

中国基金品牌曝光及舆情传播分析报告

(2013 年 2 月份 “舆情” 系列第 14 期)

- 基金舆情传播研究及品牌评价系列报告是全景首创，品牌学理论与基金市场结合的创新产物，始于 2008 年 9 月份。本报告是常规“曝光度”报告衍生的资讯产品，“舆情分析”系列第 13 期，在数据监测基础上，研究分析基金行业品牌曝光及舆情传播动态，报告还收录品牌建设个案，供研究参考，助力财富管理机构及专业人士做好相关工作。

基金行业品牌曝光及舆情分析：

- 由于 2 月份本来就比往常月份短，加上中间“春节长假”，交易日缩减幅度较大，农历“辞旧迎新”也分流了从业者部分工作激情，当月基金整体曝光度也因而大幅缩水。整个 2 月份基金营销案例与品牌活动明显减少，基金公司的舆情传播甚为平淡，大多停留于例行的宣传上。当月基金热度关键词为“大资管”及“财富管理”，可见，各家基金公司新一年对大资管“新蓝图”谋划及探讨极为重视。

新发基金舆情传播及个案分析：

- 月度新基金产品曝光度前 10 名依次是：国泰上证 5 年期国债 ETF、嘉实增强信用定期开放、上投摩根智选 30、鹏华国债债、招商双债增强分级、易方达天天理财货币、华夏上证原材料 ETF、信诚优质纯债、易基沪深 300 发起式 ETF、景顺品质投资。其中国泰国债 ETF 风头最劲，“首只国债 ETF”的宣传旗帜赚足了关注度。
- 2 月份，ETF 新品打响了“创新”首枪。国债 ETF 外，当月跨市场债券 ETF、黄金 ETF 产品的新闻也涌现于报端网页，所涉及到的博时、易方达、国泰和华安四家品牌曝光度因此得益。另外，中欧沪深 300 指数多空分级基金上报募集申请，该基金在现有分级基金只能做多的基础上引入做空机制，消息甫一发布，便成为证券市场的关注焦点之一。
- 公司建设层面案例中，前期多为基金公司设立全资子公司，近期基金子公司运作模式逐渐多元化。比如，万家基金专户子公司——万家共赢资产管理有限公司，不仅是国内首家由独立财富管理机构 and 公募基金联合设立的资产管理公司，并且也是首家将股权激励带入子公司的基金公司。当前涉及股权激励的基金专户子公司的还有东吴基金。此外，长信基金正酝酿与大股东长江证券合资发起设立基金公司专户子公司，这将是首个由基金公司 with 大股东合资发起设立的基金专户子公司。

报告编委

指导

郑 颂

张 华

主管

于钦栋 张棟棟

首创

黄 昉

主编

李泽玲 包 莹

数据资讯

全景宏爵：尹盼盼

巨潮数据：冯翊群 杨采燕

视频资讯：钟 森 秦文婷

相关研究

- 《基金品牌曝光度观察报告》系列。2008 年 9 月起，每月一期。
- 《基金公司 PR(公共关系)值评分报告》。季报。
- 《中国基金行业品牌评级报告》。2009 年起，每年一期。
- 《2011 基金行业品牌价值研究报告》。
- 《2012 上半年基金公司营销能力专题报告》。

本稿系简要版本，如需详细内容，请垂询。

联系方式：

✉：fund@p5w.net

☎：(0755) 83990163

发布时间：2013.3.14

第一部分: 2 月份基金行业品牌曝光及舆情分析

“长假”效应突出 2 月基金曝光度遭遇“滑铁卢”

2 月份的 A 股市场上演了一出“过山车”行情——节前大盘连连收涨，节后连现震荡下挫，最后一个交易日又迎来大涨，整个 2 月份沪指累计下跌 0.83%。市场多变也影响着舆论的传播导向。

由于 2 月份本来就比往常月份短，加上中间“春节长假”，交易日缩减幅度较大，农历年“辞旧迎新”也分流了从业者部分工作激情，当月基金整体曝光度也因而大幅缩水。整个 2 月份基金营销案例与品牌活动明显减少，基金公司的舆情传播甚为平淡，大多停留于例行的宣传上。据观察，当月基金热度关键词为“大资管”及“财富管理”，可见，各家基金公司新一年对大资管“新蓝图”谋划及探讨极为重视。

