

中国基金品牌曝光及舆情传播分析报告

(2013 年 3 月份 “舆情” 系列第 15 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 15 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：

- 相较于 2 月份，3 月回归正常交易天数，当月基金整体曝光度也回升至正常水平。据观察，3 月份的宣传重点在于创新产品上，由货币基金到杠杆 ETF 再到多空分级产品，一股创新浪潮席卷而来，这也成为当月的舆情主导力量。另外，基金销售新规发布，基金 2012 年报出炉等，也在月末掀起一波舆情传播高峰。

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：申万菱信定期开放债基、易方达保证金货基、银华货币 ETF、富国宏观策略、华商大盘量化、广发中证 500ETF、华商价值共享、融通标普中国可转债指数、德邦德信、嘉实增强信用定期开放债基。其中易方达保证金货基和银华货币 ETF 凭借各自独特的卖点赢得了较多关注。
- 工具型产品百花齐放，越来越多的基金公司使出浑身解数，开发特色工具型基金。首先，在 A 股市场不景气情形下，“新生”而又传统的现金管理工具产品迎来了发展的良好机遇，赢得了市场较多的关注。其次，在被动式投资工具产品创新上，ETF 继续充当着“领头羊”的角色，特别是反向杠杆 ETF，对市场的意义重大。再次，多空分级基金的申报“队伍”在逐渐壮大，市场各方都在期待，尤其是股市萎靡不振时，做空工具产品孕育中备受瞩目。此外，融通推标普中国可转债指数产品、华夏一举推出 5 只行业 ETF、建信央视财经 50 指数分级基金，等等，也皆是工具型产品的典型代表。
- 上述创新不仅仅有管理层政策支持鼓励，更多的或是市场环境所逼。A 股市场萎靡不振，偏股型基金乏人问津，与 A 股市场相关性较小甚至负相关的产品成为当下基金行业必然的选择。全景基金品牌研究中心认为，有关基金公司敢于“吃螃蟹”的举措，获得市场好评和投资者认可，品牌曝光度以及美誉度均得到较大提升，品牌优势及竞争力也必然更上一层楼。

报告编委

指导

郑 颂

张 华

主管

于钦栋

首创

黄 昉

主编

李泽玲 孙 欢

视讯

包 莹 秦文婷

巨潮数据：杨采燕

全景宏爵：尹盼盼

相关研究

- 1、《基金品牌曝光度观察报告》系列。2008 年 9 月起，每月一期。
- 2、《基金公司 PR(公共关系)值评分报告》。季报。
- 3、《中国基金行业品牌评级报告》。2009 年起，每年一期。
- 4、《2011 基金行业品牌价值研究报告》。
- 5、《2012 上半年基金公司营销能力专题报告》。

简要版本，如需详细请来函。

联系方式：

✉：fund@p5w.net

☎：(0755) 83990163

发布时间：2013. 4. 18

第一部分: 3 月份基金行业品牌曝光及舆情分析

3 月基金曝光度回暖 创新成舆论传播“主战场”

3 月份 A 股市场相对疲弱, 最后一个交易日沪指收报 2236.62 点, 月跌幅为 5.45%; 深成指报 8889.77 点, 重挫 7.8%。市场人气的低迷也影响着基金舆论的传播导向。

相较于 2 月份, 3 月回归正常交易天数, 基金整体曝光度也回升至正常水平。据观察, 3 月份的宣传重点在于产品创新上, 由货币基金到杠杆 ETF 再到多空分级产品, 一股创新浪潮席卷而至, 这主导了近期行业舆情传播导向。此外, 基金销售新规发布, 基金 2012 年报出炉等, 也在月末掀起一波舆论高峰。

