

国际商务通系列丛书

主编 姚钟华

李立辉 著

国际招标 与采购实务



Application for International
Bidding & Purchasing

广东经济出版社

国际商务通系列丛书

主编 姚钟华

李立辉 著

国际招标 与采购实务



**Application for International
Bidding & Purchasing**

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际招标与采购实务/李立辉著. —广州: 广东经济出版社, 2002.6

(国际商务通系列丛书/姚钟华主编)

ISBN 7-80677-212-X

I. 国… II. 李… III. ①国际贸易-招标②国际贸易-采购 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 030641 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团公司
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	18.25 2 插页
字数	297 000 字
版次	2002 年 6 月第 1 版
印次	2002 年 6 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80677-212-X / F·690
定价	全套 (1—7) 238.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

网址: www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

内容提要

本书写作的出发点是把国际采购提升到一个战略性的高度——全球资源的整合方式。我们国家已加入 WTO，中国经济已融入世界经济之中，企业的运作应在国际环境中考虑，本书是在此情况下，围绕国际采购与招标这一主题来进行讨论的。本书就如何来着手进行国际采购活动、国际采购与招标的国际准则、国际采购与招标的技巧进行了论述，具有较强的实践性和可操作性。

本书的出版将有助于企业国际环境下进行采购与招标，内容丰富，具有理论性和适应性的特点。适合采购员、管理人员和大中专学生使用。

18A213/01

总 序

由佛山科技学院经济管理学院学者们编撰、广东经济出版社出版的《国际商务通系列丛书》(下称丛书),内容包括企业出口营销战略、WTO例外原则与应用、国际服务贸易、国际加工贸易、国际技术贸易、国际贸易电子商务以及国际招标与采购等,对我国企业从事国际贸易实践具有重要的参考价值。丛书以企业为主体,从企业的角度审视国际贸易,分析国际贸易理论及其惯例,描述国际贸易操作流程,并围绕以下三个主题进行了全面阐述。

一、全球化的意识

丛书全面认识全球化带来的挑战和机遇,强调理论创新、制度创新和科技创新是包括中国在内的广大发展中国家的必由之路。经济全球化从一种国际经济现象到不可逆转的趋势并正在成为全新的国际经济制度,其特点主要表现在:生产的国际化、商品和服务贸易的自由化、全球资本市场的一体化以及技术和制度的全球化。经济全球化的基础是生产的国际化和贸易的自由化,核心是全球金融市场的一体化,而机制是技术和制度的全球化。在经济全球化的过程中,发达国家是主角,跨国公司是主要的实施者和推动力,通过跨国公司在全球范围内从事生产、贸易、投资以及技术和制度创新与扩散,从而使各国经济的相互联系和依存度进一步加强。世界经济全球化为我国扩大对外开放提供了更好、更有利的国际环境和条件,为我国加速发展经济提供了难得的机遇,在总体上我们应采取积极主动的参与战略,实施全球化和本土化相结合的方略,采取开放引进、综合创新的发展战略,最终达到以柔克刚、以弱制强、后来居上的战略目标。

丛书分析和研究了改革开放 20 多年来我国已经拥有的一批经营有方、



适合市场经济的企业，但大多数企业对于全球化还缺乏必要的认识 and 知识准备。有些企业对全球贸易、法律法规知之不多，经营理念不新，运作技巧不熟；许多企业缺乏跟踪世界同行发展态势的能力，不了解他们的竞争机制及手段，因此难以根据这些信息作出判断和决策。适应全球化的企业，应是既熟悉生产经营、企业管理，又懂得国际市场营销，并在贸易、关税、文化、财政、金融、科技、法律等方面具有相当经验和知识的企业；也应是具有社会责任感，切忌浮躁，扎实进取的企业。“全球化”意识要求从企业发展的纵向进行更深的思维。就是说，既看清企业目前发展所处的阶段，把握住国际市场眼下能提供的机遇，又要明确企业国际化的努力方向和目标，以做到有足够的长远眼光。经济全球化对企业的最大挑战是反应能力和调整能力。

