

2026 年 05 月 16 日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

AI 应用与暑假档及赛事经济驱动可期

—传媒行业周报

推荐(维持)

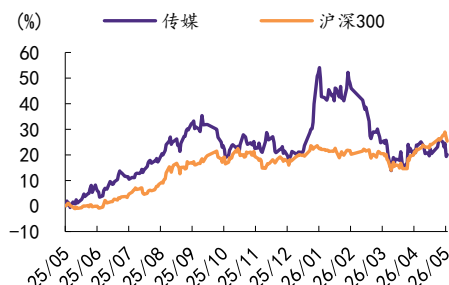
投资要点

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)	-3.0	-17.8	20.6
沪深 300	2.6	4.3	25.0

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：5 月承上启下标的布局进行时》2026-05-03
- 2、《传媒行业周报：群核上市重燃空间智能与 3D 内容新供给迎五一暑假档》2026-04-19
- 3、《传媒行业周报：关注超跌内需与 AI 应用》2026-04-12

本周观点更新

步入 5 月中下旬，将迎接暑假档及赛事经济，2026 年暑假档新增世界杯与电竞赛事，有望拉动内需新增量，可积极关注游戏、电影、赛事等；AI 端，从腾讯到阿里发布最新财报中均积极投入 AI，助力传统主业升级，其中阿里 AI 已跨越初期投入阶段，AI 时代 2B 商业化较快，AI 应用 2C 的商业化有望未来 1-2 年看到，AI 赋能传媒应用，企业均在积极布局，从数据到版权，从算力到 Agent，AI 驱动传媒板块标的估值提升仍可期。

本周重点推荐个股及逻辑

「关注，儒意电影 002739（β 与 α 双受益，主投主控影片《转念》有望 2026 年暑假档上映）；博纳影业 001330（主投主控影片《四渡》定档暑假档有望助力 2026 年业绩回暖）；恺英网络 002517（孵化人工智能公司极逸 SOON 与中手游达成战略合作并成立成立时光川行长期方向上公司将逐步向叙事视频生成模型方向演进）；华策影视 300133（积极加码算力业务助力公司从传统影视公司转向内容科技消费融合型公司）；中信出版 300788（2026 年 5 月携《财经》杂志社、《证券市场周刊》杂志社与中信建投证券正式签订战略合作协议）；完美世界 002624（游戏新品《异环》留存数据较好以及关注后续暑假电竞赛事）；电魂网络 603258（年报利空落地，梦三国 IP 有望受益电竞赛事）；姚记科技 002605（2026 年公司将围绕“AI 技术驱动、全球化布局、精细化运营、人才梯队升级”四大主线）；奥飞娱乐 002292（AI 时代 IP 资产新重估可期）；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）；顺网科技 300113（携手华为深耕算力服务生态）；芒果超媒 300413（AIGC 板块高度重视已推出 AIGC 微短剧《坐标》、科幻 AIGC 微短剧《神·笔》等）；港股可关注，B 站 9626（，B 站 618 首推 AI 家装直播微综艺）；美图 1357（关注美图影像节）；阿里巴巴 9988（持续加码 AI 战略布局）；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）；MINIMAX 0100（关注视频生成模型 Hailuo 海螺进展）；泡泡玛特 9992（2026 年一季度整体收益同比增长 75%-80%，中国收益同比增长 100%-105%）；布鲁可 0325（关注《星球大战》超越版 LITE 系列等新品发布）；名创优品 9896（2026 年一季度预计收入达 56.78 亿元至 57.28 亿元，同比增长约 28%至 29%）。

■ 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	2026-05-16 股价	2025	EPS 2026E	2027E	2025	PE 2026E	2027E	投资评级
300133.SZ	华策影视	9.63	0.10	0.15	0.18	96.30			
300413.SZ	芒果超媒	19.33	0.71	0.82	0.99	27.23	23.57	19.53	买入
002605.SZ	姚记科技	20.01	1.30	1.42	1.53	15.39	14.09	13.08	买入
603096.SH	新经典	18.46	0.82	1.25	1.43	22.51	14.77	12.91	买入
300058.SZ	蓝色光标	17.66	-0.12	0.18	0.23	-147.17	98.11	76.78	买入
603466.SH	风语筑	9.99	-0.04	0.27	0.36	-249.75	37.00	27.75	买入
603103.SH	横店影视	20.18	-0.15	0.43	0.56	-134.53	46.93	36.04	买入
600986.SH	浙文互联	10.51	0.11	0.20	0.22	95.55	52.55	47.77	买入
300788.SZ	中信出版	31.00	0.68	0.87	1.03	45.59	35.63	30.10	买入
002739.SZ	儒意电影	9.08	0.24	0.58	0.73	37.83	15.66	12.44	买入
300251.SZ	光线传媒	13.76	0.10	0.43	0.52	137.60	32.00	26.46	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	7.85	0.05	0.10	0.15	157.00	78.50	52.33	买入
002291.SZ	遥望科技	6.80	-1.08	0.13	0.17	-6.30	52.31	40.00	买入
300148.SZ	天舟文化	4.04	0.09	0.12	0.16	44.89	33.67	25.25	买入
601595.SH	上海电影	22.43	0.20	0.52	0.75	112.15	43.13	29.91	买入
600637.SH	东方明珠	9.64	0.22	0.24	0.26	43.82	40.17	37.08	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	134.07	2.83	4.28	6.43	47.38	31.33	20.85	买入
1357.HK	美图公司	4.12	0.13	0.27	0.33	31.71	15.27	12.49	买入
1318.HK	毛戈平	53.80	2.36	3.00	3.81	22.80	17.93	14.12	买入
0325.HK	布鲁可	49.52	2.54	3.18	4.09	19.50	15.57	12.11	买入
9896.HK	名创优品	24.46	0.97	2.31	2.65	25.21	10.59	9.23	买入
9992.HK	泡泡玛特	133.11	9.53	11.22	13.05	13.97	11.86	10.20	买入
2508.HK	圣贝拉集团	3.31	0.17	0.32	0.51	19.47	10.34	6.49	买入
2400.HK	心动公司	49.65	1.69	3.14	4.09	29.38	15.81	12.14	未评级
0772.HK	阅文集团	22.19	-0.21	-0.25	1.06	-105.64	-88.74	20.93	未评级
3738.HK	阜博集团	2.53	0.05	0.08	0.11	50.66	31.66	23.03	未评级
0700.HK	腾讯控股	398.63	20.49	24.31	26.61	19.46	16.40	14.98	未评级
1024.HK	快手-W	43.10	3.48	4.15	3.56	12.38	10.38	12.11	未评级
3690.HK	美团-W	72.23	5.66	-3.54	-1.92	12.76	-20.40	-37.62	未评级
2013.HK	微盟集团	1.27	-0.57	-0.06	-0.02	-2.22	-21.11	-63.32	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.17	0.00	0.04	0.06	780.26	29.26	20.46	未评级
2331.HK	李宁	16.35	1.14	1.02	1.17	14.34	16.03	13.97	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=0.87343 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=6.8415 元人民币；表中股价均为人民币元；“未评级”盈利预测取自万得一致预期）

