



2022年度奥飞娱乐企业社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report 2022

报告说明

时间范围

2022年1月1日至2022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2022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。

CONTENT

目录

- 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 31-34
- ⑤ 开放共赢 P 35-40
- ⑥ 以人为本 P 41-46
- ⑦ 党建引领 P 47-50
- ⑧ 热心公益 P 51-54

CEO 寄语



刚刚过去的2022年，非常不容易！

需求萎缩叠加国际局势动荡，重重阴霾笼罩全球，世界经济迈入高通胀、高利率、高债务、高成本、低增长阶段。国内，不仅宏观经济增长低迷，大众消费欲望陷入低谷，人口也首次出现负增长，对我们今后影响深远，突发状况的此起彼伏更是频繁打断各行各业的生意节奏。

难能可贵的是，在2022年如此复杂严峻的国际国内大环境下，奥飞人还是迎着风雨取得了一些亮眼成绩：儿童玩具业务革新经营思路，调整业务打法，推出多个创新产品项

目上市热卖，一举扭转了国内颓势，取得了近三年最好的亮眼利润表现；海外婴童稳扎稳打，与优质大客户紧密合作，维持了美国市场双位数营收增长，巩固了行业地位；喜羊羊IP时隔7年再次重磅推出银幕大电影，全网平台好评如潮，淘票票影史高分评论榜上榜第十名，口碑票房双丰收；剑旋陀螺新产品，玩法新颖，造型独特，动画出彩，多年未见的全国大赛热烈盛况也再次回归，引爆市场，带动热销。

时间来到当下的2023年，充满未知，也令人憧憬。

随着国家政策的调整，经济重启的趋势越发显著，让很多事情又重新有了盼头。虽然目前经济和消费信心仍在修复中，但方向是清晰的，曙光就在前方！

其实经营策略的方向在过去一年就已初步明确：我们2022年逐步优化组织架构，减少库存和费用，同时聚焦主业，精简部分SKU，强化海外FOB模式，降低盈亏平衡点。2023年，我们将继续坚持这样的经营策略，降本是为了增效，蓄力是为了强身，只有不断做减法才能不断聚焦，只有不断聚焦才能不断迭代，只有不断迭代才能不断超越，而只有不断超越自己才能做出爆款的内容和实体产品，从而赢得强大的市场竞争力和盈利能力。2023年，我们将夯实内功、建设梯队、积攒势能，拳头收回来，打出去才更有力量！

2023年，面对国内外环境变化，海外市场的新增长机会令人可期，公司将积极进行调整应对，希望在部分高成长、消费力强的海外市场获得突破，赢得更多订单；超级飞侠首部大电影已蓄势待发，计划将于今年暑期与观众见面，相信能成为集团又一扛鼎之作，吸引更多粉丝，获得更大社会影响力；新的一年还有多年精心筹划的新IP重磅推出，制作精良的内容及创意十足的玩具必会给小朋友们带来开心与快乐；同时将继续扩展IP授权品类与行业，创新品牌宣传，迭代资源包并整合全案服务营销，提升IP社会价值与影响力，扩大规模空间，找到新增长点；还将开放IP生态，与社会力量共建共享，相信能打开更大规模空间与发展势能。

而这一切，即将诞生在奥飞30岁生日的今年。

30岁，一个人开始走向成熟；30年，一家企业迈向新征程。站在历史的新起点，我们将谋划新布局，迭代新战略，清晰奥飞未来3~5年的发展方向。

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30年的远行之路。积蓄力量，坚韧不拔，三十而立再出发，奥飞人终将不负“为新生代创造快乐与梦想”的使命，朝着“成为用户喜爱的文创产业集团”的愿景进发，我相信奥飞的未来肯定更精彩、更美好！

奥飞娱乐CEO：

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“为新生代创造快乐与梦想”的企业使命，努力朝着“成为用户喜爱的文创产业集团”的远景前进。

