



 奥飞娱乐股份有限公司

联系地址：
广州市天河区珠江新城金穗路62号
侨鑫国际金融中心 37楼

电子邮箱：
invest@gdalphabet.com

联系电话：
020-38983278 分机号 1102

2018年度奥飞娱乐企业社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report



让快乐与梦想
无处不在



让快乐与梦想
无处不在

用户 创新

极致 共享

报告说明

Report Description

报告时间范围

2018 年1 月1 日至 2018 年12 月31 日。为增强报告可比性，部分内容适当溯及以往年份。

报告发布周期

本报告为年度报告。

报告范围

上市公司合并范围。

编制依据

《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》、《中小企业板信息披露业务备忘录第2号——定期报告披露相关事项（2018年2月修订）》

数据来源可靠性

报告使用数据来源包括政府部门公开数据、公司内部相关统计报表、第三方问卷调查、行政文件及报告和第三方评价访谈等。公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

称谓说明

为了便于表述及方便阅读，在本报告中，奥飞娱乐股份有限公司简称“公司”、“奥飞”或“奥飞娱乐”。

报告获取

本报告以网络电子版形式发布，可在深圳证券交易所网站（www.szse.cn）及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅获取。

2018年度奥飞娱乐企业社会责任报告

01 关于奥飞

- 文化历史
- 总裁寄语
- 企业荣誉
- 业务展示

02 股东和债权人权益保护

- 股东大会
- 信息披露
- 分红政策
- 投资者关系

03 职工权益保护

- 权益保障
- 人才培养

04 供应商、客户和消费者权益保护

- 供应商
- 客户、消费者

05 环境保护与可持续发展

- 环境保护
- 可持续发展

06 公共关系

- 荷兰首相访问
- 发展中国家文化贸易代表团访问
- 加拿大不列颠哥伦比亚省议会议长访问
- 奥飞IP再度登上了纽约时代广场

07 精准扶贫工作

- 爱心捐款
- 公益活动

08 计划及展望



01

关于奥飞

25 years old

History Of Alpha

奥飞历史

从一代经典玩具迷你四驱车到如今的泛娱乐生态圈，奥飞通过不断为消费者带来新奇的娱乐体验，为世界带来欢乐与梦想。回顾20多年的历史，可以看到奥飞发展过程中的里程碑事件，对行业的深刻洞察如何改变公司的发展历程，以及奥飞的产品怎样给人留下经典回忆。

1989年

塑料玩具作为发展起点



1993年

澄海县奥迪玩具实业有限公司成立



1994年

第一届奥迪杯



1 专注玩具阶段

2 动漫+玩具阶段

1997年

引进《四驱兄弟》，建立“动漫+玩具”模式



2000年

奥迪工业园落成，公司发展规模飞跃



2001年

雷速登上市



2003年

公司运营中心搬至广州



2004年

奥飞文化成立，制作3D《电击小子》



与万代合作



2006年

推出《火力少年王》真人剧，海外部成立



澳贝成立



2007年

广东奥飞动漫文化股份有限公司成立



3 动漫全产业链运营阶段

4 泛娱乐文化产业阶段

2010年

收购广东嘉佳卡通60%股权，成为第一个动漫全产业链运营的企业



2013年

收购广东原创动力公司，取得《喜羊羊与灰太狼》的版权及商业运营权



全资收购北京爱乐游、上海方寸游戏，跨界进入游戏行业，向泛娱乐产业发展



2014年

奥飞影业成立



2015年

全资收购北京四月星空公司（有妖气）



推出超级飞侠

2016年

收购Baby Trend，加码婴童产业



2017年

奥飞欢乐世界进驻广州、成都



2018年

奥飞与山水文园集团签署战略合作协议



总裁寄语

2018年，中国的经济面临了巨大的挑战，奥飞在这个充满挑战的一年取得了巨大的成就和解决了一系列困扰我们的问题，打开了奥飞未来成长的空间。

在内容方面，奥飞以完整的儿童IP矩阵优势，持续成功推出了一系列的动漫作品，例如，超级飞侠第四季、萌鸡小队、喜羊羊与灰太狼、巴啦啦小魔仙等一系列作品，这些内容无论在互联网点播、还是在收视率方面成绩喜人。通过与近10家新媒体视频平台，超过60家电视媒体平台达成深度合作，收视覆盖8.2亿客户，实现了360度触达消费者。再次证明奥飞有做精品内容的自信和有效触达消费者的能力。

经过多年的积累，奥飞逐步构建内容变现的产业平台，产业范围覆盖动漫创作、发行、玩具、授权、舞台剧、室内乐园、室外乐园和学前教育等多个领域。

与此同时，奥飞在过去9个月进行组织优化、降本提效、动画制作优化、构建以用户为核心的研发体系和产业协同等一系列的改革，为奥飞未来几年收入和利润的持续增长，夯实了基础和提供了新的增长引擎。

