

高等教育土建类专业规划教材·应用技术型

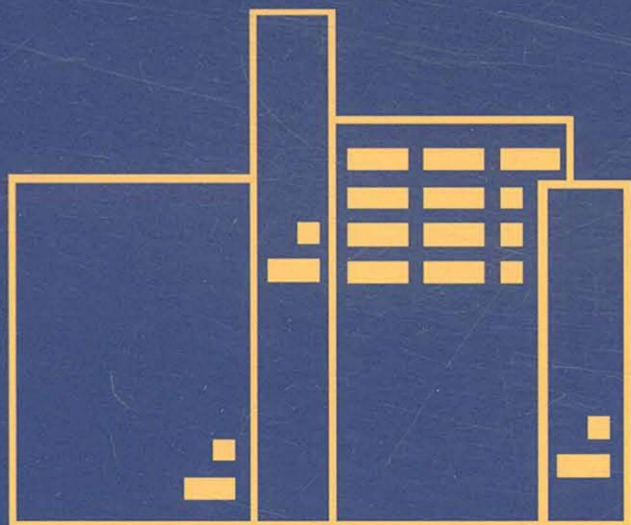
JIANSHE GONGCHENG ZHAOTOU BIAO
YU HETONG GUANLI

建设工程招投标 与合同管理

主 编 赖 笑

副主编 陈 波 郑海珍

主 审 吴学伟



重庆大学出版社

内容提要

本书分为7个项目,主要包括建筑市场,建设法规基础,建设工程招标,建设工程投标,建设工程开标、评标和定标及签订合同,建设工程施工合同管理,建设工程索赔。每个项目有学习目标、能力要求,每个项目完结后设计了相应的实训任务、复习思考题等内容。

本书可作为高等院校工程管理、土木工程及其他相关专业的本科教材,也可供工程建设领域的工程技术人员、工程管理人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

建设工程招投标与合同管理/赖笑主编.--重庆:
重庆大学出版社,2018.2

高等教育土建类专业规划教材·应用技术型

ISBN 978-7-5689-1003-3

I. ①建… II. ①赖… III. ①建筑工程—招标—高等学校—教材②建筑工程—投标—高等学校—教材③建筑工程—经济合同—管理—高等学校—教材 IV. ①TU723

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第025755号

高等教育土建类专业规划教材·应用技术型

建设工程招投标与合同管理

主 编 赖 笑

副主编 陈 波 郑海珍

主 审 吴学伟

策划编辑:林青山 刘颖果

责任编辑:刘颖果 版式设计:刘颖果

责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:9.25 字数:219千

2018年2月第1版 2018年2月第1次印刷

印数:1—3 500

ISBN 978-7-5689-1003-3 定价:25.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

建设工程招标投标与合同管理是土建类专业的一门重要核心课程。随着建筑工程承发包市场越来越规范与成熟,招标投标已经成为建筑市场承揽工程施工任务的主要交易方式,因此,招标投标与合同管理工作已成为各市场主体极为重要的业务工作。特别是对建筑施工企业而言,能否在工程招标投标过程中中标,获得施工任务,并通过完善的合同管理及其他方面的管理而取得良好的经济效益,关系到企业的生存与发展。

本书以项目导向教学法为依托,按照工程建设程序的内在规律来安排内容,模块项目的选取完全基于建设工程管理活动中各岗位的核心职业能力,内容和排序完全遵循招标投标实际工作过程。本书将典型案例分析贯穿于项目教学全过程,并通过模拟实际项目的实训任务进行职业技能训练,加深和巩固所学知识点,同时设计有多种类型复习思考题供读者巩固复习。

本书是按照本课程教学大纲的要求,根据《中华人民共和国建筑法》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国标准施工招标文件》《建设工程施工合同(示范文本)》《建设工程工程量清单计价规范》等,以及编者收集整理的国内招标投标与合同管理的有关参考资料,并结合多年的教学实践编写而成。

本书编写模式新颖,内容丰富,注重理论与实践的结合,适合高等院校土木工程、工程管理、工程造价、工程监理等土建类专业的课程教学,还可作为广大建筑工程管理人员自学的参考用书。

本书由赖笑(成都理工大学工程技术学院)任主编,陈波(成都理工大学工程技术学院)、郑海珍(成都理工大学工程技术学院)任副主编,解立远(成都理工大学工程技术学院)、印新

(成都理工大学工程技术学院)、毛文颜(成都师范学院)参编。具体编写分工如下:赖笑编写项目1和项目3,陈波编写项目2,郑海珍编写项目5,解立远编写项目4,印新编写项目6,毛文颜编写项目7。本书由重庆大学吴学伟副教授担任主审。此外,重庆房地产职业学院的文真和博佳,成都理工大学工程技术学院的王锋、李然、宋帅等老师,也为本书的编写提供了不少中肯意见。在此,对所有为本书出版付出辛勤劳动和提供宝贵意见的专家、老师以及参考文献的各位作者表示衷心感谢!

