

社会主义的 招标与投标

余杭 樊民 编著

武汉大学出版社

社会主义的 招标与投标

余杭 樊民 编著

武汉大学出版社

一九八四年·武汉

内 容 提 要

本书着重论述在社会主义制度下，国内招标存在的条件、招标的范围和方式、招标文件的制定以及如何进行投标等问题。对于招标与组织跨地区生产协作和进行工业企业的改组联合的关系，以及物资流通管理体制改革的关系问题，也作了一定的叙述。此外，还介绍了国际招标与投标的程序和技巧。

实践证明，采用招标和投标的方式进行物资和零部件的采购、承包建筑工程项目等方面，均能获得明显的经济效益。

这是我国第一本较为详细论述社会主义制度下招标和投标的书。对工业、基建、商业、物资与农村水利建设等方面都适用，也可供高等院校、中等财经学校有关财经管理专业教学参考。

社会主义的招标与投标

余杭 樊民 编著

武汉大学出版社出版

(武昌珞珈山)

湖北省新华书店发行 武汉大学出版社印刷总厂印刷

787×1092毫米 1/32 7印张 150千字

1984年8月第一版 1984年12月第二次印刷

印数：5,201—35,200

统一书号：4279·11 定价：1.05元

序

在第六届全国人民代表大会第二次全会精神的鼓舞下，我国城乡改革的热潮正向着深入广泛的方向发展。在这种大好形势下，《社会主义的招标与投标》一书出版了。无疑，它既是改革的产物，又是进一步改革的需要。

我是支持招标改革的。因此，作者要我对这本书的出版说几句话。

提及这本书，还要从我校教学改革说起。

为了继续贯彻理论联系实际，研究“四化”建设中提出的重大理论问题和实际问题，一九八二年秋，我校经济管理系的部分师生曾到武汉洗衣机厂进行教学实践。根据中共武汉市委的指示，并应武汉洗衣机厂的要求，他们承担了该厂的咨询任务。当时，工厂面临的问题较多，有经营管理不善，也有分配上的平均主义；有本厂的问题，也有外购、外协中的“铁饭碗”；有领导部门的问题，也有职工中的“大锅饭”；有思想上的问题，也有技术难关……。究竟什么是主要矛盾？从哪里着手咨询？经过认真的调查了解，发现该厂生产的“荷花牌”洗衣机有百分之六十以上的原材料和配件，要靠外购外协。但由于受“肥水不能外流”和“关系户”的束缚，所以外购件的成本高，质量差，严重地影响了洗衣机的质量和经济效益。主要矛盾找到了，用什么办法解决呢？是循规蹈矩，还是大胆改革？经过反复研究，咨询组大胆改革，提出了用公开招标择优选购的办法来解决外购、外

协件，鼓励竞争，砸烂“铁饭碗”，冲破“关系网”。经过周密准备，于一九八三年三月，举行了武汉洗衣机厂首次外购、外协件公开招标大会，也是全国实行公开招标的尝试。

改革之花，带来了丰硕的经济之果。在中共武汉市委和市人民政府的领导下，经过广大职工和师生的努力，武汉洗衣机厂的公开招标获得了成功，提高了“荷花牌”洗衣机的产量和质量，提高了经济效益。教学改革和经济改革是互相促进的。开发智力，提高了经济效益；经济改革的成果，丰富了教学内容，有利于提高教学质量和促进科学研究。《社会主义的招标与投标》一书，正是在总结武汉洗衣机厂、武汉自行车二厂等单位招标实践的基础上撰写的，它体现了理论与实践、知识分子与广大职工、教学改革与经济改革的紧密结合。

在去年武汉洗衣机厂首次招标大会上，我曾说，公开招标是改革的一枝报春花，而且将越开越艳。现在我们高兴地看到，时间仅隔一年多，她已在武汉市的其他企业和全国其他城市，也开出了绚丽的花朵。如果把《社会主义的招标与投标》一书比喻为经济改革的果实，那么它的出版，犹如播撒在祖国大地的种子，定会迎来百花盛开的春天！

