

2024-2030年中国工程咨询行业市场全景监测及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国工程咨询行业市场全景监测及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/other/937755.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国工程咨询行业市场全景监测及投资策略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对工程咨询行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合工程咨询行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 工程咨询领域相关概述介绍

第一节 工程咨询领域基本概述

- 一、工程咨询的概念及原则
- 二、工程咨询分类情况介绍
- 三、工程咨询的性质与特点
- 四、工程咨询国民经济地位
- 五、咨询工程师的作用分析

第二节 工程咨询的服务范围

- 一、工程咨询主要业务介绍
- 二、工程咨询阶段业务情况
- 三、工程咨询服务对象解析
- 四、工程咨询主要服务领域

第三节 工程咨询单位等级标准

第四节 工程咨询单位资质认定

- 一、工程咨询资格认定程序
- 二、工程咨询资格认定时限
- 三、资格升级/降级/变更/终止
- 四、监督检查和相关法律责任

第五节 工程咨询服务采购方式

第二章 全球工程咨询行业发展状况

第一节 国际工程咨询行业概况

- 一、国际工程咨询服务内容
- 二、国际工程咨询业的特点
- 三、国际咨询工程师的要求
- 四、国际咨询须注意的问题

第二节 全球工程咨询行业分析

- 一、全球工程咨询行业规模
- 二、全球工程咨询行业格局
- 三、国际工程咨询竞争状况
- 四、全球工程咨询行业政策

第三节 国际工程咨询企业研究

- 一、国际工程企业总体情况
- 二、国际工程企业收入情况
- 三、国际工程企业分布情况
- 四、国际工程咨询企业类型情况

第四节 各国工程咨询行业分析

- 一、发达国家工程咨询业现状
- 二、发达国家工程咨询业分析
- 三、发展中国家工程咨询业现状
- 四、发展中地区工程咨询业分析

第五节 中外工程咨询业比较分析

- 一、工程咨询市场环境比较
- 二、中外工程咨询产业比较
- 三、中外工程咨询企业对比
- 四、中外工程咨询优势比较

第六节 全球工程咨询业发展展望

- 一、全球工程咨询业驱动力
- 二、全球工程咨询发展态势
- 三、国际工程咨询业新趋势
- 四、全球外海市场发展机会

第三章 中国工程咨询行业发展环境

第一节 工程咨询行业管理情况

- 一、工程咨询业监管体制
- 二、工程咨询业相关法律

三、工程咨询各阶段的规章

四、行业政策引导风向研究

第二节 国内固定资产投资研究

一、国内固定资产投资规模

二、国内固定资产投资结构

三、固定资产投资相关政策

四、未来固定资产投资趋向

第三节 国内信贷投放情况研究

一、国内信贷投放规模分析

二、国内信贷投放结构情况

三、信贷投放相关政策解析

四、未来信贷投放趋向探析

第四节 国内产业结构调整研究

一、国内产业结构调整规模

二、产业结构调整重点领域

三、产业结构调整相关政策

四、未来产业结构调整趋向

第五节 其它重点相关政策研究

一、高耗能高排放限制政策

二、战略新兴产业政策解析

三、农村城市发展土地政策

四、国家环境保护政策解析

第四章 中国工程咨询业价值链研究

第一节 工程咨询企业价值链概述

一、企业价值链起源与发展

二、企业价值链作用与特点

三、企业价值链与核心竞争力

四、知识管理企业价值链分析

第二节 工程咨询企业价值链分析

一、工程咨询企业业务运作

二、工程咨询企业价值创造

三、工程咨询业价值链要素

四、工程咨询价值链建立方法

第三节 工程咨询行业产业链分析

- 一、工程咨询行业产业链概述
- 二、工程咨询产业链发展现状

第五章 中国工程咨询行业发展状况

第一节 工程咨询行业发展历程

- 一、支起平台推动中国工程咨询发展壮大
- 二、支起台阶推动中国工程咨询转型升级
- 三、支起风帆推动中国工程咨询走向世界

第二节 工程咨询行业发展现状

- 一、工程咨询行业发展成就
