



Research and
Development Center

天弘新华沪港深新兴消费品牌指数基金：一键式布局新 兴消费行业的投资机会

2022 年 6 月 13 日

于明明 金融工程与金融产品首席分析师
执业编号：S1500521070001
联系电话：+86 18616021459
邮 箱：yumingming@cindasc.com

证券研究报告

基金研究

基金专题报告

于明明 金融工程与金融产品

首席分析师

执业编号: S1500521070001

联系电话: +86 18616021459

邮箱: yumingming@cindasc.com

钟晓天 金融工程与金融产品

基金分析师

执业编号: S1500521070002

联系电话: +86 15121013021

邮箱: zhongxiaotian@cindasc.com

信达证券股份有限公司

CINDA SECURITIES CO.,LTD

北京市西城区闹市口大街9号院1号楼

邮编: 100031

天弘新华沪港深新兴消费品牌指数基金：一键式布局新兴消费行业的投资机会

2022年6月13日

随着社会的不断发展进步，物质由短缺转为富足，居民的消费观点及消费行为方式均发生着日新月异的变化。数字技术走进人们生活，人们对消费品种和消费质量的需求不断升级，新兴消费也成为未来消费的主要发展动力之一。

我国消费结构持续改善，信息技术升级，新消费浪潮涌起：

- 从新消费领域整体的投融资情况来看，根据清科私募通数据库统计，从2017年到2019年底的三年期间，新消费相关领域的创业企业借助私募股权方式完成的融资案例数量达到3.58万起，涉及的融资金额达到2.17万亿元。
- 从近半年的数据来看，2022年3月份，新消费赛道共计发生62起融资事件，融资总金额达到59.31亿元人民币。相较于2022年2月份的32起融资事件和28.63亿元人民币的融资额度，有不小的回升，行业投融资情况有回暖的态势。
- 具体来看，新零售、生活方式和食品饮料是获得融资最多的赛道。其中新零售赛道有18家，生活方式赛道有14家，食品饮料8家。

消费板块在经济周期中无论上行还是下行阶段均占优：

- 在长达一年多的经济回升期中，消费板块通常会有不错的表现，或者说消费板块长期跑赢大盘的属性在经济回升期更容易得到体现。这个阶段中，消费板块的胜率和月度超额收益都好于其他板块。
- 经济下行的阶段，消费板块领涨。1) 信用见顶前后的板块超额收益不会发生大波动，消费板块延续走强。2) 从经济顶到价格顶，周期和消费均会有表现，前者源于业绩上行，后者源于业绩韧性。
- 2010年之后，消费板块相对沪深300指数长期跑赢。分经济阶段来看，1) 消费板块在信用底→经济底、经济回升期的表现都不差，胜率75%以上，年化超额收益达到10%以上。2) 消费板块在经济顶→价格顶期间，股价波动会加大，月度超额收益较优。

新华沪港深新兴消费品牌指数（指数代码：989006.CNI，简称：新华SHS新兴消费）从沪港深三地市场中，选取涉及新兴消费领域，即在商业模式上涉及新消费人群、新消费理念、新消费品种类、新消费场景，面向消费者提供终端产品、服务，兼具品牌影响力的上市公司作为样本空间，以反映代表新兴消费业态的上市公司的整体表现。指数以2016年12月30日为基日，发布日期为2020年12月16日。该指数策略由新华财经与天弘基金联合参与研发，由中国经济信息社旗下的新华指数（北京）有限公司发布。

- 指数处于具有长期投资价值的消费赛道，既涵盖了传统消费创新转型的新路径，又突出体现了新经济新消费的特点。选择空间为主营业务覆盖消费电子、新能源汽车、消费互联网、智能家居、新零售、潮流服饰、

文娱 IP、医美保健、休闲食品、母婴消费、宠物经济及未来其他新兴消费行业能等的上市公司，可反应消费需求的变化趋势，选择规则具有评价品牌价值从而筛选出优质消费公司的能力，为投资者创造了一个紧跟内需消费变化趋势的工具，为一键式布局新兴消费行业的投资机会提供了方便。

- **指数收益优于同类指数及市场主要宽基指数：**指数自基日以来净值表现优异，累计收益达 86.34%，年化收益率为 12.02%，优于同类指数以及市场主要宽基指数。
- **指数估值水平处于历史低位：**截至 2022 年 5 月 31 日，指数市盈率(TTM)为 27.27 倍，在发布以来的 PE 数据中位于 10.83%的百分位、在近一年以来的 PE 数据中位于 15.64%的百分位。

天弘新华沪港深新兴消费品牌(认购代码:013888.OF(A 份额)/013889.OF(C 份额)，以下简称“天弘新兴消费”)认购期限为 2022 年 3 月 28 日至 2022 年 6 月 27 日。基金管理费率为 0.50%，托管费率为 0.10%。

- **基金经理：杨超**先生，毕业于英国威尔士斯旺西大学，数学与金融计算硕士。2019 年 1 月加入天弘基金，现任指数与数量投资部副总经理。投资经理年限 7.26 年，在任管理基金数 13 只，在管基金总规模 105.85 亿元。
- **基金经理：沙川**先生，数学硕士学位，多年证券从业经验。历任中国中投证券有限责任公司量化分析师。2013 年 9 月加入天弘基金，曾任金融工程研究员。投资经理年限 4.24 年，在任管理基金数 15 只，在管基金总规模 254.26 亿元。
- **基金经理：胡超**先生，范德比尔特大学金融学硕士学位，6 年证券从业经验。2016 年 6 月加入天弘基金，历任国际业务研究员。投资经理年限 2.70 年，在任管理基金数 11 只，在管基金总规模 84.64 亿元。

风险因素：宏观经济下行；股市波动率上升；金融监管力度抬升超预期。本基金属于股票型基金，预期风险收益水平较高；历史表现不代表未来。



目 录

一、消费板块相关主题投资价值.....	5
1.1、我国消费结构持续改善，信息技术升级，新消费浪潮涌起.....	5
1.2、消费板块在经济周期无论上行还是下行阶段均占优.....	6
二、新华 SHS 新兴消费指数：集传统消费创新和新兴消费于一体.....	9
2.1、指数基本信息：编制方法合理，选样规则清晰.....	9
2.2、指数表现：长期业绩表现优异，收益优于同类指数及主流宽基指数.....	9
2.3、市值分布：成分股全面覆盖大中小盘，大市值股票权重较大.....	10
2.4、行业分布：行业较为集中于白色家电、饮料乳品行业.....	11
2.5、估值水平：PE 处于历史较低水平.....	12
2.6、指数成分股：精选消费与新兴消费板块.....	12
三、天弘新华沪港深新兴消费品牌.....	15
3.1、产品信息.....	15
3.2、三位经验丰富基金经理合力打造优质产品.....	15
3.3、基金管理人：天弘基金.....	16
风险因素.....	18

