

探讨建筑施工企业经营管理与市场开发的关联性

李伟

中交一航局华南工程有限公司, 中国·广东 佛山 511400

摘要: 针对建筑施工企业高质量、可持续发展需求, 从经营管理与市场开发维度展开系统性研究。研究发现, 建筑施工企业的经营管理与市场开发之间存在密切的关联性, 经营管理能够为市场开发提供资本支撑、制度保障与发展方向, 市场开发能够驱动经营管理持续改进。在以协同发展为目标探索可行性的经营管理与市场开发路径时, 建议建筑施工企业注重发展理念的变革、经营模式的优化以及市场开发流程的规范, 以便在多维度策略相互促进下, 切实提高建筑施工企业经营管理与发展能力。

关键词: 建筑施工企业; 经营管理; 市场开发; 关联性

Exploring the Correlation Between Enterprise Management and Market Development in Construction Companies

Li Wei

China Communications First Harbor Engineering Co., Ltd. (South China Branch), China Guangdong Foshan 511400

Abstract: To meet the needs of high-quality and sustainable development in construction enterprises, a systematic study is conducted from the dimensions of operational management and market development. The research reveals a close correlation between operational management and market development in construction enterprises, where operational management provides capital support, institutional safeguards, and development direction for market development, while market development drives continuous improvement in operational management. When exploring feasible paths for operational management and market development with the goal of synergistic development, it is recommended that construction enterprises focus on transforming development concepts, optimizing business models, and standardizing market development processes. This approach can effectively enhance the management and development capabilities of construction enterprises through the mutual reinforcement of multi-dimensional strategies.

Keywords: Construction enterprises; Business management; Market development; Relevance

0 引言

建筑施工企业在迎接基于城市化建设、现代化建设提供的市场发展机遇的同时, 也面临着更为严苛的质量、安全、环保要求。因此, 如何通过行之有效措施, 获得可持续、高质量的发展, 成为当今建筑施工企业亟待解决的核心问题。经营管理与市场开发作为驱动企业前行的两大关键引擎, 彼此之间存在密切的关联性。深入了解二者之间的内在关联, 并探索二者协同发展的有效路径, 对于提升企业的核心竞争力具有重要的现实意义。

1 建筑施工企业经营管理对市场开发的影响

1.1 经营管理为市场开发奠定良好资本与信誉根基

建筑施工企业在经营管理过程中, 能够通过完善采购管控体系、严格控制施工过程中的物料损耗等方式, 降低工程项目成本, 形成具有市场竞争力的招标报价。从而在保证合理利润空间的基础上, 提高中标概率。与此同时, 稳定的成本管控能力, 能够有效保障合同履约质量, 减少

工期延误、质量纠纷等问题的发生, 帮助企业积累起良好的行业口碑。行业口碑越好, 预示着企业在项目获取、议价、融资以及合作伙伴选择等方面更具优势, 利于其市场份额的巩固与拓展^[1]。

1.2 经营管理为市场开发提供制度保障与发展动能

建筑施工企业的市场开发工作, 离不开全面、可靠的市场信息作为支撑, 需通过对信息的系统筛选、精准研判等, 实现对市场机遇的精准把握以及各种风险的有效规避。若企业内部的计划制定、组织协调、资源调配、风险监控、绩效反馈等管理环节缺乏有效衔接, 将无法实现对市场信息的高效整合与利用, 从而制约市场开发工作的推进^[1]。与之相反的是, 企业若能够建立并高效运行标准化、规范化的管理流程与风险管控体系, 则可以实现各管理环节的紧密联动, 从而及时、准确捕捉到市场开发的机遇, 并敢于承接高难度、高附加值的工程项目, 进而在激烈的市场竞争中获得可持续发展能力。

1.3 经营管理为市场开发提供科学且正确的路径

战略规划作为经营管理的核心功能，其正确性与科学性将为企业市场开发提供一条清晰可行的行动路线。具体而言，建筑施工企业通过对自身资源禀赋、核心能力，以及区域市场规则、竞争对手优势资源等进行系统性、动态化分析，可精准筛选出与企业发展相匹配的市场开发区域和具体的项目类型，以提高市场开发的准确性、正确性，最大程度避免因盲目扩张带来的资源浪费与风险隐患。

2 建筑施工企业市场开发对经营管理的影响

2.1 市场开发计划重塑经营管理决策模式

市场开发规划过程中，需要建筑企业对区域经济发展趋势、基础设施建设规划、竞争对手动态、政策法规导向等信息具有系统的收集与分析。而这些信息同样可以应用于企业经营管理决策中，切实提高其工作的前瞻性、针对性和准确性。例如，当市场开发发现某一区域公共建筑投资放缓而工业厂房需求上升时，企业可据此及时调整项目跟踪方向，避免管理资源错配。

