

2026年01月26日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

迎2026春节档看AI春晚

—传媒行业周报

推荐(维持)

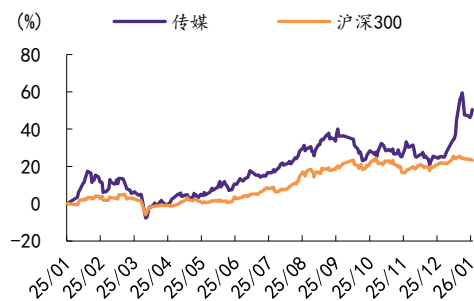
投资要点

分析师：朱珠 S1050521110001
zhuzhu@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	20.2	17.3	50.7
沪深300	1.0	0.9	22.7

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

相关研究

- 《传媒行业周报：OpenAI 将测试 AI 广告阿里与字节竞相卡位 AI 新入口》2026-01-18
- 《传媒行业周报：智谱与 Minimax 重燃数字营销 GEO 关注春晚与春节档》2026-01-11
- 《传媒行业周报：2026 年智谱登港股春晚与春节档托举 AI 应用与内需》2026-01-04

本周观点更新

2026 年一季度，日历效应下迎春节档与春晚，从内需到 AI 应用均具看点。2026 年春节档已定档四部影片，题材多元有望承接不同观众需求，同时电影院线企业在做好主业同时也在积极拥抱 AI 以及新交互体验，探索业务商业化新边界。2026 年迎 AI 春晚，也有望重燃 AI 应用新场景热度与 AI 流量入口新竞争，AI 时代诞生的豆包与千问 APP，诞生的 deepseek、kimi 等 app 产品，均带来新搜索的入口，进而拉动数字营销与电商商业化的新思考，每一轮科技革命均伴随基建与硬件带来的媒介革新，从 pc 到移动手机再到现在的 AI 眼镜、AI 手机、AI 陪伴等媒介的变迁，伴随媒介变迁也会带来商业模式的新变化与内容的新生产范式与触达方式的变化，AI 时代传媒有望承接应用新增量，垂类应用均可期。

本周重点推荐个股及逻辑

A 股可关注，**万达电影 002739**（院线龙头，2026 春节档参与电影《惊蛰无声》《飞驰人生 3》《熊出没》等）；**蓝色光标 300058**（践行 AI 原生时代的营销新范式）；**东方明珠 600637**（受益于超聚变递表拟上市）；**遥望科技 002291**（鞋业资产以 4.53 亿元剥离，关注 AI+电商）；**芒果超媒 300413**（历史题材剧《太平年》登陆芒果 TV）；**顺网科技 300113**（关注 AI 赋能电竞、数字营销业务）；**华策影视 300133**（作为剧集龙头持续探索新范式）；**中信出版 300788**（将 IP 运营板块提升到公司主营板块）；**奥飞娱乐 002292**（完成回购，AI 玩具卡位优势，打造飓风战魂 WSA 赛事）；**横店影视 603103**（2026 春节档参与《飞驰人生 3》《熊出没》等）；**风语筑 603466**（2025 年业绩预告与减持落地，体验经济代表）；**浙文互联 600986**（与头部平台深化 AI 营销生态，数字人年消耗破 2.5 亿元）；**姚记科技 002605**（将受益于字节跳动数字营销产业链）；**锋尚文化 300860**（积极布局商业演出领域）；**荣信文化 301231**（受益于与阿里云围绕少儿教育场景 AI 应用展开深度合作）；**上海电影 601595**（关注中国奇谭 IP 系列驱动的周边衍生品经济）；**实丰文化 002862**（海绵宝宝光动系列第一弹正处于监修阶段）；**完美世界 002624**（静待减持进展，关注后续《异环》三测）；**恺英网络 002517**（关注 EVE 进展）；**港股可关注**，**B 站 9626**（AI 技术将于 2026 年全面融入营销各环节）；**腾讯 0700**（关注 AI 应用新进展）；**阿里 9988**（拟拆分旗下 AI 芯片企业平头哥

独立上市)；**卓博集团 3738** (AI 时代看数字内容的版权流转价值)；**美图 1357** (积极拥抱 AI，在 AI 与电商领域深度合作)；**布鲁可 0325** (受益促消费新方案，后续仍需看产品力韧性)；**圣贝拉 2508** (关注后续出海与 AI 的进展)；**名创优品 9896** (开启回购，践行从零售到全球 IP 运营平台的跃迁)；**毛戈平 1318** (各大电商开启年货节，期待线上渠道带来增量)。

■ 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；宏观经济波动风险。

关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-01-23	EPS			PE			投资评级
		股价	2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.11	0.13	0.21	0.27	71.28	43.38	33.74	买入
300413.SZ	芒果超媒	26.57	0.73	0.86	1.06	36.43	30.90	25.07	买入
002605.SZ	姚记科技	26.94	1.30	1.42	1.53	20.73	18.97	17.61	买入
603096.SH	新经典	19.15	0.82	1.25	1.43	23.33	15.32	13.39	买入
300058.SZ	蓝色光标	20.55	-0.12	0.18	0.23	-178.70	114.17	89.35	买入
603466.SH	风语筑	9.69	-0.23	0.35	0.51	-42.56	27.69	19.00	买入
603103.SH	横店影视	19.34	-0.15	0.43	0.56	-127.24	44.98	34.54	买入
600986.SH	浙文互联	12.05	0.11	0.20	0.22	113.57	60.25	54.77	买入
300788.SZ	中信出版	30.08	0.62	0.86	1.06	48.20	34.98	28.38	买入
002739.SZ	万达电影	11.62	-0.43	0.46	0.60	-26.94	25.26	19.37	买入
300251.SZ	光线传媒	17.46	0.10	0.43	0.52	175.48	40.60	33.58	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.38	-0.19	0.10	0.16	-48.63	93.80	58.63	买入
002291.SZ	遥望科技	7.57	-1.08	0.13	0.17	-7.04	58.23	44.53	买入
300148.SZ	天舟文化	5.04	0.04	0.09	0.12	128.24	56.00	42.00	买入
601595.SH	上海电影	30.31	0.20	0.52	0.75	150.87	58.29	40.41	买入
600637.SH	东方明珠	12.40	0.20	0.22	0.24	62.34	56.36	51.67	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	235.50	-3.23	1.93	4.01	-72.91	122.02	58.73	买入
1357.HK	美图公司	7.43	0.18	0.18	0.24	41.25	41.25	30.94	买入
1318.HK	毛戈平	80.35	2.18	2.36	3.00	36.86	34.05	26.78	买入
0325.HK	布鲁可	71.39	-2.69	2.47	3.15	-26.54	28.90	22.66	买入
9896.HK	名创优品	34.80	2.10	2.10	2.70	16.57	16.57	12.89	买入
2508.HK	圣贝拉	4.71		0.17	0.32		27.70	14.71	买入
2400.HK	心动公司	73.18	1.69	3.35	4.05	43.30	21.86	18.08	未评级
0772.HK	阅文集团	33.25	-0.21	1.22	1.26	-158.35	27.19	26.37	未评级
3738.HK	卓博集团	4.27	0.05	0.09	0.13	78.40	49.69	34.04	未评级
9992.HK	泡泡玛特	196.94	2.35	9.13	12.67	83.80	21.57	15.54	未评级
0700.HK	腾讯控股	533.60	20.49	24.29	27.79	26.05	21.97	19.20	未评级
1024.HK	快手-W	72.87	3.48	4.12	4.78	20.94	17.67	15.25	未评级
3690.HK	美团-W	87.48	5.66	-3.18	1.16	15.46	-27.52	75.57	未评级
2013.HK	微盟集团	2.10	-0.57	-0.04	-0.01	-3.68	-53.40	-176.35	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.01	0.00	0.04	0.07	675.59	27.99	14.23	未评级
2331.HK	李宁	19.08	1.17	1.01	1.10	16.38	18.87	17.42	未评级