表 目 录

表 1：新华沪港深新兴消费品牌指数基本信息.....	9
表 2：与宽基指数及同类指数相比新兴消费指数收益情况（自基日以来）.....	10
表 3：新华 SHS 新兴消费指数前十大权重股基本信息.....	12
表 4：天弘新华沪港深新兴消费品牌 A 基本信息.....	15

图 目 录

图 1：近 6 个月新消费各赛道融资数量（起）与金额（亿元，右轴）.....	6
图 2：2008 年至今共有四轮完整的经济周期.....	6
图 3：贷款利率与信贷是经济的先行指标，通胀是经济的滞后指标.....	7
图 4：经济回升的全区间，消费板块胜率最佳.....	7
图 5：从经济顶到价格顶的胜率与超额收益情况（%）.....	8
图 6：从价格顶到政策底的胜率与超额收益（%）.....	8
图 7：消费板块在信用见底至价格见顶期间的表现都不差.....	8
图 8：2007 年以来，消费板块的超额收益持续走高.....	8
图 9：新华 SHS 新兴消费指数净值走势与同类指数及宽基指数比较（自基日以来）.....	10
图 10：成分股流通市值权重分布.....	11
图 11：成分股流通市值数量分布.....	11
图 12：成分股行业权重分布（申万二级行业）.....	11
图 13：成分股行业数量分布（申万二级行业）.....	11
图 14：新兴消费指数估值水平（PE/TTM）.....	12
图 15：天弘基金管理规模与数量（亿元，只）.....	17



一、消费板块相关主题投资价值

1.1、我国消费结构持续改善，信息技术升级，新消费浪潮涌起

随着社会的不断发展进步，物质由短缺转为富足，居民的消费观点及消费行为方式均发生着日新月异的变化。数字技术走进人们生活，人们对消费品种和消费质量的需求不断升级，新兴消费也成为未来消费的主要发展动力之一。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》第十八条提出，增强消费对经济发展的基础性作用，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，适当增加公共消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展，鼓励消费新模式新业态发展。基于此，在疫情常态化防控的条件下，“传统消费创新+新型消费”的新兴消费模式将对消费行业的复苏和持续发展起到关键的作用。

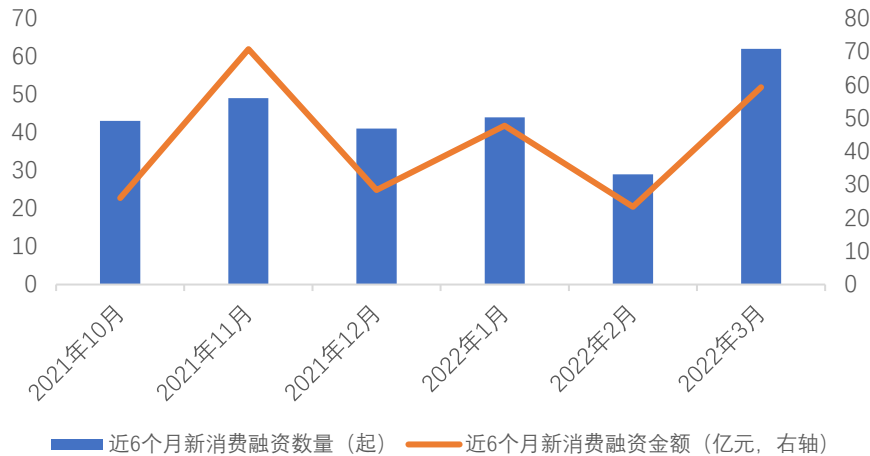
从新消费领域整体的投融资情况来看，根据清科私募通数据库统计，从2017年到2019年底的三年期间，新消费相关领域的创业企业借助私募股权方式完成的融资案例数量达到3.58万起，涉及的融资金额达到2.17万亿元。这些投融资活动遍布20多个行业，但重点集中于信息技术、生物医疗及健康、互联网、半导体及电子、设备制造、娱乐传媒等，这六个行业合计融资案例数占比接近75%，融资金额占比超过60%。这些行业或直接受惠于新型消费的行业和领域，或支持新消费与新商业模式运转的关联行业。

从近半年的数据来看，根据驼鹿新消费依据网络公开数据不完全统计，2022年3月份，新消费赛道共计发生62起融资事件，融资总金额达到59.31亿元人民币。相较于2022年2月份的32起融资事件和28.63亿元人民币的融资额度，有不小的回升，行业投融资情况有回暖的态势。从各大细分赛道来看，新零售、生活方式和咖啡茶饮赛道，成为3月份最为吸金的几大赛道，分别获得20.48亿元、16.15亿元和15.59亿元人民币融资，总计获得52.22亿元，占总融资额的88%。其它包括食品饮料、美妆个护、餐饮和服务商等赛道，仅仅获得7.09亿元融资。

从数量上看来，新零售、生活方式和食品饮料是获得融资最多赛道。其中新零售赛道有18家，生活方式赛道有14家，食品饮料8家。融资最少的赛道是新酒饮，仅有两个品牌获得融资。

放长到近半年的维度来看，新消费赛道在3月份迎来一波不小的反弹，在融资数量上创下近半年新高，有多达62个品牌获得融资。从融资金额上看，3月份有近60亿元的融资流入到新消费赛道，达到近几个月来最高值。

