

建筑装饰工程管理系列手册

建筑装饰工程招标投标手册

雷胜强 刘 桦 编著

中国建筑工业出版社

建筑装饰工程管理系列手册

建筑装饰工程招标投标手册

雷胜强 刘 桦 编著

中国建筑工业出版社

(京)新登字 035 号

图书在版编目(CIP)数据

建筑装饰工程招标投标手册/雷胜强,刘桦编著. —北京
中国建筑工业出版社,1998
(建筑装饰工程管理系列手册)
ISBN 7-112-03501-5

I. 建… II. ①雷… ②刘… III. ①建筑装饰-工程
施工-招标-手册②建筑装饰-工程施工-投标-手册 IV. TU723-
62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 05760 号

本书是建筑装饰工程管理系列手册之一,主要介绍建筑装饰工程市场、
建筑装饰工程招标、建筑装饰工程投标、装饰工程报价实例、建筑装饰工程
承包合同、境内装饰工程国际招标投标、境外装饰工程招标与投标等。可供
建筑装饰工程招标投标工作人员学习、参考。

* * *

责任编辑 徐焰珍
责任设计 何一明
责任校对 张虹

建筑装饰工程管理系列手册
建筑装饰工程招标投标手册
雷胜强 刘桦 编著

* * *

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:19 字数:482 千字
1998 年 5 月第一版 1998 年 5 月第一次印刷
印数:1—5000 册 定价:25.00 元

ISBN7-112-03501-5
TU·2722(8726)

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)

目 录

1 建筑装饰工程概述	1
1.1 建筑装饰工程的概念	1
1.2 建筑装饰工程的内容	1
1.3 建筑装饰简史	2
1.4 建筑装饰行业在国民经济中的地位和作用	3
2 建筑装饰工程市场	4
2.1 建筑装饰市场综述	4
2.2 建筑装饰市场的工程类型	4
2.3 建筑装饰工程承包商的类型	7
2.4 目前装饰市场存在的问题	9
2.5 装饰装修业的管理	10
附录 2-1 建筑装饰装修管理规定	13
附录 2-2 建筑幕墙工程施工企业资质等级标准	16
附录 2-3 建设部、国家工商行政管理局建筑市场管理规定	18
附录 2-4 湖北省建筑市场管理实施办法	22
3 建筑装饰工程的招标	28
3.1 建筑装饰工程招标投标概述	28
3.2 建筑装饰工程的招标范围	28
3.3 招标方式及招标程序	28
3.4 标底的编制与审定	30
3.5 招标文件和招标事务	31
3.6 施工招标的开标、评标与决标	40
4 建筑装饰工程的投标	46
4.1 投标工作机构	46
4.2 投标资格预审	46
4.3 投标准备工作	46
4.4 报 价	51
附录 4-1 建设部工程建设施工招标投标管理办法	75
附录 4-2 工程设计招标投标暂行办法	81
附录 4-3 北京市建设工程施工招标投标管理暂行办法	83
附录 4-4 北京市建设工程施工招标投标管理暂行办法实施细则	86
附录 4-5 北京市招标投标用表使用说明	104
附录 4-6 北京市建设工程造价管理处关于高级建筑装饰工程概算编制	

管理试行业办法	105
附录 4-7 北京市关于三资企业的建设工程概算编制办法	107
附录 4-8 建设工程施工招标申请书	108
附录 4-9 建设工程施工招标书	110
附录 4-10 建设工程施工投标申请书	113
附录 4-11 建设工程施工中标通知书	116
5 装修工程报价实例	119
5.1 实例一	119
5.2 实例二	148
6 建筑装饰工程承包合同	153
6.1 有关经济合同的法律知识	153
6.2 建筑装饰工程承包合同类型	160
6.3 装饰工程施工承包合同的主要内容与注意事项	161
6.4 建筑装饰工程施工合同范本	162
附录 6-1 中华人民共和国合同法	168
附录 6-2 中华人民共和国涉外经济合同法	176
附录 6-3 建筑装饰工程施工合同(甲种本)	179
附录 6-4 建筑装饰工程施工合同(乙种本)	193
附录 6-5 《建筑装饰工程施工合同》(甲种本)示范文本使用说明	197
7 境内装饰工程国际招标投标	203
7.1 概述	203
7.2 招标文件	204
7.3 投标报价	221
7.4 境内装饰工程国际招标报价实例	229
8 国际装饰工程招标与投标	233
8.1 国际装饰工程的承包与发包	233
8.2 国际装饰工程施工招标	234
8.3 国际装饰工程施工的投标报价	259
8.4 开标、评标和决标	285
8.5 中外使领馆装饰工程的发包与承包	293
8.6 海外中华古典装饰工程的承发包	295
参考文献	296

1 建筑装饰工程概述

1.1 建筑装饰工程的概念

在建筑学中,建筑装饰和装修一般是不易截然划分的。通常,建筑装修指为了满足建筑物使用功能的要求,在主体结构工程以外进行的装璜和修饰,如门、窗、栏杆、楼梯、隔断等配件的装璜,墙、柱、梁、顶棚、地面、楼梯等表面的修饰。建筑装饰主要是为了满足视觉要求对建筑进行的艺术加工,如在建筑物内外加设的绘画、雕塑等。

