

建筑装饰装修 经理完全手册

中国建筑装饰协会信息部
中国建筑装饰协会信息咨询委员会

陈晋楚 主编

中国建筑工业出版社
CHINA ARCHITECTURE & BUILDING PRESS

建筑装饰装修经理完全手册

中国建筑装饰协会信息部
中国建筑装饰协会信息咨询委员会

陈晋楚 主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

建筑装饰装修经理完全手册/陈晋楚主编. —北京:

中国建筑工业出版社, 2005

ISBN 7-112-07470-3

I. 建... II. 陈... III. 建筑装饰—建筑企业—工业
企业管理—手册 IV. F407.96-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 060740 号

建筑装饰装修经理完全手册

中国建筑装饰协会信息部

中国建筑装饰协会信息咨询委员会

陈晋楚 主编

*

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

北京市兴顺印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 30 字数: 746 千字

2005 年 8 月第一版 2005 年 8 月第一次印刷

印数: 1—3000 册 定价: 53.00 元

ISBN 7-112-07470-3

(13424)

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)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

本书介绍了建筑装饰装修业市场运行与管理、建筑装饰装修企业模式及劳务管理、投标报价与工程结算、装饰装修工程施工技术与技术管理、装饰装修材料与绿色环保知识、装饰装修施工安全管理、装饰装修企业信息化建设等。

本书内容很多是作者几十年工程实践的经验总结,系统翔实,具有较强的政策性和实用性。其中,不乏案例分析,论据确凿有力,观点有独到之处,为读者开拓思路。

* * *

责任编辑:唐炳文

责任设计:赵 力

责任校对:刘 梅 王金珠

《建筑装饰装修经理完全手册》编委会

策 划 黄 白

主 编 陈晋楚

副 主 编 田万良 鲁心源

编 委 黄 白 陈晋楚 田万良 鲁心源

郎志春 王本明 高世彦 梁家庭

刘自厚 胡承林 华隆慎 董龙元

陈维星 赵 诣 张德甫 陈维妮

刘如川 董书增

前 言

我国的建筑装饰装修业是在党的改革开放政策不断深化的大好形势下诞生的,她“基于建筑,精于建筑”。经过二十多年的奋斗创业,已经在“国民经济发展中具有极为重要的地位和作用”。

建筑装饰装修业的发展是我国科学技术进步,生产力高度发展和国家领导人高瞻远瞩及时指明方向而结出的硕果。早在1985年,国家领导人就提出“应加速发展室内建筑装饰”的指示。1991年4月9日七届全国人大四次会议通过的“八五”计划纲要将发展室内业和新型建筑材料定为一项国策。2001年3月15日九届全国人大四次会议通过的“十五”计划纲要中又将发展装饰装修业再次定为一项国策。

进入21世纪,我国的建筑装饰装修行业每年平均以20%的速度发展。2000年完成装饰产值5500亿元,2001年为6600亿元,到2003年已增长至8300亿元,平均行业产值约占当年GDP的6倍左右。

装饰行业产值的剧增,说明一方面装饰市场资源广阔,需求旺盛,另一方面为满足市场需求,装饰装修队伍获得了良好的发展机遇。近二十年来,政府对行业发展提供了强有力的政策引导和市场规范,企业家为满足装饰市场的需求,在引进国外技术的同时,也进行了卓有成效的科技研究。跨入21世纪,全国装饰施工企业已达到25万家。到2003年底,有建筑装饰装修施工企业25万家,其中公装占8%,家装占92%。有建筑装饰工程专项设计资质企业1500家,其中甲级资质企业426家。全国一级施工企业571家,同时具备甲级设计资质276家。

从业人员到2003年底已有1400万人,其中家装占60%,计840万人,公装占40%,计560万人,室内设计约80万人,占全行业从业人员的5.7%,装饰施工人员1225万,其中管理人员约占10%,125万人,操作人员占90%,1100万人。

二十多年来,从政府到企业都为装饰行业发展做出了巨大的努力。装饰行业在为国家完成近4万亿装饰工程产值的同时,也锻炼了自己,塑造了具有时代特征的装饰装修行业。

今天,矗立于现代化大城市的高楼大厦——各行各业的房屋建筑无不体现了当代装饰装修的成绩。在为社会作出贡献的同时,装饰装修行业的企业家们,也为本行业持续发展创造了从技术到管理全方位行之有效的经验。为及时将这些经验得到系统而全面的总结,使其形成装饰装修行业的管理理论,以便在今后行业发展中起到指导作用,为此,笔者搜集编辑了《建筑装饰装修经理完全手册》一书,以填补我国在装饰装修行业全面系统管理方面的学术著作的空白。

