

中国基金品牌曝光及舆情传播分析报告

- 基金舆情传播研究及品牌评价系列报告是全景首创，品牌学理论与基金市场结合的创新产物，始于 2008 年 9 月份。本报告是常规“曝光度”报告衍生的资讯产品，主要分析基金行业品牌曝光趋势及舆情传播动态，报告还收录品牌建设个案，供业界人士内部研究参考。

全景基金品牌指数及相关舆情：

- 为了更加直观展示基金品牌曝光及舆情传播趋势变化，根据历史各月统计数据，自今年开始，研究中心特别制作并发布“全景·基金品牌指数”（P5W, Fund Brand Index, 简称 P5WFBI），共有“基金品牌曝光指数”、“基金产品曝光指数”、“基金人物曝光指数”3 个细分指数。
- 3 月份对应 P5WFBI 指数点位各为 1050.12、903.90、265.86，皆较前一个月明显上升。纵向比较而言，3 月份指数走势继续向上，但幅度有所缓和。本月跨市场 ETF 与绩优产品频频抢镜，占据产品曝光前十榜单抢眼位置，再次证实此前观点，创新型产品及优异业绩是基金品牌塑造以至于增值的有效方式之一。

新发基金媒体舆情传播分析：

- 38 只新基金产品曝光度合计 10776 篇；新产品数量占比为 3.45%，其曝光度占比达 8.83%，新基金产品平均曝光度为 300 篇，而所有基金产品曝光度约 111 篇，高出幅度约 1.70 倍。居前 10 位是：招商产业、鹏华价值精选、融通创业板、大成新锐产业、广发聚财信用、兴全轻资产、景顺优信增利、信诚周期轮动、长盛电子产业、大摩主题优选。

基金舆情焦点分析及个案摘要：

- 从发行市场上看，新基金密集排队募资扩展不停步，短期理财型产品开始进入投资者视野，新品推广仍然是多数品牌 PR 的重头戏；跨市场 ETF 拿到批文蓄势待发，更是掀起了一轮声势浩大的“沪深 300ETF”舆论热潮。基金电子商务方面也有不少新突破，华安、华夏与上投摩根等公司多以“首家”名义标新立异，宣扬各自在基金直销领域上的特色服务。
- 3 月份基金品牌活动“公益”居多，南方、汇添富、兴业全球等公司以“爱心”名义的活动彰显“社会责任”；单只基金上的宣传也多折射出“社会责任”理念，如新华优选、财通价值动量与中邮上证 380 等的分红回报投资者。此外，月末“明星基金奖”和“金牛奖”放榜，为众多基金品牌增光添彩，基金公司“借力”宣传也成了 3 月的另一道亮丽“风景线”。

本期报告编委

指导：

郑 颂 张 华

主编：

黄晓旋

执笔：

李泽玲 黄 昉

校对：

包 莹

审核：

张棟棟

巨潮数据：冯翊群 杨采燕

全景宏爵：冯英睿 王春敏

相关研究

- 《基金品牌曝光度观察报告》系列。2008 年 9 月起，每月一期。
- 《中国基金行业品牌评级报告》。2009 年起，每年一期。
- 《2011 基金人物曝光度百强榜》。2011.12.23。
- 《2011 年基金品牌曝光度数据统计报告》2012.01.10
- 《2011 基金公司 PR(公共关系)评分数据统计报告》。2012.01.20。
- 《中国基金行业舆情周报》。每周一期。

联系方式：

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163

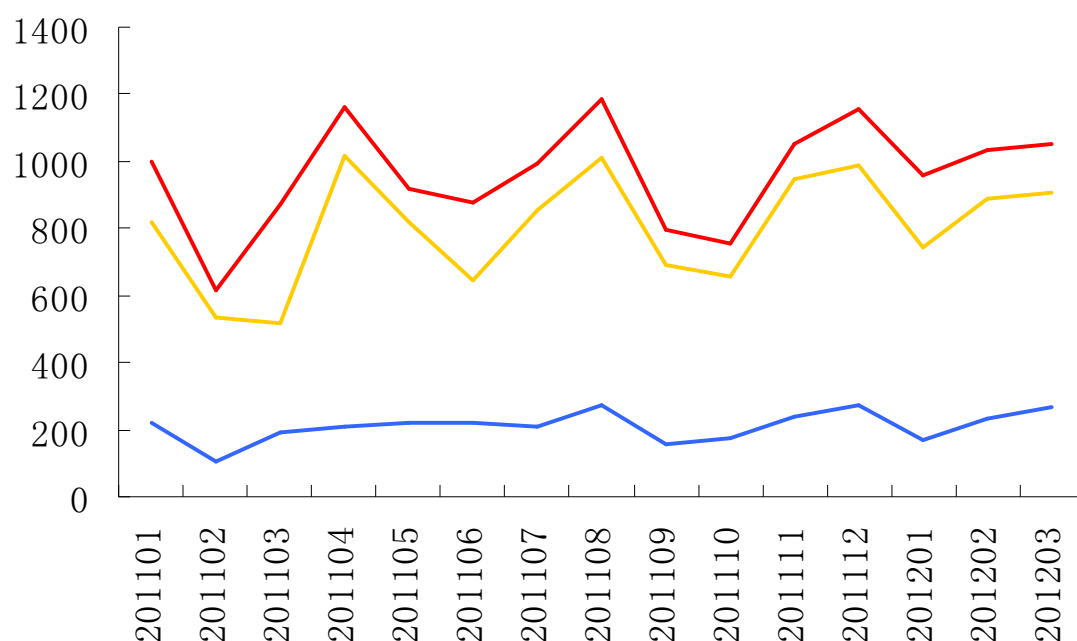
发布时间: 2012.04.19

第一部分: 全景基金品牌指数及相关舆情分析

为了更直观展示基金品牌曝光及舆情传播趋势变化, 根据全景基金品牌研究中心历史各月统计数据, 自今年开始, 研究中心特别制作并发布“全景·基金品牌指数”(P5W, Fund Brand Index, 简称 P5WFBI), 该指数共有 3 个细分指数, 分别是“基金品牌曝光指数”、“基金产品曝光指数”、“基金人物曝光指数”。指数基期为 2011 年 1 月, “基金品牌曝光指数”以该月度基金品牌总曝光数为基点, 基点数据为 1000, 后续各月该指数数据点位及其余两个细分指数为与之比较而折算成指数点位的标准数据。图表如下:

图表 1-1

全景·基金品牌指数(P5WFBI)走势图



— 基金品牌曝光指数 — 基金产品曝光指数 — 基金人物曝光指数

附：全景·基金品牌曝光指数(P5WFBI)过去一年数据

月份	基金品牌曝光光度(篇)	基金品牌曝光指数	基金产品曝光光度(篇)	基金产品曝光指数	基金人物曝光光度(篇)	基金人物曝光指数
201103	119733	871.03	70786	514.95	26717	194.36
201104	159874	1163.04	139964	1018.20	28687	208.69
201105	125899	915.88	112416	817.80	30239	219.98
201106	120416	875.99	88577	644.37	30151	219.34
201107	136855	995.58	117141	852.17	28877	210.07
201108	163290	1187.89	138717	1009.13	37673	274.06
201109	109244	794.72	95129	692.04	21390	155.61
201110	103552	753.31	90145	655.78	23561	171.40
201111	144596	1051.90	130332	948.13	32833	238.85
201112	159251	1158.51	135796	987.88	37830	275.20
201201	131636	957.62	101860	741.00	23469	170.73
201202	141866	1032.04	122078	888.09	32124	233.69
201203	144351	1050.12	124252	903.90	36545	265.86

数据来源：全景基金品牌研究中心，数据截止日：2012-3-31。

3 月品牌指数小幅攀升 创新与绩优基金产品冲占舆情最前线

统计数据显示，2012 年 3 月份，基金品牌曝光度、基金产品曝光度及基金人物曝光度分别为 144351 篇、124252 篇、36545 篇，对应 P5WFI 指数点位各为 1050.12、903.90、265.86，皆较前一个月明显上升。3 月新基金继续密集上柜，数量较 2 月有所增加，有关品牌曝光度也明显增多；月末，两大颁奖活动使得获奖品牌资讯剧增，基金公司趁热“借力”宣传与媒体的报道大增提高了舆情传播热度。总体上，自基点以来三大基金品牌指数走势基本一致，3 月份指数走势继续向上，但幅度有所缓和。

3 月份“基金品牌曝光度”指数数据统计自全行业 71 家基金公司。前 12 名品牌曝光合计占有率达 38.63%，依次是：华夏基金、易方达基金、嘉实基金、南方基金、汇添富基金、博时基金、鹏华基金、大成基金、富国基金、华安基金、招商基金、银华基金，前三者记录分别为 6815 篇、5703 篇、5550 篇，占有率数据各约 4.72%、3.95%、3.84%；而曝光记录低于 1000 篇的品牌家数减少至 17 家，国金通用、安信基金、方正富邦、华宸未来等新基金公司曝光度较低，位居榜末。基金行业的品牌曝光度“大品牌”集中化程度一直存在。华夏基金屡居榜首主要来自王亚伟及其管理两只产品的曝光贡献，3 月份易方达、嘉实及南方基金三者曝光量差距不大，应该与其品牌建设积极进取有关，从另一方面这也体现了大公司之间的竞争激烈；其余居高品牌与“人多势众”（人物及产品较多）也不无关系。

图表 1-2：2012 年 3 月基金公司品牌曝光度前 12 名

品牌简称	基金公司全称	曝光度(篇)	市场占有率(%)	排序
华夏基金	华夏基金管理有限公司	6815	4.72	1/71
易方达基金	易方达基金管理有限公司	5703	3.95	2/71
嘉实基金	嘉实基金管理有限公司	5550	3.84	3/71
南方基金	南方基金管理有限公司	5356	3.71	4/71
汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	4885	3.38	5/71
博时基金	博时基金管理有限公司	4396	3.05	6/71
鹏华基金	鹏华基金管理有限公司	4364	3.02	7/71
大成基金	大成基金管理有限公司	4234	2.93	8/71
富国基金	富国基金管理有限公司	4028	2.79	9/71
华安基金	华安基金管理有限公司	3601	2.49	10/71
招商基金	招商基金管理有限公司	3433	2.38	11/71
银华基金	银华基金管理有限公司	3398	2.35	12/71
以上 12 家品牌合计		55763	38.63	—
全部 71 家基金品牌合计		144351	100.00	—

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

“基金产品曝光度”指数基础数据来自监测的所有公募基金产品。3 月份有数据监测记录的基金产品（名称）共 1102 只，排名前 100 的产品曝光度合计 50612 篇，占比 40.73%。集中化程度相对较高。在“3 月基金产品曝光度 TOP100 榜单”中，前三名分别是深 300ETF、华夏大盘和华夏策略，曝光记录分别为 2110 篇、1984 篇、1641 篇，位于前 10 名的还有嘉实沪深 300ETF、泰信蓝筹、华泰柏瑞沪深 300ETF、华夏红利、华夏优势、东吴轮动、新华成长等 7 只产品，此为月度较受媒体光照的产品，多数因前期业绩表现较好或涨幅较高或推广得力而受到较多的曝光。对隶属品牌当月曝光量贡献较大，对公司品牌而言，产品是其“子品牌”，子品牌良好的表现，母品牌将会“母凭子贵”而坐享“品牌红利”。

图表 1-3：2012 年 3 月基金产品曝光度前 10 名

产品简称	隶属基金公司	新闻曝光度(篇)	占有率(%)	排序
深 300ETF	汇添富基金管理有限公司	2110	1.70	1/1102
华夏大盘	华夏基金管理有限公司	1984	1.60	2/1102

华夏策略	华夏基金管理有限公司	1641	1.32	3/1102
嘉实沪深 300ETF	嘉实基金管理有限公司	1053	0.85	4/1102
泰信蓝筹	泰信基金管理有限公司	1052	0.85	5/1102
华泰柏瑞沪深 300ETF	华泰柏瑞基金管理有限公司	965	0.78	6/1102
华夏红利	华夏基金管理有限公司	893	0.72	7/1102
华夏优势	华夏基金管理有限公司	884	0.71	8/1102
东吴轮动	东吴基金管理有限公司	833	0.67	9/1102
新华成长	新华基金管理有限公司	827	0.67	10/1102
前 100 名（共 100 只）合计		50612	40.73	/
全部 1038 只(名)产品合计		124252	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

“基金人物曝光”指数基础数据来自监测的所有公募基金人物。3 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 722 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 101 位）合计曝光度为 23665 篇，占有率 64.76%。人物曝光度集中化程度一直远高于产品。该榜单中，基金经理代表人物王亚伟继续高居榜首，曝光记录为 2330 篇；南方基金杨德龙曝光度记录 1199 篇，这两位均是 3 月份中超过千篇记录的“达人”；兴业全球王晓明、嘉实基金杨宇、大成基金刘安田、博时基金魏凤春、鹏华基金王学兵、招商基金张国强、华夏基金刘文动、兴业全球陈扬帆也是月度受媒体“光照”较多的十位基金“达人”。人物的高度曝光，对相关产品及雇主品牌有直接的影响，这方面首屈一指是王亚伟，目前尚无人能望其项背。多数人物曝光是正向的，对个人品牌以及雇主品牌的认知度提升明显有效，只有极少数人物有负面影响。

