

理想宅
IDEAL HOME

◆王勇 主编

家装我知道系列

家装预算我知道

第2版

Decoration Budget I know



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



◆王勇 主编

家装我知道系列

家装预算我知道

第2版

常州大学图书馆
藏书章

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书在第1版的基础上,删除了一些老旧的预算项目,增加了新的预算项目及新的自测表格。更新后的预算单,更加适合家庭装修作参考。书中分别提供了一居室、两居室、三居室、四居室及五居室的实际案例装修报价单,可使读者的选择性更广、参考面更大。自测表格的作用就是帮你算算“如何省钱”,这比第1版中的自测表格更加贴合实际,是广大业主在装修过程中最需要的表格之一。

图书在版编目(CIP)数据

家装预算我知道 / 王勇主编. — 2版. — 北京 :
机械工业出版社, 2012.11

(家装我知道系列)

ISBN 978-7-111-39265-1

I. ①家… II. ①王… III. ①住宅—室内装修—建筑
预算定额 IV. ①TU723.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第171663号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:张大勇 王 一

封面设计:骁毅文化

责任印制:乔 宇

北京汇林印务有限公司印刷

2012年11月第2版第1次印刷

169mm×239mm·10.5印张·185千字

标准书号:ISBN 978-7-111-39265-1

定价:19.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294 机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649 机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203 封面无防伪标均为盗版

前言

随着这几年房地产市场的发展变化，加上各种原材料价格以及人工费的不断上涨，家庭装饰装修行业虽然没有发生实质性的改变，但也产生了不少阶段性的调整，尤其是在费用上较前几年发生了比较大的变化。

《家装我知道系列》2008年出版以来，受到了众多读者的欢迎，本着为读者负责的态度，本次改版以留其精华、去其多余为原则，修改不相适应的内容，无论是在语言文字，还是参考图片上，都做了大量的更新与修改，尤其是对于这几年变化较大的费用数据，均根据时下最新的物价水平做了更新与调整，以期让整套书的内容更为精炼、实用，同时也更符合当前的行业消费现状。

改版后的《家装设计我知道》将设计与风格这两方面的内容合二为一，使书中的内容更加实用、精炼，同时紧跟流行趋势，将第1版中的参考案例全部更新，从而更好地反映时下的装修形式与热点；改版后的《家装预算我知道》删除了第1版中的一些老旧的预算项目，增加了新的预算项目与新的自测表格，更新后的预算单，更加适合家庭装修作参考；改版后的《家装材料我知道》，删除了第1版中的一些老旧材料，增加了部分新材料，同时为使内容更容易理解，还删除了第1版中对材料的定义部分，增加了更为实际的内容，且增加了当前的材料价格比对（本书所有材料价格来自各大建材市场以及各厂家的网上报价）；改版后的《家装工艺我知道》突出了对装修质量的监控，包括施工过程中、施工完成时的质量控制，以及施工完成后的问题补救，同时配以大量的实际施工图片，可使读者更加直观地对装修进行质量监控。

改版后的本套丛书能够给广大读者朋友带来更加实用、更为具体的参考信息，帮助读者轻松完成家居装修，营造一个完美的生活空间，从而更好地享受幸福生活。

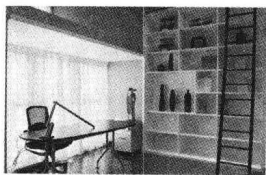
本书由王勇主编，参与本书编写的人员还有张宁、邓毅丰、江乐心、王敏、罗娟、黄肖、程波、刘文杰、李华、谢永亮、马禾午、刘全、张志贵、李小路、刘磊、赵延辉、王健、周岩、王云龙等。

