

GAOZHIGAOZHUAN TUJIAN ZHUANYE YINGYONGXING
“SHIERWU” GUIHUAJIAOCAI

高职高专土建专业应用型“十二五”规划教材

招标投标与合同管理

ZHAOTOU BIAO YU HETONG GUAN LI

建筑是工人们用土、石、木、钢、玻璃、芦苇、塑料、冰块等一切可以利用的材料建造的构筑物。建筑的本身不是目的，建筑的目的是获得建筑所形成的“空间”。

李翠红 张珂峰/主编

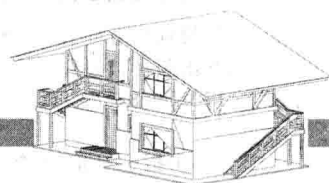


西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

招投标与合同管理

主 编：李翠红 张珂峰

副主编：李 娜 牛恒茂 周立宏 夏正兵



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

内容简介

《招标投标与合同管理》依据新的《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国合同法》、FIDIC 合同条件等法律、法规和相关规定编写,列举了大量的案例,特别注重招标投标与合同在建设工程中的运用。本书共分为七章,内容包括建筑市场与相关法规、建设工程招标、建设工程投标、国际工程招标与投标、施工合同管理、建设工程相关合同管理、工程施工索赔管理。本书适用于高职高专或高等院校建筑工程、工程管理、工程造价管理、建筑经济与管理等专业的课程教学,还可作为广大建筑工程管理人员自学的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

招标投标与合同管理/李翠红,张珂峰编. —西安:西安交通大学出版社,2011.11
ISBN 978-7-5605-4112-9

I. ①招… II. ①李…②张… III. ①建筑工程-招标
②建筑工程-投标③建筑工程-合同-管理 IV. ①TU723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 222418 号

书 名 招标投标与合同管理
主 编 李翠红 张珂峰
责任编辑 李慧娜

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315 82669096(总编办)

传 真 (029)82668280
印 刷 北京市施园印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 11 字数 270 千字
版次印次 2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-4112-9/TU·59
定 价 25.00 元

图书如有印装质量问题,请与印刷厂联系、调换 电话:(010)69572336
订购热线:(029)82665248 (029)82665249
投稿热线:(029)82664954
读者信箱:jdjly@yahoo.cn

版权所有 侵权必究

前 言

“工程招投标与合同管理实务”是工程管理专业的主干专业课程之一,其研究的内容主要包括项目招投标和合同管理工作两部分。项目招投标与合同管理工作也是工程项目管理中的一个重要环节。招投标工作是对项目的咨询、设计、施工、监理、材料设备采购等项目具体任务的实施单位的落实,同时也决定了项目的承发包模式、项目的合同条件等诸多重要问题,直接影响项目的成败,高质量的项目招投标工作是保证项目圆满完成的必要保证。合同管理是工程项目管理的核心内容,我国工程建设领域全面推行招投标制度以后,合同在大中型建设项目管理过程中发挥愈来愈重要的作用,它既是承发包双方履行义务和享有权利的法律基础,同时亦是处理建设项目实施过程中各类争端和纠纷的法律依据。

本书通过建筑市场与相关法规、建设工程招标、建设工程投标、国际工程招标与投标、施工合同管理、建设工程相关合同管理、工程施工索赔管理七个方面系统介绍了工程项目招投标和合同管理的相关知识。

本书内容充实,结构清晰,在各个章节中坚持理论教学与案例教学相结合,通过大量案例的介绍强化理论知识学习,增强了本书的实用性和可读性。

本书共有7章内容。第1章和第6章由内蒙古建筑职业技术学院牛恒茂和内蒙古交通职业技术学院周立宏编写,第2章、第3章由绍兴文理学院李翠红编写,第4章由江苏南通电大张珂峰编写,第5章由绍兴文理学院李娜编写,第7章由江苏南通电大夏正兵编写;全书由李翠红、张珂峰担任主编,李娜、牛恒茂、周立宏、夏正兵担任副主编。

