

# “双循环”背景下东莞家具业的发展策略分析

张艳丽, 曾乐瑶

东莞理工学院经济与管理学院, 广东 东莞

收稿日期: 2023年5月6日; 录用日期: 2023年5月16日; 发布日期: 2023年6月30日

## 摘要

近年来, 世界经济格局发生重大变化。对此, 政府在去年7月规划下半年经济工作时, 提出了以国内周期为主体, 国内与国际周期相辅相成的新发展思路, 即“双循环”经济发展模式。双循环经济不仅顺应了时代的变化, 也为家具企业带来了新的发展机遇; 激活内部活力, 为家具企业的发展注入了发展新动力。本文将通过梳理相关文献对上述问题进行深入分析。以“双循环”为切入点, 对相关文献进行梳理, 对东莞家具业经济内循环为主、内外双循环相互促进的发展思路如何理解; 东莞家具行业在新的发展思路下, 应该把握怎样的发展路径等问题进行探讨。

## 关键词

双循环, 家具制造业, 东莞制造

## Analysis on the Development Strategy of Dongguan Furniture Industry under the Background of “Double Circulation”

Yanli Zhang, Leyao Zeng

School of Economics and Management, Dongguan University of Technology, Dongguan Guangdong

Received: May 6<sup>th</sup>, 2023; accepted: May 16<sup>th</sup>, 2023; published: Jun. 30<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

In recent years, the world economic landscape has undergone significant changes. In response, the government in July last year when planning the second half of the economic work, put forward a domestic cycle as the main body, the domestic and international cycles complement each other's new development ideas, that is, “double-cycle” economic development model. The double-cycle

economy not only responds to the changes of the times, but also brings new development opportunities for furniture enterprises; activating internal vitality and injecting new impetus for the development of furniture enterprises. This paper will analyse these issues in depth by reviewing the relevant literature. With the “double cycle” as the starting point, the paper will review the relevant literature and discuss how to understand the development idea that the internal cycle of Dongguan’s furniture industry is the main economy and that the internal and external cycles promote each other, and what development path the Dongguan furniture industry should grasp under the new development idea.

## Keywords

Double Cycle, Furniture Manufacturing, Made in Dongguan

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

改革开放以来,我国制造业取得了巨大的发展,但也存在着产业结构不合理、科技创新能力不强、资源利用效率低下等问题。近年来,“双循环”经济发展战略的提出将会进一步促进我国产业的高质量发展。“双循环”战略是我国在新时期基于自身条件发展与国际环境变化后对未来经济发展的重大部署,其旨在通过“国内国际双循环结合”的方式推动产业升级,为高质量发展提供动力支持。在“双循环”背景下,制造业将迎来新的发展机遇。当前,我国在科技创新方面取得了显著成果,已经成为世界上最大的市场。与此同时,全球经济进入全球化的深度调整和调整期,贸易保护主义与逆全球化浪潮持续蔓延。同时,随着中国产业不断向价值链高端迈进和制造业逐渐向产业链两端延伸以及互联网新业态不断涌现导致我国整体竞争能力明显下降。为了促进制造业转型升级并实现高质量发展,要从产业结构、企业竞争能力、创新能力等多方面入手来促进制造业转型升级与创新驱动。在“双循环”背景下通过推动产业链的延伸与融合从而实现产业价值链的提升和重构是东莞家具业高质量发展面临的主要问题并将其作为研究对象进行分析探讨[1]。

经济全球化打破了地域的边界,使经济活动从孤立国家走向开放世界。“双循环”发展新格局是基于国内社会主要矛盾的变化和国际环境的深刻调整,适时地提出来的一种全新的发展理念。从当前情况来看,“双循环”战略既对东莞市家具制造业提出要求,也给企业带来机遇,同时又面临诸多挑战。因此要把握新机遇,积极应对风险与挑战。

从2022年前4个月的外贸数据来看,4月东莞家具进出口总额同比增速转正;5月进出口总额同比增速反弹至15.3%;6月进出口总额同比增速进一步反弹至18.1%。可以看出,东莞家具外贸数据正在逐步恢复增长,尤其是自4月份以来,外贸进出口数据恢复较快。一方面体现了我国国内市场巨大;另一方面也说明“双循环”战略具有很强的可行性[1]。

