

基金品牌财经媒体曝光度观察报告

(2010年2月 总第十八期)

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）数据中心



2010 年 2 月基金品牌榜单 暨基金品牌财经媒体曝光度观察报告

2010 年 2 月基金品牌曝光度报告简介及榜单

- 本项基金品牌评价是全景首创，品牌学理论与基金市场结合的一项创新。我们严格执行《证券投资基金评价业务管理暂行办法》并遵守管理层相关法律法规。从 2010 年 1 月开始，“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 18 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 2 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，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 2 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、工银瑞信、兴业全球、南方基金、华夏基金、华宝兴业、国投瑞银、上投摩根、银华基金。
- 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、工银瑞信、大成基金、交银施罗德、泰达荷银、国投瑞银。

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 2 月份，国内专业财经网站共曝光有关“基金”的“新闻”45598 篇，较前一个月缩水约 31.88%。基金新闻曝光度继 1 月转向走弱之后，再次出现大幅回调。财经媒体上有关基金的新闻报道较去年年末明显减少，2 月份仅有 28 天，又恰逢春节长假，节日因素影响较大。
- 2010 年 2 月份财经媒体上，绝大多数基金相关关键词曝光度数据再次萎缩。纵横比较可知，众多基金公司工作重点开始回归于新基金发行。“基金发行”搜索数据连续数月排名较后，2 月份排名上升明显并较 1 月份出现了正增长，表明经历数月的新品发行低潮之后，随着管理层新基金放行节奏的加快，媒体将随着基金公司向常为焦点的“新基金”倾斜。“基金定投”、“开放申购”、“开放赎回”、“基金营销”、“一对多”、“专户理财”等关键词搜索记录下降，表明了基金公司的重点从“持续营销”或者“私募业务”转移，也说明了偏重了新基金的发行工作。

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：王旻洁
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:2010.03.19

报 告 目 录

第一部分 2010 年 2 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 2 月基金品牌财经媒体曝光度观察报告

- 一、月度概述：
[2 月份受春节长假影响 基金曝光度同比大幅下降](#) (7)
- 二、纵向比较：
[“寡头垄断”似乎有变 更多基金公司重视品牌建设](#) (8)
- 三、热点评述：
[众多基金公司工作重点开始回归于新基金发行](#) (10)
- 四、个案分析：
[提供优质理财服务 才能使基金品牌真正深入人心](#) (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：[0809-1002 基金品牌平均曝光度月度比较图](#) (7)
- 图 3：[0809-1002 曝光度指向性及集中度两指标比较图](#) (8)
- 图 4：[0809-1002 基金新闻曝光度及指向性指标比较图](#) (8)
- 图 5：[0809-1002 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 2 月基金品牌曝光度比较表](#) (9)
- 表 2-2：[10 年 2 月基金市场热点新闻事件搜索数据表](#) (11)
- 表 2-3：[10 年 2 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 2 月份基金市场关注度分析报告](#) (18)
- [和讯基金频道 2010 年 2 月份独家曝光资讯及点评](#) (19)
- [腾讯基金频道 2010 年 2 月份独家曝光资讯](#) (20)
- [中国基金网 2010 年 2 月份独家最具曝光度资讯](#) (21)
- [金融界基金频道 2 月份网友最关注基金及独家访谈](#) (22)
- [中金在线基金网 2 月份最具曝光度资讯及编辑点评](#) (23)
- [凤凰网理财频道 2 月份最具曝光度独家报道及专题](#) (24)
- [全景网 2 月份独家最具曝光度基金资讯及视频选录](#) (25)
- 附录 [全景基金品牌年度评价体系简介](#) (26)
- 附录 [版权及免责声明](#) (27)

第一部分 2010年2月基金品牌曝光度报告简介及榜单

一、报告简介

本项基金品牌评价是全景首创，品牌学理论与基金市场结合的一项创新。我们严格执行《证券投资基金评价业务管理暂行办法》并遵守管理层相关法律法规。从2010年1月开始，“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18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2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，它已经成为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。

本项评价是应市场寻求发展起来的，也是在不断探索中逐步完善，不足之处在所难免，敬请基金业界及品牌学界领导、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)

二、2010年2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	8.46	7.96	8.29	8.236	82.36	1
博时基金	7.17	7.29	7.38	7.278	72.78	2
工银瑞信	6.88	7.00	7.25	7.042	70.42	3
兴业全球	6.83	7.08	7.13	7.014	70.14	4
南方基金	6.79	6.71	7.42	6.972	69.72	5
华夏基金	4.13	7.58	8.96	6.889	68.89	6
华宝兴业	6.46	7.04	6.75	6.750	67.50	7
国投瑞银	6.54	6.71	6.83	6.694	66.94	8
上投摩根	6.13	6.63	7.17	6.639	66.39	9
银华基金	6.29	6.58	6.75	6.542	65.42	10
广发基金	6.42	6.58	6.46	6.486	64.86	11
大成基金	6.21	6.63	6.54	6.458	64.58	12
汇添富基金	6.13	6.67	6.50	6.431	64.31	13
嘉实基金	5.79	6.29	6.67	6.250	62.50	14
富国基金	6.08	6.33	6.29	6.236	62.36	15
国泰基金	6.04	6.08	6.25	6.125	61.25	16
交银施罗德	5.58	6.29	6.50	6.125	61.25	17
海富通基金	6.08	6.04	6.13	6.083	60.83	18
景顺长城	6.17	5.83	6.13	6.042	60.42	19
新华基金	5.29	6.04	6.17	5.833	58.33	20
泰达荷银	5.67	5.83	5.96	5.819	58.19	21
鹏华基金	5.29	5.67	5.96	5.639	56.39	22
申万巴黎	5.46	5.63	5.50	5.528	55.28	23
摩根士丹利华鑫	5.38	5.42	5.67	5.486	54.86	24
华安基金	4.33	5.75	6.33	5.472	54.72	25
国海富兰克林	5.46	5.50	5.08	5.347	53.47	26
友邦华泰	5.42	5.25	5.21	5.292	52.92	27
光大保德信	5.29	5.25	5.21	5.250	52.50	28
建信基金	5.29	5.04	5.17	5.167	51.67	29
中银基金	5.42	4.83	5.13	5.125	51.25	30
华商基金	4.58	5.17	5.63	5.125	51.25	31
汇丰晋信	5.29	4.96	5.08	5.111	51.11	32
招商基金	4.88	5.08	5.25	5.069	50.69	33
中海基金	4.83	4.67	4.75	4.750	47.50	34
长盛基金	4.58	4.83	4.67	4.694	46.94	35
长信基金	4.71	4.58	4.58	4.625	46.25	36
民生加银	4.67	4.58	4.54	4.597	45.97	37
中邮基金	1.96	4.67	6.83	4.486	44.86	38
农银汇理	4.50	4.29	4.38	4.389	43.89	39
国联安基金	4.21	4.17	4.63	4.333	43.33	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
银河基金	4.08	4.46	4.42	4.319	43.19	41
诺安基金	4.29	4.38	4.25	4.306	43.06	42
长城基金	4.04	4.08	4.71	4.278	42.78	43
信达澳银	4.25	4.17	4.13	4.181	41.81	44
融通基金	3.83	3.75	4.54	4.042	40.42	45
天治基金	3.58	3.96	4.50	4.014	40.14	46
金元比联	4.21	3.83	3.88	3.972	39.72	47
信诚基金	3.75	3.96	4.08	3.931	39.31	48
东方基金	2.54	3.96	5.00	3.833	38.33	49
华富基金	3.08	3.88	4.08	3.681	36.81	50
东吴基金	3.50	3.67	3.79	3.653	36.53	51
浦银安盛	3.50	3.71	3.75	3.653	36.53	52
金鹰基金	2.96	3.50	3.96	3.472	34.72	53
万家基金	2.92	3.13	3.38	3.139	31.39	54
泰信基金	3.00	3.04	3.33	3.125	31.25	55
益民基金	2.54	3.04	3.21	2.931	29.31	56
诺德基金	2.42	2.96	3.33	2.903	29.03	57
中欧基金	2.33	2.96	3.17	2.819	28.19	58
天弘基金	2.33	2.63	2.83	2.597	25.97	59
宝盈基金	-0.75	0.92	5.88	2.014	20.14	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2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”。

