

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。
- 6 月份对应 P5WFBI 指数点位各为 965.39、790.49、147.00。各大指数走势基本一致，6 月份均陡然下降，幅度甚为显著。与 5 月份相比，6 月各品牌指数分别下跌 42.46%，43.67%与 56.71%，人物曝光指数“跌幅”最大，跌去逾一半并创下近一年来的低点。从指数表现看，三大品牌指数今年以来持续上涨攀升的“成果”几近被“抹去”。

新发基金媒体舆情传播分析：

- 37 只新基金产品曝光度合计 8478 篇，新产品数量占比为 3.12%，其曝光度占比达 7.80%，新基金产品平均曝光度为 229 篇，而所有基金产品曝光度约 92 篇，高出幅度约 1.50 倍。居前 10 位是：嘉实优化红利、华安双月鑫、华安季季鑫、南方润元纯债、富国高新技术产业、银华中小盘、中邮战略新兴产业、汇添富季季红、安信策略精选、长盛同鑫二号保本。
- 因市场对短期理财基金的关注度不减，媒体新闻的报道热情也持续高涨。6 月华安双月鑫、华安季季鑫和汇添富季季红三只短期理财基金轻松获得较高的曝光率。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，新基金曝光度排名前 10 产品中，其“产品曝光对品牌贡献率”指标均高于“人物曝光对品牌贡献率”指标，这与整个月度基金人物总曝光度下降有关。安信策略精选与中邮战略新兴产业的数据约 50%，足见小规模或新基金公司，新产品曝光对公司品牌传播的贡献较大。

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 昉

编辑：

李泽玲 包 莹

数据：

巨潮数据：冯翊群 杨采燕

视频资讯：钟 淼 秦文婷

全景宏爵：冯英睿 尹盼盼

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。
- 《基金公司 PR(公共关系)值评分报告》。季报。
- 《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 基金行业品牌价值研究报告》2012.06.26
- 《中国基金行业舆情周报》。每周一期。

联系方式：

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163

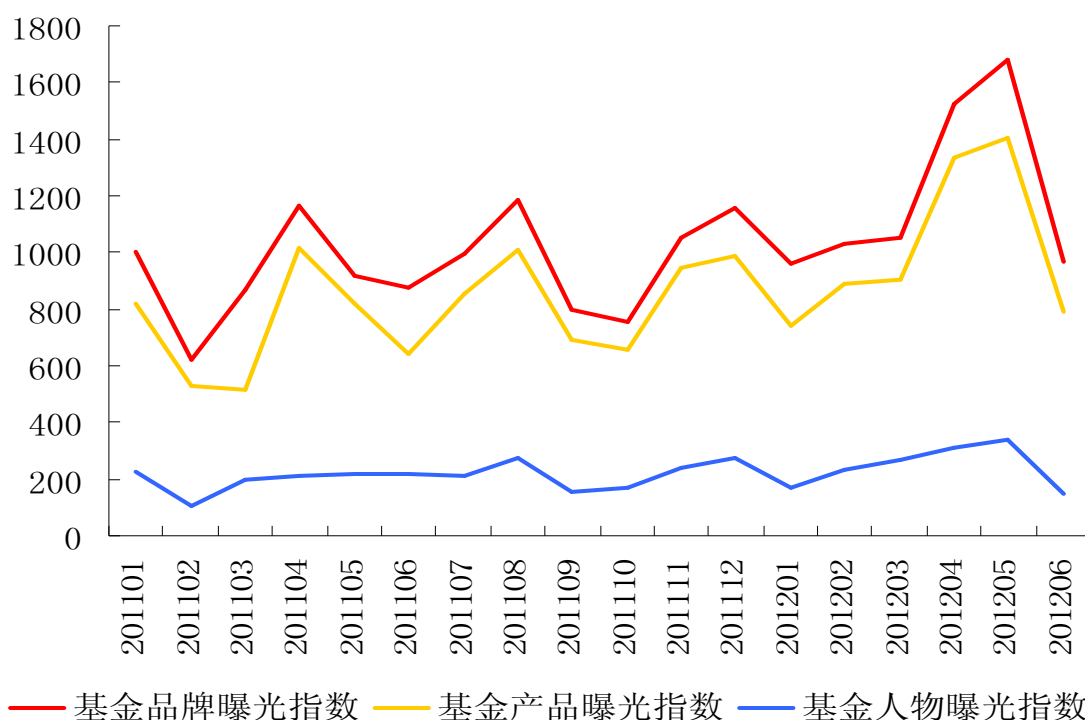
发布时间:2012.07.20

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
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
201206	132704	965.39	108663	790.49	20207	147.00

数据来源: 全景基金品牌研究中心, 数据截止日: 2012-6-30。

A 股市场不景气行情影响 6 月基金品牌指数受挫

统计数据显示，2012 年 6 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 132704 篇、108663 篇、20207 篇，对应 P5WFBI 指数点位各为 965.39、790.49、147.00。各大指数走势颇为一致，6 月份均陡然下降，幅度甚为显著。与 5 月份相比，6 月各品牌指数分别下跌 42.46%，43.67%与 56.71%，人物曝光指数“损伤”最大，跌去逾一半并创下近一年来的低点。从指数表现看，三大品牌指数今年以来持续上涨攀升的“成果”几近被“抹去”，这可能受 A 股市场的不景气行情影响。

行情显示，6 月上证指数收报于 2225.43 点，上证指数较 5 月下跌 6.19%，深证成指下跌 6.32%，创下第二季度的最大单月跌幅。在整体震荡下挫的大环境下，基金品牌指数大幅下跌或也在“情理之中”。

据《6 月份基金品牌曝光度数据报告》指出，整个 6 月份基金市场热度仍在，但监管层频频出台“政策组合拳”此类关乎整个行业影响的事件成为“主旋律”，尤其在基金业协会成立大会上，郭树清关于“我们需要一个强大的财富管理行业”的讲话受舆论传播及热议更广更深。总体而言，“有针对性”的新闻大幅减少使得基金总体曝光度猛然下降，各品牌指数自然随之明显下挫。

