# 装饰工程人工调研报告范文推荐32篇

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2025-05-14

*装饰工程人工调研报告范文 第一篇多屏时代，行业趋势与发展环境瞬息万变，面对媒介生态变化，由注重“投资性价比”转向“投资回报率”的广告主更加注重多媒体整合营销，对传统媒体与新媒体的选择比例持续强化。一切媒体传播的本质皆源于内容的优劣，广告市场...*

**装饰工程人工调研报告范文 第一篇**

多屏时代，行业趋势与发展环境瞬息万变，面对媒介生态变化，由注重“投资性价比”转向“投资回报率”的广告主更加注重多媒体整合营销，对传统媒体与新媒体的选择比例持续强化。一切媒体传播的本质皆源于内容的优劣，广告市场的变革也围绕内容展开。

(一)电视广告：传统内容优势成吸金筹码

电视仍是广告主媒介投资的主导力量。不同媒体从“竞”到“合”，电视媒体关键是提升自身在不同媒体中的掌控力与话语权。今年，综艺节目和品牌剧场等内容资源成为电视争抢广告主的一大筹码，尤以个性化植入与大型项目投放引人注目，这依然是一个“内容为王”的时代。

面对硬广时长空间触顶，电视台尤其是上星频道加强对冠名、赞助等植入软广的进一步挖掘，近一半的广告主将会增加冠名和植入广告的预算。

多数综艺节目的植入项目达20多项软广植入产品形式多样。ctr媒介智讯XX年广告主调查显示，有45%的广告主表示将增加冠名和植入广告预算，34%的广告主表示将保持上一年的规模，仅有13%的广告主表示将缩减。

伊利以5亿元拿下湖南卫视《爸爸去哪儿3》的冠名权，并达成全面战略合作;亿元拿下江苏卫视《最强大脑2》的冠名权;亿元拿下浙江卫视《奔跑吧兄弟2》的冠名权，广告投放全面向大型综艺节目冠名等软广转移。冠名等植入效果不完全取决于节目中的曝光度，品牌植入与节目情景恰当融合，让观众感受到“无广告”的内容植入才能达到更好的商业化效果。节目组会和广告主深度沟通，寻找节目内容与品牌主张的契合点，广告主也会参与节目制作与宣传推广，既为节目品质也为广告主带来了高销售转化率。

去年年底，英菲尼迪不但做了《极速前进》的赞助商，还成为节目的出品方，参与节目设计、嘉宾选择等，通过“敢爱”打造的情感体验式营销与节目设计颇为契合。英菲尼迪市场营销部负责人表示，在这个口碑瞬息传播的时代，必须加强对内容品质的把握，内容做好了，后续的品牌营销才会顺利开展。

广告主在收紧预算的同时，投放更集中，聚焦强势电视媒体的优质节目资源，尤其对现象级节目等黄金资源的抢夺最为激烈。大型综艺节目不再是传统意义上的节目，已发展成一场塑造平台品牌的活动，一旦成功便可提升频道整体广告报价。同时，热门综艺节目受众年轻，自身极具跨屏播出影响力，可将植入品牌带到其他播出平台，并通过社交媒体等碎片化传播持续发酵，与热门节目一起成为大众讨论的话题焦点。

(二)在线视频广告：自制内容价值放大

优酷土豆为世界杯专门打造了“1+4+n”的内容模式：1档自制节目、4档pgc节目、海量ugc内容。并设置“世界杯”专区，得到了雪花啤酒的赞助，通过“啤酒花”作为专属活动积分的设定，调动优酷会员参加“世界杯”活动，赢取积分。既调动了用户的参与性，又加强了品牌与消费者的互动。

**装饰工程人工调研报告范文 第二篇**

一、\*\*地区居住物业装修存在的主要问题

近几年，随着房地产

二、三级市场的活跃，高档商品房住宅中二次装修开始增多，由此各类违章行为和违章搭建时有发生，引起社会的重视，从房地办目前所掌握的情况分析，主要有以下几个特点：

（一）业主将原房屋从里到外彻底进行装修或改建，改变了原始设计风格，如外墙立面安装玻璃幕墙，将承重墙拆除后重新扩建，底层门厅、平台搭建成房间等等，违章面积在10～60M2不等。

（二）使用的装饰材料比较高级、新颖，凡装修过的房屋均超过原房屋设计标准，对小区环境影响相对较小，与周边房屋的格局能基本保持一致。

（三）相邻关系矛盾不特出，业主委员会一般也不直接干涉，只是对过分超出范围的违章建筑反响较大。

（四）由于业主身份比较特殊包括一部分系境外业主，物业公司较难直接进行劝阻，怕影响管理费的正常交付。

基于以上现状从物业公司反映：认为政府管理部门处罚力度不够，对违章户的处罚达不到威慑作用，另外迫于管理费拖欠，只能劝阻，无法阻止施工，否则发生冲突物业公司很被动。

然而作为搭建的业主却认为：由于房屋设计在使用上不尽合理，且已陈旧，所以当新购房业主入住或原业主二次装修时，往往请专业装潢设计单位对房屋重新按个性化进行室内布局，加之在经济上有支付能力，使上述违章行为时有发生，由于示范效应，对其他业主影响较大，有趋同倾向。

（一）各物业管理公司应当加强对住宅装修的指导和监督

1、加强规范装修行为的宣传和指导

物业管理公司应当依据《物业管理条例》、《上海市住宅物业管理规定》的规定和《前期物业管理服务合同》或《物业管理服务合同》、《住宅使用公约》或《业主公约》的约定，履行对业主装修住宅的管理职责，并制订《住宅装修须知》，配备相关的专业人员，加强对业主装修住宅的宣传、指导和监督。

指导物业管理公司将《住宅装修须知》在所管理的物业小区内一并公告。同时，把《住宅装修须知》送达物业管理区域内待装修的业主或使用人并签收。

2、加强住宅装修前的管理

要求物业管理公司在为业主或使用人办理入住手续时，必须告知《条例》中规定的不得损坏房屋承重结构、破坏房屋外貌和违法搭建等住宅装修的禁止行为。禁止敲凿的部位以及不得擅自随意安置空调室外机和安装防盗设施等注意事项。

业主或使用人在装修住宅前，要求其将施工单位、施工期限、装修内容（包括住宅装修设计图、施工方案）等书面告知物业管理公司并为装修施工人员办理小区临时出入证等手续。

要求物业管理公司对业主或使用人提供的住宅装修设计图、施工方案中有违反住宅装修禁止行为的提出整改意见。

为加强对施工单位装修行为的管理，物业管理公司可与住宅装修施工单位签订《住宅装修管理协议》。

3、加强对住宅装修活动的日常巡视和监督

物业管理公司应当明确由专人负责对住宅装修活动的指导、监督和管理。当有业主或使用人已入住的，应当督促装修的业主、使用人或施工单位遵守施工作业时间，晚间18:00时至次日上午8:00时和节假日，不得从事敲、凿、锯、钻等产生严重噪声的施工。

物业管理公司对进入小区的施工人员和建筑材料及装修施工阶段涉及水、电、气和结构等隐蔽工程的，每天应当加强现场巡视和检查（包括节假日）并做好记录，发现违规现象，应当及时采取有效措施进行劝阻、制止并督促改正。

对损坏房屋承重结构、破坏房屋外貌、违章搭建等违法装修行为且拒不整改的业主或使用人及住宅装修单位，物业管理公司应当及时告知业主委员会并报告相关行政管理部门依法处理。同时，物业管理公司应当责成违规装修的施工人员停止施工。

4、加强知法、守法和履约意识

物业管理公司应当督促业主或使用人遵守《条例》等相关规定、遵守《住宅使用公约》或《业主公约》的约定。

物业管理公司与住宅装修单位签订协议》的，应当督促其履行《协议》。在住宅装修施工完成后，物业管理公司应当及时收回小区临时出入证。对造成房屋和设施设备损坏的，物业管理公司应当责成责任人及时进行修赔。

物业管理公司对住宅装修单位的违约行为，可依据《协议》的约定，直接向人民法院提起民事诉讼。

在未成立业主委员会的住宅小区，业主或使用人违法装修经劝阻。制止无效的，房产开发商或相关业主或使用人可依据《上海市商品房出售合同》、《住宅使用公约》的约定，直接向人民法院提起民事诉讼。

（二）业主委员会应当发挥自治管理作用

业主委员会应当经常检查物业管理公司的管理和服务状况，督促住宅装修的业主或使用人遵守有关的法规和约定，及时调解装修不当引起的相邻纠纷，对业主或使用人违法行为进行劝阻、制止并督促其整改。

对业主或使用人违反《业主公约》劝阻无效的，经业主大会或业主代表大会通过，业主委员会可向人民法院提起民事诉讼。

（三）各区县房地局应当加强对违法装修的行政执法

区房地局不断完善行政执法工作程序。对物业管理公司不履行法定管理服务和义务等行为，应当根据《条例》和《规定》的相关规定责令其改正，并可处相应的罚款。对物业管理公司违反《条例》和《规定》情节严重的，区县房地局可作出降低资质等级的处罚，直至吊销资质证书。

区县房地局接到对业主或使用人违法装修的投诉，应当及时受理、立案并到现场调查、取证。核实，经核查属实的，根据《条例》的相关规定，责令其限期改正，可并处相应的罚款。

**装饰工程人工调研报告范文 第三篇**

今年暑假我有幸在南京华建装饰公司做暑期社会实践，在华建装饰公司的一个多月里我学到了很多关于装饰方面的知识，这对我以后的学习工作都积累了很多很好的经验。在此期间我利用工作之便，参考了许多公司资料做了一份关于装饰材料市场调查报告。

由于人们长时间半生活活动于室内，因此现代室内设计，或称室内环境设计，相对地是环境设计系列中和人们关系最为密切的环节。室内设计的总体，包括艺术风格，从宏观来看，往往能从一个侧面反映相应时期社会物质和精神生活的特征。随着社会发展的历代的室内设计，总是具有时代的印记，犹如一部无字的史书。这里由于室内设计从设计构思、施工工艺、装饰材料到内部设施，必须和社会当时的物质生产水平、社会文化和精神生活状况联系在一起；在室内空间组织、平面布局和装饰处理等方面，从总体说来，也还和当时的哲学思想、美学观点、社会经济、民俗民风等密切相关。本论文主要是针对市场上的装饰材料的种类和市场价格进行调查。

