

2025 年 10 月 18 日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

AI 赋能媒介与内容 从 IP 经济到审美经济

—传媒行业周报

推荐(维持)

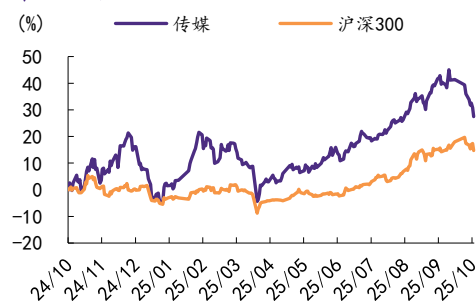
投资要点

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)	-8.7	7.7	31.7
沪深 300	0.4	11.2	15.0

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：Sora2 推出看 AI 焕新应用 2025 国庆档收官》2025-10-13
- 2、《传媒行业专题报告：小红书从种草到生活兴趣社区》2025-10-11
- 3、《传媒行业动态研究报告：Sora2 来了如何赋能传媒应用？》2025-10-07

本周观点更新

2025 年第四季度，从国庆到双 11，从玩具展览到 AI 新品，短期内外因子致板块波动，在波动中可积极关注国有文化传媒企业及各细分板块头部企业的韧性。字节跳动的豆包日均 Tokens 调用量已超 30 万亿（截止 2025 年 9 月），2025 年 10 月谷歌更新 Veo 视频模型至 Veo3.1，全球 AI 大模型趋向三个方向，第一，深度思考模型与多模态理解能力融合；第二，视频、图像、语音模型逐步达到生产级水平；第三，企业级 Agent 走向成熟并为企业带来新的生产力潜能。AI 正在潜移默化的赋能媒介与内容，AI 赋能媒介助力其分发效率，AI 赋能内容带来成本与门槛的降低，从大众媒介走向多元媒介，内容形成 IP 效应的时间在收窄，多元媒介也在助力审美经济发展。在 2001 年德国学者在《审美经济批判》中首次提出审美经济，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，从小红书发展中也可看出“审美经济”发展是伴随媒介新触达，内容新表达、线下展览与线上生活方式新融合，带来审美经济新发展。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒行业推荐评级。A 股可关注，东方明珠 600637（2025 年 10 月东方明珠塔与 Chiikawa 合作为地标注入年轻化趣味性元素，让传统文旅场景焕发新活力）；芒果超媒 300413（关注新综艺《声鸣远扬》撬动内容热度）；蓝色光标 300058（关于港股上市进展）；万达电影 002739（官宣分线计划布局）；奥飞娱乐 002292（2025 年 9 月推出员工持股计划）；中信出版 300788（大众阅读市场三季度表现略承压，静待双十一表现）；华策影视 300133（关注公司微短剧产品进展）；姚记科技 002605（关注卡牌板块热度拉动情绪）；天舟文化 300148（教辅与游戏双主业业绩增长）；上海电影 601595（电影《浪浪山小妖怪》拉动周边衍生品热销）；横店影视 603103（国庆档承压后关注下一档期效应）；风语筑 603466（作为数字展示龙头，静待业绩拐点）；浙文互联 600986（国企数字营销公司，构建“技术-场景-产业”全链路闭环生态）；吉比特 603444（业绩预告已渐兑现前期产品表现，静待后续产品进展）；港股可关注，B 站 9626（已开启双十一招商预热，新游戏产品将开启测试）；腾讯 0700（关注游戏新品《灰境行者》）；阿里 9988（关注双十一进展）；阜博集团 3738（作为全球领先的数字内容保护与交易

服务提供商，以数字内容收益开拓 RWA 新路径作）；美图 1357（借助 AI 合照功能获得海外多个国家 app store 总榜榜首）；布鲁可 0325（新品亮相 2025 中国玩具展）；圣贝拉 2508（以女性为支点撬动产后护理和修复市场，2025 年上半年业绩增长向好，关注后续出海与 AI 的进展）；毛戈平 1318（海外参会，期待东方美学全球传播）；名创优品 9896（自主 ip 搪胶产品亮相时装周）。

■ 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	2025-10-17 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	7.25	0.13	0.21	0.27	56.73	34.52	26.85	买入
300413.SZ	芒果超媒	29.46	0.73	0.86	1.06	40.39	34.26	27.79	买入
002605.SZ	姚记科技	25.77	1.30	1.42	1.53	19.83	18.15	16.84	买入
603096.SH	新经典	17.78	0.82	1.25	1.43	21.66	14.22	12.43	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.09	-0.12	0.18	0.23	-52.96	33.83	26.48	买入
603466.SH	风语筑	8.95	-0.23	0.35	0.51	-39.31	25.57	17.55	买入
603103.SH	横店影视	14.77	-0.15	0.43	0.56	-97.17	34.35	26.38	买入
600986.SH	浙文互联	7.95	0.11	0.20	0.22	74.93	39.75	36.14	买入
300788.SZ	中信出版	27.94	0.62	0.86	1.06	44.77	32.49	26.36	买入
002739.SZ	万达电影	10.67	-0.43	0.63	0.85	-24.74	16.94	12.55	买入
300251.SZ	光线传媒	16.16	0.10	0.43	0.52	162.41	37.58	31.08	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	8.31	-0.19	0.10	0.16	-43.08	83.10	51.94	买入
002291.SZ	遥望科技	6.81	-1.08	0.13	0.17	-6.33	52.38	40.06	买入
300148.SZ	天舟文化	4.39	0.04	0.13	0.17	111.70	33.77	25.82	买入
601595.SH	上海电影	27.30	0.20	0.52	0.75	135.89	52.50	36.40	买入
600637.SH	东方明珠	8.91	0.20	0.52	0.75	44.80	17.13	11.88	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	186.84	-3.23	1.93	4.01	-57.84	96.81	46.59	买入
1357.HK	美图公司	7.52	0.18	0.18	0.24	41.75	41.75	31.31	买入
1318.HK	毛戈平	97.53	2.18	2.36	3.00	44.74	41.33	32.51	买入
0325.HK	布鲁可	89.36	-2.69	4.42	6.05	-33.22	20.22	14.77	买入
9896.HK	名创优品	38.35	2.10	2.28	2.99	18.26	16.82	12.82	买入
2508.HK	圣贝拉	6.12		0.31	0.35		19.99	17.66	买入
2400.HK	心动公司	62.69	1.69	3.34	4.03	37.09	18.76	15.55	未评级
0772.HK	阅文集团	32.53	-0.21	1.22	1.26	-154.89	26.59	25.79	未评级
3738.HK	卓博集团	4.47	0.05	0.09	0.14	82.18	49.28	32.83	未评级
9992.HK	泡泡玛特	251.49	2.35	7.69	11.10	107.02	32.70	22.66	未评级
0700.HK	腾讯控股	555.22	20.49	23.69	27.18	27.10	23.43	20.43	未评级
1024.HK	快手-W	66.62	3.48	4.07	4.92	19.14	16.38	13.53	未评级
3690.HK	美团-W	86.30	5.66	0.69	4.80	15.25	124.62	17.98	未评级
2331.HK	李宁	15.21	1.17	0.97	1.09	13.06	15.66	13.98	未评级
2020.HK	安踏体育	77.35	5.41	4.84	5.46	14.30	15.99	14.16	未评级
IQ.O	爱奇艺	14.40	0.11		0.09	130.93		155.03	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=0.9132 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=7.0949 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 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（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 17 日） 7

