

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

公告编号：2023-054

星辉互动娱乐股份有限公司 2023 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	潘永祥	李穗明	
电话	020-28123517	020-28123517	
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	
电子信箱	ds@rastar.com	ds01@rastar.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	715,130,684.65	777,296,747.82	-8.00%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-77,069,365.70	-13,633,340.77	-465.30%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-80,946,590.87	-21,199,444.88	-281.83%

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
经营活动产生的现金流量净额（元）	115,155,545.84	140,161,892.27	-17.84%
基本每股收益（元/股）	-0.06	-0.01	-500.00%
稀释每股收益（元/股）	-0.06	-0.01	-500.00%
加权平均净资产收益率	-4.24%	-0.64%	-3.60%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	4,487,590,074.49	4,329,640,155.09	3.65%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,837,683,373.18	1,857,348,810.26	-1.06%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	56,660	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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						
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
陈雁升	境内自然人	32.77%	407,721,600	407,721,600	质押	22,500,000
珠海市瑞丰汇邦资产管理有限公司—瑞丰汇宏星私募证券投资基金	其他	1.99%	24,697,600	0		
陈冬琼	境外自然人	1.85%	23,054,967	0		
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	1.38%	17,160,131	0		
中信证券股份有限公司	国有法人	0.94%	11,721,588	0		
珠海市瑞丰汇邦资产管理有限公司—瑞丰汇邦中星私募证券投资基金	其他	0.53%	6,643,800	0		
中国建设银行股份有限公司—南方科技创新混合型证券投资基金	其他	0.44%	5,452,600	0		
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	0.41%	5,093,800	0		
中国工商银行股份有限公司—申万菱信乐同混合型证券投资基金	其他	0.37%	4,661,200	0		
深圳博普科技有限公司—博普安泰 2 号私募证券投资基金	其他	0.32%	4,004,300	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末，陈雁升和陈冬琼为本公司实际控制人，陈雁升和陈冬琼为夫妻关系，两人合计持有本公司 34.62% 的股份。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无。					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

2023 年上半年，公司实现营业总收入 7.15 亿元，较上年同期减少 8.00%；实现归属于上市公司股东的净利润-7,706.94 万元；第二季度净利润-3,564.58 万元，较第一季度净利润亏损环比收窄 13.95%。报告期内，公司游戏业务处于新老游戏更替的阶段，主要的新游戏产品尚未上线，老产品处于正常的衰减阶段，同时，在研项目的丰富导致研发费用增加，因此游戏业务净利润较上年同期有所下降；同时，上半年俱乐部位于 2022/23 西甲联赛下半季，维持高额的运营成本，其收入尚未覆盖球队经营成本，造成公司整体利润亏损。

报告期内，公司各业务板块经营情况如下：

（1）游戏业务

2023 年上半年，公司游戏业务实现主营业务收入 1.64 亿元，占营业总收入的 22.93%；实现净利润 126.09 万元。报告期内，公司游戏业务处于新老游戏更替阶段，自 2017-2020 年间发行的优势 SLG 产品如《三国群英传-霸王之业》《霸王之野望》等维持稳定的流水，作为收入端的主要支撑，处于正常的生命周期衰减阶段；公司在报告期内不断丰富在研项目，研发费用有所增加；同时，报告期内公司在积极推进储备游戏的调优打磨，为后续的推出作准备，因此上半年并未有重要的游戏上线。下半年，由腾讯在大陆地区独家代理的 SLG 产品《战地无疆》已 2023 年 8 月 24 日成功发行。

深耕高质量优势品类，推新保持市场触觉。公司坚持高质量的产品发展战略，深耕古风策略类、放置类等具有系列化开发经验的优势品类市场，持续研发和迭代游戏精品。在古风策略类游戏方面，公司先后研发及发行了《三国群英传-霸王之业》《霸王之野望》《策魂三国》《霸王之业-波澜万丈的三国志》等多款游戏。其中，曾获得金翎奖“最佳原创移动游戏”、App Store“人气策略游戏”等奖项的《三国群英传-霸王之业》为公司根据宇峻奥汀《三国群英传》IP 授权自研的古风历史策略游戏，自

