

Research on Regional Market Development Strategy of Central Construction Enterprises in the New Era

Kexin Sun

Huazhong Branch of China Communications Construction Co., Ltd., Zhengzhou, Henan, 450000, China

Abstract

This paper deeply discusses the strategy implementation of central construction enterprises in the regional market development in the new era. Through the analysis of market environment, the clear setting of strategic objectives, the effective allocation of resources and the comprehensive management of risks, a set of systematic strategic framework is built. At the same time, the paper focuses on the in-depth development of key markets, the formulation of market segmentation strategies, and the promotion of innovation-driven development models through cooperation and alliances. In addition, it also integrates sustainable development and social responsibility, emphasizes the promotion of green buildings and the promotion of corporate image, and aims to provide comprehensive market development guidance for central enterprises in construction.

Keywords

new period; construction central enterprises; regional market development; tactics

新时期下建筑央企关于区域市场开发策略研究

孙可心

中国交通建设股份有限公司华中分公司, 中国 · 河南 郑州 450000

摘 要

论文深入探讨了新时期下建筑央企在区域市场开发中的策略实施, 通过市场环境分析、战略目标的明确设定、资源的有效配置及风险的综合管理, 构建了一套系统的战略框架。同时, 论文聚焦于关键市场的深入开发, 细分市场策略的制定, 以及通过合作与联盟, 推动创新驱动的发展模式。此外, 还融入了可持续发展与社会责任整合, 强调绿色建筑的推广与企业形象的提升, 旨在为建筑央企提供全面的市场开发指导。

关键词

新时期; 建筑央企; 区域市场开发; 策略

1 引言

在全球化竞争日益加剧的今天, 建筑央企区域市场的开发成为企业战略调整的关键, 论文基于对建筑行业市场动态的深刻理解, 提出了一系列创新的市场开发策略, 旨在通过精准的市场定位与资源优化配置, 提高企业的竞争力。战略的制定涉及广泛的市场环境分析, 确立可行的战略目标, 并通过风险评估与管理保障策略的有效执行。这些策略的实施, 预期将引领企业走向更高效、可持续的发展轨道。

2 区域市场开发策略的战略定位与整体框架

2.1 市场环境分析

在新时期下, 建筑央企的区域市场环境分析涵盖从宏观经济趋势、行业发展状况到地区政策环境和竞争格局的全

面考察, 宏观经济趋势的分析侧重于评估全球经济形势、国内外投资流向以及政府的财政政策和货币政策是怎样影响建筑行业的总体需求。同时, 地区经济发展水平、基础设施建设规划以及城市化进程的快慢也会直接影响到建筑项目的数量和类型, 例如快速城市化的地区可能会有更大的住宅和商业建筑需求, 而成熟市场则可能更需要注重市政基础设施、城市片区开发及旧城区改造。并且行业发展状况的分析主要关注建筑行业内部的供需关系、技术进步和主要竞争者的战略动向, 通过分析建筑材料的供应链情况、新技术(如绿色建筑和智能建筑技术)的应用程度以及主要竞争对手的市场占有率和财务健康状况, 央企可以更好地识别市场机会和潜在威胁。而且地区政策环境的考察包括了解各级政府对建筑项目的批准流程、土地使用政策、环保要求及税收优惠等, 这些因素都可能对项目的可行性和盈利性产生重大影响。再者, 社会文化因素, 如居民对住房和商业空间的偏好、环保意识的强弱等, 也需要纳入考量范围, 以确保项目设计与地区文化和市场需求相契合。

【作者简介】孙可心(1994-), 女, 中国河北沧州人, 硕士, 助理经济师, 从事市场开发研究。

2.2 战略目标设定

在新时期下,建筑央企在区域市场开发中的战略目标设定,必须体现出企业对其长期发展方向和短期业务成果的明确规划。因此,战略目标的设定需要基于对市场环境深入的洞察与理解,包括对市场需求、竞争态势及技术发展趋势的全面评估,如一个区域市场可能因其独特的经济结构和消费特性,对住宅和商业建筑的需求具有不同的增长潜力和盈利空间。在这种情况下,央企就需要设定具体目标,如增加特定区域的市场占有率,或是在某一细分市场中实现领导地位。同时,战略目标的设定还需要包括创新的引入和持续改进的机制,确保企业能够适应快速变化的市场环境并持续增强竞争力,这涉及到技术创新、业务结构转型等方面。例如,根据国家新出台的政策来制定企业业务转型方向,从而重新明确业务结构占比。

