

行业龙头引领回购潮 机构看好港股估值修复行情



视觉中国图片

近期，港股回购浪潮汹涌。据Wind统计，2025年以来，已有超120家港股上市公司实施回购，回购总金额超220亿港元。行业龙头公司的回购节奏和力度不减，其中腾讯控股今年以来累计回购金额已超140亿港元。

机构人士表示，2024年港交所推进库存股机制改革，推动了更多港股公司加入回购队伍。持续性的回购活动也释放公司估值被低估的信号，有利于提振市场信心，港股市场未来有望在宽幅震荡中上行。

● 本报记者 周璐璐

年初以来回购金额超220亿港元

2025年以来，港股上市公司回购活动频繁。

Wind数据显示，截至1月22日中国证券报记者发稿时，2025年以来共有122家港股上市公司进行股票回购，期间累计回购股份数量为6.60亿股，回购总金额为223.34亿港元。2024年同期，港股市场共有92家上市公司进行股票回购，期间累计回购股份数量

为7.21亿股，回购总金额为208.66亿港元。

对比来看，2025年以来，港股市场进行股票回购的上市公司数量、回购总金额同比分别增长32.61%、7.04%。

值得注意的是，2024年全年港股回购总金额达2657.51亿港元，创历史新高，且远远超过2023年全年的1269.01亿港元。业内人士称，2024年的回购潮

有望在2025年得到延续。

从政策面来看，2024年港交所推进库存股机制改革，推动了更多港股公司加入回购队伍。库存股新规则明确，发行人股份购回后的30天内，不得在场内或场外再出售任何库存股份。为提升上市公司股份回购的积极性，港交所还推出了回购限制期豁免新规，即符合条件的上市公司，向港交所申

请“豁免”资格后，可以在整个股份回购限制期通过自动股份回购计划进行股份回购。

中泰国际策略分析师颜招骏表示，允许公司购回股份后不将其注销而是以库存股形式存在，有望提升更多港股公司的回购意愿，提高公司管理资产的能力，并为公司在融资方面提供更大的灵活性。

金融和科技巨头成回购主力军

记者发现，各行业巨头引领了2024年以来的港股回购潮，金融蓝筹股和科技股成为回购的主力军。2025年以来，港股市场的回购活动依然延续这一特征。

在2025年以来回购金额排名靠前的港股上市公司中，出现了汇丰控股、友邦保险等金融巨头，以及腾讯控股、

快手-W、小米集团-W等互联网科技领域巨头。此外，安踏体育、中远海控、药明生物等各个领域“领头羊”的回购金额也排名靠前。

在2025年以来进行股票回购的122家上市公司中，有15家回购金额超过1亿港元，这15家累计回购金额达210.99

亿港元，占122家上市公司累计回购总金额的94.12%；3家超过10亿港元，分别为腾讯控股、友邦保险、汇丰控股，累计回购金额分别为141.17亿港元、24.93亿港元、14.22亿港元。

2024年3月，腾讯控股在2023年年度报告中公布了不少于千亿港元的年度

回购计划。从执行情况看，腾讯控股在2024年各季度回购金额分别达到148.35亿港元、375.15亿港元、359.13亿港元和237.39亿港元，累计达1120.02亿港元；2024年全年共出手129次，日均回购金额达8.68亿港元。截至2024年，腾讯控股已连续三年成为港股回购王。

投资价值持续抬升

机构认为，港股回购潮在一定程度上传递出市场对港股未来走势的信心。展望后市，港股市场在波动过后有望迎来新一轮估值修复行情，未来有望在宽幅震荡中上行。

“2025年1月上旬，在外部扰动压力下，港股市场震荡走弱。”中信证券海外研究联席首席分析师徐广鸿表示，虽然外资大幅流出、估值显著回调，但是港股2025年业绩预期近期显著上调，且过半行业业绩预期均有上修，因而港股市场投资价值正持续提升。

