

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。
- 7 月份对应 P5WFBI 指数点位各为 1232.60、1044.02、209.03。7 月份各大指数均有所上涨，其中品牌曝光度及产品曝光度指数走势“重合度”颇高，人物曝光度指数则稍为平缓。与 6 月份相比，7 月各品牌指数分别涨 27.68%，32.07%与 42.19%，大致上已回复到年初水平。

新发基金媒体舆情传播分析：

- 32 只新基金产品曝光度合计 12612 篇，新产品数量占比为 2.31%，其曝光度占比达 8.79%。新基金产品平均曝光度为 394 篇，而所有基金产品曝光度约 117 篇，高出幅度约 2.37 倍。居前 10 位是：华夏恒生 ETF、易方达恒生中国企业 ETF、天弘债券发起式基金、南方润元纯债、银华纯债信用主题、益民核心增长、财通多策略稳健增长、银华上证 50 等权 ETF、东吴保本、富安达增强收益。
- 7 月最受关注的三只创新基金稳占前三甲。华夏和易方达两只跨境 ETF 遥遥领先，曝光度记录超过排名第三的天弘债券一半有余，坐实了该月跨境 ETF 的“王者地位”。而发起式基金在本月掀起申报高潮，整个月份或可说是跨境 ETF 与发起式基金曝光“短兵交接”时期。
- 值得注意的是，在 7 月股市跌势难收的情况下，债券基金成为清冷的基金发行市场的热门品种。财通多策略稳健债基与南方润元纯债基金均取得不错的募集成绩，这两只基金也位列新基金曝光度排名前十位。

本期报告编委

指导

郑 颂

张 华

主管

于钦栋 张棟棟

主编

黄 昉

编辑

李泽玲 包 莹

数据资讯

巨潮数据：冯翊群 杨采燕

视频资讯：钟 森 秦文婷

全景宏爵：尹盼盼 冯英睿

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
- 基金行业舆情月报/周报/不定期热点分析资讯。

声明：内参资讯 仅供交流

联系方式：

✉：fund@p5w.net

☎：(0755) 83990163

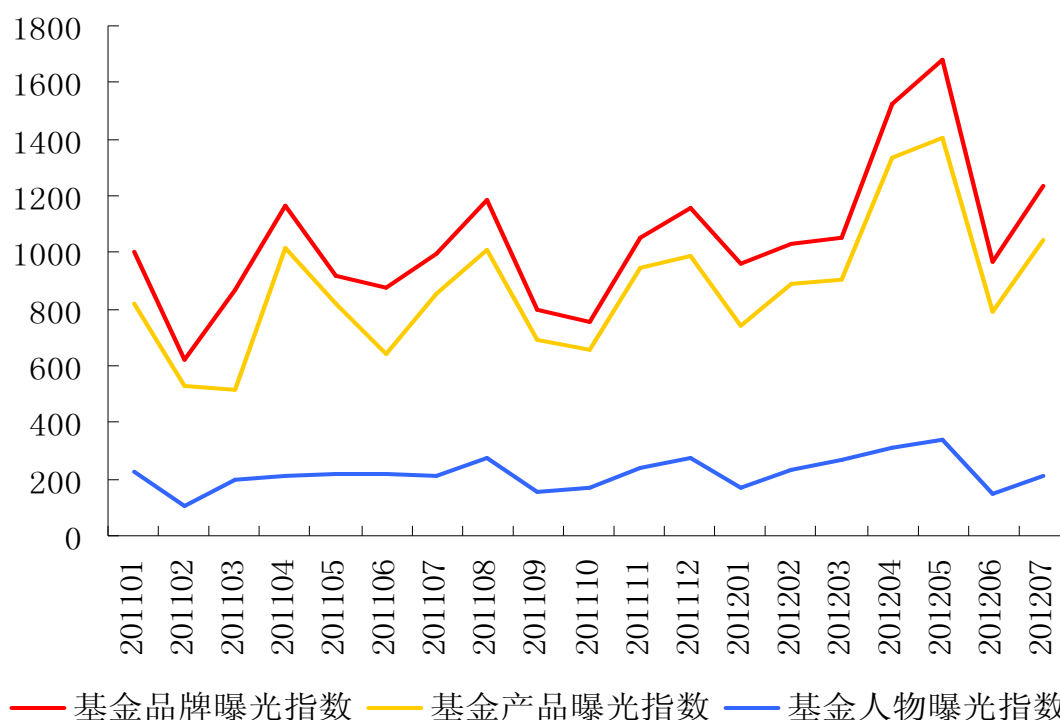
发布时间：2012.08.16

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
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
201207	169435	1232.60	143513	1044.02	28733	209.03

数据来源: 全景基金品牌研究中心, 数据截止日: 2012-7-31。

弱市创新“不停歇” 7 月基金品牌曝光指数逆市上扬

统计数据显示，2012 年 7 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 169435 篇、143513 篇、28733 篇，对应 P5WFBI 指数点位各为 1232.60、1044.02、209.03。7 月份各大指数均有所上涨，其中品牌曝光度及产品曝光度指数走势“重合度”颇高，人物曝光度指数则稍为平缓。与 6 月份相比，7 月各品牌指数分别涨 27.68%，32.07%与 42.19%，大致上已回复到年初水平。而自指数设立以来，截至 7 月，三大基金品牌指数累计涨幅分别为 23.26%，27.80%与-6.19%。

数据显示，7 月行情持续孱弱，各方预期的 7 月反弹爽约，当月上证综指与深成指分别下跌 5.47%、4.64%。而市场下挫的背景下，基金品牌指数却逆市强势回升，可见基金的关注度在弱市下并未见降温。

分析其原因，据全景《7 月份基金品牌曝光度数据报告》指出，基金二季报的披露，媒体报道对其集中，应是推动曝光总数上升的原因之一。而市场关注点也偏移不大。事实上，创新产品依旧大行其道，7 月跨境 ETF 与跨市场 ETF 活跃于各大报端，发起式基金也开始强势入场；加上由二季报盘点使业绩突出者频繁被“光照”，共同形成了 7 月的热点曝光集聚地。

