

国内外视角下的 PVC 地板需求分析

投资咨询业务资格：
证监许可【2012】669号

报告要点

本文以 PVC 地板作为出发点，从国内渗透率、海内外地产周期、关税政策等方面探究中国 PVC 地板需求弹性。结果表明，PVC 地板需求释放潜力大，有望超过型材成为第二大 PVC 下游；中期需求驱动来自海外地产进入上行周期、美国补库力度增强，长期驱动来自中国二手房装修，超长期驱动来自国内地产修复以及 PVC 地板渗透率提升。

摘要

板材需求潜力待释放，有望超过型材成为第二大 PVC 下游。中期需求驱动来自海外地产进入上行周期、美国补库力度增强，长期驱动来自中国二手房装修，超长期驱动来自国内地产修复以及 PVC 地板渗透率提升。

国内视角

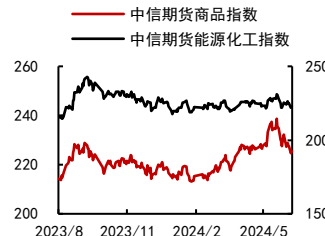
工程属性：国内围绕去库存的政策周期已启动，但是居民对房企信心偏弱以及未来收入预期偏差仍制约市场修复弹性。若 2025 年房价企稳，根据拿地-新开工-竣工（含精装修）周期的推算，国内新建商品房装修对 PVC 地板需求的正向拉动最快在 2028 年体现。

消费属性：需求提升依托渗透率增长与二手房装修。1) 2023 年中国 PVC 地板渗透率仅 4.6%，远低于北美、欧洲。疤痕效应与财富效应影响下，高性价比产品获得居民青睐，PVC 地板的认可度有望提升。2) 2023 年全国房屋销售面积同比+6.9%，其中二手房网签交易面积同比增长 45.6%。虽然商品房销售呈现弱势，但二手房成交大幅走强仍可以推动 PVC 地板家装需求释放。

海外视角

美国地产处于触底到回升的过渡阶段，成屋销量与 PVC 地板进口具有明显正相关性，并领先地板进口 3 个月。若美联储于 2024H2 兑现降息，贷款利率下降将促使居民购房需求释放，推动房地产量价齐升，PVC 地板进口仍将受益。

美国批发商建材行业可能进入弱补库周期，美国 PVC 地板进口出现回暖，2024 年 1-4 月进口同比+5.3%。



化工品研究团队

研究员：

胡佳鹏

从业资格号：F3039655

投资咨询号：Z0013196

黄谦

从业资格号：F3063512

投资咨询号：Z0014611

杨家明

从业资格号：F3046931

投资咨询号：Z0015448

杨晓宇

从业资格号：F03086737

投资咨询号：Z0020561

张紫南

从业资格号：F03097101

投资咨询号：Z0020714

重要提示：本报告非期货交易咨询业务项下服务，其中的观点和信息仅作参考之用，不构成对任何人的投资建议。中信期货不会因为关注、收到或阅读本报告内容而视相关人员为客户；市场有风险，投资需谨慎。如本报告涉及行业分析或上市公司相关内容，旨在对期货市场及其相关性进行比较论证，列举解释期货品种相关特性及潜在风险，不涉及对其行业或上市公司的相关推荐，不构成对任何主体进行或不进行某项行为的建议或意见，不得将本报告的任何内容据以作为中信期货所作的承诺或声明。在任何情况下，任何主体依据本报告所进行的任何作为或不作为，中信期货不承担任何责任。

2018 年以后中美贸易摩擦加剧，2018-2023 年美国进口的越南 PVC 地板份额已从 0%提升至 18.9%，而进口的中国份额由 85.2%下滑至 61.1%。2024 年 7 月特朗普的胜选概率已提升至 70%，若特朗普成功当选，未来将加征 10%的全面关税和 60%的定向关税，或加速中国 PVC 地板企业产能外迁至东南亚。鉴于东南亚 PVC 粉存供需缺口、中国电石法 PVC 粉价格优势明显，外出办厂的 PVC 地板企业仍以使用中国 PVC 粉为主。

风险提示：（1）海外衰退；（2）贸易摩擦加剧。

目 录

摘要

一、 背景介绍——需求结构分化，地板潜力待释放	5
二、 PVC 地板——行业分类及规模	5
三、 内需——PVC 地板内需前景广阔	7
（一）工程视角——去库存政策托底，商品房销售待修复	7
（二）消费视角——PVC 地板渗透率待提升、二手房销售复苏推动 PVC 家装需求	9
四、 出口——海外地产周期、库存周期与贸易制裁带给 PVC 地板出口更大机遇与挑战	11
（一）出口——美国是中国 PVC 地板主要出口流向	11
（二）地产周期——美国地产将触底回升，提振 PVC 地板需求	12
（三）库存周期与贸易制裁——美国地产链商品处于弱补库周期，贸易制裁阻碍中国出口	14
五、 观点总结	16
免责声明	18

