

# 基于精细化成本管控的相框家居制品企业经营绩效优化研究

张江兴

浙江丰源实业有限公司 浙江 金华 321000

**【摘要】**：相框家居制品行业面临材料成本占比高、生产损耗大、出口利润受汇率侵蚀等挑战，粗放式成本管理已难以适应市场竞争要求。本文从精细化成本管控视角出发，系统分析相框家居企业在全生命周期成本管理、数字化供应链协同与智能制造、数据驱动的国际市场拓展与风险管理等维度的优化路径。研究表明，多维度成本核算体系可使企业识别出百分之十五以上的隐性成本浪费，智能排产系统可将原料利用率从百分之八十二提升至百分之九十三，库存整体成本降低百分之十二以上。在出口业务层面，汇率风险对冲与合规体系前置构建，配合跨境电商平台的多渠道布局，可稳定出口利润率。本文为相框家居制品企业提升经营绩效提供了系统的理论参考与实践指引。

**【关键词】**：精细化成本管控；相框家居；经营绩效；数字化供应链；品牌出海；风险管理

DOI:10.12417/2705-0998.26.08.066

## 1 引言

相框家居制品行业是一个典型的传统制造细分领域，产品涵盖木质相框、树脂相框、金属相框及装饰画框等品类。据海关统计，仅金华辖区今年前八个月出口木制相框类产品就达五点五亿元，同比增长百分之十点八，销往全球九十四个国家和地区。然而，在出口规模持续扩大的同时，行业利润空间却面临多重挤压。一方面，木材、树脂等原材料价格波动频繁，材料成本在生产总成本中占比高达百分之五十至七十；另一方面，人工成本逐年攀升，环保合规要求趋严，国际汇率波动加剧，均对企业的盈利能力构成严峻挑战。

长期以来，相框家居企业多采用传统的成本核算方法，以产量或工时为单一标准对间接费用进行分配，成本信息的准确性和及时性严重不足。根据相关研究，传统成本核算模式下企业普遍存在成本意识薄弱、责任划分不清、核算颗粒度不够、信息化水平低等突出问题。这些问题在相框行业表现得尤为突出——多品种、小批量、工艺差异大的生产特征，使得传统成本核算方法难以准确反映各品类产品的真实成本，部分高附加值产品的利润被高估，而低端走量产品的亏损则被掩盖。

在数字经济蓬勃发展的背景下，相框家居企业的成本管控模式正迎来深刻变革。工业互联网、物联网、人工智能等技术的成熟应用，为企业实现从粗放式成本核算向精细化成本管控的跃迁提供了技术基础。同时，跨境电商平台的崛起和国际市场格局的重塑，也要求企业从成本管控的角度重新审视品牌出海策略与风险防控体系。

本文立足精细化成本管控的理论视角，结合相框家居制品行业的生产特征和出口业务模式，从全生命周期成本管理、数字化供应链协同、智能制造、品牌出海及风险管理五个维度展开系统分析，力图为相框家居企业在数字经济时代提升经营绩效提供理论框架与实践参考。

## 2 相框家居制品行业的成本结构与管控痛点

相框家居制品的成本构成可分解为直接材料成本、直接人工成本、制造费用和期间费用四个维度。直接材料成本包括木材、树脂、玻璃、金属件、油漆涂料及包装材料等，在总成本中占据绝对比重。以木质相框为例，木材成本占比约三十五至四十五个百分点，玻璃与背板约占十至十五个百分点，包装材料约占五个百分点。树脂相框则以不饱和聚酯树脂、固化剂、玛瑙粉及颜料糊为主要原材料，材料成本占总成本的百分之五十以上。

从生产流程来看，相框制造通常包括开料、成型、打磨、组装、涂装、装裱和包装七个主要工序。各工序之间的物流流转频繁，半成品形态多样，为成本核算带来了天然的复杂性。多品种、小批量的生产模式下，不同规格、不同材质的相框产品在加工时间、材料消耗和工艺难度上差异显著。产品设计与成本控制脱节、采购决策缺乏数据支撑、质量返工率高导致隐性成本巨大，这些问题的叠加效应使企业利润被持续侵蚀。

在出口业务层面，成本管控面临着国内生产与国际贸易的双重挑战。汇率波动直接影响外币结算订单的人民币收入。与此同时，环保法规和贸易合规要求的持续升级也推高了企业的合规成本。

## 3 全生命周期精细化成本管控体系构建

精细化成本管控区别于传统成本管理的核心在于核算粒度和管理维度的根本性提升。相框家居企业应在作业成本法的基础上，构建多维度的全生命周期成本核算体系。

在核算维度上，企业需要建立产品、工序、客户和订单四维交叉的成本归集框架。产品维度按照品类、材质、规格逐级细分，工序维度覆盖从开料到包装的全流程，客户维度关联不同市场的准入成本和售后费用，订单维度追踪单批次从投产到交付的全部资源消耗。研究表明，采用多维度成本分析能够让企业发现百分之十五的隐性成本浪费，并通过优化供应链实现