3 月份“基金品牌曝光度”前 12 名合计占有率达 43.11%, 依次是: 华夏基金、易方达基金、国泰基金、博时基金、富国基金、南方基金、大成基金、汇添富基金、嘉实基金、银华基金、华宝兴业和广发基金, 前三名记录分别为 8007 篇、7943 篇、6606 篇, 占有率数据各约 5.69%、5.64%、4.69%, 而其余品牌的曝光记录均在 6000 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。3 月前 12 名几乎均为大基金公司, 进步最明显的当属国泰基金, 旗下创新产品国债 ETF 应是主要“功臣”, 当月其曝光度也大幅攀升至第三位。

另外, “前三甲”的曝光度各自形成一个“梯级”, 华夏与易方达相差甚至不到百篇, 这三者同时与后续品牌拉开了不小的距离。从第四位博时基金开始, 相隔品牌曝光度差距也逐渐缩小。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 3 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
华夏基金	华夏基金管理有限公司	8007	5.69	1/80
易方达基金	易方达基金管理有限公司	7943	5.64	2/80
国泰基金	国泰基金管理有限公司	6606	4.69	3/80
博时基金	博时基金管理有限公司	5941	4.22	4/80
富国基金	富国基金管理有限公司	5028	3.57	5/80
南方基金	南方基金管理有限公司	4657	3.31	6/80
大成基金	大成基金管理有限公司	4347	3.09	7/80
汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	4299	3.05	8/80
嘉实基金	嘉实基金管理有限公司	3949	2.81	9/80
银华基金	银华基金管理有限公司	3639	2.59	10/80
华宝兴业	华宝兴业基金管理有限公司	3549	2.52	11/80
广发基金	广发基金管理有限公司	3457	2.46	12/80
以上 12 家品牌合计		61422	43.64	—
全部 80 家基金品牌合计		140735	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, 3 月份有数据监测记录的基金产品(名称)共 1480 只, 排名前 100 的产品曝光度合计 41953 篇, 占比 39.84%。在“3 月基金产品曝光度 TOP10 榜单”中, 仅有申万菱信定期开放债基为新基金, 当月的基金公司在新的基金产品发行宣传上的精力或相对较少。

而国债 ETF 和华宝添益“上榜”得益于基金的创新性, 并且两者上市交易表现异常受关注。中欧小盘、上投新兴、博时医疗保健行业及宝盈核心则因其短期业绩表现突出被频繁提及。华泰柏瑞沪深 300ETF、50ETF 及华夏大盘也在曝光度榜单前十内。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 3 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
国债 ETF	国泰基金管理有限公司	1880	1.79	1/1480
华泰柏瑞沪深 300ETF	华泰柏瑞基金管理有限公司	1299	1.23	2/1480
50ETF	华夏基金管理有限公司	1031	0.98	3/1480
华夏大盘	华夏基金管理有限公司	998	0.95	4/1480
中欧小盘	中欧基金管理有限公司	921	0.87	5/1480
上投新兴	上投摩根基金管理有限公司	827	0.79	6/1480
博时医疗保健行业股票	博时基金管理有限公司	806	0.77	7/1480
宝盈核心	宝盈基金管理有限公司	793	0.75	8/1480
申万菱信定期开放债券	申万菱信基金管理有限公司	769	0.73	9/1480
华宝添益	华宝兴业基金管理有限公司	711	0.68	10/1480
前 100 名 (共 100 只) 合计		41953	39.84	/
全部 1496 只(名)产品合计		105291	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，3 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 827 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 101 位）合计曝光度为 14148 篇，占有率 61.75%。该榜单中，南方基金杨德龙继续高居榜首，曝光记录 947 篇，占有率达 4.13%。景顺长城余广居亚军，曝光记录为 765 篇，占有率为 4.13%。而博时基金魏凤春位列第三，曝光记录为 421 篇，占有率为 1.84%。据观察，杨德龙和魏凤春多因发表策略观点而上榜，而余广因期间担任正发行新基金的基金经理，以及过往业绩优秀而使其曝光度大增。

