



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@gdalphabet.com

联系电话：
020-38983278 分机号 1102

2016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

本报告期间为2016年1月1日至2016年12月31日，部分内容超出上述时间范围。

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。

报告范围

报告中的经营数据来源于经过审计的奥飞娱乐股份有限公司年报，其他数据来源于公司内部文件和信息统计系统。

指代说明

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”。

指代说明

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。

Alpha
2016 Corporate Social
Responsibility Report
2016年度奥飞娱乐企业社会责任报告

CONTENTS
目录

01 关于奥飞

- 文化历史
- 战略规划
- 企业荣誉

04 供应商、客户
和消费者权益

- 供应商
- 客户、消费者

02 股东、债权人权益

- 股东大会
- 信息披露
- 公司治理
- 分红政策
- 投资者关系

05 公共关系和社
会公益事业

- 对外交流
- 形象大使
- 公益事业

03 职工权益

- 权益保障
- 人才培养

06 环境保护与可
持续发展

- 环境保护
- 可持续发展

01

关于奥飞



23
years

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



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



战略

构建全龄段IP研运平台，精品IP创造能力持续提升，树立泛娱乐生态核心竞争优势

公司已构筑漫画、动画、连续剧、电影的IP多维内容开发链条，多部作品在海内外市场取得了突出成绩。同时，通过产业合作、国际化布局、全球人才引入等持续夯实各内容产业的精品创造能力，着力提升泛娱乐生态核心竞争力。

IP衍生产业多元、协同变现能力增强，泛娱乐生态整体效能提升

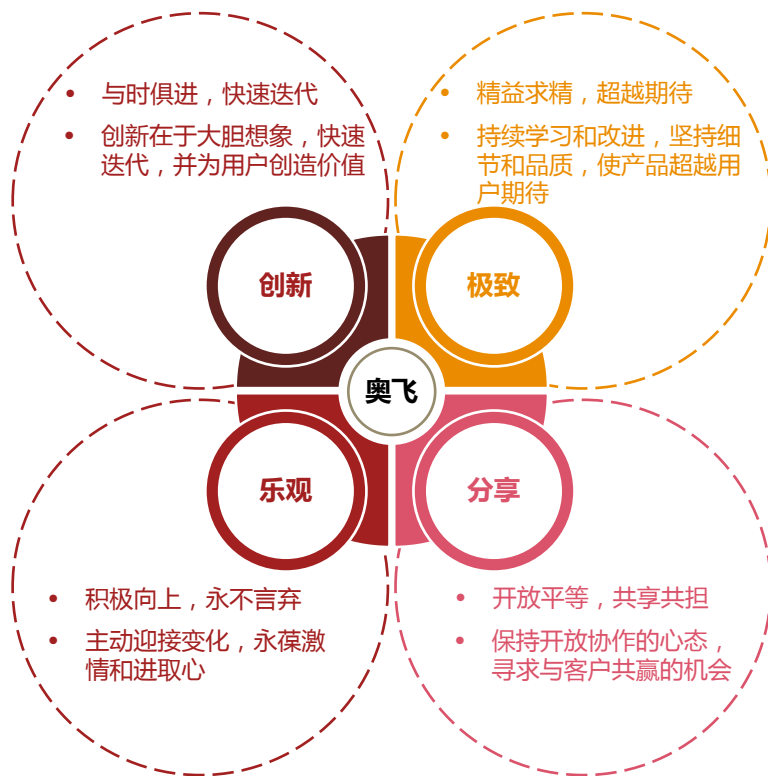
受精品IP驱动，玩具全年收入、单品销量创历史新高。依托公司精品IP打造能力，创造了超级飞侠、爆裂飞车等具有突出影响力的IP，带动相关衍生玩具热销，其中超级飞侠累计销量超过3000万件，客户重复购买率大幅提升。品牌与IP效应进一步增强公司定价能力，2016年玩具毛利率比2015年有所提升。此外，渠道下沉与扩张成效明显，三四线城市渗透率不断提升；公司加大与沃尔玛、永辉超市等大型商超合作，引导商超渠道进行玩具IP化布局。为驱动未来发展，公司储备了涵盖互联网+、增强现实（AR）、智能等多类型、多品类的IP与产品研发项目，持续推动产业升级，在相对分散的玩具市场中不断提升市场占有率。

