

中金金瑞CSI中国互联网指数ETF

数据截止2018年3月31日

重要事項:

投资前请仔细考虑该基金的投资目标、风险因素、收费及开支。这些和其他信息可在中金金瑞CSI中国互联网指数ETF的基金说明书和产品资料概要（统称「发行文件」）中查阅。发行文件可在 www.cicc.com 获取。您不应仅根据此资料单上的信息作出任何投资决定。在决定投资前，投资者应先仔细阅读发行文件，以获取更多详细信息，包括风险因素。

本基金月报中所包含的任何内容均不构成投资建议，或者应依赖于此作出投资。本月报未经香港证券及期货事务监察委员会（证监会）审阅。证监会的认可并不等于对该计划作出推介或认许。

投资涉及风险，包括本金亏损的风险。无法保证基金将实现其既定目标。基金在中国境内会受到政治，社会或经济不稳定的影响，这可能导致其价值下降。外国货币的波动可能会对基金以国内货币计价的价值产生不利影响。新兴市场包含同样的波动性增加和交易量降低的风险。

狭隘的投资通常表现出较高的波动性。互联网公司受技术变化、全球竞争、产品和服务快速过时、专利保护丧失、行业标准改变以及产品更新换代速度快等因素的影响。这些变化可能会对基金表现产生不利影响。该基金是非多元化的。

基金单位于香港联交所的交易价格受市场因素影响，如基金单位的供求情况。因此，基金单位的交易价格可能会较资产净值大幅溢价或折让。倘基金单位在美元柜台、港元柜台与人民币柜台之间的跨柜台转换中断及/或经纪商及中央结算系统参与者的服务受到任何限制，则基金单位持有人将仅可于一个柜台买卖其基金单位，对投资者造成妨碍或延误。基金单位在各个柜台买卖的市价可能会相去甚远。

基金经理可酌情从资本中或实际上从资本中作出派息。从资本中作出派息或实际上从资本中作出派息相当于从投资者原本的投资中或从原本的投资应占的任何资本收益中收回或提取部分金额。这可能令每单位资产净值实时减少。

本文件提供的信息来自中国国际金融股份有限公司及美国金瑞基金管理有限公司认为可靠的来源，但该公司并不保证此类信息的准确性，并且此类信息可能是不完整或简略的。

本文件由中国国际金融香港资产管理有限公司在香港发行，该公司拥有香港证券及期货监察委员会颁发的资产管理业务牌照（Type 9）和证券咨询业务牌照（Type 4）。

投资策略

中金金瑞CSI中国互联网指数ETF寻求衡量可供投资的、业务或主营业务属于互联网及互联网相关行业的中国上市公司的表现。

中国/美国 互联网统计数据	中国	美国
互联网用户总数	7.21亿 ¹	2.87亿 ¹
互联网渗透率	52.2% ¹	88.5% ¹
该国互联网用户总数占世界互联网用户总数比例	21.1% ¹	8.4% ¹
2017年电子商务市场规模（美元）	1.14万亿 ²	4535亿 ³
2017年零售总额（美元）	5.8万亿 ²	5.1万亿 ³
2017年在线零售额占零售总额比例	19.6% ²	8.9% ³
2016-2017年在线销售增长率	32.2% ²	16.0% ³

基金资料	数据截止2018年3月31日
主要交易所	香港联交所
管理费	0.72%
上市日期	2018年4月10日
基准指数	中证海外中国互联网指数
指数代码	H11137
上市交易所	香港联交所，纳斯达克交易所，纽约证交所

基金特点

- 密切关注腾讯、阿里巴巴、百度、京东、微博等中国互联网公司。
- 着重投资于会受益于中国中产阶级消费力日益增长的公司
- 着重投资于在美国和香港上市的中国互联网公司
- 该基金跟踪与KraneShares CSI China Internet ETF (代码: KWEB)相同的指数，KWEB于2013年7月31日在纽约证交所上市，其资产管理规模约17亿美元^{4,5}

