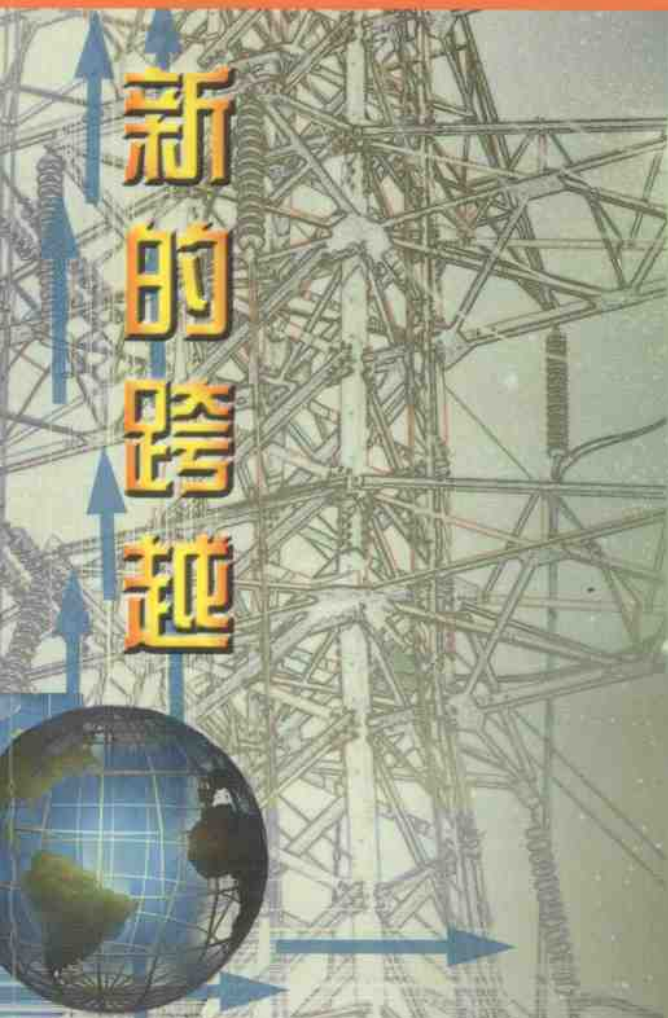


2004年七省市第五届建筑市场与招标投标优秀论文集



新的跨越

安连发

主编

Collected Excellent Theses of Construction Market
and Bidding of Seven Provinces and Cities

中国国际广播出版社

C53
366

2004年七省市建筑市场与招标
优秀论文集

新的跨越

安连发 主编

广东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

新的跨越/安连发 主编. —北京: 中国国际
广播出版社, 2004.9
ISBN 7—5078—1319—3

I. 新… II. 安… III. 文化—论文集—中国—当代
IV. 1267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第13265 号

书名 新的跨越
主编 安连发
出版 中国国际广播出版社
发行 中国国际广播出版社发行处
经销 全国新华书店
印刷 河北廊坊市恒泰印务有限公司
开本 880×1230 1/32
印张 16.5
字数 400 千字
印数 1—2000
版次 2004 年 9 月 第一版
印次 2004 年 9 月 第一次印刷
书号 ISBN7—5078—1319—3/1.71
定价 30.00 元

编委会名单

名 誉 顾 问	年福礼		
编委会主任	姜振友		
副 主 任	王秉桐	孙贵祥	
主 编	安连发		
编 委	(排名不分先后)		
	姜振友	赵世忠	武双和
	李贤明	孟宪峰	黄健鹰
	张连科	郑玉昕	吴 海
	舒 扬	姜志国	安连发

七省市第五届建筑市场与招标投标 联席会论文评审委员会名单

主 任	安连发		
委 员	(排名不分先后)		
	孟宪峰	韩福祥	丁士奎
	杨君林	肖根全	安连发
	曾文国	刘粤波	

目 录

一、有形建筑市场建设

实施品牌战略,开拓有形建筑市场市场化运营新局面	郑玉昕(3)
以人为本 完善服务 构筑有形建筑市场管理新模式	
——新形势下郑州有形建筑市场发展概述	张连科 袁水懿(10)
浅谈有形建筑市场承担程序性监管工作	胡平有(16)
运用科学手段构筑有形建筑市场治腐防线	吴 海(24)
加强党风廉政建设创建高效廉洁的办事窗口	安连发(30)
有形建筑市场存在一些问题浅析	刘 华(35)
关于我省有形建筑市场建设工作的思考	
..... 王继忠 辛允旺 刘国华 穆荣峰(40)	
从投资体制改革看建设工程交易中心的发展	辛允旺(46)
规范运作,加强管理推动有形建筑市场的发展	
..... 李红岩 田东辉 纪顺满(51)	
“有形建筑市场”中档案资源开发利用之初探	
——浅议北京市建筑工程交易价格指数	刘晓刚(56)
对有形建筑市场建设和发展战略的思考	周兹晖(64)