深化产业合作协同发展，加速跨界融合，打开“IP+”产业新空间

公司依托IP矩阵及品牌影响力，构建了优质合作伙伴阵容，通过授权消费品、体验业态以及战略合作等方式，加速实现产业跨界融合。



价值观



企业荣誉

1、公司治理

《中国证券报》

“2015年度金牛上市公司百强（综合榜）”第29位



《证券时报》、《中国基金报》

“中国上市公司投资者关系最佳董事会奖”
“中国上市公司投资者关系优秀董秘奖”



《21世纪经济报道》

“2016 中国上市公司卓越创新型董事会”

2、创新潜力

南方报业传媒集团

2016广东互联网+升级创新领军企业



国际专业会计师组织ACCA(特许公认会计师公会)

入选“ACCA中国企业未来100强”榜单，位列第28名



3、IP 荣誉

2016年中国IP授权年会

年度最具商业价值IP奖
年度十佳授权团队



中国动漫金龙奖组委会

十佳内容生产及运营机构”



2016年度广州互联网风云企业



超级飞侠

金龙奖 最佳系列动画奖金奖玉猴奖

CLE2016 人气IP

2016金花瓣奖 中国动漫指数品牌

年度最具商业价值十大动漫IP

2016动感金羊奖 最佳动漫品牌

喜羊羊与灰太狼

CCG EXPO2016 最佳电视动画
2016“动感金羊”优秀动画电影奖

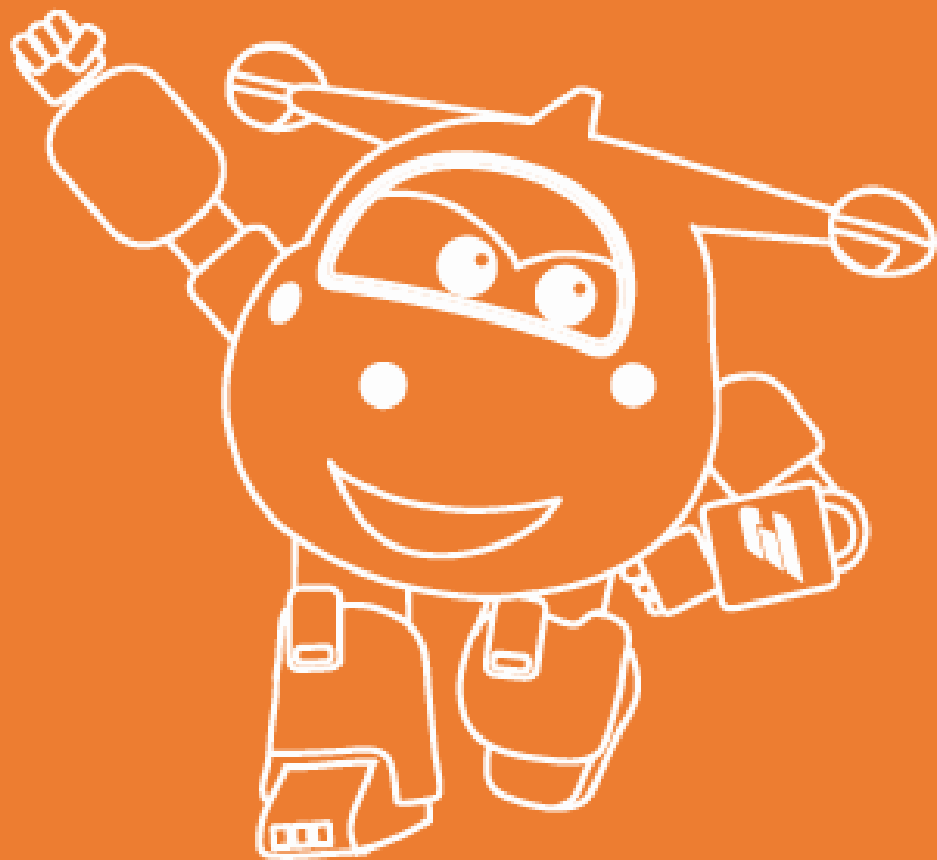
超级飞侠、镇魂街：
中国二次元指数 十佳动画作品

喜羊羊与灰太狼、超级飞侠：
2016年度最具商业价值IP奖

零速争霸：
2016年零速争霸四驱车项目吉尼斯纪录

有妖气：
十佳二次元平台





02

股东、债权人权益

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，4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

