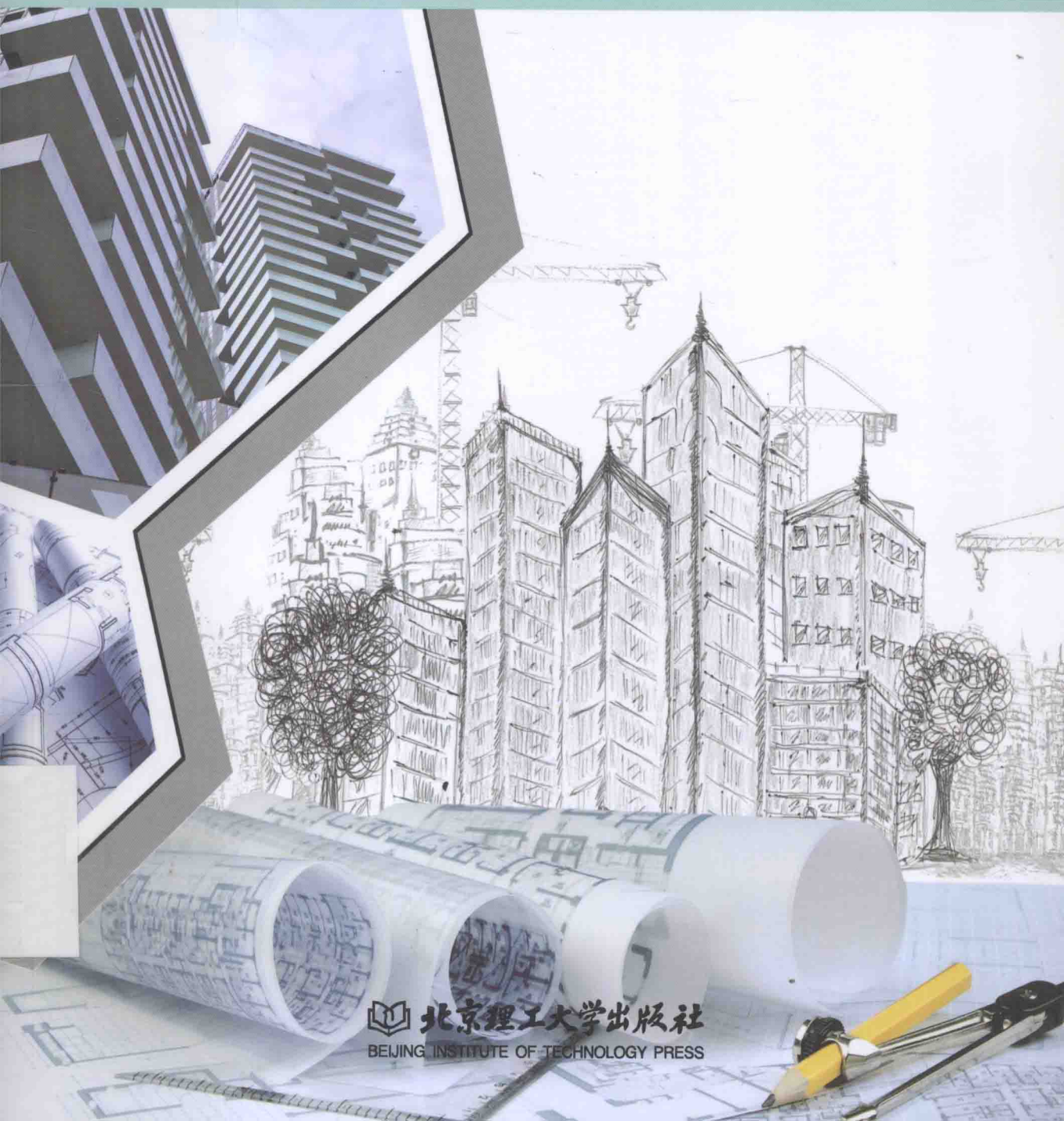


建筑装饰工程概预算

(第2版)

JIANZHU ZHUANGSHI GONGCHENG GAIYUSUAN

主 编 侯小霞 王永利 夏莉莉



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

建筑装饰工程概预算

(第2版)

主 编 侯小霞 王永利 夏莉莉

副主编 杨 婷 李昊鹏



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书第2版根据高等院校人才培养目标以及专业教学改革的需要,结合《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2013)、《房屋建筑与装饰工程工程量计算规范》(GB 50854—2013)及建筑工程概预算编审规程进行编写。全书共分10章,主要内容包括:绪论、建设工程概预算概述、建筑装饰工程定额、建设工程项目费用、建筑装饰工程工程量计算、建筑装饰工程材料用量计算、建筑装饰投资估算编制、建筑装饰设计概算编制、建筑装饰施工图预算编制、建筑装饰工程结算与竣工决算、工程量清单及其计价等,同时,书后附有装饰工程工程量清单前九位全国统一编码。

