

土建学科高等职业教育专业委员会规划推荐教材

Gongcheng
Xiangmu
Zhaotoubiaoyu
Hetongguanli

工程项目招投标与合同管理

(建筑工程类专业适用)

本教材编审委员会组织编写



中国建筑工业出版社
China Architecture & Building Press

723
13:1



土建学科高等职业教育专业委员会规划推荐教材

工程项目招投标与合同管理

(建筑工程类专业适用)

本教材编审委员会组织编写

林 密 主编

张定文 主审

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

工程项目招投标与合同管理/本教材编审委员会组织编写. —北京:中国建筑工程出版社, 2004

土建学科高等职业教育专业委员会规划推荐教材.

ISBN 7-112-06138-5

I.工… II.本… 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 ②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 (2003) 第 124675 号

土建学科高等职业教育专业委员会规划推荐教材

工程项目招投标与合同管理

(建筑工程类专业适用)

本教材编审委员会组织编写

林 密 主编

张定文 主审

中国建筑工程出版社出版 (北京西郊百万庄)

新华书店总店科技发行所发行

世界知识印刷厂印刷

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 14½ 字数: 350 千字

2004 年 1 月第一版 2004 年 1 月第一次印刷

印数: 1—8000 册 定价: 20.00 元

ISBN 7-112-06138-5

TU·5405 (12151)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

本教材为分八章。第一章通过对建筑市场和项目经营管理的介绍，点明了本课程学习的重要性；第二、第三章详细地介绍了施工项目招标投标的程序、操作实务和策略技巧；第四章介绍了经济法的基本概念和合同法的基本原理；第五、第六章介绍了建设工程施工合同（示范文本）和FIDIC合同条件的基本内容；第七章阐述了施工合同签订和管理的实务工作；第八章介绍了施工索赔的程序和技巧。

本教材提供较多的招标投标和合同管理的实用表式及案例，有助于增强学生对项目经营工作的感性认识。还附有一个招标投标的课程设计指导书，以期通过课程设计，使读者扎实地掌握招标投标的操作实务。

本教材为土建学科高等职业教育教材，亦可供土建及管理人员学习参考。

* * *

责任编辑：朱首明

责任设计：彭路路

责任校对：刘玉英

本教材编审委员会名单

主任委员：杜国城

副主任：杨力彬 张学宏

委员（按姓氏笔画为序）：

丁天庭 王武齐 危道军 朱勇年 朱首明

杨太生 林 密 周建郑 季 翔 胡兴福

赵 研 姚谨英 葛若东 潘立本 魏鸿汉

序 言

高等学校土建学科教学指导委员会高等职业教育专业委员会（以下简称土建学科高等职业教育专业委员会）是受教育部委托并接受其指导，由建设部聘任和管理的专家机构。其主要工作任务是，研究如何适应建设事业发展的需要设置高等职业教育专业，明确建设类高等职业教育人才的培养标准和规格，构建理论与实践紧密结合的教学内容体系，构筑“校企合作、产学结合”的人才培养模式，为我国建设事业的健康发展提供智力支持。在建设部人事教育司的领导下，2002年，土建学科高等职业教育专业委员会的工作取得了多项成果，编制了土建学科高等职业教育指导性专业目录；在“建筑工程技术”、“工程造价”、“建筑装饰技术”、“建筑电气技术”等重点专业的专业定位、人才培养方案、教学内容体系、主干课程内容等方面取得了共识；制定了建设类高等职业教育专业教材编审原则；启动了建设类高等职业教育人才培养模式的研究工作。

近年来，在我国建设类高等职业教育事业迅猛发展的同时，土建学科高等职业教育的教学改革工作亦在不断深化之中，对教育定位、教育规格的认识逐步提高；对高等职业教育与普通本科教育、传统专科教育和中等专业教育在类型、层次上的区别逐步明晰；对必须背靠行业、背靠企业，走校企合作之路，逐步加深了认识。但由于各地区的发展不尽平衡，既有理论又能实践的“双师型”教师队伍尚在建设之中等原因，高等职业教育的教材建设对于保证教育标准与规格，规范教育行为与过程，突出高等职业教育特色等都还有着非常重要的现实意义。

