2024

INDUSTRY RESEARCH REPORT

中国建筑材料产业现状及发展趋势研究报告

编制：智研咨询

目·录

01 | 建筑材料行业相关概述
02 | 中国建筑材料产业运行环境分析
03 | 中国建筑材料行业发展现状分析
04 | 中国建筑材料行业投融资动态分析
05 | 中国建筑材料行业重点企业分析
06 | 中国建筑材料行业发展趋势分析

PART 01

建筑材料行业相关概述

最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

建筑材料产品品类持续扩充，新型建材产品发展提速



建筑材料建筑材料是建筑行业的工程中所使用的各类型材料的概括性称呼，是工程建设的物质基础。

我国的建筑材料行业趋于向生态建筑材料发展，以节约资源和减少环境污染为原则，实现建筑料的容易回收与循环利用。

因此，发展具有改善居室生态环境和保健功能的建筑材料，发展能替代生产能耗高、对环境污染大、对人体有毒有害的建筑材料是生态建筑材料建设的发展战略，建筑行业将围绕新型材料进行不断探索。

在行业的快速发展下，新型建筑材料发展提速。新型的建筑材料包括范围很广，有保温材料，隔热材料，高强度材料和会呼吸的材料等。

行业步入转型发展阶段，多样化需求带动行业快速发展

建材行业的发展历程是一个不断演进和变革的过程。21世纪以来，随着环保意识的提高和政策的推动，绿色环保建材成为行业发展的趋势。企业开始注重产品的环保性能和可持续性，推动行业向更加环保的方向发展。科技的进步为建材行业带来了新的机遇。新材料、新工艺、新技术在建材行业的应用不断推动行业的进步，为建筑师和设计师提供了更多的选择和创新空间。中国建材行业逐渐走向高端化、智能化、绿色化，与国际接轨，参与全球竞争。

20世纪50年代至60年代

初创期

主要生产水泥、砖瓦等传统建材满足国家基础设施建设的需求，为国家的经济恢复和发展提供了重要支持。

20世纪70年代至80年代

快速发展期

新的技术和机器使大量建材的生产变得更加高效和容易，如钢铁的广泛应用提升了建筑物的结构强度和稳定性。同时，玻璃、陶瓷等高端建材开始进入市场，逐渐替代了传统建材，提升了建筑的质量和美观度。

20世纪90年代至21世纪初

成熟期

我国建材行业已经初步形成完整的产业链，出现了一批具有竞争力的建材品牌。这些品牌通过技术创新和市场拓展，在国内外市场上树立了良好的口碑。

21世纪至今

转型升级期

随着环保意识的提高和政策的推动，绿色环保建材逐渐成为行业的发展趋势，推动行业向更加环保的发现发展。同时，科技的进步，也为建材行业带来了新的机遇，助力建材行业加速数字化、智能化转型。

互联网技术快速发展，带动建材商业模式持续变革

B2B	商业模式：以提供产品供应采购信息服务为主要经营模式的B2B行业网站 代表企业：中国家具网 这类网站要建立分类齐全、产品品种多、产品参数完善、产品介绍详细的产品数据库，尤其是要注重产品信息的质量，全面提升采购体验，吸引更多采购商和供应商来网站发布信息、浏览查找信息。代表网站包括全球五金网、中国纺织网、全球纺织网、中国设备网、中国建材网、维库电子市场网等。
B2C	商业模式：直接面向终端消费者销售的B2C模式 代表企业：居然之家、林氏木业等 B2C电子商务的付款方式是货到付款与网上支付相结合，而大多数企业的配送选择物流外包方式以节约运营成本。随着用户消费习惯的改变以及优秀企业示范效应的促进，网上购物的用户不断增长。其基本需求包括用户管理需求、客户需求和销售商的需求。
O2O	商业模式：线上线下融合的O2O模式 代表企业：乐易家居、美乐乐 在团购出现之前，一般的网购都是线上买单，然后通过物流配送货品。而团购改变了网购模式，变成“线上买单，线下消费”，目前的O2O模式概念更加宽泛，线上线下交相融合。
免费家装	商业模式：购买家具送家装的免费模式 代表企业：乐易家居 乐易家居采取的是渠道模式创新型，依托其一站式的O2O家装建材采购服务平台，打通家装建材产业链的上下游，在试运营期间推出“免费家装”活动，提升家居建材服务体验。

PART 02

中国建筑材料产业运行环境分析

最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

地产融资政策持续加码，加速提振建材行业发展信心

房地产作为建材产业的重要应用下游，地产政策的变动，对于建材行业的发展有着重要的影响。在地产销售偏弱的背景下，房企保交楼资金依赖于融资政策。自2023年下半年地产融资政策持续加码，2023年11月三部门召开金融机构座谈会，提出“三个不低于”以及建立房企白名单，多家银行密集召开房企座谈会，强调“支持房企合理融资，做好保交楼”，进一步提振了建材行业的发展信心。

2023年中国房地产行业融资政策

颁发机构	时间	政策	内容
中国人民银行、国家金融监管总局	2023年7月	《关于延长金融支持房地产市场平稳健康发展有关政策期限的通知》	对于房地产企业开发贷款、信托贷款等存量融资，2024年12月31日前到期的，可以允许超出原规定多展期1年。
中国人民银行、国家金融监管总局、中国证监会	2023年11月	金融机构座谈会	各家银行自身房地产贷款增速不低于银行行业平均房地产贷款增速，对非国有房企对公贷款增速不低于本行房地产增速，对非国有房企个人按揭增速不低于本行按揭增速。
中国人民银行、国家金融监管总局、中国证监会等八部门	2023年11月	《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》	抓好政策落实落地，保持信贷、债券等重点融资渠道稳定，合理满足民营房地产企业金融需求。
建设银行、交通银行、浙商银行、工商银行、农业银行	2023年11月	民营企业座谈会	各银行邀请地产头部、区域代表以及各类所有制企业代表进行座谈，银行表示更好支持房地产企业合理融资需求，助力房企穿越周期，做好“保交楼、保民生、保稳定”。
/	2023年12月	中央经济工作会议	加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”。完善相关基础性制度，加快构建房地产发展新模式。

资料来源：政府官网、智研咨询整理 www.chyxx.com

部委政策密集出台，推动建材行业加速转型发展

我国政策环境持续利好建筑材料行业发展，重点提出加快人工智能、云计算、大数据等信息技术与制造全过程、全要素深度融合，加快推进水泥、混凝土等传统制造业数字化转型，构建发展良好生态。推进钢铁、建材、电力等产业耦合发展，推广钢化联产、资源协同利用等模式。持续推动绿色建筑材料下乡，全面推进新型绿色建筑材料等绿色建材产业的协同发展。

2023年中国建筑材料行业相关政策（一）

2023年12月

工业和信息化部等八部门联合印发《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》：加快人工智能、云计算、大数据等信息技术与制造全过程、全要素深度融合，加快推进水泥、混凝土等传统制造业数字化转型，构建发展良好生态。推进钢铁、建材、电力等产业耦合发展，推广钢化联产、资源协同利用等模式。

2023年12月

辽宁省住房和城乡建设厅印发《辽宁省“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》：提升绿色建材研发生产能力，积极探索“新型建材+互联网”新模式、新业态，稳步拓宽新型绿色建筑材料的发展空间，构建产业互联新体系。

2023年11月

国务院印发《空气质量持续改善行动计划》：在钢铁、有色、水泥等行业和物流园区推广新能源中重型货车，发展零排放货运车队；鼓励中心城市铁路站场、钢铁、煤炭等行业推广新能源铁路装备，加快建设绿色清洁运输体系，助力构建低碳环保的建材产业生态。

2023年11月

工业和信息化部起草了《绿色建材产业高质量发展实施方案（征求意见稿）》：加快绿色建材产业集群培育，鼓励有条件地区因地制宜、因业布局，发展具有特色的绿色建材集群，支持各地推动建设以绿色建材为主的新型工业化产业示范基地，以此进一步整合上下游市场资源，全面推进新型绿色建筑材料等绿色建材产业的协同发展。

资料来源：政府官网、智研咨询整理 www.chyxx.com

部委政策密集出台，推动建材行业加速转型发展

2023年中国建筑材料行业相关政策（二）

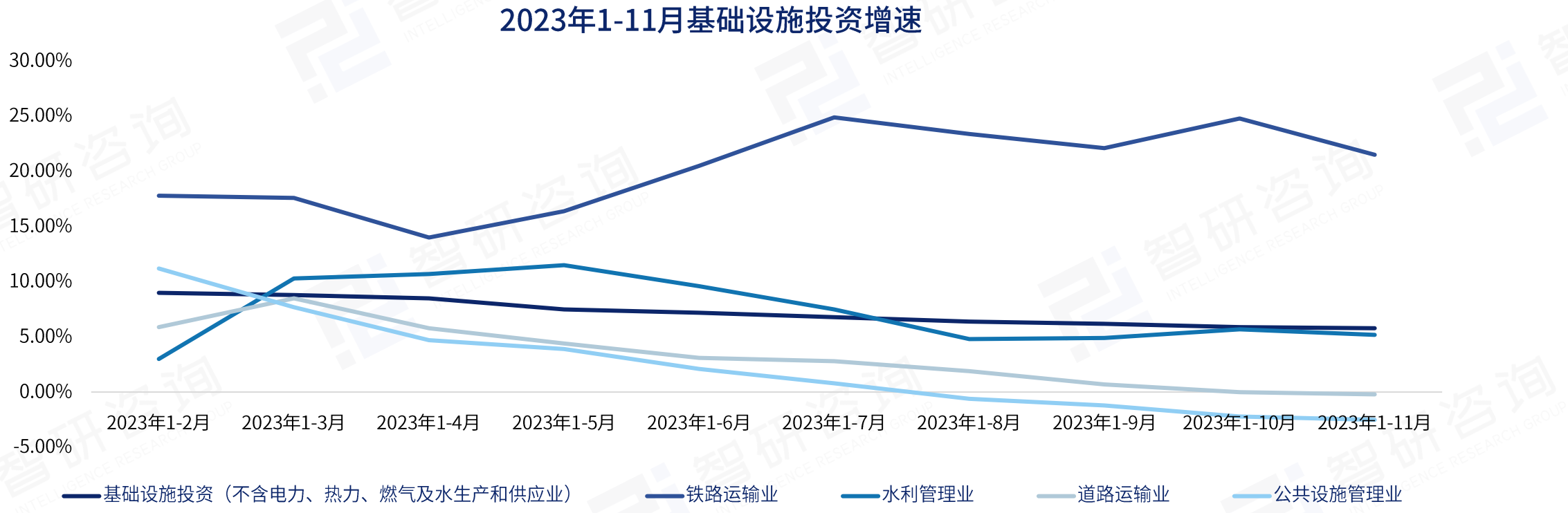
2023年10月	湖北省人民政府办公厅印发《湖北省冶金产业转型升级实施方案（2023-2025年）》：支持武钢有限、鄂城钢铁、湖北金盛兰等龙头企业，利用技术、资金、品牌等优势，依法依规对省内长材企业兼并重组，全面提升省内钢铁产业资源集中度，稳步聚集钢铁产能，推动行业高质量转型发展。
2023年9月	国家能源局发布《关于组织开展可再生能源发展试点示范的通知》：支持新型高效光伏电池技术示范，持续推进光伏发电技术进步、产业升级，稳步带动光伏组件、光伏玻璃等原材料、零部件的发展，助力行业加快转型升级步伐。因地制宜推进分布式光伏应用或小型集中式光伏建设，积极探索新型光伏开发利用模式。
2023年8月	2023年8月，工信部、发改委等八部门印发《建材行业稳增长工作方案》支持各地区结合地区废弃物综合利用情况，以新型墙体材料和机制砂石等项目建设为契机，促进区域内产业耦合发展。研究建立防水卷材等产品追溯体系，鼓励企业制定装修装饰产品等使用说明书；增加中高端产品和服务有效供给，支撑高质量发展。
2023年7月	江苏省工信厅、住建厅等部门印发《江苏省绿色建材产业高质量发展三年行动方案（2023-2025年）》：加快绿色建材产品认证、开展绿色建材下乡、推动政府工程采用等三项具体举措，争创全国绿色建材下乡试点，持续扩大绿色建材下乡活动品牌影响力。
2023年7月	杭州市人民政府办公厅出台《关于加快推进绿色能源产业高质量发展的实施意见》：充分发挥本市光伏产业在太阳能电池等重点领域的技术优势，不断提高光伏玻璃、光伏浆料等关键装备和辅料配套能力，全面提升光伏建筑一体化、构建标准化、工程化定制能力。

资料来源：政府官网、智研咨询整理 www.chyxx.com

下游应用市场需求回暖，加速修复建材产业营商环境

在稳增长基调下，基建投资持续发力，成为推动经济发展的重要抓手，为建材产品在基建领域的发展起到强力支撑。今年以来，国家和政府相继出台各项政策，加快推动基础设施建设进程，基础设施投资增速保持正增长发展态势。

据国家统计局数据显示，2023年1-11月，基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）同比增长5.8%。其中，铁路运输业投资增长21.5%，水利管理业投资增长5.2%，道路运输业投资下降0.2%，公共设施管理业投资下降2.5%。



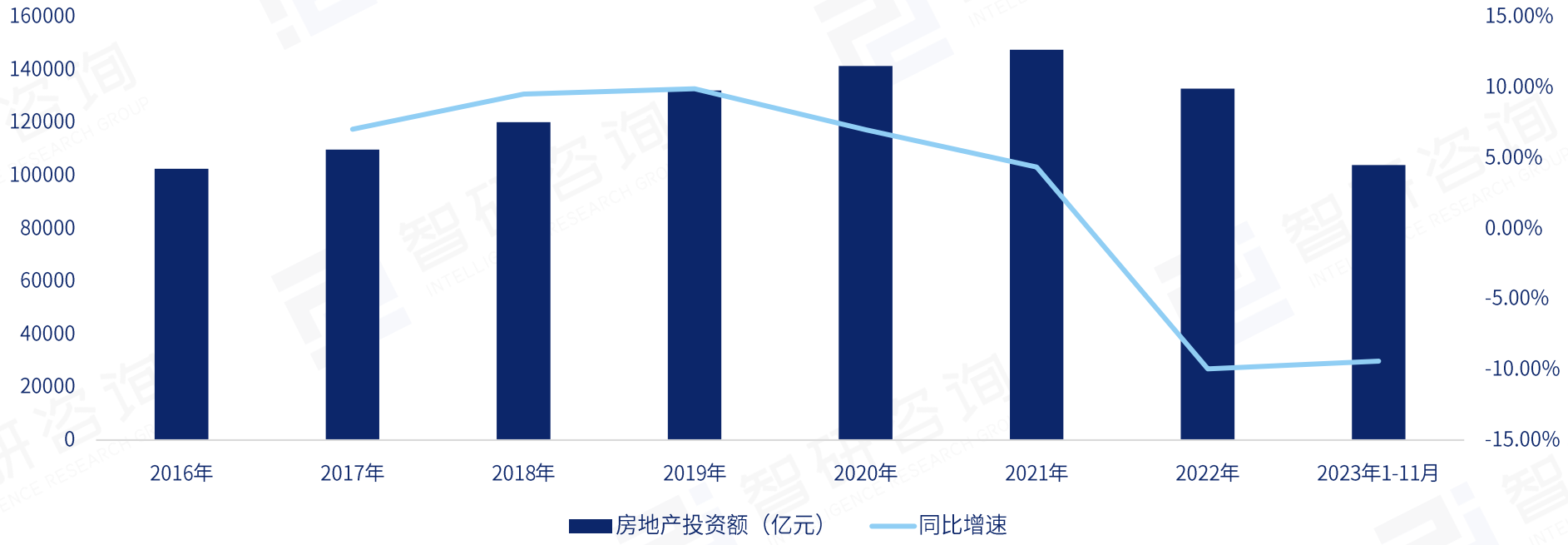
资料来源：国家统计局、智研咨询整理 www.chyxx.com

下游应用市场需求回暖，加速修复建材产业营商环境

受宏观经济增速放缓，居民收入预期不足等多重因素影响，近年来我国房地产市场房持续低迷，房地产投资额不断下滑，开工、拿地意愿均较弱。

2023年以来，国内经济稳步回暖，为加快提振房地产市场发展信心，激发市场活力，政府部门加大对地产市场的扶持力度，加速修复房地产产业生态。2023年1-11月，我国房地产投资额共计104045.43亿元，同比下降9.4%。未来随着各类调控政策显效发力，我国房地产市场有望加速修复，带动建材产品需求回升。

