

## 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。
- 5 月份对应 P5WFBI 指数点位各为 1677.79、1403.25、339.58，各指数继续攀升并再创新高。前五月，与去年同期走势反复曲折相比，今年以来这三大品牌指数持续向上，与 A 股指数有着天壤之别，这与“创新”不无关系，基金才得以在今年股市不争气的情形下“逆市飞扬”。

### 新发基金媒体舆情传播分析：

- 38 只新基金产品曝光度合计 17426 篇；新产品数量占比为 3.19%，其曝光度占比达 9.03%，新基金产品平均曝光度为 459 篇，而所有基金产品曝光度约 162 篇，高出幅度约 1.83 倍。居前 10 位是：华安月月鑫、鹏华金刚保本、华安季季鑫、中海保本、诺安汇鑫保本、交银荣安保本、景顺长城上证 180 等权重 ETF、汇添富理财 30 天、银华中小盘、上投摩根分红添利。
- 短期理财基金因其创新卖点成为媒体曝光的“宠儿”，从数据看，华安的两只基金传播力度比汇添富理财 30 天略胜一筹。在基金行业，优异的投资业绩表现有利于其品牌增值，成功的产品创新也是品牌塑造的有效方式之一。
- 值得注意的是，保本基金的曝光表现也相当抢眼，在产品前十榜单中不仅占了 4 席，鹏华金刚保本以过千篇的曝光数位居榜单亚军，而中海保本、诺安汇鑫保本与交银荣安保本也不甘示弱，排名 4-6 位，可见，5 月份，基金公司在保本基金的宣传推广上所花的功夫非同一般。

### 本期报告编委

指导：

郑 颂 张 华 程春生

主管：

于钦栋 张棟棟

主编：

黄晓旋

编辑：

李泽玲 包 莹

数据：

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

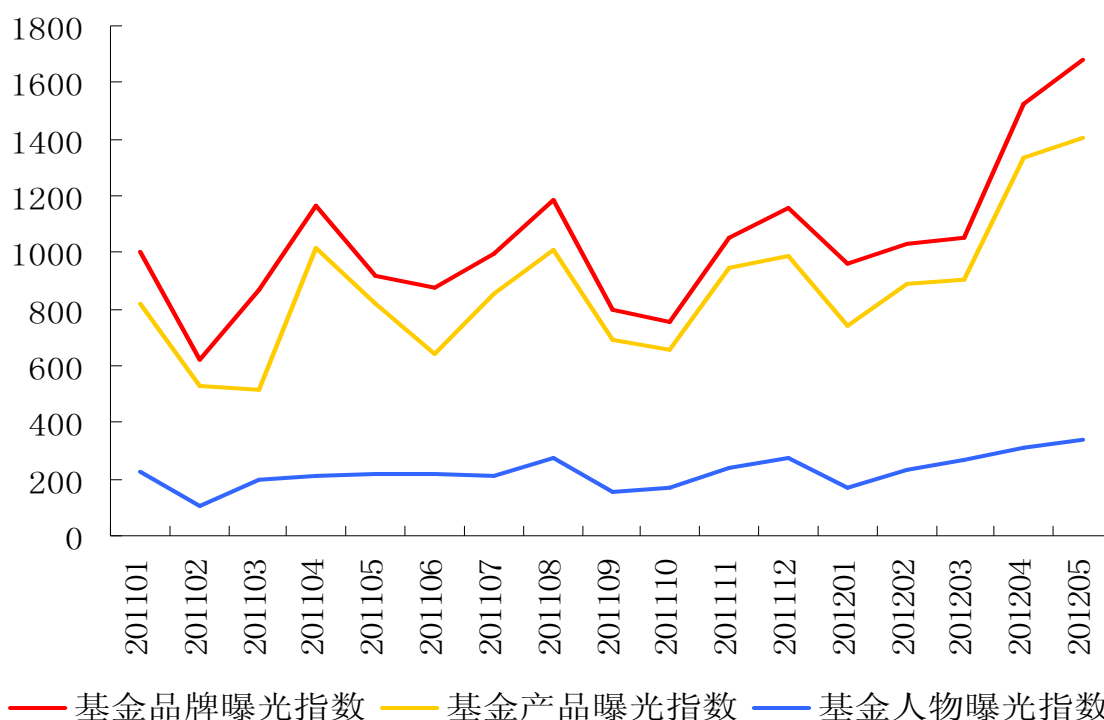
发布时间：2012.06.18

## 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



附: 全景·基金品牌曝光指数(P5WFBI)过去一年数据

| 月份     | 基金品牌曝光度(篇) | 基金品牌曝光指数 | 基金产品曝光度(篇) | 基金产品曝光指数 | 基金人物曝光度(篇) | 基金人物曝光指数 |
|--------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| 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   |
| 201204 | 209137     | 1521.42  | 183569     | 1335.42  | 42273      | 307.52   |
| 201205 | 230632     | 1677.79  | 192893     | 1403.25  | 46680      | 339.58   |

数据来源: 全景基金品牌研究中心, 数据截止日: 2012-5-31。

## 5 月基金品牌指数再创新高 创新成就行业“逆市飞扬”

统计数据显示，2012 年 5 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 230632 篇、192893 篇、46680 篇，对应 P5WFI 指数点位各为 1677.79、1403.25、339.58，各指数继续攀升并再创新高。观察三大品牌指数走势，自基点以来基金品牌曝光度与基金产品曝光度走势幅度颇为相同，而基金人物曝光指数走势整体较为平缓，截至 2012 年 5 月该指数基本在 150 至 350 之间的区间震荡，但总体而言三大指数走势基本一致。与去年同期走势反复曲折相比，今年以来这三大品牌指数持续向上，与 A 股指数有着天壤之别，这与“创新”不无关系，基金才得以在今年股市不争气的情形下“逆市飞扬”。

