(上接 D311 版)

(2)“喜羊羊与灰太狼”出道 15 周年,播片收视表现优异,接连推出的多部新作均问鼎少儿动画收视榜首,网络热度炙手可热。其中《奇趣外星客》自 2020 年 1 月 10 日起开播 50 天内获得 11 次全天收视冠军,41 次时段收视冠军,最高收视 1.52(数据来源:动漫收视榜);《异国大营救》霸屏多个少儿频道榜单,自 2020 年 7 月 17 日起开播 40 多天,收获 28 次全天收视冠军,81 次时段收视冠军,最高收视 1.54;全新 3D 系列《羊羊趣冒险》在 2020 年 8 月 1 日开播首周即拿下 3 次全天收视冠军,5 次时段收视冠军,在各大网播平台的触达率、点击播放量、平台热度等均排名前列,连续 3 天拿下网播点击冠军(数据来源:少儿内容数据榜)。作为首部篮球运动题材的《运作英雄传筐出胜利》成为“破圈”爆款之作,自 2021 年 1 月 22 日首播以来,15 天内获得 24 次时段冠军和 11 天全天冠军,2 月份最高收视 1.56(数据来源:动漫收视榜),腾讯芒果双平台网络点击量超过 3.6 亿,优酷最高热度 8860,爱奇艺最高热度 5432;并在虎扑等体育球迷论坛中连续多日登顶热搜榜、在 B 站和微博等社区平台受到热捧,带来了大量的话题讨论热度,成为出圈的代表佳作。

(3)《贝肯熊 5》在金鹰卡通开播首月,收视较频道均值高 20%,共 30 次进入漫收视榜单时段前三,15 次时段第一,8 次全天第一;《贝肯熊》系列在 2020 年累计播放时间超过 2 万分钟,较去年增长 88.54%(数据来源 CSM 媒介研究);截至报告期末,《贝肯熊》系列全片累计全网点播量超过 260 亿次。

(4)《萌鸡小队 3》播片收视良好,12 月起在嘉佳卡通等多个儿童电视频道和主流视频平台等陆续播出。上线 30 天,《萌鸡小队 3》总点播量为 1.97 亿;在金鹰卡通首轮播放收视与频道均值持平。《萌鸡小队》系列自 2017 年上市以来,在三大平台的点击量已累计突破 100 亿次;2020 年累计播放时间超 9 万分钟,与去年基本持平。

2、玩具业务开启新赛道

公司在 2019 年年底开始孵化年轻人盲盒业务,并在 2020 年下半年成功推出网易知名游戏 IP“阴阳师”Q 版盲盒以及叠叠乐系列产品,正式进入年轻人潮玩市场,开启了全新的赛道。

公司充分结合多年来在动漫玩具行业中积累的产品研发和供应链管理经验,对于 IP 形象的理解及产业化能力较强,在相关研发设计和生产等步骤中能够较好的还原 IP 形象,并且通过整合柔性供应链,能够迅速地组织生产并交付高性价比的产品,从而在产品力、供应链整合力等方面逐步建立竞争优势。在建立精准覆盖二次元客户群体的渠道体系上,主要包括大型连锁潮玩渠道,如名创优品、伶俐、KK 集团等,以及便利店连锁系统等线下渠道,全国铺货覆盖门店数量已经超过 1 万家;线上渠道以 B 站、公司电商旗舰店、网易电商旗舰店等为主。

通过差异化竞争的策略,公司盲盒业务取得快速突破,自 2020 年 9 月铺货开售至 2020 年 12 月底,“阴阳师”盲盒相关产品实现销售量超 250 多万只,销售额突破 3000 万元,整体销售情况以及市场口碑反馈良好。除了游戏动漫头部 IP“阴阳师”、“狐妖小红娘”以外,公司与 Sank Toys(藏克潮玩)、星际熊等 IP 品牌达成了授权合作,在和优秀原创潮玩设计师联动合作方面已有了初步成效。

K12 玩具业务方面,公司配合《超级飞侠》、《巴啦啦小魔仙》、《巨神战击队:轨道先锋》等动画播片,陆续推出了多个精品玩具项目,并在轨道品类和积木品类中打造了恰恰特快车、积木奥等爆款产品。

3、婴童用品业务保持增长势头

海外疫情长期蔓延,未能得到有效管控,经济环境持续恶化;以及国际贸易摩擦不断、航运集装箱紧缺等问题,公司母婴用品团队面对更为严峻的挑战,主动、快速调整经营策略,采取有效措施应对相关问题,在极其艰难的经营环境下仍旧能够实现业绩增长,保持稳定的经营效率。