目 录

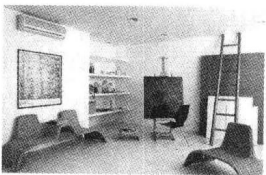
Contents

前 言

第一章 装修先预算，不花冤枉钱——家装预算了解 /1



第二章 巧妇难为无米之炊——合理估算家装预算费用 /48



第三章 小心驶得万年船——家装预算防狼术 /55



第四章 他山之石，可以攻玉——家装预算决算实例 / 75



第五章 将砍价进行到底——省钱绝招，实用价格对比表 /147



第一章

装修先预算，不花冤枉钱

——家装预算了解

装修报价始终是装修家庭最关心的问题之一。目前市场上的家装公司繁多，报价相差几千甚至上万的已经不是什么新鲜事了。许多消费者都曾遇到这样的尴尬：在同一个家装市场，100m²的新房，一家装修公司报价4.5万元，而另一家装修公司报价却只有3.2万元。两室一厅的房子，在装修内容大致相同的前提下，装修价格竟然相差近1.5万元。而这正是由于消费者对装修报价不了解造成的。所以了解装修报价是保证消费者装修出满意的房子的前提之一。

另外，很多消费者为装修准备了充足的款项，当装饰公司的报价大大低于之前的估算时，不禁喜出望外，但大多数消费者在装修快完工时才发现，实际的价格远远超出了预算，结果是仓促筹款，仓促收工。

以上这些情况相当普遍，主要是由于消费者没有对装修费用的构成进行系统的学习和了解。浮于眼前的表面数据并不能显示装修工程的实际价款，更不能表明装饰公司的真实利润。

一、预算报价的基础知识

预算是指预先算出装饰装修工程所消耗的人工费、材料费和管理费等费用的价值总和。正确合理的预算能完整地反映一定量的合格产品所规定的消耗标准。家庭装饰工程的预算包括直接费与间接费两大部分。

1. 直接费

直接费包括人工费、材料费、机械费等一切直接反映在装饰装修工程中的费用，通常情况下是以单位面积下的工程量乘以该工程的单位价格所得出的费用数据。

(1) 人工费。人工费是指装修工人的基本工资及基本生活费用。一般情况下，一个成熟的木工一天的人工费为100元，一个成熟的油工一天的人工费为120元。这里的人工费包含了基本工资和基本生活费用，但并不是所有的木工或油工都是“成手”（技术成熟的工人）。例如，某装饰公司为消费者指派了四个木工，其中“成手”只有一名，其他三名为一名有经验的木工和两名学徒工，但装饰公司的报价却是按照四个“成手”木工的价格来报给消费者的，无形中就使消费者受到了损失。

(2) 材料费。材料费是指装修工程中用到的各种装饰材料成品、半成品及配套用品的费用。

(3) 机械费。机械费是指机械器具的使用、折旧、运输、维修等费用。

2. 间接费

间接费主要包括管理费、实际利润、税金等。间接费是装饰工程为组织设计施工而间接

消耗的费用，是消费者必须承担的。

(1) 管理费。管理费是指用于组织和管理施工行为所需要的费用，包括装饰公司的日常开销、经营成本、项目负责人员工资、工作人员工资、设计人员工资、辅助人员工资等。目前管理费取费标准按不同装饰公司的资质等级来设定，一般为直接费用的5%~10%。

(2) 实际利润。实际利润是装饰公司作为商业营利单位的一个必然取费项目，为公司以后的经营发展积累资金。尤其是私营企业，获取计划利润是私营业主开设公司的最终目的，一般为直接费的5%~8%。

(3) 税金。税金是直接费、管理费、计划利润总和的3.4%~3.8%。凡是具有正规发票的装饰公司都有向国家交纳税款的责任和义务。

3. 预算报价计算公式

预算总价=直接费+管理费+实际利润+税金

其中，管理费为直接费乘以5%~10%；实际利润为直接费乘以5%~8%；税金为直接费、管理费、实际利润之和乘以3.4%~3.8%。

二、家装预算程序

1. 了解自己的家

在进行装修前，首先应仔细了解自己的房屋结构，丈量一下实际面积并绘制详细的结构图，主要是了解一下具体布局（包括对原有结构进行合理更改）以及装修总费用（包括材料的价格和人工费用），以对房屋如何装修有个大致的思路。在装修过程中，有很多影响最终花费的因素，而面积的计算便是其中之一。其实，与其他因素相比，计算施工面积的方法是有章可循且比较简单的。