“建筑工程技术”专业（原“工业与民用建筑”专业）是建设行业对高等职业教育人才需求量最大的专业，也是目前建设类高职院校中在校生人数最多的专业。改革开放以来，面对建筑市场的逐步建立和规范，面对建筑产品生产过程科技含量的迅速提高，在建设部人事教育司和中国建设教育协会的领导下，对该专业进行了持续多年的改革。改革的重点集中在实现三个转变，变“工程设计型”为“工程施工型”，变“粗坯型”为“成品型”，变“知识型”为“岗位职业能力型”。在反复论证人才培养方案的基础上，中国建设教育协会组织全国各有关院校编写了高等职业教育“建筑施工”专业系列教材，于2000年12月由中国建筑工业出版社出版发行，受到全国同行的普遍好评，其中《建筑构造》、《建筑结构》和《建筑施工技术》被教育部评为普通高等教育“十五”国家级规划教材。土建学科高等职业教育专业委员会成立之后，根据当前建设类高职院校对“建筑工程技术”专业教材的迫切需要；根据新材料、新技术、新规范急需进入教学内容的现实需求，积极组织全国建设类高职院校和建筑施工企业的专家，在对该专业课程内容体系充分研讨论证之后，在原高等职业教育“建筑施工”专业系列教材的基础上，组织编写了《建筑识图与构造》、《建筑力学》、《建筑结构》（第二版）、《地基与基础》、《建筑材料》、《建筑施工技术》（第二版）、《建筑施工组织》、《建筑工程计量与计价》、《建筑工程测量》、《高层

建筑施工》、《工程项目招投标与合同管理》等 11 门主干课程教材。

教学改革是一个不断深化的过程，教材建设是一个不断推陈出新的过程，希望这套教材能对进一步开展建设类高等职业教育的教学改革发挥积极的推进作用。

土建学科高等职业教育专业委员会

2003 年 7 月

前 言

随着建设市场的发育日益成熟和建设法规的日臻完善，作为当代的建设行业的技术管理人员没有招标投标和合同管理方面的知识和技能，就无法面对高风险的建设市场。因此，高职高专院校建筑工程类专业应该开设本课程，并将其作为必修课程。

本课程试图通过课堂讲授和课程设计，使学生了解建设市场、FIDIC 合同条件；熟悉项目经营管理、建设法规、合同原理、建设工程施工合同；掌握招标投标操作实务、施工合同的签订和管理、施工索赔等方面的知识。

本教材的课堂讲授时间约为 60 学时，课程设计一至二周。教材在课程内容和课程设计的安排上，都留有一定的余地，使用时可根据各校的实际情况进行取舍。

本教材根据高等学校土建学科指导委员会高等职业教育专业委员会制定的建筑工程技术专业的教育标准、培养方案和本课程教学基本要求组织编写。宁波高等专科学校林密任主编并编写第二、第三章和课程设计指导书，湖南城建职业技术学院唐健人任副主编并编写第七、第八章，四川建筑职业技术学院李涛编写第一、第四章，黄河水利职业技术学院张振安编写第五、第六章。武汉职业技术学院张定文任主审。