在新的时代，奥飞将紧紧围绕消费者的诉求，为全世界家庭创作了更多家喻户晓的明星IP内容，其中包括喜羊羊与灰太狼、超级飞侠、铠甲勇士、巴啦啦小魔仙、萌鸡小队、贝肯熊等等，同时每年研发和推出1-2个新的IP。

奥飞将聚焦儿童领域，坚持以IP为核心，精品化、数字化、国际化的“1+3战略”，不断强化国际化的制作团队和强大的IP产业变现能力，立足国内市场，逐步取得在海外的竞争优势，持续保持奥飞在儿童产业里的领导地位。

奥飞已经重塑企业核心价值观，确立以“用户、创新、极致、共享”作为企业文化价值观，我们将始终把用户摆在首位，基于用户需求和用户使用场景开发我们的内容和产品；团队也改变思维，通过不断的往外看，与时俱进，进行产品、渠道和商业模式等创新；极致是奥飞对工作的态度、是奥飞对美好事物的追求、是奥飞对执行的承诺；同时，奥飞也推出了合伙人计划，并通过每年增加合伙人数量，让员工感受到“同呼吸，共命运”的共享精神。



何德华 奥飞娱乐股份有限公司总裁：

企业荣誉

1、公司治理

2018年度中国上市公司杰出
技术先锋奖



2、创新潜力

光明日报、经济日报
第十届全国文化企业三十强



3、IP 荣誉

超级飞侠

中国文化艺术政府奖第三届动漫奖
最佳动漫国际市场开拓奖



2018“新光奖”中国西安
第七届国际原创动漫大赛

最佳系列动画奖



中国品牌授权联盟、CLE中国国际品牌授权展

中国授权金星奖-2018卓越人气IP奖

中国授权金星奖-2018优秀版权方服务奖



萌鸡小队

21世纪经济报道、MetaThink根元咨询集团

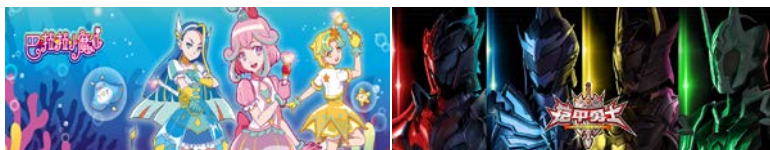
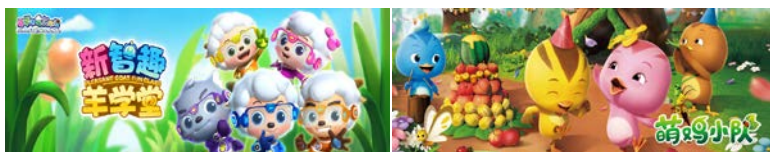
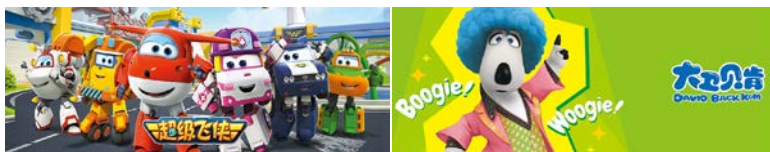
第14届中国品牌金象奖-年度最佳品牌传播案例奖



