

专题讨论

我国家具业发展的新特点

许美琪

(上海市家具研究所, 上海 200001)

摘要: 近十年来,中国家具业经历了以量的扩张为主的第一个高速发展期,在国内经济高速发展、人民生活水平稳步提高和国际市场需求旺盛、国际家具产业转移的背景下,未来 5~10 年将迎来以质的提高为主的第二个高速发展期。在中国家具生产和市场分析基础上,优化产业结构,降低消耗,在提高效益的基础上保持较快的适度增长,将是今后中国家具业发展的特点。

关键词: 家具业; 生产; 市场

中图分类号: TS664 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-8654(2006)02-0035-03

New Trends in the Development of China's Furniture Industry

XU Mei-qi

(Shanghai Furniture Research Institute, Shanghai 200001, China)

Abstract: During the past ten years, China's furniture industry experienced the first fast development stage with a focus on production output expansion. In the next 5~10 years, backed by a booming national economy, rising living standards, growing global demand, and increasing product migration from developed countries to developing countries, the Chinese furniture industry will enter the second rapid development stage with an emphasis on quality improvement, instead of production volume. The industry will grow at a moderate rate by optimizing the industry structure, reducing consumption, and increasing profitability and efficiency, based on an analysis of the production and market for the industry.

Key words: furniture industry; production; market

我国当前及今后几年经济发展的重点是,着力增强自主创新能力,着力推进经济结构调整和经济增长方式转变,着力提高经济增长质量和效益,促进和谐社会建设,推动经济社会发展切实转入科学发展的轨道。我国家具业如何从行业发展角度,结合行业特点,创新出可操作化的路径来实现这些目标,是需要整个行业努力思索的。

根据中国家具协会的报告,2005 年以来,全国家具生产和出口仍呈高速增长的态势,预计全年生产增速在 25% 左右,产值可达 3 312 亿元人民币;出口增速 35% 左右,出口额将超过 130 亿美元^[1]。但是,在高速发展中也存在不少问题,主要表现为:一些地区和产品的盲目发展,投资增长过快,造成与国民经济

和人民生活需求不够协调;产品结构上,高档产品不足,中低档产品过剩,竞争激烈;人才缺乏,管理水平不高,劳动生产率处于较低水平;资源缺乏,土地供给不足,能源紧张;国际反倾销和贸易壁垒问题不容乐观。本文从生产和市场两个视角来分析中国家具业发展将会出现的新特点。

1 生产

1.1 大型企业

20 世纪后期以来,信息化技术使工业化生产方式出现了革命性的变化,数字化制造及其管理成为核心。随着原材料和能源成本的上升,劳动力价格的提高,大型企业由于投资和产量巨大,其边际效益递减和本身生产惯性的劣势,只有率先引进新技术、新方法才能摆脱与众多中小企业价格竞争的困境,才能在

收稿日期: 2005-12-21

作者简介: 许美琪(1945—),男,上海市家具研究所教授级高级工程师。

专家论坛 万方数据

“小批量、多品种”的市场细分中保持优势。目前,我国比较先进的大型家具企业已经做到:

——按照产品的专业化布置和自动化流水线生产流程来改变家具生产的作业方式。信息化、自动化在木工机械中大量应用,使机器具有记忆功能,在提高生产效率的同时极大地增加了工艺的柔性;

——将生产组织的管理职能有机地结合,形成一体化的家具企业管理信息系统,并进一步为家具企业发展提供商业智能和决策支持能力;

——进行产品数据库的建设,使其成为生产管理软件的运用基础;

