证券代码:002292　　证券简称:奥飞娱乐　　公告编号:2014-013

奥飞娱乐股份有限公司

【2023】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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

董事会审议的报告期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	刘晓东	李晓明	
办公地址	广州市天河区珠江新城金穗路62号侨鼎国际27楼	广州市天河区珠江新城金穗路62号侨鼎国际27楼	
传真	020-38330260	020-38330260	
电话	020-38993278-3826	020-38993278-3826	
电子信箱	investl@gdalpha.com	investl@gdalpha.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司始终坚持以IP为核心,打造了"IP+"全产业运营平台,构建了涵盖动漫、玩具、婴童、授权、媒体、实景娱乐等多元一体的泛娱乐产业链,筑牢产业生态圈的可持续发展,在秉承"让快乐与梦想无处不在"使命的同时,不断朝着"成为用户喜爱的文创产业集团"的愿景进发。

报告期内,公司主营业务包括内容创作及运营、玩具业务和婴童业务。

1、内容创作及运营

公司作为国内动漫文化行业的领军企业,坚定以IP为核心,聚焦精品内容创作,通过高效、稳定、持续的精品内容输出能力,不断加强用户对公司IP的喜爱度和黏性,固化品牌和用户之间的情感连接和价值连接;同时,加强IP全生命周期管理,推动实现IP品牌价值最大化。多年来持续打造并积累了众多优质IP资源,构建了优质的全年龄段IP矩阵,包括但不限于"超级飞侠"、"喜羊羊与灰太狼"、"巴啦啦小魔仙"、"铠甲勇士"、"量子战队"、"萌鸡小队"、"贝肯熊"、"飓风战魂"、"爆裂飞车"、"火力少年王"等。

同时,公司也不断深化在媒体传播领域的相关布局,提升IP的品牌势能。一方面持续强化与全国卡通卫视以及重点省市级少儿频道的合作;另一方面不断拓展新媒体业务价值链的触达方式、范围及深度,建立覆盖网络视频平台、IPTV、OTT到数字电视、智能终端、音频平台,以及APP应用、泡媒体平台、短视频平台等的全方位和立体化的触达渠道网络。

此外,公司依托全产业链优势,开启多渠道联动变现模式,实现多元化突破性发展。根据商业化内容合作门槛及开放程度,合作模式分为轻量商品化授权、内容定制联动以及全场景渠道互通。其中轻量商品化授权,适用于公司旗下所有IP授权,包括开放IP角色、道具、场景等授权;内容定制联动,适用于品牌共建定制化内容,整合公司内容优势,以"IP X 品牌"共创多样性内容展示路径;全场景渠道互通,适用于整合线上线下场景触达,针对IP特性,打造节点性大事件,多渠道触达用户场景。

公司持续深耕IP内容,聚焦用户需求并积极探索产业升级模式,通过IP势能增厚商业化变现能力,形成"IP+产业"商业闭环,构筑内容创作企业的核心壁垒。

2、玩具业务

经过多年业务深耕和运作,公司已成功搭建涵盖设计、开发、制造、营销于一体的"IP+"产业运营平台,多元化发展增强品牌效益。

公司主营的玩具品牌"奥迪双钻"深入人心,"奥迪双钻,我的伙伴"这句口号,更是陪伴了一代又一代青少年的成长。多年来,在"IP+玩具"模式下,不断寻求产品创新、品类突破和渠道深耕,积极探索"IP+"延伸边界的无限可能。该品牌以自有IP类玩具产品为主,自主研发生产涵盖"超级飞侠"、"喜羊羊与灰太狼"、"巴啦啦小魔仙"、"铠甲勇士"、"量子战队"、"萌鸡小队"、"贝肯熊"、"飓风战魂"、"爆裂飞车"、"火力少年王"等IP的玩具产品,产品包括不限于极具还原度和创新玩法的各类变形玩具、人偶、装备、陀螺、悠悠球等。此外,还通过与全球知名IP的授权合作方式,开发生产其衍生玩具,如"侏罗纪""小黄人"等。

