

证券代码：688088

证券简称：虹软科技

虹软科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 一对一沟通 <input checked="" type="checkbox"/> 其他——电话会议——
参与单位名称及人员姓名	共 106 家机构，共 129 人（详见附件《与会人员清单》）
时间	2024 年 04 月 19 日
地点	2024 年 04 月 19 日：电话会议
公司接待人员姓名	董事长、总经理（首席执行官） Hui Deng（邓晖）先生 董事、高级副总裁兼首席营销官 徐 坚先生 董事会秘书 蒿惠美女士 财务总监 韦 凯女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一部分：2023 年年度、2024 年第一季度公司主要财务数据及基本情况</p> <p>（一）公司 2023 年年度、2024 年第一季度主要财务数据</p> <p>虹软科技 2023 年年度营业收入 6.70 亿元，同比上升 26.07%；归母净利润 8,848.77 万元，同比上升 53.03%；归母扣非净利润 6,806.94 万元，同比上升 898.87%。</p> <p>主要原因是：(1) 公司移动智能终端业务本期实现收入 5.81 亿元，较上年同期增长 22.82%；公司智能驾驶及其他 IoT 智能设备业务本期实现收入 7,429.40 万元，同比增长 67.26%。(2) 公司本期利用闲置资金进行现金管理取得的银行理财收益和利息收入为 5,619.42 万元，同比增长 167.06%；此外，公司上期终止实施 2020 年限制性股票激励计划，相应冲回了股份支付费用。</p> <p>2024 年第一季度营业收入 1.84 亿元，同比上升 13.93%；归母净利润 3,416.53 万元，同比上升 21.21%；归母扣非净利润 3,028.46 万元，同比上升 23.91%。</p> <p>其中，移动智能终端业务实现收入 1.61 亿元，同比增长 8.91%；智能驾驶及其他 IoT 智能设备业务实现收入 2,059.37 万元，同比增长 84.37%。</p> <p>（二）公司 2023 年度分红情况</p> <p>公司 2023 年年度利润分配预案：拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣减公司回购专用证券账户中的股份为基数进行利润分配，每 10 股派发现金</p>

红利 2.20 元（含税），公司不进行资本公积金转增股本，不送红股。

截至 2024 年 4 月 18 日，公司总股本 406,000,000 股，回购专用证券账户中股份总数为 5,268,600 股，以此计算合计拟派发现金红利约 8,816 万元（含税），占公司 2023 年度归属于上市公司股东净利润的 99.63%。

（三）2023 年度研发人员情况

公司根据业务需求完善人才梯队结构比例，加大了对相关人才的招聘力度。2023 年，公司按计划录用重点院校优秀应届毕业生到岗，及时补充人才储备；同时引进了智能汽车、智能手机、AIGC 等领域重点岗位业务“熟手”人才。报告期末，公司员工总数 900 人，其中研发人员占比 62.89%，同比增长 14.8%，既满足了迅速扩张的业务和项目需求，也为强化团队的项目落地和交付能力提供有力支撑。

（四）2023 年度研发费用情况

2023 年公司研发费用 3.63 亿元，同比增长 25.99%，目前研发费用尚未资本化。

第二部分：公司各项业务的进展情况

（一）移动智能终端业务

1) 手机业务创新产品进展：公司于 2022 年打造并推出了“智能超域融合”创新产品系列，为行业带来了开创性的全链路超域解决方案。与传统的硬件升级模式不同，“智能超域融合”技术聚焦于软件层面的优化和处理，通过利用公司高并发异构计算框架构建了“软件 ISP”平台，在此基础上实现对图像的智能处理。

报告期内，针对消费者普遍关注的画质、人像、影调、抓拍、色彩五大需求，公司提炼整合出升级的“智能超域融合”架构；同时，公司加速产品化落地，在原有夜景、HDR、超分产品应用的基础上，扩展应用至运动抓拍、人像抓拍、长焦超清、高分辨率超分等视觉解决方案，此产品系列正赢得更多客户的青睐与认可。

2) XR 产品技术的进展：公司从标定、感知、交互和视觉呈现四个维度，构建了一套完整的虹软空间计算技术体系。报告期内，公司持续优化基础技术指标，并将大部分核心技术嵌入到了 OpenXR 框架中，为客户和开发者提供丰富、灵活且易于整合的产品组合。