——品质保障体系更加完善,建立了厂内测试中心,有效地控制家具质量,减少了品质问题。

——利用先进制造手段及管理方式,取得降低成本的优势。

简言之,就是以先进的科学技术支持巨大的产能,生产方式标准化,并在信息化的平台上实现现代管理模式。整个生产和管理表现为一个严密的、有序的系统。

1.2 中、小型企业

传统产业运用高新技术改造,实现新型工业化,需要大量的资金和一大批高素质的人才。我国的中、小型家具企业目前尚不具备这样的资源禀赋,但并不等于中、小型企业不能走新型工业化的道路,问题是如何能找到扬长避短的路径。其实,目前我国家具业集中的地区,如广东深圳、山东临沂、浙江温州、浙江安吉、河北胜芳、成都新都等正在筹划或建成的工业(园)区,就是利用“产业集聚”的优势,以“专业化分工、社会化协作”的方式来整合和配置资源,从而走出一条具有中国特色的新型工业化道路。如果能够把生产同一类型产品的龙头企业(终端企业)、为龙头企业配套生产零部件的企业(中间企业)、以及为这些生产企业提供配套服务的企业和组织(原辅材料企业、服务型企业和中介机构)高密度集聚在同一区域,以专业化分工协作的方式,可显著降低信息、技术开发、生产和交易的成本,并可以“积小成大、聚沙成塔”,配置稀缺的资本、技术、人才等资源,形成工业化经济。

在这一方面,行业协会可以发挥凝聚和协调各方利益的重大作用,而各企业在产业链中,通过合作与竞争,获得自身的生存和发展空间。

2 市场

2.1 国内市场

自20世纪90后期以来,我国家具的国内市场消

费已渐趋成熟,已从卖方市场转变为买方市场。尤其是近年来房地产业的发展,居住环境和设施大为改善,人们开始要求适合自己居家的定制家具。现在的家具业已经进入了“引领生活方式”的时代,家具的价值在于激发人们的生活兴趣,改变生活方式。这种需求背景下,对客厅、卧房、书房、厨房、卫浴家具都提出了新的要求,例如:客厅柜在功能要求上应具有更多的配合视听设备的接口,或在结构上要求是内插墙体式的;书房家具大都要求配备有电脑台或者个人工作站;厨房家具要求与食品贮藏和洗涤(冰箱、冷藏柜、洗碗机、不锈钢水槽、热水器等)、烹饪(微波炉、消毒柜、烤箱、抽排油烟机)的用具相适配;卧房家具最大的挑战是,贮衣间、壁柜向传统贮藏类衣柜的挑战,同样,床具也出现了许多新的品种并具有了多项功能。更重要的是,随着经济的发展和民众生活水平的进一步提高,消费者个性化的需求更多元化了,给市场及其销售服务提出更多、更复杂的要求。

我国现有的家具销售模式有:1)大型的家具批发市场,如广东乐从、厚街、河北香河、苏州蠡口等家具市场;2)专业的家具商城(厦、店),如吉盛伟邦、月星、红星、建配龙、金海马、好百年、金马凯旋等大型的家具体商城(厦、店),但同时还有大量中、小型的家具体商城(厦、店),如徐家汇家具世界、春申江家具商厦、君乐美家具商城等;3)由制造商开设的专卖店或展示厅,如曲美、美克美家等;4)由外商开设的家具商店,如宜家、达芬奇、北欧风情、法国之家等;5)在百货店、超市,如百安居、欧佩德、沃尔玛等中开设家具销售;6)小型的杂货店,零售零星的小型家具,如折叠床、桌、凳子等。

目前,国内家具销售的经营面积已达3500万 m^2 ,后5种销售模式是家具零售的主要模式,其中以大、中型的家具商城(厦、店)占有主流市场。以上海为例,2004年的70亿元民用家具的主要销售渠道来自这些家具商城(厦、店)。家具商城(厦、店)的运营模式多数是租赁摊位,招入制造商和经销商进驻,而本身的经营主要在物业和商店的管理方面。在商店管理方面,商业活动中有许多创新,如精心制作和发布商店及其商品广告;策划和组织促销活动;建立入驻厂家或商家数据库,对其业绩跟踪记录和评估;对商品标识和产品说明书的规范;统一收银、统一购货合同;接受顾客的投诉及其处理等。但从根本上来说,大多数经营者并不直接营销家具,所以既没有承担商业风险,也没有从经销家具中取得利润的动力,经营利润的来源只是承租和转租的级差。这种经营

方式没有投入资本、土地、人力、技术等基本生产要素,因而没有形成真正的产业形态。目前,由于中低档家具产品的“供过于求”,造成异常激烈的市场竞争,大、中城市的商务成本的提高,迫使商店摊位租赁价格的上升,使这种“物业租赁型”的家具零售业业态面临着巨大的压力。