2.3 资源配置与优化

在新时期下,资源配置的核心在于将有限的人力、技术、资金以最有效的方式分配到不同的项目和区域,例如针对市场发展潜力大区域,如省会、GDP 超过 5000 亿城市等区域,加大资源投放力度,明确自身业务优势并深耕重点区域市场,从而为建筑央企获得更多市场机会。而资金资源的优化则需要依据项目的投资回报率和风险评估来进行,优先资助能够带来高盈利或战略价值的区域项目。在技术资源的配置与优化方面,央企需要通过持续的技术更新和研发投入,确保技术资源能够有效支持新兴市场的项目需求,如绿色建筑和智能化建筑解决方案的开发。

2.4 风险评估与管理

在新时期下,建筑央企面临的区域市场开发活动中,风险评估与管理是保障项目顺利进行和企业可持续发展的关键环节。深入的风险评估需要识别潜在的财务、法律、政策和市场风险,还应包括对环境和社会影响的考量,如劳动力市场变化或地方政府政策调整的影响。针对这些不确定因素,央企需要建立一套系统的风险管理框架,该框架包括定期的风险评估活动、风险预警系统以及快速响应机制,确保在市场和外部环境发生变化时,企业能够及时调整策略,有效控制或规避风险。同时,风险管理的实施还需要依赖于强有力的内部控制系统和组织决策流程的优化,建立专门的风险管理部门,配备经验丰富的专业人员,是确保风险评估与管理工作得以有效执行的基础。这一部门负责监测和评估所有潜在风险,还需要定期向高级管理层报告风险状况,并提出相应的预防和缓解措施。例如,某省份的部分公路项目实施模式需要参与单位前期垫付资金,这需要央企总部评估后续资金保障性是否安全,从而决定是否参与该项目建设。

3 关键市场的深入开发与细分市场战略

3.1 重点区域市场分析

在新时期的大背景下,对于重点区域市场的深入分析,

央企需要综合考量各区域的经济发展水平、基础设施建设需求、政策支持力度以及市场竞争状况来进行,例如东部沿海地区由于其发达的经济和完善的基础设施,已经形成了较为成熟的市场环境。但正因为市场的成熟,竞争也异常激烈,央企在此区域的市场拓展需要注重提升技术创新和强化项目管理能力,以提供超越市场平均水平的服务和产品。相较之下,中部地区虽然经济相对欠发达,但随着“国家中心城市”和“中部崛起战略”等政策的推进,基础设施建设有了巨大的发展空间^[1]。同时,政府对于包括交通、水利和城市建设等基础设施项目的财政支出和政策倾斜,为建筑央企提供了广阔的市场机遇,在这一区域,央企需要侧重于与地方政府和其他相关企业建立合作,利用政策优势,积极参与到基础设施项目的投标和建设中。例如,“十四五”初期,河南省交通运输厅推进的高速公路“13445”工程,不仅为构建河南省“两体系一枢纽”,稳固河南交通区位优势,发挥高速公路的基础支撑和先导引领作用,也为建筑央企提供了巨大的市场契机。

3.2 细分市场策略

在新时期下,细分市场策略的制定,要求企业不仅要市场的表层需求进行响应,更要深入挖掘各细分市场的潜在需求和特定特征,从而实现资源的最优配置和市场份额的最大化。在公共基建项目市场中,央企可以利用自身在大型基础设施建设中积累的技术和管理经验,针对城市轨道交通、机场、水利工程等项目进行专项技术研发和投标策略优化,例如通过建立一套基于大数据分析的项目管理工具,可以提高项目执行的效率和质量,并降低成本。同时,针对新能源和环保项目,央企需要加大研发投入,开发符合绿色建筑标准的新材料和新技术,以应对日益严格的环保法规和市场对可持续发展的需求。对于高端商业地产市场,央企需要更加注重品牌影响力的培养与提升,以及高端市场的客户服务,通过引进国际化的设计理念,与世界级的建筑设计师合作,创建标志性的商业综合体,能够提升项目本身的市场价值,也能够增强企业的品牌形象^[2]。并且央企可以通过合作开发模式,与知名的商业运营品牌携手,共同打造商业项目的运营管理体系,提升商业地产的运营效率和盈利能力。

3.3 合作与联盟策略

在新时期的建筑央企区域市场开发中,通过与地方政府、行业协会以及其他企业的合作,可以有效整合各方资源,优化项目布局,共同应对市场风险与挑战,如建筑央企在进入新区域市场时,通过与当地政府的合作,可以更好地理解并遵守当地的政策与规范,获得政策上的支持和资源配置上的优先权。例如,央企与当地政府或平台公司签订战略合作协议,从而争取更多的市场机会。同时,也可与当地的供应链企业建立战略联盟,从而降低物流成本,并通过合作提高供应链的响应速度和服务质量,增强项目的竞争力^[3]。并且建筑央企在开拓新市场时,还需要重视与科研机构 and 高等院

