

2012上半年基金公司营销能力专题报告 (简要版本)

合作伙伴:



支持媒体:



数据资讯:



2012 上半年基金公司营销能力专题报告

(简要版)

- 自 2008 年 9 月以来,全景顺应基金市场发展需求,相继推出基金公司品牌曝光度、PR(公共关系)值、品牌综合评级、品牌价值评估等系列榜单及研究报告,逐步完善中国证券投资基金行业品牌评价及研究体系。本次继续以品牌学理论为指导,以市场营销绩效评估为参考,以基金市场客观量化数据为基础,通过全面系统的数据统计分析,推出“基金公司营销能力排行榜(含非固定份额上市型基金)”专题报告,供业界研究参考。
- 事关基金公司的营销绩效,按成立时间划分共有两类产品,考核期初已经成立的“老基金”,以及考核期间募集成立的“新基金”,完全能反映基金公司的阶段性营销能力。经深入数据研究考量比较,“全景·2012 上半年基金公司营销能力排行榜”考核指标共设 4 项,分别为老基金份额增量、老基金份额增幅、新基金募集总份额、新基金认购总户数,分值占比各为 30%、30%、20%、20%。
- “上半年基金公司营销能力排行榜”前十名依次是:招商基金、天弘基金、华夏基金、广发基金、南方基金、汇添富基金、万家基金、易方达基金、富国基金、宝盈基金;后十名是:国投瑞银、工银瑞信、华宝兴业、平安大华、大成基金、建信基金、长盛基金、民生加银、财通基金、方正富邦。
- 子榜单“上半年基金公司老基金持续营销能力”前十名依次是:华夏基金、天弘基金、招商基金、万家基金、南方基金、广发基金、富国基金、宝盈基金、易方达基金、新华基金;后十位是:华宝兴业、平安大华、华安基金、大成基金、工银瑞信、建信基金、长盛基金、民生加银、财通基金、方正富邦。
- 子榜单“上半年基金公司新基金营销能力前十名”依次是汇添富基金、华安基金、华泰柏瑞、嘉实基金、工银瑞信、长盛基金、农银汇理、建信基金、易方达基金和广发基金。在列入考核的 66 家基金公司中,上半年共有 12 家未有新基金成立,分别是宝盈基金、财通基金、东方基金、方正富邦、国投瑞银、华富基金、华夏基金、汇丰晋信、金元惠理、天治基金、万家基金和益民基金。
- 本报告中的考评结果及任何观点不排除存在一定的局限性,并非商业决策依据,也不构成公众对所涉及基金品牌相关产品买卖或推荐。考评者及所属单位对阅者使用本项资讯内容所引发的直接或间接损失不承担任何责任。

报告编委

指导:

郑 颂

张 华

主管:

于钦栋 张棟棟

主编:

黄 昉

主创:

包 莹

检查:

李泽玲

数据:

冯翊群 杨采燕

视讯:

钟 淼 秦文婷

相关研究

- 1、《基金品牌曝光度观察报告》系列。2008 年 9 月起,每月一期。
- 2、《基金公司 PR(公共关系)值评分报告》。季报。
- 3、《中国基金行业品牌评级报告》。2009 年起,每年一期。
- 4、《2011 基金行业品牌价值研究报告》2012.06.26
- 5、“基金行业舆情观察研究”系列。周报/月报/不定期分析资讯。

联系方式:

✉: fund@p5w.net

☎: (0755) 83990163

发布时间:2012.08.17



1 研究的背景与目的

自 1998 年我国第一只证券投资基金诞生以来，经历了 14 年的发展，作为面向公众的财富管理服务机构，中国基金行业从无到有蓬勃发展起来。截止 2012 年 6 月 30 日，全国共有 73 家基金管理公司获批设立，其中 67 家基金公司共发行了超千只公募基金产品，总资产规模 2.42 万亿元。十多年来，基金行业历经了风风雨雨、大起大落，既有火爆之时，一举创下单只基金销售近千亿的历史纪录，也有遭遇市场低迷、销售异常困难的寒冬。但不管怎样，基金产品被越来越多的人所认知和谈论，参与投资的群体不断壮大，基金持有人总户数已超 9 千万，基金已成为居民投资理财的重要大类品种之一。

据有关定义，基金营销是近年来新出现的一个名词，实际上它也是市场营销的一种，所谓市场营销，就是关于企业如何发现、创造和交付价值以满足一定目标市场的需求，同时获取利润的学科；基金营销是基金销售机构从市场和客户需要出发所进行的基金产品设计、销售、售后服务等一系列活动的总称，是基金销售机构为了追求利润最大化而采取的一种营销策略。当前，在大部分基金公司中，投研资产管理核心业务之外，营销是极其重要的职能，涉及产品设计、品牌策划、市场销售、电子商务、客户服务等诸多环节；也关联外界的银行、券商、第三方等销售机构，以及评价机构、研究机构、媒体等服务机构。对于基金公司来说，营销事关生存与发展，谁都无法忽视。