本书可作为高等院校建筑装饰工程技术、工程造价、工程管理等专业的教材,也可供工程技术、造价、咨询、监理等从业人员学习和参考。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

建筑装饰工程概预算 / 侯小霞, 王永利, 夏莉莉主编. —2版. —北京: 北京理工大学出版社, 2014. 2

ISBN 978-7-5640-8831-6

I. ①建… II. ①侯… ②王… ③夏… III. ①建筑装饰—建筑概算定额—高等学校—教材 ②建筑装饰—建筑预算定额—高等学校—教材 IV. ①TU723. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第018307号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)

82562903(教材售后服务热线)

68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京通州京华印刷制版厂

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 / 19

字 数 / 462千字

版 次 / 2014年2月第2版 2014年2月第1次印刷

定 价 / 52.00元

责任编辑 / 王玲玲

文案编辑 / 王玲玲

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

第2版前言

随着我国工程建设市场的快速发展,以及招标投标制、合同制的逐步推行,工程造价计价依据的改革正不断深化,工程造价管理改革也日渐加深,工程造价管理制度日益完善,市场竞争也日趋激烈,特别是《建设项目施工图预算编审规程》(CECA/GC 5—2010)、《建设项目工程结算编审规程》(CECA/GC 3—2010)、《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2013)及《房屋建筑与装饰工程工程量计算规范》(GB 50854—2013)等9个工程量计算规范的颁布实施,对做好建设工程概预算编制与管理工作的提出了更高的要求。对于《建筑装饰工程概预算》一书来说,其中部分内容已不符合当前装饰装修工程概预算编制与管理工作的实际,已不能满足高等院校教学工作的需要。

《建筑装饰工程概预算》一书自出版发行以来,经有关院校教学使用,深受广大师生的喜爱,编者倍感荣幸。它对广大学生从理论上掌握装饰装修工程概预算的编制原理,从实践上掌握装饰装修工程概预算的编制方法提供了力所能及的帮助。为使《建筑装饰工程概预算》一书的内容更好地符合装饰装修工作实际,帮助广大高等院校相关专业师生更好地理解2013版清单计价规范及现行建设工程概预算编审的内容,掌握建标〔2013〕44号文件的精神,根据各院校使用者的建议,结合近年来高等教育教学改革的动态,我们对第1版的相关内容进行了修订。本次修订主要进行了以下工作:

(1) 严格按照《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2013)和《房屋建筑与装饰工程工程量计算规范》(GB 50854—2013)的内容,以及建标〔2013〕44号文件进行,修订后的教材更符合装饰装修概预算编制工作实际,更好地满足了当前高等院校教学工作的需要,帮助学生进一步了解定额计价与工程量清单计价的区别与联系。

(2) 修订时进一步强化了实用性,集概预算编制理论与编制技能于一体,对部分内容进一步进行了丰富与完善,对知识体系进行除旧布新,便于学生更形象、直观地掌握装饰装修工程概预算编制的方法与技巧。

(3) 依据《房屋建筑与装饰工程工程量计算规范》(GB 50854—2013),对已发生了变动的装饰工程工程量清单项目,重新组织相关内容进行了介绍,并对照新版规范修改

了其计量单位、工程量计算规则和工作内容。本次修订还增加了拆除工程工程量计算以及措施项目费用计算等内容。

(4) 修订时还对装饰装修工程概预算工作中具有较强实用价值的内容进行了必要补充, 如对装饰装修工程材料用量计算的相关内容进行了补充等。

(5) 对各章节的学习重点、培养目标、本章小结进行了修订, 在修订中对各章节知识体系进行了深入的思考, 并联系实际进行知识点的总结与概括, 使该部分内容更具有指导性与实用性, 便于学生学习和思考。

本书由侯小霞、王永利、夏莉莉担任主编, 杨婷、李昊鹏担任副主编。

本书在修订过程中, 参阅了国内同行多部著作, 部分高等院校老师提出了很多宝贵意见供我们参考, 在此表示衷心的感谢! 对于参与本书第1版编写但未参加本次修订的老师、专家和学者, 本书所有编写人员向你们表示敬意, 感谢你们对高等教育改革所做出的不懈努力, 希望你们对本书保持持续关注并多提宝贵意见。