图 1：近 6 个月新消费各赛道融资数量（起）与金额（亿元，右轴）



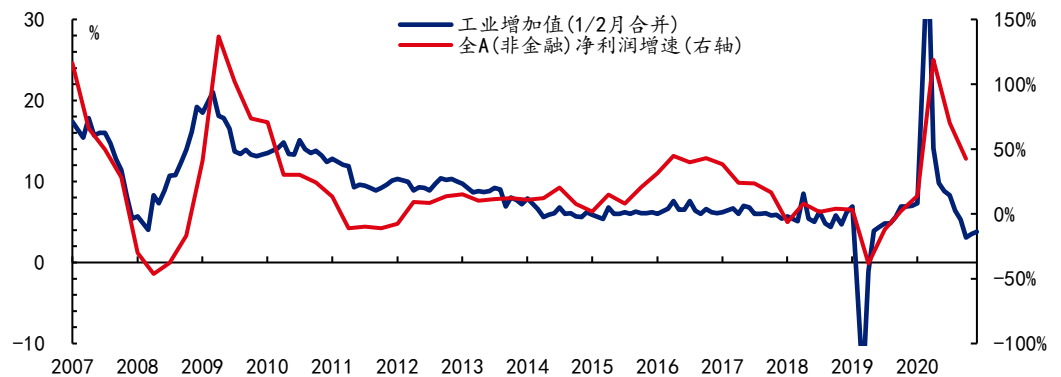
资料来源：陀螺新消费网，信达证券研发中心测算

日期：2021 年 10 月至 2022 年 3 月

1.2、消费板块在经济周期无论上行还是下行阶段均占优¹

2008 年以来中国经济已出现四轮完整的短周期，其中 2009Q1-2010Q2、2012Q3-2013Q1、2016Q1-2017Q2、2020Q2-2021Q1 是经济上行期。

图 2：2008 年至今共有四轮完整的经济周期

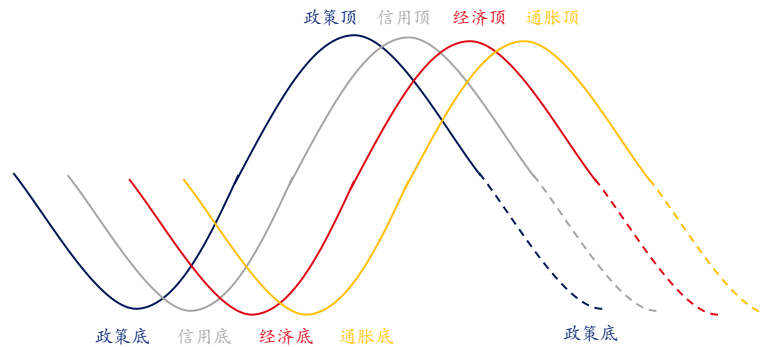


资料来源：万得，信达证券研发中心

在经济呈现周期性波动的同时，诸多经济的内生变量也随之波动并对资本市场构成影响。霍华德·马克斯在《周期》一书中详细分析了多种基本面周期，除了经济周期之外，政策调节周期、信贷周期、企业盈利周期等也占据了相当大的篇幅。从这些变量相较经济的领先-滞后关系来看，1) 在中国市场上，政策调整周期、信贷周期较经济周期的领先属性比较明确，未有例外的情况。2) 通胀理论是经济的滞后指标。但 2012 年至 2013 年产能过剩、2015 年至 2017 年供给侧改革对商品价格产生了深刻的影响，进而导致这段时期通胀与经济的关系较为特殊。

¹ 本段内容源自信达证券研发中心策略组报告《经济周期与细分行业表现（消费篇）》

图 3：贷款利率与信贷是经济的先行指标，通胀是经济的滞后指标

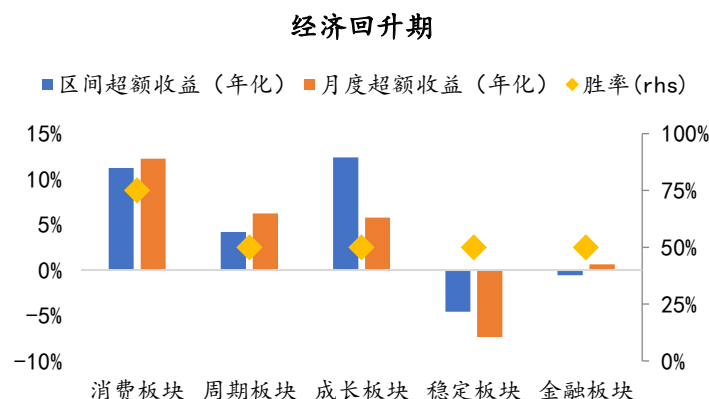


资料来源：信达证券研发中心

我们以三个指标衡量经济周期各阶段不同板块的表现。1) 区间超额收益是指板块在特定阶段中的区间涨跌幅减去沪深 300 指数的区间涨跌幅。此外，考虑到经济周期各阶段持续的时长不一，我们对超额收益进行了年化处理。2) 月度超额收益是指板块在特定阶段中的月度涨跌幅减去沪深 300 指数的月度涨跌幅的中位值。月度超额收益同样也进行了年化处理。我们考虑计算月度涨跌幅的原因在于，事前准确识别经济变量拐点是难度的。3) 胜率是指特定经济阶段中板块指数超额收益为正的的概率。在本篇报告中，我们所研究的经济周期是 2008 年之后的四轮周期，所以板块/行业超额收益的胜率会有 0%/25%/50%/75%/100% 五种情况。

经济上行的三个阶段，金融、成长、消费依次领涨。在长达一年多的经济回升期中，消费板块通常会有不错的表现，或者说消费板块长期跑赢大盘的属性在经济回升期更容易得到体现。这个阶段中，消费板块的胜率和月度超额收益都好于其他板块。

图 4：经济回升的全区间，消费板块胜率最佳



资料来源：Wind，信达证券研发中心测算

经济下行的三阶段，消费板块领涨。1) 信用见顶前后的板块超额收益不会发生大波动，消费板块延续走强。2) 从经济顶到价格顶，周期和消费均会有表现，前者源于业绩上行，后者源于业绩韧性。

2010 年之后，消费板块相对沪深 300 指数长期跑赢。分经济阶段来看，1) 消费板块在信用底→经济底、经济回升期的表现都不差，胜率达到 75%以上，年化超额收益达到 10%以上。2) 消费板块在经济顶→价格顶期间，股价波动会加大，月度超额收益不差，但是全区间的超额收益相较前两个阶段会减弱。

图 5：从经济顶到价格顶的胜率与超额收益情况 (%)