装饰装修企业人才流动频繁,培训是企业的一项长期任务。本书对从未进行过企业系统管理知识教育的中小型企业领导和管理人员可以作为自学和内部培训教材,也可作为各

协会举办企业管理人才的培训教材。设有装饰装修专科的大专、中专院校可作为参考教材。

装饰装修行业是个不断发展的行业,我们将通过实践逐步完善本书内容。

我们期待装饰装修行业的企业家、业内人士,对本书提出全面修改意见,以便再版时修改补充。

目 录

第一章 绪论	1
第二章 建筑装饰装修业市场运行及其管理	19
第一节 建筑装饰装修业的市场运行之一 发承包关系的确立	19
第二节 建筑装饰装修业的市场运行之二 产品实现	34
第三节 建筑装饰装修业的市场管理	56
第三章 装饰装修业企业模式及劳务管理	61
第一节 企业定义及装饰装修企业分类	61
第二节 装饰装修施工企业组织机构的确立	65
第三节 装饰装修施工企业发展前景分析	66
第四节 装饰装修业的劳务管理	67
第五节 企业资质等级标准	93
第四章 投标报价与工程结算	104
第一节 投标报价在企业经营管理中的地位和作用	104
第二节 编制投标报价的政策依据	111
第三节 运用工料单价法编制投标报价	118
第四节 工料单价法报价的具体编制方法及实例	146
第五节 运用综合单价法编制投标报价	157
第六节 工程竣工结算	188
第五章 装饰装修工程施工技术与技术管理	199
第一节 房屋建筑学的一般知识	199
第二节 建筑装饰装修工程施工技术体系	212
第三节 建筑装饰装修施工企业的技术管理	240
第六章 装饰装修材料的分类与绿色环保知识	256
第一节 装饰装修材料的作用	256
第二节 建筑装饰装修材料的分类	257
第三节 水泥、砂石、石膏类材料	258
第四节 陶瓷类装饰材料	265
第五节 石材类装饰材料	268
第六节 木材类装饰材料	277
第七节 装饰涂料	292
第八节 建筑装饰玻璃	305
第九节 织物类装饰材料	310

第十节 塑料类装饰材料·····	312
第十一节 金属装饰材料·····	318
第十二节 绿色环保知识·····	336
第七章 建筑装饰装修工程质量与质量管理 ·····	359
第一节 建筑装饰装修工程与装饰装修工程质量定义·····	359
第二节 装饰装修工程质量控制·····	363
第三节 ISO 9000 国际质量体系认证与建筑装饰装修企业质量管理 ·····	380
第八章 建筑装饰装修施工安全管理 ·····	403
第一节 安全施工不可忽视·····	403
第二节 安全管理有章可循·····	406
第三节 安全知识系统有序·····	408
第四节 贯彻安全生产法、落实安全责任制 ·····	409
第五节 加强安全资质培训实行全员安全教育·····	411
第六节 加强安全检查消除事故隐患·····	415
第七节 制定和落实安全技术措施·····	416
第八节 建筑装饰装修施工对建筑结构可能造成的安全隐患·····	421
第九节 水电、暖气及燃气等管线的安全 ·····	426
第十节 安全事故的调查处理·····	427
第十一节 建筑装饰装修施工现场管理·····	433
第九章 建筑装饰装修企业信息化建设 ·····	436
第一节 建筑装饰装修企业加强信息化建设的作用和意义·····	436
第二节 “信息”的基础知识·····	441
第三节 计算机技术与网络技术知识·····	445
第四节 建筑装饰装修企业局域网建设·····	447
第五节 信息化在企业管理上的具体应用·····	457
参考文献·····	469
编后记·····	470

第一章 绪 论

我国的装饰业是随着改革开放不断深化和国民经济不断增长而逐步发展起来的。20 世纪 70 年代末 80 年代初,深圳特区开始兴建现代商厦及高级宾馆饭店。室内设计及高档装饰材料设备源源不断从国外引进国内。80 年代初,北京也开始对旧饭店进行改造,丽都饭店、京伦饭店、国际大厦等一些现代建筑也开始建设,对装饰设计、装饰材料及装饰施工提出了迫切需求。这一发展势头很快得到国家领导人的重视。

