

2012年中国基金公司销售能力专题报告

合作伙伴:



支持媒体:



数据资讯:





2012 年中国基金公司销售能力专题报告

- 自 2008 年 9 月以来,全景顺应基金市场发展需求,相继推出基金公司品牌曝光度、PR(公共关系)值、品牌综合评级、品牌价值评估等系列榜单及研究报告,不断完善中国公募基金行业品牌评价及研究体系。本项专题研究继续以基金行业客观量化数据为基础,创建基金销售能力的综合考核体系,通过系统的数据统计分析,最终完成并发布**“2012 年基金公司销售能力排行榜”**榜单专题报告,供业界研究参考。
- 事关基金公司的销售绩效,按成立时间划分为两类产品,考核期初已经成立的“老基金”持续营销,以及考核期间募集成立的“新基金”发行,完全能反映基金公司的阶段性销售能力。经深入数据研究考量比较,“全景·2012 年基金公司销售能力排行榜”考核指标共设 5 项,分别为老基金份额增量、老基金份额增幅、老基金持有人总户数、新基金只均募集规模、新基金认购总户数,分值占比各为 20%。
- “2012 年基金公司销售能力排行榜”前十名依次是:华夏基金、易方达基金、南方基金、汇添富基金、建信基金、嘉实基金、工银瑞信、博时基金、信诚基金、中银基金。后十名是:金元惠理、民生加银、富安达基金、华商基金、平安大华、纽银基金、汇丰晋信、浙商基金、财通基金、方正富邦。
- 子榜单“2012 年基金公司老基金销售能力”前十名依次是,华夏基金、易方达基金、南方基金、信诚基金、博时基金、银华基金、广发基金、大成基金、中银基金、申万菱信。后 10 位是:华商基金、富安达基金、汇丰晋信、浙商基金、纽银基金、长盛基金、平安大华、民生加银、财通基金、方正富邦。
- 子榜单“2012 年基金公司新基金销售能力前十名”依次是工银瑞信、汇添富基金、建信基金、华泰柏瑞、南方基金、华安基金、嘉实基金、中银基金、民生加银、长盛基金。在列入考核的 66 家基金公司中,宝盈基金、华富基金、天治基金等 3 家未有新基金成立,除此之外,该子榜单后十位还有泰达宏利、华商基金、长信基金、德邦基金、泰信基金、汇丰晋信、国金通用等 7 家公司。
- 本报告中的考评结果及任何观点不排除存在一定的局限性,并非商业决策依据,也不构成公众对所涉及基金品牌相关产品买卖或推荐。考评者及所属单位对阅者使用本项资讯内容所引发的直接或间接损失不承担任何责任。

报告编委

指导:

郑 颂

张 华

主管:

于钦栋

主编:

黄 昉

编辑:

孙 欢 李泽玲

数据:

冯翊群 杨采燕

视讯:

包 莹 秦文婷

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、《中国基金公司品牌量化评价报告》。2009 年起,每年一期。
- 4、《中国基金公司品牌价值评估研究报告》。2011 年起,每年一期。
- 5、“基金行业舆情传播观察分析研究”系列。月报 & 不定期报告。

联系方式:

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163

发布时间:2013.05.03

1 研究的背景与目的

自 1998 年我国第一只证券投资基金诞生以来，经历了 15 年的发展，作为面向公众的财富管理服务机构，中国基金行业从无到有蓬勃发展起来。截止 2012 年 12 月 31 日，全国共有近 80 家基金管理公司获批设立，已开展业务的 72 家基金管理公司运营公募产品达 1173 只，总资产规模约 2.87 万亿元。

十多年来，基金行业历经了风风雨雨、大起大落，既有火爆之时，一举创下单只基金销售近千亿的历史纪录，也有遭遇市场低迷、销售异常困难的寒冬。但不管怎样，基金产品被越来越多的人所认知和谈论，参与投资的群体不断壮大，基金持有人总户数已超 9 千万（截至 2012 年底，“老基金持有人户数”及“新基金认购户数”合计为 9009.56 万户），基金已成为居民投资理财的重要大类品种之一。

当前，在大部分基金公司中，投研资产管理核心业务之外，销售是极其重要的职能。依据 2013 年 3 月 15 日证监会公布《证券投资基金销售管理办法》，“基金销售”是指“包括基金销售机构宣传推介基金，发售基金份额，办理基金份额申购、赎回等活动”。包括新基金发行及老基金持续营销。对于基金公司来说，做好两项产品销售关系着资管规模、关系着主营业务创收、关系着生存与发展，谁都无法忽视。

