证券代码:300043　　证券简称:星辉娱乐　　公告编号:2026-005

星辉互动娱乐股份有限公司

2025 年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

广东司农会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

√适用 □不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以1,244,057,301为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.30元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 √不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	星辉娱乐	股票代码	300043
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孙琦	李穗明	
办公地址	广东省广州市天河区黄埔大道西122号星辉中心	广东省广州市天河区黄埔大道西122号星辉中心	
传真	020-28123521	020-28123521	
电话	020-28123517	020-28123517	
电子信箱	ds@rastar.com	ds@rastar.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司从事的主要业务

(1)玩具业务

公司玩具业务主要专注于遥控车模、合金车模、拼装积木玩具、婴童玩具、智能玩具及户外骑行等产品的研发、生产及销售。历经二十多年的积淀,公司构建起研发—生产—销售等全环节业务体系,研发综合实验室达到国际先进水平,能够完成ROHS、Non-Phthalates、EN71检测等国际一流标准的内部自我检测,具有较强的综合竞争力。

公司玩具业务已建立起完善的境外境内、线下线上全渠道销售体系,合作渠道涵盖山姆、玩具反斗城、Smyths、Top Toy等线下终端,以及亚马逊、天猫、京东、得物等线上平台,总计有超过400款优质玩具产品远销120多个国家和地区,累计已获得超过35个世界知名车企授权,商标知识产权覆盖110多个国家和地区,是宝马、法拉利等知名车企的重要合作商,且获得宝马公司遥控车模、儿童自行车系列产品的全球独家授权超过十年。

(2)游戏业务

公司游戏业务已发展成为研运一体的综合性网络游戏运营商,在细分领域形成了古风策略类及放置类两个优势产品群,先后研发与发行《三国群英传-霸王之业》《战地无疆》《霸王之野望》《苍之纪元》《枫之谷R:经典新定义》《三国群英传:策定九州》《仙境传说:破晓》等多款精品游戏,并拥有《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》《盗墓笔记》《庆余年》等多款IP授权。

公司秉持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的战略布局,借助自身在游戏行业的全产业链优势,建立了完善的游戏发行业务体系,除了中国大陆和中国港澳台,还覆盖至日韩、东南亚、欧美等多个国家和地区,并连续四届被评为"国家文化出口重点企业"。

(3)业务剥离及未来发展

公司于2025年10月完成足球俱乐部业务剥离,后续将集中优势资源和精力,聚焦玩具与游戏主业,重点布局玩具品牌化建设、AI技术融合应用,以及游戏研发与全球发行等关键领域。上述业务既是公司积淀深厚的传统优势板块,更是聚动未来持续增长的核心引擎。本次业务剥离有助于公司主营业务的稳健发展和创新,深层次夯实核心竞争力。未来,公司将重点投入游戏海外拓展、云游戏、AI游戏、AI玩具等高潜力业态,全面推动核心业务的创新升级。

(二)行业发展状况

2025年,国家密集出台一系列聚焦消费提振与产业升级的政策,为文化及玩具产业发展筑牢政策基石。2025年3月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《提振消费专项行动方案》,着力进一步提振消费、全方位扩大国内需求;2025年4月,国家新闻出版署等十部门联合印发了《网络出版科技创新引领计划》,提出经过3到5年的努力,培养一批网络出版科技创新高层次人才,引导支持网络出版企业围绕人工智能、大数据、云计算、区块链等网络出版相关技术,建立研发机构,汇聚创新人才;2025年6月,中国人民银行、国家发改委等六部门联合印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,从六方面推出19项金融支持举措,强化商品消费和服务消费金融供给,完善扩大消费长效机制。

在多项政策协同赋能下,我国文化市场呈现稳步回升、持续向好的发展态势。国家统计局数据显示,2025年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入15.21万亿元,比上年增长7.40%;其中,数字技术赋能文化产业成效显著,互联网游戏服务和动漫、游戏数字内容服务等16个文化新业态行业实现营业收入6.83万亿元,比上年增长14.30%。

(1)玩具行业的发展状况

2025年全球玩具市场呈现机遇与挑战并存的发展格局,部分国家地区玩具消费迎来恢复性增长,但地缘政治风险攀升导致国际贸易环境充满不确定性。据海关总署发布的数据显示,2025年我国实现玩具出口总额348.09亿美元,同比下滑12.70%。

