

全国高职高专**物业管理**专业系列规划教材

物业

Wuye Guanli Zhaotoubiao

管理招标投标

史伟 主编
凌明雁



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

全国高职高专物业管理专业系列规划教材

物业管理招投标

主 编	史 伟	凌明雁	
副主编	李运成	庞月魏	钱卫钧
参 编	高 玮	韩玉峰	张 斌



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书是高职高专物业管理专业系列规划教材之一, 共分为九章, 主要内容包括: 物业管理与招标投标制度, 物业管理招标投标概述, 物业管理招标的范围方式和内容, 物业管理投标的策划与组织, 物业管理投标书的编写, 开标、评标与定标, 物业服务合同的签订与管理, 物业管理招标投标争议及其解决方式, 及物业管理招标投标案例分析。本书在编写过程中吸收和总结了物业管理招标投标的实际操作经验和方法, 具有较强的针对性、实用性和可操作性。

本书可作为高等职业教育、成人高等教育、中等职业教育中物业管理、物业设施管理、房地产开发与经营、工程管理、酒店管理专业使用的教材, 也可作为物业管理招投标人员、工程技术人员和管理人员业务学习的参考与培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

物业管理招投标/史伟, 凌明雁主编. —北京: 北京大学出版社, 2010.3

(全国高职高专物业管理专业系列规划教材)

ISBN 978-7-301-15813-5

I. 物… II. ①史… ②凌… III. ①物业管理—招标—高等学校: 技术学校—教材; ②物业管理—投标—高等学校: 技术学校—教材 IV.F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 167635 号

书 名: 物业管理招投标

著作责任者: 史 伟 凌明雁 主编

责 任 编 辑: 葛昊晗

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-15813-5/F · 2291

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

电子信箱: zyjy@pup.cn

印 刷 者: 河北涿县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 10.25 印张 221 千字

2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 18.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

招标与投标作为一种特殊的交易方式，在国际经济往来中被广泛采用。在中国，招标与投标从改革开放以后才真正兴起，在物业管理领域推行招投标制度更是近几年的事情。

伴随中国物业管理行业的不断发展和物业管理市场的逐渐完善，物业管理招标投标制度必将成为影响物业管理行业规范与健康发展的的重要因素。无论是物业服务企业、开发建设单位、业主还是政府行政管理部门，都将面对物业管理招标投标的运行规则。这一规则的建立和运行标志着物业管理的发展进入了一个更加符合市场发展规律的新阶段。推行物业管理招标投标制度，培育和规范了物业管理市场，加快了物业管理市场化的进程，打破了“谁开发谁管理”的垄断局面，在物业服务企业、开发建设单位、业主及政府行政管理部门各个层面上强化了物业管理的市场化意识，为物业服务企业创造了公平竞争的机会，推动了我国物业管理行业的健康发展。因此，物业服务企业、开发建设单位、业主、政府行政管理部门等相关企事业单位和个人，熟悉和掌握物业管理招标投标基础知识和操作方法，对适应竞争环境，提高自身竞争力都有重大意义。

本书是全国高职高专物业管理专业系列规划教材之一，在编写过程中我们力求体现高等职业教育的特色，基础理论以“必需、够用”为度，注重物业管理招标投标的基础理论和实际应用。本书系统地介绍了物业管理招标投标的基础知识、基本要求，重点介绍了物业管理招标投标的程序、招标文件的编写与标底编制、投标文件编写制作与投标报价、投标策略技巧等相关理论与实务。

本书由史伟、凌明雁任主编，李运成、庞月魏、钱卫钧任副主编。其中，第一章由高玮编写，第二、三章由史伟编写，第四章由韩玉峰编写，第五章由李运成编写，第六章由庞月魏编写，第七章由张斌编写，第八章由钱卫钧编写，第九章由凌明雁编写。全书由史伟统稿。

