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：2020-003

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | 特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  现场参观 其他 （电话会议） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 银华基金管理股份有限公司 李晓星、王晓川  东吴基金管理有限公司 朱冰兵  开源证券股份有限公司 方光照 |
| **时间** | 2020年9月7日、2020年9月10日、2020年9月14日 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 高丹  证券事务代表 李霖明 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司2020年上半年业绩及经营情况介绍**  公司在疫情防控期间及时主动调整业务模式等相应措施取得一定的效果，目前公司经营情况正常。公司第二季度营业收入较第一季度环比增长18.67%，其中玩具销售业务营收环比增长34.99%，影视类业务营收环比增长40.66%，婴童用品业务营收环比增长6.09%，各业务相继步入正轨，业绩已有较为明显的改善趋势。  **二、投资者与公司互动问答**  **1、请问公司在内容制作、播片等方面的规划情况？**  公司近年来持续投入精品内容制作，能够持续、稳定的产出优质内容，不断提高动漫IP的品牌热度。上半年陆续推出了《超级飞侠》、《喜羊羊与灰太狼》、《铠甲勇士》等多部新的动漫内容作品，依旧保持着强劲的市场影响力和号召力。尤其是《喜羊羊与灰太狼》系列，播片收视情况十分火热，接连推出的三部新作均问鼎少儿动画收视榜首，霸屏多个少儿频道榜单。  下半年公司计划播出《超级飞侠9》、《萌鸡小队3》、《巴啦啦小魔仙7》以及两部潮流项目动画片《爆冲火箭车》、《巨神战击队：轨道先锋》。在动画电影方面，将根据市场恢复情况以及档期排片等择机安排《萌鸡小队》大电影、《贝肯熊2：金牌特工》大电影的上映。  **2、请问公司“阴阳师”盲盒业务的销售情况如何？**  公司在近期推出了网易授权的“阴阳师”IP叠叠乐盲盒系列、Q版盲盒系列，并预计在11月份推出“阴阳师”精品手办系列。其中叠叠乐盲盒系列、Q版盲盒系列产品自8月8号开始在“B站”通过“魔力赏”方式首发预售，期间公司被多次追加订单，已经实现销量超10万只，累计销量超过合作各方预期。相关产品线下销售渠道目前主要定在“名创优品”、“全家”以及潮玩店“伶俐”系统，从9月中旬开始陆续铺货销售。    **3、请问公司对于盲盒业务的后续规划？**  公司目前正在寻求、洽谈其他的头部IP，拟与“阴阳师”IP一同作为盲盒的主打产品；另外拟以公司自有IP作为第二梯队，包括镇魂街、贝肯熊等IP。公司将通过围绕IP进行多品类的深度开发、以及深耕品类，快速圈占更多IP等不同方式，来保障明年的项目储备。    **4、请问公司下半年的业务规划？**  公司在下半年规划推出11个玩具新品项目，主要涉及三类：第一类是潮流项目，重点打造《爆冲火箭车》和《巨神战击队：轨道先锋》两大项目，配合动画片推出火箭车、发射器、轨道套装，以及变形先锋系列等玩具产品；第二类是拓展品类型玩具，包括恰恰特快车，酷变车队反反车系列，维思积木等。其中恰恰特快车系列产品自6月上市以来，在两个月内已取得TRU所有品类连续三周排名前五、奥迪双钻品牌榜连续三周排名第一的成绩；第三类是潮玩玩具如盲盒、手办产品，公司发挥供应链端的优势，与“阴阳师”等知名IP资源强强联合，通过产品的方式进入K12+市场。  在婴童用品方面，babytrend将推出“全地形旅行系列”、“全年龄段汽车座椅”、“全新睡床及摇篮”等新品，并且将品牌引入国内市场，打通国内线上线下销售渠道。  **5、公司长期增长点主要看哪些业务？**  从未来两三年的周期来看，“奥飞欢乐世界”室内乐园将是公司的重点核心业务之一。公司的室内乐园采取了“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进行有机的综合，是一种复合型的业务，除了门票收入，还能结合餐饮、玩具销售等业态。室内乐园作为线下To C端的重要链接窗口，核心价值在于能够直接接触大量的3到8岁的孩子及家庭消费单元，这部分群体是公司最核心的受众用户。  现阶段公司室内乐园主要包括直营、联营加盟以及标准加盟等三种经营模式，其中直营模式是由公司直接投资运营；联营加盟模式是由公司投入全部游乐设施，“城市合伙人”合作方负责经营，相关设备投资在两年内分摊回收成本后其所有权归属合作方，此模式可最大程度降低合作方初期资金压力，有助于实现公司与合作方的互利共赢；标准加盟模式是由加盟商进行全部投资，公司负责辅助加盟商从0到1建店，包括选址勘察、店面规划、主题设计、设施匹配、IP产品开发、工程施工、人员招聘、开业筹备、营销推广等环节，并收取一定的设计费、服务费等费用。  门店类型主要包括旗舰店、标准店以及单IP店三种店型，其中旗舰店有2到5个头部IP，面积在1500平方米到3000平方米，主要开设在一二线城市中有较强影响力的购物中心；标准店通常有1到3个头部IP，面积在1000平方米到1500平方米，主要开设在一至四线城市里的购物中心；单IP店为1到2个头部IP，面积在1000平方米左右，主要定位于社区化、家庭型的购物中心。  在优质IP赋能、品牌统一管理以及标准化运营体系的合力下，直营与加盟、大店与小店，运营情况比较良好。直营店郑州瀚海购物中心店，占地约2300㎡，在2019年底开业后迅速成为商场的流量王，是核心主力店，单月最高业绩已超过100万元；北京房山龙湖店为加盟店，于2019年9月开业，面积约940㎡，单月最高业绩超80万元。  公司将在稳健运营的基础上，积极有序的拓展室内乐园业务。今年以来已有16家门店签署合作协议或达成合作意向，“奥飞欢乐世界·江苏无锡店”已在7月30日顺利开业，是全国开设的第18家门店，9月将有3家直营店以及1家加盟店开业，预计下半年将开设10家以上门店。  “奥飞欢乐世界”项目是本次非公开发行的募投项目之一，计划在三年内分批建设50家直营门店，如算上加盟门店，有望达到100家左右的门店数量，将具备一定的规模效应。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年9月7日、2020年9月10日、2020年9月14日 |