

证券简称：奥飞娱乐

证券代码：002292

奥飞娱乐股份有限公司
非公开发行股票
募集资金运用可行性分析报告



二〇二〇年五月

奥飞娱乐股份有限公司（以下简称“公司”、“上市公司”或“奥飞娱乐”）为贯彻实施公司整体发展战略，抓住行业发展机遇，做强做大公司主业，进一步巩固和提升竞争优势，拟非公开发行股票（以下简称“本次发行”或“本次非公开发行”）。公司对本次非公开发行募集资金使用的可行性分析如下：

一、本次非公开发行募集资金的使用计划

本次非公开发行股份数量不超过本次发行前总股本的 10%，募集资金不超过人民币 110,259.14 万元（含本数）。本次募集资金扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

序号	投资项目	总投资额	拟投入募集资金金额
1	玩具产品扩产建设项目	35,619.25	35,619.25
2	婴童用品扩产建设项目	34,771.10	34,771.10
3	奥飞欢乐世界乐园网点建设项目	25,698.80	25,698.80
4	全渠道数字化运营平台建设	14,170.00	14,170.00
合计		110,259.14	110,259.14

若本次非公开发行实际募集资金净额少于投资项目的募集资金拟投入金额，则不足部分由公司自筹资金解决。公司董事会可根据股东大会的授权，根据项目的实际需要，对上述募集资金投资项目、资金投入进度和金额等进行适当调整。

本次董事会后、募集资金到位前，公司将根据项目实际进展情况以自筹资金先行投入。募集资金到位后，公司将以募集资金置换前期已投入的自筹资金。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）玩具产品扩产建设项目

1、基本情况

近年来，随着全球玩具市场整体稳定增长、消费结构升级，玩具市场迎来较大的发展机遇。为了顺应行业发展趋势、推动公司发展战略的实现、优化产品结构，本项目拟在已有场地进行扩建，采购自动化、智能化水平较高的先进设备和机器，以提升公司生产自动化及工艺水平，从而降低产品不良率、提高产品质量和生产效率，最终稳步提升公司利润水平。

2、实施主体

本项目的实施主体为奥飞娱乐股份有限公司及其全资子公司。

3、实施进度

项目计划建设期为 24 个月，分两个阶段建设：第一阶段为建筑工程施工期；第二阶段为设备购置安装、调试，新员工培训及整体工程验收期。

4、投资概算

本项目总投资 35,619.25 万元，包括项目建筑工程费、设备购置费、工程建设其他费用、工程建设预备费、铺底流动资金等。

5、经济效益评价

本项目税后内部收益率为 26.29%，静态投资回收期为 5.55 年（税后，含建设期），预期经济效益良好。

6、项目涉及的审批、备案事项

本项目于 2020 年 4 月 27 日取得了广东省企业投资项目备案证，备案号为：2020-440515-24-03-031338。

本项目拟在公司现有厂区实施，不涉及新取得土地，已取得“粤（2016）澄海区不动产权第 0000316 号、粤（2016）澄海区不动产权第 0000317 号”不动产权证书。本项目环评手续尚在办理过程中。

7、项目建设的必要性

（1）本项目的实施有利于填补玩具业务日益扩大的需求缺口

据中国海关总署公布的 2019 年 1-10 月数据显示，中国玩具（玩具、电子游戏机及其零件、圣诞用品）出口货值 2,754.49 亿人民币，相比去年同期增长 18.27%，高于同期全国外贸 4.9% 的出口增速。其中传统玩具出口 1,802.5 亿元人民币，同比增长 32.2%。相比 2018 年 1-10 月，玩具行业的出口情况有所改善。

国内市场方面，中国玩具市场受益于消费升级，零售市场持续增长。根据 Euromonitor 调研显示，2019 年我国玩具零售规模约 837 亿元，同比增加 5.93%，预计 2020 年将进一步保持 6% 以上的增速，零售规模可达 890 亿元人民币。

世界经济保持平稳发展，玩具产品消费力有望进一步解放，将促进我国玩具行业的进一步发展。目前国内国外玩具行业均保持增长态势，基于我国较大的消费群体基数，可以预测未来玩具行业仍将存在较大的需求缺口。因此本项目的实施将有助于公司把握行业发展机会，提升公司玩具产品产能，以获得更高的市场占有率，最终提高公司盈利能力。

(2) 本项目的实施有利于进一步提高产能、抓住行业增长点

近年来，玩具行业需求的稳定增长为公司带来成长机遇，但随着终端消费者对玩具产品需求的不断扩大，公司现有的生产线饱和度不断增加，公司的部分玩具产品已面临产能不足的情况。

公司产能不足的现状与玩具市场海内外需求的不断扩张形成鲜明对比，生产能力的限制制约了公司未来的增量空间。为紧握手行业增长，公司需要进行产能的扩张及优化，实现量质齐飞、抓住时机做大做强。本项目从产线、设备等核心层面扩充了公司产能，为公司未来的成长赋能。