7 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、华夏基金、嘉实基金、南方基金、汇添富基金、广发基金、博时基金、富国基金、景顺长城、华安基金、工银瑞信、大成基金，前三者记录分别为 10083 篇、9984 篇、7955 篇，占有率数据各约 5.95%、5.89%、4.70%。在整体曝光度回暖的背景下，曝光记录低于 1000 篇的品牌家数也明显减少，由 6 月份的 30 家增至 18 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。

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，易方达基金与华夏基金均受益于跨境 ETF，曝光率双双大增，强势占据冠亚军位置。7 月份曝光度表现较为突出的应是景顺长城，凭借景顺长城核心竞争力在上半年的优异表现，该品牌曝光比 6 月进步 3 名，位列第 9。各家公司曝光量差距“阶梯性”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 7 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	10083	5.95	1/73
华夏基金	华夏基金管理有限公司	9984	5.89	2/73
嘉实基金	嘉实基金管理有限公司	7955	4.70	3/73
南方基金	南方基金管理有限公司	6672	3.94	4/73
汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	5841	3.45	5/73
广发基金	广发基金管理有限公司	5602	3.31	6/73
博时基金	博时基金管理有限公司	5042	2.98	7/73
富国基金	富国基金管理有限公司	4502	2.66	8/73
景顺长城	景顺长城基金管理有限公司	4311	2.54	9/73
华安基金	华安基金管理有限公司	4299	2.54	10/73
工银瑞信	工银瑞信基金管理有限公司	3873	2.29	11/73
大成基金	大成基金管理有限公司	3690	2.18	12/73
以上 12 家品牌合计		71854	42.41	—
全部 73 家基金品牌合计		169435	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。7 月份有数据监测记录的基金产品（名称）共 1228 只，排名前 100 的产品曝光度合计 58051 篇，占比 40.45%，集中化程度相对较高。在“7 月基金产品曝光度 TOP100 榜单”中，华夏恒生 ETF 以 1963 篇的记录夺冠；另一只跨境 ETF——易方达恒生中国企业 ETF 紧随其后，曝光度记录为 1912 篇；另外跨市场 ETF 也在前十名之列，华泰柏瑞沪深 300ETF 居第 6 名，嘉实沪深 300ETF 则位列第 8，可见创新仍是产品“受欢迎”的属性之一。

位于前 10 名的还有景顺长城核心竞争力、广发聚瑞、华夏大盘、中欧小盘、华夏沪深 300 指数、广发核心等 6 只产品。这 6 只基金多是因为业绩表现突出受到较多曝光，而华夏大盘可能因二季报披露其新基金经理的操作变化，“人气”急升；华夏沪深 300 指数 ETF 因其作为首只 RQFII 在港上市，也受到媒体大力关注。这 10 只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 7 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
恒生 ETF(QDII)	华夏基金管理有限公司	1963	1.37	1/1228
易方达恒生中国企业 ETF(QDII)	易方达基金管理有限公司	1912	1.33	2/1228
景顺长城核心竞争力股票	景顺长城基金管理有限公司	1820	1.27	3/1228
广发聚瑞	广发基金管理有限公司	1684	1.17	4/1228
华夏大盘	华夏基金管理有限公司	1506	1.05	5/1228
华泰柏瑞沪深 300ETF	华泰柏瑞基金管理有限公司	1391	0.97	6/1228
中欧小盘	中欧基金管理有限公司	1359	0.95	7/1228
嘉实沪深 300ETF	嘉实基金管理有限公司	1275	0.89	8/1228
华夏沪深 300 指数	华夏基金管理有限公司	1203	0.84	9/1228
广发核心	广发基金管理有限公司	1168	0.81	10/1228
前 100 名（共 101 只）合计		58051	40.45	/
全部 1228 只(名)产品合计		143513	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。7 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 863 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 101 位）合计曝光度为 16930 篇，占有率 58.92%。人物曝光度集中化程度依旧高于产品。该榜单中，余广超越杨德龙夺冠，曝光记录为 1075 篇；杨德龙曝光度记录 1059 篇；博时基金魏凤春、华夏基金巩怀志、益民基金韩宁、农银汇理吴剑飞、嘉实基金邵健、华夏基金谭琦、兴业全球王晓明、交银施罗德李永兴等 8 人也是月度受媒体“光照”较多的基金“达人”。值得注意的是，华夏上榜的两位基金经理是原王亚伟管理基金的“接班人”，说明了舆论对华夏基金“后王时代”的关注。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 7 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
余广	景顺长城基金管理有限公司	1075	3.74	1/863
杨德龙	南方基金管理有限公司	1059	3.69	2/863
魏凤春	博时基金管理有限公司	488	1.70	3/863
巩怀志	华夏基金管理有限公司	470	1.64	4/863
韩宁	益民基金管理有限公司	371	1.29	5/863
吴剑飞	民生加银基金管理有限公司	347	1.21	6/863
邵健	嘉实基金管理有限公司	342	1.19	7/863
谭琦	华夏基金管理有限公司	322	1.12	8/863
王晓明	兴业全球基金管理有限公司	305	1.06	9/863
李永兴	交银施罗德基金管理有限公司	296	1.03	10/863
前 100 名(共 101 位)合计		13158	65.12	/
全部 863 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

【7 月各周舆情分析摘要】

第一周：身陷"举报门"风波 宝盈基金公司"危机"再起

全景网 7 月 6 日讯 公募基金业再曝“举报门”，这一次的事件主角落在了宝盈基金头上。7 月 5 日，一封自称是宝盈基金员工发的举报信首先在网络上（微博、论坛、QQ 群等）传开，该信以“质问”总经理汪钦为题，揭露宝盈基金八大黑幕，包括人才流失，无投资经验市场部经理转做专户经理，办公室主任转成专户负责人，督察长形同虚设等。媒体迅速介入跟进报道，一波针对此事件的新闻评论浪潮席卷而至，宝盈基金俨然已陷入一轮舆论风暴之中。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201207/t4352953.htm>）

第二周：乱花渐欲迷人眼 理财基金或再陷同质化怪圈

全景网 7 月 13 日讯 理财基金抢眼的首募成绩使相关公司规模暴增，让更多“后来者”趋之若鹜。证监会网站披露的基金募集申请进度表显示，截至 7 月 6 日，共有 21 只短期理财债券基金在排队等待。分析人士认为，如此密集的同类创新产品跟风上报，难免差异性不大，“创新”变得不再有“新意”，行业或将会再次陷入产品同质化的怪圈。“乱花渐欲迷人眼”，疯狂的“理财基金”大众该如何区别选择，又将是一个大问题。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201207/t4367137.htm>）

