

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

公告编号：2024-030

## 星辉互动娱乐股份有限公司 2024 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	孙琦	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）	614,913,872.78	715,130,684.65	-14.01%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-178,681,267.11	-77,069,365.70	-131.84%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-193,863,188.35	-80,946,590.87	-139.50%

	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）	44,637,854.52	115,155,545.84	-61.24%
基本每股收益（元/股）	-0.14	-0.06	-133.33%
稀释每股收益（元/股）	-0.14	-0.06	-133.33%
加权平均净资产收益率	-9.69%	-4.24%	-5.45%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产（元）	4,207,424,634.10	4,320,330,724.14	-2.61%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,735,349,583.24	1,934,177,026.29	-10.28%

### 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	54,844	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（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
陈雁升	境内自然人	32.77%	407,721,600	0	质押	22,500,000
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	1.95%	24,292,254	0	不适用	0
陈冬琼	境外自然人	1.85%	23,054,967	0	不适用	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	0.70%	8,665,000	0	不适用	0
方昶行	境内自然人	0.29%	3,640,600	0	不适用	0
吴斌	境内自然人	0.29%	3,585,600	0	不适用	0
林静	境内自然人	0.28%	3,475,800	0	不适用	0
庄新建	境内自然人	0.24%	2,927,201	0	不适用	0
倪少龙	境内自然人	0.23%	2,807,500	0	不适用	0
周志坚	境内自然人	0.22%	2,740,700	0	不适用	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）	公司前十大无限售条件股东方昶行通过财通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 3,640,600 股、吴斌通过财通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 3,585,600 股、林静通过中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 603,000 股。其他股东不存在除通过普通证券账户持有股份外，还通过客户信用交易担保证券账户持有股份的情况。					

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

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

2024 年上半年，公司实现营业总收入 6.15 亿元，较上年同期减少 14.01%；实现归属于上市公司股东的净利润-1.79 亿元；第二季度净利润-8,224.00 万元，较第一季度净利润亏损环比收窄 15.20%。报告期内，在积极的经营策略带动下，玩具业务收入与利润保持增长的趋势；游戏业务多款新产品上线，收入及推广费用等有所增加，而效益的释放具有滞后性，使游戏业务暂未产生利润；同时，2024 年上半年俱乐部仍处于西乙联赛，其收入未能覆盖经营成本，并因俱乐部赛季成功升级西甲联赛，上半年计提了团队升级奖金，是造成公司整体亏损的主要原因之一。

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 1.85 亿元，较上年同期增长 14.25%，占营业总收入的 30.16%；实现净利润 3,597.72 万元，较上年同期增长 171.73%。在全球经济复苏缓慢的大环境下，公司玩具业务对产品及渠道结构进一步优化，并配合积极的经营策略；同时玩具业务以出口为主，汇率的波动对境外业务产生积极影响，使得玩具业务收入和利润保持了稳定增长。

**重视产品创新，推动智能化转型发展。**公司始终重视产品的研发与创新，发展新质生产力，积极推动玩具智能化转型发展，提高玩具产品附加值。2024 年上半年玩具板块共申请 9 项专利，包括发明专利 1 项、实用新型专利 2 项、外观专利 6 项；截至报告期末，公司玩具板块共取得专利 254 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 121 项、外观专利 120 项。此外，公司已在动态玩具系列中储备了 VR 遥控、语音遥控等对接技术，未来将继续推动“玩具+AI”的深度结合，将人工智能交互技术嵌入至产品及其应用场景，推出更多智能化玩具产品。

**紧跟市场趋势，持续推出玩具新品。**公司一直以市场需求为导向，紧跟潮流趋势，依托自身的研发基础和 IP 积累底蕴，持续推出玩具新品。报告期内，公司推出了法拉利 499P 遥控车、阿斯顿马丁 Valkyrie AMR Pro 遥控车、保时捷 911 GT2 RS Clubsport25 拼装车、奥迪 RS Q e-tron 积木车、1:8 红牛 F1 RB19 积木车、红牛 F1 RB19 合金车等玩具新品。公司车模新品真实复刻原版赛车，深受客商喜爱，奥迪 RS Q e-tron 遥控车荣获 2024 年中外玩具大奖“年度潜力产品奖”。2024 年下半年，公司

将陆续推进勒芒赛车兰博基尼 SC63 LMDH 和宝马 V8 LMDh 系列遥控车，以及宝马 3.0 CSL 遥控车、保时捷 911 dakar 遥控车、索伯 F1 C44 积木车、悍马 EV 积木车等玩具新品的研发上市工作。

公司持续关注 F1 大奖赛、达喀尔拉力赛、勒芒耐力赛等热点国际化赛事，并取得相关 IP 正版授权实现与赛事联动，推出了包括 F1 冠军红牛车队的多品类车模、达喀尔拉力赛的冠军同款战车奥迪 RS Q e-tron 遥控车、勒芒 24 小时耐力赛的冠军同款赛车法拉利 499P 等，具有极高仿真度和可玩性，收获了良好的口碑。

