

物业管理·物业设施管理专业通用系列教材

# 物业管理 招投标实务

郭淑芬 王秀燕 编著



清华大学出版社

物业管理·物业设施管理专业通用系列教材

# 物业管理招标投标实务

郭淑芬 王秀燕 编著

清华大学出版社

北 京

## 内 容 简 介

本书系统介绍了物业管理招投标的基础知识、基本要求与操作程序,重点介绍了物业管理招标的程序、招标文件的编写与标底编制、投标文件的制作与投标报价等相关理论与实务。作者在写作本书的过程中,注重物业管理招投标理论的系统性与实践的可操作性,目的是将物业管理招投标领域系统的理论知识、规范的操作程序与标书的编制方法和技巧等介绍给学生及其他读者,以使他们全面而准确地了解和掌握物业管理招投标领域的基础知识、基本要求与操作方式。

本书既可作为物业管理、物业设施管理、房地产开发与经营、工程管理、酒店管理专业的专科(高职、高专、电大)教材及相关人员的培训用书,也可作为相关专业本科简易教材和中专学生的提高性读物。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

### 图书在版编目(CIP)数据

物业管理招投标实务/郭淑芬,王秀燕编著. —北京:清华大学出版社,2005.10

(物业管理·物业设施管理专业通用系列教材)

ISBN 7-302-11737-3

I. 物… II. ①郭… ②王… III. 物业管理-招标-高等学校-教材 IV. F293.33

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第101200号

出版者:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

社总机:010-62770175 客户服务:010-62776969

组稿编辑:赵学秀

文稿编辑:张志强

封面设计:范华明

版式设计:王慧娟

印刷者:北京市昌平环球印刷厂

装订者:三河市金元装订厂

发行者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×230 印张:15.75 字数:270千字

版 次:2005年10月第1版 2005年10月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-11737-3/F·1325

印 数:1~5000

定 价:20.00元

物业管理·物业设施管理专业通用系列教材

## 编 委 会

(按汉语拼音为序)

顾 问 郝寿义 胡代光 胡健颖 胡乃武

黄光宇 饶会林 王健林 郑超愚

主 任 董 藩

副主任 牛建高 王庆春

编 委 郭淑芬 刘 薇 牛建高 秦凤伟 王家庭

王明吉 王庆春 阎俊爱 郑 鹭 周 宇

# 顾问简介

(按汉语拼音为序)

**郝寿义** 著名经济学家，房地产管理专家，美国芝加哥大学博士后，南开大学经济学院教授、博导，建设部高等教育工程管理专业评估委员会委员，中国区域科学协会副会长，天津市滨海新区管委会副主任。

**胡代光** 著名经济学家，教育家，北京大学经济学院、西南财经大学经济学院教授、博导，曾任北京市经济总会副会长，民革中央第六届、第七届常委，第七届全国人大常委，享受国务院特殊津贴。

**胡健颖** 著名经济学家，统计学家，营销管理专家、房地产管理专家，北京大学光华管理学院教授、博导，北京大学房地产经营与管理研究所所长，建设部特聘专家，北京布雷德管理顾问有限公司首席顾问。

**胡乃武** 著名经济学家，教育家，中国人民大学经济学院教授、博导，中国人民大学学术委员会副主任，北京市经济总会副会长，国家重点学科国民经济学学术带头人，享受国务院特殊津贴。

**黄光宇** 著名城市规划专家，教育家，重庆大学建筑与城市规划学院教授、博导，国务院学位委员会学科评议组成员，全国高校城市规划专业指导委员会副主任，中国山地城市学的奠基人和生态城市理论与规划设计的开拓者，享受国务院特殊津贴。

**饶会林** 著名经济学家，东北财经大学公共管理学院教授、博导，中国城市经济学会副会长兼学科建设委员会主任，中国城市经济学的开拓者之一，享受国务院特殊津贴。

**王健林** 著名企业家，大连万达集团股份有限公司董事长兼总裁，中国住宅产业商会首届年会轮值主席，中国西部地区开发顾问，多个省、市政府顾问，入选“20年20位影响中国的本土企业家”，为中国房地产业旗帜性人物。

**郑超愚** 著名经济学家，中国人民大学经济研究所所长、教授、博导，霍英东青年教师研究基金奖和中经报联优秀教师奖获得者，美国福布赖特基金高级访问学者。

# 加强物业管理教育，深化物业管理研究

## (序一)

自 1981 年 3 月深圳市物业管理公司成立以来，物业管理行业在中国大陆已经走过了二十多年的发展历程。现在，随着社会分工的日益深化，物业管理行业已经成为一个新兴而飞速发展的行业。据建设部预测，今后 20 年，中国新建住宅建筑总面积将增加 80 亿平方米以上。届时，中国人均住房建筑面积将达到 30 平方米。现在的住宅存量加新建住宅，累计产生的服务需求将是长期而巨大的，这意味着中国的物业管理市场将出现空前繁荣的局面，从业人员可能会超过 1 000 万。所以，加强对这一行业发展的规划、指导与管理和服务人员的培养与培训将是一项长期而重要的工作。