2008 年以来，全景顺应基金市场发展需求，首创关于舆情传播及品牌评价的研究科目。多年来，在深入理解基金行业的基础上，相继推出基金公司品牌曝光度、PR(公共关系)值、品牌综合评级、品牌价值评估等系列研究报告，深受基金业内人士关注与推崇，相关榜单被奉为基金品牌经理或营销策划主管的权威考核标准之一。

在探索及逐步完善基金行业品牌评价及研究体系过程中，全景积累了大量的基础数据及实践经验，本专题仍然以基金市场客观量化数据为基础，通过全面系统的数据统计分析，推出“基金公司销售能力榜单”专题报告，这也是在“2012 上半年度营销能力”榜单报告之后，征求并接受业界批评建议之后优化的专项研究产品，为行业事关基金销售业务的部门及单位提供第三方评价资讯。继续探索并创新中国资本市场金融品牌评价理论及实践应用，助力财富管理行业发展壮大。

基金公司销售能力研究的目的：

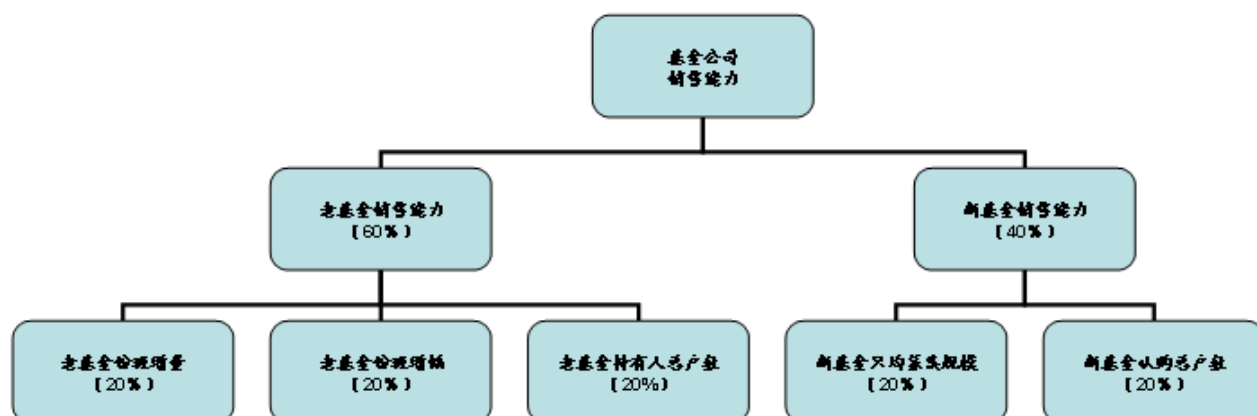
- 客观量化基金公司销售能力，为基金公司市场销售部门提供社会化评价资讯，并为银行、券商、第三方等基金销售服务机构相关商业决策提供基础数据参考。
- 提高资本市场透明度，推动社会和公众更加全面了解认知基金行业，促进全行业规范销售，有序竞争。
- 促进基金公司以客户为中心，重视基金产品持续营销工作及专业理财服务，不断提升财富管理综合能力，稳健经营，更上台阶。
- 促进全行业践行信托责任与“契约精神”，重视投资者关系管理，珍惜商誉而立足创建“百年老店”，基业常青。

2 研究的原则与方法

研究原则与对象：承继“基金品牌评价”体系研究原则与思路，坚持客观性、统一性、市场化、可量化为原则：以法定公开的客观事实数据为基础，对所有评价对象采用统一的评分指标、统一考核时期及统一的计算方法，以市场为导向，运用社会化评价方法，并公开所考核的指标、公式及计算过程，对基金公司销售绩效进行量化排名与分析。研究对象为经中国证监会批准设立的证券投资基金管理公司，考核期为 2012 年，所有在考核期初有公募基金产品的单位，共有 66 家公司列入本次考核，期间新设立的基金公司不列入考核，也不考虑期末至本报告发布时发生变更的情形。

研究方法及指标：事关基金公司的销售绩效，按成立时间划分两类产品，考核期初已经成立的“老基金”持续营销，以及考核期间“新基金”募集发行，完全能反映基金公司的阶段性销售能力。全景认为，老基金比新基金更能反映销售能力，新基金“只均规模”一定程度减少可能存在的“注水”影响，无论新、老基金，客户数据“弄虚作假”难度高，是衡量销售能力最真实有效指标之一。因而，经研究考量比较，“全景·2012 年基金公司销售能力排行榜”考核指标共设 5 项，分别为老基金份额增量、老基金份额增幅、老基金持有人总户数、新基金只均募集规模、新基金认购总户数，分值占比各为 20%。

