

奥飞娱乐股份有限公司 2022年度董事会工作报告

奥飞娱乐股份有限公司全体股东：

2022年，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的规定，本着对全体股东负责的态度，认真履行股东大会赋予的职责，勤勉尽责地开展各项工作，不断完善公司治理，提升规范运作水平，积极推动公司各项业务发展。现将公司董事会2022年度工作情况汇报如下。

一、报告期内董事会会议召开情况

报告期内，公司召开了7次董事会会议。会议的通知、召集、召开和表决程序均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，具体情况如下：

（一）公司第五届董事会第二十五次会议于2022年4月28日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- 1、《2021年度董事会工作报告》
- 2、《2021年年度报告及摘要》
- 3、《2021年度财务决算报告》
- 4、《2021年度利润分配预案》
- 5、《2021年度内部控制评价报告》
- 6、《2021年度社会责任报告》
- 7、《2021年度募集资金存放与使用情况专项说明》
- 8、《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》
- 9、《关于2020年股票期权激励计划部分股票期权注销的议案》
- 10、《关于续聘会计师事务所的议案》

11、《关于公司与嘉佳卡通日常关联交易金额预计的议案》

12、《关于〈公司2022年第一季度报告〉的议案》

13、《关于提请召开公司2021年度股东大会的议案》

(二) 公司第五届董事会第二十六次会议于2022年5月26日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

1、《关于变更部分募集资金用途的议案》

2、《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》

3、《关于聘任董事会秘书的议案》

(三) 公司第五届董事会第二十七次会议于2022年7月6日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

1、《关于公司董事会换届选举暨选举第六届董事会非独立董事的议案》

2、《关于公司董事会换届选举暨选举第六届董事会独立董事的议案》

3、《关于第六届董事会非独立董事津贴的议案》

4、《关于第六届董事会独立董事津贴的议案》

5、《关于修订〈公司章程〉并申请授权董事会办理工商变更的议案》

6、《关于召开公司2022年第一次临时股东大会的议案》

(四) 公司第六届董事会第一次会议于2022年7月26日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

1、《关于选举第六届董事会董事长和副董事长的议案》

2、《关于第六届董事会各专业委员会人员组成的议案》

3、《关于聘任公司高级管理人员的议案》

4、逐项审议《关于公司高级管理人员薪酬的议案》

4.1 《第六届董事会总经理蔡晓东先生薪酬的议案》

4.2 《第六届董事会非董事高级管理人员薪酬的议案》

5、《关于聘任公司内审负责人的议案》

6、《关于聘任公司证券事务代表的议案》

(五) 公司第六届董事会第二次会议于2022年8月29日在公司会议室以现场和通讯相结合

的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- 1、《董事会关于募集资金2022年半年度存放与使用情况的专项报告》
- 2、《〈2022年半年度报告〉及其摘要》
- 3、《关于补选公司非独立董事的议案》
- 4、《关于补选公司董事会战略委员会委员的议案》
- 5、《关于提请召开公司2022年第二次临时股东大会的议案》

（六）公司第六届董事会第三次会议于2022年10月25日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- 1、《关于〈公司 2022 年第三季度报告〉的议案》

（七）公司第六届董事会第四次会议于2022年11月10日在公司会议室以现场和通讯相结合的会议方式召开，会议审议通过了如下议案：

- 1、《关于申请金融机构授信额度及为全资子公司、孙公司提供担保的议案》
- 2、《关于开展应收帐款保理业务的议案》
- 3、《关于开展远期外汇套期保值业务的议案》
- 4、《关于使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》

