

2026年04月12日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

关注超跌内需与 AI 应用

—传媒行业周报

推荐(维持)

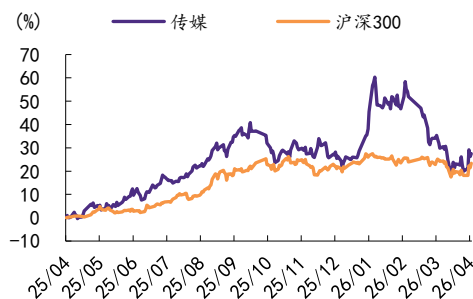
投资要点

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) | -3.4 | -18.7 | 29.5 |
| 沪深300 | -1.1 | -3.2 | 23.6 |

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：AI 估值模型获共识 AI 时代关注审美经济驱动的内需与应用》2026-04-05
- 《传媒行业周报：迎 AI 智能代理新阶段 AppStore 中国区佣金调整》2026-03-15
- 《传媒行业周报：十五五开局看 2026 新发展打造智能经济新形态》2026-03-08

本周观点更新

2026 年 4 月中旬，从外部影响因子在情绪端的渐脱敏到超跌标的底部蓄力，当下从“退可守、进可攻”的维度看，均是较好的布局窗口。可关注超跌内需板块与 AI 应用双轮驱动，超跌内需角度看，可关注内需写照的电影游戏等内容产品新供给承接五一档、暑假档新需求，4 月游戏新品与电影新片陆续定档；AI 应用端，从 GEO 到 Seedance 再到 Happyhorse，每一次新品的推出均有望推动 AIGC 板块。AI 产品的更新从周度到月度的高频下，黑马效应备受期待。从 OpenAI 到谷歌，从阿里到字节跳动，从 B 站到美图，从智谱到月之暗面及 MiniMax，企业端从产品到估值均在积极推进，传媒作为 AI 应用的重要组成部分也有望持续受益 AI 产品迭代以及企业估值的上修托举，传媒向好发展态势不改。

本周重点推荐个股及逻辑

A 股可关注，中信出版 300788（关注国企改革进展，探索 IP 衍生运营）；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）；恺英网络 002517（主业关注游戏新品《天下归心》及 AI 孵化公司新融资进展）；完美世界 002624（关注 4 月游戏新品《异环》表现以及后续电竞赛事）；电魂网络 603258（关注股权收购进展推动公司业务困境反转，梦三国 IP 有望受益电竞赛事）；姚记科技 002605（主业扑克牌、游戏记数字营销，有望受益字节跳动与小红书产业链）；奥飞娱乐 002292（AI+IP 垂类代表企业，旗下玩点无限品牌在小红书直播电商中新品供给渐多，关注飓风战魂陀螺项目）；风语筑 603466（作为数字创意龙头企业，特有的体验经济有望承接 AI 具身智能到 AI 眼镜的应用场景需求）；蓝色光标 300058（作为数字营销头部企业，关注其港股上市进展）；华策影视 300133（剧集内容头部企业代表，推出剧集《太平年》后，《八千里路云和月》剧集开播获高关注）；顺网科技 300113（2026 年新增业务可关注游戏自研新品《百将牌》定档进展）；博纳影业 001330（关注主投主控影片《四渡》定档）；芒果超媒 300413（系列 IP 综艺《乘风破浪》热播中）；港股可关注，B 站 9626（AI 驱动广告商业化效率提升）；美图 1357（AI 时代具审美经济竞争力，关注美图影像节）；阿里巴巴 9988（继成立 ATH 后阿里推出 AI 模型 HappyHorse1.0）；腾讯 0700（游戏推动 eps，提升 pe 待看 AI 业务新进展）；万咖

壹联 1762（新获投资后关注其 AI 板块新布局）；青瓷游戏 6633（关注迪士尼 IP 新游《迪士尼书境传奇》进展）；智谱 2513（AI 时代新估值模型 TAC 即 token architecture capacity 渐获共识）；布鲁可 0325（携积木车、积木人两大品类 300 余款产品亮相泰国潮玩展，海外渗透力持续提高）；泡泡玛特 9992（星星人新品【欢迎来到月球表面】即将于 4 月 16 日线上发售）；名创优品 9896（品牌结构持续优化，静待海内外高质增长）；毛戈平 1318（护肤线稳步增长，看好公司三项业务同步发展）。

■ 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。

| 公司代码 | 名称 | 2026-04-10 | | | EPS | | | PE | | | 投资评级 |
|-----------|--------|------------|--------|-------|-------|---------|---------|--------|-----|--|------|
| | | 股价 | 2024 | 2025E | 2026E | 2024 | 2025E | 2026E | | | |
| 300133.SZ | 华策影视 | 7.30 | 0.13 | 0.21 | 0.27 | 57.12 | 34.76 | 27.04 | 买入 | | |
| 300413.SZ | 芒果超媒 | 21.29 | 0.73 | 0.71 | 0.82 | 29.19 | 29.99 | 25.96 | 买入 | | |
| 002605.SZ | 姚记科技 | 21.18 | 1.30 | 1.42 | 1.53 | 16.30 | 14.92 | 13.84 | 买入 | | |
| 603096.SH | 新经典 | 17.77 | 0.82 | 1.25 | 1.43 | 21.65 | 14.22 | 12.43 | 买入 | | |
| 300058.SZ | 蓝色光标 | 16.49 | -0.12 | 0.18 | 0.23 | -143.39 | 91.61 | 71.70 | 买入 | | |
| 603466.SH | 风语筑 | 9.56 | -0.23 | -0.04 | 0.27 | -41.99 | -239.00 | 35.41 | 买入 | | |
| 603103.SH | 横店影视 | 22.49 | -0.15 | 0.43 | 0.56 | -147.96 | 52.30 | 40.16 | 买入 | | |
| 600986.SH | 浙文互联 | 10.34 | 0.11 | 0.20 | 0.22 | 97.46 | 51.70 | 47.00 | 买入 | | |
| 300788.SZ | 中信出版 | 32.01 | 0.62 | 0.68 | 0.87 | 51.63 | 47.07 | 36.79 | 买入 | | |
| 002739.SZ | 万达电影 | 9.90 | | 0.46 | 0.60 | -22.95 | 21.52 | 16.50 | 买入 | | |
| 300251.SZ | 光线传媒 | 16.17 | 0.10 | 0.43 | 0.52 | 162.51 | 37.60 | 31.10 | 买入 | | |
| 002292.SZ | 奥飞娱乐 | 7.83 | -0.19 | 0.05 | 0.10 | -40.59 | 156.60 | 78.30 | 买入 | | |
| 002291.SZ | 遥望科技 | 6.45 | -1.08 | 0.13 | 0.17 | -5.99 | 49.62 | 37.94 | 买入 | | |
| 300148.SZ | 天舟文化 | 4.34 | 0.04 | 0.09 | 0.12 | 110.43 | 48.22 | 36.17 | 买入 | | |
| 601595.SH | 上海电影 | 25.10 | 0.20 | 0.52 | 0.75 | 124.94 | 48.27 | 33.47 | 买入 | | |
| 600637.SH | 东方明珠 | 9.63 | 0.20 | 0.22 | 0.24 | 48.42 | 43.77 | 40.13 | 买入 | | |
| 9626.HK | 哔哩哔哩-W | 161.35 | -3.23 | 2.83 | 4.28 | -49.95 | 57.01 | 37.70 | 买入 | | |
| 1357.HK | 美图公司 | 3.79 | 0.18 | 0.13 | 0.27 | 21.03 | 29.12 | 14.02 | 买入 | | |
| 1318.HK | 毛戈平 | 63.80 | 2.18 | 2.36 | 3.00 | 29.27 | 27.04 | 21.27 | 买入 | | |
| 0325.HK | 布鲁可 | 55.78 | -1.61 | 2.54 | 3.18 | -34.65 | 21.96 | 17.54 | 买入 | | |
| 9896.HK | 名创优品 | 27.55 | 2.12 | 2.10 | 2.31 | 13.00 | 13.12 | 11.93 | 买入 | | |
| 9992.HK | 泡泡玛特 | 132.25 | 2.35 | 9.53 | 11.22 | 56.28 | 13.88 | 11.79 | 买入 | | |
| 2508.HK | 圣贝拉集团 | 3.90 | -11.94 | 0.17 | 0.32 | -0.33 | 22.94 | 12.19 | 买入 | | |
| 2400.HK | 心动公司 | 55.56 | 1.69 | 3.14 | 4.14 | 32.88 | 17.70 | 13.43 | 未评级 | | |
| 0772.HK | 阅文集团 | 23.40 | -0.21 | -0.25 | 1.06 | -111.43 | -93.60 | 22.06 | 未评级 | | |
| 3738.HK | 阜博集团 | 3.37 | 0.05 | 0.08 | 0.11 | 61.81 | 42.07 | 30.96 | 未评级 | | |
| 0700.HK | 腾讯控股 | 442.15 | 20.49 | 24.31 | 26.89 | 21.58 | 18.19 | 16.44 | 未评级 | | |
| 1024.HK | 快手-W | 39.56 | 3.48 | 4.15 | 3.70 | 11.37 | 9.53 | 10.70 | 未评级 | | |
| 3690.HK | 美团-W | 76.77 | 5.66 | -3.54 | -1.53 | 13.56 | -21.69 | -50.27 | 未评级 | | |
| 2013.HK | 微盟集团 | 1.38 | -0.57 | -0.06 | -0.03 | -2.41 | -22.93 | -47.61 | 未评级 | | |
| 1762.HK | 万咖壹联 | 1.49 | 0.00 | 0.04 | 0.06 | 993.26 | 37.25 | 23.46 | 未评级 | | |
| 2331.HK | 李宁 | 20.16 | 1.17 | 1.02 | 1.17 | 17.30 | 19.76 | 17.22 | 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=0.87641 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=6.8654 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 4 月 6 日-2026 年 4 月 10 日）..... | 7 |
| 图表 2： 传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 4 月 6 日-2026 年 4 月 10 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..... | 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 4 月 6 日-2026 年 4 月 9 日）..... | 12 |
| 图表 6： 热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 4 月 6 日-2026 年 4 月 9 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

