

股票代码：300043

证券简称：星辉娱乐



星辉互动娱乐股份有限公司

Rastar Group

（汕头市澄海区星辉工业园（上华镇夏岛路北侧））

**2023年度向特定对象发行A股股票
募集资金运用可行性分析报告**

二〇二三年五月

星辉互动娱乐股份有限公司（以下简称“星辉娱乐”、“公司”）是深圳证券交易所创业板上市的公司。为满足公司业务发展的资金需求，增强公司资本实力，提升盈利能力，根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《上市公司证券发行注册管理办法》（以下简称“《注册管理办法》”）等有关法律、法规和规范性文件的规定，公司拟向特定对象发行股票，募集资金不超过人民币 88,464.13 万元，扣除发行费用后用于“品牌车模生产基地智能化技术改造项目”、“潮流玩具智能化生产基地建设项目”、“数字化运营平台建设项目”和“网络游戏开发及运营项目”以及偿还银行贷款。

本报告中如无特别说明，相关用语具有与《星辉互动娱乐股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案》中的释义相同的含义。

一、本次发行募集资金使用计划

本次向特定对象发行募集资金总额不超过 88,464.13 万元，扣除发行费用后拟将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟使用募集资金
1	品牌车模生产基地智能化技术改造项目	23,152.55	21,787.91
2	潮流玩具智能化生产基地建设项目	22,563.21	19,267.52
3	数字化运营平台建设项目	7,052.34	6,605.24
4	网络游戏开发及运营项目	35,978.85	20,803.46
5	偿还银行贷款项目	20,000.00	20,000.00
合计		108,746.96	88,464.13

项目总投资金额高于本次募集资金使用金额部分由公司自筹解决；若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投入的募集资金总额，不足部分由公司自筹解决。在本次发行股票的募集资金到位之前，公司将根据项目需要以自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位之后，依照相关法律法规的要求和程序对先期投入资金予以置换。

二、本次募集资金使用的必要性与可行性分析

（一）品牌车模生产基地智能化技术改造项目

1、项目基本情况

本项目预计总投资金额为 23,152.55 万元，使用募集资金投入 21,787.91 万元，项目将通过装修厂房用地，购置先进的自动化、智能化设备，优化原有工艺流程来升级改造公司现有的汕头上华厂区，以提高生产自动化水平，从而突破产能瓶颈、改善生产效率的同时，解决招工难、用工难的问题，为公司未来整体盈利能力的持续增长奠定基础。

本项目由公司全资子公司广东星辉实施，项目建设周期为 24 个月。

2、项目建设的必要性

（1）引进先进设备推动产线升级，充分释放产能实现降本增效

车模产品的工艺流程大体上可分为三个环节，分别是注塑、喷印和装配。由于产品原材料主要是以塑料为主，公司在注塑环节上以塑料注塑的方法，利用注塑机将熔融的塑料注进塑料模具中，经冷却成型后生成车模零件。目前，厂区使用的注塑机均购置于 2011 年，使用时长已长达十余年。其设备老化问题导致产品单位能耗高、生产效率低；而在喷印和装配环节上，公司采用手工器具喷漆和移印等手段对车模零件表面加以装饰，最后经人工组装、检测后产出成品，因此生产过程中需要配备大量的设备操作人员、组装人员及检测人员。产线对人工的高依赖程度使公司一方面承受巨大的人工成本压力，另一方面时常面临招工难、用工难的问题。

人手不足和设备老化导致产线产能无法充分释放，故公司即使在订单饱和的情况下，产能利用率仍出现下降。如果不能及时解决产能的问题，公司未来将难以满足不断增长的市场需求，从而给公司的经营管理带来不利的影响。因此，公司拟在已有的上华厂区引进自动化、智能化水平较高的先进设备，以提升公司生产自动化水平，从而降低产线对于人工的依赖程度，提高生产效率，

使产能得以充分释放。

(2) 回收代工产能实现自产扩充，缩短管理半径改善公司效益

由于生产设备老化及人手不足等原因，公司品牌车模产品的产量难以满足订单的需求。为了弥补交付能力上的不足，公司采取代工生产的方式，由位于福建的生产厂区负责部分品牌车模产品的生产加工及仓储物流业务，并承担部分原材料的采购功能。然而，代工模式虽能解决产量不足的问题，但福建厂区和上华厂区天然形成的地域隔阂容易出现管理决策传达效果差和生产资源调配难等问题，从而对公司的品牌影响力及经营管理造成影响。因此公司拟回收品牌车模产品的代工产能。

一方面，在管理决策上，负责代工生产的福建厂区是公司的全资子公司，其生产经营计划及发展战略均由公司经商议决策后给予传达。为了确保公司的生产管理在竞争激烈的市场中保有对消费者需求作出快速反应的能力，公司在管理决策的传达和执行方面均需要保持快速高效。然而，地域位置上的隔阂使得管理决策在传达上容易存在延误和误差，进而导致执行方向出现偏离，从而大大增加了公司的管理成本。

另一方面，在生产资源调配上，公司品牌车模产品的生产主要由上华产区负责，其所在的汕头市作为广东玩具生产企业最为集中、科技创新能力和产品科技含量最高的地区之一，已形成较成熟和完整的产业生态，产业集群效应明显，因此有关产品生产所需要的塑胶料、包装件等原材料主要在汕头市采购。相较之下，福建厂区在生产资源调配方面稍显不足。考虑到原材料的运输成本以及生产资源的丰富程度，代工生产的模式或增加公司的生产成本，进而影响产品的收益。

因此，公司拟将品牌车模产品的代工产能收至上华厂区，以缩短公司的管理半径，解决管理决策传达效果差和生产资源调配难等问题。在上华厂区的生产空间满足扩产的前提下，公司拟通过本项目引入自动化、智能化设备来达到产能扩充的效果，实现对品牌车模产品从设计、生产到销售的全流程供应链管控。随着生产供应链管控能力的提升，公司的市场响应速度和市场利润空间将

得到极大提高，同时也将实现长远发展。

(3) 自动智能改造优化核心工序，关注产品品质提升生产效率

相较于传统的玩具汽车，公司所生产的车模均经过官方品牌授权后，依照原始真车的结构、色彩及内外饰，严格按比例缩小制作而成。在汽车文化的熏陶下，车模由于其精致的外型及高耐久的品质而受到广大消费者的热爱及收藏，因此在车模生产的过程中，是否能保证产品处于长期稳定高质量水平是制造商重点关注的问题。目前，由于公司产品除了有跑车、吉普车、轿车等款式外，品类还包括静态车模及动态车模等，庞大的产品矩阵导致公司注塑所需的模具数量众多，且生产参数分散。若生产期间里换模工序出现问题，则不仅影响到之后喷印、装配等环节的进程，同时还导致大量成品因质量不过关而无法售出，大大增加企业的存货成本。除此之外，喷印和装配环节中喷漆、移印、包装等核心工序由于长期采用人工作业的形式容易存在人工操作失误、生产流程衔接缓慢等现象，亦将影响整体产线的生产效率以及最终成品的质量。对此，自动化、智能化设备的投入是目前能够提升生产效率以及确保质量稳定性的重要手段之一。