图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 17 日） 7

图表 3：2023 年 1 月- 2025 年 10 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（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 16 日） 12

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 16 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 17

1、行业观点和动态

1.1、传媒行业回顾

市场综述：2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 17 日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.47%、-4.99%、-5.71%。细分到传媒各子行业来看，O2O 指数跌幅较小，万得虚拟现实指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为粤传媒、天威视讯、欢喜传媒，分别上涨 9.51%、9.12%、6.67%；跌幅 Top3 分别为利欧股份、阜博集团、吉比特，分别下跌 16.55%、15.66%、14.97%。

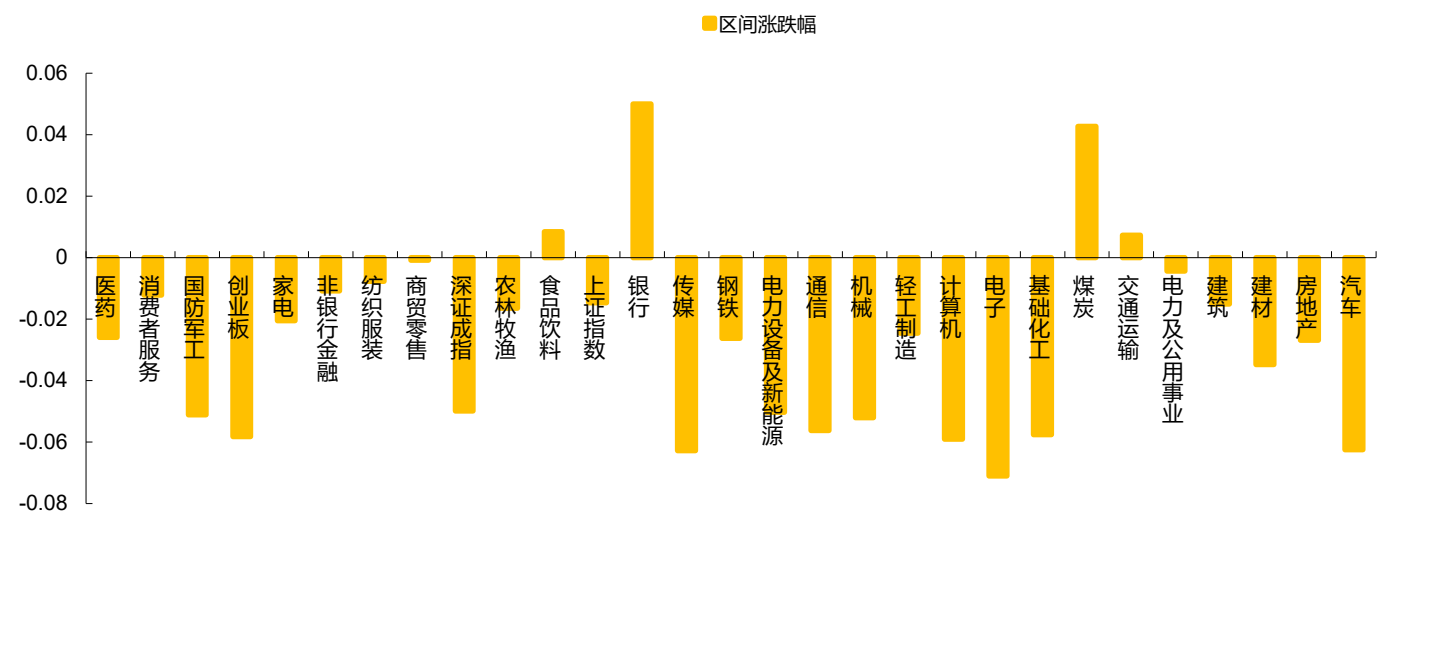
政策发力护航企业发展。继 2025 年 9 月商务部等 8 部门推出《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》后，2025 年 10 月上海经信委发布《上海市智能终端产业高质量发展行动方案（2026—2027 年）》，为贯彻落实国家“人工智能+”战略部署，到 2027 年，上海市智能终端产业持续做大做强，总体规模超 3000 亿元，打造 3 家以上具有全球影响力的消费级终端品牌，培育 2 家领军企业，实现三个“一千万”台规模，即人工智能计算机、人工智能手机、人工智能新终端规模各达到千万台以上。打造互联网新入口，拓展应用场景，推进智能终端功能优化，向普惠化、智能化、情感化方向升级，鼓励创新新型消费终端产品，依托人工智能技术赋能催生智能终端“新物种”，加快轻量化多模态端侧模型技术研发，推进蒸馏、剪枝、量化等模型压缩技术在端侧模型的应用，鼓励企业打造智能体平台，打通各类应用程序；深化市区协同，加快浦东新区、松江区、青浦区、临港新片区等智能终端重点区域发展。围绕智能终端上下游产业链，打造产业集聚区，加速汇聚一批具有竞争力的优质企业和创新企业，形成规模效应。政策护航、地理优、人才密度、资本厚度等维度看，可关注长三角地区文化传媒标的，可关注东方明珠、b 站、小红书、米哈游、叠纸、莉莉丝、姚记科技等。

关注小红书产业链，作为审美经济的受益者，小红书先从女性用户出发、优质内容产品奠定了内容社区发展新期待。从移动互联网到 AI 时代，小红书的 UGC 用户生产内容\PUGC 专业用户生产内容等维度积累了优质内容语料及数据池。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向上，也将成为性价比高的引流与留存用户的方式。小红书社区文化（从人、内容、传播节点看生活兴趣社区）带动数字营销、内容商业化，小红书社区中每个人是信息生产者、传播者，同时也是消费者，小红书用户从早期的“商品种草”发展为“生活指南”，再到 2025 年“你的生活兴趣社区”，不仅寻找自己想要的的生活方式，也会去自己进行生活实践，再将自己生活方式、生活态度分享出来，给更多的人启发，小红书社区文化中的核心组成部分是标签鲜明的个体，当个体引发共鸣后即成为小红书的传播节点，优质的好内容不具有绑定性，如何激活用户持续生产优质内容，分享生活方式成为小红书存在的价值，当传播节点持续增多后，小红书社区的活跃度与粘性均会得到强化，也利于激发内容创造，也有助于小红书社区完成“新陈代谢”与“关照当下用户新需求”；商业化端看，从数字营销到电商，从小红卡到内容商业化，小红书商业化边界也在持续拓宽。投资维度，可关注数字营销产业链（蓝色光标、浙文互联、引力传媒、因赛集团、天龙集团、姚记科技、汤姆猫、青木科技、有赞等）；电商产业链（阿里、京东、姚记科技等）；微短剧产业链（华策影视、九州文化、东方明珠等）。