从内部环境看,在“双循环”战略下,东莞家具制造产品的质量和性能都将得到很大提升,这将使东莞传统家具制造业产品的出口竞争力进一步提高,从而也会提升东莞传统家具制造业的整体国际地位。从外部环境来看,“双循环”战略将会促进东莞家具制造业与国外知名企业的合作,从而进一步提高东莞家具企业的整体国际地位。随着“双循环”战略实施之后,越来越多国外知名企业可能会与东莞家具

制造企业建立起长期合作关系, 这将有助于东莞家具传统制造业加快融入国际经济循环。与此同时, 也将加速推动东莞家具业的技术创新和研发能力提升。由此可见, 在“双循环”的战略下, 一方面有利于东莞家具企业打开国际市场; 另一方面也可以加速东莞家具企业研发能力提升。同时在“双循环”战略下, 随着中国制造业转型升级和“一带一路”倡议实施, 东莞家具产品的质量和性能也将得到大幅提升。这也将使得东莞家具企业与国外知名家具企业合作的机会增加、范围加深, 从而进一步提高东莞家具制造业产品的质量和性能以及国际竞争力。

东莞家具业是我国家具业的龙头之首, 代表着我国家具业最顶尖的水平和最集聚的产业优势, 但同时也要看到, 家具行业内部还存在一些问题, 如中高端产品供给不足、产品同质化严重、家具行业大而不强、产品质量标准参差不齐等; 与此同时, 又面临着国外同行的竞争压力, 国际贸易保护主义抬头的政治因素等多种问题。目前, 我国提供要实现“双循环”的发展新格局, 促进国内外循环的联合发展, 在“双循环”的背景下, 东莞家具业应该如何发展、如何树立品牌优势引导东莞家具业进一步在“走出去”的同时也提高国内市场的占有率、如何利用智能制造帮助东莞家具企业实现供给侧结构性改革等问题, 对提高新常态下的东莞家具产业竞争力, 甚至是全国家具产业的发展以及推动东莞经济持续稳定健康发展都有着非常重要的现实意义和参考价值。

本文将以东莞家具业为例, 对“双循环”的背景下的制造业进行分析, 进而挖掘东莞家具业的盈利潜能, 提出对现有问题的解决办法, 总结东莞家具业在“双循环”背景下的发展策略。

## 2. 东莞家具业的发展现状

### 2.1. 东莞家具业规模

目前, 东莞家具行业产值 791 亿元左右, 规模以上企业产值在 341 亿元往上。家具产业是东莞传统优势产业之一, 2021 年, 东莞全市家具制造业实现产值 416.6 亿元。其中, 厚街镇和大岭山镇是东莞家具业的代表镇街。厚街镇拥有超过一千家的家具企业, 规上家具企业有 62 家, 家具企业规上产值达 79.63 亿元; 大岭山镇拥有超 390 家的家具企业, 规上家具企业有 84 家, 从业人员超过 10 万, 沉淀了 76 个家具品牌, 形成了完整的家具产业链, 家具企业规上产值达 48.39 亿元[2]。

### 2.2. 家具产品款式多样

东莞地区的家具产业发展历史悠久, 培养了大量各式各样的从业者, 同时也使东莞家具企业在产品款式上百花齐放, 如今市面上流行的几种主流风格, 比如现代, 古典, 欧式, 美式等都可以生产, 其中由于现代家具最受消费者青睐, 因此生产最多。市场发展日新月异, 如今有条件的人们开始青睐智能家居, 东莞的家具制造行业在这方面也有所涉猎, 通过与相关企业合作生产满足各种消费者的智能家具。在如今的制造业大背景下, 消费者的各种消费模式与交流方式产生的巨大变化, 在私人定制与个性化消费的需求开始显现, 在满足消费者对于个性化产品的期望及消费新形势下, 东莞家具产业的产品已经逐渐开始向着精装修、定制家具(家居)、工厂化装修、全装修、全屋定制家具(家居)、集成家居、整木家具(家居)、整体家居、整装家居、整木定制、智能家居(家具)等新模式发生转变[2]。

### 2.3. 家具业原材料成本

在东莞家具行业中, 原材料成本是主要的成本来源。通过公开资料整理, 综合几家较小型东莞家具企业的原材料的成本占比 68%, 人工成本占比 20%, 制造费用占比 12%; 另外调查一家较大型高端的东莞家具企业美克家具, 其原材料成本占比达到 48%, 人工成本占比 38%, 制造费用占比 14% [3]。如图 1 和图 2 所示。

