

2026年02月28日



华鑫证券  
CHINA FORTUNE SECURITIES

# 传媒回调行情仍在 智能新纪元撬动注意力经济

—传媒行业周报

推荐(维持)

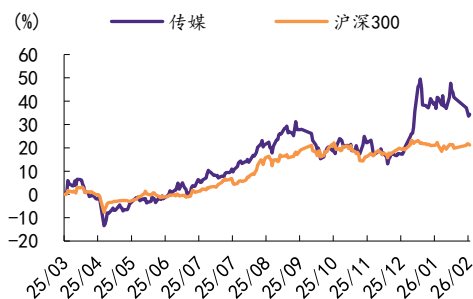
投资要点

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)	-5.0	10.0	35.2
沪深300	0.1	4.1	21.1

## 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：春晚节点重燃 AI 传媒有望承接 AI 应用新场景》2026-02-23
- 2、《传媒行业点评报告：Seedance2.0 推动 AIGC 进入卡尔达肖夫指数》2026-02-10
- 3、《传媒行业周报：从春节档到 AI 春晚迎 2026 年新篇章关注 AIGC》2026-02-08

## 本周观点更新

2026 年 2 月底传媒板块开年后略回调，我们认为当下传媒板块行情仍在，AIGC 新叙事仍可期。企业端，AIGC 公司阶跃星辰在 2026 年 1 月估值达 200 亿元，继智谱与 minimax 上市后，AI 新势力公司后续陆续资本化也将推动 AI 商业化新需求新探索，传媒板块仍有望承接 AI 商业化，AI 入口竞争告一段落后有望进入注意力经济；产品端，谷歌发布图片生成模型 nano banana2.0，AI 新品如 DeepSeek 仍值得期待。2026 年 3 月 2 日至 5 日，MWC 2026 将在巴塞罗那开幕，主题是“智能新纪元”（The IQ Era），有望推高 AI 应用与 AI 产品的实战场热度；投资维度，第一维度，可关注 AIGC 板块（Seedance2.0 后推高内容供给，内容进入“通货膨胀”后优质内容的价值有望提升，进而拉动注意力经济）；第二维度，可关注字节跳动及小红书产业链；第三维度，可关注 AIGC 新势力公司资本化进展。

## 本周重点推荐个股及逻辑

A 股可关注，顺网科技 300113（2026 年关注游戏新品测试进展）；姚记科技 002605（受益字节跳动旗下电商抖省省）；完美世界 002624（游戏新品《异环》全平台公测正式定档 2026 年 4 月 23 日）；万达电影 002739（春节档后回调，在手主控影片仍可期）；博纳影业 001330（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（静待公司后续业务新进展）；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，2026 年新品供给不断）；风语筑 603466（静待减持落地，受益具身智能应用）；蓝色光标 300058（数字营销头部企业，积极拥抱 AI，卡位 GEO）；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）；华策影视 300133（全面推进“内容+科技”战略升级，优先修复现金流）；恺英网络 002517（国风国漫 IP《岁时节》衍生的同名短剧热播）；港股可关注，B 站 9626（关注三国百将牌游戏产品进展）；腾讯 0700（看元宝 AI 后续用户留存进展）；阿里巴巴 9988（发力千问 AI，探索将千问打造软硬一体、跨多种终端形态的 AI 助手）；美图 1357（已回购，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（静待“3·8”电商活动节带来持续增量）；名  
创优品 9896（YOYO 与春晚联名推出衍生品）。

## ■ 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	2026-02-27 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	8.59	0.13	0.21	0.27	67.21	40.90	31.81	买入
300413.SZ	芒果超媒	24.38	0.73	0.71	0.82	33.43	34.34	29.73	买入
002605.SZ	姚记科技	25.04	1.30	1.42	1.53	19.27	17.63	16.37	买入
603096.SH	新经典	19.04	0.82	1.25	1.43	23.19	15.23	13.31	买入
300058.SZ	蓝色光标	18.50	-0.12	0.18	0.23	-160.87	102.78	80.43	买入
603466.SH	风语筑	11.89	-0.23	-0.04	0.27	-52.22	-297.25	44.04	买入
603103.SH	横店影视	26.37	-0.15	0.43	0.56	-173.49	61.33	47.09	买入
600986.SH	浙文互联	12.18	0.11	0.20	0.22	114.80	60.90	55.36	买入
300788.SZ	中信出版	46.70	0.62	0.86	1.06	74.83	54.30	44.06	买入
002739.SZ	万达电影	10.94	-0.43	0.46	0.60	-25.37	23.78	18.23	买入
300251.SZ	光线传媒	19.49	0.10	0.43	0.52	195.88	45.33	37.48	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.18	-0.19	0.05	0.10	-47.59	183.60	91.80	买入
002291.SZ	遥望科技	7.52	-1.08	0.13	0.17	-6.99	57.85	44.24	买入
300148.SZ	天舟文化	5.03	0.04	0.09	0.12	127.99	55.89	41.92	买入
601595.SH	上海电影	29.01	0.20	0.52	0.75	144.40	55.79	38.68	买入
600637.SH	东方明珠	11.49	0.20	0.22	0.24	57.77	52.23	47.88	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	195.73	-3.23	1.93	4.01	-60.60	101.41	48.81	买入
1357.HK	美图公司	5.01	0.18	0.18	0.24	27.82	27.82	20.87	买入
1318.HK	毛戈平	69.46	2.18	2.36	3.00	31.86	29.43	23.15	买入
0325.HK	布鲁可	55.92	-1.61	2.47	3.15	-34.73	22.64	17.75	买入
9896.HK	名创优品	31.89	2.12	2.10	2.70	15.04	15.19	11.81	买入
2508.HK	圣贝拉	4.52	-11.94	0.17	0.32	-0.38	26.60	14.13	买入
2400.HK	心动公司	65.39	1.69	3.25	3.86	38.69	20.10	16.92	未评级
0772.HK	阅文集团	27.96	-0.21	-0.14	1.14	-133.15	-200.01	24.43	未评级
3738.HK	卓博集团	4.38	0.05	0.08	0.12	80.44	54.54	37.99	未评级
9992.HK	泡泡玛特	203.34	2.35	9.40	12.93	86.53	21.62	15.73	未评级
0700.HK	腾讯控股	458.35	20.49	24.31	27.80	22.37	18.85	16.49	未评级
1024.HK	快手-W	55.61	3.48	4.14	4.77	15.98	13.42	11.66	未评级
3690.HK	美团-W	71.80	5.66	-3.26	0.65	12.69	-22.03	110.35	未评级
2013.HK	微盟集团	1.71	-0.57	-0.04	-0.02	-3.00	-38.03	-90.36	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.68	0.00	0.04	0.07	1,120.80	46.44	23.61	未评级
2331.HK	李宁	19.93	1.17	1.02	1.09	17.10	19.61	18.23	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=0.88484 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.9228 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	13
1.4、电视剧市场	14
1.5、综艺节目市场	15
1.6、游戏市场	16
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况	17
3、本周观点更新	18
4、本周重点推荐个股及逻辑	19
5、风险提示	21

