

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-009

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2022年8月11日-2022年8月12日
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事长 严斌生；董事会秘书 严海雁；财务总监 涂文莉；证券事务代表 张婷
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	2022年半年度业绩情况说明： 公司上半年实现营业收入 6.14 亿元，较上年同期增长约 7,028 万元，同比增长 12.93%；实现净利润 4,110 万元，较上年同期增长 408 万元，同比增长 11.02%；实现扣非净利润 3,276 万元，较上年同期增长 21.91%。 营收方面： 2022 年上半年整体营收同比增长 12.93%，其中：一季度同比下降 5.19%，二季度同比增长 42.67%，主要来源于夏威夷果仁及安阳新品的销售增长。 毛利率方面： 剔除物流费用的调整影响后，2022 年上半年主营业务平均毛利率较上年同期下降 1.74%，主要有两方面因素影响： （1）一是棕榈油采购成本上升，2022 年上半年平均采购单价较上年同期增长 48.88%（上半年影响成本上升约 1800 万元）；

(2) 二是安阳工厂二季度开始正式投产，由于各生产环节仍在磨合中，员工熟练度有待提高，且产量较小，固定成本分摊较高，因而新产品成本较高，部分新产品处于亏损状态。

利润方面：

主要是受棕榈油采购成本上升以及安阳新品短期运营成本较高这两方面的共同影响。

投资者问答情况

问：零食很忙渠道目前情况，进了哪些品类以及月销售规模？

答：从4月份接洽到5月份正式合作，前期是以散装与袋装累计10个左右的单品进行合作。目前正在调整产品结构，例如花生、坚果、烘焙和膨化系列。后期会继续加速开发此类系统，加大合作力度。

问：三季度安阳新品在渠道上的打法？目前的产能利用率处于什么水平？

答：二季度新品取得了一部分成绩，但是因为安阳产品前期我们设计的产品口味、包装规格形式较多，经销商下单新品口味规格相对零碎，使得部分单品规模不大，导入不够理想，也导致我们生产端的效率受到影响。所以接下来安阳产品会先以流通、零食专营店、便利店等渠道为主，放弃部分口味单品，聚焦突出核心的口味单品，这样的话对安阳产品产能的利用率、铺市效率包括整体的毛利应该是会有一些改善。

问：目前新品还有什么障碍影响到了突破的速度？

答：调味坚果（口味性坚果）是计划拥抱高端会员店，实行产品分层营销策略，但是因为此类渠道相对零碎，所以速度上有一些慢。不过最近已取得一些成绩，陆续进入了部分会员商超系统，未来我们会延展系列产品，做成一个小的矩阵产品。其次，安阳新品计划主要是围绕商超散装柜，前期做了一些全新的口味通过差异化口味营销，因此消费者需要一个接受的过程，所以速度相对会比较慢，导致生产端产线有一点拉不起来。所以接下来我们会牺牲部分规格，聚焦到1-2个核心口味，主投类似零食专营店、流通及电商渠道，会比较好拉动产线。

问：现在产品的丰富度起来了，下线城市招商还存在什么问题呢？

答：过去甘源的产品一直是以商超为主，这方面招商问题不大，但是对于下沉市场还是不太理想，虽然产品丰富了，但是规格和性价比不够匹配。所以接下来我们会针对零食系统、流通渠道微调出适合此类渠道的规格及性价比产品，梳理产品后招商的阻力也会小一点。

问：组织架构上有没有进一步的调整？

答：今年会考虑配置两个部门专门负责零食系统和流通系统，提高主流渠道的投放效率。

问：通过公司的渠道规划，安阳工厂会调整聚焦到多少个产品？大概能达到什么规模？

答：安阳产品计划每个品类精简到 1-2 个口味及包装，产品定位以零食系统及流通渠道这两类成长比较快的渠道为主，形成较好的规模优势及成本优势。后期安阳产品应该会有较快的增长。

问：安阳工厂的供应链是否会增加考核？比如毛利水平或是降低采购成本的计划？

答：采购成本与规模是有关系的，前期安阳产品因口味、规格变化太多，供应规模没有很大，确实存在采购成本较高的问题。经过这段时间的磨合、精简过后，会加大与规模性企业的采购成本对比，与核心供应商表明公司未来发展计划与潜力，进行一些战略合作。

