

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 4 季度报告

2021 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：二〇二二年一月二十日

§ 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 2022 年 1 月 18 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 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	274,118,091.44 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 10 月 1 日-2021 年 12 月 31 日)
1.本期已实现收益	-2,880,467.04
2.本期利润	-10,697,855.87
3.加权平均基金份额本期利润	-0.0372
4.期末基金资产净值	319,460,684.44

5.期末基金份额净值	1.1654
------------	--------

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	-3.20%	1.11%	2.91%	0.81%	-6.11%	0.30%
过去六个月	-14.65%	1.34%	-6.54%	1.05%	-8.11%	0.29%
过去一年	-19.01%	1.29%	-8.10%	1.11%	-10.91%	0.18%
自基金合同生效起至今	15.63%	1.26%	28.09%	1.06%	-12.46%	0.20%

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 12 月 31 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，增配地产负面冲击中预期收益率显著上升的公司，配置仍以消费品、互联网和金融（财富管理）赛道中的优质企业为主。

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

自下而上来看，我们依然在消费升级、渠道下沉（低线消费）和效率提升几个方向上找到很多积极的信息和支持，其中许多变化来自供给端。

1、消费升级

在化妆品市场，国产品牌正在加强大单品和品牌打造，大单品持续迭代，产品力提升；对消费人群的定位进一步差异化，品牌力也在增强。

家电整体需求虽然低迷，但卡萨帝和 COLMO 等高端品牌持续高增长，企业对高端品牌未来增长信心充足；高端化、套系化进一步满足了消费需求，高利润推动渠道快速扩张。

啤酒继续依靠结构升级拉动价格，也通过直接提价对冲成本上升；从过往经验看啤酒行业提价往往从部分产品和区域开始，逐步过渡到整个产品系列和全市场，提价周期的正面影响会持续一段时间。

另一方面，由于收入恶化，缺乏差异化的产品往往难以直接提价，这些企业主要通过产品结构调整对冲成本上升，并进一步通过渠道下沉解决增长问题。

品牌力是影响高端和升级消费的核心因素，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。

对高端和升级消费品来说，需要做对的事情，着眼长期，当期利润并不是最重要的，一旦费用率经过了拐点，利润释放能力可观。

2、渠道下沉和低线消费

疫情加速了龙头企业的下沉。一方面低线城市经济活动恢复情况更好，下沉有更多空间；另一方面单体和小型企业抗风险能力弱，疫情加速其出清，尤其在需要一定固定资产投资的领域，单体和小型企业退出市场后重新回来的难度较

高。

可观察到酒店、卤制品等连锁企业仍在下沉，餐饮品牌在加密和下沉之间的选择更加均衡。而家电和手机厂商依靠效率优势也在完善低线渠道布局。

我们还观察到部分企业通过渠道专业化和差异化定位的产品加快渠道下沉，如调味料企业将底料和速食渠道做专业化区分，进一步完善速食渠道下沉；而一些调味品企业通过更加大众化的产品来开拓低线 KA 和流通渠道。

如果原来的渠道不存在强大的竞争者，这些下沉策略可能带来更高的增长，同时盈利能力相当可观（低线城市供应相对不足）；当然，如果已有强大的竞争对手，下沉必然面临较激烈的竞争，而最终能否胜出仍取决于产品定位是否精准，同时公司效率能否与目标市场相匹配。

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。

3、效率提升

如大家电企业依托良好的供应链基础，进一步抢占低线市场；高效的手机厂商依靠较低的渠道加价率，在线下加速开店。

家居企业在原有平台基础上做品类延伸，需求端满足消费者多样化需求，供应端依托规模优势降低采购成本。

部分家居企业也在做价值链延伸，如从制造环节进一步拓展到下游的服务和零售环节。家居行业无疑受地产周期的影响，但其经营和增长情况仍然超出了我们的预期。

4、关于餐饮行业前景的探讨

酒店和餐饮同样受到疫情反复的影响，为什么酒店股价的表现明显好于餐饮？总的来看，酒店在升级、下沉和效率上的逻辑更加通顺，但我们认为部分餐饮个股仍有疫情改善 Beta 和公司 Alpha。

酒店消费升级明确趋势明确（经济酒店向中高端升级），下沉开店空间仍然较大，效率提升有领先企业可对标；酒店只有少数几个龙头竞争，竞争格局更加清晰；在商业模式上，酒店以加盟为主，加盟商的缓冲降低了疫情对酒店财务的直接冲击。

餐饮企业中期升级的趋势同样明确，但在疫情下，客单价较高的企业进一步升级较难；由于客单价较高，下沉市场需求相对不足。但对定位偏快餐、客单价较低的企业，升级和下沉的逻辑同样存在，供应链等效率提升的因素也是餐饮的中长期逻辑。因此我们认为餐饮短期确实受疫情冲击，但如果疫情逐步缓解，优秀餐饮企业应有疫情恢复的 Beta 和自身 Alpha。

自上而下看，未来经济增长的主要驱动力是什么，投资能否改善经济的内生动力？虽然市场对投资端寄予一定的希望，但更大的变数可能来自地产和服务领域。

地产受多方面负面冲击，下行压力从销售向投资端传导，预期未见明显改善；生活服务持续受疫情抑制，四季度以来国内防疫压力有所上升；从市场表现看，地产和服务板块的股价（和估值）可能已经隐含了相当悲观的预期。

1、地产市场

地产市场的改善在较大程度上可能依赖于政策的调整支持，如稳定需求，稳定开发商现金流，同时管理好市场预期。如果预期和供需有所好转，地产销售增速的跌幅可能逐步收窄，开发商的现金流也会有所好转。但投资端是滞后的，地产投资仍可能继续放缓，可通过保障房建设等相关投资来对冲。