在现代,随着人类科学技术和文化艺术的发展,建筑装饰已逐步发展,形成一门综合的、系统的和科学的环境艺术。

在施工实践中,人们往往把装饰和装修二者统称为装饰工程,把在建筑设计中随土建工程一起施工的一般装修,称为“粗装修”;而把有专业装饰设计,在后期施工的专业装饰以及给排水、采暖、通风、空调、电器等露明部件的装饰,称为“精装修”。随着技术进步和专业分工的发展,近年精装修与粗装修分离,在建筑业中形成一个新专业,即建筑装饰工程专业。

1.2 建筑装饰工程的内容

中华人民共和国建设部 1995 年 8 月 7 日发布的《建筑装饰装修管理规定》中,对建筑装饰、装修有如下的定义:“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,使用装饰装修材料,对建筑物、构筑物外表和内部进行修饰处理的工作和建筑活动”。这就决定了建筑装饰工程包括广泛多样的内容。目前虽无明文详细规定,按国内外建筑装饰行业习惯,建筑装饰工程一般包括下列主要项目:

一、楼地面

可分为:石材、地砖等块料面层,以及木地板、现制水磨石、地毯,各种台阶及踢脚等。

二、墙面

可分为:石材、瓷砖等块料面层,以及木墙面(裙)、壁纸、喷涂、壁布、吸声墙面(裙)、铝合金板、金属板材面等。

三、顶棚

骨架可分为:轻钢龙骨、木龙骨、铝合金龙骨、复合材料龙骨等;面层可分为:石膏板、木胶合板、矿棉板、吸音板、花纹装饰板、铝合金板条等。

四、隔断

骨架可分为:轻钢龙骨、木龙骨、石膏龙骨、复合材料龙骨等;面层可分为:石膏板、木胶合板、吸音板、泰柏板、木丝板、加气混凝土板条、钢板网抹灰、木板、玻璃等,还有活动的装饰木隔断、喷砂玻璃隔断、金属隔断、铝合金隔断等。

五、门

可分为:木门、钢木门、塑钢门、铝合金门、不锈钢门、装饰铝板门、彩板组合门、防火门、

防火卷帘门以及配套的五金件等。

六、窗

可分为:木窗、铝合金窗、钢窗(实腹、空腹两种)、塑钢窗、彩板窗、百叶窗(活动和固定两种)等。从窗的开关方式来分,可分为:半开窗、推拉窗、固定窗、上下翻窗等;从窗玻璃来分,可分为:净片玻璃窗、毛玻璃窗、花纹玻璃窗、各色玻璃窗,以及单层、双层、钢化、防火、中空玻璃窗和不同厚度玻璃窗等。

七、卫生间

包括:墙、顶、地、卫生洁具及其配套的镜、台、盒、杆、架等零配件。

八、厨房

包括:墙、顶、地、厨房用具、吊柜、水池等。

九、家具

可分为:固定的和移动的柜、橱、台、床、架、桌、椅、凳、茶几、沙发等。

十、灯具

可分为:普通照明灯具如日光灯、筒灯等,装饰灯具如吊灯、花饰吊灯、吸顶灯、壁灯、台灯、座地灯、床头灯等,以及各种指示灯如出口灯、安全灯等。

十一、各种配件

包括:窗帘盒、窗帘轨、窗帘、窗台板、暖气罩、挂镜线、门窗套、门牌、招牌、空调风口、烟感探测器、消防喷淋头、音响广播器材、舞厅灯光器材等。

十二、外装饰工程

除玻璃幕墙和外墙复合铝板外,外墙面一般不列入装修工程范围。另外有时外窗也不一定列入装饰工程范围,须视具体情况而定。周边环境工程有时也列入装饰工程范围内。

1.3 建筑装饰简史

建筑装饰装修作为人类物质文明和精神文明的组成部分,是随着社会生产力和文化的发展而发展变化的。人们在改造自然的实践中,很早就注意到房屋建筑选材的力学和装饰性能。中国古代的木结构建筑常在门、窗、隔扇、罩、天花板等建筑构件上雕出各种图案纹样,在梁、枋、柱、斗拱等结构构件上施以油漆彩绘,使装饰装修与结构有机地结合在一起。宫殿、庙宇多用金黄、红等鲜艳色彩,并绘以龙、凤等象征权威和吉祥的图案。屋顶上用彩色琉璃瓦,并在脊上饰以吻、鲁等塑件;砖、石台基雕成须弥座。民居则就地取材,多用素雅色调,以山水、动植物图案或几何花纹作装饰,形成不同地域的地方色彩。古埃及则以石材为主要建筑材料,喜用尼罗河两岸生长的动植物形象作装饰,还擅长用皇帝生活场景或战争场面、宗教经文作为石刻装饰的内容。古希腊则喜用男、女雕像的石柱来装饰建筑物。古罗马的拱券结构建筑,擅长用券柱和叠柱的构图来装饰建筑墙面。拜占庭天主教堂多用各色大理石或玻璃马赛克作墙、柱、拱顶的贴面,并镶嵌成天使、圣徒、圣者等图案作装饰。欧洲中世纪的哥特式教堂建筑,室外用镂雕纤细的石栏杆、石窗棂,室内用工字形铝条镶嵌以圣经故事为内容的彩色玻璃作装饰为其特色。

