

公路工程评标办法分析及投标应对策略

李少刚

中交二公局东萌工程有限公司

摘要：公路工程项目的投标竞争非常激烈，为了最大限度提高企业的竞争力，市场开发团队首先要从评标办法分析入手，在明确使用的评标办法类型及其评审要点后，从而选择特定的投标应对策略。文章先简要介绍了当前公路工程招标常用的评标办法，比如技术评分最低标价法、合理低价法以及综合评分法等，然后针对性提出了投标应对策略，最后探讨了如何进一步优化投标单位的投标成功率，希望具备参考借鉴作用。

关键词：公路工程；评标办法；投标应对策略

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2022.12.040

引言

在现阶段我国公路工程项目建设中，绝大多数工程都属于必须招标的项目，企业要想顺利承接工程项目，就必然得修炼内功，提升自身的投标能力，才能在成百上千的竞争对手中夺得中标资格。对于企业投标工作开展而言，为了形成较为理想的投标效果，必须积极关注并深层研读国家及各省市的评标办法，针对各个不同评标办法，制定相匹配的投标策划书，避免被否决投标的风险，有效提升自身中标概率。

一、公路工程评标办法分析

评标办法如同游戏规则，只有吃透游戏规则并掌握要领，才能在每一次投标中做到游刃有余。公路工程的评标办法，主要采用交通运输部发布的《公路工程标准施工招标文件》（2018年版）中规定的四种评标方法，以及各省结合当地招标特点和管理需要，在此基础上衍变的一些评标办法，以下对常见的几种评标办法进行分析。

（一）技术评分最低标价法

公路工程评标中技术评分最低标价法（以下简称“最低价法”）的使用较为常见，其主要在控制造价方面优势明显。最低价法需要进行两个阶段的评审工作，首先评标委员会依据评分细则对第一信封中的商务标和技术标进行评审打分，然后按照招标文件提前确定的数量（不得少于3名）选择第一信封综合得分靠前的投标人，开启第二信封报价文件，根据评标价从低到高进行排序，依次推荐1~3名中标候选人。当然，为了防止恶意竞争，一般如果评标委员会认为投标报价低于项目成本价，则应避免给予中标，需要从中推荐高于或者等于成本价且相对较低的投标人。

基于最低价法的应用来看，几乎所有的公路工程项

目均可以使用，项目业主既能选择优秀的承包商保证施工质量，又能够以最低的投标价格来降低项目总投资。目前由于公路工程招标一般只设置最高限价，缺少最低限价，从而无法准确判断投标单位的报价是否低于成本价，容易造成低价抢标，对于特大型或技术特别复杂的桥梁和隧道项目，则不能随意采取最低价法。

（二）综合评分法

公路工程评标中综合评分法的应用范围比较广，多用于一些特大型项目或技术性能有特殊要求的施工项目招标，也常用于“工程总承包”、“PPP模式”、“融资+施工总承包”等综合类型的工程项目招标，整套操作管理体系相对成熟。所谓综合评分法，顾名思义就是对一个承包商的人员、信誉、业绩、财务、技术能力、管理水平、评标价等因素全面考核评价，实际应用过程中，项目业主会根据具体项目的侧重点不同，对各项评审因素设定相匹配的分值权重。在具体使用中，评标委员会先根据招标文件设定的评审细则，对所有初审合格的投标人进行详细评审并予以准确打分，然后按照直接平均或者内部平均的方法计算各个投标人的各项评分值，再进行汇总根据总得分从高到低依次推荐1~3名中标候选人。另外，为了进一步增强项目业主的定标权，有部分地区已经在探索和使用“综合评分法+评定分离”的模式，将评标环节和定标环节分开，中标人不一定是总分最高的投标单位。

采用综合评分法评标，虽然项目业主能够顺利选出综合素质高的承包商，但其评审规则不可避免的包含了一些主观分值，经常会出现各种投诉事件，该办法本身的招标流程就比较长，一旦再遇到投诉还得按照规定暂停招投标工作，容易造成多次招标或者项目工期拖延，就会给项目业主和投标单位带来巨大损失。

（三）合理低价法

合理低价法是综合评估法的评分因素中评标价得分为100分、其他主观评分因素分值为0分的特例，由于其绝对的公平公正原则，是公路工程评标中运用频次最高的评标办法。合理低价法的具体操作中，招标人对商务文件和技术文件仅设置基本门槛要求，省略了复杂的评审打分环节，重点对合格投标人的评标价按提前明确的规则计算评标价得分，最后按得分从高到低依次产生1~3名中标候选人，其相对而言便捷高效。合理低价法最大的特点就是游戏性非常强，评标基准价的计算方法可谓是五花八门，经常性的设置一些诸如“调整系

数”、“下浮系数”、“复合系数”等随机系数，在开标现场以随机抽取的方式确定，系数组合少则十多种，多则成千上万种，更有甚者连评标基准价的计算规则都是在开标现场才随机抽取一种，如陕西省有6种，江西省有4种。