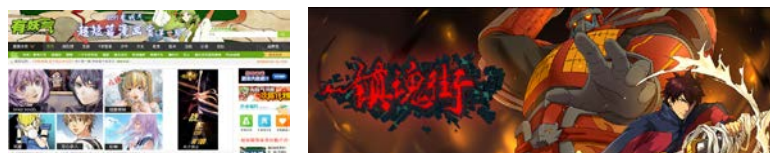
业务展示

1、动画内容

• 自有：头部IP



• 核心资产：有妖气，年青人IP孵化器



• 合作：全球优质IP资源



小猪佩奇



海绵宝宝



睡衣小英雄



洛天依

2、媒体

• 电视台和新媒体同步支持

250,000
分钟

电视台播出总时长超过

1,000
亿人次

新媒体播放量超过

• 消费者触达：强大的内容发行矩阵



60

60 家电视媒体

5

5 大卡通频道

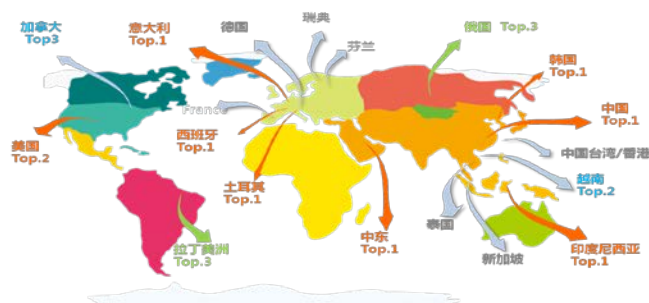
8.2 亿

收视覆盖 8.2 亿户

5

5 大主流新媒体

• 动画片在130多个国家与地区播映



注：上图数据截止至2018年12月31日；数据来源：通过公司内部数据库统计

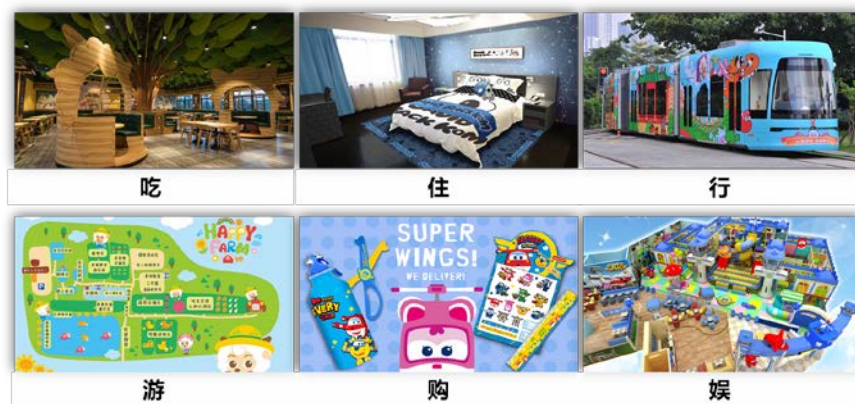
产品&服务

3、产品：婴幼儿、儿童玩具深入人心



4、战略拓展业务

- 授权：360度全面覆盖消费者



- 授权：200多家实力合作伙伴

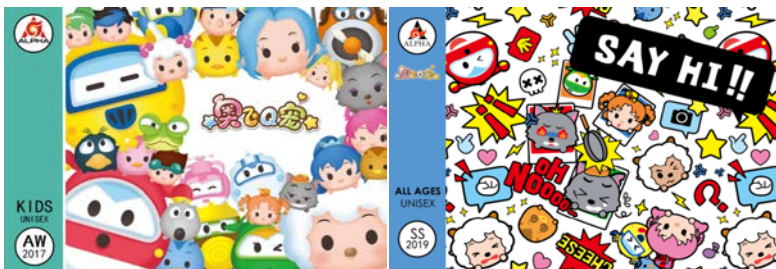


注：上图数据截止至2018年12月31日；上述企业商标仅作举例展示

主题展/主题活动落地全国



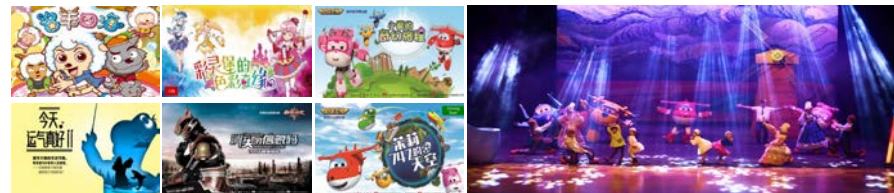
强大的图库支持：奥飞Q宠



学前教育



舞台剧表演广受好评



奥飞欢乐世界树立室内乐园新标杆



奥飞动漫小镇开启文化旅游新篇章



注：室外乐园图片为概念图



02

股东和债权人权益保护

股东大会

公司严格按照《上市公司股东大会规则》和《公司章程》的规定和要求，保护全体股东特别是中小股东的合法权益。公司严格按照中国证监会有关要求召集、召开股东大会，并聘请律师出席见证。

报告期内，公司共召开1次年度股东大会，4次临时股东大会，每次股东大会均提供网络投票方式，并按中国证监会和深圳证券交易所的有关规定对中小投资者的表决单独计票，以最大限度的提高中小投资者参与公司决策的程度，维护中小投资者的利益。

信息披露

公司严格按照深圳证券交易所信息披露指引等规定，履行信息披露责任，确保信息披露内容的真实、准确、完整，不存在任何虚假记载和误导性陈述。公司指定信息披露媒体为《证券时报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)，信息披露内容包括定期报告及其他临时性公告，基本涵盖了公司所有的重大事项，使投资者能够迅速了解到公司发展状况，保障了广大投资者的知情权。公司按时召开年度网上业绩说明会，同时设置投资者热线和邮箱，由专人负责解答投资者咨询，通过各种方式加强与中小投资者之间的沟通。