图表 1-4：2012 年 3 月基金人物曝光度前 10 名

基金人物	隶属基金公司	新闻曝光度(篇)	占有率(%)	排序
王亚伟	华夏基金管理有限公司	2330	6.38	1/722
杨德龙	南方基金管理有限公司	1199	3.28	2/722
王晓明	兴业全球基金管理有限公司	787	2.15	3/722
杨宇	嘉实基金管理有限公司	781	2.14	4/722
刘安田	大成基金管理有限公司	703	1.92	5/722
魏凤春	博时基金管理有限公司	620	1.70	6/722
王学兵	鹏华基金管理有限公司	512	1.40	7/722
张国强	招商基金管理有限公司	459	1.26	8/722
刘文动	华夏基金管理有限公司	444	1.21	9/722
陈扬帆	兴业全球基金管理有限公司	433	1.18	10/722
前 100 名(共 101 位)合计		23665	64.76	/
全部 722 位合计		36545	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

据观察，3 月份新基金发行市场持续高温，具有“里程碑”意义的跨市场 ETF 获批更是成为当月的焦点。基金产品曝光度榜单中，嘉实沪深 300ETF 与华泰柏瑞沪深 300ETF 分别以位列第四与第六双双跻身前十，关注热度可见一斑。此外，前十榜单中，华夏旗下产品就占了四只，汇添富深证 300ETF 超越“华夏大盘”，成 3 月份最受媒体舆情传播的“宠儿”。全景基金品牌研究中心认为，在基金行业，优异的投资业绩表现有利于其品牌增值，产品创新也是基金品牌塑造的有效方式之一。

第二部分 2012 年 3 月份新发基金媒体传播分析

2-1、2012 年 3 月新发基金媒体传播分析概要

中小公司品牌传播对新基金及人物依赖程度高

2012 年 3 月份共有 38 只新基金开启发行或处于募集期（见图表 2-2）。“联接基金与 ETF 基金”、“债券基金不同份额”及“分级基金不同份额”的曝光度监测数据存在着包含关系，不单独分开统计。需要强调的是，由于多数新基金跨月发行，期限无法统一，所做的比较排序存在局限性。

监测数据统计显示，38 只新基金产品曝光度合计 10776 篇；而当月有数据记录的产品共 1102 只（名），合计曝光度 122078 篇；新产品数量占比为 3.45%，其曝光度占比达 8.83%。新基金产品平均曝光度为 300 篇，而所有基金产品曝光度约 111 篇，高出幅度约 1.70 倍。

38 只新基金隶属于 32 家基金公司品牌，当月列入监测的品牌共 71 家，家数约占 45.07%；有新基金发行的 32 家品牌曝光度合计 82618 篇，所有 71 家品牌曝光度合计 144351 篇，曝光度占比 57.23%。有新基金发行的 32 家品牌平均曝光度 2582 篇，而所有品牌均值为 2033 篇，高出幅度约 26.99%。

数据可见，新基金产品曝光度均值大幅高于所有基金产品曝光度均值，隶属基金公司品牌曝光度均值也高于行业均值，对于同等规模品牌而言，有新品在发的基金公司当月曝光度相对较高；品牌曝光与产品密切相关，但品牌比较超越的幅度远不及产品比较超越幅度，这说明了，除了新产品外，基金品牌曝光度还受其他因素所影响，比如前文提到的业绩表现优异的贡献。

月度新基金曝光度居前 10 位是：招商产业、鹏华价值精选、融通创业板、大成新锐产业、广发聚财信用、兴全轻资产、景顺优信增利、信诚周期轮动、长盛电子产业、大摩主题优选，媒体上新闻曝光数据均超过 350 篇；在所有 1038 只产品月曝光度排名也较突出，皆在 55 名之前。

新产品曝光度是隶属品牌曝光度的重要组成部分，本报告用“产品曝光对品牌贡献率”指标来表示，3 月份该指标平均约 13.22%，长信可转债、融通创业板、富安达策略精选、诺德周期策略等 4 只产品“贡献率”均超过 25%，分别高达 31.83%、29.72%、26.70%、25.07%，此外还有招商产业、浙商新思维、金鹰持久回报分级和浙商沪深 300 这 5 只基金“贡献率”超过 20%。这些新基金发行对公司品牌传播贡献力度甚大，一般而言，新公司或小规模公司更为突出。

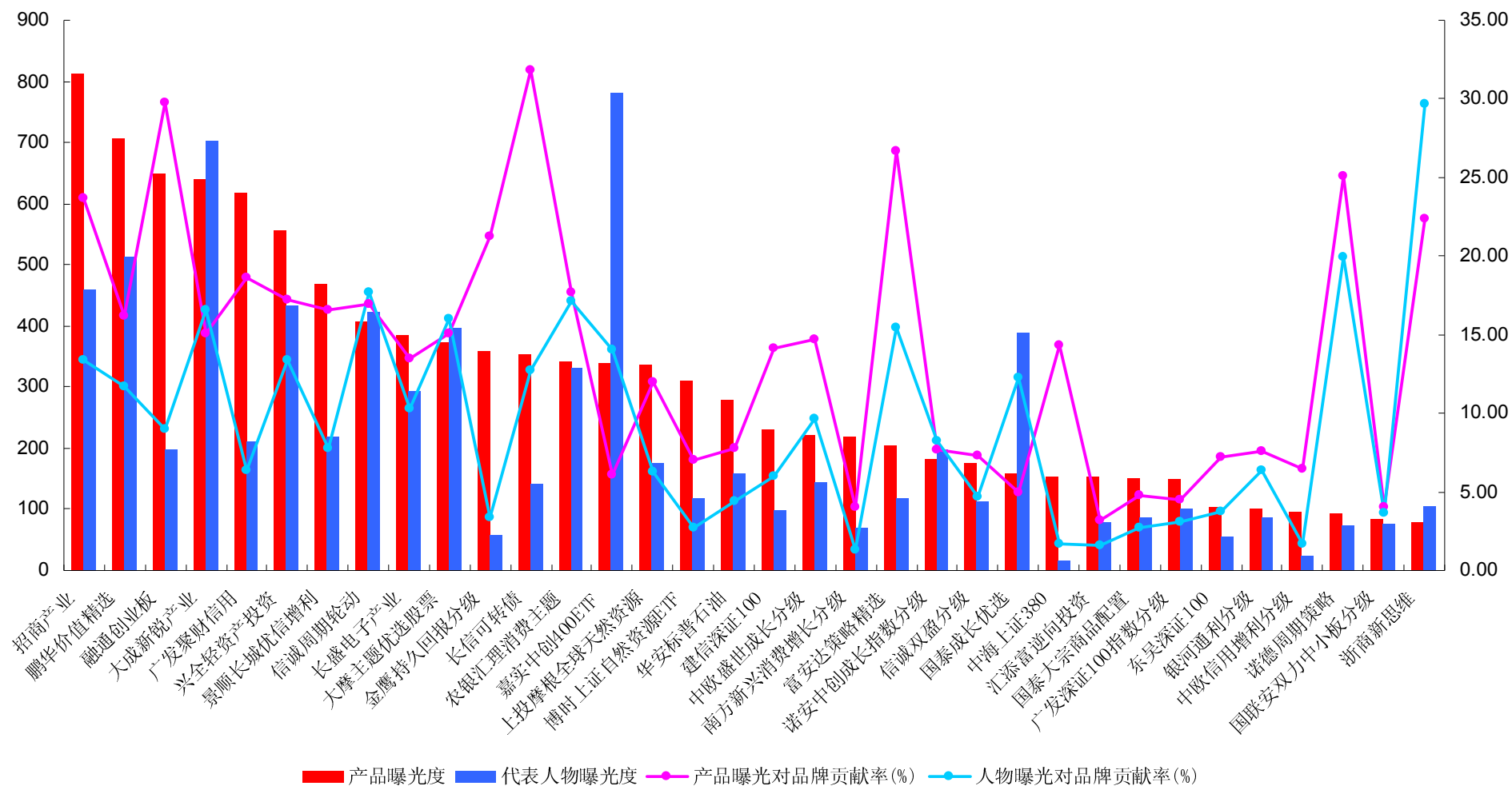
新基金人物曝光度方面，对应 38 只新基金共有 38 位代表人物列入比较（双基金经理制的产品，只选取曝光度数据最高的一位）。统计显示，38 位基金经理曝光度合计 7614 篇；而当月有统计记录的基金人物共 722 位，合计曝光度 36454 篇；新基金代表人物数量占比为 5.26%，而其曝光度占比达 20.83%。新基金代表人物平均曝光度 200 篇，而所有基金人物曝光度平均仅约 51 篇，高出幅度达 2.96 倍。这或是行业常规：基金经理在募新时言论甚多，没发基金则较低调。