5 月份“基金品牌曝光度”指数数据统计自全行业 72 家基金公司。前 12 名品牌曝光合计占有率达 45.05%，依次是：华夏基金、嘉实基金、南方基金、华泰柏瑞、易方达基金、博时基金、汇添富基金、华安基金、富国基金、鹏华基金、大成基金、广发基金，前三者记录分别为 16645 篇、12000 篇、10476 篇，占有率数据各约 7.22%、5.20%、4.54%；而曝光记录低于 1000 篇的品牌家数为 14 家，国金通用、红塔红土、德邦基金、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，前 12 名基本上为大基金公司，而作为其中“例外”的华泰柏瑞，因沪深 300ETF 而迅速上位攀升至第四，华夏基金 5 月位居榜首则主要为“离职门”事件带来的广泛关注。各家公司曝光量差距逐渐缩小，应该与大多数基金公司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 5 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   | 16645  | 7.22     | 1/72  |
| 嘉实基金          | 嘉实基金管理有限公司   | 12000  | 5.20     | 2/72  |
| 南方基金          | 南方基金管理有限公司   | 10476  | 4.54     | 3/72  |
| 华泰柏瑞          | 华泰柏瑞基金管理有限公司 | 9289   | 4.03     | 4/72  |
| 易方达基金         | 易方达基金管理有限公司  | 9244   | 4.01     | 5/72  |
| 博时基金          | 博时基金管理有限公司   | 8007   | 3.47     | 6/72  |
| 汇添富基金         | 汇添富基金管理有限公司  | 7352   | 3.19     | 7/72  |
| 华安基金          | 华安基金管理有限公司   | 7251   | 3.14     | 8/72  |
| 富国基金          | 富国基金管理有限公司   | 6542   | 2.84     | 9/72  |
| 鹏华基金          | 鹏华基金管理有限公司   | 6289   | 2.73     | 10/72 |
| 大成基金          | 大成基金管理有限公司   | 5584   | 2.42     | 11/72 |
| 广发基金          | 广发基金管理有限公司   | 5217   | 2.26     | 12/72 |
| 以上 12 家品牌合计   |              | 103896 | 45.05    | —     |
| 全部 72 家基金品牌合计 |              | 230632 | 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。5 月份有数据监测记录的基金产品（名称）共 1192 只，排名前 100 的产品曝光度合计 84363 篇，占比 43.74%。集中化程度相对较高。在“5 月基金产品曝光度 TOP100 榜单”中，华夏大盘以 6032 篇的记录夺冠；两只创新产品（华泰柏瑞沪深 300ETF 和嘉实沪深 300ETF）紧随其后并与第四名华夏策略拉开不小的距离，这三者曝光记录分别为 5907 篇、5105 篇、3947 篇；华安月月鑫因“短期理财产品”卖点也颇受关注，记录为 2832 篇；位于前 10 名的还有华夏红利、华夏成长、鹏华金刚保本、华夏 50ETF、长盛同庆等 5 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创新突出而受到较多的曝光。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 5 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 |
|------|--------|----------|--------|----|
|------|--------|----------|--------|----|

|                      |              |        |        |         |
|----------------------|--------------|--------|--------|---------|
| 华夏大盘                 | 华夏基金管理有限公司   | 6032   | 3.13   | 1/1166  |
| 华泰柏瑞沪深 300ETF        | 华泰柏瑞基金管理有限公司 | 5907   | 3.06   | 2/1166  |
| 嘉实沪深 300ETF          | 嘉实基金管理有限公司   | 5105   | 2.65   | 3/1166  |
| 华夏策略                 | 华夏基金管理有限公司   | 3947   | 2.05   | 4/1166  |
| 华安月月鑫                | 华安基金管理有限公司   | 2832   | 1.47   | 5/1166  |
| 华夏红利                 | 华夏基金管理有限公司   | 1478   | 0.77   | 6/1166  |
| 华夏成长                 | 华夏基金管理有限公司   | 1422   | 0.74   | 7/1166  |
| 鹏华金刚保本               | 鹏华基金管理有限公司   | 1312   | 0.68   | 8/1166  |
| 50ETF                | 华夏基金管理有限公司   | 1246   | 0.65   | 9/1166  |
| 长盛同庆                 | 长盛基金管理有限公司   | 1226   | 0.64   | 10/1166 |
| 前 100 名 (共 100 只) 合计 |              | 84363  | 43.74  | /       |
| 全部 1192 只(名)产品合计     |              | 192893 | 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。5 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 948 位。曝光度排名前 100 的基金人物 (共 100 位) 合计曝光度为 31404 篇, 占有率 67.28%。人物曝光度集中化程度一直远高于产品。该榜单中, 由于王亚伟 5 月 7 日离职后的数据不再列入统计, 南方基金杨德龙荣膺“桂冠”, 曝光记录为 2111 篇; 王亚伟则居其后, 曝光度记录 1436 篇, 华夏基金滕天鸣与平安大华颜正华分别居第三位和第四位, 曝光记录为 1075 篇和 1033 篇, 这四位均是 5 月份中超过千篇记录的“达人”; 鹏华基金戴刚、华夏基金巩怀志、华夏基金王东明、华夏基金范勇宏、博时基金魏凤春、华夏基金谭琦等 6 人也是月度受媒体“光照”较多的基金“达人”。华夏基金人物曝光前十榜单独占 6 席, “霸气”仍存。人物的高度曝光, 对相关产品及雇主品牌有直接的影响。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 5 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     |
|--------------------|--------------|----------|--------|--------|
| 杨德龙                | 南方基金管理有限公司   | 2111     | 4.52   | 1/948  |
| 王亚伟                | 华夏基金管理有限公司   | 1436     | 3.08   | 2/948  |
| 滕天鸣                | 华夏基金管理有限公司   | 1075     | 2.30   | 3/948  |
| 颜正华                | 平安大华基金管理有限公司 | 1033     | 2.21   | 4/948  |
| 戴钢                 | 鹏华基金管理有限公司   | 922      | 1.98   | 5/948  |
| 巩怀志                | 华夏基金管理有限公司   | 778      | 1.67   | 6/948  |
| 王东明                | 华夏基金管理有限公司   | 758      | 1.62   | 7/948  |
| 范勇宏                | 华夏基金管理有限公司   | 721      | 1.54   | 8/948  |
| 魏凤春                | 博时基金管理有限公司   | 680      | 1.46   | 9/948  |
| 谭琦                 | 华夏基金管理有限公司   | 623      | 1.33   | 10/948 |
| 前 100 名(共 100 位)合计 |              | 27980    | 66.19  | /      |
| 全部 885 位合计         |              | 42273    | 100.00 | /      |

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

据本中心《5 月份基金品牌曝光度数据报告》, 5 月份基金市场集中于“华夏基金离职门”与“创新基金”两方面事情。受前者影响, 华夏基金高居品牌曝光度榜首, 旗下产品与人物在产品曝光度和人物曝光度榜单前列均占多数席位。产品创新则推升相关品牌的曝光率, 华泰柏瑞沪深 300ETF 仅以微弱的差距位居产品榜单亚军, 华泰柏瑞则居公司品牌曝光度榜单第四位, 排名较往日大幅度提升。再次证明, 在基金行业, 优异的投资业绩表现有利于其品牌增值, 成功的产品创新也是品牌塑造的有效方式之一。

## 【5 月每周舆情分析摘要】

**第一周：创新当道好戏连台 基金发行或再“激情燃烧”**

全景网 5 月 4 日讯 “创新”这个总能带来惊喜的旋律，近期主导了基金销售市场上一出火爆的“大戏”，让人似乎感觉到基金行业火热夏季又将到来。节前华泰柏瑞和嘉实两家的沪深 300ETF 发行成了市场各方关注的焦点，节后两只产品大致销售数据曝光，超 500 亿的募资规模，将这股“自获批以来就不见降温”的热潮推向顶点。一波未平一波又起，同属创新范畴的短期理财基金近期问世，这类产品铺天盖地的舆情接力“沪深 300ETF”，迅速席卷了各大财经媒体与门户网站。这期的主导者为华安及汇添富两家公司，可谓创新当道好戏连台，引领基金行业告别发行寒冬，再次走向“激情燃烧的岁月”。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201205/t4234478.htm>）