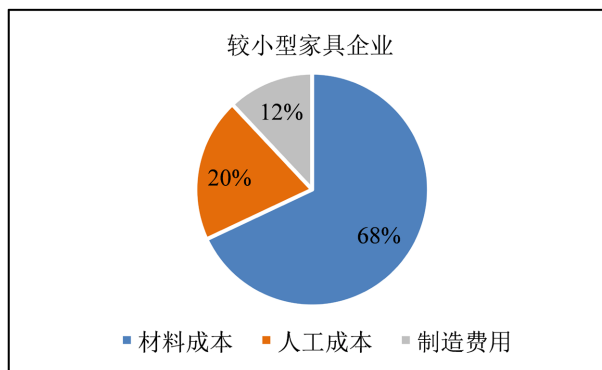


Figure 1. Cost ratio of smaller furniture enterprises

图 1. 较小型家具企业成本比例

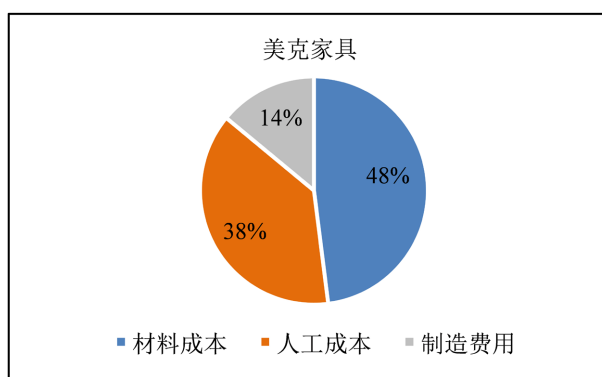


Figure 2. Meike furniture cost ratio

图 2. 美克家具成本比例

## 2.4. 出口状况

国家海关总署在近日公布的 2022 年 12 月份和 1 至 12 月累计进出口数据显示, 家具及其零部件 12 月份的出口额为 461.4 亿元, 较 10 月增长 19.3%; 1 至 12 月累计出口额为 3650.7 亿元, 较去年同期增长 11.2%。2022 年上半年, 广东省家具及其零部件出口额为 598.1 亿元, 同比下降 6.3%。东莞市完成 22.85 亿美元, 比上年同期增长 8.52%, 占广东家具出口金额的 24.52% [4]。由此可见, 东莞市家具业出口规模是整个广东省是占比最高的市区, 而广东省则是整个中国家具行业的佼佼者。

从东莞家具出口市场结构来看, 美国、欧洲和亚洲市场是东莞家具出口的主要市场, 其出口额分别占到了总出口额的 47.6%、42.2% 和 41.4%。东莞家具出口主要集中于美国、欧洲和亚洲市场, 其中对美国的出口额占到了总出口额的 40% 以上; 对欧盟(包括欧盟国家和地区)和亚洲市场的出口额则分别占到了总出口额的 25% 以上[5]。

## 2.5. 出口转内销成趋势

工信部公布了 2022 年家具行业经济运行情况, 2022 年全年, 规模以上家具制造业企业营业收入达 7624.1 亿元, 同比下降在 8.1% 左右; 实现利润总额 471.2 亿元以上, 同比增长 7.9%。但对于出口情况而言, 出口额 584.1 亿美元, 同比增长达 11.8% [6]。对于出口外贸的增长, 主要原因是出口国家的救济金政策的实施和出口国家的停工停产情况, 东莞家具行业业内认为, 今年的出口增长的速度或将放慢, 今年的发展关键将变成发展内销转型国内。

### 3. “新循环”背景下东莞家具业发展存在的问题

#### 3.1. 家具生产模式落后

通过对东莞家具市场的调查我们可以发现, 早期的东莞家具制造业以作坊模式或以代工生产为主, 导致这里的家具企业以民营企业为主, 粗放式的家具企业依靠廉价劳动力发展, 东莞地区的木材加工以及相关的其他行业发展历史悠久, 早期中国劳动力资源丰富, 人口红利明显, 由于东莞家具产业起步相对较早, 在产能与技术方面形成了许多优势, 但这种发展方式太过依靠劳动力资源, 在劳动力资源逐渐减少, 人口红利渐渐不那么明显的今天, 这种发展方式也受到了很大影响, 传统的手工作坊后劲乏力, 发展势头减缓。

