

百度数据研究中心 2009上半年基金行业报告



百度数据研究中心
<http://data.baidu.com>

2009年9月

主要观点

● 基金行业概述

- (1) 百度指数与基金指数关系密切。
- (2) 百度已经成为网民获取基金相关信息的重要入口。
- (3) 华夏基金管理有限公司是 2009 年上半年最受网民关注的基金公司。
- (4) 工商银行是 2009 年上半年最受网民关注的基金托管银行。

● 基金产品分析

- (1) 开放式基金占领基金网民 96.01%关注份额。
- (2) 中邮核心成长是 2009 年上半年最受网民关注的基金产品。
- (3) 农银双利是 2009 年上半年最受网民关注的新基金。

● 开放式基金分析

- (1) 开放式基金整体关注上升 69.19%，超过基金行业整体上升水平。
- (2) 股票型基金关注份额不断上升，深得其他类网民偏爱。
- (3) 四类投资类型基金网民关注度与业绩关联特点明显。

● 封闭式基金分析

- (1) 封闭式基金整体关注上升 62.12%，略低于基金行业整体上升水平。
- (2) 瑞福进取凭借良好业绩成为 2009 年上半年最受网民关注的封闭式基金。

● 基金网民人群特征分析

- (1) 基金网民人群分布与地区经济条件、基民分布关系密切。
- (2) 基金网民对网游、教育培训等内容更加感兴趣。

目 录

研究背景.....	5
研究范畴.....	5
主要指标.....	5
一、基金行业整体概况.....	6
(一) 基金行业百度指数.....	6
(二) 基金相关内容关注情况.....	7
(三) 基金管理公司关注度.....	7
(四) 基金托管银行关注度.....	9
二、基金产品关注情况.....	10
(一) 基金产品类型关注度.....	10
(二) 基金产品关注度.....	11
(三) 新基金产品关注度.....	12
三、开放式基金研究.....	13
(一) 开放式基金百度指数.....	13
(二) 开放式基金类型研究.....	14
1. 开放式基金类型关注	14
2. 开放式基金不同类型重合度	15
(三) 开放式基金投资类型研究.....	16
1. 股票型基金	16
2. 混合型基金	18
3. 债券型基金	19
4. 货币型基金	20
(四) 个案分析——中邮核心成长基金.....	21
四、封闭式基金研究.....	22
(一) 封闭式基金百度指数.....	22
(二) 封闭式基金关注度.....	23
(三) 个案分析——瑞福进取基金.....	24
五、基金网民特征分析.....	25
(一) 基金网民地域分布.....	25
1. 基金网民区域分布	25
2. 基金网民省份分布	26
(二) 基金网民兴趣偏好.....	27
附录一：研究方法.....	29
附录二：调研流程.....	29
附录三：法律声明.....	30
附录四：联系方式.....	31

图表目录

图表 1	2009 年上半年基金指数与基金行业百度指数	6
图表 2	2009 年上半年网民关注的基金内容	7
图表 3	2009 年上半年基金公司关注度排行	8
图表 4	2009 年上半年基金公司排行对比	8
图表 5	2009 年上半年基金托管银行关注占比	9
图表 6	2009 年上半年基金类型关注占比	10
图表 7	2009 年上半年开封基金关注占比变化	10
图表 8	2009 年上半年基金产品关注度排行	11
图表 9	2009 年上半年新基金产品关注度排行	12
图表 10	2009 年上半年开放式基金百度指数	13
图表 11	2009 年上半年开放式基金投资类型关注占比	14
图表 12	2009 年上半年开放式基金投资类型关注占比变化	15
图表 13	2009 年上半年开放式基金投资类型关注重合度	16
图表 14	2009 年上半年股票型基金关注度排行	17
图表 15	2009 年上半年股票型基金 TOP10 净值增长率	17
图表 16	2009 年上半年混合型基金关注度排行	18
图表 17	2009 年上半年混合型基金 TOP10 净值增长率	18
图表 18	2009 年上半年债券型基金关注度排行	19
图表 19	2009 年上半年债券型基金 TOP10 净值增长率	20
图表 20	2009 年上半年货币型基金关注度排行	21
图表 21	2009 年上半年货币型基金 TOP10 净值增长率	21
图表 22	2009 年上半年中邮核心成长（590002）百度指数	22
图表 23	2009 年上半年封闭式基金百度指数	22
图表 24	2009 年上半年封闭式基金关注度排行	23
图表 25	2009 年上半年封闭式基金排行对比	24
图表 26	2009 年上半年瑞福进取（150001）百度指数	25
图表 27	2009 年上半年基金网民地域分布	26
图表 28	2009 年上半年基金网民省份分布	26
图表 29	2009 年上半年基金网民兴趣偏好	27

研究背景

根据 CNNIC 最新的搜索引擎报告，百度在中国市场的首选份额已经高达 76.9%。作为中国流量最大的网站，百度凭借其庞大的网民搜索数据库，对用户的关注点进行分析，并持续不断地开展品牌研究和行业研究。

2009 年上半年，百度对基金行业展开调研，对 60 余家基金管理公司，500 余支开放式基金，30 余支封闭式基金及其托管银行进行深入研究，跟踪业界动态，描绘市场格局，形成此行业报告，供相关机构参考。

研究范畴

时间：2009 年 1 月至 2009 年 6 月

样本：1,605,198 个随机抽样的 Cookie 搜索日志，组成本次研究的总样本，其中检索过基金行业相关信息的 Cookie 数量为 19,659 个，即“有效样本”。

研究区域：

东北地区：辽宁省、吉林省、黑龙江省

华北地区：北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区

华中地区：河南省、湖北省、湖南省

华东地区：山东省、江苏省、安徽省、浙江省、江西省、福建省和上海市

华南地区：广东省、海南省和广西壮族自治区

西南地区：四川省、云南省、贵州省、西藏自治区和重庆市

西北地区：陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区

主要指标

本报告主要通过百度指数、关注度等指标呈现研究结果

百度指数：以百度网页搜索数据为基础，统计该类关键词搜索频次的加权和，并用曲线图的形式展现，反映网民对产品的关注度走势。

关注度：以百分比表示该类信息的检索量在同类信息中所占的比例。例如，2009 年上半年分析中，**华夏基金管理公司**的百分比为 9.80%，表示华夏基金管理公司及旗下所有基金的检索量在所有基金相关检索中占 9.80%。

一、基金行业整体概况

(一) 基金行业百度指数

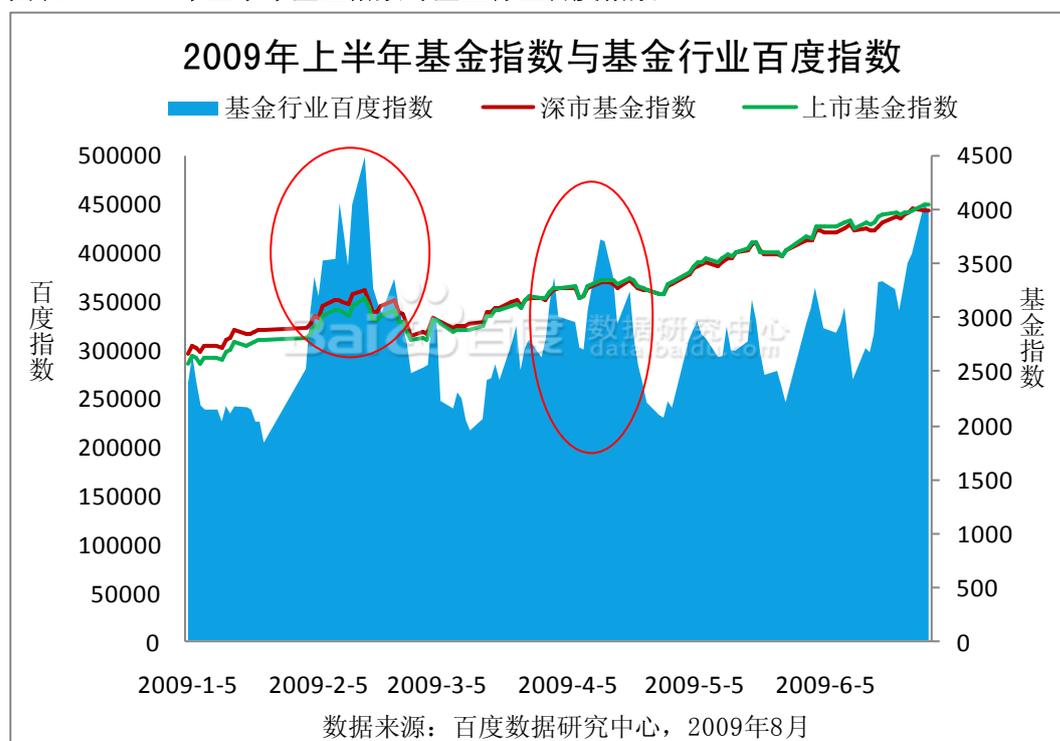
基金行业百度指数与基金指数关系密切

今年上半年，A股市场在国内宏观经济企稳和流动性充裕的背景下展开一波估值修复行情。上证综指半年涨幅高达62.53%，创1992年下半年以来最大的半年涨幅¹，受益于股市的强劲反弹，基金指数（上市基金指数、深市基金指数）在年后呈现波浪上升的趋势；而基金行业百度指数与基金指数几乎表现出一样的走势，2009年上半年关注上升了68.90%。

