

奥飞娱乐股份有限公司 2021年度董事会工作报告

奥飞娱乐股份有限公司全体股东：

2021年公司董事会在全体董事的共同努力下，根据《公司法》、《证券法》等有关法律法规以及《公司章程》的规定，对照公司《董事会议事规则》，本着对全体股东负责的精神，认真履行有关法律、法规赋予的职权，积极有效地开展工作，不断完善公司治理水平和规范运作，推动公司各项业务的健康发展，维护公司及股东的合法权益。

一、报告期内董事会会议召开情况

报告期内，公司召开了8次董事会会议。会议的通知、召集、召开和表决程序均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，具体情况如下：

1、公司第五届董事会第十七次会议于2021年4月23日在公司会议室以现场会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ① 《2020年度财务决算报告》
- ② 《2020年度募集资金存放与使用情况专项报告》
- ③ 《2020年度内部控制评价报告》
- ④ 《内部控制规则落实自查表》
- ⑤ 《2020年度董事会工作报告》
- ⑥ 《2020年度社会责任报告》
- ⑦ 《2020年度利润分配预案》
- ⑧ 《2020年年度报告及其摘要》
- ⑨ 《2021年第一季度报告全文及其正文》

⑩ 《关于调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的议案》

- ⑪ 《关于会计政策变更的议案》
- ⑫ 《关于续聘会计师事务所的议案》
- ⑬ 《关于调整部分高级管理人员薪酬的议案》
- ⑭ 《关于调整公司非执行董事津贴的议案》
- ⑮ 《关于提请召开公司2020年度股东大会的议案》

2、公司第五届董事会第十八次会议于2021年5月19日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ① 《关于2020年股票期权激励计划部分股票期权注销的议案》
- ② 《关于延长公司2020年非公开发行股票股东大会决议有效期的议案》
- ③ 《关于提请股东大会延长授权董事会全权办理2020年非公开发行股票具体事宜有效期的议案》
- ④ 《关于提请召开公司2021年第一次临时股东大会的议案》

3、公司第五届董事会第十九次会议于2021年6月7日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ① 《关于与关联方共同投资暨关联交易的议案》
- ② 《关于接受财务资助暨关联交易的议案》

4、公司第五届董事会第二十次会议于2021年8月27日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ① 《董事会关于募集资金2021年半年度存放与使用情况的专项报告》
- ② 《〈2021年半年度报告〉及其摘要》

5、公司第五届董事会第二十一次会议于2021年9月27日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ① 《关于拟开设募集资金专用账户并授权签订募集资金账户监管协议的议案》
- ② 《关于将部分募投子项目节余募集资金用于其他募投子项目、永久补充流动资金及注销部分募集资金专户的议案》

6、公司第五届董事会第二十二次会议于2021年10月27日在公司会议室以现场和通讯相结

合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ①《关于〈公司2021年第三季度报告〉的议案》
- ②《关于调整非公开发行股票募投项目拟投入金额的议案》
- ③《关于使用募集资金置换先期投入自有资金的议案》
- ④《关于变更公司注册资本的议案》
- ⑤《关于修订〈公司章程〉并申请授权董事会办理工商变更的议案》
- ⑥《关于修订〈股东大会议事规则〉的议案》
- ⑦《关于修订〈董事会议事规则〉的议案》
- ⑧《关于修订〈关联交易制度〉的议案》
- ⑨《关于提请召开公司2021年第二次临时股东大会的议案》

7、公司第五届董事会第二十三次会议于2021年11月15日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ①《关于全资子公司签署投资协议暨被动形成财务资助的议案》
- ②《关于使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》

8、公司第五届董事会第二十四次会议于2021年11月18日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- ①《关于出售全资子公司的议案》
- ②《关于将部分募投子项目节余募集资金用于其他募投子项目、调整部分募集资金投资计划、永久补充流动资金及注销部分募集资金专户的议案》
- ③《关于申请2022年度金融机构授信额度及为全资子公司、孙公司提供担保的议案》
- ④《关于开展应收帐款保理业务的议案》
- ⑤《关于开展2022年度远期外汇套期保值业务的议案》
- ⑥《关于提请召开2021年第三次临时股东大会的议案》