2.2 市场开发进程倒逼经营管理改进

在建筑行业市场竞争日益激烈的环境下，提高市场开发推进效率成为企业赢得市场份额、获得可持续发展的重要突破口。然而，要想确保市场开发进程能够高效率稳步推进，需要切实做好项目可行性研究、投标报价、合同谈判等工作，尽可能缩短工程项目前期准备时间，同时加强项目施工进度管理。为此，需要建筑施工企业有效解决管理流程冗长、权责边界模糊、响应速度迟缓等经营管理性问题，确保经营管理工作流程与内容的高可靠性与高时效性。由此可见，市场开发的实际节奏能够在一定程度上倒逼建筑施工企业经营管理向协同化、敏捷化、精细化方向发展。

2.3 市场开发结果反馈经营管理效能

中标率、合同转化率等市场开发指标，能够客观反映建筑施工企业经营管理的效能。若某建筑施工企业的中标率长期处于偏低水平，则意味着该企业的经营管理可能在成本管控、风险评估、资源配置等方面存在短板；若某建筑施工企业中标率较高但合同转化率偏低，则可能暴露出该企业的经营管理在投标报价策略、客户关系维护或合同履行能力等方面存在不足。通过对比市场开发中的成功案例与失败教训，企业能够精准识别管理体系的薄弱环节，从而有针对性地制定与实施经营管理优化策略，切实提高其整体运行效能。

3 新时期企业经营管理与市场开发的几点建议

3.1 注重理念革新，以科学理念推动创新发展

理念是企业行动的先导，只有打破传统固化的思维定式，树立适应时代要求的现代经营观、发展观，才能够确保企业经营管理与市场开发行为的正确性、科学性。

3.1.1 树立以技术驱动创新的发展理念

当前建筑行业正加速向工业化、数字化、智能化、绿色化方向发展。建筑施工企业要想立足于当前市场，必须摒弃粗放式、经验式的传统作业思维，积极开展技术赋能活动，一方面促进项目全生命周期管理数字化转型升级；另一方面加快装配式建造、智能建造、绿色建造等新兴作业体系的有效构建。例如，积极引入建筑信息模型，充分发挥其在建筑工程设计、施工、管理等领域的核心作用；促进人工智能、物联网等技术在施工现场管理的融合应用，提高施工现场作业的安全性、精准性、高效性。

3.1.2 树立以品牌为导向的战略思维

在客户对工程品质要求不断提高的背景下，建筑施工企业需要树立品牌经营观。具体而言，针对材料采购、工艺应用、质量验收等关键管理环节，制定高于行业标准的内部控制标准；每个项目均按标杆工程打造，确保其质量经得起时间检验；建立项目全过程履约管理机制，以便及时发现与响应业主需求；对经典案例进行系统整理，打造专属于企业的品牌故事，并通过线上与线下结合渠道进行宣传，提高企业知名度；定期采集客户评价信息，并将客户反馈作为项目绩效考核指标，用于指导企业经营管理质量持续改进。

3.1.3 树立前瞻性、动态化的管理观念

建筑施工企业应密切关注市场变化，并以此作为经营管理模式、市场开发手段调整的依据，从而在市场变化中谋求创新、在市场竞争中抢占先机。例如，建筑施工企业可建立动态的市场监测机制，定期收集和分析政策导向、原材料价格、客户需求等信息，并将其转换为企业项目管理、投资管理、资源管理的动态优化策略，实现经营管理流程、方向、内容的敏捷调整。在经营管理中引入市场洞察机制，依托基于大数据分析的市场研判工作，获得市场动态简报，从而将外部环境的不确定性转化为内部经营管理的确定性，切实提高建筑施工企业经营管理的应变能力。

3.2 优化经营模式，强化企业对内对外发展能力

在新时期，面对行业发展的新形势、新格局，建筑施工企业需要主动转变传统经营思维，优化经营模式，以增强对内管理与对外竞争的整体能力。

3.2.1 服务型经营模式

建筑施工企业需要认清当前市场已经由“卖方主导”转变为“向买方主导”的事实，积极构建与推行以消费者需求为导向的服务型经营模式。具体实践中，建筑施工企业可利用市场调研、客户反馈等手段，获取项目投资建设者与项目使用者的差异化、多样化诉求。并在此基础上，以最大限度满足其诉求为工作准则，进行项目全流程管理。