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。

使命

为新生代创造快乐与梦想

愿景

成为用户喜爱的文创产业集团

奥飞娱乐

为新生代创造快乐与梦想



中国玩具行业龙头品牌



北美一线婴童品牌



全球领先的综合娱乐集团

发展历程



积蓄力量，坚韧不拔 奥飞三十而立再出发

2000
占地7万亩的奥迪工业园落成投产，公司规模实现飞跃

1993
澄海县奥迪玩具实业有限公司成立，实现“手工作坊”到“公司”的转变

2006
推出原创动漫作品《火力少年王》，开启“动漫+玩具”商业模式先河

2003
广州营销中心揭牌，助力公司全面扩张

2013
启动全球战略布局，在多地区设立分支机构；同年牵手《喜羊羊与灰太狼》，优化IP矩阵

2009
奥飞娱乐股份有限公司在深交所中小板挂牌，成为中国第一家动漫上市公司

2015
《超级飞侠》登陆全球180多个国家和地区，在全球300多个主流媒体播出

2019
开设第一家沉浸式IP室内乐园—奥飞欢乐世界，加强线下IP影响力

2016
全资收购北美一线婴童品牌“Babytrend”，正式将海外婴童业务纳入战略蓝图

2021
与华侨城集团合作推出的重庆欢乐谷超级飞侠实景主题区—“超级训练营”开业，向文旅领域迈开坚实一步

2023



企业荣誉



- 《超级飞侠》荣获中国授权金星奖——卓越人气IP奖
- 《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》荣获十大年度国家IP评选动漫赛道银奖、首届香港紫荆花国际电影节最佳影片奖
- 《萌鸡小队4》荣获第二届“金木棉”游戏动漫IP——最受欢迎动漫奖
- 澳贝产品冰川探险3D磁力迷宫荣获《升级和创新消费品指南》2022优秀创新产品奖
- 澳贝产品声光安抚甜睡考拉荣获2022年法国玩具大奖
- Babytrend产品Cargo Travel System、Smart Steps Bounce获得美国国家育儿中心(National Parenting Center) 2022年年度特别认证产品
- Babytrend产品Expedition 2-in-1 Stroller Wagon获得美国消费者报告编辑推荐奖(Consumer Reports Editor's Choice Award)

*仅展示报告期内所获得的部分荣誉

业务介绍

公司多年来始终坚持构建以动漫IP为核心的动漫文化产业生态，以婴幼儿和儿童为核心用户并逐步覆盖至年轻人群体，打造集动画、电影、授权、玩具、婴童、潮玩手办、主题商业等业务为一体的“IP+全产业链”运营平台。公司依托多年产业运营经验与优势，通过IP内容精品化、IP产业多元变现，逐步实现跨业态、跨品类、跨圈层覆盖，为消费者提供动漫文化内容、文化创意衍生品以及空间实景娱乐等多样化的消费体验。公司致力于成为用户喜爱的文创产业集团，践行“为新生代创造快乐与梦想”的使命，不断发展有特色的动漫文化事业，弘扬中国民族文化，讲好中国故事，提升中华文化的国际影响力。

报告期内，公司主营业务包括内容业务、玩具业务、婴童业务等核心类别，主要从事于动漫IP及其内容的创作、传播和运营，以及玩具衍生品、婴童产品的研发、生产和销售。

内容业务



公司已建立从内容创意研发、制作到发行传播、市场推广以及IP商业化运营等完整环节的内容业务运作管理体系，主要包括内容创作、媒体发行、动画电影、IP授权以及文化演出等相关业务。公司拥有经验丰富、技术精湛的创意制作团队，持续研发创作的优质动漫影视内容经由复合型媒介平台传播扩大其影响力，能够通过商业化运作完成IP变现，进而反哺内容业务发展，形成“IP+产业”的商业闭环，构筑内容创作企业的核心壁垒。

(1) IP资源

公司作为国内动漫文化行业的领军企业，始终贯彻以IP为核心的战略，通过旗下多个核心动漫创意制作工作室以及与全球优秀行业合作伙伴的协作配合，坚持创作精品动漫IP内容，持续为全球家庭带来优质动漫内容。公司多年来持续打造并积累了众多优质IP资源，构建了覆盖各年龄段IP的资源矩阵，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”“巨神战队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”“超凡小英雄”等。



