

证券代码：300043

证券简称：星辉娱乐

星辉互动娱乐股份有限公司 2022 年 11 月 10 日投资者关系活动记录表

编号：20221110

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称及 人员姓名	富安达基金 朱义、新华资产 朱战宇、新疆前海联合 熊钰、 泰信基金 董山青、中信保诚 邹伟、德邦证券 马笑（排名不 分先后）
时间	2022 年 11 月 10 日
地点	电话会议
上市公司接待人 员姓名	董事会秘书兼副总经理：刘胜华 财务总监：孙琦 星辉游戏副总经理：仲昆杰 公司 IR：潘永祥
投资者关系活动 主要内容介绍	公司管理层首先介绍了公司各项业务的基本情况、业务进展以及未来发展战略，然后各方对公司业务进展以及未来规划等疑问进行了深入探讨。主要内容如下： 1、公司足球队的运营情况？武磊回国后，对球队是否会有一些影响？ （1）2022 年上半年，公司足球俱乐部业务实现主营业务收入 3.23 亿元，较上年同期增长 350.11%。其中，俱乐部来自电视转播权收入为 1.96 亿元，较上年同期增长 564.21%；

来自赞助及广告、票务会员、球员转会、足球衍生品等方面收入 1.27 亿元，较上年同期增长 200.68%。

(2) 2022 年西甲夏季转会窗口，武磊重返上海海港，西班牙人亦引进了新援布莱斯维特、何塞卢、埃杜、奥利万、勒孔特等球员，补强了球队。武磊作为中国最好的球员之一，为俱乐部带来了正面影响，让球迷更加了解西甲和西班牙人；接下来俱乐部仍然会注重中国市场，俱乐部技术团队一直在关注和分析中国球员，并且会继续寻找优秀的中国球员进入俱乐部的一线队或是青训。

2、公司足球队有队员参加世界杯吗？对公司的影响如何？

(1) 本届卡塔尔世界杯，西班牙人球员布莱斯维特已入选丹麦国家队世界杯大名单，将代表丹麦国家队征战世界杯；球员卡夫雷拉已于近期入选了乌拉圭国家队公布的卡塔尔世界杯初选大名单，有望参加本届卡塔尔世界杯；球员奥斯卡·希尔、普阿多以及球员阿尔瓦罗·费尔南德斯亦曾于 2021 年 6 月入选西班牙国奥队大名单，并随队收获东京奥运会银牌，但目前西班牙国足大名单尚未公布。目前各国大名单尚未公布，大家可以关注。

(2) 球员参与到世界杯，可以提高球员的知名度，同时参与世界杯可以更好提高球员的竞技水平；世界杯是全球性的赛事，并且本次世界杯是在疫情之后足球活动的重量级赛事，可以更好点燃起大家对足球产业的热情。

3、公司收购俱乐部之后，对公司的贡献如何？球队的盈利点在哪里？

(1) 自 2016 年并购西班牙人俱乐部以来，营业收入较并购前增长超过一倍，尤其是转播权收入从 2014/2015 赛季 2,361.83 万欧元增长至 2021/2022 赛季 6,200.00 万欧元。在

疫情影响以及降级的双重打击前，俱乐部为公司贡献超过4,000万欧元的利润。2020年至2021年确实步入艰难时期，但这些影响是暂时性的，本赛季俱乐部已重返西甲联赛，同时新冠疫情也得到有效控制，俱乐部实现逐步修复。

(2) 俱乐部收入结构包括电视转播权收入、出售球员收入、广告赞助收入、门票收入、衍生品销售收入等。我们认为切入点有两个，一个是电视转播权收入的稳定：西甲在欧洲五大联赛的收入排名第二，在受疫情因素影响之前，每年保持相对稳定的增长；根据欧洲足球协会联盟的相关规定，联盟将电视转播权整体收入90%分成给西甲，西甲获得的转播收入的50%平均分给20支球队，另外50%则根据转播次数、排名、票房和会员指标分配。另一个是在青训方面：西班牙人俱乐部青训营是西班牙及欧洲人才输出率最高的青训营之一，其青训学院在2021年6月被国际足联纳入“顶尖足球学院”的分析研究对象；国外的青训机制会根据不同年龄层，形成年龄层中不同的训练梯队，同时提供各种各样等级的比赛机会，这样既可以实现球队的保值增值，也可以实现球员身价提高。