由于编者水平有限加之时间仓促,书中难免有不足之处,恳请同行专家、学者和读者批评指正。在编写过程中,还参阅了大量的书籍(详见参考文献),在此表示衷心的感谢。

编 者

2011年8月

目 录

第1章 建筑市场与相关法规	(1)
1.1 建筑市场的概念	(1)
1.1.1 狭义的建筑市场	(1)
1.1.2 广义的建筑市场	(3)
1.1.3 建筑市场的特点	(5)
1.1.4 建筑市场的分类	(7)
1.2 建筑市场的管理	(7)
1.2.1 我国的建筑市场	(7)
1.2.2 建筑市场的构成要素	(9)
1.2.3 建筑市场的管理	(12)
1.3 建筑市场交易的相关法律法规	(15)
1.3.1 招标投标法	(15)
1.3.2 建筑法	(15)
1.3.3 建设工程招标投标活动监管	(16)
1.4 建筑市场的管理案例	(18)
本章小结	(20)
思考题	(20)
第2章 建设工程招标	(21)
2.1 建设工程招标投标概述	(21)
2.1.1 建设工程招标投标的概念	(21)
2.1.2 建设工程招标投标的分类及特点	(21)
2.1.3 建设工程招标投标活动的基本原则	(22)
2.1.4 建设工程发包方式	(23)
2.2 建设工程招标	(26)
2.2.1 建设工程招标方式	(26)
2.2.2 建设工程招标准备阶段	(30)
2.2.3 建设工程项目施工招标程序	(31)
2.3 建设工程施工招标文件的组成和内容	(33)
2.3.1 建设工程施工招标文件的组成	(33)
2.3.2 建设工程施工招标文件的内容	(34)
2.3.3 建设工程招标控制价的编制	(41)
2.4 开标、评标与定标	(43)

2.4.1 开标	(43)
2.4.2 评标	(45)
2.4.3 定标	(50)
2.5 工程招标案例	(51)
本章小结	(63)
思考题	(63)
第3章 建设工程投标	(65)
3.1 建设工程投标程序	(65)
3.1.1 投标的含义	(65)
3.1.2 工程投标的基本程序	(65)
3.2 建设工程投标准备	(68)
3.2.1 投标前期的准备工作	(68)
3.2.2 投标的准备工作	(69)
3.3 建设工程投标决策与投标策略	(71)
3.3.1 工程投标决策	(71)
3.3.2 工程投标策略与技巧	(73)
3.4 建设工程投标文件的编制	(75)
3.4.1 建设工程投标文件的组成	(76)
3.4.2 投标文件的编制步骤	(76)
3.4.3 投标报价的编制	(76)
3.4.4 编制投标文件的注意事项	(78)
3.4.5 建设工程投标文件的签署、加封、递送	(79)
3.5 建设工程投标案例	(79)
本章小结	(84)
思考题	(84)
第4章 国际工程招标与投标	(85)
4.1 国际工程招标投标概述	(85)
4.1.1 国际工程承包概念	(85)
4.1.2 国际工程承包的特点	(85)
4.1.3 国际工程招标投标程序	(87)
4.2 国际工程招标	(88)
4.2.1 国际工程招标方式	(88)
4.2.2 招标公告与资格预审	(89)
4.2.3 编写招标文件	(90)
4.3 国际工程投标	(90)
4.3.1 投标前的准备工作	(90)
4.3.2 投标报价	(93)

4.3.3 标书的编制与投送	(96)
4.4 国际工程招标投标案例	(97)
本章小结	(98)
思考题	(99)
第5章 施工合同管理	(100)
5.1 建设工程合同概述	(100)
5.1.1 建设工程合同的基本概念	(100)
5.1.2 建设工程施工合同概述	(102)
5.1.3 《建设工程施工合同(示范文本)》简介	(104)
5.2 建设工程施工合同管理	(107)
5.2.1 概述	(107)
5.2.2 建设行政主管部门对建设工程施工合同的管理	(110)
5.2.3 发包人对建设工程施工合同的管理	(113)
5.2.4 承包人对建设工程施工合同的管理	(115)
5.3 工程施工合同实施控制	(117)
5.3.1 合同控制概述	(117)
5.3.2 合同实施控制	(118)
5.3.3 合同变更管理	(121)
5.4 工程施工合同管理案例	(124)
本章小结	(129)
思考题	(130)
第6章 建设工程相关合同管理	(131)
6.1 工程勘察设计合同管理	(131)
6.1.1 概述	(131)
6.1.2 建设工程勘察设计合同的订立	(133)
6.1.3 发包人对勘察、设计合同的管理	(134)
6.1.4 承包人(勘察、设计单位)对合同的管理	(135)
6.1.5 国家有关行政部门对建设工程勘察、设计合同的管理	(135)
6.2 建设工程委托监理合同	(136)
6.2.1 概述	(136)
6.2.2 建设工程委托监理合同的订立	(137)
6.2.3 建设工程委托监理合同的管理	(139)
6.3 工程建设有关的其他合同管理	(142)
6.3.1 建设工程物资采购合同	(142)
6.3.2 加工合同	(145)
6.3.3 劳务合同	(146)
6.4 建设工程相关合同管理案例	(147)

本章小结	(153)
思考题	(154)
第 7 章 工程施工索赔管理	(155)
7.1 工程施工索赔概述	(155)
7.1.1 工程索赔的概念	(155)
7.1.2 索赔的原因	(155)
7.1.3 施工索赔的分类	(156)
7.1.4 工程索赔证据	(157)
7.2 工程施工索赔的程序及索赔值的计算	(158)
7.2.1 工程索赔的程序	(158)
7.2.2 工期索赔	(159)
7.2.3 费用索赔	(160)
7.3 工程施工索赔案例	(163)
本章小结	(167)
思考题	(167)
参考文献	(168)

