

工程招投标

原理及应用

YUANLI JI YINGYONG

本书从分析工程招投商业交易行为基本特征入手,讨论招投商业交易的商业规则。在此理论基础上,介绍招投商业交易行为在工程建设中的操作要领。其中对项目开发全过程的招投商业交易行为论述重点,最后提供项目开发全过程的招投商业文件范例,包括招投商业、咨询等)、工程施工(总承包、指定分包、专业分包、独立分包等)、指定供货商(指定定等)等,供广大读者参考。



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

工程招投标

原理及应用

郝林 郝瑛 ■ 编著



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

前 言

一

2004年8月，笔者以“拈字儿生”的网名在ABBS造价工程师论坛注册不久，就发现论坛内造价工程师在普遍的层面上，对合约造价基本理念的理解比较欠缺。笔者曾经回答过很多网友关于合约造价原理及应用问题的提问，对某些比较大的合约造价问题也曾展开专题写过帖子。但是，一些基础的问题被网友多次提出，甚至同一位网友会把同样的问题以不同的形式重复地提出。当把自己的回复重复粘贴多次之后，笔者深切地感受到，有必要把与工程合约造价相关的基础概念写出来，让读者有一个系统完整的理念，才可以从根本上解决这些问题。

虽然有这样的认识，但由于精力所限，文章一直没有动笔。看着自己喜爱的论坛不断冒出来的重复提问，心里总感觉有点事儿没做完。忽然有一天，对自己说：“先把这些思路写出来，也不枉我做造价工程师一场”。

这样，就产生了写这一系列书的动机。

二

大致理了一下文章思路，决定写以下五个方面的内容，涵盖工程合约造价管理工作的主要方面：

- (1) 工程合同条件；
- (2) 工程计量规则；
- (3) 招投标原理；
- (4) 开发商合约造价管理技术；
- (5) 合约矩阵原理。

这五个部分的文章初稿写成，笔者原计划都发在ABBS及筑龙网论坛里以供网友们参考。这样做既实现自己成体系论述合约造价工作以回报网友的想法，也便于与网友们讨论所写内容。但是，随着论坛点击量的增加，不断有网友提问，所以我整理了一下，出版成此系列书，以供广大的读者参考。

三

合同是合约造价工程师工作的平台，也是工程承发包商业行为得以实现的平

台。工程标准、规范、设计、价格等事项，都是通过合同这个平台整合到一起而完整体现了合同当事方的合同意愿。所以，只有对这个平台的工作原理及性能有清楚的了解，才能够更好地操作合约造价工作。

依照我们国家建设管理的政府监管程序，工程项目需要开发方以法人主体的身份完成一系列的工程申报工作，同时设计工作必须由有资质的单位来完成，所以“由雇主提供设计”的单价合同是最适合国内工程管理现状的合同。FIDIC 合同是国际范围内比较通行的单价合同，其基本条款相对严密，涵盖面广，合同本身允许针对工程项目的特征进行相应地调整，所以在国内情况下，以 FIDIC 合同为标准，讨论合约造价工程师的工作平台，具有非常现实的意义。出于这个原因，笔者决定第一部分以 FIDIC 施工合同条件为基础，讨论合同平台的运作要素及主要注意事项，同时对 FIDIC 合同适用于国内工程，进行对应性调整。

如果这个系列能够给予读者“新的思路、新的认识、新的解决方案”，笔者也就满足了。

这部分内容已经正式出版，书名为《FIDIC 施工合同应用技巧》。这本书应与“FIDIC 施工合同条件”对应阅读。建议在理解《FIDIC 施工合同条件》条款基础上，阅读对应的条款解说，以相互印证，加深理解。1999 年版 FIDIC 出版物机械工业出版社出版了中英文对照本，全套 360 元。单本《FIDIC 施工合同条件》为 110 元。

