

高等教育建筑装饰装修专业系列教材

装饰装修工程

(第二版)

概预算和报价

许炳权 主编

ZHUANGSHI ZHUANGXIU
GAIYUSUAN HE BAOJIA
GONGCHENG

中国建材工业出版社

高等教育建筑装饰装修专业系列教材

装饰装修工程 概预算和报价 (第二版)

许炳权 主编

中国建材工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

装饰装修工程概预算和报价/许炳权主编.—2版.

—北京:中国建材工业出版社,2006.3

(高等教育建筑装饰装修专业系列教材)

ISBN 7-80227-019-7

I.装… II.许… III.①建筑装饰—工程施工—
建筑概算定额—高等学校—教材②建筑装饰—工程施工—
建筑预算定额—高等学校—教材③建筑装饰—工程施工—
工程造价—高等学校—教材 IV.TU723.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 004284 号

内容提要

本书的主要内容是建筑的装饰装修概预算,论述了建筑装饰装修预算定额、建筑装饰装修工程预算编制、建筑装饰装修工程量计算、装饰装修工程费用、建筑装饰装修工程预算估价、工程结算和竣工决算、招标及审计等,最后编入工程实例预算书以便广大同学对预算编制进行综合训练。

本书为大专、高级培训、高职各类学校装饰装修专业的教学用书。同时,也可以作为从事建筑装饰设计、装饰施工、材料营销等有关技术人员的首选参考书。

装饰装修工程概预算和报价(第二版)

许炳权 主编

出版发行:中国建材工业出版社

地 址:北京市西城区车公庄大街6号

邮 编:100044

经 销:全国各地新华书店

印 刷:北京鑫正大印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:17.25

字 数:423千字

版 次:2006年3月第2版

印 次:2006年3月第6次

定 价:28.00元

网上书店: www.ecool100.com

本书如出现印装质量问题,由我社发行部负责调换。联系电话:(010)88386906

高等教育建筑装饰装修专业系列教材

编委会成员

主任委员:杨金铎 许炳权

委 员:(按姓氏笔画为序排列)

孔俊婷 史三元 许炳权 刘天适

任彬彬 李秋成 苏幼坡 杨金铎

陈恒超 郭永亮 魏广龙

总 主 编:许炳权

《装饰装修工程概预算和报价》编写人员名单

主 编:许炳权

副 主 编:任彬彬 李秋成

编写人员:许炳权 任彬彬 李建华

李秋成 胡英杰 张 洋

二版前言

本次“高校建筑装饰装修”系列教材是在2002年出版的系列教材之后重新编写的,是上次的更新换代教材。由于建筑装饰装修行业近几年新技术、新构造、新材料的迅速发展,教材内容必须进行彻底更换,作为新教材供各校选用。

本系列教材均以现行的新规范为基础,体现“新”、“快”、“全”的特点,其“新”主要体现在增加了大量新内容,如软木静音地板、实木复合地板、人造石材、金属幕墙、阻热胶铝合金门窗型材等;其“快”主要体现在新出现并迅速得到推广的新材料、新的施工技术,如点式玻璃幕墙等;其“全”主要体现在装饰装修方式的改变,新材料、新的施工技术,如增加了初装修、绿色建材的发展方向,健康住宅的标准知识。此外,本书还体现“以人为本”的精神,增加了建筑材料对环境的污染以及解决处理方法等。在预算报价中增加了“工程量清单”使用和概预算电算化方法。

我们根据各校使用本教材后所反馈的信息,以及很宝贵的修改意见,对原有系列教材在保证教材的系统性、基础性的前提下,对旧的内容进行了大量的删改,以适应新材料的发展形势,满足教学需要。

为帮助学生理解教材内容,掌握知识重点,此次修编过程中均在每个章节的最后增加了复习思考题和附录,以便教学、复习和技术人员查找方便。

本书参编人员:

许炳权第一章;李建华第二章、第三章;张洋第四章、第五章;李秋成第六章;任彬彬第七章、第八章;孔俊婷第九章;胡英杰第十章、第十一章。

再次向各校反馈信息的同志表示感谢,并希望各校继续将改进意见反馈给我们,以便今后更加完善。

系列教材编写组

2006年1月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 建筑装饰装修行业发展概况	1
第二节 建筑装饰装修工程等级和标准	9
第三节 建筑装饰装修预算的分类和作用	10
第二章 装饰装修工程费用	15
第一节 装饰装修工程费用的构成与特点	15
第二节 装饰装修工程各项费用的组成	17
第三节 装饰装修工程费用的计算程序	23
第三章 建筑装饰装修工程造价估算	25
第一节 工程造价估算概述	25
第二节 根据估算指标进行工程造价估算	27
第三节 根据类似工程预(决)算进行工程造价估算	34
第四节 根据经验公式进行工程造价估算	36
第五节 统计对比法进行工程造价估算简介	38
第六节 异地估价方法	39
第七节 工程估价表的编制	40
第四章 装饰装修设计概算的编制简介	48
第一节 概述	48
第二节 概算定额和概算指标	50
第五章 建筑装饰装修工程预算定额	57
第一节 建筑装饰装修工程定额的基本知识	57
第二节 建筑装饰装修工程预算定额的编制程序与内容	62
第三节 建筑装饰装修工程预算定额的换算	69
第四节 建筑装饰装修工程定额的一般结构形式	78
第五节 目前“新定额”、“计价规范”的使用说明	79
第六节 装饰装修工程消耗量定额	82

第六章 建筑装饰装修工程预算和报价的编制	84
第一节 建筑装饰装修工程预算和报价编制概述	84
第二节 建筑装饰装修工程预算和报价的编制步骤	85
第三节 工料分析及两算对比	94
第四节 施工图预算和报价的审查	98
第七章 装饰装修工程量计算方法	102
第一节 工程量计算概述	102
第二节 建筑面积的计算	108
第三节 脚手架工程量的计算	119
第四节 楼地面工程量的计算	124
第五节 扶手、扶栏工程量的计算	133
第六节 墙柱面装饰装修工程量的计算	137
第七节 顶棚工程量的计算	153
第八节 门、窗及装饰线工程量的计算	161
第九节 裱糊与软包装饰工程量的计算	166
第十节 油漆、涂料工程量的计算	166
第十一节 客房装饰装修各部工程量计算练习	172
第八章 装饰装修工程概预算电算化	178
第一节 电算概述	178
第二节 电算过程	178
第九章 工程结算和竣工决算	186
第一节 工程结算	186
第二节 工程料款的预支和抵扣	190
第三节 竣工决算的编制	194
第十章 招标及审计	197
第一节 装饰装修工程招标与投标	197
第二节 装饰装修工程承包合同	203
第三节 装饰装修工程施工索赔	206
第四节 建筑装饰装修工程预决算的审计	207
第十一章 建筑装饰装修工程预算实例	221
附 录	241
附录一 建筑装饰装修工程材料规格及重量表	241

附录二	《全国统一建筑装饰装修工程量清单计价规范》(略)(GB 50500—2003)	256
附录三	《全国统一建筑装饰装修工程消耗量定额》格式表(GYD—901—2001)	256
附录四	《建设工程工程量清单计价规范》(GB 50500—2003)(摘要)	257
附录五	工程量清单计价格式	263
参考文献		265

第一章 绪 论

第一节 建筑装饰装修行业发展概况

近年来,我国建筑装饰装修业的兴起以及建筑装饰装修材料工业的发展,使得我国建筑业的现代化水平和建筑施工技术水平已同国际水平靠近了一大步。随着国民经济的发展,人们除了衣、食、用方面的消费外,改善工作和生活环境已成为另一消费重点。在一些经济发达地区,建筑装饰装修的投入更为可观。这种消费心理的形成,除了经济发展这一原因之外,还在于改革开放方针对人们的价值观念产生了深刻的影响。建筑装饰装修受到人们的关心和重视,成为人们理所当然的一种需要而不再受某种思想桎梏的束缚。由于我国国土辽阔、人口众多、地区差别较大,我国的建筑装饰装修业和装饰装修材料的发展方兴未艾,但还有大量的工作要做。原国家建材局提出的口号是“星级饭店的装饰装修材料立足于国内”。可见,我们与“四星”、“五星”还有不小的差距。另外,还应看到,装饰装修材料的发展,与社会经济发展水平之间存在着一定的相互适应和相互依托的关系。

建筑装饰装修工程包含着美学因素,而且是主要因素,即美学功能,这种功能是抽象和理念性的,难以用量化表示,它依托建筑装饰装修材料的发展而发展。建筑师或装饰装修工程设计师的设计是按照被设计对象的功能、环境、条件,以及委托人的愿望来构思的;或浓艳、或淡雅、或恬静、或热烈、或高雅、或豪放。每一种装饰装修材料在体现总体风格中都扮演着一一定的角色,从而构成一个互相依托、相互和谐的整体设计,而具体的表达方式又因人而异。因而建筑装饰装修材料工业应当给建筑师及装饰装修工程设计者提供尽可能多的装饰装修材料,以便使他们有充分的选择来表达和实现他们的艺术构思。任何建筑师都力图发挥他们的创造性,紧跟时代前进的步伐,因而永远不会停留在一个水平上、重复运用同样的表达形式。所以,无论是从横向还是纵深的角度来看,建筑师们对装饰装修材料的选择可以说是“精益求精”,对装饰材料的要求是“无止境的”。装饰装修材料自身的美,并不一定能构成装饰装修效果的美,“美存在于协调之中”,只有各个部分的装饰装修材料相互依托、相互协调,才能构成一种和谐的美。所以,建筑装饰装修工程是集装饰装修材料生产、施工技术技巧、美学艺术于一体的综合性工程。