第三周：二季度基金仓位小幅上升 "结构性"思路盛行

全景网 7 月 20 日讯 本周，67 家基金公司公布了二季报。天相投顾统计显示，纳入统计的 1003 只基金二季度共实现盈利 618.88 亿元，较一季度增长 63%，在二季度上证指数整体下跌 1.65% 的背景下，基金交出的这份成绩单相比较而言，算得上表现良好。但基金的动向似乎更受到热情的关注以及市场的追捧。联系当前整体低迷的大环境，市场在低位僵持徘徊，对于未来走向的把握，如何制定应对之策，不断考验着基金的判断和耐心。而从二季报公布的仓位与持仓状况看，基金谨慎的态度及对结构性机会的把握逐渐浮上水面。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201207/t4381923.htm>）

第四周："美丽理财"存争议 基金另类营销尴尬"中枪"

全景网 7 月 27 日讯 低迷市下，基金的日子也不好过。为在当前市场博得关注的“一席之地”，基金公司纷纷绞尽脑汁想噱头，这尤其在基金营销上体现得更加明显。近日，汇添富基金推出“美女播报理财基金净值”，这是继明星代言基金、微博网络新文体后，又一“娱乐化”的营销方式。而“美丽”的背后，基金净值表现的“无力”则成为一部分人抨击的由头。这也使得别具一格的营销“阵地”，变成网友、媒体及基金人士的争议“战场”。一时间，“基金营销要创新也要业绩”的老话题再次在舆论浪海中沉浮。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201207/t4395502.htm>）

第二部分 2012 年 7 月份新发基金媒体传播分析

2-1、概要：跨境 ETF “王者地位” 难撼 发行市场仍陷 “债基情结”

2012 年 7 月份共有 32 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，32 只新基金产品曝光度合计 12612 篇；而当月有数据记录的产品共 1228 只（名），合计曝光度 143513 篇；新产品数量占比为 2.31%，其曝光度占比达 8.79%。新基金产品平均曝光度为 394 篇，而所有基金产品曝光度约 117 篇，高出幅度约 2.37 倍。

32 只新基金隶属于 29 家基金公司品牌，当月列入监测的品牌共 73 家，家数约占 39.73%；有新基金发行的 28 家品牌曝光度合计 97788 篇，所有 73 家品牌曝光度合计 169435 篇，曝光度占比 57.71%。有新基金发行的 28 家品牌平均曝光度 3372 篇，而所有品牌均值约 2321 篇，高出幅度约 45.28%。

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 32 只新基金共有 32 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，32 位基金经理曝光度合计 4666 篇；而当月有统计记录的基金人物共 863 位，合计曝光度 28733 篇；新基金代表人物数量占比为 3.71%，而其曝光度占比达 16.24%。新基金代表人物平均曝光度 146 篇，而所有基金人物曝光度平均仅约 33 篇，高出幅度达 3.38 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：华夏恒生 ETF、易方达恒生中国企业 ETF、天弘债券发起式基金、南方润元纯债、银华纯债信用主题、益民核心增长、财通多策略稳健增长、银华上证 50 等权 ETF、东吴保本、富安达增强收益（详细数据见图表 2-1），媒体上新闻曝光数据均超过 370 篇；在所有 1228 只产品月曝光度排名中皆在前 70 名之列。

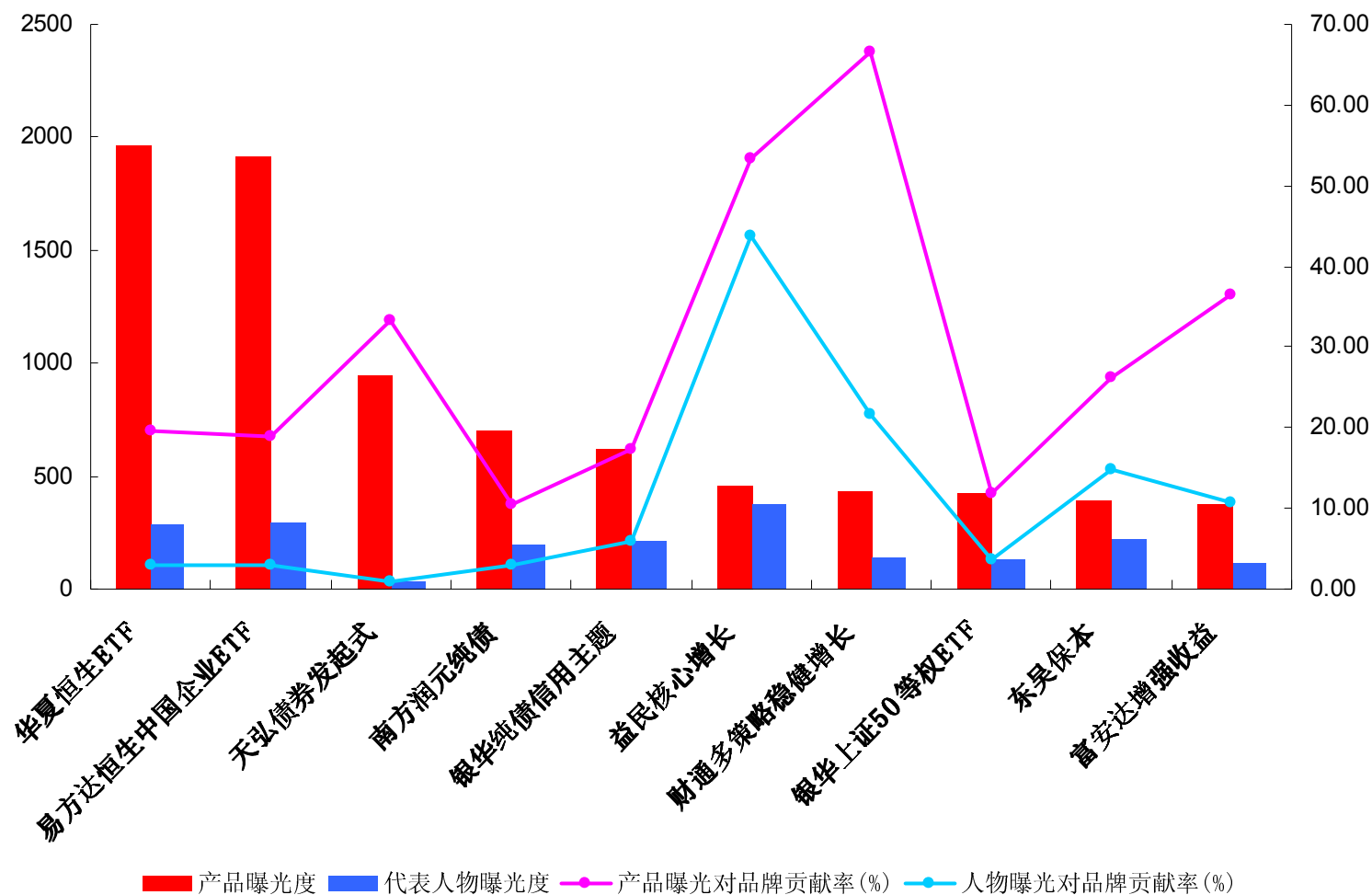
在上述 10 只基金中，7 月最受关注的三只创新基金稳占前三甲。华夏和易方达两只跨境 ETF 遥遥领先，曝光度记录超过第三名的天弘债券一半有余，坐实了该月跨境 ETF 的“王者地位”。而发起式基金在本月掀起申报高潮，整个月份或可说是跨境 ETF 与发起式基金曝光“短兵交接”时期。今年以来创新已成为新基金的头号特色，基本上打上该标签的产品都获得了市场强烈的关注。

