

证券代码：002127

证券简称：南极电商

南极电商股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-005

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	详见附件 2：调研人员信息表
时间	2020 年 4 月 16 日 17:00-18:30
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：张玉祥 董事兼副总经理：沈晨熹 董秘兼副总经理：曹益堂
投资者关系活动主要内容介绍	以电话会议的形式解读公司 2019 年年报
附件清单(如有)	附件 1、投资者接待日活动会议纪要； 附件 2、调研人员信息表。
日期	2020.4.16

附件 1

南极电商股份有限公司

2020 年 4 月 16 日投资者接待日活动会议纪要

公司参会人员：

董事长兼总经理：张玉祥

董事兼副总经理：沈晨熹

董秘兼副总经理：曹益堂

调研人员：

详见附件 2

主持人：

董秘、副总经理：曹益堂

会议内容：

1、抖音、快手、淘宝特价版、1688 等渠道对电商格局的影响？

答复：

公司认为这是一种营销的工具，产生的原因有两个：（1）电商平台或线下商场公信力的下降。消费者不知道买什么好或者被过度推荐，希望有一个名人或者意见达人可以推荐商品；（2）现阶段生活方式造成的。

公司更多的是围绕自然搜索、以消费者主动的行为为主，适度参与营销和直播。公司成立了主要面向天猫平台的专业部门，主要目的是提升线上店铺的转化率。

2、对于品质的提升，公司有怎样的节奏和规划？

答复：

抽检的合格率、产品的评分比上一年都有所提升。在这个过程中，公司加强了对客户质量管理的要求，公司帮助客户做了质量提升、培训以及整个前置化的管理，包括原材料和面辅料的控制，同时在产品的颜值方面要求统一性。

今年希望在合作伙伴中可以有一些标杆工厂，通过公司的提炼、帮助，从整个形象、产品质量上树立标杆供其他工厂学习。同时，我们在制定企业的质量标准，有些外观指标要求会逐渐高于国家标准。

3、投资性现金流流出比较多的原因？

答复：

投资性现金流流出主要是购买理财产品。

4、未来分红的规划？

答复：

（1）会持续分红，为股东提供长期的回报；（2）会控制合理的分红比例。

5、公司本部应收账款是如何形成的以及流转过程？

答复：

（1）公司在厂、货、人、凭证、资金方面是统一管理的；

（2）业务、财务、法务是同时匹配的，如果有应收账款授信，需要签订授信协议书，有个人和相关责任人的担保；

（3）公司也会控制应收账款的周期，对于逾期的客户会单独管理，账务处理也符合国家相关法律法规的要求；未来可能会做的更细一点，希望有一些前置化的管理，会有动态的监控、内审。

6、应收账款的周期？

答复：

（1）理论上品牌综合服务业务的应收账款账期不超过 9 个月，一般在 3-9 个月，未来时间上会不断减少；

（2）未来应收账款的比例会逐步下降；

（3）收入、利润增长高于应收账款增长速度；

7、今年疫情严重，尤其是欧美地区，相信很多做外贸的压力比较大，不知道是不是一个比较好的契机，南极电商可以去接触到这些供应链，不知道这是不是一个已经发生的事情或者可能发生的事情？

答复：

（1）外贸工厂发生了一定的滞胀，就是既卖不出去又生产过剩，公司认为转型到内销百分比不高，因为转型需要一段时间才能开始盈利。

(2) 我们对自己的定位有两个：①消费品牌巨头；②零售的龙头。我们逐渐朝着这两个方向在线上和线下努力拓展品类和业务。

8、化妆品业务目前有一些更细的规划，或者说有一些可以即将落地的东西可以分享一下吗？

答复：

(1) 我们认为化妆品的中低端领域会产生国产的品牌巨头，中高端领域更多的可能是国外品牌占据主导地位；

(2) 国产化妆品目前主要是应用社交的流量，但没有用好搜索的流量，搜索流量是比较大的，对我们来说是个机会，所以我们将进入化妆品行业；

(3) 我们会尝试跟供应链以多种方式合作。总而言之，持续地为消费者提供“好货不贵”，持续地帮助供应商、经销商提升效率是我们的宗旨。

9、综合大店和产业链服务商的策略？

答复：

无论是做大店还是产业链服务商都围绕两个关键词：(1) 如何建立流量；(2) 如何提高效率。公司促进产品从低频消费到高频消费提升了整个传统制造业的效率。

流量管理方面，我们的店铺在阿里平台有较大的用户基础，如何提供更多的消费场景、商品偏好以及用户沟通访问的周期是提高店铺运营效率的关键。多爆款是为了和客户交互效率提升，做场、货、人、凭证、计划、目标和成果的管理是希望客户效率能更高，打通了业务、法务和财务是希望提高公司内部的管理效率。