根据我国入世的承诺,自 2004 年 12 月 11 日起,我国的零售市场全面对外资企业开放,全面解除了外资零售企业在中国的开店数量、成立公司持股比例以及地域的限制。这种格局将根本改变我国的家具零售业的生存条件,必然对我国家具零售业造成巨大的冲击;另一方面,中国城市居民,特别是中产阶级的壮大,对提升生活品质的强烈诉求,是家具零售业变革的国内条件。市场需求是市场经济的根本动力,这种需求在国际环境的催化下,必然推动我国家具零售业业态的整合与转型。目前家具零售业与商业房地产之间的融合与交叉,如武汉的金马凯旋“销品茂”、上海红星美凯龙装饰家具城的二期改造工程、上海“建配龙”家具商场、广州家居世博园等,已表明了这种变革的端倪。

但在今后较长一段时期内,由于市场层次的多元化和顾客需求的个性化,家具零售模式也必然采取多元的形式,但是无论采取何种方式,必须适应这个急剧变化世界的要求。

2.2 国际市场

我国家具业的发展依赖于“两个市场、两个资源”,即国际、国内市场和国际、国内资源。2004 年我国家具生产能力约为 2 730 亿元,国内市场可消化 1 500 亿元,再加上库存积压的部分(约合 300 亿~

400 亿元),因此,生产能力的 1/3,即 900 亿元(约 100 多亿美元)的家具需在国际市场消化^[2]。中国家具业的进一步发展,仍有赖于巩固传统的国际市场,开发新兴的国际市场。

目前国际家具市场约为 700 亿美元,并以每年约 9% 的速度增长^[3],我国的家具出口近两年来的增长幅度在 30% 以上,过快的速度加深了国际贸易的摩擦。因此,如何把握适当的增长速度、产品的差异化程度、出口国的多元化等,应当是在国际市场方面优先考虑的问题。

3 结论

近十年来,中国家具业经历了第一个高速发展期,主要是以量的扩张为主;未来 5~10 年,在国内经济高速发展、人民生活水平稳步提高和国际市场需求旺盛、国际家具产业转移的背景下,将迎来第二个高速发展期,这个时期主要是以质的提高为主。因此,优化产业结构,降低消耗,在提高效益的基础上保持较快的适度增长将是中国家具业发展的特点。在这个周期中,如何应对技术革命和社会消费的变化进行产业模式和商业模式的创新,实现全面的现代化转型,是中国家具业取得可持续发展的关键。

参考文献:

- [1] 贾清文. 中国家具发展及营销趋势[C] // 2005 中国家具文化节: 国际家具营销论坛论文集, 2005.
- [2] 中国家具协会. 2004 年中国家具年鉴[M]. 北京, 2005.
- [3] Csil. The world furniture outlook 2004[J]. World furniture international market review, 2004(21): 16.

(责任编辑 向 琴)

市场动态

木门市场价格坚挺

近年来,住宅装饰装修行业火热,带动了国内木质门类市场,木门市场行情火旺,尤以实木复合门销售最快。但从近期国内市场走势来看,综合实用、审美、环保以及消费水平等因素,以人造板为主,兼以集成材、木材单板和少量实体木材组成的人造板复合门,因其科技含量高、消耗木材资源少、结实耐用、价格相对便宜,渐成为木门市场的主流。无论何种木门,短期内没有价位走低的迹象,原因主要在于:

1) 用于面板的格木(又名沙比利)、泰柚、黑胡桃等,均属进口高档木材,资源紧缺、价格高涨;2) 国际原油价格暴涨,导致木材运输成本增加;3) 木门

生产缺乏国家标准和行业标准,阻碍国内木门大企业的资金投入和规模生产,致使生产成本高;4) 市场缺乏管理,互相竞价,经营秩序混乱;5) 国内买方市场个性化需求较强,促使卖方市场坚守价位。

国内木门产业作为一个新型的产业方兴未艾,针对发展过程中出现一些问题,中国木材流通协会木门专业委员会专门起草了《木质门》行业标准并报审批,今年还将申报《木质门保修规范》、《木质门安装规范》2 项木门标准。相信伴随木质门行业各项标准的出台,我国木质门市场将会沿着更加健康、规范和良性的轨道向前发展。

郭萌