(2) 内容传播

公司近年来不断加强在媒体传播领域的相关布局，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，另一方面紧随新媒体行业发展趋势扩大传播触达方式与范围，形成从网络视频平台、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、短视频平台等全方位的新媒体内容触达渠道，目前已覆盖超过100家的主流媒介平台。



(3) 商业运营

公司具备成熟的IP商业化运作能力，能对不同类型的IP进行精细分类，并根据其属性、定位等选择合适的商业化发展路径和变现方式。公司构建了以IP为核心，涵盖动画、授权、媒体、玩具、婴童、空间娱乐等业态在内的运营平台，IP资源将依托全产业链优势，开启多渠道联动变现模式，实现价值最大化。

玩具销售



AULDEY

奥迪双钻 我的伙伴

30年国货玩具知名品牌

一个“IP动画片热播于150多个国家地区，玩具畅销200多个国家地区”的国货玩具品牌



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

动漫IP类玩具以国内知名品牌“奥迪双钻”为主：包括围绕自有动漫IP“超级飞侠”“萌鸡小队”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”“巨神战击队”“爆裂飞车”“飓风战魂”“火力少年王”“超凡小英雄”等，开发生产相应系列的变形玩具、人偶、装备、陀螺、悠悠球、四驱车等多种样式的玩具；以及与全球知名IP通过授权合作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，推出了多功能积木桌、超级飞侠以及巴啦啦小魔仙等系列场景、长征运载火箭、拼装遥控车、积木花、积木陀螺等多款产品。



创造多一点快乐



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，依托国内外双品牌联动优势，辅以多年儿童消费市场运营经验，持续深耕大母婴市场。“babytrend”升级为综合类母婴品牌，产品从核心品类逐步拓展婴童玩具、哺育用品、婴童家具等新品类，其国内品牌定位为专业婴童出行专家；“澳贝”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，产品品类包括专业益智玩具、安心纸品、餐具喂养、室内游乐、户外出行等多个系列，在海外定位为专业婴童玩具品牌。两者发展各有侧重点，将发挥各自优势在区域市场中形成品类以及渠道互补。

Baby Trend Brings Premium Quality, Comfort and Style to Middle America Consumers.

