

证券代码：002292

证券简称：奥飞娱乐

奥飞娱乐股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-008

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东方港湾的黄海平和陈蒙、天风证券的华兆涵等
时间	2018年11月5日 16:00-18:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书李斌先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>各方对公司业务进展以及未来规划等疑问进行了深入探讨。主要内容如下：</p> <p>1、公司现在的战略方向是什么？从2015年泛娱乐战略到现在有哪些转变？</p> <p>答：公司目前拥有“超级飞侠”、“萌鸡小队”、“喜羊羊与灰太狼”、“巴啦啦小魔仙”、“铠甲勇士”、“贝肯熊”、“萌鸡小队”等知名IP，公司的战略方向仍然是以IP为核心的全产业链运营平台，依托众多知名IP，积极进行全产业变现，业务横跨玩具、婴童、授权、舞台剧、主题乐园、教育等多元产业。未来将围绕“内容为王”、“数字化”、“国际化”和“科技化”的发展战略，以“聚焦、协同、务实、结果”为导向，进一步强化精品IP阵容，不断巩固和提高产业链壁垒。</p> <p>2018年，公司战略更聚焦于K12领域，通过人员调整、业务整合、激励机制等一系列措施来优化组织运营模式，提高组织效率，为业务赋能。2018年初，公司任命高级副总经理何德华先生为执行</p>

总裁，何德华先生拥有 22 年外企工作经验，曾在宝洁、百事可乐、迪士尼工作，先后担任迪士尼衍生品授权执行总监，本土 IP 运营、数字媒体发行及运营副总裁。自 2017 年初加入公司以来一直分管公司战略拓展事业线（含授权业务、儿童电影、动画制作、舞台剧等内容业务）、嘉佳卡通及室内乐园业务。

今年，各项调整接近尾声，未来，营运管理方面，公司将保持各项费用与业绩匹配，最小化投入产出比，同时，强化绩效与激励机制建设，制定长期利润分享计划、专项增量激励方案，倡导增量激励文化等，通过上述强化营运管理措施使组织增效，员工激活。业务管理方面，公司秉承持续产出高质量的精品内容和产品的总方针，以加强创新、协同，合作共赢的指导思想，通过充分挖掘数据，深刻洞察用户思维，把握市场发展趋势，聚焦重点项目，提高项目成功率，实现多方共赢。

2、主营业务玩具项目有哪些？未来的项目储备情况如何？

答：公司近期上市的项目比较多，包括《铠甲勇士猎铠》、《巴拉啦小魔仙之魔法海萤堡》、《战斗王之飓风战魂》、《超级飞侠》第五季、《小猪佩奇》、《睡衣小英雄》，其中《巴拉啦小魔仙之魔法海萤堡》玩具销售数据增速显著，《超级飞侠》第五季的网络点击播放率再创新高。项目储备方面，老 IP 的新内容已经立项的有《巴拉啦小魔仙》第七季和第八季、《萌鸡小队》续集、《铠甲勇士》第六季和《火力少年王》第七部等。另外，《喜羊羊与灰太狼》3D 全新形象的样片正在制作中，大电影也在规划中。

此外，公司储备中的新 IP 有 4-5 个。公司明年将推出风格类似“超级飞侠”的新 IP，制作水准会比之前的 IP 更高。公司将确保每年有老 IP 的新内容持续推出，同时也有新 IP 的新内容来填充 IP 矩阵，夯实公司的内容竞争力。

3、公司产品销售渠道的分布情况和每个渠道的占比情况具体如何？

答：按渠道种类划分，公司的现代渠道（包括卖场、超市、网络等）占 60%，传统渠道（包括终端零售商和代理商等）占 40%，现代渠道的占比在不断上升。产品销售渠道的分布随着小孩子接触玩具场景的变化而变化，小孩子接触玩具的场景已由校边小店向商超、购物中心、潮玩店等现代渠道转移。

按业务种类划分，母婴业务 60%的渠道在线上，40%的渠道在线下；玩具业务 70%的渠道在线下，30%的渠道在线上。

4、公司当初收购 baby trend 的原因是什么？目前投资支出分别在哪些方面？

答：奥飞一直有母婴业务线，婴童玩具在母婴市场中算是比较小众的，而推车、安全座椅在母婴市场的占比较大。婴童玩具和母婴在渠道是上统一的，供应商也有交叉。单纯的玩具电商是不存在的，但是耐用品是存在的。Baby Trend 是美国品牌，创始人是台湾人，管理比较接近中式，工厂在东莞，经销在美国，在美国的业务比较稳定。收购之后工厂可以统筹整合，整合供应链管理，国内的品牌也在做整合。奥飞和 Baby Trend 两个品牌同时存在，奥飞以玩具为主，兼顾推车、安全座椅，Baby Trend 以推车为主，兼顾玩具。

目前，公司投资主要在三方面，室内乐园业务，自己投资作为样本，陆续会增加加盟店；电商，投资运营团队来运营电商，未来还会有这方面的投资，目前电商渠道京东淘宝都有，自己网站的建设会放慢一些；动画项目制作，“质量提升，成本下降”的挑战还是比较大，需要不断提升。

5、公司动画内容项目创意来源？内容产能及每年的产出量？

答：公司的每部动画内容制片、核心制作环节、知识产权等都是完全属于公司，但是项目的创意来源于全球。公司制定了《奥飞玩具创新创意平台及发明者管理制度》，建立了创新创意平台，通过定期召开国内外创意大会、不定期举行研讨会、通过校企合作、官网“发明家天地”板块及公众号等方式，整合公司内外部创意资源，持续推进新产品、新技术的创新研发并使其实现产品化。目前公司每年播出 7000-8000 分钟的动画内容，内容主要是配合产业化项目进行设计，通过自有内容制作团队及部分外部合作伙伴完成制作。

6、动画内容每分钟的制作成本及动画的播片授权收入情况是如何？

答：动画内容的制作成本每分钟 1-10 万不等，还得分二维、三维，具体得看每部动画片的制作水平情况而定。

公司的播片、授权收入在定期报中按收入分类是放入了影视类，这块业务收入增长比较稳定，随着新媒体行业发展，播片价格上涨也比较明显。在授权方面，近年来，公司授权产业边界不断拓宽，新业态授权，尤其是主题业态尤为显著。

	<p>7、公司主题空间业务进展情况如何？</p> <p>答：在室内乐园方面，公司目前已经开业的有五家，分别为广州奥体店、成都凯德店、江门美吉店、北京房山龙湖店、宁波慈溪爱琴海店，即将开业的有两家，广州永旺梦乐城店和合肥百大心悦城店。已开的五家店大多数都实现了正向现金流，部分室内乐园已经实现盈利。</p> <p>在主题乐园方面，公司与山水文园集团签署战略合作协议，将与六旗集团联手在浙江海盐打造以“超级飞侠”动漫形象为主题的高质量沉浸式主题乐园游乐区，另还有多个主题乐园项目在同步洽谈中。</p> <p>8、控股股东股权质押情况，是否有股权变更风险？</p> <p>答：目前控股股东的质押比例相对较高，但是融资额在可控范围内，尚不存在控制权变更的风险。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2018年11月5日