上线截止到报告披露日全球的流水累计突破 56 亿元；公司自研古风战争策略手游《霸王之野望》曾获得日本地区 Google Play 市场策略畅销榜第二、韩国地区 iOS 免费榜 top1 等成绩，自上线截止到报告披露日在全球的流水累计已超过 13 亿元。

报告期内，公司积极推进头部产品《战地无疆》上线前的准备。《战地无疆》是公司自研的历史古风策略类游戏，由负责《三国群英传-霸王之业》同团队研发，并由腾讯在中国大陆地区发行。该游戏以创新玩法和细腻写实的 3D 形式全面复刻真实的三国，赢得了金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”奖项，并亮相“SPARK 2023”腾讯游戏发布会。《战地无疆》大陆地区的上线时间定档于 2023 年 8 月，后续也将分阶段有序推进海外地区发行。

报告期内，公司对小程序的布局落地，自研的像素风卡牌游戏《冒险归来》在本年二季度上线。小程序游戏凭借其入口的便捷性、游戏上手的低门槛性更加有效地吸引到目标玩家，为游戏市场带来了新的增量。公司已具备小程序游戏研运能力，将陆续推出新品作为中腰部产品力量增强游戏业务。公司持续保持发行队伍的先进性，在跟进《战地无疆》以及 IP 游戏产品测试优化的同时，在中国港澳台、日韩等地区推出《战国最强传说》等自研产品，以保持团队对海外相关地区的高敏感度。

实现优质 IP 资源储备，确保赋能的可持续性。公司重视优质 IP 资源储备，积极引进和孵化优质 IP，围绕优质 IP 进行精品化开发，为玩家打造高质量的精品游戏，亦为争取新的优质 IP 授权奠定基础，实现优质 IP 资源的可持续性。报告期内，公司与韩国 Gravity Co. Ltd. 签订授权协议取得《仙境传说》全球多地区授权，目前正围绕此重量级 IP 研发打磨高质量游戏产品；同时，公司亦新增取得韩国 NEXON Korea Corporation《冒险岛》东南亚地区授权。在国际化战略布局下，公司已拥有全球多地区的优质 IP 资源储备，包括《三国群英传》《仙境传说》《斗破苍穹》《冒险岛》等多款 IP 授权，并拥有《苍之纪元》等精品游戏的完整知识产权。

多款游戏取得版号，积极进行产品测试及调优。报告期内，公司多款游戏取得版号：放置冒险类手游《冒险岛：联盟的意志》和放置幻想手游《起源与勇士》先后于 2023 年 3 月审批通过获得版号；魔幻风策略塔防手游《塔塔英雄》于 2023 年 4 月审批通过获得版号；放置卡牌 RPG 手游《斗破苍穹：异火降世》于 2023 年 6 月审批通过获得版号。同时，公司根据市场环境、游戏测试表现、产品排期等情况规划游戏新品的发行，目前正有序推进《冒险岛：联盟的意志》等游戏产品的发行规划，积极做好产品测试及调优工作。

游戏名称	定位	状态	是否取得版号	游戏类型
战地无疆	全球多地区发行	待发行	是	中国大陆地区由腾讯独家代理，《三国群英传-霸王之业》团队自研，三国历史题材的真实沙盘策略手游
冒险岛：联盟的意志	全球多地区发行	待发行	是	放置冒险类手游
起源与勇士	国内发行	待发行	是	放置幻想手游
塔塔英雄	国内发行	待发行	是	魔幻风策略塔防手游
斗破苍穹：异火降世	全球多地区发行	研发中	是	放置卡牌 RPG
三国群英传 IP 产品一	全球多地区发行	研发中	否	自研三国题材沙盘策略手游，核心内容已完成，进入最终打磨阶段
仙境传说 IP 产品一	全球多地区发行	研发中	否	放置 MMOARPG