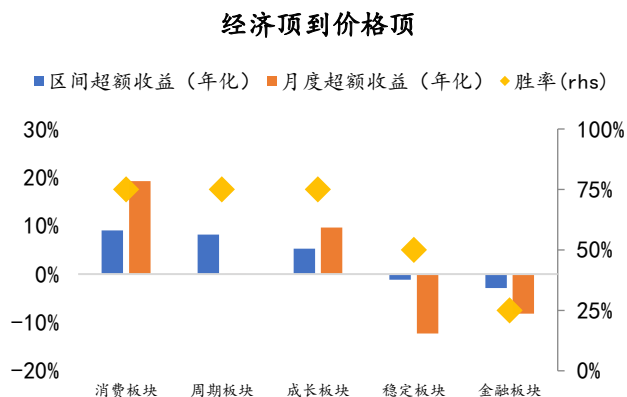
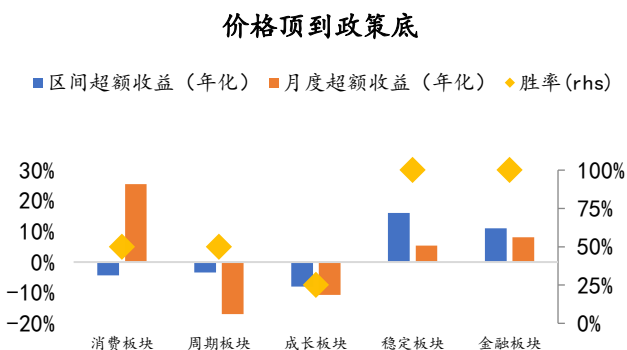
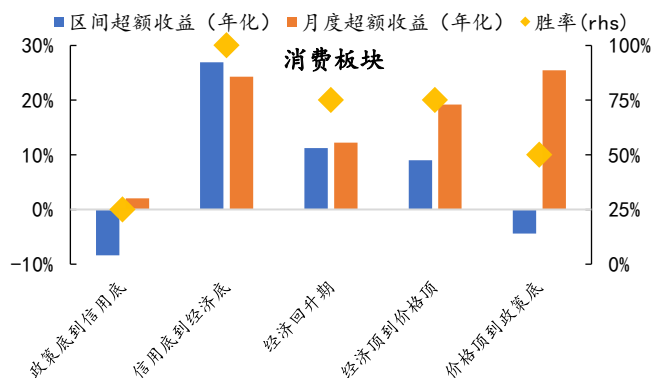


图 6：从价格顶到政策底的胜率与超额收益 (%)



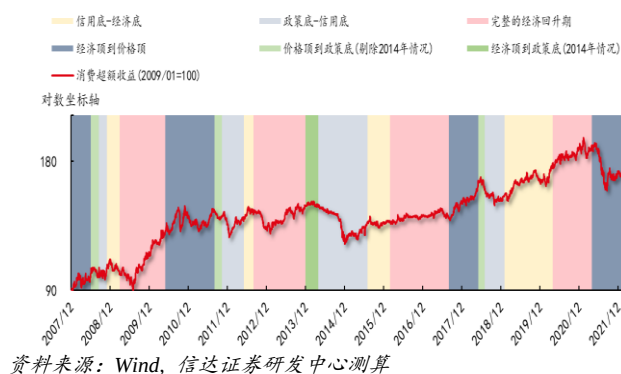
2010 年之后，消费板块相对沪深 300 指数长期跑赢。分经济阶段来看，1) 消费板块在信用底→经济底、经济回升期的表现都不差，胜率达到 75%以上，年化超额收益达到 10%以上。2) 消费板块在经济顶→价格顶期间，股价波动会加大，月度超额收益不差，但是全区间的超额收益相较前两个阶段会减弱。

图 7：消费板块在信用见底至价格见顶期间的表现都不差



资料来源：Wind，信达证券研发中心测算

图 8：2007 年以来，消费板块的超额收益持续走高



资料来源：Wind，信达证券研发中心测算



二、新华 SHS 新兴消费指数：集传统消费创新和新兴消费于一体

2.1、指数基本信息：编制方法合理，选样规则清晰

新华沪港深新兴消费品牌指数（以下简称：新华 SHS 新兴消费）从沪港深三地市场中，选取涉及新兴消费领域，即在商业模式上涉及新消费人群、新消费理念、新消费品种类、新消费场景，面向消费者提供终端产品、服务，兼具品牌影响力的上市公司作为样本空间，以反映代表新兴消费业态的上市公司的整体表现。该指数以 2016 年 12 月 30 日为基日，以 1000 点为基点，发布日期为 2020 年 12 月 16 日。该指数策略由新华财经与天弘基金联合参与研发，由中国经济信息社旗下的新华指数（北京）有限公司发布。

指数处于具有长期投资价值的消费赛道，既涵盖了传统消费创新转型的新路径，又突出体现了新经济新消费的特点。选样空间为主营业务覆盖消费电子、新能源汽车、消费互联网、智能家居、新零售、潮流服饰、文娱 IP、医美保健、休闲食品、母婴消费、宠物经济及未来其他新兴消费行业能等的上市公司，可反应消费需求的变化趋势，选样规则具有评价品牌价值从而筛选出优质消费公司的能力，为投资者创造了一个紧跟内需消费变化趋势的工具，为一键式布局新兴消费行业的投资机会提供了方便。

表 1：新华沪港深新兴消费品牌指数基本信息

指数全称	新华沪港深新兴消费品牌指数
指数代码	989006.CNI
发布机构	新华指数（北京）有限公司
发布日期	2020 年 12 月 16 日
基点日期	2016 年 12 月 30 日
样本空间	在 A 股、港股（港股通标的）市场的股票组成样本空间： 1) 上市公司主营业务覆盖以下范围：消费电子、新能源汽车、消费互联网、智能家居、新零售、潮流服饰、文娱 IP、医美保健、休闲食品、母婴消费、宠物经济及未来其他新兴消费行业； 2) 上市时间超过一年； 3) 成分证券最近一年日均成交额位于其所在证券交易所全部上市股票的前 80%； 4) 非 ST、*ST 5) 公司近一年无重大违规、财务报告无重大问题； 6) 公司最近一年经营无异常、无重大亏损； 7) 考察期内股价无异常波动； 8) 非长期停牌股票
选样方法	在剩余的股票中，根据新华指数品牌价值体系综合得分，筛选排名靠前的 50 只股票作为成分股。若同一家公司的沪深市场股票和香港市场股票同时入选，则优先纳入沪深市场股票。
指数调整	该指数每半年进行样本调整，调整生效日期为每年 6 月和 12 月的第二个星期五后的下一个交易日。每次调整的样本比例一般不超过 20%，除非因不满足样本空间条件被剔除的原样本超过了 20%。样本设置缓冲区，排名在 35 名内的新样本优先进入指数，排名在 35 名之前的老样本优先保留。

