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	李丽明	
办公地址	广州市天河区珠江新城金穗路62号侨鑫国际37楼	广州市天河区珠江新城金穗路62号侨鑫国际37楼	
电话	020-38983278-3826	020-38983278-3826	
电子信箱	investlb@gdalpha.com	investlb@gdalpha.com	

2、报告期主要业务或产品简介
公司多年来始终坚持构建以动漫为核心的动漫文化产业生态，打造以用户为中心，覆盖婴幼儿至K12+人群，集动画、漫画、电影、授权、媒体、玩具、婴童、潮玩手办、游戏、主题乐园等业务为一体的“IP+全产业链”运营平台。公司依托多年产业运营经验与优势，通过 IP 内容精品化、IP 产业多元变现、致力于实现跨业态、跨品类、全年龄产品覆盖，为消费者提供丰富的动漫文娱内容、产品及消费体验。
报告期内，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：按产品类型分类主要包括影视类、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“有线气”平台运营收入。
2、玩具销售：公司通过自主设计或版权授权，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，主要包括童印品、出行用品及其他婴童用品，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：以主题园业为主，包括室内乐园直营及加盟、主题展览及活动、室外主题乐园等具体业务。
（一）内容创作及运营
公司建立了覆盖创意研发、制作到发行传播、市场推广、IP运营等完整环节的IP内容管理运作体系。动漫内容经过媒介渠道有效传播后扩大IP内容以及品牌影响力，并通过IP商业化运作提升变现能力，进而反哺内容业务发展，进一步提升IP价值，形成“IP+产业”的商业闭环，构筑内容创作企业护城河。
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。公司拥有多个核心动漫创意和制作团队，辅以全球优秀的行业合作伙伴，持续为全球家庭带来优质动漫内容。
同时公司聚焦头部IP互交动画电影，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好受众的深远影响。
公司以自主创作为主，同时结合收购、授权等外延方式，持续打造与积累了众多优质IP资源，构建了国内知名的全年龄段IP矩阵。在K12领域，公司目前拥有数量众多、知名度广泛的动漫IP群，包括“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“贝肯熊”“稀鸡小队”“爆笑飞车”“萌鸡战魂”“大力士王”“零度争霸”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；以及与知名IP授权合作的玩具，例如“小猪佩奇”“降衣小英雄”“海绵宝宝”“熊出没”等系列。

在K12+领域，公司拥有国内知名的原创漫画平台“有妖气原创漫画工厂（www.u17.com）”，其投共活力的IOC模式也为公司注入丰富的国漫IP资源。目前，有妖气平台已拥有原创优质IP“镇魂街”“十万个冷笑话”“雅蠛”“噩梦”“蓝翅”“虎X鸳 妖钟记”等。

2、动漫IP内容传播
依托于文娱全产业布局，公司IP资源可进行多角度、多轮次的立体开发，转化为动画、漫画、电影、短视频、音频、游戏、影视剧等文化内容，并通过电视媒体、漫画平台、院线、短视频平台、音频内容平台等多元化媒体渠道进行快速的品牌化传播，带动IP内容及其周边衍生品的高频曝光，最大化价值挖掘与粉丝沉淀。
近年来公司除了深化加强与全国十通卫视及重点省市级少儿频道的业务合作以外，紧随新媒体行业发展趋势，不断扩大触达范围，从视频平台、IPTV、数字电视到OTT，智能终端、音频平台，以及APP应用、流媒体平台、短视频平台等，目前已覆盖了超过60家的主流类型媒介渠道。随着短视频行业的飞速发展，公司加快布局短视频生态，建立了由多个垂可、品牌号组成的短视频宣传矩阵，通过新的营销地图强化内容传播的力度及观众触达效率，进一步扩大IP内容以及品牌影响力。

3、动漫IP商业运营
公司具备成熟的IP商业化运作能力，能对不同类型的IP进行细致精准的分类，并选择适合其定位的商业化发展路径和变现方式。公司构建了以IP为核心，涵盖授权、动画、授权、媒体、玩具、婴童、游戏、空间娱乐等业态在内的多元产业格局，形成各产业相互协同、深入发展的运营平台。IP运营依托全产业链优势，开拓玩具衍生品、婴童用品、潮玩手办、IP授权、主题商业等多渠道联动变现模式，实现IP价值最大化。