6 月份“基金品牌曝光度”指数数据统计自全行业 73 家基金公司。前 12 名品牌曝光合计占有率达 42.27%，依次是：易方达基金、汇添富基金、华夏基金、嘉实基金、南方基金、博时基金、富国基金、华安基金、交银施罗德、华泰柏瑞、广发基金、景顺长城，前三者记录分别为 6950 篇、6024 篇、5766 篇，占有率数据各约 5.24%、4.54%、4.35%。在整体曝光度下降的背景下，曝光记录低于 1000 篇的品牌家数也猛然增加，由 5 月份的 14 家增至 30 家。新基金公司尤其是未发新基金的公司曝光度较低，位居榜末，除此之外，金元惠理和益民基金这两家小公司也在曝光度排行榜倒数十名中。

从上述可见，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，而作为中小基金公司的华泰柏瑞，因沪深 300ETF 屡受关注而位列第 10。与 5 月份相比，6 月份曝光度表现最为突出的应是汇添富基金与景顺长城，前者受益旗下短期理财基金排名蹿升至亚军，后者则因为旗下产品业绩表现优秀，曝光率急增跻身前 12。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 6 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
易方达基金	易方达基金管理有限公司	6950	5.24	1/73
汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	6024	4.54	2/73
华夏基金	华夏基金管理有限公司	5766	4.35	3/73
嘉实基金	嘉实基金管理有限公司	5476	4.13	4/73
南方基金	南方基金管理有限公司	5393	4.06	5/73
博时基金	博时基金管理有限公司	4208	3.17	6/73
富国基金	富国基金管理有限公司	4198	3.16	7/73
华安基金	华安基金管理有限公司	4170	3.14	8/73
交银施罗德	交银施罗德基金管理有限公司	3914	2.95	9/73
华泰柏瑞	华泰柏瑞基金管理有限公司	3473	2.62	10/73
广发基金	广发基金管理有限公司	3306	2.49	11/73
景顺长城	景顺长城基金管理有限公司	3203	2.41	12/73
以上 12 家品牌合计		56081	42.27	—
全部 73 家基金品牌合计		132704	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。6 月份有数据监测记录的基金产品（名称）共 1185 只，排名前 100 的产品曝光度合计 44028 篇，占比 40.52%，集中化程度相对较高。在“6 月基金产品曝光度 TOP100 榜单”中，华泰柏瑞沪深 300ETF 以 2114 篇的记录夺冠；嘉实沪深 300ETF

与华安月月鑫短期理财基金紧随其后，两者曝光度差距不大，分别为 1671 篇与 1631 篇；这三只均为创新基金，其受关注度远超其余基金。此外曝光度较高的创新产品还有易方达恒生中国 ETF，排名第 9。

位于前 10 名的还有景顺长城核心竞争力、中欧小盘、广发聚瑞、富国天瑞、聚利 B、增利 B 等 6 只产品。这 6 只基金则是因为业绩表现突出受到较多曝光，如景顺核心竞争力夺得上半年股基冠军，增利 B 在 6 月中旬暴涨成为当时焦点。排名前 10 的基金均为月度较受媒体光照的产品，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 6 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
华泰柏瑞沪深 300ETF	华泰柏瑞基金管理有限公司	2114	1.95	1/1185
嘉实沪深 300ETF	嘉实基金管理有限公司	1671	1.54	2/1185
华安月月鑫短期理财债券 A	华安基金管理有限公司	1631	1.50	3/1185
景顺长城核心竞争力股票	景顺长城基金管理有限公司	1144	1.05	4/1185
中欧小盘	中欧基金管理有限公司	1103	1.02	5/1185
广发聚瑞	广发基金管理有限公司	1037	0.95	6/1185
富国天瑞	富国基金管理有限公司	968	0.89	7/1185
聚利 B	泰达宏利基金管理有限公司	817	0.75	8/1185
易方达恒生中国 ETF(QDII)	易方达基金管理有限公司	784	0.72	9/1185
增利 B	海富通基金管理有限公司	736	0.68	10/1185
前 100 名（共 100 只）合计		44028	40.52	/
全部 1185 只(名)产品合计		108663	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。6 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 654 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 103 位）合计曝光度为 13158 篇，占有率 65.12%。人物曝光度集中化程度依旧远高于产品。南方基金杨德龙继 5 月之后再夺冠军，曝光记录为 940 篇；余广因其管理的产品表现优秀，位居亚军，曝光度记录 514 篇；博时基金魏凤春、富国基金王海军、安信基金陈振宇、银华基金廖平、汇添富基金曾刚、嘉实基金郭志喜、光大保德信于进杰、大摩华鑫李轶等 8 人也是月度受媒体“光照”较多的基金“达人”。人物的高度曝光，对相关产品及雇主品牌有直接影响。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，仅极少数人物有负面影响。

图表 1-4：2012 年 6 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	940	4.65	1/654
余广	景顺长城基金管理有限公司	514	2.54	2/654
魏凤春	博时基金管理有限公司	419	2.07	3/654
王海军	富国基金管理有限公司	391	1.93	4/654
陈振宇	安信基金管理有限公司	339	1.68	5/654
廖平	银华基金管理有限公司	313	1.55	6/654
曾刚	汇添富基金管理有限公司	313	1.55	6/654
郭志喜	嘉实基金管理有限公司	293	1.45	8/654
于进杰	光大保德信基金管理有限公司	267	1.32	9/654
李轶	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司	262	1.30	10/654
前 100 名(共 103 位)合计		13158	65.12	/
全部 654 位合计		20207	100.00	/

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵



【6 月各周舆情分析摘要】

第一周：基金营销也过“六一” “亲子”成市场热门名词

全景网 6 月 1 日讯 利用节日进行品牌推广、产品营销，已成为基金公司当下的主潮流。“六一”儿童节来临，嗅觉敏感的基金公司纷纷在这个节日推出以“亲子”为主题的活动。在“六一”这个节日，家长为孩子送上“定投”这样一份理财产品，为孩子的未来筹措资金，逐渐成为时下流行的过节方式之一。同时我们还可以发现，有基金公司在这个节日别出心裁推出各种应时活动——微博、游戏、公益，这些活动跳开基金定投的范畴，形成“亲子定投”外的一道风景线。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201206/t4289427.htm>）

