

我国监理企业品牌的塑造*

向鹏成, 任宏

(重庆大学 建设管理与房地产学院, 重庆 400045)

摘要:随着国内外市场的全面融合,国外一批优秀的项目咨询公司必将进入中国市场,面对竞争日益激烈的工程咨询市场,我国监理企业应该抓住机遇,迎接挑战,努力塑造自己的企业品牌。文中简要分析了我国监理企业品牌塑造现状及存在的问题,同时从时代要求、提高企业核心竞争力、提高监理社会地位等方面,论述了塑造监理企业品牌的重要意义。从加强品牌意识,树立品牌资产观念;加强企业自身建设,提高服务意识;严格要求、规范管理,提高服务水平;加强人才培养,提高从业人员的素质;建立先进经营战略,提高企业竞争力等方面提出了塑造监理企业品牌的途径。

关键词:监理企业;品牌;现状;途径

中图分类号:F270.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7329(2005)01-0111-03

Creating a Brand of Project Management Enterprise

XIANG Peng - cheng, REN Hong

(College of Construction Management and Real Estate, Chongqing University, Chongqing 400045, P. R. China)

Abstract: With the mixing of internal and international markets, many excellent foreign project management companies will invest in China. Facing the increasingly drastic competition of project management market, China's project management enterprise must catch the opportunity, accepting the challenge and creating a brand. In this paper, the present situation and problems of creating a brand of project management enterprise in China are analyzed. It brings forward the ways of creating management enterprise brand through intensifying consciousness of brand, building up a conception of brand capital, strengthening the construction of enterprise, improving consciousness of service, managing strictly and canonically, enhancing the service and improving staff training, setting up advanced management strategy and enhancing competition of enterprise.

Keywords: project management enterprise; brand; present situation; way

我国已加入 WTO, 中国市场必将全面融入国际市场, 国外一批优秀的项目咨询公司必将进入中国市场。面对竞争日益激烈的市场, 我国监理企业将向何方发展? 新的形势给我们提出了新的挑战, 也给了我们新的机遇, 我们应该抓住机遇, 迎接挑战, 根据自身的特点, 全面提高监理企业的综合竞争力, 努力塑造自己的监理企业品牌。

1 我国监理企业品牌塑造的现状及其存在的问题

我国自 1988 年起开始实行建设项目监理制, 建设监理应运而生。经过十多年的发展取得了很大的成绩。到目前为止, 监理业务的从业人员已近 30 万, 注册监理工程师达 6 万余人, 监理企业已发展到了近 7 000 家, 其中甲级 500 多家。但是, 具有国际知名品牌的几乎没有, 就连在国内叫得响的监理企业牌子也屈指可数。与国外知名的项目咨询顾问公司相比, 可以说我国的监理企业才刚刚起步。其原因也

* 收稿日期: 2004-09-20

作者简介: 向鹏成(1974-), 男, 四川万源人, 博士生, 主要从事工程项目管理、建筑技术经济研究。

是多方面的:首先,我国的监理行业历史短,从1988年算起至今不过16年,与西方发达国家上百年的咨询业相比,实在是短促。我们知道任何品牌的形成不是一朝一夕的事,品牌不仅包含了知名度、美誉度、忠诚度,更赋予了它丰富的历史内涵和深厚的文化底蕴。一个品牌的形成必须经过漫长的岁月,必须得到顾客及社会的认可、口碑及忠诚。因此在短短的16年里,我国监理企业没有什么知名品牌也就不足为奇了。我国监理企业品牌的塑造还有漫长的路要走。其次,缺乏品牌意识。我国企业品牌的形成,是在20世纪80年代短缺经济的时代伴随日本家电进入我国市场后才开始的。经过二十多年的发展,已经走过了靠广告提高品牌知名度和企业CI形象塑造等发展阶段。应该说二十多年的发展取得的成绩是可喜的,在我国也诞生了一批知名品牌。但是相当的个人、企业品牌意识还比较淡薄,他们认为企业搞品牌战略还不如踏踏实实搞生产。作为刚刚起步的监理行业就更是如此了,当前监理企业面临着重重困难,企业生存成了当务之急,愿意将更多的人力、物力、资金投入品牌塑造的企业微乎其微,品牌塑造也就无从谈起。