书名：FIDIC 施工合同条件

英文原名：Conditions of contract for construction

书号：ISBN 978-7-111-10243-6

出版社：机械工业出版社

四

国内谈到工程计量规则，通常指工程量计算规则，其主要内容是对工程构件的数量计算方式进行定义，同时对工程项目内的工程内容构成进行基础性、连带性定义。但对工程计量中应该涉及的价格相关事项，及利用合理的计量方式来解决工程定价等问题，则全然不提。实际上，工程计量规则，主要解决的问题应该是客观合理地给工程定价，而不是简单地统一计算工程量。既然是定价，就少不了讨论“最小价格单元”的属性、由这些“最小价格单元”组价的构成方法、“一分价钱一分货”的价格—价值对应方法以及合理计价的针对性计量方法等事项。与简单算量比较，笔者对“工程计量”的理解是，应该还工程这个商品以所有商品所共有的“使用价值”与“价值”相生相伴的属性，通过合理的价格确定方式，将工程的使用价值与价值，以合同当事人双方统一理解的工程价格形式，在合同价格中反映出来。

基于上述认识，笔者对工程这个商品进行了分析。确定了“价格充分性”原理在工程价格确定过程中所起的作用。由定价充分性原理为引导，合理拓展国内现有的工程量规则，将价格属性明确出来，以拓展建立相对完善的“价格体现价值”的工程量方法。同时，作为“一分价钱一分货”的物的使用价值的主要体现，项目开发方对建筑标准的确定，必然对工程价格的确定起着至关重要的作用。为此在物使用价值基础认识论方面进行了讨论，并以此为基础，建立起建设标准确定的办法。

在上述基础计量规则建立之后，按照“计量为了定价”的思路，对“三边工程”（边勘测、边设计、边施工）的标准操作模式进行了探讨，即“扩初图条件下”、“设计任务书条件下”，以单价合同招投标形式完成施工总承包单位确定的方法，以及这样做的工程价值。“三边工程”在国内基本被定性为违反基本建设规律的行为，但在这两个部分讨论中，我们可以看到“三边工程”操作的商业合理性，也可以看到通过正确的合约造价办法，“三边工程”的造价，以及其他合约问题都是完全可控的。

这一部分内容也已经正式出版，书名《工程量清单计量规则原理及应用》。

五

有了完整的合约平台，以及合理现实的工程量办法，我们就可以通过招投标手段，将工程成本以法定合同价的形式确定下来。这时招投标的实现方法及操作要点就显得至关重要。另外，国内讨论招投标事项的书籍，多只是讨论总承包商招投标。现实的工程项目承发包包含了各种顾问、总承包、指定分包、供料供货的招投标，这些合同对应的工程内容、合同运作原理及方式、招投标手法等，都有着很大的不同。一个总承包招投标方法，不能涵盖所有这些类型招投标行为的特性。

所以该部分又分为两个小部分，一部分写基本的招投标原理及总承包商招投标确定的操作方法。另一部分提供与讨论工程项目中常见的主要顾问、指定分包、供货等合同，以补充现在讲解招投标的书籍不足之处。这即本书《工程招投标原理及应用》。

六

项目基本都是企业式运作。各种房地产开发商都无疑是标准企业。国资性质的各种项目，国家也在推行项目法人制，即按类似标准企业的模式来推行项目管理。这样项目管理的合约造价管理这一块的内容就基本上成了实质上的企业成本管理。

任何企业在成本管理上，都涉及两个主要方面：对外成本目标的论证、执行、

管理和控制；对内公司管理的计划、执行、绩效和激励。对于项目开发，对外成本目标管理在技术层面上有许多自己的特点，需要详细论述；对内，公司管理的内容同样很多，但不是该部分要讨论的主要方向，而应该是工商管理学科要研究的内容。但是，对外成本目标管理，是建立在对内公司管理合理有效基础之上的，二者相辅相成，缺一不可。所以本部分文章以讨论成本目标管理为主要内容，但也会兼论对外目标实现时内部管理的方法。

七

项目开发的一个本质特征是，开发商都是以各种合同合作方的形式，比如设计、顾问、承包商、供应商等，来完成工程项目的。甚至政府的某些强制检测与监管，如沉降观测、竣工面积实测实量等，也是以合同的形式来完成的。几乎没有开发商独立承担项目开发的设计、供货、安装、竣工全过程所有工作的情况。