正文目录

1、 行业观点和动态..... 5

1.1、 传媒行业回顾 5

1.2、 传媒行业动态 8

1.3、 电影市场 12

1.4、 电视剧市场 13

1.5、 综艺节目市场 14

1.6、 游戏市场 15

2、 上市公司重要动态：增减持、投资等情况..... 16

3、 本周观点更新..... 17

4、 本周重点推荐个股及逻辑..... 18

5、 风险提示..... 20

图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 日）..... 7

图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 日）..... 7

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..... 12

图表 4：拟上映的电影及基本情况..... 12

图表 5：电视剧情况（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 14 日）..... 13

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 14 日）..... 14

图表 7：过去 7 天网页游戏情况 15

图表 8：iOS 手游排行榜情况 15

图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资..... 16

图表 10：重点关注公司及盈利预测..... 19

1、行业观点和动态

1.1、传媒行业回顾

市场综述：2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.07%、-0.02%、3.50%。细分到传媒各子行业来看，万得虚拟现实指数涨幅较大，迪士尼指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为吴通控股、三人行、中视传媒，分别上涨 18.87%、16.67%、16.49%；跌幅 Top3 分别为 ST 豆神、哔哩哔哩-W、祖龙娱乐，分别下跌 17.74%、13.67%、13.31%。

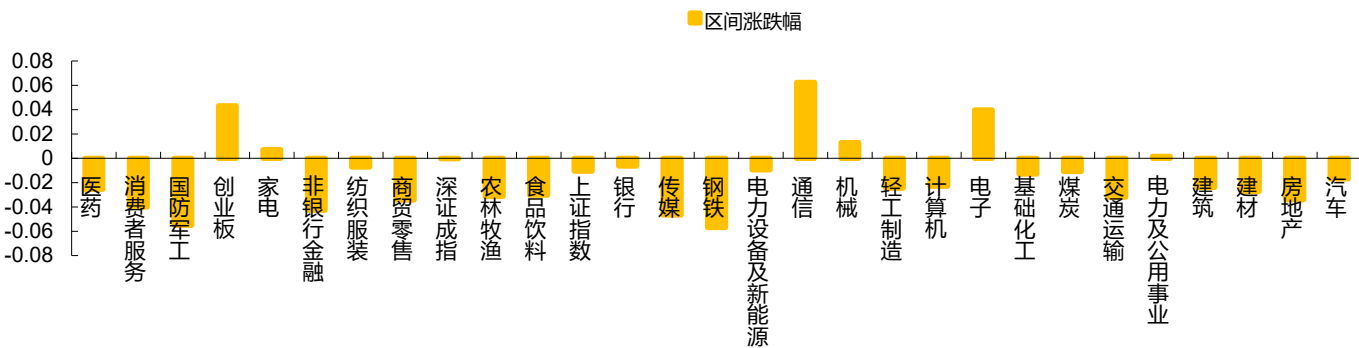
AI 端，阿里与腾讯积极加码 AI 投入。腾讯在 2026 年一季度财务中游戏业务基本盘稳健，受益于 AI 驱动的广告推荐模型，扩展微信生态系统内的闭环营销能力，进而带动广告表现提升及广告单价增长，腾讯推出的 AI 助手服务，其中 WorkBuddy 是其主打办公智能体，移动互联网时期护城河在 AI 时代如何夯实仍需待看，同时后续腾讯在 AI 时代的竞争力仍需验证；**2026 年一季度（至 2026 年 3 月 31 日止季度）阿里营收 2,433.80 亿元（352.83 亿美元），同比增长 3%，若不考虑高鑫零售和银泰的已处置业务的收入，同口径收入同比增长将为 11%；经营亏损 8.48 亿元，主要是由于经调整 EBITA 的减少，经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比下降 84%至 51.02 亿元（7.40 亿美元），主要归因于对科技业务、即时零售以及用户体验的投入。经营活动产生的现金流量净额为人民币 94.10 亿元，同比下降 66%，自由现金流的下降主要归因于对即时零售的投入、千问 app 的用户获取以及云基础设施支出增加。应用端看，AI+电商，阿里推进 AI 与电商能力结合，将淘宝天猫的电商业务与千问 app 打通，从而扩大千问的用户触达，并为淘宝天猫消费者带来 AI 驱动全新体验；淘宝 app 推出千问 AI 购物助手，在购物全程提供端到端的服务，包括种草、商品发现、售中支持、订单管理以及售后服务等。同时，阿里推出企业级 AI 原生智能体“悟空”，旨在将先进的智能能力融入工作流程之中，提升商家运营效率，进一步深化 AI 应用与大消费生态的协同；阿里 AI+云业务表现亮眼，通过深度创新持续拓展 AI 能力边界，近期通过推出一系列全新的大语言模型及多模态模型，除千问模型家族外，支持实时创作与交互的世界模型 HappyOyster，以及视频生成的多模态模型 HappyHors。AI 时代，新估值体系也带来互联网企业的新发展战略，阿里以及阿里产业链均可看，阿里产业链中传媒板块也可关注大麦娱乐、儒意电影、华策影视等。**

传媒板块押注 AI 进展。企业端看，顺网科技，公司聚焦算力、AI、电竞、ChinaJoy 等，2026 年年 5 月携手华为发布全光毫秒算网算力服务解决方案，依托光算协同与 AI 赋能网络，赋能产业升级，推动企业、家庭算力云化规模化落地，让算力真正普惠，未来将加强信息化建设，推进数字化转型。**华策影视，**公司已公告不超过 33 亿元的服务器采购订单，是基于已签约甲方客户算力云服务需求而进行采购安排，本次项目完成后算力规模合计约 3.7 万 P，2026 年 5 月的订单也是其践行“内容+科技+消费”战略的突破，公司算力业务是链接一线科技公司、AI 应用变现场景的主要入口，有助于推动公司科技+内容战略，希望通过投资和算力链接科技资源，结合 AI 应用和内容 IP 形成闭环，完成从传统影视公司转向内容科技消费融合型公司。传媒板块企业积极拥抱 AI，从数字营销公司到电商再到内容，仍可积极关注恺英网络、博纳影业、儒意电影、蓝色光标、引力传媒、中信出版等。

暑假档与赛事经济仍可期，2026 年 5 月 15 日，中央广播电视总台与国际足球联合会共同宣布，就国际足联世界杯新周期版权合作达成共识。合作赛事包括 2026 年世界杯、2030 年世界杯、2027 年女足世界杯、2031 年女足世界杯。根据双方合作意向，中央广播电视总台确认获得本周期合作赛事中国大陆独家全媒体权利及媒体分授权利，包括开路电视、付

