

奥飞娱乐股份有限公司

关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

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”）于2026年4月24日召开了第七届董事会第五次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》，本议案尚需提交公司2025年度股东会审议，现将相关情况公告如下：

一、情况概述

经兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的公司《2025年度审计报告》，公司2025年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为71,874,775.76元，截至2025年12月31日合并报表未分配利润为-997,488,966.04元，公司实收股本为1,478,699,697股，未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。根据《中华人民共和国公司法》《公司章程》等相关规定，该事项需提交公司股东会审议。

二、亏损的主要原因

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因包括：

1、在2020年度至2022年度期间，公司部分涉及线下终端销售、体验的业务受到宏观经济波动和市场消费需求减弱等因素影响，以及海外婴童用品业务面临海运价格费用上涨等情况，公司未能实现预期经营业绩。

2、以往年度，公司根据实际经营情况以及相关会计准则要求，对部分商誉资产组、长期股权投资计提减值，以及部分参股公司经营业绩波动造成投资损失等事项，对公司利润造成较大影响。

三、公司为弥补亏损拟采取的措施

（一）行业格局趋势及公司发展战略

1、年轻消费力驱动下的产业革新与机遇。

近年来，IP 衍生消费与年轻群体消费需求持续崛起，已成为行业发展的核心趋势，细分市场供给规模持续扩容，正推动文化产业及相关领域实现新一轮革新与升级。在此行业背景下，如何深度挖掘年轻消费群体的个性化需求，基于年轻群体的 IP 偏好、价值认同及生活理念，实现内容创作与商业化布局的双向赋能、深度落地，成为企业抢占市场先机、提升核心竞争力的关键。

公司把握行业发展趋势，将“年轻向”作为核心战略方向，集中优势资源布局泛人群市场，稳步推进年轻向相关业务的落地实施，打造匹配当代年轻群体的需求偏好与情绪价值诉求的内容与产品；同时，聚焦年轻用户线上线下核心聚集场景，推进跨界合作，通过粉丝见面会、主题巡展、快闪体验等年轻化形式，持续提升 IP 品牌在年轻圈层的影响力与价值认可度。

2、风险与机遇并存的玩具与婴童用品市场，发展潜力无限。

近年来，市场环境呈现复杂多变态势，对玩具企业的成本管控、精细化运营等核心能力提出了更高要求。与此同时，我国玩具与婴童用品市场持续规范发展，国家相关扶持政策陆续出台，为行业高质量发展提供了有力支撑，推动市场持续释放发展潜力。玩具与婴童用品市场虽面临阶段性挑战，但整体呈现风险与机遇并存的发展态势，具备一定的发展空间与发展动能。

针对行业发展态势，公司制定针对性发展策略，聚焦爆品打造与用户运营，在玩具、婴童用品两大核心品类构建差异化优势，提升产品核心竞争力，提供兼具品质与价值的产品及服务；同时，聚焦精品化发展，打造标杆产品，力争实现细分领域领先。此外，公司将强化精准营销与精细化运营，依托现有优势挖掘下沉市场潜力、培育新增长极；同时组建国际化研发设计团队，完善爆品体系，推广标准化的运营方法，形成可持续、可复制的爆品能力，依托核心 IP 推动产品迭代，实现业务稳健发展。

（二）2026 年经营计划

1、IP 内容板块

2026 年，公司深化“以 IP 为核心”的长期发展战略，聚焦 IP 价值深耕与商业转化，持续推进各核心 IP 的内容规划与商业化落地工作。

（1）重点深耕核心 IP，打磨兼具品质口碑与情感价值的优质内容，本年度计划播出“喜羊羊与灰太狼”、“量子战队”、“飓风战魂·陀螺”等作品；“超级飞侠”新一季内容结合动物元素，同步推出系列衍生片丰富内容矩阵，剧集产量翻倍；完善公司英雄特摄领域 IP 矩阵布局，聚焦年轻用户需求打造全新原创特摄作品《星夜铠》。

(2) 聚焦年轻受众与泛人群市场，持续推进“喜羊羊与灰太狼”等核心 IP 的年轻向内容创作与运营推广，深度贴合当代年轻用户的消费习惯与情感需求，打造适配市场的内容作品与衍生场景，同步开展多元化运营活动，持续提升 IP 市场热度与商业价值。

