

“两阶段”招标法在装饰工程招标中的延伸与应用

彭友峰¹ 李春芳²

1. 东中建房地产开发有限公司 山东济南 250014

2. 身份证号码: 342127198010270146 山东济南 250108

摘要: 装饰工程的品质, 受施工单位的技术水平影响非常大, 常规招标对投标单位的选择与评价不够全面, 存在一定的局限性, 选定的单位, 参差不齐, 给品质控制带来极大的不确定性, 本文通过讨论招标需求与评价因素的匹配, 借鉴两阶段招标法的核心思想, 将报价、样板分为两个阶段进行评价, 增加维度进行考察。强化招标公平性和导向作用, 对于复杂项目以及操作水平或工艺水平要求高的项目, 均有较强借鉴意义。

关键词: 两阶段; 招标; 装饰; 工程

一、应用背景

1. 发改委关于项目招标批复显示, 房地产开发项目的装饰单位招标不属于公开招标范围, 可以自行组织招标。(如属于公开招标范围, 需按照相关规定开展招标工作)。

2. 随着房屋居住属性的不断强化, 房地产市场的不断完善, 房地产项目逐步由关注成本, 转变为关注成本和品质。既要求价格合理也追求高品质。现行招投标评价体系, 运用综合评标法, 将价格合理和能力出众的要求转化为商务标和技术标, 分别进行评价, 按照一定的比例进行组合叠加。综合得分高者, 确定为中标人。该评价体系较容易满足价格合理的要求, 对于“高品质”这一要求, 通过技术标准难以进行比选。质优价廉的需求难以很好的得到满足。该问题已成为影响精装修项目品质管控成败的关键因素之一, 对优化招标评价体系的需求越来越迫切。

二、原因分析

1. 精装修施工技术成熟, 但操作水平差异大; 一般的装修项目, 施工单位均有技术能力完成, 但施工的精细化程度, 装修效果还原呈现度会有较大的差别, 品质的好坏取决于管理人员对图纸的领悟和认知, 以及操作工人的实际操作水平。也是各专业配合, 综合实力的体现, 精装修工程品质控制能力, 通过技术标准很难进行有效评价。

2. 标书与实际相关性不高, 招标文件对技术标的要求, 多为工程重点、难点; 关键工作施工方法; 各类保障措施。对于操作工人的操作水平难以考察, 对于管理人员可以考察施工经验, 但对图纸的理解和领悟能力考察不够深入, 虽然, 也有增加询标环节, 距离实际呈现的效果, 仍存在一定差距, 评价体系不够直观。

3. 技术标在综合评标法中所占权重不高。也正是装

修工程对技术的要求不高, 且技术标不能全面反映实际施工能力, 通常技术标评价会采用合格制, 或者权重从10%—40%不等。使得“质高”这一需求难以保证。需要引入更具有实效的评价因素, 保障最终的精装修品质。

三、“比价、评质”——两阶段招标法延伸

在常规招投标的基础上, 引入了精装修样板评价的环节。借鉴“两阶段”招标法的思想, 进行调整。把招标过程分为两个阶段, 第一阶段, 价格比选; 按照常规招标方法, 圈定入围参与第二阶段单位。第二阶段, 品质比选, 参照主力户型, 主要的工艺, 在施工现场选定样板间的实施位置, 由入选单位, 在限定时间内, 按照招标文件所附的图纸, 完成各自的样板间, 并组建样板间评审小组(可以邀请购房业主参与), 对各样板间按照拟定的评审标准进行评分。最终以品质得分高的单位为中标单位。施工完成的样板间暂不拆除, 作为后期施工验收的标准, 同时作为第二阶段评审的成果, 接受工程相关方的监督。

中标单位的确定, 可以采用一阶段评价得分与二阶段评价得分按照既定权重累加, 按照由高到低的标准确定中标人; 也可以第一阶段确定进入第二阶段的入围单位, 最终按照第二阶段的评价得分确定中标人, 以中标人第一阶段的投标价格作为中标价。

四、招标实施的关键

1. 样板间施工费用处置

招标过程引入了制作样板间的环节, 该过程需要投入人力、材料、机械。如未能中标, 投标单位的投入过大。导致, 有些单位放弃投标, 可能影响竞争的充分性。因此, 需要明确未中标单位实施样板间的费用补偿机制。该费用可以由样板所在标段的中标单位, 按照中标单位的投标价格进行结算后, 对实施该样板的未中标单位予

