



# 建材行业深度报告：建筑节能起势 遮阳材料迎春



需求：建筑节能浪潮启，遮阳材料迎景气遮阳产品使用对建筑节能贡献突出。建筑能耗与排放占比全社会总量超 45%，其中建筑运行阶段能耗和碳排放占比（全社会）约 22%，而运行能耗包括取暖、空调、照明、家电等，前 2 者占比近 50%。欧洲遮阳组织指出采用建筑遮阳设施后，冬季采暖节约用能 10%，夏季制冷能节约空调用能 25%，综合节约建筑能耗约 14%。同时，建筑遮阳是建筑最有效被动节能措施之一，且成本较低，性价比高，碳中和背景之下有望升级加速。

海外遮阳产品应用较广，国内有望迎消费升级。遮阳产品在海外欧美等国家市场广泛应用，市场占有率达 70%以上，且遮阳产品属于家居消费品，进入建材家居超市，消费者使用更换周期为 3~5 年，从长期来看产品需求并非依赖新房市场，翻新及维护需求也较高。同时，我国纬度比欧洲低，遮阳节能效果更佳，因此未来建筑遮阳在我国有望升级。

功能性遮阳产品性能更突出，未来是趋势，景气加速度。功能性遮阳材料相较传统布艺材料在产品性能、后续使用维护（如免洗、防尘防静电）等方面更占优，未来需求扩张和渗透率均有望迎更快增长（目前国内更多用于商场、超市、写字楼等公装市场，未来有望在家装市场逐步渗透）。根据协会统计，2019 年国内功能性遮阳产品总销售额约 193 亿元，协会预测 2025 年销售额可达 500 亿元（产品高端化+下游延伸）。同时，当前随着疫苗接种率提升，海外房地产市场逐步复苏，推动窗帘及产业链需求有望迎来加速度。

格局：技术、成本、渠道是核心竞争点

产品一般分为遮光面料、可调光面料和阳光面料三种，可调光和阳光面料定位更高端（性能兼具防火功能同时，尚有抗菌防霉等，一般用于高端商业建筑），毛利率在 40%以上。

织造成型、包覆等环节对技术工艺、设备和原材料选取要求较高，龙头企业明显占优。

行业原材料占比偏高，主要是聚酯纤维、水性丙烯酸乳液、PVC。2021 年在上游涨价背景之下，遮阳产品生产企业成本端均有承压。不过头部企业和小企业相比，在配方及原料采购及向终端价格传导机制方面均有优势，一定程度上可缓解部分成本压力。

行业主导企业出口占比在 60%以上，凭借过硬产品质量和口碑，率先绑定进入国外窗帘制品供应商体系并积累了较强粘性。玉马遮阳已和全球最大窗帘企业 HUNTER（2020 年收入 35.4 亿美元，净利润 1.86 亿美元）进行合作，未来订单规模有望迎来加速度。

龙头经营：跑马圈地扩张启，龙头抢滩制高点 2019 年全国功能性建筑遮阳企业约 3000 余家，收入 3000 万元以上企业约 180 余家。

第一梯队玉马遮阳、西大门、先锋新材等 10 余家企业合计份额约 20%，市场仍较分散。

头部企业规模、技术、成本占优，财务上看玉马遮阳收入和毛利率相

对突出。同时，上市企业目前负债率均较低，未来加杠杆空间较大。目前玉马和西大门产能利用率较饱和，正在加速扩产能，未来 1-3 年内份额提升趋势与确定性较高，业绩有望保持较快增长。

风险提示：

- 1.遮阳行业短期需求复苏不足；
- 2.同行均大规模扩产导致竞争加剧。

关键词: PVC 涨价

**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\\_32652](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32652)