(3) 围绕“精品内容创作+市场热度提升+商业化落地”目标，推动相关工作室资源统筹共享、业务协同发力，着力提升内容创作效率与商业转化效能，并同步探索 AI 技术在 IP 内容创作、运营推广等环节的应用，依托 AI 技术提升内容产出效率、丰富内容题材创新，合理优化制作成本，为 IP 内容业务发展注入新动能。公司通过 AI 技术赋能 IP 内容创作等事项仍处于早期阶段，业务落地及商业转化效果尚需时间验证，预计短期内对公司经营业绩贡献有限。

2、实体业务

(1) 潮玩业务

潮玩业务基本盘“玩点无限”品牌将继续深化外部优质 IP 合作，构建多元化 IP 矩阵，为产品开发提供支持；围绕毛绒、潮玩等核心品类做深做透，丰富产品互动与组合玩法，并逐步拓展至多元生活场景，提升产品场景适配性与用户使用价值；以电商平台、内容直播为核心运营阵地，并延续快闪体验模式，强化用户互动体验与品牌感知。

公司孵化“MieMieWorld”原创艺术家潮流生活方式品牌，作为潮玩业务的创新引擎，以艺术家 IP 形象为核心载体打造年轻化潮流文化符号，贴合年轻用户的情感诉求与表达，为业务创新发展提供重要支撑。

(2) 玩具业务

国内玩具业务将紧扣产品、推广、渠道三大核心策略开展运营：①产品策略将以“亲民价位、系列化、高频复购”为核心，打造适配市场的产品矩阵。例如，超级飞侠玩具将加大低客单价格带的产品供给，通过“百变美食派对”等各类主题实现角色的系列化开发，打造“套装收集”模式。②营销推广将通过整合内容触达、社交媒体营销、赛事地推、体验式营销及电商推广等方式，全域触达目标客群，扩大品牌与产品曝光。例如，陀螺项目打造飓风战魂 WSA 世界陀螺手锦标赛，通过赛事运营扩大品牌影响力，提升用户粘性与产品认可度。③聚焦渠道提质扩容，重点推进校前店、社区店布局，深化与 KA 渠道、重点客户的协同联动；同步完善线上线下融合的销售体系，搭建高效的产品供给与市场响应机制，提升运营效率。

海外玩具业务将重点发展飓风战魂、超级飞侠、量子战队等 IP 项目，以及维思积木、遥控系列等品类项目，通过精品内容输出并结合赛事运营激活海外用户参与度，强化 IP 认知，提升产品影响力。

智能产品方面，公司今年将重点打造超级飞侠 AI 拍学机、AI 闹钟等产品，主要依托多模态大模型，打破单一语音交互的局限，实现“看、听、说”多维度智能交互。其中超级飞侠 AI 拍学机搭载高清摄像头与多模态 AI 引擎，可结合超级飞侠原声语音，实现绘本伴读、识物百科、作业辅导等功能；AI 闹钟集成语音唤醒、乐迪形象与语音互动等亮点，兼具视频播放、睡前故事、天气播报等实用功能。目前公司智能产品业务尚处于早期孵化与培育阶段，相关产品研发迭代、市场推广、用户培育仍需持续推进，业务整体规模较小，预计短期内不会对公司整体营业收入、利润等造成重大影响。

（3）婴童业务

婴童板块业务持续聚焦产品研发、市场推广、渠道建设三大核心能力升级，深化中长期战略布局。一方面，持续强化核心品类竞争优势，加大研发投入，优化产品设计与功能配置，推出兼具实用性与竞争力的优质产品；另一方面，培育海外市场拓展能力，优化海外渠道布局，加大海外市场营销推广力度，加强跨境电商通路，拓宽业务增长空间。

Babytrend 将在巩固现有核心品类优势的基础上持续推进品类创新迭代，完善产品供给体系，提升产品市场适配度；深耕北美核心客户资源并加大其他海外市场扩张力度，同时重点布局 To C 业务板块，优化跨境业务运营模式，稳步提升跨境业务规模与盈利水平，增强综合竞争力。

澳贝品牌将启动全新品牌视觉升级，进一步强化品牌辨识度；同时深耕核心优势品类，聚焦爆品打造与新品拓展，充分激活线上内容电商、线下重点渠道资源，持续提升渠道效能，并有序推进出海业务布局。

特此公告

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二六年四月二十八日