字节跳动产业，一手加码电商，一手加码 AI。2025 年 10 月 9 日抖音电商启动双 11，今年双 11，抖音电商全球购将与众多海外品牌携手，将抽象的“信任”转化为可感知、可触达的消费体验，共同打造更健康的跨境购物新生态；跨境进口消费的竞争核心，已从“交易的效率”升维至“信任的效率”。抖音电商全球购，通过将内容场与货架场无缝融

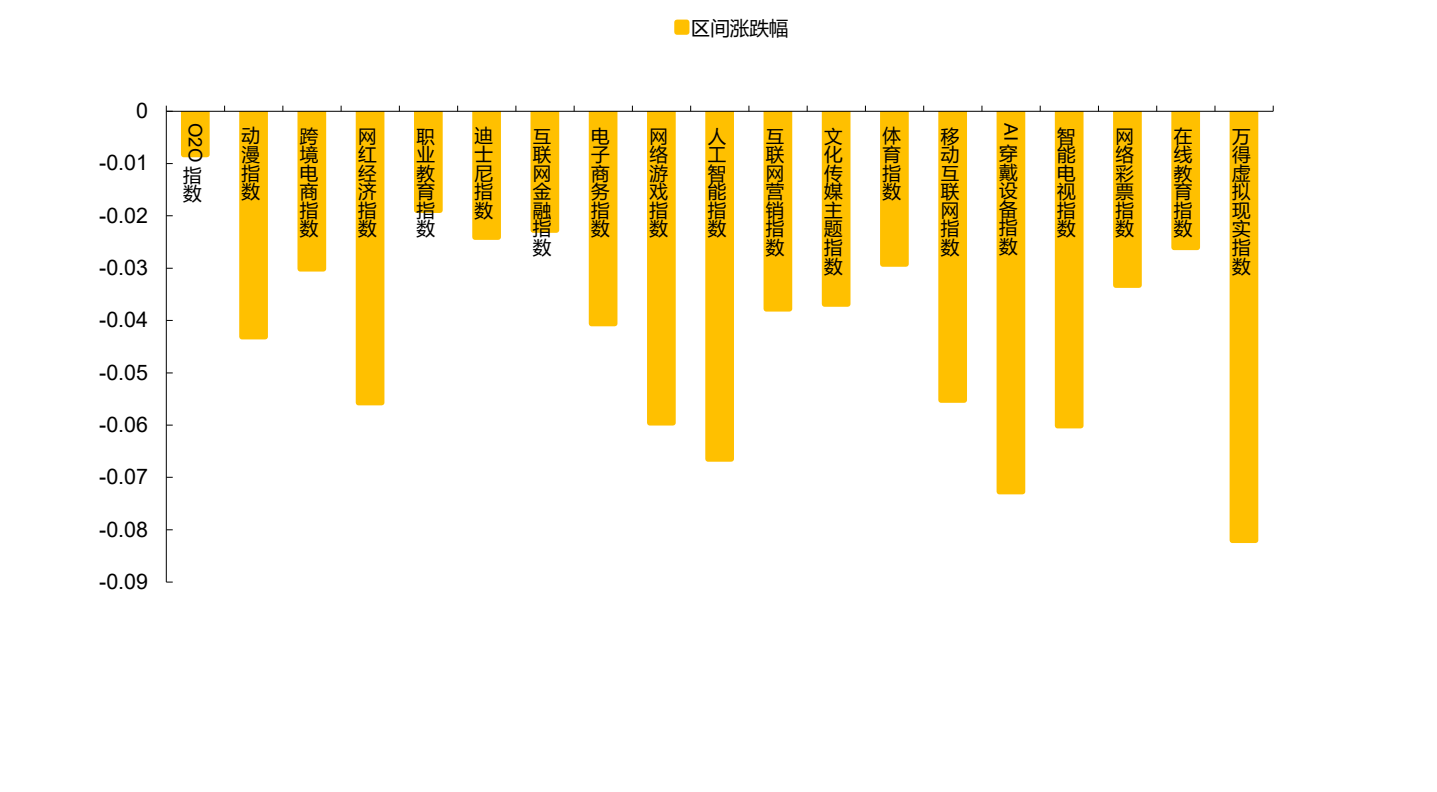
合，为行业提供了实现这种升维的关键基础设施。AI 端，豆包表现优异，2025 年 10 月，豆包大模型 1.6 正式发布，多模态理解的核心是“让模型像人一样理解世界”。豆包大模型 1.6 全系列均原生支持多模态思考能力，让模型可以理解和处理真实世界的问题。该能力支持了豆包 APP 最新的实时视频通话功能，在企业端可广泛应用于电商商品审核、自动驾驶标注、安全巡检等场景。同时，豆包·视频生成模型 Seedance 1.0 pro 正式发布，该模型具有无缝多镜头叙事、多动作及随心运镜、稳定运动与真实美感，在电商、影视、游戏等行业应用前景广阔。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 17 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（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 17 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

节后市场回暖。从下载量来看，2025 年 10 月 9 日至 16 日中国区 App Store 游戏下载榜 TOP15 在国庆节后首周呈现整体回暖趋势，多数产品排名实现 1-6 位上升，易携双作展示多元新品驱动下载榜单活力。随着四季度产品矩阵的进一步释放，预计具有鲜明差异化定位、强社交属性及可持续内容更新能力的产品，将在年末竞争周期中占据更优赛道位置。

收入端来看，中国区 App Store 游戏收入榜 TOP15 亦呈现整体上行格局，超六成产品排名上升，增幅区间集中于 1-19 位。灵犀互娱旗下 SLG 标杆《三国志·战略版》以 19 位涨幅位居榜首，腾讯《火影忍者》上升 11 位，麟贝互娱《我的花园世界》提升 6 位，分列涨幅前三。下滑产品波动幅度相对有限，区间为 1-5 位。预计伴随四季度竞争加剧，产品需更加关注“内容厚度”（如剧情、玩法创新）与“运营敏捷性”（如活动响应、福利设计）。

