

新形势下采购招投标实战技巧和合同管控

产品名称	新形势下采购招投标实战技巧和合同管控
公司名称	深圳华致赢管理技术服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区新安街道办裕安路南侧二十五区普安工业区B栋二至六层四楼435号
联系电话	0755-29654556

产品详情

新形势下采购招投标实战技巧和合同管控

培训时间：2022年03月25-26日

培训对象：部门领导、负责招标的采购管理人员、合同管理人员、法务人员、业务人员、财务人员，招标项目管理人员等

课程背景：

2018年以来，随着原材料价格急剧上涨、劳力成本高居不下，企业成本控制的压力越来越大。国家发改委会同工信部、住建部等9部委（局），共同编制了《标准材料采购招标文件》等5个招标标准文件的，标准文件对2018年“招投标”行业最新的动态方向做了明确的要求。如何解读国家的新招投标政策信息，理解招标文件、科学合理的掌握评标规则，从而建立有效的成本、风险管理体系，实现公开、公正、公平的商业竞争平台。其次如何有效规避招投标的采购风险，合同管理在企业招投标中尤为关键，完善合同管控可以有效保证采购招投标价值最大化。上升到企业运营层面还能提升企业市场竞争优势，垄断市场，获得较高经济利润。为此本课程重点培训掌握商务实战技巧和熟练运用合同管理的人才，确保投标的中标成功率，为企业创造更大的价值。

课程收益：

培训的具体掌握知识点如下：

- 1.科学解读2018年采购招投标政策和相关规定的新要点
- 2.掌握采购招投标文件制定要点、制定明确的招投文件

- 3.掌握采购招投标评标的要点和风险点
- 4.掌握建立采购招投标成本控制和风险管控体系
- 5.掌握建立采购招投标合同管理团队和绩效考核体系

课程大纲：

一单元 新时代下招投标行业的重大变革

1.解读九部委联合发文的5个招标标准文件通告要求

1.1标准的适用范围

1.2标准的补充规定

1.3标准的调整和修改

2.87号令《政府采购货物和服务招标投标管理办法》文件的解读

2.1解读招标主题

2.1.1公开招标和邀请招标的定义

2.1.2明确地方预算数额标准的确定主体

2.1.3政府采购招标活动的内控管理

2.1.4按品目分类目录确定

2.1.5主管预算单位的明确定义

2.2解读招标资格预审、公告、及文件的要求

2.2.1公开招标公告内容调整

2.2.2资格预审内容调整

2.2.3公告期限调整

2.2.4资格要求或者评审因素调整

2.2.5招标文件或者资格预审文件的提供期限调整

2.2.6招标文件的十六项主要内容

2.2.7资格预审文件的八项主要内容

2.2.8招标文件售价原则

2.2.9何为招标文件、资格预审文件的先天不足

2.2.10资格审查后有效投标人不足如何处理

2.3采购方、招标代理机构及评标委员会的新规定

2.3.1招标代理机构不得“自我投标”

2.3.2采购方自行招标条件

2.3.3采购方如何做好招标前的市场调查、价格测算工作

2.3.4采购需求调整

2.3.5评标委员成员不得参加开标活动

2.3.6采购方及招标代理机构的十项工作职责

2.3.7评标委员会的五项职责

2.3.8评标委员会成员组成

2.3.9专家管理权限要求

2.3.10新增评标委员会特殊情况应对规定

2.3.11评标委员会职权

2.3.12四种情形可重新组建评标委员会

2.4招标项目或产品的新规定

2.4.1样品使用要求规定

2.4.2何为“相同品牌产品”