问：安阳工厂下半年是否能够回到一个正常的盈利状态？

答：安阳工厂上半年的情况与我们的产品策略是有关系的，过去产品规格包装太多样，很难聚焦到一到两个单品，导致生产端打包装配没有拉伸，员工数又太多，这些后期会进行调整。员工的用工数和熟练度以及工厂的生产效率、毛利率和采购成本上面都会发生一些大的变化，亏损问题将逐步得到改善。

问：公司对于零食系统后期的渗透率和空间展望？

答：零食系统是我们今年在渠道端较大的变化，零食很忙 5 月份开始试销一部分产品，前期导入为 10 个左右公司的经典豆类产品，目前月销量还算可观。目前已谈判合作的有 10 多个零食系统，接下来会上花生品类以及调味坚果（口味性坚果）分期分批给他们。我们还是比较看好这一系统，做得好的话成长是会很快的。

问：新零售渠道的可持续性怎么样？对利润端的要求如何？

答：这类渠道有一定的质量及性价比，在市场上获得消费者青睐。对公司而言，优势在于直接对接客户服务省去了许多中间环节，效率较高且销售费用也略低，不过渠道对产品的质量、性价比的要求并不低，所以我们对供应链及产品结构会进行重新规划，在零食与流通渠道方面也准备了多款产品进行合作，目的在于首先打好消费者基础。

问：棕榈油占比 13% 左右，棕榈油价格下调对后期成本的展望？

答：最近的价格还是在 1 万/吨左右，但是比起上半年七月开始有所回落。我们希望能够降到之前的最高点 7000-8000 元/吨。

问：在竞争激烈的零食渠道中如何提高品牌曝光度实现稳健的营收增长？

答：商超渠道目前是甘源主要的营收来源，我们计划通过提高袋装产品规格，同时在专柜中更新一部分单品，以维持这一部分的营收。对于零食渠道，过去消费者是在关注价格，现在更加关注品牌及品质，所以公司与这类渠道的理念契合度不错，目前也有接洽十几个零食系统，在沟通中公司产品也得到了一定认同与正向的验证。

问：对整年销售费用的展望？

答：相比去年同期的媒体广告，目前暂无计划投放一些不确定性的费用，这对销售费用的稳定性会比较好一些。另外下半年我们重点拥抱的是一些便利及流通渠道，销售费用占比应该不大，更多的可能是在产品结构上的打磨，所以从全年来看销售费用的结构应该可以维持在一个比较稳定的状态。

问：春季糖酒会取消后公司后续的招商通过其他方式弥补了吗？

答：原来计划是通过糖酒会开发经销商，通过展位展示做到锦上添花这样的安排。因为疫情的原因，现在我们采取以省为单位进行区域性招商，与经销商近距离交流这种方式来推动计划。

问：公司预计多久的产能爬坡可达到一个稳态的毛利？

答：目前公司主要通过调整产品结构，从而聚焦大渠道。随着销售上升，所带来的成本及费用相应也会下降。启动调整计划后，现在也抛出了一些数据，比如安阳产品薯片在我们调整后，许多系统已经谈成合作了，规模上来了，盈利就会上来。调味坚果（口味性坚果）过去我们是分两部分导入，一是针对高端会员店，未来会从夏威夷果仁、松子仁产品慢慢形成一个小的坚果产品矩阵，另外针对商超及零食渠道，形成核桃、腰果等性价比更高的坚果产品矩阵，以上下分层的销售策略形成一个调味坚果（口味性坚果）组合，未来的市场空间也是值得期待。

问：直营商超渠道的进展？

答：直营商超这块一直都有动作，但是在执行过程中发现商超本身想要降低费用，但是内部落地有些问题。基于当前商超的效率公司没有全面启动相关计划，所以目前我们是选择几个系统或者与系统的部分门店谈合作，比如沃尔玛、家家悦会先选择做一部分门店，再用表现比较好的做成样板，这也能对全国的经销商起到一定影响。