家庭装修中所涉及的项目大致分为墙面、顶面、地面、门、窗及家具等几个部分。

(1) 计算墙面面积。墙面（包括柱面）的装饰材料一般包括涂料、石材、饰面砖、壁纸、软包、护墙板、踢脚板等。计算面积时，材料不同，计算方法也不同。涂料、壁纸、软包、护墙板的面积按长度乘以高度来计算，单位为 m^2 。长度按主墙面的净长计算。高度：无墙裙者从室内地面算至楼板底面，有墙裙者从墙裙顶点算至楼板底面；有吊顶的从室内地面（或墙裙顶点）算至顶棚下沿再加20cm。门、窗所占面积应扣除（1/2），但不扣除踢脚板、挂镜线、单个面积在 $0.3m^2$ 以内的孔洞面积和梁头与墙面交接的面积。镶贴石材和饰面砖时，按实铺面积计算，单位为 m^2 。踢脚板面积按房屋内墙的净周长乘以踢脚板的高度计算，单位为 m^2 。

(2) 计算顶面面积。顶面（包括梁）的装饰材料一般包括涂料、吊顶、顶角线（装饰角花）及采光顶棚等。顶面施工的面积均按墙与墙之间的净面积计算，单位为 m^2 ，不扣除间壁墙及穿过顶面的柱、垛和附墙烟囱等所占的面积。顶角线长度按房屋内墙的净周长计算，单位为m。

(3) 计算地面面积。地面的装饰材料一般包括木地板、地砖（或石材）、地毯、楼梯踏步及扶手等。地面面积按墙与墙间的净面积计算，单位为 m^2 ，不扣除间壁墙、穿过地面的柱、垛和附墙烟囱等所占的面积。楼梯踏步的面积按实际展开面积计算，单位为 m^2 ，不扣除宽度在30cm以内的楼梯井所占的面积；楼梯扶手和栏杆的长度可按其全部水平投影长度（不包括墙

内部分)乘以系数1.15计算,单位为延米。

(4) 其他面积计算。栏杆及扶手长度直接按延米计算。家具面积的计算没有固定的要求,一般以各装饰公司报价中的习惯做法为准:用延米、 m^2 或项为单位来统计。需要注意的是,每种家具的计量单位应该保持一致。例如,做两个衣柜,不能出现一个以 m^2 为计量单位,而另一个则以项为计量单位的现象。

面积的多少会直接影响最终与装修公司决算时的费用。因此,最好能在未装修前,自己计算出这些具体数据,并与装修公司的数据进行对比,做到心中有数,同时也避免最后决算时在具体数据上产生不必要的纠纷。

2. 资金的准备

根据不同的装修档次区分,装修中制造、安装造价与主材造价的合理投资分配比例如下:

(1) 装修投资总金额含制造、安装造价与基本主材造价,不含洁具、灯具、锁具、拉手、窗帘、活动家具、电器)比例。

1) 中档偏下装修:制造安装工程约占70%,主材约占30%。

2) 中档装修:制造安装工程约占65%,主材约占35%。

3) 高档装修:制造安装工程约占55%,主材约占45%。

(2) 装修局部投资比例。整个房屋按常规功能装修,以中档装修为例,局部投资(含相应主材)比例如下:

