



21st CENTURY

实用规划教材

21世纪全国应用型本科

土木建筑系列

实用规划教材



室内装饰工程预算

主 编 陈祖建

副主编 林金国 谢志忠



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国应用型本科土木建筑系列实用规划教材

室内装饰工程预算

主 编 陈祖建
副主编 林金国 谢志忠



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本教材参考建筑装饰工程项目管理和工程造价管理以及建筑装饰预算的基本原理,并结合建设部《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2003)和现行国家及地方关于装饰工程的费用规定文件精神等内容编写完成。全书共分为 11 章,主要由三部分组成:第一部分主要介绍室内装饰工程项目管理和造价管理的内容;第二部分主要介绍室内装饰工程预算与定额的概念、预算费用组成、工程量计算原理、工程量清单计价、招投标的发展等内容;第三部分主要通过具体的案例进行分析并简单介绍利用计算机编制预算的内容。本书语言简洁、通俗易懂,突出实用性和可操作性。

本教材可作为大中专院校开设室内设计、艺术设计专业的专用教材,也可作为高职高专、成人职大及社会团体开办室内设计师培训班的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

室内装饰工程预算/陈祖建主编. —北京:北京大学出版社, 2008.6

(21 世纪全国应用型本科土木建筑系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-13579-2

I. 室… II. 陈… III. 室内装饰—建筑预算定额—高等学校—教材 IV. TU723.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 045124 号

书 名: 室内装饰工程预算

著作责任者: 陈祖建 主编

策 划 编 辑: 郭德娟

责 任 编 辑: 翟 源

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-13579-2/TU · 0049

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 河北涿县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.75 印张 452 千字

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国应用型本科土木建筑系列实用规划教材

专家编审委员会

主 任 彭少民

副主任 (按拼音顺序排名)

陈伯望 金康宁 李 忱 李 杰

罗迎社 彭 刚 许成祥 杨 勤

俞 晓 袁海庆 周先雁 张俊彦

委 员 (按拼音顺序排名)

邓寿昌 付晓灵 何放龙 何培玲

李晓目 李学罡 刘 杰 刘建军

刘文生 罗 章 石建军 许 明

严 兵 张泽平 张仲先

丛书总序

我国高等教育发展迅速，全日制高等学校每年招生人数至 2004 年已达到 420 万人，毛入学率 19%，步入国际公认的高等教育“大众化”阶段。面临这种大规模的扩招，教育事业的发展与改革坚持以人为本的两个主体：一是学生，一是教师。教学质量的提高是在这两个主体上的反映，教材则是两个主体的媒介，属于教学的载体。

教育部曾在第三次新建本科院校教学工作研讨会上指出：“一些高校办学定位不明，盲目追求上层次、上规格，导致人才培养规格盲目拔高，培养模式趋同。高校学生中‘升本热’、‘考硕热’、‘考博热’持续升温，应试学习倾向仍然比较普遍，导致各层次人才培养目标难于全面实现，大学生知识结构不够合理，动手能力弱，实际工作能力不强。”而作为知识传承载体的教材，在高等教育的发展过程中起着至关重要的作用，但目前教材建设却远远滞后于应用型人才培养的步伐，许多应用型本科院校一直沿用偏重于研究型的教材，缺乏针对性强的实用教材。

近年来，我国房地产行业已经成为国民经济的支柱产业之一，随着本世纪我国城市化的大趋势，土木建筑行业对实用型人才的需求还将持续增加。为了满足相关应用型本科院校培养应用型人才的教学需求，从 2004 年 10 月北京大学出版社第六事业部就开始策划本套丛书，并派出十多位编辑分赴全国近三十个省份调研了两百多所院校的课程改革与教材建设的情况。在此基础上，规划出了涵盖“大土建”六个专业——土木工程、工程管理、建筑学、城市规划、给排水、建筑环境与设备工程的基础课程及专业主干课程的系列教材。通过 2005 年 1 月份在湖南大学的组稿会和 2005 年 4 月份在三峡大学的审编会，在来自全国各地几十所高校的知名专家、教授的共同努力下，不但成立了本丛书的编审委员会，还规划出了首批包括土木工程、工程管理及建筑环境与设备工程等专业方向的四十多个选题，再经过各位主编老师和参编老师的艰苦努力，并在北京大学出版社各级领导的关心和第六事业部的各位编辑辛勤劳动下，首批教材终于 2006 年春季学期前夕陆续出版发行了。

在首批教材的编写出版过程中，得到了越来越多的来自全国各地相关兄弟院校的领导和专家的大力支持。于是，在顺利运作第一批土建教材的鼓舞下，北京大学出版社联合全国七十多家开设有土木建筑相关专业的高校，于 2005 年 11 月 26 日在长沙中南林业科技大学召开了《21 世纪全国应用型本科土木建筑系列实用规划教材》（第二批）组稿会，规划了①建筑学专业；②城市规划专业；③建筑环境与设备工程专业；④给排水工程专业；⑤土木工程专业中的道路、桥梁、地下、岩土、矿山课群组近六十个选题。至此，北京大学出版社规划的“大土木建筑系列教材”已经涵盖了“大土建”的六个专业，是近年来全国高等教育出版界唯一一套完全覆盖“大土建”六个专业方向的系列教材，并将于 2007 年全部出版发行。