## 图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 2 月 24 日-2026 年 2 月 27 日）	7
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 2 月 24 日-2026 年 2 月 27 日）	7
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	13
图表 4：拟上映的电影及基本情况	13
图表 5：电视剧情况（2026 年 2 月 23 日-2026 年 2 月 26 日）	14
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 2 月 23 日-2026 年 2 月 26 日）	15
图表 7：过去 7 天网页游戏情况	16
图表 8：iOS 手游排行榜情况	16
图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资	17
图表 10：重点关注公司及盈利预测	20

# 1、行业观点和动态

## 1.1、传媒行业回顾

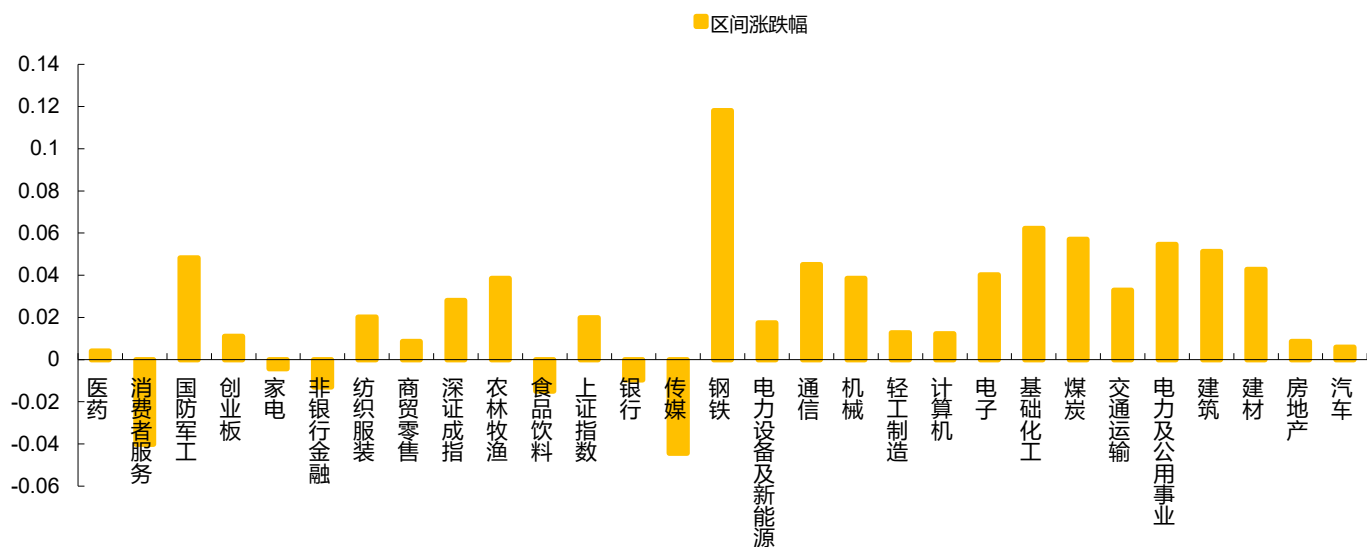
市场综述：2026年2月24日-2026年2月27日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为1.98%、2.80%、1.05%。细分到传媒各子行业来看，AI穿戴设备指数涨幅较大，网红经济指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为中信出版、金陵体育、佳创视讯，分别上涨37.76%、17.41%、12.69%；跌幅Top3分别为博纳影业、光线传媒、横店影视，分别下跌28.97%、28.40%、24.44%。

**2026年春节AI应用入口告一段落，字节豆包与阿里千问竞争激烈。**AI产品三剑客看，字节跳动的豆包“稳中有升”，主动布局全域流量，掌握竞争主动权，确立行业领先地位，腾讯的元宝紧追其后，红包做裂变，但缺乏长期运营规划，短期冲高，后期回落，阿里的千问借助生态优势从外卖到电商后发制人护航其地位。**从日活DAU看**，豆包从1月约3500万跃升至2月近4900万，春节效应带动用户活跃度提升，千问从约500万增至1500万，伴随请客喝奶茶、看电影、电商等生态优势持续发力，有助千问的用户持续的留存。据QuestMobile数据显示，2026春节活动期间，字节的豆包AI日活超8400万人，除夕与春晚高峰日活到1.45亿人，阿里千问AI活动次日日活用户达7352万人，2026春节AI入口竞争告一段落，**字节豆包与阿里千问竞争激烈**，后续将转向用户质量与粘性的核心比拼，重度用户占比将成为AI应用竞争的核心护城河。从用户留存与打开频次以及生活场景具高适配性维度看，阿里的千问AI仍具有较大竞争优势，同时预计2026年3月千问预计将在西班牙巴塞罗那举行的2026年世界移动通信大会（MWC）上发布首款同名AI眼镜，阿里正在将千问打造软硬一体、跨多种终端形态的AI助手。**海外市场，AI资本热度持续**，OpenAI在2026年2月27日官宣，宣布完成1100亿美元的新一轮融资，投前估值为7300亿美元。其中包括软银投资300亿美元、英伟达投资300亿美元、亚马逊投资500亿美元，且已与亚马逊达成战略合作，并与英伟达敲定下一代推理算力支持。本轮融资过程中，预计还将有更多财务投资方加入。这些合作拓展了OpenAI全球布局，夯实了基础设施，优化了财务状况，让OpenAI把前沿人工智能带给全球更多个人、企业与社区。2026年年初以来，Codex周活跃用户增长超两倍，达到160万，更多人可自主创建、自动化部署软件，而这些工作过去需要一整个工程团队才能完成；已有超过900万付费企业用户依靠ChatGPT开展工作；初创公司、大型企业与政府机构均在OpenAI平台上进行开发，重塑其产品与服务的设计、交付和运营方式。团队从提升个人效率开始，快速推广至工程、客服、财务、销售与运营等全部门落地。OpenAI持续助力企业打造、部署和管理AI协作助手。后续OpenAI资本化进展有望持续推动AI板块。

内容生产进入“通货膨胀”，优质内容价值凸显，关注“注意力经济”。外部峰会看，2026年3月2日至5日，MWC 2026将在巴塞罗那开幕，主题是“智能新纪元”（The IQ Era），有望推高AI应用与AI产品的实战场热度；2026年2月谷歌发布图像生成与编辑模型Nano Banana2，可通过AI Studio、Gemini API、Gemini 3.1 Flash Image访问，AI新模型持续推出并迭代，有助于内容生产范式的迭代，自字节跳动的Seedance2.0发布后有助于推动内容生成从短到长，虽2026年开年以来传媒回调，但AI仍有望驱动传媒板块进入卡尔达肖夫指数，卡尔达肖夫指数I型文明指代传统内容生产方式，II型文明指代由先进AI驱动的内容生产方式，以seedance2.0为代表，有望推动内容生产从手工时代进入自动化时代。AIGC赋能传媒各细分板块，AIGC+数字营销广告GEO已在2026年1月持续演绎，数字营销广告也是AI商业化的选项之一，换言之，因GEO带来的短期波动不改数字营销广

