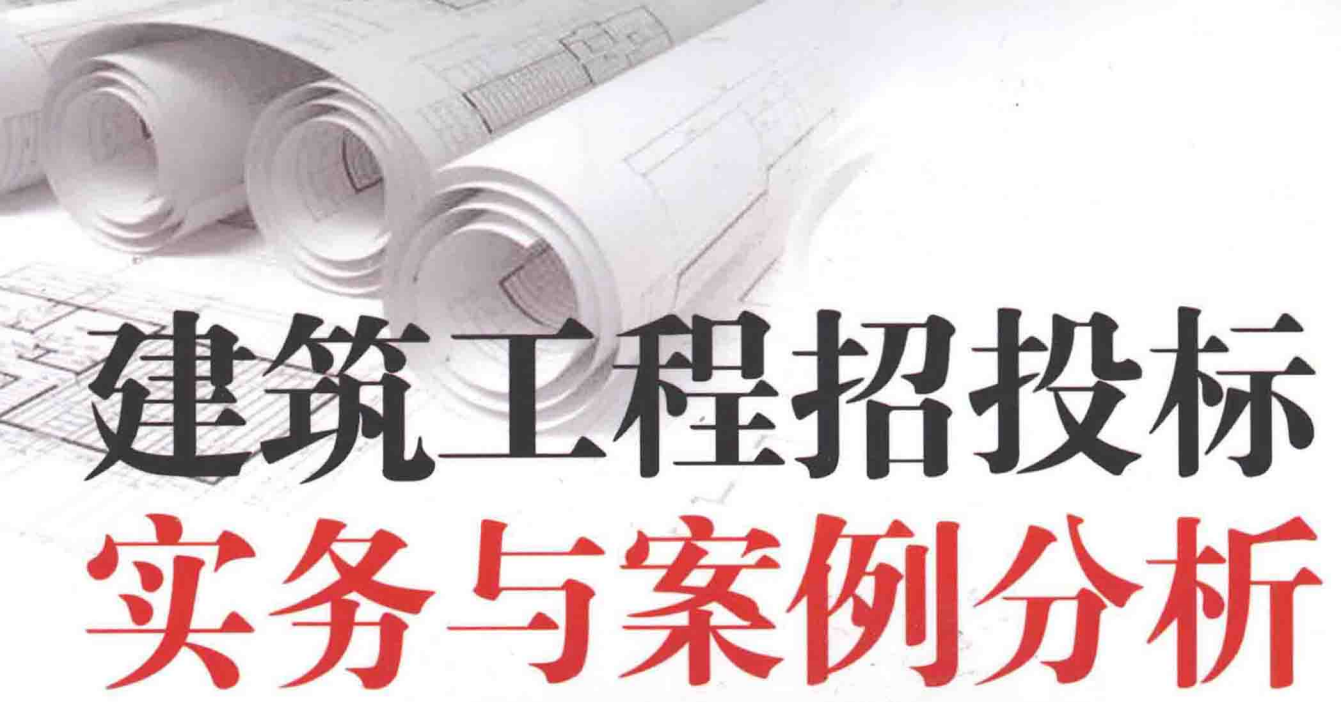




建筑工程招标投标 实务与案例分析

第2版

李志生 主编

依据**最新**《中华人民共和国招标投标法实施条例》编写



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



建筑工程招标投标 实务与案例分析

第2版

主 编 李志生
参 编 付冬云



机械工业出版社

本书通过大量的案例,系统而全面地介绍了建筑工程招标投标的方法、理论、程序与操作实务。本书的主要内容包括:建筑工程招标方式和招标范围,建筑工程招标程序,建筑工程评标方法,建筑工程招标文件,建筑工程投标策略,建筑工程投标程序,建筑工程投标文件,建筑工程开标、评标与定标,建筑工程合同,建筑工程招标投标的监管、投诉、违法责任与处理,建筑工程招标的代理与代理机构。

本书内容丰富、信息量大、可读性强,既可作为高等院校校土建类、工程管理类专业教学用书,又可以供企业中高层管理者、项目招标和投标负责人阅读,还可以供相关行业主管部门作为参考书使用。

图书在版编目(CIP)数据

建筑工程招投标实务与案例分析/李志生主编, —2版. —北京:机械工业出版社, 2014.3

ISBN 978-7-111-45899-9

I. ①建… II. ①李… III. ①建筑工程-招标-案例②建筑工程-投标-案例 IV. ①TU723

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第030325号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:陈玉芝 责任编辑:陈玉芝 王华庆

版式设计:霍永明 责任校对:赵蕊

封面设计:路恩中 责任印制:刘岚

北京京丰印刷厂印刷

2014年5月第2版·第1次印刷

184mm×260mm·16.75印张·406千字

0 001—3 000册

标准书号:ISBN 978-7-111-45899-9

定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

社服务中心:(010) 88361066

销售一部:(010) 68326294

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

网络服务

教材网:<http://www.cmpedu.com>

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

封面无防伪标均为盗版

前 言

本书第1版自2010年出版以来，为建筑工程领域的读者学习招标投标知识提供了帮助，受到了广大读者的热烈欢迎和肯定。近三年，作者在全国范围内所做的讲座上通过与读者交流，以及从读者发来的邮件中，也收到了关于本书第1版的许多有益意见和建议。同时，在本书第1版的使用过程中，我国招标投标的政策和形势发生了较大的变化，尤其是2012年《中华人民共和国招标投标法实施条例》的实施，使得本书第1版中的相关内容与实际情况已不完全相符，相关知识已显得陈旧。另外，近年来，新颁布、修订以及废止的与建筑工程招标投标有关的法律法规和部门规定也比较多，使得本书第1版的部分内容已不能完全适应建筑工程招标投标实践。基于上述原因，我们对本书第1版进行了修订。

