



规范精装修开发标准流程
打造精装修开发管理样本

房地产

精装修开发手册

金义合 石瑞红 编著

全流程开发



精细化管理



批量精装修



工具化应用



中国建筑工业出版社

房地产精装修开发手册

金义合 石瑞红 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产精装修开发手册 / 金义合, 石瑞红编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-112-18835-2

I. ①房… II. ①金… ②石… III. ①室内装饰设计手册
IV. ①TU767-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第297723号

本书从精装修开发的要点入手, 分析目前精装修开发的现状和品牌精装修的开发战略, 抓住精装修开发的四大要点——产品分级、设计一体、品质管控和成本控制, 然后进一步深入分析不同产品(小户型、公寓、别墅等)的精装修开发策略, 是目前精装修开发领域十分全面、详细及具有实战效果的精装修开发工具书。本书力求通过分析众多品牌开发商的精装修经历, 总结其经验和智慧, 找出一套适合我国国情的精装修开发标准流程和管理样本, 帮助立志从事精装修开发的企业找到自己发展方向、提升自身竞争力。

本书适用于广大房地产精装修开发、装饰、设计、施工、监理等专业人士。

责任编辑: 封毅 周方圆

责任校对: 陈晶晶 张颖

房地产精装修开发手册

金义合 石瑞红 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)
各地新华书店、建筑书店经销
北京京点图文设计有限公司制版
北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 24 字数: 790千字
2016年4月第一版 2016年4月第一次印刷

定价: 88.00元

ISBN 978-7-112-18835-2

(28060)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)





编委会

主编

金义合 石瑞红

编委

欧阳帆	王 飞	熊明详	陈 炜	张小波	夏联喜
王成树	罗 锐	胡浩炬	熊思堡	金义合	夏 雨
刘 杨	刘尔娴	张燕杰	刘 睿	陈水娇	戴 强
刘 斌	张 辉	朱冠华	王国军	吴军玲	刘友贵
袁 琳	黄 森	曹 晋	李 黎	刘方勇	朱卫丰
朱金云	刘文松	陈丹丹	刘 波	何 慧	汪 军
廖志宇	杨思思				

房地产精装修开发手册

第一章 精装修开发与经营探讨 007

一、精装修蓬勃发展的五个推动力	008
二、精装修开发与毛坯房开发的差异分析	016
三、精装修开发SWOT分析	017
四、精装修开发的特性	019
五、精装修项目开发中的核心难点解决方案	021
六、现有精装修开发的成熟运作模式	026
七、精装修开发的四大发展方向	029

第二章 知名开发商的精装修战略及成功经验 045

一、战略选择：主动跟进还是被动应对	046
二、战略认识：四种战略导向的思考	046
三、战略执行：五种不同的操作思路	049
四、战略运作：五种不同的运作模式	050
五、知名开发商的精装修开发模式进化史	051
六、常州奥园的经验——集成式装修	052
七、万科的经验——全面家居解决系统	056
八、北京星河湾的经验——样板房就是交楼标准	064

第三章 精装修开发战略决策与定位执行 079

一、做不做精装修	080
二、怎么做精装修	083

三、精装修标准定位·····	120
----------------	-----

第四章 精装修设计与优化之道 125

一、精装修设计·····	126
二、精装修方案设计·····	133
三、公共部分精装修·····	134
四、精装修优化设计·····	136
五、精装修设计组织管理与组织运作·····	151
六、精装修设计研发管理·····	151

第五章 部品精细化设计与生产 155

一、部品设计·····	156
二、精装修部品配置方式·····	157
三、厨房部品配置策略·····	159
四、卫浴配置策略·····	168
五、厅房配置策略·····	176
六、收纳系统配置策略·····	180
七、设备及智能化配置策略·····	183
八、部品工厂化生产和施工·····	190

第六章 精装修项目品质管控 197

一、从流程上加强品质管控·····	198
二、与各合作单位的战略合作是品质管控的基础·····	199
三、采购品质管控的四个方向·····	204
四、精装修项目工程施工品质管控·····	214
五、精装修项目成品保护品质管控·····	223
六、精装修项目验收品质管控·····	228
七、精装修项目产品售后品质管控·····	241

第七章 精装修工程管理与进度管控 243

一、精装修流程管理·····	244
二、精装修施工管理·····	267
三、土建界面移交·····	272
四、精装修进度与工期管控·····	277
五、精装修系统化的标准管理体系搭建·····	283