本项目拟对注塑、喷印及装配三大环节进行升级改造，为车间引入自动化、智能化设备的同时，搭配相应系统进行辅助工作。对于注塑环节，公司拟引入高速注塑机和双色注塑机对注塑系统进行升级改造，以提高注件的质量，同时搭配快速换模系统和中央供料系统加以辅助，实现快速切换生产模具和输送原料；对于喷印环节，公司拟引入自动匣具喷漆机和移印自动化生产线来取代传统的手工匣具及人工取放件工序，以实现喷印自动化；对于装配环节，公司拟打造自动化包装线以取代人工包装工序。品牌车模生产基地智能化改造完成后，注塑车间及喷印车间的良品率将有所提升，生产效率也将得到有效提升。

由于人工作业所带来的负面影响，公司将通过本项目的实施，购置先进的自动化、智能化设备以优化品牌车模生产过程中三大环节里的核心工序，包括换模、移印、包装等，以降低单位生产耗时和提升产品的良品率，从而改善整体产线的生产效率以及质控能力。

3、项目前景及可行性分析

(1) 良好的市场前景为本项目的实施创造广阔空间

车模作为精细化仿真汽车模型，是传承汽车文化的一种主要方式。消费者通过车模不仅可以直观地接触到汽车的外观特征及零部件结构，同时还可以对汽车的品牌背景、设计风格及发展历史等文化进行深入了解。因此，汽车行业的发展将有力带动车模行业的发展。伴随经济复苏，汽车行业有望重塑增长态势，预计未来全球汽车销量将进入增长期，根据 Marklines 数据，2023 年全球汽车销量将达到 9,468 万辆。

另外，车模不仅可以作为玩具供适龄儿童娱乐，而且可以作为陈列工艺品供成人观赏及收藏。因此，适龄儿童数量的稳定增加及人均消费水平的提升也将带动车模行业的发展。而随着全面建设小康社会的目标实现，居民消费水平屡创新高，我国居民人均可支配收入也在稳步提升。

汽车行业的引领、以及主力消费群体数量及消费水平的提升，将为车模行业的发展带来极大的促进作用。车模根据其内部驱动特征，通常可以分为静态车模及动态车模两大类。未来随着制造技术的发展以及新颖设计的普及，车模行业的市场规模有望持续增长。根据灼识咨询数据，2021 年车模行业的市场规模达到 800 亿元，其中动态车模占比为 54%，静态车模占比为 46%，预计未来两者将分别以 6%和 3%的年复合增长率增长。

综上所述，良好的市场前景为本项目的实施创造了广阔的空间。公司顺应车模行业持续增长的趋势，引入自动化及智能化设备对生产基地进行智能化改造，以突破产能的瓶颈，满足市场对车模产品的增长需求，为公司提供利润增量的同时，巩固已有的市场领先地位。

(2) 成熟的销售网络为本项目的实施提供充分保障

中国作为全球玩具出口大国，玩具生产企业数量众多，但大多数企业规模不大，市场集中化程度较低，玩具行业正处于完全竞争中。面对竞争激烈的市场，企业除了自身过硬的产品优势外，成熟的销售渠道和良好的客户关系同时

也是关键的市场竞争要素。若公司的销售网络不够全面和完善，则直接影响本项目新增产能的销售业绩。

作为国内领先的玩具品牌商，公司已建立起完善的境内外渠道体系，包括境内、境外线上电商渠道以及境内、境外线下渠道。公司根据不同的销售渠道特点，分别组建了专业化的销售团队与管理团队，以便于产品在定位、推广以及售后服务方面根据目标市场特点进行优化，从而获取更多市场份额。

对于境内销售方面，公司通过“RASTAR”品牌在“天猫”和“京东”等国内传统平台电商进行线上销售；同时，公司已与玩具反斗城等知名玩具连锁店、名创大潮玩等潮玩连锁店以及多家儿童游乐厅连锁店进行线下渠道合作，进而形成遍布全国的线下营销网络。

对于境外销售方面，公司除了在亚马逊平台进行线上渠道的布局外，在线下渠道目前已经与世界上多个国家的玩具代理商建立了长期稳定的合作关系，主要的代理商包括意大利的 MONDO、英国的 TESCO 和 Argos、德国的 Jamara、波兰 Joinco、西班牙的 Color baby s.l、俄罗斯的 Detsky Mir、南非的 Prima、北美的 LA CURACAO、拉丁美洲的 COTO、大洋洲 Kmart 等。上述知名玩具代理商在当地都具有较强的市场推广能力和渠道覆盖能力，有利于公司将来继续深耕欧盟、亚洲、北美等市场。

综上所述，公司成熟的销售渠道和良好的客户关系为本项目的实施提供充分保障。目前，公司品牌车模产品的销售情况良好，客户需求旺盛。为解决生产效率较低、产能利用率饱和等问题，公司还需升级改造现有生产基地，以减小生产成本的同时，突破公司产能已有上限。基于较为深厚的市场基础和成熟的销售渠道，公司可有效保证本项目生产的品牌车模产品得以顺利进入目标市场，并在此基础上创造增量市场收入，助力公司业绩增长。

(3) 丰富的技术储备为本项目的实施奠定坚实基础

公司品牌车模产品的生产过程主要包括车模外观及结构设计开发、塑胶注塑生产以及电子元器件为基础的零部件的装配、调试等。其中，车模产品的设

计开发要经历外观测数、外观流线设计、结构设计、电子设计、工艺设计、模具设计、专用工装夹具设计、包装设计等多道程序，开发阶段的手板和样车都需经汽车厂商审定后方能进入批量生产阶段。由于本项目的改造范围系针对注塑、喷印及装配等工艺流程，若公司的技术储备不足以支撑前期车模产品的设计开发，导致手板和样车无法通过审批，或影响后续产品的生产工艺流程，导致本项目的实施将无法实现其价值。因此，公司在产品设计开发上的技术储备是本项目实施的基础。

公司自成立以来，以“传承汽车文化，提高生活品味”为使命，坚持专业化汽车模型品牌发展的路线，从事车模产品的研发及生产已有 20 余年的时间。公司早期从普及型静态车模开始，凭借先进的计算机辅助设计技术、激光快速成型技术和电子遥控技术等工业技术相继开发出普及性动态车模，开创了国内普及型动态车模产业化之先河。同时，公司组建了车模研发综合实验室，将汽车工业的 SLA 激光快速成型机应用于车模研发设计中，使得车模的研发周期从 1 年以上缩短为 4 个月以内，从而有效提升自主研发能力，缩短研发周期。

