

2014-2019年中国基金行业 市场前景分析及投资策略建议报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国基金行业市场前景分析及投资策略建议报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/touzi/G35327YT75.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

第一章 基金相关概述

1.1 基金的概念

1.1.1 基金的定义

1.1.2 基金的发展历程

1.1.3 基金的作用

1.2 基金的分类

1.2.1 按运作方式分类

1.2.2 按投资对象分类

1.2.3 按投资目标分类

1.2.4 按投资理念分类

1.2.5 特殊类型基金

1.3 基金其它相关介绍

1.3.1 基金的购买渠道

1.3.2 基金收益分配定义

1.3.3 基金收益分配具体内容

第二章 2013年全球基金业的发展状况分析

2.1 2013年世界基金业发展概述

2.1.1 世界基金业发展的特点

2.1.2 世界行业基金发展状况分析

2.1.3 全球共同基金的发展情况分析

2.2 美国基金业

2.2.1 美国基金行业的发展阶段

2.2.2 美国基金行业的发展概况

2.2.3 美国私募基金的融资额情况

2.2.4 美国结构化分级基金呈现的设计优势

2.2.5 美国基金业的促销策略

2.3 英国基金业

2.3.1 英国基金的分类

2.3.2 英国基金业发展历程

2.3.3 英国单位信托基金市场状况分析

2.4 日本基金业

- 2.4.1 日本对冲基金的发展概况
- 2.4.2 日本基金行业危机与变革概述
- 2.4.3 日本基金行业的发展改革之路

2.5 其他地区的基金业

- 2.5.1 德国基金行业的发展特征
- 2.5.2 新加坡管理基金投资状况
- 2.5.3 香港基金行业营运状况分析
- 2.5.4 台湾省基金的发展状况
- 2.5.5 印度基金业发展概述

第三章 2013年中国基金行业营运形势分析

3.1 2013年中国基金行业发展概况分析

- 3.1.1 中国基金业的发展现状
- 3.1.2 中国基金行业规模发展变化
- 3.1.3 国内基金行业“马太效应”凸显
- 3.1.4 影响基金业绩的内外因素

3.2 2013年中国基金业发展面临的挑战分析

- 3.2.1 我国基金行业发展存在的隐患
- 3.2.2 我国基金行业发展存在的瓶颈
- 3.2.3 中国基金行业治理面临的挑战
- 3.3 2013年中国基金行业发展格局分析
 - 3.3.1 中国基金行业发展的新格局
 - 3.3.2 我国基金行业竞争格局生变
 - 3.3.3 国内基金行业巨头业绩分化明显
 - 3.3.4 我国基金业将逐渐形成三足鼎立局面
 - 3.3.5 国内基金业将迎来新一轮扩容
- 3.4 2013年中国基金的行业配置分析
 - 3.4.1 基金行业配置的定义
 - 3.4.2 基金行业配置能力倍受关注
 - 3.4.3 行业配置决定基金投资收益
 - 3.4.4 2013年第二季度基金的行业配置状况
- 3.5 2013年中国基金业发展对策分析
 - 3.5.1 中国基金行业发展的策略