- 二、工程咨询行业发展规模
- 三、工程咨询行业收费情况
- 四、工程咨询人才发展状况
- 五、工程咨询行业发展形势

第三节 工程咨询行业发展问题研究

- 一、工程咨询行业存在的问题
- 二、工程咨询企业存在的问题
- 三、工程咨询行业发展差距

第四节 工程咨询行业发展策略

- 一、加强政府的指导与协调
- 二、完善咨询行业自律管理
- 三、提高技术水平培养人才
- 四、建立健全信息咨询网络
- 五、国家规范发展工程咨询

第五节 工程咨询企业应对策略

- 一、积极拓展新的业务领域
- 二、大力建设发展人才队伍
- 三、努力提高工程服务质量
- 四、调整服务范围/层次/内容

第六节 国内工程咨询发展规划

- 一、工程咨询行业发展原则
- 二、工程咨询行业发展目标
- 三、工程咨询行业发展重点

第六章 中国工程咨询细分业务分析

第一节 工程咨询——规划咨询

- 一、规划咨询资质企业研究
- 二、规划咨询市场规模分析
- 三、规划咨询市场盈利特点
- 四、规划咨询可拓展的领域

第二节 工程咨询——报告编制

- 一、报告编制资质企业研究
- 二、报告编制市场规模分析
- 三、报告编制市场盈利特点
- 四、报告编制可拓展的领域

第三节 工程咨询——评估咨询

- 一、评估咨询资质企业研究
- 二、评估咨询市场规模分析
- 三、评估咨询市场盈利特点
- 四、评估咨询可拓展的领域

第四节 工程咨询——勘察设计

- 一、工程设计资质企业研究
- 二、工程设计市场规模分析
- 三、工程设计市场盈利特点
- 四、工程设计可拓展的领域

第五节 工程咨询——招标代理

- 一、招标代理资质企业研究
- 二、招标代理市场规模分析
- 三、招标代理市场盈利特点
- 四、招标代理可拓展的领域

第六节 工程咨询——工程监理

- 一、工程监理资质企业研究
- 二、工程监理市场规模分析
- 三、工程监理市场盈利特点
- 四、工程监理可拓展的领域

第七节 工程咨询——项目管理

- 一、项目管理资质企业研究
- 二、项目管理市场规模分析
- 三、项目管理市场盈利特点
- 四、项目管理可拓展的领域

第七章 中国工程咨询服务民间投资研究

第一节 工程咨询服务民间投资作用

第二节 工程咨询服务民间投资领域

一、基础产业

二、基础设施

三、市政公用

四、政策性住房

五、社会事业

六、商贸流通

七、国防科技工业

第三节 工程咨询服务民间投资策略

一、工程咨询研究服务方面

二、工程咨询服务质量方面

三、职业道德和职业责任方面

四、对民间资本服务力度方面

五、咨询行业各机构参与竞争

第四节 工程咨询服务民间投资前景

第八章 中国工程咨询行业市场竞争分析

第一节 工程咨询企业核心竞争力研究

一、企业核心竞争力及其策略

二、企业核心竞争力特征解析

三、企业核心竞争力指标体系

四、提升企业核心能力的途径

第二节 国内工程咨询SWOT研究

一、国内工程咨询企业优势

二、国内工程咨询企业劣势

三、国内工程咨询企业机遇

四、国内工程咨询企业威胁

五、行业SWOT整合分析

第三节 工程咨询行业竞争结构分析

一、工程咨询业潜在进入者

二、工程咨询服务的替代品

三、服务购买者的议价能力

四、服务供应者的议价能力

五、内部现有竞争者的抗衡

第四节 工程咨询企业竞争战略分析

一、企业总成本领先战略

二、企业差异化战略分析

三、企业集中化战略分析

四、企业的具体发展战略

五、工程咨询企业发展之路

（一）发展之路——合作

（二）发展之路——创新

（三）发展之路——高端

（四）发展之路——全过程

第九章 中国工程咨询业市场重点领域研究

第一节 公路工程咨询领域研究

一、公路工程咨询发展环境

二、国内公路建设投资情况

三、公路工程咨询市场客户

四、公路工程咨询市场规模

五、公路工程咨询发展机会

第二节 铁路工程咨询领域研究

一、铁路工程咨询发展环境

二、国内铁路建设投资情况

三、铁路工程咨询市场客户

四、铁路工程咨询市场规模

五、铁路工程咨询发展机会

第三节 地铁工程咨询领域研究

一、地铁工程咨询发展环境

二、国内地铁建设投资情况

三、地铁工程咨询市场客户

四、地铁工程咨询市场规模

五、地铁工程咨询发展机会

第四节 民航工程咨询领域研究

一、民航工程咨询发展环境

二、国内民航建设投资情况

三、民航工程咨询市场客户

四、民航工程咨询市场规模

