



2023年度奥飞娱乐企业社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report 2023

CONTENT

报告说明

时间范围

2023年1月1日至2023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。

发布周期

本报告是年度报告，上期报告已于2023年4月发布。

报告范围

上市公司合并范围。

编写标准

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》
《深圳证券交易所上市公司社会责任报告披露要求》

数据来源与可靠性

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。

① CEO寄语 P 01-02

① 关于奥飞 P 03-16

② 规范治理 P 17-22

③ 持续创新 P 23-28

④ 绿色生产 P 29-32

⑤ 开放共赢 P 33-38

⑥ 以人为本 P 39-44

⑦ 党建引领 P 45-52

⑧ 热心公益 P 53-58



岁序常易，华章日新，2023年是奥飞30岁生日，回顾这些年，正是社会各界给予的信任与支持，陪伴奥飞走过30年旅程，在此，我谨代表奥飞向各位表示衷心的感谢！

2023年，全球形势依然复杂，每家企业都过得非常不容易。但在全体奥飞人的共同努力下，我们成功实现扭亏为盈，打了一个非常漂亮的翻身仗，为奥飞三十岁生日送上一份厚礼，感谢全体奥飞人的智慧和付出，成就了奥飞30年的繁花似锦、浓墨重彩。

2023年，我们明确了新的使命、愿景和“1+3”战略，取得了不少成绩和亮点，进一步明确了所有工作室的定位和职责，做好IP全生命周期管理，推

动实现IP品牌价值最大化。在机甲方面，面对竞争对手众多，品牌强且集中度高的市场，公司2023年推出重量级IP量子战队，横空出世便备受关注。潮玩方面，喜羊羊通过对外合作，用潮流市集形式成功打造“咩咩生活节”，深受年轻人喜爱；潮玩在游戏与二次元IP以及叠叠乐品类上也持续出圈。2023年，奥飞上映了两部电影，首部超飞大电影及贝肯电影，进一步放大了IP影响力，提升了IP竞争力。而内容和产品方面的爆品也交出了不错的成绩单，特别是剑旋陀螺项目，依靠强大的产品力结合竞技比赛，掀起热潮，实现奥迪双钻潮流产品王者归来，并有效助力海外业务、征服海外消费者。此外，海外市场表现也非常亮眼，特别是海外玩具打赢翻身仗，实现组织、管理和业务同步升级。Baby Trend去年在美国通胀严重的情况下，通过极具竞争力的核心品类和三大核心渠道，利润较22年实现了大幅增长。

除业务上的升级，随着人工智能等前沿技术的发展变革，我们也开始尝试将AI等技术

融入IP产业，希望利用人工智能技术帮助缩短制作周期，提高生产效率；拓展新应用场景或产品功能，提升用户体验。

2023年，奥飞业绩亮眼，2024年作为新三十年的开局之年，作为新战略全面落地的首战之年，必乘胜追击，围绕新的使命、愿景和“1+3”战略，续写奥飞新三十年征程的首年辉煌。

经过三十年发展，奥飞拥有IP矩阵、全产业链运营和多元变现业态，IP商业化有强大的基因和优势，2024，公司将通过打造头部IP，链接C端用户，稳存量、拓增量实现多元化变现等战略，以IP为核心，聚焦用户价值，实现IP品牌价值最大化。第二，爆品为先，2024，奥飞将围绕产品力是制胜之道、重视第二市场机会、品类第一的目标战略，做大做强爆品，打造企业可持续与差异化竞争优势。第三，奥飞是较早出海的中国企业之一，有丰富的经验和良好的海外市场基础，2024，奥飞将聚焦北美、欧洲等成熟市场及东南亚等新兴市场这两类海外重点市场；以海外渠道及市场拓展，突破海外媒体瓶颈方式实现“产品+内容”出海；将海外市场作为新增长点，聚焦几大区域市场，实现海外业绩持续增长。第四，AI是大势所趋，将深刻改变企业生产方式和管理模式，2024，奥飞将拥抱人工智能和数字化，以科技赋能业务发展，促进奥飞整体业务从2B向2C跨越。

可以预见的是，2024年也将继续充满不确定性和巨大挑战，但我们奥飞人从不怕困难，是对这个行业的无限热爱，让我们愿意付出一辈子的努力，“让快乐与梦想无处不在”的企业使命在时刻呼唤我们，我们坚信“只要路走对了，就不怕遥远”！

道阻且长，行则将至。新的一年让我们再次出发，以只争朝夕的紧迫感和时不我待的责任感，迎战新目标、再创新高！我们坚信奥飞有更加光明的未来，更加辉煌的下个30年！

奥飞娱乐CEO:



Part 1 关于奥飞

公司简介

奥飞娱乐，全称奥飞娱乐股份有限公司，证券代码：002292，成立于1993年，是国内第一家动漫上市公司，经过三十年的发展，奥飞娱乐已成为中国极具实力和发展潜力的动漫文创产业集团。公司始终致力于打造以IP为核心的动漫文化产业生态，依托IP+全产业链运营优势，打造集动画、玩具、婴童、授权、潮玩、实景娱乐等业务为一体的运营平台。旗下拥有多项优质动漫IP，如“喜羊羊与灰太狼”“超级飞侠”“萌鸡小队”“贝肯熊”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“巨神战击队”等。

作为最早探索动漫文化与产业双通道反哺模式的公司，奥飞娱乐旗下也拥有多个知名的文创消费品牌，包括玩具品牌“奥迪双钻”、母婴品牌“澳贝”、北美一线婴童品牌“babytrend”、室内主题乐园品牌“奥飞欢乐世界”、潮玩品牌“玩点无限”等，秉持“让快乐与梦想无处不在”的企业使命，努力朝着“成为陪伴全球用户成长的文创产业集团”的愿景前进。

