

2009中国基金行业品牌评级报告

协办支持基金网络媒体：(排名不分先后, 代表参与评分权限一致)



协办支持杂志及电视媒体：



评价体系数据及资讯支持：

深圳证券信息公司（全景网）数据中心



2009 年中国基金行业品牌评级报告

- 全景遵守法律法规，以品牌学理论为指导，以国内外基金评价方法为参考，独立创建这项关于基金品牌的年度综合性评价体系。本项开创性研究顺应市场需求、在基金品牌曝光度研究基础发展起来的，有别于“基金业绩评价”，填补了市场关于基金品牌评价业务的一项空白。
- 全景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、品牌畅销度五大考核指标，结合基金市场实际情况，对应的基金品牌 10 项评分指标分别是曝光度占有率、资产规模占有率、网编评价得分、利润分配比率、新基金认购户数占有率、老基金持有户数占有率、老基金期末规模占有率、老基金赎回率反向考评、新基金募集规模占有率、新基金缩水程度反向考评等，各评分指标最高分值均为 10 分。除网编评价是定量基础上的定性评分指标外，其他皆为定量评分指标。
- 本期报告考察评价对象是 2009 年期间运营的全行业 60 家基金公司品牌。获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价”前 12 位的依次是：华夏基金、易方达基金、博时基金、嘉实基金、工银瑞信、南方基金、大成基金、交银施罗德、广发基金、上投摩根、富国基金、华安基金。上述基金品牌，在本项评价中获较高的分值，依据本评价体系星级评定规则，给予五星级品牌评定。
- 本项评价是基于历史数据而作出的，所有受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。
- 本报告中的评价结果及任何观点评论不排除存在一定的局限性，不构成公众对所述基金品牌旗下产品买卖的推荐，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。
- 任何组织和个人，未经允许，不得使用本报告中的信息用于商业目的。

发布日期：2010 年 5 月 20 日

报告编委

指导监督：

郑 颂 张 华

执笔：

黄晓旋

数据：

张 俊 秦 宁

冯翊群 史学勇

杨采燕

核查：

于 欣 余武俊

刘 欣

参与评分网编

全景基金频道：黄晓旋

搜狐基金频道：姜隆

腾讯基金频道：施艳霞

金融界基金频道：李晓阳

MSN 基金频道：任宪奎

中国基金网：王飞

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：孙莹

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)

品牌推广：

包莹

联系方式：

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163



报 告 目 录

2009年中国基金行业品牌评级报告摘要 (2)

第一部分 全景基金品牌评级体系介绍

- 1.1 全景基金品牌评价体系之报告缘起 (4)
- 1.2 全景基金品牌评价体系之评价方法简介 (4)
 - 1.2.1 全景基金品牌评分体系简介及图示 (4)
 - 1.2.2 全景基金品牌星级评定简介及图示 (4)
 - 1.2.3 全景基金品牌各项评分指标说明 (5)
 - 1.2.4 全景基金品牌星级评定附加条件说明 (7)
- 1.3 2009年全景基金品牌评价的特别声明 (7)

第二部分 2009年中国基金行业品牌评级报告正文

2.0.0 2009年基金品牌综合评价评级结果汇总报表 (8)

- 2.1.0 基金品牌知名度考核评分结果 (10)
 - 2.1.1 基金品牌知名度评分1——曝光度占有率考核结果 (11)
 - 2.1.2 基金品牌知名度评分2——资产规模占有率考核结果 (12)
- 2.2.0 基金品牌美誉度考核评分结果 (13)
 - 2.2.1 基金品牌美誉度评分1——网编评价得分考评结果 (14)
 - 2.2.2 基金品牌美誉度评分2——利润分配比率考核结果 (16)
- 2.3.0 基金品牌认知度考核评分结果 (18)
 - 2.3.1 基金品牌认知度1——新基金认购户数占有率考核结果 (19)
 - 2.3.2 基金品牌认知度2——老基金持有人户数占有率考核结果 (20)
- 2.4.0 基金品牌忠诚度考核评分结果 (21)
 - 2.4.1 基金品牌忠诚度1——老基金期末规模占有率统计考核结果 (22)
 - 2.4.2 基金品牌忠诚度2——老基金净赎回率反向考评考核结果 (23)
- 2.5.0 基金品牌畅销度考核评分结果 (25)
 - 2.5.1 基金品牌畅销度1——新基金募集规模占有率考核结果 (26)
 - 2.5.2 基金品牌畅销度2——新基金缩水程度反向考评考核结果 (27)

附录部分

- 编者总结及评述 (29)
- 版权及免责声明 (30)

第一部分 全景基金品牌评级体系介绍

1.1 全景基金品牌评价体系之报告缘起

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，全景正式以“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 12 家专业基金网媒先后支持发布推广。此外，《股市动态分析》杂志经常报道相关内容，报告的数据及研究结论也常被专业媒体所引述。

截至 2010 年 5 月，《全景基金品牌曝光度观察报告》系列已公开发布累计达 20 个月，广受基金业界人士关注与喜爱，其中的榜单已经成了多数基金公司考核自身品牌建设的权威标准之一，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。

当前，国内基金市场研究领域尚缺一项对基金品牌方面的合规化、专业性、权威性评价，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参考指标；更重要的是让公众对基金品牌有更多的了解与认知，在选择基金管理人时，多一份有价值的参考。全景遵守管理层相关法律法规，以品牌学理论为指导，以国内外基金评价方法为参考，独立创建这项关于基金品牌的综合性评价体系。本项开创性研究顺应了市场需求，是在基金品牌曝光度研究基础发展起来的，有别于“基金业绩评价”，填补了市场上关于“基金品牌评价”业务的一项空白。

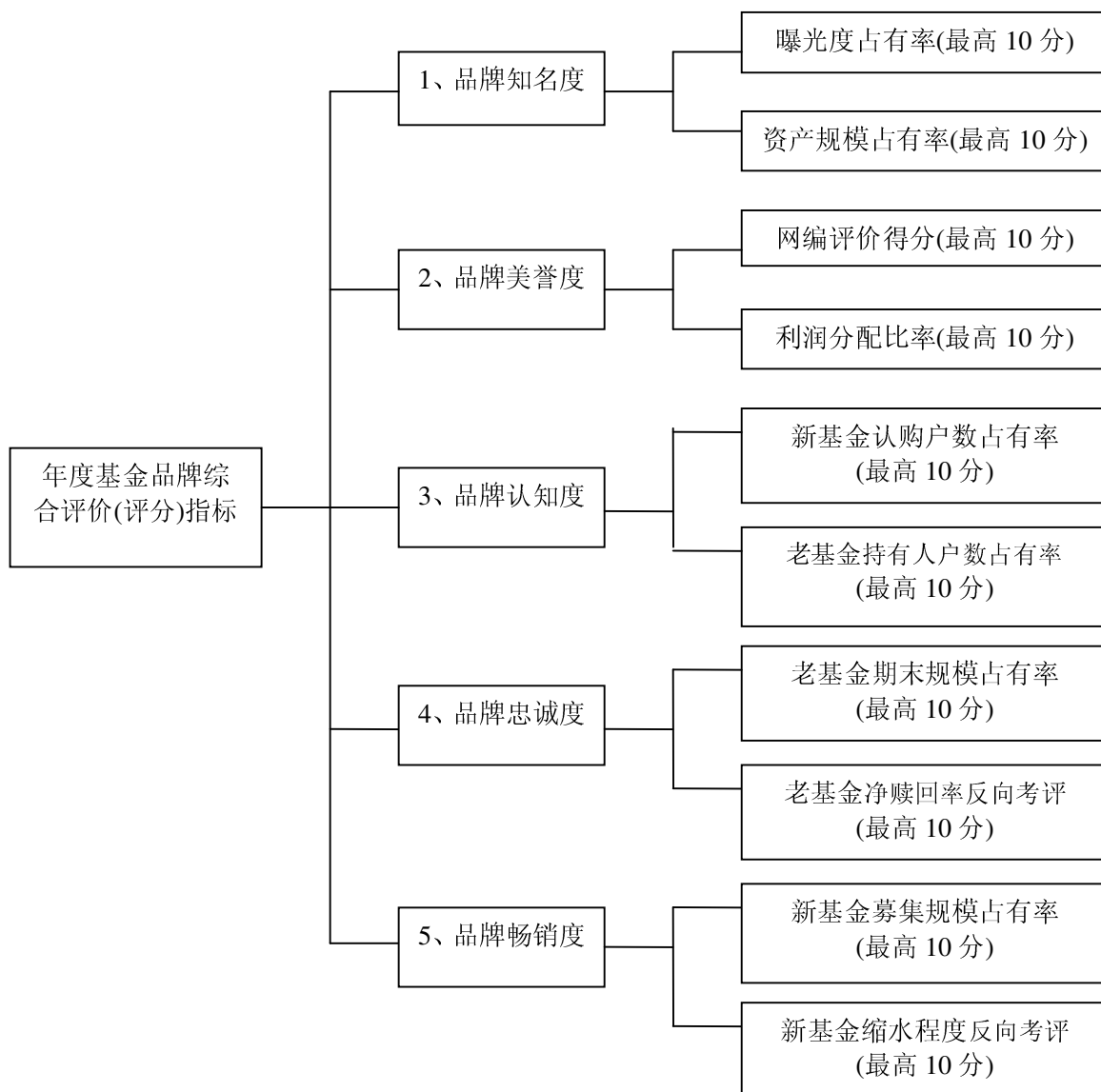
今年 2 月份，基于往期曝光度数据及基金 2009 年 4 季报公开数据，全景首次完成并发布首份基金行业的年度品牌评价报告。该报告得到管理层领导、基金业界领导、品牌学界专家以及众多热心人士的好评，对这项创新的“基金品牌评价”寄予厚望并提出一些建设性修改意见。现根据这些宝贵建议，结合基金年度报告中更多与品牌相关的可量化的客观数据，升级 2009 年基金品牌评价报告。经过严肃的讨论研究、大量的数据统计以及多次的比较复核，最终形成相对成熟的基金品牌评价体系，并发布这项业界首创的“基金品牌评级报告”。

1.2 全景基金品牌评价体系之评价方法简介

1.2.1 全景基金品牌评分体系简介及图示

全景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、品牌畅销度五大考核指标，结合基金市场实际情况，对应上述五大考核指标，每个考核指标各设置 2 个独立评分指标，共有 10 大评分指标，分别是基金公司品牌曝光度占有率、资产规模占有率、网编评价得分、利润分配比率、新基金认购户数占有率、老基金持有人户数占有率、老基金期末规模占有率、老基金净赎回率反向考评、新基金募集规模占有率、新基金缩水程度反向考评等，每个评分指标最高分值皆为 10 分，理论上，本品牌评分体系最高分为 100 分。除美誉度之一的网编评价是定量基础上的定性评分指标外，其他皆为定量评分指标。（图示如下）

图表 1-2-1 全景基金品牌 2009 年度综合评价之评分指标图示



1.2.2 全景基金品牌星级评定简介及图示

本评价体系采取星级评定方法，共设五个星级：五星级、四星级、三星级、二星级、一星级。所有参加评级的基金公司品牌按照综合评价得分（五大考核指标综合得分）从大到小排列，前 20%为五星级，20%—40%为四星级，40%—60%为三星级，60%—80%为二星级，后 20%为一星级，得分相同星级并列。

图表 1-2-2: 全景基金品牌年度评价体系星级划分

排名顺序	星级
$i \leq 20\%$	★★★★★
$20\% < i \leq 40\%$	★★★★
$40\% < i \leq 60\%$	★★★
$60\% < i \leq 80\%$	★★
$80\% < i$	★



星级评定附加条件:

- 1) 考核评价期间基金公司及其雇员因违规违纪被管理层公开处罚的, 取消其品牌星级评定。
- 2) 截至考核评价期末, 基金公司成立时间不满 3 周年的, 不予星级评定。