4、球队的青训体系非常好，在助力中国足球水平提升方面，包括国内的足球学校这块，目前的进展情况？

(1) 助力中国足球方面，俱乐部曾引进武磊、杨希、胥栩、张奥凯等中国球员，并与U14国少队、上海海港U19梯队、中国国家女子足球队等中国足球队开展技术交流。2022年9月，西班牙人女足青年A队亦与在巴塞罗那拉练的中国女足U17国家队进行了一场友谊赛。中国球员杨希目前是在西班牙人U19A队主踢边后卫。杨希为2005年出生的年轻小将，于今夏被提拔至西班牙人U19A队效力。在本赛季前7轮西班牙U19荣誉联赛中，杨希已出场6次，其中有4次为首发出战。

(2) 俱乐部利用自身的青训培训机制及品牌优势，在国

内包括上海、广州、西安、长沙等地方对一些足球学院进行过支持；因疫情影响到流动性的原因，近年来国内院校开展的活动有所减少。在国家体育产业政策的积极支持下，我们会利用俱乐部完整的资产资源体系，包括自主建设的具备欧足联四星标准的现代化球场及先进的训练场、先进成熟的青训机制和完整的梯队体系等，提供有资质的教练团队，聚焦青少年足球培训，发现和挖掘中国足球人才。

5、公司足球队的长远规划如何，对未来展望如何？

未来俱乐部将立足西甲，积极进行青训体系建设，为球队长期发展培养后备人才，通过预备队提升和球员转会等方式保持球队竞技状态，提升和稳定球队成绩，提高球员总价值。

6、公司的游戏产品储备如何？

（1）作为一家集研发与发行于一体的综合型游戏公司，星辉游戏具有丰富的产品储备。通过内部研发、外部代理双线并行，星辉游戏在 SLG、卡牌、RPG 等多个品类建立了多梯队的产品布局，并在细分领域形成了古风策略类及二次元类两个优势产品群，先后研发与发行《倚天》《龙骑士传》《盗墓笔记》《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》等多款精品游戏。

（2）同时，公司秉持“产品系列化、市场国际化、发行品牌化”的发展战略，积极布局国内移动网络游戏海外发行和运营，坚持中华文化输出的传统优势。此外公司引入多个境外头部 IP，依托头部 IP 进一步夯实公司的产品力和全球多区域的覆盖能力。

（3）公司游戏新品储备丰富，产品涵盖 SLG、卡牌、RPG 等品类。其中公司自主研发并将由腾讯在大陆地区独代发行的战略产品《战地无疆》已于今年 7 月获得版号，有效提升了公

公司产品储备的确定性。此外公司还有 2 款重要游戏产品通过总局最终审核，尚待批复。

总体来看，公司在产品的储备量上非常丰富；从产品的质量上来看，既有头部 SLG 的产品，也有大 IP 类产品以及卡牌产品的补充。

7、目前在运营的有哪几款游戏，明年有哪些储备的游戏？

(1) 在运营的游戏，有 SLG 类游戏《三国群英传-霸王之业》，中国大陆地区由腾讯代理发行，境外主要地区由 3 个运营商发行覆盖日韩及港澳台地区，累计流水超过 50 亿；SLG 产品有长线的盈收能力，凭借优良的出品，其保持相对稳定的流水状态。公司自研古风战争策略手游《霸王之野望》在日本地区长期处于 Google Play 和 App Store 排行榜前 100 名，海外月均流水超过 400 万美元。基于韩国经典 IP《冒险岛》，公司自主研发的《枫之谷 R：经典新定义》，上线后获得中国台湾地区 iOS 畅销榜、免费榜双总榜第一的成绩，峰值流水达 5,300 万元。目前运营状态良好。公司发行的 MMO 产品《幻世九歌》，产品工艺制作精良，目前保持稳定的流水。

(2) 目前产品储备包括：第一款产品是《冒险岛》，整个产品的研发及发行工作已经就绪，目前在等待版号的批复；第二款产品是基于公司 SLG 产品《霸王之野望》过往在日本市场的成功经验，针对性推出的日本战国题材卡牌产品；第三款产品是已经取得版号的《战地无疆》，是由我们负责《三国群英传-霸王之业》的团队研发，公司投入了大量的研发成本及长周期的打磨，结合腾讯发行的实力，将作为公司拳头产品。第四款产品是一款塔防玩法的卡牌，属于我们尝试性的产品，游戏版号已审核结束，目前等待签发；第五款产品是一款我们拿到版号的卡牌游戏，根据市场变化一直在进行品质打磨，寻找合适时机发行。总体上，储备的产品可覆盖多地区发行，除