本书虽经反复讨论修改, 但限于编者的学识和专业水平及实践经验, 修订后的教材仍难免有疏漏或不妥之处, 恳请广大读者指正。

编 者

第1版前言

建筑装饰装修行业的迅速发展,极大地改变了我国建筑装饰装修面貌,推进了我国建筑装饰装修技术的进步;建筑装饰装修不仅广泛应用于宾馆、酒店、银行、写字楼、政府部门办公大楼,以及车站、码头、候机楼、休闲场所等领域,而且已普遍进入寻常百姓家。

建筑装饰工程造价是根据设计图纸所规定的工程数量及其相应的劳动力、材料和机械台班消耗量进行编制的,主要用于确定整个建筑装饰工程所需的资金额度。建筑装饰工程费用是建筑工程造价的重要组成部分,也是建设项目总费用的一部分。认真开展建筑装饰工程的技术经济分析与概预算工作,是合理筹措、节约和控制建筑装饰工程投资,提高项目投资效率的重要手段和必然选择。随着各类建筑装饰装修档次的不断提高,装饰工程费用在整个建筑工程造价中所占的比重也在不断增长,普通建筑装饰工程费用占工程总造价的30%~50%,较高档次的建筑装饰工程费用甚至超过了总造价的50%。因此,合理、准确地确定建筑装饰工程造价,是工程造价管理部门和工程造价计价人员的一项重要任务。

“建筑装饰工程概预算”是高等院校工程管理相关专业学习工程造价的核心课程,本课程要解决的主要问题是使学生从理论上掌握建筑装饰工程概预算的编制原理,从实践中掌握建筑装饰工程概预算的编制方法。

本教材由侯小霞、刘芳任主编,杨婷、杜宏任副主编。全书以满足高等院校土建学科相关专业教学要求为目标,本着“必需、够用”的原则,以“讲清概念、强化应用”为主旨进行编写,重点阐述了建筑装饰工程概预算的基础知识和编制方法。本教材共分为8章,主要包括建筑装饰工程定额、建筑装饰工程工程量计算、建筑装饰工程费用、建筑装饰工程投资估算、建筑装饰工程设计概算、建筑装饰工程施工图预算、建筑装饰工程结算与竣工决算、建筑装饰工程工程量清单计价等内容。

为方便教学,本教材在各章前面设置了【学习重点】和【培养目标】,给学生的学习和老师的教学做出了引导;在各章后面设置了【本章小结】和【思考与练习】,从更深的

层次给学生以思考和复习的提示，从而构建了一个“引导—学习—总结—练习”的教学全过程，目的是培养学生综合运用理论知识解决实际问题的能力，提高实际工作技能，从而满足企业用人的需要。

本教材可作为高等院校工程管理相关专业的教材，也可作为工程造价人员的培训教材和相关工程技术管理人员的自学用书。本教材在编写过程中，参阅了国内同行多部著作，部分高等院校老师对教材的编写提出了很多宝贵意见和建议，在此表示衷心的感谢！

本教材的编写虽经推敲核证，但限于编者的专业水平和实践经验，仍难免有疏漏或不妥之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

目 录

绪论	1
第一章 建设工程概预算概述	7
第一节 基本建设概述	7
第二节 建筑装饰工程概预算概述	10
第二章 建筑装饰工程定额	14
第一节 定额概述	14
第二节 概算指标和概算定额	17
第三节 预算定额	20
第四节 施工定额	41
第五节 建筑安装工程人工、材料、机械台班单价的确定	50
第六节 单位估价表	56
第三章 建设工程项目费用	60
第一节 设备、工器具及生产家具购置费	60
第二节 建筑安装工程费用	61
第三节 工程建设其他费用	72
第四节 预备费和建设期贷款利息	77
第四章 建筑装饰工程量计算	80
第一节 工程量计算概述	80
第二节 建筑面积计算规则	83
第三节 楼地面装饰工程工程量计算	92
第四节 墙、柱面装饰与隔断、幕墙工程量计算	125
第五节 天棚工程工程量计算	146
第六节 门窗工程工程量计算	154
第七节 油漆、涂料、裱糊工程量计算	166
第八节 其他装饰工程量计算	175

