



21st CENTURY
实用规划教材

21世纪全国高职高专土建系列技能型规划教材

建设工程招标投标 与合同管理

主 编 宋春岩 付庆向
主 审 席银花



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书反映国内外建设工程招标投标与合同管理的最新动态,结合大量工程实例,并参阅国家部委最新联合颁布的《标准文件》,系统地阐述了建设工程招标投标及合同管理的主要内容,包括建设工程招标投标工作程序、相关文件的编制、建设工程合同与索赔等基础知识。

本书采用全新体例编写。除附有大量工程案例外,还增加了知识链接、特别提示及推荐阅读资料等模块。此外,每章还附有单选题、多选题、案例分析及综合实训等多种题型供读者练习。通过对本书的学习,读者可以掌握建设工程招标投标、合同与索赔的基本理论和操作技能,具备自行编制建设工程招标投标文件和拟订建设工程施工合同文件的能力。

本书既可作为高职高专院校建筑工程类相关专业的教材和指导书,也可作为土建施工类及工程管理类各专业职业资格考试的培训教材,还可为备考从业和执业资格考试人员提供参考。

图书在版编目(CIP)数据

建设工程招标投标与合同管理/宋春岩,付庆向主编. —北京:北京大学出版社, 2008.7

(21 世纪全国高职高专土建系列技能型规划教材)

ISBN 978-7-301-13581-5

I. 建… II. ①宋… ②付… III. ①建筑工程—招标—高等学校:技术学校—教材②建筑工程—投标—高等学校:技术学校—教材③建筑工程—合同—管理—高等学校:技术学校—教材 IV. TU723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 045126 号

书 名:建设工程招标投标与合同管理

著作责任者:宋春岩 付庆向 主编

策划编辑:赖 青 杨星璐

责任编辑:杨星璐

标准书号:ISBN 978-7-301-13581-5/TU·0050

出版者:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路 265 号 100871

网 址:<http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电子邮箱:pup_6@163.com

印 刷 者:河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者:北京大学出版社

经 销 者:新华书店

787mm×1092mm 16 开本 18.75 印张 444 千字

2008 年 7 月第 1 版 2009 年 2 月第 2 次印刷

定 价:30.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

举报电话:010-62752024

电子邮箱:fd@pup.pku.edu.cn

前 言

本书为北京大学出版社《21 世纪全国高职高专土建系列技能型规划教材》之一。为适应 21 世纪职业技术教育发展需要,培养建筑行业具备招投标及合同管理与索赔知识的专业技术管理应用型人才,我们结合当前招投标与合同发展的前沿问题编写了本书。

本书内容共分 8 章,主要包括建筑市场,建设工程招标投标概述,建设工程施工招标具体业务,建设工程施工投标具体业务,建设工程施工开标、评标和定标,其他主要类型招投标工作实务,建设工程合同,建设工程索赔等内容。此外,为便于读者学习,还附有《中华人民共和国招标投标法》和《标准施工招标文件(2007 年版)》合同条款及格式。

本书内容可按照 44~80 学时安排,推荐学时分配:第 1 章 2~6 学时,第 2 章 6~10 学时,第 3 章 8~14 学时,第 4 章 8~12 学时,第 5 章 8~12 学时,第 6 章 2~6 学时,第 7 章 6~10 学时,第 8 章 4~10 学时。教师可根据不同的使用专业灵活安排学时,课堂重点讲解每章主要知识模块,章节中的知识链接、应用案例和习题等模块可安排学生课后阅读和练习。如专业已经设置了《合同与索赔》课程,可以重点学习本书第 1 章~第 6 章,选学其他内容。

本书突破了已有相关教材的知识框架,注重理论与实践相结合,采用全新体例编写。内容丰富,案例详实,并附有多种类型的习题供读者选用。

本书既可作为高职高专院校建筑工程类相关专业的教材和指导书,也可以作为土建施工类及工程管理等专业执业资格考试的培训教材。

本书由内蒙古建筑职业技术学院宋春岩、山东水利职业学院付庆向担任主编,内蒙古建筑职业技术学院斯庆、呼和浩特职业技术学院赵建军担任副主编,全书由内蒙古建筑职业技术学院宋春岩负责统稿。本书具体章节编写分工为:内蒙古建筑职业技术学院宋春岩编写第 2 章和第 5 章,牛萍编写第 1 章,韩永华编写第 4 章,岳乌云高娃编写第 8 章,内蒙古建筑职业技术学院斯庆和山东水利职业学院付庆向共同编写第 3 章,呼和浩特职业技术学院赵建军编写第 6 章,张海玲编写第 7 章,山东水利职业学院张玲也参与了本书的编写工作。内蒙古建筑职业技术学院席银花老师对本书进行了审读,并提出了很多宝贵意见,中经国际招标有限公司的杜志坚为本书的编写提供了大量的工程实例,湖南城建职业技术学院胡六星老师和河南建筑职业技术学院杨庆丰老师对本书的编写工作也提供了很大的帮助,在此一并表示感谢!

