

全景财经搜索·基金专题系列：谁是月度最红明星基金公司？



基金公司曝光度观察报告

(2009年4月 总第8期)

本期主题：4月份曝光度反弹受挫 媒体对基金热情下降明显

据全景财经搜索统计，2009年4月份，来自国内主流财经网站及各大基金公司官方网站共发布有关“基金”的“新闻”18676篇，相关“公告”4113篇，“研究报告”2996篇；分别较前一个月增长-31.12%、19.49%、4.68%。三项合计25785篇，较3月份下降了22.84%。

数据表明，2009年4月份媒体上有关基金新闻资讯明显缩水，公众媒体对曝光基金新闻的热情大幅下降；而各家基金公司的新闻曝光度虽出现下降，但所占比例却大幅增长，表明基金公司主动曝光的积极性虽然有所下降，仍然为基金资讯曝光度的主导力量，只是媒体对基金的热情下降程度更为严重。

4月份曝光度排名前十位依次为华夏基金、上投摩根、工银瑞信、华宝兴业、交银施罗德、博时基金、南方基金、泰达荷银、国投瑞银、友邦华泰。华夏基金以714篇记录再次荣登榜首，次席的上投摩根记录为672篇，工银瑞信结束了连续两月领先之势，本月以565篇记录排名第三。排名垫底的是诺德基金，记录仅为40篇。

4月份报道最为突出的负面曝光应该是“融通基金涉嫌老鼠仓”事件，一家权威证券媒体首先发难，多家主流财经网络媒体推出专题跟进，又有众多地方媒体、非专业媒体推波助澜炮轰，把融通基金推向了舆论谴责的风口浪尖，另外，该公司还有旗下“封基分红混乱”备受争议的事情，这都对其品牌形象损失颇难估计。

同样对于品牌建设需要扣分的是连续两个月居榜首、本月位居季军的工银瑞信基金管理公司，该公司旗下基金一季度业绩集体跑输业绩比较基准、排名靠后且旗下货基遭巨额赎回，有网络媒体以“工银瑞信一季度遭遇三输”推出负面专题，对该公司的批评同样是平面媒体与网络媒体联动，负面曝光对其近期大力营造的美好形象将大打折扣。

无论“正面”或者“中性”，对基金公司的品牌建设都有正向的支持作用，每一篇报道都可以为基金公司的知名度提升添砖加瓦；而负面报道或批评，虽然也能提升“知名度”，但将降低基金公司的美誉度，如果说正面曝光具有“加分”功能，负面曝光则是“减分”项目，每一则负面报道或多或少地削弱受众心中的美好形象，以信任关系生存发展的基金公司利益将直接或间接受损。

本报告在全景基金频道、搜狐基金频道、腾讯基金频道、中国基金网、金融界基金频道、MSN理财频道等网络媒体以专题形式发布。此外，十多家财经媒体转载新闻稿予以支持。以上仅为摘要。谨请读者阅读文稿后面的免责声明。

全景基金频道(fund.p5w.net)编辑：黄昉、包莹 电话：0755-83990163 邮箱：fund@p5w.net。

4 月曝光度反弹受挫 媒体对基金热情下降明显

据全景财经搜索统计，2009 年 4 月份，来自国内主流财经网站及各大基金公司官方网站共发布有关“基金”的“新闻”18676 篇，相关“公告”4113 篇，“研究报告”2996 篇；分别较前一个月增长-31.12%、19.49%、4.68%。三项合计 25785 篇，较 3 月份下降了 22.84%。媒体上有关基金的资讯发布总量下降明显，相关公告及研报增长不足以影响总体格局，前一个月反弹趋势未能延续。

按区分各家基金公司简称关键词搜索结果统计，4 月份国内 61 家基金公司共在网络上出现 14910 篇新闻资讯，约占有以“基金”搜索得到的新闻总篇数的 79.84%；所占比例较前一个月搜索结果上升了 18 个百分点。平均搜索到每一家基金公司相关“新闻”244 篇，较 3 月份少了 30 篇，降幅为 11%。

同样按区分各家基金公司搜索结果统计，搜索到相关“公告”5328 篇，平均每一家公司约在媒体上曝光 87 则记录，较前一个月增幅为 24.29%。同样统计方法表明，共搜得相关“研究报告”1550 篇记录，约占有以“基金”搜到总数研报的 51.74%，平均每一家基金公司通过研报曝光的记录约 25 篇，略少于上一个月。