效率不仅仅是指商品生产和投资回报的效率，公司要形成正向的效率闭环，目前公司才刚刚开始，还有很大成长空间。

10、传统公司折扣普遍有所下调，用电商清存货，在这个大背景下公司是否对供应商、经销商提供了支持？

答复：

公司不会追求低价，做的是性价比，公司的优势是每天的销售稳定，不依靠

某一场活动，依靠长期的回头客。公司不在乎极低价的打折活动，更在乎每天的平销表现。

11、公司全年 GMV、品类拓展情况？

答复：

今年总体目标没有大的变化，希望 GMV、收入、现金流保持比较高的增长。公司涉及的大多数商品都是刚需、标准化的消费品。

12、疫情对公司以及行业中长期的影响？

答复：

行业景气度受影响，竞争难度加剧，但对于我们这种处于领先地位的公司来说是一个机会，我们可以沉下心来做很多事情，比如促进建设样板工厂、打造“操作系统”，包括收入操作系统、授权操作系统、财务业务一体化的操作系统，建立更强大的团队。持续推出好的产品，和用户交流，做有质量的活动和创新是今年的重点工作。

今年下半年会有一些新品出成果，包括文具、办公用品、个人护理、日用、收纳、厨具等等，增加了更多的用户场景。公司已经涉及了近 600 个关键词，每个关键词都有相关的人员主持、数据支撑，并由相关人员监督主要竞品数据。

13、品牌建设方面，去年广告费用有所下降，今年品牌运营及投入如何规划？

答复：

公司合作伙伴获取流量的成本是比较便宜的，在营销上有几种主要做法：（1）说得多做得多；（2）说得多做得少；（3）说得少做得多。

前几年公司秉承“做得多说得少”的做法，因为想先活下来。未来公司逐步将“说跟做”做到同步，所以目前在品牌上面没有很大的推广投入主要有两个原因：（1）公司合作伙伴在各大平台都有广告投入，每个店铺、商品、宝贝、店铺装修、详情页等就是触达消费者的广告；（2）公司的商品、包装、服务还没有达到“国民品牌代表”的标准。这是公司的问题，也是公司的机会。因为公司是非常正式、理性地面对这些问题的。因为公司要做大做强，这些要素（品质、品牌

调性、服务等）是必不可少的。相信通过这次疫情，公司与更多的客户和团队达成了共识，这些是企业成长的必经之路。

14、公司 2019 年财报显示各个类目都有比较好的增长，最高增速的品类是床上用品，而母婴、小家电这些品类增速不是很高，公司的品牌当中与大纺织更相关的品类是不是更受欢迎？如何打造成“家庭式消费”的品牌形象？

答复：

（1）去年一些增速比较慢的品类在今年增速都比较高，一些本身增速高的品类现在增速反而慢一点。

（2）淘宝搜索 100 个关键词，排名前三又有知名度的品牌加起来不超过 10%，绝大多数商品关键词搜索排名在前的都不是著名的品牌，这个就给公司提供了机会。南极人品牌在很多关键词既做销量排名又做品牌知名度，这是机会也是挑战。新零售老零售一个共同特点是：从传统的“卖货”到“提供用户需求的产品”。如果天猫的类目、搜索商品的关键词都是著名的品牌，对公司来说是比较难的。但现在价格好、销量大的基本上都是不知名的小品牌、杂牌，所以公司在其他的关键词还是有更多的机会。

（3）对于公司领先的某些品类，比如说家纺，会延伸至布艺、家饰，进一步提升流量的效率，所以在成熟的类目持续做长尾、关联、用户转化、品质和服务，在新类目开始时就提供质量好的商品做销量是我们的基本策略，尽量实现存量品类有比较健康的增长。