校进行合作,这类合作能够促进新技术的研发和应用,加快创新成果的产业化进程,提升企业的技术水平和市场竞争力,如通过与科研机构共同开发新型环保材料或建筑技术,可以优化建筑设计和施工过程,还能响应国家对绿色建筑和可持续发展的要求。而且合作还可以通过共享研究成果、共同申请专利等方式,为企业带来持续的技术支持和经济效益。

3.4 创新驱动发展战略

在新时期建筑央企发展策略中,创新驱动涵盖技术创新、管理创新与业务模式创新,以技术创新为例,建筑央企可以通过引进和研发智能化建造技术,如使用3D打印技术来加速建筑组件的生产,或者应用大数据和人工智能优化建筑设计与施工管理,提高资源利用效率和工程项目的质量控制,如通过实时数据分析,能够预测材料供应链中的潜在问题,并迅速做出调整,确保项目按期完成。在管理创新方面,建筑央企需要重视内部流程的优化和决策机制的革新,以提升整体运营效率和市场响应速度,例如通过构建平台化的信息管理系统,整合项目管理、客户关系和供应链管理等多个业务模块,可以实现数据共享与业务协同,从而大幅提升决策的精准度和执行的效率^[4]。而业务模式创新是通过探索与实践新的商业模式,如服务化、数字化转型,来适应市场变化和客户需求的多样化,如建筑央企可以开发与建筑项目生命周期相关的一体化服务,提供从项目策划、投资、建设到运营维护的全方位解决方案,为客户创造更大的价值,并为企业自身带来持续的收入。

4 可持续发展与社会责任整合

4.1 绿色建筑与可持续发展

在新时期的建筑行业中,绿色建筑在设计阶段就需要考虑到建筑物与自然环境的和谐共处,这包括选择可持续采集和供应的建材,利用先进的技术和方法减少建筑过程中的废物产生,以及采用高效的能源系统,如太阳能板和地热能技术,以实现能源自给自足,例如央企可以在新项目中采用被动式建筑设计理念,通过优化建筑朝向、窗户设计和外墙保温材料来最大限度地利用自然光照和保持室内温度稳定,从而减少对外部能源的依赖。同时,绿色屋顶和垂直花园的应用能美化城市景观,以及改善城市的微气候,增加生物多样性,这些都是绿色建筑在可持续城市发展中不可缺少的元素。再者,央企在推广绿色建筑的过程中,还必须考虑到建

筑的经济效益与环境效益的平衡,通过采用生命周期成本分析(LCCA)方法,可以全面评估从建筑设计、建造、运营到拆除的各阶段成本与环境影响,确保绿色建筑项目的经济可行性。在这个基础上,央企还需要加强与政府、行业协会及研究机构的合作,共同制定符合国情的绿色建筑标准和评价体系,推动绿色建筑材料和技术的创新与应用。

4.2 社会责任与企业形象

在新时期的经济发展背景下,建筑央企通过在项目实施过程中注重社会、经济和环境效益的最大化,展现了企业对社会责任的重视,进而在公众及相关利益方中树立了正面的企业形象,例如企业在进行城市更新和住宅建设时,积极采用环保材料和技术,能够减少建设过程中的碳排放,并提高建筑的能效标准。同时,建筑央企在推动区域经济发展中,在提供就业机会、促进地方产业升级、支持教育和公共设施建设等方面的积极行动,也极大增强企业的社会公信力。通过这些具体措施,企业能为地区经济的繁荣做出贡献,也可以构建一个负责任的企业形象,这种形象是企业资本价值的重要组成部分。例如,某央企在中部地区参与的胜岗村城中村改造“保交楼”项目,是履行社会责任的体现,也从而增强社会稳定和民生福祉。

5 结语

综上所述,经过论文的分析与策略制定,建筑央企可以更好地理解并应对新时期下区域市场开发的复杂性,从市场环境的深入分析到战略目标的精确设定,再到资源配置的优化及风险的有效管理,每一步都是企业持续成长的基础。同时,通过聚焦关键市场的具体需求,制定细分市场策略,并通过合作与创新驱动策略,企业能够实现商业目标,还能在社会责任与可持续发展方面展现其价值和承诺,进一步巩固其市场地位。

参考文献

- [1] 李鹏.建筑企业市场开发与经营工作策略探讨[J].市场瞭望,2024(1):25-27.
- [2] 张雪.市场经济条件下建筑与房地产市场开发策略研究[J].市场瞭望,2023(18):33-35.
- [3] 杨松,蒋国俊.浅析新形势下建筑企业基础设施市场开发营销思路及策略[J].施工企业管理,2023(9):87-89.
- [4] 张校峰.市场经济环境下建筑与房地产市场开发对策研究[J].住宅与房地产,2023(18):95-97.