正 文

装饰材料的分类：

一、瓷砖。

现在市场上装饰用的瓷砖，按照使用功能可分为地砖、墙砖腰线砖等。地砖花色品种非常多，可供选择的余地很大

1、釉面砖

釉面砖是装修中最常见的砖种，由于色彩图案丰富，而且防污能力强，因此被广泛使用于墙面和地面装修

2、通体砖

通体砖的表面不上釉，而且正面和反面的材质和色泽一致。通体砖是一种耐磨砖，虽然现在还有渗花通体砖等品种，但相对来说，其花色比不上釉面砖。由于目前的室内设计越来越倾向于素色设计，因此通体砖越来越成为一种时尚，被广泛使用于厅堂、过道和室外走道等装修项目的地面；一般较少会使用于墙面。多数的防滑砖都属于通体砖。

3、抛光砖

抛光砖就是通体砖坯体的表面经过打磨而成的一种光亮砖，属于通体砖的一种。相对通体砖而言，抛光砖的表面要光洁的多。抛光砖坚硬耐磨，适合在除洗手间、厨房以外的多数室内空间中使用。在运用渗花技术的基础上，抛光砖可以做出各种仿石、仿木效果。

4、玻化砖：

为了解决抛光砖出现的易脏问题，又出现了一种玻化砖。玻化砖其实就是全瓷砖。其表面光洁但又不需要抛光，所以不存在抛光气孔的问题。

5、马赛克

马赛克的体积是各种瓷砖中最小的，一般俗称块砖。马赛克给人一种怀旧的感觉，因为它曾是十几年前装饰墙地面的材料。马赛克组合变化的可能非常多，比如在一个平面上，可以有多种表现方法：抽象的图案、同色系深浅跳跃或过渡、为瓷砖等其他装饰材料做纹样点缀等等。对于房间曲面或转角处，玻璃马赛克更能发挥它小身材的特长，能够把弧面包盖得平滑完整。缺点是耐磨性较差。

二、地板

木地板:木地板分实木地板、实木复合地板、强化木地板等

1、实木地板是木材经烘干、加工而成，具有花纹自然，脚感舒适，使用安全的特点，是卧室、客厅、书房等地面装饰的理想材料。实木的装饰风格返璞归真，质感自然，在森林覆盖率下降、大力提倡环保的今天，实木地板则更显珍贵。

2、实木复合地板分三层实木复合地板、以胶合板为基材的实木复合地板等。

3、强化木地板(浸渍纸层压木质地板)属于木材衍生材料，分为耐磨层、装饰层、基材层与防潮层四层。

地板装修一般市场价格：

**装饰工程人工调研报告范文 第四篇**

调研时间：xx年12月6日~xx年12月14日

调研地点：北京市、(宜家、红星美凯龙789、美院)太原市、(家具城、小商品，红星美凯龙、繁华街道)

考察内容：(装饰画设计、广告设计类、书籍设计类、展示设计类、新媒体类、品牌推广类、装置设计)

调研目的：调查装置装饰设计在市场的发展前景以及今后的发展前景、运用、题材选择，表现形式、价值定位、操作方法。

一 课题基本情况介绍

装置艺术始于60年代，也称为“环境艺术”。作为一种艺术，它与六七十年代的“波普艺术”、“极少主义”，“观念艺术”等有联系。在短短几十年中，装置艺术已经成为当代艺术中的时髦，许多画家、雕塑家都给自己新添了“装置艺术家”的头衔。在西方已经有专门的装置艺术美术馆，例如英国伦敦的装置艺术博物馆，美国旧金山的卡帕街装置艺术中心，由1983年的一栋楼发展到20xx年的四栋楼。纽约新兴的当代艺术中心，几乎就是一个装置艺术展览馆，在它的庭院中，修筑了露天装置艺术的专用隔间。美术院校也开始开设装置艺术课程。在英国，哈德斯费尔得大学已经设有专门的装置艺术学士学位。在西方当代美术馆的展览中，装置艺术也占据了相当重要的位置。以美国圣地亚哥当代艺术博物馆为例，在1969年至1996年期间，就举办了67次装置艺术展览。在美国美术院校毕业的硕士生很多人都成了装置艺术家。

回首近三十年中国当代艺术的发展，从艺术自身、市场、收藏、媒体等各个方面看来，架上绘画都一直处于主体地位。装置艺术的发展似乎更多是处于边缘地位。由于社会背景的逐渐变化，装置艺术开始逐渐成为中国当代艺术的重要艺术样式。在当代艺术中，随着架上绘画的语言表达方式越来越乏味，装置艺术与技术的结合越来越成熟，机构、媒体、收藏家都开始把当代艺术中装置艺术作品看作新的关注点。但是相比起架上艺术，装置艺术得到的关注仍然只是冰山一角，在艺术市场和收藏方面，装置艺术仍是弱势的。装置艺术最初是在反收藏和干扰收藏体系的观念中诞生的，它藐视博物馆的权威。作为一种对传统博物馆进行抗议的手段，最初的装置作品经常是在“非正式”场所展出。但收藏是艺术品流通的最终归属，作为艺术品，装置艺术最终还是要被收藏系统所收编，但在当下，中国的许多藏家以及艺术机构对装置艺术的收藏都还持观望的态度，迟迟不肯下手。

而在当代各大高校大学生对于装置艺术已经不算陌生，对于理念也比较前卫，但是往往也做出来的作品在展览以后就没什么作用了，大部分材料也浪费掉了。而在制作作品过程中也比较困难，在选择材料、加工、时也没有什么地方。工厂价格也比较高。在完成以后费用高，而也没有利用的地方，只有浪费掉。在大多数的毕业作品中中有小部分人选择，不是很广泛。

二 调研情况介绍

xx年12月6日—xx年12月9日：北京宜家、798、各大美院。 xx年12月8日—xx年12月14日：太原家具城、小商品、红星美凯龙、柳巷。

通过在北京，太原等调查装置艺术的发展如同其它艺术发展的景况一样，都是受当下多种单一与复合的观念所左右的，也受其自身发展经验的积累所促动。装置艺术日渐在内容关注、题材选择、文化指向、艺术到位、价值定位、情感流向、操作方法等方面，都呈现出多元繁复的状态。但从其总体来看，装置艺术的固有特征并没有朝令夕改。装置艺术加入了更多媒介，比如说电子产品。尤其是时下最盛行的3D投影 ，从开始利用日常生活中的废旧物，与日常生中生活的可回收垃圾发展到今日多元的趋势，利用各种媒介艺术家们反映当代各种风气。

在市场当中灯的材料大多数都是用瓷，铁、玻璃、纸质都是一般人们可以接触到的一些资源，而在它们使用寿命到期后中国市场就没有二次使用价值，但是在外国一些艺术家，家居妇人会对它再次利用改为一些装饰用品。随着科技发达，环保意识在我国广泛宣传下，人们开始对一些细节注意。在灯的区域上也开始利用环保材料、提倡二次回收、利用。

三 课题考察归纳总结

1、通过在实地考察发现在外国装置艺术已成为时尚，而在中国我们停滞不前中国装置艺术在80年代才被人们认识艺术收藏界对装置艺术的认知度始终不高，藏家寥寥，难成有效的规模。业界流传着一个类似笑话的真实事例：去年某大型拍卖行推出一件灯光装置作品，因原作尚在国外展览，仓促之下拍卖行以照片代拍;这件作品拍出后，原作到货了，却迟迟无人来领;经询问才知，因照片拍得唯美，买家以为买的就是照片，全然不知自己拍得的是装置艺术。市场没有真真的懂得的行家，但很多装置艺术作品其实是采用音乐、戏剧、诗歌、散文、电影、电视、录音、录像、摄影等非物质手段的。况且，有些装置艺术作品在创作时就明确是用来短期展览而不是供收藏的。它们要么展示后被博物馆或美术馆收藏，要么呈现的只是一个瞬间、过程或者一种现场感。收藏家多过于收藏一些字画，古董。认为那些才有收藏价值。

2、在这些基础之上我对于自己研究的课题利用报纸、麻绳、铜丝、灯泡做的装置设计偏向于视觉与实用，在视觉上给人一种回首自己一生与规划一生的感觉。

四 设计课题定位

1、课题定位：装置设计(灯火阑珊)

2、选题依据：灯是每家每户生活必须品，利用“灯”和“每个家庭的故事及社会地位”体现社会的冷暖和人间情感。

3、初步设计构想：利用报纸、铜丝、纸巾、气球，灯泡、照片、围绕“一家一故事”主题展开制作各种不同材质，不同造型的灯具，再用高低台来表达社会地位阶级不同，利用薄纱和镜子渲染整个气氛。让人们反思当今社会的家庭在社会上不同的地位和自己的一生、并让观展者从感悟中规划自己的一生。

4、反映观念：不同灯的造型展示和灯光冷暖的体现，反映当今社会的不同家庭的不同故事，例如：孤寡、离异、丁克、单亲或美满幸福的家庭在社会中地位和故事。一种灯

光代表一个家庭一段故事。柱子的高低不同反应不同的家庭地位。

5、展示形式：利用柱子高低代表家庭在社会中地位、照片、灯的摆放，表现不同的家庭故事。最底层放上大镜子，让观展者从镜子中看到自己的家庭故事，再用薄纱围起来渲染环境和气氛。

五 创新之处

表达主题“一家一故事”。在色调上冷暖交叉，以冷为主，用比较硬的材质表现现代感、前卫、家庭、人生，灯光的不同应用表现了每个人的家庭，人生都不相同，人间悲喜，人生冷暖。

六、其它以灯为元素的装置设计

**装饰工程人工调研报告范文 第五篇**

一、课题的提出 随着经济的发展，生活水平的提高，人们越来越重视生活质量，家居装饰也成为一种时尚。各种各样的装饰材料确实给家居增添了不少光彩，给人们的生活增添了不少情趣。

然而，人们却往往忽视甚至不知道装饰材料中存在着化学污染。近年来，因装饰材料化学污染导致人们身体不适甚至死亡的事情时有发生。

据温州晚报报道，近年来，室内装修材料污染的投诉不断上升。曾有一位消费者结婚后多年不育，结果发现是地砖放射元素超标造成的；许多消费者在入住新居半年后，房间内依然气味呛人，令人流泪不止；新买的家具一打开柜门就使人呼吸困难。