2016-2023年1-11月房地产投资额



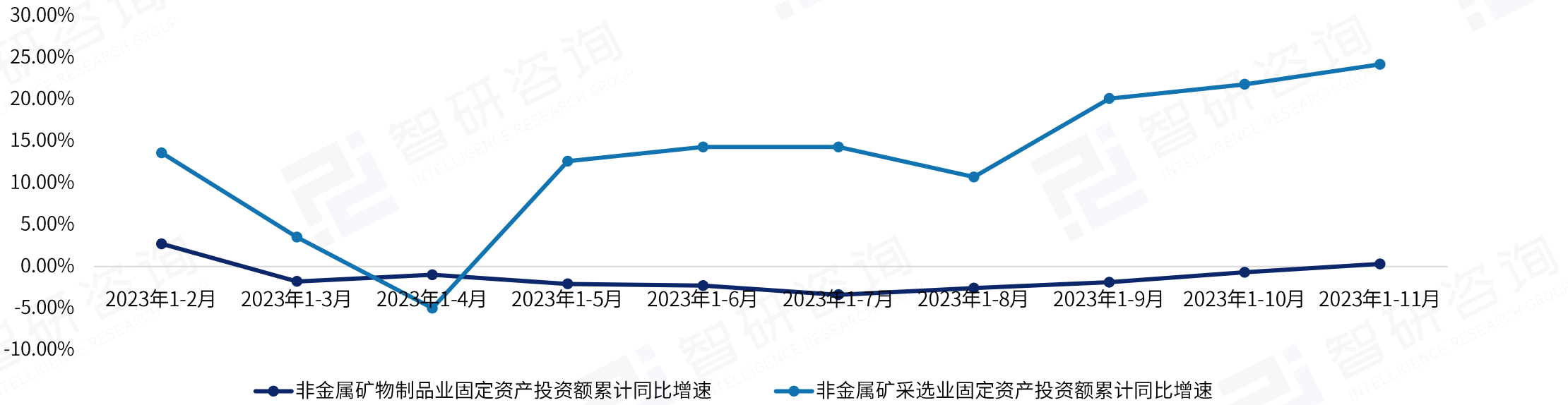
资料来源：国家统计局、智研咨询整理 www.chyxx.com

下游应用市场需求回暖，加速修复建材产业营商环境

近年来，受市场需求减弱、效益下降等因素影响，建材行业固定资产投资保持增长但增幅回落。国家统计局数据显示，2022年，非金属矿采选业固定资产投资比上年增长 17.3%，增速比 2021 年回落 9.6 个百分点，非金属矿物制品业投资增长6.7%，增速回落 7.4 个百分点。

2023年以来，在国家和政府的稳步发力下，我国房地产市场和基建行业稳健发展，带动建材产业市场需求持续回升，建材行业固定资产投资增速总体也呈现出增长态势。2023年1-11月，我国非金属矿物制品业固定资产投资同比增长0.3%，投资增速由负转正，带动建材产业营商环境持续向好；非金属矿选业固定资产投资较上年同期增长24.2%，保持高速增长态势。

2023年1-11月非金属矿物制品业及非金属矿采选业固定资产投资额同比增速



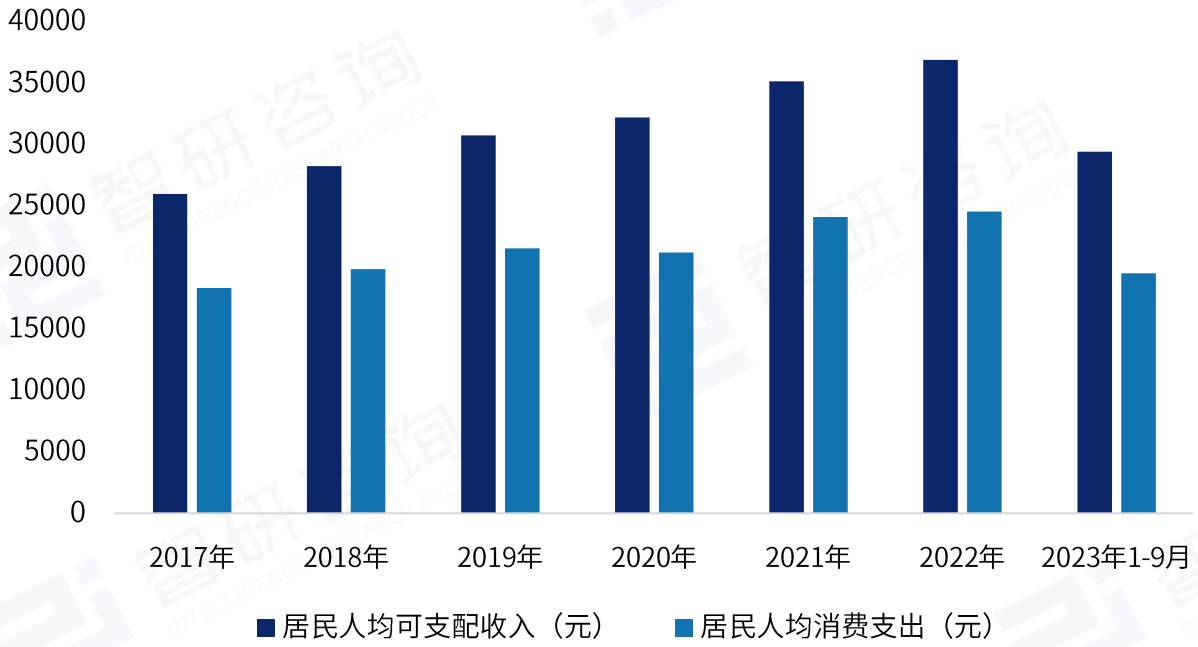
资料来源：国家统计局、智研咨询整理 www.chyxx.com

居民消费升级下，个性化需求带动建材产业高质量发展

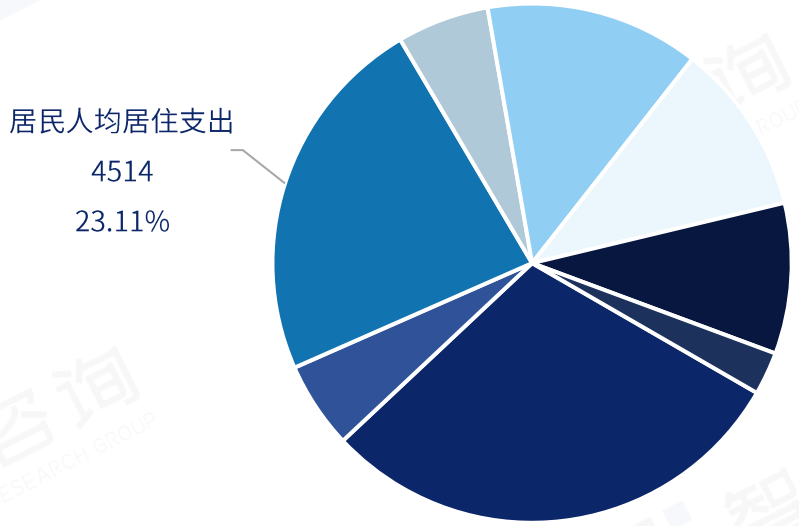
近年来，随着我国经济持续向好发展，居民人均可支配收入和消费支出也呈现出上升趋势。国家统计局数据显示，2023年1-9月，我国居民人均可支配收入为29398元，同比增长5.9%；居民人均消费支出为19530元，同比增长8.8%。其中居民人均居住支出为4514元，同比增长6.4%，占居民总消费支出的比重为23.11%。

在消费升级的带动下，居民的生活水平持续提升，对于美好生活的需求也在不断增长，进而拉动高品质、个性化、绿色节能建材产品需求持续增加，带动建材行业高质量可持续发展。

2017-2023年1-9月居民人均可支配收入及消费支出



2023年1-9月居民消费支出占比



资料来源：国家统计局、智研咨询整理 www.chyxx.com

PART 03

中国建筑材料行业发展现状分析

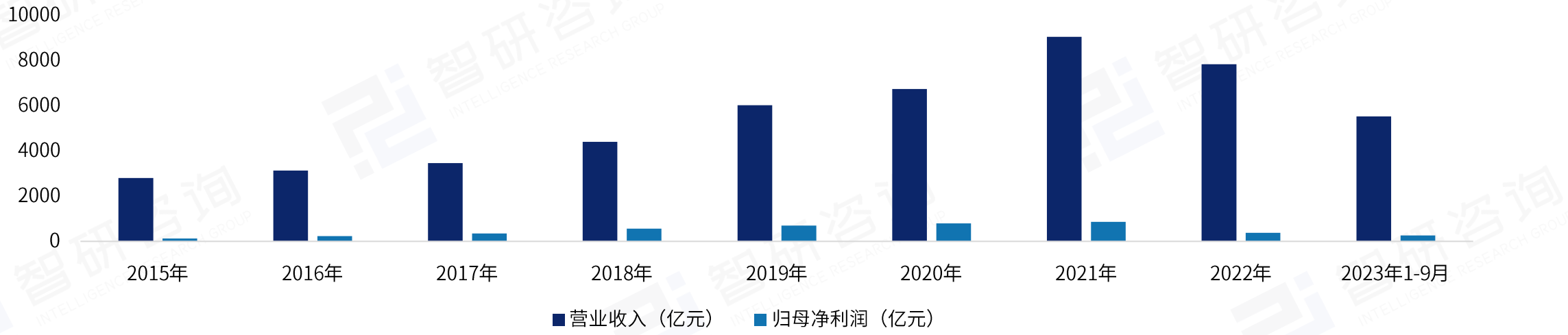
最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

市场环境持续优化，产业经营数据增速大幅收窄

近两年来，建材行业经济运行总体保持稳定，但受国内外形势变化、市场需求持续偏弱等因素影响，主要产品产量和营业收入、利润总额等主要经济效益指标下降，产品出厂价格下滑，总体呈现宽供给、高库存、弱需求运行特征，呈现稳中趋降的运行态势。建材行业面临的生产经营压力依然较大，需求动力显现不足。

2023年，随着全球经济的逐渐复苏，各国基础设施建设投资不断增加，对建材的需求也在稳步增长。同时，各国政府也相继出台了一系列环保政策，以推动建材行业向绿色、低碳、循环方向发展，这为建材行业的发展提供了新的机遇和挑战。据萝卜投研数据显示，2023年1-9月，建筑材料行业营业收入为5527.11亿元，同比下降2.88%；归母净利润为258.82亿元，同比下降31.77%。建材行业经营数据增速较2022年同期出现大幅收窄，表示建材行业营商环境持续修复，带动建材行业稳健发展。

2015-2023年1-9月建筑材料行业营业收入及归母净利润



资料来源：萝卜投研、智研咨询整理 www.chyxx.com

水泥产业营收远超其他品类，新材料产业发展提速

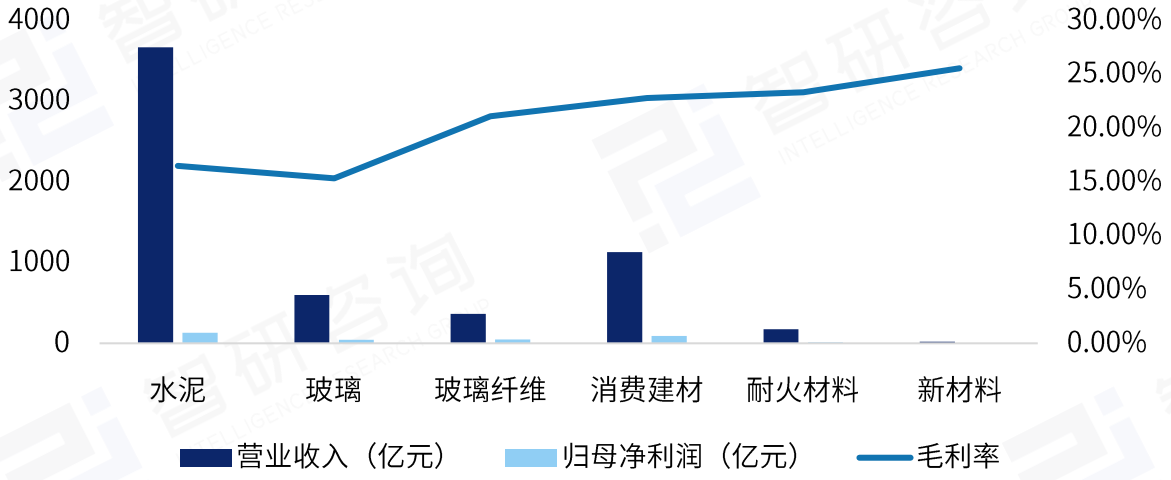
从具体产品来看，不同建材产品的市场需求和表现也有所不同。水泥是建材行业中的传统产品，wind数据显示，2023年前三季度我国水泥产业的营业收入远超于其他建材细分品类，在建材行业中占据重要份额。

此外，随着存量房改造翻新需求的逐步释放，对于消费建材的需求持续增加，带动消费建材产业稳健发展。前三季度，我国消费建材行业上市企业的营业收入同比增长4.88%，为1130.4亿元。

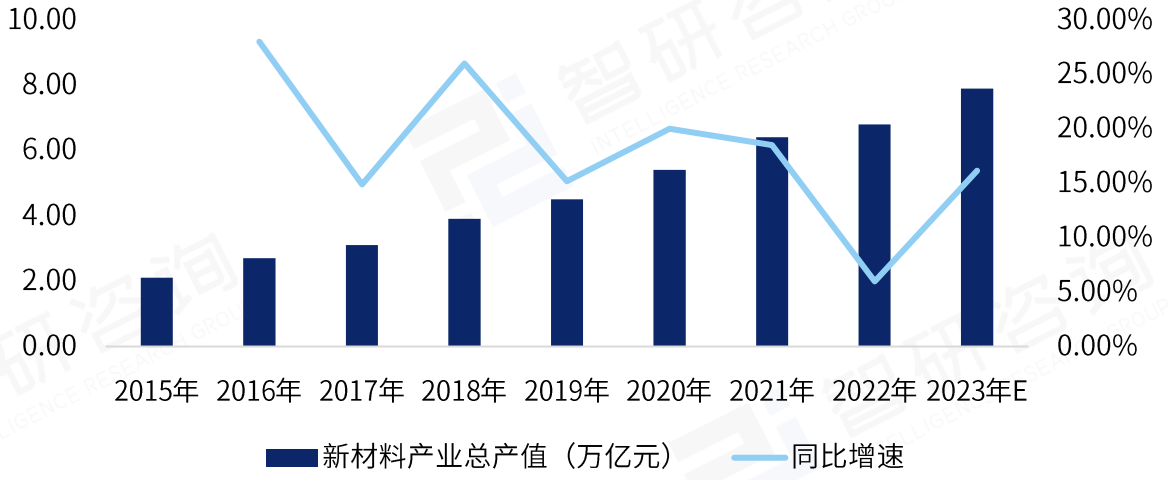
同时，随着科技的不断进步和应用，新型建材如碳纤维复合材料、3D打印材料等也不断涌现，为行业的发展注入了新的活力。在此背景下，新材料产业得到快速发展，对于建材行业稳增长的支撑作用持续增强，是我国建材行业稳定发展的重要动力。

