

证券代码：002292

证券简称：奥飞娱乐

公告编号：2019-066

奥飞娱乐股份有限公司

2019 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、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。

公司负责人蔡东青、主管会计工作负责人刘震东及会计机构负责人(会计主管人员)郭玉津声明：保证本半年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

本报告涉及未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，能否实现取决于市场状况变化等多种因素，存在一定的风险，请投资者注意投资风险。

不存在对公司生产经营状况、财务状况和持续盈利能力有严重不利影响的有关风险。

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。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、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	1,359,666,213.81	1,394,841,886.91	-2.52%
归属于上市公司股东的净利润 （元）	110,820,110.15	102,964,388.63	7.63%
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润（元）	84,487,342.96	17,569,826.62	380.87%
经营活动产生的现金流量净额 （元）	157,348,744.17	-99,479,420.24	258.17%
基本每股收益（元/股）	0.08	0.08	0.00%
稀释每股收益（元/股）	0.08	0.08	0.00%
加权平均净资产收益率	2.79%	1.90%	0.89%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减

总资产（元）	6,152,551,757.01	6,686,806,472.20	-7.99%
归属于上市公司股东的净资产 （元）	4,030,272,253.62	3,919,520,880.27	2.83%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	82, 317	报告期末表决权恢复的 优先股股东总数（如有）	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. 72%	579, 725, 785	434, 794, 339	质押	519, 752, 283
蔡晓东	境内自然人	10. 66%	144, 672, 000	108, 504, 000	质押	120, 197, 800
李丽卿	境内自然人	2. 66%	36, 096, 715			
中国工商银行股份有限公司—东方红产业升级灵活配置混合型证券投资基金	其他	1. 53%	20, 770, 490			
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. 45%	19, 634, 146			
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			
红塔红土基金—中信证券—光大兴陇信托—光大信托·增利 1 号单一资金信托	其他	0. 90%	15, 195, 714			
香港中央结算有限公司	境外法人	0. 53%	7, 173, 227			
中国工商银行股份有限公司—东方红新动力灵活配	其他	0. 52%	7, 024, 116			

置混合型证券投资基金						
科威特政府投资局	境外法人	0.50%	6,776,195			
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。				
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。				

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

2019年1-6月公司实现营业总收入135,966.62万元，同比下降2.52%；实现利润总额13,355.50万元，同

比上升14.32%；归属于上市公司股东的净利润11,082.01万元，同比上升7.63%。取得如上成绩，一方面是因为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，超级飞侠、婴童用品、战拓等业务同比增长；另一方面，经过2018年组织架构、人员优化管理效率提升，同期费用降低。

报告期内经营情况大致如下：

1、持续精品IP内容创作

公司在K12领域，拥有以“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”、“爆裂飞车”、“菲梦少女”等为代表的儿童IP资源库，保持强劲的市场影响力。2019年上半年陆续推出多个IP的新动画，1月《喜羊羊与灰太狼之羊村守护者》、《菲梦少女》第一季首播，3月《爆裂飞车3》下部开播，5月《超级飞侠》第六季播出。





在报告期内，《超级飞侠6》上线，在各大频道播出期间，收视率明显高于时段均值（数据来源：CSM）。截至报告期末，《超级飞侠》系列全网累计点击量超过274亿。

《喜羊羊与灰太狼之羊村守护者》自1月18日开播至2月底于四大卡通电视台播放23轮，首播一周触达人数335.9万，其中28天登上当日收视榜单，14天夺得当日收视冠军，最长蝉联收视冠军时间5天。2019年7月12日开播的新剧《喜羊羊与灰太狼之跨时空救兵》收视也屡获佳绩，截至8月12日，已获得日冠14次，时段收冠38次，最高收视1.29，累计触达人数963.9万。（数据来源：动漫收视榜）

《萌鸡小队2》自2018年12月上线以来，一直保持较高的市场热度，截至报告期末，全网累计点播达18亿，上线以来平均日增量823万，《萌鸡小队1》全网累计点播达61.9亿，同比上线30周平均日增量973万。截止报告期末，2018年11月上线的《巴拉啦小魔仙6 魔法海萤堡》全网总点播为5.16亿。在IP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。另外，公司还将致力打造精品动画电影，《大卫贝肯之倒霉特工熊》将在2020年推出第二部续集电影，《喜羊羊与灰太狼》预计在2021年推出3D大电影。



在K12以上领域，有妖气在持续深耕平台运营的同时，以轻资产模式拓宽IP衍生产业空间。2019年，有妖气通过优化付费体系、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，报告期内独家作品超过3,800部，签约作品超过200部。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，“镇魂街”主题街区项目、《十万个冷笑话》真人影视剧、《雏蜂》动画番剧、《镇魂街》动画第二季、《恋爱生死簿》等十余部动态漫画等IP开发项目正稳步推进。



