

2026年02月07日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

从春节档到 AI 春晚 迎 2026 年新篇章关注 AIGC

—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)	8.4	13.6	36.2
沪深300	-2.8	-0.8	19.3

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

相关研究

- 1、《传媒行业周报：迎 2026 春节档看 AI 春晚》2026-01-25
- 2、《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
- 3、《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

本周观点更新

从 AI 应用与内需可选消费有望持续托举传媒板块，2026 年 1 月数字营销广告因 GEO 火热重燃 AI 应用，2 月，互联网大厂系数下场通过数字红包为 AI 产品获新客，腾讯、阿里、百度推出现金数字红包烘托春节热度；步入 2026 年，抖音成为 2026 年总台新媒体《竖屏看春晚》合作伙伴，同时，阿里旗下千问 app 冠名东方卫视、浙江卫视、江苏卫视、河南卫视四大马年春节晚会，AI 春晚有望重燃 AIGC；投资维度，**第一维度**，可关注电影院线板块三剑客；**第二维度**，可关注字节跳动的火山、抖音、豆包产业链，涉及数字营销、电商、内容等；**第三维度**，可关注阿里、小红书产业链。

本周重点推荐个股及逻辑

A 股可关注，**万达电影 002739**（积极拥抱 AI，春节档参投《飞驰人生 3》《熊出没》《镖人》《惊蛰无声》等）；**博纳影业 001330**（2025 年主业差强人意业绩承压落地，2026 年春节档参与影片《飞驰人生 3》）；**横店影视 603103**（2026 年春节档影片参投《飞驰人生 3》《熊出没》《星河入梦》等）；**芒果超媒 300413**（看芒果大模型 AI 赋能主业，小芒电商迎盈利拐点）；**奥飞娱乐 002292**（践行 AI+IP 战略，推出的“飓风战魂”陀螺项目打造赛事也在承接新需求）；**风语筑 603466**（静待减持落地）；**蓝色光标 300058**（数字营销头部企业，积极拥抱 AI）；**浙文互联 600986**（地方国企数字营销代表企业，受益于 GEO）；**中信出版 300788**（主业持续夯实外积极关注 AI 赋能主业进展）；**姚记科技 002605**（关注 AI 赋能数字营销与游戏进展）；**华策影视 300133**（出品剧集《太平年》获热播中）；**顺网科技 300113**（Clawdbot AI 助手作为边缘算力具价值的应用场景，公司也在持续关注相关行业动态）；**完美世界 002624**（游戏新品《异环》三测开启）；**恺英网络 002517**（关注 EVE 进展）；**港股可关注**，**B 站 9626**（社区视频商业价值有望再升，关注三国百将牌游戏产品进展）；**腾讯 0700**（元宝 AI 发起数字红包热度，受益于社交电商业务的探索拉动用户活跃，核心仍看产品力）；**阿里巴巴 9988**（发力千问 AI，从冠名到数字红包补贴持续推进）；**美图 1357**（关注 AI 赋能旗下产品进展）；**卓博集团 3738**（全球领先的数字资产和交易服务提供商）；**万咖壹联 1762**（关注 AI 手机时代 AI Agent 商业化进展）；**毛戈平 1318**（与 XKA 深化合作，推动东方美学全球化表达）。

■ 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。

重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-2-6 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	8.92	0.13	0.21	0.27	69.80	42.48	33.04	买入
300413.SZ	芒果超媒	25.93	0.73	0.71	0.82	35.55	36.52	31.62	买入
002605.SZ	姚记科技	25.50	1.30	1.42	1.53	19.62	17.96	16.67	买入
603096.SH	新经典	19.05	0.82	1.25	1.43	23.21	15.24	13.32	买入
300058.SZ	蓝色光标	18.97	-0.12	0.18	0.23	-164.96	105.39	82.48	买入
603466.SH	风语筑	9.05	-0.23	-0.04	0.27	-39.75	-226.25	33.52	买入
603103.SH	横店影视	33.40	-0.15	0.43	0.56	-219.74	77.67	59.64	买入
600986.SH	浙文互联	14.00	0.11	0.20	0.22	131.95	70.00	63.64	买入
300788.SZ	中信出版	29.26	0.62	0.86	1.06	46.88	34.02	27.60	买入
002739.SZ	万达电影	12.56	-0.43	0.63	0.85	-29.12	19.94	14.78	买入
300251.SZ	光线传媒	20.46	0.10	0.43	0.52	205.63	47.58	39.35	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.44	-0.19	0.05	0.10	-48.94	188.80	94.40	买入
002291.SZ	遥望科技	8.59	-1.08	0.13	0.17	-7.98	66.08	50.53	买入
300148.SZ	天舟文化	5.18	0.04	0.13	0.17	131.81	39.85	30.47	买入
601595.SH	上海电影	29.57	0.20	0.52	0.75	147.19	56.87	39.43	买入
600637.SH	东方明珠	11.29	0.20	0.52	0.75	56.76	21.71	15.05	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	213.26	-3.23	1.93	4.01	-66.02	110.50	53.18	买入
1357.HK	美图公司	5.56	0.18	0.18	0.24	30.88	30.88	23.16	买入
1318.HK	毛戈平	80.22	2.18	2.36	3.00	36.80	33.99	26.74	买入
0325.HK	布鲁可	61.73	-2.69	4.42	6.05	-22.95	13.97	10.20	买入
9896.HK	名创优品	32.75	2.10	1.89	2.62	15.59	17.33	12.48	买入
2508.HK	圣贝拉	4.39		0.42	0.38		10.53	11.65	买入
2400.HK	心动公司	70.60	1.69	3.30	4.02	41.77	21.36	17.58	未评级
0772.HK	阅文集团	30.66	-0.21	1.22	1.26	-146.01	25.07	24.31	未评级
3738.HK	卓博集团	3.79	0.05	0.09	0.13	69.69	44.18	30.26	未评级
9992.HK	泡泡玛特	216.64	2.35	9.15	12.73	92.19	23.69	17.01	未评级
0700.HK	腾讯控股	487.71	20.49	24.33	27.84	23.81	20.04	17.52	未评级
1024.HK	快手-W	63.47	3.48	4.13	4.79	18.24	15.35	13.25	未评级
3690.HK	美团-W	81.42	5.66	-3.17	1.02	14.39	-25.64	79.47	未评级
2013.HK	微盟集团	1.73	-0.57	-0.04	-0.01	-3.03	-45.84	-151.59	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.11	0.00	0.04	0.07	742.33	30.76	15.64	未评级
2331.HK	李宁	18.99	1.17	1.01	1.10	16.30	18.75	17.33	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=0.8908 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.9590 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	7
1.3、电影市场	11
1.4、电视剧市场	12
1.5、综艺节目市场	13
1.6、游戏市场	14
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况	15
3、本周观点更新	16
4、本周重点推荐个股及逻辑	17
5、风险提示	19

