (1)横向开发新业务战略
- (2)纵向开发新业务战略

1)开发投资决策阶段业务

2)开发实施阶段新业务

3)造价咨询行业应该开拓建设项目生产运营阶段的业务

2.4中国工程造价咨询企业核心竞争力分析

2.4.1工程造价咨询企业核心竞争力构成要素分析

(1)文化是工程造价咨询企业核心竞争力的灵魂

(2)知识是工程造价咨询企业核心竞争力的根本

(3)技术是工程造价咨询企业核心竞争力的直接表现

(4)管理是工程造价咨询企业核心竞争力的保证手段

2.4.2工程造价咨询企业核心竞争力评价体系的构建

(1)工程造价咨询企业核心竞争力指标体系设计

(2)工程造价咨询企业核心竞争力指标含义及确定方法

1)一级变量的评分标准

2)文化因素评分方法

3)知识因素评分方法

4)技术因素评分方法

5)管理因素评分方法

2.4.3培养和提升工程造价咨询企业核心竞争力的方法

(1)工程造价咨询企业核心竞争力软指标提升方法

1)培育优秀的企业文化

2)建立学习型、创新型企业

3)加强人力资源战略管理

(2)工程造价咨询企业核心竞争力硬指标提升方法

1)提高企业活动的信息化程度

2)提高服务产品质量，树立特色经营

第三章 工程造价咨询行业服务领域发展分析

3.1建筑行业发展分析

3.1.1建筑行业生命周期分析

3.1.2建筑行业产值规模分析

3.1.3建筑企业经营利润分析

3.2市政工程行业发展分析

3.2.1市政工程行业生命周期分析

3.2.2市政工程行业发展现状分析

3.2.3市政工程基础设施投资分析

3.3公路建设工程行业发展分析

3.3.1公路工程建设行业生命周期分析

(1)公路行业的生命周期

(2)目前中国公路行业的生命周期判断

3.3.2全国公路总里程及增长情况分析

3.3.3我国公路建设行业盈利模式分析

3.4城市轨道交通建设工程行业发展分析

3.4.1城市轨道交通行业生命周期

3.4.2城市轨道交通建设状况分析

(1)城轨交通基础设施建设

(2)城轨交通运营线路走势

(3)城轨交通区域分布结构

3.4.3城市轨道交通市场规模预测

第四章 工程造价咨询行业主要细分市场分析

4.1房屋建筑工程造价咨询市场分析

4.1.1房屋建筑工程造价咨询市场现状

(1)房屋建筑工程造价咨询市场营业收入

(2)房屋建筑工程造价咨询市场营收占比

4.1.2房屋建筑工程造价咨询市场预测

4.2市政工程造价咨询市场分析

4.2.1市政工程造价咨询市场现状

(1)市政工程造价咨询市场营业收入

(2)市政工程造价咨询市场营收占比

4.2.2市政工程造价咨询市场预测

(1)城市市政设施建设不足与城市化进程的矛盾促使市政工程建设投资加快。

(2)公用事业的放开，有利于促进民资和外资的投资，扩大工程造价咨询市场蛋糕。

(3)伴随着地方城镇化程度的提升，各地加大市政设施的投资，扩大对工程造价咨询的市场需求。

4.3公路工程造价咨询市场分析

4.3.1公路工程造价咨询市场现状

(1)公路工程造价咨询市场营业收入

(2)公路工程造价咨询市场营收占比

4.3.2公路工程造价咨询市场预测

4.4火电工程造价咨询市场分析

4.4.1火电工程造价咨询市场现状

(1)火电工程造价咨询市场营业收入

(2)火电工程造价咨询市场营收占比

4.4.2电力工程造价咨询市场预测

(1)火电投资比重将进一步下滑，新能源发电将是重点发展的发电方式。

(2)煤电投资将放缓，今后将推出主力军的位置。

(3)，核电告别“大跃进”时代，建设项目集中在沿海地区。

(4)发电基地布局在西北地区，推动输电网建设。

第五章 工程造价咨询行业区域市场投资战略选择

5.1经济增长与工程造价咨询行业发展的关系

5.2地区经济增长比较分析

5.2.1地区经济规模比较分析

5.2.2地区经济增长速度比较分析

5.3地区固定资产投资比较分析

5.3.1地区固定资产投资总规模比较分析

5.3.2地区固定资产投资增速比较分析

5.3.3地区房屋建设投资比较分析

5.4地区城市化水平比较分析

5.5未来工程造价咨询行业区域市场投资战略选择

第六章 工程造价咨询标杆企业经营情况分析

6.1工程造价咨询企业经营概述

6.2重点工程造价咨询企业经营情况

6.2.1上海东方投资监理有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.2中铁工程设计咨询集团有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.3北京东方华太工程咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.4四川良友建设咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.5华陆工程科技有限责任公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.6上海第一测量师事务所有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业资质荣誉情况

(3)企业主营业务

(4)企业人力资源

6.2.7中竞发(北京)工程造价咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.8万邦工程管理咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.9江苏天宏华信工程投资管理咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

