

# 新形势下建筑工程市场经营竞争力提升对策研究

高海洋

安徽建工三建集团有限公司 安徽 合肥 230031

**摘要：**随着时代发展，建筑工程市场面临新形势，提升其市场经营竞争力成为企业可持续发展的关键，本文首先阐述新形势下市场环境变化特点，包括政策法规、技术、市场环境变化。接着分析市场经营竞争力构成要素，具有技术创新能力、管理能力、人才素质和品牌影响力。最后提出提升竞争力的对策，如加强技术创新，加大投入、推广应用新技术、建立激励机制；优化管理，提高项目、财务、人力资源管理效率；实施人才战略，做好人才引进、培养与留用；加强品牌建设，提供优质产品服务、参与公益活动、制定宣传策略、加强客户沟通互动，以推动企业可持续发展。

**关键词：**新形势；建筑工程；市场经营；竞争力提升；对策

## 引言

新形势下，建筑工程市场环境发生了显著变化，政策法规监管趋严、技术革新加速、市场竞争激烈且客户需求多样化。这些变化对建筑工程企业的市场经营竞争力提出了更高要求。为在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展，建筑工程企业必须深入分析市场环境变化特点，明确经营竞争力的构成要素。本文将从市场环境变化、竞争力构成要素出发，提出加强技术创新、优化管理、实施人才战略、加强品牌建设等提升竞争力的对策，助力企业适应新形势。

### 1 新形势下建筑工程市场环境变化特点

一是政策法规环境变化，政府对建筑工程市场监管强化，出台系列严格政策法规。工程质量方面，验收标准提高，施工过程质量监督加强；安全方面，安全生产责任制强化，安全事故处罚力度加大；环保方面，推行绿色建筑标准，鼓励采用环保材料与节能技术，对不符合环保要求项目限制开工或停工整改。这些变化要求企业规范经营行为，提升工程质量、安全与环保水平。二是技术环境变化，科技进步为建筑工程市场带来新机遇与挑战。BIM、装配式建筑、智能化建筑等新兴技术逐步应用于建筑工程领域。BIM技术可实现建筑项目全生命周期管理，提升设计、施工与运营效率和质量；装配式建筑技术具备施工速度快、质量可控、环保节能等优势；智能化建筑技术能为用户营造舒适、便捷、安全的居住工作环境。企业若不能及时掌握和应用这些新技术，将在市场竞争中处于不利地位。三是市场环境变化，建筑工程市场竞争愈发激烈，市场集中度逐步提高。大型建筑企业凭借资金、技术、品牌等优势持续扩大市场份额，中小建筑企业面临生存压力，需在细分市场寻求发

展契机。与此同时，客户需求发生转变，不再仅满足于建筑工程基本功能，对建筑品质、个性化设计、配套服务等方面更为关注。这要求企业深入了解客户需求，提供更优质、多样化的产品与服务<sup>[1]</sup>。企业需积极适应政策法规变化，紧跟技术发展潮流，把握市场动态，通过提升自身实力，在激烈的市场竞争中实现可持续发展，满足市场与客户需求，推动建筑工程市场健康发展。

## 2 建筑工程市场经营竞争力的构成要素

### 2.1 技术创新能力

技术创新能力作为建筑工程企业市场经营竞争力的关键构成要素，涵盖企业对新技术研发与应用以及传统施工工艺改进等多方面能力，是企业核心竞争力的关键体现，直接关乎企业在建筑工程市场的生存与发展。企业具备新技术研发与应用能力，便能紧跟行业发展趋势，把前沿技术融入工程项目，提升施工科技含量，开辟新业务领域与利润增长点；拥有对传统施工工艺的改进能力，则可优化施工流程、提高施工效率，减少施工环节资源浪费，降低工程成本，同时凭借先进工艺保障工程质量稳定可靠，减少质量问题。总之，企业若具备强大技术创新能力，就能在市场竞争中脱颖而出，通过提高施工效率缩短项目工期、更快交付工程以满足业主需求，凭借降低工程成本增强价格竞争力、扩大利润空间，依靠提升工程质量树立良好口碑、赢得业主信任，进而获得更多业务机会，在激烈的市场竞争中占据有利地位。