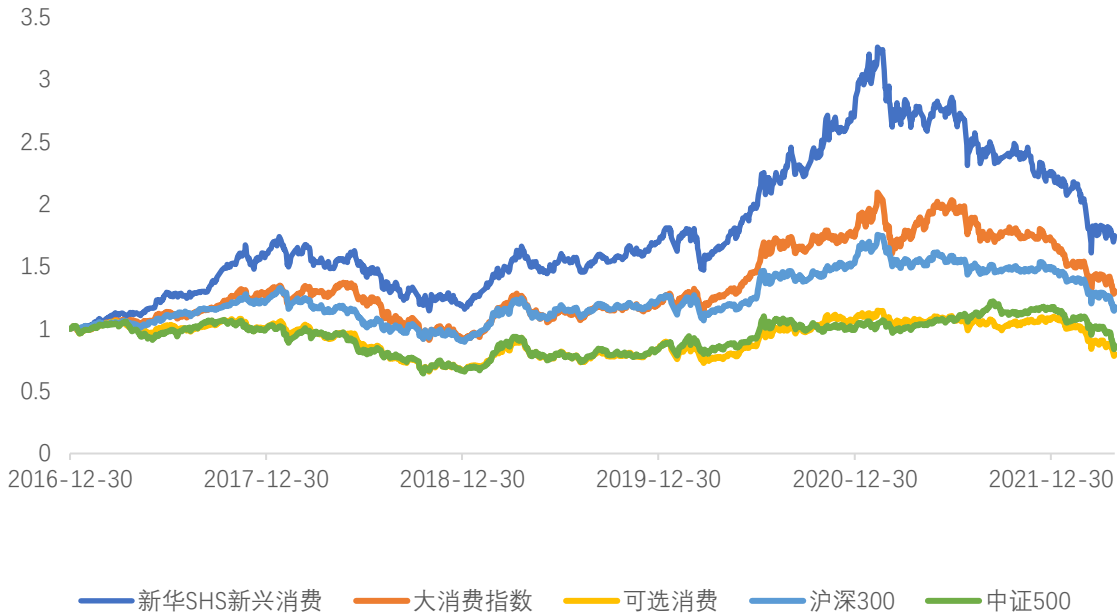
资料来源：Wind，信达证券研发中心

2.2、指数表现：长期业绩表现优异，收益优于同类指数及主流宽基指数

新华 SHS 新兴消费指数自基日以来业绩表现优异,产品年化收益率 12.02%,累计收益为 86.34%,显著优于沪深 300 指数以及中证 500 等宽基指数和同类型消费指数的业绩表现。

近三个月以来的收益率也优于大部分同类指数。

图 9：新华 SHS 新兴消费指数净值走势与同类指数及宽基指数比较（自基日以来）



资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：2016 年 12 月 30 日至 2022 年 5 月 31 日

表 2：与宽基指数及同类指数相比新兴消费指数收益情况（自基日以来）

	新华 SHS 新兴消费	大消费指数	可选消费	沪深 300	中证 500
年化收益率 (%)	12.02	7.00	-1.83	4.19	-0.70
年化波动率 (%)	24.19	22.13	20.83	19.41	21.62
最大回撤 (%)	-51.27	-38.77	-39.45	-34.84	-40.11
夏普比率	0.50	0.32	-0.09	0.22	-0.03
近 3 月收益 (%)	-7.49	-7.10	-8.37	-10.64	-12.35
近 6 月收益 (%)	-16.41	-18.29	-14.04	-15.33	-16.91
今年以来收益 (%)	-17.63	-17.38	-16.61	-17.18	-18.12
累计收益	86.34%	41.63%	-9.30%	23.61%	-3.79%

资料来源：Wind，信达证券研发中心

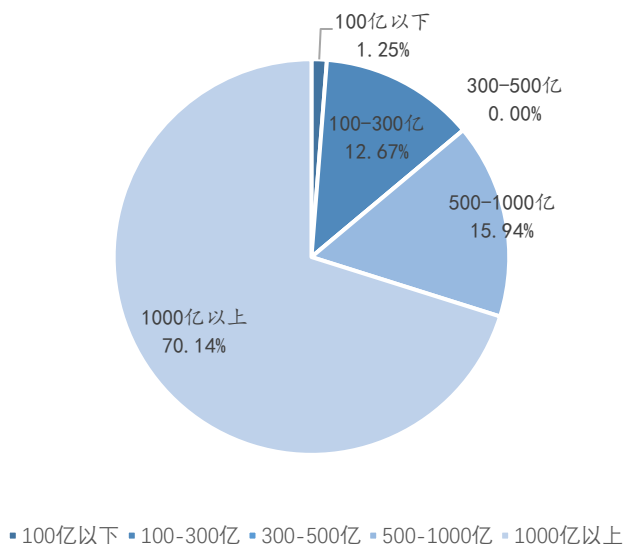
数据日期：2016 年 12 月 30 日至 2022 年 5 月 31 日

2.3、市值分布：成分股全面覆盖大中小盘，大市值股票权重较大

成分股加权平均自由流通市值约 3968 亿元：截至 2022 年 5 月 31 日，指数的 50 只成分股自由流通市值合计约 5.48 万亿元，成分股加权平均自由流通市值约为 3968 亿元。流通市值 500 亿

以下的股票有 31 只，权重占比为 13.92%；流通市值 500-1000 亿之间的股票有 7 只，权重占比为 15.94%；流通市值在 1000 亿以上的股票有 12 只，权重占比 70.14%。

