

建筑装饰工程 概预算编制 与 投标报价手册

中国建筑装饰协会

建设部政策研究中心

建筑装饰工程概预算编制 与投标报价手册

中国建筑装饰协会 建设部政策研究中心

中国建筑工业出版社

(京) 新登字 035 号

本书是关于建筑装饰工程概算、预算的编制以及投标报价的综合性工具书。内容包括建筑装饰行业现状及发展、工程档次划分、建筑装饰工程报价参考资料、装饰工程量计算规则, 建筑装饰工程概预算书的编制方法、投资估算、报价及招标投标合同、工程决算以及国家有关建筑装饰工程的重要文件。

**建筑装饰工程概预算编制
与投标报价手册**

中国建筑装饰协会 建设部政策研究中心

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京文化出版咨询公司电脑照排

北京二二〇七印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 43 字数: 1047 千字

1994 年 8 月第一版 1994 年 8 月第一次印刷

印数: 1—14,200 册 定价: 43.30 元

ISBN 7-112-02257-6 / F · 159

(7282)

本手册编委会成员

主任委员： 张恩树

副主任委员： 刘正发 吴家骝 石连峰

主 编： 黄 白 吴承辉 房 箴 孟建国

编 委： 霍明远 田启明 吴 平 陶士典

刘爱灵 肖映周 张秀良 蒋冠平

孟 燕 王 萍 刘路军

前 言

建筑装饰,在我国是一个既古老又新兴的行业。我国的现代建筑装饰行业,与改革开放同时起步发展,形成于80年代末,1991年七届全国人大四次会议上,将该行业的发展列入我国国民经济和社会发展规划和“八五”计划之中。

随着我国建设事业的发展和人民物质与精神生活水平的提高,建筑装饰工程量直线上升,建筑装饰队伍也急剧增加。据不完全统计,1993年,全国建筑装饰企业已达35000余家,从业人员250万人,完成建筑装饰工程产值400亿元,分别是1990年的3.5倍、2.5倍和13.3倍。这支新兴的建筑装饰大军,为我国的建设事业,为美化环境、美化人民生活做出了重要的贡献。1993年,是我国建筑装饰行业历年产值最高、发展速度最快的一年。目前,全行业呈现着蓬勃发展的趋势。1994年,全国建筑装饰工程产值预计将超过600亿元,到本世纪末,将达到上千亿元。全行业即将进入到一个良性循环的新的发展时期,将成为我国国民经济和社会发展中的一个主导产业。

但是,目前行业发展中也存在不少问题,其中,建筑装饰工程概预算与投标报价问题相当突出,亟待认真研究解决。

建筑装饰是建筑业的一个重要组成部分,建筑装饰企业的健康发展对振兴建筑业至关重要。建筑装饰行业的最终产品是建筑装饰工程,其质量的优劣,与建筑装饰工程概预算与投标报价密切相关。这是建设部及各级建设行政主管部门抓好建筑装饰行业管理工作的主要内容之一。

根据建设部提出的“一、二、一”的工作指导方针:“一个立足”——立足市场,“两个面向”——面向工程、面向企业,“一个宗旨”——全力振兴建筑业,以及当前建筑装饰行业发展的需要,中国建筑装饰协会积极配合政府主管部门进一步加强包括建筑装饰工程概预算与投标报价的法制建设工作。

目前,建筑装饰工程造价计价依据改革的思路是:实行量、价分离,对人工、材料、机械的消耗量,由国家统一制订定额,并适时进行调整,人工费单价随市场劳务价格的变动和国家工资福利政策及时调整。对不同材料的预算价格实行区别对待、调放结合的方式,其中,主材实行高进高出,市场定价;地方材料由工程造价管理部门定期发布调整价差系数,予以动态管理。实行优质优价政策,鼓励建筑装饰企业不断提高建筑装饰工程质量。使建筑装饰行业的利润率保持或略高于全社会的平均利润率。合理确定标价,既考虑甲方(业主)的利益,又保护承包商(建筑装饰设计、施工工程公司)的利益,建立科学、合理、公平的竞争机制。