图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 6 日）	6
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 6 日）	6
图表 3：2023 年 1 月-2026 年 2 月每周电影票房收入(万元)及观影人次(万人)走势图	11
图表 4：拟上映的电影及基本情况	11
图表 5：电视剧情况（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 5 日）	12
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 5 日）	13
图表 7：过去 7 天网页游戏情况	14
图表 8：iOS 手游排行榜情况	14
图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资	15
图表 10：重点关注公司及盈利预测	18

1、行业观点和动态

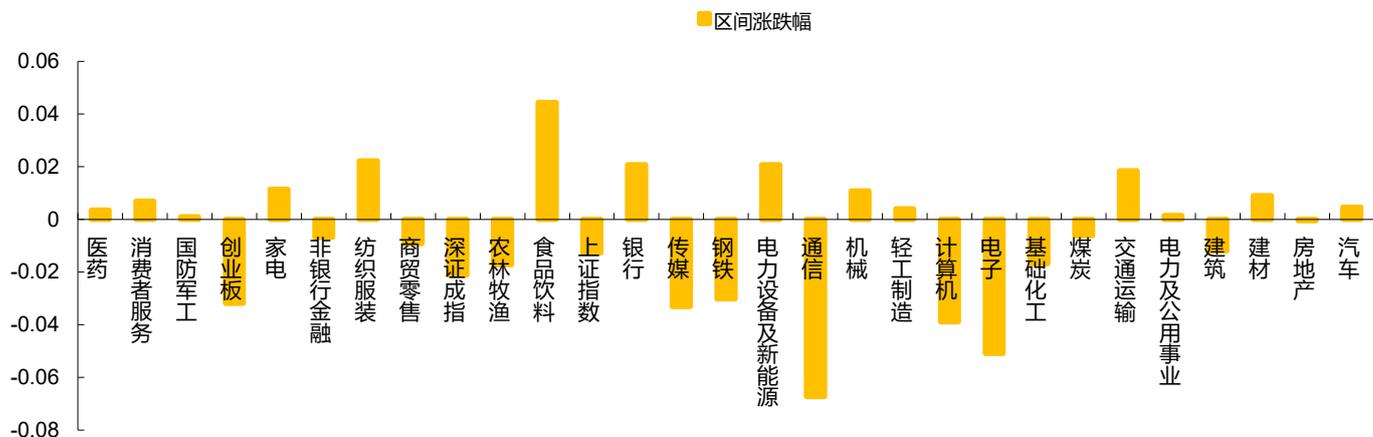
1.1、传媒行业回顾

市场综述：2026年2月2日-2026年2月6日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.27%、-2.11%、-3.28%。细分到传媒各子行业来看，020指数涨幅较大，万得虚拟现实指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为横店影视、佳创视讯、遥望科技，分别上涨 30.98%、29.28%、16.08%；跌幅 Top3 分别为蓝色光标、因赛集团、福石控股，分别下跌 18.69%、15.64%、14.94%。

从阿里到字节跳动积极迎接 AI 春晚。2026年2月2日，阿里生态将推出 30 亿元补贴主要覆盖淘宝、闪购、飞猪、大麦、高德、盒马、千问等；2026年2月3日，阿里旗下千问 app 官宣冠名东方卫视、浙江卫视、江苏卫视、河南卫视四大马年春节晚会，还作为“AI 演员”，用 AI 生视频、AI 识图、AI 问答等方式，给大家带来了创意好玩的春晚节目。字节跳动在 2 月 2 日指出，旗下抖音正式成为 2026 年总台新媒体《竖屏看春晚》合作伙伴，为全国观众解锁竖屏观看春晚体验，豆包、火山引擎、多闪、汽水音乐、抖音精选等平台也将同步联动，字节跳动也准备了豆包 AI 耳机、火山 AI 玩偶、汽水音乐 VIP 年卡、抖音文创周边等，2026 年春晚有望拉开 AI 入口竞争的新篇章，从商业化端，移动互联网时代，互联网大厂均布局数字营销广告与电商、内容会员的商业化，AI 时代商业化变现角度看，如何突破从订阅制商业化模式进阶为数字营销广告如 GEO，仍值得期待。2026 年 AI 春晚作为主要的节点，可关注 AIGC 板块，如数字营销广告、电商、AI 内容、数字创意、AI 陪伴、AI 游戏、AI 新交互，标的可关注万达电影、博纳影业、横店影视、蓝色光标、姚记科技、顺网科技、完美世界、恺英网络、奥飞娱乐、风语筑、芒果超媒、b 站等。2026 年 2 月 5 日，中央广播电视总台与卡游正式宣布，卡游成为总台《2026 年春节联欢晚会》卡牌合作伙伴。央视提到，此次与卡游携手，不仅是对青春潮流文化的拥抱，更是一份面向年轻一代的春节邀约，卡牌板块可关注姚记科技、奥飞娱乐等。

