

新时期建设工程市场开发的投标经营策略分析

骆文发

(中交三公局第六工程有限公司, 北京 101100)

【摘要】建筑市场已经接近饱和, 竞争力非常之大。企业要想在市场竞争中立于不败之地, 就必须提高市场开发和经营的质量, 根据实际情况, 考虑各种主观条件和客观因素, 研究制定经营性招标策略。在商务招标过程中, 收集、跟踪和整理投标信息、投标组织方案、标前评审准备、投标方案和准备工作。通过对招投标决策等几个关键战略步骤的分析研究, 提出了在激烈的市场竞争中提高企业竞争力、争取优质工程的正确经营策略。

【关键词】新时期建设工程; 市场开发; 投标经营策略分析

引言

建设项目招标工作涉及项目多, 比较繁琐。如果各部门处理不规范, 施工项目招标工作将混乱, 不利于公司招标工作的顺利完成。建设项目市场开发是一个复杂的系统工程, 需要与信息采集、市场监测等相关活动相结合。随着我国建筑工程法律法规的逐步完善, 建筑工程市场的发展要求在遵守法律法规的基础上规范招标。因此, 许多具有竞争力的企业都处于领先地位, 获得了新的建设项目。鉴于此, 企业应在投标前期收集建设项目信息, 建立动态的信息管理系统。按照法律法规要求编制招标文件。经过多年的招标, 公司积累了一定的经验。根据笔者在公司市场开发中的实际工作经验, 了解市场运作和建设项目开发招标过程中的几个关键步骤和实际工作成果。

一、建设工程市场开发投标经营管理的认识

目前, 随着工程设计行业的快速发展, 对现行招标管理提出了更高的要求。国家制定了一系列完善的招投标规章制度, 对工程设计行业的招投标实行严格管理。建立完善的招标投标制度对工程招标设计具有重要意义。因此, 它已被国内外许多工程项目采用。竞争性采购在规范市场经济中起着重要作用。招标管理, 不仅可以为业主选择优质的供应商和承包商, 而且可以在一定程度上优化资源配置, 形成适者生存的市场机制。在

这个市场机制中, 公平、开放和公平得到了充分体现。

二、当前招投标工作存在的问题

(一) 招投标违规现象

通过深入研究和分析, 发现工程设计企业在主要投标过程中仍然存在一系列问题。其中, 价格竞争违规现象十分普遍。具体来说, 主要包括以下几个方面。部分招标企业采用非法手段, 将部分项目分阶段实施或拆分后未依法招标的标准工程规模分包给确定的企业。一些公司经常发生设计变更。通过这种方式, 投标后将改变设计, 扩大规模。充分利用招标过程中的各种关系, 将现有的公开招标项目转化为招标或投标形式, 减少竞争。

(二) 工程设计单位规避招投标问题

在投标过程中, 许多小型工程设计往往采取各种措施, 避免采用招标方式选择工程设计单位, 获得更多的经济效益。同时, 随着企业间竞争的日益激烈, 一些设计企业为了获得工程设计权, 在设计过程中, 通过设计变更来降低工程造价, 获得经济效益。同时, 一些工程公司将整个工程分包给几个小项目, 在一定程度上影响了招标管理的质量。此外, 工程设计单位众多, 对施工秩序影响较大, 责任难以区分, 对工程设计项目缺乏监督管理。这将对项目的整体质量产生重大影响。

三、新时期建设工程市场开发的投标经营策略分析

(一) 完善建设工程投标信息收集与分析机制

1. 大数据技术和 internet 的迅速发展和应用

大数据技术和 internet plus 的迅速发展和应用, 为建筑市场的发展提供了新的信息管理技术支持, 促进了信息采集和分析的创新。要完善建设项目市场开发信息管理系统, 必须首先利用大数据技术, 完善建设项目市场开发信息采集系统。大数据技术在信息采集方面具有先天的优势。基于强大的信息检索能力和逻辑分析能力, 企业可以利用大数据技术建立动态的信息采集机制。建筑市场每天更新。如何有效地过滤信息是企业面临的难题。首先, 基于大数据技术的动态信息机制可以根据企业的需求, 自动将建设项目招标的各种信息过滤成大量的信息。删除无效或不可靠的信息。公司每天根据建设项目的要求进行信息更新, 大大提高了公司建设项目招标信息收集的速度和准确性。其次, 建立信息过滤机制。通过大数据技术获取的信息是非常可靠的, 但并非所有的信息都能满足企业开发建设项目的实际市场需求。因此, 为了提高信息的有效性, 有必要对所获得的信息进行过滤。在信息过滤方面, 根据政策信息和市场信息建立相应的信息库, 根据信息库中的数据删除不符合业务需求的信息。只保留业务发展所需的信息。如信息审查人员应与设计院等单位建立长期友好合作关系, 有效确认土地信息。环境保护评价和国家发改委重点项目批复。最后, 离线信息收集机制, 即通过互联网在线获取信息。主要由大数据技术和云计算完成。这对企业的信息技术人才提出了很高的要求, 只有经过长期的招投标才能实现。离线信息可从公司营销人员处获取。这些信息具有较高的真实性和有效性, 但建设项目市场需要大量的营销人员。企业可以根据实际情况, 合理匹配线上、线下信息采集人员, 优化建设项目市场开发信息收集, 提高建设项目招标信息收集效率。