babytrend[®]
 Quality • Comfort • Style

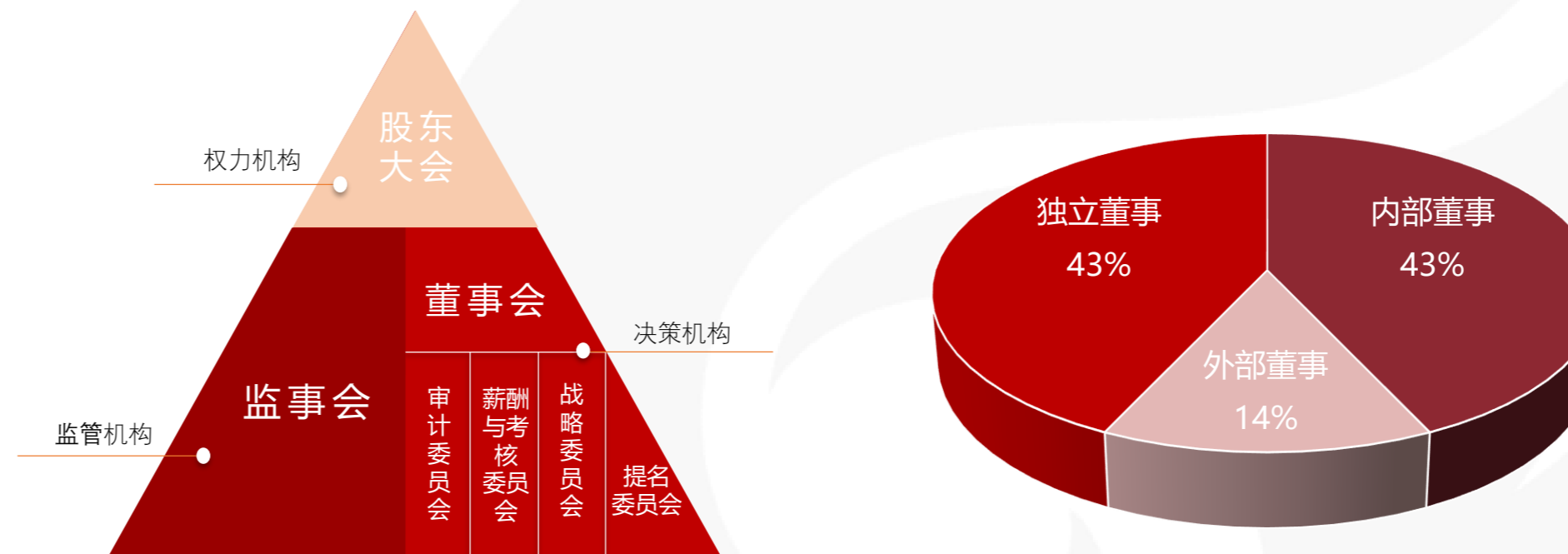
规范治理



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。



* 公司治理架构及董事会结构图



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

2022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。具体情况如下：



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。

强化内部风控

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。

持续创新

2022优秀创新产品

荣获中国玩具和婴童用品协会
《升级和创新消费品指南》



创新案例：冰川探险3D磁力迷宫

澳贝母婴冰川探险3D磁力迷宫是由奥飞婴童团队在现有迷宫类领域打造出的升级创新性的玩具单品。该品斩获了《升级和创新消费品指南》2022优秀创新产品奖。

创意新姿势

3岁左右的宝宝正处于智力快速发育的阶段常常化身“问题制造机”，常见的绘本和部分迷宫玩具以二维平面为主，空间感不足。针对这一痛点，团队基于多元智能理论中的空间和逻辑认知智能创新性地将迷宫玩具从二维提升到三维帮助宝宝从“多面”发展空间逻辑思维，并且玩在其中。

沉浸式新探险

为给宝宝更沉浸式的游戏体验，设计师团队将迷宫的“选址”定在一片冰川上，宝宝用小企鹅磁力笔护送小珠子到指定终点的过程中不仅有28句可爱的互动语音持续鼓励宝宝探索，还有鲸鱼嘴巴吞小球的“陷阱”新玩法让人眼前一亮。

硬核新技术玩法

移动齿轮传动技术、重力自由滚珠技术使得单双层迷宫可以交替旋转，让路线动起来一个游戏，能玩出多种开放性玩法。黑科技赋能创新玩法，以多种难度，更科学地适配不同年龄段的多元智能成长需求。

创新案例：剑旋陀螺

《飓风战魂之剑旋陀螺》是公司2022年推出以陀螺竞技为题材的动画，凭借高质量的3D动画和酷炫的全新剑型陀螺战斗系统，为15后新生代带来了跨时代陀螺玩耍体验。

陀螺是竞争非常激烈的全球化玩具品类，成功的产品创新极为困难。奥飞产品团队经过多轮的市场调研，发现武器战斗和陀螺战斗的相同之处，精准选定中国的剑文化和潮流竞技玩具陀螺做了巧妙结合。推出了剑旋陀螺系列玩具。

剑旋陀螺使用中国直剑造型的发射器外观，通过拔出剑鞘的方式对陀螺进行加速，3岁的小朋友即可轻松加速。陀螺发射，模拟出剑的动作，按动剑把手的宝石，剑格打开，将陀螺沿出剑方向弹射而出，发射姿势酷炫同时，有效的增加了消费者和陀螺直接的安全距离。陀螺本身具有多层改装结构，小朋友可以根据竞技情况，对自己产品进行改装。陀螺造型采用现代数码风和中国古典元素结合，结合酷炫光效，具有战斗的实用价值和收集的价值。



剑旋陀螺的设计在延续了飓风战魂经典竞技陀螺的基础上，充分考虑了中国文化和现代消费者的需求，进行完美的结合，大大增加了陀螺竞技的趣味性和仪式感。产品兼顾多个年龄层的需求和多代积累用户的需求，开发出具有跨时代意义的陀螺产品。产生了多个产品专利，并且得到了海内外市场和消费者的一致认可。