第二周：财富管理机构转型 基金行业万千期待在路上

全景网 6 月 8 日讯 筹备许久的基金业协会终于在 6 月 7 日正式挂牌成立，对于资产规模超过两万亿元、基金管理公司已有 70 多家的基金业而言，这一行业自律管理组织的成立，意味着一个新的发展起点。证监会主席郭树清在成立大会上表示，我们的财富管理行业总体上还处于幼年时期，不仅远远未能满足市场的需要，而且自身也存在种种的缺点与不足，基金管理公司应当加快向现代财富管理机构转型。站在当前的新起点上展望未来时，基金人士普遍对基金业协会寄予了厚望，冀望其通过引导自律改善当前的一些怪状，从而推动整个行业的健康发展。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201206/t4302294.htm>）

第三周：“李旭利案”成焦点 “时评潮”烙上“反思”印记

全景网 6 月 15 日讯 经过三次更换开庭时间以及审理法庭后，“李旭利案”终于在本周二进入最后的法院审理判决程序。从昔日的明星基金经理、金融界精英，到如今面临刑事判决，李旭利以其知名度及案件“严重性”引得社会各界人士的关注，也成为本周舆情榜中最“热门”的基金人物，相关新闻报道于第二日(13 日)占据各大基金报纸重要版面及多家财经网站头条。舆论在该案件上倾注的“热情”，也反映了人们对基金监管的思考与期许。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201206/t4315743.htm>）

第四周：政策“数箭齐发” 铺路基金转型财富管理机构

全景网 6 月 21 日讯 继上周末推出一系列改革措施后，证监会继续大力度密集出台监管政策，公募基金行业正在迎来一次全面松绑——20 日，证监会公布关于基金行业公司治理、专户投资、QFII 等方面的一系列放松管制措施，政策组合拳引发了业内人士广泛关注及讨论。业内普遍指出，此次证监会的措施“支持基金行业创新发展，加快推动基金业向现代财富管理行业转型”。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201206/t4327410.htm>）

第五周：开辟“新蓝海” 上半年 111 只基金首募 2355 亿元

全景网 6 月 29 日讯 上半年收官在即，基金半年业绩排名逐渐吸引市场关注，而新基金发行大战半程结果也将见分晓。来自深圳证券信息公司数据中心统计显示，截至今日，今年以来共有 111 只新基金成立，总募资规模达 2355.49 亿元。随着沪深 300ETF、短期理财债基的异军突起，上半年首募规模高于近两年平均水平，这两类产品在规模上更占据上半年基金发行市场的将近一半。强大的吸金能力，成为创新撬动基金行业营销的最佳注脚，构建出未来基金发行的“新蓝海”。

（详细：<http://www.p5w.net/fund/cibg/201206/t4340235.htm>）

第二部分 2012 年 6 月份新发基金媒体传播分析

2-1、概要：基市传统“配角”大行其道 短期理财基金轻松上位

2012 年 6 月份共有 37 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，37 只新基金产品曝光度合计 8478 篇；而当月有数据记录的产品共 1185 只（名），合计曝光度 108663 篇；新产品数量占比为 3.12%，其曝光度占比达 7.80%。新基金产品平均曝光度为 229 篇，而所有基金产品曝光度约 92 篇，高出幅度约 1.50 倍。

37 只新基金隶属于 30 家基金公司品牌，当月列入监测的品牌共 73 家，家数约占 41.10%；有新基金发行的 30 家品牌曝光度合计 78244 篇，所有 73 家品牌曝光度合计 132704 篇，曝光度占比 58.96%。有新基金发行的 30 家品牌平均曝光度 2608 篇，而所有品牌均值约 1818 篇，高出幅度约 43.47%。

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 37 只新基金共有 37 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，37 位基金经理曝光度合计 4632 篇；而当月有统计记录的基金人物共 654 位，合计曝光度 20207 篇；新基金代表人物数量占比为 5.66%，而其曝光度占比达 22.92%。新基金代表人物平均曝光度 125 篇，而所有基金人物曝光度平均仅约 31 篇，高出幅度达 3.05 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：嘉实优化红利、华安双月鑫、华安季季鑫、南方润元纯债、富国高新技术产业、银华中小盘、中邮战略新兴产业、汇添富季季红、安信策略精选、长盛同鑫二号保本（详细数据见如下图表 2-1），媒体上新闻曝光数据均超过 340 篇；在所有 1185 只产品月曝光度排名中皆在前 50 名之前。