第九节 拆除工程工程量计算·····	184
第十节 措施项目·····	187
第五章 建筑装饰工程材料用量计算·····	194
第一节 砂浆配合比计算·····	194
第二节 建筑装饰用块料用量计算·····	201
第三节 壁纸、地毯用料计算·····	209
第四节 油漆、涂料用量计算·····	210
第五节 屋面瓦及其他材料用量计算·····	217
第六章 建筑装饰投资估算编制·····	219
第一节 投资估算概述·····	219
第二节 建设工程投资估算的费用构成与计算·····	221
第三节 投资估算编制办法·····	224
第七章 建筑装饰设计概算编制·····	230
第一节 设计概算概述·····	230
第二节 设计概算的编制办法·····	231
第三节 设计概算的审查·····	235
第八章 建筑装饰施工图预算编制·····	240
第一节 建筑装饰工程施工图预算概述·····	240
第二节 施工图预算文件组成及签署·····	241
第三节 施工图预算的编制·····	242
第四节 施工图预算审查与质量管理·····	246
第九章 建筑装饰工程结算与竣工决算·····	251
第一节 建筑装饰工程结算·····	251
第二节 建筑装饰工程竣工决算·····	263
第十章 工程量清单及其计价·····	272
第一节 建筑装饰工程量清单概述·····	272
第二节 装饰工程工程量清单编制·····	275
第三节 装饰工程工程量计价·····	281
附录 装饰工程工程量清单前九位全国统一编码·····	285
参考文献·····	296

绪 论

一、建筑装饰工程的作用、分类及特点

(一)建筑装饰工程的作用

建筑装饰工程是建筑工程的重要组成部分，它是在已经建立起来的建筑实体上进行装饰的工程，包括建筑内外装饰和相应的设施。归纳起来，建筑装饰工程具有以下主要作用：

- (1)保护建筑主体结构。通过建筑装饰，使建筑物主体不受风雨和有害气体的侵蚀。
- (2)保证建筑物的使用功能。这里是指建筑装饰应满足建筑物在灯光、卫生、隔声等方面的要求。
- (3)强化建筑物的空间序列。对公共娱乐设施、商场、写字楼等建筑物的内部进行合理布局 and 分隔，可以满足这些建筑物在使用上的各种要求。
- (4)强化建筑物的意境和气氛。通过建筑装饰，对室内外的环境进行再创造，从而使居住者或使用者获得精神享受。
- (5)起到装饰性作用。通过建筑装饰，可达到美化建筑物和周围环境的目的。

(二)建筑装饰工程的分类

通常情况下，建筑装饰工程按建筑物的使用功能分为下述 11 类：

- (1)酒店、宾馆、饭店、度假村装饰工程；
- (2)展览馆、图书馆、博物馆装饰工程；
- (3)商场、购物中心、店铺装饰工程；
- (4)银行营业大厅、证券交易所装饰工程；
- (5)办公楼、写字楼装饰工程；
- (6)歌剧院、戏院、电影院装饰工程；
- (7)歌舞厅、卡拉 OK 厅装饰工程；
- (8)高级公寓、高层商住楼装饰工程；
- (9)厨房厨具工程；
- (10)园林雕塑工程；
- (11)其他建筑装饰工程。

(三)建筑装饰工程的特点

1. 固定性

与一般工业生产相比较，虽然建筑装饰工程也是把资源投入产品的生产过程，其生产上的阶段性和连续性，组织上的专业化、协作和联合化，是和工业产品的生产相一致的，但是，其实施却有着自身一系列的技术经济特点。这些特点首先表现为建筑装饰产品的固定性。这是由于建筑装饰工程是在已经建立起来的建筑实体上进行的，而建筑实体在一个

地方建造后便不能移动，只能在建造的地方供人们长期使用，因此建筑装饰工程也只能在固定的地方进行。与一般工业生产中生产者和生产设备固定不动、产品在流水线上流动不同，建筑装饰的产品本身是固定的，生产者和生产设备必须不断地在建筑物不同部位上流动。这就决定了建筑装饰施工的流动性。

2. 多样性

建筑装饰产品的另一个显著特点是其多样性。在一般工业生产部门，如机械工业、化学工业、电子工业等，生产的产品数量很大，而产品本身都是标准的同一产品，其规格相同、加工制造的过程也是相同的，按照同一设计图纸反复地连续进行批量生产；建筑装饰产品则不同，根据不同的用途，不同的自然环境、人文历史，不同的审美情趣、建造风格、造型、材料以及工艺各异的装饰作品、构配件等，从而表现出装饰产品的多样性。每一个建筑装饰产品都需要一套单独的设计图纸，而在施工时，根据特定的自然条件、工艺要求，采用相应的施工方法和施工组织。即使采用相同造型、相同材质的设计，因为各地自然条件、材料资源的不同，施工时往往也需要采用不同的构造处理、不同的材料配比等，使之与特定自然条件和材料特性等相适应，从而保证产品质量。这使得装饰产品具有明显的多样性。

