

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：2025-001

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 ☒现场调研 ☐其他
参与单位名称	易方达基金、金鹰基金、广发基金、博时基金、华美国际、云禧投资、中信证券、中信建投、华创证券、国联民生、华泰证券、招商证券、开源证券、申万宏源、广发证券、国海证券、华源证券、浙商证券、国盛证券、西南证券、长江证券、信达证券、方正证券、万联证券、甬兴证券
时间	2025 年 4 月 29 日 15:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事会秘书：高丹 财务总监：孙靓 潮玩业务负责人：黄文娟 智能产品部总监：吕佳泞
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者沟通交流会议的主要内容如下： 一、公司 2024 年年度以及 2025 年一季度经营情况介绍 公司主营业务根据类型可划分为 IP 内容业务以及实体产业两大板块，其中实体产业包括婴童业务（基于 0-3 岁幼童的用品需求）、玩具业务（基于 3-12 岁儿童的娱乐、教育需求）和潮玩业务（基于 12+青少年、年轻人的情绪消费需求）。 公司 2024 年度实现营业收入 271,530.60 万元，归属于上市公司股东的净利润为-28,528.80 万元；2025 年第一季度实现营业收入 65,755.93 万元，归属于上市公司股东的净利润为 4,910.15 万元。

二、交流问答主要内容

1. 公司旗下拥有众多经典 IP，将采取哪些措施继续保持相关 IP 活力与吸引力？

答：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，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，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。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。

2. 请问公司潮玩业务今年主要规划和布局是什么？

答：公司潮玩品牌“玩点无限”将以“品牌塑造+产品深耕”为核心战略，聚焦打造差异化核心竞争力，持续提升潮玩业务规模。

在提升品牌势能方面，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，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，继续巩固在叠叠乐品类的规模领先优势，积极尝试拓展毛绒玩偶、可动玩偶/盲盒、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。

渠道拓展方面，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。

3. 公司在年初推出了 AI 智趣喜羊羊产品，接下来如何加快推进智能产品业务？

答：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。（1）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。（2）

	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。（3）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。 4. 除了潮玩产品、智能产品外，公司还将拓展哪些品类项目？ 答：卡牌是公司今年重点拓展的品类之一。现阶段卡牌业务主要围绕自有 IP 开发产品，施行“IP 内容赋能+玩法创新驱动+产业链生态共创”发展策略，通过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，以此加快提升产品竞争力和影响力。 5. 请问公司 K12 玩具业务在战略规划、产品研发以及渠道营销等方面有哪些调整和布局？ 答：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，重点在于提升产品力和全渠道的综合营销能力。 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；“铠甲勇士”项目聚焦可动人偶系列爆款；潮流竞技类项目如“爆裂飞车”、“飓风战魂”将持续产品迭代及保持热度，维持常态销售与推广。 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，包括“变形金刚”系列超可动人偶产品，“三丽鸥”系列潮玩向魔法棒、“小马宝莉”创意小场景盲盒等女生向潮品线系列产品。 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。
本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 29 日