第八章 精装修成本管控与成本优化 289

一、精装修成本管控的方法·····	290
二、精装修成本测算的基本流程·····	290
三、精装修成本控制的四个关键阶段·····	296
四、精装修成本控制与优化的策略·····	299
五、某房地产公司精装项目成本管理流程·····	310

第九章 精装修的营销与推广 313

一、精装修房营销与推广概述·····	314
二、样板房策划与管理·····	315
案例 某项目工艺工法样板房方案·····	323
三、精装修项目销售风险防范·····	327
四、精装项目销售管理·····	329

第十章 不同产品的精装修开发实操策略 335

一、小户型产品精装修开发实操策略·····	336
二、精装修豪宅（高端公寓）产品打造策略·····	343
三、精装修豪宅（高端公寓）的装修标准与展示载体·····	348
四、四大典型豪宅的品质之道·····	355
五、别墅精装修开发实操策略·····	360
案例 某别墅精装修思路规划·····	366

房地产精装修开发手册

金义合 石瑞红 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产精装修开发手册/金义合,石瑞红编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-112-18835-2

I. ①房… II. ①金… ②石… III. ①室内装饰设计手册
IV. ①TU767-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第297723号

本书从精装修开发的要点入手,分析目前精装修开发的现状和品牌精装修的开发战略,抓住精装修开发的四大要点——产品分级、设计一体、品质管控和成本控制,然后进一步深入分析不同产品(小户型、公寓、别墅等)的精装修开发策略,是目前精装修开发领域十分全面、详细及具有实战效果的精装修开发工具书。本书力求通过分析众多品牌开发商的精装修经历,总结其经验和智慧,找出一套适合我国国情的精装修开发标准流程和管理样本,帮助立志从事精装修开发的企业找到自己发展方向、提升自身竞争力。

本书适用于广大房地产精装修开发、装饰、设计、施工、监理等专业人士。

责任编辑:封毅 周方圆

责任校对:陈晶晶 张颖

房地产精装修开发手册

金义合 石瑞红 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京京点图文设计有限公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本:880×1230毫米 1/16 印张:24 字数:790千字

2016年4月第一版 2016年4月第一次印刷

定价:88.00元

ISBN 978-7-112-18835-2

(28060)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

编委会

主编

金义合 石瑞红

编委

欧阳帆	王 飞	熊明详	陈 炜	张小波	夏联喜
王成树	罗 锟	胡浩炬	熊思堡	金义合	夏 雨
刘 杨	刘尔娴	张燕杰	刘 睿	陈水娇	戴 强
刘 斌	张 辉	朱冠华	王国军	吴军玲	刘友贵
袁 琳	黄 森	曹 晋	李 黎	刘方勇	朱卫丰
朱金云	刘文松	陈丹丹	刘 波	何 慧	汪 军
廖志宇	杨思思				

房地产精装修开发手册

第一章 精装修开发与经营探讨	007
一、精装修蓬勃发展的五个推动力	008
二、精装修开发与毛坯房开发的差异分析	016
三、精装修开发SWOT分析	017
四、精装修开发的特性	019
五、精装修项目开发中的核心难点解决方案	021
六、现有精装修开发的成熟运作模式	026
七、精装修开发的四大发展方向	029
第二章 知名开发商的精装修战略及成功经验	045
一、战略选择：主动跟进还是被动应对	046
二、战略认识：四种战略导向的思考	046
三、战略执行：五种不同的操作思路	049
四、战略运作：五种不同的运作模式	050
五、知名开发商的精装修开发模式进化史	051
六、常州奥园的经验——集成式装修	052
七、万科的经验——全面家居解决系统	056
八、北京星河湾的经验——样板房就是交楼标准	064
第三章 精装修开发战略决策与定位执行	079
一、做不做精装修	080
二、怎么做精装修	083

三、精装修标准定位·····	120
----------------	-----

第四章 精装修设计与优化之道 125

一、精装修设计·····	126
二、精装修方案设计·····	133
三、公共部分精装修·····	134
四、精装修优化设计·····	136
五、精装修设计组织管理与组织运作·····	151
六、精装修设计研发管理·····	151

第五章 部品精细化设计与生产 155

一、部品设计·····	156
二、精装修部品配置方式·····	157
三、厨房部品配置策略·····	159
四、卫浴配置策略·····	168
五、厅房配置策略·····	176
六、收纳系统配置策略·····	180
七、设备及智能化配置策略·····	183
八、部品工厂化生产和施工·····	190

