

2025 年 09 月 21 日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

迎国庆档双 11 抢跑 华为《智能世界 2035》迎智能体互联网

—传媒行业周报

推荐(维持)

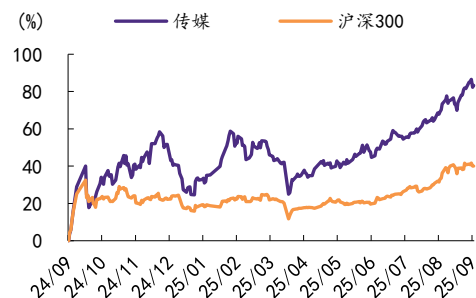
投资要点

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)	7.6	26.6	83.3
沪深 300	5.0	17.0	40.6

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：以AI为支点撬动国产应用新增量可期》2025-09-07
- 2、《传媒行业周报：AI应用仍可期》2025-08-17
- 3、《传媒行业动态研究报告：WAIC大会强供给 AI应用商业化如何解？》2025-07-29

本周观点更新

迎国庆叠加政策持续护航，自 2025 年 8 月国务院推出深入实施“人工智能+”行动的意见后 2025 年 9 月商务部发布扩大服务消费若干政策，护航“人工智能+消费”拓展数字服务消费。传媒兼具科技应用与可选消费双属性，有望承接 AI 应用赋能消费新场景；同时，迎国庆下除了文旅热度国庆档片单持续供给；双 11 在各平台招商中已预热且中美就 TikTok 的达成框架协议也有利于电商与数字营销板块。企业端，9 月阿里云栖大会举办且第四届全球数字贸易博览会也在杭州举办；AI 赋能新消费场景叠加 AI 应用均可期。华为发布《智能世界 2035》报告并指出 2035 年全球 AI 智能体数量将达到 9000 亿，以 AI 大模型为代表的人工智能正逐渐进入人们的生产与生活，不仅显著提升社会生产效率、驱动经济增长，更将重塑生活方式，推动世界跨越式向前发展，也将进入智能体互联网时代。

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（通过股权投资方式受让超聚变数字技术有限公司股权）；芒果超媒 300413（新综艺《声鸣远扬》9 月海选并将有望 10 月底开启直播）；蓝色光标 300058（ALL In AI 战略见成效，战略投资 PureblueAI 清蓝，共同发力 GEO 市场）；万达电影 002739（暑假档后将迎国庆档关注影片《浪浪人生》，非票收入通过创新拉动创收）；汤姆猫 300459（《汤姆猫总动员 2》成汤姆猫海外新晋主力产品，关注后续 AI 新品供给）；奥飞娱乐 002292（2025 年 9 月推出员工持股计划受让价格为 4.84 元/股）；中信出版 300788（央企，大众阅读头部企业主业持续具韧性）；华策影视 300133（国庆档关注电影《刺杀小说家 2》）；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（关注国庆档进展，下沉市场内需仍具潜力）；风语筑 603466（以具身智能驱动新文旅，借科幻赛道转战体验经济：携手三体宇宙，以“P+科技+商业”EPCO 模式打造“体·未来学院”）；浙文互联 600986（全链路 AI 布局再迎发展新机遇，深耕“AI+营销”“AI+文化”“算力+

融租”三大产业链)；吉比特 603444 (《问剑长生》拟 2025 年第四季度在中国港澳台、韩国等地区上线；)；港股可关注，B 站 9626 (已开启双十一招商预热)；腾讯 0700 (2025 年 8 月新游《无畏契约:源能行动》表现优异)；阿里 9988 (迎阿里云栖大会，推出高德扫街榜利)；阜博集团 3738 (以数字内容收益开拓 RWA 新路径作)；美图 1357 (推出 AI Agent 产品 RoboNeo)；布鲁可 0325 (关注后续新品进展)；圣贝拉 2508 (以女性为支点撬动产后护理和修复市场，关注后续出海与 AI 的进展)；名创优品 9896 (小店战略进展顺利，期待海外增量)；毛戈平 1318 (10 月将正式进驻香港海港城，持续期待公司海外拓展)。

■ 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	2025-09-19 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.47	0.13	0.21	0.27	74.10	45.10	35.07	买入
300413.SZ	芒果超媒	33.01	0.73	0.86	1.06	45.26	38.38	31.14	买入
002605.SZ	姚记科技	28.80	1.30	1.42	1.53	22.16	20.28	18.82	买入
603096.SH	新经典	18.03	0.82	1.25	1.43	21.96	14.42	12.61	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.67	-0.12	0.18	0.23	-58.00	37.06	29.00	买入
603466.SH	风语筑	9.88	-0.23	0.35	0.51	-43.39	28.23	19.37	买入
603103.SH	横店影视	17.96	-0.15	0.43	0.56	-118.16	41.77	32.07	买入
600986.SH	浙文互联	8.64	0.11	0.20	0.22	81.43	43.20	39.27	买入
300788.SZ	中信出版	30.16	0.62	0.86	1.06	48.33	35.07	28.45	买入
002739.SZ	万达电影	12.82	-0.43	0.63	0.85	-29.72	20.35	15.08	买入
300251.SZ	光线传媒	19.01	0.10	0.43	0.52	191.06	44.21	36.56	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.52	-0.19	0.10	0.16	-49.35	95.20	59.50	买入
002291.SZ	遥望科技	6.25	-1.08	0.13	0.17	-5.81	48.08	36.76	买入
300148.SZ	天舟文化	4.91	0.04	0.13	0.17	124.94	37.77	28.88	买入
601595.SH	上海电影	31.07	0.20	0.52	0.75	154.65	59.75	41.43	买入
600637.SH	东方明珠	8.53	0.20	0.52	0.75	42.89	16.40	11.37	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	193.90	-3.23	1.93	4.01	-60.03	100.46	48.35	买入
1357.HK	美图公司	8.49	0.18	0.18	0.24	47.15	47.15	35.36	买入
1318.HK	毛戈平	101.89	2.18	2.36	3.00	46.74	43.17	33.96	买入
0325.HK	布鲁可	85.52	-2.69	4.42	6.05	-31.79	19.35	14.13	买入
9896.HK	名创优品	44.34	2.10	2.35	3.03	21.11	18.89	14.63	买入
2508.HK	圣贝拉	5.93		0.36	0.36		16.57	16.39	买入
2400.HK	心动公司	79.89	1.69	2.97	3.66	47.27	26.88	21.83	未评级
0772.HK	阅文集团	38.87	-0.21	1.21	1.26	-185.10	32.06	30.89	未评级
3738.HK	卓博集团	4.77	0.05	0.09	0.13	87.51	53.54	36.02	未评级
9992.HK	泡泡玛特	248.22	2.35	7.39	10.65	105.63	33.58	23.31	未评级
0700.HK	腾讯控股	587.63	20.49	23.69	27.15	28.68	24.80	21.65	未评级
1024.HK	快手-W	69.33	3.48	4.08	4.94	19.92	17.01	14.04	未评级
3690.HK	美团-W	97.22	5.66	1.41	5.23	17.18	68.99	18.61	未评级
2331.HK	李宁	16.24	1.17	0.98	1.09	13.94	16.63	14.89	未评级
2020.HK	安踏体育	88.53	5.41	4.84	5.46	16.36	18.29	16.21	未评级
IQ.O	爱奇艺	18.71	0.11	-0.01	0.10	170.05	-2494.12	190.10	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=0.9146 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=7.1125 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	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	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（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 19 日）	8
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 19 日）	8
图表 3：2023 年 1 月- 2025 年 9 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（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 18 日）	13
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 18 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	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	17

