

● 汤留泉 著

全面解读

潜规则

装修

ZHANYUE
QIANGUO
QUANMIANJIEDU

解密

110

潜规则
个惊人

提醒

110

小窍门
个防骗

提示

60

小贴士
个实用

中国建材工业出版社

装修潜规则

全面
解读

汤留泉 著

中国建材工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

装修潜规则全面解读/汤留泉著.——北京: 中国
建材工业出版社, 2011.1
ISBN 978-7-80227-854-7

I. ①装… II. ①汤… III. ①住宅-室内装修-基本
知识 IV. ①TU767

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第186780号

内 容 提 要

本书从多角度客观地介绍家居装饰装修行业内幕, 根据国内装修市场实际情况, 真实揭露装修行业中的潜规则, 给广大装修业主提供了宝贵的实践经验, 以避免上当受骗, 使业主们能实实在在装修, 明明白白消费。全书分为装修前奏、设计预算、签约付款、材料选购、施工进度、竣工验收六大篇章, 共110个潜规则, 涵盖家居装修全程, 是家居装修业主识别真伪、拒绝欺骗的重要参考读本。

装修潜规则全面解读

汤留泉 著

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: 北京中科印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 14

字 数: 300千字

版 次: 2011年1月第1版

印 次: 2011年1月第1次

书 号: ISBN978-7-80227-854-7

定 价: 30.00元

本社网址: www.jccbs.com.cn

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

前言

目前,我国社会经济正在快速发展,为了提高竞争实力,各行各业都出现了颇具特色的非规范准则,又称为潜规则,顾名思义,就是看不见的、明文没有规定的“规则”。装修潜规则隐藏在正式的装修规则之下,却在实际上支配着装修运行的规矩。这些潜移默化的“规则”在一定程度上侵害了不知情的消费者权益。

家居装修在我国起步较晚,工作程序复杂,至今,全国还没有形成一套统一的行业规范,从购房、设计、签约到选材、施工、维修都存在很大的可操作空间,装饰公司作为装修的主要执行者能通过“潜规则”来取得较大利润,这些都是驾驭在“偷工减料”之上,而且很难被装修业主识破。而大多数装修业主关注的是预算报价和施工质量这两方面的问题,都希望以最低的价格做出最优异的工程质量来,为了满足这类需求,装饰公司绞尽脑汁策划出一系列手法来承接装修项目,使“明朗”、“低廉”的

价格在“工整”、“严谨”的工艺中仍有很大的利润空间。

十年来,我从一名设计师做到创意总监,并执教于大学讲台,对于家居装修设计与施工,一天也没有停止过研究。装修潜规则时时刻刻都环绕在我周围,有的业主压低价格,却要求使用指定“环保材料”,入住后却不知甲醛将永远伴随在身边;有的装饰公司以完全不现实的超低报价与业主签约,不仅能顺利完工令业主喜笑颜开,而且还能保证正常利润;有的材料经销商卖出的假冒产品,连工商部门都无法识别,这其中的文章太深奥了。

本书详细解读了装修潜规则,书中的内容均为亲身经历,望广大读者能吸取前车之鉴,保质保量,顺利完成装修。

汤留泉

2010年9月



· 汤留泉 湖北省武汉市人

· 湖北工业大学艺术设计学院环境艺术设计系，讲师，设计
· 艺术学硕士，武汉艺新装饰工程有限公司创意总监，
· 长期从事室内设计、展示设计等课程教学研究及室内外装
· 饰设计、施工指导工作。

· Tel: 15527189808

· E-mail: designviz@163.com

· <http://whyx.co.bokee.net>



目 录

第一章 装修前奏	1
1.1 告诉你真实的装修	2
1.2 地产商的装修服务	4
1.3 精装修的房价高	5
1.4 装饰公司入驻新小区	7
1.5 组建装饰公司门路多	8
1.6 难辨装饰公司实力	12
1.7 荣誉与奖项	13
1.8 虚假广告满天飞	15
1.9 征集样板房是幌子	18
1.10 先装修后付款的内幕	19
1.11 真实的家装设计师	21
1.12 身兼数职的员工	22
1.13 熟人介绍陷阱多	24
1.14 正规军与游击队	25
1.15 繁琐的装修流程	26
第二章 设计预算	29
2.1 专职与兼职设计师	30
2.2 设计师交谈有技巧	31



2.3	上门测量花样多	34
2.4	免费设计的本质	36
2.5	不能带走的图纸	37
2.6	家装效果图意义不大	39
2.7	绘图实在很简单	40
2.8	流行趋势伸手即得	43
2.9	设计陷阱难提防	52
2.10	工程包干价难以自圆其说	53
2.11	预算与报价有区别	54
2.12	报价项目难看懂	56
2.13	模糊材料品牌与型号	57
2.14	虚虚实实的数据	58
2.15	装修预算并不难	60