本书第2版在知识结构和章节体系方面更加全面、更加富有逻辑性；在操作实务方面更加注重实践；在案例分析方面，对原来的案例进行了更改和扩充，使案例更加具有参考价值。此外，本书第2版还在每章的后面设置了思考与练习，以帮助读者巩固所学的知识。

本书第2版由李志生主编，付冬云参加编写。其中，李志生编写了第1章、第2章、第4章、第6章、第8章、第9章、第10章、第11章、第12章，以及第3章、第5章、第7章的部分内容，付冬云编写了第3章、第5章、第7章其余部分的内容。

在本书的编写过程中，参考了大量的文献资料，在此向这些文献资料的作者表示衷心的感谢。

由于编者水平和时间有限，本书在内容取舍、章节安排和文字表达方面还存在不尽如人意的地方，恳请读者批评指正并提出宝贵的意见和建议。相关意见和建议请发至邮箱：Chinaheat@163.com（李志生）。对您的意见和建议，我们深表感谢。

编 者

目 录

前言

第1章 绪论..... 1

1.1 招标投标的起源与作用 1

1.1.1 招标投标的含义与起源 1

1.1.2 招标投标的特征、意义与作用 1

1.2 国际招标投标发展概述 5

1.2.1 国际招标投标的发展变化 ... 5

1.2.2 国际招标投标术语的变化 ... 6

1.3 我国招标投标发展概述 8

1.3.1 我国招标投标制度的演变 ... 8

1.3.2 我国政府各部门在招标投标职能上的变化 10

1.3.3 我国招标投标制度的发展趋势 10

1.4 我国建筑工程招标投标的发展与变化 11

1.4.1 我国建筑工程招标投标市场 11

1.4.2 我国建筑工程交易市场的规则 13

1.4.3 建筑工程招标投标相关法规 13

1.4.4 《中华人民共和国招标投标法实施条例》对建筑工程招标投标规定的新变化 15

1.5 本章案例分析 16

思考与练习 17

第2章 建筑工程招标方式和招标范围 19

2.1 概述 19

2.1.1 招标方式的分类 19

2.1.2 公开招标与邀请招标的区别 20

2.1.3 法律对规定的招标方式的要求 21

2.2 建筑工程公开招标的操作实务 21

2.2.1 工程建设项目的概念 21

2.2.2 工程建设项目公开招标的范围 21

2.2.3 工程建设项目招标方式的核准 23

2.2.4 工程建设项目招标方式的变更 24

2.2.5 公开招标方式的信息公开要求 25

2.3 邀请招标 25

2.3.1 邀请招标的概念 25

2.3.2 邀请招标的特点 25

2.3.3 邀请招标的范围 25

2.3.4 邀请招标方式的基本要求 26

2.4 建筑工程自行招标 26

2.4.1 建筑工程自行招标的概念 26

2.4.2 建筑工程自行招标的条件 27

2.4.3 建筑工程自行招标的审核 27

2.5 建筑工程可以不招标的情形 28

2.5.1 法律法规对不招标情形的规定 28

2.5.2 规避招标 28

2.5.3 规避招标与可以不进行招标的区别 29

2.6 建筑工程标段的划分 30

2.6.1 相关法律法规对标段划分的

规定	30	4.1 概述	52
2.6.2 标段的划分原则	30	4.1.1 评标方法与评标办法	52
2.7 本章案例分析	31	4.1.2 相关法律法规对评标方法的 规定	52
思考与练习	33	4.2 性价比法	54
第3章 建筑工程招标程序	35	4.2.1 定义	54
3.1 概述	35	4.2.2 性价比法的计算方法	54
3.1.1 建筑工程招标的特点	35	4.2.3 性价比法举例	55
3.1.2 建筑工程招标的分类	35	4.3 经评审的最低投标价法	56
3.1.3 建筑工程招标的基本 原则	36	4.3.1 定义	56
3.1.4 建筑工程招标的主体	38	4.3.2 经评审的最低投标价法的 优缺点	57
3.1.5 建筑工程招标的条件	39	4.3.3 经评审的最低投标价法的 要点	57
3.1.6 建筑工程施工项目招标 无效的情形	39	4.3.4 经评审的最低投标价法的 适用范围	58
3.2 公开招标的程序	40	4.3.5 经评审的最低投标价法 举例	59
3.2.1 发布招标公告	40	4.4 最低评标价法	59
3.2.2 资格预审	41	4.4.1 定义	59
3.2.3 发售招标文件	42	4.4.2 最低评标价法的要点	59
3.2.4 勘察工程项目现场	43	4.4.3 最低评标价法的优缺点	60
3.2.5 标前会议	43	4.4.4 最低评标价法的适用 范围	62
3.2.6 编制招标标底	43	4.5 二次平均法	62
3.2.7 接受投标人的投标书和投标 保函	44	4.5.1 定义	62
3.2.8 开标、评标和定标	44	4.5.2 二次平均法的要点	62
3.2.9 中标公示	45	4.5.3 二次平均法的优缺点	63
3.2.10 发出中标通知书	45	4.5.4 二次平均法的适用范围	64
3.2.11 签订中标合同	45	4.5.5 二次平均法应用举例	64
3.2.12 建筑工程招标程序的主要 环节	45	4.6 综合评分法	65
3.3 建筑工程招标的监督与管理	46	4.6.1 定义	65
3.3.1 建筑工程招标的行政监督 机关及其职责分工	46	4.6.2 综合评分法的优缺点	65
3.3.2 建筑工程交易中心的职能 和管理范围	47	4.6.3 综合评分法的要点	65
3.3.3 其他行政部门对招标工作的 监督管理	47	4.6.4 综合评分法的适用范围	67
3.4 本章案例分析	47	4.6.5 综合评分法应用举例	67
思考与练习	50	4.7 摇号评标法	69
第4章 建筑工程评标方法	52	4.7.1 定义	69
		4.7.2 摇号评标法的优缺点	69