问：高端坚果以及大众化定位坚果的投放进度？

答：公司主要在 KA 商超投放一些调味坚果（口味性坚果）产品，但基于当前商超情况，我们选择了一部分门店导入，希望每家门店能做到商务谈判与投入相匹配，对投放数量没有再做强制性的要求。另外我们将从过去客单价偏低的 75g 袋装的豆类逐渐过渡到性价比更高的规格产品，总体通过补充产品和调整规格来提高坪效，投放速度不会很激进。

问：7 月整体的经营情况，包括老三样的增长情况？

答：我们年初规划了频率，包括今年的一些年度指标，在上半年看数据是有些差距，但是我们对全年的信心比较足，甚至希望做得更好。在渠道的策略

上以及产品结构上中间确实发生一些较快的变化，刚刚分享的应对措施现在都在执行，之后会在公司发展中逐渐得到验证，7月也没有太大的问题。

问：请问去年下半年棕榈油采购均价？

答：2021年下半年棕榈油采购均价9.03元/KG。

问：今年销售费用率是否因广告费的下降整体比去年相对少一些？

答：公司销售费用扣除去年的媒体广告以外，其他的费用比例还是较稳定的。销售费用除了人员费用以外，过去更多是投在商超里，但刚刚也分享过，今年对于商超我们是比较谨慎的，会先考虑投入产出比，所以没有激进地定目标去做。而且今年以发展会员制商超、零食、便利、包括流通渠道为主，大部分是直营所以人员及中间费用也较少，所以费用的投入应该会比较平稳的。

问：公司对于电商渠道的布局及思路？

答：上半年电商渠道增速不是特别好，主要是一些网络头部主播过去给我们实现了部分增长，今年这块会给电商带来一些影响。下半年公司会整理一些高性价比的产品在电商销售，同时观察产品线中是否有大单品潜能的产品，尝试以1-2个单品进行突围。

问：公司商超、零食、流通渠道分别是主打什么规格与价区及产品？

答：零食渠道快速发展，主打性价比比较高的产品。目前商超渠道在转型，主打价格区间随着成本和市场供求状态等情况适时调整，定位平价大众的市场。另外会员制渠道包括高端便利零食这块，产品要求更精、更小资的感觉。流通渠道则与会员制零食渠道有一点接近。我们对每个渠道的产品轮廓跟用户在趋势上面，是有些区分的。会员制渠道的产品在完善中，零食渠道与流通产品渠道目前在快速做一些品类的扩充，包装在做一些调整。所以我们认为高端会员制、流通以及便利店渠道变化比较快，目前处于微调适应这些渠道的产品及规格的情况，KA渠道主要是梳理规格以及补充产品。

问：刚刚提到的十几个零食系统能介绍一下吗？

答：目前零食很忙、戴永红、赵一鸣、零食有鸣、老婆大人等系统，我们都有合作。

问：像会员店、零食渠道等属于直营的之后会在定期报告中区分开吗？

答：公司半年报中的直营模式客户是指公司直供并按账期进行货款、费用结算的传统综合型商超，目前合作的零食专营渠道由于结算方式与经销模式一致，且由于处于起步阶段，量还较小，因而数据披露在经销模式，后期公司将结合业务情况、管理模式与结算模式等因素考虑分类管理。

问：盒马、永辉这类门店的合作情况怎么样？

答：盒马我们已经确定两款产品上架了，永辉目前还是通过经销商在做。

问：公司主要销售模式为先款后货，但看半年报的应收账款数据不是特别好？

答：从半年报来看，应收账款数据属于正常且稳定的水平。公司的经销模式采取先款后货的结算方式，公司的应收账款包括两方面：一是电商平台代销模式形成的应收平台账款，二是商超模式形成的应收商超系统货款。截止6月末公司应收账款余额1271万，较年初降低110万，主要由于年初为公司的相对经营旺季，应收账款相应较高；较上年度同期末增长630万，主要是由于部分商超业务量增长，应收账款相应提升。

问：通过分享的商超推进节奏放缓，后续对于老品的发展规划？

答：公司希望老品得到保持增长，不仅是通过散装专柜，也计划通过一些大规格袋装去实现增量。另外我们还调整一些定制规格来匹配零食渠道以及流通渠道，通过不同的规格实现下沉渠道的落地计划。