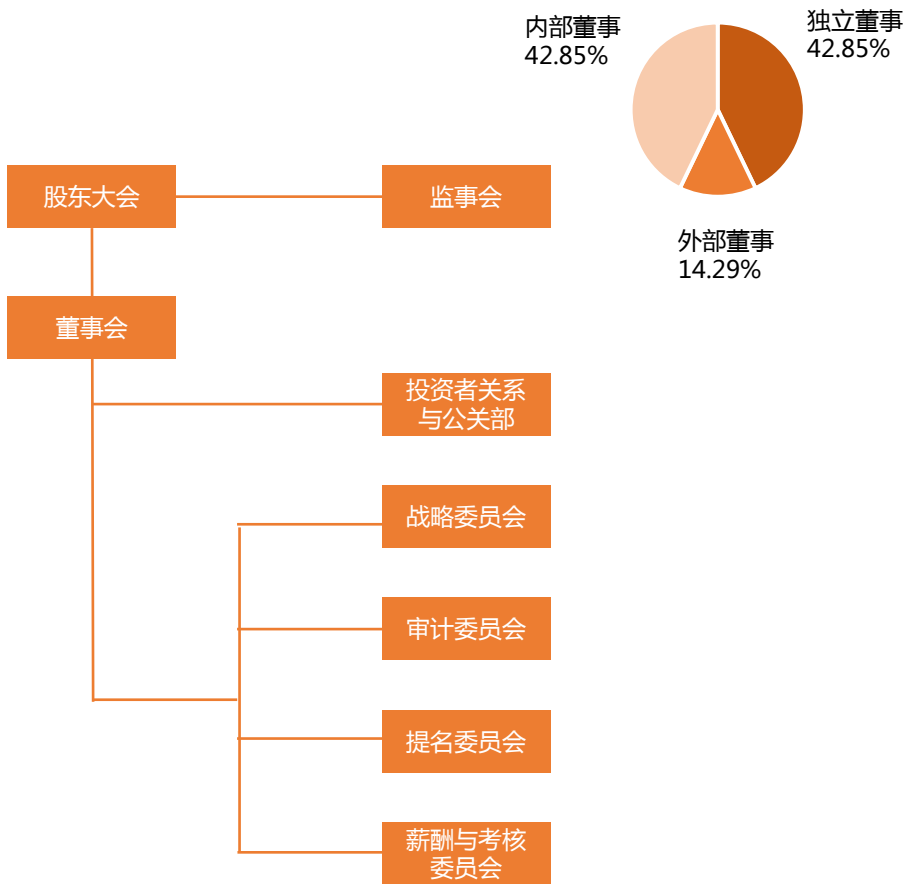
公司严格按照深圳证券交易所信息披露指引等规定，履行信息披露责任，确保信息披露内容的真实、准确、完整，不存在任何虚假记载和误导性陈述。公司指定信息披露媒体为《证券时报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)，信息披露内容包括定期报告及其他临时性公告，基本涵盖了公司所有的重大事项，使投资者能够迅速了解到公司发展状况，保障了广大投资者的知情权。公司按时召开年度网上业绩说明会，同时设置投资者热线和邮箱，由专人负责解答投资者咨询，通过各种方式加强与中小投资者之间的沟通。

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2016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

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。



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2016年6月16日实施完成了2015年度权益分派，利润分配方案为：以公司总股本 1,308,938,339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
2015年	52,357,533.56元	489,039,975.91元	10.71%
2014年	50,555,212.96元	428,012,884.72元	11.81%
2013年	61,440,000.00元	230,833,244.67元	26.62%

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

2016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2016年上传深交所系统的调研记录表共11份，包含22家次，共60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	2016年公司通过参加策略会，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	投资者关系与公关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



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。

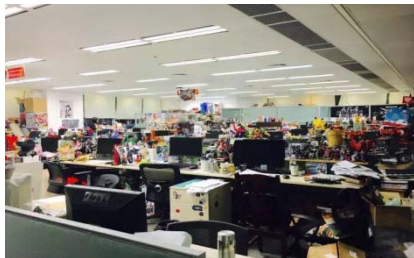
公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》、《中华人民共和国社会保险法》等相关法律法规，依法维护员工的合法权益。

