

标前成本问题及研究

刘开广

北京大龙建设集团有限公司

DOI:10.12238/ej.v5i3.950

[摘要] 近几年在国家政策调控下,导致整个建筑行业增长缓慢,加之受新冠疫情影响,建筑业招投标市场大幅萎缩,使得建筑市场竞争呈现白热化状态。因此施工企业在招投标阶段需要努力提高自身的竞争力,才能在众多的竞争对手中脱颖而出。所以摆在施工企业面前的问题就是:如何提高施工企业招投标阶段的竞争力?这便需要企业决策者对项目及建筑市场深入研究,掌控各方面资源、信息。其中,标前成本测算是十分重要的一个环节。

[关键词] 标前成本的策划; 标前成本分析的重点和难点

中图分类号: F0 文献标识码: A

Pre-bidding Cost Problems and Research

Kaiguang Liu

Beijing Dalong Construction Group Co., Ltd

[Abstract] In recent years, under the national policy regulation, the growth of entire construction industry has been slow, and affected by the COVID-19, the bidding market of construction industry has shrank sharply, making the competition in the construction market intensified. Therefore, the construction enterprises in the bidding stage need to strive to improve their competitiveness, to stand out from many competitors. So the problem in front of construction enterprises is that how to improve the competitiveness of construction enterprises in the bidding stage? It requires enterprise decision makers to conduct in-depth research on the project and construction market, and control all aspects of resources and information. Among them, the pre-bidding cost calculation is a very important link.

[Key words] pre-bidding cost planning; the key points and difficulties of pre-bidding cost analysis

引言

标前成本测算,指的是施工企业依照招标方案、工程量清单、答疑、补疑,根据施工组织、图纸、设计、技术规范性等资料,综合考虑工程工期、税金质量、企业管理等多个因素,在招投标之前就对上述因素进行核算,预测拟投标的项目,从投标开始到竣工验收阶段可能会发生的全部成本费用。它是基于企业分包的劳务价格、市场的材料价格、机械设备使用费等其他直接费、间接费等投入,结合招标文件中的内容,基于施工企业自身的承受能力及对施工现场的调查结果,科学估算出拟投标项目的成本。

1 标前成本的策划

在投标阶段对项目做好标前策划,准确测算项目全生命周期的标前成本,便于控制项目经营风险。项目投标前成本策划是在保证满足工程安全、质量、工期、文明施工等合同要求的前提下,对整个项目实施过程中所发生的费用,通过预想的施工组织、施工方案、施工管理、施工协调活动实现预定的成本目标

的预测。投标前成本策划主要从市场调查、成本策划、实现效益三个方面进行浅析:

1.1 市场调查

一个建筑施工企业要在建筑市场上有立足之地,就要有较强的竞争意识和市场应变能力。近年来,随着市场经济的发展,建筑市场招标竞争愈来愈激烈,在沉重的市场压力下,不少施工企业盲目承揽任务,不惜血本以中标为唯一目的,使企业陷入越干越亏的境地,甚至不顾企业形象和信誉,中途停工或单方中止合同等各种手段来威胁建设单位补偿或加价;有的企业不计成本盲目铺展,甚至巨额贷款垫资施工,使企业背上沉重的包袱,因此我们要正确处理由于市场竞争而带来的种种问题。

投标前进行现场考查、并进行市场调查是非常必要的投标前需要调查的内容有:①大宗材料调查:包括钢材、混凝土、木材、水泥、地材及针对每个工程的特殊材料的产地、供应能力、产量、运距、价格、运输方式等。②设施材料的调查:一个大型工程往往要使用大量的设施材料当地的供应能力及体系

能否满足工程要求。③劳动力情况调查: 当地劳动力水平、数量、素质、来源、资质等都需要经过深入调查。④大型机械调查: 根据工程特点, 是否需要大型机械或特殊机械, 当地市场是否能找到满足要求的机械, 是否需要长途运输, 是购买还是租赁。⑤水、电燃料的价格及来源。⑥当地的气候、水文、交通、通信以及周围的环境情况等。⑦对投标的兄弟单位的调查了解也是重中之重, 对方的实力水平, 竞争优势, 内部管理模式等都需要作为了解对象, 做到知己知彼。根据某些工程前期策划资料反映, 标前的成本预测往往与实际施工成本有较大的差距, 造成这种结果的原因可能是: 其一, 投标人员没有用足够的时间和精力进行现场实地踏勘, 投标过程中对一些问题没有经过认真分析和调查, 而有时只能凭经验判断; 其二, 项目中标后实际资源配置及市场环境等因素与标前调查出入太大, 再者一般投标项目多, 时间仓促。

1.2 成本策划

投标前进行市场调查是为了更好地做好成本策划分析, 为投标决策提供依据。搞好成本策划、确定成本控制目标, 加强成本控制, 首先要抓成本策划。成本策划的内容主要是结合各项目的施工条件、施工组织、施工方案、机械设备、人员素质等对项目的成本目标进行预测。