①SLAM 解决方案：针对头显 SLAM 和手柄 SLAM，公司提升了定位和跟踪精度，为用户在虚拟现实和混合现实环境中提供更准确、稳定的体验。

② 视频透视（VST）解决方案：算法上，公司将整个流程的时延优化到了业界领先水平，使得人眼通过头显观测到的动作和实际的动作时延大幅缩短，进一步提升了佩戴者的临场感体验。

③XR 头显手眼联合交互技术：公司重点实现并改善了该技术的融合性，融合手势交互技术和眼动追踪技术通过分析手部、眼部的运动轨迹及其关系，实现手眼协调的交互操作，给用户提供了更自然和直观的交互方式。

（二）智能汽车业务

VisDrive®一站式车载视觉软件解决方案业务进展：报告期内，公司客户数量、合作深度继续拓展，陆续获得多家车企及 Tier 1 定点。2023 年 1 月以来，新增与长安新能源、长城、睿蓝、极氪、吉利、合众、长安、岚图、奇瑞、北汽新能源、一汽红旗等车厂在内的多个前装量产定点项目，舱内、外算法产品

搭载量持续提升。

量产出货车型累计已有几十款，分别搭载了公司 DMS、OMS、Face ID、TOF 手势、舱外体态识别拍照、健康监测、AVM、智能尾门、哨兵监测等算法。随着定点产品量产交付，项目生命周期内对公司业绩产生积极影响。

其中，商用车出货情况：在软件产品上，公司提供的 DMS、预警 ADAS、BSD、AVM 等一系列的软件算法解决方案，在报告期内已经有出货。

海外车型定点项目情况：迄今已累计取得了二十余款海外车型定点，已有十余款量产出货，覆盖欧盟、英国、挪威、以色列、澳大利亚、新西兰等地区。随着国内自主品牌主机厂商的量产车型持续出海，依托公司在合规能力上的竞争优势，公司在出海车载量产业务上也会持续提升。

在舱外算法产品逐步交付情况上，具备 3D 能力的 AVM 自推出以来累计获得了几十款车型的定点，并有近二十款实现量产，基于 AVM 摄像头的扩增产品如智能尾门、视觉的哨兵监测也已完成 OEM 客户的定点导入并实现量产。此外，具备红外夜视能力的 ADAS 产品也成功完成定点导入。

在 VisDrive® 一站式车载视觉软件解决方案技术迭代上，公司将在主流的方案平台更新迭代（如高通），把视觉融合的自动泊车（APA）、记忆泊车（HPA）等泊车辅助功能迁移到座舱中，实现舱泊一体的完整解决方案，并进一步将 ADAS 和泊车辅助功能（APA、HPA）整合为中高端芯片平台的一体化行泊视觉解决方案。

（三）AIGC 相关产品进展

1) AIGC 能力架构升级：报告期内，公司通过扩充算力中心、升级 ArcMuse 计算引擎、引入研发、市场和销售端人才等举措，持续完善 AIGC 能力架构。除了在 2023 年推出 AIGC 相关新技术和新产品，实现在移动智能终端和智能商业拍摄领域的实践落地外，AIGC 技术也正在赋能公司智能汽车业务研发测试等环节，将加速公司舱外产品的落地和迭代进程。

2) AIGC 智能商拍产品：公司利用基于多年积累的包含有效语义的大量样本，以及丰富的面向商拍应用的新样本集，融合虹软视觉大模型、视觉小模型、CV&CG 技术以及计算摄影技术，为智能商拍构建了一套专有的计算技术引擎 ArcMuse。

报告期内，公司不断优化 ArcMuse，迭代视觉大模型，同时优化基于边缘检测、人体几何、深度恢复和智能分割等核心引擎的条件视觉小模型，对于用户输入的各类真人图、人台图或者商品图，均可高质量生成服装模特展示图和商品展示图。此外，还新增了一系列 AI 编辑功能，包括画质增强、智能美化、魔法擦除、智能补光、随心变形等丰富的 AI 编辑工具。2023 年第四季度在 PhotoStudio® AI 服装版中正式推出了衣服图功能，仅需一张长袖或者短袖衣服平铺图，即可智能生成服装模特展示图。