3. 体积庞大性

体积庞大是建筑装饰产品的另一个特点。由于建筑装饰产品的体积庞大，占用空间多，因而建筑装饰特别是建筑外装饰施工不得不在露天进行，即使是室内装饰施工，由于其作业的特点（如湿作业多，涂料施工、胶粘需要一定的温度、湿度条件等），所以其受自然气候条件影响很大。

4. 造价差异性

建筑装饰的流动性使得不同的建筑装饰产品具有不同的工程条件，因而在工程造价上亦有很大差异；建筑装饰产品的多样性决定了建筑装饰产品的个体性，这种个体性使不同的建筑装饰产品的费用也不同；此外，建筑装饰产品体积庞大及装饰施工作业的特点决定了建筑装饰受自然气候条件的影响很大，因而自然气候条件差异也使得不同的建筑装饰产品造价不同。

二、我国建筑装饰行业的现状和发展

(一)我国建筑装饰行业的现状

1. 规模和总量

据中国建筑装饰协会的调查研究，我国建筑装饰业的规模大体如下：

全国共有建筑装饰企业 25 万余家，其中主营建筑装饰、具有国家建设主管部门审发的资质等级企业 2 万余家；兼营建筑装饰的如土建公司、安装公司、园林公司等，具有国家建设主管部门审发的资质等级企业约 5 万家；有营业执照，但由于规模小，未取得国家资质等级的企业约 18 万家，主要从事住宅装饰装修工程。全国建筑装饰行业施工队伍 850 多万人，其中工程技术人员超过 50 万人，吸纳农村剩余劳动力近 700 万人。因建筑装饰业的发展，建筑装饰材料生产、流通就业人数 500 多万人，从事建筑装饰业的有 1 400 多万人。全国建筑装饰行业完成年工程产值约 5 500 亿元，实现建筑业增加值近 1 700 亿元，约占国内

生产总值(GDP)的6.2%。根据国家的产业政策,国有资产正逐步退出建筑装饰行业,目前国有企业在建筑装饰企业总数中不足1%,民营企业、合资企业占绝大多数。

2. 目前存在的主要问题

目前,我国建筑装饰行业虽然取得了长足的进步,为国民经济和社会进步做出了突出的贡献,但在发展中也存在着很多问题,归结起来,主要表现在以下几个方面:

(1)企业数量过多,供大于求,市场竞争残酷。我国现有企业数量及工程承接能力总量与工程年需求量相比已经供大于求,但仍有新的装饰工程企业在不断成立,建筑装饰施工企业数量还在增加,供求关系的严重失衡使工程的承揽更为困难。由于供大于求,企业生存极为困难,很多企业长时间承接不到工程。行业内特别是住宅装饰企业中,大量的广告充斥各种新闻媒体,以此承揽工程,形成广告大战。企业间的杀价竞争现象十分严重,整个行业已经到了微利的状态,有些工程甚至出现了因报价过低而亏损。企业承接任务不足,创利能力下降,自我积累、自我完善的条件差,严重影响了企业及行业的发展。

(2)企业规模过小,抗风险能力弱。我国建筑装饰行业内的企业规模普遍很小,企业的资金、人力、技术实力差,工程的承接能力普遍不足,很难抵御市场风险。材料生产企业的规范、设备水平、产品的质量同国际水平有较大差距,市场占有率普遍较低。到目前为止,我国尚无在国际上占有一席之地的建筑装饰行业旗舰式企业,即使是国内知名企业,其年产值同国际大公司年产值的数百亿美元相比,差距达数百倍,根本不在一个等级上。

(3)专业化程度低,竞争平台单一,价格竞争是主要形式。这是我国建筑装饰行业的一个大问题,行业内企业普遍都是什么都能干,但什么也干不好、干不精,专业化水平很低,企业没有自己的经营特色,没有自己的专利技术,不能形成自己的核心竞争力,形成了行业内企业不分层次的竞争。不论是什么类型的工程,都有一大批企业参与投标,而鲜有企业能够以自己独特的专业水准,针对工程的专业化设计与施工组织方案参与投标。众多企业挤在同一平台上竞争,其结果只能是价格的竞争和非商业手段的操作,从而造成企业自我积累能力和创利能力的下降,也影响到市场的规范化发展。

(4)技术开发滞后,自主的新材料、新工艺、新技术研制和推广能力差。我国建筑装饰行业的技术进步,主要依靠国外技术的引进,对外依赖性极强,而由我国企业自主开发、研制的新材料、新产品、新技术及新工艺很少,企业在科技方面的投入少,资金、研发力量不足。无论是施工企业还是材料生产企业,都没有自己的技术储备,给行业的持续发展造成了很大的障碍。特别是在新技术的推广上,市场信息不灵,推广力度不足,使工程质量水平受到了一定的影响,企业的项目创利能力很弱。