图表目录

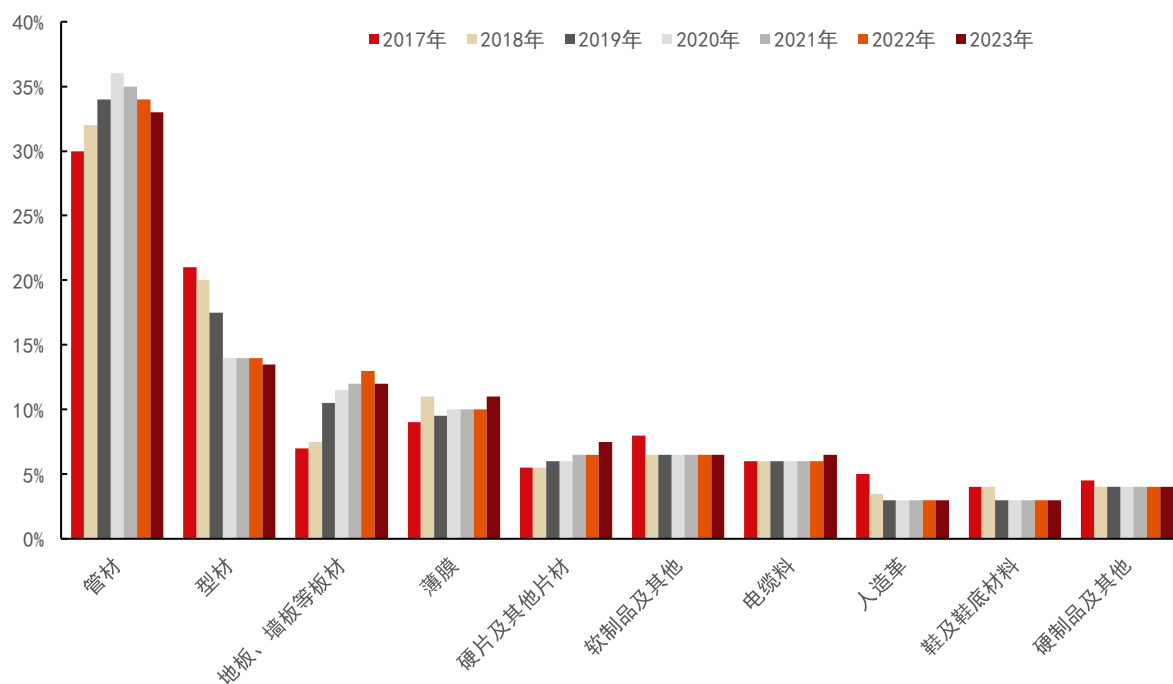
图表 1: 2017-2023 年 PVC 需求结构 单位: %	5
图表 2: PVC 地板构成	6
图表 3: 美国 PVC 地板渗透率 单位: %	7
图表 4: 中国 PVC 地板销售结构 单位: %	7
图表 5: 消费建材渠道拆分	7
图表 6: 地产新开工、施工与竣工 单位: %	8
图表 7: 房企资金来源 单位: %	8
图表 8: 地产去库时间与销售 单位: %	8
图表 9: 新开工对竣工领先性 单位: %	8
图表 10: 70 个大中城市二手房价格指数 单位: %	9
图表 11: 一线城市二手房价格指数 单位: %	9
图表 12: 常见铺地材料性能对比 单位: %	9
图表 13: PVC 地板渗透率 单位: %	9
图表 14: 70 个大中城市二手房价格指数 单位: %	10
图表 15: 一线城市二手房价格指数 单位: %	10
图表 16: 商品房销售面积同比增速 单位: %	11
图表 17: 全国 19 城二手房成交面积 单位: %	11
图表 18: PVC 地板需求结构 单位: %	11
图表 19: 中国 PVC 地板出口流向 单位: %	11
图表 20: 中国 PVC 地板出口量及增速 单位: %	12
图表 21: PVC 地板出口流向变化 单位: %	12
图表 22: PVC 平均开工率 单位: %	13
图表 23: 建材库存周期 单位: 万吨	13
图表 24: PVC 总库存 单位: 万吨	13
图表 25: 美国 CPI 及分项 单位: 万吨	13
图表 26: 成屋销售对 PVC 地板进口领先性	14
图表 27: 美国: 批发商: 木材及其他建材: 零售额、库存同比 单位: %	14
图表 28: 美国制造业: 建筑材料及用品: 新订单 单位: %	14
图表 29: 美国 PVC 地板进口同比与批发商: 木材及其他建材: 零售额、库存同比 单位: %	15
图表 30: 美国 PVC 地板进口量 单位: 万平方米	15
图表 31: 2018-2023 年美国贸易制裁措施	15
图表 32: 2016-2023 年美国 PVC 地板进口来源 单位: %	16
图表 33: 美国制造业: 建筑材料及用品: 新订单 单位: %	16

一、背景介绍——需求结构分化，地板潜力待释放

PVC 终端需求涉及广泛，根据用途及特性，PVC 下游制品可以分为管材、型材、板材、片材等硬制品，薄膜、电缆料等软制品。2017-2023 年 PVC 需求结构发生明显变化，一是型材消费由 21% 下滑至 14%，主要为 PVC 型材大多用于低端建筑业，近年国民生活水平提升，PVC 型材逐步被铝型材替代；二是受出口提振，地板、墙板等板材消费由 7% 上升至 12%。粗略估算，2017-2023 年板材消费量由 112 万吨提升至 251 万吨，年化复合增长率 12.4%。由此可见，板材有望超过型材，成为第二大 PVC 需求。

因墙板消费难以统计、地板可以作为板材的主力产品，故本文将以 PVC 地板作为出发点，从国内渗透率、海内外地产周期、关税政策等方面探究中国 PVC 地板需求潜力。

图表 1：2017-2023 年 PVC 需求结构 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

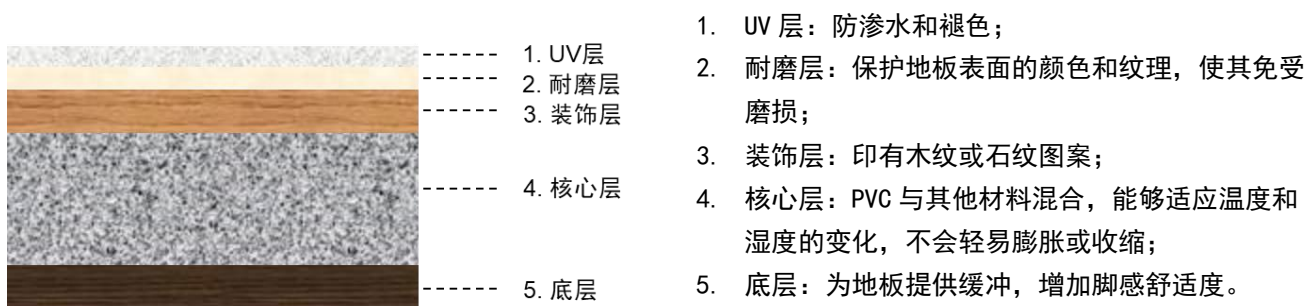
二、PVC 地板——行业分类及规模

PVC 地板通常由多层构成，具有耐磨、隔音、防滑、防水、环保、款式多样、

安装简便等优点。按照材质划分，PVC 地板可以分为 LVT、SPC、WPC 和 MGO 地板，不同种类地板 PVC 用量有较大区别。LVT 地板以 PVC 树脂以及石粉、增塑剂、炭黑等为原料，相较于 SPC 地板，LVT 地板的 PVC 用量较多、石粉偏低。SPC 地板（石晶地板）的主要材料为 PVC（15%-30%）和碳酸钙（70%-85%）填充物。WPC 地板（木塑地板）的主要材料为 PE、PP、PVC 等树脂（40%-50%），木粉、稻壳、秸秆等植物纤维（约 50%-60%）。MGO 地板主要为玻镁材料，PVC 用量很低，甚至可以不加 PVC。从市场表现来看，LVT 定位为中低端产品，市场份额受 WPC 及 SPC 挤压。相对于 LVT 和 WPC 地板，SPC 地板生产工艺更简便、成本更低，终端市场的销售价格也更为消费者接受。MGO 产品工艺复杂，价格偏高，属于高端产品，尚未处于推广期。