本次回收评分表共12份，参与本次评分的12位基金网媒资深编辑分别是：全景基金频道黄昉、搜狐基金频道王旻洁、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；排名不分先后，评分权限一致。

各项评分指标介绍(也是对参与评分的所有网编的要求)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。

三、基金品牌曝光度（财经搜索）榜单(统计周期为 2009 年 12 月至 2010 年 2 月)

表 1-2

品牌简称	2009 年 12 月(篇)	2010 年 1 月(篇)	2010 年 2 月(篇)	近三月累计(篇)	近三月累计排名
易方达基金	6278	2642	2072	10992	1
华夏基金	4466	3111	1426	9003	2
上投摩根	1797	2223	613	4633	3
南方基金	1720	786	704	3210	4
博时基金	925	1317	409	2651	5
工银瑞信	688	1115	719	2522	6
大成基金	1025	942	471	2438	7
交银施罗德	914	1042	403	2359	8
泰达荷银	1209	560	412	2181	9
国投瑞银	629	823	587	2039	10
国泰基金	817	652	547	2016	11
华宝兴业	656	725	628	2009	12
银华基金	794	820	316	1930	13
申万巴黎	412	932	549	1893	14
海富通基金	736	752	397	1885	15
景顺长城	667	540	639	1846	16
富国基金	628	673	444	1745	17
汇添富基金	727	481	536	1744	18
嘉实基金	689	513	378	1580	19
广发基金	426	633	493	1552	20
华安基金	616	489	321	1426	21
兴业全球	462	466	361	1289	22
鹏华基金	473	535	246	1254	23
友邦华泰	436	387	343	1166	24
长城基金	427	379	320	1126	25
汇丰晋信	480	361	281	1122	26
中邮基金	392	103	624	1119	27
新华基金	260	554	283	1097	28
金元比联	205	496	318	1019	29
民生加银	315	379	292	986	30

品牌简称	2009 年 12 月(篇)	2010 年 1 月(篇)	2010 年 2 月(篇)	近三月累计(篇)	近三月累计排名
光大保德信	366	369	247	982	31
招商基金	452	245	211	908	32
摩根士丹利华鑫	331	256	241	828	33
长信基金	457	185	184	826	34
诺安基金	373	269	168	810	35
东吴基金	514	126	107	747	36
宝盈基金	128	205	405	738	37
融通基金	391	178	169	738	38
中银基金	221	374	140	735	39
银河基金	291	301	115	707	40
信达澳银	332	216	157	705	41
长盛基金	235	283	164	682	42
华商基金	292	233	117	642	43
建信基金	229	234	150	613	44
中海基金	224	130	248	602	45
国海富兰克林	203	266	131	600	46
农银汇理	245	139	205	589	47
国联安基金	219	196	114	529	48
东方基金	80	81	340	501	49
浦银安盛	173	222	103	498	50
金鹰基金	138	227	95	460	51
中欧基金	274	157	19	450	52
信诚基金	176	163	101	440	53
天治基金	127	175	121	423	54
华富基金	186	137	85	408	55
泰信基金	138	166	80	384	56
天弘基金	189	102	28	319	57
万家基金	101	151	63	315	58
益民基金	95	97	73	265	59
诺德基金	71	83	84	238	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。同时本报数据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。

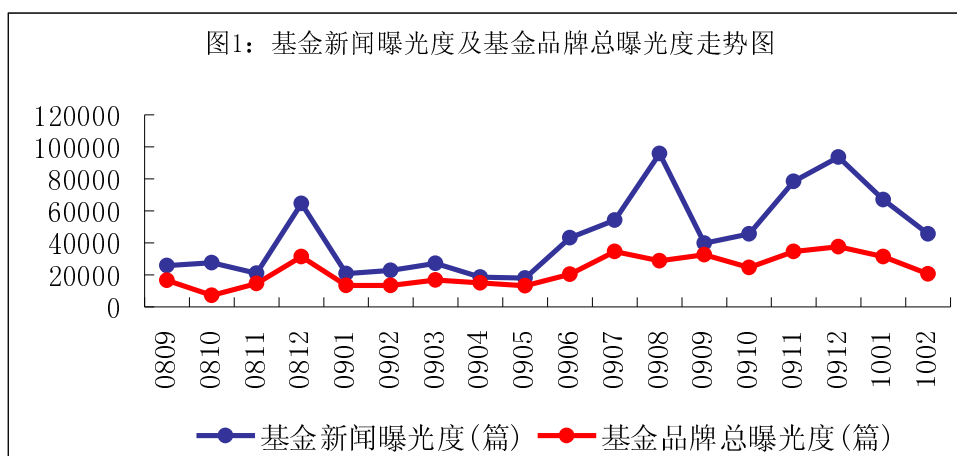
第二部分 2010年2月基金品牌财经媒体曝光度观察报告

一、搜索概述：

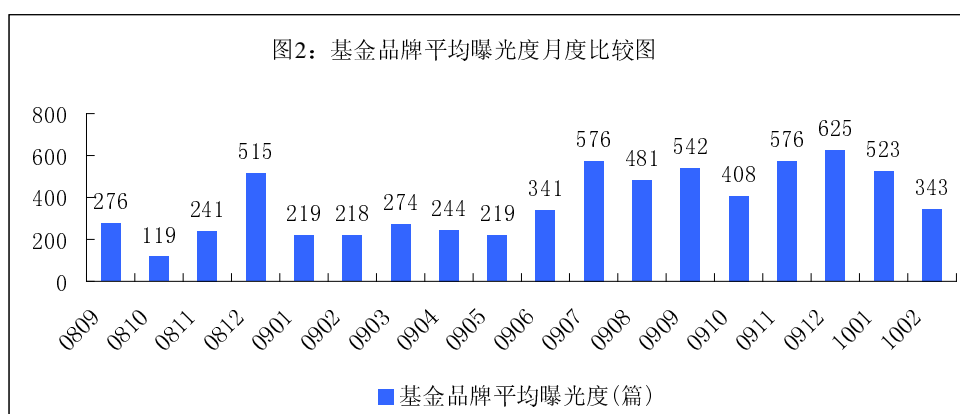
2月份受春节长假影响 基金曝光度同比大幅下降

据全景财经搜索统计，2010年2月份，国内专业财经网站共曝光有关“基金”的“新闻”45598篇，较前一个月缩水约31.88%。基金新闻曝光度继1月转向走弱之后，再次出现大幅回调。财经媒体上有关基金的新闻报道较去年年末明显减少，当然2月份仅有28天，又恰逢春节长假，节日因素影响较大。

按基金品牌曝光度财经搜索榜单统计，2月份60家基金品牌新闻总曝光度为20597篇，较1月份下降了34.40%，该指标在去年12月创出本项统计新高之后，也连续两月大幅回落；基金品牌平均曝光记录为343篇，较前一个月份剧降了180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45.17%，占比略有下调。