本书在编写过程中，参考了大量文献资料，在此谨向它们的作者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，本教材难免存在不足之处，敬请老师和同学们指正。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 建设市场与建设法律制度	1
第二节 项目管理概述	12
复习思考题	25
第二章 建设项目招标	27
第一节 建设项目招标概述	27
第二节 招标方式	32
第三节 施工招标程序	34
第四节 招标实务	37
第五节 施工招标文件	53
复习思考题	69
第三章 施工项目投标	70
第一节 施工项目投标概述	70
第二节 投标文件编制	71
第三节 投标报价	87
第四节 投标决策	95
复习思考题	100
第四章 合同法原理	101
第一节 合同的法律基础	101
第二节 合同法概述	110
第三节 合同的订立和效力	114
第四节 合同的履行和担保	119
第五节 合同的变更、转让和终止	124
第六节 违约责任承担方式	126
第七节 合同争议处理方式	128
复习思考题	132
第五章 建设工程施工合同示范文本	133
第一节 合同文本的结构	133
第二节 合同双方的一般权利和义务	136
第三节 质量控制条款	141
第四节 进度控制条款	145
第五节 造价控制条款	147

第六节 管理性条款	150
复习思考题	155
第六章 FIDIC 土木工程施工合同条件	156
第一节 FIDIC 合同条件简介	156
第二节 一般权利和义务条款	159
第三节 质量、进度和费用控制条款	166
第四节 管理性条款	173
复习思考题	176
第七章 施工合同的签订与管理	177
第一节 合同的签订	177
第二节 合同风险防范	186
第三节 合同的管理	194
复习思考题	197
第八章 施工索赔	199
第一节 索赔概述	199
第二节 索赔的程序	205
第三节 索赔报告	207
第四节 索赔的计算	208
第五节 索赔的技巧	211
第六节 反索赔	214
第七节 索赔案例	217
复习思考题	219
附录 课程设计指导书	220
主要参考书目	222

第一章 绪 论

第一节 建设市场与建设法律制度

一、市场概述

(一) 市场的概念

市场是随着商品交换的产生而出现的,并随着商品交换的发展而发展。在原始社会,因为生产力水平十分低下,人们共同劳动的产品十分有限,维持生活尚且困难,不可能有剩余产品来交换,因而不存在形成市场的物质基础。在这种情况下,是不可能出现市场的。随着生产力的发展,劳动产品有了剩余,开始出现商品交换,市场也随之形成。集市便是在出现商人后形成的最早的市场形态。随着生产分工的进一步扩大,直接以交换为目的的商品生产出现了,人们对市场的依赖程度日益增加,市场便逐渐繁荣起来。当今社会,市场已经与人们的生活息息相关,成为人类经济活动的枢纽环节,连接着从生产到消费的全部过程。

随着市场的出现和发展,市场的内涵也在不断丰富和完善。市场的含义有狭义和广义之分。狭义的市场主要指有形市场,即商品交换的具体场所。在有形市场,买卖双方在固定的场所进行交易。商店、建材市场等都属于此类市场。广义的市场则是指在一定区域内所有商品交换关系的总和,包括有形市场和无形市场。所谓无形市场,是指没有固定的交易场所,依靠广告、中间商或者其他交易形式寻找货源或买主,沟通买卖双方,实现商品交换的市场。招投标代理、技术服务市场等都是无形市场。

市场的概念是发展变化的。随着社会生产力的发展,市场范围和规模的扩大,市场竞争关系的变化,市场概念的内涵也随着变化。

在商品经济出现初期,人们把市场仅仅看成一个空间、地域概念。随着社会分工的发展,特别是出现货币以后,商品生产和商品交换范围不断扩大,形成了商品的流通过程,市场突破了“时间”和“空间”的限制,包括了商品交换和流通的领域。随着商品经济的高度发展,出现了国家干预下的垄断与竞争相结合的市场经济,市场的地位和作用日益显著。从经济学的角度,市场的概念不仅是指商品交易的场所和商品交换与流通的领域,而且包括了商品供给和需求关系的总和。

企业是自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产和经营单位。任何企业都是为卖而买,使自己的产出大于投入的,企业生产经营的产品是否实现交换至关重要。在现代市场经济条件下,市场主体多元化,商品规模空前扩大,国内市场国际化,世界市场一体化,市场客体——消费者的需求出现多元化、个性化趋势,市场总体出现了总供给大于有效需求的买方市场,市场竞争在企业经营者之间为争夺消费者而展开,商品交换和市场实现依赖于消费者的态度变化。因而,从企业的角度看市场就是指某种商品是否有需要并具购买