如果把项目开发的这些合同以项目开发的时间为轴，以项目之间的逻辑关系建立起联系，就形成了一个清晰的“合约矩阵”。

这个“矩阵”代表了项目开发的组织过程与运行状况。合理地研究这个矩阵的组成与运行状况，有目的、有意识地去安排与调整矩阵的组成形式，就会明显影响项目的开发过程。管理在工程管理中的效益，就在这个中间体现出来。

本部分就主要研究与探讨“合约矩阵”相关事务。

当管理工作讨论到“合约矩阵”这个层面的时候，必然会涉及很多深层次企业管理的问题，比如合理的组织架构、企业计划、企业运作保障、形势判断、各种非常事件处理原则等。这个方面不完全是合约矩阵的研究范畴，但作为一种尝试，在这部分中，我们也会在这个方面进行一些探讨，以使问题的讨论更加完整。

八

感谢 ABBS 造价工程师论坛及筑龙网论坛，没有论坛提供的空间，该系列就不会与大家见面。感谢 ABBS 造价工程师论坛版主苗曙光先生，没有他的推荐，这个系列不会这么快发表和出版。感谢 ABBS 论坛的 fonghee、qsyang、fzfz 等网友，他们对文章提出了诚恳的建议，增加了这本书的深度。感谢徐建德、周峰、林炜、陈忠斌、王显巍等先生，他们在工作中给予笔者大量的支持。感谢校友及同事刘云柱、韩志军、王敦坡、樊庭海、吴明明、潘剑文、孙晖、姜敬、于益虎、欧阳艳、乔丽花、杨楠、黄思佳、何世胜等先生及女士，他们对稿件提出了许多有益的建议，使我的这个系列更加充实。感谢我的家人，下班后长时间的写作直接影响到家庭的生活，但家人都表示理解，没有他们的支持，这个系列不可能写完，并最终成书。

九

如果您在阅读过程中有疑问，可以和著者进行交流。

网址：www.lshh.com

邮箱：haolin@lshh.com; lion_how@yahoo.com.cn

编著者

目 录

前言

第 1 章 招投标交易行为的基本商业原理	1
1.1 例引	1
1.2 任何交易过程,“要约与承诺”的实现是交易成功的标志	3
1.3 “要约邀请”、“要约”、“承诺”各阶段交易双方主要工作内容	5
1.3.1 “要约邀请”阶段	6
1.3.2 “要约”阶段	9
1.3.3 “讨价还价”阶段	11
1.3.4 “承诺”阶段	13
1.3.5 “签约、履行、履行完毕”等各阶段	14
1.4 要约邀请、要约、承诺的法律解释	15
1.4.1 要约邀请	15
1.4.2 要约	15
1.4.3 承诺	15
1.5 常见交易形式的“要约邀请”、“要约”、“承诺”关系	16
1.5.1 寄送价目表交易	16
1.5.2 拍卖交易	17
1.5.3 招投标交易	17
1.5.4 初始股发行交易	18
1.5.5 商业广告交易	19
1.6 常规定义“要约邀请”、“要约”、“承诺”关系的不足	20
1.7 招投标交易形式在工程项目领域应用	21
第 2 章 工程建设市场基本状况及工程开发主要涉及的合同	23
2.1 目前国内工程建设市场基本的经济特征	23
2.1.1 工程建筑项目在社会经济中的地位	23
2.1.2 商业性投资项目开发特点	24
2.1.3 政府性投资项目开发特点	25
2.2 工程建设开发过程中,各主体行为及主要经济关系	25
2.2.1 由商业资本主导的投资项目	26

2.2.2	由政府投资为主导的投资项目	27
2.2.3	进入标准基本建设程序后,项目各阶段的经济主体及相互关系介绍	27
2.2.4	方案论证阶段	27
2.2.5	扩初设计阶段	30
2.2.6	施工图设计阶段	32
2.2.7	工程实施阶段	33
2.2.8	工程竣工阶段	34
2.2.9	其他非工程类合同工作	35
2.3	招投标文件构成及招投标过程操作	35
2.3.1	招投标文件的基本构成原理	35
2.3.2	在招投标过程中的招投标文件“进化原理”	36
2.3.3	招投标交易一般的操作过程	37
第3章	2007版《标准文件》组成及应用简要讲解	47
3.1	投标人须知	48
3.1.1	总则	48
3.1.2	招标文件	48
3.1.3	投标文件	48
3.1.4	投标(行为)	49
3.1.5	开标(行为)	50
3.1.6	评标	50
3.1.7	合同授予	50
3.1.8	重新招标和不再招标	51
3.1.9	纪律和监督	51
3.2	评标办法	51
3.3	合同范本	52
3.4	工程量清单	52
3.5	技术要求	52
3.6	其他事项	53
第4章	2007版《标准文件》调整及操作样例	54
4.1	总承包工程招标文件(样例)	54
4.1.1	样例《招标文件》说明	54
4.1.2	样例《招标文件》编列说明及实务操作方法	55