月度新基金代表人物曝光度前 6 名是嘉实中创 400ETF 杨宇、大成新锐产业刘安田、鹏华价值精选王学兵、招商产业张国强、兴全轻资产陈扬帆、信诚周期轮动张光成，新闻曝光记录均在 400 篇以上；在所有人物月度排名也较高，皆居月度人物榜单前 10 名。

基金人物曝光度是隶属公司品牌曝光度的重要组成部分，本报告用“人物曝光对品牌贡献率”指标来表示，3 月份该指标平均约 8.57%。浙商新思维陈志龙、诺德周期策略胡志伟、信诚周期轮动张光成、农银消费主题曹剑飞、大成新锐产业刘安田、大摩主题优选盛军锋、富安达策略精选黄强等 7 位对雇主公司品牌曝光的“贡献”较高，分别高达 29.69%、19.95%、17.68%、17.13%、16.60%、16.02%、15.45%，其余人物该指标皆不超过 15%。一般而言，中小规模或者新公司对关键人物依赖性较高，品牌传播也较明显。（详细数据见如下图表 2-1，2-2，2-3）。

2-2、2012 年 3 月份新发基金产品及人物曝光度比较图

图表 2-1



数据来源：巨潮数据库&全景宏爵 制图：全景基金品牌研究中心

2-3、2012 年 3 月份在发新发基金产品简表

图表 2-2

产品简称	类型	募集期	基金经理	隶属品牌
东吴深证 100	股票型	2012-02-06 至 2012-03-02	唐祝益	东吴基金
景顺长城优信增利	债券型	2012-02-06 至 2012-03-13	余春宁	景顺长城
浙商聚潮新思维	混合型	2012-02-06 至 2012-03-05	陈志龙	浙商基金
中海上证 380	股票型	2012-02-06 至 2012-03-02	陈明星	中海基金
民生加银中证内地资源主题	股票型	2012-02-06 至 2012-03-06	江国华	民生加银
南方新兴消费增长分级	股票型	2012-02-07 至 2012-03-07	杜冬松 张旭	南方基金
汇添富逆向投资	股票型	2012-02-07 至 2012-03-07	顾耀强	汇添富基金
摩根士丹利华鑫主题优选	股票型	2012-02-13 至 2012-03-09	盛军锋	摩根士丹利华鑫
广发聚财信用	债券型	2012-02-13 至 2012-03-09	代宇	广发基金
诺德周期策略	股票型	2012-02-13 至 2012-03-16	胡志伟	诺德基金
建信深证 100	股票型	2012-02-15 至 2012-03-14	梁洪昀	建信基金
中欧盛世成长分级	股票型	2012-02-15 至 2012-03-16	周蔚文	中欧基金
国泰成长优选	股票型	2012-02-16 至 2012-03-16	张玮	国泰基金
嘉实中创 400ETF	股票型	2012-02-20 至 2012-03-16	杨宇	嘉实基金
金鹰持久回报分级	债券型	2012-02-20 至 2012-03-16	邱新红	金鹰基金
国联安双力中小板综指分级	股票型	2012-02-20 至 2012-03-16	黄志钢	国联安基金
大成新锐产业	股票型	2012-02-20 至 2012-03-16	刘安田	大成基金
上投摩根全球天然资源	QDII	2012-02-20 至 2012-03-21	张军	上投摩根

产品简称	类型	募集期	基金经理	隶属品牌
华安标普石油	QDII	2012-02-27 至 2012-03-23	徐宜宜	华安基金
长信可转债	债券型	2012-02-27 至 2012-03-20	李小羽 刘波	长信基金
诺安中证创业成长指数分级	股票型	2012-02-27 至 2012-03-23	王坚	诺安基金
兴全轻资产投资	股票型	2012-02-27 至 2012-03-27	陈扬帆	兴业全球
博时上证自然资源 ETF	股票型	2012-03-05 至 2012-03-30	胡俊敏	博时基金
融通创业板	股票型	2012-03-05 至 2012-03-30	王建强	融通基金
招商产业	债券型	2012-03-05 至 2012-03-16	张国强 胡慧颖	招商基金
长盛电子产业	股票型	2012-03-05 至 2012-03-23	王克玉	长盛基金
鹏华价值精选	股票型	2012-03-12 至 2012-04-11	程世杰 王学兵	鹏华基金
信诚周期轮动	股票型	2012-03-14 至 2012-04-18	张光成	信诚基金
银河通利分级	债券型	2012-03-15 至 2012-04-20	索峰 张矛	银河基金
富安达策略精选	混合型	2012-03-19 至 2012-04-23	黄强	富安达基金
农银汇理消费主题	股票型	2012-03-19 至 2012-04-20	曹剑飞 付娟	农银汇理
工银瑞信量化策略	股票型	2012-03-20 至 2012-04-24	游凼峰	工银瑞信
国泰大宗商品配置	QDII	2012-03-26 至 2012-04-25	崔涛	国泰基金
中欧信用增利分级	债券型	2012-03-26 至 2012-04-20	聂曙光	中欧基金
信诚双盈分级	债券型	2012-03-26 至 2012-04-18	曾丽琼	信诚基金
广发深证 100 指数分级	股票型	2012-03-27 至 2012-04-26	陆志明	广发基金
浙商沪深 300 指数分级	股票型	2012-03-28 至 2012-04-27	关永祥	浙商基金
民生加银信用双利	债券型	2012-03-28 至 2012-04-23	乐瑞祺	民生加银