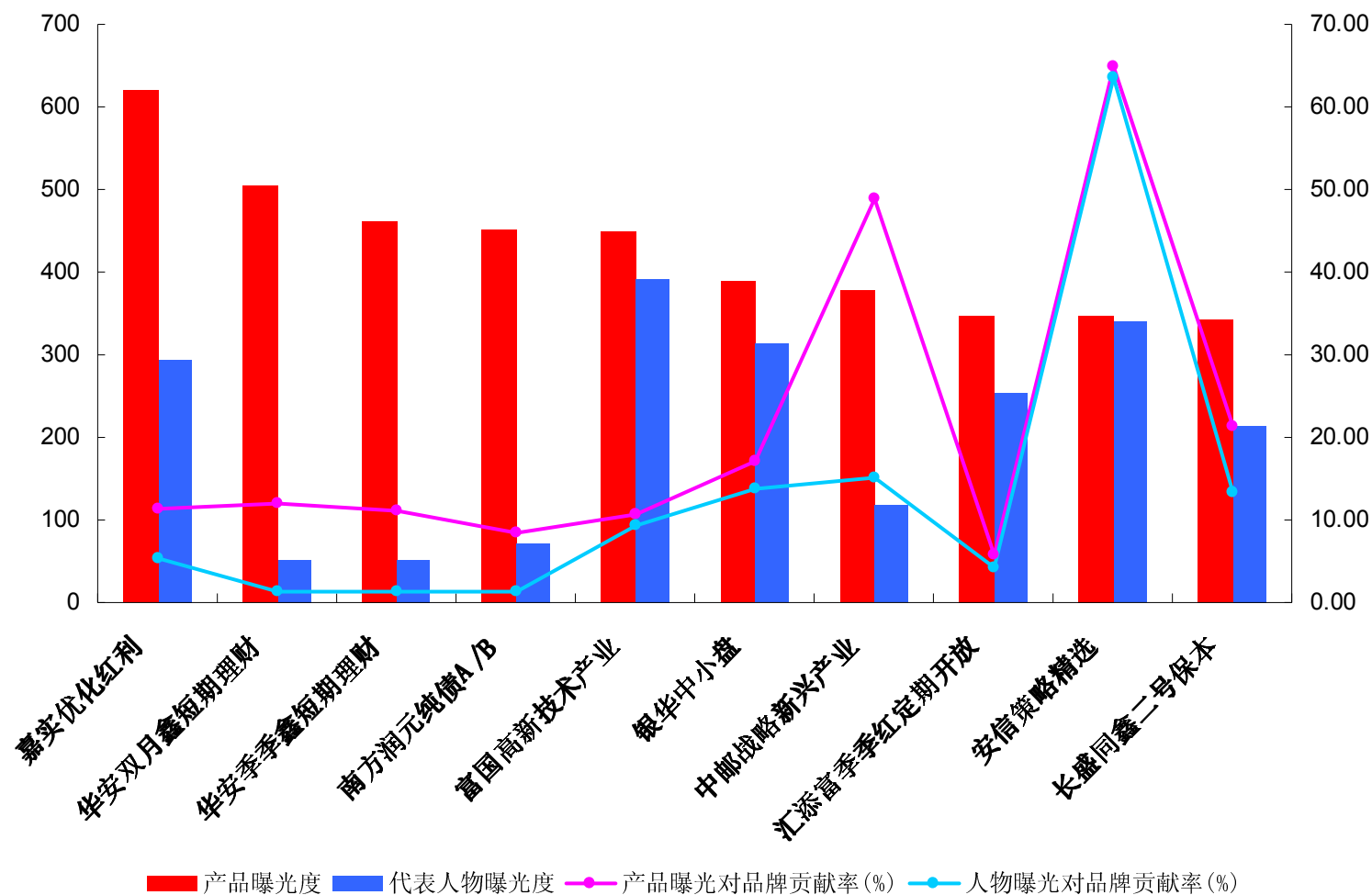
在上述 10 只基金中，基市传统“配角”——低风险产品为主流，共占 6 席。事实上，整个 6 月份新基金发行也呈现出相同的特点。从 6 月新基金发行产品表看，新进入发行期的基金有 14 只，其中过半为低风险品种，股票型基金为 6 只。市场行情低迷，投资者“做足确定性”的避险情绪有所升温，使得基金公司也倾向于推行“低风险”较为“稳妥”的产品。

此外，华安双月鑫、华安季季鑫和汇添富季季红三只短期理财基金赫然在列。与其余 7 只基金不同的是，这三者的曝光度不仅仅是基金公司的主动宣传，有相当一部分是“被宣传”。因市场对短期理财基金的关注度不减，媒体新闻的报道热情也持续高涨。而此类产品的接连上档，让华安与汇添富成为 6 月份在发新基金最多的公司，均各有 3 只产品发行。

值得注意的是，这 10 只基金的“产品曝光对品牌贡献率”指标均高于“人物曝光对品牌贡献率”指标，这与整个月度基金人物总曝光度下降有关。而从相关数据看（图表 2-1），安信策略精选的这两个指标数据颇为一致，均达到 63.5%，而中邮战略新兴产业的“产品曝光对品牌贡献率”指标也相当抢眼，为 48.96%，足见小规模或新基金公司，新产品发行对品牌传播贡献一般较高。

2-2、2012 年 6 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 6 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
鹏华金刚保本	混合型	2012-05-03 至 2012-06-08	戴钢 王宗合	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
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 金斌	银华基金

产品简称	类型	募集期	基金经理	隶属品牌
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 张昊	华安基金
富国高新技术产业	股票型	2012-06-04 至 2012-06-25	王海军	富国基金
易方达永旭添利定期开放	债券型	2012-06-04 至 2012-06-13	马喜德	易方达基金
天弘现金管家	货币型	2012-06-04 至 2012-06-15	刘冬	天弘基金
财通多策略稳健增长	债券型	2012-06-11 至 2012-07-11	曹丽娟	财通基金
长盛同鑫二号保本	混合型	2012-06-11 至 2012-07-06	蔡宾	长盛基金
汇添富季季红定期开放	债券型	2012-06-14 至 2012-07-20	陆文磊	汇添富基金
南方润元纯债	债券型	2012-06-18 至 2012-07-18	夏晨曦	南方基金
易方达量化衍伸	股票型	2012-06-25 至 2012-07-20	刘震	易方达基金
嘉实全球房地产	QDII	2012-06-25 至 2012-07-20	蔡德森	嘉实基金
融通医疗保健行业	股票型	2012-06-25 至 2012-07-27	吴巍	融通基金
汇添富理财 14 天	货币型	2012-06-29 至 2012-07-06	王栩	汇添富基金
交银阿尔法核心	股票型	2012-06-29 至 2012-07-31	龙向东	交银施罗德

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 6 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(%)
嘉实优化红利	620	郭志喜	293	嘉实基金	5476	11.32	5.35
华安双月鑫短期理财	505	杨柳	51	华安基金	4170	12.11	1.22
华安季季鑫短期理财	463	杨柳	51	华安基金	4170	11.10	1.22
南方润元纯债	452	夏晨曦	71	南方基金	5393	8.38	1.32
富国高新技术产业	450	王海军	391	富国基金	4198	10.72	9.31
银华中小盘	390	廖平	313	银华基金	2290	17.03	13.67
中邮战略新兴产业	378	厉建超	117	中邮创业	772	48.96	15.16
汇添富季季红定期开放	347	陆文磊	254	汇添富基金	6024	5.76	4.22
安信策略精选	346	陈振宇	339	安信基金	533	64.92	63.60
长盛同鑫二号保本	342	蔡宾	213	长盛基金	1596	21.43	13.35