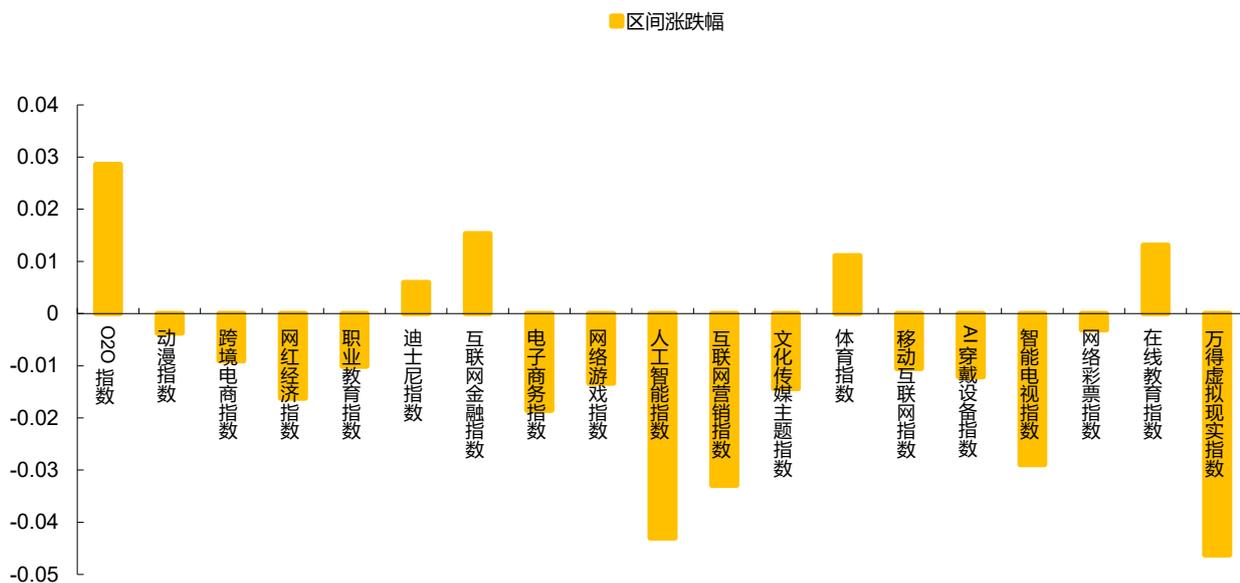
日历效应下，电影院线迎 2026 年春节档。2025 春节档中 2 月 17 日单日已定档 6 部，《飞驰人生 3》《熊出没》《惊蛰无声》《镖人》《星河入梦》《熊猫计划》，片单整体较为多元有望承接多种观影需求；由于 2025 年春节档基数较高，2026 年同期票房市场预期相对较低，在低预期中若有黑马作品，也有望在节后再演绎，同时影院线板块上游是 AIGC 落脚点，下游是 IP 与 AI 体验经济的延伸。企业端，万达电影，推出 AI 数字男团 vexel，参股 52TOYS，通过整合全产业链资源与自有创新能力，打造“内容+消费+科技”的商业体系，已推出数字确权平台 RtimeLink，通过 IP 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，2025 年主业差强人意业绩承压落地，2026 年春节档参与影片《飞驰人生 3》，后续可关注《四渡》《克什米尔公主号》《蛮荒禁地》，AI 电影《三星堆：未来往事》新供给有望助力主业回暖；横店影视，AI 技术持续发展有望赋能公司的影视业务，同时，公司也在孵化培育新业态，拓展增长新引擎，借力横店的影视产业资源，加强文旅业务融合，推动构建影视产业生态新发展。当下仍可关注电影院线三剑客万达电影、横店影视、博纳影业，以及上海电影、光线传媒、中国儒意、猫眼、大麦等。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 6 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 2 月 2 日-2026 年 2 月 6 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

小游戏赛道迎来发展热潮，抖音扶持政策持续加码。2025 年国内小游戏市场规模约为 610 亿，同比增长 22%；头部平台月活规模超过 5.71 亿；用户使用时长提升至 24.6 分钟，同比增长 27.2%，预计 2026 年小游戏市场规模突破 700 亿，展现出极强的市场活力。**具体来看**，2025 年抖音小游戏迎来爆发增长，多款热门产品实现规模化突破，例如《狙击外星人》曾登顶抖音小游戏热门榜，抖音平台 DAU 达 250 万；《我的花园世界》从内容入手，结合游戏玩法发酵话题，抖音生态话题总播放量超过 43 亿；《抓大鹅》玩法辐射明星圈层，抖音做好话题承接并加码发酵，多次冲上抖音热点榜，爆款产品不仅验证了抖音小游戏赛道的商业化潜力，更激活了整个生态的开发者供给。

近期，抖音小游戏携手巨量引擎发布《2026 年 Q1 IAP 抖小激励政策》，持续加码小游戏赛道。该政策聚焦 IAP 小游戏规模化增长与成本优化，推出 40% 现金消耗赠款、400 万单游封顶等历史峰值激励。**战略层面上**，官方以历史最高激励资金，降低产品研发与投放门槛，促使更多开发者入驻抖音小游戏，扩充优质产品供给，再通过「社交&内容增长激励政策」，推动开发者完成社交分享功能接入、内容场景带量布局，实现用户裂变与生态沉淀，最后基于抖音短视频、直播、社交分享的全域流量系统，让用户看到、分享、复玩产品，形成“产品供给-用户增长-生态反哺”的正向循环。总的来看，2026 年 Q1 政策回归产品激励，本质是引导开发者聚焦产品本身，提升产品质量与差异化竞争力，推动赛道向精品化、长效化方向发展，实现生态的可持续增长。

《超自然行动组》DAU 突破 1000 万，社交内核构筑竞争壁垒。2026 年 2 月 1 日，巨人网络宣布《超自然行动组》DAU 突破 1000 万，成为 A 股上市公司中唯一一家拥有千万级 DAU 产品的游戏公司。《超自然行动组》于 2025 年 1 月 23 日正式上线，在上线初期经历了必要的市场验证阶段，而随着内容成熟与运营节奏逐步打开，产品的市场表现呈现出持续走强趋势，目前已稳步跻身国内手游 APP 头部阵营。**探究其爆火的原因** 1) 游戏“微恐+搜打撤”的差异化产品定位一定程度上填补了市场空白，同时与《三角洲行动》《和平精英》等射击类“搜打撤”头部产品形成差异化竞争。2) 稳健的产品运营节奏与持续积累的用户规模，其推出 AI 大模型原生玩法目的在于从产品端提升游戏内容的新鲜度和可玩性，进而增加用户对游戏产品的粘性。官方数据显示，该玩法上线一周后，AI 参与对局数累计便已超过 2500 万。3) 通过代言合作推动产品实现更广泛的破圈，触达泛用户。《超自然行动组》的女性用户占比高达 60%-70%，“闺蜜组队”是游戏核心社交场景之一，代言人赵露思不仅带来了流量效应，其粉丝属性与产品的高度契合，从而达到用户破圈，进一步巩固了日活高位。**传播层面上**，《超自然行动组》将始终保持两个方向发展：第一、持续强化 UGC 驱动策略，通过多期百万创作激励计划，借助创作者力量实现低成本、高效果的社媒传播，积累社交平台内容量。第二、稳步推动跨界联动。例如联动精灵梦叶罗丽、非遗傩戏、《太空杀》等本质上目标是希望通过联动、合作触达不同用户群体，持续大品牌影响力。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】淘宝家居“春节氛围感装饰”搜索量同比涨超 200%。2026 年 1 月，淘宝家居数据显示，“春节氛围感装饰”搜索量同比增长超 200%，相关成交翻倍；“抽象对联”