产业革命以后,随着科学技术的进步,建筑装饰和装修不断发展完善,出现了各种不同的流派。有的建筑师主张装饰是建筑不可缺少的部分,其内容和形式则因时而异。20世纪

初,建筑物大量使用钢铁作为结构材料,在“新艺术运动”的影响下,多用钢铁模仿植物图案来装饰门窗、栏杆和柱头。30年代,在“艺术装饰”思潮影响下,多用几何化的传统花纹来作为建筑装饰。60年代,流行超级图案或装饰及利用物理手段使一些构件产生动态、形成浮动雕塑。70年代,后现代派认为“少”就是枯燥,主张不拘一格,采用各时期、各地域的传统图案和手法来装饰建筑,使用古典线脚、门廊、拱券、甚至用不锈钢材料加以抽象、夸张或简化,做成古典柱式。第一次和第二次世界大战后的一段时间内,由于战争带来的贫困和房荒,有的建筑师主张取消建筑上没有功能意义的装饰,认为把钱花在不必要的装饰上是一种罪恶。德国鲍豪斯学派的创始人W·格罗皮乌斯提倡纯净简洁的建筑,以适应工业化生产。法国建筑师勒·科布西耶认为,建筑应像机器一样,不带任何附加装饰。也有的建筑师主张结合利用建筑材料、设备和结构构件或结构形式等作为装饰装修手段,被称为有机装饰。50年代以来,各种新型建筑材料如塑料面材、人造纤维、地毯、不锈钢、铝合金及各种镀膜玻璃的出现,不断丰富和更新建筑面貌。随着建筑设备日新月异地发展,有的建筑师将各种管道、音响装置、电梯或设备部件、结构构件等,加以精心设计,充分暴露,兼作建筑上的装饰。香港汇丰银行、巴黎蓬皮杜艺术文化中心等建筑就是著名的例子。美国纽约肯尼迪机场环球航空公司候机楼,则利用建筑的整体结构造型作为装饰手段。

我国改革开放以来,也出现了一批采用新材料、新技术加以装饰的现代化建筑,如北京国际贸易中心,京广中心,上海东方明珠电视塔,广州国际贸易中心,深圳国贸中心等。

建筑装饰装修的发展前景,可以粗略地预测为两大趋势:一种是以高科技为基础的全智能建筑装饰,另一种是在现代高科技的基础上,追求回归自然的生态建筑装饰。

1.4 建筑装饰行业在国民经济中的地位和作用

我国国民经济和社会发展“八五”计划和“九五”计划及2010年远景目标纲要,都把建筑业定为国民经济的支柱产业之一。据统计,在全社会固定资产投资中,建筑安装工程约占65%,其中约有一半为房屋建筑。随着国民经济的发展,社会的进步和人民生活水平的提高,不仅建筑数量不断增加,而且建筑标准也不断提高,装饰工程在建筑工程中的地位也不断上升。在一般房屋建筑中,装饰装修工程造价约占总造价的20%左右;在高级公用、商业、旅游等建筑中,装饰工程造价占工程总造价的比重一般为40%~50%,甚至高达60%,也就是说,在建筑业的房屋建筑产值中,约有20%~50%是由装饰装修行业生产出来的。而且,装饰装修行业的发展,还带动了多种新型建筑材料、装饰装修工程机具工业及其他相关行业的发展,创造了许多新的就业机会。

建筑装饰装修这个新兴行业,已经并将进一步为建筑业发展成为国民经济的支柱产业作出重要贡献。

2 建筑装饰工程市场

2.1 建筑装饰市场综述

我国自改革开放特别是近 10 年来,建筑装饰市场发展迅速,呈现出需求量大、速度快、更新改造周期缩短的特点。这一特点在宾馆饭店建造与装修方面表现得尤为明显。据统计,到 1996 年底,我国有星级饭店 1747 家,其中五星级 39 家,四星级 107 家,三星级 522 家,几乎占世界同等级饭店总数的 50%。目前,大部分宾馆饭店进入更新换代,逐步进入装饰改造高潮。宾馆饭店装饰工程投资量很大,特别是高档星级宾馆,装饰工程投资占整个建筑投资的 50%左右,高档星级宾馆饭店,是高档建筑装饰工程的重要部分和主要标志。据统计,1996 年全国建筑装饰工程产值约 1000 多亿元,其中,宾馆饭店和其他公共建筑的装饰工程占 60%,约 600 多亿元,从业人数约 300 万,约占全国建筑装饰业从业人员总数的 75%。近几年来,我国家庭居室装饰装修发展迅猛,1996 年家庭居室装饰工程总产值已达 400 多亿元,约占建筑装饰工程总产值的 40%;家庭居室装饰工程从业人员 100 多万人,约占建筑装饰从业人员总数的 33%。随着我国经济发展和人民生活水平的提高,预计家庭居室装饰将成为建筑业发展的一个新的增长点。据保守估测,到 20 世纪末,全国建筑装饰市场年工程总量将达到 2000 亿元,公共建筑装饰与家庭居室装饰将各占 1000 亿元的市场份额,平分秋色。另外,我国建筑装饰业还将会逐步占领部分国外建筑装饰市场,至少现有 200 多家中国驻外使领馆以及为数不算少的中国城、中国庭院式建筑及中餐馆等,这些建筑物的装饰将会为我国装饰企业提供机会,这就要求中国的装饰业迅速发展,全面提高管理水平和竞争能力,以便能在国际市场上取得立足之地。