1、行业观点和动态

1.1、传媒行业回顾

市场综述：2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 19 日，上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.30%、1.14%、2.34%。细分到传媒各子行业来看，网络游戏指数涨幅较大，网络彩票指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为星辉娱乐、完美世界、欢喜传媒，分别上涨 25.95%、14.55%、13.85%；跌幅 Top3 分别为吉视传媒、粤传媒、文投控股，分别下跌 23.52%、14.43%、11.54%。

自上而下看政策护航。自 2025 年 8 月国务院推出深入实施“人工智能+”行动的意见后 2025 年 9 月商务部发布扩大服务消费若干政策。本次政策指出，支持推出一批文学、艺术、影视、动漫等领域精品创作；支持世界文化遗产、文博场馆、非遗机构、历史文化名城，挖掘传统文化 IP 市场价值，打造服务消费新场景；支持有条件的地方以优质演艺、动漫、影视作品等线上流量带动线下场景创新；推动市场化方式举办的各类文化展览进商场、进社区、进公园；鼓励引进国外优秀体育赛事；拓展数字服务消费，开展“人工智能+消费”典型应用案例推荐，持续打造信息消费新产品新场景新热点。核心是通过新技术如人工智能的赋能撬动消费新场景。标的维度看，可关注企业**东方明珠**（拥有东方明珠塔、梅奔文化中心等稀缺地标文旅资源，打造 AI+内容+场景，IP 端《蛮好的人生》拉动城市文旅打卡；AI 端，超高清 AI 升级行动开启智慧家庭视听新体验，外延端参股超聚变，携手 minimax 与阶跃星辰，携手相信音乐共同推出了“MAYDAYLAND 东方明珠指挥总部”活动，以“文旅+演艺”的沉浸式体验，打造消费新场景）；**风语筑**（推进 AI 应用打造智能文化科技新范式，打造并运营的奉贤“在水一方”科幻馆，“空间数字化+智能交互+IP 运营”产品矩阵）；**华策影视**（IP 端推出“有风的地方”，AI 端“有风”大模型、“国色”大模型推出构建了全球首个影视垂直领域大模型，外延端战略投资智谱华章，并建立战略合作，国庆档看《刺杀小说家 2》）；**万达电影**（AI 端，打造 AI 养成系毛绒品牌“萌心物语”等潮玩业务，打造“内容+消费+科技”的商业体系。2025 年上半年公司将“超级娱乐空间”战略升级为“1+2+5”战略版图，国庆档看《浪浪人生》；同时横店影视、上海电影同理，内容+AI+IP+文旅）；**b 站**（线下有 BW Bilibili World 同好盛会具有客群集聚与消费外溢，展会带动消费增长且盘活线下文旅。Bilibili 通过“魔都漫游计划”联动上海店铺，通过 IP+消费模式，推动二次元经济向多元领域渗透）。

以华为为代表，提出智能世界 2035 年以及进入智能体互联网时代并有 9000 亿的智能体。未来十年制造业的变革，除降本提质外，更受消费趋势驱动，并在行业实践中逐步明晰发展方向。消费端呈现两大核心诉求：一是个性化定制需求激增；二是高品质与情绪价值重视度提升。华为指出，2035 年硅基新成员走入家庭，是机器，更是家人，智能机器人走进千家万户，成为不可或缺的伙伴和家人，让居住体验更高效、更个性化、更舒适。沉浸全息技术让空间随心切换，随着空间感知、虚拟现实、显示等多种技术的进一步发展，未来的影音娱乐和游戏设备将能够融合视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉和意念，帮助人与设备实现感知、情感的双向交互。设备具备模拟、还原、增强物理世界的能力，帮助人们构建虚拟世界与物理世界的融合，华为提出的智能世界 2035 年，从各个领域畅想 AI 带来的可能性，与 AI 共赢，加速生活场景跃迁。从 PC 时代进入移动互联网时代并有望进入智能体互联网时代。华为指出，PC 互联网的特征是 Time-On-Demand + 文件图片，少数人生产，多数人消费。移动互联网的特征是 Time-on-Line + 富媒体（2D/3D 视频），人人均是生产者和消费者。智能体互联网的特征是 Time-In-Real + 超维空间（H-D 多维信息），智能体和人

是生产者，同时也是消费者。到 2035 年，90 亿人口拥有 9000 亿的智能体。未来十年通信网络的连接对象将从 90 亿人扩展到 9000 亿智能体，其价值将从服务于“人与人沟通”向构建“智能体互联”的下一代网络发展。

以阿里为代表，撬动 AI 板块新亮点。2025 年 9 月，阿里举办 2025 云栖大会（9.24-9.26）本次会议将构建 AI 驱动的技术基座、开拓 AI 应用场景的无限边界、重塑 AI 时代的生产力与协作三大主题方向，全方位呈现云和 AI 如何驱动业务增长、产业升级。伴随 AI 应用驱动云服务需求，阿里云将继续对客户增长与技术创新进行投入，包括 AI 产品和服务，以提升 AI 领域的云采用量，在模型端，电影级视频生成模型通义万相 Wan2.2 系列模型开源，大幅提升电影级画面的制作效率，有望拉动 AIGC 供给进而带动电影院线、视频娱乐等企业的优质内容供给；阿里以一己之力拉动浙江板块以及 AI 板块以及本地生活版本，也从上游芯片，中游云业务，下游的消费等领域多点开花，2025 年 9 月推出高德扫街榜，高德指出扫街榜不仅仅是榜单，也是线下服务的“信用标尺”，高德基于积累的真实数据场景与全新的 AI 技术，对用户数据进行多维度筛选，让‘信任’成为消费的底色，也为中小商家打通“被看见”的通道，高德从出行平台逐步致力于成为生活服务平台，因阿里的基因加持，也进行从线上电商到线上线下联动的新探索，高德借助扫街榜形成“服务-数据-口碑-客流”的正向循环，阿里作为中国优质资产的代表之一，仍值得期待。

