

2022年09月04日



华鑫证券  
CHINA FORTUNE SECURITIES

# 专网交易互联网分发的全国文化大数据交易中心 上线试运行 板块布局窗口开启

—传媒新消费行业周报

## 推荐(维持)

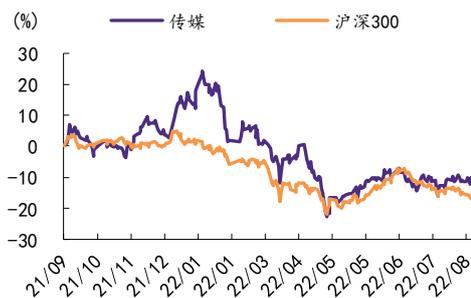
## 投资要点

分析师：朱珠 S1050521110001  
zhuzhu@cfsc.com.cn  
分析师：于越 S1050522080001  
yvyue@cfsc.com.cn

### 行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	5.7	1.5	-9.9
沪深300	-2.0	-1.6	-17.4

### 市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

### 相关研究

- 1、《传媒新消费行业周报：关注8月底布局窗口迎9月甜蜜月》2022-08-28
- 2、《传媒新消费行业周报：中报披露短期波动 关注第三季度环比回暖》2022-08-20
- 3、《华鑫证券\*行业报告\*传媒新消费行业周报：世界人工智能大会9月1日开幕元宇宙成主角 电影院线获政策助力\*20220814\*朱珠，于越》2022-08-14

### 本周观点更新

综合来看，2022年中报结束后，传媒互联网板块标的现反弹热度，我们认为，不同于2012-2013年web2.0（需求大于供给）移动互联网下内容供给增量带来的整体板块高成长高估值，本轮传媒互联网进入web3.0的新一轮周期，该周期中从供给的量进化到供给的质，因为新世代的用户带来新的需求，企业端是否具有较好迭代能力且带来新供给，成为下一轮竞争的核心，元宇宙拉开Web3.0的序幕，商业化逐步探索，从VR硬件，VR内容，再到数字藏品（NFT）、数字人、体验经济的多种可商业化的实践，均在推动行业向新一轮周期前进。政策端，我们看到全国文化大数据交易中心上线，建设国家文化大数据体系是实施国家文化数字化战略的抓手和目标，文化数字化战略的持续推进有望赋能文化传媒互联网板块。投资维度，第一可关注三季度业绩有望环比或同比增长的板块；第二维度，9月中秋档及国庆档预期开启，虽外部疫情局部地区波动，但伴随优质影片的定档有望驱动院线内容板块；第三维度，元宇宙产业链仍可期，关注9月VR硬件新品发布带来板块热度。

### 本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业推荐评级。风语筑603466（下半年主业回暖，与行业内其他企业共建元宇宙创作者生态联盟）；华策影视（主业端关注电影《我要和你在一起》定档9月9日，以及《万里归途》定档进展）；新经典（单二季度归母净利润同比略增，优质内容在新媒介仍具挖掘潜力）；中信出版（单二季度归母净利润环比增长，疫情影响渐落地，内容电商新渠道可期）；掌阅科技（单二季度归母净利润环比扭亏为盈，抖音红利有望持续）；视觉中国（积极入场全国文化大数据交易平台，疫情影响渐落地，聚焦核心主业与长期战略目标）；浙文互联（与亚组委深入交流全方位助力杭州智能亚运，运用虚拟人、数字藏品等元宇宙数字文化端前沿技术进行数字传播）；蓝色光标（中报已落地，可关注后疫情下三季度业绩环比改善进展，公司孵化的数字藏品MEME的1.0版App上线）；哔哩哔哩（《我的新朋友》纪实访谈节目拟将于2022年Q4开播）；芒果超媒（2022年二季度业绩环比改善显著，下半年仍看优质内容供给）；横店影视（可关注9月中秋档及国庆档预热的新品定档，9月9日《妈妈！》首

映)；泡泡玛特(2022年上半年业绩短期受疫情影响落地，IP运营进展较好，可关注海外布局进展)；心动公司(2022年上半年，TapTap中国版月活跃用户与信息服务业务收入高增长，自研游戏稳步推进，费用率环比优化)；吉比特(代理产品《奥比岛：梦想国度》「满月节」版本于9月2日开启；《一念逍遥》发布9月更新计划，三界奇缘将上线)；百奥家庭互动(自研产品《奥比岛：梦想国度》「满月节」版本于9月2日开启；自研产品《时序残响》发布概念实机PV)；电魂网络(亚运延期利空消除，海外布局加快，业绩回暖可期)；青瓷游戏(《时光旅行社》光子服已于9月1日开启招募)。

## 风险提示

产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；疫情波动风险、宏观经济波动风险。

重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022-09-02 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.88	0.21	0.25	0.31	23.17	19.52	15.74	买入
300413.SZ	芒果超媒	28.03	1.13	1.18	1.35	24.80	23.75	20.76	买入
002605.SZ	姚记科技	15.07	1.42	1.06	1.35	10.63	14.22	11.16	买入
603096.SH	新经典	22.73	0.80	1.13	1.42	28.27	20.12	16.01	买入
300058.SZ	蓝色光标	5.73	0.21	0.26	0.34	27.35	22.04	16.85	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	5.59	-0.28	0.09	0.20	-19.82	62.11	27.95	买入
603466.SH	风语筑	13.00	1.04	0.66	0.91	12.50	19.70	14.29	买入
603103.SH	横店影视	13.71	0.02	0.22	0.37	634.72	62.32	37.05	买入
600986.SH	浙文互联	5.58	0.22	0.29	0.37	25.07	19.24	15.08	买入
603258.SH	电魂网络	21.28	1.37	1.39	1.60	15.50	15.31	13.30	买入
603444.SH	吉比特	283.77	20.43	22.24	26.22	13.89	12.76	10.82	买入
603533.SH	掌阅科技	15.71	0.34	0.37	0.46	45.79	42.46	34.15	买入
300788.SZ	中信出版	20.20	1.27	1.09	1.27	15.90	18.53	15.91	买入
000681.SZ	视觉中国	12.42	0.22	0.21	0.24	56.92	59.14	51.75	买入
002739.SZ	万达电影	11.10	0.05	-0.05	0.53	232.70	-203.67	21.00	未评级
300251.SZ	光线传媒	9.41	-0.11	0.27	0.35	-88.61	35.44	26.73	未评级
300860.SZ	锋尚文化	40.82	0.67	1.65	2.86	60.80	24.79	14.26	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.28	1.30	1.50	1.72	15.64	13.49	11.78	未评级
600633.SH	浙数文化	7.18	0.41	0.49	0.54	17.59	14.71	13.27	未评级
600556.SH	天下秀	7.30	0.20	0.23	0.32	37.24	32.42	22.81	未评级
002291.SZ	星期六	16.70	-0.77	0.73	1.11	-21.71	22.97	15.05	未评级
300896.SZ	爱美客	537.37	4.43	6.66	9.68	121.39	80.74	55.53	未评级
688363.SH	华熙生物	141.48	1.63	2.15	2.84	86.80	65.88	49.73	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.05	0.12	0.09	0.38	100.00	131.98	31.85	未评级
2400.HK	心动公司	17.16	-1.86	-0.99	0.00	-9.22	-17.27	-3501.65	未评级
2100.HK	百奥家庭互	0.35	0.01	0.06	0.10	35.52	5.84	3.53	未评级
6633.HK	青瓷游戏	5.33	-0.96	0.53	1.11	-5.55	9.96	4.79	未评级
0772.HK	阅文集团	27.34	1.82	1.11	1.50	15.02	24.58	18.23	未评级
9992.HK	泡泡玛特	17.12	0.62	0.68	1.00	27.62	25.21	17.16	未评级
0700.HK	腾讯控股	288.84	23.16	12.35	15.61	12.47	23.38	18.50	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	169.12	-17.87	-19.92	-14.10	-9.46	-8.49	-11.99	未评级
1024.HK	快手-W	58.72	-20.37	-3.64	-1.25	-2.88	-16.11	-47.04	未评级
3690.HK	美团-W	154.88	-3.90	-1.83	0.83	-39.71	-84.82	186.89	未评级
IQ.O	爱奇艺	24.36	-1.11	-0.16	-0.01	-21.94	-154.45	-4199.48	未评级

