 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@gdalpha.com

联系电话：
020-38983278 分机号 1102

2017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

创新 极致

乐观 分享

报告说明

Report Description

报告时间范围

2017年1月1日至2017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。

2017年度奥飞娱乐企业社会责任报告

01 关于奥飞

- 文化历史
- 战略规划
- 企业荣誉

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 公共关系和社会公益事业

- 对外交流
- 形象大使
- 公益事业

07 精准扶贫工作

08 计划及展望



01

关于奥飞

Y24

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



战略

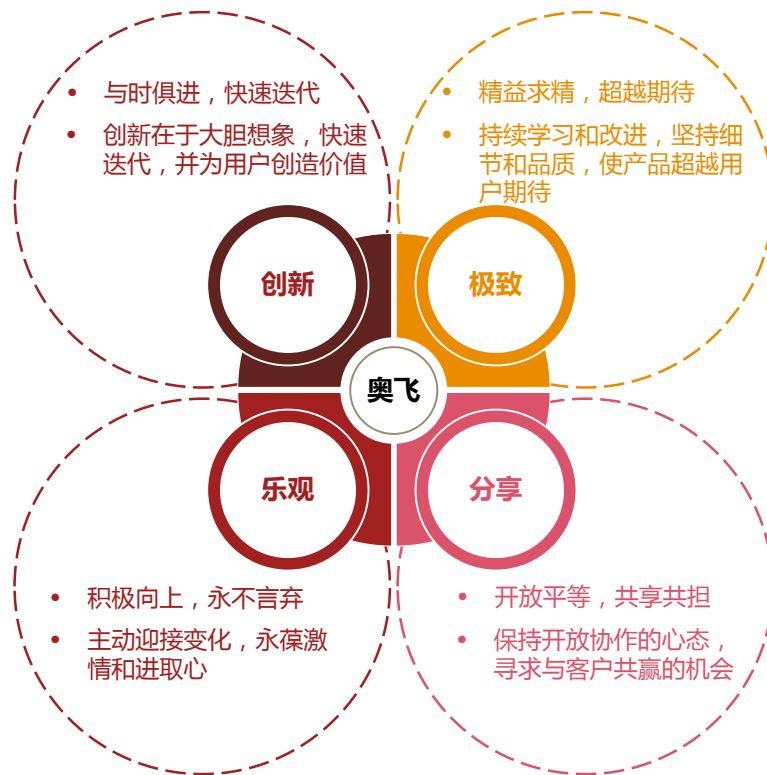
• 打造国内领先的IP+全产业链运营平台

经过20多年的发展，奥飞目前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、实景娱乐等业务的IP+全产业链运营平台。公司秉承开放的心态，在内容制作、形象授权、产品研发、科技等领域建立了优质的合作伙伴阵容，采取股权、项目、业务等合作方式驱动跨界融合，进一步夯实公司IP+全产业链运营核心竞争优势。

未来将围绕“内容为王”、“数字化”、“国际化”和“科技化”的发展战略，以“聚焦、协同、务实、结果”为导向，进一步强化精品IP阵容，不断巩固和增强产业链壁垒。



价值观



企业荣誉

1、公司治理

南粤匠心企业



2、创新潜力

奥飞娱乐开发工程部的女孩
与婴童产品研发小组

“全国工人先锋号”



3、IP 荣誉

“2017年中国商标金奖—商标运用奖”

