

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2025年4月25日召开了第六届董事会第十七次会议和第六届监事会第十五次会议，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2024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《2024年年度审计报告》(华兴审字[2025]24014400021号)，公司2024年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为-285,288,015.74元，截至2024年12月31日合并报表未分配利润为-1,039,917,968.79元，公司实收股本为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

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因包括：

1、在2020年度至2022年度期间，公司部分涉及线下终端销售、体验的业务受到宏观经济波动和市场消费需求减弱等因素影响，以及海外婴童用品业务面临海运价格费用上涨等情况，公司未能实现预期经营业绩。

2、公司根据实际经营情况以及相关会计准则要求，对部分商誉资产组、长期股权投资计提减值，以及部分参股公司经营业绩波动造成投资损失等事项，对公司利润造成较大影响。

三、公司为弥补亏损拟采取的措施

（一）行业格局趋势及公司发展战略

1、年轻消费力驱动下的产业革新与机遇。

近年来，IP 衍生消费和年轻消费逐渐成为趋势，细分市场供给扩容，势必驱动新一轮产业革新与升级。如何深度挖掘年轻消费者的个性化需求，如何基于年轻消费者的多元 IP 需求、IP 价值观以及生活价值观，进行内容与商业化双赛道的全面布局将成为关键。

公司顺应行业发展趋势，重点围绕“年轻向”战略发展方向，聚焦资源布局泛人群，积极推进年轻向相关业务布局和落地，旨在满足年轻消费者的多样化需求。公司有“喜羊羊与灰太狼”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”等多个持续运营十多年的经典 IP，已陪伴了大量粉丝用户成长。公司将继续聚焦核心 IP，持续发力创作精品内容，并适时推出更符合当代年轻人需求喜好和情绪价值的内容和类型，以此满足不同用户的情绪价值需求。同时重点关注年轻用户群体在线上线下的主要聚集场景，借力年轻化场景实现跨界合作，采用粉丝见面会、巡展、快闪等更多时下年轻人喜欢的方式，逐步提升 IP 品牌在年轻圈层的影响力与价值。公司“玩点无限”潮玩品牌以“挖掘无限玩点、创造无限快乐”为理念，“唤醒更多玩心，创造无限玩点”为发展目标，以年轻人为目标群体进行产品开发，致力于打造高品质、高性价比的 IP 衍生周边。

2、风险与机遇并存的玩具与婴童用品市场，发展潜力无限。

近年来国际环境不断变化，通货膨胀、需求收缩、产品同质化问题等压力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，随着我国玩具和婴童市场的不断规范和发展，加之国家政策措施的相继出台，正为行业的发展发挥积极推动作用。因此，在风险与机遇并存的玩具与婴童用品市场，我国企业仍具备较强的发展潜力。

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，致力于提升内容及实体产品的产品力，提供给用户独特的价值体验，聚焦打造精品，争做品类或细分领域第一；通过差异化定位和策略，通过精准化营销、精细化运营，打造爆品。同时，将构建具备国际化视野的产品设计与研发团队，推广及落地爆品方法论、工具和模板，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。在多年建立的渠道及消费者触达优势的基础上，深度挖掘下沉市场的消费潜力和市场空间，寻求新的发展增量。

（二）2025 年经营计划

1、IP 内容板块

公司将聚焦优质内容创作，加宽加深 IP “护城河”，进一步夯实核心 IP 价值优势。除了打造动画剧集以及动画电影，还将根据用户需求做好内容创新，以现有用户圈层为核心拓展新生代喜好的内容，洞察新生代用户需求，通过内容开发促使经典 IP 二次焕新。

在持续巩固 K12 用户基本盘的同时，重视年轻向与泛人群用户市场，以不同 IP 类别及衍生业务划分，积极推动年轻向内容的规划创作以及运营，不断提升 IP 热度与影响力，赋能 IP 内容与商业化的持续优化升级。