二、董事会下设专门委员会在报告期内履行职责情况

1、董事会下设审计委员会履职情况

董事会下设审计委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，1名独立董事为专业会计人士并担任召集人，主要负责公司内部审计、外部审计的沟通、监督和检查工作。报告期，审计委员会按照《年报审计工作规程》、《董事会审计委员会工作细则》等规定和要求，勤勉尽责的履行了以下工作职责：报告期内，公司审计委员会共召开了5次会议，讨论审议公司2022年度审计计划，内审部每个季度关于募集资金存放与使用报告、公司内部管理和财务状况等的内部审计报告，对公司内审部工作进行指导。在2022年年报审计工作中，审计委员会按照公司《审计委员会年报工作规程》规定与审计机构协商确定年度财务报告审计工作时间安排，对公司财务报表进行审阅并形成书面意见；督促审计工作进展，保持与会计师的联系和沟通，就审计过程中发现的问题及时交换意见，确保审计的独立性和审计工作的如期完成。同时，对审计机构的年报审计工作进行总结和评价，并建议续聘，形成决议提交董事会。

2、董事会下设薪酬与考核委员会履职情况

董事会下设薪酬与考核委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，并由1名独立董事担任召集人，主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核、制定和审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案等。2022年度薪酬与考核委员会共召开3次会议，对公司激励对象期权注销、董事津贴及高级管理人员薪酬事项进行审核，认为相关事项符合相关规定。

3、董事会下设战略委员会的履职情况

董事会下设战略委员会，由3名董事组成，其中1名为独立董事，主要负责公司长期发展战略和重大投资决策研究并提出建议。报告期内，战略委员会严格按照《董事会战略委员会实施细则》的规定履行职责。2022年度战略委员会共召开一次会议，主要审议公司2022年经营规划。

4、董事会下设提名委员会的履职情况

董事会下设提名委员会，由3名董事组成，其中2名为独立董事，并由1名独立董事担任召集人，主要负责对公司董事、经理人员的人选、选择标准和程序进行审核并提出建议；2022年度提名委员会共召开4次会议，主要审议董事会秘书候选人资格、董事会换届、提名公司高级管理人员及补选董事等事项。

三、报告期内公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入265,675.50万元，同比上涨0.47%；实现利润总额-17,690.38万元，归属于上市公司股东的净利润-17,159.88万元。

四、2023年公司发展战略及计划

（一）行业格局趋势及公司发展战略

1、动漫行业

近年来，我国动画在数量和质量上均有显著提升，涌现出一大批独具新时代中国特色的优秀动漫作品，关注与消费群体日渐增多，加之国家政策的鼓励与扶持以及互联网、新技术的不断发展，给动漫产业赛道带来更多的想象空间。在此趋势下，优质IP内容依然是文化产业追逐的焦点，将消费者喜爱的IP内容与其他产业相结合，持续吸引消费者为IP形象买单，是动漫企业保持长期的核心竞争力。

顺应受众全龄化、新媒体渠道多元化、政策利好等多方面的良好机遇，我国动漫行业正迎来新的增长点。在此背景下，公司将继续坚持以IP为核心，贯彻执行内容为王，精品化、数字

化、国际化的“1+3”发展战略，持续创作精品内容。公司将顺应新媒体渠道的高速发展，在短视频、长视频、动画电影全面发力，在媒体侧建立高粘度、大用户体量的自媒体矩阵，以实现优质动漫IP的长生命力运营。

与此同时，公司还将积极拥抱人工智能等前沿技术给文化产业带来的变革，探索相关技术在内容创作、产品研发等环节的融和应用，逐步推动“AI+IP”的产业化落地，例如利用人工智能相关技术和工具缩短制作周期，提高生产效率；结合虚拟偶像或玩具产品在线上及线下场景实现智能互动功能，提升用户体验。未来公司将持续在更多产业链环节探索AI技术应用可行性，加快促进内容与产业良性循环以及创新融合的高质量发展。

2、玩具和婴童用品行业

近年来国际环境不断变化，通货膨胀、需求收缩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。公司将构建具备国际化视野（色彩设计、工业设计等）的产品设计与研发团队，推广及落地爆品方法论、工具和模版，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。同时，充分利用电商渠道在运营、消费者触达等方面的优势，不断在新兴潮流社交媒体平台上建立业务，扩张线上零售规模，利用大数据建立用户标签并持续迭代，促进精准营销，为用户提供个性化服务与体验，提升复购率与口碑，进一步拓展市场。