游戏业务方面，目前公司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。日本卡牌手游《纯白魔女》在中国内地版本由广州卓游负责发行，在报告期内获得进口网络游戏版号批文，已于2019年8月份正式发行。



2、推进IP多渠道、多业态的产业融合

媒体业务顺利发展，充分发挥IP的传播桥梁作用，促进IP多渠道触达受众。嘉佳卡通卫视2018年利用“IPTV+有线”双落地的方式，推进全国覆盖的策略，推出多个王牌节目，观众数量和频道市场竞争力逐

年上扬。截至报告期末，全国有线电视+IPTV全网覆盖国内24个省份，累计覆盖用户数达2.16亿户，全国覆盖人口总量突破9亿。2019年暑假，嘉佳卡通卫视在全国71城卫视的收视排名上升到12位，继续保持广东省同类频道收视排名第一。嘉佳教育业务快速发展，嘉佳卡通少儿艺术团、《嘉佳全能星》等栏目带动零售、授权等业务收入显著提升。此外，嘉佳卡通大力拓展合作客户群，新增客户涉及培训集团、旅行社、保险、地产等行业，为跨产业合作进一步开拓空间。

近年新媒体收视飞速增长，奥飞通过高效的媒体发行和推广策略，配合不断优化的新媒体平台组合，带来了显著提升的点击收视成果。2019年，奥飞与超过30多家新媒体合作，涵盖了新媒体视频平台、数字电视/IPTV/OTT平台、音频平台、短视频平台、流媒体平台等，截至报告期末，奥飞的6大核心IP在新媒体全平台上累计点击量超过1200亿次，带动了各领域授权客户产品的高频曝光，实现了产业联动。

IP授权业务稳健发展，获得全球市场肯定。在授权业权威杂志*License! Global*公布的2018年全球150强授权商排行榜中，奥飞排名第81位，是中国授权企业最高名次。明星IP“超级飞侠”及新IP“奥飞Q宠”、“萌鸡小队”等颇受市场青睐，单一IP收入占比提升明显。产业边界无限拓宽，授权品类已扩展到手办、木制家具、平衡车、玩具书、电动三轮车、首饰品，以及更多服装配饰品类，包括羽绒服、泳衣泳裤、帽子等；新增知名合作伙伴：亿滋、安奈儿等。新业态授权拓展有效，其中主题展览、舞台剧、联合促销、主题酒店等合作在数量和质量上均有明显提高。



主题商业2019年的发展重点包括：加盟拓展、形象授权、项目落地。其中，“奥飞欢乐世界”室内乐园，截至报告期末，已开设共10家门店，包括7家直营店，3家加盟店，分布在北京、广州、合肥、宁波、成都、江门等城市。其中多家门店运营成熟，实现正向现金流。奥飞欢乐世界计划下半年再开设超过7家新店，包括直营店和加盟店，重点扩张加盟店。形象授权主要有：IP授权主题活动、游艺设备、跨界合作、主题酒店、主题空间等，而中庭主题活动共落地23场，覆盖全国15个1-3线城市超过2000万人。另外，共执行4场文旅项目，包括7月在多个城市开展的大型嘉年华项目，营收超过1000万。现阶段，多个加盟及文旅项目正在洽谈中，为主题商业2020年的战略布局蓄力。



室外主题乐园业务以轻资产形式合作，陆续取得进展。2019年5月，公司与重庆欢乐谷达成战略合作，将联手华侨城集团建成国内首个超级飞侠实景主题区，在极具特色的重庆“山地版”欢乐谷还原奇幻的超级飞侠动漫世界，项目预计于2020年与游客见面。现阶段，多个主题乐园项目正在洽谈当中。



围绕奥飞IP打造的舞台剧由“戏胞文化”团队运营，在2018年密集上演“超级飞侠”系列的《小爱的奇幻旅行》、“萌鸡小队”系列的《麦奇寻宝趣》等多个剧目，深受观众喜爱。截至报告期末，2019年全新制作的超级飞侠系列的《多多帮帮忙》已在全国约30个城市上演49场左右，下半年还将再上演约60场，“萌鸡小队”系列的《麦奇寻宝趣》也在今年再次参加院线巡演。2019年还推出了超级飞侠系列的新剧目

《G指令》，同时在各城市举办围绕奥飞IP定制的中小型驻场演出、迷你剧目等，满足不同群体的需求。此外，大卫贝肯熊的剧目《今天运气真好》受邀参加7月中举办的“第九届中国儿童戏剧节”，助推中国儿童戏剧市场走向繁荣，引导孩子们崇尚健康向上的文化生活。



3、继续优化玩具业务，表现逐步回稳

2018年公司对玩具业务进行全面梳理及重整。2019年上半年，降本增效的成果初显，玩具业务为公司利润作出较大贡献。下半年将继续控制成本，并积极寻找业务增长的引擎。