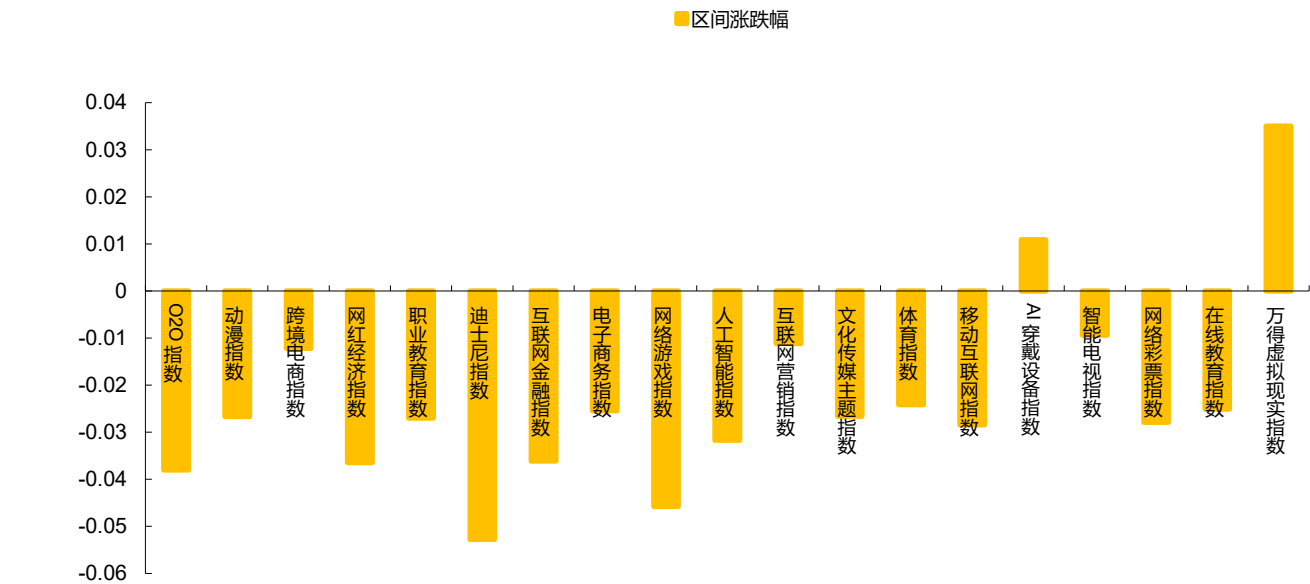
费电视、互联网和移动设备等。总台将依托全媒体传播矩阵和国际一流制播实力，为观众呈现精彩的顶级足球盛宴。世界杯作为赛事经济的主要节点，有望撬动文娱板块。可关注中视传媒、也可关注体育经纪+线下大屏赛事的儒意电影（002739），2026 年 4 月新成立北京星途有伴文化有限公司，含体育经纪人服务；持续拓展影院消费新场景，在保障优质影片排映的同时积极拓展电影之外的内容供给，在大银幕上引入体育游戏赛事、话剧、演唱会等跨界内容；电竞赛事，例如上海举办电竞赛事 DOTA2 国际邀请赛（The International, TI），可关注恺英网络、完美世界、电魂网络、顺网科技等。2026 年暑假档电影板块也可看，伴随定档影片增多，观影需求也有望修复，博纳影业的主旋律电影《四渡》定档 6 月 26 日，儒意电影的主投主控《转念》也有望暑假上映，当下处于情绪的波动中，波动中认可积极关注传媒板块的洼地布局窗口。

图 表 1：各行业周度涨跌幅（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 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 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 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

《王者荣耀》业绩创新高，IP 跨界渗透大众市场。5 月 13 日，腾讯发布 2026 年 Q1 报告，报告中指出《王者荣耀》季度流水创下“生命周期最高纪录”。这一成绩具有标志性意义：在 DAU 已达 1.39 亿、MAU 达 2.6 亿的庞大基数之上，该游戏再次突破行业天花板，印证了其被低估的大众流行度与商业价值。**产品端**，《王者荣耀》的持续成功源于其独特的产品力构建路径。该游戏突破 MOBA 品类的传统边界，将“内容化运营”构筑为最深厚的护城河。在内容层面，其通过“路启千秋”等年限皮肤深挖文化价值与现代情感共鸣，以“墨染江湖”系列拓展平行世界观与美学表达，形成了“靠自己构建的文化和美学表达让亿级玩家买单”的稀缺能力。在运营层面，其精准切分玩家诉求，针对不同圈层推出王者麻将等休闲玩法及稷下学院烟花秀等社交场景，使得游戏从单纯的竞技产品转变为承载多元情感需求的平台，在行业中具有稀缺性。**IP 端**，利用 IP 跨界赋能扩大影响力，在文旅领域，其与深圳、上海等城市核心地标开展“城市派对”，将 IP 融入日常公共空间；与四川自贡灯会、成都武侯祠等国家级非遗及文化地标合作，使传统文化载体获得年轻化表达。在文博领域，其联合六家博物馆将符节、龟兹壁画等小众文物元素融入皮肤设计，实现“把冷门带进大众视野，把传统做成潮流”。在 IP 联动方面，其与《诡秘之主》《冰雪奇缘》《小马宝莉》等外部 IP 的合作逻辑亦发生反转——并非借外部 IP 为自身加热，而是以自身为媒介，帮助联动 IP 完成面向大众市场的延伸渗透。整体而言，《王者荣耀》已完成从“国民游戏”到“国民 IP”的蜕变，实现了从“消费”到“供养”的价值转变，这一路径为中国游戏行业的长青运营提供了重要参照。

4 月全球手游买量高位运行，长线变现策略逻辑回归。2026 年 4 月全球手游买量市场整体维持高景气度，行业竞争格局呈现明显分化特征。**数据维度来看**，4 月全球手游广告投放素材总量达 394 万组，环比提升 5.9%，再创近一年内新高；而同期参与买量投放的游戏产品数量回落至 6.3 万款，环比下降 4.5%。数据反差表明，市场竞争正从“过往新品批量入局”转向“头部产品强化投放密度”，流量资源进一步向头部厂商及核心产品聚拢。**产品结构层面**，轻度手游持续占据买量素材消耗主流，《Zen Word》《Vita 麻将》《Tile Explorer》等产品长期占据榜单前列，且其拼图、文字、麻将、合成等成熟玩法在北美、东亚等主要市场高度复用，呈现出“工业化素材体系”特征；相较之下，中重度产品虽保持一定活跃度，但整体素材规模已明显弱于轻度产品。聚焦中国出海市场，4 月整体投放素材规模维持 60 万组的高位水平，参与投放的出海产品数量回落至 3299 款，反映出国内出海厂商普遍采取资源聚焦策略，将营销预算与素材产能向重点旗舰产品集中倾斜。**商业模式层面**，变现结构亦发生调整。纯内购（IAP）投放产品达 1992 款，依旧占据市场主导地位；混合变现及纯广告变现（IAA）产品数量均有所下滑，其中纯 IAA 产品降至 171 款。在流量成本持续上行的行业背景下，该变化体现出出海厂商愈发重视用户生命周期价值（LTV）与现金流长期回收效率。整体而言，当前全球手游买量市场已步入规模高位震荡、流量头部集中、纯广告变现业态降温的全新发展阶段。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】2026 财年营收破万亿，天猫 618 惠商政策全面升级。 阿里巴巴 2026 财年总收入达 10236.7 亿元，同比增长 3%。其中，云智能集团收入增长 34%，AI 相关产品收入连续 11 个季度实现三位数同比增长。5 月 15 日，天猫宣布 618 政策升级，新入驻商家可享前 7 天最高 5000 单退货宝免单，额度较 2025 年提升 8 倍，优惠期延长至 30 天，并上线 AI 智能挽单服务以降低退货率。