本书在编写过程中,参考和引用了国内外大量文献资料,在此谨向原书作者表示衷心感谢。由于编者水平有限,本书难免存在不足和疏漏之处,敬请各位读者批评指正。联系邮箱:stella_s2005@163.com。

编者

2008 年 6 月

目 录

第1章 建筑市场.....1	2.3 建设工程招标投标的主要类别和形式.....32
1.1 市场与建筑市场.....2	2.3.1 建设工程招标投标的主要类别.....32
1.1.1 市场概述.....2	2.3.2 建设工程招标的主要形式.....33
1.1.2 建筑市场概述.....6	2.4 建设工程招标投标代理.....34
1.2 建筑市场主体与客体.....8	2.4.1 自行组织招标.....34
1.2.1 建筑市场的主体.....9	2.4.2 委托招标代理机构组织招标.....35
1.2.2 建筑市场的客体.....10	2.5 建设工程招标程序.....36
1.2.3 建筑市场的资质管理.....11	2.5.1 建设工程招标应具备的条件.....36
1.2.4 建筑市场法律法规.....17	2.5.2 招标前的准备工作.....36
1.3 建设工程交易中心.....19	2.5.3 招标与投标阶段的主要工作.....38
1.3.1 建设工程交易中心的设立.....19	2.5.4 决标成交阶段的主要工作.....41
1.3.2 建设工程交易中心的性质和职能.....19	2.5.5 公开招标程序.....41
1.3.3 建设工程交易中心的基本功能.....19	本章小结.....43
1.3.4 建设工程交易中心运行原则.....20	习题.....44
1.3.5 建设工程交易中心运作的一般程序.....21	第3章 建设工程施工招标具体业务.....49
本章小结.....22	3.1 建设工程施工招标概述.....50
习题.....23	3.1.1 建设工程施工招标的特点.....50
第2章 建设工程招标投标概述.....26	3.1.2 建设工程施工发包工作内容.....50
2.1 概述.....28	3.1.3 建设工程施工招标的主要工作程序和内容.....52
2.1.1 建设工程招标投标的概念、目的和特点.....28	3.2 建设工程施工招标的资格审查.....52
2.1.2 建设工程招标投标活动的原则.....29	3.2.1 资格审查的分类.....52
2.2 建设工程招标范围.....30	3.2.2 资格审查的主要内容.....53
2.2.1 法律和行政法规规定必须招标的范围.....30	3.2.3 资格审查的方法与程序.....53
2.2.2 可以不进行招标的建设项目范围.....31	3.2.4 资格审查文件的编制.....56
2.2.3 违反法律和行政法规规定的规避招标应承担的法律责任.....32	3.3 建设工程施工招标文件的编制.....71

3.3.1 《标准施工招标文件 (2007年版)》的实施 原则和特点	71
3.3.2 《标准施工招标文件 (2007年版)》的适用范围	71
3.3.3 《标准施工招标文件 (2007年版)》的内容	71
3.4 建设工程施工招标文件案例	95
3.4.1 建设工程施工招标文件的 封面	95
3.4.2 建设工程施工招标文件的 目录	95
3.4.3 建设工程施工招标文件的 正文	95
3.5 建设工程施工招标标底的编制	105
3.5.1 建设工程施工招标标底的 概念和作用	105
3.5.2 建设工程施工招标标底的 编制依据	106
3.5.3 建设工程施工招标标底的 编制程序	106
3.5.4 建设工程施工招标标底的 计价办法	107
本章小结	108
习题	109
综合实训	113

第4章 建设工程施工投标

具体业务

4.1 建设工程施工投标的步骤	115
4.1.1 建设工程施工投标步骤	115
4.1.2 建设工程施工投标 主要工作内容	116
4.2 建设工程施工投标报价	118
4.2.1 投标报价的主要依据	118
4.2.2 投标报价的步骤	118
4.2.3 投标报价的方法	119
4.3 建设工程施工投标文件的编制	124
4.3.1 投标文件的组成	124
4.3.2 投标文件的编制	124
本章小结	134

习题	135
综合实训	137

第5章 建设工程施工开标、

评标和定标

5.1 建设工程施工开标	139
5.1.1 建设工程施工开标的 时间、地点	139
5.1.2 建设工程施工开标的程序	140
5.2 建设工程施工评标	140
5.2.1 建设工程施工评标原则	140
5.2.2 建设工程施工评标要求	141
5.2.3 建设工程施工评标步骤	142
5.2.4 建设工程施工评标 主要方法	145
5.3 建设工程施工定标及签订合同	150
5.3.1 建设工程施工定标	150
5.3.2 发出《中标通知书》	151
5.3.3 签订合同	152
本章小结	154
习题	154
综合实训	158

第6章 其他主要类型招投标

工作实务

6.1 建设工程勘察、设计招投标	161
6.1.1 概述	161
6.1.2 建设工程勘察招投标	162
6.1.3 建设工程设计招标	163
6.1.4 建设工程勘察、设计的 开标、评标和定标	165
6.2 建设工程材料、设备招投标	166
6.2.1 建设工程材料、 设备招标概述	166
6.2.2 建设工程材料、 设备招标文件	167
6.2.3 建设工程材料、 设备合同的签订	170
6.3 建设工程监理招投标	170
6.3.1 建设工程监理概述	170
6.3.2 建设工程监理招标	171