山东明德物业管理有限公司刘德明总经理等同志参加了本书提纲的编写及审定，在此表示感谢。

限于编者水平有限，本书不当和错误之处在所难免，敬请各位读者、同行和专家批评和指正。

编 者

2009年12月

目 录

第一章 物业管理与招标投标制度1	复习思考题.....18
第一节 物业管理基本概念.....2	第二章 物业管理招标投标概述19
一、物业.....2	第一节 物业管理招标投标的含义
二、物业管理.....2	与特点.....20
三、业主和业主委员会.....3	一、物业管理招标投标的含义.....20
四、物业服务企业.....3	二、物业管理招标投标的必要性.....21
五、前期物业管理与物业管理的	三、物业管理招标投标的特点.....22
早期介入.....4	第二节 物业管理招标投标的基本要求
六、物业管理法规.....4	与基本原则.....24
第二节 招标投标基础知识.....4	一、物业管理招标投标的基本要求.....24
一、招标投标.....4	二、物业管理招标投标的基本原则.....24
二、招标.....6	第三节 物业管理招标投标的发展趋势.....27
三、投标.....7	一、法制化.....27
四、开标.....8	二、市场化.....28
五、评标.....8	三、科学化.....28
六、招标标的.....8	四、公开化.....28
第三节 招标投标制度的起源与发展.....9	五、专业化.....28
一、海外招投标的起源与发展.....9	复习思考题.....28
二、中国招投标的的发展历程.....11	第三章 物业管理招标的范围方式
第四节 招标投标制度与中国物业	和内容29
管理的发展.....15	第一节 物业管理招标的范围.....30
一、招投标制度与物业管理的	一、《招标投标法》对招标范围的
市场化.....15	规定.....30
二、招投标制度与物业管理行业	二、物业管理招标范围.....32
整体水平的提高.....16	第二节 物业管理招标的内容.....33
三、招投标制度与物业服务企业的	一、非经营性物业管理招标的内容.....33
公平竞争.....17	二、经营性物业管理招标的内容.....35
四、物业管理招投标与房地产管理	第三节 物业管理招标的方式.....36
体制的改革.....17	一、按物业管理服务的范围分类.....36
五、物业管理招投标与合同双方	
利益的维护.....18	

二、按物业管理招标项目分类	36	三、评标程序	85
三、按物业管理招标的主体分类	36	四、详细评审的方法	88
四、按招标对象的广度分类	37	五、评标报告的编写	90
复习思考题	40	第三节 定标	91
第四章 物业管理投标的策划与组织	41	一、定标的程序	91
第一节 物业管理投标的条件和程序	42	二、中标人的法定义务	92
一、物业管理投标的条件	42	复习思考题	93
二、物业管理投标程序及实施细则	43	第七章 物业服务合同的签订与管理	94
第二节 物业管理投标决策	51	第一节 物业服务合同的签订	95
一、投标决策的含义及阶段划分	52	一、物业服务合同的概念	95
二、影响投标决策的因素	53	二、物业服务合同的特征	95
复习思考题	56	三、物业服务合同的签订	95
第五章 物业管理投标书的编写	57	四、物业服务合同的终止	97
第一节 物业管理投标书的组成		五、签订物业服务合同的注意事项	97
与主要内容	58	第二节 物业服务合同的管理	99
一、物业管理投标书的组成	58	一、物业服务合同的主要内容	99
二、物业管理投标书的主要内容	59	二、前期物业服务合同与物业	
第二节 物业管理投标书的编制	61	服务合同	100
一、物业管理投标书的基本要素	61	三、物业服务合同的作用	101
二、物业管理投标书编写中		四、物业服务合同的执行	101
应注意的问题	62	第三节 物业服务合同示范文本	101
三、一些不规范的编标行为	63	复习思考题	116
第三节 物业管理投标书样本	64	第八章 物业管理招标投标争议	
复习思考题	81	及其解决方式	117
第六章 开标、评标与定标	82	第一节 物业管理招标投标常见的	
第一节 开标	83	争议形式	118
一、开标的定义及方式	83	一、招标投标过程中的争议	118
二、开标的基本过程	83	二、有关物业委托管理合同的	
三、废标的确定	84	争议	120
第二节 评标	84	第二节 物业管理招标投标争议的	
一、评标活动和评标委员会的组建	84	解决方式	121
二、评标办法和原则	85	一、民事纠纷的解决	121
		二、行政争议的解决	123