一、建筑装饰装修材料与技术的发展成就

1. 装饰装修行业初具规模、形成了品种门类比较齐全的工业体系

20世纪80年代以前,我国建筑装饰装修材料基础比较差,品种单一、档次较低。80年代以后,我国从国外引进了1000多项建筑装饰装修材料的生产技术和设备,这些生产线的建成和投产,使我国建筑装饰装修材料的发展水平向国际先进水平靠近了一步。部分生产线已达到相当的规模,数量上已基本满足我国当前装饰装修工程的需要。至2004年底塑料壁纸形成4亿 m^2 的年生产能力;塑料地板形成2.2亿 m^2 的年生产能力;化纤地毯形成8000万 m^2 的

年生产能力;塑料管道形成 60 万 t 的年生产能力;塑料门窗形成 300 万 t 的年生产能力。墙地砖形成 5.1 亿 m² 的年生产能力;涂料形成 250 万 t 的年生产能力,基本形成了门类品种比较齐全的工业体系。

20 多年来,建筑装饰装修行业年均增长 33%,特别是进入 20 世纪 90 年代以来,行业年均增长速度达到了 48%,发展速度远远高于国民经济增长水平,行业总产值从 1978 年的 50 亿元左右,发展到 2004 年已达 3 600 多亿元;装饰装修工程产值占建筑业总产值的比重,已经从当初的 3% 提高到了目前的 50% 左右;从业人员从当初的几万人,发展到 2004 年的 1 100 万人,建筑装饰装修企业有 43 万家。改革开放前十年,装饰装修工程还仅限于高级宾馆饭店和商厦,而如今已经深入普及到普通老百姓的家中。据不完全统计,2004 年全国家庭装饰装修工程产值已达到 2 500 亿元,占整个行业的 46%,从业人员有 380 万人。建筑装饰装修行业的发展,不仅为装点城市、美化人民生活环境做出了贡献,而且为扩大社会需求、拉动消费、增加就业机会也提供了空间,同时有力地带动了建材、轻工、纺织、化工、林业等相关行业的发展,成为国民经济新的增长点。

2. 建筑装饰装修材料档次有了显著的提高

20 世纪 80 年代初,我国建成的高级宾馆、饭店和体育建筑所用的各种中高档建筑装饰装修材料大都依靠进口,每年耗费巨额外汇。经过多年的努力,这种状况有了很大的改观。

我们不但打破了各种高档建筑装饰装修材料从国外进口的局面,还可部分出口,比如:广东玉兰墙纸厂生产的兰香牌墙纸、泰兴壁纸厂生产的郁金香牌壁纸、杭州装饰装修材料总厂生产的西湖牌塑料壁纸等产品部分出口东南亚、独联体、美国、加拿大等国家和地区。吉林市新型建材厂生产的涂料出口独联体、扎伊尔、马达加斯加等国。常州建材总厂产生的“丽宝第”牌塑料卷材地板出口独联体,张家港市联谊塑料有限公司生产的 PVC 强耐磨地板年出口美国、加拿大 50 万片。广东中山市石岐玻璃厂、广东化州玻璃建材厂、山东德州振华玻璃厂等生产的玻璃锦砖和空心玻璃砖远销新加坡、美国等国家。我国装饰装修石材近年来年出口增长率在 50% 以上,远销日本、美国、新加坡、澳大利亚、加拿大、德国等国家和地区。广东中山市丹丽陶瓷洁具有限公司生产的高档陶瓷洁具出口欧美,进入世界洁具生产行列。上海民用建筑灯具厂生产的成套系列灯具部分出口美国、加拿大、埃及等国家。上海华东木器宾馆家具厂产生的总统客房、标准客房、餐厅、咖啡厅 15 大类家具部分出口日本等国。以上实例说明我国建筑装饰装修材料已进入了一个新的历史发展时期。

