

# 广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划

## 2020 年第 4 季度报告

2020 年 12 月 31 日

基金管理人：广发证券资产管理（广东）有限公司

基金托管人：广发银行股份有限公司

报告送出日期：二〇二一年一月二十日

## § 1 重要提示

集合计划管理人的董事会及董事保证本报告所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

集合计划托管人广发银行股份有限公司根据本集合计划合同规定，于 2021 年 1 月 19 日复核了本报告中的财务指标、净值表现和投资组合报告等内容，保证复核内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

集合计划管理人承诺以诚实信用、勤勉尽责的原则管理和运用集合计划资产，但不保证集合计划一定盈利。

集合计划的过往业绩并不代表其未来表现。投资有风险，投资者在作出投资决策前应仔细阅读本集合计划的招募说明书。

根据《证券公司大集合资产管理业务适用<关于规范金融机构资产管理业务的指导意见>操作指引》，本集合计划于 2019 年 11 月 12 日合同变更生效。本集合计划按照《基金法》及其他有关规定，参照公募基金管理运作。

本报告中财务资料未经审计。

本报告期自 2020 年 10 月 1 日起至 12 月 31 日止。

## § 2 基金产品概况

基金简称	广发资管消费精选灵活配置混合
基金主代码	870017
交易代码	870017
基金运作方式	契约型开放式
基金合同生效日	2019 年 11 月 12 日
报告期末基金份额总额	405,760,160.79 份
投资目标	紧跟中国经济转型与新型城镇化步伐，投资成长与价值兼顾的消费类行业，与投资者共同分享未来中国大消费行业的成长盛宴。
投资策略	本集合计划将采用“自上而下”的分析方法，分析宏

	<p>观经济的发展趋势，判断当前所处的经济周期阶段和货币政策变化的趋势，并利用国债收益率、利率变化趋势与当前股票市场的估值状况判断股票市场的估值合理程度，然后进行权益类资产与债券类资产、现金等大资产之间的战略性配置。本集合计划将重点关注消费内需增长、消费升级、人口结构、新型城镇化等方面的持续影响，捕捉大消费行业股票出现的投资机会，并在适当时间运用股指期货进行套期保值规避部分系统风险。</p>
业绩比较基准	<p>中证内地消费主题指数收益率×60% + 中债总指数收益率×30% + 恒生中国企业指数（使用估值汇率折算）收益率×10%</p>
风险收益特征	<p>本集合计划为灵活配置混合型集合资产管理计划（大集合产品），其预期风险收益水平高于债券型基金、货币市场基金，低于股票型基金，属于中风险产品。</p>
基金管理人	<p>广发证券资产管理（广东）有限公司</p>
基金托管人	<p>广发银行股份有限公司</p>

### § 3 主要财务指标和基金净值表现

#### 3.1 主要财务指标

单位：人民币元

主要财务指标	报告期 (2020 年 10 月 1 日-2020 年 12 月 31 日)
1.本期已实现收益	40,145,081.29
2.本期利润	103,328,128.62
3.加权平均基金份额本期利润	0.2411
4.期末基金资产净值	583,845,467.82

5.期末基金份额净值	1.4389
------------	--------

注：（1）所述集合计划业绩指标不包括持有人认购或交易的各项费用，计入费用后实际收益水平要低于所列数字。

（2）本期已实现收益指集合计划本期利息收入、投资收益、其他收入（不含公允价值变动收益）扣除相关费用后的余额，本期利润为本期已实现收益加上本期公允价值变动损益。

### 3.2 基金净值表现

#### 3.2.1 本报告期基金份额净值增长率及其与同期业绩比较基准收益率的比较

阶段	净值增长率①	净值增长率标准差②	业绩比较基准收益率③	业绩比较基准收益率标准差④	①-③	②-④
过去三个月	20.09%	0.99%	15.97%	0.81%	4.12%	0.18%
过去六个月	36.32%	1.28%	27.33%	0.97%	8.99%	0.31%
过去一年	41.58%	1.31%	36.19%	1.07%	5.39%	0.24%
自基金合同生效起至今	42.76%	1.23%	39.38%	1.02%	3.38%	0.21%