公司通过在北美市场全面实施 MAP 产品盘价体系和渠道管理,能够有效提高公司及其合作零售商的盈利能力,沃尔玛百货(Walmart)、亚马逊(Amazon)、塔吉特百货(Target)等核心客户销售均呈现增长趋势,公司与客户的商业伙伴关系得到了进一步的加强。面对疫情所带来的消费方式转变,公司继续增加在线上销售部分的资源投入,电商业务占比进一步提升;在产品策略方面,主要增加睡床、学步车等室内商品品类的供给,同时推出推车、学步车、汽车安全座椅等品类的系列新品,新品销售收入较 2019 年增长近两倍,有助于改善产品收入结构,稳定业绩增长基础。在供应链环节,公司通过结构优化、工艺改善、采购降本等方式,有效降低了产品成本率;质控部门与生产制造部门发布完善了多项产品性能规范以及相关流程,改进了多个产品潜在缺陷,产品质得到了改善,退货率下降。

“澳贝”推出了婴儿椰柔巾、儿童滑板车、室内游戏折叠围栏、数字认知蟹等系列新品,从专注婴幼儿玩具的品牌升级成为品类更丰富的“澳贝母婴”品牌,产品线涵盖了纸品系列、餐具喂养系列、室内游乐系列、益智早教系列等多种品类。

4、高效触达的复合式媒体发行网络

报告期内,公司持续深耕电视媒体和新媒体,并积极发展短视频媒体,逐步打造面向未来的媒体推广矩阵。电视媒体方面,加强与全国卡通卫视及重点省市级少儿频道的业务合作,通过卡通卫视覆盖广的优势进行品牌的高效传播与推广,同时实现 IP 项目更多的播出时长。

新媒体触达范围不断增大,覆盖渠道数量已超过 60 家,涵盖了视频平台、IPTV、OTT、音频平台、短视频平台等主流类型,以“动画+衍生内容+教育+音频”内容形式在多渠道进行多平台分发,深化内容触达。

短视频是最重要的流量窗口之一,公司建立了由多个 IP 号、品牌号组成的短视频宣传矩阵,打造新的营销阵地,通过增强内容传播的力度及观众触达效率,进一步扩大 IP 内容以及品牌影响力。截至报告期末,公司在抖音短视频平台共建立了 16 个短视频账号,总视频数量超 3000 个,总播放量超过 30 亿,总粉丝量 1400 多万;其中“铠甲勇士”粉丝 400 万,“萌鸡小队世界”170 万,贝肯熊、巴啦啦账号也有近 100 万粉丝。而作为出圈的优秀代表,“喜羊羊与灰太狼”全网粉丝数量已突破 1000 万,其中抖音账号粉丝 630 万,快手粉丝超 300 万,B 站粉丝超 60 万,微信微博等社交媒体账号粉丝数量超过 50 万。

5、主题乐园继续稳步扩张

上半年的疫情严重影响了室内乐园业务的日常经营和拓展节奏,行业遭遇危机的同时也带来了破局突围的机遇。公司把握行业中“危”与“机”的转换节点,与商业地产商保持紧密的战略合作,稳步扩张阵地,通过,在店铺选址、租金成本、资源支持等方面获得更有利条件,下半年开始,在杭州、西安、扬州、太原等地区开业 12 家新门店。截至报告期末,累计共有 27 家门店,已初步建立了“奥飞欢乐世界”在行业内的品牌知名度,能够在门店选址、资源支持等方面取得更有利条件。

通过不断开设门店和日常经营,团队积累了大量运营经验,并逐步优化门店经营模式,升级产品模型,从而有效降低开店成本,门店收入规模获得增长,新开业门店中优质店型的占比有明显提高,并出现了郑州瀚海店、杭州之江店、西安龙湖天街店等月销额突破百万元的门店。室内乐园业务的财务模型已经更趋于健康稳定,取得了阶段性成效。

6、落实中长期团队激励及业务规划

报告期内,公司建立了多维度的团队激励机制,针对高层核心管理团队以及中层专业管理人才、核心骨干,分别推行了合伙人计划以及股票期权激励计划。

基于规范和完善内部治理机制以及实现公司的管理突破,推动核心管理团队与公司长期成长价值绑定,实现从“经理人”向“合伙人”的思维转变等目的,公司落实了第一期管理团队合伙人计划,并完成了本次合伙人计划的股票购买。公司还实施了股票期权激励计划,目的在于通过有效的激励约束机制,吸引和留住专业管理人才及核心骨干,充分调动其积极性和创造性,有效提升团队的凝聚力,使各方共同关注公司发展战略和经营目标的实现。通过建立、落实健全有效的激励约束机制,能够进一步增加管理团队的凝聚力和主动性,有利于推动公司持续稳步发展,实现公司与员工的互利共赢。