近年来,公司主动探索多品牌运营模式,打造了"维思积木"、"玩点无限"等子品牌,通过差异化定位、资源共享、联合营销等策略,开拓积木、潮玩等新领域,满足不同年龄段消费群体的玩乐需求。除自有IP产品线外,"维思积木"积极与"奶龙"、"蛋仔派对"、"元梦之星"等多个爆款IP打造联名产品,建立积木爆款新阵营;"玩点无限"与知名IP"阴阳师"、"小黄人"、"天官赐福"、"王者荣耀"、"未定事件簿"、"恋与制作人"、"时空中的绘旅人"、"三丽鸥"等合作,推出盲盒、叠叠乐及相关周边产品,并将叠叠乐这一产品品类作为发力点,撬动市场增长空间的关键,打造玩点无限叠叠乐品牌认知度和用户粘度。

3、婴童业务

近年来,公司积极推行大母婴战略,通过北美一线婴童品牌"Babytrend"和中国母婴品牌"澳贝"双品牌驱动,发挥各自优势在区域市场中形成品类以及渠道互补,持续深耕大母婴市场。双品牌关注母婴健康全场景需求,逐步覆盖行、用、护、玩四大场景,聚焦不同关键成长阶段的消费需求,致力于提供全方位的呵护。

其中,"Babytrend"定位为专业婴童出行专家,主销北美等海外国家,核心产品包括儿童推车系列、汽车安全座椅、睡床系列、餐椅系列、学步车系列等品类。近年来,除了核心品类的持续创新外,也在积极拓展新品类,力求打造覆盖婴童出行产品、婴童玩具、哺育用品、婴童家具等多品类产品矩阵。

"澳贝"始于2006年,从专注婴幼儿玩具的品牌不断迭代升级,已逐步发展成品类更丰富的"澳贝母婴"品牌,产品包括专业益智玩具、安心纸品、餐具喂养、室内游乐、户外出行等多个系列。在坚持产品创新的同时,聚焦玩具及纸品优势,拓宽品类和渠道,强化品牌认知度和用户信赖度。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位:元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	5,006,516,051.99	5,507,586,879.45	5,507,887,925.47	-9.10%	5,737,199,539.90	5,737,199,539.90
归属于上市公司股东的净资产	3,329,137,723.93	3,272,622,408.38	3,272,893,454.40	1.72%	3,240,089,636.66	3,240,162,947.05

	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	2,738,759,206.55	2,656,756,010.83	2,656,756,010.83	3.09%	2,644,316,753.12	2,644,316,753.12
归属于上市公司股东的净利润	93,642,611.74	-171,598,809.76	-171,401,074.13	154.63%	-417,005,569.92	-416,992,249.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	56,284,507.76	-200,251,942.66	-200,054,207.03	128.13%	-491,246,682.48	-491,172,372.09
经营活动产生的现金流量净额	196,749,888.30	147,581,361.79	147,581,361.79	33.32%	-41,133,785.28	-41,133,785.28
基本每股收益（元/股）	0.05	-0.12	-0.12	150.00%	-0.3	-0.3027
稀释每股收益（元/股）	0.05	-0.12	-0.12	150.00%	-0.3	-0.3027
加权平均净资产收益率	2.84%	-5.37%	-5.37%	8.21%	-13.67%	-13.67%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

财政部于 2022 年发布了《关于印发〈企业会计准则解释第 16 号〉的通知》,规定对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易（包括承租人在租赁期开始日初始确认租赁负债并计入使用权资产的租赁交易）,以及因固定资产等存在弃置义务而确认预计负债并计入相关资产成本的交易等,不适用豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定,应当在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。本公司于 2023 年 1 月 1 日起执行该规定,对首次执行日租赁负债和使用权资产产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异对比较报表及累积影响数进行了追溯调整;同时对2022年1月1日未分配利润进行调整,调增合并报告2022年1月1日未分配利润73,310.39元,调减母公司2022年1月1日未分配利润99,530.51元。