有鉴于此,在依据现行的国家有关政策、法规、标准、定额的基础上,结合业内多年市场经济实际运作的经验,并考虑到与国际市场接轨的前瞻性,我们组织编纂了此手册,其主创者均为业界资深人士。本手册的基本原则是:适应市场经济的发展,维护建筑装饰市场的公平、公正、公开和高效、统一、有序、保护从业者的合法权益,保护社会公众利

益，建立新的建筑装饰行业及社会信用秩序，使该行业成为具有高尚的职业道德和旺盛的竞争能力的行业。

本手册有别于以往同类书籍的特色还在于，首次向业内全面展示了我国建筑装饰行业发展的轨迹；几乎包括了与建筑装饰工程概预算与投标报价密切相关的全部重要环节；并力求体现权威性、指导性、可靠性、实用性和通用性。可以作为业内，特别是甲方（业主）和乙方（承包商）从事建筑装饰工程概预算与投标报价工作的依据之一。

1994年，是我国现代建筑装饰行业蓬勃发展的第15个年头，同时也是中国建筑装饰协会成立10周年，谨编写出版本手册作为纪念。在本手册的策划与编纂过程中，得到了建设部及其有关司局负责人和业界领导及人士的多方关注、指导，在此一并致谢。本手册疏漏之处，恳望得到批评指正，以利再版更新。

目 录

第一篇 建筑装饰工程基本知识

第一章 我国建筑装饰行业现状及发展前景	3
一、建筑装饰行业的基本界定与内涵	3
二、国家宏观政策与建筑装饰行业管理	6
三、建筑装饰行业基本状况及业绩评估的依据	11
四、90年代前4年建筑装饰行业的发展	21
五、家居装饰业的发展	31
六、建筑装饰工程造价计价依据的改革	35
第二章 建筑装饰工程档次划分及工程目录	40
一、民用建筑设计收费企业标准——建筑装饰设计收费	41
二、中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准	42
三、宾馆自动控制、消防系统	60
四、北京市高级建筑装饰企业资质管理暂行办法	61
五、关于高级建筑装饰工程概算编制管理试行办法	62
六、建筑装饰工程内容及分类标准(试行)	64
七、不同档次建筑装饰费用	66
八、建筑装饰工程目录	66
第三章 建筑装饰工程基本知识简介	77
一、概论	77
二、建筑装饰工程内容阐述	78
三、室内设计	80
四、室内设计概算	82
五、建筑装饰设计合同举例	82
六、建筑装饰工程地盘管理	84

第二篇 建筑装饰工程报价参考资料、装饰工程量计算规则

第一章 建筑装饰工程报价参考资料	91
一、成都市某商业中心新建装饰工程报价单(1993年1月)	91
二、北京某四星级酒店改造装饰工程报价单(1993年5月)	133
三、北京某四星级酒店改造装饰工程报价单(1993年1月)	137
第二章 有关定额总说明及建筑面积计算规则	140
一、《全国统一建筑装饰工程预算定额》总说明	140

二、《全国统一安装工程预算定额》有关部分的说明	141
三、建筑面积量计算规则	142
四、建筑工程计算原则(国际通用)	144
第三章 建筑装饰工程量计算规则	155
一、楼地面工程	155
二、墙柱面工程	156
三、天棚工程	159
四、门窗工程	168
五、油漆、涂料工程	181
六、其它工程	184
七、脚手架工程(北京概算定额规定)	185
八、有关技术资料	187
第四章 机电设备安装工程量计算	205
一、给排水、采暖、煤气工程	205
二、通风、空调工程	241
三、电气设备安装工程	279
第五章 装饰工程常用机具	358
一、油漆喷刷机具	358
二、涂料喷枪、机具	360
三、切割机具	363
四、电钻、电锤类	367
五、磨光、抛光类	370
六、钉、铆机具	377

第三篇 建筑装饰工程概、预算书的编制方法、投资估算、 报价及招标投标合同、工程决算

第一章 建筑装饰工程概、预算书的编制	383
一、装饰工程概、预算书的特点及内容	383
二、定额的使用	394
三、定额缺项组合单价的编制	400
四、材料价差的调整方法	412
第二章 建筑装饰工程总概算书和投资估算	431
一、总概算书的内容和组成	431
二、投标报价的方法	432
三、常用投资估算的方法	439
四、档次、材料、人工变化对造价的影响	440
五、常用审查概、预算方法	441
第三章 建筑装饰工程招标与投标	445
一、概述	445