综合来看，2009年上半年基金行业百度指数有以下亮点：

1. 心理期望引发网民关注。2008年基金分红有限，无重大利好政策推出，基金走势低迷，2009年春节前关注度有限；春节过后，较高的心理期望引发了网民对基金关注提升。2009年2月2日开市后，基金指数小涨，便引发了网民较高关注。
2. 分红带来关注度增长。2009年3月底、4月初部分基金小规模分红，在基金市场掀起一段小高潮，网民关注度因此小幅提升。

图表1 2009年上半年基金指数与基金行业百度指数



注：不含周末和节假日休市指数

¹ 资料来源：中国证券网

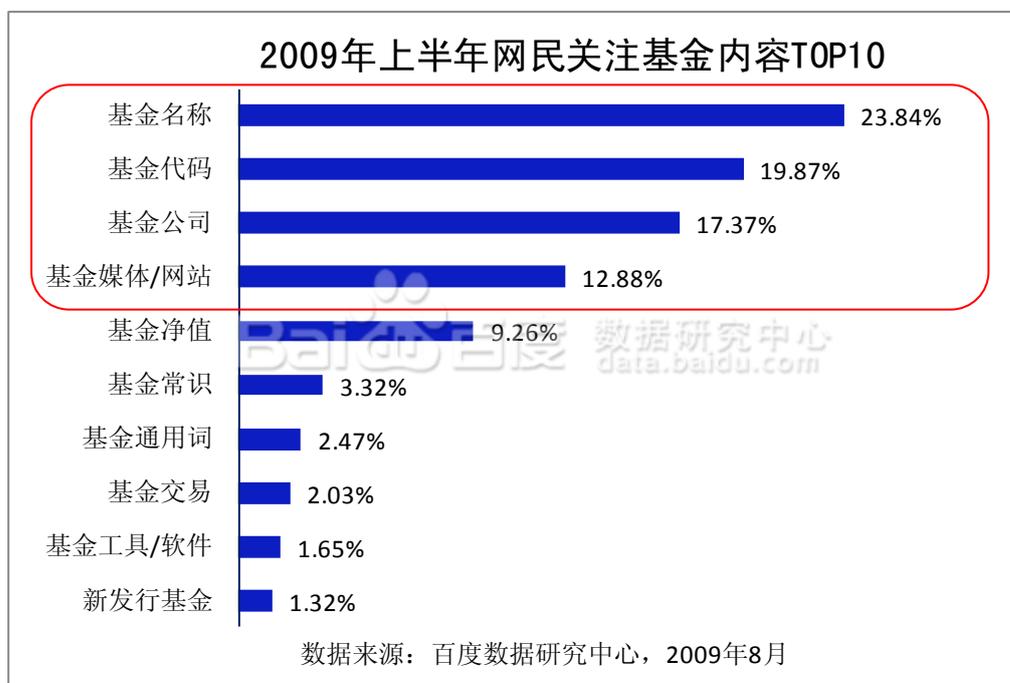
（二）基金相关内容关注情况

百度成为网民获取基金相关信息的重要入口，基金名称、代码最受网民关注

网民通过搜索引擎直接搜索自己所关注的基金信息的网络习惯在逐步形成。而百度作为中国最大的搜索引擎，覆盖了中国 95%以上的网民，无疑已经成为网民获取基金相关信息的重要入口。

数据显示：2009 年上半年，网民对基金名称、基金代码最为关注，随后的基金公司、基金媒体/网站等内容的检索量也较大，四者合计关注份额的超过整体关注份额的 70%。

图表 2 2009 年上半年网民关注的基金内容



（三）基金管理公司关注度

华夏基金成为最受网民关注的基金公司，关注排名与基金规模关系紧密

数据显示：2009 年上半年，华夏基金公司以 9.52%的关注度成为最受关注的基金公司，其后依次是博时、大成等，基金公司 TOP10 关注度合计占比接近 50%。

对比 2009 年 Q2 统计的基金公司规模排行榜²，百度 TOP10 的基金公司基本都是规模较大、实力雄厚的公司，“强者恒强”的规律在 2009 年上半年的基金行业中体现明显。除了银华和融通基金公司外，其他关注度较高的八家基金公司同时也是 2009 年上半年基金规模较大的 TOP8。可见，网民对于规模较大的基金公司有明显的关注偏好。

图表 3 2009 年上半年基金公司关注度排行



图表 4 2009 年上半年基金公司排行对比

2009 年上半年基金公司排行对比		
基金公司	百度排行	基金公司规模排行*
华夏基金管理有限公司	1	1
博时基金管理有限公司	2	3
大成基金管理有限公司	3	5
嘉实基金管理有限公司	4	2
广发基金管理有限公司	5	7
易方达基金管理有限公司	6	6
南方基金管理有限公司	7	4
华安基金管理有限公司	8	8
银华基金管理有限公司	9	13
融通基金管理有限公司	10	12

数据来源：百度数据研究中心，2009 年 8 月

² 资料来源：《中国证券投资基金 2009 年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009 年 7 月 6 日

*截止 2009 年 Q2

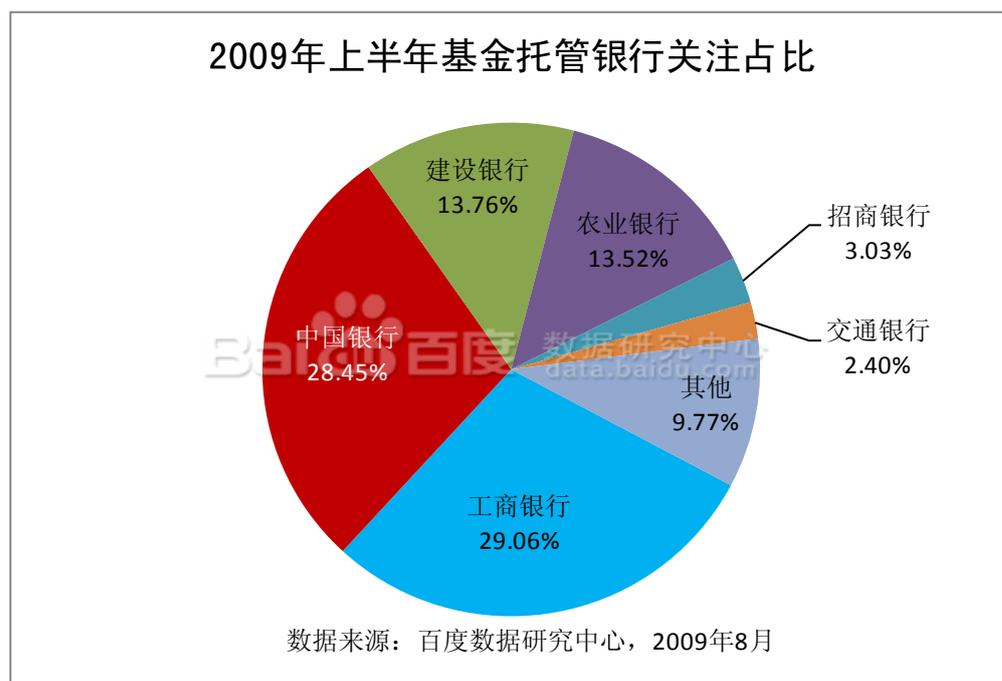
（四）基金托管银行关注度

工商银行是最受网民关注的基金托管银行，建行关注度有待进一步加强

根据 Wind 统计：在 2009 年成立的 64 只基金（包括封转开的银华内需精选）中，托管行是中国银行的基金数为 9 只；在农业银行的基金数为 5 只；交通银行、深发展、兴业银行的托管基金数分别是 3 只、1 只、1 只。其他 45 只基金的托管行均集中在工、建两行。依据个数计算，两行占有率已经达到了 70%。若依据托管资产计算，两行的占有率高达 75%³。