2025 年国庆档能否拉动电影院线板块？2025 年国庆档影片有《731》加持，虽不在国庆当日上映，但其 9 月 18 日上映后的热度有望延续到国庆档；除了《731》之外，《志愿军》也是主流影片代表之一，2025 年国庆档影片集齐了奇幻、喜剧、动画等元素，从华策影视推出的《刺杀小说家 2》到万达电影推出的《浪浪人生》，也均符合国庆假期的合家欢观影。继暑假档后迎国庆档，虽黑马影片缺席，但总体质量中规中矩。电影的内核仍是供给创需求，内容板块，从剧集到短剧再到游戏电影，优质内容是可穿越周期（2025 年 9 月七麦数据显示付费榜冠军为真人实拍宫廷生存互动影视作品《盛世天下：女王的游戏》开启“影视+游戏”融合体验新模板），优质优质也有助于拉动周边衍生经济。从上海电影到万达电影均在验证中，2025 年国庆档能否创新成绩高点仍需要观众投票。

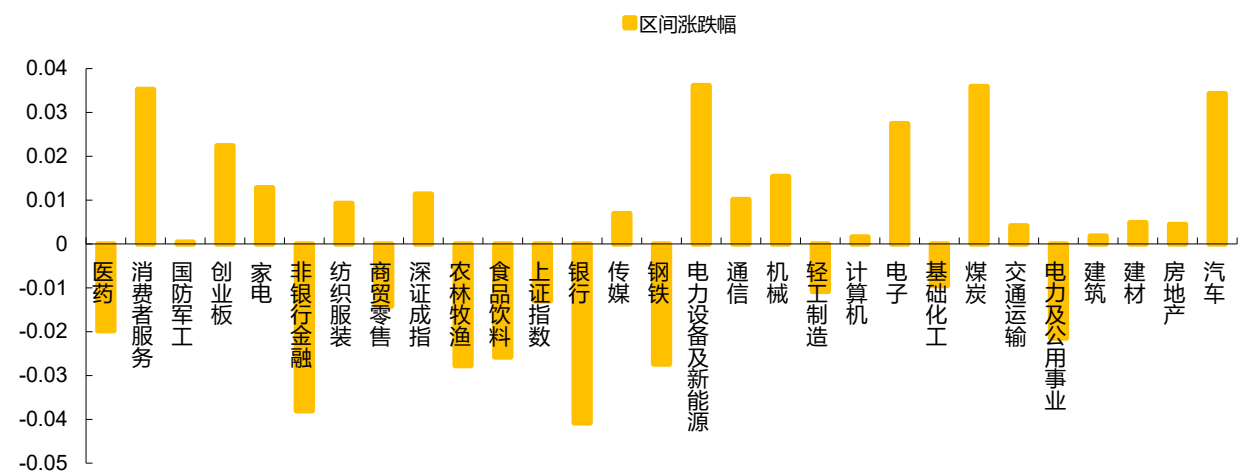
2025 年双十一各平台方已抢先预热。以 B 站为例，在 2025 年 9 月已围绕双十一大促季，联动阿里、京东电商平台，帮助客户在双十一提前种草抢占潜力消费者心智，并推出了大消费行业专场、家电生活行业专场、产品能力专场，在商业化变现端，B 站平台的用户价逐步释放，除了大促之外，内容端 B 站也储备有游戏三国题材的《百将牌》，B 站的社区活力也在持续释放，满足社交、好奇心、陪伴、可玩趣味的情感寄托乐观。以小红书为例，2025 年双 11 小红书官方将推出双 11 招商直播周，各行业电商运营专家遍布女装、户外、服饰、潮玩、美妆、家具、数码、文玩、母婴以及大健康等，并推出百万免佣计划，伴随平台持续为双十一招商预热，可关注数字营销、直播电商板块。

关于 TikTok 的中美谈判持续推进，禁令延期至 2025 年 12 月，可关注字节跳动产业链。针对 TikTok 的“不卖就禁”法案每次临近截止日期，均会开启新谈判，近期中美双方针对 TikTok 问题表示妥善处理解决并达成基本共识，相关协议仍需要时间进一步细化，为确保协议顺利落地，关于 TikTok 的行政令延期至 2025 年 12 月。2025 年 9 月 20 日，字节跳动官方公众号显示，感谢两国领导人对 TikTok 的关心，字节跳动将按照中国法律要求推进相关工作，让 TikTok 美国公司继续服务好广大美国用户。简单的表态已表现出 TikTok 的问题推进相较之前不卖就禁已缓和我们认为，企业问题上升到国家信息安全层面，一方面说明中国企业的在海外具有较强的竞争力，一方面说明企业出海后如何更好的本地化仍需要时间摸索，相较于直接下架及禁止，谈判以及持续的谈判会更优，也为中美在其它领域的判断创造有利氛围。通过 TikTok 的案例，也折射出中美科技竞争的本质矛盾，如数据主权、信息技术安全等，也为后续中国企业出海带来更多可循的足迹。字节跳动作为中国资产组

成部分，其价值也有望重估。在 AI 端字节提出代号 Seed Edge 计划，鼓励长线研究，追求“智能”上限激发更多尝试、不忽略关键技术节点，探索新的交互；新的交互更可穿戴、更便携、更自然的，AI 产品加强规模效应。字节跳动的应用覆盖 2B\2C 以及男性、女性、儿童，从不同角度卡位，围绕字节跳动可关注数字营销、电商、内容、数字人、硬件如 XR\AI 眼镜、AI 手机、AI 玩具以及算力、2B 应用 AI Agent 智能体、AI 教育、AI 陪伴等，企业端代表如蓝色光标（与字节跳动旗下火山引擎进一步拓展与技术生态合作，AI 赋能金融保险全链路智能营销）；实丰文化也与字节跳动旗下的火山引擎达成战略合作；浙文互联（旗下派瑞威行与巨量引擎共同推出 AIGC 电商脚本工具、AIGC 灵动数字人等）；姚记科技、值得买等数字营销业务与之相关，汤姆猫与字节跳动旗下穿山甲广告联盟达成长期稳定广告合作等。东方明珠旗下的东方智媒城·微短剧产业服务联盟将进一步依托上海广播电视台（集团）的大小屏联动融合优势，与百度、科大讯飞、零一科技、抖音豆包等企业开展 AI 应用合作。