由于编者水平有限,书中如有疏漏和差错之处,诚望读者提出批评和改进意见。

编 者

2017年12月

目 录

项目 1 建筑市场	1
任务 1.1 建筑市场的概念与分类	1
任务 1.2 建筑市场的构成	4
任务 1.3 建筑市场的资质管理	5
任务 1.4 建设工程交易中心	7
实训任务	9
复习思考题	10
项目 2 建设法规基础	11
任务 2.1 建设法规概述	11
任务 2.2 建设工程市场基本法律	13
实训任务	14
复习思考题	14
项目 3 建设工程招标	17
任务 3.1 建设工程招标的基础知识	17
任务 3.2 编制招标公告和投标邀请书	26
任务 3.3 投标人(潜在投标人)的资格审查	28
任务 3.4 编制招标文件	34
任务 3.5 编制招标控制价	39

实训任务	42
复习思考题	43
项目 4 建设工程投标	46
任务 4.1 建设工程投标的基础知识	46
任务 4.2 建设工程的投标准备	47
任务 4.3 建设工程投标决策	50
任务 4.4 建设工程投标报价的编制	54
任务 4.5 建设工程投标文件	65
任务 4.6 某工程投标文件表式	68
实训任务	81
复习思考题	81
项目 5 建设工程开标、评标和定标及签订合同	86
任务 5.1 建设工程的开标	86
任务 5.2 建设工程的评标	88
任务 5.3 建设工程定标及签订合同	95
实训任务	98
复习思考题	100
项目 6 建设工程施工合同管理	105
任务 6.1 建设工程施工合同的基础知识	105
任务 6.2 施工合同的订立	109
任务 6.3 施工合同价款的支付与结算	112
任务 6.4 施工合同的违约责任和争议解决	119
任务 6.5 拓展:FIDIC 土木工程施工合同条件	122
实训任务	123
复习思考题	124
项目 7 建设工程索赔	126
任务 7.1 建设工程索赔的基础知识	126
任务 7.2 建设工程施工索赔	129
任务 7.3 建设工程施工索赔的计算	131
任务 7.4 工程索赔报告的评审及处理	134
实训任务	136
复习思考题	137
参考文献	139

项目 1

建筑市场

学习目标

- 明确学习本课程的重要性。
- 掌握建筑市场的含义,了解建筑产品及建筑产品市场的特点、建筑市场的分类。
- 了解建筑市场的构成和相关企业的资质管理。
- 掌握建设工程交易中心的基本性质、基本功能和工程交易程序。

能力要求

结合当地实际情况了解建设工程交易中心的基本功能,掌握如何进行项目报建与办理施工许可证等工作。

任务 1.1 建筑市场的概念与分类

市场的最初定义是指买卖双方发生商品交换行为的固定场所,被称为有形的市场,即狭义的市场。但随着商品交换的发展,市场突破了村镇、城市、国家的界限,没有固定交易场所,依靠广告、中间商以及其他形式沟通买卖双方,实现商品交换,被称为无形市场。因而,广义的市场定义为商品交换关系的总和,包括了有形市场和无形市场。

► 1.1.1 建筑市场的概念

建筑市场是指进行建筑商品及相关要素交换的市场,是市场体系中的重要组成部分。它

是以建筑产品的承发包活动为主要内容的市场,是建筑产品和有关服务的交换关系的总和。建筑市场也有广义和狭义之分。

狭义的建筑市场,是指以建筑产品为交换内容的市场。它是建设项目的建设单位和建筑产品的供给者通过一定的方式进行承发包建筑产品的交换关系。建筑产品是指建筑企业向社会提供的具有一定功能、可供人们使用的最终产品,包括各种建筑成品、半成品。一般来说,建筑产品是指在建或完工的单位工程或单项工程。

