

试论建筑市场竞争中的报价策略运用注册建筑师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022__E8_AF_95_E8_AE_BA_E5_BB_BA_E7_c57_644959.htm

建筑市场的竞争是全方位的，竞争的手段也是多方面的，从目前形势和建筑市场的自身特点看，最核心、最关键的是以下四个方面：一是质量竞争。质量是企业生存和发展的基础，对建筑企业尤其如此。建筑产品的使用期是几十年甚至几百年的事，因此它的质量要求更高；建筑产品的整体结构性很强，功能标准要求很全，因此建筑产品的质量要求应该是全方位的。建筑产品的这些质量特点决定了质量竞争成为建筑市场竞争的首要因素。一个企业如果做的工程常有质量问题将不能正常发展，而成功的建筑企业之所以能不断发展，很重要的一条是它们所建的工程质量让人放心，创了一批过得硬的优质工程。所以说，对于建筑企业来说，工程质量就是企业生存和发展的生命线。二是服务竞争。随着市场经济的发展，建筑市场完全放开，服务竞争的重要性就凸现出来。在企业资质等看得见的硬件差不多的情况下，服务竞争已成为竞争取胜的一个非常重要的法宝。现在不少建筑企业尤其是一些大的建筑企业都推行“大服务”的经营理念，坚持“用户第一、客户至上、以诚取信、服务为荣”，坚持做到“前期策划服务、过程精品服务、售后满意服务、后期延伸服务”，将服务的范围向外拓展，使业主得到比图纸和合约所规定的更多的价值和更超值的服务，这些做法才能在竞争中始终处于胜者的位置。来源：考试大 三是诚信竞争。信誉是企业的无形资产。从某种意义上来说，市场经济既是竞争经济，也是信用经济

。谁的信誉好，谁就能赢得消费者，谁就能占领市场；谁的信誉差，谁就客户稀少，被挤垮，被淘汰。好的建筑企业为什么工程越做越多，越做越大，关键是他们诚实守信，说话算话，在合同履行、融资垫资，优质服务等方面有优势，能获得业主的信赖。反之一些企业只图骗人一时一事，说大话空话，打一枪换一个地方，能赖则赖，能拖则拖，这样的企业最终只会身败名裂。随着我国逐步融入世界贸易体系，建筑市场秩序将更加规范，诚信作为建筑企业市场竞争的重要手段将愈益明显。四是价格竞争。建筑市场的价格竞争主要反映在工程报价上，建筑工程报价要求的是合理价格。报价高了，没有希望取胜；但报价低了，既反映企业没有水平，质量没有保证，也不可能取胜。因此，本文重点论述怎样报价才能中标的问题。怎样报价才能中标：因为在确定了投标策略后，报价是一个核心问题，报价的依据是工程标价，也称为工程投标价格。我们通常的投标报价和标底都是以现行国家统一的预算定额为依据而计算出来的，所以投标价和标底价在同一水准上，这就容易对投标产生误解，似乎投标是预算人员的事，希望寄托在他们身上，投标竞争成了预算水平的竞争，忽略了投标竞争应是企业决策者之间竞争的真正含义。要改变这种状况，首先要改革现行的工程标价计算方法，进一步完善投标方法。工程标价是反映企业水平的工程标价、利润及企业内部诸因素的综合反映。即：工程标价=工程估价+工程利润+企业内部因素+投标信息因素。（一）工程估价：运用造价工程管理中的估算，根据企业自身的实际，联系所参投工程的现状，研究对比预算价格，经技术分析后进行估价。它所反映的内涵应是完成该工程全部工程量所需

的费用，所以估价就是保本价。 工程估价=完成该工程量的各类消耗 管理费本文来源:百考试题网

1、各类消耗的定额修正：估价计算的关键是通过估价把企业的优势集中地反映出来，由于各个企业完成各项工程的人力、材料、机械消耗的水平不同，所以不能用统一的预算定额来进行计算，要对现行的定额进行修正，即有反映本企业水平的各类消耗定额。这就需要收集大量的资料进行经济技术测试和运算。以材料价格为例，材料的采购途径、运输渠道、加工措施、保管等费用，会因各个企业的经营管理水平不同而有很大差异，加上构成机械使用费用的维护费，以及各企业实际耗用的人工费也不同，千人一面的做法，有利于通过竞争，来促进企业的自身完善和发展。

2、管理费：各个企业由于机构设置、管理层次、工作效率、人员素质的不同，管理费的开支也不尽相同，所以要对所投标工程视规模大小结构难易等因素，确定自己的管理费方法和标准。估价是为决策者提供决策依据的。在工程总价基本不变的情况下，哪些单价定得高，哪些单价定得低，都有一定的技巧。在国际工程投标中，往往采用“不平衡单价法”，对能现拿到现钱的项目、估计会增加工程量的项目、没有工程量只填报单价的项目以及零星用工，单价可定得高些；反之，单价可定得低一些。