2.4.3项目分包要求

2.5开标、评标、中标的新要求

2.5.1明确终止招标活动的情形以及处理方式

2.5.2六种情形认定为串通投标行为

2.5.3投标文件密封规定

2.5.4开标过程和开标记录有疑义及申请回避处理规定

2.5.5综合评分法的评审因素细化和量化要求

2.5.6低评标价法二项要求

2.5.7删除性价比法新规定

2.5.8明确采用综合评分法时的价格分值比重

2.5.9综合评分法中，价格计算法新要求

2.5.10低评标价法、综合评分法“定标”原则确定

2.5.11评标评审报告六项主要内容

2.5.12投标文件四种修正办法

2.5.13投标人报价低于成本应提供书面说明证明其合理性

2.5.14评标委员会成员应签署不同意见及理由如何处理

2.5.15评标委员会及其成员违规及无效的意见有哪些

2.5.16六种情形投标无效

2.5.17四种情形外不得修改评标结果

2.5.18停止评标有哪些具体要求

2.5.19如何确定中标人

2.5.20中标结果公布的要求

2.6明确招标纪律及违规的处理规定

2.6.1评标现场保密要求

2.6.2强化对中标人的履约管理

2.6.3采购人将被警告四种情形

2.6.3采购人、采购代理机构违规的十二种处罚措施

2.6.4违法行为处理依据规定

2.6.5政府采购人员承担哪些民事责任

2.6.6财政部门工作人员工作要求

2.6.7货物服务电子招标投标的规定

2.7招标的采购合同新规定

2.7.1规范政府采购合同包含的内容

2.7.2明确政府采购合同适用合同法

2.8招标项目验收的新规定

2.8.1第三方参与验收要求

2.9招标其他补充规定

2.9.1招标管理办法中时限的规定

2.9.2明确关键条件的内涵

2.9.3招标管理办法实施日期

3.16号令《必须招标的工程项目规定》文件的解读

3.1全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的招标项目满足什么条件

3.2使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的招标项目满足什么条件

3.3大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的招标项目要满足什么条件

3.4勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的招标要满足什么条件

【头脑风暴】如何解读87号令和16号令对于采购招投标行业影响的分析（分组讨论）

【案例分析】

1.拨乱反正--浅谈某通讯行业如何杜绝项目招标的“潜规则”

2.某通讯招标项目19家政采代理受到财政部处罚的缘由

3.广东某招标响应文件“匿名”和“显名”规则的解读

4.河北电信工程招投标中“阴阳合同”效力是如何认定的

【经验分享】通讯采购招投的难点和痛点

第二单元 招投达人是如何炼成的

1.采购招投标的运作模式

1.1采购招投标基本概念和成本控制理念

1.2采购招投标供应定位模型和客户感知模型

1.3采购招投标条件、运作方式

1.4采购招投标五大运用模式

2.采购招投标项目实操训练课程（标前、标会和标后三个阶段：采购投标项目“降龙十八掌”）

2.1标前的准备工作

2.1.1第一掌：成立投标委项目组，明确各自的职责和行动方案

2.1.2第二掌：明确投标需求和市场分析，解读招标方案

2.1.3第三掌：明确投标流程和职责，制定投标方案书

2.1.4第四掌：按照需求和目标，提供客户所需的资源和配置产品或者服务

2.1.5第五掌：明确招商商务和技术需求；提供相关的资格证明文件；或者招标设备及物料满足招标的要求，组织打样测试，并提供第三方检测报告。

2.1.6第六掌：按照要求提交投标保证金

2.2招标会现场准备工作

2.2.1第七掌：确定参与竞标的团队人员

2.2.2第八掌：组织评估和提交最终参加竞标的标书

2.2.3第九掌：参与评标活动

2.2.4第十掌：明标的唱标

2.2.5第十一掌：确定中标的结果

2.2.6第十二掌：中标结果公布

2.3招标后的安排工作

2.3.1第十三掌：中标通知书下达，组织项目小组入场

2.3.2第十四掌：制定项目的进度分工和考核绩效表

2.3.3第十五掌：定期通报和实施改善，按照评审计划监督实施

2.3.4第十六掌：项目风险的管控和实施改善计划

2.3.5第十七掌：财务定期评估投标降成本的实际达成效果。

2.3.6第十八掌：整体从QSAR等方面综合评估此次投标的绩效考核，形成投标项目报告。

【课题演练】如何高效的解读招投文件

【案例分析】1.政企A和民营B不同行业招标模式的优劣分析

2.分享某通信配套行业投标实战的秘诀

3.如何解读招标公告背后的“密码”

【实战工具】如何有效运用采购招投标的“降龙十八掌”

第三单元 成功的投标书就就这样编制的

1.五种典型的招标形式的特点

1.1公开招标的特点

1.2邀请招标的特点

1.3竞争性谈判的特点

1.4比选的特点

1.5 BOT的特点

2.投标书的制定“天龙八部”

