

高职高专土建类专业规划教材

GAOZHI GAOZHUAN TUJIANLEI ZHUANYE GUIHUA JIAOCAI



# 招投标与合同管理

樊文广 谢延友 主编



中国电力出版社

[www.cepp.com.cn](http://www.cepp.com.cn)

高职高专土建类专业规划教材

GAOZHI GAOZHUAN TUJIANLEI ZHUANYE GUIHUA JIAOCAI

# 招投标与合同管理

樊文广 谢延友 主 编

刘 智 副主编

牛 萍 王利军 参 编



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

本书根据我国招标投标和合同管理相关法律法规、部门规章,结合国内外建设工程招标投标和合同管理的最新动态,系统地阐述了建设工程的招标、投标及合同管理等方面的基本理论和基础知识。本书共分7章,内容包括绪论,工程招标,工程投标,开标、评标、定标,国际工程招标投标,建设工程合同,FIDIC合同简介等。为了便于组织教学和读者自学,本书在各章前附有学习目标,各章后附有小结和习题。

本书既可作为高职高专院校土建类相关专业的教材和指导书,也可作为相关专业从业人员的自学参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

招投标与合同管理/樊文广,谢延友主编. —北京:中国电力出版社,2010

高职高专土建类专业规划教材

ISBN 978-7-5083-9564-7

I. 招… II. ①樊…②谢… III. ①建筑工程—招标—高等学校:技术学校—教材②建筑工程—投标—高等学校:技术学校—教材③建筑工程—合同—管理—高等学校:技术学校—教材 IV. TU723

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第189200号

中国电力出版社出版发行

北京三里河路6号 100044 <http://www.cepp.com.cn>

责任编辑:王晓蕾 责任印制:陈焊彬 责任校对:常燕昆

汇鑫印务有限公司印刷·各地新华书店经销

2010年1月第1版·第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·11.25印张·280千字

定价:25.00元

### 敬告读者

本书封面贴有防伪标签,加热后中心图案消失

本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

本社购书热线电话(010-88386685)

高职高专土建类专业规划教材

## 编写委员会

主任 胡兴福

委员 (按姓氏笔画排序)

王延该 卢 扬 刘 宇 安淑兰

杨晓平 李 伟 李 志 何 俊

陈松才 周无极 周连起 周道君

郑惠虹 孟小鸣 赵育红 胡玉玲

钟汉华 晏孝才 徐秀维 高军林

郭超英 崔丽萍 谢延友 樊文广

# 前 言

招标投标与合同管理是工程建设领域中非常重要的工作，是相关从业人员必备的知识 and 能力，也是大多数土建类院校相关专业的必修课程。

本书是中国电力出版社在国家提出大力发展职业教育的大背景下，为适应高职高专人才培养的特点，分析了建设工程招标投标与合同管理实践性强、法律法规及政策性强等特点，结合当前建设工程招标投标与合同管理的前沿问题组织编写的。本书对工程招标、投标、开标、评标、定标从相关法律法规及实务操作方面作了深入浅出的阐述；并以我国现行施工合同示范文本及新版的 FIDIC 合同为基础，从合同管理和条款的应用方面作了较为全面的介绍。

本书由内蒙古建筑职业技术学院樊文广、甘肃工业职业技术学院谢延友担任主编，湖北水利水电职业技术学院刘智担任副主编。具体编写分工为：甘肃工业职业技术学院谢延友编写第 1 章、第 3 章和第 4 章，内蒙古建筑职业技术学院牛萍编写第 2 章，甘肃工业职业技术学院王利军编写第 5 章，湖北水利水电职业技术学院刘智编写第 6 章，内蒙古建筑职业技术学院樊文广编写第 7 章。