合理低价法在实际使用中也有一些难点，比如门槛高低设置不好把握，低了可能导致不良承包商中标，太高又容易造成流标，合理低价法的随机性也较大，业界常用“买彩票”来形容其中标的随机性。目前，已经有了一些成熟的解决方法，为了防止流标，招标人可以采用招标预公告的方式征求潜在投标人的意见对门槛进行调整，为了避免不良承包商中标，一些地区对合理低价法进行了一定的修改，有的把技术评分最低法的第一信封评审模式融入进来，通过选取一定数量的优质承包商开启报价文件，再通过合理低价法的随机性选取中标单位，形成新的“经评审的合理低价法”评标模式，也有对合理低价法的分值构成进行微调，采用“合理低价法+信用评价”的评标办法，增加优秀承包商的中标概率。

二、公路工程投标应对策略

（一）最低价法的投标应对策略

最低价法一般选取第一信封总得分前3名开启报价文件，只要通过第一信封就有了1/3的中标概率，因此其核心内容集中在第一信封的商务标和技术标，投标单位应该在投标文件编制中体现出较强的针对性，充分展现自身最大竞争优势，才能有助于竞标成功。投标应对策略主要如下：

首先，投标人员应该在拿到招标文件后的第一时间梳理出商务标和技术标的评审细则，逐条核查本单位实际情况，对本单位打出一个客观的自评分，如果发现总得分明显过低缺乏竞争力，也能尽早放弃投标以节省人力物力。

其次，投标单位在选择拟投入主要人员时，应挑选获得满分标准的人员即可，切勿大材小用造成人员不配位的情况，避免在遇到高要求招标项目时出现无人可用的窘境，但在遇到根据人员证件履历、业绩规模个数等企业实力进行横向对比主观打分时，就必须最大限度展示企业的综合实力。

另外，投标单位除了要详细解读招标文件以及图纸、规范等相关资料，应进一步到项目所在地进行现场考察，准确掌握项目的实际情况，切实了解材料价格和劳务价格水平，识别潜在风险，有助于项目的成本测算把控。

最后，确定一个合理的投标报价也很重要，投标单位除了要控制好自身利润底线，还要了解分析潜在的竞

标对手在以往其他项目中采取的投标策略，预判其在本次项目报价时可能采取保守还是激进倾向，进而可以更好决定报价降幅，确保自身投标报价具备较为理想的竞争力。

（二）综合评分法的投标应对策略

综合评分法是最灵活的一种评标办法，在评审内容、分值权重、评分标准等方面可以根据不同项目特点量身定制，即便评标价得分排名第一，也不一定能成为中标人，综合评分法也是需要投入精力最多的一种评标办法，主要应对策略如下：

首先，投标单位应详细研读所有招标资料，和最低价法相同，对本企业实际情况先打一个自评分，有短板要及时通过各种途径来弥补。比如，当本单位缺少类似业绩而奖项较多时，可以寻求有类似业绩但缺少奖项的企业，相互取长补短，组成一个综合实力强硬的联合体投标人，充分提高投标竞争力。

其次，投标单位在编制投标文件时要高度关注技术标的质量，都说综合评分法，一半看技术标，一半看其他，可见技术标是综合评分法的核心因素。在技术标编制方面，投标单位应充分调动各方资源，除了考虑项目主要施工任务和工作量，还要对项目所在地的地质地貌、风土民情、水文环境、劳务材料、征地拆迁、涉铁涉跨、便道便桥情况进行详细调查，使得自身施工组织方案更为契合项目实际情况，呈现出一份科学合理的施工组织方案。同时要注重施工技术的创新运用，编标时突出一些亮点工艺、工法来赢得评标委员会的青睐，同时通过文字排版、穿插图片等方式美化技术标，让自己的标书质量明显优于其他单位。

另外，投标人员应深入研究评标基准价的计算规则，提前模拟计算出各种情况下评标基准价的浮动区间，在自身商务标满分的情况下，可以采取保守报价法选择扣分值相对较小的报价点位，一般处在浮动区间的中下游，当商务标有不可弥补的扣分时，则应采取极端报价法，选取处在浮动区间边缘的报价点位，就有机会拉开报价得分差距，从而在综合得分上占取优势。

最后，综合评分法中各单位的投标报价得分一般差距相对较小，主观因素就显得尤为重要，特别是评定分离模式下，定标权完全在项目业主手上，因此投标单位不仅要在投标文件上下功夫，更应该努力做好市场营销工作。

（三）合理低价法的投标应对策略

合理低价法是一个非常有意思的评标办法，和综合评估法恰好相反，是一种完全市场化的评标办法，满足条件的所有投标人都有中标的可能，可参考以下应对策略：

首先,合理低价法会设置一定的门槛条件,投标单位的资格条件只有满足或者不满足,简单明了。在确定满足招标文件基本要求后,可以适当放低对于商务标和技术标的精力投入,重点去斟酌投标清单编制和投标报价思路。