第1章 建筑市场与相关法规

1.1 建筑市场的概念

“市场”的原始定义是指“商品交换的场所”，买卖双方在市场上发生买卖商品的交易行为，这一市场被称为有形市场，即狭义的市场概念；但随着商品交换的发展，市场突破了村镇、城市、国家，最终实现了世界贸易乃至网上交易，因而市场的广义定义是“商品交换关系的总和”。

工程建设领域的市场被称为建筑市场，建筑市场是指从事建筑经营活动的场所以及建筑经营活动中各种经济关系的总和，即围绕建筑产品生产经营过程中“各种建筑产品、服务和相关要素交换关系的总和”，是市场体系总体的有机组成部分。

建筑市场有狭义和广义之分，狭义的建筑市场是交易物仅为各种建筑产品的建筑市场，例如建设工程施工承包市场、装饰工程分包市场、基础工程分包市场。广义的建筑市场是指交易物是与建筑产品直接相关的所有的服务和要素的市场，包括建筑勘察设计、施工、监理、咨询、劳务、设备租赁或运输服务、设备安装调试、建筑材料采购、信息服务、资金、建筑技术，甚至包括建筑企业产权等子市场。

1.1.1 狭义的建筑市场

狭义的建筑市场指建筑产品需求者与供给(生产)者进行买卖活动、发生买卖关系的场合，即建筑产品市场。建筑产品是指建筑业向社会提供的具有一定功能、可供人类使用的最终产品，包括各种建筑成品、半成品。例如完工等待竣工验收的建筑工程、未完工的在建工程，或者建筑工程中由不同分包单位负责的某个专业的工程。一般来说，建筑产品指在建或完工的单位工程或单项工程。

1. 建筑产品的特点

建筑产品本身的特征及其生产过程决定了它与其他工业产品的不同，其主要特征包括以下几点。

(1)建筑产品的固定性和生产的流动性。建筑产品在建造中和建成后是不能移动的，从而带来建筑产品生产的流动性，即生产机构、劳动者和劳动工具随建设地点迁移。

(2)建筑产品的多样性和生产的单件性。这一特征决定了每一项建设工程都应有其独立的技术特征，因此要保证承包商有能力和经验满足这些技术要求。

(3)建筑产品的价值量大，生产周期长。一般建筑产品的生产周期需要几个月到几十个月，在这样长的时间里，政府的政策、市场中的材料、设备、人工的价格必然会发生变化，同时，还有地质、气候等环境方面的变化影响，因此，工程承包合同必须考虑这些问题，做出进行调整的规定。

(4)建筑产品是综合加工产品，其生产和协作关系十分复杂。建筑产品消耗的人力、物力、

财力多,协作单位多,生产关系比较复杂,经常与建设单位、金融机构、中介机构、材料设备供货商等发生联系,在行业内部,还有勘察、设计、总包、分包等协作配合关系,所以其经营管理十分重要。

(5)建筑产品的形成时间长,经历若干阶段。建筑产品的形成过程均需经过策划阶段、设计阶段、施工阶段、交付使用阶段等,每个阶段都伴随着许多合同交易活动,因此不能仅仅把施工阶段这一形成有形建筑产品的过程与其他阶段分割开,没有其他阶段的工作,就不会形成建筑产品。

建筑产品的上述特性,决定了建筑市场有别于其他商品市场的特征。

2. 建筑产品市场的特点

建筑产品市场具有下述特点。

(1)建筑产品交易是需求者和生产者之间的直接订货交易。

由于建筑产品具有单件性和生产过程必须在其使用(消费)地点最终完成的特点,生产者就不可能像生产汽车、电器以及其他日用百货一样,预先将产品生产出来,再通过批发、零售环节进入市场,等待任何用户来购买;而只能按照具体用户的要求,在指定的地点为之建造某种特定的建筑物或构筑物。因此,建筑市场上的交易,几乎无例外地是需求者和生产者之间的直接订货交易,即生产者和用户直接见面,先经谈判成交,然后组织生产,不需经过中间环节。

(2)竞争方式以招标投标为主。

建筑产品市场的卖方可以从众多的投标者中选择满意的供给者,双方达成订货交易,签订承包合同,供给者才开始组织生产,直到工程按合同要求竣工,经业主(需求者)认可接收,结算价款,交易全过程才最终完成。

不过,招标投标并不是建筑市场上唯一的竞争方式。因为在某些特殊情况下,有些工程项目不适于采用招标投标的方式选择适当的生产者,人们在实践中还创造了其他的竞争方式,主要有竞争性谈判和询价等。