资料来源: Wind, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取 1 港元=0.8757 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.9000 元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级” 盈利预测取自万得一致预期)

## 正文目录

1、 行业观点和动态 .....	5
1.1、 传媒行业回顾 .....	5
1.2、 传媒行业动态 .....	8
1.3、 电影市场 .....	9
1.4、 电视剧市场 .....	11
1.5、 综艺节目市场 .....	11
1.6、 游戏市场 .....	12
2、 上市公司重要动态：增减持、投资等情况 .....	14
3、 本周观点更新 .....	15
4、 本周重点推荐个股及逻辑 .....	16
5、 风险提示 .....	18

## 图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 8 月 29 日-2022 年 9 月 2 日） .....	7
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022 年 8 月 29 日-2022 年 9 月 2 日） .....	8
图表 3：2020 年 8 月- 2022 年 9 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图 .....	10
图表 4：拟下周上映的电影及基本情况 .....	10
图表 5：电视剧情况（8 月 29 日-9 月 1 日） .....	11
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（8 月 29 日-9 月 1 日） .....	12
图表 7：过去 7 天网页游戏情况 .....	13
图表 8：iOS 手游排行榜情况 .....	13
图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资 .....	14
图表 10：重点关注公司及盈利预测 .....	17

# 1、行业观点和动态

## 1.1、传媒行业回顾

市场综述：上周上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.54%、-2.96%、-4.06%。细分到传媒各子行业来看，网红经济指数涨幅较大，跨境电商指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为欢瑞世纪、值得买、\*ST 新文，分别上涨 61.37%、18.95%、18.71%；跌幅 Top3 分别为文投控股、平治信息、ST 天润，分别下跌 19.54%、11.81%、10.29%。

全国大数据交易中心 CCDE 上线，开创“专网交易、互联网分发”先河，交易数据分公共文化数据和商业数据。2022 年 8 月 31 日，作为落实中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》的重要举措，深圳文化产权交易所承建的“全国文化大数据交易中心”上线试运行，开创“专网交易、互联网分发”的先河。2022 年 3 月，由中央文化体制改革和发展工作领导小组办公室批复同意，深圳文交所承接“全国文化大数据交易中心”试点建设工作，历经 5 个月上线试运行。全国文化大数据交易中心设立的初心围绕“五个服务”，分为服务于国家文化数字化战略、服务于国家文化大数据体系建设、服务于挖掘和盘活中华优秀传统文化资源、服务于文化机构的数字化转型、服务于培育新型文化消费业态和方式。全国文化大数据交易中心的建设，将充分发挥其在线、在线交易平台优势，接通国家文化专网，疏通供给和需求，破除文化数据要素的市场分割，加快推进政府间、部门间及市场化主体间的文化数据要素市场融通。文化资源数据和文化数字内容这两类是文化大数据交易平台交易标的侧重点，目前陆续进场机构有中国数字文化集团有限公司、国家图书馆出版社，视觉（中国）文化发展股份有限公司、保利影业投资有限公司、中国音像著作权集体管理协会、江西文演数字文化产业有限公司、央广新媒体文化传媒（北京）有限公司、深圳广播电影电视集团等文化央企和行业领军企业，截止平台试运行启动时，已有百万数据进入平台待委托交易。全国文化大数据交易中心区别于其他数据交易场所和文化要素交易机构在互联网端交易的方式，实行的是国家文化专网内网交易与互联网分发，部署提供统一编码注册和解析服务的系统，实现专网与互联网跨域、从文化资源数据交易到文化数字内容的分发。交易的数据分公共文化数据和商业数据两大类，商业数据的权属主体可以在交易中心数据超市下开设自己的专业店铺，分旗舰店、专营店、大师店、城市馆和家族馆。全国文化大数据交易中心通过交易引擎链动整个交易生态，面向国内与国际范围开展文化数据交易业务及与交易相关的服务业务，为文化产业高质量发展打造大数据交易平台。

我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%，短视频增长显著，占网民整体的 91.5%。CNNIC 发第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 6 月，网民规模方面，我国网民规模持续稳定增长，较 2021 年 12 月新增网民 1919 万，互联网普及率较 2021 年 12 月提升 1.4 个百分点；我国现有行政村已实现“村村通宽带”，推动农村地区互联网普及率较 2021 年 12 月提升 1.2 个百分点，达 58.8%。在网络接入环境方面，网民人均每周上网时长为 29.5 个小时，较 2021 年 12 月提升 1.0 个小时。网民使用手机上网的比例达 99.6%；使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 33.3%、32.6%、26.7%和 27.6%。互联网应用持续发展，短视频增长显著，截至 2022 年 6 月，我国短视频的用户规模增长明显，达 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%，即时通信用户规模达 10.27 亿，较 2021 年 12 月增长 2042 万，占网民整体的 97.7%。网络新闻用户规模达 7.88 亿，较 2021 年 12 月增长 1698 万，占网民整体的 75.0%。网络直播用户规

