

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-2019-008

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 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 王海涛
时间	2019年11月14日13：30-15:30
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	<p>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：</p> <p>一、行业集中度提升的内在原因是什么</p> <p>据我们统计 2018 年的数据，苏博特、建研集团和我们混凝土外加剂的销售收入同比增长幅度分别为 37.88%、38.55%和 43.10%，远高于行业增幅；我们在西南、华南地区销售收入同比增长 327.96%、39.04%。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：</p> <p>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。</p> <p>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</p>

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

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91.18%、97.75%、95.58%。

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。2019年上半年，公司在西南地区实现营收54,307,839.57元；华东地区实现营收42,879,043.88元；华北地区实现营收24,546,767.25元。随着全国市场布局的不断深入，新开拓市场业绩贡献将逐步显现。

五、红墙股份未来发展规划

	<p>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。在 IPO 前红墙股份外加剂市场集中在华南地区及周边，在 IPO 后开始了在全国的布局，目前已经基本完成全国主要地区的布局。</p> <p>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。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2019年11月14日