(3)竞争的性质,多属特定约束条件下的不完全竞争。

有一些专业性特别强的大型工程项目,例如核电站、隧道、大桥、海洋工程等,只有极少数技术和管理力量雄厚的专业建筑企业才有能力承担,需求者几乎没有选择余地,在这种情况下,建筑市场成为寡占或垄断市场,竞争在价格形成中就不起主要作用了。

(4)建筑产品市场有独特的定价方式。

建筑产品生产者之间的竞争主要表现为价格竞争。建筑市场有一套独特的定价方式。即根据需求者对特定产品的具体要求和生产条件,供给(生产)者在规定的时限内以书面投标的形式秘密报价,需求者在约定的时间和地点公布所收到的报价(通称开标),经过评比,从中选择满意的(不一定是报价最低的)生产者,与其达成订货交易(通称决标或定标)。不过,这样的成交价格并非一经议定就是一成不变的,而往往是按照事先约定的条件,允许根据生产过程中发生的某些变化作相应的调整。因此,只有待工程竣工结算后,才能确定最终价格。但在竞争中起决定作用的还是投标价格。

(5)建筑市场交易对象的整体性和分部分项工程的相对独立性。

建筑产品是一个整体,无论是一个住宅小区、一座配套齐全的工厂或一栋功能完备的大楼,都是一个不可分割的整体,要从整体上考虑布局,设计及施工,都要求有一个高素质的总承包单位进行总体协调。各专业施工队伍分别承担土建、安装、装饰的分包施工与交工。所以建

筑产品交易是整体的,但在施工中需要逐个分部分项工程进行验收,评定质量,分期结算,所以交易中分部分项工程有相对独立性。

(6)建筑产品市场交易为先交易,后生产。

建筑承包商与建设项目业主通常是先通过签订合同形成交易,然后承包商再按合同要求进行产品生产,项目业主在还没有见到真正的产品前已经购买了“产品”。因此项目业主要对所选择的承包商有充分的信心,要对承包商进行严格的选择,要选择有能力有信誉的承包商,保证生产出所要求的产品。

1.1.2 广义的建筑市场

广义的建筑市场是整个市场体系的子系统之一。构成这个子系统的,除了建筑产品供需双方进行订货交易的建筑产品市场(即狭义的建筑市场)以外,还有与建筑生产密切相关的勘察设计市场、建筑生产资料市场、劳务市场、技术市场、资金市场以及咨询服务市场等。没有这些市场的存在和正常运行,建筑产品就不可能正常生产,市场也不能正常运行,最终导致市场秩序紊乱,甚至出现供需失调、价格反常波动的状况。当然,建筑产品市场的繁荣与否,也直接影响着相关市场的兴衰。也就是说,构成建筑市场的诸多个别市场之间,是紧密依存、相互制约的。

1. 勘察设计市场

勘察设计产品包括勘察报告、测绘图纸、设计文件等全部成果,在市场经济条件下属于知识产品,具有商品性质。由于勘察设计在建筑产品生产中的重要作用,在现代建筑市场体系中,勘察设计市场自然成为重要的专业市场之一。

在这个市场上,需求者包括城乡居民、工商企业、文教卫生科研机构、社会群众团体和中央及地方各级政府。他们为了建造各自所需要的建筑产品,无不首先进行勘察设计。供给者是各种专业的或综合性的勘察设计机构以及个人开业的专业设计人员。

随着勘察设计对象的不同,市场上竞争的状况也有明显的差别,一般民用建筑的需求面广,相对而言专业性不是很强,技术要求也不十分复杂,一般综合性的民用建筑设计机构都能胜任这一类勘察设计任务,所以竞争的范围比较广阔,但当供需不平衡时,竞争也会比较激烈。至于技术要求复杂,专业性强的大型建设项目,例如铁路、桥梁、高速公路、港口、核电站、油气田以及城市基础设施等,需求者有限,有能力的供给者一般也仅有少数专业勘察设计机构,他们按专业部门或地区划分势力范围,形成“寡占”或“独占”市场。这是我国现阶段专业设计市场的典型特征。

2. 生产资料市场

建筑产品的生产资料指建造建筑物和构筑物所需的原材料、构配件、建筑设备以及生产过程中使用的机械设备和工具等。

无论在建筑市场上还是在整个大市场体系中,除了少数特殊品种,一般生产资料的需求者和供应者都大量存在,新的供应者进入市场也几乎没有什么限制,因此竞争的范围相当广阔,接近于完全竞争市场,价格变化对供求关系反应相当敏感。

3. 劳务市场

建筑业属于劳务密集型产业,我国建筑业从业人员约占全国就业人数的5%左右,可见劳

动力在建筑产品生产中的重要地位。

在市场体系中,有专为建筑业服务的劳务市场。这个市场上的需求者是各种建筑产品的生产者,即建筑业企业。供给者有不同情况:发达国家通常由行业工会和承包商联合会之类的行业组织,通过集体谈判达成协议,向建筑业企业提供劳动力;也有少数不参加工会的建筑工人直接受雇于小型企业。在某些发展中国家,行业工会尚不健全,建筑工人处于无组织状态,建筑业所需劳动力往往由承包商临时就地招募;或者由国际承包市场上经营劳务输出的机构有组织地提供。前一种情况不易管理,也不容易保证工程质量,只能适用于小规模工程项目;大型工程项目多采取后一种方式满足市场对劳动力的需求。