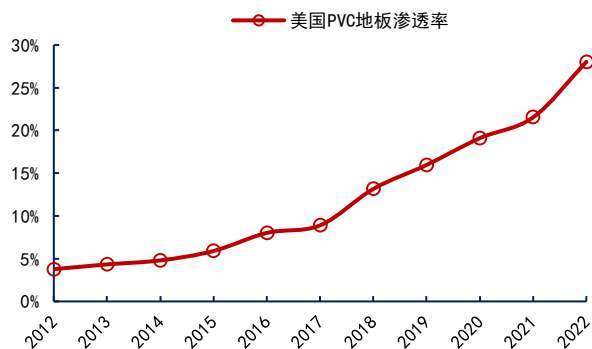
2021 年全球 PVC 地板市场规模为 167.10 亿美元，据 Business Research Insights 预测，2031 年 PVC 地板市场规模将达到 297.1496 亿美元，预测期内复合年增长率为 5.9%。欧美等发达地区的 PVC 地板产品起步较早，市场渗透率逐年提升，欧美已成为全球 PVC 地板消费的主要区域。中国的 PVC 地板市场尚处于起步阶段，PVC 地板主要用来出口欧美，国内使用量较少。据中国林产工业协会不完全统计，2023 年中国具有一定规模企业的地板产品总销量 66320 万 m^2 ，拆分开来看，木竹地板总销量约 32220 万 m^2 ，石晶地板约 27200 万 m^2 ，木塑地板约 6900 万 m^2 ；其中，石晶与木塑地板以出口为主，石晶地板的出口量占比高达 95%，木塑地板出口量约 75%。因此国内 PVC 地板渗透率提升与海外需求扩张是我们关注的主要问题。

图表 2：PVC 地板构成



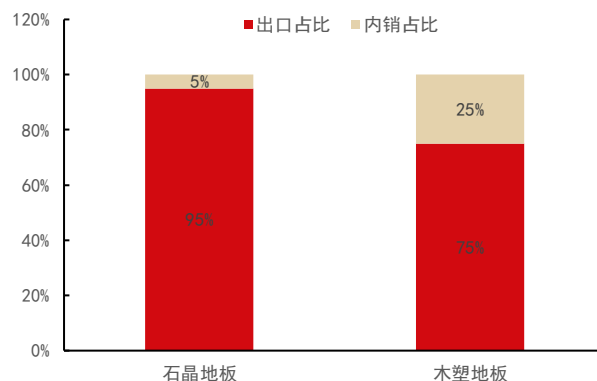
资料来源：中信期货研究所绘制

图表 3：美国 PVC 地板渗透率 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 4：中国 PVC 地板销售结构 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

三、 内需——PVC 地板内需前景广阔

PVC 地板属于消费建材，具有消费与工程两重属性。精装房的推广使得工程集采在 2016-2022 年快速发展；而自装修以及翻新需求通常由消费者自行选择，因此 PVC 地板天然具备工程与消费属性。

图表 5：消费建材渠道拆分



资料来源：公开资料整理 中信期货研究所

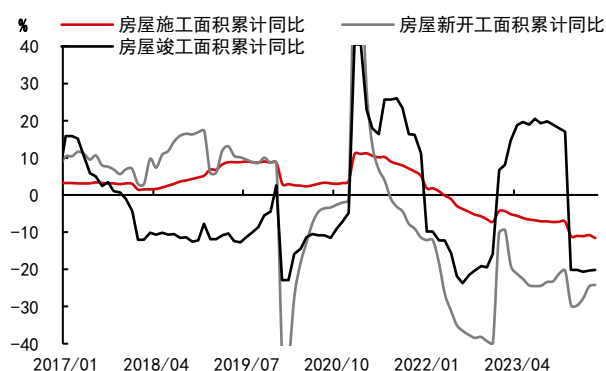
（一）工程视角——去库存政策托底，商品房销售待修复

政策角度，地产量价持续走弱的背景下，政策思路由“防守”转向“进攻”，围绕去库存的政策周期已启动。4 月 30 日政治局会议提出“统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施”，与去库存相关的以旧换新、房票安置等政策密集出台。5 月 17 日，中央多部委联合发布去库存的组合拳，重点城市高频落

实信贷优化政策。6月7日，国常会再次强调“继续研究储备新的去库存、稳市场政策措施”。参照2014-2015年经验，地产销售走出下行周期是政策修复居民信心，地产销售回暖，去化周期下行，最终传导至房价企稳的正反馈过程。在房价修复前，预计需求端政策仍将跟进，以提升居民购买力、推动房价企稳。

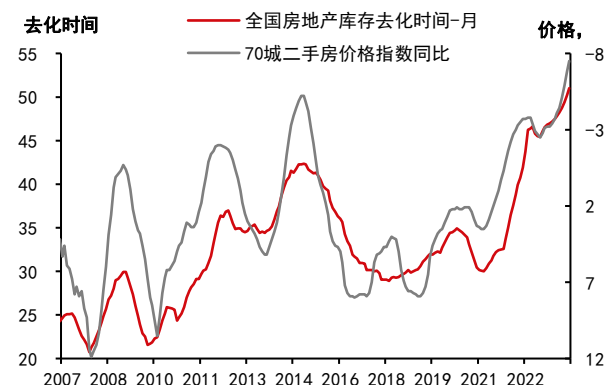
本轮周期中，我们认为地产放松政策推动销售改善的过程可能较长，主要原因在于居民对房企信心偏弱以及未来收入预期偏差仍制约市场修复弹性。相较2021年，2023年商品房销售额下降36%、商品房销售面积下降38%、投资规模下降25%。全国新房销售历经了3年的下行周期，政策环境也较2014-2015年更加宽松，销售面积降幅最大的时间或已度过。价格是判断地产周期的重要信号，70个大中城市二手房价格指数环比走弱最明显的时间为2021Q3-Q4、2022Q3、2023Q3。2024年以来，一线城市二手房价格单月环比降幅呈收窄趋势，后续一线及重点二线城市房价的走势仍是本轮地产能否复苏的重要观测指标。房价企稳前，国内新建商品房精装修对PVC地板需求难有拉动。