1.2.2 电商

【阿里巴巴】双 11 预售首小时 35 个品牌成交破亿，美妆品类爆发迅猛：双 11 于 10 月 15 日晚 8 点开启预售，首小时 35 个品牌成交破亿，1802 个品牌成交翻倍，活跃用户数超去年。美妆品类表现尤为突出，珀莱雅、雅诗兰黛、兰蔻、修丽可、海蓝之谜等品牌在预售前几分钟内相继破亿，其中修丽可 AGE 面霜成为首个破亿美妆单品。李佳琦、香菇来了等淘宝直播间首小时成交额与破亿数量均超去年，十余款明星单品上线即售罄。淘宝闪购多品类实现 2 倍以上增长，咖啡订单增长 800%，夜宵订单同比增长超 200%，三四线城市增幅显著。平台推动“闪购免单”活动，800 万用户参与，88VIP 会员订单量与淘金币频道用户数提升明显。超 10 万个品牌参与自播，43 个自播间成交额超亿元，品牌自播成增长新引擎。天猫宣布投入 30 亿补贴扶持商家，涵盖爆品、店播与达人激励，强化“超级播”流量扶持。

淘宝闪购与欧亚商业连锁达成战略合作，加速即时零售布局。10 月 15 日，阿里巴巴旗下淘宝闪购与欧亚商业连锁正式签署战略合作协议，聚焦“大生鲜+大美食+店仓一体化”履约体系，推动实体门店与数字技术双向赋能。双方将深化全渠道转型，借助淘宝闪购流量与技术优势，实现线上下单、即时送达，提升消费体验。此次合作是欧亚商业连锁推进数字化升级的关键一步，旨在释放实体门店价值，响应即时零售快速发展趋势。

【京东】11.11 首日活跃用户增长 47.6%居行业首位。自 10 月 9 日至 10 日，京东 APP 活跃用户数同比增长 47.6%。截至 14 日，家电、手机、数码、电脑等带电品类订单量同比增长超 70%，销售占比及增速均居行业第一。AI 硬件、智能机器人、3D 打印机等趋势品类表现亮眼，其中智能机器人成交额同比增长 5 倍，AI 眼镜增长超 3 倍。

在 10 月 11 日举行的京东 11.11 首个超级试用日活动中，试用频道订单同比增长 5.74 倍，品牌新用户数增长 5 倍，超 2800 个品牌订单实现翻倍。珀莱雅双抗精华、兰蔻持妆粉底液、飞鹤奶粉、英氏米粉、碧浪洗衣液等成为热门试用品。美妆护肤、个人护理、母婴为消费者最青睐的试用品类，全棉时代、珀莱雅、可心柔、英氏、欧莱雅位列爱试品牌榜前五。

【拼多多】拼多多双 11 大促将于 10 月 16 日 20:00 正式开启，持续至 11 月 14 日 23:59:59，较去年推迟两天。活动期间推出百秒夺宝、砸金蛋、跨店满减等玩法，并通过 A、

B、H 三种洪水链接为品牌提供低门槛入局机会，部分商品可享价格不需全网最低、仅需同款同价。报名需完成品牌包购买、官微置换及提报流程，成功后获官方补贴与流量加权。所有大促订单活动价不计入历史最低价，且参与“降价补差”服务的商品在价保期内可退差价。开门红阶段超 20 个类目实现翻倍增长，百亿补贴用户突破 6.2 亿，一线城市下单量增 3%，四五线城市下单金额增 167%， “理性升级”成消费新趋势。

【小红书】小红书市集双 11 开门红：下单购买人数同比增长 77%。小红书市集双 11 于 10 月 11 日开启现货销售，48 小时内下单购买人数同比增长 77%，交易订单数同比增 73%，销售额破 100 万的商品数量同比增长 155%。平台相关话题浏览量达 25 亿，逛市集集章互动人次超 1100 万，品牌与买手直播间总涨粉超 1200 万。苹果品牌首日达成近 4000 万 GMV，新客占比超 85%。章小蕙直播间 6 小时破亿，单场 GMV 达 1.8 亿，多位买手单场破千万。平台上线“买手橱窗”功能，支持千粉以上创作者申请，提供佣金减免、亿级流量及亿元“宠粉券”激励。同时推出“好货运营三板斧”体系与店播激励政策，新商享店铺分豁免，助力商家高效参与。

1.2.3 影视

短剧赛道愈演愈热，从九月微短剧备案情况来看，呈现短剧变长、主流化、系列化开发等特征。九月，全国重点网络微短剧规划备案共有 318 部、11691 集，与上一月相比，备案部数环比增长了 14.39%，备案集数环比增长了 29.20%。备案部数与备案集数均有较大提升，显示出行业创作活力持续释放，整体产能与内容供给稳步提升。备案的国资企业数量及项目总量明显增加，央视系、湖南广电、浙江影视等中央及地方广电机构均有重点项目布局，显示出主流媒体在微短剧领域的持续加码。同时，市场参与者的类型也更加丰富，新增了中文在线这类手握 IP 源头的版权平台，以及德阳市旌阳区融媒体中心这样的事业单位，进一步拓宽了产业的参与边界。

版权平台中文在线，九月备案了《一品布衣：烽火篇》《此刻，我为人族守护神》2 部作品，均为自有小说平台 17K 小说网的男频小说作品改编，其中《一品布衣：烽火篇》或为男频爆款短剧《一品布衣》的系列开发，进一步延续其 IP 价值与用户基础。

传统影视公司中，IP 系列化开发的趋势也更为明显，例如长信影视连续备案两部《唐诡奇谭》系列短剧，反映出市场正从单一爆款模式向更具长线价值的品牌化、系列化方向发展。

1.2.4 美护

“双 11”是中国消费市场重要的风向标之一，据最新发布的《双 11 首购消费调研》结果显示，8 成消费者首周已在参与双 11，其中 55.22%的消费者已“完成双 11 首单购买”；26.32%的消费者已“将心仪商品加入购物车”。其是对于美妆护肤品牌来说，每年双十一的参与度对下半年收入可能会产生重要影响。天猫双 11 活动首小时 35 个品牌成交破亿元，1802 个品牌成交翻倍，破亿元品牌数、成交翻倍品牌数、活跃用户数均超去年同周期，其中，美妆品类爆发尤其迅速，其中珀莱雅、修丽可、欧莱雅率先迈入“亿元俱乐部”：预售 1 分钟，珀莱雅破亿；2 分钟，雅诗兰黛破亿；3 分钟，兰蔻破亿；5 分钟，CPB 破亿；6 分钟，修丽可、海蓝之谜纷纷破亿；预售 4 小时，14 个美妆单品破亿。

从美妆行业的“顶流”李佳琦直播间来看，国货美妆迎来新一轮高光时刻。彩棠、同频等多个国货美妆品牌产品上架即售罄，花知晓、珀莱雅、薇诺娜、自然堂等头部国货品牌旗下爆品攀升至直播间美妆产品销量前列。而国货美妆品牌已连续 3 年摘得李佳琦直播间