搜索暴涨超 60 倍，“创意红包”增长超 200%，“刺绣红包”成交增 20 倍“宠物春联”搜索增 150%。

【京东】京东旗下欧洲线上零售平台 Joybuy 将于 3 月正式上线。 京东集团与英中贸易协会 (CBBC) 在中英商务论坛上签署战略合作协议，推动英国品牌通过京东全球购进入中国市场，并提供市场洞察、定制化运营及物流网络支持。同时，京东宣布其欧洲线上零售平台 Joybuy 将于今年 3 月正式上线，试运营期间已在英国多个城市实现当日达和次日达，依托京东供应链与物流能力，并正投资扩建英国本地仓储及配送网络 JoyExpress。

【抖音】2026 抖音电商年货消费趋势报告：智能清洁、电商服饰与年俗商品需求增长明显。 抖音电商《2026 抖音电商年货消费趋势数据报告》显示，1 月 16 日至 29 日期间，智能清洁电器订单量大幅增长，擦窗机器人增 209%，洗地机、扫地机器人分别增 101%、59%，电脑订单增 76%。

【美团】美团拟 7.17 亿美元收购叮咚买菜中国业务。 美团港交所公告宣布，将以约 7.17 亿美元初始对价收购叮咚买菜中国业务 100% 股权，交易完成后叮咚买菜将成为美团间接全资附属公司，其财务业绩并入美团报，转让方可提取不超过 2.8 亿美元资金，但须确保目标集团净现金不低于 1.5 亿美元；叮咚买菜海外业务不纳入交易，交割前将完成剥离。

【快手】快手外卖独立入口上线不足一年即下线。 快手于 2025 年 8 月在 App 首页“团购”板块新增独立外卖入口，覆盖汉堡披萨、咖啡奶茶、快餐便当等品类，商品来源分为两类：一类接入美团供给，用户购后获兑换券在美团 App 使用；另一类由快手平台内商家直接上架，支持自配或第三方配送，但截至 2026 年 1 月 28 日，该入口已从首页“团购”板块下线，用户无法再直接进入下单，上线时间尚不足一年。

1.2.3 影视

腾讯首款独立漫剧 App 落地，AI 漫剧赛道竞争再升级。 2025 年 AI 漫剧市场规模突破 200 亿元，其中字节系漫剧日耗峰值冲破 3000 万，预测 2026 年市场规模有望增至 243.6 亿元。2026 年 2 月 4 日，腾讯正式推出旗下首款漫剧独立 App “火龙漫剧”，该 App 将提供全网头部 IP 漫剧内容，内容方面涵盖所有漫剧类型（传统短番、动态漫、AI 漫、沙雕漫等）、爆款内容和 IP，如《奶龙》《西游后传真假大圣》等；从 UI 设计角度来看，火龙动漫上新日历和榜单均延续传统长视频平台风格，旨在将“追番”习惯植入快消式内容场景，培养用户的定期消费预期，押注长期内容生态。**市场端**，2025 年 7 月字节推出“红果免费漫剧”App，系业内首个定位于“漫剧”品类的独立应用；2025 年 12 月至 2026 年 1 月，百度先后推出“柚漫剧”、“七猫漫剧”两款独立漫剧 App，布局独立漫剧赛道。此次腾讯“火龙漫剧”App 的推出标志着漫剧赛道开始进入内容入口竞争时期，未来赛道格局可能从分散走向集中，内容标准与商业化进程也有望提速。**技术端**，传统技术公司如中文在线、360、万兴科技也相继推出漫剧制作平台，将 AI 技术作为其竞争焦点。2026 年 1 月 25 日，中文在线公开测试全栈 AI 创作解决方案“次元神笔”，从 IP 授权、角色库，到分镜生图、配音对口型，覆盖了漫剧制作的所有环节；2026 年 1 月 29 日，360 启动“纳米漫剧流水线”的公开测试，万兴科技宣布千万级投资漫剧制作商灵漫快创，内测一站式创作平台“万兴剧厂”。

总的来看，漫剧行业正处于从内容供给、盈利模式到政策环境仍处于快速变化阶段，一方面，AI 技术快速迭代的同时正式进入影视与创意内容的核心生产环节；另一方面，行业正在从早期的野蛮生长向规模化、精品化升级，腾讯的入局可能会加速这一进程，通过

与字节、阿里、百度等巨头竞争格局，推动行业构建更健康的生态体系。

1.2.4 美护

2026 年 1 月抖音美妆护肤榜出炉，国货主导赛道全面升级。彩妆领域，三资堂突围登顶月度榜首，打破 2025 年以来 eLL、蒂洛薇、卡姿兰等品牌的轮流领跑格局；护肤赛道则延续头部固化态势，韩束连续 15 个月稳居冠军席位。**具体来看，护肤赛道：**1) 国货品牌占据市场主导地位，白牌阵营跑出亮眼黑马。韩束、珀莱雅、百雀羚、自然堂等国货老牌稳居榜单前十，本期榜单中多个新晋品牌实现显著攀升，其中白牌代表怡姿兰首次登榜便跻身第 13 位，该品牌产品平均成交价达 1200-1400 元，50 岁以上用户占比 28%，商品卡渠道占比高达 81.32%。2) 从平均成交价来看，50-100 元品牌（韩束、徐海莉），主打大众市场，依赖销量规模驱动；100-300 元是竞争最激烈的价格带，有 13 个品牌；600 元以上高端区间有 5 个：赫莲娜（600-700 元）、海蓝之谜（1400-1600 元）、娇韵诗（700-800 元）等凭借品牌力与高净值用户粘性稳定上榜，可见抖音已成为高端护肤不可忽视的增量渠道。3) 在渠道占比上，自营渠道（品牌自播）依然是主流，20 个品牌中超过七成自营占比超过 40%，其中造物者、徐海莉的自营占比均超过 70%，显示品牌在抖音建设自有流量阵地的趋势加强。**彩妆方面：**1) 从销售结构看，面部彩妆（粉底、隔离、素颜霜等）占比 59.85%，成为绝对主力；唇部彩妆占 17.58%，眼部彩妆占 10.31%。2) 渠道端，多数彩妆品牌采取自营直播的形式，前 20 名中自营占比普遍高于 50%，例如三资堂、卡姿兰（84.13%）等，显示出品牌在彩妆品类上更注重控价和内容自主性。2026 年 1 月的美妆榜单标志着抖音美妆依靠流量红利与短期概念的“野蛮生长”阶段已经终结，行业正式步入以综合体系能力为核心的深度竞争时代。未来，抖音美妆市场或将呈现“大众市场卷性价比、中高端市场卷成分科技、彩妆赛道卷爆品迭代”的竞争态势。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