广义的建筑市场除了建筑产品供需双方进行订货交易的建筑产品市场(即有形的建筑市场)外,还包括与建筑生产密切相关的勘察设计市场、生产资料市场、劳务市场、技术市场、资金市场和咨询服务市场等。建筑产品市场的繁荣与否,直接影响着相关市场的兴衰。构成广义的建筑市场的诸多市场之间是紧密依存、相互制约的。

1) 建筑产品的特点

(1) 建筑产品的固定性和生产过程的流动性

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过程的流动性,即生产机构、劳动者和劳动工具将随建设地点的迁移而迁移。

(2) 建筑产品的个体性和其生产的单件性

建筑产品的功能要求是多种多样的,使得每个建筑物和构筑物都有其独特的形式和独特的结构,因此需要单独设计。这一特征也决定了每一项建设工程都具有其独特的技术特征,生产过程是独一无二的。

(3) 建筑产品投资巨大,生产周期长

由于建筑产品的工程量巨大,需要消耗大量的人力、物力和财力,同时建设工程项目的生产周期长达数月甚至数十年,其间庞大的资金呆滞在生产过程中,只有投入,没有产出。在如此长的时间内,投资可能受到物价变化、国内国际形势等的影响,因而建设项目投资管理非常重要。

2) 建筑产品市场的特点

(1) 建筑产品市场中没有商业中介人

由建筑产品的需求者和供给者直接进行交易活动,先订货,后生产,不需要经过中间环节。

(2) 建筑产品的交换是一个很长的过程

建筑产品的交换开始于产品生产之前,需求者和供给者确定交换关系之时;终结于产品生产过程结束之后,保修期終了。一般多采用分期交货(中间产品或部分产品)、分期付款的方式。具体交货方式按合同规定的方式来确定。

(3) 建筑产品市场上竞争的基本方式是招标投标

需求者通过招标的方式提出具体的购买要求,供给者以投标方式对需求者的购买要求作出响应。需求者可以从众多的竞争者中选择满意的供给者,双方达成订货交易,供给者才开始组织生产。采用招标投标方式,可以为供求双方在较大范围内进行相互选择创造条件,为特定建筑产品的需求者和供给者在最佳点上结合并确立交换关系提供可能性。

不过,招标投标并不是建筑市场上唯一的竞争方式。在某些特殊情况下,有些工程项目也可以采用竞争性谈判、询价等方式。

(4) 建筑产品市场有独特的定价方式

建筑产品的定价是根据需求者对特定产品的具体要求和具体生产条件,供给者在规定时间内以书面投标形式投标报价,需求者在约定的时间和地点同时公布这些投标报价(即开标),经过评比,需求者从中选择满意的(不一定是报价最低的)生产者,和他达成订货交易,即定标。供求双方达成的合同价格即为建筑产品的成交价格。成交价格一般并不是固定不变的,按照事先约定的条件,允许价格作相应的调整。因此,只有待工程竣工才能最终确定价格。但在竞争中起决定作用的还是投标报价。

(5) 建筑产品市场具有显著的区域性

这一特点是由建筑产品的固定性所决定的。建筑市场的区域性并不是截然分割的,它随着建筑市场中供求关系的变化而变化。建筑市场的区域性特点要求建筑生产者在选择自己的生产经营范围时,必须掌握工程建造地点的市场环境,包括自然的、经济的、法律的环境。建筑产品的类型、规模对建筑市场的区域性有一定影响。一般来说,建筑产品的规模越小,技术越简单,建筑市场的区域性就越强,或者说区域范围越小;反之,建筑产品的规模越大,技术越复杂,建筑市场的区域性越弱,即区域范围越大。

(6) 建筑产品市场竞争激烈且风险较大

建筑产品的特点,决定了建筑产品市场不仅对生产者有风险,而且对需求者也有风险。建筑生产的集中化程度较低,建筑生产者的数量众多,常常出现一个需求者面对几个、十几个甚至几十个生产者的竞争局面。另外,建筑产品的不可替代性,使建筑产品生产者无法自主地制订类似合同产品计划和相应的生产计划,基本上处于被动地适应需求者的地位。相对来说,需求者则处于主动地位。这也加剧了建筑产品市场的竞争激烈程度和风险程度。

(7) 建筑产品市场对参与者各方有严格的行为规范

建筑产品市场对参与者各方有严格的行为规范。例如,需求者和生产者进入市场的条件、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,都需作出具体的明文规定。这些行为规范对市场的每一个参加者都具有法律的或道义的约束力,从而保证市场能够有条不紊地运转。