4.1.3	土建总包《招标文件》样例	57
4.1.4	FIDIC 施工合同专用条款样例	193
第 5 章	样例工程招投标过程的“进化”	203
5.1	招标文件到投标文件的进化	204
5.2	投标文件到中标通知书的进化	206
5.3	中标通知书到合约签订的进化	207
第 6 章	设计类合同范例	208
6.1	控制性规划设计合同	209
6.2	方案设计服务招标文件	214
6.3	项目室内设计服务招标文件	225
6.4	项目景观设计服务招标文件	242
第 7 章	顾问类合同范例	262
7.1	环境影响评价合同	262
7.2	工程场地地震安全性评价合同	266
7.3	声像档案技术服务合同	269
7.4	施工图设计文件审查服务合同	272
7.5	勘察服务合同	275
7.6	施工监理招标文件	278
第 8 章	指定分包商类合同	318
8.1	FIDIC 指定分包合同专用条款范例	318
8.2	桩基础工程招标文件	327
8.3	铝合金门窗工程指定分包工程招标文件	357
8.4	弱电智能化指定分包工程招标文件	374
8.5	景观绿化工程招标文件	392
第 9 章	指定供应商类合同	433
9.1	电梯采购安装合同	433
9.2	外墙石材采购招标文件	444

第1章 招投标交易行为的基本商业原理

我在从事造价工作以及在论坛与网友讨论问题时，注意到一个非常奇怪的现象：相当多的合约造价工程师，根本没有意识到自己正在履行的招投标行为，是在“做一笔生意”。很多人一开口，就是“算量”、“单价”、“国家规定”，如果你跟他讲，他是在“做生意”，他的主要工作内容是保证生意按自己的既定目标进行，最终达成交易双方共同一致顺利成交，并最终力求交易承诺顺利实施，他会觉得你像是在讲笑话。

作为以“算账”为核心工作内容的合约造价工程师，无论是负责以纳税人的钱作公共产品的项目，还是负责以私人投资作开发的项目，将“钱”用在合适的地方，并能优质低价地实现项目目标，是合约造价工程师的天职。如果只是自保清廉地“无差错”花钱，那这样的“账房先生”不要也罢。

鉴于合约造价工程师在这方面的核心意识的缺失，下面将用完整的一章细致分析“商业交易行为”的特性，以唤醒本应成为合约造价工程师职业思想生命之源的“做生意”核心意识。这样才有利于合约造价工程师更为准确地理解“招投标交易”，也才有利于更好地理解本书所要阐述的内容。

1.1 例 引

一位同志晚饭后到街上去散步，顺路看着地摊上的小商品。不知不觉停在一个摊头前面，拿起一样小物件看起来。

摊主一看，生意来了，马上吹了起来：“我这个可是巴黎香榭丽舍大街上摆过、意大利米兰展过、美国纽约百老汇放过的物件啊。这位朋友你可真有眼光……”

——商业上，这叫初步接洽。

这位同志一边听着地摊老板的唠叨，一边细看着物件，顺便查看了一下有无产品合格证等说明书。

——这叫资格预审。

然后，问了句：“多少钱一个啊？”

——这叫要约邀请。



“不贵您哪！300元！呵呵！”

——这叫要约，初次的。

这位同志一听，这价钱，没法谈，放下准备走人。地摊老板一看顾客要走，马上改口：“你别走啊！物件是好东西啊，要不我给你打个折。我这也快收摊了，给你打到三折。一百块，好吧？便宜！”

这位同志又回过头来看看物件，报价：“30！”。

“50。最低了。再低我生意没法做了”

