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：2020-007

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | | 王晓川、王翔 | 银华基金 | 刘洁 | 华融证券资管 | | 高琨 | 东兴基金 | 刘兵 | 国寿安保 | | 戴隽 | 泰信基金 | 徐振峰 | 华泰柏瑞基金 | | 侯明威 | 中金基金 | 杨霖沁 | 瑞华控股 | | 林子钰 | 建信理财 | 刘磊 | 新华资管 | |
| **时间** | 2020年11月18日 |
| **地点** | 路演活动 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 高丹 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **本次会议与投资者沟通交流的主要内容如下：**  **一、公司业务介绍**  **（一）公司核心商业模式**  公司多年来持续创作、打造了众多知名的国创动漫IP，并以此为核心构建了“IP+全产业链”运营平台，打造了包括动漫、媒体、授权、玩具、婴童、实景娱乐等多元产业在内的相互协同、深入发展的运营体系，并依托全产业链优势，开启玩具衍生品、婴童用品、主题商业等多渠道联动变现模式。  **1、布局覆盖全年龄段的内容创作及媒介渠道，不断丰富IP 矩阵，提升IP价值，树立稳固护城河**  公司以自主创作为主，同时结合收购、授权等外延方式，持续打造与积累了众多优质IP资源，构建国内知名的全年龄段IP矩阵。在K12领域，公司目前拥有数量众多、知名度广泛的动漫IP群，包括“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”“巨神战击队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”等知名IP。在K12以上领域，公司拥有国内知名的原创漫画平台有妖气，其极具活力的UGC 模式也为公司注入丰富的国漫IP资源。目前，有妖气平台已拥有原创优质IP“十万个冷笑话”“镇魂街”“雏蜂”“端脑”“蓝翅”等。  IP资源能够通过“复合式”媒体体系，实现多渠道联动变现，进一步提升其价值。依托于文娱全产业布局，公司IP资源可通过多方位、多角度、多轮次立体开发，转化为动画、电视剧、网络剧、电影、游戏等文化内容，同时公司结合传统电视媒体、新媒体、电影、短视频、有妖气平台以及线下体验媒介等渠道，积极打造高效的“复合式”媒体体系，实现多渠道联动变现，最大化IP品牌影响力和价值。  **2、以 IP 为核心，实现精品化、数字化、国际化的多渠道、多元化产业融合**  公司通过构建以 IP 为核心，涵盖漫画、动画、授权、媒体、玩具、婴童、游戏、空间娱乐等的多元产业格局，形成各产业相互协同、深入发展的运营平台。IP 运营与变现依托全产业链优势，开启玩具衍生品、婴童用品、主题商业等多渠道联动变现模式，提升单个用户价值。同时，公司从内容创意、消费品研发、形象授权、发行网络、销售网络、分支机构等方面进行了全方位的国际化战略布局，为公司实现国际化战略奠定坚实基础。  **（二）主要业务简介**  公司目前的主营业务主要分为五大板块：内容创作及运营、玩具销售、婴童用品、游戏、其他业务。  1、内容创作及运营：按产品类型分类主要包括影视类、电视媒体以及信息服务类业务。其中影视类包括影视播片、授权业务、设计制作以及电影业务；电视媒体包括文化演出以及广告传媒业务；信息服务类业务主要为“有妖气”平台运营收入。  2、玩具销售：公司通过自主设计或取得授权，开发设计、生产制造各类型玩具并通过相关渠道进行销售。  3、婴童用品：公司研发生产婴童用品，主要包括耐用品、出行用品及其他婴童用品等，通过海内外相关渠道进行销售。  4、游戏：主要聚焦自有IP的游戏开发、发行，以及代理优秀游戏产品的国内发行。  5、其他业务：以主题商业为主，包括室内乐园直营及加盟、主题策展及活动等具体业务  **二、问答环节主要内容**  **1、请介绍公司阴阳师盲盒项目的渠道以及销售情况？**  （1）渠道情况  线上渠道：以B站为主，以及网易天猫店、奥迪双钻旗舰店。  线下渠道：以名创优品、伶俐、全家便利店、三福、生活无忧等为主。  （2）销售情况  阴阳师系列盲盒于2020年8月8日在B 站正式进行预售，在半个月时间销售突破10 万只。目前线上和线下多个渠道销售情况良好，截至2020年9月30日，累计销售突破 44.6万只，出货额近700万元，另收到各渠道新订单 360万元。  （3）下一步规划  产品方面：计划在12月份发售第二弹阴阳师盲盒产品。  IP方面：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；另外拟开发镇魂街、贝肯熊等公司自有IP的盲盒系列产品。  渠道方面：继续拓展第二批线下系统，例如西西弗书店、晨光生活馆、九木杂物社等渠道。  **2、请问公司室内乐园的业务模式以及经营状况？**  公司的室内乐园品牌为“奥飞欢乐世界”，主要采取了“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。  公司通过不断打磨“奥飞欢乐世界”的财务模型，逐步优化运营，财务模型已经更趋于健康稳定，取得了阶段性成效，开店成本得到进一步的优化，门店收入规模获得增长，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。  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。今年以来已新开了5家门店，计划在未来一个月再开设5家左右门店，预计到年底将有近30家门店。  **3、请问公司室外主题乐园项目的最新进展情况？**  公司通过IP资源优势以轻资产模式切入相关业务，已与多家合作伙伴洽谈拟共同打造以公司动漫IP形象为主题的高质量沉浸式主题乐园区。其中重庆欢乐谷超级飞侠主题园区项目已经在建设当中，预计将于2021年6月左右开业。  **4、请问公司非公开发行项目接下来的推进计划和预计带来的效果？**  公司本次非公开发行股票事项已于11月16日获得中国证监会发行审核委员会审核通过，公司将与相关中介机构尽快推进落实非公开发行项目的路演以及发行等后续工作。  公司拟通过本次非公开发行募投项目，进一步扩大玩具衍生品及婴童用品供应链产能，以高质、高效的满足未来市场扩容需求；加快儿童业态主题乐园的布局；以及通过全渠道数字化运营平台建设项目实现公司全渠道营销格局，进而形成支撑公司一体化运营管理的完整信息交互体系。本次募集资金投资项目达产后，预计公司的核心竞争力和持续盈利能力将得到有效提升。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年11月18日 |