证券代码:002292　　证券简称:奥飞娱乐　　公告编号:2020-028

奥飞娱乐股份有限公司

【2019】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

□ 适用 √ 不适用

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	奥飞娱乐	股票代码	002292
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	高丹		
办公地址	广州市天河区珠江新城金穗路62号侨鑫国际金融中心37楼		
电话	020-38983278-3886		
电子信箱	invest@gdalpha.com		

2、报告期主要业务或产品简介

公司主营业务主要包括以下类别:内容创作及运营、玩具销售、婴童用品、游戏、其他业务。

1、内容创作及运营:按照第四节第二项第二点的“营业收入构成表”中分产品的情况,主要包括影视类、电视媒体以及信息服务类业务。其中影视类包括影视播片、授权业务、设计制作以及电影业务;电视媒体包括文化演出以及广告传媒业务;信息服务类业务主要为“有妖气”平台运营收入。

2、玩具销售:公司通过自主设计或取得授权,开发设计、生产制造各类型玩具并通过相关渠道进行销售。

3、婴童用品:公司研发生产婴童用品,主要包括耐用品、出行用品及其他婴童用品等,通过海内外相关渠道进行销售。

4、游戏:主要聚焦自有IP的游戏开发、发行,以及代理优秀游戏产品的国内发行。

5、其他业务:以主题商业为主,包括室内乐园直营及加盟、主题策展及活动等具体业务。

(一)内容创作及运营

公司已建立了覆盖创意、制作到作品播出、市场推广、IP运营等完整环节的可有效运行的IP内容管理运作体系,其中动漫IP内容创作环节专注于创作优质作品内容;动漫IP内容传播环节主要负责内容作品在各类型媒介渠道的播出和宣传推广;动漫IP品牌运营是进行商业变现的重要环节。

1、动漫IP内容创作

公司作为国内动漫文化行业的领军企业,始终贯彻以IP为核心的战略,坚持创作全球精品动漫IP内容。公司拥有经验丰富、技术精湛的动漫创意和制作团队,持续开发创造、制作优质动漫影视内容,包括动画片、动画电影、真人影视剧等,核心环节均由公司自主完成,部分制作环节视情况委托对外加工并经公司严格审核把控制作质量。

公司拥有的原创动力、奥飞文化等多个创意团队,是公司打造核心IP,持续产出优质内容的基础和保证,每年可研发和制作多部动画剧集。在电影方面,公司聚焦儿童动画电影,围绕头部IP开发电影项目,聚合专业的电影创意制作团队打造出高质量的电影成片,通过院线、网络等渠道发行触及广泛的观众群体,在社交平台形成良好的口碑,配合衍生品的开发制作,形成IP对受众的深远影响。在真人影视方面,主要是依托有妖气平台庞大的原创作品资源库,基于动漫与影视具备的天然互通性,将具有影响力和粉丝基础的精品动漫作品授权至影视开发商或共同合作开发。

经过20多年的创作积累,公司已拥有大量的优质动漫IP资源,成功打造了覆盖不同年龄圈层的动漫IP矩阵。其中K12领域(主要指幼儿园到中学年龄段)中的核心IP主要包括“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“机灵宠物车”“贝肯熊”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”“非梦少女”等。在K12以上领域中,以公司旗下的国内知名的UGC(用户原创内容)原创漫画平台“有妖气原创漫画梦工厂(www.u17.com)”为依托,拥有原创优质IP“十万个冷笑话”“镇魂街”“雏蜂”“端脑”“蓝翅”“虎X鹤 妖师录”等。

2、动漫IP内容传播

IP内容作品完成制作后,通过电视媒体、新媒体平台、电影院线、网站平台等线上线下渠道进行传播。

电视媒体方面,公司与全国各大电视媒体经过多年紧密合作,已形成“内容制作+内容发行+媒体渠道+广告运营”的媒体产业链运作经营格局。

新媒体方面,通过动漫影视内容在OTT/IPTV系统、互联网视频平台等媒体发行,触及更广泛的观众群体,结合多样化的新媒体营销方式,对公司的动漫IP内容进行强力推广。