资料来源：Wind，华鑫证券研究（注：港元对人民币的汇率取1港元=0.8968元人民币；美元对人民币的汇率取1美元=6.9929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.....	12
1.4、电视剧市场.....	13
1.5、综艺节目市场.....	14
1.6、游戏市场.....	15
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况.....	16
3、本周观点更新.....	17
4、本周推荐个股及逻辑.....	18
5、风险提示.....	20

图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 23 日）.....	7
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 23 日）.....	7
图表 3：2023 年 1 月- 2026 年 1 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图.....	12
图表 4：拟上映的电影及基本情况.....	12
图表 5：电视剧情况（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 22 日）.....	13
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 22 日）.....	14
图表 7：过去 7 天网页游戏情况.....	15
图表 8：iOS 手游排行榜情况.....	15
图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资.....	166
图表 10：关注公司及盈利预测.....	19

1、行业观点和动态

1.1、传媒行业回顾

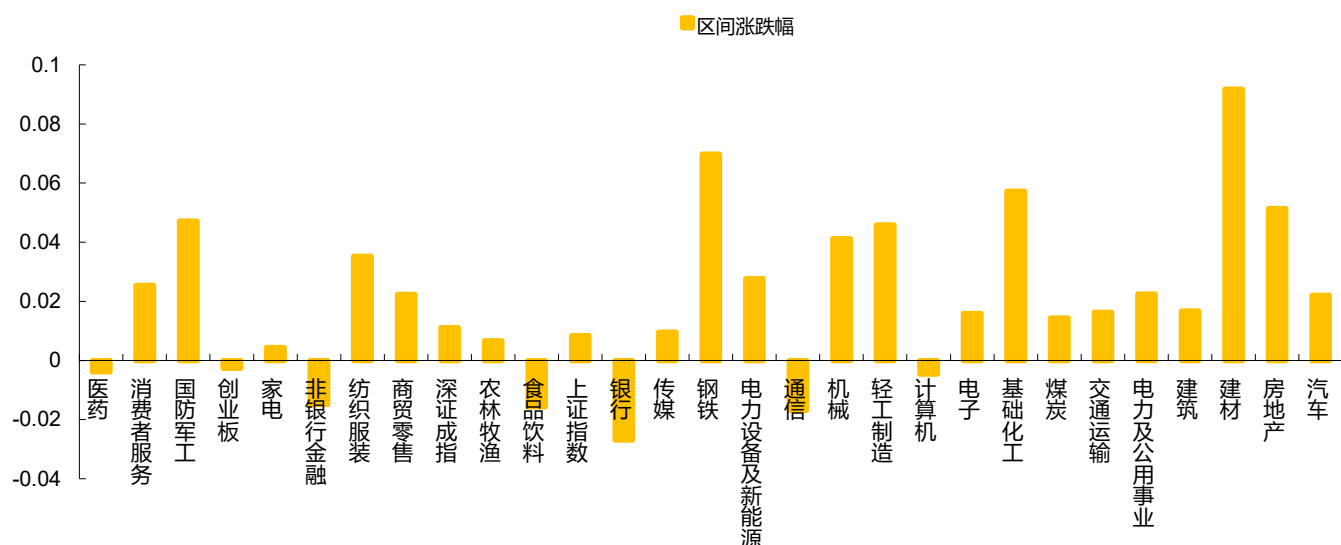
市场综述：2026年1月19日-2026年1月23日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为0.84%、1.11%、-0.34%。细分到传媒各子行业来看，体育指数涨幅较大，移动互联网指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为蓝色光标、天地在线、泡泡玛特，分别上涨26.15%、23.89%、22.96%；跌幅Top3分别为利欧股份、视觉中国、人民网，分别下跌19.23%、11.71%、9.73%。

2026春节档定档影片持续，在低预期中积极探索。截止2026年1月22日，2026年春节档已定四部影片，分别为《惊蛰无声》《飞驰人生3》《熊出没·年年有熊》《镖人：风起大漠》，题材涉及国家安全的主旋律、自我突破的喜剧、大漠风采的武侠、合家欢的动画，春节档的电影供给内容多元也有望承接不同观影喜好；但也有不同声音认为，第一为什么2026春节档的影片定档相较2025年慢一些？第二已定档的影片看点有限；第三文娱供给丰富下看电影的需求还在吗？我们认为，第一，2026春节档相较2025年晚一些（2026年除夕为2月16日），在1月中下旬影片陆续定档也在合理区间内；第二，影片定档后，作为直接面向2C的内容作品，影片票房后续的多寡具有较大不确定性，影片具体质量水平也需要看第一波观众的口碑，影片仍在陆续定档中，若有较好的科幻题材电影定档也是较好的加持；第三，文娱的丰富供给分流观众及休闲时间，观影需求仍需优质的内容拉动，但我们也看到伴随其他文娱供给质量提升下，电影原先市场的竞争也更加激烈，进而也在倒逼电影院线提升竞争力，**用创新商业模式来破局，在低预期中积极探索新商业边界**，从万达电影到博纳影业再到横店影视、上海电影，各家均在主业基础上积极探索新业务。**以万达电影作为龙头代表**，主业端内容作品储备充沛（如电影作品《欢迎来龙餐馆》《惊蛰无声》《转念花开》《流浪地球3》《我们生活在南京》《蛮荒禁地》等，剧集作品如《折叠城市》《龙骨焚箱》《遇人不熟》等），主业之外，万达电影借力资本深化娱乐空间战略，战投方图科技旗下智能自拍互动娱乐品牌“拍立方”通过影像社交深化娱乐空间战略，参投IP玩具品牌52Toys，拓宽非票收入的同时也有望带来线下入口价值的重估，万达电影推出数字确权平台Rtime Link，通过IP潮玩与数字资产的创新绑定，推动版权运营迈向数智化新阶段，并主导研发AI互动芯片植入玩偶，开启实体潮玩新纪元。博纳影业，主业端参投电影《飞驰人生3》，新业务端推出模拟影视创意策划会的AI协作工具“博乐圆桌”以及“博乐一键AI短剧”的AI应用，探索AI短剧《三星堆：未来启示录》，AI原生动画电影《三星堆：未来往事》于2025年9月4日在国家电影局立项公示。横店影视，作为影投行业第二，主业端已参与春节档电影《飞驰人生3》《熊出没·年年有熊》电影之外，新业务端横店影视已组织专业团队开发制作AI漫剧，目前已在孵化影视版权IP《九州牧云录》等AI漫剧，横店影视潮玩及二次元衍生品业务目前以外部合作为主，已与多个国内外各领域知名IP达成合作，未来会继续加大对头部IP的引入力度，还将洽谈拓展线下商超综合体，门店将融入“潮玩+体验”模式。上海电影，积极拥抱AI，与即梦AI开启“AI+影视”战略合作后，落地“即梦AIX上海电影之AI动画创作周”，为传统动画注入新的灵魂，针对“中国奇谭”IP系统推进其系列化开发与全链运营，并通过“票根+”等形式将观影流量转化为多元消费，让观众从“观看一部电影”延伸到“体验一座城市”。