单位:元

合并资产负债表科目	变更前2022年12月31日余额	变更后2022年12月31日余额	影响数
递延所得税资产	264,478,566.88	264,749,612.90	271,046.02
递延所得税负债	1,754,967.19	1,754,967.19	
盈余公积	232,503,266.45	232,503,266.45	
未分配利润	-797,010,671.87	-796,739,625.85	271,046.02
利润表项目	变更前2022年度发生额	变更后2022年度发生额	
所得税费用	-1,993,784.88	-2,191,520.51	-197,735.63

单位:元

母公司资产负债表科目	变更前2022年12月31日余额	变更后2022年12月31日余额	影响数
递延所得税资产	129,734,321.91	129,739,000.34	4,678.43
递延所得税负债			
盈余公积	232,763,972.06	232,763,972.06	
未分配利润	270,635,059.62	270,639,738.05	4,678.43
利润表项目	变更前2022年度发生额	变更后2022年度发生额	
所得税费用	8,441,691.27	8,337,482.33	-104,208.94

（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	602,343,222.69	697,948,458.98	719,478,825.18	718,988,698.70
归属于上市公司股东的净利润	16,673,884.85	43,780,336.27	20,968,872.39	12,219,517.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	13,547,901.41	36,630,328.49	12,764,589.90	-6,558,312.04
经营活动产生的现金流量净额	-212,519,126.21	144,664,581.76	90,434,206.79	174,170,226.97

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	153,273	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	146,672	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（不含通过转融通出借股份）							
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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
蔡东青	境内自然人	34.15%	504,940,180	421,272,739	不适用	0	
蔡晓东	境内自然人	7.40%	109,481,442	82,111,081	不适用	0	
李丽卿	境内自然人	1.07%	15,826,715	0	不适用	0	
信泰人寿保险股份有限公司－万能保险产品	其他	0.89%	13,212,485	0	不适用	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	0.89%	13,111,000	0	不适用	0	
中国民生银行股份有限公司－华夏中证动漫游戏交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.88%	13,053,476	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.87%	12,867,636	0	不适用	0	
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.50%	7,442,038	0	不适用	0	
中信证券股份有限公司	国有法人	0.41%	6,108,373	0	不适用	0	
中国国际金融股份有限公司	国有法人	0.34%	5,021,853	0	不适用	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。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）	截至2023年12月31日,公司前10名股东未通过信用账户持有公司股票;转融通业务相关数据参考下表内容。						

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

√适用 □不适用

单位:股

前十名股东参与转融通出借股份情况									
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还		
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	
中国民生银行股份有限公司－华夏中证动漫游戏交易型开放式指数证券投资基金	2,363,500	0.16%	611,600	0.04%	13,053,476	0.88%	4,115,700	0.28%	

前十名股东较上期发生变化

√适用 □不适用

单位:股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
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	新增	0	0.00%	13,111,000.00	0.89%
中国民生银行股份有限公司－华夏中证动漫游戏交易型开放式指数证券投资基金	新增	4,115,700	0.28%	13,053,476.00	0.88%
华泰证券股份有限公司	新增	0	0.00%	7,442,038.00	0.50%
中信证券股份有限公司	新增	0	0.00%	6,108,373.00	0.41%
中国国际金融股份有限公司	新增	0	0.00%	5,021,853.00	0.34%
董怀强	退出	0	0.00%	1,566,200.00	0.11%
王洋	退出	0	0.00%	1,100	0.00%
嘉兴市秀洲区天丰小额贷款有限公司	退出	0	0.00%	1,197,400	0.08%
黄少贞	退出	0	0.00%	0	0.00%
应红群	退出	0	0.00%	96	0.00%

（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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

详见公司2023年年度报告全文第六节"重要事项"相关内容。

证券代码:002292证券简称:奥飞娱乐　公告编号:2024-011

奥飞娱乐股份有限公司 2023年度董事会工作报告

奥飞娱乐股份有限公司全体股东:

2023年,公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的规定,本着对全体股东负责的态度,认真履行股东大会赋予的职责,勤勉尽责地开展各项工作,不断完善公司治理,提升规范运作水平,积极推动公司各项业务发展。现将公司董事会2023年度工作情况汇报如下。