力的顾客。准确、全面认识市场，是企业市场经营成败的前提和基础。

（二）市场的构成

市场的有效运行依赖于构成市场的各个要素的有机联系和相互作用。市场的构成要素一般包括以下五个部分：

1. 市场主体

市场主体是指在市场从事商品交易的组织和个人。按照市场主体参与商品交易的目的不同，市场主体又可分为商品生产者、商品消费者和中介机构。

商品生产者的活动往往处于市场活动的起点，属于商品供给方，是商品的销售者。商品生产者的基本作用，是为市场活动提供物质基础。从商品生产与商品流通的关系来看，生产决定流通，没有商品生产，就没有商品的流通，也就没有可以消费的物资。商品生产者参加市场活动的共同要求是希望能够按照自己的意图把商品卖出去，一方面取得补偿价值，另一方面获得利润。

商品消费者处于市场活动的终点，属于商品需求方，是商品的购买者。商品消费者的类型十分复杂，既有生活资料的消费者，又有生产资料的消费者；既有企事业单位等集体消费者，也有个人消费者。虽然不同的商品消费者购买商品的目的和动机各不相同，但参加市场活动的共同要求是希望能够按照自己的意愿买到所需要的商品。市场如果没有消费者，或者市场的商品不符合消费者的需要，或者消费者不具有购买能力，市场活动就不能完成，生产也就不能继续进行。所以，消费者是决定市场活动能否完成的关键。生产资料消费者往往又是商品生产者，他们向市场购买生产设备和原材料，是为了生产能向市场提供的商品；而生活资料的消费者是最终消费者。

中介机构在市场处于商品生产者和消费者的中介地位，起着商品交换的媒介作用。从业务经营的性质来看，中介机构有居间商业、代理商业、批发商业和零售商业等；从所有制性质来看，有不同所有制性质的商业。中介机构在市场具有双重身份，即他们既不是商品生产者，也不是商品消费者；但是，他们既是商品生产者出售商品的购买者，又是商品消费者购买商品的商品出售者。中介机构活动的特点是转手买卖。中介机构的存在，对于加速商品流通，及时反馈商品消费信息，从而使商品生产更适合消费者的需要，以及促进消费、引导消费等都具有积极作用。

2. 市场客体

市场客体是市场主体在市场活动中的交易对象，如生活资料、机械、技术等。它们是各种经济利益关系的物质承担者。市场客体的短缺程度制约着市场主体，当市场客体消除后，自然也就不存在围绕该市场客体进行交易活动的市场主体。市场客体既可以是有形的物体，也可以是无形的，如咨询服务等。

3. 市场规则

市场规则是有关机构（政府、立法机构、行业协会等）按照市场运行的客观要求制定的或在市场交易中沿袭下来的并由法律、法规、制度所规定的行为准则。市场规则大致包括以下内容：

（1）市场进入规则。市场主体进入市场必须遵循一定法规和具备相应条件。例如，企业的资本金要求、技术等级和规模标准的要求、控制污染标准和卫生标准的要求等。

（2）市场竞争规则。这是保证各市场主体能够在平等的基础上充分竞争的行为准则。

为了实现平等竞争，政府就必须制定和实施一系列有关市场竞争的规则，用于防止垄断和不正当竞争，排除行政权力的不当干涉，消除对市场的分割和封锁以及对部分市场主体的歧视。

(3) 市场交易规则。这是关于市场交易行为的规则和准则。市场主体在交易活动中必须本着公平、平等、等价有偿的原则进行，从而使自身的行为在市场规则的约束下健康地发展。

