

中证品牌消费 100 策略指数编制方案

中证品牌消费 100 策略指数选取沪深 A 股主要消费和可选消费相关行业中具有高盈利能力、品牌优势特征，且估值水平较低的上市公司股票作为样本股，以反映相关上市公司股票的整体表现。

一、指数名称和代码

指数名称：中证品牌消费 100 策略指数

指数简称：品牌消费 100

英文名称：CSI Consumer Brand 100 Strategy Index

英文简称：Consumer Brand 100

指数代码：931371

二、指数基日和基点

该指数以 2008 年 12 月 31 日为基日，以 1000 点为基点。

三、样本选取方法

1、样本空间

中证品牌消费 100 策略指数的样本空间由满足以下条件的沪深 A 股构成：

(1) 中证全指指数样本股；

(2) 非 ST、*ST 股票；

(3) 非暂停上市股票；

(4) 中证一级行业分类为主要消费和可选消费的股票（剔除其中的汽车与汽车零部件和传媒两个中证二级行业）。

2、选样方法

(1) 对样本空间内股票分别按照过去一年的 A 股日均成交金额和数据考察截止日的 A 股总市值由高到低排序，剔除排名靠后的 20% 的股票后作为待选样本；

(2) 针对待选样本，对盈利能力、效率提升和品牌优势的细分指标由高到低排序进行标准化打分，对估值水平由低到高排序进行标准化打分，各细分指标以简单算术平均计算得到各大类指标后，再以简单算术平均得到综合得分；

选样维度	细分指标
盈利能力	滚动三年(十二个季度)净资产回报率均值
估值水平	滚动十二个月市现率
效率提升	最新季度 ROE 同比增长率 最近十二个月经营性活动净现金流同比增长率
品牌优势	滚动十二个月营业总收入在相同中证三级行业中所占比例 滚动三年(十二个季度)毛利率均值

(3) 选取综合得分排名靠前的 100 只股票作为指数的样本股。

四、指数计算

中证品牌消费 100 策略指数计算公式为：

$$\text{报告期指数} = \frac{\text{报告期样本股的调整市值}}{\text{除数}} \times 1000$$

其中，调整市值 = $\sum(\text{股价} \times \text{调整股本数} \times \text{权重因子})$ 。调整股本数的计算方法、除数修正方法参见计算与维护细则。权重因子介于 0 和 1 之间，以使指数样本股以基本面投资价值加权，且单个样本股权重不超过 8%。

基本面投资价值计算方式为：计算以下 4 个指标占样本股中所有股票这一指标总和的百分比，并以 4 个百分比数据的简单算术平均值作为基本面投资价值。

- (1) 营业收入：滚动十二个月营业收入之和
- (2) 现金流：滚动十二个月经营性现金流净额之和
- (3) 净资产：最新财报披露的归属于母公司所有者权益
- (4) 分红：上一年度累计税后现金分红金额

五、指数样本和权重调整

1、定期调整

中证品牌消费 100 策略指数的样本股每季度调整，样本股调整实施时间为每年 3 月、6 月、9 月和 12 月的第二个星期五的下一交易日。每次样本调整比例一般不超过 20%，除非因不满足样本空间条件被剔除的原样本股超过了 20%。

权重因子随样本股定期调整而调整，调整时间与指数样本定期调整实施时间相同。在下一个定期调整日前，权重因子一般固定不变。

2、临时调整

特殊情况下将对指数进行临时调整。当样本股暂停上市或退市时，将其从指数样本中剔除。样本股公司发生收购、合并、分拆等情形的处理，参照计算与维护细则处理。