

## 中国基金品牌曝光及舆情传播分析报告

(2012 年 12 月“舆情”系列第 12 期 简要版)

- 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，“舆情分析”系列第 12 期，在数据监测基础上，研究分析基金行业品牌曝光及舆情传播动态，报告还收录品牌建设个案，供研究参考，助力财富管理机构及专业人士做好相关工作。

### 基金行业品牌曝光及舆情分析：

- 12 月份，A 股市场大起大落，基金净值或重挫或逆袭，整个年度排名战显得格外扑朔迷离，场内基金上演了“大反转”；另一方面，“第 11 届基金国际论坛”、基金法“三审”、银行系公司再扩容……等等有关政策动向大事围绕“财富管理”展开，媒体报道由此及彼到具体公司上，不断推升整个基金行业的关注度。
- 在 2012 年的排名战中，最终“景顺长城核心竞争力”以绝对的优势名列榜首，在 12 月的曝光度也“力压群雄”获得冠军。同样因年度业绩出色，在排名战中频频“现身”的还有上投新兴、中欧小盘、国富中小盘及新华轮换，其中前两者曝光率更多聚焦于业绩“过山车”的表现。华夏大盘也常被媒体业绩盘点提及，但其更多是与往年王亚伟掌管时期的比较，舆论导向偏于负面。

### 新发基金舆情传播及个案分析：

- 月度新基金产品曝光度前 10 名依次是：华夏沪深 300ETF、添富快线、兴全商业模式、建信月盈安心理财、招商理财 7 天、长盛同丰分级、鹏华理财 21 天、华宝兴业现金添益、中欧货币、富国强收益定期开放。当中货币类及理财基金达到了 6 只，这是基金业“趋热避冷”一窝蜂常见现象，在股市不力，偏股型基金难卖，前期理财基金热销效用推动下，同是固定收益产品的货币基金，基金公司也“热心”起来了。
- 12 月基金行业“货币基金创新”精彩纷呈，不仅体现在产品设计上，业务功能以及营销模式上的革新也是好戏连台，各大基金公司吸纳百姓储蓄资金及客户开拓“新招”频出，“众人拾柴火焰高”，最终让货币基金这一传统产品“老树发新枝”，实现更多的现金管理工具功能。添富快线及华宝兴业现金添益两只场内交易型货币基金闪亮登场，华安基金“货币通”业务，广发货基“第三方还款”功能，多家公司推出货币基金“T+0”快速赎回，海富通货基微电影营销等等，皆是典型个案。

### 报告编委

指导

郑 颂

张 华

主管

于钦栋 张棟棟

首创

黄 昉

主编

李泽玲 包 莹

数据资讯

全景宏爵：尹盼盼

巨潮数据：冯翊群 杨采燕

视频资讯：钟 森 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》。
- 5、《2012 上半年基金公司营销能力专题报告》。

**报告系简要版本 如需详细请来函。**

联系方式：

✉：fund@p5w.net

☎：(0755) 83990163

发布时间：2013. 1. 17

## 第一部分: 12 月基金行业品牌曝光及舆情分析

### 行情跌宕起伏 基金排名与分级产品书写“逆袭”故事

回顾整个 12 月,不可不说是“A 股市场神奇的一个月”。沪指在 12 月 3 日触及近四年来低点——1949 点之后,便展开了绝地反击,最终收盘 2269 点,当月累计涨幅达到 14.6%,创出 41 个月以来最大单月涨幅,其强势还最终使得年线收阳。

在如此大起大落的市况下,基金净值或重挫或逆袭,整个年度排名战显得格外扑朔迷离,场内基金更是上演“大反转”;另一方面,第 11 届基金国际论坛举办、基金法“三审”、银行系公司再扩容……相关政策动向围绕“财富管理”展开,媒体报道由此及彼到具体公司上,不断推升整个行业的关注度。

12 月份“基金品牌曝光度”前 12 名合计占有率达 39.95%,依次是:华夏基金、易方达基金、博时基金、南方基金、汇添富基金、上投摩根、工银瑞信、嘉实基金、广发基金、国泰基金、富国基金和长安基金,冠亚军记录分别为 8560 篇、8055 篇,占有率数据各约 5.09%、4.79%,而其余品牌的曝光记录均在 8000 篇下。小基金公司及新基金公司曝光度多居榜末。

