

# 信用评价在公路施工企业投标的影响

林相 叶震超

中交一公局第六工程有限公司

DOI:10.32629/btr.v2i2.1824

**[摘要]** 公路作为交通运输的重要设施,能够促进社会经济发展,加强生产要素、中间产品及产成品之间的流通,因此保证公路质量是十分重要的工作内容。对此本文阐述了信用评价对公路施工企业的影响,同时简要分析了目前施工企业的信用评价等级和相关政策以及失信行为产生的后果,并提出了相应的加强措施,以供参考。

**[关键词]** 信用评价; 公路; 施工企业; 投标

保证公路施工质量,对经济发展有着重要意义,而对于公路施工企业进行信用评价,能够营造诚信市场环境,还能加强公路施工过程中的信用管理,最后确保施工质量以及保证市场经济发展。但因为有些公路施工企业对信用管理方面缺乏相应的重视,不仅影响公路施工质量,还影响施工企业的中标几率。因此,公路施工企业在进行投标时,其中一项重要工作内容是不断完善信用评价体系。

## 1 公路施工企业的信用评价体系

2018年3月1日起,交通运输部正式使用2018版《公路工程标准施工招标文件》及《公路工程标准施工招标资格预审文件》,这两个文件中表明信用评价结果直接影响企业的招投标结果,为信用评价高的企业予以适当的奖励,如质量保证金、申请标段等优惠政策。通过适当的奖励政策,增强施工企业的自律性,创建诚信市场环境<sup>[1]</sup>。目前,我国各个地方所指定的信用评价标准存在一定的差异,但评价的主要内容均为守信、守德、守法等方面对公路施工企业进行信用评价,具体包含的内容为企业资金信用、发展前景、综合素质等。目前对公路施工企业进行信用评价的等级主要分为AA、A、B、C、D五个等级,其中AA等级为分数95-100之间,代表施工企业的信用度非常高,而A、B、C、D则表示信用度逐渐降低,其中D等级的分数低于60,代表施工企业的信用度非常低,而且信用评价的结果能够直接在投标行为及履行情况等方面呈现。

## 2 信用评价等级和投标过程中的相关政策

如果施工企业在信用评级中的结果为AA或A等级,那么在B级或C级企业中进行投标,中标的几率会很高,在交通运输部新实施的信用评价中也会增加被评价为AA级或A级的机会,因此,公路施工企业应对自身信用加强重视,认识到信用评价对竞争力的重要作用。

### (1) 投标资格的预审阶段

近几年,交通运输部根据最新的信用等级对施工企业进行评价,企业可以根据自身评价等级对不同的资格预审项目提出相应的申请,但申请的总段数是根据信用评价等级来决定的,AA等级的施工企业,所投标段不能超过4个,A等级不能超过3个,B等级不能超过2个,C等级只能投1个标段,D

等级不能提出投标的申请。信用等级高,既能拥有较多的标段的投标申请,还能获取相应的资审保证金优惠政策<sup>[2]</sup>。天津市在进行资格审查过程中,AA等级信用的企业最多能够申请4各标段,允许中标3个;A等级能申请3个,允许中标2个;B等级能申请2个,允许中标1个;C等级可以申请1个,允许中标1个;D等级施工企业在评价考核有限期限内不允许进行申请投标及中标。从近几年的招标资格预审情况来看,信用系统指定的奖惩力度也在逐渐增强。

### (2) 投标阶段

天津市7条省道的改造工程中,在各公路施工企业申请投标后,相关部门根据企业的投标文件结合信用标准评判满足招标标准的企业,通过评定结果确定出适合的中标施工企业,而对于分数相同的施工企业,就需要根据投标的报价进行选择,报价相对较低的施工企业可以优先选择,如果投标企业的评分与标价都相同时,可以根据信用评价等级对投标企业进行选择,信用等级高的企业可以获得优先选择的权益<sup>[3]</sup>。如云南、贵州等地区,投标评价的主要方法为低价法,总报价为100%,AA等级的施工企业,可以在综合评分中增加0.6分,A等级加0.4分。而甘肃省在招标过程中则根据企业信用情况,适当的加减综合分数,AA等级可以加1分,A等级加0.5分,B等级不加分,C等级扣点0.25分,由此可知,公路施工企业自身的信用评价在投标过程中发挥着重要作用。