推进实施新科技应用，助推游戏业务高质量发展。AI 技术能提高游戏研发的效率，研发人员可进行更多创造性的工作，提升游戏的创意和品质。公司通过第三方软件推进实施 AI 技术的应用，如在 AI 绘图、场景建模、智能 NPC 等方面；同时，公司重视新科技的学习和应用，已将 AI 研究纳入管理体系，

包括分配适当的研发工时进行 AI 学习、成果纳入考评等方式。高质量游戏产品与持续创新是游戏业务高质量发展的保障，未来公司将继续关注相关技术的发展，探索新技术与游戏业务的有机结合，借助新技术提升游戏品质。

（2）玩具业务

报告期内，公司玩具及衍生品业务实现主营业务收入 1.62 亿元，实现净利润 1,323.98 万元。在全球消费端压力下，公司的玩具业务保持了较为稳定收入及利润规模。同时，报告期内公司致力于创新和研发，推出了一系列全新的遥控、积木和合金类车模产品，相关的产品陆续开始市场的投放。

持续专注研发创新，推动玩具智能化发展。公司持续专注产品的研发与创新，坚持创新驱动发展。2023 年上半年玩具板块公司共申请 17 项专利，包括发明专利 3 项、实用新型专利 6 项、外观专利 8 项；截至报告期末，公司玩具板块共取得专利 266 项，其中发明专利 10 项、实用新型专利 127 项、外观专利 129 项。玩具智能化、互动化是玩具业务高质量发展的方向，公司加快玩具智能化转型发展，在动态玩具系列中已储备了 VR 遥控、语音遥控等对接技术。

产品矩阵丰富，玩具新品深受喜爱。公司玩具产品线多元化，报告期内产品矩阵不断丰富。报告期内，公司推出了保时捷 911 GT2 RS Clubsport 25 遥控车、悍马 EV 遥控车、兰博基尼 STO 合金车等动态车模产品；奥迪 RS Q e-tron E2 遥控车、红牛 RB18 遥控方程式赛车、宝马 M4 CSL、法拉利 296 GTS、保时捷 911 Sport Classic、兰博基尼 COUNTACH LPI 800-4 等多款遥控车模将陆续在下半年推出。此外，BMW 宝马 20 寸铝合金自行车等户外骑行新品的研发上市工作正在积极推进。公司围绕国产积木玩具快速发展的新机遇进行布局，报告期内推出了 1:8 玛莎拉蒂 MC20 积木车，下半年计划推出 1:8 阿尔法罗密欧 F1 Team ORLEN C42 积木车，以及一系列小比例授权积木车。公司车模新品真实复刻原版赛车，深受客商喜爱，新品玛莎拉蒂 MC20 积木车于第 35 届国际玩具及教育产品(深圳)展览会首发并获得 2023 年度中外玩具大赛“年度潮流玩具奖”。

保持较高潮流内容敏锐度，持续拓宽车模授权品类。公司累计获得超过 35 个世界知名车企授权，车企 IP 具备全球化的受众面，为公司全球化品牌运营奠定基础。报告期，公司不断拓展 IP 授权合作方和合作品类，新增红牛 F1 赛车、奥迪 RS Q e-tron E2 赛车、兰博基尼 Revuelto 跑车、兰博基尼 Huracan Sterrato 跑车、兰博基尼 Countach LPI 800-4 跑车等授权。随着中国车手在世界一级方程式锦标赛（简称“F1”）的出现，国内对 F1 关注度将逐步提高；公司率先积累相关题材的资源，包括已经取得了 F1 的经典汉密尔顿车型及阿尔法罗密欧的全系产品授权，并开始落地在国内部分卡通少儿频道进行 RASTAR F1 系列产品推广的计划。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，未来公司将不断丰富授权品类，制造具有创新性的高质量玩具精品，将“RASTAR”打造为全球领先的玩具智造品牌、具有标杆性的中国领军玩具品牌。