第三部分：公司 2024 年的业务规划

1、移动智能终端业务：公司将进一步巩固在移动智能终端市场的领先地位，提高市场竞争力，并持续满足客户不断变化的需求。2023 年，公司在独创的“智能超域融合”技术相关产品的落地项目中取得了显著成果，并受到了客户的高度认可，目前“智能超域融合”产品正在向中低端机型扩展。

2024 年，公司将加速“智能超域融合”技术和产品的推广，除继续在各客户旗舰机型平台应用外，还将在更多高端机型以及中低端机型上落地应用，在

满足客户差异化需求的同时拓展产品覆盖范围。2024年，公司还将重点投入“智能超域融合”技术在人像、长焦等场景相关的影像解决方案，致力于提供更加个性化和多样化的产品选择。除了在图像方面的技术投入，公司还会着眼于视频领域，计划将“智能超域融合”图像处理技术延伸至视频应用，继续丰富公司的视觉解决方案产品线。

2、汽车业务方面：公司坚持贯彻执行“先舱内、后舱外”“先国内、后国外”的战略，实现了舱内纯软件算法在国内汽车市场份额不断攀升的良好成绩。随着定点和量产规模的不断增长，客户对公司的认可度也逐年升高，智能汽车业务呈现厚积薄发的态势。

2024年，除了进一步挖掘国内市场，丰富智能座舱车载视觉解决方案，公司将加大“海外”与“舱外”的战略布局。“海外”的目标有两点，一是积极助力厂商加速出海拓展市场需求，产品满足海外各类国际化安全标准，二是将公司车载视觉解决方案更多地直接向海外厂商拓展。“舱外”是加速舱外车载解决方案在研项目的落地，为行业深度打磨出高性价比的行泊、舱泊一体解决方案。

VisDrive®一站式车载视觉软件解决方案方面，2024年，公司将继续深耕座舱市场客户，拓宽车型覆盖，持续提升市场占有率；VisDrive®升级版还将在2024年上半年重点推出基于智能SoC的舱泊一体解决方案。公司将继续以项目驱动产品落地，以产品驱动市场，在2024年积极拓展更多客户。

舱内软硬一体车载视觉解决方案方面（Tahoe），2024年，在完成几款海外车厂车型量产项目开发的基础上，继续开拓海外新定点项目，并继续积极拓展以欧洲和亚太地区为重点的国际市场业务，帮助国内外客户更快地满足海外法规和行业标准的需求。

舱外高级辅助驾驶软硬件一体车载视觉解决方案方面（Westlake），2024年上半年，深入开发了无高精度地图和极轻地图的NOA、记忆行车、记忆泊车等功能，同时还将展开市场推广工作。

3、XR、AIGC等技术和产品：

在XR领域，空间计算技术不仅为下一代移动平台，尤其是XR智能终端的发展提供有力支持，还在空间感知、视觉呈现、人机交互以及数字内容方面实现了突破，为用户带来更加沉浸式的体验。公司已构建了一套完整的空间计算技术体系，随着移动智能终端的普及和XR技术的演进，未来，公司将进一步挖掘空间计算技术的潜力，推动AR和VR等扩展现实技术的融合与创新，以满足用户对更加沉浸式、智能化数字体验的需求。

2024年，公司将发力AIGC商拍视频生成，基于用户输入的商品图片或者模特图片，捕捉商品的细节特征、质感、色彩等方面的精确信息，生成更能展示商品真实面貌的动态商拍视频；同时，公司会不断更新和迭代PhotoStudio® AI智能商拍云工作室服装版和商品版产品功能，拓展衣服图支持的产品类别。

公司预计2024年推出PhotoStudio® AI个人终端应用，继续探索把虹软AI技术带到更多的智能设备领域和应用场景，助力更多“视觉人工智能+X”产业的发展。

第四部分：提问与回答环节

Q1:公司2023年整体的现金流、利润较2022年有比较好的增长，所以在今年的环境下，公司对市场结合公司业务的判断是相对偏乐观，还是相对稳健？

A:目前看,公司所处行业与自身业务结合,预计今年整体的经营情况会比较乐观。公司今年为手机业务团队与智能汽车团队拟定了相应的成长目标,从目前第一季度的完成程度来看,符合第一季度目标。

公司研发团队对产品的研发始终保持积极进取的状态,但是在经营层面,公司认为保持稳健经营,管理好公司的长期成长,才是比较健康的状态。

Q2:公司商拍 APP 上线的进度是怎样?