如果政策重点支持需求端，中长期来看未必是好事，地产库存较低，需求大幅增长将导致更大的房价上涨压力。如果政策重点支持供给端，如设法增加土地供应、加大保障房建设，长远更有利于地产市场健康发展。

地产销售如不再恶化、甚至边际改善，对几个行业有重要的影响：

（1）地产行业本身，政策底出现，估值开始修复；如果基本面确实改善，估值修复的时间和空间会更长一些。地产政策托底为主，决定了地产板块估值的天花板可能较低，虽然短期修复弹性较大，但也增加其博弈难度。

(2) 地产链相关行业，如家电、家居、建材等。这些行业估值和地产销售增速高度相关，如果地产销售边际改善，其估值也有望修复；同时行业中的优秀公司仍有突出的 Alpha。

(3) 物业服务行业，受地产影响，估值大幅回调，但长期看商业模式和成长逻辑没有本质变化，是值得重点关注的领域。

2、服务活动

我们无法预测疫情变化和防控走势，从趋势看，防疫政策放松的可能性在逐步提高：(1) 全球疫情死亡率显著下降；(2) 疫苗覆盖率上升；(3) 治疗药物研发取得进展。

如果疫情缓解、防疫政策放松，生活服务相关的经济活动将显著恢复。宏观上，生活服务消费场景恢复，需求增加，生活服务商家收入改善；生活服务吸纳大量就业，就业人员收入和预期改善，进一步产生消费需求；经济增长的内生动力和可持续性会显著增强。

餐饮、娱乐、零售、出行等行业受疫情冲击最大，相关经济活动恢复，需求显著改善；在供给端，疫情后大量中小商家退出市场，行业竞争格局优化。

在结构上，消费服务在中低线城市有较大的扩张空间，聚焦年轻人的生意受疫情冲击较小；疫情严重时，投资者更关注疫情对景气的抑制和冲击，如果疫情缓解，这些中长期成长逻辑的重要性可能再度上升。

3、地产和服务的宏观影响

如果地产和服务均有所恢复，经济增长的内生动力将大大增强。随着经济活动恢复，国债收益率逐步走过低点，从而对大类资产和风格表现带来较大的影响。

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	295,938,561.59	92.46
	其中：股票	295,938,561.59	92.46
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	23,332,485.15	7.29
7	其他资产	800,226.99	0.25
8	合计	320,071,273.73	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 110,233,172.00 元，占集合计划资产净值比例 34.51%。

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	116,243,448.75	36.39
D	电力、热力、燃气及水生产和供应业	-	-
E	建筑业	5,356.81	0.00
F	批发和零售业	36,207.43	0.01
G	交通运输、仓储和邮政业	-	-

H	住宿和餐饮业	2,304.00	0.00
I	信息传输、软件和信息技术服务业	108,460.68	0.03
J	金融业	62,517,030.07	19.57
K	房地产业	-	-
L	租赁和商务服务业	6,701,877.00	2.10
M	科学研究和技术服务业	53,415.84	0.02
N	水利、环境和公共设施管理业	19,927.75	0.01
O	居民服务、修理和其他服务业	-	-
P	教育	-	-
Q	卫生和社会工作	4,671.94	0.00
R	文化、体育和娱乐业	12,689.32	0.00
S	综合	-	-
	合计	185,705,389.59	58.13

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	12,923,040.00	4.05
非日常生活消费品	24,640,944.00	7.71
日常消费品	22,829,670.00	7.15
能源	-	-
金融	-	-
医疗保健	-	-
工业	-	-
通信服务	23,379,848.00	7.32
信息技术	26,459,670.00	8.28
合计	110,233,172.00	34.51

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	000333	美的集团	430,970.00	31,809,895.70	9.96

2	600690	海尔智家	1,058,506.00	31,638,744.34	9.90
3	600036	招商银行	615,697.00	29,990,600.87	9.39
4	01810	小米集团-W	1,712,600.00	26,459,670.00	8.28
5	00700	腾讯控股	62,600.00	23,379,848.00	7.32
6	000651	格力电器	620,800.00	22,988,224.00	7.20
7	600519	贵州茅台	11,077.00	22,707,850.00	7.11
8	002142	宁波银行	445,490.00	17,053,357.20	5.34
9	000001	平安银行	938,900.00	15,473,072.00	4.84
10	00175	吉利汽车	804,000.00	13,997,640.00	4.38

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末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	558,307.21
2	应收证券清算款	235,773.68
3	应收股利	-
4	应收利息	6,146.10
5	应收申购款	-
6	其他应收款	-
7	待摊费用	-
8	其他	-
9	合计	800,226.99

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	293,447,081.77
报告期期间基金总申购份额	19,008,289.14
减：报告期期间基金总赎回份额	38,337,279.47
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	274,118,091.44

§ 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	43,314,466.67
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	4,884,592.00
报告期期末管理人持有的本基金份额	38,429,874.67
报告期期末持有的本基金份额占基金总份额比例 (%)	14.02

注：报告期期间为 2021 年 10 月 1 日-2021 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

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	2021-12-29	4,884,592.00	5,773,099.28	0.00%
合计			4,884,592.00	5,773,099.28	

注：1、报告期期间为 2021 年 10 月 1 日-2021 年 12 月 31 日。

2、报告期内赎回份额持有期不少于 730 天，根据本集合计划招募说明书，赎回费率为 0%。

§ 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

二〇二二年一月二十日