双 11 美妆桂冠，高性价比的国产逐渐获得消费者认可。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

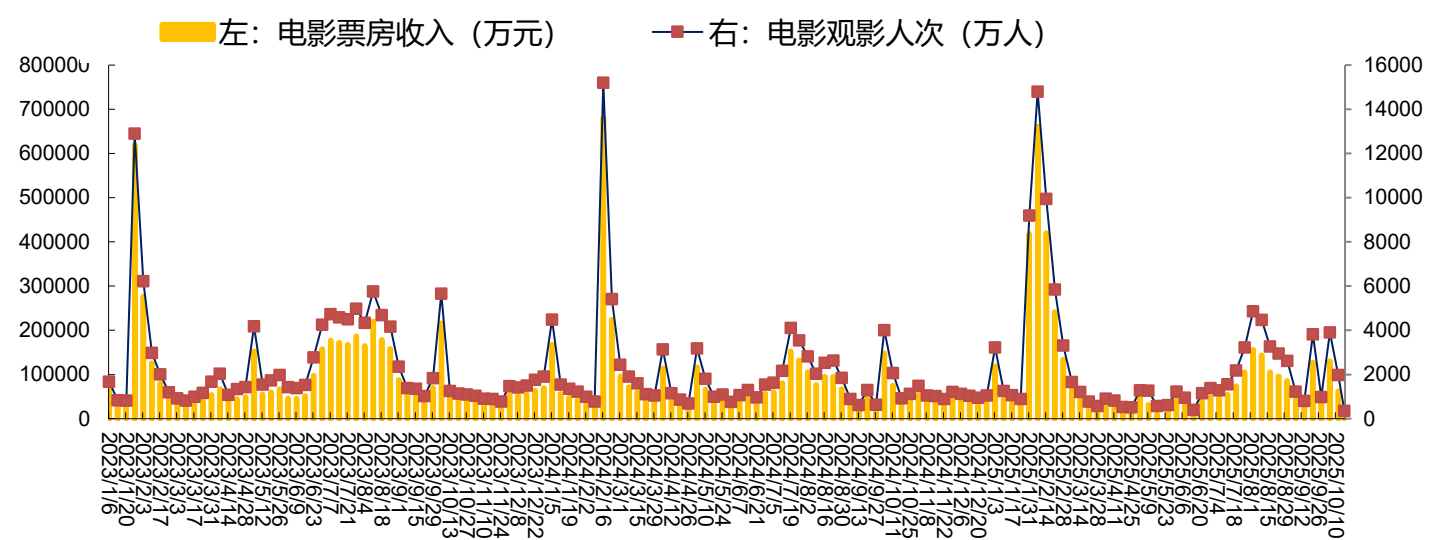
毛绒玩具市场广阔。近日，毛绒玩具巨头 Jellycat 披露 2024 年度业绩：2024 年公司营收约 3.33 亿英镑（折合人民币约 32 亿元），同比大增 66%；毛利润约 2.26 亿英镑，同比增长 74%；税后盈利 1.04 亿英镑，同比大涨 99%（税前利润 1.39 亿英镑，同比涨幅 107%）。聚焦玩具类目，能带来情绪满足感的毛绒玩具吸引着越来越多成年人购买收藏，在此趋势下，高客单价的 JELLYCAT 爆火全球。我国作为重要的玩具出口国，具有生产制造、销售出口等一系列优势，但是对于毛绒玩具品类，行业由于过于分散目前尚未跑出标杆企业。对比 Jellycat，国产公司仍需在潮流 IP 塑造、情绪溢价等易于提高客单价等特色标签上发力，打造国产知名毛绒玩具。

此外，除了传统玩具赛道，AI 玩具仍是当前商家的重点聚焦方向之一。10 月 12 日，由汕头市澄海玩具协会领衔指导的“热力象限 AI 智能产品交易会”在汕头澄海优必选高德乐生态中心举行。本次大会紧扣“AI 赋能产业，智能重构未来”主题，聚焦 AI 玩具、智能硬件、智能家居等前沿应用，搭建起 AI 技术与传统产业深度融合的高效对接平台。而在刚刚落幕的 2025CTE 中国玩具展上，“AI+玩具”的产业融合也正在进入规模化、场景化、商业化落地的新阶段。以棱镜智创为例，公司联合布局全球综合性文化娱乐的杰森娱乐集团、全球十大毛绒玩具制造商澳捷尔、技术型玩具龙头企业德必胜、以及中国玩具和婴童用品协会等业内顶尖伙伴，先后发布 11 款 AI 智能玩具新品，全面覆盖毛绒玩具、潮玩音响、早教机器人、会展智能顾问等多个品类。这一标杆性案例标志着未来 AI 玩具产业将会采用产业链资源整合的方式，而不是单独一家公司进行开发、产品实体制造、销售等产品全流程制造，有望加快 AI 玩具的商业化落地进度。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2025 年 10 月 13 日至 2025 年 10 月 17 日（第 41 周），周度票房为 1.30 亿元，周度电影票房 Top3 分别为《志愿军:浴血和平》《浪浪人生》《刺杀小说家 2》，周票房分别为 0.27 亿元、0.21 亿元和 0.15 亿元。

图表 3：2023 年 1 月- 2025 年 10 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 10 电影，如下表：

上映时间	影片名	出品公司/联合出品	发行公司/联合发行
2025 年 10 月 23 日	胡阿姨的花园	杭州镜之南文化创意有限公司	国影佳映（北京）文化传播有限公司
2025 年 10 月 24 日	偷天盗日	美国哥伦比亚影片公司	中国电影产业集团股份有限公司
2025 年 10 月 24 日	床下有人 4	飞辉映象（青岛）影视文化传媒有限公司	-
2025 年 10 月 24 日	向光花盛开	北京美地天瑞影业有限公司	海南忠道文化传媒有限公司
2025 年 10 月 24 日	陪你到清晨	北京灵和文化传媒有限公司	蒸腾影业（北京）有限公司
2025 年 10 月 25 日	下一个台风	浙文影业集团股份有限公司	之江影业传媒（浙江）有限公司
2025 年 10 月 25 日	世界计划：无法歌唱的初音未来	P. A. WORKS	华夏电影发行有限责任公司
2025 年 10 月 25 日	带你回家	成都嘉恒影业有限责任公司	成都伯亚影业有限公司
2025 年 10 月 25 日	阳光俱乐部	四川好奇易星影视文化传媒有限公司	北京凤合影业有限公司
2025 年 10 月 25 日	旁观者	潇湘电影集团有限公司	湖南蛮好电影有限公司

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江苏卫视的《华山论剑》、北京卫视的《沉默的荣耀》、浙江卫视的《归队》、湖南卫视的《猎豹》。