我国高等学校土木建筑专业的教育，在国家教育部和建设部的指导下，经土木建筑专业指导委员会六年来的研讨，已经形成了宽口径“大土建”的专业发展模式，明确了土木建筑专业教育的培养目标、培养方案和毕业生基本规格，从宽口径的视角，要求毕业生能

从事土木工程的设计、施工与管理的工作。业务范围涉及房屋建筑、隧道与地下建筑、公路与城市道路、铁道工程与桥梁、矿山建筑等,并且制定一整套课程教学大纲。本系列教材就是根据最新的培养方案和课程教学大纲,由一批长期在教学第一线从事教学并有多年工程经验和丰富教学经验的教师担任主编,以定位“应用型人才培养”为目标而编撰,具有以下特点:

(1) 按照宽口径土木工程专业培养方案,注重提高学生综合素质和创新能力,注重加强学生专业基础知识和优化基本理论知识结构,不刻意追求理论研究型教材深度,内容取舍少而精,向培养土木工程师从事设计、施工与管理的应用方向拓展。

(2) 在理解土木工程相关学科的基础上,深入研究各课程之间的相互关系,各课程教材既要反映本学科发展水平,保证教材自身体系的完整性,又要尽量避免内容的重复。

(3) 培养学生,单靠专门的设计技巧训练和运用现成的方法,要取得专门实践的成功是不够的,因为这些方法随科学技术的发展经常改变。为了了解并和这些迅速发展的方法同步,教材的编撰侧重培养学生透彻理解教材中的基本理论、基本特性和性能,又同时熟悉现行设计方法的理论依据和工程背景,以不变应万变,这是本系列教材力图涵盖的两个方面。

(4) 我国颁发的现行有关土木工程类的规范及规程,系1999年—2002年完成的修订,内容有较大的取舍和更新,反映了我国土木工程设计与施工技术的发展。作为应用型教材,为培养学生毕业后获得注册执业资格,在内容上涉及不少相关规范条文和算例。但并不是规范条文的释义。

(5) 当代土木工程设计,越来越多地使用计算机程序或采用通用性的商业软件,有些结构特殊要求,则由工程师自行编写程序。本系列的相关工程结构课程的教材中,在阐述真实结构、简化计算模型、数学表达式之间的关系的基础上,给出了设计方法的详细步骤,这些步骤均可容易地转换成工程结构的流程图,有助于培养学生编写计算机程序。

(6) 按照科学发展观,从可持续发展的观念,根据课程特点,反映学科现代新理论、新技术、新材料、新工艺,以社会发展和科技进步的新近成果充实、更新教材内容,尽最大可能在教材中增加了这方面的信息量。同时考虑开发音像、电子、网络等多媒体教学形式,以提高教学效果和效率。

衷心感谢本套系列教材的各位编著者,没有他们在教学第一线的教改和工程第一线的辛勤实践,要出版如此规模的系列实用教材是不可能的。同时感谢北京大学出版社为我们广大编著者提供了广阔的平台,为我们进一步提高本专业领域的教学质量和教学水平提供了很好的条件。

我们真诚希望使用本系列教材的教师和学生,不吝指正,随时给我们提出宝贵的意见,以期进一步对本系列教材进行修订、完善。

本系列教材配套的PPT电子教案以及习题答案在出版社相关网站上提供下载。

《21世纪全国应用型本科土木建筑系列实用规划教材》

专家编审委员会

2006年1月

前 言

随着建筑装饰技术、材料的发展和国民生活水平的提高,人们对工作和居住环境的要求越来越高,建筑装饰装修行业焕发出越来越强的生命力,具有广阔的产业发展前景,已逐步发展成为国民经济的主要产业。产业急需大批优秀的室内设计人才、工程技术人才和工程项目管理人才。

建筑室内装饰装修产业的飞速发展,对建筑室内装饰装修行业及行业从业人员提出了新的要求:需要对多学科交叉的建筑装饰技术有更深刻的理解和认识;正确选用装饰材料;合理确定建筑装饰材料的施工方案与工艺;高水平的工程项目管理和预概算能力等。

本书参考建筑装饰工程项目管理和工程造价管理以及建筑装饰预概算的基本原理,并结合建设部《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2003)和现行国家及地方关于装饰工程的费用规定文件精神等内容编写完成。全书共分为 11 章,主要由三部分组成:第一部分主要介绍室内装饰工程项目管理和造价管理的内容;第二部分主要介绍室内装饰工程预算与定额的概念、预算费用组成、工程量计算原理、工程量清单计价、招投标的发展等内容;第三部分主要通过具体的案例进行分析并简单介绍利用计算机编制预算的内容。本书语言简洁、通俗易懂,突出实用性和可操作性。

本书主要由福建农林大学陈祖建编写并担任主编,林金国参与了第 1 章的编写,谢志忠参与了第 10 章第 1、2 节的编写。厦门国家造价工程师陈清郁给本书提供许多工程实践方面的宝贵信息资料,福建晨曦软件开发有限公司为本书提供了“清单计价 2005”软件的操作方法,在此一并表示感谢!