(二) 工程利润：工程利润是在工程估价的基础上，企业确定的计划利润。对每一个投标工程，必须因工程制宜，具有一定的伸缩性。要综合考虑工程所在地、投标竞争对手、有无后续工程及参加投标目的来确定所投工程获利多少，即所谓的高标、低标。其中低标是承担该项目不求利润，只求保本的最低标价。准确地估价成本和合理地确定利润能体现一个企业

投标报价的水平和经营管理水平，也是争取中标的一种手段。

（三）企业内部因素的投标信息因素：投标企业的制标人员对企业内部因素和投标信息因素要特别注意，因为企业内部因素和投标信息因素都是灵活多变的。只有把握住企业内部因素和投标信息因素，才能最有希望在投标过程中取胜。企业内部对标价有较大影响的因素是多方面的，主要因素有：

- 1、企业当前的施工任务情况；百考试题 - 全国最大教育类网站(100test.com)
- 2、对所确定的施工技术、工艺掌握的熟练程度；
- 3、施工现场与住地的距离远近；
- 4、后备物质的来源、供应情况；
- 5、施工机械设备的型号、规格和数量。

对标价有较大影响的投标信息也很多，包括：竞争对手的数量、实力、信誉和报价情况；招标单位的主观意向，如：招标单位强调标价，还是强调工期，或是质量要求特别高等。此外，笔者根据多年的实践，认为如下几种具体的报价技巧行之有效。

a、不平衡报价法 该方法可以在不提高总报价的前提下，达到中标的目的。它通常是在工程项目总报价基本确定后，适当调整总报价内部各个部分的比例。采用这种报价方法时，应根据工程项目不同特点及施工条件等来选择报价策略。在以下三方面宜采用不平衡报价的方法：

- （1）支付条件良好或能够早日结账的项目，其报价可适当降低。前者如政府项目或银行项目，后者如项目的开办费、场地平整及土方开挖等。
- （2）预计工程量会不断增加的项目或设计图纸不明确的项目，单价可适当提高，这样在最终结算时可以多获利润；工程内容解说不清楚的项目或预计工程量可能减少的项目，其单价可适当降低，工程结算时损失也会减少。
- （3）任意项目，又叫暂定项目或可选择项目，对这类项目要

具体分析。因为这类项目要待开工后再由业主研究决定是否实施，以及由哪家承包商实施。如果工程只由一家承包商施工，对其中肯定要做的工程，其单价可高些，不一定做的则应低些。如果工程分标，该暂定项目也可能由其他承包商施工时，应慎重考虑，不宜报高价，以免造成损失。

b、以退为进报价法 当施工单位在招标文件中发现有不明确的内容，并有可能据此索赔时，可以以退为进，通过报低价先争取中标，再寻找机会进行索赔。这样不仅能增加中标的机会，还可以获得合理的利润。

c、多方案报价法 采集者退散 这种方法是指对于一些招标文件，如果发现工程范围不很明确，条款不清楚或很不公正，或技术规范要求过于苛刻，则要在充分估计投标风险的基础上，按多方案报价法处理。也就是原招标文件报一个价，然后再提出如果某因素在按某种情况变动的条件下，报价可降低多少，由此可报出一个较低的价。这样可以降低总价，吸引业主。

d、增加建议方案来源

：www.examda.com 有时招标文件中规定，可以对原方案提出某些建议。投标者这时应抓住机会，组织一批有经验的设计和施工人员对原招标文件的设计和施工方案仔细研究，提出更为合理的方案，或者可以降低总造价或是缩短工期，以吸引业主，促成自己方案中标。如通过研究图纸，发现有明显不合理之处，可提出改进设计的建议和能确实降低造价的措施。在按原方案报价的同时，再按建议方案报价。但要注意建议方案不要写的太深入、具体，要保留方案的技术关键。同时要强调的是，建议方案一定要比较成熟，有很好的可行性和可操作性。

e、突然降价法 投标报价中各竞争对手往往在报价时采取迷惑对手的方法。即先按一般情况报价或报出

较高的价格，以表现出自己对该工程兴趣不大，到快投标截止时，再突然降价。采用这种方法时，一定要在准备投标报价的过程中考虑降价的幅度，在临近投标截止日期前，根据情报信息与分析判断，再做最后决策。综上所述，工程投标中关键是要抓住估价这一要害，当然招标投标是一场竞争，是企业综合水平的较量，其中企业的工程质量、社会信誉、经营作风更是起着举足轻重的作用。在竞争中求生存、求发展，击败对手而取胜，需要的是经常决策人员的知识、经验和胆识，基点建立在提高整个企业的素质、精心经营和精心管理上，别无他途。工欲善其事，必先利其器。只要我们及时总结招标投标工作的经验，认真地研究其特点和规律、审时度势、开拓思路，就一定能争取在有利的条件下中标。相关推荐：上海世博园滨江景观规划设计刍议 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com