近年来，奥飞娱乐持续获评国家高新技术企业、国家文化出口重点企业、国家文化产业示范基地等荣誉。



“1+3”发展战略

爆品为先

聚焦用户价值
实现IP品牌价值最大化

乘风出海

将海外市场作为新增长点
聚焦几大区域市场

数智赋能

拥抱人工智能和数字化
以科技赋能业务发展



中国玩具行业龙头企业

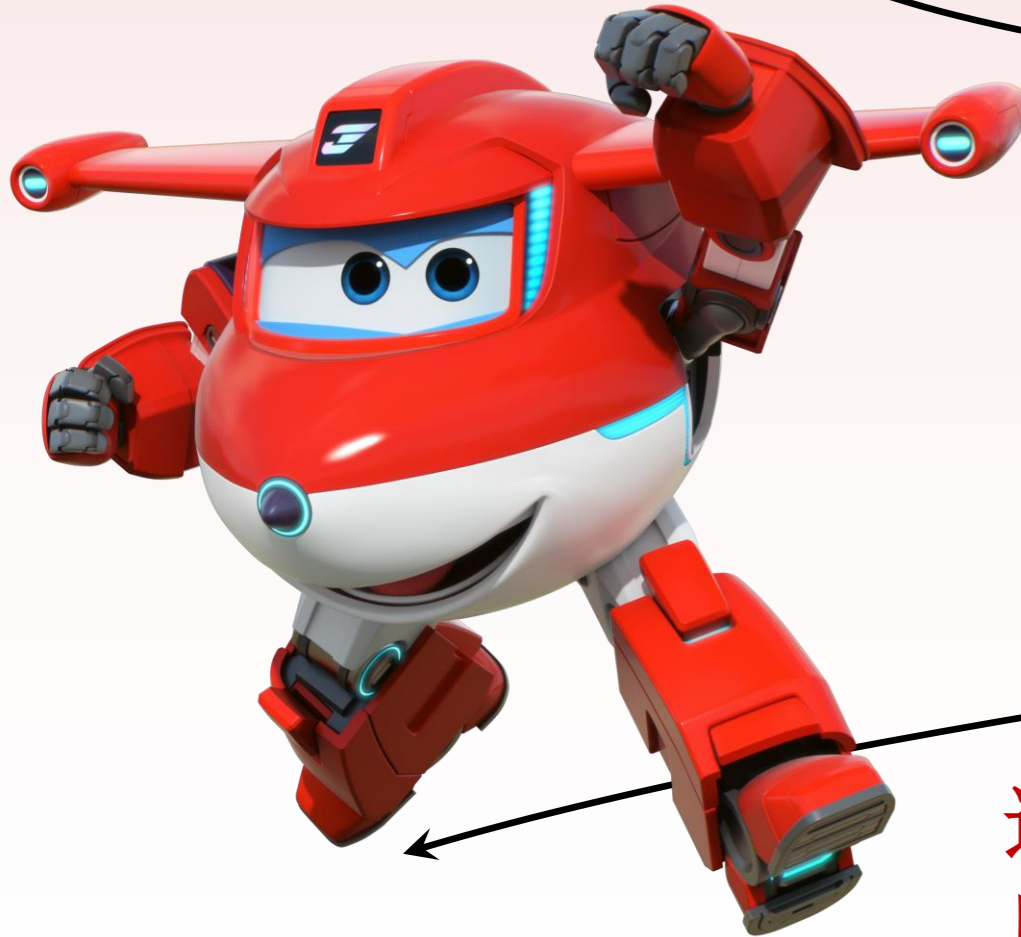
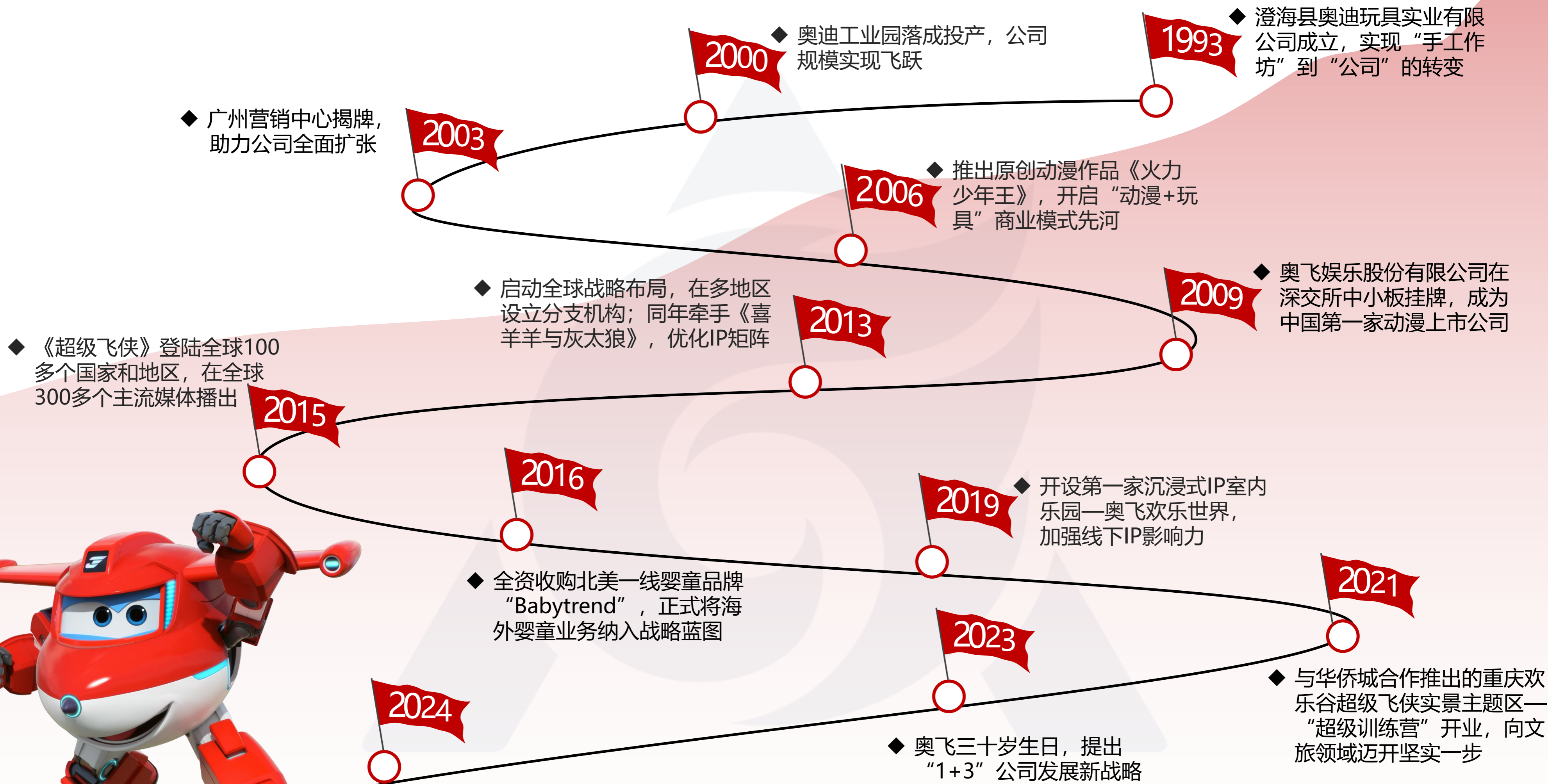


北美一线婴童品牌



全球领先的IP
全产业链运营平台

三十年奥飞，初心不改，再度启航



道阻且长，行则将至
奥飞三十而立再出发

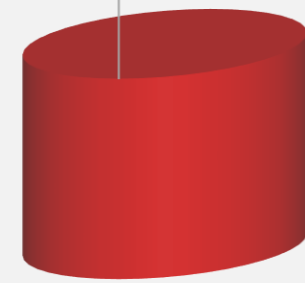
主要财务数据

归母净利润（万元）

同比增长：154.63%



9,364.26



2023年



营业收入：27.39亿元



基本每股收益（元/股）：0.06



总资产：50.07亿元



归母净资产：33.29亿元

2023企业荣誉

- ◆ 奥飞娱乐荣获广东省商务厅主办——首届粤贸全国“粤靓100”品牌企业
- ◆ 奥飞娱乐荣获国家商务部、中央宣传部、国家文化和旅游部、国家广播电视总局主办——2023-2024年度国家文化出口重点企业
- ◆ 奥飞娱乐荣获光明日报、经济日报主办——2023第十五届“全国文化企业30强”提名企业
- ◆ 《超级飞侠》荣获广东商标协会——广东高价值商标品牌奖
- ◆ 《超级飞侠》荣获深圳市玩具行业协会——2023最具影响力IP奖
- ◆ 《萌鸡小队》荣获第二届广州版权金融论坛暨“金木棉”游戏动漫IP——2021-2022年度最受欢迎动漫奖
- ◆ 广州奥飞文化传播有限公司荣获广州市人民政府港澳事务办公室——2023年粤港澳大湾区香港青年实习计划“最佳支持单位”