15、疫情原因，消费者逐渐养成线上消费的习惯，这对公司是否是新的机遇？

答复：

不能说绝对有利或者不利。

有利的方面：从南极电商目前在行业的位置来看，消费习惯往线上转化是有利的；

不利的方面：整体消费环境不景气，供应链过剩造成行业竞争非常激烈；
只要坚持做对的事情，我们对公司长期的发展很有信心。

16、各电商平台 GMV 占比和趋势？

答复：

长期看，我们的 GMV 在阿里平台占 60%左右，在社交平台占 25%左右，在京东平台的市场占有率会相对降低。

17、公司对高频和低频产品的定位和经营策略的差异？

答复：

- （1）价格的定位：低频不低价、中频性价比、高频极致性价比；
- （2）由于店铺多，同样低频的状态下，我们品牌搜索热度比同行业高；
- （3）电商平台上各品牌是竞争动态的关系，如果我们的品牌比竞争对手的频率高、搜索热度大，也能在低频的类目中获取更大的流量。

18、公司对于淘宝这块特价版的计划？对南极电商的影响？

答复：

静观其变，适度参与。对公司影响不是太大。

19、2019 年时间互联客户增加、流量入口增加，但为什么相较于 2018 年净利润大幅下降？

答复：

（1）时间互联对客户和平台的选择更慎重了。因为公司对时间互联考核非常重要的一点就在于它的现金流，所以对一些账期很长的客户，即使客户很大，公司也会选择不再继续合作下去，而这些客户的毛利率相对较高。

（2）行业的竞争性增强，客户和供应商要求增高。首先公司希望时间互联始终坚持自己的定位：①找优质的客户；②找优质的流量供应商；③提供持续的专业的一站式的数据管理、动态监控、事后报告等服务。其次公司希望时间互联能够把投入付出与财务业绩结合起来。公司不仅仅考核其收入规模，也会考核收入的质量、业务风险。从这点来说，将大客户变成小客户，业务风险也会下降。

20、后续对供应链的控制规划？

答复：

公司对供应链的规划有以下几个维度：第一，对增量部分有进入标准；第二，对存量部分有退出机制；第三，让供应链有一个能够挣钱的场合、平台和流量；第四，对供应链进行数据赋能，提供产品的销量数据、用户评价和平台的评分；第五，对供应链有资源支持的政策。若做得好，公司持续为其配活动流量；做的不好，公司要对其相应的减少流量乃至退出。总而言之，公司今年要加大对供应链的管理力度，因为公司提出了“标杆工厂”的计划，希望今年年底能让大家看到“标杆工厂”的外立面、内设和管理流程。公司相信这些标杆工厂升级完成后应该可以与优衣库、无印良品的合作工厂相媲美。其次，公司希望合作伙伴都能秉持企业家精神，大家都有共同的愿景和使命感。有些合作看上去是松散的，但只要价值观、使命、愿景等是一致的，松散也会变的紧密。

21、在现在的供应链体系中，哪一类是希望自己投资或者是参股的，那哪一类希望其他方式去做的？

答复：

第一，选择的原则为新奇特，因为还没有形成短期的市场规模，很多工厂难以坚持下去，但公司认为这种商品未来可以带来更多年轻人细分的场景和偏好，那么公司可能会愿意投资；第二，选择产业周期回报比较长的，例如化妆品。对公司来说，有一些付出要得到，有一些付出要慢慢得到，还有一些付出要长期得到，那么公司更倾向于投资付出要慢慢得到和长期得到的产品和供应链。

22、南极人与三只松鼠、完美日记的商业模式的区别？

答复：

公司定位为网上连锁零售平台。如果定位较高的 GMV、护城河、天花板，那么公司就是要坚持做大的标配、做久的追求。在做大做久的过程中，公司认为最重要的是去中间化和中央化。在去中间化的过程中，短期内有一些人的利益会受影响，例如传统代理商。去中央化的过程中，管理层短期会有一点不安全感、失落感。但长期看，这种赋能式的平台化的规模、天花板和护城河是比较高的。

23、公司供应链管控未来是否会加强？

答复：

公司认为供应链应该随市场化竞争，仅依靠管控效果不理想。公司主要为供应链数据化赋能，如果门店评分很低，则没有相应的资源优惠；如果门店评分较高，公司则持续赋予优惠政策。公司更希望能引导供应链发展，而并非管控。

24、公司产品线较广，如何管理产品质量？

答复：

（1）公司现涉及约 600 个主要关键词的管理，落实到 50 个左右的负责人，平均每人 12 个关键词，每个负责人配有相应的主管和经理。此外，公司的中后台数据部门、品牌部门、信息部门和财务、法务和人事部门也参与其中。人员覆盖角度来看，人员配置较为充足。