4. 市场价格

市场价格是商品价值的货币表现，而商品价值则是生产商品所花费的社会必要劳动。在市场运行的过程中，价格具有多种功能，主要有：

(1) 传导信息的功能。价格一方面取决于商品本身的价值，另一方面也受商品供需情况的影响。因此，人们就可以从价格的变化看出商品的相对稀缺程度，从而引导有关市场主体做出正确的决策。

(2) 配置资源的功能。价格的变化可以引起供给和需求、生产和消费的变动，进而引起资源流向的变化。市场经济正是通过价格这一主要经济杠杆，调节资源在行业间的配置和社会总供给与总需求的平衡，从而提高资源的利用效率。

(3) 促进技术进步，降低社会平均必要劳动量的功能。价格的涨落，调节着人们的利益，指挥着生产者的行为，牵动着消费者的神经。价格竞争是市场竞争的重要组成部分。只有减少商品生产成本，才能降低商品的价格，从而吸引更多的消费者，创造出更加广阔的市场。

5. 市场机制

市场机制是指在一定的市场形态下，价格、利率、工资、供求、竞争等因素相互制约、互为因果所形成的自动连接系统和调节方式。它是市场经济的基本机制，是价值规律作用的基本实现形式。正是通过市场机制的作用，使得市场具有自我调节、自我发展的功能，从而确保市场的健康发展。

二、建筑市场

(一) 建筑市场的概念

建筑市场是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，是建筑产品各种交换关系的总和。

同一般的市场概念一样，建筑市场同样可以从狭义和广义两方面来理解。狭义的建筑市场是指以建筑产品为交换内容的市场，主要表现为建设项目建设单位与建筑产品供给者通过招标投标方式形成承发包的商品交换关系。广义的建筑市场，除了以建筑产品为交换内容的建筑产品市场外，还包括与建筑产品的生产和交换紧密联系的勘察设计市场、建筑劳动力市场、建筑生产资料市场、建筑资金市场和建筑技术市场，由此形成的建筑市场体系。广义的建筑市场概念中，包括相应的基本内容：由建设项目建设单位、建筑产品生产者、建设中中介机构组成的建筑市场主体；由不同形态的建筑产品组成的建筑市场客体；在价值规律的作用下，以招标投标为主要竞争形式来调节市场供求的建筑市场机制；与建筑产品生产和交换相关的、保证建筑市场正常运行的生产要素市场体系、中介服务体系；保证市场秩序，保护市场主体合法权益的法律法规和监督管理体系等等。可见，建筑市场是

由建筑产品的生产和交换所形成的各种交易关系的总和，是整个大市场的有机组成部分。它既是生产要素市场中的一部分，也是消费品市场中的一部分。

（二）建筑市场的特点

1. 建筑市场的范围广，变化大

凡是有生产或有人生活的地方，都需要建筑产品。建筑产品遍及国民经济各个部门和社会生活的各个领域，为建筑企业提供了广阔的市场。而建筑产品的需求既取决于国民经济的发展状况，又取决于消费者的消费倾向，因此，建筑市场的需求状况也是在不断变化的。

2. 建筑市场的交换关系复杂

建筑产品的形成涉及到用户、勘察、设计、施工和中介机构等多家的经济利益关系。这些关系不仅依靠用户和各个环节的生产单位，还必须按照基本建设程序和国家的有关法律法规、政策，围绕建筑产品的形成来确保他们的实现。

3. 建筑产品订货交易的直接性

在一般商品市场中，用于交易的商品具有同质性和可替代性，即同种产品的不同生产者向市场提供的商品对消费者来说，基本上是相同的。而建筑产品则表现出多样性的特点。市场上的建筑产品不是由生产者决定的，而是由消费者特定的需要决定的。这就决定了建筑产品的单件性，决定了建筑产品只能由生产者直接与需求者就建筑产品的质量标准、功能、规模、价格、交工时间、付款方式和时间等内容商定交易条件，按照需求者的具体要求，在指定的地点为需求者建造建筑产品。

