

2024-2030年中国工程咨询 行业发展态势与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国工程咨询行业发展态势与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/418095.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

工程咨询是指遵循独立、科学、公正的原则，运用工程技术、科学技术、经济管理和法律法规等多学科方面的知识和经验，为政府部门、项目业主及其他各类客户的工程建设项目决策和管理提供咨询活动的智力服务，包括前期立项阶段咨询、勘察设计阶段咨询、施工阶段咨询、投产或交付使用后的评价等工作。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国工程咨询行业发展态势与投资前景评估报告》共十七章。首先介绍了工程咨询行业市场发展环境、工程咨询整体运行态势等，接着分析了工程咨询行业市场运行的现状，然后介绍了工程咨询市场竞争格局。随后，报告对工程咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了工程咨询行业发展趋势与投资预测。您若想对工程咨询产业有个系统的了解或者想投资工程咨询行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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

（一）社会发展要求

（二）经济发展要求

（三）工程咨询作用

（四）产业地位研究

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

(一) 服务对象——出资人

(二) 服务对象——项目主

(三) 服务对象——承包商

四、工程咨询主要服务领域

第三节工程咨询单位等级标准

一、甲级标准

(一) 基本条件

(二) 技术人才

(三) 技术水平

(四) 管理水平

二、乙级标准

(一) 基本条件

(二) 技术人才

(三) 技术水平

(四) 管理水平

三、丙级标准

(一) 基本条件

(二) 技术人才

(三) 技术水平

(四) 管理水平

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

一、公开招标

二、邀请招标

三、框架合同

四、竞争谈判

五、直接委托

第二章全球工程咨询所属行业发展状况

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

(一) 合同索赔问题

(二) 可施工性问题

(三) 企业法律责任

第二节全球工程咨询行业分析

一、国际工程咨询竞争状况

二、全球工程咨询行业政策

(一) 保护和扶持本国政策

(二) 鼓励和支持出口政策

第三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

(一) 美国工程咨询业

(二) 英国工程咨询业

(三) 德、法国工程咨询业

(四) 日本工程咨询业

三、发展我国家工程咨询业现状

四、发展中地区工程咨询业分析

(一) 非洲工程咨询业

(二) 中东工程咨询业

(三) 南亚工程咨询业

(四) 拉美工程咨询业

(五) 东南亚工程咨询业

第四节中外工程咨询业比较分析

一、工程咨询市场环境比较

(一) 市场准入

(二) 市场主体

(三) 市场开放

(四) 市场秩序

(五) 市场容量

二、中外工程咨询产业比较

(一) 产业现状

(二) 产业定位

(三) 产业协会

三、中外工程咨询企业对比

(一) 资信程度

(二) 形成模式

(三) 经营模式

(四) 咨询实力

(五) 经营特色

(六) 人员素质

四、中外工程咨询优势比较

(一) 文化优势

(二) 经验优势

(三) 专业优势

(四) 技术优势

(五) 成本优势

第五节 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

(一) 非洲地区

(二) 中东地区

(三) 南亚地区

(四) 拉美地区

(五) 东南亚地区

第三章 我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

（一）资质管理法律法规

（二）从业人员职业制度

（三）行业信用认定分析

（四）其它相关法律法规

三、工程咨询各阶段的规章

（一）前期咨询/后评价规章

（二）工程设计造价规章

（三）工程招投标代理规章

（四）工程监理和管理规章

四、行业政策引导风向研究

（一）生态环保

（二）节能减排

（三）清洁生产

（四）安全建设

（五）高新技术

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

- (一) 我国未来产业结构调整的基本原则
- (二) 我国产业结构演变的基本特征和存在的问题
- (三) 影响我国未来产业结构变化的需求因素
- (四) 我国未来产业发展的方向和思路

第四章我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、企业价值链的作用与特点
 - (一) 企业价值链的作用
 - (二) 企业价值链的特点
- 三、企业价值链与核心竞争力
 - (一) 价值活动与核心竞争力
 - (二) 内部联系与核心竞争力
 - (三) 外部联系与核心竞争力
- 四、知识管理企业价值链分析
 - (一) 服务企业价值链分析
 - (二) 知识服务企业价值链

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
 - (一) 知识的获取
 - (二) 知识的开发
 - (三) 知识的传播
 - (四) 知识的利用

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
 - (一) 国内工程咨询产业链概况

- (二) 国内工程咨询产业链问题
- (三) 国际工程咨询产业链概况
- (四) 国际工程咨询产业链动态

第五章我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、支起平台推动我国工程咨询发展壮大
- 二、支起台阶推动我国工程咨询转型升级
- 三、支起风帆推动我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