二、董事会下设专门委员会在报告期内履行职责情况

1、董事会下设审计委员会履职情况

董事会下设审计委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，1名独立董事为专业会计人士并担任召集人，主要负责公司内部审计、外部审计的沟通、监督和检查工作。报告期，审计委员会按照《年报审计工作规程》、《董事会审计委员会工作细则》等规定和要求，勤勉尽责的履行了以下工作职责：报告期内，公司审计委员会共召开了五次会议，讨论审议公司2021年度审计计划，内审部每个季度关于募集资金存放与使用报告、公司内部管理和财务状况等的内部审计报告，对公司内审部工作进行指导。在2021年年报审计工作中，审计委员会按照公司《审计委员会年报工作规程》规定与审计机构协商确定年度财务报告审计工作时间安排，对公司财务报表进行审阅并形成书面意见；督促审计工作进展，保持与会计师的联系和沟通，就审计过程中发现的问题及时交换意见，确保审计的独立性和审计工作的如期完成。同时，对审计机构的年报审计工作进行总结和评价，并建议续聘，形成决议提交董事会。

2、董事会下设薪酬与考核委员会履职情况

董事会下设薪酬与考核委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，并由1名独立董事担任召集人，主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核、制定和审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案等。根据《董事会薪酬与考核委员会实施细则》及2021年度公司经营情况等，薪酬与考核委员会对公司董事、监事和高级管理人员的薪酬发放进行了审核，认为2021年度在公司领取薪酬的董事、监事和高级管理人员的薪酬发放符合公司绩效考核指标及相关规定。

3、董事会下设战略委员会的履职情况

董事会下设战略委员会，由3名董事组成，其中1名为独立董事，主要负责公司长期发展战略和重大投资决策研究并提出建议。报告期内，战略委员会严格按照《董事会战略委员会实施细则》的规定履行职责。

4、董事会下设提名委员会的履职情况

董事会下设提名委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，并由1名独立董事担任召集人，主要负责对公司董事、经理人员的人选、选择标准和程序进行审核并提出建议。

三、报告期内公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入264,431.68万元，同比上涨11.66%；实现利润总额-45,830.90万元，归属于上市公司股东的净利润-41,706.56万元。

四、2022年公司发展战略及计划

(一)行业格局趋势及公司发展战略

随着疫情反弹加剧全球经济分化，我国经济发展将面临需求收缩、供给冲击、预期转弱等因素影响，经济下行压力加大；外部经济、政治形势也将更为复杂多变、充满不确定因素。公司将主动适应经营环境变化，积极寻找市场机遇，持续积累差异化竞争优势，推动实现可持续发展。

1. 动漫行业

近年来，文化产业无论是从生产端还是消费端来看都呈现出稳步增长的发展态势，作为文化产业重要细分子产业的动漫产业也受惠于这一稳健的发展背景。得益于政府在扶持我国动漫产业发展方面做出的巨大努力，我国动漫内容生产实力得到了稳步提升，类型和题材也日趋多元化，国漫关注与消费群体也日渐增多。在此趋势下，优质 IP 内容依然是文化产业追逐的焦点，将消费者喜爱的 IP 内容与其他产业相结合，持续吸引消费者为 IP 形象买单，是动漫企业保持长期的核心竞争力。