数据来源：巨潮数据库 制表：全景基金品牌研究中心

2-4、2012 年 3 月新基金产品曝光度比较报表

图表 2-3

产品简称	产品曝光度	产品排序	基金经理代表	代表人物曝光度	人物排序	品牌简称	品牌曝光度	品牌排序	产品贡献率(%)	代表人物贡献率(%)
东吴深证 100	104	373/1102	唐祝益	55	170/722	东吴基金	1452	41/71	7.16	3.79
景顺长城优信增利	469	35/1102	余春宁	219	28/722	景顺长城	2830	19/71	16.57	7.74
浙商新思维	80	477/1102	陈志龙	106	82/722	浙商基金	357	64/71	22.41	29.69
中海上证 380	154	254/1102	陈明星	18	351/722	中海基金	1075	53/71	14.33	1.67
民生加银中证内地资源	55	576/1102	江国华	37	224/722	民生加银	963	55/71	5.71	3.84
南方新兴消费增长分级	218	153/1102	杜冬松	70	135/722	南方基金	5356	4/71	4.07	1.31
汇添富逆向投资	154	254/1102	顾耀强	79	212/722	汇添富基金	4885	5/71	3.15	1.62
大摩主题优选股票	374	55/1102	盛军锋	398	12/722	摩根士丹利华鑫	2484	23/71	15.06	16.02
广发聚财信用	619	21/1102	代宇	212	29/722	广发基金	3317	13/71	18.66	6.39
诺德周期策略	93	420/1102	胡志伟	74	129/722	诺德基金	371	63/71	25.07	19.95
建信深证 100	231	137/1102	梁洪昀	98	93/722	建信基金	1634	36/71	14.14	6.00
中欧盛世成长分级	221	148/1102	周蔚文	144	56/722	中欧基金	1500	40/71	14.73	9.60
国泰成长优选	159	247/1102	张玮	391	14/722	国泰基金	3184	15/71	4.99	12.28
嘉实中创 400ETF	339	75/1102	杨宇	781	4/722	嘉实基金	5550	3/71	6.11	14.07

产品简称	产品曝光度	产品排序	基金经理代表	代表人物曝光度	人物排序	品牌简称	品牌曝光度	品牌排序	产品贡献率(%)	代表人物贡献率(%)
金鹰持久回报分级	358	65/1102	邱新红	57	165/722	金鹰基金	1688	35/71	21.21	3.38
国联安双力中小板分级	84	457/1102	黄志钢	77	123/722	国联安基金	2089	28/71	4.02	3.69
大成新锐产业	639	19/1102	刘安田	703	5/722	大成基金	4234	8/71	15.09	16.60
上投摩根全球天然资源	336	78/1102	张军	175	37/722	上投摩根	2797	20/71	12.01	6.26
华安标普石油	279	104/1102	徐宜宜	158	45/722	华安基金	3601	10/71	7.75	4.39
长信可转债	354	67/1102	李小羽	142	57/722	长信基金	1112	51/71	31.83	12.77
诺安中创成长指数分级	183	206/1102	王坚	197	31/722	诺安基金	2387	25/71	7.67	8.25
兴全轻资产投资	555	24/1102	陈扬帆	433	10/722	兴业全球	3231	14/71	17.18	13.40
博时上证自然资源 ETF	310	90/1102	胡俊敏	119	72/722	博时基金	4396	6/71	7.05	2.71
融通创业板	650	18/1102	王建强	197	31/722	融通基金	2187	27/71	29.72	9.01
招商产业	813	12/1102	张国强	459	8/722	招商基金	3433	11/71	23.68	13.37
长盛电子产业	385	53/1102	王克玉	294	21/722	长盛基金	2856	17/71	13.48	10.29
鹏华价值精选	707	15/1102	王学兵	512	7/722	鹏华基金	4364	7/71	16.20	11.73
信诚周期轮动	406	48/1102	张光成	423	11/722	信诚基金	2392	24/71	16.97	17.68
银河通利分级	102	381/1102	索峰	86	109/722	银河基金	1349	46/71	7.56	6.38
富安达策略精选	204	169/1102	黄强	118	74/722	富安达基金	764	56/71	26.70	15.45

产品简称	产品曝光度	产品排序	基金经理代表	代表人物曝光度	人物排序	品牌简称	品牌曝光度	品牌排序	产品贡献率(%)	代表人物贡献率(%)
农银汇理消费主题	342	71/1102	曹剑飞	331	19/722	农银汇理	1932	29/71	17.70	17.13
工银瑞信量化策略	76	494/1102	游凼峰	93	98/722	工银瑞信	2848	18/71	2.67	3.27
国泰大宗商品配置	152	261/1102	崔涛	87	104/722	国泰基金	3184	15/71	4.77	2.73
中欧信用增利分级	97	401/1102	聂曙光	25	295/722	中欧基金	1500	40/71	6.47	1.67
信诚双盈分级	175	216/1102	曾丽琼	113	76/722	信诚基金	2392	24/71	7.32	4.72
广发深证 100 指数分级	150	263/1102	陆志明	101	88/722	广发基金	3317	13/71	4.52	3.04
浙商沪深 300 指数分级	75	496/1102	关永祥	3	555/722	浙商基金	357	64/71	21.01	0.84
民生加银信用双利	74	500/1102	乐瑞祺	29	267/722	民生加银	963	55/71	7.68	3.01
38 只产品合计 (篇)	10776		38 位基金经理曝光度合计 (篇)	7614		以上 32 家品牌合计 (篇)	82618			
38 只产品平均 (篇)	299.33		38 位基金经理曝光度平均 (篇)	200.37		以上 32 家品牌平均 (篇)	2581.81			
所有 11028 只产品合计 (篇)	122078		所有 722 位人物合计 (篇)	36545		71 家品牌合计 (篇)	144351			
所有 1102 只产品平均 (篇)	110.78		所有 722 位人物平均 (篇)	50.62		71 家品牌平均 (篇)	2033.11			
新产品/所有产品(%)	8.83		新基金人物/所有人物(%)	20.83		32 家/71 家(%)	57.23			

数据技术支持：全景宏爵 制表：全景基金品牌研究中心

【本期数据说明】1、本表主要比较 2012 年 3 月份在发新基金产品曝光度，单位“篇”；2、“联接基金与 ETF 基金”、“债券基金不同份额”及“分级基金不同份额”的曝光度监测数据存在着包含关系，仅比较其曝光度最高的一个产品或份额；3、双基金经理制的产品，只选取曝光度数据最高的一位基金经理为代表。