全景·基金公司销售能力考核指标结构图及析义



序号	考核类别	考核指标	指标析义
1	老基金销售能力（60%）	老基金份额增量（20%）	考核期间，基金公司持续营销的绩效体现于旗下老基金规模的增量，以基金份额净申购为基础数据，是基金销售能力高低最具说服力的数据。
2		老基金份额增幅（20%）	考核期间，老基金份额增长(或缩水)幅度是基金公司综合实力表现之一，以期间增量与期初份额之比率为标的，也是基金持续营销力度及能力高低的反映。
3		老基金持有人总户数（20%）	考核期末，老基金持有人总户数，即基金公司旗下产品拥有的客户量，是基金公司品牌认知度的重要衡量指标，也是基金售后服务质量的量化表现。
4	新基金销售能力（40%）	新基金只均募集总规模（20%）	考核期间，基金公司旗下所有新基金募集平均规模，是新基金成立公告披露的重要数据，更是基金品牌畅销度考核最有说服力的指标。
5		新基金认购总户数（20%）	考核期间，基金公司旗下所有新基金募集的有效认购户数总量，是新基金成立公告披露的重要数据，更是基金产品被公众投资者购买热度的量化表现。

3 统计结果——榜单报表

总榜单：2012 年基金公司销售能力排行榜

品牌简称	老基金份额 增量考核	老基金份额 增幅考核	老基金持有 人户数考核	新基金只均 规模考核	新基金认购 户数考核	销售能力 总分	排序
华夏基金	14.87	4.50	20.00	4.23	5.73	49.33	1
易方达基金	20.00	6.12	11.15	3.93	6.15	47.36	2
南方基金	10.57	4.21	11.36	6.50	11.72	44.36	3
汇添富基金	-2.44	-2.08	4.73	12.89	20.00	33.10	4
建信基金	-1.18	-1.11	2.99	14.12	17.11	31.93	5
嘉实基金	0.01	0.00	13.72	7.53	10.34	31.61	6
工银瑞信	-3.70	-2.04	4.05	14.52	18.45	31.28	7
博时基金	8.21	3.20	13.15	1.82	4.75	31.13	8
信诚基金	4.57	20.00	0.72	2.36	1.78	29.42	9
中银基金	5.90	6.05	2.35	5.72	8.31	28.33	10
华安基金	1.19	0.65	8.40	6.12	11.95	28.32	11
华泰柏瑞	-0.73	-1.87	1.92	20.00	5.53	24.85	12
大成基金	4.10	2.40	8.93	4.24	4.60	24.26	13
广发基金	1.90	0.88	12.87	2.76	5.70	24.10	14
银华基金	5.85	5.27	6.12	2.38	2.27	21.89	15
富国基金	3.34	2.94	4.59	3.93	3.44	18.23	16
融通基金	2.66	2.89	6.45	2.20	3.50	17.70	17
银河基金	2.47	10.22	0.99	1.99	1.81	17.47	18
申万菱信	3.06	9.61	1.44	1.32	0.17	15.60	19
上投摩根	2.78	2.43	6.89	1.37	1.06	14.52	20
招商基金	0.70	0.87	2.58	5.13	5.09	14.37	21
浦银安盛	0.33	9.54	0.13	2.05	1.40	13.44	22
鹏华基金	0.77	0.78	4.54	2.33	4.26	12.68	23
农银汇理	0.25	0.80	2.04	1.50	7.79	12.38	24
万家基金	2.58	5.77	1.63	1.60	0.55	12.12	25
交银施罗德	0.14	0.14	3.89	4.03	3.30	11.49	26
宝盈基金	1.77	8.42	1.12	0.00	0.00	11.30	27
海富通基金	2.45	2.81	3.06	1.27	0.39	9.98	28
摩根士丹利华鑫	0.51	2.74	1.04	2.80	1.92	9.01	29
国泰基金	0.48	0.49	3.46	1.73	2.60	8.75	30
中邮基金	-1.16	-1.42	6.08	3.18	1.85	8.53	31
新华基金	0.24	1.97	0.43	4.44	1.33	8.39	32
景顺长城	-0.64	-0.65	5.94	1.86	1.71	8.21	33
长信基金	1.59	3.29	2.35	0.63	0.27	8.13	34
中欧基金	0.38	3.19	0.42	1.59	1.55	7.14	35
光大保德信	-0.87	-1.46	3.80	3.05	2.29	6.82	36
长城基金	-0.53	-0.73	4.35	1.91	1.51	6.52	37
国联安基金	0.54	2.47	0.56	1.33	1.28	6.18	38