#### 3.2.2 自基金合同生效以来基金累计净值增长率变动及其与同期业绩比较基准收益率变动的比较

广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划  
累计净值增长率与业绩比较基准收益率的历史走势对比图

（2019 年 11 月 12 日至 2020 年 12 月 31 日）



注：1.按本集合计划合同和招募说明书的约定，本集合计划的建仓期为六个月，建仓期结束时各项资产配置比例符合合同（第十二部分）的有关约定；

2.本集合计划的合同生效日为 2019 年 11 月 12 日。自本集合计划生效日至本报告期末，本集合计划的净值增长率为 42.76%，同期业绩比较基准收益率为 39.38%。

## § 4 管理人报告

### 4.1 基金经理(或基金经理小组)简介

姓名	职务	任本基金的基金经理期限		证券从业年限	说明
		任职日期	离任日期		
林鲁东	投资经理	2019-11-12	-	11 年	林鲁东先生,中山大学金融学博士。2009 年加入广发证券发展研究中心,历任宏观策略分析师、首席策略师; 2013 年加入广发资管权益产品部,历任首席策略师、研究总监; 2016 年 5 月起担任广发金管家消费精选集合资产管理计划投

					资经理,现任广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划投资经理。
--	--	--	--	--	------------------------------------

注：1、任职日期是指公司公告本集合计划合同生效的日期；

2、证券从业的含义遵从《证券业从业人员资格管理办法》的相关规定。

#### 4.1.1 期末兼任私募资产管理计划投资经理的基金经理同时管理的产品情况

注：报告期末，本集合计划的投资经理不存在兼任私募资产管理计划投资经理的情况。

#### 4.2 管理人对报告期内本基金运作遵规守信情况的说明

报告期内，管理人严格遵守《证券法》、《证券投资基金法》、《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》、《证券公司大集合资产管理业务适用〈关于规范金融机构资产管理业务的指导意见〉操作指引》等有关法律法规及本集合计划资产管理合同、招募说明书等有关法律文件的规定，本着诚实信用、勤勉尽责的原则管理和运用本集合计划资产，在控制风险的前提下，为本集合计划持有人谋求最大利益。报告期，本集合计划运作合法合规，不存在损害计划持有人利益的行为。

#### 4.3 公平交易专项说明

##### 4.3.1 公平交易制度的执行情况

管理人通过建立完善规范、合规的投资研究和决策流程、交易流程，以及强化事后监控分析等手段，确保公平对待不同投资组合，切实防范利益输送。管理人制定了严格的投资权限管理制度、投资备选库管理制度等，建立集中交易管理机制，并重视交易执行环节的公平交易措施，以时间优先、价格优先作为执行指令的基本原则，通过投资交易系统中的公平交易模块，确保公平对待各投资组合。报告期，管理人公平交易制度总体执行情况良好，未发现本集合计划有可能导致不公平交易和利益输送的异常交易。

##### 4.3.2 异常交易行为的专项说明

本公司原则上禁止不同投资组合之间或同一投资组合在同一交易日内进行反向交易。本报告期内，公司旗下所有投资组合参与的交易所公开竞价交易中，未发生同日反向交易成交较少的单边交易量超过该证券当日成交量 5% 的交易。

本报告期内，未发现本集合计划有可能导致不公平交易和利益输送的异常交

易。

#### 4.4 报告期内基金的投资策略和业绩表现说明

##### 4.4.1 报告期内基金投资策略和运作分析

消费精选坚持以盈利能力为核心的投资价值观。

长期而言，盈利能力（ROE）是股票回报的核心来源；基于这一价值观，消费精选中长期选择盈利能力高且稳定的好赛道和好公司进行投资，并以合理或低估的好价格买入并持有。

好赛道和好公司来自行业良好的竞争格局和企业突出的竞争优势；从历史经验来看，大消费（食品饮料、医药、家电、社会服务）、大金融（银行、地产）和部分 TMT（计算机软件、互联网）是长期的优秀赛道和牛股集中营；和美国相比，消费服务行业盈利能力和估值有很大的改善和提高空间。