2 监理企业品牌塑造的必要性

品牌(brand)一词源于古挪威语“brandr”,意为“打上烙印”。现在,品牌的用途已远远超过了早期的“识别”范畴,全球将进入品牌国际化的竞争时代。品牌已跨越国界和文化障碍,成为一种国际语言。品牌越来越成为企业主宰市场竞争的重要砝码。当今,国际化、全球化已成为一种趋势,我国监理企业融入国际市场和国际惯例接轨是大势所趋,在这种背景下,塑造我国监理企业品牌有更重要的现实意义。

2.1 塑造监理企业品牌是顺应时代的需要

我国已加入WTO,国外咨询公司与我国监理行业的竞争将加剧,在促进我国监理行业朝着公平、公正、公开和规范化、法制化、理性化方向发展的同时,也必将推进监理企业档次的不断提高,实行品牌化经营。监理企业之间的竞争也将更多地表现为品牌竞争。在品牌竞争方面,是我国监理企业最为欠缺的。加入WTO之后,国际国内竞争将在一段时间内给国内监理企业带来严峻的挑战。当然,这既是挑战也是机遇。我国监理企业应抓住这个历史机遇,塑造一批知名品牌,这不仅是时代赋予的历史使命,也是我国监理企业千载难逢的发展契机,更是中国监理企业与国际惯例全面接轨,全面参与国际竞争的必经之路。

2.2 塑造监理企业品牌是提高企业核心竞争力的需要

品牌是一种产品的核心标识,这种标识提供了与其他产品相区别的特征。品牌代表着一种产品或服务的所有权,从根本上说它是财富所有权的象征。它是企业多层面因素的集成,是企业综合实力的象征,是企业核心竞争力的集中体现。品牌与核心竞争力之间是形式与内容,外在表现与内在本质的关系,核心竞争力的培育过程就是企业品牌创建的过程。当前,我国监理企业只有塑造一批知名品牌,全面提升其行业的核心竞争力才能在激烈的竞争之中占有一席之地。监理企业向建筑公司(顾客)提供咨询是纯智力型服务,其服务水平不仅取决于监理直接带来的经济效益和社会效益,还取决于顾客的认可。监理企业只有发挥自己的优势,运用自己的专业知识,提供优质的服务,才能获得顾客的认可、口碑及忠诚,也只有这样监理企业才能全面提高企业的竞争力,并形成自己的独特品牌。

2.3 塑造监理企业品牌是提高监理社会地位的需要

从1988年引入监理制度开始,监理的地位就一直争论不休,到目前为止,仍有一部分人持否定态度。监理行业经过16年的发展,应该说在社会主义现代化建设中发挥了巨大的作用,产生了良好的经济效益和社会效益。目前,不应该是争论监理地位的时候,而是怎样使监理行业专业化、规范化,使之与国际项目管理全面接轨的时候。诚然,监理在项目管理中仅在“三控”工作中发挥了一定作用,但这不是监理发展的方向。造成这种局面的原因是多方面的。未来的监理应该是全方位、全过程的项目管理,这也正是我们引入监理制度的初衷。唯有这样,监理才能恢复他本来的社会地位。当然,由于我国各方面的制度还不完善,再加之只有十多年行业的发展期,要立即改变监理现状是不可能的。我们只有抓住历史机遇,多种资质走融合道路,采取横向联合,兼收并蓄,组建集团化公司,实行集约化经营,塑造一批知