【京东】一季度零售经营利润达 150 亿元，服饰美妆上线 520 礼赠清单。 京东集团 2026 年第一季度总收入 3157 亿元，同比增长 4.9%，年度活跃用户数超 7.4 亿。京东零售经营利润率提升至 5.6%，日百品类收入增速达 15%。针对 520 大促，京东服饰美妆上线六大礼物金榜，券后价格低至 7.2 折，并提供京尊达、美妆过敏无忧险等 13 项专属服务保障。

【拼多多】“新拼姆”计划启动。 拼多多宣布成立“新拼姆”专项公司，计划未来三年投入 1000 亿元开展品牌自营。该计划首期注资 150 亿元，聚焦服装、家居、户外三大类目，采用“买断包销+代工生产”模式，产品预计 2026 年三季度在海外（美欧）市场首发，定价约为大牌的 5-7 折。

【抖音】618 投入百亿消费券，GMV 超 4400 亿元。 2026 年抖音商城 618 大促期间，平台投入百亿消费券补贴及亿级流量资源，实现 GMV 超 4400 亿元。活动覆盖商品卡免佣、技术工具开放等多维扶持；消费端推出“一键直降”等玩法，美妆品类 3 折起，手机数码家电叠加补贴后 5 折起。

【微信小店】618 补贴升级，成长卡激励上限提至 200 万点。 微信小店 2026 年 618 大促于 5 月 15 日开启，为期 35 天。平台补贴全面升级，优质品牌可享 100% 平台出资跨店满减。此外，直播大场激励加码，单账号成长卡激励上限从 60 万点提升至 200 万点，最高按 2.5% 发放成长卡返还。

【小红书】终止“百万免佣计划”，推动“LEAP UP”扶持好货型商家。 小红书于 5 月 11 日启动“LEAP UP·小红书商家百万跃迁计划”，旨在重点扶持超 100 万个具备好品质、好服务、好价格的商家。商家通过完成直播及销售冲刺任务，最高可获超 5 万流量券。原“百万免佣计划”于 5 月 15 日 00:00 正式终止。

【TikTok Shop】东南亚推“亿元直通车”。 TikTok Shop 东南亚于 5 月 9 日启动“亿元直通车”计划，面向国内年销售额≥2500 万元或海外平台年销售额≥800 万元的大型商家进行招募。入驻新商家可享最长 120 天佣金减免、每月最高 1.5 万美元货补及 1 万美元广告激励金等八项权益。

1.2.3 影视

快手推进可灵 AI 独立融资，AI 视频业务价值重估加速。 5 月 12 日，市场消息称，快手计划将旗下视频生成大模型业务“可灵 AI”（Kling）分拆独立，并以约 200 亿美元估值寻求 Pre-IPO 融资，对应人民币约 1359 亿元，接近快手集团当前市值的七成。随后，快手在港交所公告回应称，公司正在评估可灵 AI 相关资产及业务的重组，并可能引入外部融资，目前仍处于初步评估阶段，尚未形成最终方案。可灵 AI 于 2024 年 6 月正式推出，最初更多承担快手内部 AI 视频能力建设的角色，随后逐步面向创作者、企业客户及海外市场开放。2025 年 4 月，可灵业务被提升为一级业务部门，并发布可灵 2.0 大师版；2026 年 3 月，快

手披露可灵 AI 按月收入折算的年化收入已超过 10 亿美元，并预计全年收入仍有望实现较快增长。从产品能力看，可灵 AI 的迭代重点已经从单纯的视频生成，转向更完整的内容生产流程。可灵 3.0 系列在多模态指令理解、音画同步、人物一致性、镜头控制和视频编辑等方面继续升级，使其在短剧制作、电商素材、广告创意和社媒内容生产中的适用性进一步提升。商业化方面，可灵 AI 目前主要依靠会员订阅和 API 调用收费，收入基数相较快手整体业务仍不算大，但增长速度较快，且海外 B 端客户贡献较为突出，具备一定的高毛利技术服务属性。此次若分拆融资落地，可灵 AI 能够获得更加独立的融资渠道，用于支撑后续模型训练、算力投入和产品迭代，同时也有助于释放其作为 AI 视频平台的独立估值。对快手而言，可灵 AI 一方面可以反哺站内短视频、直播电商和广告生态，提升内容生产效率；另一方面，也有望成为公司在传统业务增速放缓背景下的新增长点。对行业来看，AI 视频生成已经不再只是模型展示和效果比拼，后续竞争会更多集中于成本、稳定性、编辑能力、B 端交付和海外商业化能力。

1.2.4 美护

4 月抖音美妆市场展现出强劲的增长韧性：类目 GMV 突破 200 亿元，以 19% 的同比增速领跑全网，而同期淘系、京东、快手等平台均出现不同程度的环比下滑，显示出抖音已成为美妆品牌增长的首选引擎。具体来看：**1) 渠道端**，品牌“去达人化”趋势加速，自营直播与商品卡构成的“日不落”阵地合计占比已超 70%，品牌方正从早期的“借势达人”向“品牌主权”时代转型。**2) 品牌端**，国货展现出极强的压制力，护肤榜单 TOP 20 中国货占据 15 席，韩束连续 18 个月蝉联榜首，谷雨升至第二，同时 AOAZ 等新锐品牌通过“高价标价+大促折扣”的策略在高端抗皱赛道迅速突围，平均成交价突破 2200 元。彩妆榜单则由国货占据 17 席，蒂洛薇稳居第一，OUT OF OFFICE 与木柯诗等专注修容、唇妆的细分品牌首次入榜。**3) 产品端**，呈现出明显的冷热分化，眼部护理环比暴涨 158% 成为最大黑马，素颜霜凭借“懒人上妆”特性环比增长 33.4%，反映出成分与功效故事仍有巨大红利；与之相对，传统底妆发展受阻，粉底液与气垫跌幅均超过 30%，消费者审美正向“轻底妆、自然妆效”偏移。整体市场在高速增长中完成规则重塑，品牌竞争重心已从盲目追求爆款转向精细化需求挖掘与私域会员沉淀。**综合来看**，品牌正通过深挖细分蓝海赛道与精细化运营，完成从借势到造势的深层规则重塑。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

