

浅谈燃气建设工程投标报价的策略与方法

□ 杭州燃气工程有限公司 (310008) 胡裕民 张文洁

摘 要: 工程招投标中投标报价是整个招标投标的核心, 报价过高, 失去竞争力而丢失中标机会; 报价过低, 则可能因为低于“合理低价”而废标, 或者即使中标, 也可能会给施工企业带来亏损的风险。本文首先从项目投标前期准备、招标文件、工程项目成本、竞争对手等方面进行了分析探讨, 为提高中标率, 本文提出了生存型、竞争型、盈利型等投标策略, 并对不平衡报价法、先亏后盈法、突然降价法、多方案报价法等投标方法和技巧进行了深入分析、探讨和研究。

关 键 词: 燃气工程 投标报价 策略 方法

1 引言

招标投标作为一种重要的市场经济交易方式, 在我国越来越受到重视, 它突破了定额计价的计划经济缺陷, 建立了竞争机制, 促进了资源优化。工程招投标中投标报价是整个招标投标的核心, 报价过高, 失去竞争力而丢失中标机会; 报价过低, 则可能因为低于“合理低价”而废标, 或者即使中标, 也可能会给施工企业带来亏损的风险。因此, 作为燃气工程专业施工单位应针对燃气工程特点, 凭借自身的实力和施工经验, 加强招标投标分析, 正确运用投标策略和报价方法来达到中标的目的, 从而使企业获得较好的经济效益。

2 投标准备分析

2.1 项目投标前期准备分析

一般工程项目在施工图设计完成后方可进入招标阶段。作为燃气施工专业企业应在燃气项目立项开始就派专人进行跟踪、了解、收集有关燃气项目等方面的资料及信息。燃气建设项目立项后, 应重点详细了解工程建设规模、项目投资的大小、工程施工预计

的工期, 市政前期是否已到位、开发商或用户是否配合、工程是否急于开工、工程能否尽快完工、有无二期以上工程、工程是否需采用新工艺、新方法等。通过项目前期的跟踪了解, 分析并结合企业自身的情况, 制订出该项目的经营策略, 明确是否投标。

一般而言, 大投资的燃气改造、整治工程, 市政配套开发项目, 工期短、资金回笼快的项目, 施工单位愿意投标。而那些投资小、前期不到位、工期较长、施工困难的工程, 施工单位不太愿意投标, 即使参与投标也是高位报价。

2.2 招标文件分析

分析招标文件是招标能否成功的关键。尤其要分析: 招标文件中规定的承包范围及方式、工程造价的计价方法、变更部分的计价、评标办法、合同专用条款中付款方式、商务标和技术标要求、废标规定等。分析招标文件, 除分析主要条款是否与施工方期望值接近外, 还要重点熟悉施工图纸并现场踏勘, 全面复核工程量清单, 根据施工现场情况结合施工经验推断工程量的漏、缺项、计算是否正确、实施后工程量是否变更、增加等, 根据不同的情况制定不同的报价原则。最后需分析评标办法, 针对不同的评标方法制定相应的报价策略。这样, 施工企业对整个项目的所有

情况了然于胸,为做好投标报价打下了坚实的基础。

例如:燃气工程中压管目前一般采用PE管,假如施工图上采用单环氧钢管,投标报价时可考虑不平衡报价法,降低钢管、钢制配件及钢管拍片等子目的综合报价,便于中标。实际施工中可通过设计变更为PE燃气管。如评标办法是经评审后的最低报价法,要想中标只能压低总价;如评标办法是综合评分法,可在技术标上下功夫,商务报价无需过低,一般比招标控制价低10%~20%即可。

2.3 工程项目成本分析

(1) 准确计算基础标价,做好投标报价的准备

以省、市定额规定为依据,做好投标预算工作。首先应明确标价计算范围,按照招标文件规定,对照施工图纸和现场勘察,确定项目的招标内容。其次明确标价计价定额依据,将工程量计算项目划分清楚。计算得到一个准确的基础标价。

(2) 做好成本预测分析工作

若投标工程为燃气输配通用工程,可按以往类似工程的平均成本,以该项目施工管线长度进行折算作为该项目的预估成本。如果预测成本大大低于基础标价,则表明该项目有一定的利润空间。若预测成本接近甚至超过基础标价,则表明该项目实施有可能会亏损。应将该项目的材料、人工、机械投入量详细进行测算,分析成本高在何处、能否事先采取措施加以控制。按燃气输配工程特点,主要材料一般由甲方提供,故成本控制来源主要是:降低次要材料及原辅料的采购价格,改变技术方案,减少人工和机械的投入量,选择高成本的或技术要求高的部分进行分包,降低间接费用,分摊管理费用等。