基金行业的品牌曝光度“大品牌”集中化程度一直存在,12 月进入年度盘点时段,“品牌效应”愈发明显,该月前 12 名均为大基金公司。在前 12 家品牌中,冠亚军之间以及第四名之后,各品牌之间曝光度记录相差均不到千篇,个别差距更是缩小到百篇之内,这应该与大多数基金公司品牌建设积极进取有关,从另一方面看,这也体现了大公司之间的竞争更为激烈;居高品牌与“人多势众”也不无关系。

值得注意的是,相较于其他品牌,国泰基金当月跻身至第 10 名,主要缘于其“凶猛”的创新力度。据了解,12 月国泰基金上报了债券 ETF、黄金 ETF 以及纳指 100ETF,并获得监管部门受理。因这三只基金在业内均属重大产品创新,媒体报道及公司宣传增多,共同推升了该品牌的传播记录。

图表 1-2: 2012 年 12 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   | 8560   | 5.09     | 1/73  |
| 易方达基金         | 易方达基金管理有限公司  | 8055   | 4.79     | 2/73  |
| 博时基金          | 博时基金管理有限公司   | 6324   | 3.76     | 3/73  |
| 南方基金          | 南方基金管理有限公司   | 5631   | 3.35     | 4/73  |
| 汇添富基金         | 汇添富基金管理有限公司  | 5220   | 3.10     | 5/73  |
| 上投摩根          | 上投摩根基金管理有限公司 | 5049   | 3.00     | 6/73  |
| 工银瑞信          | 工银瑞信基金管理有限公司 | 4994   | 2.97     | 7/73  |
| 嘉实基金          | 嘉实基金管理有限公司   | 4900   | 2.91     | 8/73  |
| 广发基金          | 广发基金管理有限公司   | 4758   | 2.83     | 9/73  |
| 国泰基金          | 国泰基金管理有限公司   | 4640   | 2.76     | 10/73 |
| 富国基金          | 富国基金管理有限公司   | 4624   | 2.75     | 11/73 |
| 华安基金          | 华安基金管理有限公司   | 4489   | 2.67     | 12/73 |
| 以上 12 家品牌合计   |              | 67244  | 39.95    | —     |
| 全部 73 家基金品牌合计 |              | 168335 | 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”方面,12 月份有数据监测记录的基金产品(名称)共 1407 只,排名前 100 的产品曝光度合计 58685 篇,占比 43.77%。在“12 月基金产品曝光度 TOP10 榜单”中,入围的产品多为年终排名战中的“明星”,而当月新基金无一进榜,年末基金舆论传播导向重点显而易见。

在 2012 年的排名战中,“景顺长城核心竞争力”以绝对的优势名列榜首,当月其曝光度也“力压群雄”获得冠军。同样因年度业绩出色,在排名战中频频“现身”的还有上投新兴、中欧小盘、国富中小盘及新华轮换,其中前两者曝光率更多因其业绩“过山车”的表现。华夏大盘也常被媒体业绩盘点提及,

但其更多是与往年王亚伟掌管时期比较，舆论导向偏于负面。

此外，受 12 月行情大起大落影响，场内基金净值表现反差明显，相关产品曝光度记录较高，银华锐进、信诚 500B、华泰柏瑞沪深 300ETF 及申万进取也在前十名之列，另外华泰柏瑞沪深 300ETF 还得益于其创新业务。以上 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”，而子品牌有不良表现，对其母品牌会造成“减分”的负面影响。