(3) 打造爆品，优化产品结构，向市场提供更多优质产品

近年来，公司持续贯彻“IP+全产业链”运营，始终以 IP 的开发、维护和升级为核心。其中，“IP+玩具”是公司玩具产品与竞争对手玩具产品差异化的重要体现，是公司在行业竞争中的核心优势和护城河。公司全面推行以客户需求为中心的爆品战略，扩充玩具品类，通过打造爆品开拓市场，扩大消费群体的年龄段，在存量市场中深挖增量业务。

公司经过多年耕耘已积累下众多优质 IP 资源，通过“IP+玩具”模式为玩具业务赋能。本项目利用公司已有核心优势，扩大男孩潮流玩具、男孩英雄玩具、女孩玩具、学龄前动漫 IP 玩具、学龄前益智玩具和婴童玩具系列产品及其升级产品的生产能力，持续加强公司在此领域的市场占有率并优化产品结构，向市场提供更多优质产品。

8、项目建设的可行性

(1) 稳定、多样化的渠道资源为项目产能扩张提供了有利支撑

公司自成立以来始终专注于玩具的设计、研发、生产和销售，长期为客户提供玩具设备及服务，并与客户建立了长期稳定的合作关系，也奠定了公司在行业内的市场地位。公司通过多年的拓展与积累，已打造出线上、线下在内的全覆盖式国内外销售渠道体系，销售渠道广阔。

公司产品远销海内外国家，营销网络覆盖全球。公司每年也会对重要客户进行回访，深挖客户需求，推动公司业务进一步扩大。此外，随着短视频、直播等新兴“带货”运营模式的兴起，愈来愈多的企业意识到基于大数据驱动的营销及产品决策能为企业带来潜在丰厚的投资回报并极大地提升爆品打造的成功率。此外，公司顺应行业发展趋势，切入“带货”运营模式。截至2020年3月31日，公司已与众多知名达人形成合作，在抖音、快手、淘宝、小红书等短视频、直播平台开始“带货”合作，预计未来也将成为公司重要的销售渠道。通过该运营模式，公司能够更高效地完成动漫及娱乐文化领域多业态并举、全产业链覆盖，进而建立规模优势。

公司自身拥有良好的销售渠道和稳定的客户资源，将为项目实施带来较多的订单，产生更大的经济效益，从而为该项目的产能扩张提供了有利支撑。

(2) 雄厚的设计实力为本项目的实施提供了技术保障

公司作为国家高新技术企业，建立了新产品、新技术和新工艺开发的创新体系。凭借在玩具制造业沉淀的20余年技术累积，公司积极将技术优势转化为国家或行业标准，成立至今参与制定业内多项国家、行业及地方级技术及安全标准。公司在产品研发方面具有丰富的经验，能够快速响应市场的发展需求。公司在广东省汕头市建立的实验室及检测中心分别获得了中国合格评定国家认可委员会的实验室认可证书及达到Hasbro Laboratory Accreditation Scheme玩具检测中心标准的检测证书，且公司在美国建有玩具的研发中心为公司玩具的国际化及多样化奠定了扎实的基础。通过制定标准化的管理流程，公司将产品研究、产品开发、产品制造、组装技术和自动化设备研发制造实现了规范化、程序化和标准化管理，降低开发制造成本，提高了生产效率和产品质量。凭借多年来的制造研

发经验，强大的研发能力，公司已积累了强大的技术资源和强大的研发与创新能力，为本项目的顺利实施及稳定运行提供了技术保障。

(3) 强大的 IP 创造能力为本项目实施提供内容支撑

公司经过多年发展已经积累并成功打造多个知名 IP 产品，包括“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“贝肯熊”“巨神战击队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”等动漫影视 IP。公司旗下的“有妖气原创漫画梦工厂”是国内知名的 UGC 原创漫画平台，平台拥有原创优质 IP “十万个冷笑话”“镇魂街”和“雏蜂”等。

除了自有优质 IP 外，公司同时引进重要的外部 IP 资源，如“小猪佩奇”“海绵宝宝”“睡衣小英雄”等，与国际重要的动漫制作商保持稳定合作关系。强大的 IP 创造能力为本项目实施提供内容支撑，并能够保证产品长期畅销，是公司的核心竞争优势。

(4) 规范的人力资源管理制度为本项目提供持续性人才供给

公司依托“IP+全产业链”运营优势，凭借 20 余年行业累积中所逐步形成的规范化人力资源管理制度，持续吸引业内优秀的技术人才并已建立可持续创新的管理团队，从而为公司搭建了可持续发展的人才基础。公司将根据业务发展需要，继续加快推进人员招聘及培养计划，不断增强人员储备，为本次募投项目的顺利实施提供坚实的人力供给基础。