二、招标	447
三、标底的编制	454
四、投标	458
第四章 工程结算和竣工决算	461
一、工程结算和竣工决算的内容及需用的表格	461
二、建筑装饰工程结算应注意事项	470
三、概、预算外价差的调整	472
四、“三资”工程结算办法	473
第五章 建筑装饰工程合同	475
一、建筑装饰工程合同的种类及主要条款	475
二、谈判策略	480
三、建筑装饰工程标准合同	482
四、建筑工程施工合同管理办法	501
第六章 涉外工程的招标投标	505
一、对外承包业务的内容和特点	505
二、招标方式与招标阶段划分	506
三、招标文件	507
四、涉外装饰工程投标	511
五、投标的步骤及应注意的事项	512
六、投标策略和作价技巧	514
七、施工索赔及其计价	516
八、招标投标的职业道德	520
九、国际工程招标投标的特点	521
第七章 常用建筑装饰材料价格参考表	526
一、墙体材料	526
二、屋面防水材料	529
三、隔热保温材料	531
四、装饰装修材料	535
五、卫生洁具及配套材料	561
六、门窗及配套材料	565

第四篇 国家有关建筑装饰工程文件

关于发布《施工企业资质等级标准》的通知	571
关于试行《建筑工程装饰设计单位资格分级标准》和确保建筑工程设计整体性的通知	572
建筑工程质量检验评定标准(装饰工程部分)	575
建筑装饰工程施工及验收规范	590
关于印发《关于调整建筑安装工程费用项目组成的若干规定》的通知	672
关于印发“建筑施工企业基本劳动保险基金行业统筹工作的实施意见”的通知	676

第 一 篇

建筑装饰工程基本知识

第一章 我国建筑装饰行业现状及发展前景

建筑装饰，是建筑的重要组成部分，在我国是一个既古老又新兴的行业。我国现代建筑装饰行业，与国家的“改革开放”同时起步发展，形成于 80 年代末，被国家正式确认于 1991 年 4 月举行的七届全国人大四次会议上，并列入我国国民经济的社会发展十年规划和“八五”计划纲要中。

15 年来，我国建筑装饰行业得到蓬勃的发展，成就显著。据胡乔木主编的 1993 年版《中国百科年鉴》，薛暮桥、马洪主编的 1994 年版《中国经济年鉴》，张青林主编的 1992~1993 年《中国建筑业年鉴》，到 1993 年底，我国经工商行政部门注册营业的专业建筑装饰工程企业已达 3.5 万家，其中，经建设部及各级建设行政主管部门资质审并上等级的企业 3000 家；从业人员达 250 万人，其中，技术和管理人员为 50 万人。1978~1993 年，全国建筑装饰工程产值累计达 2360 亿元，共创利税 300 亿元，行业年均发展速度超过 30%。1993 年，全国建筑装饰工程产值达 400 亿元，比 1992 年增长 60%，占全国建筑工程产值的 12.69%，比 1992 年提高了 0.94 个百分点。1994 年，全国建筑装饰工程产值可达 600 亿元以上，发展速度超过 50%。到 90 年代中后期，建材、轻工行业将有 1/3 的产品进入建筑装饰市场。到本世纪末，全国建筑装饰工程产值将达到上千亿元，其中，家居装饰将占 40% 以上。目前，全行业呈现着持续、健康、快速发展的趋势，即将进入到一个良性循环的新的发展时期。

一、建筑装饰行业的基本界定与内涵

建筑装饰行业的最终产品，是建筑装饰工程。因此，建筑装饰行业，是围绕着该行业的最终产品——建筑装饰工程的，从事管理、设计、施工、饰材制造、商业营销、中介服务，以及教育、科研、出版、信息咨询、外贸等多种作业的综合性新兴行业；该行业集文化、艺术、技术于一体，包括六面体和空间及室内外环境；为智力、技术、管理密集型，并具有显著的高附加值；从行业上隶属建筑业、从产业上划分属第三产业；实行的是市场经济。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、美化人民生活。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。应该并能够成为我国国民经济和社会发展的一个主导产业，积极推进建筑业成为支柱产业。