一、报告期内董事会会议召开情况

报告期内,公司召开了5次董事会会议。会议的通知、召集、召开和表决程序均符合有关法律法规和《公司章程》的规定,具体情况如下:

（一）公司第六届董事会第五次会议于2023年1月13日在公司会议室以通讯表决方式召开,会议审议通过了如下议案:

1、《关于调整2018年度非公开发行股票部分募投项目投资进度及将节余募集资金用于永久补充流动资金的议案》

2、《关于变更2021年非公开发行股票部分募投项目募集资金用途及调整部分募投项目投资规模的议案》

3、《关于补选公司董事的议案》

4、《关于提请召开公司2023年第一次临时股东大会的议案》

5、《关于签署合作框架协议的议案》

（二）公司第六届董事会第六次会议于2023年4月27日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开,会议审议通过了如下议案:

1、《2022年度董事会工作报告》

2、《2022年年度报告及摘要》

3、《2022年度财务决算报告》

4、《2022年度利润分配预案》

5、《关于未弥补亏损达实收股本总额三分之一的议案》

6、《2022年度内部控制评价报告》

7、《2022年度社会责任报告》

8、《2022年度募集资金存放与使用情况专项说明》

9、《关于注销2020年股票期权激励计划剩余股票期权的议案》

10、《关于续聘会计师事务所的议案》

11、《关于公司与嘉佳卡通日常关联交易金额预计的议案》

12、《关于〈公司2023年第一季度报告〉的议案》

13、《关于提请召开公司2022年度股东大会的议案》

（三）公司第六届董事会第七次会议于2023年8月25日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开,会议审议通过了如下议案:

1、《董事会关于募集资金2023年半年度存放与使用情况的专项报告》

2、《〈2023年半年度报告〉及其摘要》

（四）公司第六届董事会第八次会议于2023年10月27日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开,会议审议通过了如下议案:

1、《关于〈公司2023年第三季度报告〉的议案》

（五）公司第六届董事会第九次会议于2023年12月7日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开,会议审议通过了如下议案:

1、《关于申请金融机构授信额度及为全资子公司、孙公司提供担保的议案》

2、《关于开展应收账款保理业务的议案》

3、《关于开展远期外汇套期保值业务的议案》

4、《关于2018年度非公开发行股票募投项目整体结项并将节余募集资金永久补充流动资金及注销相关募集专户的议案》

5、《关于调整第六届董事会审计委员会委员的议案》

6、《关于修订〈公司章程〉并申请授权董事会办理工商变更的议案》

7、《关于修订〈股东大会议事规则〉的议案》

8、《关于修订〈董事会议事规则〉的议案》

9、《关于修订〈信息披露管理制度〉的议案》

10、《关于修订〈对外投资管理制度〉的议案》

11、《关于修订〈独立董事制度〉的议案》

12、《关于修订〈募集资金使用管理制度〉的议案》

13、《关于修订〈投资者关系管理制度〉的议案》

14、《关于修订〈投资者投诉处理工作制度〉的议案》

15、《关于修订〈董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度〉的议案》

16、《关于修订〈董事会秘书工作制度〉的议案》

17、《关于修订〈内幕信息知情人登记管理制度〉的议案》

18、《关于修订〈独立董事年度报告工作制度〉的议案》

19、《关于修订〈年报信息披露重大差错责任追究制度〉的议案》

20、《关于修订〈重大信息内部报告制度〉的议案》

21、《关于制定〈总经理工作细则〉的议案》

22、《关于修订〈董事会战略委员会实施细则〉的议案》

23、《关于修订〈董事会审计委员会实施细则〉的议案》

24、《关于修订〈董事会提名委员会实施细则〉的议案》

25、《关于修订〈董事会薪酬与考核委员会实施细则〉的议案》

26、《关于提请召开公司2023年第二次临时股东大会的议案》

二、董事会下设专门委员会在报告期内履行职责情况

1、董事会下设审计委员会履职情况

董事会下设审计委员会,由3名董事组成,并以会计专业人士身份的独立董事担任召集人,主要负责公司内部审计、外部审计的沟通、监督和检查工作。报告期,审计委员会按照《年报审计工作规则》、《董事会审计委员会工作细则》等规定和要求,勤勉尽责的履行了以下工作职责:报告期内,公司审计委员会共召开了6次会议,讨论审议公司2023年度审计计划,内审部每个季度关于募集资金存放与使用报告、公司内部管理和财务状况等的内部审计报告,对公司内审部工作进行指导。在2023年年报审计工作中,审计委员会按照公司《审计委员会年报工作规程》规定与审计机构协商确定年度财务报告审计工作时间安排,对公司财务报表进行审阅并形成书面意见;督促审计工作进展,保持与会计师的联系和沟通,就审计过程中发现的问题及时交换意见,确保审计的独立性和审计工作的如期完成。同时,对审计机构的年报审计工作进行总结和评价,并建议续聘,形成决议提交董事会。

2、董事会下设薪酬与考核委员会履职情况

董事会下设薪酬与考核委员会,由3名董事组成,其中2名为独立董事,并由1名独立董事担任召集人,主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核、制定和审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案等。报告期内,薪酬与考核委员会就公司注销2020年股票期权激励计划剩余股票期权相关事项召开会议,经审核后一致认为公司因业绩考核未达到2020年股票期权激励计划第三个行权期行权条件而注销剩余股票期权事项,符合《上市公司股权激励管理办法》及公司《2020年股票期权激励计划》等法规制度的有关规定,因此同意注销2020年股票期权激励计划剩余股票期权。

3、董事会下设战略委员会履职情况

董事会下设战略委员会,由3名董事组成,其中1名为独立董事,主要负责公司长期发展战略和重大投资决策研究并提出建议。报告期内,战略委员会严格按照《董事会战略委员会实施细则》的规定履行职责,2023年共召开会议1次,就公司年度经营计划及未来战略发展规划情况与公司管理层进行讨论,切实履行战略委员会委员的责任和义务。

4、董事会下设提名委员会的履职情况

董事会下设提名委员会,由3名董事组成,其中2名为独立董事,并由1名独立董事担任召集人,主要负责对公司董事、经理人员的人选、选择标准和程序进行审核并提出建议;2023年度提名委员会共召开1次会议,对非独立董事候选人苏江锋先生资格进行了审查,提名委员会委员严格审查了候选人相关资料,认为苏江锋先生符合《公司法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的任职条件,同意将其补选为公司第六届董事会非独立董事,切实履行了提名委员会委员的责任和义务。

三、报告期内公司经营情况

报告期内,公司实现营业收入27,387.59万元,同比上涨3.09%;实现利润总额9,471.43万元,归属于上市公司股东的净利润9,364.26万元。

四、2024年公司发展战略及计划

（一）行业格局趋势及公司发展战略

1、优质IP内容仍是消费助燃器和商业增长引擎,能够"破圈"且经得起检验的IP,普遍具有积极的价值导向和一定的文化内涵。

近年来,我国动画在数量和质量上均有显著提升,涌现出一大批独具新时代中国特色的优秀动漫作品,关注与消费群体日渐增多,加之国家政策的鼓励与扶持以及互联网、新技术的不断发展,给动漫产业赛道带来更多的想象空间。在此趋势下,优质IP内容依然是文化产业追逐的焦点,是消费助燃器和商业增长引擎。在万物皆可IP的时代,唯有具有积极的价值导向和一定的文化内涵的作品,品牌文化沉淀和年轻圈层的渗透,才能最大程度的实现IP流量价值、品牌价值和圈层价值,提升企业核心竞争力。

顺应受众全龄化、新媒体渠道多元化、政策利好等多方面的良好机遇,我国动漫行业正迎来新的增长点。在此背景下,公司将继续坚持以IP为核心,辅以"爆品为先+乘风出海+数智赋能"战略,聚焦用户价值深耕IP内容。公司将顺应新媒体渠道的高速发展,在短视频、长视频、动画电影全面发力,在媒体侧建立高粘度、大用户体量的自媒体矩阵,从圈层裂变和用户高渗透中打造多元收入增长曲线,以实现优质动漫IP的长生命力运营。