图表 1-3：2012 年 12 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      |
|--------------------|----------------|----------|--------|---------|
| 景顺长城核心竞争力          | 景顺长城基金管理有限公司   | 2475     | 1.85   | 1/1407  |
| 上投新兴               | 上投摩根基金管理有限公司   | 2384     | 1.78   | 2/1407  |
| 银华锐进               | 银华基金管理有限公司     | 2160     | 1.61   | 3/1407  |
| 中欧小盘               | 中欧基金管理有限公司     | 2099     | 1.57   | 4/1407  |
| 华夏大盘               | 华夏基金管理有限公司     | 1883     | 1.40   | 5/1407  |
| 信诚 500B            | 信诚基金管理有限公司     | 1760     | 1.31   | 6/1407  |
| 华泰柏瑞沪深 300ETF      | 华泰柏瑞基金管理有限公司   | 1608     | 1.20   | 7/1407  |
| 申万进取               | 申万菱信基金管理有限公司   | 1510     | 1.13   | 8/1407  |
| 国富中小盘              | 国海富兰克林基金管理有限公司 | 1354     | 1.01   | 9/1407  |
| 新华轮换               | 新华基金管理有限公司     | 1146     | 0.85   | 10/1407 |
| 前 100 名（共 100 只）合计 |                | 58685    | 43.77  | /       |
| 全部 1407 只(名)产品合计   |                | 134072   | 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”方面，12 月份有数据监测记录的基金人物数量总共 917 位。曝光度排名前 100 的基金人物（共 103 位）合计曝光度为 14862 篇，占有率 61.31%。该榜单中，万家基金邹昱位列榜首，曝光记录为 683 篇，应该与两件事有关，一是其掌管的万家货币业绩表现优秀，二是名下万家 14 天理财发行宣传推广；景顺长城余广紧随其后，曝光记录 647 篇，与其管理产品将要夺得年度股基冠军有关；此外景顺长城陈嘉平及上投摩根杜猛也因其管理的基金表现出色，当月跻身人物曝光榜单前十。兴业全球吴圣涛、博时基金魏凤春、南方基金邱国鹭、富国基金窦玉明、交银施罗德战龙及南方基金杨德龙等 6 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 12 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     |
|--------------------|---------------|----------|--------|--------|
| 邹昱                 | 万家基金管理有限公司    | 683      | 2.82   | 1/917  |
| 余广                 | 景顺长城基金管理有限公司  | 647      | 2.67   | 2/917  |
| 吴圣涛                | 兴业全球基金管理有限公司  | 561      | 2.31   | 3/917  |
| 魏凤春                | 博时基金管理有限公司    | 516      | 2.13   | 4/917  |
| 邱国鹭                | 南方基金管理有限公司    | 515      | 2.12   | 5/917  |
| 窦玉明                | 富国基金管理有限公司    | 397      | 1.64   | 6/917  |
| 战龙                 | 交银施罗德基金管理有限公司 | 336      | 1.39   | 7/917  |
| 杨德龙                | 南方基金管理有限公司    | 313      | 1.29   | 8/917  |
| 陈嘉平                | 景顺长城基金管理有限公司  | 295      | 1.22   | 9/917  |
| 杜猛                 | 上投摩根基金管理有限公司  | 284      | 1.17   | 10/917 |
| 前 100 名(共 103 位)合计 |               | 14862    | 61.31  | /      |
| 全部 917 位合计         |               | 24240    | 100.00 | /      |

报表来源：全景基金品牌研究中心 技术支持：全景宏爵

## 【12 月各周舆情热点分析摘要】

### 第一周：年内 13 位总经理告别 "离职 style"席卷基金业

全景网 12 月 7 日讯 今年，注定是基金老总的“离职年”。11 月 7 日，国投瑞银尚健离职，11 月 15 日，汇丰晋信李选进也离职了。如今才过半个来月，信达澳银也发布公告，该公司总经理王重昆也已离职，如此之快的速度令投资者瞠目结舌。据统计，今年以来，已有 13 位总经理离职，占到有产品发行的 70 家基金公司的 19%。在“雾里看花”的行业前景下，基金公司掌门人的位置越来越不好坐了。而最值得投资者关心的是，总经理变更对基金公司业绩到底会造成怎样的影响。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201212/t4622410.htm>）

### 第二周：规模战拼杀升级 基金公司发力货基各自有招

全景网 12 月 14 日讯 临近年终，对基金公司而言，货币基金是年末冲刺规模排名的“利器”，各家公司近期更是通过放开限购、分红等方式，紧紧抓住年底之前最后的吸金机会。此外，年末货币基金在业务及营销模式上的创新较为集中，基金公司也欲借此使传统货基实现“升级”，进一步扩充规模，这些都让当前这场规模战显得更加热闹。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201212/t4634062.htm>）