2023年剑旋陀螺重磅推出新一季的动画片的同时也推出了全新升级玩法的剑旋陀螺产品。陀螺剑上兼顾战斗的基础上增加了可调节的左右旋按钮，赋予了陀螺对敌的策略性与惊喜感。可调节左右旋陀螺运动模式，使陀螺的运动轨迹不同，低龄孩子也能通过策略在战斗中让陀螺变得很厉害。全新推出产品每款剑鞘造型不一样，增强视觉差异化，孩子们可以找到适合自己风格发射器。高对抗的改装竞技陀螺，双层金属环更重更强，正装防御、反装攻击两种模式，反装具有3种攻击形态，丰富了陀螺战斗的刺激程度。



创新案例

duby



触觉感知 手指灵活 强化训练 手脑协调

益智口袋忙碌球

➤ 适用人群创新

澳贝母婴创新研发适合小月龄宝宝的忙碌球1代，专为9M+宝宝打造，满足婴幼儿手部发育需求。针对12M+宝宝的忙碌球2代，6种不一样的玩法对应不同的手部动作，有利于宝宝丰富操作方式，帮助该龄段精细动作、手眼协调的训练。

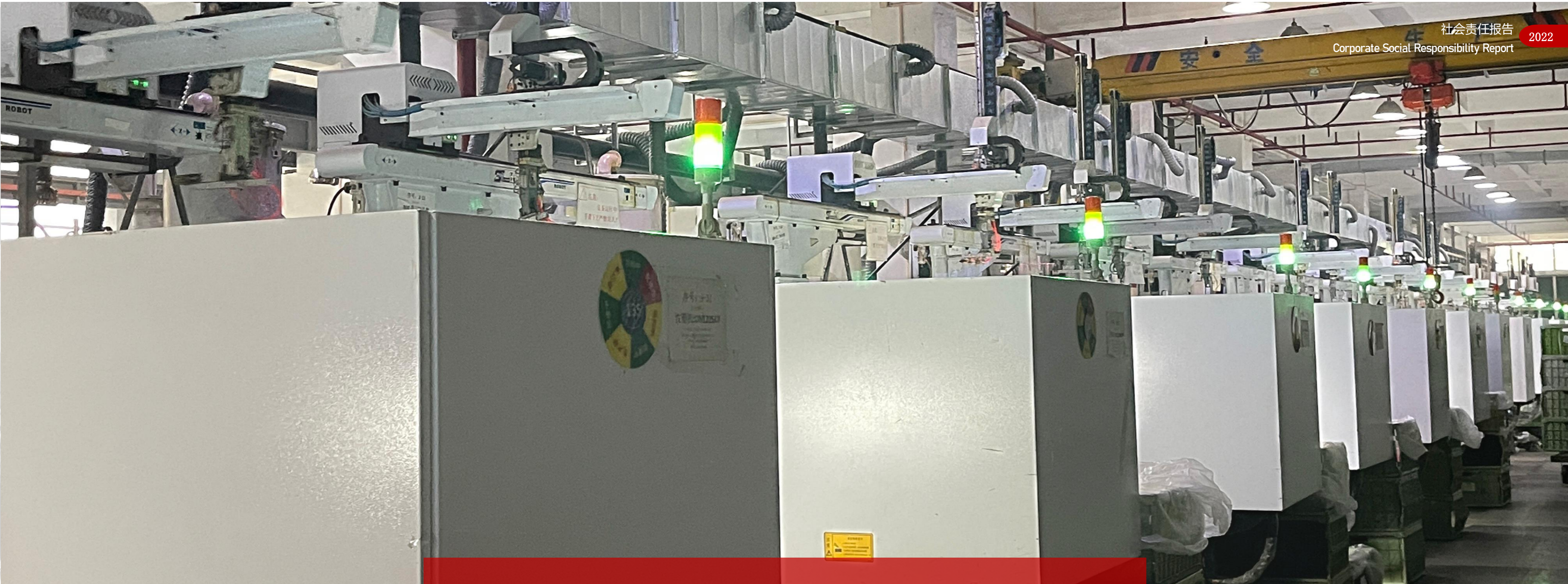
➤ 外观创新

从以往欧美传统的手工板打造成工业化的忙碌板，再从家居风的忙碌板到口袋便携外出的忙碌球，到手即用，随走随带，大大提升产品的可玩性，场景性。完美解决了原有忙碌板只能待在家里玩耍的局限性。对于玩具配件多重打磨光滑处理，边角圆润，不伤小手，保障宝宝玩耍时可以安全无忧。鲜艳温暖的配色，刺激宝宝的视觉，增进宝宝手眼协调、颜色识别能力，将早教启蒙的益智感放到最大化。

