

2026年03月07日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

十五五开局看 2026 新发展 打造智能经济新形态

—传媒行业周报

推荐(维持)

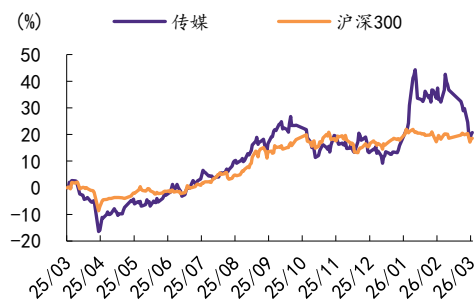
投资要点

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)	-8.6	6.4	19.6
沪深300	0.4	1.7	18.2

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

相关研究

- 1、《传媒行业深度报告：迎 Web4.0 看 AI 如何赋能应用》2026-03-05
- 2、《传媒行业周报：传媒回调行情仍在智能新纪元撬动注意力经济》2026-03-01
- 3、《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

本周观点更新

2026年3月5日国家会议定调2026年经济发展目标4.5%~5%，在培育壮大新动能中指出要打造智能经济新形态，传媒板块具有科技应用场景与内需双重属性，可承接AI应用新增量也可承接内需经济新红利。**媒介端**，从Web1.0到Web4.0的持续发展，传媒板块均受益于新媒介迭代，Web4.0看智能体赋能传媒应用；**AI端**，内容板块伴随AI工具的新供给也有望带来内容生产范式的变迁，企业端从OpenAI到月之暗面以及深度求索(DeepSeek)AI新品发布均有望提振板块热度(2026年3月OpenAI推出GPT-5.4)；**内需端**，学习时报的搞赏经纪到陪伴经济，传媒板块的新供给均有望承接其新代际用户的新需求。

本周重点推荐个股及逻辑

A股可关注，**顺网科技 300113**（受益于Web4.0时代边缘算力供给及新应用场景）；**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》全平台公测已正式定档）；**万达电影 002739**（春节档后回调，在手主投主控影片仍可期）；**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**（融媒体头部践行出海倍增计划，看芒果大模型AI赋能主业）；**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）；**风语筑 603466**（静待减持落地，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）；**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）；**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**（关注EVE进展，新游戏产品定档）；**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**（关注人事变动后AI新发展）；**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）；**MiniMax0100**（模型能力推动业务增长，迈向AI时代的平台

公司)；毛戈平 1318 (定位东方美学差异化美护，持续关注线下开店及海外拓展)。

■ 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	2026-03-07		EPS			PE			投资评级
		股价	2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E		
300133.SZ	华策影视	8.05	0.13	0.21	0.27	62.99	38.33	29.81	买入	
300413.SZ	芒果超媒	22.65	0.73	0.71	0.82	31.06	31.90	27.62	买入	
002605.SZ	姚记科技	23.62	1.30	1.42	1.53	18.18	16.63	15.44	买入	
603096.SH	新经典	18.57	0.82	1.25	1.43	22.62	14.86	12.99	买入	
300058.SZ	蓝色光标	16.51	-0.12	0.18	0.23	-143.57	91.72	71.78	买入	
603466.SH	风语筑	10.84	-0.23	-0.04	0.27	-47.61	-271.00	40.15	买入	
603103.SH	横店影视	24.87	-0.15	0.43	0.56	-163.62	57.84	44.41	买入	
600986.SH	浙文互联	10.92	0.11	0.20	0.22	102.92	54.60	49.64	买入	
300788.SZ	中信出版	40.48	0.62	0.86	1.06	64.86	47.07	38.19	买入	
002739.SZ	万达电影	10.28	-0.43	0.46	0.60	-23.83	22.35	17.13	买入	
300251.SZ	光线传媒	17.48	0.10	0.43	0.52	175.68	40.65	33.62	买入	
002292.SZ	奥飞娱乐	8.56	-0.19	0.05	0.10	-44.38	171.20	85.60	买入	
002291.SZ	遥望科技	6.99	-1.08	0.13	0.17	-6.50	53.77	41.12	买入	
300148.SZ	天舟文化	4.72	0.04	0.09	0.12	120.10	52.44	39.33	买入	
601595.SH	上海电影	26.54	0.20	0.52	0.75	132.11	51.04	35.39	买入	
600637.SH	东方明珠	10.65	0.20	0.22	0.24	53.54	48.41	44.38	买入	
9626.HK	哔哩哔哩-W	177.57	-3.23	1.93	4.01	-54.97	92.00	44.28	买入	
1357.HK	美图公司	4.85	0.18	0.18	0.24	26.92	26.92	20.19	买入	
1318.HK	毛戈平	67.51	2.18	2.36	3.00	30.97	28.61	22.50	买入	
0325.HK	布鲁可	47.74	-1.61	2.47	3.15	-29.66	19.33	15.16	买入	
9896.HK	名创优品	30.06	2.12	2.10	2.70	14.18	14.31	11.13	买入	
2508.HK	圣贝拉	4.54	-11.94	0.17	0.32	-0.38	26.68	14.18	买入	
2400.HK	心动公司	62.92	1.69	3.14	4.01	37.23	20.03	15.67	未评级	
0772.HK	阅文集团	26.86	-0.21	-0.14	1.14	-127.92	-192.16	23.47	未评级	
3738.HK	阜博集团	3.94	0.05	0.08	0.11	72.45	50.45	34.33	未评级	
9992.HK	泡泡玛特	183.04	2.35	9.41	12.89	77.89	19.44	14.20	未评级	
0700.HK	腾讯控股	458.03	20.49	24.31	27.80	22.36	18.84	16.48	未评级	
1024.HK	快手-W	54.23	3.48	4.14	4.77	15.58	13.09	11.36	未评级	
3690.HK	美团-W	67.82	5.66	-3.54	0.31	11.98	-19.14	215.72	未评级	
2013.HK	微盟集团	1.56	-0.57	-0.04	-0.02	-2.74	-34.79	-82.65	未评级	
1762.HK	万咖壹联	1.51	0.00	0.04	0.07	1,006.08	41.69	21.20	未评级	
2331.HK	李宁	18.06	1.17	1.02	1.09	15.50	17.77	16.51	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=0.88253 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.9025 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.....	9
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 3 月 2 日-2026 年 3 月 6 日）.....	8
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 3 月 2 日-2026 年 3 月 6 日）.....	8
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 3 月 2 日-2026 年 3 月 5 日）.....	14
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 3 月 2 日-2026 年 3 月 5 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3月2日-2026年3月6日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-0.93%、-2.22%、-2.45%。细分到传媒各子行业来看，互联网营销指数跌幅较大，职业教育指数跌幅较小。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为拓维信息、网易-S、新华传媒，分别上涨 6.93%、5.58%、2.96%；跌幅 Top3 分别为顺网科技、中信出版、中国科传，分别下跌 13.78%、13.32%、13.19%。