二、招标投标管理

- 防止人为因素干预工程招标投标的措施及对策 关 炜(69)
- 浅谈在招标投标活动中如何防范和遏制腐败
..... 梁建敏 师东风(77)
- 建设工程招标投标制度的经济学探讨 刘 鹏 梁续英(83)
- 浅议招标人的行为“规范” 王 克(92)
- 关于学习贯彻招标投标法的几点思考 张连科 袁水懿(97)
- 适应投资体制改革发展需要 努力做好新形势下的招标投标管理工作
..... 杨毅风(106)
- 从投资体制改革谈招投标及承发包管理方式转变..... 张晓阳(113)
- 浅析招投标管理过程中遇到的一些问题..... 董翠娥(118)
- 招标备案过程中几个时效问题的探讨..... 李燕燕(124)
- “废标”现象剖析..... 马东坡 罗志文 高永进(127)
- 依法规范招投标市场的探索..... 马秀银 杨建伟(133)
- 建设工程招标投标的发展及趋势..... 耿京敏 王建堂(141)
- 关于建设工程招投标规范与发展的探讨..... 徐晓琴(146)
- 浅谈加强和提高县级招投标监管水平的目标要求和主要措施
..... 张清媚 牛英辉(151)
- 无标底工程招标的实践与探讨..... 李晓钟 赵 焰(160)
- 工程招标中投标报价评审办法的思考..... 毕连群 白建滨(165)
- 工程招标中低价中标的思考与对策..... 刘积敏(171)
- 完善各项运行机制促进最低价中标进程..... 刘秀凤(178)

三、施工合同管理

- 施工合同在签订和履行过程中存在的问题及对策..... 肖根全(185)
- 试论工程合同在招投标中的作用..... 郎秀忠(200)

建设工程招标投标及合同管理的理论与实践·····	李和平(204)
试论合同全程跟踪管理与服务在预防和治理拖欠工程款中的作用 ·····	张清媚 牛英辉 魏 冰(209)

四、工程风险管理

信用体系建设中的市场、制度与人 ——浅谈建设行业信用体系的建立·····	杨建伟 范枝棉(219)
关于建立工程保证担保制度的思考·····	戴若光 宋 燕(227)
浅谈承包商如何加强工程风险的识别及管理 ·····	牛英辉 陈 雷(232)
建立招标投标信用公示制度促进建筑市场健康有序发展 ·····	高文峰(238)
建设工程投标保证金担保研究·····	席建林(244)
建设工程防止及处理拖欠工程款的方法与措施 ·····	张清媚 牛英辉 魏 冰(252)

五、招标代理机构管理

招标代理机构的现状与发展前景·····	李红岩 田东辉 纪顺满(259)
浅析如何规范招标代理机构的市场行为·····	宋锡庆 卢 斌(264)
规范招标代理机构行为是目前招标监督管理的重点 ·····	钟维瑾(270)
浅谈新形势下建设工程招标代理机构的发展与管理 ·····	孙宏伟(276)
如何规范招标代理机构的市场行为·····	李 卫 郑晓红(281)
我市招标代理机构的规范运作与发展·····	王雅萍(287)
如何规范招标代理机构的市场行为·····	安宝倩(293)
浅谈如何规范招标代理机构的市场行为·····	王新震 沙利娟(298)

浅析工程项目招标代理机构的规范和治理·····	刘建敏(302)
-------------------------	----------

六、工程评标专家库管理

建筑工程评标专家管理问题及对策浅析·····	孟欣(311)
试论评标专家的特征、素质及管理·····	王怀军(320)
加强评标专家和评标专家库管理的实践与探讨·····	王文先(330)
加强科学管理降低评标专家随机抽取的人为因素·····	宋志刚(336)