百度数据显示：基金托管银行中，最受关注的是工商银行，关注占比为 29.06%；其次是中国银行，占比 28.45%。而建设银行作为基金托管巨头之一在网民中却并没有得到与实际相匹配的关注度，与工商银行形成了较大反差。

图表 5 2009 年上半年基金托管银行关注占比



³ <http://finance.qq.com/a/20090804/001181.htm> 《基金托管行竞争变局隐现 工行收费高？》

二、基金产品关注情况

（一）基金产品类型关注度

开放式基金占领绝大多数关注份额，上升趋势仍在持续

数据显示：2009年上半年，网民的绝大部分注意力都集中在开放式基金上，关注份额高达96.01%；从关注变化来看，开放式基金的份额还在进一步增加，从1月的95.94%到6月的96.10%，上升趋势仍在持续。

图表6 2009年上半年基金类型关注占比



图表7 2009年上半年开封基金关注占比变化



(二) 基金产品关注度

偏股基金表现突出，中邮核心成长最受网民关注

数据显示：2009年上半年，中邮核心成长是最受网民关注的基金产品，关注度为1.49%。在排行TOP10的基金产品中，全部为开放式基金，投资类型又以股票型和混合型基金为主，偏股基金大获全胜。

这与2009年上半年基金行业整体状况大致吻合。2009年上半年，股票型开放式基金净值平均增长50.40%、混合型基金净值平均增长约为46%左右⁴，远远高于基金市场平均水平。

图表8 2009年上半年基金产品关注度排行

⁴ 资料来源：《中国证券投资基金2009年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009年7月6日



（三）新基金产品关注度

农银双利是网民最关注的新基金

根据 WIND 统计数据，2009 年上半年共有 57 只新基金募集成立，募集总规模达 1671.24 亿份，平均规模为 29.32 亿份。百度研究发现，在 2009 年上半年新基金中，农银双利最受网民关注，关注度为 5.19%。

图表 9 2009 年上半年新基金产品关注度排行



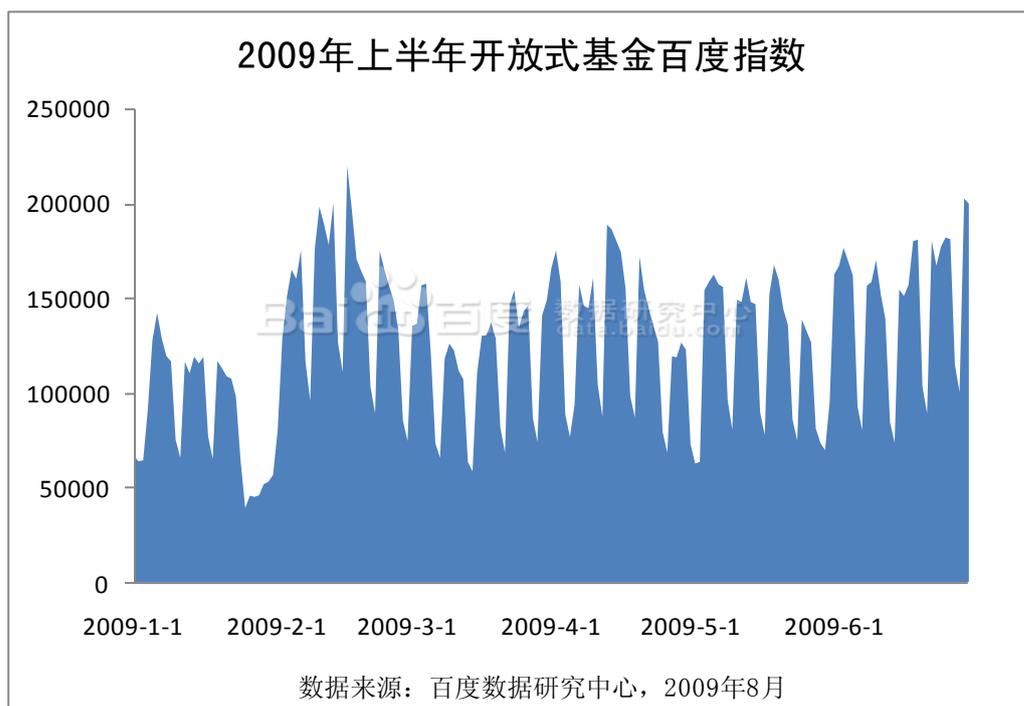
三、开放式基金研究

(一) 开放式基金百度指数

开放式基金关注提升 69.19%，超过基金行业整体涨幅

数据显示：2009年上半年，开放式基金整体关注提升明显，6月比1月百度指数上升了69.19%，超过了基金行业整体上涨的68.90%。可见，开放式基金是2009年上半年推动基金行业关注提高的重要因素之一。

图表 10 2009年上半年开放式基金百度指数



（二）开放式基金类型研究

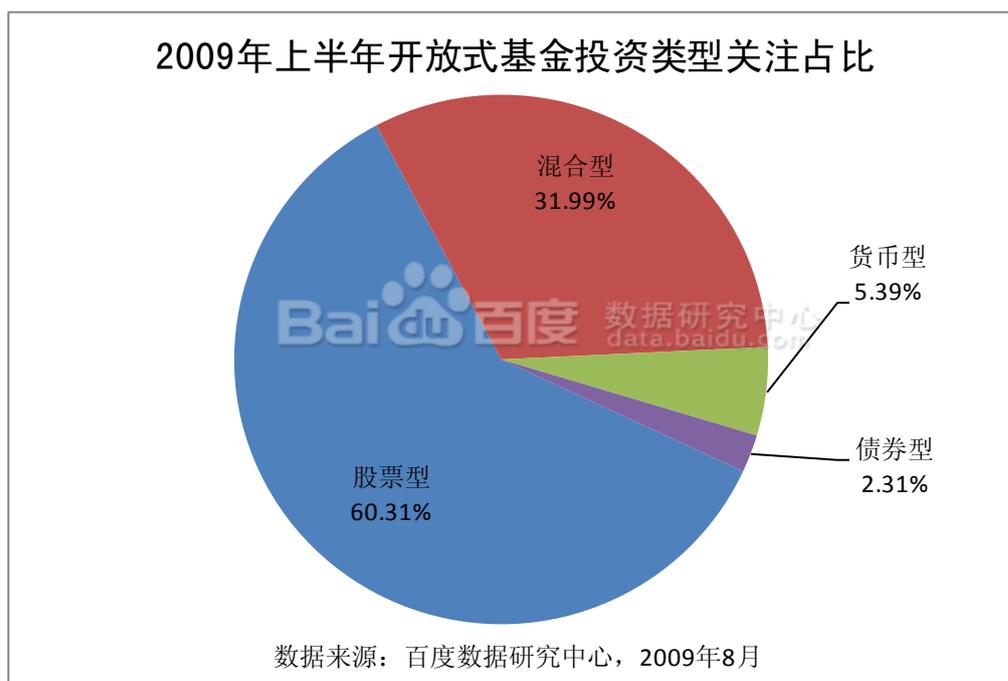
1. 开放式基金类型关注

股票型基金关注占比超过六成，业绩表现与网民关注趋同

数据显示：2009年上半年，股票型基金关注度高达60.31%。尽管全球金融局势还比较严峻，中国经济下行风险尚未完全解除，但由于政策利导等有利因素，还是使得股票型基金成为网民投资关注的重点。

这一数据也在实际业绩表现上得到了印证。2009年上半年我国各类基金业绩的排行状况也是股票型、混合型（实际数据参看前文）遥遥领先，债券型及货币市场型基金相对落后，上半年业绩仅增长1.49%及0.74%。