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、绩效考核和股权激励

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。

公司于2014年上半年实施了针对核心管理团队及创意和技术骨干的股权激励计划，本次股权激励计划包括股票期权和限制性股票两部分，激励计划涉及的激励对象包括公司董事、高级管理人员、中层管理人员及公司认为对公司持续发展有直接影响的核心骨干。通过实施股权激励，有效地将公司和员工利益结合在一起，提升了公司管理团队的凝聚力和创造力。

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丰富多样的员工福利，如知识讲座、健康服务、节日慰问等，增强员工对公司的认同度和归属感。



最后，公司为了加强与员工的沟通交流，策划了高管直播和效霸A社两个项目，鼓励员工为公司出谋划策、积极谏言，同时也使公司了解员工想法，推动公司在制度和实施方面获得更有效的改进。



人才培养

2016年，公司培训组围绕提升能力和提升工作效率实施了系统全面、分层多样的培训，针对新入职员工、入职大学生、一线员工和中高层管理人员开展10余类培训项目，包括企业文化培训、大学生文化培训、大学生军训、管理员履职能力培训等，合计35场。

开展了超过375人的新生入职培训，大学生入职集中培训70余人。

培训对象	培训项目名称	培训内容及目的
大学生培养	天狼星计划	为提升公司人才竞争力及培养符合公司企业文化价值观的复合型管理人才，采用军训、拓展、公司介绍、工厂参观、职业化训练、轮岗学习+项目实践等方式进行培养，间隔穿插沟通交流活动以提升凝聚力。
	新动力培养	为了匹配公司飞速发展，新动力是为股份公司各部门及制造事业部培养具有互联网思维的专业精英。采用军训、拓展、公司介绍、工厂参观、职业化训练和在岗培训结合的方式让其快速成长。
新员工	新员工入职培训	为了让新员工更快地了解、融入公司文化，减少因陌生而造成的紧张感，新员工培训采用线上线下结合，每月一次频率的方式开展。线上利用公众微信号开设专题内容栏目简介公司发展情况和办公软件操作，线下课堂采用培训+游戏化学习的方式宣导和灌输企业文化。
一线员工培养	在岗技能培训	结合学习和实地应用，有效提升员工素质和专业技能

培训对象	培训项目名称	培训内容及目的
核心人才培养	课程培训、在岗实践、轮岗培训、外部学习	采用核心人才资源配置计划，选拔核心人才进行系统、集中的强化培养，发挥核心人才的最大效用
创意类人才培养	创意沙龙	为了引导创意设计人员产品创意灵感、提高现有产品市场认同度与满意度、提升创意设计人员的用户思维与市场敏锐度，采用创意PK和整改提案优化与汇报评优的方法
中高层人才培养	在职研修	采用委派和个人自修形式进行系统化、专业化的学习
	外部培训交流	参加行业内外部或专业培训机构举办的培训班、研讨会等，提升人才自身的专业技能及综合管理能力
公司全员	名家论坛	为使公司员工了解行业发展热门趋势及公司各个新业务模块，采用邀请行业内知名管理者和技术牛人进入公司分享的方式进行交流活动。

人才培养

2016年，为了提升员工的互联网思维、内容设计思维及新业务知识，公司举办了10余期名家论坛。



为了增强创意设计人员的产品创意灵感、提高现有产品市场认同度与满意度、提升创意设计人员的用户思维与市场敏锐度，公司举办了5期创意沙龙。





04

供应商、客户和消费者权益

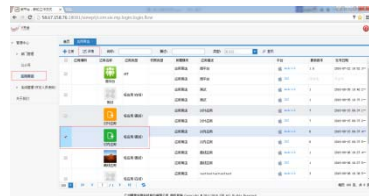
供应商

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

通过该系统，公司及时发布重大信息，并能及时获取供应商对信息的查阅情况；订单送货双向协同，及时了解供应商的反馈情况，减少沟通成本；反向评估线上自动发布供应商，减少双方邮件往来；费用明细，对账月结数据系统留痕，展示给供应商，减少差异协商。

在与供应商合作中，公司严格对供应商产品和资格做出考察鉴定，包括供应商的质量保证能力、供货能力、生产过程控制能力等，以保障客户和消费者的使用体验。公司与供应商签订了合作诚信协议、质量保证协议、保密协议等一系列协议，确保产品质量以及客户利益。