A:公司面向 C 端的 APP 产品,目前在打磨与上线筹备中,待公司 AI 大模型备案审批完成,公司会择机上线。

Q3:公司 2023 年现金流大概是 2.5 亿左右,现金流主要来自于哪里? 2024 年第一季度现金流与去年比有所下降,原因是什么?

A:公司 2023 年经营活动产生的现金流量净额 2.56 亿元,同比增长幅度较大;2024 年第一季度经营活动产生的现金流量净额为-1,655.42 万元,主要原因是 2023 年下半年,有部分客户为加强与合作深度,加速了项目款项支付的进度并于 2023 年内支付,这也体现了客户对公司的认可。

Q4:公司手机端很多的客户现在已经推出自己的 AI 手机产品,公司在这个过程中能够给手机提供怎样额外的服务,公司怎么判断后续的业务空间?

A:AIGC 大模型是 AI 发展的趋势,手机作为世界上覆盖最广的移动终端设备,势必会跟上 AI 浪潮。就 AI 功能而言,目前手机上的 AI 应用更多的是以交互、语音以及提高生产效率类应用为主,但未来智能手机上会衍生大模型应用。然而大模型天然存在对算力和耗时的高要求,所以 AI 手机会把大算力、耗时较长的功能都放到相册里,我司的视觉算法在这块也会有一些衍生技术产品,会在传统相机上引入大模型的技术或者拓展公司自己的应用,来帮助与大模型相关的视觉算法在相册上落地,这是公司未来的机会之一。

Q5:公司 2023 年智能驾驶及其他 IoT 收入增速高,收入中多少是来自于舱内产品? 现在舱外软硬一体产品的进展是怎样的?

A:2023 年公司智能驾驶及其他 IoT 业务的收入主要来自于 VisDrive®一站式车载视觉舱内软件产品,舱外软件产品收入相对较少。

公司舱外软硬件一体产品(“Westlake”)产品化进程加速。完成了单颗 SoC 行泊车功能一体的产品化开发目标。①行车方面,AEB 等安全类的功能根据区域性法规和行业标准需求进行了迭代;ACC、LCC、ILC 等舒适类的功能在复杂场景中的性能表现得到进一步优化;L2+类的功能高速领航辅助已完成开发部署,并在实车测试中表现出色。以上功能均通过了阶段性里程累计测试,行车类功能性能显著提升,视觉感知算法达到准量产水平。②泊车方面,基础的垂直、水平、斜列车位泊车功能持续提升,同时机械车位泊车功能通过全新的感知及规控算法得以实现。

Q6:公司商拍/AI 产品与各大电商平台方面合作的进展怎样? 商拍 C 端产品后续主要会上哪些功能,是采取怎么样的收费模式?

A:公司商拍产品和电商的合作正在有序的推进之中,如有最新的进展公司会及时同步告知大家。公司计划 2024 年推出 To C 的 APP 产品,该产品用于给消费者与商家试穿衣服及商品展示的功能。在这个产品上,我们认为累积更多的用户是我们的第一步。

Q7:公司能不能拆分车端前装软件收入占比? 公司怎么展望 2024 年的单车价值量?

A:2023 年公司智能汽车业务的收入主要来自于 VisDrive®一站式车载视觉软件解决方案产品。VisDrive®一站式车载视觉软件解决方案产品目前共有十来个模块，从单一模块到全部模块打包的 license 售价为几十元到两百元区间。

Q8:公司智能驾驶软硬一体舱内、外产品以及海外市场量产出货的情况怎样?