此外，益民、财通、东吴及富安达四家小公司的新基金曝光度也入围前十，从“产品曝光对品牌贡献率”及“人物曝光对品牌贡献率”指标看，四只基金的相关数据远超另外 6 只基金（图表 2-1）。对于小规模或新基金公司而言，新产品发行是其曝光率增加的主要推动力，对其品牌传播贡献极高。

值得注意的是，在 7 月股市跌势难收的情况下，债券基金成为清冷的基金发行市场的热门品种。财通基金 7 月 14 日公告，该公司的财通多策略稳健债基首募 36.08 亿元；7 月 17 日发行的招商信用增强基金首日上市两小时即售罄，一天募资 37 亿元；7 月 18 日南方润元募集结束，规模超过 85 亿元，成为除了理财型债基之外，今年以来首募规模最大的新债基。其中财通多策略稳健增长与南方润元纯债也位列新基金曝光度排名前十位。

2-2、2012 年 7 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 7 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
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 A/C	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
中银主题策略	股票型	2012-07-02 至 2012-07-20	史彬 甘霖	中银基金
金元惠理新经济主题	股票型	2012-07-02 至 2012-07-27	潘江	金元惠理
万家中证创业成长指数分级	股票型	2012-07-02 至 2012-07-27	吴涛	万家基金
富安达增强收益 A/C	债券型	2012-07-02 至 2012-07-23	黄强	富安达基金
国泰信用债券 A/C	债券型	2012-07-02 至 2012-07-27	胡永青	国泰基金
长城保本	混合型	2012-07-04 至 2012-07-31	钟光正	长城基金
华夏恒生 ETF	QDII	2012-07-09 至 2012-08-03	王路 张弘弢	华夏基金
易方达恒生中国企业 ETF	QDII	2012-07-09 至 2012-08-03	张胜记	易方达基金
广发纳斯达克 100	QDII	2012-07-09 至 2012-08-10	邱炜	广发基金

产品简称	类型	募集期	基金经理	隶属品牌
益民核心增长	混合型	2012-07-09 至 2012-08-10	韩宁	益民基金
银华纯债信用主题	债券型	2012-07-09 至 2012-08-03	于海颖	银华基金
民生加银红利回报	混合型	2012-07-09 至 2012-08-07	吴剑飞	民生加银
东吴保本	混合型	2012-07-11 至 2012-08-08	丁蕙	东吴基金
广发理财年年红	债券型	2012-07-16 至 2012-07-17	谭昌杰	广发基金
建信社会责任	股票型	2012-07-16 至 2012-08-10	姚锦	建信基金
华宝兴业资源优选	股票型	2012-07-16 至 2012-08-17	蔡目荣	华宝兴业
招商信用增强	债券型	2012-07-17 至 2012-07-17	胡慧颖	招商基金
华安逆向策略	股票型	2012-07-18 至 2012-08-14	陆从珍	华安基金
易方达恒生中国企业 ETF 联接	QDII	2012-07-18 至 2012-08-17	张胜记	易方达基金
华夏恒生 ETF 联接	QDII	2012-07-18 至 2012-08-17	王路 张弘弢	华夏基金
博时医疗保健行业	股票型	2012-07-23 至 2012-08-24	李权胜	博时基金
银华上证 50 等权 ETF	股票型	2012-07-23 至 2012-08-17	周大鹏	银华基金
银华上证 50 等权 ETF 联接	股票型	2012-07-23 至 2012-08-17	周大鹏	银华基金
大成中证 500 沪市 ETF	股票型	2012-07-30 至 2012-08-17	苏秉毅	大成基金
大摩多元收益 A/C	债券型	2012-07-30 至 2012-08-24	李轶	摩根士丹利华鑫
天弘债券发起式 A/B	债券型	2012-07-30 至 2012-08-07	刘冬	天弘基金

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 7 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(%)
华夏恒生 ETF	1963	王路	286	华夏基金	9984	19.66	2.86
易方达恒生中国企业 ETF	1912	张胜记	293	易方达基金	10083	18.96	2.91
天弘债券发起式	948	刘冬	29	天弘基金	2855	33.20	1.02
南方润元纯债	698	夏晨曦	194	南方基金	6672	10.46	2.91
银华纯债信用主题	615	于海颖	209	银华基金	3554	17.30	5.88
益民核心增长	453	韩宁	371	益民基金	848	53.42	43.75
财通多策略稳健增长	430	曹丽娟	139	财通基金	645	66.67	21.55
银华上证 50 等权 ETF	424	周大鹏	132	银华基金	3554	11.93	3.71
东吴保本	389	丁蕙	220	东吴基金	1486	26.18	14.80
富安达增强收益	378	黄强	111	富安达基金	1035	36.52	10.72

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 7 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 7 月份基金行业品牌建设动态摘要