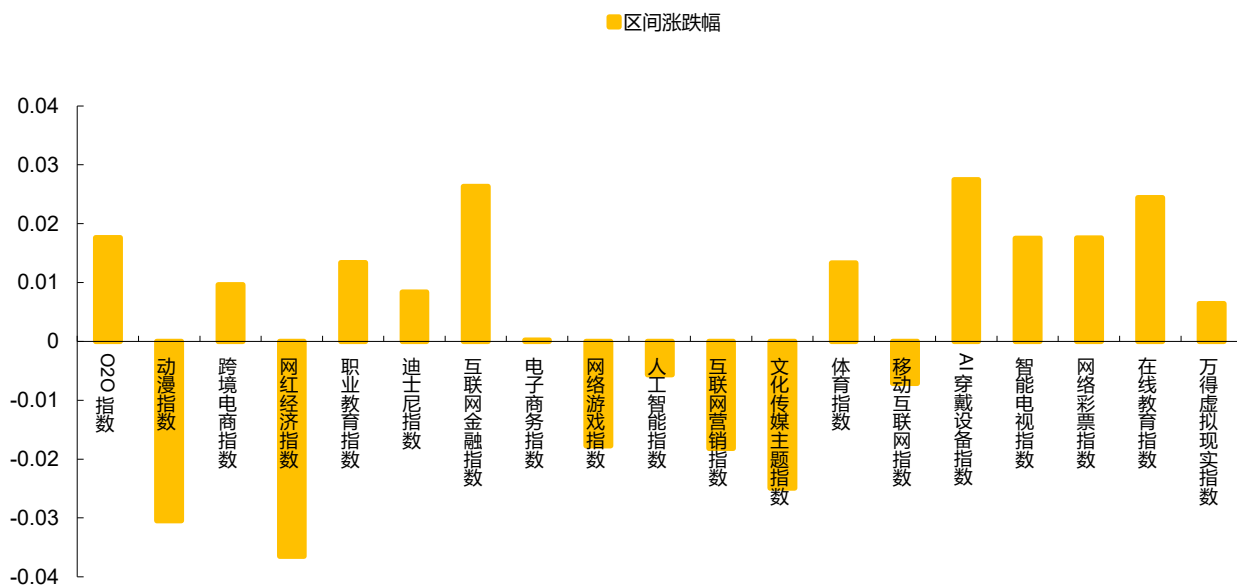
告板块的持续看点；AIGC+游戏板块，游戏也属于内容主要组成，目前纯原生AI游戏尚未有黑马产品，但AI在游戏制作过程也在逐步渗透，2026年游戏板块除了AI赋能之外，电竞赛事也是较大驱动力之一；AIGC+剧集、国漫、阅读等板块，剧集有长短，本质仍是围绕内容，在seedance2.0的推出后，内容的生成门槛拉低，内容也会进入“通货膨胀”，优质内容的价值也会提升，进而拉动注意力经济。注意力经济下，具有优质内容审美能力的企业也可积极关注。当下传媒板块回调，行情尚未结束，传媒板块有望持续受益AI模型开源，新AI产品迭代、新势力资本化预期，仍可关注AI游戏的顺网科技、姚记科技、完美世界、恺英网络、B站等；AI营销的蓝色光标、顺网科技、姚记科技、浙文互联、利欧股份、引力传媒、万咖壹联等；AI剧集的华策影视、万达电影、芒果超媒、完美世界等；AI国漫的奥飞娱乐、中信出版、荣信文化等。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 2 月 24 日-2026 年 2 月 27 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 24 日-2026 年 2 月 27 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

春节档小游戏女性向赛道“黑马”突围，情感触达或成行业竞争关键。2026 年春节期间，女性向模拟经营游戏热度高涨，例如《我的花园世界》登顶微信和抖音小游戏畅销榜，实现“双榜第一”，手游端基本稳定在 IOS 免费榜 TOP5；《时尚百货城》2 月累计预估收入（扣除平台分成）超过 1300 万元。分析游戏《我的花园世界》热度高升的背后，主要有以下三个原因：1) 内容层面，该游戏采用古风花店经营的题材，以“游戏种花、现实送花”的线上线下联动模式吸引用户，精准契合女性用户对“治愈系”内容的偏好；后置嵌入了成熟的类卡牌 RPG 玩法（如花种抽卡、副本挑战），吸引低付费的同时争取高玩的高充值，一次活动的充值金额可达 8000 元。2) 营销层面，该游戏制作的“悲惨母亲”等情感向素材，精准触达 25-45 岁女性用户需求，实现“流量转化为用户、用户转化为付费”的闭环。3) 传播层面，通过明星代言、“玩游戏送真花”的玩法，打造产品核心传播点与热度。未来，女性向游戏将从“泛流量投放”转向“精准情感触达”，在以真实福利、优质体验打动用户的同时进一步深耕女性用户的情感需求，借助明星代言、KOL 种草、节日联动等方式，扩大传播范围，实现破圈增长。

2026 年 2 月游戏版号出炉，大厂 IP 与独立精品齐登场。2 月 27 日，国家新闻出版署正式发布 2026 年 2 月网络游戏审批信息，本轮版号发放节奏平稳，内容结构均衡，为马年游戏市场再添动力。本次共有 146 款国产网络游戏、6 款进口网络游戏获批，另有 6 款游戏完成审批信息变更，版号发放常态化、高质量化趋势进一步巩固。从整体数量来看，2 月版号延续了今年以来的稳定供给节奏，不含变更信息共计 152 款产品拿到“上线通行证”。对比 1 月数据，国产游戏数量略有回落，但进口游戏从 5 款增至 6 款，显示出海内外精品同步推进的格局。截至目前，2026 年国内已发放版号总数突破 330 款，为全年产品供给与行业复苏打下坚实基础。国产游戏方面，头部厂商与热门 IP 表现亮眼，覆盖武侠、玄幻、策略、休闲、独立修仙等多个赛道。重点国产游戏包括：腾讯《雪中悍刀行之世子多娇》、三七互娱《斗罗大陆：传承》和《我的动物公司》、灵犀互娱《森林乐消消》、恺英网络《七日防线》、莉莉丝游戏《塔塔冒险队》、4399《绒爪行动》和《造梦秘境》、游卡网络《三国杀：极速》、益世界《苍玄山海录》、易娱网络《蚁族大冒险》、大梦龙途《时光花坊》、中青宝《喧天纪》等。进口游戏板块共 6 款产品过审，涵盖经典 IP 续作与休闲品类，其中《小浣熊百将传 2》延续国民怀旧 IP，《辛特堡传说》等产品补齐海外精品供给，满足玩家多元化需求。进口版号稳步发放，既丰富国内市场内容，也推动国内外游戏产业良性交流。本轮版号变更同样释放重要信号：腾讯《王者万象棋》新增客户端版本，手游+端游跨端融合成为头部产品标配，多端互通、版本优化，正成为 2026 年游戏产品的核心竞争力。