2008 年以来，全景顺应基金市场发展需求，首创关于舆情传播及品牌评价的研究科目。多年来，在深入理解基金行业的基础上，相继推出基金公司品牌曝光度、PR(公共关系)值、品牌综合评级、品牌价值评估等系列研究报告，深受基金业内人士关注与推崇，相关榜单被奉为基金品牌经理或营销策划主管的权威考核标准之一。在探索及逐步完善基金行业品牌评价及研究体系过程中，全景积累了大量的基础数据及实践经验，本次继续以品牌学理论为指导，以市场营销绩效评估为参考，以基金市场客观量化数据为基础，通过全面系统的数据统计分析，推出本项“基金公司营销能力榜单”专题报告，供业界事关基金营销方面的专业人士研究参考。继续探索并创新中国资本市场金融品牌评价理论及实践应用。

基金公司营销能力研究的目的：

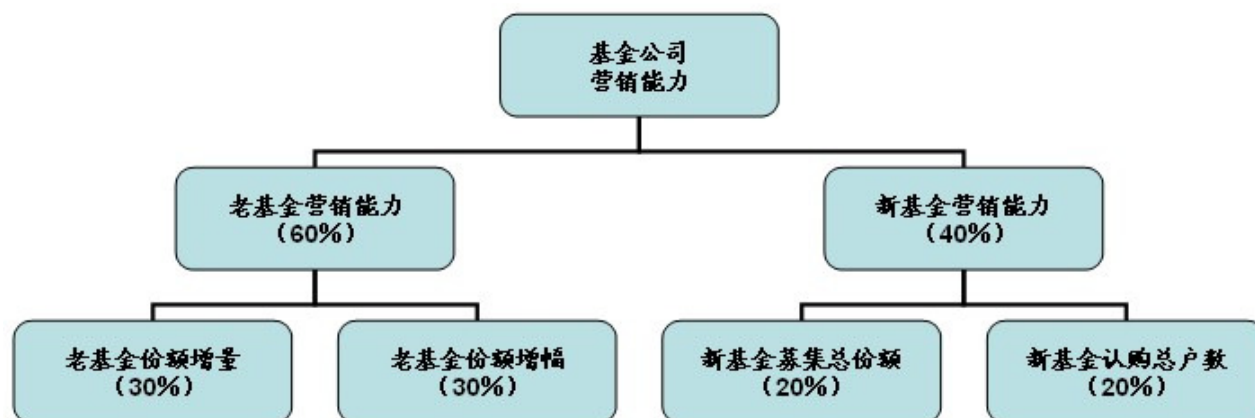
- 客观量化基金公司营销能力，为基金公司总结营销绩效提供社会化评价资讯，并为商业银行、券商、第三方等基金销售服务机构相关决策提供基础数据参考。
- 提高市场透明度，推动社会和公众更加全面了解认知基金行业，挖掘基金营销功能的内涵价值，促进基金行业规范销售，有序竞争。
- 促进基金公司以客户为中心，重视保护基金投资者利益，重视持续营销工作及专业理财服务，不断提升财富管理综合能力，稳健经营，更上台阶。
- 促进基金公司重视品牌建设及公共关系管理，践行信托责任与“契约精神”，珍惜商誉而立足创建“百年老店”，基业常青。

2 研究的原则与方法

研究原则与对象：承继“基金品牌评价”体系研究原则与思路，坚持客观性、统一性、市场化、可量化为原则：以法定公开的客观事实数据为基础，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，以市场为导向，运用社会化评价方法，并公开所考核的指标、公式及计算过程，对基金公司营销表现的实际情况进行量化排名与分析。研究对象为经中国证监会批准设立的证券投资基金管理公司，考核期为 2012 年上半年，所有在考核期初有公募基金产品的单位，共有 66 家公司列入本次考核，期间新设立的基金公司不列入考核，也不考虑期末至本报告发布时发生变更的情形。

研究方法 & 指标：事关基金公司的营销绩效，按成立时间划分共有两类产品，考核期初已经成立的“老基金”，以及考核期间募集成立的“新基金”，实证数据法定披露公开可查，进行细分归纳统计量化，完全能反映基金公司的阶段性营销能力。全景认为，“老基金”的持续营销相比“新基金”的募集设立，对于基金管理人的长远稳健经营更加重要，而且行业整体的老基金规模远高于新基金，应该给予较大的权重。经深入数据研究考量比较，“全景·2012 上半年基金公司营销能力排行榜”考核指标共设 4 项，分别为老基金份额增量、老基金份额增幅、新基金募集总份额、新基金认购总户数，分值占比各为 30%、30%、20%、20%。

