

一带一路倡议下工程造价咨询公司的国际竞争力评价

卿 华

华电西藏能源有限公司成都分公司, 四川 成都
Email: 25720120@qq.com

收稿日期: 2021年7月27日; 录用日期: 2021年8月12日; 发布日期: 2021年8月19日

摘 要

在“一带一路”战略背景下, 国内企业与其他国家的经济业务往来越来越频繁, 为了解工程造价咨询类公司在海外市场的开拓情况, 本文从国际竞争力的角度对工程造价咨询企业进行深入研究。

关键词

一带一路, 工程造价, 竞争力评价

Evaluation of International Competitiveness of Engineering Cost Consulting Companies under the Belt and Road Initiative

Hua Qing

Huadian Tibet Energy Co., Ltd. Chengdu Branch, Chengdu Sichuan
Email: 25720120@qq.com

Received: Jul. 27th, 2021; accepted: Aug. 12th, 2021; published: Aug. 19th, 2021

Abstract

In the context of the “One Belt, One Road” strategy, domestic enterprises have more and more frequent economic and business exchanges with other countries. In order to understand the development of engineering cost consulting companies in overseas markets, this article provides engineering cost consulting from the perspective of international competitiveness. The enterprise conducts in-depth research.

Keywords

One Belt One Road, Project Cost, Competitiveness Evaluation

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2013年,为了使欧亚各国经济联系更加紧密、相互合作更加深入、发展空间更加广阔,中国国家主席习近平倡议建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”[1],“一带一路”是两个合作倡议的简称,倡议的支撑点是与沿线国家和地区的经济合作交流,涵盖了亚非欧主要国家与经济体,在之前已经与部分国家签订了的各合作机制下,利用已有的有效合作平台,积极开展一系列与沿线国家的合作交流,加强双边合作交流,加深两国之间的友好关系,在商业资源和商品需求上达成共识,在保证对方合作伙伴利益不受损失的同时,追求自身的最大利益,达到双方的共赢。随着近年来在国家各种经济政策的调控下,国内经济水平不断进步,本国市场的饱和状态越来越明显,在此现状下,开展境外贸易已成为我国企业经济业务活动的主要方向,“走出去”已成为企业的必然选择。

在“一带一路”的倡议下,沿线国家和地区对各建筑类的建设需求日益增加,特别是在基础设施方面,例如:道路、桥梁、水利、房屋建筑等,面对发展中国家建筑水平不高,设备设施条件不足、缺乏具有强大操作能力的高技术人员等问题,国内建筑公司可响应国家政策号召,抓住此次机遇,利用这次机会打开国外市场,将国内较为成熟的技术、人员、设备等引入国外,做到建筑行业的“走出去”。

在建筑行业的整个运行流程中,最重要的一部分就是工程报价,有些是作为建筑公司的一个单独职能部门,有些则是专门为其他对工程造价有相关咨询需求而成立的公司,向企业提供专业、合理的工程造价建议。工程造价在整个建筑行业上都占据着举足轻重的地位[2],作为不可缺少的一部分,造价咨询中的投标报价不仅决定着企业对外承包建设的成功与否,也决定着工程“走出去”的质量高低。因此在当前“一带一路”形势下、全球一体化的形势下,对把握难得的机遇,研究工程造价面临的国际竞争形势具有重要意义。

国内外对工程造价问题特别是在跨国、国外领域的研究并不多,国外关于工程造价咨询的研究,多集中在建筑专业服务,较少单独地将工程造价拿出来作为某一研究对象。而由于我国工程造价咨询行业相比较于一些发达国家而言起步较晚,相关的法律法规制度还在探索之中,同时暂未形成比较完整的市场体系,与发达国家相比,还存在一定的差距。本文着重研究工程造价在国外市场上的竞争优势分析,给国内企业开阔海外市场、在“一带一路”建设中提高竞争力提供基础理论支撑。