1.2.3 全景基金品牌各项评分指标说明

1、基金品牌知名度考核指标。

- 1) **基金品牌曝光度占有率评分指标。**以基金公司品牌简称新闻曝光度年度累计数据为考核, 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。品牌学有关析义认为, 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, 公众媒体上被曝光越多, 公众对于品牌的“知晓”程度越大, 因而基金品牌曝光是评价品牌知名度的最贴切选择之一。
- 2) **资产规模占有率评分指标。**参考国内外众多品牌评价, “市场占有率”一直是必须考虑的重要指标。对于基金行业而言, 基金公司管理下的公募基金产品资产净值累计规模, 是“市场占有率”最常用的参考指标, 也是最受关注的基金公司排名指标之一, 更是品牌市场地位的最有说服力的衡量标准。因此, 本项评价把它作为知名度考核的两大评分指标之一。

2、基金品牌美誉度考核指标。

- 1) **基金网编评价评分指标。**以知名度来评价品牌价值远远不足, 并且曝光度数据也存在局限性, 因而, 全景采用专业基金网媒编辑评分方式来给予基金品牌美誉度评分。本次评价——2009 年度基金品牌网编评分共 5 大类(影响力、美化度、信任度、关注度、行业贡献) 10 小项指标(新闻曝光质量、基金人物影响力、正面传播力度、负面影响程度、信披合规性、管理人守法程度、网编推荐力度、网民关注程度、投资者教育、慈善参与度), 这是对基金品牌美誉度比较全面具体的评价。参与本项评价的群体是当前对基金品牌新闻曝光度评价最具发言权的群体之一, 也是主导基金专业网络媒体舆论的意见领袖, 所服务的媒体是国内市场所公认的主流基金网媒, 工作的职责使其对基金新闻的了解更为全面、系统、持续。这是本项评价的惟一定性评分指标, 占 10% 权重。
- 2) **利润分配比率评分指标。**本评价体系中的利润分配比率是指品牌所属公募基金品种(货币基金除外) 期间利润分配总额与评价期间实现利润总额之比。按既往历史表现, 基金在盈利之后进行“现金分红”形式的利润分配, 经常起到为持有人“落袋为安”、“高位减仓”的作用, 所以有识之士把之当成基金公司履行“社会责任”的重要表现, 应予以鼓励; 另外, 重视“分红”的基金公司也给公众留下美好形象, 为品牌美誉度增彩添色。而且, 期间“高分红”的基金公司, 期末的资产管理规模将受影响而减少, 降低了本项评价之中的相关评分指标得分, 所以, 把利润分配比率作为基金品牌美誉度评价的另一重要指标, 也弥补了相关考核指标的不公平之处。

3、基金品牌认知度考核指标。

- 1) **新基金认购户数占有率评分指标。**品牌学理论认为, 品牌的知名度是从消费者知晓品牌的广度方面而言的, 而品牌认知度则是从消费者知晓品牌的深度方面而言。就基金品牌认知度而言, 基金投资者认知程度最深的是直接认购了基金, 越多基金投资者自发认购某品牌旗下基金, 该品牌的认知程度必然越高。新基金(考核评价期间成立的公募基金品种, 下同) 认购户数是每一只基金成立时候必须披露的数据, 统计考核期间品牌旗下所有新基金认购户数并进行标准化评分, 这是本项评价基金品牌认知度的重要指标。
- 2) **老基金持有人户数占有率评分指标。**老基金(考核评价期初之前成立的公募基金品种, 下同) 期末持有人户数也直接反映了对基金公司品牌“认知”以至于“认同”的人群的多寡, 越多人持有基金品牌旗下相关产品, 说明了该品牌的“认知度”越高。因此, 与新基金认购户数一样, 老基金持有人户数也成为本项评价重要评分指标之一。公众认可的品牌才是真正的好品牌, 本项评价的两项“认知度”评分指标实际上也是基于“公众”的客观量化考核。



4、基金品牌忠诚度考核指标。

- 1) **老基金期末规模占有率评分指标。**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。全景以基金品牌旗下公募产品规模（剔除期间新募基金规模）期末数据来评价，考评的是品牌旗下老基金保有量状况，这是最能够反映基金品牌忠诚度客观量化的指标，此类评分考核数据以基金公司公开披露的期末规模客观数据为准。
- 2) **老基金净赎回率反向考评指标。**期末老基金保有量是静态的考核，有一定的局限性，没考虑期间申购赎回变动情况，全景认为，基金品牌旗下产品期间净赎回越多，表明品牌的忠诚度越低。因此，选择老基金净赎回率反向考评为本项评价忠诚度的另一重要评分指标。

5、基金品牌畅销度考核指标。

- 1) **新基金募集规模占有率评分指标。**考核期间基金品牌旗下新基金募集规模，这是基金公司法定披露的重要数据，也是基金品牌畅销度考核最有说服力的量化指标。
- 2) **新基金缩水程度反向考评指标。**期间成立的新基金到了期末出现缩水，是被认购者赎回所致，可能反映了持有人对该品牌的不信任而“用脚投票”，也可能是管理人通过“帮忙资金”注水，在完成任务之后撤回。仅新基金募集规模反映品牌好坏并非完全合适，加入新基金缩水程度反向考评，也修正了“新基金募集规模占有率评分指标”的局限。

1.2.4 全景基金品牌星级评定附加条件说明

- 1、考核评价期间基金公司及其雇员因违规被管理层公开处罚，品牌形象必然大受损伤，这可由品牌美誉度网编评价分值体现出来；但为了鼓励和倡导基金公司着眼长远发展，避免短期不利于持有人的行为，从保护投资者利益角度出发，本评价体系加大惩罚性评价，直接取消此类品牌的星级评定。好品牌应该值得信任，受处罚的管理人也应该暂停给予“好评价”。
- 2、基金公司成立时间不满3周年的，其品牌不予星级评定。理由有二：成立期较短一般品牌特性难以定型；管理层相关基金评价法规对评级的具体要求。

1.3 全景基金品牌评价的特别声明

本项评价运用的是品牌价值社会化评价，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，评价的所有分值都是横向比较而言，并非品牌资产价值的具体评价。

本项评价将考核所有在2009年年度完整运营的基金公司品牌，对于期间成立或者期间被撤销的基金公司将不列入考核，2009年共有60家基金品牌列入考核评价。

本项评价考核截止时间为2009年12月31日，所有基金公司品牌简称以该时点为准，不考虑之后至本报告发布时基金公司所发生更名的情形，所公布结果不代表对更名后基金公司品牌的评价。

按本项评价方法，部分期间没有新基金发行的基金品牌，畅销度指标分值为0分，全景认为，管理层未放行其品种发行一定有其原因，所导致的本项评价分值较低，也并不违背本项评价结果的客观公正性。

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产品进行分析，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。

由于本项评价体系尚属首创，不足之处在所难免，欢迎基金业界领导、专家、学者以及广大关注基金行业的师友指点批评。全景将不断完善这项事关品牌建设的独特评价体系；秉持独立、诚信、勤勉、尽责的原则，为广大基金投资者、基金管理人及基金相关服务机构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。

第二部分 2009 年中国基金行业品牌评级报告正文

2.0.0 2009 年基金品牌综合评价评级结果汇总报表

表 2-0-0

品牌简称	知名度	美誉度	认知度	忠诚度	畅销度	综合评价	排序	星级评定
华夏基金	18.32	10.65	19.90	14.22	18.43	81.53	1	★★★★★
易方达基金	16.00	9.52	14.64	11.29	12.08	63.54	2	★★★★★
博时基金	10.27	9.30	10.58	12.76	8.23	51.15	3	★★★★★
嘉实基金	9.85	8.28	9.81	14.20	8.17	50.31	4	★★★★★
工银瑞信	8.51	18.45	3.94	8.66	8.41	47.97	5	★★★★★
南方基金	9.79	8.39	8.00	10.56	10.52	47.26	6	★★★★★
大成基金	8.57	8.71	10.75	12.53	5.71	46.26	7	★★★★★
交银施罗德	9.45	7.61	5.24	9.92	14.03	46.26	8	★★★★★
广发基金	6.74	7.72	10.41	10.41	9.06	44.34	9	★★★★★
上投摩根	10.03	10.52	4.62	8.58	6.53	40.28	10	★★★★★
富国基金	5.82	9.21	3.17	9.00	8.72	35.92	11	★★★★★
华安基金	7.32	7.41	5.58	8.38	7.02	35.72	12	★★★★★
国投瑞银	6.69	9.97	1.65	6.85	10.23	35.39	13	★★★★
国泰基金	5.37	9.09	3.13	10.12	7.52	35.22	14	★★★★
银华基金	5.86	8.40	5.28	8.23	6.66	34.43	15	★★★★
汇添富基金	4.99	8.06	5.04	7.43	8.86	34.37	16	★★★★
兴业全球	4.86	11.62	1.75	8.12	6.08	32.43	17	★★★★
中邮基金	2.87	6.77	5.25	8.37	8.47	31.73	18	★★★★
海富通基金	4.62	9.04	2.42	8.19	6.29	30.56	19	★★★★
长盛基金	3.91	6.94	1.82	5.96	11.80	30.42	20	★★★★
国海富兰克林	2.76	13.67	1.68	5.89	6.37	30.37	21	★★★★
华宝兴业	7.52	8.01	2.31	8.08	4.41	30.33	22	★★★★
泰达荷银	6.67	8.17	1.75	6.45	7.20	30.25	23	★★★★
鹏华基金	5.10	7.97	3.85	7.20	5.91	30.04	24	★★★★
农银汇理	2.46	11.94	6.47	1.86	6.90	29.63	26	★★★
申万巴黎	4.09	7.22	1.18	9.38	7.03	28.90	27	★★★
中银基金	2.88	10.08	2.75	6.66	6.28	28.65	28	★★★
建信基金	3.67	7.94	3.90	6.37	6.50	28.39	29	★★★
光大保德信	4.42	6.84	2.57	7.99	5.67	27.49	31	★★★
友邦华泰	4.58	8.08	2.36	7.25	4.79	27.05	32	★★★



品牌简称	知名度	美誉度	认知度	忠诚度	畅销度	综合评价	排序	星级评定
诺安基金	3.45	5.80	3.38	8.50	5.77	26.90	33	★★★★
新华基金	0.90	7.64	0.72	10.27	5.81	25.35	34	★★★★
华商基金	1.91	7.05	1.16	6.98	6.67	23.77	35	★★★★
招商基金	3.62	7.18	2.82	5.06	5.02	23.71	36	★★★★
长信基金	2.30	5.95	1.53	7.12	6.09	23.00	37	★★★
汇丰晋信	3.49	7.79	1.04	3.77	6.83	22.91	38	★★★
宝盈基金	1.54	8.73	0.84	5.14	6.53	22.78	39	★★★
中海基金	2.37	5.93	1.23	6.31	6.92	22.76	40	★★★
万家基金	1.59	8.18	1.36	6.01	4.97	22.12	42	★★★
金鹰基金	1.34	7.53	0.72	5.79	6.30	21.68	43	★★★
信达澳银	2.71	6.51	1.02	4.77	6.45	21.46	44	★★★
银河基金	1.88	8.18	0.85	3.59	6.22	20.72	45	★★★
摩根士丹利华鑫	1.82	6.39	0.29	4.87	7.34	20.71	46	★★★
信诚基金	1.87	5.98	0.88	5.42	6.09	20.23	47	★★★
华富基金	1.43	6.55	0.50	5.06	6.58	20.11	48	★★★
国联安基金	1.66	6.15	0.60	6.77	4.54	19.73	49	★★
天弘基金	0.92	5.20	0.57	5.32	7.66	19.68	50	★★
中欧基金	1.23	5.89	2.15	4.45	5.46	19.17	51	★★
泰信基金	1.55	5.81	0.80	5.42	5.32	18.91	52	★★
金元比联	1.61	7.24	0.80	3.90	4.52	18.07	53	★★
天治基金	1.39	5.35	0.46	4.53	5.53	17.27	54	★★
东方基金	1.21	5.06	0.84	5.21	4.89	17.21	55	★★
东吴基金	1.67	5.09	1.12	3.88	4.28	16.03	57	★★
诺德基金	0.72	4.78	0.45	4.77	3.38	14.11	58	★★
益民基金	1.07	5.83	0.44	5.52	0.00	12.86	60	★★
浦银安盛	1.37	5.67	0.46	3.12	5.62	16.23	56	无
民生加银	1.75	7.37	0.65	0.00	4.11	13.87	59	无
景顺长城	6.24	5.56	3.65	8.40	5.94	29.78	25	取消
融通基金	4.18	5.73	4.33	9.03	4.27	27.54	30	取消
长城基金	3.69	3.51	3.04	7.81	4.24	22.28	41	取消