【产品创新】

★ 国内首只全球上市私募股权基金获批 鹏华基金布局

据悉，鹏华全球私募股权证券投资基金是国内第一只投资全球上市私募股权的公募基金。鹏华基金国际业务部副总经理裘涛介绍，随着私募股权投资公司渐渐被国内投资者认识，PE 基金的高收益、低波动率对投资者很有吸引力。伴随着上市交易 PE 的出现，PE 在公募基金领域也占据了一席之地。国内投资者，尤其是中小投资者，目前缺乏投资优质 PE 的渠道，鹏华全球上市私募股权股票型证券投资基金将为投资者间接参与 PE 投资提供了一款长期投资理财产品。

★ 发起式基金现身 天弘、国金通用上报首批产品

备受业界关注的发起式基金终于正式现身，天弘债券型发起式基金与国金通用国鑫灵活配置混合型发起式基金已经上报募集申请。天弘基金市场部总经理曹朝龙表示，上报业内首只发起式基金，就是要与持有人利益保持一致，也是显示对公司产品的信心。公司将使用自有资金购买 1000 万以上的发起式基金。

国金通用基金公司相关负责人表示，公司第一时间按照申报要求对发起资金持有基金的份额、期限进行商议，并动员高管、基金经理认购，认购资金超千万，公司股东方、高管及基金经理，其中股东方认购占大头。（证券时报 7 月 3 日）

★ 首只发起式基金或本周获批 具有优先审批“特权”

★ 发起式基金申报达 12 只 华夏一次报 5 只

★ 鹏华基金上报发起式基金 主要投资中小企业债券

★ 首只权益类发起式基金国金通用国鑫正式获批

★ 又有 3 只发起式基金申报 华安基金上报 2 只行业 ETF

★ 两只港股 ETF 7 月 9 日起发行 实现港股“直通车”功能

华夏恒生 ETF 和易方达恒生中国企业 ETF 9 日起公开发行。个人投资者通过这两只港股 ETF 可以实现跨境资产配置，免去了开户、换汇等繁琐流程，实现了港股“直通车”功能。交易所相关负责人表示，跨境 ETF 是今年交易所最重要的产品之一，跨境 ETF 的推出，体现了内地市场对外开放的趋势，也为内地资金投资香港市场提供了一个重要通道。（上海证券报 7 月 9 日）

★ 华夏恒生 ETF 启动深圳上海北京三地大型券商交流会

★ 易方达 H 股 ETF 受关注 券商交流大会千人参与

★ 21 只短期理财债基排队 央视财经 50 指数基金露脸

短期理财债基的扩张速度仍旧凶猛，在基金公司申报的新品种中，最为抢眼的是招商基金推出的一款招商央视财经 50 指数，而这款指数于 6 月才正式对外发布。一位基金公司的相关人士表示，“除招商基金外，原来签订协议的 5 家机构也在做相关产品研发。有基金公司偏向于增强版的指数型基金，有的基金公司或许是对该指数进行更多处理。而央视未来估计还将会联合多方机构，开发出更多的指数。”（每日经济新闻 7 月 11 日）

★ 南方基金首批“快理财”产品获批 产品净值保持 1 元

★ 华夏沪深 300ETF 在港挂牌 首日成交活跃

17 日华夏沪深 300 指数 ETF 在港挂牌，收报 24.2 港元，成交 1.03 亿港元。市场人士普遍认为，华夏沪深 300 指数 ETF 首日受到投资者追捧，交投较为活跃，预计随着市场接受度不断提高及人民币资金池适用范围扩大，成交额会逐渐放大。（上海证券报 7 月 18 日）

★ 华泰柏瑞沪深 300ETF 成 ETF 两融业务的主力品种

自 6 月 4 日纳入融资融券标的以来，截至 7 月 13 日，华泰柏瑞沪深 300ETF 日平均融资额达 2263 万元，日均融券量达 1097 万股，成为 ETF 两融业务的主力品种。该基金正成为投资者参与融资融券的重要工具之一。（证券时报 7 月 23 日）

【公司动态】

★ **熔盛拖延收购 兴业全球联手机构施压促履约**

7 月 4 日，作为全柴动力的投资者，兴业全球基金与东方证券在一则联名公告中要求熔盛重工配合全柴动力，对迟迟未能向证监会提交相关材料的真实原因和收购后续安排情况召开情况说明会，以敦促熔盛履行收购要约，维护投资者利益。

业内人士指出，这是继基金公司集体否决双汇发展议案、鹏华基金参与推选格力电器董事之后，机构投资者又一次以主动干预的方式促进上市公司履行责任。随着公众股东的股东意识的不断觉醒和相关制度的不断健全和完善，通过股东积极主义的方式来促进上市公司履行责任的案例也可能会越来越多。（中国证券报 7 月 4 日）

★ **华海药业控制权争夺白热化 基金扮演“关键先生”**

周明华发起的华海药业临时股东大会将如期举行，在此次临时股东大会审议的议案中，由于大股东陈保华和二股东周明华持股比例接近，华海药业作为基金重仓股，届时胜负牌不在大股东二股东手里，而在基金。这是继基金在格力电器公司治理中发挥重要作用后，在华海药业大股东和二股东控制权之争中，基金将再次发挥重要作用。（证券时报 7 月 30 日）

★ **第 73 家基金公司英大基金获批 还有 9 家上报审核**

据悉，英大基金管理有限公司已于 6 月 5 日获得证监会同意设立的批复，英大基金成为今年获批的第 4 家基金公司，也是国内基金行业第 73 家基金公司。除了英大基金，还有 9 家基金公司在上报审核过程中，其中有 3 家公司为最新上报，分别是前海开源基金、圆信永丰基金、国开泰富基金。（证券时报 7 月 2 日）

★ **券商基金受托管理保险资金开闸 33 家基金符合条件**

保监会 23 日发布《保险资金委托投资管理暂行办法》，允许保险资金委托证券公司和基金管理公司进行投资管理。业内人士表示，此举为保险资管行业引入竞争机制，将有利于提高保险资金收益率并降低管理费率，倒逼保险资产管理公司提高自身竞争力。而据银河证券基金研究中心统计，截至今年 6 月 30 日，共有 33 家基金公司满足相关条件。（中国证券报 7 月 24 日）