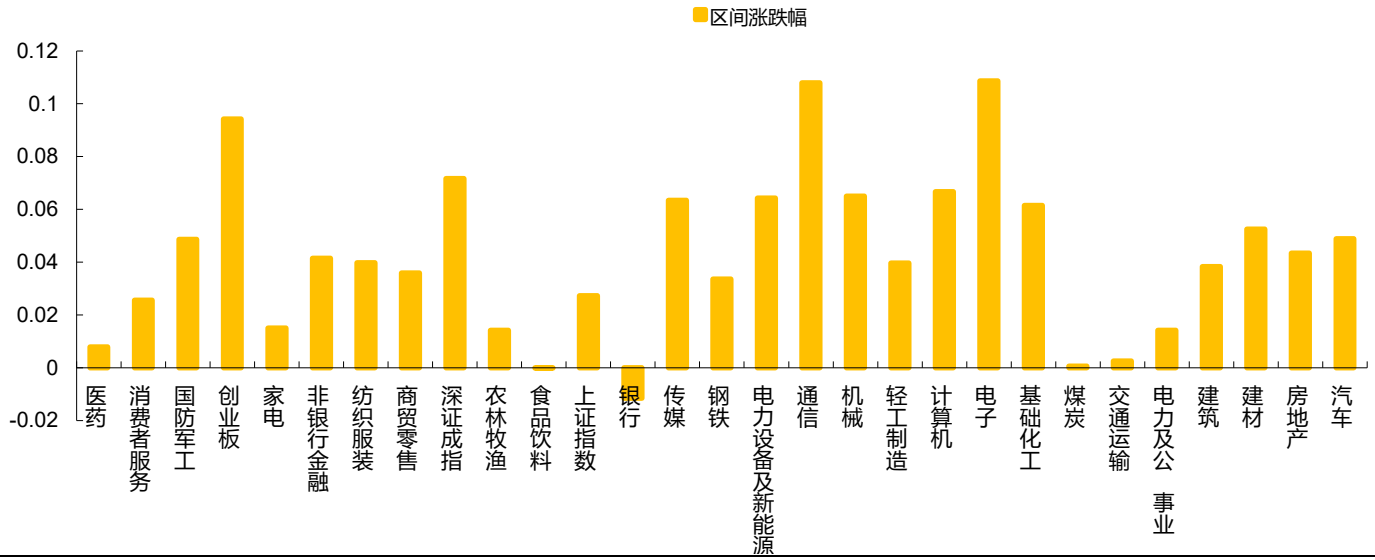
1.1、传媒行业回顾

市场综述：2026年4月6日-2026年4月10日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为2.74%、7.16%、9.50%。细分到传媒各子行业来看，万得虚拟现实指数涨幅较大，迪士尼指数涨幅较小。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为蓝色光标、出版传媒、粤传媒，分别上涨23.34%、18.99%、17.04%；跌幅Top3分别为ST恒信、中南文化、贵广网络，分别下跌20.96%、6.37%、1.70%。

AI端，新模型及新产品有望持续赋能应用。AI政策端，2026年4月，国家网信办等五部门联合公布《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》，《办法》旨在促进人工智能拟人化互动服务，健康发展和规范应用。鼓励拟人化互动服务创新发展，对拟人化互动服务实行包容审慎和分类分级监管；提出拟人化互动服务促进措施，明确支持技术研发创新，鼓励有序拓展文化传播、适老陪伴等相关领域应用。国内外拟人化互动服务治理制度探索不断推进。继2025年春节档前中国公司深度求索推出DeepSeek R1模型，也引发全球对AI新关注，DeepSeek R1是全球人工智能竞赛的“转折点”，证明中国可用更少资源与大型科技公司竞争，也促使AI行业竞争更加激烈。2026年4月，DeepSeek后续新品的推出也成为新亮点，当在此之前，从大厂到新势力公司均在积极推进AI产品，企业端新势力代表公司爱诗科技在2026年4月推出全球影视行业大模型PixVerse G1，推动AI从“生成器”进化为“掌镜者”，支持文本、图生等视频一键成片的叙事能力；同时，在2026年4月，阿里旗下ATH事业群推出的视频AI产品HappyHorse1.0（简称HH）获关注，阿里ATH（2026年3月阿里新成立的事业群Alibaba Token Hub，ATH包含通义实验室、MaaS业务线、千问事业部、悟空事业部、AI创新事业部，覆盖从基模、模型服务平台、到个人与企业端AI应用），其中阿里创新事业部已启动AI时代新交互方式探索计划，HappyHorse1.0作为阿里创新事业部研发的模型，HH也是新交互方式探索的产品，后续也有望看到更多新品推出。从2026年1月的GEO到2月的seedance再到3月的openclaw，再到4月的HappyHorse，我们认为，下一个具有黑马效应的产品有望诞生在AIGC板块，如AI电影、AI游戏、AI剧集或者AI新交互等为代表的产品推出后引发社会的共鸣与热议，我们认为，在AI时代核心竞争力可看两点，第一，信任度经济（伴随AI时代新供给下也带来虚假内容，内容源头的真实性也至关重要，换言之，党媒、央国企背书的内容源头也成为信任度经济），第二，审美经济（AI时代伴随各类工具供给丰富，如何打造出独特辨识度的产品，具有“活人感”的产品，取决于企业的Taste即审美力）；当下，AI的创新持续在路上，这也是移动互联网红利见顶后的又一次新产业革命，AI拉动的智能经济，有望带来TMT板块的新估值逻辑，每一次传媒板块波动均是较好的关注窗口。