6.3.3 建设工程监理投标	172	8.1.4 工程索赔的分类	222
6.3.4 签订合同	176	8.1.5 工程索赔的主要依据	224
本章小结	176	8.2 建设工程常见的索赔问题	226
习题	177	8.2.1 合同文件引起的索赔	226
第 7 章 建设工程合同	179	8.2.2 工程施工中索赔	227
7.1 概述	180	8.2.3 特殊风险和不可抗力的 灾害索赔	228
7.1.1 合同的概念	180	8.2.4 工程暂停、终止合同的 索赔	229
7.1.2 合同的类型	180	8.3 建设工程索赔程序	229
7.1.3 合同的主要内容和形式	181	8.3.1 索赔的基本程序及其规定	229
7.1.4 合同的履行	183	8.3.2 索赔文件的编写	230
7.1.5 合同的变更和转让	184	8.4 建设工程反索赔	232
7.1.6 建设工程合同的分类	188	8.4.1 建设工程反索赔的 概念与特点	232
7.2 建设工程施工合同	190	8.4.2 反索赔的内容	232
7.2.1 建设工程施工合同概述	190	8.5 索赔费用及索赔分析	234
7.2.2 建设工程施工合同的 主要内容	191	8.5.1 索赔费用的构成	234
7.3 建设工程施工合同的管理	194	8.5.2 索赔费用的计算	236
7.3.1 建设工程施工合同管理 概述	194	8.5.3 工期索赔分析	239
7.3.2 施工准备阶段的合同管理	201	8.6 工程索赔的技巧及关键	240
7.3.3 施工过程的合同管理	203	8.6.1 索赔的技巧	240
7.3.4 竣工阶段的合同管理	210	8.6.2 工程索赔的关键	241
本章小结	214	习题	243
习题	214	综合实训	247
综合实训	218	附录 1 中华人民共和国招标投标法	248
第 8 章 建设工程索赔	219	附录 2 《标准施工招标文件 (2007 年版)》合同 条款及格式	255
8.1 建设工程索赔概述	220	参考文献	289
8.1.1 索赔概述	220		
8.1.2 建设工程索赔的概述	221		
8.1.3 工程索赔的起因	221		

第 / 章

建 筑 市 场

教学目标

学习市场的概念、特征、主体、客体和市场规则，了解建筑市场基本概念和特征，掌握建筑市场对主体的资质要求和建设工程交易中心设立的条件、性质、基本功能和运行原则，培养学生观察建筑市场形势和把握建筑市场动态的能力。

教学要求

能力目标	知识要点	权重	自测分数
了解相关知识	(1) 市场的概念、特征、主体、客体和市场规则 (2) 建筑市场的基本概念和特征	30%	
熟练掌握知识点	(1) 建筑市场主体的资质要求和专业人员职业资格管理 (2) 建设工程交易中心设立的条件、性质、基本功能和运行原则	40%	
运用知识分析案例	(1) 建筑市场主体的资质界定 (2) 建设工程交易中心的功能、原则和作用	30%	



某项医院工程存在应招标而未招标、无施工资质证承接施工业务、工程不报建、不依法办理工程质量监督、不依法办理施工许可手续等违法违规行为。该市建设局依法对该项工程进行查处。工程立即停工，对建设单位的直接责任人和无证施工的直接责任人罚款，并对无证施工的队伍坚决予以取缔，重新选择有资质的施工队伍进场施工。

通过上述案例，请思考我国是如何对建筑市场进行有效管理的？目前我国建筑市场主要存在哪些问题？

1.1 市场与建筑市场

1.1.1 市场概述

1. 市场的概念

市场是社会分工和商品交换的产物，属于商品经济的范畴。在商品经济早期阶段，市场就是指货物聚散、进行买卖活动的场所。

随着商品经济的发展，商品的形态不再局限于某一时间、某一空间，商品市场也有了狭义和广义之分。狭义的市场仅指有形市场，是商品交换的场所；广义的市场包括有形市场和无形市场，是商品交换关系的总和，贯穿于整个交换过程。

有形市场是商品买卖双方的交易行为在固定场所内进行。它是最早意义上的市场形式，如农贸市场、建材市场、商店、购物中心和展销会等。

无形市场是指没有固定交易场所，依靠广告、中间商及其他形式沟通买卖双方，实现商品交换的市场，如工程咨询服务机构和房地产中介等。

我国是发展中的市场经济国家，市场在资源配置中发挥着基础性作用。随着市场经济的发展、市场时空领域的扩展、市场竞争关系的复杂化和市场主体的多元化，必须从不同角度理解和诠释市场。同时，市场在其发育和壮大过程中，也推动着社会分工和商品经济的进一步发展。

2. 市场构成的基本要素

市场的有效运行依赖于构成市场各个要素的有机联系和相辅相成，只有各个构成要素协调发展，才能使整个市场有条不紊地运行。总体来看，构成市场的基本要素包括以下几个部分。

1) 市场主体

市场主体是指在市场上从事生产和交换活动的当事人，包括提供商品的卖方和具有购买欲望和购买能力的买方，还有为完成交换而提供服务的其他机构和组织。现就各类市场主体介绍如下。