迪士尼 2026 财年 Q1 盈利承压，乐园业务、流媒体业务表现亮眼。2026 年 2 月 2 日，华特迪士尼公司公布 2026 财年第一季度（截至 2025 年 12 月 27 日）业绩。财报显示，公司营收同比增长 5% 达 259.8 亿美元，归母净利润为 24.0 亿美元，同比下滑 6%。**具体来看，业绩呈现鲜明分化：**1) 体验板块（主题乐园、度假区及邮轮业务）是核心增长引擎，营收首次突破 100 亿美元，经营利润占比超过公司整体的七成，主要由客流量与人均消费提升，以及新邮轮投入运营驱动。2) 娱乐板块营收增长 7%，经营利润同比大幅下滑 35%，主要受院线发行营销成本激增、流媒体内容投入以及政治广告收入减少。其中，Disney+、Hulu 在内的流媒体业务经营利润同比激增 72%，达到 4.5 亿美元，**显示出向盈利转变的强劲势头。**3) 体育板块经营利润下降 23%，主要由于节目制作与版权成本上升，以及与 YouTube TV 的短期分销中断带来的约 1.1 亿美元损失。

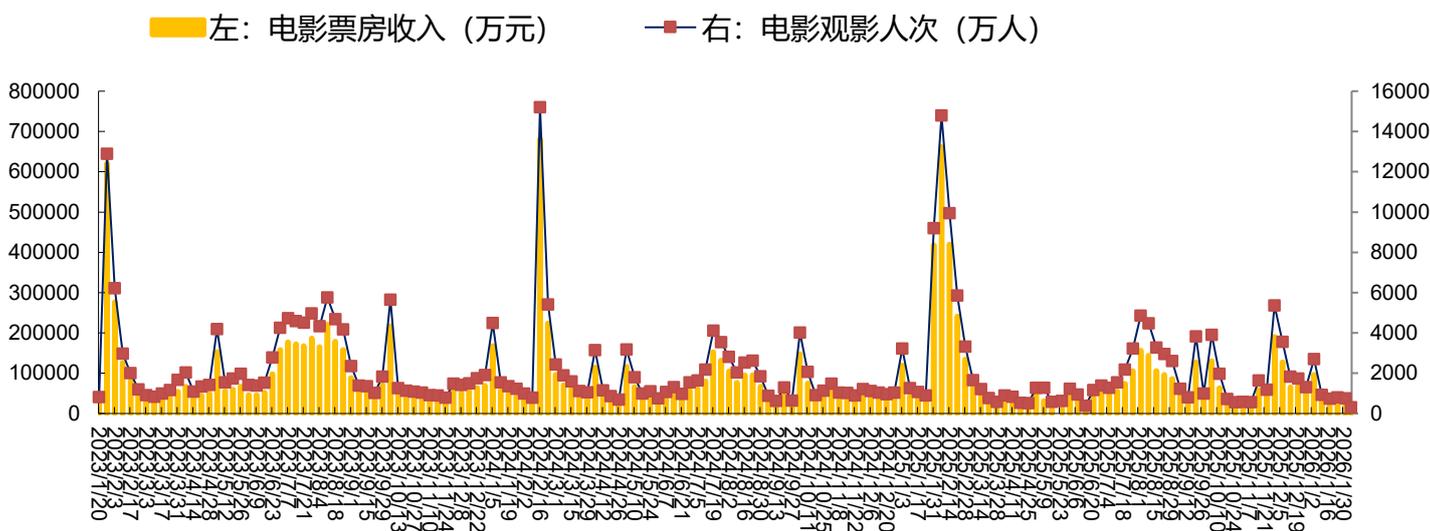
卡游成为春晚独家卡牌合作伙伴，卡牌品类正式迈向国民级舞台。2月5日，中央广播电视总台与卡游正式宣布，卡游成为总台《2026 年春节联欢晚会》独家卡牌合作伙伴。卡游作为行业领先企业，构建了覆盖卡牌、文具、毛绒等多品类的 IP 生态。**IP 端，**卡游针对国民 IP 展开布局，如以三国故事为蓝本的原创 IP《卡游三国》、现象级影视 IP《哪吒 2》、国民级游戏 IP《王者荣耀》与国民文化 IP“敦煌博物馆”等均已纳入合作版图。**渠道端，**直营渠道覆盖全国 19 个省及港澳地区，共 30 多家线下卡游旗舰店以及 13 家线上自营店；而经销渠道已覆盖全国所有省份。卡游已构建多元化海外市场布局：在东南亚地区，公司

通过多次参展及快闪活动强化市场渗透，并于泰国曼谷设立全球首家海外旗舰店，推动本地化深度运营；2025 年卡游相继亮相东京国际玩具展及美国纽约动漫节，持续拓展全球市场版图。此次卡游与总台春晚达成独家合作是国内卡牌行业一次重要突围，**标志着卡牌品类从圈层爱好正式走入主流视野**，驱动国内卡牌市场的持续扩容。此举不仅扩充了卡游合作 IP 矩阵的丰富度与国民级 IP 储备，更通过品牌内涵的深化与国民属性的强化，为 IP 合作、渠道拓展、品牌出海等各项业务赢得更多主动权与议价权。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026年2月2日-2026年2月6日（第5周），周度票房为1.09亿元，周度电影票房Top3分别为《疯狂动物城2》《爆水管》《匿杀》，周票房分别为0.22亿元、0.13亿元和0.12亿元。

图表 3：2023年1月-2026年2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 8 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2月12日	明日回游	上海点对典文化传媒有限公司	江坂冬雨（广州）影业有限公司
2026年2月14日	喜欢上“欠欠”的你	苏州火花闪耀娱乐有限公司	北京环鹰时代文化传媒有限公司
2026年2月14日	藏地情书	凤凰传奇影业有限公司	天津猫眼微影文化传媒有限公司
2026年2月14日	只爱你	北京团圆影业有限公司	天津猫眼微影文化传媒有限公司
2026年2月14日	阴风诡影	泉州意乐影业有限公司	浙江东阳四月天影视文化有限公司
2026年2月14日	遇见不同的遇见	铭生大作（北京）影视文化有限公司	铭生大作（北京）影视文化有限公司
2026年2月14日	爱乐之城	美国顶峰娱乐影片公司	中国电影产业集团股份有限公司
2026年2月14日	营救汪星人	佛山云鼎天姬影视传媒有限公司	佛山云鼎天姬影视传媒有限公司

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湖南卫视的《女神蒙上眼》、浙江卫视的《骄阳似我》、江苏卫视的《夜色正浓》。

