



AHAM Aiiman Global Multi Thematic Fund

(formerly known as Affin Hwang Aiiman Global Multi Thematic Fund)

一档旨在通过在中长期内投资于符合伊斯兰教法的股票，以为投资者提供资本增值的基金。

基金组别
股票(符合伊斯兰教法)

基金类型
成长

基准指数
道琼斯伊斯兰市场世界指数

基本货币
美元

推介日期 / 初期发售价
2021年8月12日 / 美元0.50(美元)
2021年8月12日 / 马币0.50(马币对冲)
2021年8月12日 / 新币0.50(新币对冲)
2021年8月12日 / 澳币0.50(澳币对冲)

财政年度
7月31日

销售
现金

初期销售费
最高为每单位净资产值的5.50%

年度管理费
每年最高1.80%

认赎费
不适用

表现费
不适用

最低投资额 / 额外投资额*
美元100 / 美元100(美元)

马币100 / 马币100(马币对冲)
新币100 / 新币100(新币对冲)
澳币100 / 澳币100(澳币对冲)

截至2023年10月31日基金资产值 / 单位资产净值

美元2.2百万 / 美元0.4073(美元)
马币232.5百万 / 马币0.3970(马币对冲)
新币0.9075百万 / 新币0.3975(新币对冲)
澳币0.9225百万 / 澳币0.3889(澳币对冲)

表现指标图截至2023年10月31日*



2021年8月至2023年10月 净资产值 - 净资产值价格和假设收入再投资到基金, 其总投资是以美元为基础。基金价格和收益(视情形而定)随时波动 过去表现不应视为未来表现的准则。
来源:晨星星

表现指标列表截至2023年10月31日*

总回报(%)	1月	1年	3年	成立至今
基金(美元)	-1.8	14.1	-	-18.5
基准指数(美元)	-3.2	11.8	-	-16.4
基金(马币对冲)	-2.0	10.6	-	-20.6
基金(新币对冲)	-1.9	12.0	-	-20.5
基金(澳币对冲)	-2.0	10.7	-	-22.2

年度回报(%)	1年	3年	5年	成立至今
基金(美元)	14.1	-	-	-9.0
基准指数(美元)	11.8	-	-	-7.9
基金(马币对冲)	10.6	-	-	-10.1
基金(新币对冲)	12.0	-	-	-10.1
基金(澳币对冲)	10.7	-	-	-11.0

历年回报(%)	年初至今	2022	2021	2020
基金(美元)	10.4	-26.3	-	-
基准指数(美元)	9.3	-25.1	-	-
基金(马币对冲)	7.9	-26.8	-	-
基金(新币对冲)	8.7	-27.2	-	-
基金(澳币对冲)	7.9	-28.6	-	-

来源:晨星星

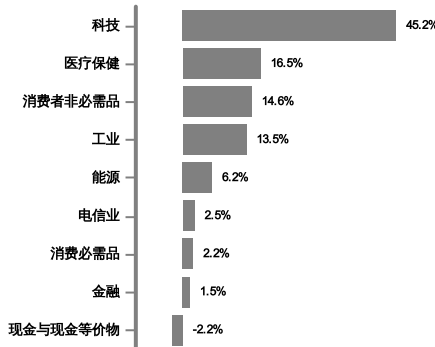
基金十大持股截至2023年10月31日*

股票	%
Microsoft Corporation	6.7
Alphabet Inc	5.8
Apple Inc.	3.6
Eli Lilly & Co	3.6
Novo Nordisk A/S	3.6
Visa Inc	3.6
Taiwan Semiconductor Manufac	2.9
Amazon.com Inc	2.8
Merck & Co. Inc	2.8
ConocoPhillips	2.6

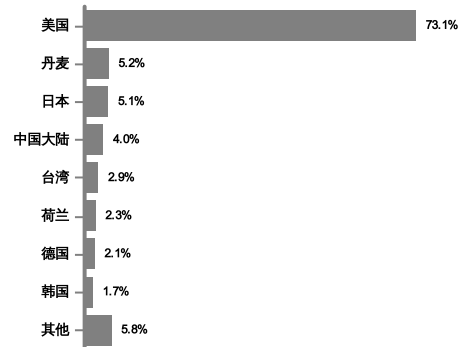
收入分配纪录

收入分配政策: 本基金将依据收益所得分配收入
偶尔: 美元, 新币对冲, 澳币对冲, 马币对冲

行业分布截至2023年10月31日*



地区分布截至2023年10月31日*



* 以上所显示为本基金的数据, 并且是其截至 2023年10月31日的净资产值之部分。所有数据每日会有频繁波动, 而经四舍五入后的百分比总计未必达100%。

在投资除马币以外的货币类别和/或马币对冲类别, 投资者必须在任何一间金融机构拥有外汇银行账户, 因所有外汇相关交易只可通过电汇转账。

投资者需注意, 当发行额外单位或分配收入, 每单位的净资产值将从附有收入分配减少至收入分配除权。收入率是根据总收入/收入分配后的净资产值计算。

基金的说明书和产品要点介绍(简称PHS)可在AHAM Asset Management Berhad销售处或官网www.aham.com.my索取。在投资前, 投资者应该详阅和了解基金的说明书及相关产品要点介绍的内容。投资本基金将需支付费用和收费。投资者受促在投资前仔细考虑及对比收费和其中风险。投资者应自行评估投资风险, 并在必要时寻求专业咨询。单位的价格和派息额(若有)可能会下跌或上涨, 同时基金以往表现并不能充当其未来表现的指标。马来西亚证券监督委员会不曾审核此营销/促销资料, 故不对本营销/促销资料的内容负责, 并明确声明不承担任何由此营销/促销资料引起的所有事故。若中英版本出现歧义或内容不一致之处, 一概以英文版为准。