图表 11 2009年上半年开放式基金投资类型关注占比



2. 开放式基金不同类型重合度

股票型基金关注占比扩大，网民投资心理倾向明显

从关注占比变化来看，股票和混合型基金不断挤占债券和货币型基金的关注份额，尤其是股票型基金关注份额从1月到6月上涨了5个百分点；与此同时，通过对基金关注类型的交叉分析结果来看，混合型、债券型和货币型基金网民都更关注股票型基金，股票型基金网民则对混合型基金最为关注。

这两方面数据都反映了2009年上半年，基金网民在投资组合上更倾向股票型基金。

图表 12 2009 年上半年开放式基金投资类型关注占比变化

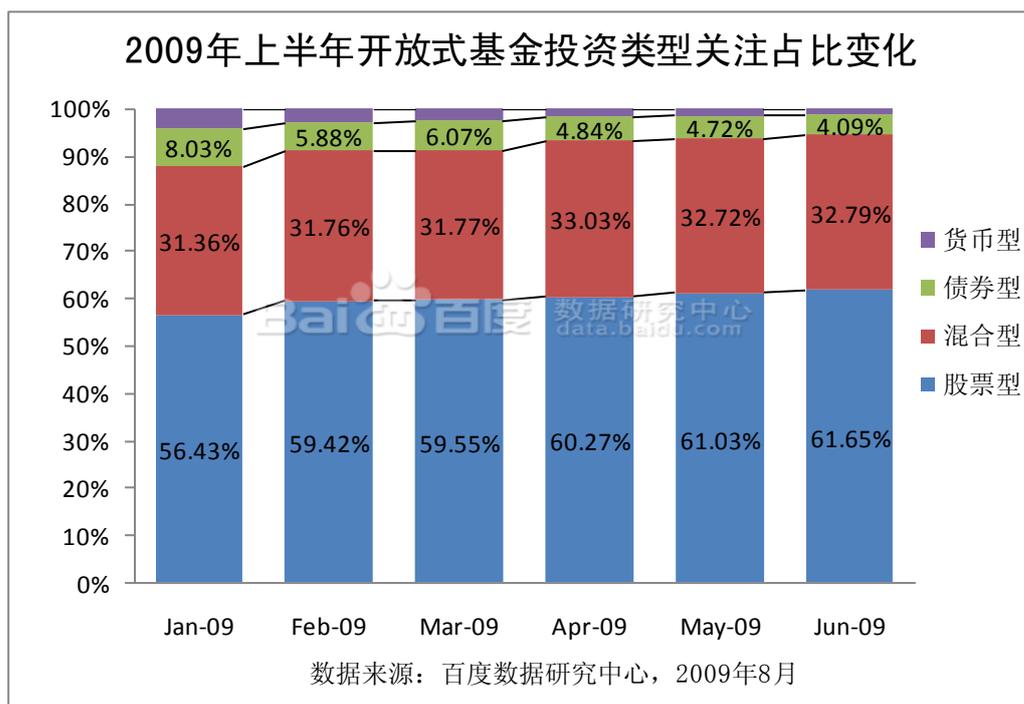
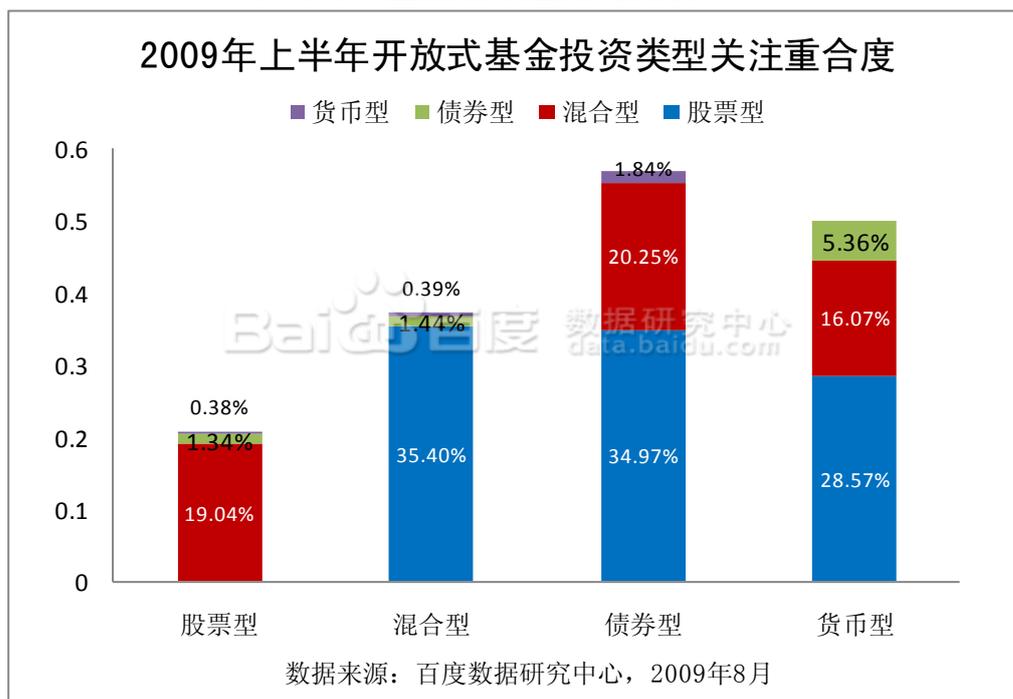


图13 2009年上半年开放式基金投资类型关注重合度



（三）开放式基金投资类型研究

1. 股票型基金

中邮核心成长是网民最关注的股票型基金，指数型基金罕有上榜

数据显示：2009年上半年网民最关注的股票型基金是中邮核心成长，关注度为2.63%。对比2009年上半年股票型基金业绩排行⁵，网民关注前十大股票型基金中，大部分的净值增长率都超过了同业平均水平。

从2009年上半年股票型基金关注度排行中可以看出，网民更多的还是关注较为传统的标准型股票基金，对于风险级别高、波动明显的指数型基金，仅嘉实300一只上榜，关注度为1.63%。

图表 14 2009年上半年股票型基金关注度排行



图表 15 2009年上半年股票型基金 TOP10 净值增长率

2009年上半年股票型基金TOP10净值增长率		
	百度排行	净值增长率
1	中邮核心成长	59.22%
2	广发聚丰	55.86%
3	大成价值增长	50.79%
4	嘉实海外	39.32%
5	博时新兴成长	53.71%
6	嘉实300	70.82%
7	添富均衡	36.57%
8	长盛同德	48.48%
9	诺安股票	53.71%
10	华夏优势增长	45.63%
	同业平均	50.40%

数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

⁵ 资料来源：《中国证券投资基金业协会2009年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009年7月6日

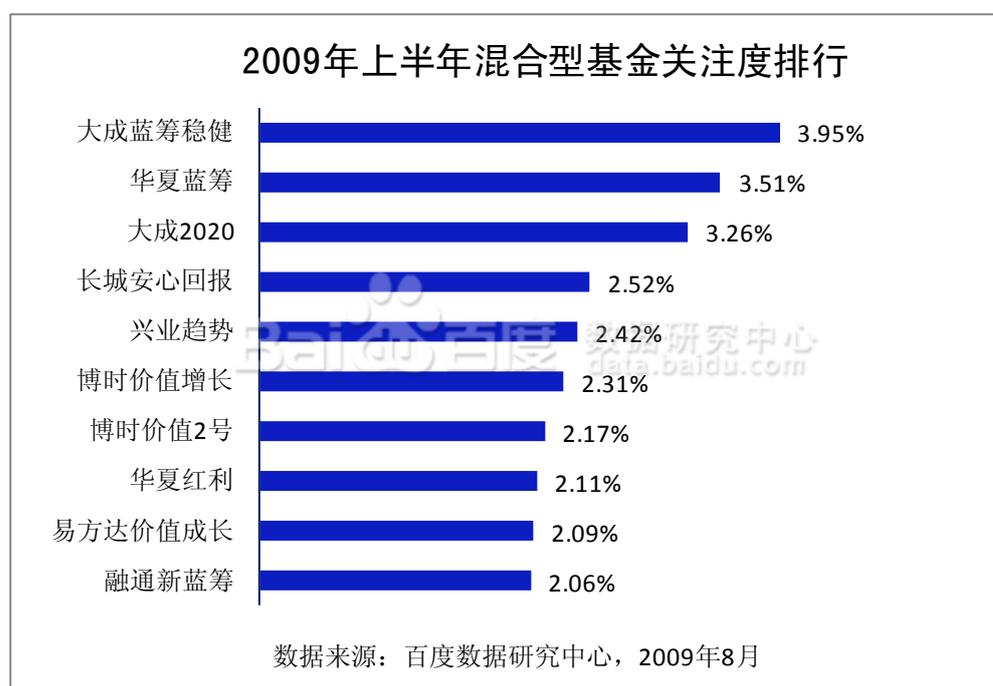
2. 混合型基金

大成蓝筹是网民最关注的混合型基金，易方达价值成长业绩表现突出

数据显示：2009年上半年大成蓝筹是网民最关注的混合型基金，关注度3.95%。

对比2009年上半年混合型基金业绩排行⁶，关注度排名第九的易方达价值成长的业绩表现最为突出，超出同业平均20个百分点。百度排行TOP10的混合型基金中，有四位业绩低于同业标准。