为了加强贯彻实施公司整体发展战略,进一步巩固和提升竞争优势,公司在上半年推行了非公开发行股票事项,募集资金将主要用于扩大玩具衍生品及婴童用品供应链产能、加快儿童业态主题乐园的布局,以及搭建能够支撑公司一体化运营管理的完整信息交互体系。本次非公开发行事项已经获得证监会书面核准文件,公司正在积极有序的推进股票发行的相关工作。

四、2021 年公司发展战略及计划

(一)2020 年公司发展战略

1、坚持“IP+产业”的商业模式,做深做精儿童领域,持续发力年轻人业务,夯实 IP 运营+产业的商业模式,促进产业与内容良性循环发展,坚持内容为王,精品化、数字化、国际化的“1+3”发展战略,构建以 IP 为核心的动漫文化产业生态。

2、通过聘任动漫内容相关行业专家、智库人员为公司未来新的动漫内容创作添光溢彩,以实现优质动漫 IP 的长生命力运营,促进动漫产业创新融合高质量的发展。

3、定位为产品公司,贯彻以“产业为本,IP 赋能”的产品开发理念,聚焦五大核心品类,在内容品类、玩具品类、母婴品类、授权品类和主题乐园品类等细分领域中建立核心竞争优势。

4、巩固多年来积累的 KA 渠道、流通渠道等面向 B 端的销售渠道体系,同时要坚定拓展 C 端业务模式,通过主题乐园、短视频营销、直播带货、电商业务等线下线上方式,加快建立 To C 端的运营模式。

公司致力于成为全球领先的娱乐产业集团,坚守“让快乐与梦想无处不在”的理念,发展有特色的动 漫文化事业,传承、发扬中国民族文化,增强中华文化的国际影响力。

(二)2021 年公司经营计划

1、内容产品品类

公司将贯彻以 IP 为核心的战略,持续投入精品 IP 内容创作。一方面要做好既有 IP 的续集内容创作与品牌运营,今年计划推出《超级飞侠 10》、《超级飞侠 11》、《贝肯熊 6》、《羊村守护者 4》、《羊羊趣冒险 2》多部全新动画内容,同时在英雄类型和女孩类型的内容里面需求突破口,“巴啦啦小魔仙”、“铠甲勇士”等 IP 除了动画剧集以外,还将通过短视频账号运营、虚拟偶像直播等方式,增加粉丝粘性,提高 IP 热度和影响力;另一方面要继续孵化优质 IP,加快相关项目的制作进度,计划在明后两年内推出 1 到 2 个全新动漫 IP。

儿童动画电影是公司的重点业务方向之一,《贝肯熊 2:金牌特工》大电影和《萌鸡小队》大电影计划在下半年上映,同时《超级飞侠》动画大电影、《喜羊羊与灰太狼 8》大电影以及《镇魂街》、《十万个冷笑话》、《尚善》、《雏蜂》等 K12 以上 IP 的多部动画电影项目也在筹备制作当中。公司将在动画电影方面持续发力,围绕头部 IP 开发电影项目,计划每年上映一到两部动画电影,保持稳定的品牌热度,进一步加强用户对 IP 的喜爱度和认知度。

2、玩具产品品类

潮玩手办业务是公司今年最核心的项目,公司将聚集资源围绕头部 IP 为主的多品类潮玩进行深度开发,争取在游戏 IP 细分领域建立竞争优势。同时以产品力为核心,进一步覆盖线上线下渠道,精准覆盖核心用户群体。

(1)聚焦国内头部手游和动漫类 IP,辅以公司自有 IP,构建潮玩品类 IP 矩阵。除了“阴阳师”“狐妖小红娘”“Sank Toys(藏克潮玩)”“星际熊”等 IP 以外,公司将继续推进获取更多其他同类知名 IP 的授权合作,并且同步研发奥飞 Q 宠、喜羊羊、镇魂街、贝肯熊等自有 IP 的盲盒系列产品。

(2)围绕头部 IP 进行多品类的深度开发。当前主打产品有叠叠乐和 Q 版人偶盲盒两大类,接下来将陆续推出不倒翁系列、可变场景盲盒、景品手办等更多类型的产品。当前公司项目储备充足,推出新品的节奏会更紧密,例如阴阳师系列每个季度会有 5 个左右的产品系列迭代,公司的“奥飞 Q 宠”和“喜羊羊与灰太狼”系列潮玩产品预计将在第二季度开售。

