



建设市场交易与管理

JIANSHESHICHANG
JIAOYIYUGUANLI

张 检 身 编 著

经济管理出版社

建设市场交易与管理

张检身 编著



中财 B0033467

中央财经大学图书馆藏书
书号 429300
书号 F.123.6/1.1

经济管理出版社

(京)新登字 029 号

责任编辑 苏全义 孟昭宇

技术设计 桑崇基

责任校对 何 怡 郭红生 王宇航

图书在版编目(CIP)数据

建设市场交易与管理/张检身编著.

—北京:经济管理出版社,1994.5

ISBN 7-80025-933-1

I. 建…

I. 张…

Ⅱ. 基本建设项目-项目管理

IV. F284

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 01570 号

建设市场交易与管理

张检身 编著

出版: 经济 管 理 出 版 社

(北京市西城区新街口红园胡同 8 号 邮政编码: 100035)

发行: 经济管理出版社总发行 各地新华书店经销

印刷: 中央党校印刷厂印刷

787×1092 毫米 16 开 印张 47 1184 千字

1994 年 9 月第 1 版 1994 年 9 月北京第 1 次印刷

印数: 1—4500 册

ISBN 7-80025-933-1/F·784

定价: 55.00 元

前 言

开发建设市场，实行建设项目招标投标，促进“建设商品”健康发展是我国固定资产投资和基本建设管理体制改革的一项重要内容。自 80 年代中期全国开放建设市场以来，各工程建设主管部门及所属建设、设计、施工等单位，努力创造条件积极开展建设市场交易，推行以法人负责制为中心的建设项目招标承包。经建设市场招标投标选择项目承包单位进行工程建设，其产品为“契约型商品”。“契约型商品”与“市场型商品”不同，“市场型商品”的质量可以在商品交换中经受检验，购物者可以自由选择，其制造（生产）周期与购物者无直接关系；“契约型商品”在签订契约时，买方（投资者或招标单位）仅对建设项目有关技术标准，经济指标和交货期限（工期）提出要求，实物能否达到预期目的需在产品（工程）完成后方能知晓。要使建设项目在建造过程中达到契约规定的各项技术经济条款，买方须要学习和掌握建设市场动态，按价值规律编造招标文件，有正确选择卖方（投标者）的方法和程序；同时，卖方（承包单位）要在激烈的建设市场竞争中获取较高的经济效益，则需依靠科技进步，重视技术开发，能把国内外先进的科技成果转化为现实的生产力，以“技术优势”取胜和树立企业信誉。因此，开放建设市场，采用招标投标制，是依靠技术进步、强化项目管理和按价值规律组织工程建设的重要措施。目前，国内开放建设市场时间不长，法律法规正在建立，但已有些建设、设计、施工和器材供应以及工程咨询，工程监理等单位积累了不少宝贵经验，取得了可喜成果。建设市场的发展为改善长期以来普遍存在的建设项目超概算、工期“马拉松”、产品质量低等“投入多，产出少”的现象发挥积极作用。

为了适应我国建设市场开放后，开展建设产品交易和提高项目管理水平，促进固定资产投资和基本建设管理体制这项改革工作在全国工程建设战线健康发展，特编著了《建设市场交易与管理》一书。全书八章，系统地总结和论述了我国建设市场开放以来，建设产品的生产（建造）、技术开发与经营管理和商品交易全过程的理论与实践。全书从建设产品交易——“建设项目招标与投标”的特征出发，论述了建设产品生产（建造）过程中质量、工期、效益之间的相互关系和控制程序与方法，并采用一些重大工程项目的实例讲述了建设项目招标文件、招标标底的制

