

# 木工机械市场的现状与发展趋势

The current situation and development trend of woodworking machinery market

姜 国 山

(威海工友集团技术中心)

**摘要:** 论述中国木工机械的行业特点,最近十年的市场变化与发展趋势

**关键词:** 木工机械 市场现状 发展趋势

**中图分类号:** TS65

目前中国家具生产企业逾 3 万家,产业工人超 200 万,同世界家具生产大国和出口强国意大利旗鼓相当。2010 年中国家具产业总产值可望达到 2000 亿元。但是,中国家具无论在设计、做工及品牌营销上都处于发展中阶段,与丹麦、西班牙、意大利等欧洲货相比还有一段差距,其工艺水平落后是阻碍向更高层次发展的主要原因,我国木机行业正是迎合了这一环境得到了高速发展。市场是企业生存与发展的依托,随着经济社会的发展,在市场竞争中非价格的竞争越来越重要。因此,了解、把握和预测市场是企业经营过程中的基础工作,也是最重要的环节。“一叶知秋,见微知著,通过预测和研究市场来了解对手,把握自己,进而确定企业的发展方向。

## 1 产品技术层次发生了变化

中国木机行业经近十年的历程,现已成为一个品种众多,门类齐全,具有举足轻重的行业。由于新技术的不断出现和应用,木机行业的水平正以迅猛的势头向前发展。传统技术产品的市场份额正在逐渐减少,取而代之的是优质高效的自动和半自动机床。高精、高效是今后产品发展趋势。中国家具业由生产大国向强国的跨越为木机行业提供了更大发展空间,也同时提出了更高要求。

## 2 竞争队伍发生了变化

随着计划经济的结束和市场经济的到来,过去那种以国有为主体的经营方式正在发生质的变化。全球经济一体化为各国、各种体制的市场竞

争开创了先机。合资、独资企业不断在华落户,尤其近几年个体经济的崛起与加盟酿就了今天这种多种经济体制并存的局面。

## 3 竞争企业数量发生了变化

目前,中国木机行业企业约 1200 家,具有一定规模的有 200 家左右,由于技术起点低,产品雷同缺乏特色,外销量不大。市场份额没有大的变化,竞争企业却在增多,这种猴子与大象之间争夺的结果是显而易见的。大企业那种品种多样化的优势正在受到挑战,在通用技术方面尽管大企业品种繁多,但却没有哪种产品是自己独家生产而其他厂家不能提供的。因此,同专业化生产的小型企业相比,首先成本上缺乏优势,同时技术的成熟性也受到考验。

## 4 竞争对手的综合实力发生了变化

工业现代化要求社会分工愈发细密,这是工业信息时代的一个重要特点。随着社会的进步,科学向深层和多边缘方向发展,技术日趋精深,专业性要求更高。规模经济要求专业化分工,目前国内已形成了许多专业生产厂家,他们技术成熟,工艺装备先进,市场的认知率也在不断的提高。他们有着自己稳定的用户群体和潜在用户,市场份额在逐年增加。对那些大而全、小而全的企业正在造成致命冲击。

## 5 经销商对企业的依赖性发生了变化

商品社会是一种买方市场,商家要尽最大努

力为用户提供选择与比较的机会。因此,品种单调的专卖、独营的经销方式已不再适应市场需要,将被逐渐淡化。同时市场风云万变具有风险,专卖风险较大,经营多家产品有利于化解风险。商家以赢利为目的,厂商间是一种双赢的利益关系,它的稳定性主要取决于厂家产品为商家创造的商业利润。企业只有不断的提高自己产品的竞争力才能保持和发展厂商间的稳定关系。

## 6 消费层次发生了变化

中国的家具业伴随着改革开放走向成熟,过去的单打独斗、区域性经营已过渡到跨区域、跨国间的规模经济。企业的实力正在迅速壮大,资本运营的灵活性更为今后发展增添了活力。企业间的竞争也突出体现为质量与价格的竞争,提高质量、降低成本是企业的经营目标,因此对设备的要求也越来越高,优质高效的设备是其首选。

## 7 家具制造厂的结构将发生变化

中国家具业在改革开放后发生了巨大变化,国有、集体那种呆板经营方式由于不适应市场需要已纷纷改制。随着竞争的加剧,那种手工作坊和规模较小不具竞争力的企业将会退出市场,企业间的兼并与重组的力度会进一步加大。随着资本积累的结束,一些企业目前已具有一定规模,运营的方式也由跨地域销售演变为跨地域建厂。同时对使用中的设备的更新周期也在缩短,淘汰设备和破产企业的闲置设备将以二手设备的方式再次进入市场,对木机制造厂家造成冲击。

## 8 优胜劣汰,木机行业将面临新的重组

市场运营实践告诉我们:谁拥有高质量的产品,谁就拥有广阔的市场,谁能生产出‘第一质量’的产品,谁就能对顾客产生不可抗拒的吸引力、信任度。企业的发展不在于有多少品种供用户选择,而取决这些产品走向市场后能给企业带来多少利润。随着竞争的加剧,竞价销售将不可避免,竞价的结果将使那些边际成本高的产品先退出市场。那些管理不善,产品缺乏特色的企业也将走向困境。而一些自主创新能力强,对市场反应快,

勇于参与国际竞争的企业则会得到高速发展。

## 9 企业的营销形式将发生变化

在信息时代,由于网络的自由开放性,使得市场竞争是透明的,人人都可能掌握竞争对手的产品信息与营销行为。因此胜负的关键在于如何适时获取、分析、运用这些来自网络上获得的信息,来研究拟定极具优势的竞争策略。策略联盟也是网络时代的主要竞争形式,如何运用网络来组成合作联盟,并以联盟所形成的资源规模创造竞争优胜,将是未来企业经营的重要手段。

## 10 企业间人才竞争将更为激烈,优秀人才将成为各企业争夺的目标

随着技术的发展,今天的一流技术和一流产品明天就有可能被新技术和新产品所取代。企业要生存与发展就必须不断的对现有技术进行完善和再创新,而掌握新技术具有创新能力的人才从中发挥着重要作用。技术可以封锁,商品可以实施配额和提高税率来调节,但知识无国界,而掌握当今技术的人才更是创新的源泉。因此,过去的技术竞争已演变成为今天对人才的竞争,优秀人才将是今后国家间、企业间的重要争夺目标。

企业应清楚的认识,今天不再是昨天。过去的“店小全凭风味正,酒香不怕巷子深”的经营方式在今天市场经济环境下应是酒香也要勤吆喝。面对市场的变化,如果不能适时有针对性的做出调整,不但不能加速企业的发展,甚至关系到企业的生存质量。因此,关心并研究市场是企业实施竞争战略的重要组成部分。企业的发展必须在推进科技进步,加大新技术应用的同时来提升自己产品的可靠性、适用性和经济性,促使自己产品市场竞争力的全面提升。企业的发展也依赖于自主创新的力度和产品更新换代的速度。因此,重视技术创新工作的程度不只是工作方法问题,而是经营理念的真实体现,其力度不但影响企业发展速度,也决定了企业的生存质量。可谓企业诸项工作中的重中之重。

作者:姜国山 威海工友集团公司技术中心 高级工程师 邮编:264206 (收稿日期:2006.1.4)