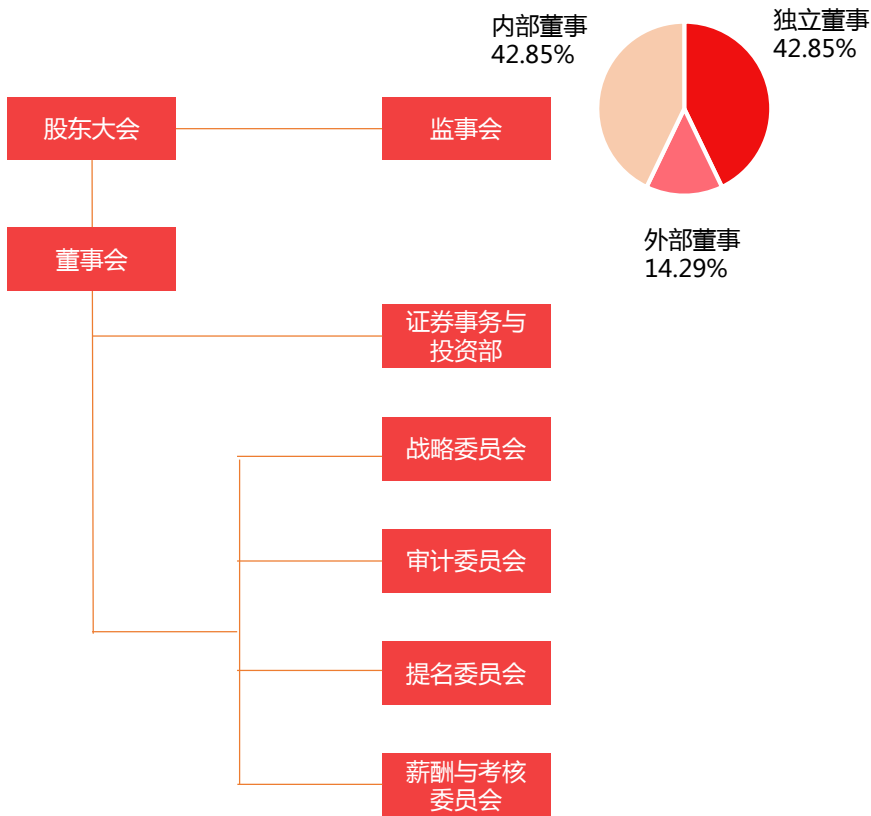
报告期内，公司积极响应广东证监局的号召，参加了主题为“公平在身边,沟通铸共赢”的2018广东上市公司投资者关系管理月活动，并组织高管参加了“投资者网上集体接待日”活动，加强了与投资者之间沟通交流，促进了和谐投资者关系的构建。

公司治理

1、公司架构

上市以来，公司持续规范公司治理，认真履行信息披露义务，加强与投资者沟通、不断整合优质资产并提高股东回报。

奥飞娱乐根据《公司法》、《证券法》等法律法规的要求，建立了规范的公司治理结构，形成了科学有效的公司治理制度和 workflows，在内部控制、风险管理、激励约束、信息披露等方面，进行了卓有成效的制度建设。



公司治理

2、反舞弊和反商业贿赂

• 反舞弊制度（审计监督）

公司作为国内动漫领域龙头企业，公司带头倡导诚实守信、合法经营的商业原则，对内制定了《反舞弊制度》、《员工商业行为准则》等监管制度并向全体员工宣贯教育。



对外，公司将诚信道德的经营理念传递给供应商、客户等合作伙伴，主动接受来自合作伙伴的约束和监督，同时要求合作伙伴履行正当商业行为和遵守奥飞的商业行为准则。

公司对外公示了奥飞投诉举报渠道，鼓励员工和利益相关方依法有序地对公司的舞弊行为进行举报。



• 反商业贿赂

公司遵循《反舞弊制度》和《员工商业行为准则》，对违法违规和弄虚作假行为绝不姑息，要求员工廉洁自律，内外奖罚分明，希望与供应商共同打造良好的市场秩序。

分红政策

为完善和健全公司科学、持续、稳定的分红决策和监督机制，积极回报投资者，引导投资者树立长期投资和价值投资的理念，公司制订了《未来三年股东回报规划（2018年-2020年）》。

公司采取以现金分红为主的分红方式，亦可采取现金与股票相结合的分红方式，以及国家法律法规许可的方式分配股利。公司确定采取现金方式分配利润的，每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润的10%。

公司近三年现金分红情况如下：

分红年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比例
2018年	0	-1,630,190,056.08	0%
2017年	0	90,129,598.10	0%
2016年	52,315,587.16	498,444,367.91	10.50%

投资者关系

1、通讯及线上交流情况

公司为投资者建立了完善畅通的通讯及线上信息交流渠道，以便及时处理投资者咨询及各类投诉建议。投资者通过电话、公司官网、邮件、深交所互动易等平台咨询公司情况，公司与投资者保持积极的沟通交流。

2、线下交流情况

2018年，公司通过接待投资者调研、召开业绩说明会、参加投资者策略会等途径与投资者面对面交流，详细介绍公司在泛娱乐方面的布局，增强投资者对公司的信心，具体情况如下：