国家工商总局和世界知识产权组织



超级飞侠

2017 LIMA年度亚洲授权项目



2017CLE人气IP奖项



中国二次元指数--奥飞娱乐荣获

十佳内容生产及运营机构

超级飞侠、镇魂街

十佳动画作品



金龙奖--超级飞侠

最佳动漫品牌奖

《大卫贝肯之倒霉特工熊》

最佳动画电影奖银奖



玉猴奖--超级飞侠、喜羊羊与灰太狼

2017年度最具商业价值十大动漫IP

广州奥飞动漫品牌管理有限公司

2017年度十佳授权团队



超级飞侠、喜羊羊与灰太狼

年度中国IP

年度人物形象/电影/电视/娱乐授权
IP”和“年度主题性娱乐体验项目



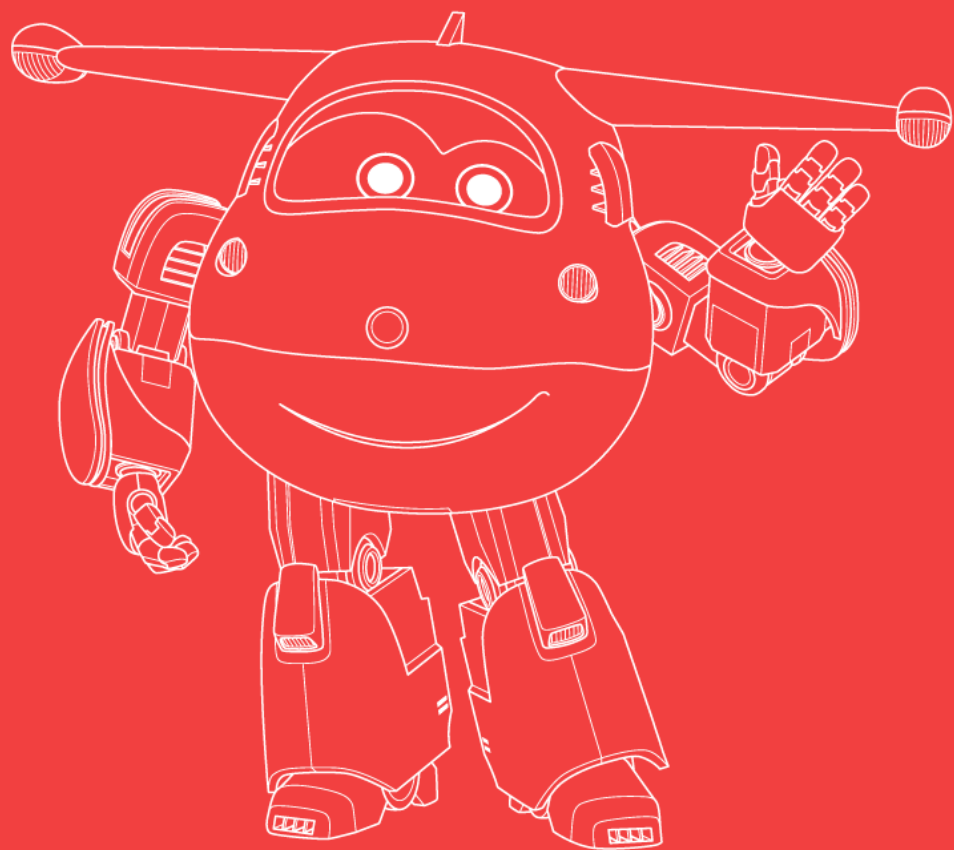
超级飞侠获 2017动感金羊最佳动漫
角色、超级飞侠

2017 广东省五个一工程优秀作品奖

喜羊羊与灰太狼

广东2017年度社会主义核心价值观
动画短片创作活动三等奖





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，2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。