重点看好消费升级、低线消费和效率领先三大中长期投资主题。

消费升级：消费需求不断升级、个性化、细分化，企业精准定位、市场细分、品牌和产品升级等方式进一步满足这些需求，获得更强的定价权和盈利能力。

1、部分高端品牌积累了良好的口碑，消费需求良好、企业信心充足（品牌升级）；

2、更多企业通过品牌矩阵满足不同的消费需求（市场聚焦、品牌细分）；

3、部分细分领域需求快速增长（以小家电为例，如健康、西式、省时），企业精准定位，提供优质产品，结合网红带货等新兴销售模式，获得突出的表现（需求升级）；

4、特别要注意，服务领域企业竞争力更大程度上来自供给端，部分企业把非标准化的服务进行一定程度的标准化，进行复制扩张，从而获得较高的壁垒（供应升级）。

低线消费：低线城市缺的是优质消费供给，随着渠道进一步下沉，更多低线城市消费得到满足，为下沉企业带来更大的增长空间。电商龙头近年来下沉趋势明显，领先的消费企业顺势而为，拓展渠道，进一步下沉仍有良好的增长预期。

化妆品、休闲食品、小家电和教育等消费和服务领域均可观察到下沉和渠道红利的积极影响。

效率领先：增量放缓，存量和效率因素越来越重要。更加高效的企业能够提供更高性价比的产品，从而在竞争中胜出，获得比对手更高的盈利能力（如渠道层级精简的企业，比多层代理商经销商具有更高的效率）。要获得更高的效率，需要更强的商业模式进化能力、更高的信息化水平和更好的物流系统支持，这些都非一朝一夕之功。

#### 4.4.2 报告期内基金的业绩表现

本报告期内，本集合计划的净值增长率为 20.09%，业绩比较基准收益率为 15.97%。

#### 4.4.3 管理人对宏观经济、证券市场及行业走势的简要展望

##### 一、非同寻常的一年

2020 是非同寻常的一年，疫情和许多事情打破了常规的认知。

——一开始大家用非典对标新冠疫情，回头看疫情更像上个世纪初的大流感；

——疫情冲击全球股市，市场当时担心 2008 年金融危机重演，怎料股市开始回升并持续创出新高；

——我们以为发达国家医疗系统坚如磐石，孰料欧美相继沦陷；

——外需崩盘让多数人担心中国出口雪崩，结果出口持续大幅超出市场预期.....

##### 二、重新审视投资与历史

如果我们面临一个前所未见的世界，过往的经验还有意义吗？过往的投资方法和基于历史的分析，是不是已经失效？

1、投资的核心没有变，那就是投资那些竞争壁垒牢固、盈利能力优秀、持续创造大量自由现金流的好公司。像喜诗糖果那样，只需要少量资本投入，就能创造出大量现金流的优秀企业在不确定的世界中更加弥足珍贵。在疫情冲击下，优秀企业的壁垒和穿越周期的能力反而更加突出。

2、安全边际同样应该坚持。格雷厄姆认为人总会犯错，所以买股票时，务必要在市场价格和内在价值之间留出足够的余地，这就是所谓的安全边际。短期来看，疫情后利率大幅下降，充沛的资金大幅推高各类风险资产价格和估值中枢；但中长期来看，如果疫情告诉我们，世界是高度不确定的，那么对安全边际的要求无论如何不应放松。

3、疫情让我们更加清醒的认识到，人类的预测能力非常有限，不应高估自己，但不应放弃对历史事实的好奇和对因果联系的探究。历史事实要搞清楚是什么的问题，因果联系要搞清楚为什么的问题，这两个问题如果搞清楚了，怎么办的答案往往十分明显。在不确定的世界里，搞清楚事实和因果，也能帮助我们更好分析当下。在疫情中，我们也更深刻认识到，要以一种亲历历史的思维方式去探究过去（假装回到过去，假装当时我们什么都不知道，并拷问自己怎么办），而不是以一种后见之明的方式来假装研究历史。

4、疫情也暴露了人类思维方式的诸多局限。简单把疫情冲击对标非典和 2008 年金融危机，充满代表性和启发式思维方式的意味；由于框架效应和锚定，大多数人不适应疫情冲击中的下跌，更不容易理解其后的上涨；两年来股票市场大幅上涨，究竟应归因于能力、风格还是运气，我们是否已经过度自信，并在不适当的时候让自己承担了过高的风险？