1) 客厅(含阳台,匹配中档瓷砖,见图1-1)约占22%。

2) 餐厅(匹配中档地砖,见图1-2)约占10%。



图1-1 客厅



图1-2 餐厅

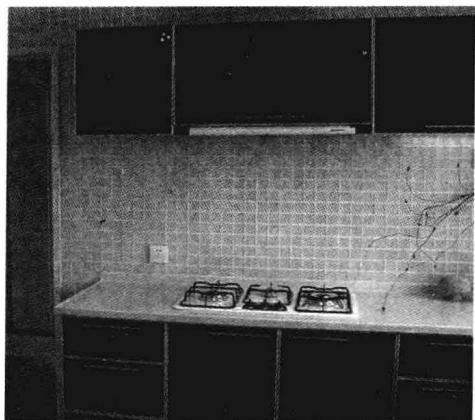


图1-3 厨房

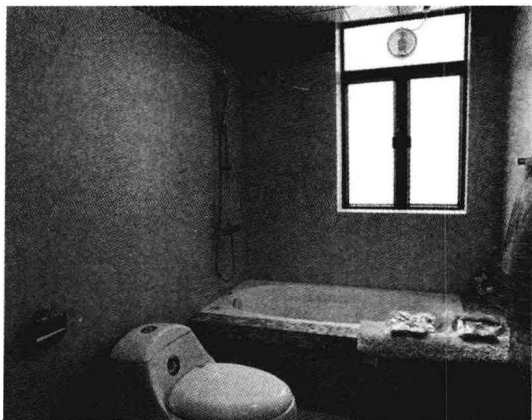


图1-4 卫生间

3)厨房(匹配中档地砖、橱柜,见图1-3)约占17%。

4)卫生间(含主、次卫,匹配中档瓷砖,见图1-4)约占 $7\% \times 2 = 14\%$ 。



图1-5 主人房

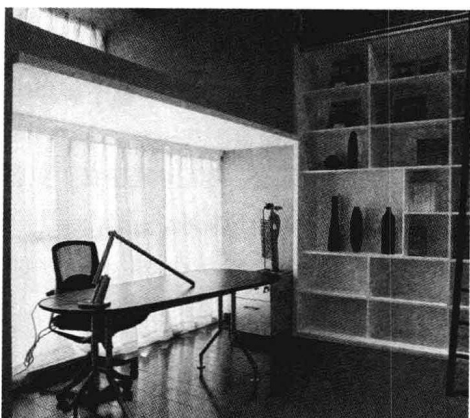


图1-6 书房

5)主人房(匹配中档复合地板,见图1-5)约占15%。

6)书房(匹配中档复合地板,见图1-6)约占10%。

7)小孩房(匹配中档复合地板,见图1-7)约占12%。

3. 预算报价方法

家庭居室装修所涉及的门类丰富、工种繁多,在预算报价时基本上延用土木建筑工程的计算方法。随着市场的完善,各种计算方法层出不穷,这里介绍实用性最强的四种。

(1)方法一。首先,对所处的建筑装饰材料市场和施工劳务市场进行调查了解,考察出材料价格与人工价格,再对实



图1-7 小孩房

际工程量进行估算,从而算出装修的基本价格。其次,以此为基础,再计入一定的损耗和装饰公司的利润即可,综合损耗一般设定为5%~7%,装饰公司的利润可设定在10%左右。

例如,根据某省会城市装饰材料市场和施工劳务市场的调查,了解到要装修三室两厅两卫约120m²建筑面积的住宅房屋,按中等装修标准,所需材料费为5万元左右,人工费为1.2万元左右。那么,综合损耗为4300元左右,装饰公司的利润为6200元左右。将以上四组数据相加,为7.2万元左右,即方法一所估算的价格。

这种方法比较普遍,对于消费者而言,测算简单,容易上手,可通过对市场的考察和向周边有过装修经验的人咨询即可得出相关价格。然而,根据不同的装修方式,不同的材料品牌,不同程度的装饰细节,价格会有较大差异,不能一概而论。

(2) 方法二。对同等档次已完成的居室装修费用进行调查,用获取到的总价除以建筑面积,再用所得出的每平方米的综合造价乘以即将装修的建筑面积,可得出装修所需的大致费用。

例如,现代中高档居室装修的每平方米综合造价为1000元,那么可推知三室两厅两卫约120平方米建筑面积的住宅房屋的装修总费用在12万元左右。

这种方法的可比性很强。不少装饰公司在宣传单上所印制的多种装修档次的价格,都是以这种方法(即按每平方米)计量的。例如,经济型400元/m²,舒适型600元/m²,小康型800元/m²,豪华型1200元/m²等。消费者在选择时,应注意装饰工程中的配套设施,如五金配件、厨卫洁具、电器设备等是否包含,以免上当受骗。

(3) 方法三。对所需装饰材料的市场价格进行了解,分项计算工程量,从而求出总的材料购置费,然后再计入材料的损耗、用量误差、装饰公司的毛利,最后所得即为总的装修费用。这种方法又称为预制成品核算,一般为装饰公司内部的计算方法。下面运用该方法计算某衣柜的预算报价,如表1-1所示。