综上所述，公司丰富的技术储备为本项目的实施奠定坚实的基础。目前，公司设计开发技术资源丰富，自主创新能力突出，在具有扎实的产品开发设计基础上，能够维持整体生产过程的顺利进行，进而保证本项目的实施价值。

4、项目投资概算情况

本项目投资主要包括建设投资、铺底流动资金等，项目投资总额为 23,152.55 万元，拟由本次发行股票募集资金投入 21,787.91 万元，投资概算表如下：

序号	项目	金额（万元）
1	项目建设费用	22,798.62
1.1	场地装修费用	3,240.00
1.2	设备购置费用	16,398.30
1.3	软件购置费用	120.00
1.4	开发费用	1,976.10
1.5	项目预备费	1,064.22

序号	项目	金额（万元）
2	铺底流动资金	353.94
3	项目总投资金额	23,152.55
4	使用募集资金金额	21,787.91

5、项目建设实施进度和方案

本项目预计整体建设期需 2 年，主要建设内容包括项目立项及规划、场地装修、设备购置及配送、设备装配及调试、模具开发、软件购置及安装、产能释放等工作。

6、项目经济效益

本项目的税后投资内部收益率为 19.07%，税后静态投资回收期为 5.65 年（含建设期），具有良好的经济效益。

7、项目涉及的审批事项

公司于 2021 年 12 月 6 日就该项目取得《广东省技术改造投资项目备案证》，因项目总投资额有所调整，备案变更登记正在办理中。

根据汕头市生态环境局澄海分局出具的《关于<关于品牌车模生产基地智能化技术改造项目有关环评事项的请示>的批复》本项目无需编制环境影响评价文件。

（二）潮流玩具智能化生产基地建设项目

1、项目基本情况

本项目预计总投资金额为 22,563.21 万元，使用募集资金投入 19,267.52 万元，本项目计划通过厂房建设以及自动化设备的引进，建设潮流玩具智能化生产基地。项目建成后，公司将针对以“Z 时代”为代表的群体研发、生产及销售包括拼插玩具、手办及衍生品等。其中，各类型基于 IP 开发的手办及衍生品产品将有效丰富及优化公司产品矩阵，推动星辉玩具在高龄段消费者的市场拓展，以提升公司的整体营收，继续夯实在行业中的市场地位。项目建成投产后，

公司将实现包括“拼插积木、手办及衍生品”等产品年产 120.8 万套的新产能。

本项目由公司全资子公司广东星辉实施，项目建设周期为 24 个月。

2、项目建设的必要性

(1) 潮玩时代带动市场扩容，丰富产品矩阵夯实市场地位

传统玩具消费主力军为婴童及儿童，父母购买的主要动机包括帮助孩童认知事物、给予其玩乐、追求愉悦感及新鲜感等。随着影视及互联网技术的发展，动画、漫画的普及开始赋予玩具 IP 属性，大龄孩童对玩具的需求也逐渐分化，特别是以“女童偏好布偶娃娃、男童偏好汽车及机器人”最为主流。为此，公司自 2005 年开始便凭借着多年传统玩具的研产经验，结合彼时流行的汽车文化，开始涉猎极具 IP 属性的模玩领域，并取得玩具业务收入的增长。

近几年，随着各类型玩具材料应用及制造技术的进步，叠加游戏、二次元、电影、小说等领域的高速发展，泛娱市场中的实物玩具分支异军突起。根据如壹产业数据中心统计显示，预计 2024 年中国泛娱市场规模将增长至 17,807 亿元，围绕各类 IP 打造的包括手办模型、盲盒公仔、IP 衍生品、拼插积木等产品类型形成了独特的潮玩圈子，玩具行业在中国正式步入潮玩时代。潮流玩具凭借着其鲜明的 IP 个性、精致的做工属性、极高的收藏特性，受到了超过传统玩具适龄层的广大消费者的喜爱，特别是以人口基数庞大、消费能力强、个性高的“Z 时代”为代表的年轻群体，更是成为潮流玩具消费的主力军。基于玩具时代更迭的契机，星辉玩具主动调整产品战略，在保持原有基础足够扎实的车模产品稳定发展前提下，丰富产品矩阵，部署全龄段覆盖的玩具产品战略，在未来将快速开拓以“Z 时代”人群为主要的青年层潮流玩具市场。

本项目计划通过厂房建设以及自动化设备的引进，建设潮流玩具智能化生产基地。项目建成后，公司将针对以“Z 时代”为代表的群体研发、生产及销售包括拼插玩具、手办及衍生品等。其中，各类型基于 IP 开发的手办及衍生品产品将有效丰富及优化公司产品矩阵，推动星辉玩具在高龄段消费者的市场拓展，以提升公司的整体营收，继续夯实在行业中的市场地位。

(2) 深挖存量 IP 价值内核，开发多元产品提升整体营收

IP 是开发潮流玩具必不可少一项构成元素，IP 和玩具有着天然的耦合性，玩具是 IP 主要的变现方式之一，而 IP 则是传统玩具实现更高利润增量的重要砝码。潮玩作为 IP 产业链主要下游之一，在生产技术发展成熟的背景下，特别是对于以星辉玩具为代表的模玩及潮玩从业企业，如何实现 IP 变现的最大化是公司玩具业务的主要目标之一。一般而言，通过开发手办及其他衍生品延长 IP 的生命周期，能够有效地放大 IP 的多轮变现价值。而对单一 IP 进行多产品形态的开发，则能够最大化地转化 IP 授权期内的商业价值，进而实现更高的营收转化。

星辉玩具自 2005 年开始，便开始围绕“汽车 IP+玩具”的模式升级，由传统玩具转型进入模玩市场。发展中的每个阶段，公司都会通过存量 IP 续约以及增量 IP 开发的方式，来满足新产品的外观及结构设计的需求。IP 较高的授权费用，加上大量 IP 单一的仅在车模产品应用开发，使得公司的利润被进一步压缩。因此，在授权期内对单一 IP 进行多品类、多形态、多规格的产品开发应用，深挖存量 IP 的价值，以此提升公司营收是公司现阶段必要的战略。

公司拟通过本项目，建设潮流玩具智能化生产基地，满足拼插积木、手办及衍生品等潮流玩具新产品的生产。一方面，能够有效发挥授权内存量 IP 的商业价值，通过多品类产品形态转化，间接降低公司主营业务的费用率；其次，通过新厂房的建设，整体提升公司高价值类型产品的产能，进而提升公司营收。综上所述，本次项目对于公司现阶段发展而言，是具备战略必要性的。

(3) 格局分散利润空间客观，提前部署抢占未来潮玩市场

玩具制造属于传统制造业，行业利润水平普遍不高，但其中潮玩细分行业毛利率相对较高，同时整体市场格局分散。

基于潮玩整体市场格局分散，且头部企业展现出客观的利润水平，公司在夯实超过 20 年传统玩具行业经验的基础上，通过本项目的建设，提前部署产品转型战潮流玩具板块。其一是采取主动策略，摆脱传统玩具利润水平普遍较低的不利局面；其二是顺应潮玩发展趋势，提前进入赛道部署市场战略，加速抢