——这个叫讨价还价，也叫商业澄清。是“新要约邀请”与“新要约”。

这位同志一看，50元差不多了。“50就50吧。你给我拿个新的，包装什么都得完好的。先说好啊，我先拿回去用。如果有质量问题，改天我过来，你可得给我换！”

“没问题！我经常在这儿，只要是质量有问题，你拿回来我就给你包换！”

——这个叫质量承诺。

这位买主拿出50元钱，给了地摊老板。地摊老板拿出一个新包装的物件给了这位买主。买主检查物件，然后交钱，地摊老板验过钞票，将货发出，双方皆大欢喜。过了两天，这位买主的物件掉了个腿儿。拿回到地摊老板那儿，因为断口是老茬，地摊老板只好换了一个新的给他。

——这个叫履行质量承诺。

上面这个交易过程是商业交易行为中最简单的“现货交易”。由于货币的通用性，“物物交换”已经不是最基础的交易形式，而“现货交易”成了最基本的交易形式。把这个最简单交易形式的几个主要步骤剖析开来看，我们很容易观察到交易行为中一些关键的“意思表示”，这些“意思表示”是交易能够成立的基础。它从内容到程序，是“做生意”必不可少的核心内容。做不完整或做不到位，生意往往会产生很多遗留问题。

清楚理解最为基础的“现货交易”商业特性，有助于我们理解更为复杂的“招投标交易”特性。“现货交易”的商业特性是一对一的成品交易，大家钱货两清，各不相欠。招投标交易可以看作是从一对一现货简单交易行为基础上发展而来的一种较复杂的交易形式。招投标交易是一对多的选择，最终确认一家成交的交易方式。在前面的例引中，如果街上几个摊位卖同样的物品，这位买主几个摊头都逛完，经过一番比较并讨价还价后，最终选择与某个他认为最合适摊位老板成交，那他就是经过了一个最简单的“招投标交易形式”，并且是完成了招标、投标要约、承诺、交易、并“履约”完毕的整个“招投标过程”。“招投标交易”与简单的“一对一现货交易”的商业行为不同的地方，就在于“一对一达成交易”之前，增加了“一对多比选”的阶段。人们采取“招投标交易”这样一种交易方式，与市场氛围、标的物的复杂性及不确定性有很大的关系。

“工程招标投标交易”相对于简单的“采购招标投标交易”更为复杂，工程招标投标交易是一个要求产品现场订制的商业过程。为论述简单，这里先不考虑工程招标投标的现场订制要求，先以“一对多比选，最终选定一家中意签约”的通用招标投标交易理念来讨论“生意经”。

我把这个最简单的交易行为列在这篇以“工程招标投标原理与实务”为名的文章的最开始，是因为在这个最简单的交易行为中，反映了一切交易行为都具备的最基本“商业特性”，这就是“要约邀请、要约、承诺”三阶段实现交易。

很多人愿意把“招投标”这个名词搞得很复杂，其实，它就是一个简单而正常的商业行为。与最简单的现货交易行为比较，它增加了一个“一对多比选”的过程。即在“完全竞争市场”或“有限竞争市场”中，买方通过“一对多”的招标投标方式，强化卖方同业竞争，最终与最合意的那个卖家达成交易，以争取商业利益的最大化。这就是招投标这个商业行为的本质。

随着商业行为在社会经济生活中涉及的范围越来越广，重要性也越来越高，出于社会经济安全的需要及社会监管的需要，一些“大家公认的招标投标交易行为惯例”，就会上升为法律而成为政府对相应的商业行为的强制性规范，这样招标投标合同法等经济类法律就相应建立起来。法律名词“要约邀请、要约、承诺”等也经法律工作者的研究与定义，相应也产生了。

1.2 任何交易过程，“要约与承诺”的实现是交易成功的标志

“要约邀请”、“要约”、“承诺”三阶段是实现交易行为最基本的“商业特性”，准确理解有助于我们理解招标投标交易过程中必须把握的“意思表示”与“表达程序”。清晰准确地传达交易的“意思表示”，是“生意”能够成功的前提。下面继续以例引来做分析。