复习思考题	125	案例五 拱北口岸联检楼物业管理	
第九章 物业管理招标投标案例分析	126	公开招标	134
案例一 这样的合同有效吗?	127	案例六 青岛通过招投标形成物业	
案例二 北京市回龙观“竞选”管家	129	管理市场竞争机制	136
案例三 南京 3000 “高知”户聘		附录一 前期物业管理招标投标	
“管家”	130	管理暂行办法	137
案例四 天津嘉海花园物业管理		附录二 中华人民共和国招标投标法	144
项目招标揭晓	133	参考文献	153

第一章

物业管理与招标投标制度

招标与投标是伴随社会经济的发展而产生的并不断发展的高级的、有组织的、规范的交易运作方式，在国际上已经运用了一二百年。它是一种引入竞争机制、适用范围极为广泛的市场行为，被广泛运用于强调竞争与效率的世界经济活动中。在中国，物业管理领域开展招投标是近几年的事情，其目的是在日益快速发展的物业管理领域引入市场竞争机制，通过加快物业管理市场化的进程，提高物业管理行业的管理服务水平，改善物业管理行业的整体效益和面貌。

第一节 物业管理基本概念

一、物业

物业的英语词汇是 Estate 或 Property。它是指已建成的并具有使用功能和经济效用的各类供居住和非居住用途的房屋以及与之相配套的设备和市政及公用设施，房屋所在的建筑地块与附属的场地、庭院等。物业的定义规定了物业的内涵所包含的三个要求：

(1) 已建成并具有使用功能和经济效用的各类供居住和非居住的房屋；

(2) 与这些房屋相配套的设备和市政及公用设施；

(3) 房屋的建筑（包括内部的各项设施）和相邻的场地、庭院、停车场、小区内的非主干交通道路。物业是一个具有弹性的概念，可以根据区域空间、所有权属等做相对划分。例如，根据用途，物业可以分为住宅公寓（小区）、写字楼、商铺、酒店旅馆、娱乐场所、金融大厦、工业厂房、停车场、车站、码头、仓库、文化馆、影剧院、体育场、学校、医院等。而且，物业具有位置固定、不可移动的自然属性，所以通常又被称为不动产。就其根本性质而言，物业又只是房地产业进入消费领域的房地产商品，是房地产业在消费领域的延伸。

二、物业管理

物业管理是房地产综合开发的派生产物，它作为房地产市场的消费环节，实质上是房地产综合开发的延续与完善，是一种综合性经营服务方式。物业管理的概念有广义和狭义之分，通常所讲的物业管理，是一种狭义范围内的物业管理，即对房地产的管理。它是指物业管理经营人受物业业主或使用人的委托，按照国家法律规定，依照合同和契约，遵守行业标准，对已竣工验收并投入使用的各类房屋建筑和附属配套设施及场地运用现代化的管理方式和先进的维修养护技术，以经济手段进行管理。与此同时，对房屋区域周围的环境、清洁卫生、安全保卫、公共绿化、道路养护等统一实施专业化管理，并且向物业业主或使用人提供多方面的综合性服务，以创造一个良好的社会环境，满足人们日益增长的居住、消费需求，使得物业能够保值甚至增值。其中，物业管理经营人是指从事物业管理的企业或组织；其管理的对象是完整的物业，服务的对象是人（即物业的业主和非业主的使