3. 建筑装饰装修技术水平有了显著的进步

20 世纪 80 年代初,我国的建筑装饰装修技术水平较低。当时,只能承包小型的装饰装修工程,比较高级的宾馆、饭店大部分被外商、港商承包。现在我们已经有能力承包五星级以上宾馆、饭店的装饰装修工程,如北京的前门饭店、广州的白云宾馆,上海的城市酒店、虹桥宾馆等的兴建、扩建、改建都是由国内企业承包的。另外广东、深圳、北京、浙江、黑龙江、辽宁、江西等省市的装饰装修公司已开始步入国际市场,承包国外工程。我国浙江宁波、东阳、江西余江、广东汕头、深圳等地装饰装修工程公司打入西欧装饰装修市场,承包了在海外的中国饭店、餐馆的装饰装修工程,将我国的宫苑、楼阁、园艺、彩灯、家具荟萃一堂,这些工程以其特有的东方艺术魅力让洋人为之倾倒。辽宁省装饰装修工程公司为前苏联的“玛瑙雅号”轮船装修取得了赞誉和非凡的效果。黑龙江艺术装饰工程公司为俄罗斯远东最大城市哈巴洛夫斯克装饰装修的哈尔滨餐厅,受到了前苏联艺术界的好评,莫斯科中央电视台还为此做了报道。

我国协助古巴扩建的哈瓦那“太平洋大酒店”,已成为古巴最大最好的中国餐馆,受到了热烈的欢迎。

4. 建筑装饰装修队伍迅速壮大,逐渐从土建工程中分离而形成独立的装饰装修行业

据中国建筑装饰装修协会不完全统计,近年来,建筑装饰装修工程量直线上升,1991年全国建筑装饰装修工程产值为150亿元,1992年为250亿元,1993年突破400亿元,到2004年已达3600多亿元。到2004年底,全国建筑装饰装修工程企业约43万家,从业人员达到1100多万人,这个建筑装饰装修大军,为改变我国城乡的建筑装饰装修的落后面貌,促进我国建筑装饰装修技术的进步,做出了积极的贡献。

5. 建筑装饰装修行业的产值和增长速度逐年提高,特别是“九五”和“十五”期间装饰装修工程产值发展更为迅猛

(1)1991~2004我国建筑装饰装修工程产值累计达35100亿元,年均3510亿元,行业年均的发展速度为43%,其中家庭装饰装修工程产值累计达15700亿元,年均1570亿元,家庭装饰装修年均发展速度34%。

(2)2000~2004年的装饰装修工程产值达3328亿元,行业发展速度已达30%,其中家庭装饰装修工程产值1056亿元,年增长速度达34%,占全国装饰装修工程总产值的49%,全行业发展速度达34%,远高于同年我国国民经济8%的发展速度。

(3)在“九五”期间,装饰装修行业发展迅猛,成为集产品、技术、艺术、劳务和工程服务于于一体的综合性行业。已被纳入国家重点发展行业。“九五”期间我国建筑装饰装修工程累计产值为18488亿元,年均产值为3697亿元,行业年均速度33%,其中家庭装饰装修工程累计产值为4991亿元,年均产值1293亿元,年均发展速度为35%。

6. 20多年来,我国建筑装饰装修企业的发展,也经历了从小到大,从分散到集中,从无组织到取得资质等级,从低水平到高水平的发展过程

我国建筑装饰装修企业,到2004年底,已达到43万家,比2003年增长10%,递增20万家。其中,有资质等级的4.8万家,占全国建筑装饰装修企业的12%。我国一级资质建筑装饰装修工程施工企业为280家,甲级资质建筑装饰装修工程设计单位为157家,比2003年增长了37%;同时具有一级建筑装饰装修工程施工和甲级建筑装饰装修工程设计资质的企业为102家;比2003年增长56%;一级资质建筑幕墙工程施工企业为65家,比2003年增长35%。现暂无一级建筑装饰装修企业的地区仅有贵州、云南和西藏自治区。

到2003年底,我国共有中外合资合作建筑业企业1388家,其中,合资占86%,建筑装饰装修企业占80%;建设部发证的49家境外企业,建筑装饰装修企业为15家,占32%;建设部审批的87家一级资质中外合资合作建筑业企业,建筑装饰装修企业为63家,占72%,其中,一级资质建筑装饰装修工程施工企业为57家,一级资质建筑幕墙工程施工企业为6家,且大多数都赢利。

到2004年底,全国共有8117家企业通过了ISO9000国际质量体系认证。其中,ISO9001的32家,ISO9002的9家;同时获得英国UKAS的6家,德国TUV的5家,国际认可论坛多边承认协议集团IAF/MLA的3家;一级资质建筑装饰装修工程施工企业为32家,二级2家,一级资质建筑幕墙工程施工企业为7家。

