

信息披露 星辉互动娱乐股份有限公司

2023 年度报告摘要

上述报告指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东持股及前十名大股东持股情况表

贝梅霖表示，联盟在所有社交媒体平台的关注者总数超过1.5亿。西甲联盟全球范围内的电视转播收入总额趋于平衡有所提升。2022年9月，中国电竞战队获得直至2024/25赛季的西甲联赛转播权，并成为西甲联盟未来三个赛季的中国官方赞助商。

2022年5月，西甲联盟与韩国公司TVM达成协议，TVM成为西甲联盟在元宇宙领域的官方赞助商，将数字体育内容与非体育内容相结合呈现给用户。元宇宙是互联网发展的下一个阶段，体育产业通过将其打开一个新的渠道，与球迷和用户进行沟通连接。

足球运动在中国同样拥有巨大的影响力，根据Pasta发布的《2022年中国足球球迷营销价值报告》显示，中国足球迷达2.89亿，中国是全球足球营销的重要市场之一。近年来，国家体育总局发布《关于加快发展足球的指导意见》，要求加大赛事供给、丰富健身活动、吸引群众参与、推动场馆开放、优化体育彩票品种结构、加快设施建设、深化融合发展、促进体育消费、带动体育就业等15条共42项具体措施。

2022年1月，根据《体育总局关于开展全国足球发展重点城市工作的指导意见》，经国家体育总局、体育总局办公厅于2022年1月14日“十四五”期间首批全国足球发展重点城市的通知》,在武汉、成都市、武汉市、深圳市、广州市、长春市、重庆市、大连市、青岛市等9个城市获评“十四五”期间首批全国足球发展重点城市。

2022年6月，教育部、体育总局、中国足球协会共同制定发布了《中国足球青少年足球联赛工作指导意见》(2022-2024年)》，提出推动中国青少年足球发展，提升青少年足球联赛水平，推进足球改革攻坚总体方案和《关于深化体教融合促进青少年健康发展的意见》的具体举措，就面向全体青少年、打破参赛壁垒，以青少年足球健康发展为总体目标，坚持文化教育与专业训练并进，兼顾普及与提高，扩大青少年参与足球人口数量。

为发挥体育助力稳经济、促消费、激活产业的作用，国家体育总局于2022年7月发布了《关于体育助力稳经济促消费激活产业的工作方案》，从加大消费力度和加大体育产品供给两个维度推出落实保障措施，减免相关费用、加大资金支持、优化政府采购、降低融资成本、加大赛事供给、丰富健身活动、吸引群众参与、推动场馆开放、优化体育彩票品种结构、加快设施建设、深化融合发展、促进体育消费、带动体育就业等15条共42项具体措施。

2022年卡塔尔多世界杯是足球界的盛事，根据国际足联发布的2022年卡塔尔多世界杯报告，世界杯期间总计有50亿人参与、收看和关注。体育产业、足球产业的关注度因世界杯的举办而提升，世界杯赛后热度有所回落，但2023年女足世界杯有望继续吸引全球观众的参与。随着国际体育赛事的举办，足球球迷人数的增长以及各项政策的实施与完善，我国体育产业有望获得长期发展。

(3) 玩具行业的发展状况

2022年，我国玩具出口增速放缓，据海关总署发布的数据显示，2022年实现玩具出口总额483.56亿美元，同比增长5.0%。俄乌冲突爆发以来，全球供应链受冲击，全球玩具需求下降，各国消费品生活成本大幅增加，非必需消费品受到的冲击被放大，海外订单有所影响。

尽管短期消费意愿的下降增加了全球玩具市场，但美国玩具巨头孩之宝(License Global)发布的《The Global Toy Report, 2022》认为玩具业整体前景是积极的，主要受益于消费者对玩具益智功能的需求不断增长。报告认为2022年玩具行业发展态势将呈现以下几个特点：一是重视思维训练方面设计，注重与数字技术的结合，互动模式的兴起，包容性的创新和沉浸式驱动的物物乐趣。二是随着消费者对玩具的需求提升，核心未端的成年人成为玩具行业重要的增长点。据NPD Group的数据显示，2021年9月至2022年9月期间，18岁及以上人群的销售额占美国玩具总销售额的14%，12岁及12岁以下的儿童的销售额占玩具总销售额的四分之一。而以AI为基础，设计智能化的潮流玩具产品正在吸引年轻人的“芯”喜爱。《2022全球玩具行业经营白皮书》中提到，潮流玩具(含收藏品)中国市场未来3-5年均复合增长率预计达到20%。2022年玩具超市潮流玩具类全年成交额同比增长接近82%，远高于2021年46%的同比增长率。中国潮流玩具高速增长，存在发展的潜力与深化化可能。