模达 7.16 亿，较 2021 年 12 月增长 1290 万，占网民整体的 68.1%。在线医疗用户规模达 3.00 亿，较 2021 年 12 月增长 196 万，占网民整体的 28.5%。我们认为，以抖音、快手为代表的短视频企业也在不断探索商业化边界，短视频在电商、广告、内容、会员、本地生活等领域持续探索，用户的时间消耗与留存率有望持续。

**元宇宙板块进展，2022 上半年中国 VR 出货 55.8 万台。**2022 年 9 月 1 日世界人工智能大会，元宇宙成为主角。上海发布元宇宙应用场景，共有 6 大元宇宙应用场景，包括一大纪念馆发布的“数字一大，大力弘扬伟大建党精神”场景，国家会展中心（上海）发布的“智慧国展，多重技术构筑智脑孪生”场景，张江发布的“孪生之城，超级场景预见未来城市”场景，中国宝武集团发布的“智慧产线，智能终端赋能国之重器”场景，上海广播电视台发布的“数字明珠，虚实融合遨游上海”场景，以及上海交通委发布的“孪生交通，服务智慧交通新转型”场景。今年大会的主题是“智联世界 元生无界”，旨在充分把握人工智能与元宇宙相融互促的发展趋势，展现上海智能时代的美好图景。高通指出，元宇宙将成为开放、功能全面、充满创新的经济体；Meta 大中华区负责人指出元宇宙不是取代现实世界，也不会是一家企业完成，而是共同建构宏大的生态系统。元宇宙的商业化目前的共识主要有 4 大部分，例如 VR 硬件及内容，数字人、数字藏品、虚实结合的体验经济。据 IDC 数据显示，2022 年第二季度，中国 AR/VR 头显出货 30.9 万台（AR 出货 1.2 万台，VR 出货 29.7 万台），2022 上半年，在头部厂商线下零售的大范围铺设和线上营销的强势发力下，AR/VR 市场整体出货达 58.6 万台（AR 出货 2.8 万台，VR 出货 55.8 万台），消费者市场出货占比持续提升。**Pico 上半年出货 34.9 万台（占比 62.5%）**，营销力度不断加大，以覆盖更广受众群体为目标大规模投放至主流社交平台；奇遇 VR Dream 系列（Dream & Dream Pro）发布至今出货累计近 4 万台，并不断扩充其应用商店游戏数量；No!o Q2 出货近 2 万台，运营商渠道出货占比较高，云 VR 内容布局发力较为领先，预计从 2022 年第三季度末开始，Standalone VR 新品发布速度持续加快，PANCAKE 光学方案将开始逐步替换菲尼尔透镜方案。营销模式逐渐成熟，出货渠道日渐丰富，产品内容趋于完善。未来一年，随着新厂商入局以及新品发布，技术升级节奏将持续加快。

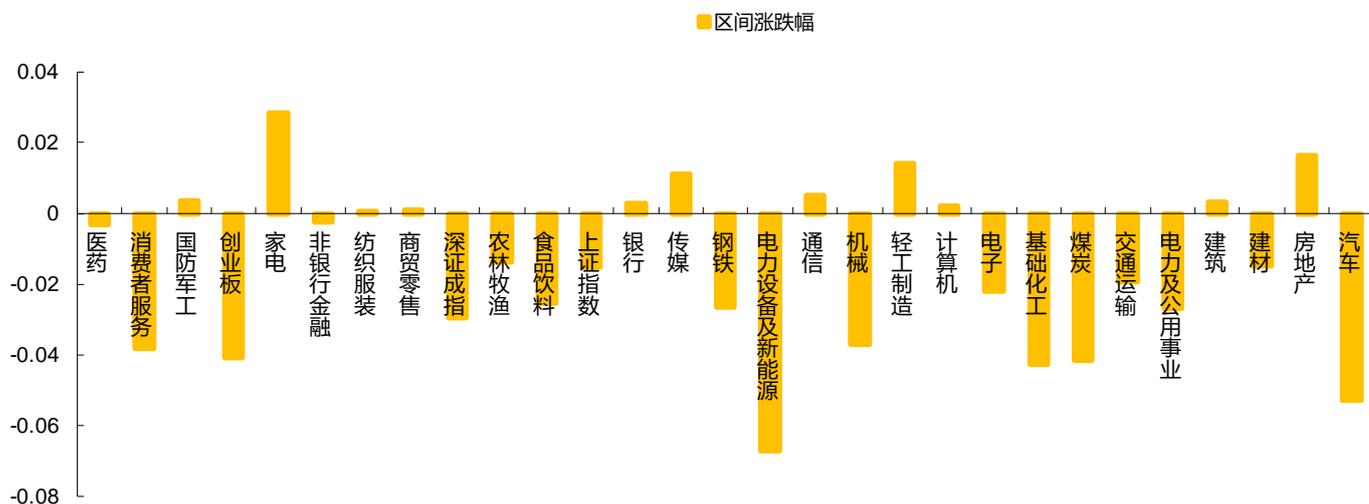
**电影端，2022 年暑假档（6-8 月）分账票房 83.18 亿元（同比增加 24%）**，单月看，6-8 月分账票房分别为 17.3 亿元、32 亿元、33.9 亿元（同比增速分别为-8%、8%、83%，环比增速分别为 170%、85%、6%，后疫情下 7-8 月的环比改善较好。截至 2022 年 9 月 3 日，全国分账票房 223.42 亿元（总人次 5.81 亿次，平均票价 38.5 元），其中影投 top3 分别为万达、横店、大地（分账分别为 35.40 亿元、8.32 亿元、8.12 亿元，占比分别为 15.85%、3.72%、3.64%）；年度 Top3 影片分别为：长津湖之水门桥、独行月球、这个杀手不太冷静（票房占比 16.8%、11.9%、10.7%，CR3 为 39.4%）。9 月将迎接中秋以及国庆档，伴随片单的陆续定档，国庆档有望带来 β 热度。