第三部分 基金行业舆情分析及品牌建设案例摘要

3 月基金“创新”潮涌 品牌活动唱响“爱的旋律”

阳春三月，万物复苏，基金市场也呈现出一片春意盎然的光景，“创新”标签如雨后春笋般不断跃现，基金 PR(公共关系)舆情传播资讯也继续攀升。从发行市场上看，新基金密集排队募资扩展不停步，短期理财型产品开始进入投资者视野，新品推广仍然是多数品牌 PR 的重头戏；跨市场 ETF 拿到批文蓄势待发，更是掀起了一轮声势浩大的“沪深 300ETF”舆论热潮。基金电子商务方面也有不少新突破，华安、华夏与上投摩根等公司多以“首家”名义标新立异，宣扬各自在基金直销领域上的特色服务。

3 月份基金品牌活动“公益”居多，南方、汇添富、兴业全球等公司以“爱心”名义的活动彰显“社会责任”；单只基金上宣传也多折射出“社会责任”理念，如新华优选、财通价值动量与中邮上证 380 等的分红回报投资者。此外，月末“明星基金奖”和“金牛奖”放榜，为众多基金品牌增光添彩，基金公司“借力”宣传也成了 3 月的另一道亮丽“风景线”。

“创新”引领 3 月基金产品及电子商务

“创新”仍为基金业首要而长远的话题，各大基金公司在 3 月份继续为拓展市场努力在“创新”上下功夫。比较突出的有，嘉实基金和华泰柏瑞两家公司获批跨市场“沪深 300ETF”产品；汇添富与华安两家基金公司在 3 月初上报了短期理财债券型基金；首只有封闭期的分级基金（长盛同庆分级基金）推出了转型方案。这些在业界引起了相当大的关注，此类“带头”举措可能为其他公司提供了借鉴，彰显了示范效应，所属品牌受关注大增，也必然是有效且持续的品牌宣传。

在电子商务方面，本月共 3 家基金公司纷纷呈上自家独有的新业务，也让其基金品牌增色不少。华安基金发布业内首个支持多种智能化交易功能的 iPhone 客户端；华夏基金官网开理财产品超市，该网站能查询所有基金净值数据，宣称业内独有的一家；上投摩根携手搜狐在业内首家推出“基金 60 秒”手机移动精品资讯服务。这些举措既增加了为投资者服务的方式或渠道，也让这些“开先河”的公司在基金直销领域品牌宣传上独领风骚。

随着互联网的飞速发展，无论来自客户端、投资者端、销售端和基金公司，业内都深切感觉到电子商务未来具有发展前景；而关注投资者的诉求，创新电子商务，对于面临营销困境的基金公司而言，未必不是一条具有想象空间的营销渠道之一。

品牌活动建设彰显“社会责任”理念

据观察，3 月曝光的基金品牌活动明显较少，鹏华基金第七场“投资可以更美的”深度投资探索之旅启动，是少有的案例。不过，基金公益活动则有所增加，爱心公益一直为基金公司所重视和倡导，南方、汇添富、兴业全球等公司皆以开展了“爱心”名义的活动。兴业全球基金表示，良好的社会责任履行与经营业绩会成为互相推动的循环动力，有助于影响并创造更大的公众和社会财富。

相较于对公司品牌的宣传，更多基金公司似乎更热衷于对旗下表现突出单只基金的推广。分红是本月基金首要的“出位”的事件，“新华优选派发年内最大红包”，“财通价值动量”与“中邮上证 380”一月两次分红”均有较多的新闻报道。全景基金品牌研究中心认为，基金分红经常起到为持有人“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；其次，慷慨“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。

月末，《证券时报》社年度中国基金业“明星基金奖”与《中国证券报》基金业“金牛奖”评奖结果出炉，相关消息在 3 月最后一周占领了“品牌宣传”至高地。基金公司在新基金发行或者持续营销宣传上都加上“获奖”标签，借力宣扬推广；而媒体轰炸式的公开报道，对基金业有着积极的影响，对相关基金品牌的建设也无疑增加了“砝码”，有关的宣传也成了 3 月份基金业的另一道亮丽“风景线”。

2012 年 3 月份基金行业品牌建设动态摘要

【产品创新】

★ 首批两只跨市场 ETF 获批 沪深 300ETF 影响深远

由深交所和嘉实基金联袂打造的嘉实沪深 300ETF、由上交所和华泰柏瑞基金联袂打造的华泰柏瑞沪深 300ETF，同时获得中国证监会核准发行。作为业内第一批横跨沪深两市、且与沪深 300 股指期货合约跟踪同一标的指数的 ETF 产品，沪深 300ETF 的获批，将成为连接沪市、深市、股指期货市场的“直通车”，并有望成为促发市场创新和券商经纪业务大发展的契机。(上海证券报 3 月 27 日)

★ 汇添富、华安两公司 4 只短期理财债券基金待批

3 月以来华安基金和汇添富基金各申请了 2 只短期理财型债券基金。其中，华安基金先后于 3 月 8 日和 3 月 9 日分别申请了季季鑫短期理财债券型基金、月月鑫短期理财债券基金；汇添富基金也先后于 3 月 6 日和 3 月 14 日申请了理财 30 天债券型基金和理财 60 天债券型基金。(中国证券报 3 月 21 日)

★ 首批封闭分基将到期 长盛同庆拟定“转型”方案

首只有封闭期的分级基金面临转型考验。长盛同庆分级基金公告称，4 月 10 日将召开份额持有人大会讨论基金转型事宜。这是首只有封闭期的分级基金即将迎来到期日。“长盛同庆拟转化为指数型分级基金是一个明智之举。”沪上一位基金分析师如是表示。长盛同庆的转型模式或将给其他基金带来一定启示。资料显示，国投瑞福、国泰估值两只封闭式主动型分级基金将分别于今年和明年相继迎来到期日。(上海证券报 3 月 13 日)

★ 首次瞄准中证 800 指数 长盛同庆“封转开”考眼力

三年前创造首募奇迹的长盛同庆封转开进入倒计时，长盛基金表示，“通过与持有人沟通，长盛同庆封转开后拟转型为长盛同庆中证 800 指数分级基金，并实行三年的运作期。”业内人士也纷纷发表看法，争议、担忧充斥市场。无论如何，市场的关心程度已经彰显了长盛封转开更深层的示范效应。(证券日报 3 月 21 日)

【公司动态】

★ “第三枚”子公司获准注册成立 嘉实基金独资控股

嘉实基金“第三枚”子公司——嘉实财富管理有限公司已经在 3 月 1 日正式完成工商登记注册成立。这也是继华夏基金之后，第二家大型基金管理公司布局第三方销售业务。而与华夏基金子公司不同的是，目前嘉实财富管理有限公司股权结构中并未出与母公司高管相关的其他机构参股，而由嘉实基金独家出资 5000 万元控股。(每日经济新闻 3 月 14 日)

★ 德邦基金管理公司公募、专户业务同获“准生证”