品牌简称	老基金份额 增量考核	老基金份额 增幅考核	老基金持有 人户数考核	新基金只均 规模考核	新基金认购 户数考核	销售能力 总分	排序
东方基金	0.28	1.57	1.05	0.99	1.39	5.28	39
泰达宏利	0.34	0.76	2.56	0.93	0.23	4.82	40
天弘基金	-0.15	-0.92	0.98	2.76	1.88	4.55	41
国海富兰克林	-0.07	-0.23	1.30	1.06	1.74	3.79	42
诺安基金	-3.30	-2.93	4.99	2.11	2.87	3.75	43
中海基金	0.12	0.32	1.55	0.63	0.78	3.39	44
长盛基金	-3.38	-6.49	2.08	6.19	4.76	3.16	45
兴业全球	-0.95	-1.55	2.54	1.30	1.40	2.74	46
国投瑞银	-2.42	-2.82	2.34	4.35	0.41	1.87	47
益民基金	-0.16	-1.24	0.71	1.95	0.47	1.71	48
天治基金	0.10	0.81	0.61	0.00	0.00	1.52	49
华宝兴业	-2.48	-2.96	3.04	1.97	1.72	1.29	50
诺德基金	-0.04	-0.52	0.44	0.83	0.49	1.19	51
金鹰基金	-0.52	-3.16	0.65	2.02	1.34	0.33	52
信达澳银	-0.20	-1.71	0.64	0.81	0.46	-0.02	53
华富基金	-0.09	-0.65	0.60	0.00	0.00	-0.14	54
东吴基金	-1.04	-3.76	1.31	0.98	0.84	-1.66	55
泰信基金	-0.71	-2.84	0.97	0.44	0.18	-1.96	56
金元惠理	-0.09	-4.13	0.15	1.23	0.43	-2.42	57
民生加银	-1.63	-14.60	0.13	8.25	5.05	-2.80	58
富安达基金	-0.04	-4.45	0.01	1.00	0.63	-2.85	59
华商基金	-2.50	-4.47	2.64	0.71	0.33	-3.29	60
平安大华	-0.46	-8.07	0.10	2.15	2.31	-3.96	61
纽银基金	-0.10	-6.58	0.03	1.67	0.68	-4.29	62
汇丰晋信	-0.80	-4.53	0.40	0.45	0.09	-4.40	63
浙商基金	-0.11	-6.05	0.05	0.80	0.83	-4.48	64
财通基金	-0.42	-20.70	0.01	3.33	1.58	-16.20	65
方正富邦	-0.63	-24.84	0.00	0.91	0.62	-23.93	66

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至12月31日

【备注：】

数据对象：本表是根据基金公司公开信息披露数据为基础进行统计。

2012年前已有基金产品公告成立的共66家公募基金公司。

老基金：是指2012年1月1日之前公告成立的所有场外开放式基金以及期间有规模变动的上市型基金。

新基金：是指2012年1月1日至12月31日期间公告成立的所有基金。

评分规则：销售能力综合得分是以老基金份额增量、老基金份额增幅、老基金持有人总户数、新基金只均募集总规模、新基金认购总户数的汇总分值，5指标分值权重皆为20%。

老基金份额增量分值以年报披露的净申购份额为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名基金份额增量/第一名上半年基金份额增量）*20。

老基金份额增幅分值以年基金净申购与期初基金份额占比为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名基金份额增幅/第一名基金份额增幅）*20。

老基金持有人总户数值以基金公司旗下老基金期末持有人总户数之和为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名老基金持有人总户数/第一名老基金持有人总户数）*20。

新基金只均募集规模分值以基金公司旗下考核期间所有新成立的基金规模均值为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名新基金只均募集规模/第一名新基金只均募集规模）*20。

新基金认购总户数值以基金公司旗下考核期间所有新成立的基金有效认购户数之和为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名新基金有效认购户数/第一名上半年新基金有效认购户数）*20。

（以下图表同样适应本注解）

2012 年基金公司老基金销售能力

据公开信息统计，考核期初，全行业共有 986 只场外开放式基金，即为“老基金”样本，归属于 66 家基金公司。统计显示，共有 34 家基金公司老基金份额出现正增长，32 家规模出现不同程度的“缩水”。其中，易方达基金、华夏基金、南方基金、博时基金、中银基金、银华基金等 6 家公司年增长规模超过百亿份；在老基金缩水份额排名中，国投瑞银、汇添富基金、华宝兴业、华商基金、诺安基金、长盛基金、工银瑞信等 7 家公司年度老基金“缩水”程度接近 50 亿份或超过 50 亿份。

按老基金份额增幅统计排序，2012 年份额增幅超 20% 的共有 9 家基金公司，依次是信诚基金、银河基金、申万菱信、浦银安盛、宝盈基金、易方达基金、中银基金、万家基金、银华基金。而缩水幅度超过 20% 的有浙商基金、长盛基金、纽银基金、平安大华、民生加银、财通基金、方正富邦等 7 家单位。