2026 年国家工作报告指出激发全民族文化创新创造活力 繁荣发展社会主义文化。大力繁荣文化事业。健全公共文化服务体系，加强优秀传统文化保护传承利用，让人民享受更高品质的文化生活。繁荣文化创作生产。提升公共文化服务水平。加强文化遗产保护传承。加快发展文化产业。完善文化管理体制和生产经营机制，实施积极的文化经济政策，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展。健全文化产业体系和市场体系。推进文旅深度融合。提升中华文明传播力影响力。加快构建中国话语和中国叙事体系，提升国际传播效能，加强对外文化交流合作，展现可信、可爱、可敬的中国形象。构建更有效力的国际传播体系。深化文明交流互鉴。可选消费端，政府工作报告指出，提出大力提振消费。深入实施提振消费专项行动，增强居民消费能力，改善消费意愿，适应不同群体消费需求扩大优质供给，促进全社会商品和服务消费较快增长。夯实居民消费基础。释放服务消费潜力。推动商品消费扩容升级。持续改善消费环境；打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点；活跃线下消费，激发下沉市场消费活力。全方位推进数智技术赋能。全面实施“人工智能+”行动，加强人工智能同科技创新、产业发展、文化建设、民生保障、社会治理相结合，抢占人工智能产业应用制高点，全方位赋能千行百业。促进实体经济和数字经济深度融合，创造美好数智生活。

Web4.0 时代进入智能服务经济，看 AI 如何赋能应用（智能体如何新发展）？互联网的发展经历了从 Web1.0 的“只读时代”、Web2.0 的“社交互动”，到 Web3.0 的“去中心化”阶段，Web4.0 的核心特征在于“智能连接”和“人机共生”，也是新兴产业和未来产业代表，也有利于推动科技创新和产业创新深度融合。Web4.0 不仅继承了去中心化的技术架构，更进一步将 AI 作为网络的核心组成部分，使其具备自主学习、决策与执行能力。这种技术融合正在重塑传媒行业的内容生产、分发与消费模式，进而带来新商业增长潜力。以 AI 智能体为例，Web4.0 时代，AI 智能体 (Agent) 具备感知、规划与行动能力，能够自主学习、决策与执行任务，Web4.0 引入了 Agentic Consensus（代理共识）等新型共识机制，使多个 AI 智能体能够在分布式环境中高效协作，解决复杂问题进而驱动智能代理从工具到伙伴，应用端可关注 AIGC、数字营销广告、电商等。

企业端，从谷歌到 OpenAI 新进展。2026 年 3 月，OpenAI 推 GPT-5.4 将 AI 从“实验性项目”转变为“核心生产力”，还发布了 GPT-5.4 Pro，含 ChatGPT 和 API，GPT-5.4 集成了行业领先的编码能力 GPT-5.3-Codex，同时改进模型在工具、软件及涉及电子表格、演示文稿和文档等专业任务中的协作能力；GPT-5.4 思维提升了深网研究，在 Codex 和 API 中，GPT-5.4 是 OpenAI 发布的首个具备原生、且具备先进计算机使用能力的通用模型，使代理能够作计算机并执行跨应用的复杂 workflow；相比 GPT-5.2 其 token 数使用数减少，GPT-5.4 是 OpenAI 当下高效代币推理模型。从 OpenAI 官方展示的案例中，主要在 2B 领域，从办公场景的 excel、ppt 再到游戏产品的创作、网络搜索，在回答过程中能够从网络源头整合信息，效率大幅提升，等，同时对 Token 的消耗量也在降低，从模型费用看，GPT-5.4 输入价

格 1M token 为 2.5 美元，产出价格是 1M token 为 15 美元，虽比 GPT-5.2 略贵，但其 token 消耗量是在减低。OpenAI 的 AI 产品持续更新与迭代，在工具层带来效率的提升，在 2B 应用场景中有望持续渗透，也有望加速智能体的发展，GPT-5.4 的发布也助力智能体从“可用”走向“全能”的分水岭。

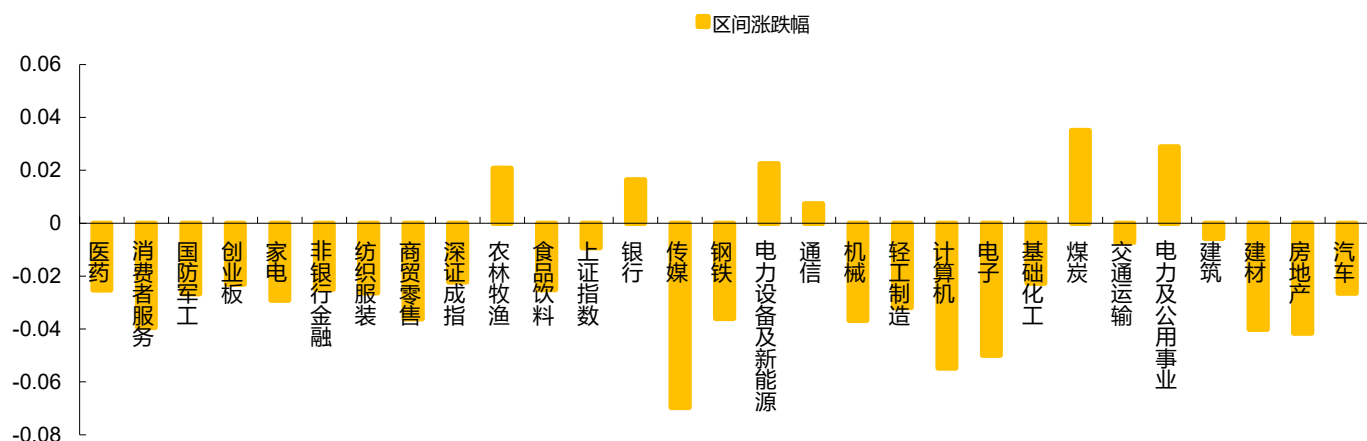
2026 年 3 月，谷歌 Google 为应对与 Epic Games 反垄断诉讼，谷歌 Google 宣布推进对 Android 生态与 Play 商店规则，Google Play 商店的抽成将从 30% 直降 20%，正式开放第三方支付与第三方应用商店，逐步在全球实施，并计划在 2027 年前全面落地全球应用生态渠道变革，谷歌表示符合条件的外部交易自动续订费用为 10%，其他应用内数字内容为 20%，对于外部内容链接计划，谷歌同样列出了 10% 订阅/20% 其他结构（符合条件的开发者前 100 万美元为 10%），通过更新，也解决了 Google 与 Epic Games 的全球争议，进而也会带来游戏、营销、大模型、电商企业业绩影响。对中小开发者来说，通过抽成比例的降低有望带来收入提升；谷歌 Google 的降费举措也标志移动应用生态进入开放和竞争的新时代，从游戏为代表的內容分成角度看，可关注安卓渠道的如顺网科技、恺英网络、完美世界、姚记科技、B 站等。