了《冒险岛》外，都具备全球发行的权利。

8、《战地无疆》的测试数据如何？预期如何？

小范围的测试数据达到我们及发行方的预期。游戏流水的预期与数据、新增量关联，需要在发行前进行大规划模测试才得出评价，目前不能进行预估。

9、公司游戏业务这块，如何展望后面发展？

全球游戏市场在过去几年进入一个高速的精品化时期，优质内容的供应能力成为游戏公司的最核心的竞争力，一流的游戏产品在玩法创新、美术品质、技术突破等各方面都有极高的要求。公司游戏业务经过十几年发展，拥有持续迭代业务能力，在精品游戏打造方面，公司通过多种方式保证产能和产品质量：针对公司的优势品类 SLG 进行主动升级，在玩法、美术、技术多维度进行突破，打造 SLG 品类的新标杆。公司同步引入国内外的顶级 IP 开辟优势赛道，借助 IP 的文化优势在全球市场进行产品布局，此外通过外部定制及代理的形式快速补充其他产品线，保障产能和品类覆盖能力。

全球化的流量视野是游戏公司在产品力以外的第二大能力，好的产品需要优秀的流量思维和发行逻辑来放大。与公司研发同步成长的发行团队经过长时间的国内外产品发行，建立了专业的全球发行团队，在多个游戏品类上建立了自己的方法论，有效为游戏产品发行保驾护航。

针对当前逐渐发展壮大的国内小游戏市场，公司也有相关产品和团队布局，将陆续推出此类产品，满足不同用户群的游戏体验需求。

结合游戏业务的整体布局和市场前景看，公司对未来业务发展和成绩提升充满信心，公司游戏团队将秉承精品化的思路，在全球范围内不断推出优质游戏产品。

10、针对 SLG 产品买量投入大、回收周期长、不确定性高

的问题，公司未来 SLG 打法上如何？

以公司明年的拳头产品《战地无疆》为例，我们将大陆地区交由腾讯游戏独家代理发行，双方采用的是流水分成机制，这样能够有效避免短期集中的市场推广对公司业绩造成的压力，同时腾讯平台在微信、QQ 等多渠道的强大流量优势可以保障产品在大陆地区获得可观的用户人数。

在境外地区，经过腾讯游戏打磨的《战地无疆》将由星辉游戏自有发行团队自主发行，成熟、经过验证的自研自发 SLG 产品是具备优势的。

11、公司的研发情况如何？

从人员规模来看，近几年公司研发人员保持在 400 人左右的水平，多年来，公司坚持团队良性循环，不断引入新的团队；随着未来产品上线，成绩的提升，我们不排除也会加大研发投入以进一步提升公司的产品能力，过程中我们会根据业务情况、成本压力进行合理的调配；从产品线来看，公司将坚持 SLG 的优势产品研发、通过与顶级 IP 的合作去强化其他产品线、同时补充中腰部产品、建立多维度多梯队的产品策略；以目前的产品开发排期来看，2024 年也会延续以上的产品思路，在 2024 年会有新的拳头产品推出。

12、玩具这块业务如何？后续的增量发展如何？

玩具业务是公司传统业务，经过 20 年的摸索与发展，公司玩具业务形成了研发—生产—销售等全环节业务体系。在经受 2018 年中美贸易战以及 2020 年疫情对消费的影响后，目前玩具业务已实现修复性增长，稳中有升，业务状态稳定。

13、综合公司三大业务情况，整体对未来的展望如何？

在产业投资的推动下，公司已形成了涵盖网络游戏、足球俱乐部、玩具及婴童用品的多元业务架构。未来，公司将进行丰富的优质 IP 战略资源储备，进行精品开发巩固核心流量价

	<p>值；积极实现产品迭代与品牌积累，巩固在相关领域内的竞争力；坚持以产品创新为驱动，不断围绕市场需求继续进行科技创新；以完整的资产资源体系和均衡的境内外市场结构，形成了相互促进的双循环格局；与行业头部平台良好的合作关系，助力多元化业务的开展，实现品牌价值的持续提升。公司未来将继续把握住中国文娱领域良好的发展趋势，围绕文化娱乐产业进行持续的战略布局，实现业绩修复及稳步增长。</p> <p>14、公司三块业务如何协同发展？</p> <p>公司在沿革中也有成功的“体育+玩具”的结合案例；未来也会在“体育+游戏”上做一些探索；体育产业在国家政策鼓励下，关注人数和产业规模将有望快速增长，公司在利用自身的青训培训机制及品牌优势，积极探索在相关政策下的可能性。</p> <p>本文中所涉及的未来计划、发展战略等前瞻性描述不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意投资风险。接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年11月10日