图表 5：电视剧情况（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 16 日）

CSM71 4+ 2025年10月13日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2025年10月14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	围猎	2.337	9.6	1	江苏卫视	围猎	2.324	10.07
2	浙江卫视	归队	1.873	7.67	2	江苏卫视	华山论剑	2.29	10.3
3	北京卫视	沉默的荣耀	1.82	7.44	3	浙江卫视	归队	1.819	8.03
4	湖南卫视	欢乐家长群二	1.765	7.41	4	北京卫视	沉默的荣耀	1.618	7.12
5	上海东方卫视	许我耀眼	1.561	6.39	5	上海东方卫视	许我耀眼	1.208	5.35
6	北京卫视	守护者们	1.555	6.33	6	上海东方卫视	K线成长记	0.767	4.07
7	湖南卫视	无尽之海	1.511	6.07	7	安徽卫视	潜渊	0.477	2.11
8	上海东方卫视	K线成长记	0.768	3.63	8	深圳卫视	无忧渡	0.387	1.73
9	深圳卫视	无忧渡	0.634	2.63	9	广东卫视	梅花红桃	0.378	1.68
10	广东卫视	梅花红桃	0.361	1.48	10	黑龙江卫视	无所畏惧之永不放弃	0.303	1.35
11	黑龙江卫视	无所畏惧之永不放弃	0.32	1.31	11	湖南卫视	猎豹	0.187	1.02
12	安徽卫视	潜渊	0.298	1.24	12	江西卫视	问苍茫	0.177	0.79
13	江西卫视	问苍茫	0.237	0.99	13	广东卫视	侦察英雄	0.12	1.19
14	北京卫视	藏海传	0.143	1.37	14	东南卫视	归队	0.114	0.51
15	东南卫视	归队	0.128	0.52	15	山东卫视	我们的河山	0.094	0.41
16	天津卫视	我和我的传奇奶奶	0.105	0.43	16	河南卫视	悬崖	0.084	0.38
17	山东卫视	我们的河山	0.09	0.37	17	天津卫视	我和我的传奇奶奶	0.078	0.34
18	广东卫视	侦察英雄	0.085	0.77	18	湖南卫视	无尽之海	0.072	0.31
19	重庆卫视	上甘岭	0.079	0.33	19	河北广播电视台卫视频道	叛逆者	0.066	0.29
20	河南卫视	悬崖	0.058	0.23	20	湖北卫视	浴血荣光	0.051	0.22
中央 中央电视台综合频道			0.724	3.26	中央 中央电视台综合频道			0.884	4.43
					中央 中央台八套			1.867	8.33

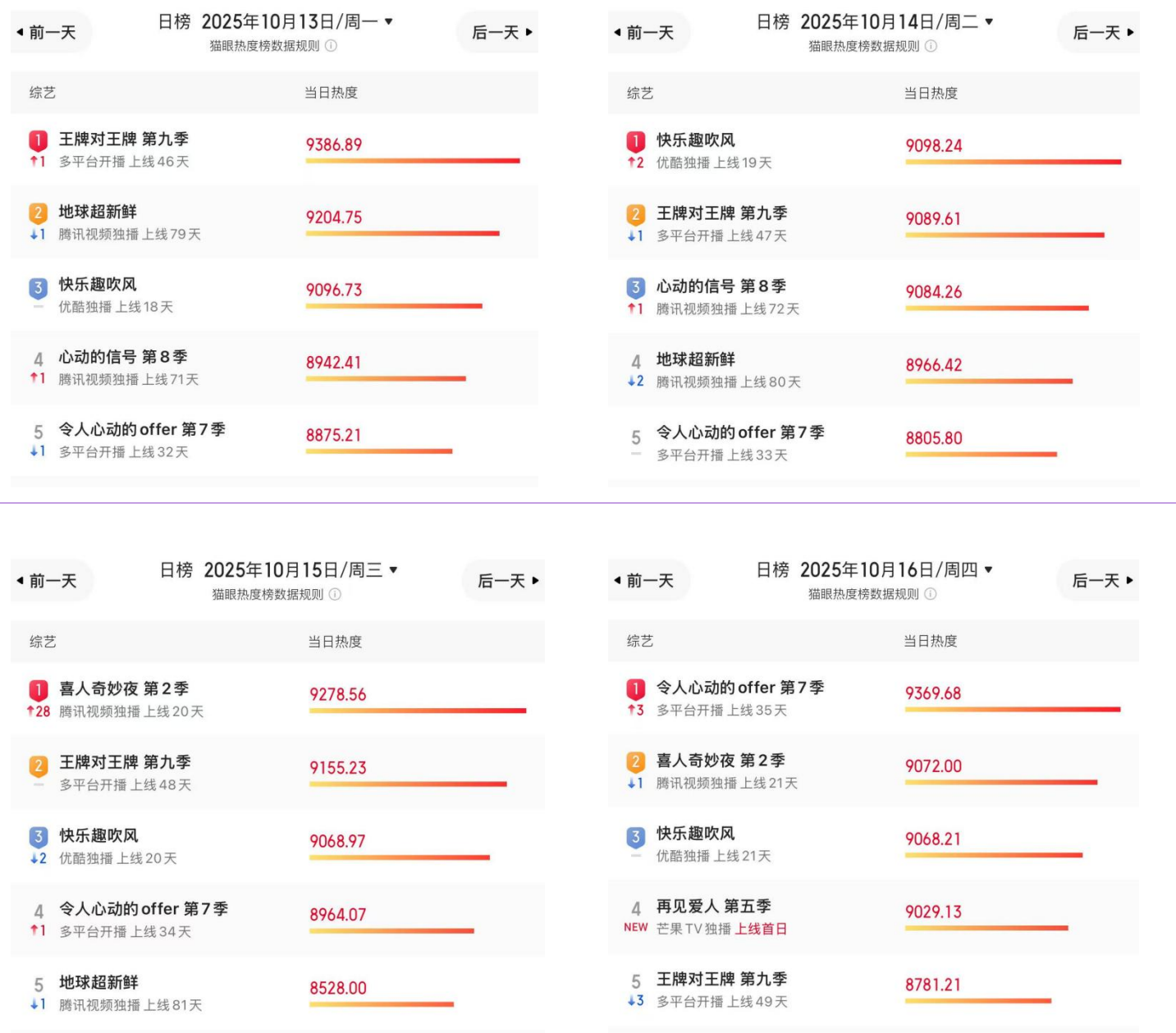
CSM71 4+ 2025年10月15日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2025年10月16日（周四）省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	华山论剑	2.411	10.95	1	江苏卫视	华山论剑	2.527	10.64
2	浙江卫视	归队	1.854	8.41	2	浙江卫视	凡人修仙传	1.923	8.26
3	北京卫视	沉默的荣耀	1.245	5.65	3	湖南卫视	猎豹	1.496	7.71
4	上海东方卫视	许我耀眼	1.184	5.37	4	北京卫视	沉默的荣耀	1.489	6.25
5	上海东方卫视	K线成长记	0.624	3.36	5	湖南卫视	无尽之海	1.399	5.82
6	安徽卫视	潜渊	0.441	2.01	6	上海东方卫视	余生有涯	1.244	5.2
7	深圳卫视	无忧渡	0.424	1.96	7	深圳卫视	无忧渡	0.461	1.96
8	广东卫视	梅花红桃	0.301	1.38	8	安徽卫视	潜渊	0.335	1.42
9	黑龙江卫视	无所畏惧之永不放弃	0.282	1.29	9	广东卫视	梅花红桃	0.282	1.19
10	湖南卫视	猎豹	0.184	1.02	10	黑龙江卫视	无所畏惧之永不放弃	0.243	1.03
11	广东卫视	侦察英雄	0.117	1.16	11	天津卫视	我和我的传奇奶奶	0.083	0.35
12	东南卫视	归队	0.081	0.37	12	河南卫视	悬崖	0.081	0.35
13	山东卫视	我们的河山	0.077	0.35	13	东南卫视	归队	0.078	0.33
14	河南卫视	悬崖	0.071	0.33	14	山东卫视	我们的河山	0.077	0.32
15	湖南卫视	无尽之海	0.065	0.29	15	河北广播电视台卫视频道	叛逆者	0.063	0.26
16	湖北卫视	浴血荣光	0.061	0.28	16	四川卫视	蛮好的人生	0.058	0.24
17	河北广播电视台卫视频道	叛逆者	0.06	0.27	17	新疆卫视	西北岁月	0.044	0.21
18	贵州卫视	莲花楼	0.046	0.21	18	湖北卫视	悬崖	0.043	0.18
19	河北广播电视台卫视频道	大决战	0.044	0.42	19	宁夏卫视	跨过鸭绿江	0.043	0.18
20	安徽卫视	皇家项链二	0.042	0.51	20	江西卫视	侦察英雄	0.043	0.19
中央 中央电视台综合频道			0.795	4.09	中央 中央电视台综合频道			0.837	3.49
中央 中央台八套			1.995	9.43	中央 中央台八套			2.057	8.74