► 1.1.2 建筑市场的分类

建筑市场有以下分类:

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,分为有形市场和无形市场。

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。

任务 1.2 建筑市场的构成

建筑市场是由许多基本要素组成的有机整体,包括由发包人、承包人和为工程建设服务的中介机构组成的市场主体,不同形式的建筑产品组成的市场客体,以及保证市场秩序、保护主体合法权益的市场机制和市场交易规则。这些要素之间相互联系、相互作用,共同推动建筑市场的有效运转。

► 1.2.1 建筑市场的主体

建筑市场的主体是指参与建筑生产交易的各方,即发包人、承包商、中介机构。

1) 发包人

发包人是指具有工程发包主体资格和支付工程价款能力的当事人以及取得该当事人资格的合法继承人。发包人又被称为业主、建设单位、项目法人或发包单位。它是指既有进行某项工程建设的需求,又具有该项工程建设相应的建设资金和各种准建手续,在建筑市场中发包工程的咨询、设计、施工、监理等建设任务,并最终得到建筑产品,达到其投资目的的法人、其他组织和自然人。发包人可以是各级政府、政府委托的资产管理部门,也可以是学校、医院、工厂、房地产开发公司等各企事业单位,还可以是个人和个人合伙。我国推行的项目法人责任制,就是由发包人对其项目建设的全过程负责。

2) 承包人

承包人是指具有一定生产能力、技术装备、流动资金,具有承包工程建设任务的资格,在建筑市场中能够按照业主要求,提供不同形态的建筑产品,并获得工程价款的建筑业企业。按其生产的主要形式的不同,分为勘察、设计单位,建筑安装企业,混凝土预制构件、非标准件制作等生产厂家,商品混凝土供应站,建筑机械租赁单位,以及专门提供劳务的企业等;按其承包方式不同,分为施工总承包企业、专业承包企业、劳务分包企业;按其从事的专业不同,可分为土建、水电、道路、港湾、市政工程等专业公司。

3) 中介机构

中介机构是指具有一定注册资金和相应的专业服务能力,在建筑市场中受发包人或承包人的委托,对工程建设进行勘察设计、造价或管理咨询、建设监理及招标代理等高智能服务,并取得服务费用的咨询服务机构和其他建设专业的中介服务组织。国际上,工程中介机构一般称为咨询公司,在我国包括勘察公司、设计院、工程监理公司、工程造价公司、招标代理机构和工程管理公司等。它们主要向建设项目的发包人提供工程咨询和管理等智力型服务,以弥补发包人对工程建设业务不了解或不熟悉的不足。中介机构并不是工程承包的当事人,但受发包人聘用,与发包人订有协议或合同,从事工程咨询或监理等工作,因而在项目实施中承担重要的责任。咨询任务可以贯穿于从项目立项到竣工验收乃至使用阶段的整个项目建设过程,也可只限于其中某个阶段,如可行性研究咨询、施工图设计和施工监理等。

► 1.2.2 建筑市场的客体

建筑市场的客体是市场的交易对象,即各种建筑产品,包括有形的建筑产品(如建筑物、构筑物)和无形的建筑产品(如咨询、监理等智力型服务)。在不同的生产交易阶段,建筑产品可以表现为以下不同形态:

- ①规划、设计阶段:建筑产品可以是勘察报告、可行性研究报告、施工图设计文件等形式。
- ②招标、投标阶段:建筑产品可以是资格预审报告、招标书、投标书以及合同文件等形式。
- ③施工阶段:建筑产品可以是各类建筑物、构筑物以及劳动力、建材、机械设备、预制构件、技术、资金、信息等。

任务 1.3 建筑市场的资质管理

建筑活动的专业性及技术性都很强,建设工程具有投资大、周期长等特点,一旦发生问题,会给社会和人民的生命、财产安全造成极大损失。因此,为保证建设工程的质量和安全,对从事建筑活动的单位和个人都必须进行严格管理。建筑市场的资质管理包括两个方面,即对从业企业的资质管理和对专业从业人员的资格管理。