3、IP授权行业

随着我国优秀动漫作品的不断涌现，以及消费者对个性化、定制化消费需求的增长，市场对动漫衍生品的需求也逐渐增加。为了扩大IP影响力、拓展IP生态边界，提高IP业务收入，IP授权成为了其中一个主要方式。中国授权行业近年来发展迅速，行业规模不断扩大，中国作为全球第二大消费市场，加之动漫行业蓬勃发展，为我国IP授权行业带来了无限潜力和想象空间。

公司将抓住国内授权行业发展机遇，继续稳定开拓K12市场授权业务，在传统授权品类稳扎稳打的同时积极拓展更多细分品类，并与海内外优秀游戏企业、第三方艺术家等合作，推进旗下IP在年轻潮流向领域的开拓。与此同时，基于公司以IP为核心的全产业链生态优势，整合产业链资源，开展整合营销，与行业头部企业深度合作，加强被授权客户粘性进而持续提高客户

留存率。

（二）2023年经营计划

随着各项稳经济政策、促消费活力等措施逐步落实，居民的消费信心以及消费市场活力有望逐渐增强，新的一年有可能成为国内经济复苏的转折点。2023年也是公司成立三十周年重要里程碑，站在新征程的起点，公司将积极把握机遇，谋划新布局，迭代新战略，持续聚焦主营业务，夯实稳健发展根基，加强提升经营效益。

1、TV动画业务

内容创作是公司发展的核心源动力，2023年公司将稳定推出相关IP的最新TV动画内容。

“超级飞侠”将于上下半年分别更新第十四季和第十五季动画剧集，并特别打造《超级飞侠文化中华》系列篇，旨在向观众展示祖国秀美山河以及弘扬中华优秀传统文化，让小朋友们一睹全国各地美丽的自然与人文环境，了解丰富多彩、源远流长的传统文化；“喜羊羊与灰太狼”已于1月份推出《勇闯四季城》，收视表现不俗，并计划在暑假期间推出《羊村守护者》系列新片；“飓风战魂之剑旋陀螺”“巴啦啦小魔仙”“超凡小英雄”“萌鸡小队”“贝肯熊”等IP计划在年内上新，以优质的剧情和精良的制作为观众带来满意的动画内容。

此外，公司倾力制作的动作冒险类恐龙机甲动画IP“量子战队”也将于今年推出，此片将把6-9岁观众最喜爱的巨大的恐龙、变形机甲以及载具等元素集于一体，在精彩的探险过程中让孩子们了解到许多关于恐龙以及它们的栖息地和习性的知识，以3D动画的形式为孩子们带来全新的冒险体验。

2、动画电影

动画电影是公司近年来持续投入资源发展的重点业务，预计将在2023年上映两部影片，其中万众期待的“超级飞侠”首部大电影已蓄势待发，计划将于今年暑假与观众见面；“贝肯熊”系列第三部电影预计将在下半年定档上映。此外，公司还有“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”等多部电影项目正在制作或筹划过程中。公司计划每年上映两部动画电影作品，保持相关品牌热度的持续性，并不断提升IP认知度和喜爱度。

3、玩具业务

公司将保持资源投入，结合内容上线，围绕头部IP在多品类进行深度开发，陆续推出多个精品玩具项目。同时结合产品特性及行业渠道发展现状，做到线上线下渠道同步发展，精准覆盖核心用户群体。

（1）“超级飞侠”项目将从大变形焕新、产品焕新、形象焕新三个方面，结合电影、剧

集、番外系列内容的播出计划推出与内容密切相关的产品，将内容与用户紧密相连，做到产品内容完美融合。大变形焕新为核心产品大变形系列，在制作、玩法、包装、终端陈列等全方面升级；产品焕新指推出全新超级宠物变形机甲、趣味变形车、超级装备机器人等产品系列；形象焕新即为在包装、货架方面升级，创新推出机库墙特陈覆盖多家核心门店和终端，以及数千个全新豪华展箱，进一步推动“超级飞侠”玩具项目的线下营销。