备注：本表综合评价结果是本项评价的最终结果，考核评价截至日期为 2009 年 12 月 31 日。排序以综合评价得分高低为序，综合评价得分是前五项考核指标得分的累加。全行业 60 家品牌按排名顺序分 5 个等级给予星级评定；浦银安盛、民生加银成立时间不满 3 周年，不予星级评定；融通基金、景顺长城、长城基金因“老鼠仓”被监管层处罚，本项评价取消其星级认定。各项考核指标具体评分见下列各表。

各项评价指标考核结果

2.1.0 基金品牌知名度考核评分结果

表 2-1-0

品牌简称	曝光度占有率得分	规模占有率得分	知名度得分	排序	品牌简称	曝光度占有率得分	规模占有率得分	知名度得分	排序
华夏基金	8.32	10.00	18.32	1	汇丰晋信	3.12	0.37	3.49	31
易方达基金	10.00	6.00	16.00	2	诺安基金	1.53	1.92	3.45	32
博时基金	4.61	5.66	10.27	3	中银基金	1.79	1.09	2.88	33
上投摩根	7.83	2.20	10.03	4	中邮基金	1.05	1.82	2.87	34
嘉实基金	3.96	5.89	9.85	5	国海富兰克林	2.07	0.69	2.76	35
南方基金	5.19	4.60	9.79	6	信达澳银	2.33	0.38	2.71	36
交银施罗德	5.98	3.48	9.45	7	农银汇理	1.96	0.50	2.46	37
大成基金	4.58	3.99	8.57	8	中海基金	1.60	0.77	2.37	38
工银瑞信	6.15	2.36	8.51	9	长信基金	1.27	1.03	2.30	39
华宝兴业	5.19	2.33	7.52	10	华商基金	1.41	0.50	1.91	40
华安基金	3.82	3.50	7.32	11	银河基金	1.39	0.49	1.88	41
广发基金	2.59	4.16	6.74	12	信诚基金	1.36	0.51	1.87	42
国投瑞银	5.25	1.45	6.69	13	摩根士丹利华鑫	1.70	0.12	1.82	43
泰达荷银	5.53	1.14	6.67	14	民生加银	1.70	0.05	1.75	44
景顺长城	4.22	2.02	6.24	15	东吴基金	1.41	0.26	1.67	45
银华基金	3.05	2.81	5.86	16	国联安基金	1.28	0.38	1.66	46
富国基金	3.36	2.46	5.82	17	金元比联	1.48	0.12	1.61	47
国泰基金	3.13	2.24	5.37	18	万家基金	1.02	0.57	1.59	48
鹏华基金	2.86	2.25	5.10	19	泰信基金	1.04	0.51	1.55	49
汇添富基金	2.67	2.32	4.99	20	宝盈基金	1.11	0.43	1.54	50
兴业全球	3.23	1.64	4.86	21	华富基金	1.21	0.22	1.43	51
海富通基金	2.89	1.72	4.62	22	天治基金	1.18	0.21	1.39	52
友邦华泰	3.75	0.83	4.58	23	浦银安盛	1.31	0.07	1.37	53
光大保德信	2.92	1.50	4.42	24	金鹰基金	1.16	0.18	1.34	54
融通基金	1.94	2.24	4.18	25	中欧基金	1.05	0.18	1.23	55
申万巴黎	3.20	0.89	4.09	26	东方基金	0.82	0.39	1.21	56
长盛基金	2.08	1.82	3.91	27	益民基金	0.78	0.29	1.07	57
长城基金	2.12	1.57	3.69	28	天弘基金	0.75	0.17	0.92	58
建信基金	2.03	1.65	3.67	29	新华基金	0.63	0.27	0.90	59
招商基金	2.28	1.34	3.62	30	诺德基金	0.56	0.17	0.72	60

备注：知名度得分=曝光度占有率得分+规模占有率得分”。曝光度占有率及规模占有率最高得分皆为 10 分。考核评分截止日期为 2009 年 12 月 31 日。详细如表 2-1-1 及 2-1-2。

2.1.1 基金品牌知名度评分 1——曝光度占有率考核结果

表 2-1-1

品牌简称	年累计曝光度(篇)	曝光度占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	年累计曝光度(篇)	曝光度占有率(%)	计入评价分值	排序
易方达基金	17078	6.03	10.00	1	国海富兰克林	3542	1.25	2.07	31
华夏基金	14203	5.02	8.32	2	建信基金	3461	1.22	2.03	32
上投摩根	13373	4.72	7.83	3	农银汇理	3352	1.18	1.96	33
工银瑞信	10507	3.71	6.15	4	融通基金	3310	1.17	1.94	34
交银施罗德	10206	3.60	5.98	5	中银基金	3059	1.08	1.79	35
泰达荷银	9452	3.34	5.53	6	摩根士丹利华鑫	2905	1.03	1.70	36
国投瑞银	8959	3.16	5.25	7	民生加银	2896	1.02	1.70	37
华宝兴业	8869	3.13	5.19	8	中海基金	2738	0.97	1.60	38
南方基金	8863	3.13	5.19	9	诺安基金	2605	0.92	1.53	39
博时基金	7875	2.78	4.61	10	金元比联	2535	0.90	1.48	40
大成基金	7817	2.76	4.58	11	华商基金	2403	0.85	1.41	41
景顺长城	7200	2.54	4.22	12	东吴基金	2401	0.85	1.41	42
嘉实基金	6770	2.39	3.96	13	银河基金	2366	0.84	1.39	43
华安基金	6522	2.30	3.82	14	信诚基金	2328	0.82	1.36	44
友邦华泰	6397	2.26	3.75	15	浦银安盛	2229	0.79	1.31	45
富国基金	5738	2.03	3.36	16	国联安基金	2179	0.77	1.28	46
兴业全球	5512	1.95	3.23	17	长信基金	2165	0.76	1.27	47
申万巴黎	5470	1.93	3.20	18	华富基金	2061	0.73	1.21	48
国泰基金	5353	1.89	3.13	19	天治基金	2018	0.71	1.18	49
汇丰晋信	5324	1.88	3.12	20	金鹰基金	1989	0.70	1.16	50
银华基金	5208	1.84	3.05	21	宝盈基金	1897	0.67	1.11	51
光大保德信	4995	1.76	2.92	22	中邮基金	1794	0.63	1.05	52
海富通基金	4940	1.74	2.89	23	中欧基金	1791	0.63	1.05	53
鹏华基金	4883	1.72	2.86	24	泰信基金	1776	0.63	1.04	54
汇添富基金	4566	1.61	2.67	25	万家基金	1746	0.62	1.02	55
广发基金	4417	1.56	2.59	26	东方基金	1405	0.50	0.82	56
信达澳银	3979	1.41	2.33	27	益民基金	1339	0.47	0.78	57
招商基金	3899	1.38	2.28	28	天弘基金	1282	0.45	0.75	58
长城基金	3622	1.28	2.12	29	新华基金	1074	0.38	0.63	59
长盛基金	3556	1.26	2.08	30	诺德基金	949	0.34	0.56	60

备注：本表“年累计曝光度”数据基于全景财经搜索，主要是以基金品牌简称为关键词的搜索统计结果，每月统计发布一次，详细见《基金品牌财经媒体曝光度(月度)观察报告》系列之基金品牌曝光度榜单。

特例，统计期间发生更名的基金公司，列入评分的曝光度记录仅统计更名后的月度数据。“新世纪基金”2009年9月28日更名为“新华基金”，评价“新华基金”曝光度记录仅统计更名后月度数据。

各基金品牌计入评价分值以其一年累计曝光度数据占有率为考核标的，按10分制计算，第一名得分为10分，第N名得分=(第N名全年曝光度占有率/第一名全年曝光度占有率)*10。

2.1.2 基金品牌知名度评分 2——资产规模占有率考核结果

表 2-1-2

品牌简称	资产净值规模(亿元)	资产规模占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	资产净值规模(亿元)	资产规模占有率(%)	计入评价分值	排序
华夏基金	2657.59	9.93	10.00	1	中银基金	289.98	1.08	1.09	31
易方达基金	1595.23	5.96	6.00	2	长信基金	274.72	1.03	1.03	32
嘉实基金	1564.21	5.85	5.89	3	申万巴黎	236.62	0.88	0.89	33
博时基金	1504.56	5.62	5.66	4	友邦华泰	220.68	0.82	0.83	34
南方基金	1222.71	4.57	4.60	5	中海基金	204.76	0.77	0.77	35
广发基金	1104.71	4.13	4.16	6	国海富兰克林	183.48	0.69	0.69	36
大成基金	1060.47	3.96	3.99	7	万家基金	150.28	0.56	0.57	37
华安基金	930.18	3.48	3.50	8	泰信基金	136.27	0.51	0.51	38
交银施罗德	923.92	3.45	3.48	9	信诚基金	134.48	0.50	0.51	39
银华基金	747.09	2.79	2.81	10	华商基金	133.84	0.50	0.50	40
富国基金	653.64	2.44	2.46	11	农银汇理	131.73	0.49	0.50	41
工银瑞信	626.76	2.34	2.36	12	银河基金	130.12	0.49	0.49	42
华宝兴业	619.54	2.32	2.33	13	宝盈基金	114.33	0.43	0.43	43
汇添富基金	615.47	2.30	2.32	14	东方基金	103.82	0.39	0.39	44
鹏华基金	596.72	2.23	2.25	15	国联安基金	102.3	0.38	0.38	45
融通基金	595.33	2.22	2.24	16	信达澳银	100.38	0.38	0.38	46
国泰基金	594.03	2.22	2.24	17	汇丰晋信	99.48	0.37	0.37	47
上投摩根	584.6	2.18	2.20	18	益民基金	76.48	0.29	0.29	48
景顺长城	536.8	2.01	2.02	19	新华基金	71.4	0.27	0.27	49
诺安基金	511.57	1.91	1.92	20	东吴基金	70.26	0.26	0.26	50
长盛基金	484.75	1.81	1.82	21	华富基金	59.34	0.22	0.22	51
中邮基金	482.67	1.80	1.82	22	天治基金	54.76	0.20	0.21	52
海富通基金	458.19	1.71	1.72	23	中欧基金	47.41	0.18	0.18	53
建信基金	437.34	1.63	1.65	24	金鹰基金	46.53	0.17	0.18	54
兴业全球	434.57	1.62	1.64	25	天弘基金	45.02	0.17	0.17	55
长城基金	415.94	1.55	1.57	26	诺德基金	44.73	0.17	0.17	56
光大保德信	398.25	1.49	1.50	27	金元比联	32.9	0.12	0.12	57
国投瑞银	384.54	1.44	1.45	28	摩根士丹利华鑫	32.59	0.12	0.12	58
招商基金	355.57	1.33	1.34	29	浦银安盛	18.39	0.07	0.07	59
泰达荷银	302.46	1.13	1.14	30	民生加银	14.29	0.05	0.05	60