为应对全球经贸形势变化,政府密集出台系列政策支持企业开拓海外市场,助力外贸高质量发展,2025年4月,海关总署会同中央网信办等20个部门联合部署开展跨境贸易便利化专项行动,政策举措涵盖货物贸易、数字贸易、绿色贸易等领域,着力应对外部冲击、激发活力、稳定增长,助力外贸高质量发展,促进高水平开放;2025年9月,商务部等9部门印发《关于促进服务出口的若干政策措施》的通知,提出包括用好用足中央和地方现有资金渠道积极支持服务出口、增强服务贸易创新发展引导基金撬动作用等13条政策措施;2026年3月,政府工作报告提出进一步扩大高水平对外开放的工作任务,包括积极扩大自主开放、推动外贸稳规模优结构、扩大双向投资合作、高质量共建"一带一路",为玩具行业海外市场拓展提供持续政策支撑。

尽管当前国际贸易环境复杂多变,我国玩具出口短期承压,但产业长期积淀的全链条协同生态与产业集群优势依然突出,成为抵御市场波动、支撑行业稳健发展的核心竞争力。广东省汕头市澄海区素有"中国玩具礼品之都"之称,凭借多年积累形成独特优势,已构建起覆盖研发设计、模具制造、零部件生产、成品组装、检测认证的完整生产体系,上下游产业高度集聚、深度协同;同时,澄海依托港区位置优势及跨境电商配套,构建起多维联动的全球物流网络,叠加规模化生产带来的成本控制能力与产业链高效响应机制,形成"成本优势+供应链速度"双重核心竞争力,可灵活适配全球市场的多元化需求、应对国际贸易环境变化,为行业稳健发展提供了坚实支撑。

2025年,人工智能技术的加速迭代与深度渗透,推动AI玩具成为驱动玩具产业高质量发展的新引擎。通过AI技术赋能,传统玩具突破单一娱乐属性,被赋予教育启蒙、互动陪伴、智能交互等多元功能,升级为兼具娱乐价值与知识属性的新型消费载体。据《2025中国AI玩具产业发展报告》显示,2025年上半年国内AI玩具市场销售额突破300亿元,同比增长65%。AI玩具产业的快速崛起离不开政策层面的精准赋能:2025年9月,《广东省加快推动人工智能赋能玩具产业行动方案(2025-2027年)》正式印发,其中明确提出,到2027年,全省规上玩具产业营业收入达1000亿元,AI玩具渗透率达30%以上,产业集群竞争力增强,形成汕头、东莞、深圳等高水平玩具产业集群,培育5家以上具有国际竞争力的AI玩具领军企业;2025年11月,工业和信息化部等六部门联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》,鼓励开发人工智能玩具,支持企业孵化本土知识产权(IP),创新设计文创产品、动漫周边商品等。

未来,随着政策赋能与产业链优势形成发展合力,玩具行业朝着品质化、智能化、IP化方向转型,头部企业与产业集群引领创新,持续巩固全球核心竞争力,玩具行业有望借助技术迭代与政策红利实现高质量跃升,开启发展新周期。

(2)游戏行业的发展状况

2025年,根据中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布的《2025年中国游戏产业报告》,国内游戏市场实际销售收入达3,507.89亿元,同比增长7.68%;用户规模6.83亿,同比增长1.35%,均为历史新高点。市场收入与用户规模双增长主要得益于移动游戏品质整体提升、头部长青游戏玩法创新与运营优化、小程序游戏增长势头强劲以及多端互通策略进一步拓展玩家数量。2025年国内小程序游戏市场收入535.35亿元,同比大幅增长34.39%,增速领跑全品类,且在游戏市场整体收入中所占的比例升至15%。

海外市场收入同样表现稳健,《2025年中国游戏产业报告》显示,自研游戏海外市场实际销售收入204.55亿美元,同比增长10.23%,规模已连续六年超千亿元人民币。在海外市场收入前100的自研移动游戏中,策略类(含SLG)占比49.96%,同比显著上升,在近五年的排行中,策略类一直保持着海外营收主力地位。