2 月份“基金品牌曝光度”前 12 名合计占率达 43.11%，依次是：易方达基金、华夏基金、南方基金、博时基金、汇添富基金、嘉实基金、广发基金、工银瑞信、国泰基金、华安基金、大成基金和华宝兴业，前三名记录分别为 6309 篇、4901 篇、4350 篇，占有率数据各约 6.10%、4.74%、4.21%，而其余品牌的曝光记录均在 4000 篇下。小基金公司及新基金公司曝光度多居榜末。

基金行业的品牌曝光度“大品牌”集中化程度一直存在。2 月前 12 名几乎均为大基金公司，华宝兴业是唯一入榜的中型基金公司，因旗下华宝添益为国内首只交易型货币基金而广受关注，当月其品牌的传播记录相对既往增加明显。

而当月这 12 家公司曝光度再形成“梯级”变化，易方达以逾 6000 篇记录遥遥领先，华夏与南方、博时、汇添富与嘉实各为一个区间，后六位曝光记录则更为相近。这应与大多数基金公司品牌建设积极进取有关，另一方面看，这也体现了大公司之间的竞争更为激烈；居高品牌与“人多势众”也不无关系。

图表 1-2: 2013 年 2 月基金公司品牌曝光度前 12 名

品牌简称	基金公司全称	曝光度(篇)	市场占有率(%)	排序
易方达基金	易方达基金管理有限公司	6309	6.10	1/77
华夏基金	华夏基金管理有限公司	4901	4.74	2/77
南方基金	南方基金管理有限公司	4350	4.21	3/77
博时基金	博时基金管理有限公司	3999	3.87	4/77
汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	3883	3.76	5/77
嘉实基金	嘉实基金管理有限公司	3658	3.54	6/77
广发基金	广发基金管理有限公司	2906	2.81	7/77
工银瑞信	工银瑞信基金管理有限公司	2872	2.78	8/77
国泰基金	国泰基金管理有限公司	2786	2.70	9/77
华安基金	华安基金管理有限公司	2640	2.55	10/77
大成基金	大成基金管理有限公司	2631	2.55	11/77
华宝兴业	华宝兴业基金管理有限公司	2286	2.21	12/77
以上 12 家品牌合计		43221	41.82	—
全部 77 家基金品牌合计		103359	100.00	—

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

“基金产品曝光度”方面，2 月份有数据监测记录的基金产品（名称）共 1496 只，排名前 100 的产品曝光度合计 27670 篇，占比 38.07%。在“2 月基金产品曝光度 TOP10 榜单”中，半数入围的产品为场内基金，主要因为 2 月份“过山车”式行情，场内基金反应更为突出，成交表现常引起市场人士关注。

此外，国泰上证 5 年期国债 ETF 是唯一一只入榜的新基金，得益于其“首只国债 ETF”的创新名号。而添富医药、宝盈核心、上投新兴及兴全社会也在曝光前十内，多因短期业绩表现优秀被提及。以上 10 只基金对隶属品牌当月曝光量贡献较大，对公司品牌而言，产品是其“子品牌”，而如果子品牌有不良表现，也会对其母品牌会造成“减分”的负面影响。

图表 1-3：2013 年 2 月基金产品曝光度前 10 名

产品简称	隶属基金公司	新闻曝光度(篇)	占有率(%)	排序
国泰上证 5 年期国债 ETF	国泰基金管理有限公司	1092	1.40	1/1496
添富医药	汇添富基金管理有限公司	775	0.99	2/1496
华夏 300	华夏基金管理有限公司	739	0.95	3/1496
宝盈核心	宝盈基金管理有限公司	686	0.88	4/1496
华泰柏瑞沪深 300ETF	华泰柏瑞基金管理有限公司	684	0.88	5/1496
上投新兴	上投摩根基金管理有限公司	592	0.76	6/1496
银华锐进	银华基金管理有限公司	569	0.73	7/1496
金融 ETF	国泰基金管理有限公司	553	0.71	8/1496
50ETF	华夏基金管理有限公司	516	0.66	9/1496
兴全社会	兴业全球基金管理有限公司	509	0.65	10/1496
前 100 名 (共 101 只) 合计		29670	38.07	/
全部 1496 只(名)产品合计		77931	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