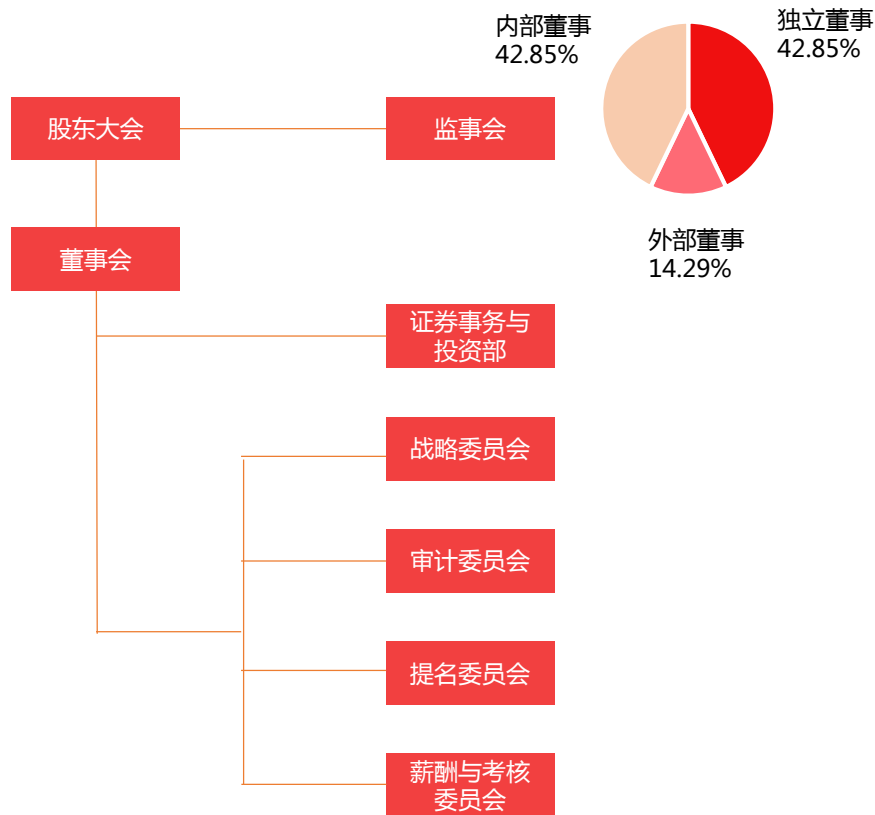
报告期内，公司积极响应广东证监局的号召，参加了主题为“公平在身边，沟通铸共赢”的2017广东上市公司投资者关系管理月活动，并组织高管参加了“投资者网上集体接待日”活动，加强了与投资者之间沟通交流，促进了和谐投资者关系的构建。

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（2015年-2017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%。

报告期内，公司于2017年6月13日实施完成了2016年度权益分派，利润分配方案为：以公司总股本 1,307,889,679股为基数，向全体股东每10股派0.4元人民币现金（含税）。

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
2017年	0	90,129,598.10	0%
2016年	52,315,587.16	498,444,367.91	10.50%
2015年	52,357,533.56	489,039,975.91	10.71%

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。

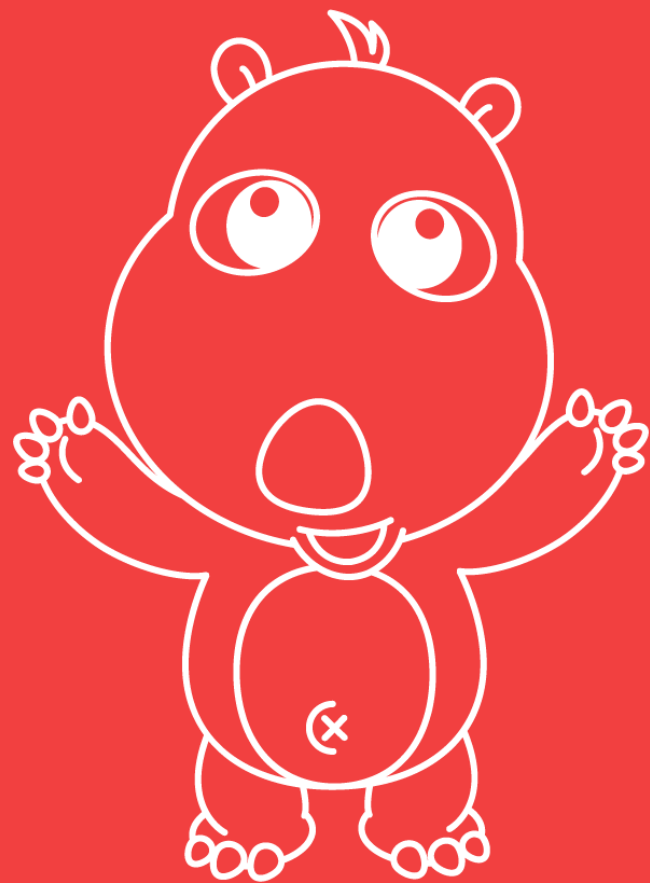
2、线下交流情况

2017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2017年上传深交所系统的调研记录表共10份，包含52家次，共775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2017年参加了75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，并实行带薪休年假等福利，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、人文关怀