改革开放以前,我国建筑业的劳动力供应主要实行固定工为主、合同工为辅的制度,工人一经录用即获得永久性铁饭碗,基本上没有流动性,日积月累,使许多大型建筑业企业的劳动大军很难适应建筑业生产流动性强的特点。改革开放以后,我国实行固定工和合同工、临时工相结合的多种用工制度。农村建筑队伍成为建筑劳动力市场的主要供给者。一些无组织自发涌向城市的农民,零散地受雇于临时用工的建筑企业,由农村剩余劳动力组成的建筑包工队成为城市建筑业的劳动力主要供应者。为了规范建筑劳动力市场主体行为,推动建筑劳动力的有序流动和优化配置,提高建筑劳动力的整体素质,近年来,各级建设行政主管部门强化了对建筑劳动力的基地化管理。建筑劳动力基地是国家建设行政主管部门根据建筑市场供求状况确定的能满足工程建设需要并达到一定资质条件的建筑劳动力培训和供应地区,是提供多种合格建筑劳动力的主管道。实行基地化管理是指建筑劳动力输出地政府建设行政主管部门按照输入地的需要,负责统一组织,统一派遣,由有资质的建筑企业归口成建制供应,并对派出队伍实施跟踪管理与监督。

4. 技术市场

进入建筑技术市场交易的商品主要是科技研究成果,既包括新材料、新结构、新工艺设备等“硬件”,也包括生产组织管理方法和计算机应用程序等“软件”。市场上的需求者主要是为解决勘察设计和施工中迫切需要解决的技术问题的勘察设计和施工机构,也有为增强竞争实力而寻求技术储备的有远见的建筑业企业。供给者主要是科研机构,也有技术力量雄厚的大型建筑业企业和拥有非职务发明专利权的个人。

科技商品交易的一个显著特点是,供给者出售的科技成果通常是在实验室内完成的,虽然解决了关键的技术问题,但用户买到手之后往往还不能直接应用于生产,还需进行再开发,使其适合自己的生产规模和工艺流程,才能形成现实的生产力。这一特点使技术市场成为科技研究与生产之间的桥梁。

5. 资金市场

建筑产品生产需要两类资金:一类是业主投入建设项目的固定资产投资和材料设备储备资金以及建设单位的日常开支所需资金;一类是建筑业企业建设基地和购置机械设备所需的固定资产投资以及生产过程中必须支付的原材料、动力、工资、机械使用和生产管理等费用。

目前,我国的建筑资金市场作为我国建筑市场体系的重要组成部分,必将日益成熟,兴旺发达。

6. 咨询服务市场

建筑咨询服务的主要内容,就一个工程项目来说,可包括以下几个阶段。

- (1)建设前期,编制项目建议书、进行可行性研究。
- (2)设计阶段,提出设计大纲,组织设计方案评选;选择勘察设计单位或自行承担勘察设计任务,签订勘察设计合同,并组织 and 监督检查其实施;编制概预算,控制投资额。
- (3)招标阶段,准备招标文件,编制标底,组织招标;主持或参与评标,提出决标建议;受业主委托,与中标单位商签承包合同。
- (4)施工阶段,作为监理工程师,监督承包商履行合同;检查工程质量,验收工程,签发付款证书,结算工程款;处理违约和索赔事项,解决争议;竣工后整理合同文件,建立技术档案。
- (5)生产准备阶段,组织职工培训并进行生产设备试运转。
- (6)正式投产以后,进行项目的后评估。

上述工作范围,可以是自始至终全过程的工作,也可以是其中某一阶段或某一项工作。咨询任务可通过招标投标或直接与客户协商的途径获得,具体内容 by 咨询委托合同约定。

在上述各种专业市场组成的建筑市场体系中,起主导作用的是建筑产品市场。建筑产品市场没有交易或交易规模比较小时,其他专业市场就会缺乏动力。另一方面,各专业市场也对建筑产品市场起着制约作用,例如,生产资料市场和劳务市场供给不足,建筑产品的需求就难以满足;技术市场不发达,从长期看将阻碍生产力的发展,也不利于满足社会对建筑产品日益增长的需求;资金市场不活跃,也会使建筑产品市场陷于呆滞。总之,在一个系统内,作为子系统的各个专业市场是息息相关的,一损俱损,一荣皆荣,牵一环而动全局,因此必须协调发展。