本书主要可作为大中专院校开设室内设计、艺术设计的专用教材使用,也可作为高职高专、成人职大及社会团体开办室内设计师培训班的培训教材使用,同时也可作为室内装饰企业和设计公司的专业工程技术与管理参考。

本书较适宜的授课学时为 50 学时左右,第 1、2 章共 4 学时,第 3~6 章每章各 4 学时,第 7 章 8 学时,第 8 章 5 学时,第 9 章 3 学时,第 10 章 8 学时,第 11 章 6 学时。另外,建议增设课程设计 1 周。

室内装饰工程预算涉及面广、内容较为复杂而且计算量要求精细,加之作者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请广大读者不吝指正。

编 者

2008 年 2 月

目 录

第1章 绪论.....	1	3.2 室内装饰工程施工进度管理.....	29
1.1 室内装饰业概述.....	1	3.2.1 室内装饰工程施工进度管理的概念和内容.....	30
1.1.1 室内装饰工程及作业流程.....	1	3.2.2 室内装饰工程施工进度管理.....	31
1.1.2 室内装饰业.....	3	3.3 室内装饰工程施工技术管理.....	39
1.1.3 建筑装饰等级与标准.....	6	3.3.1 技术管理概述.....	39
1.2 装饰工程计价及计价特点.....	7	3.3.2 技术管理内容.....	40
1.2.1 装饰装修工程计价的方式.....	7	3.3.3 室内装饰企业技术管理.....	44
1.2.2 装饰装修工程计价的特点.....	10	3.4 室内装饰工程质量管理.....	46
1.3 《室内装饰工程预算》篇章结构及学习方法.....	10	3.4.1 室内装饰工程质量和质量管理的基本概念.....	47
1.3.1 《室内装饰工程预算》结构.....	11	3.4.2 室内装饰工程全面质量管理.....	52
1.3.2 学习室内装饰工程预算的意义.....	11	3.5 室内装饰工程成本管理.....	57
小结.....	12	3.5.1 室内装饰工程成本管理概述.....	58
思考与练习.....	13	3.5.2 室内装饰工程成本管理内容.....	59
第2章 室内装饰工程概述.....	14	3.5.3 室内装饰工程成本降低措施.....	64
2.1 室内装饰工程发展概述.....	14	小结.....	66
2.1.1 室内装饰工程的含义和内容.....	14	思考与练习.....	66
2.1.2 室内装饰工程的特点.....	17	第4章 室内装饰工程造价管理.....	67
2.1.3 室内装饰工程的发展概况.....	18	4.1 室内装饰工程造价管理概述.....	67
2.2 室内装饰工程项目的划分.....	22	4.1.1 工程造价管理的基本概念和基本内容.....	67
2.2.1 室内装饰工程项目的概念和特点.....	23	4.1.2 造价管理发展概况.....	70
2.2.2 室内装饰工程项目的组成.....	24	4.2 室内装饰工程造价管理内容.....	78
小结.....	26	4.2.1 室内装饰工程投资决策和设计阶段造价管理.....	78
思考与练习.....	26	4.2.2 室内装饰工程招标投标阶段造价管理.....	82
第3章 室内装饰工程项目管理.....	27	4.2.3 室内装饰工程施工阶段造价管理.....	86
3.1 概述.....	27	4.2.4 室内装饰工程竣工阶段造价管理.....	92
3.1.1 室内装饰工程项目管理的概念、任务和特点.....	27	小结.....	94
3.1.2 室内装饰工程项目管理的内容.....	28	思考与练习.....	95

