



工程建设 招标投标概论

主编 李家凤 李纪明

华南理工大学出版社

内 容 介 绍

工程建设招标投标概论

李家凤
李纪明 主编

华南理工大学出版社

内 容 简 介

招标投标作为商品经济中的一种竞争方式，如今已被国内外广泛用于工业、商业贸易、交通运输、基本建设，乃至整个经济活动中。本书所讨论的是工程建设招标投标。工程建设招标投标，是以优化建设工程为目的，以平等竞争为本质特征，以工程建设任务的分派及承揽为内容的交易方式和经济管理制度。书中就有关工程建设招标投标的形式、内容、具体程序和步骤以及有关规则，作了详尽的科学论述，并附有实例供参考。本书可指导有关人员掌握招标投标的制胜方法，把竞争机制引入工程承包进而带来经济成效。

工程建设招标投标概论

主编 李家凤
李纪明

责任编辑 李 玻

•

华南理工大学出版社出版发行

长江葛洲坝工程局印刷厂印刷

开本：787×1092 1/32 印张：10 字数：200千

1990年12月第一版 1990年12月第一次印刷

印数 1—5 000册

ISBN 7—5623—0225—1 / TB·21

定价 3.50元

华南理工大学出版社

序

建筑业是我国国民经济的重要物质生产部门，在我国社会主义现代化建设中起着重要的作用。改革建筑业管理体制是我国经济体制改革的一个重要方面，是充分发挥建筑业作用的重要措施。在我国产品经济的模式下，国内工程建设任务一直采取单纯用行政手段分配的老办法，这不利于调动建筑业的积极性，不利于多快好省地完成建设任务。为了改变这种状况，国务院根据我国有计划商品经济的要求，在1984年颁发的《关于改革建筑业和基本建设管理体制若干问题的暂行规定》中明确提出要大力推行工程招标承包制。要改革单纯用行政手段分配建筑任务的老办法，实行招标投标。经过多年的实践，我国工程建设招标承包制已得到推广，并取得了明显的成效。实践证明，在建筑业大力推行工程招标承包制是符合我国有计划商品经济要求的。为了使我国工程建设招标承包制能得到健康的发展，并取得更大的效益，必须认真学习和研究招标投标理论和方法，认真总结招标投标工作中的经验和问题，培养一批具有招标投标理论和实际能力的专门人才，提高招标投标水平。

长江葛洲坝工程局干部培训中心组织编写《招标投标概论》，是一项非常重要而有意义的工作。编写该书不仅对于建立招标投标学具有重要意义，而且对于满足招标投标人才的培养，提高从事招标投标工作者的理论水平和业务能力，具有积极的作用。该书不仅内容丰富，而且注意总结近几年来推行工

程建设招标投标实践中的经验教训，实用性和可读性较强。同时，还根据实际需要，重点突出了“投标决策与信息”、“投标策略和艺术”、“项目经理与项目管理”等内容，具有自身的特点和创见。为此特向广大读者推荐。

由于招标投标在我国是一项新事物，如何根据我国有计划商品经济的特点和要求，从理论与实践结合上进一步深入研究招标投标问题，还有待于我国理论界和实际工作者共同探讨。

陈启中

一九九〇年二月十四日

目 录

第一章 工程建设招标投标概述……………(1)

第一节 工程建设招标投标的意义和作用……………(1)

一 工程建设招标投标的概念……………(1)

二 工程建设招标投标的意义和作用……………(5)

第二节 工程建设招标承包的内容和形式……………(8)

一 工程建设招标承包的内容……………(8)

二 工程建设招标承包的主要形式……………(17)

第三节 我国招标投标的主要原则和特点……………(21)

一 我国招标投标的主要原则……………(21)

二 我国招标投标的基本特点……………(25)

三 我国招标投标的发展趋势……………(28)

第二章 招标的准备工作和招标程序……(30)

第一节 建设工程招标承包的条件和规定……………(30)

一 建设工程招标承包必须具备的条件……………(30)

二 国家对建设工程实行招标承包的几项原则规定 ……………(31)

第二节 招标的准备工作……………(32)

一 建立招标机构……………(32)

二 编制标底……………(32)

三	呈报工程建设招标申请书	(34)
四	确定招标方式与方法	(34)
五	拟订招标文件	(37)
第三节	工程施工招标程序	(38)
一	发布招标公告或招标通知书	(38)
二	审查投标企业的资格	(40)
三	组织现场调查	(42)
四	开标、评标与定标	(43)
第三章	标底的编制	(55)
第一节	标底与工程预算	(55)
一	编制标底是招标工作的核心	(55)
二	工程预算是工程产品的计划价格	(55)
三	工程预算的基本知识	(57)
四	应用电子计算机编制工程预算	(65)
第二节	工程估价	(66)
一	工程估价的依据	(66)
二	工程估价的方式	(67)
第三节	标底的确定	(80)
一	确定标底的原则	(80)
二	确定标底的方法	(82)
三	确定标底举例	(83)
第四章	投标决策与信息	(87)
第一节	投标决策	(87)
一	投标决策的主要内容	(87)
二	决策树法在投标决策中的应用	(93)