1.2.1 人工费的测算首先分析工程项目主体的人工费单价, 再分析工人的工资水平及社会劳务的市场行情。目前市场上较多采用主体钢筋、砼、模板、脚手架及一定范围内的辅材按建筑面积包干的形式。人工费占全部工程费用的比例较大, 一般都在20%左右。我们在以往的投标中, 往往对主体劳务单价按建筑面积直接报价, 这种做法是不可取的。主体包干单价是由几部分组成的, 首先我们要确定每个组成部分的经济指标, 如砼 $0.4\text{m}^3/\text{m}^2$, 钢筋 $0.006\text{t}/\text{m}^2$, 模板 $2.2\text{m}^2/\text{m}^2$, 脚手架 $0.56\text{m}^2/\text{m}^2$, 然后根据各项目市场人工单价, 计算出单价总和, 并考虑一定的管理费用和应得利润以及少量辅助材料的费用, 然后计算出比较真实合理的主体大包人工单价。

1.2.2 材料费的测算材料费占工程成本的比重极大, 一般占全部工程费的65%~75%, 直接影响工程成本和经济效益, 应作为重点测算对象。下面分别对主材、地材、辅材、周转材料费进行逐项分析。建筑工程主要材料一般有商品砼、钢筋、木材、水泥等。首先要了解当地的商砼供应站的建设情况, 有些地方城市一般商砼供应站数量有限, 产量有限, 对价格要做详细地了解; 有些偏远地方无商砼供应站, 而项目砼需用量大, 是否考虑施工单位自行建立预拌站也是一种方案。钢筋的市场价格不稳定, 与国际国内形势等大环境有直接的关系, 一般风险较大, 最好的办法是建议建设单位采取风险合理分担的办法, 确定钢材价格。对于地材, 主要是砂子和砖, 这两种材料的价格存在季节性变化, 主要看大量使用是在什么季节, 如果刚好在限制挖土挖砂防汛季节, 那么成本肯定相当高了。

1.2.3 机械费的测算结合施工组织设计合理配置大型机械, 如塔吊、电梯、吊栏等。根据配置机械的预估数量及计划使用

天数, 结合事先调查的机械租费, 计算出机械的成本费用。

1.2.4 管理费用及其它费用的测算除人、材、机外, 管理费、措施费、安全文明施工费、经营费、招投标管理费、保险费等均要根据公司实际情况客观公正地进行测算。

1.3 实现效益

从投标前成本策划的重要性考虑, 标前成本策划在一定程度上为完善和改进企业项目管理起到了积极的作用; 从投标前成本策划的实用性考虑, 标前成本策划增加了对项目经济效益指标的核定。成本策划这项工作, 经验因素也占了很大的比重, 企业领导要在机构设置及人员配置上给予充分重视, 只有培养复合型人才, 加大对相关人员的素质培训, 才能把成本管理做得更扎实。总之, 做投标成本策划是企业投标做到心中有数的一项重要和必须的工作, 又是向科学管理要效益的具体举措, 在激烈的市场竞争中应不断地自我完善, 增强企业的竞争力, 才能使企业在激烈的市场竞争中可持续发。

2 标前成本的分析的重点难点

投标竞争是企业之间综合实力的竞争, 它的胜负不仅决定于投标者的技术, 设备和资金等实力的大小, 更决定于投标报价的成本分析, 投标策略的正确性, 为提高中标率, 为了企业的生存和发展, 成本分析工作应从理论上深入研究, 实践中全面展开, 不断总结经验, 以推动成本分析在投标报价中扎实有效地开展。

2.1 踏勘现场

跟踪新项目伊始, 应对项目现场进行踏勘, 了解现场地质、水文等因素对项目施工的影响; 掌握项目所在地的施工劳动力水平, 水、电、通信状况, 地下管线布置, 进场道路的规划以及当地的政策、法规、经济现状, 甚至同项目竞争对手的施工水平、报价习惯等均应充分考虑。众所周知材料费在建安工程中的占比为55%~60%, 因此除以上提及的内容外, 项目所需大宗材料的价格(包括信息价、市场价、及价格走向趋势等)、供应渠道、运距、运输方式、运费等也是踏勘的重点。此处以天津市某市政工程为例, 分析材料价格对标前成本测算的影响程度, 知微见著, 进而表明踏勘现场的重要性。