老基金持有人户数方面，华夏基金以 784 万户高居第一，嘉实基金、博时基金、广发基金排名第 2 至 4 位，依次为 538 万、515 万、505 万，南方基金、易方达基金、大成基金、华安基金、上投摩根、融通基金、银华基金、中邮基金、景顺长城等 9 家公司，户数在 200 万到 500 万之间；次新基金公司不占优势，富安达基金、财通基金、方正富邦等 3 家在 5 千户之下，金元惠理、民生加银、浦银安盛、平安大华、浙商基金、纽银基金等 6 家皆低于 6 万户。其余公司老基金持有人皆在 15 万户之上。

按全景老基金销售能力考核体系，“2012 年基金公司老基金持续销售能力”前十强依次是：**华夏基金、易方达基金、南方基金、信诚基金、博时基金、银华基金、广发基金、大成基金、中银基金、申万菱信**；后 10 位是：**华商基金、富安达基金、汇丰晋信、浙商基金、纽银基金、长盛基金、平安大华、民生加银、财通基金、方正富邦**。

子榜单 1: 2012 年基金公司老基金销售能力排名榜

品牌简称	份额增量 (亿份)	份额增量 考核得分	份额增 幅 (%)	份额增幅 考核得分	老基金持 有人户数	户数考 核得分	老基金销 售能力	排 序
华夏基金	296.77	14.87	17.39	4.50	7840672	20.00	39.37	1
易方达基金	399.12	20.00	23.68	6.12	4369818	11.15	37.27	2
南方基金	210.97	10.57	16.27	4.21	4453333	11.36	26.14	3
信诚基金	91.13	4.57	77.33	20.00	282001	0.72	25.29	4
博时基金	163.85	8.21	12.36	3.20	5153933	13.15	24.55	5
银华基金	116.68	5.85	20.36	5.27	2400351	6.12	17.24	6
广发基金	37.85	1.90	3.38	0.88	5045218	12.87	15.64	7
大成基金	81.81	4.10	9.26	2.40	3500937	8.93	15.43	8
中银基金	117.69	5.90	23.40	6.05	922529	2.35	14.30	9
申万菱信	61.03	3.06	37.17	9.61	564943	1.44	14.11	10
嘉实基金	0.20	0.01	0.01	0.00	5380409	13.72	13.74	11
银河基金	49.20	2.47	39.51	10.22	389175	0.99	13.68	12
上投摩根	55.41	2.78	9.41	2.43	2701997	6.89	12.10	13
融通基金	53.04	2.66	11.18	2.89	2528468	6.45	12.00	14
宝盈基金	35.25	1.77	32.55	8.42	438722	1.12	11.30	15
富国基金	66.60	3.34	11.35	2.94	1797898	4.59	10.86	16
华安基金	23.67	1.19	2.52	0.65	3294637	8.40	10.24	17
浦银安盛	6.54	0.33	36.89	9.54	50968	0.13	10.00	18
万家基金	51.39	2.58	22.33	5.77	637618	1.63	9.98	19
海富通基金	48.86	2.45	10.85	2.81	1200153	3.06	8.32	20
长信基金	31.70	1.59	12.71	3.29	922477	2.35	7.23	21
鹏华基金	15.29	0.77	3.03	0.78	1778509	4.54	6.09	22
景顺长城	-12.75	-0.64	-2.53	-0.65	2327442	5.94	4.64	23
国泰基金	9.55	0.48	1.88	0.49	1355923	3.46	4.42	24