公司将坚持以 IP 为核心，贯彻执行内容为王，精品化、数字化、国际化的“1+3”发展战略，持续创作精品内容。公司将在企业内部发掘、培养人才，在全球范围内招募优秀的导演、制片人与美术人才，打造高素质的创作与制作团队，并且与国内外优秀工作室合作开发新的高质量 IP 内容，为公司未来新的动漫内容创作添光溢彩。除此之外，顺应新媒体渠道的高速发展，公司将在短视频、长视频、大电影全面发力，在媒体侧建立高粘度、大用户体量的自媒体矩阵，不断为用户提供新鲜、优质的 IP 相关内容，以实现优质动漫 IP 的长生命力运营。同时，坚持以“IP+产业”的商业模式，继续深耕玩具、婴童产品等品类，并加快步伐紧跟数字经济下新趋势、新技术的发展，促进产业与内容良性循环发展及动漫产业创新融合的高质量发展。

2. 玩具和婴童用品行业

在全球通胀预期增强，国内经济下行的局面下，我国玩具行业也面临着大宗原材料价格持续上涨、供需缺口拉大的压力，这对玩具企业的成本控制、精益生产、内部运营等方面精细化管理的能力提出了新的要求。与此同时，国内双减政策落地，二胎、三胎政策陆续放开，有望带来更多的儿童潜在消费需求。其中下沉市场与线上渠道表现出了更大的市场机会，三线及以下城市居民生育意愿相对更高，有较高的玩具及母婴产品购买可能；90 及 95 后父母崛起，消费新生代成为增长引擎，更加倚重线上渠道消费。因此，在风险与机遇并存的玩具与婴童用品

市场，我国企业仍有较大的发展潜力。

公司将持续聚焦打造爆品项目，深耕用户运营，在玩具品类、母婴品类建立核心竞争优势。公司将构建具备国际化视野（色彩设计、工业设计等）的产品设计与研发团队，推广及落地爆品方法论、工具和模版，形成可持续、可复制的爆品项目打造能力，以核心 IP 或品类为基础，围绕用户价值、颜值和性价比进行产品的开发、升级和快速迭代。同时，充分利用电商渠道在运营、消费者触达等方面的优势，不断在新兴潮流社交媒体平台上建立业务，扩张线上零售规模，利用大数据建立用户标签并持续迭代，促进精准营销，为用户提供个性化服务与体验，提升复购率与口碑，进一步拓展市场。

3. 潮玩行业

全球潮玩行业快速增长，中国潮玩市场的增速更胜一筹。如今注重品质消费的 Z 时代崛起，泛二次元文化推动潮玩粉丝群体不断扩大，为优质 IP 付费的趋势越来越强，这一现象催生了我国潮玩市场的激烈竞争，行业新秀不断崛起。潮玩行业在 IP 开发及运营能力、内容资源、渠道运营以及品牌培育等方面，均具有较高的行业要求。我国的潮玩行业虽处于早期发展阶段，但已开始呈现“强者愈强”态势，想要在激烈的市场竞争中坐稳一席之地还需要打造自身核心竞争力。

潮玩业务作为公司探索新增长点而重点拓展的核心业务，将围绕精品游戏、动漫 IP 为主的多品类潮玩进行深度开发，充分发挥公司多年来在 IP 开发及运营、IP 形象的理解及产业化等方面积累的丰富经验和资源，争取在国内潮玩市场建立竞争优势。

（二）2022年公司经营计划

2022年是公司实施新的三年战略规划中承上启下的关键之年，公司将积极应对一系列困难和严峻挑战，以“砥砺前行，穿越周期”为核心基调，在创作头部内容、聚焦打造爆品项目、深耕用户运营等方面持续发力，夯实主营业务稳健发展根基，并合理规划资源投入，持续降本增效，提升经营管理效率，在保持业务增长基础上着力提升经营效益。

1、TV动画业务

公司将贯彻以IP为核心的战略，持续创作头部内容。TV动画业务稳定推出“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“贝肯熊”等既有IP的新片作品，在内容题材方面不断创新，打造优质剧情及口碑，传递积极向上的价值观；此外将保持对“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”等IP