2. 中国工程造价咨询企业的状态分析及存在的问题

2.1. 整体行业发展较为落后

在工程造价咨询活动当中,多数从事该工作的人员是在计划经济时期由相关的预算人员转型而来,因此其业务水平往往也还停留在“算量套价”这一层次,相关知识面与知识结构无法满足市场经济体制发展的全新要求,也无法适应全新报价形式和全方位造价监控等新的形势。

2.2. 总体规模

国内工程造价咨询企业的整体营业规模较大，全国覆盖范围较广。改革开放以来，随着经济建设，顺应国家号召，全国性地开始对公共基础设施进行建筑施工，大规模的开发建设保障性建筑，越来越多的工程咨询企业顺应市场需求开始成立、发展，迄今已有了较大的行业规模，形成了数量众多的工程造价咨询企业。

2.3. 行业环境

1) 经济环境。我国整体经济呈不断上升的状态，对工程咨询企业来说这是一个良好且有前景的市场状态。2020 年国内生产总值 1015986 亿元，是历史上中国第一次超过 100 万亿元，根据计算，总体比上年增长了 2.3%。其中，第一、二、三产业分别增加 77,754、384,255、553,977 亿元，各自增长幅度分别相对于上一年度为 3.0%、2.6%、2.1%，随着我国经济市场与建筑市场的双同发展，我国基本建设投资规模呈增长趋势，投资规模的加大促进了工程造价的不断发展，工程造价咨询企业在建设投资中越来越体现其优越地位。

2) 市场环境。随着“一带一路”政策的不断推广实施，线路上的国家和地区纷纷取得了不同程度上的发展，在发展过程中，随之而来的是大规模的基础建设工作，作为优先发展的道路交通基础建设和有关民生的基础设施，给工程造价咨询企业带来的是大量的业务发展机会。

2.4. 产业结构

资质管理要求、市场进出壁垒偏低。我国工程造价咨询企业的资质等级分为甲乙两级，以资金、人员等方面作为评级标准。就资金而言，甲级企业占全部企业的绝大部分；就人员而言，行业需要的从业者是将造价、技术、管理等多维度知识能够融会贯通的人员，然而我国对这一方面暂时还未形成一个严格的体系。所以从整体上来说，企业间资质区分并不明显，资质管理方面壁垒较低。

同时，工程造价咨询行业的经济性壁垒也较低。一般而言，根据咨询企业的业务特征，其运营所需要的特殊资源较少，所以企业在筹资方面无需花费太多的时间，并且运营成本低，沉没成本和生产专业技术难以成为新工程造价企业进入市场的壁垒。

3. 基于 SWOT 的方法分析国内工程造价咨询企业

竞争力被认为是企业内部存在的具有超价值的核心技术和技能，在竞争性的市场中，企业可以凭借自身独有的优势，向用户更高效地提供产品和服务，并获取更多的利润。国内外关于竞争分析的模型比较多，一般比较常用的有 SWOT 分析和“波特五力”分析模型。首先是 SWOT 分析，它是基于内外部竞争环境和条件下的态势分析，通过对面对的优势、劣势、机会和威胁进行充分了解和析，并以此得出关于分析对象的系列结论；第二个是“波特五力”分析模型，提出者认为有五种力量决定着行业中的竞争规模和程度，综合影响着企业的竞争战略的制定。五种力量分别为同行业内现有竞争者的竞争能力、潜在竞争者进入的能力、替代品的替代能力、供应商的讨价还价能力与购买者的议价能力[3]。

为了更好地了解当前国内工程造价咨询企业所处的宏观内外部环境，本文首先采用 SWOT 分析模型对工程造价咨询企业的诸多因素进行探讨，研究在当前这一全球化的战略实施下，企业所面临的机遇和挑战，分析企业自身存在的优势与劣势，对企业“走出去”进行客观、公众的评价。清楚地知道企业自身存在的长处、短处以及面对市场所带来的机遇、挑战，对工程造价咨询企业的实践、发展有着重大意义。

3.1. 工程造价咨询企业的优势分析(S)

3.1.1. 成本优势

从事业务咨询工作的企业其主要成本集中在人力成本上。相比于国外从事造价咨询行业的多为高薪人才的较高成本，国内造价咨询服务费用普遍较低。较低的人力成本，使得国内工程造价咨询企业在海外扩展业务时更具优势。