图表 16 2009年上半年混合型基金关注度排行



图表 17 2009年上半年混合型基金TOP10净值增长率

⁶ 资料来源：《中国证券投资基金2009年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009年7月6日

2009年上半年混合型TOP10净值增长率		
	百度排行	净值增长率
1	大成蓝筹稳健	53.02%
2	华夏蓝筹	51.91%
3	大成2020	49.66%
4	长城安心回报	37.99%
5	兴业趋势	51.02%
6	博时价值增长	40.98%
7	博时价值2号	44.92%
8	华夏红利	55.39%
9	易方达价值成长	66.10%
10	融通新蓝筹	42.11%
	同业平均	约为46%

数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

3. 债券型基金

建信增利是网民最关注的债券型基金，TOP10 业绩表现分化明显

数据显示：建信增利是 2009 年上半年网民最关注的债券型基金，关注度为 5.30%。在网民关注排行中，净值增长率差异比较明显：有 5 只基金超过同业水平，其中 2 只基金还进入了债券型基金业绩排行⁷的 TOP10，分别是华夏希望债券 A 和 C；剩下的 5 只基金表现则处于同业靠后的位置，备受网民关注的农银增利作为 2009 年热点新基金实际业绩并没有太出色的表现。

图表 18 2009 年上半年债券型基金关注度排行

⁷ 资料来源：《中国证券投资基金 2009 年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009 年 7 月 6 日



图表 19 2009 年上半年债券型基金 TOP10 净值增长率

2009年上半年债券型TOP10净值增长率		
	百度排行	净值增长率
1	建信稳定增利	3.35%
2	嘉实短债	0.38%
3	华夏希望C	6.85%
4	广发强债	1.32%
5	中信双利	1.86%
6	农银增利	-0.31%
7	华夏债券C	0.54%
8	华夏希望A	7.02%
9	华夏债券A/B	0.62%
10	工银瑞信添利B	4.85%
	同业平均	1.49%

数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

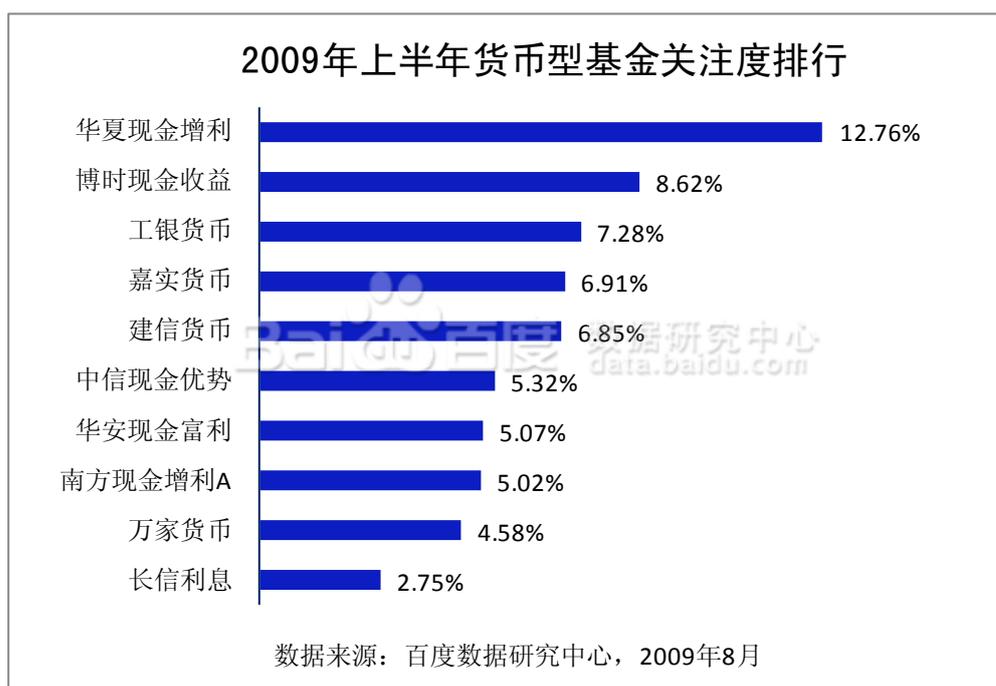
4. 货币型基金

华夏现金增利是网民最关注的货币型基金

数据显示：华夏现金增利是网民最关注的货币型基金，关注度为 12.76%，在各类型基金中，均未出现如此高的关注度；同时，它的业绩表现在 2009 年上半年表现普通的货币型基金市场上也属于中上游，业绩排行的位列第二⁸。

⁸ 资料来源：《中国证券投资基金 2009 年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009 年 7 月 6 日

图表 20 2009 年上半年货币型基金关注度排行



图表 21 2009 年上半年货币型基金 TOP10 净值增长率

	百度排行	净值增长率
1	华夏现金增利	0.91%
2	博时现金收益	0.67%
3	工银货币	0.68%
4	嘉实货币	0.66%
5	建信货币	0.77%
6	中信现金优势	1.29%
7	华安现金富利	0.81%
8	南方现金增利A	0.72%
9	万家货币	0.85%
10	长信利息	0.76%
	同业平均	0.74%

数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

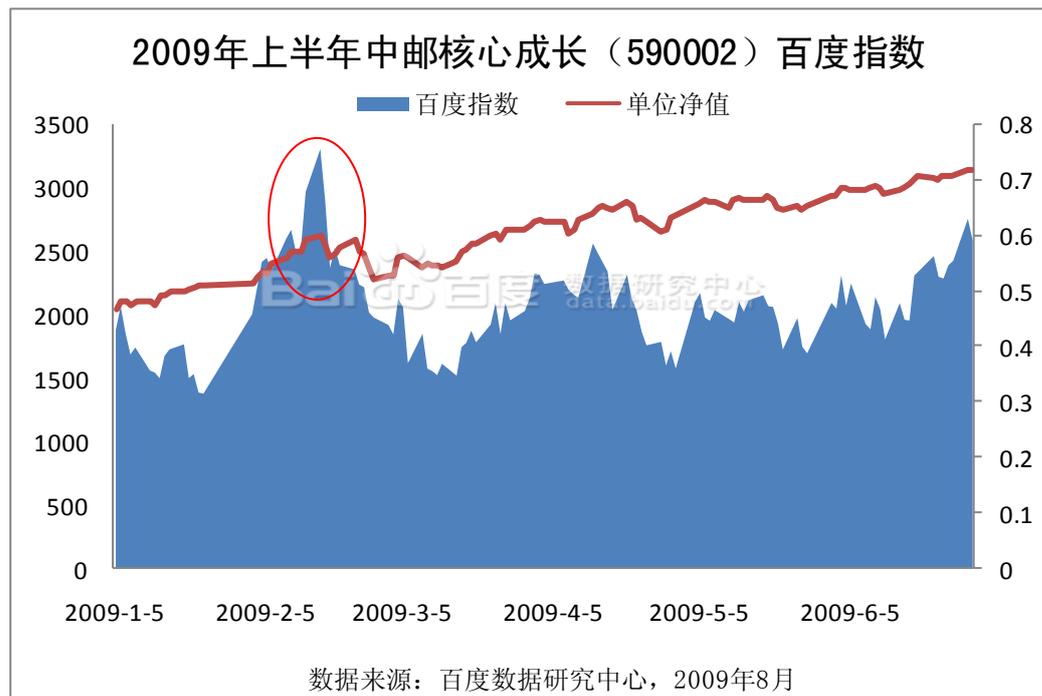
(四) 个案分析——中邮核心成长基金

2009 年上半年，中邮核心成长（590002）的净值增长率为 59.22%，并不算十分出色，但是作为成立较早的基金之一（成立时间：2001 年 12 月），它在 2009 年上半年股票型开放式基金关注度排行和所有基金产品关注度排行中，均位列第一，可见它在基金网民心目中的分量。