(5)对国际市场缺乏认识,对加入WTO后的新形势很难适应。由于长期习惯纵向的比较,企业看到的往往是发展和成绩,而不重视横向的比较,去发现差距和不足。面对加入WTO后我国建筑装饰行业市场国际化,行业内普遍对国际大公司了解不足,对国际市场的认识不够,对国际运作惯例和规则认识不清,对所面临的压力准备不充分,没有把企业放在国际市场的大环境下进行分析、研究,因而也就不能很好地摆正自己的位置,调整好企业发展战略。

(二)我国建筑装饰行业未来的发展趋势

1. 国际化、多元化的发展趋势

随着我国市场与国际接轨,建筑装饰市场的各方面都呈现出了国际化、多元化的变化

趋势，在行业内的表现有以下四个方面：

(1)工程业主的国际化 and 多元化。无论是公共建筑还是住宅的装饰工程，越来越多的投资来源于国际资本，这种变化速度会随着我国在国际上经济、政治地位的提高和交往的增加而加快。

(2)设计、施工的国际化。大量的国际工程公司进入中国建筑装饰市场，给中国企业造成了压力，这种变化更多地表现为大量合资企业在市场承接工程。现在大城市中的大型标志性建筑，外国设计占了相当大的比重。

(3)材料生产的国际化。面对中国巨大的装饰材料市场，大量国际资本在我国投资建厂，生产新型的建筑装饰材料。这部分材料在技术质量和环保质量方面都优于国内企业生产的材料，因此，具有极强的竞争力和较高的市场占有率，给国内市场国产材料的生产商带来了极大的压力。

(4)材料营销的国际化。一批国际上有很高知名度的材料经销商进驻我国装饰材料市场。例如英国的百安居、德国的欧贝德等，已经在中国市场上广泛布点，开展业务活动。

2. 科学技术的发展将引发建筑装饰行业的技术革新和技术革命

随着社会科学技术的进步，不断有新的科研成果转化成建筑装饰材料，不断有新的施工机具和施工技术进入建筑装饰行业，使建筑装饰行业在材料生产、工程设计、施工技术等方面发生重大变化，引发建筑装饰行业的技术革新和技术革命。根据建筑装饰行业发展和国家可持续发展战略目标的要求，建筑物的装饰装修的内容也会发生变化，智能化、自动化、节能化等将成为发展重点。在国家相关法规、标准的推动下，通过全行业的努力，在技术发展中取得更多、更新的成果，形成有我国企业自主知识产权的核心竞争能力，在建筑装饰技术市场具有竞争优势，减少对外的技术依赖，实现行业可持续发展目标，将会成为今后行业发展的重点。

3. 科学化企业管理和项目管理的发展趋势

随着我国建筑装饰市场与国际市场的接轨，我国企业的管理水平也要不断提高，其中最为突出的是工程项目的管理要与国际管理对接。无论是在工程项目承揽的招、投标过程，还是在工程施工中的商务洽谈和施工组织，以至工程的竣工验收和后期服务，都要按国际工程项目运作惯例进行。由于项目是企业管理水平及创造利润的载体，与国际接轨就会迫使我国企业改变企业管理及项目管理的现状，通过国际通行的认证手段，对企业管理进行改革，以提升管理水平，增强项目的创利能力，这也将成为今后行业发展中一项很重要的内容。

4. 重视环保与健康的发展趋势

在全球范围重视生态、注重环境保护的大背景下，我国社会对环保与健康的重视程度也在不断提高。建筑装饰行业作为环保改造的重点行业，近几年已经有了很大的变化，无论是在法制建设还是市场管理方面，都取得了很大的成绩，但距离发达国家还有一定的差距。随着我国社会环境保护意识的加强以及人们对自然关注程度的提高，今后市场准入会越来越严格、越来越接近国际先进水平，这就要求企业在装饰工程设计、材料生产以及施工组织过程中，全面树立环保意识，增加环保改造的投入。只有全面提升我国建筑装饰行业的环保水平，才能在未来的市场中站稳脚跟并取得长久发展。

5. 市场进一步细分化的趋势

市场进一步细分化是专业化的必然结果。要改变我国市场竞争平台狭小的局面,就要走专业化分工的道路,使企业在专业领域做专、做尖、做精,逐渐在各个细分市场上形成有独特经营特点的经营管理和市场运作方式,形成各个市场中的名牌。当前工业装饰市场与住宅装饰市场已经区分得十分明显,今后在工业装饰市场中,还会形成医疗机构、宾馆饭店、写字楼、商业设施、交通设施等细分市场中的装饰工程企业,只有在专业化程度不断提高的条件下,才能使企业在专业领域研究深、研究透,并不断创造出新的技术与经济业绩,才能在细分市场质量不断提高中,提高我国建筑装饰行业的整体水平。