图表 6：地产新开工、施工与竣工 单位：%



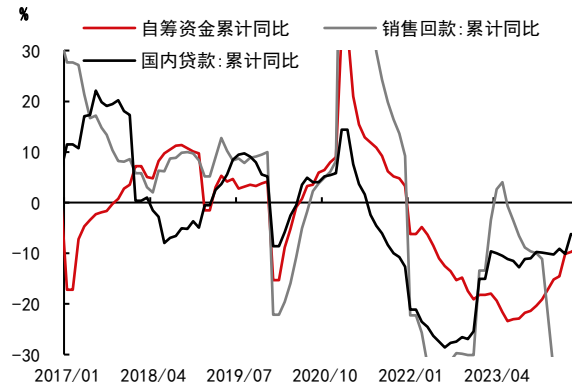
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 8：地产去库时间与销售 单位：%



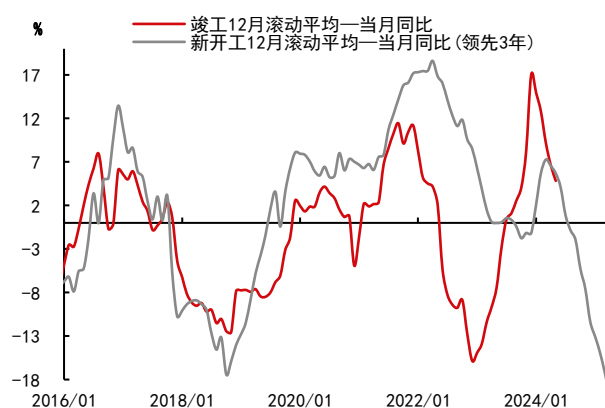
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 7：房企资金来源 单位：%



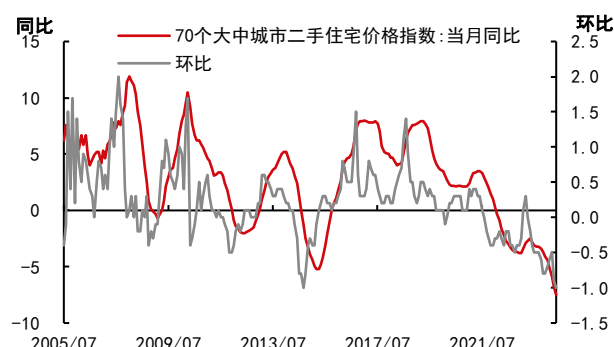
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 9：新开工对竣工领先性 单位：%



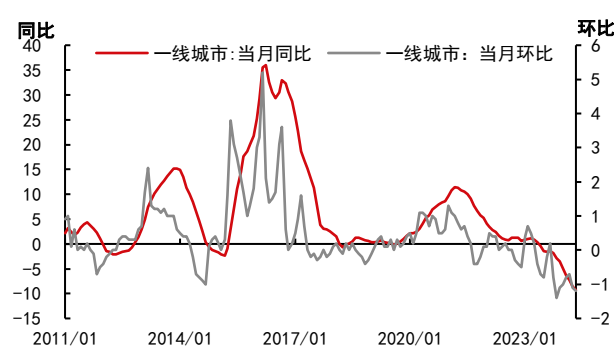
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 10：70 个大中城市二手房价格指数 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 11：一线城市二手房价格指数 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

（二）消费视角——PVC 地板渗透率待提升、二手房销售复苏推动 PVC 家装需求

作为木地板的替代品，PVC 地板具有价格、环保、安装、维护方面的优势。

1) PVC 地板售价与复合地板相当，均远低于实木地板；2) 相较木地板，PVC 地板通过压延而成，不会使用甲醛、苯等有害物质；3) PVC 地板的安装简单快捷，无需使用水泥砂浆，安装结束 24 小时后即可使用，大大减少了安装的人力和时间成本；4) PVC 地板的维护保养方便，一般只需用拖布擦拭即可，定期打蜡维护的次数也远低于复合地板和木地板，从而降低了长期的维护成本。

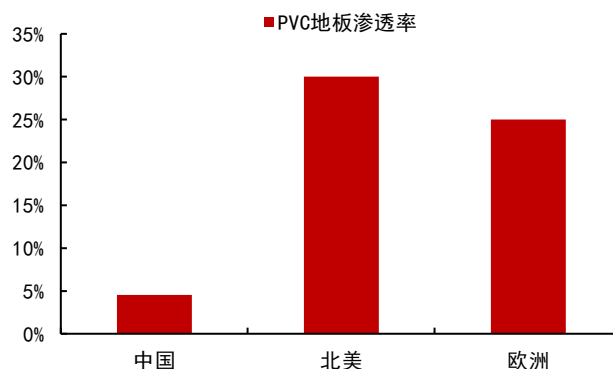
凭借其自身优势，PVC 地板在国内商务和公共区域开始普及，然而，家装领域对 PVC 地板认可度仍较低，未来市场发展空间广阔。据中国林产工业协会数据，2023 年中国 PVC 地板渗透率仅 4.6%，远低于北美、欧洲地区市场 30%、25% 的渗透率水平。背后原因可能为 1) PVC 地板在国内推广时间短，市场认知度不高；2) 国内缺乏 PVC 地板统一的行业标准，以次充好产品较多。疤痕效应与财富效应影响下，居民消费行为偏谨慎，高性价比产品获得青睐，PVC 地板的认可度有望提升。未来随 PVC 地板宣传力度的增大以及产品质量的改善，产品普及速度或加快。

图表 12：常见铺地材料性能对比 单位：%

图表 13：PVC 地板渗透率 单位：%

产品种类	木地板	复合地板	PVC 地板	天然石材	瓷砖	地毯
样式	少	多	多	少	多	多
是否含甲醛	否	是	否	否	否	是
舒适度	舒适	较舒适	较舒适	质地冰凉	质地冰凉	较舒适
安装便利性	繁杂	较繁杂	简便	繁杂	较繁杂	简便
保养	繁杂	较繁杂	简便	简便	简便	较繁杂
使用寿命	较长	长	长	长	长	短
价格	高	适中	适中	高	适中	高