第5章 室内装饰工程预算费用 96	
5.1 室内装饰工程计价理论..... 96	
5.1.1 室内装饰产品价格特点..... 96	
5.1.2 室内装饰工程计价理论..... 97	
5.2 室内装饰工程费用..... 98	
5.2.1 室内装饰工程费用构成..... 98	
5.2.2 室内装饰工程费用内容..... 98	
5.3 室内装饰工程费用计算..... 108	
5.3.1 工程费用计算方法及 计算标准..... 108	
5.3.2 费用调整..... 111	
5.3.3 室内装饰工程造价 计算程序..... 114	
小结..... 115	
思考与练习..... 116	
第6章 室内装饰工程预算定额 117	
6.1 室内装饰工程预算定额的概念..... 117	
6.1.1 室内装饰工程定额的分类..... 117	
6.1.2 室内装饰工程定额的作用..... 118	
6.2 传统室内装饰工程预算定额..... 119	
6.2.1 定额预算基价..... 119	
6.2.2 装饰预算定额组成..... 123	
6.2.3 定额换算..... 124	
6.2.4 定额应用..... 130	
6.3 室内装饰工程消耗量定额..... 133	
6.3.1 装饰工程消耗量定额概述..... 133	
6.3.2 装饰装修工程消耗 量的确定..... 135	
小结..... 137	
思考与练习..... 137	
第7章 室内装饰工程工程量计算 138	
7.1 工程量概述..... 138	
7.1.1 工程量概念..... 138	
7.1.2 工程量计算的一般规则 和注意事项..... 138	
7.1.3 工程量计算的意义..... 139	
7.2 建筑面积的计算..... 140	
7.2.1 建筑面积计算的意义..... 140	
7.2.2 计算建筑面积和不计算 建筑面积的范围..... 140	
7.3 楼地面工程..... 141	
7.3.1 基本内容..... 141	
7.3.2 计算规则..... 141	
7.3.3 计算实例..... 144	
7.4 墙柱面装饰工程..... 146	
7.4.1 基本内容..... 146	
7.4.2 计算规则..... 146	
7.4.3 计算实例..... 148	
7.5 顶棚装饰工程..... 149	
7.5.1 基本内容..... 149	
7.5.2 计算规则..... 150	
7.5.3 计算实例..... 151	
7.6 门窗和木结构装饰工程..... 152	
7.6.1 基本内容..... 152	
7.6.2 计算规则..... 153	
7.6.3 计算实例..... 154	
7.7 油漆、涂料、裱糊装饰工程..... 155	
7.7.1 基本内容..... 155	
7.7.2 计算规则..... 155	
7.7.3 计算实例..... 158	
7.8 室内装饰陈设工程..... 158	
7.8.1 基本内容..... 158	
7.8.2 计算规则..... 158	
7.9 脚手架工程..... 159	
7.9.1 基本内容..... 159	
7.9.2 计算规则..... 159	
7.9.3 计算实例..... 160	
7.10 其他工程..... 160	
7.10.1 基本内容..... 160	
7.10.2 计算规则..... 161	
小结..... 162	
思考与练习..... 162	
第8章 室内装饰工程设计概算及 施工图预算 165	
8.1 室内装饰工程预算的种类 与编制方法..... 165	
8.1.1 预算和预算种类..... 165	
8.1.2 室内装饰工程预算及 其作用..... 167	

8.1.3 室内装饰工程预算种类和 预算编制方法.....168	第 10 章 室内装饰工程招投标 报价实例..... 223
8.2 室内装饰工程设计概算编制 与审查.....170	10.1 概述..... 223
8.2.1 设计概算编制.....170	10.1.1 我国招标投标体制的发展... 223
8.2.2 室内装饰设计概算审查.....177	10.1.2 我国招投标的发展趋势..... 224
8.3 室内装饰工程施工图预算编制.....178	10.2 室内装饰工程招投标基本概念..... 226
8.3.1 概述.....179	10.2.1 室内装饰工程招标..... 226
8.3.2 工料机的分析.....182	10.2.2 室内装饰工程投标..... 228
8.3.3 室内装饰工程预算审查.....195	10.2.3 室内装饰工程标底..... 230
小结.....197	10.2.4 开标、评标和定标..... 234
思考与练习.....197	10.3 工程量清单计价与室内装饰 工程招投标..... 236
第 9 章 室内装饰工程量清单及 清单计价.....200	10.3.1 工程量清单招投标的 基本方法..... 236
9.1 概述.....200	10.3.2 工程量清单计价模式 下的投标报价..... 237
9.1.1 基本概念.....200	10.3.3 工程量清单招标的 特点和优点..... 238
9.1.2 工程量清单计价的 主要内容.....201	10.3.4 室内装饰工程工程量 清单计价招标的作用..... 240
9.1.3 《计价规范》的特点.....202	10.4 某经理办公室室内装饰工程 招投标报价实例..... 241
9.1.4 室内装饰工程工程量 清单计价的优点.....203	10.4.1 某经理办公室室内装饰 工程清单招标实例..... 241
9.1.5 工程量清单计价的意义.....204	10.4.2 某经理办公室室内装饰 工程投标报价实例..... 253
9.2 室内装饰工程量清单编制.....206	10.4.3 某经理室室内装饰施工图... 275
9.2.1 工程量清单内容.....206	小结..... 278
9.2.2 室内装饰工程量清单 编制原则和依据.....209	思考与练习..... 278
9.2.3 室内装饰工程量清单 编制步骤和方法.....210	第 11 章 室内装饰工程预算 软件的应用..... 279
9.2.4 工程量清单格式.....211	11.1 概述..... 279
9.3 室内装饰工程量清单计价的编制.....214	11.2 造价软件在室内装饰工程 预算中的应用..... 283
9.3.1 综合单价及其内涵.....214	11.2.1 新建预算文件..... 283
9.3.2 综合单价和总价的编制 原则与编制依据.....214	11.2.2 单位工程与分项工程设置... 285
9.3.3 综合单价和总价的编制 程序与方法.....215	11.2.3 项目输入..... 288
9.3.4 工程量清单计价格式.....217	
小结.....222	
思考与练习.....222	