问：对花生品类后续的规划与想法？

答：在零食渠道我们正在导入六七款花生产品，也做了一些改变，发挥甘源的特色，找到差异化去做产品导入。最近出的一些混合类产品其中也有花生。同时我们抓住这次渠道的变革，发挥产品品质优势，与一些渠道谈战略

合作，导入不少的品类进去。对于未来花生品类，将继续研发新概念产品，通过差异化去切入。

问：请问公司在与那些会员制商超合作，合作进度如何？

答：目前我们跟 OLE 已经确定合作，定制的包装在准备中，近期产品会在门店上架。另外我们已经确定在盒马上架两款产品，我们也已经跟麦德龙在合作。同时我们希望沃尔玛分出消费较好的门店来合作，上架部分调味坚果（口味性坚果）产品。还有许多传统供应链里相对门店定位较高端的，我们也在积极推进他们一部分门店和我们合作，还有其他的会员制渠道也在沟通中。

问：品牌宣传这方面我们是怎么考虑的？时间周期拉长，我们品牌宣传是不是还是持续聚焦在渠道方面，其他的费用会投得比较谨慎？

答：品牌是每家企业都特别关注的。品牌想要实现突围，通过一些大单品或者一些渠道变革相对来说会好一点。目前来看，我们的大单品还不够明显，所以我们一直在努力研发钻研有机会孵化的产品。短期在没有大单品的情况下，我们还是希望通过一些渠道的动作，把产品的总规模、能见度以及消费者复购率做好，逐渐稳步提升品牌。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 8 月 15 日

附件：

电话会议参与单位名称及人员姓名（按机构名称首字母排序）：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
Nordic Asia Advisory Group	黄荣宗	山西证券股份有限公司	周蓉
安信基金	陈鹏	山西证券股份有限公司	陈振志
安信基金管理有限责任公司	黄燕	上海百济投资管理有限公司	于居洋
安信证券	侯雅楠	上海彩石资产管理有限公司	何红军
安中投资管理有限公司	宋洋	上海大箬资产管理有限公司	姜姗秀美
鞍钢集团资本控股有限公司	张俸久	上海递归资产管理有限公司	陈曦
百川投资	张嘉玫	上海东方证券资产管理有限公司	钱思佳
北京鞍钢投资有限公司	王玉柱	上海丰仓股权投资基金管理有限公司	路永光
北京汇信聚盈私募基金管理有限公司	尹豆豆	上海歌斐资产管理有限公司	陈泽月
北京江亿资本管理有限公司	李相君	上海歌汝私募基金管理有限公司	郝朋哲
北京金百裕投资管理有限公司	孟博	上海聚鸣投资管理有限公司	史书
北京源闾投资基金管理有限公司	王春立	上海雷根资产管理有限公司	边桢霏
北京志开投资管理有限公司	吕斐斐	上海领久私募基金管理有限公司	张帅
本营国际	黄锐	上海名禹资产管理有限公司	刘宝军
博时基金管理有限公司	博时基金	上海明河投资管理有限公司	王蒙
博时基金管理有限公司	宋星琦	上海明河投资管理有限公司	葛天惟
财通证券（自营）	毕晓静	上海磐稳投资管理有限公司	王泽
财通资管	赵雯	上海仁布投资管理有限公司	吴齐
财信证券股份有限公司	蔡凌寒	上海尚近投资管理合伙企业（有限合伙）	赵俊
财信证券有限责任公司	陈诗璐	上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）	张海涛
财信证券有限责任公司	杨苑	上海天猊投资	曹国军
呈瑞投资	毛琳	上海万吨资产管理有限公司	石书昊
大家保险集团有限责任公司	张婧	上海万纳私募基金管理有限公司	杨君弈
大象资产	邬丹妮	上海汐泰投资管理有限公司	冯佳安
淡水泉（北京）投资管理有限公司	高星	上海信托	吴杏
淡泰资本	张珈玮	上海域秀资产管理有限公司	李付玲
德邦证券股份有限公司	董广达	上海煜德投资管理中心（有限合伙）	孙佳丽
德邦资管	刘婧	上海岳海资产管理有限公司	方俊
东北证券股份有限公司	王铄	上海兆天投资管理有限公司	蔡仁飞