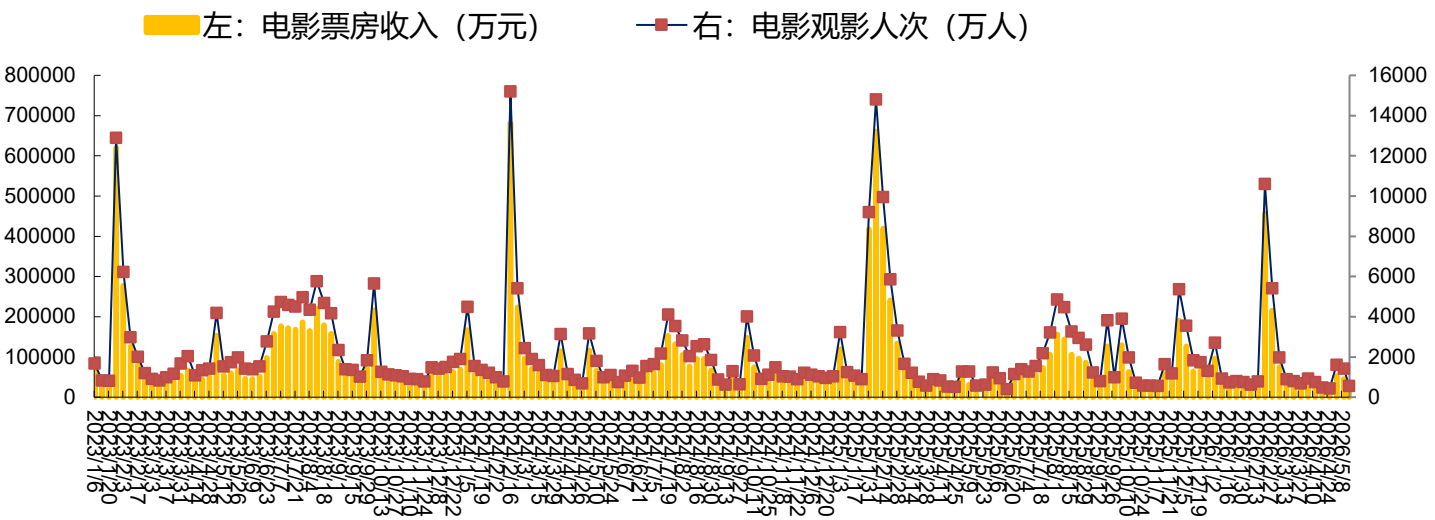
泡泡玛特旗下首家甜品直营店落地，食用 IP 业态释放增长新动能。近期，泡泡玛特旗下独立甜品品牌「POP BAKERY」首家直营店正式落地秦皇岛阿那亚，并首次增设茶饮与咖啡产品线。该品牌并非短期新设项目，最早于 2025 年中国国际服务贸易交易会以「泡泡玛特甜品屋」形态首次对外亮相，并于 2025 年 12 月 10 日在北京首都机场落地首家线下快闪门店，后续品牌以移动甜品车模式快速全国拓店，陆续进驻上海、成都、沈阳、哈尔滨、青岛、南京、西安、深圳、无锡、武汉、苏州、重庆、珠海等城市，目前已累计布局 21 家主题甜品快闪点位，后续亦规划落地长春市场。**产品线层面**，POP BAKERY 依托星星人、SKULLPANDA、DIMOO、LABUBU、MOLLY 等核心经典 IP，开发冰淇淋、黄油曲奇、巧克力等多

款 IP 衍生甜品品类。业态底层逻辑并非单纯布局餐饮甜品赛道，而是将存量热门 IP 进行商业化再延伸，打造具备即时消费、社交传播及线下场景停留属性的可食用 IP 载体，以低消费门槛、高复购频次的线下餐饮形态，进一步拓宽 IP 商业化辐射边界与消费圈层。**选址层面**，公司将首家直营店落地阿那亚，一方面依托区域自身潮流属性与网红文旅场景优势，另一方面双方自 2022 年起已在 Labubu 主题快闪、小野艺术展、星星人戏剧节等项目形成长期稳定合作基础。本次直营门店落地，除基础商品销售功能外，核心价值在于验证 POP BAKERY 作为新型线下 IP 体验空间的运营可行性，推动公司 IP 从传统货架零售商品，向可沉浸式体验、可场景化入驻、可重复消费的生活方式符号转型。总体而言，泡泡玛特在餐饮等泛消费领域进行 IP 跨界延伸，依托天然消费属性的实体品类放大 IP 商业价值与消费半径，也为国内潮玩行业的 IP 多元化变现及业态跨界拓展提供了可借鉴的发展范式。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 15 日（第 19 周），周度票房为 1.86 亿元，周度电影票房 Top3 分别为《给阿嬷的情书》《消失的人》《寒战 1994》，周票房分别为 1.19 亿元、0.28 亿元和 0.14 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 19 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 5 月 18 日	“声”生不息	龙潮凤凰（北京）文化传媒有限公司	北京君禾嘉影文化传媒有限公司
2026 年 5 月 20 日	错过了，遗憾吗？	上海拾谷影业有限公司	北京环鹰时代文化传媒有限公司
2026 年 5 月 20 日	为我的心动买单	微峰小花（上海）文化传媒有限公司	天津猫眼文化传媒有限公司
2026 年 5 月 20 日	凌晨两点半 3	蚌埠小花生网络科技有限公司	华夏电影发行有限责任公司
2026 年 5 月 20 日	午夜怨灵	北京新气象影业有限公司	重庆满座电影发行有限公司
2026 年 5 月 20 日	错时告白	泰国 GDH559 电影公司	华夏电影发行有限责任公司
2026 年 5 月 20 日	古宅绣花鞋	染色影业（杭州）有限公司	北京硕硕文化传媒有限公司
2026 年 5 月 20 日	酒店 404 惊魂	昆明华飞影业有限公司	-
2026 年 5 月 20 日	爱情城事	华映娱乐股份有限公司	华夏电影发行有限责任公司
2026 年 5 月 20 日	午夜哭声	泉州意乐影业有限公司	北京基点影视文化传媒有限公司
2026 年 5 月 20 日	邪恶枕边人	北京金亿乾坤影业有限公司	-
2026 年 5 月 20 日	马上告白	上海金洛尘影业集团有限公司	江苏幸福蓝海影业有限责任公司
2026 年 5 月 21 日	烈刃之怒	巴基斯坦 AAA 电影工作室	中国电影产业集团股份有限公司
2026 年 5 月 22 日	星球大战：曼达洛人与古古	华特迪士尼影业集团	中国电影产业集团股份有限公司
2026 年 5 月 22 日	今晚正好	陌陌影业有限公司	北京大麦娱乐文化有限公司
2026 年 5 月 22 日	维米尔·旷世大展	英国第七艺术制作有限公司	中国电影产业集团股份有限公司
2026 年 5 月 22 日	突破 3000 米的日月潭	威刚科技股份有限公司	中国电影产业集团股份有限公司