资料来源：卫视小露电截图，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《王牌对王牌 第九季》、《快乐趣吹风》、《喜人奇妙夜 第2季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2025 年 10 月 13 日-2025 年 10 月 16 日）



资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

1.6、游戏市场

截至 2025 年 10 月 17 日，页游数据更新如下：最热门的为《传：四毒高爆》和《冰雪超变版·爆装》。

图表 7：过去 7 天网页游戏情况

全部排行							榜单引用 »
排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商	热度	趋势
热	传：四毒高爆	8.6	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	冰雪超变版·爆装	8.9	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	一人一鬼服·爆爽版	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	渡劫飞升·化神	8.5	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
1	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲益智	腾讯五彩石工作室	4256	-
2	梦幻西游手游网页版	5		角色扮演		4200	-
3	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏	4007	-
4	舰队Collection	6.4		策略	角川ゲームス	3783	-
5	刀剑乱舞-ONLINE-	6	公测	休闲益智	DMM.com	3450	-

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》《无畏契约：源能行动》《命运：群星》，畅销榜排名前三的手游分别为《王者荣耀》《三角洲行动》《金铲铲之战》。

图表 8：iOS 手游排行榜情况

免费榜	付费榜	畅销榜
数据更新时间：10月17日 22:19~至今	数据更新时间：10月17日 22:40~至今	数据更新时间：10月17日 22:20~至今
1 三角洲行动 总榜:22名 Shenzhen Tencent Ti... 2 无畏契约：源能行动 AD 总榜:53名 Shenzhen Tencent Ti... 3 命运：群星 AD 总榜:54名 网易移动游戏 4 王者荣耀 总榜:64名 Shenzhen Tencent Ti... 5 开心消消乐 AD 总榜:102名 乐元素	1 破门而入：行动小队 总榜:1名 厦门快爆游网络科技... 2 拣爱 总榜:3名 GUANGZHOU CHIYE... 3 泰拉瑞亚 总榜:6名 X.D. Network Inc. 4 鬼谷八荒 总榜:8名 Guangzhou Dahuang ... 5 王国保卫战5 总榜:11名 East2west Network T...	1 王者荣耀 总榜:2名 Shenzhen Tencent Tianyou Tech... 2 三角洲行动 总榜:4名 Shenzhen Tencent Tia... 3 金铲铲之战 总榜:8名 Shenzhen Tencent Tia... 4 地下城与勇士：起源 AD 总榜:11名 Tencent Mobile Games 5 和平精英 总榜:13名 Shenzhen Tencent Ti...

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
002131.SZ	利欧股份	2025 年 10 月 16 日	关于回购股份集中竞价减持计划的公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

2025 年第四季度，从国庆到双 11，从玩具展览到 AI 新品，短期内外因子致板块波动，在波动中可积极关注国有文化传媒企业及各细分板块头部企业的韧性。字节跳动的豆包日均 Tokens 调用量已超 30 万亿（截止 2025 年 9 月），2025 年 10 月谷歌更新 Veo 视频模型至 Veo3.1，全球 AI 大模型趋向三个方向，第一，深度思考模型与多模态理解能力融合；第二，视频、图像、语音模型逐步达到生产级水平；第三，企业级 Agent 走向成熟并为企业带来新的生产力潜能。AI 正在潜移默化的赋能媒介与内容，AI 赋能媒介助力其分发效率，AI 赋能内容带来成本与门槛的降低，从大众媒介走向多元媒介，内容形成 IP 效应的时间在收窄，多元媒介也在助力审美经济发展。在 2001 年德国学者在《审美经济批判》中首次提出审美经济，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，从小红书发展中也可看出“审美经济”发展是伴随媒介新触达，内容新表达、线下展览与线上生活方式新融合，带来审美经济新发展。从 AI+IP 时代有望步入 AI+审美经济时代，**投资维度，第一维度**，小红书产业链、B 站等；**第二维度**，文化传媒融合媒体代表东方明珠、芒果超媒等标的，将线上内容与线下体验相结合，“审美化”的场景叠加 AI 技术提升情感价值；**第三维度**，IP 生产的时间周期收窄，企业保持自有竞争力的周期也在缩短，一劳永逸，一个 IP 吃多年的红利时代已渐远，可持续的迭代能力是企业的竞争内核，可关注奥飞娱乐、布鲁可、实丰文化、中信出版、姚记科技、大麦娱乐旗下的阿里鱼、米哈游、叠纸、莉莉丝等。