除了市场规模的稳步增长,技术创新成为驱动行业升级的关键变量,其中人工智能技术的深度渗透与规模化应用尤为突出。根据中国音数协游戏工委与清华大学联合发布的《游戏企业AI技术应用调研报告》,AI在游戏研发中的应用率高达86.36%,已成为驱动产业升级的重要工具之一。AI技术加速渗透游戏全产业链,从研发端的场景自动化生成、智能NPC行为逻辑优化、代码辅助编写,到运营端的用户个性化推荐、智能客服响应、反作弊系统升级。AI技术正逐步从单纯的降本增效工具,升级为游戏创新的核心引擎,推动行业向技术驱动型转型。

政策维度的精准护航,为游戏产业高质量发展筑牢了坚实保障。2025年4月,国务院发布《加快推进服务业扩大开放综合试点工作方案》,明确将"发展游戏出海业务,拓展应用场景,布局从IP打造到游戏制作、发行、海外运营的产业链条"纳入国家级战略工程。2025年5月,广东省推出全国首个省级游戏产业专项政策《关于推动广东网络游戏产业高质量发展的若干政策措施》,从支持原创精品和科技创新、优化营商环境、打造产业集群、完善支撑体系、强化服务保障机制等维度形成政策合力,推动广东网络游戏产业高质量发展;同时,该政策明确对优质项目最高奖励500万元,重点支持AI、游戏大模型等前沿技术,并推动"游戏+文旅"跨界融合,成立游戏企业服务中心和游戏出海服务中心。2026年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》发布,指出引导规范网络文学、网络游戏、网络视听等健康发展,鼓励文化企业国际化经营,推动优质网络文学、网络游戏、影视动漫、精品展览等出海。

2026年3月,政府工作报告首次提出"打造智能经济新形态",包括深化拓展"人工智能+",推动重点行业领域人工智能商业化规模化应用等部署。叠加上述系列政策红利,与人工智能、游戏引擎、云游戏等技术创新形成共振,游戏产业将在政策护航与技术驱动的双重赋能下,迈向更高质量的发展新阶段。

3、主要会计数据和财务指标

(1)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

元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	2,785,254,285.83	3,790,356,736.69	-26.52%	4,320,330,724.14
归属于上市公司股东的净资产	1,750,472,924.41	1,444,580,434.65	21.18%	1,934,177,026.29
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	2,092,451,681.68	1,360,400,333.58	53.81%	1,732,809,122.13
归属于上市公司股东的净利润	301,594,787.54	-457,725,059.99	165.89%	27,708,514.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	248,904,136.95	-465,047,746.17	153.52%	-87,815,369.29
经营活动产生的现金流量净额	539,581,257.08	160,694,167.93	235.78%	212,026,013.49
基本每股收益(元/股)	0.24	-0.37	164.86%	0.02
稀释每股收益(元/股)	0.24	-0.37	164.86%	0.02
加权平均净资产收益率	18.90%	-26.84%	45.74%	1.48%

(2)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	414,409,569.31	720,621,971.94	591,804,525.96	365,615,614.47
归属于上市公司股东的净利润	-47,584,421.20	202,637,562.16	113,148,380.58	33,393,276.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-47,808,492.02	204,317,758.45	62,556,270.26	29,838,600.26
经营活动产生的现金流量净额	104,548,914.76	269,503,885.93	34,214,000.53	131,314,455.86

上述财务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数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	66,100	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	70,944	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
陈顺升	境外自然人	32.41%	403,287,100.00	0.00	不适用	0.00
中国民生银行股份有限公司-华夏中证动漫游戏交易型开放式指数证券投资基金	其他	2.70%	33,532,801.00	0.00	不适用	0.00
陈冬柳	境外自然人	1.85%	23,054,967.00	0.00	不适用	0.00
廖嘉珍	境内自然人	0.76%	9,415,200.00	0.00	不适用	0.00
上海浦东发展银行股份有限公司-国泰中证动漫游戏交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.69%	8,641,800.00	0.00	不适用	0.00
江西贪玩信息技术有限公司	境内非国有法人	0.52%	6,437,486.00	0.00	不适用	0.00
香港中央结算有限公司	境外法人	0.41%	5,157,389.00	0.00	不适用	0.00
浙江净睿网络科技有限公司	境内非国有法人	0.40%	4,977,000.00	0.00	不适用	0.00
平安中证500指数增强股票型养老金产品-中国工商银行股份有限公司	其他	0.38%	4,766,569.00	0.00	不适用	0.00
王廷春	境内自然人	0.36%	4,434,500.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末,陈顺升和陈冬柳为本公司实际控制人,陈顺升和陈冬柳为夫妻关系,两人合计持有本公司34.26%的股份。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