### 1.2.2 电商

【阿里巴巴】2026 天猫“38 开门红&38 焕新周”开启。2026 年天猫三八节大促活动名为“38 开门红&38 焕新周”，活动时间为 2026 年 2 月 24 日至 3 月 9 日，采用预售与现货并行的方式。主要玩法与优惠包括 1) 官方立减：这是平台主导的核心玩法，消费者无需凑单，购买单件商品即可享受直接减免。商家需根据平台设定的类目最低让利比例（如 1%、5%、12%不等）进行让利。2) 红包与优惠券：活动期间会向消费者发放多种优惠，包括消费券、

红包等。

**【京东】京东上线“百亿超市”频道，计划未来3年内投入超200亿元商品补贴。**2月26日京东APP正式上线“百亿超市”频道，覆盖京东超市现有生鲜、酒水、饮料、粮油调味等日常食品饮料，家清、个护、母婴、宠物、鲜花、玩具乐器等生活用品。在“百亿超市”频道内，京东计划未来3年内，投入超200亿元商品补贴，帮助品牌实现额外销售增量2000亿。2025年京东超市全年增长速度持续领跑行业，市场份额持续提升，购物用户规模、订单量增长均超过20%。未来三年京东超市的用户规模目标计划从3亿增长至5亿。

**京东携手DHL集团，支持德国品牌在中国及欧洲市场的发展。**2月26日，DHL集团近日与京东集团签署谅解备忘录。双方将建立战略合作伙伴关系，通过京东旗下的欧洲全品类在线零售平台Joybuy，共同支持德国品牌拓展中国市场，并助力其强化在欧洲市场的业务布局。通过接入京东国际，德国品牌无需在中国设立实体或法律主体，即可直接面向京东平台上超过7亿的中国消费者进行销售。

**【美团】美团AI“小团”成为春节出游“小管家”，春节假期亲子票预订量增76%。**2月12日至22日，美团AI管家“小团”已帮助用户校验5.5亿次商家信息，二次校准需求并校验10亿用户评价，用户向“小团”提出了最多覆盖20种本地消费场景的复杂模糊问题，超过30字的提问中，语音输入占比接近50%。核心应用场景为吃喝玩乐决策、旅游线路规划与信息咨询优惠。

据美团旅行数据，春节期间，亲子票预订量同比增长76%，美团用户人均打卡2.2个城市，到访多个城市的文旅消费人数占比同比增长50%。

### 1.2.3 影视

**漫剧赛道迎来爆发期，美团正式入局AI漫剧赛道。**2026年初漫剧赛道迎来爆发期，腾讯、字节、百度等大厂均已完成布局，借助AI技术的成熟，漫剧制作成本大幅降低、效率显著提升，成为继短视频、短剧之后，又一个备受关注的流量入口，且其核心用户以Z世代的年轻人为主，消费潜力和内容互动意愿较强，已成为大厂争夺的重要阵地。在此背景下，美团于近期在主App内上线了漫剧板块“饭团漫社”，标志其正式进入漫剧赛道。具体来看，在入口设计方面，美团选择在主App内嵌板块，而非推出独立应用，该策略既能利用主App的庞大流量为“饭团漫社”导流，又能降低用户获取成本，避免独立App的大量运营投入。内容方面，“饭团漫社”上线的漫剧作品覆盖青春、古风、都市、末世等多个热门题材，单部作品集数从数集到四十集不等，部分作品已取得一定播放量，初步完成了内容池的搭建，板块界面还设置了点赞、评论、收藏等互动功能，同时支持弹幕发送，贴合当下用户观看漫剧的主流使用习惯，整体产品形态已趋于成熟。生态布局方面，美团采用“工具+平台”的双轮驱动模式：通过此前已推出的AI创作产品“蛙蛙写作”实现AI漫剧视频、AI小说、AI剧本等多类型内容创作，从而大幅降低内容生产的门槛与成本，吸引更多创作者入驻其生态，反哺美团旗下短剧、小说、漫剧等多元内容服务板块。总的来看，美团此次以免费模式入局，并选择内嵌于主App而非推出独立应用，反映出其轻量化布局，试图借助本地生活服务的巨大流量池，为内容板块导流，再通过内容反哺用户时长，形成内容生产与场景落地的闭环。

**10部虚拟现实影片立项，政策红利释放产业新动能。**2月13日，国家电影局发布关于《2026年1月全国电影剧本（梗概）备案、立项公示》的通知，其中显示共有10部虚拟现实

实影片项目通过备案并立项。**技术层面上**，国家电影局发布了行业标准化指导性技术文件《虚拟现实电影 第1部分：通用技术要求》(DY/Z 14.1—2026)，该文件详细描述了虚拟现实电影的系统组成，并从多个关键维度规定了通用技术要求，涵盖虚拟现实电影系统、内容制作、发行、放映管理系统、头戴式显示设备、场所、票务管理系统以及内容安全等方面，其适用范围广泛，贯穿虚拟现实电影的内容制作、发行放映、技术管理和质量监督等全产业链环节，为产业链的规范化运作提供了明确指引。**市场层面上**，国家电影专资办与中国工商银行等金融机构、猫眼娱乐等企业联合宣布，全年预计投放不少于12亿元的惠民观影补贴，从而进一步加大对电影重要工作、重点影片和重大项目的支持力度，以推动电影事业和产业高质量发展，其具体措施聚焦于促进电影产业转型升级，包括资助电影AI、虚拟拍摄、LED放映等新兴技术的试验应用，同时支持中影、上影、长影以及横店、无锡等电影制片基地升级完善设施，以满足现代电影拍摄需求，推动电影产业形成新模式、释放新动能。