4.7.3 摇号评标法操作实务·····	70	6.2.1 对社会、经济环境进行分析·····	102
4.8 建筑工程招标投标的各种评标方法总结·····	70	6.2.2 投标企业自身进行分析·····	103
4.9 制定科学评标方法的实务与技巧·····	72	6.2.3 对竞争对手进行分析·····	103
4.9.1 选用合适的评标方法·····	72	6.3 常用的投标策略·····	104
4.9.2 注意防止资质挂靠·····	72	6.3.1 研究投标策略的必要性·····	104
4.9.3 在评标细则中加大对技术、业绩、实力的考核权重·····	73	6.3.2 与评标方法相结合的投标策略·····	105
4.10 本章案例分析·····	73	6.3.3 与投标项目特点相结合的投标策略·····	108
思考与练习·····	75	6.3.4 与公司发展战略相结合的投标策略·····	113
第5章 建筑工程招标文件 ·····	77	6.4 投标报价策略的运用·····	114
5.1 建筑工程招标的组织与策划·····	77	6.4.1 投标报价的前期工作·····	114
5.1.1 建筑工程招标的组织·····	77	6.4.2 不平衡报价策略的运用·····	115
5.1.2 建筑工程招标的策划·····	80	6.4.3 盈利型报价策略的运用·····	116
5.2 建筑工程招标的风险·····	83	6.4.4 低报价、高索赔型报价策略的运用·····	116
5.2.1 招标文件描述不准确带来的风险·····	83	6.4.5 投标报价规律与统计·····	116
5.2.2 招标文件中工程量清单不准确带来的风险·····	83	6.5 投标时应注意的细节问题·····	117
5.2.3 招标文件中合同条款拟定不完善引起的风险·····	86	6.5.1 投标文件的格式不对·····	118
5.3 招标文件对串标和挂靠的防范·····	88	6.5.2 投标文件的内容前后矛盾·····	118
5.3.1 串标的主要表现·····	88	6.5.3 尽量把投标文件做得尽善尽美·····	119
5.3.2 对串标的防范对策·····	89	6.5.4 给业主、招标机构和评标专家留下良好印象·····	120
5.3.3 对挂靠的防范对策·····	90	6.6 本章案例分析·····	120
5.4 建筑工程招标文件的编制·····	90	思考与练习·····	123
5.4.1 招标文件编制的要求·····	90	第7章 建筑工程投标程序 ·····	125
5.4.2 招标文件的内容组成·····	91	7.1 投标信息的来源、管理及分析·····	125
5.4.3 招标文件中工程量清单的编制·····	93	7.1.1 投标信息的来源和管理·····	125
5.4.4 招标文件中标底的编制·····	95	7.1.2 招标信息的分析·····	126
5.5 本章案例分析·····	95	7.2 投标资格预审·····	126
思考与练习·····	98	7.2.1 资格预审申请·····	127
第6章 建筑工程投标策略 ·····	100	7.2.2 资格预审取胜的技巧·····	127
6.1 组建良好的投标班子·····	100	7.3 对招标文件的检查与理解研究·····	129
6.2 广泛搜集各种招标信息和情报·····	101		

7.3.1 对招标文件的检查	129	8.6.1 禁止投标人之间串通 投标	159
7.3.2 对招标文件的理解研究 ...	130	8.6.2 禁止投标人与招标人 之间串通投标	160
7.4 投标工作的分工与策划	131	8.6.3 禁止投标人弄虚作假 投标	160
7.4.1 组建投标机构	131	8.7 本章案例分析	160
7.4.2 投标策划	132	思考与练习	162
7.5 投标可行性研究	134	第9章 建筑工程开标、评标与 定标	164
7.5.1 投标人自身条件的可行性 研究	135	9.1 开标前的工作	164
7.5.2 对项目业主的研究	135	9.1.1 标前会议与踏勘现场	164
7.5.3 对竞争对手的研究	135	9.1.2 质疑与澄清	164
7.5.4 对投标技术方案的可行性 研究	135	9.2 开标	167
7.5.5 对投标报价的可行性 研究	136	9.2.1 开标的一般规定	167
7.6 本章案例分析	136	9.2.2 开标操作实务	167
思考与练习	143	9.2.3 开标会议程序	168
第8章 建筑工程投标文件	145	9.2.4 开标时特殊情况的处理 ...	169
8.1 概述	145	9.3 评标	170
8.1.1 合格投标人的条件	145	9.3.1 评标委员会的组成	170
8.1.2 投标联合体	145	9.3.2 评标程序	171
8.2 投标文件的编制	146	9.3.3 述标	173
8.2.1 投标文件的要求	146	9.3.4 评标过程举例	174
8.2.2 投标文件的编制步骤	148	9.3.5 评标无效的几种情形	177
8.2.3 投标文件举例	150	9.3.6 评标案例分析	178
8.3 投标文件的提交	156	9.4 定标	180
8.3.1 投标文件提交的规定	156	9.4.1 定标的概念	180
8.3.2 投标文件提交的案例 分析	156	9.4.2 定标的法律规定	180
8.4 投标文件的补充、修改和 撤回	157	9.4.3 定标操作实务	180
8.4.1 法律规定与操作实务	157	9.4.4 定标案例分析	181
8.4.2 投标文件的案例分析	157	9.5 本章案例分析	183
8.5 投标保证金	158	思考与练习	185
8.5.1 投标保证金的概念	158	第10章 建筑工程合同	188
8.5.2 投标保证金的形式和 额度	158	10.1 中标人与中标通知书	188
8.5.3 投标保证金的期限和 退回	159	10.1.1 中标公示	188
8.6 投标人应禁止的行为	159	10.1.2 中标人的法律责任	189
		10.2 合同的概念与法律特征	189
		10.2.1 合同的概念	189
		10.2.2 合同的法律特征	190