资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

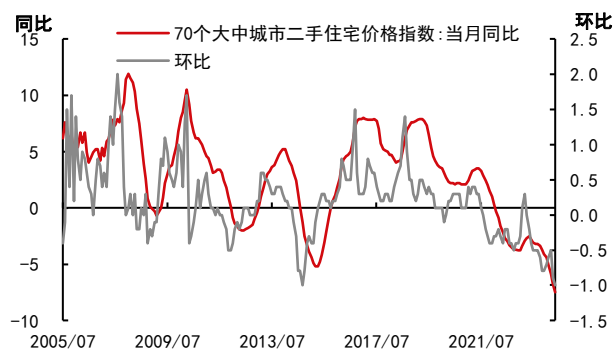


资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

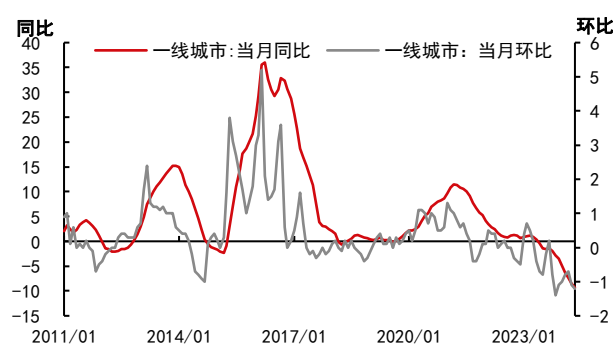
中期视角,二手房成交复苏,提振 PVC 地板家装需求。19 个主要城市的二手房成交面积于 2022 年见底回升,主要是二手房房价的调整、居民对新房交付的担忧促使二手房成交回暖早于新房。据统计局披露,2023 年二手房网签交易面积约 7.09 亿平米,约占(新房+二手房)成交的 38.8%。据住建部发文,2023 年全国二手房成交量和新建商品房销售面积比 2022 年同期增长 6.9%,部分主要城市二手房成交量占(新房+二手房)的比重甚至超过 50%。由此可见,虽然商品房销售呈现弱势,但二手房成交大幅走强仍可以推动 PVC 地板家装需求释放。

长期视角,城镇化率与二手房换手率存提升空间, PVC 家装需求将受益。2023 年中国常住人口城镇化率为 66.2%,处于城镇化高速发展的尾段。参考日、韩人口见顶时城镇化率均在 80%以上,中国城镇化率仍有提升空间。不过城镇化速度大概率放缓,中国地产模式将由高周转、高波动阶段转向换手率提升的时期。2021 年中国二手房的平均换手率(二手房交易量与存量房总数之比)约 1.0%,同期美国二手房平均换手率约为 4.3%。若中国居民换房率达到美国的水平,家装需求增长可期。

图表 14: 70 个大中城市二手房价格指数 单位: %



图表 15: 一线城市二手房价格指数 单位: %



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

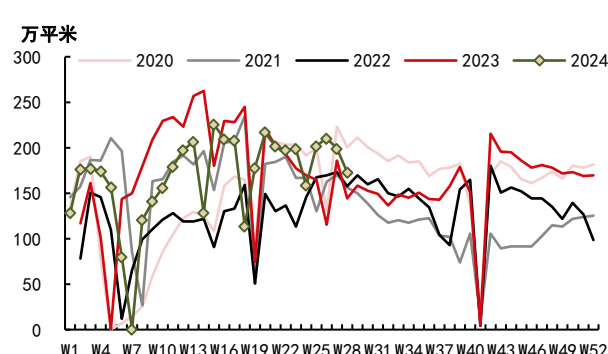
图表 16: 商品房销售面积同比增速 单位: %



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 17: 全国 19 城二手房成交面积 单位: %



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

四、出口——海外地产周期、库存周期与贸易制裁 带给 PVC 地板出口更大机遇与挑战

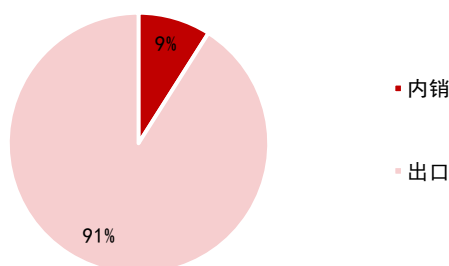
（一）出口——美国是中国 PVC 地板主要出口流向

出口在中国 PVC 地板销售中占据主导地位，2023 年 PVC 地板出口量高达 91%。出口流向显示，2023 年美国仍是中国 PVC 地板最大需求国，占比 43%，其次是出口加拿大占比 7.5%，出口荷兰、德国与澳大利亚的量相差不大。

近年 PVC 地板出口量呈现先增后降的趋势，未来出口面临更大挑战。2016–2021 年 PVC 地板出口量逐年增长，由 205.5 万吨达到 572.7 万吨，年化复合增长率 22.7%。不过，2022–2023 年 PVC 地板出口量出现下滑，出口增速回落至-10% 左右，主要原因是疫情冲击与美联储开启加息导致 2022 年全球经济进入下行周期。此外，2023 年美国开展针对中国 PVC 地板的原料溯源，迫使中国出口美国的 PVC 地板量回落。未来在海外逐步转入宽松周期、全球贸易摩擦加剧的背景下，中国 PVC 地板的出口面临更大的机遇与挑战。