途径	主要情况说明
接待投资者调研	公司2018年上传深交所系统的调研记录表共8份，包含518人次的各类机构投资者和投行、券商分析师的来访。
召开业绩说明会	召开年度业绩说明会一次，与投资者积极交流沟通。
参加投资者策略会	公司2018年参加了28场策略会，采取一对一、一对多以及演讲的方式与投资者进行沟通交流。
分析师会议	通过参加分析师会议，传达公司企业形象。
路演	宣传公司产业，扩大影响力。
其他	证券事务与投资部会不定期进行对投资者的一对一拜访，反向路演等活动。

3、创新工作方法，提高投资者保护工作质量

公司不仅通过上述传统媒体、渠道进行投资者保护宣传工作，更是在当今互联网高速发展的情况下，将投资者保护工作的宣传带入到各种新兴网络工具中，如微信、微博等工具，扩大投资者保护工作的宣传面，使得公司的投资者保护宣传效果更加高效、快捷。



03

职工权益保护

权益保障

公司始终坚持以人为本的核心价值观，关心员工的工作、生活、健康、安全，切实保护员工的各项权益，提升企业的凝聚力，实现员工与企业的共同成长。

1、制度保障

员工是公司最宝贵的资源和财富，公司尊重和保护员工的各项合法权益，珍惜员工的生命、健康与安全；尊重劳动、尊重知识、尊重价值创造。

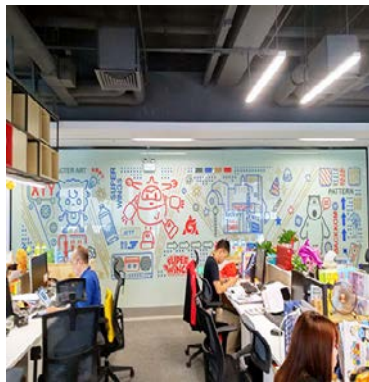
公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》、《中华人民共和国社会保险法》等相关法律法规，依法维护员工的合法权益。

公司不断完善用工与福利保障的相关管理制度；同员工签订劳动合同，坚持全员劳动合同制，建立了规范的新型劳动关系，明确了职工享有的权益和应履行的义务；严格执行国家有关社会保险的规定，缴纳住房公积金，办理了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等社会保险，每月按时足额缴纳各项保险费用；按照劳动部门有关规定及时办理新聘、离职人员的劳动合同、社会保险等相关手续，确保员工享受社会保险待遇，使员工在养老、患病、工伤、失业、生育等情况下能及时获得帮助和补偿，并实行带薪年假等福利，使员工在公平、公正的环境内安心工作、寻求发展。

2、工作环境

员工的成长是企业发展的动力源泉，公司充分关注员工的个人成长和身心健康，为员工提供畅通的职业发展渠道和完善的培养体系。公司还为员工订阅了丰富的报刊杂志，通过打造内部讲师团队和外聘分享嘉宾，不定期组织员工进行培训学习，给员工提供成长与发展的平台，丰富员工的生活，增强公司的凝聚力和向心力。

公司切实关爱每一位员工的生活，生日当月为员工发放生日福利，组织年度员工旅游活动，为员工提供舒适的工作环境。



3、文化生活

公司企业文化组织积极举办各种形式的活动，如公益活动、篮球比赛、跑步活动、趣味运动会等，为员工提供才艺展示平台，丰富了员工精神文化生活，使员工之间更加互助互爱。



另外，公司也积极为员工提供各种分享交流的平台如精，如精品大讲堂、职业A讲堂，并且提供了丰富多样的员工福利，如知识讲座、健康服务、节日慰问等，从而增强员工对公司的认同度和归属感。



人才培养

1、培训计划

公司始终秉承“以人为本”的理念，重视人才队伍的建设。为有计划地提高员工素质与员工岗位胜任能力，做好公司发展的人力资源储备，公司制定了《培训管理制度》，对培训管理，培训形式等进行了明确规定。

公司培训坚持“组织学习”和“自发学习”相结合的原则，由营运与人力资源部负责公司年度培训规划，对各业务部门的年度培训需求与计划进行审核，指导、协助其开展日常培训工作。各业务部门单位和职能部门根据本部门人员实际情况开发、组织、实施新入职人员岗前及在职员工的专业技能类培训课程，积极参与公司组织的培训项目，并及时跟进学习效果的转化。

分类	对象	课题	目的
梯队人才培养	在校大学生	第一阶段“读好书、寻童心、熟业务”过渡到第二阶段的“入模子、入业务”	新员工能逐步适应并融入公司，养成基本职场素养，增强其在奥飞的归属感，同时提高储蓄人才对工作的熟悉度和对项目管理的掌握度
	中高层管理干部	“新晋管理干部训练营”	帮助新晋管理人员深入理解公司的发展策略和经营思想，迅速转变管理角色。