2月份曝光度前十大基金品牌合计记录为8591篇，约占总体的41.56%，较前一个月所占比例下降了5.11个百分点，超越平均数的有22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。

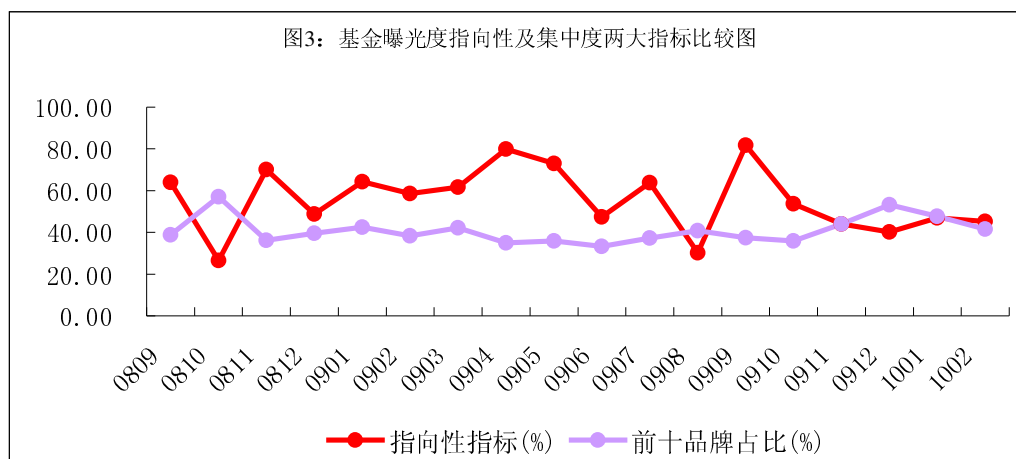


数据表明，今年前两月基金新闻曝光度与基金品牌曝光度同向大幅回调，去年年末高潮逐渐褪去，媒体上有关基金新闻资讯下降明显。据观察，基金新闻曝光冷热程度跟基金新品发行状况基本上呈正向相关，全行业在年初新品发行“数量”缩水，媒体推广宣传基金的力度也明显下降；2月份春节长假影响，证券行业及相关媒体实际有效工作时间不及平时月度的3/4，这也是2月曝光度同比大幅下降重要原因。

二、纵向比较

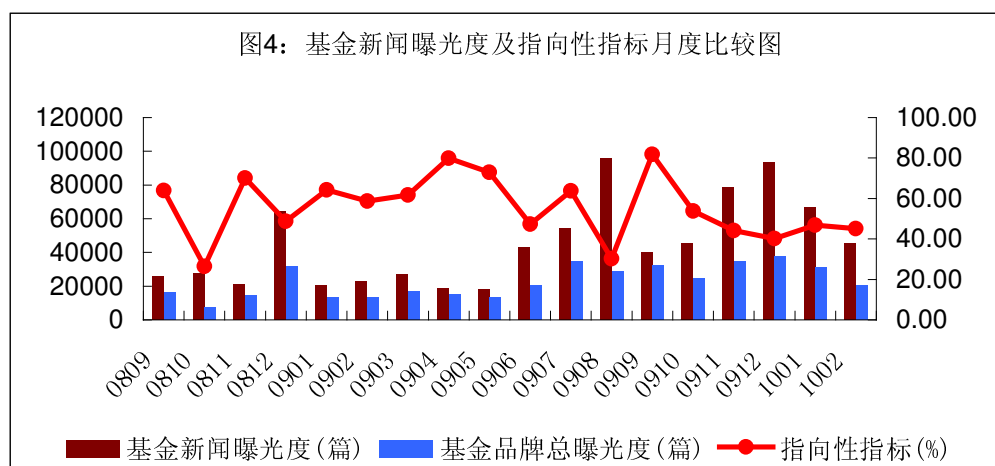
“寡头垄断”似乎有所改变 更多基金公司重视品牌建设

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 2 月共计 18 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。



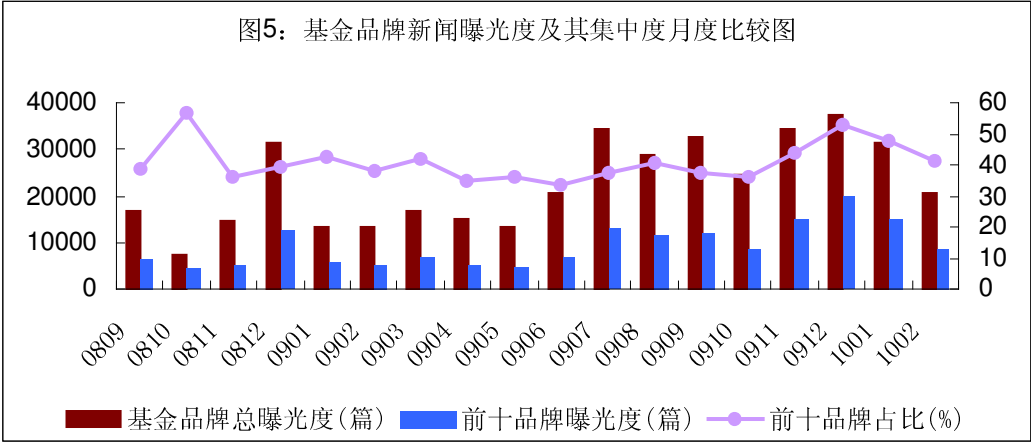
总体趋势来看，自 2008 年 12 月份基金新闻曝光度凸现高潮之后，2009 年前六个月相对疲软，5 月份该指标创下最低记录；6 月之后连续三月大幅上涨，总曝光度指标在 8 月份创下本项统计最高记录。9 月份大幅回调，10 月至 12 月连续三月反弹上扬，逼近历史高点。总体来看，下半年明显强于上半年。而 2010 年头两个月明显下降，与 2009 年年初极为相似，按年度走势图来看，基金新闻曝光度似乎存在着前低后高的现象，当然这一规律性现象是否确实存在，还有待更长时间的观察比较。

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。2 月份该指标为 45.17%，前一个月的反弹态势受挫，纵向比较处于历史较低水平。



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。2 月份该指标延续 1 月下降趋势，仅为 41.56%，“寡头垄断”格局似乎有所改变，越来越多的基金管理人重视品牌建设。

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
1002	45598	20597	343	45.17	8561	41.56

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;今年初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导向发挥着重要作用。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:

众多基金公司工作重点开始回归于新基金发行

2010年2月份财经媒体上,绝大多数基金相关关键词曝光度数据再次萎缩。纵横比较可知,众多基金公司工作重点开始回归于新基金发行。“基金发行”搜索数据连续数月排名较后,2月份排名上升明显并较1月份出现了正增长,表明经历数月的新品发行低潮之后,随着管理层新基金放行节奏的加快,媒体将随着基金公司向常为焦点的“新基金”倾斜。“基金定投”、“开放申购”、“开放赎回”、“基金营销”、“一对多”、“专户理财”等关键词搜索记录下降,表明了基金公司的重点从“持续营销”或者“私募业务”转移,也说明了偏重了新基金的发行工作。

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”、“基金发行”、“自购”、“基金业绩”、“基金四季报”、“基金定投”、“老鼠仓”、“联接基金”、“一对多”。月度搜索记录依次为3183篇、2286篇、1638篇、1120篇、1120篇、1071篇、759篇、631篇、536篇、524篇。“基金发行”、“自购”、“老鼠仓”较前一个月有明显增长,其余皆出现不同幅度的缩水。