11.2.4 措施项目费和其他项目费295	思考与练习 299
11.2.5 材料汇总和造价汇总296	参考文献 300
小结299	

第1章 绪 论

教学提示：建筑装饰是对建筑物、构造物的美化活动；装饰行业是指围绕装饰工程，从事设计、施工、管理、饰材制造、商业营销、中介服务等多种业务的综合性新型行业。本章主要介绍室内装饰工程行业现状、室内装饰工程计价方式和计价特点，以及室内装饰工程预算结构及其学习方法。

教学目标：了解装饰的概念及装饰行业现状，熟悉室内装饰工程计价方式和计价特点，掌握室内装饰工程学习方法。

1.1 室内装饰业概述

1.1.1 室内装饰工程及作业流程

1. 装饰与室内装饰工程

装饰就是利用能使物体美观的各种要素的方法及其过程。建筑装饰是对建筑物、构造物的美化，是指使用装饰材料对建筑物、构筑物的外表和内部进行美化修饰处理的工程建设活动。装饰对建筑物和构筑物具有保护主体、改善功能、美化空间和渲染环境的作用，各类城市建筑只有在经过各种装饰艺术处理之后，才能获得美化城市、渲染生活环境、展现时代风貌、宣扬民族风格的效果。

室内装饰是建筑装饰的重要组成部分，它以美学原理为依据，以各种现代装饰材料为基础，通过运用正确的施工工艺技巧和精工细作来实现的室内环境艺术。具有良好艺术效果的室内装饰工程，不仅取决于好的设计方案，还取决于优良的施工质量。为满足艺术造型与装饰效果的要求，室内装饰工程还涉及其结构构造、环境渲染、材料选用、工艺美术、声像效果和施工工艺等诸多问题。因此，从事室内装饰设计的人员，视野必须开阔、经验丰富、美术功底好、设计能力强，才能设计出好的室内装饰作品；从事室内装饰工程施工的人员，必须深刻领会设计意图，仔细阅读施工图纸，精心制定施工方案，并认真付诸实施，确保工程质量，才能使室内装饰作品获得理想的装饰艺术效果。

装饰工程是指通过装饰设计、施工管理等一系列的建筑工程活动，对建筑工程项目的内部空间和外部环境进行美化艺术处理，从而获得理想的装饰艺术效果的工程全过程，即指建筑装饰项目从业务洽谈、方案设计到施工与管理直至交付业主使用等一系列的工作组合，包括对新建、扩建、改建的建筑室内外进行的装饰工程。

一项室内装饰工程的交付使用，既给人们创造了一个舒适实用的室内环境，又是一件融汇着美学的艺术作品。室内装饰的设计、施工与管理水平，不仅反映一个国家的经济发展水平，还反映这个国家的文化艺术和科学技术水平，同时还是民族风格、民族特色的集中体现。因此，建筑装饰工程设计与施工，既不是单纯的设计绘图，也不是简单的材料堆积，而是系统化的工程。