富国基金袁宜、农银汇理曹剑飞、易方达基金马骏、华商基金费鹏、博时基金李权胜、浦银安盛吴勇和博时基金邓晓峰等 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。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 3 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	947	4.13	1/827
余广	景顺长城基金管理有限公司	765	3.34	2/827
魏凤春	博时基金管理有限公司	421	1.84	3/827
袁宜	富国基金管理有限公司	404	1.76	4/827
曹剑飞	农银汇理基金管理有限公司	368	1.61	5/827
马骏	易方达基金管理有限公司	356	1.55	6/827
费鹏	华商基金管理有限公司	332	1.45	7/827
李权胜	博时基金管理有限公司	304	1.33	8/827
吴勇	浦银安盛基金管理有限公司	304	1.33	9/827
邓晓峰	博时基金管理有限公司	284	1.24	10/827
前 100 名(共 101 位)合计		14148	61.75	/
全部 827 位合计		22913	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

【3 月份舆情热点分析摘要】

第一周：申万纽银新掌门落定 新官上任"火"难烧

全景网 3 月 1 日讯 申万菱信发布公告，称原副总经理过振华将升任公司总经理；此外有消息确定，招商基金原副总经理陈喆将接任纽银基金总经理一职。在当前财富管理行业即将大扩容的阶段，“大资管”时代促使基金业向精细化和专业化发展，也使总经理一职压力愈发明显。对于申万菱信和纽银基金这两家中小公司而言，自身所具有的旧疾更是新掌门所要面对的首要问题。“新官上任三把火”，这两位新掌门能否打开新局面，需待时间来考证。（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130301_51785.htm）

第二周：谁说女子不如男 基金女将书写巾帼传奇

全景网 3 月 8 日讯 在以男性占据主导的基金业，女性基金经理可谓是“万绿丛中一点红”。然而“巾帼不让须眉”，她们正逐渐以平稳的业绩崭露头角，其数量占比也呈现上升态势。统计显示，当前女基金经理占比达到近两成。其中甚至还有不少女将“独挑大梁”，备受瞩目。她们是中国基金业一道美丽的风景线，也是基金业中的“铿锵玫瑰”。（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130308_59480.htm）

第三周：3·15"维权令"驾到 基金新规"应时"护航

全景网 3 月 15 日讯 每年一到“3·15”，浩浩荡荡的“维权”行动在全国轰轰烈烈地展开。近年来，随着基金理财更为大众所认可接受，相关“维权”意识也逐渐“苏醒”。在近日的报道中，有关“基民被侵权”的新闻成为主流，使这场“维权”运动的氛围也扩散到整个行业，个人投资者权益保护问题再次成为热议焦点。本周，证监会连发“数箭”加强了对投资者权益保护，在当前这个炒得火热的话题下，再添上一把火。（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130315_66905.htm）

第四周：双重保障仍失灵 年内最迷你新基金诞生

全景网 3 月 22 日讯 一边是股市的持续震荡下挫，一边是固收与创新产品的夹攻围剿，偏股型新基金在当前的募集显得格外艰难。近日，华商旗下新基金——华商价值共享发起式基金成立，其以 2.66 亿元的募集规模成为年内最小的基金。在此前，该新基金曾祭出“发起资金最多”与“明星基金经理掌舵”的杀手锏进行宣传，但从最终结果看似起不了实质作用，这引发了市场的关注。

（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130322_83572.htm）

年报观察：长盛规模"不盛"反衰 同庆转型缩水惨烈

在股市跌宕的 2012 年，公募基金行业 2012 年的规模大放异彩，银河证券数据显示，基金业去年管理总份额达到 3.17 万亿份，增长幅度为 33.49%，创下近 5 年基金规模新高。而长盛基金交上一份与行业趋势相反的答卷——总份额 371.67 亿份，同比缩水 94.99 亿份，缩水幅度高达 20.36%。从日前披露的年报看，旗下同庆转型规模大幅萎缩是长盛规模不增反减的主要“凶手”，该基金缩水了近百亿份。