图表 5：电视剧情况（2026 年 2 月 2 日-2026 年 2 月 5 日）

CSM71 4+ 2026年2月2日 (周一) 省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年2月3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	女神蒙上眼	2.132	9.24	1	湖南卫视	女神蒙上眼	2.324	10.08
2	浙江卫视	骄阳似我	1.946	7.47	2	浙江卫视	骄阳似我	1.794	6.92
3	江苏卫视	夜色正浓	1.936	7.39	3	江苏卫视	夜色正浓	1.742	6.73
4	上海东方卫视	暗潮汹涌	1.634	6.29	4	上海东方卫视	暗潮汹涌	1.727	6.65
5	北京卫视	老舅	1.319	5.34	5	北京卫视	老舅	1.428	5.5
6	湖南卫视	阿桂的村晚	0.699	2.65	6	湖南卫视	阿桂的村晚	0.956	3.67
7	深圳卫视	大生意人	0.637	2.42	7	上海东方卫视	马背摇篮	0.856	3.57
8	深圳卫视	许我耀眼	0.49	1.94	8	深圳卫视	许我耀眼	0.525	2.05
9	东南卫视	沉默的荣耀	0.396	1.5	9	黑龙江卫视	四喜	0.332	1.29
10	广东卫视	绝密较量	0.273	1.05	10	东南卫视	沉默的荣耀	0.332	1.3
11	浙江卫视	长河落日	0.228	1.68	11	河南卫视	四喜	0.294	1.14
12	黑龙江卫视	灼灼韶华	0.227	0.87	12	广东卫视	绝密较量	0.247	0.96
13	天津卫视	沉默的荣耀	0.169	0.65	13	北京卫视	马背摇篮	0.225	1.75
14	江西卫视	梦中的那片海	0.15	0.59	14	浙江卫视	长河落日	0.214	1.62
15	河南卫视	四喜	0.124	0.48	15	江西卫视	梦中的那片海	0.186	0.73
16	山东卫视	人世间	0.123	0.48	16	山东卫视	人世间	0.156	0.61
17	广东卫视	孤舟	0.111	0.88	17	天津卫视	沉默的荣耀	0.128	0.49
18	北京卫视	马背摇篮	0.1	1.1	18	广东卫视	孤舟	0.094	0.72
19	广东广播电视台大湾区卫视	七十二家房客	0.083	0.48	19	贵州卫视	潜行者	0.072	0.3
20	四川卫视	深潜	0.077	0.3	20	云南广播电视台卫视频道(一套)	壮丁也是兵	0.069	0.27
中央	中央电视台综合频道	太平年	0.715	2.99	中央	中央电视台综合频道	太平年	0.781	3.26
中央	中央台八套	生命树	2.833	10.97	中央	中央台八套	生命树	2.846	11.03

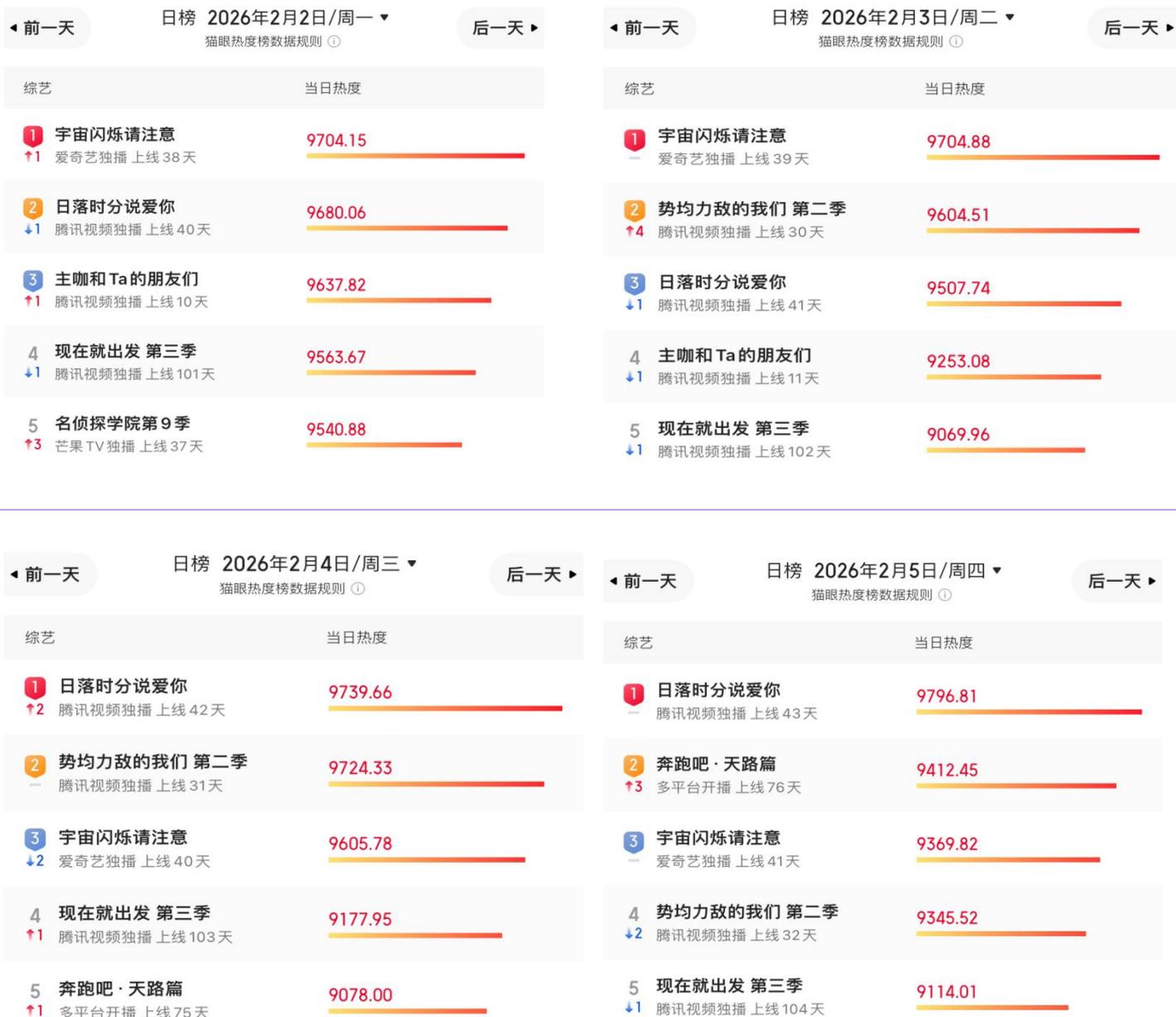
CSM71 4+ 2026年2月4日 (周三) 省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年2月5日 (周四) 省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	骄阳似我	2.212	8.61	1	浙江卫视	骄阳似我	2.049	8.01
2	湖南卫视	女神蒙上眼	2.103	9.21	2	湖南卫视	女神蒙上眼	1.971	8.47
3	江苏卫视	夜色正浓	1.943	7.54	3	江苏卫视	夜色正浓	1.936	7.42
4	北京卫视	老舅	1.704	6.62	4	上海东方卫视	树影迷宫	1.768	6.81
5	上海东方卫视	暗潮汹涌	1.55	6.02	5	上海东方卫视	暗潮汹涌	1.762	6.69
6	湖南卫视	阿桂的村晚	0.876	3.36	6	北京卫视	老舅	1.597	6.13
7	上海东方卫视	马背摇篮	0.8	3.43	7	上海东方卫视	马背摇篮	1.042	4.29
8	深圳卫视	许我耀眼	0.387	1.52	8	湖南卫视	阿桂的村晚	0.653	2.5
9	广东卫视	绝密较量	0.37	1.45	9	东南卫视	沉默的荣耀	0.355	1.38
10	东南卫视	沉默的荣耀	0.315	1.24	10	广东卫视	绝密较量	0.34	1.31
11	浙江卫视	长河落日	0.28	2.14	11	深圳卫视	许我耀眼	0.338	1.31
12	黑龙江卫视	四喜	0.201	0.79	12	黑龙江卫视	四喜	0.203	0.78
13	北京卫视	马背摇篮	0.175	1.02	13	江西卫视	梦中的那片海	0.162	0.64
14	山东卫视	人世间	0.173	0.68	14	天津卫视	沉默的荣耀	0.148	0.57
15	河南卫视	四喜	0.171	0.67	15	河南卫视	四喜	0.148	0.57
16	江西卫视	梦中的那片海	0.157	0.62	16	山东卫视	人世间	0.135	0.52
17	天津卫视	沉默的荣耀	0.123	0.48	17	四川卫视	深潜	0.1	0.38
18	北京卫视	装台	0.102	0.87	18	山西卫视	大决战	0.084	0.32
19	新疆卫视	三义戟二	0.1	0.43	19	安徽卫视	向风而行	0.076	0.3
20	广东卫视	孤舟	0.096	0.74	20	安徽卫视	我亲爱的小冤家	0.068	0.66
中央	中央电视台综合频道	太平年	0.813	3.45	中央	中央电视台综合频道	太平年	0.748	3.12
中央	中央台八套	生命树	2.361	9.29	中央	中央台八套	生命树	2.352	9.12