早在 1984 年,建设部便成立了中国建筑装饰协会,明确这个协会是在建设部领导下协助政府有关部门,推动、协调、发展建筑装饰技术和产品的民间性、跨行业、跨部门、跨地区的联合组织,其宗旨是推动建筑装饰配套技术的发展。

建设部领导注意到,改革开放以后“党中央采取一系列的方针政策,促进了国民经济的迅速发展。经济搞活了,人民生活条件逐步改善,对物质生活、文化生活、居住条件、工作环境都有了一个新的要求。这就需要各种各样的建筑设备、装饰制品和装饰材料有个新的发展”。按当时统计,全国每年要建住宅 8000 万至 1 亿 m^2 ,至少要 3 亿 m^2 的装饰材料,几百万套各种建筑设备。

与此同时,大量国际友人、外宾到中国旅游、经商,宾馆、旅游饭店建设任务加重。至 1982 年全国已经建成宾馆 183 万 m^2 ,3 万多间客房,每套客房的装饰费用在 5000~10000 美元,占工程总造价的 50%~60%。

根据这一发展势头,建设部领导及时做出决策,全面加强对建筑装饰工作的领导,首先成立了“装饰协会”。1989 年,建设部根据建筑装饰业的发展,颁发了《建筑装饰施工企业资质等级标准》。至此,在建筑业中,又多了一个建筑装饰专业。装饰施工企业从建筑施工企业中分离出来,成为一个自成体系的行业。到 1998 年,经过 10 年发展,我国已经基本形成了装饰装修行业体系。

一、装饰装修业的基本内容

(一)装饰装修工程的定义

为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的使用功能和美化建筑物,采用装饰装修材料或饰物,对建筑物的内、外表面及空间进行的各种处理过程(《建筑装饰装修工程质量验收规范》GB 50210—2001)。

(二)装饰装修业的行业地位

1. 行业定义

行业,是对一类经济活动的称呼。

根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754—2002)的定义,建筑装饰是指对建筑工程后期的装饰、装修和清理活动,以及对居室的装修活动。

建筑装饰包括公共建筑装饰和住宅家庭居室装饰(简称“家装”),公装又包括室内装饰

与室外幕墙装饰。

2. 其他法律法规对装饰装修业的描述

建筑装饰设计是建筑工程设计的一个有机组成部分,是建筑或室内设计专业人员根据建筑的功能及其环境的需要,为使建筑室内、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、材料学等知识而从事的一种综合性的设计活动。建筑装饰设计的内容主要包括:建筑物室内、外各界面(顶面、墙面、柱面、地面等)和各界面上与建筑功能有关专业及其设备、设施装饰(不含一般粉刷)以及与之相关的室外环境、绿化设计及经济概预算表等。

——1992年11月9日建设部《建筑装饰设计资格分级标准》(建设[1992]786号)

本规定的建筑装饰装修,是指为使建筑物、构筑物内、外空间达到一定的环境质量要求,使用建筑装饰装修材料,对建筑物、构筑物的外表和内部进行修饰处理的工程建筑活动。

——1995年8月7日建设部令46号《建筑装饰装修管理规定》

任何建筑物、构筑物一般都是由地基基础、主体结构和装饰装修三部分组成,其室内、室外装饰装修都依附于建筑物、构筑物主体,都是建筑工程不可分割的重要组成部分。

——1996年10月14日建设部“关于认真贯彻执行《建筑装饰装修管理规定》的通知”(建建[1996]523号)

3. 建筑装饰装修业是综合性行业

建筑装饰行业,作为国民经济支柱产业——建筑业的重要组成部分,是建筑产品质量,众多行业发展和人民生活水平提高的重要标志,在我国国民经济和社会发展中,在工程建设和建筑业振兴中发挥着越来越重要的作用。

建筑装饰行业最终产品离不开建筑装饰工程。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,是从事管理、设计、施工、饰材制造、商业营销、中介服务,以及信息咨询、教育、科研、经贸等多种活动的综合性行业。该行业集文化、艺术、技术为一体,包括室内外及其空间环境,为技术、智力、管理密集型,并具有显著的高附加值。是营造建筑装饰工程并为其服务的行业。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,带动金属、建材、轻工、编织、旅游、商业、娱乐业等众多行业的发展,积极推进建筑业成为支柱产业。