五、民航工程咨询发展机会

第五节 电力工程咨询领域研究

一、电力工程咨询发展环境

二、国内电力建设投资情况

三、电力工程咨询市场客户

四、电力工程咨询市场规模

五、电力工程咨询发展机会

第六节 煤炭工程咨询领域研究

一、煤炭工程咨询发展环境

二、国内煤炭建设投资情况

三、煤炭工程咨询市场客户

四、煤炭工程咨询市场规模

五、煤炭工程咨询发展机会

第七节 油气工程咨询领域研究

一、油气工程咨询发展环境

二、国内油气建设投资情况

三、油气工程咨询市场客户

四、油气工程咨询市场规模

五、油气工程咨询发展机会

第八节 石化工程咨询领域研究

一、石化工程咨询发展环境

二、国内石化建设投资情况

三、石化工程咨询市场客户

四、石化工程咨询市场规模

五、石化工程咨询发展机会

第九节 建筑工程咨询领域研究

一、建筑工程咨询发展环境

二、国内建筑建设投资情况

三、建筑工程咨询市场客户

四、建筑工程咨询市场规模

五、建筑工程咨询发展机会

第十节 水利工程咨询领域研究

一、水利工程咨询发展环境

二、国内水利建设投资情况

三、水利工程咨询市场客户

四、水利工程咨询市场规模

五、水利工程咨询发展机会

第十章 工程咨询单位参与政府市场研究

第一节 政府工程咨询市场研究

第二节 中国城市竞争力分析

一、城市综合经济竞争力分析

二、城市可持续竞争力分析

三、宜商城市竞争力分析

四、宜居城市竞争力分析

五、知识城市竞争力分析

六、和谐城市竞争力分析

七、生态城市竞争力分析

八、文化城市竞争力分析

九、全域城市竞争力分析

十、信息城市竞争力分析

十一、城市发展潜力分析

第三节 城市竞争力发展意义

第四节 城市竞争力发展建议

第五节 政府工程咨询市场预测

第十一章 中国工程咨询所属行业区域市场研究

第一节 北京工程咨询业市场研究

一、北京工程咨询发展环境

二、北京工程咨询行业规模

三、北京工程咨询资质格局

四、北京工程咨询市场机会

第二节 上海工程咨询业市场研究

一、上海工程咨询发展环境

二、上海工程咨询行业规模

三、上海工程咨询资质格局

四、上海工程咨询市场机会

第三节 广东工程咨询业市场研究

一、广东工程咨询发展环境

二、广东工程咨询行业规模

三、广东工程咨询资质格局

四、广东工程咨询市场机会

第四节 天津工程咨询业市场研究

一、天津工程咨询发展环境

二、天津工程咨询行业规模

三、天津工程咨询资质格局

四、天津工程咨询市场机会

第五节 山东工程咨询业市场研究

第六节 江苏工程咨询业市场研究

第七节 浙江工程咨询业市场研究

第八节 福建工程咨询业市场研究

第九节 河北工程咨询业市场研究

第十节 河南工程咨询业市场研究

第十一节 安徽工程咨询业市场研究

第十二节 湖北工程咨询业市场研究

第十三节 湖南工程咨询业市场研究

第十四节 江西工程咨询业市场研究

第十五节 广西工程咨询业市场研究

第十六节 四川工程咨询业市场研究

第十七节 重庆工程咨询业市场研究

第十八节 贵州工程咨询业市场研究

第十九节 云南工程咨询业市场研究

第二十节 山西工程咨询业市场研究

第二十一节 陕西工程咨询业市场研究

第二十二节 甘肃工程咨询业市场研究

第二十三节 新疆工程咨询业市场研究

第二十四节 辽宁工程咨询业市场研究

第二十五节 吉林工程咨询业市场研究

第二十六节 黑龙江工程咨询业市场研究

第十二章 中国工程咨询行业运营管理研究

第一节 工程咨询管理研究分析

一、“全过程”工程咨询管理

(一) 项目决策阶段

(二) 项目设计阶段

(三) 项目招标阶段

(四) 项目施工阶段

(五) 项目验收阶段

二、工程项目运作管理研究

(一) 项目初步接洽

(二) 探讨客户问题

(三) 确定组建项目

(四) 制订工作计划

(五) 收集数据分析

(六) 提供阶段结果

(七) 综合分析建议

(八) 协助项目实施

(九) 项目工作总结

三、工程咨询质量管理研究

四、咨询企业知识管理研究

(一) 企业知识管理背景

(二) 工程咨询知识特点

(三) 企业知识管理问题

(四) 有效知识管理策略

第二节 工程咨询行业评审研究

一、工程项目成果评审背景

二、工程项目成果评审作用

三、工程项目成果质量评析

四、工程项目评审稳定对策

(一) 加强研究政策理论

(二) 积极参与政府活动

(三) 健全完善评估体系

