

基金品牌财经媒体曝光度观察报告

(2010年1月 总第十七期)

合作基金网络媒体：(排名不分先后, 代表参与评分权限一致)



协作支持杂志及电视媒体：



报告指导及数据资讯支持：

深圳证券信息公司（全景网）数据维护部



2010 年 1 月基金品牌榜单 暨基金品牌财经媒体曝光度观察报告

全景首创 网媒编辑联袂合作

合作网编单位及代表

全景基金频道: 黄昉

搜狐基金频道: 姜隆

腾讯基金频道: 施艳霞

中国基金网: 王飞

金融界基金频道: 李晓阳

MSN 基金频道: 任宪奎

和讯基金频道: 孙鹤

凤凰财经基金频道: 辛淼

中金在线基金频道: 柳亮

百度和讯基金频道: 孙萱

网易基金频道: 李旭

东财(天天基金网): 陈肯

(排名不分先后, 评分权限一致)

报告编委成员

指导监督:

张 俊 秦 宁

执笔:

黄晓旋

数据:

冯翊群 史学勇

顾奋宇

核查:

于 欣 余武俊

刘 欣

品牌推广:

包莹

联系方式:

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163

正式发布时间: 2010.02.23

2010 年 1 月基金品牌曝光度报告简介及榜单

- 按中国证监会领导重要指示, 本项基金品牌评价属于《证券投资基金评价业务管理暂行办法》管辖范围, 我们严格执行该项法规并遵守管理层相关法律法规。从本期开始, “基金品牌美誉度(网编评分)榜单”明确进行三项指标评分并公布得分汇总排名; “基金品牌曝光度(财经搜索)榜单”则公布最近三个月累计数据及其排名。
- 本报告是自本专项考察研究以来的第 17 期月报。考察评价对象是全行业 60 家基金公司品牌, 主要内容是各品牌在财经媒体上的新闻曝光状况, 期限是 2010 年 1 月份。跟既往一样, 公布了基金品牌曝光度两大榜单, 同时通过数据图表及文字阐释基金行业月度新闻曝光现象, 以及现象的成因、本质、规律等; 此外, 十多位基金网媒编辑呈献了独家专业性基金资讯及对月度热点的独家见解, 等等。
- 获得 1 月份美誉度(网编评分)榜单前十位依次是: 易方达基金、博时基金、新华基金、银华基金、华夏基金、上投摩根、兴业全球、国投瑞银、工银瑞信、大成基金。
- 获“近三月曝光度(财经搜索)榜单”前十位的依次是: 易方达基金、华夏基金、上投摩根、南方基金、博时基金、大成基金、交银施罗德、泰达荷银、工银瑞信、银华基金。

2010 年 1 月基金品牌财经媒体曝光度观察报告

- 据全景财经搜索统计, 2010 年 1 月份, 国内专业财经网站共曝光有关“基金”的“新闻”66941 篇, 较前一个月缩水约 28.41%。基金新闻曝光度连涨三个月之后, 出现大幅回调, 似乎出现由强转弱态势。财经媒体上有关基金的新闻报道较去年年末明显减少, 或许是基金公司为争夺规模排名欲望退却之故。
- 2010 年 1 月份财经媒体上, 多数基金相关关键词曝光度数据出现明显萎缩。新基金获批发行数量的减少, “基金发行”关键词搜索数据也明显下降, 媒体关注程度大不如前; 在新基金发行节奏放缓的情形下, 多数基金公司把重点转向持续营销, “基金定投”、“基金营销”、“基金品牌”等呈现明显增长迹象。“基金分红”连续两月位居热点搜索首位, 此类事件对于提升品牌曝光度及品牌美誉度有着比较积极的意义。月度搜索数据同比增长较大的是“基金评价”, 因管理层新规使之成了近期基金媒体的关注的焦点之一, 舆论普遍对此寄予厚望。

报 告 目 录

第一部分 2010 年 1 月基金品牌曝光度报告简介及榜单

- 一、[报告简介](#) (4)
- 二、[基金品牌美誉度 \(网编评分\) 榜单](#) (5)
- 三、[基金品牌曝光度 \(财经搜索\) 榜单](#) (7)

第二部分 2010 年 1 月基金品牌财经媒体曝光度观察报告

- 一、月度概述：
[元月基金曝光度大幅回调 或因争排名欲望退却](#) (7)
- 二、纵向比较：
[基金新闻曝光度似乎存在着前低后高的年度现象](#) (8)
- 三、热点评述：
[新品发行节奏放缓 多数基金重点转向持续营销](#) (10)
- 四、个案分析：
[公募产品优秀业绩 是提升品牌价值极为重要的因素](#) (12)
- 五、总结评论：
[品牌建设是驱动基金公司前进的“三驾马车”之一](#) (13)
- 图 1: [基金新闻曝光度及基金品牌总曝光度走势图](#) (7)
- 图 2: [0809-1001 基金品牌平均曝光度月度比较图](#) (7)
- 图 3: [0809-1001 曝光度指向性及集中度两指标比较图](#) (8)
- 图 4: [0809-1001 基金新闻曝光度及指向性指标比较图](#) (8)
- 图 5: [0809-1001 基金品牌新闻曝光度及其集中度比较图](#) (9)
- 表 2-1: [08 年 9 月至 10 年 1 月基金品牌曝光度比较表](#) (9)
- 表 2-2: [10 年 1 月基金市场热点新闻事件搜索数据表](#) (11)
- 表 2-3: [10 年 1 月常用基金关键词新闻搜索数据表](#) (11)

第三部分 十二家基金网媒最具曝光度资讯精选及评论

- [基金网媒编辑对曝光基金新闻点评精华摘录](#) (17)
- [搜狐基金频道 2010 年 1 月份基金市场关注度分析报告](#) (18)
- [和讯基金频道 2010 年 1 月份独家曝光资讯及点评](#) (19)
- [腾讯基金频道 2010 年 1 月份独家曝光资讯](#) (20)
- [中国基金网 2010 年 1 月份独家最具曝光度资讯](#) (21)
- [金融界基金频道 1 月份网友最关注基金及独家访谈](#) (22)
- [MSN 中文网理财频道 1 月最具曝光度资讯及编辑点评](#) (23)
- [中金在线基金网 1 月份最具曝光度资讯及编辑点评](#) (24)
- [凤凰网理财频道 1 月份最具曝光度独家报道及专题](#) (25)
- [天天基金网 2010 年 1 月份独家曝光资讯及点评](#) (26)
- [百度和讯基金频道 1 月份最具曝光度资讯](#) (27)
- [全景网 1 月份独家最具曝光度基金资讯及视频选录](#) (28)
- 附录 [全景基金品牌年度评价体系简介](#) (29)
- 附录 [版权及免责声明](#) (30)

第一部分 2010年1月基金品牌曝光度报告简介及榜单

一、报告简介

按中国证监会领导重要指示，本项基金品牌评价属于《证券投资基金评价业务管理暂行办法》管辖范围，我们严格执行该项法规并遵守管理层相关法律法规。从本期开始，“基金品牌美誉度(网编评分)榜单”明确进行三项指标评分并公布得分汇总排名；“基金品牌曝光度(财经搜索)榜单”则公布最近三个月累计数据及其排名。

本报告是自本专项考察研究以来的第17期月报。考察评价对象是全行业60家基金公司品牌，主要内容是各品牌在财经媒体上的新闻曝光状况，期限是2010年1月份。跟以往一样，公布了基金品牌曝光度两大榜单，同时通过数据图表及文字阐释基金行业月度新闻曝光现象，以及现象的成因、本质、规律等；此外，十多位基金网媒编辑呈献了独家专业性基金资讯及对月度热点的独家见解，等等。

2008年9月份，全景网以专题形式发布基于独家搜索技术的《全景财经搜索·基金月度报告》，专题名为《谁是最受媒体“关照”的基金公司》，开始了对国内财经媒体上基金新闻的数据搜集统计，首次公布基金公司曝光度数据报表，这是对基金新闻传播现象进行的开创性研究，填补了国内基金市场研究领域的一项空白。

2008年10月，我们正式以“曝光度”为名发布报告，全景基金频道、搜狐基金频道、腾讯基金频道联袂发布网络专题；国内大型财经电视媒体《交易日》(《财富天下》)进行了视讯报道。随后每月发布一期报告，中国基金网、MSN理财频道、金融界基金频道、和讯基金频道、凤凰网基金频道、中金在线基金网、百度和讯基金频道、网易基金频道、东方财富网旗下天天基金网等专业网媒先后支持推广发布。此外，《股市动态分析》杂志每月报道相关内容，报告的数据及研究结论也常被平面媒体所引述。

我们这项曝光度系列月度报告的财经搜索榜单是客观量化指标，反映了各家基金公司财经媒体上新闻曝光状况，是基金公司借助媒体进行品牌建设的成效体现。据业界反馈，它已经成了多数基金公司媒体关系主管或品牌策划经理的业绩考核指标之一；也是部分基金代销渠道给予不同单位销售政策的制定参考。由于搜索工具本身存在局限性，如不能区分曝光新闻正负面因素、不能衡量相关事件影响程度强弱、不能区别基金新闻的可信程度、更不可能了解受众欢迎程度等；为解决这些缺陷，我们从第12期报告开始，在客观搜索数据的基础上，通过最具代表性的基金网媒编辑评分方式形成了定性指标——基金品牌网编评分榜单，提升基金品牌曝光度排名数据的参考价值。

今年年初，为了让基金管理人及相关服务机构拥有值得信赖的专业性权威指标；同时，让公众对基金品牌有更多的了解与认知。我们以证监会《证券投资基金评价业务管理暂行办法》为指导，以品牌学相关评价理论为参考，在基金品牌曝光度历史数据的基础上，结合一些与基金品牌相关的重要客观数据，独立构建了一项事关基金品牌的合规、专业、独特的评价体系，主要有知名度、美誉度、认知度、忠诚度、畅销度五大评价指标，并于2月2日发布了首份《中国基金行业品牌综合评价年度报告》。按该评价体系，本报告及今后各月报告的美誉度(网编评分)、曝光度(财经搜索)数据将列入年度考核。详见附录。

本项评价是基于历史数据而作出的，所有评价品牌过往的表现并不代表其未来；同时基金产品有其特殊性，各类型品种风险收益各不相同，与基金品牌优劣并无绝对的相关性，并且本项评价并没有对具体基金品种进行分析，投资者在做任何投资决策时，绝对不能把本项品牌评价结果作为惟一的考虑因素。

由于本项评价尚属首创，不足之处在所难免，敬请基金业界领导、专家、学者以及广大关注基金行业的师友指点批评。让我们不断完善这项事关品牌建设的独特评价体系；我们将秉持独立、诚信、勤勉、尽责的原则，为基金管理人、基金相关服务机构及广大基金持有人提供客观中立的数据及资讯，为基金行业健康规范发展壮大，尽一份微薄之力。

(全景基金品牌研究中心首席观察员 黄晓旋 2010年2月12日)