本书在编写的过程中查阅参考并引用了大量的招标投标与合同管理方面的文献资料，在此谨向原文作者表示感谢！

由于编者水平有限，本书不当和错误之处，敬请广大读者、专家批评指正。

编 者

# 目 录

前言	
<b>第1章 绪论</b>	1
1.1 工程建设市场	1
1.1.1 工程建设市场主体和客体	2
1.1.2 建设工程交易中心	3
1.2 工程招标投标概述	7
1.2.1 工程招标投标的概念	7
1.2.2 工程招标投标的特征	8
1.2.3 招标投标管理的职能	11
1.2.4 建设工程招标投标活动的基本原则	12
1.2.5 工程招标投标的意义和作用	14
小结	16
习题	17
<b>第2章 工程招标</b>	19
2.1 工程招标的程序和要求	19
2.1.1 工程招标的程序	19
2.1.2 工程招标的要求	24
2.2 工程招标的组织和准备	26
2.2.1 工程招标的机构和人员	26
2.2.2 工程招标的种类和范围	27
2.2.3 工程招标的方式和方法	29
2.2.4 自行招标和招标代理	31
2.3 工程招标材料的编制	33
2.3.1 工程招标公告的编制	34
2.3.2 工程招标文件的编制	37
2.3.3 工程招标标底的编制	49
小结	51
习题	52
<b>第3章 工程投标</b>	54
3.1 工程投标程序	54
3.2 投标工作准备	54
3.2.1 获取并查证投标信息	54
3.2.2 对业主进行必要的调查分析	56
3.2.3 工程投标决策	56

3.2.4	成立投标工作机构	59
3.2.5	寻求合作伙伴	60
3.2.6	办理注册手续	60
3.3	资格预审	62
3.3.1	物色投标代理人	62
3.3.2	购买资格预审文件	63
3.3.3	研究资格预审文件	63
3.3.4	准备资料,填写资格预审文件	63
3.3.5	提交资格预审文件	64
3.4	调查研究与现场勘察	64
3.4.1	投标前的调查研究	64
3.4.2	现场勘察	65
3.5	计算和复核工程量	66
3.6	做好施工规划	68
3.7	投标报价	69
3.7.1	投标报价的主要依据	69
3.7.2	研究招标文件	70
3.7.3	投标报价的方法	71
3.7.4	投标费用的组成	71
3.8	投标文件的编制与报送	75
3.8.1	投标报价单的编制	75
3.8.2	投标报价的计算方法	78
3.8.3	投标书的制作	81
3.8.4	投标文件的提交	85
	小结	85
	习题	86
<b>第4章</b>	<b>开标、评标、定标</b>	<b>89</b>
4.1	开标	89
4.1.1	开标组织	89
4.1.2	开标要求	90
4.2	评标	93
4.2.1	评标人员构成	93
4.2.2	评标方法确定	94
4.2.3	评标活动组织	100
4.2.4	评标中的不规范行为	105
4.3	定标	105
4.3.1	定标依据	105
4.3.2	中标与合同签订	106
4.3.3	工程招标投标的有效与无效认定	107

小结	109
习题	110
<b>第 5 章 国际工程招标投标</b>	111
5.1 国际工程招标投标概述	111
5.1.1 国际工程招标投标的产生和发展	111
5.1.2 国际工程招标投标的基本程序和特点	112
5.1.3 国内和国际工程招标投标的区别和联系	113
5.2 国际工程招标	114
5.2.1 国际工程招标的主要种类	114
5.2.2 国际工程招标准备	116
5.2.3 国际工程招标程序	117
5.3 国际工程投标	124
5.3.1 国际工程投标准备	124
5.3.2 国际工程投标的实施	128
小结	128
习题	128
<b>第 6 章 建设工程合同</b>	129
6.1 概述	129
6.1.1 合同的基本知识	129
6.1.2 建设工程的主要合同关系	130
6.1.3 建设工程合同的类型	131
6.2 建设工程施工合同	132
6.2.1 建设工程施工合同概述	132
6.2.2 建设工程施工合同文本	133
6.2.3 建设工程施工合同文本的主要条款	134
6.3 建设工程监理合同	145
6.3.1 概述	145
6.3.2 建设工程监理合同文本	147
6.3.3 建设工程委托监理合同的订立和履行	150
小结	151
习题	152
<b>第 7 章 FIDIC 合同简介</b>	153
7.1 FIDIC 合同简介	153
7.1.1 FIDIC 合同的特点	153
7.1.2 FIDIC 合同的简介	153
7.2 FIDIC 土木工程施工合同简介	155
7.2.1 合同组成	155
7.2.2 涉及权利、义务和职责的条款	155
7.2.3 合同的转让与分包	158



7.2.4	工程的开工、延期和暂停 .....	159
7.2.5	施工进度管理 .....	159
7.2.6	工程计量与支付管理 .....	160
7.2.7	工程质量管理 .....	165
7.2.8	工程变更管理 .....	166
7.2.9	工程师颁发证书 .....	167
7.2.10	解决合同争议的方式 .....	168
7.2.11	风险管理 .....	169
	小结 .....	170
	习题 .....	170
	<b>参考文献</b> .....	<b>171</b>