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《日落时分说爱你》、《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 2 月 2 日-2026 年 2 月 5 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 2 月 6 日，页游数据更新如下：最热门的为《无限召唤灵[鬼服]》和《全自动化挂机服》。

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	全自动化挂机服	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	GM版公益服	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	休闲竞技	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	休闲竞技	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《鹅鸭杀》《时尚百货城》《三角洲行动》，畅销榜排名前三的手游分别为《王者荣耀》《逆战：未来》《金铲铲之战》。

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：02月06日 11:10~至今	数据更新时间：02月06日 11:10~至今	数据更新时间：02月06日 10:58~至今
<p>1 鹅鸭杀 AD 总榜:9名 Chengdu Kingsoft Shiyou...</p>	<p>1 泰拉瑞亚 总榜:2名 X.D. Network Inc. 新增1天</p>	<p>1 王者荣耀 总榜:1名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>2 时尚百货城 AD 总榜:11名 深圳市爱的番茄科技有...</p>	<p>2 避难所:生存 总榜:3名 East2west Network Tech...</p>	<p>2 逆战:未来 AD 总榜:2名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>3 三角洲行动 总榜:25名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>3 心灵渡船-灵魂摆渡人正版... 总榜:4名 厦门快爆网络科技有限公司...</p>	<p>3 金铲铲之战 总榜:3名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>4 和平精英 总榜:39名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>4 鬼谷八荒 总榜:5名 Guangzhou Dahuang Net...</p>	<p>4 和平精英 总榜:5名 Shenzhen Tencent Tiany...</p>
<p>5 王者荣耀 总榜:42名 Shenzhen Tencent Tian...</p>	<p>5 沙石镇时光 总榜:9名 厦门快爆网络科技有限公司... 新进榜</p>	<p>5 鸣潮 AD 总榜:8名 库洛游戏</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
001330.SZ	博纳影业	2026年2月4日	关于股东减持计划实施完毕的公告
603598.SH	引力传媒	2026年2月4日	董事、高级管理人员减持股份计划公告
300364.SZ	中文在线	2026年2月3日	关于董事、高级管理人员股份减持计划预披露的公告
002131.SZ	利欧股份	2026年2月3日	关于回购股份集中竞价减持进展的公告
002103.SZ	广博股份	2026年2月3日	关于回购股份集中竞价减持进展的公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

从 AI 应用与内需可选消费有望持续托举传媒板块，2026 年 1 月数字营销广告因 GEO 火热重燃 AI 应用，2 月，互联网大厂系数下场通过数字红包为 AI 产品获新客，腾讯、阿里、百度推出现金数字红包烘托春节热度，回看 2025 年春节 DeepSeek 仅依靠产品力获得全民关注，凸显出 AI 时代核心看的仍是产品力，从字节跳动的豆包 AI 到阿里的千问 AI 再到腾讯的元宝 AI，后续比拼的是 AI 产品的“办事”能力。2026 年一季度日历效应下看电影院线，电影片单拉动 EPS，主要看 AI 内容作品拉动 PE，电影院线公司均在积极拥抱 AI；步入 2026 年，抖音成为 2026 年总台新媒体《竖屏看春晚》合作伙伴，豆包、火山引擎、多闪、汽水音乐、抖音精选等平台也将同步联动，同时，阿里旗下千问 app 冠名东方卫视、浙江卫视、江苏卫视、河南卫视四大马年春节晚会，还作为“AI 演员”，用 AI 生视频、AI 识图、AI 问答等方式，给大家带来了创意好玩的春晚节目，AI 春晚有望重燃 AIGC；投资维度，**第一维度**，可关注电影院线板块三剑客（万达电影、横店影视、博纳影业）；**第二维度**，可关注字节跳动的火山、抖音、豆包产业链，涉及数字营销、电商、内容等；**第三维度**，可关注阿里、小红书产业链。