（2）公司对 KA 客户、收入较高客户，高 GMV 重点店铺实施专项管理。公司将着手对未来可能成为 KA 客户、KA 工厂、新品的专项管理。公司希望在层级管理、精细度管理方面可以分层、分类、分级。公司一直秉承“让客户先得利，让消费者先满意，公司慢慢得利”的基本原则。

（3）行业的环境也给公司机会，在 600 个关键词搜索中，真正销量排名靠前，又是著名的品牌不到 10%。公司有信心能够覆盖更多的关键词。消费者过去买商品，未来买信用，再买的是信赖。如何从商品的链接到信用的链接，再到信赖的连接，是公司未来要走的路。

25、同一类型产品是否有不同卖家？如何控制价格？

答复：

（1）相似类型的客户面对同样的商品，价格接受度理论上相同。但如果客户是大型 KA，公司会有适度的优惠和倾斜；

（2）客户如果和公司合作时间较久，对公司收入贡献较大，公司也会有优惠和政策。

公司希望客户的付出与其所得相匹配，这需要公司把管理的精细度从规模、信用、能力、付出等方面做得更细，能够更科学地配置资源。也能够让客户感觉虽然卖同样的东西，有政策的不一致，但是能感受到相对公平。

26、公司的使命愿景如何连接供应商体系？

答复：

公司优势：（1）公司品牌在电商平台有比较大的用户基础。（2）大多数商品的消费频次相对比较高。（3）在中国的品牌中，线上店铺、供应商最多，因此用户基数、用户复购率、用户转化率，以及搜索热度都比较高。

树立规则：（1）明确有哪些不能做，例如，信誉不好、违法乱纪、坑蒙拐骗，这些首先要退出并且不让其进入。（2）持续做正确的引导，如何更好、更高效率走绿灯。

从以上角度来看，公司对客户的管理，首先是管理自己再影响他人。在管理自己过程中，首先明确哪些能做，哪些不能做。以上市公司利益高于一切，员工和股东利益高于一切。在交互场景过程中，公司是否遵守契约；当发生矛盾时，互相是否有合理的妥协；当与客户不在一起时候，双方是否有比较友好的协商及退出机制。

附件 2

调研人员信息表

序号	公司名	姓名	序号	公司名	姓名
1	Pan View Capital	Shijie Xing	161	玖鹏资产	王语加
2	Robeco 荷宝投资	唐琳	162	开源证券	吕明
3	安信基金	陈振宇	163	凯读投资	杨琳
4	安信证券	郑澄怀	164	凯读投资	张颖
5	北大方正人寿保险	刘祥	165	凯读投资	朱瑾
6	北京宏道投资	彭子姮	166	凯石基金	赵方
7	北京星石投资	杨英	167	领骥资本	尤加颖
8	博道基金	王晓莹	168	民森投资	刘倩
9	博道基金	张建胜	169	民生加银基金	芮定坤
10	博道基金	张迎军	170	明亚基金	边悠
11	博时基金	柴文超	171	南方基金	李想
12	博时基金	程沅	172	南方基金	李振兴
13	博时基金	郑是春	173	南方基金	卢玉珊
14	大藏资产	王珺杰	174	南方基金	孙鲁闽
15	大成基金	王晶晶	175	南方基金	萧嘉倩
16	大成基金	谢譞璇	176	南方基金	应帅
17	大成基金	张珊珊	177	南土资产	何亚东
18	丹羿投资	张昭丞	178	农银汇理基金	顾旭俊
19	丹羿投资	朱亮	179	农银汇理基金	韩林
20	淡水泉投资	贾婷婷	180	农银汇理基金	颜伟鹏
21	稻梁投资	孟兆磊	181	诺德基金	朱红
22	德邦基金	夏理曼	182	盘京投资	董常晨子
23	德邦证券	项周瑜	183	平安基金	李蒲江
24	东方阿尔法基金	孙瑶月	184	平安基金	神爱前
25	东方阿尔法基金	张雅轩	185	平安资本	王钰琦
26	东方基金	陈诚	186	平安资本	赵晶
27	东方证券	唐亮	187	前海人寿保险	冯新月
28	东方证券	赵君妍	188	青榕资产	杨鹏慧
29	东方证券	赵越峰	189	趣时资产	熊林
30	东海基金	黄佳斌	190	全国社会保障基金理事会	柯政
31	东吴证券	陈腾曦	191	人保资产	钱旖昕
32	东吴证券	林骥川	192	人保资产	田垒
33	东吴证券	张娴静	193	融通基金	苏林洁
34	东兴证券	高坤	194	瑞华控股	张小兵
35	东亚前海证券	沈梦圆	195	睿柏资本	朱虹旭
36	沅杨资产	丁凌霄	196	睿远基金	艾菁
37	沅谊投资	区伟良	197	睿远基金	李政隆
38	富敦投资	LiMao	198	睿远基金	唐倩
39	富国基金	方竹静	199	睿远基金	须家怡

