中国木门行业发展规划（纲要）

（2021—2025年）

中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会

中国木门行业发展规划（纲要）

（2021—2025年）

2021年是“十四五”规划的开局之年，是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军第一个五年的起点。随着中央不断深化供给侧结构性改革，充分发挥我国超大规模市场优势和内需潜力，构建国内国际双循环相互促进新发展格局的形成，为中国木门行业转型升级创造了有利条件，为企业开拓创新提供了新的发展机遇。

为落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》以及《中国制造2025》文件精神，推进未来五年中国木门行业的可持续发展，根据行业实际情况特制定《中国木门行业发展规划》，规划期为2021—2025年。

一、行业发展概况

**（一）行业规模与产值**

2000年以来，木门作为一个起步晚、起点高的新兴行业，历经现场手工、作坊式的初期阶段，到传承华夏技艺精髓、海纳中西文化特色、探索互联网电商及智能制造的高质量发展阶段。2020年12月，经行业调查统计，业内有1万余家规模型企业正在从事木门及定制产品的生产制造，行业产值达到1570亿元，行业发展方兴未艾。中国木门行业2003年—2020年产值和出口额见表1、图1、图2。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 木门总产值（亿元） | 同比增幅 | 木门出口额（亿美元） | 同比增幅 |
| 2003年 | 120 |  | 1.68 |  |
| 2004年 | 170 | 41.67% | 2.25 | 33.93% |
| 2005年 | 240 | 41.18% | 3.49 | 55.11% |
| 2006年 | 320 | 33.33% | 4.94 | 41.55% |
| 2007年 | 400 | 25% | 5.57 | 12.75% |
| 2008年 | 500 | 25% | 5.43 | -2.51% |
| 2009年 | 600 | 20% | 4.57 | -15.84% |
| 2010年 | 700 | 16.67% | 5.62 | 22.98% |
| 2011年 | 880 | 25.71% | 5.79 | 3.02% |
| 2012年 | 940 | 6.82% | 6.18 | 6.74% |
| 2013年 | 1030 | 9.57% | 6.59 | 6.63% |
| 2014年 | 1150 | 11.65% | 7.27 | 10.32% |
| 2015年 | 1200 | 4.35% | 7.23 | -0.55% |
| 2016年 | 1320 | 10% | 6.6 | -8.71% |
| 2017年 | 1460 | 10.61% | 6.65 | 0.76% |
| 2018年 | 1470 | 0.68% | 6.77 | 1.8% |
| 2019年 | 1530 | 4.08% | 6.39 | -5.61% |
| 2020年 | 1570 | 2.61% | 5.89 | -7.82% |

表1 中国木门行业（2003—2020年）产值、出口额图表

图1 中国木门行业（2003—2020年）产值走势图（单位：亿元）

图2 中国木门行业（2003—2020年）出口额走势图（单位：亿美元）

**（二）知名品牌与产业集群**

随着中央不断深化供给侧结构性改革，充分发挥我国超大规模市场优势和内需潜力，构建国内国际双循环相互促进新发展格局的形成，为木门行业品牌化发展创造了有利条件。在树品牌、重质量、守信誉、优服务的历程中，包括广东润成创展、北京闼闼、浙江梦天家居、肇庆现代筑美家居、山东万家园、山东尚品本色、湖北千川、重庆美心、北京霍尔茨、江山欧派、重庆星星、浙江金迪、沈阳三帝家居、成都天天、福建长胜、青岛一木、青岛彬城、北京伯艺、湖北柯尚、湖北永和安、安徽富煌、山东洪涛艺创、秦皇岛和玺、宁波材源帝、苏州固友、峨眉山龙马、东莞宏利、廊坊华日、山东德泰、山西孟氏、浙江兔宝宝、浙江开洋、江苏从一、四川鸿基、中山时兴装饰、深圳合雅、山东法诺尔、浙江关亨、浙江金凯德、江苏兄弟、吉林兄弟、重庆什木坊、浙江金凯、江苏冠牛、安徽安宿、沈阳展志天华、沈阳三峰家居、河南华祥林源、浙江莫干山、浙江千年舟、安徽志邦家居、重庆固豪、杭州好迪、天津思佳、滁州合派等在内的众多木门品牌成为行业强势品牌；产业分布以华东、华南、西南、华中和东北地区为主，产业集群仍以山东、浙江、江苏、广东、福建、重庆、四川、湖北、辽宁较为聚集，河南、安徽、江西、云南的新产业格局正在逐渐形成。