随着众多短视频平台的飞速发展,公司近年布局短视频生态,除了将已有动漫内容进行“嫁接”,还扩展到借助直播、活动、带货等运营形式,寻找用户增量,满足用户社交需求,为动漫内容导流的同时带动产品的销售。

“有妖气”是国内知名的UGC(用户原创内容)原创漫画平台,旨在推动原创动漫创作市场,挖掘培养潜力作者,打造优质IP版权,活跃原创动漫消费市场,形成“引流、聚流、变现、增值”的业务结构。平台将依据点击阅览次数、收藏数、作者更新情况评定原创动漫作品等级,并相应推出VIP付费服务以及作品付费订阅等模式,为平台带来付费阅读收入。

公司将结合传统电视媒体、新媒体、电影、授权、线下实体等业务资源,积极打造一个高效的全媒体内容触达模式,满足消费者对优质内容日益增长的需求。

3、动漫IP品牌运营

在动漫IP品牌具备足够的知名度和影响力后,除了玩具衍生品以外,还可通过授权业务、文化演出等方式运营变现,进一步扩大IP收益。授权业务主要是指客户采用公司动漫影视作品中的IP形象、品牌等运营的商品或业态,公司按商品销售额的一定比例收取的形象授权费或固定授权费。商品授权涵盖服装服饰、食品饮料、日化用品、文具、电子产品等行业;其他业态授权包括室内乐园、室外主题乐园、舞台剧、酒店、儿童教育、展览等领域;影视、游戏授权方面,主要以轻资产、合作的模式为主,根据不同合作方式获取IP后端的价值增量。

在文化演出方面,公司旗下的戏曲文化团队致力打造优质的儿童舞台剧,基于公司家喻户晓的动漫IP“超级飞侠”“贝肯熊”“喜羊羊与灰太狼”等,创作好的舞台剧本,通过生动的演出,传达动漫故事里的真善美和艺术启蒙,带给儿童和家庭立体、丰富的观赏体验,以及正面的教育意义。

(二)玩具销售

公司通过自主设计或取得授权,开发设计、生产制造并销售玩具,主要分为IP类玩具及非IP类玩具两大类别,大量的优质产品畅销全国及海外多个国家与地区。业务流程主要包括创意外观设计、结构功能开发、模具开发、制造、营销等多个环节。公司在前端创意与后端营销方面,着重将产品与公司的IP矩阵相结合,提升产品的品牌效应。公司自有的产品研发与制造体系提高了成本、效率、市场反应等方面的竞争优势,公司同时持续进行国际研发与渠道拓展,积极提升产品竞争力,扩大市场空间。

IP类玩具以国内知名品牌“奥迪双钻”为主:围绕目有的动漫IP“超级飞侠”“萌鸡小队”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”“巨神战击队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”“零速争霸”等,开发生产系列的变形玩具、人偶、装备、陀螺、悠悠球、四驱车等多种样式的玩具;与知名IP授权合作的玩具,例如“小猪佩奇”“睡衣小英雄”“海绵宝宝”等系列。此外,“维思积木”等新的玩具品牌系列于近年陆续推出市场,契合市场上的热门玩具品类,提供给消费者更多选择。

非IP类玩具以国内知名品牌“澳贝”为主,致力为0-3岁婴幼儿提供专业益智玩具,秉承品牌理念“多元智能”理论体系,针对不同“月龄”段开发不同玩具,畅销玩具款式包括分龄摇铃、床铃、牙胶、布书等。澳贝玩具系列让宝宝在游戏中得到智能发展,为儿童智力开发、情感教育、行动能力等提供辅助。

公司通过多年的拓展与积累,已打造出广覆盖、多层级的国内销售渠道体系,主要包括KA渠道、流通渠道、电商渠道等。其中KA渠道是由公司负责直接经营的大型连锁系统销售渠道,主要包括孩子王、玩具反斗城、沃尔玛、麦德龙、爱婴室等客户;流通渠道主要由经销商负责经营,公司对其给予经营指导和政策扶持,包括社区店、校前店,以及超市百货、婴童店、潮玩店、便利店等渠道;电商渠道包括公司在京东、天猫、苏宁等主流电商平台上开设的官方旗舰店,以及获得公司授权的经销商客户在电商平台开设的网店。

