

建筑工程施工投标策略讨论

罗 娟

成都建工第六建筑工程有限公司 四川 成都 610072

摘 要：建筑工程施工投标是建筑市场交易的重要形式，也是施工企业承接项目、拓展市场的核心途径，具备较强的竞争性、合规性与风险性。本文梳理建筑工程投标基础理论与完整作业流程，从企业内部实力、外部市场环境及招标文件约束三个层面，系统分析投标工作的关键影响因素。结合行业竞争现状，构建涵盖项目筛选、差异化报价、文件优化及风险防控的完整投标策略体系，可为施工企业规范投标管理、提升中标概率、降低经营风险提供有效借鉴。

关键词：建筑工程；施工投标；核心策略

引言：当前建筑行业市场化程度持续提升，行业竞争日趋白热化，施工企业的投标能力直接决定其市场占有率与可持续发展水平。市场物价波动、政策规则更新、项目条件差异化等多重变量，让传统粗放式投标模式难以适配当下市场需求。为帮助企业摆脱盲目投标、低价内卷、风险把控不足等问题，本文围绕投标全流程展开深度分析，梳理各类影响因素，总结科学可行的投标策略，助力企业提升竞标实力与项目综合收益。

1 建筑工程施工投标基础理论与流程概述

1.1 建筑工程施工投标核心概念

（1）施工投标的定义与核心特征：建筑工程施工投标是建筑市场典型的交易行为，是施工企业响应招标人招标需求，按照招标文件要求提交投标文件、争取项目承包权的市场竞争活动。其具备四大核心特征，一是竞争性，多家企业公平角逐，以综合实力争取中标资格；二是合规性，全程严格遵循招投标相关法规及招标文件规定；三是风险性，受市场价格、政策变动、项目条件等多重因素影响，存在中标失败、项目亏损等风险；四是专业性，对施工技术、报价核算、资料编制等专业能力有极高要求。（2）投标策略的内涵与核心作用：投标策略是施工企业结合自身实力、市场环境 with 项目特点，制定的系统性投标决策方案。其核心作用贯穿企业经营全过程，助力企业精准拓展适配项目，优化市场布局；通过科学报价管控成本，保障项目经济效益；提前识别并规避投标及后续施工风险；同时依托差异化策略提升市场竞争力，稳固企业行业地位。

1.2 建筑工程施工投标完整流程

（1）投标前期准备阶段：核心是前期调研与研判，

主要包括全面收集建筑市场招标信息、精准筛选适配企业资质与业务范围的招标公告，严格核查企业资质、人员、设备等资源与项目需求的匹配度，最终完成投标可行性初步研判，规避无效投标。（2）投标文件编制阶段：是投标核心环节，需完成技术标专项施工方案设计、商务标精准报价核算，系统整理企业资质、业绩、人员证书等佐证资料，全程开展文件合规性审核，杜绝资料缺失、格式不符等问题。（3）投标递交与开标评标阶段：包含投标文件规范密封与按时递交，配合完成开标流程，针对评标专家疑问精准答疑、如实应答，全程跟进评标进度与公示结果，及时处理后续异议、中标公示等收尾工作^[1]。

2 建筑工程施工投标核心影响因素分析

2.1 企业自身内部影响因素

（1）企业综合实力。企业综合实力是投标竞争的基础核心条件，直接决定企业投标准入资格与竞争上限。主要包含企业资质等级、专项施工技术水平、机械设备储备、流动资金实力，以及过往同类项目施工业绩和市场信誉。资质与业绩决定企业能否参与项目投标，技术、设备和资金保障项目履约能力，良好的市场信誉则能提升评标认可度，是企业参与市场竞标最核心的内部支撑。（2）企业管理能力。企业整体管理水平直接影响投标质量与中标概率，涵盖专业项目团队配置、投标文件编制精细化水平、项目成本核算能力及突发问题应急处置能力。高素质的投标与技术团队可保障投标文件规范优质、方案贴合项目需求；精准的成本核算能够规避报价偏差风险；成熟的应急处置能力可有效应对投标答疑、资料补正等突发情况，提升投标稳定性。（3）企业

市场战略。企业市场战略对投标决策具有明确的导向作用,企业的区域市场布局、主营业务拓展方向、市场占有率提升目标,直接决定着项目投标的取舍标准。企业会优先选择契合自身发展规划、利于深耕区域市场、完善业务板块的项目投标,战略性放弃短期收益低、不符合长期布局的项目,以此实现投标活动与企业长远发展的统一。