(二) 婴童用品扩产建设项目

1、基本情况

公司拟在自有地块进行婴童产品扩产项目的建设，投建生产场所、购置先进的生产设备，打造先进的生产车间，在扩大原有产品产量的基础上，还新增了新的婴童产品品类，从而实现公司产品结构升级。项目的实施将扩大公司的生产规模，丰富公司的产品结构，帮助公司进入国内市场，增强公司核心竞争力，巩固公司在行业的地位。

2、实施主体

本项目的实施主体为东莞金旺儿童用品有限公司，是上市公司的全资孙公司。

3、实施进度

本项目建设期为 24 个月，包括土地施工及设备购置、设备安装调试、员工招聘及培训等。

4、投资概算

本项目总投资 34,771.10 万元，包括项目建筑工程费、设备购置费、工程建设其他费用、预备费、铺底流动资金等。

5、经济效益评价

本项目税后内部收益率为 23.34%，静态投资回收期为 5.97 年（税后，含建设期），预期经济效益良好。

6、项目涉及的审批、备案事项

本项目于 2020 年 4 月 27 日取得了广东省企业投资项目备案证，备案号为：2020-441900-24-03-030804。

本项目拟在公司现有厂区实施，不涉及新取得土地，已取得“东府国用(2006)第特 113-2 号”国有土地使用证。本项目环评手续尚在办理过程中。

7、项目建设的必要性

(1) 本项目的实施有利于满足国内快速增长的婴童产品消费需求

近年来，我国国民经济水平不断提升，城镇化率和居民人均可支配收入水平不断提升。与此同时，我国母婴市场规模不断扩大。根据易观《中国互联网母婴市场年度综合分析》，2018 年中国母婴市场规模已达 2.77 万亿，预计 2020 年将超过 3 万亿。可支配收入和母婴市场的同向“双增长”将释放母婴市场的未来增量，同时一定程度上促进我国居民婴童产业的消费习惯、消费理念和消费需求等多方面的升级，消费红利将随着时间推移不断显现。当前婴童市场消费主要集中在国内经济水平较为发达地区，未来随着我国城市化进程不断提升，居民消费

水平的进一步升级，我国三四线城市母婴消费观念逐步加深，消费需求将更大。整体来看，未来我国母婴产品的需求将持续提升。

此前公司生产的产品主要销往北美地区，在国内市场需求不断增长的背景下，公司未来会将国内市场作为重要战略市场之一，大力发展国内销售业务。因此公司对现有婴童产品生产厂房进行扩建，将大幅度提高自身生产能力，突破产能瓶颈，实现公司战略目标，提升公司的市场竞争能力和可持续发展能力。

(2) 本项目的实施有利于突破公司产能瓶颈

公司近年来一直稳健成长，随着实际生产规模的不断扩大，公司现有生产线的饱和度不断增加，如公司主要产品手推车，目前已面临产能不足。

公司产能不足与婴童产品市场需求不断提升的矛盾日趋激烈，同时受制于当前生产车间及生产设备的制约，产能扩张压力越来越大，生产能力制约了公司未来的发展空间。因此，为了满足日益增长的市场需求，抓住行业发展的有利时机迅速做大做强，进一步提升公司综合竞争能力，公司亟需扩大生产场地，补充新的生产设备以改变现有产能困境，扩大产能成为公司进一步发展的迫切要求。

(3) 丰富及优化公司产品品类，打造多元化产品结构

消费一般遵循从产品到服务升级的规律，我国婴童行业目前已经步入产品与服务消费齐头并进的阶段。在此背景下，婴童用品厂商将聚焦于“纵向精细化、横向拓展化”两大方向，在聚焦原有细分产品做深做精的同时，又要依托单一品类领域建立的品牌优势逐步向其它婴童品类拓展。

公司近年来婴童用品主营产品包括车椅组合产品、手推车、汽车安全座椅等，其 Baby Trend 品牌在业内具有较高的知名度，具备一定影响力。本次募投项目顺利投产后，公司原有产品将进一步发展，其设计理念、生产工艺及产品质量都将得到提升，不断扩大市场份额；同时，本次募投项目将增加摇椅秋千、围栏等新品，扩充婴童产品品类，不断向“婴童品类全覆盖”的方向发展，打造多元化产品结构。家长在选购婴童产品时，出于安全、方便等因素，均具备一定品牌依赖性，且希望同一品牌生产更多品类产品。如募投项目顺利实施，随着公司原有

产品的不断做深做精，客户群体对公司品牌的依赖性将不断加强，同时，因品牌依赖性引入的客户流量也将更乐于接受公司的新产品，形成良性循环。

8、项目建设的可行性

(1) 多年的生产经验为产品品质提供保障

公司成立以来，已积累了丰富的婴童用品行业生产和管理经验，相关生产和管理人员均具备多年的从业经验，为本项目的平稳运行提供了基础保障。同时，通过近年来的经验积累，公司已建立了一套全面的生产管理体系，为本项目的产品品质提供了有效保障。同时，公司大部分人员具备多年生产经验，积累一定的生产工艺，管理经验较为丰富，无论在新设备的使用、新生产工人的培训方面均具备一定优势。