**坚持全球化品牌运营，积极拓展 IP 授权品类。**公司累计获得超过 35 个世界知名车企授权，是国内获得车企授权最多的玩具衍生品厂商之一，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。且公司玩具产品定位中高端，在具有全球影响力的名车品牌加持下，确保了消费群体的稳定性。报告期内，公司不断拓展 IP 授权合作方和合作品类，新增保时捷遥控、合金及拼装等多品类全系列车模授权，路虎 Rover Range Rover Sport SV 等车模授权，并提前与德国宝马汽车公司续签全球独占性动态车模授权合同至 2029 年底。

**深化渠道体系建设，积极开拓国际市场。**公司在全渠道体系覆盖的基础上，不断深化与各方的合作，报告期内与一汽、宝马等 4S 店持续深入合作，并积极开拓潮玩连锁店、游乐场及会员超市等新渠道，包括山姆、大玩家、星际传奇等，巩固了公司渠道覆盖优势。此外，公司携玩具精品积极参展，通过纽伦堡玩具展、香港玩具展、深圳玩具展、广交会等主流专业展会开拓新客源，并吸引了央视《新闻联播》等多家媒体报道。公司通过参展全方位展示企业形象和产品，广泛深入接洽采购商，展会已成为公司拓展国际市场的重要窗口。未来，在政府助力企业出海相关政策的支持下，公司将有望进一步开拓海外市场。

## （2）游戏业务

2024 年上半年，公司游戏业务实现主营业务收入 2.83 亿元，较上年同期增长 72.87%，占营业总收入的 46.10%；实现净利润-4,553.60 万元。报告期内，《冒险岛：联盟的意志》《塔塔英雄》《冒险归来》（欧美、东南亚版）等多款游戏上线，产品推广费用增加，同时报告期内，公司根据会计政策对多款自研产品进行上线研发费用摊销，导致游戏业务暂未产生利润。

**持续进行产品推新，后续游戏储备丰富。**星辉游戏坚持产品系列化、市场国际化、发行品牌化的战略布局，稳定延续高质量精品，持续进行游戏产品的推新。报告期内，公司在中国大陆地区推出了自研冒险岛 IP 正版授权游戏《冒险岛：联盟的意志》、魔幻风策略塔防手游《塔塔英雄》等；同时，对小程序游戏领域加大布局，着力拓宽产品及投放区域的边界，除了在国内持续推出相关新品，还积极推进小程序游戏的出海。报告期内，公司自研像素风卡牌小程序游戏《冒险归来》陆续在东南亚、北美、韩国等海外地区上线，进一步打开市场增长新空间，为游戏业务带来新的增量，小程序游戏已发展成为公司重要的产品赛道之一。

此外，公司产品储备丰富，未来《三国群英传》《斗破苍穹》《仙境传说》《冒险岛》《盗墓笔记》等多款 IP 产品以及一批小程序游戏产品将在全球多个地区推出，拟主要采取自买量与渠道分成的发行模式，并辅以外部代理发行，构建全方位、多层次的发行体系，为产品提供灵活的经营策略，以实现产品价值最大化。

### 公司主要游戏产品储备明细

游戏名称	定位	状态	游戏类型
斗破苍穹：异火降世	全球多地区发行	研发中	卡牌 RPG
三国群英传：策定九州	全球多地区发行	研发中	三国题材沙盘策略手游

游戏名称	定位	状态	游戏类型
仙境传说:破晓	全球多地区发行	研发中	放置 MMOARPG
战地无疆	全球多地区发行	国内及部分海外地区已发行 (2024 年 7 月 31 日已在中国港澳台、 东南亚部分地区发行)	三国题材沙盘策略手游
代号-H3	全球多地区发行	研发中	卡牌 RPG
代号-H4	全球多地区发行	研发中	回合制小游戏
代号-Y12	全球多地区发行	研发中	策略类小游戏
代号-X1	全球多地区发行	研发中	放置卡牌
代号-X2	全球多地区发行	研发中	放置 ARPG

**坚持 IP 赋能战略，实现优质 IP 资源储备。**公司坚持以借助知名 IP 为游戏产品赋能的发展战略，与宇峻奥汀、NEXON、Gravity、上海玄霆娱乐、十年文化等 IP 授权方维持稳固的合作关系，取得了《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。同时，公司根据储备的优质 IP 研发出的《三国群英传-霸王之业》《枫之谷 R: 经典新定义》等多款精品游戏取得良好成绩，巩固了与 IP 授权方的合作关系，形成良好的行业合作口碑，既确保了 IP 资源使用的持续性，也为争取新的优质 IP 授权奠定基础。报告期内，公司与上海玄霆娱乐信息科技有限公司签订授权协议取得《庆余年》IP 授权。未来，公司将继续坚持优质 IP 赋能的产品策略，积极开展新一轮的游戏 IP 的授权洽谈，持续巩固和拓展与各合作方的关系，以 IP 赋能增强游戏产品的竞争力。

