|  |  |
| --- | --- |
| 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-2020-002**

|  |  |
| --- | --- |
| **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（电话会议） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 海通证券 刘威  本次电话会议由海通证券组织召开，通过电话会议系统完成，参会人员名单由海通证券提供，包括富国基金、敦和资本、长江养老、敦和资管、观富资管、北大方正、诺德等机构投资者 |
| **时间** | 2020年6月19日16:00-16:30 |
| **地点** | 电话会议 |
| **上市公司接待人员姓名** | 财务总监、投资总监 董杰 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 海通证券研究所组织了电话会议，与部分机构投资者进行了交流。内容如下：  **一、未来三到五年，行业集中度仍然会保持快速提升**  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。  近年来，外加剂市场呈现市场份额继续向行业内龙头公司集中的趋势。外加剂行业CR3的市场占有率由2016年的5.23%提升到了2019年的11.60%。未来三到五年，预计仍将保持市场份额向龙头企业集中的趋势，行业龙头公司在产能规模、销售渠道布局、配方个性化服务、资金实力、大企业间合作等方面具备更强的竞争优势。具备服务全国市场的能力，技术实力强劲和资金雄厚的龙头企业，通过自身生产技术的提高和更强的市场把控能力，可以实现市场份额的快速提升，CR3的销售增长有望保持30%的增长速度。  **二、公司应收账款质量非常好**  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%。同时，从年报看，公司的诉讼金额也非常少，远远低于同行业上市公司。  **三、公司销售团队大幅扩张，以保证销售持续增长。**  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，我们目前有与国内三家外加剂企业进行销售合作；（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。  此外，公司加大了销售人才的引进力度，2019年公司新增销售人员50多人，销售人员较上年同期增加128%。同时，根据不同的区域市场特性辅之出台相应的销售人才激励制度，有力的激发了销售人员市场开拓的积极性。2019年，随着销售人才的逐渐投放，公司在华南大区、北方大区、西南大区等区域市场业绩有了大幅增长。  **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。近期，公司在湖南长沙设立全资子公司，进一步开拓华中市场。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、疫情对公司经营业绩影响**  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。一般每年春节前后都是停工淡季，公司每年一季度销售也是全年的低谷期，疫情对公司影响较小。目前公司下游客户基本复工复产，公司产品销售量也在稳步提升。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年6月19日 |