的资源投入，坚持创作优质内容，开拓新兴运营渠道、加强粉丝运营以提高IP热度和影响力，争取打造成为国内最有竞争力的女孩和英雄IP；同时，聚焦资源完善IP矩阵，坚持新IP孵化投入，加快新动画项目的制作进度，预计将在第三季度推出新IP“超凡小英雄”，并在年底前后继续推出另一个全新IP。

2、动画电影业务

公司持续将头部动漫IP升级打造为动画电影，逐步形成现代电影工业的制作流程与思路，尤其是能做好创意、好内容的研发团队以及快速响应的数字供应链体系。公司计划每年上映一到两部动画电影，保持稳定的品牌热度，进一步加强用户对IP的喜爱度和认知度。其中《超级飞侠》首部大电影正在紧锣密鼓的制作中，计划将在今年第三季度上映；《喜羊羊与灰太狼》《贝肯熊3》《萌鸡小队2》等多部动画电影项目也在筹备制作当中，计划自明年起陆续上映。

3、儿童玩具业务

儿童玩具业务作为公司的重点业务之一，将集中投入战略资源，以用户需求为中心，以持续创新为动力，以聚焦和专业为抓手，致力推动儿童玩具领域的品类突破和玩法创新，在学龄前品类、女孩品类、积木品类中打造更多精品玩具。

(1) 超级飞侠项目将结合在第二季度以及第四季度播出的《超级飞侠12》、《超级飞侠13》两季新片以及《超级飞侠》大电影等丰富动画内容，精心打造愿望能量球、遥控变形机器人、高端珍藏版及电影特别版变形机器人、超级宠物基地等一系列玩具产品，同时通过电视及网络媒体组合发行播片、电视定制栏目、线下超级飞侠见面会等复合式推广方案持续提升热度，进一步扩大超级飞侠在学龄前玩具品类内的优势。

(2) 巴啦啦小魔仙项目将围绕梦幻魔法棒、变身器、魔仙Cosplay服装、DIY首饰等角色装扮类产品，以及5寸魔仙人偶、中型场景等刚需长线类产品进行双线布局，随着新片播出同步上市魔法道具系列、换装系列、首饰系列等各类型新品。通过持续打造动画内容以及玩具产品，并复制超级飞侠等爆品项目经验，推动巴啦啦小魔仙迈入女孩玩具品牌和品项的前列。

(3) 维思积木将继续投入研发，在主题发展、丰富形态、增加玩法和提升颜值方面做深做透，进一步巩固遥控积木的竞争优势，寻求业绩持续增长。今年计划将在遥控积木系列、电动积木系列、中国航天积木系列、战猎暴龙项目、巴啦啦小魔仙积木城堡系列、超级飞侠项目等六大产品线中推出多款新品。

(4) 公司精心制作的优秀学龄前IP“超凡小英雄”将推出宠物变形载具、宠物场景载具、趣味小英雄人偶、酷炫角色扮演装备、声光基地等一系列高颜值、多玩法、新品类玩具产品，

通过电视媒体及网络媒体进行高强度播片覆盖，多平台密集投放玩法视频以及举办多场小英雄线下人偶见面会，引燃新项目上市热潮，打造全新小英雄IP。

(5) 海外玩具将调整市场定位，重点聚焦北美市场，开发适合北美市场的品类，并寻求产品分销和KA渠道突破，发展跨境电商新业务，建立海外To C能力。此外，重点推进“超凡小英雄”在全球发行播出，目前已在欧洲、南美、中东等地区的40多个国家落实了播片计划，相关玩具产品预计将在明年开启海外市场销售。

4、潮玩业务

潮玩业务将聚焦用户和产品，切实做好重点项目和产品，夯实在游戏IP细分领域当中的竞争优势。在体系搭建上，持续聚焦游戏领域精品IP，通过与行业内头部企业合作，利用奥飞自身供应链优势，快速反应，精细化运作，建立差异化竞争优势。在用户运营领域，利用新媒体渠道建立直接触及消费者的消费平台，通过异业合作、赛事加持等方式增加产品曝光，挖掘潜在用户，打造奥飞潮玩专属品牌及粉丝群，提升To C运营能力。