(3)打通线上线下渠道,精准覆盖用户群体。公司将以线下渠道为主,重点开拓连锁潮玩、社区超市、百货店、便利店等渠道,进一步提高名创优品、伶俐、三福、KK 集团、7-11、全家等连锁系统的覆盖渗透率;线上渠道紧盯年轻人聚集的线上平台社区,以品牌营销为助力,提高产品曝光率与转化率,实现品效合一。

K12 玩具业务主要聚焦于动漫 IP 玩具和品类玩具两大核心盘。公司于 2021 年 3 月份举办了春夏新品发布会,重点推动今年的动漫 IP 玩具项目,其中“超级飞侠”项目将带来超级宠物变形合体套装、爆款产品“超级基地大闯关”第二代升级版、合家欢桌游产品“火箭加油站”以及“超级飞侠去哪儿”世界名胜系列盲盒等一系列创新玩法的产品;“巨神战击队”项目将结合《轨道先锋》下半年的播片,计划推出 Q 萌合体战击王、巨神先锋变召唤器套装、巨神先锋终极武器玩具等数款新品;“巴啦啦小魔仙”将推出多个场景积木产品以及新款盲盒产品“巴啦啦梦幻旅行包”。品类玩具项目将推出恰恰特快车场景轨道套装、航天文创积木套装、第二代积木桌以及酷变车队升级系列产品等。

3、母婴产品品类

婴童业务将贯彻落实“大母婴”战略,实施双品牌联合发展并各有侧重,发挥各自品类优势在区域市场中形成互补,其中“babytrend”在海外定位为综合母婴品牌,国内定位为专业婴童出行品牌,“澳贝”在国内定位大母婴品牌,海外定位为专业婴童玩具品牌。

“babytrend”将保持在专业基础上的稳步拓展,一方面深耕婴儿推车、安全座椅、婴儿游戏床、高餐椅和学步车等五大现有核心品类,加快产品创新研发,同时向大母婴品类延伸,拓展婴童玩具、哺育用品、婴童家具等新品类;另一方面加强研产销各环节能力,并顺应美国电商业务快速发展的趋势,加大线上业务投入,增加数字营销和网络销售商促销活动,发展 babytrend.com 网站 To C 业务等,保持线上业务增长。

“澳贝”在 2021 年年初正式从婴童玩具品牌升级为澳贝母婴,在产品品类矩阵、品牌形象定位和颜值体验上进行全面的提升,搭建益智早教、室内游乐、餐喂用品、洗护用品、纸品等多个母婴场景,通过棉柔巾等高频复购的流量品类逐步向低频低复购的耐用品品类导流,实现流量闭环。澳贝母婴今年将推出原创益智玩具新品:字母认知火箭、益智动脑 STEM 板和开锁板、声光安抚甜睡考拉、电动安抚摇椅、乳胶垫健身架等多款新品,全方位推进高颜值高品质的大母婴品牌升级,为母婴人群提供一站式满足的产品和服务方案。

4、主题乐园产品品类

“奥飞欢乐世界”主题乐园是线下 To C 端业务的重要阵地,公司将稳步拓展,今年预计将新开近 20 家门店,覆盖上海、成都、南京、武汉等地区;同时注重升级门店产品模型,继续完善营运体系,提升门店质量,打造更健康、更有生命力的商业模式。

此外,公司还将布局开发次级品牌“奥玩奥乐”迷你乐园,产品定位为全场景 IP 及智慧值守的共享儿童乐园,包括淘气堡区、电玩区、益智区、零售区等四大功能区,实行一日一卡一次消费的全场畅玩模式,为商业中心和消费者带来创新性的社区型儿童乐园场景化 IP 升级与游玩模式变革,能作为“奥飞欢乐世界”卫星店,覆盖更广的市场区域和社区人群。迷你乐园面积主要集中在 100 平米到 600 平米之间,投资风险更小,回收周期短,可快速复制开店。公司将加快迷你乐园开店速度,在数量上迅速形成突破,预计在年内将拓展 70 家以上。

5、授权产品品类

授权业务在 2021 年将主要在食品、日化和服饰等核心品类中深挖儿童消费品客户的合作需求,并加强与电商平台的沟通合作,重点关注国内电商新兴品牌,开拓品类旗舰店、社交媒体渠道等新兴渠道。同时探索面向年轻人市场的授权业务模式,建立项目合伙孵化机制,通过和第三方联手开发文创、国潮图库和相关产品合作,以及创办工作室专攻潮流衍生品授权业务。