二、国际化的贸易

② 丛书从不同的角度阐释了经济全球化，分析了国际资本市场一体化和贸易自由化之间的相互关系。在当今世界上，资本以巨大的规模在进行跨国流动，因此，谁控制了国际资本市场，谁就掌握了世界贸易和世界经济的主动权。古典经济学派认为国际贸易以获取绝对利益和比较利益为动力，生产要素禀赋以及相对稀缺性是国家之间产品成本差异的基础，因此，也是贸易模式形成的基础。随着世界经济进入垄断竞争阶段，“规模经济”成为国际交换的又一基本要素和经济变量，在国内市场容量有限的情况下，开拓国际市场是实现生产规模扩大的主要途径。随着科学技术的发展和世界市场规模的进一步扩大，企业在数量和规模上都有较大发展，有些企业形成一定的垄断优势。由于企业内部一体化使其交易成本大为节约，这种企业内部国际化体系的形成，构成了以跨国公司及各附属公司之间交易为特征的巨大商品与劳务贸易的内部市场。企业越来越多的采用建立全球生产营销网络，一旦研制出新产品和新技术，就几乎同时在世界市场上加以采用，将新产品的生产迅速覆盖主要市场，从而使传统周期模式中的产品周期大为缩短甚至消失。在这一过程中，技术进步和制度创新的国际化对企业的对外投资能力和动因具有相当重要的决定作用。



丛书遵循国际贸易的一般规律,首先是企业的目标市场定在本国以外,利用本国的资源,在母国为海外市场生产并出口产品和服务,目前我国大部分的企业出口就是处于这个阶段;实施国际营销战略的跨国企业比出口营销者更进一步,他们更加关心目标市场国家的市场环境,企业可以调动更多的资源,为了获得更大的竞争优势,企业可能从本国以外的地区为目标市场提供产品;随着对目标市场的差异和独特条件了解的增多,部分跨国公司转向“差异化的异国营销”战略,即全球化和本地化相结合的战略,以使公司的生产经营策略适应目标市场的独特环境;最后,跨国公司营销战略中出现了一种新形态——全球营销,全球营销战略注意扩大利用跨国公司的全球经验和产品,使之适应不同国家独特市场的需求。

三、规范化的市场

丛书分析了国际经济交往和合作中通行的一些规则和惯例,强调了商业惯例和制度规则“接轨”的重要性,否则无法开展国际经济交流和合作。与“狼”打交道要学会“与狼共舞”、“与狼共语”。虽然我国的社会主义市场经济体制与发达资本主义国家有本质区别,但是在市场机制方面,包括市场运行规则、价格形成机制、进出口管理机制、现代企业制度等等,已经形成了基本符合国际惯例的制度规则,这就从根本上解决了与国际惯例接轨的可能性。严格地说,确定建立社会主义市场经济体制后,我国与世界各国开展经济交流与合作,在经济领域已不存在大的障碍,许多方面已经在接轨了。现在通行的国际惯例和规则是在发达国家主导下,从维护和有利于它们的根本利益出发而制定的,有的是不合理不公正的。总的来说,对于通行的国际惯例和规则,企业只能采取“先承认后改造”的方针,即与其“接轨”,按其办事,然后在条件成熟时,对其中某些歧视和损害发展中国家利益的不合理和不公正的条款,进行有理、有利、有节的斗争,以便于建立公正合理的国际经济新秩序,更好地保护我国长远利益和根本利益。

丛书认为,企业只要能创造优势,通常就会进行国际贸易。美国学者尼克布鲁克认为,“一旦有一个企业向国外市场扩张,同行业的其他企业为了确保国内外的市场地位,也竞相向国外扩张”,我国企业在目前市场环境



总 序

下已经开始出现了这一趋势，只有这样，企业才可能顺应全球化贸易浪潮中出现“快鱼吃慢鱼”的趋势。有些企业尽管不能在所有职能上都实现全球化运作，这也不影响企业在局部范围的实施。全球性和规范化市场运作的益处在于设计、采购、制造、包装、分销、营销、广告、顾客服务等方面，使企业快速适应全球各地的体制和运作方式，得以实现标准化。我国企业要善于从大处着眼，放眼远大目标，不能目光短浅；要勇于接受新的挑战，尝试新的经验，不能墨守陈规；要乐于融入他国文化，视差异性为一种资源，不犯文化上的错误；要精于从不同的角度来看世界，不断汲取精华，博采众长。