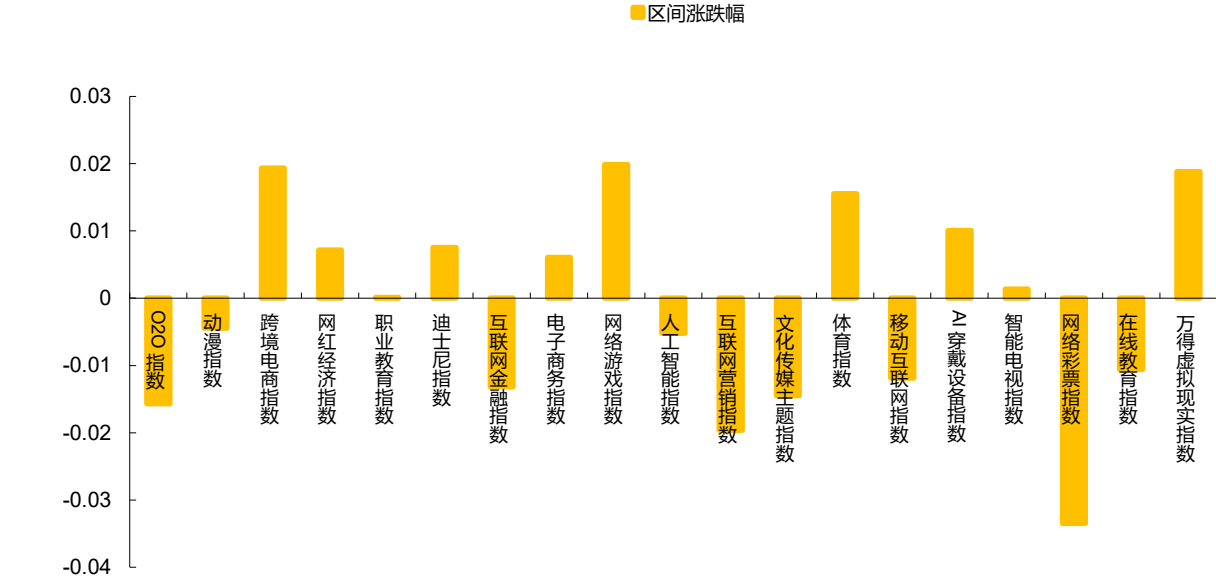
关注 AI 新模型、新产品后续进展，可持续关注 AI+传媒应用。AI+陪伴端，陪伴可分为实物与虚拟，实物有玩具等，虚拟有各类 app 等，内核是人与机器的自然交互，产品形态已从单纯的功能性助手向情感化、个性化、场景化方向深度演进。从 character 到猫箱，均获得用户支持，国内也可关注 AI 陪伴类产品的进展，同时，伴随后续 AI 硬件端的持续供给，也会带来市场新关注，硬件本质上也是陪伴应用的一种，例如 Rokid 为代表的 AI 眼镜产品，字节跳动旗下的李未可的 AI 眼镜，以及实丰文化的 AI 产品也可关注，xAI 出品的 grok 动漫 AI 伴侣有 Ani、Bad Rudy 等，随着情感计算与多模态技术的成熟，“人机共生”陪伴形态将进一步深化，AI+玩具陪伴也可关注奥飞娱乐、汤姆猫、实丰文化等。**AI+数字营销**，AI 将推动数字营销从“流量争夺战”转向“智能体生态竞争”。AI 赋能数字营销板块从内容生成到体验的升级再到决策智能化，均为行业带来新规则、新角色，其中智能体 Agent 在数字营销板块具有天然适配性，蓝色光标的 AI 布局以“数据资产×技术平台×场景重构”为核心三角，蓝色光标自研的 BlueAI 集成集成文本、图像、视频生成技术，与字节豆包、爱诗科 PixVerse、Adobe 等全球技术厂商深度合作，推出视频创作平台“心影”，支持广告素材批量生成与个性化定，蓝色光标通过 BlueAI 重塑内容生产、出海投放及组织效能。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 19 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 9 月 15 日-2025 年 9 月 19 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

AI 游戏或将成为未来趋势，德国 AI 游戏公司获腾讯投资：近日德国 AI 游戏公司 Born 宣布完成 1500 万美元 A 轮融资，由 Accel 领投，腾讯、Laton Ventures 参投，融资总额达 2500 万美元，Supercell 联合创始人等亦为股东。Born 前身为 SLAY GmbH，2023 年曾推出虚拟宠物应用《Pengu》，用户可与好友共养企鹅，通过投喂、小游戏等互动成长，现全球用户超 1500 万，日活达数十万。其已从社交小游戏升级为 AI 陪伴产品，支持自定义宠物性格、剧情互动等。腾讯参投或因其契合自身 AI、社交与小游戏基因。

从 Sensor Tower 公布的 8 月份的全球手游收入与下载排行榜来看，中国游戏出海势头强劲，《王者荣耀》位居全球收入榜中位列第 2，这得益于月中与热门中国奇幻小说《诡秘之主》的联动活动、月末与知名国风动漫《狐妖小红娘》的联动。**此外中国手游市场如火如荼，是全球重要的消费区域：**2025 年 8 月，全球玩家在 App Store 和 Google Play 手游上的消费支出达到约 71.5 亿美元，环比增长 1%。其中，美国以 23 亿美元（占比 32%）继续稳居全球手游市场之首，而中国 iOS 市场和日本市场则分别以 15.3% 和 12.8% 的份额紧随其后。

1.2.2 电商

【阿里】淘宝闪购上线“电影”入口 大麦提供业务支持：淘宝闪购频道近期上线“电影”入口，与“盒马鲜生”“特价酒店”等并列，页面内所有产品由阿里旗下大麦提供业务支持。该入口以售卖电影票为主，虽有演唱会、体育赛事等演出信息展示，但无法在淘宝 APP 内直接购票，提示用户需前往大麦 APP 购买。

提前布局双十一，淘宝直播双 11 投入 30 亿现金扶持品牌增长。举措涵盖用户拉新、爆品打造、达人激励与店播扶持：在消费端，扩大“免定金”覆盖并发放大额红包，实现“0 元付定”；新增“现货折扣券”补全链路；升级“全网爆品货盘”，引入站外数据提效。达人生态方面，除李佳琦等头部外，平台汇聚万余垂类主播，依托“直播严选 AI 智推”提升人货匹配；政策上，品牌佣金返还最高全免，达人享阶梯流量扶持，新主播可获最高 3000 万全域流量。平台还设立“特色品类日”，聚焦文玩、珠宝、皮草等新兴高潜力领域。**双 11 预售 10 月 24 日开启，平台将投放亿级流量池，通过首猜、主搜、关键词等多渠道精准引流。**

【京东】京东购物公众号近日发布通知，确认微信“发现-购物”中的京东入口将于 9 月 30 日正式关闭，建议用户将“京东购物”小程序添加至“我的小程序”或通过微信钱包页下方访问。自 8 月底起，部分用户已收到“小程序搬家”提醒，自 9 月 1 日起逐步迁移。此前自 7 月起，微信已对“购物”入口进行灰度切换，由原网页版转为“京东购物”小程序。