2.1招标书的下载的正确途径，准备投标材料；

2.2组建团队，明确分工；

2.3拟定起草技术和商务文件标书；

2.4准备商务资格和投标保证金；

2.5从目标成本和对手多个层面进行报价分析；

2.6分工分层审核标书正文和包装形式；

2.7提前刻盘打印和网络注册、网络上传；

2.8确定参与开标人员、预定酒店、提前到现场；

3.五大招标的标书制定的秘诀

3.1公开招标的标书制定的八大秘诀；

3.2邀请招标的标书制定的六大秘诀；

3.3竞争谈判标书制定的五大秘诀；

3.4比选的投标制定的九大秘诀；

3.3 BOT的制定的六大秘诀；

4.成功投标书的20个关键步骤

4.1编制投标封面的关键点

4.2编制投标目录的关键点

4.3编制标书中修改报价的声明书（或降价函）关键点

4.4提供授权书的关键点

4.5提供银行保函的关键点

4.6提供信贷证明的关键点

4.7投标报价的关键点

4.8招标文件的确认和承诺的关键点

4.9施工组织安排的关键点

4.10施工进度考核的和关键点

4.11工程质量考核的和关键点

4.12措施考核的和关键点

4.13环境保护措施考核的和关键点

4.14文明施工措施考核的和关键点

4.15工期保证措施考核的和关键点

4.16控制（降低）造价措施的关键点

4.17施工组织机构编制和关键点

4.18施工队伍组成编制和关键点

4.19施工主要人员简历证书编制和关键点

4.20绩效考核的方式和关键点

【课题演练】如何按照行业不同特点制定成功的招投标文件

1.不同行业的五种招标经典的案例分析

2.某医疗检测巨头在投标书5个至关重要的成功“密码”

3.什么样的投标书是深受招标方欢迎的？（某电力配套企业投标书解读）

【实战工具】招标编制秘诀“九阴真经”

第四单元 如何布局采购投标的战略和战术

1.如何确定项目投标的需求条件

2.如何明确项目投标的产品或服务标准

2.1明确项目投标需求的五大必备条件

2.2如何预测和确定需分析投标方案

2.3专家意见法（情景分析法、德尔菲法）

2.4市场测试法（人口抽样、试验性销售）

2.5定量分析

2.6如何确认交付和供应商服务/响应时的主要问题

3.投标布局实战中的“智与谋”

3.1吃透国家采购招投标的政策和规划

3.2理解和运用招标文件的规则和灵活度

3.3掌握评标的规则

3.3.1评标权重如何设置

3.3.2评标分值如何设置

3.3.3评分的标准如何设置

3.3.4如何确定投标的价格

3.3.5竞标成本如何合理核算

3.3.6忽视细节可能会造成巨大的损失

4.3投标的控制价格，你核算清楚了吗

4.3.1投标价格不能偏离市场价格

4.3.2投标价格不能认为拉高或降低

4.3.3工程量计算不能发生偏差

4.3.4项目的描述要完整且符合工程规范

4.3.5技术措施费合理吗

4.3.6工程报价要涉及动态管理

4.3.7主材的核算不能缺位和偏离

5.练就中标“七步必杀术”

- 5.1 扬长避短，善于SWOT分析投标的利弊，有的放矢
- 5.2 以逸待劳，提前分析和掌握招标的相关信息和资源
- 5.3擒贼擒王，摸清和把握关键的客户关系
- 5.4树上开花，利用竞争对手来壮大自己的声势
- 5.5欲擒故纵，利用客户的心理来增加中标的机率
- 5.6因势利导，投标工作组织圆满，水到渠成

【课题演练】如何在招标中识别对手的漏洞，并予以绝杀！

- 1.中国电信投标的项目经典案例分
- 2.某制药公司投标失败的经验分享
- 3.某国网企业如何破解“围标”的案例分析

【实战工具】采购招标的“七步杀”-实战技巧详解

第五单元 采购招投标合同签订难点，重点及风险规避

- 1.采购招投标采购活动需要遵循、参照的国家法律法规
- 2.完善的采购招投标合同具备的基本条件
- 3.采购招投标合同需要明确的法律要点
- 4.采购招投标合同成本管控要点
- 5.采购招投标合同进度管控要点
- 6.采购招投标合同质量管控要点
- 7.采购招投标合同资金及费用管控要点
- 8.采购招投标合同政策和环境管控要点
- 9.采购招投标合同变更和签证管控要点
- 10.采购招投标合同违约与索赔管控要点