若投标的燃气工程需采用新工艺、新方法,如:定向转工程、PE翻转内衬工程等,无定额依据无类似工程可以参考,可采用市场价格作为基础标价。选择有经验的施工方作为分包方,以分包价格提高5%左右作为该项目的预测成本,分包价一般应低于市场平均价格为宜。

只有投标前进行了项目成本测算分析和成本控制方案预测,才能做到心中有数,有的放矢,才能为制定合理的投标策略和报价方法打下基础。

2.4 竞争对手分析

施工企业参与投标报价的过程归根结底是竞标

各方以各自实力为基础的博弈过程,因此,在制定投标报价时不但要清楚自身实力,更要关注竞争对手实力,对其分析和评估,确定竞争的强度。根据燃气工程特点,长期施工的单位有7家~8家,各单位的技术和实力不同。对各竞争单位情况要建立一套完善的资料,能够有效分析竞争对手的资质、技术素质、管理能力、设备拥有量、人员数量、施工经历和声誉、业务饱和状态、对项目的重视程度、投标报价的策略和技巧等。

其中,最直观的就是分析竞争对手以往的投标报价。这需要以往长期数据的积累与分析,不能简单从每次各单位的投标报价上看高低来确定对手的本次报价范围。在每次投标过程中关注项目施工成本及最终报价这二者关系。项目施工成本撇开人为因素各施工企业大致相差不多,可以按本单位工程项目施工一般成本为基准;把每次投标的施工单位成本、最终报价对应起来加以分析,建立各施工企业的投标报价数据库,通过长期的积累就可以分析出各施工企业的报价规律。加上分析竞争对手对本次投标项目的迫切程度以及结合自身的项目施工成本大概可以计算出竞争对手在此次投标报价的大概范围,根据这范围假定给出几组报价数据按照招标文件中的商务标评分办法,发掘企业竞争优势,制定合理的报价策略和方法,确定一个有竞争力的报价参与项目投标竞争。

3 科学的投标策略

在工程量清单计价条件下,如何进行投标报价,采用何种策略,运用什么技巧十分关键。施工单位在投标中,应该确定科学的投标策略,把握形势,掌握主动,随机应变。在燃气工程投标中常用的投标策略有以下几种:

3.1 生存型

投标报价以克服生存危机为目的,暂时少考虑利润,甚至不考虑利润而力争中标。这主要是由于施工单位自身经营管理不善、长时间的人工、机械闲置等原因造成的。这时施工单位以生存为重,采取不盈利甚至赔本也要夺标的态度,极力压低总价。

每年春节过后,施工单位人员纷纷返城,但燃气工程大都没有开工项目,为防止人工、机械等大量闲置,有些施工单位就暂时采取了生存型报价策略进

行夺标。

3.2 竞争型

投标报价以竞争为手段，以开拓市场、低盈利为目标。在精确计算成本的基础上，充分估计各竞争对手的报价策略，以有竞争力的报价达到中标的目的。燃气招标工程可采取竞争型报价策略，一般有几种状况：（1）试图打入新的地区；（2）开拓新的工程施工类型；（3）投标项目风险小、施工工艺简单、工程量大、社会效益好；（4）附近有本单位其它正在施工的项目；（5）经营状况不景气，近期中标项目较少；（6）竞争对手有威胁性等。这种策略运用较广，也叫保本微利策略。

在燃气中低压管网配套工程、改造和整治等招标工程中，大部分施工单位皆采用竞争型策略。

3.3 盈利型

投标报价充分发挥自身优势，以实现最佳盈利为目标。燃气招标工程可采用盈利型报价策略一般有两种状况：（1）施工单位已经打开局面、施工能力饱和、信誉度高、竞争对手少、具有技术优势并具有较

强的名牌效应；（2）施工条件差、难度高、资金支付无法及时到位、工期质量等要求苛刻。

如：在燃气工业、公建招标项目中，由于本单位信誉度高、竞争对手少、具有技术优势一般采用盈利型策略。另外，地铁燃气改造工程，施工条件差、难度高、资金支付无法及时到位，我们一般也可采用盈利型策略。

4 巧妙的报价方法与技巧

投标报价方法是依据投标策略选择的，一个成功的投标策略必须运用与之相适应的报价方法才能取得理想的效果。同时在一个工程投标过程中往往不能只运用一个报价方法，还应结合采用多个报价方法，取长补短，互相呼应，不断修正投标策略和报价，力争成功。燃气工程投标中常用的投标方法与技巧有以下几种：