6. 企业间的联合与重组趋势

要改变目前我国企业竞争实力弱的局面,就要进行企业间的联合重组,使资源得到优化配置,形成地区乃至全国的行业旗舰式企业,真正做到做大、做强,具有企业的品牌和优势,能够参与国际竞争,在国内、国际市场上都占有一席之地。在企业的联合重组过程中,必然会伴随着企业体制与机制的变化,要按照现代企业制度的要求,建立起符合国际化市场要求,能够促进企业生存与发展的管理模式。这些对当前行业内企业管理者的知识水平、事业心水平、道德水平和管理水平也形成了考验。

三、建筑装饰工程概预算课程的研究对象及任务

物质资料的生产是人类赖以生存、延续和发展的基础,而物质生产活动都必须消耗一定数量的活劳动与物化劳动,这是任何社会都必须遵循的一般规律。建筑装饰工程建设是一项重要的社会物质生产活动,其中也必然要消耗一定数量的活劳动与物化劳动,而反映这种建筑装饰产品的实物形态在其建造过程中投入与产出之间的数量关系以及建筑装饰产品在价值规律下的价格构成因素,即是本课程的研究对象。

1. 建筑装饰工程概预算定额

建筑装饰工程概预算定额,研究的是建筑装饰产品在其建造过程中所必须消耗的人工、材料、机械台班与建筑装饰产品之间的数量关系。

建筑企业是社会物质资料生产的重要部门之一,同所有产品生产一样,建筑装饰产品的生产,同样也要遵循活劳动与物化劳动消耗的一般规律,即生产建筑装饰产品时,必然要消耗一定数量的人工、材料和机械台班。那么,完成合格的单位建筑装饰产品究竟应该消耗多少人工、材料和机械台班呢?这主要取决于社会生产力发展水平,同时也要考虑组织因素对生产消耗的影响,也就是说,在一定的生产力水平条件下,完成合格的单位建筑装饰产品与生产消耗(投入)之间,存在着一定的数量关系。如何客观、全面地研究这两者之间的关系,找出它们之间的构成因素和规律性,并采用科学的方法,合理确定完成合格单位建筑装饰产品所需活劳动与物化劳动的消耗标准,并用定量的形式表示出来,就是建筑装饰工程概预算定额研究的对象。

在建筑装饰产品生产过程中,企业如何正确地执行和运用建筑装饰工程概预算定额这一标准消耗额度,有效地控制和减少各种消耗,降低工程成本,取得最好的经济效益,就是研究建筑装饰工程概预算定额所要完成的主要任务。

2. 建筑装饰工程造价

工程造价即工程的建造价格。工程泛指一切建设工程,它的范围和内涵具有很大的不

确定性。工程造价有如下两种含义。

第一种含义是指建设一项工程预期开支或实际开支的全部固定资产投资费用。显然，这一含义是从投资者——业主的角度来定义的。投资者选定一个投资项目，为了获得预期的效益，就要通过项目评估进行决策，然后进行设计招标、工程招标，直至竣工验收等一系列投资管理活动。在投资活动中所支付的全部费用形成了固定资产和无形资产。所有这些开支就构成了工程造价。从这个意义上说，工程造价就是工程投资费用，建设项目工程造价就是建设项目固定资产投资。

第二种含义是指工程价格。即为建成一项工程，预计或实际在土地市场、设备市场、技术劳务市场以及承包市场等交易活动中所形成的建筑安装工程的价格和建设工程的总价格。

显然，工程造价的第二种含义是以社会主义商品经济和市场经济为前提的。它以工程这种特定的商品形式作为交易对象，通过招标投标或其他交易方式，在进行多次预估的基础上，最终由市场形成的价格。

建筑装饰企业作为一个独立核算的社会物质生产部门，其最终生产成果是指可以交付使用的具有使用价值与价值的建筑装饰产品，因此，它同样具有商品生产的共同特点。建筑装饰产品既然是商品，当然就必须遵循等价交换的原则。按照马克思再生产的原理，建筑装饰工人在生产建筑装饰产品的过程中，在转移价值的同时，也要为社会创造一部分新的价值，即建筑装饰产品的价值应该由“ $C+V+m$ ”组成。其中 C 表示不变成本， V 表示可变成本， m 表示剩余价值。在价值规律的基本原理指导下，按照客观经济规律的要求，研究确定建筑装饰产品价格的构成因素，是建筑装饰工程造价所要研究的对象。如何采用科学的方法，正确计算建筑装饰产品的造价(即价格)，就是建筑装饰工程造价所要完成的主要任务。