华泰证券研究所所长张继强表示，震荡市基调下港股市场短期或迎反弹窗口。“临近春节，投资者开始关心中国资产的春季行情机会。复盘2010年-2024年市场表现，我们发现春节前一周至春节假期结束期间，万得全A指数

与恒生指数上涨概率分别为80%与60%。A股业绩预告披露期，投资者也常倾向于向港股寻找绩优标的。”

展望2025年一季度，徐广鸿表示，当前外部环境不确定性尚存，仍可能阶段性压制港股投资者情绪。不过，港股的权重标的即将从2月底开始披露年报，考虑到近期业绩预期的上修将对港股市场基本面提供支撑，叠加积极乐观的政策预期，港股市场有望迎来新一轮的估值修复行情。

从中长期视角看，中国银河证券在研报中表示，总体上，2025年港股市场有望在宽幅震荡中上行。在一揽子存量和增量政策的支持下，港股盈利能力有望增长。国内货币政策将“适度宽松”，南向资金有望加速流入港股市场。估值方面，港股市场估值处于相对低位水平，具有较强的吸引力，中长期配置价

值较高。

投资策略层面，张继强认为，春节后投资者重心或切换至我国政策预期，建议投资者可适当把握港股市场的反弹窗口期。配置上，在采取“哑铃”策略的同时，可适当增配恒生科技指数覆盖的标的。具体而言，底仓选取盈利预期较稳健的金融、电信、交运等红利板块；可配置受益于AI产业发展、盈利预期持续上修的科技硬件领域；同时，可增配具备业绩和性价比相对占据优势的标的，如部分互联网权重股。

行业配置方面，徐广鸿建议关注三条主线：一是受益于国内政策和未来增长预期的消费电子和半导体板块；二是受益于春节旅游消费需求的出行链和餐饮领域；三是在海外通胀预期高企背景下，具备较强抗通胀属性的有色行业。

2025年以来 回购金额排名前十的港股

证券简称	回购数量 (万股)	回购金额 (亿港元)
腾讯控股	3706.00	1411703.15
友邦保险	4678.16	249268.01
汇丰控股	1882.52	142192.36
安踏体育	910.44	69799.23
中远海控	4245.60	49696.19
快手-W	847.48	34040.47
时代电气	983.95	29485.02
小米集团-W	682.98	22494.33
石药集团	3885.00	17659.69
药明生物	950.95	16579.14

数据来源/Wind 截至1月22日发稿 制表/周璐璐

一批“红包”正在路上

31家上市公司拟春节前派现

● 本报记者 胡雨

Wind数据显示，截至1月22日中国证券报记者发稿时，A股有31家上市公司即将在春节前派发2024年中期分红、三季度分红或年度特别分红，另有16家上市公司在近期推出了新的分红预案。以股息率标准衡量，以1月22日收盘价计算，前述47家公司中，有8家分红股息率超过2%，最高的超过3%。此外，部分上市公司近期还推出了新的股东回报规划，未来数年现金分红比例有望进一步提升。

31家公司“红包”待派发

对于持有个股并希望获得股息的投资而言，股息率是衡量投资收益的重要指标之一。Wind数据显示，截至1月22日记者发稿时，A股有31家公司将在春节前进行现金分红，多数属于2024年三季度分红，也有部分为2024年度中期分红或特别分红；以最新收盘价计算，部分公司分

股息率接近3%。

日前，洋河股份发布公告，公司计划以1月24日为股权登记日，向全体股东每10股派23.3元人民币现金（含税，下同）。若以洋河股份1月22日A股收盘价79.68元计算，此次洋河股份分红股息率将达到2.92%。

除洋河股份外，天臣医疗、交通银行、厦门国贸、国泰环保、兰州银行等上市公司分红股息率也较高，以1月22日A股收盘价计算，这些公司分红股息率都在2.1%以上，涉及医药生物、银行、交通运输、环保等多个行业板块；S佳通、重庆银行、山西汾酒、泸州老窖、奇正藏药等公司，同样计划在春节前进行权益分派，以1月22日A股收盘价计算，这些公司分红股息率均在1%以上。