第二节 信息的作用及处理	(97)
一 信息的概念	(97)
二 信息在工程建设招标投标中的作用	(98)
三 信息的收集与处理	(100)
第三节 信息传输与信息系统	(105)
一 信息传输	(105)
二 信息系统	(106)

第五章 投标程序与标书编制 (109)

第一节 投标程序	(109)
一 投标条件	(109)
二 投标准备	(110)
三 投标程序	(118)
第二节 投标书的编制	(120)
一 投标书编制的指导思想和主要依据	(120)
二 投标书的格式和内容	(122)
三 投标书编写的注意事项	(124)
第三节 标价的确定	(125)
一 确定标价的依据	(126)
二 标价的构成	(126)
三 标价的计算程序及作法	(137)
四 标价确定的步骤	(137)
五 标价编制的注意事项	(137)

第六章 投标策略 (139)

第一节 投标策略的意义与原则	(139)
一 投标策略的意义	(139)

二 制定投标策略的原则.....	(140)
第二节 投标报价策略.....	(141)
一 风险费的分析和估计.....	(141)
二 投标报价的定性策略.....	(144)
三 投标报价的定量方法.....	(146)
第三节 投标取胜的策略.....	(160)
一 投标取胜的诀窍.....	(160)
二 投标的常规技巧.....	(162)
三 投标的艺术手段.....	(163)
第七章 工程建设承包合同.....	(165)
第一节 经济合同概述.....	(165)
一 经济合同的概念.....	(165)
二 经济合同的主要条款与合同条件.....	(165)
三 经济合同的订立与公证.....	(169)
第二节 工程建设承包合同.....	(171)
一 工程建设承包合同的类型.....	(171)
二 工程建设承包合同的主要内容.....	(174)
三 经济合同的履行与管理.....	(181)
四 签订承包合同应注意的若干问题.....	(188)
第八章 中标工程的项目管理.....	(192)
第一节 工程项目管理概述.....	(192)
一 项目管理的起源.....	(192)
二 项目与项目管理.....	(193)
三 项目目标.....	(196)
第二节 工程项目经理.....	(198)

一	项目经理的重要地位	(198)
二	项目经理的基本素质	(199)
三	项目经理的能力特征	(201)
四	项目经理的职责和任务	(201)
第三节 工程项目控制		(204)
一	项目控制的主要文件	(205)
二	项目控制的主要内容	(206)

第九章 工程项目管理中的公共关系.....(209)

第一节 公共关系的基本概念		(209)
一	公共关系的涵义	(209)
二	公共关系的定义	(209)
第二节 公共关系在工程项目管理中的地位和作用		(211)
一	公共关系属于管理范畴	(211)
二	公共关系是项目管理的集中体现	(212)
三	公关效益是看得见摸得着的实体	(212)
四	公共关系的实质是做人的工作	(212)
第三节 工程项目管理的外部关系		(213)
一	处理好同甲方的关系	(213)
二	处理好同设计单位的关系	(214)
三	处理好同当地农民的关系	(214)
四	处理好同地方政府的关系	(215)
第四节 工程项目管理的内部关系		(215)
一	处理好职工间的关系	(216)
二	处理好与本企业主管领导和职能部门的关系	(218)
三	处理好前后方的关系	(218)
第五节 工程项目公共关系管理的原则和技巧		(219)

一	公共关系管理的基本原则	(219)
二	公共关系管理的一般技巧	(220)

第十章 国际工程建设招标与投标 (224)

第一节 国际工程建设招标与承包业务 (224)

一	国际工程建设招标方式与条件	(224)
二	国际工程建设承包业务形式和特点	(227)
三	国际工程招标文件及说明	(230)

第二节 国际工程建设标价编制 (237)

一	国际工程招标标底编制	(237)
二	国际工程投标标价的编制	(241)
三	国际工程投标标价项目划分	(244)

第三节 国际工程投标策略和作标艺术 (257)

一	国际工程投标策略	(258)
二	国际工程投标的作标艺术	(260)
三	施工索赔及计价	(261)

附录:

鲁布革工程引水系统国际招标与投标竞争和LuB/C1合同的实施效果。

第一章 工程建设招标投标概述

第一节 工程建设招标投标的意义和作用

一、工程建设招标投标的概念

招标投标是商品经济中的一种竞争方式，通常用于大宗交易。它的主要特征是，由唯一的买主（或卖主）设定标底，招请若干个卖主（或买主）通过秘密报价竞争，从中选择优胜者与之达成交易协议。