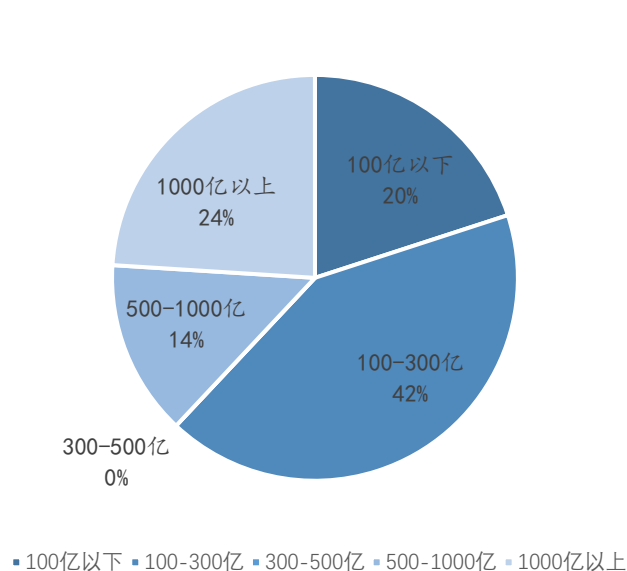
图 10：成分股流通市值权重分布



资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：截至 2022 年 5 月 31 日

图 11：成分股流通市值数量分布



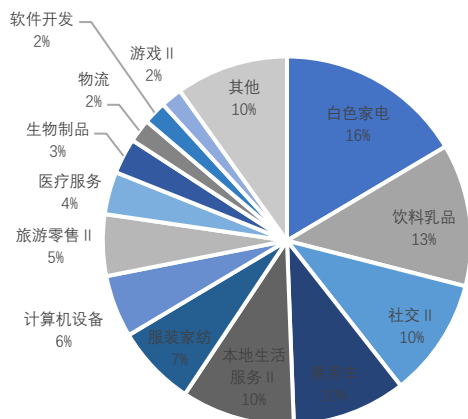
资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：截至 2022 年 5 月 31 日

2.4、行业分布：行业较为集中于白色家电、饮料乳品行业

白色家电、饮料乳品占比较大：根据申万二级行业进行分类，白色家电权重占比最大，饮料乳品数量占比最大，两个行业的权重占比分别为 16.47%、12.51%，数量占比分别为 6%、10%。

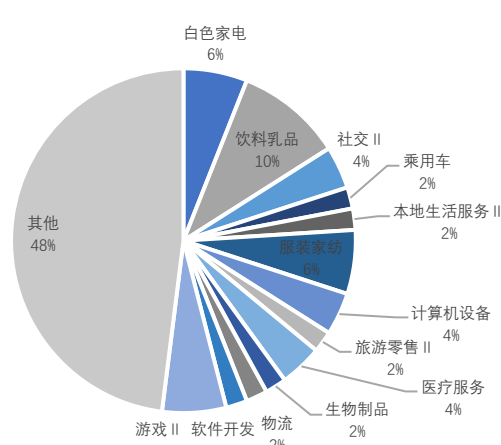
图 12：成分股行业权重分布（申万二级行业）



资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：截至 2022 年 5 月 31 日

图 13：成分股行业数量分布（申万二级行业）



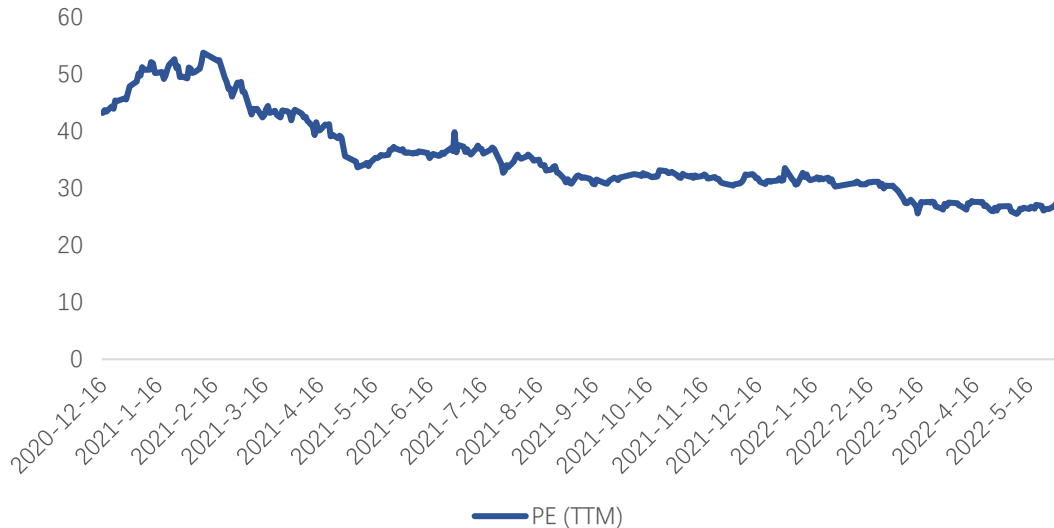
资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：截至 2022 年 5 月 31 日

2.5、估值水平：PE 处于历史较低水平

PE 处于历史低位。截至 2022 年 5 月 31 日，指数市盈率（TTM）为 27.27 倍，在发布以来的 PE 数据中位于 10.83% 的百分位、在近一年以来的 PE 数据中位于 15.64% 的百分位。

图 14：新兴消费指数估值水平（PE-TTM）



资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：2020 年 12 月 16 日至 2022 年 5 月 31 日

2.6、指数成分股：精选消费与新兴消费板块

目前，新华 SHS 新兴消费指数共有 50 只成分股，根据申万一级行业分类，前十大权重股均均衡分布于各个消费行业相关板块。

表 3：新华 SHS 新兴消费指数前十大权重股基本信息

代码	简称	自由流通市值（亿）	权重	申万一级行业
0700.HK	腾讯控股	21867.89	9.99	传媒
3690.HK	美团-W	7268.69	9.94	社会服务
000333.SZ	美的集团	2547.08	8.51	家用电器
002594.SZ	比亚迪	2433.68	8.05	汽车
600887.SH	伊利股份	2060.27	6.91	食品饮料
601888.SH	中国中免	1611.21	5.40	商贸零售
000651.SZ	格力电器	1436.05	4.81	家用电器
002415.SZ	海康威视	1256.88	4.13	计算机
2331.HK	李宁	1256.01	3.83	纺织服饰
600690.SH	海尔智家	979.63	3.15	家用电器

资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：截至 2022 年 5 月 31 日



1、腾讯控股

腾讯是目前中国最大的互联网综合服务提供商之一，也是中国服务用户最多的互联网企业之一。腾讯把为用户提供“一站式在线生活服务”作为战略目标，提供互联网增值服务、网络广告服务和电子商务服务。通过即时通信工具 QQ、移动社交和通信服务微信和 WeChat、门户网站腾讯网(QQ.com)、腾讯游戏、社交网络平台 QQ 空间等中国领先的网络平台，腾讯打造了中国最大的网络社区，满足互联网用户沟通、资讯、娱乐和电子商务等方面的需求。目前，腾讯 50%以上员工为研发人员，拥有完善的自主研发体系，在存储技术、数据挖掘、多媒体、中文处理、分布式网络、无线技术六大方向都拥有了相当数量的专利申请，是拥有最多发明专利的中国互联网企业。截至 21 年 Q4，全年营业总收入高达 5613.47 亿元，净利润为 2248.22 亿元，同比增长 40.65%。