品牌简称	份额增量 (亿份)	份额增量 考核得分	份额增 幅 (%)	份额增幅 考核得分	老基金持 有人户数	户数考 核得分	老基金销 售能力	排 序
摩根士丹利华鑫	10.08	0.51	10.61	2.74	406921	1.04	4.29	25
交银施罗德	2.79	0.14	0.54	0.14	1525531	3.89	4.17	26
招商基金	14.05	0.70	3.35	0.87	1012027	2.58	4.15	27
中欧基金	7.63	0.38	12.34	3.19	166364	0.42	4.00	28
泰达宏利	6.78	0.34	2.95	0.76	1001766	2.56	3.66	29
国联安基金	10.76	0.54	9.55	2.47	218188	0.56	3.57	30
中邮基金	-23.09	-1.16	-5.49	-1.42	2382289	6.08	3.50	31
长城基金	-10.50	-0.53	-2.81	-0.73	1704322	4.35	3.09	32
农银汇理	5.01	0.25	3.08	0.80	801600	2.04	3.09	33
东方基金	5.65	0.28	6.06	1.57	413319	1.05	2.90	34
新华基金	4.77	0.24	7.60	1.97	167503	0.43	2.63	35
中海基金	2.47	0.12	1.25	0.32	606110	1.55	1.99	36
天治基金	1.92	0.10	3.12	0.81	240666	0.61	1.52	37
光大保德信	-17.36	-0.87	-5.65	-1.46	1490927	3.80	1.47	38
国海富兰克林	-1.46	-0.07	-0.89	-0.23	507853	1.30	0.99	39
建信基金	-23.55	-1.18	-4.29	-1.11	1171170	2.99	0.70	40
汇添富基金	-48.65	-2.44	-8.03	-2.08	1853221	4.73	0.21	41
兴业全球	-18.89	-0.95	-6.01	-1.55	996808	2.54	0.04	42
天弘基金	-3.01	-0.15	-3.58	-0.92	385104	0.98	-0.09	43
诺德基金	-0.86	-0.04	-2.03	-0.52	171312	0.44	-0.13	44
华富基金	-1.85	-0.09	-2.51	-0.65	236193	0.60	-0.14	45
华泰柏瑞	-14.53	-0.73	-7.24	-1.87	753767	1.92	-0.68	46
益民基金	-3.29	-0.16	-4.81	-1.24	276394	0.71	-0.70	47
诺安基金	-65.84	-3.30	-11.31	-2.93	1955125	4.99	-1.24	48
信达澳银	-4.09	-0.20	-6.63	-1.71	249288	0.64	-1.28	49
工银瑞信	-73.76	-3.70	-7.89	-2.04	1587898	4.05	-1.69	50
华宝兴业	-49.56	-2.48	-11.45	-2.96	1189961	3.04	-2.41	51
泰信基金	-14.16	-0.71	-10.97	-2.84	380360	0.97	-2.58	52
国投瑞银	-48.27	-2.42	-10.90	-2.82	918046	2.34	-2.90	53
金鹰基金	-10.44	-0.52	-12.23	-3.16	254481	0.65	-3.04	54
东吴基金	-20.66	-1.04	-14.52	-3.76	513008	1.31	-3.48	55
金元惠理	-1.87	-0.09	-15.97	-4.13	58976	0.15	-4.07	56
华商基金	-49.97	-2.50	-17.29	-4.47	1036747	2.64	-4.33	57
富安达基金	-0.76	-0.04	-17.21	-4.45	4568	0.01	-4.48	58
汇丰晋信	-15.92	-0.80	-17.52	-4.53	156067	0.40	-4.93	59
浙商基金	-2.13	-0.11	-23.40	-6.05	20700	0.05	-6.11	60
纽银基金	-1.93	-0.10	-25.45	-6.58	11778	0.03	-6.65	61
长盛基金	-67.48	-3.38	-25.10	-6.49	813704	2.08	-7.80	62
平安大华	-9.23	-0.46	-31.18	-8.07	41102	0.10	-8.42	63
民生加银	-32.51	-1.63	-56.46	-14.60	51457	0.13	-16.10	64
财通基金	-8.47	-0.42	-80.02	-20.70	2257	0.01	-21.11	65
方正富邦	-12.62	-0.63	-96.04	-24.84	1714	0.00	-25.47	66

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至12月31日

2012 年基金公司新基金销售能力

据基金成立公告数据统计显示，2012 年共有 67 家基金公司（包含期间成立首只产品的单位）发行成立了 261 只新基金产品（同一规模数据的产品归并统计），总募集规模约 6561.78 亿元。

从新基金只均募集规模来看，华泰柏瑞以 118.65 亿元高居榜首，工银瑞信、建信基金、汇添富基金、民生加银、嘉实基金、南方基金、长盛基金、华安基金、中银基金、招商基金等 10 家公司，只均规模也超 30 亿元；募集规模不足 5 亿的也有 11 家公司，分别为诺德基金、信达澳银、浙商基金、华商基金、长信基金、中海基金、长安基金、德邦基金、汇丰晋信、泰信基金、国金通用。

从新基金总有效认购总户数来看，汇添富基金、工银瑞信、建信基金以超 20 万户位居三甲，分别达 274688 户、253343 户、235030 户，超 10 万户的还有华安基金、南方基金、嘉实基金、中银基金、农银汇理等 5 家公司；共 41 家基金公司新基金总有效认购户数在 10 万户与 1 万户之间不等；在 67 家有新产品发行的基金公司中，华商基金、长信基金、泰达宏利、国金通用、泰信基金、申万菱信、汇丰晋信、德邦基金等 8 家公司，有效认购户数不足 5000 户，垫居榜末。

