



建材行业 2022 年度策略报 告：面对新常态



地产调结构去金融化，系统性信用风险传染概率已大幅降低，触底后的有能力扩张的龙头消费建材的成长确定性和成长的质量在这一轮将不降反升，但之前抱住高杠杆地产商加杠杆狂奔的商业模式将终结并将继续为风险敞口买单，出清之年并未结束；图：国泰君安建材团队 2021 年年度策略的五条主线——验证 02

大宗品 2022 年总量逻辑或将依然占优，高能耗且高产能利用率是核心关键词，供给端扰动将反复呈现，譬如玻璃；并将大幅抬升部分行业进入门槛，进而提升长周期估值，例如玻纤；水泥是“边际+区域”逻辑占优，板块行情可能仍是“手慢无”，但有自身成长性个股将走出分化；03

从“不炒”到“房住”，庞大的存量及在建面临品质需求升级及建筑验收提标升级的软硬约束，潮水褪去方知“繁荣的起点并非沸腾的年代”，B 端建材的估值差在加大，本质在于市场对于 α 的更深刻发现，C 端高波动因素有望减少，重回长期配置优势；04

新领域我们继续看好碳纤维，量价齐升的全面爆发是“此刻”而非“前夜”，并以民用和下游制品的全面放量为标志；

风险提示

国内货币、房地产宏观政策风险。国内货币政策的收紧将严重影响各个重大基建项目的开工进程；房地产的宏观调控将关系到土地开发、房地产的投资，作为建材主要下游需求，两者政策的变动都将直接影响到建材

的需求端。

原材料成本风险。煤炭是水泥的主要原材料成本之一，短期内大幅上涨将影响水泥企业的盈利能力。

关键词：碳纤维

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29853