数据显示，2015年以来，我国新材料产业总产值保持高速增长态势，新材料在线预计，2023年我国新材料产业总产值有望达到7.9万亿元。

2023年1-9月建材行业细分经营产品经营数据



2015-2023年新材料产业总产值



资料来源：wind、新材料在线、智研咨询整理 www.chyxx.com

持续优化水泥产线，五省熟料产能超1亿吨

水泥又称洋灰、红毛灰、红毛土等，是一种粉状水硬性无机胶凝材料，与水混合后会凝固硬化，它通常不单独使用，而是用来与沙、砾（骨料）结合，形成砂浆或混凝土。

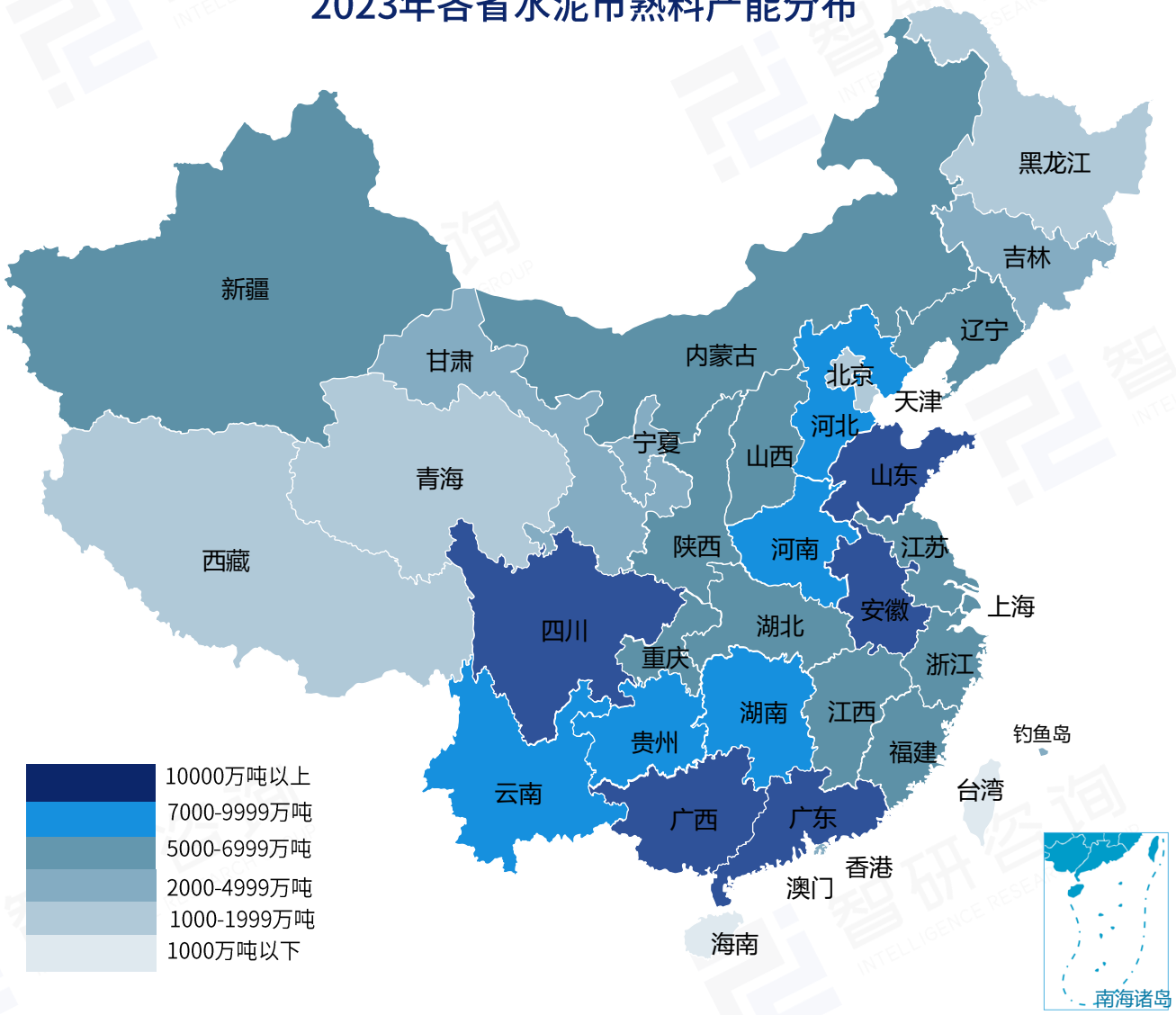
水泥的主原料为石灰或硅酸钙，硬化后能够抵抗淡水或含盐水的侵蚀，它作为一种重要的胶凝材料，广泛应用于土木建筑、水利、国防等工程。

2024年初，中国水泥网发布《2023中国水泥熟料产能百强榜》，榜单显示：

2023年全国熟料产线共1569 条，合计产能18.03 亿吨/年；年度新投产16条产线，产能2352.9万吨/年；年度海外投资64条产线，产能6341.3万吨 /年。

全国熟料产能前五省份分别是安徽、广东、广西、四川、山东，且产能都超过1亿吨。这类地区经济发达，城市化进程较快，基础设施建设需求量大，对水泥等建材的需求也相应较高，为当地的水泥熟料产能提供了广阔的市场空间和稳定的销售渠道。

2023年各省水泥市熟料产能分布



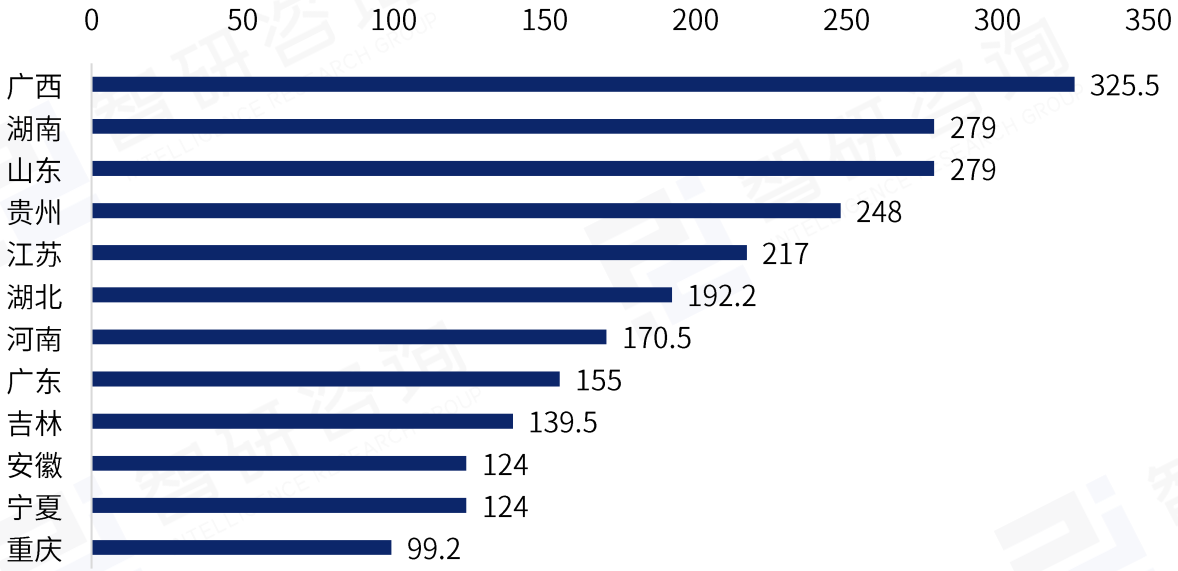
资料来源：中国水泥网、智研咨询整理 www.chyxx.com

2023年广西新投产能位居首位，产能主要分布在华东、中南、西南地区

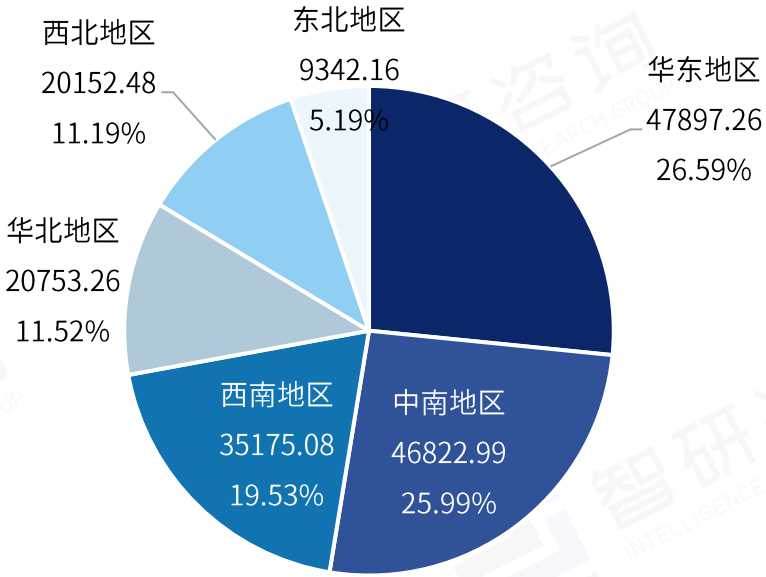
2023年全国新投产熟料生产线16条，合计产能2352.9万吨，新投产产能规模较大，主要集中在华东、华南和西南等地区。分省份来看，广西投产325.5万吨，排名其一；其后是湖南、山东，新投产产能均为279万吨。

从全年整体的水泥熟料产能分布来看，水泥熟料产能主要集中在经济发达、市场需求较大的地区。华东地区的江苏、浙江、安徽和山东等地是水泥熟料产能最为集中的区域，华南地区的广东和广西等地也有较大的水泥熟料产能。此外，西南地区的四川和重庆等地也是水泥熟料产能的重要区域。近年来，随着环保政策的加强和市场需求的变化，一些地区的水泥熟料产能出现扩张或收缩。例如，广西和广东等地的水泥熟料产能扩张较快，而一些北方地区的水泥熟料产能则出现了一定程度的收缩。

2023年全国水泥熟料新投产能（万吨/年）



2023年各地区水泥熟料产能占比（万吨/年）



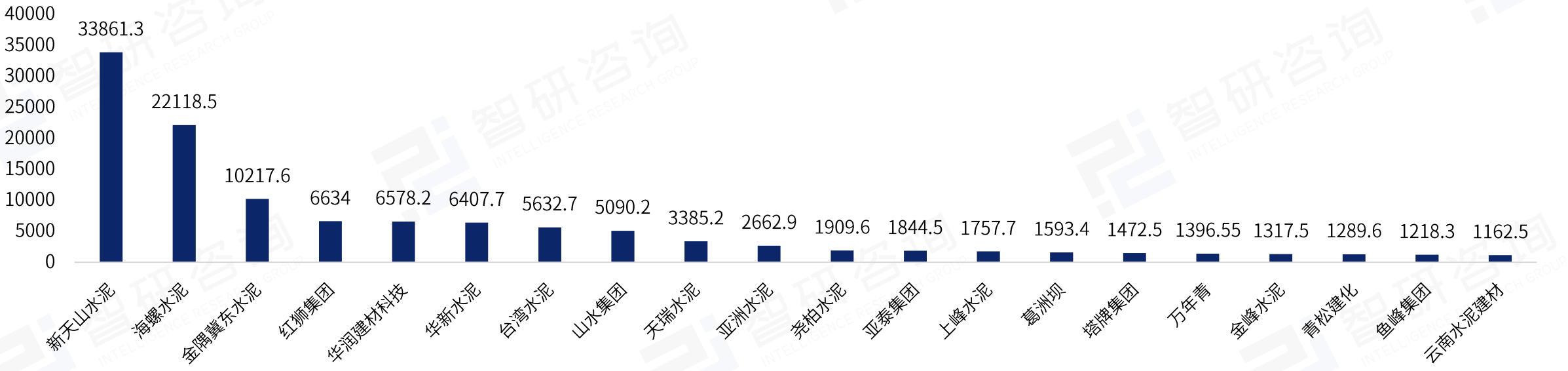
资料来源：中国水泥网、智研咨询整理 www.chyxx.com

水泥企业产能相对集中，新天山水泥产能远超其他企业

在全球水泥市场中，亚太地区是全球主要的水泥熟料生产区域，中国是全球最大的水泥熟料生产国，占全球总产能的约50%，我国水泥企业在全球市场中也占据着重要地位。中国建材、海螺水泥、金隅冀东等大型产业集团公司作为全球水泥熟料产能排名前列的企业，在国内外的水泥熟料生产和销售中具有较大影响力。

据中国水泥网《2023中国水泥熟料产能百强榜》数据显示，2023年水泥企业全球熟料产能排名靠前的主要有新天山水泥、海螺水泥、金隅冀东水泥等，产能分别为33861.3、22118.5、10217.6万吨/年。其中新天山水泥作为中国建材集团的核心企业，受益于中国建材集团完善的产业体系，水泥熟料产能也在持续增长。未来，随着基础设施建设和房地产市场的回暖，水泥市场需求将逐渐恢复，有望带动各企业水泥熟料产能进一步增长。

2023年中国水泥企业全球熟料产能top20（万吨/年）



平板玻璃产量出现下滑，浮法玻璃加速产品出海进程

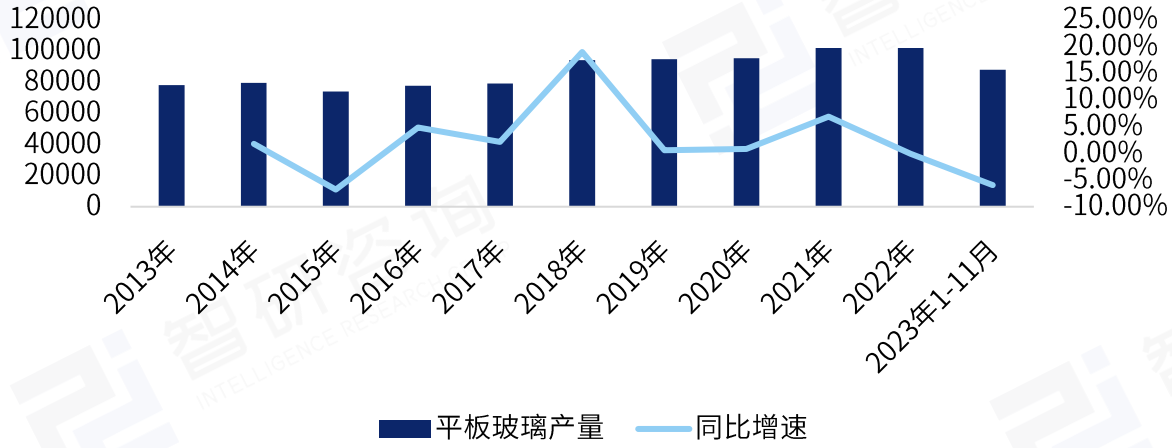
玻璃是非晶无机非金属材料，一般是用多种无机矿物为主要原料，另外加入少量辅助原料制成的。广泛应用于建筑物，用来隔风透光，属于混合物。

