

广发资管消费精选灵活配置混合型集合资产管理计划

2021 年第 3 季度报告

2021 年 9 月 30 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：二〇二一年十月二十六日

§ 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 10 月 25 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 2021 年 7 月 1 日起至 9 月 30 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	293,447,081.77 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 (2021 年 7 月 1 日-2021 年 9 月 30 日)
1.本期已实现收益	-35,256,528.30
2.本期利润	-52,935,904.82
3.加权平均基金份额本期利润	-0.1672
4.期末基金资产净值	353,291,468.06

5.期末基金份额净值	1.2039
------------	--------

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	-11.83%	1.54%	-9.19%	1.23%	-2.64%	0.31%
过去六个月	-18.39%	1.24%	-8.14%	1.06%	-10.25%	0.18%
过去一年	0.48%	1.28%	3.56%	1.12%	-3.08%	0.16%
自基金合同生效起至今	19.45%	1.28%	24.46%	1.09%	-5.01%	0.19%

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 2021 年 9 月 30 日）



§ 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	-	12 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。
胡泽	投资经理助理	2021-05-24	-	6 年	胡泽先生,华中科技大学管理学博士。2015 年 3 月加入广发证券资产管理(广东)有限公司,历任互联网传媒、电力设备新能源、大

					金融、食品饮料研究员，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助理。
--	--	--	--	--	---

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

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，通过投资交易系统内的公平交易模块，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（ROE）为核心的投资价值观，盈利能力是股票长期收益的核心来源。

基于这一价值观，选择盈利能力高且稳定的好赛道和好公司进行投资，以合理或低估的好价格买入并中长期持有。好赛道和好公司是第一位的，我们尤其偏好竞争壁垒牢固、盈利能力优秀，只需少量资本投入就能持续创造大量自由现金流的优秀企业；好价格在大多数时候是第二位的。

好赛道来自良好的竞争格局，好公司来自突出的竞争优势。历史经验显示，大消费（食品饮料、医药、家电、社会服务）、大金融（银行、地产）和部分科技（软件、互联网）是长期的优秀赛道和牛股集中营；和发达市场相比，消费服务行业盈利能力和估值有很大的改善和提高空间。

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，企业通过精准定位、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。结构上持续挖掘消费服务领域投资机会。

低线消费：低线城市缺乏优质供给，随着渠道进一步下沉，更多需求得到满足，率先下沉的企业获得先发优势和更大增长空间，渠道扩张和效率提高进一步巩固其竞争壁垒。

效率领先：增量放缓，存量和效率更加重要。高效企业通过精简层级、科技创新等方式提高效率，提供更高性价比的产品，获得更大的竞争优势。

本季度我们基本维持仓位稳定，增配高端消费及部分消费升级相关个股，持有互联网和可选消费，减配部分持续受负面冲击且基本面较难改善的个股。

4.4.2 报告期内基金的业绩表现

本报告期，本集合计划的净值数据和同期业绩比较基准数据详见本报告“3

主要财务指标和基金净值表现”的披露内容。

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

趋势外推是理解股价变化和投资者行为的重要视角。在增长相对稀缺，流动性仍然宽松的环境下，更多趋势投资者追逐更少投资机会，市场内部越可能极端化：高景气的估值极大提升，低景气的估值被极端压制，而估值和股价短期波动的方向，或许与企业价值中枢关系不大。

第一种趋势外推是收益率/股价趋势外推。某些因素推高股价和收益率（如货币加大宽松、疫情推升部分需求、行业下游需求爆发等），趋势投资者观察到后加快买入，股价上涨并更多趋势投资者跟进，进一步推高股价，股价可能在高估的状态下持续上涨；基本面投资者则逐步卖出。随着涨幅放缓，这一过程逆转，趋势投资者卖出股票，并进一步加剧了卖出力量，股价可能显著低估；基本面投资者则逐步买入。趋势外推的上涨过程往往伴随着成交量的持续上升。

由于趋势外推，股价在上涨过程中可能显著高估，下跌过程中可能显著低估。这一视角可以解释股价中短期的动量效应，也可解释中长期的反转效应，还可解释价值股的超额收益等。疫情后流动性仍然宽松，增长机会更加稀缺，更多资金追逐更少的投资机会，趋势外推的力量或更为极端。

正常来说，基本面投资者在股价高估时卖出，反之亦然；但市场上存在一些具有“第二层次思维”的老练投资者，当股价已经高估时，他们预期趋势投资者仍会继续买入，于是也买入并等待从趋势投资者的交易中获利；此时更多投资者在高估时买入，更容易产生泡沫。

第二种趋势外推是基本面趋势外推。基本面趋势外推的投资者预期近期增长越快的公司或行业，在未来也有更高的增速。假设某企业增长中枢是稳定的，但短期增长加速，基本面外推的投资者将预期其有更高的增长，并持续买入，从而使其股价偏离基本面。从这个角度，可以理解去年疫情爆发后食品股的大幅上涨，也可以理解今年的均值回归。