与此同时,公司还将积极拥抱人工智能等前沿技术给文化产业带来的变革,探索相关技术在内容创作、产品研发等环节的融和应用,逐步推动"AI+IP"的产业化落地,例如利用人工智能相关技术和工具缩短制作周期,提高生产效率;结合虚拟数字人或玩具产品在线上及线下场景实现智能互动功能,提升用户体验。未来公司将持续在更多产业链环节探索AI技术应用可行性,加快促进内容与产业良性循环以及创新融合的高质量发展。

2、风险与机遇并存的玩具与婴童用品市场,我国企业仍具备较强的发展潜力。

近年来国际环境不断变化,通货膨胀、需求收缩、产品同质化问题等压力对玩具企业的成本控制、精益生产、内部运营等方面精细化管理的能力提出了新的要求。与此同时,随着我国玩具和婴童市场的不断规范和发展,加之国家政策措施的相继出台,正为行业的发展发挥积极推动作用。因此,在风险与机遇并存的玩具与婴童用品市场,我国企业仍具备较强的发展潜力。

公司将持续聚焦打造爆品项目,深耕用户运营,在玩具品类、母婴品类建立核心竞争优势,致力于提升内容及实体产品的产品力,提供给用户独特的价值体验,聚焦打造精品,争做品类或细分领域第一;通过差异化定位和策略,通过精准化营销、精细化运营,打造爆品。同时,将构建具备国际化视野的产品设计与研发团队,推广及落地爆品方法论、工具和模版,形成可持续、可复制的爆品项目打造能力,以核心IP或品类为基础,围绕用户价值、颜值和性价比进行产品的开发、升级和快速迭代。在多年建立的渠道及消费者触达优势的基础上,深度挖掘下沉市场的消费潜力和市场空间,寻求新的发展增量。

3、IP如何打破圈层壁垒,仍是企业重新商业格局和提升竞争力的关键。

随着我国优秀动漫作品的不断涌现,以及消费者对个性化、定制化消费需求的增长,市场对动漫衍生品的需求也逐渐增加。为了扩大IP影响力、拓展IP生态边界,提高IP业务收入,IP授权成为了其中一个主要方式。中国授权行业近年来发展迅速,行业规模不断扩大,中国作为全球第二大消费市场,加之动漫行业蓬勃发展,为我国IP授权行业带来了无限潜力和想象空间。

公司将抓住国内授权行业发展机遇,继续稳定开拓K12市场授权业务,在传统授权品类稳扎稳打的同时积极拓展更多细分品类,并与海内外优秀游戏企业、第三方艺术家等合作,推进旗下IP在年轻潮流向领域的开拓。基于公司以IP为核心的全产业生态闭环,整合产业链资源,开展整合营销,与行业头部企业深度合作,加强被授权客户粘性进而持续提高客户留存率。同时,借力文娱旅游消费趋势,不断探索"文化+"、"娱乐+"、"旅游+"的深度和创新融合,通过创造新内容、构建新场景、触发新消费、融合新需求等形式,继续推动实景娱乐发展的项目落地。

（二）2024年经营计划

1、聚焦优质内容创作,夯实精品IP的核心价值优势。

2024年,公司将从聚焦内容创作及创新、拓宽用户圈层、探索内容合作新形式等三方面共同蓄力,通过内容差异化、价值及个性化激发IP的内在引爆力,夯实精品IP的核心价值优势。

（1）聚焦优质内容创作,保持优质作品迭代,搭建内容系列生态体系;并不断复盘过往作品的成功与不足,为内容研发提供优质支撑。

（2）倾听用户声音,思视用户情绪价值、仪式感,根据用户需求持续做好内容创新,以现有用户圈层为核心拓展新生代喜好的内容,洞察新生代用户需求,通过内容开发促使经典IP的二次焕新。