从犒赏经济到陪伴经济，活跃线下经济。 2026 年 3 月政府工作报告指出“活跃线下消费、激发下沉市场消费活力”；2025 年 12 月，犒赏经济成为热点，政策端，自上而下提出扩大内需是战略之举，传媒本身具有科技与消费双重属性，作为扩内需的组成部分，在科技与内容融合的加持下，有望较快撬动好奇心消费、兴趣消费以及犒赏消费。人口结构的变化对消费行为带来较大影响，消费不再仅仅是物质的获取，而是更关注生活品质的全面提升，包括精神层面的满足和幸福感的获得，如文化、艺术、情感交流等带来的精神满足。学习时报指出，犒赏经济有望成为拉动内需、扩大消费的新引擎，消费不再仅仅是为了单纯满足功能性需求，更多是为了实现自我关爱和心理建设；“犒赏经济”是人民群众对美好生活向往在微观层面的具体投射，也是人民群众物质文化需求和精神文化需求日益增长的体现；2026 年 3 月，学习时报提出“陪伴经济”，随着我国社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，个体的情感需求与精神寄托日益成为消费决策的重要考量。在数字化、老龄化、家庭结构小型化等多重社会趋势交织下，一种聚焦于满足人们情感连接、消除孤独感、寻求精神共鸣的新型消费模式“陪伴经济”应运而生，“陪伴经济”，是指消费者为排解孤独、寻求情感支持或丰富社交体验，而付费购买具有陪伴属性的商品或服务，旨在获得心理慰藉、社会连接与情感满足的经济活动，人工智能、物联网、虚拟现实等技术被广泛应用于开发更具交互性和拟人化的陪伴产品，如陪伴机器人、智能宠物设备、在线虚拟社交平台等，IP 提供的精神内核有望承接新一代人群的需求，以 IP 为支点，有望持续撬动积木、毛绒、卡牌等潮玩周边，同时，也有望盘活传统渠道如书店、电影院线、文博展馆等。在 AI 加持下，从喜羊羊、懒羊羊的 AI 玩具到飞飞兔再到 haivivi bubble pal 等为代表，AI 玩具陪伴也成为用户购买的新选择。同时，伴随 AI 眼镜、具身智能的供给增多也拉动了线下展览新交互；传媒板块的投资维度可关注电影院线板块受益于“活跃线下消费”（万达电影、博纳影业、上海电影、华策影视、横店影视、光线传媒等）；IP 陪伴潮玩卡牌板块（奥飞娱乐、恺英网络、芒果超媒、实丰文化、姚记科技、永吉股份、泡泡玛特、布鲁可、名创优品等）；线下展览新体验经济（风语筑、蓝色光标、顺网科技、B 站、小红书、东方明珠等）。

十五五启幕，传媒角度关注 AI 赋能媒介与内容新叙事。 我们在 2026 年年度策略指出，“2026 年是十五五的起始年，是时代的 β ”，从 PC 时代进入移动互联网时代，新需求大于新供给的矛盾带来估值攀升，从电影、游戏、长短剧集及漫剧、直播电商等板块看，企业带来新供给即可享有 PE 估值弹性，当流量红利见顶，AI 时代用户、内容、媒介三维关系如何续写新篇章？传媒板块兼具科技应用与可选消费双属性，用户代际变化对内容的新需求

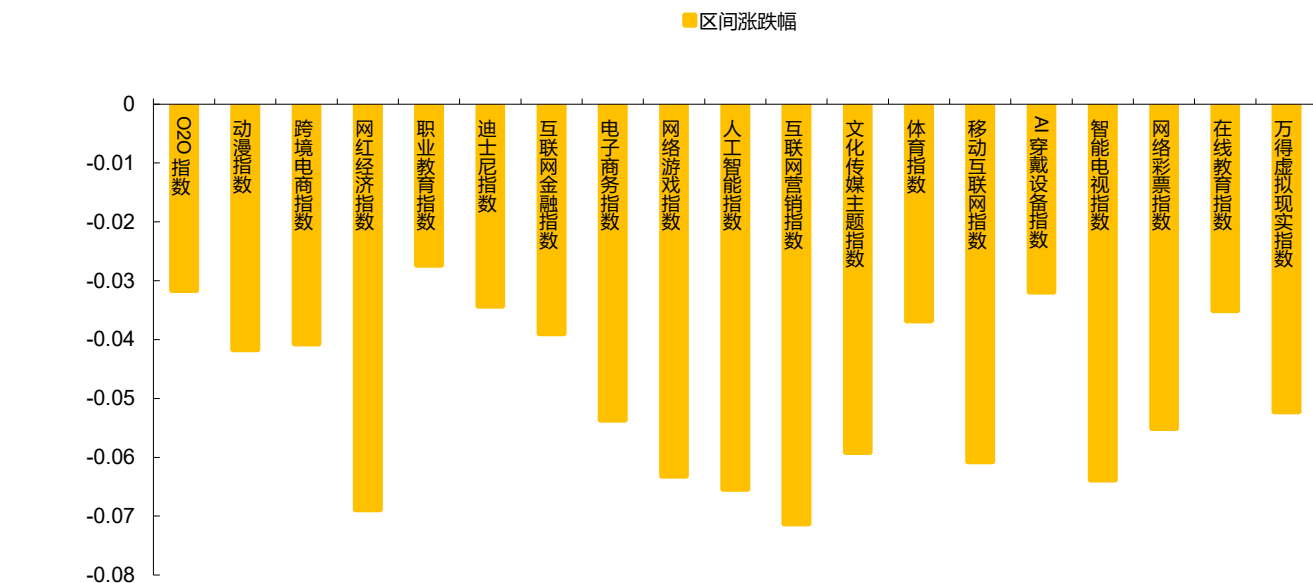
也带来新机遇。自上而下看文化强国建设新叙事，世界文化格局的每一次调整，均是国家经济政治军事力量格局深刻变动的集中反映，为什么 2026 年文化传媒具布局价值？其内核有两个变量，第一个变量，2G（Government 政府端）即十五五建设启幕；第二个变量，AI 的赋能，因 AI 技术国产化正在从“市场驱动”转向“政策驱动”，AI 基建逐步夯实后对应用端也将持续加持。转折点看 AI 赋能文化传媒新增量，步入 2026 年，十五五开启后，从国央企到民企，均开启新一轮五年规划，也是企业需要思考如何承接下一个五年用户的新需求。在转折点看 AI 赋能，从工具的迭代到新业务的创收，均有望带来新增量。从 AI 赋能应用及优质内容借力 AI 焕新，螺旋向上趋势不改，对 AI 未知边界的探索仍是绵绵不绝，当 AI 拉平内容供给后，时间成本与物品需求匹配端看，优质且有用的内容价值有望向上，即审美经济价值有望向上，审美经济即商品或服务或内容通过体验美感等方式赋予额外价值并超过单纯交互价值，AIGC 供给充沛后审美经济布局正当时。AI 应用从工具的降本增效到标配后的新创收，均有望带来长短剧、影视动画、知识科普、客服、内容生产、图片视频理解、教育、电商、搜索、出行、娱乐、营销、体育赛事健身等 2B\2C 应用场景体验的跃升；当下 AI 技术快速发展，AI 技术与内容创作的结合也有望进入实质创收阶段，优质内容借力 AI 也具有较好杠杆效应，也为传媒走向智媒行业带来较大推动。传媒板块兼具科技与可选消费双属性，在软实力建设之外，科技发展也在持续赋能文化传媒板块；产业链端建议积极关注字节跳动产业链、小红书产业链等，同时 2026 年 2 月底，地缘政治压力下造成一定回调，我们对 2026 年传媒行业维持推荐评级。