数据表明，2009 年 4 月份媒体上有关基金新闻资讯明显缩水，公众媒体对曝光基金新闻的热情大幅下降；而各家基金公司的新闻曝光度虽出现下降，但所占比例却大幅增长，表明基金公司主动曝光的积极性虽然有所下降，仍然为基金资讯曝光度的主导力量，只是媒体对基金的热情下降程度更为严重。

另一方面，基金公告的大幅增长并不能改变整体弱势，媒体主动曝光的积极性不足，不会因基金公司多发公告而加大基金的宣传报道，4 月份基金公告的大幅增长主要来源于一季度报告的集中披露，这不是基金营销的重点，基金公司自身有更多广而告之的事情，才是曝光度上升的主要条件，因此可见，目前市场的决定性因素仍然在于基金公司的主动财经公关。

据观察，目前基金公司宣传营销的重头戏是发行新产品，三月份曝光度反弹在四月份未能延续，这应该与新品发行数量下降有必然关系。经历了一季度的发行高潮之后，4 月新品获批发行数量明显下降，特别是多数较大规模基金公司完成新品发行之后，基金公司整体上公关营销方面投入大幅减少，媒体上的报道也随之缩水。

基金公司媒体曝光度“强者恒强”的总态势 4 月份继续演绎。媒体对基金公司“关照”“贫富不均”的规律性现象也继续呈现。以搜到新闻资讯排名前十家基金公司共有 5216 篇，约占总体的 35%，较前一个月所占比例有所下降，超越平均数的仅有 24 家。

4 月份曝光度排名前十位依次为华夏基金、上投摩根、工银瑞信、华宝兴业、交银施罗德、博时基金、南方基金、泰达荷银、国投瑞银、友邦华泰。华夏基金以 714 篇记录再次荣登榜首，次席的上投摩根记录为 672 篇，工银瑞信结束了连续两月领先之势，本月以 565 篇记录排名第三。排名垫底的是诺德基金，记录仅为 40 篇。（详细见附表）

曝光度事关基金品牌建设 负面资讯是“减分”项

既往的观察报告中，我们总结了基金公司曝光度的规律性现象。基金公司实力强弱将影响主动财经公关的能力，总体上曝光度跟规模呈现正相关。一些曝光度较为稳定基金公司应该比较重视媒体渠道，持续不断地曝光各类资讯。至于曝光度比规模实力更为出色的表现，短期内或与期间突发性事件有关，但长期而言，绝对是基金公司主动财经公关的结果。

业界普遍认为，媒体曝光度在品牌建设中发挥着积极作用。通过各类渠道，曝光各种资讯，可以提高自身的知名度，知名度的提升将有利于基金公司营销拓展，特别是在新基金销售或老基金持续营销的时候显得尤为重要。有业内人士表示，在卖新基金时，如果基金公司和基金经理均耳熟能详的话，基金会好卖得多。尽管目前基金销售仍然由银行渠道主导，但也不能忽略媒介在其中扮演的角色。

曝光度排名越前并不能说明其品牌建设越成功。我们的曝光度数据不能区分每一篇新闻报道的正面、负面或者中性，这属于定性分析范畴，很难有客观标准，也是搜索工具的局限所在。目前，正面报道多为基金公司主动发送的公关稿件，也有少部分因业绩优秀被记者或分析师点名表扬；媒体人士积极主动报道的也时常有批评性文章，这是发挥其舆论监督功能的具体表现；也有一些对于基金公司不疼不痒的报道，可以归入“中性”范畴。

无论“正面”或者“中性”，对基金公司的品牌建设都有正向的支持作用，每一篇报道都可以为基金公司的知名度提升添砖加瓦；而负面报道或批评，虽然也能提升“知名度”，但将降低基金公司的美誉度，如果说正面曝光具有“加分”功能，负面曝光则是“减分”项目，每一则负面报道或多或少地削弱受众心中的美好形象，以信任关系生存发展的基金公司利益将直接或间接受损。

4 月份报道最为突出的负面曝光应该是“融通基金涉嫌老鼠仓”事件，一家权威证券媒体首先发难，多家主流财经网络媒体推出专题跟进，又有众多地方媒体、非专业媒体推波助澜炮轰，把融通基金推向了舆论谴责的风口浪尖，另外，该公司还有旗下“封基分红混乱”备受争议的事情，这都对其品牌形象损失颇难估计。

同样对于品牌建设需要扣分的是连续两个月居榜首、本月位居季军的工银瑞信基金管理公司，该公司旗下基金一季度业绩集体跑输业绩比较基准、排名靠后且旗下货基遭巨额赎回，有网络媒体以“工银瑞信一季度遭遇三输”推出负面专题，对该公司的批评同样是平面媒体与网络媒体联动，负面曝光对其近期大力营造的美好形象将大打折扣。