在前述47家公司中，有多家公司是银行。对此，华创证券金融业研究主管、首席分析师徐康表示，尽管短期银行基本面仍将承压，但是银行资产质量的稳健性一如既往，且具有稳定的分红能力，目前建议

左侧布局一些顺周期相关标的，以中小城商行和股份行为主。

不过，从长期投资角度出发，股息率也不是衡量红利资产收益率高低的唯一标准。大同证券认为，红利策略的核心是高股息选股，而高股息的内涵是高分红率、高ROE和低PB，这就使得投资组合在估值具有一定安全边际的情况下，要求企业可以稳定盈利，而且愿意拿出高比例的利润进行分红，这也契合了价值投资的本质。

部分公司进一步提升分红比例

2024年以来，监管层加大力度引导上市公司增强投资者获得感，叠加市场不确定性因素存在，使得红利资产持续受到投资者关注。记者梳理发现，除上述31家将在春节前派发现金红利的上市公司，还有16家公司在2025年推出了新的分红预案。

日前，我乐家居公布了2024年前三季

度现金分红方案，公司计划以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利2元，预计派发现金红利6456.77万元。以我乐家居1月22日A股收盘价6.15元计算，此次分红的股息率将达到3.25%。

除我乐家居外，格力电器、雅戈尔、哈尔斯、金城医药、雅艺科技等公司，同样在近期陆续公布了权益分派预案，以这些公司1月22日A股收盘价计算，格力电器、雅戈尔、哈尔斯、金城医药4家公司分红股息率在1%以上。

部分上市公司近期还推出了新的股东回报规划。以中国神华为例，公司日前发布公告，提出“2025-2027年度股东回报规划”方案，表示在符合公司章程规定的情形下，2025年度至2027年度期间，每年以现金方式分配的利润不少于当年公司实现的归属于公司股东的净利润的65%，现金分红比例较公司2022年度至2024年度股东回报规划提出的60%进一步提升。

AI玩具蓝海悄然诞生 产业链投资机遇凸显

● 本报记者 葛瑶 周璐璐

“女儿经常用小白跟我视频，让还在外地加班的老父亲备受鼓舞。很感谢能有这样一款人工智能产品！”近日，中国证券报记者在南京蔚蓝智能科技有限公司旗舰店的评论区发现上述高赞评论。

评论中提到的小白正是一款搭载大语言模型的人工智能（AI）机器狗，具备通话、拍摄等多种功能。在电商平台上搜索“AI玩具”，诸如“陪伴机器人”“对话AI玩具”等标签下，类似的用户反馈比比皆是。在2025年国际消费电子展（CES）上，AI玩具的创新产品成为展会的一大亮点，与此同时，多家A股上市公司近期发力AI玩具领域，相关概念股市场表现活跃。

市场人士认为，AI玩具是AI应用短期内较为理想的落地场景，预计到2033年，该领域全球市场规模将增长至600亿美元。

AI玩具悄然走红

随着人工智能的发展，玩具市场正悄然掀起一股智能化的新风潮。通过与AI技术的深度融合，传统玩具被赋予全新“智慧”，实现与用户的个性化交互。在2025年国际消费电子展（CES）上，AI玩具的创新产品便成为展会一大亮点——包括三星、TCL在内的数十家公司推展出其内置AI算法的陪伴机器人，产品特性升级、功能多元化趋势明显。

一款名为“Ropet”的AI玩具成为CES展会焦点。Ropet不仅在外观上模拟真实宠物的温暖触感，还通过内置的多模态感知系统和AI算法，实现与用户的情感互动。Ropet的核心技术包括视觉、听觉和触觉传感器，当用户情绪低落时，Ropet会通过眼神和动作给予安慰；当用户抚摸它时，它会模拟真实宠物的行为，增强互动体验。此外，Ropet还配备了自适应学习算法，能够根据用户的习惯和偏好不断优化自身行为模式，提供个性化的陪伴服务。