2、美团-W

公司是中国领先的生活服务电子商务平台。公司用科技连接消费者和商家，提供服务以满足人们日常「吃」的需求，并进一步扩展至多种生活和旅游服务。公司在消费者的日常生活中扮演着重要的角色。公司旨在通过向商家提供广泛的解决方案，助力生活服务业实体经济转型升级。公司通过先进的大数据和人工智能(AI)技术助力服务行业。公司是全球服务业电子商务模式的创新先锋。尽管面临宏观环境、自然灾害及新冠肺炎疫情多点爆发的挑战，我们的餐饮外卖业务仍于 2021 年录得强劲增长。年度交易用户数及人均交易频次均创下历史新高。

3、美的集团

公司是一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的科技集团，提供多元化的产品种类与服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电为核心的消费电器业务；以家用空调、中央空调、供暖及通风系统为核心的暖通空调业务；以库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及自动化系统业务；以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。

4、比亚迪

比亚迪是一家致力于“用技术创新，满足人们对美好生活的向往”的高新技术企业。比亚迪成立于 1995 年 2 月，经过 20 多年的高速发展，已在全球设立 30 多个工业园，实现全球六大洲的战略布局。比亚迪业务布局涵盖电子、汽车、新能源和轨道交通等领域，并在这些领域发挥着举足轻重的作用，从能源的获取、存储，再到应用，全方位构建零排放的新能源整体解决方案。比亚迪是香港和深圳上市公司，营业额和总市值均超过千亿元。

5、伊利股份

乳制品行业龙头。公司一直为消费者提供健康、营养的乳制品，规模大、产品线健全，是符合奥运会标准，为 2008 年北京奥运会提供服务的乳制品企业；也是符合世博会标准，为 2010 年上海

世博会提供服务的乳制品企业。目前，伊利在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲等乳业发达地区构建了一张覆盖全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系的骨干大网。伊利一直坚持和推动创新战略，经过多年发展，已经建立了多个领先的技术研发和产学研合作平台，持续推动行业创新。其中，国家认定企业技术中心、乳品深加工技术国家和地方联合工程研究中心、全国冷冻饮品标准化技术委员会秘书处、国家乳制品加工技术研发专业分中心、国家乳肉检测中心的乳品检测研究室等都属于国家级别的研发创新平台。

6、海康威视

公司是领先的视频产品和内容服务提供商，面向全球提供领先的视频产品、专业的行业解决方案与内容服务。公司积极布局新兴市场和新兴业务，基于互联网推出了面向家庭和小微企业的相关产品及云服务平台；进入智能制造领域，推出了一系列机器视觉产品及解决方案。公司产品已涵盖视频监控系统的所有主要设备，包括前端采集设备、后端存储及集中控制、显示、管理及储存设备。典型视频监控系统的前端设备主要包括摄像机(采集视音频信号)及 DVS(压缩及编码视音频信号)；典型视频监控系统的后端设备主要包括录像机(记录及存储视音频信号)；典型视频监控系统的中心控制设备主要包括集中控制设备(控制、检索及显示视音频信号)、VMS 软件及中心储存设备。此外，公司拥有门禁、报警、可视对讲等系列大安防领域的产品。

三、天弘新华沪港深新兴消费品牌

3.1、产品信息

天弘新华沪港深新兴消费品牌指数证券投资基金（认购代码：013888.OF（A 份额）/ 013889.OF（C 份额），以下简称“天弘新兴消费”）发行于 2022 年 3 月 28 日，封闭期认购期限为 2022 年 3 月 28 日到 2022 年 6 月 27 日。天弘新兴消费采用被动式投资策略，紧密跟踪标的指数，追求跟踪偏离度和跟踪误差的最小化，力争实现与标的指数表现相一致的长期投资收益。本基金属于股票型基金，其预期收益及预期风险水平高于混合型基金、债券型基金和货币市场基金，属于较高风险、较高收益的基金。基金管理费率为 0.50%，托管费率为 0.10%。

基金经理由杨超，沙川，胡超共同担任。

表 4：天弘新华沪港深新兴消费品牌 A 基本信息

基金全称	天弘新华沪港深新兴消费品牌指数证券投资基金		
基金简称	天弘新华沪港深新兴消费品牌 A	认购代码	013888.OF（A） 013889.OF（C）
基金管理人	天弘基金管理股份有限公司		
发行日期	2022 年 3 月 28 日	基金经理	杨超，沙川，胡超
标的指数	新华 SHS 新兴消费	标的代码	989006.CNI
基金类型	股票型证券投资基金		
投资目标	本基金紧密跟踪标的指数，追求跟踪偏离度和跟踪误差的最小化，实现与标的指数表现相一致的长期投资收益。		
投资比例	本基金投资于股票的资产比例不低于基金资产的 90%，投资于新华沪港深新兴消费品牌指数成份股和备选成份股的资产比例不低于非现金基金资产的 80%；本基金每个交易日日终在扣除股指期货合约需缴纳的交易保证金后，应当保持不低于基金资产净值 5% 的现金或到期日在一年以内的政府债券，其中现金不包括结算备付金，存出保证金和应收申购款等。		
风险收益特征	本基金为股票型基金，其预期风险与预期收益高于混合型基金、债券型基金与货币市场基金。本基金为指数型基金，主要采用完全复制法跟踪标的指数的表现，具有与标的指数相似的风险收益特征。本基金可投资港股通标的股票，还面临港股通机制下因投资环境、投资标的、市场制度以及交易规则等差异带来的特有风险。		
费率结构	管理费率	0.50%	
	托管费率	0.10%	

资料来源：Wind、基金法律文件，信达证券研发中心

3.2、三位经验丰富基金经理合力打造优质产品

基金经理：杨超先生，毕业于英国威尔士斯旺西大学，数学与金融计算硕士。2010 年 5 月加入建信基金管理有限公司，从事金融工程等工作，先后担任投资管理部助理研究员、初级研究员、基金经理助理等职务。2014 年 6 月加入泰达宏利基金管理有限公司，担任基金经理助理、基金经理。2019 年 1 月加入天弘基金管理有限公司，现任指数与数量投资部副总经理。投资经理年限 7.26 年，在任管理基金数 13 只，在管基金总规模 105.85 亿元。