#### 1.2.4 美护

**美妆巨头加码 AI 布局，行业智能竞赛全面开启。**2026年作为美妆行业AI技术从“工具”进化为“基础设施”的关键年份，各美妆国际巨头正加速推进全链条AI布局。例如，近期欧莱雅集团宣布投入超26亿元人民币在印度投建AI美妆科技中心，资生堂AI配方平台“Voyager”于2026年一月推出全球首款融合香氛与色彩的喷雾型防晒等。化妆品行业长期受试错成本高、研发周期长等痛点制约，而AI技术正为产业链全环节开启效率变革新空间。**研发端**，AI对美妆行业具备底层颠覆性。传统配方研发依赖经验与反复试错，效率高、成本低。通过AI虚拟仿真与预测，可提前完成原料作用、稳定性、功效及安全性验证，大幅降低研发成本、缩短周期，推动研发人员聚焦创新，实现行业效率升级。**制造端**，AI的渗透同样深刻，例如上美股份投资3亿元建成并投用智慧工厂，作为国内首个AI驱动的化妆品智能化无人车间，标志着行业生产向更高效率、更高精度加速升级。**营销端**，生成式AI的能力已被广泛应用。从根据消费者审美偏好自动生成的包装设计，到为不同市场量身定制的营销文案，AI在压缩时间周期的同时，也在探索人类创意难以触及的多元可能性，例如科蒂已经在供应商发票管理、采购流程以及营销内容迭代等多个职能领域部署AI，展现了“降本增效”在企业运营层面的全面落地；联合利华将AI工具引入多芬、清扬等品牌的图片制作流程，内容创作成本降低55%，效率提升65%；淘宝“AI种草官”数据显示：Z世代购买决策时间缩至17分钟，转化率反升2.3倍，曾经“需求识别-信息搜索-评估决策-购买决策”的五阶段路径正在被压缩为算法预判后的本能反应。品牌将消费过程中的高峰与终值感受设计到最优。总的来看，AI将研发周期缩短、让内容生产成本降低、使需求预测更为精准，同时也让美妆行业的竞争内核转向技术与人性的平衡探索。

**封关红利引爆消费热潮，海南构筑国内外市场双向通道。**2026年春节假期（2026年2月15日-23日），海口海关共监管离岛免税购物金额27.2亿元，较去年春节假期（2025年1月28日—2月4日）增长30.8%；销售件数199.7万件，同比增长21.9%；购物人数32.5万人次，同比增长35.4%。**美妆香化类产品在离岛免税总品类销售中占比常年超过50%**，美妆香化区也成为免税店内客流最密集、消费转化最高的板块，据测算，2026年春节假期海南离岛免税香化产品销售金额超13.6亿元，销售件数超99.85万件。具体来看，海南免税市场的增长呈现出以下特征1) 高端化趋势进一步强化：2026年春节假期离岛免税销售件数同比增长21.9%，销售额同比增长30.8%，销售额增速显著高于件数增速，反映出客单价水平持续提升。2) 消费客群结构出现明显变化：离岛免税政策优化，海南岛内居民可凭历史

离岛信息不限次数购买“即购即提”类免税商品，每人每年享有1万元额度。政策放宽有效激活了本地消费潜力，使岛内居民成为免税市场的重要新增客群。

海南已成为国际高端美妆品牌加速布局的重要战略高地。对国际美妆集团而言，海南不仅是深耕中国市场的重要窗口，更是优化亚太供应链体系的关键支点。2025年，SUGGU在三亚海棠湾免税城开设中国首家免税门店，DIOR在三亚海棠湾落地全球最大旗舰店，Ké rastase 卡诗于三亚国际免税城设立全球最大旗舰店；与此同时，兰蔻、LV、Aesop、SK-II 等国际品牌亦已完成海南市场布局。头部品牌密集落子，凸显海南在全球高端美妆版图中的战略地位持续提升。对国货品牌而言，海南的战略意义远超销售终端。依托“零关税”政策，企业可进口全球优质原料，在海南打造集生产、研发与国际业务于一体的综合产业基地。例如，华熙生物已在海南建成覆盖生产、研发及国际业务的科技产业园，实现供应链整合与效率提升。在贸易便利化政策支持下，品牌既可通过免税渠道将高性价比产品销往内地市场，也可借助海南作为贸易枢纽辐射全球，实现“引进来”与“走出去”的双向循环。

### 1.2.5 玩具（积木、潮玩）

从节日爆款到 IP 运营，毛绒玩具行业迈入多元化增长阶段。近期，《2026年1月电商平台数据分析报告——玩具&潮流玩具》报告发布，拼插积木、毛绒布艺、盲盒、手办四大核心品类凭借鲜明的节日属性、强互动体验与 IP 赋能优势，成为年货消费的热门赛道，生肖主题毛绒玩具成为1月市场增长点，激活了大众消费与企业采购双重需求。具体来看，在**市场格局方面**，天猫毛绒玩具市场的头部品牌格局仍保持稳定，JELLYCAT、泡泡玛特、DISNEY RESORT 三大品牌依旧占据销售额 TOP3 位置，其中，JELLYCAT 以 29.9% 的销售额占比持续领跑，近 6 个月稳居榜首且销售额同比增幅达 47.3%，品牌溢价与消费者认可度显著。从**销量维度看**，毛绒玩具销量 TOP10 畅销单品中，有 9 款为马年吉祥物相关产品，合计占据品类总销量的 11.2%，其中韬略宝贝马年吉祥物公仔以 2.1% 的销量占比登顶榜首。蓝山雀、维森熊等品牌的生肖马玩偶也均跻身销量前五。在价格分布上，1 月，天猫毛绒玩具市场的价格带分化特征明显，400 元以上高端市场则成为销售额增长的重要引擎，销售额占比从 2025 年 1 月的 13.01% 提升至 17.48%；50 元以下平价市场成为销量核心阵地，1 月销量占比达 68.69%，较 2025 年 1 月提升 11.12%，对应的销售额占比也提升至 19.65%，这一区间的产品主要聚焦生肖礼品、日常小挂件，主打高性价比、实用性，适配企业采购、大众日常消费等场景。从**战略层面**，在毛绒玩具市场的竞争中，IP 价值和产品创新成为品牌破局的核心要素，头部品牌凭借成熟的 IP 运营持续领跑。从销售额 TOP10 单品来看，IP 类产品占据绝对主导：泡泡玛特的 THE MONSTERS、DIMOO、SKULLPANDA 三大 IP，JELLYCAT 的经典邦尼兔、巴塞罗熊 IP，STAYREAL 的胡萝卜公仔 IP，成为高端市场的核心卖点，这类产品不仅具备收藏价值，更成为年轻人的个性化表达载体。总的来看，毛绒玩具已不再是单纯的儿童玩具，而是成为覆盖全年龄段、兼具礼品属性、情感属性、收藏属性的多元消费品。