建筑装饰，有称室内装饰、装修、装潢、装璜等，但只要是围绕着建筑而进行的，以建筑装饰工程为核心的作业，虽名称不一，但其本质是一致的，区别在于各自观察同一性质事物而所持视角不同而已。正如家居装饰、家庭装饰、居室装饰、住宅装饰等，虽用法不同，但所操作的则为同一性质的对象；又如室内设计师、室内建筑师等，其所指的为从事同一专业的建筑装饰工程设计工作者；再如我国江、浙、沪及台湾等地区，多用“装

潢”、“装璜”，且以用“潢”字者居多，而其他大部分地区多称“装饰”，有由习惯用法演变为约定俗成。中国传统用法，历史沿革为“建筑装饰”。

我国建筑装饰行业，现指确切而言，应称现代建筑装饰行业，“现代”二字，借以区别于传统的建筑装饰行业。现在的略称——建筑装饰行业，源于业内多年习称；但若指此前，则特加上“传统”二字。正如建筑装饰企业，实为建筑装饰工程企业，因沿袭建筑业的企业而简略。1992年版《中国国民经济统计年鉴》，已将建筑装饰作为建筑业的7大行业之一（建筑安装、住宅施工、市政工程、房屋维修、勘察设计、建筑装饰、园林古建）。

建筑装饰行业的高附加值，是指采用高新技术，走资源节约、环境保护、优质优价的道路，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、精致化的建筑装饰施工，使建筑装饰工程作品的文化、艺术、技术含量显著提升，并具有可靠的质量、完善的功能、新颖的形式和稳定的性能，借以弘扬中国文化精神和提高建筑装饰工程作品原值利润。

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

我国建筑装饰行业，从兴起之时，即是与改革开放步伐相一致，依市场经济模式起步并发展。可以说，建筑业中最早并较成功地实行市场经济的，恐唯有建筑装饰行业；我国最早并较成功地实行市场经济的，建筑装饰行业为其一。建筑装饰行业15年来的成就表明，市场经济适用于该行业，该行业适合于市场经济。随着我国市场经济目标确立后的发展，若无甚大波折，如国民经济大的滑坡、大规模战争、普遍而严重的自然灾害等，我国建筑装饰行业将一如既往蓬勃发展。我国建筑装饰行业诞生于这一历史时期，无疑是幸运的；在这一历史时期从事该行业的工作者，无疑是值得自豪的。

依照国际惯例，目前，我国建筑装饰行业正处在寻找定位的年代，已基本具备了成为主导产业的四条标准：

- 1.对生产和消费的带动作用大，产业关联度高，市场前景好；
- 2.产品附加值和技术含量高；
- 3.对资源有吸引力，资源条件允许，有可能在近期搞上去；
- 4.经济效益好，有利于增加财政收入。

可以预料，90年代中后期，建筑装饰行业将成为我国国民经济和社会发展中的一个主导产业，并促使建筑业成为我国三大支柱产业之一，进而在某种程度上左右国民经济和社会发展。

我国建筑装饰行业隶属于第二产业还是第三产业，多年来一直颇有争议。明确建筑装饰行业的产业隶属，无论是该行业应适合或享受何种产业政策、方针、措施，还是制定该行业的产业政策、方针、措施，进而正确反映该行业在国民经济中的地位和作用，推动该行业的健康发展，无疑是有重要意义的。

（一）我国三次产业的划分

我国按三次产业划分社会经济结构，是80年代中从国外引进的。第三产业一词，最早出现于英国经济学家阿·费希尔教授所著的《安全与进步的冲突》一书。它认为，人类生产活动大致经历了三个阶段：第一阶段，人类生产活动以农业和畜牧业为主；第二阶

段,工业生产大规模发展,人类开始从事于纺织、钢铁和其他制造业活动;第三阶段,各种社会服务业迅速发展。按照产业发展的三个时序,把社会经济结构划分为第一产业,第二产业和第三产业。

