



高等职业教育校设本科标业系列教材
中国国际标业学院（香港）培训教材
北科院国际标业学院指定教材

招标投标概述

主编 刘凤海 刘宏

顾问 刘精益



兵器工业出版社

高等职业教育校设本科标业系列教材
中国国际标业学院(香港)培训教材
北科院国际标业学院指定教材

招 标 投 标 概 述

主编 刘凤海 刘 宏

顾问 刘精益

兵器工业出版社

内 容 简 介

本书是招标投标课程理论教材,是招标投标教学主要课程之一。共 15 章,主要对招标投标的起源与发展及招标投标的特点、作用、意义等做了重点性的提示;突出对招标投标的方式、程序、招标、投标、开标、评标和决标等具体内容进行了概括性的介绍;关于政府采购与招投标、招标中的公证、招标代理机构的产生、发展及在法律地位中的作用以及现代信息技术手段在招标工作中的应用等也分别进行了较精细、明晰的阐述;书中列出了部分典型招标投标事例和有关电力、工程设备招标程序及招标文件范本。为招标投标教学和广大招投标学习人员提供了参考资料和可靠依据。

本书可作为高职学校招投标专业的教材或教学参考书,也可供从事招投标工作人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

招标投标概述/刘凤海,刘宏主编. —北京:兵器工业出版社,2005. 8
ISBN 7-80172-523-9

I. 招... II. ①刘... ②刘... III. ①招标②投标 IV. F713.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 092279 号

出版发行:兵器工业出版社
发行电话:010-68962596,68962591
邮 编:100089
社 址:北京市海淀区车道沟 10 号
经 销:各地新华书店
印 刷:北京市后沙峪印刷厂
版 次:2005 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
印 数:1—3050

责任编辑:刘燕丽
封面设计:李 晖
责任校对:郭 芳
责任印制:赵春云
开 本:787×1092 1/16
印 张:17.25
字 数:315 千字
定 价:39.00 元(港币 39.00 元)

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

高等职业教育校设本科标业系列教材编委会

主任：周继庭

副主任：郑向红 周梦奎 李景彪 陈文合

顾问：刘精益 王海春 唐广庆

编委：张军辉 董学伟 王敏淇 李勃生 何忠山

李元飞 王 斌 徐 牧 唐祝州 杨剑明

李 铎 王 存 马丰秋 国 权 刘正华

莫 宏 张洪鑫

前 言

本教材是招标投标的基础理论课程,主要使学生了解、掌握招标投标的起源与发展,招标投标的具体内容、特点、作用、意义及招标投标目前的发展状况和存在的问题,为深入学习招标投标实务知识从理论上打好基础。

本教材经过了2001年的专科、2002年的高职高专和2004年校设本科的教学实践,今天我们编委在原教学基础上对教材内容做了适当调整、补充和完善,作为高职校设本科教材正式出版。

本教材在几年来的教学过程中,听取了通化职工大学莫宏教授、通化职业技术学院马玲、张洪鑫老师及北科院国际标业学院国权主任的意见,以及校设本科梅艳秋老师的亲身教学体会,使教材得到进一步完善。同时《招标投标概述》在编辑出版的始末得到了标业先行者、中国招标投标法起草人之一刘精益先生,已故的中国成套工程协会副会长王海春先生,中招国际招标有限公司专家董学伟先生的亲切关怀、帮助、指导,也得到了中国成套工程协会、中国国际标业协会(香港),还有全国部分省招标局以及《人民日报》信息导刊“标业天地”栏目的鼎力支持。在此对他们给予的指导、帮助和支持一并表示诚挚的谢意。