公司当前潮玩项目储备充足，将加快节奏持续推出多个项目。公司已获得头部手游IP“王者荣耀”授权，计划在第四季度正式发售Q版盒蛋系列等相关产品；由公司总经销代理的“英雄联盟”系列英雄印章盲盒第一弹产品已在“玩点无限”天猫旗舰店正式开售；公司与知名流行文化创意玩具公司“Funko”达成合作，开通“PopAsia天猫旗舰店”，负责销售“Funko”旗下漫威系列、哈利波特系列、NBA系列等潮玩产品；公司还将陆续推出“阴阳师”Q版盲盒第五弹、“天官赐福”人物和场景盲盒、“懒羊羊的日常”主题盲盒等多款新品。

5、婴童业务

公司将加速发展婴童业务，稳步增大规模与市场占有率，打造中美大母婴领域知名及可信赖的品牌。

(1) “babytrend”主要围绕调整价格、拓展品类、深度降本、改善利润的经营思路开展相关工作：今年自四月份起分阶段上调产品价格；保持安全座椅、推车等核心品类新品增加，并利用线上业务增长机会加快扩张室内用品、婴儿玩具等新品类，依靠性价比产品逐步增长细分领域份额；优化供应链流程，细化分解降本目标，积极采用新材料、新工艺、新技术，提升制造能力和效率；做好物流规划及成本控制工作，通过增加合作船运公司、扩充仓库储存空间并优化管理效率、升级仓库设备和系统从而提升仓储运输效率等措施，缓解外部经营环境不利因素的相关影响。

(2) “澳贝”将持续加强大母婴品牌定位，通过提升产品价格、持续降低产品及物流成本

等措施，优化毛利水平，保持业务稳定增长，同时加快推进公司IP赋能澳贝母婴产品，逐步建立差异化竞争优势。产品研发方面，集中资源优先发展摇铃、牙胶、健身架、早教益智等玩具类别以及布书、学步车、磁力片等泛玩具类别，持续拓展棉柔巾、湿巾等纸品项目，并逐步孵化餐椅、婴儿推车等耐用品项目；线下经销渠道着重覆盖爱婴岛、乐友、宝贝在线等重点母婴连锁渠道，线上渠道重点发展天猫旗舰店、京东旗舰店以及抖音自播运营等，开展深度用户运营，提升客户粘性，加速To C端的扩张能力建设，建立品牌在内容电商领域婴童品类的优势。

6、授权业务

授权业务在围绕食品饮料、日化用品、服装配饰等重点授权品类稳扎稳打外，还将积极拓展新兴授权模式和授权平台，寻求IP授权领域扩张，重点破圈年轻人市场。

近年来，随着芯片、5G传输、人工智能、区块链等硬件及数字化技术的逐渐成熟、融合推动，构建在上述相关技术基础上的“元宇宙”概念引起了市场的广泛关注。“元宇宙”作为虚拟世界和现实世界融合的载体，蕴含着社交、内容、游戏、办公等场景变革的巨大商业机遇，能够给未来人类的生存环境和生活方式带来巨大想象。长期来看，“元宇宙”将向生产生活多领域逐步渗透，以虚实融合的方式改变现有社会的组织与运作，将未来的生产方式、组织模式、社会关系等带向一个新的发展方向。

公司将持续保持对新趋势、新技术的关注与探索，充分利用自有的数字化资产版权，引入第三方平台合作、第三方艺术家二次创作等，勇于进入新赛道，开发及销售更多基于区块链技术的数字藏品，以2D静态版画或3D数字模型等多种形式推出市场；同时根据业务需要，利用自有经典IP形象，打造更多可以客串电视台晚会嘉宾、参与直播带货等多样化互动的虚拟偶像，多元跨界变现IP长尾价值，快速增加授权收入。

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二二年四月三十日