定、评标定标的原则和投标报价的策略与技巧。为贯彻科学技术是第一生产力的方针，推进工程建设技术进步，本书从研究国内外近十几年来工程建设领域主要成就和问题出发，结合我国工业、交通、城镇建设以及环保，节能等方面技术政策要点，将国内工程建设中取得的重大科技成果和这些成果转化为现实生产力的途径作了剖析和介绍，为从事工程建设的有关设计、施工和管理单位以及业主在建设市场的竞争中为社会提供优质产品，加快建设速度，缩短建设周期，节约原材料和燃料，降低工程成本、节省建设投资，提高企业效益提供经验。本书还对国家科学技术奖励政策和申报程序及工程建设与新型建筑材料方面的科技成果奖励范围作了系统介绍。本书还从研究国外建设项目管理方式入手，总结了国内项目管理经验，对我国工程建设领域开展工程监理，合同管理，项目竣工后的保修服务和后评价等方面工作进行了研讨，同时编入了九篇国家和有关部门关于开展建设市场交易与管理方面的条例、规定、办法等文件，为从事工程建设的企业进入国际建设市场，参与国际竞争提供资料。编著本书目的是供广大工程建设者在参与建设市场竞争，组织“契约型商品”交易及进行科学研究和教学工作时参考。由于我国建设市场开放较晚，建设产品生产作为建设商品在建设市场中交易还刚刚起步以及本身业务水平有限，书中可能存在某些不足之处，请广大读者给予谅解和指正。

张检身

1994. 1. 20

目 录

第一章 概 论	1
第一节 建设市场与建设商品交易	1
一、建设市场的特征	1
二、建设项目交易方式的由来与目的	3
三、加快建设市场体系的培育和建设	4
四、依靠技术进步,提高建设产品综合效益	7
五、发展工程咨询和企业管理咨询,为建设市场的全面起动创造条件	9
六、把企业推向市场,实行集团化经营	10
七、建立社会监督机构	13
八、加强法律建设与政府管理	15
九、建设商品交易的发展与问题	18
第二节 建设产品交易(招标投标)内容	19
一、做好建设项目前期工作,保证建设产品交易(指标投标)的开展	19
二、项目招标阶段划分与建设程序的关系	22
三、可行性研究招标投标	23
四、工程勘察设计招标投标	25
五、工程施工招标投标	28
六、材料与设备的采购招标投标	29
七、生产准备招标投标	29
八、工程总承包招标投标	29
九、建设项目管理招标投标	30
十、建设项目招标与项目周期	32
第三节 建设产品交易(招标投标)方式	33
一、按招标方式划分	34
二、按招标内容划分	34
三、按中标单位所处地位划分	35
四、按合同类型和计价方法划分	36
五、招标投标方式的比较	38
第二章 建设项目招标	45
第一节 建设项目招标程序	45
一、招标的程序框架	45
二、建设项目招标程序	45
三、国外建设项目招标程序流程图	53
第二节 标底的制定	57

一、工程价格的确定	57
二、制定工程质量标准	70
三、确定合理工期	79
四、工程总承包招标标底	82
五、合理安排建设资金	85
第三节 建设项目招标文件的编制和组成	87
一、招标文件的内容	88
二、关于招标文件所涉及问题的处置	89
三、编制《投标须知》	97
四、标书的内容与格式	103
五、招标文件的供应和使用	108
第四节 招标工作机构	109
一、招标工作机构的设置	109
二、招标领导小组的职责	110
三、招标代理机构	111
第五节 对投标单位的资格审查	115
一、建立对投标单位的资格预审制度	115
二、对投标单位的资格审查	117
三、资格审查文件的编制	136
四、撤销资格审查结论	137
第六节 开标、评标和决标	137
一、开标的实施	137
二、评标的实施	139
三、决标与授标	151
第七节 建设项目招标实施	153
一、项目建设招标书实例	153
二、工程设计招标书实例	168
三、建设项目设备招标书实例	173
四、工程施工招标书实例	178
五、涉外工程建设项目招标实例	218
第三章 建设项目投标	228
第一节 建设项目投标的内容	228
一、概述	228
二、建设项目可行性研究投标	228
三、工程勘察投标	230
四、工程设计投标	232
五、工程施工投标	236
六、工程用设备购置投标	237
七、工程总承包投标	238
八、涉外工程与国外工程投标	240