A:2023 年，公司面向舱内的前装软硬一体车载视觉解决方案 Tahoe 系列产品获得多家国内外主机厂的合作项目，在帮助主机厂满足国内外 DMS 法规要求的主动安全功能同时，还可搭载公司的智能座舱软件，在舱内智能互动及舒适性功能方面为主机厂提供可快速量产的可行选择。目前，Tahoe 系列产品已经获得数家海外车厂多款车型的全球量产项目定点。

面向舱外的前装软硬件一体车载视觉解决方案 Westlake 产品化进程加速，通过精益化软件架构设计与开发集成，达成了单颗 SoC 行泊车功能一体的产品化开发目标。①行车方面，AEB 等安全类的功能根据区域性法规和行业标准需求进行了迭代；ACC、LCC、ILC 等舒适类的功能在复杂场景中的性能表现得到进一步优化；L2+类的功能高速领航辅助已完成开发部署，并在实车测试中表现出色。以上功能均通过了阶段性里程累计测试，行车类功能性能显著提升，视觉感知算法达到准量产水平。②泊车方面，基础的垂直、水平、斜列车位泊车功能持续提升，同时机械车位泊车功能通过全新的感知及规控算法得以实现。

Q9:公司 2023 年智能驾驶业务增长主要是来自于汽车销量的增长，那公司营收体现没有协同销量的原因是什么?

A:公司智能驾驶解决方案，从业务端来看，分别搭载了公司 DMS、OMS、Face ID、TOF 手势、舱外体态识别拍照、360°环视视觉子系统、智能后备箱（智能尾门）等舱内外算法的量产出货车型已有数十款。从财务端来看，2023 年，公司智能驾驶及其他 IoT 智能设备视觉解决方案实现营业收入 7,429.40 万元，较上年同期增长 67.26%。

公司智能汽车项目大致结算周期在 2-3 年，目前已量产出货的算法大部分为以 DMS 为代表的舱内算法，在国内 DMS 还没有成为法规项的背景下，当主机厂商有成本压力时，舱内产品就成为降本增效的首要对象，使得原计划标配的智能化产品，因降本转变为选配，所以公司还需要与客户核对实际装载数量，最终对收入的影响还取决于与客户核对装载数量情况、结算周期等综合因素。故此，目前智能汽车相关收入与汽车年产销量没有直接协同。

Q10:在商拍产品上公司训练的数据是怎样的数据？未来收入体量有预期吗？

A:公司是计算机视觉算法研发自主创新的视觉人工智能企业，在行业内发展已近 30 年，本身在人像、物体、环境等各个视觉领域都有非常丰富的数据基础，且公司的 AIGC 视觉模型也有几十亿的参数。商拍的市场空间很大，但目前更重要的是产品的市场培育。

Q11:公司智能汽车产品在海外已经出货了是吗？

A:2023 年公司助力车企开拓国际市场，迄今累计取得了二十余款海外车型定点项目，其中已有十余款量产出货，覆盖欧盟、英国、挪威、以色列、澳大利亚、新西兰等地区。随着国内自主品牌主机厂商的量产车型持续出海，依托公司在合规能力上的竞争优势，公司在出海的车载量产业务上也会继续提升。

Q12:公司智能汽车业务增长主要是靠哪方面？

	<p>A:2023年，公司VisDrive®一站式车载视觉软件解决方案客户数量、合作深度继续拓展，陆续获得多家车企及Tier 1定点。2023年1月以来，新增与长安新能源、长城、睿蓝、极氪、吉利、合众、长安、岚图、奇瑞、北汽新能源、一汽红旗等车厂在内的多个前装量产定点项目。分别搭载了公司DMS、OMS、Face ID、TOF手势、舱外体态识别拍照、健康监测、AVM、智能尾门、哨兵监测等算法的量产出货车型累计已有数十款。随着定点产品量产交付，项目生命周期内对公司业绩产生积极影响。</p> <p>Q13:商拍产品的视频功能是比较消耗算力的，会给公司研发造成成本上的压力吗？</p> <p>A:商拍视频生成消耗的算力目前在公司整体成本的可控范围内。对于商拍产品，公司目前的首要目标是在市场占有率与市场定位上，基于此才能回过头来更好地细化成本问题。</p> <p>Q14:现在做商拍的公司很多，效果各有不同，但是总体来说差异没有达到特别大的程度，在国内其实也会出现很多商户薅羊毛的情况，那国内用户会不会有相当长的时间没有付费意愿？不愿意付费的原因会不会是因为技术没有达到用户满意的效果？</p> <p>A:关于商拍产品在前期的推广投入中让利给客户的情况（如：“薅羊毛”现象）属正常商业推广范畴。公司在产品和业务上需要保持一定的开拓性，但是在经营上要保持稳健，从这个角度来说，公司在技术或是产品上要具有创新性和进取性，但是经营上要坚持创新的同时不过分铺张。所以，公司会在力争产品差异化的同时控制成本，未来具备差异化的好产品将是使用户持续付费的动力。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年04月19日