**第二周：王亚伟“离职门”谢幕 基金危机公关再添案例**

全景网 5 月 11 日讯 谈及基金行业近期最热门的话题，即便是对基金不大熟悉的人，也能立刻接上华夏基金的“离职门”，该话题自 4 月下旬开始传闻风起至今已盘亘了半个多月，至今在舆情热榜上稳稳霸占着“头号交椅”。今日，华夏基金官方证实了范勇宏辞职的消息。而在 5 月 7 日，公司刚刚公告王亚伟离职。同时，华夏基金还公告了任职华夏独立董事 11 年之久的王连洲、龙涛、涂建不再担任华夏独董。至此，华夏基金的人事变更暂告段落，期间华夏也做出了相关应对措施，公关应对比较及时有效。而舆论的关注热度仍未停止，而其导向也逐渐扩散延伸至行业等更为深远的影响。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201205/t4247945.htm>）

**第三周：“对称浮动”基金管理费模式在舆论浪尖“起舞”**

全景网 5 月 18 日讯 基金管理费一直以来多为舆论多诟病，尤其是在基金大幅亏损时，对基金公司仍收管理费做法的“口诛笔伐”随处可见。16 日多家媒体集中报道，监管部门正研究探索按照“对称浮动”的方式调整基金管理费收取模式；同时，要求基金公司设立业绩风险准备金，以弥补持有人损失。这个消息乍起，惊起业内人士与网友热议无数，“拍手称快”者有之，“理性指出弊端”者亦有之。不管如何，基金管理费模式有望进行改革，“基金管理费旱涝保收的好日子或将终结”，有不少财经评论人士如此感叹道。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201205/t4261921.htm>）

**第四周：债基“夏日大作战” 基金特色产品线逐渐成行**

全景网 5 月 25 日讯 行情持续震荡之下，投资者“做足确定性”的心态上位。受此影响，今年以来债券型基金一直“高烧不退”，基金公司将债基视为近期发行产品主打，在夏日市场上开辟一片战场。近期短期理财基金的热销让市场关注到低风险理财领域的巨大潜力，继华安、汇添富成功募集首批产品后，其他基金公司接连排队上报相关债基，陆续加入到“围剿”理财市场的行列中来。而此外，分级债基 A 类份额开放期接连上档，以富国天盈为首的一批产品受到媒体大力关照。在热度持续发酵的市场上，基金公司的发力征战逐渐在特定的领域上形成了鲜明的“产品线”。

（详细：<http://www.p5w.net/fund/cibg/201205/t4275667.htm>）

## 第二部分 2012 年 5 月份新发基金媒体传播分析

### 2-1、概要：低风险基金独占鳌头 短期理财基金 5 月出尽风头

2012 年 5 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 17426 篇；而当月有数据记录的产品共 1192 只（名），合计曝光度 192893 篇；新产品数量占比为 3.19%，其曝光度占比达 9.03%。新基金产品平均曝光度为 459 篇，而所有基金产品曝光度约 162 篇，高出幅度约 1.83 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 72 家，家数约占 44.44%；有新基金发行的 32 家品牌曝光度合计 128719 篇，所有 72 家品牌曝光度合计 230632 篇，曝光度占比 55.82%。有新基金发行的 32 家品牌平均曝光度 1022 篇，而所有品牌均值为 3203 篇，高出幅度约 25.58%。

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。

新基金人物曝光度方面，对应 38 只新基金共有 35 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，35 位基金经理曝光度合计 9265 篇；而当月有统计记录的基金人物共 948 位，合计曝光度 46680 篇；新基金代表人物数量占比为 3.69%，而其曝光度占比达 19.85%。新基金代表人物平均曝光度 264 篇，而所有基金人物曝光度平均仅约 49 篇，高出幅度达 4.38 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。

月度新基金曝光度居前 10 位是：华安月月鑫、鹏华金刚保本、华安季季鑫、中海保本、诺安汇鑫保本、交银荣安保本、景顺长城上证 180 等权重 ETF、汇添富理财 30 天、银华中小盘、上投摩根分红添利（详细数据见如下图表 2-1），媒体上新闻曝光数据均超过 600 篇；在所有 1192 只产品月曝光度排名中皆在 45 名之前。

在 5 月，基金公司卯足马力“推新”直指“低风险”方向。在上述前十名的产品中，低风险基金就占了 8 只，而仅景顺长城上证 180 等权重 ETF 及银华中小盘为股票型基金。事实上，整个 5 月份低风险基金频频成为市场的焦点，就纳入监测数据范围的 38 只基金来说，其中 21 只为低风险产品。

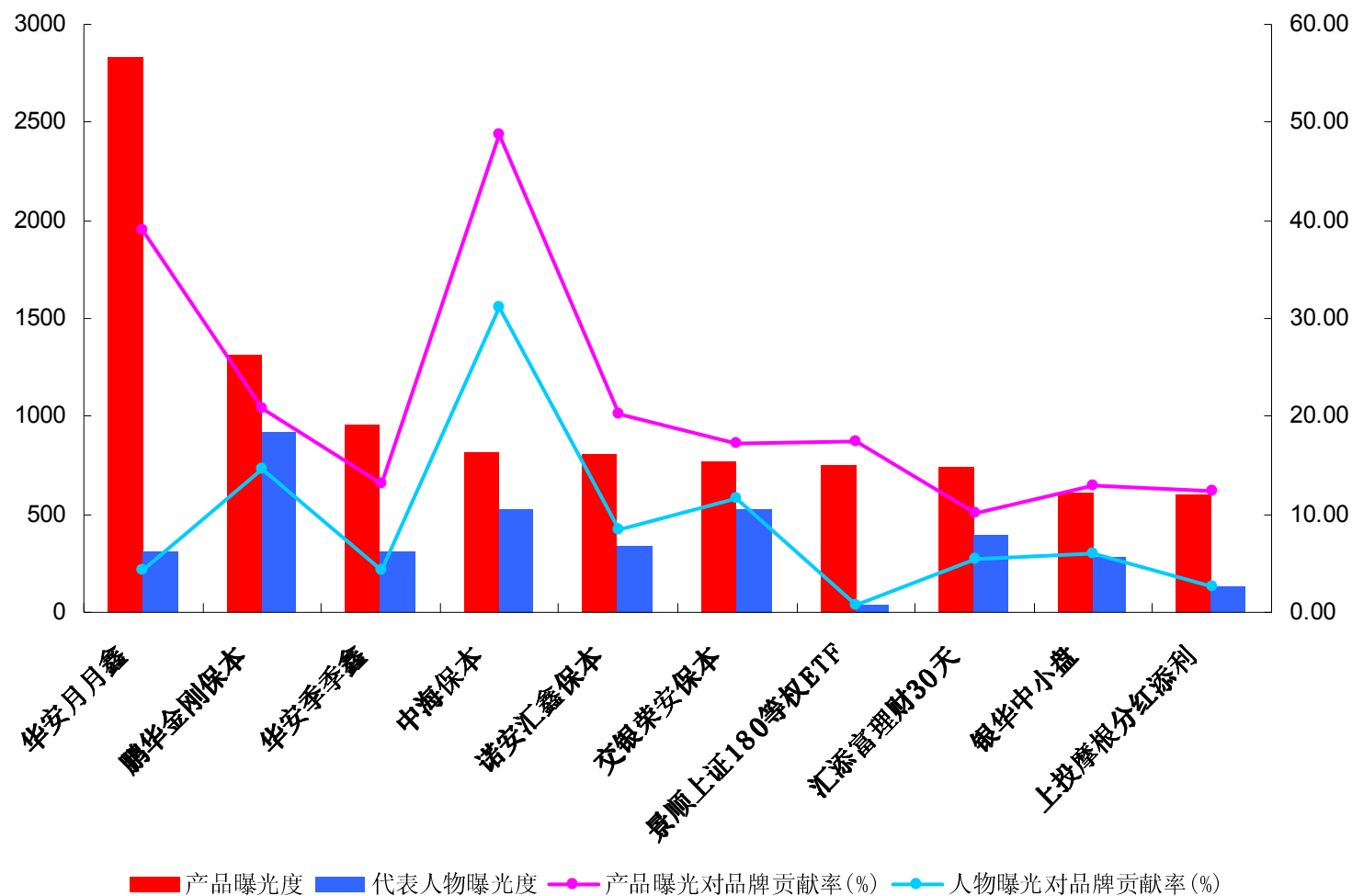
其中短期理财基金因其创新的卖点成为曝光“宠儿”，华安月月鑫、华安季季鑫与汇添富理财 30 天上榜实属意料之中，华安月月鑫与华安季季鑫更分别居冠军和季军。从曝光数量排名看，华安的两只基金传播力度比汇添富理财 30 天要略胜一筹。