备注：本表“资产净值规模”数据由深圳证券信息有限公司(全景网)数据中心提供, 基于公开报表采集统计, 各基金品牌数据仅统计公募产品资产净值规模累加, 时点为 2009 年 12 月 31 日。

各基金品牌计入评价分值以其资产净值规模占有率为考核标的, 按 10 分制计算, 第一名为满分 10 分, 第 N 名得分 = (第 N 名资产规模占有率/第一名资产规模占有率) * 10。



2.2.0 基金品牌美誉度考核评分结果

表 2-2-0

品牌简称	网编评价得分	利润分配得分	美誉度得分	排序	品牌简称	网编评价得分	利润分配得分	美誉度得分	排序
工银瑞信	8.45	10.00	18.45	1	金鹰基金	5.52	2.01	7.53	31
国海富兰克林	6.87	6.80	13.67	2	华安基金	6.38	1.03	7.41	32
农银汇理	6.02	5.92	11.94	3	民生加银	5.63	1.74	7.37	33
兴业全球	8.73	2.89	11.62	4	金元比联	5.22	2.01	7.24	34
华夏基金	10.00	0.65	10.65	5	申万巴黎	7.14	0.08	7.22	35
上投摩根	9.07	1.45	10.52	6	招商基金	7.18	0.00	7.18	36
中银基金	6.57	3.51	10.08	7	华商基金	6.67	0.38	7.05	37
国投瑞银	8.55	1.42	9.97	8	长盛基金	6.67	0.27	6.94	38
易方达基金	9.06	0.46	9.52	9	光大保德信	6.77	0.06	6.84	39
博时基金	8.70	0.61	9.30	10	中邮基金	6.62	0.15	6.77	40
富国基金	7.92	1.29	9.21	11	华富基金	5.83	0.73	6.55	41
国泰基金	7.27	1.82	9.09	12	信达澳银	6.41	0.10	6.51	42
海富通基金	7.11	1.93	9.04	13	摩根士丹利华鑫	6.39	0.00	6.39	43
宝盈基金	5.23	3.51	8.73	14	国联安基金	5.68	0.47	6.15	44
大成基金	8.33	0.38	8.71	15	信诚基金	5.89	0.09	5.98	45
银华基金	8.25	0.15	8.40	16	长信基金	5.82	0.13	5.95	46
南方基金	7.78	0.60	8.39	17	中海基金	5.59	0.34	5.93	47
嘉实基金	8.02	0.27	8.28	18	中欧基金	5.22	0.67	5.89	48
万家基金	4.79	3.39	8.18	19	益民基金	4.84	0.98	5.83	49
银河基金	5.79	2.39	8.18	20	泰信基金	5.19	0.62	5.81	50
泰达荷银	7.90	0.27	8.17	21	诺安基金	5.49	0.32	5.80	51
友邦华泰	7.15	0.93	8.08	22	融通基金	3.72	2.00	5.73	52
汇添富基金	8.00	0.06	8.06	23	浦银安盛	5.67	0.00	5.67	53
华宝兴业	7.83	0.19	8.01	24	景顺长城	4.07	1.48	5.56	54
鹏华基金	7.57	0.40	7.97	25	天治基金	5.35	0.00	5.35	55
建信基金	7.07	0.87	7.94	26	天弘基金	4.72	0.48	5.20	56
汇丰晋信	7.03	0.77	7.79	27	东吴基金	5.05	0.04	5.09	57
广发基金	7.53	0.19	7.72	28	东方基金	5.06	0.00	5.06	58
新华基金	7.60	0.05	7.64	29	诺德基金	4.78	0.00	4.78	59
交银施罗德	7.17	0.44	7.61	30	长城基金	3.47	0.04	3.51	60

备注：美誉度得分=网编评价得分+利润分配得分。网编评价得分及利润分配得分最高得分皆为 10 分。
考核评分截止日期为 2009 年 12 月 31 日。详细如表 2-2-1 及 2-2-2。

2.2.1 基金品牌美誉度评分 1——网编评价得分考评结果

表 2-2-1

品牌简称	影响力	美化度	信任度	关注度	行业贡献	网编评价 得分总计	计入评 价分值	排 序
华夏基金	18.25	16.00	17.00	18.54	14.67	84.46	10.00	1
上投摩根	16.08	12.88	15.46	16.21	15.96	76.58	9.07	2
易方达基金	15.63	15.33	16.75	15.50	13.33	76.54	9.06	3
兴业全球	14.50	14.33	15.67	15.58	13.67	73.75	8.73	4
博时基金	14.75	14.17	15.83	15.46	13.25	73.46	8.70	5
国投瑞银	14.63	13.92	15.50	14.96	13.21	72.21	8.55	6
工银瑞信	14.46	14.00	16.00	14.92	12.00	71.38	8.45	7
大成基金	14.42	13.42	15.00	14.54	12.96	70.33	8.33	8
银华基金	14.88	13.38	15.38	14.67	11.42	69.71	8.25	9
嘉实基金	13.88	12.83	15.58	14.25	11.17	67.71	8.02	10
汇添富基金	13.04	13.00	14.58	13.83	13.08	67.54	8.00	11
富国基金	13.63	12.54	14.88	13.79	12.08	66.92	7.92	12
泰达荷银	13.13	12.25	15.50	13.79	12.08	66.75	7.90	13
华宝兴业	13.33	12.96	15.17	13.25	11.42	66.13	7.83	14
南方基金	14.04	10.63	13.83	14.75	12.50	65.75	7.78	15
新华基金	13.67	12.58	14.33	13.92	9.67	64.17	7.60	16
鹏华基金	12.38	12.54	14.63	12.92	11.50	63.96	7.57	17
广发基金	12.21	12.08	14.83	12.75	11.75	63.63	7.53	18
国泰基金	11.92	11.46	14.50	12.00	11.50	61.38	7.27	19
招商基金	11.67	11.42	14.33	11.67	11.58	60.67	7.18	20
交银施罗德	14.54	8.92	11.50	14.29	11.33	60.58	7.17	21
友邦华泰	12.25	11.54	14.25	11.58	10.75	60.38	7.15	22
申万巴黎	11.46	11.50	14.25	11.75	11.33	60.29	7.14	23
海富通基金	11.71	10.96	14.25	12.25	10.92	60.08	7.11	24
建信基金	11.58	11.96	14.33	11.17	10.67	59.71	7.07	25
汇丰晋信	11.46	11.17	14.25	11.63	10.83	59.33	7.03	26
国海富兰克林	11.00	11.33	14.00	11.25	10.42	58.00	6.87	27
光大保德信	11.17	10.71	14.13	10.79	10.42	57.21	6.77	28
华商基金	11.17	10.88	13.83	11.63	8.83	56.33	6.67	29
长盛基金	11.08	11.00	13.17	10.71	10.33	56.29	6.67	30
中邮基金	11.46	10.33	13.50	11.92	8.67	55.88	6.62	31
中银基金	10.17	10.04	14.25	10.46	10.58	55.50	6.57	32
信达澳银	9.79	10.33	13.92	9.75	10.33	54.13	6.41	33
摩根士丹利华鑫	10.54	10.67	13.58	10.17	9.04	54.00	6.39	34
华安基金	12.96	6.83	10.25	12.79	11.08	53.92	6.38	35
农银汇理	9.63	9.75	13.17	9.38	8.92	50.83	6.02	36
信诚基金	9.29	9.58	13.50	9.00	8.33	49.71	5.89	37
华富基金	9.13	9.29	13.42	9.04	8.33	49.21	5.83	38
长信基金	9.21	9.21	13.33	9.17	8.25	49.17	5.82	39
银河基金	9.29	9.33	13.33	8.67	8.25	48.88	5.79	40

品牌简称	影响力	美化度	信任度	关注度	行业贡献	网编评价得分总计	计入评价分值	排序
国联安基金	8.67	9.33	13.25	8.58	8.17	48.00	5.68	41
浦银安盛	8.96	9.13	13.25	8.63	7.92	47.88	5.67	42
民生加银	8.75	9.17	12.83	8.79	8.00	47.54	5.63	43
中海基金	8.33	8.96	13.42	8.67	7.88	47.25	5.59	44
金鹰基金	8.46	8.38	13.08	8.92	7.75	46.58	5.52	45
诺安基金	8.29	8.75	12.92	8.38	8.00	46.33	5.49	46
天治基金	7.83	8.33	12.42	8.88	7.75	45.21	5.35	47
宝盈基金	7.88	7.17	12.33	8.29	8.50	44.17	5.23	48
金元比联	7.79	8.54	12.83	7.79	7.17	44.13	5.22	49
中欧基金	7.58	8.17	12.92	7.92	7.50	44.08	5.22	50
泰信基金	7.54	8.17	12.92	7.75	7.50	43.88	5.19	51
东方基金	7.21	7.75	12.75	7.67	7.33	42.71	5.06	52
东吴基金	8.00	7.54	12.58	7.71	6.83	42.67	5.05	53
益民基金	6.79	7.67	12.67	7.13	6.67	40.92	4.84	54
万家基金	6.92	7.21	12.33	7.00	7.00	40.46	4.79	55
诺德基金	6.63	7.46	12.58	6.71	7.00	40.38	4.78	56
天弘基金	6.88	7.25	12.17	6.67	6.92	39.88	4.72	57
景顺长城	10.46	1.17	3.58	10.54	8.67	34.42	4.07	58
融通基金	8.92	0.50	4.67	8.75	8.63	31.46	3.72	59
长城基金	8.50	0.46	4.00	8.50	7.83	29.29	3.47	60

备注：本项评价进行网编考核评分样本收集时间为 2010 年 1 月份。

网编评价得分=影响力+美化度+信任度+关注度+行业贡献；各基金品牌计入评价分值以其网编网编评价得分为考核标的，按 10 分制计算，第一名为最高 10 分，第 N 名得分=（第 N 名网编评价得分/第一名网编评价得分）*10。

【网编评价评分详细说明如下】

参与网编评价的评分代表共 12 位，均来自于当前国内主流基金网媒编辑，分别是：搜狐基金频道姜隆、腾讯基金频道施艳霞、金融界基金频道李晓阳、中国基金网王飞、MSN 基金频道任宪奎、和讯基金频道孙鹤、凤凰基金频道辛森、中金在线基金网柳亮、百度和讯基金频道孙萱、网易基金频道李旭、东方财富网旗下天天基金网陈肯、全景基金频道黄晓旋；排名不分先后，评分权限一致。

网编评价评分共分 5 大类 10 小项评分指标，每一小项满分 10 分，总满分 100。各家编辑打分表汇总后，计算所评价品牌的 5 大项平均得分及网编评分结果（各项平均得分相加得到总分），按总分分值从高到低排序，得分相同者以基金品牌曝光度数据高低为序。各项评分指标介绍如下：

- 1、影响力
 - 1) 新闻曝光质量：指基金品牌曝光新闻资讯质量好坏，深度报道越多影响力越大应评较高分值，无效或无用的曝光资讯越多应该给予越低分值；新闻曝光度持续性越强应该给予越高分值，可参考各家基金品牌曝光度年度图表。
 - 2) 基金人物影响力：基金高管、基金经理及其他对外代表人物，接收采访或者主动撰写文章是否重视投资者利益，是否能正面影响市场，“黑嘴”之类应予低分。
- 2、美化度
 - 3) 正面传播力度：对应基金品牌正面新闻的传播影响力，曝光新闻越多，影响受众越多，应该给予较高分值。
 - 4) 负面影响程度：对应基金品牌负面新闻的传播影响，越多应该给予越低的分值，最低为-10，两项合计共为美誉度，最差的公司相当于扣分项目。
- 3、信任度
 - 5) 信披合规性：是否能够及时、合法、准确批评应该披露的信息，所披露的资讯合规性程度，依值得投资者信任的程度高低给予分值。
 - 6) 管理人守法程度：期间有无重大违规违纪，有重大违规的应该给予较低分值，最低为-10，该项目也相当于扣分项目。
- 4、关注度
 - 7) 网编推荐力度：网络编辑对具体基金品牌的关注，原创、转载、专题等资讯的推荐频率，非负面资讯越多应该给予越高的分数。
 - 8) 网民关注程度：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；根据论坛/博客/股吧/基金吧热议，网民对该公司评价而定高低，不好印象较多的应予低分。
- 5、行业贡献
 - 9) 投资者教育：曝光的资讯关于基金投资者教育工作的文章情况，重视这方面工作的应该给予较高分值。
 - 10) 慈善参与度：参与慈善活动状况，如救灾、希望工程、及其他公认的公益事业参与程度。