### 2.2 管理能力

管理能力是建筑工程企业市场经营竞争力不可或缺的构成要素，涉及企业运营的多个层面，主要包括项目管理能力、财务管理能力以及人力资源管理能力。项

目管理能力关乎工程建设的核心环节，高效的项目管理可保障工程严格遵循预定时间、质量标准与工程量要求顺利完成，有助于提升客户对工程成果的认可度与满意度，为企业树立良好口碑。财务管理能力聚焦于企业资金运作与成本控制，科学的财务管理能够精准规划工程预算，合理调配资金，有效监控成本支出，避免不必要的资金浪费，进而提高企业整体经济效益，增强企业在市场中的价格竞争力<sup>[2]</sup>。人力资源管理能力侧重于企业人才队伍建设，优秀的人力资源管理可制定具有吸引力的人才政策，吸引行业内的高素质人才加入，同时通过完善的培训体系提升员工专业技能与综合素质，并建立合理的激励机制留住核心人才，为企业持续发展提供坚实的人力保障。

### 2.3 人才素质

建筑工程企业需汇聚各类专业人才，以支撑企业全方位运营与发展。工程技术人才是工程建设的关键力量，他们要掌握扎实的专业知识，拥有丰富的实践经验，能在施工过程中迅速且有效地解决各类技术难题，保障工程顺利推进，确保工程质量与安全。管理人才承担着企业与项目管理的重任，必须具备良好的组织协调能力和能够合理调配资源，使企业内部各部门及项目各环节高效协作；同时要具备敏锐的决策能力，在复杂多变的市场环境与企业运营状况中作出正确决策，引领企业发展方向。市场营销人才则聚焦于市场开拓，他们要密切关注市场动态，精准把握客户需求，依据市场变化与企业实际情况制定合理的市场营销策略，提升企业产品与服务的市场占有率，为企业赢得更多业务机会。各类专业人才各司其职、协同合作，共同提升建筑工程企业的市场经营竞争力。

### 2.4 品牌影响力

品牌影响力主要体现在企业的信誉、口碑和知名度等维度。在建筑工程市场中，拥有良好品牌影响力的企业往往更具竞争优势。客户在面对众多建筑企业时，通常会优先选择品牌声誉佳的企业，认为其能提供更可靠、更优质的工程服务，从而降低合作风险。合作伙伴也倾向于与品牌影响力强的企业携手，因为这有助于提升自身项目的品质与形象，实现互利共赢。企业提升品牌影响力有多种途径，提供优质的工程产品与服务是基础，只有确保工程质量过硬、服务周到，才能赢得客户认可，积累良好口碑；积极参与社会公益活动同样关键，这能展现企业的社会责任感，提升企业在社会公众中的形象与知名度<sup>[3]</sup>。通过这些方式，企业不断增强品牌影响力，进而在市场竞争中吸引更多客户与合作伙伴，

获得更高的业务附加值，推动企业持续健康发展。

## 3 新形势下提升建筑工程市场经营竞争力的对策

### 3.1 加强技术创新，提升核心竞争力

其一，加大技术研发投入。企业应设立专项技术研发基金，为新技术、新材料、新工艺研发提供资金支持。与高校、科研机构建立产学研合作机制，共同开展技术研发项目，借助外部资源增强自身技术创新能力。其二，推广应用新技术。积极推动BIM、装配式建筑、智能化建筑等新兴技术在建筑工程中的应用。开展员工新技术培训，提升其技术水平与应用能力，确保员工能熟练掌握并运用新技术。在项目实施中优先采用新技术，通过实践总结经验，优化技术应用方案，提高技术应用效果与效益。再者建立技术创新激励机制。其三，建立技术创新激励机制。对在技术创新方面表现突出、贡献显著的员工给予物质奖励与精神表彰，如奖金、荣誉证书等。通过明确奖励标准与方式，确保激励措施的公平性与有效性。同时鼓励员工积极提出创新想法与建议，营造开放包容的创新氛围，让员工敢于创新、乐于创新。通过物质与精神双重激励，充分调动员工创新积极性与创造性，激发企业创新活力。技术创新是提升建筑工程市场经营竞争力的核心驱动力，通过加大投入、推广应用、建立激励机制等措施，不断提升企业技术水平与创新能力，从而在激烈的市场竞争中占据优势地位。