40	富国基金	唐颐恒	200	睿远基金	杨达治
41	富国基金	魏伟	201	睿远基金	赵枫
42	富国基金	张冰灵	202	三友资本	高孟
43	富国基金	张啸伟	203	山楂树甄琢资产	洪涛
44	高毅资产	陈泽人	204	山楂树甄琢资产	岳路路
45	高毅资产	姜思辰	205	上投摩根基金	龚文伟
46	高毅资产	王世宏	206	上投摩根基金	翟旭
47	高毅资产	王艺	207	少数派投资	张宁
48	工银瑞信基金	林梦	208	社保基金	石寄华
49	工银瑞信基金	秦聪	209	申万宏源	戎姜斌
50	光大保德信基金	李雪飞	210	申万宏源	王立平
51	光大保德信基金	林晓枫	211	申万菱信基金	胡睿喆
52	光大保德信基金	魏天野	212	申万菱信基金	卢扬
53	光大证券	汲肖飞	213	双安资产	黄河
54	光大证券	李婕	214	太平洋证券	郭彬
55	光大证券	生寒晓	215	太平洋资产管理	赖宇鸥
56	广发基金	陈少平	216	太平资产	蔡辰昱
57	广发基金	陈樱子	217	太平资产	刘阳
58	广发基金	李巍	218	泰康资产	刘巍放
59	广发基金	王瑞冬	219	泰康资产	闫子妍
60	广发基金	王颂	220	泰康资产	严志勇
61	广发基金	王小松	221	天风证券	杜宛泽
62	广发基金	姚铁睿	222	天治基金	梁莉
63	广发基金	朱平	223	图原资产	孟坚平
64	广发证券	陈玥	224	万家基金	况晓
65	广发证券	高峰	225	无锋基金	陈净
66	广发证券	何蓉	226	西部利得基金	冯皓琪
67	广发证券	洪涛	227	西部利得基金	温震宇
68	广发证券	洪小婵	228	西部证券	吴岑
69	广发证券	嵇文欣	229	西部证券	吴剑樑
70	广发证券	贾雨朦	230	西藏趣合	纪双陆
71	广发证券	李贺	231	西藏趣合	纪晓玲
72	广发证券	李凌芳	232	西藏趣合	文雅
73	广发证券	李彦仪	233	先锋基金	马晓菲
74	广发证券	刘夕黎	234	湘财基金	尤鑫
75	广发证券	莫绍伦	235	橡树岭资产	陶胜
76	广发证券	饶小飞	236	谢诺辰阳	刘泳
77	广发证券	沈超文	237	谢诺辰阳	朱威
78	广发证券	童若炎	238	新华基金	蔡春红
79	广发证券	吴丹	239	新华基金	夏旭
80	广发证券	姚遥	240	新华资产	李东正
81	广发证券	余晓宜	241	新华资产	李全
82	广发证券	喻银军	242	新思哲投资	张梦飞