3.5.2 我国基金行业的发展措施

3.5.3 我国基金行业发展的政策建议

3.5.4 我国基金业应发展专业细化之路

第四章 2013年中国基金费用结构分析

4.1 基金费用的类别

4.1.1 基金销售和赎回费用

4.1.2 基金管理费和托管费

4.1.3 基金的交易费用

4.2 有效市场理论和基金费用

4.2.1 有效市场理论

4.2.2 有效市场理论与基金费用率

4.3 基金费用结构分析

4.3.1 基金管理费用结构设计原则

4.3.2 基金管理费用结构的理论

4.3.3 基金费用结构不能代替外部监管

4.3.4 对基金费用率的合理监管

4.4 基金管理费模式的综述

4.4.1 中美基金管理费的比较

4.4.2 我国基金委托与代理关系的特征

4.4.3 基金管理费的固定模式与浮动模式

4.4.4 完善基金管理费模式的相关建议

第五章 2013年中国开放式基金发展情况分析

5.1 开放式基金概述

5.1.1 开放式基金的定义

5.1.2 开放式基金的分类

5.1.3 开放式基金的特点

5.1.4 开放式基金对市场的影响

5.1.5 开放式基金的风险种类

5.2 2013年中国开放式基金投资者基本情况分析

5.2.1 投资者账户结构及持有基金份额、规模

5.2.2 投资者认、申购及赎回情况分析

5.2.3 开放式基金市场销售渠道情况

- 5.2.4 个人基金投资者持有开放式基金情况
- 5.3 中美开放式基金销售渠道对比分析
 - 5.3.1 美国开放式基金销售渠道发展分析
 - 5.3.2 中国开放式基金销售渠道发展分析
 - 5.3.3 中美开放式基金销售渠道对比
 - 5.3.4 对比的结论与发展展望
- 5.4 2013年中国商业银行介入开放式基金的分析
 - 5.4.1 介入开放式基金促进中国商业银行的发展
 - 5.4.2 商业银行介入开放式基金存在风险
 - 5.4.3 商业银行接纳开放式基金的策略
- 5.5 2013年中国开放式基金流动性风险的防范
 - 5.5.1 流动性风险的定义
 - 5.5.2 流动性风险形成的原因
 - 5.5.3 流动性风险对金融稳定的影响
 - 5.5.4 流动性风险的防范分析
 - 5.5.5 应对流动性风险的政策建议

第六章 2013年分想中国封闭式基金发展形势分析

6.1 封闭式基金概述

6.1.1 封闭式基金的定义

6.1.2 封闭式基金交易的特点

6.1.3 封闭式基金价格影响因素

6.1.4 封闭式基金设立条件及程序

6.2 2013年中国封闭式基金发展综述

6.2.1 中国封闭式基金发展状况及存在的合理性

6.2.2 我国封闭式基金的发展业绩情况

6.2.3 我国封闭式基金亟待解决的问题

6.2.4 封闭式基金到期解决方法

6.3 2013年中国封闭式基金定价探析

6.3.1 封闭式基金定价概述

6.3.2 封闭式基金的贴现定价法

6.3.3 封闭式基金收益比较定价法

6.3.4 封闭式基金价格的随机模型

6.3.5 封闭式基金定价实例

6.4 2013年中国封闭式基金折价分析

6.4.1 封闭式基金的折价概述

6.4.2 西方对封闭式基金折价的认知

6.4.3 中国封闭式基金的折价状况

6.4.4 消除我国封闭式基金高折价现象的途径

6.5 2013-2018年中国封闭式基金投资价值分析

6.5.1 封基具长线投资价值

6.5.2 封闭式基金相对抗跌

6.5.3 封闭式基金表现最优

6.5.4 结构性机会仍可期

第七章 2013年中国货币市场基金发展分析

7.1 货币市场基金概述

7.1.1 货币市场基金的定义

7.1.2 货币市场基金的特点

7.1.3 货币市场基金投资组合的原则

- 7.1.4 货币市场基金对金融市场发展的影响
- 7.2 2013年中国货币市场基金发展探讨
 - 7.2.1 我国货币市场基金的发展历程
 - 7.2.2 制约国内货币市场基金发展的因素
 - 7.2.3 我国货币市场基金的发展对策
- 7.3 货币市场基金与央行货币政策效应分析
 - 7.3.1 中国货币市场基金诞生对央行货币政策效应
 - 7.3.2 中国货币政策传导有效性分析
 - 7.3.3 美国货币政策有效性的启示
 - 7.3.4 发展央行货币政策有效的货币市场基金制度的策略
- 7.4 2013年中国货币市场基金收益分析
 - 7.4.1 货币市场基金收益率与投资结构分析
 - 7.4.2 我国货币市场基金前期高收益发展分析
 - 7.4.3 货币市场基金收益率低的原因分析
 - 7.4.4 货币市场基金收益率受投资风险影响
- 7.5 2013年中国货币市场基金的路径策略分析