2. 完善信息分析机制

在信息分析机制中, 主要对收集到的信息进行分析 and 处理, 以有效地利用信息。首先, 组织决

策者、技术人员、投标人、施工单位召开建设项目市场开发信息分析会。许多员工分析工作信息, 强调工作对公司的价值。根据项目人员的信息分析结果, 编制信息分析报告。其次, 利用云计算技术对建设项目招标信息进行分析。例如, 建筑项目的招标文件, 组织策划 (planning) 和云计算技术可以有效发现建设项目招标文件与组织策划 (planning) 等企业的相似性。推进建设项目招标文件和组织策划的创新。第三, 通过信息分析机制, 促进企业建设项目招标过程的规范化。在施工项目投标分析过程中, 会发现其他业务错误。例如, 不遵守国家政策和条例, 执行方案超出了国家发展和改革委员会批准的范围。及时纠正建设工程招标中的不足, 提高招标文件质量。

(二) 规范建设工程投标组织策划工作

在建设工程招投标的组织和策划上, 必须首先从各部门选拔人才, 形成强有力的总指挥, 全面负责建设工程的招投标工作。建设工程招投标是企业的生命线。投标的成功与否直接关系到企业的生存。因此, 企业应重视建设项目的招标工作, 选择具有招标经验、较强的操作能力和较强的责任心的人员组成招标队伍。投标团队成立后, 企业应对参与投标的人员进行有针对性的职业培训。特别是政策性文件、招标程序、招标文件编制和招标人员要及时掌握建设项目招标的重点和难点及相关流程节点。第二, 明确员工职责, 落实企业投标责任制。所有的责任都应该是尊重的, 每个员工都应该对工作负责或配合。职责、职责、工作内容不明确, 避免责任和工作难点。加强对参与投标人员的管理, 认真履行职责, 做好本岗位建设工程的投标工作, 为公司的投标工作做出贡献。最后, 规范企业建设项目招标策划。建设工程招投标是一项系统性的工作, 涉及大量的工作。搞好企业关系管理, 确保建设工程招投标顺利进行。建设项目的投标, 根据建设项目的复杂程度和具体情况确定。建设项目信息不详细的, 尽可能收集相关信息, 制定有针对性的招标策略, 建设项目招标部门组织人员对建设项目现场进行

实地考察。仔细比较相关数据并调整数据。组织技术人员对投标文件进行研究，结合本工程的现行施工政策、技术水平和价格进行综合评价，为投标文件的编制提供数据支持。通过上述活动的组织和策划，公司为建设工程招标奠定了基础，为加快公司对建设工程招标的响应做出了贡献。

（三）有效开展标前评估的编制工作

标前评估的编制是公司投标的基础。通过编制评标报告，公司可以对建设项目进行合理的评标，为正式投标提供依据，避免盲目投标造成的经济损失。具体而言，请执行以下操作。

1. 前期调查工作

公司决定参加建设项目招标后，应按照信息收集机制及时收集建设项目信息。详细掌握建设项目所在地的重要信息，如政策信息、地理信息、文化信息等，整理成详细的前期信息报告。第二，企业应派出现场调查人员对建设项目进行调查。现场调查内容如下：确认信息。通过实地考察和调查，我们对所掌握的数据进行了比较，重复了不一致的信息，最终确定了真实可靠的信息。调查钢材、水泥、建筑设备等建筑材料和建筑设备