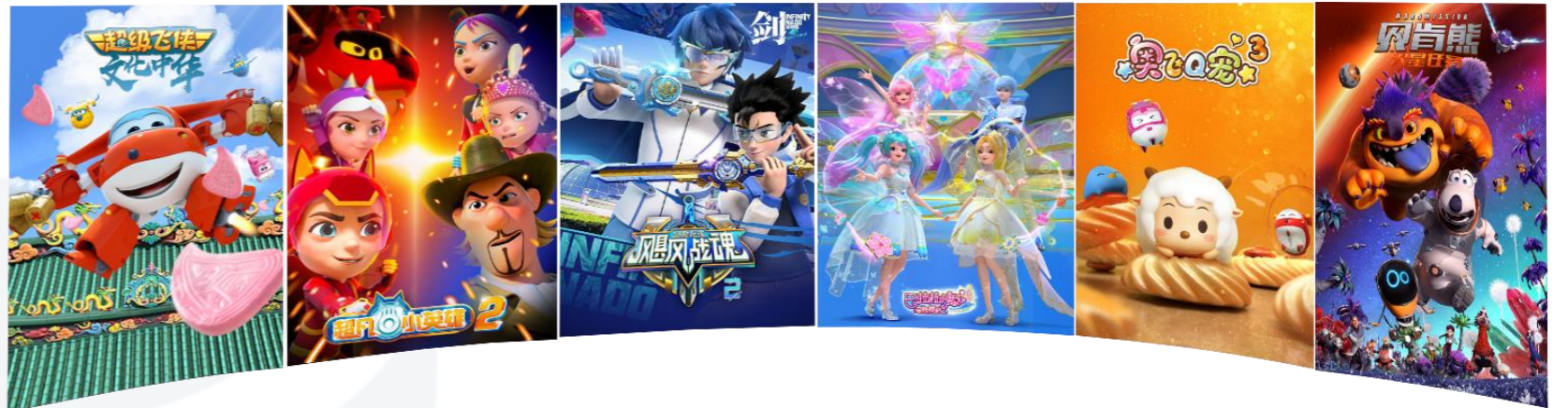


*仅展示报告期内所获得的部分荣誉

业务介绍

公司始终坚持以IP为核心，打造了“IP+”全产业运营平台，构建了涵盖动漫、玩具、婴童、授权、媒体、实景娱乐等多元一体的泛娱乐产业链，筑牢产业生态圈的可持续发展，在秉承“让快乐与梦想无处不在”使命的同时，不断朝着“成为用户喜爱的文创产业集团”的愿景进发。

报告期内，公司主营业务包括内容创作及运营、玩具业务和婴童业务。



内容业务

公司持续深耕IP内容，聚焦用户需求并积极探索产业升级模式，通过IP势能增厚商业化变现能力，形成“IP+产业”商业闭环，构筑内容创作企业的核心壁垒。

➤ IP资源

公司作为国内动漫文化行业的领军企业，坚持以IP为核心，聚焦精品内容创作，通过高效、稳定、持续的精品内容输出能力，不断加强用户对公司IP的喜爱度和黏性，固化品牌和用户之间的情感连接和价值连接；同时，加强IP全生命周期管理，推动实现IP品牌价值最大化。多年来持续打造并积累了众多优质IP资源，构建了优质的全年龄段IP矩阵，包括但不限于“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“量子战队”“萌鸡小队”“贝肯熊”“飓风战魂”“爆裂飞车”“火力少年王”等。



➤ 内容传播

公司也不断深化在媒体传播领域的相关布局，提升IP的品牌势能。一方面持续强化与全国卡通卫视以及重点省市级少儿频道的合作；另一方面不断拓展新媒体业务价值链的触达方式、范围及深度，建立覆盖网络视频平台、IPTV、OTT到数字电视、智能终端、音频平台，以及APP应用、流媒体平台、短视频平台等的全方位和立体化的触达渠道网络。

➤ 商业运营

公司依托全产业链优势，开启多渠道联动变现模式，实现多元化突破性发展。根据商业化内容合作门槛及开放程度，合作模式分为轻量商品化授权、内容定制联动以及全场景渠道互通。公司持续深耕IP内容，聚焦用户需求并积极探索产业升级模式，通过IP势能增厚商业化变现能力，形成“IP+产业”商业闭环，构筑内容创作企业的核心壁垒。

玩具销售



为孩子创造快乐与梦想！
三十年不忘初心，
奥迪双钻，我的伙伴！



© 2023 奥飞娱乐



经过多年的拓展与积累，公司在玩具衍生品设计、生产及销售方面已经形成了一套成熟的体系，涵盖创意外观设计、结构功能开发、模具开发、制造、营销等多个环节。在前端创意与后端营销方面，公司着重将产品与IP资源相结合，增强其品牌效益。公司自有的产品研发与制造体系提升了产品在成本、效率、市场反应等方面的竞争优势。同时，公司持续进行产品研发与渠道拓展的国际化，积极提升产品竞争力，扩大市场空间。

(1) 动漫IP玩具

公司主营的玩具品牌“奥迪双钻”深入人心，“奥迪双钻，我的伙伴”这句口号，更是陪伴了一代又一代青少年的成长。多年来，在“IP+玩具”模式下，不断寻求产品创新、品类突破和渠道深耕，积极探索“IP+”延伸边界的无限可能。该品牌以自有IP类玩具产品为主，自主研发生产涵盖“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”“量子战队”“萌鸡小队”“贝肯熊”“飓风战魂”“火力少年王”等IP的玩具产品，产品包括不限于极具还原度和创新玩法的各类变形玩具、人偶、装备、陀螺、悠悠球等。此外，还通过与全球知名IP的授权合作方式，开发生产其衍生玩具，如“侏罗纪”“小黄人”等。



(2) 积木品类玩具

公司近年来打造的“维思积木”品牌以中颗粒和小颗粒产品为主，结合IP、教育、科技等不同属性，推出了多功能超级飞侠、量子战队以及巴啦啦小魔仙等系列场景、铠甲勇士头雕积木、拼装遥控车多款产品。





Play teaching
玩教



Cotton towel
干湿棉巾



tableware
餐具



Travel
出行

创造多一点快乐
Make More Fun



婴童产品

婴童业务主要为北美一线婴童品牌“babytrend”和中国母婴品牌“澳贝”的研发和销售，包括了婴儿推车、汽车安全座椅、睡床、餐椅、学步车、玩具、纸品、室内游乐等核心品类产品。



近年来，公司积极推行大母婴战略，通过北美一线婴童品牌“Babytrend”和中国母婴品牌“澳贝”双品牌驱动，发挥各自优势在区域市场中形成品类以及渠道互补，持续深耕大母婴市场。双品牌关注母婴健康全场景需求，逐步覆盖行、用、护、玩四大场景，聚焦不同关键成长阶段的消费需求，致力于提供全方位的呵护。

其中，“Babytrend”定位为专业婴童出行专家，主销北美等海外国家，核心产品包括儿童推车系列、汽车安全座椅、睡床系列、餐椅系列、学步车系列等品类。近年来，除了核心品类的持续创新外，也在积极拓展新品类，力求打造覆盖婴童出行产品、婴童玩具、哺育用品、婴童家具等多品类产品矩阵。

“澳贝”始于2006年，从专注婴幼儿玩具的品牌不断迭代升级，已逐步发展成品类更丰富的“澳贝母婴”品牌，产品包括专业益智玩具、安心纸品、餐具喂养、室内游乐、户外出行等多个系列。在坚持产品创新的同时，聚焦玩具及纸品优势，拓宽品类和渠道，强化品牌认知度和用户信赖度。





Part 2 规范治理

公司治理

自上市以来，公司持续规范公司治理，严格按照《公司法》、《证券法》等法相关监管机构的规定与要求，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，进一步提高公司治理水平，确保公司持续、稳定、健康发展。

公司建立了由股东大会、董事会、监事会及经营层组成的治理体系。股东大会为最高权力机构，董事会为决策机构，监事会为监管机构。其中董事会由7名董事组成，其中3名独立董事，3名内部董事，1名外部董事，董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会及提名委员会，委员均由董事担任。