(1) 自然人，是基于出生而依法成为民事法律关系主体的人。自然人既包括公民，又

包括外国人和无国籍的人。各国的法律一般对自然人都没有条件限制。

(2) 法人,是具有民事权利能力和民事行为能力,依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。依据法人是否具有营利性,把法人分为以下两大类。

① 企业法人。从我国实际社会经济生活来看,企业法人有国有企业法人、集体企业法人、私营企业法人、联营企业法人、中外合资企业法人、中外合作企业法人、外资企业法人、股份有限公司法人和有限责任公司法人等。在工程建设活动中,企业法人的主要表现形式为施工企业。

② 非企业法人。非企业法人是为了实现国家对社会的管理及其他公益目的而设立的国家机关、事业单位或者社会团体。非企业法人包括机关法人(国家权力机关、行政机关、审判机关、检察机关、军事机关、政党机关等),事业单位法人(文化、教育、卫生、体育、科学、新闻、广播、电视等事业单位),社会团体法人(协会、学会、联合会、研究会、基金会、联谊会、促进会、教会、商会等具备法人条件并经核准登记,都可以成为社会团体法人)。

(3) 其他组织,是指依法或者依据有关政策成立,有一定的组织机构和财产,但又不具备法人资格的各类组织。这些组织在我国社会的政治、经济、文化、教育、卫生等方面具有重要作用。我国学术界对非法人组织的分类一般如下:第一类是非法人企业,包括非法人私营企业、合伙企业、非法人集体企业、非法人外商投资企业以及企业集团;第二类是非法人公益团体,包括非法人机关事业单位、社会团体等;第三类是其他特殊组织,包括筹建中的法人组织、债权人会议及清算组织等。

2) 市场客体

市场客体是指可供交换的商品。这里的商品既包括有形的物资产品,如各种生活资料、机械等;也包括无形服务及各种商品化了的资源要素,如资金、技术、信息和劳动力等。市场活动的基本内容是商品交换,具备一定量的可供交换的商品,是市场存在的物质基础。

3) 具备买卖双方都能接受的交易价格、行为规范及其他条件

在整个交易过程中,交易价格是买卖双方考虑商品交换的主要原因,而供求关系又是影响价格变化的重要因素。但在价值决定价格的前提下,供求关系的影响并不是决定因素。除了供求关系外,还有如场所、信息、储运、保管、信用、保险、资金渠道、服务等条件,只有具备这些条件,才能实现商品的让渡,形成有意义的现实市场。而这些形成市场的现实条件,就成为市场活动最基本的制约因素。

3. 市场的基本特征

在市场的交易过程中,交易各方存在着实物和价值上的经济联系,这种联系体现了交易各方的经济利益,它决定市场具有以下 5 个特征。

1) 平等性

平等性是指参与市场活动的主体具有平等的市场地位。主要体现为市场主体有均等机会进入市场,并能够自主经营;市场主体能均等地按市场价格取得所需商品;市场主体能平等地承担税负;市场主体在法律和经济往来中处于平等地位,拥有相应的权利和承担相应的义务。交易的平等和自由必须由法律加以保护,才能保证平等交换的契约关系,才能保证市场活动的正常进行。



2) 自主性

作为独立的商品生产者和经营者,必须自主经营、自负盈亏,要自主地对市场供求、竞争和价格变化作出灵敏的反应。自主性体现为拥有独立的商品生产经营自主权,也就是指企业享有生产经营决策权,产品、劳务定价权,产品销售权,物资采购权,进出口权,投资决策权和人事管理权等权利。作为市场主体,应承担经营风险,具有市场上进行交易的高度自主权。

3) 完整性

市场体系是相互联系各类市场的有机统一体,包括生活资料市场、生产资料市场、劳动力市场、金融市场、技术市场、信息市场等,它们相互联系、相互制约,推动整个社会经济的发展。市场必须具有比较完善的市场体系,才能有效发挥资源配置的功能。完善的市场体系是供求、竞争和价格机制发挥调节作用的前提。完善的市场体系应具有齐全的商品市场和生产要素市场、众多的买者和卖者、全国范围内的统一市场、价格能真实反映资源稀缺状况、与国际市场密切联系等条件。

4) 开放性

在市场经济条件下,建立起了各种市场,形成了统一开放的市场体系,由市场形成价格,保证各种商品和生产要素的自由流动,保证各种性质、规模和形式的企业都可以自由地参与市场活动。开放的市场是资源合理流动的的必要条件,是市场有效发挥作用的前提条件。

5) 竞争性

市场经济实质上是一种竞争经济,竞争是市场运行的突出特点。市场主体平等进入市场,从事交易活动,凭借自身的技术、经济实力开展全方位竞争,经过公平竞争,实现优胜劣汰。

4. 市场功能

市场功能是指市场机体所具有的客观作用。从市场活动的基本内容来看具有以下五大功能。

1) 交换功能

市场活动的中心内容是商品交换,市场是实现交换的场所,是人们彼此发生交换活动和经济联系的场所,是实现商品的使用价值和价值转移的场所。

2) 调节功能

调节功能是指市场在内在机制作用下,自动调节社会经济的运行过程和社会资源在国民经济各部门、各地区、各企业之间的分配,即按照市场要求组织生产经营活动。市场调节功能是通过价值规律、供求规律、竞争规律和价格机制来实现的。