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。



客户、消费者



客户满意度调研

为了让客户满意，公司十分重视市场情况的调研和顾客需求的了解。为此，公司投入经费到各项消费者调研活动之中，如动漫形象设计、剧情策划、IP改编计划、游戏测试、婴童产品设计等等。



针对不同产业、不同类型的业务特点，公司构建了行业分析、用户研究、需求管理、产品设计、研发测试、用户反馈的产品优化机制，不断提升不同行业客户的满意度。



消费者沟通

为了进一步与消费者接触，顺畅沟通渠道，公司通过社交媒体平台听取用户反馈，并且通过访问、访谈、问卷等形式主动搜集消费者与用户的意见与建议，并主动展开交流与互动，最终达到提升服务及用户体验的目的。



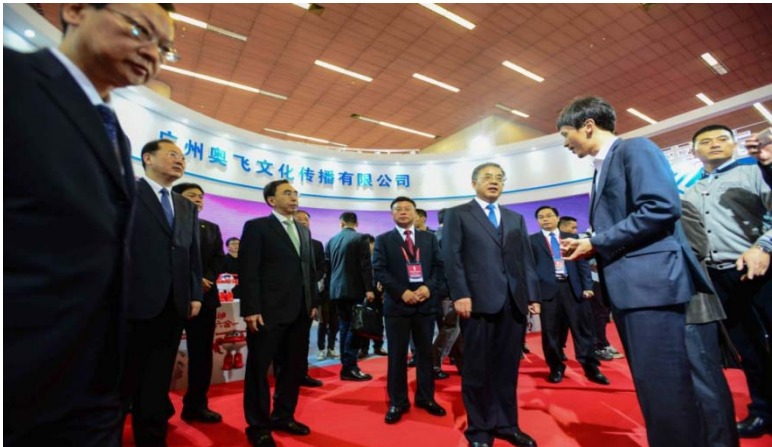


05

公共关系和社会公益事业

对外交流

2016 年中国海外人才交流大会上，中央政治局委员、广东省委
书记胡春华巡展期间，来到奥飞展区参观。胡春华书记对公司给予了
充分肯定和高度评价，勉励奥飞再接再厉，取得更大的成绩。



国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进一行参观考察奥飞
文化创意制作中心。寄语奥飞“继续打造国民精品动画，带领中国动
漫走向世界”。



形象大使

作为中国动漫“领头羊”，喜羊羊是奥飞娱乐旗下原创动力创造的经典动漫
IP。2016年6月喜羊羊正式成为广州禁毒宣传形象大使；同年10月，喜羊羊禁毒
公益广告正式进驻广州地铁，在黄花岗、小北、江南西、梅花园、燕塘、员村等
多个地铁站均可以看到。



这组公益广告深入浅出地对各种毒品的危害进行宣传，达到毒品预防教育
的目的，有利于遏制新型毒品泛滥，提高市民群众特别是青少年的识毒防毒拒毒
的防御意识。



广州市禁毒委员会办公室表示：喜羊羊正义、智慧、勇敢的人物形象早已
深入到广大群众的心中，也非常切合广州禁毒公益宣传所要彰显出的正能量。

公益事业

最美不过童声

2016年暑假，第八届“南都留守儿童圆梦行动”、第五届“南都留守儿童合唱团”启动。活动从近600位报名的留守儿童中选出了35名合唱团成员，由专业音乐老师进行培训，依次排练《喜羊羊与灰太狼》主题曲《别看我是一只羊》等经典动画片主题曲，用歌声传递坚持的力量。公司的全资子公司原创动力全力资助活动举办，在海选前为孩子们精心准备了装有扇子、铅笔、卡通贴纸等小礼物的喜羊羊礼品袋，可爱的卡通形象和精美的礼物让孩子们爱不释手，缓解了孩子们海选前的紧张情绪。



公益捐赠

为响应 2016 年度“广东省扶贫济困日”活动，积极为扶贫济困活动奉献爱心，公司向汕头市澄海区慈善总会捐赠了160万元人民币现金。

为广州家庭献爱心

2016年6月，公司全资子公司原创动力与广州市越秀区融爱之家特殊儿童服务中心主办了融爱之家首届爸爸亲子趣味运动会“奔跑吧爸爸”。活动共有68个家庭，78位小朋友，合计两百多人参加。为了让小朋友们玩得更开心，原创动力给每位小朋友都送去了一份惊喜，赞助了喜羊羊泳圈、灰太狼公仔、灰太狼皮影等两百多份礼物。