（二）玩具销售
1、K12儿童玩具
公司在玩具行生品设计、生产及销售方面已经形成了一套成熟的体系，涵盖创意外观设计、结构功能开发、模具开发、制造、营销等多个环节，从而实现 IP 价值的高效变现。
公司通过日主设计或版权授权，开发设计、生产制造并销售玩具，决策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，借重原产品与公司的IP矩阵和结合，提升产品的品牌效应，公司目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。
公司K12玩具业务主要包括动漫IP玩具和大众类别，动漫IP类玩具以国内知名品牌“奥迪双切”为主；包括熊猫自有的动漫IP“超级飞侠”“萌鸡小队”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”“三林晓击鼓”“爆笑飞车”“爆笑火箭车”“飓风战魂”“大力士王”“零度争霸”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；以及与知名IP授权合作的玩具，例如“小猪佩奇”“降衣小英雄”“海绵宝宝”等系列。
品类玩具主要聚焦打造具有高性价比的爆款产品，其中彩木类玩具以“熊贝”和木品牌为主，在中期和小期和系列中做深做透，并结合IP、教育、科技等不同属性，推出了多功能彩木桌、超级飞侠以及巴啦啦小魔仙等系列玩具，长应越火源，拼装遥控车等多款产品；轨道类玩具集中在中高端市场，另很刚需品类等细分领域发力，增加产品的丝智性和趣味性，推出“铠铠特快车”电动轨道套装等产品。

公司通过多年的积累与积累，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、直营渠道、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，主要包括家乐福、北京华联、大润发、欧亚、家惠来、家家发等系列；直营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、校园店、以及城市百货、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。
当前公司海外玩具业务已覆盖近50个国家和地区，产品出口美国、加拿大、西班牙、葡萄、澳大利亚、泰国、马来西亚等地。公司在海外多个地区设立了子公司，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。
2、潮玩手办业务
近年来将益于可支配收入增加，以及二次元文化产业的蓬勃发展，以盲盒为代表的潮玩手办市场规模极长迅速，成为新一代年轻人娱乐、社交以及购买的载体，占据着年轻群体的惊喜经济、社交经济。
以90后以及00后为代表的年轻人是伴随着中国经济以及互联网的高速发展而成长起来的一代，正逐步成长为未来中国新经济、新消费、新文化的主导力量。公司高度重视年轻人市场和关业务，通过盲盒等产品进入潮玩手办市场，提高消费用户年龄层，增加新的产业回收通道，开启了全新赛道。
公司结合外部授权和自有IP的特性进行产品研发设计，委托合作工厂或自主生产制造，并通过潮玩系统渠道、连锁便利渠道以及二次元平台、电商平台等线下线上渠道进行销售。公司充分发挥多年来在玩具行业积累的经验和资源，能在产品力、供应链整合力以及覆盖核心客户群体的渠道体系上形成有效聚合。

（三）大母婴业务
公司通过全资收购比英一级婴童品牌“babytrend”，获取了婴童用品领域国际的创意、技术与渠道资源，并将其品牌、技术、业务、销售网络等多方面能力全面融入公司婴童板块体系，从而实现公司在高端婴童用品领域的版图一体化能力。
公司积极打造大母婴业务，依托国内外双品牌联动优势，辅以IP资源优势及多年儿童消费市场运营经验，持续深耕大母婴市场。北美一级婴童品牌“babytrend”将开拓为综合母婴品牌，国内定位为专业婴童出行品牌，产品主要包括儿童推车系列、汽车安全座椅、睡床系列、餐椅系列、学步车系列等核心品类，并逐步拓展婴童玩具、哺育用品、婴童家具等新品类；“澳贝”从专注婴幼儿玩具的品牌升级成为品类更丰富的“澳贝母婴”品牌，海外定位为专业婴童玩具品牌，产品品类包括学业技智玩具、安心机品、餐具喂养、室内游乐等多个系列；再者发展各有侧重点，将发挥各自优势在区域市场中形成品类以及渠道互补。