我国房地产业,特别是旅游业及商业、娱乐业的兴起与发展,是建筑装饰行业发展与形成的直接动力,而人民物质与精神生活品质的不断提高,则是该行业发展的根本源泉。市场经济是该行业持续、健康、快速发展的基础,是使之具有旺盛的竞争能力与高尚的职业道德的行动的指南。

(摘自中国建筑装饰协会理事长张恩树1994年11月15日在中国建筑装饰协会成立10周年大会上的讲话。)

二、装饰装修行业在国民经济和社会发展中的地位和作用

我国的建筑装饰装修业经过20余年的飞跃发展,显示出它是同经济发展和社会世界紧密联系的一个新行业,是社会分工专业化发展中崛起的一个焕发活力和生机的行业,它不仅为国家、社会创造了大量的物质财富,同时带动了众多行业的发展,拉动了社会需求,推动了社会消费,还解决了上千万人的就业问题,在国民经济和社会发展中占有日益重要的地位。

1978年,即改革开放开始现代装饰起步之初,年装饰产值仅30亿元。而到2002年,全

国装饰装修产值高达 7200 亿,是 1978 年的 240 倍,其中家居装饰 4200 亿。具体发展见表 1-1。

改革开放后我国现代装饰装修行业发展统计表

表 1-1

年 代	装饰产值(亿元)	年均装饰产值(亿元)	发展速度(%)
1978~1988(十年)	1500	150	25
1988~2000(十二年)	12340	1028	41
1990~2000(十一年)	12280	1163	45
1994~2000(七年)	32998	4714	32
1978~2000(二十二年)	13840	629	35
2001~2002(二年)	13800	6900	46

2001 年中国建筑装饰协会课题组对我国装饰业发展全貌进行了科学的调查和分析,同年 12 月 24 日《经济日报》以题为:“建筑装饰业:充满生机和活力——建筑装饰行业在国民经济和社会发展中的地位 and 作用”,将课题组调查分析结果公布于世。下面是该文的主要内容。

1. 建筑装饰业为国民经济增长做了积极贡献

按照产业经济学的理论,衡量一个行业在国民经济中的地位 and 作用,主要有两个指标:一是行业比重,二是行业关联度。其中行业比重可以通过计算年产值与 GDP 的比例而间接考虑。

近 20 年是建筑装饰业迅速发展的 20 年,行业自身日渐壮大成熟。据 2000 年统计,首先,企业总数达 25 万家左右,直接从业人员数量高达约 850 万,其中专业主营建筑装饰施工,有资质的企业 2 万多家,兼营有装饰施工资质的企业近 5 万家,有营业执照,但未有资质,主要从事家庭装饰小型工程的企业近 18 万家;其次,行业年工程产值估计在 5500 亿元左右。其中公共装修 2500 亿元,包括新建公共建筑装饰产值 1500 亿元、旧建筑物装修产值 1000 亿元;家庭装修 3000 亿元,包括新建住宅装修 2000 亿元、旧住宅装修 1000 亿元;再次,行业年增加值为 1730 亿。行业年增加值是行业为社会新创造的价值总和,是反映行业创利能力的一个重要指标。我国建筑装饰业年工资性支出为 972 亿元、每年应提取的固定资产折旧费为 120 亿元、年营业税额为 187 亿元、毛利润额为 448 亿元,汇总为 1730 亿元左右。占全社会建筑业增加值 5918 亿元的 30%。

这就是说,我国建筑装饰业至 2000 年已经是一个从业人数达 850 万、年总产值 5500 亿元、年增加值 1730 亿元的庞大行业。以 2000 年我国 GDP 89404 亿元计算,我国建筑装饰行业产值占国内生产总值 6% 左右;行业年增长速度在 20% 以上,在国民经济各行业中处于中上水平,并远远高于 GDP 的增长速度,为国民经济增长做出了显著贡献。

另一方面,随着我国国民经济持续稳定的发展以及人民生活水平的不断提高,尤其是建筑业及房地产业的迅猛发展,使装饰装修需求日益扩大,给建筑装饰业提供了持续、良好的市场前景。