# 第1章 绪 论

**【学习目标】**熟悉工程建设从业单位、工程项目建设程序、工程建设市场主体；掌握招标投标的概念、特征、职能；了解工程交易中心、招标投标的意义和作用。

工程招标投标是市场经济条件下的工程承包行为。要了解和学习工程招标投标知识，首先必须了解工程建设市场情况，没有工程建设市场就不会有工程招标投标。因此，在讲解工程招标投标知识之前，我们先介绍工程建设市场的相关知识。

## 1.1 工程建设市场

市场的出现是随着商品交换的产生而产生，并随着商品交换的发展而发展的。随着生产力的发展，劳动产品有了剩余，商品交换便开始出现，市场也随之形成。集市就是在出现商人以后形成的最早的市场形态。随着社会分工的进一步扩大，出现了直接以交换为目的的商品生产，人们对市场的依赖程度日益增加，市场便逐渐繁荣起来。在当今社会，市场已与人们的生活息息相关，成为人类经济活动的枢纽环节，可以说市场连接着从生产到消费的全部过程。

按照社会主义市场经济理论来划分，市场有广义和狭义之分。广义市场包括无形市场和有形市场。所谓无形市场，是指没有固定的交易场所，靠广告、中间商以及其他交易形式，寻找货源或买主，沟通买卖双方，促成交易。某些技术市场、房地产市场等，都是无形市场。狭义的市场是指有形市场，即商品交换的场所。在这种市场上，商品价格是公开标明的，买卖双方在固定的场所进行交易。百货商店、集市贸易等都属于此类市场。

工程建设是指土木建筑工程，包括矿山、铁路、公路、隧道、桥梁、堤坝、电站、码头、机场、运动场、厂房、剧院、旅馆、商店、学校和住宅等工程；线路管道和设备安装工程，包括电力、通信线路、石油、燃气、给水、排水、供热等管道系统和各类机械设备、装置的安装工程。

工程建设市场也分为广义和狭义两种市场。广义的工程建设市场包括有形市场和无形市场，包括与工程建设有关的技术、租赁、劳务等各种要素市场，为工程建设提供专业服务的中介组织体系，包括广告、通信、中介机构、经纪人等媒介沟通买卖双方，或通过招投标等多种方式成交的各种交易活动，还包括建筑商品生产过程及流通过程中的经济联系和经济关系。可以说，广义的工程建设市场是工程建设生产和交易关系的总和。狭义的工程建设市场一般是指有形的工程建设市场，有固定的交易场所和内容，如建设工程交易中心。由于建设产品生产周期长、价值量大、生产过程的不同阶段对承包单位的能力和特点要求不同，决定了工程建设市场交易贯穿于建设产品生产的整个过程。从工程建设的咨询、设计、施工任务的发包开始，到工程竣工、保修期结束为止，发包方与承包方、分包方之间进行的各种交易以及相关的商品混凝土供应、构配件生产、建设机械租赁、建设劳务的使用等活动，都是在

建设市场中进行的。生产活动与交易活动交织在一起，使得建设市场在许多方面不同于其他有形产品市场，而具有其自身的特色。

### 1.1.1 工程建设市场主体和客体

建设市场交易贯穿建筑产品生产的全过程。在这个过程中，不仅存在业主和承包商之间的交易，也有业主与设计单位、设备供应单位、工程咨询单位进行的交易，还有承包商与分包商、材料供应商之间的交易等，共同构成工程建设市场生产和交易的总和。参与工程建设生产交易过程的各方构成工程建设市场的主体，作为不同阶段的交易内容和生产成果构成建设市场的客体，包括各种形态的建筑产品、工程设备与设施、构件配件以及各种图纸、报告等非物化劳动等。现将工程建设市场主体分述如下：

#### 1. 业主

业主是指既有某项工程建设需求，又具有该项工程建设相应的建设资金和各种准建手续，在建设市场中发包工程建设的勘察、设计、施工、监理等任务，并最终得到建筑产品的政府部门、企事业单位和个人。在我国工程建设中，业主也称之为建设单位，只有在发包工程或组织工程建设时才成为工程建设市场主体。这就是说，业主方作为市场主体具有不确定性。

根据我国公有制为主体的具体情况，为了建立投资责任约束机制，规范项目法人行为，我国实行了项目法人责任制，对工程业主的职责做了相应的规定，明确由项目法人对项目建设全过程进行管理，主要包括进度控制、质量控制、投资控制、合同管理和组织协调。