华南农业大学经济发展研究所所长
华南农业大学经济贸易学院首席教授

 博 士
博 士 导 师

2002年4月23日

前 言

当前,国际采购的规模已发展得越来越大。就我国来说,据有关资料显示,目前我国单政府采购市场规模已达8 000亿元。企业间的采购活动也非常频繁,规模逐渐增大。随着国际采购的规模不断增大,采购活动的频繁,采购方式的不断革新,不但引起相关采购主体——政府和企业的重视,也引起越来越多的有关学者、专家等的关注,纷纷进入到该领域进行研究、探讨。但据笔者了解,目前出版的各种各样描述和研究国际采购的书、文章其实不是很多,而且大部分实践性不够强,都是结合国际贸易来从理论角度探讨国际采购。本书的编写是为了从较为实用的角度来介绍国际采购,以国际采购的双方为主体,围绕整个采购的程序(过程)展开论述,并选取实践性较强的材料来加以说明、讲述,最后还根据国际采购的最新发展方向和在我国加入世界贸易组织(WTO)的背景下,分别论述网络采购和我国的政府采购。应该说,本书还是有相当的参考价值。

首先,我们来看本书的主要章节及其内容:

作为人们认识事物的一般规律,依照人们的习惯逻辑思维,本书第一章讲述了国际采购的含义与发展。国际采购的含义有狭义和广义之分,其中狭义的定义系指限于以“购买”(buying)的方式,由买方支付对等的代价,向卖方换取物品的行为过程,亦即所谓的“一手交钱,一手交货”或“银货两讫”,而广义的含义则



指除了以购买的方式占有物品之外,还可以用租赁、借贷、征收、交换等途径取得物品的使用权,来达到满足需求的目的;接着指出国际采购的范围是有形的物品及无形的劳务;政府采购和企业采购是目前国际采购的两种主要形式;最后讨论了国际采购的三个发展:欧洲联盟、北美自由贸易协定和网络采购。

要进行国际采购,首先要有相应的采购部门和人员专业化操作,故第二章讲述了如何成立国际采购部门与人员选拔。讨论成立采购部门时,到底是采用分权式还是集权式管理;组织内部的隶属关系如何;部门间按何种方式来建立、划分及其优劣比较关系;部门的职能范围如何;如何来挑选采购人员并授予他们一定的权利以及这样把他们管理好。

进行一项国际采购活动,首先要制定科学合理的采购计划和预算,书的第三章讲述了如何来编制采购计划和预算。采购计划是通过什么方法来确定,要采购什么,采购多少即数量;采购预算的制定及其有哪些影响因素。

对于每一项国际采购,都必须弄明白什么是采购对象即采购的内容及其规格要求,在第四章里,我们讲述了国际采购的规格说明。首先从品质入手,说明采购方需要什么样的采购品,总的原则是要满足自己的要求;接着论述如何通过确定品质的规格来反映采购方对于所要采购物的品质方面的诸多要求;除此以外,还讲述了其他的采购说明,包括样品、品牌、产品等级、功能要求等;最后,也讲到如何用正确的方法来描述采购方的需求。

要进行有效的国际采购,采购供应商是不能不重视,如何选择供应商也成了国际采购的关键性步骤之一,本书的第五章就讨论此问题。首先,怎样来开发供应商即挑选供应商,要做到这一点还有相当多工作要做,如对供应商进行评估、调查、分析、比较;然后采购方要制定自己的底价,作为与供应商进行谈判的基础;当然,还要对整个采购活动过程中的成本、价格进行



计算、分析与控制。

选定好采购商后，接下来就要开始与采购商进行有关采购活动的谈判过程，这是一个充满技巧性、策略性、艺术性的过程，本书的第六章就讲到采购谈判的问题。其实，谈判主要是围绕价格的讨价还价，所以首先要加深对价格的认识，包括其要素和种类，都要清楚；然后就引出价格谈判的技巧问题，主要是分别站在买方占优势和卖方占优势情况下来讨论问题。各种各样的技巧将会增添价格谈判的唇枪舌战的“火药味”。