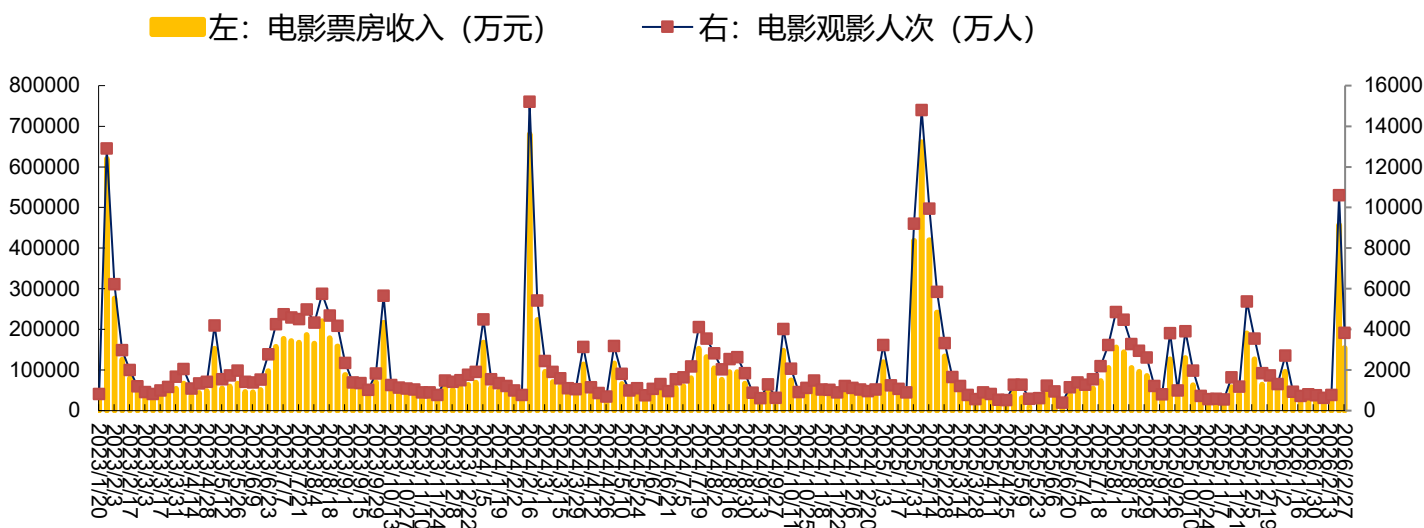
阿里内测潮玩 AI 平台“妙呀 AI”，持续加码消费端 AI 应用。近日，阿里巴巴悄然启动潮玩 AI 平台“妙呀 AI”的保密内测，该产品以“轻松捏娃潮玩妙呀”为核心体验方向，聚焦 AI 捏娃功能，目前正处于小范围测试阶段。近年来，潮玩市场增长迅速，盲盒和 IP 衍生品热度持续走高，用户对个性化创作与数字化表达的需求不断增加，AI 技术的引入，有望大幅降低个性化形象设计的门槛，让普通用户也能成为自己专属潮玩的设计师。从**内测界面来看**，“妙呀 AI”采用手机号验证码登录方式，同时支持支付宝第三方快捷登录，操作入口

简洁直观。用户可通过 AI 技术生成个性化潮玩形象，实现“捏娃”创作体验。本次内测的核心目的在于收集用户真实反馈，验证产品操作便捷性与整体使用体验，持续优化功能细节。**在商业模式上**，“妙呀 AI”未来或将提供免费与付费两类服务，具体收费标准与服务协议以平台公示信息为准。**从产业布局来看**，阿里影业旗下锦鲤拿趣已在潮玩 IP 衍生领域深耕多年，手握大量影视与动漫 IP 资源。在此基础上布局 AI 捏娃平台，被外界解读为阿里正尝试整合技术能力与 IP 资源，挖掘文创赛道新的增长空间。总体来看，“妙呀 AI”的浮现，是阿里持续加码消费端 AI 应用的最新动作，潮玩与 AI 的结合，正成为文创领域的热门探索方向，若“妙呀 AI”顺利落地，不仅有望降低潮玩创作门槛，也可能为用户带来更轻量化、个性化的创作体验。

### 1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026年2月23日-2026年2月27日（第8周），周度票房为15.47亿元，周度电影票房Top3分别为《飞驰人生3》《镖人：风起大漠》《惊蛰无声》，周票房分别为7.47亿元、2.72亿元和2.06亿元。

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3月3日	夜半怪影	北京亚幕影视传媒有限公司	浙江东阳四月天影视文化有限公司
2026年3月6日	暗黑新娘!	美国华纳兄弟影片公司	华夏电影发行有限责任公司
2026年3月6日	床下有人4	山西菲尔幕文化传媒有限公司	-
2026年3月6日	蛇杀诡影	橙风破浪(北京)文化传媒有限公司	-
2026年3月6日	凌晨两点半3	十品(北京)影业有限公司	华夏电影发行有限责任公司
2026年3月7日	洛杉矶劫案	美国哥伦比亚影片公司	中国电影产业集团股份有限公司
2026年3月7日	青云塔三姐妹	北京巨美星光文化传媒有限公司	北京这理影业有限公司
2026年3月8日	非穷尽列举	-	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《唐宫奇案之青雾风鸣》、湖南卫视的《太平年》、北京卫视的《生命树》。