这些思维和决策方式可能有“非理性”成分，但就像看到蛇我们会害怕，感到危险下意识自我保护一样，如果这些思维和决策方式是由进化论决定的，是我们与生俱来的怎么办？简单来说，如果非理性是我们固有的一部分，我们又如何用这种非理性的方式，来指导自己做出理性的决策？

因此，疫情的一个重要启示就是：除了外部世界，还要不断探究内心世界，提前针对不同的情景，做出预案和行动指南。根据一些新近的研究，这能够帮助我们在下一次冲击来临时，保持激素水平的稳定，从而使大脑能够做出更加理性的决策。

5、疫情也让我们惊叹科技进步和效率提升日新月异。仅一年人类已经开发出有效的新冠病毒疫苗（开发一款有效疫苗往往需要十数年），这在以前几乎不可想象。毫无疑问科技和效率让人类社会更加美好，十四五规划也把技术进步和效率提升作为重要任务；我们也相信那些持续推动技术进步、不断提升自身效率，

同时还致力于提高整个产业链效率的优秀企业，将会创造出很高的价值（中长期看好“效率领先”主题，参见下文）。

以下我将对中短期市场环境进行展望（第三部分），我认为这些展望仅仅是一种大概率的情景分析而非预测；其后我将简述对餐饮行业投资机会的看法（第四部分）；最后再强调一番“效率领先”主题（第五部分）。

### 三、回归基本面

2020 年是虚拟>实体的一年。疫情导致全球范围的货币宽松，而实体经济暂未恢复，货币宽松首先体现为虚拟经济的繁荣，其主要的表现就是各种风险资产价格的大幅上涨和估值中枢的显著提升。

2021 年可能是实体>虚拟的一年。随着经济正常化和货币扩张的积极影响，实体经济将显著恢复，经济增长速度开始赶上货币和虚拟部门；尤其在上半年，实体经济增速可能显著超越货币增速。这可能意味着：

1、利率水平可能进一步上升。

2、在经济恢复较快的阶段，短期利率可能显著上升（流动性需求增加），而长期利率相对平稳（长期增长预期没有显著改善），收益率曲线可能变得平坦；在这一阶段，市场的风险偏好下降，股票市场投资者对小盘股的偏好也可能显著下降。

3、由于国内疫情率先受控、经济率先恢复，人民币有内生升值压力；这相当于外部货币条件紧缩，同时也意味着国内货币政策主动紧缩的必要性不高。我们不太担心政策主动紧缩的风险。

4、随着基本面的恢复和利率的上升，股票市场投资者对基本面恢复能否迅速消化估值的要求会越来越高。

5、另外，港股市场对基本面改善更敏感，在经济上行期受益可能更明显。

基于这些判断，消费精选的想法是：

1、对股票市场的收益率预期要更加务实；

2、重视基本面恢复的确定性和弹性，加大对基本面恢复弹性大、长期具有成长性方向的配置（如餐饮等社会服务）；

3、重视估值的安全性，随着市场进一步上涨，估值的重要性应该上升而不

是下降。

#### 四、餐饮业的发展和核心竞争力

近期我们一直讲消费恢复是滞后的，而可选消费和服务因为受到购买力和消费场景的影响，恢复更滞后；餐饮等消费服务除了短期弹性外，中长期还有成长性，应该重点研究关注。

餐饮的投资逻辑是标准化和规模化，通过标准化复制做大规模，通过规模摊低成本；在这个过程中，企业品牌力不断提高，形成无形但强大的壁垒。另外，良好的价值观非常重要。

1、标准化。选择容易标准化的细分赛道，西式快餐和咖啡处理环节较少，通过相对简单的培训可以做出达标的产品，是容易标准化的赛道，因此也产生了麦当劳和星巴克这样的行业巨头。相反中餐（如粤菜），对食材依赖度高，也严重依靠厨师，就比较难标准化。

“一杯拿铁的制作流程非常简单，一泵咖啡浓缩，按一定比例加上奶和糖装入杯中就可完成。不仅拿铁，星巴克其他产品的制作流程也不复杂，所需的原材料一般简单易得、种类有限且价格低廉。饮品制作流程易于复制，标准化程度高，一杯标准口味的咖啡无需依赖咖啡师的水平，这为后续全球扩张打下坚实基础。”