### 第三周："大基小基落玉盘" 25 只新基金 12 月扎堆成立

全景网 12 月 21 日讯 进入 12 月，基金公司正为 2012 年度“规模竞赛”的最后冲刺全力加速，新基金扎堆发行。相应的，新成立的基金数量也节节攀升。巨潮数据统计，截至今日，12 月以来共有 25 只新基金宣布成立，带来了 754.11 亿份的新增规模。其中首募规模最大逾百亿，最小仅约两亿，均在本周成立，而因其募集成绩的“突出”，一时引发市场的关注。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201212/t4645221.htm>）

### 第四周：中小基金与 QDII 齐逆袭 排名战在理性中冲刺

全景网 12 月 28 日讯 一年一度的基金投资业绩竞赛即将接近尾声，与往年相比，今年的排名战在缺少了王亚伟的背景下，仍有不少看点。今年的股基争冠集团成了中小基金的“集中营”，大型基金公司罕见地“缺席”年底的争霸战。而出海掘金的 QDII 基金今年表现殊与往年，获得亮眼成绩，有望吹响逆袭的集结号，但投资者并不为此买账。

（详细：<http://www.p5w.net/fund/clbg/201211/t4599922.htm>）

### 第五周：2012 非 A 股基金完胜 中国基金业淡化 A 股烙印

全景网 12 月 26 日讯 中国基金业自诞生以来，发展十余年，一直以 A 股为中心，产品业绩靠天吃饭，从业人员心情亦随着 A 股 K 线图起起伏伏，涨笑跌愁喜红厌绿……不过细看今年基金业发展趋势，投资非 A 股的产品在创新、规模、业绩、发行上均大放异彩，未来基金业单一看 A 股脸色的日子将渐行渐远，积极步入多元投资管理时代，加快向现代财富管理机构转型。

（详细：<http://www.p5w.net/kuaixun/201212/t4652227.htm>）

## 第二部分 2012 年 12 月份新发基金媒体传播分析

### 2-1、概要：产品功能革新好戏连台 货币基金“老树发新枝”

据监测数据统计，12 月新基金曝光度居前 10 位是：华夏沪深 300ETF、添富快线、兴全商业模式、建信月盈安心理财、招商理财 7 天、长盛同丰分级、鹏华理财 21 天、华宝兴业现金添益、中欧货币、富国强收益定期开放（详见图表 2-1, 2-3）。产品曝光度名列前茅，各为自家品牌打响知名度。

上述 10 只产品中，除了华夏沪深 300ETF 及兴全商业模式外，其余均为固定收益产品，当中货币类及理财基金达到了 6 只，这是基金业“趋热避冷”的常见现象。在股市不力，偏股型基金难卖，以及前期理财基金热销效用的推动下，对同是固定收益产品的货币基金，基金公司也“热心”起来了。

据观察，12 月基金行业“货币基金创新”精彩纷呈，不仅体现在产品设计上，业务功能以及营销模式上的革新也是好戏连台，各大基金公司为了吸纳百姓储蓄资金及客户“新招”频出。“众人拾柴火焰高”，最终让货币基金这一传统产品“老树发新枝”，实现更多的现金管理工具功能。

首先，场内交易型货币基金闪亮登场。添富快线及华宝兴业现金添益以“首只场内 T+0 货基”及“首只上市交易型货币基金”的创新标签赢得了业界瞩目。此外，银华交易型货币基金已获批，深交所首批场内货基——招商基金保证金快线也已上报。

其次，货币基金增加购物还款支付功能。华安基金正式开通华安“货币通”业务，投资者可使用“华安现金富利货币基金份额”在京东商城等网站进行消费款项的支付，标志着货币基金购物支付大门正式开启。广发基金在新近推出的货币基金中，加入了车贷、房贷等还款支付功能。

再次，货币基金业务功能创新方面还有“T+0”快速赎回。该业务早在 10 月份就已获批，到 12 月又有数家基金公司加入该阵营。嘉实基金推出了针对网上直销客户“即时付”货币基金 T+0 快速取现服务，该服务对投资者 7\*24 小时开放。汇添富基金推出优惠活动，货基快速提现费用减半收取，对持有 50 万份该公司基金用户则可免手续费；华夏基金免除了投资人提现所需的手续费，且“赎回当天的投资收益将归投资人所有；如果赎回第二天是节假日，则节假日期间的投资收益亦归客户。”