7.5.1 中国货币市场基金发展模式

7.5.2 中国发展银行货币市场基金的优势

7.5.3 发展中国货币市场基金的政策策略

第八章 2013年中国私募基金发展情况分析

8.1 私募基金概述

8.1.1 私募基金的定义

8.1.2 私募基金的分类

8.1.3 私募基金的特点

8.1.4 私募基金组织形式

8.1.5 私募基金的经济效应

8.2 2013年中国私募基金发展概况分析

8.2.1 我国私募基金发展历程

8.2.2 中国私募基金业绩分析

8.2.3 2013年我国私募基金的发展情况分析

8.3 国外私募股权基金监管风向转变及其启示

8.3.1 海外私募股权基金监管的传统理念

8.3.2 私募股权基金监管风向转变的主要原因

8.3.3 海外私募股权基金监管的最新趋势

8.3.4 海外私募股权基金监管风向转变的启示

8.4 私募基金发展的风险及控制

8.4.1 中国私募基金的风险与对策

8.4.2 私募股权投资基金的潜在风险

8.4.3 我国私募股权基金投融资法律风险及其控制

8.5 2013年中国私募基金发展问题及对策分析

8.5.1 我国私募基金存在的主要问题

8.5.2 我国私募基金的发展思路

8.5.3 规范化发展我国私募基金的政策建议

8.5.4 我国私募股权基金业发展策略

8.5.5 我国私募证券投资基金制度完善建议

第九章 2013年中国特殊类型基金：ETF发展分析

9.1 ETF相关概述

9.1.1 ETF简介

9.1.2 ETF的特点

9.1.3 ETF的优越性

9.1.4 ETF标的指数的选择

9.2 2013年全球ETF基金发展概况分析

9.2.1 全球ETF发展的特点

9.2.2 世界ETF市场发展综述

9.2.3 全球ETF的发展趋势

9.3 2013年中国ETF基金发展分析

9.3.1 ETF基金业发展的三大条件

9.3.2 ETF基金的发展概况

9.3.3 中美ETF交易量对比分析

9.3.4 我国ETF的发展前景展望

9.4 2013年中国ETF市场发展的现状及对策分析

9.4.1 ETF市场结构性问题浅析

9.4.2 改进中国ETF市场的政策性建议

第十章 2013年中国商业银行与基金的发展分析

- 10.1 商业银行制度与投资基金制度的比较
 - 10.1.1 投资基金业冲击商业银行的发展
 - 10.1.2 投资基金与商业银行间的地位争论
 - 10.1.3 商业银行与投资基金的比较
 - 10.1.4 发展商业银行与投资基金的建议
- 10.2 中国商业银行加入基金管理的分析
 - 10.2.1 商业银行与投资基金关系的分析
 - 10.2.2 商业银行介入基金管理的原因及条件
 - 10.2.3 商业银行加入基金管理产生的影响分析
- 10.3 商业银行经营基金业务的风险及监管
 - 10.3.1 商业银行经营基金的风险可能性
 - 10.3.2 商业银行基金监管引发的监管冲突
 - 10.3.3 美国对商业银行基金监管状况
 - 10.3.4 中国商业银行开展基金业务的监管对策
- 10.4 商业银行基金销售业务发展分析
 - 10.4.1 中国基金销售市场状况