全景·基金公司营销能力考核指标结构图及析义



序号	考核类别	考核指标	指标析义
1	老基金营销能力 (60%)	老基金份额增量 (30%)	考核期间，基金公司持续营销的绩效体现于旗下老基金规模的增量，以期末及期初基金份额规模之差为基础数据，是基金营销能力高低最具说服力的数据。
2		老基金份额增幅 (30%)	考核期间，老基金份额增长(或缩水)幅度是基金公司综合实力表现之一，以期间增量与期初份额之比率为标的，也是基金持续营销力度及能力高低的反映。
3	新基金营销能力 (40%)	新基金募集总份额 (20%)	考核期间，基金公司旗下所有新基金募集规模总量，是新基金成立公告披露的重要数据，更是基金品牌畅销度考核最有说服力的量化指标。
4		新基金认购总户数 (20%)	考核期间，基金公司旗下所有新基金募集的有效认购户数总量，是新基金成立公告披露的重要数据，更是基金产品被公众投资者购买热度的量化表现。

3 统计结果——榜单报表

总榜单：2012 上半年基金公司营销能力排行榜

总表:2012 上半年基金公司营销能力排行榜										
公司简称	老基金营销能力考核（占比 60%）				新基金营销能力考核（占比 40%）				营销能力总分	排序
	基金份额增量(亿份)	份额增量得分	基金份额增幅(%)	份额增幅得分	募集总份额(亿份)	规模得分	认购总户数(户)	户数得分		
招商基金	108.64	18.02	25.90	17.87	48.82	2.36	20327	1.97	40.23	1
天弘基金	36.55	6.06	43.49	30.00	12.34	0.60	7564	0.73	37.40	2
华夏基金	180.83	30.00	10.60	7.31	0.00	0.00	0	0.00	37.31	3
广发基金	122.85	20.38	10.98	7.58	57.21	2.77	45875	4.46	35.18	4
南方基金	131.95	21.89	10.17	7.02	35.52	1.72	45315	4.40	35.03	5
汇添富基金	-26.14	-4.34	-4.31	-2.98	413.40	20.00	205939	20.00	32.69	6
万家基金	66.00	10.95	28.67	19.78	0.00	0.00	0	0.00	30.73	7
易方达基金	78.18	12.97	4.64	3.20	104.70	5.07	32233	3.13	24.36	8
富国基金	65.35	10.84	11.14	7.68	12.87	0.62	11265	1.09	20.24	9
宝盈基金	22.10	3.67	20.40	14.07	0.00	0.00	0	0.00	17.74	10
华泰柏瑞	-13.37	-2.22	-6.67	-4.60	333.36	16.13	70799	6.88	16.18	11
鹏华基金	32.03	5.31	6.34	4.38	21.95	1.06	30353	2.95	13.70	12
新华基金	9.99	1.66	15.93	10.99	6.69	0.32	3538	0.34	13.31	13
嘉实基金	-31.57	-5.24	-1.96	-1.36	205.87	9.96	99913	9.70	13.07	14
博时基金	32.79	5.44	2.47	1.71	35.92	1.74	38436	3.73	12.62	15
东方基金	13.47	2.23	14.44	9.96	0.00	0.00	0	0.00	12.20	16
中银基金	25.63	4.25	5.09	3.51	36.99	1.79	26492	2.57	12.13	17
银华基金	39.32	6.52	5.88	4.06	2.60	0.13	4220	0.41	11.12	18
天治基金	6.58	1.09	11.08	7.65	0.00	0.00	0	0.00	8.74	19
华安基金	-77.30	-12.82	-8.22	-5.67	304.12	14.71	127774	12.41	8.63	20
信诚基金	8.04	1.33	6.70	4.62	10.62	0.51	12815	1.24	7.71	21
长信基金	15.88	2.63	6.36	4.39	3.74	0.18	3671	0.36	7.56	22
融通基金	11.41	1.89	2.41	1.66	17.69	0.86	23382	2.27	6.68	23
申万菱信	9.88	1.64	5.27	3.64	7.85	0.38	2269	0.22	5.88	24
华富基金	3.65	0.61	4.95	3.42	0.00	0.00	0	0.00	4.02	25
国联安基金	0.68	0.11	0.43	0.30	26.95	1.30	15166	1.47	3.19	26
泰达宏利	5.11	0.85	2.21	1.53	5.53	0.27	3160	0.31	2.95	27
中欧基金	0.39	0.06	0.63	0.43	12.57	0.61	18705	1.82	2.92	28
上投摩根	-2.35	-0.39	-0.40	-0.27	33.21	1.61	10558	1.03	1.97	29
摩根士丹利华鑫	-0.24	-0.04	-0.25	-0.17	4.43	0.21	5843	0.57	0.57	30
长城基金	-2.75	-0.46	-0.73	-0.51	14.89	0.72	5716	0.56	0.31	31
诺德基金	-0.64	-0.11	-1.52	-1.05	9.72	0.47	5472	0.53	-0.16	32
光大保德信	-10.25	-1.70	-3.33	-2.30	17.50	0.85	16476	1.60	-1.55	33
益民基金	-1.64	-0.27	-2.40	-1.65	0.00	0.00	0	0.00	-1.93	34
信达澳银	-2.13	-0.35	-3.46	-2.39	3.04	0.15	3219	0.31	-2.28	35
景顺长城	-18.07	-3.00	-3.59	-2.48	33.26	1.61	16039	1.56	-2.31	36