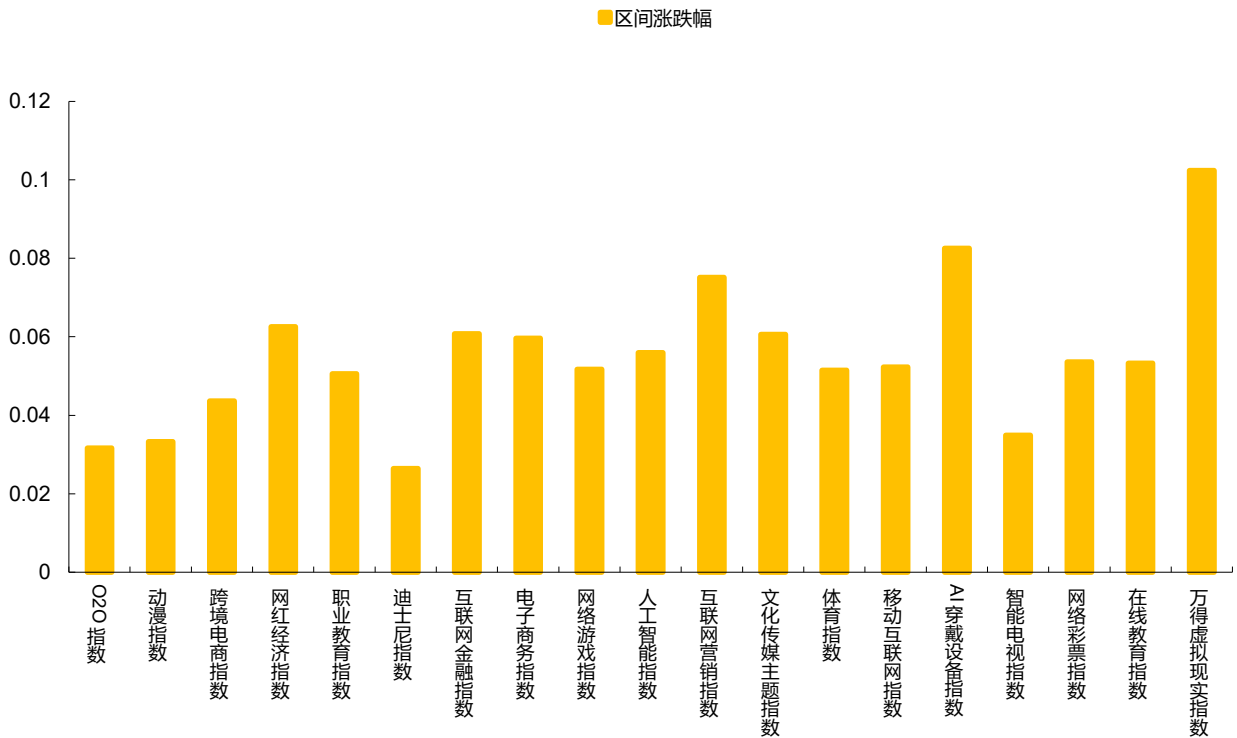
看电影游戏等内容产品新供给，迎五一与暑假档，窥见内需下的新需求，内需角度看，已步入2026年第二季度，踏青节后将迎来五一档，五一档后暑假档接棒，假期日历效应下，内需端的可选内容消费的新品供给不断，**游戏端**，2026年4月恺英网络将推出《三国天下归心》、完美世界将推出《异环》，5月可关注腾讯维京猫的《晶核》，网易的《指尖山海》。Rockstar Games的《GTA6》，以及待定的如游戏新势力公司鹰角的《明日方舟终末地》，库洛的《鸣潮》2.0等，标的维度可关注恺英网络、完美世界、顺网科技、姚记科技、电魂网络、B站等。**电影端**，五一档与暑假档下看新供给，可关注《寒战1994》《千金不换》《欢迎来到龙餐馆》《澎湖海战》，追光动画电影《三国第一部争洛阳》，以及《转念花开》的定档进展，可关注万达电影、博纳影业等。

图表 1: 各行业周度涨跌幅 (2026 年 4 月 6 日-2026 年 4 月 10 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 4 月 6 日-2026 年 4 月 10 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

3月手游市场态势向好，精细化运营成增长动能。据2026年3月全球手游市场监测数据显示，当前全球游戏行业呈现收入稳健增长与下载量显著提升的双重向好态势，行业发展韧性凸显。**从市场规模维度来看**，全球 App Store 与 Google Play 两大主流应用商店的手游玩家总支出达 67 亿美元，环比增长 2%，其中美国市场以 31% 的收入占比稳居全球首位；中国（仅 iOS 端）与日本分别以 15.4%、12.1% 的收入份额位列第二、三位。同时，全球手游下载量大幅增长，当月累计下载量达 38 亿次，环比增幅达 9%，其中印度的下载量居全球首位，达 6.16 亿次。**从收入端来看**，全球手游头部产品竞争格局保持相对稳定，精细化运营成为收入增长的核心动能。《Last War: Survival Game》凭借精准的季节性活动运营策略蝉联收入榜首，该产品通过联动洒红节、复活节等核心节日打造连续运营节奏，有效延长玩家活跃周期、强化付费转化效率；《Whiteout Survival》则借助梦境主题叙事内容更新及周年庆典活动实现排名跃升，其收入增长印证了内容沉浸感提升与阶段性目标驱动对营收增长的重要支撑作用。围绕春季主题及核心节日节点开展的 Live Ops 精细化运营通过将文化共鸣主题与游戏玩法机制深度绑定，可持续放大用户参与深度，并转化为稳定的收入增长动能。**从下载端来看**，超休闲游戏仍占据主导地位。《Block Blast!》以累计突破 8 亿次的下载量稳居榜首，充分彰显了轻度休闲产品的规模化获客效率与增长韧性；经典 IP 衍生作品《Subway Surfers City》凭借高辨识度玩法与品牌延续性保持强劲增长势头；同时，随着《Fortnite》在 Google Play 平台的重新上线，具备社交属性、活动驱动特征的中重度手游展现出持久的核心用户吸引力，成为下载市场的重要增长亮点。增长榜单显示，当前手游市场增长动力呈现多元化特征：一方面，简单易上手、单局时长较短的轻度产品凭借低门槛优势持续获得用户青睐；另一方面，以鲜明主题设定、清晰玩法抓手及轻量体验为特征的宠物收集、末日策略等中度品类凭借差异化定位具备较强的市场增长空间。综合来看，当前手游行业的增长逻辑正从单一的产品驱动转向“内容运营+渠道拓展+用户洞察”的多元协同，头部产品的精细化运营、新品的差异化定位以及对现实热点与节日的借势营销，均体现出行业在存量竞争背景下对用户体验与商业效率的双重追求。

轻策略 + 混合变现见效，《Castle Clashers!》跻身全球增长新品。近期，以超休闲及混合休闲产品为核心赛道优势的全球游戏研发发行厂商 Voodoo 在海外市场推出玩法偏向中度化的新品《Castle Clashers!》。**收入端**，该产品近 30 天流水达 250 万美元量级，且呈持续上行态势，产品单日最高收入峰值已突破 21 万美元，双端预估总收入超过 500 万美元（约合 3500 万人民币），其中 2026 年 3 月份单月创收 350 万美元，成为收入增长的核心节点。**下载端**同步呈现爆发式增长态势，单日最高下载量达 22 万次，截至目前双端预估下载量已突破 840 万次，且仍维持较高的下载水平，表明产品整体处于持续扩量、用户渗透不断提升的阶段。**渠道上**，谷歌商店收入占比达 53.21%，下载量占比达 70%，显著领先于苹果商店（收入占比 46.79%、下载量占比 30%）；**区域上**，该产品仍以美国为核心市场，其收入占比达 36%、下载量占比达 13%，同时积极布局德国（收入占比 7%）、韩国（收入占比 5%）、日本（收入占比 4%）等成熟市场，以及墨西哥（下载占比 7%）、巴西（下载占比 6%）、俄罗斯（下载占比 6%）、越南（下载占比 5%）等发展中市场，形成了成熟市场与新兴市场协同发力的多层次市场覆盖格局。**商业模式层面**，《Castle Clashers!》深度融合 IAA（激励广告）与 IAP（内购）模式，以激励广告作为用户获取资源的重要渠道，同时提供内购服务用于加速玩家成长、解锁核心内容，并通过“去广告/免激励”机制，实现广告

