

企业基本业务

国际化操作规范丛书

企业招投标

操作规范

钟复台 等/编

OZUOGUIFAN



中国经济出版社
www.economyph.com

71

(-271
Z696

企业基本业务国际化操作规范丛书

企业招标投标操作规范

钟复台等 编



A1058199

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业招投标操作规范/钟复台等编. —北京: 中国经济出版社,
2003.1

ISBN 7-5017-5724-0

I. 企… II. 钟… III. ①企业-招标-规范②企业-投标-规范 IV. F271

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 076621 号

责任编辑: 后东升

(h67@sohu. com)

封面设计: 谭雄军

企业招投标操作规范

钟复台等 编

*

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街 3 号)

邮编: 100037

各地新华书店经销

三河市欣欣印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230 毫米 1/32 8.875 印张 235 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1~5000

ISBN 7-5017-5724-0/F·4590

定价: 20.00 元

《企业基本业务国际化操作规范丛书》

编 委 会

钟 复 台	甘 长 江	刘 昊 昌	范 普 森	魏 伟
杨 艺 明	舒 文 娟	樊 伟 伟	李 路	张 道 深
熊 婉 芬	程 日 芳	傅 珠 军	赵 望 海	斯 廉 松
谭 美 凤	乔 世 荣	龙 梅 林	袁 良 喜	金 耀 华
沈 宏 昌	徐 怀 明	钱 丹 舟	林 静	马 世 泰
王 露 晓	鲁 耘 耕	方 木 黎	田 良 中	花 永 芳
汤 玉 升	黄 宏 深	孔 会 伯	姜 本 立	范 宏 喜
孙 方 圆	高 克 敏	沈 冉 由	华 特 欣	卫 辉 球
夏 南 星	韩 得 谊	尹 尚 连	曹 立 芳	郑 洛 宁
蒙 正 久	肖 亚 敏	牛 准	于 干 天	宋 方 士
胡 今 声	由 晓 强	熊 午 书	戴 松 衾	周 亚 芬
贾 凤 喜	林 慧 洲	冯 伯 如	罗 斯 点	石 成 军

编写说明

《企业招投标操作规范》主要是向读者介绍企业招标、投标的操作规范、技术，内容实用、可操作性强。读者如果是行业中人，读这本书，有助于自己了解这一行规范的做法，从而有所借鉴；读者如果是有志于加盟这一行的人士，或是求职者，读了这本书，有助于自己清理思路，尽快入门；对于大学生来说，在教材之外读读这类书，对自己求职择业也是有帮助的。

本书结构紧凑，语言精炼，篇幅精干，可读性强。

本书属于《企业基本业务国际化操作规范丛书》，该丛书还包括《企业采购操作规范》、《销售代理操作规范》、《特许经营操作规范》、《企业并购操作规范》。

编 者

2002年9月

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 招投标的释义与特征	(1)
一、招投标释义	(1)
二、招投标的基本特征	(3)
三、招投标的作用	(5)
第二节 招投标的基本程序	(10)
一、招标	(10)
二、投标	(11)
三、开标	(12)
四、评标与定标	(13)
第三节 国家对招投标的监督管理	(13)
第二章 国内招标操作规范	(15)
第一节 招标工作机构	(15)
一、招标工作机构及职能	(15)
二、招标代理机构	(17)
第二节 国内招标的方式与合同类型	(19)
一、招标方式	(19)
二、招标合同类型	(21)
第三节 企业招标条件及范围	(23)
一、招标企业应具备的条件	(23)
二、招标适用范围	(25)

第四节 企业招标的具体操作程序	(28)
一、招标准备阶段	(28)
二、发出招标公告	(36)
三、投标公司资格预审	(37)
四、招标开标	(39)
五、招标评标	(41)
六、中标方式	(49)
七、合同签订	(50)
第三章 国内投标操作规范	(52)
第一节 投标简述	(52)
一、投标的特点	(52)
二、投标的条件	(53)
三、投标组织	(53)
四、投标时效	(55)
第二节 投标的具体操作流程	(57)
一、熟悉招标文件	(57)
二、申请资格预审	(57)
三、调查投标环境与现场考察	(58)
四、分析招标文件, 进行项目可行性研究	(60)
五、编制投标报价	(62)
六、编制投标文件	(62)
七、递交投标文件	(64)
八、开标及投标文件澄清	(64)
九、合同签订	(64)
十、投标应注意的问题	(65)
第三节 投标报价	(66)
一、报价组成	(66)
二、报价注意事项	(68)