公司简称	老基金营销能力考核(占比60%)				新基金营销能力考核(占比40%)				营销能力总分	排序
	基金份额增量(亿份)	份额增量得分	基金份额增幅(%)	份额增幅得分	募集总份额(亿份)	规模得分	认购总户数(户)	户数得分		
农银汇理	-19.25	-3.19	-11.82	-8.15	26.02	1.26	79979	7.77	-2.32	37
银河基金	-8.25	-1.37	-6.62	-4.57	25.38	1.23	19843	1.93	-2.78	38
中邮基金	-12.37	-2.05	-2.94	-2.03	5.76	0.28	7971	0.77	-3.03	39
中海基金	-8.96	-1.49	-4.53	-3.13	7.42	0.36	10653	1.03	-3.22	40
金鹰基金	-5.36	-0.89	-6.28	-4.33	12.84	0.62	13149	1.28	-3.33	41
诺安基金	-31.99	-5.31	-5.50	-3.79	54.57	2.64	30732	2.98	-3.47	42
东吴基金	-6.00	-1.00	-4.35	-3.00	3.85	0.19	2161	0.21	-3.60	43
兴业全球	-15.52	-2.58	-4.94	-3.40	9.94	0.48	12670	1.23	-4.27	44
国海富兰克林	-12.42	-2.06	-7.61	-5.25	10.80	0.52	17414	1.69	-5.09	45
富安达基金	-0.41	-0.07	-9.37	-6.46	5.83	0.28	4565	0.44	-5.80	46
汇丰晋信	-6.33	-1.05	-6.96	-4.80	0.00	0.00	0	0.00	-5.85	47
交银施罗德	-33.31	-5.53	-6.29	-4.34	22.61	1.09	15651	1.52	-7.25	48
海富通基金	-25.60	-4.25	-5.68	-3.92	7.56	0.37	5355	0.52	-7.28	49
泰信基金	-11.27	-1.87	-8.73	-6.02	2.22	0.11	975	0.09	-7.69	50
浦银安盛	-2.10	-0.35	-11.86	-8.18	4.14	0.20	6197	0.60	-7.73	51
金元惠理	-1.36	-0.23	-11.58	-7.99	0.00	0.00	0	0.00	-8.21	52
浙商基金	-1.40	-0.23	-15.36	-10.59	11.39	0.55	9469	0.92	-9.35	53
华商基金	-25.01	-4.15	-8.66	-5.97	4.06	0.20	2446	0.24	-9.69	54
纽银基金	-1.49	-0.25	-19.69	-13.58	14.62	0.71	7391	0.72	-12.40	55
国泰基金	-49.75	-8.25	-9.77	-6.74	17.56	0.85	7835	0.76	-13.38	56
国投瑞银	-41.05	-6.81	-10.72	-7.40	0.00	0.00	0	0.00	-14.21	57
工银瑞信	-111.93	-18.57	-11.55	-7.97	75.83	3.67	88508	8.60	-14.27	58
华宝兴业	-52.53	-8.71	-12.14	-8.37	23.77	1.15	11706	1.14	-14.80	59
平安大华	-7.02	-1.16	-23.71	-16.35	4.59	0.22	5794	0.56	-16.73	60
大成基金	-98.82	-16.39	-11.19	-7.72	31.22	1.51	26853	2.61	-19.99	61
建信基金	-99.52	-16.51	-18.12	-12.50	75.25	3.64	47630	4.63	-20.75	62
长盛基金	-89.55	-14.86	-33.18	-22.89	151.24	7.32	31214	3.03	-27.40	63
民生加银	-30.73	-5.10	-53.36	-36.81	57.12	2.76	30081	2.92	-36.22	64
财通基金	-7.46	-1.24	-70.51	-48.64	0.00	0.00	0	0.00	-49.88	65
方正富邦	-11.47	-1.90	-87.29	-60.22	0.00	0.00	0	0.00	-62.12	66