用人,包括同住人、承租人和实际使用物业的其他人)。

物业管理(Property Management)最早产生于19世纪60年代的英国,到现在已有一百多年的发展历史。在中国,物业管理是伴随房地产业的发展 and 国家的改革开放而产生并发展起来的。20世纪80年代,在中国改革开放的前沿阵地——深圳和广州,首先出现了借鉴中国香港经验、大胆探索、不断创新的现代物业管理行业。中国(大陆)最早成立的专业化物业管理组织机构为深圳市物业服务企业,该企业成立于1981年3月10日,它的成立是中国新型房地产管理模式诞生的标志,意味着中国的房地产管理从此发生了划时代的变化。

三、业主和业主委员会

业主是指物业的所有权人。

业主委员会是由业主代表组成,代表业主利益,向社会各方反映业主意愿和要求并监督物业服务企业行为的一个具有法人地位和相应权利义务的业主团体组织。

通常某个物业管理区域内,具备如下情况之一时,所在地的区、县房地产管理部门应当会同房地产开发商或其合法代表组织召开第一次业主大会(或者业主代表大会),选举产生业主委员会:

- (1) 公有住宅出售建筑面积达到30%以上;
- (2) 新建商品住宅出售建筑面积达到50%以上;
- (3) 住宅出售已满2年。

业主委员会应当自选举产生之日起15日内,持下列文件向所在地的区、县房地产管理部门办理登记:

- (1) 成立业主委员会登记申请书;
- (2) 业主委员会委员名单;
- (3) 业主委员会章程。

业主委员会是代表全体业主行使权利的机构,它对物业管理的健康发展有着重要的意义。

四、物业服务企业

物业服务企业是依照委托管理的契约,按照法律和业主的意图,受托对物业实施专业化管理和经营,并向用户提供全方位、多层次有偿服务为主要经营活动,风险与利益一致,以经营为目的,能独立承担民事责任,依法成立的经济实体。某一物业服务企业的机构设置及组成与其管理房产的规模、服务标准、质量是紧密相连的。

一般的,物业服务企业有三个基本特征:

- (1) 是以营利为目的的经济组织;
- (2) 是依法登记注册的企业法人;
- (3) 是以受托对物业实施管理及向用户提供劳动服务为主要经营活动的实体。

五、前期物业管理与物业管理的早期介入

在原建设部 2003 年 10 月正式向全国推广的《前期物业管理服务协议》标准格式文本中,对“前期物业管理”下了这样的定义:前期物业管理是指房屋出售之日起至业主委员会与物业服务企业签订《物业管理合同》生效时止的物业管理。这说明前期物业管理有别于一般意义的物业管理。前期物业管理期间,由于业主委员会尚未成立,没有选聘物业服务企业的职权机构,但已有部分业主入住,不能没有物业管理和服务,那只能由房地产开发商选聘物业管理单位,或者就是房地产开发商属下的物业服务企业来承担物业管理和服务工作。

物业管理的早期介入,也称早期管理,是指在物业服务企业未正式接管物业之前、建设项目未竣工之前的施工阶段甚至未动工之前的规划阶段就介入,从事一些前期把关和服务工作。

物业管理应该实施早期介入或前期物业管理,早期介入或前期物业管理不是可有可无的,而是十分必要的。

六、物业管理法规

法规是法律规范的简称,指由国家制定或认可,反映统治阶级意志,并以国家强制力保证其实施的社会行为规范。物业管理法规,是法律规范体系中的一种,它是针对物业管理活动中涉及的各方面、各类型权利和义务关系进行调整、界定并引导、规范、制约物业管理过程中各种基本行为的法律规范制度。或者简单地讲,它是在物业管理活动中调整其涉及的各方面的权利和义务的法律规范。比如:义务人不缴纳管理费或水、电、煤气费的,或损坏物业公共设施而又拒绝修复或赔偿的,或管理公司将专项维修费挪作他用且情节严重的,或住房质量明显不符合标准而开发商软拖硬抗不理睬的,针对这些情况,有关组织或个人均可申请司法部门强制义务人履行自己的义务或强制责任人承担法律责任。