**美护新消费端，周度数据看，抖音、快手 GMV 环比下滑，但 9 月 21 日抖音电商节有望带来热度**，抖音在 8.22-8.28 统计周期美妆品类 GMV 相比上周期预估下降 29.65%，子品类销售额占比分布为 美容护肤(70.5%)、彩妆/香水/美妆工具(24.1%)、美容/个护仪器(5.39%)；美妆品类销售额中，面部护肤、面部彩妆、面部美容工具、眼部护理、唇部彩妆五大类目贡献大部分销售额，预估占比达 84.71%；快手在 8.22-8.28 统计周期美妆品类 GMV 相比上周期预估下降 39.34%，子品类销售额占比分布为美容护肤(82.99%)、彩妆/香水/美妆工具(15.12%)、美容/个护仪器(1.89%)。美妆品类总直播场次预估达 17.31 万场，相比上一周期带货场次下降 0.81%，美妆品类销售额中，面部护肤、眼部护理、面部彩妆、防晒、唇部彩妆五大类目贡献大部分销售额，预估占比达 91.52%。本周期内，男士彩妆本周期内销售额环比上升 1585.7%，该细分品类中，表现力强的品牌有 BEAUTIFIELD、黎芙莎、贝德玛/Bioderma、左颜右色/Mancodes 等。

**游戏端**，心动公司发布公告，2022年上半年，公司实现营业收入15.94亿元，同比增长15.6%，环比增长20.4%，毛利率49.1%，与去年同期相同，归母净亏损3.86亿元，同比亏损扩大18.7%，环比亏损收窄28.4%，经调整归母净亏损3.43亿元，同比扩大4.2%。费用率方面，2022年上半年公司的销售、管理、研发费用率分别为25.3%、6.6%、41.2%，其中，销售费用率环比减少7.6个百分点，管理费用率环比减少2.8个百分点，研发费用率环比减少9.1个百分点，费用率环比优化明显。截至2022年上半年，TapTap中国版App的平均月活跃用户达4173万，同比增长45.5%，信息服务业务收入为4.68亿元，同比增长39.3%，受益于技术架构升级及机器学习算法增强，TapTap中国版的用户量及收入同比均有显著提升。TapTap国际版的平均月活跃用户为897.3万人，同比减少31.9%，公司已初步建立专门的国际版团队，对海外重点地区进行有针对性的版本开发和运营，把建立社区氛围和提高目标地区的用户渗透率作为重要目标，目前已经在北美地区取得初步进展。2022年上半年，公司游戏业务收入同比增长8.0%至11.26亿元，其中，网络游戏收入同比增长10.9%至10.42亿元，付费游戏收入同比减少18.0%至0.73亿元。网络游戏收入主要增量来自《香肠派对》，该游戏在上半年的活跃用户数及付费率屡创新高，流水表现较去年同期显著增长。公司有7款网络游戏处于研发阶段，其中《火炬之光：无限》于海外地区完成了第二次封闭测试，预计将于2022年下半年开启付费测试，《铃兰之剑》预计将于2022年下半年开启海外测试，在研游戏产品稳步推进，未来有望带来业绩增量并与TapTap平台产生更多协同价值。

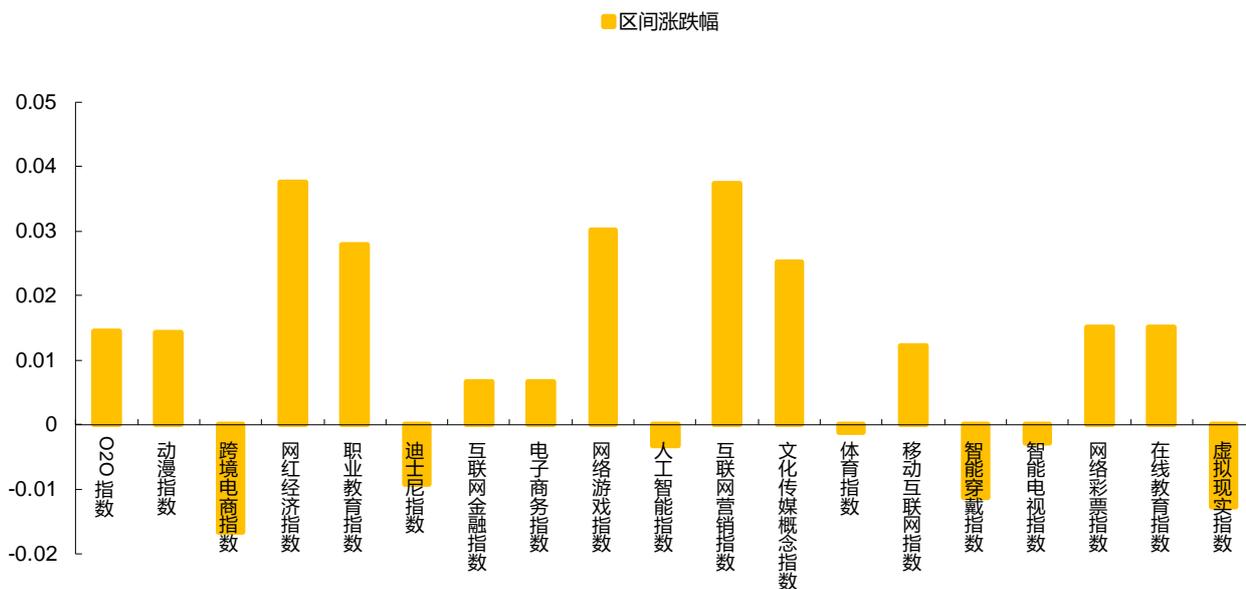
给予行业推荐评级。

图1：各行业周度涨跌幅（2022年8月29日-2022年9月2日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022 年 8 月 29 日-2022 年 9 月 2 日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

## 1.2、传媒行业动态

### 1.2.1、游戏

1、2022 年上半年元宇宙游戏下载量已突破 1.1 亿。2020 年，全球元宇宙应用下载量成功突破 2 亿，增长率高达 43.5%；而到 2021 年，该数据同比增长 71.7%，并达到 3.5 亿。2022 年上半年期间，全球元宇宙应用已获得 1.7 亿下载，其中游戏应用下载量高达 1.1 亿，占比 67.3%。2022 年上半年，87%的元宇宙手游下载量来自于模拟品类，其中沙盒游戏市场份额在该品类中高达 97%。生活娱乐品类的元宇宙游戏下载量占比为 5%，且主要以灵活度较高的角色自定义玩法为主。

### 1.2.2、电商

1、亚马逊与杭州跨境综试区合作，加速中国品牌出海。亚马逊全球开店宣布将携手杭州跨境电商综合试验区，推出品牌出海联合扶持计划，为新入驻亚马逊的杭州品牌卖家提供一系列服务和利好政策，加速中国企业出海的品牌化发展。亚马逊和杭州跨境综合试验区将选择 30 家杭州商户，为他们提供一系列支持措施，包括亚马逊为期一年的跨境电商运营培训、杭州跨境综合试验区的商标注册和营销活动补贴。