第二节 项目投标的程序	243
一、项目投标程序	243
二、调查投标环境和项目情况	244
三、确定投标策略	245
四、制定技术方案和组织措施	247
五、报价	249
六、编制标书	250
七、签约及签约后的管理工作	251
第三节 工程施工投标	253
一、概述	253
二、施工组织设计（大纲）	253
三、施工准备	257
四、建立质量保证体系	272
五、施工总进度计划的编制	274
六、编制标价	280
第四节 工程投标实例	282
一、设计施工总承包投标实例	282
二、设计总承包投标实例	297
三、国际投标合同式样	304
第四章 进度计划与合理工期	319
第一节 工程进度计划的编制	319
一、必须编制书面项目进度计划	319
二、编制项目进度计划的资料和内容	322
三、工程设计计划进度的编制	323
四、编制器材采购计划进度表	326
五、工程施工计划进度的编制	329
六、编制建设项目的总计划进度	331
第二节 网络计划技术	333
一、网络计划在工程建设中的应用	333
二、网络计划的基本类型及注意事项	334
三、网络时间的计算	337
四、CPM 网络图（关键路线法）	339
五、网络计划调整	346
六、计算机在绘制网络图中的应用	350
第三节 流水网络计划方法	355
一、流水网络的形式	355
二、“时距”的分类与计算	357
三、流水网络时间参数的计算	358
四、流水网络在施工计划中的应用	362
五、时间坐标流水网络	366

第四节 网络计划的控制	371
一、网络计划控制的内容	371
二、建立工程综合管理系统 (GEMS)	372
三、建设项目进度计划控制方法	375
第五章 工程价格与经营决策	381
第一节 工程价格研讨	381
一、概述	381
二、建设项目概 (预) 算的分类与编制程序	381
三、概 (预) 算工程费用的组成	383
四、设计概算的编制	387
五、单项工程概算的编制	388
六、单项工程综合概算书的编制	390
七、建设项目总概算的编制	392
八、工程价格编制方法的改革途径	394
第二节 国际工程产品价格体系	397
一、工程产品价格内容	397
二、工程价格汇总表的编制	402
三、利息	402
四、预期费用与计划时间	407
五、利润与盈亏分析	408
六、工程招标投标快速报价系统	409
第三节 经营预测	411
一、经营预测概述	411
二、定性预测方法	414
三、定量预测方法	416
四、时间序列预测法	418
第四节 工程承包企业的经营决策	419
一、经营决策的分类与程序	419
二、确定型决策	423
三、完全不确定型决策	424
四、风险型决策	425
五、工程承包企业经营决策的特点	426
六、工程承包企业经营决策的内容和程序	428
七、工程项目承包规模的决策	429
八、投标业务中的定量分析	432
第六章 技术进步与科技政策	434
第一节 技术政策	434
一、合理进行科学决策的方法	434
二、能源项目技术政策要点	436
三、交通通信项目技术政策要点	437

四、工业项目技术政策要点	439
五、城乡建设技术政策要点	444
六、节能技术政策要点	452
七、环境保护技术政策要点	454
第二节 工程技术成就与科技成果转化	463
一、我国工程建设技术主要成就	463
二、将科技成果转化为生产力	475
第三节 科技进步与奖励政策	478
一、建立科技奖励制度, 推进科技进步	478
二、国家发明奖励政策	481
三、国家科学技术进步奖励政策	486
四、技术专利政策	501
第七章 管理与监督	503
第一节 建设监理	503
一、建设监理的基本概念	503
二、建设监理单位和监理工程师	506
三、建设项目监理	510
四、建设监理务实	512
第二节 建设市场与技术、经济合同	521
一、合同的概念及分类	521
二、建设项目招标承包合同	522
三、技术合同的作用	524
四、合同纠纷的解决	527
第三节 审计、验收和后评价	529
一、建设项目审计监督	529
二、竣工验收	532
三、项目后评价	534
第四节 强化建设市场管理	537
一、工程建设与建设市场	537
二、政府对国有企业的管理	538
三、建设项目招标投标的管理	541
第八章 国外工程承包企业经营管理	545
第一节 企业的组织机构和项目管理	545
一、概述	545
二、工程承包企业的组织机构	546
三、总括事务所	551
四、作业所	553
五、工程项目的 QCDSM 管理	558
第二节 经济管理	565
一、工程承包企业的营业活动	565