二、2010 年 1 月基金品牌美誉度（网编评分）榜单

表 1-1

品牌简称	美化度得分	可信度得分	关注度得分	三项指标平均 (十分制)	美誉度综合得 分(百分制)	排序
易方达基金	7.95	7.50	7.77	7.7424	77.42	1
博时基金	7.45	7.73	7.82	7.6667	76.67	2
新华基金	7.36	7.09	7.77	7.4091	74.09	3
银华基金	7.23	7.27	7.59	7.3636	73.64	4
华夏基金	4.91	6.73	9.64	7.0909	70.91	5
上投摩根	6.68	6.91	7.36	6.9848	69.85	6
兴业全球	6.82	6.86	6.82	6.8333	68.33	7
国投瑞银	6.77	6.59	6.91	6.7576	67.58	8
工银瑞信	6.36	6.95	6.82	6.7121	67.12	9
大成基金	6.23	6.73	7.18	6.7121	67.12	10
鹏华基金	5.68	6.32	8.05	6.6818	66.82	11
嘉实基金	5.55	7.05	7.09	6.5606	65.61	12
华宝兴业	6.32	6.68	6.27	6.4242	64.24	13
汇添富基金	5.77	6.36	6.55	6.2273	62.27	14
南方基金	5.68	6.41	6.55	6.2121	62.12	15
富国基金	5.86	6.50	6.27	6.2121	62.12	16
海富通基金	5.82	6.27	6.41	6.1667	61.67	17
华商基金	5.82	6.27	5.86	5.9848	59.85	18
国泰基金	5.73	6.14	5.64	5.8333	58.33	19
泰达荷银	5.36	5.86	5.73	5.6515	56.52	20
华安基金	4.82	6.05	6.09	5.6515	56.52	21
广发基金	4.09	6.09	6.59	5.5909	55.91	22
国海富兰克林	5.82	5.32	5.50	5.5455	55.45	23
交银施罗德	3.45	5.41	7.68	5.5152	55.15	24
申万巴黎	5.55	5.91	5.00	5.4848	54.85	25
中银基金	5.27	5.45	5.36	5.3636	53.64	26
建信基金	5.05	5.50	5.36	5.3030	53.03	27
长盛基金	4.91	5.64	5.23	5.2576	52.58	28
摩根士丹利华鑫	5.27	5.32	5.14	5.2424	52.42	29
中邮基金	4.27	5.36	6.00	5.2121	52.12	30
汇丰晋信	5.09	5.32	5.00	5.1364	51.36	31
友邦华泰	4.86	5.00	4.59	4.8182	48.18	32
银河基金	4.73	4.82	4.73	4.7576	47.58	33
景顺长城	4.32	4.00	5.73	4.6818	46.82	34
诺安基金	4.64	4.77	4.32	4.5758	45.76	35
光大保德信	4.59	4.59	4.45	4.5455	45.45	36
长城基金	3.91	4.41	4.73	4.3485	43.48	37
长信基金	4.27	4.23	4.00	4.1667	41.67	38
信达澳银	4.05	4.36	3.95	4.1212	41.21	39
招商基金	2.73	4.59	4.95	4.0909	40.91	40

品牌简称	美化度得分	可信度得分	关注度得分	三项指标平均 (十分制)	美誉度综合得 分(百分制)	排序
金元比联	4.05	4.18	3.95	4.0606	40.61	41
民生加银	4.14	4.14	3.86	4.0455	40.45	42
国联安基金	3.73	4.36	3.77	3.9545	39.55	43
信诚基金	3.82	4.05	3.77	3.8788	38.79	44
华富基金	3.55	4.00	3.95	3.8333	38.33	45
融通基金	3.73	3.36	4.36	3.8182	38.18	46
金鹰基金	3.09	4.05	4.09	3.7424	37.42	47
天治基金	3.59	3.73	3.77	3.6970	36.97	48
浦银安盛	3.09	3.64	3.77	3.5000	35.00	49
泰信基金	3.36	3.68	3.32	3.4545	34.55	50
中海基金	3.23	3.77	3.36	3.4545	34.55	51
农银汇理	3.09	3.77	3.36	3.4091	34.09	52
中欧基金	3.59	3.41	3.18	3.3939	33.94	53
宝盈基金	3.23	2.18	4.23	3.2121	32.12	54
万家基金	3.23	3.18	3.09	3.1667	31.67	55
东吴基金	3.05	2.82	3.32	3.0606	30.61	56
益民基金	2.68	3.18	3.00	2.9545	29.55	57
诺德基金	2.77	3.09	3.00	2.9545	29.55	58
天弘基金	2.82	2.82	3.00	2.8788	28.79	59
东方基金	2.73	3.05	2.86	2.8788	28.79	60

【榜单说明】

全景基金品牌研究中心观察员搜集并复核数据，整理了2010年1月“基金品牌曝光度财经搜索数据”及各家基金品牌期间被曝光的主要事件等资讯，制作并发出网编评分表。评分指标有美化度、可信度、关注度等三项，对所有基金品牌各项指标，各位参加评分的基金网媒编辑按十分制进行打分。回收评分表之后进行统计，分别统计各项指标所有评分者的平均分，即各项指标的最终得分；再统计三项指标的平均得分，折算为百分制得分，即美誉度综合得分；按美誉度综合得分从高到低排列，得分相同者以新闻曝光度月度初始数据高低为序，最终形成月度“基金品牌美誉度（网编评分）榜单”。

各项评分指标介绍如下：

美化度，指所曝光新闻对品牌的美化程度。对应基金品牌被曝光新闻的正负面判断，正面曝光新闻越多，对品牌产生正面积极影响越高，评分者应该给予较高分值；负面新闻越多，对品牌产生消极影响越大，评分者应该给予越低的分值，最高为10分，最低为-10分，负面新闻特别严重者，该评分指标相当于扣分项目。

可信度，指所曝光的新闻值得投资者信任的程度。所曝光新闻值得投资者信任的程度高低给予分值，特别要考虑新闻信息披露的合规性及管理人的遵纪守法程度，最高为10分，最低为-10，期间若有重大违规违纪被处罚者，该评分指标也相当于扣分项目。

关注度，指所曝光新闻对品牌受关注的程度。实际上也相当于网络编辑对具体基金品牌新闻的推荐力度，原创、转载、专题等品牌相关资讯的推荐频率，非负面资讯推荐越多应该给予越高的分数。该指标也反映着网民对具体基金品牌新闻资讯的点击阅读程度，越多人关注该公司非负面新闻资讯，分值应越高。最高分值为10分，最低为0分。

本次回收评分表共11份，参与本次评分的11位基金网媒资深编辑分别是：搜狐基金频道姜隆、腾讯基金频道施艳霞、中国基金网王飞、金融界基金频道李晓阳、MSN理财基金频道任宪奎、和讯基金频道孙鹤、凤凰财经基金频道辛淼、中金在线基金频道柳亮、百度和讯基金频道孙萱、东方财富网旗下天天基金网陈肯、全景基金频道黄昉；排名不分先后，评分权限一致。

三、基金品牌曝光度（财经搜索）榜单(统计周期为 2009 年 11 月至 2010 年 1 月)

表 1-2

品牌简称	2009 年 11 月(篇)	2009 年 12 月(篇)	2010 年 1 月(篇)	近三月累计(篇)	近三月累计排名
易方达基金	5104	6278	2642	14024	1
华夏基金	993	4466	3111	8570	2
上投摩根	2115	1797	2223	6135	3
南方基金	1032	1720	786	3538	4
博时基金	1086	925	1317	3328	5
大成基金	806	1025	942	2773	6
交银施罗德	714	914	1042	2670	7
泰达荷银	849	1209	560	2618	8
工银瑞信	787	688	1115	2590	9
银华基金	934	794	820	2548	10
景顺长城	1284	667	540	2491	11
国投瑞银	809	629	823	2261	12
海富通基金	706	736	752	2194	13
华宝兴业	769	656	725	2150	14
申万巴黎	788	412	932	2132	15
华安基金	982	616	489	2087	16
富国基金	784	628	673	2085	17
国泰基金	553	817	652	2022	18
嘉实基金	715	689	513	1917	19
汇添富基金	675	727	481	1883	20
长城基金	751	427	379	1557	21
汇丰晋信	703	480	361	1544	22
广发基金	428	426	633	1487	23
兴业全球	474	462	466	1402	24
鹏华基金	373	473	535	1381	25
友邦华泰	553	436	387	1376	26
招商基金	611	452	245	1308	27
新华基金	417	260	554	1231	28
光大保德信	380	366	369	1115	29
信达澳银	500	332	216	1048	30

品牌简称	2009 年 11 月(篇)	2009 年 12 月(篇)	2010 年 1 月(篇)	近三月累计(篇)	近三月累计排名
银河基金	410	291	301	1002	31
摩根士丹利华鑫	367	331	256	954	32
国海富兰克林	481	203	266	950	33
民生加银	249	315	379	943	34
融通基金	367	391	178	936	35
东吴基金	291	514	126	931	36
华商基金	353	292	233	878	37
诺安基金	218	373	269	860	38
长信基金	209	457	185	851	39
金元比联	140	205	496	841	40
中银基金	180	221	374	775	41
建信基金	275	229	234	738	42
长盛基金	215	235	283	733	43
国联安基金	264	219	196	679	44
农银汇理	284	245	139	668	45
浦银安盛	270	173	222	665	46
天弘基金	304	189	102	595	47
金鹰基金	227	138	227	592	48
中欧基金	147	274	157	578	49
中邮基金	75	392	103	570	50
华富基金	241	186	137	564	51
中海基金	210	224	130	564	52
信诚基金	219	176	163	558	53
天治基金	213	127	175	515	54
泰信基金	185	138	166	489	55
宝盈基金	125	128	205	458	56
万家基金	95	101	151	347	57
益民基金	100	95	97	292	58
东方基金	103	80	81	264	59
诺德基金	65	71	83	219	60

【榜单说明】

本报数据来源于全景财经搜索，“新闻曝光度”指标主要以品牌简称为关键词搜索所得结果。为使结果相对公平合理，“易方达基金”、“海富通基金”、“汇添富基金”、“国联安基金”等四家品牌新闻曝光度数据，是品牌五字简称及其三字简称搜索数据的平均数；其余品牌皆以公布名称为关键词的检索结果。所有品牌曝光度月度数据统计期间皆为当月 1 日至当月最后一日。本表接近三个月“新闻曝光度”累计总数从高到低排序，累计数相同者以最近一个月的数据高低为序。

制表者力求客观公正使用网络工具，但对数据的准确性和完整性不作任何保证。同时本报表仅供业内研究参考交流，不建议作为任何决策依据，对该报表带来的可能损失或风险，我们不承担任何责任。

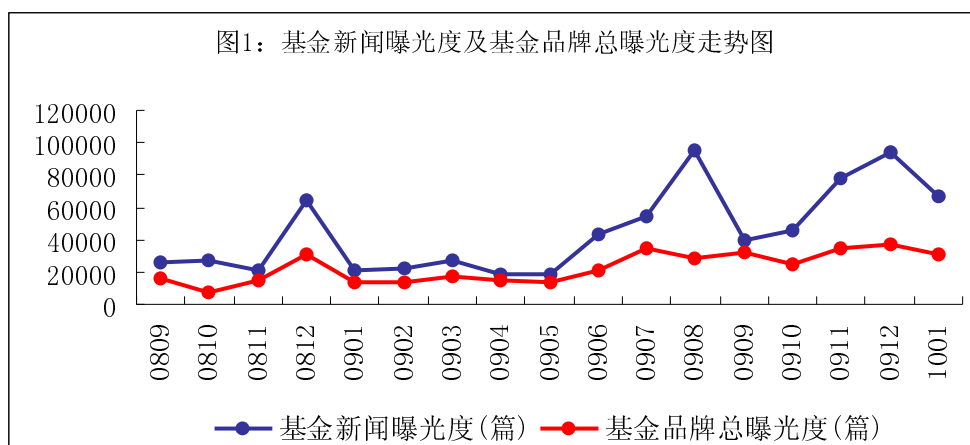
第二部分 2010 年 1 月基金品牌财经媒体曝光度观察报告

一、搜索概述：

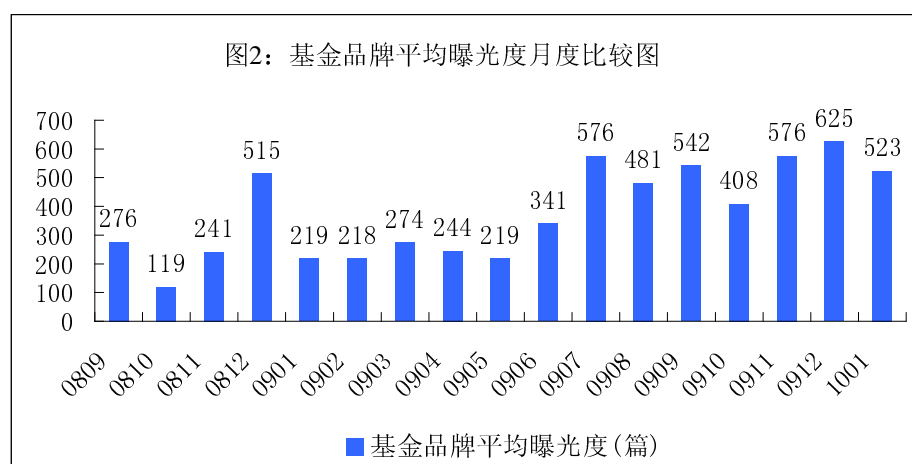
元月基金曝光度大幅回调 或因争排名欲望退却

据全景财经搜索统计，2010 年 1 月份，国内专业财经网站共曝光有关“基金”的“新闻”66941 篇，较前一个月缩水约 28.41%。基金新闻曝光度连涨三个月之后，出现大幅回调，似乎出现由强转弱态势。财经媒体上有关基金的新闻报道较去年年末明显减少，或许是基金公司为争夺规模排名欲望退却之故。