### 1.2.3、影视

1、军事动作爽片《狼群》9 月 3 日点映开启，宣传片致敬孤胆英雄。电影《狼群》讲述的正是一群为守护祖国海外利益浴血奋战的英雄。境外恐怖分子妄图将魔爪伸向我国的

境外天然气管道，一旦得逞将沿线一路炸回国内，影响全国能源安全。神秘的狼群小队接到任务后雷霆出击，一场能源保卫战就此打响。电影《狼群》希望借此，向影片中狼群小队一样守护祖国海外利益的英雄致敬！

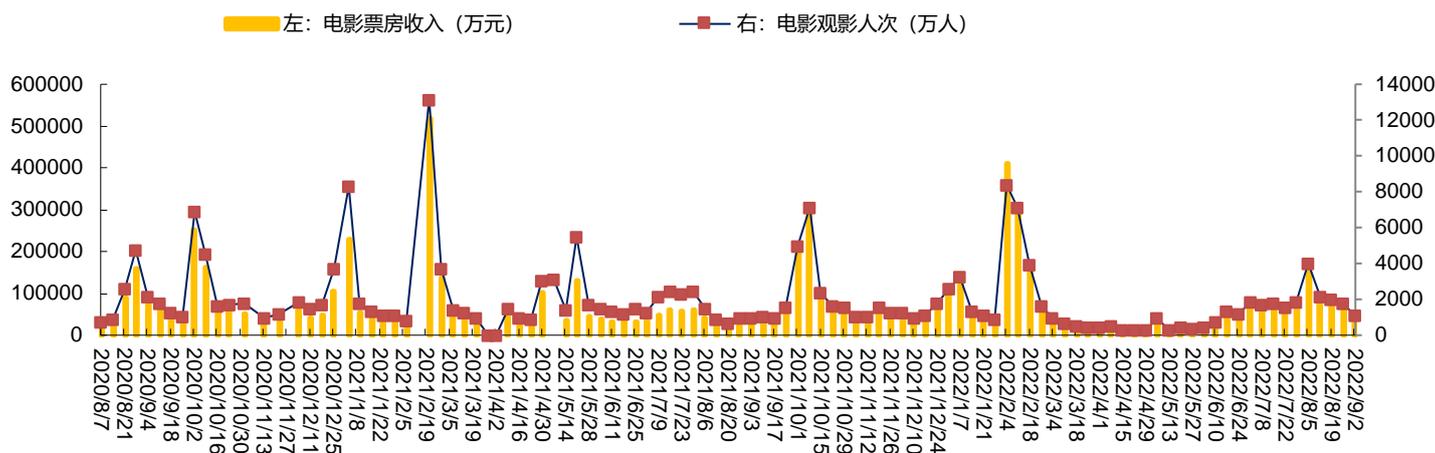
### 1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止 2022 年 9 月 3 日 15 时，2022 年 8 月 29 日至 2022 年 9 月 3 日 15 时（第 35 周），周度分账票房为 2.15 亿元。受疫情影响，线下电影院自 2020 年 1 月 24 日停止更新票房，7 月 20 日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020 年 5 月 8 日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

2020 年 5 月 14 日财政部指出暂免征收国家电影事业发展专项资金。2020 年 6 月 5 日，电影局部分指出复工排片统一时间，2020 年 6 月中下旬遇北京疫情，7 月初北京疫情控制，2020 年 7 月 16 日电影局发布通知，低风险地区可 7 月 20 日复工开业。2021 年 1 月 22 日，中国电影发行放映协会发布通知，要求做好 2021 年春节档电影院疫情防控工作，严格线上售票预约限流 正确佩戴口罩。2022 年 1 月 7 日，根据《深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室通告》（第 1 号）要求，深圳市委宣传部印发《关于加强全市影院疫情防控工作的紧急通知》，即日起调整深圳全市影院上座率，由原来的单场上座率不超过 75%调低为不超过 50%。《通知》要求各大影城影院严格落实场所通风消毒、进门测温扫码戴口罩、工作人员培训和症状检测、人员管控、场所设施卫生管理等防控要求，确保各项防疫措施到位、人员到位。2022 年 3 月 18 日，国家电影局发布关于从严抓好电影院疫情防控工作的通知，要求服从疫情防控工作大局，严格落实分区分级防控要求，中高风险地区电影院一律暂不开放，低风险地区电影院要按照属地防疫部署要求，营业电影院要严格执行上座率不超过 75%的要求，压实属地管理责任和企业主体责任。2022 年 5 月 16 日，上海宣布 6 月 1 日至 6 月中下旬，全面恢复上海全市正常生产生活秩序。2022 年 7 月 8 日起，上海市电影院有序恢复开放，影院上座率限制在 50%以内。

截至 2022 年 9 月 3 日 15 时，本周电影票房 Top3 分别为《新神榜：杨戬》《独行月球》《隐入尘烟》，分账票房分别为 0.53 亿元、0.52 亿元和 0.32 亿元。

图表 3: 2020 年 8 月- 2022 年 9 月每周电影票房收入 (万元) 及观影人次 (万人) 走势图



资料来源: Wind 资讯, 猫眼电影, 华鑫证券研究

\*横坐标显示日期为 14 天一个周期

【下周预告】据猫眼电影及中国电影发行放映协会显示, 下周拟上映 12 部电影, 如下表:

图表 4: 拟下周上映的电影及基本情况

上映时间	影片名	制作公司	发行公司/联合出品
2022 年 9 月 9 日	海的尽头是草原	内蒙古电影集团有限责任公司	上海博纳文化传媒有限公司
2022 年 9 月 9 日	下一站: 幸福	长影集团有限责任公司	长影集团有限责任公司
2022 年 9 月 9 日	老墙	陕西巨威影业有限公司	北京千朗文化传媒有限公司
2022 年 9 月 9 日	世间有她	亚太未来影视 (青岛) 有限公司	北京上狮文化传播有限公司
2022 年 9 月 9 日	我要和你在一起	华策影业 (天津) 有限公司	华策影业 (天津) 有限公司
2022 年 9 月 9 日	请别相信她	大地时代文化传播 (北京) 有限公司	中国电影股份有限公司北京电影发行分公司
2022 年 9 月 9 日	狼群	春秋时代 (平潭) 影业有限公司	潇湘电影集团有限公司
2022 年 9 月 9 日	追光万里	广州品瑞文化传播有限公司	广州品瑞文化传播有限公司
2022 年 9 月 9 日	还是觉得你最好	香港安乐影片有限公司	安乐 (北京) 电影发行有限公司
2022 年 9 月 10 日	闪亮的军号	陕西天朗乾坤影视文化传媒有限公司	北京千朗文化传媒有限公司
2022 年 9 月 10 日	妈妈!	浙江横店影业有限公司	中国电影股份有限公司
2022 年 9 月 10 日	青蛙王国——极限运动	吉林吉动禹硕影视传媒股份有限公司	五洲电影发行有限公司

