

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

主 编 许炳权 副主编 任彬彬

中国建材工业出版社



装饰装修工程概预算

主 编 许炳权 副主编 任彬彬

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/许炳权主编. —北京: 中国建材工业出版社, 2002.11

ISBN 7-80159-274-3

I. 装... II 许... III. 概预算 IV. TU723.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 027500 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, 也可以作为适合从事建筑装饰设计、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

主编 许炳权 副主编 任彬彬

*

中国建材工业出版社

(北京海淀区三里河路 11 号 邮编: 100831)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经销

北京鑫正大印刷有限公司印刷

*

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 16.75 字数: 384 千字

2003 年 2 月第一版 2003 年 2 月第一次印刷

印数 1 ~ 3000 册 定价: 26.00 元

ISBN 7-80159-274-3/TU·136

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

副主任委员：苏幼坡 赵方冉

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 苏幼坡 杨金铎 陈恒超

赵方冉 郭永亮 魏广龙

《装饰装修工程概预算》编写人员

主编：许炳权

副主编：任彬彬

编写人员：胡应杰 李建华 孙红林

前 言

建筑装饰装修行业作为一个新型的独立行业，正在迅猛地发展。据统计，截止 2000 年底，装饰装修行业的产值占建筑工程行业总产值的比重已从 3% 提高到 48%，从业人员由最初的几万人发展到 600 多万人，年产值已达 2000 亿元，其中家庭装修年产值已达 980 亿元。从事装饰装修的企业有 20 万家。预计“十五”期间，建筑装饰装修的年产值将从 2000 亿元达到 3000 亿元。从业人员将达到 1000 万人。“十五”期间对装饰装修技术要求要达到能承担“五星级宾馆”装修的水平；装饰装修材料国产化将达到 80%， “绿色环保建材”将占领 65% 的市场销售额。

面对建筑装饰装修行业的迅猛发展，人才的培养是关键。目前的技术力量，远远不能适应新形势的需要。据统计，目前从事装饰装修行业的技术人员不足 1 万人（其中 80% 为美术、建筑学转行），全国设有装饰装修专业的学校（大学、中专、高职）有 300 多所，大学毕业生年均不足几千人，这和发展行业规模极不相称。人才培养严重不足和滞后，特别是加入世贸组织后竞争形势的严峻，要求我们必须多层次多渠道迅速地培养各级装饰装修专业人才（从技术工人到高级技术人员）。

为贯彻党中央、国务院和教育部“关于深化教育改革，全面推进素质教育”的决定，满足培养建筑装饰装修行业对人才的需要，我们组成有教学经验和多年从事装修工程的技术人员参加的编写组，编写了高等教育建筑装饰装修专业系列教材。它们是《装饰装修材料》、《装饰装修施工组织设计》、《装饰装修工程项目管理》、《装饰装修工程概预算》、《装饰装修构造》、《装饰装修工程施工技术》。这套系列教材可以满足大专、高职等各类学校装饰装修专业高级岗位培训的教学用书。同时，也可以作为有关技术人员的首选参考书。