三会运作规范

股东与股东大会

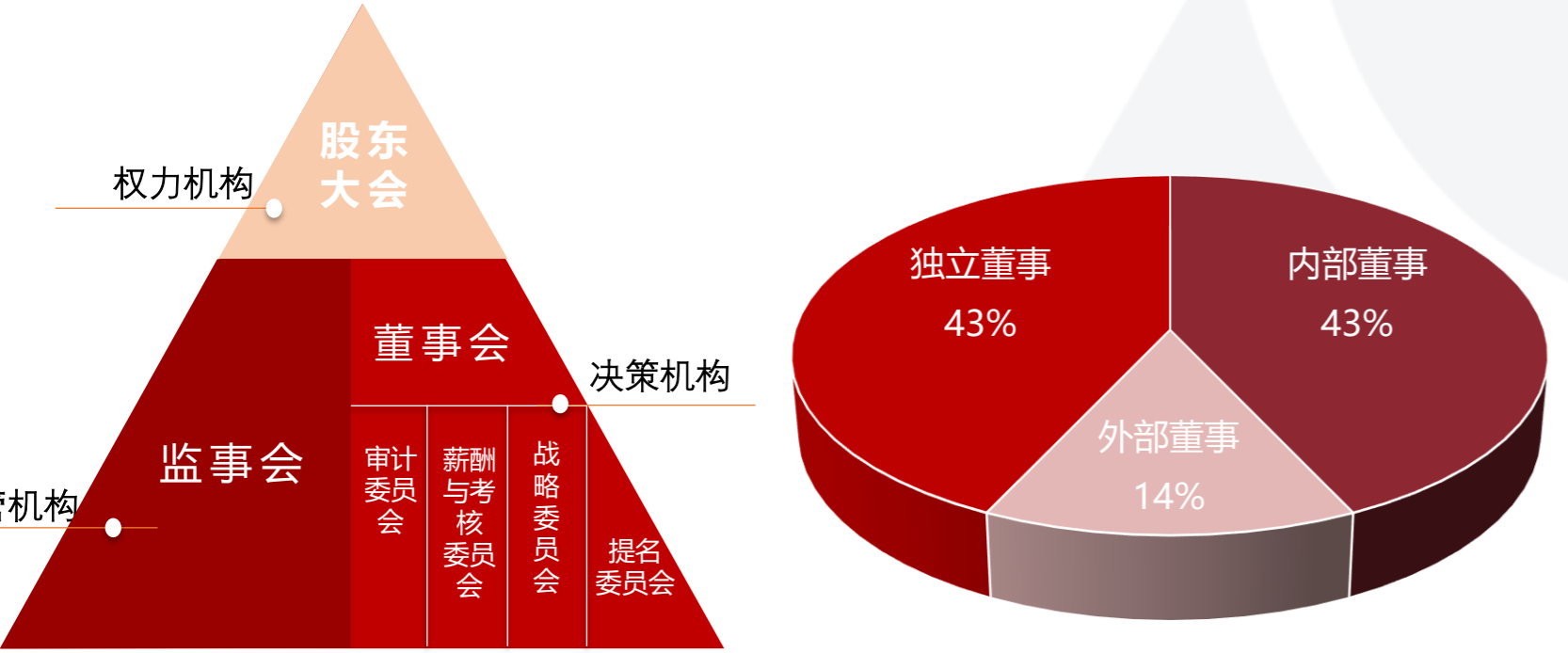
股东大会由全体股东组成，是公司最高权力机构，负责对公司的重大经营事项做出决策。报告期内，公司规范股东大会的召集、召开及表决程序，确保所有股东享有平等地位，充分行使权利，并通过聘请律师见证，保证会议召集、召开和表决程序的合法性，维护了公司和股东的合法权益

董事与董事会

作为公司经营决策机构，董事会对股东大会负责。公司董事会由7名董事组成，其中独立董事3名。公司独立董事能够依据《上市公司独立董事规则》《独立董事工作制度》等法规开展工作。2023年，公司独立董事对公司重大事项进行审核并发表专业意见，充分维护了公司和股东尤其是中小股东的合法权益。

监事与监事会

监事会作为公司常设监督机构，代表股东大会执行监督职能。公司监事会由3名监事组成，2023年共召开5次监事会。



* 公司治理架构及董事会结构图

- 召开股东大会
3次
- 董事会**5次**
平均董事出席率**100%**
- 监事会**5次**
平均监事会出席率**100%**
- 召开审计委员会
6次
- 各召开提名/战略/薪酬
与改革委员会**1次**

投资者交流

报告期内，公司通过线上线下等方式及时和投资者进行交流，同时奥飞娱乐微信公众号等方式将投资者保护工作的宣传带入到各种新兴网络工具中，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。

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

2023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，详细介绍公司业务情况，增强投资者对公司的信心。

反舞弊制度

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。

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，希望与供应商共同营造良好的市场秩序。

强化内部控制

公司积极推进预防性风控制度的建立，加强内外部的廉洁教育。报告期内，公司积极开展预防性风控专项工作，包括但不限于：进一步完善内控制度；对重大采购项目实施招标流程监督；完善反舞弊奖惩管理办法；畅通内外部投诉渠道；关键岗位入职诚信调查及关联关系调查，等等。公司积极加入“阳光诚信”反舞弊联盟协会，通过社会互动方式和惩戒手段对舞弊行为起到长期震慑作用，有效防范和遏制舞弊行为的发生。

准确高效履行信息披露义务

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。

128份
披露公告

124份
临时公告

4份
定期报告



Part 3 持续创新

创新案例：超级飞侠机库墙

2023年，公司隆重推出了备受瞩目的新一季动画片《超级飞侠15》。这一季动画片紧扣电能主题，角色形象全新升级，从机库展翅启航，踏上了一段惊心动魄的冒险旅程，迅速俘获了无数小朋友的心。

随着超级飞侠系列动画的火爆，粉丝们收集的玩具数量也在不断增加，为了解决超级飞侠粉丝迷们玩具过多不好收纳的痛点，超级飞侠团队对变形系列产品线进行了全面的包装升级。我们创造性地推出了机库造型的包装盒，这一设计不仅在外观上高度还原了动画中的机库场景，更在玩法上融入了拼搭元素，让小朋友可以动手拼搭出属于自己的个性化机库墙，为他们的全角色收藏提供了完美的展示空间。

随后推出的小机库墙产品更是在拼搭玩法上实现了创新突破。这款产品不仅可以让孩子们轻松拼搭出机库墙，更能发挥他们的创意，拼搭出各种别具一格的造型。这一设计充分激发了小朋友们的想象力和动手动脑能力，让他们在玩耍中不断提升自己的创造力和实践能力，赢得了客户和消费者的一致好评。



为了突破变形系列产品线老旧和产品力不足等挑战，公司多个团队潜心打磨，在较短的时间内成功推出了全新的机库包装。这一创新设计不仅显著提升了产品的整体质感，更为产品线的未来发展打开了众多新的可能性。同时通过在小红书、抖音等热门社交平台的创意推广和精准营销，成功将机库墙概念传递给广大消费者。此次机库墙项目的成功实施，不仅为公司带来了显著的业绩提升，更在行业内树立了产品品质创新的标杆。这一成功案例不仅展示了公司在产品研发和创新方面的实力，也为整个行业的进步和发展提供了有益的借鉴和启示。



独创外观

打破以往传统平躺式地垫健身架外观，摇摇乐健身架独创蛋壳舱流线型结构外观，与脚踏钢琴面板一体结合，线条优雅流畅，轮廓独特。30°弧形斜坡贴合宝宝脊背发育，既符合人体工学又充满艺术感。蛋壳舱边缘采用多重打磨光滑处理，既保障宝宝玩耍时的安全又突显出了流线型美感。配色上，摇摇乐健身架整体摒弃了繁琐复杂的色彩堆砌，以简洁清爽的色调为主，带来干净、清爽视觉感受的同时，也能适配不同用户的家居风格，与家居环境和谐相融。