虽然出口增速放缓，但我国玩具产业发展韧性较强，产业链集群化和产业供应链优势明显。广东省作为我国最大玩具生产和出口基地，玩具产业集群形成了完整的上下游产业链，包括塑料、电子、五金等上游材料供应，国内外销售网络，以及为玩具企业提供服务的物流、金融等配套服务生态体系。在完善产业链的基础上，我国玩具产业已深入发掘文化、创意设计、品牌运营等产业链上下游延伸空间，带动玩具行业高质量发展。随着人工智能等新技术的进一步发展与普及，玩具产业将加快创新驱动发展，玩具智能化、互动化将成为趋势。未来中国玩具行业将会更加重视科技、互动、个性化等方面的创新发展，提升中国玩具产业在全球玩具行业分工格局中的地位，推动现代化“玩具大国”到“玩具智造强国”的转变。

2023年，随着文化消费需求释放，文化消费将呈现复苏态势。2023年2月，中共中央、国务院印发了《数字中国建设规划(2023-2025年)》，在“深入实施数字文化发展行动，深入推进数字文化产业”中提出，推动数字文化产品创新发展，深入实施国家文化数字化战略。未来，更多发展中国优秀传统文化内涵，融合数字新技术的文化产品将成为优秀中国文化产品出海的关键符号，也将成为“十四五”时期推进社会主义文化强国的重要支撑力量。

3、主要会计数据和财务指标

(一) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元	2023年度	2022年度	2021年度	本年比上年增减	2023年末	2022年末
总资产	4,259,681,184.69	4,154,154,194.20	4,154,154,194.20	-3.03%	5,360,084,527.62	5,360,084,527.62
归属于上市公司股东的净资产	1,807,348,816.28	2,128,025,758.04	2,128,025,758.04	-12.72%	2,907,868,313.79	2,907,868,313.79
营业收入	26,026.98	30,013.36	30,013.36	-13.29%	3,007,665,011.37	3,007,665,011.37
归属于上市公司股东的净利润	1,668,295,327.22	1,906,891,182.07	1,906,891,182.07	-14.15%	1,742,584,013.17	1,742,584,013.17
归属于上市公司股东的净资产收益率	-31.47	-60.69	-62.62	31.53%	10,351,979.28	10,351,979.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-377,783,826.99	-670,465,889.76	-670,465,889.76	42.60%	13,910,487.53	13,910,487.53
经营活动产生的现金流量净额	300,617,564.64	300,000,235.94	300,000,235.94	2.03%	651,538,759.24	651,538,759.24
基本每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
稀释每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
加权平均净资产收益率	-3.74%	-15.74%	-15.74%	76.35%	0.88%	0.88%

(二) 分季度主要会计数据

单位：元	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	306,310,662.60	407,199,648.04	522,665,574.42	306,103,202.17
归属于上市公司股东的净利润	-6,530,462.63	-4,162,938.14	-5,416,097.76	306,103,202.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,031,710.34	-9,196,739.64	-9,681,433.37	-269,881,161.33
经营活动产生的现金流量净额	68,469,049.09	93,472,843.22	-17,128,068.09	77,561,738.75

3、主要会计数据和财务指标

(一) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元	2023年度	2022年度	2021年度	本年比上年增减	2023年末	2022年末
总资产	4,259,681,184.69	4,154,154,194.20	4,154,154,194.20	-3.03%	5,360,084,527.62	5,360,084,527.62
归属于上市公司股东的净资产	1,807,348,816.28	2,128,025,758.04	2,128,025,758.04	-12.72%	2,907,868,313.79	2,907,868,313.79
营业收入	26,026.98	30,013.36	30,013.36	-13.29%	3,007,665,011.37	3,007,665,011.37
归属于上市公司股东的净利润	1,668,295,327.22	1,906,891,182.07	1,906,891,182.07	-14.15%	1,742,584,013.17	1,742,584,013.17
归属于上市公司股东的净资产收益率	-31.47	-60.69	-62.62	31.53%	10,351,979.28	10,351,979.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-377,783,826.99	-670,465,889.76	-670,465,889.76	42.60%	13,910,487.53	13,910,487.53
经营活动产生的现金流量净额	300,617,564.64	300,000,235.94	300,000,235.94	2.03%	651,538,759.24	651,538,759.24
基本每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
稀释每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
加权平均净资产收益率	-3.74%	-15.74%	-15.74%	76.35%	0.88%	0.88%