2.2 建筑装饰市场的工程类型

我国建筑装饰工程市场不仅装饰工程量大,发展速度快,而且工程类型多种多样,概括地可划分为以下三类。

2.2.1 公营单位的建筑装饰工程

政府或国有企事业单位属于公营单位,这些单位委托的装饰装修任务多为大型或巨型建筑物,要求档次高,对外影响大,而且多数代表国家建筑装饰装修业的水平,例如代表国家或政府的人民大会堂装饰工程、全国政协新办公楼装饰工程、全国人大常委会会议楼、外交部办公大楼、海南省海瑞广场等各省、自治区政府办公楼建筑装饰工程。据不完全估测,这部分政府机关办公建筑装饰工程量,约占建筑装饰工程市场份额的 10%。由于是政府机关办公建筑装饰工程,业主对其有特殊功能和审美要求:第一,要求有合适新颖的设计思想和设计效果图。例如:人民大会堂香港厅装饰工程,以巨幅毛线编织的香港全景图画为设计主题,表现香港的繁荣昌盛;全国政协新办公楼内厅以天方地圆,日月同辉为设计主题,金厅、银厅以银杏树叶为主题设计的装饰图案,代表着生命永恒的普遍意义。外交部办公楼以现代装饰设

计和浮雕艺术品为设计主题,橄榄大厅表现中华人民共和国外交的精神内涵。海南省海瑞广场装饰工程,以亚热带海岛风情为设计主题。第二,经过精心选材,精雕细作来表现设计主题;或通过中国传统工艺品和传统装饰工艺创作,体现中国民族特色;或通过现代材料和工艺技术来体现现代风格。第三,这种政府机关办公建筑,业主通常会组成正统专业性的工程管理机构,一般由业主代表,设计代表,土建总包代表、监理公司代表,质检部门代表,消防管理部门代表,各水、暖、电、通风空调、装饰等分包公司代表组成,对工程进行全面管理,确保工程资金运用,成本控制,工程质量和进度计划,竣工验收。这类建筑装饰工程基本上是由国内装饰企业承包施工,因为工程大,要求高,工程往往由几家装饰公司承包施工。

2.2.2 星级宾馆饭店装饰工程

目前,我国星级宾馆饭店 1747 家,涉外宾馆饭店比重很大,其中五星级宾馆饭店 39 家,四星级宾馆饭店 107 家,三星级宾馆饭店 522 家,二星级宾馆饭店 839 家,一星级宾馆饭店 240 家,拥有客房 40 多万套。这些宾馆饭店多是 80 年代中至 90 年代初建设的,按我国 5 至 8 年装饰更新一次的标准来测算,大部分宾馆饭店已进入更新换代,逐步进入装饰改造高潮,并且装饰改造周期在缩短;这表明,每年将有相当数量的宾馆饭店装饰改造工程要施工。另外,还有一批宾馆饭店正在建设或将要建设,预计“九五”期间,将新建 20 万套客房,改造 40 万套客房,年均装饰工程量约 60 亿元。我国现有旅馆饭店 21 万家,年均装饰工程量约 100 亿元。宾馆饭店装饰工程量很大,是建筑装饰工程的重点,其装饰工程投资也很高,一般占整个建筑投资的 30%~40%,而四星级和五星级宾馆装饰工程投资占整个建筑投资的 50%左右。

宾馆饭店装饰工程投资大,单方造价高,装饰档次高,利润也高,是中外装饰企业竞争的主要目标。目前,我国高档装饰工程市场,为外商装饰企业占据 80%左右的份额,高档星级宾馆饭店装饰工程设计和施工,是目前我国装饰行业的薄弱环节,需要不断提高设计和施工管理水平。我国现有建筑装饰企业 10 万多家,其中部颁一级资质装饰企业 166 家。一级企业和部分二级装饰资质企业,均有过承包三千万元以上三星级宾馆饭店以上水准的高档装饰工程的能力和业绩。例如:早在 1987 年,中国建筑第三工程局装饰设计工程公司所做的 1.8 万 m^2 ,3000 万元的五星级“上海太平洋饭店”,深圳市建筑装饰总公司总承包施工的 7000 多万元的五星级“海南金海岸大酒店”,深圳市装饰工程总公司总承包施工的 5000 多万元的五星级“河南中州宾馆”,都取得了很好的成绩。近年来,由国内公司承包施工的装饰工程有:中国联合承造实业有限公司总承包施工的 1.17 亿元的四星级“北京德宝饭店”,广州华辉装饰建筑工程公司总承包的 1.1 亿元的四星级“北京王府井艺园饭店”,北京筑帮建筑装饰工程有限公司总承包的 3600 万元的“威海中信金融大厦”,深圳晶宫设计装饰工程公司总承包的 5600 万元的四星级“大连凯伦饭店”,北京市建筑装饰设计工程公司所施工的五星级“北京钓鱼台国宾馆”等。我国建筑装饰企业经过 10 多年的艰苦奋斗,已经能总承包大型高档装饰工程,并在四、五星级宾馆饭店装饰工程的设计和施工方面取得显著业绩,大部分接近,小部分达到当今国际水准。

已有一批装饰企业走出国门,在激烈的国际装饰市场竞争中承包装饰工程。如铁道部二局装修公司装饰的 1700 万元的尼泊尔国际会议中心,镇江市建筑装饰工程公司装饰的 82 万英镑的英国伦敦奥尔巴饭店等。今后,一级装饰企业的主战场,主要是在高档装饰工程上与外商竞争。争取到本世纪末,我国装饰企业占中国高档装饰工程市场份额的 80%以上。这