图表 1: 各行业周度涨跌幅 (2026 年 3 月 2 日-2026 年 3 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 3 月 2 日-2026 年 3 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

2月中国手游收入榜发布，腾讯、网易头部效应持续强化。2026年3月6日，2月中国手游及发行商收入榜单发布，本期共35个中国厂商入围收入榜TOP100，合计吸金21.8亿美元，占本期全球TOP100手游发行商收入41%。具体来看，2月腾讯蝉联全球手游发行商收入冠军。随着2月14日“情人节+马年春节”双节点活动组合的推出，《王者荣耀》日流水快速升至近1年最高值，并持续高位运行；《和平精英》于1月下旬上线新春版本“丝路贺新春”。作为节日版本，其配套的限时活动与付费促销持续发力，2月7日该游戏日流水增长82%，并连续2日稳居全球手游收入榜冠军，本期收入增长34%；《三角洲行动》2月中上旬开启的威龙至臻外观“凌霄戍卫”特别活动，有效提升了活跃用户数和变现能力。2月10日该游戏跃居全球手游收入榜TOP2，并连续2天蝉联亚军，2月11日流水创历史新高，本月收入增长36%。得益于《蛋仔派对》《第五人格》等产品的增长，网易2月全球手游收入环比增长44%，跻身发行商收入榜第3名。2月17日《蛋仔派对》联动动画IP《小马宝莉》，推出人气角色限定外观、配饰及专属联动场景，叠加新春版本双重加持，游戏日流水升至近两年新高，本期收入暴涨184%；同期《第五人格》凭借情人节主题活动与限定时装出圈，收入增长95%。

小游戏市场格局持续演变，布局加速与品类创新并行。2026年2月微信小游戏百强榜发布，从品类分布来看，角色扮演类与休闲类产品占据主流，在TOP50产品中，角色类细分标签出现频次最高，畅销榜与畅玩榜的TOP10也多为休闲与角色扮演类产品。其中《生存33天》、《道友来挖宝》、《灵画师》等角色小游戏与《向僵尸开炮》、《我的花园世界》等休闲小游戏持续霸榜。从厂商维度来看，专业小游戏厂商形成第一梯队，互联网大厂展现出强烈进攻态势。点点互动的《无尽冬日》稳居畅销榜首，海南易多量科技的《无限轮回》作为新游直接空降TOP10，展现出新品突围的强劲势头。腾讯也在加速布局小游戏赛道，其推出的《QQ经典农场》与《元梦之星》双双进入畅销榜前列，其中《元梦之星》月平均排名44.9，环比暴涨36位，表示头部厂商正在系统推进将成熟IP与玩法进行轻量化移植。中小厂商则通过细分赛道实现弯道超车，柠檬微趣的《浪漫餐厅》（月平均排名18.5，环比上升1位）在模拟经营细分赛道持续领跑；广州安立的《机智逃脱》（月平均排名34.4，环比上升2位），在解谜品类建立优势；广州驰骋的《箭了又箭》利用经典玩法轻量化改造的市场空间。总体来看，2月的小游戏市场在春节档的催化下，呈现出头部固化与新品突围并存态势。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】淘宝闪购推出“门店立减”工具。2026年3月4日，淘宝闪购正式推出“门店立减”工具，支持同一SKU在不同门店设置差异化立减金额，实现SKU级精细化价格运营。该工具可与单品优惠、优惠券、满减等叠加使用，仅与百亿补贴、淘宝秒杀等排他性活动互斥；同一商品最多可同时报名5个不同时段活动，活动最长跨度1年，最早可提前60天创建，适配大促及日常销售场景，助力商家优化定价策略、提升转化效率。

【京东】京东集团2025年营收同比增长13.0%。京东集团2025年全年营收达1.31亿元，同比增长13.0%，零售业务经营利润514亿元，同比增长25.1%，日用百货、商超等品

类实现双位数增长。AI 技术深度融入供应链，数字人服务商家超 5 万家，智能客服咨询量超 42 亿次；外卖业务上线一年用户数突破 2.4 亿，市场份额超 15%，2025 年 6 月日订单量破 2500 万单，正餐订单占比主导，新用户向其他业务转化率达 50%，目标 2026 年市场份额提升至 30%，七鲜小厨单店开业三月后日均单量超 500 单。

【拼多多】拼多多 AI 加速落地。拼多多加速推进 AI 技术在 C 端场景的应用，上线 AI 社交对话功能，用户可与多元人设的 AI 好友实时文字互动；电商核心环节推出“多多试衣间”，支持自主修改体型、多品类服饰 AI 试穿，联动销量、优惠、极速退款等功能形成一站式购物闭环。同时，通过 AI 优化商品静态图展示，增强细节呈现，有效提升用户停留时长与转化效率。

1.2.3 影视

女频类 AI 剧集跃升成为行业新增量，头部厂商相继加码布局。2026 年年初春节档，真人 AI 剧集周榜 TOP10 榜单格局呈现显著倾斜特征，女频类剧集以 8 部的数量占比，形成绝对主导态势，变成 AI 短剧行业最核心的新增量。例如，《重生后，我成了娘亲的守护神》上线一周抖音播放量突破 5600 万；截至 3 月 1 日《焦土女王囤货日常》抖音累计播放量 2.2 亿；《大小姐，您给恶魔执事调成啥了》上线后于火龙漫剧连续多天霸榜，红果平台累计收藏 44 万。分析女频类型 AI 剧集爆发的原因：**1) 需求端**，男频领域竞争趋于白热化。机甲、系统逆袭等核心题材被反复开发，剧情模式高度同质化，用户审美疲劳现象显著。同时，行业参与者持续涌入，大型机构与中小工作室扎堆布局，内容突围与流量获取难度显著提升。在此背景下，市场资源与创作重心逐步转向尚未充分挖掘的女频赛道，女频内容的集中爆发，本质是行业竞争格局演变与市场供需匹配的必然结果。**2) 技术端**，女频短剧创作高度重视视觉质感与氛围营造，对古言服饰道具、现代场景格调、人物神态动作等细节均有高标准要求。随着 Seedance 2.0、Kling 3.0 等 AI 生成模型持续迭代升级，精准攻克女频短剧制作痛点。**3) 市场方面**，女性用户一直是短剧市场的核心消费群体。随着短剧商业模式由付费转向免费、依靠广告变现，女频短剧的流量与变现能力已得到验证。以红果平台“十亿短剧”为例，其重点作品几乎均为女频内容，体现出女性用户较强的消费能力。同时，AI 短剧的出现进一步补充了女性向内容供给。巨量引擎数据显示，2025 年第四季度女频内容在 AI 短剧广告消耗中的占比由第三季度的 10% 提升至 30% 以上，增长明显。