离职关怀-公仔灰太狼

为每一位离职同事赠送灰飞文化衫，可以让部门同事在文化衫上签名以留作纪念。



转正关怀-文化衫

为每一位转正同事赠送灰飞相关纪念衫。



入职周年关怀

- 入职满一周的同事可以在线上收到入职贺卡，同时获得一只萌飞IP公仔及一周单人豪华晚餐。
- 入职满五周年的同事将获得一枚灰飞纪念银币。



入职关怀-笔记本

入职培训上为每一位同事赠送灰飞IP相关小贴纸。



4、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	“基于业绩提升的绩效管理”系列项目	配合集团绩效工作转型，提升了中高层绩效管理的过程管理意识及管理能力和为打造高绩效团队创造了优化的条件

分类	对象	课题	目的
专项训练项目	中高层管理干部团队	“高绩效在行动”之团队凝聚力建设工作坊	组织开展两轮轮训，围绕“克服团队协作五障碍”展开学习，旨在提升各业务团队及职能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。
学习平台优化	全体员工	微课项目“纵横职场”	聘请各领域领先人物，与“魅力领导”，让员工在碎片化的时间里能找到知识网络的触点，建立自己的知识体系并不断更新迭代，提升个人的专业能力

人才培养

2、人才引荐

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年进一步完善优化，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，半年度及年度都会对绩优员工进行评选和奖励。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，并根据《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。为有效激励各级员工，公司推出了增量激励政策，鼓励各单位做出更好经营成果，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。2017年共组织线上招标206场，参与过线上招投标供应商数量96家，占总供应商比例38.7%，投标报价次数941次。

品质改善方法输出,与供应商共享、共赢：2017年共组织技术输出到供应商处辅导培训:138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；2017年共邀请供应商到奥飞学习12场；组织所有供应商环保专项培训3场;共辅导50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，努力营造公平、健康的商业环境，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。



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、QC080000:2012 IECQ HSPM建立的质量管理体系在2017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。

2017年客户满意度为92.35%，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

3、废物排放

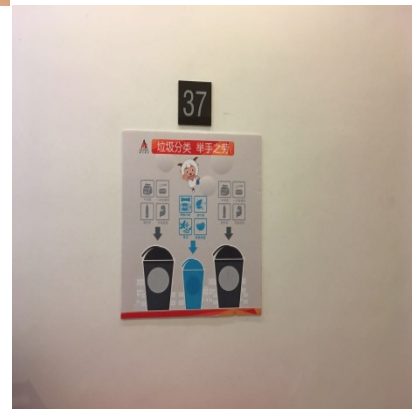
公司采取相应的污染防治措施，设施落实到位，对废水、废气、固体废物及噪声等污染物的产生、控制均符合相关法律、法规要求，遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》相关规定条款，遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》、《广东省环境保护条例》，对公司产生的所有固体废物进行分类标识、分类处理并集中处置，危险废物交由专业机构进行回收处理，尽可能的做到不重复污染环境情况下，进行二次利用。



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。

4、废物回收

公司对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

公共关系和社会公益事业

对外交流

2017年3月，“2017中国广州国际投资年会”在白云国际会议中心拉开帷幕。展会期间，广东省委副书记、广州市委书记任学锋，广州市市长温国辉参观了奥飞文创互动科技展区。任书记十分关心广州本土文创科技产业发展情况，在体验了解奥飞展区相关产品后，寄语奥飞继续发挥龙头作用，通过创新驱动引领产业发展。