“基金分红”连续三个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。

“基金评级”也是月度搜索数据排名较前的关键词,虽较1月份有所下降,但仍以超过2000篇记录位居前列。考虑2月份的假日因素,媒体对这方面事项的关注热度有增无减,“基金评级”及“基金评价”甚至“基金排名”反映的是“基金评价”方面的事情,可见管理层新规影响力非同一般。此外,多家基金研究机构发布年度评价报告,也是该类关键词记录的重要组成部分。

位居热点关键词排名第三位的是“基金发行”,该指标反映的是新基金发行总体热度,连续数月排名较后,2月份排名上升明显,而且搜索记录同比增长了13.83%,表明经历数月的新品发行低潮之后,随着管理层新基金放行节奏的加快,媒体将向常为焦点的“新基金”倾斜,基金公司重点工作也可能由持续营销转向公募产品的首发营销,或者两者并重。

“基金自购”除了跟基金管理人为“自营”谋利外,也可能跟营销宣传有关,自购旗下产品并广而告之,更好表明对自己产品的信心,但也不排除引诱投资者跟风购买,“醉翁之意不在酒”,当然以“真金白银”与持有人共担风险的做法,值得赞赏。2月份“自购”搜索关键词增幅高达317.91%,这应该与多家公司自购——尤其是规模较大的基金公司大手笔动作有关。可能也预示基金公司营销侧重点转向公募产品,特别是新产品发行。

另外两个出现增长的热点关键词是“老鼠仓”及“调整基金经理”,月度搜索记录增长幅度分别达93.56%、609.09%,基金经理又成了最受媒体关注的焦点之一。去年发生的行业不光彩事件,媒体在年度总结稿件时绝对不会轻易放过。一年之计在于春,基金经理与雇主之间的相互选择事件频发,导致了基金人物变更在年初又出现高潮。

“基金定投”、“开放申购”、“开放赎回”、“基金营销”、“一对多”、“专户理财”等关键词搜索记录下降,表明基金公司的重点从“持续营销”或者“私募业务”转移。也说明了偏重了新基金发行工作。

基金常用关键词搜索方面,“基金经理”、“ETF”、“股票型基金”、“私募基金”、“社保基金”、“QFII”、“基金业”、“QDII”、“开放式基金”、“阳光私募”位居前十位。搜索记录依次为15846篇、9489篇、4884篇、3332篇、2782篇、2609篇、2300篇、2242篇、2133篇、1644篇。“社保基金”及“QFII”较前一个月出现明显增长,其余皆缩水。

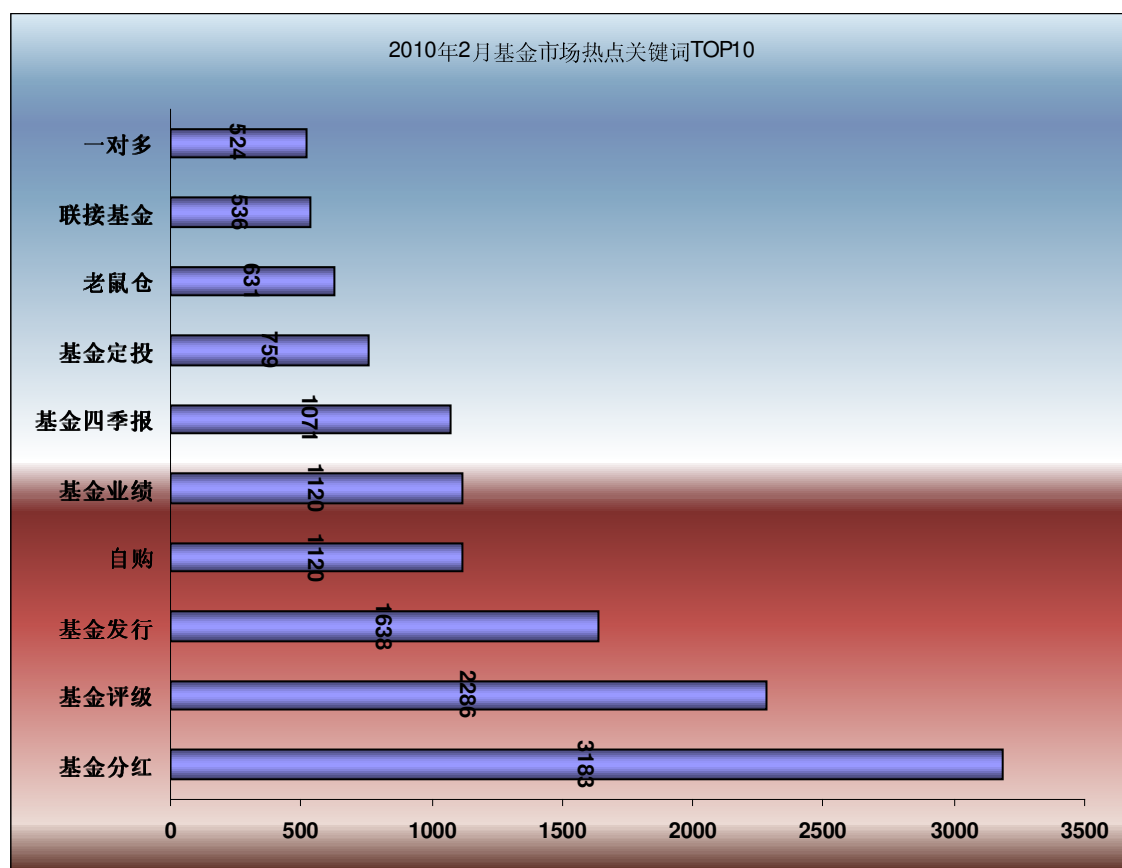


表 2-2: 2010 年 1 月-2010 年 2 月基金热点关键词搜索数据比较表

热点新闻事件	搜索关键词	2010 年 1 月(篇)	2010 年 2 月 (篇)	2 月较 1 月增 减(±%)
基金分红	基金分红	5046	3183	-36.92
基金评价	基金评级	2853	2286	-19.87
新基金发行	基金发行	1439	1638	13.83
基金自购	自购	268	1120	317.91
基金业绩	基金业绩	2214	1120	-49.41
基金四季报	基金四季报	2342	1071	-54.27
基金定投	基金定投	2503	759	-69.68
老鼠仓	老鼠仓	326	631	93.56
联接基金	联接基金	540	536	-0.74
"一对多"专户	一对多	726	524	-27.82
基金排名	基金排名	706	248	-64.87
基金经理变更	调整基金经理	33	234	609.09
专户理财	专户理财	1129	149	-86.80
开放申购	开放申购	146	128	-12.33
基金监管	基金监管	162	105	-35.19
基金营销	基金营销	161	72	-55.28
开放赎回	开放赎回	49	21	-57.14