中国加入 WTO 后，物业管理开始面对境外同行的竞争。事实上，近年来国外该领域的一些知名企业已经开始抢滩中国大陆。例如，最早进入深圳的戴德梁行，还有号称亚洲最大的物业管理公司的第一太平洋——戴维斯，在中国的业务已发展到北京、上海、天津、深圳等重要的大中城市；另外像美国的“为您服务”、澳洲的“商务年华”等国际知名管理公司也已经开始了在中国的探索。这些境外品牌物业管理企业具有技术优势、价格优势、体制优势，尤其是在高档物业管理、环保高新技术、大型机械设备管理等方面持有“杀手锏”，加之他们实实在在的“以人为本”的经营理念，对消费者的争夺力很强。因此，中国的物业管理企业处于机遇与挑战并存的发展环境中。

许多人认为物业管理行业的进入门槛较低，只是简单地提供清洁、绿化、维修、治安管理等服务。其实，这只是暂时的表面现象，也是处于初级阶段的物业管理行业粗放经营的表现。物业管理行业是典型的综合性服务行业，其专业知识涉及建筑施工、设计、绿化、卫生、网络与信息技术、心理学、行为科学、市场营销、法律等众多领域。随着行业向纵深发展，对物业管理从业人员的专业知识和基本素质的要求将越来越高。物业管理企业能否盈利，能否提供优质服务，在很大程度上取决于从业人员的素质，也就是说竞争到最后还是人才的争夺。所以，不论是从行业的健康发展来看，还是从企业竞争力的提高来看，也不论是从国民经济体系的完善来看，还是从国际经济一体化的趋势来看，加强物业管理教育，深化物业管理研究，培养出大批高水平的物业管理人才，都是非常必要和迫切的。目前，国内的一些高职、高专、成人院校甚至本科院校适时地开设

了物业管理、物业设施管理专业教育，自考系统也将这两个专业列入自考专业范围，物业管理职业培训也陆续登场，适应了当前及今后的发展需要。

董藩博士是北京师范大学管理学院的博士生导师，是一位优秀的青年经济学家和房地产管理专家，曾在国际会议和《经济研究》、《光明日报》等报刊发表论文 300 余篇，出版了多部著作，主持过多项国家和省部级科研项目，有几十项成果获得国家和省部级奖励。他主持编写的几套丛书还曾被列入国家“十五”重点图书出版规划项目和中共中央宣传部“向中共‘十六大’献礼百部（套）图书”中。他主持编写的一套房地产方面的教材已累计发行近 30 万册，创造了良好的社会效益和经济效益。他的一些关于西部投资、风险投资、房地产投资等方面的建议，如关于统一西部开发投资政策的建议、整顿西部投资秩序的建议、开办购房按揭贷款的建议等，都已被中央和地方政府采纳。

清华大学出版社委托他主持编写一套“物业管理·物业设施管理专业通用系列教材”，我认为这是很合适的选择。从这套丛书的作者队伍来看，大多是毕业于中国人民大学、南开大学、天津大学、中国农业大学、吉林大学、东北财经大学等学校的博士，且多在国内有影响的高校承担与房地产、投资有关的教学和科研工作，有的还在著名高校或研究机构从事博士后研究，可以说是一个优秀的青年学者群体。我相信这套丛书的出版会为学术界和房地产教育界提供一项高质量的成果，尤其会为物业管理、物业设施管理专业的课程建设做出积极的贡献。当然，书中难免会有不足之处，恳请读者指正，帮助他们在下次修改中加以完善。

胡代光

2005 年 5 月于北京大学

# 携手推进物业管理教育事业的发展

## (序二)

我是一个房地产行业的实践者，但自我进入该行业以来，始终关注着房地产理论的发展。中国的房地产业从 20 世纪 90 年代中后期开始，进入快速发展阶段，尽管这其中也有波折，但总体上呈现出蓬勃向上的趋势。但是，房地产市场究竟有多大？有哪些因素决定着它的未来潜力？房地产业的“冷”与“热”如何判断？如何实现房地产业的可持续发展？在“数字化家园”和“绿色住宅”浪潮汹涌而起之际，中国如何才能做到与世界并肩前进？在国际房地产业巨头逐渐登陆之时，国内的开发力量如何整合才能有效应对？……所有这些问题，经常萦绕在我的脑海，我也希望学术界更多地关注这些问题，为房地产企业拨开迷雾，为中国房地产业的发展指点迷津。