**（三）行业存在的主要问题**

当前，行业主要存在七个方面的问题。**一是行业品牌集中度较低**。随着企业快速发展，头部品牌市场份额虽然有所提升，但市场占有率最高的零售型品牌份额仅占行业总产值的2.48%，尚未形成一批具有较大份额优势的强势品牌。**二是绿色发展意识不强**。一部分企业存在侥幸心理，出于成本考虑希望在环保与社会责任中寻找捷径，对绿色原材料、绿色制造、绿色产品没有形成系统性的认识。**三是风险把控意识薄弱**。有些企业为了谋求订单恶意低价扰乱市场，零利润、负利润经营；还有些企业对甲方偿付能力把控不足，零预付、长账期经营，这都使企业面临较高运营风险。**四是营销模式数字化转型滞后**。传统实体店经营模式仍然是支撑整个行业零售渠道的主导模式，企业对互联网数字化工具的接受和应用程度有限，在营销过程中所发挥的作用有待提升。**五是智能制造普及困难较大**。受资金、工艺、技术、材料、标准等因素制约，行业中仅有少数企业有实力、有能力进行生产设备的智能化升级，绝大多数企业仅能进行部分工段的设备升级或连线，并未形成真正意义的智能制造。**六是设计研发创新动能不足**。由于行业没有较高的技术壁垒、生产企业较多，产品同质化问题较为突出，在外观设计、功能扩展、材料应用等领域的设计研发创新还有较大的提升空间。**七是标准认知不够全面**。随着消费需求的改变，“一站式采购”模式更受消费者青睐，企业产品向着多元化方向发展，很多企业忽略了跨界产品也需要遵守相关标准，生产行为要做到有据可依。

二、基本原则与发展目标

**（一）基本原则**

**1、坚持可持续发展原则**

全面推进“双碳”及“双循环”战略，推动生态文明建设实现新进步，促进经济、社会、资源和环境保护的协调发展。

**2、坚持创新发展原则**

营造创新氛围，倡导差异竞争。促进材料、功能、设计、生产、营销、服务、管理领域的创新。

**3、坚持推进互联网工具应用原则**

结合行业及产品的属性，推进互联网工具在企业运营中的应用，推动传统行业转型升级。

**4、坚持提升用户体验原则**

由“木门产品为核心”转变为“用户体验为核心”，提升用户在设计、销售、制造、物流、安装、售后等环节中的服务体验。

**5、坚持打造价值链赋能原则**

充分发挥产业链企业在细分领域的专业化优势，在提升品质、增加特点、赋予功能、降低成本、提高效率和附加值等方面为木门定制企业赋能，在推动行业发展的同时形成价值链。

**（二）发展目标**

**1、保持行业产值稳步增长**

规划期间，木门行业产值保持年均4-5%的增长速度，到2025年行业产值超过1900亿元。

**2、培育全国、区域、工程影响力品牌，打造创新研发基地**

培育10-15个全国知名品牌，100个区域知名品牌，10-15个工程口碑品牌。打造5个木门及定制产品创新研发基地。

**3、推进绿色木门产品评价**

规划期间，在行业内评价出首批20个绿色木门品牌。

**4、提升企业电商获客能力**

与互联网电商专业机构合作，每年在会员企业内组织专题培训，提升企业通过电商渠道转化客户的能力，培育3-5个成熟电商品牌。

**5、头部企业实现智能化生产**

加强智能制造领域的探索，推动至少5家企业实现产品的智能化生产。

**6、****完善标准体系建设**

实现行业主营产品品类标准全覆盖，推动木门产业链一体化发展。

三、重点工作

**（一）推进产业结构调整，将市场份额向优质资源集中**

推动由规模化企业、个性化定制企业以及覆盖范围广的全国性品牌企业所构成的“两极一面”产业格局的形成，发挥规模化企业的批量化、标准化制造优势，区域强势企业的个性化、定制化产品优势，全国性品牌企业的营销和服务网络优势，逐渐将不具备质量、服务和品牌优势企业的市场份额向优质资源集中。