#### 3.2. 出口风险较大

在过去几年中, 东莞家具产品多销往欧洲, 大洋洲和美国发达地区, 而真正销往东南亚, 拉丁美洲和非洲的发展中地区家具产品所占比重比较小[7]。由于仅着眼于向发达地区销售的贸易结构将更易受政治和其他因素的影响, 这对于东莞家具业对外贸易总体结构稳定有着消极影响。而这种不利的局面一旦形成并持续下去, 将会直接制约着东莞家具产业出口贸易增长的势头, 进而给东莞市家具业经济带来严重冲击和损失。

#### 3.3. 企业品牌意识相对欠缺

东莞家具制造业已发展到 300 余家规模企业, 东莞家具行业拥有较高知名度品牌较多, 但拥有持久美誉度企业并不多见, 东莞家具产业品牌意识淡薄, 缺乏国际影响力较大的品牌。目前, 东莞本土的家具企业普遍缺乏品牌建设经验。众多自主性质品牌难以带来较大的市场影响力, 较难维护自身核心利益, 在一定程度上增加了融入市场的难度。

#### 3.4. 原材料上涨影响利润

由于东莞家具企业原材料成本占比大, 原材料价格波动直接影响着家具行业的利润大小, 即使上调产品价格也很难将成本压力转嫁到下游。如今原材料市场已经成为一个全球化的市场, 东莞家具企业绝大部分原材料已经是从小世界各地采购而来的, 材料价格可能会成倍地上涨, 但是产品价格不可能翻倍地上调, 轻微的上调价格也只能缓解成本上涨带来的压力而无法解决根本的问题。

#### 3.5. 出口压力增大

出口环保标准越来越高。近年来, 我国对外贸易发展迅速, 但是在国际贸易过程中出现的环境污染问题也越来越严重, 影响着家具企业的竞争力增强与持续发展。为了提高企业的竞争能力, 世界各国和各地区对环境保护都有了更多和更高要求。欧美等国家相继出台了性质各异的外贸环保标准, 这在一定程度上增加了东莞家具产品出口压力。同时国内企业为了提高自身产品的竞争实力不断地研发新技术以满足市场需求。很多家具产品在对外贸易过程中并没有达到相关环保标准, 这也凸显了东莞家具产品环保质量水平改进的紧迫性。

#### 3.6. 产能过剩显著

东莞家具行业长期以来依赖廉价劳动力资源和出口发展模式导致了东莞家具制造能力和产业规模的快速发展, 但随着市场的不断变化, 东莞家具的出口有了一定程度的阻碍, 行业原有的规模优势却变成了一定的负担, 许多家具出口企业开始转向国内市场, 但由于过多的产能没有得到有效消化, 不良的后

果层出不穷, 免费设计、促销打折、价格战加剧、以旧换新、未退先赔等多种情况频繁出现。这些现象表明在目前我国经济高速增长时期内东莞的一些中小企业为了生存而采取低价销售产品以获得较高利润。然而这种低价竞争行为并不能持续下去, 因为其结果是带来更多的不公平竞争。从而产生恶性竞争。

### 3.7. 企业管理能力亟待提升

东莞家具行业在经营管理的现状中不同程度地存在岗位培训体系不够完善, 岗位激励制度亟待强化, 人才梯队建设体系不够健全等问题; 影响了家具企业竞争力的提升和持续发展。职工整体素质不高、专业素质低、创新能力不强。管理人员水平不高、不及时等问题以及企业基础管理不到位、管理制度不健全等问题; 企业文化不适应市场发展要求。工作绩效评价指标不科学, 缺乏统一的标准; 绩效考核制度不到位等是目前家具制造类企业人力资源管理中普遍存在的问题。薪酬分配不尽合理, 绩效考评方式简单等。这些都是阻碍家具行业发展和转型升级的重要因素。组织结构设置不科学, 各司局之间或者各司其职、各负其责、分工边界不够明晰、管理协调机制不够健全等等, 在经营管理上存在的许多问题也会成为家具行业转型升级的主要障碍。