依据全景考核体系，“新基金只均募集规模”及“新基金认购总户数”两大指标统计排序，“2012 年基金公司新基金销售能力前十强”依次是工银瑞信、汇添富基金、建信基金、华泰柏瑞、南方基金、华安基金、嘉实基金、中银基金、民生加银和长盛基金。

在列入 2012 年总销售能力考核的 66 家公司之中，共有 3 家未有新基金发行成立，分别是宝盈基金、华富基金和天治基金，除此之外，新基金销售能力榜单后十位还有泰达宏利、华商基金、长信基金、德邦基金、泰信基金、汇丰晋信、国金通用等 7 家公司。

子榜单 2: 2012 年基金公司新基金销售能力排名榜

品牌简称	新基金只均募集规模 (亿元)	只均规模考核得分	总有效认购户数	认购户数考核得分	新基金销售能力	排序
工银瑞信	86.14	14.52	253343	18.45	32.97	1
汇添富基金	76.47	12.89	274688	20.00	32.89	2
建信基金	83.74	14.12	235030	17.11	31.23	3
华泰柏瑞	118.65	20.00	75958	5.53	25.53	4
南方基金	38.55	6.50	160959	11.72	18.22	5
华安基金	36.32	6.12	164193	11.95	18.08	6
嘉实基金	44.65	7.53	142069	10.34	17.87	7
中银基金	33.92	5.72	114122	8.31	14.03	8
民生加银	48.96	8.25	69301	5.05	13.30	9
长盛基金	36.74	6.19	65378	4.76	10.95	10
招商基金	30.43	5.13	69921	5.09	10.22	11
易方达基金	23.33	3.93	84487	6.15	10.08	12
华夏基金	25.11	4.23	78647	5.73	9.96	13
农银汇理	8.87	1.50	107022	7.79	9.29	14
大成基金	25.13	4.24	63172	4.60	8.84	15
广发基金	16.35	2.76	78317	5.70	8.46	16
富国基金	23.31	3.93	47267	3.44	7.37	17
交银施罗德	23.88	4.03	45280	3.30	7.32	18
鹏华基金	13.84	2.33	58520	4.26	6.59	19
博时基金	10.81	1.82	65254	4.75	6.57	20
新华基金	26.32	4.44	18205	1.33	5.76	21
融通基金	13.06	2.20	48090	3.50	5.70	22
光大保德信	18.12	3.05	31467	2.29	5.34	23
中邮基金	18.89	3.18	25384	1.85	5.03	24
诺安基金	12.53	2.11	39437	2.87	4.98	25



品牌简称	新基金只均募集规模(亿元)	只均规模考核得分	总有效认购户数	认购户数考核得分	新基金销售能力	排序
财通基金	19.78	3.33	21738	1.58	4.92	26
国投瑞银	25.81	4.35	5661	0.41	4.76	27
摩根士丹利华鑫	16.62	2.80	26370	1.92	4.72	28
银华基金	14.12	2.38	31221	2.27	4.65	29
天弘基金	16.37	2.76	25826	1.88	4.64	30
平安大华	12.78	2.15	31672	2.31	4.46	31
国泰基金	10.25	1.73	35729	2.60	4.33	32
信诚基金	13.99	2.36	24392	1.78	4.13	33
银河基金	11.80	1.99	24839	1.81	3.80	34
华宝兴业	11.71	1.97	23673	1.72	3.70	35
景顺长城	11.05	1.86	23441	1.71	3.57	36
浦银安盛	12.15	2.05	19197	1.40	3.44	37
长城基金	11.35	1.91	20759	1.51	3.42	38
金鹰基金	11.99	2.02	18465	1.34	3.37	39
安信基金	9.65	1.63	22656	1.65	3.28	40
中欧基金	9.45	1.59	21344	1.55	3.15	41
国海富兰克林	6.29	1.06	23943	1.74	2.80	42
兴业全球	7.70	1.30	19206	1.40	2.70	43
国联安基金	7.92	1.33	17632	1.28	2.62	44
上投摩根	8.10	1.37	14505	1.06	2.42	45
益民基金	11.56	1.95	6455	0.47	2.42	46
东方基金	5.89	0.99	19058	1.39	2.38	47
纽银基金	9.92	1.67	9406	0.68	2.36	48
万家基金	9.48	1.60	7523	0.55	2.15	49
东吴基金	5.81	0.98	11543	0.84	1.82	50
海富通基金	7.56	1.27	5355	0.39	1.66	51
金元惠理	7.29	1.23	5919	0.43	1.66	52
浙商基金	4.75	0.80	11361	0.83	1.63	53
富安达基金	5.95	1.00	8584	0.63	1.63	54
长安基金	3.31	0.56	14304	1.04	1.60	55
方正富邦	5.42	0.91	8486	0.62	1.53	56
申万菱信	7.85	1.32	2269	0.17	1.49	57
中海基金	3.71	0.63	10653	0.78	1.40	58
诺德基金	4.90	0.83	6728	0.49	1.32	59
信达澳银	4.79	0.81	6302	0.46	1.27	60
泰达宏利	5.53	0.93	3160	0.23	1.16	61
华商基金	4.21	0.71	4561	0.33	1.04	62
长信基金	3.74	0.63	3671	0.27	0.90	63
德邦基金	3.23	0.54	1177	0.09	0.63	64
泰信基金	2.62	0.44	2432	0.18	0.62	65
汇丰晋信	2.64	0.45	1232	0.09	0.53	66
国金通用	1.79	0.30	2901	0.21	0.51	67
宝盈基金	0.00	0.00	0	0.00	0.00	68
华富基金	0.00	0.00	0	0.00	0.00	68
天治基金	0.00	0.00	0	0.00	0.00	68