图表 5：电视剧情况（2026 年 2 月 23 日-2026 年 2 月 26 日）

CSM71 4+ 2026年2月23日 (周一) 省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年2月24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	太平年	1.775	7.86	1	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.934	7.55
2	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.758	7.09	2	湖南卫视	太平年	1.856	7.95
3	江苏卫视	年少有为	1.607	6.5	3	北京卫视	生命树	1.689	6.6
4	北京卫视	生命树	1.56	6.3	4	江苏卫视	年少有为	1.682	6.57
5	浙江卫视	太平年	1.331	5.39	5	浙江卫视	太平年	1.347	5.26
6	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	1.013	4.48	6	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	0.846	3.66
7	深圳卫视	折腰	0.588	2.4	7	深圳卫视	折腰	0.646	2.55
8	安徽卫视	国色芳华	0.411	1.66	8	安徽卫视	国色芳华	0.525	2.06
9	江西卫视	典当行	0.409	1.68	9	广东卫视	许我耀眼	0.483	1.89
10	广东卫视	许我耀眼	0.382	1.54	10	江西卫视	典当行	0.315	1.25
11	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.274	1.1	11	东南卫视	老舅	0.311	1.22
12	东南卫视	老舅	0.217	0.87	12	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.264	1.03
13	湖北卫视	父母爱情	0.111	0.45	13	河南卫视	新一年又一年	0.133	0.52
14	天津卫视	大家庭	0.11	0.44	14	天津卫视	大家庭	0.093	0.36
15	河南卫视	新一年又一年	0.089	0.36	15	湖北卫视	父母爱情	0.079	0.31
16	贵州卫视	锦绣芳华	0.081	0.32	16	广东卫视	暗夜与黎明	0.078	0.58
17	河南卫视	墨韵新生	0.066	0.7	17	广东广播电视台大湾区卫视	七十二家房客	0.076	0.44
18	贵州卫视	群山上的村T	0.063	0.28	18	重庆卫视	生万物	0.069	0.37
19	重庆卫视	生万物	0.05	0.2	19	河北广播电视台卫视频道	沉默的荣耀	0.06	0.53
20	四川卫视	星辰大海	0.042	0.17	20	山东卫视	生万物	0.059	0.23
中央	中央电视台综合频道	好好的时光	1.134	4.98	中央	中央电视台综合频道	好好的时光	1.241	5.24
中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.064	4.34	中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.054	4.15
CSM71 4+ 2026年2月25日 (周三) 省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年2月26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	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	2.084	7.92	1	湖南卫视	太平年	2.168	9.09
2	湖南卫视	太平年	2.026	8.45	2	北京卫视	生命树	2	7.52
3	浙江卫视	太平年	1.814	6.89	3	浙江卫视	太平年	1.92	7.22
4	北京卫视	生命树	1.689	6.43	4	江苏卫视	年少有为	1.812	6.81
5	江苏卫视	年少有为	1.66	6.3	5	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.734	6.52
6	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	1.052	4.47	6	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	0.861	3.69
7	深圳卫视	折腰	0.532	2.05	7	深圳卫视	折腰	0.436	1.66
8	安徽卫视	国色芳华	0.364	1.39	8	广东卫视	许我耀眼	0.364	1.37
9	江西卫视	典当行	0.335	1.29	9	江西卫视	典当行	0.305	1.17
10	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.302	1.15	10	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.276	1.04
11	广东卫视	许我耀眼	0.283	1.08	11	安徽卫视	国色芳华	0.233	0.88
12	河南卫视	新一年又一年	0.189	0.74	12	北京卫视	真心英雄	0.182	1.2
13	东南卫视	老舅	0.149	0.57	13	河南卫视	新一年又一年	0.156	0.59
14	北京卫视	真心英雄	0.134	0.97	14	东南卫视	老舅	0.135	0.52
15	天津卫视	大家庭	0.114	0.44	15	重庆卫视	生万物	0.08	0.3
16	广东卫视	暗夜与黎明	0.095	0.68	16	山东卫视	生万物	0.08	0.3
17	广东广播电视台大湾区卫视	七十二家房客	0.085	0.48	17	天津卫视	大家庭	0.07	0.29
18	山东卫视	生万物	0.082	0.31	18	陕西卫视	南来北往	0.069	0.26
19	湖北卫视	父母爱情	0.065	0.25	19	湖北卫视	父母爱情	0.069	0.26
20	河北广播电视台卫视频道	大决战	0.063	0.38	20	河北广播电视台卫视频道	大决战	0.068	0.42
中央	中央电视台综合频道	好好的时光	1.185	4.91	中央	中央电视台综合频道	好好的时光	1.237	5.11
中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.246	4.78	中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.119	4.26

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《势均力敌的我们 第二季》、《宇宙闪烁请注意》、《日落时分说爱你》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 2 月 23 日-2026 年 2 月 26 日）

◀ 前一天		日榜 2026年2月23日/周一	后一天 ▶	◀ 前一天		日榜 2026年2月24日/周二	后一天 ▶
		猫眼热度榜数据规则 ①				猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度		综艺		当日热度	
1	宇宙闪烁请注意 — 爱奇艺独播 上线 59 天	9721.98		1	势均力敌的我们 第二季 ↑1 腾讯视频独播 上线 51 天	9727.10	
2	势均力敌的我们 第二季 ↑6 腾讯视频独播 上线 50 天	9301.52		2	宇宙闪烁请注意 ↓1 爱奇艺独播 上线 60 天	9708.60	
3	日落时分说爱你 ↓1 腾讯视频独播 上线 61 天	9243.25		3	日落时分说爱你 — 腾讯视频独播 上线 62 天	9174.23	
4	现在就出发 第三季 — 腾讯视频独播 上线 122 天	8899.46		4	周五晚高疯 ↑1 优酷独播 上线 19 天	8883.31	
5	周五晚高疯 ↑1 优酷独播 上线 18 天	8899.46		5	快乐老友·有风季 ↑6 芒果TV独播 上线 64 天	8813.22	

◀ 前一天		日榜 2026年2月25日/周三	后一天 ▶	◀ 前一天		日榜 2026年2月26日/周四	后一天 ▶
		猫眼热度榜数据规则 ①				猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度		综艺		当日热度	
1	势均力敌的我们 第二季 — 腾讯视频独播 上线 52 天	9782.19		1	开始捉迷藏 第 2 季 ↑6 腾讯视频独播 上线 2 天	9558.69	
2	宇宙闪烁请注意 — 爱奇艺独播 上线 61 天	9631.11		2	宇宙闪烁请注意 — 爱奇艺独播 上线 62 天	9420.08	
3	日落时分说爱你 — 腾讯视频独播 上线 63 天	9189.89		3	势均力敌的我们 第二季 ↓2 腾讯视频独播 上线 53 天	9306.93	
4	周五晚高疯 — 优酷独播 上线 20 天	8906.35		4	日落时分说爱你 ↓1 腾讯视频独播 上线 64 天	9053.80	
5	快乐老友·有风季 — 芒果TV独播 上线 65 天	8906.12		5	快乐老友·有风季 — 芒果TV独播 上线 66 天	9034.04	

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27日，页游数据更新如下：最热门的为《刀剑笑·霸刀「搜打撤」》和《000000 氪超变》。

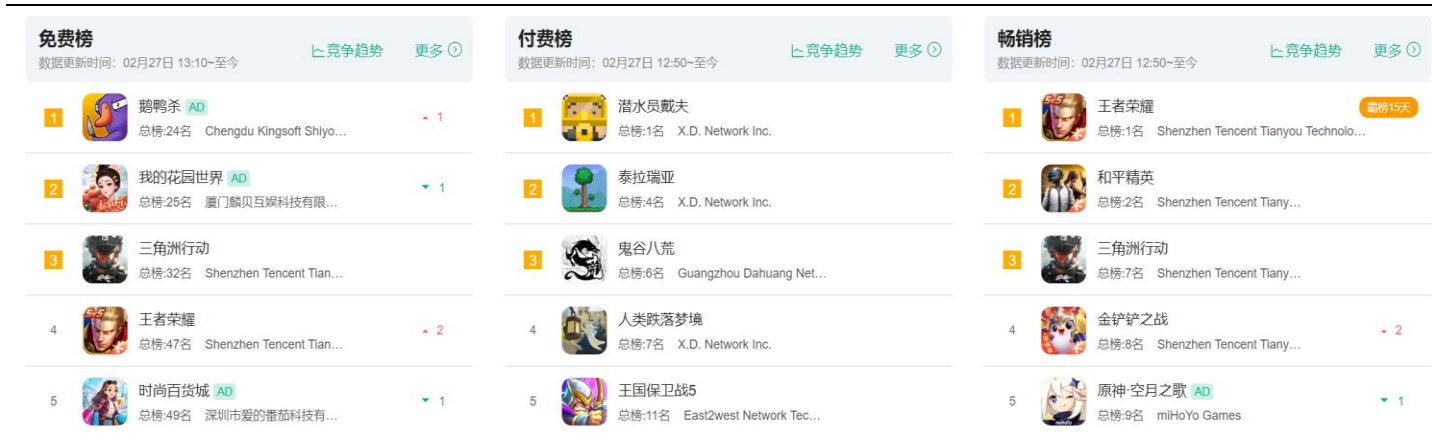
图表 7：过去 7 天网页游戏情况



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，免费榜排名前三的手游为《鹅鸭杀》《我的花园世界》《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》《三角洲行动》。