“来来来！看一看，瞧一瞧，大减价，30元一件。不要错过！30元！一件30元，全市最低价啊！”

“我要一件。”

双方交钱验货，交易完成。

上面这个过程只需要有“要约”与“承诺”两个阶段就能实现交易的商业过程。显然，无论是你用何种方式，要达成交易，这两个步骤是必不可少的。交易，货币在其中发挥着重要的杠杆平衡作用，离开了货币这个杠杆效应，那交易的属性就很难定义了。正是货币的这种表现，让本来毫不相干的买方期望的“使用价值”与卖方期望的“价值”，达成了一致。

那么要达成一个交易，哪些环节是最重要的呢？由上面例引的讨论知“要约



与承诺”最重要。

还是用上面的例引来说明。如果那位买主走到地摊边，看到一物件挺好。问地摊老板：“多少钱一个啊？”——这是发出了要约邀请。假定这个时候地摊老板顾客很多，无暇顾及这位买主，根本没理他。或者地摊老板刚跟妻子吵过架，虽然来摆摊了，但心思没在做生意上，也没搭理这位买主。这位买主一看地摊老板不想做他这单生意，扭头走了。显然，这个时候任何交易事项都没有发生。这位离开的买主任何事都做不了。地摊老板不用为他没有对“要约邀请”作出回应而承担什么责任。这位买主也不用为自己提出了“多少钱一个啊？”这样一个问题没有耐心等待回答而承担任何责任。这说明“要约邀请”在被邀请方没有回应及邀请方自行中止的情况下，完全是单方面的一种“意思表示”，没有双方意愿的成分在里面。这样任何人都不必为这种“邀请”承担责任。只有当“要约行为”对这种“要约邀请行为”作出了回应，并完成“要约”的过程，这样一个“要约邀请”行为才以“要约”成立为条件，而表现出存在的价值。

交易，有了交流，才会有贸易。“要约邀请”双方中只有一方说了话，交流都没开始，贸易也从何谈起。所以“要约邀请”行为本身并没有多少法律效力。

“多少钱一个啊？”“30！”——“要约邀请”得到了“要约”的回应。交流发生了，这个时候事件的性质就完全变了。假定买方觉得贵了，或者有其他任何放弃购买的理由，卖方就会讲话：“别走啊。20元，好吧？”。卖方有权提出这样的“新要约”，要求买方作出回应。买方如不理，继续往前走，这就是“拒绝接受要约”。这个时候与前面提到的“要约邀请”没有回应的情况完全不同。最终走掉的这个买方，不但得到了“20元可能是这个商品最低价”的重要信息，同时他也作出了“20元我也不买”的“拒绝要约”的决定。买方显然处于不同于什么信息都没有得到就决定不交易的“要约邀请无回应”的状态。

由于“要约”发出了足够的代表卖方利益的信息，卖方对于悄无声息走掉的买方就有权力提出要求了：“哎！你这人怎么这样？问你话呢！你怎么不回答？”——“要约”产生后，“要约邀请”就对等地产生了责任。买方有义务对“要约”表达自己的意思，以给卖方一个交待。所谓的“言而有信”所体现的双方权利义务关系，这个时候也就完全地体现出来。如果卖方出价30元的时候，买方说，“好吧，30元我要一个”，卖方说，“不行，刚说的30元不行，要40元”，言而无信那买方自然的反应就是：“咦？你这人怎么说话不算数呢？刚还30元，现在就要40元”。卖方这个时候就需要给买方一个理由，为什么原来说的是30元，现在是40元：“我以为你说得是那个物件，这个要40元”。如果卖方说“你管我怎么说的？！40元就40元！”，那这就不是做生意，这是找麻烦了。