知识链接 1-1

市场调节实现手段——市场机制

市场机制就是价值规律的作用机制,是市场的各种要素,包括价格、供求、竞争等要素之间,互相联系、互相制约,各自发挥功能,又共同发挥功能的有机联系。其中,价格机制是市场机制的核心。市场机制作为调节手段能够使经济活动遵循价值规律的要求,适应供求关系的变化,通过价格杠杆和竞争机制的



功能,把资源配置到效益较好的环节中去。

市场机制的主要类型有以下几种。

1) 价格机制

价格机制是通过市场价格变动与市场供求变动之间的相互依赖、相互制约而发挥作用的机制。价格机制是市场机制中的基本机制,是市场机制中最敏感、最有效的调节机制。商品价格的变动,会引起商品供求关系变化;而供求关系的变化,又反过来引起价格的变动。

在社会主义条件下,价格机制对社会主义市场经济运行和发展的作用是多方面的。

(1) 价格机制调节生产。这一点体现在推动生产商品的劳动生产率的提高和资源耗费的节约;调节资源在社会各个生产部门的分配,协调社会各生产部门按比例发展。

(2) 价格机制调节消费。价格总水平的上升或下降调节市场的消费需求的规模;调节商品比价体系的变动,调节市场的消费需求方向和需求结构的变化。

(3) 价格机制是宏观经济的重要调控手段。一方面,价格总水平的变动是国家进行宏观经济调控的根据;另一方面,价格机制推动社会总供给与总需求的平衡。

2) 供求机制

供求机制是商品的供求关系与价格、竞争等因素之间相互制约和联系而发挥作用的机制。

供求联结着生产、交换、分配、消费等环节,是生产者与消费者关系的反映与表现。供求运动是市场内部矛盾运动的核心,其他要素(如价格、竞争、货币流通等)的变化都围绕供求运动而展开。供求机制的直接作用具体表现为以下几方面。

(1) 调节总量平衡。供不应求时,价格上涨,从而吸收更多的投资;供过于求时,一部分商品的价值得不到实现,迫使部分滞销企业压缩或退出生产。

(2) 调节结构平衡。供求机制通过“看不见的手”使生产资料和劳动力在不同部门之间合理转移,导致经济结构平衡运动。

(3) 调节地区之间的平衡。它促使统一大市场的各个地区调剂余缺,互通有无,使总量平衡和结构平衡得到具体落实。

(4) 调节时间上的平衡。它促使部分劳动者从事跨季节、跨时令的生产经营活动(如温室种植、跨季节仓储等),在一定程度上满足了市场需求,缓解了供求矛盾。

3) 竞争机制

竞争机制是市场竞争与价格、供求等因素之间相互制约和联系而发挥作用的机制。竞争机制对市场经济的运行和发展具有重要作用,具体体现在以下几个方面。

(1) 使商品的个别价值转化为社会价值,商品的价值表现为价格,从而使价值规律的要求和作用得以贯彻和实现。

(2) 可以促使生产者改进技术、改善经营管理,提高劳动生产率。

(3) 可以促使生产者根据市场需求组织和安排生产,使生产与需求相适应。

3) 信息导向功能

市场向商品生产经营者、需求者发布各种信息,直接指导其经济活动。市场是最重要、最灵敏的经济信息源和汇集点。市场发布的信息主要有供求信息、价格信息、信贷信息和利率信息等。

4) 资源配置功能

社会资源以市场机制为基础自动实现优化配置。这是由于商品生产者要按市场需求组织生产经营活动,生产资料需求过多,导致价格上涨,使商品生产成本增加、商品售价提高。这就抑制了商品需求。如此反复,实现了供求平衡。

5) 经济联动功能

市场是国民经济的桥梁和纽带,它将各部门、各行业、各地区、各企业联系在一起,使各行业的生产、服务与最终的居民消费形成良好的链条结构,以保证国民经济正常运转。市场也是国际社会经济活动交往和汇集的场所,从而推动经济全球化。

5. 市场规则

市场规则是国家为了保证市场有序运行而依据市场运行规律所制定的规范市场主体活动的各种规章制度,包括法律、法规、契约和公约等。市场规则可以有效地约束和规范市场主体的市场行为,使其有序化、规范化和制度化,保证市场机制正常运行并发挥应有的优化资源配置的作用。没有一个好的市场规则,市场秩序就无从建立,市场难以发挥它在资源配置中的基础作用,有效的市场经济体制也不可能真正建立起来。

市场规则可以分为市场进出规则、市场竞争规则、市场交易规则和市场仲裁规则等4种。

1.1.2 建筑市场概述

1. 建筑市场的概念

建筑市场是指进行建筑商品及相关要素交换的市场,是市场体系中的重要组成部分,它是以建筑产品的承发包活动为主要内容的市场,是建筑产品和有关服务的交换关系的总和。

建筑市场有广义和狭义之分。狭义的建筑市场是指以建筑产品为交换内容的市场,是建设项目的建设单位和建筑产品的供给者通过招标投标的方式进行承发包的商品交换关系。广义的建筑市场是指除了以建筑产品为交换内容外,还包括与建筑产品的生产和交换密切相关的勘察设计市场、劳动力市场、建筑生产资料市场、建筑资金市场和建筑技术服务市场等。