七、工程量清单计价探讨

浅谈工程量清单计价在招标中的运用·····	南成来 郭贵宇(343)
探讨工程量清单计价招标投标存在的问题及如何加快推行步伐·····	俞娟(350)
工程量清单招标方法的探讨与完善·····	李大军(355)
工程量清单招标需要解决的几个问题·····	王玲玉(363)
如何完善工程量清单计价招标·····	楚波(368)
从推行工程量清单计价谈工程造价从业人员的素质·····	张丽雅(375)
浅谈工程量清单与招标投标·····	白丽芳 刘晓娟(381)
浅谈工程量计价招标·····	王新军(386)
适应清单招标需要,着手建立企业定额·····	纪顺满 田东辉(390)
管理部门在贯彻落实工程量清单计价规范中如何发挥作用·····	纪顺满 田东辉(395)
电子辅助评标系统在工程量清单中的应用·····	赵丽英(401)
业主在建设工程工程量清单招标、合理低价中标中应注意的几个问题·····	张皓男(406)
实行工程量清单招标有关问题的探讨·····	张子光 张广斌(410)
工程量清单招标方法的理论探讨·····	李云新(416)

关于工程量清单招标的探讨·····	杨君林 李铁军(424)
浅谈工程量清单计价招标·····	王 强(430)

八、信息化建设探讨

网上招标投标的理性思考·····	周分清(439)
利用信息化手段提高建筑市场监管水平·····	张瑞玲(451)
电子标书之我见·····	汪连国(458)
浅析建立招投标广义信息系统·····	李兆豫 高新炎(465)

九、其 它

谈政府及公有制企业与非公有制企业建设工程招标过程的异同及要点 ·····	钟维瑾 王凤歌(473)
规范执法行为 加强招标监督力度·····	廖 薇(479)
抓住机遇 迎接挑战 促进建筑业健康发展 ——浅谈建筑业如何应对入世挑战·····	黎会闪(487)
建设监理发展与竞争的几点思考·····	路备战(495)
浅议监理招投标中存在的问题及对策·····	孙 强 袁卫国(502)
WTO 将成为推动我国建设工程招投标前进的新动力 ····· ·····	俞 娟 范文丽(507)
附录一:论文评审情况介绍 ·····	安连发(512)
附录二:七省(市区)第五届建筑市场与招标投标联席会议论文获奖名单 ·····	(515)

一、有形建筑市场建设

实施品牌战略,开拓有形建筑市场 市场化运营新局面

天津市工程建设交易服务中心 郑玉昕

近年来,天津市有形建筑市场按照国务院《关于健全和规范有形建筑市场的若干意见》以及建设部“一个全进,四个分离”的要求,按照市场化运营的思路培育、建设和完善有形建筑市场,围绕最规范、最具活力、最具影响力的市场目标全面展开工作布局,在部领导的大力支持下,借鉴了其他兄弟省市好的作法,初步形成了“大市场、多功能、深层次、全方位”的服务管理格局。

一、实施品牌战略,进行市场化运营必须有统一的游戏规则

有形建筑市场这个概念从理论到实践的形成已近十年,十年来,社会的经济结构已发生了重大变革,按“十六”大要求,随着市场经济体制改革的进一步深化和经济发展的全面提速,有形建筑市场应该说是进入了一个新的阶段。我们必须用市场经济的理念,理解、构建和运营有形建筑市场。市场经济是法制经济,市场经济的市场特点就是建立一个共同遵守的运行规则,这个运行规则就是公开的竞争,而政府和社会为了保证市场公开的竞争,就必须实行有效的监督和公正的执法。为适应市场经济的这一特点和要求,使有

形建筑市场在经济发展中发挥重要作用,天津市首先从解决有形建筑市场的法律地位入手,经过多年的不懈努力,2002年7月,天津市人大通过《天津市建筑市场管理条例》,对有形建筑市场的地位、作用、管理做了明确定位,成为国内第一部明确有形建筑市场法律地位的地方法律,这就为有形建筑市场在工程承发包交易活动中实现有效的服务和管理,提供了法律保障。