占现阶段相对分散的市场。因此，本次项目建设具备充分的必要性。

3、项目前景及可行性分析

(1) 潮玩市场持续扩张为本项目提供产能消化保障

潮流玩具相对于传统玩具而言，由于具备了更强的 IP 属性，其更能够捕获成年玩家的心理画像，满足包括“情感、社交、收藏以及自我取悦”等多方面的需求。特别是盲盒、手办模型等潮玩形态，其更是具备了惊喜刺激的打开方式，同时多款式、多规格的产品矩阵，将刺激更多消费者的转化及复购。

基于此，全球潮玩市场在近几年得到了高速的扩张。根据如壹产业数据中心统计显示，预计到 2024 年全球潮玩市场将增长至 2,675 亿元，2021-2024 年复合增速达到 17.3%。

虽然中国潮玩市场起步较慢，但市场增速后劲十足。根据如壹产业数据中心统计显示，预计至 2024 年中国潮玩市场规模将达到 763 亿元，2021-2024 年复合增速达到 27.7%。

对于公司而言，虽然潮玩品类属于新产品，但基于公司积淀玩具行业经验逾 20 年，叠加潮玩市场规模持续扩张，能够确保本项目建成后，公司产品顺利问世，并通过市场需求实现新产能的消化。

(2) 扎实营销渠道建设为本项目缩短市场适应周期

公司通过逾 20 年的玩具行业从业经验，积累了丰富的全球化营销渠道及产品营销经验。海外方面，公司玩具业务“RASTAR”品牌已经在 110 多个国家和地区拥有商标知识产权，累计获得超过 35 个世界知名车企授权，成为多家汽车厂商的合作伙伴和优质供应商。经过多年的积累，本公司目前已经与世界上多个国家的玩具代理商建立了长期稳定的合作关系，主要的代理商包括意大利的 MONDO、英国的 TESCO 和 Argos、德国的 Jamara、波兰 Joinco、西班牙的 Color baby s.l、俄罗斯的 Detsky Mir、南非的 Prima、北美的 LA CURACAO、拉丁美洲的 COTO、大洋洲 Kmart 等。这些知名玩具代理商在当地都具有较强的市场推广能力和渠道覆盖能力，有利于本公司将来继续深耕欧盟、亚洲、北美、

拉美等市场。目前，本公司的产品已销往世界一百多个国家和地区。国内方面，目前公司合作渠道主要有分销商、直营店、连锁 KA 卖场等。渠道中，包括了全国知名连锁品牌玩具反斗城、孩子王，TOP TOY、酷乐潮玩等潮玩店等，其庞大的营销网点能够帮助公司新品快速占领全国主要市场。得益于公司品牌的知名度以及良好的业界口碑，阶段内公司保持稳定的在手订单。

除了线下渠道，公司在线上渠道也同步拓展。海外方面，公司在阿里巴巴、亚马逊均开设了品牌店铺，针对北美、欧洲、日韩以及澳洲等目标市场进行产品营销。国内方面，公司主要通过天猫、京东及得物开设官方 RASTAR 旗舰店向消费者售卖产品，好评率较高。

综上所述，公司在国内外积累了优质的渠道资源，以及全球主要电商渠道的铺设，有利于本次项目建成后新产品的快速推广，以缩短新品进入市场后消费者认知及接受的周期，快速抢占市场。

(3) 经济政策双轮驱动为本项目构建良性市场环境

由于模玩及潮玩市场在我国起步较晚，虽然近几年发展迅速，但家庭的平均支出水平相较于海外仍处于低位。经济的发展推动了玩具消费的增长，而“三胎政策”的提出则在未来玩具消费人口基数上进行了加磅。2021 年 5 月 31 日，中共中央政治局召开会议，听取“十四五”时期积极应对人口老龄化重大政策举措汇报，审议《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，并作出重磅部署。会议指出，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施，有利于改善我国人口结构、落实积极应对人口老龄化国家战略、保持我国人力资源禀赋优势。随着三孩政策落地，未来我国有望迎来一波生育小高潮，三孩政策带来的玩具消费需求增长，将在几年后逐渐显现。并且随着新生代父母对孩子教育的重视程度和支付意愿的提高，包括拼装潮玩、积木潮玩等适龄潮玩需求潜力较大。

未来，玩具行业将处于国民经济稳定发展带来的消费升级，以及国家三胎政策带动的人口红利增长双轮驱动的宏观市场环境，有利于公司在本次项目建设后进行中国市场的拓展，助推本项目的顺利实施，确保整体经济效益。

(4) 成熟产品品控体系为本项目建立量产质量保障

潮玩产品的开发是一门结合 IP 创意、造型艺术、精密模具设计及材料应用的综合性技术。潮流玩具属于高精致产品，其外观设计技术高、构造精细以及加工工序复杂等特点，决定了其质控环节的重要性。在潮流玩具的开发过程中，即使是具备多年行业经验的企业，对于每个产品的每道关键环节，都要按照产品标准进行严格的测试与品质检查，确保每件产品售卖后用户的使用体验。若由于某道工序未能科学地执行检测或检查程序，导致批量产品在市场上出现问题，将可能直接导致公司的品牌受到损害，进而影响整体营收。

公司对于每一款新投产的潮玩产品，都会在量产前进行小批量生产，并根据工序制订详尽且操作性高的 SOP 作业指导书，以指导量产。在产品 SOP 中，详细描述了各道注塑、喷印及装配的作业内容、作业要求、注意事项、工序所涉及的物料以及相关的设备、治具、辅料等信息，便于对员工进行培训与方便查阅，确保每个生产组装或检验环节均能够执行标准化操作，有效地降低次品率。同时，研发部会根据产品的性能，在小批量生产时对产品进行性能测试与玩具安全测试，并制订相应的 PFMEA 文件控制程序以指导量产过程中在关键工序环节的测试。

而在品质管理方面，公司制订了符合 ISO 品质标准的管理制度并严格执行；在量产前，公司对产品进行严格测试，并在测试完成后进行小批量试产，以保障新品在量产后良品率高以及有效降低其他因质量问题停产的风险；现场管理方面，公司严格执行 5S 管理制度，对现场管理问题采取现场教育，并与员工绩效挂钩，避免因个人问题造成产线停产。综上所述，公司在潮玩产品研发与生产方面成熟的品质管理经验，将是本项目顺利推进的必要条件。若以上措施与环节出现问题，则可能导致公司产品在市场上形成负面反馈，降低市场影响力。