按基金品牌曝光度财经搜索榜单统计，1 月份 60 家基金品牌新闻总曝光度为 31397 篇，较去年 12 月份下降了 16.31%，该指标在创出本项统计新高之后，也出现大幅回落；基金品牌平均曝光记录为 523 篇，较前一个月份下降了 102 篇。基金品牌总曝光度约占专业财经网站“基金”新闻曝光总数的 46.90%，占比上升了 6.78 个百分点。



1 月份曝光度前十大基金品牌合计记录为 14967 篇，约占总体的 46.67%，较前一个月所占比例下降了 6.49 个百分点，超越平均数的有 20 家。基金品牌新闻曝光集中化趋向较前一个月有所下降，“贫富不均”的现象仍然非常明显，规模较大基金公司无论主动还是被动，媒体上“曝光”一般都较为频繁。



数据表明，2010 年 1 月份基金新闻曝光度与基金品牌曝光度出现同向回调，去年年末的高潮逐渐褪去，媒体上有关基金新闻资讯同比下降明显。虽然基金品牌总曝光度下调，但降幅低于基金新闻曝光度，指向性指标出现了上升，近半数的基金新闻有具体的品牌指向。

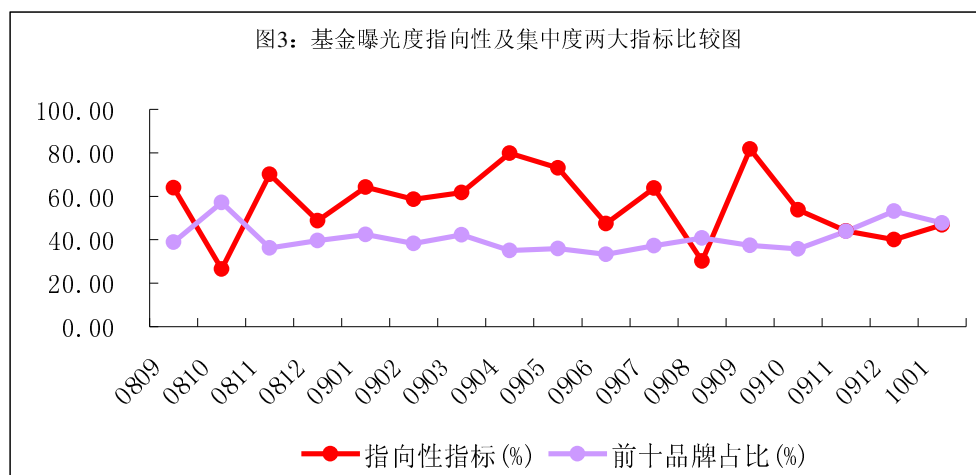
据观察，基金公司年底冲规模之争夺极其激烈，加大了媒体的财经公关力度；特别是多家规模实力

大基金公司发行新品，推广宣传更为轰轰烈烈，这应该是去年年末基金品牌曝光度创新高的主要原因。而今年 1 月份，随着新基金发行数量的减少，基金公司也暂时无需为年度规模排名大动干戈，在信息披露以及舆论宣传方面重视程度明显下降，这应该是导致元月曝光度数据大幅缩水的主要原因。

二、纵向比较

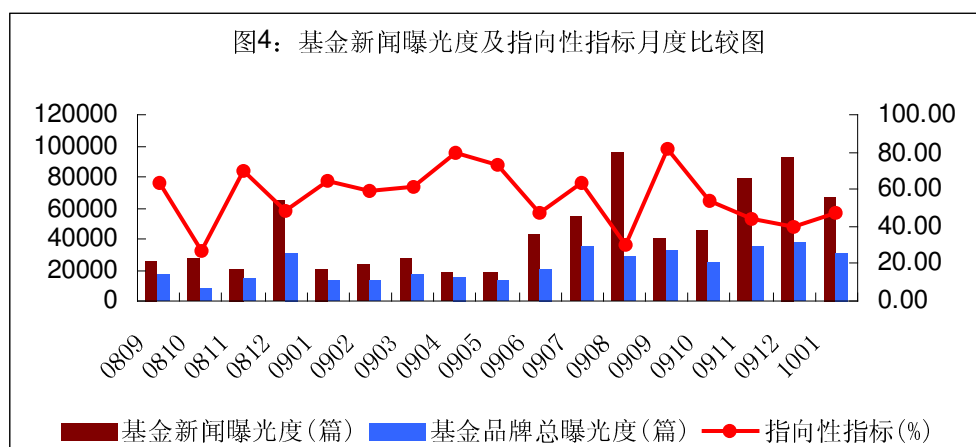
基金新闻曝光度似乎存在着前低后高的年度现象

为方便业界及公众更加直观了解基金曝光度“行情”走势，我们通过整理历史数据形成曝光度走势图及相关比较指标，统计区间取自首份报告发布的 2008 年 9 月至 2010 年 1 月共计 17 个月。数据来源于各个月份观察报告，也即是取自全景财经搜索的检索结果。



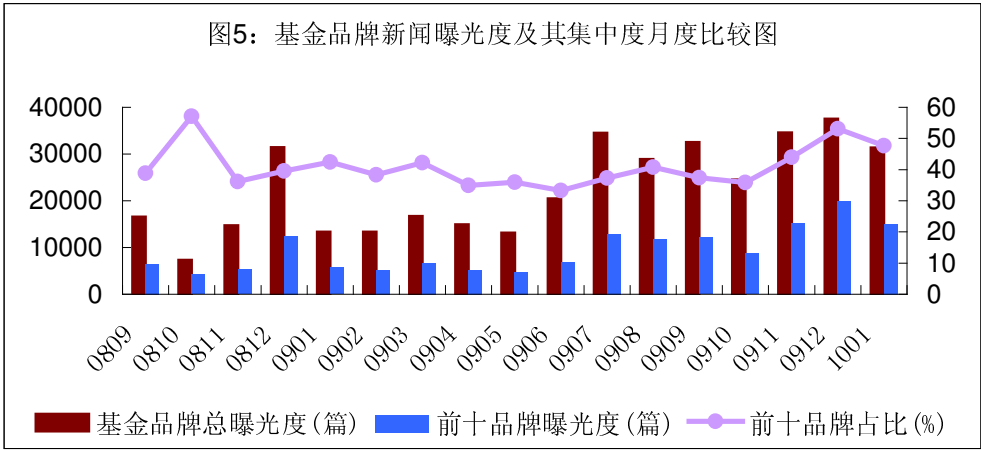
总体趋势来看，自 2008 年 12 月份基金新闻曝光度凸现高潮之后，2009 年前六个月相对疲软，5 月份该指标创下最低记录；6 月之后连续三月大幅上涨，总曝光度指标在 8 月份创下本项统计最高记录。9 月份大幅回调，10 月至 12 月连续三月反弹上扬，逼近历史高点。总体来看，下半年明显强于上半年。而 2010 年 1 月明显下降，与 2009 年年初极为相似，按年度走势图来看，基金新闻曝光度似乎存在着前低后高的现象，当然这一规律性现象是否确实存在，还有待更长时间的观察比较。

基金品牌月均曝光度 2009 年上下半年也出现了截然不同现象，上半年平均在 200 至 300 篇之间，下半年皆超过 400 篇，多数月份在 500 篇以上。2009 年全年来看，该数据指标呈现着不断走高的倾向，到年底的 12 月份创出了历史新高。该指标同样在 1 月份出现下调，但基数远高于 2009 年 1 月份，同比增长了 135.50%。



基金品牌总曝光度与基金新闻曝光度整体走势基本相似，但数据记录一向低于基金新闻曝光度，而且走势也较为平缓，基金新闻还有一些与具体基金品牌无关，比如综述报道、不指名道姓的评论以及非公募基金新闻等等。当上述两者的曲线越接近，品牌指向性指标越高。

基金新闻曝光度多数以具体基金品牌为主，也即是说大部分新闻资讯有明确的指向性，多数月度指向性指标在 50%至 80%之间。该项指标变化较大，09 年 9 月份该指标创出 81.75%的新高，之后连续三月下降，1 月份该指标为 46.90%，有明显反弹态势，但纵向比较仍处于历史较低水平。



我们每个月统计了曝光度前十家基金品牌新闻曝光总数，以及这十家品牌在总体中的占比，一年多来数据表明，最高接近 60%，大多数在 40%左右，12 月份占比为 53.16%，较前一个月再次上扬。基金新闻曝光集中化程度指标接近历史最高记录。而 1 月份该指标明显下降，仅为 47.67%，与品牌指向性指标几近一致，这是少有的现象。

表 2-1：基金品牌新闻曝光度月度比较表

月份	基金新闻曝光度(篇)	基金品牌总曝光度(篇)	基金品牌平均曝光度(篇)	指向性指标(%)	前十品牌曝光度(篇)	前十品牌占比(%)
0809	25858	16582	276	63.91	6435	38.81
0810	27533	7297	119	26.50	4166	57.09
0811	20988	14698	241	70.03	5322	36.21
0812	64524	31441	515	48.73	12436	39.55
0901	20759	13332	219	64.22	5659	42.45
0902	22726	13327	218	58.64	5106	38.31
0903	27113	16730	274	61.70	6733	42.25
0904	18676	14910	244	79.84	5216	34.98
0905	17979	13121	219	72.98	4713	35.92
0906	43208	20473	341	47.38	6816	33.29
0907	54155	34537	576	63.77	12878	37.29
0908	95731	28880	481	30.17	11771	40.76
0909	39779	32521	542	81.75	12174	37.43
0910	45606	24501	408	53.72	8782	35.84
0911	78388	34557	576	44.08	15188	43.95
0912	93508	37520	625	40.12	19945	53.16
1001	66941	31397	523	46.90	14967	47.67

注：上表各月度曝光度数据来源于全景财经搜索关键词的搜索结果。“基金新闻曝光度”是指以“基金”为关键词搜索结果；“基金品牌总曝光度”是指以具体基金品牌简称为关键词搜索得到的数据合计，“基金品牌平均曝光度”是指当月参与比较的所有品牌新闻曝光数的平均。指向性指标=基金品牌总曝光度÷“基金新闻曝光度”*100%。前十品牌曝光度是指当月曝光度前十家基金公司品牌新闻曝光度的总和。前十品牌占比=前十品牌曝光度÷基金品牌总曝光度*100%。