为不断满足顾客的要求和期望，以及增强社会信誉和市场竞争能力，公司已建立了有效的质量管理和控制体系。公司通过质量管理体系的运用，使得公司的质量方针目标得到深入贯彻和实施。公司定期和不定期开展质量体系内部审核和管理评审，及时纠正解决体系运行中出现的问题，保证了质量体系不断完善和持续有效，形成了企业自我完善机制。

(2) 持续的研发投入为本项目的实施提供了技术保障

公司作为国家高新技术企业，一直以来十分注重产品技术的研发与应用，通过对前瞻性、关键性技术的不断探索，掌握众多核心技术，积累多项研发成果。公司一直坚持技术创新的发展战略，产品设计充分考虑用户需求，从便捷出行的婴儿车到安全舒适的婴儿汽车安全座椅，从轻巧随行的旅行床到收纳方便的儿童餐椅，移动人性化和体贴入微的产品设计，以及品类齐全、功能多样的辅助配件，都能最大限度的满足客户需求。

此外，公司已通过 ISO9001 国际质量体系认证以及国外各项资质认证。公司持续的研发投入为本项目的实施提供了技术保障。

(3) 公司新增产能的可行性分析

① 婴童市场消费潜力巨大，为公司新增产能提供有力支撑

随着中国经济的飞速发展，国民的生活质量及消费水平越来越高，尤其受计划生育政策的影响，母婴产品日益丰富，为广大的用户提供了更加多元化的选择，消费者出现重复购买情况。这种消费模式有效带动了母婴产品的市场容量的增加，随着我国人们生活水平和生活品质不断提升，我国母婴产品消费额呈现出逐渐增长的态势，市场份额不断扩大，极大地繁荣了母婴消费市场。

根据易观数据显示，截至 2018 年末，我国母婴市场交易规模达 2.77 万亿元。同时根据易观数据市场预测，2020 年我国母婴市场规模将突破 3 万亿元。

伴随下游各应用领域的良好发展势头，未来市场的良好增长预期将为本项目的新增产能提供有力支撑。

②全产业链模式，进一步推动公司产品销售

公司“IP+全产业链”模式，扎根于一系列精品 IP 资源，并基于精品 IP 资源的流量效应不断发展扩大玩具、动漫等业务；同时司抓紧消费升级、母婴市场需求提升趋势，旗下拥有国内知名婴童品牌“澳贝”国际知名婴童品牌“Baby Trend”，集旗下的内容、媒体、消费品等产业，致力于打造一站式的婴童服务平台。

随着公司战略的不断深化加强，内部资源的共享，各业务版块协同效应对于公司未来进入国内市场提供巨大帮助。销售渠道方面，本项目将以美国市场营销经验等自身优势为基础，同时与各业务板块不断加深国内市场营销的交流、合作；业务融合方面，未来公司将基于自身品牌知名度获取家长信任度，同时将与公司下属的众多 IP 开展合作，将动漫 IP 植入产品设计中，迎合 0-12 岁婴童群体的娱乐需求。伴随公司“大母婴”战略的进一步落地，本项目将助力公司扩宽营销渠道及受众人群。

此外，随着短视频、直播等新兴“带货”运营模式的兴起，公司也顺应行业发展趋势切入相关领域，并结合大数据驱动背景下的精准营销策略为自身带来潜在丰厚的投资回报以及极大地提升爆品打造的成功率。截至 2020 年 3 月 31 日，公司已与众多知名达人形成合作，在抖音、淘宝、快手等短视频、直播平台开始婴童用品“带货”合作，预计未来将成为公司此类产品重要的销售渠道，增加公司母婴用品的销售数量。

(三) 奥飞欢乐世界乐园网点建设项目

1、基本情况

公司依托自身数量众多、知名度广泛的动漫 IP 群拟通过本项目打造“亲子互动+IP 场景体验+剧作演艺+主题餐饮+购物”的一站式乐园新体验，为消费者打造沉浸式 IP 体验，以进一步扩大公司线下用户触达网络，提高公司的品牌知名度。本项目的实施拟通过乐园引流将奥飞娱乐旗下的玩具、衍生品、婴童、影视、授权、儿童教育等产业协同推广，以此显著提升公司客户服务能力，深化消费者对于公司动漫的 IP 形象及产品服务印象，并扩大业绩规模 and 市场份额，进一步提升奥飞“IP+全产业链”运营平台的价值和综合实力，推动公司持续、快速发展。