### 3.2 优化管理，提高运营效率

在项目管理上，应构建科学规范高效的项目管理体系，明确各阶段工作流程与责任分工，确保项目运作有序。借助信息化管理工具，对项目进度、质量、成本、安全等核心要素实施实时监控，及时发现并解决问题，保障项目按计划顺利推进。财务管理方面，要建立健全财务制度，强化成本控制与预算管理。通过合理规划资金配置，提高资金使用效率，减少资金闲置与浪费现象。同时，加强对财务风险的监控与预警，确保企业财务稳健运行。此外，深入开展财务分析，为企业战略决策提供准确的财务数据支持。人力资源管理上，需制定科学合理的人力资源规划，紧密结合企业发展战略与业务需求，精准招聘高素质人才，满足企业发展需要<sup>[4]</sup>。加强员工培训与职业发展规划，提升员工专业技能与综合素质，为企业发展提供人才保障。建立公平公正的绩效考核与薪酬激励机制，将员工工作表现与薪酬、晋升等紧密挂钩，激发员工工作积极性与创造力。通过优化项目管理、财务管理与人力资源管理，企业能够提升整体运营效率，降低成本，提高效益，从而在建筑工程市场中占据更有利的位置，增强自身的经营竞争力。

### 3.3 实施人才战略，打造高素质团队

一是在人才引进方面，企业应紧密结合自身发展战略与业务需求，精准规划人才引进方案。重点引进具备高级工程技术、管理能力和市场营销经验的专业人才，为企业发展注入核心动力。通过校园招聘、社会招聘、人才猎头等多渠道并行的方式，广泛吸纳行业内的优秀人才，充实企业人才库。二是人才培养方面，建立系统化的人才培养体系，为员工提供多样化的培训与发展机会。组织内部培训课程，邀请行业资深专家进行授课与指导，提升员工专业技能；选派优秀员工到国内外先进企业交流学习，拓宽其行业视野与管理思路。同时，鼓励员工自主学习、自我提升，对取得职业资格证书或提升学历的员工给予奖励，激发员工学习热情。三是人才留用上，企业应营造积极向上的企业文化氛围，增强员工的归属感和忠诚度。关注员工的工作与生活需求，提供舒适的工作环境和优厚的福利待遇，让员工感受到企业的关怀与重视。建立公平透明的晋升机制，根据员工的工作表现和能力水平，为其提供广阔的职业发展空间，使员工能够在企业中充分发挥自身才能，实现个人价值。

### 3.4 加强品牌建设，提升品牌影响力

第一，提供工程产品与服务。企业在提供工程产品与服务时要以客户需求为导向，严格把控工程质量，确保工程符合相关标准规范。同时，强化售后服务管理，建立快速响应机制，及时解决客户使用工程产品过程中遇到的问题，提高客户满意度，树立良好企业形象。第二，积极参与社会公益活动。企业主动投身扶贫救灾、环保行动等公益事业，展现社会责任感。借助媒体对企业公益活动进行宣传报道，可提高企业和社会层面的知名度与美誉度，增强品牌社会影响力。第三，制定系统的品牌宣传与推广策略。充分利用企业网站、社交媒体、行业展会等多种渠道开展宣传工作。在宣传过程

中，重点传播企业品牌理念，展示工程业绩，突出优势特色。通过这些宣传，让市场更全面地了解企业实力与特色<sup>[5]</sup>。第四，加强与客户的沟通互动。企业可通过定期回访、举办客户活动等方式，深入了解客户需求，收集客户反馈意见，不断优化产品与服务。这不仅能提高品牌在客户中的认知度，还能增强客户对品牌的忠诚度。当客户对企业品牌产生高度认可与信赖时，会主动向他人推荐，形成良好的口碑传播效应，进一步提升企业在建筑工程市场的品牌影响力，为企业的长远发展奠定坚实基础。

### 结语

综上所述，新形势下建筑工程市场环境复杂多变，政策法规、技术、市场等方面变化给企业经营带来挑战与机遇。提升市场竞争能力是企业实现可持续发展的关键。通过加强技术创新、优化管理、实施人才战略、加强品牌建设等对策，企业可有效提升技术、管理、人才、品牌等方面实力，在激烈市场竞争中脱颖而出。未来，建筑工程企业需持续关注市场动态，不断调整完善经营策略，以适应市场变化，实现持续健康发展，为我国建筑工程市场繁荣贡献力量。

### 参考文献

- [1]程山.建筑工程产业市场营销开发策略研究[J].工程建设与设计,2025(3):264-266.
- [2]陈德贵.当前市场经济环境下建筑工程市场开发对策探析[J].市场周刊,2025,38(36):55-58.
- [3]李志强.市场经济对建筑经济成本管理的影响分析[J].居业,2025(7):175-177.
- [4]陈允鸿.建筑工程安全管理服务市场化发展探析[J].中国价格监管与反垄断,2025(7):143-145.
- [5]李铁强.建筑工程市场开发的投标经营措施解析[J].城镇建设,2025(1):113-115.