## 3 公路施工企业缺失信用的情况

第一,施工企业将风险过多的转嫁,如将资金短缺风险转给银行等机构,不能在规定的时间内将贷款还清,借助重组、破产等方法,逃避责任,对银行效益有着严重影响,从而因为企业的信用度等状况,不愿将资金投入施工企业中,此外,企业还将风险转移给供应商、分包商等与之合作的相关企业,除此之外,施工企业还存在一定不遵循合同进行施工的状况<sup>[4]</sup>。第二,投资方在公路施工过程中发生资金无法落实的现象,在某种程度上使施工成本增多,从而导致债务连环套现象,造成施工企业无法供应施工资金及工人工资等状况,对经济发展造成一定的影响。第三,施工企业在实际的公路施工过程中,与供应商、承包商之间形成不良联系,出现豆腐渣工程,只注重自身利益,虚报材料用量及劳务等,

完全无视施工质量。第四,施工企业在进行公路投标时,发生阴阳合同或违法转包等状况,且企业不遵循规章制度办事同时在施工中难以展现出其信用度,为了中标,发生恶意压价现象,此外,部分施工企业为了中标,完全无视自身的资金状况,竟然在垫资中实施建设,在某种程度上影响着资金信用度的循环。

#### 4 提高公路施工企业信用评价的有效建议

##### (1) 正确了解企业信用管理体系

按照实际的招投标信用评价的方式,给予信用评价等级较高的企业提供相应的优惠政策,无论是中标机会、市场竞争力的提升方面,还是中标报价提升方面,都能使公路施工企业的经济效益有所提高,因此公路施工企业应转变信用管理理念,将信用等级能够提升企业形象的观念向着提升企业效益观念转变<sup>[5]</sup>,并将其视为促进企业长久发展的重要元素。

##### (2) 提升企业员工的信用意识

施工企业内工作人员应明确认识信用评价的等级以及主要的评价标准,在实际工作过程中做到思想明确,提升企业信用度。施工企业的信用评价等级主要为 AA( $95 \leq X \leq 100$ )、A( $85 \leq X < 95$ )、B( $75 \leq X < 85$ )、C( $60 \leq X < 75$ )、D( $X < 60$ )。考核的主要范围为投标行为规范、合同履行情况、工程质量以及安全保证等。管理人员在工作中应主要注意这几个考核范围的执行情况,从而有效提升企业自身的信用度。

##### (3) 增强施工企业的信用管理机制

近几年,公路信用管理制度在不断健全,各省内的信用等级评价标准逐渐被全国性的标准所替代。目前许多公路施工企业存在等级评价标准差异较大的状况,企业在进行信用管理过程中应与不同省份的信用管理企业之间加强沟通交流,借鉴较好的信用管理机制,总结自身信用管理中的不足,并引以为戒。在实际的信用管理中,企业应在加强对信用管理机制的重视,制定严谨的管理机制,并严格执行,以促进企

业自身能在更广泛的省份或更高要求的信用管平台中取得更好的信用评价,提升企业自身的信用等级,为企业获取更高的经济效益。

##### (4) 加大信用评价的执行力度

信用评价主体为交通管理部门,履行考核标准的主体为施工企业,质量评价主体为交通运输部门及质量管理机构<sup>[6]</sup>。因此在执行信用评价过程中,交通管理部门及施工管理人员以及质量管理部门之间应加强交流沟通,保证对信用评价的标准有具体了解,并切实落实到工作中。

#### 5 结束语

综上所述,随着社会经济的发展,信用评价成为了评定公路施工企业的重要标准,信用评价结果直接影响着施工企业投标的结果,对企业效益及生存发展也有着重要的影响。因此作为公路施工企业应重视信用管理,建立全新的信用体系,让企业在投标过程中不受信用评价方面的影响,并获得一定的政策支持,从而获得更多的成功机会。

#### [参考文献]

- [1]郭相莉.信用评价对公路施工企业投标的影响[J].甘肃科技,2014,30(15):125-126.
- [2]王慧平.公路建设市场信用评价对施工企业投标的影响[J].青年时代,2015,(19):113.
- [3]张鹏.信用评价对公路施工企业投标的影响[J].交通世界,2017,(36):148-149.
- [4]邹蒙.浅谈公路工程招投标与施工企业信用评价[J].低碳世界,2016,(2):113-114.
- [5]李芙蓉.关于公路施工企业信用评价工作的探讨[J].广东科技,2012,21(11):11-13.
- [6]陈明.公路施工企业信用评价指标体系及方法研究[J].企业科技与发展,2018,439(05):143-146.