物业管理法规是保证物业管理健康发展的前提。目前,中国的物业管理法规已基本形成了一个体系。与物业管理招标投标相关的法规,有《中华人民共和国招标投标法》(简称《招标投标法》)、《前期物业管理招标投标管理暂行办法》、《物业管理条例》等。

第二节 招标投标基础知识

一、招标投标

招标投标,是指招标人(招标单位)事先提出货物、工程或服务采购的条件和要求,发表招标公告,招请或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。招标承包中的标,也叫“标的”,是指“拟发包工程项目内容的标明”。

从招标整个交易过程来看，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、法人或其他组织投标，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法规中，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），但无不对投标做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。

招投标是由招标人提出自己的要求和条件，利用投标企业之间的竞争，进行“货比三家”、“优中选优”，达到投资省或付款省、工程质量高或机器设备好、工期短或供货时间快、服务上乘等目的。招投标是市场交易活动的一种运作方式，它的特点是由专一的买主设定包括商品质量、价格、期限为主的标的，邀请若干卖主通过秘密报价实行竞争，由买主选择优胜者，与之达成交易协议，签订合同，随之按合同实现标的。

一般而言，招投标作为当事人之间达成协议的一种交易方式，必然包括两方主体，即招标人和投标人。某些情况下，还可能包括他们的代理人，即招投标代理机构。这三者共同构成了招投标活动的参加人和招投标法律关系的基本主体。

（一）招标人

招标人，也叫招标采购人，是采用招标方式进行货物、工程或服务采购的法人和其他社会经济组织。

招标人享有的权利一般包括：

- （1）自行组织招标或者委托招标代理机构进行招标；
- （2）自由选定招标代理机构并核验其资质证明；
- （3）委托招标代理机构招标时，可以参与整个招标过程，其代表可以进入评标委员会；
- （4）要求投标人提供有关资质情况的资料；
- （5）根据评标委员会推荐的候选人确定中标人。

招标人应该履行下列义务：

- （1）不得侵犯投标人的合法权益；
- （2）委托招标代理机构进行招标时，应当向其提供招标所需的有关资料并支付委托费；
- （3）接受招投标管理机构的监督管理；
- （4）与中标人签订并履行合同。

（二）投标人

投标人是指响应招标、参加投标竞争的法人或者其他组织。其中，那些对招标公告或邀请感兴趣的、可能参加投标的人称为潜在投标人，只有那些响应并参加投标的潜在投标人才能称为投标人。

投标人一般要求具备下列条件:

- (1) 与招标文件要求相适应的人力、物力和财力;
- (2) 招标文件要求的资质证书和相应的工作经验与业绩证明;
- (3) 法律、法规规定的其他条件。

投标人享有的权利一般包括:

- (1) 平等地获得招标信息;
- (2) 要求招标人或招标代理机构对招标文件中的有关问题进行答疑;
- (3) 控告、检举招标过程中的违法行为。

投标人应该履行下列义务:

- (1) 保证所提供的投标文件的真实性;
- (2) 按招标人或招标代理机构的要求对投标文件的有关问题进行答疑;
- (3) 提供投标保证金或其他形式的担保;
- (4) 中标后与招标人签订并履行合同, 非经招标人同意不得转让或分包合同。

(三) 招投标代理机构

招投标代理机构, 在中国是独立核算、自负盈亏的从事招投标代理业务的社会中介组织。招投标代理机构必须依法取得法定的招投标代理资质等级证书, 并依据其招投标代理资质等级从事相应的招投标代理业务。招投标代理机构受招标人或投标人的委托开展招投标代理活动, 其行为对招标人或投标人产生效力。

作为一种民事代理人, 招投标代理机构享有的权利包括:

- (1) 组织和参与招投标活动;
- (2) 依据招标文件规定, 审查投标人的资质;
- (3) 按照规定标准收取招标代理费;
- (4) 招标人或投标人授予的其他权利。

招投标代理机构也应该履行相应的义务:

- (1) 维护招标人和投标人的合法权益;
- (2) 组织编制、解释招标文件或投标文件;
- (3) 接受招投标管理机构和招投标协会的指导、监督。

二、招标

对招标的定义, 现在流行的有以下几种:

(1) 招标是业主就拟建工程准备招标文件, 发布招标公告或信函以吸引或邀请承包商来购买招标文件, 进而使承包商投标的过程;

(2) 招标是指招标人(标主)以企业承包项目、建筑工程设计和施工、大宗商品交易等为目的, 将拟买卖的商品或拟建工程等的名称、自己的要求和条件、有关材料或图样

等对外公布,招来合乎要求条件的承包商参与竞争,招标人通过比较论证,选择其中条件最佳者为中标人并与之签订合同;

(3) 招标就是择优;

(4) 招标是一种买卖方法,是业主选择最合理供货商、承建商或劳务提供者的一种手段,是实施资源最优、合理配置的前提,招标全过程是选择实质性响应标的过程,因而招标也是各方面利益比较、均衡的过程;

(5) 招标是将项目的要求和条件公开告示,让合乎要求和条件的承包者(各种经济形式的企业)参与竞争,从中选择最佳对象为中标者,然后双方订立合同,这个过程称之为招标;

(6) 已广泛运用的工程招标,则是指建设单位(招标单位)在发包建设工程项目前,发表招标公告,由多家工程承包企业(咨询公司、勘察设计单位、建筑公司、安装公司等)前来投标,最后由建设单位从中择优选定承包企业的一种经济行为。

三、投标

所谓投标(Tender 或者 Bid),有时也叫报价(Offer),是对招标的回应,是竞争承包的行为。它是指竞标者按照招标公告的要求与条件提出投标方案的法律行为。

一般情况下,投标是在投标人详细认真研究招标文件的内容基础上,在充分调查情况之后,根据招标书所列的条件、要求,开列清单、拟出详细方案并提出自己要求的价格等有关条件,在规定的投标期限内向招标人投函申请参加竞争的过程。

下面以对工程项目施工投标为例,对投标过程作一简单介绍。

(1) 做出投标决策。国内外都有许多招标项目,一个公司在某一个阶段参不参加投标,对某一个范围的工程投哪一个工程的标,投高标价还是投低标价,就是投标决策(Make Decision)。

目前,国内的许多工程公司,已逐步打破了狭窄的专业界限,做到既有自己的专业特长,又有较广泛的适应性,可以从事多种类型的工程建设,在国外更是如此。但是,对一个公司来说,面对国内外众多的招标承包项目,究竟应该如何确定投标的对象——投标决策便是放在公司经理面前的第一个重要课题。

当初步做出对某一个项目投标的决定后,随即就应购买与填报资格预审文件。可以说,填报资格预审文件的过程也是深入研究项目招标内容,提出详细意见供公司领导进一步决策的过程。

(2) 进行投标准备。当确定对一个工程投标之后,需要做大量的准备工作,确定投标组织和人员,确定承包方法(本公司独自承包或与其他公司合作),进行现场考察以及核算工程量等。同时,还应该尽可能地了解、研究有关竞争对手的一些情况。

(3) 制订施工方案,研究替代方案,估算工程成本,确定利润目标,计算投标报价,编制投标文件等。其中,投标文件在整个招投标过程中占据着特殊重要的地位,直接关系

到招投标的成败以及日后工程项目的能否顺利进行，应认真做好。

(4) 做出报价决策，递交投标书。当计算出工程成本、提出投标报价方案后，公司领导要根据当时具体情况，包括了解到的竞争对手情况，做出最后的投标报价决策。然后，按规定时间、地点及招标单位的投标要求递送投标书。

四、开标

开标是招标的重要程序。招标单位在规定的的时间和地点内，在管理部门或招投标公司的主持下和有投标单位出席的情况下，当众公开拆封投标资料（包括投标文件），宣布投标单位的名称、投标报价及投标价格的修改，这个过程叫开标。