用户向付费用户的转化，在保障免费用户规模、提升用户活跃度的同时，有效提升付费转化效率与 ARPU 值。整体而言，《Castle Clashers!》的市场表现不仅验证了“轻策略+对抗+混合变现”路径具备规模化潜力，也折射出超休闲赛道红利收窄背景下，头部厂商正通过玩法中度化与变现融合来拓宽自身边界，而该产品能否长期稳定增长，仍取决于后续的数值平衡与留存能力。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】ATH 事业群聚焦 AI to B。淘天集团成立 Alibaba Token Hub (ATH) 事业群并由 CEO 直接管理，统筹集团 AI 战略，将核心重心转向 AI to B 领域，旨在提升商家侧 AI 工具留存及驱动 GMV 增长。目前正招募“第四代服务商”，618 前后推广升级版“千牛 Claw”；此前 AI to C 产品已实现搜索相关性提升 20% 及广告 ROI 提升 12%。

【快手电商】“春上新”活动 35 个品牌成交额突破亿元。抖音电商为期 20 天的“春上新”活动于 4 月 9 日结束，期间超 270 万款新品首发，环比增长超 50%。数据统计显示，共有 35 个品牌成交额破亿，近 3000 个单品成交破百万；品牌新品数量同比增长 25%，新品日均成交额同比增长 38%，其中新中式服装等品类增长显著。

【抖音电商】“春上新”活动 35 个品牌成交额突破亿元。抖音电商为期 20 天的“春上新”活动于 4 月 9 日结束，期间超 270 万款新品首发，环比增长超 50%。数据统计显示，共有 35 个品牌成交额破亿，近 3000 个单品成交破百万；品牌新品数量同比增长 25%，新品日均成交额同比增长 38%，其中新中式服装等品类增长显著。

【TikTok】“一商卖全球”功能升级，多国市场及斋月大促业绩亮眼。TikTok Shop 跨境自运营 (POP) 上线“一商卖全球”升级版，新增内容全球分发与跨店一键铺品功能，支持短视频一键翻译并从美国向全球分发。区域表现方面，美国站第 14 周热门单品预估 GMV 达 590-720 万美元；印尼站斋月大促封斋前时段交易量同比激增 15 倍，穆斯林服装品类交易量较平日增长 3 倍。目前平台已形成覆盖全球多店管理、跨国销评互通等七大能力的解决方案。

1.2.3 影视

阿里 3 亿美元领投生数科技，持续加码 AI 视频生态布局。4 月 9 日，生数科技 Vidu 全系列模型正式登陆阿里云百炼模型广场，并预告将发布最新 Q3 参考生模型。4 月 10 日，阿里巴巴集团宣布领投生数科技 3 亿美元 B 轮融资。本轮融资主要用于推动 Vidu 技术迭代与商业化落地，拓展内容创作、广告及影视等应用场景。此前，生数科技已完成 8 轮融资，并于 2026 年 2 月完成超 6 亿元人民币 A+ 轮融资。当前 AI 视频生成正从技术突破走向产业化落地，竞争重点已由单一模型能力，延伸至算力支撑、企业级部署和生态协同，头部厂商正通过资本、技术与云基础设施联动，加快争夺下一代内容生产入口。**具体来看**，阿里此次动作是“云合作+资本投入”的双重加码。一方面，Vidu 接入阿里云百炼，有助于提升模型推理效率和企业级落地能力，缓解 AI 视频规模化应用中的算力与部署瓶颈；另一方面，阿里以 3 亿美元领投 B 轮，说明其正加快构建“模型+云平台+产业场景”的 AI 视频生态。

2025年9月，阿里曾领投爱诗科技6000万美元B轮融资，连续投资表明阿里正持续强化其在AI视频生成领域的话语权和生态卡位能力。总的来看，此次合作有助于完善阿里AI视频生态闭环，提升其AIGC领域的产业协同能力；对行业而言，意味着AI视频生成正在加快迈入规模化商业应用阶段，头部科技企业围绕内容工业化生产的竞争将进一步升温。

清明档票房回归3亿级，市场增长弹性仍待释放。截至4月6日21时，2026年清明档（4月4日—4月6日）电影票房累计3.04亿元，档期票房前三分别为《超级马力欧银河大电影》6345万元、《我，许可》4794万元、《挽救计划》4245万元。档期票房前三分别为《超级马力欧银河大电影》6345万元、《我，许可》4794万元、《挽救计划》4245万元。**对比来看**，2024年清明档票房为8.42亿元，为近五年高点；2025年清明档票房回落至3.78亿元，其中《我的世界大电影》单片贡献超1亿元，票房占比接近30%。而2026年清明档虽供给端明显回暖、近20部影片集中上映，但档期内尚未出现破亿影片，也未形成单日2亿元级的爆发式表现，整体仍处于修复阶段。2026年清明档呈现出较明显的“供给改善但头部偏弱”特征。一方面，档期票房重回3亿元以上，说明市场已基本止跌企稳，供给恢复对大盘形成一定支撑；另一方面，多片上映导致流量分散，缺少具备显著拉动作用的头部爆款，票房结构更趋均衡，但也反映出观众观影动机偏理性，“必看型”需求仍然不足；**从内容结构看**，2026年清明档表现较好的影片更多集中在家庭、女性情绪及大众娱乐属性较强的类型，说明清明档主流消费偏好正由过去的类型刺激型需求，逐步转向情绪共鸣与轻量化观影需求。与此同时，老片《挽救计划》上映16天后仍进入档期前三，也反映出在当前缺乏绝对爆款的环境下，优质内容具备更强的跨档期票房延续性。

1.2.4 美护

2026年第一季度美妆护肤市场成绩出炉，行业进入博弈深水区。市场呈现明显的“金字塔”型竞争格局，一季度淘宝TOP20品牌总销售额达146.3亿元，总销量突破5187.4万件。**品牌端**，高端化驱动销售额，大众化驱动销量。雅诗兰黛以14.4亿元销售额登顶，兰蔻（13亿元）、海蓝之谜（11.6亿元）、娇韵诗（11.5亿元）紧随其后。国际品牌凭借研发实力与产品线积淀，在800元以上高端市场形成竞争壁垒。合计贡献额超50亿元，展现出极强的头部集中效应；国货阵营呈现“少而精”特征。珀莱雅以10.6亿元位列第六，其科学护肤概念已成功转化。薇诺娜（4.8亿元）与可复美（4亿元）分别在敏感肌特护与重组胶原蛋白领域建立核心竞争力，维持了较高的市场份额或客单价。**产品端**，抗老与修护是市场核心诉求，面霜及精华类目在TOP20商品中占比达80%。从“玻色因”到“重组胶原蛋白”，爆款商品均绑定明确的科学叙事，成分创新已成为品牌营销的重要抓手。3月TOP20商品总销售额为8.2亿元，平均单价达919元，显示出消费者在促销节点更倾向于选购高价值商品。并且受节日节点影响，礼赠属性明显强于自用属性，礼盒类商品在促销期间销量激增。**渠道端**，直播带货已由增量工具转变为品牌生存基础。3月TOP20商品中，通过超头主播直播间孵化的爆款占据显著比例，直播间成为爆款产品的核心渠道。品牌在享受直播间高销量的同时，也面临佣金及坑位费挤压利润的挑战。如何将直播间流量沉淀为店铺私域资产，是品牌面临的长期课题。虽然淘宝仍是核心战场，但其市场份额正被其他全域渠道分流。品牌不将资源过度集中于单一平台或单一主播，是实现长效运营的生存法则。**综合来看**，未来市场将向高质量竞争时代转型。渠道层面，增长不再仅依赖单一平台或直播模式，品牌需将公域流量沉淀为私域资产，并实现全域布局以穿越周期。竞争层面，科学叙事与技术壁垒将成为核心关键，品牌需通过成分专利构建竞争壁垒，建立清晰的认知。生存法则

