

广东省家具出口贸易的竞争战略研究

胡乐琼¹ 赵映霞¹

(1.广商商学院, 广东 广州 510000)

摘要: 本研究把广东省省家具出口选定为研究对象, 采用2015-2024年的出口贸易数据, 结合采用国际经济学与贸易学的理论, 对广东省家具出口现状及竞争策略实施系统性考察, 广东省省作为国内最大的家具制造跟出口基地, 在国际市场里起着关键作用。2015-2018年广东省省家具出口年均展现出持续增长情形, 但遭到新冠疫情冲击的干扰, 2020-2022年出口规模大幅减退, 直至2023年才逐渐显现出复苏迹象, 2024年与上一年相比实现6.5%的增长。凭借对最新数据的透彻分析, 本研究查找到广东省省家具出口碰到的主要挑战, 涵盖国际市场竞争愈发白热化、绿色贸易壁垒持续增多、原材料及人力成本不断提高等, 研究拿出了如下竞争对策: 调整产品布局模式、拓展RCEP新兴市场的规模拓展空间、增强自主品牌树立的效果、提升智能制造技术的创新能力等, 为增强广东省省家具出口竞争力提供切实有效的方案, 研究成果对促进广东省省家具产业实现转型升级、增强其国际竞争优势有重要参考意义。

关键词: 广东省省家具出口; 竞争战略; 国际市场; 产业升级; 智能制造

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v1i11.1630

一、绪论

(一) 研究背景

随着全球经济一体化的深入, 中国家具行业的出口取得了长足发展, 广东省作为中国家具制造业的重要产地, 其市场规模不断地扩大, 出口量及出口额也呈现逐年上升的趋势。近年来随着世界制造业的中心转移, 中国成为了全球第二大家具出口国家, 而广东省家具的出口几乎占中国家具出口的一半, 具有一定的地位。

但随着国家产业政策、外贸政策、货币政策的调整, 给中国家具出口产业造成了一定的冲击, 与之同步也威胁着广东省家具出口的地位。与此同时, 经济全球化的不断深入, 广东省家具出口企业不光面临着欧美、日本等发达国家为主的竞争对手, 还面临着以越南、印度为首, 这些以依靠更低劳动成本不断崛起的竞争对手。数据显示, 国际家具市场竞争日益激烈, 对广东省家具出口构成了威胁。

(二) 文献综述

国内学者同样着重指出开拓多元化市场的重要意义, 有学者王丽华(2019)强调称, 中国家具出口过分依赖欧美市场, 很容易受贸易摩擦和经济波动的牵动, 企业该积极开拓新兴市场(像东南亚、中东、非洲等地)和“一带一路”沿线国家。

除了要进行新型市场的开拓, 同其余各国构建友好纽带, 也是拓展市场、降低贸易阻碍的途径之一, 陈志强(2021)点明, RCEP(区域全面经济伙伴关系协定)为中国家具出口增添了新机遇, 企业可利用关税减免及贸易便利化手段, 扩大面向成员国(如日本、澳大利亚、东南亚一众国家)的出口。

技术创新也是增加家具出口量的手段, 由于中国劳动成本逐步上涨, 世界制造业中心产生转移, 连同越南、印度等因劳动成本低进而更具价格竞争优势的发展中国家, 若要提高我国家具出口量, 得借助技术创新, 学者刘伟(2020)宣称, 技术创新是提升家具出口竞争力的核心要点, 企业得增加对新材料、新工艺(像环保材料、智能家具)研发投入的力度, 与之同步促进数字化转型。

作者简介: 胡乐琼(1987—), 女, 硕士, 讲师, 研究方向为国际贸易、国际投资;
赵映霞(1979-), 女, 硕士, 讲师, 研究方向为国际贸易、国际投资。

姜书竹等 (2011) 采用五个指标做实证研究。研究发现, 中国家具出口增长速度很快, 但长期发展受到出口市场过于集中的限制。基于此, 他们提出以下建议: 我国家具出口企业应减少对美国的出口依赖, 优化出口国家结构, 积极解决贸易壁垒问题, 并尽早将加工贸易转变为一般贸易。朱江梅 (2012) 对传统的引力模型进行扩展式的研究运用, 围绕着欧盟采用的绿色贸易壁垒加以实证分析, 该贸易模式影响我国家具的背后情况进行了探索。