2017年4月，广东省文化厅党组书记汪一洋一行莅临奥飞娱乐调研考察，详细了解了奥飞20多年的发展历程，以IP为核心的泛娱乐生态布局。奥飞娱乐总裁蔡晓东以超级飞侠、喜羊羊两个精品IP为例，重点介绍了奥飞打造精品IP内容的核心体系，以及多元产业协同发展取得的成绩。汪书记寄语奥飞，继续发挥龙头带动作用，多出精品力作，实践创新发展，领跑中国文化产业升级之路。

2017年4月，由中宣部组织率领的人民日报、新华社、中央电视台、解放军报、光明日报、经济日报、中央人民广播电台等16家中央媒体，以及北京、广东主要财经、综合媒体共50余名记者组成的采访团莅汕。围绕在“一带一路”中走出去发挥影响力的主题，采访团重点了解奥飞三次转型升级后打造的泛娱乐全产业链平台，多元产业“引进来、走出去”的国际化布局，以及中国企业的全球化经验。



形象大使

2017年6月26日是第30个国际禁毒日。面对严峻的禁毒形势，广州市聘请了“全民动漫明星”喜羊羊为“广州市禁毒宣传形象大使”，助力禁毒宣传工作。喜羊羊与广州市禁毒委通力合作，重拳出击，发布最新的喜羊羊系列禁毒公益广告片，告诫大家尤其是青少年警惕善于伪装的新型合成毒品，加强对合成毒品的辨识能力，向全社会发出“毒品毒品快走开，我要青春无伤害”的宣言。



2017年在全新的禁毒形势下，喜羊羊为禁毒工作作出的努力更上一层楼。除了发布喜羊羊系列禁毒公益广告片外，6月喜羊羊禁毒漫画助力“广州禁毒专列”。“挑战新鲜事，毒品绝不试”——喜羊羊继续发出着振聋发聩呼喊声，呼吁大家抵制毒品，尤其注意层层伪装之下合成毒品。

公益事业

2017年5月28日，2017新快报“喜羊羊携手城乡儿童互助行”来到了广州市增城派潭镇七镜村。带领来自广州市区的15个家庭和当地的留守儿童在当地的幸福书屋里，一起提前庆祝端午和六一双节。喜羊羊作为羊村的代表向当地的公益书屋捐赠了图书，让七镜村的小朋友可以在课余时间阅读自己喜爱的书籍。



2017年12月1日，公司向林芝广东实验学校捐赠的玩具一批共2960套，价值27.16万元。





07

精准扶贫工作

- 巴啦啦小魔仙圆梦中国最美孝心少年
奥飞娱乐“IP+公益”走进贵州

奥飞公益团队来到了2017全国“十佳最美孝心少年”——贵州女孩王安娜的学校。巴啦啦小魔仙给孩子们带来了别样的惊喜，同时奥飞集团向学校捐赠了近2000份玩具、文具及体育用品。



今年6岁的王安娜是遵义汇川区芝麻镇竹元村小学学前班的学生。小安娜的父亲入狱、母亲离家出走，她独自在大山中照顾有腿疾的奶奶和92岁的曾祖母。安娜入选了央视“2017中国最美孝心少年”，在采访中她提到“要当一名巴啦啦小魔仙，这样就可以帮奶奶把家务活都做好了”，她的精神和心愿令无数国人动容。



- 奥飞整合资源创新开启“IP+公益”
呼吁物质、精神层面关怀支持

一直以来，奥飞始终坚信“百年大计，教育为本”，积极开展各类儿童、青少年的社会公益活动。去年来，为响应广东省共青团“爱心总动员，青春奔小康”以及“广东省扶贫济困日”的号召，奥飞集团向广东省青少年发展基金会、汕头市澄海区慈善总会捐赠了200万元。

奥飞旗下的国民动漫品牌“喜羊羊与灰太狼”，也通过舞台剧下乡、搭建“喜羊羊爱心书屋”等方式，身体力行地参与公益事业，为小朋友们带去更多的快乐和温暖。公司还成立了奥飞爱心救助慈善基金会，重点关注包括留守儿童、流浪儿童在内的弱势群体。



2017年，公司秉承“内容为王、互联网化、国际化、科技化”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。

2018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