2、实施主体

本项目的实施主体为奥飞动漫文化发展（广州）有限公司及其全资子公司，奥飞动漫文化发展（广州）有限公司是上市公司的全资子公司。

3、实施进度

本项目计划建设期为 36 个月，分批建设 50 家门店，各批门店开业后将相应产生收益。

4、投资概算

本项目总投资 25,698.80 万元，包括装修费用、设备购置费等。

5、经济效益评价

本项目税后内部收益率为 25.95%，静态投资回收期为 5.00 年（税后，含建设期），预期经济效益良好。

6、项目涉及的审批、备案事项

本项目的备案手续尚在办理过程中。

7、项目建设的必要性

(1) 线下触达用户群体，巩固公司“IP+全产业链”运营平台优势

经过 20 多年的发展，奥飞娱乐已经积累并打造了众多知名 IP，并构建了以 IP 为核心，集漫画、动画、授权、媒体、玩具、婴童、游戏、空间娱乐等业务一体的“IP+全产业链”运营平台。

在 K12 领域，上市公司目前拥有深受小朋友喜爱的动漫 IP 群，包括“喜羊羊与灰太狼”“超级飞侠”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“贝肯熊”等，通过打造线下实景的奥飞欢乐世界主题乐园，能够加强消费者与公司知名 IP 形象的互动。依托社区商业综合体的人流，覆盖周边人群，实体主题乐园也成为公司一个线下获取忠实用户的流量入口。儿童主题乐园将深度挖掘家庭消费潜力，持续投入主题场景设计，增强沉浸式情景体验，进一步夯实公司的用户基础、扩大用户规模。

以“用户、创新、极致、共享”为企业文化价值观导向，公司秉承开放的心态，在形象授权、产品研发、渠道合作等领域建立优质的合作伙伴阵容，采取项目、业务等合作方式驱动跨界融合。线下主题乐园的全国网络布局，将建立独特的渠道价值，实现公司与合作企业及消费者之间三方共赢。

本项目的实施，能够让原创 IP 触达更多的用户群体，强化公司 IP 产业变现能力，进一步巩固了公司“IP+全产业链运营”的核心竞争优势。

(2) 优化公司业务结构，提升公司高效的“IP+全产业链”运营平台价值和综合实力

奥飞欢乐世界儿童主题乐园融合公司旗下喜羊羊与灰太狼、超级飞侠、贝肯熊以及萌鸡小队等热门动漫 IP，打造“亲子互动+IP 场景体验+剧作演艺+主题餐饮+购物”的一站式乐园新体验，令消费者更加身临其境地体验奥飞 IP 魅力。在主题场景的互动体验中，线下体验强化了奥飞动漫 IP 的价值，同时，IP 形象也丰富了主题乐园的内容与特色，形成公司差异化的竞争力。

通过奥飞欢乐世界引流，公司旗下的玩具、衍生品、婴童、影视、授权、儿童教育等产业协同推广，将激发客户的二次消费需求，并极大释放公司 IP 矩阵的商业价值，打开公司业绩增长的新空间，同时也促进了动漫 IP 形象在消费者心中的影响力。

本项目的实施，依托公司全产业链优势，开启主题游乐、衍生品、IP 场景消费等多渠道联动变现模式，提升单个客户价值，进一步提升了奥飞“IP+全产业链”运营平台的价值和综合实力。

(3) 延伸公司产业范围，扩大公司业务规模

公司拥有覆盖了全龄段的众多知名 IP，同时具备行业有竞争力的 IP 内容创作和 IP 运营能力，围绕 IP 打造“IP+全产业链”运营平台多元变现，室内主题乐园也是自然延伸的产业之一。随着经济的发展，人们对文化娱乐的消费需求持续增长，城市商业综合体作为一站式的购物娱乐场所，在人们文化娱乐生活中的地位越来越高。儿童主题乐园及亲子空间，是有 3-12 岁孩子的家庭重要休闲娱乐的重要选择，儿童业态也是各商业综合体的重要组成模块，消费需求强劲。公司所拥有的 IP 资源，能更好的满足儿童业态市场需求，为公司创造更多的业务收入。同时儿童主题乐园除了游乐之外，还将延伸衍生品的销售门店，也能进一步提升公司玩具及文创产品的销量。

实施本项目，能够让公司抓住市场机会，延伸公司 IP 资源的变现能力，扩大公司的业务规模。

(4) 顺应文娱消费趋势，提高用户体验度与黏性

随着经济持续发展，消费升级全面爆发，文化娱乐消费进入快速增长期。消费者线下文化娱乐方式也正在转变与升级，个性化将成为主流趋势，新中产阶级推动体验式消费。新中产阶级年龄段集中在 80 后，三口之家是新中产阶级家庭的主要结构，其孩子年龄集中在幼儿园和小学阶段，以 3-7 岁和 8-12 岁占比最为突出。教育及儿童文化娱乐，亲子互动类型的文化娱乐消费需求也将不断提升。

商业地产项目中融入文化娱乐消费项目，打造体验式商业成为趋势。区别于以零售为主要业态组合的传统商业，体验式商业更注重顾客的参与、体验和感受，对空间创意设计和环境有更高的要求。奥飞欢乐世界结合了独家 IP、智能科技、亲子体验、教育社交等元素，让儿童主题乐园具备更多吸引家庭的附加价值和属性。