这些文献为家具出口竞争力的相关研究提供了全面视角, 国外研究主要把目光放在竞争优势的多方面分析上, 点明了低成本模式存在的局限, 且强调了转型及多元化发展的重要意义, 国内研究紧密契合中国的实际情形, 主要留意市场多元化、技术创新以及区域贸易协定所带来的机遇, 提出了应对国际竞争的相应策略建议。本文将依托现有的理论研究展开, 从国际经济与贸易学的视角去审视, 探究广东省家具出口面临实际难题, 并依据分析所得制定相关的广东省家具出口战略。

二、广东省家具出口现状分析

(一) 出口规模

中国家具主要产地是以广东省为代表的珠三角洲和以浙江江苏上海为中心的长三角洲。广东省家具以广州、顺德、东莞为主, 作为我国最大的家具产地, 生产量以及出口量连续多年位居全国首位。由国家海关出口数据统计可见, 从 2015 年到 2018 年, 广东省家具出口呈现稳步增长, 从 1110.29 亿元人民币增长到 1397.17 亿元人民币, 显示出较强的增长势头。2019 年广东省家具出口总额为 1340.6 亿元人民币, 约占全国家具出口的 30.1%; 归因于受经济形式、国内外疫情以及国外财务保护主义以及技术性贸易壁垒等因素的影响, 2020 年广东省家具出口出现了下降, 全年家具出口总额仅为 1187.23 亿元人民币, 比上年同期下降 6.3%, 约占全国家具出口的 28.3%; 但在 2021 年随着疫情的减弱以及全球经济复苏, 国内外市场需求有所回升, 促进了广东省家具出口的增长。2023 年随着国内劳动成本上升, 世界制造业的中心转移以及越南、印度等因劳动成本低使得更具有价格竞争优势的发展中国家的出现, 使得广东省家具出口额再次出现下滑趋势, 同比减少 6.4%, 约占全国 4761 亿元人民币的 26.1%。2024 年出口额达 11197 亿元, 较 2023 年显著增长, 显示市场需求增加、产品竞争力提升或政策支持等因素推动了广东省家具出口的强劲表现。

(二) 产品结构

在出口商品结构方面, 木制家具和木框架坐具、金属家具和金属框架坐具这两种家具出口金额较大, 仍然是广东省家具出口主要品种, 它们合计占广东省家具出口总额的 6 成左右。^[1]

广东省家具出口家具品类主要以木质家具为主, 木制家具一直是广东省家具出口的主导产品, 包括各种木制桌椅、柜子、床等。中国作为世界上最大的木质家具出口国, 也是中国木质林产品出口的最大品类, 对林业经济和国民经济具有重要作用。^[2]

金属家具在广东省家具出口中也占据一定份额, 包括金属框架的床、沙发、椅子等。随着现代家居风格的流行, 金属家具的需求量逐渐增加, 金属制家具的出口量也凭借其高产量和较高的质量畅销海外市场。而塑料家具、竹藤家具、石制家具只占据非常小的份额。

(三) 产品流向

为了解广东省家具出口的市场格局和发展走向, 本文对 2015 - 2024 年中国家具出口主要目的国的数据做了分析, 在这十年的时间里, 广东省家具出口的主要市场还是发达国家, 但这些市场的份额跟占比一直都在改变, 这同样体现了全球家具市场的复杂状况与变化走向。

中国家具主要往美国、欧洲、日本等发达国家进行出口, 排在前面的国家凭借自身经济实力, 故而进口能力和需要是其他国家难以匹敌的, 正因为这个缘故, 在出口市场我国木质家具出口占比很大, 这造成出口市场中其份额占比集中情况较为明显^[3]。广东省家具行业主要的出口目的国家或地区集中在美国、日本、英国、韩国、澳大利亚等发达国家, 2020 这个年份, 受疫情初期阶段全球经济波动与贸易摩擦影响, 出口到美国去的家具相关产品金额为 89.2 亿美元, 占当年中国家具出口总额的 24.5%, 及至 2024 年, 出口金额进一步上扬至 180.5 亿美元, 占总体的比例为 26.8%。