在我国，工程项目业主的产生主要有三种方式：

第一种，业主即原企业和单位。企业和机关、事业单位投资的新建、扩建、改建工程，该企业或单位即为项目业主。

第二种，业主是联合投资董事会。由不同投资方参股或共同投资的项目，则业主是共同投资方组成的董事会或管理委员会。

第三种，业主是各类开发公司。开发公司自行融资或由投资方协商组建或委托开发的工程管理公司也可成为业主。

业主在工程项目建设过程中的主要职责有6项：①建设项目的立项决策；②建设项目的资金筹措；③建设项目的招标与合同管理；④建设项目的施工与质量管理；⑤建设项目的竣工验收与试运行；⑥建设项目的统计及文档管理。

#### 2. 承包商

承包商是指拥有一定数量的建筑装备、流动资金、工程技术和经济管理人员，取得建设资质证书和营业执照的，能够按照业主要求提供不同形态的建筑产品并最终得到相应工程价款的施工企业。按照承包方式分类，可以分为承包商和分包商；按照其所能够提供的建筑产品分类，承包商可以分为不同的专业，如建筑、水电、铁路、市政工程等专业公司。相对于业主而言，承包商作为建设市场的主体，是长期和持续存在的。因此，无论是中国国内还是按照国际惯例，对承包商一般都要实行从业资格管理。承包商从事建设生产，一般需要具备3个方面的条件：①有国家规定的注册资本；②有与其从事的建筑活动相适应的具有法定执业资格的专业技术人员；③有从事相应建筑活动所应有的技术装备。

经过资格审查合格，取得资质证书和营业执照的承包商，方可在批准的范围内承包工

程。承包商要通过投标竞争取得施工项目，需要依靠自身的实力去赢得市场。承包商的实力主要包括4个方面：①技术方面的实力：有精通本行业的工程师、预算师、项目经理、合同管理等专业人员；有工程设计、施工的专业装备，能够解决各类工程施工中的技术难题；有承揽不同类型项目施工的经验。②经济方面的实力：具有相当的周转资金用于工程准备和备料，具有一定的融资和垫付资金的能力；具有相当的固定资产；具有承担相应风险的能力；如果承担国际工程，需要具有筹集外汇的能力。③管理方面的实力：具有一定的项目经理和管理专家，有采用先进的施工方法的能力，能够提供科学管理控制施工成本，提高施工质量和效益。④信誉方面的实力：能够保证工程质量、安全、工期，能够遵纪守法，认真履约，具有良好的企业形象和信誉。只有具备了上述条件，在工程投标竞争中，扬长避短，发挥优势，才有可能打开和占领市场，取得良好的经济效益和社会效益。

### 3. 工程咨询服务机构

工程咨询服务机构是指具有一定注册资金、工程技术和经济管理人员，取得建设咨询证书和营业执照，能够对工程建设提供估算测量、管理咨询、建设监理等智力型服务并获得相应费用的企业。工程咨询服务企业包括勘察设计、工程造价、招标代理、工程管理和工程监理等多种业务。

### 4. 监管机构

建设工程招投标监管机构，是指经政府或政府主管部门批准设立的隶属于同级建设行政主管部门的省、市、县建设工程招投标办公室。监管机构从机构设置、人员编制来看，其性质通常是代表政府行使监管职能的事业单位。建设工程招标投标通常采用分级管理，是指省、市、县的建设行政主管部门依照各自的权限，对本行政区域内的建设工程招投标分别实行管理，即分级属地管理。

## 1.1.2 建设工程交易中心

### 1. 建设工程交易中心的性质

建设工程交易中心是服务性机构，不是政府管理部门，也不是政府授权的监督机构，本身并不具备监督管理职能。但建设工程交易中心又不是一般意义上的服务机构，其设立须得到政府或政府授权主管部门的批准，并非任何单位和个人可随意成立；它不以营利为目的，旨在为建立公开、公正、平等竞争的招投标制度服务，只可经批准收取一定的服务费。

按照我国有关规定，所有建设项目都要在建设工程交易中心内报建、发布招标信息、授予合同、申领施工许可证。工程交易行为不能在场外发生，招标投标活动都需在场内进行，并接受政府有关管理部门的监督。应该说建设工程交易中心的设立，对建立国有投资的监督制约机制，规范建设工程承包行为，以及将建筑市场纳入法制管理轨道；都有重要作用，是符合我国特点的一种好形式。