★ **基金公司发力投顾业务 中小公司推进俱乐部化营销**

在弱市背景下，在发展新客户的同时，如何留住老客户也成为基金公司市场营销面临的难题。在不少基金公司热推“另类营销”策略的同时，也有一些公司开始通过“俱乐部”式的机构“笼络”老的持有人。而龙头基金公司走得似乎要远一些，嘉实基金 FAS 系统推出第二批基金池，定位为提供正收益组合，包括华夏、博时在内的基金公司在内的多家大型基金公司也在投顾业务中增加投入，或在证监会放开基金公司设立子公司进行投顾和销售业务之后率先进入市场。（每日经济新闻 7 月 24 日）

★ **东海基金通过评审会 第 74 家基金公司将诞生**

证监会网站公布的《基金管理公司设立申请审核情况公示表》显示，东海基金管理公司已经通过了评审会，即将成为国内第 74 家基金公司，也将是今年获批的第 5 家基金公司。有基金公司监察稽核部人士表示，“从近年来证监会的审批节奏看，如无意外，东海基金公司应该在一个月左右就能拿到批文。”（证券时报 7 月 31 日）

【品牌动态】

★ **富国基金“固定收益大讲堂”受到渠道欢迎**

富国基金于近期推出了面向投资人的“固定收益大讲堂”系列讲座活动，在银行渠道引起热烈反响。“固定收益大讲堂”为富国投资人教育活动——“富国基金时间”的核心课程。该活动推出一周来，已在上海、武汉、广州、福建、新疆等地举行了 10 余场讲座。除银行渠道外，直销客户及第三方销售机构也纷纷提出了培训需求。（证券时报 7 月 25 日）

★ 瑞福进取转型方案获证监会核准 于 7 月 5 日复牌

据悉，超 6 万持有人参与投票表决的国投瑞银瑞福分级基金转型方案已获中国证监会核准，将于 7 月 16 日封闭运作期结束后，正式转型为跟踪深证 100 价格指数的分级基金，这也将是市场上唯一一只两级份额分开募集的权益类分级基金。

★ 国投瑞银瑞福进取交流会上海首站活动日前举行

★ 逾 9 成老客户留存 瑞福进取扩募首日规模近 13 亿

★ 景顺长城基金举办第三届“精明理财杯”投资大赛

日前，景顺长城第三届“精明理财杯”投资大赛发出新选手召集令。据悉，该项大赛是国内首家针对银行、券商以及第三方独立理财机构的理财业务相关人员的比赛。景顺长城基金表示，基金理财是一项长跑，稳健的策略也许在短时期内不能做到最佳，但周期相对放长一些却是在风险和收益间取得最佳平衡的策略。为了鼓励长期投资，大赛特别设立了两年期和三年期的长期优胜奖。此外，大赛在保留过去成功经验的基础上，进行了多方面的优化和完善。

★ 推销产品又出新花样 汇添富基金改用“美女报业绩”

6 月中旬起，汇添富基金网站开始推出“美女业绩播报员”，当天即推出了三位分别来自南京和杭州的美女，播报的业绩内容为“汇添富理财 30 天产品最近运作期年化收益率”。这种别具一格的另类营销方式，从业内的反馈情况看，这是继明星代言基金、微博网络新文体后，又一大具有争议性的话题。（新闻晨报 7 月 24 日）

[公益活动]

★ 华商基金“小举动大爱心”活动得到投资者响应

近期，由华商基金举办的“小举动大爱心”活动引起较大反响，此项活动是华商基金发起的一项公益活动，以来自持有人取消纸质对账单所节省下的部分费用，支持中国扶贫基金会发起的“爱心包裹”公益项目。华商基金相关负责人介绍，希望本次活动在引导持有人使用环保快捷的电子对账单的同时，带动投资者一道履行责任。（证券时报 7 月 11 日）

★ 上投摩根“有限定投 无限关爱”夏令营走进四川广汉

7 月 14 日-15 日，上投摩根发起的“有限定投 无限关爱”爱心结对子夏令营活动在希望小学所在地四川广汉开展。上投摩根有关负责人表示，“公司视社会公益事业为己任，同时关注孩子的成长以及家庭投资理念的教育。我们通过推出“亲子定投”，就是希望倡导每个家庭通过投资基金等理财方式，储备起子女成长的各类费用。”该负责人进一步强调，上投摩根将继续关注希望小学的孩子们，同时呼吁社会更多的爱心人士加入到关注儿童健康成长的行动中来。

★ 南方基金慈善基金会成立一周年 受助师生 3000 人

近日，南方基金慈善基金会迎来一周岁生日。基金会成立以来，开展社会公益慈善活动 16 场，足迹遍布 6 省市 12 所乡村小学，受助师生 3000 人。基金会理事张玲表示，一周年只是一个起步之年，未来南方基金慈善基金会将一如既往地开展奖教助学、救济赈灾、环境保护等公益慈善活动，为社会和谐发展做出积极的贡献。（证券时报 7 月 30 日）

★ 汇添富深度公益渐成熟 “河流·孩子”第五季启动

作为基金行业最知名的公益项目，“河流·孩子”活动 7 月 27 日走进贵州柳江，项目第五季——“汇添富基金柳江流域助学计划”正式启动。在今年的项目中，汇添富基金在柳江流域黎平县捐资援建一所小学——“古邦添富小学”，同时选拔优秀乡村教师赴上海参加由国内外知名教育机构和专家提供的师资培训。（证券时报 7 月 30 日）

【电子商务】

★ **基金创新跳出“围城” 国富全新“口袋基金”上线**

国海富兰克林基金在苹果应用商店发布了一款全新的免费的手机应用“口袋基金”。相较于大多数公司手机客户端只提供自身资讯查询不同，国海富兰克林的这款“口袋基金”应用覆盖了全行业的基金数据及资讯，更引入了来自第一财经等媒体的热点新闻，大大丰富了其服务范围，在基金行业中独树一帜。

★ **基金营销剑指 80 后 国投瑞银“纯粹体”惊现网络江湖**

以创新著称的国投瑞银基金推出“纯粹体”创意营销，通过线上线下征集个性化的纯粹体宣言，帮助投资者在千基时代回归简单投资的本源。国投瑞银总经理助理刘凯表示，根据现有的分级基金持有人数据分析，杠杆偏好群体较传统产品投资人更为年轻专业、投资经验丰富且教育程度良好，也更为熟悉网络，这些特质与“纯粹体”的传播特质吻合。而且瑞福进取作为高风险收益特征的杠杆产品，有着特定的偏好人群，也希望把“适合的产品卖给适合的投资人”这一销售实用性原则落到实处。