名品牌,尽快提高市场竞争力。这不仅是未来监理企业发展的方向,也是提高监理社会地位的保障。

2.4 塑造监理企业品牌是提高经济效益的需要

企业品牌与经济效益是紧密相关的,品牌越响,效益越好。品牌带动效益,效益随品牌的提升而提升。品牌是企业的全质,效益是企业的核心。具有知名品牌的企业,在本行业中将具有很强的竞争力,市场占有率也相对较大,效益当然也相对明显。目前,我国监理企业还处于培育和发展阶段,要想在竞争日益激烈的市场中争得一席之地,从而提高企业经济效益,就必须增加企业的知名度,塑造一批知名品牌企业。我国监理企业品牌的塑造过程,也将是我国监理行业逐步规范,全面与国际惯例接轨、经济效益提高的过程。

3 监理企业品牌塑造的途径

3.1 加强品牌意识,树立品牌资产观念

品牌是一种无形资产,它是品牌忠诚度、知名度等综合要素的集合体,是企业永无止境的经营追求。对监理企业而言,品牌资产需要投入大量的人力、物力、时间和资金,以提高品牌的知名度,改善消费者对品牌的认可。加入WTO后,我国监理企业与国际项目咨询公司的竞争更多的表现为品牌之间的竞争,我们应该转变传统观念,树立品牌资产意识,品牌效应意识,力争品牌这个无形资产在未来的竞争中发挥作用。

3.2 加强企业自身建设,提高服务意识

监理工作既是一项高智能、技术密集型的工程咨询业务,又是一个涉及技术、经济、法律、管理等多学科的系统工程,要使企业沿着科学化、标准化、规范化的方向健康发展,要创建有市场竞争力、有公信力的品牌企业,就必须规范企业内部规章制度,加强业务规范建设。同时面对日益激烈的竞争市场,监理企业应该改变过去靠非市场关系生存和发展的观念,积极开拓新的市场,努力培育监理客户;应该树立主动进取观念,提高服务意识。监理企业每个员工都应该把公司信誉放在首位,想业主所想,急业主所急,努力做好每一项目管理和技术服务工作,以实际行动来创造企业的品牌理念,增强市场的认同度。

3.3 严格要求、规范管理,提高服务水平

“信誉”是监理企业生存的根本,监理企业应该加强管理,努力提高技术服务水平,用自身的高智能最大限度的为业主、社会提供优质服务,从而为企业赢得信誉、口碑。监理企业应该健全各项制度,推行标准化、规范化管理,遵循“守法、公正、科学、诚信、服务”的准则,严格按国家法律、法规、条例来规范企业及个人行为。要培养员工良好的职业道德,不断提高专业技术能力和综合分析问题的能力,为提高监理工作的满意度打下坚实基础。

3.4 加强人才培养,提高从业人员的素质

发达国家相当重视项目管理人才的培养和资质的认定,形成了相当规模的行业。美国PMI学会主办的项目管理专业资质PMP考试和资质证书,得到了社会的公认。而我国对项目管理的系统研究和行业实践起步较晚,因此项目管理人才的培养也相对滞后。监理服务是一种高智能、高技术的服务,对监理工程师的要求非常高。人才是监理公司发展的基础,也是监理企业品牌塑造的关键。监理公司对人才的要求标准居于高位。目前我国监理行业从业人员约30万,其中注册监理工程师才近6万,且从业人员参差不齐,其中真正能独挡一面进行全过程、全方位项目管理的总监人物更是凤毛麟角,这严重制约了我国监理企业的发展。“工欲善其事,必先利其器。”一个知名企业品牌的形成没有优秀的人才作坚实的后盾是根本不可能的,要塑造一批监理品牌首先得提高从业人员的素质,培养一批具有较强专业知识、懂经济、懂法律、善管理,同时精通计算机和外语的高素质的总监人才。同时完善注册监理工程师的考试和资质认定制度。另一方面,面对国外项目咨询公司进入中国市场,中国人才将大量“外流”,因此我国监理企业要制定正确的人才战略,敢于运用激励机制吸引优秀人才,留住优秀人才,促进优秀人才