1999年7月16日至18日,中国建筑装饰协会在建设部的支持下,在北京中国人民革命

军事博物馆举办“改革开放 20 年建筑装饰行业成就展暨优秀建筑装饰工程作品展”。经权威机构评审,70 家装饰企业的 147 件作品分获一、二、三等奖即一等奖 27 件、二等奖 65 件和三等奖 55 件。获一等奖的作品集中代表了我国建筑装饰行业的最高水平,90% 以上为我国建筑装饰企业独立设计、施工,管理已接近国际先进水平,如人民大会堂香港厅、澳门厅、贵州厅、万人厅、全国人大常委会会议厅、全国政协四季厅、上海国际网球中心、昆明云南烟草大厦、深圳五洲大酒店、大连国际会展中心、珠海市怡景湾大酒店、昆明光辉国际大酒店、桂林两江国际机场幕墙、上海智慧广场幕墙、武汉建银大厦、上海东方明珠幕墙、福州长东国际机场等,标志着我国现代建筑装饰装修行业经过 20 年的发展,已有了质的飞跃,已达到或部分达到当今国际水平,这些建筑装饰装修企业将是中国建筑装饰行业的中坚、脊梁和名牌企业。

二、建筑装饰装修行业目前存在的主要问题

建筑装饰装修行业的迅速发展,为改变我国建筑装饰装修的落后面貌,推进我国建筑装饰装修技术的进步,做出了积极的贡献。但是,应该看到在迅速发展的浪潮中,建筑装饰装修行业也存在着令人担忧的一些问题。

1. 装饰装修施工有的无设计,施工中不按标准、规程作业,导致装饰装修质量差

一些施工单位不严格按设计、施工标准、操作规程作业,甚至无资施工,越级施工,造成装饰装修质量低劣,人身伤害、财物损失事件时有发生,有的地区还相当严重。

2. 装饰装修施工有的危及建筑的安全

装饰装修施工中随意改变或破坏建筑的结构体,拆改原有设备,改变室内分隔,增加楼面等做法,破坏了原建筑的结构体系,超过了原设计承载能力,危及了建筑物的安全及人民生命财产的安全。

3. 建筑装饰装修难以满足防火的一些要求规范

建筑装饰装修材料使用一些可燃性装饰装修材料,布局不满足疏散要求。电气及有关设备的安装不符合安全用电规程,存在着火灾隐患,有的已造成了严重的损失。

4. 建筑装饰装修技术力量薄弱

建筑装饰装修市场的高速发展,使得建筑装饰装修技术人才的培养和成长相对滞后,尤其高级人才更显匮乏。反映在装饰装修工程上,出现了许多工程质量事故,粗制滥造,忽视安全,艺术性不高等问题。

5. 建筑装饰装修行业管理薄弱

一些不具备设计、施工和质量无保证能力的企业随意承揽装饰装修工程,有的项目被层层转包,或以包代管。一些大装饰装修公司热衷于宾馆、商场等中高档项目,而不承揽那些分散的、产值低的住宅装饰装修项目,为一些无照经营、无技术保证的承包商提供一定的市场,致使建筑装饰装修工程质量无法保证。住宅等装饰装修项目分散,量小面广,管理部门无法有效地进行管理与监督,住宅装饰装修市场严重失控。

三、建筑装饰装修市场潜力的评估

1. 住宅装饰装修热正在兴起

进入新世纪,我国国民经济有了很大发展,居民收入明显提高,人们希望自己的家中多几

分舒适、温馨和安宁,因此,住宅装饰装修热已在我国迅速发展,装修档次在不断提高。如:一套三居室住宅一般装饰装修费用,深圳由3万元升为6万元左右,广州由1万~2万元升为6万元,上海、北京上升为8万~10万元。

以每年住宅竣工300万套计算,如果按200万 m^2 进行再装饰装修,以全国平均水平1万元计,则达200亿元以上。现在城镇居民7000万户,按10%的住户进行再装饰装修,计有700亿元的装饰装修工程产值。

此外,广大的农村住宅也需部分装饰装修,这将是很大的装饰装修市场,年装饰装修工程产值最少在50亿元以上。

2. 中高级宾馆、饭店的装饰装修进入更新改造期

20世纪80年代以来,为适应旅游业的发展,建造了2400多家旅游饭店,计有40万套客房。若以5年更新10年改造计,每年将有8万套客房需要更新,4万套客房需要改造,资金投入约为90亿~100亿元。