目前,世界各国对各产业的划分并没有统一的分类方法,更没有规定每一类的具体界限。长期以来,我国曾经一直沿用前苏联的统计分类方法,把整个国民经济划分为物质生产部门和非物质生产部门。这种分类方法,否定了第三产业在现代社会分工中参与物质生产的性质和作用,往往造成实际工作中片面追求工农业产值而轻视第三产业发展的不利倾向,弊病很大。1985年,国务院批准了国家统计局“关于建立第三产业的报告”;国家计委、国家科委、国家统计局和国家标准局联合颁布的“国民经济行业分类和编码”,第一次对我国三大产业做出明确划分,并将第三产业的产值计入国民经济生产总值,以便正确反映它在国民经济中的地位和作用,打破了在产业划分上的传统观念和一直沿用的国民经济分类方法,实事求是地在国民经济体系中引进了第三产业的概念。在我国明确提出大力发展第三产业,承认第三产业是同第一、二产业并列的一个产业,是80年代改革开放的一项重要成果。

废除了前苏联的分类方法,按照新的分类方法,对三次产业做了如下划分:

第一产业:农业(包括林业、畜牧业、渔业);

第二产业:工业(包括采掘业、制造业、自来水、电力、蒸汽、煤气、热力的生产和供应)和建筑业。

第三产业:指除上述各业以外的其他行业。

第三产业具体可分为四个层次:

第一层次:流通部门。包括交通运输、邮电通讯、商业饮食、物资供销、仓储业等。

第二层次:为生产和生活服务的部门。包括金融、保险、综合技术服务、农林牧渔、水利服务和水利、公路、内河(湖)航道养护、地质普查、居民服务、公用事业、房地产业等。

第三层次:为提高科学文化水平和居民素质服务的部门。包括教育、文化、广播电视、科研、卫生、体育、社会福利业等。

第四层次:为社会公共需要服务的部门。包括国家机关、党政机关、社会团体等。

第三产业的主要特征有两个:

第一个:行业多,范围广。

第二个:为生产和生活服务。其中包括两大类:

第一类:传统服务业。如商业、外贸、物资、供销、饮食服务业等。

第二类:新兴服务业。如金融、保险、咨询、信息、旅游、房地产、软件开发、租赁等。

(二) 我国建筑装饰行业的产业特征

确定一个产业的产业隶属,关键是确定该产业的产业特征。而研讨问题的出发点,则不能沿用1985年以前的传统观念,应采取新的概念。

我国建筑装饰行业的产业特征主要是:为生产和生活服务的新兴行业。

我国建筑装饰行业的服务半径,主要覆盖两大领域,一块是以楼堂馆所为代表的商业建筑装饰;一块是以家居装饰为代表的住宅建筑装饰。其中后者更能直接体现为生产和生

活服务的特征。1992年,国家税务局将建筑装饰行业定为第三产业。

二、国家宏观政策与建筑装饰行业管理

(一) 国家宏观政策

1991年4月9日,七届全国人大四次会议通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展十年规划和第八个五年计划纲要》中,明确提出“加快住宅建设,发展室内装饰业和新型建筑材料”。并指出,这是“八五”期间国家调整居民收入和消费结构、提高人民生活水平的一项重要政策措施。

加快住宅建设、发展装饰业和新型建筑材料这三者同属建筑业范畴,它们之间是相辅相成的关系。随着我国人民生活水平的提高,在解决了温饱之后,人们迫切需要解决住的质量问题,这就要求我们加快住宅建设速度,同时相应地发展装饰业和新型装饰材料。当前及今后装饰业的发展,取决于家居装饰的发展,而家居装饰的发展速度,则取决于我国人民精神生活与物质生活提高的质量与幅度。现在国家对装饰业发展的宏观政策,已由以楼堂馆所为代表的商业建筑转向以家居装饰为代表的住宅建筑。据研究,居住面积每扩大一平方米,将带动50元以上的家居装饰消费。今后,商业建筑装饰与住宅建筑装饰消费的比例将形成1:1的关系。

1991年12月19日,李鹏总理在中南海与出席全国建设工作会议和全国施工工作会议的代表的座谈会上,要求“新建住宅的内装修不要千篇一律,要满足用户的不同要求。建筑公司搞一些标准装修住宅,又可以留一些不装修的住宅,由住户按自己的要求来进行装修。很多老房子要改造,实际上主要是装修,内部要求现代化一些。搞住宅工程,不能不重视内部装修,一定要十分注意这个问题。在我国装修行业需有一个较大发展。建设主管部门要加强对建筑装饰装修的指导和管理。”建设部侯捷部长同时强调指出:“要相应改进住宅室内设计和装修方式,发展大开间灵活隔断的住宅,改善厨房和厕所的设备,室内设计与装修根据住户需求来进行,以扩大商品住宅的销路,并带动建筑行业的发展。”以上表明,国家对建筑装饰行业发展重视的程度,尤其偏重于家居装饰。