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至6月30日

【备注：】

数据对象：本表是根据基金公司公开信息披露数据为基础进行统计。

2012年前已有公募基金产品（公告成立为准）共66家公募基金公司。

老基金：是指2012年1月1日之前公告成立的、剔除上市型固定份额产品后的所有公募基金产品。

新基金：是指2012年1月1日至6月30日期间公告成立的所有基金。

评分规则：以综合得分高低为序，综合得分是上半年老基金份额增量、老基金份额增幅、新基金募集总份额、新基金认购总户数为考核指标得分统计而成，4项指标占比分别为30%、30%、20%、20%。

老基金份额增量分值以季报披露的期末基金份额规模与一季报披露的期初基金份额规模之差为考核标的，按30分制计算，第一名为满分30分，第N名得分=（第N名上半年基金份额增量/第一名上半年基金份额增量）*30。

老基金份额增幅分值以上半年基金份额规模增长量与期初基金基金份额占比为考核标的，按30分制计算，第一名为满分30分，第N名得分=（第N名上半年基金份额增幅/第一名上半年基金份额增幅）*30。

新基金募集总份额分值以基金公司旗下考核期间所有新成立的基金公告披露规模之和为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名新基金份额规模/第一名上半年新基金份额规模）*20。

新基金认购总户数分值以基金公司旗下考核期间所有新成立的基金公告披露有效认购户数之和为考核标的，按20分制计算，第一名为满分20分，第N名得分=（第N名新基金有效认购户数/第一名上半年新基金有效认购户数）*20。

（以下图表同样适应本注解）

2012 上半年基金公司老基金持续营销能力

据公开信息显示,考核期初,全行业共有 1004 只非固定份额基金,即为“老基金”样本,归属于 66 家基金公司。统计显示,共有 24 家基金公司老基金份额出现正增长,42 家规模出现不同程度的“缩水”。其中,华夏基金、南方基金、广发基金、招商基金等 4 家公司上半年增长过百亿份;易方达基金、万家基金、富国基金、银华基金、天弘基金、博时基金、鹏华基金、中银基金、宝盈基金等 9 家公司增长在 20 到 60 亿份之间。

按老基金份额增幅统计排序,上半年份额增幅超 10%的共有 11 家基金公司,依次是天弘基金、万家基金、招商基金、宝盈基金、新华基金、东方基金、富国基金、天治基金、广发基金、华夏基金、南方基金。

依据全景考核体系,“老基金份额增量”及“老基金份额增幅”两大指标统计排序,“上半年基金公司老基金持续营销能力”前十名依次是:华夏基金、天弘基金、招商基金、万家基金、南方基金、广发基金、富国基金、宝盈基金、易方达基金、新华基金。后 10 位是:华宝兴业、平安大华、华安基金、大成基金、工银瑞信、建信基金、长盛基金、民生加银、财通基金、方正富邦。

分表 1:2012 上半年基金公司老基金持续营销能力数据一览

公司简称	期初基金份 额(亿份)	期末基金份 额(亿份)	基金份额增 量(亿份)	份额增量 得分	基金份额 增幅(%)	份额增幅得 分	老基金营销能 力考核得分
华夏基金	1706.07	1886.90	180.83	30.00	10.60	7.31	37.31
天弘基金	84.05	120.60	36.55	6.06	43.49	30.00	36.06
招商基金	419.44	528.09	108.64	18.02	25.90	17.87	35.89
万家基金	230.20	296.20	66.00	10.95	28.67	19.78	30.73
南方基金	1296.83	1428.79	131.95	21.89	10.17	7.02	28.91
广发基金	1118.66	1241.50	122.85	20.38	10.98	7.58	27.96
富国基金	586.84	652.19	65.35	10.84	11.14	7.68	18.52
宝盈基金	108.32	130.42	22.10	3.67	20.40	14.07	17.74
易方达基金	1685.47	1763.64	78.18	12.97	4.64	3.20	16.17
新华基金	62.72	72.71	9.99	1.66	15.93	10.99	12.65
东方基金	93.27	106.74	13.47	2.23	14.44	9.96	12.20
银华基金	668.54	707.87	39.32	6.52	5.88	4.06	10.58
鹏华基金	504.93	536.96	32.03	5.31	6.34	4.38	9.69
天治基金	59.40	65.98	6.58	1.09	11.08	7.65	8.74
中银基金	503.00	528.63	25.63	4.25	5.09	3.51	7.77
博时基金	1326.13	1358.92	32.79	5.44	2.47	1.71	7.14
长信基金	249.53	265.41	15.88	2.63	6.36	4.39	7.02
信诚基金	120.09	128.13	8.04	1.33	6.70	4.62	5.95
申万菱信	187.50	197.38	9.88	1.64	5.27	3.64	5.28
华富基金	73.75	77.40	3.65	0.61	4.95	3.42	4.02
融通基金	474.31	485.72	11.41	1.89	2.41	1.66	3.55
泰达宏利	230.78	235.88	5.11	0.85	2.21	1.53	2.37
中欧基金	61.82	62.21	0.39	0.06	0.63	0.43	0.50
国联安基金	155.75	156.42	0.68	0.11	0.43	0.30	0.41
摩根士丹利华鑫	94.99	94.75	-0.24	-0.04	-0.25	-0.17	-0.21
上投摩根	588.96	586.61	-2.35	-0.39	-0.40	-0.27	-0.66
长城基金	373.95	371.20	-2.75	-0.46	-0.73	-0.51	-0.96