依托自有精品IP，公司在2019年配合新动画播片“超级飞侠6”、“爆裂飞车3下部”等推出系列玩具。超级飞侠已上市新品约13款，主要是场景系列。爆裂飞车3的新品基于爆裂飞车360度空翻变形的核心功能点延伸，通过合体、弹射、回旋等功能创新出多种玩法，给予消费者全新的视觉、感官刺激，极具惊喜感的体验。下半年会配合即将推出的儿童性格启蒙动画《机灵宠物车》播片，进行系列玩具的推广销售。“巴拉啦小魔仙”最新一代《魔法海萤堡》系列玩具，设计了人体水导电触发开关，将海洋魔法与创意结合，颜值出众且充满科技感，推出以来受到众多小女孩的喜爱。“飓风战魂”陀螺推出新品战斗王家庭套装，包含有战斗盘和陀螺，是专为亲子互动设计的陀螺玩耍场景，加强了家庭互动的概念。2018年推出的维思积木，是公司专注于拼插类积木研发的专门品牌，根据不同年龄段孩子的行为、思维能力等特性，融入现时流行的STEM（科学Science，技术Technology，工程Engineering，数学Mathematics）等全新玩法，启发孩子们的科技思维。

除了自有IP，还牵手海外知名IP“小猪佩奇”、“海绵宝宝”，通过授权合作积极扩充产品品类。小猪佩奇欢乐家庭屋等创意互动玩具，深受消费者喜爱，在电商平台获得大量好评。7月已推出海绵宝宝奇趣压压乐系列新品，集娱乐、趣味及解压多重玩法合一，预计将成为销售爆款。

另外，盲盒、潮玩手办等也将是公司今年在K12以上玩具的新尝试。

玩具销售渠道结构逐步从流通渠道向现代渠道转型，报告期内累计开拓现代渠道系统400个，门店超过2万家，现代渠道占比稳步提升，覆盖区域更广。报告期内在全国举办玩具线下推介会超过180场，嘉年华活动约300场，让消费者对公司品牌与产品有更立体的感受。



婴童澳贝玩具业务在2018年与奥迪双钻玩具业务进行合并，经过架构调整后达到了降本增效。秉承多元智能的理论体系，澳贝在报告期内进行全面的品牌升级，包装风格的改变和年轻配色的加入让整个品牌更年轻化、专业化。同时提出“智在好玩”的概念，让玩和学习同步在线，帮助宝宝在玩具中全面发展，深受90后新手妈妈消费者们的青睐。



玩具国际化继续推进，报告期内海外玩具销售呈增长趋势，新开拓巴拉圭、日本等国家，发展巴西外加工、第三方分销等模式。得益于播片渠道调整后对玩具销售的有力推动，德国订单提前并好于预期，欧洲俄罗斯、乌克兰等国家销售表现突出，但由于受产品老化、项目延迟及市场环境等影响，法国销售下滑较大，亚洲中东市场由于库存积压问题影响销售，北美市场仍有待进一步开拓，整体海外市场仍需解决库存问题，着力研发爆款产品、开拓渠道。

4、着力开展婴童用品业务

婴童用品方面，自2016年并购以来，babytrend历年业绩表现稳定，团队稳定且高度融合。报告期内业绩表现理想，整体呈增长趋势。电商推广业绩显著，电商销售增速明显。新品开发数量增加，产品管理逐步有序化。新客户开发稳步推进，品类拓展方面表现优异。今后将坚持多渠道拓展销路、布局大婴童产业的策略，拓展国内业务，拓宽国际市场发展。

5、推进组织运营优化

2019年上半年公司继续推进组织运营优化工作。公司管理层围绕重点工作与重点项目定期开展经营分析，对过程中存在的异常与问题及时协调解决，有效推动各项工作正常开展。此外，上半年积极鼓励不同业务板块之间进行协同、相互赋能，为集团创造更大效益，充分发挥了集团化协作的优势。组织层面，启动人才盘点项目，比较全面地掌握了公司整体人才情况，为后续人才储备选拔奠定良好基础。

公司围绕“以IP为核心，精品化、数字化、国际化”的全产业链运营核心战略，贯彻企业文化价值观“用户、创新、极致、共享”，通过“合伙人计划”、“资管计划”、“增量激励”及“专项激励”等人才激励措施，有利于管理团队的稳定性，激发员工积极性。

在研发投入方面，公司历来注重研发创新。近三年来，公司每年申请的专利均予以应用及产业化。目前公司知识产权拥有量在国内玩具行业排名靠前，截至2019年7月31日，国内专利申请5533件，已授权4955，国外专利申请386件，已授权212件。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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) 与上一会计期间财务报告相比，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。