2026 年 5 月 22 日 戏之味

广州雅天文化传播有限公司

广州有光传媒影业有限公司

2026 年 5 月 23 日 森中有林

麦特影业（上海）有限公司

成都猫眼影业有限公司

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浙江卫视的《冰湖重生》、江苏卫视的《低智商犯罪》、湖南卫视的《良陈美锦》。

图表 5：电视剧情况（2026 年 5 月 11 日-2026 年 5 月 14 日）

CSM71 4+ 2026年5月11日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年5月12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	江苏卫视	低智商犯罪	1.939	7.97	1	湖南卫视	良陈美锦	1.869	8.63
2	湖南卫视	良陈美锦	1.693	7.46	2	江苏卫视	低智商犯罪	1.718	7.3
3	浙江卫视	冰湖重生	1.571	6.46	3	浙江卫视	冰湖重生	1.557	6.61
4	上海东方卫视	低智商犯罪	1.536	6.33	4	上海东方卫视	低智商犯罪	1.52	6.44
5	北京卫视	八千里路云和月	1.477	6.08	5	北京卫视	八千里路云和月	1.513	6.44
6	湖南卫视	最浪漫的事	1.402	10.31	6	湖南卫视	最浪漫的事	1.347	10.34
7	上海东方卫视	原罪	0.704	3.09	7	上海东方卫视	原罪	0.702	3.31
8	深圳卫视	我的山与海	0.645	2.68	8	安徽卫视	骄阳似我	0.377	1.61
9	安徽卫视	骄阳似我	0.292	1.21	9	深圳卫视	我的山与海	0.367	1.58
10	黑龙江卫视	无尽的尽头	0.249	1.03	10	黑龙江卫视	无尽的尽头	0.227	0.97
11	天津卫视	青山是故乡	0.186	0.76	11	东南卫视	女神蒙上眼	0.18	0.77
12	江西卫视	以法之名	0.183	0.76	12	江西卫视	以法之名	0.151	0.66
13	北京卫视	沉默的荣耀	0.153	1.27	13	天津卫视	青山是故乡	0.141	0.6
14	东南卫视	女神蒙上眼	0.116	0.48	14	广东卫视	秋蝉	0.113	0.48
15	广东卫视	秋蝉	0.114	0.47	15	广东卫视	真心英雄	0.094	0.83
16	山东卫视	大染坊	0.095	0.39	16	山东卫视	大染坊	0.094	0.4
17	广东卫视	真心英雄	0.088	0.75	17	云南广播电视台卫视频道(一套)	战火青春	0.072	0.31
18	湖北卫视	人世间	0.08	0.33	18	新疆卫视	我是刑警	0.067	0.32
19	云南广播电视台卫视频道(一套)	战火青春	0.061	0.25	19	湖北卫视	人世间	0.058	0.24
20	陕西卫视	破晓	0.06	0.37	20	安徽卫视	我亲爱的小冤家	0.046	0.52
中央 中央电视台综合频道			1.286	5.6	中央 中央电视台综合频道			1.405	6.44

CSM71 4+ 2026年5月13日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2026年5月14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	良陈美锦	1.901	8.46	1	湖南卫视	良陈美锦	1.868	8.2
2	上海东方卫视	低智商犯罪	1.64	6.76	2	北京卫视	除恶	1.559	6.39
3	浙江卫视	冰湖重生	1.582	6.52	3	浙江卫视	冰湖重生	1.554	6.38
4	湖南卫视	最浪漫的事	1.552	12.09	4	江苏卫视	低智商犯罪	1.529	6.28
5	江苏卫视	低智商犯罪	1.533	6.34	5	上海东方卫视	低智商犯罪	1.449	5.94
6	北京卫视	除恶	1.369	5.65	6	湖南卫视	最浪漫的事	1.432	10.54
7	上海东方卫视	原罪	0.787	3.55	7	上海东方卫视	原罪	0.785	3.49
8	深圳卫视	我的山与海	0.553	2.31	8	深圳卫视	我的山与海	0.551	2.28
9	东南卫视	女神蒙上眼	0.366	1.51	9	安徽卫视	骄阳似我	0.34	1.41
10	安徽卫视	骄阳似我	0.345	1.44	10	东南卫视	女神蒙上眼	0.269	1.1
11	江西卫视	以法之名	0.185	0.78	11	江西卫视	以法之名	0.168	0.7
12	黑龙江卫视	无尽的尽头	0.172	0.71	12	北京卫视	沉默的荣耀	0.157	1.27
13	广东卫视	秋蝉	0.14	0.58	13	黑龙江卫视	无尽的尽头	0.151	0.62
14	天津卫视	青山是故乡	0.132	0.54	14	广东卫视	秋蝉	0.125	0.52
15	山东卫视	大染坊	0.097	0.4	15	山东卫视	大染坊	0.099	0.41
16	北京卫视	沉默的荣耀	0.09	0.81	16	天津卫视	青山是故乡	0.086	0.35
17	广东卫视	真心英雄	0.088	0.79	17	湖北卫视	人世间	0.083	0.34
18	陕西卫视	破晓	0.076	0.5	18	云南广播电视台卫视频道(一套)	战火青春	0.071	0.29
19	云南广播电视台卫视频道(一套)	战火青春	0.075	0.31	19	安徽卫视	我亲爱的小冤家	0.053	0.57
20	湖北卫视	人世间	0.066	0.27	20	河南卫视	我是刑警	0.049	0.2
中央 中央电视台综合频道			1.314	5.83	中央 中央电视台综合频道			1.399	6.14

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《无限超越班 第四季》、《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 5 月 11 日-2026 年 5 月 14 日）

◀ 前一天			日榜 2026年5月11日/周一 ▾	后一天 ▶	◀ 前一天			日榜 2026年5月12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	哈哈哈哈哈 第六季 — 多平台开播 上线 38 天	9718.56			1	哈哈哈哈哈 第六季 — 多平台开播 上线 39 天	9736.26		
2	无限超越班 第四季 — 优酷独播 上线 38 天	9175.54			2	无限超越班 第四季 — 优酷独播 上线 39 天	9176.98		
3	魔力歌先生 — 腾讯视频独播 上线 60 天	8936.15			3	魔力歌先生 — 腾讯视频独播 上线 61 天	9029.25		
4	我家那小子 2026 ↑6 芒果 TV 独播 上线 79 天	8665.60			4	奔跑吧 14 ↑2 多平台开播 上线 19 天	8528.65		
5	合伙人第二季 — 芒果 TV 独播 上线 31 天	8656.95			5	初入职场金融季 ↑21 芒果 TV 独播 上线 50 天	8366.76		