上，品牌应平衡短期销量冲刺与长期品牌价值，不应将资源过度集中于单一主播或功效，以应对全域分流带来的市场波动。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

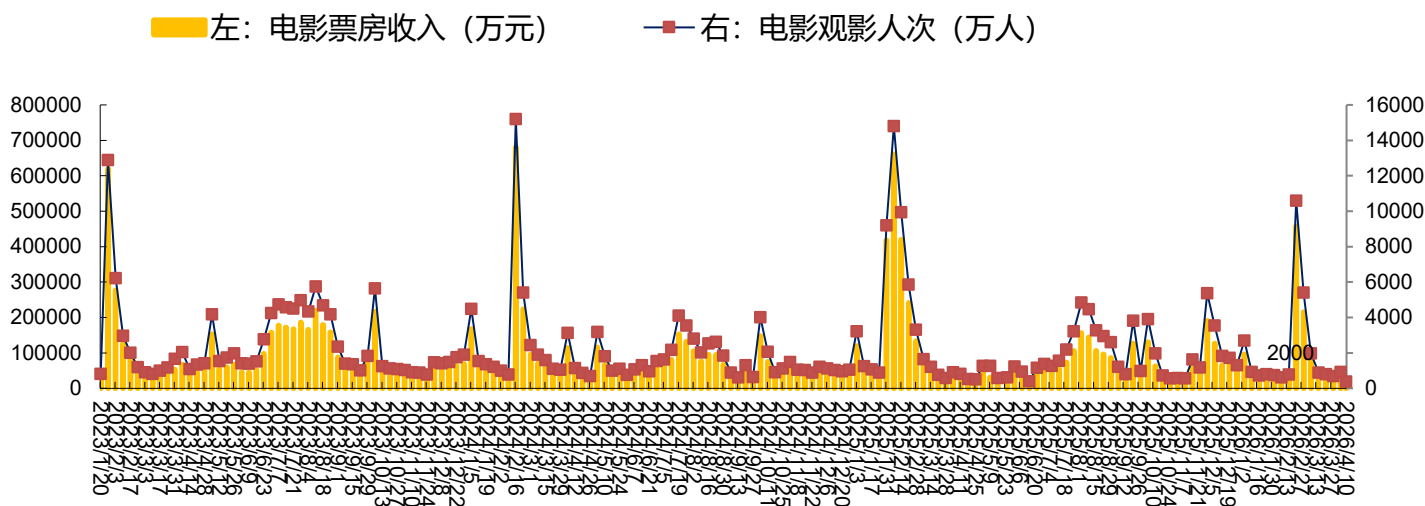
王者 IP 赋能 TCG，卡游寻求第二增长曲线。4月8日，卡游与王者荣耀官方合作的TCG卡牌《峡谷争锋》正式上线，引发卡牌圈与游戏圈的双重关注。近年来，宝可梦、游戏王、万智牌三大老牌TCG凭借成熟的玩法与IP运营，持续占据全球卡牌市场主要份额，这一市场表现不仅印证了TCG赛道的长期发展价值，也为卡游的布局提供了可借鉴的参考经验。对卡游而言，《峡谷争锋》并非简单的IP联名合作，而是其从儿童收藏卡领域向大众化市场突破、从“单一收藏”向“集换对战”转型的关键举措。面对对赌协议的紧迫压力与传统业务疲软的困境，卡游选择TCG模式解决痛点，主要基于以下三方面原因：1) TCG的核心逻辑与依赖IP及自身稀缺性的收藏卡存在本质区别，其以“对战”为核心，自带完善的玩法机制、玩家社群及赛事体系，生命周期更长，且能够形成稳定的复购闭环，为长期发展提供支撑。2) 官方TCG能够有效激活二级市场，使卡牌成为游戏虚拟道具之外的另一类收藏与交易载体，既可为IP创造额外的经济价值，也能进一步增强粉丝粘性，实现IP价值的深度挖掘。3) 官方联名的TCG形式，能快速借助IP势能打开市场，更容易形成活跃的二级市场，同时提升卡牌的收藏价值，降低市场推广难度。此次合作，对整个卡牌行业具有示范效应。**对于中小型TCG厂商而言**，优先选择强IP合作而非投入大量成本自研原创IP，能够有效降低圈层突破的难度；**对于玩家而言**，IP与TCG的联动的模式，能够为其提供更多兼具玩法价值与收藏价值的产品，同时拉动线上线下市场的活跃度，推动整个卡牌行业向多元化方向发展。。

毛绒积木跃升一级类目，情绪价值重构千亿市场。近期，淘天集团披露数据，2025年淘宝天猫玩具潮玩行业成交额已接近1000亿元，实现连续三年增长；同期全国玩具及潮玩国内零售总额约达1712.2亿元，行业整体规模持续扩大。该增长态势主要得益于情绪消费趋势的崛起，在当代社会高压生活与社交方式变迁的双重背景下，成年消费群体对具备治愈属性的实物产品需求显著提升，推动玩具功能从传统低龄安抚属性向情绪价值载体转型。**消费结构层面**，数据显示，18至39岁成年人人群已成为毛绒品类的核心消费群体，其中18至29岁用户在毛绒品类成交占比超过45%；20岁以上的“Kidult”（成年童心群体）热衷于拼搭积木、拼图和EDC玩具；成年消费群体在拼搭积木及EDC玩具在中的消费增速达203%。这一结构性变化反映出“悦己消费”正逐步取代“悦他消费”成为市场主导逻辑，玩具产品不再局限于低龄群体专属，而是成为成年群体寻求自我认同、获取情感慰藉的重要媒介。**在品类发展层面**，淘宝天猫平台累计售出超6000万个毛绒玩偶、超1亿个拼搭积木，盲盒抽取次数超8000万次，盲盒、三坑、娃圈等核心类目同比增长超过50%。毛绒品类客单价由五年前19.9元的核心价位提升至90至100元区间，价格带的跃升不仅印证了国内供应链成熟度对品质升级的支撑能力，也体现出消费市场情绪溢价支付意愿的增强。**行业生态层面**，供给端呈现多元化发展趋势。2025年，平台在售IP规模接近15000个，全年成交规模过亿元品牌超过70个，新增用户近1亿，其中24岁以下年轻用户增长超1000万；2026年，潮流毛绒与拼搭玩具于正式跃升为一级类目，淘天玩具行业同步上线“适老玩具类目”，以满足银发群体的玩乐需求；同时，明星、游戏公司、赛事运营方等主体跨界入局，跨品类品牌同比增长40%，潮玩与娱乐、游戏、体育等领域边界日益模糊。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026年4月6日-2026年4月10日（第14周），周度票房为1.32亿元，周度电影票房Top3分别为《我，许可》《超级马力欧银河大电影》《挽救计划》，周票房分别为0.26亿元、0.20亿元和0.17亿元。

图表 3：2023年1月-2026年4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6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4月14日 | 植物学家 | 聿白（上海）影业有限公司 | 国影佳映（北京）文化传播有限公司 |
| 2026年4月17日 | 祭屋 | 酷锐赫兹（北京）影视文化有限公司 | 重庆满座电影发行有限公司 |
| 2026年4月17日 | 情感价值 | 挪威梅尔影视制作公司 | 中国电影产业集团股份有限公司 |
| 2026年4月18日 | 不能错过的只有你2 | 成都中连锦艺影视文化传媒有限公司 | 北京环鹰时代文化传媒有限公司 |
| 2026年4月18日 | 圈子 | 华映娱乐股份有限公司 | 中国电影产业集团股份有限公司 |
| 2026年4月19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 |

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《你是迟来的欢喜》、浙江卫视的《小城大事》、江苏卫视的《危险关系》。