现代玻璃可以分为平板玻璃和深加工玻璃两大类，其中平板玻璃是我国玻璃的主产类型。

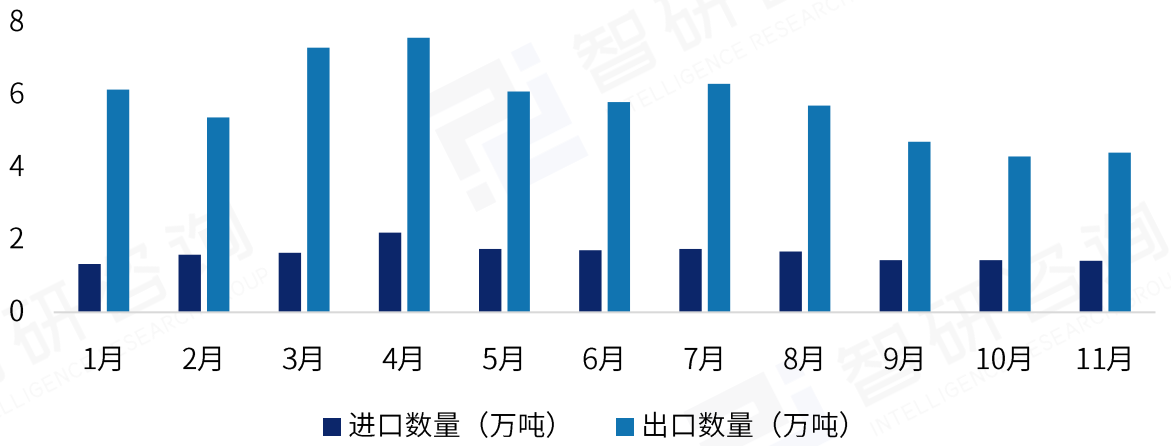
随着市场需求和应用领域的不断变化，企业为进一步抢占市场份额，推动行业高质量发展，逐渐衍生出了钢化玻璃、夹层玻璃、中空玻璃等高附加值的深加工玻璃产品，我国玻璃工业的产品矩阵不断丰富。2023年1-11月，我国平板玻璃产量为87753.9万重量箱，累计下降6%。

近两年，受房地产市场低迷影响，玻璃消费需求萎靡，玻璃出厂和销售价格持续下行，行业普遍处于亏损状态。为加快推动企业高质量发展，企业积极推动产品出海进程，浮法玻璃出口数量持续增加，2023年1-11月中国玻璃累计出口量为63.7万吨，较去年同期增长为3.1%，出口量增加约1.9万吨。

2013-2023年1-11月平板玻璃产量（万重量箱）



2023年1-11月浮法玻璃进出口数量



资料来源：国家统计局、中国海关、智研咨询整理 www.chyxx.com

光伏玻璃产能持续增长，龙头企业占据重要市场份额

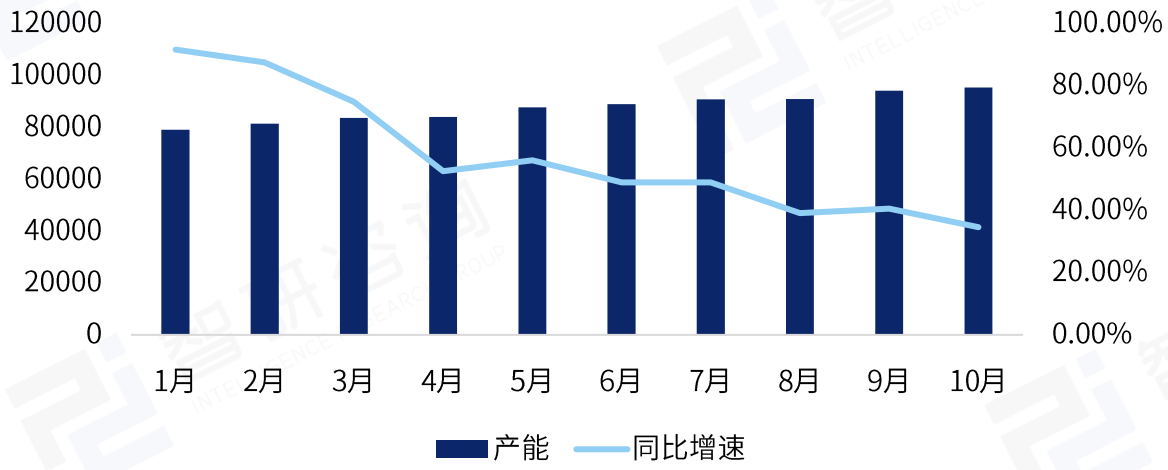
近年来，随着光伏行业的快速发展，光伏组件也朝着大型化、轻量化持续升级，而光伏玻璃作为光伏组件的重要封装材料，在行业需求的拉动下，也得到快速发展。

据卓创资讯数据显示，2023年1-10月我国超白压延玻璃月度日均产能总体上呈现出逐月递增态势，同比保持高速增长。截至2023年10月底，我国超白压延玻璃日均产能达到95280吨/日，环比增加1.28%，同比增长34.56%。

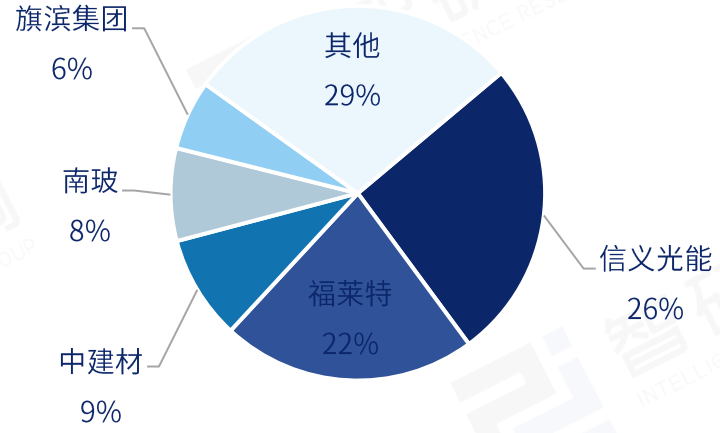
未来随着企业持续加大超白压延玻璃新兴产线建设，不断提升光伏玻璃产能，行业将得到快速发展，持续释放的产能也将为行业提供强劲内生动能。

从企业产能来看，在新进入企业采用相同规模的窑炉条件下，龙头企业可稳定保持7%-15%的毛利率优势，在行业承压阶段，仍具备一定的盈利能力。信义光能和福莱特作为光伏玻璃行业的龙头企业，2023年前三季度两家企业的玻璃产能占比合计达到48%。

2023年1-10月光伏玻璃产能（吨/日）



2023年前三季度各企业光伏玻璃产能占比



资料来源：卓创资讯、公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

玻纤产品应用广泛，出口数量稳健增长

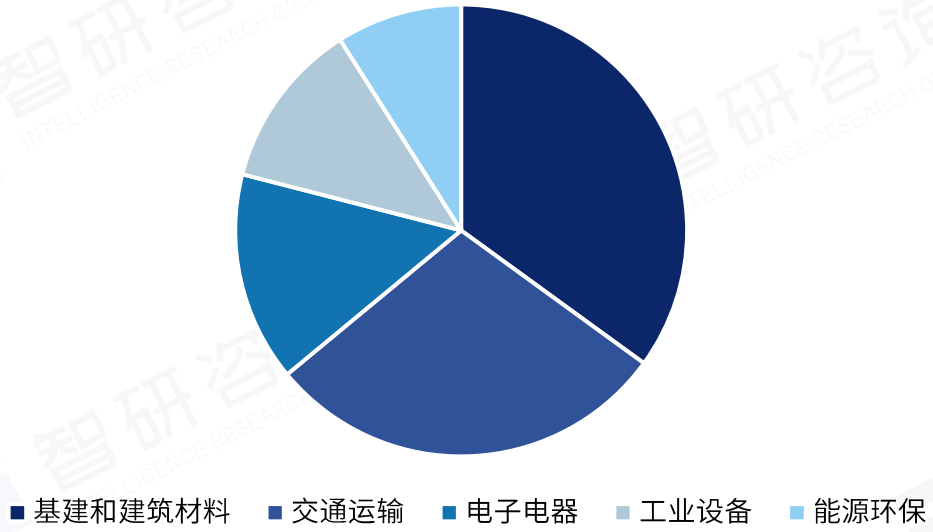
玻璃纤维是一种性能优异的无机非金属材料，通常用作复合材料中的增强材料，电绝缘材料和绝热保温材料，电路基板等国民经济各个领域。

从应用场景来看，玻璃纤维的应用领域主要为建筑建材、交通运输、电子电器、工业设备和能源环保，分别占比35%、29%、15%、12%、9%。

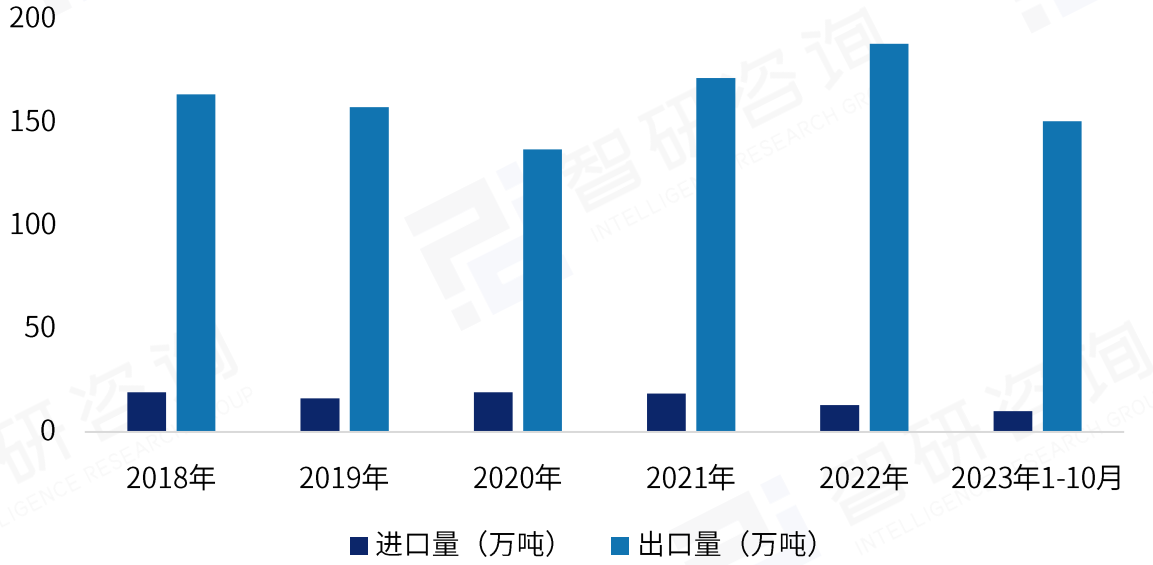
在全球市场中，我国玻纤产业占据重要市场份额，近年来，我国稳步推进玻纤产品出海进程。据卓创资讯数据显示，2021-2022年我国玻纤及制品净出口量同比均有两位数的增幅。

2023年受美国加息周期影响，欧洲等国家海外需求受到影响，2023年1-10月，我国玻璃纤维及制品的出口量为150.41万吨，进口量为10.06万吨。

玻璃纤维下游应用领域占比



2018-2023年1-10月玻璃纤维及制品进出口量



资料来源：卓创资讯、智研咨询整理 www.chyxx.com

重点应用于基建、地产市场，产品种类丰富

玻纤在建筑建材领域应用广泛。其中玻璃纤维复合材料可制成土工格栅、玻纤增强混凝土、玻纤增强水泥、玻纤增强塑料筋及各种加固件用于路面、桥梁等基建建设，也可用于房屋建筑物的承载结构、加固结构、外墙保温系统、屋面防水材料、室内功能及装饰件等，从开工到竣工端均有一定应用。

玻璃纤维应用领域及相关产品

应用大类	应用领域	产品形态
基建	公路及城市道路的沥青混凝土路面裂缝防护、路堤加筋等。	玻璃纤维土工格栅(玻纤织物涂覆沥青)
	土基、堤坝、岸坡等设施加固和保护。	玻璃纤维复合土工布
	海洋工程建设，桥梁工程建设，岩石工程建设等。	玻璃纤维增强塑料筋
	各类建筑工程中的建筑构件。	玻璃纤维增强水泥制品
	建筑物和桥梁钢筋混凝土结构的裂缝补强、加固。	玻璃钢
	大型体育场馆、购物场、娱乐场、停车场等。	超细玻璃纤维织物涂覆聚四氟乙烯、PVC、橡胶等。
房屋	内外墙保温系统	玻璃纤维网格布
	屋面、地面及地下防水材料	玻纤胎、玻纤毡、玻纤布。
	吸音材料	玻璃纤维毡
	卫浴系统(浴缸、淋浴室、洗手间台面、抽水马桶等卫浴设施)	玻璃钢及复合材料制品
	装饰装修(室内墙面装饰材料、地板、墙裙、天花板等)	玻璃纤维膨体纱织造的玻璃纤维壁布、玻璃纤维毡。
	空气过滤系统	超细玻璃纤维制成的滤纸和过滤器。
	建筑物屋顶、墙面等的加固或修复	各种玻璃纤维增强复合材料制成的布、毡、片材或板材。

玻纤产能持续释放，带动行业高质量发展

2023-2024年新增产能集中投放，参与企业持续增加。根据卓创资讯及各公司公开披露信息，2023和2024年行业新增产能分别为65万吨、87万吨左右，冷修、停产抵消后的净新增产能分别为28.5万吨、49万吨左右。新投产能多数来自业内第一、第二梯队的资深厂家，但也不乏一些新进入者，包括内蒙古天皓玻纤有限责任公司、东方希望集团和协和新能源等。

玻璃纤维部分产能相关信息汇总

公司	产线项目	性质	产能（万吨）	点火/冷修时间
邢台金牛	2线	冷修	3	2023年9月
重庆国际	长寿F13线	点火	15	2023年10月
重庆国际	大渡口F03线	冷修	6.5	2023年11月
内江华原	威远6线	冷修	5	2023年11月
中国巨石	桐乡3线	冷修	12	2024年（大概率）
泰山玻纤	泰安满庄1线	冷修	10	2024年（大概率）
泰山玻纤	泰安满庄2线	冷修	10	2024年（大概率）
中国巨石	九江智能生产线2线	点火	20	2024年（确定）
长海股份	常州60万吨高性能玻璃纤维智能制造项目（一期）	点火	15	2024年（确定）
山东玻纤	沂水高性能（超高模）玻纤智造项目（一期）	点火	3	2024年（大概率）
山东玻纤	沂水高性能（超高模）玻纤智造项目（二期）	点火	12	2024年（大概率）
邢台金牛	冀中新材3线	点火	12	2024年底（确定）