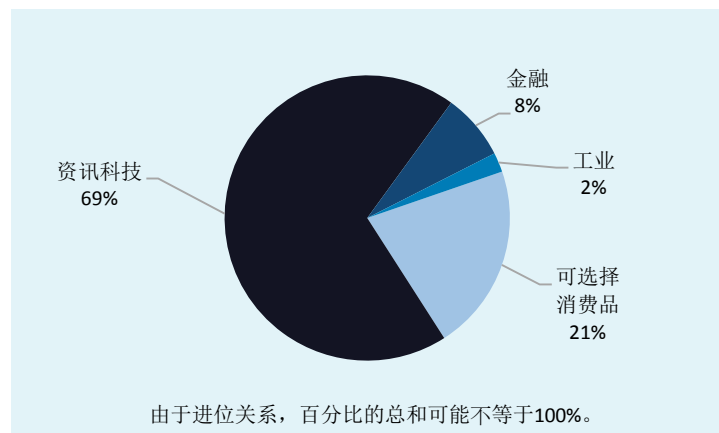


+(852) 2872 2173


cicc_krane@cicc.com.cn
info@KraneShares.com
www.cicc.com
www.kraneshares.com

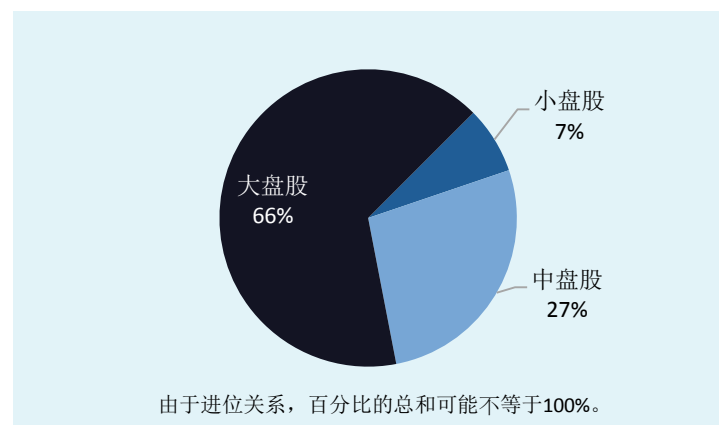
指数行业比重

数据来源：彭博（截止2018年03月31日）



指数市值比重

数据来源：彭博（截止2018年03月31日）



数据截止2018年3月31日

前10大持仓(截止2018年3月31日) 指数成分股可能变更	代码	%
腾讯控股有限公司	700 HK	9.42
阿里巴巴集团控股有限公司	BABA	8.74
唯品会控股有限公司	VIPS	7.02
百度公司	BIDU	6.98
京东控股有限公司	JD	5.93
陌陌科技公司	MOMO	5.36
网易公司	NTES	5.35
汽车之家	ATHM	5.19
58同城公司	WUBA	4.28
微博公司	WB	4.20

中国互联网行业发展亮点

- 2017年，中国的互联网零售总额达1.14万亿美元²（而美国为4535亿美元³），较2016年的8690亿美元增长32.2%²。
- 中国的互联网用户总数达7.21亿，渗透率仅为52.2%¹。相比之下，美国的互联网用户总数虽为2.87亿，却拥有88.5%的渗透率¹。
- 2017年，中国的零售总额为5.8万亿美元²。
- 2017年，中国在线零售额占社会零售总额的19.6%²。

1. 数据截止到2016年12月31日，获取于2018年3月14日，数据来源：internetlivestats.com。

2. 中华人民共和国国家统计局公布的“2017年社会消费品零售总额”，数据获取于2018年1月25日。
注：数据从人民币转换为美元。

3. 美国商务部公布的“2017年第4季度电子商务零售额”，数据获取于2018年2月16日。

4. 数据截止于2018年3月31日，来源：美国金瑞基金管理有限公司。

5. 此资产管理数据并非中金金瑞CSI中国互联网指数ETF。KraneShares CSI China Internet ETF (代码：KWEB) 未获香港证券及期货事务监察委员会授权，亦未在香港公开发售。



+ (852) 2872 2173



cicc_krane@cicc.com.cn

info@KraneShares.com