（3）进一步探索内容合作新形式,提高IP内容产量,锻造IP长尾效应。

（4）重视IP的影响力和热度,线上线下,多场景触达用户,提升IP的品牌势能。

2024年1月上线的"喜羊羊与灰太狼"羊村守护者6《心世界奇遇》,获得广电推优,开播首天即获得优酷日榜第二名,上线次日起连续获得28天蝉联优酷日冠军,电视首播10天内获得时段收视冠军12次。

3月播出"量子战队恐龙守护"第二部,掀起全新一季机甲风暴,表现不俗,首轮多平台播出数据排行稳居前三,并多次上榜央视索福瑞数据（数据来源:念童少儿数据）

2024年,还将继续推出"超级飞侠"、"巴啦啦小魔仙"、"贝肯熊"、"铠甲勇士"等系列新片。适逢铠甲勇士项目15周年,"铠甲勇士"第6部计划今年内上线热播,拟同步启动铠甲见面会以及15周年铠甲主题巡回展,并通过抖音、快手、B站、舞台剧等多形式联动,打造中国英雄回归热潮。

除上述动画剧集外,拟推出"喜羊羊与灰太狼"全新大电影,与观众约定携手启程奔赴《守护》,此次关注爱与自然,以"守一生之约、护万物家园"为主题,展现了羊狼们为了保护大自然而展开的冒险之旅。

2、聚焦核心主业发展,扩大泛娱乐生态圈优势

（1）强化核心品类领先优势,针对性进行新品类拓展,多元化产品线并行,精准覆盖核心用户群体。

玩具产品方面,公司将保持资源投入,结合内容上线,围绕IP在多品类进行深度开发,通过IP项目周年主题活动,唤起粉丝情怀,打造限量珍藏,精准覆盖核心用户群体。

①超级飞侠项目,除了通过P+A品类打法,积极开拓品类,变形产品、载具产品、场景产品、益智类产品及角色潮玩宠物线产品多线并行的基础上,将继续推行机库墙,将收集概念贯彻始终。拟计划推出全新电能超级机器人、全新声光变形乐迪、旋转发射器、拼装飞机乐迪、盲盒5.0等多款产品。2024年,时逢超级飞侠十周年,将同步启动"我是超级飞侠收藏家"特别活动,并同步推出十大文旅城市限量版奥迪以及相天十周年纪念版周边产品,通过限量版收集性产品满足粉丝小小收藏家的需求。

②巴啦啦小魔仙项目,计划在扩大儿童向常规业务基础上寻求年轻向全新增量,通过双线布局丰富产品组合,在原有魔法道具、变身器、人偶、场景以家家及DIY文创产品开发升级的同时,积极开拓年轻向魔法道具衍生品、精品首饰、合子周边等,如初代巴啦啦经典魔法道具复刻版、纪念版魔法项链/手链、初代巴啦啦合子周边以及定制化产品等。

③铠甲勇士项目,结合《铠甲勇士第六部》剧集上线,通过复刻叠加新品策略,陆续推出武器类、装备类、人偶产品,并借力15周年铠甲主题巡回,推出粉丝向产品,如15周年典藏版人偶。2024年计划推出装备系列、寸超可铠魂系列、铠拼系列、盲盒系列以及15周年典藏版的铠装系列。

④量子战队项目,将继续以机甲核心持续扩展品类,丰富产品线,在已有机甲变形及人偶产品上,推出全新品类。2024年计划推出新角色恐龙变装及恐龙战甲系列人偶产品、变形机甲的超变合体及闪变合体系列、可自由互拼外甲的机甲狂潮盲盒、黄金套装机甲狂潮系列,可实现掌中变形的量子恐龙盟等。

⑤飓风战魂项目,将在原有的优势品类项目剑旋系列上持续创新开发,通过对竞技体验、颜值外观、周边装备的升级,并辅以多场线下赛事带来沉浸式竞技体验。同时,计划与"蛋仔派对"、"麦咭"等外部知名IP进行跨界联动破圈,拟推出"蛋仔派对"系列橡皮指尖陀螺,"麦咭"剑旋系列、指尖剑旋系列产品等。