迎2026年的AI春晚，有望重燃AI应用新场景。2026年春晚，火山引擎将与中央广播电视总台携手，用AI云技术点亮千家万户的团圆时刻，共赴一场科技与温情交融的新春之约，2021年火山引擎支持了抖音在总台春晚703亿次的红包互动，展现了承载能力与稳

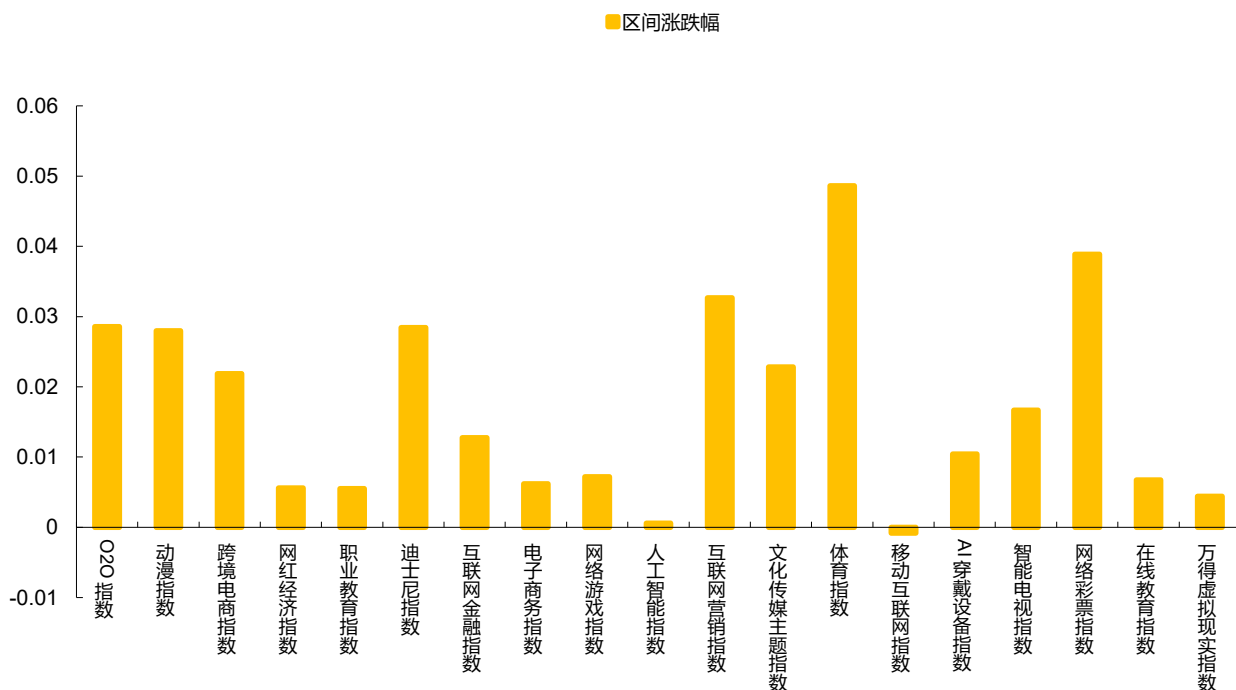
定性，2026 年火山引擎正式携手总台春晚，同时字节跳动的 AI 助手豆包也将深度参与互动玩法，成为春晚首个大模型落地的 AI 国民级应用，AI 时代流量新入口竞争开启新篇章，春晚作为 AI 时代重要节点之一，也将为 AI 搜索流量带来全民的再一次加强。字节跳动旗下的 TikoTok，也在 2026 年 1 月迎来较好的解决进展，已成立 TikTok 美国数据安全合资有限责任公司，字节跳动会继续拥有 TikTok 算法的知识产权，并授权该合资公司使用，字节跳动保留 19.9% 的股份，TikTok 美国公司将负责电商、广告、市场营销等商业活动以及 TikTok 全球产品的互联互通，从剑拔弩张的“不卖就禁”到顺利解决，为 TikoTok 后续业务稳定发展带来较好的铺垫；在 2026 年 1 月 TikTok 还推出短剧产品 PineDrama，相较于其他短剧平台先免费再收费模式看完整内容不同，PineDrama 产品现阶段用户可直接使用现有 TikTok 账号登录，并免费观看平台上的全部剧集内容，且暂未显示广告，在海外市场，字节跳动也在复刻国内相对较好的商业模式，例如红果短剧 APP 火热后，发力海外的 TikTok 的 PineDrama 短剧产品，换言之，国内内容公司出海做短剧 app 也迎来强劲对手。从 AI 产品豆包到 AI 春晚再到 TikTok 事件的落地，均为字节跳动后续的发展带来较好的助力，字节，在 AI 端提出代号 Seed Edge 计划，鼓励长线研究，追求“智能”上限激发更多尝试，不忽略关键技术节点，探索新的交互；新的交互更可穿戴、更便携、更自然的，AI 产品加强规模效应，围绕字节跳动可关注数字营销、电商、内容、数字人、硬件如 XR\AI 眼镜、AI 手机、AI 玩具以及算力、2B 应用 AI Agent 智能体、AI 教育、AI 陪伴等。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 23 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（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 23 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

奇类游戏市场规模稳步增长，正版化、精品化进程加速。2025 年传奇类游戏市场规模升至 333 亿元，同比增长 18.93%，在投游戏数约 480 款，较 2024 年增长约 18.67%；2025 年行业口径的传奇游戏核心用户预估上升至 5500 万人，2026 年传奇类游戏市场规模估算数据有望突破 400 亿，其呈现显著增长趋势的原因主要有以下三点 1) **技术层面**，受益于传奇类游戏正版化和技术升级驱动，头部传奇类游戏营收规模明显增长。同时，AIGC 技术的快速发展将有机会赋能在传奇游戏之中，相关游戏研发厂商可以借助 AI 游戏创作平台，赋能游戏设计、场景渲染、角色动作捕捉等环节，实现开发降本提质，升游戏内容的丰富度与多样性，云游戏、VR/AR 技术的探索将为传奇游戏带来新的体验模式。2) **渠道层面**，传奇类游戏 2025 年在小游戏渠道实现爆发式增长，带动整体传奇品类市场规模提升，2025 年小游戏市场规模为 535.35 亿元，而传奇品类小游戏综合消耗占比约为大盘的 8%，由于传奇类小游戏营收模式多样化，为传奇类游戏的市场规模注入新动能，如 2025 年 11 月微信小游戏畅销榜 TOP50 中，传奇类游戏占据 8 席，《龙迹之城》更曾登顶榜首。3) **核心用户方面**，由于传奇版权合规影响扩大，正版传奇主导传奇类游戏，同时综合性平台 996 传奇盒子的出现，护航了更多传奇类核心用户的权益。总的来看，正版化进程加速、精品化转型推进以及小游戏化开拓增量市场都为传奇类游戏提供了大量的发展机遇，未来传奇类游戏将会朝向“玩法轻量化”、“生态多元化”等方向蓬勃发展。