开标必须在紧接着截标时间之后进行。《招标投标法》第三十四条规定：“开标应当在招标文件确定的提交投标文件截止时间的同一时间公开进行；开标地点应当为招标文件中预先确定的地点。”这样规定是为了防止投标截止日期之后与开标之前有一段时间间隔，间隔时间过长容易出现投标书被窥窃、涂改等现象。若有一个投标人的投标文件被开封宣读之后，就不应再要求或允许任何投标人改变其投标。

五、评标

招标单位根据招标文件的要求，对投标单位所报送的投标资料进行审查和比较，对项目报价、质量、工期条件等进行评比和分析，以选出最满意的中标人，这个过程就叫做评标。

评标是一件相当复杂的工作，它是由招标人依法组建的评标委员会负责，在严格保密的情况下进行的。评标主要是从技术、商务的角度对每份投标文件进行分析，根据招标单位的要求而择优做出决策。而且，评标必须按照已制定且公开的标准和方法进行。评标的基本原则是：

- (1) 必须把评标的标准和评标因素及其量化计算方法事先制定好并写在招标书里，开标后依次进行评标，不能开标后再针对投标内容来随意制定评标原则和计算方法；
- (2) 评标依据是涵盖在招标书和评标书内容中的，招标书、投标书内容以外的东西，不能作为评标依据；
- (3) 招标书中要求不明确、前后矛盾或界限含糊不清的，均不得作为评标依据；
- (4) 违反国家法律、法规的不能中标。

六、招标标的

招标标的是指招标的项目。由于涉及的范围广泛，正处于不断被修正过程中。从有关国家和国际组织法律、条约、协议、决定等的规定来看，通常可以将招标标的分为货物（物资）、工程和服务三种，但是三者之间如何划分，尤其对服务如何界定，仍有分歧。例如，在《WTO 政府采购协议》中，招标标的分为产品和服务，服务包括建筑工程。在《国际复

兴开发银行贷款和国际开发协会信贷采购指南》（简称《世界银行采购指南》）中将其分为货物和工程（包括其相关的服务）两类，其中货物包括商品、原材料、机械、设备和工业厂房。在《联合国采购示范法》中则明确界定了货物和工程标的，该法规定：“货物”是指各种各样的物品，包括原材料、产品、设备和固态、液态或气态物体和电力；“工程”是指与楼房、结构或建筑物的建造、改建、拆除、修缮或翻新有关的一切工作；而对于“服务”，只泛泛定义为“除货物或工程以外的任何采购对象”。在世界贸易组织《服务贸易总协定》中只对“服务贸易”的几种形式作了界定，没有对服务本身的性质做出明确规定。从中国的招标实践看，招标标的可以分为货物、工程和服务三类。其中，在货物方面主要是指机电设备和大宗原辅材料；在工程方面主要包括工程建设和安装；在服务方面主要包括了科研课题、工程监理、招标代理、承包租赁等项目。

第三节 招标投标制度的起源与发展

一、海外招投标的起源与发展

招标办法最早来源于原始的“招标拍卖”。实行“招标拍卖”是把东西卖给愿出高价的买主。例如一幅名画拍卖，如果买主较多，大家出高价争购这幅名画，就会形成竞争；反之，如果买主较少时，不但不会抬价竞争，还会出现压价现象，甚至出现亏本出售的局面。而招标制与招标拍卖不同，招标拍卖东西是选“高价出售”，招标承包工程则是选“低价包工”。招标制的发展过程，大体可分为以下两个阶段。

（一）原始招标阶段

原始招标办法只有一个条件，就是“谁的报价最低就给谁干”。其缺点是明显的，即便宜的东西往往质量不好。“便宜没有好货”，这是人们生活中经常遇到的事情，因为在生产手段基本相同的条件下，质量和价格有着一定的关系。例如，对劳动力来说，技术水平高和工作熟练的工人，其工资高些；质量好的材料比质量次的材料价格要贵些。当然，它所构成的工程成本自然也就不同。因此，在通常情况下，贪便宜往往会招来不可靠的承包商。这在资本主义的招标史上，已经是司空见惯的事情。