数据显示：2009 年上半年中邮核心成长百度指数有以下特点：

1. 整体变化趋势与该基金单位净值表现基本一致。2009年6月和1月相比，基金净值和关注度都呈现上升趋势，其中净值增长为41.68%，百度指数上升33.07%。
2. 业绩逆转带来关注度提升。2009年2月16日公布了2009年以来的基金业绩排行，位次发生了大逆转，其中中邮核心成长从去年年末垫底的122名跃升至第3名，成为最大“黑马”之一，因此关注度得到显著提升。

图表 22 2009 年上半年中邮核心成长（590002）百度指数



注：不含周末和节假日休市指数

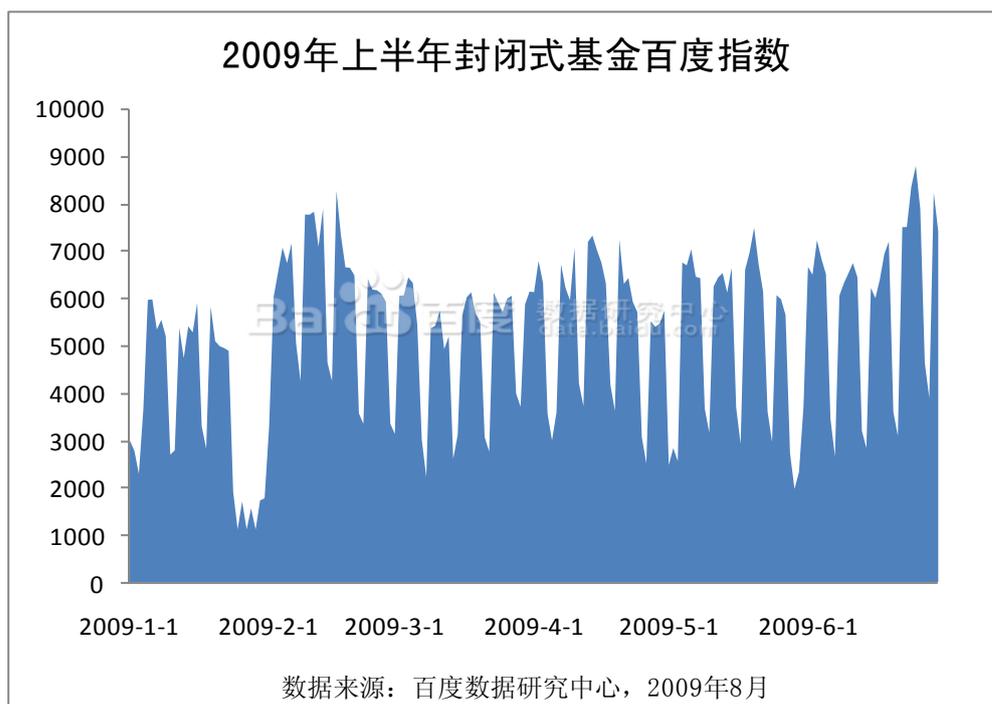
四、封闭式基金研究

（一）封闭式基金百度指数

封闭式基金关注度上升 62.12%，略低于整体基金行业

数据显示：封闭式基金百度指数6月比1月上升了62.12%，略低于基金行业整体上升水平。2009年上半年，封闭式基金整体净值增长率为43.63%，排在股票型基金和混合型基金之后，业绩表现尚可。但由于目前封闭式基金市场价格缺乏相关刺激因素，整体折价率水平也并不具备足够吸引力，无论从投资规模还是网民关注上都无法与开放式基金媲美。

图表 23 2009 年上半年封闭式基金百度指数



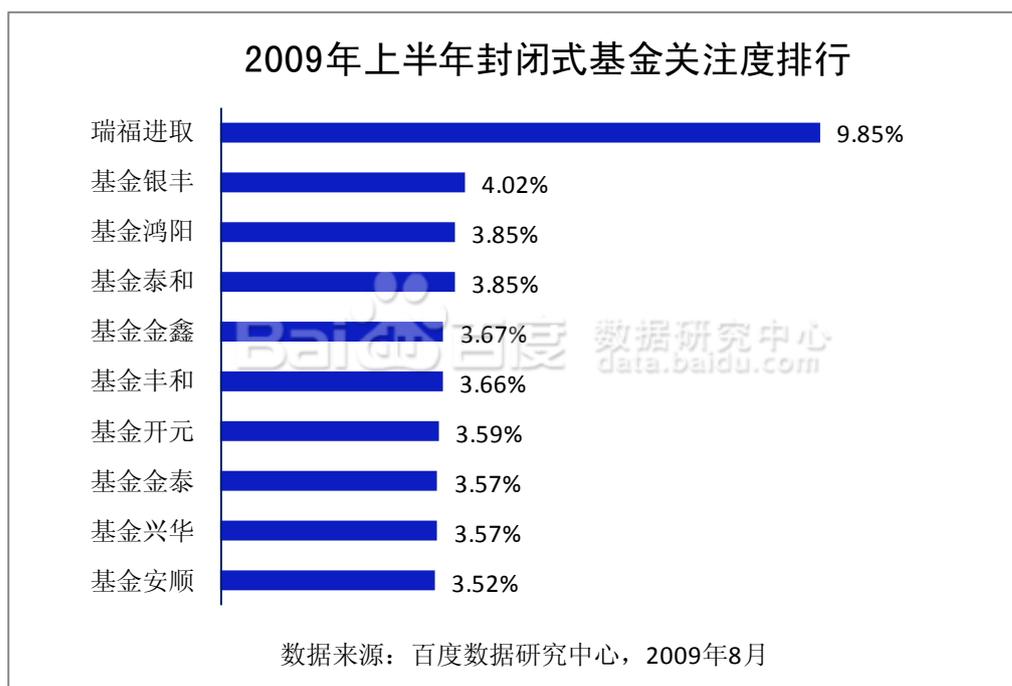
（二）封闭式基金关注度

瑞福进取成为封闭式基金的最大赢家，获得网民关注和业绩排行双冠王

数据显示：2009年上半年备受关注的瑞福进取以9.85%的关注度成为网民最关注的封闭式基金，这与该只基金的突出表现有着直接关系。2009年以来瑞福进取的净值增长率高达107.47%⁹，可以说该基金是2009年上半年网民关注和业绩表现都最为出色的封闭式基金。

图表 24 2009年上半年封闭式基金关注度排行

⁹ 资料来源：《中国证券投资基金2009年上半年行业统计报告》，《中国证券报》2009年7月6日



图表 25 2009 年上半年封闭式基金排行对比

2009年上半年封闭式基金TOP10净值增长率		
	百度排行	净值增长率
1	瑞福进取	107.47%
2	基金银丰	44.92%
3	基金鸿阳	31.67%
4	基金泰和	46.30%
5	基金金鑫	49.94%
6	基金丰和	28.48%
7	基金开元	39.26%
8	基金金泰	43.05%
9	基金兴华	48.14%
10	基金安顺	48.32%
	同业平均	43.63%