2. 室内装饰工程作业流程

室内装饰工程作业流程如图 1.1 所示,装饰工程流程包括以下主要工作内容。

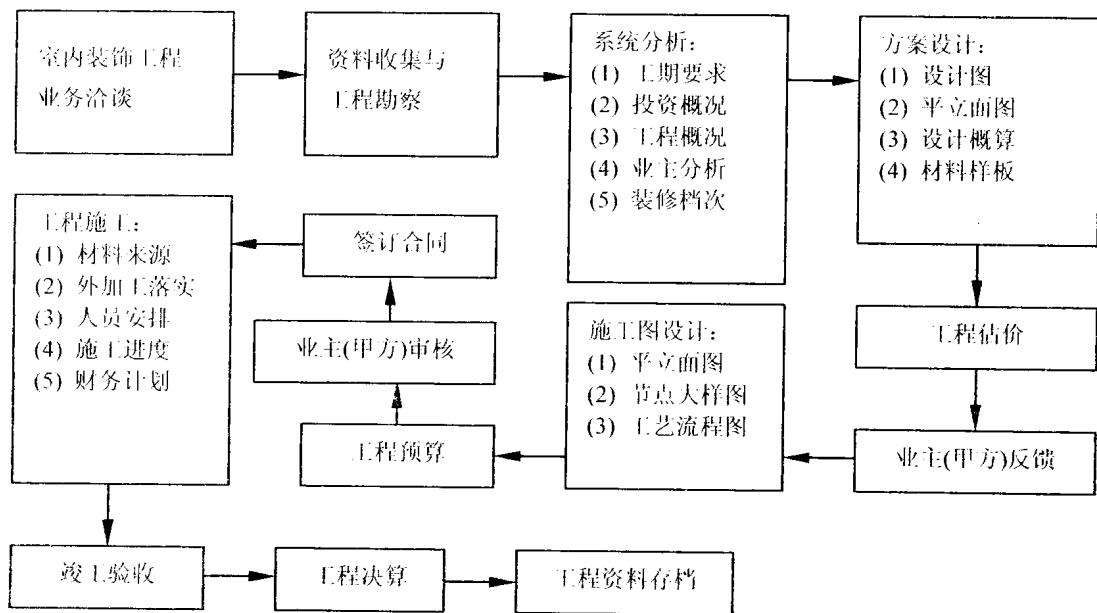


图 1.1 室内装饰工程流程

(1) 业务洽谈。装饰企业承接每一项装饰工程业务,从与业主(甲方)接触洽谈开始,就必须将业主(甲方)的意见与要求记录下来,并注意相互沟通信息和意见。洽谈记录的内容包括工程性质(如商场、写字楼、歌舞厅、餐厅、住宅等)、工程地点(某市某区某街某号)、经营方式(如自营、出租、零售、批发等),还包括业主有何爱好与要求、现场状况、方案设计完成的时间和下次约见的日期等。

(2) 资料收集与现场勘查。在建筑装饰方案设计之前,首先应做好有关设计资料的收集和装饰现场的调查勘查等准备工作,其中包括:业主(甲方)的经济实力、地位与背景,装饰工程所处的位置,交通是否方便,现有设施情况,以及向业主索取原建筑图纸资料和业主的投资意向等。

(3) 系统分析。系统分析又称为可行性分析,主要是对业主能否接受承接人的意见所作的具体分析,如按拟定的完工日期业主是否满意,交付使用日期定在什么时间才能达到业主要求,装饰工程报价业主是否接受,以及根据设计要求如何选用施工队伍与人员等。

(4) 方案设计。装饰方案设计,主要由设计人员根据业主(甲方)的意见和要求确定,如该工程的建筑面积、艺术造型、使用功能、投资大小、档次高低、材料选用等都是装饰设计的主要依据。施工图纸一般包括绘制分层平面图、顶棚仰视图、立面图和彩色效果图等。

(5) 工程估价。装饰工程估价是指概算估价,即根据方案设计图估算工程大概所需的费用。装饰企业为了在投标报价中战胜对手,概算报价可以低一点,待中标后再进行调整。概算估价的计算方法是:根据工程的难易程度及所用材料的面积乘以单价,加上所需人工费和按规定应收取的各项费用之和;也可以根据工程所用材料和装饰档次,估算出每平方米的造价,再乘以建筑装饰面积。

(6) 业主反馈。在装饰方案设计与概算估价完成后,应及时交与业主审核,尽量向业主阐述自己的观点,并与业主交换意见。在听取业主意见与要求之后,对设计方案和概算估价做进一步的修改与完善,直到业主满意为止。

(7) 施工图设计。施工图纸是施工技术人员组织施工的主要依据,为了满足施工图设计的要求,设计人员绘制施工图纸时,要注意图纸中各种尺寸、标高、所用材料等必须标注清楚,要有节点和具体做法大样,使施工人员一目了然。

(8) 工程预算。装饰工程预算是具体计算装饰工程造价,确定所需人工、材料等消耗数量的经济技术文件。它是与业主签订工程合同、结算工程价款的重要依据,也是装饰企业组织工程收入、核算工程成本、确定经营盈利的主要依据。因此,要求计算工程量要精细,套用定额要正确,按规定计取费用,不要漏项、错算和重算,以免造成不必要的经济损失。关于装饰工程预算的项目划分、工程量计算规则、取费标准、内容组成、编制原则依据、方法与步骤等将在后面的章节中做详细介绍。

编制装饰工程预算,要实事求是地计算工程造价,既不可多算,也不可少算。过多增加预算费用会使中标率降低,漏项少算会造成中标后难以增加补偿的费用。因此在工程招投标时,招标文件中一般都有“以本标单为依据”的附加条款,不允许随意调整费用。

(9) 业主审核。装饰工程预算和施工进度计划交给业主后,业主应及时组织专业人员进行审核。如有不同意见或发现较大出入时,业主应就其明细项目情况给以说明,便于及时修改,以免日后造成工程纠纷。

(10) 签订合同。施工合同是业主和承包商双方针对某项装饰工程任务,经双方共同协商签订协议,共同遵守并具有法律效力的文本。合同内容主要包括合同依据、施工范围、施工期限、工程质量、取费标准、双方职责、奖惩规定及其他。

(11) 工程施工。工程施工是工程项目装饰艺术加工的具体实施,要求做好以下几项工作:按施工进度要求认真组织施工;加强工程质量管理、质量监督与质量控制,凡不符合质量标准要求的项目,必须返工重做,直到达到质量标准要求为止;加强现场施工管理,主要包括人事管理、财务管理、材料管理和机具管理等。

(12) 竣工验收及工程决算。装饰工程完工后,还需要做好以下工作:会同业主、质检部门检查工程质量及缺陷,并限期改正;清理现场,做到工完场清;试水试电;填写竣工报表;办理交工验收手续和计算工程成本及收益,并做好竣工决算等。