4. 建筑产品交易的长期性和阶段性

建筑产品的生产一般需要较长的时间，这就决定了建筑产品的价值只能分批分期实现。建筑产品交易关系的完全实现存在于建筑产品的形成过程中，需要经历较长的时间。而在建筑产品生产周期内，各阶段交易的内容、交易的时间不完全相同，建筑产品的交易必须按照工程合同，结合各阶段的特点，办理各阶段的交易活动，最终达到整个交易关系的实现。

5. 建筑市场定价方式的独特性

市场竞争在商品的功能、质量相同的前提下，主要表现在价格的竞争。建筑市场的竞争也不例外。但是建筑市场定价程序不同于其他的商品，它是由建筑产品需求者与建筑产品生产者以招标投标的方式达成预期价格。而这种预期价格也并不是一成不变的，往往按照双方事先议定的条件，根据建筑产品生产过程中发生的某些变化对预期价格作相应的调整。因此，只有在建筑产品竣工验收后，才能最终确定建筑产品价格。

6. 建筑市场的风险性

有市场竞争，就必然存在风险。但与一般市场不同的是，建筑市场中的风险较大，且风险存在于建筑产品生产者 and 需求者双方。

建筑产品生产者的风险主要表现在三个方面：一是定价风险。建筑市场中的竞争，在很大程度上是价格的竞争。定价过高，难以中标，企业无法承揽生产任务；定价过低，则可能导致亏损，甚至造成企业破产。而建筑产品是先通过招标投标定价然后生产，这种预先确定的价格很难保证合理性。二是生产过程中的风险。建筑产品的生产周期长，生产过程中可能遇到许多干扰因素。如生产成本的提高，自然条件的变化。有些干扰因素是可以

预见的，有的则难以预见。这些干扰因素，不仅直接影响建筑产品成本，而且会影响生产周期，甚至影响建筑产品的质量和功能，造成生产者无法或很难按合同完成。三是需求者支付能力的风险。建筑产品需求者建造建筑产品是否具有相应的支付能力，对建筑产品生产者至关重要。如果需求者的实际支付能力小于建筑产品价款时，就会形成拖欠工程款的情况。这无疑会影响建筑产品生产者的资金周转，甚至使生产难以继续进行。虽然目前采取了一些政策保证建设单位的支付能力，使工程款拖欠情况有所好转，但需求者的支付能力仍然是建筑企业最大的风险。

（三）建筑市场的构成

1. 建筑市场的主体

与一般的市场构成一样，建筑市场的主体由三部分组成：

（1）建筑产品需求者——通常情况下建筑产品的需求者是指建筑市场中最终得到建筑产品所有权的政府部门、企事业单位和个人。但建筑产品与一般的产品不同之处在于，有时产品的所有权与使用权是分离的，比如房屋的出租。

（2）建筑产品生产者——建筑企业。建筑产品生产者指具有一定生产能力和相应资金，具有承接工程建设任务的营业资格，在建筑市场中能够按照建设单位的要求，提供不同形态的建筑产品，获得相应的工程价款的建筑企业。

（3）建筑中介组织，指具有相应的专业服务能力，在建筑市场中受产品需求者、生产者或政府管理机构的委托，对建筑产品建造进行估算测量、咨询代理、建设监理等服务，并取得服务费的咨询服务机构和其他建设专业服务组织。如近几年出现的建设工程交易中心集信息服务、场所服务和集中办公服务于一身，是建筑中介组织。