从基金新闻曝光度及指向性指标月度比较图来看,基金新闻曝光度数据越高,基金品牌指向性指标越低,也就是说,基金新闻越多,针对具体基金品牌新闻报道占比越少。去年 8 月份这一反比例关系较为明显,该月度的基金新闻曝光度创出新高,指向性指标却接近最低点;今年 1 月基金新闻曝光度明显下降,指向性指标却有所反弹。

自考察以来,多数月度基金品牌指向性指标在 50%至 80%之间,这表明主导媒体基金资讯发布仍然**在于基金公司,基金公司才是影响媒体曝光度“行情”的决定性力量,基金公司一直在财经媒体舆论向发挥着重要作用。基金品牌月均曝光度大体上不断走高,表明了整个行业越来越重视自身的品牌建设。**

三、热点评述:

新品发行节奏放缓 多数基金公司重点转向持续营销

2010 年 1 月份财经媒体上,多数基金相关关键词曝光度数据出现明显萎缩。新基金获批发行数量的减少,“基金发行”关键词搜索数据也明显下降,媒体关注程度也大不如前;在新基金发行节奏放缓的情形下,多数基金公司把重点转向持续营销,“基金定投”、“基金营销”、“基金品牌”等搜索数据明显增长。“基金分红”连续两月位居热点搜索首位,此类事件对于提升品牌曝光度及品牌美誉度有着积极的意义。月度搜索数据同比增长较大的是“基金评价”,因管理层新规使之成了近期基金媒体关注的焦点之一,舆论普遍对此寄予厚望。

据全景财经搜索,基金热点关键词搜索排名,前十位依次是“基金分红”、“基金评级”、“基金定投”、“基金四季报”、“基金业绩”、“基金发行”、“专户理财”、“一对多”、“基金排名”、“基金评价”。月度搜索记录依次为 5046 篇、2853 篇、2503 篇、2342 篇、2214 篇、1439 篇、1129 篇、726 篇、706 篇、674 篇。“基金定投”、“基金四季报”、“专户理财”、“基金评价”较前一个月有明显增长,其余皆出现不同程度的缩水。

“基金分红”连续两月位居热点搜索首位,多数基金在 2009 年取得正收益,在去年年底及今年年初纷纷推出年度分红方案,风头盖过以募资圈钱为主的新基金发行,虽然部分基金是因为法定因素不得已而为之,比如封闭式基金,但整体上群体行为的增多,也表明了越来越多的基金管理人重视回报持有人,并且,此类事件对于提升品牌曝光度及品牌美誉度有着积极的意义。

月度搜索数据同比增长较大的是“基金评价”,较上个月增幅高达 167.46%。“基金评级”及“基金评价”甚至“基金排名”反映的是同一方面的事情,管理层新颁布的元月 1 日生效的《证券投资基金评价业务管理暂行办法》广受积极业界关注,此类报道及评论成了近期基金媒体的焦点,舆论普遍对此寄予厚望。多数为申请合法资格的基金评价机构,也在 1 月份发布去年的基金业绩评价报告,也是导致该类关键词上升的主要原因。

位居热点关键词排名第三位的“基金定投”,较前一个月也出现明显的上升,增幅达 77.39%,这表明在新基金发行节奏放缓的情形下,多数基金公司把重点转向持续营销。检索数据显示“基金营销”也出现了增长,记录为 161 篇,增幅达 64.29%。另外基金品牌建设虽然关注较少,但也呈现上升趋势,“基金品牌”录得 75 篇的记录,较上个月增长了 87.50%。

月度热点关键词排名第四位的是“基金四季报”,因为是法定披露事项,也只有在季度结束之后的 1 月份披露,与前一个月不具可比性。“基金业绩”受关注程度较去年年底明显下降,但仍然是媒体聚集的热点,也是去年具有优异业绩品种的管理人,年初宣传营销公关的重点,特别是配合新产品发行,自我美化的文章比比皆是。

新基金获批发行数量的减少,“基金发行”关键词搜索数据也明显下降,媒体关注程度也大不如前,同比缩水 72.93%;在公募产品营销下降同时,除了持续营销的“定投”之外,“私募”业务也成了重点,但也有所侧重,“专户理财”同比增长了 192.49%，“一对多”缩水了 62.21%，基金公司的大客户业务更受关注,这应该也是基金公司在岁末年初公关重要工作之一。

基金常用关键词搜索方面,“基金经理”、“ETF”、“股票型基金”、“基金业”、“封闭式基金”、“QDII”、“私募基金”、“阳光私募”、“开放式基金”、“LOF”位居前十位。搜索记录依次为 18719 篇、10768 篇、8549 篇、5427 篇、5058 篇、4836 篇、4810 篇、4603 篇、4229 篇、3370 篇。“封闭式基金”、“阳光私募”及“LOF”较前一个月出现明显增长,其余皆缩水。前十之外,“基金仓位”和“基金持仓”这两者月度搜索数据明显增长。

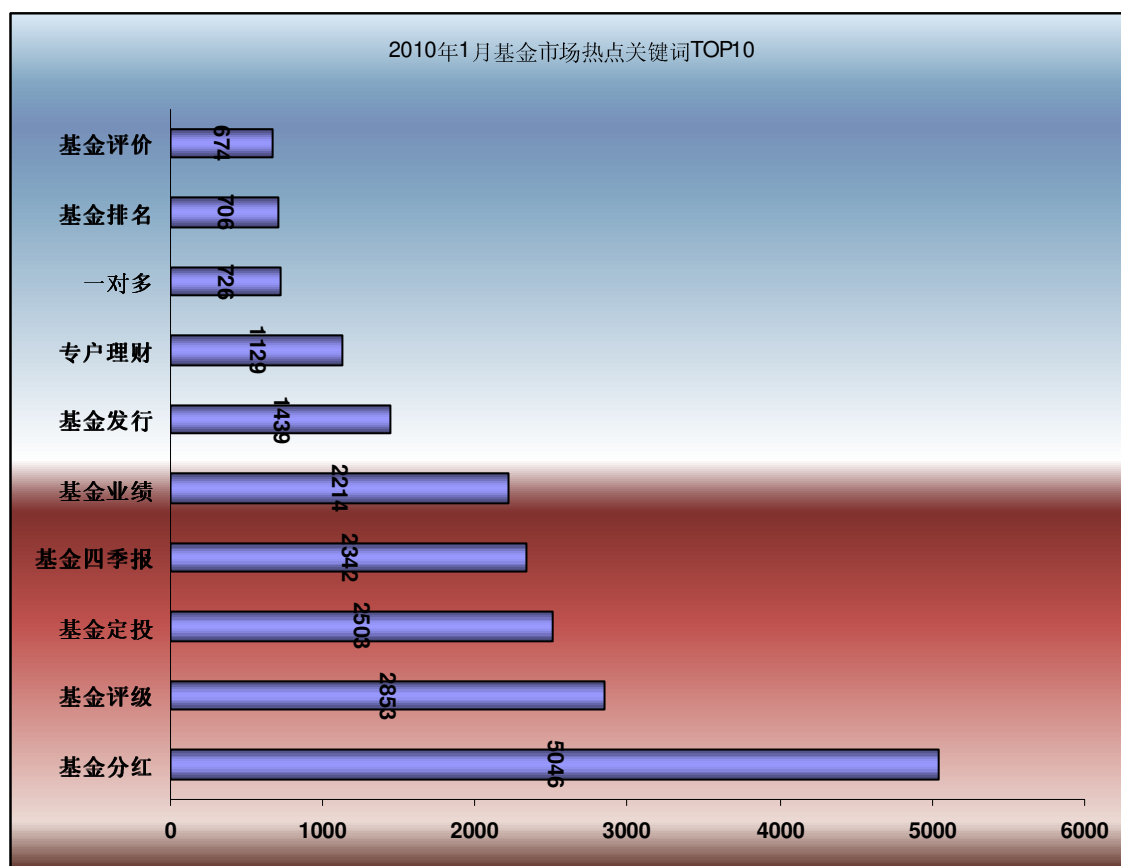


表 2-2: 2009 年 12-2010 年 1 月基金热点关键词搜索数据比较表

热点新闻搜索	搜索关键词	2009 年 12 月搜索结果 (篇)	2010 年 1 月搜索结果 (篇)	较 2009 年 12 月增减 (±%)
基金分红	基金分红	5597	5046	-9.84
基金评级	基金评级	4403	2853	-35.20
基金定投	基金定投	1411	2503	77.39
基金四季报	基金四季报	0	2342	/
基金业绩	基金业绩	4015	2214	-44.86
新基金发行	基金发行	5316	1439	-72.93
专户理财	专户理财	386	1129	192.49
"一对多"专户	一对多	1921	726	-62.21
基金排名	基金排名	1135	706	-37.80
基金评价	基金评价	252	674	167.46
联接基金	联接基金	3988	540	-86.46
老鼠仓	老鼠仓	1925	326	-83.06
基金自购	自购	1504	268	-82.18
基金监管	基金监管	177	162	-8.47
基金营销	基金营销	98	161	64.29
开放申购	开放申购	179	146	-18.44
基金品牌	基金品牌	40	75	87.50
基金经理变更	基金经理变更	99	70	-29.29
开放赎回	开放赎回	29	49	68.97

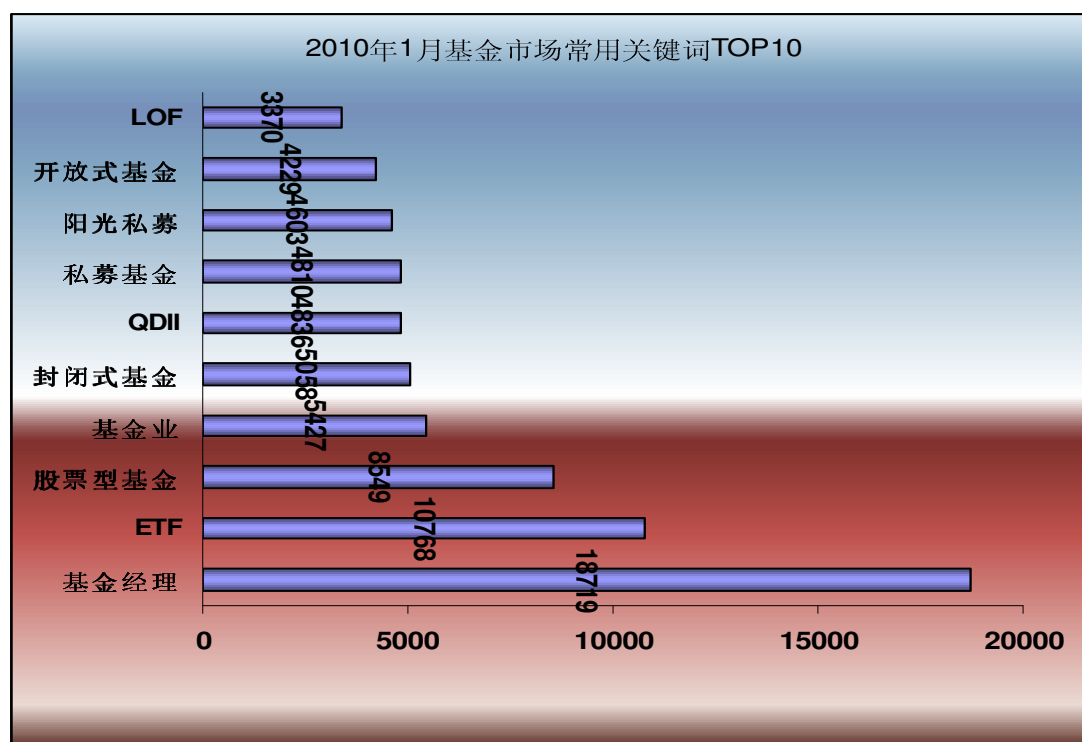


表 2-3: 2009 年 12 月-2010 年 1 月常用基金关键词曝光度搜索数据表

热点新闻事件	搜索关键词	12 月搜索(篇)	1 月搜索(篇)	较 12 月增减(±%)
基金经理	基金经理	27012	18719	-30.70
ETF	ETF	22512	10768	-52.17
股票型基金	股票型基金	9463	8549	-9.66
基金业	基金业	8619	5427	-37.03
封闭式基金	封闭式基金	3376	5058	49.82
QDII	QDII	8668	4836	-44.21
私募基金	私募基金	6944	4810	-30.73
私募基金	阳光私募	2296	4603	100.48
开放式基金	开放式基金	6524	4229	-35.18
LOF	LOF	2524	3370	33.52
基金仓位	基金仓位	1336	3130	134.28
社保基金	社保基金	3772	2242	-40.56
基金业绩	基金业绩	4015	2214	-44.86
QFII	QFII	3261	1896	-41.86
混合型基金	混合型基金	2499	1704	-31.81
债券型基金	债券型基金	1495	1494	-0.07
货币市场基金	货币市场基金	829	798	-3.74
联接基金	联接基金	3988	540	-86.46
企业年金	企业年金	904	521	-42.37
基金持仓	基金持仓	448	483	7.81