据悉，德邦基金管理公司获得证监会批复，同时获批的还有其特定客户资产管理业务资格。由此，国内公募基金阵营再次扩容，总数已达 70 家，德邦基金成为 2012 年首家获批的新基金公司。(证券时报 3 月 12 日)

★ 金元比联专户理财资格获批 首只专户产品正筹备中

据悉，金元比联基金公司通过中国证监会相关审核，获准开展专户业务，首只专户产品正在积极筹备之中。专户理财业务对金元比联基金的投资、研究、风控等公司内部管理提出了更高要求。金元比联基金公司 2011 年下半年随着投研团队的建立以及一系列改革，公司的业绩有了显着的提升。(证券时报 3 月 6 日)



★ 诺亚正行基金销售投资顾问公司预计四月正式运营

诺亚正行(上海)基金销售投资顾问有限公司预计于 4 月份正式开展业务、加入基金销售行列。总经理章嘉玉表示,目前已与多家优质基金管理公司进行基金代销合约的签订,与数家经筛选的基金管理公司完成数个专户理财产品讨论,并已送证监会核备中。预计在 4 月份取得核准后,将开始逐步向客户推荐。(中国证券报 3 月 19 日)

【品牌动态】

★ 鹏华基金:提升客户投资体验 引导理性投资

3 月 2 日,鹏华基金第七场“投资可以更美的”深度投资探索之旅在五粮液集团启动。对于组织此次活动的初衷,鹏华基金管理有限公司副总裁曹毅表示:“在持有人心目中,基金公司怎么做投资,怎么选股票,一直显得很神秘。而通过组织持有人走进上市公司的活动,可以把基金如何选择好公司,如何考察上市公司,如何去做投资的过程,以直观、形象的方式传达给投资者”。(中国证券报 3 月 12 日)

[公益活动]

★ 兴业全球基金公司员工爱心救助“先心病”儿童

2011 年 6 月,兴业全球基金公司员工爱心捐助 45 万元,在广东省汕尾的陆丰、海丰、陆河等地区开展贫困家庭先天性心脏病儿童救助工作。到目前,已完成 29 人救助手术,手术全部成功。兴业全球基金公司表示,良好的社会责任履行与经营业绩会成为互相推动的循环动力,有助于影响并创造更大的公众和社会财富。

★ 南方基金慈善基金会“与爱童行”活动已开展四场

日前,南方基金慈善基金会偕同南方基金“壹定投俱乐部”客户开展“与爱童行——爱心书架”捐赠活动。据悉,“与爱童行”系列活动已开展四场,受益学生近千人。南方基金规划发展部总监张玲表示,2012 年南方基金计划在全国多个省市举办“与爱童行”公益活动,与基金持有人共同促进乡村教育事业的发展。(中国证券报 3 月 21 日)

★ 汇添富基金携手爱心机构 启动关爱自闭症儿童活动

据悉,由汇添富基金管理有限公司主办,上海交通大学医学院、上海证券交易所志愿者服务队等近 10 家爱心组织共同参与的“关爱自闭症,走近小雨人”系列公益活动于 3 月 24 日举行。本次活动包括义卖、义诊、讲座和互动等多个环节。(证券日报 3 月 26 日)

【电子商务】

★ 华安基金发布业内首个智能化基金交易客户端

华安基金发布了业内首个支持多种智能化交易功能的 iPhone 客户端。据了解,此次华安基金发布的 iPhone 版客户端包括基金、资讯、交易和账户四大功能板块,除了为投资人提供相对基础的产品信息及资讯服务外,还提供了业内领先的基金交易与查询服务。(上海证券报 3 月 16 日)

★ 华夏官网开理财产品超市 向“综合理财服务商”转型

华夏基金公司官网开起了理财产品超市。据相关人员表示,设置这一平台,主要是为了做好电子商务服务,“一站式”解决客户需求。而另一家基金公司人士也表示,不少基民登录基金公司网站的主要目的是查询净值数据,如果能在一家基金公司网站查询所有基金净值数据确实是十分方便,不过,暂时只有华夏基金提供了这一服务。(证券时报 3 月 19 日)

★ 上投摩根推出“基金 60 秒”手机移动精品资讯服务

继“基金动漫”、“基金 E 站”APP 上线之后,上投摩根携手搜狐在业内首家推出“基金 60 秒”手机移动精品资讯服务。投资者可即时通过手机内置浏览器访问,也可在 Android、iPhone 等 5 种手机平台中选择适合版本,将客户端下载传输至手机安装。此外,iPhone 用户进入苹果商店(APP Store)搜索关键词“基金 60 秒”,也可马上安装使用。(中国证券报 3 月 28 日)

★ 中国银联电子支付与 10 家基金公司开展“银联通”合作

中国银联旗下银联电子支付服务有限公司 3 月 22 日与工银瑞信、鹏华、农银汇理、金鹰、申万、天弘、财通、华富、富安达和信诚共 10 家基金公司签订了“银联通”基金支付合作协议，使银联通合作基金公司达 56 家，占全国 69 家基金公司的 81%；支持的基金产品近 900 种，占有基金产品的 85%；支付银行近 20 家。(证券时报 3 月 23 日)

【评奖评级】

★ 2011 年度中国基金业明星基金奖评奖结果揭晓

★ 2012 年第九届中国基金业金牛奖评选结果揭晓

- ★ 国投瑞银基金荣获 2011 年度十大明星基金公司
- ★ 工银瑞信基金入选“2011 年度十大明星基金公司”
- ★ 指数化投资能力受肯定 易方达基金获三项金牛奖
- ★ 斩获六项金牛奖 嘉实基金主被动投资双翼齐飞
- ★ 凭借出色投资能力 鹏华第三次荣膺金牛基金公司
- ★ 博时基金公司荣膺六项“金牛奖” 展现出出色回报能力
- ★ 整体投资管理能力出色 华安基金独揽七项大奖
- ★ 中海分红增利混合基金获三年持续回报明星基金奖
- ★ 长城品牌获评证券时报 2011 年度股票型明星基金
- ★ 益民多利债券型基金荣获 2011 年债券型明星基金奖
- ★ 长期回报能力突出 景顺长城内需贰号获两项大奖
- ★ 国投瑞银基金公司旗下产品喜获业内两大奖项

★ 富国旗下超“三岁”基金产品均获晨星高评级

晨星最新基金评级显示，富国旗下所有成立满三年的基金产品(货币除外)全部获得了晨星三年四星以上评级，这也是目前基金业前 30 大公司中，唯一一家取得如此评价的公司。(中国证券报 3 月 9 日)

★ 鹏华丰收、鹏华普天债券获上海证券五星评级

近日，上海证券基金评价研究中心公布 2012 年 2 月份基金评级结果，鹏华旗下多只产品再获殊荣。其中固定收益产品类别中，鹏华普天债券、鹏华丰收的三年选证能力、夏普比率均为五星评级；偏股型基金中，鹏华价值优势、鹏华普天收益也分别获评三年、五年选证能力五星级。(证券时报 3 月 15 日)