（四）游戏
公司已构建研发与发行一体化的游戏运营平台，包括以经典产、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
主题化、文化化是现阶段空间娱乐消费的重要趋势，公司从线上内容到线下沉浸式主题游乐的转化在逐渐推进中并取得成效。公司将发挥自有IP优势，以轻资产模式切入空间娱乐业务，充分利用资源，实现全产业链布局。
公司打造的动漫主题游乐乐园品牌——“奥飞欢乐世界”，凭借了“亲子互动+IP场景空间+IP国作演艺+动漫主题餐饮+动漫周边购物”的一站式娱乐体验模式，开发了系列亲乐园各、舞台演出、主题餐厅、衍生品零售等新娱乐项目，打造还原动漫IP内容的沉浸式体验。此外，公司还陆续推出“奥飞动漫明星嘉年华”、“奥飞欢乐世界”、“奥飞欢乐世界”进你不同等产品知识，未来还会计对更大体量的商业综合体的探索合作，并结合教育、新零售、餐饮、娱乐商品、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，已与多家合作伙伴谈拟共同打造以公司动漫IP资为主题的高质量园区或主题乐园区，其中公司与华侨城两手打造的国内首个超级飞侠实景主题区预计将于2021年6月份在重庆欢乐谷开业。

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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	2,368,198,964.01	2,726,920,351.65	-13.15%	2,829,790,072.06
归属于上市公司股东的净利润	-850,288,851.18	120,100,514.12	-474.93%	-1,630,190,056.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-867,624,652.39	73,454,846.30	-736.62%	-1,771,021,717.72
经营活动产生的现金流量净额	124,717,180.71	280,882,168.40	-55.60%	73,288,213.18
基本每股收益（元/股）	-0.33	0.09	-466.67%	-1.2
稀释每股收益（元/股）	-0.33	0.09	-466.67%	-1.2
加权平均净资产收益率	-12.41%	3.01%	-15.42%	-37.32%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	5,498,386,561.77	6,244,085,028.15	-11.94%	6,686,806,472.20
归属于上市公司股东的净资产	3,216,204,703.66	4,000,881,863.88	-20.21%	3,919,520,888.27

（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	497,597,981.17	590,508,507.91	673,717,899.53	606,374,575.40
归属于上市公司股东的净利润	-39,302,985.13	-10,654,628.39	3,599,288.24	-803,930,536.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-42,701,276.92	-13,181,572.34	1,49,037.96	-811,890,841.09
经营活动产生的现金流量净额	3,195,677.36	26,321,613.46	4,707,969.23	90,491,930.66

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）普通股股本结构及股东情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	79,998	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	75,682	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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	41.28%	561,696,985	421,272,739	质押	116,340,219
蔡晓东	境内自然人	8.07%	109,481,442	82,111,081	质押	54,219,800
李丽卿	境内自然人	1.57%	21,326,715	0		
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	1.15%	15,645,820	0		
信泰人寿保险股份有限公司－万能保险产品	其他	0.97%	13,212,485	0		
蒋晓红	境内自然人	0.73%	9,941,000	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.72%	9,775,906	0		
陈世威	境内自然人	0.56%	7,454,600	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	0.53%	7,126,255	0		
胡韶	境内自然人	0.46%	6,177,034	0		

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类	
		股份种类	数量
蔡东青	140,424,246	人民币普通股	140,424,246
蔡晓东	27,270,361	人民币普通股	27,270,361
李丽卿	21,326,715	人民币普通股	21,326,715
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	15,645,820	人民币普通股	15,645,820
信泰人寿保险股份有限公司－万能保险产品	13,212,485	人民币普通股	13,212,485
蒋晓红	9,941,000	人民币普通股	9,941,000
香港中央结算有限公司	9,775,906	人民币普通股	9,775,906
陈世威	7,454,600	人民币普通股	7,454,600
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	7,126,255	人民币普通股	7,126,255
胡韶	6,177,034	人民币普通股	6,177,034
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。		
前10名股东参与融资融券业务情况说明（如有）	不适用		

公司前10名普通股股东、前10名无限售条件普通股股东在报告期内是否进行约定购回交易
□ 是 √ 否
公司前10名普通股股东、前10名无限售条件普通股股东在报告期内未进行约定购回交易。
2、公司优先股股东及前10名优先股股东持股情况表
□ 适用 √ 不适用