基础设施存量资产从现国有资产管理体系中分离出来,成立“基础设施管委会”。重点做好存量资产所有权的界定,对已委托或授权经营的资产进行必要的调整。二是打破行业行政垄断,为资产的集中管理创造条件。通过资产剥离,将隶属于不同行业的城市基础设施资产集中到“基础设施管委会”体系中。三是进行政府投资项目的行业行政管理的职能调整。新型“工务局”—“工务部”管理模式的推行,必然涉及传统体制下不同行业建设管理职能的调整。按照新模式“集中、统一管理”的要求,逐步将原不同行业的管理机构改造为各种“工务部”,并纳入“工务局”统一管理。四是加快项目管理主体的培育。逐步取消各类城市基础设施企业(公用事业)的行政管理职能,对其进行企业化改造。同时,通过信贷支持和政策引导,培植一批专业化的项目管理公司和总承包公司,促进城市基础设施项目建设市场的竞争。

参考文献:

- [1] 建设部财务司.2002 年城市建设公报[N].中国建设报,2003-05-20.
- [2] 建设部课题组.中国城市基础设施投融资体制改革研究报告[M].北京:中国建筑工业出版社,2002.
- [3] 邓淑莲.中国基础设施的公共政策[M].北京:上海财经大学出版社,2003.
- [4] [美]E.C 萨瓦斯.民营化与公私部门的伙伴关系[M].北京:中国人民大学出版社,2002.
- [5] 吴冠军,马兴.市政公用基础设施项目投资管理机制的有效构建[J].上海城市发展,2003,(5):11-13.
- [6] 尹贻林,闫孝砚.政府投资项目管理模式研究[M].天津:南开大学出版社,2002.
- [7] 朱建元,全林.政府采购的招标与投标[M].北京:人民法院出版社,2001.
- [8] 张钢公.共管理学引论[M].杭州:浙江大学出版社,2003.
- [9] Word Bank.The Contributions of Infrastructure to Economic Development[R].Word Bank Discussion Papers.1994.

(上接第 113 页)

的成长。唯有如此才是塑造监理企业品牌的出路。

3.5 建立先进经营战略,提高企业竞争力

我国已加入 WTO,国内和国际市场全面融合,面对日益激烈的市场竞争,我们是默守陈规被动应付,还是主动出击?问题的答案毋庸置疑。要在新的形势下获得市场份额,获得更大的发展,就必须建立先进的经营战略。全面提高企业的竞争力,以产品品牌占领市场,以企业品牌赢得消费者。在国外项目咨询公司进军中国市场的时候,我们应该认清形势,建立起先进的经营战略,全面提升我国监理企业的竞争力。一方面,必须改革现有监理企业的管理体制,建立统一的由建设行政主管部门进行管理的体制,加强我国监理企业特别是那些具有甲级资质监理企业的联合。另一方面,与国外知名品牌公司进行合作经营,利用他们先进的管理手段,丰富的管理经验和人才优势,来整合我国监理企业的资源,使之达到“双赢”的目的,形成“你中有我,我中有你”的新格局。

我国监理企业品牌塑造才刚刚开始,前进的道路还相当漫长,在新的历史机遇面前,中国监理企业定将与时俱进,顽强拼搏,一批具有中国特色和国际竞争力的监理企业品牌将在激烈的市场竞争中诞生,建立本企业的企业文化。

参考文献:

- [1] 张建华.谈谈如何塑造监理企业文化[J].建设监理,2002(2):15-16.
- [2] 杨光伟,范继辅.加入 WTO 后中国监理业的发展[J].建设监理,2002(3):13-14.
- [3] 杨子生.抓住机遇,迎接挑战[J].建设监理,2002(3):16-17.
- [4] 唐永忠.加入 WTO 后对我国监理企业的影响及对策[J].建设监理,2002(2):8-10.
- [5] 向鹏成.浅谈工程项目总监的地位、职责、素质及培养问题[J].建设监理,2001,(1):46-47.