（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130328_96285.htm）

年报观察：长盛债基败走牛市 掌门人"通才"成"庸才"

据悉，去年全年债市大显“赚钱效应”，不少债基业绩实现飘红。但长盛基金旗下的 4 只债基（A、C 类分开算）却在这个债市牛市中全部告负，增长率悉数垫底，实在颇为“离奇”。业内根据年报等相关数据分析，基金的配置把握不当直接导致债基净值的重挫，更引人关注的是，基金经理跨类型管理大玩“通才”却成“庸才”，这被视其为长盛系债基溃败的另一主因。

（详细：http://www.p5w.net/kuaixun/201303/t20130329_98728.htm）

第二部分 2013 年 3 月份新发基金媒体传播分析

2-1、概要：弱市基金创造“福利” 工具型产品百花齐放

据监测数据统计，3 月新基金曝光度居前 10 位是：申万菱信定期开放债基、易方达保证金货基、银华货币 ETF、富国宏观策略、华商大盘量化、广发中证 500ETF、华商价值共享、融通标普中国可转债指数、德邦德信、嘉实增强信用定期开放债基（详见图表 2-1, 2-3）。

上述 10 只产品中，较引人关注的是“易方达保证金”和“银华货币 ETF”这两只货基。这两只基金分别属于场内 T+0 申赎型货基和货币 ETF，均对准保证金理财领域。尽管这两家公司并非首创该细分类型产品的公司，但却凭借各自独特的“卖点”赢得了市场较多的关注。在 A 股市场不景气情形下，“新生”而又传统的现金管理工具产品迎来了发展的良好机遇。

据观察，近期市场上的创新货币基金交易方式有三种：场外 T+0 货基、场内 T+0 申赎型货基、货币 ETF。除了场内货基异军突起外，场外货基创新也不甘示弱，加入货基“T+0”队伍基金公司不断增多，并且在提升用户体验方面持续发力。据悉，广发基金在实现货币基金“D+0”业务及还款功能的基础上，举办“钱袋子产品顾问招募活动”研发更加满足投资者需求的功能或产品；鹏华网上直销“货币 T+0”满足投资者“闲钱来盘活，用钱不等钱”的需求；类似做法的还有华夏、南方、富国、招商等公司。

其次，在被动式投资工具产品创新上，ETF 继续充当着“领头羊”的角色。易方达获授权开发沪深 300 指数期货正向两倍杠杆 ETF、反向杠杆 ETF 及反向两倍杠杆 ETF；而汇添富首先上报的沪深 300 正向 2 倍、反向 1 倍、反向 3 倍 3 只杠杆 ETF 已获受理。业内人士表示，杠杆 ETF 是目前国内金融产品中，最接近世界金融创新前沿的产品之一，对市场的意义重大。还有，被动式投资工具产品已不再局限于“A 股市场”，首只企业债 ETF、首只跨时区跨国 ETF、首只跨市场等权 ETF 也在 3 月开启宣传攻势，各种 ETF 产品轮番上阵，为整个市场呈上名为“创新 ETF”的饕餮盛宴。