多家游戏厂商入局，「拔箭头」类小游戏或成 2026 年小游戏最热赛道。近日，DataEye-ADX 小游戏数据显示，多款「拔箭头」类小游戏进入畅玩榜前列，畅玩榜 TOP100 的“箭头解谜”游戏数量已经达到了 10 余款左右，多家游戏厂商如指色科技、四五互娱、厦门云说网络、指米网络等纷纷入局推类似玩法的产品。具体来看，该类游戏营销策略往往呈现“弱买量、重产品”的特征：第一，轻买量策略降低试错成本。「拔箭头」类游戏凭借“玩法简单、上手快”的特性，无需依赖大规模投放即可实现自然传播。第二，素材创意聚焦玩法。其素材未追求“花哨形式”，而是直接展示游戏的核心玩法和解压属性，同时通过“挑衅式文案、故意失败”等设计，激发用户的情绪共鸣。第三，产品与营销形成闭环。“克制化广告+轻量化玩法”的产品设计，优化了用户体验，提升了用户口碑。「拔箭头」类游戏的爆火，本质上是“匹配用户需求、深度适配生态特性、贴合行业发展趋势”的结果，其“极简玩法+低压体验+轻量变现”的模式，为小游戏行业提供了新的发展思路——并非只有复杂玩法、大规模买量才能成功，聚焦用户核心需求，打造“小而美、轻而精”的产品，同样能实现商业价值与用户价值的双赢。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】淘宝天猫推出四大举措加码“服务即增长”。2026 年淘宝天猫宣布推出四大举措，深化“服务即增长”战略。平台将升级“真实体验分”体系，按行业细分商品质量、物流速度、服务等加分项，为优质商家提供流量扶持；内测“好服务”榜单；引入母婴师、宠物医师等专业客服认证；加大 AI 投入，通过店小蜜 5.0、售后 AI 助理等工具提升服务水平。同时优化营商环境，推出售后 AI 假图治理、优质商家减赔机制及退货互信试点。

各大电商平台纷纷开启 2026 年“年货节”：拼多多、抖音、快手等通过提升年货补贴力度、强化售后服务等举措，优化消费者购物体验，实现线上版“货比三家”，网络购物竞争愈发激烈。

【小红书】沃尔玛与小红书推全国首家联名店“玛薯店”。1月17日，沃尔玛与小红书宣布达成深度合作，推出首批联名商品“沃集鲜×小红书|宝藏新品”，涵盖烘焙、奶制品、健康饮品、休闲零食等品类，强调配料简单、全球优选与创意设计。双方联合打造的首个创新零售体验空间——深圳蛇口“玛薯店”同步开业，设置 8 大以兴趣为导向的主题体验区，重构线下购物场景。同时，沃尔玛成为首个入驻小红书电商的全渠道商超品牌。

【TikTok Shop】TikTok Shop 计划 2026 年扩展至四至五个欧洲新站点。据相关人士指出，TikTok Shop 计划于 2026 年中期进一步拓展欧洲市场，拟新增波兰、葡萄牙、荷兰和塞尔维亚等国家站点，使其在欧洲的运营国家总数增至 11 个。目前 TikTok Shop 已在英国、德国、法国、意大利、西班牙和爱尔兰开展电商业务，新开站点将沿用现有市场的入驻模式。

TikTok Shop 东南亚跨境电商 2025 年日均 GMV 提升 90%。据 TikTok Shop 东南亚跨境电商总负责人 Adam 介绍，2025 年，TikTok Shop 东南亚跨境电商实现全链路爆发，年度 GMV 较 2024 年翻倍以上，日均 GMV 同比提升 90%，年末单日交易峰值接近 2024 年底的两倍。66 大促、双 11、双 12 三大促销 GMV 同比增幅达 123%、230%、270%。所有核心类目 GMV 增速超 120%，电脑办公设备增长近 5 倍，美容电器、母婴、保健品等增长超 3 倍，消费趋势向高品质与品牌化转型。

1.2.3 影视

2025 年中国电影全产业链产值超 8100 亿元，位居全球前列。1月21日，国家电影局发布数据显示，2025 年中国电影全产业链产值达到 8172.59 亿元、票房拉动系数约为 1:15.77，均位居全球前列。具体来看，测算统计分为三部分：1) 电影核心产业产值（包括制作、发行、放映环节等产值）为 2266.18 亿元；2) 间接产值（包括电影设备采购、技术服务、广告宣发、租赁商务、物流运输等上下游环节等产值）为 2515.46 亿元，表明中国电影工业的供应链日趋完善和专业。这不仅是量的增长，更是电影工业化水平提升的体现，为持续产出高品质电影提供了坚实基础；3) 带动与外溢产值（包括观影带动餐饮、交通、零售，电影 IP 衍生品，电影基地、取景地、主题乐园旅游，电影节展经济等产值）为 3390.95 亿元，首次超过了“核心产业产值”（2266.18 亿元）表明产业价值重心正从影院内向影院外迁移，形成了“电影+”（电影+文旅、电影+零售、电影+城市消费）的融合经济。其中，核心数据“票房拉动系数约 1:15.77”，意味着每一元电影票钱，能撬动近 16 元的综合消费，远高于全球许多成熟市场（通常为 1:3 至 1:5），这说明电影已成为激活线下消费、拉动内需的关键节点。

1.2.4 美妆

2025 年中国化妆品交易额破 1.1 万亿元，稳居全球第一大化妆品消费市场。1月20日，中国香料香精化妆品工业协会发布数据，2025 年中国化妆品行业全渠道交易额达 11042.45 亿元，市场规模首次突破 1.1 万亿元，同比增长 2.83%，延续稳健增长态势。市场竞争层面，国货品牌市场份额连续 4 年增长：2023 年达 52.82%，2024 年提升至 55.20%，2025 年进一

步增至 57.37%，亿元及以上规模品牌数量从 2023 年的 746 个增至 2025 年的 839 个，标志着中国化妆品市场已从“国际品牌主导”迈入“国货核心引领”的新阶段；同时，2025 年市场中淘汰品牌数量高达 2.7 万个，排名前 500 的品牌中，超 60% 实现正增长；而 500 名以后的品牌中，仅 26% 能实现增长，表示市场资源加速向头部企业和科技创新型品牌聚集，行业竞争趋于理性，市场从规模扩张转向质量竞争，未来的竞争将更加聚焦于品牌价值、技术创新和用户体验的提升。**渠道端**，线上渠道占比达 65.36%，仍是增长核心，但增速已趋平稳；线下渠道交易额基本企稳，占比维持在 34.64%，“线上为主”的单极扩张时代正式落幕，线上线下融合共生的新格局正在形成。**消费端**，300 元以下高性价比产品（58.88%）与 1000 元以上高端产品（14.75%）同步扩张，中间价位段市场不断被挤压，市场呈现“两极分化”的态势表明消费者追求极致性价比或者愿意为品牌价值、技术含量等付出溢价。**监管端**，从“十四五”期间，《化妆品监督管理条例》及一系列配套法规的出台到 2025 年《关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》的发布，标志着监管逻辑从“建体系、严管控”向“优服务、促发展”的战略转变，监管赋能与市场活力共振。