分类	对象	课题	目的
专项训练项目	中高层管理干部团队	“如何打造高绩效团队”工作坊，围绕“克服团队协作五障碍”展开学习。	提升各业务团队及职能管理部门打造优秀队伍的能力。
	产品及内容管理人员	“精品大讲堂”项目	通过行业专业人士与导师的分享和指导，启发了创意人员的产品创意及灵感，开拓了产品及内容管理人员的视野也提升了其思维能力
	广大基层员工	“职场A学堂”项目	通过举办职业技能培训课程，有效帮助员工职业素养的自我提高。

人才培养

2、人才引进

公司拓宽人才引进渠道，完善人才培养使用、评价激励、合理流动等机制。



3、绩效考核

公司建立了较为全面的绩效考核评价办法，高级管理人员的聘任公开、透明且符合有关法律、法规和公司内部规章制度的规定。公司董事和高级管理人员的绩效评价采取自我评价和薪酬委员会按绩效评价标准进行评价两部分相结合的绩效评价方式，对高级管理人员实行年薪制，年薪与年度经营指标完成情况挂钩，同时根据《公司章程》中对高级管理人员履职行为、权限和职责的明确规定进行综合考评。

公司的绩效管理在2018年进行了完善优化，员工绩效考核管理引入了强制分布概念，倡导资源向优秀的员工倾斜，半年度及年度表彰与奖励了高绩效员工，实施了利润分享计划，激励了高绩效部门与员工。

公司的绩效管理在2019年进一步变革优化，强调建立以责任目标和业绩为导向的绩效管理体系，实施全面薪酬策略，加大绩效过程检视与管理，强化绩效结果运用。员工绩效考核结果实施强制分布，奖励优秀，淘汰落后；中层干部的薪酬与绩效强挂钩，能者上、庸者下；高级管理人员的年薪与公司经营结果及风险强挂钩，实施合伙人计划。各级员工绩效考核结果将全面用于人才发展的各个方面（包括为培训规划、薪酬与福利决策、员工晋升、岗位轮换、优胜劣汰等提供依据）。为有效激励到各级员工，管理人员及员工的绩效奖金激励将随着经营结果达成超额而不断上升，同时公司还推出了增量激励政策，上不封顶，鼓励各单位做出更好的经营结果，价值共享。



04 供应商、客户和消费者权益保护

供应商

报告期内，公司通过多项措施打造完善的供应链体系。公司与广大供应商和客户群建立了长期稳定、合作共赢的战略合作伙伴关系，充分尊重并保护供应商和客户的合法权益，严格保护供应商及客户的相关信息，通过以下措施取得了供应商和客户的一致认可。

供应商甄选

从供应链环节上对供应商的甄选严格把控，制定了公开透明的甄选流程，编制了较为完善的采购管理制度并严格执行。

为了加强与供应商沟通，提升供应链管理透明化，降低业务处理风险，公司搭建了统一的SRM供应商管理门户，集成多种业务模式(通知公告，投标报价，档案维护，订单送货，接收退货，财务对账，绩效查看，反向评估)，提升与供方业务协同效率。



供应商沟通

SRM系统上线运行，逐步去人为化，构建阳光采购系统。2018年共组织线上招标247场，参与过线上招投标供应商数量100家，占总供应商比例40.8%，投标报价次数7253次。

品质改善方法输出,与供应商开放、共赢：2018年共组织技术输出到供应商处辅导培训共193场；每月举行供应商品质问题沟通会，避免同样的问题重复发生，持续改善来料质量从而达到稳定；2018年共邀请供应商到奥飞学习12场；系统培训1场，组织所有供应商环保专项培训2场；共辅导70家供应商做改善提升；针对IQC技能培训36场，通过提升IQC人员综合素质，协助供应商做好品质预防工作，提升来料合格率。



公司遵守商业道德，创造廉洁健康的交易环境，开展管理人员、采购等岗位员工廉洁纪律学习，严格监控并防范商业贿赂和不正当交易情形的发生，给予全体潜在供应商以良好的竞争环境。公司要求雇员保持诚实信用，不能以任何理由及以下任何形式向供应商索要或接受酬劳及礼物，包括但不限于：金钱、礼物、供私人使用的免费样品、宴请（除了简单的工作餐之外）等。

报告期内公司开展供应商满意度调查，认真听取各方意见与建议，旨在逐步提高产品质量和服务水平，最终为客户提供诚信服务，保证客户利益。



供应商合作

公平竞争环境

供应商满意度调查

产品质量与安全控制

报告期内，公司建立了健全的产品质量控制体系及出台相关质量控制的制度保障，包括《安全生产管理规定》、《产品质量事件责任界定办法》、《质量手册》等制度，对公司在生产安全、明确各业务部门在产品质量事件中的权责等作出清晰的规定。