★ **关注客户需求 鹏华客服热线实施客户识别分层服务**

鹏华基金客服热线分层服务模块上线，新增功能将自动语音菜单查询和人工服务相结合，通过数据库识别客户身份，自动为不同使用习惯的客户id提供适合的电话路由途径，这在业内尚属首次。这项服务是鹏华基金关注客户需求、开展客户关怀系列举措中的一个细节，此项功能已优先向鹏华核心客户及持有基金年限较长的客户开放。(证券时报 7 月 3 日)

★ **工银货币基金卡开售 工银瑞信基金目标行业前十**

工银货币基金卡已于近日在工商银行发行，目前渠道方面还在对产品进行相关培训，尚未进入大力推广阶段。业内人士表示，依托工行庞大的背景，工银瑞信希望利用该产品提升货基规模，有望再次挤进基金规模前十。该产品一方面可以提升工银瑞信的资产管理规模，另一方面能带来工行发卡量的增加，可以实现双方共赢，因此具有共同推动的动力。(中国证券报 7 月 9 日)

★ **工银货币基金信用卡面世 实现“货基申赎全自动”**★ **联姻信用卡创新升级 货币基金打开千亿增长空间**★ **华商基金网站推“华商商学院”系列大讲堂专题活动**

华商基金在其公司网站推出“华商商学院”系列大讲堂专题活动，相关负责人介绍，首期“华商商学院”的主题为“详解分级基金”，用生动易懂的动画展示介绍分级基金的基本概念、特点以及交易方式等内容。未来华商基金将借助“华商商学院”这一平台，通过对创新类金融产品、投资技巧、投资者疑惑等投资者关注的热点问题进行讲解，为投资者带来更加专业的金融服务。(中国证券报 7 月 18 日)

★ **华泰柏瑞基金推出“写投资感言 赢货币基金”活动**

据悉，华泰柏瑞基金在其官方网站正式推出“如何玩转 300 指数——写投资感言，赢货币基金”活动。华泰柏瑞市场部有关人士表示，在华泰柏瑞沪深 300ETF 上市以后，经常在微博、媒体采访、机构融资融券报告、各类量化投资策略报告中发现，大家在进行基于沪深 300 指数的“全天候”投资策略研讨。华泰柏瑞希望搭建一个平台，供各类投资人以“沪深 300 指数”作为切入点，结合自己在定期定额、转换、网上交易、融资融券、期现套利、ETF 的 T+0 操作等方面的经验，分享心得、切磋经验。

★ **南方基金 PC 交易客户端上线 可享 4 折申购费率优惠**

南方基金基于 PC 电脑的个人金融客户端日前上线，这也是首个由基金公司推出的基金交易电脑客户端。至此，南方基金提供的服务平台已涵盖 PC 客户端、iPhone 客户端、手机 WAP 交易、电话交易及互联网网站五大方式，成为业内提供平台服务最为多样化的基金公司之一。(证券时报 7 月 23 日)

★ **工银瑞信与兴业全球联手举办自救常识微博普及活动**

工银瑞信与兴业全球基金联合通过新浪微博举办“我们要学的自救常识”公益活动。7 月 26 日至 7 月 31 日期间，新浪微博用户可发表危急时刻应采取的经过证实的安全、自救常识，同时@工银瑞信基金和兴业全球基金。两家基金公司每日将用户发布的安全、自救常识整理成帖子发布。公司的相关人士表示，



希望通过这次活动让更多的人了解一些安全自救常识，帮助大家在危急时刻化险为夷，获得宝贵的时间。
(中国证券报 7 月 27 日)

★ 南方基金网上直销推出"奥运金牌趣味竞猜"活动

第 30 届奥运会在伦敦拉开帷幕，南方基金在其官方网站推出"精彩奥运--金牌总数及每日金牌趣味竞猜"活动。8 月 10 日前登陆南方基金官网参与"精彩奥运"金牌竞猜活动，在享受竞猜乐趣的同时，还有机会获得南方基金特别准备的 ipad2、数码相机、话费卡等"四重好礼"。南方基金客户服务部相关负责人表示："我们打算用这种特别的方式，共同为中国军团加油！" (证券时报 7 月 31 日)

【第三方机构】

★ 基金第三方销售拉开战幕 日均交易规模达千万级别

继今年 6 月基金买卖网(深圳众禄)正式上线后，好买基金网、数米基金网的基金代销平台也于上周末低调开放，基金第三方销售已然拉开战幕。据透露，基金超市日均交易规模达到了千万级别，投资者以购买固定收益类产品居多。(中国证券报 7 月 17 日)

★ 华泰柏瑞与好买基金第三方销售合作 7 月 13 日起航

★ 鹏华携手第三方销售入驻众禄、数米基金超市

★ 汇付天下与数米基金网共同打造首家线上基金超市

汇付天下有限公司日前与数米基金网正式建立战略合作伙伴关系，共同打造国内第一家真正意义上的线上基金超市——“数米基金超市”。汇付天下将为数米基金超市提供全面的银行支付渠道接入和安全、便捷的支付结算服务。此次战略合作，将为基金销售突破渠道瓶颈、提供定制专业投顾服务和降低运营成本提供了创新的驱动力。(中国工商时报 7 月 17 日)

★ 数米基金网旗下的基金销售平台 7 月 13 日上线试业

★ 和讯网证券投资基金销售业务资格获证监会核准

【评奖评级】

★ 鹏华基金管理公司喜获“中国最佳服务管理奖”

★ 国投瑞银基金公司第 4 年蝉联“最佳服务管理奖”

★ 南方中证 500 获评最佳定投产品 7 年多收益约 77%

★ 鹏华丰收鹏华普天债券双双获得五星评级

★ 天相 2 季度基金绩效评级报告出炉 兴全“三星齐耀”