本教材编写的特点是：

1. 严格按照国家规定的教学大纲、学时分配要求；吸取实际工程中的经验与先进的技术。

2. 着眼点放在学生对基础知识的掌握和能力的培养上，让学生能在日

后的实际工作中去发挥、去扩展。

3. 不追求新、奇、特；一些不够成熟的内容，未经工程考验的内容暂不编入，或只作简单的介绍。

4. 按教学中循序渐进、由浅入深的原则进行教材内容的组织与编写，把关键的核心内容交给学生，使学生能举一反三。

5. 注意今后建材发展的方向，将最新的建材信息和国家对“环保工程”的要求进行介绍，让学生了解今后建筑装饰装修行业的发展前景。

6. 为了满足更多学生的使用，在内容上还考虑了电大、高职、夜大、函授等教育的教学和自学要求。

本书第四章、第六章、第七章由任彬彬编写，第一章、第二章、第三章、第五章由胡应杰编写，第九章、第十章由李建华编写，第八章由孙红林编写。

本书编写时间仓促，疏漏和不当之处敬请各界同仁指正。

高等教育建筑装饰装修专业
系列教材编写组
2002年3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	(12)
第三节 建筑装饰装修预算的分类和作用	(13)
第二章 建筑装饰装修工程预算定额	(18)
第一节 建筑装饰装修工程定额的基本知识	(18)
第二节 建筑装饰装修工程预算定额的编制程序与内容	(24)
第三节 建筑装饰装修工程预算定额的换算	(31)
第四节 建筑装饰装修工程定额的一般结构形式	(40)
第三章 建筑装饰装修工程预算的编制	(42)
第一节 建筑装饰装修工程预算编制概述	(42)
第二节 建筑装饰装修工程预算编制步骤	(43)
第三节 工料分析及两算对比	(48)
第四节 施工图预算的审查	(51)
第四章 装饰装修设计概算的编制简介	(55)
第一节 概述	(55)
第二节 概算定额和概算指标	(57)
第五章 装饰装修工程量计算方法	(63)
第一节 工程量计算概述	(63)
第二节 建筑面积的计算	(64)
第三节 脚手架工程量的计算	(76)
第四节 楼地面工程量的计算	(81)
第五节 墙柱面装饰装修工程量的计算	(90)
第六节 顶棚工程量的计算	(107)
第七节 门窗工程量的计算	(115)
第八节 油漆、涂料工程量的计算	(119)
第九节 其他工程量的计算	(128)
第十节 客房装饰装修工程量计算实例	(132)
第六章 装饰装修工程费用	(141)
第一节 装饰装修工程费用的构成与特点	(141)

第二节	装饰装修工程各项费用的组成	(143)
第三节	装饰装修工程费用的计算程序	(150)
第七章	建筑装饰装修工程预算估价	(152)
第一节	工程造价估算概述	(152)
第二节	根据估算指标进行工程造价估算	(155)
第三节	根据类似工程预(决)算进行工程造价估算	(162)
第四节	根据经验公式进行工程造价估算	(163)
第五节	统计对比法进行工程造价估算简介	(166)
第六节	异地估价方法	(167)
第七节	工程估价表的编制	(168)
第八章	工程结算和竣工决算	(176)
第一节	工程结算	(176)
第二节	工程料款的预支和抵扣	(180)
第三节	竣工决算的编制	(184)
第九章	招标及审计	(187)
第一节	装饰装修工程招标与投标	(187)
第二节	装饰装修工程承包合同	(193)
第三节	装饰装修工程施工索赔	(197)
第四节	建筑装饰装修工程预决算的审计	(198)
第十章	建筑装饰装修工程预算实例	(213)
附 录		(239)

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,因此,我国的建筑装饰装修业和装饰装修材料的发展方兴未艾,还有大量的工作要做。原国家建材局提出的口号是:“三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、或淡妆、或恬静、或炽烈、或高雅、或豪放。每一件装饰装修材料在体现总体风格中都扮演着一定的角色,从而构成一个互相依托、相互和谐的整体设计,而具体的表现方式又因人而异。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”。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,才能构成一个和谐的美。所以,建筑装饰装修工程是集装饰材料生产、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。塑料壁纸形成 4 亿平方米的年生产能力;塑料地板形成 1.6 亿平方米的年生产能力;化纤地毯形成 6000 万平方米的年生产能力;塑料管道形成 14 万吨的年生产能力;塑料门窗形成 10 万吨的年生产能力。墙地砖形成 3.2 亿平方米的年生产能力;涂料形成 80 万吨的年生产能力,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 2000 年的 3300 亿元左右;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 48% 左右;从业人员从当初的几万人,发展到当前的 620 万人,建筑装饰装修企业有 30 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,2000 年全国家庭装饰装修工程产值已达到 1656 亿元,占整个行业的 48%,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 20 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:我们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。常州建材总厂生产的“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马赛克和空心玻璃砖远销港澳、新加坡、美国等地区和国家。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、德国以及港澳、台湾等国家和地区。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生产的总统客房、标准客房、餐厅、咖啡厅等 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，中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三星级以上宾馆、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，将中国的宫苑、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“玛溜雅号”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”，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 2000 年已达 3300 多亿。到 2000 年底，全国建筑装饰装修工程企业约 30 万家，从业人员达到 620 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”期间装饰装修工程产值发展更为迅猛

(1) 20 世纪 90 年代 (1991 ~ 2000) 我国建筑装饰装修工程产值累计达 12 688 亿元，年均 1268 亿元，行业年均的发展速度为 45%，其中家庭装饰装修工程产值累计达 573 亿元，年均 57.3 亿元，家庭装饰装修年均发展速度 34%。

(2) 2000 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 35%，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 10488 亿元，年均产值为 2097 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 998 亿元，年均发展速度为 41%。