本报告期,公司实现营业总收入20.92亿元,较上年同期增加53.81%;归属于上市公司股东的净利润3.02亿元,扣除非经常性损益的净利润2.49亿元,均实现扭亏为盈。报告期内,公司通过持续推进新品迭代升级与市场纵深拓展,为业绩增长注入强劲动能,玩具业务净利润稳定增长,游戏业务收入同比大幅增长并实现扭亏为盈;同时,公司完成出售俱乐部事项,俱乐部经营利润及投资收益亦对当期业绩形成正向贡献。

2025年度,公司全力推进各项业务发展,经营业绩实现持续改善,经营性现金流大幅增长。报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额达5.40亿元,较上年同期增长235.78%。依托稳健高效的财务管控策略,公司带息债务规模和资产负债率水平均实现稳步下行:带息债务总额由上年末的14.82亿元下降至本报告期末的7.49亿元,资产负债率由上年末的61.94%回落至本报告期末的37.28%。整体财务状况持续夯实,为公司可持续发展提供有力支撑。

报告期内,公司各业务板块经营情况如下:

(1)玩具业务

报告期内,公司玩具业务实现主营业务收入4.51亿元,较上年同期减少3.06%,占营业总收入的21.56%;实现净利润8,370.34万元,较上年同期增长1.23%。在玩具行业承压的市场背景下,公司玩具业务积极推动产品结构升级,深化渠道精细化布局,持续拓展IP授权合作,净利润保持稳定增长。

坚持以研发创新为引擎,推动产品附加值稳步提升。公司始终以创新为发展引擎,通过持续的技术投入与创新突破,不断提升产品核心竞争力与附加值。2025年玩具板块共申请88项专利,包括发明专利4项、实用新型专利6项、外观专利78项;截至报告期末,公司玩具板块共取得专利232项,其中发明专利18项、实用新型专利105项、外观专利109项。公司玩具产品1:10悍马EV遥控积木车凭借出色的设计与商业价值,斩获2025年广交会设计创新奖(CF奖)铜奖,成为玩具品类中唯一获奖产品。以"树立创新标杆,引领转型升级"为宗旨的CF奖,是引领市场创新潮流的重要风向标,公司荣膺该奖项,充分彰显市场与国际社会对公司产品设计能力、研发实力的双重肯定。

立足终端市场需求,持续扩充产品矩阵。公司深度研判市场需求趋势,大力推动产品结构升级,持续推出多样化玩具新品,满足不同客群的消费偏好。报告期内,公司推出了兰博基尼SC63遥控车、宝马V8 LMDh遥控车、奔驰AMG GT2遥控车、路虎揽胜运动SV遥控车、法拉利Purosangue遥控车、奔驰F1 W15遥控车、法拉利F1 SF-25遥控车、保时捷GT3合金车、悍马EV积木车、玛莎拉蒂MC20积木车、智能太空恐龙及26寸宝马MINI山地自行车等多款新品;2026年,公司将陆续推进奔驰AMG G 63遥控车(W465)、保时捷963 LMDh遥控车、丰田GAZOO Racing GR010 Hybrid WEC遥控车、奥迪etron合金车、奔驰g63合金车、奔驰F1 W16 E Performance拼装遥控车、迷你JCW积木车、1:8宾利欧陆GT3积木车、智能太空变形系列等新品的研发上市工作,产品矩阵将进一步丰富。

