

Stabilny wzrost zamiast skoku – perspektywy rynku meblowego w 2026 roku

Branża meblarska wejdzie w rok 2026 osłabiona przez ostatnie lata spowolnienia, ale czy przygotowana na zmiany, które mogą zbudować nową jakość rynku? Cyfryzacja sprzedaży, rozwój konfiguratorów, rosnące znaczenie mikrofabryk i presja konkurencji z Azji stworzą nowe warunki funkcjonowania dla producentów, dystrybutorów i wykonawców mebli – zapowiadają eksperci z MAAG Polska, firmy produkującej obrzeża meblowe.



Nadchodzące 12 miesięcy to okres, w którym będą dojrzały kluczowe trendy technologiczne, a równolegle będą narastały globalne wyzwania konkurencyjne.

– Z jednej strony przedsiębiorstwa będą musiały sprostać rosnącym oczekiwaniom klientów w zakresie personalizacji, szybkości obsługi i pełnej cyfryzacji procesów. Z drugiej – przygotować się na intensyfikację presji cenowej i jakościowej ze strony producentów z Azji – prognozują Michał Nowrotek i Sławomir Trela – eksperci z MAAG Polska.

Cyfrowa rewolucja przyspiesza: e-commerce staje się dominującym kanałem sprzedaży

Przeniesienie sprzedaży do Internetu nie jest już trendem – to rzeczywistość, którą w 2026 roku zobaczymy jeszcze wyraźniej. Część firm wprowadza model biznesowy, w którym kanał online nie uzupełnia działalności stacjonarnej, lecz całkowicie ją zastępuje. Rynek przechodzi transformację na miarę rewolucji cyfrowej, która dokonała się wcześniej w branży RTV czy

AGD.

– Coraz więcej klientów prowadzi swoją działalność wyłącznie w Internecie. Mamy już kilku partnerów, którzy zrezygnowali z tradycyjnych sklepów, wykorzystując jedynie sprzedaż online. Wszystko wskazuje na to, że ich liczba będzie rosła, podobnie jak znaczenie konfiguratorów, personalizacji i obsługi zdalnej – mówi Michał Nowrotek, prezes firmy MAAG Polska.

Dla producentów oznacza to konieczność dostosowania się do nowego modelu funkcjonowania rynku, w którym pełną ścieżką zakupową – od konfiguracji, przez zamówienie, po obsługę posprzedażową – odbywa się w przestrzeni cyfrowej.

– Jest to proces nie do zatrzymania, a rynek internetowy będzie się rozwijał niezależnie od ogólnych wahań koniunktury. To etap dojrzenia sektora, w którym konsumenci coraz pewniej czują się w cyfrowych procesach zakupowych, a firmy, które nie zdążą dostosować oferty do zwiększonych wymagań technologicznych, ryzykują utratę pozycji konkurencyjnej – podkreśla Sławomir Trela, wiceprezes MAAG Polska.

Konfiguratory 3D i personalizacja w czasie rzeczywistym

Wraz z rozwojem e-commerce rośnie znaczenie technologii umożliwiających pełną personalizację produktów. Nowoczesne konfiguratory 3D stają się narzędziem pierwszego wyboru dla klientów, którzy chcą aktywnie współtworzyć własne meble.

– Personalizacja w czasie rzeczywistym i możliwość projektowania mebli online w konfiguratorach 3D to przyszłościowy kierunek. W Polsce to rozwiązanie dopiero raczkuje, ale wizja jest jasna. Jednak nie spodziewam się, by przyszły rok był momentem przełomu – mówi wiceprezes firmy MAAG Polska.

Michał Nowrotek podkreśla natomiast, że technologia ta jest obecna już dziś, choć na rynku funkcjonuje jeszcze w ograniczonym zakresie: „Istnieją platformy oferujące pierwsze zaawansowane konfiguratory, jednak pełna indywidualizacja – wymiarowa i kolorystyczna – dopiero zaczyna się upowszechniać. Pamiętajmy, że to jednak nieodwracalny trend – klient oczekuje nie tylko standardowej oferty, lecz możliwości stworzenia produktu na miarę swoich potrzeb, a narzędzia cyfrowe stanowią pomost między producentem a odbiorcą końcowym. Branża musi sprostać temu wyzwaniu, inwestując w technologie i zasoby, które pozwolą obsłużyć bardzo zróżnicowane zamówienia – wyjaśnia prezes firmy MAAG Polska.

Sztuczna inteligencja weprze, ale nie zastąpi

Choć na rynku pojawiają się opinie o rewolucyjnej roli sztucznej inteligencji, eksperci z MAAG Polska studzą przesadne oczekiwania. Ich zdaniem AI ma ogromny potencjał, ale – póki co – nie w obszarze pełnej automatyzacji projektowania mebli w 2026 roku.