第三节 重要事项
一、报告期主要财务数据、财务指标发生变动的情况及原因
√ 适用 □ 不适用
（一）资产负债表项目变动情况及原因说明

项目	增减比例	变动原因说明
其他非流动资产	143.50%	主要是报告期内固定资产采购及股权投资预付款项增加所致。
应付职工薪酬	-45.73%	主要是上年末计提年终奖金在本报告期内支付所致。
应交税费	-38.43%	主要是报告期末应交所得税和增值税减少所致。
一年内到期的非流动负债	-64.29%	主要是报告期内归还长期借款所致。
长期应付款	-36.84%	主要是报告期内支付政府补助收益回报分成款所致。

（二）利润表项目变动情况及原因说明

项目	增减比例	变动原因说明
营业收入	35.17%	主要是上年同期受疫情影响，公司营收下滑；本报告期内疫情得到有效控制，公司业务逐步恢复正常运营所致。
营业成本	30.20%	主要是报告期内营收增长，营业成本同比增长所致。
营业税金及附加	-30.6%	主要是报告期内应交城市维护建设税及附加减少所致。
投资收益	-79.22%	主要是报告期内权益法核算参股公司亏损所致。
其他收益	158.26%	主要是报告期内收到的政府补助增加所致。
资产减值损失	52.41%	主要是报告期内计提的存货跌价损失增加所致。
信用减值损失	-99.36%	主要是报告期末应收账款和其他应收款余额减少，报告期内计提的坏账准备减少所致。
资产处置收益	155.15%	主要是报告期内处置固定资产获得收益同比增加所致。
营业外收入	65.94%	主要是报告期内收到维权赔偿款项增加所致。
营业外支出	-86.02%	主要是上年同期报废固定资产所致。
所得税费用	96.99%	主要是报告期内利润总额增加所致。
归属于母公司所有者的净利润	169.44%	主要是报告期内新冠疫情得到有效控制，公司业务逐步恢复正常运营所致。
少数股东损益	398.81%	主要是报告期内控股子公司盈利所致。

（三）现金流量表项目变动情况及原因说明

项目	增减比例	变动原因说明
经营活动产生的现金流量净额	-64.41%	主要是报告期内款项支付增加所致。
投资活动现金流出小计	91.50%	主要是报告期内增设乐园门店、购买设备支出增加所致。
投资活动产生的现金流量净额	-1002.52%	主要是报告期内增设乐园门店、购买设备支出增加所致。
筹资活动现金流入小计	58.07%	主要是报告期内取得银行借款增加所致。
筹资活动现金流出小计	34.67%	主要是报告期内归还银行借款增加所致。
筹资活动产生的现金流量净额	73.65%	主要是报告期内取得银行借款增加所致。
五、现金及现金等价物净增加额	56.63%	主要是报告期内取得银行借款增加所致。