公司简称	期初基金份额(亿份)	期末基金份额(亿份)	基金份额增量(亿份)	份额增量得分	基金份额增幅(%)	份额增幅得分	老基金营销能力考核得分
诺德基金	42.24	41.60	-0.64	-0.11	-1.52	-1.05	-1.16
益民基金	68.41	66.77	-1.64	-0.27	-2.40	-1.65	-1.93
信达澳银	61.71	59.57	-2.13	-0.35	-3.46	-2.39	-2.74
东吴基金	138.05	132.04	-6.00	-1.00	-4.35	-3.00	-3.99
光大保德信	307.41	297.16	-10.25	-1.70	-3.33	-2.30	-4.00
中邮基金	420.42	408.05	-12.37	-2.05	-2.94	-2.03	-4.08
中海基金	197.59	188.64	-8.96	-1.49	-4.53	-3.13	-4.61
金鹰基金	85.36	80.00	-5.36	-0.89	-6.28	-4.33	-5.22
景顺长城	503.43	485.36	-18.07	-3.00	-3.59	-2.48	-5.47
汇丰晋信	90.89	84.56	-6.33	-1.05	-6.96	-4.80	-5.85
银河基金	124.54	116.29	-8.25	-1.37	-6.62	-4.57	-5.94
兴业全球	314.52	299.00	-15.52	-2.58	-4.94	-3.40	-5.98
富安达基金	4.41	4.00	-0.41	-0.07	-9.37	-6.46	-6.53
嘉实基金	1607.14	1575.57	-31.57	-5.24	-1.96	-1.36	-6.59
华泰柏瑞	200.54	187.17	-13.37	-2.22	-6.67	-4.60	-6.82
国海富兰克林	163.28	150.86	-12.42	-2.06	-7.61	-5.25	-7.31
汇添富基金	606.01	579.87	-26.14	-4.34	-4.31	-2.98	-7.31
泰信基金	129.07	117.81	-11.27	-1.87	-8.73	-6.02	-7.89
海富通基金	450.46	424.86	-25.60	-4.25	-5.68	-3.92	-8.17
金元惠理	11.73	10.37	-1.36	-0.23	-11.58	-7.99	-8.21
浦银安盛	17.73	15.63	-2.10	-0.35	-11.86	-8.18	-8.53
诺安基金	582.11	550.12	-31.99	-5.31	-5.50	-3.79	-9.10
交银施罗德	529.91	496.61	-33.31	-5.53	-6.29	-4.34	-9.86
华商基金	288.97	263.96	-25.01	-4.15	-8.66	-5.97	-10.12
浙商基金	9.10	7.70	-1.40	-0.23	-15.36	-10.59	-10.82
农银汇理	162.88	143.63	-19.25	-3.19	-11.82	-8.15	-11.35
纽银基金	7.58	6.09	-1.49	-0.25	-19.69	-13.58	-13.83
国投瑞银	382.84	341.79	-41.05	-6.81	-10.72	-7.40	-14.21
国泰基金	509.17	459.41	-49.75	-8.25	-9.77	-6.74	-14.99
华宝兴业	432.78	380.25	-52.53	-8.71	-12.14	-8.37	-17.09
平安大华	29.60	22.58	-7.02	-1.16	-23.71	-16.35	-17.52
华安基金	940.72	863.42	-77.30	-12.82	-8.22	-5.67	-18.49
大成基金	883.42	784.60	-98.82	-16.39	-11.19	-7.72	-24.11
工银瑞信	968.89	856.96	-111.93	-18.57	-11.55	-7.97	-26.54
建信基金	549.09	449.57	-99.52	-16.51	-18.12	-12.50	-29.01
长盛基金	269.87	180.32	-89.55	-14.86	-33.18	-22.89	-37.75
民生加银	57.59	26.86	-30.73	-5.10	-53.36	-36.81	-41.91
财通基金	10.59	3.12	-7.46	-1.24	-70.51	-48.64	-49.88
方正富邦	13.14	1.67	-11.47	-1.90	-87.29	-60.22	-62.12