3.1.2. 政策优势

根据国家发布的工程咨询方面的相关文件，其中明确指出鼓励投资者或建设单位根据咨询服务节约的投资额对咨询单位予以奖励，造价咨询企业在节约建设资金、控制投资方面有专业优势，该意见的出台对于提高造价咨询企业参与全过程工程咨询业务的积极性起到重要的推动作用[4]。

3.1.3. 大型项目的工程造价咨询经验丰富

虽然国外造价咨询能力水平较高，但是缺少大型的项目造价经验，相反国内在开发建设过程中，经历了许多大中型工程的建设，比如：西电东送、西气东输、三峡工程等全国性工程，这些都丰富了国内工程造价咨询的有关经验，提高了国内在大型工程造价咨询上现有的业务水平。

3.1.4. 人才优势

国内的工程造价咨询业务经过几十年的发展，在自身的探索以及向国外技术的持续学习下，逐渐形成了成熟的业务能力，在国内聚集了一批具有丰富咨询经验的人才，并且各大高校都会持续向工程造价咨询企业输送具有专业知识的人才。

3.1.5. 技术优势

随着信息技术的发展，许多专业性软件被广泛运用在造价咨询业务当中，提高了工程造价咨询服务的快速反应能力和问题解决能力。

3.2. 工程造价咨询企业的劣势分析(W)

3.2.1. 从业人员的专业技术水平有待提高

工程造价咨询工作要求工作者具有多个维度的知识储备，但是对于现有人员来说，一方面人员技术水平高低不齐，复合型人才缺少，使得在处理更广更复杂的业务时显得力不从心；同时企业和员工在面对成本压力的情况下，不愿将时间和精力花费在提升专业技术水平上面。

3.2.2. 文化壁垒

相对国内市场上已互相熟知的传统习俗和语言条件，当国内工程造价咨询公司走出国门，走向海外市场的时候，不太熟悉的国外风俗习惯、语言环境，给供求双方的业务交流带来了许多不便，导致整个拓展过程变得格外漫长。

3.2.3. 行业自律还有待提高

由于工程造价行业在我国出现的时间较短，诚信建设、信用测评等各方面都还未形成一个成熟的体系，对市场上造价咨询的从业人员职业道德水平约束性不强，导致市场上存在责任意识、服务水平都不太高的现象。

3.2.4. 缺少领头企业

现国内存在的工程造价咨询企业大部分都为甲级资质，大家业务水平都较为齐平，虽说整体规模较大，从事造价咨询的企业数量较多，但是在全世界范围内排名靠前的企业少之又少，缺少能够带动工程造价咨询行业前进的领头企业。

3.3. 工程造价咨询企业的机遇分析(O)

3.3.1. “一带一路”战略

我国大力推行与“一带一路”沿线国家和地区的经济、文化、科技等多方面的合作，在这个过程中，有许许多多的基础建设工程需要各国之间的合作，这给工程造价咨询行业带来了大量业务。并且，我国作为首位提出“一带一路”发展战略的国家，相比于其他国家更容易获取海外市场用户的信任与青睐，这对工程造价咨询企业走出国内市场是一个极大的机遇。

3.3.2. 政策扶持

“一带一路”战略下，国家不断颁布了关于进出口贸易的政策文件，使国家能够在政策方面给予出口企业最大化的帮助，为向海外扩展市场提供便利，比如：简化税收协定执行程序，为纳税人提供良好的税收环境；开辟出口退税“绿色通道”，使“走出去”企业能够准确、及时地办理出口退税业务。

3.3.3. 技术支持

随着现阶段社会科技力量的不断发展，越来越多的高级技术在造价咨询行业中被广泛运用，给造价咨询带来了极大的便利条件，使得造价咨询活动所需的成本不断降低，造价活动所获得的利润呈上涨趋势，同时也使得造价咨询业务质量得到了保证。