## 4. 东莞家具业发展的对策

### 4.1. 培育企业支柱产品、逐步塑造核心品牌

当前许多东莞家具企业, 虽然都拥有了自己品牌商标, 但是却并不存在真正意义上的品牌。要做品牌建设并不要求优秀的平面设计师建立微标, 而应该先对企业产品与服务进行定位; 第二是进行品牌定位; 第三, 明确品牌的核心能力。品牌定位要有一个清晰的目标市场和明确的市场细分点, 这样才能让品牌真正发挥它的作用。更下大力气提升产品质量、扩大市场规模与占有率、提升市场美誉度、追求更真实、更长久、更困难的品牌效应、树立和实施充满文化内涵、体现企业长远发展的品牌战略。

### 4.2. 打造科技创新体系, 迎合“智能家具时代”的到来

在信息化浪潮的推动下, 家具行业也经历了一场智能化浪潮, 智能家具开始走进大众生活, 并迅速崛起。智能家具不仅能满足消费者多样化、个性化的需求, 而且可以提高企业管理水平、提高劳动生产率, 对推动制造业升级也具有重要意义。未来肯定是智能家具的时代, 东莞家具企业可以与智能设备供应商合作, 开发智能家具产品, 实现传统家具行业企业的创新和产品变革。

### 4.3. 积极推进产品销售市场结构优化和升级

在这种新的历史发展环境下, 东莞要在促进家具产品国际化进程中注意摆脱对欧美发达成熟销售市场的倚重。同时也不能忽视对新兴市场的开拓与占领, 尤其是在发展中国家和地区, 以保证东莞家具产业出口市场结构多元化, 有效应对各影响因素带来的挑战, 维护东莞家具出口贸易稳定。同时, 要把握好“双循环”发展新格局的政策, 推动东莞家具业在国内市场的扩大, 在注重国外市场的同时抢占国内市场的份额。挖掘国内的市场需求, 开辟新的销售渠道, 做好营销措施, 完善物流体系。

### 4.4. 进行家具产品升级, 提高附加值

虽然原材料的价格无法控制, 但在原材料价格上涨的情况下, 可以把它作为一个机会, 为最终的销售链提供利益, 优化和提高管理效率, 进行新产品的开发周期。在高成本情况下, 需要通过产品创新和附加值来降低消费者的价格敏感度, 这可以通过定制的生产策略来实现。可以提供全屋定制系统, 提供一站式服务, 涵盖可移动家具、固定家具、定制家具, 甚至软装和装饰品的整体设计, 通过使用 VR 系

统, 可以通过形状、颜色和空间的 3D 效果, 为客户提供个性化的全屋体验[7]。

#### 4.5. 畅通贸易沟通渠道, 采取灵活的营销策略

当前东莞家具行业中小型外贸企业内销渠道普遍匮乏, 融入内循环过程中面临规则难以适应和渠道流通不畅的情况。中小企业应该抓住时机, 通过各种渠道开拓内销市场, 提升品牌知名度和影响力, 提高产品竞争力。在互联网高度发展的今天, 网购已成为多数人消费习惯。通过电子商务模式进行家具出口是中小企业走出困境的一条新路径。企业要抢抓机遇, 主动入驻全国各大电商平台, 善用扶持政策、强化平台建设、拓宽网络销售渠道。同时也要注意规避风险, 提高产品附加值和竞争力, 以提升品牌影响力来吸引消费者。

#### 4.6. 多策并举克服出口贸易壁垒

##### 4.6.1. 重新制定相关行业标准

在外国, 欧洲标准是欧洲各国的最低标准, 各国行业标准又是各企业的最低标准, 而企业标准则为企业最高的标准。而在中国却恰恰相反, 要改变中国国家家具落后面貌, 恢复世界家具强国的地位, 需要东莞家具协会必须根据自身优势来制订行业标准, 且该标准应高于国家标准。东莞所有企业必须根据自身的技术、设备和管理能力来制订企业标准, 树立企业标准高于一切这一观念, 而不能仅仅停留在国家标准的初期。

##### 4.6.2. 企业建立质量与环境管理体系势在必行

企业必须尽快按照 ISO9000 标准建立起适合自己的质量管理体系, 具备条件的企业要建立起环境管理体系, 这样企业管理才能快速迈上新台阶, 并与国际标准相衔接, 由于美国, 日本, 欧洲等发达国家在各方面都制定出严格验收标准, 如果不按照其标准制作家具产品, 在出口贸易中会遇到环境壁垒[8]。

