



一、华富旗下基金一周表现

华富竞争力优选基金 (410001)

| | |
|--------|---|
| 基金经理 | 张琦先生 |
| 基金类型 | 积极配置型开放式基金 |
| 基金托管人 | 建设银行 |
| 基金成立日期 | 2005年3月2日 |
| 投资范围 | 股票：30%—90%； 债券：5%—65%； 现金：不低于基金资产净值的5% |
| 业绩比较标准 | 60%X 中信标普 300 指数 +35%X 中信全债指数 +5%X 同业存款利率 |

| 华富竞争力 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值 (元) | 0.5819 | 0.5857 | 0.5951 | 0.5952 | 0.5993 |
| 累计净值 (元) | 1.8064 | 1.8133 | 1.8306 | 1.8307 | 1.8383 |

华富成长趋势基金 (410003)

| | |
|--------|---|
| 基金经理 | 陈德义先生 |
| 基金类型 | 股票型开放式基金 |
| 基金托管人 | 招商银行 |
| 基金成立日期 | 2007年3月19日 |
| 投资范围 | 股票：60%—95%； 债券：0%—35%； 权证：0%—3%； 现金：不低于5%； |
| 业绩比较标准 | 80%×中信标普 300 指数 +20%×中信全债指数 |

| 华富成长趋势 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值 (元) | 0.5849 | 0.5853 | 0.5961 | 0.5954 | 0.5978 |
| 累计净值 (元) | 0.8749 | 0.8753 | 0.8861 | 0.8854 | 0.8878 |

华富货币市场基金 (410002)

| | |
|--------|------------|
| 基金经理 | 胡伟先生 |
| 基金类型 | 货币市场基金 |
| 基金代码 | 410002 |
| 基金托管人 | 建设银行 |
| 基金成立日期 | 2006年6月21日 |

| 华富货币 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|--------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 每万份基金收益 (元) | 2.0339 | 1.3122 | 1.3021 | 1.2017 | 1.1976 |
| 七日折算年收益率 (%) | 4.9260 | 4.9840 | 5.0430 | 5.0290 | 5.0030 |



华富收益增强债券基金 (410004/410005)

| | |
|--------|--|
| 基金经理 | 胡伟先生 |
| 基金类型 | 一级债基 |
| 基金托管人 | 建设银行 |
| 基金成立日期 | 2008 年 5 月 28 日 |
| 投资范围 | 固定收益投资：80—100%； 股票及股票所派发的权证、 可分离债券产生的权证：0—20%； 现金或者到期日在一年以内的 政府债券：5%以上 |
| 业绩比较标准 | 中信全债指数 |

| 华富债券 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| A 类 单位净值 | 1.0966 | 1.1005 | 1.1088 | 1.1117 | 1.1128 |
| A 类 累计净值 | 1.2686 | 1.2725 | 1.2808 | 1.2837 | 1.2848 |
| B 类 单位净值 | 1.0904 | 1.0942 | 1.1025 | 1.1053 | 1.1064 |
| B 类 累计净值 | 1.2524 | 1.2562 | 1.2645 | 1.2673 | 1.2684 |

华富策略精选基金 (410006)

| | |
|--------|--|
| 基金经理 | 季雷先生, 崔健先生 |
| 基金类型 | 灵活配置混合型基金 |
| 基金托管人 | 建设银行 |
| 基金成立日期 | 2008 年 12 月 24 日 |
| 投资范围 | 股票：30%—80%； 权证：0—3% 债券等：5%—70%； 现金：5%以上 |
| 业绩比较标准 | 沪深 300 指数+上证国债指 数 |

| 华富策略精选 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值 (元) | 0.8495 | 0.8518 | 0.8637 | 0.8631 | 0.8638 |
| 累计净值 (元) | 1.0095 | 1.0118 | 1.0237 | 1.0231 | 1.0238 |

华富价值增长混合基金 (410007)

| | |
|--------|--|
| 基金经理 | 郭锋先生 |
| 基金类型 | 灵活配置混合型基金 |
| 基金托管人 | 深圳发展银行 |
| 基金成立日期 | 2009 年 7 月 15 日 |
| 投资范围 | 股票：30%—80%； 权证：0—3% 债券等：5%—70%； 现金：5%以上 |
| 业绩比较标准 | 沪深 300 指数×60%+中证全 债指数×40% |

| 华富价值增长 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值 (元) | 0.7581 | 0.7625 | 0.7708 | 0.7757 | 0.7791 |
| 累计净值 (元) | 0.7581 | 0.7625 | 0.7708 | 0.7757 | 0.7791 |