【小红书】小红书上线本地生活会员“小红卡”，首期落地上海、杭州、广州，提供精选门店全年 9 折、专属活动等六大权益。年卡售价 168 元，用户可线下签到获 90 天体验卡。精选门店依托平台真实讨论与口碑筛选，涵盖餐饮、休闲、展演等领域，入驻商家需为有赞商城会员，由有赞独家提供技术服务。小红卡与 9 月 26 日至 10 月 12 日举办的第三届“马路生活节”绑定，享受亿级流量曝光、广告金、KOC/KOL 探店、同城地图展示及 0 佣金（仅收 0.6% 支付手续费）扶持。

【美国】9月15日，美团旗下国际外卖品牌 Keeta 正式在科威特启动运营，继沙特阿拉伯、卡塔尔之后成为其在中东海湾地区的第三个落点。Keeta 并非简单复制国内模式，而是结合当地生态，为消费者提供便捷配送与多元商品，为商户提供数字化工具，为骑手提供保障与激励，并助力科威特“2035 国家愿景”中的数字化转型目标。自 2024 年 9 月进入沙特以来，Keeta 用户与订单快速增长，8 月进入卡塔尔后不到一个月即落地科威特，加速构建“多国联动”的国际化布局。美团表示将持续深耕中东，并探索更多海外市场。

1.2.3 影视

当前电影市场正处于暑期档与国庆档的过渡阶段，动作、动画、战争等多类影片不仅领跑暑期档收官，也有望承接国庆档的观影需求。主要表现在，本周在整体大盘热度回落之际，M 指数市场指数排名前三仍由《捕风追影》《浪浪山小妖怪》与《南京照相馆》三部老片占据，分别以动作、动画、战争三类题材领跑市场，且即便进入开学季，三部影片依旧展现出强劲的续航能力：《捕风追影》实现 1 次单日票房逆跌，而《浪浪山小妖怪》和《南京照相馆》则分别实现 3 次逆跌，显示出坚挺的观众基本盘与持久吸引力。

电视剧市场，《赴山海》一骑绝尘，《不眠日》等多部新剧定档。具体来看，重磅男频剧《赴山海》开播后引发全网关注，首周热度突破圈层，撑起了上周的大盘市场。硬核抗战剧《归队》在剧迷高满意度下，热度持续在线，稳居 80+阵营。反而是备受期待的女性传奇剧《灼灼韶华》，开播首周热度不及预期。过去一周，各大平台共有 10 部新剧上线，其中上星剧 1 部，网剧 3 部，微短剧 6 部。在这些剧集里，武侠剧《赴山海》和年代剧《灼灼韶华》均自带庞大受众盘。前者主创阵容强大，从开拍就备受关注；后者为女性经商剧，题材极具观众缘。

1.2.4 美护

医美行业增速整体放缓的背景下，美业再现近亿级收购案：朗姿股份拟以 9247.5 万元现金收购重庆米兰柏羽，目前，医美板块已成为朗姿股份最重要的收入来源，2024 年和 2025 年上半年，朗姿股份医美业务约占总营收的 48.92%和 47.80%，持续位居三大业务之首。此次交易，无疑是朗姿股份进一步扩展医美板块的重要布局。

此外在 9 月 8 日，全球最大的玻尿酸原料供应商华熙生物通过全资子公司华熙生物科技（香港）有限公司，以每股 12 港元的价格认购圣诺医药约 1735.24 万股新股，总投资额达 1.38 亿港元，交易完成后持股比例达 9.44%。圣诺医药是亚洲首家在 RNAi 疗法领域具有重要影响力的临床阶段公司，其核心价值在于拥有自主知识产权的 GalNAc 与 PNP 递送平台。其中，PNP（多肽纳米颗粒）平台尤其值得关注，这是亚洲首个实现皮肤、脂肪等非肝脏组织靶向递送的小核酸技术。小核酸药物在医美领域的一个重要方向就是定向减脂，与传统全身性减肥药物相比，基于 RNAi 技术的定向减脂可以通过局部干预实现脂肪细胞凋亡，副作用更低、安全性更高。这与华熙生物现有的玻尿酸业务形成了完美的协同效应。

1.2.5 玩具（积木、潮玩）

政策加持下，AI 玩具产业如火如荼，而相关监管也一一到位。近日《广东省加快推动人工智能赋能玩具产业行动方案（2025—2027 年）》正式印发。《方案》提到，统筹用好用足省促进经济高质量发展专项资金等各项政策，对人工智能赋能玩具产业的重点领域、环节、项目以及检测认证能力建设中符合条件的项目予以支持。9 月 16 日，2025 年国家网络安全宣传周个人信息保护分论坛在云南昆明举行。本次论坛以“保护个人信息安全 共创健康网络生态”为主题。论坛上，中国网络空间安全协会在中央网信办网络数据管理局的指

导下，会同专业机构、互联网企业等 16 家会员单位发布《智能玩具个人信息保护倡议》，旨在守护未成年人信息安全、促进智能玩具行业健康发展。

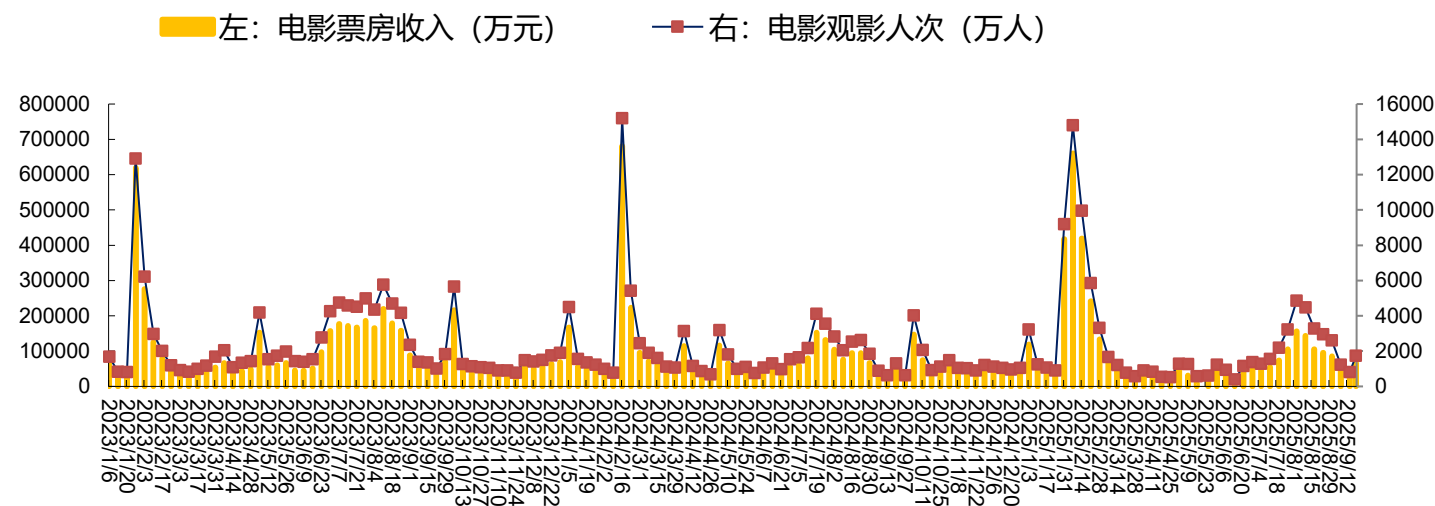
潮玩 IP 属性赋能非必选消费，带来“情绪溢价”。9 月 12 日，泡泡玛特旗下珠宝品牌 popop 在北京国贸、上海兴业太古汇双店同步首发“Baby Molly·足金”系列，包括黄金串珠、吊坠、金条和摆件等，0.6 克毛笔吊坠标价 1080 元，41 克“抱抱奶瓶”摆件直冲 56800 元，平均克价 1300~1800 元。本次上新系列共 8 个 SKU，最低 980 元，最高 56800 元，全部采用“硬足金+古法+珐琅”工艺，标价与实时金价脱钩。此次官方正式推出的足金产品，单价相较于此前推出的联名金饰略低一些，以泡泡玛特与周生生推出的“周游奇梦”系列为例，一款 0.8 克重的 DIMOO 黄金串珠折后价格约 1748 元，折算下来单克价格约为 2185 元。泡泡玛特此次突破，彰显公司以 IP 为主的核心战略，一口价金模式把“IP+设计”写进品牌溢价。