乳胶垫摇摇乐健身架



功能创新

为了解决传统健身架宝宝只能平躺使用，运动方式单调的痛点，摇摇乐健身架采用30°斜坡曲线外壳，开创了宝宝边踢边摇边运动的全新玩法，在增强运动趣味性的同时，还有助于提升宝宝感统协调能力，锻炼宝宝的平衡、空间感和协调能力。摇摇乐健身架布垫添加凉感乳胶材质，抗菌防螨，裸躺舒适，改善了传统健身架布料闷汗不透气的痛点，让宝宝清爽嗨玩一整天。

用途创新

澳贝独家研发的摇摇乐健身架，不仅是宝宝的运动搭档，还是父母的哄睡神器。黄金30°倾斜静躺斜坡，科学角度防吐奶，舒适睡舱摇椅功能，摇摆哄睡，轻松解放家长双手。





Part 4 践行绿色生产

●三废防治，达标排放

公司立足“污染预防，持续改进”的环保宗旨，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，以及《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》，积极采取相应的对废气、废水、固体废弃物及噪声等污染物的产生、排放进行监测、跟踪，力求做好三废防治，做到达标排放。如在废气排放方面，公司积极响应政府号召，聘请专业的环保顾问机构，制定自行监测、排污控制及应急预案等，利用信息化手段强化防治管理，建立污染物排放和环保设施运行数据库，严格按照VOCs治理工艺要求，每日巡查设备运行状况，定期更换活性炭和吸附液，促进污染物达标排放。对于固体废弃物，公司将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》等的相关规定。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。



●优化生产，降本提效

报告期内，公司注塑车间再次优化生产设备的运行和控制，使企业产品能耗水平达到国内先进水平，通过引进26台先进的自动化高端设备及配套设备，简化生产作业工序，实现生产一体化作业和自动化生产。在提高注塑成型机的生产效率、稳定产品质量、降低废品率、降低生产成本、增强企业的竞争力等方面起到极其重要的作用。同时搭配注塑机械手改善劳动条件和安全生产，大大提高了生产效率，降低了生产成本。





Part 5 开放共赢

供应商管理

公司本着互惠互利、合作共赢的原则与供应商通力合作，建立互相信任、共同成长的长期、稳定的合作关系，致力于为消费者提供安全可靠的品质产品。

在供应商甄选上，公司制定了较为完善的《供应商管理程序》并严格执行。为加强供应商的沟通，打造绿色阳光的供应链管理，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（如通知公告、投诉报价、档案维护、订单送货、接收、退货、财务对账、绩效查看、反向评估等），致力提升与供应商业务的协同和效率，构建阳光采购、公平竞争的合作环境。2023年公司供应商共有195家，其中新增18家，以SRM系统招标为主，线上招标72场，线下招标8场，参加招标的厂家44家，占供应商比例22.6%，涉及物料编码3749个。

供应商
195家

共招标
80场

参标厂家
44家

物料编码
3749个

客户满意度调查

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，志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。

报告期内，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、采购人员等岗位员工的廉洁纪律学习，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。公司要求员工保持诚实信用，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。



● 产品品质管理

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》、《产品质量时间责任界定办法》、《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做出清晰的规定。



公司按照ISO9001:2015QMS建立的质量管理体系在2022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是充分的、适宜的，体系运行是有效的。另外，公司先后投入2000多万元资金建立奥飞实验室，并在2015年获得CNAS认可证书；为进一步保证实验室体系的符合性，公司委托第三方机构STC按照孩之宝相关体系要求进行审核，为产品质量安全提供更全面的保障。

公司根据客户投诉的产品质量问题和内部收集到的其他信息形成《客户投诉信息反馈表》，制定《纠正和预防措施》，及时解决客户的投诉与需求。公司将采取有效措施，不断提升产品的综合竞争力，提升客户满意度。



● 消费者互动

公司自2017年成立消费者洞察组以来，一直坚持用户为先，践行“痴迷用户”的核心价值观。洞察组通过组织观影会、产品试玩测试、产品上市后评估调研和消费者座谈会等多种调研活动，深入了解消费者使用动机，挖掘使用痛点和期待，继而输出对产品的优化建议。

消费者洞察组于2019年建立了奥飞玩具铁杆粉丝群，定期筛选、维护活跃用户。报告期内，公司通过制造话题或活动与铁杆粉丝互动，倾听用户玩家的声音，为奥飞产品的不断优化提供外脑支援。

此外，公司持续关注市场及消费者趋势，与尼尔森等专业调研机构合作，持续跟踪玩具箱项目调研，更好地了解玩具市场以及消费者，为公司决策提供参考依据。



Part 6 以人为本



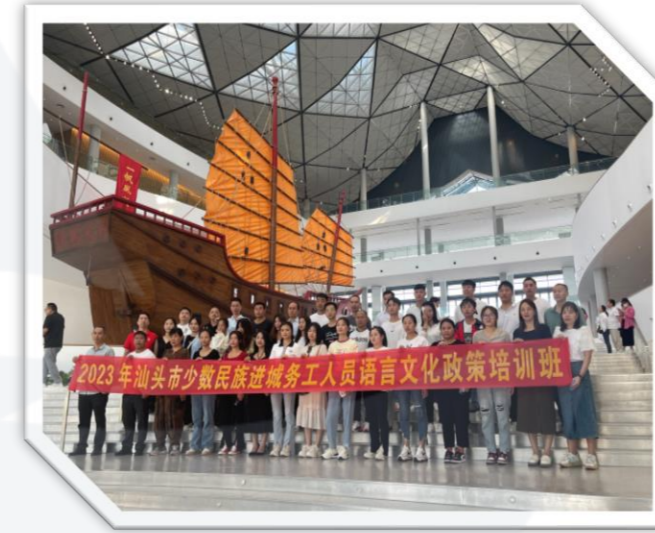


权益保障

公司尊重和保护员工的各项合法权益，珍爱员工的生命、健康与安全，尊重员工的劳动、知识及其价值创造。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》、《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规，坚持平等雇佣，杜绝任何基于性别、民族、人种、社会出身及其他因素的歧视，依法执行国家有关社会保险的规定，缴纳住房公积金，办理养老保险、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，并实行带薪休年假等福利，使员工在公平、公正的环境下安心工作、寻求发展。

2023年，公司持续完善员工雇佣制度，健全员工培训体系，明确员工晋升通道，保障员工身心健康，构建和谐雇佣关系。

茶等活动，向员工送祝贺；此外，公司还有网球、羽毛球、萌宠交流等社团，促进员工在共同爱好的基础上，相互交流、相互督促、有效活跃公司职工工作生活氛围，让快乐与梦想融入工作。



工作环境



公司历来重视工作环境对员工工作质量和个人发展的影响。公司本着“以人为本，愉悦工作”的原则，致力于为员工提供开放、自主的工作环境，营造愉悦的工作氛围。

在涉及生产制造的子公司，公司也本着“安全生产”的原则，组建了专门的后勤小组定期检查生产设施、员工工作环境的安全，防范安全隐患，并定期组织员工进行安全培训，为员工提供舒适、安全的工作环境。为提升员工在消防、应急预案等方面的安全意识，报告期内公司先后进行了不少于2次的安全生产培训，并联合相关政府部门开展消防演练，增强员工应对紧急事件的能力，保障员工生命安全。此外，公司还为员工提供全面的年度健康检查，同时联合中医推拿、专业牙科医院等开展健康普及知识讲堂，保障员工的身体健康。