华富中证100指数基金(410008)

| | |
|--------|--|
| 基金经理 | 郭晨先生 |
| 基金类型 | 指数型基金 |
| 基金托管人 | 交通银行股份有限公司 |
| 基金成立日期 | 2009年12月28日 |
| 投资范围 | 股票：90%—95%； 现金，债券：5%以上； |
| 业绩比较标准 | 中证100指数收益率*95%+ 一年期银行定期存款收益率 (税后)*5% |

| 华富中证100 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|---------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值(元) | 0.7472 | 0.7478 | 0.7592 | 0.7579 | 0.7624 |
| 累计净值(元) | 0.7472 | 0.7478 | 0.7592 | 0.7579 | 0.7624 |

华富强化回报债券型证券投资基金(164105)

| | |
|--------|--|
| 基金经理 | 张钊先生 |
| 基金类型 | 一级债基 |
| 基金托管人 | 建设银行 |
| 基金成立日期 | 2010年9月8日 |
| 投资范围 | 固定收益投资：80—100%； 股票及股票所派发的权证、 可分离债券产生的权证：0 —20%； 现金或者到期日在一年以内的 政府债券：5%以上 |
| 业绩比较标准 | 中信全债指数 |

| 华富强化回报 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|---------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值(元) | 0.960 | 0.963 | 0.963 | 0.966 | 0.967 |
| 累计净值(元) | 0.960 | 0.963 | 0.963 | 0.966 | 0.967 |

华富量子生命力股票型证券投资基金(410009)

| | |
|--------|---|
| 基金经理 | 朱蓓女士 |
| 基金类型 | 股票型开放式基金 |
| 基金托管人 | 深圳发展银行 |
| 基金成立日期 | 2011年4月1日 |
| 投资范围 | 具有良好流动性的金融工 具，包括国内依法发行上市 的股票、债券、货币市场工 具、权证、资产支持证券以 及经中国证监会批准的允许 基金投资的其他金融工具。 |
| 业绩比较标准 | 沪深300指数收益率*75%+ 中证全债指数收益率*25% |

| 华富量子生命力 | 2011-10-31 | 2011-11-1 | 2011-11-2 | 2011-11-3 | 2011-11-4 |
|---------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 单位净值(元) | 0.8828 | 0.8834 | 0.8970 | 0.9017 | 0.9095 |
| 累计净值(元) | 0.8828 | 0.8834 | 0.8970 | 0.9017 | 0.9095 |

努力做一个市场培育者

途经 15 个省 45 个地区，举办 63 场投资者教育活动，吸引了 6500 多投资者参加，在中小基金公司中，举办这么大规模的投资者教育活动并不多见。尤其是在今年市场弱势的背景下，这种投入更是需要魄力。回顾这次活动，主策划华富基金副总经理邹牧表示，走完“理财长征路”，他最大的感受有三个，努力做一个市场培育者，投资者太需要专业知识的提升，基金公司要获得长远的发展，必须立足于现在，市场培育任重道远，努力做一名市场培育者。

笔者：今年基础市场没有赚钱效应，基金销售也陷入低谷，华富为何要在这样的市场环境下做这么大的投入举办这次“理财长征路”活动？

邹牧：的确，在不少人看来，这样的活动耗时耗力，短期内却看不到公司管理规模提升上的绩效，在今年的行业大环境下似乎更是不合时宜。今年各基金公司的主流动作是“多发新基金”，意图以强力推行新产品来保住市场份额，大量人力物力花在争取首募规模上，很少有公司腾出精力举办如此大型的投资者教育活动。

就活动的动机，我想首先说一下自己对基金营销工作的粗浅认识。如果说基金公司投研部门是价值发现者的话，那么基金营销工作可以说是市场培育者。尤其是，在行业规模增长已经遇到瓶颈的时候，当市场疲弱无法吸引投资者的时候，我们更是要着重强调市场培育。如果一味向市场索取客户，而不展开市场培育工作，那么只能是涸泽而渔。其次，我们酝酿理财长征路的思路早已有之，只是今年既是建党 90 周年，又是长征胜利 75 周年，机会难得。

事实上，不少业内人士也指出，当下基金业所遇到的短期困难，实际上是在为 2007 年的疯狂扩张“买单”。如果基金业发展到现今阶段，还无法摆脱前期“跑马圈地”的模式，仍然延续盲目拼、争、抢的方式，那么这个行业很可能出现系统性风险。基金业已经到了必须对营销方式作出深刻反思的时候。一个行业要有长期发展，始终需要我们这些从业者做一些立足长远的事情。这也正是我们坚持举办这次大型投资者教育活动的原由。