【课题演练】为何我们的招投标合同“漏洞百出”？

- 1.雾里看花-如何识别公开招标合同的风险？

2.计划不如变化快！某企业在投标中面临的困境

3.借我一双慧眼吧！如何正确理解国家政策和招标现状的差别

【实战工具】火眼金睛--36种方式解读采购招投标合同的陷阱

第六单元 如何建立合同管理团队和合同绩效管理

1.建立合同团队的角色和分工

2.合同团队的管理风格

3.合同计划管理

工具：网络图/甘特图/里程碑等

4.合同预算管理

5.合同风险管理

5.1成本风险管理

5.2质量风险管理

5.3商业和其他风险管理

5.4合同风险登记表

6.合同管理绩效考核目标

7.如何检查合同绩效并确定纠正措施

8.如何开展绩效评估

8.1主管评估

8.2自我评估

8.3招标小组负责人评估

8.4中标供应商评估

8.5外界评估

【课题演练】如何设置和评估采购招投标合同的绩效指标

1.某家具公司投标管理团队绩效的目标解读

2.签证项目如何规避？某电池公司在厂房招标执行经验分享

3.近墨者黑--如何发现中标单位和招标方关联部门的利益关系

【实战工具】 网络图/甘特图/里程碑在采购招投标合同管理中的运用

讲师介绍：

南斌先生

采购与供应链管理/咨询师

采购风险与成本控制管理

供应商开发和绩效管理

供应链系统实战专家

授课风格：

南斌老师深耕采购与供应链管理22年，历经各行各业的组织运作经营模式，善于总结和提炼工作问题点和解决方案，并与授课有限的结合，课程立意新颖，结合目前企业采购存在的疑难杂症，对症下药。制定符合企业实际状况的解决方案，针对采购人员的自身能力和业务技能提出有效的培训方案。

授课特色：

南斌老师有效的总结出采购人员的八大能力培养意识，采购成本的降龙十八掌和供应商风险控制的黄金分界线。结合自己高度的提炼和幽默的讲课特点，深得同学们的喜欢，注重互动和有效提问，大量身边的案例讲解，对同学们影响深刻，易于理解，较快的达到授课目的。

服务客户：

中国联通（河北）、中国电信（广东）、佛山志高空调集团、云南大理嘉士伯啤酒集团、中山雷士照明集团、上海艾迪康医学检验所有限公司、湖南中车时代电动汽车股份有限公司、安克创新科技股份有限公司、重庆凯邦科技有限公司、攀钢集团有限公司、成都环球特种玻璃制造有限公司、四川省宜宾神州玻璃有限公司、绵阳美菱制冷有限公司、泰格微波技术股份、利尔化学股份有限公司、山东科普电源系统有限公司、济宁山推集团、歌尔声学股份集团、山东智洋电气股份集团、中孚信息股份集团、青岛耐克森轮胎集团、中国电子科技集团、徐州徐工液压件集团、山东顺东集团、标准微型摩打集团、东莞好万年电子制品集团、捷成PVC软胶制品集团、云南植物药业集团、爱普科斯（珠海）电阻电容集团、佛塑集团、罗浮宫家具集团、国星光电集团、佛山水业集团、迈特科技电子集团、深圳市深宇集团、广宇铝业集团、广亚铝业集团、中山威力集团、利虹电子、华昌铝厂、辰誉电力集团、新东方电子、玛缇陶瓷企业、华新彩印、亿美实业、格林灯饰、鼎和盛汽配、运峰电力、荷韵特种材料、航天华涛、德奥通用航空、大雅五金制品有限公司、宏泽电器制有限公司、康之友电器有限公司、深圳市沃特玛电池有限公司、广东宏日科技股份有限公司、广东德豪润达电气股份集团、理士国际技术集团、珠海双喜电器股份等。。。