6.2.10上海大华工程造价咨询有限公司经营情况分析

(1)企业发展概况

(2)企业组织架构

(3)企业资质荣誉情况

(4)企业主营业务

第七章 工程造价咨询行业可持续发展及前景分析

7.1我国工程造价咨询行业存在的主要问题

7.1.1行业竞争机制不健全

7.1.2高素质人才严重缺乏

7.1.3行业管理体制落后

7.1.4企业业务范围有待扩展

7.1.5企业经营水平亟待提高

7.1.6“行业垄断”与“区域保护”盛行

7.2工程造价咨询行业的可持续发展分析

7.2.1规范工程造价咨询市场

7.2.2推行工程造价咨询业专业责任风险制

7.2.3健全工程造价咨询运行机制

7.2.4增强工程造价咨询竞争实力

7.2.5重视工程造价咨询人才的培养

7.3工程造价咨询行业前景展望及发展建议

7.3.1工程造价咨询行业前景展望

(1)我国建筑业发展规划总体目标

- 1)产业规模目标
- 2)人才队伍建设目标
- 3)技术进步目标
- 4)建筑节能目标
- 5)建筑市场监管目标
- 6)质量安全监管目标

(2)我国工程造价咨询行业展望

- 1)下游需求旺盛
- 2)“十四五”期间市场规模预测

7.3.2工程造价咨询企业发展建议

(1)工程造价咨询企业需要战略

- 1)企业发展环境良好
- 2)竞争环境激烈
- 3)正处于市场快速成长周期阶段
- 4)战略是企业必须考虑的问题

(2)企业应该重视核心竞争力的培育

(3)企业应该重视企业信息化建设

1)陕西省工程造价咨询市场发展分析

7.4陕西省工程造价咨询行业发展分析

7.4.1陕西省工程造价咨询行业地位分析

7.4.2陕西省工程造价咨询企业数量分析

7.4.3陕西省工程造价咨询企业营业收入

7.4.4陕西省工程造价咨询企业营收排名

7.4.5陕西省工程造价咨询服务收费标准

7.5陕西省工程造价咨询市场发展分析

7.5.1陕西省房屋建筑工程造价咨询市场分析

(1)房屋建筑工程建设投资规模

(2)房屋建筑工程建设规模分析

(3)房屋建筑工程造价咨询市场前景

7.5.2陕西省市政工程造价咨询市场分析

(1)市政工程建设投资规模

(2)市政工程建设规模分析

(3)市政工程造价咨询市场前景

7.5.3陕西省交通工程造价咨询市场分析

(1)交通工程建设投资规模

(2)交通工程建设规模分析

(3)交通工程造价咨询市场前景

7.5.4陕西省电力工程造价咨询市场分析

(1)电力工程建设投资规模

(2)电力工程造价咨询市场前景

7.5.5陕西省水利工程造价咨询市场分析

(1)水利工程建设投资规模

(2)水利工程建设规模分析

(3)水利工程造价咨询市场前景

1)工程造价咨询质量保障体系构建及企业风险防控

7.6工程造价咨询行业的业务类型分析

7.6.1工程造价咨询行业的行业性质分析

(1)工程造价咨询业与客户是委托与被委托、服务与被服务的合同关系

(2)工程造价咨询业是知识密集型的高智力服务业

7.6.2工程造价咨询行业的业务范围分析

7.6.3工程造价咨询行业的行业价值分析

7.7工程造价咨询行业的产品及产品质量分析

7.7.1工程造价咨询行业的产品涵义

7.7.2工程造价咨询行业的产品生产特点

(1)生产对象的特点

(2)生产组织的特点

(3)生产标准的特点

(4)生产过程的特点

7.7.3工程造价咨询行业的产品质量界定

7.7.4工程造价咨询行业的产品质量特点

(1)质量构成的综合性

(2)质量评价的主观性

(3)对员工素质的依赖性

(4)质量影响的社会性

(5)影响因素的多样性

7.8工程造价咨询行业的产品质量保障体系构建

7.8.1工程造价咨询行业质量保障体系构建机理

(1)工程造价咨询企业产品质量保障体系运行的涵义

(2)工程造价咨询企业产品质量保障体系运行机理分析

1)工程造价咨询企业产品质量保障体系中各主体作用和地位

2)工程造价咨询企业产品质量保障体系各个主体的作用关系与结果

7.8.2工程造价咨询行业产品质量保障体系框架

(1)建立质量保障体系拟解决的基本问题

(2)工程造价咨询企业产品质量保障体系框架

7.8.3工程造价咨询行业质量保障体系构架措施

(1)工程造价咨询行业产品质量基础保障措施

1)操作过程标准化

2)咨询产品标准化

(2)工程造价咨询行业产品质量知识保障措施

1)信息库建设

2)员工培训及内部学习

(3)工程造价咨询行业产品质量组织保障措施

1)扁平化的组织结构

2)设置专业的质量管理部门

(4)工程造价咨询行业产品质量其他保障措施

1)客户层面

2)政府层面

3)行业层面

7.9工程造价咨询企业风险存在的形式与根源

7.9.1工程造价咨询企业风险存在的形式

(1)责任赔偿

(2)信誉损伤

7.9.2工程造价咨询企业风险存在的根源

(1)施工方原因

(2)建设监理方原因

(3)造价管理方原因

(4)咨询机构自身原因

7.9.3工程造价咨询企业风险的识别和预估

7.10工程造价咨询企业风险的防范和控制

7.10.1规范操作规程

7.10.2专业技术措施

7.10.3经济管理措施

7.10.4合同管理措施

7.10.5加强从业人员管理

图表目录

图表：我国工程造价咨询行业的相关法律法规

图表：2021-2026年中国国内生产总值趋势图(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年全社会固定资产投资规模(不含农户)(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年我国城镇化水平发展进程(单位：%)

图表：我国正处于城市化进程加速阶段(单位：%)

图表：2021-2026年推进城镇化建设的政策与重要事件

图表：工程造价管理信息系统层次与结构分析

图表：我国工程造价咨询行业企业资质结构(单位：家，%)

图表：我国工程造价咨询行业企业数量(单位：家)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：196559

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210115/196559.shtml>

在线订购：[点击这里](#)