刘道玉

一九八四年七月十二日

于珞珈山

目 录

序.....	刘道玉 (1)
第一章 社会主义企业的招标与投标.....	(1)
第一节 招标与投标的概念及其特点.....	(1)
第二节 社会主义制度下招标存在的条件.....	(4)
第三节 社会主义招标与资本主义招标的区别.....	(6)
第四节 社会主义招标适用的范围.....	(10)
第二章 招标的原理与方法.....	(21)
第一节 招标的目的要求与招标方式.....	(21)
第二节 招标前的准备工作.....	(24)
第三节 招标文件的制定.....	(30)
第四节 招标的程序.....	(49)
第三章 招标与流通管理体制的改革.....	(71)
第一节 现行流通体制存在的弊端.....	(71)
第二节 招标是对条块分割的流通体制的一个突破.....	(73)
第三节 招标是流通管理体制的重大改革.....	(74)
第四章 招标与工业管理体制的改革.....	(80)
第一节 招标与专业化协作.....	(80)
第二节 招标与工业的改组联合.....	(82)
第五章 招标与经济效益的提高.....	(90)
第一节 招标可以提高招标单位经济效益.....	(90)
第二节 招标可以提高投标单位经济效益.....	(98)
第三节 招标可以提高全社会的经济效益.....	(101)
第四节 招标应注意的几个问题.....	(105)

第六章	国际招标与投标	(108)
第一节	国际招标的程序与技巧	(110)
第二节	国际投标的程序与技巧	(124)
第三节	我国应积极参与国际投标	(132)
附录	国际招标有关文件	(142)
附件一	为邀请预先确定承包人资格条件 拟订文件的一览表	(142)
附件二	招标书内容一览表	(146)
	招标书范本	(146)
附件三	投标人须知范本	(147)
附件四	土木建筑工程(国际)合同条件 及投标书与协议书	(152)
附件五	投标书	(192)
附件六	协议书	(194)
附件七	投标保证金格式	(195)
附件八	履约保证书的式样	(196)
附件九	投标价格表(由国内投标人填写 的A组和B组投标)	(198)
附件十	进口货物投标价格表(由国外供 货人或其当地代理填写的C组投标)	(199)
附件十一	供货说明一览表	(201)
附件十二	规格差异表	(201)
附件十三	中国各国际经济技术合作公司 一览表	(202)
后记		(210)

第一章

社会主义企业的招标与投标

第一节 招标与投标的概念 及其特点

招标，在国际经济中获得广泛的采用。不仅是政府、企业、事业单位用它来采购原材料、器材和机械设备，而且各种工程项目（如电站、大桥、公路、铁路、港口、矿井、石油开采、工厂及其他建筑等工程项目），也日益采用这种形式进行物资采购和工程承包。发展中国家用招标形式来采购机械设备与承包工程项目的很多。在资本主义国家的机器设备投标总额中，发展中国家所占比重相当大。发展中国家广泛采用招标的主要原因，是因为这些国家对生产领域和对外贸易的干预加强了，有些发展中国家的现行立法规定进口商只能通过招标的方式在国外采购大宗商品，特别是采购价值较大的机器设备。世界银行贷款给其成员国时也规定必须通过招标的方式进行采购，使其成员国有平等的机会参加竞争投标，也可尽力避免在使用贷款中发生营私舞弊的问题。

在我国社会主义条件下，引进招标这种贸易方式来采购工业企业所必需的外购外协件和承包基建工程项目，不仅在理论上是站得住的，而且在实际上也是可行的。那么，究竟

什么是招标，在社会主义制度下如何进行招标，其意义又何在？这是我们要探讨的问题。

招 标

招标，就是一家买主（招标单位），在购买大批物资（包括外购外协件）、发包建设工程项目或合作经营某项业务前，发表招标公告，由多家卖主（或承包者）前来投标，最后由买主（或发包者）从中择优选定的一种经济行为。它由招标企业提出自己的要求和条件，利用投标企业之间的竞争，达到“货比三家”，“优中选优”。这样，本国、本地的工程项目与所采购的设备、器材，能够分别吸收、利用各地甚至各国的优势。招标，用我们中国自己的话来说，就是要“博采众家之长，以补自己之短，取天下之宝，为我所用。”招标人（或招标单位）在发表招标公告时，应首先制定招标书及图纸资料等文件，提出招标的要求，确定招标的项目和投标、开标的时间，招标人根据投标人填报的投标资料，从中择优选定中标人。至于优的标准，视每个招标人（招标单位）的本身具体需要而定。