10.4.2 商业银行拓展基金销售业务必要性

10.4.3 商业银行发展基金销售业务的策略

第十一章 2013年中国基金品牌营销分析

11.1 2013年中国基金业品牌发展综述

11.1.1 我国基金业品牌成长回顾

11.1.2 国内基金业品牌竞争的现状

11.1.3 国内基金业品牌运作的三大不足

11.1.4 我国基金业品牌建设发展建议

11.1.5 未来中国基金业品牌发展趋势

11.2 2013年中国基金品牌营销的转变分析

11.2.1 产品向顾客解决方案转变

11.2.2 价格向顾客成本的转变

11.2.3 分销向方便的转变

11.2.4 促销向沟通的转变

11.3 2013年中国基金营销演变及顾客需求分析

11.3.1 市场发展推动基金营销演变

11.3.2 顾客需求在基金品牌营销演进中的变化

11.4 2013-2018年中国基金营销理念重构的展望分析

11.4.1 吸引力需求是趋势

11.4.2 基金营销管理流程的发展趋势

11.4.3 整合营销是基金的发展方向

11.4.4 基金营销将实行可持续发展战略

第十二章 2013年中国基金业的关联行业发展分析

12.1 证券业

12.1.1 全球证券市场发展状况

12.1.2 中国网络证券业的发展分析

12.1.3 中国证券业未来发展走势的判断

12.2 银行业

12.2.1 建国以来银行业的发展历程

12.2.2 2013年我国银行业运行现状简析

12.2.3 促进我国银行业稳健发展的建议

12.3 保险业

12.3.1 改革开放以来中国保险业的发展及变化

12.3.2 2013年我国保险业运行现状

12.3.3 保险业与基金管理业的关系分析

第十三章 2013年中国基金管理企业运营状况分析

13.1 南方基金管理有限公司

13.1.1 公司简介

13.1.2 南方基金的发展模式

13.1.3 南方基金业绩表现

13.1.4 2013年以来南方基金业绩领先同行

13.2 易方达基金管理有限公司

13.2.1 公司简介

13.2.2 易方达旗下基金业绩表现

13.2.3 易方达各类基金业绩表现

13.2.4 2013年易方达推出专门针对大学生的货币基金

13.3 华夏基金管理有限公司

13.3.1 公司简介

13.3.2 华夏基金发展概况

13.3.3 华夏基金业绩的发展现状

13.3.5 2013年华夏基金股权变动情况

13.4 景顺长城基金管理有限公司

13.4.1 公司简介

13.4.2 景顺长城基金的业绩回顾

13.4.3 景顺长城稳定收益债基已取得批准

13.4.4 景顺长城形成自有特色的研究体系

13.5 工银瑞信基金管理有限公司

13.5.1 公司简介

13.5.2 工银瑞信基金的经营发展状况

13.5.3 工银瑞信推出基金新品种

13.6 华安基金管理有限公司

13.6.1 公司简介

13.6.2 华安基金业绩的发展状况

13.6.3 华安基金新产品

13.7 中银基金管理有限公司

13.7.1 公司简介

13.7.2 中银基金发展取得的成就

13.7.3 2013年中银基金开通新业务完善网上交易平台

13.8 中信基金管理有限责任公司

13.8.1 公司简介

13.8.2 中信基金发展取得的成就

第十四章 中国基金政策解读与2013-2018年行业前景展望

14.1 基金政策解读

14.1.1 我国基金行业将更新四大政策法规

14.1.2 修改中的基金法政策取向逐步明晰

14.1.3 《证券投资基金评价业务管理暂行办法》亮点浅析

14.1.4 《开放式证券投资基金销售费用管理规定》解读

14.2 2013-2018年中国基金行业的发展趋势分析

14.2.1 中国基金业发展将更趋向国际化

14.2.2 我国基金业多元化的发展方向

14.2.3 我国基金业发展的五大趋势

14.2.4 我国基金行业发展的创新方向

图表目录：（部分）

图表：行业基金按照行业的分布状况

图表：行业基金数量随时间的发展图示

图表：各类行业基金的时间特征

图表：行业基金数量按发行国家地区的分布

图表：行业基金资产按发行国家地区的分布

图表：行业基金资产按照投资国家地区的分布

图表：行业基金总资产前25名的管理公司

图表：五个代表性基金公司的行业基金投资策略

图表：行业基金的10年内收益分布状况

图表：各类行业基金10年内的赢利性变化

图表：2013年新基金发行节奏

图表：国内基金公司数量

图表：偏股票型开放式基金规模

图表：2013年债券型基金份额

图表：2013年新发债券型基金规模

图表：2013年QDII基金规模

图表：2013年QDII新基金首发规模

图表：2013年基金资产净值和份额规模分类汇总统计

图表：2013年基金管理公司管理基金资产净值和份额规模汇总统计

图表：2013年托管银行托管基金资产净值和份额规模汇总统计

图表：2013年上半年股票型和混合型开放式基金业绩表现前十位

图表：基金仓位与指数季度走势变化

图表：2013年一季度及二季度基金业绩分化程度

图表：2013年上半年固定收益类开放式基金业绩表现前五位

图表：2013年上半年基金二级市场走势与市场指数比较

图表：2013年上半年封闭式基金净值增长率

图表：2013年上半年封闭式基金价格涨幅

图表：2013年上半年各类型基金规模变化情况

图表：2013年上半年各类型基金份额变动情况

图表：2007-2013年6月基金月度募集情况

图表：2007-2013年6月不同类型基金募集情况

图表：2013年一季度及二季度基金规模与业绩表现关系

图表：2013年三季度与上季度基金行业配置的总体情况

图表：2013年三季度各基金对十大行业的增减统计

图表：2013年三季度基金前三行业集中度情况

图表：局部均衡下的均衡费用结构

图表：一般均衡下的均衡费用结构

图表：2013年公募基金与私募基金业绩对比

图表：2013年前9个月限制性集合理财和债券型基金的业绩对比

图表：2013年前9个月非限定性集合理财和偏股型基金的业绩对比

图表：中国与欧美等货币市场基金制度环境的比较

图表：2013年按运行时间统计的私募产品个数

图表：2013年私募与公募的业绩分布情况

图表：ETF二级市场交易示意图

图表：ETF申购示意图

图表：ETF赎回示意图

图表：ETF品种介绍

图表：ETF直拨010-56231698 资产规模

图表：ETF流动性与交投意愿比较

图表：2013年全球ETF相关数据

图表：2013年全球ETF区域数据

图表：2013年全球ETF跟踪资产类别

图表：ETF市场指数提供商份额

图表：2013年全球最大30只ETF跟踪资产特征

图表：2013年全球最大25只股票类ETF资产细分

图表：2013年中国ETF市场数据

图表：两岸三地ETF交投情况

图表：中国基金各类型第一只产品概况表

图表：部分基金管理公司网上交易量呈几何级数攀升

图表：部分基金管理公司对原有电子交易平台升级换代

图表：部分基金管理公司投资者教育案例

图表：部分基金管理公司客户体验式沟通案例

图表：市场环境推动基金营销时代变化

图表：三阶段基金管理公司与基金产品数量变化

图表：顾客需求的三阶段变化

图表：满足顾客的三种层次变迁

图表：品牌营销与原来营销方式的比较

图表：多点单向的营销方式

图表：品牌营销下的整合营销

图表：美、英、日三国资本市场表现与基金资产配置关系

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/touzi/G35327YT75.html>