资料来源: 猫眼电影, 中国电影发行放映协会, 华鑫证券研究

### 1.4、电视剧市场

电视剧方面，本周收视率如下图所示。收视率靠前的电视剧为浙江卫视的《运河边的人们》、湖南卫视的《二十不惑二》、上海东方卫视的《欢乐颂三》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《苍兰诀》（爱奇艺）、《冰雨火》（优酷）、《沉香如屑 沉香重华》（优酷）。

图表 5：电视剧情况（8月29日-9月1日）

CSM63 4+ 2022年8月29日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年8月30日周二省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	运河边的人们	1.497	6.11	1	湖南卫视	二十不惑二	1.67	7.28
2	上海东方卫视	欢乐颂三	1.423	5.81	2	浙江卫视	运河边的人们	1.606	6.53
3	湖南卫视	二十不惑二	1.423	6.18	3	上海东方卫视	欢乐颂三	1.404	5.7
4	江苏卫视	简言的夏冬	1.295	5.31	4	江苏卫视	简言的夏冬	1.228	4.99
5	安徽卫视	幸福到万家	0.396	1.63	5	深圳卫视	加油妈妈	0.54	2.19
6	广东卫视	幸福到万家	0.37	1.51	6	安徽卫视	幸福到万家	0.436	1.79
7	深圳卫视	警察荣誉	0.319	1.3	7	广东卫视	幸福到万家	0.415	1.69
8	黑龙江卫视	扫黑风暴	0.298	1.21	8	黑龙江卫视	扫黑风暴	0.289	1.19
9	北京卫视	人世间	0.279	1.14	9	北京卫视	人世间	0.277	1.12
10	湖北卫视	小敏家	0.234	0.95	10	湖北卫视	小敏家	0.231	0.93
11	山东卫视	警察荣誉	0.229	0.93	11	吉林卫视	心居	0.218	0.88
12	四川卫视	天才基本法	0.19	0.77	12	黑龙江卫视	相逢时节	0.213	0.85
13	天津卫视	欢迎光临	0.166	0.68	13	山东卫视	警察荣誉	0.204	0.83
14	吉林卫视	心居	0.142	0.58	14	天津卫视	欢迎光临	0.198	0.81
15	江西卫视	局中人	0.122	0.5	15	江西卫视	局中人	0.158	0.64
16	东南卫视	心居	0.107	0.43	16	四川卫视	天才基本法	0.141	0.57
17	贵州卫视	摧毁	0.102	0.42	17	东南卫视	心居	0.103	0.42
18	安徽卫视	你是我心中的太阳一	0.08	0.59	18	贵州卫视	摧毁	0.07	0.41
19	重庆卫视	风声	0.073	0.3	19	陕西卫视	父母爱情	0.082	0.66
20	云南广播电视台卫视频道(一套)	过界	0.065	0.27	20	河北广播电视台卫视频道	河山	0.079	0.32
中央	中央电视台综合频道	麓山之歌	1.465	6.22	中央	中央电视台综合频道	麓山之歌	1.28	5.44

CSM63 4+ 2022年8月31日周三省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年9月1日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	运河边的人们	1.69	6.89	1	湖南卫视	二十不惑二	1.572	6.72
2	上海东方卫视	欢乐颂三	1.48	6.03	2	浙江卫视	运河边的人们	1.55	6.2
3	湖南卫视	二十不惑二	1.471	6.44	3	江苏卫视	简言的夏冬	1.364	5.46
4	深圳卫视	加油妈妈	0.401	1.63	4	广东卫视	玫瑰之战	0.503	2.02
5	安徽卫视	幸福到万家	0.386	1.58	5	深圳卫视	加油妈妈	0.439	1.75
6	广东卫视	幸福到万家	0.315	1.29	6	上海东方卫视	勇者无惧	0.415	1.66
7	北京卫视	人世间	0.311	1.27	7	北京卫视	勇者无惧	0.382	1.53
8	黑龙江卫视	相逢时节	0.227	0.92	8	黑龙江卫视	相逢时节	0.267	1.06
9	湖北卫视	小敏家	0.199	0.81	9	湖北卫视	东江区的先生们	0.245	0.97
10	天津卫视	欢迎光临	0.199	0.81	10	山东卫视	警察荣誉	0.225	0.9
11	山东卫视	警察荣誉	0.196	0.8	11	天津卫视	欢迎光临	0.223	0.89
12	四川卫视	天才基本法	0.151	0.62	12	四川卫视	天才基本法	0.148	0.59
13	江西卫视	局中人	0.147	0.61	13	江西卫视	局中人	0.141	0.57
14	吉林卫视	心居	0.135	0.55	14	陕西卫视	父母爱情	0.114	0.9
15	重庆卫视	风声	0.12	0.49	15	东南卫视	心居	0.099	0.4
16	东南卫视	心居	0.104	0.42	16	贵州卫视	摧毁	0.094	0.38
17	贵州卫视	摧毁	0.097	0.39	17	重庆卫视	风声	0.078	0.31
18	河北广播电视台卫视频道	河山	0.076	0.31	18	吉林卫视	心居	0.07	0.31
19	安徽卫视	你是我心中的太阳一	0.071	0.55	19	安徽卫视	你是我心中的太阳一	0.072	0.64
20	陕西卫视	亮剑	0.064	0.26	20	河北广播电视台卫视频道	河山	0.071	0.29
中央	中央电视台综合频道	麓山之歌	1.482	6.32					

资料来源：卫视小露电，华鑫证券研究

### 1.5、综艺节目市场

综艺节目方面，如下图所示，全网热度榜靠前的综艺有《沸腾校园》《这！就是街舞 第五季》《脱口秀大会 第五季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（8 月 29 日-9 月 1 日）