从建筑市场的性质来看,建筑市场既是生产要素市场的一部分,也是消费品市场的一部分,与房地产市场交织在一起构成建筑产品生产和流通的市场体系,是具有特殊交易形式(招标投标)、相对独立的市场。建筑市场覆盖工程项目的前期规划、勘察、设计、施工、监理、竣工验收等全过程活动。

从建筑业的角度来看,建筑市场结构是由行业、区域、专业业务所组成的三维空间结构。

1.1.3 建筑市场的特点

建筑市场(广义的建筑市场)包含了建筑产品市场(狭义的建筑市场)、勘察设计市场、建筑生产资料市场、劳务市场、技术市场、资金市场以及咨询服务市场等,因此除了前面所概括的建筑产品市场所特有的一些特点之外,还具有一些建筑产品市场不具备的特点。

1. 建筑市场主要交易对象的单件性

建筑市场的主要交易对象建筑产品不可能批量生产,建筑市场的买方只能通过选择建筑产品的生产单位来完成交易。建筑产品都是各不相同的,都需要单独设计,单独施工。因此无论是咨询、设计还是施工,发包方都只能在建筑产品生产之前,以招标要约等方式向一个或一个以上的承包商提出自己对建筑产品的要求,承包方则以投标的方式提出各自产品的价格,通过承包方之间在价格和其他条件上的竞争,决定建筑产品的生产单位,由双方签订合同确定承包关系。建筑市场的交易方式的特殊性就在于,交易过程在产品生产之前开始,因此,业主选择的不是产品,而是产品的生产单位。

2. 生产活动与交易活动的统一性

建筑市场的生产活动和交易活动交织在一起,从工程建设的咨询、设计、施工发包与承包,到工程竣工、交付使用和保修,发包方与承包方进行的各种交易(包括生产),都是在建筑市场

中进行的,都自始至终共同参与。即使不在施工现场进行的商品混凝土供应、构配件生产、建筑机械租赁等活动,也都是在建筑市场中进行的,往往是发包方、承包方、中介组织都参与活动。交易的统一性使得交易过程长、各方关系处理极为复杂。因此,合同的签订、执行和管理,就显得格外重要。

3. 建筑市场上有严格的行为规范

建筑市场有市场参与者共同遵守的行为规范。这种规范是在长期实践中形成的,不同的市场各有繁简。建筑市场的上述两个特点,决定了它的第三个特点,即要有一套严格的市场行为规范。诸如市场参加者应当具备的条件,需求者怎样确切表达自己的购买要求,供应(生产)者怎样对购买要求做出明确的反应,双方成交的程序和订货(承包)合同条件,以及交易过程中双方应遵守的其他细节等,都须做出具体的明文规定,要求市场参加者遵守。这些行为规范对市场的每一个参加者都具有法律或道德的约束力,从而保证建筑市场能够有秩序地运行。

4. 建筑市场交易活动的长期性和阶段性

建筑产品的生产周期很长,与之相关的设计、咨询、材料设备供应等持续的时间都较长,其间,生产环境(气候、地质等条件)、市场环境(材料、设备、人工的价格变化)和政府政策变化的不可预见性,决定了建筑市场中合同管理的作用和特殊要求。一般都要求使用合同示范文本,要求合同签订得详尽、全面、准确、严密,对可能出现的情况约定各自的责任和权利,约定解决的方法和原则。

建筑市场在不同的阶段具有不同的交易形态。在实施前,它可以是咨询机构提出的可行性研究报告或其他的咨询文件;在勘察设计阶段,可以是勘察报告或设计方案及图纸;在施工阶段,可以是一幢建筑物、一个工程群体,可以是代理机构编制的标底或预算报告,甚至可以是无形的,如咨询单位和监理单位提供的智力劳动。各个阶段的严格管理,是生产合格产品的保证。

5. 建筑市场交易活动的不可逆转性

建筑市场的交易一旦达成协议,设计、施工、咨询等承包单位必须按照双方约定进行设计、施工和咨询管理,项目竣工就不可能返工、退换。所以对工程质量、工作质量有严格的要求,设计、施工、咨询、建材、设备的质量必须满足合同要求,符合国家规范、标准和规定,任何过失均可能对工程造成不可挽回的损失,因此卖方的选择和合同条件至关重要。

6. 建筑市场具有显著的地域性

一般来说,建筑产品规模和价值越小,技术越简单,则其地域性越强,或者说其咨询、设计、施工、材料设备等供应方的区域范围越小;反之,建筑产品规模越大、价值越高、技术越复杂,建筑产品的地域性越弱,供应方的区域范围越大。

7. 建筑市场竞争较为激烈

由于建筑市场中需求者相对来说处于主导地位,甚至是相对垄断地位,这就加剧了建筑市场的竞争。建筑市场的竞争主要表现为价格竞争、质量竞争、工期竞争(进度竞争)和企业信誉竞争。