10.3 中标后建筑工程合同的	同保证金的退回·····	204
签订·····	190	
10.3.1 建筑工程合同的有效性		
条件·····	191	
10.3.2 可撤销或可变更的建筑		
工程合同·····	191	
10.3.3 建筑工程合同的签订		
程序·····	192	
10.3.4 建筑工程合同的签订		
原则·····	193	
10.4 建筑工程合同条款的主要		
内容·····	194	
10.4.1 建筑工程施工合同·····	194	
10.4.2 编制通用合同条款的指导		
原则·····	196	
10.4.3 建筑工程合同的示范		
文本·····	196	
10.5 建筑工程合同的执行·····	197	
10.5.1 建筑工程合同正常执行的		
管理·····	197	
10.5.2 建筑工程合同变更执行的		
管理·····	198	
10.5.3 建筑工程合同索赔的		
执行·····	198	
10.5.4 建筑工程合同的违约		
行为和违约责任·····	199	
10.5.5 合同条款与招标文件		
条款相违背时的处理		
办法·····	200	
10.5.6 建筑工程合同执行时		
的注意事项·····	201	
10.6 售后服务与项目验收·····	201	
10.6.1 售后服务与质量保证·····	201	
10.6.2 项目验收与结算·····	202	
10.6.3 建筑工程结算价格的执行		
标准·····	202	
10.6.4 工程量清单中有漏项时合		
同执行的方法·····	203	
10.6.5 建筑工程合同执行完后合		
同保证金的退回·····	204	
10.7 本章案例分析·····	204	
思考与练习·····	206	
第11章 建筑工程招标投标的监管、		
 投诉、违法责任与处理 ·····	209	
11.1 建筑工程招标投标监管		
机构·····	209	
11.1.1 行业主管部门·····	209	
11.1.2 纪检和监察部门·····	209	
11.1.3 招标投标服务场所·····	209	
11.2 招标投标监管范围与监管		
责任·····	210	
11.2.1 监管范围·····	210	
11.2.2 监管责任·····	210	
11.3 招标投标的投诉与处理·····	210	
11.3.1 国家法律法规对招标投标		
投诉的规定·····	210	
11.3.2 投标人投诉的方法·····	211	
11.3.3 招标人和监管机构对投诉的		
处理方法·····	212	
11.3.4 投诉受理机关的责任、		
权利和义务·····	212	
11.3.5 投诉的处理结论·····	212	
11.3.6 投诉人中途不投诉时的		
处理方法·····	213	
11.3.7 招标投标恶意投诉的特		
征与处理方法·····	213	
11.3.8 投诉的避免·····	214	
11.4 招标投标违法的法律责任与		
处理·····	215	
11.4.1 招标人违法的法律责任		
与处理·····	215	
11.4.2 投标人串标违法的		
处理·····	216	
11.4.3 对招标代理机构违法的		
处理·····	217	
11.4.4 评标专家违法的处理·····	217	
11.4.5 监管机构违法的处理·····	218	
11.4.6 国家工作人员违法		

的处理	218	12.3.4 中央投资项目招标代理	
11.5 本章案例分析	218	机构的资质监管与法律	
思考与练习	219	责任	228
第12章 建筑工程招标的代理与代理		12.4 招标师管理制度	229
机构	222	12.4.1 招标师的工作职责	229
12.1 建筑工程招标的委托与		12.4.2 招标师的考试与注册	
代理	222	制度	229
12.1.1 概述	222	12.4.3 招标师执业制度	230
12.1.2 建筑工程招标的委托	222	12.5 招标代理机构的监管与法	
12.1.3 建筑工程招标代理的收费		律责任	231
标准	222	12.5.1 招标代理机构的监管	231
12.2 建筑工程招标代理机构	223	12.5.2 招标代理机构的法律	
12.2.1 招标代理机构的定义与		责任	231
基本条件	223	12.6 本章案例分析	232
12.2.2 招标代理机构的从业资格		思考与练习	233
与资质	224	附录	235
12.3 中央投资项目的招标代理资		附录 A 中华人民共和国招标投	
格与资质管理	226	标法	235
12.3.1 中央投资项目的概念		附录 B 中华人民共和国招标投	
与范围	226	标法实施条例	242
12.3.2 资质分类与执业范围	226	附录 C 我国主要工程交易中心	
12.3.3 中央投资项目招标代理		和政府采购中心网址	253
机构的资格条件	227	参考文献	255

第1章 绪 论

本章将介绍招标投标的起源和发展历史，论述招标投标的特征、意义和作用，重点介绍我国建筑工程招标投标的相关法规和最新规定，并且阐述我国建筑工程招标投标市场的交易情况和制度建设情况。

1.1 招标投标的起源与作用

招标投标制度自起源以来，至今已有 220 多年的历史了。经过世界各国及国际组织的理论探索和实践总结，现在招标投标制度已非常成熟，形成了一整套行之有效并被国际组织通用的操作规程，在国际工程交易和货物、服务采购中被广泛使用。招标投标制度最被人称道之处就是所谓的“公开、公平、公正”三公原则以及择优原则。正因如此，招标投标被看作市场经济中高级的、规范的、有组织的交易方式，而招标投标制度也被世界各国推崇为符合市场经济原则的规范和有效的竞争机制，成为实现社会资源优化配置的有力推手。