2.2.2 基金品牌美誉度评分 2——利润分配比率考核结果

表 2-2-2

品牌简称	年度利润分配合计（元）	年度实现利润合计（元）	利润分配比率（%）	计入评价分值	排序
工银瑞信	8247484291	14548545350	56.69	10.00	1
国海富兰克林	3018525825	7832304805	38.54	6.80	2
农银汇理	914091523	2722580667	33.57	5.92	3
中银基金	1997218425	10029748505	19.91	3.51	4
宝盈基金	718271487	3614821212	19.87	3.51	5
万家基金	814638011	4233617248	19.24	3.39	6
兴业全球	2823493833	17220279529	16.40	2.89	7
银河基金	533775599	3932681833	13.57	2.39	8
金元比联	18768010	164374667	11.42	2.01	9
金鹰基金	150896447	1323510392	11.40	2.01	10
融通基金	2871902377	25283093692	11.36	2.00	11
海富通基金	1407611987	12886071778	10.92	1.93	12
国泰基金	1895201950	18381666014	10.31	1.82	13
民生加银	28781892	291766817	9.86	1.74	14
景顺长城	1897620241	22581531319	8.40	1.48	15
上投摩根	1977567207	24028907660	8.23	1.45	16
国投瑞银	1185178627	14676555739	8.08	1.42	17
富国基金	1575059070	21587017244	7.30	1.29	18
华安基金	1846693457	31697702921	5.83	1.03	19
益民基金	184887398	3317771865	5.57	0.98	20
友邦华泰	358031925	6786674630	5.28	0.93	21
建信基金	553885146	11188528083	4.95	0.87	22
汇丰晋信	119371301	2743326428	4.35	0.77	23
华富基金	61948680	1506083829	4.11	0.73	24
中欧基金	43488519	1151807764	3.78	0.67	25
华夏基金	3148597127	85226559850	3.69	0.65	26
泰信基金	133871861	3809026869	3.51	0.62	27
博时基金	1961226928	57082552324	3.44	0.61	28
南方基金	1240398347	36337083126	3.41	0.60	29
天弘基金	29081941	1069308772	2.72	0.48	30



品牌简称	年度利润分配合计(元)	年度实现利润合计(元)	利润分配比率(%)	计入评价分值	排序
国联安基金	84560962	3166899655	2.67	0.47	31
易方达基金	1379715114	52971211908	2.60	0.46	32
交银施罗德	518689452	20929143528	2.48	0.44	33
鹏华基金	530466806	23606333011	2.25	0.40	34
华商基金	99066461	4560148191	2.17	0.38	35
大成基金	827725743	38138149302	2.17	0.38	36
中海基金	142160326	7470210818	1.90	0.34	37
诺安基金	363517635	20291029121	1.79	0.32	38
长盛基金	254089565	16399543569	1.55	0.27	39
嘉实基金	753276148	49674212690	1.52	0.27	40
泰达荷银	151396585	10013483356	1.51	0.27	41
广发基金	436926115	41191250778	1.06	0.19	42
华宝兴业	256190459	24376797019	1.05	0.19	43
中邮创业	197410990	22530722360	0.88	0.15	44
银华基金	249449817	30100613811	0.83	0.15	45
长信基金	49239085	6928679291	0.71	0.13	46
信达澳银	24186420	4232780553	0.57	0.10	47
信诚基金	23012528	4458280836	0.52	0.09	48
申万巴黎	25539831	5316433158	0.48	0.08	49
光大保德信	66851673	18409682864	0.36	0.06	50
汇添富基金	59428199	18028234446	0.33	0.06	51
新华基金	3681012	1392168513	0.26	0.05	52
长城基金	47682882	18986183319	0.25	0.04	53
东吴基金	4717818	2148772526	0.22	0.04	54
浦银安盛	0	556730105	0.00	0.00	55
摩根士丹利华鑫	0	1059042011	0.00	0.00	56
天治基金	0	1526865692	0.00	0.00	57
诺德基金	0	2006680660	0.00	0.00	58
东方基金	0	5044053207	0.00	0.00	59
招商基金	0	10105984414	0.00	0.00	60

备注：本表“年度利润分配合计”及“年度实现利润合计”数据由深圳证券信息有限公司(全景网)数据中心提供，各基金品牌数据仅统计公募产品(货币市场基金除外)资产净值规模累加，时期为2009年1月1日至12月31日。利润分配比率=(年度利润分配合计/年度实现利润合计)*100。

各基金品牌计入评价分值以其利润分配比率为考核标的，按10分制计算，第一名为满分10分，第N名得分=(第N名利润分配比率/第一名利润分配比率)*10。

2.3.0、基金品牌认知度考核评分结果

表 2-3-0

品牌简称	新基金认购户数得分	老基金持有人户数得分	认知度得分	排序	品牌简称	新基金认购户数得分	老基金持有人户数得分	认知度得分	排序
华夏基金	10.00	9.90	19.90	1	长盛基金	0.67	1.15	1.82	31
易方达基金	9.46	5.18	14.64	2	泰达荷银	0.43	1.33	1.75	32
大成基金	0.75	10.00	10.75	3	兴业全球	0.54	1.21	1.75	33
博时基金	3.26	7.32	10.58	4	国海富兰克林	1.12	0.56	1.68	34
广发基金	3.45	6.96	10.41	5	国投瑞银	0.46	1.19	1.65	35
嘉实基金	3.18	6.63	9.81	6	长信基金	0.19	1.35	1.53	36
南方基金	2.76	5.24	8.00	7	万家基金	0.52	0.85	1.36	37
农银汇理	6.30	0.16	6.47	8	中海基金	0.33	0.90	1.23	38
华安基金	1.02	4.57	5.58	9	申万巴黎	0.41	0.76	1.18	39
银华基金	2.52	2.77	5.28	10	华商基金	0.66	0.49	1.16	40
中邮基金	1.85	3.40	5.25	11	东吴基金	0.71	0.42	1.12	41
交银施罗德	3.12	2.12	5.24	12	汇丰晋信	0.92	0.12	1.04	42
汇添富基金	2.72	2.32	5.04	13	信达澳银	0.70	0.33	1.02	43
上投摩根	0.50	4.12	4.62	14	信诚基金	0.57	0.31	0.88	44
融通基金	0.68	3.65	4.33	15	银河基金	0.38	0.47	0.85	45
工银瑞信	2.15	1.79	3.94	16	东方基金	0.29	0.55	0.84	46
建信基金	2.67	1.23	3.90	17	宝盈基金	0.20	0.64	0.84	47
鹏华基金	1.42	2.44	3.85	18	金元比联	0.70	0.10	0.80	48
景顺长城	0.29	3.35	3.65	19	泰信基金	0.27	0.53	0.80	49
诺安基金	0.73	2.66	3.38	20	新华基金	0.55	0.17	0.72	50
富国基金	0.98	2.18	3.17	21	金鹰基金	0.56	0.16	0.72	51
国泰基金	1.29	1.84	3.13	22	民生加银	0.65	0.00	0.65	52
长城基金	0.45	2.59	3.04	23	国联安基金	0.34	0.27	0.60	53
招商基金	1.60	1.23	2.82	24	天弘基金	0.12	0.45	0.57	54
中银基金	1.68	1.06	2.75	25	华富基金	0.20	0.29	0.50	55
光大保德信	0.36	2.21	2.57	26	浦银安盛	0.43	0.03	0.46	56
海富通基金	0.74	1.68	2.42	27	天治基金	0.11	0.35	0.46	57
友邦华泰	1.23	1.13	2.36	28	诺德基金	0.18	0.27	0.45	58
华宝兴业	0.58	1.73	2.31	29	益民基金	0.00	0.44	0.44	59
中欧基金	1.98	0.17	2.15	30	摩根士丹利华鑫	0.20	0.09	0.29	60

注：认知度得分=新基金认购户数得分+老基金持有人户数得分。新基金认购户数得分及老基金持有人户数得分最高分皆为 10 分。考核评分截止日期为 2009 年 12 月 31 日。详细如表 2-3-1 及 2-3-2。

2.3.1、基金品牌认知度 1——新基金认购户数占有率考核结果

表 2-3-1

品牌简称	新基金认购户数合计(户)	新基金认购户数占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	新基金认购户数合计(户)	新基金认购户数占有率(%)	计入评价分值	排序
华夏基金	605844	12.03	10.00	1	长盛基金	40594	0.81	0.67	31
易方达基金	573073	11.38	9.46	2	华商基金	40286	0.80	0.66	32
农银汇理	381940	7.58	6.30	3	民生加银	39277	0.78	0.65	33
广发基金	209038	4.15	3.45	4	华宝兴业	34962	0.69	0.58	34
博时基金	197804	3.93	3.26	5	信诚基金	34707	0.69	0.57	35
嘉实基金	192776	3.83	3.18	6	金鹰基金	34095	0.68	0.56	36
交银施罗德	188916	3.75	3.12	7	新华基金	33392	0.66	0.55	37
南方基金	167454	3.32	2.76	8	兴业全球	32890	0.65	0.54	38
汇添富基金	164730	3.27	2.72	9	万家基金	31449	0.62	0.52	39
建信基金	161898	3.21	2.67	10	上投摩根	30161	0.60	0.50	40
银华基金	152406	3.03	2.52	11	国投瑞银	27577	0.55	0.46	41
工银瑞信	130219	2.59	2.15	12	长城基金	27295	0.54	0.45	42
中欧基金	120179	2.39	1.98	13	浦银安盛	26162	0.52	0.43	43
中邮基金	112055	2.22	1.85	14	泰达荷银	25842	0.51	0.43	44
中银基金	101897	2.02	1.68	15	申万巴黎	25086	0.50	0.41	45
招商基金	96648	1.92	1.60	16	银河基金	23155	0.46	0.38	46
鹏华基金	85841	1.70	1.42	17	光大保德信	21755	0.43	0.36	47
国泰基金	78325	1.56	1.29	18	国联安基金	20330	0.40	0.34	48
友邦华泰	74365	1.48	1.23	19	中海基金	20162	0.40	0.33	49
国海富兰克林	67966	1.35	1.12	20	景顺长城	17676	0.35	0.29	50
华安基金	61540	1.22	1.02	21	东方基金	17585	0.35	0.29	51
富国基金	59652	1.18	0.98	22	泰信基金	16083	0.32	0.27	52
汇丰晋信	55617	1.10	0.92	23	华富基金	12363	0.25	0.20	53
大成基金	45583	0.91	0.75	24	宝盈基金	12332	0.24	0.20	54
海富通基金	44600	0.89	0.74	25	摩根士丹利华鑫	12204	0.24	0.20	55
诺安基金	44096	0.88	0.73	26	长信基金	11241	0.22	0.19	56
东吴基金	42724	0.85	0.71	27	诺德基金	10968	0.22	0.18	57
金元比联	42453	0.84	0.70	28	天弘基金	7454	0.15	0.12	58
信达澳银	42368	0.84	0.70	29	天治基金	6436	0.13	0.11	59
融通基金	41102	0.82	0.68	30	益民基金	0	0.00	0.00	60