有关部门曾对1000多户家庭的装修材料检测发现，400多户家庭存在不同程度的装修污染问题。这些情况引起我们的关注。

那么，装饰材料中究竟有那些化学污染，会对人体健康产生怎样的危害？人们对装饰材料的化学污染的认识又怎样呢？怎样才能预防减少装饰材料的化学污染？带着这些问题，我们开始了研究活动。

二、课题目的 1．了解装饰材料的化学污染及其对人体的危害。 2．分析装饰材料化学污染日益严重的原因。

3．学会预防，降低装饰材料化学污染对人体健康造成危害的方法。 4．参加社会实践，提高分析问题，解决问题的能力，学会合作，增长知识。

三、课题研究过程 1．讨论，制定方案和计划 因为以前没有进行研究性学习的经验，为了使研究过程更为顺利，我们首先讨论了一些有关的问题。比如：如何进行研究，分几个步骤进行，如何分工等。

制定了进行研究的方案，计划，为研究的进行作了准备。 2．分工 我们分成两组，利用课余时间进行活动。

3．调查 我们此行的主要目的是收集足够资料，为写研究报告做好准备。

（1）进行问卷调查 我们利用乘车、乘船的时间向市民发放调查问卷。我们发现许多人对此了解甚少，这给我们完成问卷调查带来很大的困难。

但在调查的过程中，我们也遇到了医生，老师和从事化学工作的叔叔阿姨。他们给了我们很大的帮助，为我们提了很多建议。

经过大家的共同努力，我们终于做完了100份问卷调查，得到了一些反映市民对装饰材料化学污染认识程度的数据。

（2）采访问汕头环保局 环保局的有关负责人热情地接待了我们，解答了我们提出的一些问题，向我们介绍了汕头市装饰材料化学污染的情况，并为我们提供了一些资料。在环保局，我们还遇到了电视台的记者，在交谈过程中她也给我们不少建议，并对我们的做法表示肯定。

这使我们深受鼓舞。此行真是收获不小。

（3）在装饰材料城的调查 对照我们收集到的资料，我们在装饰材料城中找到了各种材料，并认识了它们的用途，所含有的化学污染和销售情况，生产厂家。并发现了许多装饰材料上贴有绿色环保等字样，引发出我们对环保材料是否真正环保的思考，并使我们找到装饰材料化学污染日益严重的原因之一。

4．返回学校后 返校后我们进行了新一轮的讨论，大家交流心得，整理资料，并完成研究性学习报告。

四、课题成果 装饰材料化学污染不容忽视 继煤烟型光化学型污染后，近几年来的多次专家研究发现，现代人正进入以室内空气污染为标志的第三代污染时期。产生这一污染的一个重要原因就是装饰材料的化学污染。

随着人民生活水平的提高，追求家居装饰水平成为一种新时尚。大量装饰材料的使用，使得装饰材料的化学污染在近几年显得尤为突出。

鉴于此，本文旨在探索装饰材料中含有哪些污染物质，对人体健康有哪些危害，怎样预防降低装饰材料化学忽然对人体的伤害。 装饰材料中含有多种危害人体健康的物质 装饰材料中含有多种挥发性，刺激性气体，放射性元素，种类繁多。

其中较为典型的有：

（1） 甲醛。甲醛大量存在于胶、漆、涂料、墙纸、化纤地毯等室内装饰材料，是一种无色易溶的刺激性气体，可经呼吸道吸收。

现代科学表明，甲醛对人体健康有较大的损害。高浓度的甲醛对神经系统，肝脏等都有毒害。

甲醛还有致畸、致癌作用，长期接触甲醛的人，可引起鼻腔、口腔、鼻咽、咽喉、皮肤和消化道的癌症。1998年9月，中央电视台～栏目报道，青岛市某医院副院长全家搬进刚装修好的新居，不久他自己因甲醛中毒死亡，其家人均有不同程度中毒。

去年，北京市卫生局对北京大部分住宅楼和写字楼的抽检表明，新居装修后居室的甲醛含量普遍超标，最高者竟超标73倍！

（2）氨。氨是一种无色而具有强烈刺激性臭气味的气体，存在于建筑施工中使用的混凝土外添加剂中。

随着温度湿度等环境因素的变化而从墙体中释出。它是一种碱性物质，对接触的组织都有腐蚀性和刺激作用。

可以吸收组织中的水分，使组织蛋白变性，并使组织脂皂化，破坏细胞膜结构，减弱人体对疾病的抵抗力。浓度过高时除具有腐蚀作用外还可以通过三叉神经末梢的发射作用而引起心脏停搏和呼吸停止。

（3）苯。苯为无色具有特殊芳香味的液体，是室内挥发性有机物的一种。

在通风不良的环境中工作，短时间内吸入高浓度苯蒸汽可引起以中枢神经系统抑制作用为主的急性苯中毒，已被专家确认是严重的致癌物质。苯在各种建筑材料的有机溶剂中大量存在。

比如各种油漆的添加剂、稀释剂和一些防水材料等。

（4）氡。氡是由镭衰变产生的天然放射性无色无味的气体。

建筑材料是室内氡的主要来源。常温下氡在空气中能形成放射性其溶胶而污染空气，并能诱发肺癌，是导致癌的第二大杀手。

此外一些材料如大理石还含有大量放射性元素，其危害也是不容忽视的。 由此，可以看出装饰材料中的化学污染对人体健康的影响，具有影响范围广，影响时间长等特点。

这些物质长期作用于人体，其影响是不可低估的。 装饰材料化学污染日益严重的原因

（1）虽然人民生活水平显著提高，装饰质量也越来越高，但人们对装饰材料的污染的认识并没有与日俱增。汕头市民对装饰材料化学污染的认识究竟由多少呢？对此我们进行问卷调查。

我们向市民发放以下问卷： 金山中学化学研究性学习调查问卷 --对装饰材料化学污染的认识 请您按照您的实际情况填写，谢谢！ 职业 ：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 1．材料对人体健康有危害吗？ a、很大程度 b、有一点 c、不会 d、不知道 2．您在新居装修好后隔多久入住？\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_ 3．您搬入新居后感觉如何？ a、很好 b、感觉不适 具体症状：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 4．您会选择一下那种装饰材料？ a、价格适中但有较大污染 b、价格昂贵的环保材料 5．如果家里有小孩，你是否会对儿童房特别装修？ a、会 b、不会 6．如果装修后您发现自己的新居存在很大的化学污染，您会不会重新装修一遍？ a、会 b、不会 c、视情况而定 7．您认为以下哪种装饰材料有较大的化学污染？ a、木板b、油漆c、大理石d瓷砖e、其它 8．您家里有没有使用环保型材料？ a、有 b、没有 c、不知道 9．您知道有多少种装饰材料中的污染元素？ a、一种 b、两种以上 c、不知道 10．谈谈您对如何预防降低装饰材料化学污染的宝贵意见和建议： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 我们共收到有效答卷100份，统计如下： 对装饰材料化学污染的严重程度的认识 装修后隔多久搬入新居 另据统计，被调查的人中使用环保型油漆的占30%，知道两种以上污染元素的只有5%，而对于哪种装饰材料污染会比较严重一题，选择两种以上材料的只有8%对于如何降低装饰材料化学污染，有78%的人是不知道的。 由以上统计可见，目前，汕头市民对装饰材料的化学污染的认识还比较贫乏，大多数人只追求家居装修的美观和质量，而不注意装饰材料的选择及其化学污染对人体的危害，没有采取预防措施。

据汕头市环保局有关负责人介绍，近年来该局几乎没有收到市民对装饰材料化学污染的投诉，这也从一定程度上反映了市民对装饰材料化学污染缺乏认识。这是导致装饰材料化学污染越来越严重的原因之一。

（2）大部分装饰材料含有害物质严重超标，绿色材料并不绿。 装饰材料的有害物质超标，也是导致装饰材料的化学污染日益严重的重要原因。

据不完全统计，目前国内的装饰材料竟有30%所含有害物质超标。另外，许多商家在绿色、环保材料上大做文章。

据汕头市环保局的有关负责人介绍，目前我国的装饰材料只有质量体系认证，即合格产品所含物质符合标准，不超标。而对于绿色材料的鉴定，我国目前尚无专门从事此类工作的机构。

因此所谓的绿色材料并没有通过认证，这只不过是商家为招揽顾客而打出的旗号，并无保证。以油漆为例，在我们统计的三十个品牌的油漆中，竟有二十三种包装上印有绿色字样。

这其中又有多少是真正达到国家质量标准的呢？更别说绿色了，正是厂家的这种无中生有，使不法厂家也有了可乘之机，劣质产品印上绿色字样，摇身一变成为绿色材料，坑害了不少消费者。随着绿色材料的流行，劣质材料进入千家万户，危害人们的身体健康，也导致装饰材料的化学污染日益严重。

防治装饰材料化学污染的方法

（1）国家的指导性措施 ①目前，国家已经出台了许多相应的法规来防治装饰材料的化学污染，如《住房内氡浓度控制标准》、《居室空气中甲醛卫生标准》、《室内空气可吸入颗粒物卫生标准》等。此外，国家xxx、国家质检总局、xxx、xxx几个部委相继启动制订有关室内空气相关标准工作。

目前《室内建筑装饰装修材料有害物质限量》、《住宅装修工程施工规范》、《民用建筑室内环境污染控制规范》等标准法规已基本形成框架。但由于各种建筑材料、装饰材料花样繁多，层出不穷，给规定的制定带来了许多困难，目前国家出台的法规还存在许多漏洞，有待进一步完善。

②加大宣传力度，增强民众的认识。据了解，汕头市环保局在去年就对此进行了大力的宣传。

③实现室内空气质量的监测。据汕头市环保局的有关负责人介绍，目前上海、深圳等发达城市已把居民家居的空气质量监测列入空气质量监测的范围之内。

汕头市环保局也研制出了室内空气质量监测仪，将准备实行到户监测室内空气。

（2）市民的自我保护及防范 通过研究，我们总结出了许多方法，在此向市民提出以下几点建议： ①购买质量有保证的装饰材料（符合国家室内装饰材料标准的gp18581gp18582，并选用大厂家生产的产品）。 ②在新居装修后隔三个月入住。