**（二）强化绿色发展意识，推动企业高质量发展**

提升行业整体绿色发展水平，强化绿色采购、绿色能源、绿色制造、绿色物流和“双碳”目标意识。积极参与并推进《绿色建材评价 室内木门》标准的编制工作，将绿色木门的指标标准化，加强《绿色建材评价 室内木门》标准宣贯，推动木门企业绿色、高质量发展。

**（三）树立质量、服务意识，扶持行业优质品牌**

引导企业提升产业链管理水平与制造管理水平，从源头把好质量关，拒绝问题原材料进入生产体系，强化制造流程各环节的管理与监督机制，杜绝不合格产品流入市场。加快推进企业互联网电商的线上线下相融合，提高实体店综合服务意识与能力，提升客户服务体验，扶持、巩固并形成一批拥有高质量产品及立体化服务能力的行业优质品牌。

**（四）发挥产业链龙头优势，形成上下游价值链条**

由具有代表性的产业链龙头企业牵头、各细分领域企业共同参与，形成合力推动木门定制行业的发展。鼓励产业链企业不断研发创新，聚焦木门定制行业发展面临的瓶颈问题，提供系统性解决方案，提高木门定制产品生产能力与附加值，将传统意义的“交易链”转化成对推动行业发展具有战略意义的“价值链”。

**（五）深化校企合作，实现人才联动**

建立与林业专业院校的长效合作机制，把深化产业研究、促进理论与实际接轨、推动科技成果转化作为头等大事。引导企业加强与高等院校、专业技校及第三方培训机构的合作：发挥高等院校的师资和生源优势，定向培养高端研发、设计人员，实现企业人才输入；鼓励企业与专业技校、第三方培训机构合作，建立人才导入机制，培训复合型管理人员和一线操作工人，实现人员素质的提升。

**（六）加强国际交流与合作，提高产品全球竞争力**

引进来、走出去，两手都要硬。鼓励木门企业在文化传承、艺术设计、生产技术、装备应用等方面加强国际交流合作，学习国外先进理念与经验，特别是发达国家先进行业的智能制造经验。鼓励企业通过在海外注册品牌、开设分公司、并购海外企业等方式打造国际化品牌，为企业对外出口贸易创造便利条件，发挥制造业强国优势，巩固和提高木门定制产品在全球供应链中的核心竞争力。

四、保障措施

**（一）加强政、协合作，争取产业政策**

发挥政府与企业之间的桥梁纽带作用，加强与有关部委及地方政府的联系与合作，扩大区域产业规模，推动企业高质量发展，提升行业整体社会影响力，并围绕促进产业发展和危害产业安全的问题建言献策，争取政策支持。

**（二）倡导诚信经营，维护行业秩序**

广泛开展诚信建设活动，坚持品牌化发展，倡导差异化经营，树立企业重质守信的责任意识，倡导企业自觉营造诚信经营氛围，引导有条件的企业将“打造百年老店”作为经营目标。结合行业发展特点，梳理木门以外的延伸产品，制、修订相关标准并形成体系，维护公平、公正的行业和市场秩序。

**（三）倡导新工具使用，推进新业态发展**

以“互联网+”为依托的新经济生机勃勃，相比传统电商，直播电商更是以全新的体验成为互联网电商的新风口。倡导行业广泛使用互联网工具，迎合消费习惯、提升服务体验、提高电商获客能力，推进行业新业态向成熟化发展。

**（四）发挥龙头优势，形成产业链合力**

功能创新、材料创新将会成为下一轮木门行业产品竞争的焦点。要充分调动产业链企业积极性，特别是发挥各领域头部企业的设计、创新、研发实力，以及中小专精企业的产品特色优势，形成合力，围绕木门行业面临的产品同质化等问题，在功能创新、材料创新方面提供系统性解决方案，提高木门定制产品的核心竞争力。

**（五）加强团队建设，提升服务水平**

完成规划任务时，协会应加快人员优化，打造高效团队，吸引更多优秀人才加入，发挥年轻化、专业化优势，有效串联资源，在服务政府、服务会员、服务国际组织方面提升工作水平。