★ 汇丰晋信大盘基金获评晨星三年期五星基金

★ 鹏华丰收获海通证券评为高收益高稳定性基金

【基金分红募集】

★ 金元惠理保本基金首次分红 每 10 份派发现金 0.2 元

★ 天弘永利债基第十次分红 每年分红最多可达 12 次

★ 富国基金管理公司旗下 3 只债券基金集体分红

★ 农银汇理增强收益今年首次分红 每 10 份派 0.35 元

★ 成立刚满四个月 博时天颐债券基金将首次分红

- ★ **融通债券基金今年第二次分红 每 10 份基金分 0.1 元**
- ★ **易方达 RQFII 首次派息 每基金单位派发人民币 1 元**
- ★ **银河银信添利债券第 16 次分红 A 类每 10 份派 0.21 元**
- ★ **比例配售重现江湖 南方避险基金 10 日结束募集**
- ★ **南方润元募集超 85 亿 成今年发行规模最大债基**
- ★ **招商信用增强开售两小时达目标 募资接近 40 亿元**
- ★ **财通多策略稳健增长基金于 7 月 13 日成立 首募 36 亿**
- ★ **广发理财年年红 6 亿限售 已公告启动末日比例配售**

【规模业绩】

- ★ **华泰柏瑞成国内最大 ETF 管理商 管理 256 亿元 ETF**

年中十大 ETF 基金管理人榜单出炉，华泰柏瑞成为国内最大 ETF 管理商。据 Wind 统计，截至 6 月 30 日，华泰柏瑞以 255.67 亿元的 ETF 管理规模位列基金公司榜首。年中十大 ETF 基金管理人榜单出炉，华泰柏瑞成为国内最大 ETF 管理商。据 Wind 统计，截至 6 月 30 日，华泰柏瑞以 255.67 亿元的 ETF 管理规模位列基金公司榜首。（证券时报 7 月 9 日）

- ★ **富国基金上半年净申购 75 亿份 重返十大公司之列**

银河证券统计数据显示，凭借良好的品牌效应和持续营销的成功，富国基金公司上半年实现净申购 75 亿份，其中老基金持续销售的增量为 63 亿份，并以 708.58 亿元的资产管理规模在基金公司排名中位居第 9 位，重返前十大基金公司之列。（中国证券报 7 月 4 日）

- ★ **易方达固定收益管理规模居首 资产规模 462.5 亿元**

海通证券数据显示，截至二季度末，易方达基金公司固定收益类资产规模为 462.5 亿元，固定收益类资产规模位居前五大基金公司之首。至此，易方达除了已是指数基金第一大公司外，还跃升为固定收益类第一大公司。业内人士表示，二季度基金规模竞争开始愈演愈烈，凭借创新类产品和固定收益类产品，部分基金公司的排名大幅提升。（中国证券报 7 月 5 日）

- ★ **招商基金上半年公募资管规模排名飙升八位**

仅半年时间，招商基金公募资管规模从 388 亿元提升至 562 亿元；公募资管规模排名从第 22 位提升至第 14 位；整体资管规模从 600 多亿元提升至 800 多亿元；旗下 5 只基金年内收益率跻身同类基金前三。招商基金也由此迈进大型基金公司行列。（证券时报 7 月 12 日）

- ★ **工银瑞信债基规模达 187.5 亿 居行业第二位**

来自海通证券的报告显示，工银瑞信二季度债基业绩突出，规模加权的净值增长率达到 6.54%，行业排名第一；今年上半年以来，该公司规模加权净值增长率达到 8.63%，业绩靠前。另据统计，最近 3 年工银瑞信固定收益类基金规模加权业绩 16.61%。扣除短期理财产品后，工银瑞信债基规模 6 月末达到 187.5 亿，居行业第二位。（证券时报 7 月 20 日）

- ★ **鹏华旗下债基中考业绩奏凯歌 全部跑赢平均回报**
- ★ **上半年成绩单出炉 万家摘得货基债基半年冠军**
- ★ **广发基金上半年业绩全线丰收 权益类产品整体领先**
- ★ **股债双线告捷 近半年国联安基金业绩表现抢眼**

- ★ **嘉实二季度利润 42 亿元 旗下 14 只基金利润过亿**
- ★ **汇添富基金公司二季度实现盈利逾 21 亿元**

【其他动态】

- ★ **中银信用增利债券基金经理百万自购新基金**

中银信用增利债券基金发布的上市交易公告书显示，该基金的基金经理奚鹏洲持有中银信用增利债券基金份额超过 100 万份。据不完全统计显示，奚鹏洲为已公布信息中持有自己所管理基金份额最多的一位基金经理。（证券时报 7 月 17 日）

- ★ **嘉实 FAS 组合首战告捷 第二期出炉导航下半场**

5 月成立的“嘉实投资者研究回报中心”所推出的嘉实 FAS 是集市场预测、资产配置、基金选择于一体的科学体系。在发布以来头两个月中证 800 指数下跌 6% 的背景下，不论是嘉实旗下基金组合还是全市场组合均大幅跑赢指数，且波动率低，累积收益连续每日为正。（证券时报 7 月 19 日）

- ★ **红塔红土基金举办首届“华南论债”研讨会**

7 月 18 日，首届“华南论债”研讨会在红塔红土基金公司举办。本次研讨会以“债券市场新动向解读之高收益债、城投债”为主题，会上，红塔红土基金公司总经理李凌表示，作为国内首家注册在深圳前海的基金公司，红塔红土紧跟债券市场发展创新步伐，着重在固定收益产品包括中小企业私募债、城投债等方面进行研究。（证券时报 7 月 23 日）

- ★ **上海市委书记俞正声 7 月上旬视察国投瑞银基金公司**

俞书记表示，随着国家发改委发布《“十二五”时期上海国际金融中心建设规划》，今后一个时期，上海将加快国际金融中心建设，位于虹口区的北外滩近年来不断吸引金融资本集聚，以国投集团为代表的中央骨干企业选取重点金融项目落户上海，符合上海国际金融中心建设大战略。

- ★ **金鹰基金十周年举办主题音乐演奏会回馈客户**

金鹰基金在星海音乐厅举行金鹰十年——感恩·成长·爱主题音乐演奏会，答谢在金鹰基金发展的十年中给予支持的各界人士。金鹰基金成立于 2002 年，历经了证券市场的几度牛熊轮回，近年公司各方面持续改善。在客户服务体系的建设方面，金鹰基金近年来积极做了改进和提升，从客户的需求和特性出发，完善客户服务数据库，提高各项服务的针对性和专业性。

【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，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