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二一年四月二十七日

证券代码:002292 证券简称:奥飞娱乐 公告编号:2021-016

奥飞娱乐股份有限公司 关于 2020 年拟不进行利润分配的专项说明

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司(以下简称“公司”或“奥飞娱乐”)于 2021 年 4 月 23 日召开了第五届董事会第十七次会议和第五届监事会第十八次会议,审议通过了《2020 年度利润分配预案的议案》,本议案尚需提交公司 2020 年度股东大会审议,现将相关情况公告如下:

一、公司 2020 年度利润分配预案

经华兴会计师事务所(特殊普通合伙)的审计,公司 2020 年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润-450,288,851.86 元,本年度未分配利润数为-178,295,450.42 元。

结合公司 2020 年度经营情况及 2021 年经营预算情况,公司拟定 2020 年度利润分配预案为:不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

二、关于 2020 年度不进行利润分配的原因说明

根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等有关规定、《公司章程》以及《未来三年股东回报规划(2018 年-2020 年)》等相关规定,鉴于公司 2020 年度亏损,且未分配利润为负值,不满足公司实施现金分红的条件,同时考虑到全球新冠肺炎疫情影响下公司未来一段时期内的生产经营状况和公司中长期发展规划和短期生产经营实际,结合宏观经济环境、行业运行态势以及公司资金需求,为保障公司现金流的稳定性和长远发展,增强抵御风险的能力,实现公司持续、稳定、健康发展,更好地维护全体股东的长远利益,公司 2020 年度不进行利润分配。

三、公司未分配利润的用途及使用计划

公司未分配利润将主要用于支持公司各项业务的经营发展及流动资金需求,满足公司日常经营需要,保障公司正常生产经营和稳定发展。

四、董事会意见

鉴于公司不满足实施分红的条件,且考虑到新冠肺炎疫情、国际经济贸易形势对未来一段时期内生产经营状况的影响,为了提高公司财务的稳健性,保障生产经营的正常运行,公司制定了本次利润分配预案,不存在损害公司股东,特别是中小股东利益的情形。相关审议程序符合有关法律、法规和《公司章程》的规定,我们同意公司 2020 年度利润分配预案,并同意将该议案提交公司 2020 年年度股东大会审议。

五、独立董事意见

公司独立董事认为:公司 2020 年度利润分配预案综合考虑了公司当前实际情况以及中长期经营发展需要,有利于保障公司生产经营的正常运行,实现公司持续、稳定、健康发展,更好地维护全体股东的长远利益,符合中国证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》、《公司章程》及公司《未来三年股东回报规划(2018 年-2020 年)》的规定,同意《2020 年度利润分配预案》提交公司股东大会审议。

六、监事会意见

经审议,监事会认为:公司提出的《2020 年度利润分配预案》符合相关法律法规以及《公司章程》等规章制度的规定,具备合法性、合规性、合理性,符合公司的实际情况。监事会同意该利润分配预案,并同意将该预案提交股东大会审议。

特此公告
奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二一年四月二十七日

证券代码:002292 证券简称:奥飞娱乐 公告编号:2021-019

奥飞娱乐股份有限公司关于调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司(以下简称“公司”或“奥飞娱乐”)于 2021 年 4 月 23 日召开第五届董事会第十七次会议和第五届监事会第十八次会议,审议通过了《关于调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的议案》,本事项经董事会和监事会审议通过后,尚需提交公司 2020 年度股东大会审议。本次议案不构成关联交易,不需要经过相关政府部门审批。现将相关事项公告如下:

一、募集资金基本情况

根据中国证券监督管理委员会《关于核准奥飞娱乐股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可【2017】1365 号)的核准和相关规定的要求,公司已经完成非公开发行募集资金相关工作,新增股份已于 2018 年 1 月 17 日在深圳证券交易所上市。

公司募集资金总额为人民币 699,999,971.64 元,扣除各项发行费用 21,154,149.50 元(含税)后,实际募集资金净额为人民币 678,845,822.14 元。广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)为本次非公募集资金到账出具了“广会验字[2018]G17037900016 号”《奥飞娱乐股份有限公司验资报告》。

二、原募投项目计划和实际投资情况

2018 年 1 月 24 日公司召开第四届董事会第二十次会议和第四届监事会第十三次会议审议通过了《关于调整非公开募投项目的募集资金投入金额的议案》,公司根据实际募集金额调整了原募投项目投入金额,详见公司于 2018 年 1 月 26 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、证券时报和中国证券报的《关于调整非公开募投项目的募集资金投入金额的公告》(公告编号:2018-009)。