建设工程交易中心建立以来，由于实行集中办公、公开办事制度和程序，以及“一条龙”的窗口服务，不仅有力地促进了工程招投标制度的推行，而且遏制了违法违规行为，对于防止腐败、提高管理透明度收到了显著的成效。

### 2. 建设工程交易中心的基本功能

我国的建设工程交易中心是按照三大功能进行构建的。

(1) 信息服务功能。包括收集、存储和发布各类工程信息、法律法规、造价信息、建材价格、承包商信息、咨询单位和专业人士信息等。在设施上配备有大型电子墙、计算机网络工作站,为承发包交易提供广泛的信息服务。工程建设交易中心一般要定期公布工程造价指数和建筑材料价格、人工费、机械租赁费、工程咨询费以及各类工程指导价等,指导业主、承包商、咨询单位进行投资控制和投标报价。但在市场经济条件下,工程建设交易中心公布的价格指数仅是一种参考,投标最终报价还是需要依靠承包商根据本企业的经验或“企业定额”、企业机械装备和生产效率、管理能力和市场竞争需要来决定。

(2) 场所服务功能。对于政府部门、国有企业、事业单位的投资项目,我国明确规定,一般情况下都必须进行公开招标,只有特殊情况下才允许采用邀请招标。所有建设项目进行招投标必须在有形建筑市场内进行,必须由有关管理部门进行监督。按照这个要求,工程建设交易中心必须为工程承发包交易双方,包括建设工程的招标、评标、定标、合同谈判等,提供设施和场所服务。我国原建设部《建设工程交易中心管理办法》规定,建设工程交易中心应具备信息发布大厅、洽谈室、开标室、会议室及相关设施,以满足业主和承包商、分包商、设备材料供应商之间的交易需要。同时,要为政府有关管理部门进驻集中办公、办理有关手续和依法监督招标投标活动提供场所服务。

(3) 集中办公功能。由于众多建设项目要进入有形建筑市场,进行报建、招投标交易和办理有关批准手续,这样就要求政府有关建设管理部门各职能机构进驻工程交易中心,集中办理有关审批手续和进行管理。受理申报的内容一般包括工程报建、招标登记、承包商资质审查、合同登记、质量报监、施工许可证发放等。进驻建设工程交易中心的相关管理部门集中办公,要公布各自的办事制度和程序,既能按照各自的职责依法对建设工程交易活动实施有力监督,也方便当事人办事,有利于提高办公效率。一般要求实行“窗口化”服务。这种集中办公方式决定了建设工程交易中心只能集中设立,而不可能像其他商品市场那样随意设立。按照我国有关法规,每个城市原则上只能设立一个建设工程交易中心,特大城市可增设若干个分中心,但分中心的三项基本功能必须健全,如图 1-1 所示。

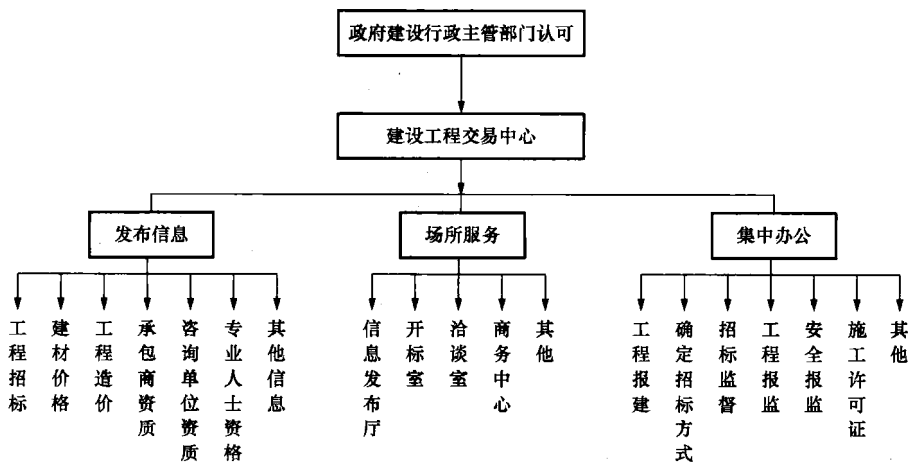


图 1-1 建设工程交易中心的基本功能

### 3. 建设工程交易中心的运行原则

为了保证建设工程交易中心能够有良好的运行秩序,充分发挥其市场功能,必须坚持市场运行的一些基本原则,主要有以下几项:

(1) 信息公开原则。有形建筑市场必须充分掌握政策法规、工程发包、承包商和咨询单位的资质、造价指数、招标规则、评标标准、专家评委库等各项信息,并保证市场各方主体都能及时获得所需要的信息资料。

(2) 依法管理原则。建设工程交易中心应严格按照法律、法规开展工作,尊重建设单位依照法律规定选择投标单位和选定中标单位的权利。尊重符合资质条件的建筑企业提出的投标要求和接受邀请参加投标的权利。任何单位和个人,不得非法干预交易活动的正常进行。监察机关应当进驻建设工程交易中心实施监督。

(3) 公平竞争原则。建立公平竞争的市场秩序是建设工程交易中心的一项重要原则。进驻的有关行政监督管理部门应严格监督招标、投标单位的行为,防止行业、部门垄断和不正当竞争,不得侵犯交易活动各方的合法权益。

(4) 属地进入原则。按照我国有形建筑市场的管理规定,建设工程交易实行属地进入。每个城市原则上只能设立一个建设工程交易中心,特大城市可以根据需要,设立区域性分中心,在业务上受中心领导。对于跨省、自治区、直辖市的铁路、公路、水利等工程,可在政府有关部门的监督下,通过公告由项目法人组织招标、投标。

(5) 办事公正原则。建设工程交易中心是政府建设行政主管部门批准建立的服务性机构,须配合进场各行政管理部门做好相应的工程交易活动管理和服务工作。要建立监督制约机制,公开办事规则和程序,制定完善的规章制度和工作人员守则,发现建设工程交易活动中的违法违规行为,应当向政府有关管理部门报告,并协助进行处理。

### 4. 建设工程交易中心的运作程序

按照有关规定,建设项目进入建设工程交易中心后,一般按下列程序运行,如图1-2所示。

(1) 拟建工程得到计划管理部门立项(或计划)批准后,到中心办理报建备案手续。工程建设项目的报建内容主要包括工程名称、建设地点、投资规模、资金来源、当年投资额、工程规模、工程筹建情况、计划开工和竣工日期等。

(2) 报建工程由招标监督部门依据《中华人民共和国招标投标法》(以下简称《招标投标法》)和有关规定确认招标方式。

(3) 招标人依据《招标投标法》和有关规定,履行建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的招标投标程序:①由招标人组成符合要求的招标工作班子,招标人不具有编制招标文件和组织评标能力的,应委托招标代理机构办理有关招标事宜。②编制招标文件,招标文件应包括工程的综合说明、施工图等有关资料,工程量清单,工程价款执行的定额标准和支付方式、拟签订合同的主要条款等。③招标人向招标投标监督部门进行招标申请,并附招标文件。④招标人在建设工程交易中心统一发布招标公告,招标公告应当载明招标人的名称和地址、招标项目的性质、数量、实施地点和时间,以及获取招标文件的办法等事项。⑤投标人申请投标。⑥招标人对投标人进行资格预审,并将审查结果通知各申请投标的投标人。⑦在交易中心内向合格的投标人分发招标文件及设计图样、技术资料等。⑧组织投标人踏勘现场,并对招标文件答疑。⑨建立评标委员会,制订