第六章 精装修项目品质管控 197

一、从流程上加强品质管控·····	198
二、与各合作单位的战略合作是品质管控的基础·····	199
三、采购品质管控的四个方向·····	204
四、精装修项目工程施工品质管控·····	214
五、精装修项目成品保护品质管控·····	223
六、精装修项目验收品质管控·····	228
七、精装修项目产品售后品质管控·····	241

第七章 精装修工程管理与进度管控 243

一、精装修流程管理·····	244
二、精装修施工管理·····	267
三、土建界面移交·····	272
四、精装修进度与工期管控·····	277
五、精装修系统化的标准管理体系搭建·····	283

第八章 精装修成本管控与成本优化 289

一、精装修成本管控的方法·····	290
二、精装修成本测算的基本流程·····	290
三、精装修成本控制的四个关键阶段·····	296
四、精装修成本控制与优化的策略·····	299
五、某房地产公司精装项目成本管理流程·····	310

第九章 精装修的营销与推广 313

一、精装修房营销与推广概述·····	314
二、样板房策划与管理·····	315
案例 某项目工艺工法样板房方案·····	323
三、精装修项目销售风险防范·····	327
四、精装项目销售管理·····	329

第十章 不同产品的精装修开发实操策略 335

一、小户型产品精装修开发实操策略·····	336
二、精装修豪宅（高端公寓）产品打造策略·····	343
三、精装修豪宅（高端公寓）的装修标准与展示载体·····	348
四、四大典型豪宅的品质之道·····	355
五、别墅精装修开发实操策略·····	360
案例 某别墅精装修思路规划·····	366

第一章



精装修开发与经营探讨

以往制约住宅精装修市场发展有三大核心因素：过去十年房地产行业的非理性、高增速导致住宅市场的发展重量不重质；投资性购房需求对精装修房屋的抑制；消费普及时代居民的消费水平偏低。如今，随着宏观经济调控的持续、经济结构转型的推动力度不断加大，上述因素都将逐步转变。精装修开发已经具备了天时地利人和的发展时机。

一、精装修蓬勃发展的五个推动力

精装修开发的蓬勃发展，五个因素必不可少：一是行业发展的内在推动，二是国内政策导向的支持，三是国内外精装修房发展差距所预期的市场潜力，四是强大的市场需求，五是竞争战略的需要。这五个元素是精装修房发展的不竭动力，并将其发展到一个新的高度。

推动力 1. 行业发展的内在推动

目前，在一、二线城市的引领下，三、四线城市精修正处于高速发展阶段。在整体面、个体面、客观面和 技术面都得到有力的支撑下，精装修行业发展具有强大内在推动力，正处于天时地利人和之势（图 1-1）。