► 1.3.1 从业企业资质管理

我国《建筑法》规定,对从事建筑活动的施工企业、勘察设计单位、工程咨询机构(含监理单位)实行资质管理。

1) 工程勘察设计企业资质管理

根据《建设工程勘察设计资质管理规定》(2007年6月26日建设部令第160号发布,2015年5月4日住房和城乡建设部令第24号修正),我国建设工程勘察设计资质分为工程勘察资质、工程设计资质。工程勘察资质分为工程勘察综合资质(只设甲级)、工程勘察专业资质(甲、乙级,根据工程性质和技术特点,部分专业可以设丙级)和工程勘察劳务资质(不分等级);工程设计资质分为工程设计综合资质(只设甲级)、工程设计行业资质(甲、乙级)、工程设计专业资质(甲、乙级)、工程设计专项资质(甲、乙级),根据工程性质和技术特点,个别行业、专业、专项资质可以设丙级,建筑工程专业资质可以设丁级。

从事建设工程勘察、工程设计活动的企业,应当按照其拥有的资产、专业技术人员、技术装备和勘察设计业绩等条件申请资质,经审查合格,取得建设工程勘察、工程设计资质证书后,方可在资质许可的范围内从事建设工程勘察、工程设计活动。省、自治区、直辖市人民政府建设主管部门负责本行政区域内建设工程勘察、工程设计资质的统一监督管理。省、自治区、直辖市人民政府交通、水利、信息产业等有关部门配合同级建设主管部门实施本行政区域内相应行业的建设工程勘察、工程设计资质管理工作。

2) 建筑业企业资质管理

根据《建筑业企业资质管理规定》(2015年1月22日住房和城乡建设部令第22号),建

筑业企业是指从事土木工程、建筑工程、线路管道设备安装工程的新建、扩建、改建等施工活动的企业。我国建筑业企业资质分为施工总承包资质、专业承包资质、施工劳务资质三个序列。其中,施工总承包企业按工程性质和技术特点,分为房屋、公路、铁路、港口、水利电力、矿山、冶金、化工石油、市政公用、通讯、机电 12 个类别;专业承包企业根据工程性质和技术特点分为 36 个类别。施工总承包资质分为四个等级:特级、一级、二级、三级;专业承包资质分为三个等级:一级、二级、三级;施工劳务资质不分类别与等级。

3) 工程咨询单位资质管理

(1) 工程监理企业

根据《工程监理企业资质管理规定》(2007 年 6 月 28 日建设部令第 158 号发布,2015 年 5 月 4 日住房和城乡建设部令第 24 号修正),工程监理企业资质分为综合资质、专业资质和事务所资质三个序列。其中,专业资质按照工程性质和技术特点划分为若干工程类别;综合资质、事务所资质不分级别。专业资质分为甲级、乙级,其中房屋建筑、水利水电、公路和市政公用专业资质可设立丙级。

(2) 工程造价咨询企业

根据《工程造价咨询企业管理办法》(2006 年 3 月 22 日建设部令第 149 号发布,2015 年 5 月 4 日住房和城乡建设部令第 24 号修正),工程造价咨询企业是指接受委托,对建设项目投资、工程造价的确定与控制提供专业咨询服务的企业。工程造价咨询企业资质等级分为甲级、乙级。工程造价咨询企业依法从事工程造价咨询活动,不受行政区域限制。甲级工程造价咨询企业可以从事各类建设项目的工程造价咨询业务;乙级工程造价咨询企业可以从事工程造价 5 000 万元人民币以下的各类建设项目的工程造价咨询业务。

(3) 工程建设项目招标代理机构

根据《工程建设项目招标代理机构资格认定办法》(2007 年 1 月 11 日建设部令第 154 号发布,2015 年 5 月 4 日住房和城乡建设部令第 24 号修正),工程建设项目招标代理是指工程招标代理机构接受招标人的委托,从事工程的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备(进口机电设备除外)、材料采购招标的代理业务。工程招标代理机构资格分为甲级、乙级和暂定级。甲级工程招标代理机构可以承担各类工程的招标代理业务;乙级工程招标代理机构只能承担工程总投资 1 亿元人民币以下的工程招标代理业务;暂定级工程招标代理机构只能承担工程总投资 6 000 万元人民币以下的工程招标代理业务。

2017 年 12 月 28 日住房城乡建设部办公厅发布《住房城乡建设部办公厅关于取消工程建设项目招标代理机构资格认定加强事中事后监管的通知》(建办市[2017]77 号),明确自 2017 年 12 月 28 日起各级住房城乡建设部不再受理招标代理机构资格认定申请,停止招标代理机构资格审批。