3. 公共建筑、商业网点装饰装修市场潜力大

(1)我国每年竣工公共建筑面积为5000万 m^2 ,若10%需要装饰装修,年装饰装修工程产值约500亿元。

(2)我国现有商业网点170万个。每年改造10成,约有上百亿元的产值。

(3)三资企业、开发区、度假区等的装饰装修工程产值约30亿元。

(4)装饰装修更新周期短,形成长期稳定的市场。

4. 城市环境装饰正逐步兴起

近年来,我国开始重视城市建筑物的形式、风格和色调,改变过去立面雷同、色调单一、缺少现代化的时代气息。山东威海市新的建筑形式和风格多样,色调丰富多彩。其建筑物分别采用涂料、面砖、玻璃锦砖等材料进行对外墙的装饰装修,把整个威海市装扮得多姿多彩。北京市、天津市将市内沿街的所有建筑和围墙的外墙面重新装饰装修,扩大绿地、增加广场、改造河道、美化环境,整个城市面貌焕然一新。大连的城市环境与美化已成为全国的典范,其他城市纷纷效仿大连、威海等城市的做法进行城市环境改造,因此,我国的城市环境装饰装修将成为装饰装修业的又一巨大市场。

可以说,我国装饰装修市场潜力很大,建筑装饰装修业正步入发展的黄金时期。

四、建筑装饰装修材料将加快更新换代周期,以满足不同层次、不同建筑的需要,走绿色环保道路

涂料:将注重发展无毒、耐擦洗、装饰装修性能好的内墙涂料;耐久性好,保色性好的外墙涂料;防火、防水、防毒、隔热等功能性涂料,“绿色环保建材”已成为市场主流。

壁纸、壁布:主要增加花色品种,提高档次,提高装饰装修功能,发展防霉、透气、阻燃等功能性壁纸;图案方面追求素雅、大方、明快的格调,向简单的几何图形和抽象的图案方向发展;色彩方面将注重淡雅色彩,比如乳白色、米黄色、粉红色等色彩。

塑料门窗:推广应用面将进一步扩大,并开始发展双色、多色、复合型门窗。

塑料地板:增加花色品种,提高档次和装饰装修效果,同时注重发展防静电、耐磨、阻燃等功能地板。

塑料管道:注重发展上下水管道、煤气管、热水管、电缆穿管以及铝塑复合管等。

玻璃:向隔热、隔音、装饰装修等多功能发展,重点发展热反射玻璃、吸热玻璃、中空玻璃。

地毯:增加花色品种,提高档次和装饰装修效果,同时注重发展防静电、防污染、阻燃、防霉等功能地毯。

墙、地砖:增加花色品种,提高档次和装饰装修效果,同时注重发展仿大理石、花岗石瓷砖,大规格(400mm×400mm、500mm×500mm)、多形状(圆形、十字形、长方形、条形、三角形、五角形)的墙、地砖。

卫生洁具:向冲刷功能好、噪声低、节水型、占地少、造型美观、新颖大方、使用方便,特别要向彩色制品发展。

建筑胶粘剂:主要发展适合建筑业各种要求的专用胶粘剂,如墙体、木地板、墙地砖以及管道接口等专用胶粘剂。

五、建筑装饰装修技术进入高星级水平

“十五”期间,我国的建筑装饰装修技术水平上了一个新台阶。装饰装修设计和施工逐渐摆脱了旧的、单一的模式,设计质量、施工技术将达到“五星”级水平,同时继续发挥我国民族技艺,注重吸收西方高雅、明快、抽象、流畅的技巧,向着高档化、多元化方向发展,建筑装饰装修安装技术逐步以粘接技术为主,施工水平步入了高星级宾馆饭店之道,为发展我国的建筑装饰装修风格和特色,为国际建筑文化的发展做出新的贡献。

六、今后应采取的几项措施

面对全国装饰装修热的大好形势,面对装饰装修热所带来的种种问题,只有认真研究加以解决,才能更好地引导本行业健康快速地向前发展。

1. 加强建筑装饰装修行业的管理

面对建筑装饰装修行业当前存在的问题,首要的工作是加强建筑装饰装修行业的行业管理。理顺体制,解决好部分城市建筑装饰装修市场中的无证经营,无证和无技术施工的混乱问题;对装饰装修施工队伍要进行清理、登记,坚决取缔无证、无照、无技术的“三无”装饰装修施工队;建立技术鉴定和监督部门;杜绝假冒伪劣、不合格的装饰装修材料及其制品流入市场;杜绝装饰装修施工中胡干蛮干、偷工减料、粗制滥造、违章事故的发生。加强行业培训,解决好发展和提高的问题。

2. 要努力提高建筑装饰装修设计水平

首先对传统的设计要进行改革,要转变传统的建筑装饰装修设计观念,在考虑建筑内部空间功能合理的同时,应注意考虑环境效益、艺术效果和时间效益。特别注意那些标准比较低的住宅,很难满足以后较长时间里人们对居住条件变化的不断需求,要以不变应万变,为居住者创造自行装饰装修和后期改造的条件,如开发大空间住宅体系等。