我们看到海底捞选择了更容易标准化火锅赛道，而太二酸菜鱼也是相对容易标准化的细分赛道。

2、规模化。餐饮成本主要包括原材料、人力、租金等，足够的规模和密度可以摊低原材料采购成本和加工处理成本，提高租金议价能力，一定程度上也可以摊低管理费用。

实现规模的办法是连锁化，而标准化是连锁化的基础，二者相互促进。

2008 年以后，随着星巴克规模进一步扩张和品牌力提升，其运营费用率和销售费用率均逐步下降。

3、品牌力。随着餐饮企业做大做强，消费者的认知和品牌力也会逐步提升。这不会自动产生，取决于企业向消费者传递的价值主张、消费或品牌曝光频次以及消费者在享受餐饮服务时产生的化学反应。其高级境界是久而久之，品牌成为品类的代名词，比如一说“咖啡”我们马上想到星巴克、“火锅”想到海底捞等等。

品牌力对餐饮企业意义非凡，构建了餐饮企业中长期的竞争壁垒。品牌提高消费者粘性和复购频率，品牌可以提高开店的溢价能力（租金低、位置好、排他性），另外品牌还可以降低员工流动性，大大减少重复培训员工的支出……

4、价值观。相比制造业，餐饮这样的服务业更难标准化，从产品制作到提供服务都严重依靠人力，而人是最难标准化的。为了让大家劲往一处使，一个很好的办法就是把大家都统一到一个价值观下，做对的事情。

回顾星巴克的高速发展和困境反转的过程，价值观在其中起了非常重要的作用，可以说，星巴克的胜利是价值观的胜利。其创始人舒尔茨一直强调以人为本，在业界率先为包括临时工在内的员工提供医疗保险，在创业早期为员工提供股票期权，将星巴克员工称为“伙伴”（真的不是说说而已）。

随着基础设施的完善，国内的餐饮连锁企业已经进入发展的快车道，选对赛道标准化，通过优秀的单店模型进一步连锁化、规模化，同时不断提高品牌力的餐饮企业具有良好的投资机会。

#### 五、看好“效率领先”

在消费升级和渠道下沉之外，看好“效率领先”这一中长期投资主题。

今年空调行业发生了一件重要的事情，即疫情冲击下，美的空调市场份额超过格力，实现弯道超车，其核心是效率领先：美的通过 T+3 和网批模式获得了更高的效率，从而获得了更强的竞争优势。

1、通过 T+3 模式，美的进一步了解消费需求，提高柔性生产能力，降低了库存。

2、通过网批模式，减少了中间环节，提高终端产品性价比。在传统销售模式下，厂商销售需要经过代理商和分销商，才能到达零售商，而代理商和分销商均需要加价 10-20% 不等。网批模式可直接触达零售商，中间仅需要 5-6% 的物流和运营成本。

3、为什么这些模式变化这么重要？对厂商来说，库存更低，效率更高；对消费者来说，产品价格更便宜，性价比更高；对竞争来说，更低库存和更少加价，可以抢占更大的市场份额。

4、为了提高效率，企业需要在物流和信息系统上持续投入，从而获得更大

的竞争优势。

效率领先不仅发生在家电领域，在家居、服装领域，同样可以观察到企业积极改善效率。如部分家居企业建设中心仓，提高物流效率（减少代理商、经销商层层出入库）；如耐克阿迪近年来做 DTC（Direct to Consumer），安踏下半年亦开始推动部分门店从经销模式向 DTC 转型。DTC 核心在于直面终端需求，关注消费者偏好及其行为变化，据此进行产品研发、提高供应链效率、升级渠道。

另外，我们需要关注一些具有效率领先基因的企业。小米在制造环节，通过生态链赋能，提高供应链效率；在销售环节，线上线下为直营或直供模式，没有中间商赚差价；高效制造和高效零售，决定了小米产品有高性价比。