► 1.3.2 专业从业人员资格管理

《中华人民共和国建筑法》规定,从事建筑活动的专业技术人员,应当依法取得相应的执业资格证书,并在执业资格证书许可的范围内从事建筑活动。根据《人力资源社会保障部关于公布国家职业资格目录的通知》(人社部发[2017]68 号),目前我国建筑领域的专业技术人员职业资格有注册建筑师(准入类)、监理工程师(准入类)、注册城乡规划师(准入类)、造价

工程师(准入类)、建造师[注册结构工程师(准入类)和注册土木工程师(准入类)]和房地产估价师(准入类)等。对专业从业人员的资格管理主要是通过考试、注册、变更等级和按期年检来实现的。

任务 1.4 建设工程交易中心

建设工程交易中心也称为有形建筑市场,是我国特有的一种管理形式,也是与我国的国情相适应的。由于我国市场经济总体尚不够发达和健全,建筑市场中多方参与,大、中、小企业并存,且存在市场透明度不高、信息交流不畅等现象。除了个别实力较强的企业有可能建立自己稳定的市场网络外,大部分中小企业迫切需要寻找一种有效的载体作为其进行市场交易、获取信息的渠道和平台,迫切需要依靠一个合适的市场来寻找合作伙伴进行交易。与目前我国经济发展水平、经济结构特点以及人们的交易习惯相适应的市场形式的最佳体现就是有形建筑市场。[注:根据《国务院办公厅关于印发整合建立统一的公共资源交易平台工作方案的通知》(国办发[2015]63号),建设工程交易中心正逐步整合纳入公共资源交易中心。]

► 1.4.1 建设工程交易中心的性质和职能

建设工程交易中心是具有法人资格的服务性机构,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。但其又不是一般意义上的服务机构,其设立需要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以随意设立。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。

建设工程交易中心的基本职能是:工程建设信息的收集与发布,办理工程报建、承包、工程合同及委托质量安全监督和建设监理等有关手续,提供政策法规及技术经济等咨询服务。

► 1.4.2 建设工程交易中心的基本功能

根据《关于印发〈建立建设工程交易中心的指导意见〉的通知》(建监[1997]24号),建设工程交易中心具有以下三个基本功能:

1) 信息服务功能

统一发布工程建设信息。工程发包信息要翔实、准确地反映项目的投资规模、结构特征、工艺技术,以及对质量、工期、承包商的基本要求,并在工程招标发包前提供给有资格的承包单位。中心还应能提供建筑企业和监理、咨询等中介服务单位的资质、业绩和在施工程等资料信息。要逐步建立项目经理、评标专家和其他技术、经济、管理人才以及建筑产品价格、建筑材料、机械设备、新技术、新工艺、新材料和新设备等信息库。要根据实际需要和条件,不断拓展新的信息内容和发布渠道,为市场主体提供全面的信息服

2) 场所服务功能

为承发包交易活动提供服务。中心应为承发包双方提供组织招标、投标、开标、评标、定

标和工程承包合同签署等承发包交易活动的场所和其他相关服务,把管理和服务结合起来。

3) 集中办公功能

集中办理工程建设的有关手续。逐步做到将建设行政主管部门在工程实施阶段的管理工作全部进入中心集中办理,做到工程报建、招标投标、合同造价、质量监督、监理委托、施工许可等有关手续集中统一办理,使工程建设管理做到程序化和规范化。

► 1.4.3 建设工程交易中心的工作原则

1) 信息公开原则

建设工程交易中心必须掌握工程发包、政策法规、招标投标单位资质、造价指数、招标规则、评标标准等各项信息,并保证市场各方主体均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建立和完善建设单位投资风险责任和约束机制,尊重建设单位按经批准并事先宣布的标准、原则和方法选择投标单位并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,尊重招标范围之外的工程业主按规定选择承包单位的权利,严格按照法规和政策规定进行管理和监督。

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。中心应严格监督招标投标单位的 market 行为,反对垄断,反对不正当竞争,严格审查标底,监控评标和定标过程,防止不合理的压价和垫资承包工程,充分利用竞争机制和价格机制保证竞争的公平、有序,保证经营业绩良好的承包商具有相对的竞争优势。