1.1.1 招标投标的含义与起源

招标投标是国际上普遍应用的、有组织的一种市场交易行为，是贸易中工程、货物或服务的一种买卖方式。

招标是指在一定范围内公开货物、工程或服务采购的条件和要求，邀请众多投标人参加投标，并按照规定程序从中选择交易对象的一种市场交易行为。

招标投标是商品经济的产物，出现于资本主义发展的早期阶段。招标投标起源于 1782 年的英国。当时的英国政府首先从政府采购入手，在世界上第一个进行货物和服务类别的招标采购。由于招标投标制度具有其他交易方式所不具备的公开性、公平性、公正性、组织性和一次性等特点，以及符合社会通行的、规范的操作程序，招标投标从诞生之日起就具备了旺盛的生命力，并被世界各国沿用至今。

1.1.2 招标投标的特征、意义与作用

1.1.2.1 招标投标的主要特征

概括地说，招标投标的主要特征是所谓的“两明、三公和一锤子买卖”。所谓的“两明”，就是用户、业主明确，招标的要求明确；所谓的“三公”，就是指招标的全过程做到公开、公平、公正；所谓的“一锤子买卖”，就是招标过程是一次性的。

1. 用户或者业主明确 必须是某一特定的用户（也可几家用户联合）或者业主，提出需要购买重要的物品或者建设某项工程，也就是说招标人必须明确。

2. 招标的要求明确 招标时，必须以文字方式（招标文件），明确提出招标方的具体要求，如对投标人的资格要求、招标内容的技术要求、交货或者完成工程的时间和地点、付款方式等细节都必须明确提出。

3. 招标必须公开竞争 就是说招标过程必须有高度的透明度,依据相关法律、法规,必须将招标信息、招标程序、开标过程、中标结果都公开,使每一个投标人都获得同等的信息。

4. 评标必须公平、公正 所谓的公平,就是要求给所有投标人同等的机会,不得设置限制来排除某些潜在的投标人。所谓的公正,就是要按照事先确定的评标原则和方法进行,不得随意指定中标人。

5. “一锤子买卖” 在招标投标过程中,投标报价与成交签订合同的过程不允许反复地讨价还价,这是“一锤子买卖”的第一层意思。第二,同一个项目的招标,每个投标人只允许递交一份投标文件,不允许提交多份投标文件,即所谓的“一标一投”。第三,就是通过评标委员会确定中标人后,招标人和中标人应及时签订合同,不允许反悔或者放弃、剥夺中标权利。

1.1.2.2 招标投标的意义

招标投标对保证市场经济健康运行具有重要意义。市场经济是法治的经济,其基本要求是市场公正、机会均等、自由开放、公平竞争。只有资本要素在社会上自由、畅通地运行,资源才能在全社会范围内实现优化配置。招标投标的“三公”原则,契合了市场经济的发展要求,也保证了市场经济的顺利发展。同时,对建筑工程的招标投标来说,工程项目招标投标是培育和发展建筑市场的重要环节,能够促进我国建筑业与国际接轨。招标投标不仅对提高资金的使用效益和质量、适应经济结构战略性调整的要求、发挥市场配置资源的基础性作用具有重要意义,而且对致力于营造公开、公平、公正竞争的市场秩序,提高工程质量具有重要意义。

1.1.2.3 招标投标的作用

1. 促进有效竞争和市场公平 招标投标制度实行“三公”原则,特别是招标过程的程序公开,每个环节都进行信息公示。因此,招标投标能促进市场各方的有效竞争,促进市场的公平交易。市场经济中最有效的机制是通过市场配置资源的机制,而市场机制中最为关键的、起主导作用的就是自由竞争机制。市场经济中的竞争机制能否顺利地发挥作用,很大程度上取决于竞争方式的优劣和竞争是否充分、是否有效,而竞争机制发挥的程度,最终会对资源配置的优化产生作用。

招标投标方式下的交易是一种有效竞争,并且是一种“有用的”“健康的”“规范的”竞争。由于招标投标实行“三公”原则,因此各行为主体很难开展“寻租”活动。招标投标机制属于公平有效的竞争机制,因此能激发人们正常的积极性、创造性以及牺牲精神和冒险精神,从而使交易中的竞争有效。所谓的有效,就是真正做到存优汰劣。之所以如此,其根本的原因是招标投标保障了竞争机制的充分发挥。在这种竞争动力的作用之下,投标人不能心存侥幸,寄希望于“寻租”行为,而是要凭实力参与竞争。招标方式下的竞争结果,必然对所有参与竞争的投标人(卖方)起到积极的促进作用。赢者要考虑如何保持竞争优势,输者则有必要进行反思,从自身寻找差距。各家企业可能各有其招,但是总的来说,只能靠不断地改善经营管理方式,加强经济核算,不断地进行技术革新,积极开发新产品,努力提高员工素质,提高劳动生产率,降低成本,节约开支,以最小的投入取得最大的产出。事实上,这就是一个资源优化配置的过程。企业只有在公平、规范的市场竞争中注重“练内功”,才会有直接的回报。只有当竞争真正导致优胜劣汰,作为市场主体的企业才会积极

投身于生产性的、能够增进社会福利的活动，整个社会的资源才能得到优化配置。

招标投标的“三公”原则，能强化各种监督制约机制，深化体制改革。当前，一些地方的招标工程就引入纪检、监察、政协、公证等社会力量，这是在推广招标投标制度过程中的创新。招标投标过程中所贯彻实施的《中华人民共和国政府信息公开条例》，使招标投标过程中的信息资源公开，有利于促进社会公平，从而实现社会经济的良性发展。