2004年天津有形建筑市场还将严格按照国家法律法规赋予的职责和建设部相关规定以及《有形建筑市场运行规则示范文本》的要求,建立工程承发包进场交易活动统一的交易规则,包括《天津有形建筑市场运行规则》、《天津有形建筑市场管理和运行制度》、《天津有形建筑市场工作人员管理制度》、《天津有形建筑市场各方交易主体管理制度》、《天津有形建筑市场工程交易活动管理制度》、《天津有形建筑市场评标专家管理制度》、《天津有形建筑市场投诉举报管理制度》以及《天津有形建筑市场现行建设程序》和《天津有形建筑市场运行程序》以及《天津市工程建设交易管理办法》等。同时,按市场经济的主要特点进行品牌战略和市场运营,从而牢固构建“公开、公平、公正”的阳光交易平台。

二、实施品牌战略,进行市场化运营必须建立统一的大市场

按社会主义市场经济体系统一性的要求,有形建筑市场拓宽生存和发展空间,必须建立统一的大市场。

(一)按建设部“一个中心城市原则上只建立一个统一的有形建筑市场”的要求,天津不再建立分属不同部门,不同层次的多个市场。市内六区及新四区的房屋建筑和市政基础设施建设工程项目全部在市有形建筑市场内招标投标,对中央项目及电力、水利、公路等专业工程项目则采取“属地进入,共同管理”,对外资及民营投资项目采取全部进场。

(二)为全面加强建设工程管理,天津有形建筑市场还设立了工程分包交易中心;主要是解决总包企业与分包企业的交易管理问题。分包企业进入市场要实行资质备案,所有总包企业选择分包队伍必须在二级分包市场内进行,并办理分包合同登记。分包市场受税务机关委托,对外地进津队伍实行统一报税,既完善了有形建筑市场的管理体系,也增加了国家税收。与此同时,分包市场还严格按市建设行政主管部门的要求,对拖欠农民工工资的企业实行重点监控,及时查处拖欠农民工工资的行为,把解决拖欠农民工工资纳入整顿和规范建筑市场的重要内容。2003年初,市建委专门下发文件规定:总承包企业必须使用成建制的劳务企业,依法签订劳务分包合同;各分包企业要与农民工依法签订劳务合同,并报分包市场备案,对合同签订和执行依法进行监管,对其中50家二级以上施工总承包企业实行了重点监控,同时设立了专门接待窗口,明确了专人负责,印制了投诉电话和上访登记等表册,建立了解决拖欠问题的档案制度,截至2003年底共解决拖欠农民工工资3.53亿元,清欠率达到42%,并立下军令状春节前全部实现不拖欠当年农民工工资目标,受到国家清欠监察组的好评。

为建立统一的大市场,如今,进驻有形建筑市场的各类监督管理与市场服务的单位35个,其中政府派驻机构18个,包括:招标办公室、合同办公室、建设市场监察站、质量站、定额站、安全站、施工队伍管理站和施工图审查办公室,以及建材办公室、散装水泥办公室、教育培训考核办公室、工程报建和市内六区办事机构等。驻场中介代理机构11个,包括招标代理、造价咨询和法律服务等,还有工商、税务、银行、保险等6个相关单位和—个市监察局驻场监察组。

(三)为了工程建设各方主体提供更便捷的服务,天津还在边远区、县设立了8个分市场,已设立的分市场已进行了法人注册,基本实现了“四分离”。例如天津塘沽区分市场以现代化高新技术为依

托,建设了具有高技术、大容量和先进管理理念及合理服务功能为一体的封闭式全监控评标区。评标区共包括监督服务室、第一评标室(综合评标室)、第二评标室(计算机辅助评标室)、休息室四个功能室。其服务功能包括:门禁及评标专家 EM 卡身份识别系统、评标专家网上抽取及电话录音通知系统、无线通讯屏蔽系统、开标过程显示系统、评标过程公共显示系统、评标全过程监督系统以及语音对讲系统和开标、评标过程录音、录像及音像资料存储系统等,为建设工程交易主体各方提供一个公开、公平、公正、方便、温馨的交易环境。

2004 年天津有形建筑市场还将下大力量指导帮助区、县的分市场建设,要求各分市场一是抓好职能定位,发挥场所功能;二是确立模式,理顺管理关系;三是强调规范管理。必须积极稳妥地处理好脱勾问题;四是加强协调、指导和服务。有形建筑市场在资金、技术、专家库等问题上全力为区县提供了技术服务并给予资金和设备的支持。