总的来看，随着中国化妆品产业的现代化产业体系建设不断推进，将会呈现以下五大特征：科技创新领跑、智能制造领先、品牌价值跃升、东方美学与硬科技深度融合，最终在“十五五”期末初步形成“制妆强国”格局。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

泡泡玛特新品热销，回购行动刺激股价大涨。近期泡泡玛特推出的两款新品正式开售，分别是 2026 年新品“马力全开”系列毛绒挂件盲盒与“PUCKY 敲敲系列”毛绒挂件盲盒系列 1) “马力全开”系列毛绒挂件盲盒系列汇集 LABUBU、星星人、DIMOO 等 8 个热门 IP（7 个常规款，1 个隐藏款）单个盲盒售价为 159 元，整盒售价为 1113 元。截至 1 月 22 日，该系列在泡泡玛特官方购买渠道均显示无货，在得物平台的相关链接中，该系列已有 1.3 万人付款。2) PUCKY 敲敲系列电子木鱼（毛绒挂件盲盒），该系列盲盒采用 6 款常规角+1 款隐藏款的配置，单盒售价为 99 元，整盒（6 个）售价为 594 元，在某电商平台上该系列隐藏款售价为 327 元左右，溢价率高达 230%，二手交易平台上该款最高标价为 288 元，溢价率高达 190%，该系列爆火的原因在于其内置电子木鱼功能，切中年轻群体的情绪解压需求。

产品火爆销售与公司积极的资本动作形成共振，直接刺激了股价表现。1 月 19 日，泡泡玛特宣布斥资约 2.51 亿港元回购 140 万股；1 月 21 日，公司以 9649 万港元回购 50 万股；1 月 22 日，泡泡玛特股价收盘大涨 5.45%，一举扭转了近五个月以来的持续回调态势。此次密集回购公司股份一系列动作被市场普遍解读为：管理层认为当前股价已显著低于公司内在价值，并通过实际行动向市场传递对公司未来发展的坚定信心，此次大力度的回购有望为股价构筑一个坚实的底部，结合即将发布的 2025 年全年业绩及预期良好的 2026 年一季度表现，公司当前股价位置被认为具备极高的安全边际。

京东 AI 玩具产业带正式落地，JoyInside 推出软硬一体化方案。1 月 20 日，在京东举办的 AI 玩具大会上，京东与宿豫区人民政府正式签约，将在江苏宿迁落地 AI 玩具产业带，同时正式发布专为智能硬件终端打造的 JoyInside 软硬一体化解决方案，旨在为行业提供从技术底层到产品落地的全链路支持。

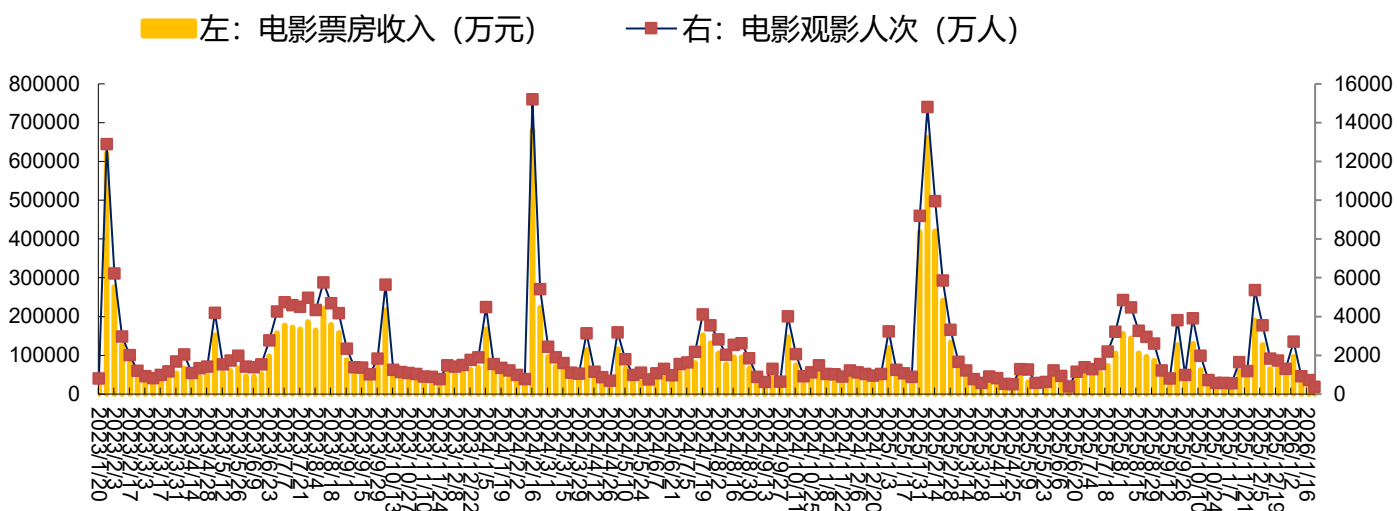
JoyInside 目前已接入超过 40 家头部品牌，带动终端交互轮次提升 120%。京东 JoyInside 推出多款已量产的硬件机芯方案，提供灵活、多元的软硬件一体化能力，覆盖从毛绒玩具到智能家居设备的广泛场景，同时面向品牌提供定制化硬件，更适配个性化需求，

应用在更多设备上，方便合作伙伴快速集成，为品牌提供全生命周期支持：从用户洞察、产品共创，到技术集成、体验评测，与品牌方联合打造爆款。具体来看，JoyInside 与京东京造联合打造的第二批 AI 玩具也随之上线，此次新增产品在此前针对儿童开发的陪伴玩具基础上，新开发了针对年轻人和老年人的 AI 玩具，实现了对全年龄段用户需求的覆盖。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026年1月19日-2026年1月23日（第3周），周度票房为1.37亿元，周度电影票房Top3分别为《重返寂静岭》《匿杀》《疯狂动物城2》，周票房分别为0.24亿元、0.23亿元和0.18亿元。

图表 3：2023年1月-2026年1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】据猫眼电影等显示，下周拟上映9电影，如下表：

图表 4：拟上映的电影及基本情况

上映时间	影片名	出品公司/联合出品	发行公司/联合发行
2026年1月28日	年年岁岁	山西蓝晨影视文化有限公司	北京微峰文化传媒有限公司
2026年1月30日	闪灵	美国华纳兄弟影片公司	Warner-Columbia Filmverleih GmbH
2026年1月30日	庇护之地	英国黑熊影业国际有限公司	华夏电影发行有限责任公司
2026年1月30日	东北警察故事3	广东联瑞木马影业有限公司	天津联瑞影业有限公司
2026年1月30日	魁魁楼之双生惊魂	顽主时代(北京)影业有限公司	-
2026年1月30日	太空异种	兰州未来新影文化科技集团有限责任公司	-
2026年1月31日	非传统浪漫关系	中影创意(苏州)电影有限公司	中国电影产业集团股份有限公司
2026年1月31日	末日逃生2:迁移	-	中国电影产业集团股份有限公司
2026年1月31日	没问题	七印象(上海)影业有限公司	中国电影产业集团股份有限公司