注：以上两图两表数据来源于全景财经搜索关键词的搜索结果，全景基金频道编辑整理。制表者力求客观公正使用网络工具，但对数据的准确性和完整性不作任何保证。同时本报表仅供业内研究参考交流，不建议作为任何决策依据，对使用该报表带来的可能损失或风险，我们不承担任何责任。

四、个案分析：

公募产品优秀业绩 是提升品牌价值极为重要的因素

获得月度美誉度(网编评分)榜单前十位依次是：易方达基金、博时基金、新华基金、银华基金、华夏基金、上投摩根、兴业全球、国投瑞银、工银瑞信、大成基金。各品牌1月公开曝光资讯摘要如下：

易方达基金：易方达亚洲精选(QDII)成立；上证中盘ETF及其联接基金获批发行；09基金业绩盘点、易方达成最大赢家；旗下基金分红；获得“最佳电子商务基金公司”奖；等等。

博时基金：获准在香港设子公司、正准备QDII产品；企业年金业务双丰收、签约规模逾170亿元；8只基金齐派红包、累计分红总额超436亿；上证超大盘ETF完成份额折算；上证超大盘ETF及其联接基金增聘基金经理；博时裕富更名为博时沪深300；等等。

新华基金：新华钻石品质企业基金发行；新华优势拿下探花(开放式基金年度排名)；新华系基金独创09年平均收益翻番记录；发表年度策略报告；原新华基金副总经理向朝勇履任诺德基金投资总监；等等。

银华基金：银华优选力夺标准股基冠军；银华三只基金进入TOP10；银华领先策略恢复办理500万元以下申购；旗下三基金分红；基金销售再现一日售罄、银华保本三期首日申购逾80亿；等等。

华夏基金：年末排名王亚伟胜出；华夏基金两封基分红；自购旗下希望债券基金；季报王亚伟重仓金融股；第二批两只一对多产品结束发行；“金福2号”濒临清盘 华夏基金折戟私募信托计划；中信证券超期超限持股 华夏基金被暂停新产品申请；等等。

上投摩根：上投摩根行业轮动限期发行13天、受老客户青睐、首募36.17亿；获准赴台投资；拟赎回旗下三只股票型基金；旗下两基金分红；发布年度策略报告；获2009最有影响力电子平台建设奖等。

兴业全球：偏股型基金去年整体排名靠前；获天相投顾09年五星评级；兴业可转债分红；兴业货币市场基金结转收益；筹备推出杠杆基金产品；“兴业光亚”西部乡村教育基地在川启动；等等。

国投瑞银：瑞福进取成2009业绩冠军；2010中国基金投资者服务巡讲公益活动启动；将推国内首只行业指数基金；旗下五基金集体分红；推出基金套餐；发布年度策略报告；等等。

工银瑞信：工银瑞信中小盘成长基金发行；工银瑞信精选平衡基金增聘基金经理；工银沪深300第三次分红；两费齐降惠基民 工银沪深300备新年大礼；等等。

大成基金：大成中证红利指基结束募集；规模大幅增长 资产规模达1060亿名列第7；大成系四基金集体分红；中国人保拟受让大成48%股权；等等。

通过本月榜单及以往具体个案分析，获得榜单前列特别是评分榜单优秀者，不能出现重大负面曝光事件，还要通过自身努力不断提升品牌价值。对于真正深入人心的基金品牌而言，最重要的是为老百姓提供优质的理财服务，公募基金产品的优秀业绩，是提升品牌价值极为重要的因素。1月份的美誉度(网编评分)榜单前列的十大基金品牌，特别是易方达基金、银华基金、新华基金、华夏基金、兴业全球等，在2009年度皆有业绩出色的品种进入分类型基金业绩榜单前列，甚至夺得业绩评价机构分类型榜单冠军，其基金经理受到媒体明星式待遇，追捧宣扬报道不遗余力，网编评分结果总体上也基本上体现了出来。

表 2-4：2010 年 1 月基金品牌美誉度（网编评分）榜单 TOP10

品牌简称	美化度得分	可信度得分	关注度得分	三项指标平均 (十分制)	美誉度综合得 分(百分制)	排序
易方达基金	7.95	7.50	7.77	7.7424	77.42	1
博时基金	7.45	7.73	7.82	7.6667	76.67	2
新华基金	7.36	7.09	7.77	7.4091	74.09	3
银华基金	7.23	7.27	7.59	7.3636	73.64	4
华夏基金	4.91	6.73	9.64	7.0909	70.91	5
上投摩根	6.68	6.91	7.36	6.9848	69.85	6
兴业全球	6.82	6.86	6.82	6.8333	68.33	7
国投瑞银	6.77	6.59	6.91	6.7576	67.58	8
工银瑞信	6.36	6.95	6.82	6.7121	67.12	9
大成基金	6.23	6.73	7.18	6.7121	67.12	10

五、总结评论：

品牌建设是驱动基金公司前进的“三驾马车”之一

有业界人士指出，当前国内基金公司运营最关键的是做好三方面事情，一是投研，二是渠道，三是品牌，这可以说是驱动基金公司前进的“三驾马车”；投资研究要依靠优秀人才，销售渠道主要依赖银行及券商，而品牌建设是最能发挥基金公司主观能动性的工作，搞好了自身品牌，有利于招揽优秀人才，也有利于促进渠道产品销售，品牌建设对于想更好发展的基金公司来说，具有极其重要的战略意义。

正是由于品牌建设的重要性，因而，国内众多基金公司积极通过媒体做好信息披露、投资者关系管理以及财经公关等工作；媒体记者、分析师及相关专家也通过媒体进行舆论监督、业绩分析及品牌评价等事情。这也是我们国内基金理财市场的独特现象；因而，通过曝光度研究基金公司品牌建设，更是一项具有中国特色的基金市场研究。

我们认为媒体曝光度在品牌建设中发挥着重要作用，而基金品牌的知名度、美誉度及认知度等因素，影响着投资者的追捧程度。一个不知名的或信誉较差的基金品牌，相关产品获得投资者的青睐程度将大打折扣。新基金的发行募集、老产品的持续营销、新业务的拓展等事项，关系着基金管理人生存发展；同类型产品或服务，在相同时期，不同品牌会有不同的募集结果，这应该是品牌在其中的积极作用。

因此，尽管基金业“靠天吃饭”的规律未变，尽管目前基金销售仍然由银行渠道主导，但也不能忽视媒体在品牌建设中的积极角色。基金公司通过各类渠道，曝光各类正面或中性的新闻资讯，可以提高自身的知名度、美誉度、认知度、忠诚度、畅销度等品牌竞争力相关因素，也必然提升自身的品牌价值，品牌价值在新基金销售或老基金持续营销之时显得尤为重要，将直接影响着基金管理人资产规模的扩张能力。

无论“正面”或者“中性”，对基金品牌建设都有正向的支持作用，每一篇报道都有利于基金品牌知名度提升；而负面报道或批评，虽然也能提升“知名度”，但将降低基金品牌的美誉度，如果说正面曝光具有“加分”功能，负面曝光则是“减分”科目，每一则负面报道或多或少地削弱投资者心中的美好形象，以信托关系生存发展的基金公司利益必将直接或间接受损。

“凡宣传皆好事”的营销理念，在基金品牌媒介传播上同样不是真理。我们认为，“曝光度”高低并非做好基金品牌的惟一条件；受广大投资者以及媒体的追捧的因素也并不单一，比如还有基金业绩、产品类型、客户服务、销售渠道、团队建设、风险控制、受信任程度等多方面因素，一个合格而优秀的基金管理人必须持续做好相关事务，才能使自己的品牌深入人心并广受喜爱。

基于财经媒体的网络搜索，我们推出了这一系列的基金品牌分析专题报告，发挥媒体舆论监督功能，或许也在敦促基金管理人更重视自身品牌建设，同时也让普通公众有更多的知情权。编者期望各大基金公司做好投资理财主业之外，更好地重视信息披露、投资者关系管理以及众多利于投资者方面的工作。

第三部分 基金网媒最具曝光度资讯精选及评论

搜狐基金频道姜隆点评:

2010年1月份,基民最关注两大内容:一个是分红,一个是王亚伟重股。这已经成为每年必关注的两大方面。另外1月份股指期货与融资融券消息的公布也为封闭式基金打了一针兴奋剂。

封闭式基金与开放式基金各放异彩,媒体大肆宣传那些高分红基金的同时不失时机的打击一下那些“铁公鸡”们。

基金定投与2010年选择什么样的基金共同营造了1月份的投资主旋律,但是解套基民离场的消息打破了这种气氛,随着市场不断的下跌,投资不如赎回,申购不如等待的投资者心理学开始显现,再加上众多基金分红套现的需要,给整个投资市场带来一片乌云。

和讯基金频道孙鹤点评:

1月份,2009年年度基金业绩排名争夺战尘埃落定,业绩优秀的基金公司借此机会加大了宣传力度,基金分红潮席卷了一月基金市场。一月中旬基金四季报全面披露,王亚伟等明星基金经理重仓股再度成为媒体追逐的热点话题。新基金发行再出新看点,鹏华中证500指基发行时打出了“两个伍佰·同样精彩”这张营销牌,为业界在基金营销创新上悄然展开新的尝试。同时杠杆基金又添新军,国泰估值优势在一月进入发行期,在基金产品创新和股指期货即将推出的市场环境下,有基金研究人士表示,2010年将是杠杆基金的“大年”,预计今年或将发行逾10只杠杆基金产品。

中金在线基金网柳亮点评:

辞旧迎新,迎来了2010年,1月份热门关键词有“分红”“股指期货”“融资融券”“中信证券股权门”等,面对阴晴不定的1月份,基金仓位也是起伏不定,从增仓到建仓,2010年的市场仍是一团迷雾。在1月份,基金分红总量也创下了新高,从来没有哪个时期像今年1月这样,不到下旬就已经有84只基金宣布分红,总金额高达289亿元。还有股指期货、融资融券即将推出,或为基金品种创新、基金投资方向的多样化埋下了伏笔。

在行业法律法规上,中国证券业协会11日发布《中国证券业协会证券投资基金销售人员从业资质管理规则》,要求基金销售人员在规定期限内取得从业资质。此规定的颁布对于规范基金业发展,提高基金从业人员素质,起到了积极的作用。

东方财富网旗下天天基金网陈肯点评:

1月份业内最引人注目的新闻是华夏基金的新品被停发和交银施罗德基金的ETF乌龙事件。巧合的是,华夏和交银都是近几年发展很快的基金公司:华夏基金已经连续三年稳坐中国基金业龙头老大的宝座,而交银施罗德则是08、09年发展最快的业内新贵之一。