2.2 项目外部环境影响因素

(1) 项目本身属性。项目自身核心参数是投标研判的重要依据,项目建设规模、施工技术难度、既定工期要求、质量验收标准及工程款付款方式,直接影响投标报价、施工方案编制与项目盈利空间。规模大、难度高、工期紧张、付款条件严苛的项目,投标风险与施工成本更高,对企业综合实力要求更为严苛。(2) 市场竞争环境。区域市场竞争态势直接影响投标策略制定,主要包括竞争对手数量、同行综合实力、行业整体竞争氛围及区域市场竞争规则。竞争对手数量多、实力强劲时,市场内卷加剧,中标难度大幅提升;而竞争压力较小的细分项目,企业可采用稳健报价策略,保障项目利润,竞争环境是投标决策的重要外部依据^[2]。(3) 政策与市场环境。行业政策与市场动态对投标工作具备宏观约束作用,招投标政策新规、行业监管制度调整会直接改变投标流程与合规要求;建材价格波动、人工成本涨跌、机械租赁价格变动,会大幅影响项目成本测算与报价体系,直接决定投标报价的合理性与项目后续盈利空间。

2.3 招标文件关键约束因素

(1) 资质与门槛要求。招标文件设定的硬性准入条件是投标的基础前提,包含企业资质、过往项目业绩、在岗专业人员、施工设备配置等硬性指标,未达到门槛要求将直接丧失投标资格,是企业开展投标可行性研判的首要核查内容。(2) 评标评分规则。不同评标方式决定投标侧重点,综合评标法兼顾报价、技术、资信综合得分,需全方位优化投标文件;最低价评标法更侧重报价优势,企业需在合规保本前提下优化报价策略,贴合评标得分核心要点。(3) 合同条款约束。招标文件中的合同条款对投标工作形成刚性约束,工期要求、质保标准、违约追责条款、工程款付款节点等内容,直接影响施工方案规划与投标报价调整,严苛的合同约束会增加施工履约风险,倒逼企业优化投标策略、预留风险缓冲空间。

3 建筑工程施工投标核心策略体系

3.1 投标决策筛选策略

(1) 项目筛选研判策略。项目筛选是投标工作的首要环节,其合理性直接决定了投标工作的有效性与价值实现。企业需建立标准化、系统化的项目可行性评估指标体系,从项目规模、施工难度、资金保障、盈利空间、适配资质等多维度开展综合研判。结合企业自身施工能力、技术储备、资源配置及长期发展规划,精准筛选与企业实力匹配、契合市场布局的优质项目,坚决摒弃盲目投标的经营模式,有效节约投标人力、物力、财力成本,提升投标整体成功率。(2) 投标时机决策策略。投标时机的合理把控是提升竞争优势的关键。企业需实时调研跟进建筑市场整体行情,掌握建材价格、行业政策、市场需求的动态变化,同时持续监测竞争对手的投标动态、投标偏好与报价规律。结合企业内部施工任务饱和度、工期排布、设备人员闲置情况,科学规划投标参与节奏。在企业任务空档期、市场竞争缓和阶段主动出击,在市场波动大、竞争白热化阶段审慎投标,实现投标节奏与企业经营现状、市场环境高度适配^[3]。(3) 放弃投标决策策略。科学的投标体系不仅包含积极竞标策略,也涵盖理性放弃机制。企业需明确各类不良项目的判定标准,对风险极高、盈利微薄、超出自身施工承载能力、业主资信较差的项目,建立清晰的放弃投标准则。主动规避资质不匹配、工期不合理、付款条件苛刻、存在隐形施工风险的项目,及时终止无效投标工作,减少资源无效投入,规避中标后亏损、履约困难等问题,保障企业经营效益稳定。

3.2 差异化投标报价策略

(1) 保本微利报价策略。该策略主要适用于市场拓展初期、需要积累项目业绩、行业竞争激烈的常规民用、市政通用项目。在保证项目施工质量、合规履约的前提下,压缩利润空间,以保本、微利为核心报价原则。其核心目的并非短期盈利,而是帮助企业开拓全新区域市场、丰富项目业绩、积累行业口碑,快速提升企业在当地市场的知名度与市场占有率,为后续承接优质项目奠定基础。(2) 盈利型报价策略。该策略应用于技术壁垒较高、专业度较强、施工难度大、竞争对手稀缺的优质工程项目。此类项目对施工技术、专项设备、施工经验要求严苛,行业竞争压力小,具备充足的利润空间。企业可依托自身技术优势、成熟施工经验,结合项目施工难点、履约成本合理抬高报价,在保障施工品质与履约安全的基础上,最大化挖掘项目经济效益,提升企业盈利水平^[4]。(3) 不平衡报价策略。不平衡报价是合规前提下优化项目收益的重要手段,需严格遵循招投