由于我们的水平有限,在编辑过程中难免出现不妥之处。诚请专家、老师、同学和广大读者给予批评指正。顺致谢意。

编者

2005年7月1日

目 录

第一章 招标投标的概念、特点和适用范围	1
一、招标投标的概念	1
二、招标投标的特点	1
三、招标投标的适用范围	6
思考题	9
第二章 招标投标的方式	10
思考题	11
第三章 招标投标的程序	12
一、招标投标的一般程序	12
二、机电设备的招标程序	14
三、建设工程施工招标投标程序	15
四、原材料采购招标投标程序	15
五、服务项目招标的程序	16
思考题	16
第四章 招标投标程序一——招标	17
一、代理招标委托	17
二、编制标书	17
三、招标文件的制作	18
四、技术标书的编制	20
五、招标信息及标书的传递	21
六、组建评标委员会	23
七、接受标书工作	25
思考题	26
第五章 招标投标程序二——投标	27
一、概念	27
二、投标的条件与一般程序	28
三、投标中应注意的几个问题	28
四、投标文件编写要求	30
思考题	32

第六章 招标投标程序三——开标、评标和决标	33
一、概述	33
二、开标会	34
三、关于预备会	36
四、评标与定标	37
思考题	39
第七章 招标投标的相关法律问题	40
一、招标投标当事人的权利和义务	40
二、合同成立	41
思考题	42
第八章 我国招标投标的发展状况及相关问题	44
一、政府采购招标	44
二、工程招标	45
三、机电设备招标	46
四、科技项目招标	49
五、利用国际金融组织贷款和外国政府贷款进行的招标	50
思考题	51
第九章 政府采购与招标投标	52
一、组织采购职能与政府采购	52
二、政府采购的目标与原则	66
三、政府采购方法比较研究	75
四、政府采购组织	105
五、结束语	129
思考题	130
第十章 招标的公证	131
一、招标公证的必要性及其作用	131
二、招标公证的内容和方式	145
三、招标公证的程序	147
四、出具公证书	155
思考题	156
第十一章 律师的作用	157
一、律师在招标投标中的服务宗旨	157
二、律师在招标投标中的作用	159
三、律师为投标人提供法律服务的主要内容	162

四、在国际招标项目中的法律服务	163
思考题	163
第十二章 招标代理机构	164
一、招标代理机构的产生	164
二、我国招标代理机构的发展	165
三、招标代理机构的法律地位和作用	166
思考题	168
第十三章 现代信息技术手段在招标工作上的应用	169
一、信息在招标工作中的地位和作用	169
二、信息服务方式的比较选择	170
三、因特网技术在招标中的应用	171
四、《中国采购与招标信息网》的建立与发展	172
五、有关国家和地区采购和招标信息网络简介	176
思考题	179
第十四章 招标投标案例	180
一、××省长江干流堤防加固整治工程施工招标	180
二、××省公路施工工程招标	181
三、××中央直属储备粮库招标	182
四、××高速公路招标	183
五、××省高等级公路建设项目招标	184
六、××部通讯项目招标	184
七、××大学第一附属医院住院综合楼土建招标	185
八、××县水库大坝工程招标	185
九、××国税局干部培训中心楼装饰工程招标	186
十、××石油局 3 号住宅楼招标	186
十一、××一级汽车专用公路施工招标	186
十二、××市压力容器厂合资项目招标	187
思考题	187
第十五章 电力工程设备招标程序及招标文件范本	188
思考题	256
附录 A 中华人民共和国招标投标法	257

第一章 招标投标的概念、特点和适用范围

一、招标投标的概念

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。

二、招标投标的特点

招标这种买卖方式可以使招标人依法买到便宜的、合用的货物,可以使投标人得到公平竞争的机会。但招标也有自身的缺点:(1)时间较长;(2)有时反而买到价格高的货物,其原因是招标书中技术规格要求过高或暗指某个厂商的产品,商务条款太苛刻,甩给投标人的风险太大,分包不合理,抬高业绩要求使国内产品失去投标资格等;(3)一般买不到性能最好的产品。

充分认识招标的特点,对于顺利招标、投标是很重要的。招标大致有十四个特点(或叫十四条规则)。

1. 静态采购的特点

静态表现在采购的特点:

(1) 招标书和投标书的内容在开标后都不能改动,不允许利用澄清环节对招标书或投标书内容作实质性改动。

(2) 投标价在开标后不能改动,项目业主不能要求投标人改变价格,也不允许投标人主动变更价格。

(3) 评标人的废标原则和评估计算价格或打分的具体方法事先制订好,并写

在招标书里,开标后不能再改动。

(4) 不允许投标人在开标后到投标有效期截止前撤回其投标,若撤回,投标保证金将被没收。

静态是相对于谈判采购(或叫议标采购)来说的。谈判采购是动态采购,采购人今天向供货商提出采购内定要求,明天供货商回答提出报价方案(含技术方案),后天采购人又修改采购要求,供货商又重新报价。采购人还可再变更采购要求,供货商再报价,这样反复谈上一个月、三个月、半年来回讨价还价,至于最后把订单给谁,全由采购人自己决定。供货商不知道采购人凭什么准则来做出决定,这种采购方式缺乏公平、公正、公开透明的实质。但是招标就不能这么办,遵照静态的特点,招标人应把自己的采购意图和评标标准充分地、详细地写在招标书里,不能等开标之后再变动,这是招标人的风险。采购要求要提得合理、正确,提高了,要付出高价;提低了或漏了,又买不到合用的货物。所以在静态的特点下,投标人有风险,招标人也是有风险的。

2. 书面的特点

招标是一种书面对书面的买卖活动,口说无效。其书面买卖活动的特点表现在:

(1) 招标人的购买意图要写在纸上,以公开出售的标书为准,若要修改补充,则应在截标前的足够时间内书面通知所有购买标书的投标人。

(2) 标前会上招标人对标书内容的解释和对投标人的要求若作为招标书的一部分,应以书面送给投标人。

(3) 开标后对投标书的澄清,招标人要书面问,投标人要书面回答。若双方当面澄清,最后也得用书面形式问与答,双方签字。总之,只有书面的东西才能作为评标依据,口说无效。

(4) 投标人要用招标书中规定的语言文字书写投标书,并要打印出来,不能手写。

(5) 投标书每页要由投标签字人小签,签字人若不是企业法人代表,则应在投标书里附上企业法人代表的授权书。

3. 时间性强的特点

招标有很强的时间性。“时间就是金钱”这句话在招标上有明确的体现,主要表现在:

(1) 售标书时间有限制。

(2) 截标时间有钟点限制。

(3) 开标时间有规定。

(4) 投标书有效期从开标日算起有具体天数规定。

(5) 投标保证金有效期也有具体规定。

(6) 投标人接到澄清通知后,应按要求时间回答澄清。

(7) 投标人接到中标通知日算起,在限定天数内必须与招标人签订中标合同也有规定。

投标人不遵守上述各种时间规定,就会导致投标无效或被取消中标资格。这些时间是视不同标有不同的规定。

4. 交纳投标保证金

投标保证金有五个涵义:

(1) 必须交,且要在投递标书时同时交。

(2) 投标保证金有效期必须满足规定。

(3) 保证金数额有规定,一定得满足数额要求,只可多不可少。

(4) 保证金的币种必须与招标书要求一致。

(5) 保证金可以是银行担保函或现金、保兑支票、现金支票。如果是银行担保函,其格式在招标书商务部分已给出,必须照着填写。我国有的招标书还规定如果是外国银行开出的保函,还必须经过中国银行总行确认(或叫背签)。

设投标保证金是为了保护招标人的合理利益,所以是个重要的商务问题。投标人必须认真照标书要求办,马虎不得,稍有差错就会导致废标。但招标人要求保证金额也不宜过高,过高会影响投标人积极性,导致缺乏竞争性。

5. 招标应招成熟的货物

用试制品(或第一次制造的货物)投标不能中标,所以招标书对投标人的制造资格作出明确规定。一般规定是曾制造过与本标相类似的产品多少台,并经过多少年运行证明是成功的制造商,具有这一条才有资格投标或委托他人投标。至于产品制造了多少台、多少年就依不同产品有不同规定。“有没有资格”与“能不能做”是两个不同概念。“资格”是指制造过产品没有,其运行是否成功。你拍胸脯说我能做出来,这不是资格。所以,投标人一定要改变过去的销售观念,充分认识招标这个特点。