趋势外推背后有其心理和行为逻辑。投资者并非完全理性，具有路径依赖（对近期发生的事情赋予更高权重），也会根据“小数定律”做决策（根据近期高增长推测持续高增长）。实证研究表明，投资者对未来股价表现的预期和股票近期的

收益率正相关，同时投资者的预期收益率与实际的收益率负相关，这说明投资者往往过度趋势外推了。

如何应对趋势外推的影响？我们希望根据以下原则开展工作：

1、客观评估基本面及其变化趋势，降低路径依赖和小数定律的影响。

2、根据基本面预期进行中长期的价值评估，判断基本面变化方向相对容易，判断基本面到底应该值多少钱是困难的；绝对估值或不重要，但判断价格处于高估、合理还是低估状态非常有必要。

3、关注趋势外推的极端情况，极端外推后往往是均值回归。

在一个趋势外推力量很强的市场中，投资管理面临更多挑战。高估股票的继续上涨的幅度和持续时间可能超预期，低估股票继续受压制的幅度和持续时间也可能超预期，波动和分化程度都可能突破传统认知。中长期价值和中短期趋势之间应如何权衡，并无现成答案，如果存在最优解应该也是因人而异的。唯有以好奇之心，细致观察、认真理解、大胆假设、小心求证，不断调整巩固充实提高。

在赛道方面，我们对财富管理的信心进一步增强。

1、财富管理是长期优秀赛道。中国和全球可投资财富存量巨大，中国市场高增，高净值及以上客户财富增长更快，这一点应是共识。更重要的是，财富管理是一个差异化竞争的行业，参与方根据定位和禀赋进行差异化竞争，同时供需两端马太效应明显，基于这些特性，优秀财富管理机构盈利能力往往高且稳定。由于客群、禀赋和商业模式不同，财富管理机构之间相互渗透并不容易，互联网和传统财富管理机构之间很难相互颠覆。

2、财富管理竞争优势与下列因素有关。准确定位客户并与商业模式相匹配；规模效应非常重要（可通过网点扩张、客户转介、外延并购等获取）；通过差异化提升定价能力（分层精细运营、以客户需求和客户旅程为导向、提升产品服务附加值）；提高效率、降低成本（整合精简机构、提升客户经理人力和产能）；各方面优势综合起来打造出优质的财富管理品牌。

值得注意的是，线下网点对客户获取和品牌感知很重要；财富管理费率取决于产品和服务的复杂程度，费率并不必然趋势下降。

3、打造财富管理需要持久投入、苦练内功。如持续并购整合；增加投

入、科技赋能；优化机制、内部协同，形成财富管理大飞轮；保持战略定力，持续投入落实。

二季度以来，消费受多重因素影响，景气不振；我们相信消费品的结构性机会仍然丰富。

1、高端消费景气稳定

疫情后政策宽松，财富效应明显，加之消费升级和消费习惯的中长期影响，高端消费景气稳定(如奢侈品、高端白酒、免税品)。

品牌是影响高端消费的核心因素，品牌力或来自历史积累，或需要当前打造。历史积累靠持续的品牌投入，占领消费心智，过往的费用支出累计形成无形资产。当前打造高端品牌和产品需要精准定位消费人群，突破意见领袖以点带面，同时持续进行品牌投入，拉动更多人群。无论是哪一种情况，都意味着费用投入是前置的，前期大量投入，逐步产生收入；随着收入进一步增加、品牌力上升，费用率开始下降，而利润快速增长。

对高端消费品来说，需要做对的事情，着眼长期，当期利润并不是最重要的。其中我们重点关注高端白酒和免税等。

2、耐用消费景气处在底部区域

由于收入低迷、地产景气持续下行、上游成本高企等因素、家电、家居、汽车等耐用消费品景气低迷；考虑到收入低位、成本高位、地产政策有边际宽松倾向，耐用消费景气处于底部区域，未来改善的可能性较大。

效率提升和品牌出海是影响耐用消费的重要因素。

耐用消费品普及率不低，高端化的逻辑类似高端消费，进一步普及需通过效率提升产品性价比。效率提升意味着减少中间商环节，提高流通效率，更直接接触消费者；这一过程反过来推动柔性生产；信息和物流系统是效率提高的重要支持。由于效率提升，产品性价比提高，消费者获得更多消费剩余，而厂商提供了更多价值，在价值链上分配的比例提升（流通环节相应被压缩）。

品牌出海可提供更大市场，提高成长性。中国制造优势明显，通过并购可获得海外品牌和消费者洞察，协同效应带来较强竞争优势。其中我们重点关注白电龙头、出海小家电龙头和部分电子消费出海企业。

3、消费服务关注升级和疫情

和升级相关的消费服务景气度高，如医美、体育娱乐消费。这一类消费的问题可能是供应跟不上需求，关键是找到赛道中格局良好的环节和优质的供给。

餐饮、酒店、教育等消费服务中短期景气取决于疫情，中长期驱动力是连锁化和集中度提高。以餐饮行业为例，部分餐饮品牌、酒馆和茶饮均处在快速开店的标准化复制阶段，但较疫情前恢复程度差异很大，如商务和聚会场景恢复相对充分，而家庭聚餐场景远未恢复。其中我们重点关注标准化能力突出，品牌力逐步提升，供应链能力持续增强的龙头企业。