进一步，高效模式能否取得持续的竞争优势呢？Costco 的成功经验似乎已经给出了肯定的答案。

在投资上，重点看好“效率领先”投资主题，看好“美的和小米们”。

## 六、消费精选投资思路

继续布局三大投资主题，即消费升级、低线消费和效率领先，近期更加关注效率领先主题。

风格上当前更重视基本面改善的确定性和弹性，重视估值的安全边际。

配置上增配耐用消费和社会服务等可选消费，维持部分低估值板块配置，中长期配置效率提升主题。可选消费恢复显著滞后，一方面受制于收入，一方面受制于疫情的非预期冲击和社交限制；往后看经济恢复、地产销售滞后拉动和财富相应均相对有利。低估值板块受益于基本面改善，收益率预期乐观。中长期继续看好“效率提升”主题，重点关注“美的和小米们”。

### 4.5 报告期内基金持有人数或基金资产净值预警说明

报告期内，本集合计划未出现连续二十个工作日份额持有人数量不满二百人或者资产净值低于五千万元的情形。

## § 5 投资组合报告

### 5.1 报告期末基金资产组合情况

序号	项目	金额（元）	占基金总资产
----	----	-------	--------

			的比例 (%)
1	权益投资	550,777,660.74	91.90
	其中：股票	550,777,660.74	91.90
2	固定收益投资	-	-
	其中：债券	-	-
	资产支持证券	-	-
3	贵金属投资	-	-
4	金融衍生品投资	-	-
5	买入返售金融资产	-	-
	其中：买断式回购的买入返售金融资产	-	-
6	银行存款和结算备付金合计	39,337,884.25	6.56
7	其他资产	9,239,709.74	1.54
8	合计	599,355,254.73	100.00

注：权益投资中通过港股通机制投资的港股公允价值为 152,750,778.42 元，占集合计划资产净值比例 26.16%。

## 5.2 报告期末按行业分类的股票投资组合

### 5.2.1 报告期末按行业分类的境内股票投资组合

代码	行业类别	公允价值（元）	占基金资产净值比例 (%)
A	农、林、牧、渔业	-	-
B	采矿业	-	-
C	制造业	231,106,249.81	39.58
D	电力、热力、燃气及水生产和供应业	-	-
E	建筑业	-	-
F	批发和零售业	-	-
G	交通运输、仓储和邮政业	-	-
H	住宿和餐饮业	-	-

I	信息传输、软件和信息技术服务业	11,122.20	0.00
J	金融业	115,805,957.83	19.84
K	房地产业	29,277,705.04	5.01
L	租赁和商务服务业	-	-
M	科学研究和技术服务业	-	-
N	水利、环境和公共设施管理业	-	-
O	居民服务、修理和其他服务业	-	-
P	教育	21,825,847.44	3.74
Q	卫生和社会工作	-	-
R	文化、体育和娱乐业	-	-
S	综合	-	-
	合计	398,026,882.32	68.17

### 5.2.2 报告期末按行业分类的港股通投资股票投资组合

行业类别	公允价值（人民币）	占基金资产净值比例（%）
能源	-	-
金融	-	-
原材料	-	-
公用事业	-	-
日常消费品	21,049,923.62	3.61
房地产	-	-
非日常生活消费品	71,785,334.80	12.30
信息技术	34,947,352.00	5.99
通信服务	24,968,168.00	4.28
医疗保健	-	-
工业	-	-
合计	152,750,778.42	26.16

注：以上分类采用全球行业分类标准（GICS）。

### 5.3 报告期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的前十名股票投资明细

序号	股票代码	股票名称	数量（股）	公允价值（元）	占基金资产净值比例（%）
1	600519	贵州茅台	27,877.00	55,698,246.00	9.54
2	000651	格力电器	840,152.00	52,039,014.88	8.91
3	600036	招商银行	1,062,797.00	46,709,928.15	8.00
4	000333	美的集团	474,276.00	46,687,729.44	8.00

5	600690	海尔智家	1,596,706.00	46,639,782.26	7.99
6	601318	中国平安	468,910.00	40,785,791.80	6.99
7	01810	小米集团-W	1,250,800.00	34,947,352.00	5.99
8	000858	五 粮 液	101,947.00	29,753,231.95	5.10
9	09922	九毛九	1,495,295.00	29,696,558.70	5.09
10	000002	万 科 A	1,020,000.00	29,274,000.00	5.01