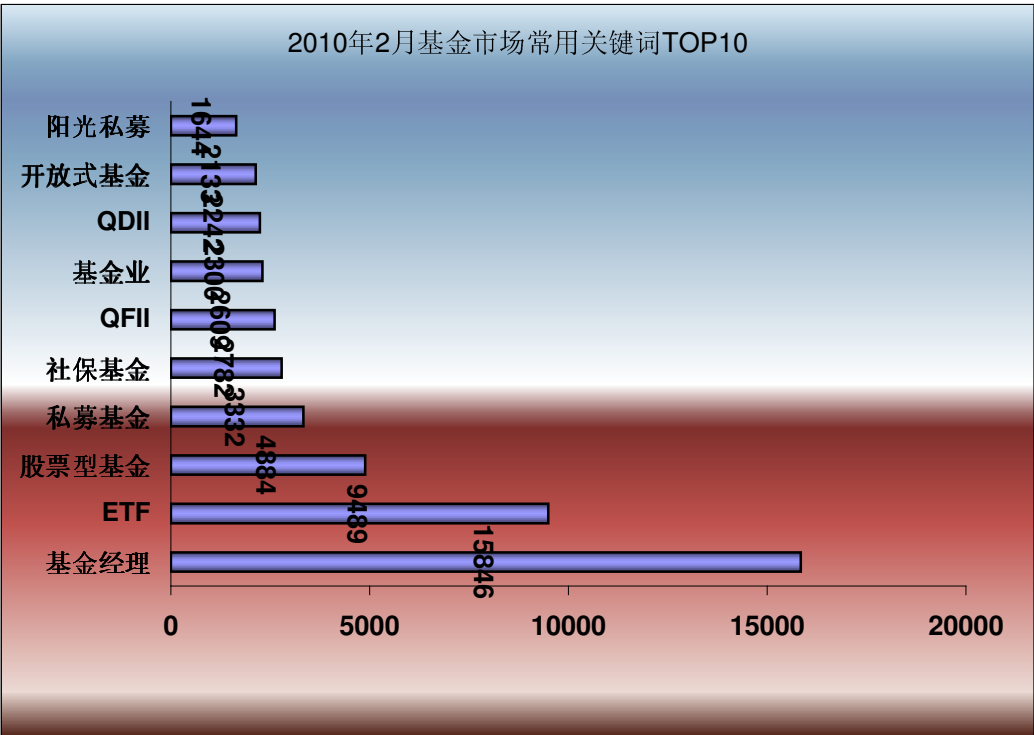


表 2-3：2010 年 1 月-2010 年 2 月常用基金关键词曝光度搜索数据表

热点新闻事件	搜索关键词	2010 年 1 月 (篇)	2010 年 2 月 (篇)	2 月较 1 月增减 (±%)
基金经理	基金经理	18719	15846	-15.35
ETF	ETF	10768	9489	-11.88
股票型基金	股票型基金	8549	4884	-42.87
私募基金	私募基金	4810	3332	-30.73
社保基金	社保基金	2242	2782	24.09
QFII	QFII	1896	2609	37.61
基金业	基金业	5427	2300	-57.62
QDII	QDII	4836	2242	-53.64
开放式基金	开放式基金	4229	2133	-49.56
私募基金	阳光私募	4603	1644	-64.28
封闭式基金	封闭式基金	5058	1270	-74.89
债券型基金	债券型基金	1494	1039	-30.46
混合型基金	混合型基金	1704	955	-43.96
LOF	LOF	3370	944	-71.99
基金持仓	基金仓位	3130	825	-73.64
货币市场基金	货币市场基金	798	714	-10.53
基金持仓	基金持仓	483	418	-13.46
企业年金	企业年金	521	376	-27.83
股权基金	股权基金	504	327	-35.12
私募股权基金	私募股权基金	404	275	-31.93

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，对该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：

提供优质的理财服务 才能使基金品牌真正深入人心

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、工银瑞信、兴业全球、南方基金、华夏基金、华宝兴业、国投瑞银、上投摩根、银华基金。各品牌2月公开曝光资讯摘要如下：

易方达基金：易方达上证中盘ETF及联接基金发行；易方达积极分红；被评为年度“年金优秀管理人”；4.5亿天量自购指数基金；易方达深证100ETF联接在四机构推定投业务；等等。

博时基金：上证超大盘ETF联接基金打开申购；投资管理与品牌建设双双获奖；去年企业年金管理业绩表现优异；累计分红逾500亿；过钧：债券基金成抵御通胀的稳健品种；构建年金管理系统；等等。

工银瑞信：工银瑞信中小盘成长成立 首发募集23.18亿；工银瑞信中小盘增聘基金经理；开通10家银行网上汇款交易业务；推出寻找基金“最客户”活动；等等。

兴业全球：获海通证券四项三年期五星评价；兴业社会责任继续暂停接受三万元以上申购；杨东：应从战略高度看待新股发行；等等。

南方基金：南方策略优化基金发行；南方深成ETF2月2日上市；南方深成ETF联接基金开放申赎；南方中证500定投呈加速趋势；南方基金2009年净利润7.85亿；南方绩优成长基金第五次分红；等等。

华夏基金：两封基派发大红包；调整三基金经理 孙建冬和张龙离任；王亚伟率华夏系基金大举申购华泰证券；丽江旅游高管爆料称：华夏基金从未实地调研过；中信证券涉及华夏基金股权转让问题；在新浪开博；创业板打新华夏基金一日浮盈千万；“金福2号”濒临清盘 华夏基金折戟私募信托计划；等等。

华宝兴业：华宝兴业海外中国(QDII)解除投资顾问协议；重仓新华光 欲赌兵工集团整合；等等。

国投瑞银：国投瑞银拟赎回国投瑞银成长优选2471万份；行业指数基金创新抢镜或于3月初发行；瑞和小康具有显著投资价值；瑞福进取 短期博反弹的好工具；等等。

上投摩根：上投摩根中小盘基金第一次分红；聘章硕麟任总经理 王鸿嫔离任；许运凯：市场震荡提供建仓良机；等等。

银华基金：银华领先策略继续暂停申购；包揽“银联通”月度申购量前三名；09年净利润2.89亿元同比增长30%；银华保本增值基金第二个保本周期到期；等等。

(编者注：以上资讯采集自合法财经媒体上公开曝光新闻资讯，编者尽可能搜集呈现对品牌有重要影响力的事件，但不保证资讯的全面性及准确性。公开这些资讯是为了研究交流，不构成对具体品牌的评价，也不是对具体品牌的赞扬或诋毁。)

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，除了不能出现重大违规受处罚的负面曝光事件，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。

表 2-4：2010 年 2 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	8.46	7.96	8.29	8.236	82.36	1
博时基金	7.17	7.29	7.38	7.278	72.78	2
工银瑞信	6.88	7.00	7.25	7.042	70.42	3
兴业全球	6.83	7.08	7.13	7.014	70.14	4
南方基金	6.79	6.71	7.42	6.972	69.72	5
华夏基金	4.13	7.58	8.96	6.889	68.89	6
华宝兴业	6.46	7.04	6.75	6.750	67.50	7
国投瑞银	6.54	6.71	6.83	6.694	66.94	8
上投摩根	6.13	6.63	7.17	6.639	66.39	9
银华基金	6.29	6.58	6.75	6.542	65.42	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，影响着投资者的追阿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2月份，农历的春节占据了整整一周时间，基民对市场并不关注，无论是分红，还是王亚伟重仓股。股指期货与融资融券的推进并没有让投资者兴奋，这个月是压岁钱和消费的一个月。

中邮基金深陷“大龙门”，华夏基金公司的第二基金经理孙建冬辞任华夏复兴和华夏红利基金经理，中国平安限售股解禁致使股价大跌导致部分基金净值遭遇垂直打击。王亚伟打新“华泰证券”引起一片热议。