➤ 独家原创玩法

为了解决产品可玩性不高，宝宝不好上手操作的痛点，创新打造了产品的简单趣味玩法，在简单有趣的同时也让益智更加直观可感知。6大手部精细动作，沉浸式锻炼动手能力，每个小动作都能得到互动反馈，让宝宝越玩越上头。

绿色生产



绿色生产，制造升级

报告期内，公司旗下位于汕头市澄海区金鸿公路奥飞动漫产业园注塑车间进行所有机台废气收集处理，引进单机单管收集废气，再通过集中排气管引入天面，并接入喷淋设备、活性炭吸附等环保设备进行废气处理，确保废气达标后排放，危险固体废物按时转运。全年未收到环保局通报整改。



注塑是玩具制造的基础且重要环节，报告期内，公司旗下汕头市澄海区的奥飞动漫产业园对注塑设备进行了优化升级，如购置了37台机注塑机械手，减少人工提升生产效率，确保产品质量，同时利用精益生产管理，资源整合优化，自动化工艺改善，7S塑造整洁现场等推动降本工作顺利进行，全年共完成降本2000余万元。

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。为加强和供应商的沟通，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。报告期内，公司供应商共有216家，其中新增56家，以SRM系统招标为主，线上招标195场，线下招标12场，涉及物料编码4428个。



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。

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。

产品品质管理

公司建立了健全的产品质量控制系统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。

2022年公司成
品批次合格率

98.19%

2022年客
户满意度

91.53%

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。





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、公正的环境内安心工作、寻求发展。

2022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。



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，公司举办了厂区欢乐跑、友谊篮球赛、新片观影、中秋脱口秀、义诊等活动，丰富员工业余精神文化生活，增强人际间的互助互爱。



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茶等活动，向员工送祝贺。



员工培训及人才发展

公司始终重视人才队伍的建设，贯彻转型时期要求，有计划地提高员工素质与岗位胜任能力，做好公司发展的人才储备。2022年聚焦关键人才队伍的能力提升，开展了系列高潜人才培养项目，推进人才队伍向梯队化、年轻化、专业化提升。

1、高潜员工项目-新动力计划

为满足公司业务快速发展的人员需求，充实奥飞内部人才梯队，公司自2007年起实施新动力培养计划该计划目标旨在培养并评估选拔符合奥飞价值观且高潜的应届新动力，促进新动力全方面了解公司业务，走进一线岗位实际接触用户和客户。

提前介入
Offer保温

岗位实践为土壤
培养激活为养料

跟踪关注
择优加速

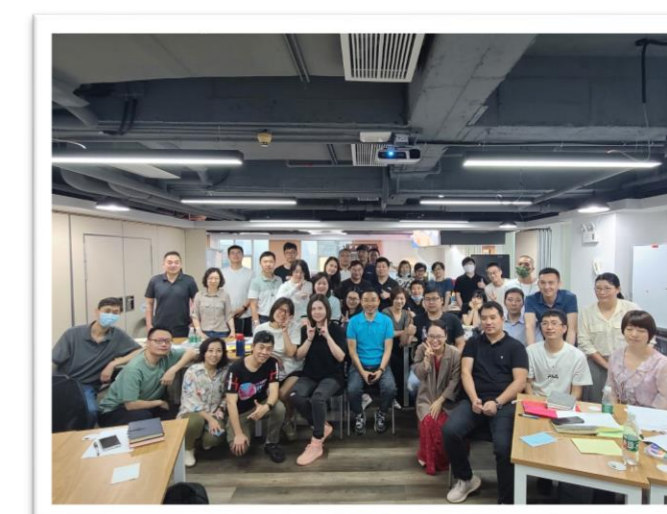
* 新动力计划整体培养策略

2022年公司持续优化新动力人才培养项目，为促进新动力快速完成职场转变、融入奥飞并达成高绩效，在“一年培养期，两年关注期”整体框架下统一培养，明确新动力所需能力，帮助新动力转变为奥飞人，激发新动力潜能，落地综合能力培养。