东北证券股份有限公司	张楚君	上海重阳投资管理股份有限公司	谭伟
东北证券股份有限公司	阚磊	上海追云资产管理有限公司	沈缤
东方证券（自营）	邢恺	上海准锦投资管理有限公司	程乙峰
东兴证券股份有限公司	王洁婷	上投摩根基金管理有限公司	刘健
东兴证券股份有限公司	孟斯硕	申万宏源证券有限公司	熊智超
东亚前海证券有限责任公司	崔晓雯	申万宏源资管	裴慧宇
东亚前海证券有限责任公司	汪玲	申万菱信基金管理有限公司	王昱
东证资管	吴越	深圳创富兆业金融管理	刘政科
敦和资产管理有限公司	吴极	深圳固禾私募证券基金管理有限公司	文雅
方正证券股份有限公司	童杰	深圳固禾私募证券基金管理有限公司	孙明芳
沅京资本管理（北京）有限公司	汤晨晨	深圳华强鼎信投资有限公司	陶姿岑
沅沛投资	李爽	深圳佳岳投资管理有限公司	薄琳琳
蜂巢基金	王映雪	深圳金泊投资管理有限公司	陈佳琦
福建泽源资产管理有限公司	林子浙	深圳民森投资有限公司	刘倩
福州樟树私募基金管理有限公司	阮开森	深圳奇盛基金管理有限公司	谌红梅
富恩德资产	王一凡	深圳山石基金	林嘉雯
富国基金管理有限公司	徐哲琪	深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司	汪亚
富国基金管理有限公司	方辰左	深圳市尚诚资产管理有限责任公司	黄向前
富海银涛资产管理股份有限公司	徐明骏	深圳市尚城资产有限责任公司	杜新正
观富资产	唐天	深圳悟空投资管理有限公司	杨蕊菁
光大保德信基金管理有限公司	王凯	深圳昭图投资管理有限公司	林钰雄
光大保德信基金管理有限公司	陈卓钰	神农投资	赵晚嘉
光大证券	叶倩瑜	沈阳恒睿投资管理有限公司	王强
光大证券	苏晓珺	首创证券股份有限公司	杨杰东
光大证券股份有限公司	董博文	首域投资管理（英国）有限公司	唐甜依
光大资管	房俊	太平洋基金管理有限公司	史彦刚
广发基金管理有限公司	陈樱子	太平洋证券	李鑫鑫
广发证券股份有限公司	陈涛	太平洋资产管理有限责任公司	李卓
广银理财	郑少轩	太平资产	孙宛
广州市罗汉松投资管理有限公司	阳凤娟	泰信基金	戴隽
国海证券股份有限公司	秦一方	泰信基金管理有限公司	黄潜轶
国海证券股份有限公司	刘洁铭	天风证券股份有限公司	董懿夫
国海证券股份有限公司	王尧	天风证券股份有限公司	王泽华