资料来源：猫眼电影，华鑫证券研究

1.4、电视剧市场

电视剧方面，收视率如下图所示，周度收视率靠前的电视剧为上海东方卫视的《轧戏》、江苏卫视的《冬至》、湖南卫视的《玉茗茶骨》

图表 5：电视剧情况（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 22 日）

CSM71 4+ 2026年1月19日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年1月20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	湖南卫视	玉茗茶骨	2.189	10.54	1	湖南卫视	玉茗茶骨	1.96	9.7
2	江苏卫视	冬至	1.762	7.39	2	江苏卫视	冬至	1.552	6.63
3	上海东方卫视	轧戏	1.555	6.48	3	上海东方卫视	轧戏	1.387	5.91
4	北京卫视	长河落日	1.279	5.37	4	北京卫视	长河落日	1.276	5.45
5	上海东方卫视	马背摇篮	0.817	3.92	5	上海东方卫视	马背摇篮	0.817	4.1
6	深圳卫视	大生意人	0.576	2.47	6	深圳卫视	大生意人	0.68	2.97
7	东南卫视	书卷一梦	0.332	1.37	7	东南卫视	书卷一梦	0.545	2.37
8	黑龙江卫视	灼灼韶华	0.332	1.41	8	广东卫视	雪迷宫	0.351	1.52
9	广东卫视	雪迷宫	0.325	1.38	9	黑龙江卫视	灼灼韶华	0.213	0.92
10	安徽卫视	四喜	0.282	1.19	10	浙江卫视	长河落日	0.142	0.61
11	江西卫视	我是刑警	0.165	0.71	11	北京卫视	美好的人生	0.11	1.11
12	山东卫视	人世间	0.154	0.65	12	北京卫视	马背摇篮	0.105	0.72
13	北京卫视	美好的人生	0.127	1.28	13	江西卫视	我是刑警	0.102	0.45
14	北京卫视	马背摇篮	0.126	0.83	14	山东卫视	人世间	0.098	0.42
15	浙江卫视	长河落日	0.126	0.53	15	湖北卫视	三叉戟二	0.097	0.41
16	湖北卫视	三叉戟二	0.119	0.5	16	天津卫视	大盛魁第一部东方商魂	0.081	0.35
17	陕西卫视	摧毁	0.097	0.41	17	陕西卫视	摧毁	0.076	0.33
18	天津卫视	大盛魁第一部东方商魂	0.089	0.38	18	河北广播电视台卫视频道	亮剑	0.063	0.44
19	河北广播电视台卫视频道	绝密较量	0.076	0.32	19	河北广播电视台卫视频道	绝密较量	0.059	0.25
20	广东卫视	梅花红桃	0.075	0.66	20	安徽卫视	向风而行	0.052	0.22
中央	中央电视台综合频道	看见风景的窗	0.697	3.26	中央	中央台八套	小城大事	2.003	8.67
中央	中央台八套	小城大事	1.885	8.01					

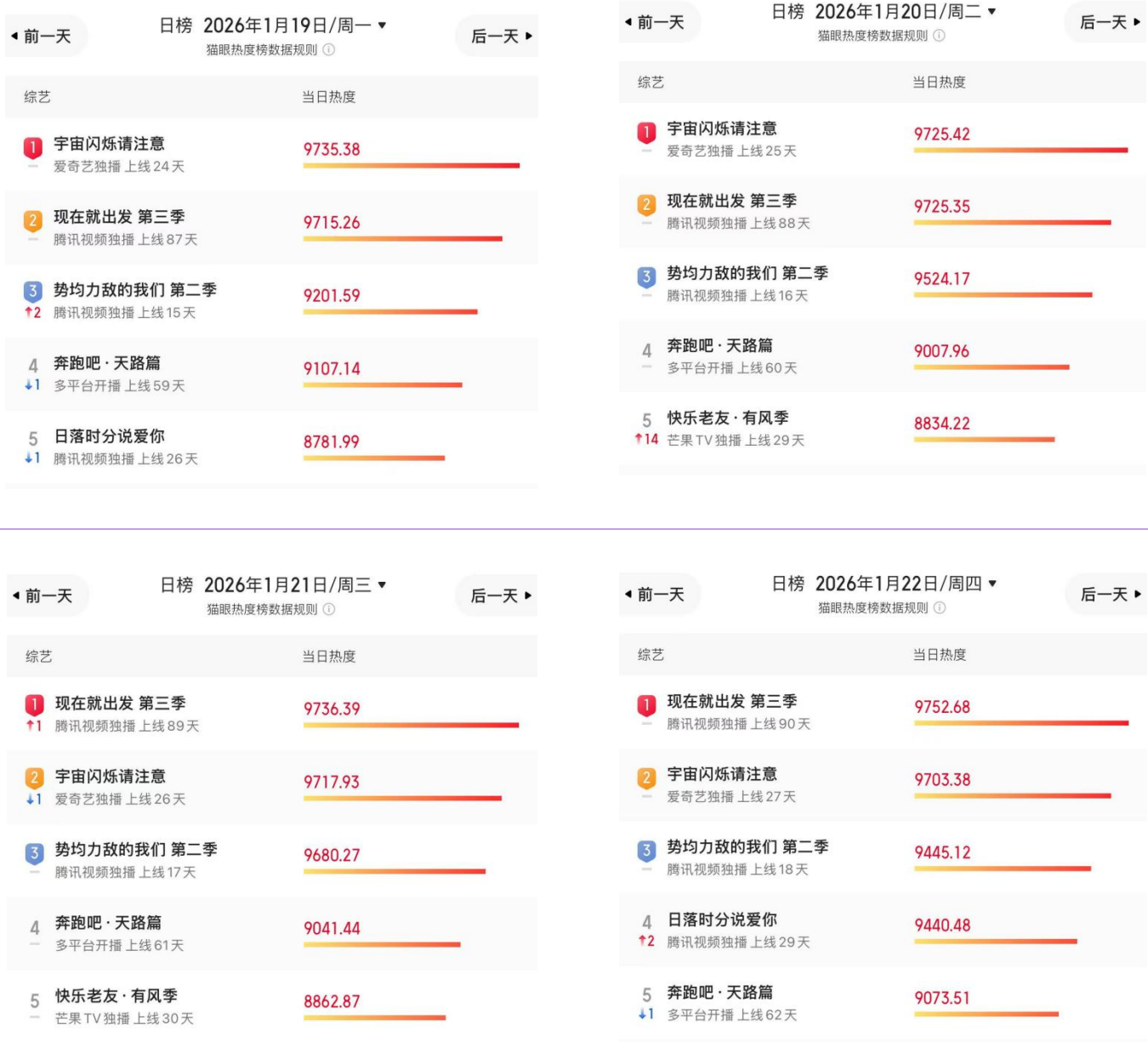
CSM71 4+ 2026年1月21日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年1月22日（周四）省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	玉茗茶骨	1.735	8.6	1	湖南卫视	玉茗茶骨	1.907	9.04
2	江苏卫视	冬至	1.644	7.11	2	江苏卫视	冬至	1.825	7.47
3	上海东方卫视	轧戏	1.525	6.57	3	上海东方卫视	轧戏	1.766	7.24
4	北京卫视	长河落日	1.474	6.38	4	北京卫视	长河落日	1.561	6.41
5	上海东方卫视	马背摇篮	0.982	4.87	5	上海东方卫视	马背摇篮	0.989	4.58
6	深圳卫视	大生意人	0.72	3.18	6	深圳卫视	大生意人	0.646	2.7
7	东南卫视	书卷一梦	0.396	1.67	7	浙江卫视	长河落日	0.402	1.65
8	广东卫视	雪迷宫	0.354	1.55	8	东南卫视	书卷一梦	0.383	1.6
9	黑龙江卫视	灼灼韶华	0.163	0.71	9	广东卫视	雪迷宫	0.373	1.55
10	浙江卫视	长河落日	0.146	0.64	10	黑龙江卫视	灼灼韶华	0.303	1.25
11	江西卫视	我是刑警	0.131	0.58	11	江西卫视	我是刑警	0.163	0.69
12	北京卫视	马背摇篮	0.124	0.88	12	天津卫视	沉默的荣耀	0.153	0.63
13	广东卫视	梅花红桃	0.114	1.03	13	北京卫视	马背摇篮	0.123	1.33
14	山东卫视	人世间	0.097	0.43	14	湖北卫视	三叉戟二	0.119	0.49
15	湖北卫视	三叉戟二	0.094	0.41	15	山东卫视	人世间	0.11	0.46
16	北京卫视	美好的人生	0.089	0.96	16	河北广播电视台卫视频道	亮剑	0.088	0.59
17	天津卫视	大盛魁第一部东方商魂	0.063	0.27	17	河北广播电视台卫视频道	绝密较量	0.06	0.24
18	四川卫视	余生有涯	0.062	0.27	18	安徽卫视	向风而行	0.057	0.23
19	河北广播电视台卫视频道	绝密较量	0.062	0.27	19	四川卫视	余生有涯	0.054	0.22
20	安徽卫视	向风而行	0.06	0.27	20	陕西卫视	我的亲爹和后爸	0.05	0.21
中央	中央台八套	小城大事	2	8.86	中央	中央台八套	小城大事	2.012	8.35