建筑业是我国国民经济五大支柱产业之一,有建筑就得有装饰,建筑物的档次主要体现在装修工程所占的比重,装修比重越高,建筑物的档次越高。在近十年的发展中,由于对建

筑物外观质量和内在环境质量的要求不断提高,使装饰装修的比重在建筑工程总造价中不断提高,在高档建筑设施建设中,装饰装修已占工程造价的40%以上。

房地产业也已成为拉动国民经济增长的一支重要力量。据最新资料显示,我国城镇和农村人均住房建筑面积均突破20m²,达到中等收入国家水平。我国的住房已经基本告别了短缺时代,人民的住房正在由生存型向舒适型发展。建筑装饰业是这一转型的主要推动力量。同时,自2000年7月起,建设毛坯房的项目已不再批准,房地产开发与装修装饰业的关系愈发密切,目前部分地区正在推广“房地产开发商与专业家庭装修公司联合开发”这一新的住宅开发建设模式,北京市即将出台的《商品住宅家庭居室装饰装修管理若干规定》中就提倡了此种方式。

可以说,无论从现状还是从发展趋势来看,建筑装饰业都是国民经济持续稳定健康发展的生力军。

2. 建筑装饰业对拉动内需和扩大就业作用明显

扩大内需是我国长期坚持的一项战略方针,这是由我国的基本国情决定的。“培育国内消费需求”是今年中央经济工作会议部署的明年首要任务。这里有两个要点:一是要有购买能力,二是要能转化为实际消费。因此,一方面需要积极扩大就业,增加城镇居民收入,另一方面需要促进消费观念的转变,培育消费热点。建筑装饰业在这两个方面都能发挥决定性的作用。

——我国就业增长最快的是城市民营企业 and 个体就业数量,吸纳了大量劳动力。建筑装饰业是在市场经济体制下发展起来的,是实行市场化较早的行业,多种所有制并存,尤其是民营企业和个体就业最多。同时,建筑装饰业又是比较典型的劳动密集型行业,扩大就业的能力较强,对农村劳动生产力的转化也极为重要。

建筑装饰行业吸纳劳动力的途径有四条:

第一条途径是建筑装饰工程吸纳了劳动力,这主要是通过装修装饰工程的施工,组织劳动力完成工程项目,如前所述,这部分能吸纳近850万名劳动力。

第二条途径是通过建筑装饰材料销售吸纳了大量劳动力,据不完全统计,仅北京市现有大、中型建筑装饰材料市场113家,共有销售摊位近7万间,大致安置就业人口20万人左右,而且建筑装饰材料市场每年仍以20%以上的速度在递增。这部分劳动力的数量在400万左右。

第三条途径是通过建筑装饰材料的生产、加工吸纳了大量劳动力,其中木材深加工、装饰建材生产、建筑五金、塑料、金属型材加工等,能为社会提供100万左右的就业机会。

第四条途径是通过对建筑装饰工程的市场动作,提供了很多新就业岗位,随着装饰工程量的扩展,社会中介组织就会应运而生,咨询、技术等服务机构就有了发展空间,也为社会提供了大量新的就业机会。

按以上所述,建筑装饰业每年为社会提供的就业岗位在1500万人左右,占整个城市就业人口的7.3%;影响面相当大。

——家庭装修已经成为城市居民第一位的投资倾向。在“小康不小康,关键看住房”思想的引导下,居民对家居环境,室内装修的重视程度日益提高,支出的比例不断加大。2000年家庭装修消费北京3~5万元/户占61%,5万元以上占13%,上海3~5万元/户占63%,5万元以上占18%;广州3~5万元/户占65%,5万元以上占20%;银川户均装修1.2万元。

对我国家庭装饰业主的访问调查结果表明,60%以上的人追求的是一次到位,有几年之内不落伍的要求,这也是中国人在居住环境消费观念方面的一个重要的转变,是装修装饰普遍发展的一个重要例证。

——根据我国家庭装修每年 3000 亿元工程量的测算,每年装修装饰材料的流通量为 1500 亿元,直接拉动整个商业零售额提高 7% 以上。如果再考虑到由于居住环境改善引发的其他日用消费品的需求,建筑装饰行业对商业零售额增长的贡献率将超过 10%,极大地带动了商业市场的繁荣。通过对商业空间的设计与施工,我国商业购物环境有了明显的提高,增强了商业机构的吸引力,也创造了更多的商机。

——建筑装饰行业还推动了旅游业和餐饮娱乐业的发展。饭店装修标准的提高,星级宾馆饭店数量的增加,旅游设施的完善,餐饮环境的普遍改善等,都会扩大人们交往、旅游、娱乐的需求,从而产生出更多的消费支出。