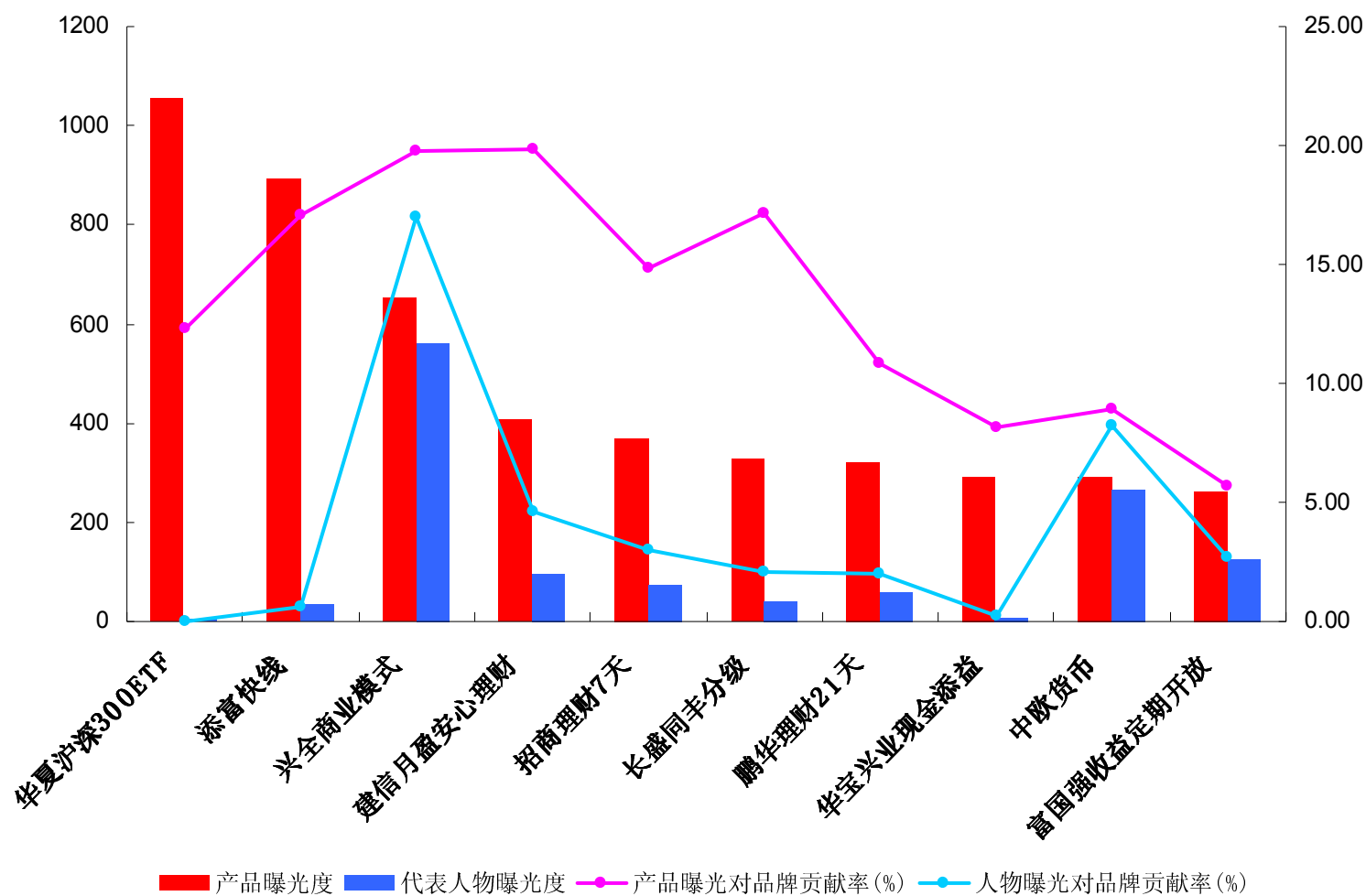
此外，华夏基金与工行联手推出“余额理财”功能——系统可自动把设定的金额申购为华夏现金增利货币基金，华夏现金增利基金化身为“现金管家”，为投资者提供了工资理财的便捷途径。海富通货币基金则推出面向中小企业的机构版网上交易服务、和针对普通投资者的定期定额赎回功能，成为百姓资金管理的智能“机器人”。

