



建材行业 2021 年中期投资策略 略：玻璃玻纤依旧强势 消费建 材加速成长



水泥：淡季承压过大，下半年情况或有好转。水泥价格已连续两月下跌，主要原因是淡季下供需错配。短期来看，下游需求仍然很差，企业库存仍在增加，预计七月份水泥价格仍难有起色，需等淡季结束后价格或许才会逐步回升。收入方面，因 2020 年下半年水泥价格较低，2021 年行业收入有望持平或小幅增长。利润方面，今年煤炭价格同期增幅较大，下半年水泥企业能否消化煤炭上涨压力将决定行业利润水平，预计企业将通过水泥提价或煤炭价格回落来传导部分成本，但行业整体利润或仍会有所下降。区域方面，北方水泥业绩相对好于南方水泥。大多数上市水泥公司股价较近一年股价高点回调 30%-40%，对应 PE 仅在 5-7 倍，安全边际较大，看好下半年股价修复。

玻璃：下半年供需偏紧态势仍会延续，价格将高位盘整。供给来看，根据各企业公布的点火和冷修计划，下半年净新增在产产能仅 3.33%，相对有限。需求来看，竣工周期下建筑玻璃需求仍然强劲，汽车玻璃需求平稳增长，在建筑节能玻璃和汽车全景天窗渗透率提升的趋势下，长期需求仍有增量。价格来看，下半年需求依旧强劲的背景下，目前行业供需偏紧的态势仍会持续，价格预计高位盘整。头部企业在享受浮法玻璃高景气带来的红利同时，纷纷布局技术壁垒更高的光伏玻璃、电子玻璃和药用玻璃等领域，综合实力显著提升，成长性十足。

玻纤：高景气仍将持续，行业结构升级更值得期待。国内来看，玻纤行业的供给和需求下半年相对稳定。海外来看，需求仍未恢复至疫情之前

水平，下半年疫情缓和后需求或仍有增加。在目前行业低库存的背景下，行业的高景气下半年仍将持续。但玻纤行业新建产能相对容易，高盈利驱动下各企业扩产意愿强烈，中期来看，玻纤价格将逐步回归合理水平。

玻纤行业的结构升级更加值得期待，相较粗砂而言，电子纱技术含量更高，在 5G、物联网和新能源汽车高速发展背景下增速也更大。头部企业加大在电子纱领域的布局有利于提升企业综合实力改善业务结构。

消费建材：穿越周期，快速成长。消费建材所具备的消费属性和商业模式使得其在发展过程中呈现两大明显趋势：一是行业集中度快速提升，头部企业份额不断增加；二是各行业龙头加速拓展新品类向综合建材企业转变。份额的提升和品类的拓展都使得消费建材龙头企业更具成长性，减弱单一业务受下游需求波动而呈现的周期性，企业业绩更加稳健。

这两种趋势在未来仍将继续演绎，企业做大做强的同时仍会保持较高增速，持续看好经营质量优异、现金流良好和积极开拓新业务的龙头公司。

风险提示：基建投资放缓、地产政策收紧、竣工不及预期、原材料涨

从 新行业进入者

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_33147