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至12月31日

4 报告小结及简评

观察基金公司销售能力排名结果，对阶段性绩效有积极的影响因素大致总结如下：

首先，对于财富管理行业来说，最重要的是“业绩回报”，有良好历史业绩必然有助于后期销售取得佳绩。在老基金持续营销考核中，除了大规模基金公司外，信诚基金、银河基金、宝盈基金、万家基金等公司凭借旗下某类产品前期业绩出色，或者特色产品的市场良好表现，增量资金追捧使得老基金整体规模得到提升，跻身老基金销售榜单前 20 位，整体销售绩效也表现较好。

其次，品牌价值带来“红利”，在同等条件下，优秀品牌往往能募集到更多的份额，带来实实在在的“溢价”。华夏基金即使在“王亚伟”走后，凭借多年积累的“品牌红利”，仍然傲视群雄摘得“销售能力总榜单”及“老基金销售榜单”双项桂冠；销售能力十强中的易方达基金、广发基金、南方基金、嘉实基金、博时基金，也连续多年获得全景五星品牌公司评价。

再次，销售渠道是最直接的影响因素，银行系基金公司在新产品发行方面较为突出，工银瑞信夺得新基金销售榜单冠军，建信基金、中银基金、民生加银也位居前十之中，前三者也跻身销售能力总榜单前 10 位。然而，在资产管理行业中，销售渠道不是绝对决定性因素，在没有业绩支撑或品牌沉淀情况下，部分公司老基金规模不增反降，上述 4 家公司除中银基金外，老基金皆出现缩水情形，民生加银最为严重，在“老基金销售排名”中垫居后三位。

此外，在 2012 年规模爆发性增长的基金公司中，划时代产品创新也是销售绩效出类拔萃的重要成因。比如，在新基金销售能力排名中，涉足“理财基金”及“跨市场 ETF”的汇添富基金、华泰柏瑞、华安基金、嘉实基金位居前列；汇添富基金夺得榜单亚军并位居销售能力总榜单第 4 名，此前规模排名一直落后的华泰柏瑞跃居新基金销售榜第 4 位，总榜单第 12 位，令业界惊奇。

如何做好基金销售，关系着基金公司生存及发展，是基金业界的重要课题。

《证券投资基金法》起草小组首任组长王连洲指出，“基金营销要有广阔的思路、灵活的营销艺术和技巧，还要有热诚的客户服务，以周到热诚的专业服务吸引投资者、感动投资者，不能只是为了销售基金而销售基金。”有商业银行销售主管也指出，“应该坚持以客户为中心，积极探索专业化、特色化营销的新模式，不断完善销售服务体系，构建成熟、稳健的风险管控机制，大力培育壮大认同基金长期稳健投资理念的客户群体。”“以产品为导向的基金销售逐步向以客户为中心转变，代销机构逐步从以往粗放、简单、被动的销售模式，向主动型、创造型、服务型转变，开始按照客户需求和偏好对基金产品进行再筛选、再加工、再创造，力求为客户提供最佳的理财服务。”也获得了业界人士普遍认可。

基金销售能力，是“基金品牌评价及研究”体系中重要组成部分，全景基金品牌研究中心未来将继续探讨该主题，提供客观中立的数据资讯，力求有助于促进基金行业稳健经营发展，为中国早日成就“强大的财富管理行业”尽一份微薄之力。

**【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在国内尚属首创，基金基础数据主要来源独家数据库系统，基金品牌财经媒体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、本系列报告中基金基础数据来源于深圳证券信息公司巨潮数据库，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、本系列报告评分部分数据（PR 值网编评分榜单），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，也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证券信息有限公司，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基金市场相关研究服务，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