

奥飞娱乐股份有限公司

关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司（以下简称“公司”或“奥飞娱乐”）于2022年5月26日召开了第五届董事会第二十六次会议和第五届监事会第二十七次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》，本议案尚需提交公司2021年度股东大会审议，现将相关情况公告如下：

一、情况概述

经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具的公司《2021年度审计报告》（华兴审字[2022]22000520010号），公司2021年度实现归属于上市公司股东的净利润为-417,065,559.92元，截至2021年12月31日合并报表未分配利润为-625,411,862.11元，公司股本为1,478,699,697股，未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。根据《公司法》《公司章程》等相关规定，该事项需提交公司股东大会审议。

二、亏损的主要原因

2021年，随着全国各地实施更精准有效的疫情常态化防控措施以及促消费政策逐步落地显效，社会经济、生产消费逐渐回暖。公司各项业务逐步恢复正常运营，主营业务收入实现两位数同比增长。但由于公司婴童业务、玩具业务受到海运价格大幅上升、大宗原材料价格上涨等影响较为明显，叠加人民币汇率波动、计提相关减值损失等因素，导致公司经营业绩出现亏损。

三、公司为弥补亏损拟采取的措施

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首饰等角色扮演类产品，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。

特此公告

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二二年五月二十八日