|  |  |
| --- | --- |
| 证券代码：002809 | 证券简称：红墙股份 |

**广东红墙新材料股份有限公司投资者关系活动记录表**

**编号：IR-2020-001**

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | ☑特定对象调研□分析师会议  □媒体采访□业绩说明会  □新闻发布会□路演活动  □现场参观  □其他（请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中银国际 赵颖芳  思昊资本 张保森  橡木资产 王莉莉  合众易晟 徐兴科  财通基金 严鹏  朴道瑞富 赵锴 |
| **时间** | 2020年6月5日10:00-11:30 |
| **地点** | 红墙股份总部会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 程占省  财务总监、投资总监 董杰  证券事务代表 何嘉雄 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 以介绍和互动问答结合的形式与投资者进行交流，内容如下：  财务总监、投资总监董杰先生向投资者介绍公司情况、行业概况以及公司的发展规划等内容。  **一、行业集中度提升的内在原因是什么**  近几年市场份额向龙头企业集中的趋势明显，我们认为原因主要有以下几点：  1、龙头企业研发实力更强：混凝土原材料的品质比从前更加复杂，对外加剂生产企业配方调整能力及速度比过去更高，行业的技术门槛越来越高，大企业凭借更强的合成技术优势及配方快速调节能力占优。  2、龙头企业融资能力更强：行业存在下游占款较多、账期较长的特点，大企业凭借更稳定的渠道回款保障及更强融资优势获胜。行业前三陆续进入资本市场，有较强的扩张需求，融资的便利性及低成本是同行非上市公司无法比的，行业内上市公司是最大的受益者。  3、龙头企业更为合规：2016年以来环保约束较严，倒逼部分环保不达标小企业出清市场。龙头企业一般多是前期环保投入方面更加到位，生产排放也符合要求，在行业环保大洗牌中有望脱颖而出。  **二、公司应收账款情况**  公司主要产品为混凝土外加剂，下游客户主要为商品混凝土、预制混凝土构件、预拌砂浆等建材领域客户，应收账款与建筑行业的回款特点密切相关，回款普遍存在一定的账期，公司应收账款账期一般在5—6个月左右。但是公司有着优异的应收账款管理水平，公司应收账款周转天数在160天左右；而且公司近三年一年内应收账款占全部应收账款比分别是97.75%、95.58%、96.90%。  **三、公司市场拓展策略**  红墙股份在上市之前已是华南地区混凝土外加剂市场的龙头企业。未来，充分利用资本市场资源，在稳健发展的经营理念指导下开拓全国其他重点区域重要市场，是我们最重要的工作之一。  国内混凝土外加剂行业较为分散，不同区域的市场都具有各自的特点，我们在实践中摸清规律，善于总结，已经形成了几种效果很好开拓市场的模式：（1）与同行合作，在四川我们与四川一家外加剂企业进行合作；（2）招募当地销售精英，组建销售团队，在贵州，我们招募了行业积累深厚的销售精英团队加盟。  **四、公司全国布局情况如何**  公司成立以来，销售区域主要集中在两广一闽（广东、广西、福建）。近几年公司通过设立四川红墙、陕西红墙、贵州红墙等全资子公司，在西南地区、华东地区、华北地区组建销售团队，布局现有优势地区以外的其他主要混凝土外加剂市场。公司在西南地区的销售额占比已经从2018年的4.65%提升至2019年的12.99%。2019年，公司在浙江设立里全资子公司，辐射华东市场；同时与河北雄安容西混凝土有限公司签订了关于混凝土外加剂的《采购合同》。公司是国内唯一同时占据粤港澳大湾区及雄安新区的外加剂企业。截止2019年末，公司已在在全国12个省市范围内设有近20个生产基地，生产基地辐射范围覆盖全国五大主要混凝土外加剂市场区域，能够及时、高效地满足客户的需求和提升服务大型集团客户的能力。  **五、红墙股份未来发展规划**  在外加剂领域，公司将通过内生增长、外延并购结合的方式努力做大做强。持续推进全国市场布局，加大新市场开拓力度，同时公司将积极寻求同行并购及合作机会。  公司不排除在和外加剂领域具有协同效应的细分行业进行布局，提升公司的抗风险能力，回报投资者。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年6月5日 |