环顾海外市场，据行业资料，2024 年全球 TCG 市场规模已突破 120 亿美元（约合人民币 855 亿元），中国市场增速连续三年超过 40%，全球交易卡牌产业仍表现出强劲增长态势。**而近日，卡游宣布进军美国市场。**首波产品为小马宝莉、火影忍者、Tokidoki 三大 IP 系列集换卡牌产品，将上架亚马逊、沃尔玛、塔吉特、GameStop、巴诺书店、TikTok Shop 等渠道。

1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，2025 年 9 月 15 日至 2025 年 9 月 19 日（第 37 周），周度分账票房为 6.81 亿元，周度电影票房 Top3 分别为《731》、《捕风追影》、和《浪浪山小妖怪》，分账票房分别为 5.91 亿元、0.26 亿元和 0.09 亿元。

图表 3：2023 年 1 月- 2025 年 9 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图



【下周预告】据猫眼电影等显示，下周拟上映 2 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
2025 年 9 月 23 日	一只绣花鞋	山西十分认真影业有限公司等	北京嘉兆影业有限公司
2025 年 9 月 28 日	十四和四十	甘肃龙门影业有限公司	甘肃龙门影业有限公司

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湖南卫视的《我们的河山》、江苏卫视的《归队》和浙江卫视的《浴血荣光》。

图表 5：电视剧情况（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 18 日）

CSM71 4+ 2025年9月15日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2025年9月16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	我们的河山	1.855	9.64	1	湖南卫视	我们的河山	1.885	9.51
2	上海东方卫视	我们的河山	1.776	7.69	2	上海东方卫视	我们的河山	1.624	6.76
3	江苏卫视	归队	1.456	6.31	3	江苏卫视	归队	1.522	6.34
4	浙江卫视	浴血荣光	1.248	5.43	4	浙江卫视	浴血荣光	1.47	6.13
5	北京卫视	归队	1.209	5.25	5	北京卫视	归队	1.372	5.73
6	上海东方卫视	我是杜拉拉	0.757	3.92	6	上海东方卫视	我是杜拉拉	0.752	3.69
7	深圳卫视	正当防卫	0.632	2.81	7	东南卫视	淬火年代	0.678	2.83
8	东南卫视	淬火年代	0.445	1.94	8	深圳卫视	正当防卫	0.603	2.57
9	广东卫视	浴血荣光	0.426	1.86	9	黑龙江卫视	六姊妹	0.337	1.41
10	安徽卫视	无尽的尽头	0.391	1.71	10	安徽卫视	无尽的尽头	0.328	1.38
11	黑龙江卫视	六姊妹	0.338	1.47	11	广东卫视	浴血荣光	0.328	1.38
12	江西卫视	太行山上	0.315	1.42	12	江西卫视	太行山上	0.227	0.98
13	山东卫视	红高粱	0.132	0.58	13	山东卫视	红高粱	0.177	0.74
14	北京卫视	哈尔滨一九四四	0.131	1.3	14	浙江卫视	甜点妈妈林小河	0.146	1.24
15	浙江卫视	甜点妈妈林小河	0.115	1.04	15	天津卫视	闯关东	0.099	0.42
16	天津卫视	闯关东	0.094	0.42	16	北京卫视	哈尔滨一九四四	0.063	0.64
17	山东卫视	太行山上	0.047	0.21	17	湖北卫视	叛逆者	0.061	0.25
18	重庆卫视	孤舟	0.043	0.19	18	贵州卫视	叛逆者	0.059	0.25
19	云南广播电视台卫视频道(一套)	叛逆者	0.042	0.18	19	山西卫视	太行山上	0.052	0.22
20	贵州卫视	二十四道拐	0.038	0.36	20	吉林卫视	群星闪耀时	0.049	0.22
中央	中央电视台综合频道	我们的河山	0.917	4.46	中央	中央电视台综合频道	阵地	1.033	4.87

CSM71 4+ 2025年9月17日（周三）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM71 4+ 2025年9月18日（周四）省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	上海东方卫视	我们的河山	1.826	7.72	1	湖南卫视	欢乐家长群二	2.406	11.69
2	湖南卫视	我们的河山	1.813	9.7	2	上海东方卫视	不眠日	2.063	8.66
3	浙江卫视	浴血荣光	1.475	6.25	3	江苏卫视	归队	1.56	6.56
4	江苏卫视	归队	1.437	6.09	4	浙江卫视	浴血荣光	1.292	5.44
5	北京卫视	归队	1.274	5.41	5	北京卫视	归队	1.264	5.33
6	上海东方卫视	我是杜拉拉	0.682	3.39	6	上海东方卫视	我是杜拉拉	1.053	5.2
7	东南卫视	淬火年代	0.665	2.82	7	东南卫视	淬火年代	0.725	3.05
8	深圳卫视	正当防卫	0.604	2.61	8	深圳卫视	正当防卫	0.638	2.73
9	安徽卫视	无尽的尽头	0.419	1.78	9	安徽卫视	无尽的尽头	0.423	1.78
10	广东卫视	浴血荣光	0.365	1.55	10	黑龙江卫视	六姊妹	0.354	1.49
11	黑龙江卫视	六姊妹	0.32	1.36	11	江西卫视	太行山上	0.212	0.92
12	江西卫视	太行山上	0.242	1.06	12	山东卫视	红高粱	0.161	0.68
13	浙江卫视	甜点妈妈林小河	0.165	1.4	13	天津卫视	闯关东	0.096	0.4
14	山东卫视	红高粱	0.142	0.6	14	河南卫视	西北岁月	0.081	0.35
15	天津卫视	闯关东	0.088	0.38	15	湖北卫视	叛逆者	0.04	0.17
16	湖北卫视	叛逆者	0.059	0.25	16	青海卫视	光荣与梦想	0.04	0.17
17	山西卫视	太行山上	0.057	0.24	17	陕西卫视	红高粱	0.04	0.17
18	甘肃卫视	彭德怀元帅	0.053	0.23	18	河北广播电视台卫视频道	浴血荣光	0.034	0.14
19	黑龙江卫视	追风行动	0.043	0.43	19	四川卫视	以法之名	0.034	0.14
20	吉林卫视	群星闪耀时	0.043	0.19	20	重庆卫视	孤舟	0.033	0.14
中央	中央电视台综合频道	阵地	0.864	4.09	中央	中央电视台综合频道	阵地	0.953	4.44