二、利益管理和成本管理·····	567
三、财务管理·····	578
第三节 全面质量管理与技术开发·····	582
一、推行全面质量管理的起因及措施·····	582
二、质量管理保证体系·····	587
三、实施 TQC 的具体实例 ·····	590
四、技术开发·····	598
五、技术奖励政策·····	601
第四节 人事管理与职工教育·····	604
一、企业职能资格分类·····	604
二、人事部门的机构及其职责·····	604
三、人事管理工作的职责与分工·····	606
四、职工教育·····	608
五、职级晋升和考评·····	613
附 件	
上海市土建工程工程量计算规则·····	620
上海市建筑面积计算规则·····	636
国际通用《建筑工程量计算原则》·····	638
全民所有制建筑安装企业转换经营机制实施办法·····	656
国家中长期科学技术发展纲领·····	662
中华人民共和国科学技术进步法·····	674
科学技术研究档案管理暂行规定·····	680
中华人民共和国发明奖励条例·····	683
中华人民共和国科学技术进步奖励条例·····	684
工程建设监理单位资质管理试行办法·····	686
监理工程师资格考试和注册试行办法·····	694
建设部监理司关于印发《〈工程建设监理单位资质管理试行办法〉和 〈监理工程师资格考试和注册试行办法〉的实施意见》的通知·····	696
中华人民共和国合同法·····	700
中华人民共和国技术合同法·····	708
国家档案局、国家计委关于《基本建设项目档案资料管理暂行规定》·····	714
国家建设部《建筑市场管理规定》·····	721
中华人民共和国反不正当竞争法·····	724
日本协作公司基本契约书文本·····	727
后 记·····	737

第一章 概 论

第一节 建设市场与建设商品交易

一、建设市场的特征

(一)市场经济的要求和方式

市场经济是商品经济发展的产物。无论私有制条件下的市场经济还是公有制条件下的市场经济,其运行的基本要求和方式都有以下特征:

1. 凡是商品,不论是消费资料还是生产资料,不论是产品还是生产要素,其交换和流通,都必须通过市场。
2. 市场在资源配置中起基本的作用,大量的经济活动主要靠市场调节,全部经济活动必须符合市场供需规律。
3. 市场经济中商品运行的基本原则是等价交换,商品生产者要按等价交换原则交换自己的商品。
4. 竞争机制在市场经济中发挥“优胜劣汰”的作用,“刺激效率,鞭策落后”的竞争激励方式得到广泛的应用。
5. 在市场中的交易和竞争是公平、公正和公开的、统一的、开放的。全国是一个统一的市场,经济活动对外开放,也就是说市场中的商品竞争具有平等性、公开性、开放性和规范性。不允许进行任何形式的封锁和垄断。
6. 市场受价值规律支配,商品价格能灵活反映资源的供求状况,即它们相对富余稀缺的程度。
7. 企业是市场的主体,自主经营,自我约束,自负盈亏,自我发展。

(二)确定建设项目应当是“契约型商品”的理论基础

建设业是独立的物资生产部门,建筑安装产品实际是“契约型商品”这个理论几十年被人们忽视了。一般讲,做为商品应具有的是:一是使用价值,二是可行使其价值交换,三是可在市场流通。工程项目建成后,具有使用价值和行使价值交换两项特征已为人们所公认,但能否在市场流通,长期以来有争论。事实是建设产品在特定形式下在市场中进行交换。在建设市场上,投标方(设计、施工或制造者)实际是卖方,招标方(产品的应用者)是买方。投标方(卖方)以自己(设计、施工或制造)的产品的相应价值去换取招标方(买方)交付的相应费用(价款),只是这种产品交流(交易)以“契约型”来实现(成交)。因此,建设项目招标与投标是买卖双方经营工程生意的一种方式,产品是通过招标承包合同(契约)转化为商品。建设项目的交易是商品交易,因此,树立“契约型商品”的理论,才能正确理解建设市场的作用,开发和完善建设市场,进行商品交易,真正的开展建设项目招标投标活动。

(三)建设市场的特点

1. 建设市场的一般特征。建设市场与一般工业产品市场有所不同,其主要特征表现在以下几个方面:

(1)需求的不稳定性。建设产品的需求受多种因素的影响,在国民经济发展的时期,需求量将会出现大幅度的增长,而在国民经济发展缓慢和负增长时,需求量将会出现大幅度下降和波动,而且产品结构也会发生很大变化。这种极不稳定的需求状况,与一般工业产品市场不同。

(2)品种的多样性。建设产品均按特定的要求进行设计和施工(建造成型)。使用功能不同,建设的规模,特征与结构要求及工艺内容也不完全相同。它与市场供销状况有关,如有时采用金属(钢)结构较多,有时采用(钢筋)混凝土结构较多。有的地方采用砖砌体,有的地方采用石砌体等等。产品的多样性,增加了工程设计和施工的难度,使产品价格也发生了极大变化。