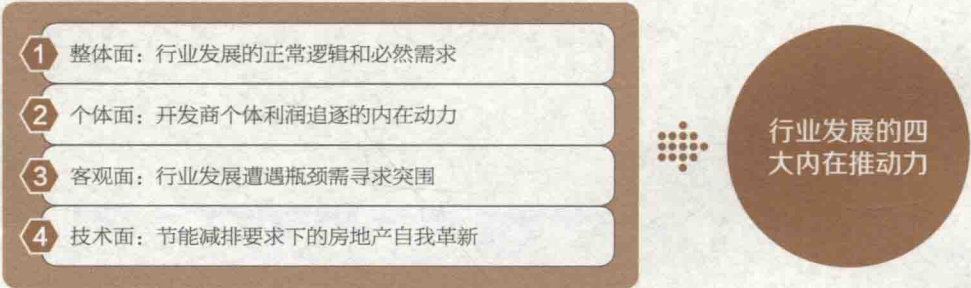


图 1-1 行业发展的四大内在推动力

整体面：行业发展的正常逻辑和必然需求

从全国整个市场看，精装修开发经过五个历程的发展，已经逐步得到市场认可，行业发展从噱头走入成熟（表 1-1）。

表 精装修开发演变路径

表 1-1

阶段	年代	主要特征	表现形式	发展本质
第一阶段	20 世纪 90 年代初 ~ 1997 年	简装（毛坯房一统天下）	简装交付。交付范围：墙面、卫生间、厨房等。配备简易设备，如坐便器、水槽、水龙头等。装修标准较低，施工品质差	简单拼凑
第二阶段	1997 ~ 2000 年	菜单式装修房崭露头角	菜单式选择更进一步贴近消费者。开发商与消费者对精装修的信心缺乏，开发商整合能力弱，相比简装更进一步	简单拼凑
第三阶段	2000 ~ 2005 年	买房送装修渐成市场热点	以营销手段作为发展契机，受到众多开发企业的重视。国家鼓励精装修发展的相关政策陆续出台，行业标准逐步规范，消费者抗性减弱，许多开发商认识到精装修开发的开发价值，并着力打造精装房产品	尝试品牌化运作
第四阶段	2005 ~ 2007 年	全装修开始盛行	开始尝试正规化运作，如与知名装修公司合作，主要出现在中高端项目中，装修质量及装修房的品质大大提升。项目开发溢价能力逐步加强。再加以政策的引导，以全装修为代表的装修住宅数量迅速上升	大众化、专业化发展
第五阶段	2007 年以后	精装住宅成为主流产品	万科等一线开发商在主流住宅中全面采用精装修交房模式。在万科等企业带领和政策鼓励下，众多开发商逐步加大精装修的人市比例。开发商精装修房品牌意识开始形成，项目操作更加专业化，开始在低、中、高档项目中全面运用，装修质量大大提升，居住品质也大为提高	

中国社会各行各业都取得很大发展，房地产业必然产生一个内在变革与发展的动力，朝向深化、专业化和人性化的角度发展以满足消费者日益提升的住宅需求。从毛坯时代的无装修，简装时代的厨房、卫生间装修，全装修时代的毛坯+装修，再到目前精装修时代的全面解决方案，它是一个行业发展深化的缩影。

从精装修发展历程及演变途径来看，向专业化、标准化、正规化发展已经成为规律，也是一个行业发展的内在要求。从房地产行业转型升级的实现方式来看，要实现四化——设计标准化、部品生产工厂化、现场施工装配化、土建装修一体化。

个体面：开发商个体利润追逐的内在动力

表 上海万科和金地六项目精装修溢价空间对比

表 1-2

品牌开发商	项目名称	装修标准 (元/m ²)	最近售价 (元/m ²)	周边其他 项目价格 (元/m ²)	溢价空间	参考数据 时间段
万科	金色里程	1000 ~ 1200	19000	14000 ~ 16000	18%	2009 年 7 月
	金色雅筑	800	15000	11000 ~ 16000	10% ~ 36%	2009 年 7 月
	金色城市	1000 ~ 1200	20000	15000 ~ 16000	25% ~ 29%	2009 年 8 月
金地	湾流域	1500	14000	13000 ~ 16000	≤ 7%	2009 年 3 月
	未来	普通	1000	12000 ~ 13500	15% ~ 25%	2009 年 5 月
		TOWN	1500			
	格林世界	1500	14000	9000 ~ 12000	16% ~ 30%	2009 年 7 月

行业要发展就必须不断地发现新的蓝海。蓝海意味着利润，追逐利润是企业发展的终极目标和内在动力。一般来说，精装修房价比周边楼盘普遍要高出 20% ~ 30% 左右，但精装修成本占售价在 12% ~ 15% 左右，精装修开发能多获取 8% ~ 15% 的利润。从表 1-2 可以看出，以万科和金地为代表的品牌开发商精装修开发为项目带来 10% ~ 20% 的价格溢价，对整个项目的净利润贡献将会大大增加。它的本质是一次开发，二次获利。