依托精准的市场研判能力,公司前瞻布局国际顶级赛事IP资源,已揽获F1大奖赛多家知名车队及车企的官方正版IP授权,并基于各车队核心赛事车型,打造了多款车模产品,其中包括红牛车队的RB18、RB19赛车;法拉利车队的F1-75、SF-25赛车;奔驰车队的W11、W15 E赛车;迈凯伦车队的MCL36赛车;以及周冠宇效力过的索伯车队等赛事同款车模产品。其中,1:12红牛F1 RB18遥控车荣获"广东省名优高新技术产品";法拉利SF-25遥控车荣获风车杯"2025年优秀升级产品";法拉利499P遥控车荣获2025中外玩具大奖"年度外观设计奖"、2025汕头市玩具设计大赛"产品组年度优秀奖";1:14兰博基尼SC63LMDh遥控车荣获2025汕头市玩具设计大赛"产品组年度新锐奖"。

丰富IP授权资源储备,打造行业领军品牌。IP赋能与品牌形象已成为企业构筑核心竞争力的关键支柱,公司持续探索和深化与国际化头部IP的合作,IP资源储备持续丰富。报告期内,公司在深化国际顶级赛事IP布局的基础上,新增了丰田GAZOO RACING赛车品牌授权,并拓展了奔驰AMG GT3赛车、阿斯顿马丁Valhalla跑车、布加迪Tourbillon跑车、玛莎拉蒂GT2 Stradale赛车等车模品类授权。凭借深厚的研发积淀与IP运营优势,公司"RASTAR"品牌影响力进一步扩大,成为中国玩具品牌在全球市场的亮眼标杆。

(2)游戏业务

报告期内,公司游戏业务实现主营业务收入9.11亿元,较上年同期增长93.16%,占营业总收入的43.57%;净利润4,695.27万元,实现扭亏为盈。报告期内,《冒险岛R:进化》《仙境传说:破晓》《三国群英传:策定九州》《战地无疆》《山海传说》等多款游戏于境内外陆续上线,收入同比大幅增长,效益持续释放带动净利润实现扭亏为盈。

依托优势赛道的迭代更新,有效推动游戏生命周期延长。公司以深耕长青游戏为核心发展策略,聚焦策略类等具有系列化开发经验的优势品类赛道,对现有精品游戏持续进行内容创新,保持长线运营。报告期内,长周期精品游戏包括《三国群英传-霸王之业》《霸王之野望》等依然保持稳定流水贡献,公司通过怀旧版版本优化精准触达核心老玩家群体,有效驱动用户回流,同时优化跨服玩法,全面提升玩家沉浸式体验。此外,公司不断对优势品类进行迭代更新并推进全球化发行:报告期内,公司自研的策略类手游《战地无疆》在韩国地区发行,上线首日获得韩国iOS免费榜第4,Google Play游戏免费榜前10的成绩;《战地无疆》在日本地区发行,上线首日获得日本iOS免费榜第1,Google Play游戏免费榜第13的成绩;公司自研策略类游戏《三国群英传:策定九州》在中国大陆地区上线,最高位列腾讯应用宝飙升榜第1名、华为新游榜第1名、荣耀新游榜第2名、小米飙升榜第1名、OPPO畅销榜第2名、BiliBili口碑榜第3名。

聚焦小程序游戏赛道发力,推进境内外多平台协同布局。小程序游戏作为2025年度全品类增速领跑赛道,增量空间依旧广阔。公司持续在该赛道发力,为游戏业务打造全新增长引擎。报告期内,公司发行的放置RPG手游《仙境传说:破晓》正式登陆微信小程序,上线仅一周便入围微信小程序游戏畅销榜Top8。同时,公司深化境内外发行联动布局,构建多版本、多平台协同发展体系:《仙境传说:破晓》于2025年7月在中国港澳台地区上线,同年10月进一步拓展至东南亚市场。