表 1-1

序号	材料名称	数量	单价/元	总价/元	备注
A. 主材					
1	木芯板	6块	100	600	知名品牌,AAA级
2	九厘板 ^①	3块	60	180	知名品牌,合资生产
3	外饰面板	2块	45	90	黑胡桃科技板
4	内饰面板	4块	40	160	红桦科技板
5	滑轮	6对	10	60	合资生产品牌
6	铰链	14个	5	70	合资生产品牌
7	拉手	11个	5	55	合资生产品牌
小计				1215	
B. 辅材					
8	20mm枪钉	1盒	6	6	普通品牌
9	25mm枪钉	1盒	6	6	普通品牌
10	聚酯清漆	7m ²	0	120	知名品牌,亚光漆
11	20mm木线条	35m	1	35	黑胡桃

(续)

序号	材料名称	数量	单价/元	总价/元	备注
12	其他	1项	70	70	辅助材料
小计				237	
C. 人工: 按平均每人每天80元计算, 制作该衣柜需要2人工作5天, 即人工费为800元					
工程直接费				2252	以上A、B、C三项之和
工程管理费				180.16	直接费×8%
计划利润				112.6	直接费×5%
税金				86.52	以上三项×3.4%
工程总造价				2631.28	以上四项之和
注: 该衣柜的制作是家庭装饰装修的一个组成部分, 没有计入衣柜的运输费等综合计费; 没有计入材料损耗。					
①九厘板指9mm厚的板。					

如图1-8所示, 该衣柜尺寸为2200mm×2200mm×550mm (高×宽×深), 木芯板框架结构, 内外均贴饰面板, 背侧和边侧贴墙钉制, 配饰五金拉手、滑轨, 外涂聚酯清漆。

(4) 方法四。通过比较及细致地调查, 对各分项工程的每平方米或每延米的综合造价有所了解, 计算其工程量, 将工程量乘以综合造价, 最后计算出工程直接费、管理费、税金, 所得出的最终价格即为装饰公司提供给客户的报价。

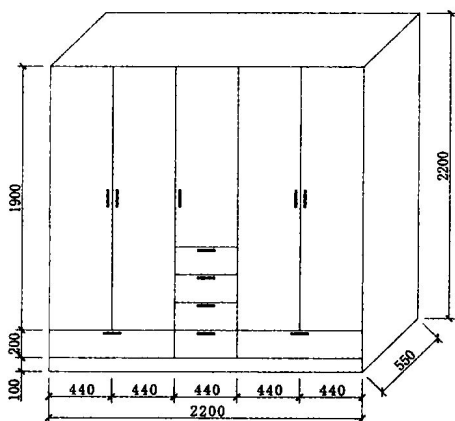


图1-8 衣柜尺寸

这种方法是市面上大多数装饰公司的首选报价方法, 名类齐全, 详细丰富, 可比性强, 同时也成为各公司之间相互竞争的有力法宝。由于工程复杂, 这里只列举某居室室内卧室与卫生间的预算报价, 整套报价方式可参照第四章所列举的实体案例。

该卧室地面铺设复合木地板, 墙面涂饰乳胶漆, 室内家具包括组合衣柜、电视角柜等; 装饰构件包括门窗套、叠级顶墙线、大理石窗台面、房间门与卫生间门; 卫生间地面铺设防滑地砖, 墙面贴瓷砖, 顶部为铝扣板吊顶。图1-9中所标注的家电、洁具、灯具, 以及开关面板、大型五金饰件均