自 2025 年底以来，多家内容制作机构持续加大对女频题材的布局力度。例如，漫谭动漫在完成多轮技术与市场测试后，确定以女频内容为重点方向；花笙在首部播放量破亿的作品《公主殿下，您的钞能力已到账》取得成功后，迅速加大投入，重点布局女频爽文题材；灵矩动漫计划在 2026 年重点发展女频内容，聚焦古装、大女主与言情题材；阅文漫剧则依托丰富的女频 IP 储备形成优势，其“IP 七连爆”中多数为女频作品，并通过组建女性编剧团队，进一步强化对女性用户情感共鸣与审美偏好的把握。**总的来看**，随着女频市场进一步打开，其商业价值与增长潜力有望推动 AI 短剧整体市场规模提升。

芒果 TV 试水 AI 互动影游，IP+视频平台模式释放新想象空间。2026 年 2 月 21 日，芒果 TV 推出 AIGC 互动影游《马上来财》，通过节日互动玩法吸引超过 33 万用户参与、总播放量突破 1500 万；此前其亦上线 AI 拟真人互动影游《公主请自重》。两款产品的落地，标志着芒果 TV 正加速探索“AI+互动影游”内容形态，并在互动影游赛道展开前瞻性布局。**IP 层面**，芒果 TV 拥有《明侦》《乘风破浪的姐姐》《披荆斩棘的哥哥》等丰富的内容储备。

通过将互动影游与 IP 结合，让用户以“扮演角色、参与剧情”的方式进行互动，相比传统的周边或联名开发，更能提升粉丝参与度与沉浸感。一旦该模式成熟，互动影游将不再只是独立的小众内容形态，而有望成为 IP 衍生开发的重要出口，实现从“观看内容”到“参与互动”的转化，将一次性流量沉淀为长期用户资产。整体来看，通过以女性用户为基础盘引入互动影游，再以互动影游反哺 IP 生态并提升用户留存，有望形成内容与用户之间的良性循环。**渠道层面**，视频平台在互动影游分发方面具备多重优势：1) 用户基础庞大，长视频平台拥有数亿活跃用户，可为互动影游提供广泛的用户覆盖，显著降低获客成本；2) 场景协同能力突出，互动影游能够与平台综艺、剧集及专题内容形成联动，实现内容场景化引流；3) 数据洞察能力强，平台沉淀的大量用户行为数据可用于分析用户的内容偏好、互动习惯与付费意愿，为互动影游的内容设计与商业化优化提供数据支持，从而提升产品成功率。同时，互动影游可无缝嵌入用户的观影场景，实现观看与互动之间的顺畅切换，进一步提升整体体验。

1.2.4 美护

2026 年 2 月抖音美妆护肤榜出炉，国货与国际品牌共舞，赛道竞争进入深度博弈阶段。彩妆领域，DPDP 首次登顶月度榜首，打破此前品牌轮流领跑格局；护肤赛道韩束连续 16 个月蝉联冠军，国货主导、国际品牌上攻的竞争态势愈发清晰。**具体来看，护肤赛道：**1) 国货与国际品牌分庭抗礼，官媒带货成新锐破圈新路径。TOP20 榜单中国货品牌占 12 席，韩束、谷雨稳居前二，凌博士首次上榜即跻身第 19 位，凭借央视网、新华网等官媒带货实现 7500 万-1 亿元销售额；国际品牌 8 席且排名普遍上升，科兰黎跃升至第三，赫莲娜、海蓝之谜、SK-II 均实现位次提升，高端护肤送礼与自用需求双旺；1 月上榜的白牌怡姿兰、徐海莉已跌出前 20，显示出白牌在春节周期流量波动大、用户黏性不足的短板。2) 渠道策略分化加速，自营已成标配。在渠道占比上，自营渠道（品牌自播）依然是主流。造物者自营占比高达 82.86%，凭借明星代言套装登顶护肤商品带货榜；科兰黎以达人渠道为主（占比 61.52%），2025 年主流电商平台 GMV 同比增长超 120%， “高端抗老+达人种草”路径跑通。3) 礼盒成为假日核心卖点，造物者套装位列第一，欧莱雅复颜水面霜礼盒套装位列第二；功效与成分驱动增长，细分赛道爆发。保湿、紧致、抗皱、修护、舒缓为热门功效 TOP5，舒缓类销售额增长 18.36%；烟酰胺、重组胶原蛋白等为核心成分，其中重组胶原蛋白环比增长 54.09%，成为增速最高的成分赛道。**彩妆方面：**1) 国货统治力强化，纯净彩妆跑出黑马。TOP20 榜单中国货品牌占 17 席，DPDP 凭借“纯净成分+底妆专业度”首次登顶，自营占比 56.81%，平均成交价 50-100 元；圣罗兰紧随其后，自营占比 49.56%，平均成交价 400-500 元，是彩妆榜中平均成交价最高的国际品牌之一，反映出高端彩妆在抖音的渗透持续加深。2) 渠道端自营为主，多元模式并行。多数品牌自营占比超 50%，三资堂自营占比 75.24%，品牌自播体系稳固；恋火连续两月以商品卡为主要渠道（占比 39.49%）， “商品卡+搜索流量”模式跑通，为非直播转化提供新路径。3) 从平均成交价来看，50-100 元、100-200 元价格带各有 8 个品牌，构成抖音彩妆流量基本盘；200 元以上价格带有 4 个品牌，毛戈平（200-300 元）与国际品牌卡位高端市场，形成全价格覆盖。4) 卖点贴合场景，精细化人群运营成突围关键。粉彩风、哑光、防水防汗等为热门卖点，契合春节氛围妆与持妆需求；适合油皮的彩妆销售额环比增长 7.77%，成为唯一增长的细分人群赛道，精准满足特定用户痛点。2026 年 2 月抖音美妆双榜在春节消费带动下，全面迈入以产品力、渠道精准度、品牌长效运营为核心的高质量竞争时代。未来，抖音美妆市场将围绕节日势能转化为长效势能展开。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