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至6月30日
(本报表注解同总榜单报表)

2012 上半年基金公司新基金营销能力

据基金成立公告数据统计显示，上半年共有 56 家基金公司（包含期间成立首只产品的长安基金和安信基金）发行成立了 113 只新基金产品（同一规模数据的产品归并统计），总募集规模 2512.99 亿份。

从新基金募集份额来看，共有 6 家公司新募集总规模过百亿份，汇添富新基金规模最大，共募集了 413.4 亿份，华泰柏瑞、华安基金、嘉实基金、长盛基金、易方达基金依次为 333.36 亿份、304.12 亿份、205.87 亿份、151.24 亿份、104.7 亿份；募集规模不足 5 亿的公司有 9 家公司，分别为平安大华、摩根士丹利华鑫、浦银安盛、华商基金、东吴基金、长信基金、信达澳银、银华基金和泰信基金。

从新基金总有效认购总户数来看，汇添富新基金共有 205939 户，华安基金共有 127774 户，嘉实基金、工银瑞信、农银汇理等共 33 家基金公司新基金总有效认购户数在 10 万户与 1 万户之间不等。在 56 家基金公司中仅有泰信基金有效认购户数不足 1000 户。

依据全景考核体系，“新基金募集总份额”及“新基金认购总户数”两大指标统计排序，“上半年基金公司新基金营销能力前十强”依次是汇添富基金、华安基金、华泰柏瑞、嘉实基金、工银瑞信、长盛基金、农银汇理、建信基金、易方达基金和广发基金。

在列入上半年营销能力考核的 66 家公司之中，共有 12 家未有新基金发行成立，分别是宝盈基金、财通基金、东方基金、方正富邦、国投瑞银、华富基金、华夏基金、汇丰晋信、金元惠理、天治基金、万家基金和益民基金。

分表 2:2012 上半年基金公司新基金营销能力考核数据					
公司简称	新基金募集总 份额(亿份)	新基金总份 额考核得分	新基金有效 认购总户数	新基金总户 数考核得分	新基金营销能力 考核得分
汇添富基金	413.4	20.00	205939	20.00	40.00
华安基金	304.12	14.71	127774	12.41	27.12
华泰柏瑞	333.36	16.13	70799	6.88	23.00
嘉实基金	205.87	9.96	99913	9.70	19.66
工银瑞信	75.83	3.67	88508	8.60	12.26
长盛基金	151.24	7.32	31214	3.03	10.35
农银汇理	26.02	1.26	79979	7.77	9.03
建信基金	75.25	3.64	47630	4.63	8.27
易方达基金	104.7	5.07	32233	3.13	8.20
广发基金	57.21	2.77	45875	4.46	7.22
南方基金	35.52	1.72	45315	4.40	6.12
民生加银	57.12	2.76	30081	2.92	5.68
诺安基金	54.57	2.64	30732	2.98	5.62
博时基金	35.92	1.74	38436	3.73	5.47
中银基金	36.99	1.79	26492	2.57	4.36
招商基金	48.82	2.36	20327	1.97	4.34
大成基金	31.22	1.51	26853	2.61	4.12
鹏华基金	21.95	1.06	30353	2.95	4.01
景顺长城	33.26	1.61	16039	1.56	3.17
银河基金	25.38	1.23	19843	1.93	3.15
融通基金	17.69	0.86	23382	2.27	3.13
国联安基金	26.95	1.30	15166	1.47	2.78
上投摩根	33.21	1.61	10558	1.03	2.63
交银施罗德	22.61	1.09	15651	1.52	2.61
光大保德信	17.5	0.85	16476	1.60	2.45
中欧基金	12.57	0.61	18705	1.82	2.42



公司简称	新基金募集总 份额（亿份）	新基金总份 额考核得分	新基金有效 认购总户数	新基金总户 数考核得分	新基金营销能力 考核得分
华宝兴业	23.77	1.15	11706	1.14	2.29
国海富兰克林	10.8	0.52	17414	1.69	2.21
金鹰基金	12.84	0.62	13149	1.28	1.90
信诚基金	10.62	0.51	12815	1.24	1.76
富国基金	12.87	0.62	11265	1.09	1.72
兴业全球	9.94	0.48	12670	1.23	1.71
长安基金	6.61	0.32	14304	1.39	1.71
国泰基金	17.56	0.85	7835	0.76	1.61
浙商基金	11.39	0.55	9469	0.92	1.47
纽银梅隆西部	14.62	0.71	7391	0.72	1.43
中海基金	7.42	0.36	10653	1.03	1.39
安信基金	7.43	0.36	10149	0.99	1.35
天弘基金	12.34	0.60	7564	0.73	1.33
长城基金	14.89	0.72	5716	0.56	1.28
中邮创业	5.76	0.28	7971	0.77	1.05
诺德基金	9.72	0.47	5472	0.53	1.00
海富通基金	7.56	0.37	5355	0.52	0.89
浦银安盛基金	4.14	0.20	6197	0.60	0.80
平安大华基金	4.59	0.22	5794	0.56	0.78
摩根士丹利华鑫	4.43	0.21	5843	0.57	0.78
富安达基金	5.83	0.28	4565	0.44	0.73
新华基金	6.69	0.32	3538	0.34	0.67
申万菱信	7.85	0.38	2269	0.22	0.60
泰达宏利	5.53	0.27	3160	0.31	0.57
长信基金	3.74	0.18	3671	0.36	0.54
银华基金	2.6	0.13	4220	0.41	0.54
信达澳银	3.04	0.15	3219	0.31	0.46
华商基金	4.06	0.20	2446	0.24	0.43
东吴基金	3.85	0.19	2161	0.21	0.40
泰信基金	2.22	0.11	975	0.09	0.20