的来源、价格和运输成本，了解建筑材料和建筑设备的投入成本。劳动力价格。对当地劳动力价格进行了调查，并按企业类型进行了细分，以提供支持项目投标的数据。

2. 开展成本估算与实现效益工作

通过初步调查，初步了解了建设项目信息。企业应根据信息进行成本估算，以获取效益。首先，成本估算直接关系到投标报价和企业的经济效益。成本估算应在公司财务人员的参与下进行，各种建设项目的成本应根据公司的施工能力进行估算。为了提高工程造价估算的准确性，利用 BIM 技术建立了工程造价的三维模型，对工程项目的施工过程进行了详细的描述，对各阶段的造价进行了估算，得到了整个工程的造价。在保证公司经济效益之前，确定施工成本。第二，在实现效益方面，我们正在等待成本估算的完成。公司根据成本估算结果组织相关人员会议，确定公司是否准备好投标，如果继续投标，计算经济效益，是否能给公司带来经济效益。如果上述条件属实，则应作出投标决定并编制投标书。

（五）细化投标书的编制工作



招标文件是企业参与建设工程招标的关键文件，关系到企业能否进入招标、投标等后续工作。因此，在投标准备过程中，我们必须追求卓越，注重细节。首先，在投标外观方面，外观应注重质量和美观。内容与图像相关，图像清晰，图像与文本布局合理。其次，在整个施工组织设计方案中，对整个方案的描述要明确，施工单位的施工意图和施工方式要直接向施工单位说明。整个平面布置应详细直观，列出主要构件，并用不同颜色表示。明确施工设备、材料型号，并提交相应的环保证书。工期安排应符合实际情况，不得混用其他工程的工期安排。此外，投标价格应根据成本估算结果确定，并与其他公司的投标进行适当调整。最终报价应考虑经济成本和效益，不得损害公司的经济效益。最后，投标方应提供公司资质和荣誉文件，如信用证、以往建设项目、人员或技术优势等，以在投标过程中给施工企业留下深刻印象，增强其实力。投标文件编制完毕后，公司组织有关人员投标文件的说明进行审查，核对投标文件的内容，并检查投标文件是否有误。特别是对投标文件中的数据要认真核对，防止数据错误给企业造成不必要的损失。在对序言部分进行审查后，应根据在审查序言部分期间提出的意见重新审查投标书。

（六）报价决策

近年来，招标在整个招标过程中发挥着越来越重要的作用。投标的成败不仅取决于竞争企业的经济实力和技术水平，还取决于竞争战略的正确性和投标技巧的正确运用。提高投标准备和决策水平，最终体现在投标文件中。公司在投标过程中所承担的施工任务非常重要。投标人应根据工程类型和施工条件，结合工程实际情况和公司实力，召集公司会计人员和有关领导或高级顾问对报价策略进行全面评审。根据工程量变化趋势调整单价，确定合理的价格范围，认真细致地进行分析研究，对投标报价计算结果进行静态和动态的分析讨论。并深入分析竞争对手的情况。确定自己和竞争对手的优缺点，采用优缺点对比分析的方法，比较优缺点对投标报价的影响，根据自

己的报价水平确定相应的策略。决定调整投标价格和最终报价金额，最终反映在报价表中。静态供给分析是基于企业在长期工程实践中积累的大量经验数据进行的。在初步计算中标价格的前提下，通过类比判断中标价格各要素的合理性，并从微观角度对明显不合理的中标价格要素进行分析和检验。通过节约管理费、提高工作效率、修改施工方案等措施，对投标报价进行修正，形成较低的投标报价方案。最低投标报价方案应根据承包人可能承担的利润和风险进行计算。对多个投标方案进行对比分析和排序，形成书面对比分析数据作为决策依据，提交相关决策者决策。采用动态投标价格分析法计算投标价格的变动范围。

结束语

综上所述，工程设计企业投标中存在的一系列问题在一定程度上影响了工程设计企业的发展。在这种情况下，我们将积极采取一系列有效措施，优化网上招标的细节、细分和管理，加强招标基础、开标和评标管理。为保证招标市场秩序和招标活动的顺利进行，正确效率地选择投标形式和投标方式。

参考文献：

- [1] 吴四成. 浅谈建设工程市场开发的投标经营策略 [J]. 商品与质量, 2019 (009): 184, 279.
- [2] 郭翔. 基于新时期下的建筑工程招标管理优化研究 [J]. 建筑·建材·装饰, 2019 (010): 21.
- [3] 殷宗刚. 新时期建设工程市场开发的投标经营分析 [J]. 今日财富(中国知识产权), 2020(03): 55-56.
- [4] 周迅. 建设工程招投标项目的投标策略研究 [J]. 山西建筑, 2012 (3): 270-271.
- [5] 冉进飞. 浅议投标报价策略及编制技巧 [J]. 水利水电工程造价, 2009 (2): 35-37.

作者简介：骆文发(1987.09-)，男，汉，甘肃定西，大学本科，工程师，主要从事工作：市场开发。