4.1 不平衡报价法

该方法可以在不提高总报价的前提下，使中标项

表1

序号	信息类型	预计变动趋势	不平衡报价	备注
1	工程量清单不准确，施工图纸不明确的项目	增加	提高单价	如：PE配件
		减少	降低单价	如：土方回填
2	工程工期，竣工时间	工期短，竣工早	降低单价	资金收入快
		工期长，竣工晚	提高单价	资金收入慢
3	暂定工程	分包	降低报价	如：围堰
		自行承包	提高单价	如：水井改造
4	材料、原材料	品种调换	降低单价	如：钢管换PE管
		甲方不采购的大众材料	降低单价	如：螺栓、垫片等
5	综合单价组成分析表	人工费和机械费	提高单价	如：气密性、吹扫
		材料费	降低单价	如：油漆价格
6	其它项目清单中的暂定工程量	实施	提高单价	如：煤气放散、带气碰接费
		不实施	降低单价	如：施工现场的多次搬运费
7	组织或技术措施清单暂定项目	增加	提高报价	如：机械进退场
		减少	降低报价	如：冬雨季施工增加费
8	主要工日价格表		提高单价	如：零星工程人工单价

目能取得合理的利润。它通常是在工程项目总报价基本确定以后,适当调整总报价内部各个部分的比例。燃气建设招标工程一般应按以下几方面考虑不平衡报价,见表1。

虽然不平衡报价对投标人可以降低一定的风险,但报价一定要建立在工程量清单仔细核对、认真分析的基础上进行,价格水平高低不能太明显夸张,一般应控制在15%幅度以内,否则可能会引起评标专家的关注,认为报价不合理,要求进行修正,反而得不偿失。

4.2 先亏后盈法

对于分期建设的工程,在第一期工程投标时,可以将部分间接费、管理费分摊到第二期工程中去,少计算利润以争取中标。这样在第二期工程投标时,凭借第一期工程的经验,临时设施、组织技术安排以及创立的信誉,比较容易拿到第二期工程。

如:滨江彩虹快速路燃气建设工程投标报价中,我们就成功采用了先亏后盈的方法。首先降低一、二标段的间接费和管理费报价,成功中标。凭借一、二标段的施工经验和良好的信誉成功拿到了三、四标段及相应6座桥管的施工建设权。

4.3 突然降价法

突然降价法是指在投标最后截止时间内,采取突然降价的手段,确定最终投标报价的方法。强调的是时间效应。

报价是一件保密的工作,但是竞争对手往往会通过各种渠道、手段来刺探情报,用此法可以在报价时迷惑竞争对手。即先按定额计价报价,快要投标截止时,才突然降价。采用这种方法时,一定要在准备投标报价的过程中考虑好降价的幅度,在临近投标截止日期前,根据情况信息与分析判断,再做最后决策。

如:杭氧锅炉燃气供应、下沙农垦路中低压燃气管道招标中,皆采用了突然降价法,迷惑竞争对手,成功中标。

4.4 多方案报价法

对于一些招标项目工程范围不明确、文件条款不严谨、工程量清单暂估项目多或技术要求高的招标项目,报价时要充分估计投标风险,按多方案报价法处理。即按原招标文件要求报一个适当的低价,争取中标。中标后凭借自身的实力和施工经验,改变原技术方案,并经监理和业主同意后实施,这样按照新

的技术方案测算工程量,重新测算价格,以保障施工方合理的利润。

如:燃气提压改造项目投标报价时先按甲方暂估的工程量编制施工方案,并进行压低报价,争取中标。中标后改变每晚改造的数量及提压割接要求等,调整至合理的施工方案,保证合理的利润。

5 结束语

投标竞争是企业之间综合素质的竞争,它的胜负不仅决定于施工单位的技术、设备和资金等实力的大小,更决定于投标策略和报价方法的正确性、预见性,同时也非常讲究技巧,只有在投标工作中认真总结这方面的经验和教训,深刻剖析和不断探索,才能提高企业的中标率,才能使企业获得合理的利润,在燃气建设市场中立于不败之地。

参考文献

- 1 全国招标师职业水平考试辅导教材指导委员会. 项目管理与招标采购. 中国计划出版社, 2009
- 2 全国招标师职业水平考试辅导教材指导委员会. 招标采购专业实务. 中国计划出版社, 2009
- 3 张宝岭, 高晓升. 建设工程投标实务与投标报价技巧. 机械工业出版社, 2007
- 4 王华. 工程招标与投标报价实战指南. 中国电力出版社, 2010

工程信息

河北省曲阳天然气项目开工

2014年5月13日获悉,河北省曲阳县城区天然气长输管线项目开工奠基。天然气长输管线项目项目总投资5 000万元,全长约21km,建成投产后每年可提供天然气1.5亿m³。

(本刊通讯员供稿)