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：2020-005

|  |  |
| --- | --- |
| **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** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **姓名** | **所属机构** | **姓名** | **所属机构** |
| 朱冰兵 | 东吴基金 | 许娟 | 摩根士丹利 |
| 邓祖铭 | 淳厚基金 | 张帆、冯翠婷 | 天风证券 |
| 唐臻宁 | 中隐基金 | 马笑、殷成钢、宋尚杰 | 新时代证券 |
| 樊继浩 | 富利达基金 | 朱珠、于越 | 国海证券 |
| 蒋孙雪烨 | 胤狮投资 | 李雨琪 | 东方证券 |
| 韩守晖 | 复霈投资 | 徐雪洁 | 山西证券 |
| 郑婷 | 厦门坤易投资 | 蔡靖 | 方正证券 |
| 尹霄羽 | 霄沣投资 | 顾佳、赵雅楠 | 招商证券 |
| 叶锟 | 广证恒生 | 陈俊希 | 开源证券 |
| 汪凌钰 | 新活力资本 | 白雪妍 | 银河证券 |
| 陈帆 | 杭州市逸帆资本 | 杨岚 | 万联证券 |
| 耿云 | 领颐资产 | 李婉云 | 华西证券 |
| 王思丹 | 巽升资产 | 毛云聪 | 海通证券 |
| 梁雪 | 创金合信 | 夏妍 | 国信证券 |
| 孙冠球、孙思维 | 北京沣沛 | 梁昭晋 | 中天国富证券 |

会议共31家机构、36名投资者及分析师参会，以下为部分参会者名单： |
| **时间** | 2020年11月2日 15:00-16:00 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书高丹女士，财务总监孙靓女士，证券事务代表李霖明先生 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司近期经营情况介绍**公司在下半年以来陆续推进玩具、婴童及室内乐园等各大板块的业务，包括阴阳师盲盒系列项目、爆冲火箭车项目、奥飞欢乐世界门店集中开业、婴童产品推出棉柔巾新品类等等。随着各项业务的发展，公司的业绩也在持续改善，第三季度延续环比增长趋势，实现正向净利润。单位：万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2020年 | 4-6月 | 环比变动幅度 | 7-9月 | 环比变动幅度 |
| 营业收入 | 59,050.85 | 18.67% | 67,371.79 | 14.09% |
| 利润总额 | -649.24 | 87.86% | 356.46 | 154.90% |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -1,065.46 | 72.89% | 359.93 | 133.78% |

**二、投资者与公司互动问答****1、公司近期在内容播片方面的情况如何？** 在动画播片方面，公司原创的3D赛车类竞速成长动画片《爆冲火箭车》于9月下旬起陆续在嘉佳卡通、优漫卡通、天津少儿、山东少儿、浙江少儿、福建少儿、重庆少儿和卡酷少儿上映，开播一个月内，在爱奇艺、芒果、腾讯播放量累计突破4700万。接下来还将有《超级飞侠9》、《萌鸡小队3》、《巨神战击队：轨道先锋》、《巴啦啦小魔仙7》等全新内容的动漫作品播出。在动画电影方面，《贝肯熊2：金牌特工》大电影和《萌鸡小队》大电影的档期尚未确定，公司目前仍在观察市场情况，不排除在明年安排上映。新的动画电影已经在制作中，公司将按照每年上映一到两部的节奏推进。**2、请问公司阴阳师盲盒业务的销售情况和规划情况？**公司在去年已开展了盲盒业务。其中在K12领域，公司已推出超级飞侠眨眼、巴啦啦和铠甲Q版、小猪佩奇小人偶等盲盒系列，未来公司将持续围绕自有及外部授权IP进行产品开发。在K12+领域，当前公司主推“阴阳师”IP的盲盒产品。公司自8月8号开始在“B站”通过“魔力赏”方式首发预售叠叠乐盲盒系列、Q版盲盒系列，两个月期间累计超过30万的抽数。公司从9月份开始积极铺开渠道，拓展了伶俐、名创优品、全家、三福等线下连锁渠道以及奥迪双钻旗舰店、网易游戏商城、网易天猫商城等线上渠道。“阴阳师”精品手办系列计划于11月份推出，第二弹盲盒产品已在研发中。公司目前正在与其他的头部IP洽谈，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，来保障后续项目储备。**3、盲盒业务的参与者越来越多，公司在这项业务的竞争壁垒和优势有哪些？**公司在盲盒业务的竞争优势主要体现在产品力、供应链整合力及能够精准覆盖二次元客户群体的渠道体系上。公司对于IP形象的理解及产业化能力较强，在相关研发设计和生产等步骤中能够较好的还原IP形象，将其更生动、精细化的呈现给消费者。同时，盲盒产品对供应链的要求较高，公司通过二十余年的行业经验积累，整合柔性供应链，能够迅速地组织生产并交付高性价比的产品。 **4、请问公司在婴童业务方面的经营情况如何？**婴童业务仍保持着较稳定的增长趋势，第三季度收入环比增长6个点左右，公司希望通过扩充品类、拓展区域等方式来持续驱动大母婴业务的增长。在新品类方面，“澳贝”品牌近期推出了棉柔巾产品，通过快手主播“辛巴”直播推广，在天猫旗舰店“双11”活动首日业绩突破2700万，销量突破480万包，目前在天猫单品母婴类目排名前列。**5、公司是否会大力发展线上直播带货方面的业务？**直播带货是当前的趋势，能够有效的带动产品的销售。公司近期通过薇娅带货反反车、罗永浩带货积木、辛巴带货棉柔巾等直播带货模式销售公司的部分产品，已经起到较好的推广及销售作用。未来公司继续借助电商直播等营销方式推动产品销售，同时将更注重于细致打磨产品，提高产品质量和竞争力，并通过精细化的运营，提高顾客的复购率，实现线上渠道其他产品的转化和连带销售。**6、奥飞欢乐世界目前的运营情况如何？** 公司于9月30号当天同步开业四家门店，其中杭州之江银泰店在开业首日销售破20万，国庆假期8天累计销售业绩75万，目前销售额已突破110万元。公司在不断打磨“奥飞欢乐世界”的财务模型，通过优化运营逐步使财务模型健康稳定，已取得阶段性成效，开店成本得到进一步的优化，并出现了郑州瀚海店、杭州之江店等月销额突破百万元的门店。接下来公司将继续稳步推进乐园门店的落地开业，预计到年底将有29家左右门店。**7、请问公司非公开发行项目的进展？** 公司已于10月31日公告回复了关于非公开发行股票发审委会议准备工作的告知函，目前尚待证监会审核及进一步反馈。公司将继续积极推进非公事项，并及时披露相关进展情况。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年11月2日 |