4、本周重点推荐个股及逻辑

重点推荐标的：

个股跟踪：A 股可关注，万达电影 002739（头部电影院线内容企业后续有望受益内容 β 回暖，自身 α 片单弹性，积极拥抱 AI，春节档参投《飞驰人生 3》《熊出没》《镖人》《惊蛰无声》等）；**博纳影业 001330**（2025 年主业差强人意业绩承压落地，2026 年春节档参与影片《飞驰人生 3》，后续可关注《四渡》《克什米尔公主号》《蛮荒禁地》，AI 电影《三星堆：未来往事》新供给有望助力主业回暖）；**横店影视 603103**（2026 年春节档影片参投《飞驰人生 3》《熊出没》《星河入梦》等）；**芒果超媒 300413**（融媒体头部践行出海倍增计划，看芒果大模型 AI 赋能主业，小芒电商迎盈利拐点）；**奥飞娱乐 002292**（践行 AI+IP 战略，新媒介持续迭代，新技术持续发展均有望赋能 IP 新表达，通过 IP 运营激活其活力，拓展年轻粉丝圈层，推出的“飓风战魂”陀螺项目打造赛事也在承接新需求）；**风语筑 603466**（静待减持落地，作为数字创业行业领军企业，借力 AI 与 IP 从新供给端助力“扩内需”战略，从 AI 应用端打造新交互体验经济应用示范）；**蓝色光标 300058**（数字营销头部企业，积极拥抱 AI，卡位 GEO，并与小红书、智谱建立较好合作外，并与火山引擎达成深度合作）；**浙文互联 600986**（地方国企数字营销代表企业，受益于 GEO）；**中信出版 300788**（央企大众阅读头部企业，主业持续夯实外积极关注 AI 赋能主业进展）；**姚记科技 002605**（主业从扑克牌到游戏再到数字营销，关注 AI 赋能数字营销与游戏进展）；**华策影视 300133**（出品剧集《太平年》热播中并获得社会高关注，践行优质内容供给）；**顺网科技 300113**（Clawdbot AI 助手作为边缘算力具价值的应用场景，公司也在持续关注相关行业动态，公司还打造了“电竞+社交+生活”融合场景，推动电竞文化与商业生态协同发展）；**完美世界 002624**（游戏新品《异环》三测开启，剧集储备如《何不同舟渡》《芳名三九》《云雀叫天录》《云襄传之将进酒》等）；**恺英网络 002517**（关注 EVE 进展，公司旗下自研国风 IP《百工灵》与烘焙食品行业企业利拉食品正式达成深度跨界合作携手打造联名食玩产品）；**港股可关注，B 站 9626**（社区视频商业价值有望再升，关注三国百将牌游戏产品进展）；**腾讯 0700**（元宝 AI 发起数字红包热度，受益于社交电商业务的探索拉动用户活跃，核心仍看产品力）；**阿里巴巴 9988**（发力千问 AI，从冠名到数字红包补贴持续推进）；**美图 1357**（关注 AI 赋能旗下产品进展）；**阜博集团 3738**（全球领先的数字资产和交易服务提供商）；**万咖壹联 1762**（关注 AI 手机时代 AI Agent 商业化进展）；**毛戈平 1318**（与 XKA 战略合作启幕，“豫园点灯”再度增加曝光，推动东方美学体系全球化表达，品牌势能维持高位）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-2-6 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	8.92	0.13	0.21	0.27	69.80	42.48	33.04	买入
300413.SZ	芒果超媒	25.93	0.73	0.71	0.82	35.55	36.52	31.62	买入
002605.SZ	姚记科技	25.50	1.30	1.42	1.53	19.62	17.96	16.67	买入
603096.SH	新经典	19.05	0.82	1.25	1.43	23.21	15.24	13.32	买入
300058.SZ	蓝色光标	18.97	-0.12	0.18	0.23	-164.96	105.39	82.48	买入
603466.SH	风语筑	9.05	-0.23	-0.04	0.27	-39.75	-226.25	33.52	买入
603103.SH	横店影视	33.40	-0.15	0.43	0.56	-219.74	77.67	59.64	买入
600986.SH	浙文互联	14.00	0.11	0.20	0.22	131.95	70.00	63.64	买入
300788.SZ	中信出版	29.26	0.62	0.86	1.06	46.88	34.02	27.60	买入
002739.SZ	万达电影	12.56	-0.43	0.63	0.85	-29.12	19.94	14.78	买入
300251.SZ	光线传媒	20.46	0.10	0.43	0.52	205.63	47.58	39.35	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.44	-0.19	0.05	0.10	-48.94	188.80	94.40	买入
002291.SZ	遥望科技	8.59	-1.08	0.13	0.17	-7.98	66.08	50.53	买入
300148.SZ	天舟文化	5.18	0.04	0.13	0.17	131.81	39.85	30.47	买入
601595.SH	上海电影	29.57	0.20	0.52	0.75	147.19	56.87	39.43	买入
600637.SH	东方明珠	11.29	0.20	0.52	0.75	56.76	21.71	15.05	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	213.26	-3.23	1.93	4.01	-66.02	110.50	53.18	买入
1357.HK	美图公司	5.56	0.18	0.18	0.24	30.88	30.88	23.16	买入
1318.HK	毛戈平	80.22	2.18	2.36	3.00	36.80	33.99	26.74	买入
0325.HK	布鲁可	61.73	-2.69	4.42	6.05	-22.95	13.97	10.20	买入
9896.HK	名创优品	32.75	2.10	1.89	2.62	15.59	17.33	12.48	买入
2508.HK	圣贝拉	4.39		0.42	0.38		10.53	11.65	买入
2400.HK	心动公司	70.60	1.69	3.30	4.02	41.77	21.36	17.58	未评级
0772.HK	阅文集团	30.66	-0.21	1.22	1.26	-146.01	25.07	24.31	未评级
3738.HK	阜博集团	3.79	0.05	0.09	0.13	69.69	44.18	30.26	未评级
9992.HK	泡泡玛特	216.64	2.35	9.15	12.73	92.19	23.69	17.01	未评级
0700.HK	腾讯控股	487.71	20.49	24.33	27.84	23.81	20.04	17.52	未评级
1024.HK	快手-W	63.47	3.48	4.13	4.79	18.24	15.35	13.25	未评级
3690.HK	美团-W	81.42	5.66	-3.17	1.02	14.39	-25.64	79.47	未评级
2013.HK	微盟集团	1.73	-0.57	-0.04	-0.01	-3.03	-45.84	-151.59	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.11	0.00	0.04	0.07	742.33	30.76	15.64	未评级
2331.HK	李宁	18.99	1.17	1.01	1.10	16.30	18.75	17.33	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=0.8908元人民币；美元对人民币汇率取1美元=6.9590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业务资格，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。