招标投标作为商品经济中的一种竞争方式，决不限于大宗商品交换活动的范围。当今世界，招标投标已被广泛用于工业经济、商业贸易、交通运输、基本建设及民用建筑，乃至整个经济活动中。本书所讨论的工程招标投标，便是招标投标的一种形态。

工程招标投标，是以优化建设工程为目的，以平等竞争为本质特征，以工程建设任务的分派及承揽为内容的交易方式和管理制度。它体现了如下四方面的特性：

1. 工程招标投标是工程承包的主要方式和途径。

工程承包与工程招标投标，是工程建设中紧密联系的两种经营方式。工程承包是一种商业行为。它是指作为交易一方的建筑企业（即承包人），负责为交易另一方的建设单位（即发包人）完成某一工程的全部或其中一部分工作，并按一定的价格取得相应的报酬。作为一种经营方式，工程承包所解

决的是“如何经营”的问题，亦即如何确定建筑企业同建设单位在经济上的权利和义务关系问题。那么，建设单位通过什么方式，将工程建设任务发包给设计单位和施工企业呢？换言之，承包方通过何种方式获得承包任务呢？其主要方式有四种：

方式之一是，由政府有关部门计划分配建设工程任务，然后由建设单位同设计部门、建筑企业签订承包合同。

方式之二是，通过投标竞争，由发包方择优确定承包方，并以合同形式明确双方在经济上的权利和义务关系。

方式之三是，不经过投标竞争，由建设单位与建筑企业协商，委托其承包某项工程任务，并签订承包合同。通常称这种方式为委托承包或协商承包。

方式之四是，由政府主管部门依照法律指定工程承包单位。由于这种方式带有强制性，通常被称为指令承包。

计划分配的方式，是计划经济的必然产物。严格地说，计划分配不过是分配工程建设任务的方式，而不是经营方式。它既可以与承包责任制相结合，也可以与大包大揽、实报实销的“大锅饭”相结合。在我国旧经济体制下，计划分配是以“大锅饭”的形式存在的，基本上无“包”字可言。随着经济体制改革的进程，承包责任制从农村被移植到城市，计划分配才开始同承包制结合，成为一种承包经营方式。随着经济体制改革的进一步深入展开，有计划的产品经济管理模式逐步为有计划的商品经济管理模式所取代。在这种情况下，计划分配工程承包任务的方式同商品经济的矛盾便显得日益突出，客观上要求遵循商品经济的规律，把竞争机制引入工程承包。适应这一客观要求，招标投标制作为与计划分配相对立的承包方式应运而生，成为我国工程承包的主要方式。

投标竞争的方式，是商品经济的必然产物，较之于工程承包的其它方式，具有较强的适用性和明显的优越性，因而成为国内外分配工程任务所通行的主要交易方式。但是，投标竞争方式在某种条件下也还存在着一定的局限性。譬如，少数特殊工程和建筑企业不愿投标的某些偏僻地区的工程，就不宜于公开投标竞争。这种局限性，客观上要求在以投标竞争为主要方式的前提下，辅之以委托承包和指令承包等其它承包方式，由此可以满足特殊工程建设和建筑企业不愿投标的工程建设的需要。

总之，投标竞争方式，是在商品经济条件下分配工程任务的主要方式，但不是唯一方式；委托承包和指令承包的方式，是投标竞争方式的必要补充。

2. 工程建设招标投标是有规则、有程序的竞争过程。

工程建设招标投标，是一种竞争性的交易行为，但是，这种竞争从形式到内容，都有十分明确而具体的规则。在这一方面，各国都有适应本国情况的有关法律和规定，国际工程招标投标也有国际通用的规则。就我国来说，有关工程建设招标投标的法规主要有《建设工程招标投标暂行规定》和《中华人民共和国合同法》等。由于本书立足于国内工程招标投标，上述两种法规的精神将贯彻于本书各章，故在此不对投标竞争的具体规则做一一介绍。

有程序的竞争，是招标投标的又一特点。工程建设招标投标的程序，概括地说，就是先由建设单位亦即招标单位输出招标信息及其有关文件；然后由建筑企业亦即愿意投标的单位向招标单位投标报价；最后由招标单位依据标底择优确定中标企业，并与之签订承包合同。当然，这仅仅是一种粗略阶段划分。实际上，在上述各个阶段都包含着若干具体步骤。工程建