员工关爱

员工是公司宝贵的资源和财富，公司始终坚持以人为本，关心员工的工作生活。报告期内，公司组织了“梦开始的地方”六一开放日、奥飞K歌大赛、端午奥飞“粽”动员、



厂区欢乐跑、拔河比赛、新片观影、少数民族户外拓展、心理健康座谈会等活动，丰富员工业余精神文化生活，不断增强职工的幸福感和归属感。

同时，在重大节假日，公司也组织了如中秋放送、员工生日会、女神节福利派送及福利下午



公司始终重视人才梯队建设及培养，提升人才核心竞争力并建设学习型组织，系统化、计划性地提高员工岗位胜任能力及综合素质。2023年聚焦核心基层干部能力提升、年轻化人才及核心专业人才培养发展，开展了核心高潜人才培养项目、新人融入及培养计划、产品人才赋能等培养项目，推进人才队伍向梯队化、年轻化、专业化提升。

1. 高潜干部项目-鹰系计划

2023年继续推动鹰系高潜干部培养，加速干部队伍准备度，打造干部年轻化，高潜核心中干培养项目“雏鹰计划”二期顺利开展运营并结业，通过系统化、多样化的综合培养方式，结合721学习法则，从自我认知、业务认知、理事能力及人际能力四个维度进行综合提升赋能，达成85.4%留存率及88%结业率，其中50%以上成员结业成绩优秀。

同时，完成“雄鹰计划”二期筹备及启动准备，为推动干部业务思维、经营视野及管理成熟度提升，提升第二梯队干部综合能力，雄鹰二期围绕战略视野拓宽、业务能力强化、领导力提升三个方面，坚持训战结合的培养思路。设计系统化、多样化、实战化的培养策略。项目通过业务推荐及个人报名，经一对一面谈评估后，最终入库34人，将通过10个月综合方式的系统培养完成综合能力提升。



2. 高潜员工培养项目-新动力计划

2023年持续优化新动力人才培养项目，通过融合拓展、集中培训、一线历练、定岗实践、定期培养等方式培养年轻应届生，并针对公司核心产品人才的储备需求，启动“超级新动力”项目，为公司培养具有核心竞争力，能快速发展的产品储备力量。

新动力计划携手各业务团队共同实施培养计划，帮助新动力快速完成职场转变，成为奥飞人，快速承担起业务工作；超级新动力项目结合产品人才能力画像，制定针对性历练及专业培养计划，以季度为节点开展专项培养，关注核心项目产出，并进行阶段性成长评估，以推动产品年轻人才的快速发展。



3. 学习型组织建立，专业化能力提升

为持续打造公司内部知识分享氛围，建设学习型组织，持续深化“奥飞师赋”内部知识分享平台。2023年累计开展11门内部公开课，累计超250人次参与，涵盖AIGC、产品、营销、内容、职业素养等方面主题，通过线上及线下培训形式，赋能各业务知识、行业前沿技术及个人提升等维度，促进内部知识分享及传播沉淀。

此外，在专业化能力提升方面，各业务结合实际情况，以员工能力提升为支点，结合多样化赋能方式，以人才驱动业务发展，以赋能驱动转化落地。针对产品人才，开展产品创意大赛2期，面向内部各个业务及外部2所高校，总投稿数超130份，最终2个产品成功转化落地并上市；同时，加强业务外训赋能+内化分享的外部培训赋能机制，推送核心业务人员外训20+人次，并内部转化落地分享；完成产品人才能力建模及培养提升计划，并结合人才晋升及人才培养项目进行落地推进。



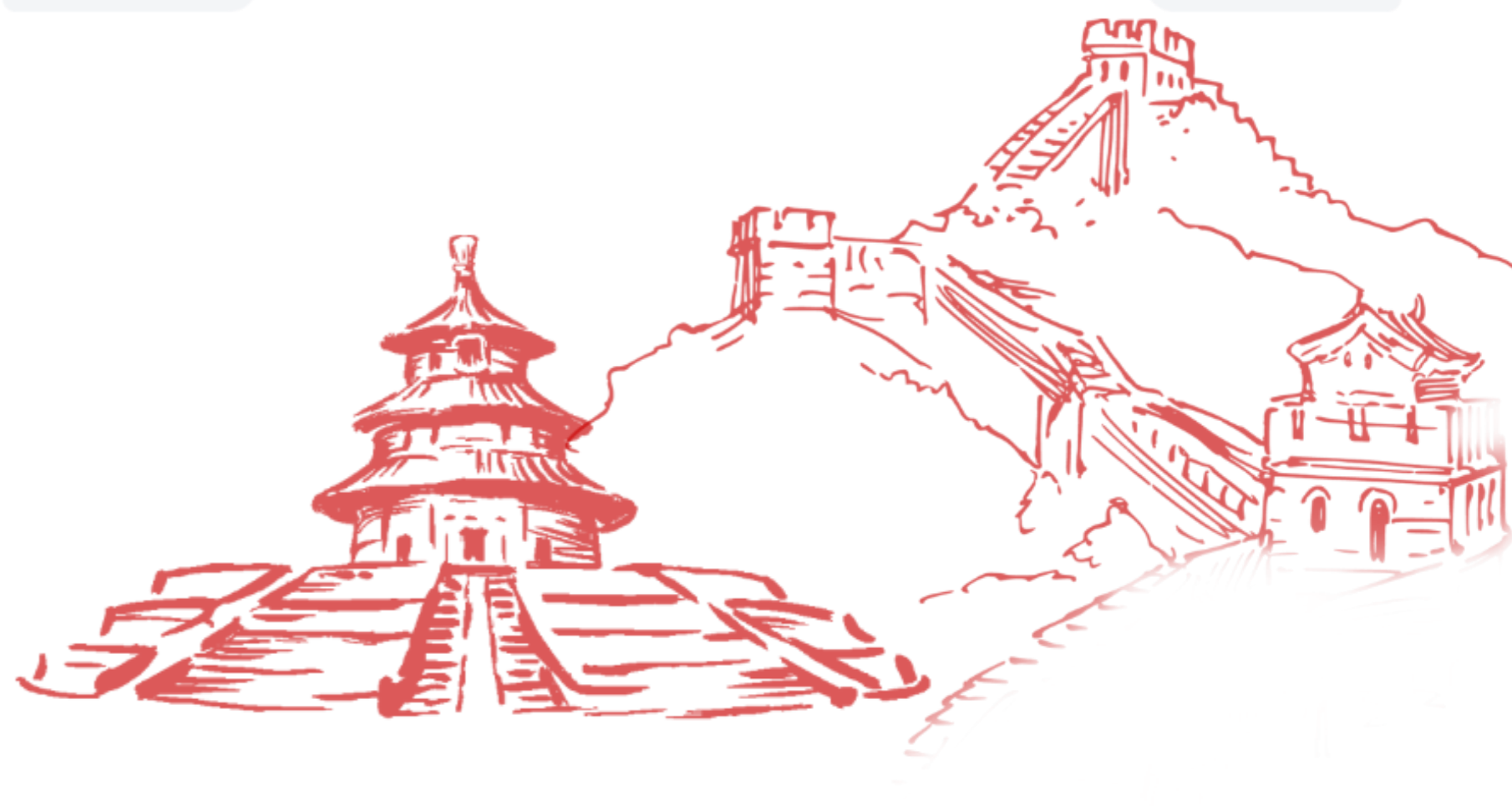
同时，加强业务外训赋能+内化分享的外部培训赋能机制，推送核心业务人员外训20+人次，并内部转化落地分享；完成产品人才能力建模及培养提升计划，并结合人才晋升及人才培养项目进行落地推进。