我同样关注着房地产教育事业的发展。自踏入商界以来，我始终在这一领域从业。我发现，对房地产业这样一个规模庞大、地位重要行业来说，竟然没有一个非常恰当的二级学科为其培养专门人才，大家只是在区域经济学和国民经济专业上设置关于房地产的专业方向。近年来也有的高校尝试着从工程管理、土地资源管理专业向房地产方向延伸，但显然存在诸多不适之处。我认为，教育的发展要适应经济、社会发展的需要，否则人才缺乏的局面将继续表现为房地产业的瓶颈而制约着这一行业的健康发展。

至于房地产业的分支——物业管理行业，不论是理论研究还是实践操作，都显得更加落后了。目前的物业管理还停留在提供简单的清洁、绿化、维修、治安管理等单项服务上。之所以处在这样一个粗放经营阶段，与落后的物业管理教育有直接关系。物业管理属于综合性服务行业，要求服务者能够提供建筑施工、设计、绿化、卫生、网络与信息技术、心理学、行为科学、市场营销、法律等众多领域的服务。这就对物业管理教育提出了较高的要求，所以，相关教育者任重道远。

青年经济学家董藩博士是中国房地产教育的先行者之一，也是房地产研究领域的著名学者，曾经提出过不少影响到房地产业发展的理论观点和政策主张。最近他提出一起为物业管理教育事业做点事情，以推动理论与实践的结合，这也正合我意。我早已发现，物业管理领域有一些经验丰富、善于思考的行家，但是由于缺少交流环境和条件，或者还没有养成这样的习惯，他们的一些宝贵经验和精辟见解总体上看是很零碎的、缺乏升



· VI ·

华的，不能让他人受益。与此同时，许多学者虽然写出了教材和论文，但由于缺乏实践经验，内容难免显得虚张、空洞，甚至切不到要害上。如果教育界、企业界携起手来，我相信局面会大大改观。

大连万达集团是以房地产开发为主的大型企业，企业资产已达 200 多亿元。万达系统的物业管理在全国也具有很强的影响力，获得过多项重要荣誉。集团将为物业管理研究者和教育者提供一切调研条件，同时也将以广阔的胸怀、雄厚的资金实力、超前的经营理念、不拘一格的人才选拔机制，迎接每一位走出校园的莘莘学子。

让企业界、理论界、教育界携起手来！

大连万达集团董事长 王健林

2005年6月

# 前 言

招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，物业管理市场的逐渐完善，物业管理招投标制度必将越来越成为影响物业管理行业规范与健康发展的重要因素。因此，房地产、工程管理、物业管理、企业管理等相关专业人士应及时、系统而全面地了解并熟悉物业管理招投标基础知识与操作方法。

本书从物业管理与招投标的基础概念入手，概述了物业管理招投标的基础知识、基本要求与操作程序，重点介绍了物业管理招标与投标的程序、招标文件的编写、投标文件的制作、投标报价等相关理论与实务。作者在写作的过程中，注重物业管理招投标理论的系统性与实际的可操作性，将物业管理招投标领域系统的理论知识、规范的操作程序与标书的编制方法和技巧等介绍给学生及其他读者，以使他们全面而准确地了解和掌握物业管理招投标领域的基础知识、基本要求与操作程序。

本书为编著层次的著作，兼作教材使用。既有全面而系统的理论知识介绍，又融合了物业管理招投标大量案例，突出了实用性。同时，本书在对物业管理招投标成熟知识的严谨介绍基础上，又保持了一定的开放性，涉及前瞻性的观点与方法。

本书第一、第二、第三和第四章由郭淑芬撰写，第六、七、八章和第九章由王秀燕撰写，第五章由王秀燕和郭淑芬合写，全书由郭淑芬统稿。

本书可以作为专科学生的专业教材使用，也可作为普通高校本科生的简易教材和课外读物，以及相关专业的参考与培训用书。

王庭、俞继业等同志参加了本书部分章节初稿的校对，浙江通策集团提供了宝贵的材料，在此表示感谢。

衷心感谢书后参考文献所列著作、文章的各位作者，感谢清华大学出版社的各位领导和赵学秀编辑，感谢丛书主编、北京师范大学管理学院博士生导师董藩教授。但对本书知识产权方面的责任完全由作者本人负担，与他人无关。