类宾馆饭店装饰工程约占整个建筑装饰市场约 30% 的份额。

2.2.3 商业设施和办公楼装饰工程

随着我国改革开放的深入发展,经济形势也多样化发展,各种商业设施和办公楼的装饰工程也多了起来,约占装饰市场份额的 20%。目前,我国已有 2400 多家购物中心、百货店、超级商场等商业设施,年均装饰工程量约 200 亿元;已有办公楼 164 万栋,年均装饰工程量约 50 亿元;现有餐馆 200 多万家,年均装饰工程量约 80 亿元;现有各类娱乐场所 20 多万家,年均装饰工程量约 80 亿元;五年内将新建公共建筑 4.95 亿 m^2 ,年均 9900 万 m^2 ,年均装饰工程量约 150 亿元;将新建生产性建筑 5.53 亿 m^2 ,年均 1.1 亿 m^2 ,年均装饰工程量 50 亿元。

粗略估算,“九五”期间,公共建筑装饰工程量年均约达到 800 亿元。

这类装饰工程的业主多种多样,主要有外国百货公司、国有公司、集体公司、合资公司、股份公司及个体业主等。他们对其装饰工程的条件和要求千差万别。总的来讲,要求设计合理,新颖独特,选材讲究,造价控制严格,质量高,工期紧,一般不依据国家定额,采用公开招标,市场报价或一次报价包干等形式,可以优质优价,具有市场化和公平竞争的特征。

2.2.4 家庭装饰工程

家庭装饰工程与前三种装饰工程(统称公共装饰工程)相比,有相同之处,但也有较大差异。前者属于私人消费行为,而后者则属于公共投资或公司投资行为,前者追求的是享受,后者追求的是利润。目的不同,但要求却是一致的,即投资要少,标准要高,质量要令人满意。

家庭装饰工程与公共装饰工程同属建筑业中的一大行业,但在我国起步及普及有早晚之分。公共装饰业起步于 1978 年,而家庭装饰业则大约始于 1988 年,比公共装饰业约晚 10 年。两种装饰业务虽然都是合同行为,但家庭装饰承包合同的当事人之间处于平等地位,真正体现了平等互利,而公共装饰工程承包合同则与其他建设工程承包合同一样,受市场竞争及当前的买方市场的特征影响,合同当事人之间较少有平等可言。

家庭装饰业不须执行国家的定额制度,这种业务通常以“市场竞争、优质优价”为原则,尊重价值规律,遵守市场法则,充分体现了市场经济的特征。

由于家庭装饰业务的现行做法较之政府行为公共装饰业有较多优势,加之我国自改革开放以来,人民生活水平明显提高,具备了自行委托装修的实力。因此,家庭装饰业虽然比公共装饰业起步晚,但发展和普及的速度却要快得多。如今,无论是城市还是乡下,家庭装饰已成为多数人的自觉追求,全国新建住宅的装修率已达 80% 以上,其中,大城市和沿海发达地区已达 95%。1995 年我国家庭装饰已占全国装饰工程产值的 35%,约达 300 多亿元,是 1992 年的 3.8 倍,1994 年的 1.7 倍;1996 年家庭装饰工程量已达 400 亿元左右。国家“九五”期间,将新建城市住宅 12 亿 m^2 ,年均 2.4 亿 m^2 ,如按每套 50 m^2 ,80% 住房装修,每户一万元计,380 万户平均装饰工程量约 380 亿元;新建村镇住宅 27.9 亿 m^2 ,年均 5.58 亿 m^2 ,平均装饰工程量 70 亿元。到 1995 年底,全国总户数为 3.17 亿户(户均 3.74 人),其中城市户数占全国总户数的 22%,为 7000 万户。现有城市住宅 20 亿 m^2 将要改造,年均装饰工程量约为 250 亿元,另外,每年有 2200 万人进入实际结婚年龄,年组建家庭约 1000 万个,如每户一万元装修,即有 1000 亿元,由此,“九五”期间,全国家庭装饰工程量年均约达到 800 亿元。目前,家庭装饰将同公共建筑装饰平分秋色,各占装饰市场份额的 50%。

当前,家庭装饰的业主,大多都对装饰设计、施工工艺,装饰材料等不熟悉,又都是自己

花钱装修,对各方面都有较严格的要求,一般要求有一定的设计图纸、材料样板和施工技术措施,不存在中介费、回扣、好处费等问题。家庭装饰以“无定额、无回扣、无垫资、无拖欠款、竞争自由”为特点,市场化程度最高。家庭装饰也正由简单的装修向注重设计、选材讲究、注重卫生环保、高档次、高水准方向发展。家庭装饰虽然繁琐一些,但它巨大的市场份额和市场化特点,却是大有可为的装饰市场。

2.3 建筑装饰工程承包商的类型

建筑装饰工程承包商的类型一般分为:

具有设计资质和施工资质的建筑装饰工程公司;

只有设计资质的装饰设计或设计事务所;

只有施工资质的装饰公司;

没有设计和施工资质但具有装饰服务项目的公司和装饰队伍;无执照无资质的装修队伍。

2.3.1 具有设计资质的建筑装饰工程承包商的等级

按照设计资质等级,建筑装饰工程承包商可分为:装饰设计甲级、乙级、丙级、无级。各级资格标准如下:

(一)甲级

(1)单位经注册登记并从事建筑装饰设计5年以上,独立承担过五项工程等级为特、一级建筑工程项目的建筑装饰设计并已建成使用,质量优良。单位有良好的社会信誉。

(2)单位中技术人员总数不少于20人,建筑专业及室内设计专业人员不少于10人,其中3名必须具有高级职称,从事建筑装饰设计实践5年以上,并主持过五项等级为特级、一级建筑工程的建筑装饰设计。结构、采暖通风、电气、经济等配套专业至少各有一名工程师。