在营销模式上，海富通基金推出一部名为《沈万三的生财秘籍》微电影，讲述了明代巨富沈万三与聚宝盆的传奇故事，让观众更容易理解货币基金的风险收益特点。微电影形式契合了速食时代的微营销趋势，通过微博与持有人积极“互动”，也是基金业“互动营销”最新典型个案之一。

全景基金品牌研究中心认为，货币基金革新立足于为投资者服务，各类独特的创新利于树立差异化品牌形象。基金管理人借机推广营销，有助于提高品牌知名度，进一步促使更多客户认购产品而提升认知度，这比推广股基业绩冠军“风险更低”，值得更多财富管理机构仿效。

2-2、2012 年 12 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 12 月份在发新发基金产品简表

图表 2-2

| 产品简称      | 类型  | 募集开始日期     | 募集终止日期     | 基金经理    | 隶属品牌    |
|-----------|-----|------------|------------|---------|---------|
| 银华中证中票 50 | 债券型 | 2012-11-05 | 2012-12-7  | 张翼      | 银华基金    |
| 广发纯债      | 债券型 | 2012-11-12 | 2012-12-7  | 张芊,任爽   | 广发基金    |
| 国投纯债      | 债券型 | 2012-11-12 | 2012-12-7  | 李怡文     | 国投瑞银    |
| 兴全商业模式    | 股票型 | 2012-11-12 | 2012-12-12 | 董承非,吴圣涛 | 兴业全球    |
| 大摩量化配置    | 股票型 | 2012-11-12 | 2012-12-7  | 张靖      | 摩根士丹利华鑫 |
| 国联安中债     | 债券型 | 2012-11-12 | 2012-12-7  | 薛琳      | 国联安基金   |
| 中银纯债      | 债券型 | 2012-11-14 | 2012-12-10 | 陈国辉     | 中银基金    |
| 华夏海外收益债   | 债券型 | 2012-11-15 | 2012-12-5  | 刘鲁旦     | 华夏基金    |
| 博时安心收益    | 债券型 | 2012-11-17 | 2012-12-4  | 陈凯杨     | 博时基金    |
| 金鹰货币      | 货币型 | 2012-11-19 | 2012-12-3  | 汪仪      | 金鹰基金    |
| 财通保本      | 混合型 | 2012-11-19 | 2012-12-14 | 曹丽娟,赵媛媛 | 财通基金    |
| 安信平稳增长混合  | 混合型 | 2012-11-19 | 2012-12-14 | 李勇,汪建   | 安信基金    |
| 东方央视 50   | 股票型 | 2012-11-19 | 2012-12-14 | 吴长凤     | 东方基金    |
| 新华纯债      | 债券型 | 2012-11-20 | 2012-12-18 | 于泽雨,贾兴振 | 新华基金    |
| 南方安心保本    | 混合型 | 2012-11-22 | 2012-12-18 | 陈键,李璇   | 南方基金    |
| 交银纯债      | 债券型 | 2012-11-26 | 2012-12-14 | 胡军华     | 交银施罗德   |