1.1.2 室内装饰业

1. 装饰行业特点

所谓装饰行业是指围绕装饰工程,从事设计、施工、管理、饰材制造、商业营销、中介服务等多种业务的综合性新型行业。

我国装饰行业,确切而言应称之为现代装饰行业。“现代”二字是为了区别于过去传统的装饰行业,略去“现代”两字,简称为装饰行业,隶属该行业的企业称为装饰企业。根据我国国民经济行业分类国家标准(GB/T 4754—1994),装修装饰业是建筑业的三个大类之一。

就专业特点而言,装饰行业具有以下主要特点。

(1) 装饰行业集文化、艺术、技术于一体,包括建筑工程六面体、空间和室内外环境的装饰艺术处理。

(2) 装饰行业为智力、技术、管理密集型行业,它采用高新技术,倡导资源节约、环境保护、优质优价,实现和提高其产值及利润。它以创造性的室内设计为前提,以选择性更强的饰材为基础,通过高水准、精致化的装饰施工,使装饰作品具有显著的文化、艺术、技术内涵,且具有优良的质量、完善的功能、新颖的造型和稳定的性能,以弘扬中华民族文化精神,提高装饰工程作品的原值利润。

(3) 逐步形成主导产业的特点装饰行业,从行业上隶属建筑业,从产业上划分属第三产业。该行业既能为社会创造财富,为国家提供积累,又能促进消费结构的调整,美化环境,提高人民生活。同时,能带动建材、轻工、纺织、冶金、旅游、房地产、金融、贸易等 50 多个行业的发展。

我国房地产业,特别是旅游业、娱乐业、商业、饮食业的兴起与发展,也是建筑装饰行业启动与形成的直接动力;而人民物质和精神生活品质的不断提升,则是该行业发展繁荣的根本源泉。

2. 室内装饰业现状

2006 年底,营业范围包括装饰、家居装饰等内容在工商登记注册的企业,全国共有 17.5 万家。对比 2005 年,企业数量略有减少,减少数量约 0.5 万家,减少幅度约在 5% 左右。企业数量稳中有降,表明经过 20 多年的发展,行业市场已经趋向成熟,市场结构也日趋完整,市场竞争日益激烈,是行业发展过程中的正常现象。企业数量略有下降,主要原因是部分小企业退出市场,而新增企业的速度降低,2006 年全国新增装饰企业约为 500 家左右,远远低于 2000—2002 年每年 5 000~1 000 家的增长水平。2006 年,我国建筑装饰行业完成的工程量,在公共建筑装饰装修部分,基本由有资质的企业完成;住宅装饰装修部分,主要由无资质企业完成,无资质企业完成的工程量,约占整个住宅装饰装修工程量的 60% 左右。我国建筑装饰企业的数量虽然有所下降,但每个企业年完成工程量却都有不同幅度的增长,其中行业内产值最高的企业,已经由 2005 年的 28 亿产值,增加到 2006 年的 50 亿产值,增长率超过 16.7%,而且产生了上市公司,不仅表明行业发展仍有较大的空间,也表明企业结构更趋于合理。

截止到 2006 年底,我国建筑装饰行业的从业者队伍约为 1 400 万人。其中,工程技术人员约为 80 万人,占全员的 5.7%;管理人员约为 200 万人,占全员的 14.3%;在施工一线的操作工人约 900 万人,占全员的 64.3%;另有约 200 万以上的人员从事材料流通、市场中介等活动。我国建筑装饰行业的从业者,主要来自于农村剩余劳动力。由于近几年建筑装饰行业市场规模的增幅比上个世纪末有明显的回落,从业者队伍的素质提高,组织管理的细化,使得 2006 年新增从业者的数量增幅有所回落。2006 年新增就业人数在 80 万人左右,其中工程技术人员约 5 万人;管理人员增加约 5 万人;一线操作人员增加约 70 万人。

2006 年全国建筑装饰行业实现工程产值 11 500 亿元人民币, 占全国国内生产总值的 6%。其中公共建筑装饰装修实现工程产值 4 500 亿元; 住宅装饰装修实现工程产值 7 000 亿元, 全行业实现增加值超过 3 500 亿元。从绝对量上分析, 2006 年工程产值比 2005 年的 10 000 亿元增加了 1 500 亿元, 其中公共建筑装饰装修比 2005 年的 4 100 亿元增加了 400 亿元; 住宅装饰装修比 2005 年的 5 900 亿元增加了 1 100 亿元。

从发展速度上分析, 公共建筑装饰装修增长 12% 左右; 住宅装饰装修增长 17% 左右。从市场比重上分析, 公共建筑占市场总量的 39.1%, 住宅装饰装修占市场总量的 60.9%。在公共建筑装饰装修行业中, 建筑幕墙工程约占 1 000 亿元左右, 其他室外工程约 300 亿元, 室外工程约 1 300 亿元, 占整个建筑装饰行业产值的 11.3%, 占公共建筑装饰装修的 28.9%; 建筑装饰装修室内工程约占 3 200 亿元左右, 占整个建筑装饰行业产值的 27.8%, 占公共建筑装饰装修的 71.1%。在住宅装饰装修中, 新建住宅装饰装修约占 5 400 亿元, 占整个建筑装饰行业产值的 47%, 占住宅装饰装修的 77.1%; 旧住宅改造性装修约占 1 600 亿元, 占整个建筑装饰行业产值的 13.9%, 占住宅装饰装修的 22.9%。