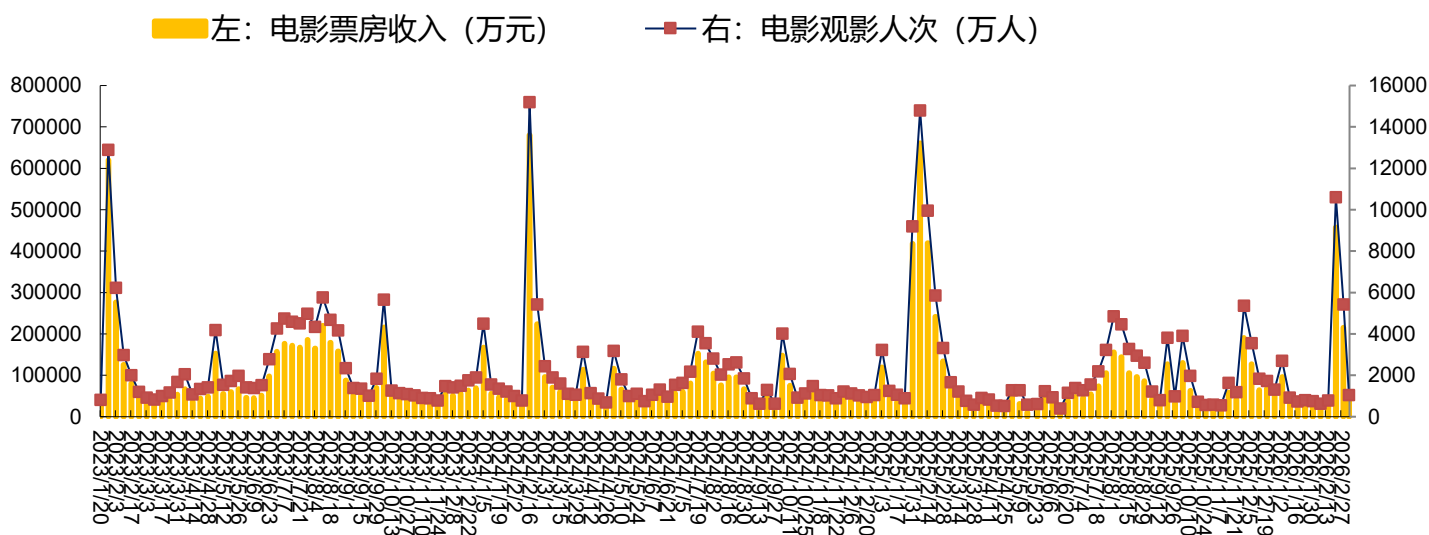
阿里首家线下潮玩店落地北京，探索 IP 商业化新路径。3月5日，阿里巴巴旗下首家线下潮玩店“好运连得 LUCKY LOOP”正式落地北京，门店定位于综合性潮玩集合店，覆盖盲盒、潮流手办、文创周边等多种品类，既有 TNT、Wakuku 等热门 IP，也包括 3 个自有潮玩 IP——Noobit、Penny 和 Hoya。线下潮玩门店的落地标志阿里正式入局 IP 衍生品集货店赛道。**战略层面**，阿里巴巴于 2016 年成立 IP 运营平台“阿里鱼”，构筑自己的 IP 护城河，截至目前阿里鱼已拥有 200 个国内外顶级 IP 的授权，年授权商品销售额突破百亿。渠道端，阿里的众筹平台“造点新货”旨在孵化新品、闲鱼平台承接二手交易和收藏交流，优酷、大麦提供内容曝光，“妙呀 AI”的潮玩 AI 平台主打 AI“捏娃”功能，标志着 IP 从诞生、预热、发售到二手流转可在阿里生态内实现闭环。“好运连得 LUCKY LOOP”的落地，补齐阿里巴巴在潮玩赛道最后一块拼图——线下体验与即时消费，此次首家线下店落地，阿里或将开启线下潮玩店的全国化布局，推动“线上”+“线下”+“IP 孵化”的全链路商业模式闭环。

AI 重塑海外玩具产业，“科技+陪伴”成为跨境新蓝海。2025 年义乌市玩具用品出口额达 256.3 亿元，同比增长 20.1%，其中搭载语音交互、情绪陪伴等功能的 AI 玩具成为增长新引擎，订单量暴涨 3-4 倍。这一趋势体现海外市场需求的结构性转变：欧美、东南亚采购商对“会说话”的智能玩具询盘量激增，产品客单价显著提升，AI 技术为同质化严重的玩具行业开辟了新的竞争维度。**市场层面**，AI 玩具正从儿童消费品扩展至全年龄段情绪陪伴设备。海外市场呈现明显的需求分层，儿童教育型聚焦 STEM 学习，Z 世代偏好情绪释放工具，银发族则寻求孤独缓解伴侣。北美已成为全球 AI 玩具消费规模最大的市场，谷歌趋势显示“AI toys”搜索兴趣过去一年激增，日本 Mirumi 众筹 49.6 万美元、中国 Loona 亚马逊月销近百万美元，等案例印证了“情感价值”对海外消费者的强吸引力。**供应链层面**，中国制造业凭借独特的产业协同优势与柔性生产能力，在全球 AI 玩具赛道中扩大产业优势。深圳、东莞的电子产业链与义乌的小商品制造体系的协同，使国产 AI 玩具成本较海外品牌降低 50%以上。工厂可根据 TikTok 热门视频、海外消费者评论实时调整功能，快速相应市场变化，形成“内容—需求—生产”的高速闭环。**渠道层面**，亚马逊、TikTok Shop 等电商平台成为主要销售渠道，以亚马逊为例，AI 玩具包括 AI 陪伴机器人、智能宠物和互动故事机成为 2025-2026 年玩具类别中快速增长的细分市场，部分单品月销量可达数千件。产品价格也根据功能分为不同区间，入门级 AI 伴侣均价 20-50 美元、互动机器人宠物、教育型 AI 玩具到高端成人情感玩具在 100-300 美元。渠道利用 AI 玩具高客单价、高话题度和高复购配件的特点，推动爆品持续出海，加速市场教育进程，使 AI 玩具逐渐走进主流消费视野。总体来看，玩具正在从“娱乐产品”升级为“情绪陪伴设备”，AI 技术正在重塑海外玩具产业格局，中国制造凭借供应链协同优势与渠道敏捷响应能力，以“情绪陪伴”为价值锚点，抢占跨境新蓝海，一条围绕 AI 玩具的新赛道正在加速成形。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026年3月2日-2026年3月6日（第9周），周度票房为4.09亿元，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1.75亿元、0.77亿元和0.69亿元。