备注：本表“新基金认购户数合计”基础数据由深圳证券信息公司(全景网)数据中心提供，统计 2009 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期间公告成立的公募基金品种，数据采集自各只基金合同成立公告。“年新基金认购户数”是指该基金品牌年度所有新基金认购户数的累加，同一管理人旗下，分级基金有不同级别，但公布同一个认购户数的，仅按一个户数列入统计，不同级别户数不同的则按不同户数列入统计。

各基金品牌计入评价分值数据以其“新基金认购户数占有率”数据为计算标的，按 10 分制计算，第一名得分为 10 分，第 N 名得分 = (第 N 名新基金认购户数占有率 / 第一名新基金认购户数占有率) * 10。

2.3.2 基金品牌认知度 2——老基金持有人户数占有率考核结果

表 2-3-2

品牌简称	老基金持有人户数	老基金持有人户数占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	老基金持有人户数	老基金持有人户数占有率(%)	计入评价分值	排序
大成基金	7999722	8.52	10.00	1	长盛基金	919315	0.98	1.15	31
华夏基金	7923688	8.44	9.90	2	友邦华泰	903469	0.96	1.13	32
博时基金	5855107	6.24	7.32	3	中银基金	850533	0.91	1.06	33
广发基金	5566953	5.93	6.96	4	中海基金	718795	0.77	0.90	34
嘉实基金	5302151	5.65	6.63	5	万家基金	676053	0.72	0.85	35
南方基金	4190739	4.46	5.24	6	申万巴黎	611192	0.65	0.76	36
易方达基金	4143188	4.41	5.18	7	宝盈基金	509438	0.54	0.64	37
华安基金	3653378	3.89	4.57	8	国海富兰克林	446955	0.48	0.56	38
上投摩根	3299225	3.51	4.12	9	东方基金	441292	0.47	0.55	39
融通基金	2922939	3.11	3.65	10	泰信基金	426566	0.45	0.53	40
中邮基金	2716922	2.89	3.40	11	华商基金	392753	0.42	0.49	41
景顺长城	2682713	2.86	3.35	12	银河基金	374602	0.40	0.47	42
银华基金	2212284	2.36	2.77	13	天弘基金	358155	0.38	0.45	43
诺安基金	2124302	2.26	2.66	14	益民基金	354062	0.38	0.44	44
长城基金	2068590	2.20	2.59	15	东吴基金	333438	0.36	0.42	45
鹏华基金	1948554	2.08	2.44	16	天治基金	281491	0.30	0.35	46
汇添富基金	1853488	1.97	2.32	17	信达澳银	260523	0.28	0.33	47
光大保德信	1767966	1.88	2.21	18	信诚基金	249017	0.27	0.31	48
富国基金	1744688	1.86	2.18	19	华富基金	233368	0.25	0.29	49
交银施罗德	1696830	1.81	2.12	20	诺德基金	216994	0.23	0.27	50
国泰基金	1472165	1.57	1.84	21	国联安基金	212401	0.23	0.27	51
工银瑞信	1432098	1.53	1.79	22	新华基金	138821	0.15	0.17	52
华宝兴业	1382575	1.47	1.73	23	中欧基金	135630	0.14	0.17	53
海富通基金	1343739	1.43	1.68	24	农银汇理	131613	0.14	0.16	54
长信基金	1077109	1.15	1.35	25	金鹰基金	125380	0.13	0.16	55
泰达荷银	1062242	1.13	1.33	26	汇丰晋信	94793	0.10	0.12	56
招商基金	983549	1.05	1.23	27	金元比联	81354	0.09	0.10	57
建信基金	982693	1.05	1.23	28	摩根士丹利华鑫	72962	0.08	0.09	58
兴业全球	965112	1.03	1.21	29	浦银安盛	22231	0.02	0.03	59
国投瑞银	952888	1.01	1.19	30	民生加银	0	0.00	0.00	60

备注：本表“老基金持有人户数”基础数据由深圳证券信息公司(全景网)数据中心提供，“老基金”定义为在 2009 年 1 月 1 日之前成立的公募基金，数据采集自各只基金年报。“老基金持有人户数”是指该基金品牌所有老基金持有人户数的累加。

各基金品牌计入评价分值数据以其“老基金持有人户数占有率”为计算标的，按 10 分制计算，第一名为满分 10 分，第 N 名得分 = (第 N 名老基金持有人户数占有率 / 第一名老基金持有人户数占有率) * 10。

2.4.0 基金品牌忠诚度考核评分结果

表 2-4-0

品牌简称	老基金期末规模占有率得分	老基金净赎回率得分	忠诚度得分	排序	品牌简称	老基金期末规模占有率得分	老基金净赎回率得分	忠诚度得分	排序
华夏基金	10.00	4.22	14.22	1	国投瑞银	1.73	5.12	6.85	31
嘉实基金	9.81	4.39	14.20	2	国联安基金	0.61	6.16	6.77	32
博时基金	8.45	4.31	12.76	3	中银基金	1.82	4.85	6.66	33
大成基金	7.14	5.39	12.53	4	泰达荷银	1.68	4.77	6.45	34
易方达基金	6.33	4.97	11.29	5	建信基金	2.26	4.11	6.37	35
南方基金	6.43	4.13	10.56	6	中海基金	1.50	4.81	6.31	36
广发基金	5.71	4.70	10.41	7	万家基金	1.17	4.85	6.01	37
新华基金	0.27	10.00	10.27	8	长盛基金	1.68	4.28	5.96	38
国泰基金	3.43	6.68	10.12	9	国海富兰克林	0.87	5.02	5.89	39
交银施罗德	4.05	5.88	9.92	10	金鹰基金	0.22	5.57	5.79	40
申万巴黎	1.72	7.66	9.38	11	益民基金	0.60	4.92	5.52	41
融通基金	3.45	5.57	9.03	12	泰信基金	1.02	4.40	5.42	42
富国基金	3.42	5.59	9.00	13	信诚基金	0.76	4.66	5.42	43
工银瑞信	4.43	4.23	8.66	14	天弘基金	0.42	4.90	5.32	44
上投摩根	3.70	4.88	8.58	15	东方基金	0.70	4.51	5.21	45
诺安基金	3.36	5.14	8.50	16	宝盈基金	0.67	4.46	5.14	46
景顺长城	3.66	4.74	8.40	17	招商基金	1.86	3.19	5.06	47
华安基金	4.32	4.07	8.38	18	华富基金	0.43	4.63	5.06	48
中邮基金	3.14	5.23	8.37	19	摩根士丹利华鑫	0.10	4.77	4.87	49
银华基金	3.58	4.65	8.23	20	诺德基金	0.29	4.48	4.77	50
海富通基金	3.36	4.83	8.19	21	信达澳银	0.44	4.33	4.77	51
兴业全球	2.05	6.07	8.12	22	天治基金	0.54	3.99	4.53	52
华宝兴业	3.49	4.59	8.08	23	中欧基金	0.16	4.29	4.45	53
光大保德信	2.65	5.34	7.99	24	金元比联	0.18	3.73	3.90	54
长城基金	2.93	4.88	7.81	25	东吴基金	0.43	3.44	3.88	55
汇添富基金	3.15	4.28	7.43	26	汇丰晋信	0.28	3.49	3.77	56
友邦华泰	1.48	5.76	7.25	27	银河基金	0.58	3.02	3.59	57
鹏华基金	2.93	4.27	7.20	28	浦银安盛	0.09	3.03	3.12	58
长信基金	2.12	5.00	7.12	29	农银汇理	0.20	1.66	1.86	59
华商基金	0.64	6.34	6.98	30	民生加银	0.00	0.00	0.00	60

备注：忠诚度得分 = 老基金期末规模占有率得分 + 老基金净赎回率得分。老基金期末规模占有率及老基金净赎回率统计得分最高分皆为 10 分。考核评分截止日期为 2009 年 12 月 31 日。详细如表 2-4-1 及 2-4-2。

2.4.1 基金品牌忠诚度 1——老基金期末规模占有率统计考核结果

表 2-4-1

品牌简称	老基金期末份额(亿份)	老基金占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	老基金期末份额(亿份)	老基金占有率(%)	计入评价分值	排序
华夏基金	1427.80	6.92	10.00	1	申万巴黎	245.55	1.19	1.72	31
嘉实基金	1401.02	6.79	9.81	2	泰达荷银	240.21	1.16	1.68	32
博时基金	1206.87	5.85	8.45	3	长盛基金	239.75	1.16	1.68	33
大成基金	1018.80	4.94	7.14	4	中海基金	214.11	1.04	1.50	34
南方基金	918.27	4.45	6.43	5	友邦华泰	211.93	1.03	1.48	35
易方达基金	903.57	4.38	6.33	6	万家基金	166.69	0.81	1.17	36
广发基金	815.80	3.95	5.71	7	泰信基金	145.88	0.71	1.02	37
工银瑞信	632.77	3.07	4.43	8	国海富兰克林	123.84	0.60	0.87	38
华安基金	616.29	2.99	4.32	9	信诚基金	108.23	0.52	0.76	39
交银施罗德	577.79	2.80	4.05	10	东方基金	99.74	0.48	0.70	40
上投摩根	527.93	2.56	3.70	11	宝盈基金	96.29	0.47	0.67	41
景顺长城	522.64	2.53	3.66	12	华商基金	91.91	0.45	0.64	42
银华基金	511.52	2.48	3.58	13	国联安基金	86.70	0.42	0.61	43
华宝兴业	498.44	2.42	3.49	14	益民基金	86.05	0.42	0.60	44
融通基金	493.29	2.39	3.45	15	银河基金	82.29	0.40	0.58	45
国泰基金	489.84	2.37	3.43	16	天治基金	77.16	0.37	0.54	46
富国基金	487.77	2.36	3.42	17	信达澳银	62.83	0.30	0.44	47
诺安基金	480.14	2.33	3.36	18	东吴基金	61.90	0.30	0.43	48
海富通基金	480.00	2.33	3.36	19	华富基金	60.86	0.30	0.43	49
汇添富基金	449.22	2.18	3.15	20	天弘基金	59.80	0.29	0.42	50
中邮基金	448.78	2.18	3.14	21	诺德基金	41.87	0.20	0.29	51
鹏华基金	418.46	2.03	2.93	22	汇丰晋信	39.88	0.19	0.28	52
长城基金	417.90	2.03	2.93	23	新华基金	38.89	0.19	0.27	53
光大保德信	378.85	1.84	2.65	24	金鹰基金	31.76	0.15	0.22	54
建信基金	321.98	1.56	2.26	25	农银汇理	28.38	0.14	0.20	55
长信基金	303.10	1.47	2.12	26	金元比联	25.01	0.12	0.18	56
兴业全球	292.08	1.42	2.05	27	中欧基金	22.62	0.11	0.16	57
招商基金	266.06	1.29	1.86	28	摩根士丹利华鑫	13.64	0.07	0.10	58
中银基金	259.51	1.26	1.82	29	浦银安盛	12.38	0.06	0.09	59
国投瑞银	246.60	1.20	1.73	30	民生加银	0.00	0.00	0.00	60

备注：本表基础数据由深圳证券信息公司(全景网)数据中心提供，“老基金”定义为在 2009 年 1 月 1 日之前公告成立的公募基金产品，数据采集自各只基金年报。“老基金期末份额”是指该基金品牌所有老基金期末份额的累加。

各基金品牌计入评价分值数据以其“老基金占有率”为计算标的，按 10 分制计算，第一名为满分 10 分，第 N 名得分 = (第 N 名老基金占有率/第一名老基金占有率) * 10。