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 6 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 6 月份基金行业品牌建设动态摘要

【产品创新】

★ 基金首进商品期货市场 国投瑞银完成上期所开户

4 日, 国投瑞银旗下的基金产品在上海期货交易所正式开立账户, 获得了交易编码, 成为上期所首个特殊单位客户。此举意味着中国证券期货市场的“大融合”进一步加深, 标志着运行了 21 个年头的中国商品期货市场, 终于迎来了基金这一重要机构投资者。国投瑞银基金管理有限公司总经理尚健表示, 参与商品期货对于基金公司有积极影响, 增加了投资工具, 开放了更多投资产品, 也有了不同的风险收益匹配。(上海证券报 6 月 5 日)

★ 汇添富专户试水商品期货 携手东航期货推出产品

汇添富基金旗下投资商品期货市场的专户产品于近日获批, 该产品是汇添富专户携手东航期货共同推出, 在获批后将很快进入实际操作阶段。汇添富相关人士表示, 在传统的二级市场投资之外, 基金专户目前更广泛的活跃在新股申购、定向增发、衍生品等投资领域, 相信在不断拓展商品期货等创新型业务领域后, 基金专户业务可以更好地满足客户细分需求, 也有助于基金专户绝对收益和灵活投资的优势更好的发挥。(中国证券报 6 月 6 日)

★ 首批基金商品期货专户开始运作 工银与国投尝鲜

近日, 工银瑞信发行了一款包含商品期货工具的专户产品, 该产品目前已公告合同生效, 并开始正式运作。至此, 工银瑞信与国投瑞银成为基金业第一批试水商品期货的基金公司, 这标志着国内基金公司专户理财产品已开始涉足商品期货市场。业内人士表示, 此类产品对基金公司风险控制能力和投资者风险承受能力均要求更高。为了降低风险, 初期基金可能不会将资产完全投资于商品期货, 或采取分散投资和多策略方式运作。(中国证券报 6 月 13 日)

★ 首批港股 ETF 获批或 7 月初发行 有望纳入两融标的

作为首批港股 ETF, 由华夏基金与深圳证券交易所合作的香港恒生指数 ETF、由易方达基金与上海证券交易所合作的恒生中国企业 ETF 及其联接基金已于近日获批, 批文待发, 有“小港股直通车”之称的港股 ETF 很快将正式起航。权威人士透露, 港股 ETF 上市之后如果符合条件, 有望纳入融资融券标的, 进一步提高其流动性。(中国证券报 6 月 29 日)

★ 跨境 ETF 获批在即 华夏恒指有望实现变相 T+0 交易

★ 首日突破 3000 万元 两大跨市场 ETF 两融起步高

沪深交易所公布了 6 月 4 日沪深 300 开放式指数基金 (ETF) 纳入两融首日的数据, 两大跨市场沪深 300ETF 首日合计两融 3243.17 万元。据悉, ETF 纳入两融后往往有一个逐步被投资者接受的过程, 无论是融资买入还是融券卖出, 未来一段时间跨市场 ETF 都将获得快速增长。业内人士预计, 两大跨市场沪深 300ETF 可能很快与上证 50ETF 或深 100ETF 的两融规模平起平坐, 甚至超越。(证券时报 6 月 6 日)

★ 沪深 300ETF 首现逾亿元净申购 QFII 为申购主力

★ 举办业务交流会 华泰柏瑞 300ETF 运用策略受热议

★ 基金专户争夺中小企业私募债 汇添富饮头啖汤

首批中小企业私募债成功发行, 其 10% 左右的高收益率, 令众多基金公司专户火热拼抢。据悉, 汇添富基金专户已成功试水这一新投资标的, 目前资金交付已经完成。多位业内人士均表示, 目前市场各方对于首批中小企业私募债的推出非常重视。不过, 中小企业私募债实行备案制, 发行完全市场化, 这对投资者的风控和信用分析能力也提出了更高要求。(证券时报 6 月 11 日)

★ 首只超短期理财基金 汇添富理财 14 天产品获批

首只超短期理财基金面世。汇添富理财 14 天产品于日前获证监会批准, 成为目前基金市场中第一只

也是唯一一只期限低于 30 天的短期理财产品。业内人士表示，结合前期短期理财产品的火热发售和多家基金公司纷纷上报类似产品，理财基金的第二轮热潮有望到来。（证券时报 6 月 25 日）

★ **理财债基持续火爆 汇添富理财 60 天首募 160 亿**

★ **短期理财债基扰动发行节奏 5 公司申请撤回产品**

★ **自购加锁定 天弘基金欲打造业内首只准发起式基金**

天弘基金发布公告称，为实现各方利益共赢，维护基金份额持有人利益，继 2012 年 3 月 23 日自购天弘永定价值成长基金 480 万元后，天弘基金 6 月 28 日将再次增持 50 万元，合计自购金额 530 万元，并承诺全部自购资金自本次申购确认之日起锁定三年。这和发起式基金的精髓不谋而合，利益捆绑，风险共担，三年锁定。业内人士表示，天弘基金应该是想打造业内首只准发起式基金。（金融投资报 6 月 26 日）

★ **上交所推进债券 ETF 产品 大型基金公司围猎方案**

据悉，包括富国在内的几家大型基金公司，目前正在与交易所沟通债券 ETF 的品种设计，具体方案可能 2、3 个月后提交，债券 ETF 最快半年后推出，第一批债券 ETF 或挂钩信用债指数，以跨市场指数形式亮相。投资者一直缺乏有效跟踪债券指数的工具，而未来将推出的债券 ETF，有望填补这一领域的空白。（每日经济新闻 6 月 26 日）

★ **首批发起式基金或已上报 固定收益类成优先选择**

据悉，有基金公司已于近日上报相关产品，该产品可能成为首批发起式基金之一。该基金公司所申报的产品为债券型基金，1000 万元认购金额将完全来自基金公司固有资金，在发行期间可能会有公司高管加入认购。另外，多家基金公司目前正准备发行发起式基金产品，其中上海某基金公司有计划下半年发行固定收益类的发起式基金产品。（中国证券报 6 月 27 日）