2. 规范市场竞争，促进规范交易 招标投标机制有助于解决建设交易市场无序竞争、过度竞争或缺乏竞争的问题，促进建立统一、开放、竞争、有序的建设市场体系。招标投标制度规范了竞争行为，对鼓励人们勤劳致富、摒弃投机取巧、力戒浮躁，以及净化社会环境、促进精神文明建设，都将起到积极的作用。

市场经济本质上是一种自由竞争性经济。作为市场主体的企业，在参与市场竞争的过程中，往往动用一切可能的手段来获取更多的利润或更高的市场占有率。这些手段中，有价格方面的（如搞价格协定、指导价格、默契价格等），也有非价格方面的（如广告宣传、促销活动），甚至还包括一些非法行为。在市场发育并不完全、法律体系尚不完善、信息传递相对落后的初级市场经济发展阶段，市场竞争行为经常处于无序的状态。招标投标制度恰好能破解这些非正常竞争行为，促进规范交易的进行。招标投标制度每一个步骤都公开，规则透明，交易结果公示，评审过程实行专家打分制度，业主、代理机构、评标专家、监督方各自独立。招标投标的特点是交易标的物 and 交易条件的公开性和事先约定性。因此，招标投标能有效地规范市场交易行为，对净化行业风气，促使企业诚实经营、信守诚信具有重要的意义。

3. 降低交易费用和社会成本 市场经济体系成熟完善的标志，不仅包括市场主体的行为规范，而且包括交易双方可以通过最便捷的方式平等地获取市场交易的信息。任何交易行为都存在买卖双方。所谓的交易费用，就是交易双方为完成交易行为所需付出的经济代价。新古典经济学理论往往假设经济活动中不存在“阻力”，亦即将交易费用假设为零。而事实上交易费用（交易对方的搜索费用、谈判费用、运输费用等）不但存在，不可忽略，而且往往起着决定性作用。由于采购信息的公开，竞争的充分程度大为提高。我们知道，交易费用是和竞争的充分程度相关的。竞争得越充分，交易费用越低。这是因为，充分竞争使得买卖双方都节约了大量的有关价格形成、避免欺诈、讨价还价以及保证信用等方面的费用。

招标投标是市场经济条件下一种有组织的、规范的交易行为。其第一个特点就是公开，而公开的第一个内容就是交易机会的所在。按照招标投标的惯例，采购人如果以招标的方式选择交易对方，就必须首先以公告的方式公开采购内容，同时辅以招标文件，详细说明交易的标的物以及交易条件。在买方市场的条件下公开交易机会，可以极大地缩短对交易对方的搜索过程，从而节约搜索成本；同时也使得市场主体可通过平等和最便捷的方式获取市场信息。目前，为规范建筑工程交易行为，招标投标信息往往都在网上公布，各地方政府、工程交易中心、招标代理机构、政府采购网站也都发布招标信息，公布招标结果。信息公开已成为常态。由于信息发布快捷、经济、方便，搜索招标信变得非常容易。

公开招标的全面实施还在节约国有资金、保障国有资金有效使用方面起到了积极作用。招标投标还能降低其他无谓的“攻关费用”和市场开拓费用，从而降低社会的总运行成本。例如，据广东省佛山市统计，2008年佛山市、区建设工程交易中心办理各类招标项目1290项，工程预算总额120.41亿元，中标交易额113.19亿元，节省投资7.22亿元。

4. 完善价格机制，真实反映市场传导 经济学常识告诉我们，市场机制通过供求的相

互作用,把与交易有关的必要信息集中反映到价格之中。由于市场价格包含全部必要的信息,因此市场主体根据价格变动而做的调节,不仅对自身有益,而且对整个社会有利。但是,我们还知道,市场机制作为一个理想的模型,其前提是完全竞争。市场的均衡价格是供求双方抗衡的结果。为使这种抗衡有意义,买卖双方必须“势均力敌”。假若一方对另一方占有压倒性优势,抗衡便名存实亡了,所产生的价格不可能正确反映社会供求状况,因而也就不可能最优地配置有限的社会资源。

交易双方信息的不完整和不对称常常导致不公平交易,而不公平交易势必造成资源浪费或资源配置失误。当卖方有较完全的信息,而买方有不完全的信息时,竞争就不对称,市场价格便不能将有关信息全部反映出来。例如,如果买方对商品质量无法进行检验区别,那么质量下降这一变动就不能通过竞争反映到价格中去,即价格并不因质量下降而下跌。这种一方掌握着另一方所没有的信息的情况,被称为信息不对称。在信息不对称的条件下,价格机制就不能有效率地配置资源,因为价格已经不能作为一个有效的信号工具,市场机制也因此而失效。

当某一机制在特定的信息条件下无法胜任协调经济活动的使命时,其他更有效的机制便应运而生,并取而代之。在信息不对称的条件下,市场机制有着严重缺陷,于是其他非价格机制便应运而生,其中之一便是招标投标机制。

招标投标机制是市场经济的产物,同时也是信息时代的产物。在市场经济的条件下,社会资源的优化配置与组合大多是在市场交易过程中实现的。潜在交易对方的搜索,只是交易行为最初的信息交流,交易结果是否符合社会资源优化配置的原则,还取决于交易双方是否是在信息相对对称的条件下成交的。