锚定落实IP战略,聚力打造国际化精品游戏。公司深度践行IP价值赋能产品的发展路径,深度挖掘IP内核价值并融入游戏研发全流程,积累了《三国群英传》《冒险岛》《斗破苍穹》《仙境传说》《盗墓笔记》《庆余年》等多款能适配全球多地区的知名IP授权,为全球化产品布局奠定坚实基础。报告期内,公司自研的冒险岛正版IP授权游戏《冒险岛R:进化》于2025年2月在日本地区正式上线,首日取得iOS免费榜、Google Play免费榜双平台榜首的成绩,最高位列iOS游戏畅销榜第18名,并入围Sensor Tower 2025年3月中国手游海外增长排行榜前20名;公司发行的仙境传说IP游戏《仙境传说:破晓》于2025年7月在中国港澳台地区上线,上线首日取得中国台湾地区iOS免费榜、Google Play免费榜双平台榜首,最高位列iOS畅销榜第2名、Google Play畅销榜第1名,中国香港地区首日取得iOS免费榜第1名、Google Play免费榜第6名的成绩;《仙境传说:破晓》于2025年10月在东南亚地区发行,首日获得iOS泰国免费榜第1名、畅销榜第2名,菲律宾、马来西亚免费榜第2名的成绩。

推进全维度主渠道矩阵建设,构建覆盖全球主流市场的运营体系。报告期内,公司持续推进全维度主渠道矩阵布局,维系与主流游戏渠道的良好合作关系,着力构建覆盖全球主流市场的运营体系。公司自研策略类游戏《三国群英传:策定九州》于2025年10月在华为鸿蒙操作系统6发布会上获多次展示,且作为案例游戏演示了全新的"一碰多组队"功能,并于2025年12月斩获2025华为年度鸿蒙"创新游戏"奖项;2025年12月,公司在2025小米"人车家全生态"合作伙伴大会上获得"小米游戏2025年新锐合作伙伴"奖项。目前,《三国群英传:策定九州》《冒险岛:联盟的意志》《战地无疆》《盗墓笔记》等游戏产品均已完成鸿蒙系统深度适配,适配过程中积累的技术经验为公司后续跨平台游戏开发筑牢了技术根基。公司与腾讯、苹果、华为、OPPO、vivo、小米、荣耀、TapTap、谷歌等主流游戏渠道的合作持续深化,进一步夯实公司研运一体综合实力,有效提升了"星辉游戏"的品牌市场影响力。

全球化发行产品储备丰富,打造多元游戏内容生态。公司积极构建层级化SLG产品储备,并对创新品类游戏进行探索与孵化,为不同玩家群体提供多样化的优质内容服务与更深入的文化娱乐体验。

公司主要游戏产品储备明细

游戏名称	发行地区	状态	游戏类型
仙境传说:破晓	全球多地区发行	中国大陆及港澳台地区、东南亚地区已发行,日韩、欧美等地区待发行	放置ARPG
冒险岛:联盟的意志	全球多地区发行	国内及部分海外地区已发行,欧美待发行	放置卡牌
三国群英传:策定九州	全球多地区发行	中国大陆已发行,中国港澳台、日韩待发行	策略类
盗墓笔记	全球多地区发行	中国大陆地区已发行	卡牌RPG
冒险岛:枫之新篇	全球多地区发行	研发中	放置RPG
代号-X1	全球多地区发行	研发中	策略类
斗破苍穹	全球多地区发行	研发中	动作卡牌
山海传说	全球多地区发行	中国大陆地区已发行	放置卡牌
代号-DK	全球多地区发行	研发中	策略塔防
代号-M3	全球多地区发行	研发中	放置RPG
代号庆余年	全球多地区发行	研发中	模拟经营
代号-修仙	全球多地区发行	研发中	放置RPG
代号-Z2	全球多地区发行	研发中	策略类

(3)其他

保级西甲联赛,俱乐部业绩修复。报告期内,西班牙人俱乐部在2024/25赛季成功保级,2025/26赛季继续征战西甲联赛,业绩逐步修复。2025年1-9月,公司足球俱乐部业务实现主营业务收入6.85亿元,其中来自电视转播权收入2.82亿元,来自球员转会的收入2.24亿元,来自赞助及广告、票务会员、足球衍生品等方面收入1.79亿元;实现净利润1.16亿元,扭亏为盈。

深化战略调整,剥离足球俱乐部业务。西班牙人俱乐部近年来业绩波动较大,对公司整体盈利水平产生了一定的影响。基于战略发展规划,优化资源配置,提高盈利能力,公司会资子公司星辉体育(香港)、星辉游戏(香港)于2025年7月与VELOCITY SPORTS LTD签订股权买卖协议,出售合计持有的西班牙人俱乐部99.66%股权。2025年10月,上述交易完成交割,公司剥离旗下足球俱乐部业务,西班牙人俱乐部不再纳入公司合并报表范围。上述交易增加公司归母净利润人民币4,706.94万元。