第三章 签约付款 ····· 65

3.1	装修合同的选用	66
3.2	利用合同漏洞来获利	68
3.3	行业标准合同批号	73
3.4	工程承包形式很多样	74
3.5	工程变更条款含糊其辞	76
3.6	付款方式中的“猫腻”	77
3.7	确定付款细节	78
3.8	工程责权不分明	81
3.9	不能忽视注重合同细节条款	82



3.10 合同附件难完整 ·····	84
3.11 合同公章辨真伪 ·····	86
3.12 签约时的赠送活动有蹊跷 ·····	88
3.13 家装监理难负责 ·····	90

第四章 材料选购 ····· 95

4.1 惊人的材料回扣 ·····	96
4.2 指定材料有折扣无低价 ·····	98
4.3 优惠活动中的圈套 ·····	99
4.4 门缝广告难信赖 ·····	101
4.5 仿制品牌套路多 ·····	102
4.6 装饰材料以次充好 ·····	104
4.7 廉价材料不省钱 ·····	106
4.8 装饰公司与材料商关系紧密 ·····	107
4.9 尺寸与虚寸 ·····	109
4.10 产品名称指鹿为马 ·····	110
4.11 定金与订金 ·····	112
4.12 模糊的辅材概念 ·····	113
4.13 辅材赚大钱 ·····	115
4.14 木龙骨干燥工艺有区别 ·····	117
4.15 积压水电材料低价促销 ·····	118
4.16 水管电线缺斤少两 ·····	120
4.17 散装水泥变袋装 ·····	121
4.18 海砂替代河砂 ·····	122



4.19	瓷砖大小决定施工费用	124
4.20	抛光砖与玻化砖难辨别	125
4.21	板材上华丽的外衣	127
4.22	装饰公司的板材价格比市场低	129
4.23	难辨清的薄木贴面板	130
4.24	环保板材的真面目	132
4.25	水龙头安全有隐患	134
4.26	购买铝扣板警惕骗局	136
4.27	节能灯不节能	137
4.28	复合木地板很廉价	140
4.29	油漆涂料假冒产品多	141
4.30	塑钢门窗偷工减料多	143

第五章 施工进度 ····· 145

5.1	施工现场有真伪	146
5.2	关系复杂的工程转包	148
5.3	难以驾驭的分解施工	149
5.4	墙体改造隐患多	151
5.5	材料进场有内幕	153
5.6	当即入场当即施工	155
5.7	“全能”的施工员	156
5.8	水电材料经销商承包施工	158
5.9	墙面随意开槽	160
5.10	强弱电路同入一管	163



5.11	防水施工瞒天过海	164
5.12	瓷砖浸水时间短	166
5.13	干铺湿铺不分明	167
5.14	木质构造须防腐防火	168
5.15	板材下料无章法	169
5.16	永远变形的柜门	170
5.17	有面子无底子的家具	173
5.18	木质构造收口简易	174
5.19	玻璃砖隔断无支撑	176
5.20	硝基漆施工易打折扣	177
5.21	墙面腻子胡乱刮	178
5.22	乳胶漆涂刷厚薄不均	180
5.23	油漆涂料调色不均	182
5.24	安装工程破坏大	184
5.25	施工员偷工又偷料	185
5.26	永无止境拖延工期	186

第六章 竣工验收 ····· 189

6.1	验收与入住的关系微妙	190
6.2	装修验收工具齐全	191
6.3	验收标准的版本多	193
6.4	掩饰质量缺陷的技巧	198
6.5	容易被忽视的验收细节	199
6.6	没有着落的收尾工程	202



6.7	质量维修难落实	203
6.8	环保检测花样多	205
6.9	甲醛清除剂目前无国标	207
6.10	新房入住特别注意	208
6.11	供货商讨债上门	210
6.12	水电费用奇高无比	211
	后记	213



第一章 装饰

装饰的装饰

装饰是人类文明进步的标志，是人类生活的重要组成部分。随着社会的进步和人们生活水平的提高，装饰已成为人们生活中不可或缺的一部分。装饰不仅美化了环境，也体现了个人的品味和修养。在装饰过程中，人们通过选择不同的材料和工艺，创造出各种各样的装饰效果，使生活更加丰富多彩。

装饰的种类繁多，可以分为室内装饰和室外装饰两大类。室内装饰包括家具、灯具、窗帘、地毯等，而室外装饰则包括围墙、栅栏、花坛等。装饰的材料也非常广泛，有木材、石材、金属、塑料等，每种材料都有其独特的特点和用途。在装饰过程中，人们需要根据不同的场合和需要，选择合适的材料和工艺，以达到最佳的装饰效果。