各项目倡导“组织学习”和“自发学习”相结合，线上线下多元化学习，助力业务能力有效提升。





Part 7 党建引领

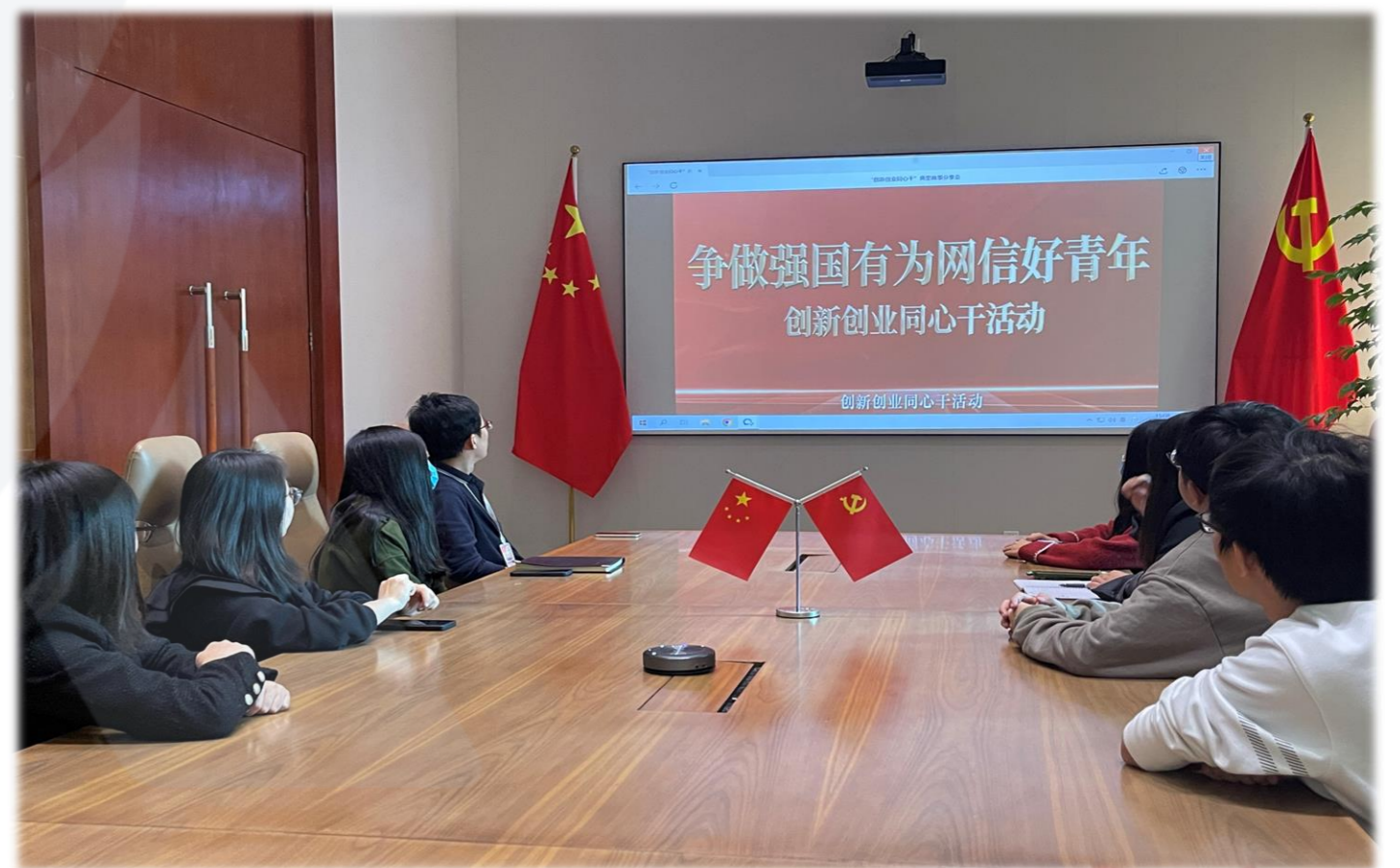


红心向党守信仰

党的建设不仅是党组织发展的根本保障，还是企业的管理利器，奥飞娱乐党支部成立于2003年，现有党员23名，奥飞娱乐党支部始终将党建工作摆在重要位置，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以“不忘初心跟党走，经济发展做先锋”为理念，以“发展民族动漫文化产业，让快乐与梦想无处不在”为使命，建设好企业的党支部，充分发挥党组织的作用，把党的活动与生产经营管理有机融合，实现同频共振、互促共进，充分调动员工积极性、增强凝聚力，更好地促进企业发展。

党建引领，打造学习型党组织

2023年是全面学习贯彻党的二十大精神开局之年，奥飞娱乐党支部突出政治学习和教育，突出党性锻炼，建立“三学”制度，不断提高党组织和全体党员的政治站位。一是完善制度系统学。坚持把习近平新时代中国特色社会主义思想、党史学习教育作为政治必修课，结合“不忘初心，牢记使命”主题教育、党史学习教育等。完善落实“三会一课”等制度，推动学习教育常态化制度化，教育引导党组织党员职工在思想上向党看齐。二是创新形式多样学。建立企业党支部主题党日制度，围绕集中学习、过组织生活、进行民主议事和志愿服务等开展主题党日。引领党员自觉践行“听党话、跟党走、报党恩”，强化奏（唱）国歌、重温入党誓词、诵读党章等政治仪式，以庄重感仪式感激发广大党员的光荣感使命感，做到对党忠诚，把党的各项方针政策落到企业发展实处。三是树立典型带动学。如在“党建领航 强国有我”为主题开展党日活动中，组织广大党员原原本本学习党的二十大、二十届二中全会精神和习近平总书记重要讲话精神，组织到“汕头开埠文化陈列馆”、“小公园中山纪念亭”、“汕头市东征军革命史迹陈列馆”等革命纪念馆，让干部员工深入了解了国民革命军东征军东征的历程，感受到热血沸腾的革命激情。充满奋勇向前的雄心伟力，还有当年无私奉献的革命家们以及先烈们的无畏精神，让党员职工时时触摸党建脉搏，处处感受党建温度，进一步坚定理想信念、政治觉悟。



积极参与党建活动

2023年12月，汕头市互联网行业党委为认真贯彻落实市委关于开展学习习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育以及推进“百县千镇万村高质量发展工程”促进城乡区域协调发展的工作安排，引导全市互联网行业党组织发挥党建引领优势，积极投身“百千万工程”，开展“携手共建百千万，E企同行促发展”结对共建活动，奥飞娱乐作为汕头市先进基层党组织单位，积极参与学习，为助力乡村振兴、推动“百千万工程”贡献自我力量。



政治上同向，思想上同心，行动上同步

牢固树立“四个意识”、切实增强“四个自信”、自觉践行“两个维护”，确保始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。真正做到政治上同向，思想上同心，行动上同步，做政治上的明白人。

为深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记视察广东重要讲话重要指示精神，12月14日上午，奥飞党支部全体党员、公司领导及各部门长代表、团员前往汕头金平区开展“党建领航 强国有我”主题党日户外红色拓展活动，先后到汕头开埠文化陈列馆、中山纪念亭、汕头市东征军革命史迹陈列馆参观学习，重温习总书记2020年10月考察调研汕头的重要讲话精神，重走总书记考察路线，牢记总书记谆谆教诲。