2018 年 12 月 24 日公司召开第四届董事会第三十次会议和第四届监事会第二十次会议审核、2019 年 2 月 18 日公司召开 2019 年第一次临时股东大会审批通过了《关于调整募集资金投资计划及实施方式的议案》,同意公司根据实际经营情况调整相关募集资金投资计划,详见公司于 2018 年 12 月 25 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、证券时报和中国证券报的《关于调整募集资金投资计划及实施方式的公告》(公告编号:2018-119)。

2019 年 7 月 4 日公司召开第四届董事会第三十三次会议和第四届监事会第二十三次会议审核、2019 年 7 月 31 日公司召开 2019 年第二次临时股东大会审议通过了《关于调整募集资金投资计划及实施方式和募投项目实施方式的议案》,同意公司根据募投项目拟投入比例和各项目当前具体情况调整各募投项目的募集资金具体投入金额,详见公司于 2019 年 7 月 6 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、证券时报和中国证券报的《关于调整募集资金投资计划及实施方式和募投项目实施方式的公告》(公告编号:2019-053)。

2020 年 3 月 24 日公司召开第五届董事会第七次会议和第五届监事会第七次会议审核、2020 年 4 月 21 日公司召开 2020 年第一次临时股东大会审批通过了《关于调整募集资金投资计划及实施方式的议案》,同意公司根据实际经营情况调整相关募集资金投资计划。详见公司于 2020 年 3 月 26 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》、《证券日报》、《上海证券报》、《证券日报》、《上海证券报》的《关于调整募集资金投资计划及实施方式的公告》(公告编号:2020-014)。

2020 年 4 月 27 日公司召开第五届董事会第九次会议和第五届监事会第十次会议审核、2020 年 5 月 29 日公司召开 2020 年第二次临时股东大会审批通过了《关于调整 2018 年非公开发行股票募集资金项目投资规模和投资进度的议案》,同意公司调整相关募投项目的投资规模和投资进度。详见公司于 2020 年 4 月 29 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》、《证券日报》、《上海证券报》的《关于调整 2018 年非公开发行股票募集资金项目投资规模和投资进度的公告》(公告编号:2020-044)。

2020 年 8 月 26 日公司召开第五届董事会第十三次会议和第五届监事会第十四次会议审批通过了《关于将部分募投子项目节余募集资金用于其他募投子项目的议案》,同意公司根据实际经营情况调整相关募集资金投资计划。详见公司于 2020 年 8 月 28 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》、《证券日报》、《上海证券报》的《关于将部分募投子项目节余募集资金用于其他募投子项目的公告》(公告编号:2020-087)。

2020 年 11 月 24 日公司召开第五届董事会第十五次会议和第五届监事会第十六次会议审议通过、2020 年 12 月 15 日召开 2020 年第四次临时股东大会审批通过了《关于调整募集资金投资计划的议案》,同意公司根据实际经营情况调整相关募集资金投资计划。详见公司于 2020 年 11 月 26 日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)、《证券时报》、《中国证券报》、《证券日报》、《上海证券报》的《关于调整募集资金投资计划的公告》(公告编号:2020-103)。

截止至 2021 年 3 月 31 日,公司实际募投资金使用情况具体如下(下表中的金额未含募集资金账户利息净收益):

单位:万元

序号	项目名称	调整后的项目投资总额及募集资金投入金额	实际已使用金额	未使用金额
1	IP 资源建设项目	44,602.70	31,518.75	13,083.95
2	IP 管理运营体系建设项目	5,281.88	5,270.99	10.89
3	补充流动资金	18,000.00	18,000.00	–
合计		67,884.58	54,789.74	13,094.84

公司募集资金账户实际入账 681,126,037.35 元(与募集资金净额差异 2,280,215.21 元为未置换的部分发行费用),募集资金账户利息净收益 14,423,958.91 元,公司直接投入项目运用的募集资金 367,897,441.94 元,补充流动资金 180,000,000.00 元,累计暂时性补充流动资金已使用募集资金 885,000,000.00 元,累计偿还暂时性补充流动资金 755,000,000.00 元,公司募集资金应存余额为 15,372,339.11 元,与募集资金专户中的期末资金余额相差 300 元(因公司调入自有资金支付相关手续费费用剩余金额所致)。