此外，4 月份受媒体负面曝光还有南方基金身陷“分红门”及华安基金 180ETF 陷入“偏差门”等事件。这对各自的品牌形象相信不会产生好的影响，尽管上述几家基金公司月度曝光度数据排名靠前，我们仍然需要与其他排名高位的基金公司区别看待。所以，我们一直强调曝光度不是越高越好，这个月报告进行了以上简要的分析，希望能对阅者有所启示。

总结：媒体曝光度不可或缺 做好业绩才是硬道理！

我们这份曝光度报告数据来源于全景财经搜索，以基金公司简称检索结果来呈现国内基金公司在媒体上的具体表现，各家基金公司在媒体上曝光的文章具体数量多寡，反推得出各家公司财经公关方面工作阶段性成绩。这是目前基金研究领域惟一以基金公司媒体传播为研究对象的系列性观察报告。

基金公司媒体曝光度不可或缺，特别在促进基金销售方面。通过主动财经公关提升基金公司的知名度及美誉度，让投资者更加了解基金公司，才能更好的把基金卖给需要的人，这对基金资产规模的壮大以至于实力的上升不无裨益。而且，这或许也是摆脱或者说减弱银行渠道完全依赖性的有效举措之一，相信会有越来越多的基金公司更加重视这方面的工作。

“凡宣传皆好事”的营销理念，在基金公司媒介传播上同样不是真理。我们认为，基金公司“曝光度”的高低并非做好基金业绩的前提条件；相反，只要把基金的业绩做好了，自然受广大投资者以及众多媒体的追捧。我们推出这一份基于网络搜索的基金媒体传播现象分析系列专题报告的目的并不是为优胜者“锦上添花”，也不是给落后者难堪；编者更期望各大基金公司做好投资理财主业之外，更好地利用包括网络在内的广大财经媒体做好信息披露及投资者关系管理工作。

【免责声明】

1、全景财经搜索是深圳证券信息有限公司旗下全景网推出的专业性财经搜索工具，在国内尚属首创。本专题报告数据资讯主要来源该搜索工具，作者力求客观公正使用该网络工具，但对这些资讯的准确性和完整性不作任何保证。

2、专题报告中的观点及评论不排除作者的个人局限及偏向，与作者所在的单位无关，也并不构成对所述证券品种买卖的推荐。全景网及其雇员对使用本专题及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。（全景网/基金频道编辑 黄昉 包莹 2009 年 5 月 4 日搜索记录；5 月 11 日正式对外发稿）

附表：2009 年 4 月基金公司财经网络媒体资讯曝光度数据表

序号	公司简称	新闻资讯(篇)	相关公告(篇)	相关研究报告(篇)	三项合计(篇)	期间该公司曝光的主要相关事件
1	华夏基金	714	235	99	1048	十一周年纪念;(香港)公司成立;去年净利超 12 亿
2	上投摩根	672	240	123	1035	注册资本增至 2.5 亿;推出“网上智能定投”
3	工银瑞信	565	273	79	917	工银瑞信赚规模丢利润 居银行系基金赎回之首
4	华宝兴业	558	291	64	913	旗下三基金分红;增强收益债基开放申赎
5	交银施罗德	554	223	78	855	签署首单 QDII 专户合同;交银先锋首募 44.69 亿
6	博时基金	479	133	29	641	获上证超级大盘指数 ETF 授权;信用债券基金获批
7	南方基金	438	174	40	652	副总经理王宏远辞职;身陷“分红门”
8	泰达荷银	422	201	60	683	泰达荷银品质生活首募近 13 亿元
9	国投瑞银	412	113	102	627	稳健增长增聘基金经理;发布季度策略报告
10	友邦华泰	402	154	38	594	友邦华泰货币基金募集超过 15 亿
11	光大保德信	378	205	2	585	光大保德信均衡精选开放日常申购及赎回
12	富国基金	372	99	23	494	旗下第三只债券型基金获批;富国论坛在沪召开
13	嘉实基金	366	152	17	535	旗下三基金分红;嘉实量化阿尔法开放申购赎回
14	华安基金	356	99	52	507	华安 180ETF 陷入“偏差门”;华安收益首募逾 27 亿
15	景顺长城	355	193	65	613	景顺长城精选蓝筹 17 个月后重开申购
16	兴业全球	353	70	24	447	兴业全球基金“复兴论坛”登陆中科大
17	大成基金	338	112	18	468	举行主题公益活动庆十周年;大成策略回报分红
18	易方达基金	335	134	24	493	易方达行业领先打开申赎;旗下两基金分红
19	国泰基金	332	84	32	448	基金经理黄刚离任;国泰区位优势获准发行
20	广发基金	322	91	57	470	广发货币份额分级;举办定投俱乐部在线交流