当前公司海外业务已覆盖近50个国家和地区,产品出口美国、加拿大、西班牙、德国、澳大利亚、泰国、马来西亚等地。公司设立了北美子公司、英国子公司、法国子公司、荷兰子公司,区域范围辐射北美地区以及整个欧洲地区,通过建立当地分销渠道,快速响应当地市场需要,并收集全球市场信息。

(三)婴童用品

公司生产制造婴童用品,包括耐用品、出行用品及其他婴童用品等。公司全资拥有北美婴童出行及耐用品公司babytrend以及其国内主要产品供应商东莞金旺儿童用品有限公司,具体品类包括宝宝餐椅、儿童推车、汽车安全座椅等,业务流程包括创意外观设计、结构功能开发、模具开发、制造、营销等多个环节,销售网络以北美为主,包括沃尔玛、亚马逊、Target等线上线下零售巨头,在中东、澳洲、南美等区域呈快速增长趋势,并积极培育亚太、欧洲等地区市场。公司其他婴童用品主要是“澳贝”品牌,产品包括童车、学习桌、爬行及学步用品等。

(四)游戏

公司已构建研发与发行一体化的游戏运营平台,包括以轻资产、合作的模式聚焦自有IP的游戏开发、发行,以及代理优秀游戏产品的国内发行。游戏产品以手机游戏为主,采用下载免费/下载收费、道具收费等模式,取得的收入在研发商、发行商、平台商及支付服务商之间进行分配。

(五)其他业务

公司打造的动漫主题亲子乐园品牌——“奥飞欢乐世界”,采取了“亲子互动+IP场景体验+剧作演艺+主题餐饮+购物”的一站式娱乐模式,将设备游乐、空间游乐、复合业态等过去乐园单一的模式,做了有机的综合,并通过IP先天基因与包容性,打造还原动漫的沉浸式体验。此外,公司还陆续推出“奥飞动漫明星嘉年华”、“奥飞欢乐世界—超级飞侠环游之旅”等品牌矩阵,未来还会针对更大体量的商业综合体的深度合作,构建正真意义上的“奥飞儿童城”,并结合教育、新媒体、新零售、餐饮、延伸商品、用户共享等,建立吃、喝、玩、乐、游、购、娱等功能需求的空间娱乐中心。

公司布局的室外主题乐园业务,陆续取得进展,已与多家合作伙伴洽谈拟共同打造以公司动漫IP形象为主题的高质量沉浸式主题乐园区。公司将发挥自有 IP 优势,以轻资产模式切入实景娱乐业务,充分利用资源,实现全产业链布局。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	2,726,920,351.65	2,839,790,072.06	-3.97%	3,642,464,104.89
归属于上市公司股东的净利润	120,100,514.12	-1,630,190,056.08	107.37%	90,129,598.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	73,454,846.30	-1,771,021,717.72	104.15%	-160,131,580.27
经营活动产生的现金流量净额	280,882,168.40	73,285,213.18	283.27%	151,894,515.17
基本每股收益(元/股)	0.09	-1.20	107.37%	0.07
稀释每股收益(元/股)	0.09	-1.20	107.37%	0.07
加权平均净资产收益率	3.01%	-37.32%	40.33%	1.88%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	6,244,085,028.15	6,686,806,472.20	-6.62%	8,363,944,689.46
归属于上市公司股东的净资产	4,030,881,863.88	3,919,520,880.27	2.84%	4,771,815,193.62

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	670,095,735.50	689,570,478.31	692,258,114.35	674,996,023.49
归属于上市公司股东的净利润	59,078,448.55	51,741,661.60	7,681,579.57	1,598,824.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	55,336,669.13	29,150,673.83	7,823,067.23	-18,855,563.89
经营活动产生的现金流量净额	79,250,012.66	78,098,731.51	40,452,588.08	83,080,836.15