– Sztuczna inteligencja będzie odgrywać większą rolę przede wszystkim w obszarze personalizacji i dopasowywania mebli do potrzeb klientów. Natomiast nie spodziewam się, aby AI projektowała meble od podstaw i zlecała ich produkcję – na to jeszcze jest zdecydowanie za wcześnie – potwierdza Michał Nowrotek.

Technologie oparte na AI będą wspomagać proces projektowania, usprawniać workflow i skracać czas wdrażania nowych wariantów, ale rola projektantów, inżynierów i technologów pozostanie niezastąpiona. Rok 2026 przyniesie na pewno rozwój narzędzi inteligentnych, lecz jeszcze nie pełną automatyzację projektowania.

Mikrofabryki: nowy model produkcji, który może zachwiać równowagą rynkową

W 2026 roku będziemy mogli zaobserwować wzrost znaczenia mikrofabryk – niewielkich, wyspecjalizowanych zakładów produkcyjnych działających lokalnie, blisko odbiorców, w pełni elastycznych

i skupionych na szybkiej realizacji zamówień indywidualnych.

– Lokalne mikrofabryki będą zyskiwały na znaczeniu, produkując meble na zamówienie i skracać czas dostaw. Mogą one wkrótce stać się główną konkurencją dla dużych podmiotów – mówi Sławomir Trela.

Taki model produkcji może całkowicie zmienić krajobraz branży, szczególnie w segmencie premium i sektorze mebli wykonywanych na wymiar. Mikrofabryki pozwalają na nieporównywalnie większą indywidualizację, szybszą realizację zamówień i mniejsze koszty logistyki niż w dużych, masowych zakładach.

Ekspansja eksportowa

Choć Polska należy do największych eksporterów mebli na świecie, ambicje wejścia do ścisłej czołówki pozostają aktualne. Nie wiadomo jednak, czy jest to możliwe już w 2026

roku.

– Polska ma szansę wskoczyć na podium pod względem eksportu, ale warunkiem jest odbicie rynków zachodnich – wyjaśnia wiceprezes firmy MAAG Polska.

Michał Nowrotek potwierdza, że wzrost eksportu jest zależny przede wszystkim od poprawy koniunktury na najważniejszych rynkach Europy Zachodniej, a w 2026 roku ma być ona umiarkowana. Zwraca także uwagę na niską opłacalność transportu polskich mebli na bardzo odległe rynki, takie jak Ameryka Północna czy Afryka.

Największe wyzwanie dla producentów: rosnąca konkurencja z Azji

Niepokój branży meblarskiej budzi rosnąca konkurencja ze strony producentów z Azji. Zjawisko to można porównać do zmian, jakie przeszła branża motoryzacyjna:

– W segmencie samocho-

dowym widać wyraźnie, że producenci z Azji, szczególnie z Chin, odrobili lekcję jakości. Są coraz bardziej konkurencyjni, poprawili design i potrafią dopasować się do gustów europejskich odbiorców – mówi Sławomir Trela. I dodaje: „Z kolei w branży meblowej wprowadzają rozwiązania logistyczne, w ramach których meble przyjeżdżają w częściach i są składane na miejscu. Stąd przygotowujemy się na konkurowanie nie tylko ceną, ale również szybkością działania”.

Widoki na przyszłość: ostrożny optymizm i nadzieja na stabilny wzrost

Mimo wyzwań, eksperci MAAG Polska patrzą w przyszłość z umiarkowaną nadzieją. Rok 2026 może okazać się momentem przełamania negatywnych trendów.

– Wierzę, że najtrudniejszy okres mamy już za sobą, a przed nami stopniowe oży-

wienie i powrót na ścieżkę wzrostu. Może nie będzie on tak dynamiczny jak w rekordowych latach, ale jeśli okaże się stabilny i zdrowy, będzie to wystarczające – podkreśla Sławomir Trela.

– Życzę całej branży, aby nadchodzący rok stał się momentem przełamania negatywnych trendów i początkiem odbudowy rynku – dodaje Michał Nowrotek, prezes MAAG Polska.

MAAG Polska od początku swojego istnienia jest firmą produkcyjną, dostarczającą na rynek akcesoriów meblowych wysokiej jakości obrzeża PVC. Oferta obrzeży meblowych zawiera wszystkie standardowe rozmiary, dopasowane do dekorów oraz grubości płyt oferowanych przez wiodących producentów europejskich. MAAG Polska jest jedynym polskim producentem, który dostarcza swoje wyroby tuż na drugi dzień.