当谈判完后，供应商主要是准备履行交货的义务，这也是牵动采购方的一个核心问题，本书的第七章就讨论了交货履行的问题。首先，采购双方都必须非常清楚交货所代表的重要意义，以高度的诚信度和责任感来完成合同规定的交货义务；如果确实出现有违反合同规定的交货行为，就要作出相应的和恰当的处理，追究违约方的责任；为了保证交货的如期顺利进行，要事先进行交货的规划，特别是注明交货履行的时间、各种各样条件及要求，要做到“有据可依”；当然，交货是否符合合同规定还要进行考核，验货是少不了的工作；最后本章还特意讲述了一种非常前沿的交货方式——JIT（及时生产），怎样才能做到及时生产，及时交货，减少货物的库存，停留。

每一笔采购业务的完成，都要最后进行绩效评估，看看该笔采购业务能否达到原来的预定目标，是不是最好地完成，本书第八章就是围绕对国际采购的绩效评估展开讨论。从关于国际采购的绩效评估的代表性观点出发，讲述要通过什么标准来对某一笔采购业务进行评估；绩效评估除了对业务的具体内容进行外，还要对采购人员进行考核，看看他们在整个采购活动中的表现，能否按规定完成任务，完成得怎么样；最后也讨论了对于供应商、采购人员、采购工作的稽查问题。

作为国际采购最为重要的方式——招标与投标，其在采购领



域里是经常使用，有必要对它进行深入细致的探讨。首先，要对整个招投标的程序和制度作详细描述和说明，目的是告诉招投标各方到底要为招投标准备什么工作，需要遵守什么法律、规则及制度，在招投标过程中应注意什么问题，如何合理有效地进行一次成功的招投标活动。这是本书的第九章内容。

书的第十章接着研究了招投标的游戏规则和策略性技巧。从有关招投标的法律文件出发，讲述如何最好去认识规则，洞察先机，利用规则来赢得招投标的胜利；然后就阐述国际上招投标运作方式的最新发展状况：利用日新月异的信息技术，改造传统的招投标活动，建立以互联网为载体的招投标信息化、网络化运作；最后提出一些招投标的策略性技巧，为赢得招投标活动做好应变的准备。

近几年，随着网络技术的高速发展，网上采购工程在世界各国迅速发展起来。网上采购对于政府部门、企事业单位来说，既方便了其对办公设备等物品的采购，又能对其有效使用资金产生很好的效果。从网上采购高效节资的特性、国内网上采购日益显现的商机及政府对于网上采购日益重视来看，网上采购的市场前景是十分诱人的。所以，书的第十一章就围绕国际采购的新发展方向——网络采购来展开探讨。首先从当今信息技术的发展情况来作为大背景，特别是电子商务的出现，使网络采购成为人们关注的焦点；接着讲述了当今世界网络采购的新的发展情况，趋势；对于国际采购来说，到底通过互联网为载体来进行会带来什么好处与变化；以政府采购为例，实施网络采购，有什么战略性的意义和选择，说白一点，网络采购的优势体现在哪里。

经过漫长的十多年谈判，中国终于如愿以偿加入到世界贸易组织（WTO）中去，可以说，中国的发展进入到一个崭新的领域里。而入世对中国政府的国际采购是有比较大的影响，比如，去年中国加入世贸组织的谈判中，分别与美国和欧盟签订了“中美



WTO 双边协议承诺义务”和“中欧 WTO 双边协议承诺义务”，在这两个承诺中均对中国政府采购市场开放提出了要求。粗略地说，中国政府的国际采购会以更快的速度增长和采购规模更大，换句话说，政府采购在中国应该成为国际采购的一个重点领域。所以，本书的最后一章以此为出发点，特意讲述了中国的政府采购的有关问题。包括政府采购的一般性知识介绍，深入正确认识政府采购，减少误解；目前中国政府采购制度的存在问题，提出如何完善政府采购制度，迎接入世的挑战，更重要的是抓住入世的机遇。