6. 具有广泛竞争性的特点

招标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,招标书内容必须具有广泛的竞争性。招标书中引用的标准和技术规格应达到能够促使可能的最广泛的竞争,应最大可能地采用国家标准或国际上认可的标准,如 ISO, IEC。技术规格应以相关的技术性能参数和特征为依据,不能够引用某一个制造商的商品名称、商标、目录号作为依据,也不能引用独家生产的技术参数和特征作为依据。

业绩资格的规定也要符合广泛竞争性原则,不能规定得太苛刻,以致只有一

两家制造商有投标资格。

在招标信息的发布上也要符合广泛竞争性原则,招标项目的总采购预告和具体采购的资格预审或招标公告,均应至少刊登在普遍发行的一种报纸上,也要将广告副本转发给表示感兴趣的投标人。要防止只让局部范围内的投标人知道招标信息。

7. 必须交付正确的委托书

招标规定投标人若不是货物的制造者时,应在投标文件里递交制造厂的正确授权书,这是保证货源可靠的措施,是维护招标人利益的措施。投标人得按招标书的格式填写和正确签字,制造厂和投标人都要由企业法人代表签字或由其授权的代表签字(授权书应附在投标书里)。

8. 交付银行资信函

市场经济活动中,财务和资信是需要考虑的重要因素。过去我们习惯计划销售。常常忽略银行资信函。现在我国的企业和银行对投标开具“银行资信函”都不适应,需要尽快赶上来。

9. 报价要求复杂、详细

招标书的商务部分对报价有详细要求并附有报价表格。除要求报总价以外,还要求报分项价格,分哪些项在招标书里写清楚。报价表格中有的要求除报单价和总价外,还要求报出“标准备件、易损件、专用工具费用”、“附属件费用”、“安装、试验、培训、设计联络和技术服务费用”等栏目。

在招标书的技术规格部分对报价也有不少要求,如有的要求报出两年指令性备品备件的价格并列清单(数量、单价、总价)。有的还要求报出三年或五年备品备件供买方选购,也要列出清单。有的要求报出买方在卖方培训、监造或检验的费用(人、日数及单价)。报出卖方到项目现场安装、调试的指导费用(人、日数及单价)。有的还要求附带测试仪器和附件,其价格含在总报价中,并要列出单价。

这些报价内容若漏报,可以导致废标或评估时被加价,失去中标机会。所以投标人要认真阅读招标书的报价要求,不可漏报或错报。

10. 应公开开标

招标必须公开开标,才能体现和维护公开透明、公平公正的原则。

开标是招标的重要程序,开标必须采取公开方式,允许投标人或其代表出席,也可请公证机关出席作证;允许记录、拍照、录音录像。不开标或秘密开标是违反公开透明原则的,公开公正也就无从谈起。

开标时应高声宣读投标人名称、每个投标的总金额、有无折扣或价格修改、有无投标保证金,如果要求或允许报替代方案的话,还应宣读替代方案投标的总金

额。没有开封或开标时没有宣读的投标均不得考虑。开标之后若出现新的投标人或出现新的投标价格,是违反公平竞争原则的,将会损害正当投标人的权益。

开标必须在紧接着截标时间之后进行,防止在间隔时间内出现窥窃、涂改。

在第一个投标人被开标宣读之后,不应要求或允许任何投标人改变其投标。

公开开标是招标的固有特点之一,不实行公开开标的采购方式,就不是招标。

11. 公开评标原则

评标要按公开的已制订的废标标准和方法进行。招标的透明度也表现在评标环节上,评标基本原则是:

(1) 必须把废标的细则和评标价的计算方法事先制订好并写在招标书里,开标后照着进行评,不能开标后针对投标书内容随意制订评标原则和计算方法,失去公开、公正的实质;