三、本次调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的原因及具体内容

(一)相关原因

公司坚持“以 IP 为核心”,全面推行“精品化、数字化、国际化”经营策略,持续创作精品 IP 及开发多元化内容,深化“IP+”多产业、多业态融合,强化 IP 变现能力。

本次募集资金主要用于 IP 资源建设项目和 IP 管理运营体系建设项目,其中 IP 资源建设项目旨在通过将公司旗下精品 IP 进行多方位、多角度、多轮次立体开发相关文化内容衍生品来提升和放大 IP 的品牌价值,达到打造精品 IP 矩阵的目的,而 IP 管理运营体系建设项目旨在以 IP 内容为核心,通过互联网化及大数据平台的搭建来构建 IP 管理运营体系,提高内容的传播能力、影响力和变现能力,为公司建设用户平台,提高奥飞娱乐品牌知名度,夯实竞争优势,最终为实现“IP+”多产业、多业态的融合及强化 IP 变现能力打下坚实的基础。

由于 IP 资源建设项目中的券投子项目《镇魂街 2》原为版权剧模式,公司为主要投资方,存在开发周期较长、投资总预算体量较大等情况。现公司基于加快提升 IP 影响力、充分发挥 IP 商业价值以及提高公司项目周转效率等目的,拟引入第三方平台投资,将《镇魂街 2》改为平台自制剧模式,故调减公司原计划投资于该项目的部分募集资金共计 3127.13 万元。公司相应享有项目商业化权益收益的分配权,该模式有利于平台方利用其丰富的资源及优势更好地推进剧集制作,发挥平台对项目的全流程赋能。此外,IP 资源建设项目的部分券投子项目已完结并存在节余募集资金共计 664.26 万元。

公司管理层经过深入研讨,决定在 2020 年第四次临时股东大会审议通过的《关于调整募集资金投资计划的议案》的基础上,将上述节余募集资金中的 661.73 万元用于 IP 资源建设项目中 K12 领域的其他券投子项目;将上述节余募集资金中的 2.53 万元以及调减的募集资金共计 3,129.66 万元用于永久补充流动资金。

(二)具体内容

本次调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的具体情况如下:

单位:万元

项目分类	项目投资总额及募集资金投入金额	调减金额	调增金额	本次调整后募集资金投入金额
IP 资源建设项目	44,602.70	共调减 3,791.39 万元,具体为《超级飞侠 9》、《萌鸡小队 3》、《喜羊羊 3D 智趣第一季》、《镇魂街 2》4 个项目。	共调增 661.73 万元并将资金用于《超级飞侠 10》项目。	41,473.04
IP 管理运营体系建设项目	5,281.88	0	0	5,281.88
补充流动资金	18,000.00	0	调增 3,129.66 万元	21,129.66
合计	67,884.58	-3,791.39	3,791.39	67,884.58

(三)项目可行性分析

公司自募集资金到账以来,项目的可行性没有发生重大变化,主要表现在以下两方面:

1、多元化的 IP 创作与开发机制奠定本项目实施基础

在“全民互联”和年轻化消费趋势下,娱乐文化消费产品市场的竞争愈加趋向 IP 化,是否具有充足的 IP 资源储备及源源不断的 IP 创作动力在较大程度上决定一个企业的市场竞争力。自 2006 年推出首部原创动漫影视作品《火力少年王 1》以来,公司践行原创 IP 战略近 14 年,现已形成涵盖“科幻、魔幻、家庭、英雄”等系列的 IP 矩阵,类型包括动画片、漫画、电影、游戏、真人剧、网络剧等。喜羊羊与灰太狼、巴啦啦小魔仙、超级飞侠、萌鸡小队、贝肯熊等一系列优质 IP 已具备一定的市场号召力,成为公司的核心战略资源。

其次,公司现旗下拥有包括原创动力、奥飞文化传播等 IP 创作主体,是强化公司核心 IP 资源内部造血能力的基础,是公司得以打造精品 IP 的核心保证。在未来,公司将不断丰富 IP 矩阵,增强以 IP 为核心的内容生态竞争力。

2、多样化的 IP 内容文化产品开发经验是项目实施的重要保障

在“以 IP 为核心”、“精品化、数字化、国际化”经营策略发展思路下,公司依托旗下多个工作室形成原创 IP 资源储备池,通过 IP 运营提升其精品化程度,并利用旗下嘉佳卡通等覆盖广泛的媒体网络平台以及外部强势新媒体合作伙伴作为流量通路,放大原创 IP 在全年龄段受众群中的影响力,然后借助包括影视、游戏、电视剧、网络剧、动漫等互娱产业产品的联动开发实现原创 IP 核心价值变现,进一步提升 IP 影响力。目前,公司 IP 资源已实现在玩具、电影、动漫、动画片、游戏、电视剧、网络剧等多文化娱乐产业领域进行流转。其中,以《巴啦啦小魔仙》和《喜羊羊与灰太狼》为代表的公司部分精品 IP 已形成真人剧、动画片、大电影、漫画出版、玩具衍生品、电视剧、网络剧等全产业链运营架构。