投 标

投标，就是投标人（或投标单位）在同意招标人拟定的招标文件所提出的条件的前提下，对招标项目提出报价。

投标人（或投标单位），在获得投标资格以后，在认真研究招标文件的基础上，掌握好价格与质量两个关键因素，根据招标企业的要求和条件，在符合招标项目质量的前提下，对投标项目估算成本、价格，在规定的限期内，向招标人递交投标资料，争取中标。投标人在中标后，也可按规定条件对部分工程进行二次招标，即分包转让。

开 标

招标单位在规定的地点内，在有投标人出席的情况下，当众公开拆开投标资料（包括投标文件），宣布投标人（或单位）的名称、投标价格以及投标价格的修改，这个过程叫开标。在我国由于公有制占主导地位，法律逐步健全，企业之间的经济交往关系可按有关法律的规定进行。特别是国家公证机关，对招标与投标可以在法律对等保护双方合法权益的原则下，进行公证，这就为招标企业正式评标奠定了基础。在法律保障的条件下，可在公证员的监督下进行开标，其结果应视为有效。目前国内开标的方式有以下三种，招标企业可任选一种：

1.在有招标单位自愿参加的情况下，公开开标，当场不宣布中标结果。

2.在公证员的监督下开标，确定预选中标户。

3.在有投标单位自愿参加的情况下，公开开标，当场确定预选中标人。

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，对质量、价格和商业条件进行评比和分析，这个过程就叫做评标。评标是一件相当复杂的工作，它要求有生产、技术、质量、检验、供应、财务等多方面的专业人员参加，经过综合分析对比，根据招标人的要求而择优作出决策。

授标与中标，是同一事物的两个不同方面。招标企业通知投标企业中了标，对招标单位来讲是授标，而作为投标企业来说则是中标。在开标后，经过评标，招标单位根据招标

文件的要求，而择优选定的投标企业或承包单位，叫做中标单位，在国际招标中又称之为成功的投标人。

招标的特点

招标的特点表现在以下两个方面：一是富有吸引力，因招标企业所采购的物质（包括外购外协件）或承包的工程项目，批量大，金额大，对众多的投标企业具有吸引力，招标项目金额越大，吸引力也越大，而且在国外还能获得一定的优惠；特点之二是具有竞争性，因招标企业通过发表招标公告，可以同时招来众多的投标人前来投标，这样，就能使投标者之间开展竞争。这不仅使投标企业可以“货比三家”，“优中选优，”而且对投标企业改善经营管理也有推动作用。

第二节 社会主义制度下

招标存在的条件

在党的十一届三中全会以后，由于进行了拨乱反正，在理论上有一个重大的突破，就是承认在社会主义条件下，还存在着商品生产和商品经济，在现阶段不仅不能取消、限制商品经济，而且还要大力发展商品经济。既然商品经济还存在，因而作为商品经济的基本规律的价值规律，仍然要发生作用。而且作为一般商品经济的客观规律的竞争规律，也就不可避免地要发生作用，这是不以人们主观意志为转移的。

在商品生产的条件下，由于价值规律的作用，一方面促使生产者降低单位产品的社会必要劳动量，提高劳动生产率；同时可促使各个生产部门比较合理地分配劳动，调节供求关系。这些作用都是要通过竞争来实现的。因为商品经济

中的竞争，首先是商品生产者之间的竞争。由于竞争力量的作用，促使商品的价值由社会必要劳动时间来决定。恩格斯说过：“只有通过竞争的波动从而通过商品价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”（《马克思恩格斯全集》第21卷，第215页）竞争，正是一般商品经济矛盾运动的一种形式。通过竞争，商品的使用价值能够日益发展，商品的价值量能够逐步降低，从而能推动劳动生产率的提高，推动科学技术的进步。如果禁止竞争，价值规律就不可能起到这种作用。在现阶段禁止竞争，实际上是禁止商品生产，这不仅是不可能的，而且是十分有害的。

建国三十多年来，在一段较长的时间里，我们受苏联传统理论的束缚和影响，是不允许竞争的。一提到竞争，似乎会产生两极分化。因而把竞争同资本主义联系起来，人们不敢与它沾边。这是一种误解，正如上面所述，竞争是一般商品生产的客观规律，并不是资本主义商品生产的特有规律。只要有商品生产的存在，价值规律就存在，那么竞争规律也就存在。招标，是一种具有竞争性质的经济手段。由于在社会主义条件下存在着商品经济和与它相联系的价值规律及竞争规律，因而招标在社会主义条件下不仅具有其存在的条件，而且还大有其用武之地。