| 产品简称      | 类型  | 募集开始日期     | 募集终止日期     | 基金经理   | 隶属品牌  |
|-----------|-----|------------|------------|--------|-------|
| 富国强收益定期开放 | 债券型 | 2012-11-26 | 2012-12-14 | 冯彬     | 富国基金  |
| 民生加银现金增利  | 货币型 | 2012-11-26 | 2012-12-14 | 陈薇薇    | 民生加银  |
| 纽银稳定增利    | 债券型 | 2012-11-26 | 2012-12-21 | 李健     | 纽银基金  |
| 中欧货币      | 货币型 | 2012-11-26 | 2012-12-7  | 姚文辉    | 中欧基金  |
| 中海惠裕      | 债券型 | 2012-11-28 | 2012-12-13 | 江小震    | 中海基金  |
| 信诚岁岁添金    | 债券型 | 2012-11-28 | 2012-12-3  | 曾丽琼    | 信诚基金  |
| 国泰现金      | 货币型 | 2012-12-03 | 2012-12-7  | 姜南林    | 国泰基金  |
| 华商现金增利    | 货币型 | 2012-12-03 | 2012-12-7  | 刘晓晨    | 华商基金  |
| 招商理财 7 天  | 货币型 | 2012-12-03 | 2012-12-5  | 孙海波    | 招商基金  |
| 长盛同丰分级    | 债券型 | 2012-12-03 | 2012-12-12 | 杨衡     | 长盛基金  |
| 信诚添金分级    | 债券型 | 2012-12-05 | 2012-12-10 | 曾丽琼    | 信诚基金  |
| 国泰民安增利    | 债券型 | 2012-12-10 | 2012-12-21 | 张一格    | 国泰基金  |
| 建信月盈安心理财  | 货币型 | 2012-12-10 | 2012-12-18 | 高珊,朱建华 | 建信基金  |
| 鹏华理财 21 天 | 货币型 | 2012-12-10 | 2012-12-14 | 刘太阳    | 鹏华基金  |
| 华安信用增强    | 债券型 | 2012-12-11 | 2012-12-20 | 郑可成,贺涛 | 华安基金  |
| 添富快线      | 货币型 | 2012-12-11 | 2012-12-18 | 陈加荣    | 汇添富基金 |
| 方正富邦货币    | 货币型 | 2012-12-12 | 2012-12-24 | 杨通     | 方正富邦  |

| 产品简称        | 类型  | 募集开始日期     | 募集终止日期     | 基金经理    | 隶属品牌 |
|-------------|-----|------------|------------|---------|------|
| 中银理财 7 天    | 货币型 | 2012-12-12 | 2012-12-20 | 白洁      | 中银基金 |
| 华夏沪深 300ETF | 股票型 | 2012-12-17 | 2012-12-19 | 张弘弢     | 华夏基金 |
| 华安 7 日鑫     | 货币型 | 2012-12-17 | 2012-12-24 | 黄勤      | 华安基金 |
| 华宝兴业现金添益    | 货币型 | 2012-12-19 | 2012-12-21 | 陈昕      | 华宝兴业 |
| 长城岁岁金       | 债券型 | 2012-12-20 | 2013-1-18  | 史彦刚     | 长城基金 |
| 金鹰元丰        | 混合型 | 2012-12-24 | 2013-1-24  | 邱新红,洪利平 | 金鹰基金 |
| 上投轮动添利      | 债券型 | 2012-12-26 | 2013-1-24  | 杨成      | 上投摩根 |
| 富国强回报       | 债券型 | 2012-12-28 | 2013-1-25  | 郑迎迎     | 富国基金 |

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 12 月新基金产品曝光度 TOP10 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(%) |
|-------------|-------|--------|---------|-------|-------|----------|------------|
| 华夏沪深 300ETF | 1055  | 张弘弢    | 2       | 华夏基金  | 8560  | 12.32    | 0.02       |
| 添富快线        | 893   | 陈加荣    | 34      | 汇添富基金 | 5220  | 17.11    | 0.65       |
| 兴全商业模式      | 653   | 吴圣涛    | 561     | 兴业全球  | 3298  | 19.80    | 17.01      |
| 建信月盈安心理财    | 407   | 朱建华    | 95      | 建信基金  | 2051  | 19.84    | 4.63       |
| 招商理财 7 天    | 371   | 孙海波    | 75      | 招商基金  | 2497  | 14.86    | 3.00       |
| 长盛同丰分级      | 328   | 杨衡     | 40      | 长盛基金  | 1912  | 17.15    | 2.09       |
| 鹏华理财 21 天   | 322   | 刘太阳    | 60      | 鹏华基金  | 2979  | 10.81    | 2.01       |
| 华宝兴业现金添益    | 292   | 陈昕     | 7       | 华宝兴业  | 3570  | 8.18     | 0.20       |
| 中欧货币        | 290   | 姚文辉    | 267     | 中欧基金  | 3250  | 8.92     | 8.22       |
| 富国强收益定期开放   | 264   | 冯彬     | 126     | 富国基金  | 4624  | 5.71     | 2.72       |

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 12 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。

**【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相关研究服务，助力财富管理。

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