(一) 资质企业数量规模

(二) 行业市场收入规模

(三) 海外市场开拓规模

四) 行业盈利结构分析

三、工程咨询行业收费情况

(一) 工程咨询收费现状

(二) 工程咨询收费趋势

四、工程咨询人才发展状况

五、工程咨询行业发展形势

(一) 新农村

(二) 工业化

(三) 信息化

(四) 城镇化

(五) 市场化

(六) 区域化

(七) 国际化

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

(一) 法律法规的不健全

(二) 业务发展水平较低

(三) 人员不能满足要求

(四) 对行业的认识不足

(五) 市场发展程度较低

二、工程咨询企业存在的问题

(一) 综合实力不强

(二) 项目管理落后

(三) 经营业务单一

(四) 服务质量不高

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

(一) 深化管理体制变革

(二) 加快立法规范建设

(三) 行业实施优惠政策

(四) 完善行业市场机制

二、完善咨询行业自律管理

(一) 加强行业协会建设

(二) 适应政

(三) 发挥桥梁纽带作用

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

(一) 低碳经济咨询

(二) 生态保护咨询

(三) 循环经济咨询

(四) 工程保险咨询

(五) 法律纠纷咨询

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
 - (一) 理论方法和技术创新
 - (二) 咨询的全
 - (三) 工程咨询的服务质量
 - (四) 咨询人才队伍的建设
 - (五) 企业的体制机制创新
 - (六) 实施“走出去”战略

第六章我国工程咨询细分业务分析

第一节工程咨询——规划咨询

- 一、规划咨询市场规模分析
- 二、规划咨询市场盈利特点
- 三、规划咨询可拓展的领域

第二节工程咨询——报告编制

- 一、报告编制市场规模分析
- 二、报告编制市场盈利特点
- 三、报告编制可拓展的领域

第三节工程咨询——评估咨询

- 一、评估咨询市场规模分析
- 二、评估咨询市场盈利特点
- 三、评估咨询可拓展的领域

第四节工程咨询——勘察设计

- 一、工程设计市场规模分析
- 二、工程设计市场盈利特点
- 三、工程设计可拓展的领域

第五节工程咨询——招标代理

- 一、招标代理市场规模分析
- 二、招标代理市场盈利特点
- 三、招标代理可拓展的领域

第六节工程咨询——工程监理

一、工程监理市场规模分析

二、工程监理市场盈利特点

三、工程监理可拓展的领域

第七节工程咨询——项目管理

一、项目管理市场规模分析

二、项目管理市场盈利特点

三、项目管理可拓展的领域

第七章我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

（一）投资机会研究

（二）决策咨询服务

（三）全过程的服务

（四）新领域业务咨询

二、工程咨询服务质量方面

（一）咨询服务理念

（二）服务质量选择

三、职业道德和职业责任方面

（一）现代服务意识

（二）职业责任认知

（三）服务合同管理

(四) 职业责任保险

四、对民间资本服务力度方面

(一) 民间资本“走出去”;