(3)单位内部建立了一套有效的全面质量管理体系,有比较先进的技术装备。

(二)乙级

(1)单位经注册登记并从事建筑装饰设计3年以上,独立承担过五项工程等级为二级或以上建筑工程的建筑装饰设计,并已建成使用,质量良好。单位有较好的社会信誉。

(2)单位中技术人员总数不少于12人,建筑专业及室内设计专业人员不少于5人,其中3名需具有高、中级职称,从事建筑装饰设计实践5年以上,并主持过两项等级为二级或二级以上建筑工程项目的建筑装饰设计。其他配套专业(至少三个)各有一名中、初级工程技术人员。

(3)有健全的技术、质量、财务等管理制度,有良好的装备。

(三)丙级:

(1)单位独立承担过三项等级为三级或三级以上建筑工程项目的建筑装饰设计,并已建成使用,工程质量合格。

(2)单位中技术人员总数不少于8人,建筑专业及室内设计专业人员不少于3人,其中一名需具有中级职称,从事建筑装饰设计实践5年以上,并主持过等级为三级或三级以上的两项建筑工程装饰设计。其他配套专业(结构、经济)各有一名初级工程技术人员。

(3)有较健全的技术、质量、财务等管理制度,有必要的技术装备。

2.3.2 具有施工资质的建筑装饰工程承包商的等级

按照施工资质等级,建筑装饰工程承包商可分为:装饰施工一级、二级、三级、四级、无级。

一、一级企业

(1)企业近5年承担过单位工程造价为1000万元以上的三星级宾馆或公用建筑的装饰工程施工两项,工程质量合格。

(2)企业经理具有5年以上从事施工管理工作的经历;具有本专业高级职称的总工程师;具有中级专业职称以上的总会计师;具有中级职称以上的总经济师。

(3)企业有职称的工程、经济、会计、统计等人员不少于50人,其中具有工程系列职称的人员不少于30人;工程系列职称的人员中,具有中、高级职称的人员不少于15人,且装饰设计(建筑或工艺美术)、建筑结构、暖通、给排水、电气等专业齐全。

(4)企业具有一级资质的项目经理不少于5人。

(5)企业应具有资本金1000万元以上,生产经营用固定资产原值600万元以上。

(6)企业年完成建筑业总产值5000万元以上,建筑业增加值1200万元以上。

二、二级企业

(1)企业近5年承担过单位工程造价在500万元以上的宾馆或公用建筑的装饰工程施工两项。工程质量合格。

(2)企业经理具有3年以上从事施工管理工作的经历;具有本专业中级职称以上的总工程师;具有中级专业职称以上的总会计师,具有中级职称以上的总经济师。

(3)企业有职称的工程、经济、会计、统计等人员不少于30人,其中具有工程系列职称的人员不少于20人;工程系列职称的人员中,具有中、高级职称的人员不少于8人,且装饰设计(建筑或工艺美术)、建筑结构、暖通、给排水、电气等专业齐全。

(4)企业具有二级资质以上的项目经理不少于5人。

(5)企业资本金500万元以上,生产经营用固定资产原值300万元以上。

(6)企业年完成建筑业总产值2000万元以上,建筑业增加值500万元以上。

三、三级企业

(1)企业近5年承担过2项单位工程造价100万元以上或4项单位工程造价50万元以上的建筑装饰工程施工,工程质量合格。

(2)企业经理具有2年以上从事施工管理工作的经历;具有本专业中级职称以上的技术负责人;具有助理会计师职称以上的财务负责人。

(3)企业有职称的工程、经济、会计、统计等人员不少于15人,其中具有工程系列职称的人员不少于10人;工程系列职称的人员中,具有中级职称以上的人员不少于4人,且专业配置基本齐全。

(4)企业具有三级资质以上的项目经理不少于5人。

(5)企业资本金100万元以上,生产经营用固定资产原值60万元以上。

(6)企业年完成建筑业总产值500万元以上,建筑业增加值120万元以上。

四、四级企业

(1)企业近5年承担过单位工程造价在10万元以上的建筑装饰工程施工两项,工程质量合格。

(2)企业经理具有1年以上从事施工管理工作的经历;具有本专业助理工程师职称以上的技术负责人;具有会计员职称以上的财务负责人。

(3)企业有职称的工程、经济、会计、统计等人员不少于6人,其中具有工程系列职称的人员不少于4人。

(4)企业具有四级资质以上的项目经理不少于2人。

(5)企业资本金20万元以上,生产经营用固定资产原值10万元以上。

(6)企业年完成建筑业总产值50万元以上,建筑业增加值12万元以上。

2.3.3 承包工程范围

一级企业:可承担各类建筑(包括车、船、飞机)的室内、室外装饰工程的施工。

二级企业:可承担单位工程造价1500万元以下建筑(包括车、船、飞机)的室内、室外、装饰工程的施工。

三级企业:可承担单位工程造价600万元以下建筑(包括车、船、飞机)的室内、室外装饰工程的施工。

四级企业:可承担单位工程造价50万元以下建筑的室内、室外装饰工程的施工。

2.3.4 建筑装饰工程承包商所有制的形式

按照所有制形式,建筑装饰工程承包商可分为:全民所有制、股份制、集体所有制、个体所有制等。

据统计并估测,目前全国的装饰队伍约400万人。从事大中型建筑装饰的主力,是全国约10万多家有国家资质的正规军,人数约300万,约占全国建筑装饰从业人员总数的75%;从事家庭装饰的主力为“游击队”,人数约100万,约占全国建筑装饰从业人员总数的25%。对这些企业,国家将实行“登记注册、培训考核、技能鉴定、持证上岗”制度。以北京市为例,目前“证,照”齐全的装饰企业501家,有照无证者6500多家,营业执照中有“装饰装修”项目的,高达2.6万多家。若以此类推,全国约在20多万家。