数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

（三）个案分析——瑞福进取基金

在 2009 年上半年基金市场中，瑞福进取凭借收益分配中的杠杆机制最大程度享受了市场上涨的收益，以 107.47% 的净值增长率高居榜首。

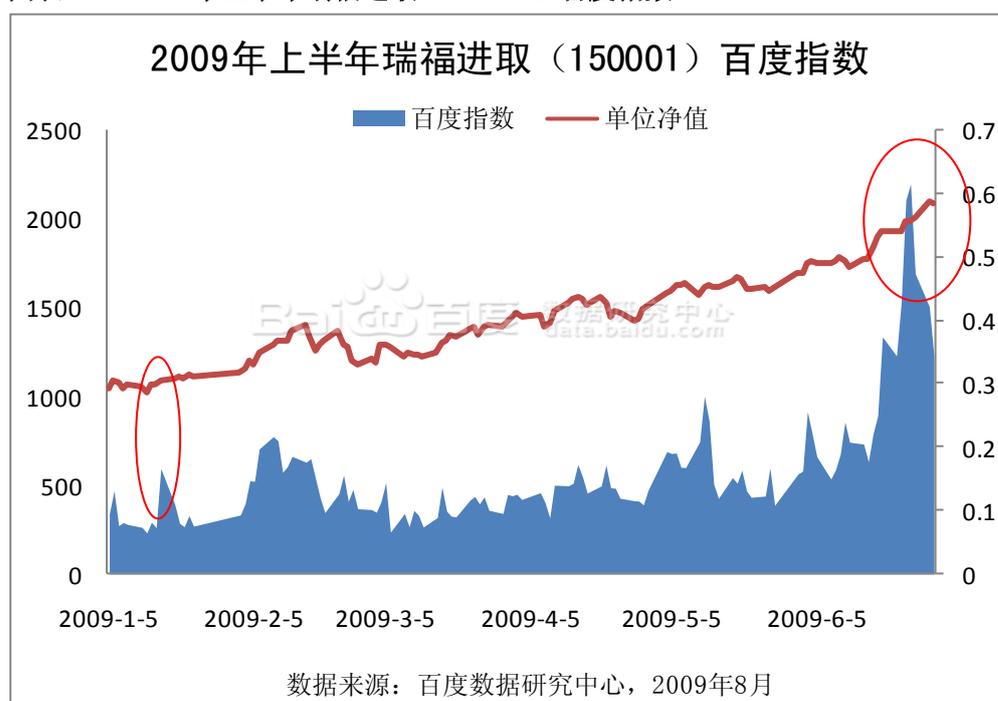
数据显示：2009 年上半年瑞福进取的百度指数变化也传达出一些信息：

1. 关注度大涨背后的业绩增长放缓。2009 年 6 月与 1 月相比，瑞福进取的百度指数上升了 221.46%，网民对该基金的追捧程度可见一斑；但同期净值增长

却已经放缓到 71.40%。瑞福进取前期过高溢价已经过分透支未来的预期，后期溢价的缩减正是市场价格向其内在价值回归的结果。

2. 业绩变化与关注度变化关系密切。从百度指数和净值变化来看，两者变化有很大关联，一是 2009 年 1 月 16 日，瑞福进取大涨 9.75%，引起网民的极大关注；另一个是 2009 年 6 月 25 日，瑞福进取结束连续六日的大涨局面，下跌 3.61%。可见，上涨与下跌都是引起网民关注的重要因素。

图表 26 2009 年上半年瑞福进取（150001）百度指数



注：不含周末和节假日休市指数

五、基金网民特征分析

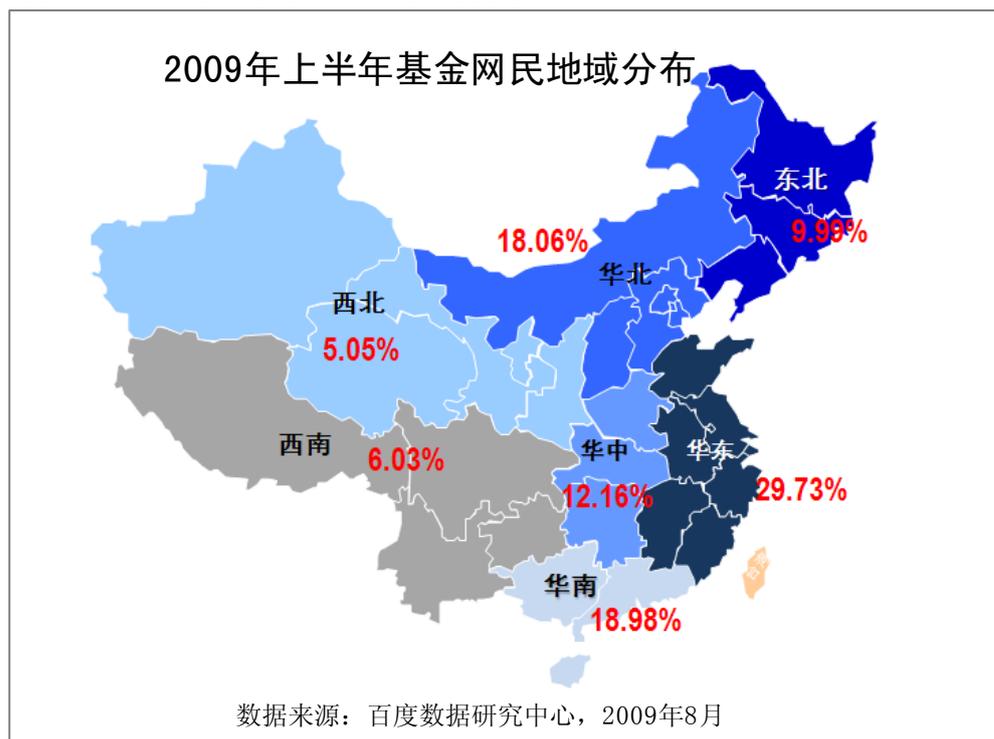
（一）基金网民地域分布

1. 基金网民区域分布

华东、华南是基金网民分布最广的地区

数据显示：华东、华南是基金网民分布最广的地区，华东占比为 29.73%，华南占比为 18.98%，华北排名第三，三个地区的合计接近 70%。这与基民地区分布情况、相关地区经济发展水平、投资文化等都有比较大的关系，因此相对来说经济比较发达、人民收入水平相对比较高、投资文化相对成熟的地区，也就成为基金网民分布的重点地区。

图表 27 2009 年上半年基金网民地域分布

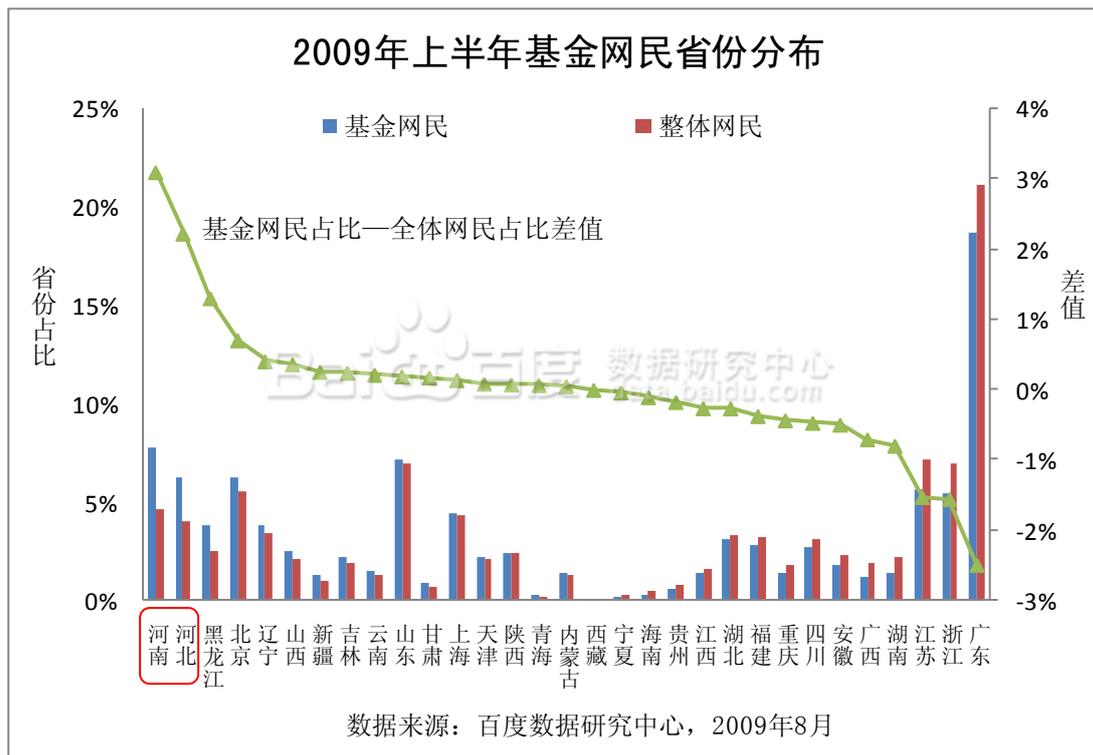


2. 基金网民省份分布

河南、河北网民关注基金强度最高，广东基金网民分布占比最高

数据显示：广东省是基金网民分布最广的省份，占比高达 18.66%，这与当地的经济状况和网民数量关系密切。但同整体网民比较，河南、河北基金网民分布超过整体水平，可见这两个地区网民关注基金强度最高。从基金网民分布来看，或许能给基金公司提供一些新发掘的热点地区。