4、项目投资概算情况

本项目投资主要包括建设投资、铺底流动资金等，项目投资总额为 22,563.21 万元，拟由本次发行股票募集资金投入 19,267.52 万元，投资概算表如下：

序号	项目	金额（万元）
1	项目建设费用	21,810.70
1.1	场地土建费用	2,005.70
1.2	场地装修费用	1,085.20
1.3	设备购置费用	10,367.50
1.4	软件购置费用	471.00
1.5	开发费用	6,938.21
1.6	项目预备费	943.10
2	铺底流动资金	752.51
3	项目总投资金额	22,563.21
4	使用募集资金金额	19,267.52

5、项目建设实施进度和方案

本项目预计整体建设期 2 年，目前场地土建已完成，后续建设内容主要包括装修、新产品研发、设备购置及调试、软件购置及安装、产能释放等环节。

6、项目经济效益

本项目的税后投资内部收益率为 26.35%，税后静态投资回收期为 5.27 年（含建设期），具有良好的经济效益。

7、项目涉及的审批事项

公司于 2020 年 6 月 30 日就该项目取得《广东省企业投资项目备案证》，因项目总投资额有所调整，备案变更登记正在办理中。

截至本预案披露日，本项目已取得汕头市生态环境局澄海分局出具的环评批复。

（三）数字化运营平台建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资总额为 7,052.34 万元，其中，拟用募集资金合计 6,605.24 万元。公司拟通过本项目，搭建由全渠道创新营销管理平台、私域流量运营系统、商业智能分析看板及云星空等子系统构成的数字化运营平台，旨在打通公司内

外部数据孤岛的壁垒，实现研发、生产、营销全方位一体化管理，提高运营效率及决策分析能力，推动业务可持续、高质量发展。

本项目由星辉娱乐实施，项目建设周期为 48 个月。

2、项目建设的必要性

(1) 构建渠道营销管理平台，贯通运营体系统一智能管理

对于企业而言，随着销售终端的多样化和零售多渠道的场景化，如何在多终端、多渠道的布局下，实现商品流通的效率最大化，渠道管理的成本最小化，以及服务体验客户满意度的最大化，是企业在新零售时代下的重要挑战。一方面，不同渠道的运营逻辑和发展阶段不一致，造成其中用户数据的标准与质量参差不齐，无法实现互通，所形成的孤立“烟囱式”架构导致资源和零售相关策略无法在全渠道进行有效统筹和直接落地，从而无法给客户和企业自身创造价值；另一方面，多终端、多渠道的布局会引发消费需求的激增，若渠道端、供应链端及财务端三端之间缺少协同关联，则信息的滞后性将使得企业内部在价格管理、物流管理、库存管理及生产管理等方面出现失衡，进而增加企业的管理成本。因此，公司拟构建全渠道营销管理平台，从而打通各营销渠道之间、及渠道端、供应链端和财务端三端之间的数据，并通过数字化技术实现统一智能化管理。

本项目构建的全渠道创新营销管理平台是以“链接、赋能、创新”为理念，支持线上及线下销售模式，同时提供营销、供应链、财务一体化完整营销业态的全渠道营销解决方案，为企业营销模式创新、供应链效率提升提供支撑平台。该平台拥有四大功能特点，分别是渠道全覆盖、数据全打通、管理集中化及营销精准化。

渠道覆盖方面，该平台支持线上及线下销售渠道的运营管理。目前，公司线下销售渠道包含传统分销、KA 零售、联名销售、海外经销等，而线上销售渠道包含传统的平台电商以及社交电商、内容电商等新兴电商模式；数据方面，该平台通过对客户数据的深入剖析，快速匹配在各渠道端口中与之相对应的数

据特征，并搭建 One ID 体系，从而打通数据孤岛的状态；管理方面，在全方位数据接通的基础上，来自所有渠道客户触点的订单均统一集中在该平台进行统筹处理；营销方面，平台对内外部全量数据进行加工分析，形成全域客户画像，并结合各渠道的运营特点有针对性地提供营销解决方案。

综上所述，全渠道营销管理平台能够全方位覆盖公司现有的销售渠道，并打通各渠道之间以及企业整体上下的数据，从而贯通运营体系。同时，平台将渠道管理统一集中在平台上，并通过数据采集和数据挖掘来刻画不同渠道的客户画像，从而为其输出针对性的营销解决方案。

(2) 打造私域会员运营体系，整合会员数据实现精准营销

在电商时代发展初期，公域流量在电子化平台的助力下实现高效转化，最终在互联网早期流量红利当头的时代，成功让淘宝、京东等大型电商平台崛起。然而，随着中国网民数量不断增加，线上流量市场逐渐饱和，其增速放缓预示着流量红利的殆尽。不仅如此，由于在中心化电商模式下平台掌控流量，其决定对商户进行分发与分配，激烈的流量争夺导致企业获客成本高企。相较之下，私域流量由于具有信任感、双向交流等特性，获客成本相对低廉的同时，较高的用户接受度也使得用户转化和裂变效果显著。因此，在企业自身数据化转型的迫切需求下，私域流量成为当前营销领域的核心资产，以用户为中心的精细化运营也成为企业营销转型的方向。而会员制作为私域流量运营的重要组成部分，不仅可以增强企业链接终端用户的能力，同时还能以“契约”的形式绑定用户的长期价值，实现企业品牌与用户价值共同发展的良性循环。对此，本项目拟打造私域会员体系，针对会员进行精细化运营，实现精准营销。

私域流量运营系统从引、育、转、留、传全流程对会员进行精细化运营。首先，平台通过会员数据中心采集现有多渠道下的消费者数据和交互消费数据，并引导流量转入私域；其次，平台依托由积分体系、等级体系及权益体系所组成的一体化会员培育体系，提供全网会员统一的身份管理，实现多平台之间会员权益互通互联；再次，平台通过建立大数据用户画像，由营销中心对会员进行由内容运营、活动运营及自动化运营构成的三维度精准运营，从而促进用户

持续成交，实现高效转化和复购；最后，平台建立线上及线下接触点集完成分享裂变，将已有会员的用户价值最大化。

综上所述，面对昂贵的公域流量，公司打造建私域会员体系，通过数据赋能对私域会员进行精细化的运营管理，从而实现高效拉新、高转化、高裂变、高复购的良性循环，帮助公司创造新一轮的流量红利。

(3) 搭建商业智能分析看板，辅助企业决策变革业务运营

对于身处大数据时代下的企业而言，数据的高效分析对公司的业务运营至关重要。彼时，在传统数据分析体系下，公司需要分析人员定期对各项业务关键指标情况和运营数据分析结果等内容进行统一的整理，并汇总生成报表后汇报给公司领导、团队同事等相关利益方；然而随着互联网的快速发展和信息量的激增，传统数据分析体系暴露出诸多问题。首先，分析所需要的数据几乎完全依赖于 IT 部门。如果是需要获取周期性数据，则需要 IT 人员重复投入精力；其次，数据的来源大多来自直接相关的业务部门，而由于获取数据需要有关部门协作，因此无法保证数据的时效性；再者，传统分析体系的架构仅由 Excel、SQL 等基本分析工具组成，导致分析结果大多以常规静态报表呈现，企业难以从中获得有价值的信息。因此，本项目拟搭建商业智能分析看板，解决传统数据分析体系下所暴露出的诸多问题，同时更好的辅助企业进行管理决策及战略部署。