受房地产开发平稳增长和国家基础建设投资力度不断加强的影响, 2006 年建筑装饰行业的年增长速度达到 15% 左右, 高于国民经济增长速度近 5 个百分点。其中公共建筑装饰装修的增长速度, 高于整个国民经济增长速度近 2 个百分点, 住宅装饰装修高于整个国民经济增长近 7 个百分点, 住宅装饰装修对建筑装饰行业整体发展及对整个国民经济增长所做的贡献, 高于公共建筑装饰装修。

3. 装饰行业管理

建设部(90)建设字第 610 号文规定, 装饰设计是建筑工程设计的一个有机组成部分, 是建筑、室内设计专业技术人员根据建筑物的功能及其环境的需要, 为使建筑物室内、外空间达到一定的环境质量要求, 运用建筑工程学、人体工程学、环境美学、材料学等知识而进行的一种综合性的设计活动。其内容主要包括建筑物室内空间布局、材料选择、色彩、家具、灯饰、陈设的设计或造型, 以及与之相关的室外环境设计及工程概预算编制等。在建设部 1993 年制定的《民用建筑设计收费企业标准》中规定, 装饰设计根据其复杂程度, 共分三级收费, 收费限额从 3.8% 到 6.0% 不等, 允许在此限额上进行市场调节、上下浮动。

装饰施工企业资质分一、二、三级, 一级资质由建设部审批, 二、三级资质由各省、自治区、直辖市建筑施工主管部门审批, 中央有关部委且在国家工商总局注册的二级资质由建设部审批。装饰设计单位资格分甲、乙、丙三级, 甲级由建设部审批, 乙、丙级由各省、自治区、直辖市建筑设计主管部门审批, 凡持有综合建筑工程设计证书的单位, 可承担相同级别的装饰设计任务, 不需另外申请装饰设计资格。

装饰施工企业的营业范围包括各种建筑物和构筑物的外表及内部装饰、装修、装潢, 房屋建筑室内上下水、采暖、通风、照明设置及管线安装。一级企业可承包各种装饰工程的设计和施工, 二级企业可承包造价在 200 万元以下的装饰工程的设计与施工, 三级企业可承包造价在 50 万元以下的装饰工程的施工。

1.1.3 建筑装饰等级与标准

1. 建筑等级

房屋建筑等级,通常按建筑物的使用性质和耐久性等划分为一级、二级、三级和四级,见表 1-1。

表 1-1 建筑等级

建筑等级	建筑物性质	耐久性
一级	有代表性、纪念性、历史性的建筑物,如国家大会堂,博物馆,纪念馆建筑	100 年以上
二级	重要公共建筑物,如国宾馆,国际航空港,城市火车站,大型体育馆,大剧院,图书馆建筑	50 年以上
三级	较重要的公共建筑和高级住宅,如外交公寓,高级住宅,高级商业服务建筑,医疗建筑,高等院校建筑	40~50 年
四级	普通建筑物,如居住建筑,交通、文化建筑等	15~40 年

2. 建筑装饰等级

一般来讲,建筑物的等级越高,装饰标准也越高。根据房屋的使用性质和耐久性要求确定的建筑等级,应作为确定建筑装饰标准的参考依据,因此建筑装饰等级的划分是按照建筑等级并结合我国国情,根据不同类型的建筑物来确定的,见表 1-2。

表 1-2 建筑装饰等级

建筑装饰等级	建筑物类型
一级	大型博览建筑,大型剧院,纪念性建筑,大型邮电、交通建筑,大型贸易建筑,大型体育馆,高级宾馆,高级住宅
二级	广播通信建筑,医疗建筑,商业建筑,普通博览建筑,邮电、交通、体育建筑,旅馆建筑,高教建筑,科研建筑
三级	居住建筑,生活服务性建筑,普通行政办公楼,中、小学建筑

3. 建筑装饰标准

根据不同的建筑装饰等级,建筑物的各部位所使用的材料和做法,按照不同类型的建筑来区分装饰标准。

建筑装饰等级为一级的建筑物,其门厅、走道、楼梯以及房间的内、外装饰标准,见表 1-3。

建筑装饰等级为二级的建筑物,其门厅、走道、楼梯以及房间的内、外装饰标准,见表 1-4。

建筑装饰等级为三级的建筑物,内墙面用混合砂浆、纸筋灰浆、内墙涂料,局部油漆墙裙;外墙面局部贴面砖,大部分用水刷石、干粘石、外墙涂料。楼地面局部为水磨石,大部分为水泥砂浆地面。除幼儿园、文体用房外,一般不用木地板、花岗石板、铝合金门窗,不贴墙纸等。