由于作者经验不足，水平有限，不当之处在所难免，敬请各位读者提出宝贵意见和建议。

郭淑芬 王秀燕

2005年5月

# 目 录

<b>第一章 物业管理与招投标制度</b> .....	1
第一节 物业管理基本概念释义 .....	1
第二节 招投标基础知识 .....	4
第三节 招投标制度的起源与发展 .....	9
第四节 招投标制度与中国物业管理的发展.....	16
基本概念 .....	20
思考题 .....	20
<b>第二章 物业管理招投标概述</b> .....	21
第一节 物业管理招投标的含义与特点 .....	21
第二节 物业管理招投标的原则、内容与方式.....	24
第三节 中国物业管理招投标制度的形成 .....	32
基本概念 .....	39
思考题 .....	39
<b>第三章 物业管理招标的实施</b> .....	40
第一节 物业管理招标的条件 .....	40
第二节 物业管理招标的准备工作 .....	41
第三节 物业管理招标的操作 .....	46
基本概念 .....	57
思考题 .....	57
<b>第四章 物业管理招标文件的编制</b> .....	58
第一节 物业管理招标文件的编制原则与程序.....	58
第二节 物业管理招标文件的内容 .....	61
第三节 物业管理招标文件编制范例 .....	65
基本概念 .....	76
思考题 .....	76

<b>第五章 物业管理投标的实施</b> .....	77
第一节 物业管理投标人及其必备条件 .....	77
第二节 物业管理投标前的准备工作 .....	79
第三节 物业管理投标的实施程序 .....	84
基本概念 .....	92
思考题 .....	92
<b>第六章 物业管理投标文件的编写</b> .....	93
第一节 物业管理投标文件的主要内容 .....	93
第二节 物业管理投标文件的编写技巧 .....	103
基本概念 .....	136
思考题 .....	136
<b>第七章 物业管理的投标报价</b> .....	137
第一节 物业服务费的测算 .....	137
第二节 投标报价策略与决策 .....	154
第三节 投标项目与投标方案的优选方法 .....	167
第四节 如何避免报价失误 .....	177
基本概念 .....	180
思考题 .....	181
<b>第八章 物业管理的开标、评标与定标</b> .....	182
第一节 开标 .....	182
第二节 评标 .....	184
第三节 定标和授标 .....	200
第四节 物业服务合同的订立与管理 .....	202
基本概念 .....	217
思考题 .....	217
<b>第九章 信息技术在物业管理招投标中的应用</b> .....	218
第一节 网络招标 .....	218
第二节 物业管理软件在招投标中的应用 .....	227
基本概念 .....	235
思考题 .....	235
<b>参考文献</b> .....	236

# 第一章

## 物业管理与招投标制度

招标与投标是伴随社会经济的发展而产生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，被广泛运用于当今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则是近几年的事情，其目的是在愈益快速发展的物业管理领域引入市场竞争机制，以通过加快物业管理市场化，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。本章从对物业管理几个基本概念的解释入手，在概述招投标知识的基础上，讨论了招投标对中国物业管理发展的意义。

### 第一节 物业管理基本概念释义

#### 一、物业

物业英文译为 Real Estate 或 Real Property。它是指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用途的屋宇以及与之相配套的设备、市政、公用设施，屋宇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屋宇；（2）与这些屋宇相配套的设备 and 市政及公用设施；（3）屋宇的建筑（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、所有权属等作相对划分。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、仓库以及文化馆、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。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。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，并且向住户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）。

物业管理首先产生于 19 世纪 60 年代的英国，到现在已有一百多年的发展历史。它对应的英文为“Property Management”。在中国，物业管理是伴随房地产业的发展与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管理公司，该公司成立于 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<sup>①</sup>。

## 三、业主和业主委员会

一般地，业主是指物业的所有权人<sup>②</sup>。

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管理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；

<sup>①</sup> 在中国香港于 20 世纪 60 年代就出现了物业管理，但当时香港还在英国的统辖下，故一般把深圳物业管理公司的成立时间看作中国物业管理的开端时点。

<sup>②</sup> 在物业管理招投标中，有时有大业主和小业主之分。一般地，大业主特指开发商，小业主则是指物业的所有权人。若没有特别所指，业主就是指物业的所有权人。

(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、物业管理企业(公司)

物业管理企业(公司)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。某一物业管理企业(公司)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。

一般地,物业管理企业(公司)有三个基本特征:(1)是以盈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<sup>①</sup>。

#### 五、前期物业管理与物业管理的早期介入

在国家建设部 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管理企业签订《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,没有选聘物业公司的职权机构,但已有部分业主入住,不能没有物业管理和服务,那只能由开发商选聘物业管理单位,或者就是开发商属下的物业公司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,是指在物业管理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。

<sup>①</sup> 王金泽,物业管理政策与实务问答.天津:天津社会科学院出版社,1996,20

不少从事物业管理的过来人都认为，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，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。<sup>①</sup>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。<sup>②</sup>比如：义务人不缴纳管理费或水、电、煤气费等，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，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》、《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、招投标

招投标，其全称为招标投标，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

<sup>①</sup> 邹益华. 海外物业管理. 南京: 东南大学出版社, 2001, 94

<sup>②</sup> 周珂. 物业规范管理教程. 北京: 中国计量出版社, 2001, 261



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、服务上乘等的目的。它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；