以补偿,降低未中标单位的投标风险。加强对潜在投标人的吸引。施工完成的样板间,不再重复施工。由中标单位对其进行修缮,以达到交付标准,并由中标单位承担质保责任,也不增加中标单位的负担。

2. 招标策划

招标增加了样板评审环节,实施周期长,投入大。出现异常情况,处置费用比较高,需要招标前对关键点,进行明确,做好招标策划,重点做好以下几点。

(1) 图纸完备,避免样板实施过程反复变更、修订。需要经过内部各部门评审,减少重大缺陷对清单、做法的变更,以保证招标的可实施性。

(2) 数量明确。明确标段数量,确定第一阶段入围单位数量,预估报名单位的最低数量,必要时,可以增加资格预审环节。以正常推进招标工作。

(3) 样板间准备,样板间的位置选择合理,基层施工完成,达到精装修移交的标准,且给各单位提供的施工条件基本相同,体现招标的公平,如果需要可以采用抽签的方式,在入围单位中分配样板间。

(4) 样板间处置方案确定。未中标单位,施工样板间的补偿方案需要进一步细化,补偿结算价格、数量、结算程序、付款方式、税金等关键参数明确。

(5) 样板间实施阶段的安全管理协议,明确该阶段安全管理协调机制,各自承担的安全责任。

(6) 样板间实施阶段主材、辅材的供应方式、品牌范围。样品、花色的确定流程。

(7) 实体样板间评价方案,评价方式,参与人员,得分点及分值的分配,评分标准和依据。

(8) 投标单位得分计算方式,可以根据情况选择以下方式:

① 价廉与质优并重

商务标得分+技术标得分+样板品质评价得分,按照总得分从入围单位中确定中标人。

② 价格合理,效果突出

商务标得分+样板品质评价得分,按照两项总得分从入围单位中确定中标人。

③ 强调品质,突出效果

依据样板品质评价得分,从入围单位中确定中标人。

3. 招标预备会

向参与投标的意向单位,全面宣讲招标的具体方式和过程,针对意向单位提出的疑问和问题,逐一给出答复,确定处理规则,为招投标活动做好充分准备。

4. 样板实施

样板施工过程,一般需要1-2个月的时间,过程中可能会遇到意想不到的问题,需要工程管理部门定期召开协调会议,协助解决发现的问题。以书面的形式确定,此过程需要保障信息传达及时准确、公平合理。

5. 样板评审

样板评审,严格按照招标文件确定的评审方法进行评审,做到公开、公正、公平,如引入业主、专家或第三方介入,注意选取方式的随机性,避免拉票、贿赂,必要时可邀请纪检部门或公证处全程监督。

五、“两阶段”招标法的应用与展望

房地产开发企业装饰工程采用“两阶段”招标法,充分综合了报价、品质的因素,对于整体品质保障,和品质导向作用明显。从传统的比价,升级到对实体“评质”的层面,从某种层面讲,实现了所见即所得;同时也可以代替交付样板,便于开展品质过程管控。如能引入购房业主评价,更能提高业主的参与感,进一步提升业主的满意度,导向作用明显。

“两阶段”招标法,存在的不足之处,也十分明显,招标环节繁杂,招标所需时间较长,增加了施工样板间的时间。招标、样板实施过程公平性,样板评价的科学性仍有很大的探讨空间。

综上所述,两阶段招标法的应用,可以综合价格、施工方案、施工水平、呈现效果等因素,更贴合项目实际需求,对施工单位的选择更加科学合理。用于影响因素复杂的项目招标,优势显著。

参考文献:

[1]杨光.“互联网+两阶段招标”实践思考.招标采购管理.05(2021):43-45.doi:CNKI:SUN:ZBCG.0.2021-05-024.

[2]冯建明, and 王健.“建筑工程设计两阶段招标投标方法研究.”建筑经济41.S1(2020):274-277.doi:10.14181/j.cnki.1002-851x.2020S1274.

[3]彭友峰.ZJF项目公司劳动力短缺对策的研究.2019.山东大学, MAtthesis.