值得注意的是，保本基金的曝光表现也相当抢眼，在产品前十榜单中不仅占了 4 席，鹏华金刚保本以过千篇的曝光数位居榜单亚军，而中海保本、诺安汇鑫保本与交银荣安保本也不甘示弱，排名 4-6 位，可见，5 月份，基金公司在保本基金的宣传推广上所花的功夫非同一般。



2-2、2012 年 5 月份新发基金(前 10 名)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 5 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   |
|-------------------|-----|-------------------------|------|--------|
| 南方金利              | 债券型 | 2012-04-11 至 2012-05-11 | 李璇   | 南方基金   |
| 信达澳银稳定增利分级        | 债券型 | 2012-04-16 至 2012-05-11 | 孔学峰  | 信达澳银   |
| 国富研究精选            | 股票型 | 2012-04-16 至 2012-05-18 | 徐荔蓉  | 国海富兰克林 |
| 金鹰核心资源            | 股票型 | 2012-04-18 至 2012-05-18 | 冯文光  | 金鹰基金   |
| 诺安汇鑫保本            | 混合型 | 2012-04-18 至 2012-05-23 | 张乐赛  | 诺安基金   |
| 平安大华策略先锋          | 股票型 | 2012-04-23 至 2012-05-25 | 颜正华  | 平安大华   |
| 金鹰中证 500 指数分级     | 股票型 | 2012-04-23 至 2012-05-29 | 林华显  | 金鹰基金   |
| 海富通中证内地低碳         | 股票型 | 2012-04-23 至 2012-05-22 | 刘璎   | 海富通基金  |
| 建信转债增强            | 债券型 | 2012-04-27 至 2012-05-25 | 彭云峰  | 建信基金   |
| 景顺长城上证 180 等权 ETF | 股票型 | 2012-05-02 至 2012-06-06 | 江科宏  | 景顺长城   |
| 华商主题精选            | 股票型 | 2012-05-02 至 2012-05-29 | 梁永强  | 华商基金   |
| 华安月月鑫短期理财         | 货币型 | 2012-05-02 至 2012-05-07 | 杨柳   | 华安基金   |
| 汇添富理财 30 天        | 货币型 | 2012-05-02 至 2012-05-08 | 曾刚   | 汇添富基金  |
| 鹏华金刚保本            | 混合型 | 2012-05-03 至 2012-06-08 | 戴钢   | 鹏华基金   |
| 华宝兴业中证短融 50       | 股票型 | 2012-05-07 至 2012-06-08 | 陈昕   | 华宝兴业   |
| 国联安双佳信用分级         | 债券型 | 2012-05-07 至 2012-06-08 | 黄志钢  | 国联安基金  |
| 中海保本              | 混合型 | 2012-05-07 至 2012-06-01 | 刘俊   | 中海基金   |
| 汇丰晋信恒生 A 股行业      | 股票型 | 2012-05-08 至 2012-06-08 | 方磊   | 汇丰晋信   |



| 产品简称          | 类型   | 募集期                     | 基金经理 | 隶属品牌  |
|---------------|------|-------------------------|------|-------|
| 大成景恒保本        | 混合型  | 2012-05-10 至 2012-06-13 | 朱文辉  | 大成基金  |
| 中邮战略新兴产业      | 股票型  | 2012-05-10 至 2012-06-08 | 厉建超  | 中邮创业  |
| 新华优选消费        | 股票型  | 2012-05-11 至 2012-06-08 | 崔建波  | 新华基金  |
| 广发消费品精选       | 股票型  | 2012-05-14 至 2012-06-08 | 冯永欢  | 广发基金  |
| 华安季季鑫短期理财     | 货币型  | 2012-05-14 至 2012-05-21 | 杨柳   | 华安基金  |
| 交银荣安保本        | 混合型  | 2012-05-14 至 2012-06-15 | 项廷锋  | 交银施罗德 |
| 上投摩根分红添利      | 债券型  | 2012-05-14 至 2012-06-15 | 赵峰   | 上投摩根  |
| 博时标普 500      | QDII | 2012-05-15 至 2012-06-12 | 王政   | 博时基金  |
| 招商中证大宗商品分级    | 股票型  | 2012-05-21 至 2012-06-21 | 王平   | 招商基金  |
| 安信策略精选        | 混合型  | 2012-05-21 至 2012-06-15 | 陈振宇  | 安信基金  |
| 工银纯债定期开放      | 债券型  | 2012-05-21 至 2012-06-15 | 杜海涛  | 工银瑞信  |
| 农银汇理信用添利      | 债券型  | 2012-05-21 至 2012-06-15 | 吴江   | 农银汇理  |
| 银华中小盘         | 股票型  | 2012-05-24 至 2012-06-20 | 廖平   | 银华基金  |
| 纽银稳健双利        | 债券型  | 2012-05-24 至 2012-06-21 | 李健   | 纽银基金  |
| 建信全球资源        | QDII | 2012-05-28 至 2012-06-21 | 赵英楷  | 建信基金  |
| 汇添富理财 60 天    | 货币型  | 2012-05-28 至 2012-06-08 | 曾刚   | 汇添富基金 |
| 光大添天利短期理财     | 货币型  | 2012-05-28 至 2012-06-12 | 韩爱丽  | 光大保德信 |
| 嘉实优化红利        | 债券型  | 2012-05-28 至 2012-06-21 | 郭志喜  | 嘉实基金  |
| 华安双月鑫短期理财     | 货币型  | 2012-06-01 至 2012-06-12 | 杨柳   | 华安基金  |
| 华安沪深 300 指数分级 | 股票型  | 2012-06-01 至 2012-06-18 | 牛勇   | 华安基金  |