其次,合理低价法的核心在于对于评标基准价的研究,第一是进行模拟统计评标基准价在不同系数组合下的浮动区间,并等分浮动区间观察评标基准价出现的概率分布情况,第二是根据评标价每偏差评标基准价1个百分点的扣分值,计算出模拟报价的得分情况,第三是关注评标办法是否设置了信用评价加分条款,以及各信用等级分差,根据此分差计算出最高信用等级可覆盖的报价点位范围,经过这几步的分析后,再结合成本测算指标,基本就能确定合理的报价方案。

另外,对于工程量清单的编制,每一次投标都要仔细阅读清单说明、技术规范、计量规则这三个资料,防止因惯性思维导致投标报价未按照招标文件要求填报而被否决投标。投标单位还应对招标资料和现场考察情况进行分析,判断招标控制价是否编制有误,以及招标工程量清单是否编制有误,如发现应及时向招标代理或招标人提出质疑,避免中标后经营亏损。

最后,由于合理低价法特殊的分值构成和相同得分下价低者中标的规定,会经常出现投标报价之差之毫厘失之千里的情况,例如在江苏省的某次招投标中,单位甲仅比单位乙少降了1元钱,便错失了造价5亿元的项目,因此在确定最终投标报价时,务必要根据评标办法规定的评标价得分计算方法适当的多降一点,因为在得分保留两位小数的情况下,99.995分和100分是没有区别的。

三、公路工程投标优化措施

(一) 增强投标作战能力

企业对投标人员应该经常性地予以培训和指导,不断强大投标团队的综合素质。每个投标人员都应努力成为一名业务能力优秀和业务敏锐度高的“职业投标手”,能够胜任复杂而又庞大投标工作,尤其是在面对新的评标办法时,要能够迅速对核心内容予以准确解读和分析,并构思出理想的应对方案。投标人员还要学会积累经验,日常搜集各投标单位被否决投标的原因,不贰过就能成功99%,同时要像珍惜宝藏一样保存每一次的开标记录,对重大项目要进行标后复盘。每一次投标工作中,投标人员应坚持做到“初检、中检、终检”的三检制度,最大程度避免因标书制作失误而丢失中标资格。在电子招标投标时代,不仅要做好本企业备案系统的日常维护工作,保证投标工作的顺利开展,同时应积

极通过各公开网站和交易平台去筛查、分析潜在竞争对手的备案情况,了解其商务标打分情况,做到知己知彼。

(二) 增强企业综合实力

招投标考验的就是企业综合实力,只有提升企业自身硬实力,才能获得更多的投标参与机会,进一步提升中标率。在人才管理方面,企业应加大考证激励制度来提高管理人员的持证率,以满足庞大的投标需求。在业绩方面,可以通过增加对高、新、特、难工程的市场开发奖励,在企业承受能力范围内以营小利换大业绩的报价策略,不断积累大跨径桥梁、特长隧道等业绩。在信用评价方面,全国各地纷纷将信用评价考核结果用于招投标工作中,尤其是在“合理低价法+信用评价”的评标办法下,AA级单位占有绝对性优势,企业失去信用就如同失去市场,必须重视品牌宣传工作,打造精品工程,通过以现场保市场和以现场拓市场的战略方式,达到滚动开发的良性循环。

(三) 执行标前策划制度

投标单位可以通过标前策划制度来提升投标管理水平,标前策划至少应包含项目识别跟踪、施工现场考察、资源配置计划、施工进度管理、技术专项方案、项目风险识别及风险控制、成本测算分析、投标报价策略等工作内容。企业在获取项目信息后可由公司领导、市场开发部、生产管理部、财务部、设备物资部、准项目团队等共同成立标前策划专项小组,并明确成员的职责分工,标前策划能够实现对项目的多维度分析,将各资源方的优势合并投入到投标工作中。通过详细的标前策划,一方面有利于把控投标文件编制进度和提高投标文件编制质量,另一方面可以为成本测算分析提供可靠的基础资料,精确的成本分析有助于最终的投标报价决策,再一方面能有效识别成本控制点和创效点,为不平衡报价方案提供依据,从而提高中标质量,最后标前策划对项目风险控制作用明显,能避免承接不合适的项目导致经营亏损,影响到企业未来发展。

四、结束语

综上所述,每一次成功中标都不是仅靠偶然的运气,投标单位必须打有准备的仗,对各种评标办法和竞争对手进行深入分析,制定出成套适合自身的投标应对策略,方能成为招投标行业的常青树。

参考文献

- [1]蔡萍.公路工程投标决策及投标技巧[J].工程技术研究,2021,6(23):96-99.
- [2]雷中伦.基于公路工程投标报价策略及技巧分析[J].黑龙江交通科技,2021,44(08):173-174.