三、标价分析	(68)
四、报价实例	(70)
第四节 投标决策与风险防范	(73)
一、投标决策	(73)
二、风险防范	(77)
第四章 国际招投标操作规范	(90)
第一节 国际招投标简述	(90)
一、国际招投标之间关系	(90)
二、国际招投标特征	(93)
三、国际招标方式	(95)
四、国际招投标的适用范围	(97)
第二节 国际招标的操作程序	(98)
一、发布招标公告	(98)
二、编制招标文件	(99)
三、投标资格预审	(99)
四、分发招标文件	(100)
五、投标组织准备及现场勘察	(100)
六、开标评估	(101)
七、竞标	(102)
八、评标	(103)
九、发出中标通知	(103)
十、签订合同	(104)
十一、招标后服务	(104)
第三节 国际招投标工作中相关文件	(104)
一、招标文件	(105)
二、投标书	(110)
第四节 国际投标价格的制定及投标策略	(112)
一、投标定价	(112)

二、投标策略·····	(115)
第五章 建筑工程招投标操作规范 ·····	(121)
第一节 建筑工程施工的招标及相关文件·····	(121)
一、建筑工程招标流程图·····	(121)
二、招标申请·····	(122)
三、投标资格预审文件·····	(123)
四、招投标文件·····	(125)
五、评标与中标·····	(146)
第三节 建筑工程造价·····	(147)
一、建筑工程计价依据·····	(147)
二、建筑工程造价构成·····	(149)
第四节 外国建筑业招投标做法·····	(151)
一、英联邦国家·····	(152)
二、意大利·····	(152)
三、德国·····	(152)
四、法国·····	(153)
五、美国·····	(154)
第六章 咨询服务的招投标操作规范 ·····	(172)
第一节 咨询服务招标的程序、方法及文件构成·····	(172)
一、咨询服务招标操作程序·····	(173)
二、咨询服务招标方式·····	(174)
三、咨询服务招标文件构成·····	(175)
第二节 工程设计招标·····	(176)
一、工程设计招标方式·····	(177)
二、工程设计招标文件内容·····	(177)
三、投标文件的评审·····	(178)

第三节 物业管理招投标·····	(181)
一、物业管理招标的内容·····	(182)
二、物业管理招标的操作程序·····	(184)
三、物业管理投标的操作程序·····	(190)
第七章 货物采购招投标操作规范 ·····	(214)
第一节 货物采购招投标的操作流程·····	(214)
一、货物采购方式·····	(214)
二、货物采购分标·····	(215)
三、货物采购招投标程序·····	(216)
第二节 货物采购招投标文件编制·····	(224)
一、货物采购招标文件内容·····	(224)
二、准备和分析标书的流程·····	(231)
第三节 机电设备采购招投标介绍·····	(233)
一、机电设备采购必须招标的情况·····	(233)
二、机电设备采购可以不进行招标的情况·····	(233)
三、机电设备采购招标形式·····	(234)
四、机电设备采购的合同形式·····	(235)
第四节 联合国采购在中国·····	(236)
一、联合国采购的货物类型及招投标程序·····	(236)
二、联合国供应商所能享受的优惠条件·····	(237)
三、联合国采购在中国·····	(237)
附 录 ·····	(255)
一、中华人民共和国招标投标法 (中华人民共和国 第 21 号主席令) ·····	(255)
二、国际复兴开发银行贷款和国际开发协会贷款 采购指南·····	(267)

第一章 绪 论

招标与投标活动大约开始于 19 世纪上半叶的自由资本主义时期。因为有了社会分工，就有商品生产，有了商品生产，真正的商品交换才会出现。在商品交换过程中，简单的商品生产交换难以产生招标投标的基础，只有买卖大宗商品时，买主为了获得更多的利润，减少中间人的盘剥，使买卖双方直接见面，一个买主可以与多个卖主接触，从中找出价格、质量较为理想的卖主成交，这便是原始意义上的招标投标。

第一节 招投标的释义与特征

一、招投标释义

所谓招标投标，是指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。从采购交易过程来看，它必然包括招标和投标两个最基本的环节，前者是招标人以一定的方式邀请不特定或一定数量的自然人、法人或其它组织投标，后者是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，采购人的招标就没有得到响应，也就没有开标。评标、定标和合同签订及履行等。在世界各国和有关国际组织的招标采购法律规则中，尽管大都只称招标（如国际竞争性招标、国内

竞争性招标、选择性招标、限制性招标等),但无不对投标作出相应的规定和约束。因此,招标与投标是一对相互对应的范畴,无论叫招标投标还是叫招标,都是内涵和外延一致的概念。

具体来说,招标与投标是一种商业行为,一种有组织的交易方式,要求公正性、公平性、公开性,使投标人有均等的投标机会,使招标人有充分的选择机会。

1. 招标是指招标人对货物、工程和服务事先公布采购条件和要求,使众多的投标人参加竞争,而招标人则按公开规定的程序和条件确定中标人的行为。

招标是业主方(或通过采购代理)以一种公开的方式进行采购。招标前,要对采购的货物、工程、服务制订一套方案,提出具体标准、要求和资金估算,并得到有关部门或贷款机构的批准。招标,既要体现公正性,又要收到经济效益。在招标文件及合同条款方面,兼顾双方利益,但更保护招标方的利益。