国家对建筑装饰行业90年代的政策,与其说是一项针对人民生活消费的政策,不如说是对建筑装饰行业产业政策的具有根本性的调整。其中重要一点源于我国居民目前节余购买力已达一万余亿元,其中外汇储备已近百亿美元,已形成因居民的金融资产极不稳定而将成为引发市场波动的巨大压力。因此国家政策由1989年以前为主的“适度”,实际上是限制,转至1991年以后倡导的“合理”,实际上是鼓励,其中重点包含家居装饰的消费。这一变化,是具有根本性的。

如果说80年代我国的建筑装饰行业是以商业建筑为主,不如说是以楼堂馆所、特别是以涉外旅游宾馆饭店为主,那时还只是间接地为我国人民服务;那么,90年代则是商业建筑装饰与住宅建筑装饰并重的年代,建筑装饰进入千家万户,已直接地为人民服务。

(二) 建筑装饰行业归口管理

建筑装饰行业的成果集中体现在建筑装饰工程,而建筑装饰工程是建筑工程的一个不可分割的重要组成部分。为了防止混乱,推动建筑装饰行业的健康发展,必须切实加强行业管理。

建筑装饰行业的管理集中体现在建筑装饰工程的设计、施工、用材,而建筑装饰工程的设计、施工、用材是建筑工程设计、施工、用材的重要内容之一,对建筑装饰设计单位和装饰施工企业的管理是建筑业管理的有机组成部分,历来是由建设行政主管部门归口管理的。经1990年国务院总理办公会批准的建设部“三定(职能配置、内设机构和人员编制方案)方案”中明确规定:“将原国家计委主管的基本建设方面的勘察设计、建筑施工、标准定额等职能划归建设部。新组建的建设部,是国务院领导下综合管理全国建设事业的职能部门。”其基本职能之一是“对全国各部门、各地区基本建设的勘察设计、建筑施工进行综合管理和监督”,负责设计单位和建筑施工企业的资格审查。1993年经国务院批准并实施的建设部“三定方案”中确定,新组建的建筑业司,负责建筑装饰企业的资格管理并监督执行。说明建筑装饰行业仍由建设部统一归口管理,并由建筑业司负责统筹。

从历史的沿革看,工程建设的规范、标准定额、市场等历来都是由建设行政主管部门制定颁发和管理的。1959年国家建委编制的建筑工程设计、施工预算中就已包括有关装饰的内容。1979年国家建委下发的修编土建工程预算定额的项目划分文件中,亦包括装饰工程项目。1986年国家计委在《关于建筑安装工程间接费定额编制修订工作的意见》中,规定装饰工程属建筑工程,其定额由各地建设部门管辖。1988年国家计委又在《关于印发建筑工程预算定额的通知》中,颁发了装饰工程定额补充本。1987年原城乡建设环境保护部颁发的国标《建筑工程质量检验评定标准》中,规定装饰工程属于建筑工程分部、分项工程,并把装饰工程标准分成独立章节。1989年建设部颁发了国标《建筑工程质量检验评定标准》(GBJ301-88),其中装饰工程独立成章,规定自1989年9月1日起全国实施。1991年建设部发布装饰行业标准《建筑装饰工程施工及验收规范》(JGJ73-91),规定自1991年12月1日起在全国施行。

根据国家计委“1992年工程建设定额制订修订计划”(计综合(1992)490号文件附件三)和建设部(建标造(1992)12号文件),建设部于1992年12月29日颁发了《全国统一建筑装饰工程预算定额》,并在配发的通知(建标(1992)925号)中明确指出,该定额是建筑工程预算定额的组成部分,与现行地区统一定额交叉部分,各省、自治区、直辖市可根据各地情况采取适当过渡的办法。