图表 28 2009 年上半年基金网民省份分布



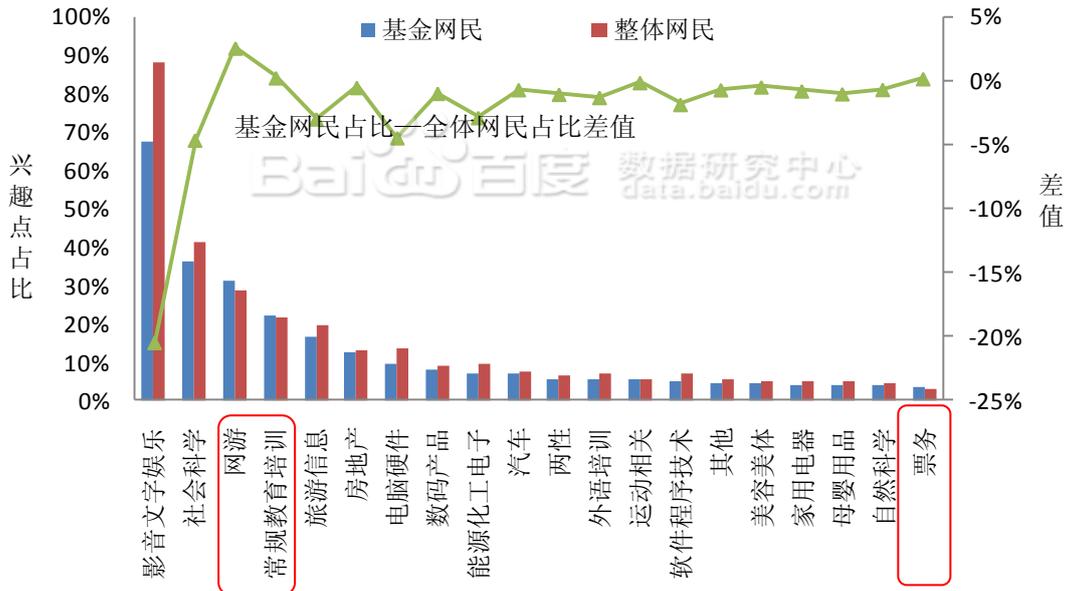
(二) 基金网民兴趣偏好

网游、教育培训、票务是基金网民更加感兴趣的内容

数据显示：尽管娱乐类信息同样也是基金网民感兴趣人数最多的偏好，但是相对整体网民而言，网游、教育培训、票务更加受到基金网民关注。

图表 29 2009 年上半年基金网民兴趣偏好

2009年上半年基金网民兴趣偏好



数据来源：百度数据研究中心，2009年8月

附录一：研究方法

（一） 研究假设

百度发现，每一百个搜索引擎用户中就有一个关注基金相关信息，他们会根据自己的兴趣和关注点发出搜索请求，输入关键词。为了保证研究的有效性，百度假定在以下情况下，Cookie 会被认为无效而排除出研究范畴：如果该用户在 30 天之内，只搜索过一次基金行业关键词，这样的搜索可能只是用户一时的兴趣，很难说明该用户在百度的研究阶段还在真正关注基金。我们最关注的是对某个基金话题有对话检索行为的 Cookie。对有歧义的关键词，我们会通过前期数据清理和后期交叉分析进行严格筛选，保证数据质量。

（二） 分析方法

本次对行业搜索行为的调查采用了定性和定量研究结合、线上与线下调研相结合的方法，运用了文献资料检索、定距随机抽样、行业词汇构架和编码、描述统计、内容分析、相关分析以及搜索引擎独特的 Cookie 跟踪等调研方法，对采集到的数据严格把关，多次进行细致的人工筛选，保证其信度和效度。最后通过专业统计分析平台进行数据清理和分析，通过检索量统计、相关分析、交互分析、回归分析等方法，得出研究结果，并根据数据结果和相关资料做出相应的判断和预测。

（三） 数据和信息来源

1、报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

- （1）通过百度进行搜索的用户调研获得的相关检索数据
- （2）通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得市场等方面数据。

2、报告中的二手数据和信息主要通过下述方式获得：

- （1）政府数据与信息
- （2）相关的经济数据
- （3）行业公开信息
- （4）企业年报、季报

附录二：调研流程

第一步：确定行业

通过业内调查和深入访谈的形式，了解行业需求，确定调查方向

第二步：行业关键词筛选

对网民搜索该行业的所有关键词进行筛选，去除有歧义的关键词

第三步：样本数据抽取

每月通过定距随机抽样抽取百万级具有搜索行为的网民 cookies

第四步：行业特征数据清洗

将行业关键词放到样本库中进行筛选，获取具有行业特征的 cookies

步骤五：数据分析

以行业特征数据分析，研究该群体对于某行业的检索及其他行业检索的行为特征

步骤六：报告编制

依据调研结果，归纳调研结论，按照百度数据研究中心报告规范撰写行业研究报告

附录三：法律声明

本报告为百度数据研究中心制作，由百度在线网络（北京）有限公司（以下简称本公司）享有完整的著作权（包括版式权）。报告中所有的文字、数据、版式、图片、图标、图表、表格、研究模型、创意均受到中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。未经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得基于任何商业目的使用本报告中的信息（包括报告全部或部分内容）。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，相关权利为原著者所有。未经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于任何商业目的。

本报告中相关市场预测主要为本公司研究人员对行业搜索行为的调查并采用定性和定量研究结合、线上与线下调研相结合的方式，运用了文献资料检索、定距随机抽样、行业词汇构架和编码、内容分析法、以及搜索引擎独特的 Cookie 跟踪等调研方法，对采集到的数据严格把关，多次进行细致的人工筛选，保证其信度和效度，最后通过专业统计分析平台进行数据清理和分析，找出数据间的相关性，做出相应的判断和推测。本报告发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对报告的数据准确性和分析、预测结果不承担任何法律责任。

本报告包含的所有内容（包括但不限于文字、数据、版式、图片、图标、图表、表格、研究模型、创意）的著作权属于本公司，受中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。对于本报告所有内容的复制、编辑（意指收集、组合和重新组合），本公司享有排他权且该排他权受法律保护。对本报告上述内容的任何其他使用，包括修改、发布、转发、再版、交易、演示等行为将被严格禁止。本公司保留追究侵权者刑事责任和民事责任的权利。

本报告及其任何组成部分不得被再造、复制、抄袭、交易，或为任何未经本公司允许的商业目的所使用。如果正版报告用户将百度数据研究中心提供的报告内容用于商业、盈利、广告等目的时，需征得百度数据研究中心书面特别授权，并注明出处“百度数据研究中心”。如果正版报告用户将百度数据研究中心提交的

报告用于非商业、非盈利、非广告目的时，仅限客户内部使用，不得以任何方式传递至任何第三方机构、法人或自然人。本公司保留追究侵权者刑事责任和民事责任的权利。

本公司充分尊重报告中他人的知识产权。如果您确认您的著作权以某种方式被侵犯，并且该行为触犯了中华人民共和国法律，请向本公司提出著作权投诉。

本报告有关著作权问题适用中华人民共和国法律。本公司保留随时解释和更改上述免责事由及条款的权利。

附录四：联系方式

公司网站/免费资讯：

网站：<http://data.baidu.com>

报告购买/定制调查：

百度数据研究中心 北京

地址：北京市海淀区北四环西路 66 号第三极大厦 8 层，100080

电话：010-82621188-8209

电子邮件：baogao@baidu.com