

建设工程项目管理中全过程工程造价控制策略的探究

刘云

重庆盛时汇项目管理有限公司

DOI: 10.12238/ems.v6i2.6990

[摘要] 文章总结了全过程工程造价控制的竣工验收与质量管理，强调了对工程的经济性和可持续性的保障。通过对这些关键策略的探究，本文旨在为建设工程项目提供有效的管理指导，确保项目在全过程中能够在预算内、高质量、可持续地完成。

[关键词] 建设工程；全过程；造价

Exploration of the Whole Process Engineering Cost Control Strategy in Construction Project Management

Liu Yun

Chongqing Shengshihui Project Management Co., Ltd

[Abstract] The article summarizes the completion acceptance and quality management of the entire process of engineering cost control, emphasizing the guarantee of the economy and sustainability of the project. By exploring these key strategies, this article aims to provide effective management guidance for construction projects, ensuring that the project can be completed within budget, with high quality, and sustainably throughout the entire process.

[Key words] construction engineering; The entire process; cost

工程造价控制是一种综合性的管理手段，旨在通过全面的成本监控、预测和调控，确保建设工程项目在预算范围内、高效、质量可控地完成。该过程涵盖项目各个阶段，从项目启动、设计、招标和合同阶段，到施工、竣工验收，都需要精准的造价控制。工程造价控制的目标在于最大程度地减少不必要的成本，提高资源利用效率，确保项目在预期时间内完工，同时保持建筑质量和安全标准。通过实施有效的造价控制策略，项目团队能够更好地应对成本波动、防范风险，

并最终实现项目的经济可行性和可持续发展。

一、工程造价控制的基本概念

工程造价控制的目标在于确保建设工程项目在规定的预算内合理开展，实现成本最优化的同时确保项目的质量和进度。其核心原则包括全过程管理、全面预算、合理定额、科学施工、信息化管理等。全过程管理要求从项目启动至竣工验收阶段，始终贯彻成本控制理念，以防范和纠正潜在的成本风险。全面预算强调对项目各个方面的费用进行全面、详

尽的预估，确保涵盖所有可能的支出，并为项目提供足够的财务支持。合理定额要求在项目设计和施工中合理设定标准和规范，以确保成本的准确估算。科学施工要求在施工过程中采用最优的技术和方法，以提高工程效益。信息化管理强调借助现代技术手段，实现对项目成本数据的实时监控和精确分析，以便及时做出调整和决策。这些原则共同构成了工程造价控制的理念，旨在确保项目的经济可行性、高质量完成和资源的有效利用。

二、建设工程项目管理中的全过程工程造价控制

(一) 项目启动阶段的造价控制策略

通过严格的预算制定和审批机制，确保在项目规划初期就建立了可行性和经济性的基础。同时，在设计初期，进行了全面的造价风险评估，对潜在的成本风险进行了深入分析和评估，以便及时调整和优化项目方案。这一阶段的造价控制不仅关注项目的初步经济性，更注重对潜在风险的全面把控，为后续项目的顺利推进奠定了坚实的基础。通过早期的全面控制，项目团队能够更好地规划和引导整个工程的发展方向，确保项目在全过程中保持良好的经济效益和可持续发展。



图一 建材

(二) 设计阶段的造价控制策略

通过对设计方案的全面审查和评估，确保设计的合理性与经济性，同时进行详细的设计变更管理，以防止后期的成本膨胀。在这个阶段，注重材料（见图1）和工艺的选择与成本评估，以保证在保证项目质量的前提下实现成本的最优

控制。设计阶段的造价控制还包括合理评估设计阶段可能涌现的不确定因素，为项目的后续实施提供可行性和经济性的基础。通过在设计阶段的精细管理，项目团队能够有效应对设计变更和技术选择所带来的潜在风险，确保项目在后续的招标和施工阶段能够按照经济合理的预算有序推进。

(三) 招标和合同阶段的造价控制策略

1、招标文件的准备与评审

精心准备招标文件，确保其包含详尽的工程信息、技术要求以及预算指标，以提供潜在承包商明确的投标依据。同时，对招标文件进行严格的评审，确保其合理性、准确性和透明度，以减少后期变更和索赔的可能性。在评审过程中，对投标商的资质和信誉进行细致考察，以确保项目能够选择到具备实力和诚信的合作伙伴。通过在招标文件的准备与评审阶段进行精细的工作，可以有效地规避潜在的经济风险，确保项目在后续的施工阶段能够按照经济合理的预算有序推进，为全过程工程造价控制奠定了坚实的基础。