设招标投标的具体程序和步骤，本书将在有关章节系统地介绍。

3. 工程建设投标竞争，既是实力的竞争，又是投标策略的竞争。

工程建设招标投标，对建设单位来说，是从若干投标单位的互相竞争中，选择其中标价合理、工期短、能保证质量、有较好社会信誉的建筑企业，与其确定承发包关系，以实现高速、优质、低造价地完成工程建设任务的目的。这就决定了投标单位必须以其实力作后盾，以实力去满足招标单位的选择要求，从而在投标竞争中取胜——获得工程承包任务并能从中盈利。

但是，工程建设投标竞争决不仅仅是实力的竞争，同时也是投标策略和艺术的角逐。这是因为：其一，招标单位在工期、质量、标价等方面的要求，不可能是等量齐观的，总会有主有次，有轻有重，因此，正确分析和掌握招标单位的各种要求，合理确定标价、工期，便是投标取胜的重要因素。这也就是投标策略和艺术问题。其二，在某一承包工程的投标竞争中，免不了有若干个旗鼓相当的竞争对手，其中各个投标单位都有自身的优势和劣势、长处和短处。那么，如何扬长避短？又如何以己之长胜他人之短呢？其中就包含着投标策略和艺术。总之，投标竞争包含着投标策略和艺术的竞争。

投标单位如何增强竞争实力，不属于本书研究的范围。因此，本书将从投标策略及艺术上讨论投标取胜。

4. 工程建设招标投标，也是信息搜集和处理的过程。

在招标投标的整个过程中，信息无论对招标单位还是投标单位，都有极其重要的作用。在某种意义上说，招标投标的过程，也就是招标单位和投标单位捕捉信息、积累信息和处理信

息的过程。

就招标单位来说，没有准确可靠的信息，就不可能编制出科学合理的标底，也就不可能从若干投标者中选择真正理想的投标者。

就投标单位来说，信息的作用显得更为重要。它不仅要搜集来自招标单位及其建设工程方面的信息情报，还要掌握建筑市场、物资市场等方面的行情；不仅要搜集和处理自身的有关情报资料，还要掌握和分析竞争对手在各方面的信息；不仅要静态上掌握和贮存信息情报，还要从动态上准确把握有关信息，等等。对这些信息的加工处理的过程，实际上也就是确定投标策略、编制标书的过程。

因此，本书第四章将从投标的角度专门讨论信息的搜集和处理。

二、工程建设招标投标的意义和作用

由于左的指导思想的影响和僵化经济体制的束缚，我国在过去很长一个时期，都把招标承包制视为资本主义的专利，当作社会主义的异端加以排斥。随着经济体制改革的全面展开，深圳经济特区于1987年7月率先打破计划分配建设工程任务的传统方式，开始试行招标承包制并取得了显著成效。而后，招标承包制在全国许多省市得到迅速推广。招标承包制自1981年开始试行至今已近十年。在这近十年间，它已经显示出了优越性和积极作用。这主要表现在如下四方面：

1. 促进了我国建筑业和基本建设管理体制的全面展开。

首先，招标承包制的推行，冲破了建筑业和基本建设管理体制的僵化模式。众所周知，我国基本建设管理体制长期通行的是计划分配任务的原则。在这种管理体制下，从工程投资、原材料消耗，到施工设备购置、施工队伍组合，均由国家包揽，

节约投资如数上缴，投资超预算由国家财政追加。这种僵化的管理体制，存在着种种弊病和缺陷，不仅不利于节省投资、缩短工期、提高质量，而且极大地抑压了施工企业的积极性。实行招标承包制，就从根本上突破了传统的僵化模式，为建立新的开放式的基本建设管理体制找到了支撑点。

其次，招标承包和投标竞争，作为建筑业和基本建设管理体制改革的的主要内容和核心，客观上要求建筑业和基本建设的整个管理体制实行相应的配套改革。譬如，实行招标承包制，就必须对投资的控制办法、工期和质量的控制手段、物质管理体制、设备购置和管理制度，以及对施工企业的管理方式等等，都进行相应的改革。事实上，招标承包制的实行确实给建筑业和基本建设管理体制的改革以强大的联动力。这已为目前改革的成果所证明。

2. 促进了政企分开，有利于政府机构转变职能。

在计划分配工程建设任务的方式下，政府机构是通过行政手段直接管理企业，政府主管部门同建筑企业所体现的是指挥与服从的行政关系，建筑企业实际上是政府机构的附属物。

实行招标投标制，便从根本上改变了政府主管部门同建筑企业的关系，使它们由过去的指挥与服从的行政关系，改变为发包方与承包方的经济关系，从而使得施工企业由政府机构的附属转变为自主经营的经济实体。政府主管部门同施工企业关系的这种转变，本身是政企分开的突破口，客观上促动着政企职能进一步分开。

政府主管部门同施工企业关系的转变，客观上要求政府机构转变职能，变指挥为服务和指导，变以行政手段直接管理为以经济手段间接管理。

总之，招标投标制的实行，不仅本身包含着政企分开，同