2. 建筑市场的客体

建筑市场的客体指为交换而生产的建筑产品。在建筑市场中交易的建筑产品，从广义来理解，包括有形的建筑物、构筑物，也包括无形的为建造建筑产品而提供的各种服务。

3. 建筑市场的运行机制

建筑市场活动主要体现在为市场主体对建筑产品生产的发包和承包活动。在市场经济条件下，价值规律必然在市场活动中发挥作用。价值规律的具体内容和要求，是通过市场机制来贯彻和实现的。市场机制的运行过程就是价值规律发生调节作用的过程。而市场机制的基本构成主要包括价格机制、供求机制、风险机制、竞争机制。这些机制相互联系，互为条件，组成一个有机制约的体系，实现价值规律的客观要求和调节功能。

（1）价格机制。从市场机制的整体来看，价格机制是通过市场价格变动→生产规模变动→市场供求变动→市场价格变动这样一种循环往复的运动方式，调节着建筑产品生产者与需求者之间的关系，实现着价值规律的作用。建筑产品价格的变化会影响建筑材料、机械、设备、人工等生产要素价格的变化；同样，生产要素价格的变化会导致建筑产品生产成本的变化，进而影响建筑产品价格的变化。

（2）竞争机制。建筑市场在买方市场的情况下，竞争的主体主要是建筑产品生产者之间为争取承包工程任务而进行的竞争。竞争的方式主要是执行招标投标制度。竞争的手段，主要是利用合理的价格、优良的产品质量、较短的工期、良好的社会信誉等，满足建筑产品需求者的意愿而争取中标，以获得建筑产品的建造任务。

建筑产品生产者为了在竞争中居于有利地位，尽力充实自身的实力，积极借助于技术

进步，强化生产经营的科学管理，提高劳动生产率，使生产建筑产品的个别实际成本低于社会平均成本，从而在价格竞争中取得优势；相反，则在竞争中处于不利的地位。竞争的结果，必然是优胜劣汰。

竞争机制是整个市场机制的基本要素，无论是价格机制还是其他市场机制，都要通过竞争机制起作用。市场机制促进生产力发展和调节社会资源配置比例的作用，都是通过竞争机制来实现的。没有竞争，市场机制就无法存在和发展作用；而竞争作为市场机制的一个重要组成部分，其发挥作用的程度又受到市场本身完善程度的制约。

(3) 供求机制。供求机制是供求双方矛盾运动的平衡机制，也是建筑市场供求关系同价格、竞争等市场要素的内在联系。

供求机制的主要内容和作用是：

1) 供求关系的变化，导致市场价格的涨落，而市场价格的涨落，又引起供求关系的变化，使二者不断趋于相对平衡。

2) 供求关系的变化导致市场竞争关系的改变。当建筑产品的生产能力大于建筑产品的需求时，建筑产品生产者之间的竞争加剧，建筑产品需求者在竞争上处于有利地位；当建筑产品的生产能力小于建筑产品的需求时，建筑产品需求者之间的竞争加剧，建筑产品生产者在竞争中处于有利的地位；当建筑产品的生产能力与建筑产品的需求大体平衡时，各方而的竞争展开得最充分，竞争机制的作用发挥得最强烈。

3) 建筑产品的生产能力和建筑产品的需求都具有弹性，它们的变动受到诸多因素的影响。建筑产品需求的变动，要受到社会经济的发展水平、而定资产投资所需资金筹集的制约；建筑产品生产能力的变动，则取决于建筑产品的需求和价格水平、劳动力的工资水平和流向等因素的影响。因此，完善供求机制，实现供求的大体平衡是一个多种因素共同发挥作用的过程。

(4) 风险机制。风险机制是市场活动同盈利、亏损和破产之间相互联系和作用的机制。在市场经济条件下，任何一个企业都面临着盈利、亏损和破产等多种可能性，都必须承担相应的风险。风险机制以盈利的诱惑力和破产的压力共同作用于企业，从而鞭策企业注重经营、强化管理、更新技术。企业一旦没有风险，就会失去增强企业活力的内在动力。因此，风险机制是一种极为重要的市场机制。