★ **多家基金跃跃欲试 CTA(国内商品交易顾问)产品**

据了解，深圳一家基金公司目前计划推出 CTA 专户产品，初步设定投资范围为股指期货、商品期货等，预期产品收益率为 30%，最大回撤（一段时间最高点和最低点之间幅度）为 15%。该公司负责人表示，对国内市场来说，适合做 CTA 产品的主要是期货市场。目前国内还没有纯粹的 CTA 产品，随着股指期货、商品期货逐渐对基金专户业务开放，发展 CTA 产品的好时机到了。目前基金公司是唯一拥有可以发行 CTA 产品条件的公司，主要将在专户产品运用。（证券时报 6 月 4 日）

★ **瑞福分级转型方案高票通过 第一代分级基金渐谢幕**

6 月 8 日，国投瑞银瑞福分级基金就转型方案在深圳召开持有人大会。当日表决结果显示，转型方案获高票通过。新瑞福分级基金将调整为指数化运作，跟踪的标的指数为深证 100 价格指数。分析人士指出，分级基金第一代产品模式正逐步被新的产品模式取代分级基金发展至今，目前已经发展到第四代产品模式的阶段。（中国证券报 6 月 11 日）

【公司动态】

★ **国际实业再投 1.05 亿 竞拍万家基金公司 20% 股权**

国际实业 20 日公告，深圳市中航投资管理有限公司委托中国航空工业集团公司提出申请，通过拍卖方式挂牌出让其持有的万家基金 20% 股权，拍卖参考价格为 10460 万元。公司决定参与此次竞拍。早在今年 2 月，该公司曾以同样的方式竞拍万家基金 20% 股权，彼时，出让方为上海久事公司。（上海证券报 6 月 20 日）

★ **南方基金四剑齐发 打造王牌固定收益阵容**

6 月中旬，将推出南方润元纯债基金，并且已上报了南方 1 年理财绝对收益和 3 年理财绝对收益债券基金两只创新产品，此外，保本旗舰南方避险将于 6 月下旬迎来开放期，这 4 只产品均有低风险特征。据了解，南方润元将于 6 月 18 日发行，该基金不投资股票二级市场和一级市场申购，专注债券市场投资。（证券时报 6 月 11 日）

★ 央视财经 50 指数授权五家基金公司开发使用

央视财经 50 指数授权开发使用签约仪式 19 日在北京梅地亚中心举行，银河证券、嘉实基金、大成基金、东方基金、招商基金以及建信基金均获得授权。上述六家机构将利用“央视财经 50 指数”开发相关衍生产品，普通投资者有望分享央视 50 指数所带来的收益。该指数是由中央电视台财经频道联合五大高校合作开发，深圳证券信息公司负责对该指数进行优化及运维。

★ 易方达基金获得沪深 300 行业系列指数的开发授权

6 月 18 日，易方达基金在跨市场行业系列 ETF 创新研讨会上透露，已获得沪深 300 行业系列指数的开发授权，同时正在考虑定制其他适合投资的行业指数，并在此基础上开发相应的 ETF 及联接基金产品。易方达基金表示，计划在未来陆续推出行业 ETF 产品系列，覆盖 A 股市场多个行业，并力求产品定位清晰、代表性强、可投资性高。（中国证券报 6 月 19 日）

★ 红塔红土基金公司成立 基金业第 72 家基金管理公司

红塔红土基金管理有限公司已于 6 月 12 日在深圳市市场监督管理局注册成立，并于 6 月 19 日取得中国证券监督管理委员会核发的编号为 A073 的《基金管理资格证书》。红塔红土基金是今年获批的第 3 家基金管理公司，也是基金业第 72 家基金管理公司。（中国证券报 6 月 21 日）

【品牌动态】

★ 富国基金成立首家环保公益基金会 启动资金 200 万

基金业第一家以“环保”为主题的公益基金会——上海富国环保公益基金会日前正式获准成立。该基金会由富国基金发起成立，初始启动资金 200 万元，上海环保局任业务主管单位，倡导“为生活做减法”的环保理念，致力于资助环保低碳活动，支持各类环保事业及其他公益项目。（证券时报 6 月 28 日）

★ 鹏华基金“投资可以更美的”第十站走进同仁堂

6 月 15 日，鹏华基金将启动鹏友会“投资可以更美的”深度投资之旅第十站的活动，携手 VIP 客户及渠道合作伙伴走入载誉 300 余年的中药老字号北京同仁堂。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。

★ 鹏华基金乐富专家再获认可 获最受消费者信任品牌

日前，“金榕奖--2012 南方金融年度系列评选”结果在首届金交会上正式揭晓，“鹏华基金 LOF 乐富专家”荣获“2012 最受消费者信赖金融品牌”，且是唯一获得该奖项的金融品牌。据悉，LOF 乐富专家品牌统一推出就深受业内关注并获深交所高度认同，开创了我国场内基金市场发展历程的先河，更为广大投资者带来交易便利的投资工具。

〔公益活动〕

★ 东吴基金“阳光育人”计划第三期学子正式毕业

2012 年 6 月 2 日，东吴基金“阳光育人”计划第三期毕业欢送仪式在市政协裙楼正式举行。市政协主席冯国勤、副主席钱景林等相关人士参加了此次活动。据了解，阳光育人计划旨在帮助上海高校在校少数民族学生顺利完成学业，实现人生理想，成为创建和谐社会的栋梁人才。（上海证券报 6 月 4 日）

★ 上投摩根基金公司推出希望小学结对子活动

“六一”儿童节之际，上投摩根携手四川省广汉市教育局、四川省青少年发展基金会共同发起“有限定投，无限关爱”结对子活动。上投摩根有关负责人表示，“上投摩根视社会公益事业为己任，关注孩子的成长以及家庭投资理念的教育。通过推出“亲子定投”，倡导家庭通过投资基金等理财方式，为孩子的未来做好储备。”（证券时报 6 月 4 日）