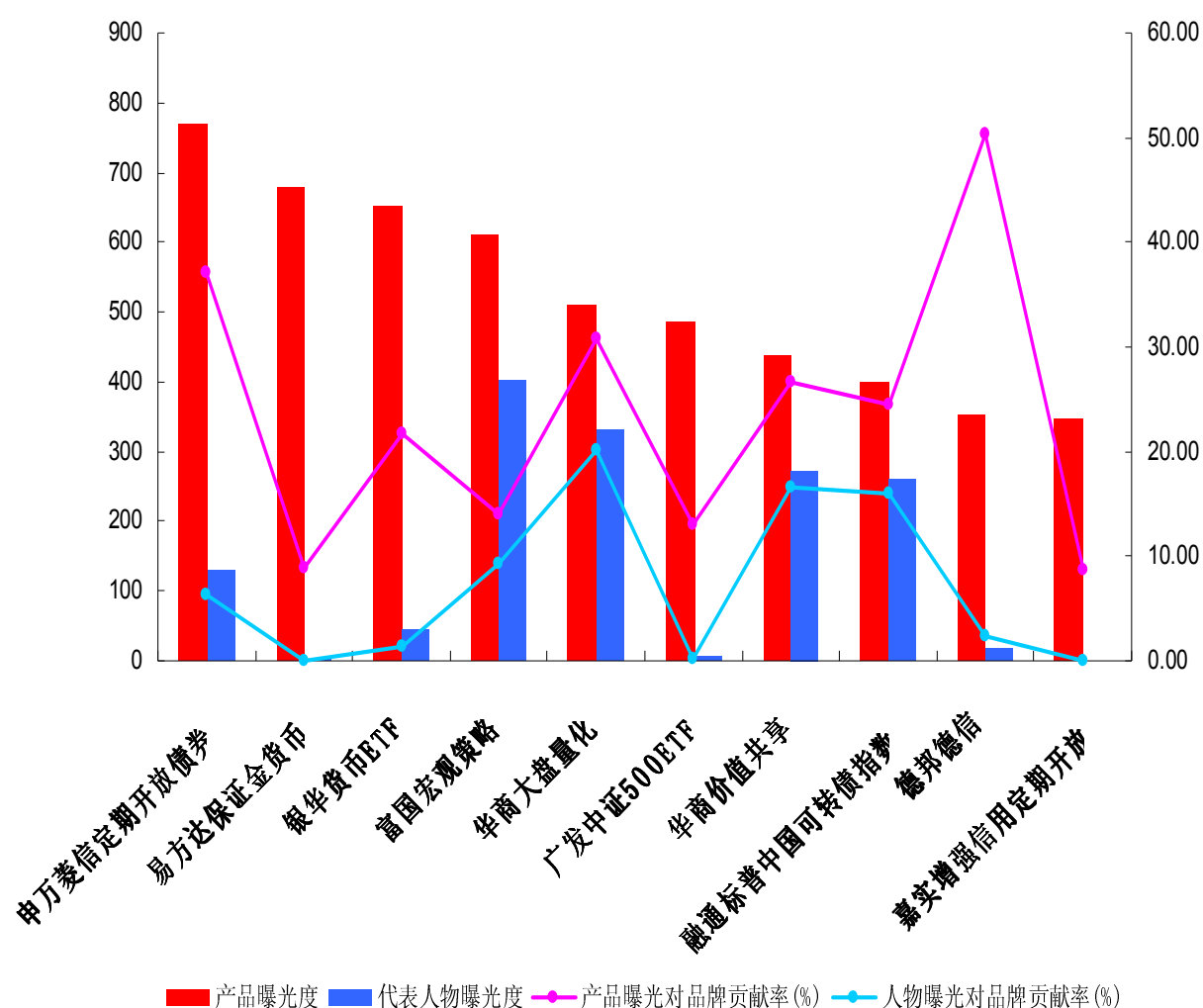
再次，让普通投资者参与“做空”工具产品即将横空出世，多空分级基金的申报“队伍”在逐渐壮大。据悉，证监会已受理了至少三只具有“做空”功能的多空分级基金，包括中欧沪深 300 指数多空分级基金、中海沪深 300 指数双向分级发起式基金以及国泰沪深 300 指数多空分级发起式基金；还有，广发中证 500 指数多空分级基金也已上报募集申请。市场各方都在期待，尤其是股市萎靡不振时，做空工具产品孕育中备受瞩目。