3. 建筑装饰业对相关产业带动作用越来越大

产生关联度即某行业能直接或间接带动多少行业发展,也是衡量一个行业在国民经济发展中的作用的指标。

以我国建筑装饰行业年工程总产值 5500 亿元计算,其中 50% 要以各种材料的形式表现,因此,为相关生产行业提供了 2750 亿元的市场,极大地带动了相关生产行业的发展。发挥直接拉动作用的同时,建筑装饰业的发展还促进了相关产品质量和技术含量的提高,以及产品结构的调整,使各行业能够获得更多的发展空间。

另外,随着我国对外开放力度的增强以及建筑装饰业自身实力的发展,“走出去”和“引进来”使建筑装饰业在对外贸易方面逐渐增长很快。

(1) 对相关生产部门的直接拉动

受建筑装饰业拉动最直接、影响最大的无疑是建筑装饰工程中所涉及到的材料,如建材、木材等,除此以外,建筑装饰业也对我国冶金、机电、电子等行业产生着巨大的推动作用。

对于建材行业,其在装饰工程中的比重大约为 15%,以建筑装饰工程总量 5500 亿元计算,全年销售总量为 825 亿元左右,由于受建筑装饰工程量增长的拉动,建材年平均增长速度达 20% 以上,每年增长量为 150 亿元以上。

对于轻纺工业,住宅建筑水平的提高,家居装修环境的改善,为轻纺产品的使用、消费提供了条件,激发了人们对轻纺产品的更大需求。布艺这个概念就是由建筑装饰工程中派生出来的,工程中布艺能占到 1.5% 左右,每年有近百亿的市场份额。我国家用厨房设备在 20 年前还是空白,在家庭装修市场的刺激下,现在已经发展成为轻工系统的重要组成部分。

对于化学工业,建筑装饰工程中大量使用新型化学建材产品,直接为化学建材产品提供了市场。化学建材在装饰工程量的比重为 8% 左右,全年销售总量为 500 亿元左右。仅以涂料生产企业为例,在建筑装饰工程的拉动下,现在全国有 6000 家生产建筑涂料的企业,年总产量的增长超过 25%。

对于森林工业,木材以其优美的花纹、图形和优良的吸声、保温、防污染性能,在装饰工程中得到广泛使用,成为绿色环保型材料的首选。我国建筑装饰行业年木业消耗量在 680 亿元左右。

(2) 对相关生产行业的间接促进作用

——推动行业技术进步。建材行业引进了一大批具有国际先进水平的设备。并大量

采用最新科技成果,使建材产品规模不断扩大,更使技术含量增加,以卫浴陶瓷为例,不仅在缸体的造型、材质上有了质的飞跃,在配套的五金、控制件上也逐步实现了自动化、高档化和国产化,从而提高了行业的整体品质。建筑装饰工程使用的轻纺产品,质量要求比一般编织产品要高,这就促使轻纺企业加强科技投入,使产品的科技含量增加,推行行业技术进步。工程中大量使用的细木工板,也促使林工生产企业在原材料及工艺方面进行很大改进。

——提高产品质量,包括产品的技术质量和环境质量。建筑装饰业对环保的要求,促使在商品生产制造过程中,不仅注重产品品质的提高,还要注意减少对环境的污染,产品的安全性、健康性大幅度上升,很多污染室内环境的材料从市场上被淘汰。

——产品结构合理化,适应中高档装修材料所占比重增加。由于装修水平的不断提高,对材料的需求也以中、高档产品为主,这就促使企业调整生产结构,扩大中、高档产品的比重,目前普通平板玻璃已经被浮法玻璃所取代。装饰装修中用轻纺产品,高档化、个性化的产品市场很畅销。林工产品资源利用率的复合材料增长速度加快。

——产品的更新换代速度加快。装修装饰同时又是一种时尚,一种产品不可能长久占领市场,这就推动企业加大产品的研发力度,不断推出符合消费者要求的新产品,满足市场。

(3) 对外经贸的推动作用

建筑装饰行业作为一个充满活力的新兴行业,自改革开放以来就成为外资机构在国内投资的重点行业。外资在材料生产、施工企业和设计机构等领域有大量的合资或独资企业。据不完全统计,仅在我国建筑装饰施工一级资质企业中,就有 40% 是中外合资企业,引进了大量国外资金。外商投资企业在 20 世纪 90 年代后期出现了高速增长的趋势,全世界各大建筑公司都看好中国的建筑装饰市场,到 2000 年,全球建筑业 50 强都在中国建立了合资机构或分支机构,相当一部分参与了装修装饰工程。