中国基金正处在高速发展的过程中,不可避免地会遭遇各种成长的烦恼。我们祝愿各家公司在做大规模的同时,能够很好地克服各种困难,努力做强做精,为自己的基民谋取更多的福利。

MSN理财频道任宪奎点评:

踏入虎年第一个月以来,基金市场伴随股市起起伏伏,投资者对于基金的关注主要集中在虎年投资策略与股市走势上,同时指数基金也逐渐受到投资者关注。

全景基金频道黄昉点评:

通过本月榜单及以往具体个案分析,获得榜单前列特别是评分榜单优秀者,不能出现重大负面曝光事件,还要通过自身努力不断提升品牌价值。对于真正深入人心的基金品牌而言,最重要的是为老百姓提供优质的理财服务,公募基金产品的优秀业绩,是品牌建设的极为重要因素。1月份的美誉度(网编评分)榜单前列的十大基金品牌,特别是易方达基金、银华基金、新华基金、华夏基金、兴业全球等,在2009年度皆有业绩出色的品种进入分类型基金业绩榜单前列,甚至夺得业绩评价机构分类型榜单冠军,其基金经理受到媒体明星式待遇,追捧宣扬报道不遗余力,网编评分结果总体上也基本上体现了出来。

搜狐基金频道2010年1月份基金市场关注度分析报告

2010 年 1 月份，基民最关注两大内容：一个是分红，一个是王亚伟重股。这已经成为每年必关注的两大方面。另外 1 月份股指期货与融资融券消息的公布也为封闭式基金打了一针兴奋剂。

产品方面：银华核心价值基金与华夏大盘精选基金在 09 年末的 PK 掀起了一场汽车股的浪潮。华商基金，新华基金也趁机扩张。大量的新闻覆盖了一月份的基民眼球。

分红方面：封闭式基金与开放式基金各放异彩，媒体大肆宣传那些高分红基金的同时不失时机的打击一下那些“铁公鸡”们。

投资方面：除之前的消费概念、物联网概念、低碳概念后，又出现三网融合概念，股指期货及融资融券概念，这些概念与王亚伟概念一起成为投资者的焦点。

基民方面：基金定投与 2010 年选择什么样的基金共同营造了 1 月份的投资主旋律，但是解套基民离场的消息打破了这种气氛，随着市场不断的下跌，投资不如赎回，申购不如等待的投资者心理学开始显现，再加上众多基金分红套现的需要，给整个投资市场带来一片乌云。

基金公司方面：华夏，易方达，银华是最吸引基民的关注的，除产品外，平均收益在基金公司中也是最高的，这说明产品业绩与公司的品牌是关联的。而且基金公司比基金产品更容易选择。

事件方面：由华夏基金做为投资顾问的信托产品出现严重亏损在基民心中是不可想象的。交银基金乌龙门事件也在 1 月份有了初步结果，收回资金补偿手续费的方式可能会成为未来该类事件的重要案例。

搜狐基金方面：在 1 月 27 日举办了第一季度投资策略研讨会，从整体会议中潜移默化的向投资者传递着一季度侧重债券类固定收益基金的配置方向，并对债基打新行为做出了果断的判断，但是在传播方面没有做足功课。

本系列报告合作伙伴供稿：

搜狐基金频道 (<http://fund.sohu.com/>) 联系人：姜隆 范晓勇 王旻洁

电话:010-62726107。Email: longjiang@sohu-inc.com。MSN: jiangbtg@hotmail.com

地址:北京市海淀区中关村东路 1 号院 搜狐网络大厦 12 层 邮编: 100084

一、和讯基金频道对 1 月份曝光度新闻点评:

二、基金频道独家访谈系列：

<http://funds.hexun.com/2010-01-08/122298006.html>

<http://funds.hexun.com/2010/privatefund/>

公司地址：北京市朝外大街 22 号泛利大厦 11 层 邮编：100020

腾讯基金频道 2010 年 1 月份独家曝光资讯

1、鹏华基金访谈：

链接：<http://finance.qq.com/a/20100107/006903.htm>

摘要：

目前市场在 3300 点整数点位出现高位盘整，究竟受哪些因素影响？哪些板块将出现结构性机会？融资融券及股指期货若能按预期推出，会对市场有什么影响？为此，腾讯基金频道特邀鹏华基金基金经理方南做客腾讯会客厅，与网友进行了互动。

2、专题：大成基金易主人保 资产被指贱卖

链接：http://finance.qq.com/zt/2010/fund_dcjj/index.htm

摘要：

新黄浦参股的子公司中泰信托拟将手中所持有的 48%大成基金管理公司的股权转让给中国人民保险集团股份有限公司。这一股权转让引发了业内高度关注，质疑连连。

3、专题：证券业协会开始受理基金评价业务申请

链接：<http://finance.qq.com/zt/2009/zjhgfjjpi/>

摘要：

证监会 2009 年 11 月 17 日正式发布《证券投资基金评价业务管理暂行办法》，要求基金评价机构不得对基金合同生效不足六个月的基金排名，对基金评级的更新间隔不得少于三个月等。该规定将自 2010 年 1 月 1 日起施行。证件会与 1 月 11 日正式发布文件，开始受理基金评价业务申请。

4、专题：华夏基金新产品申请被暂停

链接：http://finance.qq.com/zt/2010/fund_hxjxp/index.htm

摘要：

因中信证券“超期超限”持有华夏基金股权，证监会日前发出“最后通牒”，决定自 2010 年 1 月 1 日起暂停华夏基金新产品的申请，如果华夏基金股权在 2010 年 4 月 1 日前仍不能得到规范，证监会将采取进一步监管措施。

5、专题：基金 2009 年第四季度业绩报告

链接：http://finance.qq.com/zt/2010/fund_jj4jb/index.htm

摘要：

基金 2009 年 4 季报 20 日揭开面纱，博时、国泰、大成、长盛、国投瑞银、工银等 17 家公司旗下基金率先披露季报。整体来看，截至 4 季度末，基金的股票仓位相比之前又有提升，已逼近历史高位。但对 2010 年 1 季度的行情，则多数以“震荡”表述。

6、国金证券第二季私募基金颁奖：

链接：http://finance.qq.com/zt/2010/fund_sm/index.htm

摘要：

在中国私募基金挥别 2008 年的阴霾之后，2009 年迎来曙光。谁能脱颖而出成为万众瞩目的最佳私募？谁能获得风雨过后 2009 最美丽的那道彩虹？由国金证券研究所举办“第二届中国最佳私募基金”。腾讯基金频道进行了全程报道。

本系列报告合作伙伴供稿：腾讯网基金频道 (<http://finance.qq.com/fund/>) 孙泽宇 施艳霞
tel: 010-82173064 email: amysun@tencent.com MSN: qiuqiu5588@hotmail.com
地址：海淀大街 38 号银科大厦 18 层 邮编：100080

中国基金网 2010 年 1 月份独家最具曝光度资讯

1、【专题】中国证券投资基金 09 年业绩统计报告

据银河证券基金研究中心数据统计, 124 只标准股票型基金 2009 年平均收益率达到 71.54%, 72 只偏股基金平均收益率为 64.56%, 高仓位的指数基金平均收益率达到 90.97%, 总体上看, 2009 年是股票方向基金在 2007 年和 2006 年之后历史第三高收益年份, 2007 和 2006 年主动股票型基金收益率分别高达 132.52% 和 127.57%。2009 年共有 10 只主动型股票方向基金收益率翻番, 加上指基易方达深 100ETF 和融通深 100, 业绩翻番的偏股基金有 12 只

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=104

2、【专题】2010 年股市十大猜想

对于 2010 年股市, 大多数业内人士认为可能并不会像 2009 年那样风和日丽, 但在中国经济的平衡过程中仍然会催生不少投资机会。究竟 2010 年股市整体格局如何? “新生代”创业板的表现又将如何? 万众瞩目的国际板又能否顺利推出

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=106

3、【专题】2009 年基金公司营销策划能力排行榜

2009 年, 伴随着宏观经济的复苏与证券市场的转暖, 中国基金行业得到了恢复性增长, 资产管理规模迅速回升。这期间, 虽有正收益作为重要的基础, 但不可否认的是, 基金行业的营销策划能力高低差距在 2009 年同样有非常突出的体现。越来越多的基金公司开始意识到对于公募基金行业而言, 优良的投资管理能力固然是根本, 但出色的营销策划同样不可或缺。“营销策划”从一个边缘角色逐步成为相当重要的业务, 甚至独立成为公司的一个部门。

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=107

4、【专题】2009 年 12 月基金品牌曝光度观察报告

2009 年 12 月份, 国内专业财经网站共曝光有关“基金”的“新闻”93508 篇, 较前一个月增幅约 19.29%。基金新闻曝光度 10 月反弹之后, 已连续三个月, 该记录仅次于今年 8 月份, 是本项统计以来的次高点。财经媒体上有关基金的新闻报道年末增多迹象十分明显。按基金品牌曝光度财经搜索榜单统计, 12 月份 60 家基金品牌新闻总曝光度为 37520 篇

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=108

5、【专题】解读 2009 年基金第四季度报告

证券投资基金 2009 年 4 季度季报今日全部披露完毕。天相统计数据显示, 2009 年四季度全部基金(含 QDII)本期利润为 3252.67 亿元。其中, 股票型基金盈利达到 2076.37 亿元, 混合型基金盈利为 1086.19 亿元, QDII 基金盈利则为 53.18 亿元。

http://www.cnfund.cn/special/Specail_jjyxsj/index.aspx?SID=109

6、【专题】2009 年基金业年终奖金金额大揭秘

2009 年新基金空前扩容, 经验丰富的基金经理更加稀缺。在行业股权激励机制暂时无法突破时, 年终奖成为留住优秀人才的方式之一。但也并非所有的基金经理都期待着水涨船高的年终奖”

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=110

7、愈千只个股 2009 年翻番, 基金呢?

看到两个很耐人寻味的关于投资的调查: 1、2009 年 A 股有多少只股票涨幅翻番? 根据某金融报纸的统计, 这个数据高达 1050 只, 占 A 股上市公司约 6 成。以此类推, 在 2009 年业绩翻番绝对不是什难事。统计却表明, 2009 年只有不到 35% 投资人赚钱, 其中盈利达到 50% 以上者竟然不到 8%。为什么可怜的投资成果, 会远远逊色于掷骰子和大猩猩扔飞镖的概率? 理论与操作不是并行不悖, 简单的推导与分析得出结果也并不难。http://blog.cnfund.cn/wallstreeter/BlogNews_27910.html

8、投资理财: 让你欢喜? 让你忧!

《新经济 mook》2010 年 1 月 前段时间一家媒体爆料, 一位全能投资者从 2007 年 9 月入市, 先后玩过基金、股票、权证等多种投资工具, 而如今他入市时的 120 万元资金竟缩水至 10 万元。这让我想起了德国投资大师安德烈斯科托拉尼的名言: 股市(投资)是海市蜃楼, 只有损失是真实的。其实对于大多数投资者而言, 一场辛辛苦苦的投资理财是真的可以变成财离你而去的, 而你依旧对让自己生不如死的投资理财恋恋不舍 http://blog.cnfund.cn/wallstreeter/BlogNews_27951.html

9、3 年能否衡量一只基金的优劣?