所以，交易中“要约”行为一旦产生，其要害性要高于“要约邀请”，原因就在于交流已经发生，贸易虽然还在成与不成之间，代表愿意交易的信息已经被

完全地传递了过去。由“要约邀请”到“要约”回应生效，这个第一步共识，使得交易在能够成功的基础产生了。

虽然双方有了第一步的共识，但其中还有不确定因素。就是买方对卖方“要约”的认可度。如果买方觉得卖方“要价太高”，或者检查出产品有问题，即不满意“要约”，他有权利不接受这个“要约”。他也可以选择提出新的要约邀请“30元太贵了，20元行不？”，也可以选择直接退出交易，“太贵，产品有瑕疵，我不要了”。通常这个时候，交易不会马上终止，都会进入下一个“讨价还价”的过程，以一系列反复的“要约邀请”与“要约”，来一步步缩小双方在达成“最终共识”上的距离。如果这个距离最终没有被消除，则交易失败。一旦这个距离被消除，双方达成一致，则买方都会给卖方一个准确的信号：“我要这个东西了”。这样，建立在双方共识基础之上的“承诺”就产生了。买方这个时候是在承诺“我要这个东西了，并会为这个东西付钱”，而卖方这个时候对应于买方的“承诺”的“最终要约”，就进化成对买主的“承诺”，即“这个价位我会在收到钱款之后立即发货”。

如果双方觉得为这个货物需要签订一个商业合同的话，那双方在“要约邀请”“要约”、“承诺”这个商业行为过程中所形成的共识，将成为这份合约中最为重要的内容。这就是“要约承诺式”合同产生的根源，也是“要约承诺”行为一旦生效，就不论合约是不是签订，都视为交易行为有效的根本原因。工程合同通常都是中标通知书有效送达之后，不论合同是否签订，都视为合同已经成立，原因就在于“要约承诺式”合同是以要约承诺生效为成立条件的。

从上面的分析可知，交易行为中“要约”“承诺”不可缺少，但“要约邀请”就不是那么重要。法律意义上，“要约邀请”并不产生直接的法律后果，所以也就没有什么法律意义。在招投标交易行为中，这代表着“招标文件”并不是像通常认为的那么重要。但任何一个做招投标的人员，都不会觉得“招标文件”可有可无。法律意义不重要，不代表“意思表示”不重要。

1.3 “要约邀请”、“要约”、“承诺”各阶段 交易双方主要工作内容

要约与承诺，要约“要”了些什么，承诺又“承”了些什么，这些内容对于交易来说是根本性的东西。不可想象一个“要约承诺”过程已经发生了，大家都还不知道自己想要的是什么，那生意就失败了。

仔细检视上面我们提到的“最简单的现货交易行为”例子，就可以知道在交易行为各阶段，交易双方都确定了哪些“意思表示”，又以什么样的“意思表示”向对方提出要求。这样，我们就可以清楚地知道在交易行为各阶段，双方都必须



要完成哪些工作，才能保证交易行为是正确的。

知道了交易行为各阶段交易各方的必须完成的工作内容，我们就明确了招投标各阶段各主要文件编制的内容及操作要点。这是我们需要详细分析交易行为各阶段主要工作内容的原因。

为了讨论的方便，这里先把重要的法律名词解释一下：“标的”、“标的物”。

“标的”是指合同当事人之间存在的权利义务关系。

“标的物”是指当事人双方权利义务指向的对象。

例如买了一辆汽车，标的是汽车所有权，而标的物是汽车。一个交易过程必须有标的，而不一定有标的物。比如服务合同，标的是卖方向买方提供的服务，这种服务不会以“物”的形式存在，所以这样的合同，就只有“标的”，而没有“标的物”。监理合同是比较典型的只有“标的”而没有“标的物”的合同。

对于工程施工承包合同。标的就是开发商付费购买承包商施工完成工程项目的服务。标的物就是标的指向的具体工程。工程合同应更关注标的范围和技术要求。

1.3.1 “要约邀请”阶段

“要约邀请”是买方行为。

如果一个人到了地摊上看到了某件物品，他想要这个东西并向地摊老板提出购买意向：“这个要多少钱啊？”，那首先说明他对这个物件的“使用价值”作出了判断。当他觉得“我有这个需求”之后，他才会向卖方发出“要约邀请”：“多少钱一个啊？”。所以在发出“要约邀请”之时，买方已经是确定了“物的使用价值”这一交易内容的精确内涵。显然，在交易过程中，清楚了解“物的使用价值”，是买方在这个阶段最为重要的任务。