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，周度全网热度榜靠前的综艺有《现在就出发 第三季》、《宇宙闪烁请注意》、《势均力敌的我们 第二季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 1 月 19 日-2026 年 1 月 22 日）



资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

1.6、游戏市场

截至 2026 年 1 月 23 日，页游数据更新如下：最热门的为《无限召唤灵[鬼服]》和《王炸福利服[送]》。

图表 7：过去 7 天网页游戏情况

全部排行 榜单引用 >							
排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商	热度	趋势
热	无限召唤灵[鬼服]	8.6	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	王炸福利服[送]	8.9	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	800%鸿运高爆	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	山海经·魔神传	8.5	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
1	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲益智	腾讯五彩石工作室	4378	-
2	梦幻西游手游网页版	5		角色扮演		4279	-
3	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏	3826	-
4	刀剑乱舞-ONLINE-	6	公测	休闲益智	DMM.com	3802	-
5	大皇帝	5.4	公测	策略	游族网络	3698	-

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，免费榜排名前三的手游为《明日方舟：终末地》《鹅鸭杀》《三角洲行动》，畅销榜排名前三的手游分别为《王者荣耀》《和平精英》《穿越火线-枪战王者》

图表 8：iOS 手游排行榜情况

免费榜	付费榜	畅销榜
数据更新时间：01月23日 19:20~至今	数据更新时间：01月23日 19:20~至今	数据更新时间：01月23日 19:16~至今
<p>1 明日方舟：终末地 AD 总榜 4名 Shanghai Hypergryph Tal...</p>	<p>1 泰拉瑞亚 总榜 2名 X.D. Network Inc. 付费2元</p>	<p>1 王者荣耀 总榜 1名 Shenzhen Tencent Tianyou Technolo...</p>
<p>2 鹅鸭杀 AD 总榜 5名 Chengdu Kingsoft Shiyou...</p>	<p>2 鬼谷八荒 总榜 3名 Guangzhou Dahuang Net...</p>	<p>2 和平精英 总榜 3名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>3 三角洲行动 总榜 34名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>3 迷雾北境 总榜 6名 厦门快爆游网络科技有限公司...</p>	<p>3 穿越火线-枪战王者 总榜 5名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>4 王者荣耀 总榜 49名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>4 魔法工艺 总榜 8名 Shanghai Hode Informati...</p>	<p>4 明日方舟：终末地 AD 总榜 7名 Shanghai Hypergryph Tal...</p>
<p>5 逆战：未来 AD 总榜 61名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>5 无径之林 总榜 10名 BD Games</p>	<p>5 金铲铲之战 总榜 8名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>

资料来源：七麦数据截图，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
300043.SZ	星辉娱乐	2026年1月23日	关于股东权益变动触及1%整数倍暨减持计划实施完成的公告
002624.SZ	完美世界	2026年1月22日	关于实际控制人减持股份触及1%整数倍的公告
300071.SZ	福石控股	2026年1月21日	董事、高级管理人员减持股份预披露公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

2026 年一季度，日历效应下迎春节档与春晚，从内需到 AI 应用均具看点。2026 年春节档已定档四部影片，题材多元有望承接不同观众需求，同时电影院线企业在做好主业同时也在积极拥抱 AI 以及新交互体验，探索业务商业化新边界。2026 年迎 AI 春晚，也有望重燃 AI 应用新场景热度与 AI 流量入口新竞争，AI 时代诞生的豆包与千问 APP，诞生的 deepseek、kimi 等 app 产品，均带来新搜索的入口，进而拉动数字营销与电商商业化的新思考，每一轮科技革命均伴随基建与硬件带来的媒介革新，从 pc 到移动手机再到现在的 AI 眼镜、AI 手机、AI 陪伴等媒介的变迁，伴随媒介变迁也会带来商业模式的新变化与内容的新生产范式与触达方式的变化，AI 时代传媒有望承接应用新增量，产业链端可关注阿里产业链、字节跳动产业链、小红书与 B 站等，垂类应用均可期如 AIGC 板块可关注电商、电影、剧集、游戏、国漫、大众阅读、体验经济板块。

