

你在投資亞洲嗎？

亞洲人的生活型態

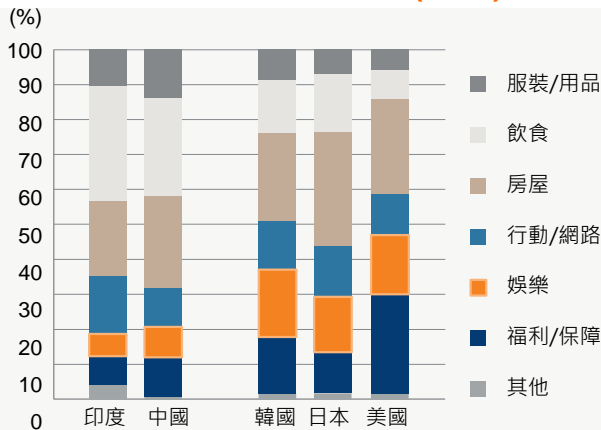
- 豐富的生活型態
- 食品和醫藥的純度與安全問題
- 更健康的運動生活
- 精良細膩的啤酒和電影

MIRAE ASSET
未來資產

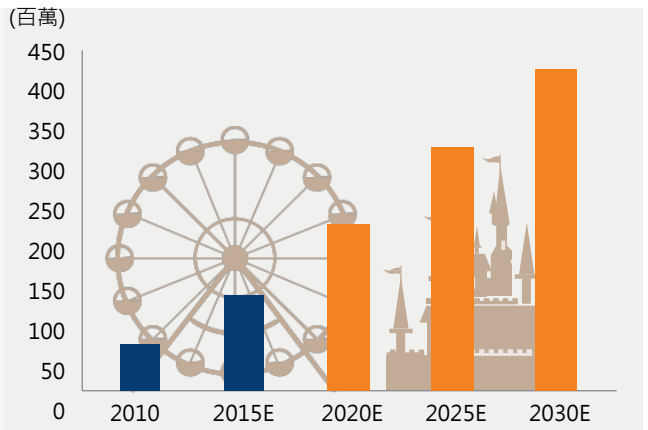
豐富的生活型態

- 隨著亞洲消費者收入增加，消費支出的優先順序將從滿足需求，轉變成滿足享受及保障，我們可以透過印度人和中國人在已開發國家的荷包中證明！
- 與娛樂和休閒相關的服務和活動，例如餐廳、酒、有機食品、旅遊、主題公園、媒體、電影和體育等所共同構成的生活型態，早在多年以前就已開始擴張性移轉。

個人支出項目-按類別分 (2015)



中國主題公園遊客數量 (2010-2030E)

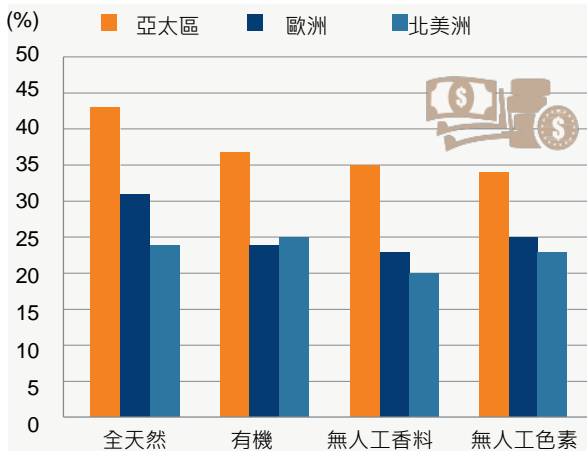


Source: Euromonitor, CEIC, Goldman Sachs, AECOM, Citi Research, Mirae Asset Global Investments (2016/11)

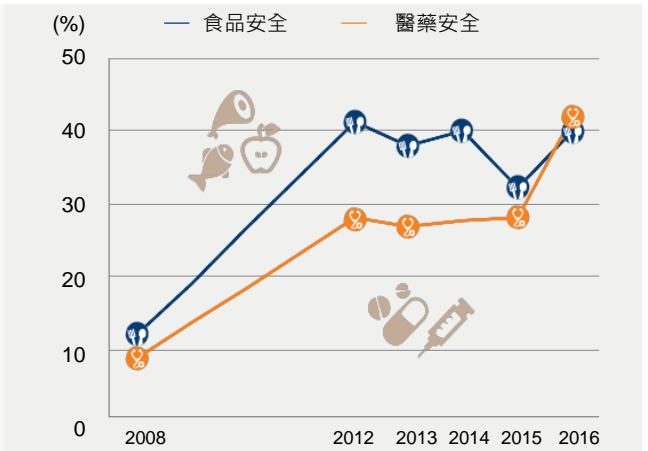
食品和醫藥的純度與安全問題

- 相對於歐洲人和美國人，越來越多富裕的亞洲人，願意花更多錢購買來源天然、有機的食物。
- 民眾對於食品和醫藥的危險意識，已經在中國中產階級之間發酵，加上媒體的渲染，促使政府尋求更嚴格的執法與監管。