★ 南方基金邀客户“走进南方” 开展爱心书架捐赠活动

6 月 15 日，南方基金举行“走进南方”活动，28 位来自全国各地的持有人代表受邀走进南方基金深圳总部，与公司各级人员进行深入交流。南方基金还特别安排客户来到广东云浮市郁南县都城镇夏裘小学，开展“爱心书架”捐赠活动。这也是南方基金和客户们架起的第九座爱心书架，本次活动共为全校师生送去种类丰富的儿童书籍千余册，再次将知识的财富和浓浓的爱心传递给贫困地区的孩子们。（证券时报 6 月 20 日）

★ 第九届“鹏华基金杯”孙瑞雪公益巡讲走入长沙

第九届“鹏华基金杯”孙瑞雪教育机构儿童科学教育公益全国巡讲将于 6 月 24 日走入长沙，并将在湖南省委党校行政学院会议中心为市民带来全天的精彩讲座。鹏华基金相关负责人表示，作为一家积极履行社会责任的企业，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。

【电子商务】

★ 延续爱心 融通基金今起推出“e 路春风”第五期活动

6 月 1 日，融通基金推出“e 路春风、让爱延续——定电子账单，赢精彩好礼”第五期活动。在延续爱心、环保主题的基础上，融通基金还对账单服务进行升级，全新推出短信对账单服务。持有人只要退订了纸质对账单，就可以定制月度、季度或者年度的短信对账单，能够更快捷、更及时地了解账户情况。（中国证券报 6 月 1 日）

★ 南方基金首创“余额理财” 货基自动盘活闲置资金

据悉，为了给客户提供更加便利的货币基金投资工具，南方基金近日上线了新一代网站直销交易平台，联合工行在业内首次推出“余额理财”业务。据南方基金电子商务部负责人介绍，“余额理财”功能的推出是南方基金在货币基金理财领域又一次重大创新，旨在让客户省时省心地进行现金理财，客户只需在开通“余额理财”功能时设定银行卡的留存余额，系统将会按照客户选定的周期将卡内超出留存余额的剩余闲置资金自动申购南方现金增利 A 货币基金，使这部分闲置资金实现自动化理财，获得额外收益。（证券时报 6 月 11 日）

★ 光大保德信主题活动 智能定投让财富“快乐成长”

近日，光大保德信基金与联合基因少儿潜能测评中心携手举办了一场以“发掘天赋，快乐成长”为主题的活动。光大保德信基金的理财专家建议，针对孩子不同的成长阶段应有不同的培养规划，也应做好相关的科学理财，家长们可以通过光大保德信的智能定投进行定期不定额投资，为孩子每个成长阶段打好稳健基础。（中国证券报 6 月 27 日）

★ 国泰举办 ETF 论坛 推“易替宝”交易工具品牌

由国泰基金主办，针对券商机构和客户的“国泰易替宝 ETF 巡回投资报告会”在上海、北京、深圳三地举行。据了解，国泰“易替宝”作为国泰基金交易型开放式指数基金（ETF）子品牌，包括国泰金融 ETF 和国泰中小板 300 成长 ETF 两只产品。对于投资者而言，大盘股行情选国泰金融 ETF，小盘股行情选国泰中小板 300 成长 ETF。（证券时报 6 月 12 日）

★ 工银货币基金卡 7 月推出 可作为工资卡和准贷记卡

工银瑞信联合工商银行推出的货币基金卡将于 7 月初正式推出。该卡为工银瑞信和工行的联名卡，据了解其名称为工银货币基金信用卡，同时可以作为工资卡和准贷记卡，预计该产品主要目标客户是拥有信用卡的客户群。据熟悉该产品的人士透露，工银货币基金卡需要通过与工行借记卡、工行信用卡实现绑定，由客户设定一个卡内金额的上限和下限进行无缝对接自动理财，客户可以不用担心信用卡还款问题，既节省了时间，也获得了超出活期存款的收益。（中国证券报 6 月 19 日）

★ 广发基金举办“订制电邮账单 赢 NewIpad 大奖”活动

为了支持环保，减少纸张使用，让客户更及时快捷地获得账单服务，鼓励投资者使用电邮账单服务，

广发基金在 5 月 1 日至 7 月 30 日期间，举办“订制电邮账单、赢 NewIpad 大奖”活动，投资者只要通过广发基金官方网站、短信平台或者电话系统成功订制电邮账单，即有机会获得 NewIpad、kindlefire 等奖品。（金融投资报 6 月 19 日）

★ 建信基金推出跨 TA 转换业务 基金转换 T+0 完成

近期，建信基金在业内首家推出了跨 TA 基金转换业务，建信基金客户可以通过建信直销和中国建设银行体验该项服务。建信基金表示，跨 TA 转换业务系统的上线明显提高了基金转换效率，在没有跨 TA 转换业务系统的情况下，办理此类业务大概需要 3-7 个工作日的时间，而使用跨 TA 转换业务系统进行转换当天即可完成。（中国证券报 6 月 27 日）

★ 广发货币利添利账户借助第三方可实现 T+0 快速赎回

据悉，广发货币借助第三方已能实现 T+0 快速赎回。目前投资者不仅可实现货币市场基金赎回款实时到账，还可以设置银行卡留存余额，将超出留存余额的闲置资金自动申购广发货币基金，获得超出活期的收益，最大限度提高资金使用效率。此外，当活期账户需要资金时，可以自动赎回货币基金，且资金当天到账。（证券时报 6 月 26 日）

★ 华商“金海螺”俱乐部服务升级活动受到热烈响应

华商基金在官方网站上举行的“领先五年一路有你”活动与“金海螺”客户俱乐部升级活动于 6 月 30 日结束。自两项活动开展以来，受到了广大投资者的热烈响应，其中参加“金海螺”客户俱乐部活动的投资者已经率先体验了华商基金提供的高端资讯专项服务。华商基金在官方网站上举行的“领先五年一路有你”活动与“金海螺”客户俱乐部升级活动将于 6 月 30 日结束。自两项活动开展以来，受到了广大投资者的热烈响应，其中参加“金海螺”客户俱乐部活动的投资者已经率先体验了华商基金提供的高端资讯专项服务。（中国证券报 6 月 28 日）