“基金人物曝光”方面，1 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 937 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 100 位）合计曝光度为 11466 篇，占有率 64.19%。该榜单中，南方基金杨德龙高居榜首，曝光记录 995 篇，占有率达 5.57%。博时基金魏凤春居亚军，曝光记录为 601 篇，占有率为 3.36%。这两位为榜单“常客”，多为发表策略观点而使曝光增多。上投摩根杜猛紧随其后，这三者的曝光度均超过 500 篇。

景顺长城余广、国泰基金裴晓辉、大成基金曹雄飞、富国基金于江勇、兴业全球傅鹏博、华商基金孙建波和宝盈基金王茹远等 7 人也是月度受媒体“光照”较多的基金“达人”。上述 7 位多数因为担任正在发行的新基金的基金经理，或者当前管理的基金表现较为突出，仅有华商孙建波则因“离职”而为业内所关注。人物的高度曝光，对相关产品及雇主品牌有直接影响。多数人物曝光是正向的，对个人品牌以及雇主品牌的认知度提升明显有效，仅极少数人物有负面影响。

图表 1-4：2013 年 2 月基金人物曝光度前 10 名

基金人物	隶属基金公司	新闻曝光度(篇)	占有率(%)	排序
杨德龙	南方基金管理有限公司	995	5.57	1/937
魏凤春	博时基金管理有限公司	601	3.36	2/937
杜猛	上投摩根基金管理有限公司	557	3.12	3/937
余广	景顺长城基金管理有限公司	467	2.61	4/937
裴晓辉	国泰基金管理有限公司	301	1.69	5/937
曹雄飞	大成基金管理有限公司	278	1.56	6/937
于江勇	富国基金管理有限公司	253	1.42	7/937
傅鹏博	兴业全球基金管理有限公司	237	1.33	8/937
孙建波	华商基金管理有限公司	232	1.30	9/937
王茹远	宝盈基金管理有限公司	223	1.25	10/937
前 100 名(共 102 位)合计		11466	64.19	/
全部 937 位合计		17863	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

【2 月份舆情热点分析摘要】

第一周: "从云端到地面" 去年绩优股基 1 月份集体掉队

全景网 2 月 1 日讯 风云变幻不过一瞬, 短期股基排名的换位似乎比大家想象的还要快。仅仅一个月时间, 那些位居前列的产品还沉浸在去年战绩的光环中时, 新年首月的成绩单给予了“当头一棒”。银河证券基金研究中心数据显示, 截至 1 月 31 日, 2012 年排名前五的股基名次悉数大幅下滑, 标准股基类亚军中欧中小盘甚至“包揽”了倒数第一。而在业内人士看来, “曾经云端现今泥潭”的短期现象属情理之中, 而这对基民而言更具有警示意义, “不依排名论英雄”“立足长期投资”更应成为基金投资的箴言。(详细: <http://www.p5w.net/kuaixun/201302/t4709177.htm>)

第二周: 基金发行如赶春运 "金蛇狂舞" 大戏有望上演

全景网 2 月 8 日讯 节前最后一周, 新基金争相蜂拥成立, 整个市场热闹非常。巨潮数据统计显示, 当周 2 月 4 日至 7 日四天, 就有 19 只新基金公告成立。加上 1 日成立的 1 只基金, 2 月以来 5 个交易日共有 20 名新成员加入。有业内人士就感慨, 这一周的新基金“赶趟如春运”, 为过节都抢着坐上龙年最后一班车。节后的发行市场也不甘示弱, 新一轮大军获批待发, 届时密集成立的盛况也将重现, 而以债券 ETF 打头阵的创新产品将在金蛇年“起舞”。(详细: <http://www.p5w.net/kuaixun/201302/t4719605.htm>)

第四周: 财富管理新纪元"欲来" 公募政策"风满楼"