4、本周推荐个股及逻辑

推荐标的：

个股跟踪：A股可关注，万达电影 002739（院线龙头，2026 春节档参与电影《惊蛰无声》《飞驰人生 3》《熊出没》，推出 AI 数字男团 vexel，投资布局 52toys、拍立方，借力资本来推动影院从单一观影场所升级为文化社交平台）；**蓝色光标 300058**（数字营销头部企业，率先卡位 GEO，践行 AI 原生时代的营销新范式，受益字节跳动与小红书产业链，积极拥抱 AI 且已拉动收入，与火山引擎建立深度合作，2026 春晚可关注火山引擎与豆包拉动的字节跳动产业链）；**东方明珠 600637**（受益于超聚变递表拟上市，2025 年通过股权方式卡位超聚变与新华三，投资将进一步整合利用各方优势资源，百视通携手微软深化游戏合作共拓家庭娱乐市场线）；**遥望科技 002291**（鞋业资产以 4.53 亿元剥离，关注 AI+电商）；**芒果超媒 300413**（推出全新 IP Cluebie，历史题材剧《太平年》登陆芒果 TV）；**顺网科技 300113**（关注 AI 赋能电竞、数字营销业务，可关注卡牌手游《三国：百将牌》）；**华策影视 300133**（作为剧集龙头持续探索新范式，参股智谱且建立战略合作，《太平年》剧集播出）；**中信出版 300788**（公司计划将 IP 运营板块提升到公司主营板块，关注公司 AI 进展，从单一图书出版经营单元发展为具有核心竞争力的动漫 IP 运营服务公司）；**奥飞娱乐 002292**（完成回购，AI 玩具卡位优势，打造飓风战魂 WSA 赛事，关注 AI+IP 业务进展）；**横店影视 603103**（2026 春节档参与《飞驰人生 3》《熊出没》等，下沉市场仍具增量，也在战略性和系统性地探索利用公司影视产业传统优势资源有效介入 AI 漫剧、AI 短剧等领域）；**风语筑 603466**（2025 年业绩预告与减持落地，体验经济代表，与 Rokid 的 AI 眼镜以及字节跳动旗下即梦 AI 达成合作）；**浙文互联 600986**（减持完成，近日推出生成式引擎优化智能体 HochiGEO，与头部平台深化 AI 营销生态，数字人年消耗破 2.5 亿元）；**姚记科技 002605**（数字营销、游戏、扑克牌三主业，AI+数字营销业务主要以芦鸣科技为主体，也将受益于字节跳动数字营销产业链）；**锋尚文化 300860**（积极布局商业演出领域，以“文化科技融合”为核心战略优化业务结构，合规推进并购重组采取“横向+纵向”双轮驱动策略）；**荣信文化 301231**（受益于与阿里云围绕少儿教育场景 AI 应用展开深度合作）；**上海电影 601595**（关注中国奇谭 IP 系列驱动的周边衍生品经济）；**实丰文化 002862**（海绵宝宝光动系列第一弹正处于监修阶段，践行 AI+IP 玩具，已推出 AI 魔法星、AI 飞飞兔、马年 AI 小度熊、AI 乖巧宝宝、AI 猪小屁等核心产品）；**完美世界 002624**（静待减持进展，关注后续《异环》三测）；**恺英网络 002517**（关注 EVE 进展，正持续挖掘 AI 在玩法创新、用户共创中的潜力）；**港股可关注，B 站 9626**（AI 技术将于 2026 年全面融入营销各环节，AI 营销策略中心“哔哩必达”将向商家开放自助申请）；**腾讯 0700**（关注 AI 应用新进展）；**阿里 9988**（在 AI 时代持续保持创新，拟拆分旗下 AI 芯片企业平头哥独立上市）；**阜博集团 3738**（AI 时代看数字内容的版权流转价值）；**美图 1357**（积极拥抱 AI，在 AI 与电商领域深度合作）；**布鲁可 0325**（受益促消费新方案，后续仍需看产品力韧性）；**圣贝拉 2508**（解禁落地，以女性为支点撬动产后护理和修复市场，关注后续出海与 AI 的进展）；**名创优品 9896**（开启回购，践行从零售到全球 IP 运营平台的跃迁）；**毛戈平 1318**（公司已在各大主流电商平台完善销售渠道，电商年货节的启动有望拉动线上销售）。

图表 10：关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-1-23 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.11	0.13	0.21	0.27	71.28	43.38	33.74	买入
300413.SZ	芒果超媒	26.57	0.73	0.86	1.06	36.43	30.90	25.07	买入
002605.SZ	姚记科技	26.94	1.30	1.42	1.53	20.73	18.97	17.61	买入
603096.SH	新经典	19.15	0.82	1.25	1.43	23.33	15.32	13.39	买入
300058.SZ	蓝色光标	20.55	-0.12	0.18	0.23	-178.70	114.17	89.35	买入
603466.SH	风语筑	9.69	-0.23	0.35	0.51	-42.56	27.69	19.00	买入
603103.SH	横店影视	19.34	-0.15	0.43	0.56	-127.24	44.98	34.54	买入
600986.SH	浙文互联	12.05	0.11	0.20	0.22	113.57	60.25	54.77	买入
300788.SZ	中信出版	30.08	0.62	0.86	1.06	48.20	34.98	28.38	买入
002739.SZ	万达电影	11.62	-0.43	0.46	0.60	-26.94	25.26	19.37	买入
300251.SZ	光线传媒	17.46	0.10	0.43	0.52	175.48	40.60	33.58	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.38	-0.19	0.10	0.16	-48.63	93.80	58.63	买入
002291.SZ	遥望科技	7.57	-1.08	0.13	0.17	-7.04	58.23	44.53	买入
300148.SZ	天舟文化	5.04	0.04	0.09	0.12	128.24	56.00	42.00	买入
601595.SH	上海电影	30.31	0.20	0.52	0.75	150.87	58.29	40.41	买入
600637.SH	东方明珠	12.40	0.20	0.22	0.24	62.34	56.36	51.67	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	235.50	-3.23	1.93	4.01	-72.91	122.02	58.73	买入
1357.HK	美图公司	7.43	0.18	0.18	0.24	41.25	41.25	30.94	买入
1318.HK	毛戈平	80.35	2.18	2.36	3.00	36.86	34.05	26.78	买入
0325.HK	布鲁可	71.39	-2.69	2.47	3.15	-26.54	28.90	22.66	买入
9896.HK	名创优品	34.80	2.10	2.10	2.70	16.57	16.57	12.89	买入
2508.HK	圣贝拉	4.71		0.17	0.32		27.70	14.71	买入
2400.HK	心动公司	73.18	1.69	3.35	4.05	43.30	21.86	18.08	未评级
0772.HK	阅文集团	33.25	-0.21	1.22	1.26	-158.35	27.19	26.37	未评级
3738.HK	阜博集团	4.27	0.05	0.09	0.13	78.40	49.69	34.04	未评级
9992.HK	泡泡玛特	196.94	2.35	9.13	12.67	83.80	21.57	15.54	未评级
0700.HK	腾讯控股	533.60	20.49	24.29	27.79	26.05	21.97	19.20	未评级
1024.HK	快手-W	72.87	3.48	4.12	4.78	20.94	17.67	15.25	未评级
3690.HK	美团-W	87.48	5.66	-3.18	1.16	15.46	-27.52	75.57	未评级
2013.HK	微盟集团	2.10	-0.57	-0.04	-0.01	-3.68	-53.40	-176.35	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.01	0.00	0.04	0.07	675.59	27.99	14.23	未评级
2331.HK	李宁	19.08	1.17	1.01	1.10	16.38	18.87	17.42	未评级

资料来源：Wind，华鑫证券研究（注：港元对人民币的汇率取 1 港元=0.8968 元人民币；美元对人民币的汇率取 1 美元=6.9929 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) 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。

何春玉：金融学士、理学硕士，2023 年 8 月加盟华鑫证券研究所。

■ 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
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。