2、高潜干部项目-雄鹰计划

2022年公司持续推动鹰系高潜干部培养，深化干部梯队管理能力，提升经营与业务能力。启动“雄鹰计划”，通过以战代训的培养方式，结合721学习法则，围绕战略视野拓宽、业务能力强化、领导力赋能三个方面，体系性提升思维及管理素质能力。持续运营“雄鹰计划”，发掘与培养高潜基层干部，以“转角色、带团队、抓业务、拿结果”四大模块为核心，开展三个阶段的混合式培养。



雄鹰计划一期于2022年1月-2022年11月开展，通过业务提升、管理赋能及视野拓展3个维度进行多形式培养与训练，包含线上混沌共学及任务、线下内外部培训、书籍阅读、项目挑战、分享及团建等培养形式，总体课时达60+小时。最终结业37人，达成100%结业率，整体课程满意度达99.6%，输出业务优化项目6个，覆盖3个实体业务及2个内容业务。

党建引领

党建引领，打造学习型党组织

公司党委、党支部始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为主线加强党建学习、落实党建工作，将党建引领的核心作用融入到公司业务发展，推动动漫文创产业高质量发展。

为打造学习型党组织，报告期内，公司党委通过集中培训、交流座谈、学习分享、主题党日、红色教育拓展等形式开展各层次学习，教育引导公司党员团员树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、勇于担当、有所作为，以求真务实的作风把工作落到实处。



同时，公司旗下子公司广州奥飞文化传播有限公司在2021年新成立了广州党支部，并按规范建章立制，明确党支部工作、运行制度，明确党员评优机制。2022年广州党支部曾多次组织党员收看爱国主义教育电影，并邀请广东省委网信办应急处党支部书记来访，共建学习，深化党员群众对社会主义核心价值观的理解，提升文化创意产业的格局观，为青少年打造寓教于乐的优质文创产品，为新生代创造快乐与梦想。

热心公益

热心公益，回馈社会

爱心捐赠，支持妇女儿童慈善事业

报告期内，公司认真履行社会责任，积极参与公益事务，向江苏省妇女儿童福利基金会捐赠价值三万六千余元的玩具，支持妇女儿童慈善事业。

以爱之名，许孩子一个美好未来

报告期内的儿童节前期，在广州天河南总工会主席的带领下，广东奥迪动漫玩具有限公司联合工会委员会携手广州奥飞文化传播有限公司党支部向广州市天河区六运幼儿园致慰问活动。



活动期间，超级飞侠“乐迪”空降幼儿园中央舞台，与孩子们进行了一场别开生面的“超级飞侠见面会”。通过一个个有趣的游戏环节，乐迪与孩子们一起唱歌，一起接受挑战，完成任务。为孩子们带来欢笑，给孩子们带来“爱”，让“爱”传播，为“爱”而行。



《超级飞侠》是奥飞娱乐的经典IP系列动画片，主角们每次在遇到困难时都会积极面对、迎难而上，为身边的小伙伴和小观众们带来满满的正能量，我们也希望通过这些正面信息让孩子们树立正确的人生观。

儿童是国家的未来，是民族的希望，奥飞将继续担起“为新生代创造快乐与梦想”的奋斗目标，让儿童健康快乐成长，以爱之名，许孩子一个美好未来。

展望未来 坚韧不拔

30岁，一个人开始走向成熟;30年，一家企业迈向新征程。站在历史的新起点，我们将谋划新布局，迭代新战略，清晰奥飞未来3~5年的发展方向。

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30年的远行之路。积蓄力量，坚韧不拔，三十而立再出发，奥飞人终将不负“为新生代创造快乐与梦想”的使命，朝着“成为用户喜爱的文创产业集团”的愿景进发，相信奥飞的未来肯定更精彩、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
官方微信公众号