招标投标机制可以促使交易双方沟通信息并有效缩短沟通的过程。招标投标过程实际上是一个有效解决交易双方信息不对称矛盾的过程。机电产品采购实行招标的实践充分说明了这一点。自从招标这一采购方式被采用至今,国际上已形成了一套相对固定的操作模式。多年来,机电产品招标代理机构借鉴这套做法,并在招标的具体操作过程中结合实际进行了积极的探索,逐步摸索出了投标前进行技术交流的方法,以此来解决交易双方信息不对称的矛盾。招标前的技术交流,使买方有机会比较全面地并且低成本地收集世界先进的技术信息并加以利用。

招标投标方式有助于解决交易双方信息不对称矛盾的另一个原因是:相对于单独商务谈判来说,投标人在投标过程中所承受的竞争压力要大得多,对整个竞争的态势更是有切肤之感,在这种重压之下,投标人为了在竞争中保持优势,以期最后赢得合同,就不得不主动提供有关自己产品的各种信息。因此,在信息对称的条件下,买方才能做出正确的选择,交易才能公平,资源才能得到优化配置。

5. 优选中标方案,提高社会效益 传统交易方式最明显的不足是采购信息未能在最广泛的范围传播,买方只能与有限的几家卖方进行谈判,完成所谓的“货比三家”这一过程后就拍板成交。相比之下,采用招标方式进行采购,业主或受委托的专职招标代理机构必须按惯例公开采购信息及标的物,一项招标活动,可能有数十家投标人从事竞争,业主单位或用户单位能够从数十家单位中选择报价低的、方案优的、售后服务好的单位,从而形成最广泛、最充分、最彻底的竞争。尽管招标投标制度不能保证每次都能选择方案最好、报价最低的方案,但是并不能因此而否定招标投标制度就不是好的制度。运用招标投标交易方式进行采购,其结果不仅使特定的采购决策能够符合资源优化配置的原则,而且使采购到的标的物

物美价廉。事实上每一次招标投标的结果都传递了比较真实的价格信息，竞争越是充分、完全，价格信息越趋真实、准确，最终促进社会资源的优化配置。

招标投标在不同领域的应用，其作用或目的也是不完全相同的。有关招标的研究资料表明，最初的招标是在买方市场的条件下，具体买家所采取的一种交易方式，其基本目的只是降低购买成本，用现在的话来说就是追求的只是经济效益。社会效益也许是客观存在的，但当时的人们并没有去发现它，因此也未去计较或追求它。

招标投标产生于商品经济体制下，并在市场经济体制下日趋完善。通过考查招标投标的起源不难发现，最早采用招标方式进行采购的目的是降低成本，其具体的手段是营造规范公平的竞争局面。这时候招标的目的和手段都是比较单一的，人们对招标投标的认识，也同样比较简单。即使到了今天，许多人谈及招标投标，也只是了解或认为其只可以降低价格。虽然这样的看法并不全面，但是却也道出了招标投标最为基本的目的和作用。在招标投标日趋完善的过程中，人们发现，运用招标投标所带来的结果不仅是降低一次特定采购的成本，而且产生了对买方甚至整个社会都有益的综合效益——资源得到优化配置。这一发现使得人们更为积极主动地运用招标投标机制。所谓的主动，就是将社会所需要的综合效益，如规范市场竞争行为、优化社会资源配置等，作为招标投标的目标去追求。

市场机制作为一个理想的模型，其前提是完全竞争。完全竞争市场的条件之一是完全信息，即买卖双方都完全明了所交换的商品的各种特性。但是，在现实生活中，完全竞争市场所假设的前提条件是不会充分存在的，它只是一种理论抽象。任何经济机制都是在不完全信息条件下运转的，市场机制也不例外。

上述常识告诉我们两个简单的道理：一是自由竞争具有定价功能；二是导致价格准确反映社会供求状况的竞争有助于社会资源的优化配置。

在招标方式下的采购，尤其是在专职招标代理机构介入的情况下，竞争相对更加完全。专职招标机构的信息发布渠道，以及由于自身工作需要所积累的信息和驾轻就熟的信息搜集网络，远比单一买方对交易对方“临时抱佛脚”式的搜寻要来得充分、彻底，由此就有可能营造出充分竞争的氛围。因为，卖方的增多，对竞争起到一种“自乘”作用，使竞争加剧；再者，招标机构的介入使单一的买方成为整个买方群体中的一员，也使卖方对潜在的需求有了更为清晰的了解，尤其是对潜在的利润有了更多的企盼，这一企盼同样对竞争也起到催化剂的作用。相对买方自行比价谈判采购而言，此时的竞争要激烈得多，造成的价格下降幅度也要大得多。招标代理机构的介入还使买方不再形单影只，使其和卖方在力量对比上发生根本性变化，在整个招标过程中始终处于主动地位。在这种竞争态势之下，作为竞争结果的价格就比较准确地反映供求状况，从而为社会资源流动提供正确的导向信息。

总之，招标投标制度在维护市场秩序，促进公平竞争，保障工程质量，提高投资效益，遏制腐败和不正之风等方面发挥了积极的作用。

1.2 国际招标投标发展概述

1.2.1 国际招标投标的发展变化

众所周知，招标投标最早不是起源于我国，而是起源于英国。因此，招标投标文件也是

先有英文后有中文的。招标投标制度是商品经济的产物，它出现于资本主义发展的早期阶段。早在1782年，当时的英国政府从政府采购入手，在世界上首次进行了招标采购。由于这种制度奉行“公开、公平、公正”的原则，因此它一出现就具备了强大的生命力，随后为各国所采用并沿用至今。随着招标投标制度在实践中不断改进和革新，今天国际上通行的招标投标制度已相当完善，已成为世界银行等国际援助项目普遍使用的制度。