全景网 2 月 22 日讯 “大资管”时代的脚步越来越近了! 本周, 证监会出台《资产管理机构开展公募证券投资基金管理业务暂行规定》, 符合条件的券商、保险、私募基金、股权投资机构、创投等 5 类机构将可以直接开展公募基金管理业务, 公募业务的藩篱将被破除。另一方面, 当周证监会还公布《私募证券投资基金业务管理暂行办法》, 敲定了私募基金的大致监管框架, 明确了私募在资产管理领域的法律地位。随着各路机构将进军公募, 资产管理行业混业融合趋势渐成的背景下, 财富管理领域的新貌逐渐明晰。(详细: http://www.p5w.net/fund/clbg/201302/t20130222_41955.htm)

私募观察: 2012 公募胜私募 李春瑜 TOT 大败于周良 FOF

全景网 2 月 4 日讯 2012 年 A 股整体呈现结构化行情, 阳光私募业绩不仅跑输公募基金, 也跑不过代表大盘的上证指数, 以之为基础的组合管理产品业绩表现更加逊色, 据朝阳永续数据显示, “TOT 管理专家”李春瑜的“融智潮商组合宝 1 期”收益率为-0.38%, 而公募基金行业资深专家周良掌舵的“浙商汇金 1 号”FOF 收益率为 10.66%, 超 11 个百分点的差距更加体现了“私募”不及“公募”。

(详细: http://www.p5w.net/fund/clbg/201302/t20130204_22841.htm)

私募观察: 未延续昔日辉煌 尚雅投资错失两波行情

全景网 2 月 19 日讯 虽然去年底开始的 A 股反弹, 让不少私募产品“咸鱼翻身”, 但昔日明星基金经理石波却不能松口气, 其管理的尚雅投资旗下多只产品业绩未跑过大盘, 也不及阳光私募平均水平, 而在 2012 年尚雅投资业绩更是差强人意, 非结构化产品无一获得正收益。

(详细: http://www.p5w.net/fund/smjj/201302/t20130219_37436.htm)

私募观察: 泽熙徐翔遭"窃听" 去年业绩首尾差超 20%

全景网 2 月 22 日讯 近日, 投资圈热门话题莫过于泽熙徐翔谈话录音“外泄”事件。徐翔曾被媒体称为“私募一哥”, 共管理泽熙 5 只产品, 不过这些产品去年业绩首尾差异高达 21.21%。

(详细: http://www.p5w.net/fund/smjj/201302/t20130222_41639.htm)

第二部分 2013 年 2 月份新发基金媒体传播分析

2-1、概要：公募创新持续升级 子公司“疾行”剑指财富管理

据监测数据统计，2 月新基金曝光度居前 10 位是：国泰上证 5 年期国债 ETF、嘉实增强信用定期开放、上投摩根智选 30、鹏华国企债、招商双债增强分级、易方达天天理财货币、华夏上证原材料 ETF、信诚优质纯债、易基沪深 300 发起式 ETF、景顺品质投资（详见图表 2-1, 2-3）。

上述 10 只产品中，最“出风头”的莫过于国泰国债 ETF。该基金打着“首只国债 ETF”的宣传口号，于春节后正式起航，引起了市场相当多媒体的关注，监测到的曝光数据也高人一等，当月惟一超千篇记录的基金产品。事实上，国泰国债 ETF 在此前就“未发先热”，宣传攻势节前就已轰轰烈烈地展开，从产品的特征分析到意义解读，无不为此只产品、也为国泰基金品牌赚足了知名度。

实际上，包括国债 ETF 在内，ETF 新品在 2 月份打响了新年“创新”首枪。跨市场债券 ETF、黄金 ETF 产品的新闻也可见诸报端网页，上述基金仍在申报和获批过程中，但所涉及到的博时、易方达、国泰和华安四家品牌曝光度却已明显得益。众人拾柴火焰高，一轮“ETF 创新潮”料将袭至。

值得注意的是，当月资管行业创新的不止 ETF，多空分级产品在当月问世，券商资管已在多空分级产品上点燃星星之火，基金行业也将要“大展拳脚”。中欧沪深 300 指数多空分级基金上报募集申请，该基金在现有分级基金只能做多的基础上引入做空机制，有分析人士表示，该产品或将成为 2013 年公募和券商产品创新的一个重要方向，两类机构同台竞技，“大资管时代”机构鏖战将又新开战略要地。