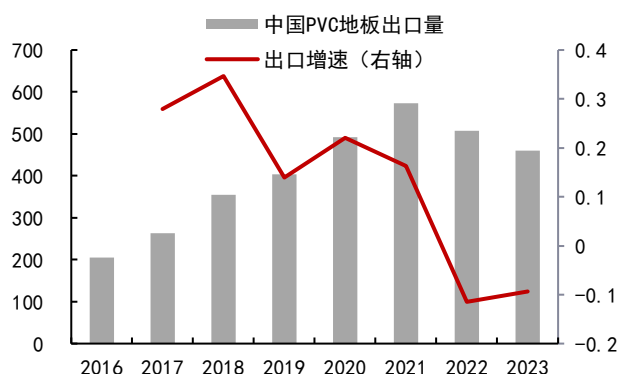
图表 18: PVC 地板需求结构 单位: %

图表 19: 中国 PVC 地板出口流向 单位: %

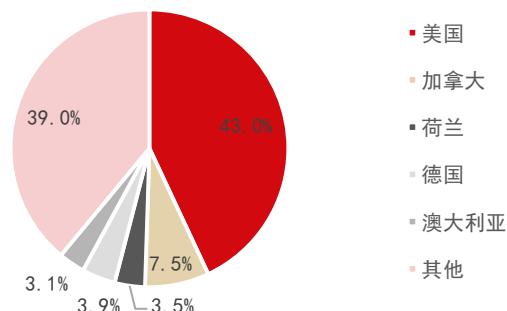


资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 20: 中国 PVC 地板出口量及增速 单位: %

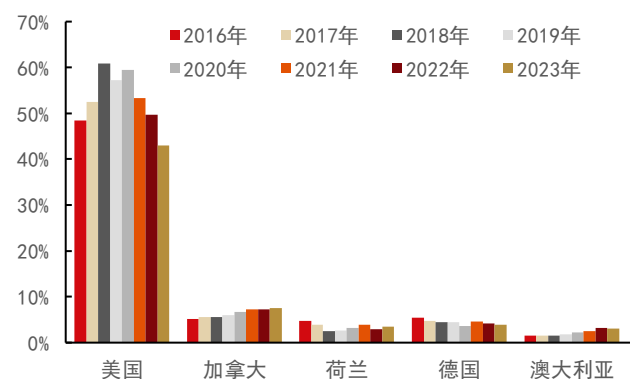


资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 21: PVC 地板出口流向变化 单位: %



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

(二) 地产周期——美国地产将触底回升，提振 PVC 地板需求

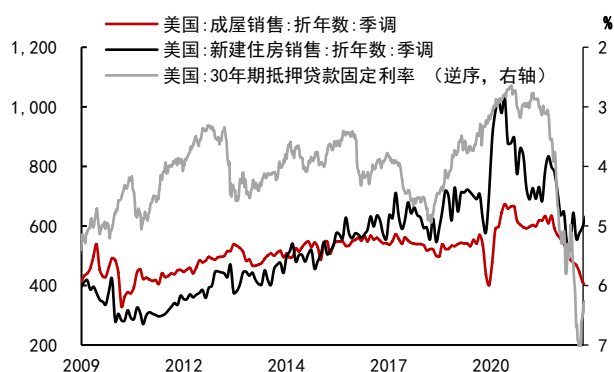
2021-2023 年美国成屋销售由 665 万套下降至 382 万套，跌幅达 40%。新屋销售同步下降，降幅较成屋小。虽然地产销售疲软，但美国房价却稳中有升，主要原因是美国地产供给相对于需求更低，可出售的房屋数量连续下滑。数据显示，2024 年 5 月美国房地产在售总库存为 175.4 万套，相较 2007 年 7 月峰值跌幅高达 61.3%，总库存处于历史低位水平。

高利率已带来美国新房和二手房成交量的收缩，若美联储开启降息周期，贷款利率下降将促使居民购房需求释放，推动房地产量价齐升。美联储加息周期终结与美国经济软着陆预期，意味着美国地产周期将迈入触底回升阶段。不过，美联储的货币政策与底部重启的美国地产在周期上出现了阶段性的对抗，构成了“美联储偏鹰→降息预期下修→地产需求走弱→住房通胀下行→美联储偏鸽→降息预期上修→地产需求走强→住房通胀上行→美联储偏鹰”的循环机制，本轮美国地产修复之路可能较为曲折。最新数据显示，2024Q2 美国失业率抬升，市场对于美联储降息预期再度升温，年内降息次数上调至 2 次，最早降息时间为 9 月。若美联储于 2024H2 或 2025H1 兑现降息，居民购房需求有望修复，

地产将进入上升周期。

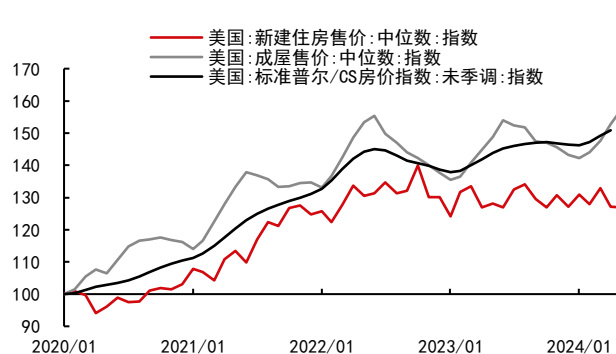
美国成屋销售复苏将带动 PVC 地板进口增长。周期视角，成屋销量与 PVC 地板进口具有明显正相关性，2020H2-2021 美国宽财政刺激了成屋销量同比增长 8.3%，PVC 地板进口同比+22.8%；2022 年美联储开始加息，成屋销量与 PVC 地板销量双双下滑；2023H2 至今成屋销量降幅收窄，PVC 地板进口增速由负转正。从节奏来看，2019 年 4 月、2020 年 9 月与 2023 年 4 月美国成屋销量同比增速均领先 PVC 地板进口同比增速见底，领先时间为 3 个月。2024H2 美国成屋销量弱企稳的背景下，PVC 地板进口呈现修复。若 2025 年美国地产转入上行周期，PVC 地板进口仍将受益。

图表 22：PVC 平均开工率 单位：%



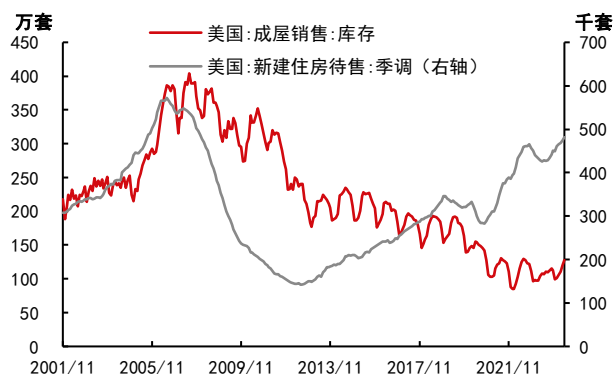
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 23：建材库存周期 单位：万吨



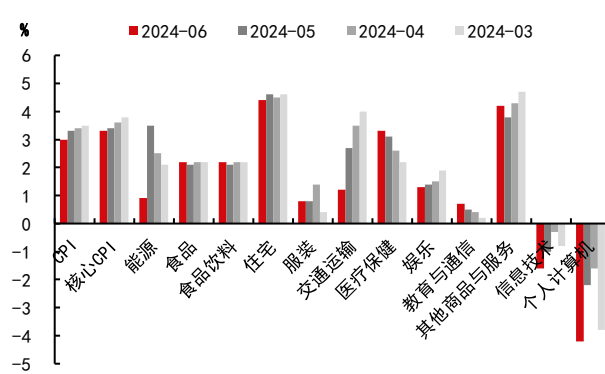
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 24：PVC 总库存 单位：万吨



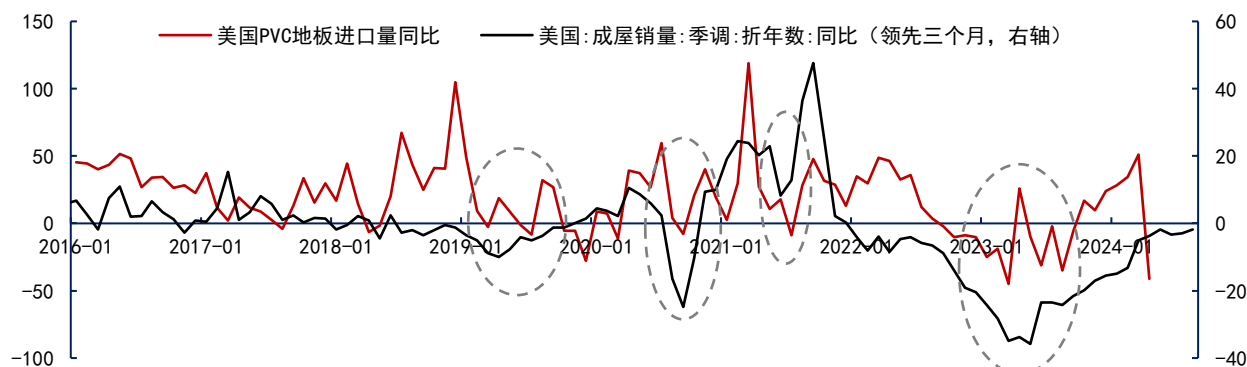
资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 25：美国 CPI 及分项 单位：万吨