此外，融通推标普中国可转债指数产品、华夏一举推出 5 只行业 ETF、建信央视财经 50 指数分级基金，等等，也皆是工具型产品的典型代表。

工具型产品百花齐放，越来越多的基金公司使出浑身解数，开发特色产品。这不仅仅是有管理层政策支持鼓励，更多的或是市场环境所逼。A 股市场萎靡不振，偏股型基金乏人问津，与 A 股市场相关性较小甚至负相关的产品成为当下基金行业必然的选择，跨国 ETF 与 A 股市场不尽相同，债券 ETF 及货币基金与 A 股基本不相关，反向杠杆 ETF 及做空分级基金更是能让持有人在 A 股下跌中还能赚钱。创新有利于投资者利益，有利于留住固有客户，也有利于吸引新客户，最终做大基金行业的资产管理总规模。全景基金品牌研究中心认为，有关基金公司敢于“吃螃蟹”的举措，获得市场好评和投资者认可，品牌曝光度以及美誉度均得到较大提升，品牌优势及竞争力也必然更上一层楼。

2-2、2013 年 3 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

第三部分 2013 年 3 月份基金行业品牌建设动态摘要

【产品创新】

★ 易方达获授权开发股指期货正反向杠杆 ETF

中证指数公司 3 月 12 日发布公告称, 将于 4 月 3 日正式发布沪深 300 杠杆指数系列及沪深 300 指数期货指数系列。据悉, 易方达基金管理公司参与了此次合作开发并已率先获得中证指数公司和上交所的授权, 将开发沪深 300 指数期货正向两倍杠杆 ETF、反向杠杆 ETF 及反向两倍杠杆 ETF。目前证监会已允许该类产品上报, 易方达近日将提交申报材料, 并正在进行发行的各项筹备工作, 预计不久将推出。(中国证券报 3 月 14 日)

【公司动态】

★ 华润元大基金成立 将以双品牌双优势差异化突围

伴随着基金公司加速扩容, 3 月 5 日华润元大基金管理有限公司在深圳举行开业仪式, 标志着 2013 年首家陆台合资基金公司正式成立。公司相关负责人表示, 华润元大基金公司的突围将走差异化道路, 并以“双品牌、双优势”为基础, 力争成为中国基金行业的创新领导者。

【品牌活动】

★ 南方基金 15 周年庆 启动“少年南方中国梦”活动

3 月 6 日, 南方基金也迎来成立十五周年司庆日。为配合司庆, 南方基金在其官方网站启动“少年南方中国梦”系列活动。本次系列活动以南方基金 1998 年 3 月 6 日成立以来的成长和发展印记为背景, 以完善的基金产品线、优良的业绩回报以及社会公益事业为主题, 通过不同形式, 践行“节俭、环保、公益”的社会风气, 为南方基金暨基金行业十五周年的到来进行庆贺。(中国证券报 3 月 6 日)

【电子商务】

★ 基金电商平台开闸 直营店上半年开业

基金通过电商平台开展业务的规定近日出台, 意味着基金公司到电商平台销售基金开闸。据悉, 多家基金公司都在积极准备到电商平台上线销售基金事宜。天弘基金首席市场官周晓明表示, 天弘基金到淘宝开店已是箭在弦上。在监管部门备案后, 再进行相关测试, 天弘基金的网上直营店就可在电商平台淘宝上线。据了解, 博时、鹏华、广发、嘉实等基金公司也都在积极推动到电商平台开展业务。(证券时报 3 月 19 日)

【其他动态】

★ 首只国债 ETF 首日挂牌上市交易量跃居市场前三

国内首只债券 ETF——国泰上证 5 年期国债 ETF 于 3 月 25 日在上海证券交易所正式挂牌上市。从上市首日的情况看, 国债 ETF 已经展现大品种的特征, 当日成交金额达到 4.59 亿。以成交金额看, 已经成为全市场除华泰柏瑞沪深 300ETF 和华夏上证 50ETF 之后的第三大 ETF 活跃产品。(上海证券报 3 月 26 日)

【编者注: 本部分所有个案基于媒体公开报道收集整理, 对其真实性未经证实, 引用案例及观点仅供交流参考, 并不代表全景基金品牌研究中心观点或立场。】

【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研究服务，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