年节省三百万元。

在标准化成本体系建设中，相框企业应针对木材、树脂等大宗原材料建立消耗定额表，对每道工序制定标准工时和标准能耗，为成本差异分析和动态优化提供基准。成本差异分析重点监控材料用量差异和采购价格差异，实施“价量分离”的闭环管理。

预算管控应覆盖生产性支出和非生产性支出，实行“有预算不超支、无预算不开支”的刚性约束。对于设备更新、模具开发等大额支出，实行专项预算管理，单独立项审批。同时建立季度预算复盘机制，根据实际经营状况动态调整预算安排，确保预算与经营目标保持一致。

在流程优化层面，精益生产理念与成本管控的深度融合是实现降本增效的关键路径。通过引入价值流分析工具，对从原材料入库到成品出货的全过程进行流程透视，识别并消除等待、搬运、过量生产、库存积压等各类浪费，持续压缩非增值作业时间和资源消耗。

#### 4 数字化供应链协同与智能制造降本增效

数字化供应链协同是相框家居企业突破传统采购模式、实现全链条降本增效的核心驱动力。相框家居的原材料涉及木材、树脂、玻璃、金属配件等多品类，供应来源分散，传统的人工采购模式效率低下且采购价格透明度不足。

通过部署数字化采购管理平台，企业可实现供应商在线报价、竞价和合同管理的全流程数字化。平台积累的历史采购数据可为采购决策提供价格趋势分析和最优采购时点判断。更为重要的是，数字化平台打通了企业与核心供应商之间的信息壁垒，供应商可实时查看企业的需求预测和库存水平，提前备货，缩短交货周期。有研究显示，通过“链式协同”数改模式，产业集群供应链协同效率可提升百分之二十五以上，企业库存准确率提升百分之三十以上，库存整体成本降低百分之十二以上。

在智能制造领域，相框家居企业的数字化升级覆盖生产执行、质量检测和仓储物流等多个环节。引入MES系统后，生产排程实现从人工经验排产向数据驱动的智能化转变。智能柔性订单裁切系统通过优化排产模型，使原料利用率从百分之八十二提升至百分之九十三，单吨成本下降百分之十二。表面视觉在线检测系统替代人工肉眼，可在毫秒间识别板材缺陷，质检准确率达百分之九十九点八，质量追溯效率提升百分之八十。智能仓储系统通过机器人拣板和自动包装，有效降低人工成本约二百万元，减少运输成本约六十万元。

需要指出的是，对于数量众多的中小相框企业而言，一次性投入大量资金进行全面的数字化改造并不现实。建议采用分阶段推进策略，优先在成本占比前百分之二十的重点领域部署，通常六至九个月即可实现投资回报。例如，可优先在木材

开料环节引入智能排产系统，或在涂装工序部署自动调漆设备，以最小投入获取最大效益，积累经验后再逐步向全流程数字化延伸。

#### 5 数据驱动的国际市场拓展与品牌出海策略

相框家居制品是典型的出口导向型产品，中国是世界上最大的相框生产和出口国之一。在传统出口模式下，相框企业多采用OEM代工方式，利润微薄，品牌溢价能力弱。数字经济的发展为企业从“代工出口”向“品牌出海”转型提供了全新的路径和工具。

跨境电商平台的蓬勃发展为相框企业开辟了直接触达海外消费者的渠道。Temu、SHEIN、TikTok Shop等新兴平台以全托管模式降低跨境贸易门槛，企业只需负责供货，平台承担运营、物流和售后。这些平台以社交裂变、短视频引流等新玩法迅速积攒用户基础，其流量机制在转化率、上新力等打法引导下更易出爆品。对于缺乏跨境电商运营经验的传统相框制造企业而言，全托管模式是实现品牌出海“冷启动”的理想选择。

然而，跨境电商的快速发展也带来了新的成本管理课题。平台费用结构复杂，佣金、广告、仓储、退换货等各项费用相互叠加，如不进行精细化核算，极易出现“订单增长、利润下滑”的困境。企业应建立跨境电商订单级成本核算模型，逐笔归集平台佣金、跨境物流费、目的国关税、仓储配送费及广告投放费等，对每个SKU的净利率进行精确核算，及时淘汰亏损品类，聚焦盈利产品。

在国际市场拓展策略上，相框企业应根据目标市场的消费偏好和竞争格局，实施差异化的产品策略。欧美市场消费者倾向于简约、现代的设计风格，对环保材料和可持续性有较高要求，相框尺寸较大，适合客厅、卧室等空间装饰，产品利润率较高，但品质门槛和合规要求也最为严格。东南亚和中东市场则更青睐华丽、复古的设计风格，对价格敏感度较高，产品尺寸偏小。