本项目的实施，顺应当今新中产文娱消费升级趋势，让更多喜爱奥飞动漫 IP 形象的消费者参与互动、沉浸式的体验，能够给消费者提供强烈的代入感，能提高用户的体验度和黏性。

8、项目建设的可行性

(1) 市场需要创新沉浸式儿童乐园

随着文化娱乐消费升级，线下体验式消费兴起，儿童消费市场空间巨大，亲子经济带动儿童业态高速发展，室内儿童主题乐园也成为了商业综合体主要的业态。国内的儿童室内乐园至今经历了三个发展阶段，第一代儿童游乐场所仅有简单的游乐设备，形态单一；第二代呈现差异化发展趋势，发力细分领域，如游乐+零售、角色扮演等；如今第三代儿童主题乐园的发展趋势是线上线下的整合，利用全产业链上下游资源进行跨界，积极开展多元化经营，构建新的产业模式、消费模式，结合了独家 IP、智能科技、亲子体验、教育社交等元素，让乐园具备更多吸引家庭的附加价值和属性。

奥飞欢乐世界依托自身数量众多、知名度广泛的动漫 IP 群，打造欢乐世界“亲子互动+IP 场景体验+剧作演艺+主题餐饮+购物”的一站式乐园，符合市场需求。

(2) 公司拥有稳定的卡通受众基础

公司在 K12 领域，拥有以“超级飞侠”等为代表的儿童 IP 资源库，保持强劲的市场影响力。

2019 年度，公司的《超级飞侠 6》和《超级飞侠 7》的播出成绩良好，长期霸占收视榜前列，其中《超级飞侠 7》播出首月全网点播量突破 5 亿。截至 2020 年 3 月 31 日，《超级飞侠》正片系列全网播放量超过 300 亿。2019 年 8 月，超级飞侠荣获“玉猴奖 2019 年度十大最具商业价值动漫 IP”奖项。

喜羊羊与灰太狼系列推出的动画《羊村守护者》自开播 100 天内获 26 次全天收视冠军，64 次时段收视冠军，收视最高 2.47。喜羊羊系列推出的新剧《嘻哈闯世界-跨时空救兵》自开播 32 天内获 16 次全天冠军，41 次时段冠军。2019

年 8 月，喜羊羊与灰太狼荣获“玉猴奖 2019 年度十大最具商业价值动漫 IP”奖项。

此外，公司旗下的《萌鸡小队 2》自 2018 年 12 月上线以来一直保持较高的市场热度。截至 2020 年 3 月 31 日，《萌鸡小队》系列全网点击量突破 100 亿。

在动漫 IP 播片收视良好带动之下，公司积累了大量的观众小粉丝，这些稳定而庞大的受众群，是公司衍生品及儿童主题乐园等体验业态的坚实消费基础。

(3) 公司拥有丰富的原创 IP 矩阵

公司经过多年发展，已经积累并成功打造了众多知名 IP，包括“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“贝肯熊”“巨神战击队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”等动漫影视 IP。公司旗下的“有妖气原创漫画梦工厂（www.u17.com）”是国内知名的 UGC（用户原创内容）原创漫画平台。平台拥有原创优质 IP “十万个冷笑话”“镇魂街”“雏蜂”等。

丰富的原创 IP 矩阵，为奥飞欢乐世界的沉浸式主题设计提供了丰富的场景题材，是竞争对手难以复制的核心竞争优势。

(4) 公司拥有成熟的 IP 内容创作和 IP 运营能力

公司围绕“以 IP 为核心，精品化、数字化、国际化”的全产业链运营核心战略，形成各产业相互协同、深入发展的运营平台。IP 资源可进行多方位、多角度、多轮次立体开发，为动画、影视、游戏、主题乐园等赋能，提升和放大 IP 品牌价值。

(5) 公司积累了一定的游乐园开发和运营经验

自 2017 年底，公司引进主题乐园行业资深运营人才组建了奥飞主题商业管理团队，开始布局新业务“奥飞欢乐世界”室内儿童乐园。通过两年的运营及开拓，截至 2020 年 3 月 31 日，已开设 17 家门店，包括 10 家直营店，7 家加盟店，分布在北京、广州、郑州、扬州、成都、合肥、宁波、江门等城市，全面覆盖了全国一二三线城市，探索出一套独特产品模型及运营经验，包括旗舰店、标准店、单 IP 店，其中多家门店运营趋于成熟。

公司管理团队拥有丰富的市场拓展及管理运营经验，对行业与消费的发展趋势和客户的需求有着敏锐的洞察力和准确的判断力。管理团队在选址、拓展、设计、门店建设装修、运营、市场推广等环节层层把关，形成了行之有效的运营经验。