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	72,217	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	71,178	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
蔡东青	境内自然人	42.69%	579,331,285	434,794,339	质押	272,384,083
蔡晓东	境内自然人	10.66%	144,672,000	108,504,000	质押	79,343,900
中国工商银行股份有限公司-华安媒体互联网混合型证券投资基金	其他	2.94%	39,960,387	0		
中国农业银行股份有限公司-华安智能生活混合型证券投资基金	其他	1.91%	25,931,453	0		
李丽卿	境内自然人	1.57%	21,326,715	0		
信泰人寿保险股份有限公司-万能保险产品	其他	1.28%	17,325,300	0		
招商银行股份有限公司-东方红睿丰灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	其他	1.17%	15,827,527	0		
科威特政府投资局	境外法人	1.41%	15,417,835	0		
中国工商银行股份有限公司-中欧时代先锋股票型发起式证券投资基金	其他	1.02%	13,905,619	0		
红塔红土基金-中信证券-光大资管-增利1号单一资金信托	其他	0.90%	12,195,231	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	蔡东青为本公司实际控制人,蔡晓东为蔡东青的弟弟,李丽卿为蔡东青、蔡晓东的母亲。中国工商银行股份有限公司-华安媒体互联网混合型证券投资基金和中国农业银行股份有限公司-华安智能生活混合型证券投资基金受同一基金管理人管理。除上述情况外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情形。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	报告期内,前十大股东没有因参与融资融券业务导致股份增减变动的情况。					

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(一)行业概况

随着国内居民收入稳步增长及居民消费结构升级,IP的商业价值凸显,优质内容涌现,授权市场蓬勃发展。根据国际授权业协会(LIMA)在2019年8月发布的《2019年全球授权业市场调查报告》显示,2018年全球授权商品零售额增长至2803亿美元,较上年增长7.32%。作为全球增速最快的市场之一,2018年中国(包括香港)授权商品零售额达96.14亿美元,同比增长6.8%。尽管中国授权市场稳居全球第五,仅次于美国、英国、日本和德国,但其市场份额仅占全球的3.4%。中国玩具和婴童用品协会在2019年3月发布的《2019年中国品牌授权行业发展白皮书》中提到,2018年我国年度被授权商品零售额达856亿元人民币,同比增长14.6%。从消费行为上看,2018年报告受访者中,月收入2万元以上,年度购买1万元以上授权产品的消费者占比38%。以上数据均表明,中国授权市场的潜力和发展空间十分巨大。

全球玩具和婴童用品消费经受全球经济放缓的影响,在过去两年呈现平稳增长。由中国玩具和婴童用品协会在2019年3月发布的《2019年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》指出,2018年中国玩具出口额为451.39亿美元,同比增长2.24%,预计仍将延续增长的趋势。2018年全国玩具零售规模704.8亿元,同比增长9.0%;全国儿童人均玩具消费299.5元,同比增长8.2%;全国手推车零售规模132.07亿元,同比增长6.3%;全国安全座椅零售规模45.23亿元,同比增长4.1%。尽管近年中美贸易摩擦对世界经济以至全球玩具市场带来挑战,但相信国内的政策扶持、产业的改革创新、行业的转型升级、以及消费能力的持续攀升,都将推动国内玩具及婴童用品市场迎接挑战,抓住机遇,保持行业的平稳发展。

在新媒体蓬勃发展的现代,借助新媒体平台的传播,优质的内容得以进行飞跃式的传播,在未来高速发展。2019年6月由中国社科院发布的《新媒体蓝皮书:中国新媒体发展报告》中,预测了中国新媒体发展的十大趋势。其中提到,数字经济成为我国经济高质量发展的核心动力,人工智能和5G商用将开启智能互联新时代,以短视频为代表的网络视频业未来几年将保持强劲发展势头,随着物联网、大数据、人工智能等技术在零售领域应用的不断深入,新零售将不断向深层次数字化发展。