基金公司媒体曝光度观察报告

2009 年 4 月份基金公司财经网络媒体曝光度数据表

21	鹏华基金	305	121	9	435	鹏华沪深 300 首募规模近 20 亿元;发布策略报告
22	申万巴黎	274	97	1	372	申万巴黎消费增长基金即将发行?
23	银华基金	260	104	20	384	银华和谐募集逾 26 亿;基金天华停牌审议转型
24	建信基金	250	62	11	323	建信收益增强债券型基金 4 月 21 日正式募集
25	海富通基金	240	67	1	308	海富通中国首度分红;专户理财蓄势待发
26	长盛基金	237	83	20	340	首只可分离交易基金(长盛同庆)5 月 6 日发行
27	融通基金	235	87	7	329	被爆涉嫌老鼠仓;引发封闭式基金分红混乱
28	国海富兰克林	217	56	48	321	首补分红“欠账”;发布二季度策略报告
29	汇丰晋信	215	60	52	327	生命周期基金投资理念得到证明
30	农银汇理	206	40	16	262	农银汇理平衡双利基金首募 64 亿
31	中海基金	200	69	4	273	聘任副总经理;中海稳健收益将第二次分红
32	东吴基金	193	24	8	225	东吴进取策略基金发行;发布季度策略报告
33	信达澳银	188	92	21	301	信达澳银稳定价值债基成立 首募 11.4 亿
34	万家基金	181	39	4	224	万家精选基金 4 月 13 日正式发行
35	诺安基金	160	73	0	233	诺安成长打开申购; 诺安增利债券基金发售?
36	金鹰基金	158	44	1	203	金鹰红利基金分红
37	长城基金	157	76	32	265	
38	浦银安盛	155	32	17	204	竞争优势基金首次分红;消费增长基金即将发行?
39	招商基金	148	70	40	258	招商行业领先基金获准发行;推广“定投宝宝”
40	金元比联	145	32	0	177	
41	宝盈基金	142	72	4	218	宝盈核心优势打开申赎
42	银河基金	140	53	18	211	银河基金注册资本增至 1.5 亿元 注册地变更
43	泰信基金	130	52	4	186	泰信蓝筹精选正式发行;泰信基金自购 4000 万

基金公司媒体曝光度观察报告

2009 年 4 月份基金公司财经网络媒体曝光度数据表

44	民生加银	127	13	7	147	民生加银品牌蓝筹基金开通定投业务
45	华商基金	122	22	9	153	华商盛世成长首次分红
46	信诚基金	120	39	1	160	信诚经典优债开办日常申赎业务
47	国联安基金	119	29	1	149	国联安举行“私人基金”活动
48	中邮创业	118	42	25	185	
49	汇添富基金	117	66	6	189	汇添富蓝筹稳健基金每 10 份派发红利 0.3 元
50	东方基金	116	21	23	160	东方核心动力股票型基金获批
51	天治基金	114	19	19	152	
52	摩根士丹利华鑫	107	20	9	136	开通招行网上直销?
53	中银基金	105	41	7	153	中银行业增配基金经理;开展 5·12 周年纪念活动
54	新世纪基金	85	29	8	122	赎回新世纪优选成长基金 1900.4130 万份
55	长信基金	76	47	5	128	
56	益民基金	70	38	3	111	总经理刘义鹏辞职 宋瑞来代理总经理职务
57	华富基金	69	26	5	100	华富收益增强债基第二次分红
58	天弘基金	51	32	3	86	天弘永定价值基金增聘基金经理 吕宜振上任
59	中欧基金	49	14	6	69	中欧稳健收益开放场内场外赎回业务
60	中信基金	46	33	43	122	九成人员“过户”华夏 基金业首例合并案近收官
61	诺德基金	40	16	6	62	

统计区间：2009 年 4 月 1 日至 2009 年 4 月 30 日。搜索数据记录时间为 2009 年 5 月 4 日。

统计数据“新闻”、“公告”、“研究报告”均来自全景财经搜索。搜索关键词为该基金公司的简称。期间该公司主要相关事件为全景基金频道编辑整理。