2. 建筑市场的特征

建筑市场不同于其他市场,这是因为建筑市场的主要商品——建筑产品是一种特殊的商品。因此,建筑市场具有不同于其他产业市场的特征。

1) 建筑市场交换关系的复杂性

建筑商品的形成过程涉及买方、地质勘察方、设计方、施工方、分包商、中介机构等单位的经济利益;建筑产品的位置、施工和使用影响到城市的规划、环境和人身安全。这就要求用户、设计和施工等单位按照基本建设程序和国家的法律法规组织实施,确保利益实现。

2) 建筑市场交易的直接性

在一般的商品市场中,由于交换的产品具有间接性、可替换性和可移动性,供给者可以预先进行生产然后通过批发、零售环节进入市场。建筑产品则不同,只能按照客户的具体要求,在指定的地点为其建造某种特定的建筑物。因此,建筑市场上的交易只能由需求者和供给者直接见面,进行预先订货式的交易,先成交,后生产,无法经过中间环节。

3) 建筑产品交易的长期性

一般商品的交易基本上是“一手交钱,一手交货”,交易过程较短。由于建筑产品的周期长,价值巨大,供给者也无法以足够资金投入生产,大多采用分阶段按实施进度付款,

待交货后再结清全部款项的方式。因此,双方在确立交易条件时,重要的是关于分期付款与分期交货的条件。

4) 建筑市场有着显著的地区性

这一特点是由建筑产品的地域特性所决定的。对于建筑产品的供给者来说,大规模的流动必然会造成生产成本的增加,他们通常会选择一个相对稳定的地理区域内经营。这使得供给者和需求者之间的选择具有一定的局限性,通常只能在一定范围内确定相互之间的交易关系。

5) 建筑市场交易的特殊性

(1) 主要交易对象的单件性。由于建筑产品的多样性使建筑产品不能实现批量生产、建筑市场不可能出现相同的建筑商品,因而建筑商品在交易中没有挑选机会,单件交易。

(2) 交易对象的整体性和分部分项工程的相对独立性。无论住宅小区、配套齐全的工厂、功能完备的大楼,都是不可分割的整体,所以建筑产品交易是整体的,但施工中需要对分部分项工程验收、评定质量、分期拨付工程进度款,因而建筑市场交易中分部分项工程具有相对独立性。

(3) 交易价格的特殊性。建筑产品的单件性要求每件定价,定价形式多样,如单价制、总价制等。由于建筑产品价值量大,少则数十万元,多则上百亿元,因此价格结付方式多样,如预付制、按月结算、竣工后一次性结算、分阶段结算等。

(4) 交易活动的不可逆性。建筑市场交易关系一旦形成,设计、施工等承包必须按约定履行义务,工程竣工后不可能再退换。

6) 建筑市场的风险较大

建筑市场不仅对供给者有风险,对需求者也有风险。

(1) 从建筑产品供给者方面来看,建筑产品的市场风险主要表现在以下几个方面。

① 定价风险。由于建筑市场中的供给方面的可替代性很大,故市场的竞争主要表现为价格的竞争,定价过高就意味着竞争失败,招揽不到生产任务;定价过低则可能导致企业亏损,甚至破产。

② 建筑产品是先价格,后生产,生产周期长,不确定因素多。例如,气候、地质、环境的变化,需求者的支付能力,以及国家的宏观经济形势等,都可能对建筑产品的生产产生不利的影响,甚至是严重的不利影响。

③ 需求者支付能力的风险。建筑产品的价值巨大,其生产过程中的干扰因素可能使生产成本和价格升高,从而超过需求者的支付能力;或因贷款条件而使需求者筹措资金发生困难。上述种种,都有可能出现需求者对生产者已完成的阶段产品或部分产品拖延支付、甚至中断支付的情况。

(2) 从建筑产品需求者来看,建筑市场的风险主要表现在以下几个方面。

① 价格与质量的矛盾。如上所述,建筑产品的需求者往往希望在产品功能和质量一定的条件下价格尽可能低。从而可能使需求者和供给者对最终产品的质量产生理解上的分歧,而当建筑产品的内容更复杂时,分歧的概率更大。

② 价格与交货时间的矛盾。建筑产品的需求者往往对建筑产品生产周期中的不确定因素估计不足,提出的交货日期有时并不现实。而供给方为达成交易,当然也接收这一不公平条件,但却会有相应的对策,如抓住发包人未能完全履行合同义务的漏洞,从而竭力将

合同条件变得有利于己。

③ 预付工程款的风险。由于建筑产品的价值巨大，且多为转移价值部分，供给者一般无力垫付巨额生产资金。需求者向供给者预付一笔工程款已形成一种惯例和制度。这可能给那些既无信誉又无经营实力的企业带来可乘之机，从而给需求者带来严重的经济损失。



知识链接 1-2

工程预付款

工程预付款是指施工企业承包工程（指实行包工包料的工程），需要有一定数量的备料周转金，由建设单位在开工前拨给施工企业一定数额的预付款，构成施工企业为该承包工程储备和准备主要材料、结构件所需的流动资金。