【第三方机构】

★ 众禄试水独立基金销售 开始销售 13 家基金公司产品

首批独立基金销售机构之一——众禄基金 6 月 6 日起试营业，众禄基金超市开始销售 13 家基金公司产品，6 月底至少上架 22 家基金公司。据介绍，众禄的目标是建成覆盖 95% 公募产品的基金超市。众禄将采取双网站运行策略，已经运行六年的“基金买卖网”定义为基金行业门户网站，新建成的“众禄基金网”则作为专业交易服务平台。（中国证券报 6 月 7 日）

★ 融通基金携手众禄拓宽销售渠道 同时开通定投业务

★ 信达澳银积极布局第三方销售 与众禄诺亚合作

★ 牵手众禄诺亚 泰达宏利基金公司试水第三方销售

★ 展恒理财获基金销售牌照 坚持会员制收费服务模式

6 月 18 日，展恒理财旗下全资子公司北京展恒投资管理有限公司获得中国证监会颁发的独立基金销售牌照。展恒基金销售公司的新域名 www.myfund.com 也将在近期上线。截至 2011 年底，通过展恒咨询建议而进行基金投资的客户的基金投资额度已达数十亿元。2012 年 5 月，展恒理财召开战略发布会，定位于私人银行服务机构、坚持会员制收费服务模式、以 FOF 的方式实现客户公募基金的配置等重要战略。（中国证券报 6 月 19 日）

★ 富国联手诺亚推固定收益专户产品 首募近 1.5 亿份

近期，富国基金与诺亚正行共同推出注重信用债领域的固定收益专户产品，首募规模近 1.5 亿份。该产品类似于一只一级债基，不参与二级市场股票操作，在债券投资领域以信用债为主，兼顾利率产品与可转债投资。诺亚正行表示，选择一流的合作伙伴，为客户提供定制产品服务是该公司的重点策略，富国在固定收益领域出色的投资管理能力与历史业绩，与高净值人群的避险需求契合。（中国证券报 6 月 22 日）

【评奖评级】

★ 工银瑞信基金公司再获"最佳风险控制基金公司奖"

日前,在上海举办的《21 世纪经济报道》"赢基金奖"颁奖盛典上,工银瑞信荣获 2011 年度"最佳风险控制基金公司奖"。无独有偶,在今年《理财周报》的系列评奖中,工银瑞信也同样斩获了"最佳风控奖"。

★ 银河证券数据统计 嘉实聚 8 只"五星基金"行业居首

据银河证券数据统计,截至 6 月 21 日,逾千只公募基金(不含 QDII 和货币基金)中共有 69 只基金获评三年期五星基金。从所属基金公司看,嘉实以 8 只居首。(证券时报 6 月 28 日)

【分红动态】

★ 债基再派"大红包" 诺安优化收益每 10 份派现 0.2 元

★ 新一轮"分红潮" 广发聚财债基成立 3 个月即分红

★ 国泰双利债券基金将再度分红 每 10 份派现 0.4 元

★ 融通创业板指数基金成立来首次分红 每 10 份分 0.2 元

★ 融通四季添利债基"月月分红" 每 10 份累计分 0.1 元

★ 交银旗下三债基齐发红包 交银增利第七次分红

★ 招商基金 4 债基合计分红 1.35 亿 招商安心 10 派 0.8 元

★ 富国新天锋债基即将首度分红 每 10 份派发 0.06 元

★ 汇添富增强收益债基近期分红 每 10 份派发 0.3 元

★ 万家增强债基每 10 份分红 1 元 本次分红比例约 9%

★ 建信稳定增利债基第六次分红 每 10 份派 0.598 元

★ 鹏华丰收债基年内第二次分红 每 10 份派现 0.63 元

[分级债基 A 开放申赎]

★ 万家添利 A 将启动比例配售 添利 B 实际杠杆率提升

★ 鹏华丰泽 A 享潜在复利 6 月 7 日募集仅开放一天

★ 长信利鑫分级债基 A6 月下旬打开申购 开放时间 1 天

★ 天弘添利 A 一日申购超 14 亿元 每 3 个月开放一次

★ 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】

★ 南方发布 2011 年度社会责任报告:四季相随 携手成长

近日，南方基金正式对外发布《四季相随，携手成长——南方基金 2011 年度社会责任报告》，作为中国基金业领先发展的基金管理公司，南方基金已连续两年发布企业社会责任报告。南方基金总裁高良玉在报告致辞中表示：“实践证明，信守基金契约、为广大投资者提供长期稳健的资本增值是我们履行社会责任最重要、最直接的方式。”（证券时报 6 月 7 日）

★ 信达澳银拉近持有人距离 庆祝公司成立六周年

近日，信达澳银基金公司举办“喜迎老客户·同庆六周年”开放日活动，邀请 30 位持有人代表走进公司深圳总部，与信达澳银全体员工共同庆祝公司成立六周年。据介绍，该活动还安排上市公司走访，许多持有人是第一次与上市公司进行近距离接触，在了解基金公司调研模式的同时，对信达澳银价值投资的专业理念有了更为切身的感受。（中国证券报 6 月 29 日）

★ 泰达宏利十年磨一剑 6 日在北京举行十周年庆典

“泰达宏利十周年庆典暨 2012 年下半年投资策略报告会”6 日在北京举行。会上泰达宏利对 2012 年下半年宏观经济走势进行展望。

★ 调研 97 家公司 天道酬勤 华夏基金“跑出”优秀成绩

有媒体报道，1135 家深市主板和中小板公司一季报显示，67 家基金公司中有 15 家调研的上市公司不到 10 家，华夏基金以调研 97 家上市公司成为最勤快的基金公司。业内人士认为，实地调研可以获取一手的资料和情报，对于基金公司来说，调研更是其尽职尽责，服务投资者的重要体现之一。（证券时报 6 月 6 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（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，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