8. 建筑市场的社会性

建筑市场的交易对象主要是建筑产品,所有的建筑产品都具有社会性,涉及公众利益。例

如,建筑产品的位置、施工和使用,影响到城市的规划、环境、人身安全。这个特点决定了作为公众利益代表的政府,必须加强对建筑市场的管理,加强对建筑产品的规划、设计、交易、开工、建造、竣工、验收和投入使用的管理,以保证建筑施工和建筑产品的质量和安全。工程建设的规划和布局、设计和标准、承发包、合同签订、开工和竣工验收等市场行为,都要由行政主管部门进行审查和监督。

9. 建筑市场与房地产市场的交融性

建筑市场与房地产市场有着密不可分的关系,工程建设是房地产开发的一个必要环节,房地产市场则承担着部分建筑产品的流通。这一特点决定了鼓励和引导建筑企业经营房地产业的必要性。建筑企业经营房地产,可以在生产利润之外得到一定的经营利润和风险利润,增加积累,增强企业发展基础和抵御风险的能力。房地产业由于建筑企业的进入,减少了经营环节,改善了经营机制,降低了经营成本,有助于它的繁荣和发展。

1.1.4 建筑市场的分类

(1)按交易对象,分为建筑产品市场、资金市场、劳动力市场、建筑材料市场、设备租赁市场、技术市场和服务市场等。

(2)按市场覆盖范围,分为国际市场和国内市场。

(3)按有无固定交易场所,分为有形市场 and 无形市场。

(4)按固定资产投资主体,分为国家投资形成的建设工程市场、企事业单位自有资金投资形成的建设工程市场、私人住房投资形成的建设工程市场和外商投资形成的建设工程市场等。

(5)按建筑产品的性质,分为工业建设工程市场、民用建设工程市场、公用建设工程市场、市政工程市场、道路桥梁市场、装饰装修市场、设备安装市场等。

1.2 建筑市场的管理

1.2.1 我国的建筑市场

1. 我国建筑业的产业地位

改革开放以来,随着国民经济快速发展,固定资产投资率不断攀升。我国的建筑工程业增加值亦稳步上升,年增长率15%左右,至2009年,占GDP的比重由20世纪80年代初期的4%左右,上升到6.7%左右,其吸纳的社会就业人员从80年代初的不到3%,上升到5%以上。建筑工程业在带动相关的建材、设计、金融、制造等行业上起到越来越重要的作用,并且在建筑科技日益更新和建设管理技术不断进步的情况下,建筑业对其他相关行业的渗透力逐步增强。我国的建筑业已经成为国民经济的支柱性产业。

我国由于处在高速城市化的进程中,近十年来,全国固定资产投资持续保持在40%左右的高位上运行,这给建筑业的快速发展提供了契机,建筑业的这种快速发展,仍将伴随着我国城市化的深入而维持相当长的时间。目前我国建筑业在国民经济中的地位,已与美国、英国、日本等发达国家大致相当。

2. 我国建筑市场的行业分布

我国建筑市场以土木工程建筑业为主,约占整个建筑市场总产值的 85%以上,其中房屋建筑工程占 60%左右,土木工程占 25%左右。其余有线路、管道、设备安装业,以及建筑装饰装修业。

我国建筑市场中的房屋建筑工程比例远高于美、日等发达国家,这是由于一方面我国目前处于城市化提速阶段,城镇人口大量增加,同时民众迫切需提高居住面积以改善生活条件,引起了现阶段的庞大市场需求;另一方面我国经济快速增长,有足够的资金愿意投入到容易受经济波动影响的房屋住宅产业中。相比而言,美、日等国早已度过了城市化发展的高峰期,其房屋工程的比例没有我国高,相比之下,受到政府投资支撑的土木工程行业占据更大的比例。从这种结构差异,也可以看出我国建筑市场与发达国家相比,仍处于较为初级的阶段。

从工程项目投资主体(项目业主)的角度来看,有国家投资、地方政府投资、企业投资以及民间私有投资的各种建设项目。其中,以国家投资为主的建设工程项目集中在水电建设、公路建设、电网建设、铁路建设、邮电通信,以及环保工程等领域。城市基础设施建设的投资主要来源于地方政府。企业及民间投资为主的工程项目主要为各类工业与民用建筑市场。

在我国目前的建筑市场中,从事交通、水电工程建设专业的建筑业企业任务较为稳定和饱满,其经济效益也相对好些。其次是具有承担高难度技术施工任务能力的企业 and 专业性强的企业也有较好的市场环境。而那些技术装备条件一般、从事普通房屋建筑工程的建筑业企业面临的市场环境竞争则十分激烈。

3. 我国建筑市场的运行状况

(1) 建立和完善了有形建筑市场。

多年来,我国的有形建筑市场从无到有、从小到大,使建筑产品的交易从隐蔽走向公开、从无序走向有序,创造了交易公开、竞争公平、监督公正的市场条件,从而提高了投资效益和工程质量,加快了工程建设速度。有形建筑市场在我国现代化建设中起到了良好的作用,促进了我国工程建设和建筑业的发展。目前全国已经有 330 多个地(州、盟)级以上城市建立了有形建筑市场。