(3)“契约型”生产方式。建设产品大多数是与用户签约后再进行建设。有关企业(承包单位)与建设单位(业主或投资方)通过签订承发包合同明确各自的权利和义务,经建设实施才能完成商品的销售(交易)工作。

(4)要求买卖双方精通业务。发包单位可以根据预定的要求和竞争的条件选择承包单位。承包单位可以根据建设项目的规模和技术特征决定是否参加投标竞争。因此,要求承、发包单位都要有精通有关建设项目的技术专家和经济评估以及熟悉法律业务的人员,以保证签约双方的共同利益。

2. 公有制为主体的建设市场的特征。以公有制为主体的建设市场的特征,是由国有企业性质所决定的,它与以私有制为主体的建设市场不同,其根本特点在于是以生产资料公有制为基础的国有企业为主,其生产经营是以不断满足人民日益增长的物质文化生活需要和提高国家综合国力为目的,企业之间反映了协作与竞争统一的关系,能自觉的运用价值规律,其主要特征是:

(1)以公有制经济为主体的国家所设置的建设市场,是在国家(地区)政府指导和监督下,建设单位(业主或投资方)通过招标,择优选择工程设计、工程施工、设备制造与供应,或工程总承包单位的一种商业竞争形式。在建设市场进行招标的建设项目,必须是列入国家(地区)计划,有由国家(地区)有关主管部门批准的项目建议书或可行性研究报告及工程评估和投资估算,所招标投标的建设项目的建设规模、标准、资金、器材等均已列入国家宏观控制之下,并通过建设项目招标投标与企业微观计划相协调。这与以私有制经济为主体的国家所设置的建设市场完全通过企业之间信息开展的竞争是不完全相同的。

(2)以公有制经济为主体的国家所设置的建设市场,提倡平等竞争、鼓励竞争、反对垄断。凡经资格审查合格的企业即可参加符合本企业资质条件的建设市场竞争。建设项目招标投标要取得建设主管部门的同意。标价(标底)要符合国家有关技术、经济政策和相应规定,须经有关部门和建设(贷款)银行的审批(或核准),严格执行保密制度。投标报价也按国家有关规定执行。招标投标不得行贿受贿,哄抬标价,或任意压低标底,损害国家和他人的利益,国家有关部门(地区)保证具有相应资格的企业法人以平等的地位参加建设市场竞争。

(3)以公有制经济为主体的国家所设置的建设市场通过企业之间的竞争,唯有效率高、信誉好的企业在成本低、价格合理、质量和进度有保证的前提下才能中标承包。这有利于搞活企业、鼓励先进、督促后进、让经营好的企业取得更高的经济(社会)效益。未中标的企业可以通过改善经营管理,增加企业内部活力,在以后的建设市场竞争中争取胜利。国家通过颁发法律、法规,由各级政府建设主管部门对建设市场给予指导和协调,组织信息交流,负责监督,达到企业

间相互促进、平等互利。

二、建设项目交易方式的由来与目的

(一)建设产品交易方式——招标与投标

建国以来,很长一段时间,建设项目完全由建设单位自己组织力量进行实施,在建设实施中所支付的工资,采购的器材,使用的施工技术装备以及其他各项费用,均由建设单位编制计划分年进行核算,在项目竣工验收交付生产(使用、营运)后,在基本建设投资中进行核销,同时转为固定资产。这种方式,建设单位又是施工单位,具有双重职能,担负着管理与组织施工工作。各项施工费用按实支付,并在建设投资中核销,即通常所说的“实报实销”。一般讲,这种方式不符合现代化经济发展的要求。

随着现代化建设项目的大型化、高科技的发展,以及专业施工力量的不断发展,有些建设项目开始采用共建方式,即联合指挥方式,由指挥部负责。在工程指挥部(或现场指挥部)的统一领导下,建设单位、设计单位、施工单位(后期还包括生产准备单位)共同完成建设项目。参加建设项目现场指挥部的施工单位(包括建筑和安装企业),名义上是独立经济核算,实际上是将企业的全部开支,特别是各种经常费用全部摊入建设投资,实行实报实销。所以施工单位不计工本、不搞经济核算、不负经济责任、不搞技术进步和科学管理,不仅普遍存在消费高、浪费大、突破工程概(预)算等问题,而且造成工期长,质量差。