以上发展状况详见表 1-1、表 1-2、表 1-3 和表 1-4。

表 1-1 20 世纪 90 年代我国建筑装饰装修行业发展 (1991~2000)

年	全国装饰装修从业人数 (万人)	全国有资质等级装饰装修企业 (家)	全国装饰装修工程产值 (亿元)	行业发展速度 (%)
1991	170	1700	150	87
1992	200	2000	250	57
1993	250	3000	400	60
1994	300	6500	600	50
1995	400	10000	800	33
1996	450	15000	1100	38
1997	500	20000	1500	36
1998	550	25000	2000	33
1999	580	28000	2560	28
2000	620	31000	3328	30
累计			12688	
年均发展速度				45

表 1-2 20 世纪 90 年代我国家庭装饰装修业发展 (1991~2000)

年	家庭装饰装修工程产值 (亿元)	行业发展速度 (%)	家庭装饰装修工程产值占全国装饰装修工程产值 (%)
1991	60	50	40
1992	80	33	32
1993	120	50	30
1994	180	50	30
1995	300	66	35
1996	450	50	40
1997	700	56	46
1998	950	36	47
1999	1235	30	48
2000	1656	34	49
累计	5731		
年均发展速度		45.5	

表 1-3 “九五”期间我国建筑装饰装修行业发展状况 (1996~2000)

年	全国装饰装修从业人数	装饰装修工程产值 (亿元)	行业年增长速度 (%)	备 注
1996	450	1100	38	
1997	500	1500	36	
1998	550	2000	33	
1999	580	2560	28	

续表 1-3

年	全国装饰装修从业人数	装饰装修工程产值 (亿元)	行业年增长速度 (%)	备 注
2000	620	3328	30	
累 计		10488		
年均速度			33	
年均产值		2097		

表 1-4 “九五”期间全国家庭装饰装修发展状况 (1996~2000)

年	家庭工程产值 (亿元)	年增长速度 (%)	备 注
1996	450	50	
1997	700	56	
1998	950	36	
1999	1235	30	
2000	1656	34	
累 计	4991		
年均产值	998		
年均速度		41	

(4) 我国建筑装饰装修行业 20 多年来 (1978~2000) 经历了四个大的阶段, 基本上是和国家的经济发展相依存。详见表 1-5。

表 1-5 中国建筑装饰装修行业四个发展阶段 (1978~2000)

发展阶段	年	年均装饰装修工程产值 (亿元)	年均行业发展速度 (%)
大起	1978~1988	150	25
大落	1989~1991	70	4
恢复	1992~1995	512	50
发展	1996~2000	2097	41

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 2000 年底, 已达到 30 万家, 比上年的 20 万家增长 50%, 递增 10 万家。其中, 有资质等级的 3.5 万家, 占全国建筑装饰装修企业的 17.5%。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设计单位为 147 家, 比上年的 99 家增长了 38%; 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设计资质的企业为 102 家, 比上年的 59 家增长 56%; 一级资质建筑幕墙工程施工企业为 65 家, 比上年的 48 家增长 35%。现暂无一级建筑装饰装修企业的地区仅有新疆维吾尔自治区和西藏自治区。全国二、三、四级建筑装饰装修企业, 分别为 7400 家、14000 家和 13000 家, 比 1999 年的 6000 家、10000 家和 4000 家分别增长 16%、20% 和 50%。

到 1998 年底，我国共有中外合资合作建筑业企业 1388 家，多来自香港，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，占了 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 1998 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“改革开放二十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 27 件、65 件和 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、福州长乐国际机场等，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. 建筑装饰装修不符合防火规范

建筑装饰装修大量使用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、市场较乱

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，住宅装饰装修热正在我国悄然兴起，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1~2万元升为6万元，上海、北京上升为8~10万元。

以每年住宅竣工300万套计算，如果按200万平方米进行再装饰装修，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90~100亿元。

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5000万平方米，若10%需要装饰装修，年装饰装修工程产值约50亿元。

(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。这里的建筑分别采用涂料、面砖、玻璃马赛克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。

所以说,我国装饰装修市场潜力很大,建筑装饰装修业正适逢良机,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”将成为市场主流。

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像方向发展;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、用水少、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,如墙板、木地板、墙地

砖等专用胶粘剂。

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将上一个新台阶。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，从装饰装修设计入手，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。即对土建施工只做到装饰装修基层，待住房落实到用户手中后，住户根据自己的要求，再做二次装饰装修，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