值得注意的是，去年中秋节，字节跳动送出的节日礼盒中已经出现了AI玩具的身影。这款被称为“显眼包”的蓝白色毛绒玩具，内嵌了PoloToy公司开发的大模型AI机芯“Magicbox 魔匣”，搭载字节跳动自研的豆包大模型和扣子专业版技术，能够实现语音互动、情感交流等功能。

招商证券传媒互联网首席分析师顾佳通过产业链调研认为，短期内AI玩具是AI应用较为理想的落地场景，未来玩具行业将把具备AI互动能力作为最基础的要求，玩具行业正在被AI重塑。目前已上线的代表性产品包括跃然创新BubblePal、字节跳动“显眼包”等，其市场表现远超预期，充分展现了市场对AI潮玩类产品的庞大潜在需求。

相关概念股获关注

AI玩具市场快速发展，越来越多的上市公司积极布局，试图抢占市场先机。广和通于1月21日早间宣布推出AI玩具大模型解决方案，该方案深度融合豆包等AI大模型，内置广和通Cat.1模组，同时无需外接微控制单元（MCU）即可实现音视频及图像传输、语音识别、自然语言处理和机器学习。

实丰文化近期在投资者关系活动上表示，公司开启新一代AI玩具“AI魔法星”预售。该产品基于AI技术，运用豆包先进的大模型底层，进行二次训练出符合儿童对话习惯且脱离敏感话题的后台模式。此外，奥飞娱乐于近日推出“AI智趣喜羊羊”，发力AI潮玩领域。

从市场表现来看，AI玩具相关概念股受到广泛关注，股价表现活跃。1月21日，广和通涨停，股价创近期反弹新高；1月22日股价有所回调，收跌2.06%。今年以来，截至1月22日，广和通、实丰文化和奥飞娱乐的股价分别累计上涨39.45%、25.14%和10.4%。

兴业证券通信行业首席分析师章林表示，AI玩具具备坚实的应用推广基础，有望成为最快爆发的AI终端之一。从硬件投资角度来看，传统玩具的联网率较低，而AI玩具通常调用云端模型，Wi-Fi凭借其高速度和低成本成为上云的首选方式。考虑到一定的算力需求，基于MCU的Wi-Fi设备成为主要的产品形态，有望深度受益。

市场增长空间广阔

AI玩具作为新兴力量，未来发展空间备受市场看好。咨询公司IMARC集团的数据显示，2024年AI玩具市场规模已达181亿美元，预计到2033年，该领域全球市场规模将增长至600亿美元，其中亚洲市场占据主导地位。

IMARC集团认为，以下三大趋势将推动AI玩具市场持续发展。首先，人工智能技术深度融合是市场增长的核心驱动力。AI使玩具能够以个性化方式与用户互动，显著提升学习和娱乐体验。随着AI技术不断进步，智能玩具市场将迎来更多的创新解决方案，满足用户多样化需求。其次，电子商务渠道扩展为智能玩具市场注入新动能。电商平台凭借便捷的购物体验、详细的产品信息和用户评价，成为消费者购买智能玩具的首选渠道。电商行业的持续增长将进一步提升智能玩具的市场渗透率。最后，安全与合规是市场健康发展的关键保障。AI玩具必须符合严格的安全标准，包括小零件使用、电池安全和无线通信规范等。

具体到AI玩具的国内发展趋势，顾佳表示，2024年以来，国内外大模型在多模态能力上快速迭代，AI技术与潮玩的结合为端侧AI落地提供了新思路。结合潮玩的“情绪价值消费”特性，AI玩具有望与优质IP深度融合，在新消费趋势下开拓更广阔的商业化空间。



新华社图片