在市场经济高度发展的西方国家，采购招标形成最初的原因是政府、公共部门或政府指定的有关机构的采购开支主要来源于法人和公民的税赋和捐赠，而这些资金的用途必须以一种特别的采购方式来促进采购尽量节省开支，并最大限度地透明和公开，另外还与提高采购效率这一目标有关。继英国18世纪80年代首次设立文具公用局（Stationery Office）后，许多西方国家通过了专门规范政府和公共部门招标采购的法律，形成了西方国家具有惯例色彩的公共采购市场。

进入20世纪后，世界各国的招标制度得到了很大的发展。西方国家大都立法规定，政府公共财政资金的采购必须实行公开招标。这既是为了优化社会的资源配置，又是为了预防腐败。在国际贸易中，西方发达国家采用招标投标机制，主要是希望消除国家间的贸易壁垒，促进货物、资本、人员流动。国际金融组织采用招标投标机制，则是为了减少或降低贷款或投资风险。例如，世界贸易组织（WTO）在东京回合谈判通过的《政府采购协议》就要求成员对政府采购合同的招标程序作出规定，以保证供应商在一个平等的水平上进行公平竞争。发展中国家运用招标投标机制，则主要是为了改善本国进口的质量，减少和防止国有资产流失。

20世纪70年代以来，招标采购在国际贸易中的比例迅速上升，招标投标制度也成为一项国际惯例，形成了一整套系统、完善的并为各国政府和企业所共同遵循的国际规则。目前，各国政府加强和完善了与本国法律制度和规范体系相应的招标投标制度，这对促进国际间经济合作和贸易往来发挥了重大作用。

进入21世纪以来，随着世界经济一体化的加速推进，加之互联网的广泛使用，招标投标形势发生了很大变化。当前，世界上的主要国际组织和发达国家都在积极探索、规划和大力推行政府采购电子化。虽然各国的发展很不平衡，但是采购的电子化已是大势所趋。更重要的是，由于国际组织不仅注重采购电子化方面的立法，而且普遍在其采购实践中实现了电子化。新兴工业化国家和一些中等发达国家也都在采取积极措施，推动政府采购及其电子化的发展，如韩国、新加坡、马来西亚等国家，以及中国台湾、中国香港等地区，政府采购电子化的应用都比较普遍。此外，招标投标在合同签订的规范性方面也发生了一些新的变化。最典型的是国际咨询工程师协会（FIDIC）编制的合同条款、格式等已被世界银行和世界各国所接受和应用，成为招标投标合同的范本。我国原建设部、国家工商行政管理局所颁发的《建设工程施工合同（示范文本）》对此都有相应的规定。

1.2.2 国际招标投标术语的变化

经过100多年的发展，招标投标也发生了很大的变化。表1-1说明了世界银行关于招标投标的一些定义在1992年前后的变化情况。

表 1-1 世界银行关于招标投标的一些定义在 1992 年前后的变化情况

序 号	项 目	1992 年前	1992 年开始
1	招标	Tendering	Bidding
2	投标或投标文件	Tender	Bid
3	投标人	Tenderer	Bidder
4	投标邀请	Invitation to Tenders	Invitation for Bids
5	投标人须知	Instructions to Tenderers	Instructions to Bidders
6	合格的投标人	Eligible Tenderers	Eligible Bidders
7	招标文件	Tendering Documents	Bidding Documents
8	投标文件正本	Original Tender	Original Bid
9	投标文件副本	Copy of Tender	Copy of Bid
10	投标价格	Tender Prices	Bid Prices
11	投标保证金	Tender Security	Bid Security
12	开标	Tender Opening	Bid Opening
13	招标公司	Tendering Co.	Tendering Co.

注：标准翻译来自世界银行的《采购指南》和《招标文件》等范本。

从表 1-1 可以看到，招标、投标、投标人的英文单词有两组，即首字母为 T 的 Tendering、Tender、Tenderer（T 字母组）和首字母为 B 的 Bidding、Bid、Bidder（B 字母组）。在 1992 年以前，世界银行《采购指南》和《招标文件》范本用的是 T 字母组，从 1992 年起则用 B 字母组。我们没有必要去研究从 T 字母组演变到 B 字母组的原因和历史背景，但我们要知道曾经有过这种演变，现在世界银行用的是 B 字母组。

总的说来，1992 年以后的定义更加规范、严格。由于世界银行对有关招标投标的文字使用是权威性的，我国的招标投标制度在招标程序、招标文件、评标办法等方面，基本上都是学习和借鉴世界银行的。因此，这些变化的说明对我们有指导意义。关于招标投标英文单词的这些使用变化，我们也应该学习和借鉴世界银行。值得说明的是，由于中国机电设备招标中心和一部分招标机构在 1992 年前就成立了，所以在英文名称和刊物名称中，“招标”一词的英文使用的是 Tendering，如招标中心的英文名称用的是 Tendering Center，《中国招标》的英文名称为《China Tendering》。至于 1992 年后成立的其他一些招标机构，其英文名称本来应该用 Bidding，但实际上大都用 Tendering，其原因是便于与中国机电设备招标中心的英文名称保持一致。目前，已有相当多的招标机构使用 Bidding 作为“招标”的英文名称。

尽管招标投标的某些方面发生了变化，但是可以发现，它有两个方面不会变，即最基本的作用和目的：一是按市场原则实现资源优化配置，二是以廉政为原则防止腐败。前者可以称为招标投标的自然属性，后者则是其社会属性。这也就是我们常说的经济效益和社会效益。这两个基本目的能否“万变不离其宗”地得以实现，则取决于招标投标固有的“公开、公平、公正”特性能否得以顺利发挥。