(二) 分季度主要会计数据

单位：元	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	306,310,662.60	407,199,648.04	522,665,574.42	306,103,202.17
归属于上市公司股东的净利润	-6,530,462.63	-4,162,938.14	-5,416,097.76	306,103,202.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,031,710.34	-9,196,739.64	-9,681,433.37	-269,881,161.33
经营活动产生的现金流量净额	68,469,049.09	93,472,843.22	-17,128,068.09	77,561,738.75

3、主要会计数据和财务指标

(一) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元	2023年度	2022年度	2021年度	本年比上年增减	2023年末	2022年末
总资产	4,259,681,184.69	4,154,154,194.20	4,154,154,194.20	-3.03%	5,360,084,527.62	5,360,084,527.62
归属于上市公司股东的净资产	1,807,348,816.28	2,128,025,758.04	2,128,025,758.04	-12.72%	2,907,868,313.79	2,907,868,313.79
营业收入	26,026.98	30,013.36	30,013.36	-13.29%	3,007,665,011.37	3,007,665,011.37
归属于上市公司股东的净利润	1,668,295,327.22	1,906,891,182.07	1,906,891,182.07	-14.15%	1,742,584,013.17	1,742,584,013.17
归属于上市公司股东的净资产收益率	-31.47	-60.69	-62.62	31.53%	10,351,979.28	10,351,979.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-377,783,826.99	-670,465,889.76	-670,465,889.76	42.60%	13,910,487.53	13,910,487.53
经营活动产生的现金流量净额	300,617,564.64	300,000,235.94	300,000,235.94	2.03%	651,538,759.24	651,538,759.24
基本每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
稀释每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
加权平均净资产收益率	-3.74%	-15.74%	-15.74%	76.35%	0.88%	0.88%

(二) 分季度主要会计数据

单位：元	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	306,310,662.60	407,199,648.04	522,665,574.42	306,103,202.17
归属于上市公司股东的净利润	-6,530,462.63	-4,162,938.14	-5,416,097.76	306,103,202.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,031,710.34	-9,196,739.64	-9,681,433.37	-269,881,161.33
经营活动产生的现金流量净额	68,469,049.09	93,472,843.22	-17,128,068.09	77,561,738.75

3、主要会计数据和财务指标

(一) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元	2023年度	2022年度	2021年度	本年比上年增减	2023年末	2022年末
总资产	4,259,681,184.69	4,154,154,194.20	4,154,154,194.20	-3.03%	5,360,084,527.62	5,360,084,527.62
归属于上市公司股东的净资产	1,807,348,816.28	2,128,025,758.04	2,128,025,758.04	-12.72%	2,907,868,313.79	2,907,868,313.79
营业收入	26,026.98	30,013.36	30,013.36	-13.29%	3,007,665,011.37	3,007,665,011.37
归属于上市公司股东的净利润	1,668,295,327.22	1,906,891,182.07	1,906,891,182.07	-14.15%	1,742,584,013.17	1,742,584,013.17
归属于上市公司股东的净资产收益率	-31.47	-60.69	-62.62	31.53%	10,351,979.28	10,351,979.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-377,783,826.99	-670,465,889.76	-670,465,889.76	42.60%	13,910,487.53	13,910,487.53
经营活动产生的现金流量净额	300,617,564.64	300,000,235.94	300,000,235.94	2.03%	651,538,759.24	651,538,759.24
基本每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
稀释每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
加权平均净资产收益率	-3.74%	-15.74%	-15.74%	76.35%	0.88%	0.88%

(二) 分季度主要会计数据

单位：元	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	306,310,662.60	407,199,648.04	522,665,574.42	306,103,202.17
归属于上市公司股东的净利润	-6,530,462.63	-4,162,938.14	-5,416,097.76	306,103,202.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,031,710.34	-9,196,739.64	-9,681,433.37	-269,881,161.33
经营活动产生的现金流量净额	68,469,049.09	93,472,843.22	-17,128,068.09	77,561,738.75