2.2 工程量的复核

目前许多施工企业由于人员不足或时间仓促等原因, 在标前成本测算时没有复核工程量的程序, 而仅依靠招标人下发的工程量清单测算成本, 这样做虽然从表面上看并不影响成本测算, 但实际上却存在很大弊端。首先复核工程量可以让施工企业对该项目有全面系统的了解, 进而根据项目自身特点及工程规模等对设备选型配置, 对人工、材料等资源总体配置, 选择更为经济有效的施工方法。其次, 虽然《建设工程工程量清单计价规范》中规定: “工程量清单的准确性和完整性由招标人负责”, 也就是说投标单位没有核实工程量清单的义务, 但是投标单位可以通过复核工程量, 发现清单中的错误和遗漏, 从而采取不同的报价策略, 运用不同的报价技巧进行报价, 为企业争取更多利益。例如清单中的工程量比图纸中的工程量大, 且可能是由于计算错误造成, 后期该数量预计会减小的条目, 可适当降低单价;

预计后期工程量增加的,则可适度提高报价。因此,工程量的复核在标前成本测算中看似无足轻重,实际却有很强的操作性和指导意义,施工企业在投标前应重视此项工作的开展。

2.3 成本测算人员经验和数据的积累

标前成本测算不同于施工阶段,每个项目都或多或少有一部分信息和基础数据的缺失,或者因为技术等因素不能准确计算的工程量,例如软弱岩层的注浆,势必要在施工中才能准确计量,此类缺失只能通过测算团队的经验数据解决;另外,成本测算中所需的人工、材料、机械等资源消耗量、财务费用的支出、企业的各项管理水平等也是与企业自身的特点及施工水平密切相关,不同的企业各不相同,这就需要成本测算人员积累相关数据,使统计数据、经验数据尽可能接近本企业真实水平,标前成本测算才可能最大程度的与施工成本接近。

2.4 各部门的配合与协作

标前成本测算内容涉及企业内部工程相关要素的各个主管部门,对于小型项目而言,各个部室之间要默契配合,在各自相关领域上为测算提供可靠的信息;对于大型、复杂、涉及多个专业的项目,甚至需要各专业公司之前的通力协作。只有企业内部相关各方协同运作,各方对所提供数据精益求精,才能使此项工作高质、高效的推进,不再使标前成本测算流于形式,而是全

方位,多视角的控制工程造价,使投标决策更为精准、全面、有竞争力,不盲从。

3 结语

施工企业想要在建筑市场分得“蛋糕”,就要提升自身的竞争实力,而加强项目成本控制是其手段之一,因此标前成本测算就显得尤为重要。企业决策者应充分意识到标前成本测算在企业管理中的重要性,综合市场因素,结合企业情况及工程自身特点,将标前成本测算的作用发挥到极致,从而开拓市场,占领市场份额,让企业更为长足、健康、有序的发展,从而使企业立于不败之地。

[参考文献]

[1] 荣丽. 标前成本测算的意义及重点[J]. 基层建设, 2021(02):20-21

[2] 梁璐. 标前成本测算的应用和意义[J]. 建筑实践, 2020(31):11-13

[3] 王宗辉. 标前成本测算在投标报价中的应用和意义[J]. 四川水泥, 2020(4):222.

作者简介:

刘开广(1986--),男,湖北保康人,本科,北京大龙建设集团有限公司,研究方向:工程管理与工程造价。

中国知网数据库简介:

CNKI介绍

国家知识基础设施(National Knowledge Infrastructure, NKI)的概念由世界银行《1998年度世界发展报告》提出。1999年3月,以全面打通知识生产、传播、扩散与利用各环节信息通道,打造支持全国各行业知识创新、学习和应用的交流合作平台为总目标,王明亮提出建设中国知识基础设施工程(China National Knowledge Infrastructure, CNKI),并被列为清华大学重点项目。

CNKI 1.0

CNKI 1.0是在建成《中国知识资源总库》基础工程后,从文献信息服务转向知识服务的一个重要转型。CNKI1.0目标是面向特定行业领域知识需求进行系统化和定制化知识组织,构建基于内容内在关联的“知网节”、并进行基于知识发现的知识元及其关联关系挖掘,代表了中国知网服务知识创新与知识学习、支持科学决策的产业战略发展方向。

CNKI 2.0

在CNKI1.0基本建成以后,中国知网充分总结近五年行业知识服务的经验教训,以全面应用大数据与人工智能技术打造知识创新服务业为新起点, CNKI工程跨入了2.0时代。CNKI 2.0目标是将CNKI 1.0基于公共知识整合提供的知识服务,深化到与各行业机构知识创新的过程与结果相结合,通过更为精准、系统、完备的显性管理,以及嵌入工作与学习具体过程的隐性知识管理,提供面向问题的知识服务和激发群体智慧的协同研究平台。其重要标志是建成“世界知识大数据(WKBD)”、建成各单位充分利用“世界知识大数据”进行内外脑协同创新、协同学习的知识基础设施(NKI)、启动“百行知识创新服务工程”、全方位服务中国世界一流科技期刊建设及共建“双一流数字图书馆”。