3.2.2 人本化经营模式

建筑施工企业需要知道“员工是提升经营效能的核心资源与推动市场拓展的关键支撑”，从而构建与推行人本化的内部管理模式。具体实践中，建筑施工企业可采用制度化与人文化管理深度融合的策略进行人力资源管理。例如，将企业利益与员工个人利益相挂钩，建立公平且合理的绩效考核与薪酬激励机制，使得企业员工在为创造价值的同时，获得自我成长与收益提升，从而提升其忠诚度、激发其创新创造活力。以企业文化建设、思想政治建设为载体，为员工营造尊重、信任、理解、支持、关怀的工作氛围，同时让企业发展目标和员工发展愿景有机融合，以提高员工工作的积极性、主动性。

3.2.3 战略型经营模式

建筑施工企业需要了解技术不仅是效率工具，更是战略决策的核心支撑，尤其是在数字经济时代，更加需要推行基于技术赋能的战略型经营模式。为此，建筑施工企业在进行业务布局时，可运用 PEST 分析法、SWOT 分析法、价值链分析模型等工具，对自身优势、劣势、机会、威胁等进行精准分析，从而科学确定业务边界。并在此基础上，综合考量市场需求、竞争格局等，科学制定近期与长期发展目标，同时规划与战略目标相匹配的经营与发展路径，形成适用于自身的经营体系。

3.3 规范市场开发流程，健全监控与反馈机制

规范化的市场开发流程与科学化的监控反馈机制，是建筑施工企业提升市场响应能力、降低经营风险的重要保障。在具体实践中，需要建筑施工企业做好如下工作。

3.3.1 市场信息分析与项目评估

建筑施工企业在信息化建设过程中需善于利用新一代信息技术完善信息管理系统，以实现政策导向、区域投资动态、项目招投标信息等的专业化筛选。并在此基础上，组织具有丰富经验的工作人员，结合企业自身资质、资源状况与施工能力，对目标项目进行全方位评估，确保项目承接与企业能力相匹配，避免盲目投标带来的资源浪费与履约风险。

3.3.2 客户开发与关系良好维护

建筑施工企业应对现有客户及潜在客户进行合理分类，

建立从初次接触、投标跟进、合同签订到项目交付、售后服务的全流程客户档案管理体系。在项目开工前，主动加强与客户及相关咨询单位、设计单位的沟通协调，明确需求与标准；项目开工时与竣工后，持续跟踪客户满意度，及时收集反馈意见，并据此优化施工组织与服务体系。通过长期、稳定的合作积累，逐步形成以信任为基础的战略联盟，从而实现经营渠道的有效拓展以及市场韧性的不断提升。

3.3.3 计划执行监控与纠偏

市场环境的不确定性，使得建筑施工企业在市场开发过程中面临着原材料价格波动、地方政策调整等风险。这就需要建筑施工企业在经营与发展过程中，高度重视市场开发计划与实际执行情况的动态比对，以便及时发现项目推进过程中可能存在的偏差以及遇到的风险。为此，需要企业建立内容全面、流程清晰、操作可行的计划跟踪机制、应急响应机制。前者需要明确项目各阶段的责任主体、绩效指标，以保障工作顺利推进；后者需要科学设置预警阈值，一旦触发预警则立即启动规范化的应对流程、落实专业化的应对策略。通过计划跟踪机制与应急响应机制协同发力，实现市场开发工作向既定战略目标的稳步推进。

4 结语

经营管理与市场开发是一个互为依托、相互塑造、协同进化的有机整体。在建筑施工领域，扎实的经营管理能力是企业有效参与市场竞争、持续拓展业务版图的基础保障，而卓越的市场开发能力可在一定程度上驱动企业经营管理体系优化升级。在新时期建筑行业趋向工业化、数字化、智能化、绿色化发展的背景下，建筑施工企业需摒弃将经营管理与市场开发割裂对待的传统思维，根据二者的内在关联，从理念革新入手，树立技术驱动、品牌导向、动态管理的现代经营观；优化经营模式，推行服务型、人本化、战略型的管理体系；规范市场开发流程，健全信息分析、客户关系与监控反馈机制。建筑施工企业唯有实现经营管理与市场开发的深度融合、良性互动，方能在激烈的市场竞争中行稳致远，真正获得可持续、高质量的发展动能。

参考文献：

- [1] 李博琪. 建筑施工企业经营管理和市场开发面临的问题及对策[J]. 中外企业文化, 2025, (06): 100-102.
- [2] 张如梦. 市场经济条件下建筑企业的经营管理[J]. 商业观察, 2022, (16): 89-92.
- [3] 张远航. 新时期建筑企业市场开发与经营工作策略[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(28): 77-78.

作者简介：李伟（1988.12），男，辽宁大连人，汉族，本科，工程师，研究方向：从事经营开发管理研究。