顺应授权、玩具和婴童用品、新媒体等行业的良好发展趋势,公司依托IP+全产业链运营优势,通过IP内容精品化、IP产业多元变现,实现跨业态、跨品类、全球化产品覆盖,为消费者提供丰富的动漫文娱内容、产品及消费体验。2019年11月,公司作为广州文化产业的中坚力量,再次上榜“广州文化企业50强”。

(二)报告期内经营情况

2019年公司实现营业总收入272,692.04万元,同比下降3.97%;实现利润总额10,452.95万元,同比上升105.89%;归属于上市公司股东的净利润12,010.05万元,同比上升107.37%。报告期内公司战略性的主动调整玩具业务品类结构,原潮流品类占比下调;以超级飞侠为代表的头部IP持续保持高热度;婴童用品业务同期对比实现较大增幅;新媒体发行及授权业务稳定;室内主题乐园业务的财务模型健康、稳定。公司采取的业务架构体系调整、人才激励政策、组织运营优化等多项变革措施已经获得显著成效,实现业绩反转。

1、内容创作及运营

公司在2019年持续推出新的动漫内容作品,依旧保持强劲的市场影响力和号召力。其中“超级飞侠”系列在5月和11月接连推出《超级飞侠6》以及《超级飞侠7》两部新作;“喜羊羊与灰太狼”系列也有两部新作,1月《羊村守护者》,7月《喝哈闯世界4 - 跨时空救兵》分别在各大卡通卫视频道首播。此外,3月《爆裂飞车3 - 普神合体》下部开播,8月《非梦少女》第二季开播,11月《贝肯熊4》动画播出。公司在9月还推出了精心制作的全新卡动画《机灵宠物车》,公司的精品IP矩阵再添一位新成员。

报告期内,《超级飞侠6》和《超级飞侠7》的播出成绩喜人,长期霸占收视榜前列,其中《超级飞侠7》播出首月全网点播量突破5亿。截至报告期末,《超级飞侠》动片系列全网播放量超过300亿。2019年8月,超级飞侠荣获“玉猴奖2019年度十大最具商业价值动漫IP”奖项。2019年10月,超级飞侠连续四年蝉联2019中国授权业星奖“卓越人气IP奖”。

喜羊羊与灰太狼系列动画《羊村守护者》自开播100天内获26次全天收视冠军,64次时段收视冠军,收视最高2.47。《喝哈闯世界-跨时空救兵》自开播32天内获16次全天冠军,41次时段冠军(数据来源:动漫收视榜)。2019年8月,喜羊羊与灰太狼荣获“玉猴奖2019年度十大最具商业价值动漫IP”奖项。

《萌鸡小队2》自上线以来一直保持较高的市场热度。截至2020年3月1日,《萌鸡小队》系列全网点击量突破100亿。

《贝肯熊4》首播收视优秀,开播首月于金鹰卡通播出超过22轮,截止报告期末,收视高于频道均值25%,并获得近60次前三甲收视榜排名(数据来源:动漫收视榜),大卫贝肯熊系列动画片全网点播量突破250亿。

《机灵宠物车》播出至报告期末,已经在19个电视频道实际播出超过15000分钟,比原播出计划增长50%;上线16周,新媒体三平台(爱奇艺、腾讯、芒果)总点播为2.45亿。

2019年,有妖气聚焦内容化、多样化、核心粉、影视化,进行多方尝试,包括游戏形象授权、游戏改编授权、衍生品、IP影视化、电视剧、电影、动态漫画、舞台剧、广播剧等等。通过优化付费体系、成长体系、数据分析规则等,提升平台运营效率与用户体验,漫画作者、漫画作品、用户数量稳定增长。平台内容质量持续提升,2019年共签约、上线新作品9部,完结作品11部,现共有近200部签约作品。2019年多次举办作者座谈会,在作者维护计划中强化平台的品牌印象,增强作者与平台之间的粘性。用户对平台作品的认可度不断提高,报告期内平台作品章节购买量与平均单章节价格同比上升明显。产业衍生方面,公司坚持以轻资产、加强外部合作模式开发有妖气平台IP,影视方面,《镇魂街》动画第二季已于2019年12月在B站开播,累计总播放14亿次。《蓝翅》《我的不靠谱王子殿下》等IP开发项目正稳步推进,《雏蜂 伊甸之子》动画制作完毕,将于2020年上映。