“多少钱一个啊？”这样简单的“要约邀请”，实际隐含了非常多的买方“物的使用价值”要求。对于一些小物品或大家常见的商品，由于买卖双方都对商品的使用价值非常清楚，在没有交易之前，大家对这个商品的“使用价值”已经有了约定俗成的共识，所以买方才会直接省略对“使用价值”的说明与要求，而直接切入卖方最关心的“物的价值”的问题，发出简单直接的“要约邀请”：“多少钱一个啊？”。在复杂物品、复杂交易以及“需订制产品”交易中，买方在交易之前向卖方明确说明“物的使用价值”方面的要求，就成为了“要约邀请”的重要内容。“我要一个电风扇，它不是旋转的，是左右扇的”、“我要一个表，它是倒着走的”，这些产品市场上当然没有，必须按买方要求订制的东西，需要买方首先准确描述他所需要的“物的使用价值”，买方才有可能依据自己的能力，判断自己能否生产，并按照自己的生产能力，来估算这样的“物的价值”。

工程产品显然具有“订制产品”的特征，它必须是作为工程实施服务提供者的卖方（承包商）制造出来，才能够实现其使用价值。所以在“要约邀请”阶

段,买方严格地提出自己对“物使用价值”的要求,以明确“要约邀请”的交易内容,就是买方必须做的工作。对应在我们的工程招投标交易行为,就是“招标文件”中对“标的”要求部分的图样形成及文档编制。其中主要需确定“雇主提供的设计图纸”及相关的工料规范。

在“要约邀请”阶段,买方除了关心“标的物的使用价值”之外,还会关心“交易行为”本身。像我们上面提到的那种最简单的面对面现货交易的过程,大家通常都不是太担心交易行为本身可能给交易带来的损害。“多少钱一个”、“30元”、“我要一个”,这样简单的几句话,就可以确保交易成交。但是对于复杂交易,比如购买一批分期供货的货物,或者购买一个需要很长时间才能交付的货物,以及根据需要制造才能生产出来的订制产品等,双方就需要考虑使用一系列书面文件来确认交易过程中的“要约邀请”、“要约”、“承诺”等的行为标准的定义。比如,向某个生产钟表的厂家发出了“要一批倒着走的表”的书面“要约邀请”,要求厂家提供物件特性说明及相应的报价,这个厂家过了半年,回了一张纸的“要约”,上面只写了一句话“300元一个”,这显然地不能满足“要约邀请”所要求的深度,时间拖延太长,文书也过于简化。对于这样的“要约”,买方就很难接受。

解决这样的问题的一个办法,就是在“要约邀请”中主动明确“要约”文件必须达到的标准。比如上述倒着走的表的“要约邀请”,就可以明确写明要求生产厂家提供货物性能指标、相关质量保证文件、厂家资质保证文件,甚至要求先期提供一个实物样品,最后,要求必须按“设计费、制作费、销售费、利润”等价格拆分形式提供一个完整的由生产者法人代表签署并加盖公司公章的报价表来,同时要求相关文件必须在一周内提交,逾期视为放弃这笔订单。返回来的文件可能还会有“密封报送,专人送达”等要求。这样卖方回过来的文件,就可以做到“响应招标要求”而确保“要约”条件达到招标要求的投标文件。

除了对交易行为本身的一些规定之外,招投标交易是“一对多的比选”过程,为了保证“几家单位的比选”顺利进行,就有一个统一回标格式使各投标单位回标统一的问题。比如上面“倒着走的表”的交易,向三个厂家提出“要约邀请”,发出的文件没有对回标格式进行规定,结果一个厂家回标,要约是“订单最小量1000个,每只价格300元”,另一个厂家的要约是“订单最小量3000只,每只价格290元。质量保证三年”,第三个厂家报价“订单最小量4000只,每只280元。另需先行支付10000元独立设计费”。试问如何判断这三个厂家“要约”的优劣?这就很难判断。要解决这个问题,只能在“要约邀请”发出招标文件的时候,就规定好回标格式。比如,要求报价按“最小订单量2000只(暂定),单只价格(包含一切设计制作及运输相关费用)”来报,回标文件还得说明“质保期等服务条件和付款要求等商务条件”。因此,三家厂家返回来的文件就处于同一基准之上,这样在三个报价之中“比选”一个比较有利的商务标,工作就简单多了。