近日笔者开始在某财经网站基金频道开设路演栏目, 没想到初做两期, 就对基民们个基和几选一的投资疑问, 有些招架不住了。原来解读、评价简单的个基, 比单纯的投资策略分析要困难得多。其实, 让任何人对变动如潮的基金业中, 60 多家基金公司和 500 多只产品做清晰认识与客观评价, 都是不可能的。说白了, 事后诸葛亮式的评价一只基金的性格与历史表现并不难, 但评价历史有点像股市技术分析, 它们虽然精确总结了历史规律, 反应了历史表现, 但对未来表现更多是滞后的。http://blog.cnfund.cn/wallstreeter/BlogNews_27972.html

10、基金的 DNA 是否优良无关“新老”

最近某权威财经媒体做了个调查, 有超过一半的投资者持有基金的时间超过了一年。在选择基金方面, 近期业绩被排在第一位, 其中有近四成的投资者选择以两年为周期考察基金经理, 买去年业绩好的。

http://blog.cnfund.cn/wallstreeter/BlogNews_27991.html

本系列报告合作伙伴供稿:

中国基金网(网址: <http://www.cnfund.cn>) 联系人: 王飞

Tel: 021-61021151 Email: wangfei@cnfund.cn MSN: xiaodong_02@hotmail.com

地址: 地址是上海东方路 1359 号 4A 邮编: 200127

金融界基金频道 1 月份观察家报告会及独家资讯

2010 年 1 月——革命 • 里程碑

1 月观察家报告会暨 2 月投资策略研讨会

新年新气象，相信不少投资者对于 2010 年给予了很多期待，倾注了不少美好的投资愿望。然而元旦节后的第一个交易日，市场相当不解风情，给投资者狠狠泼了一盆凉水。原本还在臆测虎头蛇尾，结果连虎头都不见了踪影，大盘数日连阴的走势让人大跌眼镜，投资者不禁要问：2010，路在何方！

<http://fund.jrj.com.cn/focus/guancha01/index.shtml>

专题：

理财观察第一期：华夏基金境内公募产品发行被叫停

<http://fund.jrj.com.cn/focus/lcgc001/index.shtml>

私募精英会风云人物之曾晓洁

<http://fund.jrj.com.cn/focus/smft/index.shtml>

私募精英会风云人物之童第轶

<http://fund.jrj.com.cn/focus/smjy/index.shtml>

资讯：

叶檀：CPI 走高通胀是刺激政策的后遗症

<http://fund.jrj.com.cn/2010/01/2111226846929.shtml>

摩根大通李晶：今年增长会超过 09 年

<http://fund.jrj.com.cn/2010/01/2112036847246.shtml>

景学成：今年经济形势很复杂 通胀应引起政府重视

<http://fund.jrj.com.cn/2010/01/2110576846723.shtml>

网友关注的基金			
代码	基金名称	最新净值	日涨跌
270005	广发聚丰	0.7318	-0.0081
050001	博时价值	0.758	-0.01
000001	华夏成长	1.37	-0.019
590002	中邮核心	0.7377	-0.0119
002011	华夏红利	3.199	-0.052
110003	易方达 5	0.8161	-0.0145
160706	嘉实沪深	0.805	-0.016
数据来源：金融界网站基金频道			

本系列报告合作伙伴供稿：

金融界基金频道（网址：<http://fund.jrj.com.cn/>）联系人：李晓阳

电话：010-58325273 邮箱：xiaoyang.li@jrj.com.cn MSN：

公司地址：北京西城区金融大街 35 号国际企业大厦 c 座 9 层 邮编：100032

MSN 中文网理财频道 2010 年 1 月份基金理财热贴

踏入虎年第一个月以来,基金市场伴随股市起起伏伏,投资者对于基金的关注主要集中在虎年投资策略与股市走势上,同时指数基金也逐渐受到投资者关注。

大家来说说 2010 年的基金投资思路

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=192624>

2009 年大盘指数从 1600 多点上升到最高 3400 多点。2010 年昨天已经破了 3000,收于 2900 多点。2010 年大家会选择什么样的基金组合进行投资哦??

一夜回到解放前,记 1 月 20 日大跌

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=191066>

这一个月先后买进 3 只鸡,其中华夏沪深 300 和上投内需动力还分别买在相对低点。这些日子来震震荡荡,最高时收益在 130 块以上,昨天一朝回到解放前……不过还是打算长期持有,这些震荡,当做练胆吧

说说大家欣赏的基金经理

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=191905>

基金经理是基金业绩第一责任人,选择基金一个很重要的因素就是要看基金经理。基金经理的能力可以很大程度上左右基金业绩。让我们谈谈自己欣赏的基金经理。我投资过十支左右的基金,我对自己投资的基金经理还是有一些了解的。在他们当中,我比较欣赏富国天瑞基金经理宋小龙。我最近对他的关注已经超过亚伟同学了,哈哈;别拍哦~

痛定思痛 90000 元大洗盘

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=190091>

今天去农行,把之前的定期取了出来。全部从新分配;定期的利率实在是太低了。决定申购基金。这次我比较大胆。只是留了 15000 在银行以备急用。申购了兴业社会责任 22000,易方达价值精选 5000,易方达 5000,华夏回报 20000,嘉实主题行业 25000。

基金定投 1 年成果以及最新调整后的基金组合

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=186019>

本人是 2008 年 12 月开始陆陆续续做得基金定投的,主要定投有华夏回报定投 100 元、华夏红利定投 100 元、华宝多策略增长定投 200 元、嘉实 300 定投 100 元,目前总体盈利 1078 元。

指数基金投资之技巧篇(更新完毕)

<http://moneyschool.msn.ynet.com/bbs/viewthread.php?tid=187965>

指数型基金是指基金的操作按所选定指数(例如跟踪沪深 300 成分股的指数基金,有嘉实 300 指数基金,华夏沪深 300 指数基金等,)的成份股在指数所占的比重,选择同样的资产配置模式投资,以获取和大盘同步的获利。

本系列报告合作伙伴供稿:

MSN 中文网理财频道(网址: <http://money.msn.com.cn/>) 任宪奎

电话: 010-58966735 Email: v-jualiu@microsoft.com MSN: ljxabj2000@hotmail.com

地址: 北京海淀区中关村东路 1 号清华科技园 D 座 15 层 邮编: 100084

中金在线基金网 1 月份最具曝光度资讯及编辑点评

前言：辞旧迎新，迎来了 2010 年，1 月份热门关键词有“分红”“股指期货”“融资融券”“中信证券股权门”等，面对阴晴不定的 1 月份，基金仓位也是起伏不定，从增仓到建仓，2010 年的市场仍是一团迷雾。在 1 月份，基金分红总量也创下了新高，从来没有哪个时期像今年 1 月这样，不到下旬就已经有 84 只基金宣布分红，总金额高达 289 亿元。还有股指期货、融资融券即将推出，或为基金品种创新、基金投资方向的多样化埋下了伏笔。

在行业法律法规上，中国证券业协会 11 日发布《中国证券业协会证券投资基金销售人员从业资质管理规则》，要求基金销售人员在规定期限内取得从业资质。此规定的颁布对于规范基金业发展，提高基金从业人员素质，起到了积极的作用。

最后，中金在线基金网祝大家在新的一年里，更好利用基金，这个非常好的理财品种，为自己实现更多的财富梦想。

中金在线基金网 1 月新闻热点：

1. 权重股配置需求加大 沪深 300 指基申购“异动”
<http://fund.cnfol.com/100113/105,1302,7105549,00.shtml>
2. 股指期货带来新玩法：封基可无风险套利 股指或突破 3500 点
<http://fund.cnfol.com/100109/105,1484,7089973,00.shtml>
3. 事件始末：证监会暂停华夏发新基 潜在买家或为外资？
<http://fund.cnfol.com/100118/105,1484,7130640,00.shtml>
4. 基金牛人指点江山，王亚伟新宠又现惊人举动(附股)
<http://fund.cnfol.com/100106/105,1487,7071782,00.shtml>
5. 豪赌政策押板块？王亚伟的“新宠”再次曝光(附股)
<http://fund.cnfol.com/100113/105,1487,7108149,00.shtml>
6. 稳健+收益，中长期可坚定买入 8 只优质基金（名单）
<http://fund.cnfol.com/100112/105,1494,7099969,00.shtml>
7. 最有望在 2010 年获得高收益 15 只基金一览（名单）
<http://fund.cnfol.com/100119/105,1494,7136205,00.shtml>

中金在线基金网 1 月专家路演实录：

专家把脉：赚钱了别急着赎回 且看这 4 只高价值基金！
<http://fund.cnfol.com/100108/105,1365,7088165,00.shtml>

专家把脉：去年牛不等今年也牛，长线投资就看这 2 只基金！
<http://fund.cnfol.com/100112/105,1365,7103241,00.shtml>

专家把脉：被套基金别急着调整 长期持有 3 只优质牛基
<http://fund.cnfol.com/100114/105,1365,7117122,00.shtml>

专家把脉：一季度蓝筹或有机会？重点买入 4 只基金(名单)
<http://fund.cnfol.com/100115/105,1365,7123709,00.shtml>

专家把脉：入场时机把握好！定投就关注这 5 只基金
<http://fund.cnfol.com/100119/105,1365,7139622,00.shtml>

专家把脉：骏马难分高下，优先看好 4 只明星基金！
<http://fund.cnfol.com/100121/105,1365,7153859,00.shtml>

专家把脉：早该调整了 2 只基金坚决不碰，关注这 5 只！
<http://fund.cnfol.com/100122/105,1365,7160979,00.shtml>

专家把脉：缩量下跌不必恐慌 还可买入 4 只基金！
<http://fund.cnfol.com/100126/105,1365,7175376,00.shtml>

专家把脉：英雄不问出处 厌恶风险关注这 6 只基金(名单)
<http://fund.cnfol.com/100128/105,1365,7189274,00.shtml>

专家把脉：投资看风格，品种看市场，近期值得把握的十只基金！
<http://fund.cnfol.com/100129/105,1365,7196820,00.shtml>

中金在线基金网 1 月专题：

12 月基金曝光度及十佳评选
<http://special.cnfol.com/3697,00.shtml>

基金四季报全面解读
<http://special.cnfol.com/3703,00.shtml>

本系列报告合作伙伴供稿：

中金在线基金网（网址：<http://fund.cnfol.com/>）柳亮

Tel: 0591-87836751 Email: liuliang@cnfol.com MSN: llbamma@hotmail.com

地址：福建省福州市鼓楼区冶山路观风亭 50 号嘉华新城 5 号楼 716 邮编：350000

凤凰网理财频道 1 月份最具曝光度独家新闻及专题

一、独家资讯(原创内容)

基金人士：调控不影响市场流动性

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinglv/jjsd/20100112/1698837.shtml>

华商基金梁永强：调整意在防通胀 后市关注抗通胀品种

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinglv/jjsd/20100112/1698763.shtml>

新华基金曹名长：紧缩政策出台对后市或是利好

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinglv/jjsd/20100112/1698702.sh>

独家连线证监会：尚未出台股指期货正式上市时间表

<http://finance.ifeng.com/gzqh/special/gzqh2010/qzxx/20100119/1726269.shtml>

独家连线中金所：对股指期货两会后推出不予置评

<http://finance.ifeng.com/gzqh/special/gzqh2010/qzxx/20100119/1726406.shtml>

央行：对部分银行向央行缴纳差别存款准备金不知情

<http://finance.ifeng.com/bank/yhyjh/20100126/1759274.shtml>

刘纪鹏：中金所细则显示监管层对股指期货的审慎态度

<http://finance.ifeng.com/gzqh/special/gzqh2010/qzxx/20100119/1728327.shtml>

杨青丽：不排除央行出台密集调控措施

<http://finance.ifeng.com/stock/special/zhunbeijinglv/fxdp/20100112/1698767.shtml>