客观面：行业发展遭遇瓶颈需寻求突围

房地产行业发展遭遇四个方面的瓶颈，这意味着众多的中小开发商发展压力明显加剧，要想突围，必须寻找差异化竞争的方向（图 1-2）。

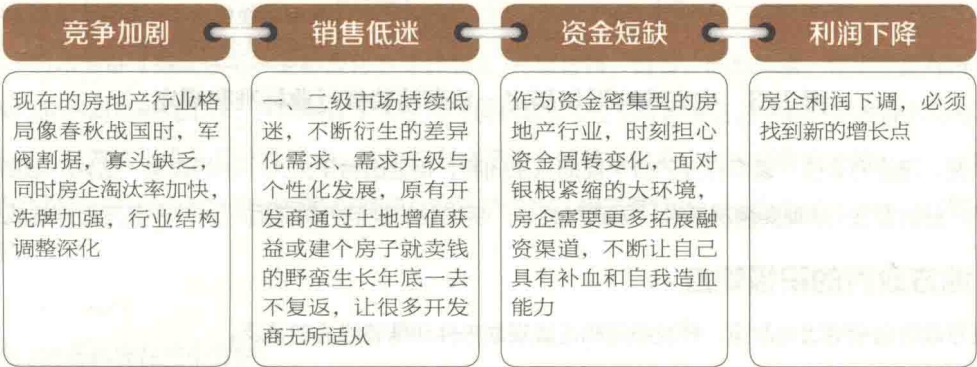


图 1-2 房地产行业发展遭遇的四个瓶颈

技术面：节能减排要求下的房地产自我革新

根据权威机构测算，如果目前我国出售的毛坯房全部改为精装修房，客户在对毛坯房进行二次装修时平均一户可能产生 3 ~ 5t 垃圾，其中有 85% 是可以回收再利用的资源，全年如果有 2000 万户进行装修改造，一年有 4000 万 t 垃圾污染环境。

而目前我国的环保政策法规日趋完善，民众环保意识逐步增强。行业发展必须要迎合社会的发展需求，按照低碳、环保、节能的要求，节能减排的绿色建筑会得到政府鼓励、消费者青睐。

对开发商来说，将会带来一场全新的革命，因为精装修住宅是节能减排、绿色建筑的完美体现。房地产企业整合相关建材企业共同生产精装修房，形成房地产企业和建材企业之间的绿色共生模式，会大量减少业主单独装修所产生的噪声、粉尘等多种污染，同时会节约大量的建材，减少建筑垃圾，提高资源利用效率。

推动力 2. 国内政策导向的推动

房屋装修、装饰涉及的层面较多，但国家始终对精装修房持鼓励和扶持的态度。为了规范发展，政府相关部门相继出台了一系列的政策法规加以指导。

(1) 中央政府的极力推动

从图 1-3 可以看出，国家通过制定一系列详细的精装修行业标准和规定，来促进装修房市场的规范和成熟。

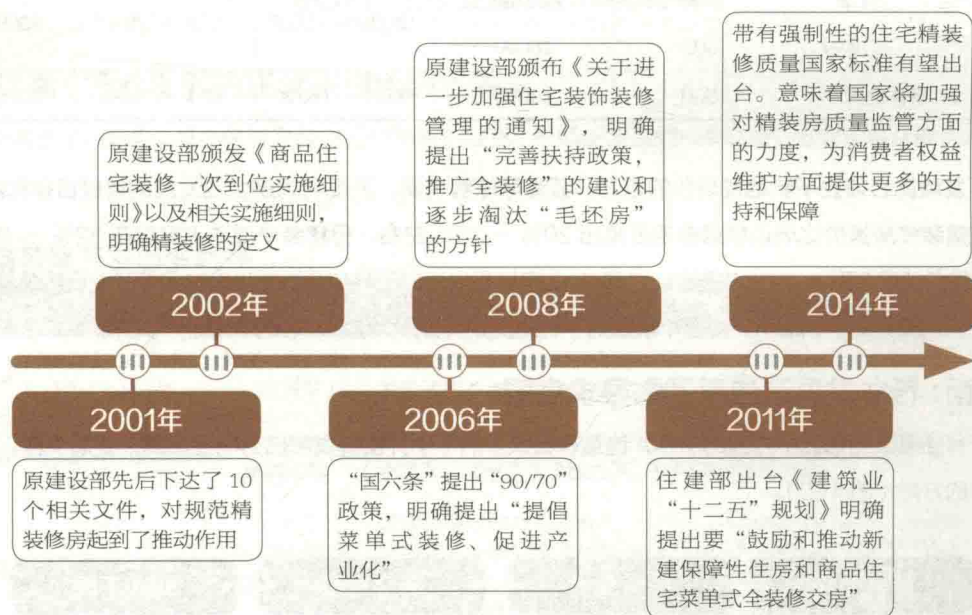


图 1-3 中央政府近年制定一系列精装修行业标准和规定

总的来说，国家对装修、装饰行业的政策规范从未间断，相继出台了大大小小的政策、法规、细则及标准等，大大促进了行业的发展；从现实情况来看，国家对装修、装饰业的规范仍然滞后，还有许多方面未达成统一标准。

(2) 地方政府的积极响应

各级地方政府也相继出台政策、开发细则和远景规划来推动精装修房的普及。

2010 年，江苏就出台了全国第一部带有强制性条文的住房装修标准。在江苏省《成品住房装修技术标准》中