我国开始实行社会主义市场经济,建筑业及基本建设管理体制要进行全面改革,必须全方位的开放建设市场,体现产品的真正价值,故须认真推行建设项目招标投标,实行建设项目招标承包制,采用经济手段管理和组织工程项目建设才能缩短建设工期、保证产品(工程)质量,降低工程造价和提高投资效益。

(二)建设项目招标投标的由来

建设项目的招标与投标是商品经济发展到一定阶段的必然产物,它实际上是一种特殊商品——“契约型商品”的商业经营行为,是商品经济中的一种竞争方式,是在私有制市场经济的发展过程中逐步发展和完善的。我国建国前和建国初期曾实行过建设项目招标投标制。建设项目招标与投标的真正含义是:通过市场竞争进行交易。作为交易一方的承建企业(承包商、即投标单位)负责为交易一方的建设单位(业主,即招标单位)完成某一项工程(商品)全部或其中的一部,并根据协议(招标承包合同)按预定的价格和时间取得报酬。其要点是唯一的业主(投资者)或委托者设立标的,招请若干个承包者(商号,投标者)通过秘密报价进行竞争,这样可以“货比三家”,从中择优胜者与之达成交易协定(即招标承包合同),随后按协定实施标的。所以招标单位与投标单位双方之间存在着经济上的权利和义务关系,通过建设项目招标承包合同,用法律形式予以明确。

(三)建设项目招标投标的作用

建设项目的招标与投标,是指建设项目的前期可行性研究、勘察设计、设备制造与供应、工程施工,生产准备等方面的招标与投标。在我国进行建设项目招标投标是开放建设市场并引入竞争机制,将建设“产品”改为商品,用以体现价值规律的一种方式。也是进行固定资产投资管理体制改革,实现现代化、科学化项目管理的重要环节。它能充分调动建设企(事)业单位与职工积极性;打破部门(地区)保护,实行公平竞争和合理分配;促进企(事)业单位改变经营方式,加强科学管理;实现人力、物力、财力的优化组合,提高工作(劳动)效率和降低材料、能源消耗;

利于推进科学技术进步,为采用各种最佳(优)技术方案和新工艺、新设备、新机具、新结构创造条件。主要作用可归纳以下几点:

1. 促进建设单位按国家基本建设程序办事,执行行业(或专业)技术、经济政策,重视并做好建设项目前期工作,从根本上改变用行政管理方式管理“商品”的经营行为,并促进建设市场的发展与健全。

2. 有利于增强勘察设计单位的经济责任制,有利于设计人员认真对待和做好技术与经济结合。设计者在确定项目、选择厂(场)址、决定建设规模和采用技术标准、规范上,要受招标承包合同的制约。中标的施工单位必然要求设计单位提供全套、可靠、准确和可行的设计文件和图纸,并承担经济合同规定的法律责任。投资概算(指标)得到控制。

3. 促进施工企业不断的追求技术进步和提高经营管理水平。把企业的运行机制和经营管理建立在经济合同(即招标承包合同)规定和要求的基础上。开发应用新技术、新工艺、新材料、新机具、新结构。同时,迫使一些不能中标的企业和素质(人的素质、技术素质和经营管理素质)与应变能力较差的单位下决心,通过整顿和改革赶上来。

4. 建立在招标承包合同基础上的建设单位(业主、或投资单位)、银行信贷、工程监理等单位的监督(理)职能能更好的发挥作用,有利于建设项目实施全过程的质量、工期和资金的预测和控制。

5. 建设项目的价格能体现“契约型商品”的实际。在经济上,如预付款和工程估算等在合同条款中都能预先做出明确规定,克服了预算加签证等任意增(追)加投资的做法,从而简化了工程预付款、工程结算等手续,减少了扯皮现象。有利于保证建设项目按期收尾和竣工验收,促进交付生产(使用、营运)后的保修服务工作的深化。