第一章 建设工程概预算概述

能力目标

1. 具备基本建设工程项目的划分能力。
2. 能依据建筑装饰工程设计和施工进展的阶段不同，划分建筑装饰工程的概预算。

知识目标

了解基本建设程序；熟悉概预算的分类与作用；掌握基本建设工程项目的划分。

第一节 基本建设概述

一、基本建设的概念及分类

(一) 基本建设的概念

1. 固定资产

固定资产是指在社会再生产过程中，可供较长时间的生产或生活使用，在使用过程中基本保持原有实物形态的劳动资料或其他物质资料。

一般情况下，凡列为固定资产的物资资料，应同时具备以下两个条件：

(1) 使用期限在一年以上。

(2) 劳动资料的单位价值在规定的限额以上：小型国有企业在 1 000 元以上；中型企业在 1 500 元以上；大型企业在 2 000 元以上。

不同时具备上述两个条件的应列为低值易耗品。

2. 固定资产投资

固定资产投资是以货币形式表现的计划期内建造、购置、安装或更新生产性和非生产性固定资产的工作量。

3. 基本建设

基本建设是指国民经济中的各个部门为了扩大再生产而进行的增加固定资产的建设工作，即把一定的建筑材料、机械设备等，通过购置、建造、安装等一系列活动，转化为固定资产，形成新的生产能力或使用效益的过程。固定资产扩大再生产的新建、扩建、改建、迁建、恢复工程及与此相关的其他工作，如土地征用、房屋拆迁、青苗赔偿、勘察设计、招标投标、工程监理等，也是基本建设的组成部分。因此，基本建设的实质是形成新的固定资产的经济活动。

(二)基本建设项目分类

基本建设是由若干个具体基本建设项目(简称建设项目)组成的。基本建设项目可从不同角度进行分类。

1. 按建设性质划分

(1)新建项目。指从无到有,“平地起家”,新开始建设的项目,或在原有建设项目基础上扩大三倍以上规模的建设项目。

(2)扩建项目。指为扩大原有产品生产能力(或效益)或增加新的产品生产能力,而在原有建设项目基础上扩大三倍以内规模的建设项目。

(3)改建项目。指为提高生产效率,改进产品质量,或改变产品方向,对原有设备、工艺流程进行技术改造的项目。

(4)迁建项目。指由于各种原因经上级批准搬迁到另地建设的项目。迁建项目中符合新建、扩建、改建条件的,应分别视为新建、扩建或改建项目。迁建项目不包括留在原址的部分。

(5)恢复项目。指由于自然灾害、战争等原因使原有固定资产全部或部分报废,以后又投资按原有规模重新恢复建设的项目。在恢复的同时进行扩建的,应视为扩建项目。

2. 按建设项目资金来源渠道划分

(1)国家投资项目,是指国家预算计划内直接安排的建设项目。

(2)自筹建设项目,是指国家预算以外的投资项目。自筹建设项目又分地方自筹项目和企业自筹项目。

(3)外资项目,是指由国外资金投资的建设项目。

(4)贷款项目,是指通过向银行贷款的建设项目。

3. 按建设过程划分

(1)生产性项目。指直接用于物质生产或直接为物质生产服务的项目,主要包括工业项目(含矿业)、建筑业和地区资源勘探事业项目、农林水利项目、运输邮电项目、商业和物资供应项目等。

(2)非生产性项目。指直接用于满足人民物质和文化生活需要的项目,主要包括住宅、教育、文化、卫生、体育、社会福利、科学实验研究项目、金融保险项目、公用生活服务事业项目、行政机关和社会团体办公用房等项目。

4. 按建设规模划分

基本建设项目按项目建设总规模或总投资可分为大型项目、中型项目和小型项目三类。习惯上将大型项目和中型项目合称为大中型项目,一般按产品的设计能力或全部投资额来划分。

新建项目按项目的全部设计规模(能力)或所需投资(总概算)计算;扩建项目按扩建新增的设计能力或扩建所需投资(扩建总概算)计算,不包括扩建以前原有的生产能力。其中,新建项目的规模是指经批准的可行性研究报告中规定的近期建设的总规模,而不是指远景规划所设想的长远发展规模。明确分期设计、分期建设的,应按分期规模计算。更新改造项目按照投资额分为限额以上项目和限额以下项目两类。

财政部财建〔2002〕394号文《基本建设财务管理规定》规定,基本建设项目竣工财务决算