当前，我国经济体制改革中实行了一条重要的政策，就是对内搞活经济，对外实行开放。要搞活经济，就是要在国家统一领导下，发展社会主义的商品经济，承认企业是社会经济活动的一个经济细胞，承认企业是相对独立的商品生产者，承认企业具有自身的、独立的经济利益，除了向国家承担义务外，应有获得企业自身利益的权利。这就是说，企业

应该有一定的生产经营自主权。

承认企业具有独立的经济利益，企业与企业之间，由于经营管理不同，企业职工努力程度不同，给社会所提供的劳动在质与量的方面不同，所获得的经济效益也不一样，因而企业与企业之间就必然产生收益上的差别。这种差别不能人为地来拉平，只能是通过竞争来实现，来承认。这也是招标在社会主义条件下存在的前提。

第三节 社会主义招标与资本主义招标的区别

如上所述，招标的存在与性质是与竞争、与商品经济密切相连的，因此这个问题须从商品经济谈起。

商品经济是一种生产关系，它是社会分工发展的产物。所以在社会经济的发展中，商品经济具有历史的必然性。

社会主义商品经济是一个总的概念，它可以有多种具体的存在形式。从我国的实际情况来看，其中有国营经济，集体经济，个体经济，还有少量的国家资本主义经济。这样一些相对独立的、多元而又统一的经济关系，构成我国社会主义商品经济体系。

社会主义商品经济与资本主义商品经济有着本质的区别。其区别首先在于资本主义的商品生产把劳动力也当作商品来进行买卖。而社会主义的商品经济是将劳动力排除在商品之外的发达的商品经济，它是随着无产阶级政权的建立而产生的。由于劳动力退出了商品交换，使等价交换改变了性质，取代劳动力商品关系的是等量劳动相交换。商品等价交换与等量劳动相交换的统一，是社会主义商品经济的特征。

这一本质特征决定了，社会主义商品经济与资本主义商品经济相比较，有许多明显的不同：

第一，在社会主义商品经济中，各个劳动者是在联合体的范围内进行劳动的，其劳动已经具有直接的社会性。具体劳动与抽象劳动的矛盾对于社会主义商品经济来说，表现为局部联合劳动与社会劳动对立的统一。企业之间是以商品等价交换的纽带彼此联结。但在资本主义商品经济中，生产虽然是社会的，每个企业的劳动仍然是私人劳动，必须通过商品的交换才成为社会劳动。

第二，社会主义商品经济中劳动者在进行了一定劳动之后，获得了一定数量的货币。这些货币不同于资本主义商品经济中作为劳动力价值转化形式的工资，而是劳动报酬。

第三，社会主义商品经济与资本主义商品经济都存在着社会生产比例调节问题，即社会劳动按比例分配问题。但在资本主义经济中，由于生产者对各种产品的社会需要量是不能直接知道的，社会生产的比例只有靠价值规律调节，通过平衡的不断破坏和恢复而自发地形成。而社会主义商品经济除了有各个经济组织之间相互分离的一面以外，同时又具有全社会的联合的因素，对社会需求与供给可以实行计划调节，把计划调节与市场调节结合起来。

第四，社会主义商品经济与资本主义商品经济都要受价值规律调节，都必然存在着商品生产者之间的竞争。那种没有竞争相伴随的价值规律是找不到的，但是，“社会主义竞争与资本主义竞争有着本质的区别，它是在生产资料公有制的基础上，在国家计划指导下开展的，是为社会主义经济服务的。”（国务院《关于开展和保护社会主义竞争的暂行规定》，中国经济年鉴1981年版第Ⅱ129页）这主要表现在两个方面：一方

面竞争不发生在私人资本家之间，而是在劳动者的联合体之间展开的，竞争既为劳动者的个人利益，而更多的是为了劳动者的集体利益；另一方面，由于社会主义计划经济的重要作用，竞争也就在深度和广度上减弱了，社会生产的比例不是完全在竞争中形成，而同时受到计划的调节。所以说，社会主义商品经济的竞争是一种有限的竞争。这种有限度的竞争所产生的结果与资本主义商品经济的完全竞争也是有明显区别的。