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 26：成屋销售对 PVC 地板进口领先性



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

（三）库存周期与贸易制裁——美国地产链商品处于弱补库周期，贸易制裁阻碍中国出口

地产链商品补库也将推动美国 PVC 地板进口量提升，不过贸易摩擦限制中国 PVC 地板出口。回顾前两轮补库周期，2016/11–2019/5 与 2020/7–2022/6 主动补库+被动补库期间美国 PVC 地板进口同比增速均呈现增长趋势。2024 年美国 PVC 地板进口出现回暖，1–4 月进口同比+5.3%。与之对应，2024 年 2 月美国批发商建材库存同比降幅收窄，行业可能进入弱补库周期。但是，我们发现，贸易制裁仍在限制中国 PVC 地板进入美国市场。2024 年 1–4 月中国 PVC 地板出口 151.7 万吨，同比+13.9%，然而流向美国的 PVC 地板仅 66 万吨，同比-12.6%。

回溯 2018–2022 年中美贸易摩擦。2018 年 9 月美国对包括 PVC 铺地制品在内的约 2000 亿美元的中国进口商品加征 10% 关税；2019 年 5 月美国该部分进口商品关税由 10% 提高到 25%；2019 年 11 月美国贸易办公室发表声明，包括 PVC 地板在内的多个行业暂时取消加征关税；2020 年 8 月美国再次声明，对 PVC 地板恢复加征 25% 关税。

图表 27：美国：批发商：木材及其他建材：零售额、库存同比 单位：%

图表 28：美国制造业：建筑材料及用品：新订单 单位：%

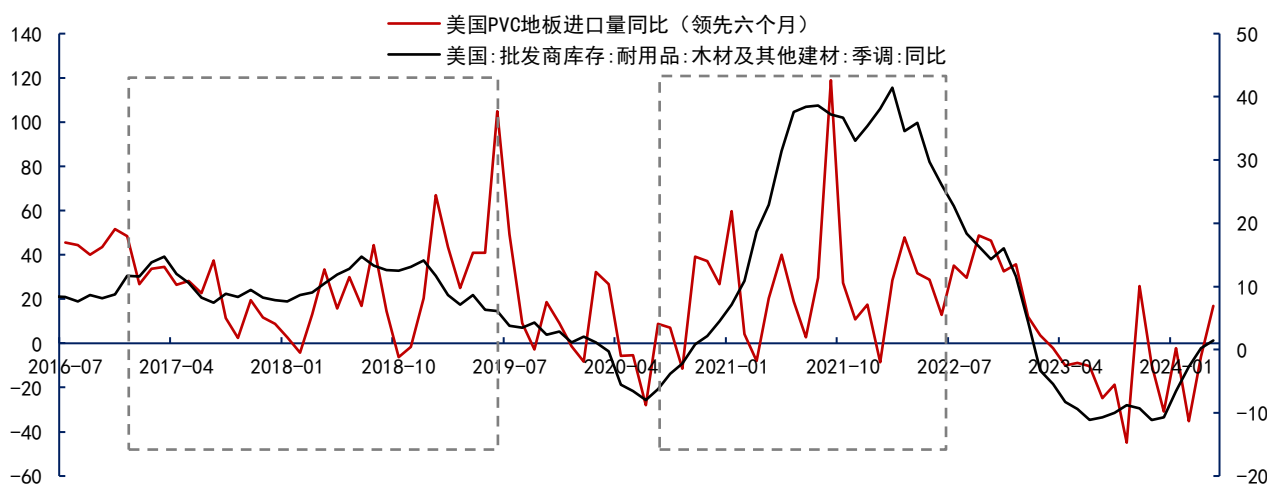


资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所



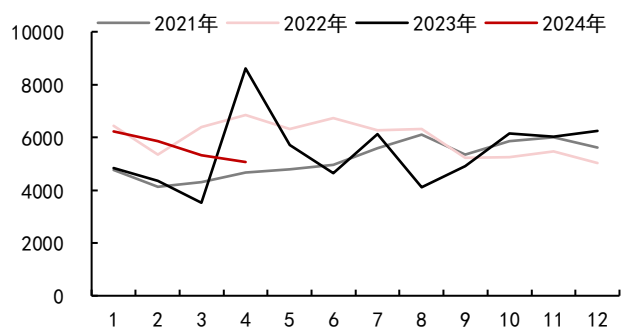
资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 29: 美国 PVC 地板进口同比与批发商: 木材及其他建材: 零售额、库存同比 单位: %



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 30: 美国 PVC 地板进口量 单位: 万平方米



资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 31: 2018-2023 年美国贸易制裁措施

时间	贸易制裁
2018 年 9 月	美国对包括 PVC 铺地制品在内的约 2000 亿美元的中国进口商品加征 10% 关税
2019 年 5 月	美国该部分进口商品关税由 10% 提高到 25%
2019 年 11 月	美国贸易办公室发表声明, 包括 PVC 地板在内的多个行业暂时取消加征关税
2020 年 8 月	美国再次声明, 对 PVC 地板恢复加征 25% 关税
2023 年 2 月	美国对产自越南的 PVC 地板开展原料溯源, 要求使用非新疆 PVC 料

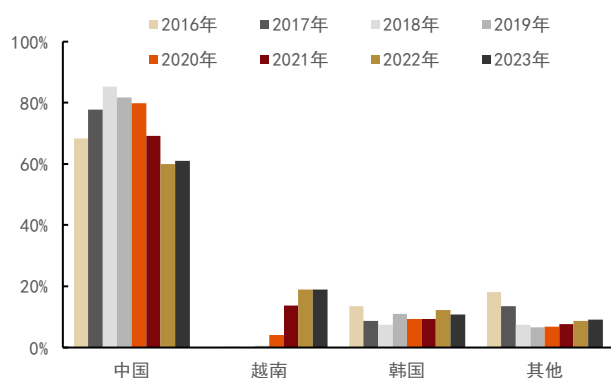
资料来源: Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