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 5 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 | 基金经理代表 | 代表人物曝光度 | 品牌简称  | 品牌曝光度 | 产品贡献率(%) | 代表人物贡献率(%) |
|-----------------|-------|--------|---------|-------|-------|----------|------------|
| 华安月月鑫           | 2832  | 杨柳     | 310     | 华安基金  | 7251  | 13.88    | 7.75       |
| 鹏华金刚保本          | 1312  | 戴钢     | 922     | 鹏华基金  | 6289  | 16.25    | 12.30      |
| 华安季季鑫           | 954   | 杨柳     | 310     | 华安基金  | 7251  | 17.00    | 5.33       |
| 中海保本            | 818   | 刘俊     | 522     | 中海基金  | 1678  | 25.49    | 16.34      |
| 诺安汇鑫保本          | 803   | 张乐赛    | 336     | 诺安基金  | 3948  | 13.89    | 21.71      |
| 交银荣安保本          | 773   | 项廷锋    | 523     | 交银施罗德 | 4505  | 3.47     | 5.03       |
| 景顺上证 180 等权 ETF | 752   | 江科宏    | 35      | 景顺长城  | 4301  | 6.49     | 4.65       |
| 汇添富理财 30 天      | 739   | 曾刚     | 397     | 汇添富基金 | 7352  | 11.43    | 0.40       |
| 银华中小盘           | 611   | 廖平     | 284     | 银华基金  | 4702  | 10.63    | 2.02       |
| 上投摩根分红添利        | 600   | 赵峰     | 131     | 上投摩根  | 4819  | 6.08     | 2.64       |

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、本表主要列出 2012 年 5 月份在发新基金产品曝光度(前十名)，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 2012 年 5 月份基金行业品牌建设动态摘要

### 【产品创新】

#### ★ 沪深 300ETF 募集逾 500 亿 或增强蓝筹股影响力

备受市场关注的首批跨市场交易型开放式指数基金(ETF)4 月底结束募集,刷新了多项基金业新纪录。华泰柏瑞和嘉实的沪深 300ETF 合计募集超过 500 亿。业内人士认为,首批跨市场 ETF 的热销,将增强蓝筹股和 ETF 的市场影响力,有利于蓝筹股的市场表现,对市场产生正面影响。(证券时报 5 月 2 日)

#### ★ 华泰柏瑞沪深 300ETF 完成建仓 进行份额折算

#### ★ 嘉实沪深 300ETF 均衡建仓 7 家做市券商基本确立

#### ★ 两只沪深 300ETF28 日上市 有望 6 月初成两融标的

#### ★ 港股跨境 ETF 增加美元申赎通道 多家基金筹备

为方便持有外汇的境内投资者投资港股,将于近期推出的两只港股跨境 ETF——华夏基金与深圳证券交易所合作的恒生指数 ETF、易方达基金与上海证券交易所合作的恒生中国企业 ETF 及其联接基金均增加了美元申赎通道。但由于是在 QDII 框架下,主要还是以人民币进行申赎。权威人士表示,跨境 ETF 为国内投资者投资港股提供了一种更便利的工具,配置价值更为突出。(中国证券报 5 月 17 日)

#### ★ 跨境 ETF 获证监会反馈意见 低风险基金仍为主力

#### ★ 两只短期理财基金募资近 400 亿元 两公司规模提升

创新基金再度引发市场抢购,相关渠道信息显示,两只短期理财基金于 7 日募集结束,汇添富理财 30 天的首募规模超过 200 亿元,华安月月鑫也吸引了近 190 亿元资金,两只基金合计募集规模约 400 亿元。经此一役,两家基金公司资产管理规模得以迅速提升,其中华安基金公募资产管理规模逼近千亿,成为上海地区目前唯一资产管理规模近千亿级的公司。(中国证券报 5 月 7 日)

#### ★ 汇添富理财 30 天发行 创新差异成基金研发重要思路

#### ★ 首提参考年化收益率 华安月月鑫 5 月 2 日起闪电发行

#### ★ 基金进军 30 天理财市场 创新理财基金首日销售火爆

#### ★ 理财基金具创新意义 汇添富携手工行举办研讨会

5 月 2 日,汇添富基金携手工商银行举办“金融创新与金融服务研讨会”。行业协会、银行渠道、基金公司代表参加此次会议,与会人士认为,刚刚推出的理财基金以客户的真实理财需求为导向,具备三大创新意义:理财基金的推出有望促进基金业实现突破;满足了最广大普通投资者的理财需求;有望促进直接融资发展。(中国证券报 5 月 3 日)

#### ★ 创新理财产品不断档 华安季季鑫基金接力发售

#### ★ 华安“鑫”系列创新短期理财基金发行将迎来第三波

#### ★ 继 30 天产品后 汇添富再出新品理财 60 天产品发行

#### ★ 光大保德信添天利发行引入全新“团购理念”

#### ★ 国投瑞银基金专户“尝鲜”商品期货 近期启动发行

国投瑞银从 5 月 8 日起开始发行一款含有商品期货套利策略的基金专户产品。据悉,这是基金公司发行的首只商品期货专户产品,专户的投资标的也从股票、债券、期指进一步拓展至商品期货领域。除了国投瑞银外,多家大中型基金公司都在准备可投资于商品期货的专户产品。对于商品期货专户的出现,业内人士大多持积极态度,并表示商品期货可以丰富基金在行业投资上的手段。(证券时报 5 月 9 日)

#### ★ 汇添富联手东航金戎 基金公司入市商品期货在即

汇添富基金与东航金戎控股有限公司联手推出的投向商品期货市场的专户产品获批。据知情人士透露,该产品将很快进入实际操作阶段。该人士称:“将很快去商品交易所申请交易编码,由于合作方式的特别,资金方已经谈妥,所以进入实际操作的速度将很快。”(第一财经日报 5 月 30 日)

### ★ 南方基金全力打造“绝对收益”产品 上报创新基金

据悉，南方金利发行结束后，南方基金 1 年理财绝对收益和 3 年理财绝对收益债券基金两只主打绝对收益牌的创新基金产品也已经上报。据悉，这两只以“绝对收益”命名的债券型基金还未推出，已引起客户的高度关注。(证券时报 5 月 17 日)

### ★ 基金业大佬逐鹿货币 ETF 瞄准万亿客户保证金

诱人的万亿证券公司客户保证金蛋糕吸引来越来越多基金公司争夺，竞相开发首批货币交易型开放式指数基金（ETF）产品。据了解，目前除了汇添富基金、易方达基金、嘉实基金以外，还有工银瑞信基金、富国基金、银华基金等基金业大佬均参与了货币 ETF 的前期争夺。(证券时报 5 月 29 日)

### ★ 长盛同庆正式转型为长盛同庆中证 800 分级指基

曾缔造了国内最大规模分级基金的长盛同庆可分离交易股票基金于 5 月 11 日到期后正式转型为长盛同庆中证 800 分级指基。据介绍，长盛同庆中证 800 指数分级基金将成为首支复制中证 800 指数的产品，而中证 800 的成份股涵盖沪深 300 和中证 500，其中沪深 300 占中证 800 流通市值的比例达到 82%。从风险收益特征上，中证 800 相当于“增强版”沪深 300。