公司按照ISO9001：2015QMS、QC080000：2017 IECQ HSPM建立的质量管理体系在2018年度经内部审核和第三方认证机构监督审核均一次性通过，说明公司的质量管理体系策划是充分的、适宜的，体系运行是有效的。



公司根据客户投诉的产品质量和内部收集到的其他信息形成《客户投诉信息反馈表》，采取纠正和预防措施，及时解决客户的投诉与抱怨。

2018年客户满意度为90.88%，公司将继续努力，不断提高产品的综合竞争优势，提升顾客满意度。

消费者调查与沟通

消费者沟通

为了进一步与消费者进行沟通，及时了解消费者的需求，公司在2017年成立消费者调研组，并切实投入经费到各项消费者调研活动中及打造一个设施齐备的调研中心。自成立以来，消费者调研组针对不同的调研需求制定合适的调研方案，通过观影会、产品试玩、拦截访问、座谈会、入户访问等多种形式进行科学专业的消费者调研，并持续输出多份真实有参考价值的调研报告。





05

环境保护与可持续发展

环境保护

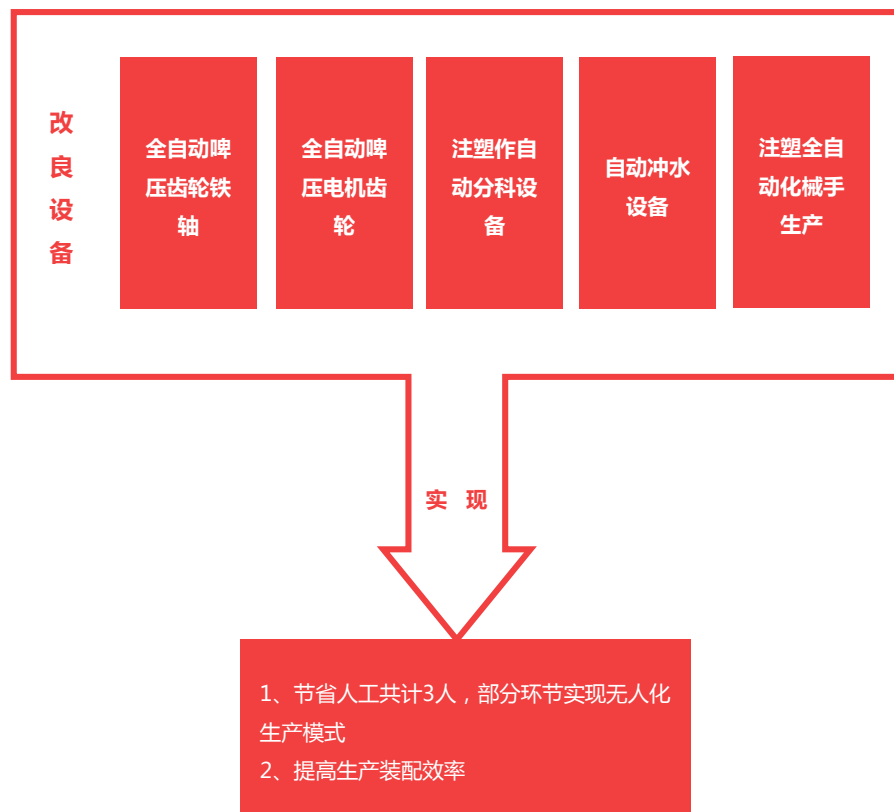
1、环保认证

公司于2006年5月通过了ISO14001: 2004环境管理体系认证，体系按照要求进行有效运行。公司负责制造职能的全资子公司广东奥飞实业有限公司于2018年6月通过了ISO14001: 2015环境管理体系认证，有效期至2021年6月。环境管理体系认证的通过体现了公司开展环境管理工作的持续性以及对环境保护的重视程度。



2、节能减排

公司内部开展节能降耗活动，实行目标责任制，进行全员节能降耗宣传活动，推广节水节电、退货返修利用、人工降本、物料损耗指标等方案，公司成立自动化项目组，积极引进自动化设备，对现有设备进行改造、升级；符合《中华人民共和国节约能源法》、《汕头经济特区节约能源条例》要求。



环境保护

3、废物排放

公司采取相应的污染防治措施，设施落实到位，对废水、废气、固体废物及噪声等污染物的产生、控制均符合相关法律、法规要求，遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》相关规定条款，遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》、《广东省环境保护条例》，对公司产生的所有固体废物进行分类标识、分类处理并集中处置，危险废物交由专业机构进行回收处理，尽可能的做到不重复污染环境情况下，进行二次利用。