建筑装饰装修设计中,如何处理弘扬我国优秀传统文化和现代装饰装修相结合;如何处理大环境和小环境的关系,特别是在街区店铺的装饰装修设计中,如何改变“各扫门前雪”的杂乱无章、缺乏统一协调、整体美观的问题。

在居室装饰装修中,要研究适应不同层次消费者的需要,从装修设计入手,因地制宜推出不同层次的样板间,供住户选择,以引导人们正确合理消费。

3. 组建各种各样专门性的装饰装修公司,承担装饰装修咨询、设计、施工等业务

为提高装饰装修质量,减轻居住者的负担,对新建住宅二次装修分离的做法进行改革。提倡商品房按用户需要由用户选定的图样进行一次性装饰装修。甚至达到设备到位,用户提“皮箱”入住。这就要求建筑装饰装修设计、施工技术应尽快提高。

4. 大力培养建筑装饰装修技术人才

为了提高建筑装饰装修行业队伍的素质必须先从培养人才入手。可开办各种形式的培训班和多等级的学校及专业,以培养多等级的专业技术人才,才能提高装饰装修行业各类人员的技术素质。

5. 开展科研,使装饰装修材料不断更新换代

国家应重视新型装饰装修材料的开发和研究,研制一些轻质、高强、耐火、无毒、美观、经济的装饰装修材料,满足装饰装修市场的发展需要。

总之,在今后装饰装修市场大发展的形势下,更要加强全面管理,使建筑装饰装修材料绿色化,装饰装修设计,装饰装修施工技术上一个新台阶。

七、法制框架

改革开放 25 年来,我国建筑装饰装修行业的法制框架已基本构成,主要有以下内容:

1. 四部法律

- (1)《中华人民共和国建筑法》1998 年 3 月 1 日起实施
- (2)《中华人民共和国环境噪声污染防治法》1997 年 3 月 1 日起实施
- (3)《中华人民共和国消防法》1998 年 9 月 1 日起实施
- (4)《中华人民共和国招标投标法》2000 年 1 月 1 日起施行

2. 四部行业规章

- (1)《建筑装饰装修管理规定》1995 年 8 月 7 日建设部第 46 号令
- (2)《家庭居室装饰装修管理暂行办法》1997 年 4 月 15 日建设部(建建[1997]92 号)
- (3)《住宅室内装饰装修管理办法》2002 年 3 月 5 日建设部令第 110 号
- (4)《建筑工程施工发包与承包计价管理办法》2001 年 10 月 25 日建设部令第 107 号

3. 三部企业市场准入标准

- (1)《建筑装饰工程施工企业资质等级标准》1989 年 5 月 30 日建设部[(89)建施字 224 号],1995 年 11 月 7 日建设部修订(建建[1995]666 号)
- (2)《建筑幕墙工程施工企业资质等级标准》1996 年 12 月 3 日建设部(建建[1996]608 号)
- (3)《建筑装饰设计单位资格分级标准》1990 年 11 月 17 日建设部[(90)建设字第 610 号],1992 年 11 月 9 日建设部修订(建设[1992]786 号)

4. 七部技术规范

- (1)《建筑内部装修设计防火规范》(GB 50222—1995)1995 年 3 月 29 日建设部(建标[1995]181 号)
- (2)《玻璃幕墙工程技术规范》(JGJ 102—1996)1996 年 7 月 30 日建设部(建标[1996]447 号)
- (3)《室内装饰工程质量规范》(QB 1838—1993)
- (4)《住宅装饰装修工程施工规范》(GB 50327—2001)
- (5)《建筑装饰装修工程质量验收规范》(GB 50210—2001)(建标[2001]221 号)

(6)《全国建筑装饰装修工程量清单计价暂行办法》(建标[2001]271号)

(7)《全国统一建筑装饰装修工程消耗量定额》(GYD 901—2002)

5. 三部价格标准

(1)《全国统一建筑装饰工程预算定额》1992年12月29日建设部[建标(1992)925号]

(2)《关于发布工程勘察和工程设计取费标准的通知》1992年12月29日建设部、国家物价局([1992]价费字375号)

(3)《中华人民共和国价格法》

6. 一部市场交易准则

《建筑装饰工程施工合同示范文本》1996年11月12日建设部、国家工商局(建监[1996]585号)

7. 二部行业社团授权

(1)《关于选择中国建筑装饰协会为建筑装饰行业管理中转变政府职能试点单位的通知》1994年10月24日建设部(建人[1994]631号)

(2)《关于委托中国建筑装饰协会协助做好家庭居室装饰有关管理工作的通知》1997年6月26日建设部(建建[1997]149号)

八、行业展望

加入WTO后,人们都在议论和研讨,究竟对行业会产生什么影响?如何抓住机遇,如何应对迎接更加严峻的挑战?