图表 5：电视剧情况（2026 年 4 月 6 日-2026 年 4 月 9 日）

| CSM71 4+ 2026年4月6日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧 | | | | | CSM71 4+ 2026年4月7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 | 你是迟来的欢喜 | 1.903 | 8.14 | 1 | 湖南卫视 | 你是迟来的欢喜 | 2.115 | 10.09 |
| 2 | 上海东方卫视 | 危险关系 | 1.768 | 6.55 | 2 | 浙江卫视 | 小城大事 | 1.878 | 7.96 |
| 3 | 浙江卫视 | 小城大事 | 1.673 | 6.22 | 3 | 上海东方卫视 | 危险关系 | 1.731 | 7.33 |
| 4 | 北京卫视 | 危险关系 | 1.497 | 5.66 | 4 | 北京卫视 | 危险关系 | 1.611 | 6.83 |
| 5 | 江苏卫视 | 危险关系 | 1.361 | 5.49 | 5 | 江苏卫视 | 危险关系 | 1.59 | 6.75 |
| 6 | 上海东方卫视 | 原罪 | 0.84 | 3.45 | 6 | 深圳卫视 | 轧戏 | 0.973 | 4.19 |
| 7 | 安徽卫视 | 新一年又一春 | 0.359 | 1.33 | 7 | 上海东方卫视 | 原罪 | 0.898 | 4.22 |
| 8 | 深圳卫视 | 轧戏 | 0.322 | 1.21 | 8 | 东南卫视 | 凡人修仙传 | 0.236 | 1 |
| 9 | 安徽卫视 | 曼波奇缘 | 0.215 | 0.88 | 9 | 江西卫视 | 沉默的荣耀 | 0.217 | 0.94 |
| 10 | 江西卫视 | 四喜 | 0.191 | 0.72 | 10 | 黑龙江卫视 | 依依向北风 | 0.215 | 0.92 |
| 11 | 东南卫视 | 凡人修仙传 | 0.172 | 0.64 | 11 | 广东卫视 | 太平年 | 0.16 | 0.68 |
| 12 | 黑龙江卫视 | 依依向北风 | 0.163 | 0.61 | 12 | 浙江卫视 | 国色芳华 | 0.147 | 1.23 |
| 13 | 北京卫视 | 唐朝诡事录之长安 | 0.148 | 1.16 | 13 | 河南卫视 | 警察荣誉 | 0.09 | 0.39 |
| 14 | 吉林卫视 | 我是刑警 | 0.12 | 0.44 | 14 | 广东卫视 | 侦察英雄 | 0.085 | 0.71 |
| 15 | 河南卫视 | 警察荣誉 | 0.107 | 0.41 | 15 | 重庆卫视 | 锋刃 | 0.069 | 0.3 |
| 16 | 广东卫视 | 太平年 | 0.092 | 0.34 | 16 | 贵州卫视 | 太平年 | 0.068 | 0.29 |
| 17 | 重庆卫视 | 锋刃 | 0.085 | 0.32 | 17 | 安徽卫视 | 无间 | 0.056 | 0.24 |
| 18 | 广东广播电视台大湾区卫视 | 七十二家房客 | 0.085 | 0.5 | 18 | 山东卫视 | 国色芳华 | 0.056 | 0.24 |
| 19 | 天津卫视 | 狂飙 | 0.075 | 0.69 | 19 | 天津卫视 | 情满四合院 | 0.056 | 0.24 |
| 20 | 广东卫视 | 侦察英雄 | 0.072 | 0.57 | 20 | 吉林卫视 | 我是刑警 | 0.055 | 0.23 |
| 中央 | 中央台八套 | 冬去春来 | 5.388 | 20.26 | 中央 | 中央电视台综合频道 | 家事法庭 | 0.97 | 4.44 |
| | | | | | 中央 | 中央台八套 | 八千里路云和月 | 1.133 | 4.88 |

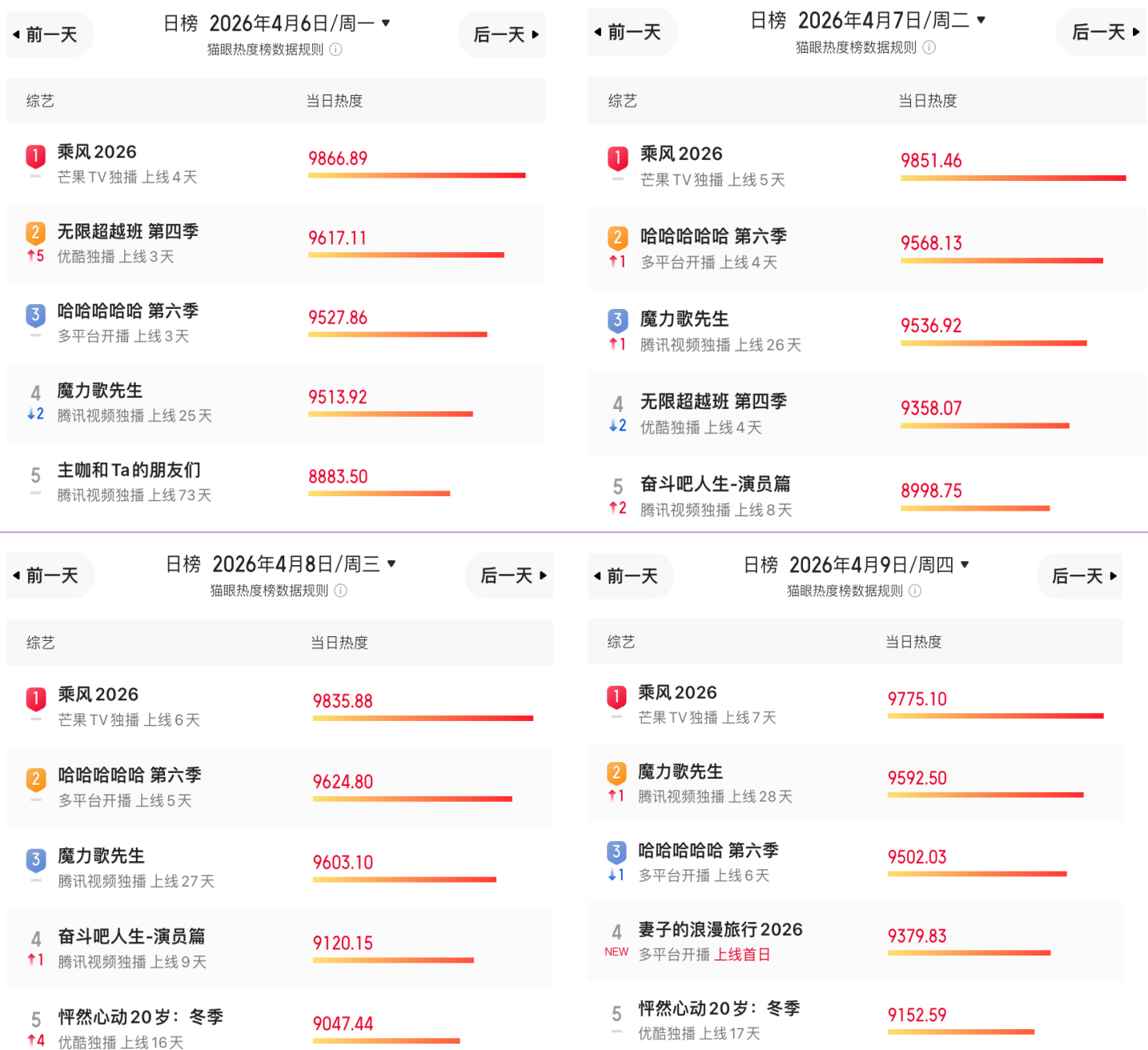
| CSM71 4+ 2026年4月8日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧 | | | | | CSM71 4+ 2026年4月9日（周四）省级卫视黄金剧场电视剧 | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|----------|-------|-------|-----------------------------------|--------------|----------|-------|-------|
| 排名 | 频道 | 名称 | 收视率% | 市场份额% | 排名 | 频道 | 名称 | 收视率% | 市场份额% |
| 1 | 湖南卫视 | 你是迟来的欢喜 | 2 | 10.11 | 1 | 湖南卫视 | 你是迟来的欢喜 | 2.008 | 10.47 |
| 2 | 上海东方卫视 | 危险关系 | 1.749 | 7.56 | 2 | 江苏卫视 | 危险关系 | 1.749 | 7.91 |
| 3 | 江苏卫视 | 危险关系 | 1.714 | 7.46 | 3 | 浙江卫视 | 小城大事 | 1.541 | 6.95 |
| 4 | 浙江卫视 | 小城大事 | 1.66 | 6.18 | 4 | 上海东方卫视 | 危险关系 | 1.361 | 6.14 |
| 5 | 北京卫视 | 危险关系 | 1.292 | 5.6 | 5 | 北京卫视 | 危险关系 | 1.344 | 6.08 |
| 6 | 上海东方卫视 | 原罪 | 0.925 | 4.54 | 6 | 上海东方卫视 | 原罪 | 0.701 | 3.57 |
| 7 | 深圳卫视 | 轧戏 | 0.89 | 3.81 | 7 | 深圳卫视 | 生命树 | 0.51 | 2.34 |
| 8 | 深圳卫视 | 生命树 | 0.49 | 2.22 | 8 | 东南卫视 | 凡人修仙传 | 0.193 | 0.87 |
| 9 | 江西卫视 | 沉默的荣耀 | 0.22 | 0.97 | 9 | 黑龙江卫视 | 依依向北风 | 0.191 | 0.87 |
| 10 | 黑龙江卫视 | 依依向北风 | 0.214 | 0.93 | 10 | 江西卫视 | 沉默的荣耀 | 0.163 | 0.75 |
| 11 | 东南卫视 | 凡人修仙传 | 0.212 | 0.92 | 11 | 河南卫视 | 警察荣誉 | 0.157 | 0.72 |
| 12 | 北京卫视 | 唐朝诡事录之长安 | 0.185 | 1.48 | 12 | 北京卫视 | 唐朝诡事录之长安 | 0.146 | 1.28 |
| 13 | 浙江卫视 | 国色芳华 | 0.153 | 1.33 | 13 | 浙江卫视 | 国色芳华 | 0.103 | 0.92 |
| 14 | 河南卫视 | 警察荣誉 | 0.139 | 0.63 | 14 | 重庆卫视 | 锋刃 | 0.078 | 0.36 |
| 15 | 广东卫视 | 太平年 | 0.114 | 0.5 | 15 | 广东卫视 | 太平年 | 0.07 | 0.32 |
| 16 | 重庆卫视 | 锋刃 | 0.093 | 0.41 | 16 | 贵州卫视 | 太平年 | 0.066 | 0.3 |
| 17 | 广东卫视 | 侦察英雄 | 0.092 | 0.81 | 17 | 天津卫视 | 情满四合院 | 0.063 | 0.28 |
| 18 | 云南广播电视台卫视频道(一套) | 破晓 | 0.073 | 0.32 | 18 | 广东广播电视台大湾区卫视 | 七十二家房客 | 0.061 | 0.42 |
| 19 | 云南广播电视台卫视频道(一套) | 真心英雄 | 0.067 | 0.29 | 19 | 山东卫视 | 国色芳华 | 0.055 | 0.25 |
| 20 | 贵州卫视 | 太平年 | 0.057 | 0.25 | 20 | 安徽卫视 | 无间 | 0.054 | 0.24 |
| 中央 | 中央电视台综合频道 | 家事法庭 | 0.923 | 4.35 | 中央 | 中央电视台综合频道 | 家事法庭 | 0.99 | 4.81 |
| 中央 | 中央台八套 | 八千里路云和月 | 0.981 | 4.31 | 中央 | 中央台八套 | 八千里路云和月 | 0.988 | 4.52 |