3、主要会计数据和财务指标

(一) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元	2023年度	2022年度	2021年度	本年比上年增减	2023年末	2022年末
总资产	4,259,681,184.69	4,154,154,194.20	4,154,154,194.20	-3.03%	5,360,084,527.62	5,360,084,527.62
归属于上市公司股东的净资产	1,807,348,816.28	2,128,025,758.04	2,128,025,758.04	-12.72%	2,907,868,313.79	2,907,868,313.79
营业收入	26,026.98	30,013.36	30,013.36	-13.29%	3,007,665,011.37	3,007,665,011.37
归属于上市公司股东的净利润	1,668,295,327.22	1,906,891,182.07	1,906,891,182.07	-14.15%	1,742,584,013.17	1,742,584,013.17
归属于上市公司股东的净资产收益率	-31.47	-60.69	-62.62	31.53%	10,351,979.28	10,351,979.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-377,783,826.99	-670,465,889.76	-670,465,889.76	42.60%	13,910,487.53	13,910,487.53
经营活动产生的现金流量净额	300,617,564.64	300,000,235.94	300,000,235.94	2.03%	651,538,759.24	651,538,759.24
基本每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
稀释每股收益(元/股)	-0.08	-0.10	-0.10	62.50%	0.00	0.00
加权平均净资产收益率	-3.74%	-15.74%	-15.74%	76.35%	0.88%	0.88%

(二) 分季度主要会计数据

单位：元	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	306,310,662.60	407,199,648.04	522,665,574.42	306,103,202.17
归属于上市公司股东的净利润	-6,530,462.63	-4,162,938.14	-5,416,097.76	306,103,202.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-11,031,710.34	-9,196,739.64	-9,681,433.37	-269,881,161.33
经营活动产生的现金流量净额	68,469,049.09	93,472,843.22	-17,128,068.09	77,561,738.75

积极探索科技创新，实现游戏业务高质量发展。2022年，公司全资子公司星辉天拓成为元宇宙产业委员会第二批授权的成员，并成为该委员会常务委员，充分把握数字经济下科技创新的政策及技术支持。公司在产品质量与持续创新、通俗易懂与玩法的创新、打造高质量的游戏产品、实现业务高质量发展。自研古风历史战略手游《天地无双》3D实景现场表现、引入次世代人物建模方案及光学动作捕捉方案还原真人细节，为玩家打造出了一个真实、生动的古代三国世界，全方位提升玩家在游戏中的沉浸式体验。同时，公司一直致力于实现AI技术的应用，密切关注相关技术的发展，积极探索相关技术与业务的有效结合。AI应用是建立在大数据、训练、学习、推理、自然语言等一系列程序，公司已部署分发AI应用，在游戏UI、AI主播、AINPC、AI客服、AI训练、AI客服、AI运营等几个方面进行了广泛的应用；内容上，让游戏的建模、角色行为移动等更加流畅、效率上，AI应用、场景搭建等使用，让制作得到优化。AI的应用将随着技术的不断进步而完善，品质提升、降本增效等应用效果将愈发明显，公司积极探索技术的变革及按计划推进应用的进程。

充分挖掘游戏产品文化属性，弘扬优秀传统文化。公司坚定实现游戏业务高质量发展，坚持弘扬文化、多出精品、铸魂经典的产品理念，把中华优秀传统文化融入创作、生产、传播各个环节，构建富内涵“主理量”先进文化内容的游戏产品，打响具有中国特色的游戏品牌，推动中华文化走向世界。公司拥有“三国志”“三国群英传”等一系列历史题材游戏产品，积极探索游戏与非遗文化深度融合，与第一批国家级非物质文化遗产传承人合作，打造了多个具有文化底蕴、内涵丰富的游戏产品，让年轻人了解丰富多采的潮汕木雕文化的同时，又赋予了游戏更多创新玩法，提升了游戏的文化内涵，共同搭建了“游戏+非遗文化”共赢的生态。

积极承担社会责任，助力大健康产业发展。公司在加快自身建设的同时，积极承担社会责任，全面履行中宣部“网络游戏正能量引领计划”的实践，始终将未成年人保护工作摆在重中之重的位置，营造积极健康规范有序的发展氛围。公司自觉履行《网络游戏行业未成年人保护公约》(关于进一步加强网络游戏管理切实保护未成年人网络安全的通知)《网络游戏适龄提示》《网络游戏防沉迷系统实施标准》等一系列程序，限制未成年人用户登录游戏、拒绝充值消费、同时加大对监管系统的升级推广，确保严格落实的强制执行，同时保障未成年人健康成长制度，在业内首创了鹰眼系统，以优化用户体验、提升品牌美誉度、提升品牌美誉度、提升品牌美誉度、提升品牌美誉度。此外，充分加强对用户信息安全、产品内容合规、功能性开发等方面的管理，保障用户的消费权益。

(2) 足球领域业务

报告期内，公司足球俱乐部业务实现主营业务收入7.09亿元，较上年同期增加96.10%，占营业收入总额的14.12%；实现净利润1.81亿元。报告期内西班牙人队成绩稳定在西甲，俱乐部营业收入有所增长。报告期内实现营业收入为2.7亿元，较上年同期增加41.6%。来自赞助及广告、球员转会、球衣销售等各方收入占比显著，较上年同期增加214.2%。

