

上投摩根基金：精心耕耘勤奋播种 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/487/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_8A\\_E6\\_8A\\_95\\_E6\\_91\\_A9\\_E6\\_c33\\_487330.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/487/2021_2022__E4_B8_8A_E6_8A_95_E6_91_A9_E6_c33_487330.htm) 上投摩根作为一家合资基金公司,成立于2004年5月。自成立伊始,上投摩根便潜心致力于中国基金市场的教育和推广,以直面广大投资者的方式,普及和提高中国民众的理财知识。从2005年“致富100”的百场理财讲座,到2006年的“摩根基金大学”,再到2007年“火炬行动”的启航,上投摩根的足迹踏遍全国各地,举办理财讲座近千场,公司认为,投资者教育系列活动,不仅是公司以客户利益至上的表现,更是作为企业公民的应有之意。在勤奋播种投资理念的同时,上投摩根为了投资人利益勇于创新,在业内首开基金“定向募集”的先河,并在市场火热时暂停基金申购,在规模和责任的选项中,上投摩根毅然选择了后者,可谓勇毅而执着的先行者。尽心尽职地耕耘,换来的是业内的认可以及投资人的信任。2007年上投摩根依靠强大的品牌实力,取得了两次刷新国内基金募集纪录的成功,一家公司在半年时间内连创记录,这在国内还是绝无仅有的。这也是上投摩根在中国基金业十年考评中取得的一份满意答卷。与投资者同行让基金深入人心真正的品牌来自于投资人内心的一种认可,这不仅仅包括公司的经营理念、投资理念,也包括对于客户的服务理念、与客户沟通的态度和方式。上投摩根作为市场上投资者教育的先行者,通过坚持不懈的宣传推广,将基金投资的理念及策略带进了千家万户,也奠定了投资人心目中“基金专家”形象。公司在全国举办各类投资理财讲座,讲座的主题大多围绕子女教

育、养老、购房购车等与百姓生活息息相关的热门理财话题，为投资者带来深入浅出的全新理财观念、市场理财信息和基金的基本投资理论及方法，一起分享外方股东150余年资产管理成功经验，并持续为投资者免费提供各种理财信息和理财手册。在举办现场讲座的同时，上投摩根基金公司还通过网站的形式对投资者进行教育。在公司主页上建立“摩根基金大学”板块，先后已发布30场电子讲座。讲座根据内容分为“初级班”、“提高班”、“高级班”与“专题讲座”。投资者们可选择下载收听、下载观看或在线收看的方式来参与。截至2007年11月底，共有21万人次点击观看网上摩根基金大学讲座。此外，2007年，“上投摩根火炬行动”在全国范围内正式点燃。“火炬行动”通过真实反映十位基金持有人的理财生活，连接十位基金持有人的理财人生，最终播撒倡导健康理财文化的“火种”。借助这一系列具有代表性的社会层面的缩影，全方位反映基金热潮背后资本市场改革的成功印记以及社会影响意义。为了对大众投资者的普及教育，公司于2007年5月出版了11.5万字的投资理财书籍《基金大学堂》。此书在各大书店销售半年来，受到了广大读者的好评，已售出2万余册。责任为重 敢为人先 2007年，中国基金业进入了空前繁荣时期，面对火爆的牛市，上投摩根保持了自己的冷静，当年公司旗下的大多数股票基金是暂停申购的，希望通过主动性的对规模的控制，使得投资人的资金得到有效的管理运用，避免老持有人的利益受到影响。公司一直坚信，只有在保证基金业绩稳定增长，投资人获得优质服务的前提下，基金规模的增长才是理性、健康和可持续的。自2007年12月3日起，上投摩根暂停受理投资者的基金账户开

立申请。并于12月7日和12月14日恢复中国优势基金和阿尔法基金的日常申购业务，所以此次恢复申购实际上只面向上投摩根老客户，此举首开基金“定向募集”的先河，得到了市场和客户的一片叫好声。上投摩根花费了大半年时间和代销渠道一起对系统进行了改造，并在业内率先实现了基金暂停申购期间定投业务的继续扣款功能，保障了投资者的利益。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)