前一天		日榜 2022年8月29日/周一	后一天		前一天		日榜 2022年8月30日/周二	后一天	
		猫眼热度榜数据规则					猫眼热度榜数据规则		
综艺		当日热度			综艺		当日热度		
1	沸腾校园	9728.55	↑3	腾讯视频独播 上线 2 天	1	沸腾校园	9804.79	-	腾讯视频独播 上线 3 天
2	这！就是街舞 第五季	9649.92	↓1	优酷独播 上线 17 天	2	这！就是街舞 第五季	9602.97	-	优酷独播 上线 18 天
3	中国说唱巅峰对决	8637.71	-	爱奇艺独播 上线 66 天	3	极限挑战 第八季	8732.46	↑4	多平台开播 上线 66 天
4	披荆斩棘 第二季	8574.28	↓2	芒果 TV 独播 上线 11 天	4	披荆斩棘 第二季	8673.53	-	芒果 TV 独播 上线 12 天
				当日播放量：4817.9 万					当日播放量：2676.7 万
5	嗨放派 第二季	8493.99	-	多平台开播 上线 24 天	5	中国说唱巅峰对决	8568.18	↓2	爱奇艺独播 上线 67 天
前一天		日榜 2022年8月31日/周三	后一天		前一天		日榜 2022年9月1日/周四	后一天	
		猫眼热度榜数据规则					猫眼热度榜数据规则		
综艺		当日热度			综艺		当日热度		
1	脱口秀大会 第五季	9647.68	↑9	腾讯视频独播 上线 2 天	1	这！就是街舞 第五季	9422.73	↑1	优酷独播 上线 20 天
2	这！就是街舞 第五季	9541.59	-	优酷独播 上线 19 天	2	脱口秀大会 第五季	9411.57	↓1	腾讯视频独播 上线 3 天
3	心动的信号 第五季	9452.47	↑4	腾讯视频独播 上线 2 天	3	披荆斩棘 第二季	9266.69	↑3	芒果 TV 独播 上线 14 天
				当日播放量：9615.8 万					当日播放量：9615.8 万
4	沸腾校园	9150.76	↓3	腾讯视频独播 上线 4 天	4	中国说唱巅峰对决	8893.85	↑4	爱奇艺独播 上线 69 天
5	密室大逃脱 第四季	8672.91	↑4	芒果 TV 独播 上线 49 天	5	沸腾校园	8858.91	↓1	腾讯视频独播 上线 5 天
				当日播放量：1615.2 万					当日播放量：1615.2 万

资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

## 1.6、游戏市场

截止 2022 年 9 月 2 日，页游数据更新如下：最热门的为《植物大战僵尸 OL》和《火影忍者 OL》。

图表 7: 过去 7 天网页游戏情况



资料来源: 17173 截图, 华鑫证券研究

手机游戏方面, 排行榜情况如下所示, 免费榜排名前二的手游为《地铁跑酷》《蛋仔派对》, 畅销榜排名前二的手游分别为《王者荣耀》《和平精英》。

图表 8: iOS 手游排行榜情况



资料来源: data.ai 截图, 华鑫证券研究

## 2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况

图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资

证券代码	证券简称	公告日	内容
300113.SZ	顺网科技	2022年8月29日	关于高级管理人员股份减持完成的公告
000676.SZ	智度股份	2022年8月30日	关于公司控股股东减持股份超过1%的公告
002878.SZ	元隆雅图	2022年8月31日	关于部分董事, 监事, 高级管理人员股份减持计划期限届满的公告
605577.SH	龙版传媒	2022年8月31日	股东集中竞价减持股份计划公告
600136.SH	ST明诚	2022年8月31日	股东减持股份计划公告
301025.SZ	读客文化	2022年8月31日	关于公司董事高级管理人员减持计划完成的公告
600996.SH	贵广网络	2022年9月1日	关于控股股东减持可转换公司债券的公告
002445.SZ	中南文化	2022年9月2日	关于公司持股5%以上股东拟减持股份的提示性公告
300043.SZ	星辉娱乐	2022年9月2日	股东关于减持星辉互动娱乐股份有限公司股份达到1%的公告
600986.SH	浙文互联	2022年9月3日	股东减持股份计划公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

### 3、本周观点更新

综合来看，2022 年中报结束后，传媒互联网板块标的现反弹热度，我们认为，不同于 2012-2013 年 web2.0（需求大于供给）移动互联网下内容供给增量带来的整体板块高成长高估值，本轮传媒互联网进入 web3.0 的新一轮周期，该周期中从供给的量进化到供给的质，因为新世代的用户带来新的需求，企业端是否具有较好迭代能力且带来新供给，成为下一轮竞争的核心，元宇宙拉开 Web3.0 的序幕，商业化逐步探索，从 VR 硬件，VR 内容，再到数字藏品（NFT）、数字人、体验经济的多种可商业化的实践，均在推动行业向新一轮周期前进。政策端，我们看到全国文化大数据交易中心上线，建设国家文化大数据体系是实施国家文化数字化战略的抓手和目标，文化数字化战略的持续推进有望赋能文化传媒互联网板块。投资维度，第一可关注三季度业绩有望环比或同比增长的板块；第二维度，9 月中秋档及国庆档预期开启，虽外部疫情局部地区波动，但伴随优质影片的定档有望驱动院线内容板块；第三维度，元宇宙产业链仍可期，关注 9 月 VR 硬件新品发布带来板块热度。

文化传媒行业的发展是伴随内容与新媒介融合以及新用户圈层需求的共振，精神内容需求伴随物质满足后不断提升。从内容到媒介再到新世代用户均在助力中国文化强国的实现，旧秩序在洗牌，新秩序在建立，也为下一场传媒新消费的繁荣在底部蓄，给予 2022 年传媒新消费行业推荐评级。

## 4、本周重点推荐个股及逻辑

### 重点推荐标的进展：

**风语筑 603466**（外部疫情叠加资产减值致 2022 年上半年利润亏损，上半年新签订单 9.45 亿元，截至 2022 年上半年公司在手订单余额 55.11 亿元，较上年末增 2.99%，在手订单储备充沛，有望助力下半年主业回暖，与行业内其他企业共建元宇宙创作者生态联盟）；**华策影视**（主业端关注电影《我要和你在一起》定档 9 月 9 日，以及《万里归途》定档进展；新增量关注华策元宇宙与淘派首轮创世合成开启，第二季度利润同比增长，降本增效重质量，下半年关注电影及新增量）；**新经典**（单二季度归母利润同比略增，优质内容在新媒介仍具挖掘潜力）；**中信出版**（单二季度归母利润环比增长，疫情影响渐落地，内容电商新渠道可期）；**掌阅科技**（单二季度归母利润环比扭亏为盈，抖音红利有望持续）；**视觉中国**（积极入场全国文化大数据交易平台，疫情影响渐落地，聚焦核心主业与长期战略目标）；**浙文互联**（与亚组委深入交流全方位助力杭州智能亚运，运用虚拟人、数字藏品等元宇宙数字文化端前沿技术进行数字传播）；**蓝色光标**（中报已落地，可关注后疫情下三季度业绩环比改善进展，公司持续加强“营+销”和消费级元宇宙应用的逐步落地，公司孵化的数字藏品 MEME 的 1.0 版 App 上线）；