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12部电影，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10日	熊猫奇遇记	北京紫禁城影业有限责任公司	-
2026年3月13日	呼啸山庄	美国华纳兄弟影片公司	中国电影产业集团股份有限公司
2026年3月13日	哀牢山	内蒙古方野文化有限责任公司	重庆满座电影发行有限公司
2026年3月13日	凌晨两点半4	北京金亿乾坤影业有限公司	北京金亿乾坤影业有限公司
2026年3月13日	神头岭1938	山西省潞新文化旅游发展有限公司	河北从壹影业有限公司
2026年3月13日	少年英雄梦	创世纪影业(厦门)有限公司	-
2026年3月14日	奇迹梦之队	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14日	拼桌	上海电影(集团)有限公司	上海淘票票影视文化有限公司
2026年3月14日	后悔没有好好爱过你	内蒙古喜来乐影视传媒有限公司	内蒙古喜来乐影视传媒有限公司
2026年3月14日	半山酒店	成都圣行者影视文化传播有限责任公司	索德博格(北京)影业有限公司
2026年3月14日	上学路上之山海无阻	北京欣欣向阳影视文化发展有限公司	为民放映(北京)文化传媒有限公司
2026年3月14日	凯利和超级可乐·速递英雄	上海凯利育沛文化传播有限公司	保利乐享文娱科技(北京)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《好好的时光》、浙江卫视的《唐宫奇案之青雾风鸣》、北京卫视的《生命树》。

图表 5：电视剧情况（2026 年 3 月 2 日-2026 年 3 月 5 日）

CSM71 4+ 2026年3月2日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年3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	太平年	2.256	9.63	1	浙江卫视	太平年	2.015	8.25
2	浙江卫视	太平年	2.015	7.8	2	北京卫视	生命树	1.707	7.01
3	北京卫视	生命树	1.632	6.33	3	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.376	5.64
4	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.612	6.24	4	深圳卫视	折腰	0.453	1.8
5	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	0.718	3.14	5	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.273	1.12
6	深圳卫视	折腰	0.634	2.49	6	浙江卫视	骄阳似我	0.26	1.9
7	广东卫视	许我耀眼	0.395	1.53	7	安徽卫视	锦绣芳华	0.169	0.7
8	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.323	1.25	8	天津卫视	当祖国需要我们的时候	0.159	0.65
9	安徽卫视	锦绣芳华	0.273	1.06	9	东南卫视	老舅	0.132	0.64
10	天津卫视	当祖国需要我们的时候	0.219	0.85	10	山东卫视	生万物	0.12	0.49
11	东南卫视	老舅	0.182	0.69	11	广东卫视	哈尔滨一九四四	0.111	0.79
12	浙江卫视	骄阳似我	0.179	1.33	12	湖北卫视	父母爱情	0.077	0.32
13	江西卫视	我们的河山	0.138	0.54	13	陕西卫视	南来北往	0.075	0.31
14	湖北卫视	父母爱情	0.132	0.51	14	江西卫视	我们的河山	0.071	0.29
15	北京卫视	真心英雄	0.107	0.9	15	云南广播电视台卫视频道(一套)	火线三兄弟	0.046	0.19
16	广东卫视	哈尔滨一九四四	0.103	0.77	16	贵州卫视	暗潮涌动	0.043	0.2
17	山东卫视	生万物	0.091	0.35	17	河北广播电视台卫视频道	大决战	0.043	0.25
18	河南卫视	新一年又一年	0.086	0.34	18	宁夏卫视	我是刑警	0.039	0.16
19	贵州卫视	暗潮涌动	0.07	0.33	19	河北广播电视台卫视频道	生万物	0.038	0.15
20	广东广播电视台大湾区卫视	七十二家房客	0.056	0.32	20	新疆卫视	驻站	0.037	0.16
中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.263	4.95	中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.236	5.06

CSM71 4+ 2026年3月4日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年3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	湖南卫视	好好的时光	2.229	10.08	1	湖南卫视	好好的时光	2.362	11.49
2	江苏卫视	太平年	1.871	7.35	2	江苏卫视	太平年	1.965	7.56
3	浙江卫视	太平年	1.716	6.7	3	湖南卫视	太平年	1.803	6.9
4	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.542	6.03	4	浙江卫视	太平年	1.623	6.81
5	北京卫视	生命树	1.503	5.88	5	上海东方卫视	唐宫奇案之青雾风鸣	1.518	6.12
6	湖南卫视	太平年	1.011	3.92	6	北京卫视	生命树	1.446	5.81
7	深圳卫视	折腰	0.606	2.4	7	深圳卫视	折腰	0.51	2.12
8	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	0.568	2.55	8	上海东方卫视	东北爱情往事之闪婚玫瑰	0.42	2.14
9	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.282	1.1	9	黑龙江卫视	沉默的荣耀	0.233	0.95
10	江西卫视	我们的河山	0.262	1.04	10	安徽卫视	锦绣芳华	0.207	0.84
11	浙江卫视	骄阳似我	0.207	1.53	11	天津卫视	当祖国需要我们的时候	0.195	0.79
12	安徽卫视	锦绣芳华	0.192	0.75	12	江西卫视	我们的河山	0.181	0.73
13	北京卫视	真心英雄	0.187	1.37	13	广东卫视	夜色正浓	0.138	0.54
14	天津卫视	当祖国需要我们的时候	0.168	0.66	14	东南卫视	老舅	0.127	0.6
15	广东卫视	夜色正浓	0.135	0.53	15	河南卫视	新一年又一年	0.111	0.46
16	河南卫视	新一年又一年	0.124	0.51	16	湖北卫视	父母爱情	0.103	0.4
17	贵州卫视	暗潮涌动	0.111	0.52	17	山东卫视	生万物	0.08	0.32
18	广东卫视	哈尔滨一九四四	0.108	0.8	18	四川卫视	星辰大海	0.05	0.3
19	东南卫视	老舅	0.107	0.46	19	贵州卫视	暗潮涌动	0.043	0.23
20	湖北卫视	父母爱情	0.104	0.41	20	陕西卫视	南来北往	0.042	0.17
中央	中央电视台综合频道	好好的时光	2.243	9.47	中央	中央电视台综合频道	好好的时光	2.851	11.91
中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.389	5.5	中央	中央台八套	纯真年代的爱情	1.418	5.6

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《宇宙闪烁请注意》、《势均力敌的我们 第二季》、《周五晚高疯》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 3 月 2 日-2026 年 3 月 5 日）

◀ 前一天		日榜 2026年3月2日/周一	后一天 ▶	◀ 前一天		日榜 2026年3月3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 66 天	9703.75		1	宇宙闪烁请注意 — 爱奇艺独播 上线 67 天	9688.59	
2	主咖和 Ta 的朋友们 ↑1 腾讯视频独播 上线 38 天	9468.01		2	势均力敌的我们 第二季 ↑3 腾讯视频独播 上线 58 天	9541.37	
3	周五晚高疯 ↑1 优酷独播 上线 25 天	9370.21		3	周五晚高疯 — 优酷独播 上线 26 天	9347.16	
4	夺金 2026 ↑10 多平台开播 上线 2 天	9265.61		4	主咖和 Ta 的朋友们 ↓2 腾讯视频独播 上线 39 天	9201.06	
5	势均力敌的我们 第二季 ↑3 腾讯视频独播 上线 57 天	9159.44		5	快乐老友·有风季 ↑8 芒果 TV 独播 上线 71 天	8790.35	