## 【公司动态】

### ★ 国开泰富基金公司成立在即 国开行再添金融牌照

随着旗下合资基金管理公司进入实质性筹备阶段，国家开发银行（下称“国开行”）即将收获又一枚金融牌照。此前，国开行已经将 PE、直投、金融租赁与投资银行牌照收归囊中。对于即将诞生的国开泰富基金，仍有市场人士给予了特别关注：“新基金真是前赴后继，不过国开行作为母公司，应该能给这家公司带来不少资源，国开证券就是最好的例证。”（第一财经日报 5 月 24 日）

### ★ 第 72 家基金公司红塔红土获批 英大基金通过评审会

根据中国证监会最新一期《基金管理公司设立申请审核情况公示表》显示，红塔红土基金管理有限公司于今年 5 月 10 日获证监会批准设立，成为 72 家公募基金管理公司。此外，证监会公示还显示，除红塔红土基金公司获批外，英大基金管理公司已通过评审会。（上海证券报 5 月 31 日）

### ★ 德邦基金 5 月 25 日正式开业 同时获批专户业务资格

5 月 25 日，德邦基金管理有限公司开业典礼在上海举行。此次德邦基金同时获批了特定客户资产管理业务资格，这是国内第二家公募基金与特定客户资产管理业务资格同时获批的基金公司。公司总经理易强表示，新基金公司的发展必须走差异化道路，在产品、渠道和服务三方面都要寻求创新。（中国证券报 5 月 28 日）

### ★ 信达澳银专户资格获批 可为客户提供个性化服务

信达澳银基金近日获得证监会核准开展专户理财业务的批复。信达澳银基金相关负责人表示，专户理财业务不仅可以为特定客户提供个性化理财服务，更好地满足客户的理财需求，而且有助于提高中小型基金公司的盈利水平，对信达澳银基金业务线的完善、实现加快发展具有重要作用。（中国证券报 5 月 25 日）

### ★ 工银瑞信企业年金业务快速发展 超越市场平均水平

截至 2011 年底，工银瑞信公司为超过 60 家大中型企业和 1300 多家中小企业提供年金管理服务，资产运作规模超过百亿，在第二批获得企业年金管理资格的基金公司中位列榜首。此外，根据铁道部的数据，在为 18 家路局提供年金投资管理服务的 13 家管理人中，工银瑞信 2011 年度综合考核排名前列。（中国证券报 5 月 8 日）

## 【品牌动态】

★ **首推乐富旗舰店 鹏华乐富专家力推场内交易型基金**

5 月 23 日,由鹏华基金主办的“乐富基金龙年新机遇战略研讨会”在深圳举行,深圳证监局、深圳证券交易所、券商合作伙伴、基金研究评级机构及证券基金业权威媒体共同出席活动,为推动乐富基金的发展出谋划策。同时,鹏华基金与券商合作伙伴携手推出的“券商乐富旗舰店”也正式启动。相关人士表示,券商与基金这一新的合作模式刷新了金融行业的合作模式。后续应该加深这方面的合作,将不仅只停留在营销阶段。这一合作模式无论是对券商还是基金都有着深远的意义。

★ **国泰基金行业首邀产品持有人拍摄幸福微电影**

为配合国内第一只标准股票型开放式基金——国泰金鹰增长基金成立 10 周年,国泰基金开启业内先河,推出了第一部由基金持有人中海选主题,从持有人中挑选演员,并在持有人中寻找故事的微电影《绽放幸福》。据了解,举办周年庆已经成为国泰金鹰增长基金的一个传统,并树立了一种以持有人关系维护为核心的营销新模式。国泰基金也希望借这种与持有人线上和线下双向互动的方式,来向市场传递长期投资的理念。(上海证券报 5 月 8 日)

★ **鹏华基金“投资可以更美的”活动第九站片仔癀**

5 月 11 日,鹏华基金将启动鹏友会“投资可以更美的”深度投资之旅第九站的活动,携手 VIP 客户及渠道合作伙伴走入素有“鱼米花果之乡”之称的福建漳州,参观漳州片仔癀药业股份有限公司总部,探索被誉为“国宝神药”的片仔癀。据悉,“投资可以更美的”深度投资之旅系列活动旨在为鹏华基金持有人及合作伙伴提供深度增值服务,已逐渐成为鹏华基金的客户服务品牌活动。

★ **折页变身“彩票” 泰达宏利渠道个性化活动开创先河**

在泰达宏利逆向策略股票型基金发行之际,泰达宏利基金在银行等代销机构同步推出了“看折页 赢大奖”活动,本次活动开创了基金公司渠道个性化活动的先河,巧妙地将基金公司、客户、渠道联系在一起,形成了三方的交流与互动。泰达宏利相关人士表示:“让客户时刻感受到特色服务的温暖,兑现对客户的承诺,长远来看对于基金公司发展的重要性不言而喻。渠道作为连接基金公司和基金持有人之间的纽带,更加广泛、直接地接触个人投资者。泰达宏利基金自成立以来一直重视渠道建设,不断创新服务,通过个性化服务提高客户的满意度。”(证券日报 5 月 7 日)

★ **天弘首登“非你莫属” 品牌建设八仙过海各显奇招**

天弘基金近日作为首家登上《非你莫属》舞台的基金公司进行人员招聘。业内人士表示,《非你莫属》此类收视率较高的节目受众较广,天弘基金此举可谓是公司宣传手段的创新。无论是否最终能招聘到合适的人员,一定能扩大市场影响力。除了天弘基金,目前多家基金公司也在“研磨”品牌管理与营销策划,力图在投资者信心降低的环境下重塑公信力,在基金业竞争加剧的背景下提升品牌甄别力。(中国证券报 5 月 14 日)

★ **境内首只公选品牌主题指数今日启动新一轮评选**

境内首只公选品牌主题指数——中证海外中国品牌 80 指数,于 5 月 21 日启动 2012 年度公众评选活动。据了解,在品牌消费观念日趋成熟的今天,国投瑞银基金希望借助公众评选这一创新思路,与投资者共同发现品牌投资的简单投资模式。而在指数构建的过程中,利用公众评选形式能够进一步扩大投资标的的熟悉度和影响力,也能为未来产品发行提供更广泛的群众基础。推出公选品牌主题指数系列产品,将是国投瑞银公司继推出分级基金、分级指数基金、行业指数基金后,在公募基金产品创新方面的又一重要突破口。

★ **广发基金走进云南白药 有调研才会有“投资主见”**

在云南白药举行的广发基金“心桥之旅”活动座谈会上,医药行业研究员李佳存在回答基金持有人有关“如何选择投资对象”的问题时强调,投资人应该有自己的主见,不能人云亦云,而调研则是保证“投资主见”的最好手段,该理念获得了赢定投客户的广泛认同。