2. 投标是指投标人按招标人规定的期限和条件、规定的投标格式提出投标响应书和报价的行为。

投标也是一种日益多见的商业行为,投标人在决定是否参加投标之前,首先应考虑本单位是否能达到招标人规定的资格条件,一经决定,则应进行成本核算以最合适的产品、最合适的价格参与投标并进行投标文件的准备。一旦中标,投标人应信守合同,按质按期按数量交好货。

3. 招标与投标的核心是竞争,通过货比数家,从商务、数量、技术质量、交货期、价格等方面综合比较选购,以争取达到招标预期的目标。

二、招投标的基本特征

(一) 组织性特征

招标的组织性体现在固定的组织人、固定的地点和时间与相对固定的规则与程序。

一般情况下，国际机构及世界各国的招标，均委托招标机构作为代理，进行招标全过程的组织与运作，直至招标结束。招标机构，首先从买方代理的角度，对工程项目或物资采购项目进行分析，提出招标程序的运用与组织的方法，对项目及采购的质量、技术标准、规格规范等提出详尽要求；并须对招标活动过程中所涉及的法律法规等问题进行研究，最后确定最终方案加以实施。其次，招标机构须对投标方响应招标，进行报价以及提供满足中标的技术经济条件的投标行为，做出反应。通过精确细致的评估、评价，择优选出优胜者。招标这种交易方式的决策过程，是由招标机构依据招标人的意志及投标人的报价与其他综合因素，通过工程技术人员组成的专家支持系统科学的技术评估与经济评价而确定。因此，这种决策的组织结构是群体结构，而决策本身反映群体性，招标机构介入的组织性与决策的群体性，是招标组织性的首要表现。

世界上许多国家和国际组织进行委托招标时，一般在招标机构所在地或招标机构规定的场所进行。招标过程中各阶段进行的地点，如开标地点、投标地点、技术咨询等地点，也是在招标机构所在地或其规定场所进行。

招标投标的时间是相对固定的，开始的时间与结束的时间、各阶段招标开始的时间与结束的时间，除极特殊情况外均按照招标预定的日程按期举行。

国际通用并已为各国确认的招标程序为：开标前期准备——发布招标公告——投标——开标——评标——中标——签订合同。这

一过程中，由采购人和代理机构确定标的，发出邀请，由若干个投标人依据其发布的公告及所提出的交易条件，含技术、质量、供货或建设工期等标准，进行投标，在竞争中，根据相对固定的评审程序而确认中标者，最后达成合同。招标过程的交易条件，一般由招标机构事先拟定，投标人须按有关条件进行报价投标，违背条件的投标，则被视为无效。

(二) 公开、公正、公平和择优的特征

招标通过公开发布招标公告，公开邀请投标人，公开开标宣布投标人名称、投标报价、交货期和交货方式。招标的公开性使得凡符合招标书所列条件者，均可自愿参加投标，使得有合格投标者机会均等。因此，招标是一种较规范的公开公平竞争手段，具有非歧视性的特点。

招标过程中的一系列活动充分体现了公正性原则。开标活动是在公开公证的情况下进行的，它由招标机构负责人主持，有评标委员会负责人，公证员，法律顾问，拆封人、唱标人及投标人到场，并在公证人检查投标箱密封的情况下，公证人确认密封无误签字后，由拆封人拆封，唱标人当众公布投标主要内容。评标过程中，评标委员会专家是由招标机构选择确定并对外保密；评标委员会依据“公正、科学、择优”的原则对标书进行评价，并从中择优选定中标人。招标过程充分体现公正和择优原则，这也是招标这种交易方式得以在世界各国广泛推行的主要原因之一。

(三) 一次性特征

招标的交易过程和采用的方式明显地有别于一般商品交换。在一般商品交换过程中，通常是公开询价与报价，买卖双方经过一系列讨价还价后达成交易。而招标交易过程则是由买方确定标底邀请若干个或众多卖主通过秘密报价，并提供技术资料及优惠条件进行竞争。从单个招标交易考察，竞争主要发生在卖主之间即投标人之

间。卖主之间的竞争及其激烈程度主要由买方市场所决定的。越是供过于求，投标人的投标动力越强，投标人之间的竞争越激烈。总之，招标是许多投标人在同一时间一次性秘密报价，通过竞争并通过相对固定程序评审而中标的交易形式。