二、专题：

基金 2009 年第四季度报告

<http://finance.ifeng.com/fund/special/2009jb04/index.shtml>

基金宝财富讲坛

<http://finance.ifeng.com/fund/special/nhjjb/index.shtml>

本系列报告合作伙伴供稿：

凤凰网基金频道（网址：<http://finance.ifeng.com/fund/>）辛淼

Tel: 010-8445 8378 Email: xinmiao@ifeng.com MSN: duroo@msn.com

地址：北京市朝阳区惠新东街 4 号富盛大厦 2 座 16 层 邮编：100029

天天基金网 2010 年 1 月份独家曝光资讯及点评

一、本月评论：

1 月份业内最引人注目的新闻是华夏基金的新品被停发和交银施罗德基金的 ETF 乌龙事件。巧合的是，华夏和交银都是近几年发展很快的基金公司：华夏基金已经连续三年稳坐中国基金业龙头老大的宝座，而交银施罗德则是 08、09 年发展最快的业内新贵之一。

中国基金正处在高速发展的过程中，不可避免地会遭遇各种成长的烦恼。我们祝愿各家公司在做大规模的同时，能够很好地克服各种困难，努力做强做精，为自己的基民谋取更多的福利。

二、1 月独家活动

海富通基金幸福投资路

<http://hftfund.eastmoney.com/>

三、热帖

王亚伟满仓运作 顶格配置银行股

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1835324.html>

银华价值惜败华夏大盘 王亚伟终成 09 股基王

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1831052.html>

仅 28 只开基明确可投期指

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1833259.html>

华夏基金被暂停新产品申请

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1834342.html>

156 亿元 开放式基金扎堆分红

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1833851.html>

政策变化加剧基金主动减仓 王亚伟逆市做多

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1834210.html>

基金销售再现一日售罄 银华保本首日申购近百亿

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1836297.html>

基金 11 天分红 210 亿元 欲取先予还是避险减仓

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1834430.html>

本周股票型基金减仓 1.35% 王亚伟动作很大

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1836086.html>

基金公司 2009 年座次排定 华夏基金蝉联第一

<http://fund2.eastmoney.com/news,jjdt,1831507.html>

四、专题

基金经理年终奖调查

<http://topic.eastmoney.com/jjlnzj/>

宠辱不惊 宁静致远——中西合璧的阳光经理陈洪

<http://topic.eastmoney.com/chenhong/>

本系列报告合作伙伴供稿：

东方财富网（天天基金网）陈肯

东方财富网：<http://www.eastmoney.com/> 天天基金网：<http://www.1234567.com.cn/>

Tel: 021-54509988-2002 Email: chenken@eastmoney.com MSN: jixzlck@hotmail.com

地址：上海市徐汇区龙田路 190 号（田东路口）东方财富大厦 邮编：200023

百度和讯基金频道 2010 年 1 月份最具曝光度资讯

点基台



第 132 期：业绩总垫底!宝盈基金习惯了？

<http://fund.baidu.com/2010-02-05/122620067.html>

第 132 期：宝盈鸿利 09 年收益低于债基 1 月业绩仍垫底

<http://fund.baidu.com/2010-02-05/122619947.html>

去年整体收益排名倒数第四,今年一月业绩排名倒数第一,宝盈泛沿海股票型基金 2010 年延续着去年业绩垫底的尴尬。而宝盈系整体表现来看,旗下多数股票类主动管理型基金今年以来业绩均较为靠后,颓势依旧。专家认为,宝盈基金公司团队力量弱,对于基金经理投研的支持力度有限,另外宝盈系基金经理投资能力相对较弱也是其业绩长期不佳的重要原因。

本系列报告合作伙伴供稿：百度和讯基金频道(网址：<http://fund.baidu.com>) 孙萱
电话：(8610)85650670 Email：sunxuan@baidu.hexun.com MSN:goodgirlsun@hotmail.com
公司地址：北京市朝阳区朝外大街 22 号泛利大厦 10/11 层 邮编：100020

全景网 1 月份独家最具曝光度基金资讯及视频选录

一、全景基金周刊系列及网络专题：

2010 投基策略：养基赚钱仍推偏股型
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/2010tjcl/>
2010 基金公司投资策略
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/tzcl2010/>
基金四季度全线盈利 仓位创历史新高
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/jj4jb/>
2009 基金业绩统计报告
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/2009jjyj/>
首只跟踪深证指数的境外 ETF 在港上市
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/zjs100etf/>
2010 中国基金投资者服务巡讲
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/2010jjtzw/>
[周刊]
基金“扩容潮”启动
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/jjzk101/>
政策“破茧” 基金异动频频
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/jjzk102/>
基金四季报登场折射新亮点
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/jjzk103/>
低风险基金“受宠” 赎回潮欲起
<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/01/jjzk104/>

二、全景网原创评论选摘：

去年基金大赚近万亿 QDII 最是“扬眉吐气”
<http://www.p5w.net/fund/clbg/201001/t2797003.htm>
谨慎乐观看待行情 基金密切关注政策新变数
<http://www.p5w.net/fund/clbg/201001/t2767781.htm>
政策消息“破茧” 基金异动频频市场风向突变
<http://www.p5w.net/fund/clbg/201001/t2780331.htm>
利好利空接踵而至 基金短期视野将关注政策
<http://www.p5w.net/fund/clbg/201001/t2780442.htm>

三、全景网&交易日独家视频选录：

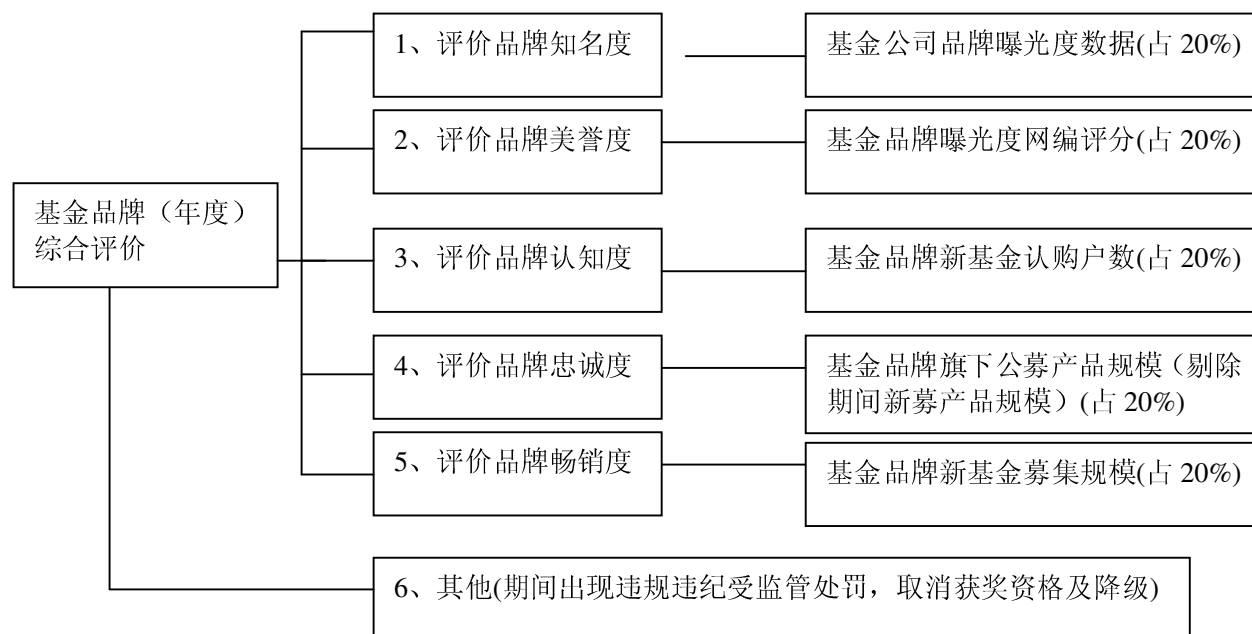
卢赤斌：关注行业均衡的结构性指数基金
http://www.p5w.net/tradingday/xcfbg/201002/t20100201_74876.html
深市 16 日全网测试 跨市场 ETF 交易与结算
http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201001/t20100113_72667.html
156 亿元 开放式基金扎堆分红
http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201001/t20100115_72996.html
政策消息兑现 基金不再“靠天吃饭”
http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201001/t20100111_72396.html

本系列报告策划撰稿者：全景基金频道（网址：<http://www.p5w.net/fund/index.htm>）黄昉 包莹
Tel: 0755-83990163 邮箱：hxx@p5w.net MSN: szhxx@hotmail.com
公司地址：广东省深圳市福田区红荔西路上步工业区 10 栋 2 楼 邮编：518028

【附录】全景基金品牌年度评价体系简介

我们采用的评价理论来源于品牌学关于“品牌优劣势评价方法”，主要有品牌知名度、品牌美誉度、品牌认知度、品牌忠诚度、品牌畅销度五大指标。结合基金市场实际情况，对应的基金品牌评分数据分别是曝光度、曝光度网编评分、新基金认购户数、公募基金产品规模、新基金募集规模等 5 大评分考核指标,各考核指标占比皆为 20%。除网编评分是定量基础上的定性评价指标外，其他皆为定量评价指标。

全景基金品牌年度综合评价体系之各项评价指标示意图



各项评价指标说明：

1、评价基金品牌知名度指标。以基金公司品牌新闻曝光度数据为考核，该数据基于全景财经搜索监测结果，反映的是基金品牌在财经媒体上被曝光的客观真实情况。品牌的知名度是指消费者知晓品牌程度，对于基金品牌而言，媒体上被曝光越多，必然影响投资者对于该品牌的“知晓”程度，因而基金品牌曝光度是评价品牌知名度的最贴切选择之一。

2、评价基金品牌美誉度指标。以知名度来评价品牌价值远远不足，曝光度数据也存在局限性，特别是不能区分新闻的正负因素及对品牌影响力强弱等等，我们采用专业基金网媒编辑评分方式来评价基金品牌美誉度指标，这是对基金品牌美誉度比较全面具体的评价。

3、评价基金品牌认知度指标。品牌的知名度是从消费者知晓品牌的广度方面而言的，而品牌认知度是从消费者知晓品牌的深度方面而言的。对于基金品牌认知度而言，消费者（基金投资者）认知程度最深的是直接认购了基金并持有，越多消费者（基金投资者）认购的某品牌旗下基金，说明某品牌的认知程度越高。新基金认购户数，是每一只基金成立时候必须披露的，统计考核期间品牌旗下所有新基金认购户数，这是本报告评价基金品牌认知度的客观量化指标。

4、评价基金品牌忠诚度指标。投资者能够持续拥有某一品牌的基金品种，代表其对品牌的忠诚，我们以基金品牌旗下公募产品规模（剔除期间新募产品规模）期末数据来评价，这是反映基金品牌忠诚度最能够客观量化的指标，此类评分考核数据以基金公司年末（四季报）公开披露客观数据为准。

5、评价基金品牌畅销度指标。考核期间基金品牌旗下新基金募集规模，这是基金品牌畅销度考核最真实客观的数据。新基金募集规模，这也是基金公司法定披露的数据。

6、其他因素。若某基金公司在考核时期内，因违规受监管层处罚，评价该品牌美誉度评分表的参考资料将直接列明，最终评价分数必然受影响而下降；此外，如对基金品牌划分等级，将在以上五项评价结果后下降等级；并且，以本项评价结果举办的年度评奖活动，将取消所有获奖资格。

【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、本报告中基金基础数据来源于深圳证券信息公司（全景网）数据维护部，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（网编评分榜单），由 10 多位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；版权归全景基金品牌研究中心所有，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，务必联络全景基金品牌研究中心，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，9 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，由研究中心成员首创的《基金品牌财经媒体曝光度观察（月度）报告》系列广受基金业界重视，其中的“基金公司品牌曝光度榜单”已经成为国内多数基金公司考核自身品牌建设的权威标准之一。研究中心以证监会《证券投资基金评价业务管理暂行办法》为指导，秉持独立、客观、公正的原则，开展基金品牌相关的评价业务。

联系方式：电话：0755-83990163 传真：0755- 83352933 邮箱：fund@p5w.net 联系人：包莹
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