## [公益活动]

## ★ 华商基金“爱·与您同行”爱心牵手福利院小朋友

5月17日、18日，华商基金组织的“爱·与您同行”爱心公益活动在北京顺利落幕。在此次活动中，华商基金部分爱心志愿者带领北京市儿童福利院的数十名孤残小朋友参观了中国科技馆、观看 4D 电影，度过了快乐的时光。华商基金相关负责人表示，华商基金正在努力寻找着系统的、可持续的社会责任履行通道，在自身公益能力不断累积和提升的同时，携手投资者一同献爱心，为社会公益事业尽一份自己的力量。(证券时报 5月22日)

## ★ 第九届“鹏华基金杯”科学教育全国公益巡讲从深启航

第九届“鹏华基金杯”科学教育公益全国巡讲拉开序幕，于5月26日在深圳举办2012年首场讲座。鹏华基金希望通过爱和自由科学教育公益巡讲活动，促使广大为人父母的基金持有人真正懂得爱孩子。相关负责人表示，鹏华基金在“鹏友多心灵公益计划”的基础上，推动“鹏华基金杯”爱和自由科学教育公益巡讲系列活动，致力于将心的力量传递给世界，希望为推动中国儿童心智教育尽企业公民的绵薄之力。

## ★ 华商基金公益活动关注教育事业 启动“企业奖学金”

日前，华商基金等13家中外知名企业与中山大学岭南学院“岭南企业奖学金”签约仪式在广州举行，“岭南企业奖学金”项目正式启动。据了解，华商基金自成立以来，在大力发展自身经营业务的同时，积极参与、履行社会责任，积极践行社会公民的职责，积极参与社会公益事业。(证券时报 5月31日)

## 【电子商务】

## ★ 行业创新层出不穷 建信基金首推跨 TA 转换业务

一项打通基金管理人管理的且登记在不同注册登记机构的开放式基金之间的基金转换业务“跨 TA 转换业务”已在建信基金悄然展开。在分析人士看来，相关转换业务的开通将大大提高基民投资的效率，为投资者及销售渠道带来多重便利和好处，对基金行业创新发展具有借鉴意义。(上海证券报 5月30日)

## ★ 建信基金推出定投计划新品牌“HAPPY 定投”

建信基金日前推出了定投计划新品牌“HAPPY 定投”，旨在让更多的投资者了解定投，参与定投。不断完善的产品线及长期稳定的投资业绩为建信基金推出“HAPPY 定投”计划提供了坚实后盾。目前建信基金网上直销系统已开通旗下十八只产品的定期定额投资业务。(证券时报 5月21日)

## ★ 方正富邦举办“我爱我家 幸福晒出来”定投客户活动

5月13日至6月15日，面向所有网上直销定投客户，方正富邦基金公司推出了名为“我爱我家，幸福晒出来”活动。所有富邦基金的直销定投客户均可以通过上传照片、个性化图片或对家人的祝福语参加此次活动。方正富邦表示，随着理财观念的深入人心，凭借其多元化的实用理财功能，基金定投开始成为家庭理财的重要选择，如养老定投，可以给父母一个舒适的晚年生活；亲子定投，能给孩子一笔充足的教育资金等。(中国证券报 5月18日)

## ★ 光大保德信网上交易平台“小微宝”获机构热捧

去年年底，光大保德信开通了面向机构客户推出的机构版网上交易平台——小微宝。作为基金业首只小微企业现金管理工具，该业务开通后受到了广大机构客户的认可。通过小微宝提供的网上交易平台，机构客户开通网上交易账号之后，即可进行光大保德信货币市场基金的申购、赎回、撤单和交易查询，实现对企业资本的再投资运作。(中国证券报 5月17日)

## ★ 金鹰基金宣传搭上有奖游戏 重奖 iPhone4s 吸引人气

随着基金发行竞争的激烈，以往蜂拥而至买基金，募集规模动辄百亿、千亿的时代一去不复返。为了宣传基金，基金公司各出奇招。金鹰基金对在募集期间的金鹰核心资源基金就靠有奖玩游戏来吸引人气。金鹰基金对此次推广颇下血本，共送出9台 iPhone4s，还有570张价值50元的话费充值卡。业内人



士称，现在基金销售难度增加，希望通过各种宣传来赚人气，各基金公司在基金宣传方面也开始推陈出新，像金鹰这样靠重奖吸引人气也就不足为怪了。

### ★ 东吴基金举办“晒梦想·圆未来”儿童节亲子活动

儿童节将至，东吴基金蜂收定投举办“晒梦想·圆未来”亲子活动，为家长们提供一个秀秀孩子人生梦想的平台，帮助家长们表达对孩子成长的关爱，并让更多人理解并帮助孩子实现梦想。东吴基金市场部相关人士表示，“晒梦想·圆未来”儿童节活动一方面是为家长提供一个快捷的在线沟通平台，另一方面也是帮助家长们更多地了解定投产品。

## 【第三方机构】

### ★ 三机构获支付资格 基金公司迅速牵手支付龙头

5 月 11 日，支付宝、财付通、快钱 3 家机构获得证监会基金第三方支付许可，至此，基金三方支付机构已达 7 家。南方、博时等基金公司迅速与之牵手合作。数据显示，目前中国基金销售市场中基金公司直销的整体比例仍然不高，基金支付牌照的陆续发放，将促进基金行业支付渠道多元化的发展，提高基金销售支付电子化水平。(证券时报 5 月 14 日)

### ★ 南方基金首家牵手腾讯财付通 增添优惠直销客户

### ★ 汇添富率先与支付宝合作 领跑基金第三方支付

### ★ 博时牵手第三方支付“领头羊”率先开通支付宝买基金

### ★ 投入上百万自建后台系统 第三方基金销售备战正酣

拿到牌照的 7 家第三方基金销售机构迟迟不见开始正式销售，据了解目前第三方销售后台系统搭建仍处于压力测试中。值得注意的是，众禄基金与好买基金两家第三方销售机构不同于其它机构去外购系统，而是选择自建后台系统。业内人士认为，一些第三方销售机构选择自建系统，除成本方面的原因，更多是为了实现更加个性化需求。第三方销售机构在未来基金交易和服务上的竞争已然提前打响。(证券时报 5 月 22 日)

### ★ 金慧融智推外包服务方案 助力第三方基金代销机构

据悉，深圳市金慧融智数据服务有限公司顺应市场需求，适时地推出了“基金代销平台的外包服务解决方案”，可以帮助这些第三方基金代销机构快速搭建起满足监管部门要求的基金代销系统平台，满足第三方代销机构申请基金销售资格和开展基金代销业务的需求。(证券日报 5 月 25 日)

### ★ 资格放开 第三方基金代销“平台外包”模式悄然走红

### ★ 北京金昌投资获得证监会批复基金第三方销售牌照

北京浩鸿明凯科技发展有限公司（天狼 50）的控股子公司北京金昌投资咨询有限公司收到证监会批复，成为第三批获得基金第三方销售牌照的公司。天狼 50 公司表示，较前两批获批的机构，金昌的市场影响力较小，目前希望更多地专注于打好基础，提升服务水平，从而提高知名度。(中证报 5 月 28 日)