华夏、嘉实、中邮基金是最吸引基民的关注的，除事件外，产品表现在基金公司中也是较好的，投资总监对后市的看法比产品本身更引人注意。

和讯基金频道孙鹤点评：

2 月份，迎来春节长假，基金圈略显冷清，市场新闻热点并不多，虎年基金人事变动成焦点，尤为受人关注的是华夏基金投资副总监孙建冬离职的消息，再度引发基金业离职潮的讨论。此外，基金“打新”中了“连环套”，基金不顾新股虚高盲目追新引基民不满也成为当月热点话题。随着 A 股年报的陆续发布，基金隐形重仓股成为市场追逐的投资宠儿。展望 3 月份，“两会”召开带给市场的投资指示将成为下一步投资的风向标，投资者可关注学者、机构对“两会”的解读，密切注意投资风险。

中金在线基金网柳亮点评：

2月迎来了传统佳节——春节，但是2月的市场并没有给我们惊喜，伴随着2月市场的震荡，大部分的股基的收益也不太另人乐观。在2月，基金经理的变动仍然频繁，东方基金付勇辞职只是其中的代表作而已；在2月，新基的发行仍然热烈；在2月，基金公司海外扩张的旅程才刚刚开始；在2月，随着股指期货、融资融券的逐渐铺开，基金品种创新也是一种必然的趋势。

全景基金频道黄昉点评：

2010 年 2 月份财经媒体上，绝大多数基金相关关键词曝光度数据再次萎缩。纵横比较可知，众多基金公司工作重点开始回归于新基金发行。

“基金自购”除了跟基金管理人为“自营”谋利外，也可能跟营销宣传有关，自购旗下产品并广而告之，更好表明对自己产品的信心，但也不排除引诱投资者跟风购买，“醉翁之意不在酒”，当然以“真金白银”与持有人共担风险的做法，值得赞赏。

基金经理又成了最受媒体关注的焦点之一。去年发生的行业不光彩事件，媒体在年度总结稿件时绝对不会轻易放过。一年之计在于春，基金经理与雇主之间的相互选择事件频发，导致了基金人物变更在年初又出现高潮。

搜狐基金频道2010年2月份基金市场关注度分析报告

2010 年 2 月份，农历的春节占据了整整一周时间，基民对市场并不关注，无论是分红，还是王亚伟重仓股。股指期货与融资融券的推进并没有让投资者兴奋，这个月是压岁钱和消费的一个月。

产品方面：中邮基金深陷“大龙门”，华夏基金公司的第二基金经理孙建冬辞任华夏复兴和华夏红利基金经理，中国平安限售股解禁致使股价大跌导致部分基金净值遭遇垂直打击。王亚伟打新“华泰证券”引起一片热议。

春节方面：理财师协会秘书长刘彦斌把儿子的压岁钱全买了指数基金引发压岁钱和年终奖投资的大讨论，基金公司中凑热闹借机预热年后基金销售。

投资方面：2010 年究竟如何找到能攻易守型基金组合，如何布局虎年理财依然吸引着不少投资的目光。从市场的反应看：中小盘，主题投资或成为上半年的主力部队。

基民方面：春节消费是 2 月的主旋律，盘点必不可少。精明的投资者通过节日短期理财产品获取不多的收益，更多的投资者并没关注这个市场，红包、购物、火车票才是最火关键词。

基金公司方面：华夏、嘉实、中邮基金是最吸引基民的关注的，除事件外，产品表现在基金公司中也是较好的，投资总监对后市的看法比产品本身更引人注目。

事件方面：打新华泰证券的不只华夏王亚伟，春节短期理财产品并不只有货币市场基金。

搜狐基金方面：针对货币市场基金，华泰证券热点等进行总结性原创，与《股市动态分析》合作在春节期间推出了“2009 最牛基金经理 TOP10”专题，让基民在过节之余更好的关注权威基金的后市观点。

文：搜狐基金高级编辑姜隆

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

和讯基金频道 2010 年 2 月份独家曝光资讯及点评

一、和讯基金频道对 2 月份曝光度新闻点评：

2 月份，迎来春节长假，基金圈略显冷清，市场新闻热点并不多，虎年基金人事变动成焦点，尤为受人关注的是华夏基金投资副总监孙建冬离职的消息，再度引发基金业离职潮的讨论。此外，基金“打新”中了“连环套”，基金不顾新股虚高盲目追新引基民不满也成为当月热点话题。随着 A 股年报的陆续发布，基金隐形重仓股成为市场追逐的投资宠儿。展望 3 月份，“两会”召开带给市场的投资指示将成为下一步投资的风向标，投资者可关注学者、机构对“两会”的解读，密切注意投资风险。

二、和讯基金频道独家访谈系列：

和讯高端访谈：长盛基金总经理陈礼华谈 2010 年基金投资策略

<http://funds.hexun.com/2010-02-25/122768265.html>

长城证券阎红：十只基金 2010 年可以重点关注(名单)

<http://funds.hexun.com/2010-02-10/122668263.html>

展恒理财沙龙回顾：今年应增配主动型、混合型基金

<http://funds.hexun.com/2010-02-04/122606306.html>

三、和讯基金频道精彩专题：

2010 年全国两会热点基金评

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

陆金海深陷“离职门”宝盈基金存在违法违规现象？

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

陈礼华做客和讯谈 2010 年基金投资策略

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

本系列报告合作伙伴供稿：

和讯网基金频道（网址：<http://funds.hexun.com>）孙鹤

Tel: 010-85650836 邮箱：sunhe@staff.hexun.com MSN: xiaohe_sun_1@hotmail.com

公司地址：北京市朝阳区大街 22 号泛利大厦 11 层 邮编：100020

腾讯基金频道 2010 年 2 月份独家曝光资讯

专题：证监局逼宫宝盈基金 总经理陆金海深陷“离职门”

http://finance.qq.com/zt/2010/fund_byjj/index.htm

摘要：中国基金业首例被监管部门赶下台的总经理或许即将产生。多条渠道反馈显示，深圳证监局 2 月初要求陆金海离职，应与该局此前两周调查结果有关；同时，陆对基金经理投资干涉较多、宝盈基金多个产品在同类中垫底也是事情导火索。

基金诊断：

<http://finance.qq.com/fund/zhenduan/zhenduan.htm>

基金作为一种保值增值的投资手段，越来越被广大投资者关注，尤其随着投资意识的不断提高，投资者在追求收益的同时，更加关注风险的控制。那么，选择那种基金？采取何种投资基金方式等问题进入了越来越多投资者的视野。腾讯基金频道特开通基金诊断，为基民答疑解惑，力求在基金选择上为基民提供尽可能多的帮助，目前该栏目已经开通一段时间，受到了广大基民朋友的喜欢。

基金公司在线答疑：

<http://finance.qq.com/fund/fundonline/nf/nf.htm>

拉近基民与基金公司距离，为基民提供最及时、最准确的市场判断，解读基金特征，教育网友树立正确的投资基金理念，讲解各种投资基金的方式。腾讯基金频道已经联合 10 家基金公司开展此项活动，我们正努力继续扩展，并且深挖。

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: giuqiu5588@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 2 月份独家最具曝光度资讯

1、【专题】中国基金行业品牌综合评价报告

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=112

2、【专题】2010 年 1 月基金品牌曝光度观察报告

http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=113

3、【专题】宝盈基金总经理陆金海深陷离职门

中国基金业首例被监管部门赶下台的总经理或许即将产生。多条渠道反馈显示，深圳证监局 2 月初要求陆金海离职，应与该局此前两周调查结果有关；同时，陆对基金经理投资干涉较多、宝盈基金多个产品在同类中垫底也是事情导火索。http://www.cnfund.cn/special/Specail_tszt/index.aspx?SID=114