③在家里种植一些能吸收有害气体的植物。在室内栽种一些花草，来消除有害气体的影响。

比如吸收甲醛的植物有仙人掌、吊兰、扶郎花（又名非洲菊）、金绿箩、无花观赏桦、芦荟、耳蕨、常春藤、铁树、菊花等。消除二甲苯的有耳蕨、常春藤、铁树、菊花、红鹳花等。

红鹳花还可以吸收甲苯、氨。雏菊、万年青则对消除三氯乙烯有特效。

④家里经常开窗，保持空气流通。 ⑤在装修前与装修承包商的合约中加入装饰材料质量标准保证一条。

⑥感到有胸闷、头晕、呕吐、呼吸急促、流眼泪、皮肤过敏等症状，应立即采取措施，看医生，请环保部门对家里的装饰材料进行监测，从把危害减小到最低程度。 希望随着更加完善的法规的出台，人们认识的提高，装饰材料的化学污染能够得到有效的控制。

五、体会 到此，我们的报告总算告一段落了。在参加研究、调查的这段时间里，我们学到了不少知识，更重要的是我们学会了一种分析具体问题的思维方法，锻炼了我们分析问题的能力，培养了我们的动手能力，我们小组成员分工合作，团结一致，增进了友谊，在这一过程中，互相学习，受益匪浅。

在这次活动中，真可谓是好事多磨。我们不知跑了多少次办公室、政教处、教导处，从写申请到教师签名，主任批准，到外出调查，取证都耗费了我们许多心血，才凝结成这份调查报告，真是来之不易。

但面对这份报告，我们都会心笑了，这对我们来说，是一种锻炼，一种体验，更是人生中一笔巨大的财富。在此，也要谢谢老师们给予我们的指导与帮助。

这次活动，真是让我们受益终生。

**装饰工程人工调研报告范文 第六篇**

>一、室内装潢设计

1.市场概况

在我国大中型城市，随着地产的热炒和人们生活质量的提高，对房子的居住要求提升到前所未有的高度。这对于事内装潢设计人员而言，无疑是一件好事情。当然前提是你能为顾客创造出充满创意而又适宜的生活空间。现在，相当多的室内装潢设计人员，也是“soho”一族，在家办公，不论上班时间，只要把作品按时交给客户即可。

2.从业人员薪金水平

室内装潢设计人员的工资

3.专业人才要求

对于室内装潢设计人员而言，创意是最关键的。对于刚毕业的大学生来说，特别是这个专业的，先找一家比较有名气的室内装潢设计公司，做一名普通小职员，哪怕是实习也行。先感受一下氛围，要注意学习优秀设计师的创意。其次，经验是最宝贵的，但对刚出校门不久的大学生来说，经验几乎为零，所以在实习或正式参加工作的时候要注意积累经验，各方面都要积极参与一些……再次，你应该学会当今最常用的设计软件，比如photoshop、autocad、coreldraw、3dmax等，最好能再考取一些相关证书。另外，因为装饰行业都是一单业务一个项目，而每个公司都几乎在同一时间开展多个项目，而每个项目都必须有专人——项目经理来负责，因此，在校期间如果能取得建筑项目经理资质和熟悉一些质量控制的流程、知识，对学生将来的求职和未来发展都大有好处。

>二、广告公司平面设计

1.市场概况

2.职业状况

在广告公司，大多数都是从事于平面设计工作，很少涉及到立体空间设计。但对技术含量的要求并没有降低。现在的广告公司，很多都涉及到地产策划及品牌推广，而平面设计又是产品推广的重要表现形式。如何在铺天盖地的报纸广告中，使自己所做的平面广告在几秒之间抓住读者的眼球，对平面设计人员而言，是至关重要的。

然而，目前我国广告从业人员专业化程度不高，知识面不广，外语水平较低，服务意识薄弱，沟通能力和创造能力不强，法制观念淡漠，还存在结构不合理、分布不平衡的矛盾，急需与之配套的专业在职培训和知识更新。

3.薪酬水平

广告公司的平面设计人员的待遇还是十分可观的，前提是你必须能源源不断地提供足以打动人心的创意。一般设计人员的工资在2500—3500元之间；高级设计师工资在4000—6000元之间，美术指导的工资在6000—8000元之间。

3.专业要求

不久前，在北京召开的一场广告论坛会上，广告界的资深专家、学者和着名策划人就广告人才的有关理论、广告人才的培养、使用及广告人才的需求、走向等问题进行了深入的研讨交流。大家普遍认为，广告业是一个人才密集的行业，是一个靠智力打天下的产业，没有一批有敏锐洞察力和市场驾驶能力的创新人才，就不可能有广告产业的大发展。

业内人士认为，目前广告业急需五类人才：一是需要了解国际市场、通晓国际广告运作经验和较强沟通能力的人才；二是需要有敏锐洞察力和市场驾驭能力的高层管理人才；三是需要具有整合营销、传播、策划的复合型人才；四是需要能够自己创作、设计的人才；五是需要高层次的各类广告制作，特别是擅长影视广告制作的技能型人才。

**装饰工程人工调研报告范文 第七篇**

调查结果：一幅好的装饰画可以使我们白白的墙壁摆脱单调，空白的尴尬局面，也可以淋淋尽致的表现出主人的风格和性格。所以在现在的室内装修中，更多的业主都喜欢选择自己所中意的装饰画挂在自己的家中，这样使自己家中更添几分亮点。

装饰画的市场有多大？市场前景如何？不言而喻，中国城市化进程的高速发展，也就造就了装饰画市场的发展。在我国，以每100平米的房子需要4—6幅的装饰画计算 ，每年装饰画市场就有近千亿的市场空间。但高速的经济发展并不代表文化的高速发展，目前的文化市场不是很成熟，进入这个领域创业者为数不多，这其中蕴含着极大的商机。高速的经济发展必会带动人类社会文化的进步。

目前，根据装饰画市场调查，74%的被调查者表示通过购买装饰画、家居装饰品装饰居室，体现个人风格、品位；我国家庭装饰行业的总产值以20%左右的速度递增，全国家装行业总产值以每年30%的速度递增，其中精品类支出又占家具类支出的20%左右，因此家庭装饰品需求量将会快速增长。 以一个50万人口的小县来看看，县城一般可达10万常驻人口，家庭一般在2万户以上，而各镇及农村有消费能力的也有1万户，市场容量是3万户，按每户5幅画计算就是15万幅，100元平均计算市场总容量为150万元；而可设想有1 10的住户因为装饰和新婚等原因可能购买装饰画或者定制装饰画，市场容量也达到150万元。这只是计算了家装市场，还没有计算各种企事业单位的需求，像宾馆，饭店，各种办公室，学校，洗浴、美容等市场容量估计也在100万以上，所以市场实际容量在250万左右。在许多城市中，没有专门的文化市场，为数不多的画廊、工艺美术店，规模，画作少，形式单一，价格偏高，满足不了广大消费者日益增长的需求。中国火爆的房地产市场，迅猛的城市化建设，诱人的艺术品投资市场，这些市场就是装饰画的市场。再看看有多少个宾馆、酒店、茶楼需要室内装饰画作，有多少个家庭的墙上是空白的？想想也就明白市场的潜力有多大了！可以说庞大的市场需求孕育了产品巨大的发展空间，而情调消费、文化消费者的特点又成就了产品的高利润： 以目前市场上流行的无框装饰板画为例，其主要材料为相纸和密度板，加工工艺为：将装饰画图片用相纸打印输出，然后裱贴于材料为密度板的背板上。其加工成本为每平方米40～60元，其零售价格一般为200～300元/平方米，品牌画的售价达到了300~400元/平方米！ 而新型冰彩水晶装饰画，因为有水晶树脂保护层，更耐磨寿命更长，表面光洁如水晶，所以将是利润更高的中高档装饰画。装饰画加工不需要临街店铺，没有高昂的店铺租金，只需有相应面积的加工场地即可，甚至可以在自己家里加工。自产自销，批零兼营，没有货源的后顾之忧，可发展性要比产品零售店铺大的多。这点可以充分发挥我们专业特点。用一种好的创意+适合的运营模式+社会经济的发展=自己的财富。

目前市场上常见的装饰画品种为按挂置形式有：有框画、无框画、中国挂轴字画三大类。有框画最普及的就是常见的利用相框进行进行装饰的各种装饰画。一般有玻璃面夹画，有喷绘布裱装画，和冷裱画等。

其缺陷是玻璃夹画的玻璃和画不是一体的，加上一般是用3毫米玻璃做面的 所以玻璃易碎的缺陷非常明显，就像过去的玻璃相框一样基本处于淘汰状态。

喷绘布裱画一般是喷绘布喷出画面以后裱在密度板上的，或者是绷在木框上然后装框的，喷绘布容易粘带灰尘，另外不耐刻画也是一个缺陷所在；而冷裱画和喷绘布画一样存在不耐摩擦和刻画的毛病，加上容易老化所以也是有很明显的缺陷存在。虽说如此，但是目前市场上的游客画大部分是这两种形式的产品的简单变化产品为主的，无非就是画面形式采用了油画、风景、字画等不同类型的品种而已。

有框画的新型品种发展趋势是，采用喷绘布或者写真纸的方式出画，而表面采取高分子树脂喷涂或者其他固化工艺进行固化，以达到耐磨耐酸碱的长期保存目的，这是一个必然的趋势。而喷涂的方式一般涉及干燥的问题，或者有溶剂挥发而不能达到制作环保和使用环保的目的，所以使用光固的设备进行生产的工艺将比较畅销。实现这些工艺的设备，有冰彩画多功能成套设备，水晶光固设备等。两种设备的不同之处在于前者冰彩画设备不仅能够制作密度板纤维板等基材的产品，而且可以制作玻璃基材、有机玻璃基材等不同材质的产品，后者一般只能制作密度板基材的产品。无框画现在是市场最畅销的装饰画产品，其常见品种和有框画上述喷绘布和写真冷裱两种。