3.3.4. 海外市场需求较大

有许多的发展中国家都处于“一带一路”战略规划路线上，多数国家都处于待发展阶段，他们对基础建设市场的需求日益庞大，在这过程中，对工程造价咨询业务的需求也随之而来，这对国内工程造价咨询企业来说便是一片春天，广阔的市场空间将给工程造价咨询企业带来“走出去”的机会。

3.4. 工程造价咨询企业的威胁分析(T)

3.4.1. 已有竞争者

随着现有市场规模的不断扩大，越来越多的工程造价咨询企业加入到了这一行业中来，使得国内市场的竞争越来越激烈，所以在“一带一路”的政策下，本土企业都想趁此机会开拓海外市场，减轻国内市场的竞争压力，将国内市场竞争转移了一部分至海外市场，。

3.4.2. 潜在竞争者

尽管“一带一路”战略的实施给国内工程造价咨询企业带来了另一片市场，但是在这同时，也给国外其他公司提供的市场业务机会，而国外工程造价咨询行业相比于我国已经有很多年的发展历史，他们的技术更加成熟、更加先进，相关管理体系也是更加的全面，这是我国咨询服务行业所暂时还不能比拟的，这对我国咨询企业开拓海外市场来说是不小的威胁，带来了严峻的挑战。

3.4.3. 目标国的政治变动

有少部分“一带一路”沿线国家和地区还处在政治动荡阶段，战争、政治政策等因素都会对国内工程造价咨询企业带来不小的影响，有时甚至是致命的影响，所以目标国家与我国的外交关系对企业海外市场的发展有很大程度的影响。

根据下图 1 对国内工程造价咨询公司的 SWOT 分析，我们发现，在面对“一带一路”战略带来的丰富海外市场环境下，我们既有能够胜任的优势，如：成本优势、政策优势、人才优势、技术和经验优势等，也有仍然存在的不足，如：专业水平较低、文化壁垒等问题。工程造价咨询公司在“一带一路”宏观政策环境下，应该根据自身的优、劣特点，保持并发挥好已有优势，努力提高自身专业能力，打破他

国的文化壁垒，以及攻克其他方面的劣势，转劣为优，不断加强自身的国际竞争优势，根据市场变化，精确分析现存的问题，制定详细的企业战略发展计划，迎接全球化下带来的挑战。



Figure 1. SWOT analysis of domestic engineering cost consulting companies

图 1. SWOT 分析国内工程造价咨询公司

4. 结论

通过查找大量文献资料，以及结合本文对国内外工程造价咨询企业的内外部分析，我们得出了以下结论：

1) 首先，国内造价咨询企业整体实力还不够强大，发展空间仍然很大，企业需要结合自身的特点，制定与企业自身情况相符的发展战略，并根据战略部署一步步地实现阶段性目标，在市场中具有有效竞争力。站在行业的整体角度上看，应为人才培养制定更加完善的方案，高素质的专业人才是企业发展过程中最重要的一部分，通过培养的不断跟进，提升综合业务能力，提高整体竞争力水平，使得造价咨询行业在国外市场上有更有优势、更加顺利的扩展。

2) 其次，在“一带一路”全球化发展战略下，工程造价咨询行业作为 21 世纪的朝阳产业，面对不断涌现的商业机会，国内造价咨询企业应认清当前局势，时刻保持清醒，把握住机会与挑战，适应不断变化着的社会环境，在向国外市场发起攻势的过程中，逐步提升行业整体国际竞争力。

参考文献

- [1] 习近平. 习近平谈“一带一路” [M]. 北京: 中央文献出版社, 2018.
- [2] 石秀姗. 建筑工程管理中全过程造价控制对策分析[J]. 中国建筑金属结构, 2021(4): 40-41.
- [3] 朱琳. 基于 XX 企业分析波特五力模型[J]. 今日财富(中国知识产权), 2021(14): 89-90.
- [4] 刘朝松, 王春苗, 李欣. 造价咨询企业发展全过程工程咨询服务的 SWOT-PEST 分析及对策研究[J]. 建筑经济, 2020, 41(8): 48-52.