报告期内新媒体传播业务蓬勃发展,全年推广超过8个公司自有IP,首发上线10部新片,全年轮播推荐超过570次以上。触达爱奇艺、腾讯、优酷、芒果、搜狐、PPTV共6家主要视频平台,覆盖全国PC+移动+电视端。在OTT/IPTV平台,覆盖超过40个平台。在音频/APP/硬件/流媒体/短视频/自媒体平台,覆盖超过15家。

公司在不断完善多元化的IP变现体系,依托全产业链优势,开启授权业务、IP场景消费等多渠道多产业联动变现模式。公司IP品牌在播片收视良好带动之下,衍生品、体验业态等变现体系同步推进。

授权业务聚焦IP授权品类管理,挖掘授权产品消费者重点区域,重点放在头部IP开发业务以及与头部客户的合作,为客户提供一站式的服务及资源整合。2019年与授权客户进行多种形式的合作,甚至是授权客户上司的联动。2019年举办及参与数场大型活动,4月举办奥飞娱乐IP生态变现大会,并参与了月上海CBME孕婴童展、10月上海CLE授权展等等行业重点展会,展示授权实力,吸引参展客户。

IP授权业务轻健发展,获得全球市场肯定。在授权业权威杂志License! Global公布的2019年全球150强授权商排行榜中,奥飞娱乐(Alpha Group)排名第68位,比2018年排名第81位有所上升。2019年8月,奥飞娱乐授权团队连续四年喜提玉猴奖“年度十佳授权团队”。

演艺事业方面,戏曲文化在2019年推出超级飞侠新剧目《多多帮帮忙》,在54个城市举办近百场演出;萌鸡小队《麦奇寻宝趣》再次出发,走过30个城市,带来近40场精彩演出。此外,积极尝试剧目与主题商业的结合,新创定制化剧目,其中《乐迪秘密任务》全国演出超过130场。同时,配合演出巡回举办戏剧教育课程,并尝试舞台剧+冠名合作模式。2019年度广东演出风云榜《多多帮帮忙》荣获“最佳原创剧(节)目”奖,《乐迪的秘密任务》被评为第五届东莞音乐节优秀儿童音乐剧,贝肯熊剧目《今天,运气真好!!》成为第九届中国儿童戏剧节优秀展演剧目,戏曲文化当选2018-2019年度广东省演出协会“诚信经营单位”。

2、玩具销售

2019年在玩具方面,持续打造爆款,例如“酷变车队”全渠道销量超过300万只。玩具产品中心聚焦开发质优价廉的、好玩的产品,供应链降本提效,完成标准化,清理库存。国内销售渠道强力覆盖,海外销售渠道快速布局。2019年与多达20家企业进行玩具产品的定制合作,销售额超过3000万元,并举办多场企业内购会。玩具销售渠道结构逐步从传统渠道向现代渠道转型,其中2019年便利渠道合作超过8000家,同比2018年增加约6000家。

玩具国际化继续推进,报告期内海外玩具销售覆盖共47个国家/地区,包括新拓展国家巴拉圭,日本,波罗的海等。巴西、墨西哥等南美区域同比增长近七成;得益于德国、俄罗斯、乌克兰的增长,欧洲其他区域销售有较大幅度上升;亚洲区域也保持稳定增长,但在北美,英国及法国等传统玩具市场受萧烈的市场竞争及复杂的政治经济环境影响,同比有所下降。整体海外市场会在渠道、模式及产品上进一步拓展。

3、婴童用品销售

公司在2016年全资收购的美国babytrend公司,经营业绩表现良好,创始人已完成相关业绩承诺。公司从2018年下半年开始对babytrend派驻管理团队,现已顺利完成接替,美国的销售团队以及生产工厂东莞金旺已经很好地融入奥飞目有的业务管理体系,团队稳定高效,婴童用品业务迅速恢复增长势头,全年收入同比增长超过20%,利润同比增长超过50%,各核心客户销售均呈现增长趋势。