(四) 行业竞争

1.国外竞争对手

广东省家具出口面临着多个主要竞争对手，尤其是东南亚和欧洲一些国家。首先，越南是一个重要的竞争对手，凭借其低廉的劳动力成本和丰富的木材资源，越南家具制造业迅速发展，成为全球家具市场的重要出口国。此外，印度尼西亚和泰国也在家具制造和出口上有着强大的竞争力，这些国家的生产成本相对较低，而且政府对家具产业的支持政策使得其在国际市场上占有一席之地。欧洲市场的竞争也不容忽视，尤其是意大利和波兰。意大利以其高质量的设计和工艺享誉世界，特别是在高端家具领域，具有较强的品牌效应和市场认知度。波兰则在中低端家具市场具有较强的价格竞争力，其家具产业的快速发展使其在欧洲及其他地区市场占据一定份额。

2.国内竞争对手

改革开发前，中国家具业的中心在长江三角洲地区如上海、南京、无锡等，改革开放后的发展使家具业向广东省、浙江、东北和华北等地转移，并逐步发展成为现在的五个产业区：珠江三角洲区、长江三角区、环渤海区、东北区和西南区^[3]。而广东省目前是我国最大的家具产区，产值接近全国总额的三分之一以上，出口则接近一半的占比。即便如此，国内其他产区还是会对广东省带来不小的竞争。

近年，以浙江和江苏为中心的华东地区，“长三角家具产区”飞速发展，成了中国家具行业里发展最为迅猛的区域之一。这片地方制造业基础很扎实，有丰富的人才储备，便捷的交通网络以及高度发达的信息科技产业，这些都给家具行业发展提供了很好的条件。而且，这里文化氛围浓厚，传统产业一直很兴旺，给家具行业带来了很多灵感和活力。

2024年，江苏跟浙江的家具出口额在全国排到第二和第三，比广东省排名靠后，令人瞩目的是，2024年前十个月，浙江出口额呈现出超过广东省的势头，广东省作为中国家具行业的排头兵，其地位正面临严峻的考验。

三、广东省家具出口存在的问题分析

(一) 外部问题

1.贸易壁垒的存在

在全球贸易保护主义抬头的大背景下，广东省家具出口所遭遇的贸易壁垒呈现出多样化且不断升级的态势。从第二部分分析的广东省家具主要出口地来看，欧美仍是广东省家具的主要市场。欧美等传统主要市场凭借自身在环保、安全和技术等领域的优势，持续提高家具进口门槛。

广东省家具企业出口之际，欧盟的REACH法规宛如一道很高的门槛，该法规针对家具中的有害物质，类似甲醛、重金属等的含量限制严格程度高，而且法规内容也频繁地更新，为了契合REACH法规的要求，广东省家具企业得花大量的钱去检测原材料，保证每一批原材料的安全性；生产工艺需不断革新，采用更绿色、更安全的生产工序；还得开展产品认证事宜，这样才可以拿到进入欧盟市场的准许证明。

据大致统计，自2020年起始，为了达到各类贸易壁垒的要求，广东省家具企业每件产品平均成本差不多增加了15%至20%，这不仅让企业的获利变薄了，也让广东省家具于国际市场上的价格优势减弱不少。

2.市场竞争加剧

根据前面所讲的出口规模数据可看出，中国家具出口的总体金额出现了下滑，面对全球家具市场竞争激烈的情形，东南亚国家借助自身的优势，渐渐转化为广东省家具出口的有力竞争力量。

以越南为例，近年来，越南靠着便宜的劳动力成本，吸引了许多国际家具品牌的资金投入。越南的劳动力成本大约只有广东省的三分之一，这就让越南在生产家具时天然地有了价格优势。越南有很多木材等原材料，这也为家具制造业的发展提供了很好的条件。在这些因素的推动下，越南的家具产业快速崛起，在中低端家具市场上和广东省形成了直接的竞争关系。