资料来源：卓创资讯、智研咨询整理 www.chyxx.com

◆消费建材企业加大技术投入，积极推动新品类产品发展

消费建材是指除螺纹钢、水泥、玻璃等大宗建材以外的，在建筑物建造和装修过程中用到的建筑材料，包括防水材料、建筑涂料、瓷砖、建筑五金等多个领域。

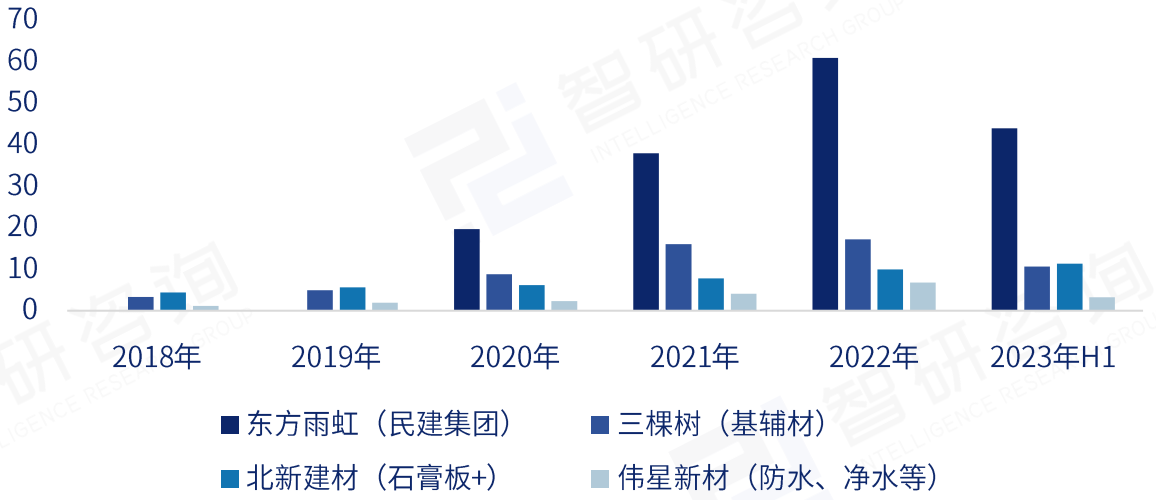
面对多样化的市场需求，消费建材企业持续加大产品研发，积极推动新兴产品布局，如东方雨虹、三棵树、北新建材、伟星新材等。

公司	布局动态
东方雨虹	重点布局瓷砖铺贴类及美缝类产品线，扩大C端影响力；同时，在多品类发展路径上，持续培育加固剂及腻子粉等墙辅产品线、推动胶类产品发展、孵化五金及管业等新品类。
三棵树	积极布局基辅材联营厂，主要包括抹灰石膏、腻子粉、美缝剂、硅酮胶、发泡胶等。
北新建材	贯彻“一体两翼发展战略”，以石膏板业务为核心，做好轻钢龙骨、粉料砂浆、矿棉板、岩棉、金邦板等“石膏板+”配套延伸产品业务，鲁班万能板全屋装配体系；两翼为涂料和防水材料。
伟星新材	利用现有营销渠道资源，做强家装隐蔽工程系统，积极布局新项目，进军防水、净水等领域。

在企业的积极布局和发展下，消费建材龙头企业的新品类规模保持稳步增长态势。

2023年上半年，东方雨虹、三棵树、北新建材、伟星新材新品类规模分别为43.84亿元、10.63亿元、11.34亿元、3.19亿元，同比增速分别为34.69%、51.5%、257.08%、29.99%，均得到大幅提升。作为各细分市场的龙头企业，为行业发展提供了充足的技术支持和发展路径。

2018-2023年上半年消费建材龙头公司新品类规模（亿元）



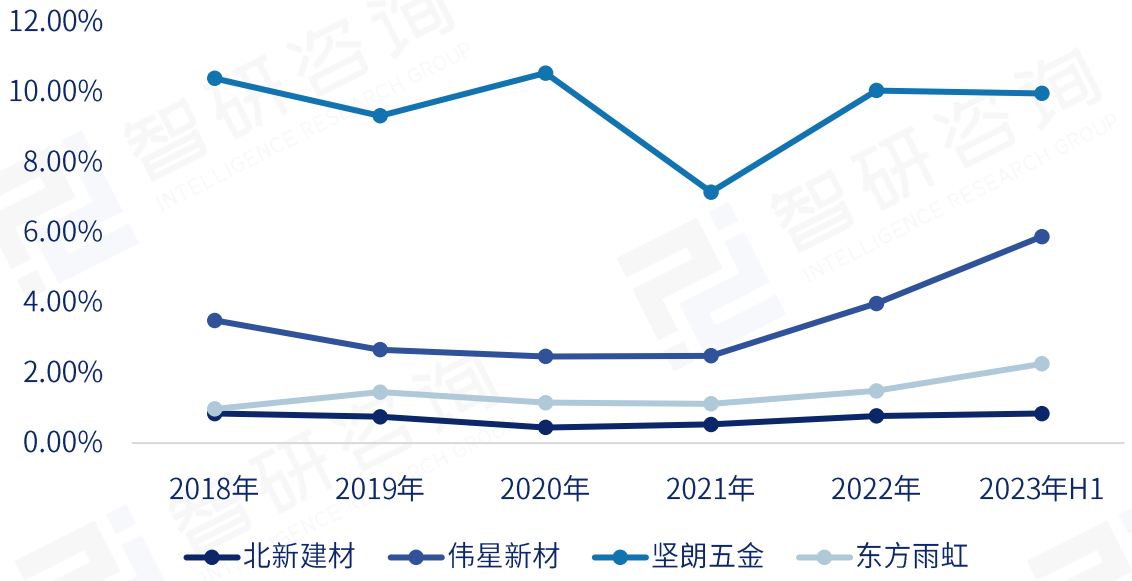
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

加快海外业务布局，海外业务增速及占比逐步提升

随着全球城市化进程的加速和基础设施建设的不断推进，海外市场对建筑材料的需求呈现出持续增长的趋势。为此，消费建材企业积极布局国际市场，在海外一带一路国家等设立子公司、新建生产基地、布局销售渠道等，寻找业务增量，将产品出口到海外市场，以获取更多的订单和销售渠道。

在业务国际化的发展趋势下，各企业海外业务营收占比也在不断提升。2023年上半年，北新建材、伟星新材、坚朗五金、东方雨虹海外业务营收占比分别为0.84%、5.89%、9.98%、2.26%，除伟星新材外，其余企业海外营收占比均得到不同程度的提升。

2018-2023年上半年消费建材龙头公司港澳台及海外营收占比



公司	布局动态
北新建材	公司推动布局非洲、中亚、中东、东南亚等新兴国际市场，在“一带一路”国家建设本地区规模最大、技术最先进的生产基地，逐步实现全球布局。
坚朗五金	公司近年来已设13个海外备货仓，产品已销往100多个国家和地区，并在中国香港地区、印度、越南、印尼、马来西亚、墨西哥等国家和地区设立子公司。2023Q3公司海外市场占比12%左右，海外市场整体表现较好。
伟星新材	相继在泰国和德国设立2家孙公司，在泰国设立和建设生产基地；并收购新加坡捷流100%的股权，推动公司在东南亚市场开拓及助力公司商业模式升级。
伟星新材	公司发展加速出海，不断升级“本地化”策略，立足东南亚、聚焦深耕中东市场，积极探索海外市场的发展路径，加大海外出口力度。截至2022年底，公司在海外市场拥有一级代理135家，二级代理1000余家。

资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

PART 04

中国建筑材料行业投融资动态分析

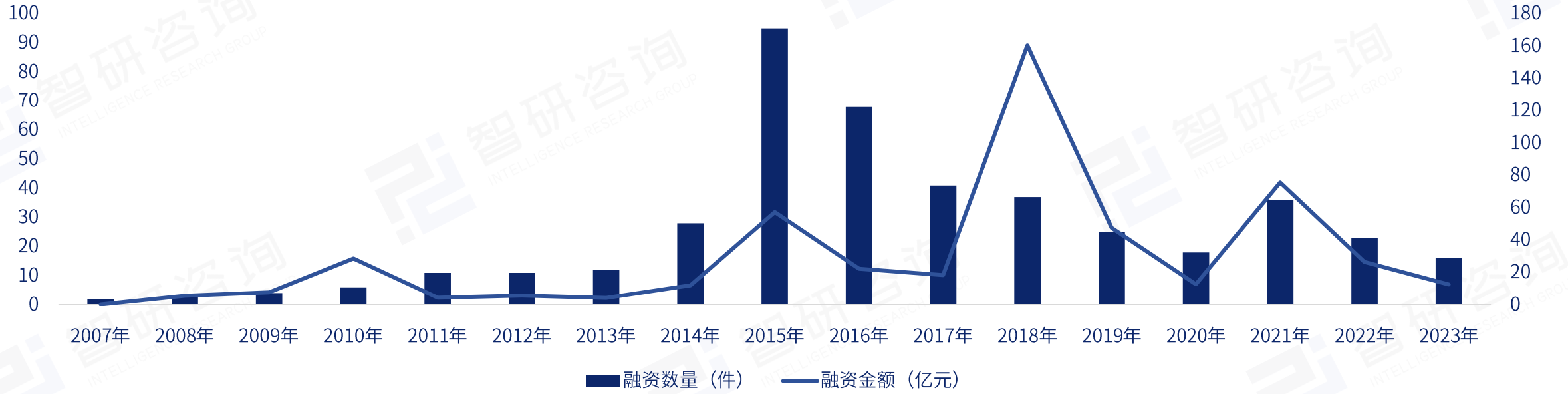
最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

产业环境不断优化，融资数量有望进一步增长

目前，建材行业的融资渠道主要包括银行贷款、股权融资和债券发行等。随着资本市场的不断完善，股权融资和债券发行等直接融资方式在建材行业中的应用越来越广泛。同时，政府也加大了对建材行业融资的支持力度，通过多种方式为企业提供资金支持。IT桔子数据显示，2023年我国建材行业融资数量为16件，融资金额为12.59亿元。

现阶段建筑材料行业仍处于持续恢复阶段，融资数量和融资金额较2022年均有所下滑，资本市场对于建筑材料行业的融资活动仍处于观望状态。2024年随着建材产业需求加速回升，行业营商环境持续优化，以及建材企业持续加大技术研发投入，新兴产品种类持续丰富，为行业发展注入新鲜活力，未来行业融资数量和金额有望得到进一步提升。

2007-2023年建材行业融资数量及融资金额



资料来源：IT桔子、智研咨询整理 www.chyxx.com

不断优化企业融资路径，为行业发展提供充足动能

2023年期间，我国建筑材料行业融资数量共计16件，融资轮次大部分集中在A轮和战略投资，占比分别为37.5%、37.5%。融资活动呈现出多元化发展，涉及领域包括建筑工程施工、门窗制造、保温材料等领域，同时，在新兴领域如装配式建筑、新材料等领域，建材企业也加强了投资力度，以抢占市场先机。投资主体也相关较为广泛，包括恒立建筑等建筑企业，水木资本、泸州汇兴投资集团等投资机构。

2023年中国建筑材料企业部分融资动态详情

企业名称	披露时间	主营业务	融资轮次	融资金额	投资方
安彩半导体	2023年12月	玻璃制造	战略增资	5100万元	安彩高科
龙锦祥建设	2023年12月	土石方工程施工、建设工程施工。	A轮	7800万元	/
疏港铁路	2023年12月	建设工程施工、太仓支线铁路项目建设、管理等业务。	B轮	/	江苏港口集团
大树王门	2023年12月	门窗制造加工、门窗销售、家具制造等。	A轮	/	江山欧派
汇兴电力安装	2023年12月	保温材料销售、建筑防水卷材产品销售等。	天使轮	/	泸州汇兴投资集团
建星建造	2023年12月	市政设施管理、园林绿化工程施工等。	战略投资	1.7亿元	恒立建筑
深观科技	2023年9月	建筑产业链金融服务提供商	种子轮	数百万元	广济创投（领投）
大乐装	2023年9月	装配式建筑一站式交付平台	B+轮	/	招商蛇口
涂多多	2023年8月	涂料（含油墨）产业链垂直电商平台	A+轮	3.51亿元	水木资本、数科融商、桦冠基金

资料来源：IT桔子、智研咨询整理 www.chyxx.com

企业积极寻求合作，加快新兴产线投产

2023年以来，随着建筑业的逐步复苏，对于建材产品的需求也在稳步提升。为进一步提升企业竞争力，实现资源互惠互通和优势互补，各建材企业纷纷加大战略合作力度，通过与相关政府单位或企业上下游企业合作机构，不断壮大企业实力，持续探索行业发展新路径。同时，积极推动新兴产能建设和产线投产运行，稳步提升产品市占率。

近期中国建材行业投融资动态汇总

企业名称	披露时间	事件内容	备注
中国建材集团	2024年1月	中建集团与中国建材集团签署战略合作协议。双方将在工程项目建设、采购供应链、绿色建筑建材、数智物流、创新研发、海外业务、城市旧改、数字化转型等领域加大合作力度、实现共同发展。	企业合作
北新建材	2024年1月	北新建材与中建科工北方大区签订战略合作协议，进一步加强在新型建材、绿色建筑研究等领域的合作，推动基于装配式建筑的研发及应用，同时在城市更新等领域拓宽合作空间。	企业合作
津西新材料科技有限公司	2024年1月	由重庆赛迪热工环保总承包建设的河北津西新材料科技有限公司新建转底炉项目土建基础完工。该项目主要建设内容为新建1条处理规模25万吨/年转底炉生产线和一条6万吨/年成品粉冷压固废处理线。	产线完工
中电建	2024年1月	中电建广东省郁南县桂圩镇冲旺岭矿区建筑用花岗岩、变质砂岩矿项目开工仪式成功举办！该项目总投资174.6亿元，规划生产规模2000万方/年（5420万吨）。	项目开工
福能新材	2023年12月	由武汉建材院总承包的福能新型建材（华安）有限公司年加工370万m^3花岗岩机制砂石生产线项目举行投产仪式。	产线投产

PART 05

中国建筑材料行业重点企业分析

最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

中国巨石：积极深化公司经营战略，持续加大研发费用投入力度

JUSHI 中国巨石

中国巨石股份有限公司是中国建材股份有限公司玻璃纤维业务的核心企业，以玻璃纤维及制品的生产与销售为主营业务，。1999年，中国巨石在上海证券交易所上市。经过多年的努力，中国巨石已成为治理完善、战略清晰、资产优良、文化优秀、管理精细、技术先进、营销网络完整的行业龙头企业。公司拥有浙江桐乡、江西九江、四川成都、江苏淮安（在建）、埃及苏伊士、美国南卡六大生产基地，已建成玻璃纤维大型池窑拉丝生产线20多条，玻纤纱年产能达260万吨。

中国巨石发展历程

1993-2003年：初创期

公司前身桐乡巨石玻璃纤维股份有限公司 1993 年成立，1994 年点火中国第一座自主设计建造的池窑，1999 年借中国化建拼盘上市。

2004-2007年：生产规模化

随着 2004 年桐乡总部整厂搬迁、扩容升级，公司进入生产规模化阶段，期间年产 4 万吨无碱玻纤池窑拉丝改造项目、年产 3 万吨中碱玻纤池窑拉丝生产线、年产 10 万吨玻纤池窑拉丝生产线、年产 12 吨无碱玻纤池窑拉丝生产线项目接连投产，2007 年底，公司玻纤产能达到亚洲第一。