(2) 评标依据是招标书里和投标书里的内容,招、投标书内容以外的东西,不能作为评标依据;

(3) 招标书里要求不明确、前后矛盾或界限含糊不清的要求,均不得作为评标依据;

(4) 违反国家法律、法规的不能中标。如违反我国颁布的《中华人民共和国民法通则》、《中华人民共和国反不正当竞争法》,应取消中标资格。

12. 遵守授标原则

授标要授给符合招标书要求的评估价最低的投标人,而不是授给开标价格最低的人,也不是授给设备性能最好(质量最好)的投标人。

授标时,不能要求投标人承担招标书中没有规定的责任或要求其修改投标书内容作为授予合同的条件。

13. 中标决定由集体讨论做出

招标的公开、公平、公正性质也体现在中标结论是由集体讨论做出的。中标结论是在商务和技术检查(或称商务和技术初评)之后,筛掉不合格者,把合格者和基本合格者进入终评(即评标价计算),计算出的评标价从低到高顺序排列,最低者就是中标人。商务和技术检查、终评计算出评标价这些工作,不是由一个或一个单位去做,而是由评标小组集体讨论、计算出来。评标小组由招标代理机构、业主单位、设计院、业主单位的主管机关、设备制造业(没有参加投标者)、律师业和财务会计业及公证单位等各方面人员组成。在成套设备系统评标时,要由各种专业的设备专家参加评标,如火电机组评标,锅炉专业、汽车专业、汽轮发电机专业都得各有专家参加,不可能一个人熟悉这三个专业,不可能一个人就能做出公平公正的科学结论。评标小组(或叫评标委员会)集体讨论、计算、做出中标结论是招标的鲜明特点之一。

在经营活动中由一个人做决定,出问题的风险性很大。如新加坡巴林银行,一夜之间破产了,就是一个人(利森)决定交易所造成的。全世界金融界都从这个事件中吸取了教训,我国有的银行从此决定签发证明得由两个人签字才有效。招标的优点之一就是它要求集体讨论做出中标决定,这是反腐败的有效预防措施之一。因此,在市场经济社会里,招标这种采购方式才被广大纳税人所推崇。

14. 招标内幕人员不得参与投标活动

为保证招标的公开、公平、公正的性质,招标内幕人员不得参与某投标人的投标活动,这是反腐败的有效预防措施之一。招标内幕人员包括:业主单位、编写标书单位、咨询单位、招标代理机构、评标小组等人员。招标内幕人员不得帮助某投标人编制投标书、分担一部分投标工作、指导某投标人投标或其他的参与投标的活动。综上可知,招标有它自身的许多特点和规则,不同于别的采购方式。

三、招标投标的适用范围

招标投标的适用范围,是指哪些主体采购的哪些项目(标的)必须采用招标投标的方式。从招标投标的本质意义上说,只要是采购人需要的、数额较大的产品和项目都可以通过招标方式进行。但是,法律上确定招标的适用范围,由于涉及到有关采购主体的权利和义务以及国家的管理和监督职权,不是任意设定的;在国际条约、协定的规定方面,还涉及到参加国的承诺和保留以及国内法与它的协调等一系列问题。因此,研究招标的适用范围,是一个有着重大理论和现实意义的课题。