特别值得关注的是，2026年新修订的《对外贸易法》已明确将数字贸易列为支持重点，推动外贸新业态规范化、制度化、国际化发展。外贸企业应充分利用政策窗口期，加快从传统外贸向跨境电商、品牌出海的转型步伐，在国际市场竞争中赢得先机。

#### 6 汇率风险管理及出口合规成本优化

相框家居制品出口业务面临的首要经营风险是汇率波动，其次是贸易合规成本。在全球贸易壁垒加剧、汇率双向波动加大的背景下，建立健全的风险防控体系已成为出口型相框企业经营的必修课。

在汇率风险管理层面，企业应构建业务、财务和金融工具三管齐下的对冲体系。业务对冲方面，通过优化出口市场布局，使多币种收入自然对冲，同时增加人民币跨境结算比例，从源

头降低汇率风险敞口。金融对冲方面，合理运用远期结售汇、期权等金融衍生工具锁定汇率。财务对冲方面，建立以外币计价报价的机制，根据汇率变动趋势定期调整出口报价，将汇率波动影响传导至产品定价端。中国人民银行发布的《2026年第一季度中国货币政策执行报告》明确指出，要综合施策增强外汇市场韧性，稳定市场预期，保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定，企业应密切关注政策信号，科学制定汇率风险管理策略。

在合规成本管理层面，出口相框产品需满足目的国在木材来源合法性、甲醛含量限值、重金属析出量等多方面的法规要求。以木材为原材料的相框产品出口到欧美市场，需提供 FSC 森林认证或木材合法性证明，部分市场还要求进行熏蒸处理或热处理以符合植物检疫标准。对于使用含铅油漆或涂料的相框产品，出口到美国需符合 CPSIA 消费品安全法规中的铅含量限值，出口到欧盟则需满足 REACH 法规对特定化学物质的限制要求。企业应建设合规数据库，系统收集和更新各目的国的准入标准、关税税率和检测认证要求，按客户、按订单核算合规成本，将其纳入产品定价和利润分析体系。同时加快使用环保水性漆替代溶剂型涂料，从源头降低合规风险，提升产品的国际市场准入便利度。

## 7 结论

本文围绕相框家居制品企业精细化成本管控与经营绩效优化，从全生命周期成本管理、数字化供应链协同、品牌出海、汇率风险管理和合规成本控制等维度展开系统分析，得出以下主要结论。

## 参考文献：

- [1] 滑文.生产制造企业成本管理应用分析及策略探讨[J].中国科技投资,2024,(23):80-82.
- [2] 孙铭泽.跨境电子商务对我国出口贸易的影响研究[D].首都经济贸易大学,2024.
- [3] 张妍.制造业企业成本管理存在的问题及对策研究[J].中国科技投资,2024,(34):35-37.
- [4] 吴志军,唐英,刘晶.数字化驱动全屋定制家居设计转型的机理与路径研究[J].家具与室内装饰,2024,31(08):102-107.
- [5] 穆佳琪.基于作业的标准成本法在成本管理中的应用[J].经营与管理,2024,(05):81-87.

第一，相框家居制品行业长期存在的成本核算粗放问题亟待解决。通过导入多维度成本核算体系，企业可识别出百分之十五以上的隐性成本浪费，为精准的成本控制提供数据基础。标准化成本体系建设与动态预算管控机制的配合，使企业能够实现成本差异的“价量分离”分析，有效锁定异常成本来源。

第二，数字化供应链协同与智能制造是相框企业降本增效的关键技术路径。智能排产系统可将原料利用率从百分之八十二提升至百分之九十三，库存整体成本降低百分之十二以上，质量检测效率提升百分之八十。对于中小相框企业，建议采用分阶段推进策略，优先在成本占比前百分之二十的重点环节部署数字化工具。

第三，跨境电商平台的崛起为相框企业品牌出海提供了历史性机遇。全托管模式降低了跨境贸易门槛，但企业必须建立订单级成本核算模型，逐笔归集各项费用，对每个 SKU 进行精确核算，避免“订单增长、利润下滑”的困境。同时，应针对不同目标市场的消费偏好实施差异化产品策略。

第四，汇率波动与贸易合规成本是出口型相框企业必须审慎应对的经营风险。通过业务对冲、金融对冲和财务对冲三管齐下的汇率风险管理策略，以及环保合规前置策略，企业可有效控制出口业务的风险敞口。

相框家居行业正处于从粗放式增长向精细化运营转型的关键阶段。企业应建立覆盖全生命周期、贯通全产业链的精细化成本管控体系，在数字化供应链、智能制造、品牌出海和风险管理等方面持续发力，于激烈的国际市场竞争中构建可持续的成本优势与品牌溢价能力。