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《乘风 2026》、《魔力歌先生》、《哈哈哈哈哈 第六季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 4 月 6 日-2026 年 4 月 9 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 4 月 10 日，页游数据更新如下：最热门的为《刀剑笑之霸刀》和《000000 氪超变》。

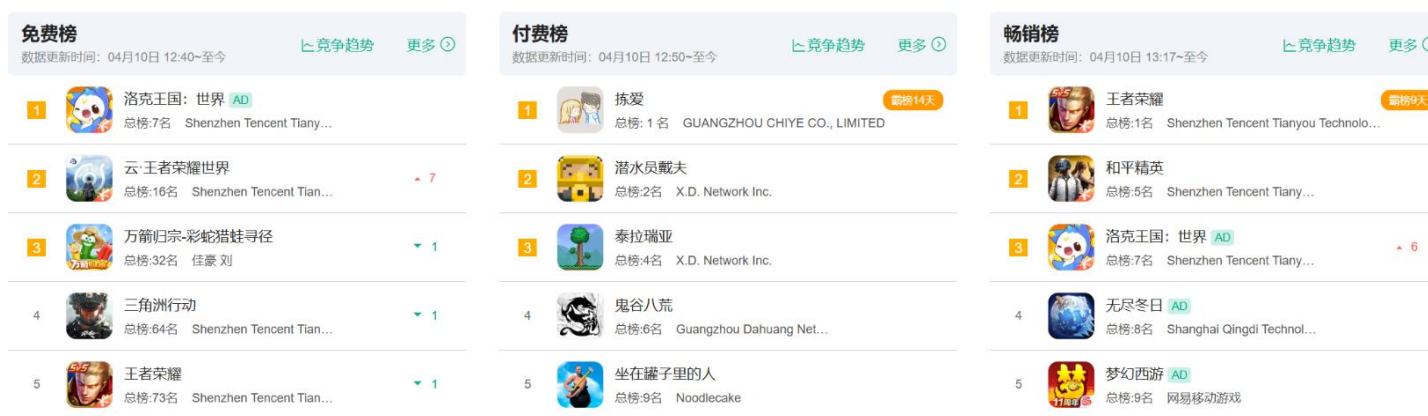
图表 7：过去 7 天网页游戏情况



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《洛克王国:世界》《云·王者荣耀世界》《万箭归宗-彩蛇猎蛙寻径》，畅销榜排名前三的手游分别为《王者荣耀》《和平精英》《洛克王国:世界》。

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 |
|-----------|--------|----------------|-------------------|
| 600636.SH | *ST 国化 | 2026 年 4 月 8 日 | 关于控股股东增持公司股份的结果公告 |

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

2026 年 4 月中旬，从外部影响因子在情绪端的渐脱敏到超跌标的底部蓄力，当下从“退可守、进可攻”的维度看，均是较好的布局窗口。可关注超跌内需板块与 AI 应用双轮驱动，**超跌内需角度看**，可关注内需写照的电影游戏剧集等内容产品新供给承接五一档、暑假档新需求，4 月游戏新品与电影新片陆续定档；**AI 应用端**，从 GEO 到 Seedance2.0 再到 Happyhorse1.0，每一次新品的推出均有望推动 AIGC 板块。AI 产品更新从周度到月度的高频下，黑马效应备受期待。从 OpenAI 到谷歌，从阿里到字节跳动，从 B 站到美图，从智谱到月之暗面及 MiniMax，企业端从产品到估值均在积极推进，传媒作为 AI 应用的重要组成也有望持续受益 AI 产品迭代以及企业估值的上修。**投资标的维度看**，可关注电影游戏剧集等内容供给标的（万达电影、博纳影业、中信出版、恺英网络、完美世界、电魂网络、b 站、顺网科技、姚记科技、青瓷游戏、华策影视等）；**AI 应用板块标的**如（美图、B 站、蓝色光标、中信出版、风语筑、姚记科技、恺英网络、万咖壹联、引力传媒、天龙集团等）。