2008-2017年：产品高端化、布局全球化

2008 年年产 60 万吨玻纤生产基地建设完成后，公司玻纤产能上升为世界第一；此后公司持续推动科技创新，成功研发 E6、E7、E8 等高性能配方，并先后在埃及、美国等地投资建厂，开始全球化布局。

2018年至今：制造智能化

公司智能制造基地投产，生产效率实现飞跃；成功开发 E9 高模量玻纤，性能进一步提升。

中国巨石：布局“一核二链三高四化“战略，前三季度业绩有所承压

近年来，中国巨石持续深化“一核二链三高四化”战略，以玻纤业务为核心，继续做大、做强、做优主业， 做全、做稳、做强供应链，做深、做长、做实产业链，打造玻纤产业生态圈，以“创新“引领高质量发展、生产经营高速度增长、企业价值高品质提升”为目标，构建“制造数智化、管控精准化、产销全球化、发展和谐化”的新发展格局。

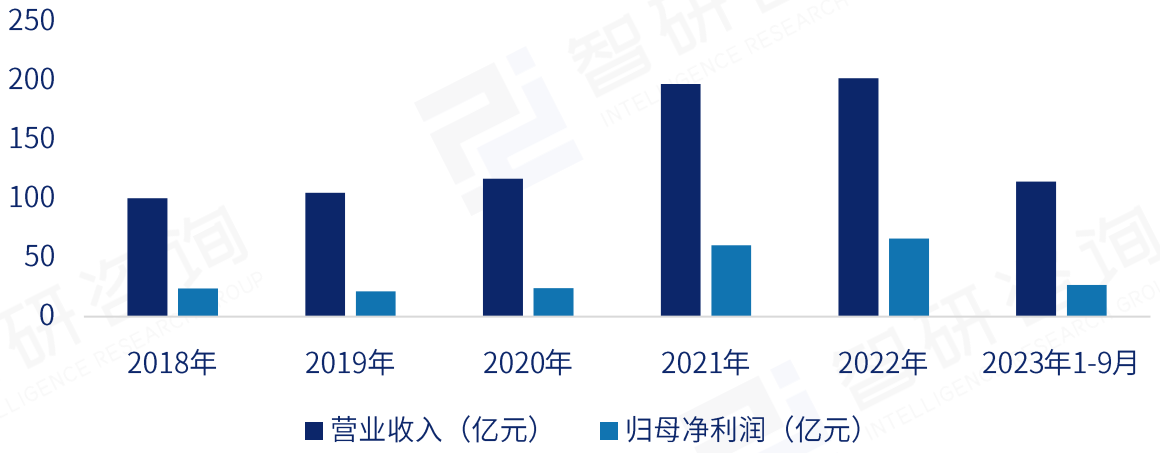
“一核二链三高四化“战略

一核	以玻纤业务为核心，继续做大、做强、做优主业。
二链	做全、做稳、做强供应链，做深、做长、做实产业链，打造玻纤产业生态圈 。
三高	以“创新引领高质量发展、生产经营高速度增长、企业价值高品质提升”为目标。
四化	构建“制造数智化、管控精准化、产销全球化、发展和谐化”的新发展格局。

2023 年，玻璃纤维下游市场整体需求增长缓慢，玻纤生产企业库存处于高位，玻纤产品价格维持低位运行，市场竞争激烈。在此大环境下，中国巨石根据市场情况，积极主动调结构、拓市场、稳价格，统筹推进经营管理、改革创新、智能制造、绿色低碳、党的建设等工作，总体保持稳中求进态势。

2023年1-9月，中国巨石营业收入为114.25亿元，同比下降29.04%；归母净利润为26.74亿元，同比下降51.53%。

2018-2023年1-9月中国巨石营业收入及归母净利润



资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

中国巨石：注重产品研发，玻纤生产技术不断取得突破

2008年 自主研发出全国首个具有完全自主知识产权的E6高性能玻璃配方，突破卡脖子技术。

2010年 研发了性能更加优异的Vipro玻纤,拉伸强度、拉伸模量、耐腐蚀、耐高温等性能比E6玻纤有所提升。

2011年 研究开发Compofil TM高性能纤维材料,成型工艺简单,周期短,生产效率高，高玻纤含量，高力学性能。

2012年 成功研发E6-CR无硼无氟玻璃纤维,并于2012年正式推向市场。

2014年 E7玻璃纤维实现批量生产，在模量、强度。软化温度等性能均有所提升，可用于大功率风电叶片等。

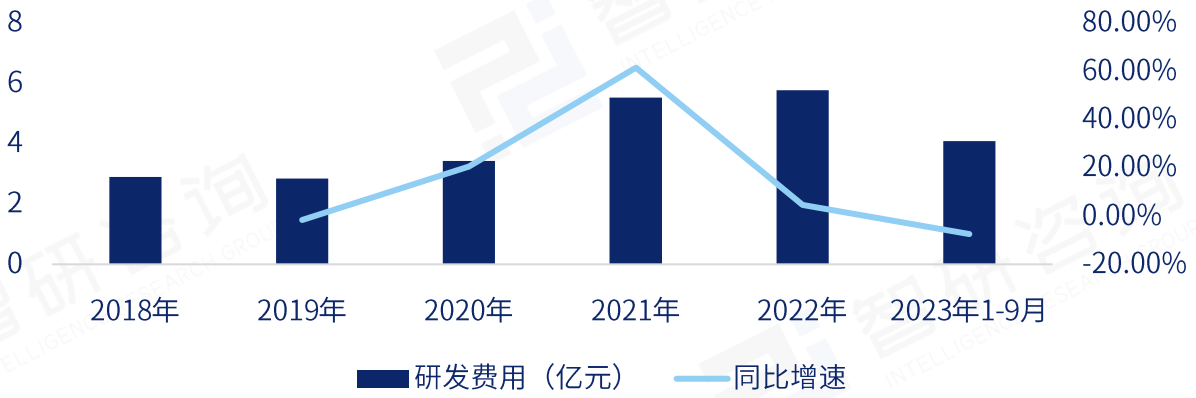
2016年 成功开发E8玻璃纤维,填补超高模量国际市场空白;成功开发高性能电子布用处理剂和高性能电子纱用浸润剂。

2020年 发布E9高模量玻璃纤维,模量首次超越100GPa ,并已实现池窑化量产,成为全球玻纤行业模量最高的配方之一。

产品工艺和研发技术作为企业高质量发展的重要支撑，经过多年的摸索和实践，中国巨石建立了完善的创新体制，为各种技术创新提供发展的土壤，在生产装备、核心技术、工艺设计等各个方面均在行业内处于领先地位，并且持续保持竞争优势。在企业的发展过程中，玻纤生产技术也在持续优化升级，紧追国际先进水平。

为此，近年来，中国巨石持续加大研发费用的投入力度。2018-2022年期间，中国巨石的研发费用保持高速增长态势。2023年1-9月，中国巨石的研发费用为4.08亿元，同比下降7.48%。

2018-2023年1-9月中国巨石研发费用及同比增速



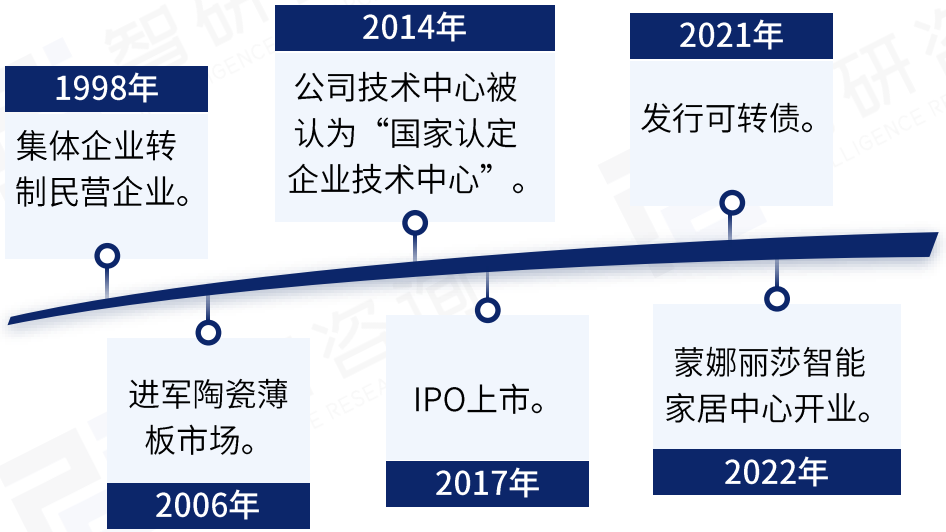
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

蒙娜丽莎：稳步增强核心竞争力，持续优化销售网络布局

蒙娜丽莎

蒙娜丽莎集团股份有限公司前身为成立于 1998 年的樵东装饰，是集科研开发、专业生产、营销为一体的大型陶瓷企业。公司定位中高端陶瓷市场，集科研开发、专业生产、研发为一体，2006 年进军陶瓷薄板行业，IPO 以来加速生产基地全国化布局。公司主要从事高品质建筑陶瓷产品研发、生产和销售，拥有佛山、清远、藤县、高安四个生产基地，“蒙娜丽莎”、“QD”、“美尔奇”（岩板）三个品牌，主要产品可分为陶瓷砖、陶瓷板、岩板、瓷艺，销售渠道以国内市场为主，国际市场为辅。公司以“大瓷砖、大建材、大家居”为发展战略，是行业陶瓷大板、岩板的开拓者和领跑者，属行业头部品牌。

蒙娜丽莎发展历程



产品类别		说明	特点
陶瓷砖	瓷质有釉砖	吸水率小于 0.5%、经过施釉工序的陶瓷砖产品。	外观精致、图案多样，具有原料易得、易于批量化生产、抗污性好、耐腐蚀、易清洁、材质坚固、不受潮、辐射可控等特点。
	瓷质无釉砖	吸水率小于 0.5%、不经过施釉工序的陶瓷砖产品。	
	非瓷质有釉砖	吸水率大于 0.5%、经过施釉工序的陶瓷砖产品。	
陶瓷薄板		吸水率小于 0.5%，厚度不大于 6mm 的板状陶瓷产品。	最大程度实现产品薄型化，大幅降低消耗原料、能源，降低建筑物负荷，规格大，具有特殊装饰效果。
陶瓷薄砖		吸水率小于 0.5%，厚度不大于 5.5mm的陶瓷砖。	规格与传统陶瓷砖相近，厚度薄、质量轻、硬度高，施工简便快捷，利于维护施工现场的整洁，有效减轻施工人员的劳动强度。

资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

蒙娜丽莎：稳步增强核心竞争力，持续优化销售网络布局

多年来，蒙娜丽莎始终坚持走艺术化、品牌化、绿色化、数字化发展之路，在科技创新、品牌建设、市场营销、 智能制造、绿色制造、服务体系等方面形成了明显的竞争优势。

核心竞争力

产能优势

公司拥有广东佛山、广东清远、广西藤县、江西高安四个生产基地，产品品类丰富，具有产能优势。

品牌优势

具有丰富的品牌文化和内涵，结合 2023 年度上市新品，不断丰富、挖掘、传播品牌文化

全渠道竞争优势

公司持续优化“经销业务+工程业务”为主的全渠道销售模式。

数字化优势

以工业互联网为抓手，分别从营销系统数字化、生产系统数字化、管理系统数字化等方面进行数字化建设。

研发创新优势

公司关键生产设备不断改造、升级，自动化、数字化水平持续提高。

资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

蒙娜丽莎：稳步增强核心竞争力，持续优化销售网络布局

面对市场复杂多变的挑战和机遇，公司持续优化经营模式，积极调整销售结构，持续开拓和维护销售渠道，经销商渠道网络进一步提升，经销渠道保持稳定增长。同时，公司进一步加强渠道下沉策略，加大对新产品的销售推广力度，不断优化提升终端专卖店形象。在做好原有的线下精准营销外，不断丰富直播、短视频领域的探索模式，充分利用天猫、京东、集团会员之家平台等线上平台，开展直播等各种线上活动。在市场布局的持续完善下，企业的经营业绩也在不断增长。2023年1-9月，蒙娜丽莎的营业收入为45.45亿元，同比下降3.17%；归母净利润为3.33亿元，重回正增长区间，企业发展提质增效。

采购模式

公司采购按照“大宗采购招投标+小额采购询价议价”模式，不断加强与各品类头部供应商的紧密合作，致力于良性的上下游供应商战略合作伙伴体系建设。

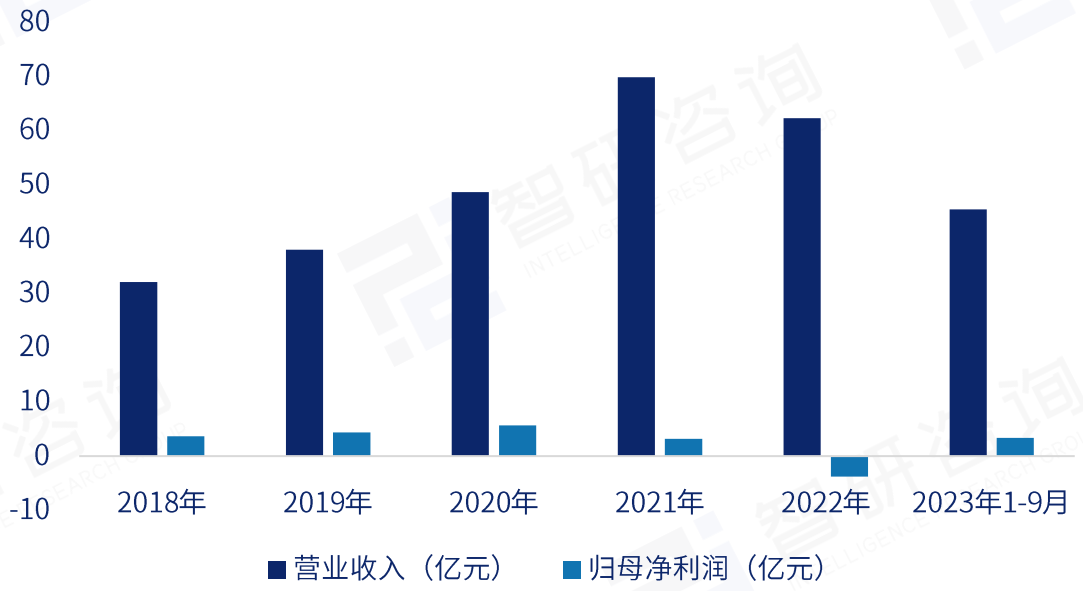
生产模式

公司生产模式主要为“订单+预测”模式，公司根据客户的订单需求、新产品的推广计划、生产过程的成本最优原则以及市场需求的预测等方面进行综合评估，确定生产计划，开展生产工作。

销售模式

公司销售模式主要为“经销业务+工程业务”全渠道模式。经销业务通过经销网络渠道直达终端客户，工程模式通过与工程客户直接签订协议进行销售。

2018-2023年1-9月蒙娜丽莎营业收入及归母净利润



资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

北新建材：持续丰富石膏板产品种类，积极推进经营业务国际化发展

北新建材

北新集团建材股份有限公司是全球最大的石膏板、轻钢龙骨企业，目前在国内石膏板市场份额在位居行业首位，石膏板领域产量市占率超 60%，作为我国石膏板行业的开拓者，公司品牌影响力大、重点工程覆盖率高、产线及销售渠道分布广泛。目前公司可为客户提供石膏板龙骨万能板矿棉板“全屋装配”室内系统、防水材料、涂料粉料砂浆系统等绿色建筑系统解决方案。