《智趣羊学堂》是《喜羊羊与灰太狼》首次推出的趣味教育系列动画片，将知识点通过趣味故事来演绎，让小朋友们在欢乐有趣的过程中获取最新奇的知识。



公益捐赠

为响应广东省共青团“爱心总动员，青春奔小康”扶贫济困活动的号召，积极履行企业社会责任，提升奥飞公益形象。公司作为广东省青年联合会副主席单位，向广东省青少年发展基金会捐赠了100万元人民币现金。



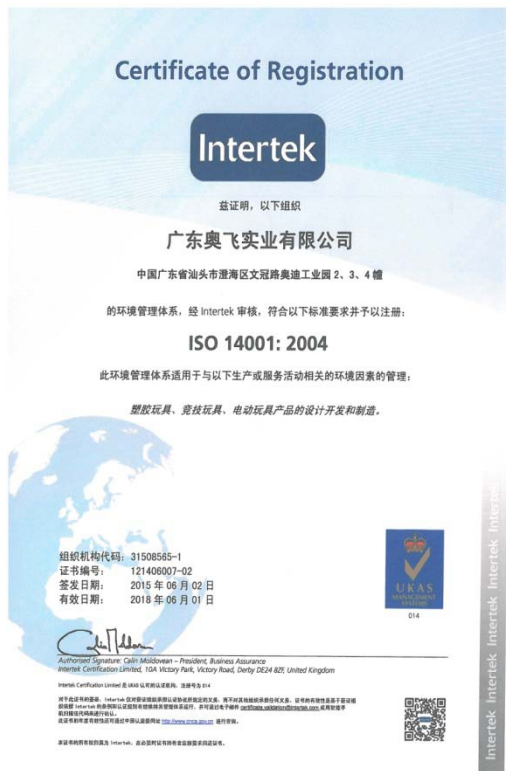
06

环境保护与可持续发展

环境保护

环保认证

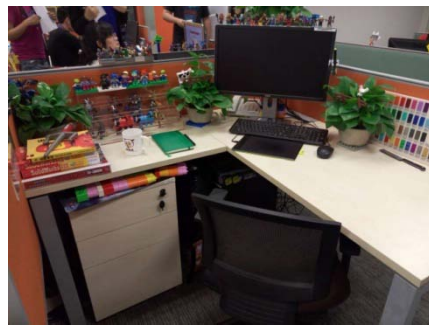
公司于2006年5月通过了ISO14001: 2004环境管理体系认证，有效期至2015年5月。此后，公司负责制造职能的全资子公司广东奥飞实业有限公司于2015年6月通过了ISO14001: 2004环境管理体系认证，有效期至2018年6月。环境管理体系认证的通过体现了公司开展环境管理工作的持续性以及对环境保护的重视程度。



绿色办公

公司积极响应政府提出的建设“资源节约型、环境友好型”社会的号召，大力推进低碳办公与节能减排，履行企业应尽的环保义务。公司推行无纸化办公，通过建立办公系统、视频会议系统等电子化办公模式，利用现代信息技术手段，为建设节约型社会添砖加瓦。

报告期内，公司未因产品质量被投诉，未被质量技术监督等部门提出整改要求或者进行立案稽查和行政处罚。公司未被环保部门提出整改要求或进行立案稽查和行政处罚。



可持续发展

废物排放

公司没有工业污水排放，排放的主要是生活污水，环保设施主要是生活垃圾收集房用以收集生活垃圾以及危险废弃物仓用以收集少量的危险废弃物（主要是：化学品容器、废电池、废机油等）。



2016年奥飞实业对注塑机冷却水塔等设备进行了改装，有效减少了电力消耗，实现了资源的节约。

2016年，公司对于收集到的危险废弃物委托经环保厅认可的有资质的危险废弃物处理商进行处理，确保危险废弃物得到合法有效处理，不对环境造成二次污染。公司排放的各项污染物的监测都符合国家要求。



循环回收

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。



结 语

2016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。

2017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。

奥飞娱乐股份有限公司

董 事 会

二〇一七年三月三十一日