(四)建设项目招标投标的目的

在我国推行建设项目招标投标制,是建设产品转化为商品后经济发展客观规律所决定的。招标投标制的核心是通过招标承包合同明确建设单位(业主、投资者)即发包单位和中标承包单位(即勘察设计、施工企业或工程总承包单位)双方的经济责任、权利和义务。在我国实行社会主义市场经济的条件下,根据等价交换的原则,招标单位与中标单位以平等身份签订招标承包合同,用法律形式相互制约、互相监督、共同努力保证建设项目的工程质量、工期、价格目标的实现。招标单位的目的是在国家计划指导下,通过建设市场的平等竞争,择优选择建设项目的建设单位、建设地点或勘察设计单位、设备制造与供应单位、施工单位、工程总承包单位,以确保工程质量、缩短建设周期、降低材料和能源消耗、提高投资效益;对投标单位来说,是通过建设市场的竞争,不断改进经营决策和管理,重视技术进步,不断开发应用新技术、新工艺,发挥企业技术优势,争取中标。从而使建设项目实现质量高、工期短、消耗低、投资省和效益好的目的。因此,建设项目招标投标制是符合生产力发展及日益扩大的社会分工和协作的要求。同时,也适应我国“改革、开放”的方针,利于国际经济合作,为我国工程建设引进外国先进技术与管理方法和建设企业进入国际建设市场创造条件。

三、加快建设市场体系的培育和建设

建设市场应是全面开放、平等竞争的市场,是生产要素可以按价值规律自由流通的市场。它既不是过去那种限制过多,管理过死的指令性市场,也不是放弃宏观调控的无秩序的市场,而是在国家法律、法规和计划的宏观指导下既有活力又有秩序的市场。建立统一的建设市场,

开展建设项目的交易(项目招标投标)是社会化大生产的要求,是发展市场经济的客观规律。要从根本上改变过于集中统一的产品型计划经济体制,建立尊重价值规律和竞争机制的建设市场运行机制,必须推行建设项目招标投标制,不断地消除部门之间、地区之间的封锁和分割现象。形成竞争,推进经济合作,这才有利于在更大范围内取得市场信息、重视科学技术进步,提高产品(工程)质量和经济(社会)效益;有利于生产要素向最有效益方面流动,改进经营管理,实现资源的优化配置,有利于在市场经济海洋中更新观念、锻炼人才,形成具有生机和活力的建设市场。

目前,我国生产资料和生活资料市场发育较好,而生产要素市场滞后,这对“契约型商品”的进一步发展带来不少困难。因此,加快市场体系的培养和建设是很重要的。

(一)改善建设市场作业环境

工程建设项目由计划经济的产品生产(设计、施工、制造)改为商品生产的市场经济,需有一个良好和适合作业的市场环境。建设市场环境包括:自然地理、经济、政治和法律环境。其中主要含生产要素的成本、运输成本、原材料及(半)成品构件的可得性、市场位置、各级政府的优惠政策或保护条件、税收(或关税)等硬环境和软环境两大内容。

物质条件亦称硬环境,通常由城市(或工、矿区)工业基础及自然条件所决定。即交通(包括铁路、公路、航运、航空等运输条件)、供水、供电、供热(热力网)、煤气管道以及污水、洪水排放、土地平整(包括障碍物拆除)等。

人际环境亦称软环境,通常是指对建设项目招标投标有重大影响的人为自然因素和人为因素。人为自然因素包括生产能力(运用生产技术能力)、创新能力;人为因素包括经济稳定性、政策连续性和法律健全性等。

(二)发展建设市场信息业

工程建设产品作为商品后,工程建设项目运行机制要面向市场。为了防止项目招标的盲目性,必须依靠正确的信息指导。目前,我国信息业还刚刚起步,信息利用水平还很低,因缺乏信息而造成项目建设的很大盲目性。要强化项目的建设管理,从项目的确立、工艺的选择,商品的预测等各方提供信息和情报。必须有一个权威部门负责建设市场信息业务的协调与管理,如组织制定信息法规和信息市场管理条例、制定信息的标准规范,做到既有利于信息共享、又能确保信息的安全保密,使建设市场信息工作逐步走上法律化、制度化的轨道,使建设项目招标投标工作能健康发展。

(三)开发技术市场,把科学技术转化为生产力

科学技术是第一生产力,工业发达国家在国民生产总值的增长中,技术进步的比重达50—60%,有的达到80%。日本国的经济发展主要依靠先进的科学技术和现代化管理,通常称之为“一靠管理、二靠技能”。我国国民生产总值在增长中技术进步的比重约占20%左右,工业生产的增长和新建设项目(企业)主要是依靠大量投入劳力、资金和物质。要不断的提高劳动生产率、增加产品品种和保证产品质量,实现新建项目的预期(经济或社会)效益,必须依靠先进的科学技术和现代化管理。要把科学技术转化成新建项目的生产力,开展建设项目的招标投标,必须推动技术市场的发展,把科学技术和现代化管理与项目建设结合起来,把科研成果迅速的用于建设项目。在新建(改建、扩建)及技术改造工程项目中采用先进工艺,生产市场需要的商品,以实现建设项目“投入少、产出多”的目标。