装饰不仅是一种艺术，也是一种文化。它反映了不同民族、不同地区的文化特色。例如，中国的传统装饰艺术，如京剧脸谱、中国结等，都具有深厚的文化底蕴。随着全球化的发展，不同文化之间的交流日益频繁，装饰艺术也在不断融合和创新。人们可以从其他文化中汲取灵感，创造出具有新意的装饰作品。装饰不仅是美化生活的手段，更是传承和弘扬文化的重要途径。

在装饰过程中，人们需要注意一些基本原则。首先，装饰要与整体环境相协调，不能过于突兀。其次，装饰要注重实用性，不能只追求美观而忽视功能。最后，装饰要体现个性，不能盲目跟风。只有遵循这些原则，才能创造出真正适合自己的装饰方案。装饰是生活的艺术，也是生活的智慧。通过装饰，我们可以让生活变得更加美好，也可以让自己的生活更加有意义。

第一章 装修前奏

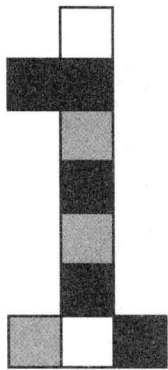
装修前奏是装修过程中非常重要的一环，它决定了整个装修的质量和效果。在装修前奏阶段，需要进行详细的规划和设计，包括确定装修风格、选择材料、制定预算等。只有做好前奏工作，才能确保装修过程的顺利进行。

装修前奏的关键在于沟通和协调。业主需要与设计师、施工队等进行充分的沟通，明确自己的需求和期望。同时，也需要与邻居等进行协调，避免装修过程中对他人造成不便。只有做好前奏工作，才能为后续的装修工作打下坚实的基础。



第一章 装修前奏

装修对于大多数家庭来说都是一笔不小的开支，大家都希望明明白白消费。在装修前，装修业主一般都会对装修行情、材料市场、装饰公司作一番详细调查，摸清来龙去脉后才会考虑开始动工。其实，家居装饰装修行业的技术性很强，装修业主在没有真正投资涉入之前，是很难摸清门路的，大量的潜规则蕴含在其中，本章将引导业主们逐层揭开装修的神秘“面纱”。



1.1 告诉你真实的装修

一直以来，很多装修业主都知道装修是“无底洞”，多少钱都可以投进去，但是却不知道投进去的这些钱中有多少是真正用到了装修中。目前，我国的家居装修行业一直都被个体、私营企业所把持，他们对于装修业务的操控很灵活，能随时面对变化的市场行情来转变盈利点。

20世纪90年代中期，我国社会开始流行“装修热”，家家户户搬新房都要装修，从传统的打造家具开始逐渐转变为集水电路改造、门窗翻新、阳台封闭、墙地砖铺贴、吊顶等一体化施工的系统工程，受当时市场局限，使用的大多是建筑材料，价格

低廉，装修的盈利点只限于人工费，纯利润大约占工程总价的20%左右。

进入2000年后，装修市场活跃起来，出现了以往只有在高档图册上才能看到的成品板材和彩色涂料，并且装饰材料被划分出不同的档次，以木芯板为例，单张价格从30~120元不等。装修的盈利点开始转向以材料采购为主，人工费用为辅的新时期。很多业主担心在购买材料时上当受骗，往往跟随包工头采购，于是又出现了“吃回扣”的现象，这是当时装修市场的典型特征，装修的纯利润大约占工程总价的40%左右，工程项目越多，运用的材料品种也越多，利润



也就越大,甚至能达到60%!在这种利润的驱使下造就了多如牛毛的装饰公司。

2005年后,装修市场逐渐明朗,各种媒体都在报道装修盈利内幕,市场开始重新整合,高端装修主要集中在重组、兼并后的大型装饰公司,中低端装修更青睐业主自己动手,只聘请专业性较强的施工员来完成水电改造、墙地砖铺贴等工程。装修业主更倾向于购买少而精的高档装饰材料、成品家具和软装饰品(见图1-1),装修的盈利点转向到精品材料商和家具经销商那里,给传统包工头的利益带来影响。但是,装修的综合利润从不会低于40%,只不过被分解到不同经销商手中去了。

随着房地产市场的持续发展,在

今后相当长的一段时期内,我国老百姓的装修需求仍会持续上升,装修消费也会缓慢上升,只不过装修利润被分解到装饰公司、包工头、材料商、家具商身上。面对这种状况,装修业主希望能将有限的资金用到实处,驾驭“装修潜规则”,就得亲自参与到装修中来,提升装修品质,降低装修成本。



图1-1 客厅的家具与陈设

装修贴士

家居装修的获利点

纵观家居装修的各个环节,我们不难发现,装修之所以能获取高额利润,就在于它具有一定的技术含量,主要包括设计制图、材料识别与选用、施工工艺、维修保养等,这些技术需要经过一定时间的培训和实践才能掌握,普通装修业主平时忙于各行各业,不可能精通于此,这其间当然有“漏洞”可以被利用。解决问题的方法就是在短期内通过图书、报刊、网络等媒体迅速补习装修知识,在装修过程中踊跃、大胆地深入一线实践,这样才能成为装修的受益者。