20世纪80年代改革开放之初,随着国民经济的发展,特别是对外开放后,国际旅游的开拓,一批高标准的涉外酒店兴建起来(比如,北京的建国饭店、国贸中心和长城饭店等),高档次的现代建筑装饰也相应带动起来,国外的建筑装饰设计公司、装饰材料和设备企业,以及承建工程公司等,纷纷进入我国装饰市场。

我国政府规定了开放建筑市场(包括建筑装饰市场)的范围和措施。诸如:

1. 允许外商在中国举办合资合作的工程承包公司。
2. 允许外商在中国承包、联合承包或分包国外贷款或国外投资的项目。
3. 允许外企在中国派驻代表机构。
4. 加强法制建设。

建设部1994年30号文件《在中国境内承包工程的外国企业资质管理暂行办法》。1994年建设部410号文件《在中国境内承包工程的外国企业资质暂行管理办法实施细则》。1995年建设部、对外经济贸易部533号文件《关于设立外商投资建筑企业若干规定》。1996年建设部建建405号文件《关于设立外商投资建筑企业若干规定实施意见》等。加入WTO后,我国政府又制定和修改了相应的政策法规。

我国建筑业的兴旺,带动了建筑装饰装修行业的发展,众多的外商进入装饰市场,对推进我国建筑装饰业的发展,提高我国建筑装饰业的技术和企业经营管理水平,起了重要的推动作用。同时,也呈现出更加激烈的竞争态势。在国内,实际上形成了国际间的竞争,国内企业和外资企业的竞争,国内已形成了国际市场。

加入WTO对建筑装饰行业,有什么影响?如何应对?关键是全面提高国内产品的国际竞争能力。比如建筑装饰材料和设备,现在国内的高档设施(如四星级以上的酒店),多从国外

进口,加入 WTO 后,众多国外产品涌入我国市场,这就拉大了国内产品和国际产品的差距,不提高国内产品的档次,在优胜劣汰的态势下,就会败下阵来。

又比如装饰设计和施工的水平,在和外商的竞争中,只有提高水平,发挥自己的优势,才能生存发展。装饰企业必须认真申办 ISO 9000 国际质量体系认证,这是企业水平的标准,是国际间竞争的通行证。加入 WTO 后,同样我国对外工程承包和劳务合作事业,也有大的发展机遇,我国的建筑装饰行业也会随着对外承包事业的发展大有作为,近几年在国外也承包了不少装饰装修工程也取得了很大的经济效益。

第二节 建筑装饰装修工程等级和标准

增加建筑的美观和舒适的工程称为建筑装饰装修工程,通常也称为装饰工程。建筑装饰装修工程是建筑工程重要的延续工程。它是在建筑主体结构工程完成之后,对建筑物进行的美化、装饰工作,以满足人们对产品的物质要求和精神需要。有关建筑装饰装修等级和标准见表 1-1、表 1-2、表 1-3 和表 1-4。

表 1-1 建筑装饰装修等级

建筑装饰装修等级	建 筑 物 类 型
高级装饰装修等级	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,体育馆,高级宾馆,高级住宅
中级装饰装修等级	广播通讯建筑,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
普通装饰装修等级	居住建筑,生活服务性建筑,普通行政办公楼,中、小学建筑

表 1-2 高级装饰装修建筑的内外装饰标准

装饰部位	内装饰材料及做法	外装饰材料及做法
墙 面	大理石、各种面砖、塑料墙纸(布)、织物墙面、木墙裙、喷涂高级涂料	天然石材(花岗岩)、饰面砖、装饰混凝土、高级涂料玻璃幕墙
楼 地 面	彩色水磨石、天然石料或人造石板(如大理石)、木地板、塑料地板、地毯	
天 棚	铝合金装饰板、塑料装饰板、装饰吸音板、塑料墙纸(布)、玻璃顶棚、喷涂高级涂料	外廊、顶棚底部参照内装饰
门 窗	铝合金门窗、一级木材门窗、高级五金配件、窗台板、喷涂高级油漆	各种颜色玻璃铝合金门窗、钢窗、遮阳板、卷帘门窗、光电感应门
设 备	各种花饰、灯具、空调、自动扶梯、高档卫生设备	

表 1-3 中级装饰装修建筑的内外装饰标准

装饰部位	内装饰材料及做法	外装饰材料及做法
墙 面	装饰抹灰、内墙涂料	各种面砖、外墙涂料、局部天然石材
楼 地 面	彩色水磨石、天然石料或人造石板(如大理石)、塑料地板、地毯	外廊、顶棚底部参照内装饰