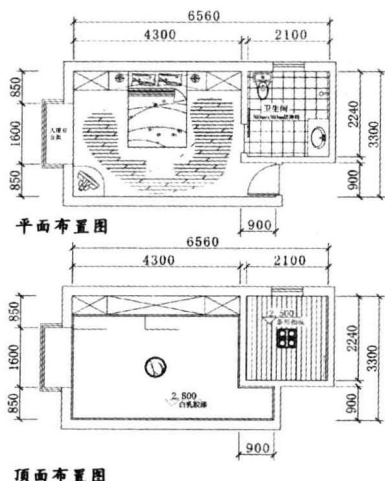


图1-9 布置图

不在预算（表1-2）之列。

表 1-2

序号	材料名称	数量	单价/元	总价/元	备注
A. 卧室工程项目					
1	墙顶面基层处理批灰	65.1m ²	10	651	刮腻子两、三遍，打磨
2	顶面乳胶漆	14.4m ²	15	216	立邦美得丽两遍
3	墙面乳胶漆	47.9m ²	15	718.5	立邦美得丽两遍，米黄色
4	叠级顶墙线	17m	16	272	15mm厚木芯板条叠二级
5	组合衣柜	9.5m ²	800	7600	木芯板基层，黑胡桃面板
6	电视角柜	0.8m	600	480	木芯板基层，黑胡桃面板
7	双面包门套	10m	120	1200	九厘板基层，黑胡桃线条
8	造型房间门	1樘	580	580	知名品牌实木门
9	包窗套	6.8m	90	612	九厘板基层，黑胡桃线条
10	外挑窗台铺大理石	1.6m	420	672	黑金沙18mm厚大理石
11	复合木地板	15.2m ²	196	2979.2	知名品牌，包送踢脚板
小计				15980.7	
B. 卫生间工程项目					
1	铝扣板吊顶基层	4.7m ²	42	197.4	30mm×40mm木龙骨基层
2	铝扣板	5.6m ²	58	324.8	合资品牌
3	铝扣板边角线条	10.4m	10	104	合资品牌
4	墙面贴瓷砖	24.2m ²	66.4	1606.9	知名品牌，中档2.8元/块
5	地面贴瓷砖	5.6m ²	80.4	450.2	知名品牌，中档4.2元/块
6	单面包门套	5 m	90	450	九厘板基层，黑胡桃线条
7	造型卫生间门	1樘	550	550	知名品牌实木门
8	卫生间防水处理	7.3 m ²	55	401.5	沿墙脚以上300mm高度
小计				4084.8	
工程直接费				20065.5	以上A、B两项之和
工程管理费				1605	直接费×8%
税金				736.80	以上两项×3.4%
工程总造价				22407.3	以上三项之和
注：装饰工程中不计入灯具、洁具、开关面板、五金配件等					

4. 审查预算

在做好准备工作后，就面临着与装修公司打交道了。通常在这个阶段，必须慎之又慎、仔细审查；否则，马虎的后果是直接影响自己的钱袋。

一般来说，在家庭装饰施工前，装饰公司应该提供一份预算书。通常，装饰公司的预算价格由材料费、人工费、管理费三部分构成。其中管理费包括的内容比较多，既有各种管理费用，又有税金和合理的利润等。一般装饰公司的优惠让利是在合理利润允许的范围内进行的。如果为贪图便宜，砍价的幅度超出这个范围，而装饰公司又希望得到这个工程，就只好在工料上将损失补回来，即人们常说的偷工减料。

(1) 审核图样要准确。在审核预算前，应该先审核图样。一套完整、详细、准确的图样是预算报价的基础，因为报价都是依据图样中具体的尺寸、材料及工艺等情况而制定的，图样要是不准确，预算也不准确。

(2) 工程项目应齐全。核定预算中所有的工程项目是否齐全，看是否已把所要做的东西都列在了预算单上。特别注意别漏了一些该做的项目，这些漏掉的项目到了现场施工时，肯定还是要做的，但免不了要办增项手续，增加意料之外的又一笔开支。

(3) 尺寸标注应一致。审核时，应参照图样核对预算书中各工程项目的具体数量。

例如，由图样上的尺寸计算出铺地砖是 100m^2 ，那么预算书应该是 100m^2 左右，数据计算应该相当严谨、准确。如图样计算是 100m^2 ，而预算书是 110m^2 ，这就是明显的问题，搞不好就会付冤枉钱。

(4) 材料工艺要写清。装饰公司应准确告诉客户，所报价格是由什么材料、什么工艺构成的。比如看到这么一项报价，墙面某牌号的漆 $30\text{元}/\text{m}^2$ ，这显然不够具体，因为一个品牌的漆包含很多产品，有内墙漆、外墙漆、木器漆；内墙中又分几大项，每种漆又有很多种颜色。另外，具体工艺要写清楚，因为不同的操作方法将直接影响使用寿命。

(5) 特殊情况的预算。例如墙面裂缝。大面积的裂缝处理要另行收费，这项收费往往在预算中体现出来，而到现场施工时，根据实际情况才单独提出。再如地砖。有的家庭在铺地砖时喜欢用不同的颜色拼成一定的图案，这笔拼花费用通常也是在结算时才提出来；再如水路、电路施工时，预算中关于水路、电路的改造费用通常是先预收一小部分，竣工时再按实际情况进行结算。