同时,我国建筑装饰工程企业积极参与国际市场的竞争,充分利用自身的优势,对外承接了大量的建筑装饰工程合同。据行业调查表明,我国建筑装饰工程企业在美国、英国、日本、俄罗斯等几十个国家,先后承担了近百项建筑装饰工程,以精良的设计、周密的施工组织和优良的质量赢得了很好的国际信誉,并锻炼了一支能在国际市场上进行工程运作的队伍,还带动建材等相关产品出口,2000 年就达到 9 亿多美元。

整体考察我国建筑装饰行业,从我国建筑装饰工程境外施工,材料出口以及建筑装饰材料的进口,每年约有近百亿美元的水平,其中进口装饰材料大约有 60 亿美元(包括木材、金属型材、石材、卫浴设施等),对外承接合同及带动相关建筑装饰材料出口约 40 亿美元。

4. 建筑装饰业推动了人们生活水平的提高

建筑装饰水平是一个时代文明的象征,是社会安定、人们安居乐业和生活质量高低的尺度。建筑装饰业在创造物资财富的同时,也在创造美好的社会环境、生活环境。

从新世纪开始,我国进入了全国建设小康社会的新阶段。人们对住房的满意程度很大程度上取决于装修的质量和档次。一方面,装修装饰提高了人民生活的舒适度。家庭装修工程运用健康的装饰装修材料,利用合理的流程设计、科学的专业区域划分,不仅提高了环境的视觉效果,更重要的是为人们的日常生活创造了一个舒适、安全的生活环境,使人们的生活更加方便。

另一方面,装修装饰提高了居住环境的美化程度。一个有风格、有品位、满足个性化需

求的生活空间,是提高人民生活整体水平的重要方面。好的居住环境,不仅能够使我们有更多的时间去充实、完善自我,同时是陶冶情操、培养文明的生活习惯的物质条件之一。在优雅的环境中,人们自律意识加强,生活方式更为科学,生活作风也更为文明,物质及文化生活的需求都在更高层次上得到了满足。

5. 建筑装饰业推动了人们文化品位的提高

建筑装饰是艺术与技术的结合,其在设计阶段必须遵循艺术客观规律的要求,因此,建筑装饰设计的发展,就是一门实用艺术的应用和发展,是将艺术思想、艺术流派应用到现实生活中,创造出实用的艺术作品。人们用来评价装修工程的语言,如古朴、典雅、大方等,这些词汇都是文化意义的一种评论,都是对工程文化概念上的判断。因此,建筑装饰工程不仅要满足业主功能上的需要,还是业主和设计者文化品位的体现。

城市整体环境质量水平提高的一个重要表现形式是城市建筑外立面的感观质量,是建筑物外立面的色彩、质地、造型的丰富和完善,建筑装饰工程是对建筑物的装修装饰工程,是完善建筑物外立面的基本手段,通过此种变化,提升了城市整体环境质量水平,并提高了城市居民对空间环境艺术的审美情趣和鉴赏力。

在家庭装修普及率不断提高的情况下,对家庭装修知识的理解和掌握,成为居民乐于接受的一种全新教育。建筑装饰行业涉及的知识范围很广,它既包括目前人类创造的社会学及自然科学的内容,同时也包括行业内从业者经验技能等尚未发掘、整理与传播的潜在知识。通过对这些知识的了解,广大人民群众普遍接受了美学的教育与实践,对逐渐提高文化品位起到了重要的作用。

6. 建筑装饰业对发展文体事业的支持

随着建筑装饰业的发展壮大,对于教育、新闻、体育等事业,建筑装饰业已不仅仅提供装修装饰工程服务,而是增加了另外一种意义上的投入,推进这些事业的发展。

(1) 建筑装饰相关学科渐成体系

建筑装饰市场的扩大,引发了对人才的强劲需求,学环艺、室内设计、建筑设计等专业的学生分配抢手,收入较丰厚,使得各院校纷纷上这类专业。据统计,全国近 200 所高校开设了相关专业,在校人数近万人。有实力的建筑装饰公司也开始独立开办装饰院校,自主培养专业人才。2000 年,长春市成立了第一所由建筑装饰公司投资的装饰学院,这也是建筑装饰行业对中国教育事业最直接的支持。