笔者：就您的体会来说，市场培育工作中最需要注意的是什么？

邹牧：市场培育需要鲜明的主题，正确的出发点以及“强制”性的方式。基金营销一切工作包括市场培育工作的出发点和重中之重，始终是体察投资者的真正需求，并真正把“投资者利益至上”落到实处。长期以来，基金业营销工作的一大误区在于“卖产品”的思路，公司设计出一个产品，不管市场环境如何，不管目标消费群是谁，总是希望销售规模多多益善。我们以为把产品卖出去了就是赢得了市场，但在这个销售过程中最为重要的“客户需求”被有意无意地忽略了，也因此导致一些市场份额很容易流失。

在这次活动进行中，我经常会和一些客户聊一聊。我有一个直观但深刻的感受，在各个地区，大家的理财需求实际上十分旺盛，都很想把自己手上的资金投出去以实现保值增值。但是与此同时，多数普通投资者的理财知识的积累还不够，因此在投资过程中市场会遇到困惑和不解，尤其是在市场经历调整的时候很容易中途放

二、华富动态

总第156期 2011年11月07日

弃。

如果我们在培育、开发市场的时候，就立足于投资者的需求，建议投资者在合适的时机购买适合自己的投资产品，而不是进行同质化的推销，这种“适销对路”既满足了客户需求，也有利于基金公司市场份额的稳定。

笔者：具体而言，您认为此次活动在营销模式上可以有哪些创新？

邹牧：谈不上创新，都是借鉴其他公司的营销经验。我们这次活动只是主题营销的一次尝试，主要有三个特点，一是围绕建总行的任务目标实现总分行联动的效应，既有时间周期，又有区域跨越，二是紧扣时代的鲜明主题，实现很好的品牌建设，三是同时提出了一个“顾问式”营销的思路，顾问式营销，这种全新的销售概念与销售模式，借助第三方的专业能力，不针对某个产品，而重在满足客户的现实要求，预见客户的未来需求，进而提出积极建设。这种营销模式能够建立、维持和促进企业和客户间的关系，实现参与各方的目标，最终形成一种兼顾各方利益的长期关系。

这次活动中我们请到了王群航(博客,微博)、于善辉、马永谔、姜静等基金评价专业人士和我们同行，在各个场次，他们针对投资者各自不同的需求给出了专业建议，指导他们如何在合适的时机买适合自己的产品。

笔者：在明年的营销活动，您能给我们什么预期？

邹牧：重塑银基关系，服务银行渠道是我们明年的工作重点。我一直认为银行渠道的客户经理是我们的服务终端，华富基金长期以来一直坚持“健康生活、健康投资”的理念，我们明年计划与一家商业银行合作建立一套客户经理服务系统(CRM),以健康生活为主要内容，然后计划组织30场“健康医路行”的报告会。在与渠道的沟通中，我们也会和他们加强交流，引导渠道客户经理切实加强投资者的互动交流，从投资者角度出发，解决投资者自身关心但又不知所措的问题，引入专业诊断和基金组合调整，最终激发投资者对专业分析的信任和依赖。我们的目标是努力做一个市场培育者。

基金营销模式创新的力量

市场处于弱势的大环境下，基金销售日益艰难，对基金公司营销工作也提出了更严峻的挑战。

天相系统数据统计显示，2011年8月、9月、10月新发偏股基金平均首募份额仅分别为9亿元、7亿元、5亿元，较2011年年初16亿元、2010年全年21亿元的平均首发规模可谓是相差甚远，10月份5亿元的平均首发规模也是历史上单月发行5只以上基金中最小的，可见基金发行遇到了前所未有的困局。为了突破营销困局，不少基金公司开始尝试在营销模式上创新，尤其是主题营销。

从笔者不完全了解到的情况看，目前国内基金公司主题营销存在的模式大致可分为三类。

二、华富动态

总第156期 2011年11月07日

第一，是在新基金发行期间举办跨界营销活动，如结合娱乐、奢侈品、环保等与金融投资相联动。这类活动的优点是形式新颖，借助跨行业的资源，起到一定的吸引眼球的目的，并通过宣传找到部分契合客户。但也存在突出的缺点，总体看更多是一次性宣传，没有后续活动，自然难以收到持续、深远的营销效果。

第二，是结合“基金定投”等投资方式来推进持续营销。统计来看，大部分基金公司都建立了自己的定投品牌，利用教育、养老等话题，以求能够形成定投营销的特色。不过，基于定投策略的营销活动发展到现在，出现了同质化严重、亮点不突出的问题，缺乏能与基金公司其他宣传活动一脉相承的策略。

