

一、基金特色

瞄準新形態精品經濟投資標的含汽車、休閒設備與用品、服裝及奢侈品、休閒娛樂、食品與主要用品零售、媒體、零售業網路、家庭耐用消費品等。受惠產業加速滲透，電商、串流影音、非實體消費相關題材配置，並伺機布局消費轉型與數位轉型受惠族群。

二、基金資料

【基本資料】

基金經理人	蔡宗和(自 5/20 接任)
保管銀行	臺灣銀行
成立日期	2006.11.23
經理費	2.00%
保管費	0.26%
買回付款日	T+5
基金規模	新台幣 5.12 億元

【基金代號】

Bloomberg	Lipper
HUAGLLU TT	65013200

三、統計分析

計價級別	淨值	年化標準 差(12Mo)	年化夏普 值(12Mo)	年化貝他值 (12Mo)
新台幣	19.49	14.2086	0.3896	0.8285

【前十大持股】

公司名稱	產業	比重
AMAZON.COM INC	網路行銷及直接行銷零售	5.92%
VOLKSWAGEN-PREF	汽車	5.58%
MONCLER SPA	紡織品、服飾與奢侈品	4.92%
HERMES INTL	紡織品、服飾與奢侈品	4.91%
LVMH MOET HENNE	紡織品、服飾與奢侈品	4.76%
TESLA INC	汽車	3.83%
PORSCHE AUTO-PRF	汽車	3.60%
COSTCO WHOLESALE	食品與主要用品零售	3.34%
STARBUCKS CORP	餐飲旅遊	3.26%
CHONGQING CHAN-A	汽車	3.21%
前十大合計		43.33%

七、經理評論

5月份歐美股市偏向高檔震盪，美國CPI高增、Fed官員言論、虛擬貨幣大幅震盪等，給市場帶來短期衝擊，Fed官員雖有不同聲音，但主流看法仍堅持通膨拔高是暫時性現象，持續淡化CPI對貨幣政策的影響。下半年在疫苗接種擴大、就業恢復正軌下，預計Fed在未來一至兩個季度將會開始釋放縮減QE的意向，明年正式縮減QE、2023年前後開始進行升息動作。繼4月份成長股表現較好後，5月份回到類股輪動狀態，但市場主流看法仍較著重在週期循環股，預計相關個股在陸續反應經濟重啟因素後，市場焦點將再度回到成長股。整體行業看法維持成長價值並行，考量到數位消費與遠端工作等發展方向已定，投資策略除了增加價值股比重外，仍會視成長股估值合理時增加配置。

疫情影響人們的生活型態與消費型態加速改變，電商滲透率加速提高、線上串流影音等佔據更多用戶時間，雖疫情應終歸消退，但消費型態的發展方向已相對確定，帶來相關行業投資機會。中期來看，隨經濟陸續復甦、民眾消費力逐漸回升，有助未來精品行業銷售回溫。基金主線配置：(1)受惠景氣復甦的傳統精品與消費類股；(2)汽車智能化與電動化；(3)階段布局景氣循環股如汽車股等。

*月報資料來源：2021.5.31(最新資料)，投信投顧公會基金績效評比，華南永昌投信整理。

【華南永昌證券投資信託股份有限公司 獨立經營管理】

地址：台北市民生東路四段54號3樓之1

服務專線：(02)2719-6688

本基金經管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。投資人因不同時間進場，將有不同之投資績效，基金經理公司以往之績效或提及之經濟走勢預測不保證本基金之最低投資收益，亦不代表未來績效之保證；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，有關基金應負擔之費用及投資風險已揭露於基金公開說明書中，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。本基金投資無受存款保障、保險安定基金或其他相關機制之保障，基金投資可能產生的最大損失為全部本金，投資人需自負盈虧。風險報酬等級分類係基於一般市場狀況反映市場價格波動風險，無法涵蓋所有風險，不宜作為投資唯一依據，投資人仍應注意所投資基金個別的風險，本基金投資風險及風險報酬等級說明請詳閱基金公開說明書。投資人可向本公司及基金銷售機構索取本基金公開說明書，或至本公司網址(<http://www.hnfunds.com.tw>)或公開資訊觀測站(<http://mops.twse.com.tw>)自行下載。

四、基金績效(%)

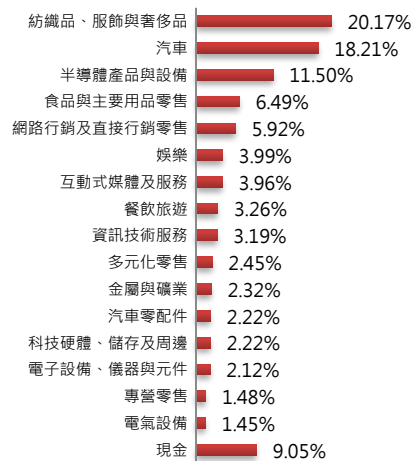
	三個月	六個月	一年	二年	三年	今年以來	成立以來
新台幣	-2.65	4.67	20.31	20.53	21.58	-2.01	94.90

五、淨值走勢圖(自 2006.11.23 起)



六、基金投資組合

▶產業分佈



▶國家分佈