4、“战胜市场”的华丽投资谎言该谢幕了

成功率比不上掷骰子和大猩猩扔飞镖，常有人用这样的比喻来质疑公募基金的投資能力。当然数据也证明长期业绩能胜过这两项运动的基金经理较为罕见。不过，很多投资者往往忽视了，如果把骰子和飞镖交给散户们去扔，投资成果也许会更加不容乐观。比如在 2009 年，A 股市场全年涨幅近 80%，按扔硬币的概率来估算，想必应该有大量的投资者在这一年投资收益不菲。http://blog.cnfund.cn/wallstreeter/BlogNews_28142.html

5、大家都来评一评自己心目中比较好的基金公司是哪家？

当我们准备投资基金时，我们首先想到的问题就是哪家基金公司值得信赖？哪只基金值得投资？因此，为方便大家交流在投资基金方面的感受，请大家都来评一评自己心目中认为比较好的基金公司是哪家（可以多家）？

<http://bar.cnfund.cn/BarView136715.html>

6、益民基金四季度深陷地产银行

有一家基金公司，在 2009 年整个四季度中，几乎所有增持的板块都在下跌，几乎所有上涨的板块都没有增持。但与此同时，它旗下的每一只基金，居然还都能奇迹般地跑赢各自的业绩比较基准。这家诡异的公司叫益民。目前由公司副总经理宋瑞来兼任投资总监。据 wind 资讯统计，证监会一级行业四季度跌幅前四名：<http://www.cnfund.cn/news/news/2010/02/01/820100201149197.html>

7、破发寒潮债基感冒工银亏 700 万

从去年年末开始，新股屡屡破发成为 A 股市场的一大新气象，致使投资者打新意愿越来越低。对于基金来说，打新一直是债券基金等固定收益产品的主要盈利手段。在新股破发全无悬念之后，基金将如何应对？基金打新热情趋冷。<http://www.cnfund.cn/news/news/2010/02/22/220100222150893.html>

8、资深基民晒投资：2010 投资计划

不知不觉之中，2009 年的股市就这样走过去了，没有什么惊涛骇浪，也没有多少腥风血雨。正如所料，2009 年的股市走的是上坡路。虽说上半年走得风风光光，春风得意，下半年走得磕磕绊绊，跌头撞脑，但全年算起来，终归走的还是上坡路。2008 年底的股市，上证综指是 1820.81 点，到 2009 年底，上证综指升到了 3277.14 点，增长了 79.98%，这个上坡还是走得蛮好，爬得有点高。

<http://www.cnfund.cn/news/news/2010/02/02/820100202149397.html>

9、央视：王亚伟逆势加仓 8% A 股向好不会变

2 月 1 号，A 股在 2 月的第一个交易日并没有像很多人期望那样迎来开门红，而是展开了自 3300 点以来的第三轮杀跌潮。沪深两市低开低走，沪指盘中一度低至 2912 点逼近 2900 关口，随后在地产、保险等板块带动下震荡回升。截至收盘，沪指再度下挫 1.6%，报收 2941 点。从机构资金流向看，机构资金继续离场，据统计，2 月 1 号全天，沪市大资金净流出约 30 亿，深市大资金净流出约 7 亿。。

<http://www.cnfund.cn/news/news/2010/02/03/820100203149499.html>

10、专家提醒：转换基金比直接申购基金划算

去年以来，随着股市回暖，一些投资者开始将货币基金或债券基金转换成股票基金。中信银行重庆分行理财师提醒，投资者通过基金转换方式购买股票基金可以节省申购费用，因为对于基金转换，各家公司收取的费用通常由申购费补差和赎回费补差来计算。比如，如果股票基金申购费为 1.5%，赎回费为 0.5%，债券基金申购费为 1%，赎回费为 0，那么由债券基金转换股票基金，申购费补差为 0.5%，赎回费补差为 0。<http://www.cnfund.cn/news/news/2010/02/28/820100228151752.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

金融界网站基金频道 2 月独家特色资讯

特色资讯:

理财观察第五期 中邮基金深陷“大龙门”

<http://fund.jrj.com.cn/focus/lcgx005/index.shtml>

理财观察第八期: 广发华夏再遭“滑铁卢”之败

<http://bank.jrj.com.cn/focus/lcgc008/index.shtml>

理财观察第十一期: 东方系最出色基金经理付勇辞职

<http://fund.jrj.com.cn/focus/lcgc011/index.shtml>

理财观察第十二期: 总经理被逼宫系统摆乌龙 宝盈基金身处风口浪尖

<http://fund.jrj.com.cn/focus/lcgc012/index.shtml>

每周优质基金第一期

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

每周优质基金第二期

<http://fund.jrj.com.cn/focus/jjzb2/index.shtml>

每周优质基金第三期

<http://fund.jrj.com.cn/focus/jjzb3/index.shtml>

新基金公司困局

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

基金投资组合推荐

<http://fund.jrj.com.cn/fundpool/>

文章:

王亚伟批露虎年超额收益来源 10 金股成“国家队”新宠

<http://fund.jrj.com.cn/2010/02/2207006986538.shtml>

揭露社保持仓“腾笼换鸟”36 股名单 新进重仓 10 只个股

<http://fund.jrj.com.cn/2010/02/2607187016902.shtml>

226 只基金重仓平安遭垂直打击 虎年抱团持股名单

<http://fund.jrj.com.cn/2010/02/2407107001344.shtml>

新基发行或为 A 股输血 200 亿 王亚伟力挺新疆板块(附股)

<http://fund.jrj.com.cn/2010/02/2307156993831.shtml>

QFII“潜伏”25 家高转送 飙涨背后基金大举抛售(附股)

<http://fund.jrj.com.cn/2010/02/2507127009097.shtml>

网友关注的基金

网友关注的基金			
代码	基金名称	最新净值	日涨跌
110003	易方达 50 指数	0.8307	0.0024
000011	华夏大盘	10.359	0.023
270005	广发聚丰	0.7495	-0.0014
070010	嘉实主题	1.312	-0.002
519001	银华核心	1.494	0.0056
000041	华夏全球	0.78	-0.008
160706	嘉实沪深	0.831	0.003

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

中金在线基金网 2 月份最具曝光度资讯及编辑点评

前言:

2 月迎来了传统佳节——春节,但是 2 月的市场并没有给我们惊喜,伴随着 2 月市场的震荡,大部分的股基的收益也不太另人乐观。在 2 月,基金经理的变动仍然频繁,东方基金付勇辞职只是其中的代表作而已;在 2 月,新基的发行仍然热烈;在 2 月,基金公司海外扩张的旅程才刚刚开始;在 2 月,随着股指期货、融资融券的逐渐铺开,基金品种创新也是一种必然的趋势。

中金在线基金网 2 月新闻热点:

1. 基金公司或重排座次 ETF 将成虎年“重头戏”
<http://fund.cnfol.com/100212/105,1302,7259638,00.shtml>
2. 东方系最出色基金经理付勇辞职 或引发基金赎回潮
<http://fund.cnfol.com/100224/105,1302,7286759,00.shtml>
3. 大跌后 去年绩优基金今安在?
<http://fund.cnfol.com/100206/105,1484,7233903,00.shtml>
4. 挖角也是艺术!基金经理“私奔”成潮 人才荒待解
<http://fund.cnfol.com/100222/105,1484,7275468,00.shtml>
5. 赚翻后撤离!金融股让王亚伟“轻伤”,下个目标谁(股)
<http://fund.cnfol.com/100202/105,1487,7210249,00.shtml>
6. 持基 or 持币不用犹豫!坚定买入 6 只五星基金(名单)
<http://fund.cnfol.com/100208/105,1494,7236848,00.shtml>
7. 绝佳机遇不容错过!虎年投资 16 只最牛基金(名单)
<http://fund.cnfol.com/100222/105,1494,7275300,00.shtml>