一般基材是采用密度板或者纤维板制作的，也有采用绷框的油画类型的。其缺陷也和上面分析的类似，不一 一重复。而密度板无框画发展的趋势也和上述的类似，就是朝表面树脂固化或者喷涂保护层两种方式出现，其设备也将是冰彩画多功能成套设备和喷涂设备制作为主。这里需要说明的是一种新型的基材无框画将会占据市场很大一部分份额———就是玻璃无框画或者亚克力无框画。而玻璃无框画是冰彩画多功能设备才能够制作的主要产品。这里也顺带提一下制作玻璃的冰晶画设备，玻璃冰晶画设备只能制作玻璃产品不能制作密度板和水泥板等不透明材质的产品，不适合也不方便；而制作玻璃基材的产品冰晶画设备和冰彩画设备的区别是，前者是贴膜型的，后者制作的产品是树脂固化型。

贴膜型的背层同样会存在不耐刻画摩擦的缺陷；而树脂固化型的不仅没有这个缺陷，还能够固化出冰花纹理产品，这个是一般设备不能制作的。所以说不久，无框画产品的主要品种将是密度板水晶树脂固化型和玻璃固化型的产品来占据主要的市场份额。

挂轴中国字画由于其特有的中国文化特色，目前只是在市场的高端或者书画爱好者的小众市场占据，不是流行畅销的品种，这里不一 一介绍，需要说明的是必然的趋势是过去靠书画家手写的产品只能是少数的收藏品，而大部分普及产品将是电脑复制写真替代的产品。当然市场上还有各种特色的装饰画，如金丝画，秸秆画，羽毛画等等。但是这些都无法形成市场的主流产品，只是一些特色小市场的产品。

综合上面所述，

无框画依然是装饰画市场的主流产品，而市场的发展方向将是朝环保型的高分子保护涂层的产品方面发展。

包括环保树脂固化型和水性树脂喷涂型。而前者将以加工速度快和制作方便更容易取得市场的主导地位 。

所以，在现在的市场中无框装饰画前景非常大，因为无框装饰画的种类繁多，既有体现时代感的现代画，又有各式风格的简捷生动的写意画，价格、规格、风格、材质也各不相同，一张好的画不仅是一件装饰品，又是一件艺术品。无框装饰画，是一种新流行的装饰画表现形式，是现代家居装修中应用最为广泛的装饰画，装裱简捷，画面覆有膜，通常是亚膜，高档的产品是布纹膜，表面不反光，可用水任意擦拭。个性化潮流是家居装修的发展方向，而实用美观的无框装饰画已经成为都市家庭的必备品。可以说庞大的市场需求孕育了产品巨大的发展空间，而情调消费、文化消费者的特点又成就了产品的高利润。

调查结论“：轻装修、重装饰”的理念已经被大多数的家庭所接受。人们在享受经济高速发展的物质享受同时，也在追去自己的精神所需，居家布置得时尚、不落伍。“现代都市人崇家居装饰自然离不开装饰画。”所以，随着中国房地产业的不断地成熟发展，装饰画的市场前景可以预见，只要我们有不断地创新和个性，就一定不会被市场淘汰。

**装饰工程人工调研报告范文 第八篇**

1．长三角地区高职院校建筑装饰工程技术专业点分布情况

（在上海市内、外各选三所高职院校，主要统计设置该专业的学校、专业开设时间、三年在校学生数、每年岗位就业人数）表

32．长三角地区高职院校建筑装饰工程技术专业教学情况及存在的主要问题（包括课程设置、教材使用、实训条件、考证率、师资情况等）

课程设置基本上都包括设置的核心课程《AUTOCAD与装饰制图》、《装饰预算》、《装饰材料与构造》、《装饰设计》、《装饰表现》（包括手绘技法表现与电脑表现）、《装饰施工工艺》、（AUTOCAD辅助室内设计）、《室内设计原理装饰表现》、《建筑室内外装饰工程设计》、《装饰材料与施工工艺》、《建筑史》、《建筑装饰计算机辅助设计》等专业课程。

教材使用多采用“十二五”规划教材配套校内教材的方式。各学校基本上都也独立的建筑装饰实训室，并有安装了建筑装饰相关软件的机房。建有中央财政支持建筑技术实训基地，和多家施工企业建立“校企合作、工学结合”产学研示范性实训基地各校师资都采用“专兼结合、校企混编”的“双师型”优秀教学团队。

存在的问题多集中1高职院校的课程体系设置不完善,不能很好的将理论课的学习与实习实训课的锻炼结合在一起2职教师上，目前本专业的兼职教师多是企业的技术人员，往往出现两方

面的问题，一方面工作忙，时间上难以保证；两一方面，工作流动性大，合作关系不够稳定。

**装饰工程人工调研报告范文 第九篇**

家庭装饰业税收征管状况调研报告

摘要：经济的发展带来了\_\_\_\_\_市家庭装饰业的繁荣，家装业关系到千家万户，我市的家庭装饰业税收征管是必须予以重视的问题。本文以\_\_\_\_\_市市区家庭装饰业税收征管问题作为调研对象，在对我市市区家庭装饰业税收征管中存在的问题进行了归纳、分析的基础上，结合我市的实际情况，提出了建立市场准入机制等六条加强\_\_\_\_\_市家庭装饰业税收征管的积极建议，以期对我市家装业税收征管提供行之有效的解决途径。

关键词：家庭装饰业 税收征管 对策

近年来，人民生活水平提高、消费观念改变，小区物业管理日趋完善，居民个人购买住房并进行室内高档次装饰已成为人们的消费时尚和热点。根据\_\_\_\_\_市房产局的统计，20xx年\_\_\_\_\_市区居民住宅销售面积为万平方米,20xx年万元平方米,20xx年万平方米,20xx年万平方米,若以每平方米400元装饰费计算，20xx年至20xx年累计装饰费达亿元，不考虑所得税仅按的综合税负率计算，应纳税款达2500万元。再将\_\_\_\_\_市居民个人购买的非住宅用房、竣工交付使用的拆迁安置房装修和更新改造旧居室等因素考虑进来，家庭装饰业产生的税收已经成为一个不容忽视的税源，规范家庭装饰业税收征管，是目前税务机关迫切需要解决的问题。

一、\_\_\_\_\_市市区家庭装饰业及税收征管的现状

（一）家庭装饰业情况复杂

20xx年以来，市区房地产市场日益火爆，居民消费观念改变，促使市区家庭装饰业迅猛发展。截至20xx年3月，我市已经在工商办理注册登记的家庭装饰企业约250户，还有数量众多无法统计的“三无”家装队。我市的家庭装饰业主要有以下特点：一是装饰队伍多样化。既有专业化程度较高的家装公司，也有“挂靠型”装饰公司，还有相当部分是无资质、无工商执照和税务登记、无固定办公地点的“三无”个体装修队。二是装饰形式多样化。包工包料、包工不包料、半包工包料（即大宗装饰材料业主自行彩购、小额装饰材料装修公司或装修队采购的形式）皆而有之。三是合作形式多样化。既有装饰公司或个体装修队统一承包装修的，也有将一项装饰工程分解成水电、泥水、木工、油漆等分别承包装修的。根据我们对市区10家物业管理公司的调查走访，结果显示目前\_\_\_\_\_市区家装公司占了整个家庭装饰市场约40%的份额，另60%的份额则由“三无”个体装修队占据。由于家装工程数量众多，地点遍布千家万户，众多的“三无”家装队难以找到他们的下落，税务机关对家庭装饰业难以进行税收征管已经成为普遍的事实。

（二）行业管理缺位严重

目前对\_\_\_\_\_市家庭装饰业进行监管的部门主要是\_\_\_\_\_市房地产监察大队和\_\_\_\_\_市装饰装修管理办公室，由于管理人员相对不足等原因，这两个部门对\_\_\_\_\_市家庭装饰业的监管很难到位。这一方面使得没有建筑装饰装修资质的散兵游勇长期活跃在\_\_\_\_\_家庭装饰行业的现象无法得到遏制，装饰装修质量、工程造价无从掌握；另一方面使得国家的有关规章制度没有落实到位。《住宅室内装饰装修管理办法》（\_\_\_\_\_xxx令

第110号）第十三条规定“装修人在住宅室内装饰装修工程开工前，应当向物业管理企业或者房屋管理机构申报登记。”对此条规定，\_\_\_\_\_市目前的状况是装修人不知道应该提出申请，物业管理单位或者房屋管理机构也没有将此项工作纳入实施之中。监管的不力导致家装行业中的企业及经营者采取各种手段恶性竞争，逃避缴纳税款是他们的手段之一，个人经营者打一枪换一个地方游离于税务管理之外，企业不入帐、入假帐偷逃税款的现象屡见不鲜。

二、\_\_\_\_\_市市区家庭装饰业税收征管中的难点分析

（一）税源难以监控

家装工程具有分散性，单个工程量小，总体工程数量多，税源遍布城市的角角落落。税务部门在工程时间短、面广、分散的情况下，单靠自身的力量很难掌握工程开工的时间、地点以及最终结算金额等具体情况。另一方面，家庭装修纯属个人行为，大量的个体装修队都是通过熟人介绍开展业务的，业主和装修队有了这层关系，同时也是出于对自身利益的考虑，一般是不会向税务机关主动提供税源情况的，更不会督促施工者向税务机关申报纳税。

（二）计税依据难以掌握

一是个人经营者的计税依据难以确定。由于个体装修队大部分都是社会分散的手工艺者临时拼凑而成，采用将工程化整为零的形式，即将一项装饰工程分解成水电、泥水、木工、油漆等项目，分别由不同的人员进行承包装修。实行分项承包装饰后，一项家装工程出现了多个纳税人，他们既无工商营业执照，也无装饰业所必需具备的资质证书且流动性大，价款大都是口头约定，付款时是现金交易而且客户不需要开具发票。在这种情况下，税务机关难以对这些个体装修队实施有效的跟踪管理，因为没有合同、发票所以无法掌握其发生的真实应税营业额。二 是家装企业的计税依据难以确定。由于目前市区家装行业缺乏强有力的规范管理，“三无”装修队运营成本低廉，利润颇丰，那些有质量、依法纳税的有资质的正规企业反而失去了竞争优势。在这种不公平的竞争环境中，一些中小型家装企业在求生存的压力下，出现了偷逃税款的行为。他们在施工过程中不签定合同或者与业主私下达成协议，签订假合同，不如实反映承包金额。隐瞒下来的营业额根本没有计入帐本之中，而业主装修过程中交易付款方式多以现金为主，税务部门很难从企业的帐本、帐户上寻找到这部分隐身掉的税款。