我国还成立了近百所装饰装修方面的专门研究机构,研究范围涉及公共建筑装修、医院装修、家庭装修、古建装修等多个专业领域,为行业的可持续发展奠定了基础。

(2) 对媒体的广告支持越来越大

随着装修装饰工程的普及,人们渴望获得更多的专业信息,这就给媒体提供了新的商机,报刊、杂志、广播、电视、网络都参与了这一开发机会。到目前为止,各地方报纸都开辟有装饰装修的专版,全国公开发行的装饰类期刊有 20 余种,已经成为期刊市场上的一个亮点,作为行业内交流的期刊也有几十种。同时,有关建筑装饰行业的广告数额不断增加,在地方新闻机构中有关建筑装饰,特别是家庭装饰及建材销售的广告占到广告总量的 20%,每年广告费用达数十亿元。

(3) 提高了我国在国际体育界的地位

建筑装饰业对体育的支持体现在体育场馆的装饰工程上。体育场馆建设是提高我国在

国际体育界地位的重要物质条件,也是举办大型国际性比赛的最基础的条件,我国体育场馆的建筑装饰装修水平在国际上已经处于领先地位,在前不久召开的 21 届世界大学生运动会上,经专业装修公司装修后的工人体育场,得到了世界的好评。我国其他城市建设的体育场馆设计,也着眼于举办国际性赛事,场馆更为专业化、现代化、国际化。特别是在大型体育赛事开幕式的场地装修装饰水平上,已经达到国际最高水平。

三、装饰装修行业在满足人民群众文化需求方面的作用

2001 年 12 月 23 日《光明日报》发表了中国建筑装饰协会《建筑装饰文化研究》课题组的调研资料,题为:提高建筑装饰的文化品位,满足人民群众的文化需求。引用如下:

(一)改革开放 20 年来建筑装饰行业发展和建筑装饰文化进步的概况

1. 社会对建筑装饰文化作用的认识普遍提高

广义的建筑装饰文化包括人们在建筑装饰工程实践中积累的知识、技能、艺术创作的总和,狭义的建筑装饰文化指人们在建筑装饰工程中追求的艺术风格由此使用的材料、色彩、造型图案等。当前,人们对建筑装饰文化的认识有了新的提高,已经把以人为本、环境保护等现代文化思想汇入建筑装饰工程,开始摒弃浮躁和奢华,不再把建筑装饰工程看成是简单的各类装饰材料的拼凑和堆砌,而是追求建筑装饰工程作品的艺术风格和通过色彩、比例、质感、造型等所表达的文化思想,也不再把建筑装饰看成是雕虫小技,而是把其作为对建筑整体的再造与完善。

由于人们对建筑装饰行业在改善城市与家居环境的作用有了更多的认识,使建筑装饰工程的普及率和人们建筑装饰文化的大众化程度不断提高,在我国城市中,未经建筑内、外装修装饰的新建筑已经基本不存在了,人们对旧建筑物的改造重点也是内、外环境的装饰,以提高建筑物内、外质量。

2. 创造了一批反映时代特点的精品工程

改革开放后出现的一大批标志性建筑,既美化了城镇环境,也提升了我国城镇的现代化水平,是经济实力与文化进步同步发展的结果。这些作品的共同特点是文化及艺术内涵明显,在寻求传统与现代,中国与世界审美情趣的结合上,作出自己的探索。2001 年,我国第一次进行的“全国建筑工程装饰奖”评审工作,经过周密的组织运作和资深专家认真、公正的评审,全国 25 个省、自治区、直辖市的 119 项工程获此殊荣,成为体现我国建筑装饰业发展和建筑装饰文化建设的现阶段的最高成就的代表作品。

3. 学科建设和人才培养达到一定的规模和层次

(1)目前我国有近 200 所院校开设有“环境艺术”、“室内设计”、“装饰装修”等专业的本科、专科教育,在校接受正规、系统的建筑装饰装修专业教育的有 2 万多学生,很多院校还设有相关专业的硕士生和博士生培养点,并设立专门培养建筑装饰人才的建筑装饰学院,加上职业学院、中等专业技术学校等教育机构,形成了多层次的专业人才培养格局。

(2)大众建筑装饰文化教育蓬勃发展,目前在这方面,既有电视、广播及报刊上举办的系列讲座,也有大量院校举办的函授、短训等教育形式专业教育,同时也有利用网络技术,通过互联网进行的全社会的装饰装修专业文化、技术传播,更多的是由各市场、各施工、设计单位举办的专业讲座与宣传,这些都为人民群众更多的参与建筑装饰工程和享受建筑装饰文化的快乐打下了社会基础。

(3)我国专业从事建筑装饰研究的院、所达到数百个,在建筑装饰的理论研究、工程设