相比上述两类活动，第三种形式——主题营销活动，摆脱了为新基金发行、持续营销而举办活动的“功利”性，且往往都有持续性。如有基金公司2008年开始，在全国与重点高校举办社会责任大讲堂；有基金公司选择与某体育公司签约多年，正式成为某球类、帆船类等公开赛举办的赞助商，塑造基金自己的文化品牌，从而达到文化渗透、宣传的目的。

但目前大多数公司主题营销活动仍没有摆脱的缺点是活动形式单一，缺少与基金持有人的直接互动，很容易沦为被动接受，因而在效果上有效影响。

综合上述三类活动看，基金公司亟需将全面、系统的理财培训内容带进去的系统性主题营销活动。笔者观察到，近期一场“华富理财长征路”活动，在基金公司主题营销创新上实现了新的突破。

从2011年4月开始，华富基金公司联合建设银行(601939,股吧)，踏着75年前红军长征的足迹，举办了一场持续约半年的“华富理财长征路”活动。此次市场培育和投资者教育活动，为客户提供高质量顾问服务的同时，也为引导更多基金公司参与类似活动做了示范。

笔者作为特邀讲师之一也有幸参加了该活动，通过亲身体验，笔者认为该活动具备以下亮点：

亮点之一，是将营销需求与国家大事件结合起来，增强参与者的参与度。2011年是红军长征胜利75周年，建党90周年，该基金重点推出了“做华富定投、走红色之旅”定投营销活动。将基金定投作为理财长征路活动的核心，定投核心也与长征精神一脉相承，从而确保了主题活动的实效性。

亮点之二，是持续时间长、覆盖范围广。截至到9月底，在五个多月期间，华富基金共在15省45个地区、城市累计举办主题活动63场。邀请主题演讲嘉宾30人次，现场累计参与6500多人次。

亮点之三，区域以中西部为主，培育市场意味更浓。华富基金此次理财长征路活动，是一场针对中西部投资者的大型“投资顾问式营销活动”。这场系统、有针对性的投资者教育培训，对基金业营销模式的创新产生了深远意义。

华富基金“理财长征路活动”一路走下来，投资者报告会几乎场场火爆，投资者的热情极高，为清淡的基金



二、华富动态

总 第 156 期 2011 年 11 月 07 日

销售市场带来了一道亮丽的风景线。这也在一个角度说明了，无论市场怎样，投资者培育的工作都应该坚持。选择一个良好的选题和切入点、不以销量为目的，真正的服务于投资者，让投资者切实理解基金投资的特点，这样的活动值得基金业界借鉴，从而为奠定基金业的常青之路打下基础。

华富理财长征路 胜利会师延安

从江西瑞金启动，到陕北延安会师，历经半年，华富基金“理财长征路”活动于日前顺利结束。这次大型投资者教育活动，从最东边的牡丹江，到最西边的兰州，从最北边的佳木斯，到最南边的柳州，横跨 15 个省，途径 45 个地区，举办了 63 场投资者教育活动，吸引了 6500 多投资者参加。

在活动中，华富基金邀请到了诸多国内著名基金研究专家开展了多场基金知识主题培训，讲师团阵容强大，其中包括华泰联合证券基金研究中心总经理王群航(博客,微博)、海通证券(600837,股吧)基金研究中心首席分析师娄静、天相投顾副总经理于善辉、民生证券基金研究中心总经理马永谔等多位长期进行基金研究和评价的专业人士。

在弱市中坚持举办如此大型的活动，没有公司最高层的坚定及持续的支持，恐怕是很难变为现实。在启动式上，华富基金董事长章宏韬就曾表示，活动的初衷在于着眼加强基金的市场培育工作，“一切为了投资者的财产增值，一切依靠投资者”。在延安会师大会上，华富基金总经理姚怀然指出，在基础市场低迷、行业遇到发展瓶颈的时候，尤其需要基金公司沉下心来，做实实实在在的市场培育者。的确，基金业发展到今天，其营销模式到了需要深刻变革的时候，行业也期待出现更多类似的营销方式创新。(黄淑慧)

风险提示

本周刊中的信息均来源于已公开的资料，我公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本刊物版权归华富基金公司所有，未获得本公司事先书面授权，任何人不得对本刊物内容进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“华富基金公司”。投资有风险，敬请谨慎选择。

华富基金管理有限公司

地址：上海陆家嘴环路 1000 号恒生银行大厦 31 楼

公司网站：www.hffund.com

客服热线：400-700-8001 021-50619688