以球队成绩、竞争实力不断提升。报告期内，西班牙人队在2022-23赛季的西甲联赛中以联赛积分榜第十四名晋级。为了优化球队结构，提高球队竞争力，西班牙人在2022年夏季转会窗口出售了9名球员，巴里加斯、恩巴尔巴等多名球员，引进了何塞卢、布拉斯维特、埃卡、奥列加斯等进攻型中场。报告期内，俱乐部成功引进了西班牙国家队中场大将佩雷斯，进一步提升了球队的实力。同时，俱乐部积极通过球员交易与球队的长期转会构建转会体系，调整各个位置球员位置，进一步提高球队竞争力，扩大了球队价值的增值空间，有效降低俱乐部运营成本。

青训体系系统化，为球队长期发展储备人才。西班牙人建有U8-U19共12支球队梯队和女足梯队，并以优秀的青训成绩著称欧洲大陆。报告期内，西班牙人青训队在第18届地中海杯(P7)获得U9、U10和U11三项组别的冠军；在2022年雅达维亚杯半决赛中，西班牙人U12队成为第一支在亚足联青年锦标赛夺冠的非非洲球队。在26届西阿希普之魅力青少年足球国际邀请赛中，西班牙人 U13队以1:1战胜巴塞罗那，队史首次赢得西甲希望之星杯冠军。2022-23赛季，西班牙人U19青训队取得欧冠预选赛资格。报告期内，西班牙人新增4名足球运动员，包括前智利国家足球队球员、阿根廷女足足球运动员伊拉拉·福特、摩洛哥球员阿马尔·阿马尔。2022年9月，西班牙人女足青年队与中国女足U17国家队开展技术交流交流；在2022-23赛季季前赛SIYOL国际青少年联赛中，西班牙人U17足球队荣获了进球、U9组别、U10A组别等；俱乐部团队建设一直在关注和分分析中国球员，并引进了中国球员蒲熠元至西班牙人B队。

强化品牌赋能，稳步提升商业价值。2022年5月，西班牙人与区块链平台Crypto Snack达成了为期二年一半的合作协议，并成为西班牙人接受Crypto Snack加密货币支付的足球俱乐部，实现现实世界和数字世界的连接，为球迷带来全新的线下支付体验。此外，俱乐部在报告期内，西班牙人与运动装备赞助商卡普体育续约4年。同时与西班牙凯乐体育银行CaixaBank、墨西哥哥雷局Riviera Maya、斯洛伐克国际品牌Skoda等厂商需求保持良好的合作关系。

集聚力资源，参与国际足球赛事。报告期内，西班牙人一线队共有7名球员被国家队征召，参与国际足球赛事。其中，球员布拉斯维特入选西班牙国家队世界杯大名单，随后参加了2022卡塔尔多世界杯，代表西班牙队出战对法国和澳大利亚；球员卡夫雷拉获得乌拉圭国家队征召，参加了2022卡塔尔多世界杯南美区预选赛；球员凯维-巴雷拉为阿尔巴尼亚国家队征召，参加了世界杯预选赛对阵西班牙对西班牙对西班牙的预选赛。

(3) 玩具业务

报告期内，公司玩具及衍生品业务实现营业收入3.76亿元，较上年同期增长8.05%，占营业收入总额的23.40%；实现净利润1,167.94万元。其中，车模玩具业务实现营业收入3.35亿元，占玩具业务总收入的89.25%；婴童用品实现营业收入0.40亿元，占玩具业务总收入的10.75%。

重视技术创新，提高玩具产品附加值。星辉娱乐不断探索技术创新，提高玩具产品附加值。通过加大研发投入、引进先进技术和人才，推动玩具产品向高品质、高附加值方向发展。在玩具产品智能化、个性化、定制化等方面取得了突破，提升了玩具产品的竞争力和附加值。同时，公司还积极探索玩具产品的跨界合作，与知名IP、品牌等进行合作，推出联名款玩具产品，进一步提升了玩具产品的市场吸引力和附加值。

丰富IP授权业务，巩固玩具行业领先地位。作为IP授权、生产、销售于一体的玩具产品生产商，公司拥有超过30个知名国际车模IP，是国内车模车IP授权最多的玩具产品生产商。报告期内，公司积极拓展IP授权合作和复合业态，新增IP授权车模、玩具IP授权车模、阿拉尔车