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，**东方明珠 600637**（作为国有文化传媒集团排头兵，AI时代有望开启增长新引擎，旗下文旅业务代表东方明珠塔致力于探索IP与地标场景创新融合，2025年10月与Chiikawa合作为地标注入年轻化趣味性元素，让传统文旅场景焕发新活力）；**芒果超媒 300413**（关注新综艺《声鸣远扬》撬动内容热度）；**蓝色光标 300058**（关于港股上市进展，作为数字营销头部企业积极拥抱AI）；**万达电影 002739**（国庆档短期承压情绪释放，后续关注新档期拉动，官宣分线计划布局，以“艺术时光计划”为首个落地项目，分线计划整体围绕艺术电影推广、青年导演扶持、垂直类型分发展开）；**奥飞娱乐 002292**（2025年9月推出员工持股计划，2025年四季度推动陀螺从“IP玩具产品”向“竞技娱乐运动”长线运营升维）；**中信出版 300788**（大众阅读市场三季度表现略承压，静待双十一表现，中信出版作为央企，大众阅读头部企业持续具韧性）；**华策影视 300133**（关注公司微短剧产品进展，以及长短剧联动，间接投资智谱华章）；**姚记科技 002605**（看后续主业修复回暖进展，关注卡牌板块热度拉动情绪）；**天舟文化 300148**（教辅与游戏双主业业绩增长，新业务AI+教育可期，2025年7月推出AI练字教育产品）；**上海电影 601595**（电影《浪浪山小妖怪》拉动周边衍生品热销，也将受益IP+文旅赋能消费新场景）；**横店影视 603103**（国庆档承压后关注下一档期效应，借力横店的影视产业资源，加强文旅业务融合，推动构建影视产业生态新发展）；**风语筑 603466**（作为数字展示龙头，静待业绩拐点）；**浙文互联 600986**（国企数字营销公司，积极践行文化+科技，深耕“AI+营销”“AI+文化”“算力+融租”三大产业链，构建“技术-场景-产业”全链路闭环生态）；**吉比特 603444**（业绩预告已渐兑现前期产品表现，静待后续产品进展）；**港股可关注，B站 9626**（已开启双十一招商预热，2025年业绩有望持续向好，以优质内容为支点也是创越周期的核心，社区视频商业价值有望再升，新游戏产品将开启测试）；**腾讯 0700**（关注游戏新品《灰境行者》，关注AI驱动内容进展）；**阿里 9988**（关注双十一进展，以AI为支点撬动时代红利）；**阜博集团 3738**（作为全球领先的数字内容保护与交易服务提供商，以数字内容收益开拓RWA新路径作）；**美图 1357**（借助AI合照功能获得海外多个国家app store总榜榜首，全球影像赛道仍具发展潜力）；**布鲁可 0325**（新品亮相2025中国玩具展如新世纪福音战士、奥特曼、圣斗士、塔豆、三丽鸥、飞天小女警等）；**圣贝拉 2508**（以女性为支点撬动产后护理和修复市场，2025年上半年业绩增长向好，关注后续出海与AI的进展）；**毛戈平 1318**（10月15日参加法国卢浮宫国际化妆品创新匹亚峰会并发表演讲，期待东方美学全球化传播，助力公司海外发展）；**名创优品 9896**（自主潮玩IP亮相巴黎时装周，国产IP搪胶产品有望打开国际市场）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2025-10-17 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.27	0.13	0.21	0.27	72.54	44.14	34.33	买入
300413.SZ	芒果超媒	35.38	0.73	0.86	1.06	48.51	41.14	33.38	买入
002605.SZ	姚记科技	27.77	1.30	1.42	1.53	21.37	19.56	18.15	买入
603096.SH	新经典	17.64	0.82	1.25	1.43	21.49	14.11	12.34	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.58	-0.12	0.18	0.23	-57.22	36.56	28.61	买入
603466.SH	风语筑	9.70	-0.23	0.35	0.51	-42.60	27.71	19.02	买入
603103.SH	横店影视	15.91	-0.15	0.43	0.56	-104.67	37.00	28.41	买入
600986.SH	浙文互联	8.26	0.11	0.20	0.22	77.85	41.30	37.55	买入
300788.SZ	中信出版	29.59	0.62	0.86	1.06	47.41	34.41	27.92	买入
002739.SZ	万达电影	12.21	-0.43	0.63	0.85	-28.31	19.38	14.36	买入
300251.SZ	光线传媒	19.57	0.10	0.43	0.52	196.68	45.51	37.63	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.03	-0.19	0.10	0.16	-46.81	90.30	56.44	买入
002291.SZ	遥望科技	6.72	-1.08	0.13	0.17	-6.25	51.69	39.53	买入
300148.SZ	天舟文化	4.73	0.04	0.13	0.17	120.36	36.38	27.82	买入
601595.SH	上海电影	29.29	0.20	0.52	0.75	145.79	56.33	39.05	买入
600637.SH	东方明珠	9.80	0.20	0.52	0.75	49.27	18.85	13.07	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	187.84	-3.23	1.93	4.01	-58.16	97.33	46.84	买入
1357.HK	美图公司	7.95	0.18	0.18	0.24	44.18	44.18	33.13	买入
1318.HK	毛戈平	98.42	2.18	2.36	3.00	45.14	41.70	32.81	买入
0325.HK	布鲁可	80.12	-2.69	4.42	6.05	-29.78	18.13	13.24	买入
9896.HK	名创优品	39.70	2.10	2.30	3.00	18.90	17.25	13.23	买入
2508.HK	圣贝拉	5.51		0.32	0.35		16.98	15.70	买入
2400.HK	心动公司	72.05	1.69	3.06	3.79	42.63	23.58	19.03	未评级
0772.HK	阅文集团	35.81	-0.21	1.22	1.26	-170.51	29.27	28.39	未评级
3738.HK	阜博集团	5.01	0.05	0.09	0.13	91.97	56.27	37.85	未评级
9992.HK	泡泡玛特	243.98	2.35	7.69	11.10	103.82	31.73	21.98	未评级
0700.HK	腾讯控股	590.68	20.49	23.73	27.17	28.83	24.89	21.74	未评级
1024.HK	快手-W	69.34	3.48	4.07	4.93	19.93	17.04	14.07	未评级
3690.HK	美团-W	92.27	5.66	0.88	4.91	16.30	104.44	18.78	未评级
2331.HK	李宁	15.55	1.17	0.97	1.09	13.34	15.97	14.28	未评级
2020.HK	安踏体育	83.37	5.41	4.85	5.47	15.41	17.19	15.25	未评级
IQ.O	爱奇艺	18.77	0.11		0.10	170.62		190.74	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=0.9132 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=7.0949 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。