##### 4.6.3. 强化对外国际人才多维度培养, 增强国际竞争力

由于世界家具产业处于高速发展的阶段, 国际人才的缺乏严重地阻碍了东莞家具行业的发展, 因此要想尽一切办法加快各类国际人才的培养, 不断提高劳动者的素质和人力资源的优势。应完善相关政策以吸引和留住高端技术工人; 加强政府监管力度, 为其创造良好就业环境; 加大教育投入, 提高员工整体素质; 鼓励自主创业, 建立职业经理人制度。从而推动东莞家具行业健康可持续增长[2]。

#### 4.7. 进行行业细分和整合, 发挥优势

当前, 东莞家具行业生产基本仍以大而全为主, 与小而全生产体系相一致, 劳动生产率低下, 产品质量, 材质, 工艺, 及设计等方面较为相似, 而专业化分工却在全球家具制造大国十分明显, 专业化分工使厂商成本下降, 资金流动加速, 色彩多样性增强, 材料存量下降, 产品质量提高, 保证东莞家具参与国际市场竞争达到较高水平。对此, 家具企业需逐渐增加分工, 扬长避短走现代专业化联合生产之路, 激励企业之间合作和并购, 产生规模效益。同时也要注意发挥政府对家具工业发展的引导作用, 使之形成良好的政策环境。例如东莞家具企业可以利用松山湖的设计优势、大岭山镇的工业配套优势、虎门镇从国内国际两大市场的辐射优势以及物流的便利条件来实现东莞家具产业的有机融合。这样做可以充分发挥本地资源丰富, 劳动力成本低, 技术力量强等优势, 并与其他地区优势互补。此外, 还可根据自身发展的需求, 选择不同的产业进行布局, 形成具有鲜明特色的集群式发展格局。据估计, 若以产业配套模式把东莞家具产业链各环节集中在一个产业园区内, 则可极大地节约生产, 运输, 连接等环节, 最少能节约三分之一以上的费用。另外, 在政府扶持下, 家具产业集群可获得更多的政策支持。东莞周边各大家具产业协会和第三方物流之间加强合作会降低东莞家具产业整体运营成本从而更有竞争力[8]。

## 5. 结语

通过对东莞家具业的现状分析可以看出, 在“双循环”发展新格局的背景下, 东莞家具业的发展面临着巨大的挑战, 但与此同时也有着极佳的机遇。东莞家具业想要从激烈的市场竞争当中脱颖而出, 就需要对东莞家具贸易现状进行仔细分析, 清楚地认识到家具产品进行贸易时出现的系列问题, 并以经济“双循环”为背景进行研究, 加快东莞家具产品国内外双循环的进程, 尝试着从不同层面进行探索, 不断地提升自身竞争力, 以技术创新推动产业链价值链升级。

## 参考文献

- [1] 肖飞. “互联网+”背景下东莞家具产业转型升级策略研究[J]. 设计, 2018(17): 34-35.
- [2] 蒋海霞, 何风梅. 东莞家具行业人才需求状况调查及策略研究[J]. 现代经济信息, 2015(19): 492.
- [3] 刘艳霞, 邱婧佩. “互联网+”与产业创新——以景德镇陶瓷产业为例[J]. 陶瓷研究, 2022, 37(3): 111-113.
- [4] 缪同强, 陈燕. 经济双循环背景下中国实木家具产业国际化发展前景[J]. 林产工业, 2021, 58(11): 124-126.
- [5] 李喜燕. “双循环”新发展格局下中小企业发展的机遇与挑战[J]. 中小企业管理与科技, 2022(22): 107-109.
- [6] 孔陇, 赵福昕. 双循环新发展格局背景下农村电子商务发展研究——以河南汝阳县为例[J]. 武汉商学院学报, 2022, 36(5): 28-34.
- [7] 毕晴. 中国家具市场的现状与发展模式的研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林学院, 2004.
- [8] Xuesong Dai. (2021) Understanding of China's “Double Cycle” Strategic Development in the New Era. *Academic Journal of Business & Management*, 3, 88-90. <https://doi.org/10.25236/AJBM.2021.030613>