图表 8：iOS 手游排行榜情况



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
300071.SZ	福石控股	2026 年 2 月 24 日	持股 5%以上股东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 2 月底传媒板块开年后略回调，我们认为当下传媒板块行情仍在，AIGC 新叙事仍可期。**企业端**，港股智谱与 Minimax 市值双双均超 2000 亿港元，AIGC 公司阶跃星辰在 2026 年 1 月估值达 200 亿元，AI 新势力公司陆续资本化也将推动 AI 商业化新探索，传媒板块仍有望承接 AI 商业化；**产品端**，2026 年 2 月谷歌推出 Nano Banana 2，DeepSeek 后续的 AI 新品仍值得期待；伴随 AI 内容进入“通货膨胀”，优质内容的价值也会提升，进而拉动注意力经济。注意力经济下，具有优质内容审美能力的企业也可积极关注。当下传媒板块回调，行情尚未结束，传媒板块有望持续受益 AI 模型开源，新 AI 产品迭代、AI 新势力资本化预期，外部峰会看，2026 年 3 月 2 日至 5 日，MWC 2026 将在巴塞罗那开幕，主题是“智能新纪元”（The IQ Era），有望推高 AI 应用与 AI 产品的实战场热度；投资维度，**第一维度**，可关注 AIGC 板块（Seedance2.0 后推高内容供给，内容进入“通货膨胀”后优质内容的价值有望提升，进而拉动注意力经济）；**第二维度**，可关注字节跳动及小红书产业链；**第三维度**，可关注 AIGC 新势力公司资本化进展。

## 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，顺网科技 300113**（2026 年关注游戏新品测试进展，打造“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）；**姚记科技 002605**（主业从扑克牌到游戏再到数字营销，受益字节跳动旗下电商抖省省）；**完美世界 002624**（游戏新品《异环》全平台公测正式定档 2026 年 4 月 23 日，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）；**万达电影 002739**（春节档后回调，在手主控影片仍可期）；**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》表现好，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**（春节档参与影片表现差强人意，静待公司后续业务新进展）；**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，2026 年新品供给不断，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，受益具身智能应用，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）；**华策影视 300133**（出品剧集《太平年》热播中并获得社会高关注，全面推进“内容+科技”战略升级，将人工智能技术作为驱动内容创作创新的核心动力，不再盲目追求规模，坚守“收支平衡”的底线，优先修复现金流）；**恺英网络 002517**（关注 EVE 进展，公司国风国漫 IP《岁时令》衍生的同名短剧热播）；**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**（看元宝 AI 后续用户留存进展，核心仍看产品力）；**阿里巴巴 9988**（发力千问 AI，探索将千问打造软硬一体、跨多种终端形态的 AI 助手）；**美图 1357**（已回购，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**（“38”活动接档春节，双渠道联动有望稳定贡献增量）；**名创优品 9896**（大力发展 IP “YOYO”，公司与春晚联名即采用 YOYO 形象推出相关衍生品；同事 YOYO 人形机器人也在开发中）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-2-27 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	8.59	0.13	0.21	0.27	67.21	40.90	31.81	买入
300413.SZ	芒果超媒	24.38	0.73	0.71	0.82	33.43	34.34	29.73	买入
002605.SZ	姚记科技	25.04	1.30	1.42	1.53	19.27	17.63	16.37	买入
603096.SH	新经典	19.04	0.82	1.25	1.43	23.19	15.23	13.31	买入
300058.SZ	蓝色光标	18.50	-0.12	0.18	0.23	-160.87	102.78	80.43	买入
603466.SH	风语筑	11.89	-0.23	-0.04	0.27	-52.22	-297.25	44.04	买入
603103.SH	横店影视	26.37	-0.15	0.43	0.56	-173.49	61.33	47.09	买入
600986.SH	浙文互联	12.18	0.11	0.20	0.22	114.80	60.90	55.36	买入
300788.SZ	中信出版	46.70	0.62	0.86	1.06	74.83	54.30	44.06	买入
002739.SZ	万达电影	10.94	-0.43	0.46	0.60	-25.37	23.78	18.23	买入
300251.SZ	光线传媒	19.49	0.10	0.43	0.52	195.88	45.33	37.48	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.18	-0.19	0.05	0.10	-47.59	183.60	91.80	买入
002291.SZ	遥望科技	7.52	-1.08	0.13	0.17	-6.99	57.85	44.24	买入
300148.SZ	天舟文化	5.03	0.04	0.09	0.12	127.99	55.89	41.92	买入
601595.SH	上海电影	29.01	0.20	0.52	0.75	144.40	55.79	38.68	买入
600637.SH	东方明珠	11.49	0.20	0.22	0.24	57.77	52.23	47.88	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	195.73	-3.23	1.93	4.01	-60.60	101.41	48.81	买入
1357.HK	美图公司	5.01	0.18	0.18	0.24	27.82	27.82	20.87	买入
1318.HK	毛戈平	69.46	2.18	2.36	3.00	31.86	29.43	23.15	买入
0325.HK	布鲁可	55.92	-1.61	2.47	3.15	-34.73	22.64	17.75	买入
9896.HK	名创优品	31.89	2.12	2.10	2.70	15.04	15.19	11.81	买入
2508.HK	圣贝拉	4.52	-11.94	0.17	0.32	-0.38	26.60	14.13	买入
2400.HK	心动公司	65.39	1.69	3.25	3.86	38.69	20.10	16.92	未评级
0772.HK	阅文集团	27.96	-0.21	-0.14	1.14	-133.15	-200.01	24.43	未评级
3738.HK	阜博集团	4.38	0.05	0.08	0.12	80.44	54.54	37.99	未评级
9992.HK	泡泡玛特	203.34	2.35	9.40	12.93	86.53	21.62	15.73	未评级
0700.HK	腾讯控股	458.35	20.49	24.31	27.80	22.37	18.85	16.49	未评级
1024.HK	快手-W	55.61	3.48	4.14	4.77	15.98	13.42	11.66	未评级
3690.HK	美团-W	71.80	5.66	-3.26	0.65	12.69	-22.03	110.35	未评级
2013.HK	微盟集团	1.71	-0.57	-0.04	-0.02	-3.00	-38.03	-90.36	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.68	0.00	0.04	0.07	1,120.80	46.44	23.61	未评级
2331.HK	李宁	19.93	1.17	1.02	1.09	17.10	19.61	18.23	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=0.88484 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=6.9228 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。