（三）税收征管缺乏有效的控管手段

长期以来，税务机关对建筑安装、装饰企业的税收控管，一般采用“以票控税”的办法，但此控管手段对家庭装饰业来说却难以发挥作用。由于住房装修者大部分是个人，业主无索取发票意识，客观上也不需要发票报账，并且向装饰公司或装修队索取发票还会增加许多额外的费用，使得“以票控税”的办法很难在家庭装饰装修业中发挥作用。个体装修队不需要向税务机关领取发票，长期游离于税务管理之外；家装公司既不需要向地税部门领购发票，也不需要在采购装饰材料时取得发票，很便利地偷逃了大量国家税收。由于对装饰公司缺乏有效的税收控管手段，目前地税部门对装饰公司在税收管理上普遍采取定期定额方式进行管理，但税收定额普遍较低。迎江区50余家装饰公司税收定额最高的为月定额20xx0元，最低的月定额只有3000元。而在这次调查过程中，一位家装行业的业内人士告诉我们，目前\_\_\_\_\_市规模较大一点的家装企业年营业收入已经达到参百万元。企业的实际应税营业额与其申报纳税的数字之间差额的巨大由此可见。此外，由于业主和装饰公司在采购装饰材料时，不要求销货方提供发票，而代之以发货单等，这也造成了装饰材料销售环节税收的大量流失。

三、加强\_\_\_\_\_市市区家庭装饰业税收征管的对策

（一）建立市场准入制度

建立市场准入制度是规范家庭装饰装修业税收征管的前提条件，同时也能有效地保护消费者的合法权益，规范双方的行为，减少矛盾和纠纷，促进我市家庭装饰装修业的健康发展。因此，建议市政府研究出台《\_\_\_\_\_市住宅室内装饰管理实施办法》，对我市家庭装饰装修业进行规范。其内容应包括：所有的家庭居室装饰装修必须由具有相应资质的装饰公司的承担；凡未按规定取得营业执照和建筑资质证书的装饰公司一律不得承接装饰装修业务；所有的装饰公司在装饰装修工程开工前，必须持装饰合同、营业执照、税务登记证以及相关资质证书复印件，向物业管理企业进行申报登记。对未按规定进行申报登记的，物业管理企业有权阻止其进场施工，并将情况及时报告市房地产行政管理部门，由房地产行政管理部门按规定进行处罚。

各职能部门应充分发挥其职能作用，形成统一联动、综合治理的局面密切配合，齐抓共管，促进市区家庭装饰装修行业的健康有序发展。建设行政管理部门应加强对家庭装饰装修行业的资格审查及房屋装修申请备案的管理，严厉查处违规装饰行为；工商、税务部门要进一步加大打击无证经营和偷逃税行为的力度；质检部门要加强对关系消费者人身安全的项目进行检测；物业管理部门要认真履行装饰装修申报登记、现场管理等重要职责，严格把好装饰公司的进场检查关。通过密切配合加强管理，达到公平税负、鼓励竞争、保护合法经营的目的。

（二）建立委托代征制度

针对税务机关对家庭装饰装修业税收征管缺乏控管缺乏控管手段的实际，税务机关应充分发挥物业管理企业能够对装饰企业进入小区施工前后及施工整个过程进行有效监控的有利条件，建立协作关系，委托其代征家庭装饰修业税款。具体可按以下程序办理：

1、房屋所有人或使用人在装饰装修工程开工前应会同委托装饰企业，将房屋所有权证（或者证明其合法权益的有效凭证）、营业执照副本复印件、税务登记证副本复印件、装饰企业资质证书复印件、装饰合同等有关资料，向物业管理企业申报登记，如实申报装修面积、拟开工时间和竣工时间、合同价款等内容，填写《家庭装饰工程纳税登记表》。

2、物业管理企业根据装饰企业填写的《家庭装饰工程登记表》、装饰合同等相关资料，向装饰企业收取相当于装饰工程价款应纳税款的纳税保证金，合同价款高于税务机关核定的计税营业额的，按合同价款计算收取；装饰合同价款低于税务机关核定的计税营业额的，按税务机关核定的计税营业额计算收取。装饰企业缴纳纳税保证金后，方可进场施工。

根据房产管理部门的调查，目前一般家庭的居室装饰装修单位建筑面积的装饰费用（不包括电器、地板、洁具、橱柜、灯具等）在300元-600元左右。根据简税制、宽税基、低税率、严征管的原则，建议在征收的初期以广覆盖低税负为原则，单位建筑面积计税营业额按400元核定比较适宜。

3、月度终了后，装饰企业应持已完工工程合同、《家庭装修工程登记表》、\_\_\_\_\_市建筑安装统一发票、纳税保证金收据，向主管地税机关办理纳税保证金转税手续。

（三）建立税源监控体系

**装饰工程人工调研报告范文 第十篇**

1．全国与地方(上海或长三角地区)建筑装饰工程技术行业发展现状与趋势

上海城市化建设的加快，住宅业的兴旺，国内外市场的进一步开放，将为建筑装饰业带来更为广阔的发展空间。统计资料显示：截止到20xx，海房地产业一直保持持续、稳定的发展。房地产投资、开发、供应、销售量均达到历史最高水平；房地产企业涉及生产、流通、消费等各个领域，初步形成了门类齐全的产业体系；房地产业已形成相应的产业链，带动了相关产业的发展，成为上海国民经济一个重要的增长点。

近年来建筑市场繁荣活跃，上海在全国建筑业中的强势地位，上海市普遍认为，目前是建筑业指标增幅最大，发展态势最好的时期。20xx上海建工营业额同比增长1 ％，连续四年保持2位数的高增长；在这样的市场环境下，装饰企业技术进步进展顺畅，进步较快。

建筑装饰专业人才需求情况、

随着建筑业的快速发展，以及人们对物质和精神需求的不断增长，我国的建筑装饰业发展极为迅速。目前建筑业的体系划分由过去的“勘察设计业、土木建筑业、设备安装业”更改为“勘察设计业、建筑安装业、装饰装修业”。据调查装饰装修行据统计我国目前建筑装饰业的从业人员已达1500多万，其中一线操作人员80%以上是农民工，技师和高级技师的比例均不足1%，专业技术和经营管理人员51万左右，约占从业人员总数的6%。技术与管理人员的学历水平较之建筑施工技术领域低，专科及专科以上学历约占，许多建筑装饰企业的技术岗位有大量的人才缺口。从上海今后发展趋势来看，装饰行业对初、中级人才的需求量增长较快，主要担任中小型装饰公司的设计及施工管理等工作，具有较大的上升空间

3．全国与地方建筑装饰工程技术专业对应的职业岗位分析表1建筑装饰专业毕业生所适应的岗位群

从图中可以看出，建筑装饰工程技术专业相对应的岗位还是较多的，并不拘泥于建筑装饰员和建筑设计师。各岗位对人才的素质、能力要求如下：

1．思想素质要求

(1)政治思想品德素质：爱党爱国；爱岗敬业；诚实守信守法；良好的职业道德。

(2)人文素质：崇尚真善美；关爱自然、关爱社会、关爱他人；举止文明、品格优良；有较强的交际能力、沟通协调能力、团队协作能力。

(3)身心素质：健康的体魄；健康的心理；良好的性格和坚强的意志。

(4)职业素质：扎实的业务素质；有较强的责任心和事业心；严谨踏实、吃苦耐劳的工作作风；较强的质量安全意识。

2．职业素质要求

(1)本专业所必需的高等数学、英语、计算机、建筑装饰制图、CAD、建筑力学与结构等基本知识。

(2)建筑美术、建筑装饰材料、建筑装饰构造、建筑设备等专业技术知识。

(3)建筑装饰原理与设计、装饰造型设计、计算机辅助设计等专业技术知识。

(4)建筑装饰施工技术、建筑装饰施工组织设计与管理、建筑装饰工程技术、工程招标与投标、项目管理等专业技术知识。

(5)本专业相关的法规、标准和规范。

(6)必要的人文社会科学知识。

3．职业能力要求

(1)绘画及艺术审美的初步能力。

(2)制图与识图能力。

(3)建筑装饰工程的设计能力。

(4)编制施工方案和施工组织设计的能力。

(5)编制建筑装饰工程技术及投标报价的能力。

(6)现场施工组织与管理的能力。

(7)计算机绘图及辅助设计的能力。

(8)学习能力、工作能力和创新思维能力。

4．全国与地方建筑装饰工程技术专业对应的职业资格证书分析

根据调查，鉴于本专业的.相关和边缘学科有很多，因此应与相应的专业群多元化发展，对我校建筑装饰类专业学生的适应的职业资格证书见表2。

**装饰工程人工调研报告范文 第十一篇**

装饰材料这方面的内容，你有做过调查吗？下面给大家整理了装饰市场调查报告，一起来看看吧!

今年暑假我有幸在南京华建装饰公司做暑期社会实践，在华建装饰公司的一个多月里我学到了很多关于装饰方面的知识，在此期间我利用工作之便，参考了许多公司资料做了一份关于装饰材料市场调查报告。

由于人们长时间半生活活动于室内，因此现代室内设计，或称室内环境设计，相对地是环境设计系列中和人们关系最为密切的环节。室内设计的总体，包括艺术风格，从宏观来看，往往能从一个侧面反映相应时期社会物质和精神生活的特征。随着社会发展的历代的室内设计，总是具有时代的印记，犹如一部无字的史书。这里由于室内设计从设计构思、施工工艺、装饰材料到内部设施，必须和社会当时的物质生产水平、社会文化和精神生活状况联系在一起；在室内空间组织、平面布局和装饰处理等方面，从总体说来，也还和当时的哲学思想、美学观点、社会经济、民俗民风等密切相关。本论文主要是针对市场上的装饰材料的种类和市场价格进行调查。

装饰材料的分类：

一、瓷砖。

现在市场上装饰用的瓷砖，按照使用功能可分为地砖、墙砖腰线砖等。地砖花色品种非常多，可供选择的余地很大

1、釉面砖

釉面砖是装修中最常见的砖种，由于色彩图案丰富，而且防污能力强，因此被广泛使用于墙面和地面装修

2、通体砖

通体砖的表面不上釉，而且正面和反面的材质和色泽一致。通体砖是一种耐磨砖，虽然现在还有渗花通体砖等品种，但相对来说，其花色比不上釉面砖。由于目前的室内设计越来越倾向于素色设计，因此通体砖越来越成为一种时尚，被广泛使用于厅堂、过道和室外走道等装修项目的地面；一般较少会使用于墙面。多数的防滑砖都属于通体砖。