2019年完成了婴童手推车、安全座椅系列的9大新品完成开发及6款上市,新开发的近20家客户中已出现百万(美金)级客户。线上销售业务发展符合预期目标;供应链与渠道之间加强协同,产品品质以及成本管理均取得一定成效。

4、游戏

2019年重点运营及页献收益的主要游戏仍为《水浒Q传》,该款游戏月充值流水基本保持平稳,下半年随着游戏版本更新还有所增长。公司将继续保持对《水浒Q传》的相关投入以及运营,打造成为长线产品。《纯白魔女》手游等新产品受游戏版号审批影响,延后至2019年下半年才正式发行,市场环境、发行计划等与原预期有着较明显变化,致使实际营收低于预期目标。随着版号审批逐步放开,公司产品储备的竹袭亦有所加快,其中两款《镇魂街》手游正在开发中,但产品从立项到完成开发、正式上线需要一定的时间周期,故预期在2020年末至2021年初随着新产品上线并达到预期效果,游戏业务才会有比较明显的改观。

5、其他业务

公司的主题商业在2019年主要通过室内乐园直营及加盟、主题策展及活动、游艺设备开发和授权、跨界合作全球500强客户及品牌零售店拓展等多元化的手段,增强主题商业活力,维持TO B和 TO C的线下阵地,获取更多“用户时间”和提供更好的“消费体验”。

报告期内室内乐园“奥飞欢乐世界”在全国新开直营店3家,加盟店8家,截至报告期末全国共有17家门店。另外奥飞主题商业通过授权手段与上游供应链合作开发,开发游艺主题产品,结合奥飞IP赋能以及高坪效的产品类型进行定制开发,丰富整体品类结构,例如游艺主题体验站、超级飞侠小火车等。2019年9月商业地产“亚洲杯”颁奖礼上,凭借优越的表现,奥飞欢乐世界荣获“粉样力量领军企业”奖。

同时,主题商业通过加快各种主题活动落地,增加品牌知名度,其中共举办4场移动文旅嘉年华项目,分别在北京、大连、哈尔滨等城市落地,营收超过1000万;主题策展超过40次,配合玩具渠道,甄选当地优秀经销商,联合打造体验式消费经济。另外,酒店亲子主题房覆盖全国350家星级酒店,超过3000间房间,年接待70万+组亲子家庭。

奥飞主题商业还将系极孵化新型主题类项目,如超级飞侠交通城、巨型祖玉、机灵宠物车驾校,同时开发潮玩商品:铠甲卡片、益智趣拼系列(遥控机器人)。并与知名品牌招商银行、百胜集团等进行跨界合作。

在室外主题乐园方面,重庆欢乐谷与公司在2019年3月正式达成战略合作,双方携手打造中国首个超级飞侠实景主题区,该项目已进入设计建设阶段,预计将在2020年底正式落成。此外,公司已与碧桂园集团、新希望文旅集团、保利文旅、江西省旅游集团等多个国内知名文旅企业达成战略合作关系,共同推进主题文旅业务发展。2020年初,公司荣获龙雀奖“最佳文旅IP投资机构”奖项。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
玩具销售	1,262,341,533.91	603,246,794.45	52.21%	-8.36%	-13.90%	3.08%
影视类	390,630,713.22	143,450,017.60	63.28%	-26.23%	-66.44%	44.00%
婴童用品	838,159,050.63	502,121,090.14	40.09%	21.75%	26.16%	-2.09%
电视媒体	95,878,406.66	92,291,909.43	3.74%	-7.02%	-1.32%	-5.56%
游戏类	82,681,193.80	57,300,927.58	30.70%	11.87%	-32.88%	46.20%
信息服务类	27,145,696.91	25,815,989.15	4.90%	-39.52%	-2.36%	-36.19%
其他类	30,083,756.52	32,138,832.10	-6.83%	34.27%	126.88%	-43.61%