⑥积木项目,2024年计划推出多尺寸附带潮玩属性的积木人偶产品、DIY收纳的谷类盒子、还原IP可沉浸拼搭的场景积木产品,以及具有收藏价值的高端积木等。除目有IP产品线产品外,继续与"蛋仔派对"、"元梦之星"等多个爆款IP打造联名产品,计划推出"蛋仔派对"系列心情盲袋、3D立体画、浮雕街景场景、打卡蛋仔品盲盒;"元梦之星"系列星宝袋盲盒、星广场场景、积木人仔盲袋及钥匙扣;"奶龙"系列趣味萌粒屋、许愿球及立体画。

⑦潮玩项目,聚焦核心品类叠叠乐,拓潮力品类徽章;同时,联动大客户渠道打造线下叠叠乐专区,触达更广泛消费者,持续打造玩点无限特别是玩点叠叠乐品牌认知,持续巩固行业和用户的品牌粘度。

婴童产品方面,公司将充分发挥自有婴童品牌在各目区域、品类、渠道的优势,相互协同发展,持续打造中外消费者可信赖的品牌。

①Babytrend项目,在生产方面,将继续优化供应链流程,推进采购降本及工程降本,并持续细化完善生产流程及标准,建立严格的质量追溯制度,持续提高产品质量;在产品方面,进行核心品类的持续产品创新,不断强化手推车、安全座椅、摇篮、高餐椅、游戏床以及学步车等多元产品矩阵;同时进行新品类拓展,计划开发玩具、户外玩乐等产品线。

②澳贝项目,持续进行常规线产品开发,快速迭代新品;打造高端臻贵礼盒系列,通过产品颜值升级触达精致宠娃、都市白领、资深中产等核心人群;继续开发多元益智产品和市书产品,通过差异化产品创新建立品牌心智;加快推出纸品新品,扩大品类和用户群;通过"萌鸡小队"及"三丽鸥"等IP加持助力,提高产品和品牌的差异性。

（2）坚持爆品策略,争取实现增长破局。

公司将坚持爆品逻辑,面对瞬息万变的流量变迁,通过打造爆品反哺品牌认知、提升复购率,进而形成势能并带动品牌整体爆发,完成从"爆品"到"品牌"的破局路径。通过产品创新及产品复盘,从细分品类里发现用户的真实需求,为用户提供独特的产品、内容、场景体验,进而实现产品力制胜;借力公司的全渠道布局,以产品为核心,通过IP衍生品链接和渗透更多用户,拓展更大的市场空间。

（3）多渠道拓展及地域精细化运营,开拓更多消费场景,扩大渠道渗透。

一方面,以品牌战略点亮产品的全渠道品牌营销策划创新,以全渠道品牌策划传播塑造新用户消费认知,区隔传统渠道突破新渠道。首先,深入挖动及渗透现有渠道,建立IP多品类阵营,并着力打造陈列饱满、品牌突出、规范有序的品牌终端形象,提升品牌形象;其次,尝试开拓会员制超市、成人向系统、扭蛋机或动漫游艺等特殊渠道作为增量,实现多渠道覆盖;再次,拓展外部合作项目（内容制作、广告、植入）,整合内外部资源,触达更多的用户群体,并通过小红书、抖音等平台,强力拉动产品热度,联动外部合作加创赋能销量;最后,通过渠道专供为突破点,针对特定渠道及人群,推出专供款产品,以"渠道专供款""用户定制款"推动全渠道动销,实现与合作伙伴的共赢。

另一方面,积极培育国际合作和竞争新优势。公司在稳固现有海外市场基本盘外,持续拓展欧洲市场、亚太市场以及拉美市场等同时尝试深挖既有项目潜力,采用媒体合作、授权合作以及投资合作等不同方式寻求与核心客户形成粘度更大的战略合作关系。

（4）整合资源,赋能IP商业化更多新玩法。

首先,拓宽品类,深挖重点客户。1、深挖儿童消费品合作,如食品、日化和体育用品,同时关注国内电商新兴品牌以及合作意向;2、大

（下转B542版）

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。

重要内容提示:

1.董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

2.公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人