4、大众消费增长可能均值回归

疫情爆发后大众消费品需求稳定或短期增加，费用投入减少，去年显著受益；今年受高基数和社区团购冲击，收入大幅放缓，盈利能力恶化。考虑到需求增长的内在稳定性，大众消费增速可能逐步均值回归。但由于部分库存需要进一步去化，经销商需逐步调整优化，部分终端的销售条件和费用需重新谈判等因素，均值回归的过程不会一蹴而就。

对大众消费品来说，关键因素是渠道的进一步完善和下沉。部分品类一二线渠道布局相对完善，但三四线及以下市场仍有很大空白，低线区域费用投入效率相对较高，龙头品牌具有优势。短期中费用投入可能加大，其后推动销售，但利润受费用增加的影响短期未必能够恢复。其中我们重点关注品牌力突出的复合调味品、部分基础调味品和食品企业。

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	334,343,379.08	94.38
	其中：股票	334,343,379.08	94.38

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	19,738,474.59	5.57
7	其他资产	169,668.52	0.05
8	合计	354,251,522.19	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 137,811,103.90 元，占集合计划资产净值比例 39.01%。

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	1,595.79	0.00
B	采矿业	-	-
C	制造业	128,404,580.88	36.35
D	电力、热力、燃气及水生产和供应业	-	-
E	建筑业	10,696.56	0.00
F	批发和零售业	35,498.88	0.01
G	交通运输、仓储和邮政业	-	-
H	住宿和餐饮业	20,002.16	0.01
I	信息传输、软件和信息技术服务业	9,086.10	0.00
J	金融业	62,481,309.65	17.69
K	房地产业	-	-
L	租赁和商务服务业	3,536,000.00	1.00

M	科学研究和技术服务业	9,347.76	0.00
N	水利、环境和公共设施管理业	18,604.42	0.01
O	居民服务、修理和其他服务业	-	-
P	教育	2,004,316.00	0.57
Q	卫生和社会工作	-	-
R	文化、体育和娱乐业	1,236.98	0.00
S	综合	-	-
	合计	196,532,275.18	55.63

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（%）
原材料	-	-
公用事业	-	-
房地产	-	-
非日常生活消费品	50,978,947.90	14.43
日常消费品	18,124,240.00	5.13
能源	-	-
金融	14,179,200.00	4.01
医疗保健	-	-
工业	-	-
通信服务	24,061,562.00	6.81
信息技术	30,467,154.00	8.62
合计	137,811,103.90	39.01

注：以上分类采用全球行业分类标准（GICS）。

5.3 期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的股票投资明细

5.3.1 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	600690	海尔智家	1,319,106.00	34,494,621.90	9.76
2	000333	美的集团	491,170.00	34,185,432.00	9.68
3	600036	招商银行	675,497.00	34,078,823.65	9.65
4	01810	小米集团-W	1,712,600.00	30,467,154.00	8.62
5	00700	腾讯控股	62,600.00	24,061,562.00	6.81
6	600519	贵州茅台	12,677.00	23,198,910.00	6.57
7	000651	格力电器	549,500.00	21,293,125.00	6.03

8	09922	九毛九	872,295.00	17,114,427.90	4.84
9	000001	平安银行	899,700.00	16,131,621.00	4.57
10	00175	吉利汽车	804,000.00	14,970,480.00	4.24

5.3.2 期末按公允价值占基金资产净值比例大小排序的全国中小企业股份转让系统挂牌股票投资明细

本集合计划本报告期末未持有全国中小企业股份转让系统挂牌股票。

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	162,347.68
2	应收证券清算款	-
3	应收股利	-
4	应收利息	7,320.84
5	应收申购款	-
6	其他应收款	-
7	待摊费用	-
8	其他	-
9	合计	169,668.52

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	350,846,402.14
报告期期间基金总申购份额	28,111,066.02
减：报告期期间基金总赎回份额	85,510,386.39
报告期期间基金拆分变动份额（份额减少以“-”填列）	-
报告期期末基金份额总额	293,447,081.77

§ 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
报告期期间期间买入/申购总份额	-

报告期期间期间卖出/赎回总份额	7,540,310.68
报告期期末管理人持有的本基金份额	43,314,466.67
报告期期末持有的本基金份额占基金总份额比例 (%)	14.76

注：报告期期间为 2021 年 7 月 1 日-2021 年 9 月 30 日。

7.2 基金管理人运用固有资金投资本基金交易明细

序号	交易方式	交易日期	交易份额 (份)	交易金额 (元)	适用费率
1	直销赎回	2021-08-09	7,540,310.68	9,254,276.08	0.30%
合计			7,540,310.68	9,254,276.08	

注：1、报告期期间为 2021 年 7 月 1 日-2021 年 9 月 30 日。

2、报告期内赎回份额持有期在 180 天至 730 天之间，根据本集合计划招募说明书，赎回费率为 0.3%。

§ 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；
- 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；
- 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；
- 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。

广发证券资产管理（广东）有限公司

二〇二一年十月二十六日