鉴于这一原理，所以社会主义招标与资本主义招标也是有本质区别的。资本主义招标是在私人资本主义企业之间进行的，其目的是为了攫取最大限度利润。因而不择手段，采取尔虞我诈，弱肉强食，甚至用一系列的卑鄙方法来击败竞争对手，以确立自己的统治。而且招标的范围，在垄断前可以说是无所不包的。而社会主义的招标，由于社会主义基本经济规律的作用，其目的是为了改善经济管理，促进技术进步，提高全社会的劳动生产率，保证国家、企业和个人的经济利益都得到合理的增长，从整体上来说，它是符合全体劳动人民的根本利益的。而且，由于国民经济有计划、按比例发展经济规律的作用，社会主义招标的范围要受到计划经济的限制，因而它不是无所不包的。

在招标的程序和方法上，社会主义招标与资本主义招标也有不同之处，表现在以下两点：

第一，社会主义条件下的招标，是公有制企业与企业之间的经济活动，是法人与法人之间的法律行为，这项活动是在社会主义法律的保护下，在司法部门公证机关的监督下，依照法律的程序进行的。公证机关本着在法律上对等的原则，严格维护招标与投标双方的利益。因此社会主义制度下

的公开开标就与资本主义招标所确定的开标程序有所不同，它不一定要在投标人代表参加的情况下，公开宣读投标的报价，而可以在公证机关公证员的当场监督下，对投标文件启封开标，确定预选中标单位。这样做也视为有效。在这种做法下，既可对招标企业进行有效的监督，又可简化招标的过程与手续。

第二，在社会主义公有制下，企业是在上级主管机关的领导下，在当地开户银行的监督下进行经营活动的，每月、每季定期向这些单位报送生产经营活动情况的报表。因而这些单位能及时地了解企业的生产经营和财务信誉情况，为对投标单位的资格审查提供了可靠的保障，因而不必象资本主义招标那样，投标企业必须在投标有效期限内交纳一定的投标保证金。在我国，如果上级主管机关和开户银行在投标资格表中，能证明投标企业近期生产经营情况良好，该企业就不必预交投标保证金。这既体现了社会主义公有制企业之间的信任，又简化了手续，有利于加速投标的进程。

有的同志表示疑虑，认为招标是资本主义的范畴，在社会主义制度下不能用。其实，这是误解。招标作为一种科学的管理方法，其本身并无阶级性，哪个阶级掌握了它就可以为哪个阶级服务。在今日资本主义制度下，招标是垄断资本加强剥削与控制的手段。而在社会主义制度下，招标却是一种使商品流通合理化的手段，是在部分企业之间建立社会主义协作关系，共同提高经济效益的一种工具，也是无产阶级用来抵制流通领域中的资产阶级作风的一种武器。

第四节 社会主义招标适用的范围

一、招标在理论上可行范围的探讨

招标是具有竞争性质的一种经济手段，而且是促使企业与企业之间直接开展竞争的一种手段。由于竞争在任何社会制度下，都要受到不同条件的限制，因而也就决定了招标的范围同样也要受到一定的限制。大家知道，资本主义竞争是贯穿于社会经济的所有领域和经济活动的全部过程，尽管如此，它还要受到垄断资本的限制。虽然，从自由竞争中成长起来的垄断并未消除竞争，但它凌驾于竞争之上，限制竞争的范围。在社会主义制度下，由于生产资料公有制，实行以计划经济为主，宏观决策集中的经济体制，除了土地和劳动力不是商品以外，企业的生产必须服从计划的安排，是在以计划经济为主的前提下从事生产经营活动的，因而竞争也要受到限制，而且比在资本主义制度下受到限制的范围还要大些。这一点是毋庸置疑的。至于受到限制的范围有多大，这要从具有竞争性的招标与几个方面的关系中来探索。

（一）招标与价值规律的关系

如上所述，在社会主义条件下，价值规律作为商品生产的基本规律，仍然发生作用，与此相联系的竞争规律也就必然存在。因为价值规律的作用，离不开竞争。由于这种客观存在，那么采用有竞争性质的招标，是符合客观经济规律要求的。

招标是通过价格、质量、企业的生产能力、交货期限和企业财务状况等诸因素的综合平衡、择优而作出决策的。但