2、实体产业

（1）潮玩业务

公司将以“品牌塑造+产品深耕”为核心战略，聚焦品牌势能提升、产品矩阵优化及渠道布局拓展，打造差异化核心竞争力，持续提升潮玩业务规模。

“玩点无限”潮玩品牌将锚定 Z 世代为核心客群，一方面通过线上融合社交平台、短视频等构建传播矩阵，线下举办主题快闪店、联动艺术展览等场景深化沉浸式体验，进一步强化品牌认知；另一方面围绕用户分层运营，建立“核心玩家培育+会员体系+全域社群”的立体化运营模式，通过专属权益、UGC 内容共创等提升用户黏性，实现品牌与消费者的深度情感联结。

产品研发方面，在巩固叠叠乐品类优势的基础上，尝试拓展毛绒玩偶盲盒、可动玩偶、智能潮玩等新品类，同时开放式探索“喜羊羊与灰太狼”“巴啦啦小魔仙”等 IP 的潮玩化运营，提升自有 IP 产品贡献。渠道拓展主要寻找酒店、游乐场、礼品零食连锁店等各类型新渠道，并加快下沉三四线渠道，深化市场渗透。

在智能产品方面，公司以“IP 情感连接+AI 技术赋能”为核心，持续打造智能化、场景化的 AI 毛绒产品。技术层面，深度接入各类型多模态交互大模型平台，实现智能语音对话、情感识别、个性化内容推荐等功能，并通过动态数据训练持续优化交互体验。产品层面，围绕“喜羊羊与灰太狼”等知名 IP 打造矩阵化智能产品线，开发喜羊羊、懒羊羊等角色专属 AI 玩偶，强化 IP 角色的情感陪伴与智能属性。渠道层面，积极开拓 B 端市场，例如与电信运营商联合推出流量套餐绑定款智能玩具，为企业客户提供定制化礼赠品解决方案等。

（2）玩具业务

玩具业务将以变革、聚焦为主基调，集中资源实现玩具大品类经营与突破，加快产品迭代升级，重点提升产品力和全渠道的综合营销能力，拓宽消费人群。在自有 IP 项目中，“超级飞侠”项目聚焦变形品类，巩固学龄前变形玩具优势，升级产品及玩法，持续拓展爆款产品；“铠甲勇士”项目聚焦可动人偶系列爆款，并逐步实现品牌年轻化升级；潮流竞技类项目如“爆裂

飞车”、“飓风战魂”将进行长线化操作，持续产品迭代及保持热度，延长项目存续周期，维持常态销售与推广；此外，公司将大力拓展卡牌新品类项目，构建“IP 内容赋能+玩法创新驱动+产业链生态共创”发展策略，开发具备收藏价值与社交属性的“喜羊羊与灰太狼”等 IP 的主题卡牌系列产品，同步整合渠道社群化运营体系，加快提升竞争力和影响力，寻求业绩新增长点。

在外部 IP 合作项目中，依托全球知名 IP 势能，聚焦重点品类赛道开发产品，除了“变形金刚”系列超可动人偶产品体系外，还将精心打造女生向潮品线，例如推出“三丽鸥”系列潮玩向魔法棒、“小马宝莉”创意小场景盲盒等。

同时，公司将重点落实渠道品牌营销变革，通过终端形象焕新升级，以“奥迪双钻”品牌形象与定位为核心，打造全新的终端形象和消费体验。在货盘陈列方面，将根据不同渠道的类型，提供适销产品指引，以及端架、多层货架、特装货柜等多样化的陈列样式，并提供展箱、试玩台、视频机等种类丰富的形象物料支持。

（3）婴童用品业务

Babytrend 婴童用品将主要围绕“品类拓展+市场渠道”双轮战略，积极开展业务经营。在产品研发方面，一方面加强固有优势品类的持续创新，另一方面快速扩张新品类，例如计划推出可转化推车及背带、多功能推车等产品；在渠道和销售方面，在保持原有核心渠道稳步增长的同时持续拓展新渠道，深挖仓储式、会员式、百货类等不同类型渠道客户，并积极推动线上电商业务发展；在市场区域方面，加快开发诸如南美洲、澳洲等海外市场，积极开拓国际线业务通路。

特此公告

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二五年四月二十九日