1990年建设部立项(建标计字第9号文)委托公安部消防局为主编部门、中国建筑科学研究院为主编单位,编写国标《建筑内部装修设计防火规范》,并于1994年颁发施行。

实践表明,建筑装饰行业管理主要是围绕着隶属建筑工程中的装饰工程,内容主要是装饰设计、施工及材料,以及整顿建筑装饰市场;统一对建筑装饰设计单位、装饰施工企业资质审定额及年检;制定和颁布装饰工程质量管理、标准定额、施工及验收规范等。

对建筑装饰设计、施工管理的主要依据,是建设部自1989年以来颁布的(89)建施字224号《建筑装饰施工企业资质等级标准》;(90)建设字第610号《建筑工程装饰设计单位资格分级标准》;建设部设计管理司、施工管理司、标准定额司联合发布的(90)建施企字第31号《关于加强勘察设计、施工资质(资格)管理等有关问题的通知》;1991年11月26日建设部与国家工商局联合公布的《建筑市场管理规定》(建筑装饰正式列入其中)。

1991年6月,邹家华副总理在听取建设部领导汇报装饰工作后明确指出,建筑装饰

行业应由建设部归口管理。他说:“室内装饰是建设部门的事,行业管理应该在建设部。其他部门可以生产建筑装饰材料,归口管理本系统装饰材料的生产,也可搞装饰装修公司,但建筑装饰装修的行业管理在建设部。比如电冰箱生产,轻工部门、军工部门都在生产,但电冰箱的行业管理在轻工部。就是说业务可以分开搞,行业管理要有一个部门归口,否则就乱套了。很多装饰装修材料也不完全在轻工部,还有建材、冶金、纺织等部门,不能都要归口管理建筑装饰装修行业,由建设主管部门进行装饰行业管理的思路是比较合理的。测绘工作也是如此,地质、石油、农田水利建设等都有测绘业务,但不能因为都有这么一摊子事就都来搞行业管理。搞房子不能光将框架搞起来,内部装饰就不管了。房子是个完整的建筑,室内室外是个统一体,不能分开处理。建筑装饰装修本身的组织应是建筑业的事;室内设施和装饰装修材料的生产,轻工、纺织、建材、冶金等部门都有,机构按照这个精神去研究协调。”同年9月,建设部侯捷部长向李鹏总理汇报工作,李鹏总理对此问题明确作了指示,他说:“家华的意见,装饰装修这个事由建设部来管,我同意。”

建设部在1991年12月召开的全国建设工作会议和全国施工工作会议上再次强调,各级建设主管部门,一定要加强并做好建筑装饰行业管理工作;在加强建筑市场管理中,要把整顿建筑装饰市场的工作提到重要日程。目前,建筑装饰市场较为活跃,据有关省市的调查,“四不”现象严重,即建设单位不办报批手续;外地装饰施工企业不办注册登记;装饰企业不进行资质审查;装饰工程不按标准计价。整顿建筑装饰市场,是建设行政主管部门义不容辞的职责。邹家华副总理要求各级建设主管部门认真抓好这件事,要切实抓出成效来。

(三) 几项具体规定

1.建筑装饰施工企业营业范围。据建设部(91)建施企字第1号《施工企业资质等级标准若干问题的解释》中规定,建筑装饰施工企业的营业范围包括:各种建筑物、构筑物的外表及内部装饰(装修、装潢),房屋建筑的室内上下水、采暖、通风、照明设置及管线安装。

2.各级建筑装饰施工企业营业范围。据建设部(89)建施字第224号《建筑装饰施工企业资质等级标准》中规定,一级企业可承包各种建筑装饰工程的设计和施工;二级企业可承包单项工程造价在200万元以下的建筑装饰工程的设计和施工;三级企业可承包单项工程造价在50万元以下的建筑装饰工程的施工。

3.资质(资格)管理。建筑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局注册的二级资质由建设部审批。截止至1994年5月,经建设部审批的全国建筑装饰施工企业共76家,其中一级75家、二级1家。建设部规定,对初次进行资审的建筑装饰施工企业,必须达到标准的各项条件,方可定为申报的等级。

建筑装饰设计单位资格分甲、乙、丙三级,甲级资格由建设部审批;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,即可承担相同级别的建筑装饰设计任务,不需另外申请建筑装饰设计资格。目前此项工作正在全国进行中。

4.建筑装饰设计的概念和内容。据建设部(90)建设字第610号文认定,建筑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