占营业收入10%以上业务收入变动说明:

产品类别	收入变动说明
玩具销售	收入同比减少8.36%,主要是报告期初公司调整玩具业务品类结构,原潮流类占比下调所致。
影视类	收入同比减少26.23%,主要是18年确认电影项目及剧业收入。
婴童用品	收入同比增加21.75%,主要是因为babytrend销售收入增长所致。

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

√ 适用 □ 不适用

归属于上市公司普通股股东的净利润较上年同期增加107.37%,主要是报告期内公司结合新经营方针及行业现状,调整前期规划与新经营方针关联度不高及经营结果较差的业务、架构和人员。

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本报告期公司发生重要要会计政策变更如下:

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
2017年,财政部颁布了修订的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准 则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准 则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则 第 37 号——金融工具列报》,并要求境内上市的企业自 2019 年 1 月 1 日起施行新金融工具相关会计准则。本公司自规定之日起开始执行。	已经董事会审议批准	详见其他说明(1)
根据财政部于2019年4月发布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)文件和2019年9月发布的《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会[2019]16号),本公司对财务报表格式进行修订,并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。	已经董事会审议批准	详见其他说明(2)
2019年5月,财政部发布《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(财会[2019]8号),本公司于2019年6月10日起执行该准则,并对2019年1月1日至执行日之间发生的非货币性资产交换进行调整,对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换,不进行追溯调整。	已经董事会审议批准	本项会计政策变更对公司报表无影响
2019年5月,财政部发布《企业会计准则第12号——债务重组》(财会[2019]9号),本公司于2019年6月17日起执行该准则,并对2019年1月1日至执行日之间发生的债务重组进行调整,对2019年1月1日之前发生的债务重组,不进行追溯调整。	已经董事会审议批准	本项会计政策变更对公司报表无影响

其他说明:

(1)财政部2017年3月发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》(财会[2017]7号)、《企业会计准则第23号——金融资产转移》(财会[2017]8号)、《企业会计准则第24号——套期会计 》(财会[2017]9号),2017年5月发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报》(财会[2017]14号),公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则,并按新金融工具准则的要求列报金融工具相关信息,不对比较财务报表追溯调整,此项会计政策变更已经公司董事会审议通过。相应会计报表项目变动详见第十二节附注“五、31、(3)2019年起执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况”。

(2)本次报表格式会计政策变更,除上述准则涉及项目变更外,将“应收票据及应收账款”拆分为“应收账款”与“应收票据”列示,将“应付票据及应付账款”拆分为“应付账款”与“应付票据”列示。此项会计政策变更已经公司董事会审议通过。公司对上述会计政策变更采用追溯调整法,对2018年度的财务报表列报项目的期末余额进行追溯调整具体如下:

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
应收票据及应收账款	487,528,693.91		-487,528,693.91
应收票据		422,500.00	422,500.00
应收账款		487,106,193.91	487,106,193.91
应付票据及应付账款	416,580,614.66		-416,580,614.66
应付账款		416,580,614.66	416,580,614.66

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

(4)对2020年1-3月经营业绩的预计

√ 适用 □ 不适用

2020年1-3月预计的经营业绩情况:净利润为负值

净利润为负值

2020年1-3月净利润(万元)	-4,000	至	-3,500
2019年1-3月归属于上市公司股东的净利润(万元)	5,907.84		
业绩变动的原因说明	因受到新冠疫情带来的相关负面影响,公司玩具、婴童用品以及主题商业等涉及到线下终端销售或体验的部分业务业绩下滑。		

证券代码:002292　　证券简称:奥飞娱乐　　公告编号:2020-021

奥飞娱乐股份有限公司
第五届董事会第八次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司(以下简称“公司”)第五届董事会第八次会议于2020年4月8日下午14:00在公司会议室以现场和通讯表决方式召开,其中蔡东青、蔡晓东、孙巍、刘娥平、李卓明、杨勇以通讯方式参与会议。公司监事、高级管理人员列席了会议。会议通知于2020年3月27日以短信或电子邮件送达。应出席会议的董事7人,实际出席会