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《地球超新鲜》、《战至巅峰 第四季》和《心动的信号 第八季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（2025 年 9 月 15 日-2025 年 9 月 18 日）

◀ 前一天

日榜 2025年9月15日/周一

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则 ①

综艺

当日热度

1

地球超新鲜

— 腾讯视频独播 上线 51 天

9681.72

2

王牌对王牌 第九季

— 多平台开播 上线 18 天

9157.20

3

心动的信号 第 8 季

↑1 腾讯视频独播 上线 43 天

9145.26

4

花儿与少年同心季

↑9 多平台开播 上线 38 天

8841.15

5

令人心动的 offer 第 7 季

↓2 多平台开播 上线 4 天

8694.56

◀ 前一天

日榜 2025年9月16日/周二

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则 ①

综艺

当日热度

1

地球超新鲜

— 腾讯视频独播 上线 52 天

9193.53

2

心动的信号 第 8 季

↑1 腾讯视频独播 上线 44 天

9171.52

3

王牌对王牌 第九季

↓1 多平台开播 上线 19 天

8957.59

4

战至巅峰 第 4 季

↑4 腾讯视频独播 上线 57 天

8852.92

5

麻花特开心 第二季

↑1 多平台开播 上线 95 天

8815.21

◀ 前一天

日榜 2025年9月17日/周三

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则 ①

综艺

当日热度

1

地球超新鲜

— 腾讯视频独播 上线 53 天

9396.36

2

战至巅峰 第 4 季

↑2 腾讯视频独播 上线 58 天

9212.35

3

心动的信号 第 8 季

↓1 腾讯视频独播 上线 45 天

9196.51

4

王牌对王牌 第九季

↓1 多平台开播 上线 20 天

9085.13

5

炙热游戏：百厨大战

↑7 多平台开播 上线 22 天

8839.15

◀ 前一天

日榜 2025年9月18日/周四

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则 ①

综艺

当日热度

1

地球超新鲜

— 腾讯视频独播 上线 54 天

9350.92

2

战至巅峰 第 4 季

— 腾讯视频独播 上线 59 天

9211.23

3

心动的信号 第 8 季

— 腾讯视频独播 上线 46 天

8995.91

4

王牌对王牌 第九季

— 多平台开播 上线 21 天

8917.77

5

一饭封神

↑7 多平台开播 上线 64 天

8529.72

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 9 月 19 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					
排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商
热	传：四毒高爆	8.6	公测	角色扮演	三七互娱
热	冰雪超变版·爆装	8.9	公测	角色扮演	三七互娱
热	一人一鬼服·爆爽版	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱
热	GM版仙侠	8.5	公测	角色扮演	三七互娱
1	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲竞技	腾讯五彩石工作室
2	梦幻西游手游网页版	5		角色扮演	
3	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏
4	舰队Collection	6.4		策略	角川ゲームス
5	刀剑乱舞-ONLINE-	6	公测	休闲竞技	DMM.com

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《元气唤灵师·盲盒放置卡牌》、《三角洲行动》和《无畏契约：源能行动》，畅销榜排名前三的手游分别为《三角洲行动》和《王者荣耀》、《穿越火线-枪战王者》。

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：09月19日 19:18~至今	数据更新时间：09月19日 19:11~至今	数据更新时间：09月19日 19:00~至今
1元气唤灵师-盲盒放置卡牌 总榜:3名 Shenzhen Kunshen In... 新进榜	1拣爱 总榜:2名 GUANGZHOU CHIYE CO., LIM... 新榜5天	1三角洲行动 总榜:1名 Shenzhen Tencent Tianyou Tech...
2三角洲行动 总榜:20名 Shenzhen Tencent Ti...	2泰拉瑞亚 总榜:5名 X.D. Network Inc...	2王者荣耀 总榜:5名 Shenzhen Tencent Tia...
3无畏契约: 源能行动 AD 总榜:24名 Shenzhen Tencent Ti...	3迷失岛 总榜:6名 COTTONGAME Netw...	3穿越火线-枪战王者 总榜:6名 Shenzhen Tencent Tia...
4地下城堡4: 骑士与破碎编... AD 总榜:83名 烛月游戏	4鬼谷八荒 总榜:7名 Guangzhou Dahuang ...	4和平精英 总榜:7名 Shenzhen Tencent Tia...
5王者荣耀 总榜:110名 Shenzhen Tencent ...	5大侠立志传 总榜:12名 X.D. Network Inc.	5无尽冬日 AD 总榜:10名 Shanghai Qingdi Tec...

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
301011.SZ	华立科技	2025 年 9 月 18 日	关于持股 5%以上股东的一致行动人股份减持计划实施完毕的公告
000810.SZ	创维数字	2025 年 9 月 16 日	关于公司部分董事及高级管理人员减持股份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

在 AI 加持下文化传媒互联网应用的商业价值有望再次增强，AI 加持也有望成为拉动科技消费新引擎，AI 从硬件到应用的螺旋震荡向上发展趋势不变。迎国庆叠加政策持续护航，自 2025 年 8 月国务院推出深入实施“人工智能+”行动的意见后 2025 年 9 月商务部发布扩大服务消费若干政策，护航“人工智能+消费”拓展数字服务消费，也再次凸显传媒兼具科技应用与可选消费双属性，有望承接 AI 应用赋能消费新场景；同时，迎国庆下除了文旅热度国庆档片单持续供给，高关注影片如《731》《志愿军：浴血和平》及华策影视的《刺杀小说家 2》与万达电影的《浪浪人生》等；双 11 在各平台如淘宝、京东、B 站、小红书、抖音、快手举办的招商大会中已预热，且中美就 TikTok 的达成框架协议也有利于电商与数字营销板块。企业端，9 月阿里云栖大会举办且第四届全球数字贸易博览会也在杭州举办，阿里云栖大会将深入探讨 AI、云计算与产业应用的前沿方向，AI 赋能新消费场景叠加 AI 应用均可期。