（四）全渠道数字化运营平台建设项目

1、基本情况

随着公司业务的不断发展，公司目前的信息化系统已难以满足公司长远发展的需求。公司迫切需要构建其内部管控和外部服务的数字化体系，利用大数据、物联网等先进技术，在公司的产品营销、供应链管理、项目管理、经营决策、业务支撑等方面构造数字化体系架构。通过全渠道数字化运营平台建设提供基于信息化架构下的标准化服务，以实现公司各级人员的业务和运营管理的交互体系全覆盖，有效提升公司日常运营效率、各部门信息传递效率，优化业务流程，达到合理建设、高效工作、精准管理、科学决策的目标，并结合当下社交电商快速发展的需要搭建“社交电商平台”，实现企业全渠道营销格局，进而形成支撑公司一体化运营管理的完整信息交互体系。

2、实施主体

本项目的实施主体为奥飞娱乐股份有限公司及其全资子公司。

3、实施进度

本项目建设期为 36 个月。

4、投资概算

本项目总投资 14,170.00 万元，包括数字化系统软硬件采购、项目实施费等。

5、经济效益评价

本项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

6、项目涉及的审批、备案事项

本项目的备案手续尚在办理过程中。

7、项目建设的必要性

(1) 本项目是公司顺应行业发展趋势，打造自身竞争优势的重要举措

近年来，随着国家对动漫及文化产业的日趋重视，本行业具备广阔的发展前景。该行业领域已经逐步形成“IP+产业”的多业态发展模式，随之配套的集约化、智能化、平台化等现代云管理架构对企业的数字化系统架构提出了更高的要求。此外，随着短视频、直播等新兴“带货”运营模式的兴起，愈来愈多的企业意识到基于大数据驱动的营销及产品决策能为企业带来潜在丰厚的投资回报以及极大地提升爆品打造的成功率，因此企业数字化系统建设愈发受到重视。具备一定规模的企业势必将数字化系统的构建、改造、升级上升到企业战略层面，期望自身能够以更高的效率完成动漫及娱乐文化领域多业态并举、全产业链覆盖，进而建立规模优势。

公司作为行业中的上市企业，业务涉及漫画、动画、授权、媒体、玩具、婴童、游戏、空间娱乐等多个板块，信息化系统在每个板块中均充当着重要的角色。一方面，升级成先进的数字化系统建设能提高公司各个板块中以用户为中心的运营效率，如玩具、婴童板块中的互联网营销、大数据应用、生产安排、经销商管理等完善的数字化系统下能够以更短的时间实现精准的用户需求挖掘；另一方面，完善的数字化系统能够使公司各部门之间具备良好的协同与衔接。公司大部分项目从前期的设计、规划到后期的实施、运营管理中都涉及多个部门、上下游合作伙伴的运转与衔接，本项目通过数字化系统的搭建助力公司在各产业板块、上下游合作伙伴之间实现良好的协同，提升公司全价值链的效率，使公司能在行业中持续取得竞争优势，为公司可持续发展夯实基础。

(2) 本项目的实施顺应全渠道营销改革的需要，打造公司的私域流量池，多触点地连接用户从而提高爆品创新能力

原有围绕 B2B 商业模式建立的营销系统无法满足公司目前对新零售转型的需求，通过全渠道的营销改革是打开新的增长路径的必然方向。公司需通过全渠道布局，从而满足客户购物、服务、社交的多重需求，实现消费体验无缝连接。公司将通过数字化工具线上线下全渠道地了解消费者，提高与潜在及现有客户接触的机会，通过精准的流量运营，实现全渠道获客。在零售数据化的基础上，公

司进行用户画像的数据挖掘，对客户精准洞察，了解客户消费习惯，提高产品的复购率。公司还将通过技术与数据再造消费数据与消费场景，塑造以客户为中心的消费体验，通过客户点击、消费、评价、反馈及调研数据获取客户的痛点，从而打造出契合客户需求的爆品。

(3) 本项目的实施顺应社交电商趋势的需求，借助“短视频+直播”等工具与商城结合，实现社交裂变，从而促进公司销售

目前社交电商行业正处于平台大力扶持、流量快速增长的早期红利阶段。公司在抖音、快手和 bilibili 已有布局，拥有一定的粉丝基础。通过打造自有的社交商城，公司借助内部员工及经销商的力量进行全员营销，所有人既是消费者又是导购员，快速击破圈层，实现销售增长。同时，“短视频+直播”将作为基础的营销工具渗透到产业发展的方方面面，公司通过该工具可创造与客户全新的沟通对话机制，重构人货场的消费场景，并借助大数据对人和货进行精准连接，提高投入产出比，不断地提供新体验，增强客户粘性，提高成交率。

(4) 本项目是顺应公司内部运营管理能力提升的需要，通过对数字资产的管理及搭建中台促进公司在全产业链数字系统间实现互联互通

从内容管理方面来看，公司需提升数字资产的使用效率。公司通过对基于 IP 的设计文稿、制作素材、媒体文件等数字资产进行高效存储及分类管理，可提高数字资产的复用性，为公司的制作提供高品质的素材，在降低制作成本的同时，也提高后续数字资产的产出质量。