建立风险机制，必须作好三个方面的工作：一是完善企业自主经营、自负盈亏、独立核算的制度，这是风险机制发生作用的最基本的条件；二是把企业推向市场，使企业的利益同市场实现成果联系起来，承担市场风险，风险机制才会充分发挥作用；三是实行企业破产制度，破产是风险机制的最高层次的作用形式，也是风险机制运行的关键条件，只有在破产制度下，企业才会真正感到经营是风险性的活动，才能千方百计地增强企业抵御风险的能力。

三、建设法律制度

(一) 建设法规的概念和调整对象

1. 建设法规的概念

建设法规是指国家立法机关或其授权的行政机关制定的，旨在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或建设行政管理活动中发生的各种社

会关系的法律、法规的统称。

建设法规主要是以特定的活动或行业为规范内容而构成。表现为建设法律、建设行政法规和部门规章，以及地方性建设法规、规章。建设法律或法规是内容集中的或专门的规范性文件，是我国建设法规主要的来源。此外，宪法、经济法、民法、刑法等各部门法律中有关建设活动及其建设关系的法律调整，也是建设法规的来源。

2. 建设法规的调整对象

建设法规调整对象就是发生在各种建设活动中的各种社会关系。它包括建设活动中所发生的行政管理关系、经济协作关系及其相关的民事关系。具体如下：

(1) 建设活动中的行政管理关系。建设活动是社会经济发展中的重大活动，国家对此类活动必然要实行全面的严格管理。包括对建设工程的立项、计划、资金筹集、设计、施工、验收等进行严格的监督管理。这就形成了建设活动中的行政管理关系。

建设活动中的行政管理关系，是国家及其建设行政主管部门同建设单位、设计单位、施工单位及有关单位之间发生的相应的管理与被管理关系。它包括两个相互关联的方面：一方面是规划、指导、协调与服务；另一方面是检查、监督、控制与调节。这其中不但要明确各种建设行政管理部门相互间及内部各方面的责权利关系，而且还要科学地建立建设行政管理部门同各类建设活动主体及中介服务机构之间规范的管理关系。这些都必须纳入法律调整范围，由有关的建设法规来承担。

(2) 建设活动中的经济协作关系。在各项建设活动中，各种经济主体为了自身的生产和生活需要，或者为了实现一定的经济利益或目的，必然寻求协作伙伴，这就发生相互间的建设协作经济关系。如投资主体同勘察设计单位的勘察关系，同建筑安装施工单位的施工关系等。

建设活动中的协作关系是一种平等自愿、互利互惠的横向协作关系。一般以合同的形式确定双方的协作关系。与一般合同不同的是，建设活动的合同关系大多具有较强的计划性。这是由建设关系自身的特点所决定的。

(3) 建设活动中的民事关系。民事关系是指因从事建设活动而产生的国家、单位法人、公民之间的民事权利、民事义务关系。主要包括：在建设活动中发生的有关自然人的损害、侵权、赔偿关系；建设领域从业人员的人身和经济权利保护关系；房地产交易中买卖、租赁、产权关系；土地征用、房屋拆迁导致的拆迁安置关系等等。

建设活动中的民事关系既涉及到国家社会利益，又关系着个人的权益和自由，因此必须按照民法和建设法规中的民事法律规范予以调整。

应当指出的是，建设法规的三种具体调整对象，既彼此互相联系，又各具自身属性。它们都是因从事建设活动所形成的社会关系，都必须以建设法规来加以规范和调整。不能或不应当撇开建设法规来处理建设活动中所发生的各种关系。这是其共同点或相关联之处。同时这三种调整对象的形成条件、处理关系的原则、适用规范的法律后果不完全相同。因此它们又是三种并行的社会关系，既不能混同，也不能相互取代。在承认建设法规统一调整的前提下，应当侧重使用它们各自所属的调整规范。

(二) 建设法规立法的基本原则

建设法规立法的基本原则，是指建设立法时所必须遵循的基本准则及要求，主要有：

1. 遵循市场经济规律原则