2 月份在资产管理领域，政策“暖风”频吹。险资、券商、私募等机构杀入公募获得政策性支持，银行系基金公司扩容“提速”。而随着金融混业的进一步升级，基金公司亦不断“开疆辟壤”。来自媒体公开披露，自去年 11 月份以来，已有多达 21 家基金资产管理子公司先后“诞生”，此外，仍有多家子公司在积极筹备中。

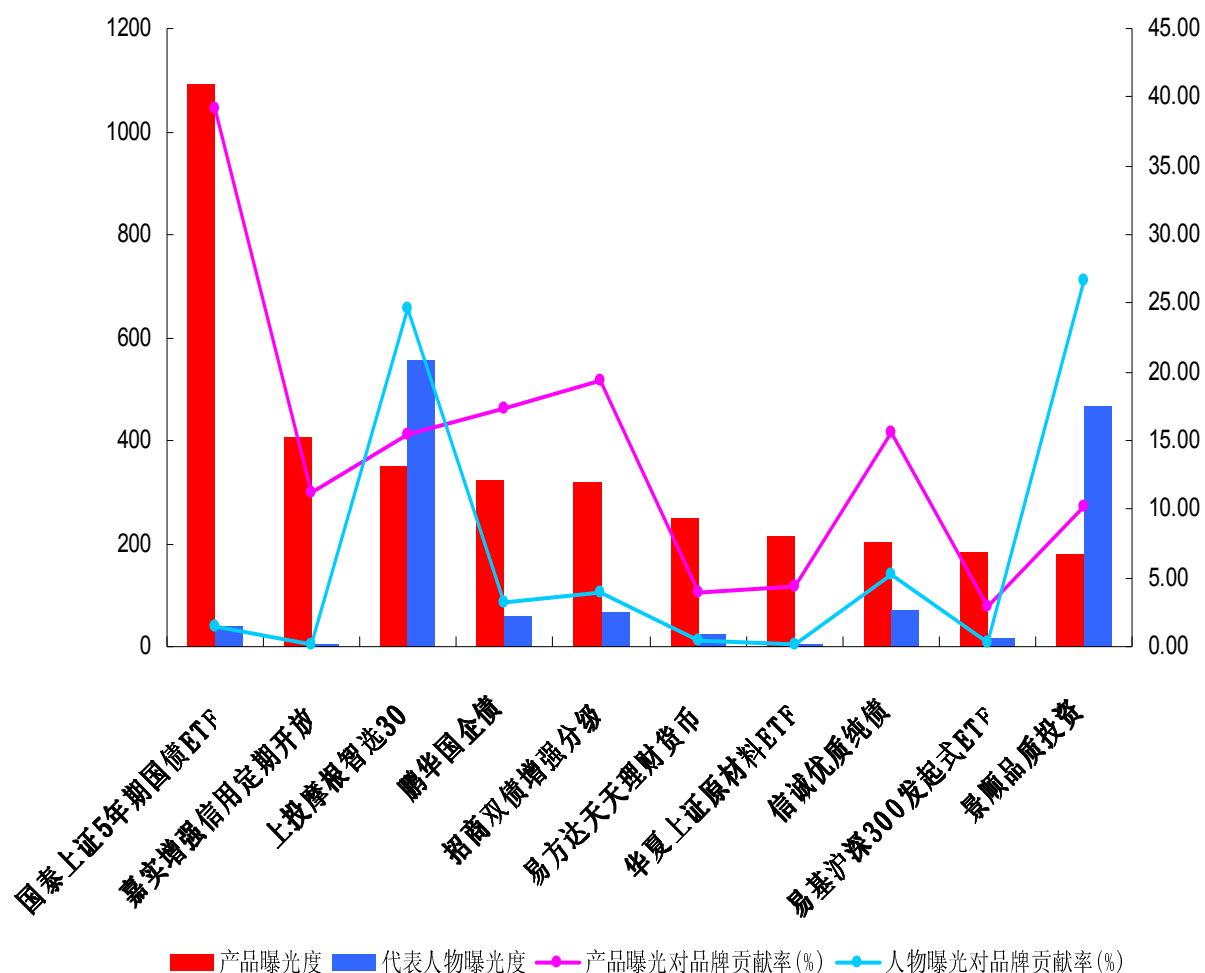
从公开报道分析，前期多为基金公司设立全资子公司，近期基金子公司运作模式逐渐多元化。比如，万家基金专户子公司——万家共赢资产管理有限公司，不仅是国内首家由独立财富管理机构与公募基金联合设立的资产管理公司，并且也是首家将股权激励带入子公司的基金公司。当前涉及股权激励的基金专户子公司的还有东吴基金。此外，长信基金正酝酿与大股东长江证券合资发起设立基金公司专户子公司，这将是首个由基金公司与大股东合资发起设立的基金专户子公司。