公司配置化学品仓库，建立泄漏应急预案，并进行全员培训，遵守《危险化学品安全管理条例》、《危险化学品登记管理办法》、《工作场所安全使用化学品规定的通知》、《常用危险化学品贮存通则》等的有关规定。对于公司产生的危险废弃物，严格按照《废弃危险化学品污染环境防治办法》及《广东省严控废物名录》的要求执行。

4、废物回收

公司对垃圾进行分类，能够利用的可回收垃圾进行再利用，比如纸箱、包装袋、包装薄膜，公司收集后用于存放产品或做产品防尘袋、防尘膜，有些无法直接再利用的，如纸板等，公司将其售卖给回收商进行再利用。



06

公共关系



对外交流

• 荷兰首相访问

2018年4月11日荷兰首相兼总务大臣吕特先生一行专程到访奥飞，荷兰驻华大使高文博、中国驻荷兰大使吴恳、外交部欧洲司副司长朱京等出席。奥飞集团董事长蔡东青、副董事长蔡晓东带领公司高管及创意团队，详细介绍了奥飞25年发展经验及IP和全球化产业布局，通过荷兰市场深入推进国际化。

吕特首相表示，在中荷贸易快速发展的今天，很高兴看到奥飞为两国人文交流、文化经贸做出的成绩和贡献，奥飞对内容创作的投入、产业规模和市场渗透力令人印象深刻。吕特首相特意提到，希望奥飞能够扮演文化创意创新领军企业的角色，整合带动荷兰相关产业发展，为全球消费者创造出更多更好的作品。



• 发展中国家文化贸易代表团访问

2018年6月8日国家文化部组织发展中国家文化贸易代表团来我司参观交流，奥飞集团总裁何德华详细介绍了奥飞的企业发展历史；中国动漫新闻传播教父钟路明先生，慷慨激昂的阐述了广东动漫发展的历史进程。

奥飞作为中动漫文化积极走出去的代表之一，积极开展国际人文交流活动，近年来不断推动中国动漫、IP产业出海，充分发挥文化“走出去”在“一带一路”建设中的引领作用。



- 加拿大不列颠哥伦比亚省议会议长访问

2018年6月11日加拿大不列颠哥伦比亚省议会议长达瑞尔·普拉克斯（Dr.Darryl Plecas），加拿大不列颠哥伦比亚省议会副议长拉吉·周汉（Raj Chouhan），加拿大不列颠哥伦比亚省议会秘书长克雷格·詹姆士（Craig James）协同省人大常委会外事办人员来访我司，双方就“奥飞海外业务发展布局”展开交流。



- 奥飞IP再度登上了纽约时代广场

2018年7月25日，奥飞六大品牌出现在纽约时代广场，包括全新IP形象——Alpha Q系列，奥飞旗下的国际化IP超级飞侠两年前进军北美市场时也登陆过时代广场。此次奥飞联合国际授权业协会（LIMA）和全球授权展的主办方UBM集团共同进行推广。





07

精准扶贫工作

爱心捐款

公司历来重视对社会责任承担，每年都会定期通过公益捐钱和玩具物资等给社会有需要的人群和地区。自2011年，公司开始每年都会定期向汕头市澄海慈善总会和广东省青少年发展基金会捐款，截止至2018年，公司共捐款1218万元。



公益活动

奥飞娱乐获颁了“2018年广州金丝带最佳公益伙伴”。巴拉啦小魔仙相关负责人表示，我们希望借助巴拉啦积极的正能量，通过一系列实际行动来到他们身边，鼓励小朋友勇敢面对疾病，从而推动更多的社会公众关注这一群体，同时传递更多的快乐与梦想。

小欣（化名）8岁，目前在中山大学附属第一医院治疗。小欣家里还有一个4岁的妹妹，在广西老家读幼儿园，爸爸也在广西老家工作，家庭情况比较困难。中山一院工作人员在照顾小欣时得知，她最爱巴拉啦小魔仙中的魔仙小蓝，并梦想成为小蓝。平时只要一提起巴拉啦小魔仙，小欣就会表现得非常配合和快乐。

为了实现小欣这一心愿，同时把更多的快乐和梦想带给小朋友们，奥飞娱乐联合广州金丝带共同为小欣和院区的小朋友还原了一个巴拉啦魔仙世界。





2018年，公司秉承“以IP为核心，内容为王，精品化、数字化、国际化”发展战略，切实推动各项业务发展，巩固整体竞争优势，打造以IP为核心的泛娱乐生态系统。在为股东创造价值的同时，公司还承担起了对员工、消费者、环境、公益事业等方面的责任，把履行企业社会责任与企业发展紧密结合在一起。

2019年，公司将继续履行社会责任，积极关心公益事业，树立一个勇于肩负社会责任的良好企业形象，为促进社会、经济和环境的可持续发展做出更大的贡献。

08

计划及展望