(四) 加强人才队伍建设

第三节 项目细分市场进入研究

一、进行项目细分市场意义

二、进行项目细分市场要求

三、进行项目细分市场程序

四、目标市场进入策略选择

(一) 差异化策略

(二) 集中性策略

(三) 战略性联盟

第四节 工程咨询单位人力资源建设

一、咨询单位人力资源价值链

二、机构人才吸引与维持战略

三、工程咨询单位人才机制配置

(一) 人才牵引机制解析

(二) 人才激励机制解析

(三) 人才评价约束机制

(四) 人才竞争淘汰机制

(五) 人才机制案例分析

第五节 行业结合科学发展观研究

一、科学观的应用背景研究

二、科学观催生新咨询理念

三、咨询理论方法体系创新

第十三章 中国工程咨询行业品牌建设研究

第一节 工程咨询品牌的必要性

第二节 工程咨询企业品牌特点

一、咨询服务体系支撑品牌

二、服务质量树立品牌形象

三、咨询师关系到品牌形象

四、资质对品牌的重要作用

第三节 工程咨询品牌建设难点

一、服务质量信息不确定性

二、行业市场价格竞争激烈

三、受相关客户的影响较大

第四节 企业品牌建设实践案例

一、企业基本情况信息介绍

二、企业品牌建设要点分析

第五节 客户品牌战略实施对策

第十四章 中国工程咨询行业相关企业分析

第一节 中国国际工程咨询有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业业务资质结构

三、企业业务经营情况

四、企业竞争优势分析

第二节 中国友发国际工程设计咨询有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业业务资质结构

三、企业业务经营情况

四、企业竞争优势分析

第三节 中国地铁工程咨询有限责任公司

一、企业基本情况介绍

二、企业组织架构分析

三、企业业务情况分析

四、企业资质结构分析

第四节 北京中设泛华工程咨询有限公司

一、企业基本情况介绍

五、企业组织架构分析

二、企业业务资质结构

三、企业业务经营情况

四、企业竞争优势分析

第五节 天津普泽工程咨询有限责任公司

一、企业基本情况介绍

二、企业组织架构分析

三、企业业务情况分析

四、企业资质结构分析

第六节 河北锐驰交通工程咨询有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业业务资质结构

三、企业业务经营情况

四、企业竞争优势分析

第十五章 2024-2030年中国工程咨询业市场发展预测

第一节 2019-2023年工程咨询业市场发展趋势

一、工程咨询市场化

二、咨询机构企业化

三、机构管理规范化

四、咨询机构国际化

五、业务边界扩展化

六、服务的全过程化

第二节 2019-2023年工程咨询机构发展趋势

一、项目管理趋势

二、市场细分趋势

第三节 2024-2030年工程咨询业市场发展潜力

第四节 2024-2030年工程咨询业市场发展预测

一、规划咨询行业市场预测

二、报告编制行业市场预测

三、评估咨询行业市场预测

四、勘察设计行业市场预测

五、招标代理行业市场预测

六、工程监理行业市场预测

七、项目管理行业市场预测

第十六章 年中国工程咨询业市场投资分析

第一节 年工程咨询行业市场投资概述

一、工程咨询行业投资环境

二、工程咨询行业投资特性

三、工程咨询行业投资壁垒

四、工程咨询行业投资潜力

五、工程咨询行业投资区域

第二节 年工程咨询行业市场投机机会

第三节 年工程咨询业市场投资风险控制

第四节 年工程咨询行业市场投资建议

图表目录：

图表1全球工程咨询区域收入格局图

图表2全球工程咨询业务收入格局图

图表3全球最大225家工程咨询公司经营状况

图表4全球工程咨询行业区域结构图

图表5全球工程咨询市场结构图

图表6中国工程咨询行业主要法律法规和政策

图表7 “十四五”时期科技发展主要指标情况

图表8年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表9固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表10中国新增信贷规模统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/937755.html>