中金在线基金网 2 月专家路演实录:

专家把脉:机会很多低点加仓!坚决投资 6 只好基金
<http://fund.cnfol.com/100202/105,1365,7212283,00.shtml>

专家把脉:时势造英雄,4 只基金可长期持有!
<http://fund.cnfol.com/100204/105,1365,7225202,00.shtml>

专家把脉:小亏不急着赎回 加仓买入 6 只优质基金!
<http://fund.cnfol.com/100205/105,1365,7231895,00.shtml>

专家把脉:节后市场或继续震荡,12 只基金是投资的好选择!
<http://fund.cnfol.com/100212/105,1365,7262758,00.shtml>

专家把脉:长线思维分批加仓 长投最看好 8 只基金!
<http://fund.cnfol.com/100223/105,1365,7284305,00.shtml>

专家把脉:激进组合适当削减 定投考虑 3 只基金!
<http://fund.cnfol.com/100225/105,1365,7297559,00.shtml>

专家把脉:激进者可介入 定投推荐 6 只优秀基金(名单)
<http://fund.cnfol.com/100226/105,1365,7304540,00.shtml>

中金在线基金网 2 月专题:

2010 年 1 月曝光度专题

<http://special.cnfol.com/3716,00.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 2 月份最具曝光度独家新闻及专题

一、 独家资讯(原创内容)

金凤凰·2009 中国年度基金公司榜单揭晓

<http://finance.ifeng.com/fund/special/ndjj2009/jjdt/20100225/1859596.shtml>

新华基金曹名长：机构已看空 股市将围绕 3000 点震荡

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinlv2/jjsd/20100212/1831465.shtml>

华商基金梁永强：对冲流动性 股指将呈区间震荡

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinlv2/jjsd/20100212/1831537.shtml>

广发基金朱平：政策继续退出 股市上半年风险偏大

<http://finance.ifeng.com/fund/special/zhunbeijinlv2/jjsd/20100212/1831570.shtml>

中金所叫停股指期货仿真交易大赛

<http://finance.ifeng.com/gzqh/special/gzqh2010/qzzx/20100226/1863318.shtml>

浙商期货总经理胡军：开户数量不会出现井喷情况

<http://finance.ifeng.com/gzqh/special/gzqh2010/qzzx/20100222/1842481.shtml>

朱民任 IMF 高管后首次对话网媒 盛赞凤凰网财经新闻报道

<http://finance.ifeng.com/bank/special/yabulitenth/yhyjh/20100228/1867958.shtml>

中行向凤凰网证实发债传闻：1 季度发行 249.3 亿次级债

<http://finance.ifeng.com/bank/special/zbczl/pjrz/20100208/1811729.shtml>

二、 专题：

新股破发拷问基金打新机制

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

央行 2010 年第二次上调存款准备金率

<http://finance.ifeng.com/news/special/zhunbeijinlv2/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

全景网 2 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：

元月股基"受创" 打新基金"受伤"

<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/02/jjzk105/>

货基春节"关门谢客" 收益过节"不休假"

<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/02/jjzk106/>

新基加速"输血" 基金"玩"期指未定

<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/02/jjzk107/>

2009 基金经理赚钱榜

<http://www.p5w.net/fund/zt/2010/02/09jjlzb/>

二、全景网原创评论选摘：

市场持续震荡 基金公司谨慎乐观观点并存

<http://www.p5w.net/fund/clbg/201002/t2819681.htm>

市场观望气氛浓厚 震荡行情仍为基金的共识

<http://www.p5w.net/fund/clbg/201002/t2830908.htm>

上交所"创新年"力推交易所交易基金 (ETF)

<http://www.p5w.net/kuaixun/201002/t2823076.htm>

[聚焦 ETF] 南方深成 ETF 基金今日深交所挂牌上市

<http://www.p5w.net/fund/gsd/201002/t2812931.htm>

市场热点轮转中震荡 基金投资另辟“天地”

<http://www.p5w.net/fund/clbg/201002/t2841496.htm>

三、全景网&交易日独家视频选录：

华宝海外解约第三只 QDII 单飞

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100225_77004.html

中国平安重挫部分基金净值遭遇垂直打击

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100224_76864.html

王亚伟率华夏系基金大举申购华泰证券

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100226_77121.html

市场剧烈震荡 半数基民反对基金高仓位

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100223_76687.html

新股接连破发 基金打新热情锐减

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100203_75217.html

股指期货 能给基金带来几分利

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100201_74939.html

新年 8 只基金募集结束

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100204_75362.html

1 月九成偏股基金跑赢大盘

http://www.p5w.net/tradingday/dcyjj/201002/t20100201_74919.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

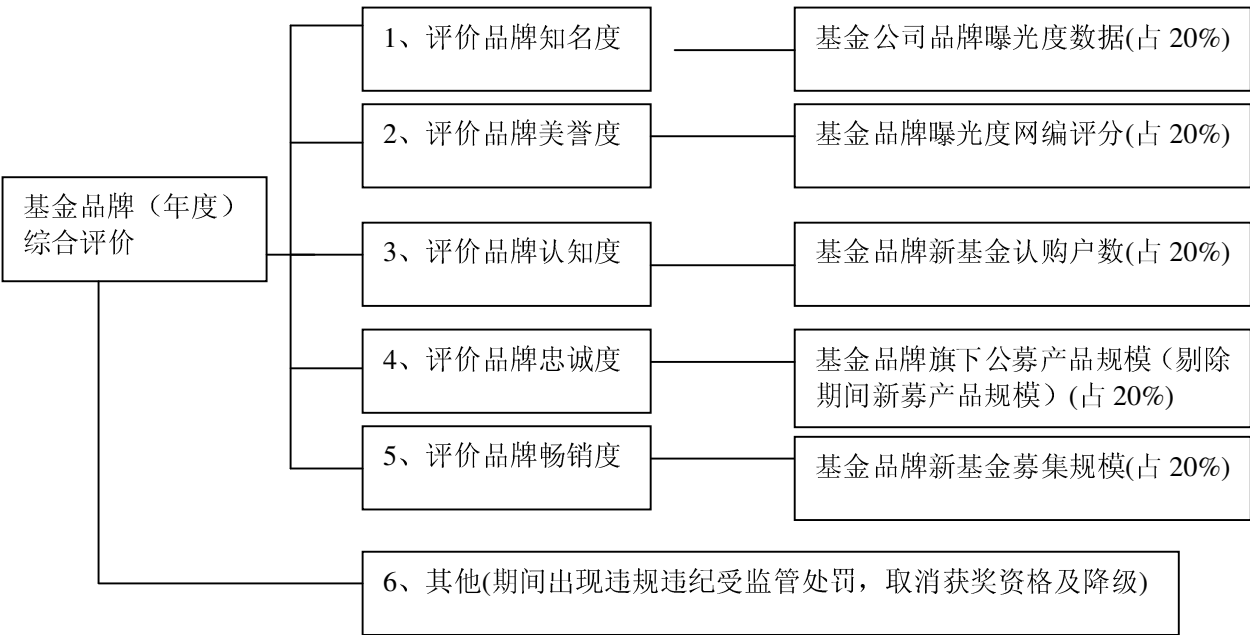
Tel: 0755-83990163 邮箱：hxx@p5w.net MSN: szhxx@hotmail.com

公司地址：广东省深圳市福田区红荔西路上海工业区 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）数据中心，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