★ 华夏基金范勇宏蝉联“金融业最佳高管钻石奖”

日前，美国《机构投资者》杂志中文网站——《机构投资者在线》评选了“大中华区 2011 年度金融行业最佳高管奖”，华夏基金公司总经理范勇宏蝉联其中的最高奖项“最佳高管钻石奖”。评奖委员会在发布该奖项时这样表述，“在范勇宏总经理的带领下，华夏基金发展势头迅猛，连续五年蝉联中国基金资产管理行业第一名”。(证券时报 3 月 5 日)

【分红募资】

★ 今年来最大红包 新华优选成长基金派 6.7 亿大红包

据统计，截至 3 月 7 日，今年以来仅有 5 只普通股票型基金分红，新华成长基金以每 10 份派现 3 元，分红金额超 6.7 亿元的“大手笔”，成为今年为数不多的分红股基中分红最多的基金。(证券时报 3 月 8 日)

★ 财通价值动量一月内两次分红 每 10 份累计分 0.4 元

去年刚成立的财通基金旗下首只产品一个月时间内分红两次。据其公告，财通价值动量基金以 2 月

28 日为基准日再次实施分红，分红方案为每 10 份分红 0.2 元，该基金上一次分红基准日为 2 月 6 日，也是每 10 份派现 0.2 元。数据统计显示，截至 3 月 2 日，年内累计分红次数达到两次的仅有 3 只基金。(证券时报 3 月 6 日)

★ 中邮旗下中邮上证 380 梅开二度 一个月内再次分红

中邮上证 380 以 3 月 23 日为权益登记日，进行成立以来第二次分红——每 10 份基金份额派发红利 0.4 元，此次分红距离该基金首次分红的时间尚不足月。而中邮上证 380 基金的首次分红，是在三个月建仓期刚过，每 10 份基金份额分红 0.2 元，时隔不到一个月便再次分红，延续了中邮基金快速分红、为持有人带来现实收益的风格。(证券时报 3 月 21 日)

★ 45 亿！广发信用债基金创近半年最大募集规模

广发聚财信用债基金募集规模接近 45 亿元，成为近半年来募集规模最大的一只基金，或将成为 2012 年新基金发行转暖的标志。专家分析，广发信用债的热销主要受益于去年四季度债市上涨，由于春节之后股市才开始上涨，预计二季度之后，偏股基金的募集将逐渐转暖。(证券时报 3 月 12 日)

★ 华夏基金开放 4 只基金申购 2 天内“吸金”近 6000 万

华夏基金先后开放华夏复兴股票、华夏经典混合、华夏收入股票、华夏稳增混合 4 只基金申购，连续行动备受关注。据悉，华夏复兴股票、华夏经典混合基金开放申购仅 2 天时间，申购及转换转入资金量就达到近 6000 万。(证券时报 3 月 20 日)

【股权增资】

★ 金元比联股权每股 0.55 元转让 已知转让历史最低价

金元比联基金公司股东比利时联合资产将持有的 49%股权转让给香港惠理基金；另据报道，这笔转让的金额为 4050 万元，比外方股东 7350 万元的出资额减少 3300 万元，折合每股 0.55 元。每股 0.55 元的转让价格是已知的国内基金公司股权转让历史最低价，显示出经营状况不好的基金公司股权价值并不值钱。(证券时报 3 月 12 日)

★ 惠理集团与金元证券磋商 金元惠理注资已提上议程

首家港资入股的金元比联已经完成工商登记，正式更名为金元惠理基金管理有限公司。据香港惠理集团副行政总裁谢伟明透露，经惠理集团与金元证券双方股东研究磋商，金元惠理追加注资已经提上议事日程。(上海证券报 3 月 22 日)

★ 天弘基金增资 8000 万 公司注册资本金增至 1.8 亿元

天弘基金公告称，经 2011 年公司第四次股东会议审议通过，并经证监会批准，天弘基金注册资本金由原来的人民币 1 亿元增加至 1.8 亿元，公司股东的出资比例不变。业内人士表示，自去年完成股权和高管团队变更之后，天弘基金基本面出现好转，股东方增资显示了对于公司的信心。(证券时报 3 月 16 日)

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

【版权及免责声明】

- 1、全景基金品牌研究中心采用的基金品牌评价方法在国内尚属首创，基金基础数据主要来源独家数据库系统，基金品牌财经媒体曝光度数据来源于独家网络搜索工具，所公开采集及组织网编评分数据，全景基金品牌研究中心都拥有无可争议的知识产权。
- 2、本系列报告中基金基础数据来源于深圳证券信息公司巨潮数据库，全景基金品牌研究中心力求报告内容特别是数据统计的客观公正性，但不对所引用数据本身的准确性和完整性作出保证。
- 3、本系列报告评分部分数据（网编评分榜单），由 10 多位专业网编评分汇总统计得出，评分结果代表参与评选群体共同意见，但不代表评分者所在单位意见，与其所在的单位无关。
- 4、本系列报告中基金新闻曝光度数据来源于全景宏爵公司技术支持的全景财经搜索监测结果。编者力求客观公正使用网络搜索工具，但对这些资讯的准确性和完整性不作任何保证。
- 5、本系列报告中的评价结果及任何观点评论不排除存在局限性，不保证作出的观点或评论不会发生任何变更，也不构成公众对所述基金品牌旗下品种买卖的推荐，也不构成任何商业决策依据。所有参与评分者及创作者对阅者使用本报告内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。
- 6、本系列报告的数据、文字、图表等相关内容，在合作评分者所在媒体、以及深圳市全景网络公司所属《全景网》、《交易日》、《财富天下》、《新财富》等相关媒体披露，包括报告全文、制作专题、新闻稿件等形式，不涉及任何费用问题。
- 7、本系列报告中所有数据、文字、图表均受中国法律知识版权保护；除特别注明外，版权归全景网络有限公司所有，未经书面授权，本报告的任何部分均不得以任何形式复制、转发或公开传播。如欲引用或转载本报告内容，务必联络全景网络有限公司，并需注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的引用和删改。
- 8、未经允许，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于商业目的。

全景基金品牌研究中心隶属于深圳市全景网络有限公司，多名成员通过中国证券业协会基金从业资格考试。2008 年 9 月以来，由研究中心成员开创的《基金品牌媒体曝光度报告》（月报）及《基金公司品牌评级报告》（年报）系列广受基金业界重视，相关的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。研究中心将一如既往地秉持独立、客观、公正的原则，开展基金品牌相关的评价及基金市场研究服务。

联系电话：0755-83990163 传真：0755- 83352933 邮箱：fund@p5w.net

公司地址：广东省深圳市福田区红荔西路上步工业区 10 栋 邮编：518028