证券代码：002292 证券简称：奥飞娱乐 公告编号：2021-017

奥飞娱乐股份有限公司

2020 年度报告摘要

蔡东青	境内自然人	41.28%	561,696,985	434,498,464	质押 116,340,219
蔡晓东	境内自然人	8.07%	109,481,442	108,504,000	质押 53,519,900
李丽卿	境内自然人	1.57%	21,326,715	0	
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	1.46%	19,845,220	0	
上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）－高毅邻远11号远信基金	其他	1.25%	17,000,000	0	
信泰人寿保险股份有限公司－万能保险产品	其他	0.97%	13,212,485	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	0.77%	10,444,066	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.75%	10,217,741	0	
上海迎水投资管理有限公司－迎水霸王3号私募证券投资基金	其他	0.51%	6,880,000	0	
陈水扬	境内自然人	0.44%	5,986,600	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
面对全球疫情机控带来不确定的复杂局面，中国玩具和婴童用品产业面临严峻的发展形势。由中国玩具和婴童用品协会在2020年5月发布的《2020年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》指出，2019年中国玩具零售总额为707亿元，同比增长2.8%；全国手推车零售总额147.2亿元，同比增长11.5%；全国儿童市场安全规格零售总额319亿元，同比增长14.7%。随着传统电商的发展以及社交电商、直播电商的兴起，线上渠道零售总额为2477亿元，占比达6%，比上年提高3.9个百分点。尽管面临诸多难以预料的影响因素，但机遇和挑战同在。通过积极进行产品和市场结构调整，推进数字化转型，提高国际化经营和竞争能力，将推动玩具和婴童用品行业的平稳增长。
在人均可支配收入的增加以及市场或功能化出越来越多优质国际IP等因素的推动下，国内文化产业迅速发展，具备一定的增长活力与发展空间。据弗若斯特沙利文发布的《全球国内玩具市场独立调研报告》显示，2019年全球国际市场零售规模为198亿美元，预期将于2024年达到418亿美元，2019年至2024年的年复合增长率预计为16.1%；中国国际市场较全球是为活跃，2019年零售额的市场规模为人民币207亿元，预期于2024年国内玩具零售的市场规模达到763亿元，2019年至2024年的年复合增长率为29.8%，远高于全球水平。中国经济不断增长和消费能力的提升推动消费者通过多样化、个性化的消费满足需求，促使中国国际的受欢迎程度不断上升，中国国内玩具市场未来存在强大的潜力与强化机会。
随着我国互联网基础设施不断完善以及5G时代的到来，网民规模不断扩大，新媒体发展已成为传媒业的主导力量。由CNNIC在2021年2月发布的《第47次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国网民规模达989亿，占全球网民的五分之一左右，互联网普及率达70.4%，较2020年3月提升5.0%。其中，短视频用户规模达73亿，较2020年3月提升5.0%。短视频行业的发展趋势，以及IP内容精品化、IP产业多元变现、实现跨业态、跨品类、全年龄产品覆盖，为消费者提供丰富的动漫文娱内容、产品及消费体验。
报告期内，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：按产品类型分类主要包括影视类、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“有线气”平台运营收入。
2、玩具销售：公司通过自主设计或版权授权，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，主要包括童印品、出行用品及其他婴童用品，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：以主题园业为主，包括室内乐园直营及加盟、主题展览及活动、室外主题乐园等具体业务。
（一）内容创作及运营
公司建立了覆盖创意研发、制作到发行传播、市场推广、IP运营等完整环节的IP内容管理运作体系。动漫内容经过媒介渠道有效传播后扩大IP内容以及品牌影响力，并通过IP商业化运作提升变现能力，进而反哺内容业务发展，进一步提升IP价值，形成“IP+产业”的商业闭环，构筑内容创作企业护城河。
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。公司拥有多个核心动漫创意和制作团队，辅以全球优秀的行业合作伙伴，持续为全球家庭带来优质动漫内容。
同时公司聚焦头部IP互交动画电影，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好受众的深远影响。
公司以自主创作为主，同时结合收购、授权等外延方式，持续打造与积累了众多优质IP资源，构建了国内知名的全年龄段IP矩阵。在K12领域，公司目前拥有数量众多、知名度广泛的动漫IP群，包括“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“贝肯熊”“稀鸡小队”“爆笑飞车”“萌鸡战魂”“大力士王”“零度争霸”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；以及与知名IP授权合作的玩具，例如“小猪佩奇”“降衣小英雄”“海绵宝宝”“熊出没”等系列。
品类玩具主要聚焦打造具有高性价比的爆款产品，其中彩木类玩具以“熊贝”和木品牌为主，在中期和小期和系列中做深做透，并结合IP、教育、科技等不同属性，推出了多功能彩木桌、超级飞侠以及巴啦啦小魔仙等系列玩具，长应越火源，拼装遥控车等多款产品；轨道类玩具集中在中高端市场，另很刚需品类等细分领域发力，增加产品的丝智性和趣味性，推出“铠铠特快车”电动轨道套装等产品。
公司通过多年的积累与积累，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、直营渠道、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，主要包括家乐福、北京华联、大润发、欧亚、家惠来、家家发等系列；直营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、校园店、以及城市百货、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。
当前公司海外玩具业务已覆盖近50个国家和地区，产品出口美国、加拿大、西班牙、葡萄、澳大利亚、泰国、马来西亚等地。公司在海外多个地区设立了子公司，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。
2、潮玩手办业务
近年来将益于可支配收入增加，以及二次元文化产业的蓬勃发展，以盲盒为代表的潮玩手办市场规模极长迅速，成为新一代年轻人娱乐、社交以及购买的载体，占据着年轻群体的惊喜经济、社交经济。
以90后以及00后为代表的年轻人是伴随着中国经济以及互联网的高速发展而成长起来的一代，正逐步成长为未来中国新经济、新消费、新文化的主导力量。公司高度重视年轻人市场和关业务，通过盲盒等产品进入潮玩手办市场，提高消费用户年龄层，增加新的产业回收通道，开启了全新赛道。
公司结合外部授权和自有IP的特性进行产品研发设计，委托合作工厂或自主生产制造，并通过潮玩系统渠道、连锁便利渠道以及二次元平台、电商平台等线下线上渠道进行销售。
公司充分发挥多年来在玩具行业积累的经验和资源，能在产品力、供应链整合力以及覆盖核心客户群体的渠道体系上形成有效聚合。