经营活动方式,总的来讲,要承接大中型公共建筑装饰工程,主要力量是一级和二级施工资质的装饰工程公司,他们有较强的公司实力(设计和施工),又有较好的企业信誉和关系网,还有灵活的经营手段,其前期费用至少为装饰工程造价的1%~3%,而中介费、回扣、好处费等名目至少为装饰工程造价的1%~3%,二者合计约2%~6%。而这部分工程的垫资和拖欠款越来越严重。据保守估测,1996年全国建筑装饰工程产值约1000多亿元,其中公共建筑装饰占60%,约600亿元,家庭装修约占400多亿元。家庭装修和小型公共建筑装饰工程,主力军是三级、四级或无级家庭装修游击队,因为这部分工程的业主多是自筹资金,以“无定额、无回扣、无垫资、无拖欠款、竞争自由”为特点,市场化程度高,因而发展速度快,覆盖面广,在装饰装修业中影响也越来越大。

2.4 目前装饰市场存在的问题

我国的装饰装修工程业务虽然起步较晚,但由于发展速度快,覆盖面广,涉及行为主体多,因而出现了许多不尽人意的现象,特别是多头管理,引起了相当程度的混乱,造成了许多不良后果,既导致国家财产的严重损失,损害了政府形象,也使众多建筑装饰业主深受影响,而且损害了建筑企业的自身形象。主要问题表现如下:

2.4.1 从业人员滥而且杂

目前全国各地从事装饰装修业务的队伍参差不齐,除了经有关管理部门认可资质的四个等级装饰装修设计和施工企业外,大量的个体从业人员遍布全国各地,其中多数人既无执照,也无资质证明,但他们却凭借经济手段,借用一些有证有照单位的招牌,承揽了大量工程,畅行全国各地;他们既无法制观念,亦无专业常识,对有关部门颁发的装饰装修业的各种法规禁令一无所知,从不考虑其违法违章行为造成的后果,不考虑其不合格的施工对房屋及各种建筑物的损害,也不管其作业对环境及公众造成的危害和骚扰,我行我素,只以赚钱为根本目的;而建设单位或私人业主则只考虑满足自己的要求,以省钱或获取实惠为原则,任意选用不具备资格的施工队伍或人员,从而造成国家财产的损失和市场的混乱。

2.4.2 管理混乱,执法不严

虽然政府三令五申,强调对装饰装修业要实行严格依法管理,有关部门也制订了一系列的法规和管理措施,但各地许多企业或个体从业人员基本上不予理睬,而许多建设单位在思想和行动上均不予重视,以致于乱拆乱毁现象随处可见,重大建筑事故时有发生。许多建设单位委托任务不采用招投标做法,不实行严格的概预算,不实行严格的质量管理,甚至不依照定额进行管理,致使大批工程质量差劣,费用奇高,大量的国有资产严重流失。

2.4.3 相关单位的合法权益得不到保护

由于装饰装修队伍多数由毫无专业技术亦从未受过专门培训的农民工组成,而装饰业又要求较高的技术水平和严格的质量安全体系,因而多数队伍不能适应业务需要;他们施工时滥用不合格材料和易燃产品,致使建筑物的安全得不到保证,造成用户无穷忧虑,而毗邻建筑物和用户亦深受其害。

2.4.4 毁损政府的声誉

由于政府部门管理不力,各相关单位只管自己,不顾他人安危,有法不依,各谋其利,彼此拆台,相互扯皮。主管部门管理不力,令行禁不止,致使公众对政府失去信心,发生问题时也不指望政府部门予以合理解决,于是凭借实力,弱肉强食,造成不少麻烦和无穷无尽的争端,严重毁损了政府的形象和声誉。

凡此种种无不对当前的装饰装修市场造成严重影响,破坏了装饰装修业的正常秩序,严重干扰了国家的基本建设事业的正常进展。

2.5 装饰装修业的管理

近十年来,随着我国经济的发展,建筑装饰市场和建筑装饰行业也迅速发展。据统计并估测,到1995年底,全国建筑装饰施工企业已达65000多家,其中有资质等级的装饰企业约8000多家,全国装饰工程从业人员达400多万人。目前,全国建筑装饰施工企业已达10万多家。1995年,全国装饰工程产值约850亿元,利税110亿元;1996年全国建筑装饰工程产值突破1000亿元,预计到本世纪末将达到2000亿元。随着建筑装饰市场和装饰行业的高速发展,国家政府主管部门和建筑装饰行业协会也逐步加强了行业管理和立法工作。

2.5.1 政府立法

早在1995年,建设部即正式颁发了《建筑装饰装修管理规定》。其主要内容如下:

1. 要求建筑装饰装修应当做到安全适用、优化环境、经济合理,并符合城市规划、消防、

供电、环保等有关规定和标准。

2. 要求大中型建筑项目的装饰装修工程,工艺要求高、工程量大的装饰装修工程应办理报建手续。

3. 凡拆改主体结构和明显加大荷载的,应向房地产行政主管部门提出申请,并由房屋安全鉴定单位对装饰装修方案的使用安全进行审定。

4. 获得房地产行政主管部门批准后,尚须向建设行政主管部门办理报建手续,并领取施工许可证。

5. 建设单位应按照工程建设质量安全监督管理的有关规定,到工程所在地的质量安全监督部门办理建筑装饰装修工程质量安全监督手续。

6. 禁止将建筑装饰装修工程发包给无资质证书或不具备相应资质条件的企业。

7. 凡政府、行政事业单位、国有企业或由其控股的企业及法律法规规定的其他工程的装饰装修任务,必须通过公开招标或邀请招标方式发包(军事设施、保密设施、特殊专业工程除外)。