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，开启东方有线超高清 AI 升级行动，通过股权投资方式受让超聚变数字技术有限公司股权）；**芒果超媒 300413**（新综艺《声鸣远扬》9 月海选并将有望 10 月底开启直播，与智元机器人合作联合研发“小玖”机器人并用于节目中）；**蓝色光标 300058**（ALL In AI 战略见成效，战略投资 PureblueAI 清蓝，共同发力 GEO 市场，预计 2025 年年化 AI 驱动收入将实现 30-50 亿元，从 ARR 角度进行 PS 估值，有望带来市值增厚）；**万达电影 002739**（暑假档后将迎国庆档关注影片《浪浪人生》，非票收入通过创新拉动创收，万达电影 IP 售卖业务还储备《疯狂动物城》系列 IP、初音未来、《小马宝莉》系列 IP 等）；**汤姆猫 300459**（《汤姆猫总动员 2》成汤姆猫海外新晋主力产品，关注后续 AI 新品供给，同时数字营销业务也有望受益字节跳动产业链）；**奥飞娱乐 002292**（2025 年 9 月推出员工持股计划受让价格为 4.84 元/股，看后续毛绒品类拓展，也将受益 AI+陪伴赛道）；**中信出版 300788**（央企，大众阅读头部企业持续具韧性，夸父 AI 数智出版平台持续提质增效，IP 运营与内容生态构建加速，IP 相关图书如《哪吒·三界往事》《黑神话·悟空》《影神图》等）；**华策影视 300133**（国庆档关注电影《刺杀小说家 2》，受益广电 21 条政策，布局算力已初见成效，投资加码短剧外，积极布局 AI，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**（关注国庆档进展，下沉市场内需仍具潜力，市占率仍具提升空间，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，风语筑正借 EPCO 模式强化品牌科技文化影响力，加速拓展数字文旅新场景打造体验经济；2025 年 7 月打造的文旅在水一方科幻馆有望成为行业标杆文化新品，以具身智能驱动新文旅，借科幻赛道转战体验经济：携手三体宇宙，以“P+科技+商业”EPCO 模式打造“体·未来学院”）；**浙文互联 600986**（全链路 AI 布局再迎发展新机遇，深耕“AI+营销”“AI+文化”“算力+融租”三大产业链，全面推动人工智能从技术研发向场景应用与产业落地转化，着力构建“技术-场景-产业”全链路闭环生态）；**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）；**腾讯 0700**（2025 年 8 月新游《无畏契约：源能行动》表现优异，关注 AI 驱动内容进展）；**阿里 9988**（迎阿里云栖大会，推出高德扫街榜，加码 AI 与消费，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，香港发布条例，阜博集团以数字内容收益开拓 RWA 新路径作）；**美图 1357**（推出 AI Agent 产品 RoboNeo，将进一步以 AI 技术打造世界级的产品，更好去服务生活场景与生产力产品用户的垂直需求）；**布鲁可 0325**（关注后续新品进展）；**圣贝拉 2508**（以女性为支点撬动产后护理和修复市场，小红书的另一种表达，2025 年上半年业绩增长向好，关注后续出海与 AI 的进展）；**名创优品 9896**（小店战略进展顺利，期待海外增量）；**毛戈平 1318**（10 月将正式进驻香港海港城，持续期待公司海外拓展）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2025-09-19 股价	EPS			PE			投资评级
			2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E	
300133.SZ	华策影视	9.47	0.13	0.21	0.27	74.10	45.10	35.07	买入
300413.SZ	芒果超媒	33.01	0.73	0.86	1.06	45.26	38.38	31.14	买入
002605.SZ	姚记科技	28.80	1.30	1.42	1.53	22.16	20.28	18.82	买入
603096.SH	新经典	18.03	0.82	1.25	1.43	21.96	14.42	12.61	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.67	-0.12	0.18	0.23	-58.00	37.06	29.00	买入
603466.SH	风语筑	9.88	-0.23	0.35	0.51	-43.39	28.23	19.37	买入
603103.SH	横店影视	17.96	-0.15	0.43	0.56	-118.16	41.77	32.07	买入
600986.SH	浙文互联	8.64	0.11	0.20	0.22	81.43	43.20	39.27	买入
300788.SZ	中信出版	30.16	0.62	0.86	1.06	48.33	35.07	28.45	买入
002739.SZ	万达电影	12.82	-0.43	0.63	0.85	-29.72	20.35	15.08	买入
300251.SZ	光线传媒	19.01	0.10	0.43	0.52	191.06	44.21	36.56	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	9.52	-0.19	0.10	0.16	-49.35	95.20	59.50	买入
002291.SZ	遥望科技	6.25	-1.08	0.13	0.17	-5.81	48.08	36.76	买入
300148.SZ	天舟文化	4.91	0.04	0.13	0.17	124.94	37.77	28.88	买入
601595.SH	上海电影	31.07	0.20	0.52	0.75	154.65	59.75	41.43	买入
600637.SH	东方明珠	8.53	0.20	0.52	0.75	42.89	16.40	11.37	买入
9626.HK	哔哩哔哩-W	193.90	-3.23	1.93	4.01	-60.03	100.46	48.35	买入
1357.HK	美图公司	8.49	0.18	0.18	0.24	47.15	47.15	35.36	买入
1318.HK	毛戈平	101.89	2.18	2.36	3.00	46.74	43.17	33.96	买入
0325.HK	布鲁可	85.52	-2.69	4.42	6.05	-31.79	19.35	14.13	买入
9896.HK	名创优品	44.34	2.10	2.35	3.03	21.11	18.89	14.63	买入
2508.HK	圣贝拉	5.93		0.36	0.36		16.57	16.39	买入
2400.HK	心动公司	79.89	1.69	2.97	3.66	47.27	26.87	21.83	未评级
0772.HK	阅文集团	38.87	-0.21	1.21	1.26	-185.10	32.06	30.89	未评级
3738.HK	阜博集团	4.77	0.05	0.09	0.13	87.51	53.54	36.02	未评级
9992.HK	泡泡玛特	248.22	2.35	7.39	10.65	105.63	33.58	23.31	未评级
0700.HK	腾讯控股	587.63	20.49	23.69	27.15	28.68	24.80	21.65	未评级
1024.HK	快手-W	69.33	3.48	4.08	4.94	19.92	17.01	14.04	未评级
3690.HK	美团-W	97.22	5.66	1.41	5.23	17.18	68.99	18.61	未评级
2331.HK	李宁	16.24	1.17	0.98	1.09	13.94	16.63	14.89	未评级
2020.HK	安踏体育	88.53	5.41	4.84	5.46	16.36	18.29	16.21	未评级
IQ.O	爱奇艺	18.71	0.11	-0.01	0.10	170.05	-2494.12	190.10	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=0.9146 元人民币；美元对人民币汇率取 1 美元=7.1125 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。