（三）大母婴业务
公司通过全资收购比英一级婴童品牌“babytrend”，获取了婴童用品领域国际的创意、技术与渠道资源，并将其品牌、技术、业务、销售网络等多方面能力全面融入公司婴童板块体系，从而实现公司在高端婴童用品领域的版图一体化能力。
公司积极打造大母婴业务，依托国内外双品牌联动优势，辅以IP资源优势及多年儿童消费市场运营经验，持续深耕大母婴市场。北美一级婴童品牌“babytrend”将开拓为综合母婴品牌，国内定位为专业婴童出行品牌，产品主要包括儿童推车系列、汽车安全座椅、睡床系列、餐椅系列、学步车系列等核心品类，并逐步拓展婴童玩具、哺育用品、婴童家具等新品类；“澳贝”从专注婴幼儿玩具的品牌升级成为品类更丰富的“澳贝母婴”品牌，海外定位为专业婴童玩具品牌，产品品类包括学业技智玩具、安心机品、餐具喂养、室内游乐等多个系列；再者发展各有侧重点，将发挥各自优势在区域市场中形成品类以及渠道互补。

（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
主题化、文化化是现阶段空间娱乐消费的重要趋势，公司从线上内容到线下沉浸式主题游乐的转化在逐渐推进中并取得成效。公司将发挥自有IP优势，以轻资产模式切入空间娱乐业务，充分利用资源，实现全产业链布局。
公司打造的动漫主题游乐乐园品牌——“奥飞欢乐世界”，凭借了“亲子互动+IP场景空间+IP国作演艺+动漫主题餐饮+动漫周边购物”的一站式娱乐体验模式，开发了系列亲乐园各、舞台演出、主题餐厅、衍生品零售等新娱乐项目，打造还原动漫IP内容的沉浸式体验。此外，公司还陆续推出“奥飞动漫明星嘉年华”、“奥飞欢乐世界”、“奥飞欢乐世界”进你不同等产品知识，未来还会计对更大体量的商业综合体的探索合作，并结合教育、新零售、餐饮、娱乐商品、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，已与多家合作伙伴谈拟共同打造以公司动漫IP资为主题的高质量园区或主题乐园区，其中公司与华侨城两手打造的国内首个超级飞侠实景主题区预计将于2021年6月份在重庆欢乐谷开业。

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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	2,368,198,964.01	2,726,920,351.65	-13.15%	2,829,790,072.06
归属于上市公司股东的净利润	-850,288,851.18	120,100,514.12	-474.93%	-1,630,190,056.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-867,624,652.39	73,454,846.30	-736.62%	-1,771,021,717.72
经营活动产生的现金流量净额	124,717,180.71	280,882,168.40	-55.60%	73,288,213.18
基本每股收益（元/股）	-0.33	0.09	-466.67%	-1.2
稀释每股收益（元/股）	-0.33	0.09	-466.67%	-1.2
加权平均净资产收益率	-12.41%	3.01%	-15.42%	-37.32%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	5,498,386,561.77	6,244,085,028.15	-11.94%	6,686,806,472.20
归属于上市公司股东的净资产	3,216,204,703.66	4,000,881,863.88	-20.21%	3,919,520,888.27

（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	497,597,981.17	590,508,507.91	673,717,899.53	606,374,575.40
归属于上市公司股东的净利润	-39,302,985.13	-10,654,628.39	3,599,288.24	-803,930,536.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-42,701,276.92	-13,181,572.34	1,49,037.96	-811,890,841.09
经营活动产生的现金流量净额	3,195,677.36	26,321,613.46	4,707,969.23	90,491,930.66

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