全渠道体系建设，展会开拓新商机。历经二十余年的沉淀，公司已建立线上线下全渠道体系覆盖，通过亚马逊、京东、天猫、得物、小红书等电商平台进行销售与推广，与玩具反斗城、孩子王、TOP TOY、酷乐潮玩等连锁店进行线下销售，还与多个国家及地区的知名玩具代理商保持长期稳定的合作关系。报告期内，线下展会逐渐恢复，公司携玩具精品积极参展。公司通过纽伦堡玩具展、香港玩具展、广交会、深圳玩具展、汕头玩博会等主流专业展会开拓新客源，深化渠道建设，同时也深入了解客商对产品的需求，洞察玩具行业潮流发展趋势，努力创造符合客户需求的文化创意玩具产品。

（3）足球俱乐部业务

报告期内，公司足球俱乐部业务实现主营业务收入 3.40 亿元，占营业总收入的 47.51%；实现净利润-6,214.26 万元，亏损较上年同期减少 161.96 万元。报告期内，公司在西甲联赛 2022/23 下半赛季维持高额的运营成本，仍面临转播权等收入不能覆盖成本情况而继续产生亏损；下半年进入 2023/24 赛季后，俱乐部从西甲降级至西乙，控制成本、调优结构及加强文化内容经营是后续的主要方向。

实施成本控制，优化球队结构。为降低运营成本以匹配球队所在的成绩等级，报告期内，西班牙人实施积极的成本控制措施，包括更换部分管理团队和下调球队薪资等。同时，俱乐部积极进行青训体系建设，发掘和提拔青训潜力球员，在 7 月马贝拉备战集训的 28 名球员中，有 14 名球员出自西班牙人青训。俱乐部正在致力于构建一支结构平衡且活力年轻的西班牙人，未来有信心实现重返西甲联赛的目标。

文化积淀深厚，着力品牌内容输出。西班牙人拥有超过 120 年的历史，以出色的青训成绩享誉欧洲足坛，积淀了深厚的足球文化。基于优秀的青训机制，俱乐部着力于西班牙人品牌内容输出，实施多样化内容经营，推进国际化发展。西班牙人积极在全球范围内合作开设国际足球学院，截至目前已在西班牙本土之外开设了 13 所足球学院，分布在 9 个不同国家。2023 年 7 月，西班牙人亦作为重点俱乐部之一，积极参加西甲俱乐部在深圳的主题展，推广足球文化，让球迷感受俱乐部百年文化魅力。

品牌价值深化，提供体育营销的窗口。随着青训体系完善与俱乐部国际化发展，西班牙人品牌价值逐步深化，为合作方提供体育营销的窗口。报告期内，俱乐部与美国票务技术公司 Stage Front 就西班牙人主场的冠名权达成协议，西班牙人主场正式更名为 Stage Front 球场，为西班牙目前仅有的 5 家拥有球场冠名的俱乐部球场之一。此次合作为 Stage Front 提供体育营销窗口的同时，也极大地推广了俱乐部在全球的影响力，提升品牌价值。此外，西班牙人与西班牙凯克萨银行 CaixaBank、墨西哥国家旅游局 Riviera Maya、食品集团可口可乐 Coca Cola 等多个赞助商保持良好的合作关系。

持续挖掘中国足球人才，坚定成为海外重要资源平台。西班牙人从未停止助力中国足球的步伐，一直在关注和分析中国球员，并积极与中国足球队开展技术交流。2023 年 7 月，西班牙人在武汉新增合作开设足球学院，向当地派驻教练，培养和挖掘中国足球人才；2023 年 8 月，西班牙人 U15 梯队将参加在昆明举办的 2023 年西甲希望杯，与众多中超梯队及国字号球队进行技术交流。未来，俱乐部将努力推进更多中国球员留洋计划，举办更多形式的交流赛事，持续与中国足球进行更多层面的合作与交流。