

亞洲消費支出 一個持續的投資主題

■ 消費增長不受影響 是未來投資重點

亞洲（不含日本）是個融合了堅實基本面與高消費能力人口的地區，「由內需驅動經濟成長」的模式，較不依賴已開發世界國家。區內的私人消費預計將於2030年前達32兆美元，佔全球消費43%[#]。（[#]資料來源：Asian Development Bank, 2010.8月）

■ 亞洲企業也能打造品牌

全球性品牌在亞洲佈局有限，而亞洲不斷擴大的消費市場足以讓本土公司，建立強大平台。掌握亞洲本土企業等於提早投資在等同於蘋果，Google，可口可樂，星巴克，雀巢，LVMH，Walmart，BMW等的亞洲品牌公司。（僅供說明用途，並不保證景順基金日後將會持有上述證券）

為何投資景順亞洲富強基金？

■ 為一檔消費“主題式”基金，非傳統“類股”基金

除了消費必需品及副消費類股外，亞洲消費需求主題擁有多元化的投資機會，也包括 IT、健康護理、金融等。重點是投資快速增長的消費品牌，產品和服務，掌握遍地開花的亞洲消費熱潮。

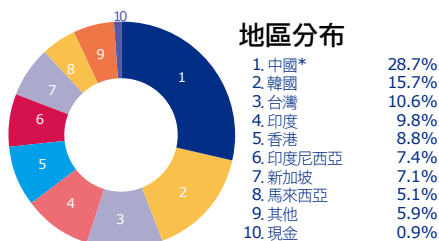
■ 中產階級成長快速

在城市化及收入成長帶動下，中國、印度和印尼在未來五年將增加一倍中產階級人數，代表了額外新增近400萬的中產階級消費者。亞洲中產階級的消費力將為許多消費主題公司帶來最大的獲利機會。

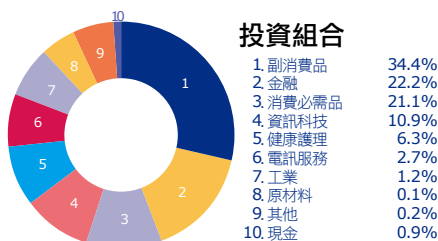
景順亞洲富強基金 投資組合

持續尋找興起的當地亞洲品牌

我們繼續尋找成長中的本土“亞洲品牌”公司，也偏愛100%收益來自亞洲且具重新評價轉機潛力的當地亞洲公司，這些企業能夠享受到亞洲潛在重新評價題材(Re-rating)所帶來的收益。



資料來源：景順 統計至2011.11月底



資料來源：景順 統計至2011.11月底

*本處之國家別係以有價證券發行公司之註冊地為分類基準，其中中國部分係指符合投資目標的公司所發行之可轉讓證券(包括但不限於中國上市之有價證券)，而本基金直接投資大陸地區證券市場之有價證券以掛牌上市有價證券為限，且投資前述有價證券總金額不得超過該境外基金淨資產價值之10%。

亞洲內需主要動力



基金小檔案

基金經理人	何淑懿及阮偉國
基金淨值	10.46美元
基金規模	827.54百萬美元
成立日期	2008年3月
投資目標	本基金的目標，是透過將最少70%的總資產(經扣除附屬流動資產後)投資於預計可受惠於亞洲國家(不包括日本)內需成長或與內需成長有關連的亞洲公司的股本證券，以達致長期資本增值。
經理費	1.50%

資料來源：景順 數據截至2011.11月底

景順投信 獨立經營管理

本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。有關基金應負擔之費用（境外基金含分銷費用）已揭露於基金之公開說明書或投資人須知中，投資人可至公開資訊觀測站或境外基金資訊觀測站中查詢。投資附帶風險，投資標的及投資地區可能之風險如市場（政治、經濟、社會變動、匯率、利率、股價、指數或其他標的資產之價格波動）風險、流動性風險、信用風險、產業景氣循環變動、證券相關商品交易、法令、貨幣、流動性不足等風險。且基金交易係以長期投資為目的，不宜期待於短期內獲取高收益，投資人宜明辨風險，謹慎投資。詳情請參閱基金公該說明書或投資人須知。

本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明書。基金配息率不代表基金報酬率，且過去配息率不代表未來配息率；基金淨值可能因市場因素而上下波動。