我国《建设工程价款结算暂行办法》对工程预付款结算规定如下。

(1) 包工包料工程的预付款按合同约定拨付，原则上预付比例不低于合同金额的 10%，不高于合同金额的 30%，对重大工程项目，按年度工程计划逐年预付。计价执行《建设工程工程量清单计价规范》（GB 50500—2003）的工程，实体性消耗和非实体性消耗部分应在合同中分别约定预付款比例。

(2) 在具备施工条件的前提下，发包人应在双方签订合同后的 1 个月内或不迟于约定的开工日期前的 7 天内预付工程款，发包人不按约定预付，承包人应在预付时间到期后 10 天内向发包人发出要求预付的通知，发包人收到通知后仍不按要求预付，承包人可在发出通知 14 天后停止施工，发包人应从约定应付之日起向承包人支付应付款的利息（利率按同期银行贷款利率计），并承担违约责任。

(3) 预付的工程款必须在合同中约定抵扣方式，并在工程进度款中进行抵扣。

(4) 凡是未签订合同或不具备施工条件的工程，发包人不得预付工程款，不得以预付款为名转移资金。

7) 建筑市场竞争激烈

由于建筑业生产要素的集中程度远远低于资金、技术密集型产业，因此，在建筑市场中，建筑产品生产生产者之间的竞争较为激烈。而且，由于建筑产品具有不可替代性，生产者基本上是被动地去适应需求者的要求，需求者相对而言处于主导地位，甚至处于相对垄断地位，这自然加剧了建筑市场竞争的激烈程度。

3. 建筑市场的运行机制

建筑市场运行机制是指建筑市场中经济活动关系的总和。建筑市场由工程建设发包方、承包方和中介服务机构组成市场主体，各种形态的建筑商品及相关要素（如建筑材料、建筑机械、建筑技术和劳动力）构成市场客体。建筑市场的主要竞争机制是通过招标投标制度，运用法律法规和监管体系保证市场秩序，保护建筑市场主体的合法权益。

1.2 建筑市场主体与客体

建筑市场是由许多基本要素组成的有机整体，这些要素之间相互联系和相互作用，推动市场有效运转。

1.2.1 建筑市场的主体

建筑市场的主体是指参与建筑生产交易的各方。我国建筑市场的主体主要包括发包人(又称为建设单位或业主)、承包商(勘察、设计、施工、材料供应)、为市场主体服务的各种中介机构(咨询、监理)等。

1. 发包人

发包人是指具有工程发包主体资格和支付工程价款能力的当事人以及取得该当事人资格的合法继承人。发包人有时称为发包单位、建设单位或业主、项目法人。它是指既有进行某项工程建设的需求,又具有该项工程建设相应的建设资金和各种准建手续,在建筑市场中发包工程项目的咨询、设计、施工监理等建设任务,并最终得到建筑产品,达到其投资目的的法人、其他组织和自然人。发包人可以是各级政府、专业部门、政府委托的资产管理部门,也可以是学校、医院、工厂、房地产开发公司等企事业单位,还可以是个人和个人合伙。

发包人是由投资方代表组成,从建设项目的筹划、筹资、设计、建设实施直至生产经营、归还贷款及债券本息等全面负责并承担风险的项目管理班子。发包人必须承担建设项目的全部责任和风险,对建设过程中的各个环节进行统筹安排,实现责、权、利的统一。



特别提示

- 目前我国项目发包人产生的方式有以下几种。
 - (1) 企业或单位。例如,某工程为企业事业单位投资的新建、扩建、改建工程,则该企业或事业单位即为项目发包人。
 - (2) 联合投资董事会。由不同投资方参股或共同投资的项目,其发包人是共同投资方组成的董事会或管理委员会。
 - (3) 各类开发公司。开发公司自行融资或由投资方协商组建或委托开发的工程管理公司也可成为发包人。

2. 承包商

承包商是具有一定生产能力、技术装备、流动资金,具有承包工程建设任务的营业资格,在建筑市场中能够按照发包人的要求,提供不同形态的建筑产品,并获得工程价款的建筑企业。

按照生产主要形式的不同,承包商可分为勘察、设计单位,建筑安装企业,混凝土预制构件、非标准件制作等生产厂家,商品混凝土供应站,建筑机械租赁单位,以及专门提供劳务的企业等。按其所从事的专业可分为土建、水电、道路、港湾、铁路、市政工程等专业公司。

3. 中介机构

中介机构是指具有一定注册资金和相应的专业服务能力,持有从事相关业务的资质证



书和营业执照,能对工程建设提供估算测量、管理咨询、建设监理等智力型服务或代理,并取得服务费用的咨询服务机构和其他为工程建设服务的专业中介组织。国际上一般将中介机构称为咨询公司,咨询任务可以贯穿于从项目立项到竣工验收乃至使用阶段的整个项目建设过程,也可只限于其中某个阶段。

中介机构作为政府、市场、企业之间联系的纽带,具有政府行政管理不可替代的作用。发达市场的中介机构是市场体系成熟和市场经济发达的重要表现。

目前,建筑市场的中介机构主要有以下几种。

(1) 协调和约束市场主体行为的自律性组织,主要是建筑业协会及其下属的专业分会,包括工程建设质量监督分会、建筑安全分会、建筑机械管理与租赁分会、深基础施工分会、建筑防水分会、材料分会、建筑企业经营管理专业委员会和建筑施工技术开发专业委员会等。