83	广发证券	张雨露	243	信诚基金	郑伟
84	广发证券	钟沁昇	244	兴业基金	姜涵宇
85	广发证券	邹怡飞	245	兴业基金	张诗悦
86	国海富兰克林基金	杨富麟	246	兴业证券	纪宇泽
87	国家电投	陈国栋	247	兴业证券	赵树理
88	国家电投	王卓群	248	兴银基金	蔡国亮
89	国家电投	郑一宁	249	兴银基金	林德涵
90	国金证券	姬雨楠	250	寻常（上海）投资管理	孙涛
91	国金证券	吴劲草	251	循理资产	邹振松
92	国金证券	郑慧琳	252	巽升资产	吴江
93	国寿安保基金	宋易潞	253	巽升资产	吴少飞
94	国泰基金	胡松	254	颐和久富	姜任飞
95	海富通基金	高高	255	易方达基金	陈皓
96	海通证券	梁希	256	易方达基金	杨嘉文
97	海通证券	刘溢	257	益民基金	曹敏
98	汉和资本	刘雨濛	258	毅恒资本	闫萌
99	禾其投资	葛楠	259	银河基金	冯敏
100	红土创新基金	连肇明	260	银河基金	余科苗
101	红象投资	郑文彬	261	银华基金	薄官辉
102	华安基金	陈媛	262	银华基金	和玮
103	华安基金	靳晓婷	263	银华基金	王浩
104	华宝基金	李竹君	264	银华基金	王翔
105	华宝基金	夏林锋	265	英睿投资	曾庆美
106	华宝兴业基金	胡戈游	266	永赢基金	常远
107	华富基金	卞美莹	267	永赢基金	李雪娇
108	华富基金	高靖瑜	268	域秀资本	司丹
109	华富基金	聂嘉雯	269	煜德投资	欧海
110	华富基金	王帅	270	誉辉资本	唐宋媛
111	华富基金	张亮	271	圆信永丰基金	范习辉
112	华泓资产	吴凯华	272	长城基金	陈良栋
113	华金证券	王冯	273	长城基金	储雯玉
114	华金证券	吴雨舟	274	长城基金	刘疆
115	华骏基金	冯伟杰	275	长江养老保险	邓琳
116	华骏基金	杨中一	276	长江养老保险	王欣丰
117	华泰柏瑞	何琦	277	长江证券	马榕
118	华泰保兴基金	赵健	278	长信基金	叶松
119	华泰证券	刘瑞	279	招商基金	曾子潇
120	华西证券	唐爽爽	280	招商基金	贾仁栋
121	华夏基金	林祎露	281	招商基金	李崑
122	汇丰晋信基金	费馨涵	282	招商证券	刘丽
123	汇丰晋信基金	黄志刚	283	招商证券	宁浮洁
124	汇添富基金	蔡志文	284	浙商证券	黄薇
125	汇添富基金	陈潇扬	285	正圆投资	华通

126	汇添富基金	顾耀强	286	正圆投资	张荟慧
127	汇添富基金	胡昕炜	287	中国人寿养老保险	高媛媛
128	汇添富基金	劳杰男	288	中国人寿养老保险	李毅
129	汇添富基金	雷鸣	289	中国人寿资产管理	朱双靖
130	汇添富基金	李威	290	中加基金	李宁宁
131	汇添富基金	刘伟林	291	中加基金	于成琨
132	汇添富基金	马翔	292	中金公司	宋文慧
133	汇添富基金	谭志强	293	中欧基金	韩婧
134	汇添富基金	翁强	294	中欧基金	王培
135	汇添富基金	杨义灿	295	中欧基金	尹为醇
136	汇添富基金	姚宗辉	296	中欧基金	周玉雄
137	汇添富基金	袁建军	297	中融基金	金拓
138	汇添富基金	赵鹏程	298	中天国富证券	张紫凤
139	汇添富基金	郑慧莲	299	中信保诚基金	邹伟
140	混沌投资	肖滨	300	中信建投	史琨
141	嘉实基金	丁杰人	301	中信建投	周博文
142	嘉实基金	华莎	302	中信证券	丁俊
143	嘉实基金	李家亮	303	中信证券	李品科
144	嘉实基金	李帅	304	中信证券	林峰
145	嘉实基金	陆经纬	305	中信证券	唐嘉奕
146	嘉实基金	王力	306	中信证券	唐思思
147	嘉实基金	谢泽林	307	中信证券	汪达
148	嘉实基金	张玮	308	中信证券	王卫
149	建信保险资管	何利丽	309	中信证券	王亚男
150	建信基金	李蕤宏	310	中信证券	魏来
151	建信基金	邵卓	311	中信证券	张晓亮
152	建信基金	许杰	312	中信证券	张燕珍
153	建信基金	朱运	313	中信证券	朱话笙
154	建信理财	付昶	314	中信资产	罗翔
155	交银施罗德基金	陈均峰	315	中意资产	周陆
156	金鹰基金	陈磊	316	中意资产	周欣
157	金鹰基金	刘子玉	317	中银国际证券	陆莎莎
158	玖鹏资产	陈勇	318	中银基金	陈军
159	玖鹏资产	窦金虎	319	中银基金	丁雅纯
160	玖鹏资产	郭鹏飞	320	准锦投资	朱斌