4) 闭合管理原则

建设单位在工程立项后,应按规定在建设工程交易中心办理报建和各项登记、审批手续,接受建设工程交易中心对其工程项目管理资格的审查,招标发包的工程应在建设工程交易中心发布工程信息;工程承包单位和监理、咨询等中介服务单位,均应按照建设工程交易中心的规定承接施工和监理、咨询业务。未按规定办理前一道审批、登记手续的,任何后续管理部门不得给予办理手续,以保证管理的程序化和制度化。

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,需配合进驻的各行政管理部 门做好相应的工程交易活动的管理和服务工作。要转变职能和工作作风,建立约束和监督机制,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,提高工作质量和效率,努力为交易双方提供方便。

► 1.4.4 建设工程交易中心运作的基本程序

按照有关规定,建设项目进入有形建筑市场后,其一般运行程序如图 1.1 所示。

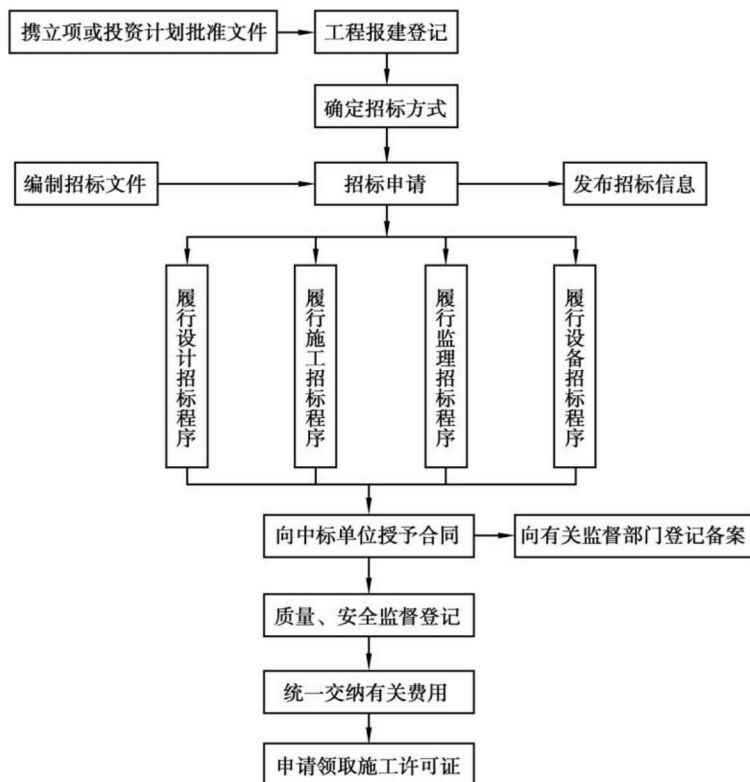


图 1.1 建设工程交易中心运行程序图

实训任务

【实训】 参观当地的建设工程交易中心,参与某工程的施工报建过程,以及施工许可证的审批与发放过程。

1. 目的

- (1) 了解当地有形建筑市场的筹建情况、基本职能及办公分区。
- (2) 熟悉工程施工项目报建程序及当地施工许可证审批与发放应具备的基本条件。

2. 具体任务

(1) 进入当地建设工程交易中心网站,学会查阅各种工程信息,如工程材料价格、建设法规、施工企业资质、从业人员资格、招标公告、中标公示等。

(2) 了解某个实际工程报建所需的条件,如建设项目立项的批复、建设资金证明、土地使用权证与建设工程规划许可证等,填写工程报建登记表。

(3) 了解项目进入招标阶段,招标管理机构的监督职能。

(4) 了解该工程办理施工许可证所需提交的各种文件与应交纳的各种费用。

3. 注意事项

(1) 应培养学生自己动手查阅各类工程信息资料的能力。

(2) 选取的建设项目应是一个真实的公开招标的项目。

项目 2

建设法规基础

学习目标

- 掌握建设法规的基本概念。
- 了解建设法规体系的组成。
- 熟悉建筑法、招标投标法、合同法的基本内容。

能力要求

能够识读建设工程市场的相关法律法规,理解基本概念,能够查找相关法律法规并具有一定的运用能力。

任务 2.1 建设法规概述

► 2.1.1 建设法规的概念

建设法规是指国家权力机关或其授权的行政机关制定的调整国家及其有关机构、企事业单位、社会团体、公民之间在建设活动中发生的各种社会关系的法律规范的统称。建设法规主要调整建设活动中的行政管理关系、经济关系和民事关系。其立法的意义在于,规范指导建设行为,保护合法建设行为,处罚违法建设行为。