

AHAM Aiiman Quantum Fund

一档旨在通过让投资者参与马来西亚市场符合伊斯兰教义的增长前景，以为投资者提供稳定的回酬的基金。



基金组别
伊斯兰股权

基金类型
资本成长

基准指数
富时大马交易所Emas伊斯兰教义指数

基本货币
马币

推介日期 / 初期发售价
2007年8月01日 / 马币0.50(马币)

财政年度
3月31日

销售
现金/马来西亚雇员公积金 (EPF)

初期销售费
最高为每单位净资产值的5.50%

EPF销售费
最高为每单位净资产值的3.00%

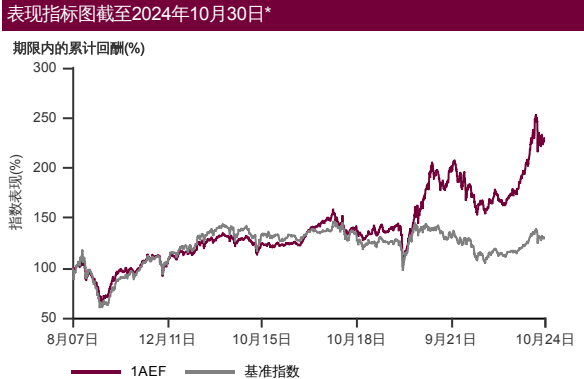
年度管理费
每年最高1.50%

认贖费
不适用

表现费
不适用

最低投资额 / 额外投资额*
马币200 / 马币100(马币)

截至2024年10月30日基金资产值 / 单位资产净值
马币70.5百万 / 马币0.6366(马币)



表现指标列表截至2024年10月30日*

总回酬(%)	1月	1年	3年	成立至今
基金 (马币)	1.2	0.0	9.1	126.2
基准指数 (马币)	-1.5	0.0	-4.2	28.2

年度回酬(%)	1年	3年	5年	成立至今
基金 (马币)	0.0	2.9	10.3	4.8
基准指数 (马币)	0.0	-1.4	0.4	1.5

历年回酬(%)	年初至今	2023	2022	2021
基金 (马币)	26.3	8.8	-15.3	5.5
基准指数 (马币)	9.8	0.5	-10.8	-6.8

来源:晨星星

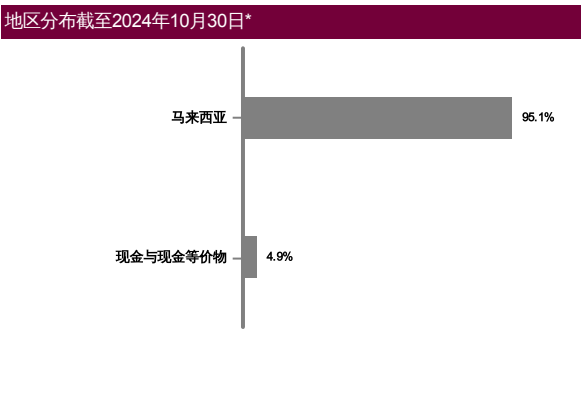
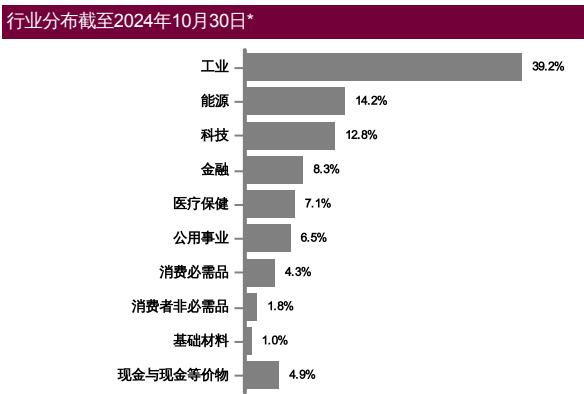
基金十大持股截至2024年10月30日*

股票	%
Gamuda Bhd	8.2
Icon Offshore Bhd	4.7
ITMAX SYSTEM Bhd	4.0
V.S. Industry Bhd	3.7
Pekati Group Berhad	3.7
Mah Sing Group Bhd	3.3
Scientex Bhd	3.2
Kerjaya Prospek Group Bhd	3.0
Cloudpoint Technology Berhad	2.9
Frontken Corp Bhd	2.9

收入分配纪录

	Net Distribution	收益率
	(Sen)	(%)
2015	1.20	2.7
2017	0.50	1.0
2018	1.00	2.1
2019	2.00	4.3
2021	2.00	3.5
2022	2.00	4.2
2023	1.27	2.6
2024	3.25	4.6

收入分配政策: 本基金将依据收益所得分配收入
偶尔: 马币



* 以上所显示为本基金的数据，并且是其截至 2024年10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。

晨星星评级 (Morningstar Rating) 是基金过往表现的评估 - 依据回酬和风险，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/收入分配后的净资产值计算。

根据基金截至2024年9月30日的投资组合回酬，本基金的波动因素为14.0(马币级别)(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5.04的基金。低波动性包含波动因素高于5.04但不超过9.025的基金。中级波动性包含波动因素高于9.025但不超过12.075的基金。高波动性包含波动因素高于12.075但不超过16.265的基金。非常高波动性包含波动因素高于16.265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。若中英文版本出现歧义或内容不一致之处，一概以英文版为准。