聚焦高潜赛道力量的核心业务,深层次夯实核心竞争力。剥离足球俱乐部业务后,公司进一步聚焦玩具与游戏核心主业,重点布局游戏海外拓展、云游戏、AI游戏及AI玩具等高增长潜力赛道,全面推动核心业务的创新升级,深层次夯实核心竞争力。

公司代码:600060　　公司简称:海信视像

海信视像科技股份有限公司

2025 年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经董事会决议,公司2025年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润,利润分配方案为:(1)公司拟向全体股东每10股派发现金红利9.403元(含税),截至2025年12月31日,公司总股本为1,304,972,254股,以此计算合计拟派发现金红利1,227,065,410.44元(含税);　(2)不送红股,不进行公积金转增股本。

上述方案自审议通过后至实施权益分派股权登记日期间,因回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持每股分配金额不变,相应调整分配总额。

6、截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	海信视像	600060	海信电器

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范潍	李胜军
联系地址	山东省青岛市崂山区香港东路88号海信国际中心A座	山东省青岛市崂山区香港东路88号海信国际中心A座
电话	0532-83889556	0532-83889556
传真	0532-83889556	0532-83889556
电子信箱	zqb@hisense.com	zqb@hisense.com

2、报告期公司主要业务简介

公司以"建百年海信,成为全球最值得信赖的品牌"为愿景,以"致力于科技创新,以高质量的产品和服务幸福亿万家庭,让显示无处不在、服务无处不在、连接无处不在"为使命,以"世界一流的多媒体显示解决方案提供商"为战略定位。

公司坚持以"多场景大显示"为核心,多品牌、多品类协同,全球化、高端化发展。公司持续深耕"1+(4+N)"的产业布局:智慧显示终端市场份额持续增长,产品结构不断升级;激光显示持续实现技术突破引领全球,市场和场景应用不断拓展;商用显示提升场景化解决方案竞争力,聚焦海外市场及行业高价值客户;芯片逐步构建全场景全显示产品矩阵;云服务以AI驱动产品创新并持续提升运营效率;同时积极布局场景显示、智能穿戴、人工智能、机器人等领域,推动显示技术从固定场景向移动与个人场景延伸,构建全时全域的智慧生活生态体系,为公司长远发展注入持久动能。

(一)家用显示

受益于技术创新与产业升级,全球电视市场整体呈现温和复苏态势。根据Omdia数据及预测,2025年全球电视市场出货总量达2.08亿台,同比下降0.1%;2026年预计将突破2.10亿台,同比增长1.0%。全球电视行业竞争格局逐步重塑,呈现头部品牌集中度不断提升以及中国品牌快速崛起的鲜明特征。根据Omdia数据,2021年-2025年的全球出货量份额,全球前三品牌从41.2%提升至46.9%,中国主要品牌从35.3%提升至41.5%。

1、大屏化进程不断演进

从全球电视市场发展趋势来看,大尺寸化已成为驱动行业增长的核心动能。根据Omdia数据,2025年全球电视平均尺寸达51.6英寸,同比增长0.8英寸,其中中国市场以62.4英寸的平均尺寸持续领跑全球,同比增幅达1.6英寸,显著高于北美(52.3英寸,同比+0.6英寸)、欧洲(50.1英寸,同比+1英寸)等成熟市场。亚太及新兴市场虽仍以47.5英寸为平均尺寸,但同比以1.1英寸的增幅显示其消费升级进程已进入加速通道。

在中国市场,用户对沉浸式超大屏体验的刚性需求已构筑起显示市场的基本盘。奥维云网监测数据显示,2025年75英寸及以上电视产品线上/线下零售量占比分别达38.1%和55.6%,较2024年分别提升2.3和3.1个百分点,较2019年累计增长超36.4和52.1个百分点。其中,75英寸产品以23.1%(线上)和26.6%(线下)的市场份额取代65英寸成为消费首选,85及100英寸超大尺寸产品份额呈现显著提升态势。