(2) 保证公平交易、公平竞争的公证机构,如各种专业事务所、资产和资信评估机构、公证机构、合同纠纷的调解仲裁机构等。

(3) 咨询代理机构,是指为促进建筑市场降低交易成本、提供各种服务的咨询代理机构,如建设工程交易中心、监理公司等。

(4) 检查认证机构,是监督建筑市场活动,维护市场正常秩序的检查认证机构,如建筑产品质量检测、鉴定机构、ISO9000 认证机构等。

(5) 公益机构,包括为保证社会公平、市场竞争秩序正常的以社会福利为目的的基金会、保险机构等。它们既可以为企业意外损失承担风险,又可以为安定职工情绪提供保障。

1.2.2 建筑市场的客体

1. 建筑市场的客体

建筑市场的客体一般称作建筑产品,它包括有形的建筑产品——建筑物、构筑物和无形的产品——咨询、监理等各种智力型服务。建筑产品凝聚着承包商的劳动,发包人(业主)以投入资金的方式取得它的使用价值。在不同的生产交易阶段,建筑产品表现为不同的形态。它可以是中介机构提供的咨询报告、咨询意见或其他服务;可以是勘察设计单位提供的设计方案、设计图纸、勘察报告;可以是生产厂家提供的混凝土构件、非标准预制件等产品;也可以是施工企业提供的最终产品——各种各样的建筑物和构筑物。

2. 建筑产品的特点

这里的建筑产品是指施工企业提供建筑物和构筑物。在商品经济条件下,建筑企业生产的产品大多是为了交换而生产的,建筑产品即商品,但其具有以下与其他商品不同的特点。

1) 建筑产品的固定性

与工农业产品不同,建筑产品一旦开始生产就只能在建造地点发挥作用。它的基础与作为地基的土地直接发生关系,以大地作为基础的地基,如房屋、桥梁等建成后不能移动;还有一些建筑业产品本身就是土地不可分割的一部分,如油气田、地下铁路、水库等。

2) 建筑产品的多样性

建筑产品的功能要求是多种多样的,使每个建筑或构筑物都有其独特的形式和独特的结构,因而需要单独设计。即使功能要求相同,建筑类型相似,但由于地形、地质、水文、气象等自然条件不同以及交通运输、材料供应等社会条件不同,在建造时,往往也需要对设计图纸及施工方法、施工组织等作相应的修改。由于建筑产品具有多样性,因而可以说建筑产品具有单件性的特点。

3) 建筑产品的体积庞大性

建筑产品在建造过程中所消耗的材料是十分惊人的,不仅数量大,而且品种繁多,规格繁多。同时,使用者还要在建筑产品内部布置各种生产和生活需要的设备与用具,并且要在其中进行生产与生活活动,因而同一价值的建筑产品和其他产品相比,其所占的空间要大得多。

4) 建筑生产的不可逆性

建筑产品一旦进入生产阶段,其产品不可能退换,也难以重新建造。否则双方都将承受极大的损失。所以,建筑生产的最终产品质量是由各阶段成果的质量决定的。设计、施工必须按照规范和标准进行,才能保证生产出合格的建筑产品。

5) 建筑产品的投资数额大,生产周期和使用周期长

由于建筑产品工程量巨大,消耗的人力和物力极多。建筑材料消耗量占社会总消耗量的比例大致为:钢材 30%、水泥 70%、玻璃 60%、塑料制品 25%、运输 8%等。人力大致为每平方米房屋建筑面积约 4 个工日。建设工程的生产周期长达数月甚至数年,使庞大的资金呆滞在生产过程中,只有投入,没有产出。在如此之长的期间内,投资可能受到物价涨落、国内国际形势等影响,因而投资管理也越加重要。基于这一特点,建筑市场与国民经济的发展息息相关。

6) 建筑产品的整体性和施工生产的专业性

在建筑产品技术含量越来越高的情况下,需要由土建、安装和装饰等专业化施工企业分包来完成整个工程,因而产生了总包和分包的承包形式。

1.2.3 建筑市场的资质管理

1. 建筑市场从业企业资质管理

资质管理是指对从事建设工程的单位进行审查,以保证建设工程质量和安全符合我国相关法律法规的规定。从事建筑活动的建筑施工企业、勘察单位、设计单位和工程监理单位,按照其拥有的注册资本、专业技术人员、技术装备和已完成的建筑工程业绩等资质条件,划分为不同的资质等级,经资质审查合格,取得相应等级的资质证书后,方可在其资质等级许可的范围内从事建筑活动。

1) 工程勘察、设计企业资质管理

从事建设工程勘察、工程设计活动的企业,应当按照其拥有的注册资本、专业技术人员、技术装备和勘察、设计业绩等条件申请资质,经审查合格,取得建设工程勘察、工程设计资质证书后,方可在资质许可的范围内从事建设工程勘察、工程设计活动。我国勘察、设计企业的资质及业务范围有关规定见表 1-1。