要解决建设项目缺乏依靠科学技术进步的机制与内在动力。要解决开发应用新技术、新工艺、新材料、新设计、新结构缺乏面向新建(改建、扩建)及技术改造工程项目的活力。要解决科

技成果不能及时转化为现实生产力,造成科学技术水平与项目建设相互脱节,不能发挥科学技术潜力的问题。因此,必须开发技术市场,提高建设市场运行机制中的技术含量。要减少和杜绝低(技术)水平的重复建设。

(四)促进工程技术人才合理流动,推动建设市场的发展

搞好工程建设,发展工程科技,将科技成果转化为生产力,最重要的是聚才、用才。我国工程建设领域内科技人才是丰富的。开展建设项目招标与投标必须依靠人才优势,不断的吸收和培养合适的人才。因此,既要按国家需要,进行人才必要管理,又要按照建设市场需要,允许必要的专业技术人才合理流动,使科学技术人才与其他生产要素进行优化组合,以发挥作用。因此,应建立与健全多层次,大范围的人才(包括专业技术人员和熟练的操作者)市场,不拘一格使用人才。以公有制经济为主体的企业间的竞争与以私有制经济为主体的企业间的竞争不同,多层次,大范围的社会主义人才市场的开发应有计划的进行,避免“盲流”,即允许个人提出申请调动,又可以采用“契约”形式由企业相互支援。但是,解决建设市场交易与管理所需人才的根本途径还是各级政府和企业要抓紧专业人才培养和管理。同时,加强人才市场的法规建设和监督管理,逐步制定完善人才流动规则,形成人才流动激励机制,推进企业间的人才合理竞争,使人尽其才。

(五)扩大商品化生产,活跃建材市场

欲发展建设市场,必须改善当前的器材供应方式,打破部门(地区)界线,进一步活跃建设用材料、制品及构配件经营市场,实现建设项目所需材料、制品及构配件的商品化生产和经营。推进现代化管理和供应方式。

1. 现场浇注(钢筋)混凝土生产长期处于手工操作和小型分散的半机械化作业,由企业自行生产,是开发建设市场的主要薄弱环节。“七五”末期,全国(钢筋)混凝土集中生产、商品化经营的比例不足(钢筋)混凝土生产总量的 20%,发展混凝土集中生产、商品化经营是实现施工机械化活跃建设市场的重要环节之一。以中心城市(工矿区)为主体有计划的改革混凝土生产工艺,推进以“双掺技术”(“双掺技术”是指以减水剂为主体的外加剂和以粉煤灰为主体的掺合料用于混凝土生产的技术)为主的混凝土生产工艺是开发建设市场和推进技术进步的需要,应引起必要的重视。

2. 开发工程用建筑材料市场,建立工程用建材经营企业,实行建筑材料多渠道经营,为大宗建设器材(指地方生产的砖、瓦、砂、石等)及土产建材进入建设市场参予竞争创造条件。逐步形成建筑材料供应社会化。使中标单位能在市场上选择所需材料,不仅对提高材料质量、降低材料价格有利,同时也为地区经济发展创造了条件。

3. 实行施工设备及工程暂设器材租赁制是进行“项目法”施工的关键。以行业为主体建立专用设备租赁中心(站)和以地区为主体建立通用设备及暂设器材租赁中心(站),是发展建设市场,挖掘设备潜力,降低工程成本的重要环节。随着建设市场的形成,施工设备和物资供应应向商品化、社会化转变。主要专用设备(如水电、煤炭专用设备)应面向行业建立租赁中心(站),通用设备(如:提升机、大型运输设备)以及暂设器材(如脚手杆、脚手板、模板等)应面向地区建立租赁中心(站),通过招标投标方式进入市场。按招标承包合同进行租赁供应,不仅可以改善经营管理、降低成本,而且能形成自我发展机制,解决施工设备和暂设器材购置资金,为更新专用设备与器材和发展地区经济创造条件。