附件：《与会人员名单》

公司名称	姓名
中泰证券	刘一哲、何柄谕
华创证券	胡昕安
财通证券	王妍丹
国联证券	黄楷
华泰证券	郭雅丽
申万宏源证券	洪依真、陈晴华
北大方正人寿保险	付丹婷
泰信基金	董季周
方正证券	景柄维
长城证券	金瑞
上海人寿保险	刘俊

广东润达私募基金	赵维卿
野村东方国际证券	徐也清
广东天贝合资产	黄少波、黄达
东北证券	黄净、吴雨萌
东方证券	覃俊宁
华福证券	李杨玲、丁伟卓
富瑞金融集团	馬牧野、趙欣欣
华安证券	来祚豪、李雅鑫、傅晓焯
湖南万泰华瑞投资	司岩
个人投资者	慕容复
郑州云杉投资	李晟
国金证券	王倩雯、李忠宇
华西证券	柳珺廷、马军
UG Investment	陳冬龍
西南证券	邓文鑫
山西证券	吴桐、孙悦文
上海骐邦投资	高自扬
海通证券	杨林、杨蒙
郑州市鑫宇投资	王宇英
碧云资本	柯伟
招商证券	秦勉
东吴证券	晋晨曦
JK Capital	邱雨菲
广东正圆私募基金	熊小铭
鸿运私募基金管理(海南)	张丽青
上海世诚投资	陈之璩
美银证券	庄亚林
宁波梅山保税港区灏浚投资	柯海平
上海弥远投资	许鹏飞
中金公司	于钟海、李诗雯、李澄宁、孔杨
高盛(亚洲)	宋婷
东兴基金	张胡学、周昊
上海彤泰私募基金	郝圣淳、曹剑飞
国海证券	钟依浓
国泰君安证券	黄行辉、钟明翰、陈剑鑫
精砚私募基金管理(广东)	钟沁昇
远信(珠海)私募基金	程治

德邦证券	陈涵泊、王鑫旸
国盛证券	陈泽青
中意资产	臧怡
中国银河证券	邹文倩
施罗德投资(香港)	楊森、潘加翹
珠海德若私募基金	罗采奕
伟星资产(上海)	杨克华
诺安基金	王晴
长江证券	郭敬超
嘉合基金	王欣艳
张家港高竹私募基金	李心宇
国元证券	耿军军
纳弗斯信息科技(上海)	李怀斌
湘财证券	王文瑞
金股证券投资咨询	曹志平
深圳市尚诚资产	黄向前
兴业证券	陈鑫
北京高信百诺投资	王亮
明世伙伴基金(珠海)	付梦晨
花旗环球金融	曾俊栢
江西彼得明奇私募基金	林蔚先
汉能投资集团	王梦源
浙商证券	张致远、王鹏、叶光亮
世纪证券	范俊雄
新华资产	陈朝阳
誉辉资本(北京)	郝彪
中邮人寿保险	朱战宇
天风证券	刘鉴
广州瑞民私募证券投资基金	黄鹏
浙江浙商证券资产	赵媛
世亨(山东)私募投资基金	马家保
东方阿尔法基金	潘登
统一证券投资信托	郑宗杰
上海元昊投资	王怡凡
上海云门投资	俞忠华
上海牧鑫私募基金	汪晨曦
民生证券	刘雄

工银瑞信基金	张新磊
富国基金	蒲梦洁
Jefferies Financial	Annie Ping
浙江沃金投资	王剑敏
上海展向资产	袁绍
青岛朋元资产	秦健丽
上海翰潭投资	刘瑜
中国民生银行	杨桐
招商信诺资产	林威宇
百年保险资产	许娟娟
上海庐雍资产	彭永锋
联创投资集团	甄成
中航信托	戴佳敏
中银国际证券	杨思睿
华泰资产	蒋领
创金合信基金	郭镇岳
上海极灏私募基金	王照峰
上海南土资产	吴刚
深圳市红石榴投资	何英
IGWT Investment	廖克铭
亚太财产保险	程永宾

注：以上排名不分先后。