应该说，本书的各个章节的关系是紧密有序的。全书第一章是开场白，引导读者进入国际采购的领域来，从认识国际采购入手；然后，围绕整个国际采购的进行程序（也就是说，要进行一项有效的国际采购活动，需要采购双方做哪些工作，需要经历哪些阶段。）来作为主线组织书中的第二章到第八章；接着跳出这个框架，从新的战略高度审视国际采购，深入探讨描述其主要的操作方式，最后，针对两个富有挑战性并惹人关注的最新发展的大背景来进一步讨论国际采购。一个是信息时代的来临，信息技术的发展日新月异，电子商务出现会对国际采购带来革命性的影响，在这样背景下，研究网络采购就成为新宠；另一个是中国成功加入世贸是世界的大事，对于中国来说更是意义重大，到底入世能给中国的政府采购带来什么影响，如何完善中国的政府采购制度来迎接入世的挑战并抓住机遇呢？政府采购的再探讨也是成为必然。所以，本书各章节实际上形成一个有机整体，既强调实践性，有突出重点，更以前瞻性眼光来深入论述问题，保持较好的层次感。

可以说，本书的总体特点是：实践性强，条理清晰，富有层次感，论述深浅结合，有大量实践性很强的例子来丰富全书和更好地引证问题，也起到导读之用，语言也比较简洁，格式灵活多样。



但事物总不是完美的，由于编者水平有限，不当之处，恳请广大读者多多指教。

1 洞悉国际采购与发展

● 双重定义国际采购	(5)
狭义的采购	(5)
广义的采购	(5)
● 搜索国际采购范围	(7)
有形的物品	(7)
无形的劳务	(9)
特大型消费品采购集团的采购	(10)
● 透视国际采购两门类	(11)
企业采购	(11)
政府采购	(11)
政府采购的特点	(12)
政府采购制度与“控购”的区别	(14)
政府采购制与财政供给制	(15)
● 国际采购新发展：联合舰队和 e 化	(15)
欧洲联盟	(16)
北美洲自由贸易协定	(17)
网络采购的兴起和快速发展	(17)



2 “建库”与“选才”

- **唯权的组织方式** (23)
 - 分权式的采购组织 (23)
 - 集权式的采购组织 (24)
- **赋予采购部门地位** (26)
 - 政府采购的管理模式 (30)
- **采购部门的建立方式** (30)
 - 按物品类别 (31)
 - 按采购地区 (32)
 - 按采购价值或重要性 (33)
 - 按采购过程 (34)
 - 混合式的编组 (35)
- **为采购部门设置参谋** (35)
- **明确采购部门之职责** (37)
 - 以整体公司而言 (37)
 - 以采购部门内部而言 (39)
 - 以工作时间分配而言 (42)
- **唯贤才用** (44)
 - 才能方面 (44)
 - 品德方面 (45)
- **授权进行采购工作** (46)
- **采购人员之管理** (47)
 - 人员招募 (47)
 - 面谈及选用 (48)
 - 人员轮调 (49)



3 打有准备之仗：采购计划与预算

- 制定好采购计划 (57)
 - 编制采购数量计划的目的 (57)
 - 决定采购数量之资料基础 (57)
 - 采购数量之计算与订购方法 (58)
 - 决定最适当的采购数量 (60)
- 做好采购预算 (61)
- 政府采购程序 (61)
 - 第一步 采购需求的提出和确定阶段 (62)
 - 第二步 政府采购活动的事先分析与预测 (63)
 - 第三步 择优选择采购模式和方式 (63)
 - 第四步 发布政府采购信息 (63)
 - 第五步 供应商的资格审查 (64)
 - 第六步 确实执行采购方式并签订采购合同 (64)
 - 第七步 供应商按要求履行采购合同 (64)
 - 第八步 采购实体的检查和验收 (65)
 - 第九步 财政部门与供应商的资金结算 (65)
 - 第十步 采购实体及监管部门的效果评估 (65)

3

4 寻找所需产品：规格说明

- 品质：卓越标志 (71)
 - 优良品质的特性 (71)
 - 合适、优秀与卓越 (71)
- 撰写规格描述所需 (73)