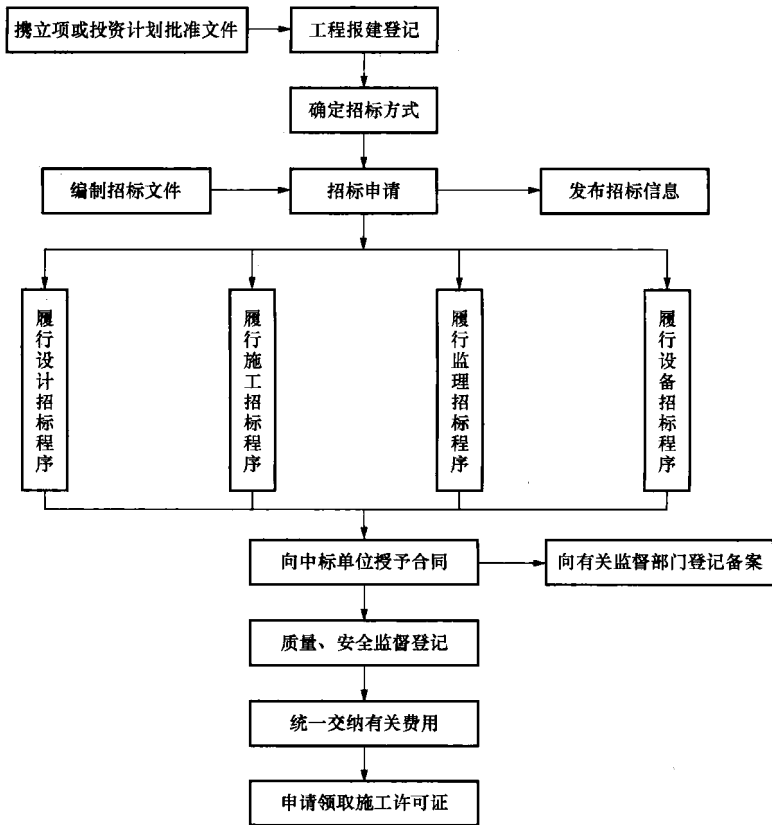


图 1-2 建设工程交易中心运行程序

评标、定标办法。⑩在交易中心内接受投标人提交的投标文件，并同时开标。⑪在交易中心内组织评标，决定中标人。⑫发出中标通知书。

(4) 自中标之日起 30 日内，发包单位与中标单位签订合同。

(5) 按规定进行质量、安全监督登记。

(6) 统一交纳有关工程前期费用。

(7) 领取建设工程施工许可证。申请领取施工许可证，应当按住房和城乡建设部第 71 号部令规定，具备以下条件：已经办理该建筑工程用地批准手续；在城市规划区的建筑工程，已经取得规划许可证；施工场地已经基本具备施工条件，需要拆迁的，其拆迁进度符合施工要求；已经确定建筑施工企业，但按照规定应该招标的工程没有招标，应该公开招标的工程没有公开招标，或者肢解发包工程，以及将工程发包给不具备相应资质条件的，所确定的施工企业无效；有满足施工需要的施工图样及技术资料；施工图设计文件已按规定进行了审查；有保证工程质量和安全的具体措施；施工企业编制的施工组织设计中有根据建筑工程特点制订的相应质量、技术、安全措施，专业性较强的工程项目编制了专项质量、安全施工组织设计，并按照规定办理了工程质量、安全监督手续；按照规定应该委托监理的工程已委托监理；建设资金已经落实；建设工期不足一年的，到位资金原则上不得少于工程合同价的 50%，建设工期超过一年的，到位资金原则上不得少于工程合同价的 30%，建设单位应当提供银行出具的到位资金证明，有条件的可以实行银行付款保函或者其他第三方担保；法

律、行政法规规定的其他条件。

## 1.2 工程招标投标概述

### 1.2.1 工程招标投标的概念

招标投标是一种特殊的市场交易方式，是采购人事先提出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。也就是说，它是由招标人或招标人委托的招标代理机构通过媒体公开发布招标公告或投标邀请函，发布招标采购的信息与要求，邀请潜在投标人参加平等竞争，然后按照规定的程序和办法，通过对投标竞争者的报价、质量、工期（或交货期）和技术水平等因素，进行科学地比较和综合分析，从中择优选定中标者，并与其签订合同，以实现节约投资、保证质量和优化配置资源的一种特殊交易方式。但是，实际建设工程招标投标中，人们总是把招标和投标分成两个不同内容的过程，因此，对招标和投标做了不同的理解，赋予了不同的含义。所谓工程招标，是指招标人就拟建工程发布公告，以法定方式吸引承包单位自愿参加竞争，从中择优选定工程承包方的法律行为。所谓投标，是指响应招标、参与投标竞争的法人或者其他组织，按照招标文件的要求制作并递送投标文件，履行相关手续，争取中标的过程。

招标和投标是互相依存的两个最基本的方面，缺一不可。一方面，是招标人以一定的方式邀请不特定或一定数量的投标人来投标；另一方面，投标人响应招标人的要求参加投标竞争。没有招标，就不会有供应商或承包商的投标；没有投标，采购人的招标就不能得到响应，也就没有了后续的开标、评标、定标和签订合同等一系列的招标过程。目前，在国内外招标投标的有关规则 and 实际运作中，通常只说“招标”，比如说“国际竞争性招标”、“国内竞争性招标”、“公开招标”、“邀请招标”、“工程施工招标”、“货物招标”、“服务招标”等，但不管哪一种说法，都同时对招标、投标做出了相应的规定和约束。因此，通常所说的招标，实际上是指招标、投标的简称，包含着招标与投标这两个方面，招标和投标是分别从买方（业主、发包方）或卖方（承包方）运作的不同角度所得的称呼。