基础数据：巨潮数据 统计制表：全景基金品牌研究中心 考核期间：2012年1月1日至6月30日
（本报表注解同总榜单报表）

4 报告小结及简评

观察上半年基金公司营销能力排名结果，对阶段性营销绩效有积极的影响因素大致总结如下：

首先，对于财富管理行业来说，最重要的是“业绩回报”，有良好历史业绩必然有助于后期销售取得佳绩。总榜单中，除了大规模基金公司外，天弘基金、万家基金、宝盈基金等公司凭借旗下产品前期业绩出色，增量资金追捧使得老基金整体规模得到提升，整体营销绩效也跻身十佳之列。

其次，品牌价值带来“红利”，在同等条件下，优秀品牌往往能募集到更多的份额，带来实实在在的“溢价”。华夏基金在品牌评价中屡获殊荣，上半年在没有新基金发行的情况下，凭借老基金持续营销的增量得分，跻身三甲；还有广发基金、南方基金、易方达基金、富国基金，共占上半年营销能力十强，这5家品牌连续三年获得全景五星品牌评价（获此殊荣全行业仅有8家基金公司）。

再次，销售渠道是最直接的影响因素，银行系基金在新产品发行方面较为突出，营销能力冠军的招商基金当推代表，在老基金及新基金营销中，皆有不俗表现。然而，在资产管理行业中，销售渠道不是决定性因素，在没有业绩支撑或品牌沉淀情况下，有部分银行系公司老基金规模不增反降，尴尬垫后。

第四，在上半年规模爆发性增长的基金公司中，划时代产品创新也是营销绩效出类拔萃的重要成因。在新基金营销能力排名中，涉足“理财基金”及“跨市场ETF”的汇添富基金、华安基金、华泰柏瑞、嘉实基金包揽前四名；并且，汇添富基金位居营销能力总榜单第六，华泰柏瑞名列11位，超乎预期。

第五，上市型基金的出色表现，也是营销绩效的有力促进因素。上半年天弘基金、银华基金、申万菱信等公司此类基金产品增量较突出，带动了公司总体资产管理规模的上升。

此外，基金公司营销团队的优秀策划能力，品牌建设及投资者关系管理，诸多主动积极作为，对后续的营销绩效也有所贡献，富国基金及鹏华基金可谓最具代表性，近年来在“跨界营销”、“差异化营销”、“子品牌建设”、“微电影”等方面做了多种大胆探索尝试，分列本次营销能力总排名第9、12位。

如何做好基金营销，关系着基金公司生存及发展，是基金业界的重要课题。

《证券投资基金法》起草小组首任组长王连洲指出，“基金营销要有广阔的思路、灵活的营销艺术和技巧，还要有热诚的客户服务，以周到热诚的专业服务吸引投资者、感动投资者，不能只是为了销售基金而销售基金。”有商业银行销售主管也指出，“应该坚持以客户为中心，积极探索专业化、特色化营销的新模式，不断完善销售服务体系，构建成熟、稳健的风险管控机制，大力培育壮大认同基金长期稳健投资理念的客户群体。”“以产品为导向的基金销售逐步向以客户为中心转变，代销机构逐步从以往粗放、简单、被动的销售模式，向主动型、创造型、服务型转变，开始按照客户需求和偏好对基金产品进行再筛选、再加工、再创造，力求为客户提供最佳的理财服务。”也获得了业界人士普遍认可。

基金营销能力结果考评，是“基金品牌评价及研究”体系中重要组成部分，全景基金品牌研究中心未来将继续探讨该主题，提供客观中立的数据资讯，力求有助于促进基金行业稳健经营发展，为中国早日成就“强大的财富管理行业”尽一份微薄之力。

**【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（PR 值网编评分榜单），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产权保护；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