(二) 熟悉国际规则

(三) 国际交流合作

五、咨询行业各机构参与竞争

(一) 合理竞争环境

(二) 资源合理整合

第四节工程咨询服务民间投资前景

第八章我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

(一) 人才资源

(二) 有形资源

(三) 品牌资源

(四) 客户资源

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

(一) 确定企业的发展定位

(二) 建立良好的服务体系

(三) 聘请行业内知名

(四) 着重企业的品牌建设

(五) 建立优良的人际关系

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

- (一) 建筑企业
- (二) 设计企业
- (三) 会计事务所
- (四) 审计事务所

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

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

- (一) 品牌差异战略
- (二) 构建战略联盟
- (三) 强化服务功能
- (四) 客户关系培育

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

第九章我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、国内公路建设投资情况

- (一) 公路工程建设情况
- (二) 公路工程投资情况
- (三) 公路工程发展趋势

二、公路工程咨询市场客户

三、公路工程咨询市场规模

四、公路工程咨询发展机会

第二节 铁路工程咨询领域研究

一、国内铁路建设投资情况

(一) 铁路工程建设情况

(二) 铁路工程投资情况

(三) 铁路工程发展趋势

二、铁路工程咨询市场客户

三、铁路工程咨询市场规模

四、铁路工程咨询发展机会

第三节 地铁工程咨询领域研究

一、国内地铁建设投资情况

(一) 地铁工程建设情况

(二) 地铁工程投资情况

(三) 地铁工程发展趋势

二、地铁工程咨询市场客户

三、地铁工程咨询市场规模

四、地铁工程咨询发展机会

第四节 民航工程咨询领域研究

一、国内民航建设投资情况

(一) 民航工程建设情况

(二) 民航工程投资情况

(三) 民航工程发展趋势

二、民航工程咨询市场客户

三、民航工程咨询市场规模

第五节 电力工程咨询领域研究

一、国内电力建设投资情况

(一) 电力工程建设情况

(二) 电力工程投资情况

(三) 电力工程发展趋势

二、电力工程咨询市场客户

三、电力工程咨询市场规模

四、电力工程咨询发展机会

第六节煤炭工程咨询领域研究

一、国内煤炭建设投资情况

(一) 煤炭工程建设情况

(二) 煤炭工程投资情况

(三) 煤炭工程发展趋势

二、煤炭工程咨询市场客户

三、煤炭工程咨询市场规模

四、煤炭工程咨询发展机会

第七节油气工程咨询领域研究

一、国内油气建设投资情况

(一) 油气工程建设情况

(二) 油气工程投资情况

(三) 油气工程发展趋势

二、油气工程咨询市场客户

三、油气工程咨询市场规模

四、油气工程咨询发展机会

第八节石化工程咨询领域研究

一、国内石化建设投资情况

(一) 石化工程建设情况

(二) 石化工程投资情况

(三) 石化工程发展趋势

二、石化工程咨询市场客户

三、石化工程咨询市场规模

四、石化工程咨询发展机会

第九节建筑工程咨询领域研究

一、国内建筑建设投资情况

(一) 建筑工程建设情况

(二) 建筑工程投资情况

(三) 建筑工程发展趋势

二、建筑工程咨询市场客户

三、建筑工程咨询市场规模

四、建筑工程咨询发展机会

第十节水利工程咨询领域研究

一、国内水利建设投资情况

（一）水利工程建设情况

（二）水利工程投资情况

（三）水利工程发展趋势

二、水利工程咨询市场客户

三、水利工程咨询市场规模

四、水利工程咨询发展机会

第十一节市政工程咨询领域研究

一、国内市政建设投资情况

（一）市政工程建设情况

（二）市政工程投资情况

（三）市政工程发展趋势

二、市政工程咨询市场客户

三、市政工程咨询市场规模

四、市政工程咨询发展机会

第十二节环保工程咨询领域研究

一、国内环保建设投资情况

（一）环保工程建设情况

（二）环保工程投资情况

（三）环保工程发展趋势

二、环保工程咨询市场客户

三、环保工程咨询市场规模

四、环保工程咨询发展机会

第十三节地质工程咨询领域研究

一、国内地质建设投资情况

（一）地质工程建设情况

（二）地质工程投资情况

（三）地质工程发展趋势

二、地质工程咨询市场客户

三、地质工程咨询市场规模

四、地质工程咨询发展机会

第十四节港口河海咨询领域研究

一、国内港口河海建设投资情况

(一) 港口河海建设情况

(二) 港口河海投资情况

(三) 港口河海发展趋势

二、港口河海咨询市场客户

三、港口河海咨询市场规模

四、港口河海咨询发展机会

第十五节通信工程咨询领域研究

一、国内通信建设投资情况

(一) 通信工程建设情况

(二) 通信工程投资情况

(三) 通信工程发展趋势

二、通信工程咨询市场客户

三、通信工程咨询市场规模

四、通信工程咨询发展机会

第十章工程咨询单位参与政

第一节我国城市竞争力分析

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

第二节城市竞争力发展意义

第三节城市竞争力发展建议

第四节政府工程咨询市场预测

第十一章我国工程咨询行业区域市场研究

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、天津工程咨询市场机会

第五节山东工程咨询业市场研究

一、山东工程咨询发展环境

二、山东工程咨询行业规模

三、山东工程咨询市场机会

第六节江苏工程咨询业市场研究

一、江苏工程咨询发展环境

二、江苏工程咨询行业规模

三、江苏工程咨询市场机会

第七节浙江工程咨询业市场研究

一、浙江工程咨询发展环境

二、浙江工程咨询行业规模

三、浙江工程咨询市场机会

第八节福建工程咨询业市场研究

一、福建工程咨询发展环境

二、福建工程咨询行业规模

三、福建工程咨询市场机会

第九节河北工程咨询业市场研究

一、河北工程咨询发展环境

二、河北工程咨询行业规模

三、河北工程咨询市场机会

第十节河南工程咨询业市场研究

一、河南工程咨询发展环境

二、河南工程咨询行业规模

三、河南工程咨询市场机会