本项目搭建的商业智能分析看板能够通过强大的数据仓库建立数据聚合，并通过数据分析来帮助企业实现数据可视化管理。相较于公司现有的传统数据分析体系，商业智能分析看板在人员类型、数据来源、数据跨度、产出结果、体系结果等方面优势尤为突出。在人员类型上，商业智能分析看板能让企业所有员工查看和分析自身数据，从而更有效的提升业务能力；在数据来源上，商业智能分析看板不仅采集有关业务部门的内部数据，而且还抓取有关行业及竞争对手等外部数据，从而以宏观角度来深度获悉公司现有业务情况；在数据跨度上，由于商业智能分析看板与企业内部系统集成，同时支持以 URL 方式快速嵌入第三方系统，因此能够快速抓取历史数据及实时数据。另外，看板配有多

种预测模型，能够快速预测出未来数据走势，从而帮助企业实施未来战略的部署；在产出结果方面，商业智能分析看板具有丰富的可视化组件和交互式分析能力，除了能为企业提供柱图、线图、饼图等基本静态分析报表外，还能提供仪表盘、热力图等动态可视化图像，从而更好的辅助企业进行决策；在体系架构方面，商业智能分析看板的体系架构由数据仓库、统计分析、数据挖掘三部分构成，其中数据仓库具有采集、整合、预处理数据等功能，统计分析则通过运用统计方法对数据进行基本分析，而数据挖掘利用数字化技术、机器学习等先进技术对数据进行更深层次的分析，从而帮助企业挖掘数字背后的潜在价值。

综上所述，商业智能分析看板功能强大，简单易用，与公司内部系统紧密集成。为解决传统数据分析体系下的诸多问题，本项目拟搭建智能分析看板，以辅助公司进行管理决策及战略部署，从而在竞争激烈的市场上提高核心竞争力。

3、项目前景及可行性分析

(1) 良好的国家政策环境保障项目有序开展

当前，我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，以数字经济为代表的新动能正不断拓展经济发展的空间。作为我国在经济发展新时期的重大发展战略，数字化转型对加速数字经济和实体经济融合及推动商业模式创新等具有重要作用。在此背景下，近年来我国大力推进数字经济发展，并集中出台一系列政策来加速以数字化、智能化为特征的“新基建”建设。本项目建设的数字化运营平台属于“互联网”与“大数据”深度融合的新兴业态，其顺应国家政策要求，运用大数据、云计算、机器学习等前沿技术推动公司数字化转型。因此，本项目的实施在政策层面具有较高的可行性。

(2) 完整的业务运营体系提供项目有力支撑

公司拟搭建的数字化运营平台包含全渠道创新营销管理平台、私域流量运营系统、商业智能分析看板及云星空 ERP 运营平台，其旨在利用大数据、云计

算等现代信息技术完善企业内部和外部运营流程，提高经营管理效率，形成高度符合行业发展趋势及公司发展战略的协同一体化运营平台。由此可知，业务运营体系作为公司经营管理的核心底层架构，是本次数字化运营平台的建设基础。若公司的业务运营体系不够完善，在资质、技术、人员等资源配置方面存在问题，或将影响本项目进行开展工作。

公司自 2000 年以来即从事玩具制造业务，经过 20 余年的摸索与发展，形成了研发—生产—销售等全环节业务运营体系。在研发方面，公司具有完整的车模产品设计开发流程，包含外观测数、外观流线设计、结构设计、电子设计、工艺设计、模具设计、专用工装级夹具设计、包装设计等。同时，公司将 SLA 技术、CNC 技术、电子遥控技术等新兴工业技术结合车模特征进行研发，创新开发出普及型的动态车模。不仅如此，公司组建了车模研发综合实验室，将车模开发研究所积累的多项专利技术与车模设计开发相结合，形成持续自主创新能力。在生产方面，公司玩具生产厂区所在的汕头市是广东玩具生产企业最为集中、科技创新能力和产品科技含量最高的地区之一，已形成较成熟和完整的产业生态，其显著的产业集群效应能够助力公司高质量发展；在销售方面，公司实施车模产品销售和汽车品牌推广一体化模式，助力众多汽车厂商将汽车文化精准传播到消费者手中的同时，也为公司玩具品牌建立了强大的号召力。目前，公司历经多年沉淀，公司玩具业务“RASTAR”品牌已经在 110 多个国家和地区拥有商标知识产权，累计获得超过 35 个世界知名车企授权，成为了国际知名的玩具品牌。

综上所述，公司研发实力扎实，且具有持续自主创新能力；生产资源配置合理，产业集群效应明显；营销网络庞大，品牌知名度高。基于完整的研发-生产-销售等全环节业务运营体系，公司具备有效实施募投项目的能力。

(3) 丰富的系统建设经验奠定项目实施基础

数字化运营平台致力于提供一个与客户、代理商、经销商及个人用户进行业务协作和全方位营销的平台。该平台能够通过生产、供应链、财务等多个信息化管理系统之间的有效交互和集成，从而提供生产、供应链、财务及电商一

体化的全渠道营销解决方案。若企业的信息化系统建设经验不足，导致其信息化基础设施不够完善，或将难以进行系统间的交互工作，进而影响本项目平台的搭建。

公司自成立以来，高度重视信息化建设工作。随着公司持续在数字化系统上进行相关投入，目前已建立了涵盖人力资源管理、计件工资管理、客户管理和仓库管理的信息化管理系统。鉴于公司现有的信息化系统已使用多年，且高度符合公司业务需求和管理需求，其良好的信息化框架能为数字化运营平台的搭建给予支持。同时，公司各个部门已具有相关的信息化基础，在相应的系统开发、系统维护、项目管理、人员培训等方面具备丰富的经验和规范性，有利于支撑本项目对现有各系统进一步升级整合。因此，公司丰富的信息系统建设经验以及团队坚实的信息化基础为本项目的实施奠定了良好的基础。

4、项目投资概算情况

本项目投资总额为 7,052.34 万元，拟由本次发行股票募集资金投入 6,605.24 万元，投资概算表如下：

序号	项目	金额（万元）
1	项目建设投资	7,052.34
1.1	场地装修费用	971.84
1.2	设备购置费用	1,194.00
1.3	软件购置费用	1,051.00
1.4	开发费用	3,499.68
1.5	项目基本预备费	335.83
2	项目总投资金额	7,052.34
3	使用募集资金金额	6,605.24