3、抛光砖

抛光砖就是通体砖坯体的表面经过打磨而成的一种光亮砖，属于通体砖的一种。相对通体砖而言，抛光砖的表面要光洁的多。抛光砖坚硬耐磨，适合在除洗手间、厨房以外的多数室内空间中使用。在运用渗花技术的基础上，抛光砖可以做出各种仿石、仿木效果。

4、玻化砖：

为了解决抛光砖出现的易脏问题，又出现了一种玻化砖。玻化砖其实就是全瓷砖。其表面光洁但又不需要抛光，所以不存在抛光气孔的问题。

5、马赛克

马赛克的体积是各种瓷砖中最小的，一般俗称块砖。马赛克给人一种怀旧的感觉，因为它曾是十几年前装饰墙地面的材料。马赛克组合变化的可能非常多，比如在一个平面上，可以有多种表现方法：抽象的图案、同色系深浅跳跃或过渡、为瓷砖等其他装饰材料做纹样点缀等等。对于房间曲面或转角处，玻璃马赛克更能发挥它小身材的特长，能够把弧面包盖得平滑完整。缺点是耐磨性较差。

二、地板

木地板:木地板分实木地板、实木复合地板、强化木地板等

1、实木地板是木材经烘干、加工而成，具有花纹自然，脚感舒适，使用安全的特点，是卧室、客厅、书房等地面装饰的理想材料。实木的装饰风格返璞归真，质感自然，在森林覆盖率下降、大力提倡环保的今天，实木地板则更显珍贵。

2、实木复合地板分三层实木复合地板、以胶合板为基材的实木复合地板等。

3、强化木地板(浸渍纸层压木质地板)属于木材衍生材料，分为耐磨层、装饰层、基材层与防潮层四层。

地板装修一般市场价格：

一：地板(菠罗格、某牌、一等品9 0cm×9cm ×1 8cm)1 5 0元／m2

搁栅(落叶松，3cm ×5cm、干燥不带树皮)850元／m3

地板漆(某牌、亮光、漆三度)185元／组

水柏油、地板钉(某牌、3英寸)元／m2

人工：铺地板(含搁栅加反腐)20元／m2，油漆8元／m2(三度)

二：①地板(菠罗格、某牌、一等品90cm×9cm×)150元/m2

搁栅及辅科(落叶松、3cm×5cm、某牌钉、带反腐)10元／m2人工20元／m2

②油漆(某牌三度)32元／m：(含人工)

三、涂料

（一）、涂料的分类：

1、 内墙涂料：外墙涂料：2防火涂料： 3防水涂料：4地面涂料： 5木器涂料：

四、吊顶板

耐火纸面石膏板 耐水纸面石膏板 防水石膏板 吸声石膏板 矿棉板 矿棉吸声...高晶天花板 硅钙天花板 金属天花板 条形天花板铝天花板 矿棉天花板 阿姆斯壮矿棉天花板 吸音天花板 铝扣板吊顶 石膏吊顶。

饰面板材

饰面板材也叫贴面板，是装饰单板贴面胶合板（简称装饰板）的俗称。他是家庭装修中一种主要的面层装饰材料，属胶合板系列，是以胶合板为基础，表面贴各种天然及人造板材贴面。它具有各种木材的自然纹理和色泽，广泛应用于家庭及公共空间的面层装饰。

基层板材

基层板材是相对于饰面板而言的。他是从装饰材料的使用功能上进行区分的，在实际运用中，任何板材均可作为基层板材。一般来说，基层板材料具有造价低、强度大、不易变形、附着力强，可满足造型及以后贴面施工需要等特点。

细木工板的优缺点是什么？如何挑选？

细木工板的优点是：规格统一，易于加工，不易变形，可粘贴其他材料，重量轻，便于施工等，使家庭装修中墙体、顶部装修和木工制作的必不可少的木材制品。

细木工板的缺点是：由于上下两层是夹板，中间为小块木条压挤的芯材，有时中间有空隙，热胀冷缩后易开胶、鼓面、变形。

结 束 语

这次的暑期社会实践让我学到了很多课本上没有的知识，通过这次社会实践增强了我的社会工作能力、交流能力，同时让我对以后的工作充满了向往和信心。在实践过程中我深深的体会到了知识都是相通的，学科之间没有绝对的界限。虽然我是学化学的，但在装饰这方面有很多东西都与化学是有很大相关的。比如说，虽然我们没有参加装饰材料的生产，但是在使用这些材料时我可以很清楚的知道这些材料的性能及其毒性（是否适合用于家居装饰）等。

**装饰工程人工调研报告范文 第十二篇**

【摘 要】旅游业是我国服务业的主要组成部分，而度假酒店是旅游业的不可或缺的重要组成部分。改革开放以来，我国旅游业持续保持快速发展，领各行业之先迈入了世界大国的行列，有力地推动了服务业总体规模的扩大和整体质量的提升，成为我国服务业发展的重要动力因素。度假酒店作为旅游业的一个重要组成部分，经过近三十年的快速发展，在全球一体化、全国产业化、周全乡村化和全方位市场化的发展布景上，中国的度假休闲市场浮现出蓬勃发展的态势，人们的消费也发生了一解列新的需求，度假酒店工业发展进程中：滨海休闲连续发展，温泉度假大为昌隆，山岳型度假酒店起头止步，海外度假成为时尚。旅游度假区和度假酒店的开发扶植在新的时期也产生了一些新的意向和趋势。

【关键词】 度假酒店 布局 开放 审美 地域性 土楼

度假酒店的发展

度假酒店是依托良好的自然或人工景物条件，创造宜人的、具有人性化特征的休憩环境和服务设施，为度假者提供丰富多彩而独具特色的休闲娱乐活动的综合性区域。近年来，随着我国旅游方式从传统的观光旅游向休闲、度假旅游的转变，度假酒店在我国得到了迅速的发展。

度假酒店不像城市酒店多位于城市中心位置，度假酒店多建在滨海、山川、湖泊等自然风景区附近，远离市区，交通便利，而且分布很广，辐射范围遍及全国各地，向旅游者们传达着不同区域、不同民族丰富多彩的地域文化、历史文化。度假酒店经营季节性强，对娱乐设施要求较完善，突出个性化服务，度假酒店在设计风格上返璞归真，讲究人与自然融合，努力为住客创造休闲放松的环境。

旅游市场的日趋成熟，自费旅游增多，有利于度假酒店市场的成熟。因此度假酒店应以国内居民为主要目标市场，在酒店开发和建设方面，应结合国内居民的消费水平和消费特点，开发相应配套的度假型酒店。依据度假酒店的定位，对其空间构成进行合理的安排，发挥自身优势才成为可能。

度假酒店的类型

中国幅员辽阔，不同地域有不同的建筑风格和文化特色。如东北的木屋建筑，能让人感受到森林的气息;北京的四合院，让人感受到皇城根下居民的生活;湘西吊脚楼，让人感受到山水相依，诗情画意的生活;热带的竹楼，体验竹影浓香的生活等等。这些建筑不仅能让度假客人感受到鲜明的地域风情，还能让他们体验到不同地域特色和文化背景的度假生活。在此基础上，增加具有当地民风的活动，以及具有当地文化色彩的饮食、娱乐、休闲项目和丰富多彩的旅游产品，与度假村形成一体，这样的度假酒店不仅能够吸引中国国内的度假客人，更能吸引一些国外的高收入度假客人。

度假性酒店的自然资源具有不可替代性，因而度假酒店所依托的自然因素、地域文化等因素的不同而形成不同的度假酒店：

1自然风景型度假酒店

三亚亚龙湾地区的度假酒店群体属于滨海度假酒店，其建筑风格带有热带海滨色彩或异域色彩，装潢设计也各具匠心。如凯莱之欧陆风情、天域之夏威夷色彩、金棕榈之西班牙韵味、仙人掌之墨西哥风格„„这些酒店均有一个共同的特征：开放式大堂，酒店大堂无一安装空调，一律敞开式设计，海风自然吹来，穿堂而过，令人好不惬意;大堂内沙发、茶几及客房内家具皆以滕编制品为主，符合海岛特点，富有南国情调。

2山地度假酒店

所依托的景观要素通常为山川的秀美和怡人的森林环境。山地度假酒店主要体现在建筑与山体的融合：建筑布局通常采用水平延伸或竖向组合两种形态。水平延伸适应于平缓的山体，其特点是建筑单体依等高线布置或成院落式布局，多采用筑台或掉层的方式来与山体呼应。竖向组合适应于崎岖的山体，其特点是建筑单体垂直于等高线布置，多采用跌落、附岩以及架空的方式来呼应山体，形成高低错落的建筑群落。如西岭雪山山地度假酒店，就是一家以山地休闲度假为主题的特色酒店。坐落于风景名胜区--西岭雪山滑雪场，紧邻景区交通索道旁，依山傍水，环境清幽。

3 主题文化型度假酒店

以某一特定的主题，来体现酒店的建筑风格和装饰艺术，体现特定的文化氛围，让顾客获得富有个性的文化感受;同时，也将服务项目融入主题，以个性化的服务取代刻板化的服务，让顾客获得欢乐、知识和刺激。如三亚环球城酒店，其主题是：“非洲城堡式度假酒店”---具有浓郁的非洲情调;非洲的服饰、装饰、非洲员工的殷勤服务以及非洲民族的文化内涵。

4 生态型度假酒

随着全球生态旅游的兴起和发展，生态型度假酒店应运而生。除了具备休闲度假功能外，还通过把生态旅游与度假休闲结合起来，从而达到了普及生态知识，保护当地生态环境的目的。如长沙的普瑞温泉酒店，整个酒店的植物全部为原始植被，未有任何人为改造，植被内的生物链完好无缺。

度假酒店的特点

集多种功能、多重角色于一身的度假酒店的特征相对复杂和多元化，与普通观光旅游场所有着相当显著的差别。度假酒店要有全球目光，全球化与本土化相结合，大众化与个性化、批量生产与度身定做相结合。