**持续推进 AI 常态化应用，实现游戏业务提质增效。**报告期内，公司拥抱新质生产力，持续推进 AI 技术的常态化应用，通过使用 AI 大模型等相关工具，将 AI 技术应用于游戏中的人物设定、AI 绘图、场景建模、智能 NPC、过场动画设计等方面，实现将 AI 技术嵌入到从生产至完成最终产品的一系列游戏研发与运营流程中，大幅提升了游戏产品的制作质量及效率。未来公司将继续积极探索游戏业务与 AI 的深度融合，进一步提升游戏制作效率与产品体验。

### (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 1.23 亿元，占营业总收入的 19.95%；实现净利润-1.45 亿元。2024 年上半年，西班牙人俱乐部仍处于西乙联赛，其收入未能覆盖经营成本；且因俱乐部赛季成功升级西甲联赛依据球员劳动合同的约定共计提了团队升级奖金 6,717.83 万元。2024 年下半年，伴随 2024/25 赛季重返西甲联赛，公司足球俱乐部的转播分成等收入将得到显著提升。

**重返西甲联赛，俱乐部整体价值提升。**报告期内，西班牙人在 2023/24 赛季成功从西乙联赛晋级，将于 2024/25 赛季重返西甲联赛。西甲联赛是西班牙最高等级的足球联赛，也是欧洲及世界最高水平的职业足球联赛之一。西班牙人俱乐部重返西甲后，得益于西甲联赛的高收视率、广泛国际影响力及强大的商业运作能力，其整体价值有望显著提升。

**青训体系完善，持续输出高水平人才。**西班牙人具备完善的青训体系，以优秀的青训成绩享誉西班牙足坛，被国际足联纳入“顶尖足球学院”分析。球队拥有的达尼·哈尔克体育城，占地面积 60,000 平方米、含 3 片标准 11 人制场地，为青训体系提供了完善的基础保障。报告期内，西班牙人青训队伍在地中海杯获得 U18 组别冠军；在加泰罗尼亚锦标赛获得 U12、U14、U17 组别冠军；在青年联赛获得 U8、U9、U10、U12 组别冠军、U18 组别亚军；在国王杯获得 U18 组别亚军；俱乐部球员霍安·加西亚出自本队青训系统，已入选西班牙国奥队大名单随队征战 2024 年巴黎奥运会。成熟稳定的青训体系也为一线队保障了优质球员的供应。在 2023/24 赛季，西班牙人俱乐部一线队中共有 8 名球员来自本

队青训体系；各梯队共有 15 名球员入选相应级别国家队。此外，目前有 21 名西班牙人俱乐部青训培养的的球员，活跃在欧洲五大联赛中。

基于优秀的青训机制和深厚的文化积淀，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 14 所足球学院，分布在 10 个不同国家。

**推进国际化发展，品牌价值稳步提升。**随着西班牙人俱乐部国际化发展的不断推进，西班牙人品牌价值稳步提升。俱乐部新增西班牙食品集团 Conservas Dani、中国智能电子产品集团视源股份旗下品牌 MAXHUB 等赞助商，并与西班牙凯克萨银行 CaixaBank、食品集团可口可乐 Coca Cola、管理服务公司爱玛客 Aramark、大型连锁百货公司 El Corte Inglés、运动装备服务商 Kelme 等多个赞助商保持良好的合作关系。这些合作涉及多个国家地区、多种行业领域，也将有助于促进俱乐部商业开发及业务多元化。同时，西班牙人俱乐部也将伴随升甲持续提升品牌价值，有望在新赛季开拓更多合作伙伴、进一步提升商业收入。

**提供体育营销窗口，为中国制造出海赋能。**2023/24 赛季，西班牙人俱乐部全球社交媒体粉丝数接近 900 万，其中全球 Tiktok 粉丝人数超过 460 万，各项社交媒体数据均位列西甲联盟前列，并进入欧洲足球俱乐部社交媒体 50 强；此外，俱乐部坐落于文化名城巴塞罗那，并拥有符合欧足联四星级标准的 RCDE 球场，其拥有便捷的交通条件、卓越的硬件设施和深厚的文化标签，已成为西班牙足协公布的 2030 年世界杯 11 座候选承办球场之一。

西班牙人俱乐部优越的地理位置、全球化的社交媒体矩阵以及优秀的硬件条件，能为合作伙伴提供更多数字化与国际化的曝光渠道，带来更丰富有效的体育营销激活方式。报告期内，俱乐部与视源股份旗下智能电子产品品牌 MAXHUB 达成协议，MAXHUB 成为俱乐部智能会议设备和商业显示设备的独家供应商。俱乐部将借助社交媒体平台、俱乐部球场及训练基地为 MAXHUB 提供良好的体育营销窗口，助力其拓展海外市场，后续也将探索更多与中国品牌商业化合作的机会，赋能中国制造出海。