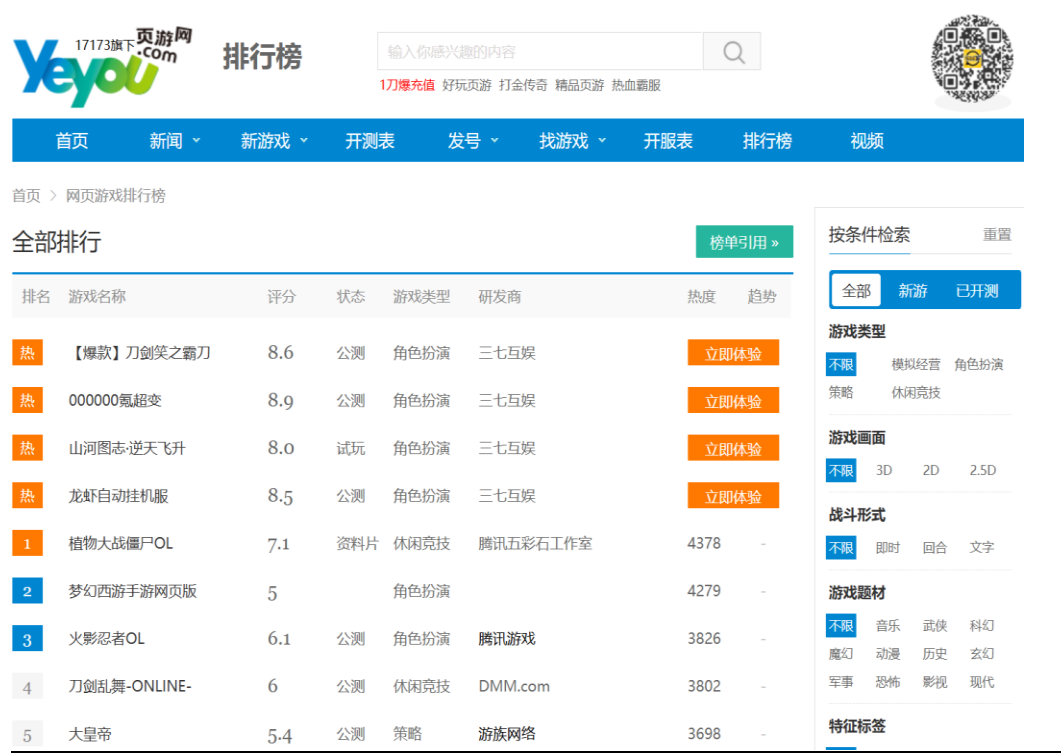
◀ 前一天			日榜 2026年5月13日/周三 ▾	后一天 ▶	◀ 前一天			日榜 2026年5月14日/周四 ▾	后一天 ▶
			猫眼热度榜数据规则 ①					猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度			综艺		当日热度		
1	哈哈哈哈哈 第六季 — 多平台开播 上线 40 天	9738.39			1	种地吧 第四季 NEW 爱奇艺独播 上线首日	9714.76		
2	无限超越班 第四季 — 优酷独播 上线 40 天	9186.96			2	哈哈哈哈哈 第六季 ↓1 多平台开播 上线 41 天	9595.03		
3	魔力歌先生 — 腾讯视频独播 上线 62 天	8969.54			3	怦然心动 20 岁：冬季 ↑1 优酷独播 上线 52 天	9255.00		
4	怦然心动 20 岁：冬季 ↑2 优酷独播 上线 51 天	8934.04			4	五十公里桃花坞 第6季 NEW 腾讯视频独播 上线首日	9217.75		
5	初入职场金融季 — 芒果 TV 独播 上线 51 天	8746.79			5	无限超越班 第四季 ↓3 优酷独播 上线 41 天	9123.19		

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 5 月 15 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》。

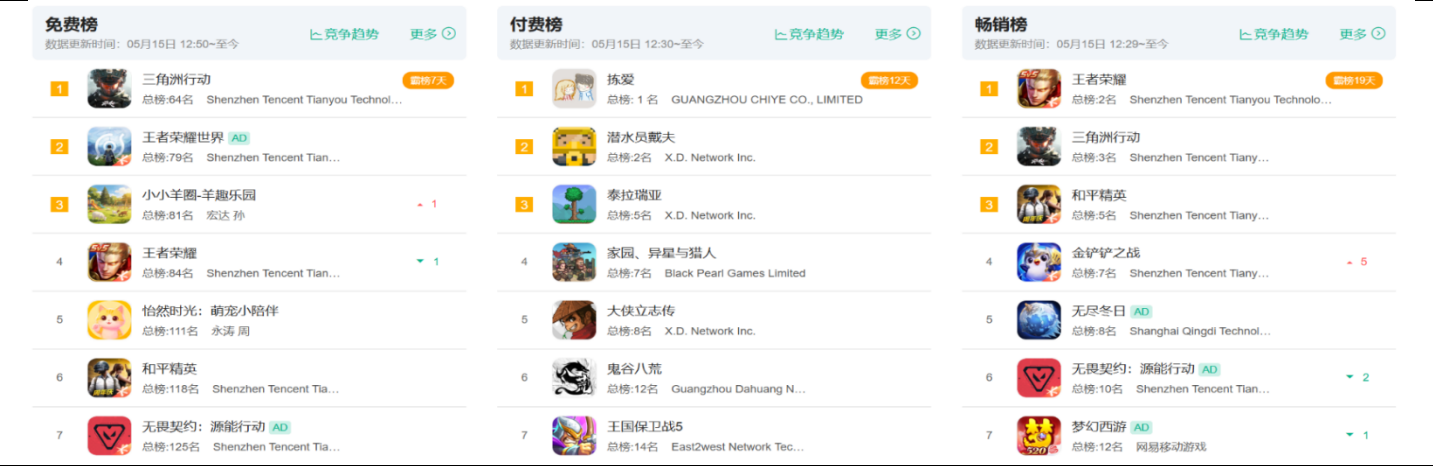
图表 7：过去 7 天网页游戏情况



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《三角洲行动》《王者荣耀世界》《小小羊圈-羊趣乐园》，畅销榜排名前三的手游分别为《王者荣耀》《三角洲行动》《和平精英》。

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
300251.SZ	光线传媒	2026 年 5 月 13 日	关于公司持股 5%以上股东减持股份触及 1%整数倍的公告
300071.SZ	福石控股	2026 年 5 月 12 日	关于董事、高级管理人员减持股份计划实施情况公告
000665.SZ	湖北广电	2026 年 5 月 12 日	关于持股 5%以上股东股份减持至 5%以下并触及 5%整数倍暨披露简式权益变动报告书的提示性公告
300518.SZ	新迅达	2026 年 5 月 11 日	关于公司持股 5%以上股东减持计划实施完毕的公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

步入 5 月中下旬，将迎接暑假档及赛事经济，2026 年暑假档新增世界杯与电竞赛事，有望拉动**内需新增量**，可积极关注游戏、电影、赛事等；AI 端，从腾讯到阿里发布最新财报中均积极投入 AI，助力传统主业升级，~~其中阿里~~越初期投入阶段，AI 时代 2B 商业化较快，AI 应用 2C 的商业化有望未来 1-2 年看到，AI 赋能传媒应用，企业均在积极布局，从数据到版权，从算力到 Agent，AI 驱动传媒板块标的估值提升仍可期。**投资标的维度看**，可关注暑假档拉动的世界杯赛事、电影游戏剧集等内容供给标的（儒意电影、博纳影业、恺英网络、中信出版、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、引力传媒等）；可关注 AI 应用板块标的（阿里、腾讯、美图、B 站、蓝色光标、博纳影业、恺英网络、中信出版、风语筑、姚记科技、万咖壹联、引力传媒、天龙集团、汇量科技等）。