**哔哩哔哩**（《我的新朋友》纪实访谈节目拟将于 2022 年 Q4 开播）；**芒果超媒**（2022 年二季度业绩环比改善显著，2022 年单二季度营收与归母净利润环比实现两位数增长，8 月《披荆斩棘的哥哥 2》再出发，下半年仍看优质内容供给）；**横店影视**（2022 年上半年受疫情影响的业绩落地，暑假档有望助力三季报，金九银十下可关注 9 月中秋档及国庆档预热的新品定档，9 月 9 日《妈妈！》首映）；**泡泡玛特**（2022 年上半年业绩短期受疫情影响落地，IP 运营进展较好，可关注海外布局进展）；**心动公司**（2022 年上半年，TapTap 中国版月活跃用户与信息服务业务收入高增长，自研游戏稳步推进，费用率环比优化）；**吉比特**（代理产品《奥比岛：梦想国度》「满月节」版本于 9 月 2 日开启；《一念逍遥》发布 9 月更新计划，三界奇缘将上线）；**百奥家庭互动**（自研产品《奥比岛：梦想国度》「满月节」版本于 9 月 2 日开启；自研产品《时序残响》发布概念实机 PV）；**电魂网络**（亚运延期利空消除，海外布局加快，业绩回暖可期）；**青瓷游戏**（《时光旅行社》光子服已于 9 月 1 日开启招募）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022-09-02 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.88	0.21	0.25	0.31	23.17	19.52	15.74	买入
300413.SZ	芒果超媒	28.03	1.13	1.18	1.35	24.80	23.75	20.76	买入
002605.SZ	姚记科技	15.07	1.42	1.06	1.35	10.63	14.22	11.16	买入
603096.SH	新经典	22.73	0.80	1.13	1.42	28.27	20.12	16.01	买入
300058.SZ	蓝色光标	5.73	0.21	0.26	0.34	27.35	22.04	16.85	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	5.59	-0.28	0.09	0.20	-19.82	62.11	27.95	买入
603466.SH	风语筑	13.00	1.04	0.66	0.91	12.50	19.70	14.29	买入
603103.SH	横店影视	13.71	0.02	0.22	0.37	634.72	62.32	37.05	买入
600986.SH	浙文互联	5.58	0.22	0.29	0.37	25.07	19.24	15.08	买入
603258.SH	电魂网络	21.28	1.37	1.39	1.60	15.50	15.31	13.30	买入
603444.SH	吉比特	283.77	20.43	22.24	26.22	13.89	12.76	10.82	买入
603533.SH	掌阅科技	15.71	0.34	0.37	0.46	45.79	42.46	34.15	买入
300788.SZ	中信出版	20.20	1.27	1.09	1.27	15.90	18.53	15.91	买入
000681.SZ	视觉中国	12.42	0.22	0.21	0.24	56.92	59.14	51.75	买入
002739.SZ	万达电影	11.10	0.05	-0.05	0.53	232.70	-203.67	21.00	未评级
300251.SZ	光线传媒	9.41	-0.11	0.27	0.35	-88.61	35.44	26.73	未评级
300860.SZ	锋尚文化	40.82	0.67	1.65	2.86	60.80	24.79	14.26	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.28	1.30	1.50	1.72	15.64	13.49	11.78	未评级
600633.SH	浙数文化	7.18	0.41	0.49	0.54	17.59	14.71	13.27	未评级
600556.SH	天下秀	7.30	0.20	0.23	0.32	37.24	32.42	22.81	未评级
002291.SZ	星期六	16.70	-0.77	0.73	1.11	-21.71	22.97	15.05	未评级
300896.SZ	爱美容	537.37	4.43	6.66	9.68	121.39	80.74	55.53	未评级
688363.SH	华熙生物	141.48	1.63	2.15	2.84	86.80	65.88	49.73	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.05	0.12	0.09	0.38	100.00	131.98	31.85	未评级
2400.HK	心动公司	17.16	-1.86	-0.99	0.00	-9.22	-17.27	-3501.65	未评级
2100.HK	百奥家庭互	0.35	0.01	0.06	0.10	35.52	5.84	3.53	未评级
6633.HK	青瓷游戏	5.33	-0.96	0.53	1.11	-5.55	9.96	4.79	未评级
0772.HK	阅文集团	27.34	1.82	1.11	1.50	15.02	24.58	18.23	未评级
9992.HK	泡泡玛特	17.12	0.62	0.68	1.00	27.62	25.21	17.16	未评级
0700.HK	腾讯控股	288.84	23.16	12.35	15.61	12.47	23.38	18.50	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	169.12	-17.87	-19.92	-14.10	-9.46	-8.49	-11.99	未评级
1024.HK	快手-W	58.72	-20.37	-3.64	-1.25	-2.88	-16.11	-47.04	未评级
3690.HK	美团-W	154.88	-3.90	-1.83	0.83	-39.71	-84.82	186.89	未评级
IQ.O	爱奇艺	24.36	-1.11	-0.16	-0.01	-21.94	-154.45	-4199.48	未评级

资料来源: Wind, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取 1 港元=0.8757 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.9000 元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级”盈利预测取自万得一致预期)

## 5、风险提示

- (1) 产业政策变化风险
- (2) 推荐公司业绩不及预期的风险
- (3) 行业竞争风险
- (4) 编播政策变化风险
- (5) 影视作品进展不及预期以及未获备案风险
- (6) 疫情波动的风险
- (7) 宏观经济波动的风险

## ■ 传媒新消费组介绍

**朱珠：**会计学士、商科硕士，拥有实业经验，wind 第八届金牌分析师，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒互联网新消费等。

**于越：**理学学士、金融硕士，拥有实业经验，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒游戏互联网板块等。

## ■ 证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

## ■ 证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预测个股相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	买入	> 20%
2	增持	10% — 20%
3	中性	-10% — 10%
4	卖出	< -10%

行业投资评级说明：

	投资建议	行业指数相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	推荐	> 10%
2	中性	-10% — 10%
3	回避	< -10%

以报告日后的 12 个月内，预测个股或行业指数相对于相关证券市场主要指数的涨跌幅为标准。

**相关证券市场代表性指数说明：**A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以道琼斯指数为基准。

## ■ 免责条款

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。