广东省家具企业规模比较大，但在产品设计创新和品牌建设方面做得未达预期，许多企业依旧模仿他人的设计，自己在创新能力上有不足，对品牌建设的投入也不多，品牌知名度与美誉度都处于较低的层次，这造成广东省家具企业在高端市场无法轻易和欧美企业竞争，仅能在中低端市场展开竞争，这也更进一步凸显出广东省家具出口“占比高却增长慢”、产品附加值低的状况，阻碍了广东省家具产业的升级以及可持续发展。

(二) 内部问题

1.生产要素成本增加

制造家具的主要物资，诸如木材、钢材、胶合板之类，其价格极易受到市场供求状况以及国际市场价格涨跌

的影响，全球面临的通货膨胀压力加大，能源价格也正不断上扬，这些因素造成原材料成本不断上扬，以木材举个例子，行业数据说明，从 2020 年起至 2024 年的时间段，国际市场里优质木材的价格年均上涨差不多 8%；就国内市场而言，2023 年，胶合板价格比上一年的价格上涨了 12%，家具企业为采购这类原材料，成本费用明显上扬，由于原材料价格波动频繁，企业难以精准控制成本，在生产计划和定价策略上都面临巨大挑战，这使得家具制造业的成本控制愈发艰难。

2. 人工成本增加

家具制造企业生产的时候需要大量人工，而人工成本受政策、社会环境等一系列因素的影响，管理起来存在一定复杂性。随着广东省地区环保和人力资源成本的提高，家具生产的人工成本也在持续攀升。从广东省省人力资源和社会保障厅获取的数据显示，从 2020 年至 2024 年期间，广东省家具制造行业平均工资每年递增 6%，除了薪金上涨，企业还将要承担更多的社保跟福利费用，好比一家具备 500 名员工的中型家具制造企业，每年人工成本增加的金额大概会有几百万元。

人工成本上升直接造成家具出口价格变贵了，因人工成本增多，每件家具出口价格平均差不多提升了 10%-15%，这明显降低了产品在国际市场里的价格竞争实力，国际贸易政策的革新，譬如关税与贸易协定的调整，对家具贸易影响十分明显，若企业不及时留意并申请普惠制等关税优惠，出口成本会进一步上升。

3. 产品种类单一

由广东省家具出口主要品类可知，广东省家具出口主要品类以木质家具和金属家具为主，塑料家具、竹藤家具、石制家具等占比较小，尚未形成规模优势，难以满足不同市场消费者的需求。尽管广东省省在家具生产方面有着丰富的经验和庞大的产业链，但在设计和技术水平上相对滞后，和国际上先进的家具品牌对比，广东省家具的设计与技术存在明显差距，市场调查发现，在国际高端家具市场这个范畴内，有创新设计和先进技术的产品占比超 60%，但广东省家具产品里有这些特点的占比不到 30%，这一差距严重限制了广东省省家具出口市场的拓展，尤其是在对设计和技术要求较高的欧美高端市场。

四、广东省家具出口竞争战略分析

(一) 策略性规避贸易壁垒

1. 建立国际友好关系

发展国际友好关系对推动双边贸易意义重大，在中美两国家具贸易期间，中国始终有着贸易顺差现象，这引起了一些贸易上的矛盾争端，为了扭转这种不平衡态势，美国设立贸易壁垒以限制中国家具出口，这既对广东省家具出口环境产生了消极影响，还直接对广东省家具企业造成冲击。面对这般情形，中国需要加大与美国的外交努力，尤其是针对进出口政策加强沟通对话，采用和平方式缩减美国对中国家具出口的限制，针对美国家具行业对中国家具进行低价出口的指控以及反倾销调查要求，中国应在外交范畴就产品定价问题与美国深度探讨，查找共同解决途径，这能助力实现贸易平衡，减少贸易龃龉，为中国家具行业搭建更友好的国际出口平台。