2、合同条款与价格协商

精心设计合同条款，明确工程的范围、质量要求、工期等关键因素，以避免后期的争议和额外费用。在价格协商阶段，项目团队需要与承包商进行充分沟通，确保双方对价格形成有清晰的认知，同时注重成本和质量的平衡。灵活运用价格协商策略，例如差价奖惩机制等，以刺激承包商提高工作效率。通过合同条款的精心设计和价格协商的谨慎进行，能够在项目实施阶段有效控制成本，确保工程质量和进度的可控，为全过程工程造价控制提供了实质性的保障。

(四) 施工阶段的造价控制策略

1、施工进度与费用管理

在这一阶段，项目团队需要精准把握施工进度，确保按计划有序推进工程，同时实施合理的费用管理，以保持预算范围内。有效的进度管理涉及合理的施工计划、资源分配和工期监控，以最大程度地减少施工中的延误，确保项目能够按时交付。同时，费用管理涉及成本的实时监控、分析和

调整,以确保不发生超支情况。在施工进度和费用的管理中,需要运用先进的信息化技术,例如施工管理软件,以提高管理效率和准确性。通过在施工阶段实施有效的进度与费用管理,全过程工程造价控制得以有序展开,为项目的经济可行性和可持续发展提供了坚实的基础。

2、变更管理与索赔防范

在建设工程项目的施工过程中,难免会发生设计变更或者施工中的不可抗力因素,因此,项目团队需要建立健全的变更管理机制。这包括详细记录变更的原因、影响和成本,并与相关方进行充分的沟通和协商,以避免不必要的经济损失。同时,索赔防范要求在合同签署前就潜在索赔事项进行充分的风险评估,并通过合同条款的精心设计,明确责任和赔偿机制。在整个项目过程中,要加强对变更和索赔的监控和预防,采取措施降低其发生概率,从而有效地保护项目的经济利益,确保项目在全过程中能够稳健推进,并在经济可行性和质量可控性方面得到有效维护。

(五)竣工和验收阶段的造价控制策略

1、竣工结算和最终决算

项目团队需要对整个工程进行全面核算,审查施工合同中的各项费用,并进行合理的调整。竣工结算包括了所有工程量的确认、实际发生的费用的核实,以及可能存在的变更和索赔的处理。同时,最终决算阶段涉及对整个工程项目的总成本进行最终的确认和核算。在这个过程中,需要与各参与方充分沟通,确保费用的透明和公正。通过竣工结算和最终决算,项目团队可以对整个工程的经济状况进行全面的了解,为项目的总结和经验教训提供依据,并为未来类似项目的预算和费用控制提供经验积累。这一阶段的严密控制不仅有助于维护项目的经济可行性,也有助于建设工程的可持续发展。

2、验收与质量管理

在验收阶段,项目团队需要对工程的各个方面进行细致的审查和检验,以确保符合设计标准和合同要求。合格的验

收不仅意味着项目的实质完成,更代表了对质量的认可,为最终决算提供了坚实的基础。同时,质量管理则要求项目团队在整个工程周期中强调高标准的施工和材料质量,通过严格的质量控制措施降低可能的纠错成本。通过验收与质量管理,项目团队不仅确保了工程的可交付性,也在整个全过程工程造价控制中保持了经济性和质量的平衡,为项目的长期价值和社会效益提供了可靠保障。

三、信息化技术在全过程工程造价控制中的应用

通过先进的项目管理软件和信息系统,项目团队能够实时获取、记录和分析与工程相关的各种数据,从而提高对成本、进度和质量等关键指标的监控和决策能力。信息化技术使得项目各方之间的沟通更加迅速高效,有助于及时解决问题和协调资源。在招标文件的准备与评审、合同条款与价格协商、施工进度与费用管理等方面,信息技术的应用促进了数据的精确记录和实时传递,为决策提供了科学依据。通过在全过程工程中嵌入信息化技术,不仅提升了工作效率和透明度,也为更精准的造价控制提供了有力支持,使得项目团队能够更加灵活应对复杂的建设环境,实现全面、高效、可持续的工程造价管理。

结束语:

本文旨在深入探讨建设工程项目管理中全过程工程造价控制的策略。通过对建设工程项目管理中全过程工程造价控制策略的深入探究,我们不仅全面理解了在项目的各个阶段如何有效掌控成本。

[参考文献]

- [1]魏向信. 工程造价的全过程造价控制措施探究[J]. 建筑·建材·装饰, 2022 (13): 124-126.
- [2]包毅. 浅析提高建筑工程管理质量控制的有效策略[J]. 城镇建设, 2023 (9): 82-85.
- [3]覃仕银. 全过程造价咨询在建筑工程项目管理中的作用分析[J]. 品牌研究, 2020 (33): 70.