业务		主要产品	产品介绍
一体	板材	纸面石膏板、鲁班万能板、矿棉吸声板、金邦板	具有质轻、高强、防火、便于加工等特点，可与轻钢龙骨及其它配套材料组成吊顶或轻质隔墙。
	龙骨	轻钢龙骨、烤漆龙骨	用来作为墙体和吊顶结构的受力构件以及连接建筑结构的连接构件，广泛应用于建筑物内部装修。
两翼	防水	沥青基防水卷材、高分子自粘膜防水卷材、防水涂料	主要应用于工业与民用建筑、地铁、隧道、桥梁涵洞、市政工程等方面的防水。
	涂料	内墙涂料、外墙涂料	涂覆在被保护或被装饰的物体表面，并能与被涂物形成牢固附着的连续薄膜

目前公司实施“一体两翼，全球布局”的业务战略。

- “一体”是以石膏板业务为核 心，发展轻钢龙骨、粉料砂浆、矿棉板、保温材料、纤维水泥板等“石膏板+”配套系统业 务，推广全球原创的“鲁班”万能板全屋装配系统，为客户提供“内墙外墙吊顶地面”一揽 子产品技术解决方案；
- “两翼”是指发展防水材料和涂料业务，进入“十倍+”市场，培 育新业务增长点；
- “全球布局”即以石膏板为龙头产品，推广全产品系列的全球布局。

北新建材：持续丰富石膏板产品种类，积极推进经营业务国际化发展

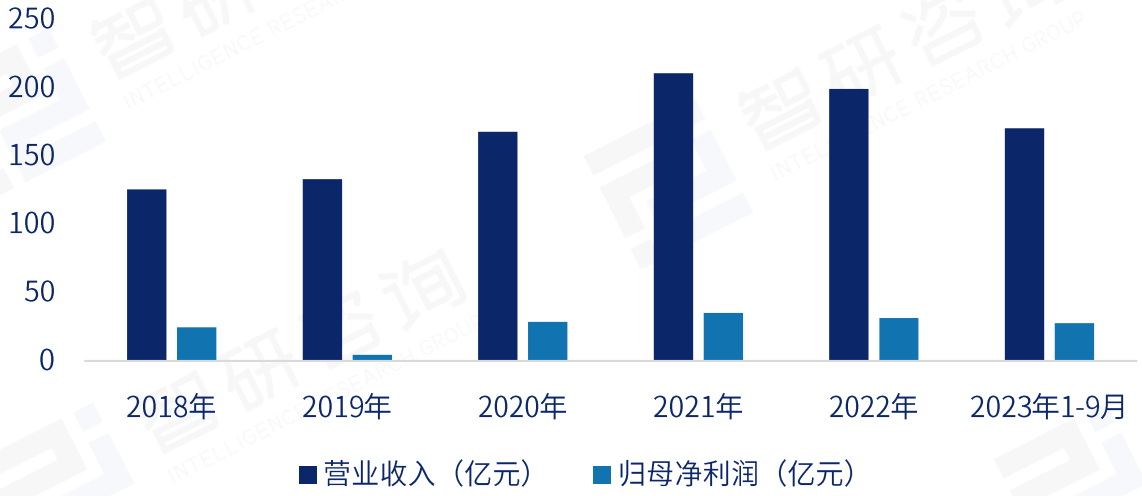
2023年以来，在国内房地产市场弱复苏、产品需求不足等不利因素的影响下，北新建材持续深耕公司主营业务，加快实施“绿色化、数字化、国际化”发展战略，打造从原料、生产、建造，到应用、回收等环节的全生命周期绿色建筑产业链，助力公司经营业绩稳步提升。

2023年上半年，北新建材营业收入为170.49亿元，同比增长10.14%；归母净利润为27.56亿元，同比增长17.53%。

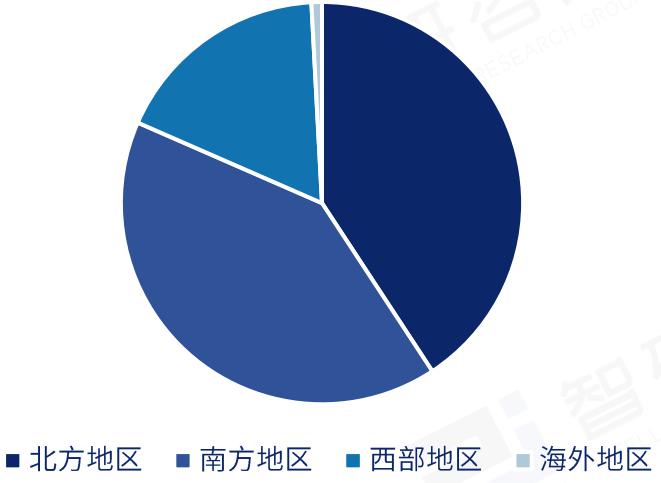
公司重点聚焦于南方地区和北方地区，2023年上半年两大地区营收占比分别为40.75%、40.81%。

此外，公司也在积极推动国际化战略发展，围绕非洲、重要、东南亚等新兴国际市场加强开拓，如坦桑尼亚生产基地同比实现营收、利润总额增长。2023年上半年，在国际化进程的加速推进下，公司海外地区的营收为0.96亿元，同比增长45.66%。

2018-2023年1-9月北新建材营业收入及归母净利润



2023年上半年北新建材各地区营业收入占比（亿元）



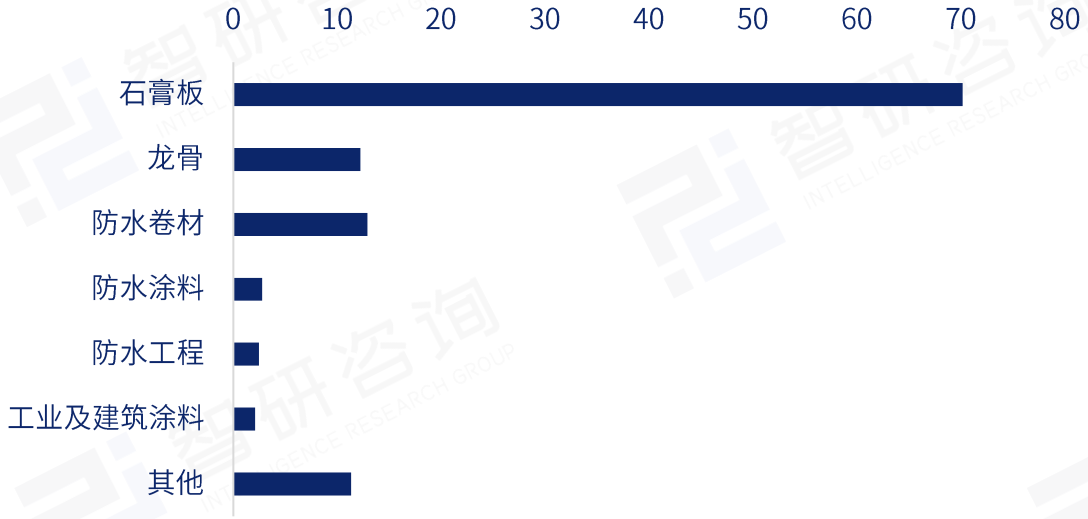
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

北新建材：持续丰富石膏板产品种类，积极推进经营业务国际化发展

石膏板业务作为公司的重点经营业务，2023年上半年石膏板业务营收为70.18亿元，占比61.56%。多年来，北新建材始终聚焦石膏板主业，在旗下子公司设立家装事业部、“石膏板+”定制业务部、应用技术部等，进一步拓展和丰富“石膏板+”业务新品类，加快提升装配式内装的体系能力和终端品牌能力。

石膏板产品种类丰富，品种规格齐全。“龙牌”纸面石膏板除普通系列、耐水系列、纸面石膏板外，还有高级耐水耐火系列、净醛系列、等特种石膏板系列。“泰山石膏”纸面石膏板在普通产品基础上也推出分解甲醛系列、高强玻纤布面系列、泰山 GF A1 级防火石 膏纤维板、泰山金砖 9 项全能高端石膏板等系列新品。公司持续致力于技术创新与新品研发，产品竞争实力不断增强，在行业供给侧改革淘汰低端产品背景下，公司产品份额有望进一步提升。

2023年上半年北新建材细分业务营收（亿元）



品牌名称	产品类型	产品概述
龙牌	耐火纸面石膏板	采用高性能护面纸与建筑石膏牢固粘结成型，面纸呈粉红色。
	双防纸面石膏板	采用高性能护面纸与建筑石膏及特殊添加剂等芯材牢固粘结成型，正面呈浅蓝色。
泰山石膏	分解甲醛石膏板	分别在石膏板护面纸和板芯添加甲醛分解剂，达到双重分解效果。
	高强玻纤布面石膏板	公司研发的新型石膏基高性能纤维板，板面采用高强玻纤布代替传统的护面纸
	泰山金砖 9 项全能高端石膏板	板芯内添加高级耐火添加剂、耐火纤维和进口高级防水材料。

资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

东方雨虹：产能布局辐射全国，供应能力持续提升

东方雨虹

东方雨虹成立于1995年，并于2008年在深交所上市。公司经二十余年发展，控股分子公司超100家，在全国建设52个生产研发物流基地，拥有200余条先进生产线，核心防水业务应用于房屋建筑、高速铁路、地铁及城市轨道、高速公路和城市道桥、机场和水利设施、综合管廊等领域。公司聚焦建筑防水主业，同时向上下游及相关产业链延伸，形成建筑防水（东方雨虹）、民用建材（雨虹防水）、建筑涂料（德爱威、洛迪1813）、砂浆粉料（华砂、壁安）、节能保温（卧牛山节能、孚达科技、炀和、越大）、建筑修缮（东方雨虹建筑修缮）、非织造布（天鼎丰）、新能源（虹昇新能源）等多元业务板块合力的建筑建材系统服务体系。

东方雨虹发展历程

1995年
东方雨虹前身长沙长虹防水工程有限公司成立。

2008年
深交所上市，开启中国建筑防水行业新的历史篇章。

2015年
投资非织造布、建筑节能、砂浆、能源化工等领域，布局海外市场。

2018年
架构调整为工程建材集团、民用建材集团、天鼎丰控股、投资控股公司，工程建材集团融合工程渠道和直销渠道。

2020年
以省为单位推行一体化公司经营，不区分重点市场和非重点市场，提升公司在各区域内的渗透率和覆盖率。

2022年
东方雨虹、卧牛山节能、德爱威、东方雨虹建筑修缮、华砂、洛迪1813等获评2022中国房地产开发企业top500首选品牌。

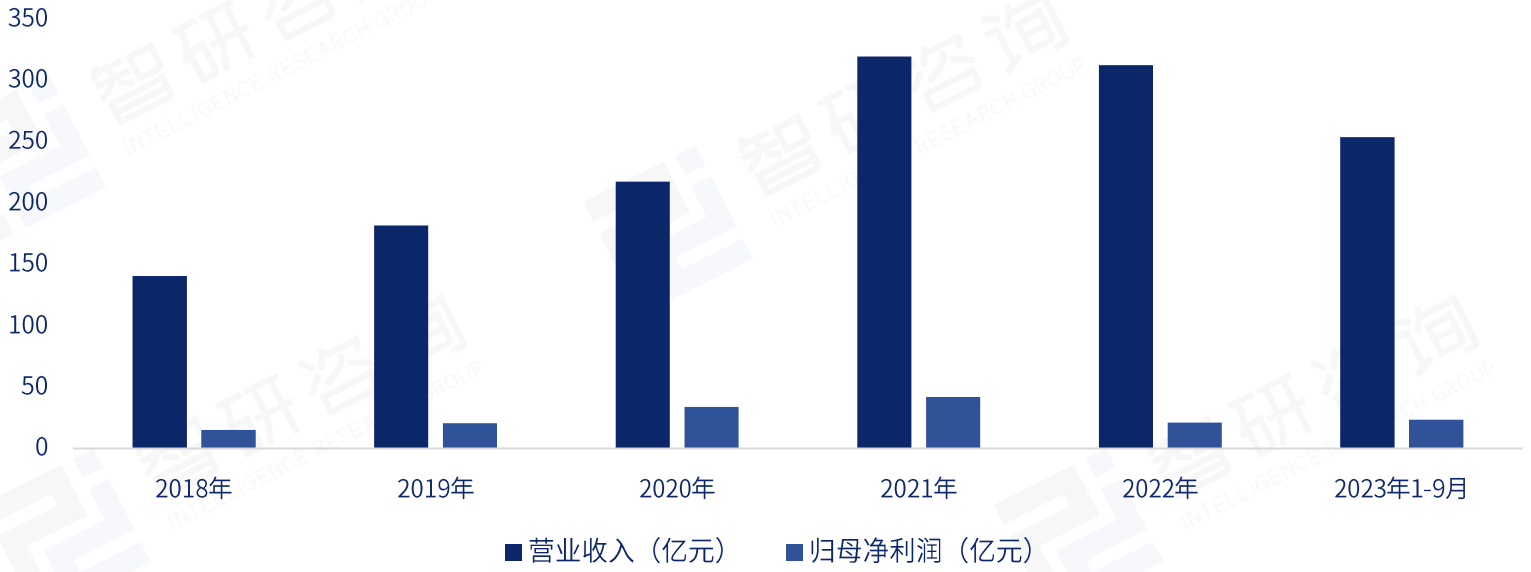
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

东方雨虹：产能布局辐射全国，供应能力持续提升

今年以来，东方雨虹持续推进省区一体化经营，加快升级渠道政策、积极推动渠道下沉、打造渠道领先优势，截至2023年6月，雨虹到家服务已在全国各地布局运营中心、社区服务站等600余家门店，助力零售渠道业务营收稳步提升。同时，东方雨虹稳步推进全国性产能布局，持续完善产能布局情况，公司在全国范围内已建成及在建生产研发物流基地达52家，2022年防水涂料产能约410万吨，砂浆粉料类产能约1100万吨，已经实现全国范围的协同生产发货，辐射半径可达300公里，为产品质量、供货及时性以及售后支持提供了坚实的基础。

在经营业务体系和产能布局的持续完善下，东方雨虹的经营业绩也在持续增长。2023年1-9月，东方雨虹营业收入同比增长8.48%，为253.6亿元；归母净利润同比增长42.18%，为23.53亿元。

2018-2023年1-9月东方雨虹营业收入及归母净利润



东方雨虹产能布局情况



资料来源：公司公告、智研咨询整理

www.chyxx.com

东方雨虹：产能布局辐射全国，供应能力持续提升

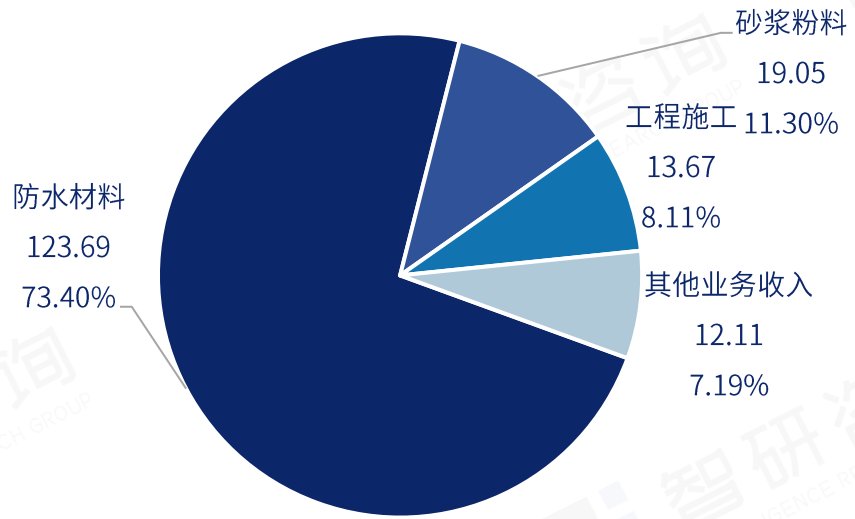
多年来，东方雨虹始终致力于新型建筑防水材料的研发、生产、销售和防水工程施工业务领域，目前已形 成以主营防水业务为核心，民用建材、砂浆粉料、建筑涂料、节能保温、胶粘剂、管业、建筑修缮、非织造布、特种薄膜、乳液等多元业务为延伸的建筑建材系统服务商。