5、项目建设实施进度和方案

本项目整体实施周期为 4 年，实施内容主要包括研究及立项、场地装修、软硬件设备购置及安装、系统开发、内部测试、系统上线、系统迭代等工作。

6、项目经济效益

本项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

7、项目涉及的审批事项

本项目的备案手续尚在办理过程中。

（四）网络游戏开发及运营项目

1、项目基本情况

本项目预计投资总额为 35,978.85 万元，预计使用募集资金投入金额 20,803.46 万元。本项目拟开发的 5 款游戏类型涵盖 SLG 类、放置类、RPG 类等，并计划在游戏故事、游戏玩法、游戏道具、游戏效果等方面进行创新，为玩家带来多样化的独特游戏体验。

本项目由全资子公司星辉天拓作为执行主体，项目拟分为两个批次开发 5 款游戏，S 级和 A 级游戏开发周期均为 2 年，项目游戏整体开发周期为 3.25 年。

2、项目建设的必要性

（1）应对行业竞争加剧的局面，提升公司市场占有率

随着互联网的发展和电子设备的更新换代，游戏的载体和类型不断丰富，游戏市场正经历由人口红利阶段到内容红利阶段的转变。这一阶段，玩家本身对游戏喜好和需求逐步明确，存量玩家对于优质游戏的需求快速提升，优质的游戏产品更容易吸引流量。

同时，人口红利消退导致单用户获取成本增长较快，游戏企业需要通过提升游戏品质从而扩大用户基数及付费意愿，最终提升产品投资回报率。

如今社交媒体、游戏媒体、直播平台等新互联网流量平台已成为重要的游戏资讯分发渠道，各游戏厂商获得了更多触达终端用户的机会，拥有精品内容及强研发实力的厂商将更有机会通过高质量产品将渠道流量转化为自身的游戏产品用户。

公司在游戏领域具备“研发+发行+运营”一体化经营能力，依托优质渠道关系，形成了优秀的独家代理发行能力和进行全球化的流量投放能力。公司自主研发的《三国群英传-霸王之业》屡受行业好评，通过将足球蹴鞠文化与移动游戏玩法创新结合，开拓了 SLG 类游戏特色化发展道路，全球流水累计超过 52 亿元。公司自研的其它游戏产品也获得较好的市场表现，在国内游戏市场取得了较为突出的成绩，未来，公司将继续以成为业界领先的游戏研发商和运营商为目标，实行“产品系列化、市场国际化、发行品牌化”的发展战略，通过本项目的实施持续加大对于各类游戏的研发和运营投入，从而不断扩大业务规模，提升市场占有率。

(2) 不断丰富公司的游戏类型，打造出优势产品集群

公司深耕古风策略类、放置类等细分游戏市场，通过研发和发行业务的双擎驱动，巩固产品研发运营的领先地位。公司自研古风战争 SLG 策略移动游戏《霸王之野望》于 2019 年 8 月在日本上线运营，获得谷歌 Google Play 市场策略畅销榜第二、苹果 App Store 市场模拟类畅销榜第二的成绩；公司自研古风唯美二次元移动游戏《苍之纪元》于 2020 年 2 月在日本上线运营，获得谷歌 Google Play 市场游戏免费榜排名第一、苹果 App Store 市场游戏免费榜排名第一的成绩。

不同游戏的市场需求、受众群体虽有所重叠，但又各有不同。单一类型的游戏很难满足市场上所有玩家的需求。为了更好地满足游戏玩家的需求，提升公司核心竞争力，公司需要根据市场变化打造多题材、多品类的优势产品集群。

2022 年，中国 RPG 游戏市场规模达到 946 亿元，占中国游戏整体市场规模的 28.6%，预计至 2025 年中国 RPG 游戏市场规模将达到 1,233 亿元；同年，中国 SLG 游戏市场规模达到 304 亿元，占中国游戏整体市场规模的 9.2%，预计至 2025 年中国 SLG 游戏市场规模将达到 386 亿元。因此，RPG 游戏市场和 SLG 游戏市场消费潜力有待进一步挖掘。

公司拟通过本项目进行共计 5 款新游戏的开发和运营，从而丰富公司的游戏类型，打造优势产品集群，持续扩大公司业务规模。本项目拟开发的游戏类

型涵盖 RPG 类、SLG 类、放置类等，并计划在游戏故事、游戏玩法、游戏道具、游戏效果等方面进行创新，以为玩家带来多样化的独特游戏体验。本项目的成功实施有利于公司紧跟游戏市场变动潮流和玩家需求，使产品持续保持吸引力。

(3) 对用户体验进行持续提升，增强产品核心竞争力

根据《2022 年中国游戏产业报告》，2021 年中国游戏市场实际销售收入环比增长 6.40%，规模接近 3,000 亿元。2022 年度，我国游戏行业的高速增长迎来修复性调整，叠加版号发放政策对新游上线节奏的影响，我国游戏行业规模有一定程度下降，2022 年中国游戏市场实际销售收入为 2,308.90 亿元，环比有所下降。

但整体来看，面对复杂的国际形势和用户相对低迷的消费意愿，我国游戏企业依然积极应对，努力寻找和创造发展机遇，表现出较强的韧性，2018 年度至 2022 年度，我国游戏市场保持了 5.52% 的年度复合增长率，同时我国游戏玩家数量占全球约五分之一、游戏市场规模占全球约七分之一，在全球游戏行业格局中占据了重要地位。

在此背景下，游戏市场竞争日趋激烈，近几年移动游戏市场也呈现了更加明显的精品化趋势，将精品化提升至战略高度的主流厂商将继续加强对产品的内容质量和社会文化价值的自我要求。

为了在同质化竞争环境下脱颖而出，公司需要在自身的用户体验、研发实力、运营方式以及推广渠道等环节上拥有核心竞争力，而用户体验则是重中之重。公司为了持续开发出优秀的、受到市场欢迎的移动游戏作品，需要对游戏内容和视觉感受进行不断创新，从而不断提升用户体验。本项目的成功实施有利于巩固公司在细分游戏市场产品研发运营的领先地位，延续高质量精品游戏，给玩家带来更好的沉浸式体验，提升公司游戏产品的市场竞争力，进而提升公司整体盈利能力。

3、项目前景及可行性分析

(1) 丰富的项目经验及严谨的研发制度确保本项目顺利推进

公司作为国内优质的游戏研发及运营厂商，已经建立了一整套从市场调研、游戏研发、游戏测试、游戏发行、媒体宣传、活动策划、渠道拓展，到客户服务的完整的游戏研发及运营体系，能够支撑多款大型网络游戏的研发工作。自成立以来，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《倚天》《龙骑士传》《刀锋无双》《三国群英传-霸王之业》《苍之纪元》《霸王之野望》《枫之谷 R：经典新定义》《幻世九歌》《战地无疆》等多款精品游戏，并拥有《三国群英传》《斗破苍穹》《仙境传说》《冒险岛》等多款 IP 授权。