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，**万达电影 002739**（ β 与 α 双受益，主投主控影片《转念》有望 2026 年暑假档上映，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）；**博纳影业 001330**（主投主控影片《四渡》定档暑假档有望助力 2026 年业绩回暖，AI 电影《三星堆未来往事》获龙标有成为 2026 年新增量）；**恺英网络 002517**（主业游戏业务稳健夯实 EPS，AI 孵化人工智能公司极逸 SOON 与中手游达成战略合作推出面向全球游戏市场，由 AI 驱动的市场洞察、游戏开发到全球发行的一站式智能体 GamePartner，并成立成立时光川行专注自研垂类 AI 短剧模型建设，长期方向上公司将逐步向叙事视频生成模型方向演进，构建专为叙事内容场景服务的垂直化模型能力）；**华策影视 300133**（剧集内容头部企业代表，积极加码算力业务助力公司从传统影视公司转向内容科技消费融合型公司）；**中信出版 300788**（大众阅读央企积极践行国企改革，关注后续 AI 业务推进，探索 IP 衍生运营，2026 年 5 月携《财经》杂志社、《证券市场周刊》杂志社与中信建投证券正式签订战略合作协议）；**完美世界 002624**（游戏新品《异环》留存数据较好以及关注后续暑假电竞赛事）；**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**（2026 年公司将围绕“AI 技术驱动、全球化布局、精细化运营、人才梯队升级”四大主线，推动移动游戏、互联网创新营销、扑克牌三大业务板块协同发展，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，AI 时代 IP 资产新重估可期）；**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，2026 年 4 月与北京人形机器人创新中心达成战略合作）；**蓝色光标 300058**（作为数字营销头部企业，2025 年业绩扭亏为盈，AI 拉动新收入，关注其港股上市进展）；**顺网科技 300113**（受益消费级边缘算力特有卡位优势，携手华为深耕算力服务生态）；**芒果超媒 300413**（AIGC 板块高度重视已推出 AIGC 微短剧《坐标》、影漫联动 AIGC 漫剧《玉茗茶骨：攻略计划》、科幻 AIGC 微短剧《神·笔》等）；**港股可关注，B 站 9626**（AI 驱动广告商业化效率提升，B 站 618 首推 AI 家装直播微综艺）；**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**（持续加码 AI 战略布局，从 ARR 数据凸显阿里 AI 已进入规模回报期，阿里的 MaaS 模型即服务（Model as a Service）有助于提升企业估值）；**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，智谱 GLM-5.1 在 ClaudeCode 运行取得开源冠军，代表了国产大模型在实际编程 Agent 场景下的 SOTA 级别能力）；**MiniMax0100**（关注视频生成模型 Hailuo 海螺进展）；**泡泡玛特 9992**（2026 年一季度整体收益同比增长 75%-80%，中国收益同比增长 100%-105%）；**布鲁可 0325**（关注《星球大战》超越版 LITE 系列等新品发布）；**名创优品 9896**（2026 年一季度预计收入达 56.78 亿元至 57.28 亿元，同比增长约 28%至 29%）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2026-5-15 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.63	0.10	0.15	0.18	96.30	64.20	53.50	买入
300413.SZ	芒果超媒	19.33	0.71	0.82	0.99	27.23	23.57	19.53	买入
002605.SZ	姚记科技	20.01	1.30	1.42	1.53	15.39	14.09	13.08	买入
603096.SH	新经典	18.46	0.82	1.25	1.43	22.51	14.77	12.91	买入
300058.SZ	蓝色光标	17.66	-0.12	0.18	0.23	-147.17	98.11	76.78	买入
603466.SH	风语筑	9.99	-0.04	0.27	0.36	-249.75	37.00	27.75	买入
603103.SH	横店影视	20.18	-0.15	0.43	0.56	-134.53	46.93	36.04	买入
600986.SH	浙文互联	10.51	0.11	0.20	0.22	95.55	52.55	47.77	买入
300788.SZ	中信出版	31.00	0.68	0.87	1.03	45.59	35.63	30.10	买入
002739.SZ	儒意电影	9.08	0.24	0.58	0.73	37.83	15.66	12.44	买入
300251.SZ	光线传媒	13.76	0.10	0.43	0.52	137.60	32.00	26.46	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	7.85	0.05	0.10	0.15	157.00	78.50	52.33	买入
002291.SZ	遥望科技	6.80	-1.08	0.13	0.17	-6.30	52.31	40.00	买入
300148.SZ	天舟文化	4.04	0.09	0.12	0.16	44.89	33.67	25.25	买入
601595.SH	上海电影	22.43	0.20	0.52	0.75	112.15	43.13	29.91	买入
600637.SH	东方明珠	9.64	0.22	0.24	0.26	43.82	40.17	37.08	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	134.07	2.83	4.28	6.43	47.38	31.33	20.85	买入
1357.HK	美图公司	4.12	0.13	0.27	0.33	31.71	15.27	12.49	买入
1318.HK	毛戈平	53.80	2.36	3.00	3.81	22.80	17.93	14.12	买入
0325.HK	布鲁可	49.52	2.54	3.18	4.09	19.50	15.57	12.11	买入
9896.HK	名创优品	24.46	0.97	2.31	2.65	25.21	10.59	9.23	买入
9992.HK	泡泡玛特	133.11	9.53	11.22	13.05	13.97	11.86	10.20	买入
2508.HK	圣贝拉集团	3.31	0.17	0.32	0.51	19.47	10.34	6.49	买入
2400.HK	心动公司	49.65	1.69	3.14	4.09	29.38	15.81	12.14	未评级
0772.HK	阅文集团	22.19	-0.21	-0.25	1.06	-105.64	-88.74	20.93	未评级
3738.HK	阜博集团	2.53	0.05	0.08	0.11	50.66	31.66	23.03	未评级
0700.HK	腾讯控股	398.63	20.49	24.31	26.61	19.46	16.40	14.98	未评级
1024.HK	快手-W	43.10	3.48	4.15	3.56	12.38	10.38	12.11	未评级
3690.HK	美团-W	72.23	5.66	-3.54	-1.92	12.76	-20.40	-37.62	未评级
2013.HK	微盟集团	1.27	-0.57	-0.06	-0.02	-2.22	-21.11	-63.32	未评级
1762.HK	万咖壹联	1.17	0.00	0.04	0.06	780.26	29.26	20.46	未评级
2331.HK	李宁	16.35	1.14	1.02	1.17	14.34	16.03	13.97	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=0.87343 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=6.8415 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。