2.4.2 基金品牌忠诚度 2——老基金净赎回率反向考评考核结果

表 2-4-2

品牌简称	期初基金份额合计(份)	期间申购份额合计(份)	期间赎回份额合计(份)	净赎回率(%)	净赎回反向统计(%)	计入评价分值	排序
新华基金	2212179901	3456934547	1780452295	-75.78	175.78	10.00	1
申万巴黎	18236251086	14575234914	8256862975	-34.65	134.65	7.66	2
国泰基金	41684411458	48564451833	41264867857	-17.51	117.51	6.68	3
华商基金	8250758117	5114389933	4174414679	-11.39	111.39	6.34	4
国联安基金	8004407983	5214958802	4549705066	-8.31	108.31	6.16	5
兴业全球	27367359089	20020765546	18180016615	-6.73	106.73	6.07	6
交银施罗德	55938534062	83705982421	81865451262	-3.29	103.29	5.88	7
友邦华泰	20919040524	28913835512	28639924624	-1.31	101.31	5.76	8
富国基金	49666527381	39651193266	40540579179	1.79	98.21	5.59	9
金鹰基金	3243188971	3973950998	4041078826	2.07	97.93	5.57	10
融通基金	50374902175	30182012353	31228258744	2.08	97.92	5.57	11
大成基金	107524832155	69224916859	74869478964	5.25	94.75	5.39	12
光大保德信	40372395182	17357407393	19844497805	6.16	93.84	5.34	13
中邮创业	48818001944	547933028	4487894680	8.07	91.93	5.23	14
诺安基金	53165696215	14368994137	19520291895	9.69	90.31	5.14	15
国投瑞银	27382354532	10206529217	12928750574	9.94	90.06	5.12	16
国海富兰克林	14036185619	6948218826	8600332096	11.77	88.23	5.02	17
长信基金	34471637535	51236237470	55397885620	12.07	87.93	5.00	18
易方达基金	103505103646	123607116838	136755293912	12.70	87.30	4.97	19
益民基金	9956297661	5105314346	6456696693	13.57	86.43	4.92	20
天弘基金	6935964213	362539434	1318908061	13.79	86.21	4.90	21
长城基金	48680744219	17297547400	24187927721	14.15	85.85	4.88	22
上投摩根	61508884634	38733988862	47449649536	14.17	85.83	4.88	23
中银基金	30466285028	20008963916	24524739939	14.82	85.18	4.85	24
万家基金	19571861055	33418769789	36321435913	14.83	85.17	4.85	25
海富通基金	56529711043	55290317102	63819796741	15.09	84.91	4.83	26
中海基金	25336419086	7296104624	11221878820	15.49	84.51	4.81	27
摩根士丹利华鑫	1626426631	2613232628	2875707352	16.14	83.86	4.77	28
泰达荷银	28646442870	19010700110	23635677749	16.15	83.85	4.77	29
景顺长城	62674084505	13468123810	23878615311	16.61	83.39	4.74	30



品牌简称	期初基金份额合计(份)	期间申购份额合计(份)	期间赎回份额合计(份)	净赎回率(%)	净赎回反向统计(%)	计入评价分值	排序
广发基金	98727489890	55034022177	72181171189	17.37	82.63	4.70	31
信诚基金	13218030821	6648614538	9043657399	18.12	81.88	4.66	32
银华基金	62613894535	37608523993	49069970490	18.30	81.70	4.65	33
华富基金	7480025985	9501663536	10895300877	18.63	81.37	4.63	34
华宝兴业	61773658558	29185177767	41114841352	19.31	80.69	4.59	35
东方基金	12568052441	6670858583	9264479737	20.64	79.36	4.51	36
诺德基金	5317880370	256113927	1387000862	21.27	78.73	4.48	37
宝盈基金	12275087191	1788057162	4433990372	21.56	78.44	4.46	38
泰信基金	18861719733	11409890391	15683250983	22.66	77.34	4.40	39
嘉实基金	181690716386	151066160112	192655079978	22.89	77.11	4.39	40
信达澳银	8257537427	364647391	2339374517	23.91	76.09	4.33	41
博时基金	159399007244	108639210827	147350768638	24.29	75.71	4.31	42
中欧基金	3001638558	174092526	913321529	24.63	75.37	4.29	43
汇添富基金	59652428672	28995502126	43725598232	24.69	75.31	4.28	44
长盛基金	31856188485	19276953750	27158601329	24.74	75.26	4.28	45
鹏华基金	55813168010	39414142111	53381004340	25.02	74.98	4.27	46
工银瑞信	85110525730	178639701213	200472980242	25.65	74.35	4.23	47
华夏基金	192277855281	220973400727	270471055795	25.74	74.26	4.22	48
南方基金	126409009348	52055955002	86638338553	27.36	72.64	4.13	49
建信基金	44564052173	71597511003	83963575406	27.75	72.25	4.11	50
华安基金	84105946650	76359633310	100345182490	28.52	71.48	4.07	51
天治基金	10991713827	4935019113	8210713121	29.80	70.20	3.99	52
金元比联	3817226441	521044093	1837312161	34.48	65.52	3.73	53
汇丰晋信	6507761933	2528371666	5048394920	38.72	61.28	3.49	54
东吴基金	10232378104	804710779	4846615102	39.50	60.50	3.44	55
招商基金	47384936871	26144567964	46923066721	43.85	56.15	3.19	56
浦银安盛	2326117007	44697007	1132535913	46.77	53.23	3.03	57
银河基金	15522374099	7795320360	15088773648	46.99	53.01	3.02	58
农银汇理	9699360476	4032395253	10893553532	70.74	29.26	1.66	59
民生加银	0	0	0	0.00	0.00	0.00	60

备注：本表基础数据由深圳证券信息有限公司(全景网)数据中心提供。计入统计考核的数据皆为具体品牌旗下“老基金”，本评价“老基金”定义为在 2009 年 1 月 1 日之前公告成立的公募基金产品，数据采集自各基金公开分基金年报。

各基金品牌计入评价分值数据以其“净赎回反向统计”为计算标的，按 10 分制计算，第一名为满分 10 分，第 N 名得分 = (第 N 名净赎回反向统计指标/第一名净赎回反向统计指标) * 10。

2.5.0 基金品牌畅销度考核评分结果

表 2-5-0

品牌简称	新基金募集规模考核	新基金缩水程度考核	畅销度得分	排序	品牌简称	新基金募集规模考核	新基金缩水程度考核	畅销度得分	排序
华夏基金	10.00	8.43	18.43	1	金鹰基金	0.50	5.80	6.30	31
交银施罗德	4.03	10.00	14.03	2	海富通基金	1.09	5.20	6.29	32
易方达基金	9.14	2.94	12.08	3	中银基金	1.28	5.00	6.28	33
长盛基金	3.67	8.13	11.80	4	银河基金	0.36	5.86	6.22	34
南方基金	2.81	7.71	10.52	5	长信基金	0.23	5.86	6.09	35
国投瑞银	1.62	8.61	10.23	6	信诚基金	0.90	5.19	6.09	36
广发基金	3.61	5.44	9.06	7	兴业全球	0.78	5.29	6.08	37
汇添富基金	3.18	5.68	8.86	8	景顺长城	0.21	5.72	5.94	38
富国基金	2.14	6.58	8.72	9	鹏华基金	1.15	4.76	5.91	39
中邮基金	0.91	7.57	8.47	10	新华基金	0.72	5.09	5.81	40
工银瑞信	1.87	6.53	8.41	11	诺安基金	1.12	4.64	5.77	41
博时基金	3.34	4.89	8.23	12	大成基金	0.71	5.00	5.71	42
嘉实基金	3.80	4.38	8.17	13	光大保德信	0.41	5.26	5.67	43
天弘基金	0.16	7.50	7.66	14	浦银安盛	0.28	5.34	5.62	44
国泰基金	1.93	5.58	7.52	15	天治基金	0.12	5.41	5.53	45
摩根士丹利华鑫	0.24	7.09	7.34	16	中欧基金	1.00	4.46	5.46	46
泰达荷银	0.62	6.58	7.20	17	泰信基金	0.52	4.80	5.32	47
申万巴黎	0.34	6.69	7.03	18	招商基金	1.63	3.39	5.02	48
华安基金	1.56	5.47	7.02	19	万家基金	0.67	4.30	4.97	49
中海基金	0.38	6.54	6.92	20	东方基金	0.18	4.71	4.89	50
农银汇理	3.28	3.62	6.90	21	友邦华泰	1.06	3.74	4.79	51
汇丰晋信	1.18	5.65	6.83	22	国联安基金	0.90	3.64	4.54	52
华商基金	0.53	6.14	6.67	23	金元比联	0.43	4.08	4.52	53
银华基金	1.79	4.87	6.66	24	华宝兴业	0.98	3.42	4.41	54
华富基金	0.23	6.34	6.58	25	东吴基金	0.43	3.85	4.28	55
上投摩根	0.60	5.93	6.53	26	融通基金	0.68	3.59	4.27	56
宝盈基金	0.51	6.01	6.53	27	长城基金	0.56	3.67	4.24	57
建信基金	3.06	3.45	6.50	28	民生加银	0.99	3.12	4.11	58
信达澳银	0.69	5.76	6.45	29	诺德基金	0.39	2.99	3.38	59
国海富兰克林	0.81	5.56	6.37	30	益民基金	0.00	0.00	0.00	60

备注：畅销度得分 = 新基金募集规模考核得分 + 新基金缩水程度考核得分。新基金募集规模考核及新基金缩水程度考核得分最高皆为 10 分。新基金募集规模考核评分时期为 2009 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。详细如表 2-5-1 及 2-5-2。

益民基金全年无新基金发行，该项指标为 0 分。

2.5.1 基金品牌畅销度 1——新基金募集规模占有率考核结果

表 2-5-1

品牌简称	新基金募集规模(亿份)	新募基金占有率(%)	计入评价分值	排序	品牌简称	新基金募集规模(亿份)	新募基金占有率(%)	计入评价分值	排序
华夏基金	434.82	11.32	10.00	1	国海富兰克林	35.33	0.92	0.81	31
易方达基金	397.63	10.35	9.14	2	兴业全球	33.98	0.88	0.78	32
交银施罗德	175.27	4.56	4.03	3	新华基金	31.32	0.82	0.72	33
嘉实基金	165.02	4.30	3.80	4	大成基金	30.86	0.80	0.71	34
长盛基金	159.39	4.15	3.67	5	信达澳银	30.08	0.78	0.69	35
广发基金	157.07	4.09	3.61	6	融通基金	29.55	0.77	0.68	36
博时基金	145.23	3.78	3.34	7	万家基金	29.23	0.76	0.67	37
农银汇理	142.54	3.71	3.28	8	泰达荷银	26.91	0.70	0.62	38
汇添富基金	138.26	3.60	3.18	9	上投摩根	26.27	0.68	0.60	39
建信基金	132.91	3.46	3.06	10	长城基金	24.51	0.64	0.56	40
南方基金	122.04	3.18	2.81	11	华商基金	22.99	0.60	0.53	41
富国基金	93.1	2.42	2.14	12	泰信基金	22.51	0.59	0.52	42
国泰基金	84.04	2.19	1.93	13	宝盈基金	22.32	0.58	0.51	43
工银瑞信	81.4	2.12	1.87	14	金鹰基金	21.67	0.56	0.50	44
银华基金	77.8	2.03	1.79	15	金元比联	18.87	0.49	0.43	45
招商基金	71.02	1.85	1.63	16	东吴基金	18.49	0.48	0.43	46
国投瑞银	70.49	1.84	1.62	17	光大保德信	17.74	0.46	0.41	47
华安基金	67.65	1.76	1.56	18	诺德基金	16.99	0.44	0.39	48
中银基金	55.55	1.45	1.28	19	中海基金	16.46	0.43	0.38	49
汇丰晋信	51.19	1.33	1.18	20	银河基金	15.64	0.41	0.36	50
鹏华基金	50.09	1.30	1.15	21	申万巴黎	14.64	0.38	0.34	51
诺安基金	48.91	1.27	1.12	22	浦银安盛	12.07	0.31	0.28	52
海富通基金	47.52	1.24	1.09	23	摩根士丹利华鑫	10.65	0.28	0.24	53
友邦华泰	45.9	1.20	1.06	24	华富基金	10.17	0.26	0.23	54
中欧基金	43.45	1.13	1.00	25	长信基金	9.84	0.26	0.23	55
民生加银	43.1	1.12	0.99	26	景顺长城	9.34	0.24	0.21	56
华宝兴业	42.67	1.11	0.98	27	东方基金	7.72	0.20	0.18	57
中邮基金	39.42	1.03	0.91	28	天弘基金	6.99	0.18	0.16	58
信诚基金	39.2	1.02	0.90	29	天治基金	5.26	0.14	0.12	59
国联安基金	39.16	1.02	0.90	30	益民基金	0	0.00	0.00	60