三、预算报价的各项明细

消费者在索取装饰公司的预算报价时，往往会发现报价单上的项目非常少，而且材料及工艺做法说明不够详细。一份详细的预算报价应该含有详细的施工图样一份（其中应包含原始结构图、平面布置图、顶面布置图、电路布置图、插座布置图、开关布置图、立面索引图及各装饰部位立面大样图等）、详细的报价单一份（其中应包含工程名称、单位、材料价格、单价、材料及工艺说明等）。为使消费者对预算报价有初步的了解，下面列出一份标准的预算报价仅供参考，实际操作中应以当地实际情况为准。

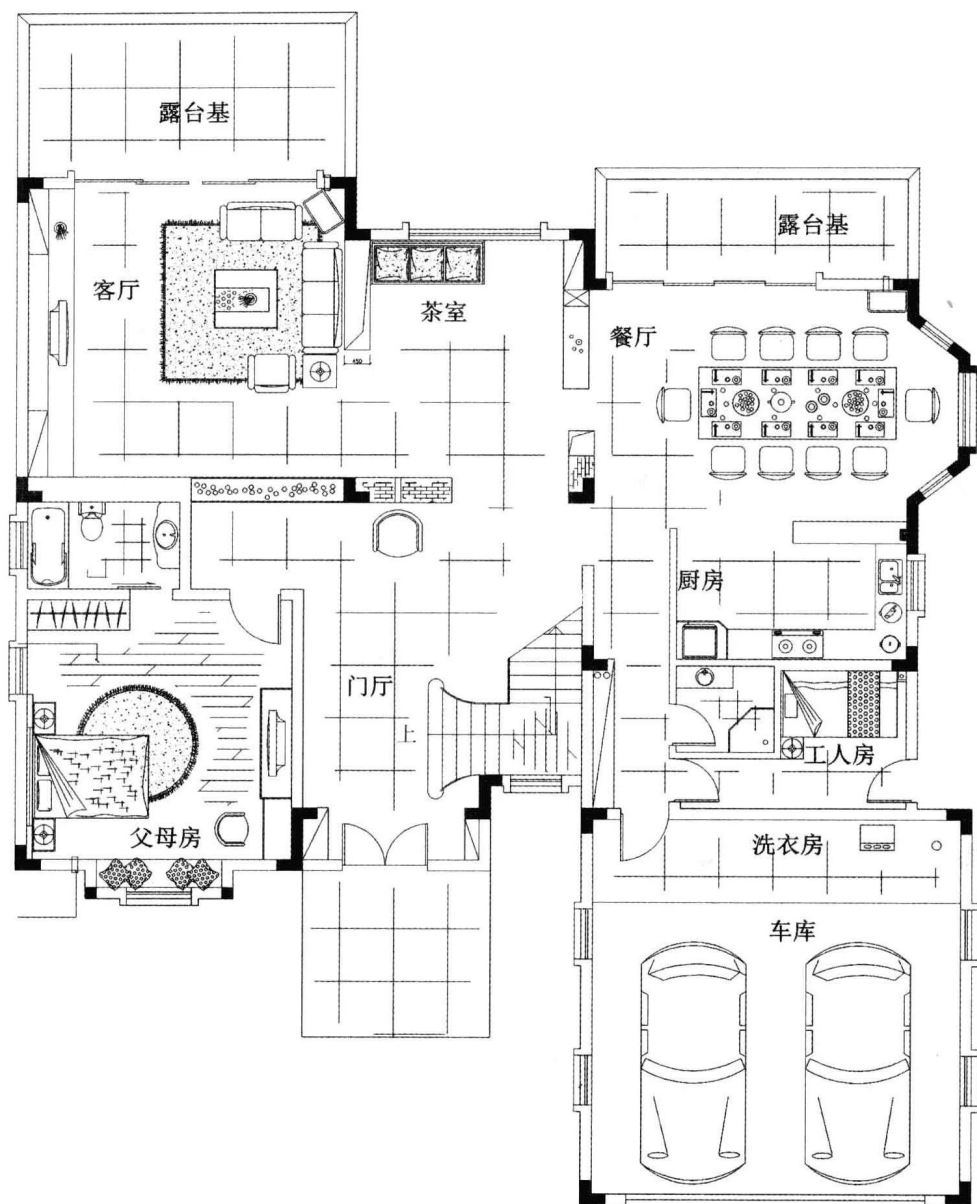
1. 施工图样部分



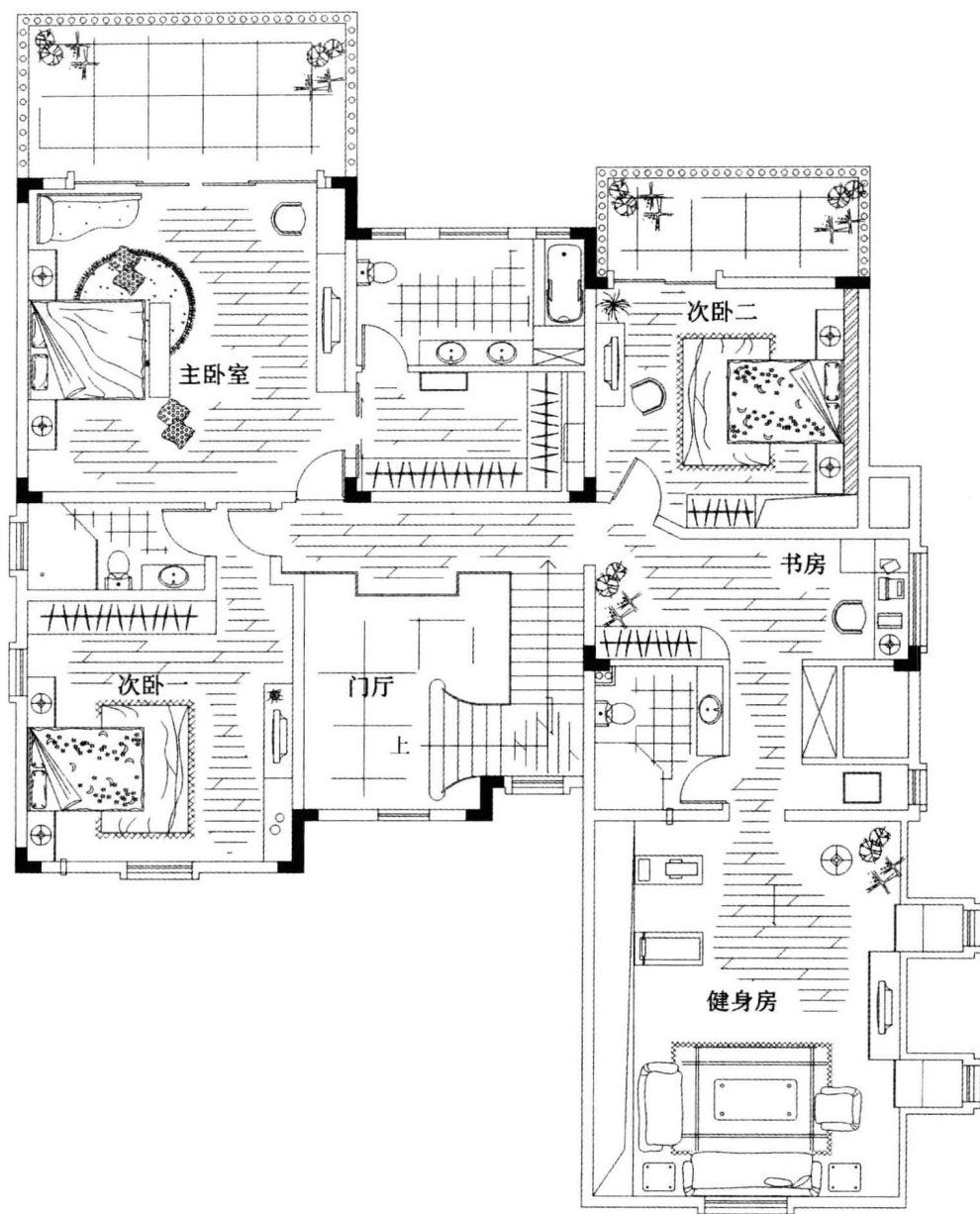
一楼原结构



二楼原结构



一楼平面布置图



二楼平面布置图