三、实施品牌战略,进行市场化运营必须提供一流的服务

按市场经济的发展要求,一流的服务首先应该是品牌化的服务,这也是市场竞争机制的需要。为保障天津城市建设绿色通道的高效快捷,天津有形建筑市场在全国率先注册了“阳光绿色通道”服务品牌,其目的就是为经济发展和市场各方交易主体提供名牌的服务,以此实现服务创新的新突破。

注册服务品牌主要有四点思考:一是形势和任务的需要。面对“入世”和市场化进程的提速,通过注册全国有形市场的第一个“阳光绿色通道”的服务品牌,以此实现服务创新的新突破;二是强化内力约束,拉动服务升级的需要。注册服务品牌不是目的,而是通过品牌标准的要求自觉进行管理加压。品牌的注册对服务承诺、服务

制度、服务标准、服务形象皆有很严格的要求,这就必须强化内部管理,整合一切服务资源,通过品牌的内力约束,拉动服务再上新的平台;三是强化外力约束,更好的接受全社会的监督。通过向社会打出“阳光绿色通道”的服务品牌,进一步使服务和管理公开透明,以真正接受品牌服务的社会约束和监督;四是有形建筑市场规范运营的需要。通过建立行为规范、运转协调、公正透明、廉洁高效的管理体制,全面提升有形建筑市场服务水平,为工程交易各方提供“公开、公平、公正”的市场竞争环境,推进工程招标投标活动的健康发展,为政府管理部门提高办事效率、规范市场行为、节省建设投资、保证工程质量监管提供有效平台。品牌服务的内容主要包括以下几个方面:

(一)全面、及时、准确的信息服务。主要有以下两个环节:一是建立健全了有形建筑市场信息化管理的组织机构;二是逐步推行网上办公自动化系统。

(二)功能齐备的设施场所服务。现在,天津有形建筑市场已具备四个场所的功能,即:为市场各方主体提供交易的场所;为政府部门提供管理的场所;为纪检监察部门提供监督的场所;为中介机构提供经营服务的场所。

为充分发挥大市场的整体优势,天津有形建筑市场于2002年6月底开办了管理服务厅,共开设包括外国企业准入审批、外地企业备案登记、意外伤害保险以及投诉服务中心、法律咨询等在内的十个窗口,由此形成有形建筑市场承发包交易厅、管理服务厅、分包交易厅“三厅联动”的服务管理格局,大大方便了企业,提高了办事效率,拓展了有形市场的服务领域。

(三)高效便捷的政务服务。为促进经济发展,实现服务流程的顺畅及办事程序的简化,天津现已搭建了信息发布、协同办公管理、市场监管等三个平台以促进政务电子化办公,适应信息时代的发展

和新技术、新条件的要求,改变传统的思路和管理。

四、实施品牌战略,进行市场化运营必须标准化管理

实施品牌战略,进行市场化运营很重要的是管理,而管理的关键是交易行为的规范。市场经济不是自由经济,必须运用宏观调控的手段,通过有效的监管加以完善,而提供良好的服务又必须以标准化的管理为依托。在这环节上,天津有形建筑市场重点采取三项措施:

(一)高标准加强窗口管理,实现一流服务。包括理顺管理关系实行委托管理机制、严格考核机制、建立社会监督考核制度、建立有形建筑市场与部门定期联系制度、建立定期评比制度等五项工作。

(二)是严格驻场单位的行为准则。包括实行“一站式”办公制度、实行大型和重点工程旁听制度、实行社会监督员制度、实行政务公开制度等四项制度。

(三)加强专家库管理。2004年有形建筑市场受建设行政主管部门委托,在统一建库的前提下,将筹建和完善三个区县专家库,同时增加特殊专业的评标专家。目前,天津评标专家共有1253名,包括北京异地评标专家26名,河北省专家24名,统一由有形建筑市场受建设行政主管部门委托实施管理。

2004年重点加强有形建筑市场的窗口建设,由窗口形象的考核管理转为综合素质及行为的全方位管理。具体措施包括:

一是进一步加强和完善管委会等管理制度。借鉴窗口成立管委会取得经验,下一步要建立全市有形建筑市场管理委员会,形成一种对全市有形建筑市场统筹指导和管理的全新机制,与此同时,有形建筑市场管委会还将对区、县有形市场的窗口建设和管理进行定期或不定期的检查指导,以此推动全市有形建筑市场整体水平的全面提升。