关于招标人和投标人的定义，《招标投标法》中是这样规定的：招标人是指依法提出招标项目、进行招标的法人或者其他组织。所谓“提出招标项目”，是指招标人依法提出和确定需招标的项目，办理有关审批手续，落实项目资金来源等。所谓“进行招标”，是指提出招标方案，拟订或决定招标范围、招标方式、招标的组织形式，编制招标文件，发布招标公告，审查投标人资格，主持开标，组建评标委员会进行评标，择优确定中标人，并与中标人订立书面合同等招标的工作过程。

具备条件的招标人，可按规定自行办理招标的，叫“自行招标”；条件不具备的招标人，则可委托招标机构进行招标，即委托招标代理机构代表招标人的意志，由其在授权的范围內依法招标。这种由招标人委托招标机构进行的代理招标，称作“委托招标”，接受他方委托的招标代理机构进行的招标活动叫“代理招标”。“委托招标”，也被视为招标人“进行招标”。

投标人是指响应招标人招标需求并购买招标文件，参加投标竞争活动的法人或其他组织。《招标投标法》规定，除在科研项目中允许个人作为投标主体参加科研项目投标活动外，



一般不包括自然人。这里的其他组织，是指不具备法人条件的组织。所谓参加投标竞争活动，是指投标人通过调查研究，按招标文件的规定编写投标文件，包括编制投标报价等，在规定的地点、时间将投标文件密封送达招标人，按时参加开标，回答评标委员会询问、接受评标过程的审查，凭借投标人的实力、优势、经验、信誉以及投标水平和投标技巧，在激烈的竞争中争取中标而获得项目（工程、货物或服务）承包任务的过程。

### 1.2.2 工程招标投标的特征

工程招标投标是一种具有自身特色的市场交易方式，它具有以下基本特征。

#### 1. 竞争的激烈性

竞争是市场经济条件下工程建设项目投标的本质特性。由于招标人一般都采用现代化手段，打破地区界限，公开发布招标消息，影响范围广泛；同时，公开招标的工程项目，一般都颇具规模、金额较大，只要经营得当，获利会相当丰厚，这对各地区的工程承包单位的吸引力很大；加之工程建设项目招标投标是工程建设项目承包市场和劳务承包市场上采用最为普遍的重要交易方式，各承包单位只有通过投标且获胜中标才能有活干，才有望获取利润使企业得以生存和发展。基于上述种种原因，必然能使招标人在相当大的范围内吸引众多的工程建设项目承包的相关单位投标。而中标者通常只有一家，能否中标往往直接关系着承包商的命运，这势必导致各投标人为争取中标进行激烈、充分的竞争。笔者在网上了解到，美国、德国等发达国家的工程建设项目承包单位每年在投标竞争中的破产率都高达10%以上，与此同时，又有相当多的工程建设项目承包企业在投标竞争中崛起，工程建设项目投标竞争的激烈程度可见一斑。

#### 2. 组织的严密性

招标投标是一种有组织的交易方式，具有明显的组织性特征，主要表现在以下4个方面：

(1) 招标的组织性。招标的组织者是法人或其他组织，一般情况下，自然人不能成为招标人；代理招标机构是经过建设主管部门按照国家有关规定审批并颁发了资质证书的咨询单位。招标人邀请招标机构代理招标，要有严密的招标委托协议。

(2) 决策的集体性。无论是委托招标、自行招标，还是公开招标或者邀请招标，招标的决策过程都是集体决策的过程。评标委员会的专家都是从专家库中随机抽取的，评标结果是由评标委员会的专家集中对投标人的报价、质量、技术、工期与其他综合因素及其综合实力进行比较、评估而择优确定的，是一个集体决策的过程，并非个人行为。

(3) 场所的规定性。投标地点、开标地点都必须按招标文件、招标公告事先已经规定的场所进行。

(4) 时间的预定性。招标文件的发售时间、投标文件的递交时间和开标的时间，都要按事先公开规定的时间进行。

综上所述，招标是一种有组织、有计划的特殊的商业交易活动，它的进行过程必须按照招标文件的规定，在规定的地点、时间内，按照预定的规则、标准、方法进行，有严密的程序，处处体现出高度的组织性。

#### 3. 信息的公开性

(1) 公开招标信息。招标人进行招标的目的，是要在一定范围内寻找合适的承包人，因