8. 建筑装饰装修工程的承包合同必须按示范合同文本缔结。

9. 建设、设计、施工单位必须按照基本建设管理程序办事,严格执行建筑装饰装修的质量检验评定标准、施工安全技术规范及验收规范等有关标准和规定。

10. 建筑装饰装修设计、施工单位必须按照有关规定承接装饰、装修设计 and 施工任务,施工企业必须按图施工,不得擅自改变设计图纸。

11. 需要拆改结构的装饰装修设计必须保证房屋的整体性、抗震性和结构的安全。

12. 装饰装修工程的设计、施工和材料使用必须严格遵守装饰装修防火规范。

13. 装饰装修作业时必须控制环境污染,保证人们的正常生活、工作和人身安全。

14. 装饰装修工程竣工后必须经质量监督机构认证合格,否则不予验收。

15. 建筑装饰装修工程的发包方或承包方若有违反本规定行为,将视情节轻重给予相应的处罚。

2.5.2 归口管理

为了加强装饰行业的归口管理,建设部于1996年1月8日下发《关于加强装饰装修行业管理的意见》的文件,要求各级建设行政主管部门加大操作力度。该文件规定,全国各地的装饰装修业由建设行政主管部门统一归口管理。

2.5.3 资质就位

1995年6月15日建设部建筑业司下发了《关于建筑企业资质就位有关事项的通知》,同年10月6日建设部长签署了第48号部令《建筑企业资质管理规定》,11月17日,建设部又颁发了《建筑企业资质等级标准》(试行)的通知,全国各级建设行政主管部门立即着手进行资质就位工作。

2.5.4 加强防火管理

针对近年来因不合格装饰工程成为火灾事故频发的原因之一的情况,建设部1994年12月21日发出《关于防止重大火灾事故的紧急通知》,公安部1995年1月26日第22号部令公布《公共娱乐场所消防安全管理规定》,3月29日建设部公布国家标准《建筑内部装修设计防火规范》(GB50222—95);这些规定和规范将建筑防火工作明确纳入法制轨道。

2.5.5 实施严格的质量监督

建设部于1993年7月13日下达了《关于加强对建筑装饰工程质量监督管理》的通知,1995年3月30日又下达了《关于开展房屋结构和装饰工程质量检查》的通知。这两份文件反复强调了对装饰工程进行质量监督管理的重要性,要求各地主管部门充分重视对装饰工程的质量管理。为了保证各地主管部门及相关单位能切实认真地抓好质量管理工作,建设部反复强调对房屋结构和装饰工程的严格检查,不允许任何单位和个体企业在质量问题上蒙混过关。全国各地装饰装修主管部门亦相继制订了具体的质量监督办法及相应的检查,而且切实地实施各种监督和检查措施,并向全国通报检查结果,从而在全国通过监督和检查措施保证了大部分的装饰装修工程的质量,避免了许多隐患和损失。

2.5.6 实行造价改革

鉴于现行的装饰工程定额乃依据计划经济思路制定,有诸多不合理之处,严重束缚市场竞争机制,北京、深圳、南京等地的装饰业主管部门率先实行了造价改革,分别制定了有关装饰工程的概预算或计价试行办法,并规定了一系列相应措施。这些办法和措施充分体现了“量价分离、市场竞争、报价自主、优质优价”等合理做法,从而推动了装饰工程的市场化进程。

2.5.7 合同规范化

针对各地的装饰装修合同五花八门,杂乱无章。建设部于1996年11月12日与国家工商局联合发布了《建筑装饰工程施工合同》示范文本,为全国各地的装饰装修业提供了标准的合同条件。

2.5.8 强化法定程序

针对各地大部分装饰工程不报建,不实行招标、投标的做法,各地主管部门均加强了管理,制定明确的法规,要求健全并不折不扣地执行报建手续。有些地方的主管部门明确规定:凡工程造价30万元以上的装饰工程,必须按招标投标办法委托实施,否则予以相应惩罚。

2.5.9 设立相应的管理职能机构

为更有效地管理各地的装饰装修业务,遵照建设部第46号令,各地都设立了相应的管理职能机构。这些机构认真贯彻中央的指令,严格依据法规,行使相应的权力,对各地的装饰装修业的正常秩序的恢复和完善起了重大作用。

2.5.10 加强家庭装饰管理

建设部于1997年4月15日颁发了《家庭居室装饰装修管理试行办法》,该文件对家庭装饰装修提出了一系列要求和管理措施。主要内容如下:

1. 家庭装修必须按规定程序办理申请或登记备案。
2. 严禁无证施工队伍承接家庭居室装修业务。
3. 从事家庭居室装饰装修业务的单位和个人必须遵循以下规则:
 - (1)使用的材料不得以次充好,弄虚作假。
 - (2)施工应符合有关规范要求,不得偷工减料、粗制滥造。
 - (3)不得野蛮施工,危及建筑物自身的安全。
 - (4)不得欺行霸市、强迫交易。
 - (5)不得冒用其他企业名称和商标。
 - (6)不得损害相邻居民和其他经营者权益。