1. 招标的主体对象

目标,世界各国由于具体国情不同,法律在确定招标主体的范围时不完全一致。具有全球指导意义的联合国国际贸易法委员会(UNCITRAL)通过的《货物、工程和服务采购示范法》,将政府部门和其他公共实体或企业列入招标采购主体范围内,并且将这些实体或企业列入时要考虑以下因素:(1)政府是否向其提供大量资金;(2)是否由政府管理或控制,或政府是否参加管理或控制;(3)政府是否对其销售货物或提供服务而给予独家经销特许、垄断权或准垄断权;(4)是否向政府有关部门报告财务状况;(5)是否有国际协议或国家的其他国际义务适用于该实体从事的采购;(6)是否经由特别立法而设立,以便促进法定的公共目的;(7)通常适用于政府合同的公法是否适用于该实体签订的采购合同。欧盟的采购规则规定,凡政府部门、公共机构和公营企业的采购活动都必须实行招标,政府部门包括中央政府和地方政府;公共机构需为满足公众利益的需求而建立,不具有工业或商业性质,大部分资金由国家、地方机构或公法管理的其他团体提供;公营企业是由政府部门或公共机构直接和间接控制的具有经济和工业目的的企业。关贸总

协定乌拉圭回合达成的世界贸易组织(WTO)《政府采购协议》，在原来《政府采购协议》的基础上，首次将地方政府以及某些特定的公共部门和企业与中央政府部门一起统一纳入招标采购的主体范围之内。

在我国，从保护国有资产的原则出发，将国家机关、国有企业事业单位及其控股的企业作为招标的主体，已被各种招标法规所确定。例如，《国家基本建设大中型项目实行招标投标的暂行规定》，经国务院或国家计委批准的国家计划内基本建设大中型项目，符合规定条件的都要进行招标投标。这就是说，国家机关、国有企业事业单位(包括其控股的企业)在进行国家基本建设大中型项目建设时，都是招标的主体。

目前，在我国一些招标投标规定中，还将集体所有制单位列入招标主体的范围。例如，《工程建设施工招标投标管理办法》规定，凡政府和公有制(包括全民所有制和集体所有制)企、事业单位投资的工程项目的施工，除不宜招标的外，均应实行招标投标。

1. 招标的适用范围

从有关国家和国际组织法律和条约、协议、决定等的规定来看，将招标采购标的分为货物(物资)、工程和服务，已成为一种通常的做法。《政府采购协议》将招标的标的分为产品和服务，服务包括建筑工程；《国际复兴开发银行贷款和国际开发协会信贷指南》分为货物和工程(包括其相关的服务)，而将咨询服务排除在外，专门由《世界银行借款人和世界银行作为执行机构聘请咨询专家指南》进行规范。联合国贸易法委员会《货物、工程和服务采购示范法》明确界定了货物和工程标的性质，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。但《国际复兴开发银行贷款和国际开发协会信贷采购指南》对货物的解释则为，货物包括商品、原材料、机械、设备和工业厂房。关于服务，《示范法》只将其泛泛定义为“除货物或工程以外的任何采购对象”，世界贸易组织的《服务贸易总协定》也只对“服务贸易”的几种形式做了界定，而没有对服务本身的性质做出明确规定。由于对招标标的性质的认识不统一，因此很难确定标的范围。

由于招标标的涉及的范围广，各国经济和贸易的发展状况各有千秋，因而随着各国现实情况的变化而不断被修正。一个共同的发展趋势是招标的标的范围逐渐扩大，招标标的从过去单一的实物形态项目转向全方位的实物形态和知识形态项目，新产品的开发、设备改造、科研课题、勘察设计、科技咨询等知识形态的服务项目招标不断拓展。从我国的情况来看，在货物方面，招标标的主要是机电设备和机械成套设备；在工程方面，招标标的主要是工程建设和安装；在服务方面，

招标标的主要是科研课题、工程监理、招标代理、承包租赁等。对此,《国家基本建设大中型项目实行招标投标的暂行规定》做了总括性的规定,即:建设项目主体工程的设计、建筑安装、监理和主要设备、材料供应、工程总承包单位和招标代理机构,以及某些条件下建设项目及项目法人的确定、不涉及特定地区和不受资源限制的项目建设地点的选定、项目前期评估咨询单位的确定,都应当通过招标投标进行。