招标交易采用的是一次性秘密报价，这就使得投标竞争对手间的交易条件不明，迫使投标人对报价的确定比一般商品交换更谨慎更准确，投标人在确定报价的同时，着手考虑有关资源及要素的合理配置问题，并且进行经济核算。也就是说，在生产开始之前或者说资源投入之前，对资源投入效益就进行预测和核算，从而在一定程度上减少了生产的盲目性。因为投标的报价是投标人生产费用、利润、风险和交易费用的货币表现形式，实际上也就是投标人生产条件、交易条件及综合竞争能力的表现。它有别于一般商品的价格形成。

招标的交易方式通常都具有相对固定的程序和相对稳定的形式。一般招标，不论是工程建设承包方还是有关货物及设备采购招标，都要按照招标——投标——开标——评标——决标——中标——签订合同这一相对固定的程序进行。招标的组织形式，也主要采用竞争性招标、有限招标和议标等几种形式。

三、招投标的作用

（一）保证项目质量 提高经济效益

招标的最大特点是公开、公平、公正和择优。招标投标的实质，就是通过市场竞争机制的作用，使先进的生产力得到充分发展，落后的生产力得以淘汰，从而有力地促进经济发展和社会进步。目前，在西方市场经济国家，招标投标不仅在公共采购领域被普遍推行，而且也得到了私有企业的广泛运用。我国是从 80 年代初开始引入招标投标制度的。先后在利用国外贷款、机电设备进

口、建设工程发包、科研课题分配、出口商品配额分配等领域推行。实践证明，这一制度为企业获得了巨大的经济效益和社会效益。

为了充分发挥招标投标积极作用，防止私下交易和黑箱操作，《招标投标法》明确规定了强制招标制度，要求大型基础设施等关系社会公共利益、公众安全的项目，全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目，使用国际组织或外国政府贷款、援助资金的项目，其勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购；其他法律或者国务院规定必须进行招标的项目，都必须依法进行招标。与此同时，《招标投标法》还规定了公开、透明、竞争的公开和邀请两种招标方式，将通常在非公开状态下进行一对一谈判的议标方式排除在招标方式之外。由于国有企业是这些项目的主要建设单位，可以预见，随着《招标投标法》强制招标范围和两种招标方式的确定和实施，必将为企业也为国家在保证建设项目质量的同时，带来更多更好的效率。

(二) 利于企业平等竞争

市场经济就是要发挥竞争机制的作用，使作为市场主体的企业在平等条件下公平竞争。招标投标的本质完全符合市场经济的要求，是一种为所有合格投标人提供公平竞争机会的交易方式，因此招标具有广泛竞争性。自 1998 年以来，国家为扩大内需，增大了投资力度加快基础设施建设，以推动国民经济的持续增长。其中大多数项目都必须进行招标，同时，利用国际金融组织贷款的项目也得按要求进行招标。这些都为企业提供了大量的平等竞争的机会。

(三) 为中介机构提供良好的发展契机

发展社会主义市场经济，需要培育和规范市场中介组织。我国招标代理机构在招标投标事业中应运而生。《招标投标法》在规范了市场交易双方——招标人和投标人的行为的同时，也规范了招标

中介组织——招标代理机构的行为。法律明确规定，招标代理机构是从事招标代理业务并提供相关服务的社会中介组织，不得与行政机关和其他国家机关存在隶属关系或其他利益关系。通过法律形式的界定，从根本上纠正了目前有些招标代理机构政企不分，既是行政单位，又是企业的做法，这样有利于招标代理机构成为名符其实的市场中介组织，在市场竞争中求得更大发展。《招标投标法》还规定了招标代理机构的资格条件、代理招标业务应遵守的规定以及应承担的法律责任等。这对于加强招标投标活动当事人之间的相互制约和相互监督，保证招标投标活动的合法有效进行，必将发挥重要作用。

（四）规范企业行为，杜绝违法操作

在招投标面前，任何人都是平等的，任何行为都必须按照法律规定的程序和规则进行。如果说，《招标投标法》出台前对违法行为缺乏认定依据的话，那么，《招标投标法》的颁布，则将惩处形形色色的违法形为。

根据法律的规定，招标企业不得有下列违法行为：规避招标；以不合理的条件排斥或者限制潜在投标人，对潜在投标人实行歧视性待遇；强制投标人组成联合体进行投标；泄露应当保密的内容；在确定中标人前与投标人就有关实质性内容进行谈判；与中标人订立背离合同实质性内容的其他协议；在中标通知书发出后改变中标结果；私下接触投标人，接受投标人的财物或者其他好处；泄露有关评标的情况等等。

投标企业不得有下列违法行为：串通投标；以低于成本的价格报价；以弄虚作假的方式骗取中标；以向招标人或者评标委员会成员行贿的手段谋取中标等等。

招标代理机构不得有下列违法行为：泄露应当保密的与招标投标活动有关的情况和资料；与招标人、投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益等等。