◀ 前一天		日榜 2026年3月4日/周三	后一天 ▶	◀ 前一天		日榜 2026年3月5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 ↑1 腾讯视频独播 上线 59 天	9717.23		1	势均力敌的我们 第二季 — 腾讯视频独播 上线 60 天	9540.97	
2	宇宙闪烁请注意 ↓1 爱奇艺独播 上线 68 天	9677.28		2	开始捉迷藏 第 2 季 ↑3 腾讯视频独播 上线 9 天	9478.57	
3	周五晚高疯 — 优酷独播 上线 27 天	9345.15		3	宇宙闪烁请注意 ↓1 爱奇艺独播 上线 69 天	9455.37	
4	主咖和 Ta 的朋友们 — 腾讯视频独播 上线 40 天	9108.45		4	周五晚高疯 ↓1 优酷独播 上线 28 天	9250.35	
5	开始捉迷藏 第 2 季 ↑3 腾讯视频独播 上线 8 天	9031.22		5	主咖和 Ta 的朋友们 ↓1 腾讯视频独播 上线 41 天	9214.98	

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 3 月 06 日，页游数据更新如下：最热门的为《[爆款]BT 爆率鬼服》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《鹤鸭杀》《熊出没之熊大快跑》《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》《无尽冬日》。

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
002103.SZ	广博股份	2026年3月4日	关于回购股份集中竞价减持进展的公告
300556.SZ	丝路视觉	2026年3月3日	关于董事减持时间届满暨减持股份结果的公告
002131.SZ	利欧股份	2026年3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

2026年3月5日国家会议定调2026年经济发展目标4.5%~5%，在培育壮大新动能中指出要打造智能经济新形态，传媒板块具有科技应用场景与内需双重属性，可承接AI应用新增量也可承接内需经济新红利。媒介端，从Web1.0到Web4.0的持续发展，传媒板块均受益于新媒介迭代，Web4.0看智能体赋能传媒应用；AI端，内容板块伴随AI工具的新供给也有望带来内容生产范式的变迁，企业端从OpenAI到月之暗面以及深度求索（DeepSeek）AI新品发布均有望提振板块热度（2026年3月OpenAI推出GPT-5.4）；内需端，学习时报的犒赏经济到陪伴经济，传媒板块的新供给均有望承接其新代际用户的新需求。2026年2月底传媒板块开年后略回调，外部地缘因子，再次压力测试，持续回调下，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在二级市场表现喜人，AI新势力公司如阶跃星辰、OpenAI陆续拟资本化也将推动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DeepSeek后续的AI新品仍值得期待；从内需可选消费到AI驱动的智能新经济，传媒板块均可看；投资维度，第一维度，可关注AIGC板块（字节跳动的豆包模型降价也将进一步推动视频内容的发展）；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AI新势力公司新产品发布进展及资本化进展。

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》全平台公测已正式定档，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，在手主投主控影片仍可期）；**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**（关注人事变动后 AI 新发展，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）；**MiniMax0100**（模型能力推动业务增长，迈向 AI 时代的平台公司）；**毛戈平 1318**（“3·8”活动节即将落幕，持续关注门店开店及海外拓展计划）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-3-6 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	8.05	0.13	0.21	0.27	62.99	38.33	29.81	买入
300413.SZ	芒果超媒	22.65	0.73	0.71	0.82	31.06	31.90	27.62	买入
002605.SZ	姚记科技	23.62	1.30	1.42	1.53	18.18	16.63	15.44	买入
603096.SH	新经典	18.57	0.82	1.25	1.43	22.62	14.86	12.99	买入
300058.SZ	蓝色光标	16.51	-0.12	0.18	0.23	-143.57	91.72	71.78	买入
603466.SH	风语筑	10.84	-0.23	-0.04	0.27	-47.61	-271.00	40.15	买入
603103.SH	横店影视	24.87	-0.15	0.43	0.56	-163.62	57.84	44.41	买入
600986.SH	浙文互联	10.92	0.11	0.20	0.22	102.92	54.60	49.64	买入
300788.SZ	中信出版	40.48	0.62	0.86	1.06	64.86	47.07	38.19	买入
002739.SZ	万达电影	10.28	-0.43	0.46	0.60	-23.83	22.35	17.13	买入
300251.SZ	光线传媒	17.48	0.10	0.43	0.52	175.68	40.65	33.62	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	8.56	-0.19	0.05	0.10	-44.38	171.20	85.60	买入
002291.SZ	遥望科技	6.99	-1.08	0.13	0.17	-6.50	53.77	41.12	买入
300148.SZ	天舟文化	4.72	0.04	0.09	0.12	120.10	52.44	39.33	买入
601595.SH	上海电影	26.54	0.20	0.52	0.75	132.11	51.04	35.39	买入
600637.SH	东方明珠	10.65	0.20	0.22	0.24	53.54	48.41	44.38	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	177.57	-3.23	1.93	4.01	-54.97	92.00	44.28	买入
1357.HK	美图公司	4.85	0.18	0.18	0.24	26.92	26.92	20.19	买入
1318.HK	毛戈平	67.51	2.18	2.36	3.00	30.97	28.61	22.50	买入
0325.HK	布鲁可	47.74	-1.61	2.47	3.15	-29.66	19.33	15.16	买入
9896.HK	名创优品	30.06	2.12	2.10	2.70	14.18	14.31	11.13	买入
2508.HK	圣贝拉	4.54	-11.94	0.17	0.32	-0.38	26.68	14.18	买入
2400.HK	心动公司	62.92	1.69	3.14	4.01	37.23	20.03	15.67	未评级
0772.HK	阅文集团	26.86	-0.21	-0.14	1.14	-127.92	-192.16	23.47	未评级
3738.HK	阜博集团	3.94	0.05	0.08	0.11	72.45	50.45	34.33	未评级
9992.HK	泡泡玛特	183.04	2.35	9.41	12.89	77.89	19.44	14.20	未评级
0700.HK	腾讯控股	458.03	20.49	24.31	27.80	22.36	18.84	16.48	未评级
1024.HK	快手-W	54.23	3.48	4.14	4.77	15.58	13.09	11.36	未评级
3690.HK	美团-W	67.82	5.66	-3.54	0.31	11.98	-19.14	215.72	未评级
2013.HK	微盟集团	1.56	-0.57	-0.04	-0.02	-2.74	-34.79	-82.65	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.51	0.00	0.04	0.07	1,006.08	41.69	21.20	未评级
2331.HK	李宁	18.06	1.17	1.02	1.09	15.50	17.77	16.51	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=0.88253 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=6.9025 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。