国华兴益保险资管	韩冬伟	天风证券股份有限公司	朱琳
国金证券	伍兆丰	同犇投资	刘慧萍
国金证券股份有限公司	李茵琦	外贸信托	李思
国联创新投资有限公司	徐艺	万和证券股份有限公司	范慧华
国融自营	赵小小	万和证券股份有限公司	陈薪宇
国寿养老	于蕾	万家基金管理有限公司	王琴
国信证券股份有限公司	胡瑞阳	温州嘉越投资管理有限公司	吴悦风
国元证券股份有限公司	沈彻	西部证券股份有限公司	黄欣培
国元证券股份有限公司	林煊强	西藏源乘投资管理有限公司	邬安沙
国元证券股份有限公司	袁帆	新韩资产	黄炜
国元证券股份有限公司	邓晖	新华基金管理股份有限公司	赵楠
海富通基金	邓莹	新华资产	杨思思
瀚亚投资管理（上海）有限公司	黄海晨	鑫元基金管理有限公司	姚启璠
杭州米游健康科技集团有限公司	吴可军	信达澳银基金管理有限公司	何思璇
杭州优益增投资管理有限公司	刘敏	信达证券	程丽丽
和谕基金	钟思雨	信达证券	马铮
恒越基金	宋佳龄	信达证券	曹亦兴
弘毅远方基金管理有限公司	王兴伟	信泰人寿	云昀
湖北高远私募基金管理有限公司	郑凯	星泰投资	陈婷婷
华宝基金管理有限公司	黄超杰	兴业国际信托有限公司	吴之龙
华宝基金管理有限公司	吴心怡	兴业证券股份有限公司	汪润
华创资管	丁天	兴银基金管理有限责任公司	乔华国
华美国际投资集团	齐全	亚太财产保险有限公司	董丽蒙
华能贵诚信托有限公司	戴小西	野村东方国际证券有限公司	陈熠
华商基金管理有限公司	常宁	易米基金管理有限公司	刘泽晨
华泰柏瑞基金管理有限公司	王欣然	永赢基金	胡慧
华泰保险集团股份有限公司	朱旭光	友邦保险	姬雨楠
华泰证券	俞慕寒	誉辉资本	李丹樨
华泰证券资管	冯潇	源乘投资	李婷婷
华西证券股份有限公司	卢周伟	长城基金	余欢
华鑫证券有限责任公司	皇甫琳霏	长江养老保险股份有限公司	李卉
汇丰晋信基金管理有限公司	范坤祥	长江证券股份有限公司	陈硕昉
汇添富基金管理股份有限公司	胡昕炜	长信基金	刘亮
嘉实基金管理有限公司	张展志	长信基金管理有限责任公司	祝昱丰
嘉实基金管理有限公司	刘岚	招商证券资产管理有限公司	孙妤

嘉实基金管理有限公司	谢泽林	肇万资产	于莎
建信保险资产管理有限公司	严迪超	浙江财通资本投资有限公司	邹沙龙
交银施罗德基金管理有限公司	张程	浙江翼升资产管理有限公司	邹冰洁
金鹰基金管理有限公司	李敏晗	浙商证券股份有限公司	杜宛泽
金鹰基金管理有限公司	蒲启迪	正心谷创新资本	李安宁
金鹰基金管理有限公司	朱丹	中庚基金	王郁冰
九泰基金管理有限公司	秦庆	中庚基金管理有限公司	熊正寰
九泰基金管理有限公司	周阳皓翔	中国国际金融股份有限公司	曹筱
九泰基金管理有限公司	邓茂	中国国际金融股份有限公司	沈旻
君和资本	闫志青	中国人寿资产管理有限公司	刘炜
开源证券股份有限公司	陈钟山	中国银河证券股份有限公司	李进
蘭馨亞洲投資香港有限公司（投資）	Edith Chen	中国银河证券股份有限公司	刘光意
民生加银基金管理有限公司	王晓岩	中金公司	武雨欣
民生证券股份有限公司	王玲瑶	中科沃土基金	游彤煦
摩根士丹利华鑫基金	苏香	中欧基金	冯允鹏
南方基金	张延闽	中泰证券股份有限公司	罗嶝影
诺安基金	曾广坤	中泰证券研究所	晏诗雨
诺德基金	王海亮	中信建投证券股份有限公司	余璇
诺德基金管理有限公司	姜禄彦	中信建投证券股份有限公司	牛广宇
磐厚动量资本管理有限公司	张云	中信建投证券股份有限公司	陈语匆
鹏华基金	张华恩	中信聚信（北京）资本管理有限公司	郭冠宁
鹏扬基金	吴西燕	中信证券	汤学章
平安证券股份有限公司	王萌	中信资管	陈金璐
浦银安盛	李俐璇	中银三星人寿	刘柏彤
前海再保险股份有限公司	陈泓君	中银证券	胡晓航
趣时资产	刘志超	中英人寿保险有限公司	袁野
锐意资本	刘思远	中邮基金	綦征
瑞信证券（中国）有限公司	苏洛辉	众安在线财产保险股份有限公司	孙毓晨
厦门坤易投资管理有限公司	郑婷	重阳投资	李立源
厦门坤易投资管理有限公司	陈彦羽	珠海横琴长乐汇资本管理有限公司	陈方园
厦门益亨投资管理有限责任公司	卢永涛	珠江投资	王鸿怡
山西证券股份有限公司	和芳芳	铸山股权投资基金管理上海股份有限公司	周波