通过成功的游戏项目开发及运营经历，公司内部积淀了成熟、高效的游戏研发及管理经验，并以此制定了一整套管理制度。同时，公司通过收集和分析过往项目游戏项目的市场反馈和运营数据，能够深入分析市场发展趋势和玩家需求，从而做出针对性的改变和调整。公司制定了《立项方案标准》，在游戏立项时，公司就严格把控好该研发项目的可行性，确保本项目开发的成本，以及开发的游戏能够满足玩家需求，获得市场的认可。

因此，公司凭借着丰富的过往成功研发经验以及严谨的研发管理办法，可有效帮助本项目控制内部研发成本和提高发行后外部市场的接受度，以确保本项目的顺利推进。

(2) 扎实技术积累及优质研发团队为项目建设提供技术支持

公司一直以来以构建优秀制作人经营平台及精品游戏服务平台为理念，建立了优秀的研发与运营团队，并拥有成熟的自主研发能力，在游戏研发技术、研发团队、游戏研发管理等方面具有自身的核心竞争优势。

在研发技术方面，公司拥有“分布式全球唯一 ID 生成方法”“一种网络游戏场景图片的加载方法及装置”“游戏服务端虚拟时间实现方法”等发明专利。在非专利技术方面，公司的“美术建模技术”可批量化为游戏角色添加骨骼及整套骨骼的动画控制装备和动作表情等，有效提高美术制作效率；“微端技术”可让玩家只需下载微小的客户端便可进行游戏，有效提升用户下载转化率；“脚本开发技术”可把渲染接口高度抽象，通过脚本来进行开发，有效提高开

发效率；“异步加载技术”可允许在游戏资源未就绪时按照正常逻辑运行，减少资源加载时的等待时间，提高用户游戏体验。

在研发团队建设方面，公司拥有有间工作室、引力波工作室、云柒工作室、天星工作室等成熟的游戏研发团队，研发团队规模达到近 500 人。此外，公司持续关注研发人员的技术提升和职业发展，通过完善培训管理制度，建立多种培训渠道，优化培训组织管理以及培养内部培训师队伍等建立健全培训管理体系。

因此，公司凭借着扎实的游戏开发的技术积累，以及优质的研发团队可为本项目提供技术性的支持，保证项目的游戏品质及整体工作的顺利进行。

(3) 庞大的玩家群体为项目稳定运营提供保障

通过多年积累，公司已沉淀大量对公司品牌及产品认可度高、消费意愿强的玩家用户，为未来新游戏顺利运营提供重要保障。得益于公司对于玩家需求的深刻理解、精品游戏的制作能力及精细化运营能力，公司已经成功打造了多款热门的网络游戏，并成功积累了庞大的玩家规模。据统计，《三国群英传-霸王之业》在国内上线以来最高月活跃用户数量超过 208 万人，累计用户数量超过 600 万人；《苍之纪元》在国内上线以来最高月活跃用户数量超过 178 万人，累计用户数量超过 400 万人。因此，公司所积累的庞大的用户群体是未来新游戏顺利运营的重要保障。

此外，庞大的玩家群体为公司提供了海量的玩家行为数据，这些海量的行为数据能够为公司的玩家需求调研、游戏开发方向、运营活动策划、更新迭代等游戏开发及运营活动提供有效的数据样本支撑，便于公司正确挖掘市场需求，精准捕捉玩家喜好，降低不必要的研发成本，提高游戏的经济效益。

4、项目投资概算情况

本项目投资主要包括建设投资、铺底流动资金等，项目投资总额为 35,978.85 万元，拟由本次发行股票募集资金投入 20,803.46 万元，投资概算表如下：

序号	项目	金额（万元）
1	项目建设投资	32,561.37
1.1	场地装修费用	1,224.00
1.2	开发费用	24,788.74
1.3	定制化开发费用	4,416.74
1.4	设备购置费用	271.34
1.5	软件购置费用	310.00
1.6	项目预备费	1,550.54
2	铺底流动资金	3,417.48
3	项目总投资金额	35,978.85
4	使用募集资金金额	20,803.46

5、项目建设实施进度和方案

本项目拟分为两个批次开发 5 款游戏，S 级和 A 级游戏开发周期均为 2 年，项目游戏整体开发周期为 3.25 年。

6、项目经济效益

本项目的税后投资内部收益率为 39.83%，税后静态投资回收期 4.10 年（含建设期），具有良好的经济效益。

7、项目涉及的审批事项

本项目的备案手续尚在办理过程中。

（五）偿还银行贷款项目

1、项目概况

本次向特定对象发行股票，公司拟使用募集资金 20,000.00 万元用于偿还银行贷款，以满足未来业务发展的资金需求，提升持续盈利能力，优化资本结构，降低财务费用，提高抗风险能力。

2、项目的必要性和可行性

近年来，公司业务规模不断扩大，经营发展稳中有进。目前公司主要采取

银行借款方式进行融资，通过银行贷款的方式筹集资金为公司经营规模提供了资金支持和保障。但目前银行贷款的利率处于较高水平，公司间接融资成本较高，由此产生的财务费用降低了公司的盈利水平。为保证公司平稳健康发展，有必要减少银行贷款规模，降低公司资产负债率及有息负债水平，优化公司财务结构。

本次通过将部分募集资金偿还银行借款，有利于减轻公司资金压力，提高公司的抗风险能力、财务安全水平和财务灵活性，推动公司持续稳定的经营，具备必要性及可行性。

三、本次向特定对象发行股票对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合国家相关的产业政策以及公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施是公司正常经营的需要，有利于进一步稳固公司在行业内的竞争地位，提高市场份额和规模优势，增强公司整体运营效率，促进业务整合与协同效应，从而提升公司盈利能力和综合竞争力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次向特定对象发行募集资金到位后，公司的总资产和净资产规模均将有所增长，营运资金将得到进一步充实。同时，公司的财务结构将更加合理，抗风险能力和可持续发展能力将得到增强。

由于募集资金投资项目产生效益需要一定的过程和时间，因此，在总股本和净资产因本次发行而增长的情况下，公司每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标在短期内可能有所下降，存在即期收益被摊薄的风险。但长期来看，本次募集资金投资项目具有良好的市场前景和较强的盈利能力，项目的实施有利于提高公司的主营业务收入与利润规模，提升公司长期盈利能力和综合竞争

力，对公司未来发展具有长远的战略意义。

四、本次募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，本次募集资金使用用途符合未来公司整体战略发展规划，以及相关政策和法律法规，具备必要性和可行性。本次募集资金投资项目的实施，有利于提升公司整体竞争实力，增强公司可持续发展能力，为公司发展战略目标的实现奠定基础，符合公司及全体股东的利益。

星辉互动娱乐股份有限公司

董 事 会

2023 年 5 月 26 日