願意多花費取得健康食材占比



中國對食品與醫藥安全問題的關注提升

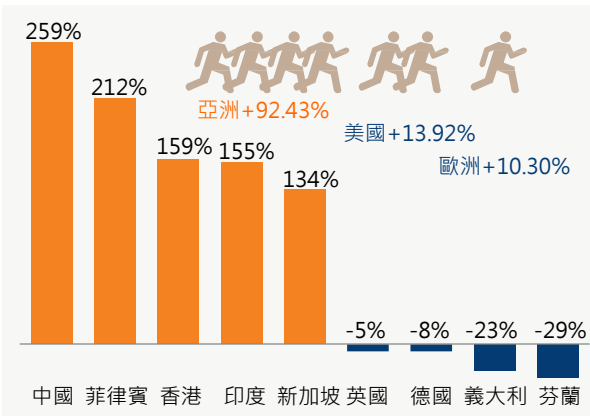


Source: Nielsen, Healthy Eating Trends Around the World (2015), Pew Research, Global Attitudes Survey, (2016)

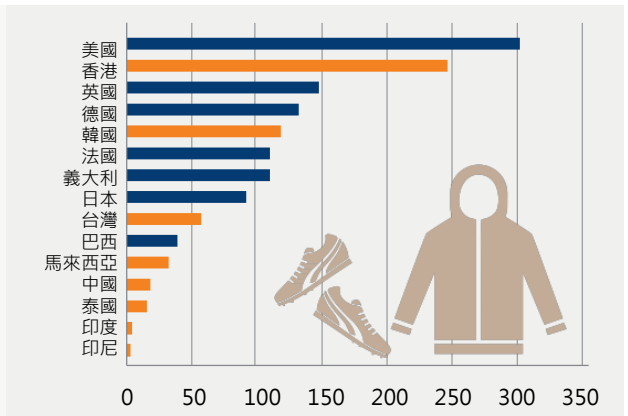
更健康的運動生活

- 隨著對於健康的擔憂，亞洲人參與更多的運動，尤其是跑馬拉松的人氣激增。
- 運動服裝的人均購買量相對於歐洲及美國來說，仍顯微不足道，代表亞洲運動相關的產品，未來仍具有令人為之驚豔的成長動力。

馬拉松越來越受歡迎 (2009-2014)



運動服人均消費 (2015)

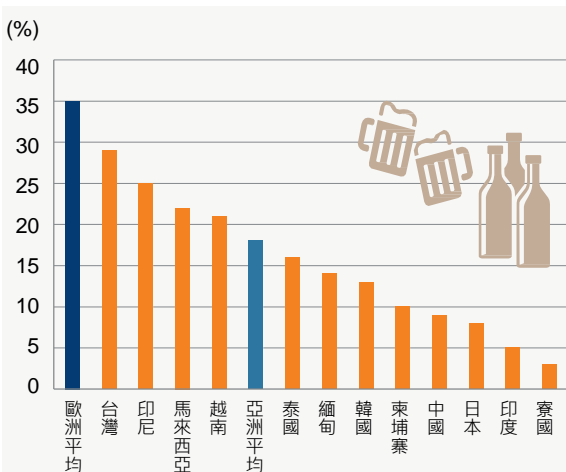


Source: Copenhagen Business School, RunRepeat,(2016) CLSA, Euromonitor (2015)

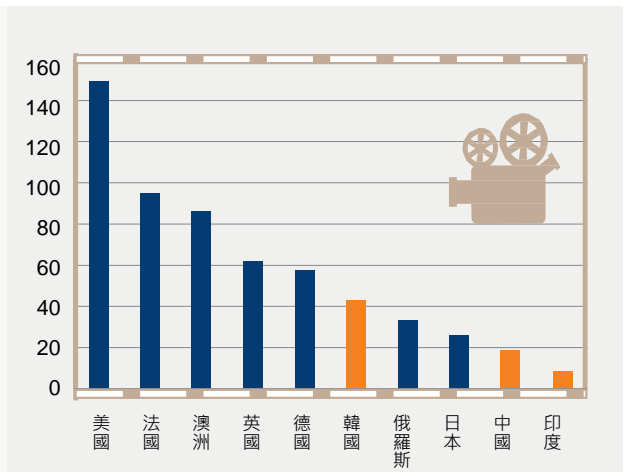
精良細膩的啤酒和電影

- 雖然亞洲啤酒的產量減少，但中國仍占總量的2/3，對優質啤酒的需求，隨著新的國際啤酒產品而上升，並為全球啤酒商提供利潤成長的機會。
- 亞洲的電影螢幕普及率仍遠落後於全球平均，但對於娛樂及文創產業的渴望，正形成一股能量轉化為更高質感的電影製作。

亞洲國家消費優質啤酒滲透率 (2015)



每百萬人使用電影螢幕數 (2014)



Source: Canadean and Kepler Cheuvreux, Deutsche Bank, KOFIC, EntGroup, (2016)

本基金 (含境外基金) 經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；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，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明書。有關基金應負擔之費用 (含分銷費用) 已揭露於基金之公開說明書或投資人須知中，投資人可至公開資訊觀測站或境外基金資訊觀測站中查詢。投資人若經由銷售機構申購基金，在持有期間，總代理人或銷售機構仍持續收受經理費分成報酬，另應自行至各銷售機構網站查詢最新之通路報酬相關資訊，未來通路報酬分成或費率異動時亦同。

匯率走勢亦可能影響所投資之海外資產而使資產價值變動。本基金投資涉及投資於新興市場部分，因其波動性與風險程度可能較高，且其政治與經濟情勢穩定度可能低於已開發國家，也可能使資產價值受不同程度之影響，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。【未來資產投信獨立經營管理】