初心不忘争一流

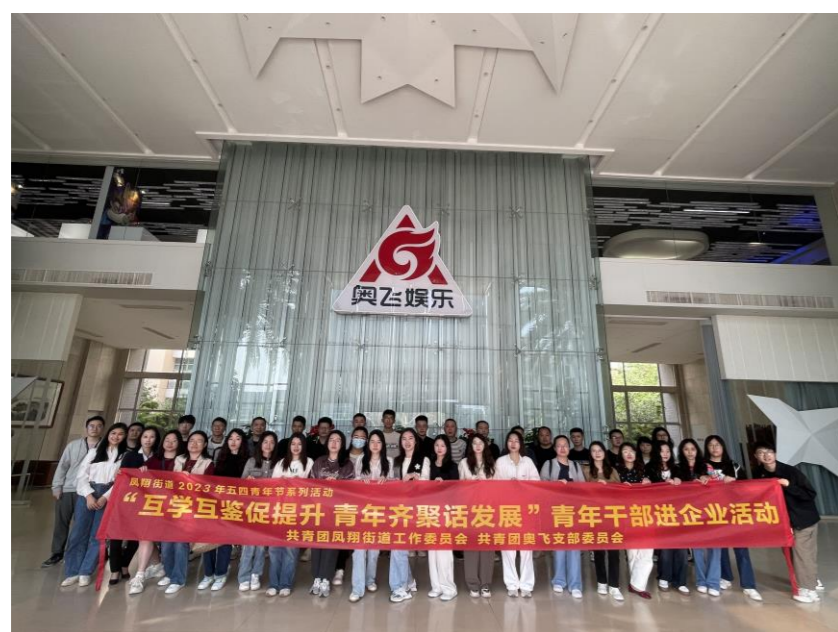
多年的发展让奥飞娱乐公司深刻的认识到，只有紧跟党的步伐，才能战胜各种风险挑战，才能实现企业的可持续发展。奥飞娱乐不忘初心，努力开创基层党建工作新局面，紧抓科技发展趋势，积极进行前沿性战略布局，始终坚持以创新为第一动力，全面激励员工发扬传承“工匠”精神、“三牛”精神，推动企业转型升级。主动适应国内外新发展格局，不断超越自我，实践创新发展，在新时代新征程中建功立业。坚持“内容为王、国际化、科技化、互联网化”战略，通过全产业链平台化运作，打造世界级的泛娱乐生态产业，积极推动中国文化“走出去”，为全球消费者提供多层次的娱乐文化消费体验。



➤ 中华民族一家亲，携手同心促发展

激发党员活力，凝聚“人心”共发展

以党建带工建促团建，奥飞娱乐党建融合公司工会、团委定期举办活动，报告期内举办厂区欢乐跑、员工拔河比赛、红色观影、五四青年节“青春心向党、广东省劳模学习、党员户外拓展等活动，进一步营造了“比、学、赶、超”良好氛围，奥飞娱乐党支部坚持“围绕发展抓党建，抓好党建促发展”的思路，结合发展特点，探索制造业党建新模式，发挥支部粘合剂、催化剂作用，推动公司党建融入员工关怀与发展中，服务企业高质量发展，实现党建与发展同频共振、互促共进。



让民族团结之花绚丽绽放，是企业履行社会责任的重要内容，更是民族地区企业本身应有的工作内容和内生职责，奥飞娱乐始终贯彻落实习近平总书记二十届中央政治局以铸牢中华民族共同体意识为主线加强和改进党的民族工作的重要讲话精神，积极促进企业内部各族群众更好地融入公司，让他们在找到归属感、成就感和价值感，让各族职工在岗位上发挥重要作用，实现与企业共同进步做好企业。

报告期内公司积极参与汕头市民族团结进步创建进企业活动，与汕头市澄海区民族宗教事务局共同组织2023年“中华民族一家亲，携手同心促发展”活动，促进全区各族群众广泛交往、全面交流。同时，为促进企业内部各族员工团结友爱，公司组织少数民族户外拓展活动，增强交流，促进各族职工与企业深度交融，和谐发展。





Part 8 热心公益，回馈社会

超级飞侠X红十字会

报告期内，公司认真履行社会责任，为鼓励大病患儿积极对抗病魔，本着“让爱的能量+起来”的公益理念，公司从2016年开始持续邀请知名动漫IP加入“英雄联盟”，用心选择各类能量物资，为住院患儿送去爱的力量。目前已向3000多个“小英雄”送上了“英雄能量包”祝福和能量。今年，公司联合北大人民医院、首都医科大学附属儿童医院、首都儿科研究所附属儿童医院，为450名白血病及其他血液病患儿送上节日祝福，希望他们拥有乐观向上的精神能量，积极对抗病魔，早日康复。



同时，奥飞娱乐携手中国红十字基金会，向在沪治疗的大病患儿发放英雄能量包，奥飞娱乐与中国红十字基金会，一同前往上海市儿童医院、复旦大学附属儿科医院，为大病患儿发放共计170个“超级飞侠”主题英雄能量包。

在奥飞娱乐和奥迪联合工会公益授权和捐赠支持下，英雄能量包外观及内侧设计有“超级飞侠”IP形象和游戏，并特别配备了“超级飞侠”玩具，为孩子们住院期间增添更多的童趣和活力。



奥飞娱乐X腾讯公益



- 奥飞公益画作《快乐阅读 快乐成长》上线99公益日“为孩子”议题公益画作展厅，“点亮乡村孩子的阅读梦，陪伴孩子快乐成长”，上线一个月内累计获得小红花17w+。
- 99公益日“企业百大公益流行色”主视频、“奥飞娱乐·健康成长红”企业视频发布，奥飞视频获信息流广告助推，曝光量超过100w。

深圳消防公益活动

报告期内，超级飞侠联合深圳消防于六一儿童节举办“消防体验与消防安全体验营主题活动”，吸引万余人次参与，让广大小朋友一起度过一个健康、快乐、有意义的“六一儿童节”，并有效增强了小朋友们的消防知识。



超级飞侠X地球环保日

报告期内，超级飞侠们于地球环保日发起“一个地球，益起守护野生动物”宣传活动，通过生动有趣的介绍向青少年儿童宣传各种动物知识。



喜羊羊与灰太狼 X 腾讯「AI编程公益课」



- 喜羊羊与灰太狼携手企鹅小Q开启AI编程第一课！课程获教育部、共青团中央、全国妇联、中国科协四部门联合推荐；新华社、新华网、中国教育报、观察者网等主流媒体积极报道；
- 已走进全国 663 所学校，覆盖一二线城市名校以至乡村学校，超过 1.5万 学生参与课程；
- 联合动画衍生漫画、有声故事、青少年读物版等内容上线腾讯系各大APP平台，包括腾讯动漫、QQ音乐、起点读书等。

超级飞侠助力版权保护宣传

为迎接第23个“世界知识产权日”来临，公司联合广州黄埔有轨电车管理举办版权保护主题研学活动，以广州首辆印有《超级飞侠》IP形象的动漫主题有轨电车上线运行形式，通过观看版权宣传片、共读半小时、情景问答、乘车体验等环节带领着小朋友们认识版权保护，加强青少年版权保护意识；同时通过这一创新形式，带着我们的IP和广大市民见面，向市民宣传版权保护的积极意义，加强版权保护意识，使‘尊重版权，鼓励创新’的理念更深入人心，助力在全社会形成尊重版权的社会氛围。



三十而立 初心不改

道阻且长，行则将至。奥飞自一家小作坊创业至今，一路栉风沐雨，砥砺前行；现在，我们怀揣“重新创业”的激情，踏上第二个三十年的远行之路，以只争朝夕的紧迫感和时不我待的责任感，迎战新目标、再创新高。积蓄力量，坚韧不拔，三十而立再出发，奥飞人坚信“只要路走对了，就不怕遥远”！怀揣梦想的奥飞人终将不负“让快乐与梦想无处不在”的使命，朝着“成为陪伴全球用户成长的文创产业集团”的愿景进发，相信奥飞的下个三十年会更精彩、更美好！

感谢阅读，意见反馈敬请联系：

Email: invest@gdalpha.com

Tel: 020-38983278转3826或1102

获取更多资讯，敬请关注：



奥飞娱乐
官方微信公众账号