备注：本表“新基金募集规模”基础数据由深圳证券信息公司(全景网)数据中心提供，统计 2009 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期间公告成立的公募基金品种，数据采集自各只基金合同成立公告。“新基金募集规模”是指该基金品牌年度所有新基金成立时募集规模的累加，同一管理人旗下，分级基金有不同级别，但公布同一个募集规模的，仅按一个户数列入统计，不同级别募集规模不同的则按不同募集规模列入统计。

各基金品牌计入评价分值数据以其“新募基金占有率”数据为计算标的，按 10 分制计算，第一名为满分 10 分，第 N 名得分 = (第 N 名年新募基金占有率模/第一名新募基金占有率) * 10。

2.5.2 基金品牌畅销度 2——新基金缩水程度反向考评考核结果

表 2-5-2

品牌简称	规模份额缩水考核	规模净值缩水考核	规模份额缩水幅度考核	规模净值缩水幅度考核	缩水程度考核得分	100-缩水程度考核得分	计入评价分值	排序
交银施罗德	-38.88	-51.82	-20.66	-23.09	-33.61	133.61	10.00	1
国投瑞银	7.49	-36.75	9.89	-40.71	-15.02	115.02	8.61	2
华夏基金	-17.75	-24.54	-3.80	-4.41	-12.63	112.63	8.43	3
长盛基金	0.00	-23.32	0.00	-11.43	-8.69	108.69	8.13	4
南方基金	3.57	-11.23	2.72	-7.18	-3.03	103.03	7.71	5
中邮基金	0.34	-1.88	0.80	-3.72	-1.12	101.12	7.57	6
天弘基金	0.00	-0.07	0.00	-0.78	-0.21	100.21	7.50	7
摩根士丹利华鑫	1.46	0.81	12.76	5.93	5.24	94.76	7.09	8
申万巴黎	3.97	2.07	25.24	11.03	10.58	89.42	6.69	9
泰达荷银	6.43	5.02	22.25	14.56	12.06	87.94	6.58	10
富国基金	49.43	-27.44	49.46	-23.02	12.11	87.89	6.58	11
中海基金	4.07	4.10	23.00	19.46	12.66	87.34	6.54	12
工银瑞信	26.50	-3.08	30.33	-2.95	12.70	87.30	6.53	13
华富基金	2.93	3.59	26.84	27.60	15.24	84.76	6.34	14
华商基金	9.31	11.90	24.46	26.21	17.97	82.03	6.14	15
宝盈基金	7.42	8.94	30.99	31.26	19.65	80.35	6.01	16
上投摩根	12.15	7.06	43.07	20.99	20.82	79.18	5.93	17
长信基金	3.99	5.02	37.77	39.79	21.64	78.36	5.86	18
银河基金	6.37	7.07	37.95	35.33	21.68	78.32	5.86	19
金鹰基金	8.55	9.65	36.76	34.78	22.44	77.56	5.80	20
信达澳银	10.96	13.17	33.92	34.17	23.06	76.94	5.76	21
景顺长城	4.34	4.97	43.27	41.57	23.54	76.46	5.72	22
汇添富基金	33.31	26.02	22.44	14.70	24.12	75.88	5.68	23
汇丰晋信	18.18	18.51	33.08	28.23	24.50	75.50	5.65	24
国泰基金	24.36	26.04	27.00	24.19	25.40	74.60	5.58	25
国海富兰克林	16.07	13.90	42.37	30.72	25.77	74.23	5.56	26
华安基金	22.75	24.91	31.33	28.76	26.94	73.06	5.47	27
广发基金	34.62	35.99	20.54	17.89	27.26	72.74	5.44	28
天治基金	2.94	3.52	52.07	52.19	27.68	72.32	5.41	29
浦银安盛	6.57	7.69	50.69	49.74	28.67	71.33	5.34	30



品牌简称	规模份额缩水考核	规模净值缩水考核	规模份额缩水幅度考核	规模净值缩水幅度考核	缩水程度考核得分	100-缩水程度考核得分	计入评价分值	排序
兴业全球	16.55	16.71	45.38	38.39	29.26	70.74	5.29	31
光大保德信	10.09	10.34	52.99	45.52	29.73	70.27	5.26	32
海富通基金	21.63	22.04	42.40	36.22	30.57	69.43	5.20	33
信诚基金	18.63	20.03	44.27	39.89	30.71	69.29	5.19	34
新华基金	15.92	18.48	47.36	46.06	31.95	68.05	5.09	35
中银基金	25.72	26.58	43.14	37.36	33.20	66.80	5.00	36
大成基金	16.94	18.36	51.13	46.46	33.22	66.78	5.00	37
博时基金	58.26	27.93	37.37	15.02	34.64	65.36	4.89	38
银华基金	33.16	33.39	39.71	33.51	34.94	65.06	4.87	39
泰信基金	13.79	16.23	57.05	56.30	35.84	64.16	4.80	40
鹏华基金	26.34	27.43	48.99	42.76	36.38	63.62	4.76	41
东方基金	5.66	6.68	68.25	67.60	37.05	62.95	4.71	42
诺安基金	25.58	29.85	48.72	47.66	37.95	62.05	4.64	43
中欧基金	24.66	30.14	52.87	54.17	40.46	59.54	4.46	44
嘉实基金	56.04	53.27	31.64	25.21	41.54	58.46	4.38	45
万家基金	20.51	23.02	65.37	61.51	42.60	57.40	4.30	46
金元比联	15.14	17.90	74.73	74.06	45.46	54.54	4.08	47
东吴基金	24.99	29.70	69.90	69.62	48.55	51.45	3.85	48
友邦华泰	29.97	40.50	60.84	68.90	50.05	49.95	3.74	49
长城基金	21.23	24.30	80.72	77.44	50.92	49.08	3.67	50
国联安基金	29.83	34.94	70.96	69.67	51.35	48.65	3.64	51
农银汇理	62.99	66.16	41.17	36.24	51.64	48.36	3.62	52
融通基金	24.83	28.81	78.29	76.12	52.01	47.99	3.59	53
建信基金	60.69	70.89	42.54	41.65	53.94	46.06	3.45	54
华宝兴业	33.41	39.10	72.94	71.55	54.25	45.75	3.42	55
招商基金	59.86	66.99	47.48	44.53	54.71	45.29	3.39	56
民生加银	36.60	41.88	79.11	75.89	58.37	41.63	3.12	57
诺德基金	18.24	21.77	100.00	100.00	60.00	40.00	2.99	58
易方达基金	100.00	100.00	23.43	19.64	60.77	39.23	2.94	59
益民基金	\	\	\	\	\	\	0.00	\

备注：本表考核的是 2009 年期间公告成立的新基金在年底的规模变化情况，计入评价分值以“100-缩水程度考核得分”最高（即缩水程度最轻）的品牌为 10 分，其余品牌得分与之比较确定标准化分值。

各项指标详细统计见全景网公开发布的《2009 年基金公司新基金规模统计专题报告》。

益民基金 2009 年全年没有新基金发行，未能进行新基金缩水指标考核评分，本项考核得分为 0。

【附录部分】

编者总结评述：

10 项指标综合考核 60 家基金公司品牌星级评定概述

通过全景基金品牌评价体系五大考核指标 10 项评分指标综合考核，获得了全行业 60 家基金品牌的得分及排名，依据星级评定规则，全景对 60 家品牌给予星级评定。

获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价评级结果”五星级品牌依次是：华夏基金、易方达基金、博时基金、嘉实基金、工银瑞信、南方基金、大成基金、交银施罗德、广发基金、上投摩根、富国基金、华安基金。上述基金品牌在本项评价中获第一等的评定，按获得综合评价分值自高到低排序。

获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价评级结果”四星级品牌依次是：国投瑞银、国泰基金、银华基金、汇添富基金、兴业全球、中邮基金、海富通基金、长盛基金、国海富兰克林、华宝兴业、泰达荷银、鹏华基金。上述基金品牌在本项评价中获第二等的评定，按获得综合评价分值自高到低排序。

获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价评级结果”三星级品牌依次是：农银汇理、申万巴黎、中银基金、建信基金、光大保德信、友邦华泰、诺安基金、新华基金、华商基金、招商基金。上述基金品牌在本项评价中获第三等的评定，按获得综合评价分值自高到低排序。

获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价评级结果”二星级品牌依次是：长信基金、汇丰晋信、宝盈基金、中海基金、万家基金、金鹰基金、信达澳银、银河基金、摩根士丹利华鑫、信诚基金、华富基金。上述基金品牌在本项评价中获第四等的评定，按获得综合评价分值自高到低排序。

获本期评价——“2009 年基金品牌综合评价评级结果”一星级品牌依次是：国联安基金、天弘基金、中欧基金、泰信基金、金元比联、天治基金、东方基金、东吴基金、诺德基金、益民基金。上述基金品牌在本项评价中获第五等的评定，按获得综合评价分值自高到低排序。

浦银安盛、民生加银成立时间截至考核评价期末不满 3 周年，不予星级认定。

融通基金、景顺长城、长城基金因评价期间公司或其雇员违规被监管层公开处罚，取消星级认定。

基金品牌价值评价能够使客户选择产品过程变得更为简单

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，有利于促进渠道产品销售，可以说，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。因此，有评论人士指出，如果说上一个十年基金业是在跑马圈地，下一个十年，基金业则应该走出一条靠品牌制胜的特色之路来。

在消费品市场，知名品牌相关产品往往比较热销，品牌简化了消费者的选择决策，这是众所周知的道理。基金业界资深人士也有明确的论述：“如果基金公司的品牌难以成为客户社会身份的象征，而市场、业绩又相对不确定，那么基金公司品牌的价值到底对客户的意义是什么？最重要的可能是选择的简易性，基金公司品牌价值能够使客户选择过程更为简单，虽然并不一定最优，但依靠品牌选择却是简单、快速、聪明的决策策略。这应当就是基金公司的品牌带给客户的最大价值。”

正是由于品牌价值对于基金公司的重要性、对于普通投资者决策选择的方便性；而且，由于市场缺乏一项独立、客观、全面的第三方基金品牌评价，经常有基金公司随意拿“品牌”二字向公众自吹自擂，为服务广大基民辨识基金品牌价值，全景秉持公平、公正、公开的原则，进行本项基金公司品牌价值标准化评价，最终形成易于解读认知的星级评定数据，为公众选择基金管理人提供有参考作用的资讯。

全景自 2008 年 9 月开始，推出了系列的基金品牌分析专题报告，发挥着媒体舆论监督功能并敦促基金管理人更重视自身品牌建设，同时也让普通公众对基金业有更多的知情权。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，打造真正深入人心的优质品牌。

**【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体系在国内尚属首创，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，报告编者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（网编评价评分），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，在深圳市全景网络公司相关媒体《全景网》、《交易日》、《财富天下》、《新财富》以及合作评分者所在媒体发布，包括报告全文、制作专题、录制视频、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