

中国式图书招投标项目，有多少人崩溃过？

产品名称	中国式图书招投标项目，有多少人崩溃过？
公司名称	北京道宇文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市北京经济技术开发区经海三路109号院50号楼5层502室
联系电话	13641262010 18053072352

产品详情

中国式图书招投标招标第一特点就是：控标

所谓控标是指：对招标要求采取的一种程序性导向控制，该导向本意是有利甲乙双方，且相对合理构建项目建设要求或选型标杆、技术指标参数等等。然而，随着博弈的加深，这已经被玩坏了，变成了排挤对手赢单的工具。

控标分排他性控标或消弱性控标，排他性控标就是一招制敌，排除他人，比如你资质不够，参数达不到，直接废标出局，消弱性控标就是砍你几刀，不让你致命，但绝对让你站不起来，直到失血丢单。控标从另外的角度又演化成墙与坑。墙就是壁垒，障碍，明目张胆，容易识别，但难以破解；坑就是各种程序漏洞，各种文字误导，难以识别，但相对容易破解。有道是：新手死于墙，老手死于坑，总有一款适合你。

俗话说：常在河边走哪有不湿鞋，这样的河在哪儿，我来一打。标场是什么概念，投标有风险，一次就溺亡，是投标人的修罗场。

最近图书批发行业圈里对低价中标、1元中标、0元中标人人喊打，无奈，迫于政治正确，我也发声，打，给我往死里打。打完以后就能把所有投标的问题解决了？就如同一个青春发育的少年，今天出了问题打一顿，明天不顺眼骂一顿，后天叛逆了关他禁闭，这样的搞法只会让他猥琐发育，事实上，招投标正在经历一场猥琐发育。

猥琐发育特征一：技术参数、非技术参数乱入

技术参控股，又称参控是最常见的控标手段，过去的参控都是特定指向的指标，明眼人一看就知道是某某厂商，某某设备的东西，做得这么明显已经没有体现控标的技术含量了。现在已经升级了，做得更加隐晦，放一大段文字，把一些指标集约在一起，粗粗一看，好像都能沾上边，可以满足，细细一看，还是某某厂家才能满足。这还不算过分，最过分的是一些非技术参数来控标，比如外观，框架结构都用于控标，一个朋友为了投标，连夜在深圳找了家模具厂去开模。

猥琐发育特征二：索要各种资质、特殊证明及各类文件

最近有一个案例，系统资质控标被投诉成功，大家欢天喜地，然并卵，限制性条款确实拿掉了，但成为加分项条款还不是一样玩死你？现在一个豆大的标索要的资质都五花八门，更不要说汗牛充栋的超级大标了。

猥琐发育特征三：标书要求随意混搭，前后矛盾，或有意或无意制造困惑，也不管人家受得了受不了

很多标书的操刀手打开一份招标文件，里面的要求感觉就是ctrl+C，ctrl+V，然后在这个基础上修修改改，缝缝补补，造成整个标书多处前后矛盾，或许就是有意无意制造的烟雾弹。你在标前会去问他吧，解释起来也是一头雾水，歧义百出，让我想起了赵本山的小品，地上一个猴，树上七个猴，既可能是七个猴，还可能是骑一个猴。你以为一共是8个猴，投完标以后，人家又说是9个猴，因为怀孕一个猴。

招投标猥琐发育的肇因可以说各打50大板，既有法制的健全，程序的不严谨，专业采购体系和专业人士的长期缺位。也有我们传统的厚黑生意文化，黑白猫论的销售思维，和野蛮销售的作祟。于是招标人盲目建立更高的、不切实际的门槛，更尖锐的要求，投标人手段也只能是百花齐放，怎么顺手怎么来，

各种你懂的应标手段大行其道。两种力量的纠缠博弈，最终导致我们项目不能良好地实施，久而久之，甲乙双方各自吞下了苦果，一年复一年，花开又花落，终于成为一种结构性问题，积重难返。

那，面对图书行业中的潜规则又如何去做好我们的投标呢？

我觉得……做好你自己就可以啦。

这不是开玩笑，无论各种法律法规怎样，但总体是往好处走的，做好你自己就是做到：这个标我投了，我无憾。