2. 规避贸易壁垒

反倾销措施为国际贸易中惯用的保护手段，它通过法律法规和绿色贸易壁垒，抵御外国产品低价冲击国内市场，以此实现保护本国产业，发达国家一般通过提高关税、制定严格的产品质量标准来推行贸易壁垒，由此引出结论，企业需深度研究国际贸易中的保护手段，开展环境跟森林认证，实现业务的多元布局，以增添抵御风险的本事。获得绿色标签对企业应对贸易上的壁垒有好处，企业应杜绝过度依赖少数地区的出口，而应谋求向多国出口以降低风险，企业还得强化内部的管理，提升员工水平，可思考在出口国设立分支机构以应对反倾销办法，企业需开展针对市场的调研，与需求可观的国家建立合作同盟。

(二) 差异化战略

目前中国木质家具出口主要市场是美国等少数发达国家和地区。2024 年，中国对美国的木质家具出口额占总出口额的 35%，尽管比以前少了些，但比例还是很。为了降低市场集中带来的风险，广东省家具企业需要采取差异化战略，把出口的国家范围扩大。

企业须加大研发投入，制作出具备特殊功能、风格及环保特性的家具，为小户型屋子设计多功能、可折叠、有效节省空间的家具；把中国传统元素添进去，做出呈现中式风格的家具，满足消费者对个性化及文化内涵方面的需求。

从品牌建设的角度看，企业要改变主要采用代加工和OEM的模式，多开展品牌推广方面的事，增强品牌的知名度与美誉度，部分广东省家具企业利用参加国际家具展会、投放国际广告等途径，慢慢打造出属于自己的品牌形象。

（三）成本领先战略

1. 加强供应链管理

从广东省家具企业的方面看，搞好供应链管理意义非凡，企业得跟供应商好好开展合作，搭建长期稳定的合作桥梁，借助集中采购与大批量的采购，可以实现原材料成本的降低，增强议价能力。企业可采纳先进的信息化工具，诸如ERP系统和物联网技术，使供应链更透明、更一目了然，精准掌控库存情形，这样做可以降低库存积压，减少资金占用，又可加快资金的周转频次，这些做法不只能把生产成本降下来，还能让企业更高效地应对市场变动，增进抵御风险的本事，由此在激烈的国际竞争里占据有利局面。

2. 提升生产效率

使用先进的生产设备和技术，能让家具企业的生产效率大幅提高，从而降低每个产品的生产成本。比如，用自动化生产线和数控机床这些现代化设备，可以减少人工操作，让生产更精确、效率更高。这不仅能有效降低人工成本，还能提升生产的安全性。这种自动化生产方式不仅提高了效率，还保证了产品质量的稳定性和一致性。精益管理的核心是以最小的资源投入，创造出尽可能多的价值，同时满足客户需求，在家具生产这个环节，精益管理就是得减少浪费现象、提高生产效率、提升品质水平和降低费用成本，利用优化生产次序，去掉多余的环节，就能提升生产效率。

（四）多元化战略

广东省家具出口主要针对欧美地区，市场显得单一，鉴于全球经济格局产生变化，开拓新兴市场的形势十分紧迫，按照现有的数据看，就2024年而言，广东省出口到“一带一路”沿线国家的家具金额增长了15%，这反映出这些市场有着很大的潜力，出口到东盟的数额从2020年的8.5亿美元上升到2024年的15.3亿美元，年均增长幅度达16.5%。广东省家具企业借助多元化战略，可防止过度依赖单一市场，进而分散贸易压力，处于全球经济不稳定的情形中，新兴市场的增长可为企业赋予新的发展动力，使企业在全球市场拿到更辽阔的发展空间。

五、结论

广东省作为中国重要家具产业基地，借历史基础与技术优势在全球化中实现出口迅猛增长，但当前国际竞争加剧、贸易环境复杂，其家具出口面临贸易壁垒加剧、市场与品类集中、成本上升削弱价格竞争力等挑战。为推动持续增长，可采取四大策略：一是成本领先战略，提升自动化水平与生产效率，降低劳动力成本；二是多元化战略，开拓新兴市场、优化出口结构，借鉴先进技术修订标准以突破贸易壁垒；三是差异化战略，打造具特殊功能、风格及环保特性的产品，塑造自有品牌，降低市场集中风险；四是推动国际合作、降低贸易壁垒，主动参与国际标准制订，应对技术性贸易壁垒。本文从产业现状出发，以国际经济与贸易学视角分析发展情况并提出对策，为广东省家具产业发展提供支持，助力实现竞争战略目标。