基金经理：沙川先生，数学硕士学位，多年证券从业经验。历任中国中投证券有限责任公司量化分析师。2013年9月加盟天弘，曾任金融工程研究员。2018年1月起开始担任天弘量化驱动股票型证券投资基金(2019年8月转型为天弘中证500指数增强型证券投资基金)基金经理。投资经理年限4.24年，在任管理基金数15只，在管基金总规模254.26亿元。

基金经理：胡超先生，范德比尔特大学金融学硕士学位，6年证券从业经验。历任普华永道咨询(深圳)有限公司高级顾问、中合中小企业融资担保股份有限公司高级业务经理、中国人民财产保险股份有限公司海外投资业务主管。2016年6月加盟天弘，历任国际业务研究员。2019年9月起任天弘标普500发起式证券投资基金(QDII-FOF)基金经理。投资经理年限2.70年，在任管理基金数11只，在管基金总规模84.64亿元。

3.3、基金管理人：天弘基金

天弘基金成立于2004年11月8日，是经中国证监会批准设立的全国性公募基金管理公司之一，目前注册资本5.143亿元。2013年，天弘基金与支付宝合作推出余额宝，是天弘余额宝货币市场基金管理人。

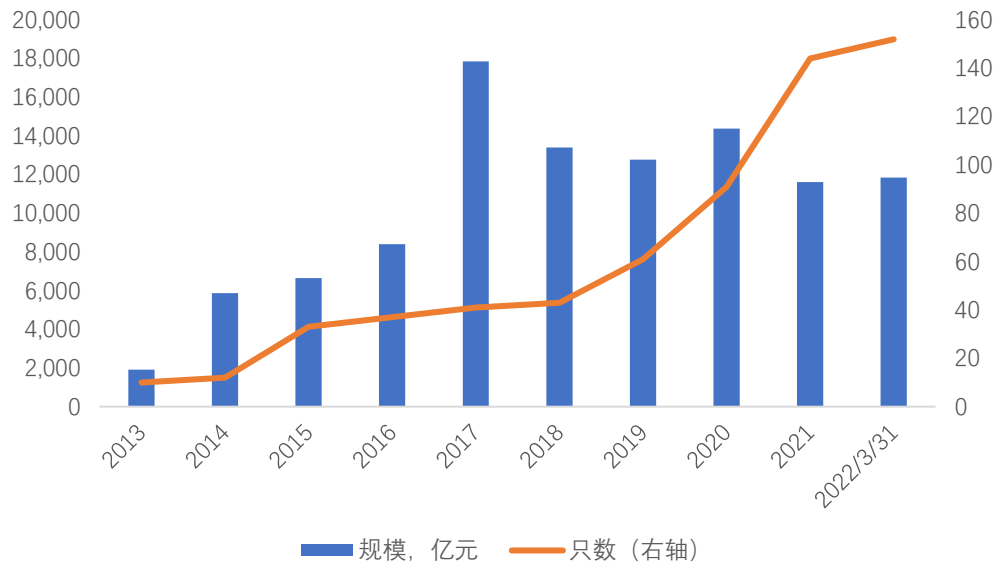
天弘基金秉承“稳健理财，值得信赖”经营理念，成立18年来，锐意进取、不断创新，受到了市场的广泛认可。截至2022年3月31日，天弘基金公募基金管理规模11844.86亿元，规模位居全市场第二（包含天弘余额宝）。非货币公募规模3188.99亿元，连续2年实现翻倍式增长。（规模未剔除ETF联接基金和FOF基金重复投资。）

截至2022年3月31日，共管理运作153只公募基金，公司业务范围涵盖二级市场股票投资、债券投资、现金管理、衍生品投资，以及股权、债权、其他财产权利投资等。

天弘基金始终秉持客户第一的价值观，以“为天下人提供稳健、专业、便捷的理财服务”为使命，致力于成为持续领先的综合性资产管理公司。自成立以来截至2022年3月31日，天弘基金旗下公募基金累计为客户赚取收益2732.41亿元。



图 15：天弘基金管理规模与数量（亿元，只）



资料来源：Wind，信达证券研发中心

数据日期：2013 年 12 月 31 日至 2022 年 3 月 31 日

风险因素

宏观经济下行；新冠疫情加剧；股市波动率上升；金融监管力度抬升超预期。本基金属于股票型基金，预期风险收益水平较高；历史表现不代表未来。

机构销售联系人

区域	姓名	手机	邮箱
全国销售总监	韩秋月	13911026534	hanqiuyue@cindasc.com
华北区销售总监	陈明真	15601850398	chenmingzhen@cindasc.com
华北区销售副总监	阙嘉程	18506960410	quejiacheng@cindasc.com
华北区销售	祁丽媛	13051504933	qiliyuan@cindasc.com
华北区销售	陆禹舟	17687659919	luyuzhou@cindasc.com
华北区销售	魏冲	18340820155	weichong@cindasc.com
华北区销售	樊荣	15501091225	fanrong@cindasc.com
华东区销售总监	杨兴	13718803208	yangxing@cindasc.com
华东区销售副总监	吴国	15800476582	wuguo@cindasc.com
华东区销售	国鹏程	15618358383	guopengcheng@cindasc.com
华东区销售	李若琳	13122616887	liruolin@cindasc.com
华东区销售	朱尧	18702173656	zhuyao@cindasc.com
华东区销售	戴剑箫	13524484975	daijianxiao@cindasc.com
华东区销售	方威	18721118359	fangwei@cindasc.com
华东区销售	俞晓	18717938223	yuxiao@cindasc.com
华东区销售	李贤哲	15026867872	lixianzhe@cindasc.com
华东区销售	孙僮	18610826885	suntong@cindasc.com
华东区销售	贾力	15957705777	jjali@cindasc.com
华南区销售总监	王留阳	13530830620	wangliuyang@cindasc.com
华南区销售副总监	陈晨	15986679987	chenchen3@cindasc.com
华南区销售副总监	王雨霏	17727821880	wangyufei@cindasc.com
华南区销售	刘韵	13620005606	liuyun@cindasc.com
华南区销售	许锦川	13699765009	xujinchuan@cindasc.com

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司(以下简称“信达证券”)具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深300指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起6个月内。	买入： 股价相对强于基准20%以上；	看好： 行业指数超越基准；
	增持： 股价相对强于基准5%~20%；	中性： 行业指数与基准基本持平；
	持有： 股价相对基准波动在±5%之间；	看淡： 行业指数弱于基准。
	卖出： 股价相对弱于基准5%以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。