



Aiiman Global Equity Fund

The Fund aims to provide investors with capital appreciation over medium to long term period through Shariah-compliant investments.

基金组别

股票(符合伊斯兰教法)

基金类型

Growth

基准指数

Dow Jones Islamic Market World Index + Dow Jones Islamic Market World Index

基本货币

美元

推介日期 / 初期发售价

2022年2月18日 / 美元0.50(美元)

2019年11月11日 / 马币0.50(马币)

2019年11月11日 / 马币0.50(马币对冲)

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)

美元100 / 美元100(美元)

马币100 / 马币100(马币对冲)

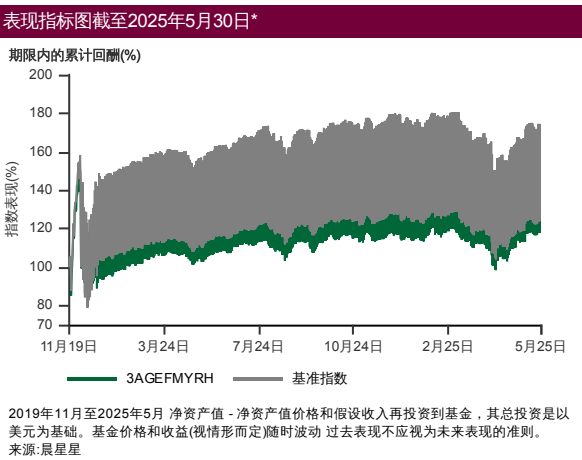
马币100 / 马币100(马币对冲)

马币100 / 马币100(马币)

马币100 / 马币100(马币)

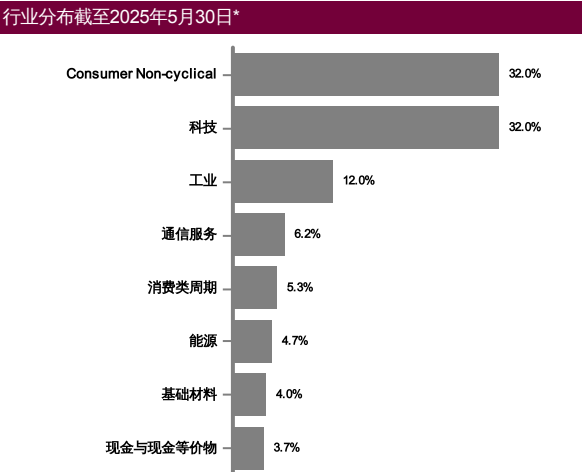
截至2025年5月30日基金资产值 / 单位资产净值

N/A



基金十大持股截至2025年5月30日*

股票	%
Microsoft Corp	10.0
Coca-Cola Co/The	4.7
NVIDIA Corp	4.3
Meta Platforms Inc	4.0
Nestle SA	4.0
Taiwan Semiconductor Manufactu	3.6
Danaher Corp	3.5
Compass Group PLC	3.2
Accenture PLC	3.2
Amadeus IT Group SA	3.1



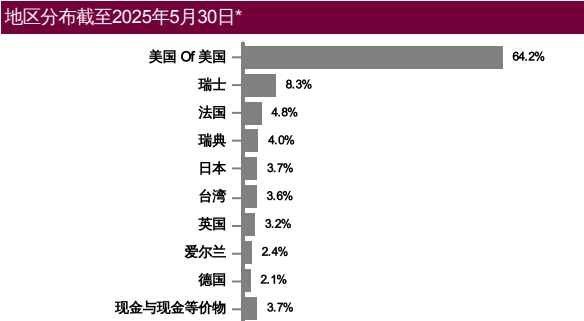
表现指标列表截至2025年5月30日*

总回报(%)	1月	1年	3年	成立至今
年度回报(%)	1年	3年	5年	成立至今
历年回报(%)	年初至今	2024	2023	2022

来源:晨星星

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, 美元, 马币对冲, 马币对冲, 马币, 马币
--



* 以上所显示为本基金的数据，并且是其截至 2025年5月30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。

晨星星等评级 (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2025年4月30日的投资组合回报，本基金的波动因素为14.8 (美元级别) (高波动性), 14.8 (马币级别) (高波动性), 和 15.7 (马币对冲级别) (高波动性) (资料来源: 理柏)。非常低波动性包含波动因素不超过4.73的基金。低波动性包含波动因素高于4.73但不超过9.185的基金。中级波动性包含波动因素高于9.185但不超过11.98的基金。高波动性包含波动因素高于11.98但不超过16.345的基金。非常高波动性包含波动因素高于16.345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。截至本日，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。