(2) “巴啦啦小魔仙”项目将以5寸换装人偶、魔法道具、场景系列产品作为三大主力产品线，精准化适配各大渠道，并在经销商终端、百货及商超渠道进行特陈全方位改造。与此同时持续开拓10寸人偶、迷你场景等新品类，丰富产品线布局，并结合巴啦啦小魔仙15周年打造事件营销，推出巴啦啦15周年限定魔法棒，持续拉升项目热度。

(3) “飓风战魂”项目将根据今年推出的《飓风战魂之剑旋陀螺》下半部新片推出能满足消费者更多需求的产品。全新产品将在竞技体验、颜值外观、周边装备三个方面进行升级，并计划推出多场线下赛事，搭建周赛、区域赛、全国赛三级赛事体系培养剑旋陀螺圈子文化。与此同时布局短视频传播、电视大赛等线上渠道，以线上联动线下比赛的方式带来沉浸式剑旋陀螺竞技体验。

(4) 公司积木品类“维思积木”品牌一方面将以自有IP为核心，结合动画内容播出推出飓风战魂积木陀螺系列、铠甲勇士盲盒系列、巴啦啦盲盒系列、超级飞侠积木系列产品；另一方面将进一步巩固其他积木类产品的竞争优势，继续推出积木遥控车系列、UNI-JOY缤纷花海系列、新潮流文化系列等积木类新产品，以打造品牌独特优势，寻求业绩持续增长。

4、婴童业务

公司将充分发挥自有婴童品牌在各自区域、品类、渠道的优势，相互协同发展并保持侧重，持续在大母婴领域打造中外消费者可信赖的品牌。

(1) “Babytrend”在产品方面将持续研究开发推车、安全座椅等核心出行品类的新品，并通过子品牌“Smart Steps”横向扩充品类，该品牌核心品类为0-3岁婴幼儿室内用品以及益智类玩具，自2021年成立以来销售额快速增长，有效助推婴童用品业务稳步发展；在生产方面，将继续优化供应链流程，推进采购降本及工程降本，并持续细化完善生产流程及标准，建立严格的质量追溯制度，持续提高产品质量；在渠道方面，除与沃尔玛、塔吉特、亚马逊等优质大客户保持紧密的合作关系外，不断挖掘如仓储类、百货类等其他销售渠道客户，并开发海外其他高成长、消费力强地区客户，以寻求海外市场突破，提升海外市场份额。

(2) “澳贝”将在健身架、牙胶、摇铃等核心品类持续推出新品，搭建品类矩阵，同时

充分利用公司自有IP，与澳贝产品相结合，助力产品在行业内打造差异化竞争优势，为品牌赋能，并在生产、物流等方面积极降本，提高整体毛利率。渠道方面，将继续发展传统电商及内容电商，保持线上渠道稳定增长，建立线上婴童品类优势，同时积极聚焦线下经销渠道拓展，根据客户区域、品类等特点灵活制定合作计划，因地制宜，扩大线下销售市场规模。

5、IP商业化全案营销业务

2023年公司将IP授权、IP商业化创新小组、商业展览部等整合为IP商业化全案营销业务部，积极推动奥飞IP生态资源合作，提升IP社会价值与影响力，扩大规模空间，找到新的增长点。在合作品类与行业方面，除传统食品饮料、日化用品、服装配饰等重点授权品类保持投入外，将持续填补品类空白，不断挖掘各行业头部企业进行合作，并积极开拓新兴授权平台，持续破圈年轻人市场，寻求IP授权领域扩张。在合作方式上，公司将积极拓展更多整合营销模式，充分利用公司以IP为核心的全产业链生态优势，从前段商务开拓、中台创意支持、全链路营销赋能、到线下活动落地等环节，整合产业链资源，开展全案营销服务模式；同时结合喜羊羊与灰太狼18周年、巴啦啦小魔仙15周年等重点项目，联合被授权商及平台进行品牌联盟，开展事件营销活动。

奥飞娱乐股份有限公司

董 事 会

二〇二三年四月二十九日