(2) 实施建筑企业资质管理改革。

建筑业企业资质管理是对建筑业结构调整的重要举措,也是整顿和规范建筑市场秩序的治本之策。2001 年,建设部(现住房和城乡建设部)针对建筑业供求结构失衡,生产能力过剩等问题,决定对建筑业企业资质管理进行改革。通过改革,达到调控建筑业规模,优化建筑业结构,并加快建立建筑市场准入和清出制度。目前,这项改革已经完成,在一定程度上为进一步整顿和规范建筑市场提供了条件。

(3) 建立了有关行业执业资格制度。

1995 年,国务院第 184 号令发布了《中华人民共和国注册建筑师条例》。这是建筑设计行业管理体制改革的一个重要组成部分。注册建筑师执业制度的实施,强化了执业人员的法律地位、责任和权力,规范了市场经济条件下执业人员的行为。对规范市场管理,提高建筑设计质量,提高设计人员队伍素质有着重要的意义和深远的影响。随后,建设部又推行注册结构工程师、造价工程师、监理工程师、建造师执业资格制度等,推动了建筑市场的规范进程。

(4) 我国建筑市场的主体已经形成。

承发包双方均已作为独立的法人,依法在市场中进行建设活动。市场交易行为不断得到

规范。招投标方式的不断改进,有形建筑市场的建立和规范,有力地促进和保证了市场各方主体公开、公平、公正的竞争。建筑中介服务机构有了新的发展,各种协会、学会、研究会、工程咨询机构、招标代理机构、质量认证机构、经济鉴定机构、产品检测鉴定机构以及为建筑业和工程建设服务的会计事务所、审计事务所、律师事务所、资产和资信评估机构、公证机构等,均得到了较好的发展。建立了为建筑市场配套服务的资金市场、劳动力市场、材料市场、机械设备租赁市场、建筑技术市场等生产要素市场,初步形成了建筑市场体系。

1.2.2 建筑市场的构成要素

多年来,我国的建筑市场形成了由工程建设发包方、承包方和中介服务机构组成市场主体,各种形态的建筑产品及相关要素(如建筑材料、建筑机械、建筑技术和劳动力)构成市场客体。建设工程市场的主要竞争机制是招标投标形式,用法律法规和监管体系保证市场秩序、保护市场主体的合法权益。建筑市场是消费品市场的一部分:如住宅建筑等,建筑市场也是生产要素市场的一部分:如工业厂房、港口、道路、水库等。

1. 建筑市场的主体

市场主体是指市场中从事交换活动的当事人,包括组织和个人。按照参与交易活动的目的不同,当事人可分为买方、卖方和商业中介机构三类。建设工程市场的主体是业主、承包商和中介机构。

1) 买方

建筑市场的买方泛指提供资金购买一定的建筑产品或服务的行为主体。在我国,一般称为建设单位或甲方或业主,在国际工程中就称为业主。

业主对建设项目的规划、筹资、设计、建设实施直至生产经营、归还贷款及债券本息等全面负责。业主既是工程项目的所有者,又是决策者,在工程项目的前期工作阶段,确定工程的规模和建设内容;在招标投标阶段,择优选定中标的承包商。

在国际建筑市场上买方可以是建筑业外部的政府部门、非金融企业、金融机构,甚至是居民,也可以来自建筑业内部。建筑业内部的买方可以是总承包公司或施工企业,例如总承包公司将建设项目的勘察和设计工作委托给勘察、设计单位,购买其服务;把项目的施工任务发包给施工安装公司,购买其施工服务。建筑业内、外买方购买的产品和服务之间的比例反映了建筑业内分工和专业化程度。这个比例越大,建筑业内分工和专业化程度越高。

在我国,建设单位除了要具备相应的资金外,还应该具备建设地点的土地使用权,并办理各种准建手续。与其他国家相同,我国建筑市场的买方以政府公共部门为主,即通常所说的国家投资。

凡国家投资项目都应按照国家计委颁发的《关于实行建设项目法人责任制的暂行规定》,国有单位经营性基本建设大中型项目在建设阶段必须组建项目法人,实行项目法人责任制,由项目法人对项目的策划、资金筹措、建设实施、生产经营、债务偿还和资产保值增值实行全过程负责。推行项目法人责任制,有利于规范业主行为,提高投资效益。

对于新建的项目,应由出资的政府机关或其他机构,直接或委托某事业、企业及其他组织为该项目组建具有法人资格的专门单位,全权负责整个项目的工程建设。新建项目的法人有两种情况:一种是项目法人在项目完成交验后即完成任务,随即撤销;另一种情况是项目法人在项目建成后还要负责整个项目的经营,直到项目寿命结束。