#### 5.4 报告期末按债券品种分类的债券投资组合

本集合计划本报告期末未持有债券。

#### 5.5 报告期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的前五名债券投资明细

本集合计划本报告期末未持有债券。

#### 5.6 报告期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的前十名资产支持证券投资明细

本集合计划本报告期末未持有资产支持证券。

#### 5.7 报告期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的前五名贵金属投资明细

本集合计划本报告期末未持有贵金属。

#### 5.8 报告期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的前五名权证投资明细

本集合计划本报告期末未持有权证。

#### 5.9 报告期末本基金投资的股指期货交易情况说明

- (1) 本集合计划本报告期末未持有股指期货。
- (2) 本集合计划本报告期内未进行股指期货交易。

#### 5.10 报告期末本基金投资的国债期货交易情况说明

- (1) 本集合计划本报告期末未持有国债期货。
- (2) 本集合计划本报告期内未进行国债期货交易。

#### 5.11 投资组合报告附注

5.11.1 报告期内，本集合计划的前十名证券的发行主体本期未出现被监管部门立案调查，或在报告编制日前一年受到公开谴责、处罚的情形。

5.11.2 报告期内，本集合计划投资的前十名股票未超出合同规定的备选股票库的情形。

5.11.3 其他各项资产构成

序号	名称	金额（元）
1	存出保证金	598,483.18
2	应收证券清算款	7,820,520.56
3	应收股利	-
4	应收利息	9,568.94
5	应收申购款	811,137.06
6	其他应收款	-
7	待摊费用	-
8	其他	-
9	合计	9,239,709.74

#### 5.11.4 报告期末持有的处于转股期的可转换债券明细

本集合计划本报告期末未持有处于转股期的可转换债券。

#### 5.11.5 报告期末前十名股票中存在流通受限情况的说明

本集合计划本报告期末前十名股票中不存在流通受限情况。

### § 6 开放式基金份额变动

单位：份

报告期期初基金份额总额	449,211,497.20
报告期基金总申购份额	26,421,046.04
减：报告期基金总赎回份额	69,872,382.45
报告期基金拆分变动份额（份额减少以“-”填列）	-
报告期期末基金份额总额	405,760,160.79

### § 7 基金管理人运用固有资金投资本基金情况

#### 7.1 基金管理人持有本基金份额变动情况

单位：份

报告期期初管理人持有的本基金份额	50,854,777.35
报告期期间买入/申购总份额	-
报告期期间卖出/赎回总份额	-
报告期期末管理人持有的本基金份额	50,854,777.35
报告期期末持有的本基金份额占基金总份额比例 (%)	12.53

注：报告期期间为 2020 年 10 月 1 日-2020 年 12 月 31 日。

## 7.2 基金管理人运用固有资金投资本基金交易明细

本报告期内，集合计划管理人未运用固有资金申购或赎回本集合计划。

## § 8 影响投资者决策的其他重要信息

### 8.1 报告期内单一投资者持有基金份额比例达到或超过20%的情况

本报告期内，本集合计划未出现单一投资者持有集合计划份额比例达到或超过本集合计划总份额20%的情况。

### 8.2 影响投资者决策的其他重要信息

本报告期内，除已公告信息外，本集合计划未有影响投资者决策的其他重要信息。

## § 9 备查文件目录

### 9.1 备查文件目录

- 1、《关于准予广发金管家消费精选集合资产管理计划合同变更的回函》（机构部函【2019】2357号）；
- 2、广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划合同生效公告；
- 3、广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划招募说明书（2019年10月）；
- 4、广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划资产管理合同（2019年10月）；
- 5、广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划托管协议（2019年10月）；
- 6、管理人业务资格批件和营业执照。

## 9.2 存放地点

广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦 30-32 楼。

## 9.3 查阅方式

1、书面查阅：可以在营业时间在管理人文件存放地点免费查阅，也可按工本费购买复印件。

2、网络查阅：管理人网站：[www.gfam.com.cn](http://www.gfam.com.cn)。

广发证券资产管理（广东）有限公司

二〇二一年一月二十日