参考文献

- [1]陈辉,郑辉志.基于SWOT的广东省家具出口现状与对策分析[J].特区经济,2011.
- [2]孟小艳,孔力平.广东省地区家具制造业出口贸易现状与问题分析[J].现代商贸工业,2019,40(07):24-25.
- [3]陈竞.中国木质家具出口与出口市场占有率的关系研究[D].北京林业大学,2022.
- [4]陈日清,颜吉强,周恒.欧盟制度借鉴:我国商标跨法域保护若干思考[J].中国市场监管研究,2021,(12): 62-65.
- [5]石安.大型会展中心家具类商业展示环境设计研究[D].湖南大学,2009.
- [6]刘宏楠,马国群.广东省家具出口状况与对策分析 [J]. 中国市场, 2016, (08): 42-43.
- [7]夏玉香.关于提升广东省家具制造业出口竞争力的研究 [J]. 北方经济, 2010, (20): 73-74.
- [8]张瀚文.中国木质家具出口贸易高质量发展的影响因素研究[D].东北林业大学,2022.
- [9]李逸姿.广东省家具出口市场面临的困境及解决策略[J].对外经贸实务,2020,(02):62-65.
- [10]陈水合.我国前7个月木材及制品进出口形势不乐观 [J]. 国际木业, 2015, 45 (10): 22-24.

- [11]张一萍. 2014年1—10月广东省家具出口情况 [J]. 木材工业, 2015, 29 (01): 41.
- [12]陈水合. 广东省省前三季度木材及制品进出口形势继续向好 [J]. 国际木业, 2014, 44 (11): 20-21.
- [13]唐帅, 宋维明. 木质家具产业竞争力源泉分析——以广东省为例 [J]. 中国商贸, 2012, (23): 216-218.
- [14]张英豪, 程宝栋, 赵桂梅. 木质家具出口贸易现状、问题及对策分析——以广东省为例 [J]. 林业经济, 2011, (11): 54-56.
- [15]顺德家具出口东盟增长迅速 [J]. 木材工业, 2012, 26 (04): 28.
- [16]黄港. 中国木质家具出口潜力研究[D]. 浙江农林大学, 2022.
- [17]王莅横. 中国茶叶出口贸易竞争力的研究[D]. 首都经济贸易大学, 2015

Research on the Competitive Strategy of Furniture Export Trade in Guangdong Province

Leqiong Hu¹, Yingxia Zhao¹

(¹Guangzhou College of commerce, Guangzhou, China)

Abstract: This study selects the furniture export of Guangdong Province as the core research object. By using the export trade data from 2015 to 2024 and combining the theories of international economics and trade, a systematic investigation is conducted on the current situation and competitive strategies of furniture exports in Guangdong Province. As the largest furniture manufacturing and export base in China, Guangdong Province plays a key role in the international market. From 2015 to 2018, the furniture exports of Guangdong Province showed a continuous growth trend every year. However, due to the disruption caused by the COVID-19 pandemic, the export scale dropped significantly from 2020 to 2022. It was not until 2023 that signs of recovery gradually emerged, and in 2024, compared with the previous year, it achieved a growth of 6.5%. Based on a thorough analysis of the latest data, this study identified the main challenges faced by furniture exports in Guangdong Province, covering increasingly fierce international market competition, the continuous increase in green trade barriers, and the rising costs of raw materials and labor. The study has come up with the following competitive countermeasures: Adjusting the product layout model, expanding the scale expansion space in RCEP emerging markets, enhancing the effect of establishing self-owned brands, and improving the innovation capacity of intelligent manufacturing technology, etc., provide practical and effective solutions for enhancing the export competitiveness of furniture in Guangdong Province. The research results have important reference significance for promoting the transformation and upgrading of the furniture industry in Guangdong Province and enhancing its international competitive advantage.

Keywords: Guangdong; Province Furniture Export; Competitive strategy; International market; Industrial upgrading; Intelligent manufacturing;