贸易摩擦增大了中国 PVC 地板出口的不确定性, 生产企业也难以负担关税压力, 自 2018 年中国 PVC 地板产能加速向东南亚 (尤其是越南、泰国) 迁移, 中国 PVC 粉料出口相应增长。数据显示, 2018-2023 年美

国进口的越南 PVC 地板份额已从 0% 提升至 18.9%，而进口的中国份额由 85.2% 下滑至 61.1%。2023 年 2 月美国对产自越南的 PVC 地板开展原料溯源（要求使用非新疆 PVC 料），部分地板企业产能开始迁往泰国。2024 年美国大选，7 月特朗普胜选概率已提升至 70%，若特朗普成功当选，未来将加征 10% 的全面关税和 60% 的定向关税，或加速中国 PVC 地板企业产能外迁。

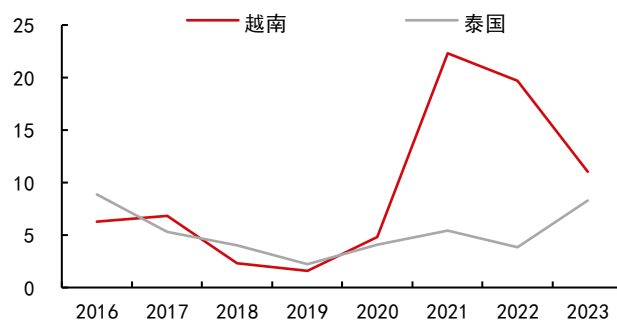
鉴于东南亚 PVC 粉存供需缺口、中国电石法 PVC 粉价格优势明显，外出办厂的 PVC 地板企业仍以使用中国 PVC 粉为主。与贸易制裁节点相对应，2018-2022 年中国出口越南的 PVC 粉由 2.3 万吨增长至 19.7 万吨，而后出口量在 2023 年回落至 11 万吨，同年中国流向泰国的 PVC 粉料同比增长 4.5 万吨，增幅 118%。

图表 32：2016-2023 年美国 PVC 地板进口来源 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

图表 33：美国制造业：建筑材料及用品：新订单 单位：%



资料来源：Wind 卓创 隆众 中信期货研究所

五、观点总结

板材需求潜力待释放，有望超过型材成为第二大 PVC 下游。中期需求驱动来自海外地产进入上行周期、美国补库力度增强，长期驱动来自中国二手房装修，超长期驱动来自国内地产修复以及 PVC 地板渗透率提升。

国内视角

工程属性：国内围绕去库存的政策周期已启动，但是居民对房企信心偏弱以及未来收入预期偏差仍制约市场修复弹性。若 2025 年房价企稳，根据拿地-新开工-竣工（含精装修）周期的推算，国内新建商品房装修对 PVC 地板需求的正向拉动最快在 2028 年体现。

消费属性：需求提升依托渗透率增长与二手房装修。1) 2023 年中国 PVC 地板渗透率仅 4.6%，远低于北美、欧洲。疤痕效应与财富效应影响下，高性价比产品获得居民青睐，PVC 地板的认可度有望提升。2) 2023 年全国房屋销售面积同比+6.9%，其中二手房网签交易面积同比增长 45.6%。虽然商品房销售呈现弱势，但二手房成交大幅走强仍可以推动 PVC 地板家装需求释放。

海外视角

美国地产处于触底到回升的过渡阶段，成屋销量与 PVC 地板进口具有明显正相关性，并领先地板进口 3 个月。若美联储于 2024H2 兑现降息，贷款利率下降将促使居民购房需求释放，推动房地产量价齐升，PVC 地板进口仍将受益。

美国批发商建材行业可能进入弱补库周期，美国 PVC 地板进口出现回暖，2024 年 1-4 月进口同比+5.3%。

2018 年以后中美贸易摩擦加剧，2018-2023 年美国进口的越南 PVC 地板份额已从 0%提升至 18.9%，而进口的中国份额由 85.2%下滑至 61.1%。中美贸易摩擦带给东南亚出口机会，中国 PVC 地板产能迁移至越南、泰国。鉴于东南亚 PVC 粉存供需缺口、中国电石法 PVC 粉价格优势明显，外出办厂的 PVC 地板企业仍以使用中国 PVC 粉为主。

免责声明

除非另有说明，中信期货有限公司（以下简称“中信期货”）拥有本报告的版权和/或其他相关知识产权。未经中信期货有限公司事先书面许可，任何单位或个人不得以任何方式复制、转载、引用、刊登、发表、发行、修改、翻译此报告的全部或部分材料、内容。除非另有说明，本报告中使用的所有商标、服务标记及标记均为中信期货所有或经合法授权被许可使用的商标、服务标记及标记。未经中信期货或商标所有权人的书面许可，任何单位或个人不得使用该商标、服务标记及标记。

如果在任何国家或地区管辖范围内，本报告内容或其适用与任何政府机构、监管机构、自律组织或者清算机构的法律、规则或规定内容相抵触，或者中信期货未被授权在当地提供这种信息或服务，那么本报告的内容并不意图提供给这些地区的个人或组织，任何个人或组织也不得在当地查看或使用本报告。本报告所载的内容并非适用于所有国家或地区或者适用于所有人。

此报告所载的全部内容仅作参考之用。此报告的内容不构成对任何人的投资建议，且中信期货不会因接收人收到此报告而视其为客户。

尽管本报告中所包含的信息是我们于发布之时从我们认为可靠的渠道获得，但中信期货对于本报告所载的信息、观点以及数据的准确性、可靠性、时效性以及完整性不作任何明确或隐含的保证。因此任何人不得对本报告所载的信息、观点以及数据的准确性、可靠性、时效性及完整性产生任何依赖，且中信期货不对因使用此报告及所载材料而造成的损失承担任何责任。本报告不应取代个人的独立判断。本报告仅反映编写人的不同设想、见解及分析方法。本报告所载的观点并不代表中信期货或任何其附属或联营公司的立场。

此报告中所指的投资及服务可能不适合阁下。我们建议阁下如有任何疑问应咨询独立投资顾问。此报告不构成任何投资、法律、会计或税务建议，且不担保任何投资及策略适合阁下。此报告并不构成中信期货给予阁下的任何私人咨询建议。

中信期货有限公司

深圳总部 地址：深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座 13 层 1301-1305、14 层

邮编：518048

电话：400-990-8826

传真：(0755) 83241191

网址：<http://www.citicsf.com>