（二）现代招标办法的产生与发展

现代招标办法是在原始招标办法的基础上发展起来的，与原始招标办法相比，现代招标办法有三个特点。

（1）招标前，先编制一套完整的“工程标底”，做到心中有数。起初是由招标单位自己编制标底，以后又发展为聘请专门的“预算公司”（或咨询公司）的预算专家来做标底，以求得准确无误。

(2) 对参加投标的承包商预先进行资格审查, 只有取得“投标资格”的承包商才允许参加投标。

(3) 扩大了评价条件, 从过去的一个条件“谁报价最低就给谁干”, 发展为预选前三名(或前两名)作为评标对象, 再从其中选定一个为“中标”单位。评选的条件是: 技术能力强弱、施工质量高低、信誉好坏和资本雄厚程度等。因此, 除了报价最低的头标以外, 第二、第三标价也可能中标, 少数情况下, 第四标价也有中标的可能性。

现代招标办法是目前西方发达国家普遍实行的一种招标方式, 已盛行很久。最早可追溯至 18 世纪后叶英国实行的“公共采购”或称“集中采购”。可以说, 这种公共采购是公开招标的雏形和最原始形式。当时英国的社会购买市场可按购买人划分为公共采购和私人采购两种。私人采购的方法和程序是任意的, 或通过洽谈签约, 或从拍卖市场买进, 形式不受约束; 公共采购的方式则是受限制的, 一般要求以招标方式进行采购, 只有在招标不可能的情况下才能以谈判方式购买。其原因是: 公共采购的开支, 即政府机构和公用事业部门的开支主要来源于税收。税收取之于民, 开支的使用就要对公众负责。因此, 政府机构和公用事业部门有义务保证自己购买行为的合理和有效。为便于公众监督, 上述部门的采购要最大限度公开、透明, 公开招标即由此产生。

自第二次世界大战以来, 招标的影响力不断扩大。先是西方发达国家, 接着是世界银行、亚洲开发银行等国际金融组织在货物采购、工程承包、咨询合同中大量推行招标方式。近二三十年以来, 发展中国家也日益重视招标, 并在设备采购、工程承包中采用招标方式。招标作为一种成熟而高级的交易方式, 其重要性和优越性在国内、国际经济活动中日益为各个国家和国际组织所广泛认可, 进而在相当多的国家和国际组织中通过立法得到推行。

国际招标与其他国际贸易方式相比, 具有公开性、公正性、一次性和有组织性等特征, 可以使资金得到更有效的、更节省的使用, 因此在国际经济贸易中被普遍采用。许多国家、地区和国际组织成立专门的机构或通过专门的法律, 以确定招标采购的重要地位。例如: 美国在 1861 年通过一项联邦法案, 规定超过一定金额的联邦政府的采购, 都必须使用公开招标的方式; 新西兰政府则对专门设立的招标机构“采购部”颁布物资采购规定, 作为招标条例进行实施和贯彻; 中国台湾在《公益事业申请输入货物办法》中规定, 公营单位需从国外购进的货物, 除一些特殊情况外, 都应以国际招标方式采购; 世界贸易组织(原关贸总协定)于 1973 年 9 月通过了“政府采购将采用国际竞争性招标, 不应对该组织成员国供货人进行歧视”的协议, 并于 1980 年 1 月 1 日开始实施; 世界银行、亚洲开发银行等国际金融组织同样重视招标的作用, 限定以国际竞争性招标(ICB)作为主要采购方式, 否则不予贷款。

这期间的发展, 除了地域的扩展外, 主要还表现在招投标的各项工作日趋完善和严格。例如资格审查的范围越来越宽, 从过去只审查承包商自己的企业, 发展到对分包商、供货商的技术装备和工艺过程都作为承包商的附带条件而进行全面审查, 并且审查的方式也越