标法规及招标文件要求实施。针对项目中结算周期早、工程量大概率上调、施工工序靠前的分项工程适度提高报价；对工程量可能缩减、施工靠后、结算滞后的分项工程适度降低报价。在不改变总报价、不影响中标的前提下，优化资金回笼节奏，规避工程量变动带来的损失，整体提升项目综合收益。

3.3 投标文件编制优化策略

(1) 技术标优化策略。技术标是体现企业施工实力的核心载体，需杜绝模板化、通用化编制。结合项目施工特点、场地条件、工期要求、质量标准定制专属施工方案，细化施工工艺、施工流程、资源配置计划。重点突出企业技术优势、工期保障措施、全过程质量管控体系、安全文明施工方案及应急保障预案，凸显方案可行性、科学性与先进性，打造差异化竞争亮点，提升技术标评分。(2) 商务标优化策略。商务标直接决定投标报价的合规性与精准度，是中标的核心关键。企业需依托精准的成本测算体系，全面核算人工、建材、机械设备、管理运维等各项成本，严格按照招标文件规范编制报价清单，确保清单子目齐全、数据精准、格式合规、无错漏项。同时对标评标评分规则优化报价结构，平衡报价优势与盈利空间，杜绝无效报价、亏损报价问题。(3) 资信标优化策略。资信标是展现企业综合实力、提升评标得分的重要补充。编制过程中需系统整合企业优质资质等级、近年同类标杆项目业绩、专业技术团队配置、企业荣誉奖项、信用评价证书等核心资料。对各类佐证材料分类整理、规范排版，突出企业品牌实力、施工经验与履约保障能力，全方位提升企业综合竞争力，拉开与同行竞争对手的评分差距。

3.4 投标风险防控策略

(1) 前期风险排查。投标前期需开展全方位风险排查工作，细致研读招标文件，排查条款漏洞、隐性约束及不合理条款，精准识别合同陷阱。同时核查项目立项合规性、施工手续完整性，调研业主单位资信状况、履约口碑与资金实力，提前预判政策变动、项目合规性不

足、业主付款违约等潜在风险，从源头规避投标无效、履约纠纷等问题。(2) 报价风险防控。报价风险是投标核心风险之一，企业需建立精细化成本测算机制，实时更新建材、人工、机械市场价格数据，精准测算项目全周期施工成本。报价编制时预留市场价格波动缓冲空间，充分考虑施工周期内的物价涨跌、税费调整等不确定因素，坚决杜绝盲目低价竞标，从源头防范低价中标、施工亏损的经营风险^[5]。(3) 竞争风险防控。企业需常态化开展竞争对手调研分析，总结同行企业的投标报价规律、方案特点、竞标优势与惯用策略。结合历次投标竞争数据，精准研判本次项目的行业竞争态势，针对性调整自身投标方案与报价策略。通过差异化优化规避同质化恶性竞争，合理规避低价内卷、盲目竞价带来的经济损失，保障投标竞争的合理性与安全性。

结束语

投标策略是施工企业参与市场竞争的核心抓手，贯穿投标研判、报价编制、文件制作及风险管控全过程。企业投标工作不能仅凭经验开展，需结合自身实力、项目特点与市场环境制定差异化策略。唯有精准筛选投标项目、优化报价方案、精进投标文件、落实全流程风险防控，才能有效提升中标率。未来企业需持续迭代投标策略，适配行业新规与市场变化，实现市场拓展与经济效益双向提升。

参考文献

- [1] 黄波. 建筑工程招投标阶段造价控制的影响因素分析[J]. 江苏建材, 2023, 27(3): 162-164.
- [2] 刘建祥. 建筑工程招投标阶段的造价控制措施[J]. 砖瓦, 2023, 14(6): 136-139.
- [3] 陈绍林, 代文博, 冯向阳. 浅谈探究建筑工程招投标阶段的造价控制措施[J]. 建筑与预算, 2022, 6(11): 28-30.
- [4] 以磊民. 建筑工程招投标阶段造价控制的影响因素及措施[J]. 建材发展导向, 2024, 22(22): 84-86.
- [5] 陈婷. 建筑工程招投标阶段造价控制的影响因素及措施[J]. 大众标准化, 2024, 10(13): 62-64.