从系统架构方面来看，烟囱式的系统架构响应用户能力较低。在互联网时代，商业的斗争恰恰就是对于用户响应力的比拼。但当前的系统建设架构不统一、成本高、数据共享困难，用户响应反馈周期长，无法满足敏捷客户的需求。公司未来将通过全渠道数字化运营平台建设，同时搭建高效运作的数字化中台，更好的服务前台数字化、规模化创新，进而更好的服务用户，使企业真正做到自身能力与用户需求的持续对接，最终实现全部业务过程的自动化、透明化、移动化管理，实现生产智能化的发展目标。未来本项目将通过中台，有效联动公司原有的信息系统以及引进的自动化设备，为公司实现生产目标提供数字化支持。

8、项目建设的可行性

(1) 本项目的实施完全符合国家相关产业政策指引

2019年8月8日，国务院办公厅印发《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》，指出平台经济对建设现代化经济体系、促进高质量发展具有重要意义。《意见》用3个“新”字，即“生产力新的组织方式”“经济发展新动能”“数字经济新范式”对平台经济作出顶层设计，并鼓励发展平台经济新业态，加快培育新的增长点。这是平台经济发展的重大机遇。作为平台经济的一种新业态，社交电商由此站上了茁壮成长的新风口。

2020年3月4日，中共中央政治局常务委员会指出，“要加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度”。近年来，随着信息产业的快速发展及互联网的广泛普及，基于大数据、移动互联网的应用发展迅速，SNS、电子商务、视频等业务数据呈现爆发式增长，导致对大数据中心、IDC市场的需求日益增长。数据中心作为海量数据的承载与传输实体，受到国家、行业、用户、研究机构以及企业的大力支持和重视。

本次项目的实施顺应了国家政策发展的要求，国家对于数字化建设方面的利好政策为项目的实施提供了良好的外部环境。

(2) 公司具备信息化管理基础，已建立规范的信息化管理制度

公司信息化建设从公司成功上市以后，逐步进入快速发展的轨道。目前，公司已经上线了ERP等系统，在企业的财务、采购、库存、生产、销售、运输、人力资源、项目运营等方面均具备了信息化管理的基础。此外，公司具备较为灵活的信息化结构，易于重构，有利于公司实现从信息化升级到全面数字化的转型，公司现有系统以及相对应的使用功能如下图所示：



多年的信息化建设，公司已投入了一定数量的硬件设备和软件系统，为本次全渠道数字化运营平台建设奠定了坚实的基础。

在公司业务不断的发展下，其已清晰地认识到数字化系统建设对公司经营层面的重要性。良好的信息化系统基础让公司能明确的了解本次数字化系统建设的方向以及需求，能够合理地安排本次全渠道数字化运营平台建设等相关工作，可预期本项目实施后的成果。

(3) 公司具备成熟的信息化系统管理经验

公司多年来一直深知信息化系统的建设对公司的发展有着重要的影响，在公司不断的发展下，信息化系统持续的完善与更新，使公司在信息化系统管理方面已有较为深刻的认知并积累了相当的经验。一方面，公司的主营业务涉及以 IP 为核心，涵盖漫画、动画、授权、媒体、玩具、婴童、游戏、空间娱乐等的多元产业格局，需要通过信息化系统运用大量的数学模型以及数据采集对各个业务领域进行全面的整理与分析；另一方面，公司经过多年的运营已成为动漫文化产业链细分领域中一支专业的团队，团队规模的逐年扩大需要公司具备健全良性的数字化系统来进行协同运转。因此，公司在信息化系统管理领域上形成了一套相对成熟的信息化管理理念，为未来的数字化项目的实施打下了坚实的基础。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次非公开发行完成后，公司资本实力以及生产效率将得到进一步增强。募投项目的实施将有利于提升公司的经营规模，完善公司的产品结构和市场布局，降低经营成本，进一步加强公司的竞争优势，提高盈利能力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次募投项目具有良好的社会效益、经济效益和市场前景。项目实施后，公司的持续盈利能力得到增强。本次非公开发行将改善公司资本结构，提高公司盈利能力，并提升公司主营业务收入和净利润，使公司的发展潜力得以显现，有利于公司竞争能力的全面提升。

（三）本次非公开发行对即期回报的影响

随着本次非公开发行股票募集资金的到位，公司的股本和净资产将有所增长，但因募投项目的建设及产能的完全释放需要一定时间，公司每股收益和净资产收益率等指标在当期将有所下降，公司投资者即期回报将被摊薄。

本公司拟通过加强募集资金管理、加快募投项目投资进度、加大现有业务拓展力度、加强管理挖潜、合理控制成本费用等措施，提升资产质量，实现公司的可持续发展，以填补股东回报。

综上所述，本次非公开发行可以为公司在较长时间内保持良好发展趋势奠定基础，从而为股东带来良好回报，符合全体股东的长远利益。

奥飞娱乐股份有限公司

董 事 会

二〇二〇年五月十二日