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，中信出版 300788（大众阅读央企积极践行国企改革，关注后续业务推进，探索 IP 衍生运营）；**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，2026 年主投主控作品有望上映，也有望受益 AI 新技术发展，关注更名儒意电影后业务新进展）；**恺英网络 002517**（主业关注 4 月 16 日游戏新品《天下归心》以及 AI 孵化公司新融资进展）；**完美世界 002624**（关注 4 月游戏新品《异环》表现以及后续电竞赛事）；**电魂网络 603258**（年报利空落地，关注股权收购进展推动公司业务困境反转，梦三国 IP 有望受益电竞赛事）；**姚记科技 002605**（主业扑克牌、游戏记数字营销，有望受益字节跳动与小红书产业链）；**奥飞娱乐 002292**（AI+IP 垂类代表企业，旗下玩点无限品牌在小红书直播电商中新品供给渐多，关注飓风战魂陀螺项目）；**风语筑 603466**（静待减持落地，作为数字创意龙头企业，特有的体验经济有望承接 AI 具身智能到 AI 眼镜的应用场景需求）；**蓝色光标 300058**（作为数字营销头部企业，关注其港股上市进展）；**华策影视 300133**（剧集内容头部企业代表，推出剧集《太平年》后，《八千里路云和月》剧集开播获高关注，践行科技赋能内容）；**顺网科技 300113**（2026 年新增业务可关注游戏自研新品《百将牌》定档进展，受益消费级边缘算力特有卡位优势）；**博纳影业 001330**（关注主投主控影片《四渡》定档，AI 电影《三星堆未来往事》有望成为 2026 年新增量）；**芒果超媒 300413**（系列 IP 综艺《乘风破浪》热播中，关注融媒体践行文化与科技应用）；**港股可关注，B 站 9626**（AI 驱动广告商业化效率提升，代理游戏产品《三国百将牌》）；**美图 1357**（2026 年业绩向好可期，AI 时代具审美经济竞争力，关注美图影像节）；**阿里巴巴 9988**（继成立 ATH 后阿里推出 AI 模型 HappyHorse1.0，后续将推出更多 AI 新品）；**腾讯 0700**（游戏推动 eps，提升 pe 待看 AI 业务新进展）；**万咖壹联 1762**（作为 AI 手机 Agent 特有卡位，新获投资后关注其 AI 板块新布局）；**青瓷游戏 6633**（关注迪士尼 IP 新游《迪士尼书境传奇》进展）；**智谱 2513**（AI 时代新估值模型 TAC 即 token architecture capacity 渐获共识）；**布鲁可 0325**（携积木车、积木人两大品类 300 余款产品亮相泰国潮玩展；三全战略的持续深化，东南亚、欧洲、拉美等多个国际市场实现显著突破）；**泡泡玛特 9992**（星星人新品【欢迎来到月球】将于 4 月 16 日线上发售）；**名创优品 9896**（品牌结构持续优化，静待海内外高质增长）；**毛戈平 1318**（护肤线稳步增长，看好公司三大业务同步发展）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

| 公司代码 | 名称 | 2026-4-10 股价 | EPS | | | PE | | | 投资评级 |
|-----------|--------|-----------------|--------|-------|-------|---------|---------|--------|------|
| | | | 2024 | 2025E | 2026E | 2024 | 2025E | 2026E | |
| 300133.SZ | 华策影视 | 7.30 | 0.13 | 0.21 | 0.27 | 57.12 | 34.76 | 27.04 | 买入 |
| 300413.SZ | 芒果超媒 | 21.29 | 0.73 | 0.71 | 0.82 | 29.19 | 29.99 | 25.96 | 买入 |
| 002605.SZ | 姚记科技 | 21.18 | 1.30 | 1.42 | 1.53 | 16.30 | 14.92 | 13.84 | 买入 |
| 603096.SH | 新经典 | 17.77 | 0.82 | 1.25 | 1.43 | 21.65 | 14.22 | 12.43 | 买入 |
| 300058.SZ | 蓝色光标 | 16.49 | -0.12 | 0.18 | 0.23 | -143.39 | 91.61 | 71.70 | 买入 |
| 603466.SH | 风语筑 | 9.56 | -0.23 | -0.04 | 0.27 | -41.99 | -239.00 | 35.41 | 买入 |
| 603103.SH | 横店影视 | 22.49 | -0.15 | 0.43 | 0.56 | -147.96 | 52.30 | 40.16 | 买入 |
| 600986.SH | 浙文互联 | 10.34 | 0.11 | 0.20 | 0.22 | 97.46 | 51.70 | 47.00 | |
| 300788.SZ | 中信出版 | 32.01 | 0.62 | 0.68 | 0.87 | 51.63 | 47.07 | 36.79 | 买入 |
| 002739.SZ | 万达电影 | 9.90 | -0.43 | 0.46 | 0.60 | -22.95 | 21.52 | 16.50 | 买入 |
| 300251.SZ | 光线传媒 | 16.17 | 0.10 | 0.43 | 0.52 | 162.51 | 37.60 | 31.10 | 买入 |
| 002292.SZ | 奥飞娱乐 | 7.83 | -0.19 | 0.05 | 0.10 | -40.59 | 156.60 | 78.30 | 买入 |
| 002291.SZ | 遥望科技 | 6.45 | -1.08 | 0.13 | 0.17 | -5.99 | 49.62 | 37.94 | 买入 |
| 300148.SZ | 天舟文化 | 4.34 | 0.04 | 0.09 | 0.12 | 110.43 | 48.22 | 36.17 | 买入 |
| 601595.SH | 上海电影 | 25.10 | 0.20 | 0.52 | 0.75 | 124.94 | 48.27 | 33.47 | 买入 |
| 600637.SH | 东方明珠 | 9.63 | 0.20 | 0.22 | 0.24 | 48.42 | 43.77 | 40.13 | 买入 |
| 9626.HK | 哔哩哔哩-W | 161.35 | -3.23 | 2.83 | 4.28 | -49.95 | 57.01 | 37.70 | 买入 |
| 1357.HK | 美图公司 | 3.79 | 0.18 | 0.13 | 0.27 | 21.03 | 29.12 | 14.02 | 买入 |
| 1318.HK | 毛戈平 | 63.80 | 2.18 | 2.36 | 3.00 | 29.27 | 27.04 | 21.27 | 买入 |
| 0325.HK | 布鲁可 | 55.78 | -1.61 | 2.54 | 3.18 | -34.65 | 21.96 | 17.54 | 买入 |
| 9896.HK | 名创优品 | 27.55 | 2.12 | 2.10 | 2.31 | 13.00 | 13.12 | 11.93 | 买入 |
| 9992.HK | 泡泡玛特 | 132.25 | 2.35 | 9.53 | 11.22 | 56.28 | 13.88 | 11.79 | 买入 |
| 2508.HK | 圣贝拉集团 | 3.90 | -11.94 | 0.17 | 0.32 | -0.33 | 22.94 | 12.19 | 买入 |
| 2400.HK | 心动公司 | 55.56 | 1.69 | 3.14 | 4.14 | 32.88 | 17.70 | 13.43 | 未评级 |
| 0772.HK | 阅文集团 | 23.40 | -0.21 | -0.25 | 1.06 | -111.43 | -93.60 | 22.06 | 未评级 |
| 3738.HK | 阜博集团 | 3.37 | 0.05 | 0.08 | 0.11 | 61.81 | 42.07 | 30.96 | 未评级 |
| 0700.HK | 腾讯控股 | 442.15 | 20.49 | 24.31 | 26.89 | 21.58 | 18.19 | 16.44 | 未评级 |
| 1024.HK | 快手-W | 39.56 | 3.48 | 4.15 | 3.70 | 11.37 | 9.53 | 10.70 | 未评级 |
| 3690.HK | 美团-W | 76.77 | 5.66 | -3.54 | -1.53 | 13.56 | -21.69 | -50.27 | 未评级 |
| 2013.HK | 微盟集团 | 1.38 | -0.57 | -0.06 | -0.03 | -2.41 | -22.93 | -47.61 | 未评级 |
| 1762.HK | 万咖壹联 | 1.49 | 0.00 | 0.04 | 0.06 | 993.26 | 37.25 | 23.46 | 未评级 |
| 2331.HK | 李宁 | 20.16 | 1.17 | 1.02 | 1.17 | 17.30 | 19.76 | 17.22 | 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=0.87641 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=6.8654 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投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准

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

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

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