第十一节安徽工程咨询业市场研究

一、安徽工程咨询发展环境

二、安徽工程咨询行业规模

三、安徽工程咨询市场机会

第十二节湖北工程咨询业市场研究

一、湖北工程咨询发展环境

二、湖北工程咨询行业规模

三、湖北工程咨询市场机会

第十三节湖南工程咨询业市场研究

一、湖南工程咨询发展环境

二、湖南工程咨询行业规模

三、湖南工程咨询市场机会

第十四节江西工程咨询业市场研究

一、江西工程咨询发展环境

二、江西工程咨询行业规模

三、江西工程咨询市场机会

第十五节广西工程咨询业市场研究

一、广西工程咨询发展环境

二、广西工程咨询行业规模

三、广西工程咨询市场机会

第十二章我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
- (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

第十三章我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

(一) 提高服务质量

(二) 讲究服务个性

(三) 良好客户关系

(四) 培养企业人才

(五) 培育企业文化

(六) 成立品牌机构

第五节客户品牌战略实施对策

第十四章我国工程咨询行业相关企业分析

第一节我国国际工程咨询公司

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

五、企业业务情况分析

第二节我国友发国际工程设计咨询公司

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

五、企业业务情况分析

第三节我国地铁工程咨询有限责任公司

一、企业基本情况介绍

二、企业业务资质结构

三、企业业务经营情况

四、企业竞争优势分析

五、企业业务情况分析

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
- 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
- 五、企业业务情况分析

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
- 五、企业竞争优势分析

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
- 五、企业业务情况分析

第七节山西德圣工程咨询有限公司

- 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

第八节辽宁环宇工程咨询管理有限公司

- 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
- 五、企业发展战略分析

第九节吉林省晟裕工程咨询有限公司

- 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

五、企业业务情况分析

第十节黑龙江大禹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、企业业务资质结构

四、企业业务经营情况

第十五章2024-2030年我国工程咨询业市场发展预测

第一节2024-2030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2024-2030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2024-2030年我国工程咨询业市场投资分析

第一节2024-2030年工程咨询行业市场投资概述

一、工程咨询行业投资环境

（一）宏观经济走势分析

（二）宏观调控走势分析

二、工程咨询行业投资特性

三、工程咨询行业投资壁垒

（一）行政壁垒

（二）技术壁垒

（三）经验壁垒

（四）竞争壁垒

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2024-2030年工程咨询行业市场投机机会

一、农林牧渔领域投资机会

二、环境保护领域投资机会

三、灾后重建领域投资机会

四、民生建设领域投资机会

五、技术改造领域投资机会

第三节2024-2030年工程咨询业市场投资风险控制

一、行业市场风险分析

（一）宏观经济风险

（二）政策风险分析

（三）项目管理风险

（四）质量控制风险

（五）合同管理风险

二、过程风险管理分析

（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

第四节2024-2030年工程咨询行业市场投资建议

第十七章我国工程咨询企业投融资及IPO上市策略指导()

第一节工程咨询企业融资渠道与选择分析

- 一、工程咨询企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节工程咨询企业境内IPO上市目的及条件

- 一、工程咨询企业境内上市主要目的
- 二、工程咨询企业上市需满足的条件
 - (一) 企业境内主板IPO主要条件
 - (二) 企业境内中小板IPO主要条件
 - (三) 企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

第三节工程咨询企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备
 - (一) 企业上市前综合评估
 - (二) 企业的内部规范重组
 - (三) 选择并配合中介机构
 - (四) 应如何选择中介机构

第四节工程咨询企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节工程咨询企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表1 我国工程咨询行业主要法律法规和政策

图表2 科技创新2020---重大项目

图表3 2017-2022我国全社会固定资产投资情况

图表4 2020我国固定资产投资（不含农户）分行业投资情况

图表5 2017-2022我国新增信贷规模统计

图表6 2017-2022我国工程咨询资格单位机构数统计

图表7 2017-2022我国工程咨询资格单位机构数变化趋势图

图表8 2017-2022我国工程咨询单位数分区域统计

图表9 2017-2022我国工程咨询行业营业收入统计

图表10 我国工程咨询行业盈利结构图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418095.html>