1.地理位置或围绕或远离城市，为城市人群周末度假放松提供舒适的休闲环境;人们拥有足够的时间时，往往希望远离喧嚣的城市，到名山大川或乡村去享受大自然的舒适。

2.完善且独立的生活配套设备：一般度

假酒店符合大众游客的生活习惯和品位，提供与日常生活相衔接和融合的度假居住设施和环境，以满足不同游客的需要。并且度假酒店的氛围比普通居住理念的更加舒适、安逸、完善、周到。

3.综合性的休憩、娱乐服务设施：在度假酒店人们所追求的是身心的愉悦和放松。不同类型的度假酒店具有不同种类休憩、娱乐服务设施。度假酒店是休息、观光、会议、商贸、休闲、娱乐等多种活动的综合体，接待对象包括各个年龄阶段、各类人员组成、各种兴趣特征的度假者。总体布局包括居住、商务、服务、活动场地、绿化环境、交通停车等多功能分区。多种需求集中于度假酒店，就必然要求与之相配套的综合性、多元化的经营管理。

4.多元文化的综合体：度假酒店每年接待成千上万来自五湖四海的度假游客，同时也集中了不同地域风格和不同文化特征。再加上度假酒店所在地的民风乡情以及为符合度假酒店主题而设的特色设施和活动，度假酒店成为一个多元文化的综合体。

5.客房布局：一是开间大，有落地阳台;二是建筑高度不超过周边树木;三是伸展式梯级型后退格局，保证室内采光好;四是亲近自然。

度假酒店的地域性

在满足度假酒店自身功能需求与主题表现的基础上，度假酒店与其所在地的自然和人文环境相融合的属性就是度假酒店的地域性。在度假酒店的没计中与周围环境(自然环境和人文环境)的“契合”就显得尤为重要。度假者出游的动机是希望到一个与平常居住工作环境完全不同的地方去体验一种在日常生活中难以得到的全新生活，缓解日常生活的压力，获得身心的放松和愉悦。表现度假地的地域特色就成为度假酒店营造这种与现代都市中高节奏生活完全不同的“全新生活”的重要方式。

度假酒店对其地域性特征的表现应该以满足功能需求和主题表现是前提。现代度假酒店功能复杂，是多种活动的综合体，是一种现代的建筑类型。因此，绝大多数度假酒店都不可能生搬硬套传统的形式和风格。这中间必然经过一个转换和融合的过程。度假酒店的主题也是一个不可忽视的前提条件。对于度假酒店而言，必须以一种广义地域主义的创作手法来表达其地域性特征。

其次，度假酒店地域性核心内容是与其所在地的自然和人文环境相胁调。虽然这种协调涵盖了建筑设计、经营理念、管理模式等各方面的内容。但是就本项目设计，主要是从建筑和环境设计的角度来考虑这种协调，这也是度假酒店中体现地域性特征最直接最明显的方

面。度假酒店对自然环境的尊重不仅体现在酒店本身的形式和设计上，还要充分考虑度假者与当地自然环境的关系。其目的在于使度假者能融于自然，享受自然。人文环境包括当地的民俗和文化传统，在度假酒店中主要依靠建筑形式、环境布置和度假项目的设置三方面来实现对与当地人文环境的融合。

由于度假酒店对地域自然景观和地方文化的依赖使得地域性在度假酒店中得到广泛的体现。研究度假酒店在于以实例和理论分析为基础，对度假酒店的特征和设计策略进行归纳和总结，为酒店的设计实践提供有价值的参考，提供对度假酒店的地域性特征全面客观的认识;总结地域性在不同类型度假酒店中的表现形式;为度假酒店的设计实践中表达地域性特征提供相关策略和有价值的参考。同时，其设计策略和方法在很大程度上也是围绕着表达地域特色这一主题的。

结合基地分析

对本次项目设计而言，基地位于南靖县，作为中国著名的土楼王国，土楼旅游资源非常丰富，客家的民族文化、各式土楼风光吸引了大量的国内国际游客。因而设计策略和方法在很大程度上也是围绕着表达土楼文化这一主题的。因此，对土楼进行一定的调研是非常有必要的。

南靖土楼

南靖县境内现存各类土楼15000多座，其中大造型土楼1300多座，除常见的圆形、方形外，还有圆形、方形、五凤形、半月形、交椅形、围裙形、凸字形等，并以最老、最美、最高、最大、最小、最奇而闻名于世，给人以奇特的艺术感染力和强烈的心灵震撼力。一种民居建筑有这么多的奇妙建构和变幻多端的造型形式在世界民居建筑中是极其少见的，堪称是“土楼王国”、艺术典范。主要代表有田螺坑土楼群“四菜一汤”是所有福建土楼中形体组合最壮观的土楼群;

河坑土楼群，有“仙山楼阁、北斗七星”之称;怀远楼，是所有土楼中最精美的双环圆土楼;和贵楼 –建在沼泽上的土楼，此楼有四奇，被誉为“天下第一奇楼”;裕昌楼 –东倒西歪建于元末明初，是南靖县现存最古老的土楼。

每一座土楼，从整体到各个不同的有机组成部分，都有它独立的作用和功能，整座楼具有通风采光、防潮保温、防风抗震、安全自卫的特点。

“土楼是原始的生态型的绿色建筑。”黄汉民说，土楼冬暖夏凉，就地取材，循环利用，以最原始的形态全面体现了人们今天所追求的绿色建筑的“最新理念与最高境界”。

一、符合生态环保理念

土楼往往择址于依山傍水之地，自然环境极佳。其次，建造土楼往往是就地取材,使用的生土、木材、鹅卵石等基本上取自当地。是“资源节约型”建筑的典范。再次，生土建筑具有调节温度的作用，冬暖夏凉的土楼是“温度适宜型”建筑。土楼容纳了风水、文化、景观、生态、人文为一体，是一个环境景观生态风水学的样本。

二、不可摧的防御系统

结实的三合土墙，结合了“三防”(防风、防水、防震)功能和防盗和防匪。在特殊的社会环境下营造出适应固守的平面布局;牢不可破的土楼外墙能提供防卫、抗御的功能;神秘的传声筒与地下通道更加牢靠防卫体系的严密。

三、向心有序的建筑空间

通过土楼内外空间尺度的强烈对比，体现了土楼空间序列服从封建的礼教仪规;土楼空间的内向性与向心性使得土楼在居住空间的竖向分配与线状组合，从而构成了圆楼空间的完整性与统一性，在一定程度上明确了土楼空间的私密性层次。

四、朴实完美的建筑处理

庞大庄重的屋顶、朴实粗犷的墙身、活泼统一的窗洞、 端庄显眼的入口、富有韵律的木构、 巧妙拼接的井台、装饰华丽的祖堂。

土楼的传承

与现代城市单元式“蜗居”相比，土楼最大限度地促进了人与人之间的交往与沟通，尤其是那些内通廊式土楼更能发挥这种作用。一般来说，土楼内的生活方式可以避免城市中弥漫的孤独感。睦邻友好的土楼是“空间和谐型”建筑。

现代优秀的建筑师们从土楼身上获得了灵感，在他们的设计下，一座座糅合了传统土楼建筑元素的现代建筑拔地而起，借鉴并传承着土楼的血液与命脉，续写着古今交融、中外合璧的建筑风采。例如，公安学院图书馆虽然更多地使用了现代建筑材料，但其设计取圆楼的形式，内部空间宽敞明亮，对外更加开放,创造了现代的阅览环境，显示了“脱胎换骨，糅古入今”的又一种可能性，同时彰显了浓厚的民族特色。

土楼的形制以及土楼与环境的呼应关系在现代的居民小区设计中也有了继承。万科宣布，他们将借鉴土楼这种有血缘关系的大家族聚居的建筑形式，设计适合中低收入者购买并群体居住的大型住宅---“万汇楼”。充分借鉴了客家土楼房间朝向均好、内院空间大、抗风、抗震的技术优点，以及人与自然和谐统一的文化特点。

建筑呈外圆内方之空间格局，并籍

此形成各种类型的公共空间，一方面达到良好的通风采光效果，另一方面便于邻里间的交流。打造成众多人和谐聚居的大型“集体宿舍”，在对传统土楼进行文脉传承的同时，将其改良成可以满足新一代移民居住的现代建筑。抽象传统土楼的原型，形成新移民聚居的创新型社区，外圆内方的空间格局，形成多个庭院空间，回归邻里温情，营造谐和的居住氛围。新式“土楼”将给城市带来新的视觉冲击，这亦将为城市空间的多样性、城中村的改造，乃至解决城市中低收入者居住问题提供新的思路。

另外，恒和集团的特色项目“恒和·依山郡”。其中的“炫动公寓”以客家土楼为设计灵感，采用大直径圆筒型设计，独树一帜，尝试在融合中国民居的优越传承和西方现代人居发展方向的基础上实现创新。

设计方向

在度假酒店的没计中与周围环境(自然环境和人文环境)的“契合”就显得尤为重要。研究度假酒店在于以实例和理论分析为基础，对度假酒店的特征和设计策略进行归纳和总结，为酒店的设计实践提供有价值的参考，提供对度假酒店的地域性特征全面客观的认识;总结地域性在不同类型度假酒店中的表现形式;为在不同类型度假酒店的设计实践中表达地域性特征提供相关策略和有价值的参考。由于其对地域自然景观和地方文化的依赖使得地域性在度假酒店中得到广泛的体现，同时，其设计策略和方法在很大程度上也是围绕着表达地域特色这一主题的。

对度假酒店如何结合地域性作深刻思考，怎么从土楼身上获得灵感?新建筑如何保持地域特色，体现土楼世界自然遗产的历史传统和形式特征?

在建筑空间上致力于开放式的酒店布局，避免复杂的格局。

在建筑造型上致力于外观造型新颖别致，具有鲜明的时代特征和文化品位。

在建筑内涵上致力于融入南靖县的传统文化特征。在建筑意象上致力于土楼旅游的特色建筑。

南靖的土楼建筑历史悠久，文化底蕴深厚，其建筑艺术、地理风格以及风土民情，都体现浓厚的闽南文化色彩和人文精神，土楼是一个时代的见证。本次研究选择度假酒店和南靖土楼为对象，主要采用由理论研究到实践运用逐步推进的方法，并通过资料收集、实地调查和文献检索等方法开展研究工作。研究目标在于：通过调查研究，紧密结合地形、当地气候条件和周围环境，做到分区明确，布局合理。在满

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！