在基金子公司如雨后春笋般涌出的时候，如何能在未来竞争中脱颖而出并母荣子贵，应该是当下众多基金公司高管认真思考的问题。

随着财富管理这片“新蓝海”不断放开，公募基金公司在所面临的机遇与挑战也与日俱增。子公司名目繁多，公募业务创新不断升级，非公募业务迅猛发展，再加上更多的金融机构加入鏖战，促使基金公司重视革新发展模式，选择不同的战略也必将导向不同的道路。全景基金品牌研究中心认为，要想未来占据某一细分领域的主导地位、以至于分得更大的“蛋糕”份额，差异化的品牌定位、创新产品设计与更加精细化管理或将不可缺少。

2-2、2013 年 2 月份新发基金(前 10 名)产品及人物曝光度比较图

图表 2-1



数据来源：巨潮数据库&全景宏爵 制图：全景基金品牌研究中心

【版权及免责声明】

- 1、全景基金品牌研究中心采用的基金品牌评价方法系独家首创，数据引用除注明外，主要来源深圳证券交易所信息公司中心数据库，基金品牌曝光度数据来源于独家网络搜索工具，所公开采集及组织网编评分数据，全景基金品牌研究中心都拥有无可争议的知识产权。
- 2、本系列报告中的基金基础统计数据由深圳证券交易所（全景网）数据中心提供，全景基金品牌研究中心力求报告内容特别是数据统计的客观公正性，但不对所引用数据本身的准确性和完整性作出保证。
- 3、本系列报告中的基金公司 PR（公共关系）值评分数据，由专业基金网编评分汇总统计得出，评分结果代表参与评选群体共同意见，但不代表评分者所在单位意见，与其所在的单位无关。
- 4、本系列报告中基金新闻曝光度数据来源于全景宏爵公司技术支持的全景财经搜索监测结果。编者力求客观公正使用网络搜索工具，但对这些资讯的准确性和完整性不作任何保证。
- 5、本系列报告中的评价结果及任何观点评论不排除存在局限性，不保证作出的观点或评论不会发生任何变更，不构成公众对所述基金品牌旗下品种买卖的推荐，也不构成任何商业决策依据。所有参与评分者及创作者对阅者使用本报告内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。
- 6、本系列报告的数据、文字、图表等相关内容，在合作评分者所在媒体、以及深圳市全景网络公司所属《全景网》、《交易日》、《财富天下》、《新财富》等相关媒体披露，包括报告全文、制作专题、新闻稿件等形式，不涉及任何费用问题。
- 7、本系列报告中所有数据、文字、图表均受中国法律知识产权保护；除特别注明外，版权归全景网络有限公司所有，未经书面授权，本报告的任何部分均不得以任何形式复制、转发或公开传播。如欲引用或转载本报告内容，务必联络全景网络有限公司，并需注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的引用和删改。
- 8、未经允许，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于商业目的。

全景基金品牌研究中心隶属于深圳市全景网络有限公司，多名成员通过中国证券业协会基金从业资格考试。2008年9月以来，由研究中心成员开创的《基金品牌媒体曝光度报告》（月报）及《基金公司品牌评级报告》（年报）系列广受基金业界重视，相关数据榜单被奉为国内基金公司品牌建设的权威考核标准之一。研究中心秉持独立、客观、公正的原则，开展基金品牌评价及相关服务，助力财富管理。

联系电话：0755-83990163 传真：0755-83352933 邮箱：fund@p5w.net
公司地址：广东省深圳市福田区红荔西路上步工业区10栋 邮编：518028