作为国内建筑防水行业的首家上市公司，在东方雨虹的各项经营业务中，防水材料业务占据重要比重，2023年上半年防水材料业务营收为123.69亿元，占比73.4%。自创立以来，东方雨虹承接多项重大基础设施建设、国家重点建设、技术改造等重大防水工程项目，在市场上表现优异，获得社会各界的一致认可，为公司经营发展提供强劲动能。

东方雨虹经营业务矩阵



2023年上半年东方雨虹细分业务营收占比（亿元）



资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

天山股份：全球规模最大水泥业务平台，积极推动数字化转型升级

天山股份

天山股份

新疆天山水泥股份有限公司是全球业务规模最大的水泥上市公司，是中国建材集团水泥板块的核心企业，2021年整合了原南方水泥、西南水泥、中联水泥、中材水泥等水泥板块公司，并于2022年2月托管北方水泥，市场范围覆盖华北、华东、华中、西南、西北、东北地区25个省、自治区、直辖市，已成为全球业务规模最大、产业链齐全的水泥公司。截止2023年6月末，公司拥有熟料产能3.2亿吨，商混产能3.9亿方，骨料产能2.3亿吨。

天山股份核心竞争力

卓越的经营模式优势

公司深入推进“价本利”经营理念和“三精管理”的管理模式，积极开展业务整合和国企改革，有效提升集团化管控效能，不断提升在水泥、商混及骨料等产业链条的整合与协同效益。

成熟的技术创新优势

公司坚持开放融合，深化协同创新，推进技术攻关、新成果应用，重视技术创新的驱动作用和产学研结合的协同作用，技术创新已经成为企业高质量发展新动力。

可持续的绿色低碳优势

公司坚持生态优先、绿色低碳发展之路，生产经营与生态环境保护相协调，相促进。践行“双碳”战略，推进原料绿色低碳，积极开展水泥窑协同处置，有效促进废弃物无害化、减量化、资源化。

领先的智能化管理优势

公司积极推动业务的数字化、智能化、服务化转型，试点实施工厂全过程数字化管理，生产控制智能化、多道工序无人值守，通过数据采集标准化平台、边缘计算平台等打造智能制造。

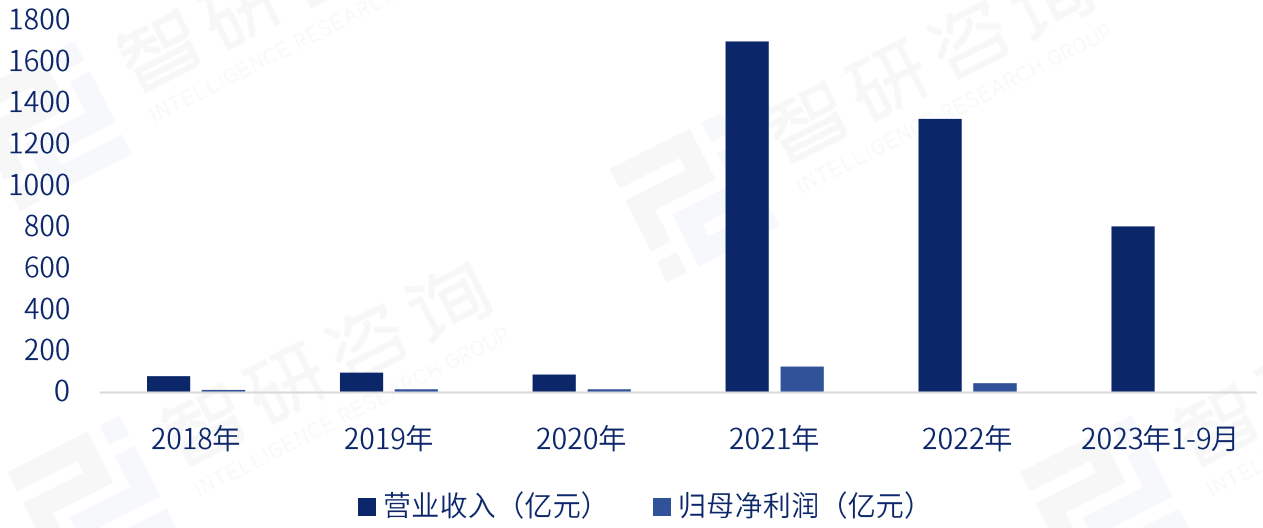
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

天山股份：全球规模最大水泥业务平台，积极推动数字化转型升级

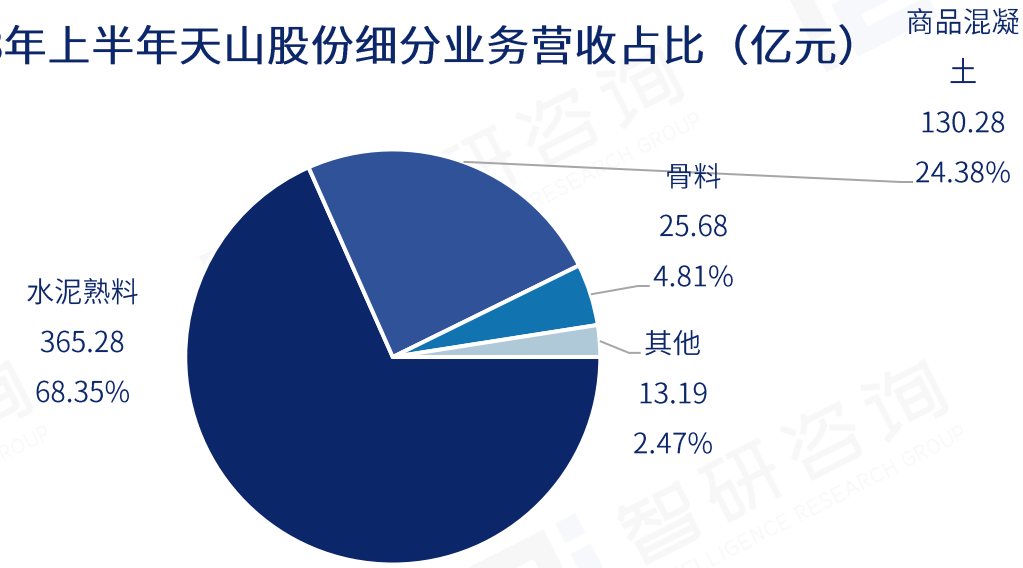
2021 年天山股份进行重大资产重组，现阶段新天山股份已经成为全球业务规模最大的水泥上市公司，也是中国建材集团水泥板块的核心企业，市场范围由过去新疆及江苏扩展为覆盖华北、华东、华中、西南、西北、东北地区 25 个省、自治区、直辖市。2023年上半年期间，公司熟料产能、商品混凝土产能、骨料产能均居全国第一，在华东、华中、华南、西南、新疆等多数区域市场份额、品牌地位均处于行业头部。

从细分经营业务来看，2023年以来，受房地产业开发投资下行等不利因素的影响，水泥行业持续承压，市场需求不足，量价走低，天山股份的经营业绩也进一步下滑。2023年1-9月，天山股份的营业收入和归母净利润分别为803.87亿元、0.51亿元，同比分别下降18.5%、98.74%。其中水泥熟料、商品混凝土、骨料为公司的主要经营业务，2023年上半年其业务营收分别为365.28亿元、130.28亿元、25.68亿元，分别占比68.35%、24.38%、4.81%。

2018-2023年1-9月天山股份营业收入及归母净利润



2023年上半年天山股份细分业务营收占比（亿元）



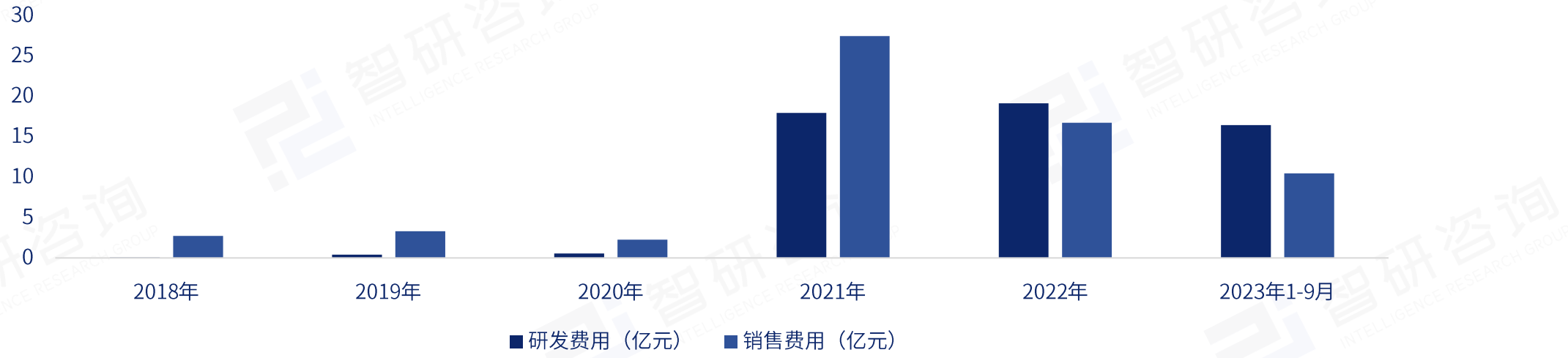
资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

天山股份：全球规模最大水泥业务平台，积极推动数字化转型升级

在数字化浪潮下，天山股份积极拥抱产业变革，持续加大研发费用投入力度，积极推动业务的数字化、智能化、服务化转型，试点实施工厂全过程数字化管理，生产控制智能化、多道工序无人值守，通过数据采集标准化平台、生产管理平台、供应链管理和边缘计算平台打造智能制造。截至 2023 年 6 月底，公司现有 1 家国家智能制造示范企业，21 家省级智能制造示范企业，48 条智能化生产线，10 座数字化矿山。2023年1-9月，天山股份研发费用共计16.41亿元，同比增长39.66%。

同时，面对复杂多变的市场环境，公司稳步加大销售费用，完善市场服务和响应机制，大力推进一体化管理，实施市场营销集中，逐步实现了市场布局、市场开发、价格等营销策略的统一，进一步提升营销管理能力。2023年1-9月，公司销售费用共计10.46亿元，同步下降12.69%。

2018-2023年1-9月天山股份研发费用及销售费用



资料来源：公司公告、智研咨询整理 www.chyxx.com

PART 06

中国建筑材料行业发展趋势分析

最全面的产业分析 ● 可预见的行业趋势

行业加快绿色化转型，企业加快产业链战略布局

绿色环保理念持续深化，行业加速绿色化转型升级

- 近年来，随着绿色发展理念的不断深化，建材行业的绿色化发展逐渐成为普遍共识，且随着国家加大对能耗、碳排放及环保的管控力度，绿色低碳转型发展是建材产业转型升级的必由之路。随着技术的进步，越来越多的绿色材料被研发出来，如低碳水泥、生物质建材等，这些材料在生产过程中对环境的影响较小，同时在使用过程中也能降低能耗和排放。除此之外，各建材企业也在积极推动生产制造绿色低碳转型，通过采用循环生产模式，将废旧建材进行回收再利用，减少对自然资源的依赖，同时降低生产成本，助力建材行业加速绿色低碳发展。

企业加快产业链布局，建材产业提质增效发展

- 我国建材市场分散，企业经营的不稳定性因素较多，经营风险较大。近年来，国家多次在政策中鼓励企业加强产业链协作，共同发展。产业链的协同发展能加强企业生产的上游供应稳定性，降低企业经营风险。随着企业协同发展的意识提高，企业加快产业链布局，向产业链上游延伸，增强公司经营的稳定性和市场竞争实力。建材企业完善产业链布局，能增强公司生产原材料的稳定供应，降低外部环境的不利形势对公司经营的风险。另外，公司完善产业链布局还能助力企业的降本增效，将更多的成本转向技术水平的升级，推动公司提质增效。

持续推动行业技术革新，个性化、定制化服务快速兴起

持续加大技术研发和产品创新，助力建材产业高质量可持续发展

- 技术创新是推动产业高质量发展的重要因素，近年来，建材企业持续加大对建材产品的研发，我国建材产品的研发水平和生产工艺得到明显提升，部分产品到达国际先进水平。如2023年10月30日，由瑞泰科技创新研发的玻璃固化焦耳炉用高性能熔铸耐火材料成功交付，此次交付标志着我国成功攻克相关领域“卡脖子”关键技术和工艺。未来在政府与企业共同努力下，我国建材行业核心技术、关键技术等将不断被攻克，持续追赶国际先进水平，同时，在多样化需求的拉动下，建材产品种类持续丰富，建材行业在国民经济中的作用也将持续提升，助力建材行业高质量发展。

消费升级下，个性化、定制化服务快速兴起

- 随着消费者对家居环境个性化需求的提升，建材企业开始提供更多定制化的产品和服务，从定制化的门窗、橱柜、衣柜到整体家居解决方案，企业力求满足消费者的独特需求。同时，为了更好地满足消费者的整装需求，建材企业开始整合设计与施工资源，提供一体化服务。这种服务模式能够确保设计方案的有效实施，并减少消费者在不同环节中的沟通成本。在定制化发展过程中，建材企业也将不断明确市场定位，并针对目标消费群体进行品牌塑造，通过精准的市场营销和品牌推广策略，进一步提升品牌知名度和美誉度，进而在竞争激烈的市场中脱颖而出。

建筑材料行业报告推荐

01 2024-2030年中国水泥行业市场运行格局及发展策略分析报告

02 2024-2030年中国有色金属行业市场发展现状及竞争格局预测报告

03 2024-2030年中国防腐涂料行业投资潜力分析及发展前景展望报告

04 2024-2030年中国沥青混凝土行业市场发展规模及投资机会分析报告

05 2024-2030年中国花岗岩石材行业市场需求分析及发展趋势分析报告

智研咨询领域优势

数据优势
Data advantages

拥有全国百万家企业基础数据库

权威渠道
Authoritative channel

我们的第三方数据渠道有国家统计局、国家海关、商务部、相关行业协会等权威机构

专业服务
professional services

全国各地分支网络和严格的调查控制流程，使我们有足够的知识和能力向客户提供高质量服务

成功案例
Success cases

超过200多个研究项目的成功案例

研究领域
Research field

研究领域覆盖能源、化工、机械、汽车、电子、医疗等诸多行业

全球客户
Global customers

我们很荣幸的为国内外知名企业和机构提供过咨询服务



产业研究报告



定制报告



可行性研究报告



商业计划书

（公众号）

（微信客服）

最全面的产业分析 • 可预见的行业趋势