## 【评奖动态】

### ★ 华夏基金香港子公司获国际大奖 规模超过 10 亿美元

近日，由亚洲权威财经杂志《亚洲投资者》(Asian Investor)举办的“2012 年投资成就奖”颁奖典礼在香港举行，华夏基金（香港）有限公司荣膺“2011 年度最佳海外中资基金公司奖”，是本年度仅有的两家获此殊荣的海外中资基金公司之一。(金融投资报 5 月 2 日)

### ★ 汇添富基金获“2011 上海金融创新成果奖一等奖”

汇添富基金日前凭借“货币基金关联信用卡还款”项目获得“2011 年度上海金融创新成果奖一等奖”，成为证券基金业唯一夺魁机构。汇添富基金相关负责人表示，该项目把借记卡账户、货币基金账户和信用卡账户三者进行了关联，通过 IT 系统联动操作，实现了货币基金赎回和信用卡还款的一体化业务。由于用于还款的资金享有货币基金收益，能够为持卡人带来实实在在的好处。





## 【分红募资】

★ **华夏基金派出史上最大红包 华夏大盘每 10 份派 30 元**

每 10 份派 30 元，最牛基金华夏大盘精选派出史上最大红包；华夏策略混合也实施成立以来第一次分红。王亚伟离职，他管理的两只基金双双大比例分红，有业内人士认为，这有可能是为了应对赎回压力。(证券时报 5 月 7 日)

★ **融通四季添利成立两月两分红 每 10 份拟分红 0.04 元**

融通基金 5 月 10 日公告，融通四季添利债券基金将分红，每 10 份基金份额拟分红 0.04 元，这也是该基金成立两个月来的第二次分红，分红权益登记日、场外除息日均为 5 月 17 日，场内除息日为 5 月 18 日。(证券时报 5 月 10 日)

★ **天弘永利年内将再次分红 拟每 10 份分红 0.153 元**

天弘基金近日发布公告称，旗下天弘永利将进行年内第 2 次分红，拟每 10 份分红 0.153 元，天弘永利 B 拟每 10 份分红 0.161 元，权益登记日为 5 月 14 日，红利发放日为 5 月 15 日。据悉，这是天弘永利 2012 年以来的第二次分红，也是该基金成立以来的第九次分红。(中国证券报 5 月 11 日)

★ **天治稳定收益债基再度分红 每 10 份派发红利 0.1 元**

受益于良好的业绩，天治稳定收益债券基金继 4 月 11 日现金红利发放后，于 5 月 9 日再次公告分红。该基金拟向其基金份额持有人按每 10 份基金份额派发红利 0.1 元。银河数据显示，截至 5 月 4 日，该基金成立以来净值增长率达到 4.84%，在去年 12 月成立的 7 只同类债券基金中业绩排名第一位。(中国证券报 5 月 10 日)

★ **基金管理规模排名变化 东方基金首季规模增长 13%**

一季度约有一半基金公司实现规模增长，另一半则出现不同幅度的缩水。在规模增长率较高的公司中，除招商、华夏、南方外，不乏中小基金公司的身影，其中具有代表性的有东方、天弘、新华等公司。这些“小身材”的基金公司有一个共同点，即公司去年业绩表现突出，近期公司优化经营管理的动作幅度较大，市场工作的开展较为积极。业内人士表示，中小基金公司未来的突围方向除提升投资业绩外，还要从服务上入手，只有真正重视投资者服务、重视客户长期价值的公司才能走得长远。(证券时报 5 月 2 日)

## [分级债基 A 开放申赎]

★ **富国天盈 A 申购配售比例仅 3 成 净申购逾 40 亿元**★ **天盈及丰利两分级债基 A 份额一日申购超 50 亿**★ **博时裕祥 A 于 6 月 8 日打开申购 约定年化收益率 5%**★ **国联安双佳 A 约定年收益 4.9% 认购门槛低至 1000 元**★ **万家添利 A6 月 1 日开放申购 当前约定收益为 4.6%**★ **国内首只纯债分级基金鹏华丰泽 A6 月 7 日开放申购**★ **天弘添利 A6 月 1 日打开申购一天 开放日仅一天**

## 【其他动态】

★ **新股理性回归 华宝兴业基金恢复参与新股询价**

华宝兴业基金日前在其官方网站发布提示公告表示，该公司所管理的公募基金将参与新股询价。今年以来，监管层关于证券市场制度建设的多项措施密集出台，引起了基金业内的高度关注。多家基金公司表示，从多个方面来看，今年很可能就是价值投资元年。尤其是新股发行制度改革，有力地推动了新股发行定价向理性回归，也为市场各方参与投资、获取合理回报奠定了基础。(中国证券报 5 月 4 日)

★ **基金推选董事上位开先河 格力国有股东代表落选**

耶鲁大学基金会与鹏华基金联手推荐的董事冯继勇获高票通过，开了流通股东派驻董事介入上市公司

司经营的先河。有基金经理表示，中小投资者的意识正在觉醒，从被动投资转向主动参与的模式势必如星星之火，终将燎原。他认为未来将会有更多的个案层出不穷，资本市场的投资格局也将更加趋向于专业化、细分化、职业化，同时对机构投资者的专业水平与综合素质也要求越来越高，不仅要懂金融，更要懂市场、懂管理、真正地懂企业。(证券时报 5 月 28 日)

#### ★ 嘉实投资者回报研究中心成立 发布首期研究成果

5 月 18 日，嘉实“投资者回报研究中心”正式宣布成立并对投资者发布首期研究成果。嘉实“投资者回报研究中心”的揭幕，不仅是基金公司首次以实现“持有人真实回报”为目标来改善持有人投资体验的尝试，更在业内首次针对不同市场环境特征，筛选全市场绩优基金而不局限于嘉实旗下基金，向持有人提供投资建议和解决方案。(上海证券报 5 月 21 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系独家首创，数据引用除注明外，主要来源深圳证券交易所信息公司中心数据库，基金品牌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、本系列报告中的基金基础统计数据由深圳证券交易所信息公司(全景网)数据中心提供，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、本系列报告中的基金公司 PR(公共关系)值评分数据，由专业基金网编评分汇总统计得出，评分结果代表参与评选群体共同意见，但不代表评分者所在单位意见，与其所在的单位无关。
- 4、本系列报告中基金新闻曝光度数据来源于全景宏爵公司技术支持的全景财经搜索监测结果。编者力求客观公正使用网络搜索工具，但对这些资讯的准确性和完整性不作任何保证。
- 5、本系列报告中的评价结果及任何观点评论不排除存在局限性，不保证作出的观点或评论不会发生任何变更，也不构成公众对所述基金品牌旗下品种买卖的推荐，也不构成任何商业决策依据。所有参与评分者及创作者对阅者使用本报告内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。
- 6、本系列报告的数据、文字、图表等相关内容，在合作评分者所在媒体、以及深圳市全景网络公司所属《全景网》、《交易日》、《财富天下》、《新财富》等相关媒体披露，包括报告全文、制作专题、新闻稿件等形式，不涉及任何费用问题。
- 7、本系列报告中所有数据、文字、图表均受中国法律知识版权保护；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，相关数据榜单被奉为国内基金公司品牌建设的权威考核标准之一。研究中心秉持独立、客观、公正的原则，开展基金品牌评价及基金市场相关研究服务。

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