海外市场方面,大尺寸产品的渗透率持续提升,根据Omdia数据,2019年-2025年海外市场65英寸及以上产品占比从10.32%提升至22.18%,75英寸及以上产品占比从1.92%提升至8.07%。在2026年世界杯带来的催化下,北美与欧洲市场的高端换机需求有望继续增长,并推动产品结构向中高端倾斜。海外用户正加速由传统的55/65英寸向75/85英寸跨越,特别是在100英寸及以上细分领域,中国领先品牌凭借技术和产业链优势,已在北美与欧洲等高购买力地区占据市场重要地位。

2、高端化推动价值升级

在产业升级与技术迭代的双重驱动下,显示行业的高端化逻辑已从单一"高价"转向"高质"与"场景化"的深度融合。2025年奥维云网数据显示,在中国市场,全渠道4,000元以下市场份额收缩至64.8%(同比-4%),而4,000至10,000元及10,000元以上市场份额分别提升至28.81%(同比+2.62%)与6.39%(同比+1.38%)。2019-2025年电视线上均价从2,108元跃升至3,460元(CAGR 8.6%),线下渠道更从3,799元飙升至6,992元(CAGR 10.7%)。

在技术路径的选择上,Mini LED已确立了其在高端市场的主流地位。Omdia数据显示,2025年全球Mini LED电视出货量达1,272万台,同比增长104%,其中中国市场出货量约为480万台,同比增长79%,北美、欧洲、亚太等市场增速均超过100%。作为进阶版本的RGB-Mini LED,已通过三原色发光芯片实现由"控光"到"控色"的技术跨越,在亮度提升与色彩纯净度上实现代际突破。根据Omdia预测,2026年全球Mini LED电视仍将保持17.1%的高速增长,同时RGB-Mini LED电视出货量有望冲刺70万台。

除了显示技术的突破,高端化的广度正延伸至高刷新率电竞观影及AI领域。根据奥维云网数据,2025年中国彩电市场120HZ及以上产品销量渗透率已达70.44%。此外,随着AI技术的底层渗透,集成了多模态感知与边缘计算的"AI协作显示系统"正重新定义智能家居与商务办公场景。显示行业已形成"Mini LED筑基、AI深度赋能、多场景无缝衔接"的立体化竞争格局。

3、差异化场景驱动结构性扩容

随着消费需求从单一的"视听满足"向"深度体验"分化,显示行业正通过差异化的场景解决方案,在电竞娱乐、家庭教育、健康与办公、移动生活等维度实现价值重塑与市场扩容。

在游戏电竞场景,产品从参数竞赛向全链路沉浸跃迁。适配主机与PC的高性能显示终端,通过新的显示技术提供极致HDR画质,并推动刷新率持续向物理极限演进;同时结合AI自适应技术优化延迟与动态画面,满足从职业竞技到大众娱乐的差异化需求。根据洛图科技(RUNTO)数据,2025年中国显示器线上市场零售量达到1,301万台,同比增长18.6%;其中电竞显示器销量约748万台,同比增长23%,市场渗透率提升至64%。

在家庭教育场景,产品从数字化工具向护眼互动生态升级。新一代教育显示设备通过整合云端教育资源与互动应用,打破传统学习的时间与空间限制,为在线课程、家庭学习与亲子互动提供更加沉浸的体验。同时,行业持续强化护眼技术,通过硬件级低蓝光、高频调光等方案降低长时间使用电子屏幕带来的视觉负担,使家庭显示设备逐步成为承载学习、互动与内容获取的重要家庭终端。

在健康与办公场景,推动主动健康与高效协作的融合发展。搭载AI体感识别与动作追踪功能的健身屏可结合课程内容实现动作识别与训练反馈,将家庭空间延展为居家健身场景;与此同时,随着远程协作与混合办公模式的普及,显示终端在视频会议、多任务处理及跨设备协同方面的重要性持续提升,推动家庭显示设备逐步成为连接健康管理与居家办公的重要交互入口。

在移动生活场景,作为新品类的移动智慧屏(闺蜜机)正爆发增长。这种"可移动+AI交互"的产品特性,打破了传统显示的被动属性,为智能化的家庭移动场景提供了关键的落地载体与交互入口。洛图科技(RUNTO)数据显示,2025年中国