



# Affin Hwang Aiman Money Market Fund

一档旨在提供短期流动性和收益，同时在多样化伊斯兰货币市场工具投资组合中保持资本稳定的基金。

**基金组别**  
伊斯兰货币市场

**基金类型**  
收益

**基准指数**  
1个月马银行GIA（一般投资账户）利率

**基本货币**  
马币

**推介日期 / 初期发售价**  
2008年11月13日 / 马币0.50(马币)

**财政年度**  
8月31日

**销售**  
现金/马来西亚雇员公积金 (EPF)

**初期销售费**  
不适用

**EPF销售费**  
最高为每单位净资产值的3.00%

**年度管理费**  
每年最高0.50%

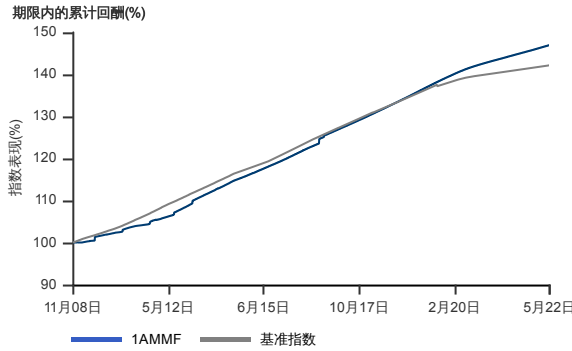
**最低投资额 / 额外投资额\***  
马币5,000 / 马币1,000(马币)

**截至2022年5月31日基金资产值 / 单位资产净值**  
马币13487.5百万 / 马币0.5418(马币)

**投资组合收益率**  
2.2%

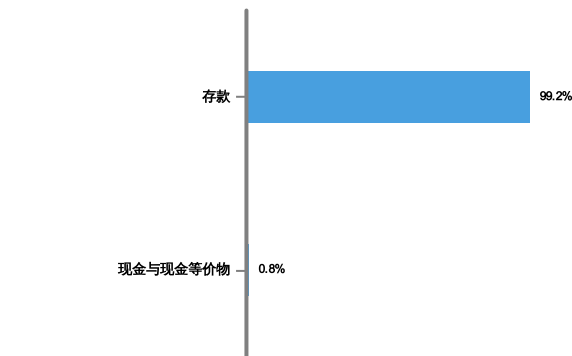
**投资组合期限**  
83 天

表现指标图截至2022年5月31日\*

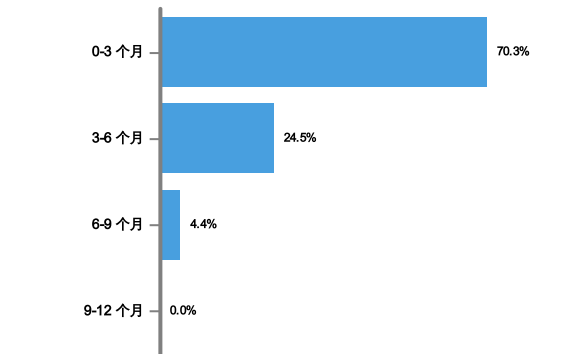


2008年11月至2022年5月 净资产值 - 净资产价格和假设收入再投资到基金，其总投资是以马币为基础。基金价格和收益(视情形而定)随时波动 过去表现不应视为未来表现的准则。  
来源:晨星星

资产配置截至2022年5月31日\*



届满状况截至2022年5月31日\*



表现指标列表截至2022年5月31日\*

总回报(%)	1月	1年	3年	成立至今
基金 (马币)	0.2	1.9	7.3	47.0
基准指数 (马币)	0.1	1.0	4.2	42.2

年度回报(%)	1年	3年	5年	成立至今
基金 (马币)	1.9	2.4	2.9	2.9
基准指数 (马币)	1.0	1.4	2.1	2.6

历年回报(%)	年初至今	2021	2020	2019
基金 (马币)	0.8	1.8	2.5	3.5
基准指数 (马币)	0.4	1.0	1.4	2.6

来源:晨星星

收入分配纪录

	毛收入分配 (Sen)	收益率 (%)
2015	2.07	4.2
2016	0.76	1.5
2017	1.12	2.2
2018	1.56	3.0
2019	1.17	2.2
2020	1.38	2.6
2021	0.72	1.4
2022	0.05	0.1

收入分配政策: 本基金将依据收益所得分配收入  
每月: 马币

\* 以上所显示为本基金的数据，并且是其截至 2022年5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。

晨星星评级 (Morningstar Rating) 是基金过往表现的评估 - 依据回报和风险，并带出与其他同类型投资的对比情况。投资者不应仅以高评级作为投资决策的唯一依据。

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分配/收入分配后的净资产值计算。

根据基金截至2022年4月30日的投资组合回报，本基金的波动因素为0.2 (马币级别) (非常低波动性) (资料来源: 理柏)。非常低波动性包含波动因素不超过4.19的基金。低波动性包含波动因素高于4.19但不超过10.41的基金。中波动性包含波动因素高于10.41但不超过13.645的基金。高波动性包含波动因素高于13.645但不超过16.73的基金。非常高波动性包含波动因素高于16.73的基金。波动因素是指基金可能围绕此波动因素产生上行回报或下行回报。波动级别是由理柏依据波动因素的分位数分类。截至此日，本基金的投资组合有可能已改变，且不保证基金将来持续拥有相同的波动因素或波动性级别。目前，只有在市场上发行至少36个月的基金才会显示波动因素和波动性级别。

基金的说明书和产品要点介绍 (简称PHS) 可在Affin Hwang Asset Management Behad销售处或官网www.affinhwangam.com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。