1.2 地产商的装修服务

现在新落成的住宅小区大都时尚高档，地产商除了通过高涨的房价来获取利润外，还积极涉足装修业务，很多业主从购房到交房，甚至入住后，地产商都在不停地宣传装修业务，以便从中获取高额利润。

1. 升级精装房

精装房是时下最流行的房地产词汇，精装是室内外安装成品门、墙刷乳胶漆、厨卫墙地面铺瓷砖、安装坐便器、面盆，客厅餐厅制作石膏板吊顶，各房间安装主要灯具和开关插座等（见图1-2、图1-3）。这相对于

传统毛坯房、简装房而言更具有使用价值，可以直接入住。当业主购房时，很多地产销售人员不断宣传升级精装房的优势，例如直接入住，避免破坏结构、维修有保障等，前提是升级到精装房后会提升房价，而提升的这部分房价往往是2~3倍常规装修的价格。地产商能在房产销售后继续获利。如果业主待交房时还不同意升级到精装房，地产商就会联合旗下的物业管理公司对业主的装修实施干扰，如增加装修管理费、垃圾清运费、装修扰民费、电梯货运费、进场运输费等，这些费用一般向业主指定的装饰



图1-2 精装修住宅（1）



图1-3 精装修住宅（2）

公司收取，而装饰公司为了能将装修业务顺利接下来，往往先不吱声，待工程过半或完工时再向业主收取，最终仍是“羊毛出在羊身上”。

2. 垄断装修项目

在家居装修中，业主常常会根据自己的生活习惯和审美情趣改造房屋，如拆墙砌墙、改动水电等。有些地产商则不允许业主私自改造，因为破坏房屋结构会影响整体建筑的安全性。常规的管理方法是物业管理公司先收取一定的装修押金，在图纸中指出能改动的部位和细则，并向业主详细说明，待装修完工并验收无误后就退还装修押金。而有的地产商希望从

中获利，垄断全部装修改造项目，这些施工必须由物业管理公司下属的施工队来完成，当然，价格也会很高，否则就会采取措施干扰施工和入住。此外，还有一些在当地具有影响的地产商会垄断装修材料运输、搬运、电梯使用，水泥、砖、砂等必备材料的选购等项目，这就纯属违法行为了。面对这种情况，装修业主应该在装修前多方打听，了解是否有其事，再向主管部门反映以寻求解决。

总之，小区首届物业管理公司一般都是地产商旗下的子公司，他们的利益是一致的，都希望从地产销售中捞取“剩余价值”，装修业主要严格防范。

1.3 精装修的房价高

精装修是现代购房的时尚选择，新落成的楼盘一般会开发其中几栋楼为精装修住宅，满足生活节奏快，有经济实力，无装修精力的消费者。尤其是在城市的中心地带，房价越高，精装房的比例就会越高，甚至整个楼盘全是精装房，因为地产商看中了消

费者的心理，当中心地区的房价达到郊区或偏远城区房价3倍时，再上涨一个装修价格，总价浮动就不是太明显了，容易让人接受。其实，精装修中的利润率不亚于房地产开发的利润率，下面就作详细介绍。

1.集中装修价格低

地产商对精装修的实施效率特别高，当一栋准备精装修的楼封顶后，内部顶、墙、地面的找平施工立即开始，直接使用中高档室内装修材料，而不是像毛坯房或简装房那样使用廉价的建筑材料，这里就省下了一笔简装费用。中高档室内装修材料不仅质量不错，而且若是量大，统一进货，其价格会非常低，而且是名副其实地从厂家提货，连材料市场上的零售商都拿不到这样的低价。精装修的施工员全部流水施工，从顶楼开始往下做，当水电工程做到一楼时，顶楼的涂料差不多就完工了。此外，装修材料的利用率很高，例如，六楼铺设卫

生间产生的破损瓷砖可以拿到五楼卫生间的边角部位使用，一单元施工用的吊绳、脚手架直接搬到二单元继续使用，这类方式在业主自主装修中是绝对无法想象的。就连装修中最关键的设计也省了，地产商当初给建筑设计单位的设计费就包括精装室内设计，这种设计是不用动脑筋的，整个住宅单元就1~2种简约的大众风格，而且还要顾及材料能相互通用（见图1-4、图1-5）。

以一套120m²常规三居室为例，使用同种材料和同种工艺，业主自己请装饰公司如果花费5万元，那么地产商的装修花费只有3万元左右，因为装饰公司要从5万元中获取将近1万



图1-4 精装修住宅（3）



图1-5 精装修住宅（4）