在国际范围的招标中,各国法律都对招标标的的范围,特别是服务项目范围,根据其参加的条约、协议规定或根据互惠、对等原则进行一定的限制,以保护本国投标人的利益。例如,欧盟在加入《政府采购协议》时,承诺适用于协议条款的服务范围是:银行和金融、保险、卫生服务、道路运输、铁路运输、城市运输、海洋运输、内陆水运、港口、机场、旅游、客货运输、宾馆和餐饮、维修、研究和开发、健康、住房等;美国也提出了大致对应的报价单。在此之外的服务,或者谈判双方根据对等原则互不开放的服务,都不对外开放。我国在这方面尽管还未做出明确的例外或保留,但也做了原则性规定。例如《国家基本建设大中型项目实行招标投标的暂行规定》规定,建设项目经批准采取国际招标的,“除按本规定执行外,还应遵从国家有关对外经济贸易的法律、法规”。

2. 招标的限额规定

从国外和国际组织的招标法律规定来看,其招标限额呈现以下特点:(1)货物和服务项目的招标限额相同,与工程项目的招标限额之比一般控制在1:10左右;(2)中央政府采购实体要比次中央政府采购实体(公共机构)的招标限额低,而次中央政府采购实体(公共机构)又比其他采购实体(包括国营企业或其他国营单位)的招标限额低。这表明,法律对中央政府的采购行为控制得比较严,而对其他招标采购实体的采购行为则控制得相对宽松一些。(3)有关国际组织和国家规定的货物、工程和服务项目的招标限额基本上相同,但也有个别国家存在一定的差异。如各国中央政府对工程方面的采购限额一般规定为500万特别提款权,而以色列则规定为850万特别提款权,日本则规定为450万提款权。这种差异是这些国家在参加《政府采购协议》前,与世贸组织谈判的结果。这些值得我们认真研究。(见表1-1)

目前,我国对货物和服务项目的招标限额基本没有法规制定,而对工程施工招标限额的规定则不尽一致。实际情况是,在工程招标限额方面,全国平均控制在建设面积1000平方米或投资额100万元人民币以上;在货物方面,据统计,国内机电设备和成套机械设备的招标采购合同额大部分在50~100万元之间;至于服务,也基本上与货物适用一个限额标准。因此,目前我国各地通行掌握的招标限额大致为:(1)合同估价在50万元人民币以上的货物和服务;(2)建筑面积在

表 1-1 货币单位:特别提款权(1 特别提款权约等于 1.4 美元)

	澳大利亚	加拿大	芬兰	以色列	日本	韩国	挪威	瑞典	瑞士	美国	欧盟
(一)											
货物	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
服务	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
(除工程服务外)											
工程服务	500	500	500	850	450 (工程设计 45)	500	500	500	500	500	500
(二)											
货物	203	35.5	20	25	20	20	20	20	20	35.5	20
服务	20	35.5	20	25	20	20	20	20	20	35.5	20
(除工程服务外)											
工程服务	500	500	500P	850	1500 (工程设计 150)	1500	500	500	500	500	500
(三)											
货物	40	35.5	40	35.5	13	45	40	40	40	40	40
服务	40	35.5	40	35.5	13	—	45	40	40	40	40
(除工程服务外)											
工程服务	500	500	500	850	1500 (工程设计 45)	1500	500	500	500	500	500

注:(一)系指中央政府采购实体;(二)系指次中央政府采购实体(公共机构);(三)系指其他采购实体(包括公营企业或其他公营单位)。

1000 平方米以上或者投资额 100 万元人民币以上的工程;(3)法律、法规规定的其他必须实行招标的货物、工程或服务。需要说明的是,这些招标限额是指单项合同的金额,而且不可能一成不变,应在一定时期内由政府作出适当调整。

思 考 题

1. 什么是招标投标? 招标与投标的关系是什么?
2. 招标有哪些特点?
3. 什么是静态采购? 其特点有哪些?
4. 什么是动态采购? 它有什么优势和不足?
5. 什么是招标的适用范围? 研究招标的适用范围有何意义?
6. 招标的主体对象有哪些? 这些主体对象的主要考虑因素是什么? 为什么?
7. 我国目前的招标限额是如何规定的?