经过多年来的发展经营,公司在以 IP 为核心的娱乐文化产品的联动开发方面已经积累了丰富的资源和宝贵的经验。在未来的发展中,公司有能力、有条件借助现有的和正在扩充的 IP 资源和媒体平台去创作更多的文化内容产品,增强 IP 的变现能力,从而提升 IP 的价值。

(四)项目经济效益分析

此次调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金符合公司战略规划安排,有利于公司募投项目更好地实施从而提高资金使用效率,有利于公司统筹安排资源从而促进公司的长远发展。

四、独立董事意见

经核查,公司调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金,是基于实际情况等进行综合分析后而作出的审慎决策,没有改变募投项目的项目实施主体,符合募集资金使用计划,不存在变相改变募集资金投向和损害公司及其他全体股东特别是中小股东利益的情况。此次变更符合公司战略规划安排,有利于公司募投项目更好地实施并提高资金使用效率,通过借助平台方的资源和优势对项目进行全流程赋能,能够更好地推进项目运营,从而加快提升 IP 影响力,充分发挥 IP 商业价值,符合公司及全体股东的利益。因此,我们同意此议案,并将该议案提交公司股东大会审议。

五、监事会意见

监事会经审核认为:本次关于调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金是公司基于实际情况等进行综合分析后而作出的审慎决策,有利于更加合理、有效地使用募集资金,符合公司及全体股东的利益,不存在损害公司及其他全体股东特别是中小股东利益的情况。本次事项的内容及程序符合《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引(2020 年修订)》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等相关法律、法规及规范性文件的相关规定,符合公司《募集资金使用管理制度》的有关规定。因此,监事会同意此议案,并将该议案提交公司股东大会审议。

六、保荐机构意见

经核查,保荐机构认为:

奥飞娱乐本次调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的事项,经公司董事会、监事会审议通过,独立董事明确发表同意意见,尚需提交股东大会审议,履行了必要的决策程序。本次调整募集资金投资计划符合《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所股票上市规则》及《深圳证券交易所上市公司规范运作指引(2020 年修订)》等有关法律法规和规范性文件的规定,不影响募集资金投资项目的正常实施,不存在变相改变募集资金投向和损害股东利益的情形。保荐机构将对调整募集资金投资计划后的募集资金使用情况继续履行持续督导义务,督促公司履行相关决策程序和信息披露义务。

保荐机构对公司调整募集资金投资计划的事项无异议。

七、备查文件

1、第五届董事会第十七次会议决议;

2、第五届监事会第十八次会议决议;

3、独立董事关于公司第五届董事会第十七次会议相关事项的独立意见;

4、东方证券承销保荐有限公司《关于奥飞娱乐股份有限公司调整募集资金投资计划、变更部分募投项目实施方式及将部分募集资金永久补充流动资金的核查意见》。

特此公告
奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二一年四月二十七日

证券代码:002292 证券简称:奥飞娱乐 公告编号:2021-020

奥飞娱乐股份有限公司 关于会计政策变更的公告

本公司董事会及全体董事保证信息披露的内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司(以下简称“奥飞娱乐”或“公司”)于 2021 年 4 月 23 日召开第五届董事会第十七次会议、第五届监事会第十八次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》。本次会计政策变更无需提交股东大会审议。具体如下:

一、概述

1、会计的政策变更原因

2018 年 12 月 7 日,财政部修订并发布了《企业会计准则第 21 号——租赁》(以下统称新租赁准则),要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业,自 2019 年 1 月 1 日起施行;其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。

根据上述文件要求,公司需对原采用的相关会计政策进行相应变更。

2、变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前,公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》及其各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。

3、变更后采用的会计政策

本次会计政策变更后,公司将执行财政部于 2018 年修订并发布的《企业会计准则第 21 号——租赁》。其他未变更部分,仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

4、变更日期

公司根据财政部上述相关准则及通知规定,作为境内上市企业,自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。

二、本次会计政策变更对公司的影响

(一)新租赁准则变更的主要内容

1、新租赁准则下,除短期租赁和低价值资产租赁外,承租人将不再区分融资租赁和经营租赁,所有租赁将采用相同的会计处